

# 아세안 식품시장 2024년 분석 및 2025년 전망

2024.11.



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

# [ 목 차 ]

<b>I. 식품시장 규모</b> .....	<b>6</b>
1. 품목별 시장규모 .....	6
2. 온라인 시장규모 .....	7
<b>II. 한국산 수출현황</b> .....	<b>9</b>
1. 부문별 수출현황 .....	9
2. 품목별 수출현황 .....	10
3. 국가별 수출현황 .....	11
<b>III. 규제·정책 현황</b> .....	<b>19</b>
<b>IV. 2024년 식품시장 이슈</b> .....	<b>23</b>
1. 신뢰할 수 있는 현대적 유통채널 선호도 증가 .....	23
2. 경험에 초점을 맞추는 한국 식품 .....	25
3. 안전한 식품에 대한 수요 및 소득 증가로 유기농 식품 인기 .....	27
<b>V. 2025년 식품시장 전망</b> .....	<b>31</b>
1. 생산성 증대를 위한 푸드테크 활용 촉진 .....	31
2. 개인 맞춤형 식품시장 성장 .....	32
3. 프리미엄 식품·외식 수요 확대 .....	34
<b>VI. 2025년 식품시장 전망</b> .....	<b>37</b>

# 아세안 식품시장 2024년 분석 및 2025년 전망

## 1. 식품시장 규모\*

※ 2024년 11월 예측치를 기준으로 작성

- 2024년 농림축산식품 시장규모는 약 5,749억 달러(한화 약 803조 원)로 베이커리 및 곡물제품류(24.5%), 육류(16.1%), 채소류(13.7%) 순으로 큰 비중 형성
- 2024년 농림축산식품 전자상거래 시장규모는 약 167억 달러(한화 약 23조 원)로 전년 대비 21.2% 증가
- 2024년 온라인 식품 배달 시장규모는 약 3,750만 달러(한화 약 523억 원)로 식료품 배달 시장(69.2%) 및 식사 배달 시장(30.8%)으로 구분
- 2025년 농림축산식품 시장규모는 6,166억 달러(한화 약 862조 원)에 달할 전망
- 2025년 농림축산식품 전자상거래 시장규모는 204억 달러(한화 약 28조 원), 온라인 식품 배달 시장규모는 약 4,480만 달러(한화 약 625억 원)에 달할 전망

## 2. 한국산 수출현황\*

※ 2024년 11월 통계를 기준으로 작성

- 2023년 對아세안 한국산 농수산물 수출액은 약 24억 6,368만 달러(한화 약 3조 4,383억 원)로 전년 대비 1.2% 증가
  - \* 품목별 수출 비중은 농산물(59.8%), 수산물(25.7%), 축산물(10.0%), 임산물(4.5%) 순
- 주요 수출품목은 ▲기타 조제식료품(6.8%) ▲리면(6.7%) ▲건조김(3.6%) ▲기타 무알코올 음료(3.4%) ▲커피크리머(2.9%) 등
  - \* 이 밖에도 조미김(2.7%), 냉동 닭고기(2.2%), 설탕·감미료를 첨가한 물(2.2%) 등 수출

- 베트남(35.0%), 태국(19.3%), 인도네시아(12.6%) 등으로 주로 수출
  - \* 對베트남 한국산 농수산물 수출액은 8억 6,170만 달러(한화 약 1조 2,026억 원)로 전년 대비 2.0% 감소
  - \* 對태국 한국산 농수산물 수출액은 4억 7,648만 달러(한화 약 6,650억 원)로 전년 대비 7.4% 증가
  - \* 對인도네시아 한국산 농수산물 수출액은 3억 1,055만 달러(한화 약 4,334억 원)로 전년 대비 2.4% 감소

#### 4. 규제 · 정책 현황

- (태국) 신규 알레르기 유발물질 추가로 식품 라벨링 규정 개정
  - \* 식품에 포함된 경우 반드시 해당 사실을 표시해야 하는 알레르기 유발물질에 조개류 및 오징어 추가
- (싱가포르) 식용으로 수입할 수 있는 곤충 및 곤충식품의 수입요건 발표
  - \* 식용 곤충을 신식품으로 인정함에 따라 관련 규제 및 요건이 마련됨
- (베트남) 한국산 닭고기 수입검역 요건 강화
  - \* 축산물 검역 규정 개정으로 베트남 수출용 한국산 닭고기 수출검사 항목에 살모넬라균과 대장균을 추가해 검역요건을 강화함

#### 5. 2024년 식품시장 분석

- 안전하고 위생적인 식품에 대한 수요가 확대되며 베트남, 인도네시아에서 현대적 식품 유통채널이 성장
  - \* 2024년 다수의 집단 식중독 사건 발생, 아세안 사회문화공동체가 식품의 위생안전 관리가 미흡한 국가로 베트남과 인도네시아를 지목함
  - \* 양국에서 원산지가 분명하고 위생적 판매 환경이 보장되는 현대적 식품 유통채널 성장이 가속화되며 재래시장 이용률이 감소하는 추세
- 단순 소비를 넘어 식품을 매개로 한국에 방문한 듯한 경험을 제공
  - \* 한류 문화 콘텐츠 이용률이 높은 아세안 소비자 사이에서 한국 문화 체험 수요가 증가하며 한국식 매장 구성, 한국적인 요소를 강조한 식당이 인기를 끌
  - \* 또한, 소비에서 경험으로 방점이 이동하며 체험형 매장인 팝업스토어가 인기

- 안전·건강 지향 트렌드가 경제성장으로 인한 소득 증대와 맞물리며 비싼 유기농 식품에 대한 수요가 확대
  - \* 베트남, 태국, 인도네시아 소비자는 유기농 식품을 일반 식품보다 건강하고 안전한 식품으로 인식함
  - \* 소득이 증가하며 프리미엄을 지불하고 가격이 높은 유기농 식품 구매 의사를 보유한 소비자가 증가하며, 유기농 인증 취득 식품에 대한 수요가 확대됨

## 6. 2025년 식품시장 전망

- 최저임금 상승으로 식품기업의 인건비 부담이 증가하며 생산성 제고를 위한 푸드테크 시장이 성장할 것으로 전망
  - \* 노동 시간 증가 및 추가 고용 없이도 생산성을 높일 수 있는 자동화 로봇이 식품산업에 활발하게 적용될 것으로 예상
- 소득 수준이 높아지며 개인 맞춤형 식품시장이 성장할 것으로 예상
  - \* 소비 여력이 증가하고 웰빙에 대한 아세안 소비자의 관심이 늘어남에 따라, 개인별로 세분화된 수요를 충족할 수 있는 개인 맞춤형 식품시장이 성장할 것으로 전망
  - \* 특히 AI, 빅데이터 등 IT기술을 접목하여 맞춤형 식단을 제공하는 서비스 애플리케이션 시장이 성장할 것으로 예측됨
- 고품질의 프리미엄 과일과 채소, 고급 외식 시장이 성장할 것으로 전망
  - \* 최근 3년간 프리미엄 과일 및 채소를 선호하는 아세안 소비자는 지속적으로 성장하는 추세
  - \* 또한, 경험을 중시하는 이터테인먼트 문화로 Z세대 아세안 소비자는 고급 외식에 더 많은 비용을 지출하는 경향을 보유
  - \* 아세안 소비자는 2025년에 소득이 증대할 것이라고 낙관적으로 전망하는 경향이 있으며, 소득 상승에 대한 강한 자신감으로 프리미엄 식품 선호 현상이 2025년에도 지속적으로 유지될 것으로 예상

# I. 식품시장 규모

## 1. 품목별 시장규모

□ 2024년 아세안 농림축산식품 시장규모는 5,749억 달러(한화 약 803조 원)로 전년 대비 7.8% 증가할 것으로 예측

- 품목군별로는 베이커리 및 곡물제품류(24.5%), 육류(16.1%), 채소류(13.7%) 순으로 큰 비중을 차지
  - 2024년 베이커리 및 곡물제품류 시장규모는 1,407억 달러(한화 약 197조 원)로 예측되며 육류 924억 달러(한화 약 129조 원), 채소류 786억 달러(한화 약 110조 원)에 달할 것으로 예상
  - 이 밖에도 낙농품(9.0%), 과일 및 견과류(9.4%), 스낵류(7.9%) 순의 비중을 차지
- 2025년 아세안 농림축산식품 시장은 6,166억 달러(한화 약 862조 원) 규모에 이를 것으로 전망

<표 I-1> 아세안 농림축산식품 시장규모(2019~2023)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024 <sup>e</sup>	2025 <sup>f</sup>	2026 <sup>f</sup>	비중 (2024)	전년비 (23/24)	연평균 (22/26)
전체	496.5	533.1	574.9	616.6	661.3	100.0	7.8	7.4
1 베이커리 및 곡물제품류	123.4	131.5	140.7	149.6	159.2	24.5	7.0	6.6
2 육류	78.9	85.4	92.4	99.8	108.0	16.1	8.1	8.2
3 채소류	66.8	72.2	78.6	84.9	91.7	13.7	9.0	8.2
4 낙농품	52.1	56.2	60.5	64.8	69.4	10.5	7.5	7.4
5 과일 및 견과류	46.2	49.8	54.2	58.4	62.9	9.4	8.8	8.0
6 스낵류	38.5	41.6	45.4	49.3	52.9	7.9	9.2	8.3
7 편의식품	31.8	33.9	36.5	39.0	41.8	6.3	7.7	7.1
8 스프레드 및 당류	22.6	24.0	25.3	26.6	28.1	4.4	5.4	5.6
9 소스 및 향신료	17.2	18.5	20.0	21.5	23.0	3.5	8.1	7.4
10 유지류	9.9	10.6	11.4	12.3	13.2	2.0	8.1	7.3
11 영유아식품	9.0	9.5	10.0	10.6	11.1	1.7	5.7	5.5

\*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: 2024.11.08.)

## 2. 온라인 시장규모

- 2024년 아세안 농림축산식품 전자상거래 시장규모는 167억 달러 (한화 약 23조 원)로 전년 대비 21.2% 증가할 것으로 예측
  - 품목별 시장은 베이커리 및 곡물제품류(27.2%), 스낵류(14.5%), 육류 (14.1%) 순으로 큰 비중을 차지
    - 2024년 베이커리 및 곡물류 전자상거래 시장규모는 45억 달러(한화 약 6조 2,802억 원)로 예상되며, 스낵류 24억 달러(한화 약 3조 3,494억 원), 육류 24억 달러(한화 약 3조 3,494억 원)에 달할 것으로 예상
    - 이 밖에도 채소류(11.4%), 낙농품(9.3%), 과일 및 견과류(8.1%) 순의 비중을 차지
  - 2025년 아세안 농림축산식품 전자상거래 시장은 204억 달러 (한화 약 28조 원) 규모에 이를 것으로 전망

<표 1-2> 아세안 농림축산식품 전자상거래 시장규모(2019~2023)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024 <sup>e</sup>	2025 <sup>f</sup>	2026 <sup>f</sup>	비중 (2024)	전년비 (23/24)	연평균 (22/26)
전체	12.5	13.8	16.7	20.4	24.4	100.0	21.2	18.1
1 베이커리 및 곡물제품류	3.6	3.8	4.5	5.5	6.6	27.2	19.2	16.5
2 스낵류	1.8	2.0	2.4	3.0	3.6	14.5	21.6	18.8
3 육류	1.7	1.9	2.4	2.9	3.5	14.1	22.3	18.8
4 채소류	1.4	1.6	1.9	2.3	2.8	11.4	22.6	19.1
5 낙농품	1.1	1.3	1.6	1.9	2.3	9.3	24.0	20.1
6 과일 및 견과류	1.0	1.1	1.4	1.7	2.0	8.1	21.6	18.6
7 편의식품	0.7	0.8	0.9	1.2	1.4	5.6	23.7	19.6
8 스프레드 및 당류	0.7	0.8	0.9	1.1	1.3	5.5	21.1	17.6
9 유지류	0.2	0.2	0.3	0.3	0.4	1.6	17.4	16.7
10 소스 및 향신료	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	1.3	22.2	17.0
11 영유아식품	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	1.3	10.0	9.7

\*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: 2024.11.08.)

