

글로벌 감미료시장 트렌드 및 수출전망

2020.09

[목 차]

I. 글로벌 감미료식품 트렌드	4
1. 시장현황	4
2. 시장트렌드	7
II. 국내현황	11
1. 시장현황	11
2. 수출전망	14

글로벌 감미료시장 트렌드 및 수출전망

- 감미료(sweetening, 甘味料) : 단맛을 주는 조미료 또는 첨가물

1. 글로벌 감미료식품 트렌드

- 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 설탕 수요 감소, 대체감미료 수요 증가
 - * 설탕 과다섭취의 위험성이 알려지며 대체감미료에 소비자의 관심이 증가함
 - * 원료에 따라 인공감미료, 천연감미료로 구분되며 천연 원료로 제조되는 천연감미료의 소비자 선호도가 높은 것으로 나타남
 - * 대체감미료 시장은 높은 성장세(6.3%, '18~22)를 보이나, 설탕을 포함한 전체 감미료 시장의 성장세(1.7%, '20~22)는 둔화세
- 건강상 이점에 집중한 대체 감미료 제품, 글로벌 트렌드로 부상
 - * (천연감미료) 식물의 잎, 꿀 등의 천연원료로 제조한 안전성과 영양가가 높은 '코코아설탕'
 - * (인공감미료) 설탕 대비 당도가 높고 열량이 낮은 '아세설팜칼륨', '사카린'
 - * (신형감미료) 천연원료에 화학적 가공을 더해 저열량 고당도 '스테비아', '몽크프룻' 등
 - * (감미료 활용 제품) 아세설팜칼륨으로 당도는 유지하고 열량은 낮춘 에너지드링크, 스테비아를 첨가한 건강기능식품(식이섬유 파우더)

2. 국내현황

- 2016년 신형감미료 알룰로스 개발, 기업 간 제품 경쟁 치열
 - * 알룰로스는 2016년 국내 개발된 저열량(설탕의 5%) 천연 감미료임
 - * 가격경쟁력을 앞세운 CJ 제품과 안전성에 집중한 삼양 제품이 경쟁구도 보임
- 건강을 생각하는 저칼로리 제품, 소비자 선호도 높게 나타남
 - * (천연감미료 제품) 자연 추출물로 다양한 건강 이점을 보유한 '천연 꿀'
 - * (인공감미료 제품) 소량 사용으로 열량 섭취를 줄일 수 있는 '아스파탐'
 - * (신형감미료 제품) 천연 효소를 원료로 가공한 저열량 감미료 '알룰로스'
 - * (감미료 활용제품) 아스파탐으로 열량을 낮춘 제로콜라, 알룰로스를 첨가한 저칼로리 홍초, 영양소는 유지하고 단맛은 높은 스테비아 방울토마토
- 천연 꿀 및 설탕 외 당류의 수출 증가세 확인
 - * 최근 5년간 한국의 對아랍에미리트연합 천연 꿀 수출액(연평균 64.0% 증가), 對베트남 설탕 외 당류 수출액(연평균 19.0% 증가)이 급격한 증가세
- 한국산 감미료는 수출 증가세 보이나 수출안정화 및 수출규모 확대 전략 수립 필요

I. 글로벌 감미료 식품 트렌드

1. 시장현황

- 세계적으로 설탕이 건강에 미치는 부정적 영향에 대한 인식이 확산되어 설탕 대체 감미료¹⁾에 대한 관심이 높아지는 추세임
 - 설탕 과다섭취는 비만, 당뇨, 충치 발생률 증가에 영향을 미치는 것으로 나타남
 - 비만은 설탕 과다섭취가 초래하는 주요 질병 중 하나로, 세계 설탕소비 1위국인 미국²⁾은 OECD 국가 중 성인 비만을 1위(38.2%)를 차지함³⁾
 - 당뇨 또한 설탕의 과다섭취에 의해 발병할 수 있는 질환으로, WHO에 따르면 매일 한 캔 이상의 설탕음료를 섭취하는 사람이 그렇지 않은 사람보다 제2형 당뇨⁴⁾ 발병 확률이 26% 더 높음
 - 충치의 발병 역시 설탕 섭취와 밀접한 연관성을 보이는데, 설탕 소비량 1위국인 미국은 어린이의 60-90%, 성인의 92%가 충치 발병 경험이 있는 반면, 설탕 소비가 적은(1인당 하루에 약 2g 소비) 국가인 나이지리아의 충치 발병률은 2%임⁵⁾
 - 세계보건기구(WHO)에서 설탕 과다섭취의 유해성을 알리는 등 정보의 확산에 따라 설탕의 대체재인 ‘대체감미료’에 소비자의 이목이 집중됨
 - 감미료는 식품에 단맛을 가미하기 위해 사용하는 식품첨가물로, 크게 설탕과 대체감미료로 구분됨
 - (설탕) 사탕수수 또는 사탕무 추출물을 정제하여 얻은 천연탄수화물로, 포도당과 과당이 결합한 형태인 ‘자당’을 일컫음
 - (대체감미료) 대체감미료는 식품에 단맛을 내기 위해 설탕 대신 사용하는 식품첨가물로, 원료를 기준으로 천연감미료와 인공감미료로 나뉘며 최근 천연원료를 고도로 가공한 신형감미료가 등장
 - 천연감미료는 천연 원료로 제조된 감미료로, 꿀, 아가베 시럽, 메이플

