

EPA 체결 추진 아프리카 농식품시장 분석

2024.09.



2024년 9월 20일자 매매기준율(하나은행) 적용
1 USD(달러) = 1,334원, 1 Tsh(탄자니아 실링) = 0.49원,
1 Ksh(케냐 실링) = 10.34원, 1 MAD(모로코 디르함) = 137.56원

[목 차]

I. 조사 개요	5
1. 아프리카 농식품시장 개요	5
2. 한-아프리카 교역환경	8
II. 탄자니아 농식품시장 분석	9
1. 국가개황	9
2. 농식품 시장현황	10
3. 농식품 유통 및 소비현황	16
4. 농업 및 농식품 정책 동향	20
III. 케냐 농식품시장 분석	21
1. 국가개황	21
2. 농식품 시장현황	22
3. 농식품 유통 및 소비현황	28
4. 농업 및 농식품 정책 동향	35
IV. 모로코 농식품시장 분석	36
1. 국가개황	36
2. 농식품 시장현황	37
3. 농식품 유통 및 소비현황	43
4. 농업 및 농식품 정책 동향	49
V. 국가별 비교분석 및 시사점	50
1. 국가별 농식품 시장분석	50
2. 시사점	53

EPA 체결 추진 아프리카 농식품시장 분석

1. 아프리카 식품시장

- (시장) '23년 아프리카 39개국(탄자니아, 케냐, 모로코, 알제리, 앙골라 등) 식품시장 규모 6,455억 1,000만 달러(한화 약 861조 1,103억 원), '19년 이후 연평균 8.8% 성장
 - * 육류(20.1%), 빵류 및 곡물제품류(18.7%), 채소류(13.8%), 낙농품 및 알류(13.8%), 과일 및 견과류(11.3%) 순 비중 차지
- (한국산 수출) '23년 아프리카 63개국으로 2억 1,411만 8,000 달러(한화 약 2,855억 원) 수출, '19년 이후 연평균 7.5% 증가
 - * 멥쌀(3.8%), 라면(3.3%), 혼합조미료(2.4%) 등 주로 수출
- (교역환경) 세계 최대 자유무역지대인 아프리카대륙자유무역지대(AfCFTA) 시행('21.1), 한-아프리카 정상회의 개최('24.6)로 협력 확대

2. 탄자니아 식품시장

- (시장) '23년 식품시장 규모는 230억 4,000만 달러(한화 약 30조 7,307억 원), '19년 이후 연평균 8.3% 성장
 - * 육류(21.2%), 빵류 및 곡물제품류(17.4%), 채소류(13.8%), 낙농품 및 알류(13.1%), 과일 및 견과류(11.2%) 순 비중 차지
- (한국산 수출) '23년 385만 3,000달러(한화 약 51억 원) 수출, '19년 이후 연평균 14.3% 증가
 - * 조제품 기타(2.9%), 당면(0.5%), 기타 리큐르 및 코디얼(0.5%) 등 수출
- (유통) 전통적 소규모 유통채널 중심, '20년 시장 급감 이후 온라인 채널 점진적으로 성장
 - * 오프라인 유통채널은 소규모 식료품점(79.5%), 전문판매점(11.6%), 포코트리테일러(5.7%) 순 비중 차지
- (소비) 다양한 민족 및 문화에 기반한 전통 식단 발달, 최근 가공식품 소비 증가 및 식습관 서구화 추세

3. 케냐 식품시장

- **(시장)** '23년 식품시장 규모는 420억 2,000만 달러(한화 약 56조 756억 원)로, '19년 이후 연평균 10.2% 성장
 - * 육류(21.8%), 빵류 및 곡물제품류(17.6%), 낙농품 및 알류(15.5%), 채소류(14.5%), 과일 및 견과류(11.8%) 순 비중 차지
- **(한국산 수출)** '23년 573만 9,000달러(한화 약 76억 원)를 수출하였으며, '22년 대비 36.9% 증가
 - * 멍쌀(57.9%), 라면(6.4%), 비조제 파스타(4.2%), 소스·소스 제조용 조제품(2.2%) 등 수출
- **(유통)** 오프라인 유통채널 우세, 온라인 채널의 빠른 성장
 - * 오프라인 유통채널은 소규모 식료품점(60.8%), 슈퍼마켓(17.5%), 전문판매점(15.8%), 하이퍼마켓(4.6%) 순 비중 차지
- **(소비)** 최근 인터넷의 발달로 온라인 배달 시장 성장 및 한국 식품에 대한 인지도 및 관심 증대

4. 모로코 식품시장

- **(시장)** '23년 식품시장 규모는 261억 6,000만 달러(한화 약 34조 8,974억 원)로, '19년 이후 연평균 7.0% 성장
 - * 빵류 및 곡물제품류(18.3%), 육류(17.6%), 낙농품 및 알류(14.4%), 채소류(13.8%), 과일 및 견과류(11.4%) 순 비중 차지
- **(한국산 수출)** '23년 109만 9,000달러(한화 약 14억 6,628만 원) 수출, '19년 이후 연평균 21.3% 증가
 - * 라면(2.7%), 기타 과일·견과류(2.5%), 기타 무알코올 음료(2.4%) 등 수출
- **(유통)** 온·오프라인 유통채널 모두 지속적으로 성장 추세
 - * 오프라인 유통채널은 소규모 식료품점(70.3%), 하이퍼마켓(9.6%), 전문판매점(9.1%), 슈퍼마켓(8.7%) 순 비중 차지
- **(소비)** 지리적·문화적 배경으로 인해 다양한 문화가 융합된 독특한 식문화 보유, 이슬람 국가로서 할랄 식품 소비

I. 조사 개요

1. 아프리카 식품시장 개요

가. 농식품 시장규모 및 전망

□ 2023년 아프리카 39개국 식품시장 규모는 6,455억 1,000만 달러 (한화 약 861조 1,103억 원)로, 2019년 이후 연평균 8.8% 성장함

- 육류 시장규모가 1,295억 달러(한화 약 172조 7,271억 원)로 가장 큰 비중(20.1%)을 차지하며, 최근 5년간 연평균 9.2% 성장함
 - 이는 남아공, 나이지리아, 이집트 등 주요 육류 생산국에서 가금육, 양고기, 염소고기 등 육류 소비규모가 높기 때문
- 이어서 빵류 및 곡물제품류(18.7%), 채소류(13.8%), 낙농품 및 알류(13.8%), 과일 및 견과류(11.3%) 순의 시장 비중을 차지함

<표 1-1> 아프리카 식품시장 규모(2019~2023)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	459.95	491.08	528.95	579.31	645.51	100.0	11.4	8.8
육류	91.15	97.58	104.90	115.40	129.50	20.1	12.2	9.2
빵류 및 곡물제품류	86.54	93.95	101.70	108.10	120.50	18.7	11.5	8.6
채소류	61.26	65.99	71.15	79.33	89.38	13.8	12.7	9.9
낙농품 및 알류	61.25	66.48	71.86	80.06	88.94	13.8	11.1	9.8
과일 및 견과류	50.54	54.49	58.80	65.43	73.02	11.3	11.6	9.6
간식 및 스낵류	38.88	37.32	39.67	42.80	46.20	7.2	7.9	4.4
편의식품	28.26	30.32	32.56	35.95	40.12	6.2	11.6	9.2
유지류	18.00	19.32	20.92	22.57	25.08	3.9	11.1	8.6
소스 및 향신료	11.07	11.92	12.85	13.89	15.43	2.4	11.1	8.7
스프레드 및 감미료	10.66	11.27	11.94	13.04	14.47	2.2	11.0	7.9
영유아 식품	2.34	2.44	2.60	2.74	2.87	0.4	4.7	5.2

*주1: 수산물 및 펫푸드 제외

*주2: 알제리, 앙골라, 베냉, 보츠와나, 부르키나 파소, 부룬디, 카메룬, 차드, 이집트, 적도기니, 에티오피아, 가봉, 감비아, 가나, 기니, 코트디부아르, 케냐, 레소토, 마다가스카르, 말라위, 모리셔스, 모로코, 모잠비크, 나미비아, 니제르, 나이지리아, 콩고공화국, 르완다, 세네갈, 세이셸, 시에라리온, 남아공, 수단, 탄자니아, 토고, 튀니지, 우간다, 잠비아, 짐바브웨 기준

*출처: Statista(www.statista.com)(검색일: 2024.08.19)

□ 2028년 아프리카 39개국 식품시장 규모는 1조 750억 5,000만 달러(한화 약 1,433조 5,791억 원)까지 성장할 전망

- 2024년 아프리카 식품시장은 7,190억 3,000만 달러(한화 약 959조 422억 원) 규모로 예측되며, 향후 5년간 연평균 10.6% 성장할 것으로 전망됨

<표 1-2> 아프리카 식품시장 전망(2024~2028)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2024	2025	2026	2027	2028	비중 (2028)	전년비 (27/28)	연평균 (24/28)
전체	719.03	802.54	901.84	991.36	1,075.05	100.0	8.4	10.6
육류	145.10	163.20	184.10	203.10	222.60	20.7	9.6	11.3
빵류 및 곡물제품류	134.50	150.80	171.0	187.60	202.60	18.8	8.0	10.8
채소류	100.80	113.80	129.70	143.70	155.60	14.5	8.3	11.5
낙농품 및 알류	98.94	110.20	123.20	135.50	148.40	13.8	9.5	10.7
과일 및 견과류	81.09	89.97	100.60	110.30	118.70	11.0	7.6	10.0
편의식품	44.60	49.62	55.76	61.51	66.57	6.2	8.2	10.5
간식 및 스낵류	50.00	53.97	58.22	62.46	66.49	6.2	6.5	7.4
유지류	27.76	30.88	34.61	38.02	40.96	3.8	7.7	10.2
소스 및 향신료	17.20	19.14	21.49	23.80	25.82	2.4	8.5	10.7
스프레드 및 감미료	16.04	17.81	19.85	21.92	23.64	2.2	7.8	10.2
영유아 식품	3.00	3.15	3.31	3.45	3.67	0.3	6.4	5.2

*주1: 수산물 및 펫푸드 제외

*주2: 알제리, 앙골라, 베냉, 보츠와나, 부르키나 파소, 부룬디, 카메룬, 차드, 이집트, 적도기니, 에티오피아, 가봉, 감비아, 가나, 기니, 코트디부아르, 케냐, 레소토, 마다가스카르, 말라위, 모리셔스, 모로코, 모잠비크, 나미비아, 니제르, 나이지리아, 콩고공화국, 르완다, 세네갈, 세이셸, 시에라리온, 남아공, 수단, 탄자니아, 토고, 튀니지, 우간다, 잠비아, 짐바브웨 기준

*출처: Statista(www.statista.com)(검색일: 2024.08.19)

나. 한국산 농식품 수출현황

□ 2023년 아프리카 63개국으로 2억 1,411만 8,000달러(한화 약 2,855억 원)의 한국산 농식품을 수출하였으며, 2019년 이후 연평균 7.5% 증가함

- 나이지리아(26.7%), 코트디부아르(17.3%), 가나(12.9%) 등으로 주로 수출함
 - 수출액 기준 상위 수출국 중 코트디부아르와 베냉으로의 연평균 수출 증가율은 각각 100.7%, 116.7%로 높게 나타남
- EPA 체결을 추진하는 케냐(2.7%)·탄자니아(1.8%)·모로코(0.5%)로의 수출액은 상위 20위 내로 집계됨

<표 1-3> 對아프리카 한국산 농식품 수출현황 - 주요 수출국(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	160,414	125,396	168,432	185,128	214,118	100.0	15.7	7.5
1 나이지리아	44,184	23,583	38,548	47,289	57,146	26.7	20.8	6.6
2 코트디부아르	2,289	2,495	9,171	12,170	37,108	17.3	204.9	100.7
3 가나	7,615	8,414	10,935	24,353	27,544	12.9	13.1	37.9
4 남아공	19,192	20,377	26,033	31,779	15,052	7.0	-52.6	-5.9
5 리비아	26,203	19,363	11,231	12,442	14,069	6.6	13.1	-14.4
6 이집트	15,154	14,548	18,982	11,773	11,380	5.3	-3.3	-6.9
7 베냉	348	1,223	2,575	2,422	7,678	3.6	217.1	116.7
8 케냐	8,630	5,055	6,846	4,191	5,739	2.7	36.9	-9.7
9 튀니지	2,573	4,055	7,239	6,059	4,856	2.3	-19.8	17.2
10 에티오피아	513	523	4,736	2,645	4,282	2.0	61.9	69.9
11 탄자니아	2,261	1,209	4,283	2,972	3,853	1.8	29.6	14.3
20 모로코	508	502	1,035	1,120	1,099	0.5	-1.8	21.3

*주: 아프리카 63개국 기준

*출처: 농식품 수출정보(www.kati.net)(검색일: 2024.08.19)

□ **멧쌀(3.8%), 라면(3.3%), 혼합조미료(2.4%) 등을 주로 수출함**

- (멧쌀) 2023년 수출액은 804만 7,000달러(한화 약 107억 원)로, 2019년 이후 감소하다가 2023년 들어 수출액을 회복함
- (라면) 2019년 이후 연평균 57.5% 성장하여 2023년 706만 4,000달러(한화 약 94억 원)를 수출함
- (혼합조미료) 2023년 수출액은 508만 6,000달러(한화 약 67억 원)로, 전년 대비 7.1% 성장함

<표 1-4> 對아프리카 한국산 농식품 수출현황 - 주요 수출품목(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	160,414	125,396	168,432	185,128	214,118	100.0	15.7	7.5
1 멧쌀	12,441	10,130	9,097	5,722	8,047	3.8	40.6	-10.3
2 라면	1,147	1,851	5,899	3,834	7,064	3.3	84.2	57.5
3 혼합조미료	3,816	4,062	3,572	4,750	5,086	2.4	7.1	7.4
4 조제품 기타	4,561	3,582	5,471	2,659	4,718	2.2	77.4	0.8
5 커피 조제품	14,526	13,341	13,515	18,968	4,355	2.0	-77.0	-26.0
6 기타 무알코올 음료	2,862	2,095	3,172	2,807	2,411	1.1	-14.1	-4.2
7 소스·소스 조제품	850	1,148	1,325	1,480	2,051	1.0	38.6	24.6
8 물(설탕·향미 첨가)	1,442	644	795	1,110	1,017	0.5	-8.3	-8.4
9 포도당 시럽	0	0	318	554	682	0.3	23.2	N/A
10 커피엑스, 에센스	366	473	498	721	526	0.2	-27.0	9.5

*주1: 수산물 및 담배 등 제외

*주2: HS Code 1006.30-1000, 1902.30-1010, 2103.90-9030, 2106.90-9099, 2101.12-9010, 2202.99-9000, 2103.90-9090, 2202.10-1000, 1702.30-2000, 2101.11-1000 기준

*출처: 농식품 수출정보(www.kati.net)(검색일: 2024.08.19)

2. 한-아프리카 교역환경

□ 글로벌 시장에서 아프리카 국가가 신흥국으로 부상함

- 2021년 1월 세계 최대 자유무역지대인 아프리카대륙자유 무역지대(AfCFTA)가 시행되어, 2024년 9월 기준 54개국이 서명하고 47개국이 비준함¹⁾
 - 아프리카 국가간 경제 통합을 위한 단일시장을 형성하고 상품 및 서비스 시장의 자유화를 통해 교역을 증대하는 것을 목적으로 하며, 최종적으로 55개국이 비준을 완료할 경우 약 13억 명에 달하는 인구와 GDP 약 3조 4,000억 달러(한화 약 4,534조 9,200억 원) 규모의 거대 시장이 탄생할 전망
- 우리나라는 2024년 6월 개최된 한-아프리카 정상회의를 통해 11개국 정부와 12건의 조약·협정 및 19개국 35건의 계약·양해각서를 체결하며 아프리카 국가와 경제협력을 확대해나가고 있음

□ 우리나라는 탄자니아·케냐·모로코 등 신흥국과 경제동반자 협정(Economic Partnership Agreement, EPA)²⁾ 체결을 추진 중

- 성장 잠재력 및 상호호혜적 협력 수요가 높은 신흥국을 중심으로 협정 추진
 - 아프리카 국가 중 동아프리카 거점 국가인 탄자니아 및 케냐, 유럽·중동·북아프리카를 잇는 지경학적 요충지인 모로코의 잠재력을 높게 평가³⁾
- 아프리카 3개국과 EPA 추진을 위한 기반을 구축함
 - 한-아프리카 EPA 추진경과: 아프리카 3개국 포함 7개국 EPA 체결의 경제적 타당성 평가 실시('23.4~6) → 공청회 개최('23.8) → 탄자니아·케냐·모로코 주한대사 간담회 개최('24.3) → 한-탄자니아 EPA 협상 개시 선언 및 한-모로코 EPA 협상 추진 체계 합의 등('24.6)

1) <https://au-afcfta.org>

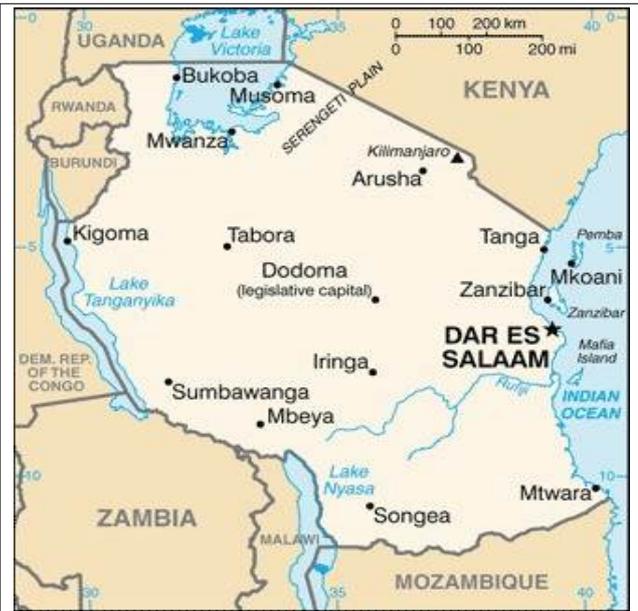
2) 관세철폐·인하 외에 투자와 서비스, 지식재산, 인적 자원 이동의 자유까지 포괄하는 협정(출처: 관세청)

3) 산업통상자원부(2024.03.20). “주한아프리카 대사들과 경제동반자협정(EPA) 추진 논의”. 보도자료.

