

스페인, 식품수급 및 식품산업 동향

김 정 섭*

스페인은 유럽의 주요 농업 국가이다. 곡물, 과일 및 채소, 올리브유, 와인, 우유 및 유제품, 육류, 어류 등을 중심으로 스페인의 식품수급 현황을 살펴본다.

1. 스페인의 식품 소비 구조

2004년 기준으로, 스페인의 인구는 약 4,200만 명이였다. 그 중 15세에서 49세 사이 연령층 인구가 52.0%였고, 65세 이상 인구 비중은 거의 17.0%에 달했다.

표 1 스페인의 연령별 인구 분포

연령층	비율(%)
0~14세	14.5
15~24세	12.7
25~49세	39.7
50~64세	16.2
65~79세	12.7
80세 이상	4.1
총인구	4,234만 5,000명

자료: Eurostat

* 한국농촌경제연구원 jskkjs@krei.re.kr 02-3299-4252

2005년 기준으로 스페인의 1인당 국내총생산(GDP)은 EU 25개 국가 평균치보다 약간 낮은 수준이다. 가구당 식품 소비지출 비중은 EU 25개 국가 평균치인 13.1%보다 상당히 높은 16.0%였다.

표 2 스페인의 1인당 구매력 기준 GDP 수준과 식음료 가계지출 비중

국가	1인당 GDP	가계지출 중 식음료 지출 비중 (주류 제외)
EU-25개국	100.0	13.1%
EU-15개국	108.6	12.8%
유로화 통용지역 12개국(Euro-zone)	105.9	13.7%
스페인	97.5	16.0%

자료 : Eurostat

주 : 1인당 구매력 기준 GDP 지수는 EU-25개국 평균값을 100.0으로 조정.

비록 아직까지는 지중해 식의 식품 소비 형태가 널리 유행하고 있지만, 최근 스페인에서는 전체적으로 고칼로리 가공 식품과 동물성 식품을 많이 소비하는 서구 선진국의 전형적인 식품 소비패턴이 확산되고 있다. 스페인에서는 어류, 과일, 채소, 곡물 부산물과 올리브유가 식탁에서 주된 역할을 하고 있다.

2. 스페인의 식품 유통 구조

스페인에는 전통적인 소매상점과 대형 소매할인점을 포함, 약 60만 개의 소매점이 있다. 인구 1,000명당 약 15개 정도의 소매점이 있는 셈이다. 스페인의 식품 유통부문은 매우 역동적으로 변화하고 있다. 최근 몇 년 사이에 잦은 인수합병의 결과 큰 시장 점유율을 자랑하는 식품 유통부문 기업 몇 개에 시장이 집중화되었다. 2004년에 상위 5개 기업이 차지한 시장 점유율은 48%를 넘었다. 2003년 스페인의 식품 유통부문 집중화지수(CR-3 index)는 44.0%였다.

지금은 대형 소매유통업체들이 시장을 지배함으로써 전통적인 소규모 소매점들이 큰 위협을 느끼고 있다. 그러나 일부 상품 부문에서는 여전히 전통적 소매점들이 매우 중요한 위치를 차지하고 있다. 예를 들면, 수산물 부문에서는 2003년 현재 전통적 소매점들의 시장 점유율이 46.7%에 이르고 있다.

대규모 소매점들이라고 할 수 있는 할인유통 업체 또는 하이퍼마켓 업체 수는 몇 개에 불과하다. 어떤 유형이든, 상위 3개 기업들이 매장 면적이나 시장 점유율 면에서 매우 큰 비중을 차지하고 있다.

