

2023 농식품 수출국가 정보조사 「카자흐스탄」

2023.12.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對카자흐스탄 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 | 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	19,543,464명, 전 세계 64위
민족구성 (2022년 추정치)	카자흐스탄인 69.6%, 러시아인 17.9%, 우즈베키스탄인 3.3%, 위구르족 1.5%, 우크라이나인 1.3%, 타타르족 1%, 기타 5.3%
언어	카자흐스탄어 83.1%, 카자흐, 러시아어, 영어 22.3%(러시아어 가능 94.4%)
종교 (2009년 추정치)	이슬람교 70.2%, 기독교 26.2%, 기타 0.2%, 무교 2.8%, 불특정 0.5%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 25.26% (남성 2,386,022/여성 2,551,575) 15~64세: 65.2% (남성 6,226,792/여성 6,533,887) 65세 이상: 9.44% (남성 660,397/여성 1,184,791)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 31.6세, 전 세계 114위 남성: 30.3세 여성: 32.8세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$496.126십억 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 41위 \$475.672십억 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$487.869십억 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	4.3% (2021년 추정치), 전 세계 108위 -2.5% (2020년 추정치) 4.5% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$26,100 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 78위 \$25,400 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$26,400 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	4.7% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	18.1% (2017년 추정치)
주요 생산품	밀, 우유, 감자, 보리, 수박, 멜론, 아마씨, 양파, 옥수수, 해바라기씨 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<카자흐스탄의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
(EAEU) 이란, 베트남, 세르비아	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

<우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

카자흐스탄 식품 시장은 2018년 482억 달러에서 연평균 3.7% 성장하여 2022년 558억 달러로 집계되었다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2018년 99억 달러에서 연평균 3.8% 성장하여 2022년 114억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 20.5% 비중을 차지하고 있다.

육류

육류 시장규모는 2018년 88억 달러에서 연평균 3.8% 성장하여, 2022년 102억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 18.3% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2018년 69억 달러에서 연평균 3.8% 성장하여, 2022년 81억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 14.4% 비중을 차지하고 있다.

<카자흐스탄 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	48.2	48.9	48.5	51.3	55.8	100.0	8.8	3.7
스낵류	9.9	10.0	9.9	10.5	11.4	20.5	9.1	3.8
육류	8.8	8.9	8.8	9.3	10.2	18.3	9.7	3.8
낙농품	6.9	7.0	7.0	7.4	8.1	14.4	9.5	3.8
베이커리 및 곡물류	5.5	5.6	5.5	5.9	6.3	11.3	7.7	3.3
채소류	5.2	5.2	5.2	5.5	6.1	10.9	10.5	4.2
과일 및 견과류	4.2	4.3	4.2	4.5	4.9	8.8	9.1	4.0
편의식품	2.1	2.2	2.1	2.3	2.5	4.5	9.2	4.2
수산물	2.2	2.3	2.3	2.4	2.5	4.4	4.2	2.6
유지류	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3	2.4	3.9	2.4
소스 및 향신료	1.1	1.1	1.1	1.2	1.3	2.3	9.3	3.8
스프레드 및 당류	0.6	0.6	0.6	0.7	0.7	1.3	9.1	4.2
펫푸드	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.5	8.0	6.5
영유아식품	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.4	4.2	4.5

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

카자흐스탄의 1인당 식품 소비액은 2018년 2,630달러에서 연평균 2.5% 성장하여 2022년 2,907달러로 집계되었다.

스낵류

스낵류 소비액은 2018년 약 538달러에서 연평균 2.5% 성장하여 2022년 595달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 20.5% 비중을 차지하고 있다.

육류

육류 소비액은 2018년 약 481달러에서 연평균 2.6% 성장하여 2022년 약 532달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 18.3% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비액은 2018년 약 378달러에서 연평균 2.6% 성장하여 2022년 약 419달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 14.4% 비중을 차지하고 있다.

<카자흐스탄 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	2,630.0	2,634.0	2,584.0	2,701.0	2,907.0	100.0	7.6	2.5
스낵류	538.1	538.6	528.0	551.8	595.0	20.5	7.8	2.5
육류	481.2	480.8	470.4	490.6	532.3	18.3	8.5	2.6
낙농품	378.9	379.0	371.2	387.7	419.4	14.4	8.2	2.6
베이커리 및 곡물류	301.9	301.6	295.1	307.7	327.8	11.3	6.5	2.1
채소류	281.6	282.4	277.3	290.2	317.0	10.9	9.2	3.0
과일 및 견과류	228.8	229.7	225.9	236.8	255.6	8.8	7.9	2.8
편의식품	115.3	115.9	114.2	119.9	129.7	4.5	8.2	3.0
수산물	122.0	122.2	119.8	125.3	129.1	4.4	3.0	1.4
유지류	65.9	66.0	64.7	67.6	69.1	2.4	2.2	1.2
소스 및 향신료	60.6	60.7	59.6	62.3	67.1	2.3	7.6	2.6
스프레드 및 당류	33.3	33.6	33.1	34.8	37.3	1.3	7.3	2.9
펫푸드	11.7	12.5	13.0	13.4	14.2	0.5	5.8	5.0
영유아식품	11.3	11.5	12.0	12.5	13.2	0.5	5.8	4.1

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

카자흐스탄의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 881kg에서 연평균 1.3% 감소하여 2022년 약 837kg으로 집계되었다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 223kg에서 연평균 0.2% 감소하여 2022년 221kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 26.4% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 154kg에서 연평균 2.2% 감소하여 2022년 140kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 16.8% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비량은 2018년 약 131kg에서 연평균 1.2% 감소하여 2022년 약 124kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 14.9% 비중을 차지하고 있다.

<카자흐스탄 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	881.6	892.8	861.3	841.9	837.9	100.0	-0.5	-1.3
채소류	223.0	229.4	222.3	219.5	221.0	26.4	0.7	-0.2
베이커리 및 곡물류	154.2	154.3	148.0	143.4	140.8	16.8	-1.8	-2.2
낙농품	131.2	132.8	128.3	125.2	124.9	14.9	-0.2	-1.2
과일 및 견과류	104.1	105.2	101.0	98.8	98.5	11.8	-0.3	-1.4
스낵류	98.9	99.1	95.2	92.4	91.8	11.0	-0.7	-1.9
육류	81.4	82.3	79.6	77.7	77.4	9.2	-0.4	-1.3
편의식품	26.9	27.0	26.1	25.4	25.3	3.0	-0.3	-1.5
소스 및 향신료	17.3	17.4	16.7	16.2	16.1	1.9	-0.7	-1.8
스프레드 및 당류	12.8	12.8	12.4	12.1	11.7	1.4	-2.7	-2.1
유지류	12.7	12.9	12.5	12.1	11.2	1.3	-7.6	-3.2
펫푸드	8.3	9.0	8.9	9.1	9.5	1.1	4.3	3.3
수산물	9.6	9.6	9.2	8.9	8.5	1.0	-4.8	-3.2
영유아식품	1.0	1.1	1.1	1.1	1.2	0.1	4.5	2.5

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

카자흐스탄 식품 시장은 2022년 이후 연평균 9.8% 성장하여 2026년 811억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2022년 이후 연평균 9.8% 성장하여 2026년 166억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 10.0% 성장하여 2026년 150억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2022년 이후 연평균 8.8% 성장하여 2026년 113억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<카자흐스탄 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	55.8	61.9	68.4	74.6	81.1	100.0	8.7	9.8
스낵류	11.4	12.7	14.0	15.3	16.6	20.5	8.8	9.8
육류	10.2	11.4	12.6	13.8	15.0	18.4	8.8	10.0
낙농품	8.1	8.7	9.6	10.4	11.3	13.9	8.6	8.8
채소류	6.1	6.8	7.7	8.4	9.3	11.4	9.7	11.0
베이커리 및 곡물류	6.3	7.0	7.8	8.4	9.2	11.3	8.8	9.9
과일 및 견과류	4.9	5.5	6.1	6.6	7.2	8.9	8.9	10.1
편의식품	2.5	2.8	3.1	3.4	3.7	4.5	8.6	10.1
수산물	2.5	2.8	3.0	3.3	3.5	4.3	6.7	9.0
유지류	1.3	1.5	1.7	1.8	2.0	2.5	8.7	10.6
소스 및 향신료	1.3	1.4	1.6	1.7	1.9	2.3	8.7	9.7
스프레드 및 당류	0.7	0.8	0.9	0.9	1.0	1.2	6.5	8.0
펫푸드	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	3.1	5.1
영유아식품	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	3.4	4.7

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 카자흐스탄의 식품 수출액은 약 55억 9,177만 달러로 2021년 대비 45.6% 증가하였다. 또한, 2018년 약 30억 6,166만 달러에서 연평균 16.3% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 0.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 72만 달러로 2021년 대비 31.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 18.1% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

우즈베키스탄으로의 식품 수출액은 27.6%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 15억 4,383만 달러로 2021년 대비 39.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 24.9% 증가하는 추세를 보인다.

