

브라질 식품시장 현황

권 선 자 / 농수산물유통공사 정보지원센터

1. 개 관

브라질은 남미에서 가장 크고, 가장 산업화된 국가이며 GDP가 1995년에 6,581억불로 세계에서 10번째로 큰 경제규모를 갖고 있다. 전체 인구는 현재 1억5천9백만 명인데 매년 2%씩 증가하고 있으며, 2000년경에는 1억7천9백만 명으로 증가가 예상되고 있다. 브라질 사회는 매우 소비 지향적인데 그러한 경향은 오랫동안 높은 인플레이와 수입제한 정책으로 좋은 상품이 있을 경우 빨리 사두려는 습관에서 생겨난 것 같다. 브라질은 태환정책의 도입과 함께 소비자 붐이 조성되어 전세계 식품 수출업자와 투자자 들에게 많은 기회를 제공하면서 무역자유화 시대에 들어가게 되었다. 또한 브라질 인구의 20%가 부의 70%를 차지하는 것으로 추산되는데, 비싸고 부가가치가 높은 식품들은 이들에 의해 쉽게 구매되고 있으며 따라서 식품 공급업자들은 브라질에서 구매력이 아주 높은 3천만명 규모의 식품 소비 시장을 확보하고 있는 셈이다.

2. 식품생산

브라질에는 약 45,000개의 식품가공 공장이 있으며, 이 식품가공 산업에 745,000명이 종사하고 있다. 주요 식품 가공업체로서는 네슬레, 사디아, 파르말라트 등이 있는데 이들은 브라질에서 가장 큰 기업들 속에 포함되어 있다. 연간 가공식품 생산액은 588억불로 이중 식품산업이 497억불, 음료산업이 61억불을 생산하고 있는데 '96년도에는 650억불로 전년에 비해 10.5% 증가한 것으로 추산되고 있다.

브라질은 현대식 식품가공 산업을 가지고 있지만 고부가가치를 만들어내는 식품생산은 부족한 편이다. 브라질 식품산업협회(ABIA)로 부터 나온 자료에 의하면 전체 브라질 식품 소비의 절반 이상이 가공식품으로 그 중에서 가장 소비증가율이 높은 품목은 초콜렛, 과자류 등이고 그 다음으로 농축우유, 닭고기, 요구르트, 치즈 등이다.

3. 식품 수입

가. 수입규모

'96년 브라질의 가공식품 수입액은 23억

브라질 식품수입 현황 및 한국식품 비율

구 분	브라질 전체 식품수입액(천불)			한국식품수입액 수출액 (’96.11월)
	’92	’96	’92~’96 (연평균증가)	
식품수입총액	1,995,458	5,739,469	30.1%	7,298
1차 농수축산물	973,964	3,473,419	34.4	475
가 축	27,371	6,289	-30.8	-
육 류	119,523	185,888	11.7	-
수산물	115,671	403,015	36.7	173
우유 및 그 유제품	75,220	535,668	63.3	1
기타 가축 부산물	22,340	46,165	20.1	1
화 채	659	7,124	81.3	-
채 소	115,084	300,971	27.2	-
과 일	111,034	343,845	32.6	-
곡 물	250,935	1,383,584	53.2	-
종자 및 유지과실	136,127	260,861	17.6	300
가공식품	1,021,494	2,266,050	22.0	6,823
커피, 차, 마떼차 등	10,471	26,590	26.2	-
곡물분	666,152	748,832	3.0	-
식물성 유지	130,131	365,721	29.5	-
육, 수산물 가공 제품	9,418	58,223	57.7	3,442
설탕, 제과류	23,551	56,665	24.5	438
코코아 및 그 제조품	2,674	124,769	161.3	1
곡물 제조품	8,984	86,480	76.1	2,205
채소 및 과일 조제품	49,210	173,229	37.0	48
일반 잡식품	12,094	111,661	74.3	272
음료, 주류, 식초 등	93,943	480,179	50.3	417
기타 식품 부산물	14,866	33,711	22.75	-

자료원 : 브라질 국립통계원(IBAEG), KOTIS

불로 전체 농수축산물 수입액(낙농제품 포함)인 57억불의 약 40%를 차지한다. 그러나 이 액수는 브라질 식품소비액인 650억불의 3.5%에 불과하다. 또한 수입 가공식품은 슈퍼마켓 매출액의 2%미만인데 앞으로 3년 이내에 20%로 높여질 계획으로 있다.