II. 탄자니아 농식품시장 분석

1. 국가개황

국가명	탄자니아합중국(United Republic of Tanzania)	
위치	인도양과 접하는 아프리카 대륙 동부(케냐와 모잠비크 사이)	
면적	총 947,300km ² (육지면적 885,800km ²)	
수도	도도마(Dodoma)	
언어	스와힐리어(공용어), 영어, 아랍어, 기타 언어	
기후	해안을 따라 열대성 기후에서 온대성 기후까지 다양	
인구	약 6,746만 명 *민족구성: 아프리카인 99%(이 중 95%는 130개 이상의 토착 부족으로 구성된 반투족(Bantu)) 및 기타 1%	
종교	기독교 63.1%, 이슬람교 34.1%, 민속종교 1.1%, 불교 1% 미만, 힌두교 1% 미만, 유대교 1% 미만, 기타 1% 미만, 무교 1.6% (2020년 추정)	
정치 체제	대통령 중심제, 단원제 의회 구성 *국가원수: 사미아 솔루후 하산 대통령(2021.03. 선출)	
경제규모	실질 GDP 약 2,341억 달러(23년 추정), 1인당 실질 GDP 3,600달러(23년 추정)	
화폐	탄자니아 실링(US\$1 = Tsh 2,550, 2024.2. 기준)	
우리나라와의 관계	1992년 4월 30일 수교 및 1992년 10년 21일 주탄자니아 대사관 개설	



*출처: CIA Factbook(www.cia.gov/the-world-factbook), 주탄자니아 대한민국 대사관(<https://overseas.mofa.go.kr/tz-ko/index.do>)(검색일: 2024.09.20.)

2. 농식품 시장현황

가. 농식품 시장규모 및 전망

□ 2023년 탄자니아 식품시장 규모는 230억 4,000만 달러(한화 약 30조 7,307억 원)로, 2019년 이후 연평균 8.3% 성장함

- 육류 시장규모가 48억 9,000만 달러(한화 약 6조 5,222억 원)로 가장 큰 비중(21.2%)을 차지하며, 최근 5년간 연평균 9.0% 성장함
- 이어서 빵류 및 곡물제품류(17.4%), 채소류(13.8%), 낙농품 및 알류(13.1%), 과일 및 견과류(11.2%) 순의 시장 비중을 차지함

<표 II-1> 탄자니아 식품시장 규모(2019~2023)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	16.74	18.09	19.39	20.99	23.04	100.0	9.8	8.3
육류	3.46	3.76	4.03	4.39	4.89	21.2	11.4	9.0
빵류 및 곡물제품류	3.02	3.29	3.53	3.75	4.00	17.4	6.7	7.3
채소류	2.21	2.40	2.58	2.84	3.17	13.8	11.6	9.4
낙농품 및 알류	2.10	2.30	2.49	2.73	3.02	13.1	10.6	9.5
과일 및 견과류	1.82	1.98	2.13	2.32	2.57	11.2	10.8	9.0
간식 및 스낵류	1.57	1.60	1.68	1.80	1.92	8.3	6.7	5.2
편의식품	1.02	1.10	1.18	1.27	1.40	6.1	10.2	8.2
스프레드 및 감미료	0.65	0.68	0.70	0.75	0.80	3.5	6.7	5.3
유지류	0.44	0.49	0.54	0.58	0.65	2.8	12.1	10.2
소스 및 향신료	0.40	0.43	0.47	0.50	0.56	2.4	12.0	8.8
영유아 식품	0.05	0.06	0.06	0.06	0.06	0.3	0.0	4.7

*주: 수산물 및 펫푸드 제외

*출처: Statista(www.statista.com)(검색일: 2024.08.19)

□ 2028년 탄자니아 식품시장 규모는 350억 9,000만 달러(한화 약 46조 8,030억 원)까지 성장할 전망

- 2024년 탄자니아 식품시장은 254억 달러(한화 약 33조 8,785억 원) 규모로 예측되며, 향후 5년간 연평균 8.4% 성장할 것으로 전망됨

<표 II-2> 탄자니아 식품시장 전망(2024~2028)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2024	2025	2026	2027	2028	비중 (2028)	전년비 (27/28)	연평균 (24/28)
전체	25.40	27.77	30.36	32.68	35.09	100.0	7.4	8.4
육류	5.44	6.00	6.61	7.20	7.83	22.3	8.7	9.5
빵류 및 곡물제품류	4.42	4.84	5.29	5.63	5.99	17.1	6.4	7.9
채소류	3.53	3.89	4.29	4.65	5.00	14.2	7.5	9.1
낙농품 및 알류	3.33	3.63	3.95	4.28	4.62	13.2	7.9	8.5
과일 및 견과류	2.84	3.11	3.40	3.66	3.92	11.2	7.1	8.4
간식 및 스낵류	2.04	2.18	2.33	2.47	2.61	7.4	5.7	6.4
편의식품	1.54	1.67	1.83	1.95	2.08	5.9	6.7	7.8
스프레드 및 감미료	0.85	0.90	0.96	1.01	1.07	3.0	5.9	5.9
유지류	0.73	0.81	0.89	0.97	1.05	3.0	8.2	9.5
소스 및 향신료	0.61	0.67	0.73	0.78	0.84	2.4	7.7	8.3
영유아 식품	0.07	0.07	0.08	0.08	0.08	0.2	0.0	3.4

*주: 수산물 및 펫푸드 제외

*출처: Statista(www.statista.com)(검색일: 2024.08.19)

나. 농식품 수출현황

□ 2023년 탄자니아의 농식품 수출액은 23억 8,378만 달러(한화 약 3조 1,799억 원)로, 2019년 이후 연평균 12.6% 증가함

- 인도(19.1%), 중국(10.9%), 벨기에(7.6%) 등으로 주로 수출함
- 한국으로의 수출액은 1,908만 2,000달러(한화 약 254억 원)로, 최근 5년간 연평균 0.9% 증가함

<표 II-3> 탄자니아 농식품 수출현황 - 주요 수출국(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)	
전체	1,480,457	1,643,757	1,947,664	1,942,142	2,383,780	100.0	22.7	12.6	
1	인도	212,502	337,636	423,707	263,054	455,928	19.1	73.3	21.0
2	중국	157,079	139,390	137,914	145,643	259,250	10.9	78.0	13.3
3	벨기에	103,177	96,905	86,690	111,207	181,594	7.6	63.3	15.2
4	우간다	54,249	106,103	190,912	162,515	176,358	7.4	8.5	34.3
5	베트남	292,437	223,786	100,335	138,448	128,730	5.4	-7.0	-18.5
6	콩고민주공화국	42,461	40,862	62,974	82,416	123,657	5.2	50.0	30.6
7	네덜란드	55,107	43,074	54,585	58,568	91,480	3.8	56.2	13.5
8	르완다	18,754	50,162	98,395	115,504	87,810	3.7	-24.0	47.1
9	아랍에미리트	16,727	32,239	37,182	49,492	71,669	3.0	44.8	43.9
10	일본	58,492	52,320	65,515	77,114	65,759	2.8	-14.7	3.0
⋮									
24	대한민국	18,391	21,451	9,931	26,613	19,082	0.8	-28.3	0.9

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

□ **볶지 않은 커피(9.5%), 채유용 참깨(9.5%), 미탈각 캐슈너트(8.7%) 등을 주로 수출함**

- **(볶지 않은 커피)** 2023년 수출액은 2억 2,678만 3,000달러 (한화 약 3,025억 원)로, 2019년 이후 연평균 10.9% 증가함
 - 탄자니아 커피위원회(TCB)의 개량종 모목 보급 확대 및 노후 농장 개선 활동에 힘입어 생산량이 꾸준히 증가하는 추세⁴⁾
- **(채유용 참깨)** 2019년 이후 감소하다가 2023년 2억 2,560만 4,000달러(한화 약 3,009억 원)를 수출하며, 전년 대비 56.9% 증가함
 - 탄자니아는 수단, 나이지리아 등과 함께 대표적인 참깨 수출국으로, 코로나19 팬데믹 당시 급감한 생산량을 회복하면서 수출 또한 증가함
- **(미탈각 캐슈너트)** 2019년 이후 증감을 거듭하고 있으며, 2023년 수출액은 전년 대비 9.0% 감소함

<표 II-4> 탄자니아 농식품 수출현황 - 주요 수출품목(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	1,480,457	1,643,757	1,947,664	1,942,142	2,383,780	100.0	22.7	12.6
1 볶지 않은 커피	149,832	143,133	155,139	160,623	226,783	9.5	41.2	10.9
2 채유용 참깨	166,394	150,454	149,326	143,789	225,604	9.5	56.9	7.9
3 미탈각 캐슈너트	348,679	356,170	159,029	226,936	206,409	8.7	-9.0	-12.3
4 건조 비둘기콩	39,369	87,845	114,268	51,809	140,005	5.9	170.2	37.3
5 정미	32,207	128,100	280,394	170,831	120,048	5.0	-29.7	38.9
6 건조 이집트콩	46,776	56,325	77,764	83,893	76,281	3.2	-9.1	13.0
7 물(설탕 함미 첨가)	8,832	11,704	20,923	35,381	57,801	2.4	63.4	59.9
8 밀기울	31,315	31,166	32,711	44,812	49,730	2.1	11.0	12.3
9 탈각 땅콩	4,032	10,172	12,628	21,973	41,026	1.7	86.7	78.6
10 코코아두	29,086	23,802	28,401	25,748	38,978	1.6	51.4	7.6

*주1: 수산물 및 담배 등 제외

*주2: HS Code 0901.11, 1207.40, 0801.31, 0713.60, 1006.30, 0713.20, 2202.10, 2302.30, 1202.42, 1801.00 기준

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

4) Tanzania Coffee Report: Production Rising as Old Farms Get New Life, Daily Coffee News(2024.07.01.)

다. 농식품 수입현황

- 2023년 탄자니아의 농식품 수입액은 14억 2,458만 달러(한화 약 1조 9,003억 원)로, 2019년 이후 연평균 28.0% 증가함
 - 러시아(21.9%), 말레이시아(12.1%), 인도(7.8%), 남아공(5.5%) 등 다양한 국가에서 수입함
 - 주요 상대국에서 농식품 수입이 크게 증가하고 있으며, 특히 수입액 기준 가장 큰 비중을 차지하는 농식품 수입액은 2019년 이후 연평균 199.5%로 높은 증가율을 기록함
 - 밀 등 주요 식량을 생산하는 러시아는 탄자니아의 주요 수입상대국으로, 러시아산 농식품 수입은 러시아-우크라이나 분쟁 상황에 크게 영향을 받음
 - 2023년 한국산 농식품 수입액은 8만 3,000달러(한화 약 1억 1,072만 원)로, 전년 대비 186.2% 증가함
 - 2019년 수출액이 1만 7,000달러(한화 약 2,267만 원)에 불과하였으나 5년간 연평균 48.6% 증가함

<표 II-5> 탄자니아 농식품 수입현황 - 주요 수입국(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)	
전체	530,054	702,876	927,787	1,175,647	1,424,580	100.0	21.2	28.0	
1	러시아	3,880	118,509	95,586	62,062	312,155	21.9	403.0	199.5
2	말레이시아	27,185	64,469	37,862	127,193	172,946	12.1	36.0	58.8
3	인도	42,886	52,143	42,372	88,264	111,356	7.8	26.2	26.9
4	남아공	39,990	41,162	49,184	62,274	78,765	5.5	26.5	18.5
5	잠비아	22,040	23,015	42,835	50,987	72,020	5.1	41.3	34.4
6	파키스탄	277	281	4,235	19,354	67,955	4.8	251.1	295.8
7	태국	22,142	7,212	17,957	74,779	60,390	4.2	-19.2	28.5
8	미국	5,058	4,942	6,106	6,166	49,464	3.5	702.2	76.8
9	케냐	24,749	33,005	48,776	57,659	40,713	2.9	-29.4	13.3
10	튀르키예	14,821	15,209	15,572	22,960	39,031	2.7	70.0	27.4
⋮									
66	대한민국	17	17	30	29	83	0.0	186.2	48.6

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

□ 팜유 및 분획물(9.7%), 기타 사탕수수당·사탕무당(9.3%), 정미(5.6%) 등을 주로 수입함

- (팜유 및 분획물) 2022년 수입이 크게 감소하였으나, 2023년 수입액은 1억 3,804만 9,000달러(한화 약 1,841억 원)로 전년 대비 46.4% 증가함
 - 탄자니아는 농업 자원이 풍부함에도 식물성 유지류 생산을 위한 인프라나 기술 등이 아직까지 미약한 상황이므로, 경제 성장과 소득 증가로 인해 증대된 식물성 유지류 및 이를 이용해 생산하는 가공식품 수요를 충족하기 위해 말레이시아 등에서 팜유를 수입하고 있음
- (기타 사탕수수당·사탕무당) 2023년 수입액은 1억 3,302만 6,000달러(한화 약 1,775억 원)로 전년 대비 19.4% 감소함
 - 국내 수요를 충족하기 위해 현지 생산 외에도 수입에 크게 의존하고 있으나, 2024년 7월 관련 법 개정으로 향후 탄자니아 정부가 설탕 수입 및 유통을 독점하고 현지 생산량에 따라 수입량을 조절할 방침⁵⁾
- (정미) 2023년 7,929만 1,000달러(한화 약 1,058억 원)를 수입하며 2022년 1만 1,000달러(한화 약 1,467만 원)에서 크게 증가함
 - 2023년 당시 쌀 생산량이 감소하면서 시장가격이 급등하였고, 이에 따라 탄자니아 정부는 일시적으로 무관세 수입을 허용한 바 있음⁶⁾

<표 II-6> 탄자니아 농식품 수입현황 - 주요 수입품목(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	530,054	702,876	927,787	1,175,647	1,424,580	100.0	21.2	28.0
1 팜유 및 분획물	166,575	162,390	212,644	94,301	138,049	9.7	46.4	-4.6
2 기타 사탕수수당·사탕무당	79,516	69,821	126,424	164,971	133,026	9.3	-19.4	13.7
3 정미	19	156	16	11	79,291	5.6	720,727.3	N/A
4 기타 사탕수수당	0	16,718	5,701	14,024	44,566	3.1	217.8	N/A
5 팜유 조유	2,221	16	936	44,823	36,236	2.5	-19.2	101.0
6 볶지 않은 맥아	21,473	21,763	24,887	33,356	35,850	2.5	7.5	13.7
7 오일케이크 유박(대두유)	18,778	15,123	28,433	31,637	33,734	2.4	6.6	15.8
8 기타 전분	2	3	2,927	22,649	29,112	2.0	28.5	N/A
9 기타 조제식품	9,330	9,821	13,871	16,277	28,830	2.0	77.1	32.6
10 밀가루	9,091	6,901	9,086	14,862	17,677	1.2	18.9	18.1

*주1: 수산물 및 담배 등 제외

*주2: HS Code 1511.90, 1701.99, 1006.30, 1701.14, 1511.10, 1107.10, 2304.00, 1108.19, 2106.90, 1103.11 기준

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

5) Tanzania enacts new regulations to stabilize sugar supply and control prices, Chini Mandi(2024.07.09.)

