

III. 시장정보

1. 식품소비 트렌드

□ 농식품 판매량 및 소비량 파악을 통한 소비성향 분석

식품소비량 2009-2011		
	2010	2011
식품 소비액(미화, 10억)	51.2	59.4
식품소비액 (호주달러, 10억)	55.7	57.6
1인당 식품소비액(미화)	2,298.3	2,629.2
1인당 식품소비액 (호주달러)	2,503.5	2,547.1
총 식품소비액 변화량 (전년대비, %)	3.9	3.3

Source: Ministry of Economy and Planning, Central Department of Statistics, Saudi Arabian Monetary Agency, Company Information, Trade Press

자료기입일 : 2013년 1월 14일

- 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
 - 호주의 수입식품 시장에서 영국 및 기타 EU 국가들이 경쟁하고 있는데, 이는 강한 역사적 연대감 및 대다수의 호주인 입맛에 맞는 음식 때문임
 - 호주의 인구가 점점 다문화로 변화하고 있는 상황에서 동남아시아 뿐 아니라 그리스, 이탈리아, 스페인과 같은 다른 국

가들로부터의 수입이 증가하는 추세

○ 최근 식품산업 전반에 걸친 트렌드는 다음과 같음

- 건강, 청정, 녹색, 오가닉, 천연 등의 키워드가 최근 성장하는 식품 산업에서의 핵심 포인트임
- 높은 비율의 도시화, 직장 내의 높은 여성비율, 그리고 호주의 높은 소득은 식품시장을 매우 경쟁적으로 만들고 있음
- 호주에서의 전자레인지 사용은 매우 확고히 자리 잡았으며, 수많은 직장여성과 더불어 이와 같은 전자레인지의 사용이 오븐이나 전자레인지 조리식품의 증가로 이어지고 있음
- 패스트푸드와 테이크아웃 음식 또한 매우 인기가 있으며, 외식부문 또한 away-from-home 소비가 급속히 증가하는 것처럼, 이러한 인구통계학적 트렌드의 혜택을 받고 있음
- 편리성을 추구한 트렌드를 따라 냉동식품 유행 예감과 자판기 상품의 고급화로 추세가 이어질 전망
- 호주의 식품제조업체들은 합병을 하고 있으며 이는 슈퍼마켓에 상품 배치를 위한 브랜드간의 심한 경쟁을 주도하고 있음
- 많은 호주 기업들은 동남아시아로 가공 식품을 수출함. 게다가 몇몇 다국적 기업들은 호주를 동남아시아 진출을 위한 선봉으로 활용하기 위해 호주에 제조/가공 시설을 설립함. 이러한 추세는 지속적일 것으로 예상됨.

○ 주요 식품의 소비 트렌드

- 불경기에 닭고기 인기 상승

- 닭고기 소매 업체 중 최대 규모를 자랑하는 레나즈의 닭고기에 대한 소비자 의식 조사 결과에 따르면, 육류 중 “가장 가치가있는 것은?”이라는 질문에 전체 응답자의 54%가 닭고기를 선택하였음. 1주일에 닭고기를 먹는 평균 횟수는 2.3회로 조사됨
- 또한 82%가 쇠고기, 양고기 고기, 돼지고기를 비싼 재료로 인식하고 있는 것으로 나타났음.

- 불황으로 가정 요리가 증가하면서 건강 지향 추세가 나타남

- 식품 업체인 하인츠(Heinz)의 최근 조사에 따르면, 불황의 영향으로 호주 가정에서는 외식이나 테이크아웃 식품 구매를 줄이고 가정식을 늘리는 경향이 나타나고 있다고 조사됨
- 응답자 중 40%가 ‘식료품 예산이 증가했다’라고 답하였으며, ‘이전과 동일하다’는 36%, ‘감소했다’는 14%로 외식 및 테이크아웃 식품에서 가정식으로 식품 섭취 경로가 이동하고 있는 것으로 밝혀졌음
- 또한 약 90%가 음식물 쓰레기를 처리하지 않도록 유의하며, 28%가 비스킷이나 아이스크림 등의 간식을 피하며, 90%가 1번에 2 회분 이상의 식사를 요리하는 것으로 나타났음

- 응답자들은 ‘육류 소비의 1/4를 조리된 콩으로 대용한다.’, ‘계란을 낳게 하기 위해 닭을 기르고, 음식 쓰레기를 먹이로 한다.’, ‘쇼핑과 음식을 친구와 공유한다.’와 같은 식품소비 절약 아이디어를 제시하기도 하였음
- 하인츠 마케팅 부서의 책임자인 멜리사 존스에 따르면 가계의 식비 자체에 그다지 변화는 없지만, 구매 내용이 검토되고 있으며, 소비자는 더 많은 야채를 사고 쓰레기를 줄이고 필요 없는 제품 구입을 자제하고 있다고 분석함

- 오가닉, 건강 천연제품 소비 증가

- 호주에서는 해당 제품 시장이 빠르게 성장하고 있음. 호주가 오가닉 원료 제품의 주요 생산국이지만, 생산 능력 부족으로 해당 식품의 가공 식품에 대한 수요를 충족시키지 못하고 있음. 일례로 비스킷 부문에서 쌀과자의 매출액 규모는 2009년 10.5% 상승했으며 쌀 및 곡물과자 매출액 부문 또한 2009년에 7.4% 규모 성장하였음

- 아이스티 소비 증가

- 음료 부문에서 아이스티 시장은 여전히 긍정적인 시장이며 2009년 전반적인 공급 물량이 35% 증가하였고 매출액은 29% 상승하였음

- 에너지 드링크 시장이 확대되고 있음

- 에너지 드링크부문은 냉음료 부문에서 가장 실적이 좋은

분야로, 2009년 공급면에서 48%의 성장을 보였으며 2008년과 2007년에는 각각 35%, 50%의 증가세를 보였음. 이 시장은 2010년 현재 1억 6,500만 달러 규모로 예상됨

- 아시아 식품의 수요 확대

- 호주에서는 음식 문화의 다양화 및 아시아인의 증가를 배경으로, 아시아 식품의 수요가 확대되고 있음
- 호주농업연구개발공사(RIRDC)가 2009년 말에 발표한 호주의 아시아 가공 식품(동남아 식품으로 인도 식품은 제외됨) 시장에 관한 보고서에 의하면, 호주의 아시아 식품 시장 규모는 1993년 약 10억 달러에서 2008년에는 2.4 배인 약 24억 달러로 성장하였음. 연평균 성장률은 7% 정도이며, 이는 연평균 전체 식음료 가게 지출 증가율인 3% (1989 ~ 2004년 호주 농업 자원 경제국 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 서양계의 호주인에도 아시아 음식을 섭취하는 습관이 확산되고 있음을 알 수 있음