



Thailand

방콕지사

설탕세 부과로 변화의 바람부는 음료업계

2단계 설탕세 적용 앞두고 신제품 런칭 잇달아

지난 9월, 코앞으로 다가온 설탕세 2단계 적용(10월 1일을 앞두고 태국 음료 제조사들은 건강에 좋은 음료 개발 및 연구에 박차를 가하며 서둘러 출시했으며 저-설탕 및 새로운 대체 감미료를 함유한 신제품들의 출시도 줄줄이 예고되고 있다.

태국 소비세국은 2017년 9월 16일부터 음료에 함유된 설탕량에 따라 설탕세를 부과하기 시작했다. 설탕세 적용은 총 6년 동안 2년에 한 차례씩(2017년 9월 16일, 2019년 10월 1일, 21년 10월 1일, 2023년 10월 1일) 단계적으로 실행된다. 소비세국 관계자는 소비세가 주로 술, 담배, 카드와 같은 사치품에 적용되지만, 음료에 부과되는 설탕세의 경우 태국 소비자들의 건강을 위해 단 음식 섭취를 줄이기 위한 조치라고 밝혔다.

태국 소비세국이 부과한 설탕세는 음료 100mL 당 설탕 함유량을 기준으로 6g 미만, 6~8g 미만, 8~10g 미만, 10~14g 미만, 14~18g 미만, 18g 이상 총 6단계로 분류되어 있다. 과세 대상 음료는 탄산음료, 에너지 및 이온 음료, 과일 및 야채 주스 등이다.

가격 비싸진 건강음료가 주를 이룰 듯

올해 10월부터 해당 음료들은 새로운 설탕세 적용으로 더 높은 세율이 부과됨에 따라 음료업계에도 변화의 바람이 불고 있다. 2단계 설탕세 적용이 임박함에 따라 올해 4분기에는 더욱 건강한 음료가 출시될 것이라고 업계관계자들은 내다보고 있다. 최근 가격인상을 발표한 탄산음료 제조사 외에도 과일 주스 제조업체들은 높은 생산 비용 탓에 가격 조정을 검토하고 있는 것으로 알려졌다.

태국 과일 주스 브랜드 Tipco 관계자는 회사가 더 건강한 제품을 만들기 위해 2년 동안 준비해왔다고 말했다. Tipco는 2년 전 고단백 음료 신제품 Beat를 출시했는데, 올해 이 제품을 리뉴얼할 예정이며 또한 새로운 건강 제품을 출시할 계획이라고 밝혔

다. 과일 주스 브랜드 M-joy fruit juice 관계자는 설탕세로 인해 모든 제품을 리뉴얼 했다고 밝혔다. 리뉴얼 제품 또한 소비자 반응은 좋았으며 작년과 비슷한 매출 규모인 5억 5천만 바트(약 216억 원)를 기록할 것으로 예상하고 있다.

태국 대표 녹차 음료 브랜드 Oishi 녹차는 기존 녹차음료의 설탕 함유량을 점차 줄여나갈 예정이며, 최근에는 무설탕 녹차 Oishi gold를 출시했다. 관계자에 의하면 건강한 음료 제품군은 오래 전부터 출시되어 시장에서 판매되고 있었으나 소비자 반응은 좋지 않았다고 한다. 하지만 소비자들이 건강에 대한 교육을 잘 받고 건강에 대한 이해도가 높을수록 건강 제품군에 대한 소비자 호응도가 올라가기 때문에 태국 도소매 협회 관계자는 정부의 설탕 함유량 저감조치에 동감하며, 이 캠페인의 효율성을 높이기 위해 설탕소비의 감소를 위한 소비자교육이 필요함을 역설했다. 1단계 설탕세가 미치는 영향은 아직 미미해서 탄산음료 제조업체들의 제품 가격 조정은 아직 이뤄지지 않고 있다.



대체 감미료 사용해 원래 맛 재현하면 좋을 듯

태국 설탕세 적용이 제조업계에 많은 변화를 몰고 오는 긍정적인 부분도 있지만, 설탕세가 적용되는 음료는 가격 인상을 위해 내부에 사전 승인이 필요 없이, 가격 조정 후 통보만 하면 되기 때문에 설탕세가 가격 상승을 부추긴다는 의견도 있다. 지금 태국 음료업계에서는 기존 제품 리뉴얼, 신제품 출시 또는 가격 조정 등 태국 정부 정책에 대처하기 위해 노력하고 있다. 하지만 태국 소비자들은 단 음료에 익숙하기 때문에 다소 기간이 걸릴 것이라 예상된다.

무-설탕 및 저-설탕 음료에 대한 소비자 반응은 엇갈린다. 건강을 위해 원래 맛과 비슷한 수준에 만족하는 소비자가 있지만 그렇지 않은 소비자들도 많다. 대체 감미료로 원래의 맛과 비슷하게 만드는 제품이 소비자들에게 좋은 반응을 얻을 것이다.