브라질 식품시장은 매출액이 기록적으로 증가하고 있으나 실재는 이보다 더 큰 잠재력을 갖고 있는데 이것은 현재의 높은 세금과 운송여건이 개선된다면 훨씬 더 많은 수입이 이루어 질 것이기 때문이다.

일반적으로 식품 수입업자들은 성공에 영향을 미치는 몇 가지 요인으로 수입관

세, 환율변동, 소비자 수요, 소비경향, 공급량 유지(예를 들면 계절적 부족상품 등), 그리고 효율적인 분배와 효과적인 판촉 등을 들고 있다. 수입 식품은 산업화세(IPI)가 면제된 반면 모든 주류는 여러 가지 비율로 세금이 부과되고 있다.

나. 한국으로 부터 수입

브라질에서 수입하는 한국식품은 '93년 662천불, '94년, 1,727천불, '95년 5,511천불, '96년 7,967천불로 매년 대폭 증가하고 있다. '96년 11월까지의 수입한 실적을 보면 가장 많은 부류를 차지한 부류는 육, 수산 가공품으로 3,442천불이고, 그 다음

으로 곡물 제조품이 2,205천불, 그리고 과자류가 438천불 수준이다. 그러나 전체 브라질 식품 수입액에 대해서는 0.1%에 불과해 앞으로 한국식품의 브라질 시장 진출은 그 확대 가능성이 아주 높다고 할 수 있다.

4. 식품 유통

가. 이미 진출한 식품업체들

많은 다국적 식품회사들이 브라질에서 이미 활동을 하고 있는데 높은 수입비용에도 불구하고 효과적으로 다양한 식품 분야에서 경쟁하고 있다. 이러한 이유중 하나는 브라질의 높은 자본비용으로 생산 코스트가 높기 때문이라고 생각된다.

가장 큰 브라질 식품업체들은(1994년 매출액순) NESTLE사(스위스계), COPERSUCAR사(제당), CEVAL사(식물성기름), SANTIS TA사(제분), SADIA사(기름류), RETO DE MILHO BRASIL(미국에 기반을 둔 업체로 오토밀, 콘 생산), PERDIG 사(육가공), YOLAT사(이태리에 기반을 둔 업체로 낙농제품 생산), CARGILL사(식물성 유지생산), 그리고 FLEISHMANN ROYAL사가 있으며 생산시설을 갖추고 있는 잘 알려진 외국 식품업체는 COKE, PEPSI, QUAKER 그리고 KELLOGS 등이 있다.

다른 주요 식품업체인 GENERAL MILLS, KRAFT, LINDT, CADBURY 그리고 여러 맥주나 음료 업체들은 현지 분배업자들을 거쳐서 브라질 시장에 그들의 상품을 출시하고 있다.

브라질의 수입가공 식품은 계속 높은 판매 성장세를 유지하고 있으나 브랜드가 소비자들 사이에 별로 인식되지 않는 상황이기 때문에 미국과 유럽의 식품업체들이 지난 몇년간 시장을 주도하기 위해 많은 노력을 하였음에도 아직 신규 진출업체들이 시장점유율을 얻기가 쉬운 여건이다.

나. 유통시스템

수입식품 판매는 25%는 대형슈퍼마켓이 차지하고, 40%가 이보다 적은 중소형 슈퍼마켓에서 취급하고 있으며 그 밖에

수입식품 판매상들로는 도매상이 10%, 식품점과 소매상이 15%, 편의점이 10%를 차지하고 있다. 수입 식품상에는 도매상, 현금거래 배달업자, 대리인/분배업자, 슈퍼체인점, 식품제조업체 등을 들 수 있다. 중간 과정에서 지불되는 마진은 전형적으로 높게 형성되고 있는데 그 이유는 운송여건이 안 좋고 도매상과 소매상 사이에 유통과정이 복잡하기 때문이다. 게다가 수입식품이 복잡한 유통경로를 매번 거칠 때마다 부가가치세(ICMS)가 붙는 것도 다른 이유가 될 수 있다.

