

# 2024 농식품 국가정보조사 튀르키예

2024.10.

# 1 국가 및 시장정보

## 1 국가 개황

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

## 2 식품 시장규모

## 3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

## 4 식품 시장전망

## 5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

## 6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

## 7 對튀르키예 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

# 2 식품 유통현황

## 1 오프라인 유통현황

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

## 2 온라인 유통현황

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

## 3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

# 3 수출품목 및 소비트렌드

## 1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

## 2 소비트렌드

# 4 수출절차

## 1 수출입절차

## 2 통관 및 검역제도

## 3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

# 5 비관세장벽

## 1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

## 2 인증제도

## 3 통관거부사례

## 4 비관세장벽 이슈

# 6 요약

## 1 보고서 소개

# 1 국가 및 시장정보

## 1.1 | 국가 개황

### 1.1.1 국가 개관

인구 (2024년 추정치)	84,119,531명, 전 세계 18위
민족구성 (2016년 추정치)	튀르키예인 70-75%, 쿠르드인 19%, 기타 소수민족 6-11%
언어	튀르키예어, 쿠르드어, 기타 소수 언어
종교	이슬람교 99.8%(주로 수니파), 기타 0.2%(주로 기독교인과 유대인)
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 21.7% (남성 9,358,711명/여성 8,933,673명) 15~64세: 68.6% (남성 29,219,389명/여성 28,494,315명) 65세 이상: 9.6% (2024년 추정) (남성 3,669,330명/여성 4,444,113명)
중위연령 (2024년 추정치)	전체: 34.0세, 전 세계 108위 남성: 33.4세 여성: 34.6세

\*출처: CIA Factbook(2024.09.)

### 1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	\$2.936조 (2023년 추정치), 전 세계 12위 \$2.81조 (2022년 추정치) \$2.662조 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	4.52% (2023년 추정치), 전 세계 67위 5.53% (2022년 추정치) 11.44% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	\$34,400 (2023년 추정치), 전 세계 71위 \$33,100 (2022년 추정치) \$31,600 (2021년 추정치.)

\*출처: CIA Factbook(2024.09.)

### 1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중 (2023년 추정치)	6.2%
주요 생산품 (2022년 추정치)	우유, 밀, 사탕무, 토마토, 보리, 옥수수, 감자, 사과, 포도, 수박

\*출처: CIA Factbook(2024.09.)

### 1.1.4 FTA 체결현황

#### <FTA 체결현황>

구분		내용
튀르키예의 체결현황 <sup>1)</sup>	기체결(발효)	세르비아, 한국, 몬테네그로, 싱가포르, EFTA, 보스니아헤르체고비나, 이집트, 시리아, 모로코, 팔레스타인, 튀니지, 북마케도니아, 이스라엘, 페로제도, 칠레, 알바니아, 조지아, 모리셔스, 말레이시아, 코소보, 몰도바, 영국
우리나라와의 체결현황 <sup>2)</sup>	발효	한-튀르키예 FTA
	서명/타결	해당사항 없음
	협상 중	해당사항 없음
	재개·개시·여건조성	해당사항 없음

1) 2024.01. 기준

2) 2024.09. 기준

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

## 1.2 | 식품 시장규모

### 1.2.1 식품 시장규모

#### 개요

튀르키예 식품 시장은 2019년 987억 달러에서 연평균 5.1% 성장하여, 2023년 1,206억 달러로 증가했다.

#### 베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2019년 179억 달러에서 연평균 4.4% 성장하여, 2023년 213억 달러로 증가했다. 2023년 베이커리 및 곡물류 시장규모는 전체 식품 시장의 17.7%를 차지했다.

#### 낙농품

낙농품 시장규모는 2019년 162억 달러에서 연평균 2.7% 성장하여, 2023년 179억 달러로 증가했다. 2023년 낙농품 시장규모는 전체 식품 시장의 14.9%를 차지했다.

