

주요내용

▶ 영국의 수산물 소비현황 : 가장 선호하는 생선은 연어와 대구

- 영국 수산물 가격이 5%이상 되었지만 소비량은 상승세를 보이고 있다. 영국 전체 수산물 판매량은 394,400톤으로 지난해에 비해 0.3% 상승했고, 판매액은 33억 파운드(한화 4조 8,345억 9,900만 원)로 지난해에 비해 4.8% 상승했다.
- 영국의 수산물 중 특히 생선 품목의 성장률이 눈에 띈다. 전체 생선시장에서 가장 큰 비중(57%)을 차지하는 분야는 냉장 생선으로 판매액이 전년도에 비해 6.5% 상승했다.
- 영국 소비자가 가장 선호하는 생선은 신선류의 경우 연어이며 새우, 대구(cod), 해덕대구(Haddock), 고등어가 뒤를 이었다. 신선생선 평균가격은 1kg 당 11.52 파운드(한화 17,000원) 수준이다. 냉동류의 경우 대구가 1위를 차지했으며, 새우, 폴록(Pollack), 해덕대구(Haddock), 연어가 뒤를 이었다. 냉동생선 평균가격은 1kg 당 6.77파운드(한화 10,000원)였다.

▶ 프랑스 수산물 소비현황 : 높은 가격이 소비확대에 걸림돌

- 프랑스식품안전연구소(ANSES)에 따르면 대부분의 프랑스 소비자들은 수산물을 섭취하지만 섭취량이 권장소비량에 미치지 못한다. 노르웨이수산물협회에서 지정한 권장생선섭취량은 주 2회이다. 그러나 주 2회 이상 생선을 섭취하는 소비자는 전체의 37% 뿐이다.
- 프랑스인이 수산물을 선호하는데도 불구하고 소비빈도가 높지 않은 이유는 가격요인이 크다. 특히 생선의 경우 내륙지역으로 갈수록 가격이 치솟는다. 까르푸 온라인마켓을 예로 들면 가장 비싼 육류인 냉장 쇠고기 등심이 1kg에 29.55유로인 반면, 제일 저렴한 냉장생선품목인 송어는 1kg에 29.95유로이다.

▶ 독일 수산물 소비현황 : 수산물 소비 증가세, 주로 할인점, 슈퍼마켓에서 구매

- 독일은 1인당 생선 소비량이 늘었다. 독일수산식품소비자연구기관(FIZ)에 따르면 2017년 1인당 생선 소비량은 14.2kg으로 지난해 13.4kg 에 비해 증가했다. 전체 수산물 판매량은 411,876톤으로, 지난해 420,402톤에 비해 소폭 줄었지만 판매액은 38억 유로(한화 4조 9,747억 600만 원)를 달성하며 지난해 보다 2.4% 상승했다.
- 수산물 구매처는 할인점(Discounter), 슈퍼마켓, 생선가게 순이었고, 선호하는 수산식품은 냉동생선(27%), 가공생선(캔, 절임류)(26%), 갑각류(13%), 훈제생선(13%), 선어(12%) 순이다. 선호 생선류는 연어가 19.2%로 1위를 차지, 이어 알래스카 폴록(Alaska Pollack), 청어, 참치, 송어 순이었다.

▶ 유럽소비자의 수산물 소비요인은 '건강'

- 유럽 수산물시장의 호황은 건강에 대한 관심도가 높아지면서 건강식으로 생선을 섭취하는 경향이 높아졌기 때문이다. 생선에 있는 오메가3는 심장질환 예방효과가 있고 풍부한 비타민D는 뼈 조직을 튼튼하

게 한다는 것은 유럽에도 잘 알려진 사실이다.