- 2024년 아세안 온라인 식품 배달 시장규모는 3,750만 달러 (한화 약 523억 원)로 전년 대비 24.5% 증가할 것으로 예측
  - 이 중 식료품 배달 시장규모는 전년 대비 28.8% 증가한 2,420만 달러(한화 약 338억 원)로 전체 온라인 식품 배달 시장의 69.2%를 차지할 것으로 예측
  - 식사 배달 시장규모는 전년 대비 17.3% 증가한 1,330만 달러 (한화 약 186억 원)로 전체 온라인 식품 배달 시장의 30.8% 차지
  - 2025년 아세안 온라인 식품 배달 시장규모는 전년 대비 19.5% 증가한 4,480만 달러(한화 약 625억 원)에 달할 전망
    - 이 중 식료품 배달 시장규모는 3,000만 달러(한화 약 419억 원)에 이를 전망이며, 식사 배달 시장규모는 1,470만 달러(한화 약 205억 원)에 이를 전망

<표 1-3> 아세안 온라인 식품 배달 시장규모(2019~2023)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2022	2023	2024 <sup>e</sup>	2025 <sup>f</sup>	2026 <sup>f</sup>	비중 (2024)	전년비 (23/24)	연평균 (22/26)
전체	23.8	30.1	37.5	44.8	51.2	100.0	24.5	21.1
1 식료품 배달	14.2	18.8	24.2	30.0	35.4	69.2	28.8	25.7
2 식사 배달	9.6	11.3	13.3	14.7	15.8	30.8	17.3	13.3

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

## II. 한국산 수출현황

### 1. 부문별 수출현황

- 2023년 한국산 농림수산물식품의 對아세안 수출액은 전년 대비 1.2% 증가한 약 24억 6,368만 달러(한화 약 3조 4,383억 원)로 집계
  - 품목별 수출 비중은 농산물(59.8%), 수산물(25.7%), 축산물(10.0%), 임산물(4.5%) 순
    - 농산물 수출액은 전년 대비 2.4% 감소한 14억 7,216만 달러(한화 약 2조 545억 원)로 집계되었으며, 수산물 수출액은 6억 3,377만 달러(한화 약 8,845억 원)로 전년 대비 14.4% 증가
    - 축산물 수출액은 3.4% 감소한 2억 4,664만 달러(한화 약 3,442억 원), 임산물 수출액은 3.7% 감소한 1억 1,111만 달러(한화 약 1,551억 원)로 집계
  - 2024년 10월 누적 수출액은 20억 7,919만 달러(한화 약 2조 9,017억 원)로 집계

<표 II-1> 對아세안 한국산 농림수산물식품 수출규모(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2020	2021	2022	2023	2024.10	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (20/23)
전체	1,905,306	2,208,906	2,433,467	2,463,675	2,079,188	100.0	1.2	8.9
농산물	1,250,424	1,455,427	1,508,819	1,472,158	1,250,095	59.8	-2.4	5.6
수산물	415,738	438,767	554,022	633,774	513,919	25.7	14.4	15.1
축산물	151,794	190,033	255,299	246,637	224,042	10.0	-3.4	17.6
임산물	87,349	124,679	115,327	111,106	91,131	4.5	-3.7	8.3

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.11.18.)

## 2. 품목별 수출현황

- 2023년 對아세안 주요 수출 품목은 ▲기타 조제식료품(6.8%) ▲라면(6.7%) ▲건조김(3.6%) ▲기타 무알코올 음료(3.4%) ▲커피크리머(2.9%) 등
  - 기타 조제식료품 수출액은 약 1억 6,641만 달러(한화 2,322억 원)로 전년 대비 16.2% 증가
    - 2024년 10월 누적 수출액은 1억 2,920만 달러(한화 약 1,803억 원)로 집계
  - 라면 수출액은 1억 6,516만 달러(한화 약 2,305억 원)로 전년 대비 15.3% 증가
    - 인플레이션으로 인한 고물가 상황이 지속되면서 저렴하고 간편한 한 끼 식사 및 한류를 대표하는 문화상품인 라면에 대한 수요가 지속되어 성장세 유지<sup>1)</sup>
    - 2024년 10월 누적 수출액은 1억 6,306만 달러(한화 약 2,276억 원)로 집계
  - 건조김 수출액은 8,774만 달러(한화 약 1,224억 원)로 전년 대비 61.5% 증가
    - 김밥·김스낵과 같이 김을 활용한 한국 식품에 대한 수요 확대 및 주요 생산국인 일본·중국의 김 작황 부진으로 한국산 김에 대한 수요가 급증한 것으로 분석<sup>2)</sup>
    - 2024년 10월 누적 수출액은 1억 1,043만 달러(한화 약 1,541억 원)로 집계
  - 기타 무알코올 음료 수출액은 8,415만 달러(한화 약 1,174억 원)로 전년 대비 0.4% 감소
    - 2024년 10월 누적 수출액은 7,922만 달러(한화 약 1,106억 원)로 집계
  - 커피크리머 수출액은 7,082만 달러(한화 약 988억 원)로 전년 대비 8.1% 증가
    - 2024년 10월 누적 수출액은 5,917만 달러(한화 약 826억 원)로 집계
  - 이 밖에도 조미김(2.7%), 냉동 닭고기(2.2%), 설탕·감미료를 첨가한 물(2.2%) 등 수출

1) '식을 줄 모르는 케이(K)라면 수출 열기, 관세청 보도자료(2024.02.29.)(검색일: 2024.11.12.)

2) '1조원 수출 잭팟 터뜨린 '검은 반도체'...한국 '김' 어떻게 날았나', 시사저널(2024.01.08.)(검색일: 2024.11.12.)

<표 II-2> 對아세안 한국산 농림수산물 품목별 수출규모(2020~2024)

(단위: 천 달러, %)

구분	2020	2021	2022	2023	2024.10	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (20/23)
전체	1,905,306	2,208,906	2,433,467	2,463,675	2,079,188	100.0	1.2	8.9
1 기타 조제식료품	110,367	153,304	143,147	166,407	129,201	6.8	16.2	14.7
2 라면	121,365	136,178	143,238	165,158	163,062	6.7	15.3	10.8
3 건조김	49,492	48,611	54,333	87,743	110,430	3.6	61.5	21.0
4 기타 무알코올 음료	49,403	64,926	84,486	84,154	79,222	3.4	-0.4	19.4
5 커피크리머	41,359	60,013	65,526	70,823	59,172	2.9	8.1	19.6
6 조미김	32,038	43,290	50,745	66,066	61,368	2.7	30.2	27.3
7 냉동 닭고기	0	0	58,962	54,338	48,329	2.2	-7.8	N/A
8 설탕감미료를 첨가한 물	73,749	71,847	73,730	53,476	54,541	2.2	-27.5	-10.2
9 신선 딸기	33,807	39,548	39,599	51,350	39,959	2.1	29.7	15.0
10 소스 조제품	26,417	31,280	34,485	40,480	36,268	1.6	17.4	15.3

\*주1: 수출상위 품목 중 수산물 및 비식품은 목록에서 제외

\*주2: HS Code 2106.90-9099, 1902.30-1010, 1212.21-1010, 2202.99-9000, 2106.90-9010, 2008.99-5010, 020712-0000, 2202.10-9000, 0810.10-0000, 2103.90-9090

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.11.18.)

### 3. 국가별 수출현황

#### 가. 국가별 수출규모

□ 2023년 아세안 국가 중 베트남(35.0%), 태국(19.3%), 인도네시아(12.6%) 등으로 주로 수출

- 태국(7.4%↑), 필리핀(4.3%↑), 말레이시아(17.5%↑) 등으로의 수출액은 전년 대비 증가한 반면, 베트남(2.0%↓), 인도네시아(2.4%↓), 싱가포르(2.1%↓) 등으로의 수출은 감소함

<표 II-3> 對아세안 한국산 농식품 국가별 수출규모(2020~2024)

(단위: 천 달러, %)

구분	2020	2021	2022	2023	2024.10	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (20/23)
전체	1,905,306	2,208,906	2,433,467	2,463,675	2,079,188	100.0	1.2	8.9
1 베트남	652,523	752,628	879,462	861,697	700,043	35.0	-2.0	9.7
2 태국	391,742	402,370	443,584	476,480	399,311	19.3	7.4	6.7
3 인도네시아	209,861	285,376	318,314	310,550	261,449	12.6	-2.4	14.0
4 필리핀	214,266	238,439	266,797	278,375	271,808	11.3	4.3	9.1
5 말레이시아	143,179	198,407	192,535	226,192	177,967	9.2	17.5	16.5
6 싱가포르	171,357	198,828	190,329	186,369	165,013	7.6	-2.1	2.8
7 캄보디아	96,736	106,139	113,362	91,659	85,272	3.7	-19.1	-1.8
8 미얀마	19,546	18,606	20,853	21,494	7,491	0.9	3.1	3.2
9 라오스	3,652	5,708	5,233	7,853	7,938	0.3	50.1	29.1
10 브루나이	2,444	2,407	2,998	3,006	2,895	0.1	0.3	7.1

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.11.18.)

## 나. 베트남 수출현황

□ 2023년 對베트남 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 2.0% 감소한 8억 6,170만 달러(한화 약 1조 2,026억 원)로 집계

- 농산물(50.6%), 수산물(28.0%), 축산물(14.4%), 임산물(7.0%) 순의 수출 비중을 차지
  - 농산물 수출액은 전년 대비 6.3% 감소한 4억 3,590만 달러(한화 약 6,083억 원)로 집계되었으며, 수산물 수출액은 2억 4,131만 달러(한화 약 3,368억 원)로 전년 대비 12.1% 증가
  - 축산물 수출액은 9.5% 감소한 1억 2,430만 달러(한화 약 1,735억 원), 임산물 수출액은 2.2% 감소한 6,020만 달러(한화 약 840억 원)로 집계
- 2024년 10월 누적 수출액은 7억 4만 달러(한화 약 9,770억 원)로 집계

<표 II-4> 對베트남 한국산 농림수산물 수출규모(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2020	2021	2022	2023	2024.10	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (20/23)
전체	652,523	752,628	879,462	861,697	700,043	100.0	-2.0	9.7
농산물	351,919	403,661	465,340	435,900	354,953	50.6	-6.3	7.4
수산물	151,301	177,115	215,167	241,307	177,423	28.0	12.1	16.8
축산물	110,641	105,258	137,388	124,295	114,545	14.4	-9.5	4.0
임산물	38,662	66,593	61,567	60,195	53,122	7.0	-2.2	15.9

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.11.18.)

