

아세안 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망

2022.11

[목 차]

I. 아세안 식품시장 규모	1
1. 품목별 시장규모	1
2. 오프라인·온라인 시장규모	2
II. 우리나라 농림수산물 수출현황	3
1. 아세안(ASEAN)	3
2. 베트남	5
3. 태국	7
4. 싱가포르	9
III. 규제·정책 현황	11
IV. 2022년 ASEAN(아세안) 식품시장 이슈	13
1. 기능성 음료	13
2. 음식 성분을 고려한 소비	13
V. 2023년 ASEAN(아세안) 식품시장 전망	14
1. 유기농·프리(Free) 식품시장 성장	14
2. 한국산 식품 인기 유지	15
3. 저염·저당 식품	16
VI. 요약	17
1. 시장규모 및 수출현황	17
2. 규제·정책 현황	18
3. 2023년 이슈 및 2023년 트렌드 전망	19

아세안 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망

1. 2022년 아세안의 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 4.1% 증가한 5,589억 7,000만 달러(한화 약 741조 5,854억 9,900만 원)로 추정

- 품목별 시장 점유율은 베이커리 및 시리얼류(19.4%), 스낵류(15.2%), 육류(15.0%) 순

* 온라인 농림축산식품시장의 비중은 6.4%, 오프라인 식품시장은 93.6%를 차지

2. 2021년 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 16.2% 증가한 22억 713만 달러(한화 약 2조 9,286억 4,079만 원)로 집계

- 주요 수출 식품은 조제품 기타(6.9%), 라면(6.2%), 설탕·감미료·향미료를 첨가한 물(3.3%) 순

* 베트남 수출액은 전년 대비 91.6% 증가한 7억 5,262만 8,000달러(한화 약 9,995억 6,524만 원)로, 주요 수출품목은 조제품기타(6.1%), 기타음료(4.6%), 미절단 닭고기(3.7%) 순

* 태국 수출액은 전년 대비 2.7% 증가한 4억 237만 달러(한화 약 5,342억 6,688만 원)로, 주요 수출품목은 건조 김(9.5%), 라면(7.4%), 조제품기타(2.8%) 순

* 싱가포르 수출액은 전년 대비 16.0% 증가한 1억 9,882만 8,000달러(한화 약 2,639억 6,405만 원)로, 주요 수출품목은 조제품기타(12.4%), 신선딸기(8.8%), 라면(5.4%) 순

3. 2022년 발표·개정된 아세안 국가들의 식품 규제·정책은 주로 식품의 라벨링 규정을 보완하는 방향으로 이루어짐

4. 2022년 유럽 식품시장 이슈 및 2023년 전망

① 2022년 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 코로나19의 확산으로 건강에 대한 관심이 증대되며 발효음료와 같은 기능성 음료가 인기를 끌 - 음식 성분으로 고려하는 식품 구매 경향이 확산되며 Z세대를 중심으로 건강한 저당·저탄수화물 식품이 부상함
② 2023년 전망	<ul style="list-style-type: none"> - 식품 성분을 고려하는 소비자가 증가함에 따라, 유기농, 프리(Free) 식품 성장 전망 - 한국 콘텐츠가 인기를 끌며 한국 드라마 등에 등장하는 한국산 식품에 대한 인지도가 상승하며 수요가 증가할 것으로 전망 - 설탕세·소금세 정책을 실행해 저염·저당 식품의 아세안 시장에서의 경쟁력이 강화될 것으로 전망

I. 아세안 식품시장 규모

1. 품목별 시장규모

- 2022년 아세안의 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 4.1% 성장한 5,589억 7,000만 달러(한화 약 741조 5,854억 9,900만 원)¹⁾로 예상
 - 품목별 시장규모는 베이커리 및 시리얼류(19.4%), 스낵류(15.2%), 육류(15.0%), 채소류(12.0%) 순
 - 상위 3개 품목인 베이커리 및 시리얼류, 스낵류, 육류 시장이 전체 농식품 시장의 49.6%를 차지
 - 동년 점유율 1위를 차지한 베이커리 및 시리얼류의 시장규모는 1,087억 달러(한화 약 144조 1,796억 8,000만 원)로, 전년 대비 7.1% 감소함
 - 동년 점유율 2위를 차지한 스낵류는 전년 대비 8.9% 증가한 847억 5,000만 달러(한화 약 112조 4,632억 5,000만 원) 규모로 예상
 - 아세안 농림축산식품 시장은 2020년 이후 5년간 연평균 8.0% 증가해 2024년 6,671억 6,000만 달러(한화 약 885조 3,213억 원)로 전망

<표1-1> 아세안 농림축산식품 시장규모(2020~2024)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2020	2021	2022 ^f	2023 ^f	2024 ^f	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (20/24)
전체(합계)	491,090	537,050	558,970	612,310	667,160	100.0	4.1	8.0
1 베이커리 및 시리얼류	107,100	117,000	108,700	124,600	135,100	19.4	△7.1	6.0
2 스낵류	70,160	77,830	84,750	91,920	102,300	15.2	8.9	9.9
3 육류	71,120	77,640	83,670	91,910	100,900	15.0	7.8	9.1
4 채소류	56,470	61,730	66,820	72,140	78,590	12.0	8.2	8.6
5 낙농품	44,120	48,220	51,920	55,820	60,560	9.3	7.7	8.2
6 과일 및 견과류	39,220	42,840	46,220	49,770	54,110	8.3	7.9	8.4
7 영유아용 식품	31,030	34,110	36,740	39,510	42,960	6.6	7.7	8.5
8 편의식품	27,400	29,830	31,800	33,840	36,460	5.7	6.6	7.4
9 스프레드 및 당류	20,490	21,730	20,940	23,060	24,050	3.7	△3.6	4.1
10 소스 및 향신료	14,700	16,030	17,180	18,370	19,840	3.1	7.2	7.8
11 유지류	9,280	10,090	10,230	11,370	12,290	1.8	1.4	7.3

