

주요내용

▶ 냉동과채류 제품의 특징

- 냉동과채류 제품은 각 품목의 특성에 따라 다르지만 보통 과채류를 손질 후 -18°C 이하에서 얼린 제품이다. 과채류를 통째 얼린 것도 있고, 용도에 맞게 자르거나 으깨서 얼린 것, 요리의 용도에 맞게 여러가지 과채류를 섞은 형태 등의 상품이 있다.
- 주요 과채류로는 완두콩, 시금치, 콜리플라워 등이 익힌 후 얼려서 판매되고, 블루베리, 딸기, 복숭아 등이 디저트나 케이크 요리재료로 판매된다. 냉동과채류 제품 안에는 소금, 설탕, 허브, 과일즙 등이 첨가되기도 한다.

▶ 냉동과채류 제품의 장점

- 냉동과채류 제품은 이미 세척, 손질, 절단이 완료된 상태에서 냉동되었기 때문에 요리하기에 편리하다. 또한 신선채소의 상태가 가장 좋을 때 냉동시키기 때문에 신선채소를 구입할 때 품질이 일정하지 않아 겪게 되는 불편함을 해소할 수 있다.
- 또한 특정 계절에만 나는 제철 과채류나 특정지역에서 나는 특산물을 일년 내내 슈퍼마켓에서 편리하게 구입할 수 있는 것도 장점이다. 특히 냉동고만 있다면 장기간 보관할 수 있는 점도 소비자들에게 매력적이다.
- 요리를 단시간에 많이 해야 하는 레스토랑이나 케이터링 업자들에게 냉동채소는 일손을 덜고 시간을 절약할 수 있어 효율적이다.
- 프랑크 형지스(Rungis)도매시장의 도매업체 관계자에 따르면 “판매자의 입장에서 운송이 편하고, 신선과채류는 썩어서 버리는 물량이 많지만 냉동제품은 그렇지 않아서 냉동과채류 판매를 선호한다.”고 밝혔다.

▶ 유럽 냉동과채류 시장현황

- 세계 냉동과채류 시장은 21,773백만 달러 규모이고, 대륙별로 보면 유럽이 7,942백만 달러로 1위, 북미가 2위로 7,788백만 달러이다. 유럽과 북미지역이 차지하는 비중이 전체 시장의 60%가 넘는다.
- 유럽 내에서 냉동과채류 시장이 가장 큰 곳은 영국, 독일, 이탈리아, 프랑스 순이고 이들은 각각 10억 유로(약 1조 3천억 원) 이상의 시장규모를 보이고 있으며, 이외의 국가들의 시장규모는 그 절반 수준인 5억 유로(약 6천 5백억 원) 미만 수준이다.
- 유럽에서 냉동과일을 가장 많이 수입하는 나라는 독일이고, 냉동채소를 가장 많이 수입하는 나라는 프랑스다. 중앙·동유럽 시장에서는 냉동베리류 시장이 성장하고 있다.
- EU의 냉동과채류 수입액은 2011년부터 약 3% 증가, 2015년 기준 49억 유로(약6조원), 4백만 톤 규모를 보이고 있다. 대부분의 수출입은 유럽 내에서 거래되며, 1/5정도가 개발도상국을 통해 수입된다.

▶ 영국, 유럽 냉동과채류 시장규모 1위

- 영국의 2017년 기준 냉동과채류 시장은 1,329백만 파운드(약 1조 9천억 원)로 유럽 내에서는 가장 높다. 한국의 냉동과채류 시장규모가 약 50억 원대인 것을 감안할 때 영국은 한국의 약 380배 이상의 시장이다. 영국의 냉동과채류 시장은 2022년까지 연평균 약 1% 성장률을 보일 것으로 전망된다.
- 영국시장에서는 냉동과채류 시장을 주도하는 업체는 McCain Foods (GB) Ltd으로 전체 시장의 25.2%를 점유하고 있다. 2위는 Iceland Group으로 13.7%를 차지하고 있다.

| Iceland사의 냉동 혼합채소 제품 |



▶ 독일, 여러 업체가 비슷한 시장점유율 보여

- 독일의 2017년 현재 냉동과채류 시장규모는 1,296백만 유로(약 1조 6천억 원)로 2022년까지 1.8% 수준으로 꾸준히 성장할 전망이다.
- 독일의 냉동과채류 시장은 여러 기업과 브랜드가 비슷한 점유율을 보이며 경쟁하고 있다. Iglo Deutschland GmbH(17.6%), Aldi(16.5%), Bofrost Dienstleistungs (11.9%), McCain(10.9%), 기타 프라이빗 라벨(PB)이 16.2%를 차지하고 있다.

