

# 파키스탄 식품시장 현황 및 한국 농식품 수출확대 방안

2022.07.

# [ 목 차 ]

<b>I. 파키스탄 국가 일반현황</b> .....	<b>1</b>
<b>II. 농업 및 농식품 수출입현황</b> .....	<b>3</b>
1. 농업현황.....	3
2. 수출입현황.....	8
<b>III. 농식품 시장현황</b> .....	<b>13</b>
1. 시장현황.....	13
2. 유통현황.....	24
3. 한국 농식품 인지도.....	29
<b>IV. 정책 및 제도</b> .....	<b>34</b>
1. 농식품 관련 정책.....	34
2. 수입제도.....	36
<b>V. 한국 농식품 수출확대 방안</b> .....	<b>43</b>
1. SWOT 분석.....	43
2. 수출확대 방향.....	44

# 파키스탄 식품시장 현황 및 한국 농식품 수출확대 방안

## 1. 농식품 수출입현황

- (수출입현황) 2021년 농식품 총수출액은 50억 6,039만 달러(한화 약 6조 원), 총수입액은 94억 9,312만 달러(한화 약 12조)

## 2. 농식품 시장현황

- (시장현황) 2021년 식품시장 규모 833억 7,000만 달러(한화 약 105조 원)로, 부문별 비중은 베이커리·시리얼류(20.3%), 스낵류(13.9%), 채소류(13.3%) 순
- (트렌드) ①채식주의 인식 제고 ②에어프라이어 활용 레시피 인기 ③발효식품 인기 증가
- (유통현황) 농식품은 주로 식품 전문 유통채널 및 종합유통채널을 통해 유통, 수입식품은 주로 현대식 유통채널에서 판매
  - \* 온라인 유통채널을 통한 식료품 유통은 현재 태동하는 단계
- (한국 농식품 인지도) 한국 농식품에 대한 인지도는 낮은 편, 한국산 ①라면 ②스낵 ③조미김 ④김치 ⑤인스턴트 커피 등 유통
  - \* 한국 농식품에 대한 인지도가 낮은 편이나, 최근 한류 영향, 발효식품에 대한 관심 제고로 김치 등 일부 품목의 인기 상승

## 3. 농식품 관련 주요정책 및 수입제도

- (정책) 국가 식량안보 강화, 농작물 생산성 제고를 위해 ①국가 식량안보 정책 ②작물(밀, 쌀, 사탕수수) 생산성 및 수익성 향상 프로그램 시행
- (통관) 사전 준비 > 수입신고 > 물품 검사 > 통관 보고서 발행 > 관세납부 및 물품반출 순으로 통관이 이루어짐
- (검역) 모든 식품류는 조건부 수입품목으로, 할랄인증 취득 요구
- (라벨링) 제조일자, 유통기한, 할랄인증 로고, 내용물에 돼지고기가 포함되지 않았으며 사람이 섭취하기에 적합하다는 문구 등 표기 필요

## 4. 한국 농식품 수출확대방안

- (현황) 라면류, 김치 등 현지 트렌드(발효식품, 간편식품)에 부합하는 제품은 있으나, 낮은 한식 및 한국 농식품 인지도, 종교적인 식문화(돼지고기를 섭취하지 않는 특성)로 인한 진입장벽 등 존재
- (수출확대 전략) ① 김치, 라면 등 대표 K-Food를 중심으로 한류와 연계한 인지도 제고 마케팅 선행 필요, ② 수입식료품에 대한 소비의향 및 구매력이 높은 중산층, 고소득층, 도시인구를 K-Food 주요 공략타겟 소비자로 선정, ③ 파키스탄 식품 수입요건필수 인증인 할랄인증 취득을 위한 지원 등 필요

# 1. 파키스탄 국가 일반현황

〈표〉 파키스탄 국가 개요(국가 일반현황)

국명	· 파키스탄회교공화국 (Islamic Republic of Pakistan, Pakistan)
국기	 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 백색 : 평화를 상징</li> <li>· 녹색 : 번영을 상징</li> <li>· 초승달 : 발전을 상징</li> <li>· 별 : 빛과 지식을 상징</li> </ul>
위치	· 서남아시아태평양
면적	· 79,610,000ha(한반도의 약3.5배)
기후	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 전반적으로 건조기후, 지역별 최고기온 및 최저기온의 편차가 극단적임</li> <li>- (산악지역) 겨울에 매우 춥고(고산지의 경우 -30~-40℃ 까지 기온이 떨어짐), 여름에는 선선한 날씨</li> <li>- (평야지방) 여름에 매우 덥고(40℃ 이상) 겨울에는 0℃ 수준으로 기온이 떨어짐</li> </ul>
수도	· 이슬라마바드(Islamabad)
주요 도시	· 카라치, 라호르, 파이살라바드 등
인구	· 2억 2,089만 명( '20년, 세계은행)
민족	· 펀자비(44.7%), 파슈툰(15.4%), 신디(14.1%) 등
언어	· 공식어(영어, 우르드어), 편잡어(39%), 신드어(15%), 파슈툰어(18%), 발로치어(3%) 등
종교	· 이슬람교(공식, 96.5%, 수니파 85~90%, 시아파 10~15%), 기타(힌두교, 기독교 등)
정부 형태	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 정부 형태 : 내각책임제</li> <li>· 의회 구성 : 양원제(상원 104명, 하원 342명)</li> </ul>
GDP	<ul style="list-style-type: none"> <li>· GDP : 2,617억 달러( '20년, 세계은행)</li> <li>· 1인당 GDP : 1,270달러( '20년, 세계은행)</li> </ul>
화폐단위	· 파키스탄 루피(PKR, '21년 평균 환율 7.0312원/파키스탄 루피)

\*출처: 대한민국 외교부, 세계은행 데이터베이스(World Bank Data)

□ (정치적 특성) 파키스탄 정부 형태는 내각책임제<sup>1)</sup>로, 의회는 양원제<sup>2)</sup>로 운영됨

- 국가 수장은 대통령(President)이며, 정부의 수장은 총리임
  - 대통령의 임기는 5년이며, 선거인단의 간접선거 방식으로 대통령이 선출
  - 대통령을 선출하는 선거인단은 연방의회, 주의회 의원으로 구성
  - 총리의 임기 역시 5년으로 대통령 임기와 동일하며, 하원을 통해 선출됨
- 상원과 하원으로 의회가 구성되며, 상원의 임기는 6년, 하원의 임기는 5년임
  - 상원의 경우 구성원의 절반이 3년마다 교체됨
  - 하원의원은 4개 주(발루치스탄, 카이베르파크툰크와, 펀자브, 신드) 및 연방직할시별로 선출되며, 전체 의석 중 60석을 여성에게 할당

□ (종교적 특성) 국민의 96.5%가 이슬람교이며, 기타 종교가 차지하는 비중은 매우 낮음

- 이슬람 내에서도 수니파의 비중이 85~90%에 달하며, 시아파의 비중이 10~15% 수준으로 집계
- 국민 대다수가 무슬림으로 구성된 특성상 전국 어디에서나 모스크(이슬람교의 예배 및 집회 장소)를 찾아볼 수 있으며, 하루에 5회 예배가 실시됨
- 이슬람 문화에 따라 매년 ‘라마단’ 기간에 금식을 행함
  - ‘라마단’은 이슬람력으로 9월을 의미하며, 무슬림의 5가지 종교적 의무 중 하나인 금식(해가 떠있는 시간 동안 금식)을 행하는 기간임
  - 금식의 시기는 매년 이슬람 중앙성원에서 공지하는 시간에 따름
- 이슬람교 외의 기타 종교로는 기독교, 힌두교, 조로아스터교, 바하이교 등이 존재

1) 의원내각제라고도 불리며, 국회의 신임을 받아 정부가 성립되는 정치 형태(선거로 국회위원을 선출하며, 다수당을 차지한 정당이 총리를 선출하여 내각을 구성)

2) 이원제라고도 하며, 국회의 구성을 양원(兩院)으로 구성하는 제도

## II. 농업 및 농식품 수출입현황

### 1. 농업현황

#### 가. 농업규모

- 2020년 파키스탄 농업부문의 총부가가치(GVA)<sup>3)</sup>는 607억 4,000만 달러(한화 약 76조 8,786억 원)로, 연평균 1.6% 감소
- 2020년(최신자료) 기준 전체 GVA에서 농업 GVA가 차지하는 비중은 24.4%로, 농업이 국가 경제에 큰 비중을 차지

〈표〉 파키스탄 농업 총 부가가치액(GVA) 및 비중(2016~2020)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	전년비 (19/20)	연평균 (16/20)
전체	262.6	286.0	294.3	263.0	248.7	△5.5	△1.4
농업	64.7	69.8	71.9	61.3	60.7	△0.9	△1.6
비중	24.6	24.4	24.4	23.3	24.4	4.8	△0.2

\*주: 2020년 데이터가 최신 자료임(2022년 4월 업데이트됨)

\*출처: World Bank Data

- 2019년(최신자료) 농업 고용 비중은 36.9%로, 산업 및 서비스 부문의 비중이 증가하며 농업 고용 비중이 감소하는 추세

〈표〉 파키스탄 산업 부문별 고용 비중(2013~2019)

(단위: %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
농업	42.2	42.2	41.0	42.3	39.9	37.4	36.9
산업	22.9	22.9	24.0	23.6	24.3	25.0	25.0
서비스	34.8	34.9	35.0	34.1	35.9	37.6	38.1

\*주: 2019년 데이터가 최신 자료임(2021년 1월 업데이트됨)

\*출처: World Bank Data

- 2019-20 회계연도<sup>4)</sup>(FY 2019-20, 최신자료) 기준 농지면적은 2,345만 헥타르로, 당해 국토면적의 29.5%를 차지하며, 최근 5년간 소폭 감소하는 추세(연평균 0.6%↓)

3) 특정 산업 부문이 GDP에 기여한 정도를 측정한 것(생산가치-중간소비가치로 계산)

4) 파키스탄 정부는 주요 데이터를 회계연도(FY) 기준으로 공개

- (예) 파키스탄에서 FY 2020-21은 2020년 7월 1일~2021년 6월 30일까지(전년도 7월~당해 6월)의 기간

- 주요 작물별 재배지 면적은 밀(11.1%), 쌀(3.8%), 목화(3.2%), 옥수수(1.8%) 순

<표> 파키스탄 주요 작물별 농지면적 추이(FY 2015-16~2019/20)

(단위: 천 헥타르, %)

구분	FY 2015-16	FY 2016-17	FY 2017-18	FY 2018-19	FY 2019-20 <sup>P</sup>	비중 (2020)	전년비 (19/20)	연평균 (16/20)
국토면적	79,610	79,610	79,610	79,610	79,610	100.0	0.0	0.0
농지면적(전체)	24,040	23,010	23,450	23,450	23,450	29.5	0.0	△0.6
밀	9,224	8,972	8,797	8,678	8,805	11.1	1.5	△1.2
쌀	2,739	2,724	2,901	2,810	3,034	3.8	8.0	2.6
목화	2,902	2,489	2,700	2,373	2,517	3.2	6.1	△3.5
옥수수	1,191	1,348	1,251	1,374	1,404	1.8	2.2	4.2
사탕수수	1,131	1,218	1,342	1,102	1,040	1.3	△5.6	△2.1
병아리콩	940	971	977	943	944	1.2	0.1	0.1
진주 조	486	469	489	456	522	0.7	14.5	1.8
유채·겨자	201	190	199	237	353	0.4	48.9	15.1
수수	274	256	255	241	199	0.2	△17.4	△7.7
참깨	79	80	83	83	139	0.2	67.5	15.2
겉떡	53	47	46	45	51	0.1	13.3	△1.0
보리	66	61	58	57	49	0.1	△14.0	△7.2

\*주1: 작물별 농지면적은 주요 작물 재배면적으로, 주요 작물 재배지 면적의 합은 전체 농지면적과 상이함

\*주2: 비중은 FY 2019-20, 전년 대비 증감률은 FY 2018-19/2019-20, 연평균 성장률은 FY 2015-16/2019-20(5년) 기준

\*주3: FY 2019-20 자료가 최신자료이며, 잠정치(p)임

\*출처: Pakistan Economic Survey 2020-21, Pakistan Government Ministry of Finance

## 나. 주요 생산품목 및 규모

□ 2018-19 회계연도(FY 2018-19) 주요 농산물 생산량<sup>5)</sup>은 전년 대비 12.3% 감소한 약 1억 3,343만 5,000톤으로 집계<sup>6)</sup>

- 동년 부류별 생산량은 공예작물·기타(56.5%), 식량작물·곡류(32.1%), 채소류(6.8%), 과일류(4.6%) 순
  - (공예작물·기타) 약 6,929만 3,000톤 생산, 주요 품목은 ①사탕수수 ②목화
    - 특히, 사탕수수의 경우 주요 농산물 생산량의 54.8%를 차지
  - (식량작물·곡류) 약 3,937만 8,000톤 생산, 주요 품목은 ①밀 ②쌀 ③옥수수
    - 밀, 쌀, 옥수수는 각각 주요 농산물 생산량의 19.9%, 5.9%, 5.6% 차지
  - (채소류) 약 830만 3,000톤 생산, 주요 품목은 ①감자 ②토마토 ③사탕무
  - (과일류) 약 561만 6,000톤 생산, 주요 품목은 ①시트러스 ②망고 등

5) 일부 품목에 대해 FY 2020-21년 자료가 존재하나, 채소류 생산량이 집계되지 않아 FY 2018-19년도 데이터를 기준으로 기재(표 참고)

6) 통계청에서 공시한 주요 작물의 부류별 생산량 소계로, 농산물 총생산량과 상이할 수 있음

〈표〉 파키스탄 주요 농산물 부류별 생산량(FY 2016-17~2020-21)

(단위: 천 톤, %)