6) Tanzania allows importing 90,000 tonnes of rice to cushion rising prices of staple food crop,

라. 한국산 농식품 수출현황

□ 2023년 한국산 농식품 385만 3,000달러(한화 약 51억 원)를 수출하였으며, 2019년 이후 연평균 14.3% 증가함

- 조제품 기타(2.9%), 당면(0.5%), 기타 리큐르 및 코디얼(0.5%) 등을 수출하였으며, 주요 수출품목 대부분이 2023년부터 수출되기 시작함
 - (조제품 기타) 2023년 수출액은 11만 달러(한화 약 1억 4,679만 원)로 전년 대비 2,238.3% 증가함
 - (당면) 2023년 수출액은 2만 달러(한화 약 2,669만 원)로 집계됨
 - (기타 리큐르 및 코디얼) 2023년 수출액은 1만 9,000달러(한화 약 2,535만 원)로 집계되며, 전체 수출액의 0.5% 비중을 차지함

<표 II-7> 淸탄자니아 한국산 농식품 수출현황(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	2,261	1,209	4,283	2,972	3,853	100.0	29.6	14.3
1 조제품 기타	0	0	0	5	110	2.9	2,238.3	N/A
2 당면	0	0	0	0	20	0.5	N/A	N/A
3 기타 리큐르 및 코디얼	0	0	0	0	19	0.5	N/A	N/A
4 홍삼조제품	0	0	0	0	15	0.4	N/A	N/A
5 기타 무알코올 음료	0	0	0	0	12	0.3	N/A	N/A
6 소스·소스 조제품	0	0	0	1	9	0.2	1,450.0	N/A
7 베이커리 제품	0	0	0	1	9	0.2	1,050.0	N/A
8 혼합조미료	0	0	0	0	5	0.1	2,450.0	N/A
9 고추장	0	0	0	0	4	0.1	1,300.0	N/A
10 수프 및 브로드	0	0	0	0	4	0.1	N/A	N/A

*주1: 수산물 및 담배 등 제외

*주2: HS Code 2106.90-9099, 1902.19-2000, 2208.70-9000, 2106.90-3029, 2202.99-9000, 2103.90-9090, 1905.90-1090, 2103.90-9030, 2103.90-1030, 2104.10-9000 기준

*출처: 농식품 수출정보(www.kati.net)(검색일: 2024.08.19)

3. 농식품 유통 및 소비현황

가. 농식품 유통현황

□ 소규모 채널을 중심으로 농식품이 유통되고 있으며, 온라인 채널 또한 2020년 급감한 이후 점차 증가하는 추세

- 2022년 오프라인 채널 규모는 3조 2,727억 220만 탄자니아 실링 (한화 약 1조 6,036억 원)으로, 2018년 이후 연평균 2.1% 증가함
 - 소규모 식료품점이 가장 큰 비중(79.5%)을 차지하였고, 이어서 전문판매점 (11.6%), 포코트 리테일러(5.8%) 순으로 집계되어 현대적 유통채널이 아직 까지 크게 성장하지 않은 것으로 나타남
- 2022년 온라인 유통채널 규모는 459억 1,960만 탄자니아 실링(한화 약 225억 원)으로, 전년 대비 12.3% 증가함
 - 2020년 온라인 유통시장의 가장 큰 점유율을 차지했던 플랫폼인 Jumia(2019년 점유율 64.1%)가 탄자니아 시장에서 철수하면서 온라인 유통채널 규모가 크게 감소하였으나, 이후 꾸준하게 성장하고 있음

<표 II-8> 탄자니아 농식품 유통채널별 규모(2018~2022)

(단위: 백만 탄자니아 실링, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
오프라인 유통채널	3,011,755.6	3,195,784.1	2,974,288.1	3,105,818.4	3,272,702.2	100.0	4.4	2.1
-소규모 식료품점	2,420,415.7	2,561,768.0	2,375,440.0	2,479,009.2	2,600,479.2	79.5	4.4	1.8
-전문판매점	345,404.7	365,576.3	338,986.5	353,766.3	378,196.5	11.6	4.4	2.3
-포코트 리테일러	155,493.1	173,819.0	167,648.5	175,494.4	188,943.2	5.8	4.7	5.0
-슈퍼마켓	65,165.1	69,294.4	66,588.2	71,400.8	76,948.7	2.4	7.2	4.2
-하이퍼마켓	25,277.0	25,326.3	25,604.9	26,147.8	28,134.6	0.9	2.1	2.7
온라인 유통채널	70,894.0	87,193.8	36,145.4	40,585.2	45,919.6	-	12.3	-10.3

*주: 전문판매점은 식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트 리테일러는 주유소 내 위치한 소규모 매점을 의미

*출처: Retail in Tanzania, Euromonitor(2023.04.)

□ 주요 오프라인 채널로는 Shoppers Supermarket(0.9%), Simply Fresh(0.4%) 등이 있으나 점유율이 크지 않은 편

<표 II-9> 탄자니아 오프라인 농식품 유통채널 브랜드 점유율(2019~2022)

구분	기업명	2019	2020	2021	2022
1	Shoppers Supermarket Ltd	0.7	0.9	0.9	0.9
2	Simply Fresh Retail Ltd	0.4	0.4	0.4	0.4
3	Shrijee Traders Ltd	0.3	0.3	0.3	0.3
4	Vilage Supermarket Ltd	0.3	0.3	0.3	0.2
5	Mr Discount Supermarket Ltd	0.0	0.1	0.1	0.2
6	Walmart Inc	0.2	0.2	0.2	0.2
7	기타	98.1	97.8	97.8	97.7

*출처: Retail in Tanzania, Euromonitor(2023.04.)

<표 II-10> 탄자니아 오프라인 농식품 유통채널 (1)Shoppers Supermarket

유통채널명	Shoppers Supermarket	
홈페이지	https://shoppers.co.tz	
기본정보 및 최근 활동	<ul style="list-style-type: none"> · 1997년 설립된 슈퍼마켓 체인으로, 다르에스살람 지역을 중심으로 매장을 보유하고 있으며 온라인 쇼핑몰 운영 · 저렴한 가격에 다양한 식품을 판매하며, 매장 내 베이커리와 정육점, 카페 등은 운영 	

<매장 전경>



*출처: 기업 홈페이지

나. 농식품 소비현황

□ 탄자니아에서는 다양한 민족 집단 및 문화의 영향을 받은 식문화가 발달함

- 130개가 넘는 토착 부족을 비롯해, 독일 및 영국 식민지배의 영향과 인도, 중동 등 다양한 이민자가 유입되면서 식문화가 어우러짐
- 탄자니아 인구의 99%를 차지하는 반투족(Bantu)은 다양한 부족으로 구성된 토착 언어 집단을 일컬으며, 탄자니아에서 가장 큰 민족 집단인 수쿠마족(Sukuma)과 나암웨지족(Nayamwezi), 차가족(Chagga), 마사이족(Maasai) 등으로 구성됨

- 과거 반투족의 이주와 향신료 무역 등 역사적 배경과 지리적 특성으로 인해 오랜 시간 동안 전통적인 탄자니아 식단에 이국적인 요리가 융합된 식문화가 형성됨
- 탄자니아 전통 식단은 옥수수, 쌀, 카사바 등 곡물 요리에 기반하며, 향신료를 이용한 독특한 풍미의 요리가 발달함
 - 옥수수나 카사바를 이용한 죽의 일종인 ‘우갈리(Ugali)’를 주식으로 섭취하는 가운데, 다른 동아프리카 국가와 달리 코코넛과 바나나를 요리에 다양하게 활용함
 - 향신료 무역의 중심지인 잔지바르(Zanzibar)에서 생산되는 정향, 육두구, 계피, 흑후추 등 다양한 향신료를 혼합하여 사용하며, 쌀과 채소, 육류, 향신료를 볶은 ‘필라우(Pilau)’가 대표적임

<그림 II-1> 탄자니아 전통 요리



*출처: www.tasteatlas.com, <https://cookpad.com>(검색일: 2024.09.11.)

□ 가공식품 섭취가 증가하고 외식 문화가 확산하면서 식습관이 서구화되는 추세

- 소득 증가로 인해 탄자니아 농촌 지역에서도 가공식품 섭취 및 외식 비중이 높게 나타남
 - 연구⁷⁾에 따르면 탄자니아 농촌 가구와 도시 가구가 소비하는 식품 중 가공식품의 비중이 각각 70%, 78%를 차지하고 있으며, 특히 농촌 가구의 초가공식품 및 외식 비중은 10% 이상을 차지함
- 초가공식품 및 고염분·고당분 섭취가 늘면서 비만을 및 성인병 발병률이 점차 높아지고 있는 상황

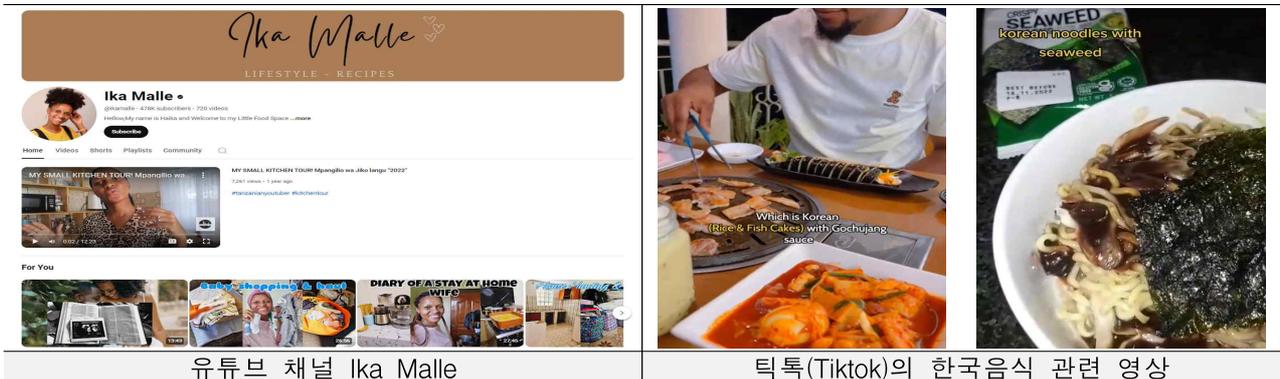
7) Rural Tanzanians Turn to Processed Food and Meals Away From Home as Incomes Rise and Employment Patterns Shift, USDA ERS(www.ers.usda.gov)(2022.10.03.)

- 도시화가 빠르게 진행되면서 탄자니아 인구의 약 37%가 도시에 거주하고 있으며, 비노동집약적 산업 발전에 따른 신체 활동 감소 및 라이프스타일 변화로 인해 현대적 식습관으로 빠르게 변화하고 있음
- 2022년 기준 탄자니아 성인 남성의 3.4%가 비만, 13.3%가 과체중이며, 성인 여성의 14.0%가 비만, 21.8%가 과체중인 것으로 나타남⁸⁾

□ 인터넷 및 소셜 미디어 사용이 급증하면서 온라인 콘텐츠 및 인플루언서를 통한 식품 경험이 확산되고 있음

- 인터넷 접근성이 향상되고 모바일 기기가 보급되면서 소셜 미디어 사용자가 크게 증가함
 - 탄자니아 통신규제청(TCRA)에 따르면, 2024년 2분기 인터넷 가입자 수는 3,930만 명으로 1분기보다 7% 증가하였으며, 모바일 무선 인터넷 가입자가 지속적으로 증가함
 - 2024년 8월 기준 페이스북(30.42%), 유튜브(17.98%), 트위터(15.69%), 인스타그램(12.46%) 순의 점유율을 보임⁹⁾
- 소셜 미디어를 중심으로 요리 레시피를 제공하거나 시식 후기에 관한 영상이 인기를 끌고 있음
 - 탄자니아 전통 음식을 요리하거나 유명 레스토랑에서의 식사 후기 영상이 온라인 영상 플랫폼 및 소셜 미디어에서 높은 조회 수를 기록함
 - 숏폼 플랫폼에서는 라면이나 김밥 등 한국식품 시식 후기에 관한 영상을 공유하는 것으로 나타남

<그림 II-2> 탄자니아 식품 인플루언서 및 한국식품 영상



유튜브 채널 Ika Malle

틱톡(Tiktok)의 한국음식 관련 영상

*출처: www.youtube.com/@ikamalle/videos, www.tiktok.com/@millahdavis/video/7359109281825901830?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7416212366713734663, www.tiktok.com/@flavours101_tz/video/7072006875167902982?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7416212366713734663(검색일: 2024.09.13.)

8) Global Obesity Observatory(<https://data.worldobesity.org>)

9) Statcounter Global Stats(<https://gs.statcounter.com>)

4. 농업 및 농식품 정책 동향

□ 농업은 탄자니아 경제의 핵심 산업으로, 안정적인 식량 공급 및 지속가능한 발전을 목표로 관련 정책을 추진함

- 2021년 4분기 기준 탄자니아 GDP에서 농업이 차지하는 비중은 29.7%에 달하며, 2020년 26.9%보다 증가함¹⁰⁾
- 탄자니아의 농업 정책은 「2013년 국가 농업 정책(The National Agriculture Policy 2013)」에 기반하여 추진되며, 경쟁력 있고 효율적인 농업 발전에 주안점을 둠
 - 구체적으로, △지속가능한 환경 보전 및 친환경 작물 재배 관행에 관한 인식 증대 △보존 농업 등 탄소 저장량 확대 △잠재적 탄소 흡수원으로서 농업의 역할 및 대중 인식 증대 △재생 가능한 천연자원의 효율적 사용 확대 등 기후변화에 대응하고 농업 수익을 증가하기 위한 계획을 수립함
- 또한, 「탄자니아 개발 비전 2025(The Tanzania Development Vision 2025)」에 따라 2025년까지 중소득 국가가 되기 위해 농업 부문에 투자 및 지원을 확대할 계획¹¹⁾
 - 2017년부터 5년간 농업 부문 개발 프로그램 1단계를 실시하여 △관개 면적 확대 △종자 개량 및 농기계 보급 확대 △작물 및 가축 품종 연구 역량 강화 △농산물 마케팅 인프라 개발 등의 성과를 거두었으며, 2022년부터 5년간 △영세 농가의 역량 강화 △시장 및 생산 인프라 개발 △민간 부문의 참여 확대 등을 주 내용으로 한 2단계를 시행하고 있음

10) Highlights on the Fourth Quarter Gross Domestic Product (October–December) 2021, 탄자니아 국가통계국 (www.nbs.go.tz)

11) 탄자니아 농업부 농업 부문 개발 프로그램(<https://asdp.kilimo.go.tz>)

III. 케냐 농식품시장 분석

1. 국가개황

국가명	케냐공화국(Republic of Kenya)	
위치	인도양과 접하는 아프리카 대륙 동부(소말리아와 탄자니아 사이)	
면적	총 580,367km ² (육지면적 569,140km ²)	
수도	나이로비(Nairobi)	
언어	영어(공용어), 스와힐리어(공용어), 기타 언어	
기후	해안 열대성 기후에서 내륙 건조성 기후까지 다양	
인구	약 5,825만 명 *민족구성: 키쿠유족(Kikuyu) 17.1%, 루히아족(Luhya) 14.3%, 칼렌진족(Kalenjin) 13.4%, 루오족(Luo) 10.7%, 캄바족(Kamba) 9.8%, 소말리족(Somali) 5.8%, 키시족(Kisii) 5.7%, 미지켄다(Mijikenda) 5.2%, 메루족(Meru) 4.2%, 마사이족(Maasai) 2.5%, 투르카나족(Turkana) 2.1%, 비케냐인 1%, 기타 8.2%	
종교	기독교 85.5%, 이슬람교 10.9%, 무교 1.6%, 기타 1.8%	
정치 체제	대통령 중심제, 양원제 의회 구성 *국가원수: 윌리엄 루토 대통령(2022.09. 선출)	
경제규모	실질 GDP 3,141억 달러(23년 추정), 1인당 실질 GDP 5,700달러(년 추정)	
화폐	케냐 실링(US\$1 = Ksh 152, 2023.11. 기준)	
우리나라와의 관계	1964년 2월 7일 수교 및 1964년 2월 주케냐 총영사관을 대사관으로 승격	



*출처: CIA Factbook(www.cia.gov/the-world-factbook), 주케냐 대한민국 대사관(<https://overseas.mofa.go.kr/ke-ko/index.do>)(검색일: 2024.09.20.)

