

# 글로벌 식품시장 2024년 분석 및 2025년 전망

2024.11.



2024년 11월 18일자 매매기준율(하나은행) 적용  
1 USD(달러) = 1395.60원, 1 EUR(유로) = 1,474.33원

# [ 목 차 ]

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>I. 식품시장 규모</b>           | <b>6</b>  |
| 1. 품목별 시장규모                 | 6         |
| 2. 온라인 시장규모                 | 8         |
| <b>II. 한국산 수출현황</b>         | <b>9</b>  |
| 1. 부문별 수출현황                 | 9         |
| 2. 품목별 수출현황                 | 10        |
| 2. 국가별 수출현황                 | 12        |
| <b>III. 규제·정책 현황</b>        | <b>13</b> |
| <b>IV. 2024년 식품시장 이슈</b>    | <b>14</b> |
| 1. 음료를 넘어 확대되고 있는 제로식품 열풍   | 14        |
| 2. 한국 식품의 글로벌화 가속           | 16        |
| 3. 소셜미디어의 영향력 확대            | 19        |
| <b>V. 2025년 식품시장 전망</b>     | <b>21</b> |
| 1. 푸드테크 개발 및 활용 고도화         | 21        |
| 2. 건강한 식생활                  | 23        |
| 3. 기후플레이션으로 안정적 재료 수급 수요 확대 | 25        |
| <b>VI. 2025년 식품시장 전망</b>    | <b>27</b> |

# 글로벌 식품시장 2024년 분석 및 2025년 전망

## 1. 식품시장 규모※

※ 2024년 11월 예측치를 기준으로 작성

- 2024년 농림축산식품 시장규모는 8조 3,000억 달러(한화 약 1경 1,583조 원)로, 육류(17.7%), 베이커리 및 곡물제품류(16.6%), 낙농품(14.2%) 순으로 큰 비중 형성
- 2024년 농림축산식품 전자상거래 시장규모는 5,923억 달러(한화 약 827조 원)로 전년 대비 24.0% 증가
- 2024년 온라인 식품 배달 시장규모는 1조 2,200억 달러(한화 약 1,703조 원)로 식료품 배달 시장(64.8%) 및 식사 배달 시장(36.2%)으로 구분
- 2025년 농림축산식품 시장규모는 8조 9,000억 달러(한화 약 1경 2,421조 원)에 달할 전망
- 2025년 농림축산식품 전자상거래 시장규모는 7,326억 달러(한화 약 1,022조 원), 온라인 식품 배달 시장규모는 1조 4,200억 달러(한화 약 1,982조 원)에 달할 전망

## 2. 한국산 수출현황※

※ 2024년 11월 통계를 기준으로 작성

- 2023년 對글로벌 한국산 농림수산물 수출액은 120억 1,075만 달러(한화 약 17조 원)로 전년 대비 0.4% 증가
  - \* 품목별 수출 비중은 농산물(66.6%), 수산물(24.9%), 축산물(5.2%), 임산물(3.4%) 순
- 주요 수출 품목은 ▲라면(7.9%) ▲기타 조제식료품(5.3%) ▲조미김(4.2%) ▲기타 무알코올 음료(3.3%) ▲건조김(2.4%) 등
  - \* 이 밖에도 소스 조제품(1.7%), 고체 자당(1.5%), 베이커리 제품(1.3%) 등 수출

### 3. 규제 · 정책 현황

- 소비자 건강을 위한 특정 원재료, 식품첨가물에 대한 규제안이 다수 시행
  - \* (호주) ‘무설탕’, ‘낮은 설탕 함유’, ‘설탕 저감’ 등 설탕 함량에 대한 영양성분 강조문구를 라벨에 표시할 경우, 문구별로 설정된 설탕의 함량 요건이 개정
  - \* (칠레) 기준치를 초과한 ▲열량 ▲나트륨 ▲당분 ▲포화지방을 함유한 가공 식품은 포장 전면에 경고라벨 표시(‘24년 10월)
- 식품 라벨에 표시가 요구 · 권장되는 알레르기 유발물질 개정
  - \* (일본) 식품 라벨 표시가 권장되는 원재료인 ‘특정 원재료에 준하는 재료’에 마카다미아가 추가되고 송이버섯이 삭제되었음(‘24년 3월)
  - \* (태국) 알레르기 유발물질에 조개류와 오징어가 추가됨(‘24년 7월)

### 4. 2024년 식품시장 이슈

- 음료를 넘어 확대되고 있는 제로 식품 열풍
  - \* 건강한 식품을 선호하는 소비트렌드가 지속되며 칼로리가 낮은 식품, 특히 설탕 무첨가 음료 시장이 성장하는 추세
  - \* 식품의 영양성분을 고려하며 제품을 구매하는 소비자가 증가해 설탕 이외에도 포화지방, 카페인, 나트륨 등 특정 영양성분이 첨가되지 않은 식품의 수요가 확대
  - \* 이에 포화지방, 나트륨 등 건강에 좋지 않은 성분을 줄인 스낵 제품이 인기를 끌
- 한국 식품의 글로벌화 가속
  - \* 글로벌 OTT, 소셜미디어를 통해 한국 콘텐츠를 접한 소비자가 증가하며 식품을 비롯한 한국 문화에 대한 인지도가 지속적으로 상승하는 추세
  - \* 이에 라면, 떡볶이 등 한류 콘텐츠에서 널리 소개된 식품과 김치, 김밥과 같이 한국 고유 식품에 대한 수요가 증가
  - \* 한국 식품의 수요가 증가하자 현지 식품기업 또한 직접 라면, 스낵, 김치 등 한국 식품을 제조해 판매하는 사례가 증가

## ○ 소셜미디어의 영향력 확대

- \* 소셜미디어 사용자가 증가함에 따라 소셜미디어의 게시물, 댓글, 후기를 참고해 식당 및 식품을 선택하고 소비자가 증가
- \* 특히 MZ세대 소비자가 소셜미디어의 영향을 받아 식품을 구매하는 것으로 분석

## 5. 2025년 식품시장 전망

### ○ 푸드테크 개발 및 활용 고도화

- \* 푸드테크는 기후 위기, 식량 안보, 통상환경 급변 등 식품산업이 맞닥뜨린 불확실성을 해결할 수 있는 효율적인 수단으로 부상함
- \* 기업은 생산비용 절감 및 생산성 확대, 고도화되는 소비자 수요 충족을 위해 푸드테크를 활용함
- \* 환경·기업·소비 측면에서 푸드테크에 대한 수요가 확대됨에 따라 블록체인 기술을 비롯한 푸드테크 시장의 성장이 지속될 것으로 전망

### ○ 건강한 식생활 지향

- \* 싱가포르, 유럽, 중국 등 세계 각국에서 식품 영양성분 관련 규제가 확산하며 식품 구매 시 영양성분을 고려하는 소비가 확대되는 추세
- \* 식품의 영양성분 관련 규제가 확대되며 식품 구매 시 영양성분 구성을 중요하게 고려하는 소비자가 증가해 건강에 긍정적인 영향을 미치는 제품의 수요가 확대될 것으로 전망
- \* 특히 단백질, 섬유질, 비타민D 등 건강한 영양성분에 대한 수요가 확대될 것으로 전망

### ○ 기후플레이션으로 안정적 재료 수급 수요 확대

- \* ‘기후 플레이션(Climateflation)’은 ‘기후(Climate)’와 ‘인플레이션(Inflation)’의 합성어로 기후 위기로 작물 생산량이 감소하며 관련 식품의 물가가 상승하는 현상을 뜻함
- \* 기후 위기로 커피, 카카오, 올리브 등의 작황이 영향받으며 관련 식품의 가격이 상승하고 원재료 수급이 영향받음
- \* 이에 노동을 줄이면서 효율적으로 작물을 생산하기 위한 애그테크(Ag tech) 수요가 확대될 것으로 예측

# I. 식품시장 규모

## 1. 품목별 시장규모

□ 2024년 글로벌 농림축산식품 시장규모는 8조 3,000억 달러(한화 약 1경 1,583조 원)로 전년 대비 7.4% 증가할 것으로 예측

- 품목군별로는 육류(17.7%), 베이커리 및 곡물제품류(16.6%), 낙농품(14.2%) 순으로 큰 비중을 차지
  - 2024년 육류 시장규모는 1조 5,000억 달러(한화 약 2,093조 원)로 예측되며, 베이커리 및 곡물제품류 1조 4,000억 달러(한화 약 1,954조 원), 낙농품 1조 2,000억 달러(한화 약 1,675조 원)에 달할 것으로 예상
  - 이 외 채소류(13.1%), 과일 및 견과류(10.4%), 스낵류(10.2%) 순으로 시장 형성
- 2025년 글로벌 농림축산식품 시장은 8조 9,000억 달러(한화 약 1경 2,421조 원) 규모에 달할 전망