1) 설탕 대신 단맛을 내는 데 사용하는 식품첨가물

2) 1인당 매일 약 126.4g의 설탕을 소비(World Atlas, 2019)

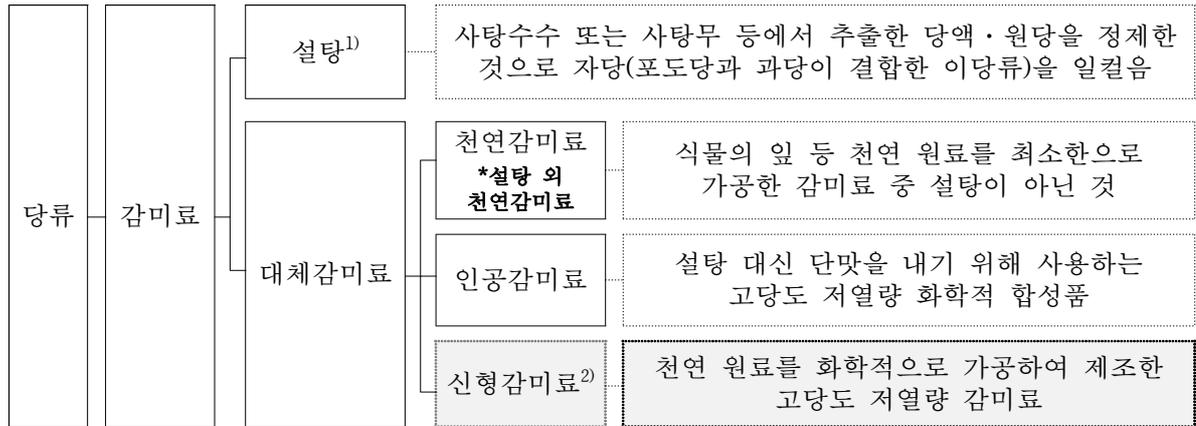
3) OECD (Obesity Update, 2017)

4) 인슐린의 기능이 떨어져 혈당이 높아지는 경우 발생하는 당뇨병

5) University College London and the London School of Hygiene & Tropical Medicine(2014)

시럽, 코코넛 당 등 설탕(자당)을 제외한 천연감미료를 일컫음

- 인공감미료는 설탕 대신 단맛을 내기 위한 화학적 합성품으로, 사카린, 아스파탐, 수크랄로스, 아세설팜칼륨 등을 포함함



*주1: 설탕은 천연 추출물로 정제된 것으로 원료 기준으로 분류할 경우 천연감미료로 분류되나, 본 보고서에서는 천연감미료를 설탕을 제외한 ‘천연 대체감미료(설탕 외 천연감미료)’ 로 한정함

