

# 유럽 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망

2022.11

 한국농수산물유통공사  
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation  
수출정보분석부

# [ 목 차 ]

<b>I. 유럽 식품시장 규모</b> .....	<b><u>1</u></b>
1. 품목별 시장규모 .....	<u>1</u>
2. 오프라인·온라인 시장규모 .....	<u>2</u>
<b>II. 우리나라 농림수산물 수출현황</b> .....	<b><u>3</u></b>
1. 유럽 .....	<u>3</u>
2. 영국 .....	<u>5</u>
3. 프랑스 .....	<u>7</u>
4. 독일 .....	<u>9</u>
<b>III. 규제·정책 현황</b> .....	<b><u>11</u></b>
<b>IV. 2022년 유럽 식품시장 이슈</b> .....	<b><u>12</u></b>
1. 환경·사회적 가치 실현 식품 .....	<u>12</u>
<b>V. 2023년 유럽 식품시장 전망</b> .....	<b><u>14</u></b>
1. 새로운 식품 소비기준 .....	<u>14</u>
2. 푸드테크 .....	<u>16</u>
<b>VI. 요약</b> .....	<b><u>17</u></b>
1. 시장규모 및 수출현황 .....	<u>17</u>
2. 규제·정책 현황 .....	<u>18</u>
3. 2023년 이슈 및 2023년 트렌드 전망 .....	<u>19</u>

# 유럽 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망

## 1. 2022년 유럽의 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 25% 증가한 1조 2,261억 2,000만 달러(한화 약 1,628조 5,325억 8,400만 원)로 추정

- 품목별 시장 점유율은 육류(23.6%), 스낵류(15.4%), 낙농품(15.2%) 순
- \* 온라인 식품시장의 비중은 11.3%, 오프라인 식품시장은 88.7%를 차지

## 2. 2021년 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 28.3% 증가한 7억 1,089만 9,000달러(한화 약 9,439억 3,169만 원)로 집계

- 주요 수출 식품은 라면(10.0%), 김(6.2%), 기타 음료(4.3%) 순
- \* 對영국 수출액은 전년 대비 8.6% 증가한 8,190만 8,000달러(한화 약 1,086억 8,372만 원)로, 주요 수출품목은 라면(23.3%), 조미 김(11.3%), 김치(6.7%) 순
- \* 對프랑스 수출액은 전년 대비 70.7% 증가한 3,136만 2,000달러(한화 약 416억 2,364만 원)로, 주요 수출품목은 김(7.5%), 라면(4.7%), 큰느타리버섯(2.6%) 순
- \* 對독일 수출액은 전년 대비 39.5% 증가한 9,979만 4,000달러(한화 약 1,324억 5,657만 원)로, 주요 수출품목은 라면(13.2%), 조미 김(11.8%), 베이커리 제품(2.9%) 순

## 3. 2022년 발표·개정된 유럽의 식품 규제·정책은 주로 식품의 안전성을 강화하는 방향으로 이루어짐

## 4. 2022년 유럽 식품시장 이슈 및 2023년 전망

<p>① 2022년 이슈 - 지속가능성</p>	<p>- 기후위기에 따른 지속가능한 경영의 중요성이 확대되며 사회적·윤리적 식품을 선호하며 ESG 경영이 유럽 식품기업의 경영 트렌드로 부상</p> <p>- 지속가능한 식생활을 영위하기 위해 탄소발자국이 적은 식물성 대체육·유제품이 유럽 소비자의 인기를 끌</p>
<p>② 2023년 전망</p>	<p>- 지속가능성이 중요한 식품 소비기준으로 인식되며, 식물성 수산물 등 식물기반 식품의 다각화가 진행되고, 각종 인증을 취득한 기업의 제품 경쟁력이 더욱 강화될 것으로 전망</p> <p>- 보호무역주의, 우크라이나 사태로 촉발된 식량안보의 위협과, 식품 고물가 현상에 대응·해소하기 위한 방안으로 푸드테크에 대한 투자 및 개발이 확대될 것으로 전망</p>

# 1. 유럽 식품시장 규모

## 1. 품목별 시장규모

- 2022년 유럽의 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 2.5% 증가한 1조 2,261억 2,000만 달러(한화 약 1,628조 5,325억 원)<sup>1)</sup>로 추정
  - 품목별 시장 점유율은 육류(23.6%), 스낵류(15.4%), 낙농품(15.2%), 채소류(12.1%), 베이커리 및 시리얼류(11.9%) 순
    - 축산업에서 유래된 육류·낙농품 시장의 비중이 전체 농림축산식품 시장의 38.8%를 차지
    - 동년 점유율 1위를 차지한 육류의 시장규모는 전년 대비 23.6% 성장한 2,918억 4,000만 달러(한화 약 387조 4,176억 원)로 집계
    - 동년 식품시장 비중 3위를 차지한 낙농품의 시장규모는 1,914억 4,000만 달러(한화 약 254조 1,940억 3,200만 원)로, 전년 대비 7.2% 증가함
  - 유럽 농림축산식품 시장은 2020년 이후 5년간 연평균 5.9% 성장해 2024년 1조 3,697억 3,000만 달러(한화 약 1,818조 4,535억 원) 전망