*출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공(수산물, 동물사료 제외), 2022년 7월 업데이트 자료

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

2. 오프라인 · 온라인 시장규모

- 2022년 기준 전체 아세안 농림축산식품시장의 6.4%를 차지하는 온라인 식품시장의 규모는 전년 대비 19.5% 성장한 355억 1,000만 달러(한화 약 47조 2,069억 9,400만 원)로 예상
- 아세안의 온라인 농식품시장은 2020년 이후 5년간 연평균 36.0%로 성장해 5,691만 달러(한화 약 75조 6,561억 5,400만 원)에 달할 것으로 예상
- 오프라인 농식품시장은 전체 식품시장의 93.6%를 차지하며 전년 대비 3.2%, 2020년 이후 5년간 연평균 6.5% 성장할 것으로 추정
- 이는 아세안 온라인 농식품시장은 오프라인 농식품시장 대비 고성장하는 시장임을 의미함

〈표 I -2〉 아세안 농림축산식품시장 규모(2020~2024)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2020	2021	2022 ^f	2023 ^f	2024 ^f	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (20/24)
전체 시장	491,090	537,050	558,970	612,310	667,160	100.0	4.1	8.0
오프라인 시장	474,440	507,330	523,460	566,290	610,250	93.6	3.2	6.5
온라인 시장	16,650	29,720	35,510	46,020	56,910	6.4	19.5	36.0
배달 식품	9,070	14,450	18,360	23,840	29,700	3.3	27.1	34.5
전자상거래	7,580	15,270	17,150	22,180	27,210	3.1	12.3	37.6

*주: 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. 아세안(ASEAN)

- 2021년 對아세안 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 16.2% 증가한 22억 713만 달러(한화 약 2조 9,286억 원)로 집계
 - 동년 농림수산식품의 수출 비중은 농산물(65.9%), 수산물(19.9%), 축산물(8.6%), 임산물(5.6%) 순
 - 전체 식품 수출액 1위 부문인 농산물의 수출액은 14억 5,365만 1,000달러(한화 약 1조 9,288억 원)로 집계

〈표 II -1〉 한국산 농림수산식품의 아세안(ASEAN) 수출 규모(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	1,617,685	1,755,760	1,811,764	1,899,818	2,207,130	100.0	16.2	8.1
농산물	1,061,805	1,093,008	1,153,866	1,244,937	1,453,651	65.9	16.8	8.2
수산물	407,707	449,058	439,369	415,738	438,767	19.9	5.5	1.9
축산물	58,310	104,407	142,426	151,794	190,033	8.6	25.2	34.4
임산물	89,863	109,287	76,102	87,349	124,679	5.6	42.7	8.5

*출처: KATI 농식품수출정보 (검색일: 2022년 11월 23일)

- 2021년 對아세안 주요 한국산 수출 농림수산식품은 조제품 기타(6.9%), 라면(6.2%), 설탕·감미료·향미료를 첨가한 물(3.3%), 기타 음료(2.9%) 순으로 집계
 - 동년 전체 품목 중 점유율 1위를 차지한 조제품 기타의 수출액은 1억 5,330만 4,000달러(한화 약 2,035억 2,639만 원)로, 전년 대비 38.9% 증가
 - 또한, 2022년 10월 기준 1억 1,809만 7,000달러(한화 약 1,569억 원)가 수출됨에 따라, 2021년 대비 소폭 감소할 것으로 추정됨

- 동년 기준 수출액 7위 품목인 김 수출액은 전년 대비 35.1%, 최근 3년간 연평균 172.8% 증가한 4,329만 달러(한화 약 574억 7,180만 원)로 집계

<표 II -2> 대한민국 對아세안 농림수산물 수출 규모(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022 ⁽¹⁾	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (18/21)
전체	1,755,760	1,811,764	1,899,818	2,207,130	2,033,336	100.0	16.2	7.9
1 조제품 기타	64,125	83,783	110,367	153,304	118,097	6.9	38.9	33.7
2 라면	98,670	104,618	121,365	136,178	118,426	6.2	12.2	11.3
3 설탕·감미료·향미료를 첨가한 물	72,187	84,859	73,749	71,847	65,861	3.3	△2.6	△0.2
4 기타 음료(과일·채소 주스 제외)	57,451	49,601	49,403	64,926	70,694	2.9	31.4	4.2
5 커피 크리머	50,299	44,788	41,359	60,013	56,709	2.7	45.1	6.1
6 건조한 김	87,559	67,164	49,492	48,611	44,697	2.2	△1.8	△17.8
7 김*	N/A	5,816	32,038	43,290	41,551	2.0	35.1	172.8
8 초분류 딸기(신선)	26,289	33,050	33,807	39,548	27,916	1.8	17.0	14.6
9 소스, 소스 제조용 조제품	18,978	22,270	26,417	31,280	28,884	1.4	18.4	18.1
10 미절단 닭고기(냉동)	15,103	29,040	35,714	27,843	50,700	1.3	△22.0	22.6