<표 I-1> 글로벌 농림축산식품 시장규모(2022~2026)

(단위: 일조 달러, %)

| 구분             | 2022 | 2023 | 2024 <sup>a</sup> | 2025 <sup>f</sup> | 2026 <sup>f</sup> | 비중<br>(2024) | 전년비<br>(23/24) | 연평균<br>(22/26) |
|----------------|------|------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|----------------|----------------|
| 전체             | 7.2  | 7.7  | 8.3               | 8.9               | 9.5               | 100.0        | 7.4            | 7.2            |
| 1 육류           | 1.3  | 1.4  | 1.5               | 1.6               | 1.7               | 17.7         | 6.6            | 6.6            |
| 2 베이커리 및 곡물제품류 | 1.2  | 1.3  | 1.4               | 1.5               | 1.6               | 16.6         | 7.9            | 7.7            |
| 3 낙농품          | 1.0  | 1.1  | 1.2               | 1.3               | 1.4               | 14.2         | 8.3            | 7.7            |
| 4 채소류          | 0.9  | 1.0  | 1.1               | 1.2               | 1.3               | 13.1         | 8.0            | 7.7            |
| 5 과일 및 견과류     | 0.8  | 0.8  | 0.9               | 0.9               | 1.0               | 10.4         | 7.5            | 7.2            |
| 6 스낵류          | 0.7  | 0.8  | 0.8               | 0.9               | 0.9               | 10.2         | 6.3            | 6.2            |
| 7 편의식품         | 0.6  | 0.6  | 0.7               | 0.7               | 0.8               | 7.9          | 6.6            | 7.1            |
| 8 스프레드 및 당류    | 0.2  | 0.3  | 0.3               | 0.3               | 0.3               | 3.3          | 8.0            | 8.6            |
| 9 소스 및 향신료     | 0.2  | 0.2  | 0.3               | 0.3               | 0.3               | 3.1          | 8.3            | 6.9            |
| 10 유지류         | 0.2  | 0.2  | 0.2               | 0.2               | 0.3               | 2.7          | 4.8            | 8.2            |
| 11 영유아용 식품     | 0.1  | 0.1  | 0.1               | 0.1               | 0.1               | 1.0          | 14.3           | 3.4            |

\*주: 2024년 통계치(e)는 예측치이며, 2025-2026년 통계치(f)는 전망치

\*출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공(수산물, 동물사료 제외), 2024년 9월 업데이트 자료(검색일: 2024.11.15.)

## 2. 온라인 시장규모

□ 2024년 글로벌 농림축산식품 전자상거래 시장규모는 5,923억 달러(한화 약 827조 원)로 전년 대비 24.0% 증가할 것으로 예측

- 품목별 시장은 스낵류(19.1%), 베이커리 및 곡물제품류(14.8%), 육류(12.6%) 순
- 2024년 스낵류 전자상거래 시장규모는 1,131억 달러(한화 약 158조 원)로 예상되며, 베이커리 및 곡물제품류 879억 달러(한화 약 122조 원), 육류 744억 달러(한화 약 104조 원)로 예측
- 2025년 글로벌 농림축산식품 전자상거래 시장은 7,326억 달러(한화 약 1,022조 원) 규모에 이를 전망

<표 1-2> 글로벌 농림축산식품 전자상거래 시장규모(2022~2026)

(단위: 십억 달러, %)

| 구분             | 2022  | 2023  | 2024 <sup>a</sup> | 2025 <sup>f</sup> | 2026 <sup>f</sup> | 비중<br>(2024) | 전년비<br>(23/24) | 연평균<br>(22/26) |
|----------------|-------|-------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|----------------|----------------|
| 전체             | 437.8 | 477.7 | 592.3             | 732.6             | 847.6             | 100.0        | 24.0           | 18.0           |
| 1 스낵류          | 71.8  | 88.0  | 113.1             | 141.1             | 166.1             | 19.1         | 28.5           | 23.3           |
| 2 베이커리 및 곡물제품류 | 70.7  | 72.8  | 87.9              | 108.2             | 123.9             | 14.8         | 20.7           | 15.0           |
| 3 육류           | 52.1  | 59.2  | 74.4              | 92.3              | 108.0             | 12.6         | 25.6           | 20.0           |
| 4 낙농품          | 53.4  | 57.8  | 71.9              | 89.2              | 103.3             | 12.1         | 24.3           | 17.9           |
| 5 채소류          | 46.7  | 50.3  | 62.1              | 76.8              | 88.9              | 10.5         | 23.5           | 17.5           |
| 6 스프레드 및 당류    | 50.1  | 48.3  | 57.8              | 70.8              | 79.5              | 9.8          | 19.6           | 12.3           |
| 7 과일 및 견과류     | 39.0  | 42.9  | 53.3              | 65.8              | 76.1              | 9.0          | 24.1           | 18.2           |
| 8 편의식품         | 39.7  | 42.2  | 51.8              | 63.9              | 73.5              | 8.7          | 22.8           | 16.6           |
| 9 유지류          | 8.3   | 9.1   | 11.3              | 13.9              | 16.0              | 1.9          | 23.5           | 17.7           |
| 10 소스 및 향신료    | 4.5   | 5.5   | 7.2               | 8.8               | 10.3              | 1.2          | 29.3           | 22.8           |
| 11 영유아용 식품     | 1.4   | 1.5   | 1.6               | 1.9               | 2.0               | 0.3          | 12.3           | 9.2            |

\*주: 2024년 통계치(e)는 예측치이며, 2025-2026년 통계치(f)는 전망치

\*출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공(수산물, 동물사료 제외), 2024년 9월 업데이트 자료(검색일: 2024.11.15.)

- 2024년 글로벌 온라인 식품 배달 시장규모는 1조 2,200억 달러(한화 약 1,703조 원)로 전년 대비 17.3% 증가할 것으로 예측
- 이 중 식료품 배달 시장규모는 전년 대비 23.4% 증가한 7,900억 달러(한화 약 1,103조 원)로 전체 온라인 식품 배달 시장의 64.8%를 차지할 것으로 예측
  - 식사 배달 시장규모는 전년 대비 12.8% 증가한 4,400억 달러(한화 약 614조 원)로 전체 온라인 식품 배달 시장의 36.2% 차지
  - 2025년 글로벌 온라인 식품 배달 시장규모는 전년 대비 16.4% 증가한 1조 4,200억 달러(한화 약 1,982조 원)에 달할 전망
    - 이 중 식료품 배달 시장규모는 9,500억 달러(한화 약 1,326조 원)에 이를 전망이며, 식사 배달 시장규모는 4,700억 달러(한화 약 656조 원)에 이를 전망

<표 1-3> 글로벌 온라인 식품 배달 시장규모(2022~2026)

(단위: 십억 달러, %)

| 구분 |        | 2022  | 2023    | 2024 <sup>e</sup> | 2025 <sup>f</sup> | 2026 <sup>f</sup> | 비중<br>(2024) | 전년비<br>(23/24) | 연평균<br>(22/26) |
|----|--------|-------|---------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|----------------|----------------|
| 전체 |        | 870.0 | 1,040.0 | 1,220.0           | 1,420.0           | 1,560.0           | 100.0        | 17.3           | 15.7           |
| 1  | 식료품 배달 | 520.0 | 640.0   | 790.0             | 950.0             | 1,060.0           | 64.8         | 23.4           | 19.5           |
| 2  | 식사 배달  | 350.0 | 390.0   | 440.0             | 470.0             | 490.0             | 36.2         | 12.8           | 8.8            |

\*주: 2024년 통계치(e)는 예측치이며, 2025-2026년 통계치(f)는 전망치

\*출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공, 2023년 11월 업데이트 자료(검색일: 2024.11.04.)