아프가니스탄으로의 식품 수출액은 15.4% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 8억 6,120만 달러로 2021년 대비 96.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 20.9% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 중국(9.9%), 러시아(9.6%), 타지키스탄(9.1%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<카자흐스탄 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	3,061,669	3,332,363	3,300,243	3,839,211	5,591,775	100.0	45.6	16.3
1 우즈베키스탄	635,251	761,209	965,970	1,104,590	1,543,831	27.6	39.8	24.9
2 아프가니스탄	403,719	320,054	488,484	439,368	861,209	15.4	96.0	20.9
3 중국	253,208	384,459	421,604	216,851	553,582	9.9	155.3	21.6
4 러시아	352,732	433,042	373,094	548,867	539,136	9.6	-1.8	11.2
5 타지키스탄	234,782	280,684	342,180	386,777	508,045	9.1	31.4	21.3
6 이란	330,685	297,535	127,513	274,122	316,360	5.7	15.4	-1.1
7 키르기스스탄	172,044	184,822	168,761	191,008	226,711	4.1	18.7	7.1
8 튀르키예	112,785	109,607	51,027	104,530	169,800	3.0	62.4	10.8
9 투르크메니스탄	68,002	73,345	45,367	99,511	168,918	3.0	69.7	25.5
10 벨기에	62,548	94,981	60,164	75,020	138,248	2.5	84.3	21.9
:								
44 대한민국	372	515	474	552	724	0.0	31.2	18.1

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준으로 **밀 기타, 밀·메슬린 가루, 아마씨, 해바라기씨 조유, 보리 기타** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

밀 기타 수출액은 32.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 18억 1,328만 달러로 2021년 대비 36.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 22.1% 증가하는 추세를 보인다.

밀·메슬린 가루 수출액은 13.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 7억 5,301만 달러로 2021년 대비 70.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 14.0% 증가하는 추세를 보인다.

아마씨 수출액은 6.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 3억 5,751만 달러로 2021년 대비 57.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 26.3% 증가하는 추세를 보인다.

해바라기씨 조유 수출액은 4.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 2억 6,521만 달러로 2021년 대비 307.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 61.4% 증가하는 추세를 보인다.

보리 기타 수출액은 3.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 2억 1,528만 달러로 2021년 대비 30.5% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 7.3% 감소하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **해바라기씨(3.1%), 듀럼종 밀 기타(1.6%), 감미료 첨가물(1.4%)** 등을 수출하였다.

<카자흐스탄 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	3,061,669	3,332,363	3,300,243	3,839,211	5,591,775	100.0	45.6	16.3
1 밀 기타	814,998	870,492	1,014,269	1,329,666	1,813,287	32.4	36.4	22.1
2 밀·메슬린 가루	445,998	362,716	489,385	440,904	753,017	13.5	70.8	14.0
3 아마씨	140,593	179,497	208,675	226,584	357,517	6.4	57.8	26.3
4 해바라기씨 조유	39,078	49,970	75,718	65,104	265,216	4.7	307.4	61.4
5 보리 기타	291,431	297,424	175,818	164,974	215,280	3.8	30.5	-7.3
6 해바라기씨	93,702	156,904	83,011	68,669	171,699	3.1	150.0	16.3
7 듀럼종 밀 기타	133,394	122,582	116,169	88,306	91,849	1.6	4.0	-8.9
8 감미료 첨가물	28,414	27,188	24,707	38,220	77,306	1.4	102.3	28.4
9 동식물성 지방 기타	10,308	8,992	8,774	23,620	76,903	1.4	225.6	65.3
10 밀 추출물	24,765	24,021	32,763	14,486	72,280	1.3	399.0	30.7

*주: HS CODE(1001.99, 1101.00, 1204.00, 1512.11, 1003.90, 1206.00, 1001.19, 2202.10, 1517.90, 2302.30)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 카자흐스탄의 식품 수입액은 약 58억 9,794만 달러로, 2021년 대비 22.0% 증가하였다. 또한, 2018년 약 35억 6,973만 달러에서 연평균 13.4% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 0.2% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 1,464만 달러로 2021년 대비 23.9% 증가하였다. 또한, 2018년 약 1,211만 달러에서 연평균 4.9% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

러시아 연방에서의 식품 수입액은 53.9%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 31억 8,034만 달러로 2021년 대비 19.8% 증가하였다. 또한, 2018년 약 15억 2,101만 달러에서 연평균 20.2% 증가하는 추세를 보인다.

우즈베키스탄에서의 식품 수입액은 4.9% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 2억 8,718만 달러로 2021년 대비 8.3% 증가하였다. 그러나 2018년 약 4억 1,409만 달러에서 연평균 8.7% 감소하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 벨라루스(4.2%), 중국(4.1%), 미국(2.9%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<카자흐스탄 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	3,569,734	3,825,067	3,977,384	4,833,028	5,897,947	100.0	22.0	13.4
1 러시아 연방	1,521,015	1,856,734	2,048,963	2,655,033	3,180,341	53.9	19.8	20.2
2 우즈베키스탄	414,095	293,201	261,852	265,054	287,183	4.9	8.3	-8.7
3 벨라루스	151,133	180,307	227,555	230,862	248,323	4.2	7.6	13.2
4 중국	166,259	191,629	159,448	166,982	238,879	4.1	43.1	9.5
5 미국	147,509	178,464	143,953	137,268	173,689	2.9	26.5	4.2
6 브라질	52,874	47,749	28,922	75,778	168,626	2.9	122.5	33.6
7 우크라이나	171,005	165,703	152,994	161,256	112,181	1.9	-30.4	-10.0
8 튀르키예	32,206	40,257	49,264	70,709	111,318	1.9	57.4	36.4
9 인도	41,586	42,796	33,347	35,678	83,532	1.4	134.1	19.0
10 키르기스스탄	48,369	44,856	58,080	69,420	80,339	1.4	15.7	13.5
:								
35 대한민국	12,114	12,400	10,272	11,828	14,649	0.2	23.9	4.9

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 밀 기타, 조제식료품, 감미료가 첨가된 물, 사탕수수 기타, 냉장 절단육 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

밀 기타 수입액은 4.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 2억 6,048만 달러로 2021년 대비 63.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 185.6% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 수입액은 3.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 2억 2,332만 달러로 2021년 대비 27.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 17.8% 증가하는 추세를 보인다.

감미료가 첨가된 물 수입액은 3.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 2억 1,193만 달러로 2021년 대비 23.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 39.3% 증가하는 추세를 보인다.

사탕수수 기타 수입액은 3.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 2억 738만 달러로 2021년 대비 12.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 15.0% 증가하는 추세를 보인다.

냉장 절단육 수입액은 3.3% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 9,507만 달러로 2021년 대비 24.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 11.6% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **사탕수수당(2.7%), 초콜릿 기타(2.6%), 빵 기타(2.3%)** 등을 수입하였다.

<카자흐스탄 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	3,569,734	3,825,067	3,977,384	4,833,028	5,897,947	100.0	22.0	13.4
1 밀 기타	3,914	38,483	61,651	159,223	260,482	4.4	63.6	185.6
2 조제식료품	116,102	154,086	173,769	175,551	223,325	3.8	27.2	17.8
3 감미료가 첨가된 물	56,248	74,073	95,775	171,934	211,930	3.6	23.3	39.3
4 사탕수수 기타	118,485	112,237	158,961	183,771	207,387	3.5	12.9	15.0
5 냉장 절단육	125,862	167,089	151,245	156,286	195,077	3.3	24.8	11.6
6 사탕수수당	59,538	43,124	21,251	83,048	159,952	2.7	92.6	28.0
7 초콜릿 기타	114,246	125,228	109,403	130,146	155,067	2.6	19.1	7.9
8 빵 기타	68,884	77,935	88,495	112,636	136,924	2.3	21.6	18.7
9 소시지 기타	60,879	68,940	78,981	109,396	121,993	2.1	11.5	19.0
10 해바라기씨	20,566	25,912	27,742	47,387	120,030	2.0	153.3	55.4

*주: HS CODE(1001.99, 2106.90, 2202.10, 1701.99, 0207.14, 1701.14, 1806.90, 1905.90, 1601.00, 1206.00)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對카자흐스탄 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 2,552만 달러로 2018년 약 3,581만 달러에서 연평균 8.1% 감소하였다.