구분	FY 2016-17	FY 2017-18	FY 2018-19	FY 2019-20	FY 2020-21 <sup>P</sup>	비중 (2019)	전년비 (18/19)	연평균 (17/19)
전체(합계)	130,791	139,860	122,589	115,869	133,435	100.0	△12.3	△3.2
공예작물·기타(소계)	77,612	85,732	69,293	68,621	82,934	56.5	△19.2	△5.5
사탕수수	75,482	83,333	67,174	66,380	81,009	54.8	△19.4	△5.7
목화	1,815	2,032	1,677	1,556	1,202	1.4	△17.5	△3.9
유채·겨자	181	225	302	488	488	0.2	34.2	29.2
길런	100	107	104	133	133	0.1	△2.8	2.0
참깨	34	35	36	64	102	0.0	1.4	2.3
식량작물·곡류(소계)	40,498	39,298	39,378	41,594	44,847	32.1	0.2	△1.4
밀	26,674	25,076	24,349	25,248	27,293	19.9	△2.9	△4.5
쌀	6,849	7,450	7,202	7,414	8,419	5.9	△3.3	2.5
옥수수	6,134	5,902	6,826	7,883	8,465	5.6	15.7	5.5
병아리콩	330	323	447	498	261	0.4	38.4	16.4
진주 조	305	339	350	384	266	0.3	3.2	7.1
수수	148	153	149	120	96	0.1	△2.6	0.3
보리	58	55	55	47	47	0.0	0.0	△2.6
채소류(소계)	7,109	9,228	8,303	-	-	6.8	△10.0	8.1
감자	3,853	4,563	4,868	-	-	4.0	6.7	12.4
기타	757	758	732	-	-	0.6	△3.5	△1.7
토마토	573	551	561	-	-	0.5	1.9	△1.0
사탕무	160	292	364	-	-	0.3	24.5	50.6
순무	264	258	255	-	-	0.2	△0.9	△1.7
당근	237	242	249	-	-	0.2	3.0	2.5
콜리플라워	218	212	212	-	-	0.2	0.0	△1.2
콩	165	1,465	171	-	-	0.1	△88.3	1.7
홍당무	159	157	158	-	-	0.1	0.6	△0.5
오크라	122	122	121	-	-	0.1	△0.7	△0.7
시금치	110	109	111	-	-	0.1	2.3	0.4
스쿼시	101	104	102	-	-	0.1	△2.2	0.2
가지	84	84	88	-	-	0.1	3.9	2.4
양배추	80	80	79	-	-	0.1	△1.6	△0.8
오이	59	66	69	-	-	0.1	4.7	7.7
여주	67	67	66	-	-	0.1	△1.0	△0.3
호리병박	58	57	58	-	-	0.0	1.6	0.1
호박	42	43	41	-	-	0.0	△5.6	△2.1
과일류(소계)	5,572	5,601	5,616	5,654	5,654	4.6	0.3	0.4
시트러스(귤속)	2,180	2,351	2,469	2,358	2,358	2.0	5.0	6.4
망고	1,784	1,734	1,723	1,639	1,639	1.4	△0.6	△1.7
구아바	548	586	548	706	706	0.4	△6.5	0.0
사과	670	565	544	604	604	0.4	△3.7	△9.9
바나나	137	135	136	151	151	0.1	0.7	△0.4
살구	166	142	108	94	94	0.1	△23.9	△19.3
포도	66	67	68	82	82	0.1	1.5	1.5
아몬드	21	21	20	20	20	0.0	△4.8	△2.4

\*주1: 작물별 분류 기준은 파키스탄 통계청의 기준을 따름

\*주2: 채소류는 FY 2018-19 데이터가 최신자료(2020년 공개됨) \*\*FY 2019-20, 2020-21 합계치는 채소류 미포함

\*주3: 채소류가 포함된 FY 2018-19 부류별 생산량 기준으로 비중 계산, 내림차순 정렬

\*주4: 채소류를 포함하는 FY 2018-19 데이터를 기준으로 전년 대비, 연평균(최근 3년) 증감률 계산

- 전년 대비 증감률은 FY 2017-18/2018-19 기준, 연평균 성장률은 FY 2016-17/2018-19(최근 3년) 기준

\*주5: FY 2020-21 데이터는 잠정치(P)임

\*출처: Pakistan Economic Survey 2020-21, Pakistan Government Ministry of Finance

□ 2020-21 회계연도(FY 2020-21) 축산물 생산량(우유·육류의 소계)은 약 5,629만 4,000톤으로, 전년 대비 3.4% 증가

- 주요 생산품목은 우유로 축산물 생산량의 91.2%를 차지하며, 육류는 8.8%의 비중 차지
  - (우유) 들소 우유(54.5%), 소 우유(33.2%), 낙타우(1.7%) 순으로 비중 차지
  - (육류) 품목별 생산 비중은 우육(4.2%) 계육(3.2%) 양육(1.4%) 순이며, 인구의 96.5%가 이슬람교로 구성되어\*) 돈육은 생산되지 않음

〈표〉 파키스탄 축산물 부류별 생산량(FY 2016-17~2020-21)

(단위: 천 톤, %)

구분	FY 2016-17	FY 2017-18	FY 2018-19	FY 2019-20	FY 2020-21 <sup>P</sup>	비중 (20-21)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체(합계)	49,289	50,945	52,662	54,445	56,294	100.0	3.4	3.4
우유(소계)	45,227	46,682	48,185	49,737	51,340	91.2	3.2	3.2
들소(들소 우유)	27,298	28,109	28,944	29,805	30,691	54.5	3.0	3.0
소(우유)	16,115	16,722	17,353	18,007	18,686	33.2	3.8	3.8
낙타(낙타우)	885	896	908	920	932	1.7	1.3	1.3
염소(산양우)	891	915	940	965	991	1.8	2.7	2.7
양(양 우유)	39	40	40	41	41	0.1	0.0	1.3
육류(소계)	4,062	4,263	4,477	4,708	4,954	8.8	5.2	5.1
소(우육)	2,085	2,155	2,227	2,303	2,380	4.2	3.3	3.4
닭(가금육)	1,276	1,391	1,518	1,657	1,809	3.2	9.2	9.1
양(양육)	701	717	732	748	765	1.4	2.3	2.2

\*주1: 파키스탄은 주요 데이터를 회계연도(FY) 기준으로 공개

- FY 2020-21은 2020년 7월 1일~2021년 6월 30일까지의 기간

\*주2: 전년 대비 증감률은 FY 2019-20/2020-21 기준, 연평균 성장률은 FY 2016-17/2020-21(최근 5년) 기준

\*주3: FY 2020-21 데이터는 잠정치(P)임

\*출처: Pakistan Economic Survey 2020-21, Pakistan Government Ministry of Finance

- 2020-21 회계연도(FY 2020-21) 기준 난류(달걀) 생산량은 212억 8,500만 개로, 전년 대비 5.7% 증가

〈표〉 파키스탄 난류 생산량(FY 2016-17~2020-21)

(단위: 백만 개, %)

구분	FY 2016-17	FY 2017-18	FY 2018-19	FY 2019-20	FY 2020-21 <sup>P</sup>	비중 (20-21)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
난류(소계)	17,083	18,037	19,052	20,133	21,285	100.0	5.7	5.7
달걀	17,083	18,037	19,052	20,133	21,285	100.0	5.7	5.7

\*주1: 파키스탄은 주요 데이터를 회계연도(FY) 기준으로 공개

- FY 2020-21은 2020년 7월 1일~2021년 6월 30일까지의 기간

\*주2: 전년 대비 증감률은 FY 2019-20/2020-21 기준, 연평균 성장률은 FY 2016-17/2020-21(최근 5년) 기준

\*주3: FY 2020-21 데이터는 잠정치(P)임

\*출처: Pakistan Economic Survey 2020-21, Pakistan Government Ministry of Finance

- (참고) 2021년(FY 2020-21) 가축 사육두수는 총 17억 9,110만 마리로, 최근 5년간 연평균 8.4% 증가
  - 가금류(88.1%)가 가장 높은 비중을 차지하며, 그 뒤를 염소(4.5%), 소(2.9%), 들소(2.4%), 양(1.8%)이 이음

〈표〉 파키스탄 주요 가축 사육두수(FY 2016-17~2020-21)

(단위: 백만 마리, %)

구분	FY 2016-17	FY 2017-18	FY 2018-19	FY 2019-20	FY 2020-21 <sup>P</sup>	비중 (20-21)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체(합계)	1,299.3	1,406.5	1,522.9	1,650.4	1,791.1	100.0	8.5	8.4
가금류(poultry)	1,108.0	1,210.0	1,321.0	1,443.0	1,578.0	88.1	9.4	9.2
염소(goat)	72.2	74.1	76.1	78.2	80.3	4.5	2.7	2.7
소(cattle)	44.4	46.1	47.8	49.6	51.5	2.9	3.8	3.8
들소(buffalo)	37.7	38.8	40.0	41.2	42.4	2.4	2.9	3.0
양(sheep)	30.1	30.5	30.9	31.2	31.6	1.8	1.3	1.2
당나귀(ass)	5.2	5.3	5.4	5.5	5.6	0.3	1.8	1.9
낙타(camel)	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	0.1	0.0	0.0
말(horses)	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.0	0.0	0.0
노새(mules)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.0	0.0	0.0

\*주1: 파키스탄은 주요 데이터를 회계연도(FY) 기준으로 공개

- FY 2020-21은 2020년 7월 1일~2021년 6월 30일까지의 기간

\*주2: 전년 대비 증감률은 FY 2019-20/2020-21 기준, 연평균 성장률은 FY 2016-17/2020-21(최근 5년) 기준

\*주3: FY 2020-21 데이터는 잠정치(P)임

\*출처: Pakistan Economic Survey 2020-21, Pakistan Government Ministry of Finance

## 2. 수출입현황

### 가. 농식품 수출입규모

□ 2021년 파키스탄의 농식품 수출액은 50억 6,039만 달러(한화 약 6조 3,806억 원)로, 최근 5년간 연평균 5.6%의 성장세를 보임

- 주요 수출국은 중국(15.9%), 아랍에미리트(10.3%), 아프가니스탄(9.1%) 순이며, 對대한민국 수출액은 전체의 0.4% 수준
  - (對중국) 면사(HS코드 520512), 정미(HS코드 100630), 쇠미(HS코드 100640), 참깨(HS코드 120740) 등이 주로 수출
  - (對아랍에미리트) 쇠고기(HS코드 020110), 정미(HS코드 100630), 구아바·망고·망고스틴(HS코드 080450) 등이 주로 수출
  - (對아프가니스탄) 정미(HS코드 100630), 식물성 지방·유지와 그 분획물(HS코드 151620), 기타 조제식료품(HS코드 210690) 등이 주로 수출
  - 이 외에도, 말레이시아(4.8%), 사우디아라비아(4.1%), 카자흐스탄(3.7%) 등 국가로 농식품이 수출

〈표〉 파키스탄 국가별 농식품 수출현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전 세계	4,062,641	5,011,137	4,775,737	4,292,945	5,060,389	100.0	17.9	5.6
1 중국	166,473	364,522	447,281	342,451	803,217	15.9	134.5	48.2
2 아랍에미리트	359,417	389,575	535,344	483,293	520,687	10.3	7.7	9.7
3 아프가니스탄	887,141	830,296	709,184	461,742	462,921	9.1	0.3	△15.0
4 말레이시아	38,495	73,686	86,233	125,910	245,028	4.8	94.6	58.8
5 사우디아라비아	195,679	177,589	228,337	249,080	206,841	4.1	△17.0	1.4
6 카자흐스탄	66,136	84,071	79,468	54,057	188,974	3.7	249.6	30.0
7 영국	83,871	154,267	143,860	197,722	188,290	3.7	△4.8	22.4
8 미국	103,458	111,871	112,109	137,227	151,473	3.0	10.4	10.0
9 네덜란드	74,372	98,501	116,103	123,703	144,051	2.8	16.4	18.0
10 오만	93,658	112,654	126,247	117,062	141,562	2.8	20.9	10.9
⋮								
42 대한민국	166,013	121,217	65,984	28,292	18,753	0.4	△33.7	△42.0

\*주1: 농식품(HS코드 02~24류) 품목을 기준으로 집계 / 수산물(03류, 1603호, 1604호, 1605호)은 제외

\*출처: ITC Trademap

- 품목별 수출 비중은 쌀(정미)(31.2%)이 가장 높은 비중을 차지하며, 그 뒤를 에틸알코올(7.5%), 현미(6.5%)가 이음
- 파키스탄은 세계 주요 쌀 수출국으로, '21년 파키스탄 쌀 수출액은 정미를 기준으로 15억 7,697만 달러(한화 약 1조 9,819억 원)로 세계 쌀 수출액의 7.6%(전 세계 4위)를 차지<sup>8)</sup>
- 현미, 쇠미(HS코드 1006호(쌀)에 포함) 역시 주요 수출품목으로, '21년 정미, 현미, 쇠미의 수출액이 당해 농식품 총 수출액의 42.7% 차지

〈표〉 파키스탄 품목별 농식품 수출현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	4,062,641	5,011,137	4,775,737	4,292,945	5,060,389	100.0	17.9	5.6
1 쌀(정미)	1,515,031	1,768,837	1,786,251	1,533,466	1,576,970	31.2	2.8	1.0
2 변성하지 않은 에틸알코올	362,091	428,159	301,874	303,728	377,041	7.5	24.1	1.0
3 현미	47,301	56,589	232,924	307,321	328,033	6.5	6.7	62.3
4 쇠미(碎米)	182,850	172,971	255,729	259,232	251,655	5.0	△2.9	8.3
5 쇠고기(도체·이분도체)	110,455	155,484	184,098	187,627	233,525	4.6	24.5	20.6
6 참깨	43,558	73,956	40,445	39,631	214,729	4.2	441.8	49.0
7 구아바·망고·망고스틴	46,398	73,888	101,633	101,493	165,204	3.3	62.8	37.4
8 양파와 샬롯	11,911	48,917	67,479	124,077	145,743	2.9	17.5	87.0
9 기타 감귤류 과일 (월킹과 감귤류 잡종)	15,878	107,493	101,282	142,043	119,658	2.4	△15.8	65.7
10 감자(신선) (종자용이 아닌 것)	80,964	121,291	114,157	68,430	112,553	2.2	64.5	8.6

\*주1: 농식품(HS코드 02~24류) 품목을 기준으로 집계 / 수산물(03류, 1603호, 1604호, 1605호)은 제외

\*주2: HS코드 100630, 220710, 100620, 100640, 020110, 120740, 080450, 070310, 080529, 070190

\*출처: ITC Trademap

## □ 2021년 농식품 총 수입액은 최근 5년간 8.5% 증가한 94억 9,312만 달러(한화 약 11조 9,253억 원)로 집계

- 주요 수입국은 인도네시아(32.8%), 브라질(10.4%), 우크라이나(7.4%) 순이며 대한민국은 0.1%의 미미한 비중 차지
- (對인도네시아) 주로 기타 팜유와 그 분획물(HS코드 151190), 조유(HS코드 151110) 등 품목을 수입

8) 2021년 전 세계 쌀(정미) 수출액은 약 206억 5,111만 달러, 주요 수출국은 인도(40.5%), 태국(14.3%), 베트남(8.3%), 파키스탄(7.6%), 미국(6.1%) 순(출처: ITC Trademap, HS코드 100630 기준)

- (對브라질) 대두 종자(HS코드 120110), 후추(HS코드 090411), 밀과 메슬린(HS코드 100199) 등 품목을 주로 수입
- (對우크라이나) 기타 듀럼종의 밀(HS코드 100119), 저에크루산 유채 씨(HS코드 120510), 완두(건조한 채두류)(HS코드 071310) 등이 수입
- 이 외에도, 말레이시아(6.0%), 미국(5.9%), 케냐(5.3%), 캐나다(3.7%) 등 국가로부터 농식품이 수입

〈표〉 파키스탄 국가별 농식품 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)	
전 세계	6,859,775	6,124,019	5,452,688	6,957,916	9,493,124	100.0	36.4	8.5	
1 인도네시아	1,814,004	1,545,282	1,484,149	1,701,837	3,111,004	32.8	82.8	14.4	
2 브라질	456,241	325,004	352,405	551,440	988,581	10.4	79.3	21.3	
3 우크라이나	137,566	69,449	28,737	325,365	706,327	7.4	117.1	50.5	
4 말레이시아	606,113	597,148	455,244	617,936	567,542	6.0	△8.2	△1.6	
5 미국	580,270	825,078	571,599	490,101	558,664	5.9	14.0	△0.9	
6 케냐	454,325	456,713	397,272	515,791	507,417	5.3	△1.6	2.8	
7 캐나다	476,873	406,876	436,736	415,455	348,825	3.7	△16.0	△7.5	
8 호주	403,635	134,383	60,659	101,011	342,363	3.6	238.9	△4.0	
9 중국	237,992	224,222	243,887	315,076	318,911	3.4	1.2	7.6	
10 러시아	64,839	72,687	103,649	427,607	280,780	3.0	△34.3	44.3	
⋮									
48 대한민국	3,188	4,099	5,200	4,891	6,487	0.1	32.6	19.4	