〈표1-1〉 유럽 농식품 시장규모(2020~2024)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2020	2021	2022 <sup>f</sup>	2023 <sup>f</sup>	2024 <sup>f</sup>	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (20/24)
전체(합계)	1,088,980	1,195,980	1,226,120	1,316,130	1,369,730	100.0	2.5	5.9
1 육류	254,530	279,360	291,840	310,150	322,940	23.6	4.5	6.1
2 스낵류	163,980	180,110	193,200	201,590	210,590	15.4	7.3	6.5
3 낙농품	162,450	178,540	191,440	199,770	208,010	15.2	7.2	6.4
4 채소류	132,000	145,030	154,590	160,470	166,230	12.1	6.6	5.9
5 베이커리 및 시리얼류	138,950	152,100	123,100	156,650	163,490	11.9	△19.1	4.1
6 과일 및 견과류	104,750	115,360	122,590	127,040	131,620	9.6	6.3	5.9
7 편의식품	58,310	64,360	68,940	71,900	74,790	5.5	7.1	6.4
8 유지류	31,240	34,350	31,420	36,600	38,100	2.8	△8.5	5.1
9 소스 및 향신료	24,060	26,460	28,410	29,730	30,970	2.3	7.4	6.5
10 스프레드 및 당류	12,540	13,530	13,350	14,670	15,140	1.1	△1.3	4.8
11 영유아용 식품	6,170	6,780	7,240	7,560	7,850	0.6	6.8	6.2

\*주: EU-27개국과 영국의 시장규모를 더하여 산출

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

1) 2022년 11월 24일자 환율 적용, (1USD = 1329.40KRW)

## 2. 오프라인 · 온라인 시장규모

□ 2022년 기준 전체 식품시장의 11.3%를 차지하는 유럽 온라인 농림축산 식품시장 규모는 전년 대비 4.1% 성장한 1,386억 8,000만 달러(한화 약 184조 2,363억 원)로 추정

- 온라인 농림축산 식품시장은 2020년 이후로 5년간 연평균 20.0% 성장해 2024년 2,066억 4,000만 달러(한화 약 274조 5,212억 원)에 달할 것으로 예상
- 오프라인 농림축산 식품시장은 2020년 이후 5년간 연평균 성장률이 4.1% 수준으로, 온라인 식품시장 대비 저성장하는 시장임을 시사함
  - 2022년 오프라인 농림축산 식품시장은 전체 농림축산 식품시장의 88.7%를 차지하며, 전년 대비 2.3% 성장한 1조 874억 4,000만 달러(한화 약 1,443조 9,028억 원) 규모

<표1-2> 유럽 오프라인 · 온라인 농림축산 식품시장 규모(2020~2024)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2020	2021	2022 <sup>f</sup>	2023 <sup>f</sup>	2024 <sup>f</sup>	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (20/24)
전체 시장	1,088,980	1,195,980	1,226,120	1,316,130	1,369,730	100.0	2.5	5.9
오프라인 시장	989,380	1,062,800	1,087,440	1,142,920	1,163,090	88.7	2.3	4.1
온라인 시장	99,600	133,180	138,680	173,210	206,640	11.3	4.1	20.0
배달 식품	58,750	82,780	86,470	102,270	118,710	7.1	4.5	19.2
전자상거래	40,850	50,400	52,210	70,940	87,930	4.3	3.6	21.1

\*주1: EU-27개국과 영국의 시장규모를 더하여 산출

\*주2: 오프라인 시장규모는 전체 시장규모에서 배달 식품시장과 전자상거래 시장의 규모를 제하여 산출함

\*출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공, (온라인 시장: 2022년 11월 업데이트)

## II. 우리나라 농림수산물 수출현황

### 1. 유럽

- 2021년 한국의 對유럽 농림수산물 수출액은 전년 대비 28.3% 증가한 7억 1,089만 9,000달러(한화 약 9,439억 원) 기록
  - 2021년 對유럽 부류별 수출 비중은 농산물(59.2%), 수산물(35.9%), 축산물(2.6%), 임산물(2.3%) 순
    - 수출액 비중 1위를 차지한 농산물의 수출액은 4억 2,100만 3,000달러(한화 약 5,587억 원)로 집계

〈표 II -1〉 한국산 농림수산물 유럽 수출 규모(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	670,165	585,839	559,760	554,044	710,899	100.0	28.3	1.5
농산물	434,711	386,253	358,133	340,073	421,003	59.2	23.8	△0.8
수산물	209,637	171,698	174,684	172,594	254,904	35.9	47.7	5.0
축산물	14,277	15,053	14,133	29,491	18,553	2.6	△37.1	6.8
임산물	11,540	12,835	12,810	11,886	16,440	2.3	38.3	9.3

\*주1: 대한민국 농림수산식품의 유럽 수출 규모 통계는 對EU 27개국과 對영국 수출 규모를 합한 값

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2022.11.23.)

- 2021년 對유럽 한국산 주요 수출 식품은 라면(10.0%), 김(6.2%), 기타 음료(4.3%), 김치(2.1%)순으로 집계
  - 동년 전체 품목 중 점유율 1위를 차지한 라면의 수출액은 7,082만 4,000달러(한화 약 939억 원)로, 전년 대비 증가율 23.4%를 기록함
    - 2022년 10월 기준 7,018만 3,000달러(한화 약 931억 원)를 수출하며 2021년 대비 수출이 증가할 것으로 전망

- 김은 전년 대비 55.2% 증가한 4,437만 6,000달러(한화 약 588억 원) 규모로, 對 유럽 농림수산물 수출액 비중 2위 차지
  - 에스닉푸드와 해조류에 대한 관심이 증가하며 김 소비가 확대됨
- 김치(냉장)의 수출액은 전년 대비 24.9% 증가한 1,470만 9,000달러(한화 약 195억 원)로 집계
  - 현지 매체에서 김치가 면역력에 좋은 음식으로 소개되고, 유명 인플루언서와의 연계 쿠킹쇼 등 다양한 마케팅을 추진하며 수출 증가