## II. 한국산 수출현황

### 1. 부문별 수출현황

□ 2023년 글로벌 한국산 농림수산물식품 수출액은 전년 대비 0.4% 증가한 120억 1,075만 달러(한화 약 16조 7,622억 원)로 집계

- 품목별 수출 비중은 농산물(66.6%), 수산물(24.9%), 축산물(5.2%), 임산물(3.4%) 순
  - 농산물 수출액은 전년 대비 3.6% 증가한 79억 9,394만 달러(한화 약 11조 1,563억 원)로 집계되었으며, 수산물 수출액은 29억 8,841만 달러(한화 약 4조 1,706억 원)로 전년 대비 4.8% 감소
  - 축산물 수출액은 3.2% 감소한 6억 2,144만 달러(한화 약 8,673억 원), 임산물 수출액은 19.8% 감소한 4억 696만 달러(한화 약 5,680억 원)로 집계
- 2024년 10월까지 누적 수출액은 105억 7,689만 달러(한화 약 14조 7,611억 원)로 집계

<표 II-1> 전 세계 한국산 농림수산물식품 수출규모(2020~2024)

(단위: 천 달러, %)

| 구분  | 2020      | 2021       | 2022       | 2023       | 2024.10    | 비중<br>(2023) | 전년비<br>(22/23) | 연평균<br>(20/23) |
|-----|-----------|------------|------------|------------|------------|--------------|----------------|----------------|
| 전체  | 9,874,240 | 11,375,446 | 11,963,808 | 12,010,752 | 10,576,892 | 100.0        | 0.4            | 6.7            |
| 농산물 | 6,680,655 | 7,544,608  | 7,715,459  | 7,993,940  | 7,146,701  | 66.6         | 3.6            | 6.2            |
| 수산물 | 2,304,446 | 2,815,489  | 3,138,434  | 2,988,407  | 2,504,668  | 24.9         | -4.8           | 9.0            |
| 축산물 | 495,721   | 550,924    | 602,440    | 621,444    | 567,441    | 5.2          | 3.2            | 7.8            |
| 임산물 | 393,417   | 464,426    | 507,475    | 406,961    | 358,082    | 3.4          | -19.8          | 1.1            |

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.11.18)

## 2. 품목별 수출현황

- 2023년 글로벌 주요 수출 품목은 ▲라면(7.9%) ▲기타 조제식료품(5.3%) ▲조미김(4.2%) ▲기타 무알코올 음료(3.3%) ▲건조김(2.4%) 등
  - 라면 수출액은 9억 5,240만 달러(한화 약 1조 3,291억 원)로, 전년 대비 24.4% 증가
    - 2023년 유럽연합의 한국산 라면에 대한 에틸렌옥사이드 관리강화 조치가 완화됨에 따라 유럽연합으로의 수출액이 증가했으며, 이 외에도 한류로 인해 한국산 라면에 대한 수요가 증가해 수출액이 증가한 것으로 분석
    - 2024년 10월 누적 수출액은 10억 2,080만 달러(한화 약 1조 4,272억 원)로 집계
  - 기타 조제식료품 수출액은 6억 3,250만 달러(한화 약 8,827억 원)로, 전년 대비 21.0% 증가
    - 2024년 10월 누적 수출액은 5억 6,120만 달러(한화 약 7,832억 원)로 집계
  - 조미김 수출액은 4억 9,849만 달러(한화 약 6,958억 원)로, 전년 대비 15.0% 증가
    - 2023년 주요 김 생산국인 일본의 김 생산량이 감소했고, 김밥 등이 인기를 끌며 김에 대한 수요가 전반적으로 증가함에 따라 한국산 김에 대한 수요가 증가한 것으로 분석
    - 2024년 10월 누적 수출액은 4억 8,672만 달러(한화 약 6,793억 원)로 집계
  - 기타 무알코올 음료 수출액은 3억 9,234만 달러(한화 약 5,475억 원)로, 전년 대비 15.3% 증가
    - 2024년 10월 누적 수출액은 3억 7,920만 달러(한화 약 5,292억 원)로 집계
  - 건조김 수출액은 2억 9,306만 달러(한화 약 4,090억 원)로, 전년 대비 37.4% 증가
    - 2024년 10월 누적 수출액은 3억 6,144만 달러(한화 약 5,044억 원)로 집계
  - 이 밖에도 소스 조제품(1.7%), 고체 자당(1.5%), 베이커리 제품(1.3%) 등 수출

<표 II-2> 전 세계 한국산 농림수산물 품목별 수출규모(2020~2024)

(단위: 천 달러, %)

| 구분  |            | 2020      | 2021       | 2022       | 2023       | 2024.10    | 비중<br>(2023) | 전년비<br>(22/23) | 연평균<br>(20/23) |
|-----|------------|-----------|------------|------------|------------|------------|--------------|----------------|----------------|
| 전 체 |            | 9,874,240 | 11,375,446 | 11,963,808 | 12,010,752 | 10,576,892 | 100.0        | 0.4            | 6.7            |
| 1   | 라면         | 603,574   | 674,403    | 765,413    | 952,403    | 1,020,802  | 7.9          | 24.4           | 16.4           |
| 2   | 기타 조제식료품   | 428,878   | 529,835    | 522,514    | 632,496    | 561,197    | 5.3          | 21.0           | 13.8           |
| 3   | 조미김        | 425,370   | 499,265    | 433,428    | 498,489    | 486,720    | 4.2          | 15.0           | 5.4            |
| 4   | 기타 무알코올 음료 | 264,078   | 315,188    | 340,365    | 392,336    | 379,199    | 3.3          | 15.3           | 14.1           |
| 5   | 건조김        | 173,819   | 192,819    | 213,347    | 293,058    | 361,442    | 2.4          | 37.4           | 19.0           |
| 6   | 소스 조제품     | 167,322   | 201,281    | 197,296    | 201,043    | 181,171    | 1.7          | 1.9            | 6.3            |
| 7   | 고체 자당      | 137,698   | 147,138    | 154,105    | 182,452    | 145,996    | 1.5          | 18.4           | 9.8            |
| 8   | 베이커리 제품    | 118,302   | 141,117    | 127,653    | 158,809    | 141,024    | 1.3          | 24.4           | 10.3           |
| 9   | 김치         | 144,512   | 159,915    | 140,816    | 155,599    | 134,659    | 1.3          | 10.5           | 2.5            |
| 10  | 커피엑스       | 136,155   | 148,730    | 146,294    | 139,296    | 126,535    | 1.2          | -4.8           | 0.8            |

\*주1: 수출상위 품목 중 수산물 및 비식품은 목록에서 제외

\*주2: HS Code 1902.30-1010, 2106.90-9099, 2008.99-5010, 2202.99-9000, 1212.21-1010, 2103.90-9090, 1701.99-0000, 1905.90-1090, 2005.99-1000, 2101.11-1000

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.11.18)

### 3. 국가별 수출현황

□ 2023년 한국산 식품 주요 수출국은 일본(17.2%), 중국(17.0%), 미국(14.5%), 베트남(7.2%), 홍콩 및 태국(각 4.0%) 등

○ 미국(6.6%↑), 홍콩(9.0%↑), 태국(7.4%↑) 등으로의 수출액은 전년 대비 증가한 반면, 일본(4.1%↓), 중국(6.9%↓), 베트남(2.0%↓)으로의 수출은 감소함

<표 II-3> 한국산 농림수산물식품 국가별 수출규모(2020~2024)

(단위: 천 달러, %)

| 구분      | 2020      | 2021       | 2022       | 2023       | 2024.10    | 비중<br>(2023) | 전년비<br>(22/23) | 연평균<br>(20/23) |
|---------|-----------|------------|------------|------------|------------|--------------|----------------|----------------|
| 전체      | 9,874,240 | 11,375,446 | 11,963,808 | 12,010,752 | 10,576,892 | 100.0        | 0.4            | 6.7            |
| 1 일본    | 1,995,051 | 2,056,693  | 2,160,737  | 2,071,554  | 1,706,689  | 17.2         | -4.1           | 1.3            |
| 2 중국    | 1,580,481 | 2,065,983  | 2,197,039  | 2,046,159  | 1,688,695  | 17.0         | -6.9           | 9.0            |
| 3 미국    | 1,519,797 | 1,656,639  | 1,632,559  | 1,740,135  | 1,703,394  | 14.5         | 6.6            | 4.6            |
| 4 베트남   | 652,523   | 752,628    | 879,462    | 861,697    | 700,043    | 7.2          | -2.0           | 9.7            |
| 5 홍콩    | 432,218   | 453,641    | 445,449    | 485,413    | 371,848    | 4.0          | 9.0            | 3.9            |
| 6 태국    | 391,742   | 402,370    | 443,584    | 476,480    | 399,311    | 4.0          | 7.4            | 6.7            |
| 7 대만    | 358,257   | 460,821    | 486,713    | 435,347    | 348,723    | 3.6          | -10.6          | 6.7            |
| 8 인도네시아 | 209,861   | 285,376    | 318,314    | 310,550    | 261,449    | 2.6          | -2.4           | 14.0           |
| 9 필리핀   | 214,266   | 238,439    | 266,797    | 278,375    | 271,808    | 2.3          | 4.3            | 9.1            |
| 10 러시아  | 180,767   | 242,422    | 241,699    | 269,803    | 276,349    | 2.2          | 11.6           | 14.3           |

\*주: 수출상위 품목 중 수산물 및 비식품은 목록에서 제외

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.11.18)