표 3 스페인의 대형 소매업체 유형별 상위 3개 업체 현황, 2003년

구분		매장 수 (비중, %)	전체 매장면적(m ²) (비중,%)
할인유통업체	DIA S.A. - Grupo Carrefour	2,566 (80.3)	590,884 (54.2)
	Lidl Supermercados	362 (11.3)	287,895 (26.4)
	Plus Supermercados	208 (6.5)	151,840 (13.9)
	계	3,196 (100.0)	1,090,119 (100.0)
슈퍼마켓	Mercadona	770 (6.6)	992,00 (13.0)
	Gruppo Caprabo	578 (4.9)	600,000 (8.5)
	Ahold Supermercados	576 (4.9)	485,519 (6.9)
	계	11,680 (100.0)	7,071,752 (100.0)
하이퍼마켓	Centros Comerciales Carrefour	119 (41.0)	1,104,070 (46.0)
	Eroski	69 (23.8)	449,150 (18.7)
	Alcampo	45 (15.5)	452,000 (18.8)
	계	290 (100.0)	2,400,000 (100.0)

도매 유통을 살펴보면, 몇 년 전까지만 해도 중앙의 구매 조직이 스페인의 도매 유통에서 중요한 역할을 수행했지만 최근에 그 중요성이 줄어들었다. 이는 유통 부문의 업체들이 스스로의 힘으로 상품을 구매하기로 결정하는 경

우가 많아졌기 때문이다. 그러나 여전히 스페인에서 활동하는 두 개의 대형 중앙단위 구매조직이 있는데, 그것은 IFA Espanola와 EUROMADI이다.

신선 식품(과일, 채소, 수산물, 육류)의 도매 유통에 있어서는 중앙단위 구매 조직의 중요성이 크다. 스페인에는 거의 모든 지역에 입지하고 있는 22개의 도매시장들로 이루어진 중앙 단위 네트워크(MERCAS)가 존재한다. 이 네트워크는 35년 전에 형성된 것으로, 약 3,600개의 도매 및 서비스 기업들이 여기에 포함되어 있다. 2002년에 이 조직을 통해 판매된 과일 및 채소 상품은 500만 톤에 달했으며, 수산물은 65만 톤, 육류는 20만 톤이 판매되었다. 이러한 물량은 스페인 전체 시장에서 각각 70~75%, 60%, 20%에 달하는 막대한 양이다. 이들 중앙 단위 도매시장의 주요 고객은 과일과 채소, 수산물과 육류 등을 판매하는 전통적인 소매점들이다.

3. 식품 산업 구조

다음은 주요 식품별로 스페인의 식품 산업이 보이는 몇 가지 중요한 구조적 특징에 대한 내용이다.

3.1. 곡물

2003년 기준으로, 소매 매장과 급식 서비스 시장에 공급된 곡물의 판매액은 각각 86.3%와 13.7%였다.

표 4 스페인의 밀가루와 빵 종류 상품 시장 수요, 2003년

	물량		금액	
	1000톤	비중(%)	100만 €	비중(%)
소매 시장	2969.7	82.7	5444.0	86.3
급식 서비스 시장	620.1	17.3	862.9	13.7
전체 시장	3589.8	100.0	6306.9	100.0

자료: Food For Thought

2005년 현재, 장인생산 상품과 제조업체 브랜드 상품이 밀가루와 빵 종류 상품 시장의 대부분을 차지했다. 그 시장 점유율은 각각 44.9%와 33.6%였다. 유통업체 브랜드 상품은 또한 상당한 시장 점유율을 보였다(21.3%). 반면에 브랜드가 없는 상품의 시장 점유율은 거의 무시할만한 수준이었다.

표 5 스페인의 밀가루 및 빵 종류 상품 시장에서 브랜드상품 비중, 2005년

기업	시장 점유율(%)
제조업체 브랜드 상품	33.6
브랜드 없는 상품	0.2
유통업체 브랜드 상품	21.3
장인생산 상품	44.9
계	100.0

자료: Food For Thought

스페인의 밀가루 및 빵 종류 상품 시장은 그다지 집중화되어 있지는 않다. 집중화 지수(CR-3 index)는 15.3%이다. 상위 9위까지의 주요 기업 외에도, 82개의 기업과 아주 많은 수의 장인생산 기업들이 이 시장에서 활동하고 있다. Sara Lee는 이 부문에서 선두를 기록하고 있는 다국적 기업으로서 7.9%의 시장을 점유하고 있다.