〈표 II -2〉 對유럽 한국산 농림수산물 수출 규모(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022 <sup>(10)</sup>	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (18/21)
전체	585,839	559,760	554,044	710,899	641,889	100.0	28.3	6.7
1 라면	32,804	38,832	57,404	70,824	70,183	10.0	23.4	29.2
2 김	26,404	7,336	28,586	44,376	31,709	6.2	55.2	18.9
3 기타 음료(과일·채소 주스 제외)	36,177	35,057	30,892	30,714	24,057	4.3	△0.6	△5.3
4 김치(냉동하지 않은 것)	7,351	8,503	11,778	14,709	12,770	2.1	24.9	26.0
5 조제품 기타	7,469	16,390	16,026	11,314	8,560	1.6	△29.4	14.8
6 설탕·감미료·향미료를 첨가한 물	261	1,304	6,055	11,313	6,368	1.6	86.8	251.4
7 큰느타리버섯(신선, 냉장)	10,018	10,769	10,087	10,843	6,824	1.5	7.5	2.7
8 베이커리 제품-기타	5,919	7,545	7,607	10,505	7,578	1.5	38.1	21.1
9 커피엑스, 에센스와 농축물	8,955	11,190	10,421	8,766	7,413	1.2	△15.9	△0.7
10 속을 채운 파스타	6,315	6,123	6,392	8,604	6,526	1.2	34.6	10.9

\*주: 주요 수출 농림수산물 중 비식품 제외, HS코드(10자리 기준) 1902.30-1010, 2008.99-5010, 2202.99-9000, 2005.99-1000, 2106.90-9099, 2202.10-1000, 0709.59-4010, 1905.90-1090, 2101.11-1000, 1902.20-0000

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2022.11.23.)

## 2. 영국

□ 2021년 한국의 對영국 농림수산물식품 수출액은 전년 대비 8.6% 증가한 8,190만 8,000달러(한화 약 1,086억 8,372만 5,200원)를 기록

- 수출 비중은 농산물(77.4%), 수산물(17.5%), 임산물(2.9%), 축산물(2.2%) 순
  - 2021년 기준 수출액 비중 1위를 차지한 농산물의 수출액은 6,339만 5,000달러(한화 약 841억 원)로, 전년 대비 9.1% 증가했으며, 최근 5년간 연평균 12.8%로 꾸준히 성장

〈표 II -3〉 한국산 농림수산물식품 영국 수출 규모(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	51,772	64,336	75,854	75,414	81,908	100.0	8.6	12.2
농산물	39,136	49,944	58,339	58,127	63,395	77.4	9.1	12.8
수산물	9,080	10,442	14,991	13,571	14,361	17.5	5.8	12.1
임산물	580	879	897	1,889	2,337	2.9	23.7	41.7
축산물	2,976	3,071	1,628	1,827	1,815	2.2	△0.6	△11.6

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2022.11.23.)

□ 2021년 對영국 한국산 농림수산물식품 주요 수출품목은 라면 (23.3%), 김(11.3%), 김치(6.7%), 속을 채운 파스타(4.6%) 순

- 동년 수출액 1위 품목인 라면의 수출액은 전년 대비 7.5% 증가한 1,907만 5,000달러(한화 약 253억 2,206만 2,500원)로 집계
  - 2022년 10월 기준, 라면은 1,986만 6,000달러(한화 약 263억 원) 수출되며 수출액이 증가함
- 동년 수출액 기준 2위를 차지한 김의 수출액은 전년 대비 11.3% 증가한 926만 달러(한화 약 122억 8,987만 2,000원) 규모



- 농식품 수출액 대비 점유율 3위를 차지한 김치는 550만 1,000달러(한화 약 73억 202만 7,400원) 수출되었으며, 전년 대비 6.7% 증가함
- 현재 매체에서 김치가 면역력 강화에 좋은 식품으로 소개되고, 현지 레스토랑과 연계해 김치 홍보를 위한 메뉴를 판매하는 등, 다양한 마케팅 전략을 추진하며 수출액이 증가함

〈표 II -4〉 대한민국 對영국 농림수산물식품 수출 규모(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022 <sup>(10)</sup>	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (18/21)
전체	64,336	75,854	75,414	81,908	71,988	100.0	8.6	8.4
1 라면	10,677	13,275	17,736	19,075	19,866	23.3	7.5	21.3
2 김	5,592	4,300	7,436	9,260	7,576	11.3	24.5	18.3
3 김치(냉동하지 않은 것)	2,784	3,322	3,802	5,501	4,751	6.7	44.7	25.5
4 속을 채운 파스타	3,324	2,621	2,774	3,751	2,425	4.6	35.2	4.1
5 조제품 기타	1,720	7,687	7,338	3,578	405	4.4	△51.2	27.7
6 기타 음료(과일·채소 주스 제외)	3,046	3,172	2,048	3,251	2,631	4.0	58.7	2.2
7 소스, 소스 제조용 조제품	1,561	1,358	1,005	1,950	1,283	2.4	94.1	7.7
8 베이커리 제품-기타	884	1,453	1,290	1,807	1,246	2.2	40.1	26.9
9 비스킷, 쿠키 및 크래커	1,449	1,503	1,213	1,738	1,183	2.1	43.3	6.2
10 고추장	847	1,178	1,428	1,695	1,399	2.1	18.7	26.0

\*주: 주요 수출 농림수산물식품 중 비식품 제외, HS코드(10자리 기준) 1902.30-1010, 2008.99-5010, 2005.99-1000, 1902.20-0000, 2106.90-9099, 2202.99-9000, 2103.90-9090, 1905.90-1090, 1905.90-1040, 2103.90-1030

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2022.11.23.)