#### 채소류

채소류 시장규모는 2019년 122억 달러에서 연평균 6.5% 성장하여, 2023년 156억 달러로 증가했다. 2023년 채소류 시장규모는 전체 식품 시장의 13.0%를 차지했다.

<튀르키예 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	98.7	89.4	94.5	106.0	120.6	100.0	13.8	5.1
베이커리 및 곡물류	17.9	16.2	17.2	18.2	21.3	17.7	17.2	4.4
낙농품	16.2	14.4	15.1	16.9	17.9	14.9	6.1	2.7
채소류	12.2	10.9	11.4	13.2	15.6	13.0	18.6	6.5
과일 및 견과류	10.2	9.1	9.6	10.8	12.6	10.4	16.7	5.5
육류	10.5	9.4	10.0	11.3	12.6	10.4	11.2	4.7
수산물	7.9	7.1	7.4	9.2	10.4	8.6	13.1	7.2
스낵류	7.7	7.2	7.7	8.4	9.4	7.8	12.5	5.4
편의식품	5.6	5.0	5.2	5.8	6.8	5.6	16.5	4.8
펫푸드	2.6	2.9	3.2	3.6	4.2	3.5	16.4	12.4
유지류	3.5	3.1	3.2	3.5	4.0	3.3	15.9	3.5
소스 및 향신료	2.2	2.0	2.1	2.3	2.7	2.2	15.2	4.8
스프레드 및 당류	1.7	1.5	1.5	1.7	1.9	1.6	14.5	2.1
영유아식품	0.6	0.8	0.9	1.2	1.2	1.0	5.2	18.7

\*출처: STATISTA(2024.07.)

## 1.3 | 식품 소비규모

### 1.3.1 1인당 식품 소비액

#### 개요

2023년 튀르키예의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 1,183달러에서 연평균 4.4% 증가한 약 1,406달러로 집계되었다.

#### 베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비액은 2019년 1인당 약 215달러에서 연평균 3.7% 증가한 약 248달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 17.7%를 차지했다.

#### 낙농품

2023년 낙농품 소비액은 2019년 1인당 약 194달러에서 연평균 2.0% 증가한 약 209달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 14.9%를 차지했다.

#### 채소류

2023년 채소류 소비액은 2019년 1인당 약 146달러에서 연평균 5.7% 증가한 약 182달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.0%를 차지했다.

<튀르키예 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	1,183.0	1,063.0	1,115.0	1,242.0	1,406.0	100.0	13.2	4.4
베이커리 및 곡물류	214.7	192.1	202.3	212.9	248.2	17.7	16.6	3.7
낙농품	193.5	171.1	178.0	198.2	209.1	14.9	5.5	2.0
채소류	145.8	129.3	134.9	154.5	182.3	13.0	18.0	5.7
과일 및 견과류	121.8	108.3	113.3	126.3	146.6	10.4	16.1	4.7
육류	125.3	112.1	117.9	132.5	146.4	10.4	10.5	4.0
수산물	94.7	84.0	87.6	108.0	121.6	8.6	12.6	6.4
스낵류	91.7	85.3	90.3	98.3	110.0	7.8	11.9	4.6
편의식품	67.3	59.5	61.8	68.3	79.1	5.6	15.9	4.1
펫푸드	31.4	34.2	37.5	42.1	48.7	3.5	15.7	11.6
유지류	41.9	36.9	38.3	40.7	46.8	3.3	15.0	2.8
소스 및 향신료	26.3	23.3	24.4	27.0	30.9	2.2	14.4	4.0
스프레드 및 당류	20.9	17.9	18.0	19.3	22.0	1.6	13.8	1.3
영유아식품	7.3	9.0	10.6	13.5	14.2	1.0	4.8	17.9

\*출처: STATISTA(2024.07.)

### 1.3.2 1인당 식품 소비량

#### 개요

2023년 튀르키예의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 499kg에서 연평균 0.3% 감소한 약 492kg으로 집계되었다.