표 6 스페인의 밀가루 및 빵 종류 상품 시장 집중화 정도, 2005년

기업	시장 점유율(%)	누적 시장 점유율(%)
Sara Lee	7.9	
Panrico	4.3	
Finalrealm	3.1	15.3
Dulcesa	2.2	
Grupo Gallo	2.1	
Danone	1.8	
Grupo SOS	1.7	
Panaderias Navarras	1.6	
Europastry	1.4	26.1
그 밖의 82개 기업	29.0	
장인생산	44.9	100.0

자료: Food For Thought

3.2. 과일 및 채소 상품

2003년에 소매시장과 급식시장에서의 과일 및 채소 상품 판매액 비는 각각 85.0%와 15.0%였다.

표 7 스페인의 과일 및 채소 상품 시장 수요, 2003년

	물량		금액	
	1000톤	비중(%)	100만 €	비중(%)
소매 시장	5289.5	85.2	7867.2	85.0
급식 서비스 시장	921.9	14.8	1384.2	15.0
전체 시장	6211.4	100.0	9251.4	100.0

자료: Food For Thought

2005년 기준으로, 브랜드가 없는 상품이 전체 과일 및 채소 상품 시장의 대부분을 점유하고 있다(64.7%). 제조업체 브랜드 상품의 시장 점유율은 26.4%였으며, 유통업체 브랜드 상품의 시장 점유율은 그보다 훨씬 적은 8.9%였다.

스페인의 과일 및 채소 상품 시장의 집중화 정도는 낮은 편으로, 집중화 지수(CR-3 index)는 16.4%이다. 상위 10개 기업 외에도 79개의 기업들이 이 시장에서 활동하고 있으며, 이들이 차지하는 시장 점유율은 66.8%이다.

표 8 스페인의 과일 및 채소 시장 집중화 정도, 2005년

기업	시장 점유율(%)	누적 시장 점유율(%)
Anecoop	6.1	16.4
Arc Eurobanan	5.5	
Antonio Munoz	4.8	
Grupo Fernandez	3.7	
Pomona	2.7	
Dole	2.5	
Coop S. Isidor Partidores	2.4	
Bonduelle	1.9	
Martin Navarro	1.9	
Chiquita	1.7	
그 밖의 79개 기업	66.8	33.2
		100.0

자료: Food For Thought

3.3. 올리브유

2003년 기준으로 소매시장에서의 올리브유 판매액은 전체 시장 판매액의 84.6%를 차지하고 있다. 나머지 15.4%가 급식시장에서 판매되었다.

표 9 스페인의 올리브유 시장 수요, 2003년

	물량		금액	
	1000톤	비중(%)	100만 €	비중(%)
소매 시장	427.4	81.8	939.7	84.6
급식 서비스 시장	94.9	18.2	171.6	15.4
전체 시장	522.3	100.0	1111.3	100.0

자료: Food For Thought

2005년 현재, 제조업체 브랜드 상품의 올리브유 시장 점유율은 71.4%였다. 유통업체 자체 브랜드 상품이 차지하는 비율이 33.5%에 달했다. 한편, 장인생산 상품의 비중은 매우 작았다. 스페인의 올리브유 시장은 매우 높은 수준의 집중화 정도를 보이고 있는데, 집중화 지수(CR-3 index)는 40.3%였다. 상위 10대 기업 외에도 10개의 기업들이 이 시장에서 활동하고 있는데, 그들의 시장 점유율은 37.8%였다.