\*주1: 농식품(HS코드 02~24류) 품목을 기준으로 집계 / 수산물(03류, 1603호, 1604호, 1605호)은 제외

\*출처: ITC Trademap

- 주요 수입품목은 기타 팜유와 그 분획물(35.1%), 대두 종자(14.5%), 기타 홍차와 그 밖의 부분 발효차(6.1%) 등

〈표〉 파키스탄 품목별 농식품 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	6,859,775	6,124,019	5,452,688	6,957,916	9,493,124	100.0	36.4	8.5
1 기타 팜유와 그 분획물	2,014,619	1,834,929	1,557,139	1,992,658	3,335,397	35.1	67.4	13.4
2 대두 종자	746,088	946,933	756,161	843,707	1,372,508	14.5	62.7	16.5
3 기타 홍차(발효차)와 그 밖의 부분 발효차	537,600	557,913	481,673	573,500	575,830	6.1	0.4	1.7
4 저에크루산 유채 씨	475,466	400,449	366,589	329,952	495,253	5.2	50.1	1.0
5 기타 듀럼종의 밀	0	0	0	440,750	471,334	5.0	6.9	-

6	완두(건조한 채두류)	139,072	51,866	77,894	249,564	434,064	4.6	73.9	32.9
7	밀과 메슬린 (듀럼, 종자 제외)	0	0	0	220,277	343,789	3.6	56.1	-
8	기타 화학적으로 순수한 자당(蔗糖)	5,289	4,024	3,707	129,706	198,502	2.1	53.0	147.5
9	생강(부수지 않은 것)	63,348	82,782	83,566	93,870	111,945	1.2	19.3	15.3
10	렌즈콩(건조한 채두류)	99,669	50,467	55,159	103,819	106,604	1.1	2.7	1.7

\*주1: 농식품(HS코드 02~24류) 품목을 기준으로 집계 / 수산물(03류, 1603호, 1604호, 1605호)은 제외

\*주2: HS코드 151190, 120110, 090240, 120510, 100119, 071310, 100199, 170199, 091011, 071340

\*출처: ITC Trademap

## 나. 한국의 對파키스탄 농식품 수출현황

□ 2021년 한국산 농식품의 對파키스탄 수출액은 전년 대비 49.5% 증가한 1,027만 달러(한화 약 129억 원)로 집계

○ 부문별 비중은 농산물 74.3%, 축산물 25.7%로 집계

〈표〉 대한민국 對파키스탄 농식품 수출 규모(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	9,527.4	8,258.2	7,316.7	6,870.8	10,270.2	100.0	49.5	1.9
농산물	9,525.5	7,039.9	5,290.8	4,978.4	7,630.4	74.3	53.3	△5.4
축산물	1.9	1,218.3	2,025.9	1,892.4	2,639.8	25.7	39.5	510.5
임산물	-	-	-	-	-	-	-	-

\*주: 주요 수출 농식품 중 비식품, 수산물은 제외

\*출처: KATI 농식품수출정보

○ 동년 주요 수출품목은 조제분유(25.1%), 프로필렌글리콜(23.1%), 아조디카본아미드(11.4%), 라면(8.6%) 등

- (조제분유) 파키스탄의 높은 출산율<sup>9)</sup>, 우유 가공 기술 부족 등 요인으로 유아·소매용 조제분유의 수출액이 높은 비중을 차지

· 파키스탄에서 우유는 주로 소규모 사육(주로 가족 단위의 농가)을 통해 생산되며, 우유 수거·가공 기술이 열악하여 분유를 수입에 의존하고 있음

- (라면) 도시화에 따른 식습관, 생활습관 변화로 라면 수요가 증가

9) 2020년 기준, 파키스탄 여성은 1인당 평균 3.4명의 아이를 출산하며, 이는 세계 평균(여성 1인당 2.4명) 대비 높은 수준(출처: World Bank Data)

〈표〉 대한민국의 對과키스탄 수출 상위 10개 품목(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)	
전체	9,527.4	8,258.2	7,316.7	6,870.8	10,270.2	100.0	49.5	1.9	
1	조제분유(유아·소매용)	0.0	1,082.8	1,888.1	1,852.2	2,573.1	25.1	38.9	-
2	프로필렌글리콜	1,867.3	2,087.7	1,748.0	1,960.4	2,368.2	23.1	20.8	6.1
3	아조디카본아미드	583.2	1,182.8	712.0	38.2	1,174.9	11.4	2,975.7	19.1
4	라면	261.3	44.8	82.2	321.7	887.0	8.6	175.7	35.7
5	사카린의 염	536.0	415.1	464.8	520.9	799.1	7.8	53.4	10.5
6	식물성 점질물	494.9	535.0	565.0	474.3	768.8	7.5	62.1	11.6
7	스테비오사이드	939.1	717.2	325.0	170.9	515.1	5.0	201.4	△13.9
8	라신의 염과 리신에스테르의 염	210.2	175.5	159.5	252.9	313.4	3.1	23.9	10.5
9	조제품 기타	915.2	741.2	499.8	359.1	296.1	2.9	△17.5	△24.6
10	추잉껌 베이스	39.7	142.7	122.9	162.0	158.8	1.5	△2.0	41.4

\*주: 주요 수출 농식품 중 비식품, 수산물은 제외, 품목별 HS코드(10자리 기준)는 아래와 같음

- ① 1901101010 / 조제분유(유아용, 소매용)
- ② 2905320000 / 프로필렌글리콜
- ③ 2927002100 / 아조디카본아미드
- ④ 1902301010 / 라면
- ⑤ 2925112000 / 사카린의 염
- ⑥ 1302390000 / 식물성 점질물(한천, 로우커스트 점질물 이외 기타)
- ⑦ 2938904000 / 스테비오사이드
- ⑧ 2922413000 / 라신의 염과 리신에스테르의 염
- ⑨ 2106909099 / 조제품 기타
- ⑩ 3824999020 / 추잉껌 베이스

\*출처: KATI 농식품수출정보

### Ⅲ. 농식품 시장현황

#### 1. 시장현황

##### 가. 시장규모

□ 2021년 파키스탄 식품시장 규모는 833억 7,000만 달러(한화 약 104조 6,710억 원)로, 전년 대비 2.4% 축소

- 베이커리 및 시리얼류(20.3%)가 가장 큰 비중을 차지하며, 그 뒤를 스낵류(13.9%), 채소류(13.3%), 낙농품(12.4%)이 이음
  - (베이커리 및 시리얼류) '21년 시장규모 173억 5,000만 달러(한화 약 21조 7,794억 원), 이 중 쌀이 43.4%, 빵이 34.1%, 파스타가 10.2% 차지
  - (스낵류) '21년 시장규모 115억 9,000만 달러(한화 약 14조 5,570억 원)
  - (채소류) '21년 시장규모 110억 9,000만 달러(한화 약 13조 9,290억 원), 이 중 신선 채소류가 80.3%, 가공·냉동 채소류가 19.7%
  - (낙농품) '21년 시장규모 103억 3,000만 달러(한화 약 12조 9,744억 원), 이 중 우유가 46.2%, 달걀이 15.6%, 발효유가 15.2%, 치즈가 15.1% 차지

<표> 파키스탄 식품시장 부문별 규모(2017~2021)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체(합계)	95.37	97.49	85.74	85.46	83.37	100.0	△2.4	△3.3
1 베이커리 및 시리얼류	19.31	19.76	17.39	17.35	16.94	20.3	△2.4	△3.2
2 스낵류	14.06	14.19	12.30	12.08	11.59	13.9	△4.1	△4.7
3 채소류	12.51	12.84	11.33	11.33	11.09	13.3	△2.1	△3.0
4 낙농품	11.53	11.86	10.51	10.54	10.35	12.4	△1.8	△2.7
5 육류	9.09	9.33	8.25	8.26	8.10	9.7	△1.9	△2.8
6 과일 및 견과류	8.90	9.13	8.05	8.05	7.88	9.5	△2.1	△3.0
7 영유아용 식품	6.83	7.03	6.23	6.25	6.15	7.4	△1.6	△2.6
8 편의식품	6.54	6.70	5.91	5.90	5.77	6.9	△2.2	△3.1
9 소스 및 향신료	3.32	3.40	2.99	2.98	2.91	3.5	△2.3	△3.2
10 유지류	1.92	1.96	1.72	1.72	1.67	2.0	△2.9	△3.4
11 스프레드 및 당류	1.36	1.29	1.06	1.00	0.92	1.1	△8.0	△9.3

\*출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공(수산물, 동물사료 제외), 2022년 2월 업데이트 자료

## 나. 소비인구 및 특성

□ 2020년(최신자료) 기준 인구수는 전년 대비 23.1% 증가하여 2억 2,089만 명으로 집계

- 남성 인구가 전체의 51.5%, 여성 인구가 48.5%로 성비는 균등한 수준
- 지역별 인구는 시골 거주 인구가 62.8%, 도시 거주 인구가 37.2%로, 인구의 과반수가 시골 지역에 거주
  - 도시 인구가 상대적으로 적은 편이나, 도시화가 진행되며 도시 인구의 비중이 2010년 33.0%에서 2020년 37.2%로 증가
- 14세 이하의 인구가 전체 인구의 34.8%, 15~64세 인구가 전체의 60.8%, 고령 인구(65세 이상)는 전체의 4.3% 차지
  - 고령 인구의 비중이 매우 낮은 편으로, 젊은 인구로 구성된 특성 보유

〈표〉 파키스탄 인구수 및 구성원 현황(2000~2020)

(단위: 명, %)

구분		2010		2010		2020	
		인구수(명)	비중(%)	인구수(명)	비중(%)	인구수(명)	비중(%)
성별 인구	전체	142,343,583	100.0	179,424,643	100.0	220,892,331	100.0
	남성	73,473,693	51.6	92,426,989	51.5	113,672,007	51.5
	여성	68,869,890	48.4	86,997,654	48.5	107,220,324	48.5
지역별 인구	전체	142,343,583	100.0	179,424,643	100.0	220,892,331	100.0
	도시	46,947,761	33.0	62,793,242	35.0	82,094,635	37.2
	시골	95,395,822	67.0	116,631,401	65.0	138,797,696	62.8
연령별 인구	전체	142,343,583	100.0	179,424,643	100.0	220,892,331	100.0
	0~14세	59,732,948	42.0	67,634,096	37.7	76,913,746	34.8
	15~64세	76,922,551	54.0	104,187,043	58.1	134,372,752	60.8
	65세 이상	5,688,084	4.0	7,603,504	4.2	9,605,834	4.3

\*주: 2020년 자료가 최신자료

- 파키스탄 통계청에서 공시한 최신자료는 2017년 기준으로, 세계은행에서 제공한 최신 데이터를 활용

\*출처: World Bank Data

- 2020년(최신자료) 기준 중위연령은 22.8세로, 1990년 대비 약 2.3세 상승하였으나, 이는 전 세계 평균 중위연령(30.9세) 대비 낮은 편

〈표〉 파키스탄 중위연령 추이(1990~2020)

(단위: 세)

구분	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020 <sup>(e)</sup>
전 세계(평균)	24.0	25.1	26.3	27.4	28.5	29.6	30.9
파키스탄	18.5	18.4	18.8	19.6	20.7	21.8	22.8

\*주: 2020년 데이터는 추정치(e), 2020년 데이터가 최신 데이터임

\*출처: United Nations, World Population Prospects 2019

□ 2020년(최신자료) 1인당 국민소득(GNI)<sup>10</sup>은 1,270달러(한화 약 159만 2,580원)로, 전년 대비 9.9% 감소

- 2020년 코로나19 확산 방지를 위한 정부의 봉쇄령, 이동 금지령 등의 영향으로 경제활동이 위축된 것이 소득 감소의 원인으로 분석

〈표〉 파키스탄 1인당 국민소득(GNI) 추이(2016~2020)

(단위: 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	전년비 (19/20)	연평균 (16/20)
전 세계(평균)	10,393	10,467	11,151	11,554	11,077	△4.1	1.6
파키스탄	1,310	1,400	1,480	1,410	1,270	△9.9	△0.8

\*주: 2020년 자료가 최신자료

\*출처: World Bank Data

- (참고) 2018년(최신자료) 기준, 가구 총소득에서 식음료에 대한 지출이 차지하는 비중은 49.99%로 집계<sup>11</sup>)

□ 2021년 1인당 연간 식품 소비액은 370.22달러(한화 약 46만 원)로, 전년 대비 4.3% 감소하였음

- 코로나19로 인한 소득 감소, 소비심리 위축 등이 소비액 감소에 영향을 미친 것으로 분석

10) GNI란 한나라의 국민이 국내의 생산 활동의 대가로 얻은 소득의 합계로, 국내총생산 중 외국인(비거주자)에게 지급한 소득을 제외한 것이며, 1인당 GNI는 GNI를 당해 총인구로 나누어 산출

11) Share of Each Sector in Household Total Consumption, by Consumption Segment (%), Global Consumption Database: Pakistan, World Bank. 2018

- 부문별 소비액은 베이커리 및 시리얼류(20.3%), 스낵류(13.9%), 채소류(13.3%), 낙농품(12.4%) 순으로 집계

〈표〉 파키스탄 품목별 1인당 식품 연간 소비액(2017~2021)

(단위: 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체(합계)	458.69	459.38	395.90	386.88	370.22	100.0	△4.3	△5.2
1 베이커리 및 시리얼류	92.86	93.09	80.30	78.55	75.24	20.3	△4.2	△5.1
2 스낵류	67.61	66.85	56.80	54.66	51.47	13.9	△5.8	△6.6
3 채소류	60.17	60.48	52.30	51.29	49.25	13.3	△4.0	△4.9
4 낙농품	55.45	55.90	48.51	47.73	45.97	12.4	△3.7	△4.6
5 육류	43.71	43.98	38.08	37.40	35.95	9.7	△3.9	△4.8
6 과일 및 견과류	42.81	43.02	37.19	36.46	35.01	9.5	△4.0	△4.9
7 영유아용 식품	32.83	33.12	28.76	28.31	27.30	7.4	△3.6	△4.5
8 편의식품	31.48	31.59	27.28	26.71	25.61	6.9	△4.1	△5.0
9 소스 및 향신료	15.99	16.02	13.81	13.49	12.91	3.5	△4.3	△5.2
10 유지류	9.24	9.24	7.96	7.76	7.42	2.0	△4.4	△5.3
11 스프레드 및 당류	6.54	6.09	4.91	4.52	4.09	1.1	△9.5	△11.1

\*출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공(수산물, 동물사료 제외), 2022년 2월 업데이트 자료

- 1인당 연간 식품 소비량은 303.5kg으로, 주식인 베이커리 및 시리얼류(34.3%)가 가장 높은 비중 차지
- 이 외에도 채소류(22.5%), 낙농품(14.7%), 과일·견과류(7.4%) 등이 주로 소비

