Europe

파리지사

'설탕세' 도입 후 성장하는 다이어트 음료 시장

청량음료 '설탕세' 도입 배경 및 의미

전 세계적으로 성인 3명 중 1명 이상이 과체중이며, 한 해 평균 150만 명이 당뇨로 사망하고 있다. 이 같은 질병을 줄여 국민 건강을 증진하고 세수를 증대할 목적으로 WHO는 2016년 설탕이 첨가된 음료에 20%까지 세금을 부과하도록 권고했다. 이때부터 도입되기 시작한 설탕세(Sugar Tax)는, 설탕음료세(Sugary Drink Tax) 또는 탄산음료세(Soda Tax)라고도 하며 청량음료에 일정 비율 이상의 설탕이 함유됐을 경우 세금을 부과하는 제도다. WHO는 〈음식 섭취와 비전염성 질병 예방을 위한 세제 정책〉 보고서에서 당류가 포함된 음료에 20%의 설탕세를 부과하면 이에 비례해 소비가 감소하는 효과가 있는 것으로 나타났다고 밝혔다.

설탕세 도입 또는 도입 예정 국가들

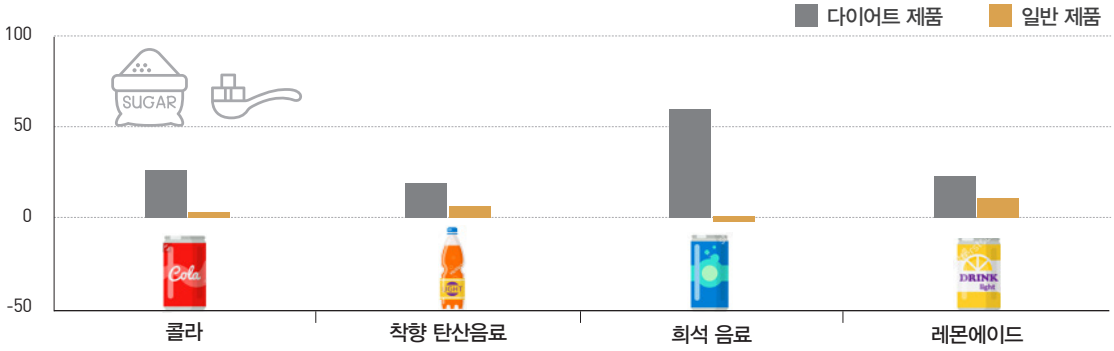
설탕세는 대체로 설탕소비량이 높은 국가에서 도입하고 있다. 현재 유럽에서는 영국, 프랑스, 벨기에, 포르투갈, 핀란드, 노르웨이, 헝가리 등 10여 개국이 설탕세를 도입했으며, 이탈리아는 2018년 11월부터 설탕세 도입 논의 중에 있다. 전 세계적으로 미국, 멕시코 등 약 30개 국가에서 시행 중이다. 지난해 4월부터 콜라 등의 청량음료에 설탕세를 도입한 영국에서 제조업체가 부담해야 하는 설탕세는 100ml 당 당분 함유량이 8g 이상이면 24펜스(약 360원), 5~8g이면 18펜스(약 270원)다. 설탕세가 도입된 후 영국 음료 제조업자들이 자사 제품의 설탕 함유량을 큰 폭으로 줄이며 유통되는 음료의 50% 이상이 설탕 함유량을 조절한 제품인 것으로 나타났다.

| 유럽 주요 설탕세 도입국 |

(단위: 백만 유로)

국가	도입 시기	과세 기준	세율	인공감미료
프랑스	2012년	설탕을 함유하고 있는 무알콜 음료	1L당 0.075 유로 (한화 약 95원)	포함
영국	2018년 4월	100ml당 설탕 함량 5~7g 탄산음료	1L당 18펜스 (한화 약 270원)	미포함
		100ml당 설탕 함량 8g 이상 탄산음료	1L당 24펜스 (한화 약 360원)	

| 설탕세 도입 후 48주간 영국 내 음료 판매율(%) |



청량음료 시장 동향

이렇듯 세계적인 설탕세 부과 움직임 속에서, 다수의 음료업체들이 설탕 함유량을 줄인 신제품 개발에 동참하고 있으며 새로 출시된 무설탕 또는 저설탕 다이어트 음료들이 높은 판매 성장률을 기록하고 있다. 전통적 소비재는 가격이 상승하면 소비자들이 더 저렴한 대체품을 찾는 반면, 설탕 음료만큼은 양보하지 않고 건강한 제품을 선호해 설탕세 도입 이후 더 저렴한 유사품목 구매전환율은 크지 않다. 가령 2017년 12월~2018년 12월까지 영국 내 비브랜드 콜라 판매량은 3.3% 감소한 반면 브랜드 콜라 판매율은 0.8% 상승했다.

음료 브랜드의 주된 판매 성장 요인은 무설탕(Sugar-Free) 제품이다. 설탕세 도입 후 설탕이 함유된 기존 라인 제품은 판매율이 감소하거나 소폭 상승한 데 반해 무설탕 또는 저설탕 다이어트 제품은 높은 상승세를 보였다.

라이프스타일의 변화에 맞춘 다양한 신제품

라이프스타일의 변화와 건강에 대한 높은 관심이 음료 시장에 새로운 기회를 제공하고 있다. 코카콜라 등 주요 업체들은 기존의 베스트 또는 스테디 셀링 제품의 레시피를 유지하면서 설탕 함유량을 줄이고 새로운 맛을 추가해 소비자에게 어필한다. 특히 새로운 맛에 대한 거부감이 크지 않은 청년층을 겨냥해 '맛의 혁신'이라 불릴 만큼 다양한 맛의 새로운 제품 라인을 선보이고 있다. 그 외에도 저용량, 프리미엄, 유기농, 성인 음료(알코올 대안 음료) 등 다양한 테마의 신제품을 출시하여 소비자의 선택의 폭을 넓혔다. 천연 강장 음료도 웰빙 트렌드에 따라 음료 시장에서 선전 중이다.

| CANNASA의 식물성 라즈베리 레몬에이드 |

| SHS Drinks의 녹차 라이트 |

Key Point

정신 건강에 도움되는 유기농 전통차의 해외 진출 가능성

- 설탕세로 인한 음료 가격 인상으로 음료 시장이 얼어붙을 수 있다는 처음의 우려와 달리, 새로운 레시피 개발과 다양한 마케팅 전략 등 업체들의 발빠르고 적극적인 대응이 이어지고 있다. 음료 시장 성장의 새로운 동력으로 작용하고 있는 설탕세는 웰빙 개념이 반영된 세계적인 트렌드로, 국내 업체들도 무설탕, 프리미엄 등 다양한 맛과 테마 제품을 개발해 현지 시장에 진출한다면 좋은 반응을 거둘 수 있을 것으로 기대된다. 건강 중에서도 특히 정신 건강이 화두가 되고 있는 요즘, 심신 안정 및 원기 회복에 도움이 되는 천연 식물 기반의 유기농 전통차(대추, 오미자, 홍삼 등)에 설탕 대신 천연 당분을 첨가하고 저용량 유리병의 프리미엄 제품으로 선보인다면 현지 시장에 어필할 수 있을 것으로 예상된다.

출처 : www.thegrocer.co.uk, www.sciencetimes.co.kr, www.thinkfood.co.kr, news.kotra.or.kr