#### 채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 137kg에서 연평균 2.6% 증가한 약 151kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 30.7%를 차지했다.

#### 베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비량은 2019년 1인당 약 96kg에서 연평균 2.4% 감소한 약 87kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 17.7%를 차지했다.

#### 과일 및 견과류

2023년 과일 및 견과류 소비량은 2019년 1인당 약 78kg에서 연평균 0.8% 감소한 약 75kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 15.3%를 차지했다.

<튀르키예 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	498.6	481.5	476.0	478.0	492.0	100.0	2.9	-0.3
채소류	136.5	137.2	139.4	144.5	151.1	30.7	4.6	2.6
베이커리 및 곡물류	95.9	91.4	88.7	84.7	87.1	17.7	2.8	-2.4
과일 및 견과류	77.9	74.0	72.7	73.2	75.4	15.3	2.9	-0.8
낙농품	79.0	74.8	72.2	73.0	73.6	15.0	0.8	-1.7
육류	20.4	19.7	19.4	19.7	20.2	4.1	2.6	-0.2
펫푸드	17.6	17.1	18.2	18.4	18.8	3.8	2.2	1.7
스낵류	17.5	16.3	16.2	16.2	16.4	3.3	1.5	-1.5
편의식품	16.6	15.6	14.9	14.9	15.2	3.1	2.3	-2.2
스프레드 및 당류	10.6	10.0	9.6	9.1	9.2	1.9	0.5	-3.6
유지류	9.7	9.4	9.3	8.8	9.0	1.8	1.9	-1.9
소스 및 향신료	8.3	7.8	7.5	7.5	7.6	1.5	1.3	-2.1
수산물	8.1	7.7	7.4	7.3	7.6	1.5	4.1	-1.6
영유아식품	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	0.2	5.1	3.6

\*출처: STATISTA(2024.07.)

## 1.4 | 식품 시장전망

### 1.4.1 식품 시장전망

#### 개요

튀르키예 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 17.1% 성장하여, 2027년 2,267억 달러 규모에 달할 전망이다.

#### 베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2023년 이후 연평균 19.6% 성장하여, 2027년 436억 달러 규모에 달할 전망이다.

#### 채소류

채소류 시장규모는 2023년 이후 연평균 24.4% 성장하여, 2027년 374억 달러 규모에 달할 전망이다.

#### 낙농품

낙농품 시장규모는 2023년 이후 연평균 9.1% 성장하여, 2027년 254억 달러 규모에 달할 전망이다.

<튀르키예 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	120.6	142.3	168.0	198.3	226.7	100.0	14.3	17.1
베이커리 및 곡물류	21.3	26.0	31.3	37.5	43.6	19.2	16.4	19.6
채소류	15.6	20.0	25.2	31.7	37.4	16.5	18.1	24.4
낙농품	17.9	19.7	21.5	23.4	25.4	11.2	8.5	9.1
과일 및 견과류	12.6	14.7	17.5	20.9	23.9	10.6	14.5	17.5
육류	12.6	14.4	16.7	19.3	21.6	9.5	11.8	14.5
수산물	10.4	12.4	14.7	17.1	19.5	8.6	13.9	16.9
스낵류	9.4	10.7	12.0	13.5	15.1	6.7	11.8	12.5
편의식품	6.8	7.8	9.4	11.3	13.1	5.8	15.7	17.8
유지류	4.0	5.1	6.2	7.6	8.8	3.9	15.5	21.7
펫푸드	4.2	4.9	5.7	6.7	7.7	3.4	15.8	16.5
소스 및 향신료	2.7	3.1	3.7	4.5	5.1	2.3	15.0	18.0
스프레드 및 당류	1.9	2.3	2.7	3.3	3.8	1.7	13.9	18.8
영유아식품	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	0.7	5.9	7.6

\*출처: STATISTA(2024.07.)