*주1: 주요 수출 농림수산물 중 비식품 제외, HS코드(10자리 기준) 2106.90-9099, 1902.30-1010, 2202.10-9000, 2202.99-9000, 2106.90-9010, 1212.21-1010, 2008.99-5010, 0810.10-0000, 2103.90-9090, 0207.12-0000

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

*출처: KATI 농식품수출정보 (검색일: 2022년 11월 23일)

2. 베트남

□ 2021년 한국산 농림수산물식품의 對베트남 수출액은 7억 5,262만 8,000달러(한화 약 9,995억 원)로, 전년 대비 15.3% 증가

- 동년 부문별 수출 비중은 농산물(53.6%), 수산물(23.5%), 축산물(14.0%), 임산물(8.8%) 순
 - 식품 수출액 비중 1위인 농산물의 수출 규모는 전년 대비 14.7% 증가한 4억 366만 1,000달러(한화 약 5,362억 6,363만 원)로 집계
 - 식품 수출액 점유율 2위를 차지한 수산물 수출액은 전년 대비 17.1% 증가한 1억 7,711만 5,000달러(한화 약 2,352억 9,727만 원)
 - 쉽게 섭취할 수 있는 김·삼치·정어리 등의 수출이 큰 폭으로 증가하며 수출 증가를 견인함

<표 II -3> 한국산 농림수산물식품의 베트남 수출 규모(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	480,906	584,891	671,747	652,523	752,628	100.0	15.3	11.8
농산물	298,300	308,106	358,318	351,919	403,661	53.6	14.7	7.9
수산물	106,239	137,453	157,764	151,301	177,115	23.5	17.1	13.6
축산물	36,848	77,860	111,916	110,641	105,258	14.0	△4.9	30.0
임산물	39,518	61,471	43,750	38,662	66,593	8.8	72.2	13.9

*출처: KATI 농식품수출정보 (검색일: 2022년 11월 23일)

□ 동년 對베트남 주요 한국산 수출 농림수산물식품은 조제품 기타 (6.1%), 기타 음료(4.6%), 미절단 닭고기(3.7%), 조제분유(2.6%) 순

- 수출액 상위 1위 품목인 조제품 기타는 전년 대비 31.9% 증가한 4,618만 달러(한화 약 613억 5,013만 원)로 집계
 - 2022년 10월 기준 집계된 수출액은 4,627만 달러(한화 약 614억 6,044만 원)로, 전년 대비 수출액이 증가할 것으로 전망됨

- 수출액 상위 3위 품목인 미절단 냉동 닭고기의 수출액은 전년 대비 21.9% 감소한 2,784만 3,000달러(한화 약 370억 1,448만 원)로 집계
 - 2021년 미절단 냉동 닭고기 수출액 감소의 원인은 코로나19가 확산하며 사회적 거리두기로 인해 재택 수업·공장 가동 중지 등 단체 급식 수요가 감소한 거에 영향을 받은 것으로 추정
 - 2022년 사회적 거리두기가 완화되며 대면수업이 재개하고 공장이 가동하는 등 단체급식 수요가 회복됨에 따라, 2022년 10월까지의 누계 수출액이 5,070만 달러(한화 약 673억 1,439만 원)로, 전년 대비 82.0% 증가함

〈표 II -4〉 對베트남 한국산 농림수산물 수출 규모(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022 ⁽¹⁰⁾	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (18/21)	
전체	584,891	671,747	392,774	752,628	728,149	100.0	91.6	8.8	
1	조제품 기타	15,426	25,311	35,022	46,180	46,270	6.1	31.9	44.1
2	기타 음료(과일·채소 주스 제외)	26,736	31,868	31,475	34,427	43,104	4.6	9.4	8.8
3	미절단 닭고기(냉동)	15,097	29,007	35,667	27,843	50,700	3.7	△21.9	22.6
4	조제분유(유아용/소매용)	8,554	14,164	18,779	19,541	14,555	2.6	4.1	31.7
5	라면	14,871	19,160	16,854	17,068	13,341	2.3	1.3	4.7
6	변성 에탈알코올과 그 밖의 변성 주정	511	222	11,026	16,935	16,849	2.3	53.6	221.2
7	과당시럽(과당 함유량 50% 초과)	13,851	23,449	19,552	16,124	14,731	2.1	△17.5	5.2
8	김*	N/A	2,597	10,793	15,716	15,721	2.1	45.6	146.0
9	홍삼조제품(홍삼차 이외 기타)	7,445	10,102	10,378	15,017	18,192	2.0	44.7	26.4
10	포도(신선)	4,393	5,914	8,148	9,003	6,500	1.2	10.5	27.0

*주1: 주요 수출 농림수산물 중 비식품 제외, HS코드(10자리 기준) 2106.90-9099, 2202.99-9000, 0207.12-9000, 1901.10-1010, 1902.30-1010, 2207.20-0000, 1702.60-2000, 2008.99-5010, 2106.90-3029, 0806.10-0000

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

*출처: KATI 농식품수출정보 (검색일: 2022년 11월 23일)

3. 태국

□ 2021년 한국산 농림수산물식품의 태국 수출액은 전년 대비 2.7% 증가한 4억 237만 달러(한화 약 5,342억 원) 규모

- 동년 부문별 수출 비중은 농산물(59.6%), 수산물(35.3%), 축산물(2.9%), 임산물(2.2%) 순으로 집계
- 2021년 수출액 점유율 1위인 농산물은 전년 대비 14.8% 증가한 2억 3,981만 4,000달러(한화 약 3,184억 원) 규모가 수출됨