- 2023년 對베트남 주요 수출 품목은 ▲기타 조제식료품(8.4%) ▲냉동 닭고기(6.3%) ▲기타 무알코올 음료(5.6%) ▲조미김(3.3%) ▲라면(2.1%) 등
  - 기타 조제식료품 수출액은 7,263만 달러(한화 약 1,014억 원)로 전년 대비 26.0% 증가
    - 2024년 10월 누적 수출액은 약 5,801만 달러(한화 약 810억 원)로 집계
  - 냉동 닭고기 수출액은 5,434만 달러(한화 약 758억 원)로 전년 대비 7.8% 감소
    - 한국산을 비롯한 수입산 닭고기에 대해 ▲닭고기에 포함될 수 있는 모든 병원성 세균에 대한 검사 실시 ▲베트남 검역 당국의 확인을 요구하며 수입장벽이 강화됨에 따라 수출액이 감소한 것으로 분석<sup>3)</sup>
    - 2024년 10월 누적 수출액은 4,833만 달러(한화 약 675억 원)로 집계
  - 기타 무알코올 음료 수출액은 4,860만 달러(한화 약 678억 원)로 전년 대비 6.2% 감소
    - 2024년 10월 누적 수출액은 4,395만 달러(한화 약 613억 원)로 집계
  - 조미김 수출액은 2,827만 달러(한화 약 395억 원)로 전년 대비 48.9% 증가
    - 2024년 10월 누적 수출액은 2,114만 달러(한화 약 295억 원)로 집계
  - 라면 수출액은 1,789만 달러(한화 약 250억 원)로 전년 대비 12.3% 증가
    - 2024년 10월 누적 수출액은 약 1,743만 달러(한화 약 243억 원)로 집계
  - 이 밖에도 홍삼조제품(1.8%), 조제분유(1.5%), 동물성 유지(1.4%) 등 수출

3) '닭고기 업체, 해외 검역강화에 수출 '비상'', 서울경제(2024.07.02.)(검색일: 2024.11.12.)

<표 II-5> 對베트남 한국산 농림수산물 품목별 수출규모(2020~2024)

(단위: 천 달러, %)

구분	2020	2021	2022	2023	2024.10	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (20/23)
전체	652,523	752,628	879,462	861,697	700,043	100.0	-2.0	9.7
1 기타 조제식료품	35,022	46,180	57,651	72,628	58,010	8.4	26.0	27.5
2 냉동 닭고기	0	0	58,962	54,338	48,329	6.3	-7.8	N/A
3 기타 무알코올 음료	31,475	34,427	51,804	48,602	43,950	5.6	-6.2	15.6
4 조미김	10,793	15,716	18,978	28,265	21,142	3.3	48.9	37.8
5 라면	16,854	17,068	15,925	17,892	17,425	2.1	12.3	2.0
6 홍삼조제품	10,378	15,017	23,461	15,797	12,304	1.8	-32.7	15.0
7 조제분유	18,779	19,541	17,387	12,573	11,796	1.5	-27.7	-12.5
8 동물성 유지(기타)	6,001	6,514	8,412	12,027	6,533	1.4	43.0	26.1
9 변성 에틸알코올	11,026	16,935	16,860	11,575	302	1.3	-31.3	1.6
10 인삼음료	7,689	8,756	15,187	11,345	8,770	1.3	-25.3	13.8

\*주1: 수출상위 품목 중 수산물 및 비식품은 목록에서 제외

\*주2: HS Code 2106.90-9099, 0207.12-0000, 2202.99-9000, 2008.99-5010, 1902.30-1010, 2106.90-3029, 1901.10-1010, 1506.00-9000, 2207.20-0000, 2202.99-1000

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.11.18.)

## 다. 태국 수출현황

□ 2023년 對태국 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 7.4% 증가한 4억 7,648만 달러(한화 약 6,650억 원)로 집계

- 수산물(53.0%), 농산물(42.0%), 축산물(2.9%), 임산물(2.1%) 순의 수출 비중을 차지
  - 수산물 수출액은 전년 대비 40.9% 증가한 2억 5,251만 달러(한화 약 3,524억 원)로 집계되었으며, 농산물 수출액은 2억 14만 달러(한화 약 2,793억 원)로 전년 대비 12.9% 감소
  - 이어서 축산물 수출액은 46.4% 감소한 1,373만 달러(한화 약 192억 원), 임산물 수출액은 11.3% 증가한 1,010만 달러(한화 약 141억 원)로 집계
- 2024년 10월까지 누적 수출액은 3억 9,931만 달러(한화 약 5,573억 원)로 집계

<표 II-6> 對태국 한국산 농림수산물 수출규모(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2020	2021	2022	2023	2024.10월	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (20/23)
전체	391,742	402,370	443,584	476,480	399,311	100.0	7.4	6.7
수산물	170,903	142,014	179,173	252,513	216,552	53.0	40.9	13.9
농산물	208,876	239,814	229,715	200,138	162,799	42.0	-12.9	-1.4
축산물	4,555	11,571	25,623	13,730	11,562	2.9	-46.4	44.5
임산물	7,407	8,971	9,074	10,099	8,398	2.1	11.3	10.9

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.11.18.)

□ 2023년 對태국 주요 수출 품목은 ▲건조김(12.8%) ▲라면(7.9%) ▲신선 딸기(2.9%) ▲기타 조제식료품(2.8%) ▲소스 조제품(2.0%) 등

- 건조김 수출액은 6,093만 달러(한화 약 851억 원)로 전년 대비 60.1% 증가
  - 2024년 10월 누적 수출액은 8,009만 달러(한화 약 1,118억 원)로 집계
- 라면 수출액은 3,761만 달러(한화 약 525억 원)로 전년 대비 21.8% 증가
  - 2024년 10월 누적 수출액은 3,483만 달러(한화 약 486억 원)로 집계
- 신선 딸기 수출액은 1,394만 달러(한화 약 195억 원)로 전년 대비 55.2% 증가
  - 공격적인 한국산 딸기 판촉 행사와 태국 소비자 사이에서 한국산 딸기의 맛과 향이 우수하다는 인식이 형성되며 높은 가격에도 불구하고 수요가 확대되어 수출액 확대를 견인한 것으로 분석<sup>4)</sup>
  - 2024년 10월 누적 수출액은 1,173만 달러(한화 약 164억 원)로 집계
- 기타 조제식료품 수출액은 1,315만 달러(한화 약 184억 원)로 전년 대비 2.9% 증가
  - 2024년 10월 누적 수출액은 764만 달러(한화 약 107억 원)로 집계
- 소스 조제품 수출액은 951만 달러(한화 약 133억 원)로 전년 대비 3.6% 증가
  - 2024년 10월 누적 수출액은 914만 달러(한화 약 128억 원)로 집계

4) '9시간 노동해야 딸기 1팩...비싸도 태국서 잘 팔리는 이유', 연합뉴스(2024.02.16.)(검색일: 2024.11.12.)

- 이 밖에도 인스턴트 커피(1.4%), 조미김(1.1%), 식물성 점질물(0.9%) 등 수출

<표 II-7> 對태국 한국산 농림수산물 품목별 수출규모(2020~2024)

(단위: 천 달러, %)

구분	2020	2021	2022	2023	2024.10	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (20/23)
전체	391,742	402,370	443,584	476,480	399,311	100.0	7.4	6.7
1 건조김	39,910	38,379	38,053	60,933	80,092	12.8	60.1	15.1
2 라면	26,823	29,613	30,869	37,611	34,832	7.9	21.8	11.9
3 신선 딸기	7,727	8,887	8,982	13,942	11,732	2.9	55.2	21.7
4 기타 조제식품	8,023	11,226	12,781	13,150	7,642	2.8	2.9	17.9
5 소스 조제품	6,782	7,847	9,182	9,511	9,136	2.0	3.6	11.9
6 인스턴트 커피	4,677	5,612	5,782	6,658	4,042	1.4	15.2	12.5
7 조미김	2,325	5,029	6,343	5,462	4,440	1.1	-13.9	32.9
8 식물성 점질물	836	873	3,743	4,054	2,689	0.9	8.3	69.3
9 비스킷류	1,895	2,288	3,103	2,946	2,916	0.6	-5.1	15.8
10 쌀가루 조제식품	2,009	2,426	2,141	2,147	1,511	0.5	0.3	2.2

\*주1: 수출상위 품목 중 수산물 및 비식품은 목록에서 제외

\*주2: HS Code 1212.21-1010, 1902.30-1010, 0810.10-0000, 2106.90-9099, 2103.90-9090, 2101.11-1000, 2008.99-5010, 1302.39-0000, 1905.90-1040, 1901.90-9091

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.11.18.)

## 라. 인도네시아 수출현황

□ 2023년 對인도네시아 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 2.4% 감소한 3억 1,055만 달러(한화 약 4,334억 원)로 집계

- 농산물(68.5%), 수산물(20.7%), 임산물(7.1%), 축산물(3.8%) 순의 수출 비중을 차지
  - 농산물 수출액은 전년 대비 1.8% 증가한 2억 1,267만 달러(한화 약 2,968억 원)로 집계되었으며, 수산물 수출액은 6,425만 달러(한화 약 896억 원)로 전년 대비 11.2% 감소
  - 축산물 수출액은 25.7% 감소한 2,193만 달러(한화 약 306억 원), 임산물 수출액은 56.3% 증가한 1,170만 달러(한화 약 163억 원)로 집계
- 2024년 10월까지 누적 수출액은 2억 6,145만 달러(한화 약 3,684억 원)로 집계

<표 II-6> 對인도네시아 한국산 농림수산물 수출규모(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2020	2021	2022	2023	2024.10	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (20/23)
전체	209,861	285,376	318,314	310,550	261,449	100.0	-2.4	14.0
농산물	149,237	198,403	208,947	212,673	184,718	68.5	1.8	12.5
수산물	30,763	41,839	72,381	64,246	50,884	20.7	-11.2	27.8
임산물	22,103	35,620	29,499	21,932	17,414	7.1	-25.7	-0.3
축산물	7,757	9,514	7,487	11,700	8,433	3.8	56.3	14.7

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.11.18.)

□ 2023년 對인도네시아 주요 수출 품목은 ▲커피크리머(17.8%) ▲기타 무알코올 음료(6.0%) ▲건조김(5.3%) ▲기타 조제식료품(4.7%) ▲조미김(2.9%) 등

- 커피크리머 수출액은 5,540만 달러(한화 약 773억 원)로 전년 대비 7.1% 증가
  - 글로벌 커피 수요가 증가하며 주요 커피 수출국인 인도네시아에서 커피 제조 시 가공용으로 사용되는 한국산 커피크리머<sup>5)</sup>에 대한 수요 확대가 성장을 견인한 것으로 분석
  - 2024년 10월 누적 수출액은 약 4,805만 달러(한화 약 671억 원)로 집계
- 기타 무알코올 음료 수출액은 1,870만 달러(한화 약 261억 원)로 전년 대비 28.1% 증가
  - 2024년 10월 누적 수출액은 약 1,880만 달러(한화 약 262억 원)로 집계
- 건조김 수출액은 1,639만 달러(한화 약 229억 원)로 전년 대비 44.0% 증가
  - 2024년 10월 누적 수출액은 약 1,873만 달러(한화 약 261억 원)로 집계
- 기타 조제식료품 수출액은 1,468만 달러(한화 약 205억 원)로 전년 대비 37.1% 증가
  - 2024년 10월 누적 수출액은 약 1,090만 달러(한화 약 152억 원)로 집계
- 조미김 수출액은 914만 달러(한화 약 128억 원)로 전년 대비 46.3% 증가

5) '한국농수산물유통공사, 인도네시아 커피시장서 성과...수출 4400만 달러 기록', 푸드투데이(12024.11.07.)(검색일: 2024.11.12.)