2. 농식품 시장현황

가. 농식품 시장규모 및 전망

□ 2023년 케냐 식품시장 규모는 420억 2,000만 달러(한화 약 56조 756억 원)로, 2019년 이후 연평균 10.2% 성장함

- 육류 시장규모가 91억 8,000만 달러(한화 약 12조 2,507억 원)로 가장 큰 비중(21.8%)을 차지하며, 최근 5년간 연평균 10.7% 성장함
- 이어서 빵류 및 곡물제품류(17.6%), 낙농품 및 알류(15.5%), 채소류(14.5%), 과일 및 견과류(11.8%) 순의 시장 비중을 차지함

<표 III-1> 케냐 식품시장 규모(2019~2023)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	28.46	31.11	33.55	37.64	42.02	100.0	11.6	10.2
육류	6.12	6.71	7.23	8.14	9.18	21.8	12.8	10.7
빵류 및 곡물제품류	5.27	5.77	6.21	6.81	7.39	17.6	8.5	8.8
낙농품 및 알류	4.36	4.79	5.16	5.82	6.50	15.5	11.7	10.5
채소류	3.91	4.29	4.63	5.30	6.08	14.5	14.7	11.7
과일 및 견과류	3.22	3.54	3.82	4.35	4.94	11.8	13.6	11.3
편의식품	1.80	1.97	2.12	2.37	2.65	6.3	11.8	10.2
간식 및 스낵류	1.65	1.71	1.87	2.04	2.16	5.1	5.9	7.0
유지류	0.79	0.88	0.96	1.09	1.23	2.9	12.8	11.7
소스 및 향신료	0.71	0.77	0.84	0.94	1.05	2.5	11.7	10.3
스프레드 및 감미료	0.59	0.63	0.66	0.73	0.79	1.9	8.2	7.6
영유아 식품	0.04	0.05	0.05	0.05	0.05	0.1	0.0	5.7

*주: 수산물 및 펫푸드 제외

*출처: Statista(www.statista.com)(검색일: 2024.08.19)

□ 2028년 케냐 식품시장 규모는 677억 9,000만 달러(한화 약 90조 4,657억 원)까지 성장할 전망

- 2024년 케냐 식품시장은 467억 1,000만 달러(한화 약 62조 3,344억 원) 규모로 예측되며, 향후 5년간 연평균 9.8% 성장할 것으로 전망됨

<표 III-2> 케냐 식품시장 전망(2024~2028)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2024	2025	2026	2027	2028	비중 (2028)	전년비 (27/28)	연평균 (24/28)
전체	46.71	51.8	57.42	62.51	67.79	100.0	8.4	9.8
육류	10.24	11.39	12.69	13.87	15.18	22.4	9.4	10.3
빵류 및 곡물제품류	8.20	9.07	10.05	10.78	11.59	17.1	7.5	9.0
낙농품 및 알류	7.17	7.88	8.66	9.45	10.29	15.2	8.9	9.5
채소류	6.84	7.67	8.59	9.43	10.24	15.1	8.6	10.6
과일 및 견과류	5.54	6.19	6.9	7.54	8.17	12.1	8.4	10.2
편의식품	2.93	3.23	3.57	3.85	4.15	6.1	7.8	9.1
간식 및 스낵류	2.31	2.49	2.67	2.86	3.06	4.5	7.0	7.3
유지류	1.39	1.58	1.76	2.00	2.17	3.2	8.5	11.8
소스 및 향신료	1.16	1.29	1.43	1.54	1.67	2.5	8.4	9.5
스프레드 및 감미료	0.87	0.95	1.04	1.12	1.20	1.8	7.1	8.4
영유아 식품	0.06	0.06	0.06	0.07	0.07	0.1	0.0	3.9

*주: 수산물 및 펫푸드 제외

*출처: Statista(www.statista.com)(검색일: 2024.08.19)

나. 농식품 수출현황

□ 2023년 케냐의 농식품 수출액은 40억 857만 2,000달러(한화 약 5조 3,482억 원)로, 2019년 이후 연평균 5.6% 증가함

- 파키스탄(14.0%), 네덜란드(11.1%), 영국(8.6%) 등 중동·아프리카와 유럽 국가로 주로 수출함
- 한국으로의 수출액은 1,490만 5,000달러(한화 약 198억 원)로, 전년 대비 52.0% 감소함

<표 III-3> 케냐 농식품 수출현황 - 주요 수출국(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)	
전체	3,217,937	3,560,382	3,836,021	4,015,366	4,008,572	100.0	-0.2	5.6	
1	파키스탄	435,096	508,508	477,392	539,914	561,610	14.0	4.0	6.6
2	네덜란드	429,007	398,602	487,850	424,874	444,024	11.1	4.5	0.9
3	영국	376,034	434,080	410,154	339,920	342,947	8.6	0.9	-2.3
4	아랍에미리트	159,959	163,106	183,679	225,776	258,522	6.4	14.5	12.8
5	우간다	181,461	234,139	222,236	232,123	236,194	5.9	1.8	6.8
6	이집트	175,132	165,964	183,574	215,955	214,926	5.4	-0.5	5.3
7	남수단	57,477	109,166	71,034	77,542	119,473	3.0	54.1	20.1
8	독일	105,348	123,301	118,139	129,458	107,850	2.7	-16.7	0.6
9	소말리아	77,435	72,109	78,201	92,377	105,168	2.6	13.8	8.0
10	프랑스	73,869	80,062	87,304	83,490	104,698	2.6	25.4	9.1
⋮									
45	대한민국	19,554	18,736	24,511	31,043	14,905	0.4	-52.0	-6.6

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

□ 기타 홍차·발효차(32.6%), 볶지 않은 커피(6.2%), 신선·건조 아보카도(3.5%) 등을 주로 수출함

- (기타 홍차·발효차) 2023년 수출액은 13억 830만 달러(한화 약 1조 7,455억 원)로, 전년 대비 3.1% 감소함
- (볶지 않은 커피) 2019년 이후 증가하다가 2023년 2억 4,795만 5,000달러(한화 약 3,308억 원)를 수출하며 전년 대비 21.3% 감소함
 - 수확량 감소로 인해 수출규모가 감소한 데 이어, 정부 규제기관 개편으로 인해 생산 및 물류 상 차질이 발생한 것으로 나타남¹²⁾
- (신선·건조 아보카도) 2023년 1억 4,182만 2,000달러(한화 약 1,892억 원)를 수출하며 전년 대비 10.0% 증가함
 - 케냐산 아보카도는 주로 유럽 및 중동 국가로 수출하고 있음

<표 III-4> 케냐 농식품 수출현황 - 주요 수출품목(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	3,217,937	3,560,382	3,836,021	4,015,366	4,008,572	100.0	-0.2	5.6
1 기타 홍차발효차	1,099,456	1,199,524	1,157,303	1,350,243	1,308,300	32.6	-3.1	4.4
2 볶지 않은 커피	198,932	208,868	238,370	314,926	247,955	6.2	-21.3	5.7
3 신선건조 아보카도	102,397	116,255	140,123	128,955	141,822	3.5	10.0	8.5
4 팜유 및 분획물	25,866	27,499	76,797	176,118	100,469	2.5	-43.0	40.4
5 기타 조제식품	46,776	69,616	86,318	58,572	93,387	2.3	59.4	18.9
6 신선냉장·냉동 염소고기	50,010	47,877	46,138	49,440	83,697	2.1	69.3	13.7
7 조제보존처리한 파인애플	58,755	72,907	48,901	42,364	49,039	1.2	15.8	-4.4
8 신선건조 마카마	72,187	61,593	96,242	102,974	48,302	1.2	-53.1	-9.6
9 마가린	34,193	35,565	41,967	44,425	47,211	1.2	6.3	8.4
10 기타 채소류	56,782	78,069	83,691	45,960	44,315	1.1	-3.6	-6.0

*주1: 수산물 및 담배 등 제외

*주2: HS Code 0902.40, 0901.11, 0804.40, 1511.90, 2106.90, 0204.50, 2008.20, 0802.62, 1517.10, 0709.99 기준

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

12) Kenya Coffee Report: Production in Decline Despite Reform Efforts, Daily Coffee News(2024.06.12.)

다. 농식품 수입현황

- 2023년 케냐의 농식품 수입액은 35억 8,884만 7,000달러(한화 약 4조 7,882억 원)로, 2019년 이후 연평균 9.0% 증가함
 - 말레이시아(18.3%), 러시아(13.0%), 인도(11.1%), 브라질(4.7%), 인도네시아(4.7%) 등에서 주로 수입함
 - 2023년 수입액 중 가장 큰 비중을 차지하는 말레이시아산 수입액은 6억 5,519만 5,000달러(한화 약 8,740억 원)로, 2019년 이후 연평균 54.2% 증가함
 - 2023년 한국산 농식품 수입액은 544만 달러(한화 약 72억 원)로 전년 대비 54.2% 감소함

<표 III-5> 케냐 농식품 수입현황 - 주요 수입국(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)	
전체	2,539,930	2,627,289	3,140,291	3,499,631	3,588,847	100.0	2.5	9.0	
1	말레이시아	115,826	290,827	647,898	853,487	655,195	18.3	-23.2	54.2
2	러시아	148,694	147,934	108,051	158,501	466,151	13.0	194.1	33.1
3	인도	63,051	84,530	146,316	214,176	396,876	11.1	85.3	58.4
4	브라질	2,593	2,051	6,942	6,584	169,568	4.7	2,475.5	184.4
5	인도네시아	387,865	530,365	328,941	115,505	168,837	4.7	46.2	-18.8
6	우간다	238,825	127,594	162,830	176,920	149,191	4.2	-15.7	-11.1
7	미국	77,187	30,877	61,676	97,947	137,918	3.8	40.8	15.6
8	탄자니아	114,786	118,211	300,472	260,560	131,409	3.7	-49.6	3.4
9	남아공	61,285	68,197	67,177	69,463	118,386	3.3	70.4	17.9
10	파키스탄	161,907	131,991	88,028	145,767	117,011	3.3	-19.7	-7.8
⋮									
46	대한민국	9,910	3,896	584	11,886	5,440	0.2	-54.2	-13.9

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

□ 팜유 조유(21.5%), 기타 사탕수수당·사탕무당(9.9%), 정미(9.9%) 등을 주로 수입함

- (팜유 조유) 2023년 수입액은 7억 7,224만 2,000달러(한화 약 1조 301억 원)로, 2019년 이후 연평균 12.8% 증가함
 - 케냐로 수입된 팜유 조유는 국내 소비 외에도 인근 동아프리카 국가로 수출됨
- (기타 사탕수수당·사탕무당) 2019년 이후 증감을 거듭하다가 2023년 3억 5,459만 4,000달러(한화 약 4,730억 원)를 수입하며 전년 대비 83.3% 증가함
 - 2023년 당시 케냐 정부가 미성숙 사탕수수 수확을 금지함에 따라 수확량이 감소하였으며, 이에 따라 부족분을 메우기 위해 수입이 증가한 것으로 분석됨
- (정미) 2023년 3억 5,370만 4,000달러(한화 약 4,718억 원)를 수입하였으며, 2020년 이후 지속적으로 증가하는 추세
 - 2020년부터 시작된 극심한 가뭄으로 인해 쌀 공급 부족 사태가 지속되면서 케냐 정부는 관세를 일시적으로 면제하는 등 식량난을 타개하기 위해 수입을 늘리고 있는 추세¹³⁾

<표 III-6> 케냐 농식품 수입현황 - 주요 수입품목(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	2,539,930	2,627,289	3,140,291	3,499,631	3,588,847	100.0	2.5	9.0
1 팜유 조유	476,688	772,951	918,614	964,272	772,242	21.5	-19.9	12.8
2 기타 사탕수수당· 사탕무당	116,297	105,056	195,967	193,492	354,594	9.9	83.3	32.1
3 정미	242,402	240,441	272,004	288,295	353,704	9.9	22.7	9.9
4 기타 조제식료품	47,934	88,766	77,291	96,801	174,504	4.9	80.3	38.1
5 기타 옥수수	44,394	56,672	115,418	188,113	143,774	4.0	-23.6	34.1
6 팜유 및 분획물	44,493	57,117	72,172	120,017	66,690	1.9	-44.4	10.6
7 건조 완두	20,962	24,915	25,701	43,614	53,914	1.5	23.6	26.6
8 밀크·크림	97,715	44,873	41,041	48,850	46,355	1.3	-5.1	-17.0
9 기타 수수	46,201	19,150	51,561	38,020	42,915	1.2	12.9	-1.8
10 채미	2,582	1,755	871	2,131	38,476	1.1	1,705.5	96.5

*주1: 수산물 및 담배 등 제외

*주2: HS Code 1511.10, 1701.99, 1006.30, 2106.90, 1005.90, 1511.90, 0713.10, 0401.20, 1007.90, 1006.40 기준

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

13) Rice imports more than double on duty waivers, Business Daily(2023.10.09.)

라. 한국산 농식품 수출현황

□ 2023년 한국산 농식품 573만 9,000달러(한화 약 76억 원)를 수출 하였으며, 2022년 대비 36.9% 증가함

- 멍쌀 수출액이 절반 이상(57.9%)을 차지하였으며, 라면(6.4%), 비조제 파스타(4.2%), 소스·소스 제조용 조제품(2.2%) 등을 수출함
- (멍쌀) 2023년 수출액은 332만 2,000달러(한화 약 44억 원)로, 전년 대비 58.9% 증가함
- (라면) 2019년 이후 연평균 37.5% 증가하여 36만 5,000달러(한화 약 4억 원) 수출
- (비조제 파스타) 2022년 1,000달러(한화 약 133만 원)에서 2023년 24만 3,000달러(한화 약 3억 2,416만 원)로 크게 증가함

<표 III-7> 對케냐 한국산 농식품 수출현황(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	8,630	5,055	6,846	4,191	5,739	100.0	36.9	-9.7
1 멍쌀	6,008	3,230	3,069	2,090	3,322	57.9	58.9	-13.8
2 라면	102	393	1,299	205	365	6.4	78.5	37.5
3 비조제 파스타	0	1	0	1	243	4.2	18,615.4	N/A
4 소스·소스 조제품	12	5	179	42	127	2.2	205.8	80.7
5 소시지 유사품	0	38	2	0	71	1.2	17,550.0	N/A
6 아이스크림	0	1	0	73	66	1.1	-9.6	N/A
7 채소류 조제품	0	4	26	0	66	1.1	21,766.7	N/A
8 웨이퍼	19	25	42	32	55	1.0	75.6	31.5
9 소주	40	2	16	10	53	0.9	462.1	7.6
10 간장	15	22	83	25	40	0.7	60.7	27.3

*주1: HS Code 1006.30-1000, 1902.30-1010, 1902.30-9000, 2103.90-9090, 1601.00-9000, 2105.00-1090, 1905.90-9090, 2208.90-4000, 2103.10-0000 기준

*주2: 수산물 및 사료 제외

*출처: 농식품 수출정보(www.kati.net)(검색일: 2024.08.19)

3. 농식품 유통 및 소비현황

가. 농식품 유통현황

□ 오프라인 채널을 중심으로 농식품이 유통되며, 온라인 채널은 상대적으로 작은 규모에도 불구하고 빠르게 성장하고 있음

- 2022년 케냐 오프라인 농식품 유통채널 규모는 9,967억 3,750만 케냐 실링(한화 약 10조 3,062억 원)으로, 2018년 이후 연평균 4.1% 증가함
 - 소규모 식료품점 규모가 6,061억 5,210만 케냐 실링(한화 약 6조 2,676억 원)으로 가장 큰 비중(60.8%)을 차지하였으며, 이어서 슈퍼마켓(17.5%), 전문판매점(15.8%), 하이퍼마켓(4.6%) 순의 비중을 차지함
- 2022년 온라인 유통채널 규모는 38억 9,920만 케냐 실링(한화 약 403억 원)으로, 2018년 이후 연평균 32.7% 증가함

<표 III-8> 케냐 농식품 유통채널별 규모(2018~2022)

(단위: 백만 케냐 실링, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
오프라인 유통채널	848,826.4	894,453.7	860,202.4	901,458.4	996,737.5	100.0	4.8	4.1
-소규모 식료품점	509,707.4	538,760.8	521,251	549,263.9	606,152.1	60.8	5.4	4.4
-슈퍼마켓	168,482.8	170,783.3	157,505.7	158,050.8	174,614.4	17.5	0.3	0.9
-전문판매점	132,498.0	140,050.4	135,498.7	142,780.6	157,873.5	15.8	5.4	4.5
-하이퍼마켓	29,446.4	35,447.5	36,221.7	40,748.8	46,077.2	4.6	12.5	11.8
-편의점	4,840.1	5,338.2	5,896.0	6,674.6	7,611.8	0.8	13.2	12.0
-포코트 리테일러	3,851.7	4,073.6	3,829.3	3,939.7	4,408.5	0.4	2.9	3.4
온라인 유통채널	1,256.7	1,450.4	2,149.6	3,015.5	3,899.2	-	40.3	32.7

*주: 전문판매점은 식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트 리테일러는 주유소 내 위치한 소규모 매점을 의미

*출처: Retail in Kenya, Euromonitor(2023.02.)