농산물

농산물 수출액은 90.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 2,304만 달러로 2021년 대비 6.5% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 0.9%의 감소세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 8.5% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 216만 달러로 2021년 대비 52.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 27.4%의 증가세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 1.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 25만 달러로 2021년 대비 -45.1% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 173.9%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 0.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 6만 달러로 2021년 대비 -43.3% 감소하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 71.9%의 감소세를 보이고 있다.

<한국산 對카자흐스탄 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	35,812	29,909	20,667	23,640	25,522	100	8.0	-8.1
농산물	23,895	23,541	18,555	21,639	23,040	90.3	6.5	-0.9
수산물	821	2,926	1,597	1,418	2,160	8.5	52.3	27.4
축산물	5	32	152	461	253	1.0	-45.1	173.9
임산물	11,092	3,411	364	121	69	0.3	-43.3	-71.9

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **라면, 조제식료품 기타, 커피크리머, 베이커리 제품, 조미 김** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '속을 채운 파스타'와 '건조 김' 등이 있으며, 2022년 '속을 채운 파스타'는 최근 5년간 연평균 성장률 137.6%를 기록했다. '건조 김' 역시 같은 기간 동안 연평균 66.1%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

라면 수출액은 22.5%의 비중을 차지하며, 2022년 약 573만 달러로 2021년 대비 47.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 16.2% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 기타 수출액은 14.9%의 비중을 차지하며, 2022년 약 379만 달러로 2021년 대비 25.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.1% 증가하는 추세를 보인다.

커피크리머 수출액은 14.6%의 비중을 차지하며, 2022년 약 372만 달러로 2021년 대비 29.1% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 13.8% 감소하는 추세를 보인다.

베이커리 제품 수출액은 8.1%의 비중을 차지하며, 2022년 약 205만 달러로 2021년 대비 9.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 12.2% 증가하는 추세를 보인다.

조미 김 수출액은 3.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 84만 달러로 2021년 대비 8.4% 증가하였다.

<한국산 對카자흐스탄 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	35,812	29,909	20,667	23,640	25,522	100.0	8.0	-8.1
1 라면	3,152	3,839	3,612	3,897	5,737	22.5	47.2	16.2
2 조제식료품 기타	2,587	2,445	2,386	3,016	3,796	14.9	25.9	10.1
3 커피크리머	6,750	5,210	3,815	2,885	3,724	14.6	29.1	-13.8
4 베이커리 제품	1,300	1,372	1,484	1,885	2,059	8.1	9.3	12.2
5 조미 김	N/A	489	1,004	779	844	3.3	8.4	N/A
6 추잉검	589	547	507	524	838	3.3	65.4	9.2
7 비스킷류	932	1,156	1,046	1,195	831	3.3	-30.4	-2.8
8 건조 김	102	523	287	270	773	3.0	186.7	66.1
9 소스 조제품 기타	762	653	886	791	534	2.1	-32.5	-8.5
10 속을 채운 파스타	11	6	11	869	338	1.3	-61.1	137.6

*주: HS CODE(1902.30-1010, 2106.90-9099, 2106.90-9010, 1905.90-1090, 2008.99-5010, 1704.10-0000, 1905.90-1040, 1212.21-1010, 2103.90-9090, 1902.20-0000)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 카자흐스탄 오프라인 유통채널 규모

개요

카자흐스탄의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 4조 9,170억 텡게에서 연평균 12.1% 성장하여 2022년 7조 7,770억 텡게로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2018년 3조 3,950억 텡게에서 연평균 7.4% 성장하여 2022년 4조 5,210억 텡게로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 58.1% 비중을 차지하고 있다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 9,350억 텡게에서 연평균 24.4% 성장하여 2022년 2조 2,360억 텡게로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 28.8% 비중을 차지하고 있다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2018년 4,220억 텡게에서 연평균 12.7% 성장하여 2022년 6,820억 텡게로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 8.8% 비중을 차지하고 있다.

<카자흐스탄 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 십억 텡게, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	4,917	5,734	6,101	7,016	7,777	100.0	10.8	12.1
소규모 식료품점	3,395	3,552	3,666	4,122	4,521	58.1	9.7	7.4
슈퍼마켓	935	1,397	1,631	1,986	2,236	28.8	12.6	24.4
하이퍼마켓	422	569	574	617	682	8.8	10.5	12.7
포코트리테일러	91	128	129	150	170	2.2	13.3	16.9
편의점	19	31	42	75	96	1.2	27.8	50.3
전문 판매점	55	57	59	66	73	0.9	10.1	7.5

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Grocery Retailers in Kazakhstan」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

카자흐스탄의 오프라인 유통채널 매장 수는 2018년 4만 5,474개에서 연평균 3.7% 감소하여 2022년 3만 9,100개로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품 매장 수는 2018년 4만 1,739개에서 연평균 4.1% 감소하여 2022년 3만 5,340개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 90.4%를 차지하고 있다.

포코트리테일러

포코트리테일러 매장 수는 2018년 1,973개에서 연평균 1.1% 감소하여 2022년 1,886개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 4.8%를 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 1,229개에서 연평균 4.1% 감소하여 2022년 1,041개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 2.7%를 차지하고 있다.

<카자흐스탄 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	45,474	45,345	43,307	41,247	39,100	100.0	-5.2	-3.7
소규모 식료품점	41,739	41,489	39,564	37,503	35,340	90.4	-5.8	-4.1
포코트리테일러	1,973	2,006	1,896	1,864	1,886	4.8	1.2	-1.1
전문 판매점	1,229	1,222	1,165	1,104	1,041	2.7	-5.7	-4.1
슈퍼마켓	416	452	471	487	514	1.3	5.5	5.4
편의점	71	123	159	240	273	0.7	13.8	40.0
하이퍼마켓	46	53	52	49	46	0.1	-6.1	0.0

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점

*출처: 「Grocery Retailers in Kazakhstan」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

①Magnum

Magnum Cash&Carry 소속으로, 2022년 4.8%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 6.3% 증가하였다.

②SMall

Skif Sauda TOO 소속으로, 2022년 3.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 19.2% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 10.5% 증가하였다.

③Anvar

Anvar TOO 소속으로, 2022년 3.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 24.0% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 13.9% 증가하였다.

④Metro

Metro Cash&Carry 소속으로, 2022년 2.1%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 6.9% 감소하였다.

⑤Ideal

Ideal Market TOO 소속으로, 2022년 1.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 12.5% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 11.5% 증가하였다.

<카자흐스탄 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)	
1	Magnum	4	4.5	4.8	4.8	0.0	6.3
2	SMall	2.3	2.6	2.6	3.1	19.2	10.5
3	Anvar	2.1	2.6	2.5	3.1	24.0	13.9
4	Metro	2.6	2.7	2.1	2.1	0.0	-6.9
5	Ideal	1.3	1.4	1.6	1.8	12.5	11.5
6	Ayan	1.3	1.4	1.5	1.8	20.0	11.5
7	Firkan	1.3	1.5	1.5	1.5	0.0	4.9
8	Leader	1.2	1.2	1.1	1.3	18.2	2.7
9	Dina	1	1	1	1.2	20.0	6.3

*출처: 「Retail in Kazakhstan」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Magnum	창립연도	2007년
	점유율	2.8%	브랜드 국적	카자흐스탄
	웹사이트	magnum.kz	매장 수	76개
	<ul style="list-style-type: none"> - Magnum Cash&Carry의 카자흐스탄 하이퍼마켓 브랜드이며, 카자흐스탄 내 점유율 1위를 차지하고 있음 - Qaztrade와 함께 우즈베키스탄 등지로 매장을 확장하고 유사 업종의 까르푸(Carrefour) 매장을 인수하며 규모를 키움 - 가격이 저렴한 PB 제품을 판매 - 2020년경부터 집으로 제품을 배송하는 Magnum Go 서비스를 개시 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*주 : 「[202308-29] 카자흐스탄 쌀 보고서(시장분석형)」(한국농수산물유통공사), p19