### 3. 프랑스

- 2021년 한국의 對프랑스 농림수산물 수출액은 전년 대비 70.7% 증가한 3,136만 2,000달러(한화 약 416억 2,364만 6,400원)를 기록
  - 부류별 비중은 수산물(66.3%), 농산물(32.1%) 임산물(1.4%), 축산물(0.2%) 순

〈표 II -5〉 한국산 농림수산물 프랑스 수출 규모(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	84,414	79,191	73,452	58,652	100,097	100.0	70.7	4.4
수산물	62,721	52,445	46,001	36,770	66,373	66.3	80.5	1.4
농산물	20,043	25,234	25,638	20,637	32,137	32.1	55.7	12.5
임산물	1,152	1,395	1,560	1,041	1,405	1.4	34.9	5.1
축산물	499	118	253	204	183	0.2	△10.2	△22.2

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2022.11.23.)

- 2021년 기준 對프랑스 한국산 주요 수출 농림수산식품은 김(7.5%), 라면(4.7%), 큰느타리버섯(2.6%), 인스턴트 면류(1.7%) 순
  - 동년 전체 품목 중 점유율 1위를 차지한 김의 수출액은 전년 대비 43.8% 증가한 751만 8,000달러(한화 약 99억 7,864만 1,400원)로 집계
  - 전체 농림수산물 중 수출액 순위 2위인 라면의 수출액은 전년 대비 8.9% 감소한 472만 달러(한화 약 62억 6,485만 6,000원)로 집계
  - 동년 수출액 기준 3위를 차지한 큰느타리버섯의 수출액은 전년 대비 5,037.7% 증가한 264만 1,000달러(한화 약 35억 539만 9,300원) 규모
    - 이는 동년 프랑스의 큰느타리버섯 신규 수입처를 발굴한 것에 영향을 받음

〈표 II -6〉 대한민국 對프랑스 농림수산물 수출 규모(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022 <sup>(10)</sup>	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (18/21)
전체	79,191	73,452	58,652	100,097	102,880	100.0	70.7	8.1
1 김*	N/A	1,501	5,229	7,518	4,379	7.5	43.8	123.8
2 라면	3,109	2,168	5,179	4,720	5,750	4.7	△8.9	14.9
3 큰느타리버섯(신선,냉장)	112	209	51	2,641	N/A	2.6	5037.7	186.4
4 인스턴트 면류(라면 이외)	1,134	1,018	1,114	1,727	1,407	1.7	55.1	15.1
5 베이커리 제품-기타	685	757	1,029	1,299	858	1.3	26.3	23.8
6 기타 음료(과일·채소 주스 제외)	619	820	923	1,281	1,112	1.3	38.8	27.4
7 소스, 소스 제조용 조제품	200	254	368	989	633	1.0	168.9	70.4
8 속을 채운 파스타	564	705	680	898	596	0.9	32.0	16.7
9 김치(냉동하지 않은 것)	384	441	503	750	609	0.7	49.1	25.0
10 팽이버섯(신선/냉장)	6	18	N/A	611	N/A	0.6	N/A	357.0

\*주1: 주요 수출 농림수산물 중 비식품 제외, HS코드(10자리 기준) 2008.99-5010, 1902.30-1010, 0709.59-4010, 1902.30-1090, 1905.90-1090, 2202.99-9000, 2103.90-9090, 1902.20-0000, 2005.99-1000, 0709.59-5000

\*주2: 김의 경우 연평균 성장률을 2019~2021년 기준으로 집계

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2022.11.23.)

#### 4. 독일

- 2021년 한국의 對독일 농림수산물식품 수출액은 전년 대비 39.5% 증가한 9,979만 4,000달러(한화 약 1,324억 원)를 기록
  - 부류별 비중은 농산물(67.5%), 수산물(27.2%) 임산물(3.5%), 축산물(1.8%) 순

〈표 II -7〉 한국산 농림수산물식품 독일 수출 규모(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	52,483	67,391	68,550	71,518	99,794	100.0	39.5	17.4
농산물	37,143	49,759	52,635	57,061	67,312	67.5	18.0	16.0
수산물	11,284	13,072	11,395	11,239	27,179	27.2	141.8	24.6
임산물	2,194	2,597	2,494	1,873	3,492	3.5	86.4	12.3
축산물	1,862	1,963	2,026	1,345	1,812	1.8	34.6	△0.7

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2022.11.23.)