□ 주요 오프라인 유통채널로는 Naivas(10.4%), Carrefour(3.7%), Chandarana Food Plus(1.3%) 등이 있음

<표 III-9> 케냐 오프라인 농식품 유통채널 브랜드 점유율(2019~2022)

(단위: %)

구분	브랜드명	기업명	2019	2020	2021	2022
1	Naivas	Naivas Ltd	5.9	7.7	9.5	10.4
2	Carrefour	Carrefour SA	2.0	2.9	3.5	3.7
3	Chandarana Food Plus	Chandarana Supermarket Ltd	0.6	0.8	1.2	1.3
4	Eastmatt Supermarket	-	1.3	1.6	1.5	1.2
5	Quick Mart	Adenia Partners Ltd	0.2	0.2	0.4	0.5
6	Tuskys	Tusker Mattresses Ltd	6.7	4.0	0.5	0.3
7	Game	Walmart Inc	0.4	0.3	0.3	0.2
8	Uchumi	Uchumi Supermarket Ltd	0.0	0.1	0.1	-
9	Myshop	Libya Oil Holdings Ltd	-	-	-	-
10	기타		82.8	82.4	83.0	82.4

*출처: Retail in Kenya, Euromonitor(2023.02.)

① Naivas

<표 III-10> 케냐 오프라인 농식품 유통채널 (1)Naivas

유통채널명	Naivas	
홈페이지	https://naivas.online	
기본정보 및 최근 활동	<ul style="list-style-type: none"> · 1990년 7월 설립된 케냐 최대 슈퍼마켓 체인으로, 100개 이상의 매장 및 온라인 쇼핑몰 운영 · 전 매장에 균일한 품질 및 표준의 제품을 공급하기 위해 중앙 물류 시스템을 갖추었으며, 일반 가공식품 외에도 중앙 베이커리 및 정육점을 통해 제품을 생산 및 유통 	

<매장 전경>



*출처: 기업 홈페이지

② Carrefour

<표 III-11> 케냐 오프라인 농식품 유통채널 (2)Carrefour

유통채널명	Carrefour	
홈페이지	www.carrefour.ke	
기본정보 및 최근 활동	<ul style="list-style-type: none"> · 2016년 케냐에 진출한 프랑스 유통채널로 나이로비, 몸바사 등에 약 20개 매장을 운영하고 있으며, 2017년 연매출 81억 실링에서 2018년 138억 7천만 실링까지 성장하며 점유율 확대 · 2023년 3월 나이로비 매장에 최초로 셀프 계산대를 설치하였으며, 전국 매장으로 확대 적용할 계획 	

<매장 전경>



*출처: 기업 홈페이지

③ Chandarana Food Plus

<표 III-12> 케냐 오프라인 농식품 유통채널 (3)Chandarana Food Plus

유통채널명	Chandarana Food Plus	
홈페이지	www.foodplus.co.ke	
기본정보 및 최근 활동	<ul style="list-style-type: none"> · 1959년 설립된 슈퍼마켓 체인으로 케냐 전역에 20개 이상의 매장 운영 · 정육 코너나 냉장 주류 코너, 외식 코너 등 차별화된 매장 구성으로 꾸준하게 성장 	

<매장 전경>



*출처: 기업 홈페이지

- 온라인 쇼핑몰만을 운영하는 Jumia Marketplace(41.3%), Mama Mikes(0.4%) 외에도 오프라인 채널을 운영하는 Naivas(6.3%), Chandarana Food Plus(2.3%) 등을 통해 농식품이 유통됨

<표 III-13> 케냐 온라인 농식품 유통채널 브랜드 점유율(2019~2022)

(단위: %)

구분	브랜드명	기업명	2019	2020	2021	2022
1	Jumia Marketplace	Jumia Technologies AG	46.3	40.4	39.7	41.3
2	Naivas	Naivas Ltd	3.1	3.8	4.9	6.3
3	Chandarana Food Plus	Chandarana Supermarket Ltd	1.2	1.4	2.2	2.3
4	Mama Mikes	Mama Mikes Onlines Shop	0.4	0.4	0.4	0.4
5	Tuskys	Tusker Mattresses Ltd	1.1	0.7	0.1	0.0
6	기타		47.9	53.3	52.7	49.7

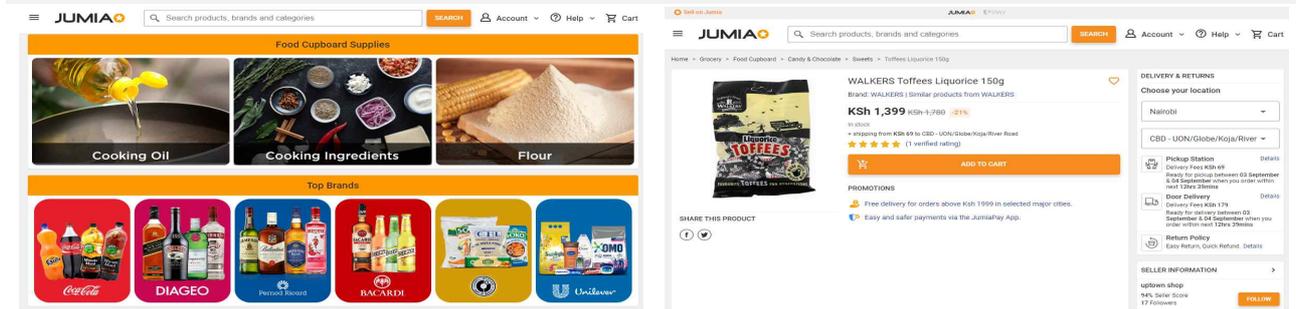
*출처: Retail in Kenya, Euromonitor(2023.02.)

① Jumia

<표 III-> 케냐 온라인 농식품 유통채널(1)Jumia

유통채널명	Jumia Marketplace	
홈페이지	www.jumia.co.ke	
기본정보 및 최근 활동	<ul style="list-style-type: none"> 독일에 본사를 두고 있으며, 아프리카 전역에서 운영되는 종합 온라인 쇼핑몰 2023년 케냐 내 45개의 지역 물류사와 협업하여 농촌 지역으로 배송지역을 확대 	

<홈페이지>



*출처: 기업 홈페이지

② Mama Mikes

<표 III-14> 케냐 온라인 농식품 유통채널 (2)Mama Mikes

유통채널명	Mama Mikes	
홈페이지	https://mamamikes.co.ke	
기본정보 및 최근 활동	<ul style="list-style-type: none"> 해외 거주 소비자가 케냐 국내로 물품을 배송하기 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰로, 케이크, 과일 세트, 간식 세트 등 선물용 제품을 주로 판매 	

<홈페이지>



*출처: 기업 홈페이지

나. 농식품 소비현황

□ 다양한 지형 및 기후적 특성으로 인해 지역별 고유한 재료를 이용한 전통 요리가 발달함

- 케냐는 크게 동부 해안 지역과 서부 고원지역, 북부 건조 기후와 남부 열대 기후로 구분할 수 있으며, 지역별로 발달한 전통 식단에 차이를 보임
 - 몸바사(Mombasa)와 말린디(Malindi) 등 무역이 활발하게 이뤄지는 해안 지역을 중심으로 수산물과 향신료를 이용한 볶음 요리인 ‘필라우(Pililau)’와 ‘스와힐리 비리아니(Swahili Biryani)’와 같은 요리가 발달함
 - 북서부 및 내륙 지역에서는 ‘냐마 초마(nyama choma)’ 등 육류 요리와 유제품이 발달하였으며, 비교적 서늘한 기후로 인해 식재료가 풍부한 편
 - 건조한 기후의 북부 지역에는 전통적으로 유목 부족이 거주하고 있어 육류 및 유제품에 기반한 식단이 발달하였으며, 상대적으로 케냐 요리의 전통성을 유지하고 있음

<그림 III-1> 케냐 전통 요리



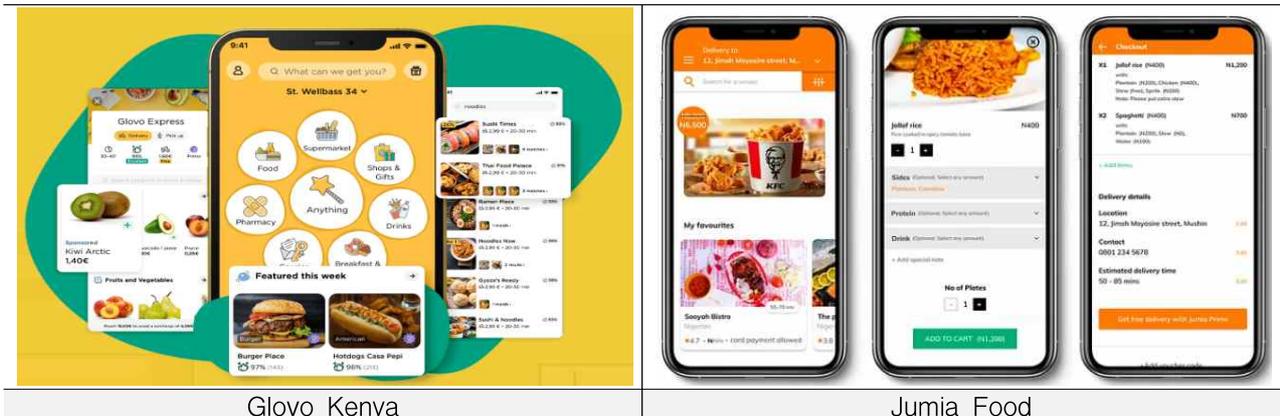
*출처: <https://mwakilishi.com>, <https://lowcarbafrica.com>(검색일: 2024.09.11.)

□ 온라인 식품 배달 수요가 증가하면서 관련 시장이 성장함

- 인터넷 및 스마트폰 보급 확대에 힘입어 온라인 식품 배달 시장이 성장하고 있음
 - 케냐 통신청(CA)에 따르면, 2022년 4분기 기준 모바일 SIM 보급률은 133.1%, 스마트폰 보급률은 60.2% 수준으로 집계됨

- 또한, 코로나19 팬데믹 이후 온라인 플랫폼을 통한 식품 구매가 일반화 되면서 배달 서비스가 주목받음
- 2023년 케냐의 온라인 식품 배달 시장규모는 3억 7,493만 달러(한화 약 5,001억 원)로 전년 대비 69.6% 성장하였으며, 식사 배달 시장(80.7%) 및 식료품 배달 시장(18.2%)으로 구성됨¹⁴⁾
- 젊은 연령대 소비자가 온라인 식품 배달 서비스를 이용하고 있으며, 수도 나이로비에서 활발하게 이용됨
 - 상대적으로 온라인 환경에 익숙한 젊은 소비자를 중심으로 식품 배달 서비스를 이용하는 경향이 뚜렷하게 나타남
 - 또한, 도시화로 인해 중산층이 증가하고 있는 나이로비에서는 생활양식과 식습관의 변화로 인해 온라인 식품 배달 서비스가 활성화됨
- 케냐 소비자는 Glovo(33%), Jumia Food(23%), Uber Eats(21%), Bolt Food(16%), Yum Deliveries(2%) 등 주요 플랫폼을 통해 온라인 식품 배달 서비스를 이용 중¹⁵⁾
 - 식사 배달 플랫폼에서 현지 음식 외에도 패스트푸드, 길거리 음식 등 다양한 메뉴를 구매할 수 있음

<그림 III-2> 케냐 주요 온라인 식품 배달 플랫폼



*출처: <https://sell.glovoapp.com/ke>, <https://toluoshiyemi.medium.com>(검색일: 2024.09.13.)

14) Statista(2023.11.)

15) Online Food and Groceries Delivery Platforms Market Study, Competition Authority of Kenya(2024)

□ 한국식품에 대한 인지도가 점차 향상되고 있는 추세

- 한국 라면과 소주 등 주요 제품이 현지 소매 유통채널을 통해 판매되고 있으며, 현지 식품 제조업체에서는 김치 제품을 생산하기도 함

<그림 III-3> 케냐에서 판매되는 한국 라면 및 소주



*출처: www.carrefour.ke, www.liquorshack.co.ke(검색일: 2024.09.13.)

- 또한, 현지 한식 레스토랑 또는 소셜 미디어를 통해 김치, 떡볶이, 삼겹살 구이 등 다양한 한국 음식이 소개됨
 - 소셜 미디어 등 온라인 플랫폼을 통해 한식 시식 후기가 공유되며 관심을 끌고 있음

<그림 III-4> 케냐 소셜 미디어에서 공유되는 한식 영상



*출처: www.tiktok.com/@thee__breeciiku/video/7345021903133986053?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7353918509024282119, www.tiktok.com/@indianting123/video/7379662685719252229?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7353918509024282119, www.tiktok.com/@indianting123/video/7326943122393451782?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7353918509024282119, www.tiktok.com/@indianting123/video/7394009584127511814?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7353918509024282119(검색일: 2024.09.13.)