표 10 스페인의 올리브유 시장 집중화 정도

기업	시장 점유율(%)	누적 시장 점유율(%)
Grupo SOS	23.0	40.3
Sepi	11.0	
Nutrinveste	6.3	
Ybarra	4.4	
Oleo Martos	4.0	
Borges Pont	3.5	
Aceites Toledo	3.0	
Cargil	2.5	
Grupo Muela	2.3	
Hojiblanca	2.2	
그 밖의 10개 기업	37.8	100.0

자료: Food For Thought

3.4. 와인

2003년, 스페인 소매시장과 급식시장에서의 와인 판매액 비율은 각각 53.3%와 46.7%였다.

표 11 스페인 와인 시장 수요, 2003년

	물량		금액	
	1000톤	비중(%)	100만 €	비중(%)
소매 시장	500.6	43.9	1196.0	53.3
급식 서비스 시장	640.3	56.1	1048.7	46.7
전체 시장	1140.9	100.0	2244.7	100.0

자료: Food For Thought

2005년 현재, 제조업체 브랜드 와인 상품이 전체 시장에서 차지하는 비율은 59.1%였다. 유통업체 브랜드 상품의 시장 점유율은 30.2%였으며, 브랜드 없이 판매되는 상표무의 시장 점유율도 10.7%에 달했다.

스페인의 와인 시장은 약간 집중화된 경향을 보이고 있다. 집중화 지수 (CR-3 index)는 24.7%이다. 상위 10대 기업 외에도 17개의 기업이 이 시장에서 활동하고 있으며, 그 시장 점유율은 53.7%이다.

표 12 스페인의 와인 시장 집중화 정도

기업	시장 점유율(%)	누적 시장 점유율(%)
Fortis Private Equity	8.5	24.7
Garcia Carrion	8.2	
Allied Domecq	8.0	
Freixenet	4.9	
Bacardi	4.7	
Virgilio Solis	4.0	
Codorniu	3.1	
Osborne	1.8	
Capel	1.6	
Pernod Ricard	1.5	
그 밖의 17개 기업	53.7	100.0

자료: Food For Thought

3.5. 우유 및 유제품

2003년 현재, 스페인 소매시장과 급식시장에서의 우유 및 유제품 판매액 비율은 각각 86.2%와 13.8%였다.

표 13 스페인의 우유 및 유제품 시장 수요, 2003년

	물량		금액	
	1000톤	비중(%)	100만 €	비중(%)
소매 시장	5183.3	84.8	6245.2	86.2
급식 서비스 시장	928.0	15.2	1000.8	13.8
전체 시장	6111.3	100.0	7246.0	100.0

자료: Food For Thought

2005년 기준으로, 제조업체 브랜드 상품이 전체 우유 및 유제품 시장에서 가장 큰 비중을 차지했다(72.9%). 한편 유통업체 브랜드 상품과 브랜드 없는 상품의 비중은 각각 13.9%와 11.5%였다. 장인생산 상품의 시장 점유율은 매우 낮았다(1.7%). 이 시장의 집중화 정도는 약간 높은 편으로, 집중화 지수(CR-3 index)는 26.7%였다. 상위 10대 기업 외에도 70개의 기업이 이 시장에서 활동하고 있으며, 그 시장 점유율은 46.8%였다.

표 14 스페인의 우유 및 유제품 시장 집중화 정도, 2005년

기업	시장 점유율(%)	누적 시장 점유율(%)
Danone	11.1	26.7
Central Lechera Asturiana	8.5	
Ebro Puleva	7.1	
Nestle	6.2	
Leche Pascual	5.4	
Altria	3.8	
Bongrain	3.2	
Lactalis	3.1	
Garcia Baquero	2.6	
Parmalat	2.2	
그 밖의 70개 기업	46.8	53.2
		100.0

자료: Food For Thought

3.6. 육류

2003년 현재, 스페인 소매시장과 급식시장에서의 육류 상품 판매액 비율은 각각 83.4%와 16.6%였다.

