

10. 영국의 뜨는 식품과 지는 식품

파리지사

주요내용

▶ 가장 인기가 높아진 식품은?

- 2017년 한 해 동안 영국 식품 시장에서 가장 높은 성장을 보인 브랜드는 버드와이저(AB InBev's사) 맥주이다. 한 해 동안 49백만 파운드, 전년대비 14.9%에 달하는 성장을 보였다. 연어는 31백만 파운드가 성장했다. 중량은 7.3% 줄어들었지만 가격 상승으로 인해 시장규모가 확대되었다. 수입품으로는 아보카도의 시장이 29백만 파운드 확대되었고, 미국산 스파클링와인 베어푸드 와인스(Barefoot Wines)가 28백만 파운드 가량 성장했다. 성공요인으로는 프리미엄화, 소포장화(Shrinkflation), 전략적인 판촉 방법의 변화 등이다.

▶ 가장 비싸지거나 저렴해진 식품은?

- 영국에서 지난 한 해 동안 가장 가격대가 상승한 식품은 유아용 스낵로 10%이상 가격이 상승하였는데 이는 파운드화의 하락세가 주요 원인이다. 버터의 가격도 8.1% 올랐다. 이는 영국뿐만 아니라 유럽 전체에서 일어난 현상이며, 버터를 함유한 스프레드제품과 마가린 가격까지 함께 올랐다. 분유의 가격도 6.4% 상승했으며, 유아식의 가격도 5.6% 상승했다. 가격이 하락한 주요 식품은 쌀이 5.3%, 닭고기 3.3%, 스포츠 영양제 1.1% 등이다.

▶ 즉석조리식품(Ready-meal) 강세

- 즉석조리식품의 시장규모는 약 3,452백만 파운드 규모에 이른다. 전체 규모는 전년대비 1.3% 증가했다. 가장 규모가 큰 것은 냉장 카테고리 2,748백만 파운드의 시장규모를 보인다. 냉동 카테고리는 380백만 파운드 선으로 전년대비 약 2.8% 상승했다. 상온 카테고리는 대부분 인스턴트면과 파스타류로 전년 대비 4.1% 상승했다. 가장 점유율이 높은 브랜드는 유니레버사의 브랜드 Pot Noodle, Premier Foods사의 Super Noodles, Syminton's사의 Mug Shot와 Naked Noodles, Thai union 사의 John West 등이다.

▶ 쌀과 면 시장 강세

- 쌀 시장은 전년대비 7.9%의 상승을 보였다. Mars 사의 잉클벤즈(Uncle Ben's) 브랜드가 단연 50%가량의 시장점유율을 보이고 있고, 이어서 Tilda(바스마티종), Laila(바스마티), Veetee(햇반형태의 즉석밥, 바스마티종)가 각각 8백만 파운드 정도 판매되었다.
- 면류 시장도 활기를 띤다. 공급자가 다양해지고 건강을 내세운 다양한 상품이 쏟아지고 있다. 면류의 시장규모는 35백만 파운드로, 이중 Premier Foods사의 Sharwood's, Kraft Heinz Co의 Amoy, AB World Foods사의 Blue Dragon 브랜드가 선두 자리에 있다.

▶ 지는 식품

- 프링글스(Pringles)는 지난 6년간 계속해서 인기가 하락하고 있다. 29백만 파운드 규모의 시장 하락세를 보였고, 전년대비 14.6%에 이른다. 스낵시장은 점점 경쟁이 치열해지고 있고, 성장세는 1%에 머물고 있다. 여론조사기관에 따르면 조사에 응한 영국인의 41%가 좀더 건강한 스낵을 선호하고, 38%가 굳것질을 하고 나면 죄책감을 느낀다고 답했다. 크래커와 비스킷 시장도 마찬가지로 하락 추세로 -2.9%로 하락세를 보이고 있다. 초콜릿과 당과류의 시장도 각각 -3.5%, -1.3%, 껌류는 -10% 하락했다.

* 참고자료 :

- The Grocer 12월호, 「Top Products Survey 2017」

시사점

- 영국 식품 소비시장의 성공요인으로 손꼽히는 프리미엄화, 건강 강조, 소포장화(Shrinkflation), 판촉 방법의 전략적인 변화 등에 주목할 필요가 있다.
- 유아식, 쌀, 면류 등 수입식품의 성장세도 주목할 필요가 있다. 특히 이국적인 재료를 사용하고, 건강을 강조하며, 먹기에 편리한 식품이 인기를 얻고 있다. 가공식품 수출 시 이러한 현지 트렌드를 반영하는 것이 중요하다.
- 특히 올해는 브렉시트로 인한 농식품 수출 규제 변화, 환율변동 등에 주목할 필요가 있다.