4. 농업 및 농식품 정책 동향

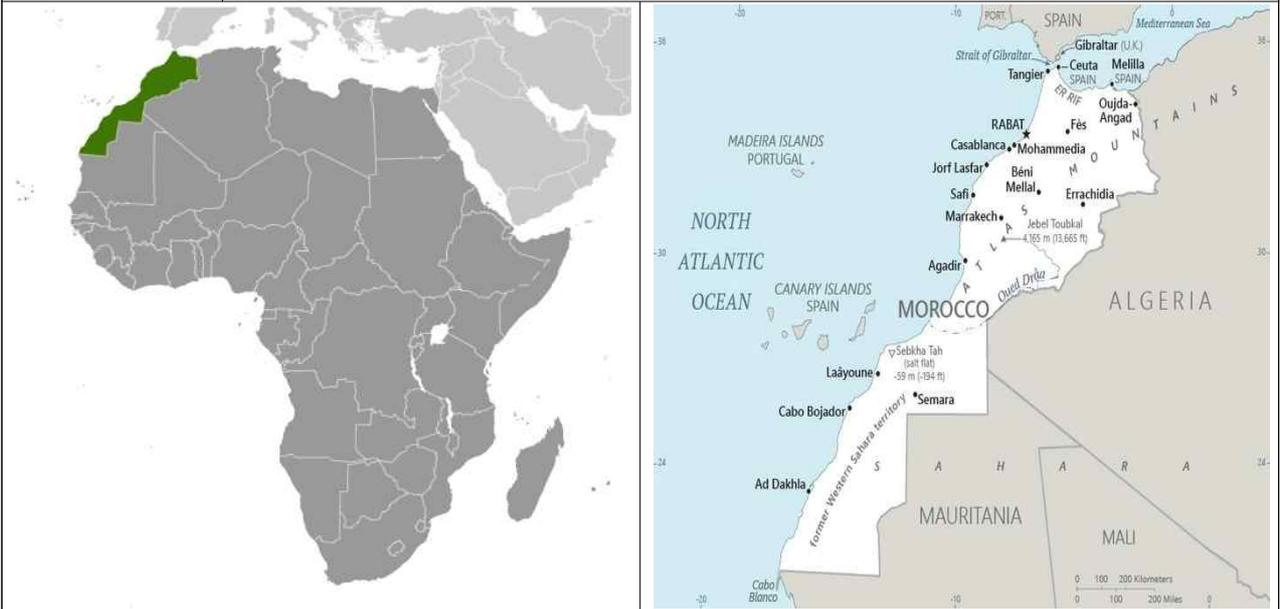
□ 경제 성장 및 식량 안보에 핵심적인 역할을 담당하는 농업 부문에 있어 다양한 정책 및 전략을 추진함

- 중장기 국가발전전략인 「케냐 비전 2030(Kenya Vision 2030)」에 따라, 2030년까지 경제 성장 및 빈곤 감소를 위한 농업 발전 계획을 수립·추진하고 있음
 - 케냐 정부는 △농업 연구 및 개발 △농업 준정부기관 역할 확대 및 생산자 조직 역량 강화 △수수·콩·카사바·감자 등 품종 개선 및 생산량 확대 △농업 투자 및 수출진흥 조직 개편 △농업 금융 서비스 접근성 개선 등 주요 부문을 선정, 우선적으로 지원할 방침
- 「케냐 농업 부문 전환 및 성장 전략 2019-2029(Kenya's Agricultural Sector Transformation and Growth Strategy 2019-2029)」를 통해 농업 생산성 및 지속가능성을 확대하고자 함
 - 이를 위해 △소규모 농가의 소득 증가 △농업 생산량 및 부가가치 증대 △가계의 식량 회복력 증대 목표 하에 다양한 세부 전략을 추진함
- 이 밖에도 기후 위기에 대응하여 식량 안보를 확보하고 기후 회복력을 강화하기 위해 「케냐 기후 스마트 농업 전략 2017-2026(Kenya Climate Smart Agriculture Strategy 2017 - 2026)」을 수립한 바 있음

IV. 모로코 농식품시장 분석

1. 국가개황

국가명	모로코 왕국(Kingdom of Morocco)	
위치	북대서양 및 지중해를 접하는 북아프리카 대륙(알제리와 모리타니 사이)	
면적	총 716,550km ² (육지면적 716,300km ²)	
수도	라바트(Rabat)	
언어	아랍어(공용어), 타마지트어(공용어), 프랑스어	
기후	북부 지중해성 기후, 남부 건조성 기후	
인구	약 3,739만 명 민족구성: 아랍-아마지그(Arab-Amazigh) 99%, 기타 1%	
종교	이슬람교(수니파) 99%(시아파는 0.1% 미만), 기타 1%	
정치 체제	입헌군주제, 양원제 의회 구성 *국가원수: 모하메드 6세 국왕(1999.07. 즉위) *총리: 아지즈 아크하누크 총리(2021.10. 선출)	
경제규모	실질 GDP 3,375억 달러(23년 추정), 1인당 실질 GDP 8,800달러(23년 추정)	
화폐	모로코 디르함(US\$1 = MAD 9.92, 2024.1. 기준)	
우리나라와의 관계	1962년 7월 6일 수교 및 1962년 9월 6일 주모로코 대사관 개설	



*출처: CIA Factbook(www.cia.gov/the-world-factbook), 주모로코 대한민국 대사관(<https://overseas.mofa.go.kr/ma-ko/index.do>) (검색일: 2024.09.20.)

2. 농식품 시장현황

가. 농식품 시장규모 및 전망

□ 2023년 모로코 식품시장 규모는 261억 6,000만 달러(한화 약 34조 8,974억 원)로, 2019년 이후 연평균 7.0% 성장함

- 빵류 및 곡물제품류 시장규모가 47억 9,000만 달러(한화 약 6조 3,898억 원)로 가장 큰 비중(18.3%)을 차지하며, 최근 5년간 연평균 6.3% 성장함
- 이어서 육류(17.6%), 낙농품 및 알류(14.4%), 채소류(13.8%), 과일 및 견과류(11.4%) 순의 시장 비중을 차지함

<표 IV-1> 모로코 식품시장 규모(2019~2023)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	19.97	21.13	23.13	24.75	26.16	100.0	5.7	7.0
빵류 및 곡물제품류	3.75	3.99	4.39	4.62	4.79	18.3	3.7	6.3
육류	3.54	3.76	4.11	4.39	4.60	17.6	4.8	6.8
낙농품 및 알류	2.74	2.92	3.22	3.51	3.77	14.4	7.4	8.3
채소류	2.71	2.88	3.16	3.42	3.62	13.8	5.8	7.5
과일 및 견과류	2.24	2.38	2.61	2.82	2.99	11.4	6.0	7.5
간식 및 스낵류	2.13	2.16	2.33	2.44	2.64	10.1	8.2	5.5
편의식품	1.25	1.33	1.45	1.57	1.65	6.3	5.1	7.2
유지류	0.59	0.63	0.69	0.72	0.75	2.9	4.2	6.2
소스 및 향신료	0.49	0.52	0.57	0.62	0.66	2.5	6.5	7.7
스프레드 및 감미료	0.36	0.38	0.41	0.44	0.48	1.8	9.1	7.5
영유아 식품	0.17	0.18	0.19	0.20	0.21	0.8	5.0	5.4

*주: 수산물 및 펫푸드 제외

*출처: Statista(www.statista.com)(검색일: 2024.08.19)

□ 2028년 모로코 식품시장 규모는 344억 1,000만 달러(한화 약 45조 9,029억 원)까지 성장할 전망

- 2024년 모로코 식품시장은 278억 8,000만 달러(한화 약 37조 1,919억 원) 규모로 예측되며, 향후 5년간 연평균 5.4% 성장할 것으로 전망됨

<표 IV-2> 모로코 식품시장 전망(2024~2028)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2024	2025	2026	2027	2028	비중 (2028)	전년비 (27/28)	연평균 (24/28)
전체	27.88	29.53	31.26	32.69	34.41	100.0	5.3	5.4
빵류 및 곡물제품류	5.14	5.46	5.80	6.00	6.30	18.3	5.0	5.2
육류	4.88	5.14	5.39	5.65	5.94	17.3	5.1	5.0
낙농품 및 알류	4.06	4.34	4.63	4.91	5.23	15.2	6.5	6.5
채소류	3.85	4.07	4.31	4.52	4.75	13.8	5.1	5.4
과일 및 견과류	3.18	3.37	3.56	3.72	3.91	11.4	5.1	5.3
간식 및 스낵류	2.78	2.91	3.08	3.21	3.36	9.8	4.7	4.9
편의식품	1.75	1.85	1.96	2.05	2.15	6.2	4.9	5.3
유지류	0.80	0.85	0.90	0.93	0.98	2.8	5.4	5.2
소스 및 향신료	0.71	0.75	0.80	0.84	0.88	2.6	4.8	5.5
스프레드 및 감미료	0.51	0.55	0.58	0.60	0.64	1.9	6.7	5.8
영유아 식품	0.22	0.24	0.25	0.26	0.27	0.8	3.8	5.3

*주: 수산물 및 펫푸드 제외

*출처: Statista(www.statista.com)(검색일: 2024.08.19)

나. 농식품 수출현황

□ 2023년 모로코의 농식품 수출액은 65억 9,439만 5,000달러 (한화 약 8조 7,982억 원)로, 2019년 이후 연평균 5.7% 증가함

- 프랑스(24.1%), 스페인(15.5%), 영국(8.9%) 등 인접한 유럽 국가로 주로 수출함
- 한국으로의 수출액은 407만 4,000달러(한화 약 54억 3,553만 원)로, 전년 대비 22.4% 증가함

<표 IV-3> 모로코 농식품 수출현황 - 주요 수출국(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)	
전체	5,285,159	5,347,851	6,036,579	6,670,026	6,594,395	100.0	-1.1	5.7	
1	프랑스	1,204,304	1,199,125	1,254,231	1,375,829	1,588,153	24.1	15.4	7.2
2	스페인	1,067,044	968,592	1,098,936	1,014,035	1,019,947	15.5	0.6	-1.1
3	영국	196,077	215,610	420,133	585,783	589,323	8.9	0.6	31.7
4	네덜란드	467,994	579,747	599,202	580,119	573,984	8.7	-1.1	5.2
5	독일	149,328	169,248	204,927	297,866	288,895	4.4	-3.0	17.9
6	미국	239,252	263,620	274,316	355,136	252,250	3.8	-29.0	1.3
7	튀르키예	177,219	170,735	150,949	355,131	214,328	3.3	-39.6	4.9
8	이탈리아	159,321	167,640	282,367	226,172	186,275	2.8	-17.6	4.0
9	캐나다	101,617	111,962	124,444	138,288	151,188	2.3	9.3	10.4
10	모리타니	67,901	84,634	119,443	123,147	116,792	1.8	-5.2	14.5
⋮									
75	대한민국	6,627	7,135	2,284	3,329	4,074	0.1	22.4	-11.5

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

□ 신선냉장 토마토(17.3%), 기타 사탕수수당·사탕무당(6.1%), 라즈베리·블랙베리·로간베리(5.8%) 등을 주로 수출함

- (신선냉장 토마토) 2023년 수출액은 11억 4,070만 2,000달러(한화 약 1조 5,219억 원)로, 전년 대비 10.9% 증가함
 - 모로코의 토마토 생산량이 꾸준히 증가하고 있으며, 유럽연합 회원국으로 주로 수출함
- (기타 사탕수수당·사탕무당) 2019년 이후 수출액이 증가하다가 2023년 4억 370만 7,000달러(한화 약 5,386억 원)로 전년 대비 6.9% 감소함
- (라즈베리·블랙베리·로간베리) 2023년 3억 8,278만 달러(한화 약 5,107억 원)로, 2020년 이후 증가하는 추세

<표 IV-4> 모로코 농식품 수출현황 - 주요 수출품목(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	5,285,159	5,347,851	6,036,579	6,670,026	6,594,395	100.0	-1.1	5.7
1 신선냉장 토마토	784,486	767,038	855,760	1,028,188	1,140,702	17.3	10.9	9.8
2 기타 사탕수수당·사탕무당	201,262	286,096	324,112	433,621	403,707	6.1	-6.9	19.0
3 라즈베리·블랙베리·로간베리	245,398	228,568	295,240	334,456	382,780	5.8	14.4	11.8
4 크랜베리·빌베리	182,105	211,045	303,475	290,907	316,853	4.8	8.9	14.9
5 신선냉장 콩	273,217	239,989	242,388	241,895	276,223	4.2	14.2	0.3
6 산산건조 민트린	160,352	207,258	202,863	287,243	259,685	3.9	-9.6	12.8
7 신선냉장 고추	138,057	143,476	166,673	185,168	242,560	3.7	31.0	15.1
8 산산 수박	99,367	160,764	209,070	202,987	181,673	2.8	-10.5	16.3
9 산산건조 클레멘타인	247,508	214,540	251,462	165,257	159,459	2.4	-3.5	-10.4
10 산산건조 야생도	51,441	107,740	89,444	147,485	152,717	2.3	3.5	31.3

*주1: 수산물 및 담배 등 제외

*주2: HS Code 0702.00, 1701.99, 0810.20, 0810.40, 0708.20, 0805.21, 0709.60, 0807.11, 0805.22, 0804.40 기준

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

다. 농식품 수입현황

- 2023년 모로코의 농식품 수입액은 100억 1,638만 3,000달러 (한화 약 13조 3,638억 원)로, 2019년 이후 연평균 15.2% 증가함
 - 브라질(14.9%), 프랑스(10.7%), 스페인(10.4%), 미국(7.3%) 등 미주 및 유럽 국가에서 주로 수입함
 - 2023년 한국산 수입액은 33만 달러(한화 약 4억 4,028만 원)로, 2019년 이후 연평균 29.0% 증가함
 - 특히, 2020년 9만 6,000달러(한화 약 1억 2,808만 원)를 수입한 이후 수입액이 꾸준히 증가함

<표 IV-5> 모로코 농식품 수입현황 - 주요 수입국(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	5,695,274	6,695,544	7,782,407	9,917,244	10,016,383	100.0	1.0	15.2
1 브라질	520,567	701,348	773,812	1,141,960	1,493,271	14.9	30.8	30.1
2 프랑스	777,120	873,448	733,892	1,843,559	1,072,315	10.7	-41.8	8.4
3 스페인	403,902	539,407	857,148	905,109	1,046,700	10.4	15.6	26.9
4 미국	317,922	520,321	681,074	641,212	734,832	7.3	14.6	23.3
5 독일	124,640	238,023	177,462	357,936	590,829	5.9	65.1	47.6
6 아르헨티나	723,494	577,365	817,801	1,198,394	567,200	5.7	-52.7	-5.9
7 캐나다	267,617	431,487	468,094	491,416	529,017	5.3	7.7	18.6
8 중국	274,082	264,749	285,149	347,598	336,096	3.4	-3.3	5.2
9 루마니아	14,875	45,380	59,639	147,943	330,195	3.3	123.2	117.1
10 이집트	143,033	147,376	248,802	178,613	299,856	3.0	67.9	20.3
⋮								
107 대한민국	119	96	141	223	330	0.0	48.0	29.0

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

□ 기타 사탕수수당(9.9%), 기타 옥수수(7.3%), 대두유 조유(6.0%) 등을 주로 수입함

- (기타 사탕수수당) 2023년 수입액은 9억 9,502만 3,000달러 (한화 약 1조 3,275억 원)로, 2019년 이후 지속적으로 증가함
- (기타 옥수수) 2019년 이후 수입액이 증가하다가 2023년 7억 2,821만 3,000달러(한화 약 9,715억 원)를 수입하며 전년 대비 3.5% 감소함
- (대두유 조유) 2023년 수입액은 6억 143만 1,000달러(한화 약 8,024억 원)로 집계되었으며, 전년 대비 25.0% 감소함
 - 2022년 모로코 정부는 전 세계적인 식품 인플레이션으로 인한 가격 상승을 억제하기 위해 식물성 유지류 및 종자 수입 관세를 일시적으로 면제한 바 있으며, 이로 인해 당시 수입이 급증한 것으로 분석됨

<표 IV-6> 모로코 농식품 수입현황 - 주요 수입품목(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	5,695,274	6,695,544	7,782,407	9,917,244	10,016,383	100.0	1.0	15.2
1 기타 사탕수수당	408,904	466,907	657,740	780,554	995,023	9.9	27.5	24.9
2 기타 옥수수	538,234	557,275	663,381	754,691	728,213	7.3	-3.5	7.9
3 대두유 조유	380,917	407,774	642,357	801,950	601,431	6.0	-25.0	12.1
4 듀럼종 밀	253,862	375,416	429,805	411,342	428,221	4.3	4.1	14.0
5 오일케이크·유박(대두유)	214,160	219,403	284,772	341,555	388,044	3.9	13.6	16.0
6 기타 보리	78,295	242,164	82,526	314,813	281,259	2.8	-10.7	37.7
7 산산건조 대추야자	168,783	158,155	202,128	211,671	241,229	2.4	14.0	9.3
8 기타 녹차	207,373	186,293	196,745	247,295	177,685	1.8	-28.1	-3.8
9 기타 치즈	76,929	101,528	117,237	122,109	143,420	1.4	17.5	16.9
10 오일케이크·유박(해바라기씨유)	96,781	81,357	111,978	103,232	142,733	1.4	38.3	10.2

*주1: 수산물 및 담배 등 제외

*주2: HS Code 1701.14, 1005.90, 1507.10, 1001.19, 2304.00, 1003.90, 0804.10, 0902.20, 0406.90, 2306.30 기준