〈표 II -5〉 한국산 농림수산물식품의 태국 수출 규모(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	422,248	409,142	398,218	391,742	402,370	100.0	2.7	△1.2
농산물	174,772	172,252	187,123	208,876	239,814	59.6	14.8	8.2
수산물	238,639	225,628	201,185	170,903	142,014	35.3	△16.9	△12.2
축산물	4,046	5,804	4,089	4,555	11,571	2.9	154.0	30.0
임산물	4,791	5,458	5,822	7,407	8,971	2.2	21.1	17.0

*출처: KATI 농식품수출정보 (검색일: 2022년 11월 23일)

□ 2021년 對태국 한국산 주요 수출 농림수산물식품은 건조 김 (9.5%), 라면(7.4%), 조제품 기타(2.8%), 신선 딸기(2.2%) 순

- 동년 기준 수출액 상위 1위 품목인 건조 김의 수출 규모는 전년 대비 3.8% 감소한 3,837만 9,000달러(한화 약 509억 원)로 집계
- 건조 김 수출액은 동년 기준 최근 4년간 연평균 21.6%로 감소하는 추세나, 유사 품목인 김의 경우 2019년 이후 3년간 연평균 209.7% 증가하며 전체 김 수출은 성장하는 추세임
- 건조 김 수출액의 감소는 2019년 김의 HS Code가(2008.99-5010) 신설되며 새로운 HS Code를 사용해 수출하는 수출업자가 증가해 감소세를 보인 것으로 추정

- 동년 기준 수출액 상위 2위 품목인 라면 수출액은 전년 대비 10.4% 증가한 2,961만 3,000달러(한화 약 393억 원)로 집계

<표 II -6> 대한민국 對태국 식품 수출 규모(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022 ⁽¹⁰⁾	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (18/21)	
전체	409,142	398,218	391,742	402,370	378,768	100.0	2.7	△0.6	
1	건조 김	79,593	60,122	39,910	38,379	31,442	9.5	△3.8	△21.6
2	라면	19,265	19,017	26,823	29,613	24,445	7.4	10.4	15.4
3	조제품 기타	4,885	4,821	8,023	11,226	10,883	2.8	39.9	32.0
4	초분류 쌀(신선)	5,824	6,727	7,727	8,887	6,261	2.2	15.0	15.1
5	소스, 소스 제조용 조제품	3,341	3,780	6,782	7,847	7,376	2.0	15.7	32.9
6	커피 엑스, 에센스와 농축물	4,003	5,253	4,677	5,612	4,454	1.4	20.0	11.9
7	김*	-	524	2,325	5,029	5,687	1.2	116.3	209.7
8	밀가루	2,819	3,122	3,822	3,936	3,408	1.0	3.0	11.8
9	베이커리 기타	458	316	681	2,687	1,785	0.7	294.8	80.4
10	밀크 대용물 함유 조제품	174	2,607	2,881	2,548	2,256	0.6	△11.6	144.6

*주1: 주요 수출 농림수산물 중 비식품 제외, HS코드(10자리 기준) 1212.21-1010, 1902.30-1010, 2106.90-9099, 0810.10-0000, 2103.90-9090, 2101.11-1000, 2008.99-5010, 1101.00-1000, 1905.90-1090, 2101.12-9010

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

*출처: KATI 농식품수출정보 (검색일: 2022년 11월 23일)

4. 싱가포르

- 2021년 對싱가포르 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 16.0% 증가한 1억 9,882만 8,000달러(한화 약 2,639억 원)를 기록
 - 동년 식품 부문별 수출 비중은 농산물(77.6%), 수산물(10.7%), 축산물(10.5%), 임산물(1.1%)
 - 동년 기준 수출 비중이 가장 높은 농산물 수출액은 1억 5,428만 6,000달러(한화 약 2,048억 원)로, 전년 대비 7.5% 증가
 - 동년 수출 비중 3위를 차지한 축산물 수출액은 전년 대비 288.4% 증가한 2,094만 3,000달러(한화 약 278억 원)로 집계

〈표 II -7〉 한국산 농림수산물 수출의 싱가포르 수출 규모(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	128,651	135,972	145,216	171,357	198,828	100.0	16.0	11.5
농산물	105,456	108,525	119,443	143,471	154,286	77.6	7.5	10.0
수산물	17,009	21,043	18,953	17,174	21,319	10.7	24.1	5.8
축산물	2,181	1,595	1,255	5,392	20,943	10.5	288.4	76.0
임산물	4,005	4,809	5,566	5,320	2,280	1.1	△57.1	△13.1

*출처: KATI 농식품수출정보 (검색일: 2022년 11월 23일)

- 2021년 對싱가포르 한국산 주요 수출 농림수산식품은 조제품 기타 (12.4%), 신선 딸기(8.8%), 라면(5.4%), 혼합 조미료(3.8%) 순
 - 동년 수출액 상위 1위 품목인 조제품 기타는 전년 대비 2.0% 증가한 2,132만 6,000달러(한화 약 283억 1,666만 2,800원)로 집계
 - 2022년 10월 기준 수출액 1,497만 8,000달러(한화 약 198억 9,078만 4,000 원)로, 2022년 전체 수출액은 2021년 대비 감소할 것으로 예상

