

경제성장을 회복에 힘입은 유기농식품시장의 성장세

파리지사

경기호조에 따라 유기농식품의 인기도 높아져

- 과거 네덜란드는 2011년에 발발된 그리스의 재정위기의 영향으로 인해 경제침체를 겪었다. 그러나 최근 유로화 약세에 힘입은 수출증가, 국내외 수요 확대에 따른 기업투자 확대에 의해 경기가 회복되고 있으며, 2017년에는 3.2%의 경제성장률을 기록한 바 있다.
- 경기호조가 이어지면서 네덜란드 소비자들은 식료품구매에 지출을 점차 늘리고 있으며, 건강한 먹거리에 대해 큰 관심을 나타내고 있다. 소비자들은 식품 우수성이 확인될 경우 타제품에 비해 가격이 높더라도 유기농식품을 선호하고 있으며, 특히 어린 아이를 양육하는 세대에서 이러한 양상이 두드러지게 나타난다.
- 네덜란드 식품시장에 유기농식품이 등장한 것은 2000년도 초반이며, 최근 식품안전성에 대한 보편적인 관심이

증가하면서 시장이 더욱 확대되고 있다. 또한, '천연식자재'를 의미했던 과거의 유기농식품들과 달리 최근에는 맛과 품질을 겸비한 식품들이 다양하게 출시되는 추세다.

매출액으로 살펴보는 유기농식품의 성장세

- 「유로모니터」의 자료에 따르면 네덜란드의 유기농 즉석조리식품시장의 2017년도 매출액은 가격기준 6억 1,300만 유로(약 7천 9백억 원)으로 전년도 동기대비 약 7% 성장한 것으로 나타났다.
- 유기농식품 중 가장 높은 성장세를 나타낸 품목은 단맛 스낵류였으며, 이외에도 유기농오일, 소스, 영아식품, 짬뽕스낵 등이 높은 성장세를 나타냈다. 해당 품목들의 2017년 매출액은 전년대비 평균 10% 이상의 높은 성장세를 기록했다.

네덜란드 유기농 식품의 매출 변화

(단위: 백만 유로)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	'16/'17(%)
식사대용	142.6	150.5	157.2	164.9	177.2	188.2	
쌀, 면, 파스타	10.6	11.2	11.9	12.7	13.5	14.4	7.0
제빵류	75.0	79.6	83.0	85.7	89.9	93.6	4.1
아침대용 씨리얼	29.7	31.8	33.6	36.2	39.3	42.2	7.4
즉석조리식품	15.6	15.3	15.1	14.8	15.6	16.7	2.8
영아식품	11.7	12.6	13.6	15.5	18.9	21.3	12.9
육류, 해산물, 과채류	55.6	60.5	62.2	65.3	68.5	72.8	
실온식품	9.1	10.2	11.2	12.2	13.4	14.5	8.3
냉장식품	39.6	42.0	41.2	41.8	42.5	44.4	4.3
냉동식품	6.9	8.3	9.8	11.3	12.6	13.9	10.9

출처 : www.abc15.com, www.albertsons.com, corporate.aldi.us/en, www.amazon.com, www.azcentral.com

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	'16/'17(%)
기타	217.6	247.9	273.2	301.1	326.3	342.1	
스낵, 제과류	55.8	67.6	78.0	85.6	91.8	87.3	
제과류	21.1	23.4	25.5	27.4	29.2	31.0	6.0
짬뽕스낵	21.3	26.3	29.8	31.8	33.3	34.7	4.2
단맛스낵	13.4	17.9	22.7	26.4	29.3	31.6	7.8
소스, 오일, 잼	12.4	14.0	14.8	16.6	18.2	20.1	
오일	146.2	162.3	175.2	193.1	210.1	228.1	15.0
소스	3.3	4.1	4.6	5.0	5.5	6.1	11.2
잼	5.3	5.6	5.8	6.0	6.3	6.7	5.3
유제품	149.4	166.3	180.4	198.9	216.3	234.7	
유제품	146.2	162.3	175.2	193.1	210.1	228.1	8.6
아이스크림	3.2	4.0	5.2	5.8	6.2	6.6	6.3
계	415.6	458.7	493.0	531.2	572.0	613.0	7.2

업체들의 치열한 경쟁이 시장의 성장으로 이어져

- 네덜란드의 유기농식품시장은 현재 제조·유통업체들의 활발한 참여로 인해 점차 확대되는 추세다. 업체들의 치열한 경쟁이 이어지면서 유기농식품의 전체적인 단가가 낮춰지고 있으며, 이는 유기농식품시장의 성장에 긍정적인 영향을 미친 것으로 판단된다.
- 네덜란드의 대표적인 유통업체인 알버트 하인(Albert Heijn)은 네덜란드 유기농식품시장에서 29.4%의 시장 점유율을 보유하고 있다. 현재 약 480여 개의 유기농식품·음료 등을 자사 매장을 통해 판매하고 있으며, 막대한 투자를 통해 신제품을 개발·출시하고 있다. 이밖에도 소비자들의 소비촉진을 위해 다양한 프로모션, 보너스 적립 서비스 등을 활발하게 펼치고 있다.
- Zonnatura(Royal Wessanen)는 네덜란드의 대표적인 유기농 즉석조리식품 브랜드로서 오랜 전통과 좋은 품질로 소비자들에게 신뢰를 받고 있는 업체다. 최근 아침 식사대용 시리얼라인(Zonnatura Geodemorgen) 등을 출시했으며, 저당, 저염, 저칼로리 등의 제품을 잇달아 출시했다.

- 네덜란드의 대표적인 다국적 식품제조업체 유니레버(Unilever) 역시 유기농제품을 활발하게 출시하고 있다. 100% 식물성 오일을 활용한 식품, 오메가3 및 오메가6를 함유한 식품, 천연색소를 첨가한 식품 등을 출시했다.

건강한 식품에 대한 현지 소비트렌드 공략이 필요

- 「유로모니터」에 따르면 네덜란드 유기농식품시장의 성장세는 지속될 것이며, 향후 2022년에는 연매출 7억 3천만 유로(약 9,500억 원) 규모로 성장할 것으로 기대된다.
- 네덜란드 소비자들 사이에서 건강한 식품에 대한 관심은 하나의 트렌드로 자리하고 있으며, 이러한 현상은 네덜란드 전역으로 확대되는 추세다. 따라서 한국업체들의 경우에도 웰빙테마의 제품을 개발, 출시하고 이를 통해 전략적인 시장진출을 하는 것이 수출확대에 도움이 될 것이라 판단된다.
- 또한, 유기농제품에 대한 소비자들의 신뢰를 확보하기 위해서는 유기농식품인증을 받는 것이 좋다. 국내 유기농식품의 경우 동등성인증제도를 통해 EU국가에서도 유기농식품으로 인정받을 수 있다.