윌 마트의 출현으로 도매상과 슈퍼마켓 간의 경쟁은 더 치열해 질 것으로 예상되며 이러한 현상이 재고 관리와 주문기능을 전산화하도록 유도하면서 전체산업을 더욱 효율적으로 이끌어 가고 있다.

다. 분배업자와 중개상의 조직망

대부분의 가공식품은 중개상을 거쳐서 판매되고 있다. 외국의 공급자들은 대부분 유명한 현지 중개상이나 분배업자들을 이용하고 있다. 중개상들은 자체의 보조조직을 가지고 있어서, 식품을 라벨링 하거나, 판매대위에 올려 놓는 것, 판매상황 체크 및 판촉 활동 등의 일을 가장 잘 할 수 있기 때문이다. 분배업자들은 항상 국가 전지역에 대한 독점권을 요구하는데 상파울로주와 리오 데 자네이로주가 전체 시장 규모의 70%를 차지하는 것으로 추산된다. 중개상이나 분배업자들은 고품질 식품을 수입하여 매출액을 높이려고 혈안이 되어 있다.

라. 주요 판매처

1) 슈퍼마켓

1995년 300개의 주요 슈퍼체인 업체들의 매출액은 297억불에 달했는데 96년에는 355억불로 기대되고 있다. 이것은 94년도부터 인플레이가 조절되어 슈퍼체인 업체들이 상대적으로 낮은 인플레이속에서 영업을 했기 때문이다. 식품산업의 집중률은 계속 증가하고 있는데 '95년 20개의 대형 슈퍼체인 업체가 전체 매출액의 58%를 차지하였다. 불란서인 소유의 CARREFOUR은

브라질 주요 슈퍼체인업체

구 분	300개 주요 슈퍼체인업체			20개 대형 슈퍼체인업체			280개 중소 슈퍼체인업체		
	'94	'95	증감률	'94	'95	증감률	'94	'95	증감률
매출액 (백만R\$)	21,571	29,669	38%	12,376	17,099	38%	9,195	12,590	37%
체인점수	3,140	3,059	-3%	818	780	-5%	2,322	2,279	-2%
매장면적 (천m ²)	3,872	3,905	0.9%	1,775	1,789	0.8%	2,097	2,116	0.9%
체인점당 매출액(천R\$)	6,870	9,699	41%	15,130	21,922	45%	3,960	5,524	39%

자료원 : SuperHiper지 '96. 4월호

가장 큰 식품 슈퍼체인 업체로 10%의 시장점유율을 갖고 있으며, 두번째, 큰 슈퍼체인 업체인 CIA BRASILEIRA는 7%의 시장점유율을 갖고 있다.

상파울로주와 리오 데 자네이로주는 상위 360개 슈퍼체인 업체들의 95년 매출액 중에서 각각 46.7%와 16.2%를 차지했는데, 북쪽 지역에서 진행중인 슈퍼마켓의 추가 개장은 이 지역의 가공식품 분배망을 개선시킬 것으로 기대된다. 슈퍼마켓 체인점은 매우 지역적인 특성을 가지고 있는데 예를 들면 상파울로시에 있는 슈퍼체인업체들이 리오 데 자네이로시의 상위 21개 슈퍼체인업체에 해당되지 않는다는 것이다. 이러한 슈퍼마켓의 지역적 편중과 낮은 슈퍼마켓 산업집중 현상이 다시 외국의 식품 수출업체들에게 중개상이

나 분배업자의 활용에 이점을 주고 있다.

'95년 슈퍼체인 산업은(특히 상위 20개 슈퍼체인업체) 체인점수는 감소한 반면 매장 면적과 체인점당 매출액은 증가하였는데 이러한 경향은 전체매출액의 2%에 불과한 수입식품의 시장 진출 여건을 높여줄 것이다. 게다가, 월마트는 전체 판매 식품의 15% 이상을 수입품으로 채우려고 하고 있다. 오늘날 많은 슈퍼체인점들은 물품 공급 과정에서 자주 외국 도매업자들의 서비스를 이용하면서 직접 수입하고 있다. 유능한 외국 식품공급업자라면 그들의 제품이 어떤 슈퍼마켓의 수입 부서에서 추방당할지도 모른다는 것을 알아야 한다. 특히 그 슈퍼마켓이 교통이 적어 자주 두절되는 지역에 있다면 더 그렇다. 슈퍼마켓은 수입식품에 대해 15%~70%의