## 1.5 | 식품 수출현황

### 1.5.1 수출국

#### 개요

2023년 튀르키예의 식품 수출액은 약 302억 6,589만 달러로 2022년 전년 대비 4.1% 증가했다. 최근 5년간 수출액은 2019년 약 191억 7,978만 달러에서 연평균 12.1% 증가했다.

#### 對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 0.4%로, 수출 상위 55위에 위치한다. 2023년 수출액은 전년 대비 7.6% 증가한 약 1억 951만 달러로 집계되었다. 한국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 11.7% 증가했다.

#### 주요 수출국

이라크로의 식품 수출 비중은 14.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 15.0% 감소한 약 44억 6,692만 달러로 집계되었다. 이라크로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 9.8% 증가했다.

독일로의 식품 수출 비중은 6.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 12.1% 증가한 약 19억 7,767만 달러로 집계되었다. 독일로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 8.2% 증가했다.

이 밖에도, 미국(6.0%), 러시아(5.4%), 이탈리아(3.8%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<튀르키예 수출국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	19,179,779	20,035,291	24,283,506	29,078,366	30,265,885	100.0	4.1	12.1
1 이라크	3,070,890	2,898,425	3,501,096	5,257,590	4,466,923	14.8	-15.0	9.8
2 독일	1,443,883	1,614,891	1,822,507	1,763,862	1,977,665	6.5	12.1	8.2
3 미국	928,649	1,082,209	1,432,700	1,900,766	1,820,865	6.0	-4.2	18.3
4 러시아	988,128	1,252,705	1,440,100	1,858,337	1,620,601	5.4	-12.8	13.2
5 이탈리아	888,514	744,732	978,211	778,911	1,157,917	3.8	48.7	6.8
6 시리아	783,514	641,788	1,002,014	1,047,301	912,052	3.0	-12.9	3.9
7 영국	557,371	601,907	620,893	640,814	745,574	2.5	16.3	7.5
8 이란	416,436	349,311	615,134	401,229	720,626	2.4	79.6	14.7
9 네덜란드	501,790	530,113	602,337	599,970	661,283	2.2	10.2	7.1
10 스페인	193,681	185,323	220,072	327,260	610,958	2.0	86.7	33.3
:								
55 한국	70,439	94,858	86,969	101,748	109,514	0.4	7.6	11.7

\*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

## 1.5.2 수출품목

### 개요

2023년 수출액 기준 밀가루, 해바라기씨유(기타), 헤이즐넛(탈각), 견과류·씨(기타), 설탕과자(기타) 순으로 큰 비중을 차지했다.

### 주요 수출품목

**밀가루** 수출 비중은 4.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 1.6% 감소한 약 14억 7,406만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 8.8% 증가했다.

**해바라기씨유(기타)** 수출 비중은 3.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 10.5% 감소한 약 10억 5,127만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 25.0% 증가했다.

**헤이즐넛(탈각)** 수출 비중은 3.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 2.7% 증가한 약 9억 9,533만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 5.5% 감소했다.

**견과류·씨(기타)** 수출 비중은 3.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 16.7% 증가한 약 9억 288만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 5.0% 증가했다.

**설탕과자(기타)** 수출 비중은 2.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 13.8% 증가한 약 8억 3,855만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 17.7% 증가했다.

이 밖에도, 조리하지 않은 기타 파스타(2.7%), 옥수수(기타)(2.3%), 조제식료품(2.2%) 등을 수출했다.

