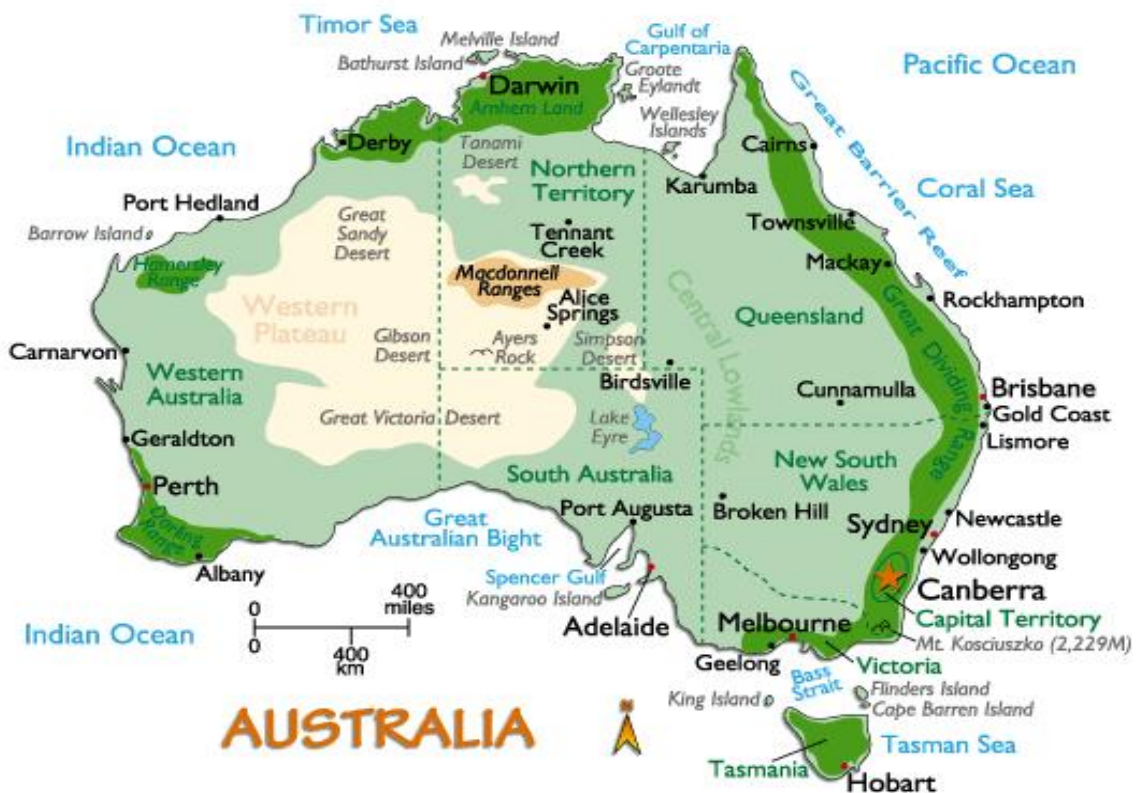


최근 호주 국가정보 및 시장동향 분석내용

(작성부서 : 해외마케팅팀)

가. 국가개황

- 지역 : 호주 (Commonwealth of Australia)
- 면적 : 768만km²(한반도의 약 35배 / 남한의 약 80배)
- 인구 : 2,248만 5천명(2011년 기준)
- 언어 : 영어, 원주민어
- 민족 : 유럽계(85%), 아시아계(9%), 원주민(3%), 아랍계(1.4%) 등
- 정부형태 : 영연방 입헌군주제
- 의회제도 : 의원내각제
- 국가원수 : Julia Gillard 총리
- 주요도시 : 캔버라(Canberra, 수도), 시드니(Sydney), 멜번(Melbourne) 등



1) 경제주요지표

구 분	2011	2012	2013	2014(전망)
GDP(US\$bn)	1,490.1	1,541.0	1,598.0	1,638.9
성장률	2.1%	3.3%	3.0%	2.5%
1인당 GDP(US\$)	66,371	67,982	69,582	66,984
실업률	5.1%	5.2%	5.3%	5.21%

출처(호주 통계청, www.statista.com)

2) 경제동향

□ 2013년 3.0%대 성장, 2014년 성장세 둔화 전망

- 호주는 지난 22년간 연평균 3.5% 이상의 경제성장률을 달성해왔음
- 그러나 주요 수출 품목인 석탄, 철광석 등 원자재의 국제 가격 하락, 대미 달러 대비 호주 달러화 강세로 인한 수출 경쟁력 약화 등의 영향으로 세계 경제 위기 이후 최대 무역적자를 기록(2012년 기준)하며 당초 예상인 4%대 성장에 미달
- (추가) 호주는 중국으로의 원자재 수출이 경제에서 차지하는 비중이 크며, 철광석, 발전소용 석탄, 금 등 대부분의 원자재를 중국으로 수출해온 바, 2014년 중국이 2009년 8월 이래 최저의 광공업 생산 평균치를 기록하는 경기 둔화를 보인 것에 상당한 경제적 타격을 받고 있음
- 2014년 역시 성장률 둔화가 예상되어 호주의 경제성장률은 3%를 넘지 못할 것으로 전망됨