### III. 규제 · 정책현황

#### □ 소비자 건강을 위해 특정 원재료, 식품첨가물에 대한 규제안이 다수 시행됨

- 식품 라벨의 영양성분 함량에 대한 강조표시 및 경고라벨 표시 규정이 제 · 개정되었음
  - (호주·뉴질랜드) ‘무설탕’, ‘낮은 설탕 함유’, ‘설탕 저감’ 등 설탕 함량에 대한 영양성분 강조문구를 라벨에 표시할 경우, 문구별로 설정된 설탕의 함량 요건이 개정됨
  - (칠레) 2024년 10월 기준치를 초과한 ▲열량 ▲나트륨 ▲당분 ▲포화지방을 함유한 가공식품은 포장 전면에 경고라벨을 표시해야 함

<그림 III-1> 칠레 포장 전면 경고 라벨

|                                                                                    |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |
| 열량                                                                                 | 나트륨                                                                                | 당분                                                                                  | 포화지방                                                                                 |

\*출처: 칠레 정부 지침([https://saludresponde.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/06/2019.06.26.\\_MANUAL-DE-ETIQUETA-DO-ACTUALIZADO-2019.pdf](https://saludresponde.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/06/2019.06.26._MANUAL-DE-ETIQUETA-DO-ACTUALIZADO-2019.pdf))(검색일: 2024.11.15)

- 일부 국가에서 식품 라벨에 표시가 요구 · 권장되는 알레르기 유발물질이 개정됨
  - (일본) 2024년 3월 식품 라벨에 표시할 것이 권장되는 원재료인 ‘특정 원재료에 준하는 재료’에 마카다미아가 추가되었으며, 송이버섯이 기존 물질 목록에서 삭제되었음
  - (태국) 2024년 7월 19일부터 알레르기 유발물질로 ▲조개류 ▲오징어가 추가되었으며, 기존에 시장에 판매되던 제품에 대해서는 2년간의 유예를 부여하여 2026년 7월 19일부터 식품에 조개류 및 오징어가 포함된 경우 함유 사실을 제품 라벨에 반드시 표시해야 함

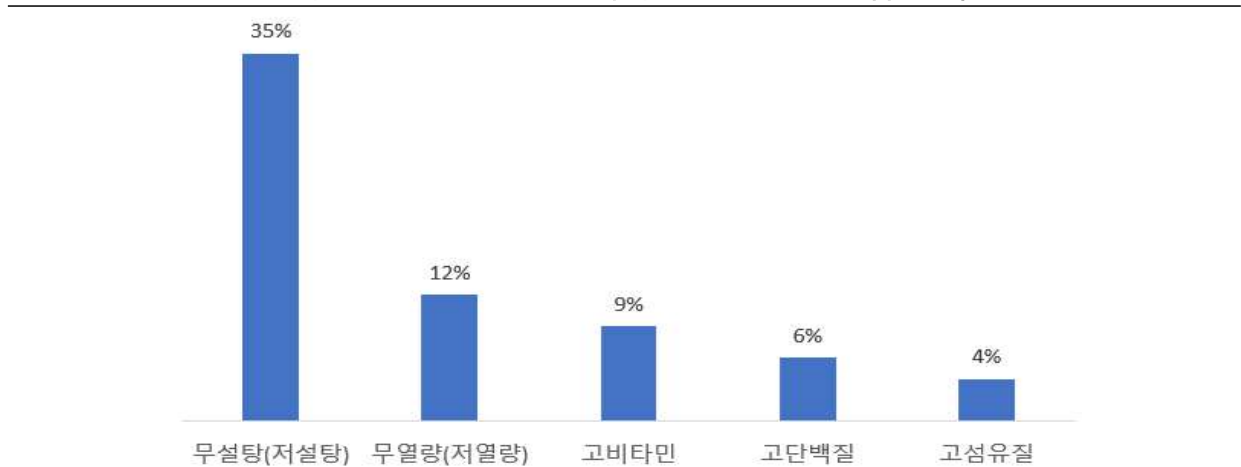
## IV. 2024년 식품시장 이슈

### 1. 음료를 넘어 확대되고 있는 제로 식품 열풍

#### □ 건강한 식품을 선호하는 소비 경향이 지속

- 식품 구매 시 칼로리가 낮은 식품이 건강한 식품으로 인식되며 설탕이 첨가되지 않은 음료 시장이 성장함
  - 2024년 글로벌 무설탕 탄산음료 시장규모는 최근 3년간 연평균 4.3%로 성장하여 407억 달러(한화 약 57조 원) 규모에 달할 것으로 예상됨
  - 또한, 무설탕 음료 시장은 지속적으로 성장하여 2032년 569억 달러(한화 약 79조 원) 규모에 달할 것으로 전망되는 등 칼로리가 낮은 무설탕 음료에 대한 수요가 지속적으로 확대되고 있음
- 글로벌 시장조사기관 Global Data에 따르면, 2023년 6월부터 1년간 새롭게 출시된 탄산음료 중 무설탕(저당) 제품이 35%를 차지함
  - 무설탕(저설탕) 음료 외에도 ▲저칼로리 및 무칼로리(12%) ▲고비타민(9%) ▲고단백질(6%) ▲고섬유질(4%) 음료가 새롭게 출시되었음

<그림 IV-1> 2024년 6월까지 1년간 출시된 음료 유형



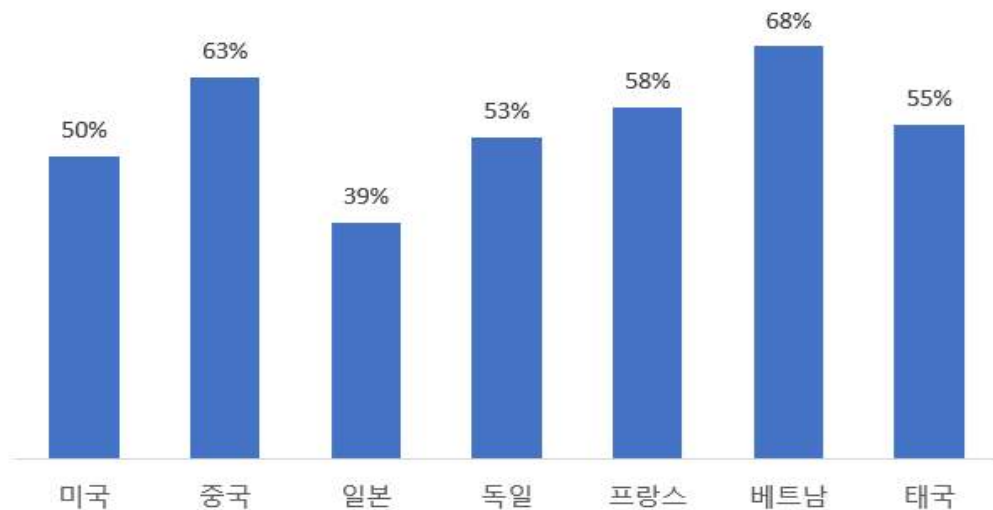
\*주: 2023년 6월부터 2024년 6월까지 1년간 출시된 음료 제품 467개 기준

\*출처: Reduced sugar emerges as top beverage claim, Food Business News(2024.08.20.)(검색일: 2024.11.14)

□ 설탕 이외에도 포화지방, 카페인, 나트륨 등 특정 영양성분이 첨가되지 않은 식품이 인기를 끌

- 식품 구매 시 영양성분을 고려하여 제품을 구매하는 소비자가 증가하며 건강에 영향을 미치는 영양성분을 줄이거나 포함하지 않은 다양한 식품이 출시되는 추세
- 시장조사기관 Statista에 따르면, 미국, 중국, 일본, 독일 등 주요국 소비자는 식품을 구매할 때 건강한 식품을 구매하는 것을 모두 1순위로 고려한다고 응답하는 등 건강한 식품에 대한 수요가 확대되고 있음

<그림 IV-2> 국가별 건강한 식품을 가장 중요하게 고려한다고 응답한 소비자 비율



\*주: 2023년 10월부터 2024년 9월까지 18세 이상 64세 미만 소비자를 대상으로 조사(미국: 6만 641명, 중국 2만 4,074명, 일본: 1만 2,182명, 독일: 3만 5,985명, 프랑스: 1만 2,193명, 베트남: 2,087명, 태국: 2만 424명)

\*출처: STATISTA(검색일: 2024.11.14)

- 튀기지 않고 제조하여 포화지방 함량을 줄이거나 나트륨 함량을 낮춘 스낵 제품이 인기를 끌
- 글로벌 스낵 브랜드 Lay's는 다른 제품 대비 포화지방과 나트륨 함량을 줄인 감자칩 제품을 출시함
- 일본 스낵 브랜드 Calbee는 소금을 사용하지 않아 제품에 사용된 원재료 본연의 맛을 느낄 수 있음을 강조한 스낵 제품을 출시
- 독일의 스낵 브랜드 HEIMATGUT는 유기농 감자로 제조한 소금 함량을 줄이고 방부제를 사용하지 않아 건강한 감자칩 제품임을 강조함

<그림 IV-3> 포화지방, 나트륨 함량을 줄인 스낵 제품

|                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |
| <p>포화지방 함량을 65% 줄인<br/>감자칩 제품(미국)</p>                                             | <p>소금을 사용하지 않은 감자<br/>스틱 제품(일본)</p>                                               | <p>소금 함량을 줄인<br/>감자칩 제품(독일)</p>                                                     |

\*출처: 각 브랜드 홈페이지(검색일: 2024.11.16.)