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

라. 한국산 농식품 수출현황

□ 2023년 한국산 농식품 109만 9,000달러(한화 약 14억 6,628만 원)를 수출하였으며, 2019년 이후 연평균 21.3% 증가함

- 라면(2.7%), 기타 과실·견과류(2.5%), 기타 무알코올 음료(2.4%) 등을 주로 수출함
 - (라면) 2023년 3만 달러(한화 약 4,002만 원)를 수출하였으며, 2019년 6,000달러(한화 약 800만 원)를 수출한 이후 연평균 48.9% 증가함
 - (기타 과실·견과류) 2023년 2만 8,000달러(한화 약 3,735만 원)를 수출함
 - (기타 무알코올 음료) 2021년 1만 6,000달러(한화 약 2,134만 원)를 수출한 이후 2023년 2만 7,000달러(한화 약 3,602만 원)를 수출함

<표 IV-7> 對모로코 한국산 농식품 수출현황(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
전체	508	502	1,035	1,120	1,099	100.0	-1.8	21.3
1 라면	6	20	3	0	30	2.7	9,733.3	48.9
2 기타 과실·견과류	1	0	0	0	28	2.5	N/A	150.8
3 기타 무알코올 음료	11	40	16	0	27	2.4	N/A	23.7
4 물(설탕 함유 첨가)	0	0	0	0	19	1.7	N/A	N/A
5 조미김	0	0	1	0	4	0.4	N/A	N/A
6 건조김	0	0	1	0	3	0.3	N/A	N/A
7 캔디류	0	0	0	0	2	0.2	N/A	N/A
8 인삼차	0	0	0	0	2	0.2	N/A	N/A
9 웨이퍼	0	4	3	2	2	0.2	-21.7	N/A
10 다시마	0	0	0	0	2	0.1	N/A	N/A

*주1: 수산물 및 담배 등 제외

*주2: HS Code 1902.30-1010, 2008.99-9000, 2202.99-9000, 2202.10-1000, 2008.90-5010, 1212.21-1010, 1704.90-2090, 2106.90-3011, 1905.90-9090, 1212.21.5090 기준

*출처: 농식품 수출정보(www.kati.net)(검색일: 2024.08.19)

3. 농식품 유통 및 소비현황

가. 농식품 유통현황

□ 모로코의 온·오프라인 유통채널은 꾸준히 성장하고 있음

- 2023년 오프라인 유통채널은 1,870억 7,110만 모로코 디르함 (한화 약 25조 7,335억 원) 규모로, 2019년 이후 연평균 5.4% 증가함
 - 오프라인 채널 중 소규모 식료품점이 대부분의 시장(70.3%)을 점유하며, 이 외에도 하이퍼마켓(9.6%), 전문판매점(9.1%), 슈퍼마켓(8.7%) 등을 통해 유통됨
- 2023년 온라인 유통채널 규모는 22억 2,610만 모로코 디르함 (한화 약 3,062억 원)으로, 2019년 이후 연평균 13.9% 증가함

<표 IV-8> 모로코 농식품 유통채널별 규모(2019~2023)

(단위: 백만 모로코 디르함, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
오프라인 유통채널	151,444.8	159,075.5	163,149.1	175,084.1	187,071.1	100.0	7.3	5.4
-소규모 식료품점	107,388	113,063.6	115,458.8	123,714.1	131,427.9	70.3	7.1	5.2
-하이퍼마켓	12,366.0	13,967.2	15,026.0	16,554.5	18,039.9	9.6	10.2	9.9
-전문판매점	16,159.8	15,175.8	15,298.7	16,106.1	17,098.9	9.1	5.3	1.4
-슈퍼마켓	12,078.7	13,409.3	13,742.4	14,851.4	16,280.4	8.7	8.1	7.7
-포코트 리테일러	2,343.2	2,265.4	2,311.7	2,393.3	2,585.4	1.4	3.5	2.5
-할인점	758.4	814.9	900.8	1,013.7	1,142.9	0.6	12.5	10.8
-편의점	350.6	379.2	410.8	451.1	495.7	0.3	9.8	9.0
온라인 유통채널	1,321.4	1,728.4	1,798.7	1,957.7	2,226.1	-	8.8	13.9

*주: 전문판매점은 식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러는 주유소 내 위치한 소규모 매점을 의미

*출처: Retail in Morocco, Euromonitor(2024.02.)

□ 주요 오프라인 유통채널로는 Marjane(6.0%) 및 Marjane Market(1.5%), Carrefour Market(2.6%) 및 Carrefour(2.1%) 등이 있음

<표 IV-> 모로코 오프라인 농식품 유통채널 브랜드 점유율(2019~2022)

(단위: %)

구분	브랜드명	기업명	2019	2020	2021	2022
1	Marjane	Marjane Holding SA	5.8	6.0	6.1	6.0
2	Carrefour Market	Carrefour SA	2.4	2.3	2.2	2.6
3	Carrefour	Carrefour SA	1.5	1.8	1.9	2.1
4	Marjane Market	SNI Société Nationale d'Investissement Corp	1.5	1.5	1.5	1.5
5	Atacadão	Carrefour SA	0.7	0.7	0.7	0.8
6	Aswak Assalam	Groupe Chaabi	0.7	0.8	0.8	0.7
7	Bim	BIM Birlesik Magazacilik AS	0.5	0.5	0.5	0.6
8	Mini Brahim	Akwa Group	0.2	0.2	0.2	0.2
9	기타		86.6	86.3	86.1	85.5

*출처: Retail in Morocco, Euromonitor(2024.02.)

① Marjane

<표 IV-9> 모로코 오프라인 농식품 유통채널 (1)Marjane, Marjane Market

유통채널명	Marjane, Marjane Market	
홈페이지	www.marjane.ma www.marjane.ma/marjane-market	
기본정보 및 최근 활동	<ul style="list-style-type: none"> · 1990년 설립된 슈퍼마켓 체인으로 모로코 내 130개 매장을 운영 · 2000년대 초 프랑스 유통기업 Auchan과의 협력으로 Marjane Market을 설립한 이후 Marjane 그룹 유통부문이 인수하며 Marjane 및 Marjane Market 운영 · 농약 및 항생제 잔류물 검사를 통과하고 원산지 및 품질 통제를 거친 신선 농산물 및 축산물에 자체 인증(Filière M)을 부여하며, 엄격한 품질 및 안전 감독 실시 	

<매장 전경>



*출처: 기업 홈페이지

② Carrefour

<표 IV-10> 모로코 오프라인 농식품 유통채널 (2)Carrefour Market, Carrefour

유통채널명	Carrefour Market, Carrefour	
홈페이지	https://carrefourmarket.ma https://carrefourmaroc.ma	
기본정보 및 최근 활동	<ul style="list-style-type: none"> · 2009년 현지 유통기업인 Label'Vie와 제휴하여 모로코에 진출한 프랑스 유통체인으로, 카사블랑카, 라바트 등 지역에 오프라인 매장 운영 · 공격적으로 사업을 확대하고 있으며, 2017년에는 고급 레스토랑 컨셉의 Carrefour Market Gourmet을 출시한 바 있음 	

<매장 전경>



*출처: 기업 홈페이지

③ Atacadão

<표 IV-11> 모로코 오프라인 농식품 유통채널 (3)Atacadão

유통채널명	Atacadão	
홈페이지	https://atacadaomaroc.ma	
기본정보 및 최근 활동	<ul style="list-style-type: none"> · 1960년 브라질에서 설립되어 2007년 프랑스 Carrefour 그룹에 인수되었으며, 2010년 현지 유통기업 Label'Vie를 통해 모로코 시장에 진출하여 15개 매장 운영 · 판매제품의 약 25%가 자체 브랜드 제품으로, 경쟁사보다 10~15% 할인된 가격에 판매 	



<매장 전경>



*출처: 기업 홈페이지

□ 주요 온라인 유통채널로는 Jumia(25.9%), AliExpress(7.9%), 등이 있음

<표 IV-12> 모로코 온라인 농식품 유통채널 브랜드 점유율(2019~2022)

(단위: %)

구분	브랜드명	기업명	2019	2020	2021	2022
1	Jumia Marketplace	Jumia Technologies AG	29.2	30.6	27.1	25.9
2	AliExpress Marketplace	Alibaba Group Holding Ltd	6.8	8.7	8.5	7.9
3	Amazon	Amazon.com Inc	3.9	4.5	5.4	5.5
4	MyMarket	MyMarket.ma	0.6	0.7	0.9	1.0
5	Marketplus.ma	MarketPlus Morocco	0.6	0.8	-	-
6	기타		58.9	54.7	58.1	59.7

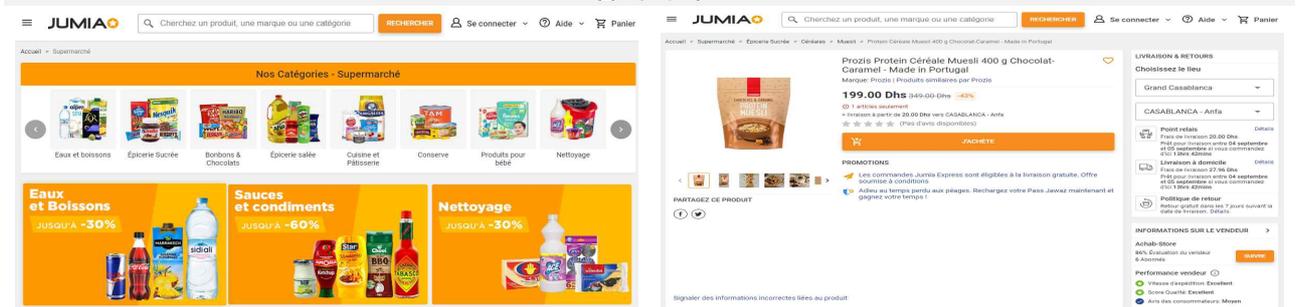
*출처: Retail in Morocco, Euromonitor(2024.02.)

① Jumia

<표 IV-13> 모로코 온라인 농식품 유통채널 (1)Jumia

유통채널명	Jumia Marketplace	
홈페이지	www.jumia.ma	
기본정보 및 최근 활동	<ul style="list-style-type: none"> · 독일에 본사를 두고 있으며, 아프리카 전역에서 운영되는 종합 온라인 쇼핑몰 · 2024년 6월 카사블랑카 인근에 5,000m² 규모의 물류창고 건설하여 전국으로 배송 	

<홈페이지>



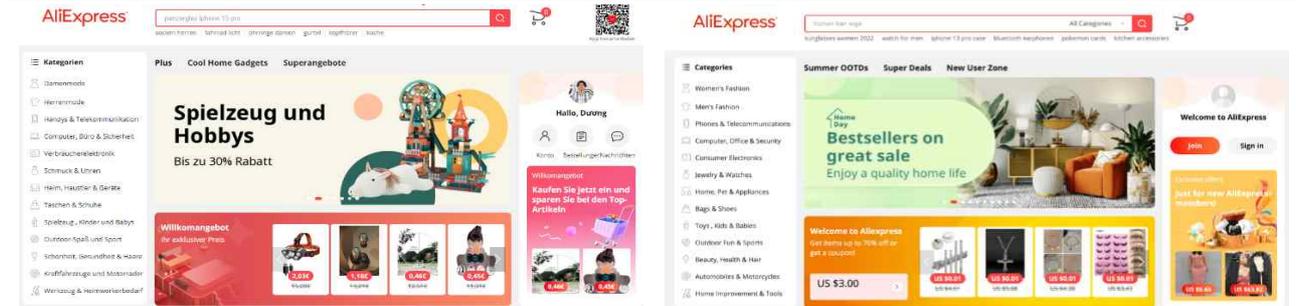
*출처: 기업 홈페이지

② AliExpress

<표 IV-14> 모로코 온라인 농식품 유통채널 (2)AliExpress

유통채널명	AliExpress	
홈페이지	www.aliexpress.com	
기본정보 및 최근 활동	· 중국 Alibaba 그룹의 종합 온라인 쇼핑몰로, 다양한 식품군 판매	

<홈페이지>



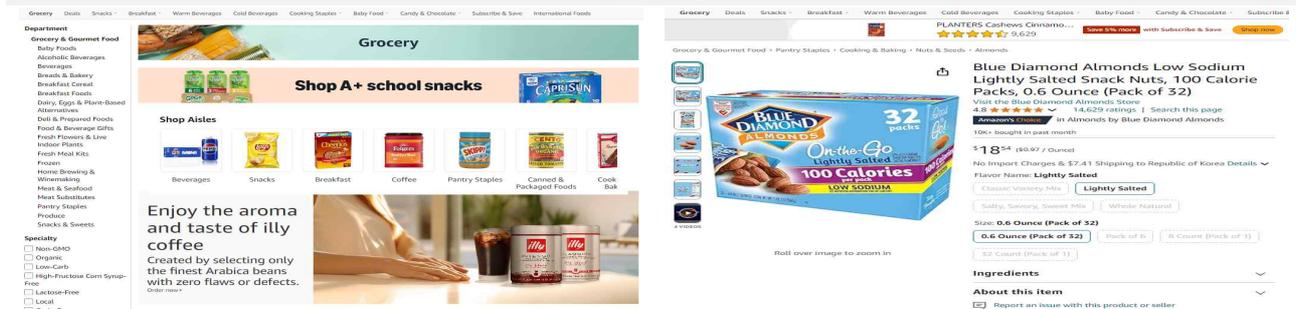
*출처: 기업 홈페이지

③ Amazon

<표 IV-15> 모로코 온라인 농식품 유통채널 (3)Amazon

유통채널명	Amazon	
홈페이지	www.amazon.com	
기본정보 및 최근 활동	· Amazon.com Inc에서 운영하는 종합 온라인 쇼핑몰로, 다양한 식품군 판매	

<홈페이지>



*출처: 기업 홈페이지

나. 농식품 소비현황

□ 전통적인 모로코 식단은 지리적·문화적 배경으로 인해 독특한 음식문화를 형성함

- 모로코는 지중해 및 대서양과 접하여 여러 문명 및 문화의 교차로로서, 전통 식단은 토착 민족인 베르베르족(Berbère)과 아랍권 전통 식단, 남부 유럽의 지중해 식단이 결합함
 - 모로코 요리는 계피, 커민, 강황, 생강 등 향신료를 핵심 재료로 이용하는 한편, 살구, 대추, 무화과, 건포도 등 과일을 재료로 하여 풍부한 맛과 식감이 특징임
 - 모로코의 대표적인 향신료로는 소금·계피·커민·고수·정향·카이엔페퍼 등을 혼합한 라스 엘하누트(Ras El Hanout)와 매운 고추 페이스트인 하리사(Harissa) 등이 있음
 - 대표적인 요리로는 세몰리나(Semolina)¹⁶⁾를 찐 후 채소 및 육류와 곁들여 먹는 ‘쿠스쿠스(Couscous)’, 전통식 냄비로 육류(닭고기, 양고기, 소고기 등) 또는 생선과 채소를 끓인 ‘타진(Tagine)’ 등이 있음

<그림 IV-1> 모로코 전통 요리



*출처: www.barcelo.com(검색일: 2024.09.11.)

□ 인구의 대부분이 무슬림으로, 할랄 식품의 수요가 매우 높음

- 이슬람 율법에 따라 돼지고기를 섭취하지 않으며, 알코올 음료의 생산 및 소비가 허용되지만 허가받은 시설을 통해서만 판매되어 외국인 소비자를 중심으로 소비함

16) 듀럼밀을 제분한 밀가루

- 소매 유통채널에서는 할랄 인증을 취득하였거나 무슬림이 소비할 수 있는 식품을 판매하며, 레스토랑에서 제공하는 메뉴 대부분이 할랄 음식임

<그림 IV-2> 모로코에서 판매되는 할랄 인증 한국식품



*출처: www.marjane.ma(검색일: 2024.09.13.)

- 이슬람 금식월인 라마단(Ramadan) 기간 동안 내식(肉食)을 위한 식품비 지출이 증가함
 - 무슬림은 라마단 기간에는 일출부터 일몰까지 금식하며, 일몰 후 가족이나 이웃과 저녁식사를 즐김
 - 2022년 Integrate에서 실시한 설문조사에 따르면 라마단과 그 전 달인 샤반(Sha'ban)의 가계 지출액은 나머지 기간의 평균 지출액보다 8% 높았으며, 식품비가 지출액 대부분을 차지함¹⁷⁾
 - 또한, 모로코 가구의 25%가 라마단과 샤반이 시작되기 전 저축을 늘림
 - 무슬림 소비자의 85%가 라마단 기간 동안 가정에서 가족 또는 친구와 함께 식사를 하는 것으로 나타나 가정 내에서 취식하는 경향이 뚜렷하게 나타났으며¹⁸⁾, 하리라(Harira)¹⁹⁾와 같은 전통음식 외에도 수프, 생선 등을 주로 섭취함

17) Ramadan Revelations: Moroccan Spending Surges 8% as Food Takes Center Stage, Integrate(2023.04.03.)