상위 10대 대형 슈퍼체인업체

순위	슈퍼체인업체명	주	'95 총매출액(백만불)	계산대수	체인점수
1	CARREFOUR	SP	4,683	3,129	38
2	CIA BRASILEIRADE DISTRIBUCAO	SP	3,169	2,831	218
3	CASAS SENDAS	RT	1,324	1,428	55
4	BOMPREGO	PE	1,176	1,296	59
5	PAEZ MENDONCA	RJ	876	1,060	35
6	SUPERMAR SUPERMERCADOS	BA	622	997	48
7	NACIONAL	RS	587	1,008	72
8	EL DORADO	SP	516	388	8
9	CIA REALDE DISTRIBUCAO	RS	495	522	35
10	CIA ZAFFAR	RS	494	593	18

자료원 : SuperHiper지 '96. 4월호

마진을 붙여 판매하기 때문에 슈퍼마켓에 브라질 분배업자를 통해 판매한다면 어떤 경우에는 FOB 가격의 2배~4배정도의 가격이 매겨져 판매되고 있다(예 1.0 FOB×2.5 분배업자×1.7 슈퍼마켓). 슈퍼마켓들은 자체 라벨의 사용을 면밀히 검토해 왔으며 이러한 분야는 앞으로 몇년간 많은 성장을 경험할 수도 있을 것이다. 현재 2번째로 큰 슈퍼체인점에서 자체라벨을 붙인 식품은 전체 매출액의 2%에 불과한 정도이다.

2) 레스토랑

전세계 모든 나라에서처럼 브라질에서의 식당산업은 아직 발전의 여지가 많이 남아있다. 한국 업체에 대한 가능한 기회는 후렌차이지 사업을 공급하는 것 일수도 있는데 특히 Mc Donald's, Pizza Hut, KFC, Arby's, Dunkin Donuts와 같이 미국에 본사를 두고 우리에게 친숙한 체인점들은 앞으로 5년간 대대적인 확장을 계획하고 있다.

브라질의 패스트푸드 시장 규모는 1994년에 약 10억불 정도인데 1년도 채 못되어 매출액이 50% 증가하였으며 대략 1,000개의 패스트 푸드점이 유명한 후렌차이지업체에 소속되면서 영업활동을 하고 있다.

마. 식품분야별 현황

〈다이어트식품〉

브라질 다이어트 식품 매출액은 1994년 10%가 증가하여 거의 2억4천2백만불에 이르렀는데 일반 식품 매출액의 2~4%를 점유하고 있다. 브라질 건강위생부(ABIA)에 의하면 다이어트 식품은 대부분 브라질 사람들에 의해 구매되는데 그 속에는 소프트 드링크, 젤라틴 디저트, 빵, 감미료, 요구르트, 아이스크림, 캔디, 껌, 푸딩, 분말주스, 초콜릿 등이 포함되어 있다.

다이어트 소프트 드링크 류는 전체 시장의 2.6%를 차지하고 있는데, 이는 일반 소프트 드링크에 비해 2%정도 낮은 가격으로 차별화 했기 때문이다.

이 음료의 매출액은 지난 2년간 53%가 증가한 반면 일반 소프트 드링크의 매출은 정체 상태에 머물러 있다.

다이어트 디저트의 가격은 일반 식품보다 42%가 더 높는데 그 이유는 수입된 알루미늄 포장의 원가가 많이 들기 때문이다. 1993년 다이어트 젤라틴은 다이어트 디저트 식품 판매의 70%를 나타냈고 전체 젤라틴 판매의 9%를 나타내었다.

〈냉동식품〉

맛별이 부부의 숫자가 늘어나면서 냉동식품에 대한 수요도 계속 증가하여 왔다. 그러나 냉동식품시장은 분배업자나 소매상들의 냉동시설용량이 적기 때문에 많은 제약을 받아왔다. 냉동식품을 생산하는 내슬레 사이다와 같은 큰 식품회사는 그들의 제품이 적당하게 보관되고 진열되는 것을 보장하기 위하여 슈퍼마켓에 냉동차로 운반하고 있다.