〈표〉 파키스탄 품목별 1인당 식품 연간 소비량(2017~2021)

(단위: kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체(합계)	323.9	316.7	306.2	304.2	303.5	100.0	△0.2	△1.6
1 베이커리 및 시리얼류	110.7	108.4	105.0	104.5	104.0	34.3	△0.5	△1.5
2 채소류	72.4	71.0	68.8	67.9	68.2	22.5	0.4	△1.5
3 낙농품	45.7	45.2	44.1	44.4	44.6	14.7	0.5	△0.6
4 과일 및 견과류	25.3	24.3	23.1	22.8	22.6	7.4	△0.9	△2.8
5 스낵류	20.3	19.6	18.7	18.3	17.9	5.9	△2.2	△3.1
6 편의식품	11.7	11.4	11.1	11.0	11.0	3.6	0.0	△1.5
7 육류	11.2	11.0	10.7	10.8	10.9	3.6	0.9	△0.7
8 영유아용 식품	8.8	8.7	8.4	8.5	8.5	2.8	0.0	△0.9
9 소스 및 향신료	8.8	8.6	8.3	8.3	8.3	2.7	0.0	△1.5
10 스프레드 및 당류	6.9	6.4	6.0	5.7	5.5	1.8	△3.5	△5.5
11 유지류	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0	0.7	0.0	△1.2

\*출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공(수산물, 동물사료 제외), 2022년 2월 업데이트 자료

## 다. 식문화 및 소비 트렌드

□ 주식으로 쌀, 렌즈콩 등 곡류와 밀로 만든 빵을 섭취하며, 일반적으로 하루 세 끼(조식, 중식, 석식)의 식사를 함

- (조식) 보편적으로 쌀과 밀로 만든 빵(바카르카니, 푸리)을 섭취하며, 휴일이나 주말에는 육류 요리(시리 파야, 니하리)를<sup>12)</sup> 섭취
  - (바카르카니) 밀가루, 설탕, 양귀비 씨앗, 소금, 버터, 사프란(향신료의 일종) 등을 곁들인 빵으로, 겉이 딱딱하고 모양은 납작함
  - (푸리) 밀가루 반죽에 버터, 설탕을 첨가한 후 기름에 튀겨낸 속이 빈 빵
  - (할와) 참깨, 설탕, 시럽, 달걀 흰자 등으로 만든 페이스트(소스)로, 주로 ‘푸리’에 곁들여 섭취

〈그림〉 파키스탄 조식으로 주로 소비되는 빵



\*출처: epicureandculture.com, pakistanihealthyrecipes.com, recipe52.com

- (시리 파야) 양, 소, 염소, 들소 등의 발(발굽 포함)을 양파, 토마토 등 채소, 다양한 향신료(마늘, 강황 등)와 함께 요리하여 섭취하는 스투
- (니하리) 쇠고기, 양고기, 염소고기, 닭고기 등 육류에 강황, 계피, 고춧가루, 월계수 잎, 육두구 등 향신료와 양파, 다진 마늘, 생강 등을 넣고 물을 부어 고기가 아주 부드러워질 때까지 익혀 먹는 요리

〈그림〉 휴일, 주말 조식으로 소비되는 파키스탄 육류 요리



\*출처: tasteatlas.com

12) (참고) 파키스탄은 인구의 96.5%가 무슬림(이슬람교도)로 구성되어, 종교적 영향으로 돼지고기를 섭취하지 않으며, 육류는 돼지를 제외한 소, 양, 닭, 염소의 것을 섭취

- (중식) 주로 육류를 곁들인 카레(알루 고스트), 렌즈콩, 쌀 등 곡물로 만든 요리(다알 차왈)로 구성됨
  - (알루 고스트) 육류(양고기, 염소고기 혹은 소고기)에 감자, 토마토, 생강을 곁들인 파키스탄 전통 카레로, 난이나 쌀과 함께 섭취
  - (다알 차왈) 렌즈콩과 쌀에 커민, 고수 등 향신료를 첨가한 곡물 요리

〈그림〉 보편적인 파키스탄 중식 요리



\*출처: tasteatlas.com

- (석식) 온 가족이 함께하는 가장 주요한 식사로 간주되며, 향신료가 첨가되어 풍미가 강한 요리(필라프, 케밥 등)를 렌즈콩, 요구르트, 신선 과일 및 채소와 함께 섭취
  - (필라프) 육류(주로 닭고기), 육두구, 사프란, 청양고추, 버터, 커민 씨앗, 마늘과 삶은 쌀을 함께 볶아 만드는 쌀 요리
  - (케밥) 다진 고기(주로 쇠고기, 양고기)에 말린 고수, 석류 씨앗, 청양고추, 민트 등 향신료를 첨가한 후 구운 요리로, 전통적으로 요구르트, 샐러드, 빵 등과 함께 섭취함
  - 저녁식사 후에는 ‘샤히 투크라이’ 등의 후식을 섭취하기도 함
    - (샤히 투크라이) 튀긴 빵을 우유, 잘게 자른 아몬드, 피스타치오, 사프란, 설탕 시럽으로 제조한 소스에 적셔 섭취하는 요리(주로 후식으로 섭취)

〈그림〉 보편적인 파키스탄 석식 및 후식 요리



\*출처: naushkitchenroutine.com, tasteatlas.com

□ 최근 식품 소비 트렌드는 ①채식주의 인식 제고 ②에어프라이어 활용 레시피 인기 ③발효식품 인기 증가 등으로 요약

- 일부 파키스탄 소비자가 육류 소비가 환경에 미치는 부정적인 영향을 인지하며, 채식주의의 인식이 제고
  - 식물 기반 식단을 추구하는 일부 현지 소비자는 병아리콩 등 고단백질을 함유한 현지 주식으로 육류를 대체하고자 하는 동향을 보임
  - 파키스탄 식품 인플루언서 ‘Kiran’은 본인이 운영하는 식품 블로그인 ‘Mirch Tales’을 통해 다양한 ‘식물 기반 파키스탄 요리 레시피’를 공유
    - 육류 대신 콩을 넣은 비건 카레 ‘Lobia ka Salan’, 육류 대신 향신료와 감자를 첨가한 쌀 요리 ‘알루 차왈(Aloo Chawal)’ 등이 소개
  - 글로벌 정보매체 ‘BBC’ 역시 2021년 8월, 파키스탄 젊은층의 ‘채식주의 인식 제고’와 관련한 뉴스를 방영한 바 있음

<그림> 파키스탄의 채식주의 인식 제고



\*출처: mirchिताles.com, youtube.com

- 코로나19로 건강한 식습관을 추구하는 소비자가 증가하면서 굽거나 에어프라이어로 ‘건강하게 튀긴’ 음식의 선호도 증가
  - 튀긴 빵이나 스낵류를 즐겨 소비하는 식습관을 개선하기 위해 새로운 조리법을 시도하는 소비자가 증가하였고, ‘에어프라이어’가 상용화되며 기름을 적게 사용하여 튀긴 음식을 소비하는 것이 트렌드로 부상
  - 현지 라이프스타일 매체 ‘Daraz Life’는 2020년, 건강한 이프타르 스낵(13)을 만드는 방법으로서 에어프라이어 활용 레시피를 소개
    - 해당 매체는 에어프라이어를 사용할 시, 기름을 거의 사용하지 않고 음식을 튀길 수 있고, 음식의 지방 함량 및 열량을 낮출 수 있다는 점을 소개

13) 라마단 기간에 무슬림이 금식을 마치고(일몰 직후) 먹는 첫 번째 식사를 의미

<그림> 현지 라이프스타일 매체에서 에어프라이어 활용 레시피를 소개



현지 매체 ‘Daraz Life’ 는 에어프라이어를 활용한 이프타르 스낵 레시피를 소개하며 ‘에어프라이어로 죄책감 없이 이프타르 스낵을 즐겨보세요!’ 라는 문구가 삽입된 이미지를 활용

\*출처: blog.daraz.pk

- 이 외에도, 다양한 현지 식품 인플루언서, 식품매체가 ‘에어프라이어를 활용한 건강한 레시피’를 소개
- 현지 식품매체 ‘Pakistani Chef’는 에어프라이어를 활용한 건강한 스프링롤 레시피를 소개(‘2022.02.)
- 현지 식품 인플루언서의 유튜브 채널 ‘Food Fusion’은 에어프라이어를 활용한 간단한 이프타르 스낵 레시피를 게시(‘2022.04)

<그림> 현지 식품 인플루언서, 식품매체가 소개하는 에어프라이어 활용 레시피

How To Make Delicious & Crispy Air Fryer Spring Roll Pakistani Food Recipe With Step By Step Instructions:

Ingredients:

- Spring Roll Paper ( 8 to 9 papers)
- Sesame Oil (2 teaspoons)
- Chopped Green Onion (1/2 cup)
- Garlic (4 cloves)
- Shredded Carrot (1/2 cup)
- Cabbage Shredded ( 1 cup)
- Mushroom Chopped (3/4 cup)
- Extra Firm Pressed Tofu ( 1 block)
- Soya Sauce (2 tbsp)
- Rice Vinegar (2 tsp)
- Maple Syrup (1 tbsp)
- Sriracha (1 tbsp)



Pakistani Chef의 ‘스프링롤’ 레시피



Food Fusion의 ‘이프타르 스낵’ 레시피

\*출처: pakistanichefs.com, youtube.com

- 장 건강에 대한 인식이 제고되며 김치를 비롯한 발효식품의 인기가 증가
  - 파키스탄 현지 라이프스타일 매체 ‘WOW 360’은 2021년 12월, 파키스탄의 주요 식품 소비 트렌드로 ‘김치와 발효식품 선호도 증가’를 언급
    - 해당 매체는 현지 소비자의 장 건강에 대한 관심 증가가 김치를 비롯한 발효식품의 인기 증가로 이어졌다고 분석
  - 2022년 5월, 파키스탄 현지매체 ‘The Pakistan’은 장 건강의 중요성 및 장 건강에 도움이 되는 식품을 소개하는 글을 게시
    - 해당 매체는 ‘장이 소화를 돕고, 면역체계를 지원하며 유해한 박테리아를 제거한다’라고 언급하며, ‘면역력의 70%가 장 건강에 좌우된다’라고 강조
    - 해당 매체는 ①고섬유질 식품 ②발효식품 ③항염증 식품 등을 소개하며, 주요 발효식품으로서 ▲케피어 ▲김치 ▲템페(콩 발효식품) ▲콤부차 ▲사우어크라우트 등을 소개

□ 최근 이슈품목은 ①라면과 간편식품 ②인스턴트 차·커피 ③식용유 ④소스 및 향신료 등<sup>14)</sup>

- 코로나19로 집에 머무는 시간이 길어지며 간편하게 식사를 대체할 수 있는 라면과 간편식품이 활발히 판매
  - 인스턴트 라면(국수)의 경우, 국물과 함께 섭취하는 제품보다 볶음 라면 유형이 주로 판매되며, 매운맛, 닭고기맛 제품을 찾아볼 수 있음
  - 간편식품의 경우, 현지 음식인 비리야니(볶음밥), 케밥 등 유형의 제품이 판매
  - 개별 포장된 제품보다 묶음 포장되어 저렴하게 판매되는 제품이 인기

<그림> 파키스탄에서 판매되는 인기 제품(라면)

		
매운 볶음라면	닭고기맛 볶음라면	튀긴 당면(Pheni)

\*출처: 현지 전자상거래 채널 Daraz.pk, QnE, Yayvo Superstore(2022년 5월 기준)

14) 파키스탄 주요 온라인 유통채널 3개소(Daraz, QnE, Yayvo Superstore)의 인기제품을 바탕으로 작성(2022년 5월 검색)

<그림> 파키스탄에서 판매되는 인기 제품(간편식품)

간편식품(닭고기 비리야니)	간편식품(닭고기 수프)	간편식품(케밥)

\*출처: 현지 전자상거래 채널 Daraz.pk, QnE, Yayvo Superstore(2022년 5월 기준)

- 코로나19로 소득이 감소하자, 저렴하게 구매할 수 있는 인스턴트 음료류(과일 음료, 차, 커피)의 인기가 증가
  - 현지 소비자가 저렴한 제품을 선호하게 되면서, 기존에 외식업체에서 판매되던 차·커피 등 음료류를 인스턴트 음료류로 대체
  - 특히, 식문화의 서구화, 라이프스타일의 현대화가 진행되며 커피의 인기가 증가하는 추세이며 병, 팩에 포장된 인스턴트 커피 제품을 찾아볼 수 있음
  - 이 외에도, 집에서 간편하게 제조하여 섭취할 수 있는 과일 음료(분말) 판매
  - 인스턴트 차의 경우 티백, 분말 등 형태로 판매되며 캐모마일, 아유르베다, 레몬·생강차 등 제품을 찾아볼 수 있음
  - 아유르베다, 레몬·생강차의 경우 ‘천연 원료’, ‘면역력 강화’ 등의 문구로 건강 효능을 강조하여 판매

<그림> 파키스탄에서 판매되는 인기 제품(인스턴트 음료)

인스턴트 차(티백, 캐모마일)	인스턴트 음료(분말, 과일음료)	인스턴트 차(분말, 아유르베다)
인스턴트 차(분말, 레몬생강차)	인스턴트 커피	인스턴트 커피

\*출처: 현지 전자상거래 채널 Daraz.pk, QnE, Yayvo Superstore(2022년 5월 기준)

- 봉쇄조치로 인한 홈쿠킹 증가로 식용유가 활발히 판매
  - 가격경쟁력을 갖추었거나, 건강한 것으로 인식되는 제품의 인기가 증가
  - 시중에서 보편적으로 판매되는 제품은 카놀라유이나, 최근 웰빙 트렌드에 따라 더 건강한 것으로 인식되는 식용유에 대한 관심이 증가하고 있으며, 제품 유형 역시 다양해지고 있음(옥수수 기름, 해바라기씨유 등)

〈그림〉 파키스탄에서 판매되는 인기 제품(식용유)

		
식용유(카놀라유)	식용유(옥수수 기름)	식용유(해바라기씨유)

\*출처: 현지 전자상거래 채널 Daraz.pk, QnE, Yayvo Superstore(2022년 5월 기준)

- 홈쿠킹 증가로 요리에 첨가되는 소스·향신료 제품 역시 인기
  - 스파우트 파우치에 포장된 제품을 찾아볼 수 있으며, 토마토케첩, 마요네즈, 마늘과 생강을 첨가한 소스 등이 유통
  - 이 외에도, 현지에서 요리에 사용되는 고춧가루, 강황가루, 으깬고수 등 향신료 제품이 활발히 판매

〈그림〉 파키스탄에서 판매되는 인기 제품(소스·향신료)

		
소스류(토마토케첩)	소스류(마요네즈, 케첩, 마늘소스)	소스류(생강·마늘소스)
		
향신료(고춧가루)	향신료(강황가루)	향신료(으깬 고수)

\*출처: 현지 전자상거래 채널 Daraz.pk, QnE, Yayvo Superstore(2022년 5월 기준)