- 2024년 10월 누적 수출액은 약 904만 달러(한화 약 126억 원)로 집계
- 이 밖에도 라면(2.7%), 신선 딸기(1.1%), 자당(1.1%) 등 수출

<표 II-9> 對인도네시아 한국산 농림수산물 품목별 수출규모(2020~2024)

(단위: 천 달러, %)

구분	2020	2021	2022	2023	2024.10	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (20/23)
전체	209,861	285,376	318,314	310,550	261,460	100.0	-2.4	14.0
1 커피크리머	33,692	49,231	51,751	55,400	48,049	17.8	7.1	18.0
2 기타 무알코올 음료	7,914	13,816	14,590	18,697	18,803	6.0	28.1	33.2
3 건조김	4,701	5,000	11,381	16,388	18,726	5.3	44.0	51.6
4 기타 조제식료품	9,248	14,270	10,708	14,683	10,903	4.7	37.1	16.7
5 조미김	3,289	4,348	6,247	9,141	9,044	2.9	46.3	40.6
6 라면	11,998	11,646	14,132	8,519	9,991	2.7	-39.7	-10.8
7 신선 딸기	1,286	2,349	2,642	3,470	2,984	1.1	31.3	39.2
8 고체 자당	2,933	3,110	3,385	3,461	2,492	1.1	2.2	5.7
9 전화당·기타 당류	231	3,169	4,402	3,263	3,116	1.1	-25.9	141.7
10 쌀가루 조제식료품	3,522	5,454	4,024	3,043	674	1.0	-24.4	-4.8

\*주1: 수출상위 품목 중 수산물 및 비식품은 목록에서 제외

\*주2: HS Code 2106.90-9010, 2202.99-9000, 1212.21-1010, 2106.90-9099, 2008.99-5010, 1902.30-1010, 0810.10-0000, 1701.99-0000, 1702.90-9000, 1901.90-9091

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.11.18.)

### III. 규제 · 정책현황

#### 1. 제 · 개정 현황

#### □ 2024년 7월, 태국 식품의약국(FDA Thai)은 알레르기 유발물질에 조개류 및 오징어를 추가한 식품 라벨링 요건 개정

- 당국은 국제식품규격위원회(CODEX) 규정과 자국 규정을 통일하고 식품에 대해 명확한 정보를 제공하기 위해 라벨링 항목의 표시 요건 개정
- 주요 개정 사항으로는 알레르기 유발물질로 조개류, 오징어가 추가되었으며, 이 외에도 ▲성분목록 ▲유통기한 ▲순중량 표시 요건 등이 개정되었음
  - 2024년 7월 19일부터 태국에서 유통·판매되는 식품은 개정된 라벨링 표시 요건을 빠짐없이 준수해야 함
  - 단, 시행일 전 시장에 출시된 제품은 2년간 판매를 허용하여 2026년 7월 18일까지 태국에서 유통·판매될 수 있음

<표 III-1> 식품 라벨링 요건 개정 항목별 표시 방법

표시 항목	표시 방법
성분목록	- (현행 유지) 식품첨가물은 용도명과 함께 물질명 또는 국제번호시스템(INS)의 분류 번호를 표기 - (개정) 식품에 포함된 원재료를 자유로운 방식으로 표시할 수 있으며, 원재료의 식품 내 함량 비율을 함께 표시 - 소비자가 오인·오해하지 않도록 정확한 성분정보를 표기 - 사용된 색소의 천연·인공 여부를 자발적으로 표기
알레르기 유발물질	- (현행 유지) 알레르기 유발물질을 포함한 식품은 라벨에 알레르기 항원의 포함 사실을 반드시 표시 - (개정) ①글루텐 함유 곡물 ②갑각류 ③달걀 ④어류 ⑤땅콩 ⑥대두 ⑦우유⑧견과류 ⑨10mg/kg 이상의 아황산염 ⑩오징어(신설) ⑪조개류(신설)
유통기한	- (현행 유지) 유통기한이 90일 이하인 식품은 '일·월·년' 순으로, 90일을 초과하는 경우 '월·년' 순으로 표시 - (개정) 유통기한 문구와 실제 날짜 정보를 동일한 라벨상의 위치에 표시할 수 없는 경우 날짜정보가 표시된 위치를 정확하게 표시

표시 항목	표시 방법
순중량	- (현행 유지) 미터단위계로 소비자가 쉽게 인식할 수 있는 곳에 표시 - (개정) 계란, 과일과 같이 식품의 순중량을 쉽게 표시할 수 없는 경우에는 제품의 수량을 표시
라벨 표시 방법	- (개정) 필수 라벨 표시 사항인 ①식품명 ②성분목록 ③알레르기 항원 ④영양성분 ⑤유통기한 ⑥순중량 ⑦제조·포장·수입업체 정보 ⑧사용 및 보관방법을 가로, 선형 외의 형태로 표시 가능

\*출처: 사전포장식품 표시에 관한 공중보건부 고시 제450호(B.E. No.450)(검색일: 2024.11.13.)

## □ 2024년 7월, 싱가포르 식품청(SFA)은 곤충 식품의 종류 및 수입 요건을 발표

- 식용 곤충이 싱가포르에서 신식품(Novel Food)으로 지목되며 식품으로 인정할 수 있는 곤충의 수입 요건 마련 필요성 대두
- 이에 싱가포르 당국은 ▲메뚜기목 ▲딱정벌레목 ▲나비목 ▲벌목에서 유래한 16종의 곤충 식품 수입을 허용

<표 III-2> 싱가포르로 수입할 수 있는 곤충

구분	곤충명	수입 허용 단계
메뚜기목 (Orthoptera)	집귀뚜라미(Acheta domesticus), 줄무늬귀뚜라미(Grylodes sigillatus), 들귀뚜라미(Teleogryllus testaceus·Teleogryllus mitratus (Gryllus testaceus)), 검은귀뚜라미(Gryllus bimaculatus), 아프리카이동성메뚜기(Locusta migratoria migratorioides), 미국 사막메뚜기(Schistocerca americana·Schistocerca gregaria), 메뚜기(Oxya japonica)	성충
딱정벌레목 (Coleoptera)	대왕밀웜딱정벌레(Zophobas atratus·Zophobas morio), 밀웜(Tenebrio molitor), 작은밀웜(Alphitobius diaperinus), 흰곰팡이(Protaetia brevitarsis), 거대한코뿔소딱정벌레유충(Allomyrina dichotoma·Trypoxylus dichotomus)	유충
나비목 (Lepidoptera)	큰밀랍나방(Galleria mellonella), 작은밀랍나방(Achroia grisella)	유충
	누에나방(Bombyx mori)	유충 및 번데기
벌목 (Hymenoptera)	서양꿀벌(Apis mellifera)	유충 및 성충

\*출처: CONDITIONS FOR REGULATION OF INSECT AND INSECT PRODUCTS(IMPORTS AND LOCALLY FARMED/PROCESSED)(식용 곤충 및 곤충 제품의 수입·생산·가공 지침)(검색일: 2024.11.13.)

- 식용 곤충을 싱가포르로 수출하는 업체는 ▲시설등록 ▲위생 증명서 제출 등 수입 요건을 준수해야 함

<표 III-3> 식용 곤충 수입요건

구분	내용
해외 곤충 시설등록	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 해외에 소재한 식용 곤충 가공 시설은 싱가포르 식품청에 시설등록 후 시설 등록번호 취득 필수</li> <li>- 등록 시 식품안전관리시스템(FSMS) 또는 HACCP 등 서류 제출 필요</li> </ul>
위생증명서 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입 시 하기 문구가 포함된 위생증명서 제출 필요               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 곤충이 야생에서 채취되지 않았다는 문구</li> <li>· 비료, 부패한 유기물 및 질병에 걸린 동물·어류에서 유래한 물질을 사료로 사용하지 않았다는 문구</li> <li>· 고기와 유제품 외 사료로 반추동물 유래 제품을 사용하지 않았다는 문구</li> <li>· 제품이 위생적으로 처리 및 포장되었으며 오염물질이 포함되지 않았다는 문구</li> </ul> </li> </ul>
수입허가 신청	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식용 또는 동물용 사료로 살아있는 곤충을 수입하는 경우, 사전에 싱가포르 국립공원관리청(Nparks)으로부터 수입허가를 취득해야 함</li> </ul>

\*출처: CONDITIONS FOR REGULATION OF INSECT AND INSECT PRODUCTS(IMPORTS AND LOCALLY FARMED/PROCESSED)(식용 곤충 및 곤충 제품의 수입·생산·가공 지침)(검색일: 2024.11.13.)

## □ 2024년 5월, 베트남 농업농촌개발부(MARD)는 닭고기 검역 요건을 강화한 축산물 검역 규정 개정안 시행

- 동 규정은 베트남에서 유통·판매되는 축산물의 안전성을 제고 및 효율적인 검역 절차를 수립하기 위해 개정되었음
- 베트남으로 수입되는 동물성 제품의 위험도에 따라 검역 요건이 새롭게 마련됨
  - 이에 2024년 5월부터 베트남으로 수입되는 한국산 닭고기는 수출 전 살모넬라균, 대장균 등 닭고기에서 검출될 수 있는 모든 병원성 세균에 대한 검사를 통과해야 함
  - 이는 기존 검사대상이었던 고병원성 조류인플루엔자와 뉴캐슬병에 병원성 세균인 살모넬라, 대장균 2종이 추가된 것으로, 한국산 닭고기에 대한 수입 요건이 강화됨

**<표 III-4> 위험도별 동물성 제품의 검역 요건**

구분	유형	검역 대상 병원성 세균
고위험군 (냉장, 냉동, 및 부산물 제품)	1. 소, 염소, 양, 사슴 제품	구제역, 살모넬라균, 대장균(E.coli)
	2. 돼지 제품	구제역, 아프리카돼지열병, 살모넬라균, 대장균(E.coli)
	3. 가금류 제품	고병원성 조류인플루엔자, 뉴캐슬병, 살모넬라균, 대장균(E.coli)
	4. ①·②·③에 포함되지 않는 육류	베트남과 수출국 간의 합의된 검역 대상
	5. 신선한 생우유	구제역
	6. 신선 계란	고병원성 조류인플루엔자, 뉴캐슬병, 살모넬라균
저위험군 (가공육 및 육가공품)	1. 소, 염소, 양, 사슴 제품	구제역
	2. 돼지 제품	구제역, 아프리카돼지열병
	3. 가금류 제품	고병원성 조류인플루엔자, 뉴캐슬병
	4. ①·②·③에 포함되지 않는 육류	베트남과 수출국 간의 합의된 검역 대상
	5. 우유 및 가공 유제품	살모넬라균
	6. 계란 및 계란가공품	살모넬라균

\*출처: 축산물 검역증명서 유효기간 연장 등 검역활동에 관한 규정(25/2016-TT-BNNPTNT) 개정안(04/2024/TT-BNNPTNT)(검색일: 2024.11.13.)

- 이 외에도 수입 동물 및 동물성 제품의 검역증명서의 유효기간이 기존 30일에서 60일로 연장되었음

## IV. 2024년 식품시장 이슈

### 1. 신뢰할 수 있는 현대적 유통채널 선호도 증가

□ 소득 수준이 높아지며 아세안 국가에서 현대적 유통채널에 대한 신뢰도가 높아짐

- 아세안 사회문화공동체(ASCC, ASEAN Socio-Cultural Community, ASCC)는 아세안 10개국의 식품 유통채널 현대화 정도를 ①진행 ②안착 단계로 구분

<표 IV-1> 아세안 10개국 식품 유통채널 현대화 정보

구분	국가
진행 단계 (Transitioning Stage)	캄보디아, 인도네시아, 라오스, 미얀마, 필리핀, 베트남
안착 단계 (Modernizing Stage)	브루나이, 말레이시아, 태국, 싱가포르

\*출처: 'Enhancing and Intergrating Regional Food Safety to Face the Changing Landscape of Food System and Health Threats', ASCC(2024)(검색일: 2024.11.12.)