- 2021년 對독일 한국산 주요 수출 식품은 라면(13.2%), 조미 김(11.8%), 베이커리 제품(2.9%), 조제품 기타(2.6%) 순
  - 동년 농림수산물식품 수출액 점유율 1위를 차지한 라면은 전년 대비 29.0% 증가한 1,322만 1,000달러(한화 약 175억 원)로 집계
    - 2022년 10월 기준 라면의 수출액은 904만 달러(한화 약 119억 9,608만 원)로, 2021년 대비 수출액이 감소할 것으로 예상
  - 수출액 상위 2위 품목인 김의 수출액은 전년 대비 70.2% 급등한 1,175만 5,000달러(한화 약 155억 원)로, 2019년 기준 최근 3년간 연평균 149.9% 증가함
    - 최근 김이 건강한 식품으로 독일 매체에서 소개되었고, 에스닉푸드에 대한 관심이 높아지며 수요가 늘어난 것이 영향을 미침

- 수출액 기준 점유율 7위를 차지한 간장의 수출액은 181만 3,000달러(한화 약 24억 원)로, 전년 대비 152.0% 급등함
  - 코로나19의 확산으로 가정에서 요리하는 시간이 증가하며 소스류에 대한 수요가 높아진 것에 더불어 감칠맛이 트렌드로 부상함에 따라, 감칠맛을 낼 수 있다고 알려진 간장의 수요가 더욱 증가한 것이 수출액 증가를 견인한 것으로 추정

〈표 II -8〉 대한민국 對독일 농림수산물식품 수출 규모(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022 <sup>(10)</sup>	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (18/21)
전체	67,391	68,550	71,518	99,794	79,807	100.0	39.5	43.0
1 라면	5,947	6,265	10,249	13,221	9,040	13.2	29.0	30.5
2 김*	0	1,883	6,906	11,755	7,841	11.8	70.2	149.9
3 베이커리 제품-기타	1,401	1,979	1,880	2,849	1,901	2.9	51.6	26.7
4 조제품 기타	1,679	3,031	4,066	2,582	2,345	2.6	△36.5	15.4
5 캐비어 대용물	1,632	1,548	1,390	2,461	1,432	2.5	77.0	14.7
6 속을 채운 파스타	1,403	1,739	1,759	2,418	1,922	2.4	37.5	19.9
7 간장	446	661	719	1,813	571	1.8	152.0	59.6
8 기타 국수(당면, 냉면 제외)	634	738	830	1,730	1,344	1.7	108.6	39.8
9 김치(냉동하지 않은 것)	602	544	1,190	1,658	1,041	1.7	39.3	40.2
10 기타 음료(과일·채소 주스 제외)	664	517	465	1,620	1,696	1.6	248.2	34.6

\*주1: 주요 수출 농림수산물식품 중 비식품 제외, HS코드(10자리 기준) 1902.30-1010, 2008.99-5010, 1905.90-1090, 2106.90-9099, 1604.32-0000, 1902.20-0000, 2103.10-0000, 1902.19-1000, 2005.99-1000, 2202.99-9000

\*주2: 김의 경우 연평균 성장률을 2019~2021년 기준으로 집계

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2022.11.23.)

### III. 규제 · 정책 현황

- 2022년 1월, 유럽연합은 일부 한국산 식품의 수출에 대해, 공인검사기관에서 발행한 에틸렌옥사이드(EO) 검사증명서 제출 의무화 규정을 발표
  - 2022년 2월 17일부터 즉석면류와 식물성 성분을 함유한 보충제를 유럽연합으로 수출할 경우 에틸렌옥사이드의 MRL을 준수했다는 검사증명서 제출이 요구됨
  - 이 중, 수입통관 시 식물성 성분을 함유한 보충제를 에틸렌옥사이드 성분 관련 일시 검역 강화 대상으로 지정하기도 함
  
- 2022년 4월, 영국은 자국 내에서 유통되는 상품의 플라스틱 포장재에 세금 부과를 시행
  - 플라스틱 포장재를 제조·수입하는 업체와 플라스틱 포장재가 포함된 제품을 수입하는 업체가 과세 대상
  - 플라스틱 포장재의 세금 규제는 과세를 통해 재활용 플라스틱의 사용을 권장하는 환경세의 일종
    - 플라스틱 포장재 1톤당 200파운드(한화 약 32만 원)<sup>2)</sup>의 세금을 부과
    - 과세 대상에 플라스틱 이외의 내용물이 포함된 경우에는 플라스틱 포장재에만 세금을 부과함
  
- 2022년 7월, 유럽연합은 역내로 수입되는 동물 및 동물 유래 제품의 항생제 관리 기준을 강화하는 규정안 초안을 제정
  - 해당 초안에서는 유럽연합으로 동물 및 동물 유래 제품을 수출하는 수출국에 대한 요건을 규정하고 있음
  - 국가 차원의 식품 관리 계획, 유럽연합의 규정을 준수하는 시설 조건, 증명 서류 제출 등이 수출국 요건에 새롭게 추가됨

2) 2022년 11월 25일자 환율 적용(1GBP = 1,600.45KRW)

## IV. 2022년 유럽 식품시장 이슈

### 1. 환경·사회적 가치 실현 식품

□ ESG 경영이 사회적 화두로 떠오르며, 환경·사회 친화적 경영을 하는 식품기업을 선호하는 소비자가 증가

- ESG 경영이란 환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)의 영문 첫 글자를 조합한 단어로, 기업의 친환경 경영(E), 사회적 책임(S), 투명한 경영·지배구조(G)를 지향함으로써 지속가능한 발전을 추구하는 것<sup>3)</sup>
- 기후위기에 따른 기업의 지속가능한 경영의 중요성이 확대되고, 사회적 책임을 다하고 윤리적 경영을 하는 식품기업을 선호하는 소비자의 증가함에 따라, ESG 경영이 유럽 식품기업의 경영 트렌드로 부상
  - Unilever(유니레버, 영국), LIDL(리들, 독일) 등의 유럽 식품기업은 공정 무역 원료를 사용하고, 탄소 발자국·식품 폐기물을 절감하는 등 ESG 경영을 적극적으로 실천하고 있음
  - 지역사회와의 상생·환경 발자국<sup>4)</sup> 저감·공정 무역 식품 등을 선호하는 소비자가 증가함
- 또한, 유럽연합의 각종 환경 관련 규제가 강화되며, 식품기업의 ESG 경영에 대한 필요성이 더욱 증대함
  - 2021년 7월, 유럽연합은 ‘책임있는 식품사업 및 마케팅 실천을 위한 행동 강령’을 발표, 유럽 내 식품기업의 ESG 경영의 지침을 제시함
  - 2022년 2월, ‘기업의 지속가능성 실사 지침’을 채택하며 기업 공급망 내의 근로자 인권 보호와 환경 보호를 위해 인권·환경·지배구조에 대한 실사 계획을 발표함