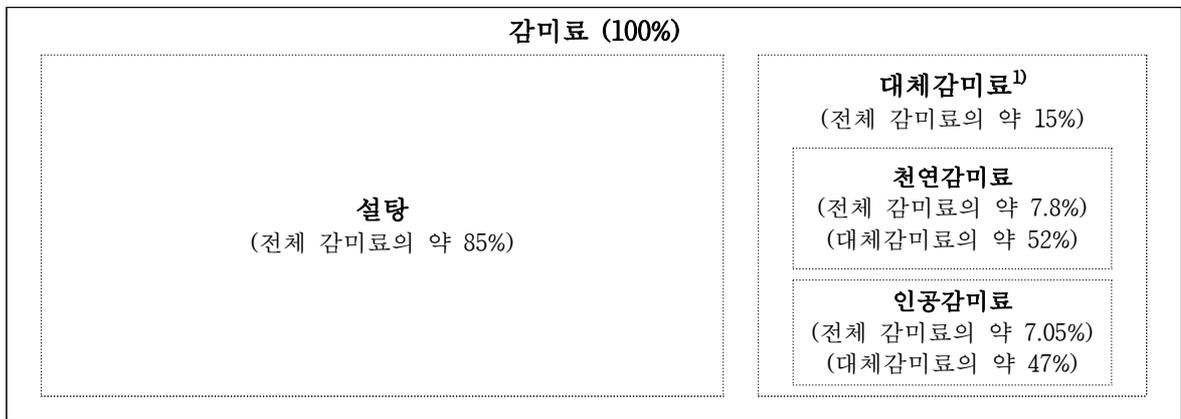
*주2: 신형감미료는 원료를 기준으로 분류할 시 천연감미료로 구분되나, 제조 과정(화학적 가공 포함)을 기준으로 할 경우 인공감미료로 분류되기도 함(천연과 인공감미료의 특징을 모두 보유하여 신유형 감미료로 구분됨)

- 대체감미료 중에서도 천연 원료로 제조되어 설탕을 대체할 수 있는 ‘천연 대체감미료’의 선호도가 높게 나타남
 - 글로벌 시장조사기업 민텔(Mintel Group Ltd)의 ‘미국 소비자의 감미료 인식 조사’에 따르면, 천연감미료에 대한 소비자인식이 인공감미료보다 긍정적인 것으로 나타남⁶⁾
 - 응답자 중 26%는 ‘천연감미료를 사용한 제품이 더 많이 출시되기를 희망한다’고 응답하였으며, 19%는 ‘천연감미료 첨가 제품을 소비하고 있다’고 응답함
 - 인공감미료의 경우 ‘인공’이라는 단어가 부정적인 인상을 남겨, 인공감미료 활용 제품에 대한 소비자 인식 역시 부정적임
 - 대체감미료의 주요 소비요인은 건강에 대한 인식 제고로, ‘건강한 감미료’로 인식되는 천연 대체감미료의 수요가 꾸준히 증가할 전망이다
- 글로벌 대체감미료 시장규모는 연평균 6% 이상의 성장세를(‘18~22)를 보일 것으로 예상되나, 설탕을 포함한 전체 감미료 시장의 경우 성장세는 1.7% 수준으로 둔화할 것으로 전망(‘20~22)
 - 세계 감미료⁷⁾ 시장규모는 2018년 기준 약 421억 달러(한화 약 49조 8,317억 원)로 추산⁸⁾되며, 2020년부터 2022년까지 강보합세(1.71%)를 보일 것으로 예상됨⁹⁾

6) Mintel, Sugar and Sweeteners-U.S., December 2016

7) 설탕과 대체감미료(천연감미료와 인공감미료 모두 포함)를 모두 포함함

- 설탕의 시장규모는 2018년 기준 전체 감미료시장의 약 85%에 해당하는 357억 8,500만 달러(한화 약 42조 3,569억 원)로 추산되고,¹⁰⁾ 연평균 약 1%(‘19~22) 성장할 전망이다¹¹⁾
- 2018년 대체감미료 시장규모¹²⁾는 전체 감미료시장의 약 15%에 해당하는 63억 5,000만 달러(한화 약 7조 5,288억 원)에서 연평균 6.3% 성장하여 2022년 81억 787만 달러(한화 약 9조 6,257억 원)에 달할 것으로 보임¹³⁾
- 인공감미료 시장규모는 전체 대체감미료 시장의 약 52%에 해당하는 33억 200만 달러(한화 약 3조 9,190억 원)일 것으로 추산됨(‘18)¹⁴⁾
- 설탕을 제외한 천연감미료 시장규모는 약 29억 8,450만 달러(한화 약 3조 5,422억 원)로 추산되며(‘18) 대체감미료시장의 약 47%를 차지함¹⁵⁾
- 대체감미료의 경우 6.3%의 높은 시장 성장률이 전망되나(‘18~22), 설탕 시장의 성장세가 1% 수준으로(‘19~22) 저조하여 전체 감미료 시장의 성장률을 낮춤
- 대체감미료가 세계 감미료시장 전반의 성장세를 견인하고 있는 것으로 드러남