*출처:「Retail in Kazakhstan」(유로모니터), 카자흐스탄 Magnum 홈페이지(magnum.kz), Magnum 소셜미디어 계정

	브랜드명	SMall	창립연도	1999년
	점유율	1.8%	브랜드 국적	카자흐스탄
	웹사이트	SMall.kz	매장 수	106개
	<ul style="list-style-type: none"> - Skif Sauda TOO 산하의 슈퍼마켓 브랜드 - 월간 뉴스레터 브로셔를 발간하여 홈쇼핑 서비스를 제공하고, 온라인 쇼핑물 운영 중임 - 낮 시간대에 고객이 많으며, 주거단지나 학교, 회사 건물 인근에 입점해 있음 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Kazakhstan」(유로모니터), 카자흐스탄 small 홈페이지(small.kz), SMall 소셜미디어 계정

	브랜드명	Anvar	창립연도	1993년
	점유율	1.8%	브랜드 국적	카자흐스탄
	웹사이트	anvar.kz	매장 수	49개
	<ul style="list-style-type: none"> - 카자흐스탄의 슈퍼마켓 브랜드로, 카자흐스탄 내 약 6개의 도시에 매장을 보유하고 있는 Anvar TOO의 브랜드 - 규모가 큰 슈퍼마켓 내에서는 반조리 식품과 제빵류를 판매 - 비정기적으로 진행되는 프로모션을 통해 행사 제품을 저렴하게 제공 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Kazakhstan」(유로모니터), 카자흐스탄 anvar 홈페이지(anvar.kz), Anvar 소셜미디어 계정

	브랜드명	Metro	창립연도	1964년
	점유율	1.2%	브랜드 국적	독일
	웹사이트	metro-kz.com	매장 수	-
	<ul style="list-style-type: none"> - METRO Cash&Carry 산하의 슈퍼마켓 브랜드로 카자흐스탄에는 2008년 처음으로 브랜드 도입 - 온라인 카탈로그를 제공하며 주문 제품에 대한 배송 서비스도 제공하고 있음 - 카자흐스탄 내 6개의 유통 매장이 있으며 2009년 Astana라는 도시에 첫 도매 매장을 개점 			
매장 사진				
	제목		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Kazakhstan」(유로모니터), 카자흐스탄 metro 홈페이지(metro-kz.com), Metro 소셜미디어 계정

	브랜드명	a2	창립연도	2005년
	점유율	1.1%	브랜드 국적	카자흐스탄
	웹사이트	idealmarket.kz	매장 수	8개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Idealmarket TOO의 브랜드 - 프리미엄 슈퍼마켓을 지향하는 브랜드로 환경 친화적인 제품군부터 특수 제조 공정을 거친 제빵 제품류와 완조리 식품까지 다양한 제품을 취급하고 있음 - 연중무휴로 오후 7시까지 주문한 제품을 배송하는 서비스를 운영하고 있음 			
매장 사진				
	제목		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Kazakhstan」(유로모니터), 브랜드 홈페이지(idealmarket.kz), Ideal 소셜미디어 계정

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 카자흐스탄의 식품 온라인 시장 규모는 460억 텡게 규모로 전년 대비 28.5% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 38.4% 성장했다.

<카자흐스탄 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 십억 텡게, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
12	14	21	35	46	28.5	38.4

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail E-Commerce in Kazakhstan」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① Kspi.kz

Kspi Magazin TOO에서 운영하는 사이트로, 2022년 36.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 8.2% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 17.9% 증가하였다.

② AliExpress Marketplace

Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 9.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 6.5% 증가한 반면, 2019년 대비 연평균 17.1% 감소하였다.

③ Wildberries

Wildberries OOO에서 운영하는 사이트로, 2022년 8.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 30.6% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 17.4% 증가하였다.

④ Meloman

Meloman Group TOO에서 운영하는 사이트로, 2022년 1.4%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 27.3% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 32.6% 증가하였다.

⑤ Flip

Flip.kz TOO에서 운영하는 사이트로, 2022년 1.1%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 16.3% 증가하였다.

<카자흐스탄 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Kspi.kz	22.5	25.5	34.1	36.9	8.2	17.9
2 AliExpress Marketplace	17.2	10.8	9.2	9.8	6.5	-17.1
3 wildberries	5.0	6.3	6.2	8.1	30.6	17.4
4 Meloman	0.6	0.9	1.1	1.4	27.3	32.6
5 Flip	0.7	0.9	1.1	1.1	0.0	16.3
6 Arbuz	0.1	0.4	0.5	0.6	20.0	81.7
7 Ozon	0.3	0.3	0.4	0.5	25.0	18.6

*출처: 「Retail E-Commerce in Kazakhstan」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Kaspi	운영업체	Kaspi Magazin TOO
	점유율	36.9%	웹사이트	kaspi.kz
	<ul style="list-style-type: none"> - 카자흐스탄의 점유율 1위 대형 B2C 전자상거래 플랫폼 - 지역 농민들로부터 구입한 신선 농산물 및 식자재 등을 판매 - 온라인 쇼핑뿐 아니라 온라인 banking, 항공권 예약 등의 서비스를 제공 - 구입한 식료품의 조리법을 인포그래픽으로 제공 			
사진				
	사이트 화면		Kaspi 내 온라인 식료품 구매	

*출처 : 「Retail in Kazakhstan」(유로모니터), 카자흐스탄 kaspi 홈페이지(kaspi.kz), Kaspi 소셜미디어 계정

	사이트명	wildberries	운영업체	Wildberries OOO
	점유율	8.1%	웹사이트	wildberries.ru
	<ul style="list-style-type: none"> - 러시아를 포함한 동유럽 전반과 동북아시아에서 의류, 신발 등의 생활용품을 판매하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 오프라인에서 제품을 수령할 수 있는 픽업 포인트를 운영 - 식료품 카테고리에서는 견과류, 시럽, 주스류 등의 가공식품을 취급 - 2022년 기준 매출액 1조 6700억 루블(약 \$178억 9733만) 			
사진				
	오프라인 픽업 포인트		배송 국가별로 선택 가능한 사이트	

*출처 : 「Retail in Kazakhstan」(유로모니터), wildberries 홈페이지(wildberries.ru), wildberries 소셜미디어 계정

	사이트명	Meloman	운영업체	Meloman group TOO
	점유율	1.4%	웹사이트	meloman.kz
МЕАДОМАН	<ul style="list-style-type: none"> - 카자흐스탄의 오프라인 매장 기반 B2C 전자상거래 플랫폼 - 과자, 사탕 그리고 인스턴트 라면 등의 가공식품 판매 - 한국 식료품의 경우 캐릭터를 이용한 인스턴트 라면, 쌀과자, 떡볶이 등의 가공식품을 판매하고 있음 - 주문한 물품에 대해 배송·방문 수령 모두 가능 			
사진				
	사이트 화면		Meloman 내에서 판매하는 한국 제품	

*출처 : 「Retail in Kazakhstan」(유로모니터), 카자흐스탄 meloman 홈페이지(meloman.kz), meloman 소셜미디어 계정

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

카자흐스탄의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 7조 7,770억 텡게에서 연평균 2.2% 성장하여 2026년 8조 4,900억 텡게 규모에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2022년 4조 5,210억 텡게에서 연평균 1.3% 성장하여 2026년 4조 7,650억 텡게 규모에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 2조 2,360억 텡게에서 연평균 3.4% 성장하여 2026년 2조 5,590억 텡게 규모에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2022년 6,820억 텡게에서 연평균 2.5% 성장하여 2026년 7,520억 텡게 규모에 이를 것으로 전망된다.

<카자흐스탄 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 텡게, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	7,777	7,915	8,091	8,292	8,490	100.0	2.4	2.2
소규모 식료품점	4,521	4,544	4,603	4,683	4,765	56.1	1.7	1.3
슈퍼마켓	2,236	2,310	2,392	2,476	2,559	30.1	3.3	3.4
하이퍼마켓	682	697	716	735	752	8.9	2.3	2.5
포코트리테일러	170	178	182	188	193	2.3	2.6	3.2
편의점	96	111	122	132	141	1.7	6.9	10.2
전문 판매점	73	74	76	78	81	0.9	2.9	2.5

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Grocery Retailers in Kazakhstan」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

카자흐스탄의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 14.1%로 성장하여, 2026년 770억 텡게에 이를 것으로 전망된다.