- 한국산 식품의 주요 수출시장인 베트남과 인도네시아의 1인당 GDP는 최근 5년간 지속적으로 성장하는 추세
  - 2023년 기준 베트남의 1인당 GDP는 2018년 이후 연평균 5.6% 증가하였으며, 인도네시아의 1인당 GDP는 2018년 이후 연평균 4.4%로 성장<sup>6)</sup>
  - 필리핀과 캄보디아의 1인당 GDP 역시 최근 5년간 연평균 2%대로 연속 성장하고 있음
- 가처분 소득이 증가하며 전통식 유통채널의 비중이 높은 아세안 국가에서 슈퍼마켓, 편의점 등 현대적 유통채널의 점유율이 확대됨

6) World Bank(검색일: 2024.11.12. 검색)

## □ 2024년 발생한 위생 안전 사고로 식품의 위생, 안전성 여부가 식품 구매 시 주요 고려 요인으로 부상

- 2024년 발생한 베트남의 집단 식중독 사건의 원인 중 하나로 출처가 불분명한 식품 섭취가 지목되며, 재래시장에서 판매되는 식품 안전에 대한 경각심이 높아짐<sup>7)</sup>
  - 베트남 보건부는 2024년 상반기에 베트남에서 비위생적인 식품 섭취로 발생한 집단 식중독 사건은 총 36건으로 전년 동기 대비 유병 환자가 1,000명 이상 증가했다고 발표<sup>8)</sup>
  - 이에 베트남 내 안전하고 위생적인 식품을 섭취하고자 하는 수요가 확대됨
- 품질이 보장된 안전한 식품을 소비하고자 하는 인식은 캄보디아 및 인도네시아에서도 확대되는 추세<sup>9)</sup>
  - 2024년 아세안 사회문화공동체는 ‘아세안 국가 중 식품 품질 및 안전 수준이 가장 낮은 국가’로 캄보디아와 인도네시아를 지목
  - 아세안 사회문화공동체는 비위생적이고 품질이 보증되지 않은 식품 유통을 차단할 수 있는 방법 중 하나로 식품 유통채널의 현대화를 제시

## □ 원산지가 분명하며 위생적인 판매 환경이 보장되는 슈퍼마켓, 편의점 등 현대적 유통채널의 성장 가속

- 베트남, 인도네시아의 재래시장 이용률은 감소하는 한편 현대적 식품 유통채널 규모는 증가하는 추세
  - 베트남 산업무역부는 2024년 기준 식품을 구매하기 위해 재래시장에 방문하는 소비자가 2019년 대비 최소 10%, 최대 30%까지 감소했다고 밝힘
  - 또한 이러한 현상은 식품의 위생·안전을 중요하게 고려하는 소비자가 증가하며 안전이 보장되고 원산지가 명확한 식품을 구매하고자 하는 수요가 증가했기 때문이라고 분석<sup>10)</sup>

7) ‘Nỗi lo mất an toàn thực phẩm từ các chợ dân sinh(재래시장의 식품 안전에 대한 우려)’, PHAP LUAT(2024.07.11.)(검색일: 2024.11.12.)

8) ‘Tìm ‘lời giải’ cho bài toán phòng chống ngộ độc thực phẩm(식중독 예방 문제의 해결책을 찾다)’ Socialist Republic of Viet Nam Government News(2024.05.21.)(검색일: 2024.11.12.)

9) ‘Enhancing and Intergrating Regional Food Safety to Face the Changing Landscape of Food System and Health Threats’, ASCC(2024)(검색일: 2024.11.12.)

10) ‘Khách mua hàng ở chợ truyền thống ngày càng giảm, vì sao?(전통시장에서 상품을 구매하는 소비자 감소...그 이유는?)’, NGUOI LAO DONG(2024.03.27.)(검색일: 2024.11.12.)

- 인도네시아 자바섬에 위치한 Pasar kayen 전통시장은 방문객 감소로 500개 점포 중 300개가 폐업했으며 Pasar Juwana Baru 전통시장 역시 380개 점포가 폐업하는 등 인도네시아의 전통시장 방문객이 역시 지속적으로 감소하고 있는 것으로 나타남<sup>11)</sup>
- 글로벌 시장조사기관 유로모니터 조사 결과 인도네시아, 베트남의 현대적 식품 유통채널은 최근 5년간 연평균 6.4%, 9.1%로 성장한 것으로 집계

<표 IV-2> 인도네시아·베트남 현대적 식품 유통채널 규모(2020~2024)

(단위: 십억 루피아, 십억 동, %)

구분	2020	2021	2022	2023	2024	비중 (2024)	전년비 (23/24)	연평균 (20/24)
인도네시아	263,027.0	268,430.4	297,697.6	318,175.4	336,527.5	100.0	5.8	6.4
- 편의점	177,184.2	192,086.4	216,191.0	237,585.6	254,635.9	75.7	7.2	9.5
- 슈퍼마켓	63,707.6	59,315.3	64,615.7	63,941.1	64,976.2	19.3	1.6	0.5
- 하이퍼마켓	21,845.8	16,735.6	16,528.3	16,251.8	16,498.8	4.9	1.5	-6.8
- 포코트리테일러	289.4	293.1	362.6	396.9	416.6	0.1	5.0	9.5
베트남	122,103.2	133,655.8	143,132.3	160,054.1	173,279.9	100.0	8.3	9.1
- 슈퍼마켓	83,513.3	95,320.5	95,585.4	102,046.8	109,639.1	63.3	7.4	7.0
- 하이퍼마켓	31,460.3	30,999.5	38,973.1	48,476.3	53,140.0	30.7	9.6	14.0
- 편의점	7,129.6	7,335.8	8,573.8	9,531.0	10,500.8	6.1	10.2	10.2

\*출처: Retail in Indonesia, Retail in Vietnam, 유로모니터 자료 재가공(검색일: 2024.11.12.)

## 2. 경험에 초점을 맞추는 한국 식품

□ 아세안은 한류현황지수<sup>12)</sup>가 높은 시장 중 하나로 아세안 소비자는 한국 문화를 대중적으로 향유

- 글로벌 OTT 플랫폼, 소셜 미디어를 통해 한국 콘텐츠가 빠르게 공유되며 아세안 시장에서 한류 열풍이 지속되고 있음
- 이러한 인기로 힘입어 한국 콘텐츠는 주요 아세안 국가에서 대중적으로 소비되고 있음

11) 'Sepi, Ratusan Pedagang di Pasar Tradisional Pati Enggan Jualan(한산한 전통시장, 수백 명의 상인이 판매 중단)', MURIA News(2024.22.02.)(검색일: 2024.11.12.)

12) 한류의 현재 인기와 대중화 정도를 나타내는 지수로, ①한류소수관심단계 ②한류확산단계 ③한류대중화단계로 구분함

- 한국국제문화교류진흥원에 따르면 한국산 식품 수출액 기준 상위 5위를 차지한 ①베트남 ②태국 ③인도네시아 ④필리핀 ⑤말레이시아 중 필리핀을 제외한 4개국의 한류현황지수는 한류대중화단계로, 한국산 식품의 주요 수출시장에서 한국 콘텐츠의 인기가 지속되고 있음<sup>13)</sup>

## □ 단순히 한국 드라마, 영화, 식품을 소비하는 것에서 벗어나 한국 문화를 체험하고자 하는 수요 발생

- 아세안 시장에 진출한 한국 편의점 브랜드는 매장을 방문한 소비자에게 한국을 방문한 듯한 경험을 제공하는 것에 주력<sup>14)</sup>
  - 베트남, 말레이시아, 싱가포르 등지에 출점한 한국 편의점은 매장 인테리어에 한글을 활용하고 한국 식품으로 인지도가 높은 떡볶이, 라볶이, 김밥 등을 즉석 제조하여 판매하여 소비자에게 한국에 방문한 듯한 경험을 제공함
  - 또한, 한국 MZ세대에게 인기가 높은 즉석조리 라면(한강 라면) 기계와 즉석 사진관을 설치하여 단순한 식품 판매점이 아닌 한국 문화 체험 공간의 역할을 수행하고 있음
- 현지 외식업체가 운영하는 한국적 요소를 강조한 프랜차이즈 식당이 인기를 끌
  - 한글을 활용한 내부 조명, 한글 간판 등 한국적인 요소를 활용한 한국식 바비큐 프랜차이즈 KING BBQ, GOGI HOUSE, 한국의 거리를 재현한 BBQ 프랜차이즈 HANSANG, 샤브샤브 프랜차이즈 Kichi Kichi 등, 현지 외식업체 역시 한국에 방문한 것 같은 경험을 소비자에게 제공하고자 함

<그림 IV-1> 한국적 요소를 활용한 현지 프랜차이즈 식당



\*출처: 각 브랜드 홈페이지(검색일: 2024.11.12)

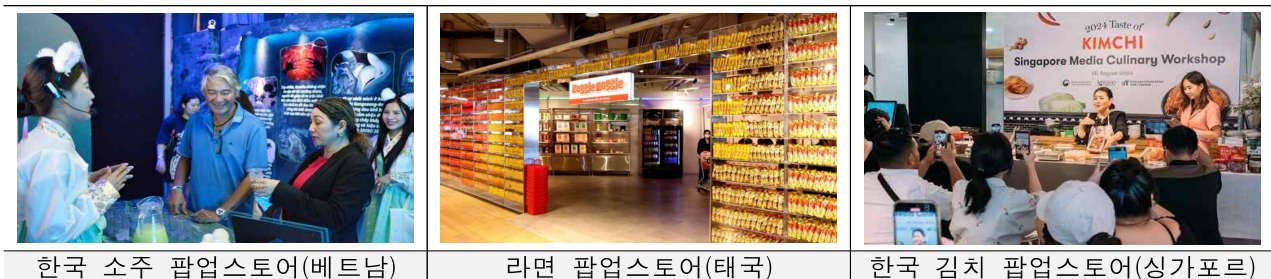
13) 2023 한류의 경제적 파급효과 연구, 한국국제문화교류진흥원(2024.01.)(검색일: 2024.11.12.)

14) 'GS25, 베트남 편의점 200호 돌파...4년 만에 이룬 쾌거', 더그루(2022.12.13.)

## □ 한국 문화를 실제로 체험하고자 하는 수요가 확대되며 식품 팝업스토어 인기

- 아세안 시장에서 라면, 만두 등 한국 식품 팝업스토어가 인기를 끌고 있음
  - (베트남) 제로슈거 소주 팝업스토어, 한국산 만두 팝업스토어가 베트남 소비자의 주목을 받았으며, 특히 한국 과자(빼빼로) 팝업스토어는 5만 명이 방문<sup>15)</sup>하는 등 큰 인기를 끌
  - (태국) 한국 웹툰과 협업한 라면 팝업스토어에 2주간 2만 명이 방문하며 태국 소비자의 주목을 받음
  - 이 외에도 인도네시아의 한국 라면 팝업스토어, 싱가포르의 김치 팝업스토어 및 한국 식품 밀키트 팝업스토어 등 주요 아세안 국가에서 한국 식품을 소재로 한 팝업스토어가 주목을 받음

<그림 IV-2> 아세안 시장에서 운영된 한국 식품 팝업스토어



\*출처: '롯데칠성 소주 '새로' 월드투어...베트남 팝업스토어 인기', 연합뉴스(2024.01.09.), '라면에 진심...이노션, 방콕서 K-라면 팝업스토어 선보여', 매일경제(2023.06.28.), '김치 2조원 규모 싱가포르 할랄 시장 상륙', 식약일보(2024.08.28.)(검색일: 2024.11.13.)