## 2. 유통현황

### 가. 유통현황 및 특징

□ 파키스탄 유통산업은 점포 내 유통(96.9%)과 무점포 유통(3.1%)으로 구분되며 식품은 대부분 식품 전문 유통채널을 통해 유통

- 2021년 파키스탄에서 유통된 식품 매출액<sup>15)</sup>은 약 4조 9,529억 루피(미화 약 249억 달러, 한화 약 30조 8,566억 원)로, 최근 5년간 연평균 8.5%, 전년 대비 8.6% 성장함
- 전체 유통시장에서 식품 유통채널이 차지하는 비중은 약 63.7%로 집계
  - 식품은 대부분 식품 전문 유통채널(63.0%)을 통해 판매되며, 종합 유통채널(0.7%)이 차지하는 비중은 미미함

<표> 파키스탄 유통채널 유형별 매출액(2017~2021)

(단위: 10억 파키스탄 루피, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
합계	5,716.7	6,220.8	6,919.1	6,904.6	7,770.7	100.0	12.5	8.0
점포 내 유통(소계)	5,669.2	6,134.7	6,808.1	6,725.7	7,532.5	96.9	12.0	7.4
식품 전문 유통채널	3,522.7	3,748.6	4,135.0	4,512.6	4,894.8	63.0	8.5	8.6
비식품 유통채널	2,098.9	2,335.1	2,616.0	2,164.9	2,579.7	33.2	19.2	5.3
종합 유통채널	47.5	51.0	57.1	48.2	58.1	0.7	20.5	5.2
무점포 유통(소계)	47.5	86.1	111.0	178.9	238.2	3.1	33.1	49.6
이커머스(비식품)	41.0	79.0	103.1	170.2	227.9	2.9	33.9	53.5
직거래	6.5	7.1	7.9	8.7	10.2	0.1	17.2	11.9

\*주1: 유통산업 전체에서 유통채널의 유형별 비중(식품 유통채널의 온·오프라인 비중)은 별도 집계되지 않음

- ‘점포 내 유통’에 포함된 ‘식품 유통채널’ 및 ‘종합 유통채널’이 주요 식품 유통채널에 해당

\*주2: 모든 데이터는 소수점 한 자릿수에서 반올림한 수치로, 합계치에 약간의 오차가 있을 수 있음

\*용어참고: 점포 내 유통(store-based retailing), 무점포 유통(non-store retailing)

\*출처: Euromonitor, Retailing in Pakistan(2022)

15) 2021년 식품 유통채널과 종합 유통채널의 매출액 합계로 추산, 하기 표에 황색으로 별도 표기

- 식품 유통채널의 세부 유형별(온·오프라인) 매출 비중은 별도로 집계되지 않음

□ 파키스탄 소매시장은 비공식 소매(informal retailing)의 비중이 높고, 현금결제가 주를 이룬다는 특성을 보유

- 비공식 소매<sup>16)</sup>는 비공식 경제의 일부로, 법적으로 사업장을 등록하지 않은 개인이 회색지대에서 소매업을 운영하는 것을 일컫음
  - 비공식 소매점은 주로 소규모 식료품점(오프라인 매장)의 형태로 운영됨
- 디지털 결제의 발달이 더더 주된 결제수단이 현금이나, 코로나19 이후로 모바일 결제 및 카드결제가 증가하는 추세

## 나. 주요 유통채널 현황

### ① 오프라인 유통채널(점포 내 유통)

- 현지 소비자는 전통적으로 주거지 인근의 전통식 유통채널에서 식료품을 구매
- 일부 중산층 및 고소득층 소비자는 제품의 다양성(다양한 수입·가공식품 제품), 제품 구입 시의 편의성을 이유로 현대식 유통채널을 이용

□ 전통식 유통채널은 주로 소규모 매장의 형태로 운영되며, 높은 접근성, 신선도, 저렴한 가격 등의 차별성을 보유

- 현지 소비자는 전통적으로 주거지 인근의 전통식 유통채널에서 식료품을 구매하는 소비습관을 보임
  - 주거공간 내 제한적인 저장 공간, 식품의 신선도, 저렴한 가격 등의 이유로 주거지에서 인접한 전통매장에 대한 현지 소비자의 선호도가 높음
  - 전통식 유통채널에서는 채소, 과일 등 신선 농산물이 주로 판매되며, 현지 소비자는 해당 채널에서 판매되는 농산물의 신선도가 높은 것으로 인식
  - 특히, 현대식 매장이 존재하지 않는 시골 지역에서는 전통식 유통채널에 대한 의존도가 높음

16) 유로모니터는 ‘일부 추정치에 따르면, 파키스탄 비공식 소매시장 규모가 공식 소매시장(시장규모가 집계되는 소매시장)에 준하는 규모일 것’ 이라고 언급한 바 있음(정확한 비공식 소매의 매출액·유통시장 내 비중은 집계되지 않음)

- 코로나19 확산 이후, 전통식 유통채널은 배달 서비스를 제공함으로써 소비자 편의를 제고
  - 편자브주의 Fruit Market의 경우, 신선식품(주로 과일, 육류)을 전문적으로 취급하며, 코로나19 이후 배달 서비스를 제공
  - Ishtiaq Karyana Store의 경우, 제품 다양성을 높이기 위해 수입식품 역시 판매

매장명	Ishtiaq Karyana Store	Fruit Market
사진		
매장위치	파키스탄 편자브주	파키스탄 편자브주
특징	· 생활용품과 장기 저장이 가능한 식품류(건조 과일, 기타 가공식품)를 판매하며, 수입식품 역시 판매	· 신선식품(과일, 육류)을 전문으로 취급하는 매장 · 소비자 편의를 위해 배달 서비스 제공

\*출처: Google Maps

□ 현대식 유통채널은 주로 대도시에 위치하여 접근성이 낮으며, 제품의 다양성(수입식품 등)을 추구하는 중산층과 고소득층 소비자가 주요 고객임

- (슈퍼마켓) 제품 다양성, 대량 구매를 통한 가격 인하, 배달 서비스 도입, 로열티 프로그램 운영 등으로 경쟁력 강화
  - Imtiaz는 파키스탄의 선도적인 슈퍼마켓 브랜드로, 대량 구매계약으로 제품의 판매가격을 낮췄으며, 배달 서비스, 로열티 프로그램 등의 소비자 유치 전략을 펼침
  - Al Fatah의 경우 이커머스 매장을 운영하는 동시에 배달 서비스를 제공하며, 신선식품(채소, 과일, 육류 등) 역시 배달이 가능
  - 슈퍼마켓을 비롯한 현대식 유통채널은 주로 대도시에서 찾아볼 수 있으나, Naheed의 경우, 예외적으로 지역별 주거지와 인접한 곳에 매장을 개장하여 접근성을 높임

매장명	Imtiaz Supermarket	Al Fatah	Naheed
사진			
홈페이지	<a href="http://imtiaz.com.pk">imtiaz.com.pk</a>	<a href="http://www.alfatah.pk">www.alfatah.pk</a>	<a href="http://www.naheed.pk">www.naheed.pk</a>
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 식품 전반, 생필품 전반 취급</li> <li>· 대량 구매계약으로 가격 인하</li> <li>· 배달 서비스, 로열티 프로그램 운영으로 소비자 충성도 제고</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 식품 전반, 생필품 취급</li> <li>· 전자상거래 및 배달 지원</li> <li>· 신선식품을 비롯한 모든 품목을 온라인 구매하고 배달받을 수 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 식품 전반, 생필품 취급</li> <li>· 전자상거래 및 배달 지원</li> <li>· 고객 안전-위생을 위해 주기적으로 직원 체온 확인, 매장 소독 실시</li> </ul>

\*출처: 해당업체 홈페이지, Google Maps

- (하이퍼마켓) 소비자 편의를 위해 배달 서비스를 제공하거나, ‘캐시 앤 캐리’ 시스템을 도입하여 가격경쟁력을 확보
  - ‘캐시 앤 캐리(Cash and Carry)’ 시스템이란, 배달 서비스를 제공하지 않는 대신 상대적으로 더 저렴한 가격으로 제품을 판매하는 것
  - Metro는 현지의 대표적인 ‘캐시 앤 캐리’ 매장으로, 다양한 종류의 제품을 저렴한 가격에 판매함으로써 경쟁력을 확보
  - Carrefour은 전자상거래 및 배달 서비스를 도입하였으며, 전자상거래를 통해 제품을 구매하는 소비자를 대상으로 특별 할인율을 적용

매장명	Metro	Carrefour
사진		
홈페이지	<a href="http://www.metro.pk">www.metro.pk</a>	<a href="http://www.carrefour.pk">www.carrefour.pk</a>
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 식료품 전반 취급, 수입제품을 비롯하여 제품 다양성 확보</li> <li>· 캐시 앤 캐리 시스템 도입으로 저렴한 가격에 식료품 판매</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 식품 전반, 패션잡화, 생필품 취급</li> <li>· 다양한 제품군을 취급하여 단순 식료품 구매에서 더 나아가 쇼핑과 문화생활을 즐길 수 있는 공간</li> <li>· 전자상거래 및 배달 서비스 도입</li> </ul>

\*출처: 해당업체 홈페이지, Google Maps

- (편의점) 간편식품 및 포장식품 위주로 식료품을 취급하나, 기타 유통채널 대비 영업시간이 길다는 차별점을 보유하며, 일부 매장은 내부에 취식 공간을 구비함

- 724 Convenience Store의 경우, 영업 시간을 24시간으로 연장하여 소비자 편의를 증대
- Zippy는 오전 1시까지 매장을 운영하며, 배달 서비스를 제공함
- The Corner Store의 경우, 매장 내 취식 공간을 제공함으로써 차별화를 도모

매장명	724 Convenience Store	Zippy	The Corner Store
사진			
홈페이지	-	<a href="http://www.instagram.com/zippygopk">www.instagram.com/zippygopk</a>	-
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가공식품, 사전포장된 식료품 및 생필품 위주로 취급</li> <li>· 24시간 영업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 다양한 생필품 및 가공식품(스낵, 소스류, 음료류, 영유아식품, 냉동식품 등) 판매</li> <li>· 1시(오전)까지 영업하며, 배달 서비스 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 간편식품, 음료류 위주로 취급</li> <li>· 매장 내에 취식 공간이 별도로 구비되어 있음</li> <li>· 12시(오전)까지 영업</li> </ul>

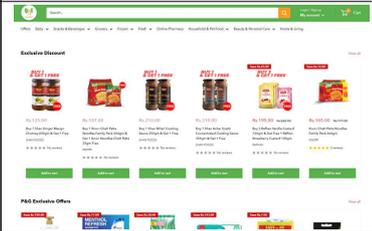
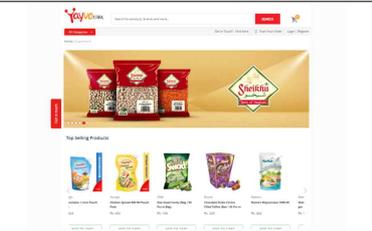
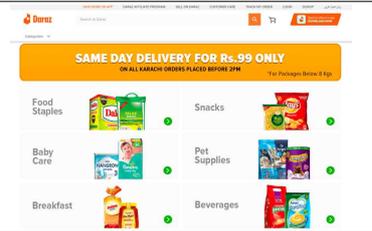
\*출처: 해당업체 홈페이지, Google Maps

## ② 온라인 유통채널(무점포 유통)

- 온라인 유통채널(전자상거래)을 통한 식료품 유통은 현재 태동하는 단계
- 코로나19 이후 전자상거래를 통한 식료품 유통이 활성화되기 시작하였으며, 편리함을 추구하는 중산층을 중심으로 소비자 기반이 증가할 것으로 예상

### □ 코로나19 영향, 모바일 기기 보급률 증가 등의 요인으로 온라인 유통채널을 통한 식품 구매가 증가하는 추세

- (전자상거래) 중산층, 도시 지역 소비자를 중심으로 소비자 기반이 확대될 것으로 예상
  - 현지 소비자는 코로나19를 계기로 전자상거래를 통한 식료품 구매 경험을 축적하였으며, 편의성을 중시하는 중산층, 배달 인프라가 구축된 도시 지역에서 소비자 기반이 증가할 것으로 보임
  - 온라인 식료품 유통채널은 빠르게 발전하는 추세이나, 디지털 결제 기술과 배달 서비스 개선이 선행되어야 할 것으로 보임

매장명	QnE	Yayvo Superstore	DMart(Daraz.pk)
사진			
홈페이지	<a href="https://qne.com.pk">https://qne.com.pk</a>	<a href="http://yayvo.com">http://yayvo.com</a>	<a href="https://www.daraz.pk/dmart">https://www.daraz.pk/dmart</a>
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 영유아식품, 스낵·음료류, 냉동식품, 신선식품, 상비약, 펫푸드, 생필품 등 판매</li> <li>· 배달 서비스를 제공하며, 제품 주문 시 소비자가 배달 시간을 설정할 수 있으나, 배달 지역이 제한적</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 소스류, 간편식품, 음료, 영유아식품 등 취급</li> <li>· 배달 서비스를 제공하며, 이외에도 24시간 고객센터를 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 신선식품, 간편식품, 스낵, 펫푸드, 영유아식품, 음료류 등 판매</li> <li>· 모바일 앱을 통한 주문을 지원하며, 당일배송 서비스를 제공</li> </ul>

\*출처: 해당업체 홈페이지

### 3. 한국 농식품 인지도

□ 한국 농식품에 대한 인지도는 미미한 수준이며, 현지에서 한식을 접할 기회가 매우 드문 편

○ 돼지고기를 소비하지 않는 종교적 특성으로 인해 현지에서 한식당을 찾아보기 힘들

- 라호르 등 일부 대도시에 매우 드물게 한식당이 운영되고 있는 것으로 확인
- 비빔밥, 주먹밥, 라면, 부침개 등 메뉴가 판매되며, 밑반찬으로 김치가 제공

<그림> 현지 한식당(라호르 소재) 매장 전경, 판매되는 메뉴

		
매장 전경	판매되는 음식(부침개)	판매되는 음식(비빔밥)
		
판매되는 음식(주먹밥)	판매되는 음식(불고기)	판매되는 음식(해물잡뽕)

\*출처: Google Maps, 현지 소비자 후기(youtube.com)

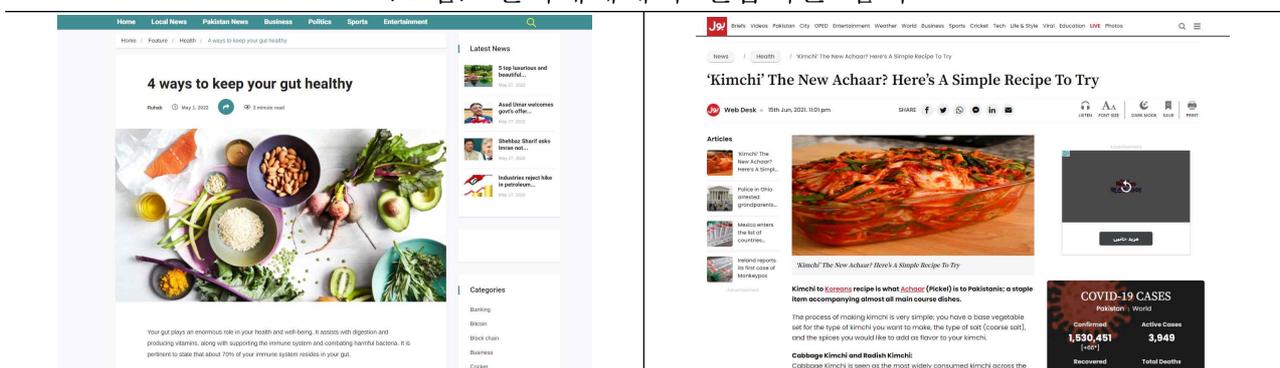
□ 최근 K-POP의 인가 증가로 한류 관심도가 증가하며, 한식 프랜차이즈 및 제품 진출이 이루어지고 있음