<카자흐스탄 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 텡게, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
46	53	60	69	77	11.7	14.1

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail E-Commerce in Kazakhstan」(유로모니터)

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

카자흐스탄 식품 유통구조 (2021.10)	- 유통 현황 및 특징
카자흐스탄 온·오프라인 식품 유통채널 (2021.10)	- 오프라인 유통채널 유형 · 백화점: ①TsUM ②Khan Shatyr ③MEGA Silk Way · 슈퍼: ①Anvar ②Magnum ③Ideal ④SMall ⑤Metro · 포코트리테일러: ①KazMunaiGas ②Helios, Aurika ③Sinooil ④Gazprom Neft · 전통식: ①Green Bazaar ②Almaty ③Ayna Bazaar ④Shymkent - 온라인 유통채널 유형 · 주요 유통채널: ①Flip, Wildberries ②SATU ③Ramstore ④Alibaba

2.4.2 품목보고서

카자흐스탄 가공식품 유통정보	
카자흐스탄 건강기능식품 유통정보 (2023.03)	[건강기능식품] - 카자흐스탄 유통채널 유통구조 - 카자흐스탄 건강기능식품의 주요 유통채널 · 오프라인 유통채널 · 온라인 유통채널 · 약국/ 드럭스토어: ①아쁘떼까 쯔베뜨나야 ②유로팔마 ③비오스페라 · 방문판매: ①암웨이 ②파벨릭 ③오리플레임 · 온라인 쇼핑몰: ①Wildberries ②솔팍 ③사투
카자흐스탄 신선식품 유통정보 (2023.10)	[쌀] - 카자흐스탄 쌀 유통채널 점유율 - 카자흐스탄 신선식품의 주요 유통채널 분석 · 주요 유통채널: ①도스틱플라자 ②케루엔 ③매그넘 ④메트로 ⑤코리안마트 ⑥ 두레마트 ⑦아르부즈 ⑧사투

2.4.3 해외지사 발간 보고서

카자흐스탄	
-------	--

3

수출품목 및 소비 트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 곡물 스낵(현지시장 이슈품목)

시장현황

2022년 카자흐스탄의 식품, 특히 스낵류 제품의 가격이 크게 상승하였다. 제과 및 비스킷류에서 가파른 상승을 보였는데, 이는 원자재 수급문제와 이에 따른 원자재 가격 상승으로 인한 것이다. 러시아-우크라이나 분쟁 발발 이후 러시아가 설탕과 밀가루의 수출을 제한함에 따라 원자재의 대부분을 수입에 의존하는 카자흐스탄의 당류 및 비스킷 제조업체들이 압박을 받게 되었고, 전반적인 제품의 가격 상승을 가져왔다.

그럼에도 불구하고 카자흐스탄의 제과, 스낵 시장은 2023년부터 2028년까지 8.00% 성장하여 2028년 시장규모가 141억 5,000만 달러에 달할 것으로 예상된다.

시사점

카자흐스탄의 곡물 스낵 시장 진출을 위해 적극적으로 편의점, 마트 등 현대적 시설을 갖춘 식료품 소매업체와 협력하여 제품 배치 및 마케팅 전략을 강화해야 하며 소비자의 가격 민감성을 고려하여 경쟁력 있는 가격 전략을 개발해야 한다. 이러한 전략들은 카자흐스탄 시장에서의 성공적인 진입과 성장에 기여할 것이다.

		
한국산 누룽지 스낵	귀리 스낵	과일과 견과류가 첨가된 곡물 스낵

*출처: arbuz.kz

▶ 출처

Snacks in Kazakhstan, 유로모니터
Confectionery, Statista

② 소스류(수출상위 품목)

시장현황

카자흐스탄은 러시아, 이탈리아, 중국으로부터 주로 소스 및 조미료를 수입하고 있으며, 2022년 기준 평균 수입 단가는 톤당 1,959달러로 전년 대비 30% 증가했다. 카자흐스탄의 소스 시장은 2022년부터 2028년까지 연평균 8.5%, 매년 약 3억 1천만 달러씩 증가할 것으로 예상된다. 비용 절감, 간편 레시피의 니즈 증가 등이 주된 성장 요인으로 꼽힌다.

카자흐스탄은 팬데믹을 거치면서 외식보다는 가정에서 식사하는 경향이 높아졌다. 바쁜 일상생활에서 적은 비용으로도 간편하게 조리할 수 있는 식단으로 가정에서 요리하는 비중이 증가하며 소스 및 조미료 시장을 견인하고 있다.

카자흐스탄 온라인 소매 부문의 성장에 주목할 수 있는데, 편리함과 다양한 제품 및 브랜드 선택이 가능한 온라인 쇼핑의 인기로 온라인을 통한 소스 판매가 증가할 것으로 예상된다.

시사점

바쁜 일상을 보내는 도시 지역의 카자흐스탄 소비자들에게 간단하게 요리할 수 있는 레시피를 소스 제품과 함께 제공하거나, 소스를 활용하여 한국 드라마에 나온 음식을 만들 수 있도록 레시피를 SNS에 공유함으로써 한류를 좋아하는 젊은 소비자들 쉽게 다가갈 수 있는 계기를 만들 수 있다.

		
팩 포장 치즈 소스	토마토 소스	한국산 소스(멸치액젓)

*출처: kaspi.kz

▶ 출처

Condiments and Sauces Market in Kazakhstan 2022, Helix Strategy

Kazakhstan - Sauces and Seasonings - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights, Index Box

③ 인스턴트 커피(수출상위 품목)

시장현황

카자흐스탄은 전통적으로 차(茶)를 즐겨 마시는 국가로, 최근에는 커피 소비가 급격하게 증가하고 있다. 카자흐스탄 인스턴트 커피 시장규모는 2023년부터 5년간 연평균 15.89%씩 성장하여 2028년 3억 1,650만 달러 규모에 달할 것으로 예상된다.

최근 경제 성장으로 소득 수준이 높아지면서 소비재에 대한 수요가 증가하고 있다. 그 중에서도 인스턴트 커피 인기가 두드러지고 있다. 또한, 카자흐스탄의 경우 새로운 경험과 다양한 맛에 관한 관심이 높은 젊은 인구 비중이 큰 편으로, 이들은 인스턴트 커피 수요 확대를 견인하고 있다.

젊은 소비자가 인스턴트 커피를 찾는 이유는 바쁜 일상 중에 간편하고 다양한 맛의 인스턴트 커피를 경험할 수 있기 때문이다. 네스카페, 스타벅스, 카누 등이 소비자 취향에 맞는 다양한 종류의 신제품을 출시하여 소비자 선택의 폭을 넓히고 있다. 최근에는 높은 인플레이션으로 인해 가격 경쟁력이 있는 제품을 선택하는 소비자가 늘고 있다.

시사점

카자흐스탄의 인스턴트 커피 시장의 주 고객층인 젊은 세대를 공략하기 위해서는 높은 물가에 따른 가격 민감도를 고려하여 합리적인 가격의 제품의 출시할 필요가 있다. 대형마트와의 연계를 통해 자사 제품을 경험할 수 있는 판촉 행사를 강화하고 브랜드 인지도를 높이기 위한 온라인 홍보를 강화한다면 카자흐스탄 인스턴트 커피 시장에 안착하는데 유리할 것으로 보인다.



*출처: kaspi.kz

▶ 출처

Instant Coffee Sales Valuation to Cross USD 69.2 billion by 2033, Convenient Preparation Aspect Fueling its Demand: Fact.MR Report, Globe Newswire

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 팬데믹 이후 건강한 식습관을 위한 식품 소비 증가

이슈배경

최근 카자흐스탄에서는 무설탕 식품, 건강한 간편조리 식품, 다류 등의 식품시장이 꾸준히 성장하고 있다. 건강한 식습관에 대한 인식이 높아지며 건강한 식품 소비량이 더욱 늘어나는 추세이다.

이슈내용

카자흐스탄 소비자의 54%는 건강한 식습관을 위해 신선하고 안전한 식품을 소비하고자 하며, 45%는 균형 잡힌 식사를 더욱 중요하게 생각한다. 또한, 소비자의 52%는 면역력을 강화하기 위해 건강한 식품을 섭취하고자 한다. 이러한 소비자들의 요구에 힘입어 건강한 식품 시장이 빠르게 성장하고 있다.

