

프랑스에 부는 즉석조리식품 열풍

파리지사



다시금 성장세를 회복해가고 있는 즉석조리식품

• 프랑스 즉석조리식품은 1990년부터 본격 생산되었지만, 2014년 일명 ‘말고기 사태’로 위기를 맞은 바 있다. 또한, 2016년부터 2017년까지 발생한 살충제 및 환경호르몬 등의 스캔들은 다시 한 번 소비자들을 좌절시켰으며, 이는 즉석조리산업에 대한 경계심으로 이어져 상대적으로 보존기간이 긴 냉동·멸균 건조식품에 대한 수요가 감소하는 결과를 초래했다.

• 하지만 최근에는 지속적인 기술 혁신 및 마케팅을 통한 노력으로 예전의 긍정적 이미지를 회복해나가고 있으며, 특히 냉장 조리식품을 중심으로 긍정적 성장세를 나타내고 있다. 프랑스는 독일에 이어 즉석조리식품 제2생산국으로 집계되고 있으며, 2016년 가격기준 프랑스산 즉석조리식품은 총 유럽생산의 21.5%(가격기준)를 차지하는 것으로 조사됐다.

즉석조리식품 시장규모(가격 기준)

(단위 : 백만 유로, %)

순위	해당년도						평균성장률	
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2016~2017	2012~2017
냉장식품	2,409	2,467	2,513	2,465	2,751	2,894	2.5	1.5
냉동식품	1,086	1,031	1,029	1,016	1,016	1,021	1.6	△1.16
멸균식품	941	910	897	889	880	873	△0.8	△1.5
건조식품	14	16	17	19	20	21	6.3	8.7
계	4,449	4,425	4,458	4,566	4,667	4,770	2.2	1.4

- 특히 전체 즉석조리식품 중 44%의 비중을 차지하는 냉장 즉석조리식품군의 시장을 세분화하여 살펴보면, 식품의 특성에 따라 크게 ① 애플타이저 ② 본식 ③ 피자 ④ 키쉬 타르트 및 ⑤ 크레프 갈레트로 구분할 수 있다. 매출금액은 2016년 기준 ① 본식(44%) ② 애플타이저(24%) ③ 피자류(19%) ④ 키쉬, 타르트(6%) ⑤ 크레프 갈레트(7%) 순으로 판매가 활발하다.
- 연간 판매 성장률을 살펴보면 가장 큰 상승률을 나타낸 종류는 '식사대용의 식품'으로, 전년 동기대비 6.5%의 성장률을 기록했다.

즉석조리식품 시장의 특징

① **자사브랜드(PB상품)의 높은 시장 진출 비율:** 프랑스 즉석조리식품 시장의 시장점유율을 브랜드 별로 살펴보면, 자사 브랜드 상품의 시장점유율이 높으며, 2017년 가격기준 총 30.7%에 달하는 것을 알 수 있다. 특히 축산가공식품, 샐러드 등을 주로 취급하는 Fleury Michon의 시장점유율이 10.3%로 가장 높았다.

② **샐러드, 피자 취급브랜드의 높은 점유율:** 시장 점유율 상위 15개 중 12개가 즉석조리식품 전문 브랜드이고 이 중 6개 업체가 피자를 취급하며, 또 다른 3개의 브랜드는 샐러드 전문 브랜드로 조사됐다. 이는 피자 제품의 가성비 좋고, 집으로 손님을 초대하여 식사를 하는 프랑스 문화에서 함께 나누어 먹기 좋은 메뉴이기 때문인 것으로 해석된다.

③ **육류 기반 식재료 선호:** 2014년 프랑스 농수축산사무국 (FranceAgriMer)이 35세에서 65세까지의 프랑스인을 대상으로 실시한 '즉석조리식품 소비' 관련 설문조사에 의하면, ① 야채류, ② 면·파스타류, ③ 생선, ④ 육류로 구분되는 즉석조리식품 기반 식재료 중 육류는 전 연령대에서 가장 선호되는 식재료로써 평균 33% 이상의 선호도를 나타냈다. 특히, 육류의 소비가 가장 활발한 연령층은 65세 이상으로 육류기반 식품의 소비가 42%에 달했으며, 35세 미만의 젊은 연령층에서는 육류의 소비가 33%로 가장 적은 반면 냉동 피자류 등과 야채류의 섭취가 비교적 높은 것으로 나타났다.

출처 : Euromonitor International, Ready meals in France 2017

프랑스의 식품 트렌드에 주목할 것

- '유로모니터'에 따르면 프랑스 즉석조리식품 시장의 전망은 밝으며, 성장세는 꾸준히 지속되어 2022년에는 연 매출 8억 9천만 유로(1조 1,340억 6천만 원) 규모의 시장으로 성장할 것으로 예상된다.
- 이러한 현상은 1인 가구의 증가, 일상에서 시간을 벌고자 하는 욕구 및 식사시간의 단축, 식사시간을 기타 여가활동으로 대체하려는 욕구의 확산에 기인한 것이라 할 수 있다. 그리고 이를 반영한 업체간 치열한 생산 경쟁은 즉석조리식품 시장을 견인하는 동력이 될 것으로 예상되며, 해당 현지 소비트렌드를 반영한 식품의 진입이 수출 확대에 도움이 될 것으로 판단된다.
- 추가적으로 최근 프랑스에 불어온 유기농식품 열풍과 함께 채식기반 식품의 매출증가에 주목하는 한편, 육류를 주식재료로 하는 식품의 매출이 여전히 압도적으로 우세한 것을 염두에 둘 필요가 있다.
- 또 하나 주목할 점은 2017년에 냉장 즉석조리식품 기준 약 76.1%가 프랑스식 식단으로 구성되고 중국식, 일본식, 이탈리아식 순으로 판매가 활발하다는 것이다. 특히 중국, 일본 등 아시아 식단의 매출이 최근 5년간 증가추세를 나타내고 있는 것을 볼 때, 한국식 즉석조리식품의 진출의 적기가 될 수 있을 것으로 예상된다.



출처 : www.portal.euromonitor.com, FranceAgriMer(프랑스 농림축산식품부 산하기관), Les achats de plats prepares, 2014