- 동년 수출액 상위 2위 품목인 신선 딸기의 수출액은 전년 대비 7.2% 증가한 1,504만 7,000달러(한화 약 199억 8,241만 6,000원) 규모로, 최근 4년간 연평균 10.2% 성장함

〈표 II-8〉 대한민국 對싱가포르 농림수산물 수출 규모(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022 ⁽¹⁰⁾	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (18/21)	
전체	135,972	145,216	171,357	198,828	153,931	100.0	16.0	13.5	
1	조제품 기타	7,426	12,725	20,899	21,326	14,978	12.4	2.0	42.1
2	초분류 딸기(신선)	11,236	13,740	14,040	15,047	8,590	8.8	7.2	10.2
3	라면	7,875	6,844	9,374	9,192	6,836	5.4	△1.9	5.3
4	혼합 조미료	4,271	6,958	5,472	6,575	5,353	3.8	20.1	15.5
5	자당	467	960	7,228	4,425	481	2.6	△38.8	111.6
6	김*	N/A	544	3,083	3,891	3,104	2.3	26.2	78.7
7	김치(냉동하지 않은 것)	1,694	2,252	4,030	3,723	2,648	2.2	△7.6	30.0
8	베이커리 기타	821	994	2,591	3,583	2,394	2.1	38.3	63.4
9	맥주	4,271	3,960	5,029	3,078	3,140	1.8	△38.8	△10.3
10	기타 리큐르류 및 코디얼	113	700	1,936	2,917	1,365	1.7	50.7	195.4

*주1: 주요 수출 농림수산물 중 비식품 제외, HS코드(10자리 기준) 2106.90-9099, 0810.10-0000, 1902.30-1010, 2103.90-9030, 1701.99-0000, 2008.99-5010, 2005.99-1000, 1905.90-1090, 2203.00-0000, 2208.70-9000

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

*출처: KATI 농식품수출정보 (검색일: 2022년 11월 23일)

III. 규제 · 정책 현황

□ 2021년, 싱가포르 식품청은 ‘식품판매규정(Sale of Food Act)을 개정, 식품 규정 개정안을 발표

- 해당 개정안에서는 음료의 영양 등급을 규정하는 내용이 포함되어있음
- 영양 등급별 음료의 설탕 · 지방 함량 기준을 규정함
 - 아래의 표는 개정된 설탕·지방 함량에 따른 싱가포르의 영양 등급 기준

〈표Ⅲ-1〉 설탕 · 지방 함량에 따른 영양 등급 기준

구분	등급	A	B	C	D
설탕	설탕 함량 (100ml 당 g)	1 이하	1 초과 5 이하	5 초과 10 이하	10 초과
지방	지방 함량 (100ml 당 g)	0.7 이하	0.7 초과 1.2 이하	1.2 초과 2.8 이하	2.8 초과

*출처: 싱가포르 식품청 홈페이지(sfa.gov.sg)

□ 2022년 2월, 베트남 정부는 수입품에 대한 라벨링 규정을 강화 · 개정함

- 의무적으로 기재해야 하는 필수 정보의 내용, 적용 대상, 원산지 표기 기준 등의 내용이 수정 · 강화되었음
- 기존의 적용 대상은 베트남 내 생산 및 유통업체, 수입업체, 관련 단체 · 개인이었지만, 수출업체가 적용 대상에 포함되며 라벨링 규정이 강화됨
- 개정된 라벨링 제도에 따르면, 원산지 표기 시, 상품을 생산한 국가, 지역, 또는 최종 공정이 진행된 장소의 이름 등을 축약하는 것이 금지됨

- 건강기능식품의 라벨링에서 필수로 기재해야 하는 사항에 해당 식품의 섭취 대상 및 효과가 포함되었음

- 2022년 10월, 태국 보건부는 사전포장식품의 표기 언어·성분 목록 등 라벨링 규정의 수정 초안을 발표
 - 식품의 라벨에 명시해야 하는 정보, 표기 방법 대한 내용으로 구성
 - 표기 사항으로는 △식품 이름, △일련번호, △성분 목록, △알레르기 성분, △식품 첨가물 목록 등이 있음

 - 영어·태국어 외의 언어로 작성된 경우 태국어로 명확히 번역돼야 함

IV. 2022년 ASEAN(아세안) 식품시장 이슈 · 트렌드

1. 기능성 음료

- 코로나19의 확산으로 아세안 소비자 사이에서 면역력 증대 등 건강에 대한 관심이 높아지며 발효음료와 같은 기능성 음료가 인기를 끌
 - 다수의 아세안 현지 매체에서 발효 식품이 면역력 강화에 도움을 줄 수 있다고 소개되었음
 - 이에 따라, 간편하게 발효 식품을 섭취할 수 있는 발효음료에 아세안 소비자의 이목이 집중됨
 - 또한, 태국의 허브 음료인 *끄라차이가*²⁾ 면역력을 강화하는 항바이러스, 항산화 성분을 함유했다고 소개되어 아세안 소비자의 관심을 받음

2. 음식 성분을 고려한 소비

- 맛과 가격 중심이었던 식품 구매 기준이 음식 성분을 고려하는 것까지 확대됨에 따라, 저당·저탄수화물 식품이 인기를 끌
 - 베트남 매체 Brand Vietnam에 따르면, Z세대 소비자의 67%가 식품을 섭취하기 전 영양 성분을 확인함
 - 영양 성분을 고려하는 소비자가 증가함에 따라, 저당·저탄수화물 식품의 이점이 현지 매체에 의해 소개되며 소비자 인식이 제고됨
 - 낮은 칼로리를 보유하고 있는 저당·저탄수화물 식품은 건강상에 이로울 뿐만 아니라, 미용상에도 좋아 아세안 소비자에게 인기를 끌