특히, 통곡물, 글루텐프리 등 밀가루 대체품이나 이를 활용한 간식류에 주목하고 있다. 건강한 식품 소비 욕구가 증대되며 글루텐이나 GMO 등 건강에 유해한 성분 섭취를 지양하고자 하는 심리가 반영된 것으로 분석된다. 전문가들은 바나나 또는 채소에서 추출한 성분으로 밀가루를 대체할 수 있는 다양한 품목이 개발될 것으로 기대한다.

팜유 외 새로운 유지류가 주목을 받고 있다. 캐슈너트유, 아몬드유, 땅콩유 등의 소비가 증가하고 있다. 이는 건강한 식습관을 추구하는 소비자들의 요구에 따른 것으로, 앞으로도 다양한 유지류가 시장에서 경쟁할 것으로 예상된다.

카자흐스탄의 식품 시장 내 건강한 식품에 대한 선호추세는 앞으로도 지속해서 성장할 것으로 예상된다. 건강한 식습관에 대한 인식이 높아지며, 소비자들의 요구가 더욱 다양해질 것으로 전망된다. 따라서, 건강한 식품을 생산하는 기업들은 소비자들의 요구에 맞는 제품을 개발하고, 적극적으로 시장을 개척해야 한다.

▶ 출처

2021 농식품 수출국가 정보 카자흐스탄, 한국농수산물유통공사

② 지속 가능한 친환경 식품 소비 증가세

이슈배경

카자흐스탄 소비자 사이에서는 건강과 환경에 대한 경각심이 높아지며 지속 가능한 친환경 식품 소비가 증가하고 있다. 이는 기후 변화와 환경 오염 등의 문제가 심각해지면서, 소비자들이 건강하고 지속 가능한 식품을 선호하는 경향이 높아지고 있기 때문이다.

이슈내용

카자흐스탄에서는 최근 친환경 식품에 대한 소비가 증가하고 있는데, 이는 국민들의 건강에 대한 인식 증가와 환경 보호에 대한 관심이 높아지면서 나타난 현상이다.

특히 마이크로 그린 식품에 관심을 보이고 있다. 미세 식물인 마이크로 그린은 발아 후 7일에서 21일 사이에 수확하는 작은 식물로, 영양가가 높고 환경친화적인 식품으로 주목받고 있다. 미세 식물은 전통적인 작물보다 적은 물과 관리가 필요하며, 다양한 장소에서 재배가 가능하다는 이점이 있다. 마이크로 그린 식품은 소비자들에게 친환경 식품으로 인식되어 카자흐스탄 내에서도 관련 제품의 관심이 증가하고 있으며 파스타, 샐러드 등 다양한 레시피에 활용되고 있다.

▶ 출처

Kazakhstan's moves to reduce salt intake not in conflict with business interests, WHO

Microgreens: The Tiny Plants with Huge Potential, BNN Breaking

2021 농식품 수출국가 정보 카자흐스탄, 한국농수산물유통공사

③ 팜유외 건강에 좋은 유지류 인기

이슈배경

카자흐스탄에서는 팜유 대신 건강에 이로운 다른 유지류에 대한 선호도가 증가하고 있다. 젊은 소비자들 사이에서 단일불포화 및 다중불포화 지방이 함유된 비열대성 식물성 오일이 건강 좋다는 인식이 확산되면서 해당 제품에 대한 구매가 늘어나고 있다.

이슈내용

카자흐스탄의 젊은 소비자들, 특히 Z세대는 친환경적이고 건강한 식품 소비 트렌드를 선도하고 있다. 유지류 선택에도 건강을 생각해 카놀라, 옥수수, 올리브, 땅콩, 콩, 해바라기 등 식물성 오일을 선택하고 있다.

카놀라유, 포도씨유, 마카다미아유, 라이트버진올리브유, 땅콩유 등은 중고온에서 사용하는 오일로 음식 재료의 맛을 살리고 포화지방 함량이 낮아 건강하게 음식을 조리할 수 있다. 특히 라이트버진 올리브유는 그 중에서도 프리미엄 제품으로 소비자들에게 인식되고 있다.

▶ 출처

Critical Gen Z Food Trends, Gitnux Marketdata Report

④ 젊은 세대 소비 트렌드 변화

이슈배경

카자흐스탄에서는 현재 젊은 세대의 식품 소비 트렌드에 중요한 변화가 일어나고 있다. 패스트푸드와 같은 식품의 섭취가 증가하면서 어린이와 청소년 사이에서 비만이 증가하는 추세를 보였으나 팬데믹을 거치면서 건강에 대한 인식 변화로 이어져 식품 소비변화가 일어나고 있다.

이슈내용

카자흐스탄은 유럽과 중앙아시아 지역에서 5세 미만 어린이 중 비만 비율이 가장 높은 국가에 속한다. 이러한 사회적 문제가 패스트푸드 산업에도 영향을 끼쳤으며, 기업들도 소비자의 요구에 맞추기 위해 노력하고 있다.

카자흐스탄의 젊은 세대는 건강에 대한 인식이 높아지면서 식습관에 변화를 보이고 있다. 밀레니얼 세대를 중심으로 집에서 요리하는 것을 선호하며, 일주일에 서너번 이상 직접 요리한 식사를 하고 있다.

카자흐스탄의 밀레니얼 소비자들은 식료품 쇼핑 시 건강한 음식을 선택하는 경향이 있으며, 주요 소비트렌드로 자리 잡아가고 있다. 젊은 소비층은 건강에 해로운 식품의 섭취를 줄이고, 더 건강한 식사를 찾는 경향을 보이고 있다. 이는 패스트푸드 업계에도 변화를 촉진하는 계기가 되었으며, 기업들은 유해한 성분을 제거한 다양한 건강 메뉴를 개발하여 소비자에게 제공하고 있다.

▶ 출처

In Kazakhstan, eating well can be a daily struggle, Unicef
The Appetite Of 2020: Gen Z & Millennials On Fast Food, Segmanta

⑤ 보드카 소비 증가추세

이슈배경

2022년 카자흐스탄 상점에서 1억 3,990만 리터 이상의 보드카, 코냑, 그리고 스피릿 주류가 판매되었으며 전년 대비 90.4% 증가한 수치이다. 카자흐스탄에서 알코올 관련 조사를 시행한 이후 가장 높은 판매량을 기록하였다.

이슈내용

최근 카자흐스탄의 알코올 시장에서 보드카와 리큐르 제품은 전년대비 2배 이상 증가한 9,010만 리터가 판매되었고, 스피릿 판매량도 2,930만 리터로 68.1% 증가했으며, 코냑의 경우 2,050만 리터로 73.5%의 상승률을 보였다

스피릿 음료의 높은 판매량 증가에 비해 지난해 와인은 26.9%, 샴페인은 28%, 맥주는 1.9%의 성장세를 보였다. 그럼에도 불구하고 맥주는 7억 5,610만 리터가 판매되면서 여전히 카자흐스탄에서 가장 인기있는 주류 제품이다.

카자흐스탄의 주류 수요가 급격히 증가한 배경에는 구매자 수의 증가를 하나의 요인으로 볼 수 있는데, 특히 보드카와 코냑을 즐기는 러시아인들의 유입이 증가하였다. 세계보건기구에 따르면, 러시아인들은 카자흐스탄인보다 약 2배 이상 주류를 소비하는 것으로 나타났다.

2022년 러-우 전쟁으로 인해 러시아인들이 대거 카자흐스탄으로 이주하였으며, 영주권을 신청한 러시아 시민은 약 733,700명을 넘어서는 것으로 나타났다(3개월 미만 단기 체류자, 비 노동인구 제외).

그러나 여전히 카자흐스탄 주류 시장은 젊은 층이 주도하고 있으며, 프리미엄 제품과 취하기 위한 음주보다는 음식과 같이 음미하며 즐길 수 있는 제품을 선호하는 경향이 이어지고 있다.