- 한식(한국식 비비큐) 프랜차이즈 M社, 2020년 1월 파키스탄 현지 기업 엠 안와르 브로(M Anwar Bro)와 마스터 프랜차이즈 계약을 체결
  - 해당 프랜차이즈는 육류 기반 프랜차이즈로, 이슬람 문화권에 부합하도록 메뉴를 ‘돼지고기 갈매기살’에서 소고기 활용 메뉴로 변경
- 이 외에도, 한국 식품 기업 S社, L社는 각각 라면, 분유 등 품목에 대해 할랄인증을 취득하고 파키스탄 시장 진출을 도모

□ 또한, 장 건강과 발효식품에 대한 관심 제고로 현지에서 김치의 인지도가 상승

- 현지 라이프스타일 매체 ‘WOW 360’ 은 2021년 파키스탄의 주요 식품 트렌드로 김치의 인기 증가를 언급한 바 있음
  - 건강에 대한 인식이 제고되며 발효식품의 인기가 증가하였고, 김치가 건강한 발효식품이라는 인식이 확산되며 인기를 얻은 것으로 분석
  - 2022년 5월, 현지매체 ‘The Pakistan’은 장 건강의 중요성, 발효식품의 효능(장 건강 개선)을 소개하며, 대표적인 발효식품으로 ‘김치’를 소개
  - 2021년 6월, 현지매체 ‘Bol News’는 김치를 한국식 ‘Achaar(채소절임)’로 소개하며, 집에서 시도할 수 있는 간편한 레시피를 게시

<그림> 현지매체에서 언급되는 김치



장 건강의 중요성 및 김치를 소개하는 현지매체

현지매체에서 소개되는 김치 레시피

\*출처: thepakistan.pk, bolnews.com

□ 현지에서 유통되는 한국 농식품은 ①라면 ②스낵 ③조미김 ④김치 ⑤인스턴트 커피(커피믹스, 병음료) 등17)

- 현지 유통채널에서 라면, 스낵, 조미김이 유통되며, 그 외 품목(김치, 인스턴트 커피)은 현지 아시아 식료품 유통채널, 한국 식료품 전문 유통채널에서 유통
- (라면) 볶음면, 일반 라면(국물과 함께 섭취)이 모두 유통되며 한국 라면의 맛이 현지 입맛에 부합하여 인기를 끌
  - 제품의 매운맛이 입맛에 부합한다는 내용의 후기를 다수 찾아볼 수 있음
  - 일부 소비자는 라면 조리법이 충분히 안내되지 않았다는 내용의 후기를 작성

<그림> 파키스탄에서 판매되는 한국산 농식품(라면)

매운 라면(볶음면)	매운 라면(볶음면)	크림이 첨가된 매운 라면(볶음면)
김치라면(일반 라면)	매운 라면(일반 라면)	자장 라면(볶음면)

\*출처: 현지 전자상거래 채널 Daraz.pk, QnE, Yayvo Superstore 및 현지 한인마트 daebak.pk(2022년 5월 기준)

- (스낵) 개별 포장된 파이, 막대 과자 형태의 제품이 유통되며, 주로 초콜릿을 함유하는 스낵류가 유통

17) 파키스탄 주요 온라인 유통채널 3개소(Daraz, QnE, Yayvo Superstore)와 현지 온라인 한인마트(daebak.pk)에서 판매되는 제품을 바탕으로 작성(2022년 5월 검색)

<그림> 파키스탄에서 판매되는 한국산 농식품(스낵)

		
스낵(초콜릿 함유 파이)	스낵(초콜릿 함유 막대과자)	스낵(초콜릿 함유 막대과자)

\*출처: 현지 전자상거래 채널 Daraz.pk, QnE, Yayvo Superstore 및 현지 한인마트 daebak.pk(2022년 5월 기준)

- (조미김) 참기름을 발라 구운 일반 조미김과 불고기맛 조미김, 고추냉이(와사비)맛 조미김 등 다양한 맛의 제품이 판매
  - 현지 소비자는 조미김을 간식으로 인식하며, 현지 유통채널에서도 ‘김스낵(seaweed snack)’이라는 명칭으로 김을 판매
  - 개인의 기호에 따라 선호도의 편차가 크게 나타남(일부 소비자는 김의 식감과 맛을 선호하는 한편, 김의 향을 선호하지 않는 소비자 역시 존재)

<그림> 파키스탄에서 판매되는 한국산 농식품(조미김)

		
조미김(참기름)	조미김(불고기 맛)	조미김(고추냉이 맛)

\*출처: 현지 전자상거래 채널 Daraz.pk, QnE, Yayvo Superstore 및 현지 한인마트 daebak.pk(2022년 5월 기준)

- (김치) 김치는 주로 한인 식료품 판매점, 아시아 식료품 판매점을 통해 유통
  - 보관 및 섭취가 용이하도록 소용량 캔 포장된 제품이 주로 판매됨

<그림> 파키스탄에서 판매되는 한국산 농식품(김치)

	
김치(캔 포장)	김치(캔 포장)

\*출처: 현지 한인마트 daebak.pk(2022년 5월 기준)

- (인스턴트 커피) 물에 타서 섭취하는 분말 형태의 제품과 병음료 형태의 제품이 모두 판매
  - 할랄인증을 취득하였고, 광고모델로 인기 K-POP 스타인 ‘BTS’를 활용한 제품을 찾아볼 수 있음
  - 해당 제품은 바닐라 라테, 아메리카노 두 가지 맛으로 출시되었으며, 음료 포장(라벨)에 광고모델의 이미지를 크게 삽입함

〈그림〉 파키스탄에서 판매되는 한국산 농식품(인스턴트 커피)

		
인스턴트 커피(분말)	인스턴트 커피(병, 아메리카노)	인스턴트 커피(병, 라테)

\*출처: 현지 한인마트 daebak.pk(2022년 5월 기준)

## IV. 정책 및 제도

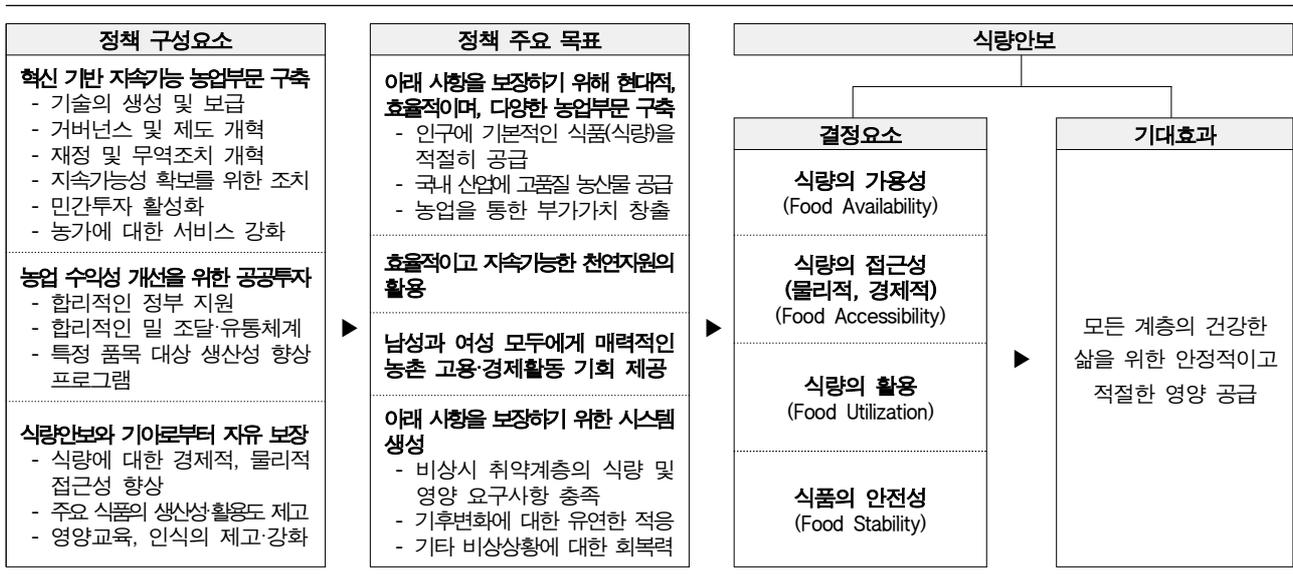
### 1. 농식품 관련 정책

#### 가. 국가 식량안보 정책<sup>18)</sup>

□ 2018년 5월, 파키스탄 국가 식량안보연구부(MNFSR)는 인구를 부양하기 위한 식량안보를 개선하고, 국민의 영양 상태를 개선하고자 해당 정책을 발표

- 파키스탄 정부가 발표한 본 정책의 세부적인 목표는 ①빈곤 완화 ②농업 분야 연평균 4% 성장 ③농업 생산성·탄력성 제고
  - 빈곤 완화 및 기아, 영양실조 근절
  - 연평균 4%의 농업 성장률을 달성하여 작물, 축산, 수산 분야에서 지속 가능한 식품 생산 시스템 구축
  - 농업의 생산성, 수익성, 기후변화에 대한 탄력성을 높이고 경쟁력을 확보
- 궁극적인 목표는 국가 식량안보를 개선할 수 있는 현대적이고 효율적인 식량 생산·유통 시스템을 고안하는 것임

<그림> 파키스탄 국가 식량안보 정책 구성요소 및 기대효과



\*출처: Government of Pakistan Ministry of National Food Security & Research

18) National Food Security Policy, 2018

## 나. 작물 생산성 및 수익성 향상 프로그램<sup>19)</sup>

□ 2019년, 파키스탄 펀자브주 정부 확장 및 적용 연구부<sup>20)</sup>는 주요 작물의 생산성 및 수익성 제고를 위한 프로그램을 발표

- 해당 프로그램은 3개 주요 작물(밀, 쌀, 사탕수수)에 대한 작물별 생산성·수익성 향상 프로젝트로, 2019년 7월부터 2024년 6월 까지 5년에 걸쳐 시행

<표> 주요 작물 생산성 및 수익성 향상 프로그램(FY2019-20~ FY2023-24)

구분	주요 내용	
밀 생산성 향상을 통한 수익성 제고를 위한 국가 프로그램 <sup>1)</sup>	기간	· 2019년 7월~2024년 6월(5년)
	예산	· 125억 3,500만 파키스탄 루피(한화 약 793억 4,655만 원)
	지원내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 질병 내성이 강한 것으로 인증된 밀 종자 216,547톤 제공               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 물량의 밀 종자에 대해 50% 보조금 제공</li> </ul> </li> <li>· 석고(밀 생산량 증대에 활용) 259,832톤               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 물량의 석고에 대하여 50% 보조금 제공</li> </ul> </li> <li>· 농민 대상으로 농기구 15,435개 지원               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 밀 재배에 필요한 농업 도구, 기계에 대해 50% 보조금 제공</li> </ul> </li> <li>· 99,900헥타르에 세스바니아(jantar) 파종을 통한 토질 개선               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 면적의 세스바니아 파종에 대하여 1에이커(약 4,000㎡)당 1,440 루피(한화 약 9,115원)의 보조금 제공</li> <li>- (참고) 세스바니아는 일반적으로 토양에 질소, 유기물을 추가하기 위해 재배하는 콩과식물</li> </ul> </li> <li>· 4,793,400헥타르에 사용할 수 있는 제초제 제공</li> </ul>
쌀 생산성 향상을 통한 수익성 제고를 위한 국가 프로그램 <sup>2)</sup>	기간	· 2019년 7월~2024년 6월(5년)
	예산	· 99억 8,838만 파키스탄 루피(한화 약 632억 2,645만 원)
	지원내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 229,285마운드(mound)의 종자 제공               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 물량의 쌀 종자에 대해 50% 보조금 제공</li> <li>- (참고) 1 마운드 = 37.3242kg</li> </ul> </li> <li>· 쌀 재배에 필요한 농기계 제공               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 농기계 7종 지원, 보조금으로 50% 비용 분담</li> </ul> </li> <li>· 725,200에이커에 사용할 수 있는 제초제 제공               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 면적에 사용할 수 있는 제초제에 대하여 30% 보조금 제공</li> </ul> </li> <li>· 181,300에이커의 면적에 사용할 수 있는 미량요소 제공               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 면적에 사용할 수 있는 미량요소에 대하여 50% 보조금 제공</li> </ul> </li> <li>· 벼 수확량 경진대회를 개최하여, 시·도별 우수 벼농사 표창</li> </ul>

19) 현재(2022.05.) 3개 주요 작물(밀, 쌀, 사탕수수)에 대한 생산성 증대 및 수익성 향상 국가 프로그램이 운영 중

20) Extension & Adaptive Research Department, Government of The Punjab (홈페이지: <http://ext.agripunjab.gov.pk>)

사탕수수 생산성 향상을 통한 수익성 제고를 위한 국가 프로그램 <sup>3)</sup>	기간	· 2019년 7월~2024년 6월(5년)
	예산	· 20억 4,893만 파키스탄 루피(한화 약 129억 6,973만 원)
	지원내용	· 13,000에이커의 면적에 대해 9월간 경작을 위한 보조금 제공 · 297,010에이커의 면적에 대해 황산염아연에 대한 보조금 지급 - (참고) 황산염아연(Zinc sulphate)은 토양의 아연, 철분함량 제고에 도움이 되어 사탕수수 생산성을 제고할 수 있음 · 5,025개의 농기구를 지원 - 해당 물량의 농업 도구, 기계에 대해 50% 보조금 제공

\*주1: National Program for Enhancing Profitability through Increasing Productivity of Wheat

\*주2: National Program for Enhancing Profitability through Increasing Productivity of Rice

\*주3: National Program for Enhancing Profitability through Increasing Productivity of Sugarcane

\*출처: 펀자브주 확장 및 적용 연구부(Extension & Adaptive Research Department, Government of The Punjab)

## 2. 수입제도

### 가. 통관절차

□ 수입 통관절차는 사전 준비 > 수입신고 > 물품 검사 > 통관 보고서 발행 > 관세납부 및 물품반출 순으로 이루어짐

- (사전 준비) 수입신고에 앞서 서류에 기재한 HS코드 확인이 권장되며, 일부 품목은 상무부 사전승인이 요구
  - (HS코드 확인) 모든 서류에는 물품의 HS코드가 올바르게 기재되어야 하며, 수입업자는 수입신고에 앞서 서류에 기재된 코드를 확인하는 것이 바람직함
    - 파키스탄은 HS코드 및 PCT<sup>21)</sup> 코드를 사용하며, PCT 코드는 파키스탄 관세청 및 중앙은행(SBP) 간행물<sup>22)</sup>을 통해 확인 가능
  - (상무부 사전승인) 파키스탄은 수입 금지 및 제한 품목을 ‘네거티브 목록(Negative List)’ 및 ‘수입제한 목록(Restricted List)’을 통해 관리하고 있으며, 해당 품목을 수입하는 수입업자는 상무부의 사전승인을 받아야 함
    - 파키스탄 상무부는 매년 ‘수입 정책(Import Policy Order)’을 통해 네거티브 목록, 수입제한 목록을 업데이트 및 발표하고 있으며, 해당 목록에서 품목의 PCT코드, HS코드를 확인 가능<sup>23)</sup>