<튀르키예 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	19,179,779	20,035,291	24,283,506	29,078,366	30,265,885	100.0	4.1	12.1
1 밀가루	1,051,757	951,074	1,106,563	1,497,903	1,474,060	4.9	-1.6	8.8
2 해바라기씨유(기타)	429,986	638,243	731,706	1,174,897	1,051,269	3.5	-10.5	25.0
3 헤이즐넛(탈각)	1,245,470	1,111,326	1,292,921	969,301	995,330	3.3	2.7	-5.5
4 견과류·씨(기타)	743,270	798,376	906,677	773,559	902,883	3.0	16.7	5.0
5 설탕과자(기타)	437,104	447,990	585,437	736,590	838,545	2.8	13.8	17.7
6 조리하지 않은 기타 파스타	577,097	719,658	723,141	875,124	813,277	2.7	-7.1	9.0
7 옥수수	144,692	84,071	98,588	197,108	694,849	2.3	252.5	48.0
8 조제식료품	398,320	399,142	441,781	527,060	658,679	2.2	25.0	13.4
9 듀럼종 밀(기타)	10,522	17,447	37,923	30,846	606,872	2.0	1,867.4	175.6
10 빵 기타	393,809	386,924	446,516	522,523	579,899	1.9	11.0	10.2

\*주: HS CODE(1101.00, 1512.19, 0802.22, 2008.19, 1704.90, 1902.19, 1005.90, 2106.90, 1001.19, 1905.90)

\*\*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

## 1.6 | 식품 수입현황

### 1.6.1 수입국

#### 개요

2023년 튀르키예의 식품 수입액은 전년 대비 2.5% 감소한 약 259억 4,060만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 12.1% 증가했다.

#### 對한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 0.1%로, 수입 상위 86위에 위치한다. 2023년 수입액은 전년 대비 40.3% 증가한 약 2,030만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 23.3% 증가했다.

#### 주요 수입국

러시아에서의 식품 수입 비중은 20.2%로, 2023년 수입액은 전년 대비 4.8% 감소한 약 52억 3,389만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 19.0% 증가했다.

우크라이나에서의 식품 수입 비중은 11.9%로, 2023년 수입액은 전년 대비 10.1% 감소한 약 30억 8,626만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 19.6% 증가했다.

이 밖에도, 브라질(9.6%), 미국(6.9%), 말레이시아(3.8%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<튀르키예 수입국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	16,406,161	17,017,811	20,376,783	26,618,274	25,940,604	100.0	-2.5	12.1
1 러시아	2,609,444	3,163,860	4,326,385	5,499,704	5,233,894	20.2	-4.8	19.0
2 우크라이나	1,507,233	1,043,298	1,544,398	3,431,728	3,086,261	11.9	-10.1	19.6
3 브라질	1,267,459	1,783,059	1,997,550	2,829,745	2,483,012	9.6	-12.3	18.3
4 미국	1,294,296	1,297,084	1,462,002	2,117,133	1,784,065	6.9	-15.7	8.4
5 말레이시아	564,657	587,572	848,963	1,118,304	995,197	3.8	-11.0	15.2
6 독일	418,892	399,773	478,732	526,808	699,715	2.7	32.8	13.7
7 아르헨티나	467,613	522,376	511,535	857,310	694,150	2.7	-19.0	10.4
8 네덜란드	438,434	435,114	484,439	501,574	569,779	2.2	13.6	6.8
9 프랑스	275,927	267,400	343,341	421,061	520,840	2.0	23.7	17.2
10 캐나다	349,068	446,586	411,917	387,173	473,993	1.8	22.4	7.9
:								
86 한국	8,790	12,365	11,523	14,477	20,304	0.1	40.3	23.3

\*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

## 1.6.2 수입품목

### 개요

2023년 수입액 기준 **밀(기타)**, **해바라기씨유(조유)**, **대두(기타)**, **대두유 추출 유박**, **팜유(기타)** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

### 주요 수입품목

**밀(기타)** 수입 비중은 13.1%로, 2023년 수입액은 전년 대비 3.7% 증가한 약 34억 323만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 16.1% 증가했다.

**해바라기씨유(조유)** 수입 비중은 6.5%로, 2023년 수입액은 전년 대비 23.8% 감소한 약 16억 7,441만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 43.1% 증가했다.

**대두(기타)** 수입 비중은 6.3%로, 2023년 수입액은 전년 대비 19.7% 감소한 약 16억 4,622만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 12.4% 증가했다.