*주1: 신형감미료의 경우 별도의 비중이 집계되지 않음

*출처: Asia Pacific Food Industry

8) Asia Pacific Food Industry, Natural Sweeteners - Industry Insights(2019)의 데이터를 기반으로 추산한 값임

9) Modor Intelligence, FOOD SWEETENER MARKET: GROWTH, TRENDS AND FORECAST (2020~2025)

10) Asia Pacific Food Industry, Natural Sweeteners - Industry Insights(2019)의 데이터를 기반으로 추산한 값임

11) Research and Markets, Sugar Market: Global Industry Trends, Share, Size Growth, Opportunity and Forecast(2019)

12) 설탕을 제외한 대체감미료(인공·천연감미료)의 전체 시장규모로, 신형감미료의 경우 기준(원료, 제조 공정)에 따라 분류가 달라질 수 있어 개별 품목으로서 비중이 집계되지 않음

13) Fortune Business Insights, 2019

14) Asia Pacific Food Industry, Natural Sweeteners - Industry Insights(2019)의 데이터를 기반으로 추산한 값임

15) Asia Pacific Food Industry, Natural Sweeteners - Industry Insights(2019)의 데이터를 기반으로 추산한 값임

2. 시장트렌드

- 대체감미료 제품은 대부분 건강상 이점에 집중한 제품으로 저칼로리, 무글루텐, 유전자조작 농산물 미사용 제품 등이 있음
 - 크게 인공감미료, 천연감미료 제품으로 나뉘며 천연 원재료를 고도로 정제하여 만든 신형감미료 제품이 트렌드로 부상함
 - 인공감미료 제품은 설탕보다 단맛이 더 강해 ‘고강도감미료’라고도 불리며, 무열량·저칼로리로 당뇨 환자의 혈당 조절 목적 등으로 섭취됨¹⁶⁾
 - 천연 대체감미료는 자연 추출물을 원료로 하여 생산된 감미료 중 설탕을 제외한 것으로, 인공적인 맛이 나지 않으나 총치 발생률을 높이고 열량이 높아 설탕과 유사한 단점을 보유함
 - 신형감미료는 자연 추출물로 제조한 감미료로, 원료를 기준으로 구분할 경우 천연감미료로 분류되나, 열량을 낮추는 등 설탕의 단점을 극복했다는 특성에서 천연감미료와 구분됨
 - 대표적인 인공감미료 제품은 아세설팜칼륨과 사카린임
 - (아세설팜칼륨) 대표적인 인공감미료로, 당도가 설탕의 약 200배에 달하나 혈당 수치 상승, 총치 유발 등의 단점이 없고 내열성이 높아 과자류, 빵류, 음료류, 캔디류 등 다양한 형태로 가공이 가능함
 - (사카린) 당도가 설탕의 약 300~400배 수준이며 무칼로리라는 장점을 보유하나, 뒷맛이 신 단점이 있어 아스파탐 등 다른 인공감미료와 혼합되어 사용됨
 - 두 제품 모두 제품소개에 ‘무칼로리(Calorie Free)’, ‘무글루텐(Gluten Free)’ 등의 단어로 건강상 효능을 강조함
 - 포장에 설탕 대비 당도(10배, 100배) 및 권장사용량을 명시하며, 적은 양으로 강한 단맛을 낼 수 있어 높은 가격경쟁력을 보유함

16) 당뇨는 주로 비만 합병증으로 발병하며, 칼로리 섭취를 낮추는 등 치료와 함께 식이요법을 병행하여야 함

<그림 I -1> 글로벌 인공감미료 제품



아세설팜칼륨 제품

사카린 제품

*출처: amazon.com

- 설탕대체 천연감미료 제품으로는 코코넛 추출물로 제조된 코코넛설탕이 있음
 - (코코넛 설탕) 코코넛 추출물을 원료로 하는 비정제¹⁷⁾당으로 비타민과 미네랄이 풍부하고 섭취 시 혈당수치에 영향을 미치지 않으나, 칼로리가 높아 체중 조절을 목적으로 하는 소비자에게 적합하지 않음
 - 제품 소개에 ‘무글루텐(Gluten Free)’, ‘유전자조작 농산물 미사용(Non-GMO)’, ‘영양분이 풍부함(Nutrient-Dense)’ 등 건강상 효능 및 식품의 안전성을 강조하는 문구가 사용됨
 - 시중에 판매되는 대부분의 제품에 유기농 라벨이 부착되어 있음

