

# 호주 코로나 이후 소비자의 유통채널 사용 및 식품 소비 동향 파악을 통한 수출확대 방안 모색(요약)

## I. 호주 식품시장 규모 및 유통채널 현황

- 호주의 소매 식품 연간 매출액은 2020년 미화 1,104억 달러로 2016년부터 2020년까지 5년간 지속적인 성장세를 보임
  - 식품의 매출 증가는 연평균 3~4%를 보여 왔으나 2020년에는 코로나로 인해 전년 대비 11.9%의 높은 증가율을 기록
  - 호주 온라인 식품 매출액은 2017년 미화 24.8억 달러에서 2020년 63.6억 달러로 4년간 256.4%가 증가함. 특히 2020년은 코로나로 인한 비대면 구매가 늘어나 전년 대비 58%의 가파른 증가를 보임
- 호주 유통채널은 온라인 시장의 급성장에도 불구하고 여전히 오프라인 유통채널이 강세를 보이고 있음
  - 호주 유통업계 양대 산맥인 Woolworths와 Coles가 1위와 2위로 현지 시장을 과점하고 있는 가운데, 독일계 대형유통업체인 ALDI가 빠른 속도로 이를 뒤쫓고 있음
  - 라인 유통채널에는 종합플랫폼으로 Amazon과 ebay가 양대 산맥이며 대형슈퍼마켓 체인 Woolworths와 Coles가 자체 독립적인 온라인몰을 운영

## II. 코로나19 이후 호주 식품시장 동향

- 온라인 쇼핑몰 이용자 및 원산지에 민감한 소비자가 증가하고 있으며, 집콕 인구가 증가하면서 밀키트 등 제품 인기
  - 2020년 온라인을 통한 식품구매는 전년 대비 58%가 늘어남. 호주의 대표적인 슈퍼마켓인 Woolworths의 온라인 매출은 전년대비 39%가 증가하였으며 Amazon은 99.8%의 매출 신장을 기록함
  - 단순히 식품을 구매하거나 섭취하는 것에서 그치지 않고, 식품을 구성하는 재료 및 구성성분에 대해 알고자 하는 소비자들이 증가
  - 코로나19로 해외여행이 제한되자, 일부 소비자는 해외의 다양한 요리를 집에서 간편하게 조리하여 섭취하고자 이색 밀키트를 소비함

- 호주 전자상거래 이용자들은 일반적으로 20~30대 젊은 층이 주요 고객인 동남아시아와는 달리 중장년층도 전자상거래를 활발히 이용
  - 코로나19 팬데믹 기간 동안 구매 결정에 가장 큰 영향을 미친 요소는 편의성과 가격으로, 배송의 편리함과 저렴한 가격이 이용자 증가에 큰 영향을 미침
  - 호주의 전자상거래 소비자들은 온라인으로 구매 시 50% 이상이 카드를 이용, 전자 지갑 이용률 또한 22%로 높은 비율을 차지
  - 호주의 온라인 광고 매출액 추이를 보면 2020년 대비 2021년 9,693 백만 호주 달러로 약 6.6%증가 전망, 2024년까지 지속적으로 증가할 것으로 기대

### III. 호주 대표 인기 식품 및 한국식품

- 2020년 호주는 웰빙, 유기농, 친환경 식품이 인기를 끌면서 아시아 식품에 대한 관심도 높았음
  - 건강관련 식품들이 조명을 받음. 비건식품과 프로바이오틱스가 첨가된 제품군이 확대되었음
  - 유기농 제품은 예전부터 꾸준히 인기가 있으며 제품군이 늘어나고 가격도 조금씩 저렴해 지면서 판매도 늘어나고 있음
  - 해외여행이 자유롭지 못해 지면서 이민자들은 본국의 식품을, 호주인들은 해외 여행지에서 먹어 보았던 식품을 맛보면서 해외에 나가지 못하는 대리만족을 하는 경향이 있음
  - 코로나 19로 인해 환경에 대한 관심이 높아지면서 과도한 플라스틱 식품 포장에 대한 새로운 경각심을 갖게 됨. 비닐봉지, 빨대, 플라스틱 식품 용기 등의 사용에 부정적이며 종이나 판지로 만들어 자연분해가 가능한 친환경 식품 포장재 및 용기에 대한 관심이 높아짐

### IV. 한국 농식품 진출전략

- 유기농, 웰빙, 비건 식품 등 건강 및 친환경 제품의 인기가 증가하고 있으며, 집콕 인구 증가로 밀키트 시장 급성장
- 김치 및 김치 활용 제품, 해외여행 대안 에스닉푸드 소스, 한류의 영향으로 인한 아시아계 소비자들의 길거리 음식 등이 인기
- 가격 경쟁력 제고, 친환경 신제품 발굴, 다양한 유통채널 활용, 온라인을 활용한 프로모션을 통해 시장 진출 및 확대 추진 필요