## 2. 한국 식품의 글로벌화 가속

□ 글로벌 OTT, 소셜미디어를 통해 한국 콘텐츠를 접한 소비자가 증가하며 식품을 비롯한 한국 문화에 대한 인지도가 지속적으로 상승하는 추세

- 한국국제문화교류진흥원(KOFICE)에 따르면 주요국 26개국<sup>1)</sup>의 한류 인식과 한류 소비는 점차 증가하는 것으로 나타남<sup>2)</sup>
  - 한류의 인기와 대중화 정도를 측정하는 한류현황지수<sup>3)</sup>는 2022년 3.2에서 2023년 3.3으로 증가함
  - 한류의 성장 또는 쇠퇴 정도를 측정하는 한류심리지수<sup>4)</sup>는 2022년 119.3에서 123.3으로 상승함
- 이에 따라 한류 콘텐츠를 접한 소비자가 늘어나며 한국 식품에 대한 수요가 확대되고 있음
  - 한국국제문화교류진흥원 조사 결과 2023년 한류로 인한 총 수출액은 전년 대비 약 6억 9,100만 달러(한화 약 9,643억 원)가 증가한 것으로 집계되었으며, 특히 식품 등 소비재 수출액이 전년 대비 21.8% 증가한 것으로 나타남

1) 미국, 브라질, 아르헨티나, 캐나다, 멕시코, 영국, 프랑스, 튀르키예, 러시아, 독일, 이탈리아, 스페인, 중국, 일본, 대만, 태국, 인도네시아, 말레이시아, 인도, 베트남, 호주, 카자흐스탄, 남아프리카공화국, UAE, 사우디아라비아, 이집트

2) '2023년 한류로 인한 수출 9,500억 증가, 한류 인식·소비 개선', 한국국제문화교류진흥원(2024.06.10.)(검색일: 2024.11.14)

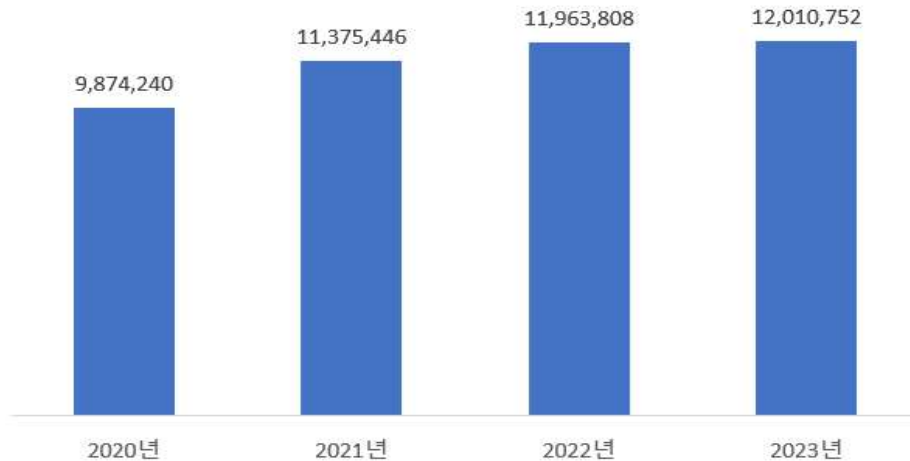
3) 0~2.5 미만: 한류소수관심단계, 2.5~3.5 미만: 한류확산단계, 3.5 이상: 한류대중화단계로 분류

4) 0~99: 한류쇠퇴그룹, 100~129: 한류중간성장그룹, 130 이상: 한류고성장그룹으로 분류

- 또한, 한류 콘텐츠가 높은 인기를 구가함에 따라 한국 식품에 대한 수요가 전 세계적으로 증가하며 한국산 식품 수출액은 2020년부터 2023년까지 꾸준히 성장

<표 IV-4> 한국산 식품 수출액 성장 추이(2020~2023)

(단위: 천 달러)



\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.11.14.)

## □ 특히 라면, 떡볶이 등 한류 콘텐츠에서 널리 소개된 식품과 김치, 김밥과 같이 한국 고유 식품에 대한 수요가 증가

- 한국 식품에 대한 수요가 확대되며 현지 식품기업에서 직접 한국식품을 제조하여 판매하는 사례가 증가하고 있음
  - (일본) 라면 제조기업 Nissin은 일본에서 인기를 끈 한국 라면 제품을 모방한 용기라면을 출시
    - 일본 식품기업 Calbee는 떡볶이 맛 스낵, 닭갈비 맛 스낵 제품을 출시
  - (미국) 유명 스낵 브랜드 Lay's는 한국에서 유행한 맛임을 강조한 허니버터 맛 감자칩을 출시했으며, 제품 포장에 한국어를 함께 사용하는 등 한국과의 관련성을 강조<sup>5)</sup>
    - 김치에 대한 인지도가 높아지며 對美 김치 수출량은 2023년 기준 2021년 대비 7.1%를 증가하여 상 최고치를 기록했으며, 미국의 현지 식품기업이 제조한 김치가 판매되고 있음

5) '한국 맛에서 영감...美유명 감자칩, 해태 베낀 허니버터맛 출시', 조선일보(2024.05.16.)(검색일: 2024.11.14)

- (중국) 한국 라면에 대한 수요가 높아지자 유명 한국 라면 브랜드를 그대로 모방한 제품을 출시함<sup>6)</sup>
- (아세안) 베트남 및 태국에서는 한국산 과일 소주가 인기를 끌자 현지 기업에서 이를 모방한 제품을 출시함<sup>7)</sup>

<그림 IV-5> 해외 식품기업이 출시한 한국식 식품

|                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |
| 중국에서 판매되는 한국 라면 모방 제품                                                             | 미국 snack 브랜드가 출시한 허니버터맛 스낵                                                        | 한국 소주를 모방한 태국 소주                                                                    |

\*출처: 해당 브랜드 홈페이지, ‘참이슬 한 병에 8,000원 넘더니…짜통 소주 판친다’, 한경(2024.06.21.)(검색일: 2024.11.14.)

- 김치, 김밥, 한국식 핫도그 등 한국 식품에 대한 수요가 확대됨에 따라 유통판로가 확대되고 있는 추세
  - 건강하고 간편한 식품으로 주목을 받은 김밥의 경우 미국의 주요 식품 유통채널인 트레이더스 조, 중국의 샘스클럽, 일본의 AEON, 호주의 울월스 등에서 널리 판매되고 있음
  - 일본 AEON 2,000개 매장에서 한국산 냉동 김밥이 판매되고 있으며, 호주의 경우 울월스 매장 1,000개소에서 김밥이 판매 중임<sup>8)</sup>
  - 2024년 기준 미국 내 한국식 치킨 프랜차이즈 매장은 총 405개로 전년 대비 22% 증가했으며 한국식 핫도그 매장은 전년 대비 52% 증가한 총 242개로 집계됨<sup>9)</sup>

6) ‘불닭볶음면 등 모방 k-푸드, 저작권·상표권 침해로 철퇴...중국법원 ‘배상하라’’, 특허뉴스(2023.05.25.)(검색일: 2024.11.14)

7) ‘베트남서 잘나간다는 k-소주의 현주소는?’, 뉴스웨이(2024.06.20.)(검색일: 2024.11.14)

8) ‘미국서는 품질대란...영토 넓히는 신홍 강자 K-김밥’, 굿모닝경제(2024.09.19.)(검색일: 2024.11.14)

9) ‘2024년 미국 내 한국식품 트렌드’, KATI 농식품수출정보(2024.10.16.)(검색일: 2024.11.14)

