

### III. 시장정보

#### 1. 식품소비 트렌드

##### □ 1인당 식품 및 음료 소비량

- 2011년 식품 소비량

식품 소비량			
	2009	2010	2011
식품 소비액 (ZAR, 10억)	294.56	304.81	337.79
식품 소비액 (US\$, 10억)	34.99	41.64	46.51
1인당 식품 소비액 (ZAR, 10억)	5,920.72	6,079.95	6,644.28
1인당 식품 소비액 (US\$, 10억)	703.39	830.55	921.69
총 식품소비 변 화량 (Y-O-Y %)	12.10	3.48	10.82
1인당 식품소비 변화량 (Y-O-Y %)	11.13	2.69	10.10

출처: Business Monitor Information, 기입일: 2013년 1월 11일

##### □ 농식품 판매량 및 소비량 파악 통한 소비성향 분석

###### ○ 건강식품, 편의식품 시장의 성장

- 건강, 편의에 대한 소비자들의 관심이 전 세계적으로 높아지는 추세로 다이어트 관련식품, 건강식품 및 건강보조식품 시장이 크게 성장하는 상황임

- 이러한 세계적인 추세와는 달리 남아공의 경우 건강 식품시장만이 크게 성장 중이며, 다이어트 및 건강보조식품은 아직 소비자들의 주목을 크게 받지 못함 (비알콜 음료와 유제품 등이 인기)
- 점점 길어지는 근로시간과 대중교통수단의 부족으로 인해 간편하고 조리된 식품에 대한 소비가 늘고 있으며, 특히 여성들의 사회참여가 활발해짐에 따라 편의와 관련된 상품시장이 고속성장하고 있음
- 식품의 생산과 수입은 해마다 2%가량 늘어나는 인구로 인해 증가하고 있으며, 늘어나는 인구 때문에 식품 소비도 증가하고 있음
- 부의 증가와 흑인 인종차별정책 이후, 국내 중산층은 2001년에서 2004년 사이 30%로 증가하였으며, 기본 곡물의 섭취에서 좀 더 다양한 식단으로 식품 소비가 변화함
- 저소득층의 소비자들은 쌀, 스프레드, 유제품 같은 제품들은 브랜드 식품을 선호
- 자사 브랜드 제품들은 여전히 식품 시장에서 새롭게 생겨나고 있으며 세계 평균 보다 성장 속도가 빠름
- 고소득층의 소비자들은 건강, 편리, 질 좋은 식품을 선호하지만 반대로 저소득층들은 여전히 주식에만 관심을 가지고 있음
- 교육 성장과 중산층의 증가로 인해 많은 소비자들이 건강에 대한 관심이 증가하여 건강식품에 대한 소비가 늘어나고 있음

## 음

- 신선 농식품 소비는 매우 높아지고 있고 계속해서 증가 할 것으로 보임
  - 특히 신선 과일, 채소에 대한 지출이 늘어나고 있는데, 이것은 건강, 품질, 다양성 대한 인식이 점차적으로 늘어나고 있기 때문
- 점차적으로 바쁜 생활 스타일로 인해 소비자들이 선호하는 제품들은 편리하고 시간을 절약할 수 있는 제품군으로 바뀌면서 가공식품과 포장식품들의 인기와 수요가 증가
- 알코올 소비는 사회 활동과 스포츠 문화가 남아공의 중요한 분야로 자리를 잡으면서 증가하였고 특히 flavoured alcoholic 음료는 소비자들 사이에서 매우 인기가 있음
  - 그러나 와인은 여전히 고소득층의 소비자들만 즐기는 것으로 파악됨
- 건강과 웰빙이 음료 구매에 상당한 고려 대상이 됨
  - 대다수의 소비자들은 차나 저렴한 고급 제품으로 여겨지는 커피를 즐겨 마심
  - 그러나 엄격한 사회 커피 문화가 여전히 존재하며 커피는 고소득층들에 의해 자주 구입이 되고 있음
  - 가처분 소득 증가의 유행으로 인해 더 많은 소비자들이 차나

커피를 마시고 있으나 가격 상승에 대해서 매우 민감하게 반응하고 있음