2) 태국 흑생강으로 만든 음료

IV. 2023년 ASEAN(아세안) 식품시장 전망

1. 유기농 · 프리(Free) 식품시장 성장

- 건강을 위해 식품의 구성성분을 고려하는 소비자가 증가하고 라벨링 요건이 강화됨에 따라 건강한 식품으로 인식되는 유기농 식품과 프리(Free) 식품시장이 더욱 성장할 것으로 전망
 - 코로나19의 확산으로 건강한 식생활에 대한 요구가 증대하며 식품 성분을 고려해 식품을 구매하는 아세안 소비자가 증가함
 - 또한, 2022년 태국, 베트남과 같은 아세안 국가들에서 식품 라벨링 규정의 개정이 활발하게 이루어짐
 - 태국은 2022년 11월 사전포장식품의 표시 언어, 성분 목록 등 라벨링 규정 초안과 건강 강조 표시를 한 식품에 대한 규정 초안을 발표함
 - 베트남은 2022년 1월 수입품에 라벨링 규정을 강화해 적용할 것을 발표
 - 리서치 기업 Decision Lab이 2022년 828명의 베트남 소비자를 대상으로 진행한 설문조사 결과에 따르면, 응답자의 27%가 식품을 구매할 때 성분 목록을 확인하고 중시한다고 응답함
 - 식품의 맛뿐만 아니라 식품의 재료, 첨가물과 같은 식품 성분을 고려해 소비하는 소비자가 늘어남에 따라, 유기농 식품 · 방부제 무첨가 식품 등을 선호하는 경향이 확대되는 추세
 - 코로나19로 사회적 거리두기가 강화되며 온라인 쇼핑에 대한 수요가 증가하자 유기농 식품을 전문적으로 판매하는 온라인 유통채널이 등장하기도 함
 - 2021년 기준 태국의 유기농 식품의 매출액은 2,550만 달러(한화 약 338억 9,970만 원)로, 5년간 연평균 8.9% 증가해 2025년에는 3,580만 달러(한화 약 475억 9,252만 원)까지 증가할 것으로 예상

2. 한국산 식품 인기 유지

□ 한국 콘텐츠가 아세안 시장에서 널리 인기를 얻으며 한국산 식품에 대한 인지도가 상승함에 따라 한국산 식품에 대한 수요가 확대될 것으로 예상

○ (스낵류) 한국산 스낵류가 한류 콘텐츠를 통해 인지도를 얻으며, 한국산 스낵류를 판매하는 다양한 유통채널이 생성되어 접근성이 증대됨

- 한국산 스낵류를 리뷰하는 유튜브 영상, 게시글들을 다수 찾아볼 수 있음
- 온라인에 게시된 한국산 스낵 제품에 대한 후기를 접한 태국 소비자가 한국 스낵에 관심을 가져 구매로 이어지기도 함

○ (라면) 2022년 10월 기준 한국산 라면의 아세안 수출액은 총 1억 1,842만 6,000달러(한화 약 1,574억 3,552만 4,400원)로, 아세안 국가로 수출되는 한국산 식품 중 2위를 차지함

- 태국 라면 시장에서 한국 라면의 점유율이 10%까지 상승하며, 태국 식품 업체가 한국식 라면을 출시하기도 함

○ (소스류) 한류 콘텐츠, 식품 유튜버의 한국 식품 리뷰 영상 등 다양한 콘텐츠로 한국 식품에 대한 인지도가 높아지며 한국산 소스류에 대한 수요가 확대될 전망

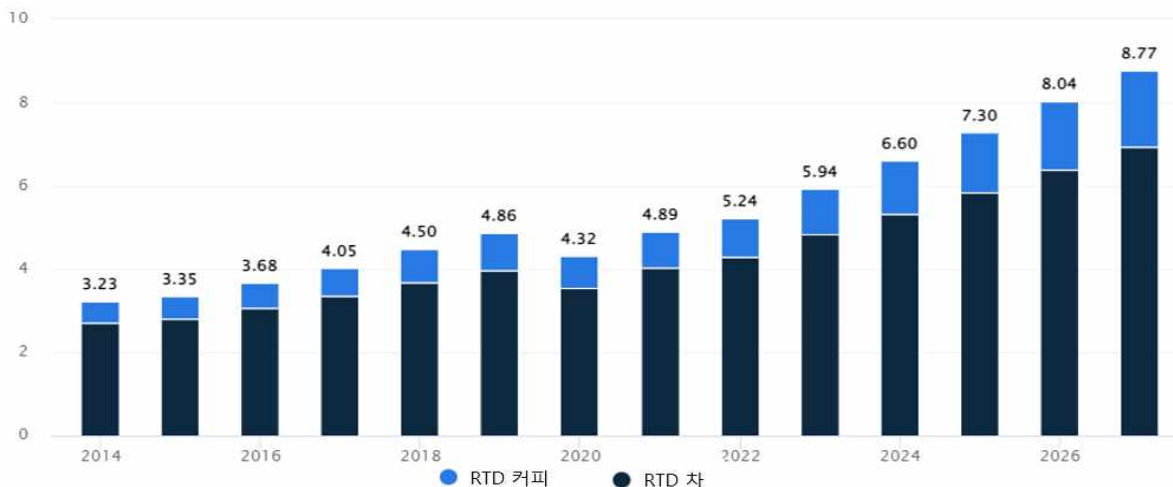
- 아세안 소비자는 한류 콘텐츠, 자국 식품 인플루언서·유튜버 등의 영상, 온라인에 게시된 다수의 후기 등 한국 식품을 다양한 경로로 접할 수 있음
- 한국 식품에 대한 인지도가 상승하며 조리 과정에서 필요한 한국 소스류 제품에 대한 수요가 지속적으로 늘어날 것으로 전망
- 아세안 시장에서 인기 있는 떡볶이를 만들 수 있는 떡볶이 소스, 각종 한식에 필요한 고추장 등의 소스류가 인기를 유지할 것으로 예상됨