**대두유 추출 유박** 수입 비중은 3.1%로, 2023년 수입액은 전년 대비 1.7% 감소한 약 8억 60만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 16.7% 증가했다.

**팜유(기타)** 수입 비중은 3.1%로, 2023년 수입액은 전년 대비 33.9% 감소한 약 7억 9,725만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 17.7% 증가했다.

이 밖에도, **렌즈콩(2.4%)**, **옥수수(기타)(2.2%)**, **조제식료품(2.1%)** 등을 수입했다.

<튀르키예 수입품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	16,406,161	17,017,811	20,376,783	26,618,274	25,940,604	100.0	-2.5	12.1
1 밀(기타)	1,874,198	2,010,032	2,518,230	3,280,894	3,403,229	13.1	3.7	16.1
2 해바라기씨유(조유)	399,696	677,821	1,185,197	2,198,271	1,674,405	6.5	-23.8	43.1
3 대두(기타)	1,031,808	1,206,050	1,464,079	2,050,440	1,646,215	6.3	-19.7	12.4
4 대두유 추출 유박	431,742	417,463	431,721	814,283	800,597	3.1	-1.7	16.7
5 팜유(기타)	415,984	502,143	777,453	1,206,316	797,249	3.1	-33.9	17.7
6 렌즈콩	156,993	311,790	379,943	414,639	613,467	2.4	48.0	40.6
7 옥수수(기타)	825,058	455,747	645,481	1,137,746	558,150	2.2	-50.9	-9.3
8 조제식료품	424,135	495,749	555,845	490,164	552,995	2.1	12.8	6.9
9 참깨	287,752	296,806	284,816	291,828	486,095	1.9	66.6	14.0
10 해바라기씨	568,325	628,373	542,090	647,689	480,537	1.9	-25.8	-4.1

\*주: HS CODE(1001.99, 1512.11, 1201.90, 2304.00, 1511.90, 0713.40, 1005.90, 2106.90, 1207.40, 1206.00)

\*\*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

## 1.7 | 對튀르키예 한국산 수출현황

### 1.7.1 부문별 수출현황

#### 개요

2023년 한국산 식품의 對튀르키예 수출액은 약 3,719만 달러로 2019년 약 2,699만 달러에서 연평균 8.3% 증가했다.

#### 농산물

농산물 수출 비중은 83.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 10.7% 감소한 약 3,086만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 6.9%의 증가세를 보인다.

#### 수산물

수산물 수출 비중은 8.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 97.4% 증가한 약 332만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 25.3%의 증가세를 보인다.

#### 임산물

임산물 수출 비중은 6.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 22.8% 감소한 약 224만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 105.8%의 증가세를 보인다.

#### 축산물

축산물 수출 비중은 2.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 41.4% 감소한 약 78만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 19.4%의 감소세를 보인다.

<한국산 對튀르키예 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	26,989	30,919	54,364	40,473	37,194	100.0	-8.1	8.3
농산물	23,667	25,853	47,864	34,559	30,858	83.0	-10.7	6.9
수산물	1,343	1,528	3,516	1,680	3,316	8.9	97.4	25.3
임산물	125	313	621	2,901	2,239	6.0	-22.8	105.8
축산물	1,854	3,226	2,363	1,333	781	2.1	-41.4	-19.4

\*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

## 1.7.2 수출품목

### 개요

2023년 한국의 對튀르키예 주요 수출 품목은 수출액 기준 **조제식료품(기타), 인스턴트 커피, 건조김, 젤라틴, 홍삼액즙** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '건조김(84.8%↑)'과 '조미김(32.8%↑)' 등이 있다.

### 주요 수출품목

**조제식료품(기타)** 수출 비중은 15.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 27.2% 증가한 약 574만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 28.1% 증가했다.

**인스턴트 커피** 수출 비중은 4.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 8.0% 감소한 약 164만 달러로 2집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 21.1% 증가했다.

**건조김** 수출 비중은 2.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 127.6% 증가한 약 76만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 84.8% 증가했다.