블루베리와 같은 냉동 기호식품과 냉동주스는 특별한 관심을 끌고 있는데 맥케인사의 냉동 후렌치후라이는 처음으로 식품시장에 나타나 주도권을 잡아가고 있으며 현지 분배업체를 통해 소매시장 진출을 계속 확대하고 있다. 냉동채소 분야도 또한 높은 성장률을 보여주고 있는데 앞으로의 잠재력에도 불구하고 조리된 냉동식품은 더 많이 개발해야 한다. 왜냐하면 중산층이 적당한 가격으로 음식을 장만할 수 있는 파트타임의 요리사나 가정부를 데려올 능력이 있을지 모르기 때문이다.

〈한국 식품에 대한 기회들〉

브라질 소비자들은 아주 구매력이 높으며 다른 식품을 맛보기를 좋아한다. 특히 국내제품보다 가격경쟁력이 있을 경우는 더욱 그렇다. 한국 제품은 대체로 국내제품에 대해 잘 모르고 있다. 그러나 다른 주요 선진국들은 브라질 식품시장을 두고 서로간에 경쟁이 치열하다. 한국은 지난해 FISPAL 식품박람회에 참가했는데 신규주문과 수출계약을 체결하면서 인상깊은 결과를 가져왔다.

한국 식품생산업자들은 브라질 식품업체가 아직 생산하지 않는 분야, 국내 식품 판매액이 증가하는 분야, 수입관세가 낮은 분야에서 수출 기회를 찾아야 한다. 품목 선정의 기준은 고부가가치 특별 상품에 두거나 높은 수입코스트에도 불구하고 현

지 상품과 경쟁력이 있는 고급 상품에 두어야 한다.

그러나 품목들은 아직 현지에서 생산되지 못하는 것으로 대부분 전자오븐을 사용하는 식품이나 냉동식품, 차별화된 음료수, 특별 소스 등을 들 수 있다.

감자칩이나 다이어트식품 같은 스낵 제품도 또한 최종 판매대에서 많은 인기를 누리고 있는데 한국의 양파링이나 새우깡 등은 현지의 수입제품보다 품질이 더 우수하다고 할 수 있으며 현지의 동양인들을 대상으로 한 라면제품도 체계적인 판촉활동을 통하여 대형 슈퍼체인점에 올려놓는다면 매출액 증가를 전망할 수 있다. 또한 아열대 기후가 대부분인 브라질에서는 음료수에 대한 수요가 높으며 알맹이가 있는 것과 같이 특이하거나 다이어트할 수 있는 건강음료수 등, 모든 타입의 캔 또는 병에 담긴 주류와 음료수는 인기가 좋을 것으로 예상된다. 그 외에 밥이 주식인 이들에게 생선통조림 또한 인기를 누리는 식품이라고 할 수 있으며 편의식품인 즉석소스, 스프 등도 기회를 찾아 볼 만한 품목이다.

5. 통 관

가. 통관에 필요한 사항

모든 수입식품에서는 포르투갈어로 구성성분, 제조일자와 만기일자, 그리고 브라질 수입업체명과 등록번호가 기재된 스티커가 붙여져야 하며 모든 축산제품(육류 및 낙농제품)은 브라질 농산부 산하 건강, 위생 부서의 승인을 받아야 한다. 외국 생산업체가 직접 수입하지 않고 현지 무역업체가 수입할 경우에도 외국생산업체의 이름과 주소, 허가된 수출번호는 수입승인을 위해 명확하게 기재되어야 한다.

나. 통관시 구비 서류

성분분석표, 원산지증명서, 상업송장(Invoice)이 기본적으로 필요한데 성분분석표는 영문으로 번역되어야 하며 실제 수입식품과 수입신청서류상의 내용이 일치하지 않으면 FOB가격의 100%가 벌금으로 부과된다. 개별 제품의 중량은 송장에 기재된 것보다 초과해서는 안되며 특히, 그 식품의 정확한 내용이 송장에 기재된 것과 차이가 나서는 안된다.

주요식품의 수입관세율

HS 코드	품 목	관 세
0403.10	요구르트	16%
1008.30	곡물가공품	8~10%
1604.15	수산물 통조림	16%
1806.20/.31/.32/.90	초콜릿 및 그 제조품	18%, 20%
1902.20	국수류	16%
1905.20/.30/.40/.90	과자류	18%
2009.70	쥬스류	14%
2103.10/.20/.30/.90	여러 가지 소스류, 첨가물	16~18%
2202, 2203	음료수	20%