21) Pakistan Customs Tariff Codes, 파키스탄에서 사용되는 8자리 물품 분류 코드로, 6자리까지 HS코드와 동일

22) [https://www.sbp.org.pk/fe\\_returns/custom-tariff-07-08.pdf](https://www.sbp.org.pk/fe_returns/custom-tariff-07-08.pdf)

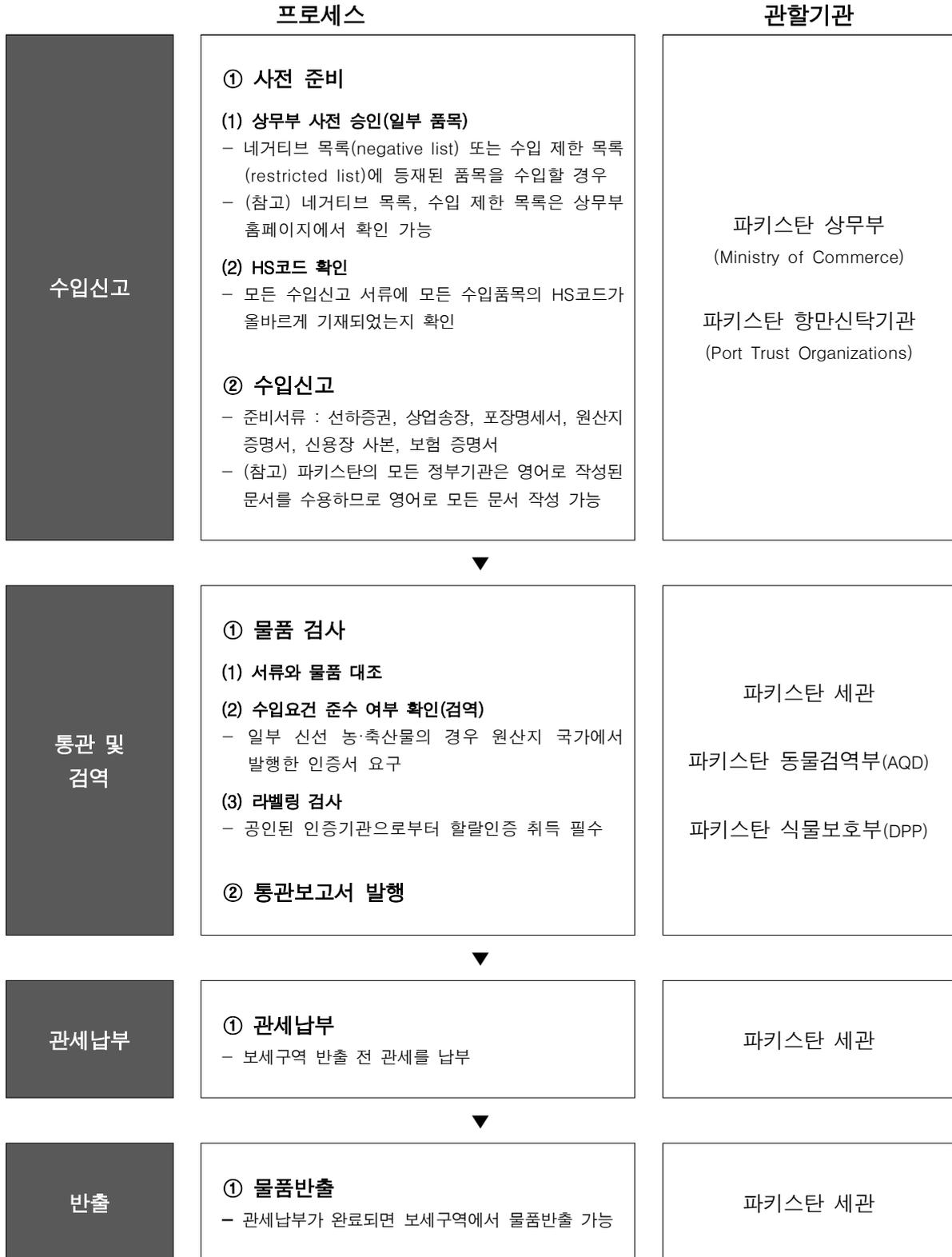
23) 2022년 4월 업데이트된 수입정책(Import Policy Order)은 하기 링크에서 확인 가능

- (링크) <http://www.commerce.gov.pk/wp-content/uploads/2022/04/IPO-2022-SRO-No.-545I-2022-dt.-22.4-2022.pdf>

- **(수입신고)** 수입물품을 보세구역에 장치하고, 도착항 세관에 구비서류를 지참하여 수입신고
  - ①선하증권 ②상업송장 ③포장명세서 ④원산지 증명서 ⑤신용장 사본 ⑥보험 증명서 ⑦할랄인증서(사본) 등 서류를 구비
    - 파키스탄으로 수입되는 모든 식품은 ‘할랄인증서’를 구비해야 하며, 파키스탄 정부에서 공인한 기관(SMIIC, IHAF)에서 발급한 인증서만이 인정
      - \* SMIIC, 이슬람국가 표준기준 및 도량기구
      - \* IHAF, 국제할랄인증기구포럼
  - 파키스탄은 공용어로 영어, 우르두어를 사용하며, 수출입에 필요한 모든 서류는 영문으로 작성 가능함
- **(물품 검사)** 서류와 물품 대조, 수입 및 검역 요건 준수 확인, 라벨링 검사 진행
  - **(서류와 물품 대조)** 도착항 세관은 신고 내용, 적하목록 등과 실제 물품을 대조하여 일치 여부를 검토하고, 은닉(밀수입) 제품의 유무 여부 등을 확인
  - **(수입·검역 검사)** 도착항 세관 및 식물보호부 검역 담당자는 수입된 물품에 대한 수입요건, 검역요건 준수 여부를 확인
    - 일부 신선 농·축산물의 경우 원산지 국가의 담당기관에서 발행한 인증서(주로 위생증명서 혹은 건강증명서)가 요구
  - **(라벨링 검사)** 이 외에도, 제품에 부착된 라벨에 대한 심사가 진행되며 모든 식품류는 공인된 할랄 인증기관으로부터 할랄인증을 취득해야 함<sup>24)</sup>
    - 라벨링은 영문과 우르두어를 병기해야 함
- **(통관보고서 발행)** 물품 검사가 완료되면 도착항 세관, 파키스탄 식물보호부(Department of Plant Protection) 검역 담당자가 각각 통관보고서(clearance reports)를 발행
- **(관세납부 및 물품반출)** 보세구역 반출 전 관세를 납부하고, 화물인도지시서(D/O)를 통해 물품을 반출
  - 물품 검사 결과에 따라 관세 금액이 결정되며, 최종 결정세액을 납부할 시 통관이 완료되어 물품을 반출할 수 있음

24) 상세 내용은 ‘다. 라벨링’ 부분 참고

<그림> 파키스탄 농식품 수입통관절차



\*출처: 파키스탄 상무부(Ministry of Commerce, Government of Pakistan), USDA Foreign Agricultural Service

## 나. 수입·검역제도

□ 파키스탄 상무부는 수입 제한 목록, 네거티브(수입 금지) 목록을 공시하여 특정 품목의 수입을 제한 및 금지하고 있음

- (수입 제한 품목) 모든 식품류는 조건부 수입품목으로, 할랄 인증을 취득해야 하며 유통기한 관련 요구사항을 준수해야 함
  - 야생 동식물, 팜오일, 담배 또는 담배 대용품은 품목별 수입요건의 준수가 요구

〈표〉 2022년 파키스탄 수입 제한(조건부 수입) 품목

PCT 코드	품목설명	수입요건
품목에 해당하는 모든 코드	모든 식품류 (All edible products)	(1) 사람이 소비하기에 적합해야 함 (2) ‘하람(haram)’의 요소 또는 성분이 없어야 함 <ul style="list-style-type: none"> <li>- (하람식품) ‘금지되는 것’, ‘불법적인 것’을 의미하며, 이슬람 율법에 따라 금지된 식품을 일컬음(아래 참조)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 돼지고기와 그 부산물</li> <li>· 와인, 알코올 등 주류 및 알코올성 음료</li> <li>· 피와 그 부산물</li> <li>· 어류를 제외한 수생동물(오징어 등)</li> <li>· 인체 부산물(머리카락에서 추출한 L-시스테인 등)</li> <li>· 파충류와 곤충류, 양서류(개구리, 악어 등)</li> <li>· 동물의 사체와 도축하기 전에 죽은 동물</li> <li>· 일반적으로 혐오감을 주는 동물(이, 쥐, 구더기, 거미 등)</li> <li>· 이슬람 율법에 따라 도축되지 않은 할랄 동물</li> </ul> </li> <li>- (할랄식품) ‘허용된다’라는 의미의 아랍어로, 이슬람 율법에 따라 허가된 식품을 일컬음(아래 참조)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 신선농산물</li> <li>· 유제품(소, 낙타, 양, 염소의 것)</li> <li>· 생선</li> <li>· 벌꿀</li> <li>· 취하는 성분(마약 성분 등)이 없는 식물</li> <li>· 밀, 쌀, 호밀 등 곡물류</li> <li>· 이슬람 율법에 따라 도축된 육류(소, 양, 산양, 낙타, 사슴, 닭, 오리)</li> </ul> </li> </ul>
		(3) 식용 제품은 제조일로부터 유통기한의 66% 이상이 남아있어야 하며, 수입 식품(음료 포함)의 경우, 수입신고서 제출일로부터 유통기한이 50% 이상 남아있어야 함 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품의 성분, 제품 세부사항(영양성분, 사용 지침)은 소비자 포장에 우르두어 및 영어로 병행 표기해야 함</li> <li>- 할랄인증 로고는 소비자 포장에 인쇄되어 있어야 함(스티커, 중복 인쇄, 스탬프, 손상된 라벨 등의 형태는 허용되지 않음)</li> </ul>
		(4) 육류의 경우 이슬람법에 따라 할랄 동물을 도축해야 함
		(5) 대량의 식용유 수입은 착륙 시의 중량·품질을 기준으로 함

품목에 해당하는 모든 코드	야생 동식물 (살아있는 것, 동식물의 특정 부위나 부분, 동식물의 부산물 포함)	(1) 파키스탄 기후변화부(Ministry of Climate Change)에서 구성한 관리당국에서 CITES 허가를 취득해야 함 - CITES(위기에 처한 야생 동식물종의 국제 거래에 관한 협약)는 정부 간의 국제협약으로, 야생 동식물의 국제 거래가 종의 생존을 위협하지 않도록 하는 것을 목표로 함
1511.1000	팜오일, 팜원유 (Crude palm oil)	(1) 추가 처리·정제를 위해 파키스탄 표준품질관리국(PSQCA)으로부터 유효한 라이선스를 받은 제조업체만 수입할 수 있음 (2) 저장하기 위한 목적으로 벌크 원유 팜유를 수입하는 수입자는 연방국세청(FBR)이 통지하는 세이프가드 조치(safeguard mechanism)에 따라 수입이 허용
2402.1000, 2402.2000, 2402.9000	시가(여송연), 담배, 껌련 (담배 또는 담배 대용품으로 만든 것)	(1) 포장에 파키스탄 보건복지부(Ministry of National Health Services Regulations and Coordination)가 수시로 규정하는 건강경고가 포함되어야 함

\*주1: 식품(HS코드 02~24류)에 해당되는 품목만 발취하여 정리

\*주2: PCT코드 6자리까지는 HS코드 6자리(국제적으로 통용)와 동일

\*출처: Import Policy Order 2022, Government of Pakistan Ministry of Commerce

## ○ (수입 금지 품목) 주류, 마약으로 악용될 여지가 있는 식물과 그 부산물 등이 수입 금지 품목에 해당

<표> 2022년 파키스탄 수입금지 품목 목록(네거티브 목록)

PCT 코드	품목설명
0713.9090, 1209.2900, 1214.9000	나비나물속(Vetches)(원물, 잘게 자른 형태 및 기타 형태 포함)
1211.3000, 1211.4000, 1211.9000	코코아 잎, 양귀비 줄기, 대마초의 잎
1301.9010	대마초 수지 및 발삼(balsams)
1302.1100	아편
1302.1900	양귀비 줄기 농축액, 대마초 추출물과 팅크(tincture)
1515.1900, 1515.9000, 1516.2020, 1515.2900, 1516.2010	사용한 식물성 기름과 식용유
2203.0000, 2204.1000, 2204.2200, 2204.3000, 2205.9000, 2307.0000, 2208.3000, 2303.3000, 2204.2100, 2204.2900, 2205.1000, 2206.0000, 2208.2000, 2208.4000, 2208.5000, 2208.6000, 2208.7000, 2208.9000	알코올성 음료 및 증류주(공업용 에틸알코올 제외) *양조 및 증류 찌꺼기와 폐기물, 술찌꺼기(wine lees), 주석(酒石) 포함

\*주1: 식품(HS코드 02~24류)에 해당되는 품목만 발취하여 정리

\*주2: PCT코드 6자리까지는 HS코드 6자리(국제적으로 통용)와 동일

\*출처: Import Policy Order 2022, Government of Pakistan Ministry of Commerce

- (동·식물성 제품) 이 외에도, 동물성 제품(살아있는 것 포함) 및 식물성 제품(살아있는 것 포함) 수입 시 아래의 요건을 충족해야 함
  - (동물성 제품) 파키스탄 동물검역부(AQD)의 검역 요건을 충족해야 함
    - 수입업자는 동물검역부(AQD)에 건강증명서 발급을 신청해야 함<sup>25)</sup>
  - (식물성 제품) 아래의 요건을 충족하는 식물성 제품의 수입이 허용
    - 파키스탄 식물보호부(DPP)에서 발급한 유효한 수입허가증 취득
    - 원산지 국가의 식물검역기관(NPPO)에서 식물위생증명서 보유
    - 재수출을 위한 식물위생증명서(수출국이 원산지 국가가 아닌 경우) 보유
    - 식물보호부(DPP)에 의한 식물 보호 해제 명령을 취득
    - 파종 목적의 식물성 제품의 경우, 국가 식량안보연구부 연방종자인증 연구부(Federal seed Certification & Research Department)의 품질 및 표준 적합성 테스트에 합격

#### 다. 라벨링 제도

#### □ 파키스탄 라벨링 규정은 ①일반 요구사항 ②필수 표기사항의 주요 내용으로 구성

- (일반 요구사항) 아래와 같은 요구사항으로 구성됨
  - 라벨링 표기 언어는 영어와 우르두어로, 병기되어야 함
  - 제조일자와 유통기한은 반드시 영문 단어 및 숫자로 표기해야 함
  - 필요한 제조일자와 유통기한을 일/월/년 형식으로 라벨에 인쇄해야 함
  - 제품 견본(샘플)은 직관 상품과 동일한 규정을 따름
  - 권장 소비기한(best before use date)은 유통기한으로 인정되지 않음
  - 파키스탄 당국은 라벨 요구사항 준수 여부를 엄격하게 검사하고, 부적절한 라벨이 부착된 제품의 통관을 거부하거나 폐기할 권한이 있음
  - 인공향료를 함유한 식품의 경우, 라벨에 향료의 화학명칭을 기재하지 않아도 되나, 천연향료의 경우 향료의 일반명칭(천연향 또는 천연유래 성분 포함)이 라벨에 언급되어야 함
- (필수 표기사항) 총 5가지 항목으로 구성되었으며, 제품이 일반 식품의 수입요건에 부합함을 명시해야 함