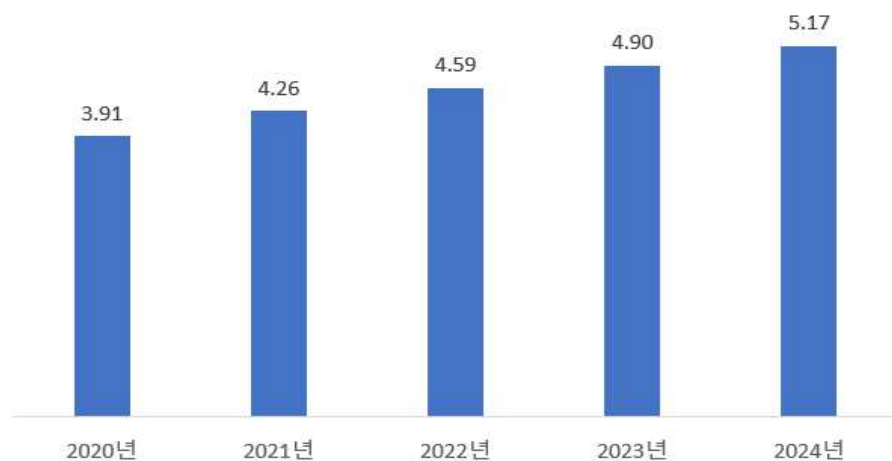
### 3. 소셜미디어의 영향력 확대

#### □ 소셜미디어가 식품 구매 시 의사결정 요인으로 부상

- 소셜미디어 사용자가 증가함에 따라, 식품 구매 시 소셜 미디어를 활용하는 소비자가 증가하는 추세
  - Facebook 사용자의 75%는 다른 소비자의 후기와 댓글을 비교하여 식당을 선택한다고 응답했으며, Tiktok 사용자의 55%가 방문할 식당을 소셜미디어에서 검색 후 결정한다고 응답함
  - 2024년 소셜미디어를 사용하는 소비자는 약 51억 명으로, 최근 5년간 연평균 7.2%로 연속적으로 증가하는 추세로 식품 구매 시 소셜미디어를 활용하는 소비자 역시 이에 비례하여 증가할 것으로 분석

<그림 IV-6> 전 세계 소셜미디어 사용자 수

(단위: 십억 명)

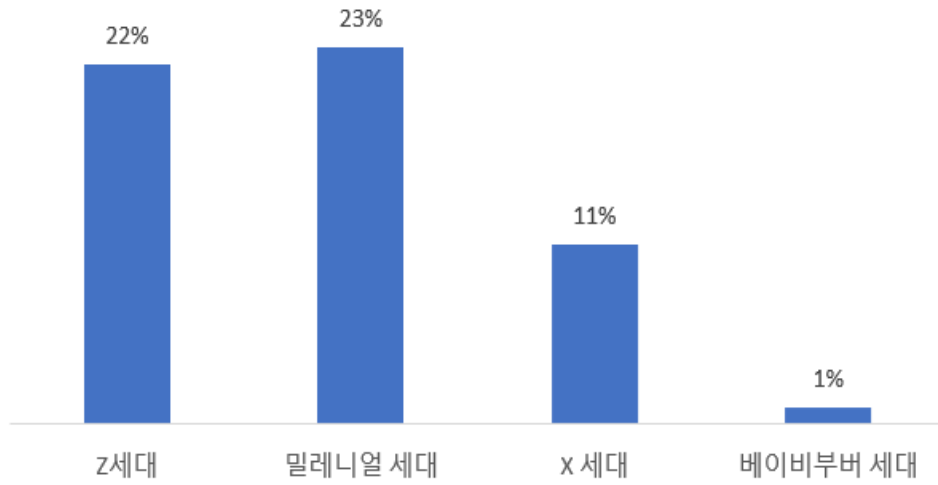


\*출처: STATISTA(검색일: 2024.11.17)

- 특히 MZ세대 소비자가 소셜미디어의 영향을 받아 식품을 구매하는 것으로 분석
  - 글로벌 시장조사기관 Statista에 따르면 식품 구매 시 소셜미디어의 영향을 받는 소비자층은 MZ세대가 가장 많은 것으로 나타남
  - 밀레니얼 세대와 Z세대 소비자의 경우 각각 23%, 22%가 소셜미디어의 영향을 받아 식품을 구매했다고 응답했으며, 베이비부머 세대<sup>10)</sup>의 경우 1%만이 식품 구매 시 소셜미디어의 영향을 받았다고 응답함

10) 1955년부터 1974년 사이에 출생한 세대

<그림 IV-7> 식품 구매 시 소셜미디어의 영향을 받은 세대별 소비자



\*출처: STATISTA(검색일: 2024.11.17)

## V. 2025년 식품시장 전망

### 1. 푸드테크 개발 및 활용 고도화

#### □ 푸드테크의 사회·경제적 효용성으로 식품산업 내 푸드테크 수요가 확대되는 추세

- 푸드테크는 기후 위기, 식량 안보, 통상환경 급변 등 식품산업이 직면한 불확실성을 해결할 수 있는 수단으로 부상함
  - 이상기후로 주요 작물의 생산량이 감소하며 생산량을 확대할 수 있는 다양한 기술이 개발되고 있음
  - 또한, 푸드테크는 높아지는 기후 위기로 인한 원재료 수급의 불안정성 및 디리스킹<sup>11)</sup>에 따른 공급망 변화, 농업생산인구의 고령화 등 다양한 요인으로 촉발한 식량 안보 위협을 극복할 수 있는 수단으로 인식되며 수요가 확대되고 있음
- 또한, 푸드테크는 기업의 생산비용 절감 및 생산성 확대, 고도화되는 소비자 수요 충족 등의 수단으로 활용

#### □ 2025년 푸드테크에 대한 수요는 지속적으로 높아질 전망

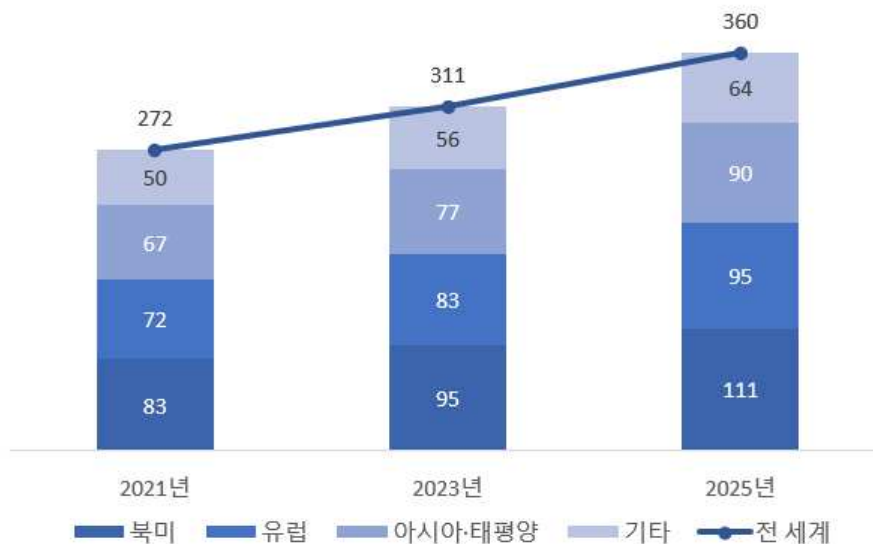
- 환경·기업·소비 측면에서 푸드테크에 대한 수요가 확대됨에 따라 성장이 지속될 것으로 분석
  - (환경) 지속가능한 식품을 소비하는 윤리적 소비, 가치소비에 대한 인식이 제고되며 대체식품, 친환경 포장재에 대한 관심이 지속적으로 증가할 것으로 예상되며 이상기후로 인한 농업 생산량 감소 문제를 해결하기 위한 수단으로 스마트팜, 수직농장 등 애그테크(Ag Tech)에 대한 수요가 높아질 것으로 전망

11) 디리스킹(de-risking)은 미국 등 서방 국가들이 중국을 대하는 새로운 접근 프레임으로, 중국발(發) 위험 요인 제거에 초점을 맞춘 정책을 의미

- 애그테크 시장은 2021년 약 181억 달러(한화 약 25조 원)에서 연평균 9.7%로 성장하여 2025년에는 약 262억 달러(한화 약 37조 원) 규모에 달할 전망
- (기업) 최저임금 인상 등으로 증가한 생산비용을 절감하기 위해 제조 로봇, 서빙 로봇 등 자동화 로봇에 대한 수요가 지속될 것으로 예상
- (소비) 고령화, 초개인화되는 소비성향이 확산됨에 따라 맞춤형 식단에 대한 수요가 증가하며 AI를 활용한 맞춤형 식품 서비스, 3D 식품 생산 기술에 대한 수요가 증가할 것으로 분석
- 2025년 글로벌 푸드테크 시장은 약 3,600억 달러(한화 약 502조 원) 규모에 달할 것으로 전망
  - 권역별 푸드테크 시장규모는 ①북미(1,110억 달러, 30.8%) ②유럽(950억 달러, 26.4%) ③아시아태평양(900억 달러, 25.0%) ④기타(640억 달러, 17.8%) 순으로 높을 것으로 예상