□ 동서부 경제격차 심각 수준

- 2011년 기준 동부 3개 주가 인구의 77.1%, GDP의 74.9%를 점유할 정도로 인구 및 경제 활동이 대부분 동부 해안지대에 집중
- 자원 및 에너지 개발 사업 붐으로 인해 2000년도 이후 서부 경제가 호황을 누리기도 했으나, 최근 에너지 소비 대국인 중국의 성장률 둔화로 서부를 중심으로 했던 호주 경제의 성장 동력이 사라지면서 동서부 차이가 심화됨

□ 식품산업 규모

- 식품 수출입 시장규모는 49억 2000만 A\$로 적자 기록(2012년 기준)
 - 수입 : 26억 A\$ / 수출 : 23억 2000만 A\$
 - 지난 10년간 수입 비중이 꾸준히 상승하였고, 세계 경제 위기 이후 적자 폭이 점차 증가하는 추세임
- 주요 수입국 : 미국, 뉴질랜드, 중국, 영국, 독일 등
 - 주요 수입품목 : 식품·음료(55.8%), 식료품(42.3%), 신선식품(1.9%)
- 주요 수출국 : 일본, 미국, 뉴질랜드, 중국, 한국 등
 - 한국식품의 대호주 수출은 1% 미만으로 한국식품에 대한 호주의 수입 의존도는 미미한 수준이나만, 호주에 있어 한국은 5번째 주요 수출국에 해당됨

3) 한국과의 관계

- 한국과 호주는 6.25 한국전쟁 참전 및 1961년 수교 이래 우호적인 관계를 유지해왔음
- 對호주 농식품 교역규모

(단위 : 백만불 / %)

구분	2012	2013	증감률
수출	106	111	4.6
수입	2,887	2,448	△15.2

- 對호주 주교역품목
 - 호주는 한국에 주로 콩기름, 콩깻묵, 옥수수, 생선류 등을 수출함. 특히 콩기름은 對한국 수출 품목 1위로, 전체 농식품 수출액의 48% 가량을 차지하는 것으로 집계
 - 한국으로부터는 주로 커피 조제품, 라면, 음료, 김 등을 수입

나. 시장특성

1) 호주는 열대 및 온대기후 농산물의 주요 생산 및 수출국이기도 하지만 다양한 가공식품의 수입국이기도 함

- 85%가 넘는 호주 슈퍼마켓의 제품은 수입제품이나 수입 재료로 생산되거나 현지 외국기업에 의해 생산된 것으로 추산됨
- 다만 호주 인구가 점점 다문화로 변화함에 따라 동남아시아뿐만 아니라 그리스, 이탈리아, 스페인과 같은 다른 국가들로부터의 수입이 증가하는 추세임

2) 유기농, 친환경, 웰빙 트렌드 지속

- 호주는 다민족으로 이뤄진 이민국가로, 최근 10~20년 전부터 건강에 대한 관심이 고조되어 채식주의자의 증가가 두드러짐
- 오가닉 제품 시장도 빠르게 성장하고 있음. 호주가 오가닉 원료의 주요 생산국이지만, 가공능력 부족으로 해당 품목의 가공식품에 대한 수요를 충족시키지 못하고 있음
 - 비스킷 부문에서 쌀과자의 매출액 규모는 2009년 10.5% 상승했으며 쌀 및 곡물과자 매출액 부문 또한 2009년에 7.4% 규모 성장하였음
- 식품첨가물에 대한 소비자들의 우려가 커짐에 따라 일부 유통업체에서는 MSG 첨가물, 인공색소가 들어가 있지 않은 식료품만 공급할 것을 선언하는 등 트렌드에 맞춘 다양한 마케팅 전략을 선보임

3) 아시아 식품의 수요 확대

- 음식 문화의 다양화 및 아시아인의 수가 점차 증가함에 따라 아시아 식품의 수요도 확대되고 있음
- 호주농업연구개발공사(RIRDC)가 2009년 말에 발표한 호주의 아시아 가공식품(동남아식품으로 인도식품은 제외됨) 시장에 관한 보고서에 의하면, 호주의 아시아식품 시장규모는 1993년 약 10억 달러에서 2008년에는 2.4배인 약 24억 달러로 성장하였음. 연평균 성장률은 7% 정도이며, 이는 연평균 전체 식음료 가계지출 증가율인 3% ('89~'04년 호주농업자원경제국 ABARE)를 3배 이상 웃도는 기록임