표 15 스페인의 우유 및 유제품 시장 수요, 2003년

	물량		금액	
	1000톤	비중(%)	100만 €	비중(%)
소매 시장	2159.4	80.4	13639.2	83.4
급식 서비스 시장	525.7	19.6	2722.9	16.6
전체 시장	2685.1	100.0	16362.1	100.0

자료: Food For Thought

2005년에 신선육과 가공육 시장 전체에서 제조업체 브랜드 상품이 차지하는 비중은 47.2%로 브랜드 없이 판매되는 상품의 비중(42.5%)보다 약간 높았다. 유통업체 브랜드 상품의 비중은 7%였다. 장인생산 상품의 비중은 3.4%에 불과했다.

표 16 스페인의 육류 상품 시장 집중화 정도(2005년)

기업	시장 점유율(%)	누적 시장 점유율(%)
Campofrio	8.3	20.3
Proinserga	7.2	
Grupo Fuertes	4.8	
Argal	3.5	
Nutreco	3.4	
Vall Companys	2.8	
Casademont	1.9	
Coren	1.7	
Agropecuaria de Guissona	1.7	
그 밖의 112개 기업	61.3	35.3
장인생산	3.4	100.0

자료: Food For Thought

스페인 육류 상품 시장의 집중화 정도는 약간 높은 편이다. 집중화 지수(CR-3 index)는 20.3%이다. 상위 9개의 기업 외에도 112개의 기업들이 이 시

장에서 활동하고 있는데, 그 시장 점유율은 61.3%이다.

3.7. 어류

2003년 현재, 스페인 소매시장과 급식시장에서의 어류 상품 판매액 비율은 각각 80.7%와 19.3%였다.

표 17 스페인의 어류 상품 시장 수요, 2003년

	물량		금액	
	1000톤	비중(%)	100만 €	비중(%)
소매 시장	918.9	76.9	7478.5	80.7
급식 서비스 시장	276.2	23.1	1788.8	19.3
전체 시장	1195.1	100.0	9267.3	100.0

자료: Food For Thought

2005년 기준으로 브랜드 없이 판매되는 어류 상품의 비중이 63.7%였다. 제조업체 브랜드 상품과 유통업체 브랜드 상품의 시장 점유율은 각각 21.6%와 13.7%였다. 스페인의 신선 및 가공 어류 상품 시장의 집중화 정도는 낮은 수준으로, 집중화 지수(CR-3 index)는 11.5%였다. 상위 10대 기업 외에도 46개 기업들이 시장에서 활동하고 있는데, 그 기업들의 시장 점유율은 77.9%였다.

표 18 스페인의 어류 상품 시장 집중화 정도, 2005년

기업	시장 점유율(%)	누적 시장 점유율(%)
Pescanova	5.7	11.5
Freiremar	3.1	
Isidro de la Cal Fresco	2.7	
Luis Calvo Sanz	2.0	
Grupo Amasua	1.6	
Caladero	1.5	
Eduardo Vieira	1.4	
Hijos de Carlos Albo	1.4	
Garavilla	1.4	
Jealsa Escuris	1.3	
그 밖의 46개 기업	77.9	22.1
		100.0

자료: Food For Thought

4. 농업생산구조

2003년에 모든 EU 회원국들을 대상으로 조사한 ‘농업구조 조사’ 자료에 따르면, 스페인에는 최소 1ESU(European Size Unit=1,200유로) 이상의 경영규모를 가진 농업 경영체가 97만 8,500개 정도 있다. 이 농업 경영체들이 경작하는 농지 면적은 약 2,270만 ha이며, 평균 경지규모는 23.2ha이다. 100ESU를 초과하는 규모를 갖춘 농업 경영체가 2만 4,500개로 전체의 2.1%를 차지한다. 100ESU 이상 규모의 농업 경영체들이 이용하는 농지 면적은 645만 3,000ha이다. 이것은 전체 농경지 면적의 19.4%이다.