18) TGM Morocco Ramadan Report 2023, TGM Research(<https://tgmresearch.com>)

19) 병아리콩, 렌즈콩, 향신료 등을 첨가한 토마토 수프의 일종

4. 농업 및 농식품 정책 동향

- 모로코는 2008년 「녹색 모로코 계획(Green Morocco Plan)」에 이어 2020년 「녹색 세대 2020-2030(Generation Green 2020-2030)」을 채택하며 지속가능한 농업 발전 전략을 추진함
 - 농업을 국가 경제 성장의 원동력으로 만들기 위한 「녹색 모로코 계획」은 △농업 생산 및 농가 소득 증가 △농촌의 지속가능한 발전에 초점을 맞춤
 - 이를 위해 수출형 고부가가치 농업을 개발하고 소규모 농업에 대한 투자 및 지원을 제공함
 - 그 결과, 2008년부터 2018년까지 모로코의 농업 GDP는 연간 5.25% 증가하였으며, 농산물 수출액은 117% 증가한 것으로 나타남
 - 「녹색 모로코 계획」에 이은 두 번째 국가 농업 전략인 「녹색 세대 2020-2030」은 2030년까지 △고부가가치 농업 확대 △농업 고용 증대 및 농업 중산층 확대 △농업의 디지털 전환 등 주요 목표를 달성하기 위한 전략계획을 포함함

V. 국가별 비교분석 및 시사점

1. 국가별 농식품 시장비교

□ 탄자니아·케냐·모로코 중 케냐 식품시장 규모가 가장 클 뿐만 아니라 가장 높은 성장률을 기록함

- (식품시장 규모) 2023년 기준 3개국 식품시장 규모는 케냐 (6.5%) > 모로코(4.1%) > 탄자니아(3.6%) 순으로 집계됨
 - 케냐 식품시장의 전년 대비 성장률 및 연평균 성장률은 아프리카 39개국 총 식품시장의 성장률보다 높게 나타남

<표 V-1> 탄자니아·케냐·모로코 식품시장 규모(2019~2023)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
아프리카 39개국	459.95	491.08	528.95	579.31	645.51	100.0	11.4	8.8
탄자니아	16.74	18.09	19.39	20.99	23.04	3.6	9.8	8.3
케냐	28.46	31.11	33.55	37.64	42.02	6.5	11.6	10.2
모로코	19.97	21.13	23.13	24.75	26.16	4.1	5.7	7.0

*주: 수산물 및 펫푸드 제외

*출처: Statista(www.statista.com)(검색일: 2024.08.19)

- (식품시장 전망) 2028년 식품시장 규모는 케냐(6.3%) > 탄자니아 (3.3%) > 모로코(3.2%) 순으로 전망됨
 - 2024년 이후 탄자니아 식품시장은 연평균 8.4% 증가하여 2028년 모로코 식품시장 규모를 넘어설 것으로 보임

<표 V-2> 탄자니아·케냐·모로코 식품시장 전망(2024~2028)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2024	2025	2026	2027	2028	비중 (2028)	전년비 (27/28)	연평균 (24/28)
아프리카 39개국	719.03	802.54	901.84	991.36	1,075.05	100.0	8.4	10.6
탄자니아	25.40	27.77	30.36	32.68	35.09	3.3	7.4	8.4
케냐	46.71	51.8	57.42	62.51	67.79	6.3	8.4	9.8
모로코	27.88	29.53	31.26	32.69	34.41	3.2	5.3	5.4

*주: 수산물 및 펫푸드 제외

*출처: Statista(www.statista.com)(검색일: 2024.08.19)

□ 모로코의 농식품 수입규모가 상대적으로 크며, 수입품목은 팜유 또는 사탕수수당·사탕무당 등의 비중이 큰 편

- (농식품 수입규모) 2023년 수입액 기준 농식품 수입규모는 모로코 > 케냐 > 탄자니아 순으로 집계됨
 - 2023년 모로코의 농식품 수입액은 100억 1,638만 3,000달러(한화 약 13조 3,638억 원)로 동년 탄자니아의 수입액보다 약 7배 큰 규모로 집계됨
 - 케냐의 농식품 수입액은 2019년 25억 3,993만 달러(한화 약 3조 3,915억 원)로 집계된 이후 연평균 9.0%씩 점진적으로 증가하고 있음
 - 탄자니아의 연평균 수입 성장률은 28.0%로, 3개국 중 수입액은 가장 적지만 가장 높은 성장률을 기록함

<표 V-3> 탄자니아·케냐·모로코 농식품 수입액(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
탄자니아	530,054	702,876	927,787	1,175,647	1,424,580	21.2	28.0
케냐	2,539,930	2,627,289	3,140,291	3,499,631	3,588,847	2.5	9.0
모로코	5,695,274	6,695,544	7,782,407	9,917,244	10,016,383	1.0	15.2

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

- (주요 수입품목) 공통적으로 식품에 사용할 수 있는 △팜유 △사탕수수당·사탕무당 등을 주로 수입
 - 팜유는 말레이시아 및 인도네시아에서 주로 수입하며, 말레이시아 팜유위원회(MPOC)에 따르면 아프리카로 수출된 말레이시아산 팜유 대부분이 동아프리카(63%)로 수입되었고 케냐, 탄자니아 등은 대표적인 팜유 수입국임²⁰⁾
 - 뿐만 아니라, 현지 설탕 생산이 수요를 충족하지 못하면서 사탕수수당 및 사탕무당 수입규모가 높게 나타남
 - 이 밖에도 △정미 및 쇠미 △기타 조제식료품 △옥수수·밀·보리·완두 등 식량의 수입규모가 높은 것으로 나타남

20) <https://www.mpoc.org.my/africa-january-2024/>

<표 V-4> 탄자니아·케냐·모로코 주요 수입품목(2023)

탄자니아				케냐				모로코			
품목명		전년비	연평균	품목명		전년비	연평균	품목명		전년비	연평균
1	팜유 및 분획물	46.4	-4.6	1	팜유 조유	-19.9	12.8	1	기타 사탕수수당	27.5	24.9
2	기타 사탕수수당·사탕무당	-19.4	13.7	2	기타 사탕수수당·사탕무당	83.3	32.1	2	기타 옥수수	-3.5	7.9
3	정미	720,727.3	N/A	3	정미	22.7	9.9	3	대두유 조유	-25.0	12.1
4	기타 사탕수수당	217.8	N/A	4	기타 조제식료품	80.3	38.1	4	듀럼종 밀	4.1	14.0
5	팜유 조유	-19.2	101.0	5	기타 옥수수	-23.6	34.1	5	오일케이크·유박(대두유)	13.6	16.0
6	볶지 않은 맥아	7.5	13.7	6	팜유 및 분획물	-44.4	10.6	6	기타 보리	-10.7	37.7
7	오일케이크·유박(대두유)	6.6	15.8	7	건조 완두	23.6	26.6	7	신선·건조 대추야자	14.0	9.3
8	기타 전분	28.5	N/A	8	밀크·크림	-5.1	-17.0	8	기타 녹차	-28.1	-3.8
9	기타 조제식료품	77.1	32.6	9	기타 수수	12.9	-1.8	9	기타 치즈	17.5	16.9
10	밀가루	18.9	18.1	10	쇄미	1,705.5	96.5	10	오일케이크·유박(해바라기씨유)	38.3	10.2

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(검색일: 2024.08.19)

□ 라면이나 소스, 음료 등 주력 수출품목 중심으로 수출이 이뤄지고 있으며, 한국산 식품에 대한 인지도 및 관심이 형성되는 단계로 분석

- (한국산 수출규모) 2023년 수출액 기준 케냐 > 탄자니아 > 모로코 순으로 집계됨
 - 3개국 중 가장 큰 금액을 수출한 케냐로의 한국산 농식품 수출규모는 2019년 이후 증감을 거듭하고 있음
 - 이어서 탄자니아로의 수출 역시 증감을 거듭하고 있으나 2019년 이후 연평균 14.3% 증가하였으며, 모로코로의 수출액은 연평균 21.3% 증가함

<표 V-5> 對탄자니아·케냐·모로코 한국산 농식품 수출액(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	전년비(22/23)	연평균(19/23)
탄자니아	2,261	1,209	4,283	2,972	3,853	29.6	14.3
케냐	8,630	5,055	6,846	4,191	5,739	36.9	-9.7
모로코	508	502	1,035	1,120	1,099	-1.8	21.3

*출처: 농식품 수출정보(www.kati.net)(검색일: 2024.08.19)

- (주요 수출품목) 공통적으로 △면류(라면, 당면 등) △소스 및 소스 제조용 조제품 △음료 등을 주로 수출함
 - 주요 품목 대부분이 최근에 새롭게 수출되기 시작하였으며, 전년 대비 높은 성장률을 기록함

<표 V-6> 탄자니아·케냐·모로코 주요 수입품목(2023)

탄자니아				케냐			모로코				
품목명		전년비	연평균	품목명		전년비	연평균	품목명		전년비	연평균
1	조제품 기타	2,238.3	N/A	1	멥쌀	58.9	-13.8	1	라면	9,733.3	48.9
2	당면	N/A	N/A	2	라면	78.5	37.5	2	기타 과일·견과류	N/A	150.8
3	기타 리큐르 및 코디얼	N/A	N/A	3	비조제 파스타	18,615.4	N/A	3	기타 무알코올 음료	N/A	23.7
4	홍삼조제품	N/A	N/A	4	소스·소스 조제품	205.8	80.7	4	물(설탕·향미 첨가)	N/A	N/A
5	기타 무알코올 음료	N/A	N/A	5	소시지 유사품	17,550.0	N/A	5	조미김	N/A	N/A
6	소스·소스 조제품	1,450.0	N/A	6	아이스크림	-9.6	N/A	6	건조김	N/A	N/A
7	베이커리 제품	1,050.0	N/A	7	채소류 조제품	21,766.7	N/A	7	캔디류	N/A	N/A
8	혼합조미료	2,450.0	N/A	8	웨이퍼	75.6	31.5	8	인삼차	N/A	N/A
9	고추장	1,300.0	N/A	9	소주	462.1	7.6	9	웨이퍼	-21.7	N/A
10	수프 및 브로드	N/A	N/A	10	간장	60.7	27.3	10	다시마	N/A	N/A

*출처: 농식품 수출정보(www.kati.net)(검색일: 2024.08.19)

- (한국 식품 인지도) 3개국 중 케냐 소비자의 한국산 식품 인지도가 가장 높은 것으로 평가
 - 케냐에는 국내 대기업 약 10개사가 진출하고 교민 1천여 명 이상이 거주하고 있어 주재원 및 교민을 중심으로 한국 식품에 대한 수요가 발생
 - 뿐만 아니라, 현지에서 운영 중인 한식당 및 온라인 유통채널에서 판매되는 라면, 소주, 김치 등으로 인해 인지도 및 관심이 형성되는 단계로 분석
 - 반면, 탄자니아와 모로코에 거주하는 한인 교민 수는 각각 605명, 326명으로 집계되며 유통되는 제품군 및 한국식품 관련 온라인 콘텐츠 발생량은 아직까지 높지 않은 수준이나 소셜 미디어 및 OTT 플랫폼 등을 통해 K팝, K드라마와 같은 한류가 확산하는 단계로 판단
 - 이에 따라, 향후 한국 식품에 대한 인지도가 점차 형성될 것으로 보임

<표 V-7> 탄자니아·케냐·모로코 교민 수(2023) 및 판매되는 한국 식품 품목

구분	탄자니아	케냐	모로코
교민 수 (2023)	605명	1,068명	362명
온라인 유통채널에서 판매되는 한국 식품	확인되지 않음	라면, 소주, 김치, 한국식 바비큐 소스 등	라면, 떡볶이

*출처: 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr), 국가별 온라인 유통채널

2. 시사점

□ 다양한 민족 구성 및 역사적·문화적·지리적 배경으로 인해 국가별 각기 다른 식품시장 특성을 보임

- (탄자니아) 현대식 유통채널이 크게 발달하지 않아 주로 소규모 식료품점 등 전통적 채널을 통해 농식품이 유통되며, 시장을 주도하는 온라인 유통채널 역시 부재하여 시장 성장이 더딘 편
- (케냐) 40개 이상의 민족 구성과 지형 및 기후적 특성으로 인해 다양한 식문화 및 소비특성이 발달하였고, 최근 인터넷 보급 및 소셜 미디어 사용 증가로 인해 한국식품에 대한 인지도가 증가하고 있음
- (모로코) 지리적으로 유럽과 중동·북아프리카의 문화가 유입되었을 뿐만 아니라 종교적으로 이슬람 문화가 융합
- EPA 체결시 우리나라와 탄자니아·케냐·모로코 3개국간 교역 및 협력이 확대될 전망으로, 이에 앞서 국가별 식품 시장 특성을 파악 및 이해할 필요가 있음

□ 한국 식품에 대한 인지도가 구축되고 있는 단계로, 향후 시장 확대 방안 수립이 요구됨

- 적극적인 홍보 및 마케팅 활동을 통해 한국 식품에 대한 긍정적인 이미지 구축 및 신뢰도 제고가 필요함
 - 라면과 소주 등 한국 식품이 유통되고 소셜 미디어 등을 통해 한국 콘텐츠를 접하게 되면서 한국 식품에 대한 인지도가 향상되고 있음
 - 한국 라면과 소스, 음료, 소주 등이 현지 유통채널에서 판매되고 있고, 소셜 미디어를 통해 한국식품 또는 한식당 후기 등이 공유되면서 소비자들의 호기심을 자극함
 - 이에 따라 한국 콘텐츠와의 연계 또는 다양한 체험 행사를 통해 한국 식품에 대한 친숙도 및 이미지를 향상할 필요가 있음
- 경쟁제품 분석을 통해 한국산의 차별점 도출이 필요함
 - 현지 유통채널에서는 상대적으로 낮은 가격과 현지 식단·식문화에 적합한 아프리카 국가산 제품이 큰 비중을 차지하고 있음
 - 또한, 주요 수출품목인 라면의 경우 일본산·인도네시아산 등과 경쟁하고 있어 경쟁국산 대비 한국산 제품의 경쟁우위를 파악할 필요가 있음
- 현지 거주하는 한인교민 및 아시아 소비자 또한 한국 식품의 주요 소비층으로, 한국 고유의 맛과 특징을 살린 제품 중심의 시장진출 방안 마련이 필요함

※ 참고문헌 및 참고사이트

1	외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr)
2	농식품 수출정보(www.kati.net)
3	경제외교 활용포털(https://president.globalwindow.org)
4	ITC Trademap(www.trademap.org)
5	Statista(www.statista.com)
6	CIA Factbook(www.cia.gov/the-world-factbook)
7	USDA ERS(www.ers.usda.gov)
8	아프리카 연합(https://au-afcfta.org)
9	탄자니아 통신규제청(www.tcra.go.tz)
10	탄자니아 국가통계국(www.nbs.go.tz)
11	탄자니아 농업부 농업 부문 개발 프로그램(https://asdp.kilimo.go.tz)
12	케냐 통신청(www.kictanet.or.ke)
13	케냐 경쟁국(www.cak.go.ke)
14	모로코 농업개발청(www.ada.gov.ma)
15	https://shoppers.co.tz
16	www.tasteatlas.com
17	https://cookpad.com
18	https://gs.statcounter.com
19	https://naivas.online
20	www.carrefour.ke
21	www.foodplus.co.ke
22	www.jumia.co.ke
23	https://mamamikes.co.ke
24	https://mwakilishi.com
25	https://lowcarbafrica.com
26	https://sell.glovoapp.com/ke
27	https://toluoshiyemi.medium.com
28	www.liquorshack.co.ke
29	www.marjane.ma
30	www.marjane.ma/marjane-market
31	https://carrefourmarket.ma
32	https://carrefourmaroc.ma
33	https://atacadaomaroc.ma
34	www.jumia.ma
35	www.aliexpress.com
36	www.amazon.com
37	www.barcelo.com
38	https://integrategroup.org
39	https://tgmresearch.com
40	www.youtube.com
41	www.tiktok.com