<그림 I -2> 글로벌 천연감미료 제품



코코넛설탕 제품

*출처: amazon.com

- 신형감미료 제품 중에서는 열량이 낮고 안정성이 높은 것으로 알려진 스테비아와 몽크프룻이 인기
 - (스테비아) 천연 스테비아¹⁸⁾ 추출물이 원료인 신형감미료로 당도가 설탕의 300배에 달하나, 열량이 낮아 당뇨 환자와 비만자가 섭취하기에 적합하며 건강한 천연 저칼로리 감미료로 소비자의 이목을 끌고 있음
 - 내열성이 뛰어나 조리 시 활용도가 높고 가루형, 액상형 등 다양한 형태로 판매되고 있어 소비자가 조리에 적합한 제품을 직접 선택할 수 있음
 - 뒷맛이 씹쓸해 소비자의 호불호가 갈림

17) 물질에 섞인 불순물을 없애거나, 그 물질을 더 순수하게 하는 과정을 거치지 않음

18) 국화과의 여러해살이풀

- (몽크프룻) 나한과¹⁹⁾ 추출물을 원료로 하는 무열량 무설탕 신형감미료로, 설탕의 200~300배 수준의 당도를 보유함
- 미국 식품의약국(FDA)이 직접 ‘부작용이 없는 신형감미료’로 소개함
- ‘유기농(Organic)’, ‘무열량(Calorie Free)’, ‘방부제 미사용(No Preservatives)’, ‘유전자조작 농산물 미사용(Non-GMO)’, ‘첨가물 미사용(Additives Free)’, ‘무글루텐(Gluten Free)’ 등의 문구로 제품의 효능과 안전성을 홍보함
- 유기농 라벨을 부착한 제품이 주를 이룸

〈그림 I -3〉 글로벌 신형감미료 제품



스테비아 제품

몽크프룻 제품

*출처: amazon.com

- 대체감미료는 제품에 설탕 대신 첨가되어 무설탕, 저설탕 제품으로 판매되기도 하며 음료류의 제조시 대체감미료가 많이 사용됨
- 미국의 스포츠음료 제조사 게토레이(Gatorade)는 스포츠음료에 설탕 대신 무열량 인공감미료인 아세설팜칼륨이 첨가된 제품을 출시함
- 운동 중 에너지 및 수분 보충 등 스포츠음료의 핵심 기능은 유지한 반면 설탕 대체 감미료를 사용하여 칼로리를 낮춤
- 저칼로리 음료 제조사 제비아(Zevia)는 설탕 대신 신형감미료 스테비아를 첨가한 유기농 히비스커스차를 판매함
- 유기농 재배된 히비스커스와 천연감미료(신형감미료)를 사용함으로써 건강 음료를 즐기는 소비자의 취향을 충족함

〈그림 I -4〉 글로벌 대체감미료 활용 제품



무설탕 에너지드링크

무설탕 히비스커스 차

*출처: amazon.com

19) 박과(Cucurbitaceae) 약용식물

□ 건강에 대한 인식 제고로 대체감미료의 수요가 증대됨

- 당뇨와 비만, 비만 합병증에 대한 우려가 대체감미료의 수요를 견인하는 것으로 드러남
 - 당뇨·비만을 비롯한 설탕 과다섭취의 위험성이 알려지면서 전 세계적으로 설탕 소비를 줄이고자 하는 움직임이 확산되고 있으며, 설탕과 유사한 맛을 내면서 열량이 낮은 대체감미료에 소비자의 이목이 집중됨
 - 미국에서는 체중 감량 효과가 있는 기능성 식품에 스테비아를 첨가하여 ‘달고 맛있는’ 건강기능식품을 개발, 판매중
 - Metamucil社의 ‘무설탕 식이섬유 파우더’는 설탕 대신 스테비아를 첨가하여 단맛을 냄

<그림 1 -5> 글로벌 설탕대체 감미료 소비요인 반영 제품



스테비아가 첨가된 식이섬유 파우더

*출처: amazon.com

II. 국내현황

1. 시장현황

□ 한국의 대체감미료시장 규모는 2015년 2,100억에서 2020년 약 3,300억에 달할 것으로 전망되며, 기업 간 치열한 제품 개발 경쟁이 예상됨