## 3. 안전한 식품에 대한 수요 및 소득 증가로 유기농 식품 인기

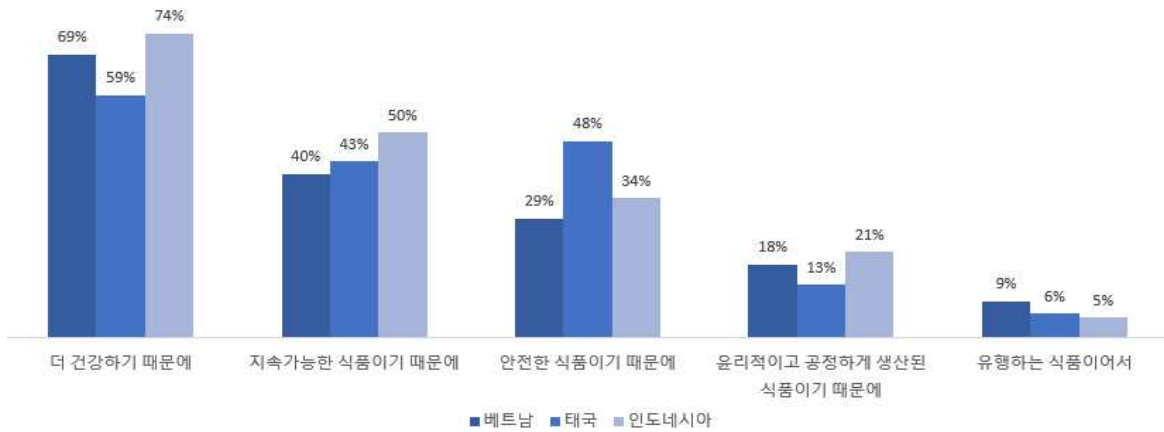
### □ 안전하고 건강한 유기농 식품에 프리미엄 지불 의사가 있는 소비자가 증가

- 최근 아세안 국가에서 품질·안전이 보장된 식품 및 건강한 식품에 대한 수요가 증가하며 유기농 식품에 대한 수요가 확대됨
  - '건강상의 이유'로 유기농 식품을 구매하는 소비자의 비중이 국가별로 가장 높게 나타났고(태국 74%, 베트남 69%, 태국 59%), 품질이 검증된 안전한

15) 'Cửa hàng trải nghiệm Pepero hút 50.000 người tham quan(빼빼로 팝업스토어 방문객 5만 명 유치)', VN EXPRESS(2023.11.28.)(검색일: 2024.11.12.)

식품이기 때문에 유기농 식품을 구매한다고 응답한 소비자는 태국(48%), 인도네시아(34%), 베트남(29%) 순으로 높게 나타남

<그림 IV-3> 국가별 유기농 식품 구매 이유



\*주: 베트남-16세 이상 소비자 4,648명을 대상으로 2023년 9월 9일~30일까지 진행, 태국-16세 이상 소비자 2만 4,086명을 대상으로 2023년 9월 7일~30일까지 진행, 인도네시아-16세 이상 소비자 1만 172명을 대상으로 2023년 9월 7일~30일까지 진행

\*출처: STATISTA 자료 재가공(검색일: 2024.11.13.)

- 경제성장으로 소비 여력이 상승함에 따라, 유기농 식품에 프리미엄을 지불할 의사가 있는 소비자가 증가함
  - 한국산 식품의 주요 수출시장인 베트남, 태국, 인도네시아 소비자는 모두 유기농 식품에 프리미엄 지불 의사를 보유
  - 세 국가 모두 약 30%의 소비자를 제외하고 모두 유기농 식품에 프리미엄을 지불하겠다고 응답했으며, 기존 식품보다 25%의 프리미엄을 지불하고 유기농 식품을 구매하겠다고 응답한 소비자의 비중이 가장 높게 나타남

<그림 IV-4> 국가별 프리미엄에 따른 유기농 식품 구매 의사



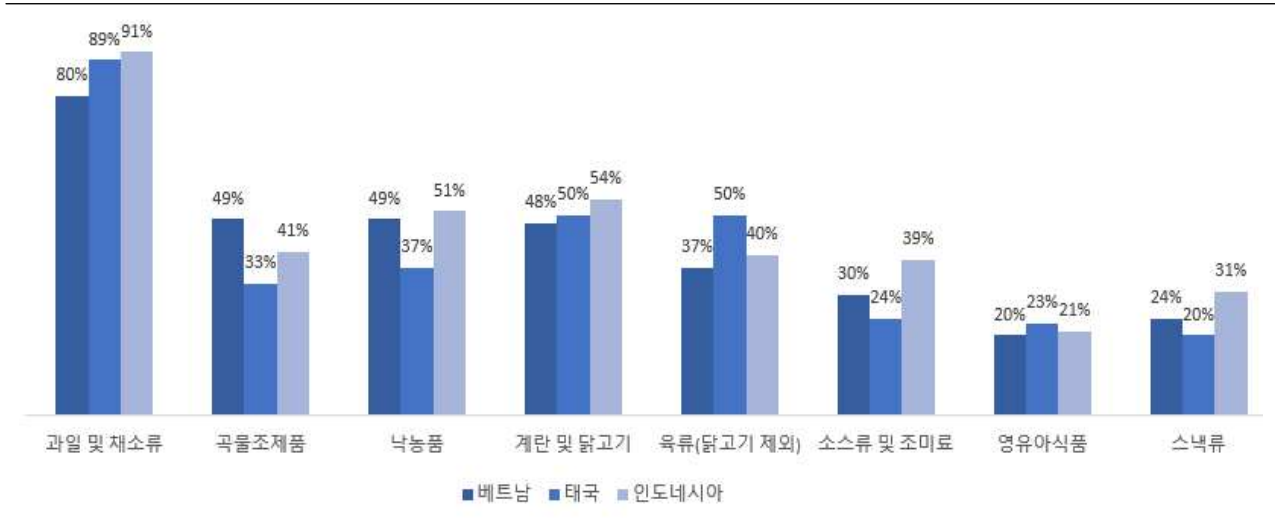
\*주: 베트남-16세 이상 소비자 4,648명을 대상으로 2023년 9월 9일~30일까지 진행, 태국-16세 이상 소비자 2만 4,086명을 대상으로 2023년 9월 7일~30일까지 진행, 인도네시아-16세 이상 소비자 1만 172명을 대상으로 2023년 9월 7일~30일까지 진행

\*출처: STATISTA 자료 재가공(검색일: 2024.11.13.)

□ 이에 따라, 유기농 인증을 취득한 신선 과채류와 가공식품의 경쟁력이 제고됨

- 베트남, 태국, 인도네시아 소비자 모두 유기농 과일 및 채소류를 가장 선호하는 것으로 나타남
  - (베트남) 과일 및 채소류(80%)에 이어 곡물조제품(49%), 낙농품(49%), 계란 및 닭고기(48%), 육류(37%), 소스 및 조미료(30%) 순으로 높은 선호도 기록
  - (태국) 과일 및 채소류(89%)에 이어 육류(50%), 계란 및 닭고기(50%), 낙농품(37%), 소스 및 조미료(33%), 곡물조제품(24%) 순
  - (인도네시아) 과일 및 채소류(91%)에 이어 계란 및 닭고기(54%), 낙농품(51%), 곡물조제품(41%), 육류(40%), 소스 및 조미료(39%) 순

<그림 IV-5> 국가별 유기농 식품별 선호도



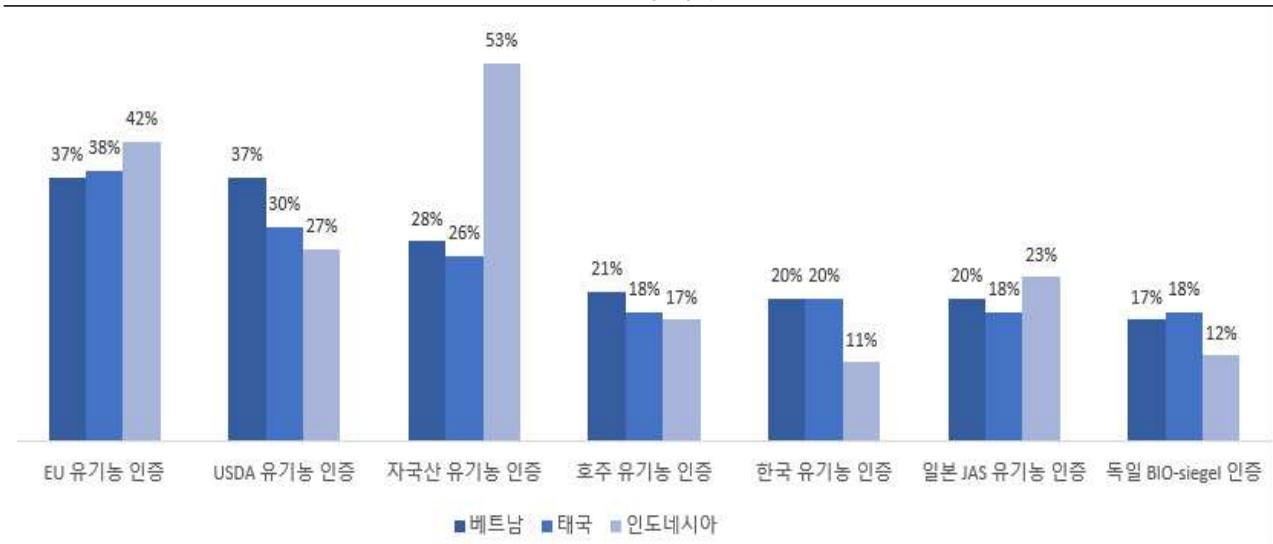
\*주: 베트남-16세 이상 소비자 4,648명을 대상으로 2023년 9월 9일~30일까지 진행, 태국-16세 이상 소비자 2만 4,086명을 대상으로 2023년 9월 7일~30일까지 진행, 인도네시아-16세 이상 소비자 1만 172명을 대상으로 2023년 9월 7일~30일까지 진행

\*출처: STATISTA 자료 재가공(검색일: 2024.11.13.)