**젤라틴** 수출 비중은 1.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 40.0% 감소한 약 68만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 7.2% 감소했다.

**홍삼액즙** 수출 비중은 1.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 888.1% 증가한 약 68만 달러로 집계되었다.

### <한국산 對튀르키예 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	26,989	30,919	54,364	40,473	37,194	100.0	-8.1	8.3
1 조제식료품(기타)	2,134	2,299	3,094	4,510	5,737	15.4	27.2	28.1
2 인스턴트 커피	761	1,971	1,625	1,779	1,636	4.4	-8.0	21.1
3 건조김	65	89	74	332	757	2.0	127.6	84.8
4 젤라틴	923	1,820	1,305	1,141	684	1.8	-40.0	-7.2
5 홍삼액즙	0	1	49	69	682	1.8	888.1	N/A
6 조미김	81	287	428	355	253	0.7	-28.7	32.8
7 식물성액즙과엑스(기타)	95	75	183	189	234	0.6	23.9	25.4
8 호두(탈각)	0	0	0	0	107	0.3	N/A	N/A
9 로커스터 콩 점질물	0	0	0	0	104	0.3	N/A	N/A
10 스피루리나(정제 외)	0	0	14	36	85	0.2	134.3	N/A

\*주: HS CODE(2106.90-9099, 2101.11-1000, 1212.21-1010, 3503.00-1010, 1302.19-1290, 2008.99-5010, 1302.19-9099, 0802.32-0000, 1302.32-0000, 2102.20-4090)

\*\*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

## 2

## 식품 유통현황

## 2.1 | 오프라인 유통현황

## 2.1.1 튀르키예 오프라인 유통채널 규모

## 개요

2023년 튀르키예의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 3,961억 7,600만 리라에서 연평균 44.5% 성장한 1조 7,270억 6,220만 리라로 집계되었다.

## 할인점

2023년 할인점의 규모는 2019년 786억 6,250만 리라에서 연평균 61.5% 성장한 5,347억 2,320만 리라로, 전체 오프라인 유통채널에서 31.0%를 차지했다.

## 슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 1,188억 9,590만 리라에서 연평균 43.0% 성장한 4,972억 5,750만 리라로, 전체 오프라인 유통채널에서 28.8%를 차지했다.

## 소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 1,380억 4,970만 리라에서 연평균 32.2% 성장한 4,215억 8,840만 리라로, 전체 오프라인 유통채널에서 24.4%를 차지했다.

&lt;튀르키예 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)&gt;

(단위: 백만 리라, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	396,176.0	489,618.6	573,300.9	1,015,898.4	1,727,062.2	100.0	70.0	44.5
할인점	78,662.5	114,471.0	147,084.1	299,093.5	534,723.2	31.0	78.8	61.5
슈퍼마켓	118,895.9	154,852.5	182,925.6	301,368.2	497,257.5	28.8	65.0	43.0
소규모 식료품점	138,049.7	151,578.6	164,917.5	267,166.3	421,588.4	24.4	57.8	32.2
전문판매점	42,849.0	47,048.0	51,188.0	93,162.2	181,666.2	10.5	95.0	43.5
편의점	8,074.9	10,501.0	14,524.4	32,104.8	53,484.5	3.1	66.6	60.4
하이퍼마켓	6,181.9	7,186.6	7,956.0	15,061.7	25,584.5	1.5	69.9	42.6
포코트리테일러	3,462.1	3,980.9	4,705.4	7,941.7	12,757.9	0.7	60.6	38.6

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

\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터)

## 2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

### 개요

2023년 튀르키예의 오프라인 유통채널 매장 수는 2019년 35만 220개에서 연평균 1.1% 감소한 33만 5,509개로 집계되었다.

### 소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점 매장 수는 2019년 19만 7,520개에서 연평균 3.1% 감소한 17만 4,103개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 51.9%를 차지했다.