- 감미료시장 점유율 1, 2위를 다투는 CJ제일제당社와 삼양社는 2016년부터 신형감미료인 ‘알룰로스’ 제품 개발에 집중함
 - 알룰로스는 국내 개발된 신형(천연)감미료로 당도는 설탕의 70% 수준이나 열량은 5% 수준으로 매우 낮다는 장점을 보유함
 - CJ제일제당社 알룰로스는 저렴한 가격, 맛, 제품의 다양성 등의 경쟁력을 보유함
 - 천연 효소 대신 인공 효소를 사용하여 생산단가를 낮췄고, 알룰로스가

- 설탕보다 당도가 낮다는 점을 고려하여 인공감미료인 수크랄로스를 첨가함
- 또한, 액상형 제품만 개발한 경쟁사와 달리 가루형(결정형) 제품을 개발하여 소비자가 필요에 따라 제품을 선택할 수 있도록 함
- 삼양社 알룰로스는 안전성을 앞세워 시장경쟁력을 확보하였으며 천연 원료만을 활용하여 제품을 개발함
- 미생물에서 발견한 천연 효소를 원료로 하며, 제품의 단맛을 강화하기 위해서도 천연감미료를 사용함
- 또한 2020년 미국 식품의약국(FDA)의 GRAS(Generally Recognized As Safe) 인증을 취득하여 식품안전성과 수출적합성이 증명됨
- 국내 알룰로스 시장은 꾸준히 성장할 것으로 보이며 두 기업은 젤리, 아이스크림, 발효유 등 다양한 알룰로스 제품 개발에 박차를 가할 전망이다

<그림 II-1> 국내 기업 개발 감미료(알룰로스)



CJ제일제당社 알룰로스 제품



삼양社 알룰로스 제품

*출처: cj.co.kr, samyangcorp.com

□ 대체감미료 시장에는 건강상 이점에 집중한 제품이 많으며 그 중에서도 열량을 낮춘 제품이 주를 이룸

- 설탕대체 감미료 중 대표적인 국내 제품으로는 인공감미료인 아스파탐, 천연감미료인 꿀과 천연감미료인 알룰로스, 스테비아 등이 있음
- (아스파탐) 한국에서 가장 흔히 사용되는 인공감미료로, 열량은 설탕과 비슷하나 당도가 설탕의 200배에 달해 극미량 사용하여도 설탕만큼의 단맛을 낼 수 있음
 - 소량만 사용하고도 설탕보다 강한 단 맛을 낼 수 있어 열량 섭취를 줄일 수 있으며 ‘당함량 1/5’ 문구를 사용하여 제품의 건강 효능을 강조함
 - 개발 당시 안전성 논란이 있었으나, 현재는 식품의약품안전처로부터 안전성을 인정받음
- (천연 꿀) 한국에서 가장 보편적인 천연감미료로, 과다섭취 시 충치 발생 등 설탕과 유사한 건강상 단점이 있으나, 독소 배출, 피로회복, 면역력 향상, 콜레스테롤 수치 저하 등 다양한 이점 역시 보유함

- (알룰로스) 천연 효소로 제조된 신형감미료로 설탕 대비 당도가 낮아 기타 감미료와 혼합되어 판매되며 열량이 설탕의 5% 수준으로 낮음
- 열량이 낮다는 이점을 강조하기 위해 ‘1/10 칼로리’ 등의 문구를 사용하여 제품을 소개함

〈그림 II-2〉 국내 감미료제품



아스파탐 제품



천연 꿀 제품



알룰로스 제품

*출처: chungjungone.com, curly.com

- 설탕 대신 인공감미료나 천연감미료를 첨가한 무설탕, 저설탕, 저열량 제품이 판매되고 있으며 음료류 제품이 많음
- 설탕 대신 아스파탐을 첨가한 탄산음료 ‘코카콜라 제로’가 판매됨
- 인공감미료인 아스파탐을 사용하여 열량을 ‘제로’에 가깝도록 낮춘 제품으로, 콜라를 건강하게 즐기고자 하는 소비자 사이에서 인기를 끌
- 물에 희석하여 마시는 식초인 ‘홍초’에 설탕 대신 알룰로스로 단맛을 냄
- 자연발효 식초와 과일 원료, 알룰로스를 사용하여 제조한 제품으로, 대체 감미료를 사용하여 제품열량을 기존 홍초 제품의 절반 수준으로 낮춤