3. 저염·저당 식품

- 아세안 국가들이 설탕과 소금에 세금을 부과하는 정책을 시행·발표하며, 저염·저당 식품의 경쟁력이 아세안 식품 시장에서 증가할 것으로 예상
 - 태국, 싱가포르, 말레이시아, 필리핀 등 일부 아세안 국가들은 국민의 건강을 위해 설탕과 소금에 세금을 부과하는 정책을 시행 중
 - 태국은 2017년부터 설탕세를 시행 중이며, 소금세 도입에 대해서는 2022년 시행예정에 있었으나, 코로나19의 확산으로 인한 경제 악화와 생활비 상승으로 국민들의 부담이 증가해 연기된 바 있음
 - 싱가포르는 2022년 소비자가 설탕·포화지방 함량이 높은 음료를 쉽게 식별할 수 있게 음료에 대한 영양표시 규제 개정안을 발표, 음료의 영양 등급을 제품 전면에 표시해 소비자가 건강한 음료를 선택할 수 있도록 도움
 - 2022년 5월 베트남은 가당 음료에 소비세를 부과하는 규정을 수립하기 위한 요건이 포함된 ‘국가 영양 전략 및 실행계획(1294/QD-BYT)’를 발표
 - 아세안 국가에서 국민 건강을 위한 설탕·소금 규제가 확산하며 저당·저염 식품의 선호도가 상승하고, 출시 빈도 역시 증가함
 - 스태티스타에 따르면, 아세안 시장의 커피·차 RTD 음료 시장은 2023년 기준 전년 대비 13.4% 증가한 59억 4,000만 달러(한화 약 7조 8,966억 3,600만 원)에 달할 것으로 추정

<그래프 V -1> 아세안(ASEAN) RTD 커피·차 음료 시장 전망

(단위: 10억 달러)



*출처: 스태티스타

VI. 요약

1. 시장규모 및 수출현황

□ 아세안의 농림축산식품시장은 2020년 이후 5년간 연평균 8.0%로 성장하는 추세

- 2022년 아세안의 농림축산농식품 시장규모는 전년 대비 4.1% 성장한 5,589억 7,000만 달러(한화 약 741조 5,854억 9,900만 원)로 추정
- 2022년 온라인 농림축산식품시장 규모는 전년 대비 19.5% 성장한 355억 1,000만 달러(한화 약 47조 2,069억 9,400만 원) 규모로, 전체 농림축산식품시장의 6.4%를 차지
- 2022년 오프라인 농림축산식품시장의 경우 전년 대비 3.2% 증가한 5,234억 6,000만 (한화 약 695조 8,877억 2,400만 원) 규모로, 전체 농림축산식품시장의 93.6%를 차지

□ 2021년 한국의 對아세안 농림수산식품 수출액은 전년 대비 16.2% 증가한 22억 713만 달러(한화 약 2조 9,286억 4,079만 원)로 집계

- 2021년 한국의 對베트남 농림수산식품 수출액은 전년 대비 91.6% 증가한 7억 5,262만 8,000달러(한화 약 9,995억 원)를 기록
 - 수출 상위품목은 조제품 기타(6.1%), 기타 음료(4.6%), 미절단 닭고기(3.7%) 순
- 2021년 한국의 對태국 농림수산식품 수출액은 전년 대비 2.7% 증가한 4억 237만 달러(한화 약 5,342억 원)를 기록
 - 수출 상위품목은 건조 김(9.5%), 라면(7.4%), 조제품 기타(2.8%), 신선 딸기(2.2%) 순
- 한국의 對싱가포르 농림수산식품 수출액은 전년 대비 16.0% 증가한 1억 9,882만 8,000달러(한화 약 2,639억 원)를 기록
 - 수출 상위품목은 조제품 기타(12.4%), 신선 딸기(8.8%), 라면(5.4%), 혼합 조미료(3.8%) 순