<그림 V-1> 2025년 푸드테크 시장규모(2021~2025)

(단위: 일억 달러)



\*출처: 푸드테크 혁신 트렌드와 미래전망(한국농촌경제연구원)(검색일: 2024.11.15)

□ 특히 블록체인 기술을 활용한 식품 이력 관리 기술에 대한 수요가 더욱 증가할 것으로 전망

- 주요 선진 시장에서 식품의 생산 이력에 대한 증명을 요구하면서 블록체인에 기반한 식품 이력 추적 기술에 대한

## 수요가 증가할 것으로 분석

- 미국 FDA는 2026년 1월부터 19개 품목의 농수산물에 생산이력추적제도를 시행할 예정이며 유럽연합 역시 2025년 2월부터 FDA의 요청이 있는 경우 24시간 이내에 원재료 생산부터 가공, 유통까지 각 공급망 단계에서 식품을 공급받은 날짜, 수량, 품명, 장소, 담당자 등의 정보를 제출해야 함
- 글로벌 식품 공급망은 원재료 생산 및 수급부터 가공, 유통, 판매가 다양한 주체, 지역, 국가에서 진행됨에 따라 일원화된 식품 안전 관리체계 수립이 어려운 실정으로, 바코드, RFID를 활용한 이력 추적 방식이 주로 사용되고 있으나 손상, 훼손 등으로 인한 오류에 취약하고 동시 처리가 어려워 다양한 정보를 담거나 처리하기에 적합하지 않다는 특징이 있음
- 블록체인 기반 식품이력추적시스템은 클라우드·네트워크에 공급망의 처리 과정을 즉시 기록하여 식품 정보를 실시간으로 확인하고 식품 안전 관련 이슈를 즉시 파악하여 관리할 수 있다는 장점을 보유하여 수요가 확대될 것으로 분석됨

## 2. 건강한 식생활 지향

### □ 식품 영양성분 관련 규제가 확산되며 식품 구매 시 영양성분을 고려하는 소비가 확대되는 추세

- 최근 식품 포장 전면에 기준치를 초과한 영양성분에 대한 경고라벨을 부착하거나 영양성분 함량에 따라 영양 등급을 표시하는 규제가 확대되고 있음
- (유럽) 프랑스·독일·벨기에·네덜란드·스페인 등 주요 유럽 국가는 영양 등급제인 Nutri Score 라벨 규제를 시행, 건강한 영양성분과 건강하지 않은 영양성분을 구분하고 성분별 점수를 부여하여 다섯 단계로 구분한 식품의 건강함 정도를 포장 전면에 표시하도록 규제하고 있음
- (싱가포르) 음료의 설탕 함량에 따라 식품의 영양 등급을 4단계로 구분한 Nutri-Grade를 라면, 소스류를 확대할 계획을 검토 중이라고 밝혔으며, 영양 등급 표시 대상 영양성분을 소금으로 확대할 것이라고 발표하는 등 식품의 영양성분 규제를 강화할 예정

- (중국) 상하이에서는 2024년 1월부터 음료의 당류, 포화지방, 트랜스지방, 무설탕 감미료 함량을 종합하여 영양 등급을 표시한 영양 선택 등급 표시 제도를 중국 최초로 시행함

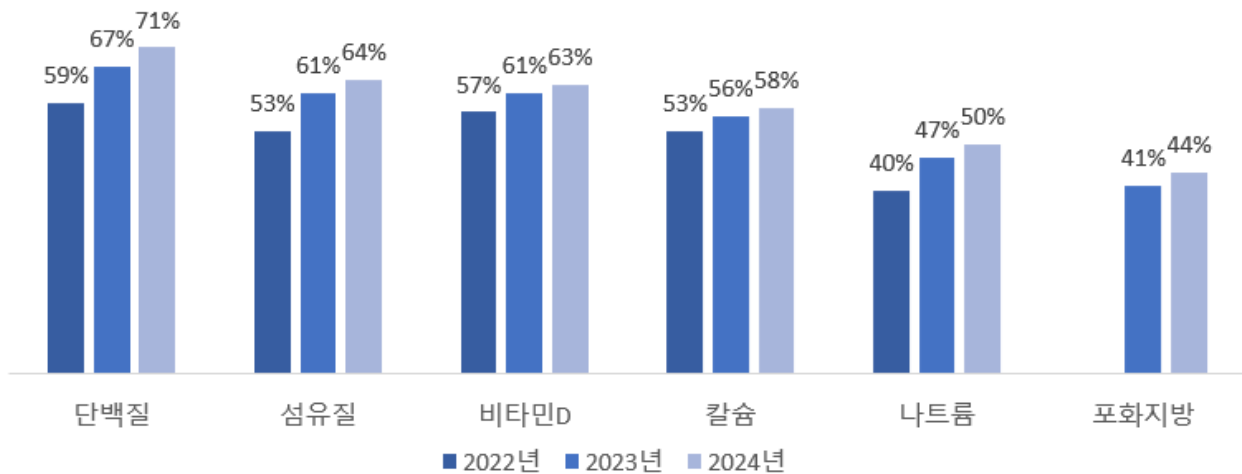
<그림 V-2> 영양 등급을 표시한 식품

|                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |
| 뉴트리스코어가 표시된 벨기에 꿀                                                                 | Nutri-Grade가 표시된 싱가포르 음료                                                          | 중국 음료 영양선택 등급 표시                                                                    |

\*출처: ‘식품등급 어떻게 매겨야...유럽은 논쟁 중’, 농민신문(2023.08.21.), ‘상하이, 음료 영양선택 등급 표시 최초 시행’, 한국농수산식품유통공사(2024.04.12.)

- 식품의 영양성분 관련 규제가 확대되며 식품 구매 시 영양성분 구성을 중요하게 고려하는 소비자가 증가할 것으로 전망
  - 비만, 당뇨 등 소비자 건강을 보호하기 위해 영양성분 표시를 규제하는 국가가 확대되며 식품 구매 시 영양성분의 함량을 비교·분석하여 구매하는 소비자가 증가할 것으로 예상
  - 이에 따라 건강에 긍정적인 영향을 미치는 영양성분의 함량을 높이고 설탕, 염분 등의 함량은 낮춘 제품에 대한 수요가 확대될 것으로 예측
- 특히 단백질, 섬유질, 비타민D 등 건강한 영양성분에 대한 수요가 확대될 것으로 전망
  - 2024년 소비 의향이 가장 높은 영양성분은 단백질로, 71%의 소비자가 단백질을 소비하려고 한다고 응답하는 등 단백질에 대한 수요는 2022년 이후 연평균 9.7%로 성장하는 추세
  - 단백질에 이어 두 번째로 소비 의향이 높은 영양성분은 섬유질로, 2022년 기준 연평균 9.9%로 소비 의향이 꾸준히 확대되었음
  - 반면 나트륨에 대한 소비 지양 의향은 2022년 기준 연평균 11.8%로 지속적으로 증가했으며 포화지방의 경우 2021년 기준 8%에서 연평균 76.5% 상승하여 2024년에는 44%로 확대되었음

<그림 V-3> 영양성분별 소비 의향(2022~2024)



\*주1: 단백질, 섬유질, 비타민D, 칼슘의 경우 소비 의향이 있는 소비자 비율이며 나트륨, 포화지방은 소비를 지향하는 소비자 비율임

\*주2: 포화지방의 경우 2022년 통계는 정보원에서 제공하지 않음

\*출처: Food and Health Survey, IFIC(2022, 2023, 2024)(검색일: 2024.11.15)

### 3. 기후플레이션으로 안정적 재료 수급 수요 확대

#### □ 기후 위기로 작물 생산량이 감소하며 관련 식품의 물가가 상승하는 추세

- ‘기후(Climate)’와 ‘인플레이션(Inflation)’의 합성어인 ‘기후플레이션(Climateflation)’은 기후변화로 농작물 생산이 감소하여 식품 물가가 상승하는 현상을 일컫음
- 이상기후로 커피, 카카오, 올리브유 등의 작황이 부진하며 관련 식품의 가격이 상승함
  - (커피) 이상기온 현상으로 커피 원두 생산량 감소함에 따라 가격이 상승함<sup>12)</sup>
  - (카카오) 생산량이 감소하며 최근 2년간 kg당 단가가 3~4배 상승함에 따라 공급 부족이 지속적으로 발생하며 네슬레·허쉬 등 글로벌 식품기업에서 가격을 인상하기도 함<sup>13)</sup>
  - 이와 더불어 전염병 피해를 입은 카카오 생산지 복구에 최소 5년이 소요될 것으로 예상됨에 따라 공급 부족 현상은 추후 몇 년간 지속될 전망