3) 「알기 쉬운 ESG」(삼정 KPMG)의 정의 인용

4) 환경 발자국: 인간의 의식주에 필요한 자원을 생산하고 폐기하는 데 드는 비용을 토지 면적으로 환산하여 나타낸 지표. 제품의 생애 주기에서 발생하는 환경 영향 및 부하 정도를 나타내는 것으로, 사업자의 환경 대응을 평가하는 지표 가운데 하나이다. (네이버 국어사전)

## □ 지속가능한 식생활을 위해 식물성 대체육, 유제품이 소비자의 인기를 끌

- 지속가능한 식생활에 대한 인식이 제고되며 식생활 환경주의(Climatarianism), 환원주의(Reductarianism) 등이 부상함
  - 식생활 환경주의(Climatarianism)란, 환경에 부정적인 영향을 주는 식품을 기피하고, 환경 발자국이 적은 식품을 소비하고자 하는 경향
  - 환원주의(Reductarianism)는 육류와 유제품의 소비를 지양하고 채식을 지향·추구하는 지속가능한 식생활을 뜻함
- 탄소 발자국이 적은 식품이 부상함에 따라, 식물성 대체육, 식물성 유제품 제품 시장이 성장함
  - 축산업의 온실가스 총배출량은 전 세계 온실가스 배출량의 7%를 차지하며, 가축으로부터 유래하는 육류와 유제품은 다른 식물성 식품 대비 많은 온실가스를 배출함
  - 식물성 육류와 유제품은 일반 육류와 유제품 대비 적은 자원을 사용해 지속가능한 식품으로 인식됨
  - 일반 유제품은 식물성 유제품보다 약 3배 많은 온실가스를 배출하며, 10배 넓은 토지와 최대 20배 많은 수자원을 사용함



## V. 2023년 유럽 식품시장 전망

### 1. 새로운 식품 소비기준

- 지속가능한 식생활이 소비자가 식품을 선택하는 기준으로 부상하며, 식물성 식품의 제품군이 기존의 육류·유제품에서 달걀 제품·수산물로 확장
  - 지속가능한 식생활에 대한 인식이 제고되며 2022년 식생활 환경주의(Climatarianism), 환원주의(Reductarianism) 등이 부상함
  - 탄소 발자국이 적은 식품이 부상함에 따라, 식물성 대체육, 식물성 유제품 제품 시장이 성장함
    - 축산업의 온실가스 총배출량은 전 세계 온실가스 배출량의 7%를 차지하며, 가축으로부터 유래하는 육류와 유제품은 다른 식물성 식품 대비 많은 온실가스를 배출함
    - 식물성 육류와 유제품은 일반 육류와 유제품 대비 적은 자원을 사용해 지속가능한 식품으로 인식됨
      - 식물성 육류는 기존 육류보다 온실가스를 30%~90% 적게 배출하며, 수자원을 72%~99% 적게 사용함
      - 일반 유제품은 식물성 유제품보다 약 3배 많은 온실가스를 배출하며, 10배 넓은 토지와 최대 20배 많은 수자원을 사용함
  - 식물성 식품시장이 성장함에 따라, 식물성 수산물·달걀 제품 등으로 제품군이 확장되며 시장이 성장할 것으로 예상
    - 유럽의 식물성 수산물 시장은 2021년 3,180만 달러(한화 약 42억 원) 규모에서 6년간 연평균 30.5% 증가해 2027년에는 1억 5,440만 달러(한화 약 205억 원) 규모까지 성장할 것으로 추정
    - 유럽의 식물성 달걀 제품 시장은 2021년 이후로 7년간 연평균 75.5% 성장해 2028년 19억 9,097만 달러(한화 약 2조 6,467억 원)에 달할 것으로 예상

<그림 V -1> 유럽에서 판매되는 식물성 식품

		
<p>식물성 연어 제품(영국)</p>	<p>식물성 참치 캔(독일)</p>	<p>식물성 달걀 제조 회사의 홈페이지(프랑스)</p>

\*출처: greenbaysupermarket.co.uk, kokku-onnline.de, papondu.fr

□ ESG 경영을 실천하고 있음을 소비자에게 홍보하기 위한 수단으로, 식품인증을 취득하는 기업이 증가하며 식품인증 시장이 성장

- 유럽의 식품인증 시장은 2020년 이후로 6년간 연평균 6.9% 증가해 2027년 216억 8,400만 달러(한화 약 29조 3,926억 원) 규모에 달할 것으로 전망
- 대표적인 인증으로는, 제품의 탄소발자국이 추적되고 인증되었으며 탄소 배출을 절감하겠다고 서약한 제품임을 인증하는 탄소저감라벨(Carbon Reduction Label), 공정 무역 제품임을 인증하는 공정무역 인증, 기업이 사회적 책임과 윤리적 경영을 이행하고 있음을 인증하는 B Corp 인증 등이 있음