▶ 출처

ҚАЗАҚСТАНДА АРАҚТЫҢ БӘРІН КІМ ІШІП ЖАТЫР?, Ranking.kz

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체						
<p>품목별 수입요건 파악</p>	<p>· 수출 품목에 대한 카자흐스탄의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악</p>	<p>국내 수출업체</p>						
<p>수출신고 및 운송수단 선적</p>	<p>· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료</p>	<p>국내 수출업체</p>						
<p>TRCU 인증 취득</p>	<p>· 유라시아 경제연합국 내로 수입되는 수입식품은 TRCU 인증 취득 필요 · 대상 품목: 곡물류, 채소 및 과일음료, 유지류, 건강기능식품, 식품첨가물, 우유 및 유제품, 육류 등 식품안전규정에서 정하는 식품 · 제출서류: ①인증 신청서 ②제품 설명서 ③제조 공정 설명서 ④라벨 샘플 ⑤기취득 시험 성적서</p>	<p>카자흐스탄 수입업체</p>						
<p>수입신고</p>	<p>· 세관 도착 직전 및 도착 직후(15일 이내) 제반서류 제출 후 수입 신고 진행 필요 · 제출서류: ①계약서 ②상업송장 ③사진이 첨부된 제품 설명서 ④포장 명세서 ⑤선하증권 등 운송서류 ⑥원산지 증명서 ⑦세관 신고와 관련 신고자 위임장 ⑧검역증명서(요구 시)</p>	<p>카자흐스탄 수입업체</p>						
<p>수입검역</p>	<p>· 위생 및 전염병 검역, 수의검역, 식물검역 진행 - ①위생·전염병 검역: 품질 및 안전규정을 준수함을 증명하는 적합성 선언 및 연방국가등록 제출 필요 - ②수의검역: 서류검사 및 컨테이너 검사 진행 - ③식물검역: 서류검사, 운송수단 검사, 샘플링 및 실험실 검사 진행 · 검역대상 품목은 하기와 같음</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">위생·전염병 검역</td> <td>미네랄워터, 어린이용 식품, 식이요법 제품, 유제품, 육류, 육가공품, 유전자변형 및 신기술로 제조된 식품 등</td> </tr> <tr> <td>수의검역</td> <td>육류 및 육가공품, 우유 및 유제품, 동물을 원료로 제조된 식품, 동물 사료 및 의약품 등</td> </tr> <tr> <td>식물검역</td> <td>구근, 신선 화훼·채소·과일 종자 등의 고위험군과 건조 및 반가공 농산물 등의 저위험군</td> </tr> </table>	위생·전염병 검역	미네랄워터, 어린이용 식품, 식이요법 제품, 유제품, 육류, 육가공품, 유전자변형 및 신기술로 제조된 식품 등	수의검역	육류 및 육가공품, 우유 및 유제품, 동물을 원료로 제조된 식품, 동물 사료 및 의약품 등	식물검역	구근, 신선 화훼·채소·과일 종자 등의 고위험군과 건조 및 반가공 농산물 등의 저위험군	<p>카자흐스탄 수입업체</p>
위생·전염병 검역	미네랄워터, 어린이용 식품, 식이요법 제품, 유제품, 육류, 육가공품, 유전자변형 및 신기술로 제조된 식품 등							
수의검역	육류 및 육가공품, 우유 및 유제품, 동물을 원료로 제조된 식품, 동물 사료 및 의약품 등							
식물검역	구근, 신선 화훼·채소·과일 종자 등의 고위험군과 건조 및 반가공 농산물 등의 저위험군							
<p>관세 납부 및 반출</p>	<p>· 관세 납부 후 물품 반출 가능</p>	<p>카자흐스탄 수입업체</p>						

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 카자흐스탄 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
------------------------	---

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <p style="text-align: center;"><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함 	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	<ul style="list-style-type: none"> ● 카자흐스탄 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 카자흐스탄 수입업체가 수출검역을 요구할 경우 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><수출검역 신청 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">식물검역</td> <td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">축산물검역</td> <td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)						

	<ul style="list-style-type: none"> · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음
<p>운송수단 선적</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

② 카자흐스탄 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 카자흐스탄 수입통관·검역 절차

<p>수입품의 TRCU 인증</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 유라시아 경제 연합 회원국 내 수입 및 유통되는 제품은 TRCU 인증 취득 필수 · 유라시아 경제연합 집행위원회(EEC) 지정 시험소 및 인증기관에서 발행되며 발행까지 2~4주 소요됨 · 곡물류, 채소 및 과일음료, 유지류, 건강기능식품, 식품첨가물, 우유 및 유제품, 육류 등 식품안전 관련 규정(TP TC 021/2011)에서 정하는 품목이 해당됨 · 인증을 위한 제출 서류는 다음과 같음 <p style="text-align: center;"><TRCU 인증 신청 시 제출 서류></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ① 인증 신청서 ② 제품 설명서 ③ 제조 공정 설명서 ④ 라벨 샘플 ⑤ 기취득 시험 성적서 </div>
<p>수입신고</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 카자흐스탄 세관 도착 전 미리 신고 또는 도착 직후 수입신고 · 세관에 상품 또는 차량 접수된 날로부터 15일 이내 세관 신고가 진행되며 통관 승인은 1년간 유효함 · 제출 서류는 다음과 같음 <p style="text-align: center;"><카자흐스탄 수입신고 제출서류></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ① 계약서 ② 상업송장 ③ 사진이 첨부된 제품 설명서 ④ 포장 명세서 ⑤ 선하증권 등 운송서류 ⑥ 원산지 증명서 ⑦ 세관 신고와 관련 신고자 위임장 ⑧ 검역증명서(요구 시) </div>
<p>수입검역</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 위생·전염병, 수의, 식물 등 각 품목에 따라 검역 및 검사가 시행됨 · 수입업자가 식품검사를 신청하며 보건부 산하 위생 및 전염병 검사국에서는 검사결과 적합 시 검사증명서를 발급하고 세관에 결과를 통보함 · 원산지증명서, TRCU 인증 적합성선언(DOC), 식물검역증명서, 수의검역증명서, Non-GMO 확인 서류 등이 필요함 · 품목에 따라 구분되는 검역 방식을 아래와 같이 3가지로 나타남

<카자흐스탄 품목별 검역 방식>	
위생 및 전염병 검역	<ul style="list-style-type: none"> · 검역대상 : 미네랄워터, 어린이용 식품, 식이요법 제품, 유제품, 육류 및 육가공품, 유전자변형 및 신기술로 제조된 식품 등 · 카자흐스탄의 품질 및 안전 규정에 적합함을 증명하는 적합성 선언 및 연방국가등록을 제출해야 함 · 식품안전규정에 따라 동물을 원료로 하여 가공 및 생산하는 시설은 국가등록이 필요함
수의 검역	<ul style="list-style-type: none"> · 검역대상 : 육류 및 육가공품, 우유 및 유제품, 동물을 원료로 제조된 식품, 동물 사료 및 의약품 등 · 검역대상 품목의 관세동맹 영토 내로의 반입을 위해서는 회원국의 반입 허가가 필요하며, 이는 연간 반입물량 제한이 존재함 · 관세동맹 영토 내로 반입되는 검역대상 물품은 반입 시마다 반입허가서와 수출국의 권한 기관에서 발급한 수의 위생증명서 제출이 필요함 · 국경 통과소에서 서류검토와 컨테이너 검사로 진행하며, 국경 통과 물품은 목적지에서 완전한 위생 관리가 실시됨
식물 검역	<ul style="list-style-type: none"> · 수출국의 수출식물 검역증명서를 반드시 첨부하도록 규정함 · 카자흐스탄의 식물위생검역소 및 차량 국경 교차점에서 유라시아 경제연합의 통합 검역 식물 위생요건에 따라 검역이 진행됨 · 규제품목은 구근, 신선 화훼·채소·과일 종자 등의 고위험군과 건조 및 반가공 농산물 등의 저위험군으로 분류됨 · 서류검토, 운송 수단 검사, 검역 대상 품목 검사로 진행되며, 필요시 샘플링, 실험실 테스트를 진행함
관세납부 및 물품 반출	<ul style="list-style-type: none"> ● 관세납부 후 화물 반출 및 통관 완료 · 평균 수입관세는 약 9% 수준으로 부가세는 품목별로 공통 12%를 적용, 소비세 및 통관비용은 품목에 따라 상이 · 수입식품이 부적합 판정된 경우 반송, 폐기, 재처리 등의 조치를 취함

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 사과, 배, 감자, 양배추종자 <p>*상기 품목 외에 수출이 가능한 품목은 공식 확인되지 않고 있으며, 수출실적 통계자료가 없어 수출가능 여부는 품목별로 확인이 필요함</p>
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출 불가능품목