〈그림 II-3〉 국내 감미료 활용 제품



아스파탐 코카콜라 제로



알룰로스 홍초

*출처: navimro.com, 11st.co.kr

□ 국내 시장에서도 소비자의 건강에 대한 관심 확대로 대체 감미료의 수요가 증가함

- 단맛을 건강하게 즐기고자 하는 소비자욕구가 대체감미료의

수요를 견인함

- 건강한 식품에 대한 소비자의 인식이 제고되고 있으며, 맛과 건강을 모두 충족하는 대체감미료 첨가 제품의 선호도가 높게 나타남
- 방울토마토에 신형감미료인 스테비아를 첨가하여 ‘건강한 단맛’이 나는 신선농산물이 개발됨
 - 토마토에 설탕을 뿌려 섭취할 경우 설탕으로 인해 열량이 높아질 뿐만 아니라, 영양소가 파괴되는 단점이 있음
 - 스테비아 방울토마토는 토마토 본연의 영양소를 보존하면서 달고 열량이 낮아 대체감미료의 주요 소비요인을 반영함

<그림 II -4> 국내 감미료 소비트렌드 반영 제품



스테비아 방울토마토

*출처: https://m.blog.naver.com/kwoncharm_e/221862379777

2. 수출전망

□ 최근 5년간 한국산 감미료 전체 수출액²⁰⁾은 감소하는 추세이나, 천연 꿀과 설탕 외 당류의 對주요국 수출액은 증가함

○ 한국산 감미료 전체 수출액은 설탕(59.0%)과 설탕 외 당류(40.9%)의 비중이 높게 나타나며, 2014년 이후 전반적으로 감소하는 추세를 보임

- 천연꿀(HS코드 0409)의 2019년 수출액은 전년대비 24.7% 감소한 17만 1,000달러(한화 약 2억 원)로 전체 감미료 수출액의 0.1%를 차지함
- 설탕(HS코드 1701)의 경우 2019년 수출액이 전년대비 14.4% 감소하여 약 1억 2,015만 달러(한화 약 1,426억 원)로 집계되었으며 전체 감미료 수출액의 59.0%를 차지함
- 설탕 외 당류(HS코드 1702)는 2019년 수출액은 전년대비 2.5% 상승하여 8,315만 9,000달러(한화 약 987억 원)에 달했으며 전체 수출액의 40.9%를 차지함
- 당밀(糖蜜)(HS코드 1703)²¹⁾ 수출액은 전년대비 53.2% 감소한 3만 7,000달러(한화 약 4,392만 원)로, 전체 수출액에서 차지하는 비중은 매우 미미한 수준임(0.02%)

<표 II -1> 한국산 감미료 수출액 추이(2010~2019)

(단위: 천 달러, %)

HS 코드	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	(비중)	YoY	CAGR
계	290,983	340,725	324,622	286,783	292,443	268,314	276,045	257,300	221,797	203,514	100.0	△8.2	0.0
0409	33	17	125	481	304	698	175	366	227	171	0.1	△247	0.2
1701	242,229	291,235	262,905	203,158	173,099	151,702	168,865	167,620	140,325	120,147	59.0	△14.4	△0.1
1702	48,711	49,467	61,584	83,132	119,036	115,670	106,727	89,280	81,166	83,159	40.9	2.5	0.1
1703	10	6	8	12	4	244	278	34	79	37	0.0	△53.2	0.2

*주: HS Code 0409(천연 꿀), 1701(고체상태의 천연 사탕무당, 순수한 자당), 1702(기타 당류, 당시럽, 인조꿀, 캐러멜당), 1703(당류를 추출할 때 생긴 당밀)의 합산치임

*출처: ITC Trademap

20) 천연 꿀(0409), 설탕(1701), 설탕 외 당류(1702), 당밀(1703) 4개 품목 합산치의 對세계 수출액

21) 당류를 추출하거나 정제할 때 생성되는 부산물로, 정상적으로 식용에 적합하지 않으므로(주로 알코올성 음료의 증류 원료, 가축용 사료, 커피 대용물로 사용됨) 수출액 추이 분석에서 제외함