<그림 V -2> ESG 관련 인증 로고

		
<p>탄소저감라벨</p>	<p>공정 무역 인증</p>	<p>비콕(B Corp) 인증</p>

\*출처: 식품라벨 정보 사이트(ecolabelindex.com)

## 2. 푸드테크

- 보호무역주의, 높아진 곡물가에 따른 식품 고물가 현상을 해소·극복하기 위한 방안으로 푸드테크에 대한 투자·개발이 더욱 가속화될 것으로 예상
  - 코로나19의 확산으로 가속화된 푸드테크의 발전이 2023년에는 더욱 고도화될 것으로 전망
  - 푸드테크란, 식품(Food)와 기술(Technology)가 합쳐진 용어로, 식품의 생산부터 가공, 유통과정에서 지속가능성, 지역 농산물 소비, 식량 안보를 고려해 개발한 기술의 혁신을 뜻함
    - 푸드테크는 ▲농업 기술, ▲식품 과학, ▲식품 서비스, ▲소비자 기술, ▲배달, ▲식품 공급망 총 6가지 분야로 구분됨
  - 글로벌 푸드테크 시장에서 유럽 푸드테크 시장의 점유율은 2021년 기준 12%에서 2022년 20%로, 전년 대비 67% 성장함
    - 2021년 기준 유럽에서 가장 높은 성장률을 보인 푸드테크 분야는 식품 배달 분야로, 전년 대비 702.6% 성장한 61억 유로(한화 약 8조 4,587억 원)<sup>5)</sup>로 집계
    - 그 외 분야인 농업 기술, 식품 과학, 식품 서비스, 소비자 기술, 식품 공급망 분야 역시 모두 전년 대비 성장함
  - 2023년에는 식품 배달 분야를 비롯한 농업 기술, 식품 과학, 식품 서비스 분야 기업 수의 증가, 활발한 투자가 이루어질 것으로 예상
    - 2022년 11월 기준 계속 유지되고 있는 전 세계적인 인플레이션에 따른 고물가 현상, 보호무역주의를 극복하고 식량 안보를 확보하기 위한 수단으로도 푸드테크에 대한 활발한 투자·기술 개발·서비스 출시가 이루어질 것으로 예상

5) 2022년 11월 28일자 환율 적용(1EUR = 1,386.24KRW)

## VI. 요약

### 1. 시장규모 및 수출현황

□ 유럽의 농림축산 식품시장은 2020년 이후 5년간 연평균 5.9%로 성장하는 추세

- 2022년 유럽의 농림축산 식품시장 규모는 전년 대비 2.5% 증가한 1조 2,261억 2,000만 달러(한화 약 1,628조 5,325억 원)로 추정
- 2022년 온라인 농림축산 식품시장 규모는 전년 대비 4.1% 성장한 1,386억 8,000만 달러(한화 약 184조 2,363억 원) 규모로, 전체 농림축산 식품시장의 11.3%를 차지
- 오프라인 농림축산 식품시장의 경우 전년 대비 2.3% 증가한 1조 874억 4,000만 달러(한화 약 1,443조 9,028억 원) 규모로, 전체 농림축산 식품시장의 88.7%를 차지

□ 2021년 對유럽 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 28.3% 증가한 7억 1,089만 9,000달러(한화 약 9,439억 원)를 기록

- 對영국 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 8.6% 증가한 8,190만 8,000달러(한화 약 1,086억 원)를 기록
  - 수출 상위 품목은 라면(23.3%), 조미 김(11.3%), 김치(6.7%), 속을 채운 파스타(4.6%) 순
- 對프랑스 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 70.7% 증가한 3,136만 2,000달러(한화 약 416억 원)를 기록
  - 수출 상위 품목은 김(7.5%), 라면(4.7%), 큰스타리버섯(2.6%), 인스턴트 면류(1.7%) 순
- 對독일 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 39.5% 증가한 9,979만 4,000달러(한화 약 1,324억 원)를 기록
  - 수출 상위 품목은 라면(13.2%), 조미 김(11.8%), 베이커리 제품(2.9%), 조제품 기타(2.6%) 순