- 영국계 리서치 회사 KANTAR의 연구자 Nathan Ward는 영국의 생선시장의 지속적인 성장은 영국 소비자들이 건강식으로써 생선을 소비하고 있기 때문이라고 말하며, 프랑스 소비자들 역시 수산물 소비요인 1위는 ‘건강’이고(73%), 2위는 ‘맛’(66%)이었다.
- 프랑스 소비자의 경우 수산식품 구매 시 가장 먼저 확인하는 정보는 ‘원산지’이다. 녹조오염이나 항생제 과다투여 문제 등으로 수산물의 안전성에 대한 우려가 높아지면서 상품 원산지를 확인하는 소비자가 많아지고 있다. 프랑스 소비자의 90%는 수산식품의 원산지가 소비정보에 중요하다고 생각하고 있으며, 그 중 44%는 “매우 중요하다.” 라고 강조했다. 원산지에 있어서 국가단위보다 작은 지역, 도시 등으로 표기할수록 소비자들에게 신뢰를 준다.

▶ 수산가공식품 트렌드, 편의성과 프리미엄화

- 편의성을 강조한 포장수산물은 구매접근성과 저장성이 높다. 특히 1인 가구, 직장여성과 같이 편의성을 구매요인으로 꼽는 소비자들은 조리가 쉽고 비포장수산물에 비해 가격이 저렴하기 때문에 포장제품을 선호한다. 독일 수산물은 영국시장과 달리 전체 수산물 시장의 73.5%가 포장식품일 정도로 포장제품 선호도가 높다.
- 영국, 프랑스, 독일 모두 양적 시장에 비해 질적 시장성장률이 빠르다. 이는 유럽 수산시장이 프리미엄화 되는 것을 의미한다. 이는 대부분의 수산식품 소비자가 웰빙에 관심을 둔 소득수준 중상위층 이상이기 때문이다.
- 독일과 프랑스의 경우 친환경 수산물의 성장률이 지속적으로 늘고 있다. 2016년 독일의 친환경 수산물 시장규모는 2012년에 비해 69.4%, 프랑스의 경우 160.4% 성장했다.
- 올해 영국식품사들은 프리미엄 수산가공식품 신제품을 선보였다. 영국의 가공수산식품회사 Iceland는 집에서든 고급 해산물 식단을 즐길 수 있는 Ready to Eat 제품을 선보였다. 참치스테이크, 감베리 새우 토마토요리 등 하나에 4~10 파운드에 비싼 편이지만 인기를 끌고 있다.
- 그 외에 다른 식품회사도 MSC인증제품(지속가능한 어업인증 마크), 글루텐프리제품 등 고품질 라인을 출시하고 있다. 실제로 영국에서는 MSC 인증마크가 소비자에게 잘 알려져 있어 수산물 구입 시 MSC인증마크가 있는 제품을 신뢰하는 편이다.

| MSC(Marine Stewardship Council) 인증마크 |



* 사진출처 : Marine Stewardship Council 홈페이지(www.msc.org)

- 서유럽은 국가마다 선호하는 가공식품 분류가 다르다. 독일의 경우 통조림 제품 선호도가 매우 높다. 특히 청어절임통조림을 1순위로 선호하며 그 뒤로 참치, 정어리 및 고등어 순이다. 프랑스는 통조림같은 상온보관식품보다 냉장가공식품을 더 선호하는 것으로 조사되었다.

* 참고자료 :

- Agro media 「Produits de la mer : Si les Français mangeaient la quantité recommandée, le marché ferait un bond de +18%」 (2017.10.23.)
- The Grocer 「A fishy tale of inflation: fish and seafood category report 2017」 (2017.11.07.)
- Undercurrent News 「German per capita fish consumption rises to 14.2kg」 (2017.09.08.)

시사점

- 서유럽 전체적으로 생선을 중심으로 한 수산물 시장이 활성화되고 있다. 유럽인들의 생선 섭취가 늘어난 이유는 건강을 생각하는 식습관이 강하기 때문이다. 수산물 홍보 시 안전성, 영양 등에 대한 프로모션이 중요하다.
- 대부분 서유럽 소비자는 연어와 대구류를 선호하지만, 각 유럽 국가마다 선호하는 수산물 가공형태(냉동, 통조림 등)가 다르기 때문에 국가별 맞춤전략이 필수적이다.
- 또한 유럽의 수산물은 축산물보다 훨씬 비싸기 때문에 주요 소비층은 중상위계층 이상이다. 따라서 이 계층에 맞는 프리미엄전략을 짜는 것도 하나의 성공방법이다.