- 베트남, 태국에서는 유럽연합 유기농 인증이 가장 높은 인지도를 보유하며 인도네시아 소비자는 자국의 PT BIOcert 유기농 인증에 대해 가장 높은 인지도를 보유
  - (베트남) 유럽연합 유기농 인증(37%)에 이어 USDA 유기농 인증(37%), 베트남 유기농 인증(Organic Agriculture Specification 인증)(26%), 한국 유기농 인증(20%), 일본 JAS 유기농 인증(21%), 순으로 높은 인지도를 보유
  - (태국) 유럽연합 유기농 인증(38%)에 이어 USDA 유기농 인증(30%), 태국

- 유기농 인증(PGS 인증)(28%), 한국 유기농 인증(20%), 일본 JAS 유기농 인증(18%), 순으로 높은 인지도를 보유
- (인도네시아) 인도네시아 유기농 인증(53%)에 이어 유럽연합 유기농 인증(42%), USDA 유기농 인증(27%), 일본 JAS 유기농 인증(23%), 호주 유기농 인증(17%) 순으로 높은 인지도를 보유
  - 한국 유기농 인증의 경우 11%의 소비자에 대해 인지도를 보유하고 있으며, 전체 15개 유기농 인증 중 상위 7위에 안착

<그림 IV-6> 국가별 유기농 인증별 인지도



\*주1: 베트남-16세 이상 소비자 4,648명을 대상으로 2023년 9월 9일~30일까지 진행, 태국-16세 이상 소비자 2만 4,086명을 대상으로 2023년 9월 7일~30일까지 진행, 인도네시아-16세 이상 소비자 1만 172명을 대상으로 2023년 9월 7일~30일까지 진행

\*주2: 자국산 유기농 인증- 베트남: PGS 유기농 인증, 태국: Organic Agriculture Specification 인증, 인도네시아: PT BIOcert 인증

\*출처: STATISTA 자료 재가공(검색일: 2024.11.13.)

## V. 2025년 식품시장 전망

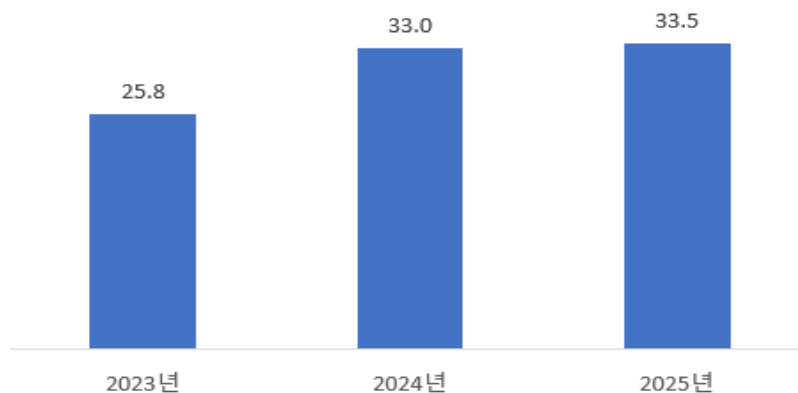
### 1. 생산성 증대를 위한 푸드테크 활용 촉진

□ 식품산업이 성장함에 따라 인건비를 절약하고 생산성을 증대할 수 있는 푸드테크 시장이 성장할 것으로 전망

- 2025년 아세안 주요국은 물가 상승에 대응하기 위해 최저 임금 인상 계획을 잇따라 발표함
  - 태국은 2025년에 최저 임금을 400바트로 2024년 대비 21.2% 인상할 예정
  - 베트남은 2025년부터 매년 최저 임금을 7%씩 인상하겠다는 계획을 발표함
  - 말레이시아는 2025년 월 최저 임금을 전년 대비 13.3% 상승한 1,700링깃까지 인상할 계획
  - 인도네시아는 2024년 임금 인상을 단행했으며 인건비 지출이 급증함에 따라 임금 인상 3개월 후 실업자가 2만 5천 명이 증가한 것으로 나타나 기업의 고용 부담이 높은 것으로 나타남
- 인건비 상승으로 기업의 고용 부담이 높아지며 생산성 극대화를 위해 식품 자동화 로봇 시장이 성장할 것으로 전망
  - 2025년 아세안 식품 자동화 로봇 시장은 최근 3년간 연평균 13.9% 증가한 3,350만 달러(한화 약 468억 원) 규모로 성장할 전망

<그림 V-1> 아세안 식품산업 자동화로봇 시장규모(2024~2025)

(단위: 백만 달러)



\*출처: STATISTA(검색일: 2024.11.13.)

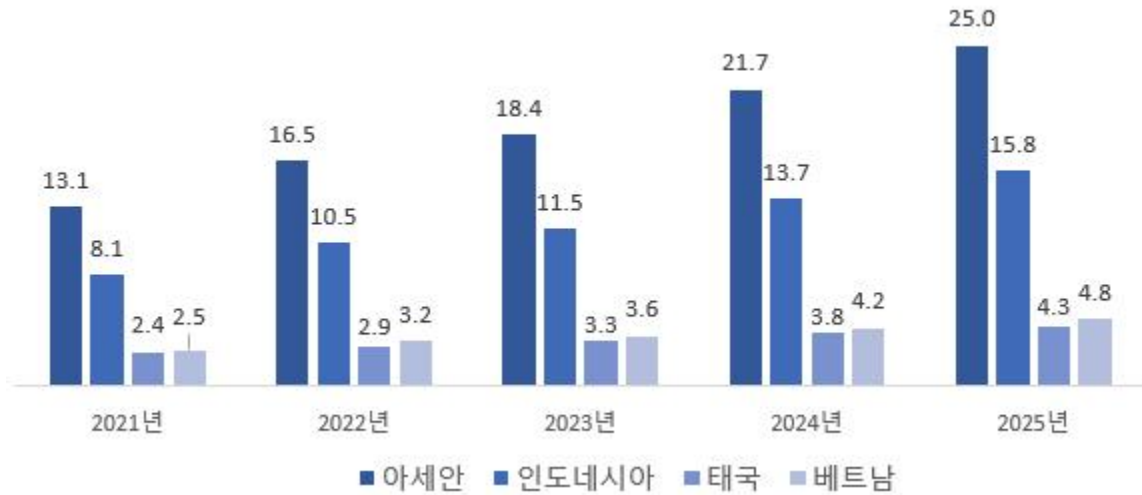
## 2. 개인 맞춤형 식품시장 성장

- 소득 수준이 상승함에 따라 개인의 선호·목적에 부합하는 맞춤형 식품시장이 성장할 것으로 예상
  - 연령, 섭취 목적, 식품 알레르기 등 건강 요인과 개인의 선호를 충족할 수 있는 식품에 대한 수요가 확대될 것으로 전망
    - 전반적인 생활 수준이 향상되며 필수 소비재에서 고부가가치 서비스로 수요가 확대되고 있으며, 상품에 대한 소비 여력이 상승함에 따라 웰빙 제품에 대한 아세안 소비자의 관심이 확대되는 추세임
  - 이에 따라 고령 친화 식품, 영유아용 스낵, 체중 감량에 도움을 줄 수 있는 식품 및 보충제, 피트니스 목적을 위한 식사 대체 식품 등 다양한 개인 맞춤형 식품에 대한 수요가 증가할 것으로 분석
    - 개인 맞춤형 식품은 개별 소비자의 특화된 건강 증진에 중점을 둔, 기능성 식품에서 확장된 식품군으로 개인의 건강 유지 외에도 체중을 감량하는 소비자, 노인을 위한 식품 등이 포함됨
  
- AI, 빅데이터 기술을 활용한 개인 맞춤형 식단 서비스 시장이 성장할 것으로 전망
  - 2025년 아세안<sup>16)</sup>의 개인 맞춤형 식단 서비스 제공 애플리케이션 시장규모는 전년 대비 14.9%, 최근 5년간 연평균 17.5% 성장한 2,500만 달러(한화 약 349억 원) 규모에 달할 것으로 예상
    - 인도네시아의 경우 전년 대비 15.1%, 최근 5년간 연평균 18.1% 성장한 1,580만 달러(한화 약 220억 원) 규모로 성장할 것으로 전망
    - 또한, 베트남은 2025년 태국을 추월한 480만 달러(한화 약 67억 원) 규모에 달할 것으로 예상

16) 베트남, 태국, 인도네시아 집계. 이 외 말레이시아, 필리핀, 싱가포르 등 7개국은 정보원에서 정보를 제공하지 않음

<그림 V-2> 아세안 개인 맞춤형 식단 서비스 애플리케이션 시장규모(2021~2025)

(단위: 백만 달러)



\*주: 개인 맞춤형 식단 제공 서비스 애플리케이션을 외에도 요리 레시피 제공 애플리케이션 등을 포함

\*출처: Statista(검색일: 2024.11.13.)

- 개인 맞춤형 식품은 ①특정 소비자 유형용 식품 ②개인 맞춤형 식품 ③특정 소비자 맞춤형 전문식당 ④일반 소비자 맞춤형 전문식당으로 구분<sup>17)</sup>
  - (특정 소비자 유형용 식품) 고령층, 체중 감량 중인 소비자, 운동선수 등 특정 소비자 그룹을 위해 생산된 식품을 의미함
    - 베트남 Vina Milk는 골다공증 등을 예방하기 위한 고령자용 우유 제품을 출시했으며, 태국의 Nestle Thailand 역시 고령자에게 적합한 영양성분을 보충한 우유 제품을 판매함
  - (개인 맞춤형 식품) 소비자 개인별 특성에 맞게 생산된 식품으로, 주로 개인의 건강 요인을 고려한 식품이 생산됨
    - 태국의 W9는 유전자 분석을 통해 개인별로 적합한 맞춤형 비타민을 제공함
  - (특정 소비자 맞춤형 전문식당) 특정 소비자 그룹의 건강 유지를 위한 건강식, 건강 음료 등을 제공하는 식당
    - 태국의 Absolute Fit Food는 체중 감량용 저칼로리 식사를 판매함
  - (일반 소비자 맞춤형 전문식당) 개인의 요구를 충족할 수 있는 건강식품, 음료를 제공하는 식당으로, 주로 건강 상태에 따라 적합한 비율의 식재료로 조리한 메뉴를 선택할 수 있음

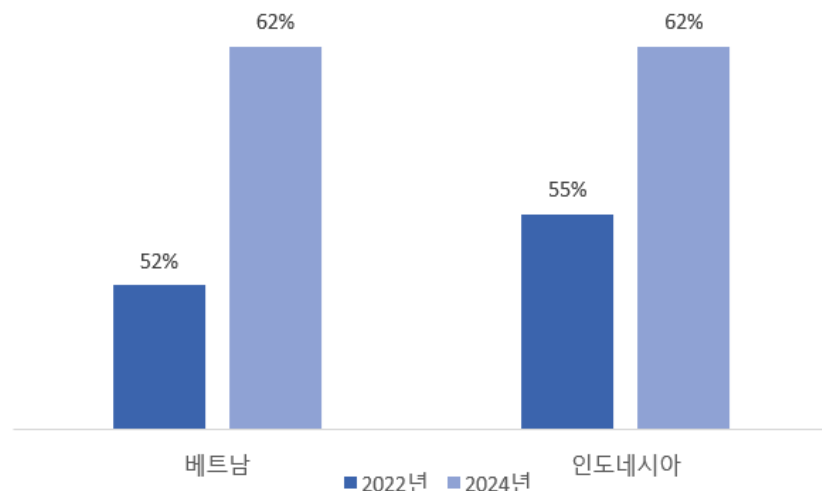
17) 지구촌리포트 120호, 한국농수산식품유통공사(검색일: 2024.11.14.)