▶ 이탈리아, 2003년부터 꾸준히 성장

- 이탈리아의 2017년 현재 냉동과채류 시장은 1,032백만 유로(약 1조 3천억 원)로 2003년부터 꾸준히 상승해왔으며, 2022년까지 연평균 1.4% 수준으로 성장할 전망이다.
- 이탈리아의 냉동과채류 시장의 주요 업체는 CSI, Cia Surgelati Italiana SpA가 26.3%, 네슬레가 10.5%의 점유율을 보이고 있다.
- 브랜드는 Findus가 26.3%로 단연 1위를 보이고, 이어서 La Valle degli Orti, Orogel, Coop 등이 8~9%로 비슷한 비율을 점유하고 있다.

| 이탈리아 냉동식품 매대 |



▶ 프랑스, 선두 3개 업체가 시장 주도

- 프랑스의 2017년 현재 냉동과채류 시장규모는 1,029백만유로(약 1조 3천억 원)로 2022년까지 평균 1.6% 수준으로 꾸준히 성장할 것으로 전망된다.
- 프랑스 냉동과채류 시장을 주도하는 업체는 McCain Alimentaire Sarl이 23.6%, Picard Surgel's SA가 10.7%, Bonduelle Groupe SA가 8.5%를 차지하고 있다.
- 가장 인기있는 브랜드는 McCain(23.6%), Picard(10.7%), Bonduelle(8%) 순으로 상위 3개 업체가 시장을 주도하고 있다.

| 프랑스 냉동식품 전문유통업체 Picard 매장 |



▶ 유럽에 냉동과채류를 수출하려면?

- 수입 냉동과채류제품이 EU로 수입되면 수입자(또는 도매업자)에서 레디밀 등 냉동식품 공장(40%) 또는 재포장업체 (60%)를 거쳐 유통업체, 도매시장, 외식산업 등을 통해 최종 소비자들에게 유통되고 있다. 냉동식품 공장에서는 식품첨가물, 재포장업체에서는 색이나 모양 등 현지시장에 맞는 패키지로 재포장된다.
- 포장은 대부분 폴리에틸렌 봉투나 종이박스에 포장되며, 팔레트 포장 시에도 폴리에틸렌 호일이나 테이핑을 한 카드보드 등 내구성있는 포장에 필요하다.
- 라벨링은 운송라벨과 상품라벨 두 가지를 완비해야 한다. 운송라벨에는 최초 선적지와 도착지, 포워딩업체 주소, 컨테이너 코드 등이 필요하다. 제품라벨에서 주의할 것은 알레르기 성분을 굵게 표시하거나 밑줄, 색깔 등을 통해 눈에 잘 띄도록 표시해야 한다는 점이다.

* 참고자료 :

- Euromonitor International, 「Frozen Processed Fruit and Vegetables」
- CBI, 「Exporting frozen and fruit vegetables to Europe」

시사점

- 유럽의 냉동식품 시장은 세계에서 약 1/3이상을 차지하고 있으며, 지속적으로 성장하고 있어 주목할 필요가 있다.
- 특히 한국의 과일과 채소 등 신선제품은 유럽까지 수출할 때, 신선도를 유지하기 위해서는 항공 운송을 해야하지만 물류비가 높아 일부 품목을 제외하고는 거의 불가능한 상황이다. 냉동형태로 가공 시, 선박으로의 운송이 가능하고 유통기한이 길어 상품성이 있을 것으로 보인다.
- 주의할 점은 먼저 해당품목이 EU로 수출하는데 적합한 품목인지 확인하고, 성분분석, 잔류농약확인서, 유기농의 경우 인증서, 원산지증명서, 수산물의 경우 EU 공장인증 등 유럽연합의 식품안전기준에 맞는 서류를 준비해야 한다.
- 바이어 발굴을 위해서는 SIAL, ANUGA, IFE 등 종합식품박람회나 프라이빗라벨 박람회(PLMA), 냉동생선박람회(CONXEMAR) 등 특화된 국제박람회에 참가해 볼 수 있을 것이다. 또한 각국의 냉동식품 연합회 (예: 이탈리아 IIAS, 영국 BFFF 등) 홈페이지 등을 통해 해당 산업에 대한 정보를 확인해 볼 수 있다.