

# 최근 남아공 국가정보 및 시장동향 분석내용

(작성부서 : 해외마케팅팀)

## ☐ 국가개황

[일반사항]	
□ 수도	프리토리아
□ 주요 도시	프리토리아, 케이프타운, 블룸폰테인
□ 면적	1,219,090km <sup>2</sup> (한반도의 5.5배, 남한의 12배)
□ 인구	5,058만 6,757명 (2011년)
□ 기후	온화한 기온과 기후
□ 언어	영어, 아프리카스어 등 11개 공식 언어, 비즈니스어로 영어 사용
□ 종교	기독교(79.8%), 카톨릭(7.1%), 이슬람(1.5%), 힌두교(1.2%) 등 기독교가 다수
□ 민족구성	흑인:79.4% 백인: 9.0% 혼혈:9.0%, 아시아계: 2.5%
[경제사항]	
□ 실질 GDP 성장률	3.1%(2011년 기준)
□ 명목 GDP 총액	4,083억 달러 (2010년 기준)
□ 인당 GDP (명목)	USD 11,326(2011년 기준)
□ 소비자 물가 상승률	5.3% (2011년 기준)
□ 외환 보유액	USD 48,867백만(2011년 기준)
□ 대외 채무	USD 47,491백만 (2010년 기준)
□ 수출액	USD 102,858백만(2011년 기준)
□ 수입액	USD 100,442백만(2011년 기준)
[정치사항]	
□ 정부형태	공화제
□ 국가원수	Jacob Zuma
□ 의회 제도	양원제
[한국과의 관계]	
□ 수교년도	1992년
□ 한국 교민 수	4,200명 (2011년 기준)
□ 대한국 수출액	USD 2,254백만 (2011년 기준)
□ 대한국 수입액	USD 3,105백만 (2011년 기준)

## ▣ 식품소비 트렌드

- 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 건강식품시장만이 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
- 연평균 2%의 인구 증가로 식품의 생산과 수입, 소비 역시 증가함
- 부의 증가와 흑인 인종차별정책 이후, 국내 중산층은 2001년에서 2004년 사이 30%로 증가하였으며, 이에 따라 일차적인 생활필수품 구매 개념에서 벗어나 더욱 편리함을 갖춘 제품, 건강에 좋은 제품, 친환경 제품의 수요가 늘어나는 등 남아공 소비 트렌드에 변화가 찾아옴
- 저소득층 소비자들은 쌀, 스프레드, 유제품을 선택할 때 브랜드 식품 선호. 해당 국가의 신생 브랜드 제품들이 세계 평균 보다 높은 속도로 성장하고 있음
- 고소득층 소비자들은 건강과 편리성을 중시하며, 질 좋은 식품을 선호하지만, 저소득층 소비자들은 여전히 주식에만 관심을 가짐
- 중산층의 증가와 교육의 확대로 많은 소비자들이 건강에 대한 관심이 증가하여 건강식품에 대한 소비가 늘어나고 있음
- 신선 농식품 소비는 매우 높아지고 있고 계속해서 상승 추세일 것으로 보임
  - 특히 신선 과일, 채소에 대한 지출이 늘어나고 있는데 이것은 건강, 품질 다양성에 대한 인식이 점차 확산되고 있기 때문

- 바쁜 생활로 인해 편리하고 시간을 절약할 수 있는 제품을 선호하게 되어, 가공식품과 포장식품의 인기와 수요가 증가
- 주류 소비는 사회 활동과 스포츠 문화가 생활에서 차지하는 중요도가 높아지면서 증가하였고, 특히 flavoured alcoholic 음료는 소비자들 사이에서 매우 인기가 높음
  - 그러나 와인은 여전히 고소득층만 향유하는 것으로 파악됨
- 건강과 웰빙이 음료 구매에 상당한 고려 대상이 됨
  - 대다수 소비자들은 차나 커피를 즐겨 마심
  - 엄격한 커피 문화가 존재해 고소득층 역시 커피를 즐겨 마심
  - 처분가능소득의 증가로 더 많은 소비자들이 차나 커피를 마시고 있으나 가격 상승에 대해서 매우 민감하게 반응하고 있음
  - 웰빙 붐으로 유기농 제품의 시중 판매율 증가 및 신선한 제품의 소비가 늘고 있으며 실제로 냉동식품보다 신선한 육류 및 채소류 구매가 늘어나는 추세임.
  - 남아공은 디저트 문화가 발달돼 있음. 보통 디저트와 간식으로 쿠키, 케이크, 머핀 등을 커피나 차와 함께 즐기는 것이 일반적이었으나 최근 다이어트, 미용, 웰빙 바람으로 프로즌 요거트와 같은 생소한 메뉴의 디저트가 인기 아이템으로 떠오름.

## ▣ 유통구조

- 4개의 주요 슈퍼마켓 시장 선도자(Shop Fite, Pink'n Pay, SPAR, Woolworths)는 번창하는 소매 식료품 시장을 지배하고 있음
- 2011년, 4개의 식료품 소매 체인은 시장 판매의 약 65%를 차지하고 있음. 향후 시장 점유율을 높이고 주변국으로 진출할 것으로 전망
- 현재 슈퍼마켓 체인은 고소득층 뿐 아니라 흑인 거주 지역이나 저소득층 시장에도 고객층을 확보하고 있음. 또한 지리적 전략으로 대다

수의 새로운 슈퍼마켓은 고객과의 평균 거리를 20km에서 1.7km로 현저하게 줄임

- 슈퍼마켓은 폭발적인 성장을 하고 있으며, 국내 식료품 판매의 55%를 담당함에도 불구하고 여전히 전체 식품 소매점의 2%에 불과해, 앞으로의 성장 잠재력이 매우 크다고 볼 수 있음
- 주요 슈퍼마켓 시장 선도자 개황
  - Pick'n Pay : 아프리카의 가장 큰 식품 소매업체 중 하나로 하이퍼마켓과 슈퍼마켓, 프랜차이즈 매장인 family stores를 포함 총 775개의 매장을 보유하고 있음. 남아공의 고소득층과 중산층이 타깃.
  - ShopRite : 아프리카에서 가장 대규모의 소매 체인. ShopRite, Checkers, U Save 세 개의 체인을 보유하고 있으며, 각자 다른 인구학상의 타깃을 갖고 있음. ShopRite, U Save는 주로 저소득층과 중산층을, Checkers는 중상류층과 고소득층을 겨냥하고 있음
  - SPAR : 이곳의 마케팅 대표자는 수입할 제품을 찾기 위해 전 세계의 시사회를 방문. 지역적 유통 센터 소유주는 시사회를 방문해 구매할 제품을 결정함. 본사는 수입업자나 홍보기관을 통해 제품 수입.
  - Woolworths : 지난 몇 년간 22%에 달하는 폭발적 성장. 남아공의 선도적인 소매 브랜드. 고소득층과 중산층 그룹에게 서비스.