### 3. 프리미엄 식품·외식 수요 확대

#### □ 고품질 프리미엄 식품에 대한 수요 확대로 프리미엄 신선 과일 및 채소에 대한 수요가 증가할 것으로 전망

- 2024년 기준 62%의 베트남·인도네시아 소비자가 고품질의 프리미엄 식품에 구매 의사를 보유한 것으로 나타남
  - 베트남의 경우 최근 3년간 연평균 9.2% 증가했으며 인도네시아 역시 연평균 6.2%로 증가하는 등 고품질 프리미엄 식품 소비 수요가 지속적으로 확대되는 추세임

<그림 V-3> 고품질 프리미엄 식품 소비 수요(2022~2024)



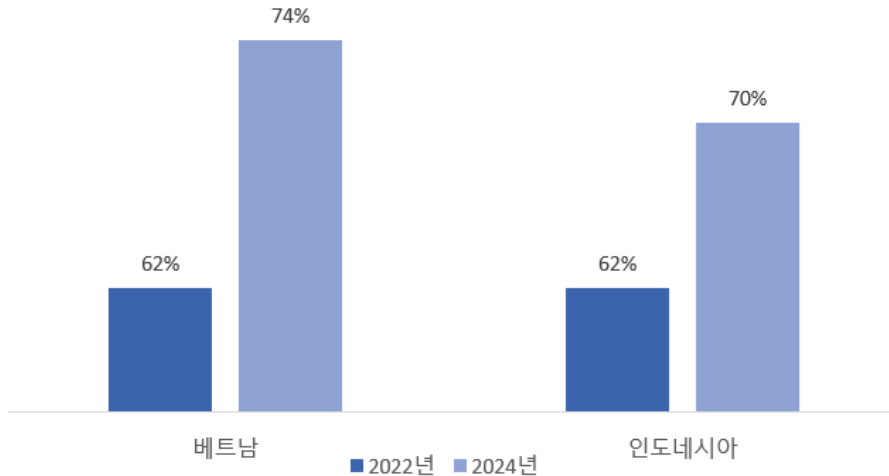
\*주: 18세 이상 63세 미만 베트남 소비자 2,097명, 인도네시아 소비자 2,093명을 대상으로 설문조사 진행

\*출처: STATISTA(검색일: 2024.11.13.)

- 프리미엄 신선 과일 및 채소에 대한 수요가 2025년에도 점차 증가할 것으로 예상
  - 2024년 기준 최근 3년간 지속적으로 높아진 베트남, 인도네시아 소비자의 프리미엄 신선 과일 및 채소에 대한 수요가 고성장으로 인한 소비 여력 상승과 맞물리며 2025년에도 지속될 것으로 전망
  - 2024년 신선 과일 및 채소 구매 시 고품질의 프리미엄 제품을 구매하겠다고 응답한 베트남 소비자는 74%로 최근 3년간 연평균 9.2%로 꾸준히 상승함
  - 인도네시아 소비자 역시 70%가 고품질의 프리미엄 신선 과일 및 채소를 구매하겠다고 응답했으며 프리미엄 신선 과일 및 채소에 대한 수요가 최근

3년간 6.3%로 꾸준히 증가함

<그림 V-4> 프리미엄 신선 과일 소비 수요(2022~2024)



\*주: 18세 이상 63세 미만 베트남 소비자 2,097명, 인도네시아 소비자 2,093명을 대상으로 설문조사 진행

\*출처: STATISTA(검색일: 2024.11.13.)

## □ 또한, 고급 외식 시장이 성장할 것으로 전망

- 베트남, 인도네시아, 태국 소비자는 높은 경제성장을 낙관하며 2025년에도 소득이 유지·상승할 것으로 예상<sup>18)</sup>
  - 베트남 소비자의 90%가 2025년 소득 증가에 대해 낙관적인 것으로 나타났으며, 인도네시아(89%), 태국(82%) 소비자 역시 2025년 소득 증가를 낙관하는 경향이 나타남
- 이에 따라 미슐랭·파인다이닝 등 고급 외식에 지출하는 비용이 증가하며 고급 외식 시장이 성장할 것으로 전망
  - 베트남 소비자는 2024년 고급 레스토랑에 평소 지출 대비 42% 많은 비용을 지불했다고 응답하며 프리미엄 제품, 경험에 대한 높은 지불 의사를 보유한 것으로 나타남
    - 특히 Z세대 베트남 소비자의 경우 47%가 미슐랭, 파인다이닝 등 고급 식당에 더 많은 비용을 지출한 것으로 나타남
  - 또한, 태국 소비자의 20%가 고급 외식에 더 많은 비용을 지출한 것으로 나타났으며, Z세대 태국 소비자의 경우 26%가 고급 외식 지출 비용을

18) 'Vietnamese spending on concerts, fine dining rises faster than Southeast Asian peers(콘서트, 고급 레스토랑에 대한 베트남 소비자의 지출이 동남아시아 국가들보다 빠르게 증가하고 있다)', VNEXPRESS(2024.11.12.)

확대한 것으로 나타남

- 소셜미디어를 통한 이터테인먼트(Eat + Entertainment) 문화 확산과 2025년 아세안 소비자의 소득 증대 기대감에 힘입어 고급 외식 시장 성장이 가속화될 것으로 분석
  - 아세안 시장에서 고급 외식은 일상적으로 경험할 수 없는 새롭고 신선한 경험으로 인식되고 있으며, 고급 식당 방문 후기를 담은 사진과 영상을 소셜미디어에 공유하는 것은 단순히 먹고 마시는 행위를 넘어 다채로운 먹거리와 경험을 제공하는 이터테인먼트 문화의 일환임
  - 소셜미디어에서 2차·3차 확산을 통한 고급 외식에 대한 수요 확대, Z세대 소비자의 고급 외식에 대한 높은 지불 의사가 맞물려 2025년도 고급 외식 시장 성장을 견인할 것으로 예상됨

## VI. 시사점

- 아세안 식품시장은 향후 꾸준한 성장이 예상됨
  - 2025년 아세안 농림축산식품 시장규모는 2024년 대비 7.8% 증가한 약 6,166억 달러(한화 약 862조 원) 규모로 전망
  - 2025년 농림축산식품 전자상거래 및 온라인 식품 배달 시장 규모는 전년 대비 22.2%, 19.5% 성장할 것으로 예상
  
- 아세안 식품기업의 고용 부담이 높아지며 생산성을 극대화할 수 있는 푸드테크 기술 활용이 증가할 것으로 예상
  - 2025년 태국, 베트남, 말레이시아 등 주요 아세안 국가에서 최저임금 인상 계획을 발표하며 기업의 인건비 지출 부담이 상승할 것으로 분석
  - 이에 따라 고용 증대 없이 생산성을 높일 수 있는 식품 자동화 로봇에 대한 수요가 확대되며 시장이 성장할 것으로 전망
  
- 소득 수준이 높아지며 세분화되는 수요를 충족할 수 있는 개인 맞춤형 식품 수요가 성장할 것으로 전망
  - 가처분소득이 증가하며 필수 소비재에서 고부가가치 서비스, 상품에 대한 관심이 증가함
  - 이에 따라 고령 친화 식품, 건강 분석을 통한 필요 영양성분 보충제, 체중 감량을 위한 개인 맞춤 식단 등 개인 맞춤형 식품에 대한 수요가 증가할 것으로 분석
  - 특히 IT기술을 활용한 개인 맞춤형 식단 서비스를 제공하는 애플리케이션 시장이 성장할 것으로 전망

- 또한, 고품질 프리미엄 식품에 대한 지불 의사가 높아지며, 고급 과일·채소와 고급 외식 시장이 성장할 것으로 예상
  - 소득 증대에 따른 고품질의 프리미엄 과일·채소 선호 경향이 최근 3년간 지속적으로 확대되고 있음
  - 또한, 미슐랭·파인다이닝 등 고급 외식 시장에 높은 비용을 지출하는 소비자가 증가하며 고급 외식 시장이 성장할 것으로 예상됨
  - 이러한 경향성은 아세안 소비자가 보유한 2025년 소득 증대에 대한 강한 자신감을 토대로 꾸준히 유지될 것으로 전망

## ※ 참고문헌 및 참고사이트

1	KATI 농식품수출정보(www.kati.net/index.do)
2	스태티스타(www.statista.com)
3	유로모니터(www.euromonitor.com)
4	‘식을 줄 모르는 케이(K)라면 수출 열기, 관세청 보도자료(2024.02.29.)(검색일: 2024.11.12.)
5	‘1조원 수출 잭팟 터뜨린 ‘검은 반도체’...한국 ‘김’ 어떻게 날았나’, 시사저널(2024.01.08.)(검색일: 2024.11.12.)
6	‘닭고기 업체, 해외 검역강화에 수출 ‘비상’’, 서울경제(2024.07.02.)(검색일: 2024.11.12.)
7	‘9시간 노동해야 딸기 1팩...비싸도 태국서 잘 팔리는 이유’, 연합뉴스(2024.02.16.)(검색일: 2024.11.12.)
8	‘한국농수산식품유통공사, 인도네시아 커피시장서 성과...수출 4400만 달러 기록’, 푸드투데이(2024.11.07.)(검색일: 2024.11.12.)
9	CONDITIONS FOR REGULATION OF INSECT AND INSECT PRODUCTS(IMPORTS AND LOCALLY FARM ED/PROCESSED)(식용 곤충 및 곤충 제품의 수입·생산·가공 지침)(검색일: 2024.11.13.)
10	사전포장식품 표시에 관한 공중보건부 고시 제450호(B.E. No.450)(검색일: 2024.11.13.)
11	축산물 검역증명서 유효기간 연장 등 검역활동에 관한 규정(25/2016-TT-BNNPTNT) 개정안(04/2024/TT-BNN PTNT)(검색일: 2024.11.13.)
12	‘Enhancing and Intergrating Regional Food Safety to Face the Changing Landscape of Food System and Health Threats’, ASCC(2024)(검색일: 2024.11.12.)
13	‘Nỗi lo mất an toàn thực phẩm từ các chợ dân sinh(재래시장의 식품 안전에 대한 우려)’, PHAP LUAT(2024.07.11.)(검색일: 2024.11.12.)
14	‘Tìm ‘lời giải’ cho bài toán phòng chống ngộ độc thực phẩm(식중독 예방 문제의 해결책을 찾다)’ Socialist Republic of Viet Nam Government News(2024.05.21.)(검색일: 2024.11.12.)
15	Enhancing and Intergrating Regional Food Safety to Face the Changing Landscape of Food System and Health Threats’, ASCC(2024)(검색일: 2024.11.12.)
16	‘Khách mua hàng ở chợ truyền thống ngày càng giảm, vì sao?(전통시장에서 상품을 구매하는 소비자 감소...그 이유는?)’, NGUOI LAO DONG(2024.03.27.)(검색일: 2024.11.12.)
17	‘Sepi, Ratusan Pedagang di Pasar Tradisional Pati Enggan Jualan(한산한 전통시장, 수백 명의 상인이 판매 중단)’, MURIA News(2024.22.02.)(검색일: 2024.11.12.)
18	2023 한류의 경제적 파급효과 연구, 한국국제문화교류진흥원(2024.01.)(검색일: 2024.11.12.)
19	‘GS25, 베트남 편의점 200호 돌파...4년 만에 이룬 쾌거’, 더그루(2022.12.13.)
20	‘롯데칠성 소주 ‘새로’ 월드투어...베트남 팝업스토어 인기’, 연합뉴스(2024.01.09.), ‘라면에 진심...이노션, 방콕서 K-라면 팝업스토어 선보여’, 매일경제(2023.06.28.)
21	‘김치 2조원 규모 싱가포르 할랄 시장 상륙’, 식약일보(2024.08.28.)(검색일: 2024.11.13.)
22	‘Cửa hàng trải nghiệm Pepero hút 50.000 người tham quan(빠빠로 팝업스토어 방문객 5만 명 유치)’, VN EXPRESS(2023.11.28.)(검색일: 2024.11.12.)
23	‘Vietnamese spending on concerts, fine dining rises faster than Southeast Asian peers(콘서트, 고급 레스토랑에 대한 베트남 소비자의 지출이 동남아시아 국가들보다 빠르게 증가하고 있다)’, VNEXPRESS(2024.11.12.)