25) 파키스탄 동물검역부(AQD) 홈페이지 <http://www.aqd.gov.pk/>

<p>식품 라벨링의 필수 표기사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 제조일자 및 유통기한</li> <li>· 내용물에 돼지고기 및 돼지고기 제품이 포함되지 않았다는 문구</li> <li>· 내용물이 사람이 섭취하기에 적합하고, 모든 동물성 제품이 할랄 요구사항에 따라 도축되었음을 알리는 내용</li> <li>· 식용유 제품의 경우, 착륙 당시의 중량과 품질을 기준으로 한다는 내용</li> <li>· 할랄인증 로고 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄인증 로고는 소비자 포장에 인쇄되어 있어야 하며, 스티커, 스탬프 등 포장에 부착된 형태는 허용되지 않음</li> <li>- 할랄인증은 반드시 파키스탄 정부에서 공인한 인증기관(SMIIC, IHAF)으로부터 취득한 것이어야 함</li> </ul> </li> </ul>
<p>식품 포장 및 라벨에 표기가 금지된 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 파키스탄의 모든 종파, 계급, 구성원의 종교적 감정을 상하게 할 수 있는 종교적 문구, 외설적인 그림, 단어, 비문 등</li> </ul>

## □ 영양성분표와 관련한 규정은 별도 존재하지 않음

- 영양성분표의 경우 라벨 필수 표기사항이 아니며, 공급업체가 자율적으로 라벨에 포함시킬 수 있음
  - 파키스탄 표준품질관리국(PSQCA)은 미국 FDA, Codex 규정에 기반하여 가이드라인을 정기적으로 업데이트함
  - 라벨의 영양성분표가 미국 FDA나 CODEX의 영양성분표 규격에 부합할 경우, 파키스탄 수출에 문제가 되지 않음
- 또한, 파키스탄의 경우 특정 영양소 또는 영양강조표시가 있는 제품의 수입에 대해 제한이 존재하지 않음
  - 파키스탄 당국은 주장(claims)을 홍보의 수단으로 간주하며, 과학적 근거를 요구하지 않음
  - 라벨에 묵시적 주장(implied claims)을 포함하는 제품의 수입에 대해서도 규제 및 제한이 존재하지 않으며, 과학적 근거 역시 요구되지 않음
  - 단, ‘비타민 또는 미네랄의 공급원’, ‘카페인 음료’와 관련한 요구사항이 존재
    - 제품이 ‘비타민’ 또는 ‘미네랄’의 공급원이라고 주장할 경우, 도착에 앞서 수입업자의 제조업체의 이름으로 연방정부에 등록되어야 함
    - 카페인 음료의 경우, 편자브 식품청(PFA)에서 ‘에너지 드링크(energy drink)’라는 문구를 사용하는 것을 금지함
      - \* ‘에너지(energy)’ 대신 ‘각성제(stimulant)’라는 단어를 사용해야 함
      - \* 해당 음료가 임산부와 12세 미만의 어린이에게 적합하지 않음을 표기해야 함

## V. 한국 농식품 수출확대 방안

### 1. SWOT 분석

- 현지 트렌드(발효식품, 간편식품)에 부합하는 제품을 보유하나, 낮은 한식 및 한국 농식품 인지도, 종교적인 식문화(돼지고기를 섭취하지 않는 특성)로 인한 진입장벽 등 존재

강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2억 2천 명에 달하는 거대 소비시장</li> <li>· 공용어로 영어를 구사하여 해외 진출 시 용이</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 전반적으로 낮은 한국 농식품 인지도</li> <li>· 인구의 96.5%가 무슬림으로 구성, 돼지고기를 소비하지 않는 식습관*으로 인해 한식 외식업체, 식료품 수출에 애로 발생</li> <li>* 수출에 앞서 할랄인증 취득 필수</li> </ul>
기회(Opportunity)	위기(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> <li>· K-POP 등 한국 콘텐츠의 인기 증가로 한류 관심도 (호감도) 증가</li> <li>· 건강 트렌드(발효식품 인기)로 김치의 인기 증가</li> <li>· 코로나19로 집에서 간편하게 조리하여 섭취할 수 있는 간편식품(라면 등)의 인기 증가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 코로나19로 인한 소득 감소, 불확실성 증가</li> <li>· 저렴한 제품에 대한 선호도가 높음(고소득층 및 중산층은 예외)</li> <li>· 지속적인 테러 발생 등으로 불안정한 치안</li> </ul>

- (강점) 인구 2억 2천 명(2020년 기준)에 달하는 거대 내수시장을 보유하며, 공용어로 영어를 구사하여 현지 진출 시 언어로 인한 장벽이 낮음
  - 무역서류(수입신고 시 제출 서류, 기타 증명서 등) 역시 영문으로 작성 가능하여 언어적 측면에서 해외 진출이 용이
- (기회) 최근 한류 영향으로 한국에 대한 인지도가 증가하는 추세이며, 한국 농식품 중 현지 트렌드(발효식품, 간편식품)에 부합하는 제품이 존재
  - 장 건강에 대한 인식이 제고되어 현지 소비자의 발효식품 관심도가 증가 하였으며, 김치의 인지도가 상승
  - 코로나19로 홈쿠킹이 증가하며 간편하게 조리하여 섭취할 수 있는 라면 등 간편식품의 수요 확대 추세

- (약점) 한국 농식품에 대한 인지도가 높지 않으며, 종교적 특성으로 인한 진입장벽 존재
  - 제품 수출 시, 수출에 앞서 할랄인증 취득이 요구되며, 요식업체 역시 할랄 및 하람식품에 대한 충분한 이해가 선행되어야 현지 진출 가능
- (위기) 잦은 테러 발생으로 시장환경이 불안정하며, 코로나19로 소득이 감소하여 저렴한 제품에 대한 선호도가 상승
  - 특히, 소득 감소 및 저렴한 제품 선호도 상승은 우리 농식품 수출의 주요 위기 요인으로 작용

## 2. 수출확대 방향

□ 현지에서 유통되고 있는 품목 중, 시장 트렌드에 부합하는 제품을 유망 품목으로 선정하여 주력 수출해야 함

- (라면) 간편식품 인기 증가로 최근 5년간 연평균 35.7%의 수출액 증가를 보였으며, 수출 성장세 유지를 위해 제품 홍보 다양화 및 상세한 레시피 소개 필요
  - 한국산 라면은 현지 제품 대비 가격대가 높으며, 할인 행사(2개 구매 시 1개 무료 증정 등)를, 시식행사를 비롯한 판촉활동 필요
  - 높은 가격, 낮은 인지도 등의 요인으로 한국산 라면 소비 경험이 없는 신규 소비자의 유입이 가능할 것으로 보임
  - 이 외에도, 제품 조리법에 대한 충분한 안내가 필요(우르두어 및 영어로 기재, 필요 시 그림 등 활용)
  - 일부 소비자는 후기를 통해 조리방법이 충분히 안내되지 않았다는 점을 지적한 바 있음
- (김치) 발효식품의 인기로 김치에 대한 현지 인지도가 제고, 포장재에 건강효능을 강조하는 문구 등 삽입 필요
  - 파키스탄은 영양강조표시나 제품의 효능에 대한 주장(claim)을 표기하는 것에 대해 별도의 규제를 두지 않고 있음
  - 김치가 발효식품이라는 점, 김치의 건강효능 등을 강조하여 판매하는 방안을 고려해볼 수 있음

- 우리 농식품 수출확대를 위해서는 인지도 제고가 선행되어야 하며, 한류연계 마케팅 및 판촉행사 등 고려 필요
  - 현지에서 한류 인기가 증가 추세<sup>26)</sup>라는 점을 고려하여 한류 스타를 활용한 스타마케팅, 한국 농식품을 시식할 수 있는 체험형 스토어 및 팝업스토어 운영 등을 고려해볼 수 있음
- 다양한 수입 식료품에 대한 소비 의향 및 구매력이 높은 중산층, 고소득층, 도시 인구를 타깃 소비자로 선정
  - 한국 농식품을 비롯한 수입 식품은 주로 현대식 유통채널, 온라인 유통채널을 통해 유통되며, 편의성과 다양성을 중시하는 중산층, 고소득층 및 도시 인구가 주요 고객
  - 온라인 마케팅, 배달 서비스 강화, 대형 쇼핑몰 내 판촉활동 등 타깃 소비자를 고려한 수출전략 수립 필요
- 이 외에도, 파키스탄 수입요건의 준수가 요구되며 필수 인증인 할랄인증의 취득 필요
  - 모든 식품류는 수입 제한(조건부 수입 허용) 품목으로, 매년 수출에 앞서 상무부의 ‘수입정책<sup>27)</sup>’을 검토하여 수출을 희망하는 품목의 수출요건, 수출금지 여부 등 파악 필요
    - 특히, 파키스탄은 식용 제품의 유통기한에 대한 별도의 규정이 존재하며, 수출 식품의 유통기한이 제조일로부터 66% 이상, 수입신고서 제출일로부터 50% 이상 남아있는지 확인해야 함
  - 또한, 수입신고 시 파키스탄 정부 공인 기관(SMIC, IHAF)의 할랄인증서 사본이 요구되며, 라벨에도 할랄인증 삽입 필요

26) 현지 한국 소비재 판매 슈퍼마켓의 ‘알라 소하일’ 사장은 “파키스탄에서 한류가 확대되고 있고, 향후 K-POP 팬들을 대상으로 하는 한류상품을 판매할 계획이다” 라고 언급한 바 있음

- (출처) 파키스탄 최대 상업도시 카라치시장의 한국상품 판매점 인터뷰, EMERICS(2022.01.11.)

27) Import Policy Order, 매년 업데이트되며 2022년 4월 업데이트된 최신 수입정책은 하기 링크에서 확인 가능

- (링크) <http://www.commerce.gov.pk/wp-content/uploads/2022/04/IPO-2022-SRO-No.-545I-2022-dt.-22.4-2022.pdf>

## ※ 참고문헌 및 참고사이트

1	세계은행 데이터베이스 World Bank Database( <a href="https://data.worldbank.org">https://data.worldbank.org</a> )
2	글로벌 통계정보원 Statista( <a href="http://www.statista.com">www.statista.com</a> )
3	식품음료신문( <a href="http://www.thinkfood.co.kr">www.thinkfood.co.kr</a> )
4	KREI 한국농촌경제연구원( <a href="http://www.krei.re.kr">www.krei.re.kr</a> )
5	글로벌 식문화 정보원 Taste Atlas( <a href="http://www.tasteatlas.com">www.tasteatlas.com</a> )
6	파키스탄 현지 라이프스타일 매체 WOW 360( <a href="http://wow360.pk">wow360.pk</a> )
7	글로벌 라이프스타일 매체 Mainstream( <a href="http://bemainstream.com">bemainstream.com</a> )
8	파키스탄 현지매체 The Pakistan( <a href="http://thepakistan.pk">thepakistan.pk</a> )
9	파키스탄 전자상거래 플랫폼 Daraz Pakistan( <a href="https://www.daraz.pk/dmart">https://www.daraz.pk/dmart</a> )
10	파키스탄 전자상거래 플랫폼 QnE( <a href="https://qne.com.pk">https://qne.com.pk</a> )
11	파키스탄 아시아 식료품 유통채널 Daebak.pk( <a href="http://www.daebak.pk">www.daebak.pk</a> )
12	현지 소비자 'Projekt Jay' 유튜브 채널( <a href="http://www.youtube.com/c/ProjektJay">www.youtube.com/c/ProjektJay</a> )
13	파키스탄 재무부 Government of Pakistan, Ministry of Finance( <a href="https://www.finance.gov.pk">https://www.finance.gov.pk</a> )
14	파키스탄 펀자브주 정부, 확장 및 적용 연구부 Extension & Adaptive Research Department, Government of The Punjab( <a href="http://ext.agripunjab.gov.pk">http://ext.agripunjab.gov.pk</a> )
15	파키스탄 상무부 Ministry of Commerce( <a href="http://www.commerce.gov.pk">www.commerce.gov.pk</a> )
16	파키스탄 농업 마케팅 정보 서비스 Pakistan Agriculture Marketing Information Service(AMIS) ( <a href="http://www.amis.pk">www.amis.pk</a> )
17	Pakistan: Labelling, shelf-life and halal certification requirements for food and beverages imported into Pakistan (2019-04), Government of Pakistan Ministry of Commerce and Textile(2019.02.19.)
18	Pakistan - Country Commercial Guide, International Trade Administration U.S. Department of Commerce(2022.01.)
19	Food and Agricultural Import Regulations and Standards Report - FAIRS Export Certificate Report, USDA FAS(2019)
20	파키스탄 수출 식품 '국제 할랄 인증' 요구, 식품음료신문(2020.05.26.)
21	Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country Report - Pakistan, USDA FAS(2021.12.27.)
22	PAKISTAN ECONOMIC SURVEY 2020-21, Government of Pakistan Ministry of Finance
23	FRUIT, VEGETABLES AND CONDIMENTS STATISTICS OF PAKISTAN 2018-19, ECONOMIC WING MINISTRY OF NATIONAL FOOD SECURITY & RESEARCH ISLAMABAD GOVERNMENT OF PAKISTAN APRIL 2020
24	Muslim Population by Country 2022, World Population Review(2022)
25	10 Most Popular PAKISTANI DISHES, Taste Atlas(2022.05.19.)

26	PAKISTANI DESI FOOD, Desi Food By Ayesha
27	Top 5 Food Trends Pakistanis Enjoyed in 2021, WOW360(2021.12.22.)
28	What Are The New Food Trends in Pakistan? - You' ll Love This List!, Mainstream (2021.07.01.)
29	4 ways to keep your gut healthy, The Pakistan(2022.05.01.)
30	Pakistan: Exporter Guide, USDA FAS(2021.01.08.)
31	Pakistan: Exporter Guide, USDA FAS(2021.12.31.)
32	Retailing in Pakistan, Euromonitor International(2022.04.)
33	디딤 '마포갈매기', 파키스탄 시장 진출, 아이뉴스24(2020.01.23.)
34	롯데푸드, 파키스탄 수출분유 '할랄' 인증 획득
35	A little bit of Korea in Lahore, TNS(2020.02.02.)
36	Delicious Korean food in Lahore - Pakistan Guide, Pakistan Guide(2022.04.19.)
37	19억 무슬림 입맛 잡아라... 식품업계는 할랄시장 공략 중, 한국무역협회 무역뉴스(2022.02.17.)
38	'Kimchi' The New Achaar? Here' s A Simple Recipe To Try, Bol News(2021.06.15.)
39	National Food Security Policy, Government of Pakistan Ministry of National Food Security & Research(2018.05.29.)
40	Import Policy Order 2022 (S.R.O. 545(I)2022), Ministry of Commerce, Government of Pakistan(2022.04.22.)