## 2. 규제 · 정책 현황

□ 2022년 시행 · 발표된 유럽의 식품 정책은 주로 식품의 안전성을 강화하는 방향으로 이루어짐

○ 다음의 표는 2022년 발표 · 시행된 유럽의 주요 식품 정책 및 규제 현황임

〈표 VI-1〉 유럽 식품 관련 주요 규제 · 정책 현황

구분	날짜	국가	내용
1	2022.01.03	프랑스	가공식품 원료의 원산지 표시에 대한 권장 사항 발표
2	2022.01.06	유럽연합	즉석 면류와 식물성 식품 보조제의 수입 규제 강화
3	2022.01.17	유럽연합	수입 유기농 제품 및 전환 제품의 화물 검사 및 검사 증명서 규정 수정
4	2022.02.03	영국	온라인 판매 식품의 위험에 대응하는 규제 조치 준비
5	2022.02.21	영국	플라스틱 포장재에 세금 규제 시행 예정
6	2022.02.23	유럽연합	에틸렌옥사이드(EO)의 최대 잔류 수준 준수 여부를 확인하기 위한 위해검사증명서 제출 필요
7	2022.03.08	유럽연합	CN코드 2106 품목에 에틸렌옥사이드 검역 일시 강화 조치
8	2022.06.28	유럽연합	에틸렌옥사이드 검역 제품 중 즉석면류에 대한 기준 수정
9	2022.07.02	유럽연합	감자 재배에 사용되는 농약 세닥신(sedaxane)의 MRL 수정
10	2022.07.04	영국	신선 과일 및 채소가 준수해야 하는 품질 및 라벨링에 관한 마케팅 기준(Marketing Standard)을 규정
11	2022.07.26	독일	포장재 시행령 개정안 단계적 시행 발표
12	2022.08.01	유럽연합	동물 유래 성분이 포함된 수입 식품에 강화된 항생제 기준 적용 계획 발표
13	2022.08.29	이탈리아	강황 기반 식품 보충제에 새로운 라벨링 규정 준수 공고
14	2022.08.29	유럽연합	식품 첨가물에 대한 에틸렌옥사이드의 잔류물 기준 강화
15	2022.09.13	유럽연합	다이옥신 성분 관련 식품 내 최대 허용 기준 수정

\*출처: WTO SPS · TBT 사이트(eping.wto.org)

### 3. 2022년 이슈 및 2023년 트렌드 전망

- 2022년 유럽의 식품시장 이슈 키워드는 지속가능한 식생활임
  - 기후위기가 촉발한 기업의 지속가능한 경영의 중요성이 유럽 소비자에게 공감대를 형성하며 ESG 경영을 하는 기업을 선호하는 경향이 확산됨
  - ESG 경영이 유럽 식품기업의 경영 트렌드로 부상함에 따라, 환경친화적이고, 사회적인 과제를 해결에 기여할 수 있는 식품을 구매 기준으로 고려하는 소비자가 증가
  - 이에 따라, 유럽 식품기업은 공정무역 원재료를 사용한 식품과 탄소발자국 저감 식품을 출시하기도 함
  - 또한, 소비자는 지속가능한 식생활을 영위하기 위해 탄소발자국이 낮은 식물성 대체육·유제품을 소비함
  
- 2023년 유럽 식품시장은 ①식물기반 식품의 다각화, ②인증취득 식품의 경쟁력 강화, ③푸드테크의 부상으로 요약할 수 있음
  - 식품의 지속가능성 여부가 새로운 소비기준으로 부상하며 식물성 수산물, 달걀 제품 등 다양한 식물 기반 식품이 시장에 등장할 것으로 전망
  - ESG 경영에 대한 유럽 소비자의 인식이 높아지며 각종 인증을 취득한 식품의 경쟁력이 더욱 강화될 것으로 전망
  - 식량 보호무역주의의 확산과, 인플레이션·우크라이나 사태로 인해 높아진 식품 고물가 현상을 해소하고, 식량 안보를 확보하기 위한 수단으로 푸드테크에 대한 투자·개발이 확대될 것으로 예상

## ※ 참고문헌 및 참고사이트

1	스태티스타(statista.com)
2	KATI 농식품 수출정보(kati.com)
3	영국 식품 매체 홈페이지 Specialityfood (specialityfoodmagazine.com)
4	Cooking at home becomes major trend coming out of Covid-19(Consultancy, 2020.08.28.)
5	Flavor trends in spices and sauces(bake, 2022.02.22.)
6	영국 피카디리 광장에서 우리 김치 만난다…온라인·미디어 마케팅 시너지 효과(이투데이, 2022.05.16.)
7	aT, 영국서 스타셰프와 함께하는 김치 라이브 쿠킹쇼 ‘인기’ (프레시안, 2021.09.24)
8	‘역대급 수출’ 김치…글로벌 마케팅 공들인다(서울경제, 2021.09.16.)
9	2021 농림축산식품 수출입동향 및 통계(FIS 식품산업통계정보)
10	‘잡초’라며 무시하더니…美·유럽, ‘한국산 슈퍼푸드’에 열광(한경, 2021.01.07)
11	Frische Algen essen: Ideal für eine gesunde Ernährung(신선한 해초 섭취: 이상적인 건강한 식단)(NDR, 2022.10.16.)
12	「COMMISSION IMPLEMENTING REGULATION (EU) 2021/2246」, 유럽연합
13	영국, 플라스틱 포장 세금(Plastic Packaging Tax, PPT) 시행(bsi, 2022.05.25.)
14	영국 정부 홈페이지(gov.uk)
15	발암물질 의혹 수출 라면, 에틸렌옥사이드(EO) 무검출(식품음료신문, 2021.08.18.)
16	Food trends: what we’ ll be eating in 2022(The week, 2022.01.21.)
17	WTO SPS·TBT 사이트(eping.wto.org)
18	식품 매체 Good Food Institute(gfi.org)
19	「Europe Plant-based Seafood Market: Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2022-2027」, IMARC
20	「Europe Plant-Based Egg Market - Industry Trends and Forecast to 2028」, DATA Bridge
21	식물성 달걀 제품 제조회사 LE PAPONDU(papondou.fr)
22	FoodTech in Europe(DigitalFoodLab, 2022.03.29.)
23	「2022 Investment, Innovation Hubs and Trends Report on the State of The European Foodtech Ecosystem」, (DigitalFoodLabm, 2022)
24	영국 식품 매체 홈페이지 Specialityfood (specialityfoodmagazine.com)
25	Cooking at home becomes major trend coming out of Covid-19(Consultancy, 2020.08.28.)
26	Flavor trends in spices and sauces(bake, 2022.02.22.)
27	알기 쉬운 ESG, 삼정 KPMG(2021)
28	식품라벨 정보 사이트(ecolabelindex.com)