

III. 시장정보

1. 식품소비 트렌드

□ 농식품 판매량 및 소비량 파악 통한 소비성향 분석

< 농식품 판매량 >

단위: Kg

품 목	축산물 (Kg)	가공육 (Kg)	가금류 (Kg)	곡류 (Kg)	야채, 과일 (Kg)	과자, 초콜릿등 (Kg)
수 량	583,425	254,855	520,677	1,403,925	159,290	941,876

< 1인당 농식품 소비량 >

축산물: 마리/1인당
곡류, 야채, 과일, 우유: kg/1인당
와인: liter/1인당

구 분	소 (마리)	돼지 (마리)	가금 류 (마리)	곡류 (Kg)	야채 (Kg)	와인 (Liter)	과일 (Kg)	우유 (Kg)
2001	21	48	18	108	123.07	21.667	107.46	67.85
2002	22	52	21	108	133.35	22.833	71.92	68.14
2003	21	52	21	113	124.74	21.81	82.29	64.60
2004	21	50	19	101	124.72	23.849	82.9	69.17
2005	20	46	23	110	120.87	25.847	80.33	-
2006	19	40	20	114	119.73	23.817	60.24	-
2007	20	41	18	109	122.62	27.685	65.81	-
2008	18	41	21	112	-	25.087	-	65.10
2009	19	42	20	107	-	-	-	61.80

○ 벨기에의 소비성향

- 독신인구의 증가로 프랜차이즈 업체의 인기가 증가. 현재 전체 인구의 30%이상이 독신자이며, 이 비율의 인구가 집에서 가까운 식료품 선호. 또한 국가 내의 엄격한 식품위생 규정으로 인해 소형 상점들이 프랜차이즈 업체로의 이동 증가
- 바빠지는 생활패턴으로 인해 신선 농산물을 직접 요리해서 먹는 시간이 부족해짐. 이에 따라 가공되어 냉동된(데우기만 하면 바로 먹을 수 있는) 식품의 선호도가 증가. 여성들의 취업률이 증가하면서 냉동식품의 급격한 증가가 예상됨
- 건강식을 섭취함으로써 좀 더 나은 삶의 만족도를 성취하려는 소비자의 증가. 벨기에 소비자들의 품질, 편리성, 다양성과 건강, 식품의 안전에 대한 기대와 선호도로 인해 시장의 변화, 혁신
- 대부분의 식품은 근접해있는 프랑스, 네덜란드, 독일, 이탈리아 등지에서 수입해왔음. 그러나 다양한 요리에 대한 증가하는 수요로 인해 다양한 국가에서의 수입이 진행되고, 진행될 것으로 예상됨
- 연간 1인당 소비 지출액은 약 15,000 유로이며 빈부격차가 적고 중산층이 주류를 이루고 있는 안정된 사회. 충동구매보다는 상품에 대한 평가를 충분히 거치고 난 후 구매하는 소비행태가 주를 이룸
- 소비자 단체의 활동이 활발하며 국가적으로도 안전과 위생에 엄격하기 때문에 소비자 스스로도 제품의 안전도를 조사

하여 발표하기도 함. 이로 인해 유통업체는 대 소비자 신뢰
도를 위해 자율 인증제 도입