12) ‘커피값 또 오르겠네...기후변화 따른 생산 감소로 국제 가격 급등’, 디지털타임스(2024.04.15.)(검색일: 2024.11.15)

13) ‘코코아, 연초 대비 2배로 급등...향후 전망도 암울’, 글로벌이코노믹(2024.03.19.)(검색일: 2024.11.15)

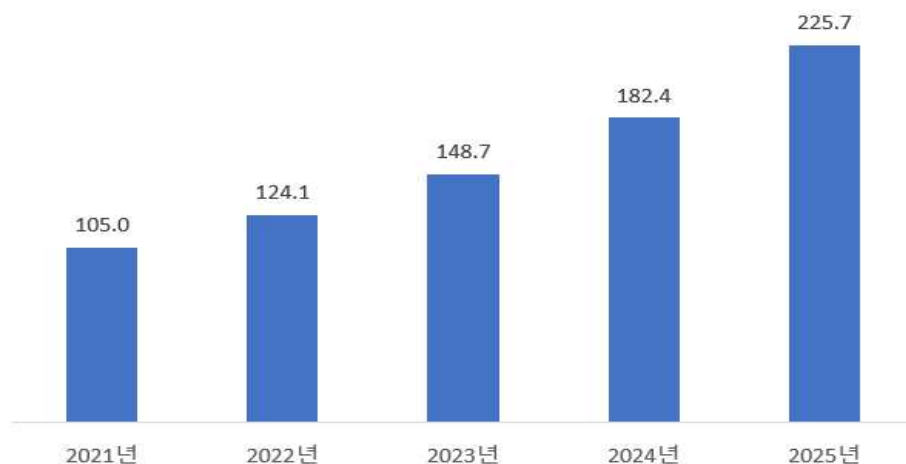
- (올리브) 최근 4년간 지속적으로 생산량이 감소하면서 2024년 올리브 가격은 2021년 대비 약 3배 상승했으며, 올리브유 역시 5유로(한화 약 7,372원)/1ℓ 수준에서 14유로(한화 약 2만 원)/1ℓ 까지 상승하며 올리브유를 원재료로 사용하는 식품 가격이 상승<sup>14)</sup>

## □ 이러한 상황에서 안정적인 원재료 수급을 위한 애그테크(Ag tech) 수요가 확대될 것으로 전망

- 애그테크는 농업 분야에 IT기술을 접목한 것으로 노동을 줄이면서 효율적으로 작물을 생산할 수 있는 기술의 일종임
- 수직농장 도입을 통한 생산량 극대화, IoT를 활용한 최적의 재배 환경 조성 등을 통해 작물 생산량을 증대할 수 있어 지속적으로 수요가 확대될 것으로 분석됨
- 2025년 애그테크 시장은 5년간 연평균 21.1%로 성장한 약 225억 달러(한화 약 31조 원)에 달할 것으로 전망

<그림 V-4> 글로벌 애그테크 시장규모(2021~2025)

(단위: 일억 달러)



\*출처: Statista(검색일: 2024.11.15)

14) '7,500원에서 2만 700원으로 경중...가격 폭등에 절도 표적된 올리브', 아시아경제(2024.09.05.)(검색일: 2024.11.15)

## VI. 시사점

### □ 글로벌 식품시장은 향후 꾸준한 성장이 예상됨

- 2025년 글로벌 농림축산식품 시장규모는 2024년 대비 7.2% 증가한 8조 9,000억 달러(한화 약 1경 2,421조 원) 규모로 전망
- 2025년 농림축산식품 전자상거래 및 온라인 식품 배달 시장 규모는 전년 대비 23.7%, 16.4% 성장할 것으로 예상

### □ 건강한 식품을 선호하는 소비트렌드가 지속되며 건강한 식품의 수요가 확대될 것으로 예상됨

- 건강한 식품을 칼로리가 낮은 식품, 무설탕 음료 등 ‘제로 식품’ 이 인기를 끌고 있음
  - 건강하지 못한 성분은 제거하고 건강한 성분을 강화한 식품이 주목
- 또한 건강을 위한 식품 관련 규제가 세계 곳곳에서 시행되며 건강한 식품의 소비가 확대
  - 칠레는 2024년 10월부터 기준치를 초과한 ▲열량 ▲나트륨 ▲당분 ▲포화 지방을 함유한 가공식품 포장 전면에 경고라벨 표시
  - 프랑스, 독일, 벨기에 등 주요 유럽 국가는 식품의 건강함 정도를 표시하는 Nutri Score 라벨 규제를 시행
- 식품 구매 시 영양성분을 고려하는 소비가 확대되며 건강에 긍정적인 영향을 미치는 식품의 수요가 증가할 전망

### □ 식품 소비에 기술의 영향력이 더욱 확대될 전망

- 글로벌 OTT, 소셜미디어를 통해 한국 식품의 인지도 및 수요가 지속적으로 증가하는 추세
- 소셜미디어 사용자가 증가해 식품 소비에 더 큰 영향을 끼침

- 소비자는 소셜미디어의 게시물, 댓글, 후기 등의 정보를 탐색 후 식품을 선택하고 있으며 이러한 경향은 젊은 MZ세대 소비자를 중심으로 뚜렷하게 나타남
- 또한 기업의 효율성과 안정성을 높이기 위한 푸드테크의 활용이 확대될 전망
  - 기업은 생산비용 절감 및 생산성 확대, 고도화되는 소비자 수요 충족을 위해 적극적으로 푸드테크를 활용하고 있으며 특히 기후 변화로 인한 원재료 수급 불안정 해결을 위한 스마트팜, 수직농장과 같은 ‘애그테크 (Ag tech)’ 기술의 수요가 높아질 것으로 전망
  - 주요 시장에서 식품의 생산 이력에 대한 증명을 요구하면서 블록체인 기술을 활용한 식품 이력 추적 기술의 수요가 증가할 것으로 분석

## ※ 참고문헌 및 참고사이트

|    |                                                                                                                                               |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | KATI 농식품수출정보(www.kati.net/index.do)                                                                                                           |
| 2  | 스태티스타(www.statista.com)                                                                                                                       |
| 3  | 칠레 정부 지침(https://saludresponde.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/06/2019.06.26._MANUAL-DE-ETIQUETA-DO_ACTUALIZADO-2019.pdf (검색일: 2024.11.15)) |
| 4  | Reduced sugar emerges as top beverage claim, Food Business News(2024.08.20.)(검색일: 2024.11.14)                                                 |
| 5  | ‘2023년 한류로 인한 수출 9,500억 증가, 한류 인식·소비 개선’, 한국국제문화교류홍보원(2024.06.10.)(검색일: 2024.11.14)                                                           |
| 6  | ‘한국 맛에서 영감…美유명 감자칩, 해태 베낀 허니버터맛 출시’, 조선일보(2024.05.16.)(검색일: 2024.11.14)                                                                       |
| 7  | ‘참이슬 한 병에 8,000원 넘더니…짜통 소주 판친다’, 한경(2024.06.21.)(검색일: 2024.11.14.)                                                                            |
| 8  | ‘불닭볶음면 등 모방 k-푸드, 저작권·상표권 침해로 철폐…중국법원 ‘배상하라’, 특허뉴스(2023.05.25.)(검색일: 2024.11.14)                                                              |
| 9  | ‘베트남서 잘나간다는 k-소주의 현주소는?’, 뉴스웨이(2024.06.20.)(검색일: 2024.11.14)                                                                                  |
| 10 | ‘미국서는 품질대란…영토 넓히는 신흥 강자 K-김밥’, 굿모닝경제(2024.09.19.)(검색일: 2024.11.14)                                                                            |
| 11 | ‘2024년 미국 내 한국식품 트렌드’, KATI 농식품수출정보(2024.10.16.)(검색일: 2024.11.14)                                                                             |
| 12 | 푸드테크 혁신 트렌드와 미래전망(한국농촌경제연구원)(검색일: 2024.11.15)                                                                                                 |
| 13 | 식품등급 어떻게 매겨야…유럽은 논쟁 중’, 농민신문(2023.08.21.)                                                                                                     |
| 14 | Food and Health Survey, IFIC(2022, 2023, 2024)(검색일: 2024.11.15)                                                                               |
| 15 | ‘커피값 또 오르겠네…기후변화 따른 생산 감소로 국제 가격 급등’, 디지털타임스(2024.04.15.)(검색일: 2024.11.15)                                                                    |
| 16 | ‘코코아, 연초 대비 2배로 급등…향후 전망도 암울’, 글로벌이코노믹(2024.03.19.)(검색일: 2024.11.15)                                                                          |
| 17 | ‘7,500원에서 2만 700원으로 꺾춤…가격 폭등에 절도 표적된 올리브’, 아시아경제(2024.09.05.)(검색일: 2024.11.15)                                                                |