- 주요국으로의 천연꿀(0409), 설탕 외 감미료(1702) 수출액은 증가하는 추세이나, 설탕(1701) 수출액은 감소세를 보임
 - (천연 꿀) 2019년 수출액 기준 주요 수출국은 아랍에미리트연합(36.8%)인 것으로 드러남
 - 아랍에미리트연합의 천연꿀 수입액은 전년대비 2.0% 수준의 증가세를 보이며, 이 중 한국산 수입액(0.3%)은 미미한 비중을 차지하나, 최근 5년간 연평균 64.0%, 전년대비 270.0%의 급격한 성장세를 보임
 - 설탕을 대체할 천연감미료의 수요가 증대되어 대표적 천연감미료인 꿀의 수입액이 증가한 것으로 보임
 - (설탕 외 당류) 2019년 수출액 상위 2개국은 일본(35.5%)과 베트남(31.3%)임
 - 일본의 설탕 외 당류 수입액은 최근 5년간 약 1억 5,000만 달러(한화 약 1,778억 원) 수준에서 증감을 반복하고 있으며, 한국산 수입액(3.1%)은 동기간 내 연평균 9.0% 증가하는 양상을 보임
 - 베트남의 설탕 외 당류 수입액은 최근 5년간 연평균 10.0%의 꾸준한 성장세를 보이며, 한국산 수입액(17.6%)은 최근 5년간 19.0%, 전년대비 52.0% 수준으로 대폭 증가함
 - 소비자가 건강을 위해 설탕 소비를 지양하면서 설탕을 제외한 기타 당류의 수요가 증가한 것으로 보임
 - (설탕) 2019년 수출액 1, 2위국은 각각 중국(58.0%)과 홍콩(28.0%)으로 나타남
 - 중국의 설탕 수입액은 최근 5년간 연평균 10%의 감소세를 보이며, 한국산 수입액(6.8%) 역시 연평균 6.0%, 전년대비 13.0% 수준의 하락세를 보임
 - 홍콩의 경우 설탕 수입액이 최근 5년간 연평균 7.4%, 전년대비 12.6% 수준으로 감소했고, 한국산 수입액(31.9%) 또한 연평균 8%, 전년대비 12% 축소됨
 - 설탕 과다섭취의 건강 저해 효과가 전 세계적으로 알려지면서 설탕 수요가 감소하는 추세이며, 중국 SINA 통신에 따르면 코로나19의 확산으로 소비자의 건강에 대한 관심이 증대되어 중국 내 설탕 수요가 더욱 감소할 전망이다
- 한국산 대체감미료는 저칼로리 글로벌 트렌드에 부합하며 주요국으로의 수출이 증가하는 추세이나 수출 규모 확대를 위한 전략 수립이 요구됨

- 알룰로스, 알룰로스 첨가 홍초 등 저칼로리 제품이 해외시장에서 인기를 끌 것으로 보임
 - 국내 개발 신형감미료인 알룰로스는 열량이 낮아 비만자와 당뇨 환자가 섭취하기에 적합하고, 천연 효소 추출물로 제조되었기 때문에 소비자 인식 역시 긍정적일 것으로 예상됨
 - 두 제품 모두 저칼로리, 저설탕(무설탕) 제품으로 대체감미료의 건강 효능을 중시하는 글로벌트렌드에 부합함
- 주요국으로의 설탕 외 당류 수출이 증가세를 보이는 등 대체감미료 수출 확대 가능성이 엿보임
 - 설탕 수출액은 감소세를 보이거나, 이는 전 세계적으로 설탕 소비를 지양하는 추세에 의한 것으로 글로벌 감미료 시장동향에 부합하는 현상임
 - 향후 시장이 유망한 품목인 천연 꿀과 설탕 외 당류의 對주요국 수출액은 증가세를 보이고 있어, 이러한 수출 호조세를 견고히 하기 위한 대책 마련이 요구됨
- 다만 한국산 천연 꿀 및 설탕 제외 당류의 수출액이 세계 전체 수출액에서 차지하는 비중이 미미하여 수출 확대를 위한 접근이 필요함
 - 한국산 천연 꿀 수출액은 전 세계 꿀 수출액의 0% 대로 극미한 수준이고 설탕 외 당류 수출액의 비중 역시 세계의 1.4%로 매우 낮음
 - 설탕 대체감미료 수출 주요국의 수출 안정화 방안 조사, 해외 인기제품 벤치마킹 등 다각적인 연구를 진행하여 한국산 설탕 대체감미료 수출 확대를 위한 접근이 필요