- 또한 이 보고서에 따르면 아시아 식품의 소비자 수는 1991년 270만명에서 2006년에는 351만명으로 증가한 것을 알 수 있는데, 이 중 아시아 출신이 160만명을 차지하고 있지만, 아시아 식품을 정기적으로 즐겨 소비하는 호주 사람도 150만명 정도인 것으로 조사됨. 아시아계 이민자와 임시 체류자뿐만 아니라, 일반적인 서양계 호주인에게도 아시아 음식을 섭취하는 습관이 확산되고 있음을 알 수 있음
- 최근에는 한국, 대만 등 아시아계 프랜차이즈들이 큰 인기를 누리며 아시아 식품의 저변이 더욱 확대되고 있음

4) 간편 조리식품에 대한 소비 선호도 증가

- 높은 비율의 도시화, 직장 여성 및 1인 가구수 증가 등에 따라 시리얼과 스낵 바 제품, 베이컨, 가공냉장육, 저민 고기 등 편의성을 중시하는 식사 대체품의 소비가 증가함
- 또한 바쁜 현대인들의 소비 패턴에 맞춰 레토르트 식품, 냉동식품, 테이크아웃 식품 등 간편 조리식품에 대한 수요가 확대되고, 그 종류도 점차 다변화됨

다. 현지 유통업체 현황

□ 유통구조

- 호주와 뉴질랜드는 동일 시장권으로서 식생활 및 상관습이 유사하고 대형 바이어, 유통업체는 동일 시장권역으로 활동하고 있어 홍보, 판촉활동의 시너지 효과가 기대되는 시장
- 주요도시간 거리가 멀어 유통비용이 다른 나라에 비해 상대적으로 높아 전국적인 유통망을 가진 공급자의 시장지배력이 큼
- 수입유통 구조는 수입상에서 Wholesaler/Distributor를 거쳐 소매상으로 연결되는 단순한 구조를 가지고 있어 최근 영역확장 경쟁이 활발한 대형유통업체를 통한 직수출 채널확보 노력 필요

- 대형 유통체인은 Buying Agent를 통한 구매방식을 취하기도 함
- 현지 농식품 시장의 대부분을 2개의 대형마켓(Woolworths, Coles)이 장악하고 있으며, 한국 농식품은 아시아계 에스닉 식료품점을 위주로 시장이 형성되고 있음
- 호주의 유통단계는 해외공급자 → 수입상 → 도매상 → 소매상 → 소비자 순으로 유통단계는 거의 비슷하며, 상품의 특성에 따라 유통단계 중 일부가 생략되기도 하고, 에이전트가 끼어들기도 함
- 영국식의 보수적 상관습을 갖고 있어 첫 거래에 대량주문을 내는 경우가 드물지만, 수차의 소규모 거래를 통해 신뢰가 형성되면 거래선을 계속 유지하는 경향이 있음

□ 소비시장 현황

- 호주의 유통시장은 약 84천 업체들이 영업 중이나 WestField, Coles Myer, Woolworths, David Jones사 등 대형 유통그룹들이 전체시장을 주도하고 있음
- 호주는 각 지역사회별로 1개씩의 쇼핑몰이 운영되고 있어 일반인들의 유일한 쇼핑공간으로 이들 기업들과의 거래 없이 소매시장에 진출하기란 매우 어려움
- 호주는 Woolworths와 Coles 2개의 대형 슈퍼마켓 체인이 식품의 70%를 유통하고 있으며, 온라인부문을 제외한 호주 전체 소매시장에서 소비자의 구매처는 슈퍼마켓이 63%로 절대적임
- 최근 Woolworths와 Coles가 주도하는 가격할인 경쟁이 심화되었는데, 글로벌 경기둔화로 인한 소비심리 악화, 중소형 할인마트의 시장 잠식 위협이 원인으로 작용함
- 하지만 치열한 경쟁 속에서도 초저가 할인마트를 표방하는 ALDI는 자체 브랜드 상품(PL) 공급을 통해 중소형 규모의 할인마트로서의 입지를 조금씩 굳혀나가고 있음
- 저축성향보다 소비성향이 높으나, 브랜드보다는 품질과 가격을 중요

시하며, 문화적 배경은 구미의 유행에 특히 민감

- 호주 소비자들은 보수적이며 실용적인 소비성향을 가지고 있으며, 소비시장은 고가품 및 저가품으로 양분되어 있음
- 브랜드에 민감한 반응을 보이지 않으며 가격이 저렴한 중국산 제품을 선호하는 경향을 보임