표 19 스페인의 농업 경영체 현황

	경영규모(단위: 1ESU)								전체
	<1	1-2	2-4	4-8	8-16	16-40	40-100	>100	
경영체 수 (단위: 1000개)	162.3	174.5	212.8	196.8	155.8	149.0	65.1	24.5	1140.8
비율(단위: %)	14.2	15.3	18.7	17.3	13.7	13.1	5.7	2.1	100.0
경지면적 계 (단위:1000ha)	4921.4	892.5	1344.1	2294.6	3397.8	6849.5	7161.4	6453.0	33314.3
비율(단위: %)	14.8	2.7	4.0	6.9	10.2	20.6	21.5	19.4	100.0

자료: Eurostat

축산 농가를 살펴보면, 100ESU를 초과하는 규모를 갖춘 농가들이 사육하는 가축의 수가 660만 두 이상이다. 즉, 전체의 46.5% 이상을 차지하고 있다. 이 농가들 중 18.5%가 초지에서 방목하는 방식으로 가축을 사육하고 있다. 상대적으로 작은 경영규모를 갖춘 농가들이 초지 방목을 하는 경향이 더 크다. 100ESU를 초과하는 규모의 농장들만을 볼 때, 평균 가축 사육두수는 약 500두이다.

표 20 스페인의 축산 경영체 현황

	경영규모(단위: 1ESU)								
	<1	1-2	2-4	4-8	8-16	16-40	40-100	>100	전체
사육두수 계 (단위: 1000두)	67.4	139.4	274.7	538.0	936.3	2336.9	3287.6	6594.3	14174.6
비율 (단위: %)	0.5	1.0	1.9	3.8	6.6	16.5	23.2	46.5	100.0
초지 방목률 (단위:%)	78.7	82.9	88.1	90.3	90.1	82.4	53.6	18.5	
경영체 당 평균 사육규모 (단위:LSU)	1.4	2.9	5.6	11.8	21.8	43.5	110.3	493.8	
경영체 당 평균 방목규모 (단위: LSU)	1.83	3.6	6.7	14.0	24.5	45.5	101.0	332.5	

자료: Eurostat

* LSU: Livestock Unit

규모가 큰 농업 경영체(100ESU 초과)의 경영주들 중 55% 이상이 55세 미만 연령층이다. 한편, 작은 규모의 농업 경영체들에서는 55세 이상 경영주의 비율이 상대적으로 더 높다.

표 21 스페인의 농업 경영체 수와 경영주의 연령별 분포

	경영규모(단위: 1ESU)								
	<1	1-2	2-4	4-8	8-16	16-40	40-100	>100	전체
경영주 수(단위: 1,000명)	156.5	173.2	210.8	193.9	152.4	139.6	51.4	11.9	
비율(단위: %)	14.4	15.9	19.3	17.8	14.0	12.8	4.7	1.1	
[경영주 연령분포, %]									1089.7
35세 미만	3.1	4.3	4.9	6.2	8.4	9.7	11.4	7.0	100.0
35-44세	8.1	12.2	12.8	15.9	16.2	22.4	23.2	21.8	
45-54세	14.7	18.7	18.9	21.6	22.8	23.5	25.0	26.0	
55-64세	22.8	22.9	25.6	23.7	27.4	28.3	25.6	26.6	
65세 이상	51.3	41.9	37.8	32.6	25.3	16.0	14.9	18.6	

자료: Eurostat

* LSU: Livestock Unit

전체적으로 볼 때, 스페인의 농업 부문은 전형적인 선진국형 농업의 특징을 보인다. 경영규모가 큰 소수의 농가들이 농업 부문 전체에서 가장 중요하며 활력을 낳는 주체이다.

참고자료

<http://foodqualityshemes.jrc.es/en/index.html> (EU집행위원회 연합연구센터) 발췌정리