2. 규제 · 정책 현황

□ 2022년 아세안 국가들이 발표한 식품 규제 · 정책은 주로 식품 라벨링 규정을 보완하는 방향

- 다음의 표는 2022년 발표 · 시행된 아세안 국가들의 주요 식품 정책 및 규제 현황임

〈표 VI-1〉 아세안(ASEAN) 식품 관련 주요 규제 · 정책 현황

구분	날짜	국가	내용
1	2022.01.17	싱가포르	영양 등급 음료 규정을 추가한 식품 규정 개정안 공고
2	2022.01.25	인도네시아	무역부, 아이스크림 · 멸균우유의 수입승인(PD) 의무화 발표
3	2022.01.25	인도네시아	식약청, 알코올 함량에 관한 라벨링 표기 사항 개정
4	2022.01.26	베트남	2022.02.15.부터 수입품에 대한 라벨링 규정 강화 적용 발표
5	2022.01.27	태국	특정 플라스틱 식품 포장재의 품질 기준 개정
6	2022.02.07	베트남	제품 라벨링의 원산지 표기 기준을 수정한 개정안 발표
7	2022.02.15	인도네시아	무역부, 수입 유제품과 아이스크림에 수입허가서 필수 제출 요구
8	2022.02.28	태국	아프리카 돼지열병 발생으로 한국산 돼지고기의 수입 임시 중단
9	2022.03.02	인도네시아	가공식품 내 중금속 오염 요건의 개정안 발표
10	2022.07.04	태국	유전자 조작 식품(GMFs)의 라벨링 개정안 시행 예고
11	2022.08.16	말레이시아	무알코올 음료 및 특정 성분 함량에 관한 라벨링 개정안 시행 예고
12	2022.09.26	태국	식품 첨가물의 일부 사용 조건 삭제 및 식품별 최대잔류한계 변경
13	2022.11.01	태국	사전 포장 식품의 표기 언어, 성분 목록 등 라벨 규정 초안 공지
14	2022.11.01	태국	식품라벨의 건강 강조 표시 규정 초안 발표
15	2022.11.16	인도네시아	수입식품의 식품의약품청 등록을 위한 허가 신청 후 접수 승인 의무화

*출처: WTO SPS · TBT 사이트(eping.wto.org)

3. 2022년 이슈 및 2023년 트렌드 전망

- 2022년 아세안의 식품시장 이슈 키워드는 건강·기능성 식품
 - 코로나19가 확산함에 따라, 기능적으로 우수하고 건강에 좋은 식품을 소비하고자 하는 소비자가 늘어남
 - 기능적인 측면에서는, 아세안 현지 매체에서 발효식품이 면역력을 강화할 수 있다고 소개되며 이를 간편하게 섭취할 수 있는 발효음료, 향산화 음료가 인기를 끌
 - 또한, Z세대를 중심으로 아세안 소비자의 식품 구매기준이 음식 성분을 고려하는 경향으로 확대됨
 - 이에 따라, 현지 매체에 의해 건강·미용상에 좋다고 소개된 저당·저탄수화물 식품이 아세안 소비자의 이목을 끌

- 2023년 아세안 식품시장은 ①유기농·프리(Free) 식품시장 성장, ②한국산 식품의 인기 지속, ③저염·저당 식품의 경쟁력 강화로 요약할 수 있음
 - 식품 성분을 고려하는 아세안 소비자의 새로운 구매 경향이 확산하며 유기농 식품, 프리(Free) 식품시장이 성장할 것으로 전망
 - 아세안 시장에서 인기를 끌고 있는 K-드라마, K-pop과 같은 한류 콘텐츠 속에 노출되는 한국산 식품에 대한 수요가 증가할 것으로 전망
 - 설탕과 소금에 세금을 부과하는 설탕세가 시행·발표되며, 저당·저염 식품의 아세안 시장에서의 경쟁력이 더욱 강화될 것으로 전망

※ 참고문헌 및 참고사이트

1	스태티스타(statista.com)
2	KATI 농식품 수출정보(kati.com)
3	WTO SPS · TBT 사이트(eping.wto.org)
4	각 지방의 생산 재가동 노력, (베트남픽토리알, 2021.09.26.)
5	싱가포르 법령 조회사이트(sso.agc.gov.sg)
6	베트남 법령 조회사이트(thuvietphapluat.vn)
7	Sau đại dịch, Gen Y và Gen Z có nhiều thay đổi trong thói quen ăn uống, họ lựa chọn sản phẩm F&B ‘rất tinh tế’ (팬데믹 이후 Y세대와 Z세대는 식습관에 많은 변화를 겪었고, F&B 제품을 ‘매우 냉정하게’ 선택합니다), (Food&Hotel Vietnam, 2022.07.22.)
8	태국 편의점 식품 시장,(식품음료신문, 2022.09.16.)
9	비싸도 한국 라면...수입 비중 큰 태국시장의 K사랑, (헤럴드경제, 2022.11.18.)
10	태국, 작년에 이어 올해도 소금세 부과 연기, (ASEAN Daily News, 2022.02.23.)
11	싱가포르, 특정 음료에 대한 “영양표시” 규제, (designdb, 2022.10.12.)
12	Formulating regulations on imposing excise taxes on sugary drinks, (THU VIEN PHAPLUAT, 2022.05.21.)
13	Thai consumers say no thank you to sugary drinks, they’re sweet enough, (Thaiger, 2022.05.23.)
14	COVID-19 thay đổi thế hệ Gen Z như thế nào?(코로나19는 z세대를 어떻게 변화시켰습니까?), (Brands VIETNAM, 2021.03.16.)
15	Functional drinks with low calorie count trending in Thailand - QminC, (Nutra Ingredients-Aisa, 2022.04.19.)
16	Exploring Singapore’s New Sugar Regulations and What it Means for Foreign Investors(ASEAN Briefing, 2022.08.29.)
17	Xu hướng ăn uống thay đổi ra sao sau đại dịch?(대 유행 이후 식습관은 어떻게 변화했나요?) (PHAPLUAT, 2022.08.01.)