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 식품성분 · 식품 용량 · 제조일자	· 유통기한 · 보관 방법 · 제조업자 및 수입업자 · 권고 및 제안사항	· 영양정보 · GMO 정보 · EAC 마크
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 러시아어와 카자흐어 두 가지 언어로 모두 표기하여야 하며, 유라시아 경제연합 내 타 회원국에 유통하기 위해서는 해당 국가의 언어 표기 필수 	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> 제품의 원료와 관계가 있고 특성이 명확히 드러나며, 구분할 수 있도록 표기해야 함 특수 가공(훈제, 절임, 분쇄, 동결건조 등)한 식품의 경우 소비자가 혼동하지 않도록 해당 가공법을 제품명에 포함하거나 유사 용어 사용 식품에 향미증진제가 포함되어 있는 경우 ~맛(flavor of), ~향(aroma of)와 같이 표기하여 향미증진제가 포함되었음을 알림 	
	식품성분	<ul style="list-style-type: none"> 식품 성분 기재 시 질량의 비율에 따라 가장 많은 양부터 내림차순 기재 식품첨가물이 함유되어있는 경우, 그 기능(산도조절, 유효제 등)과 명칭 기재 	
	식품 용량	<ul style="list-style-type: none"> 식품은 용량(L, ml, cl), 중량(g, kg) 혹은 개수 단위로 표기하며, 약어 사용 가능함 	
	제조일자	<ul style="list-style-type: none"> 유통기한에 따른 제조일자를 표기해야 함 제조일자는 생산일자(Production date) 또는 유사 단어로 대체 가능 	
	유통기한	<ul style="list-style-type: none"> 유통기한이 72시간 미만인 제품: 시간, 일, 월 유통기한이 3개월 미만인 제품: 일, 월, 연도 유통기한이 3개월 이상인 제품: 일, 월, 연도 / 월, 연도 	
	보관방법	<ul style="list-style-type: none"> 모든 특수한 보관 조건 및 사용조건을 표기해야 하며, 필요에 따른 사용 설명서를 제공해야 함 	
	제조업자 및 수입업자	<ul style="list-style-type: none"> 제조업체의 공식 상호와 주소를 기재해야 하며, 제3국에서 제공되는 식품일 경우엔 수입업체의 상호와 주소를 함께 표기해야 함 	
	권고 및 제안사항	<ul style="list-style-type: none"> 권고사항·제한사항이 없을 경우 섭취가 어려운 식품, 소비자의 건강에 영향을 미칠 수 있는 식품, 식품의 성분이 손상될 여지가 있는 식품의 경우 권고사항 혹은 제한사항을 반드시 표기 	
	영양정보	<ul style="list-style-type: none"> 열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 비타민, 미네랄의 함유량 정보 표기 식품 영양값은 100g, 100ml 혹은 1인분 기준으로 표기 	
	GMO 정보	<ul style="list-style-type: none"> GMO 함유량이 0.9% 이상일 경우 '유전자 변형식품', '유전자 	

		변형물질에서 나온 식품, '유전자 변형물질을 포함하고 있음' 등의 문구를 기재해야 함
	EAC 마크	<ul style="list-style-type: none"> 사각형의 형태로 밝거나 대조가 뚜렷한 배경에 3개의 철자 'E', 'A', 'C'를 합하여 EAC로 표기

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

가공 곡물류

라벨링 사진	
	
표기항목	표기내용
제품명	ДОСТЫҚ уст
순중량	2kg ± 1.5%
영양성분	<p>Қуаттылық құндылығы - 1382 к Дж А қуыз - 7,0 г май - 1,0 г көмірсу - 70,7 г.</p> <p>열량 - 1382kJ 단백질 - 7.0g 지방 - 1.0g 탄수화물 - 70.7g</p>
업체 정보	<p>Орап қаптаған : "Достық ДБК" ЖКҚазақстан Республикасы, Алматы қ-сы, Құрылысшы ы/а, какзарқа көшесі, 7/1. тел./факс: +7 (727) 395-41-51 МСБ: +7 701 750 89 11, +7 701 750 09 14</p> <p>회사명 : "Достық ДБК" 카자흐스탄 공화국 알마티시 쿠릴리시시 지구 자나르카 거리, 7/1번지. 전화/팩스: +7 (727) 395-41-51 휴대전화: +7 701 750 89 11, +7 701 750 89 14</p>
원산지	<p>Қазақстанда өндірілген</p> <p>카자흐스탄에서 생산</p>
유통기한	<p>Қазақстанның онТүстік аудандары үшін - 12 ай Қазақстанның қалған аудандар үшін - 18 ай</p> <p>카자흐스탄 남부지역 유통기한 - 12개월 카자흐스탄 기타지역 유통기한 - 18개월</p>
보관 조건	<p>Ауаның 75% ылғалдылығында және +25°С аспайтын температурада құрғақ жерде сақтау керек</p> <p>최대 75%의 상대습도와 섭씨 25도 이하의 건조한 장소에서 보관하십시오</p>
사용 방법	<p>Палауды дайындау әдісі: Пияз бен сәбізді аршып, жуу қажет. Етті жуып алып, салмағы 15-20 гр болатындай етіп кесектеп тураңыз. Содан кейін қазандағы қызып тұрған майға салып, жартылайпіскенше қуырыңыз. Ұсақтап туралған пиязды қосып, аздап қуырып алып, ұзыншақтап туралған сәбізді салыңыз. Дәміне қарай тұз, бұрыш қосып, 10-15 минут бұқтыру қажет.</p> <p>플로프 조리 방법: 양파와 당근을 깨끗이 손질하고 씻어주세요. 고기를 씻어서 15-20g 정도의 작은 큐브로 자르고, 뜨거운 기름이 된 냄비에 넣고 반만 익을 때까지 볶아주세요. 작게 다진 양파를 넣고 투명해질 때까지 볶은 후, 곱게 썬 당근을 넣고 소금과 후추를 넣고 10-15분 동안 삶아주세요. 그 후에 뜨거운 육수나 끓인 물을 냄비에 부어서 거른 쌀을 넣고 국자로 평평하게 퍼주세요. 뚜껑을 덮고</p>

	<p>Содан кейін қазанға ыстық сорпа немесе қайнаған су құйып, тазалап жуылған күрішті салу керек. Қазандағы күрішті араластырмай қақпағы жабулы күйде бояу отта 20-25 минут пісу кажет. Күріш барлық суды ген кезде, ортасынан кішкене тереңдік ап 1-2 ас қасық су құйыңыз. Дайын болған палауды домалақ Басқа еті Үстіңде болатындай етіп, Үйіп салыңыз. Астарыңыз дәмді болсын!</p>	<p>약한 불에서 20-25분 동안 뚜껑을 열지 않고 플로프를 끓여주세요. 쌀이 모든 물을 흡수하면 중앙에 웅덩이를 만들고 1-2컵의 뜨거운 물을 부어주세요. 플로프를 그릇에 적당히 쌓아서 고기가 위에 올라가도록 해주세요. 즐거운 식사되세요!</p>
제조일자	Дайынданган мерзімі 13062023	제조일자 : 2023년 6월 13일

5.2 | 인증제도

① TRCU(EAC)

TRCU(EAC) 인증은 유라시아 경제연합 공동의 표준 및 인증으로, 유라시아 경제연합 회원국 내로 수입, 유통되는 제품은 TRCU(EAC) 인증을 필수적으로 취득해야 한다.

인증명	TRCU(EAC)	인증로고	
발행·검사기관	유라시아 경제연합 집행위원회(EEC) 지정 시험소 및 인증기관	필수 여부	필수
목적	시장 내 유통되는 제품의 안정성을 제고하기 위한 제도		
취득절차	신청서 제출 → 시험소 및 제출 서류 안내 → 시험소로 서류 및 샘플 제출 → 시험 및 적합 판정 → 인증 발급		
필요서류	인증 신청서, 제품설명서, 제조 공정 설명서, 라벨 샘플, 기취득 시험 성적서 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

5.3 | 통관거부사례

5.4 | 비관세장벽 이슈

6 요약

6.1 | 보고서 소개

카자흐스탄 식품시장은 2022년 약 558억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 8.8% 증가했다.

카자흐스탄의 식품 수입액은 약 59억 달러로, 러시아 연방·우즈베키스탄·벨라루스 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 35위를 차지했다. 주요 수입품은 ①밀 기타 ②조제식료품 ③감미료가 첨가된 물로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 3,000만 달러로 전년 대비 8.0% 증가했으며, 주요 수출품목은 ①라면 ②조제식료품 기타 ③커피크리머이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 99%, 온라인 유통채널은 1%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①Magnum ②Small ③Anvar, 온라인 유통채널의 경우 ①Kaspi.kz ②AliExpress Marketplace ③Wildberries로 나타났다.

그래프로 보는 카자흐스탄 식품시장