### 전문판매점

2023년 전문판매점 매장 수는 2019년 10만 282개에서 연평균 2.1% 감소한 9만 2,028개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 27.4%를 차지했다.

### 할인점

2023년 할인점 매장 수는 2019년 2만 3,930개에서 연평균 10.8% 성장한 3만 6,040개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 10.7%를 차지했다.

<튀르키예 오프라인 식품 유통채널 매장수(2019~2023)>

(단위: 개, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	350,220	348,086	347,394	338,555	335,509	100.0	-0.9	-1.1
소규모 식료품점	197,520	193,438	189,702	178,214	174,103	51.9	-2.3	-3.1
전문판매점	100,282	98,210	96,314	94,291	92,028	27.4	-2.4	-2.1
할인점	23,930	26,861	30,212	33,671	36,040	10.7	7.0	10.8
슈퍼마켓	16,748	17,195	17,712	18,137	18,741	5.6	3.3	2.9
포코트리테일러	7,723	7,780	7,875	7,891	7,899	2.4	0.1	0.6
편의점	3,930	4,515	5,494	6,272	6,620	2.0	5.5	13.9
하이퍼마켓	87	87	85	79	78	0.0	-1.3	-2.7

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

\*\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터)

### 2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

#### ① Bim

BIM Birlesik Magazacilik AS의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 14.1%로 집계되었다.

#### ② A101

Turgut Aydin Holding의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 10.5%로 집계되었다.

#### ③ Sok

Yildiz Holding AS의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 6.0%로 집계되었다.

#### ④ M Migros

Migros Tic AS의 유통채널 브랜드로, 2전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 2.5%로 집계되었다.

#### ⑤ Carrefour

Carrefour SA의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 1.7%로 집계되었다.

<튀르키예 오프라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Bim	10.4	11.3	13.5	14.1	4.4	10.7
2 A101	8.3	9.1	10.1	10.5	4.0	8.2
3 Sok	4.4	5.0	5.6	6.0	7.1	10.9
4 M Migros	1.5	1.5	2.0	2.5	25.0	18.6
5 Carrefour	1.4	1.4	1.5	1.7	13.3	6.7
6 M-Jet	0.9	1.0	1.5	1.6	6.7	21.1
7 MM Migros	1.0	1.1	1.2	1.3	8.3	9.1
8 5 M	0.9	0.9	0.9	0.9	0.0	0.0
9 MMM Migros	0.7	0.7	0.9	0.8	-11.1	4.6
10 Seç Market	0.4	0.7	0.8	0.7	-12.5	20.5

\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터)

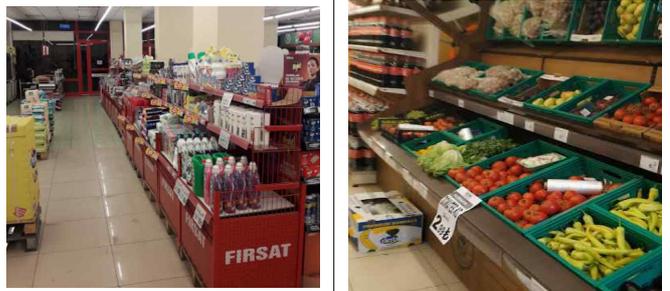
## 2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Bim	창립연도	1995년
	점유율	14.1%	브랜드 국적	튀르키예
	웹사이트	bim.com.tr	매장 수	9,978개
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BIM Birlesik Magazacilik AS 산하 슈퍼마켓 브랜드</li> <li>- 육류(3개) 및 유제품(8개) 등 자체브랜드(PB) 상품 보유</li> <li>- 이슬람교의 교리에 따라 돼지고기 관련 제품들을 취급하지 않음</li> <li>- 지역 농가와 협업하여 농산물을 판매</li> </ul>			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터), 튀르키예 Bim 홈페이지(bim.com.tr), 튀르키예 Bim 소셜미디어 계정

	브랜드명	A101	창립연도	2008년
	점유율	10.5%	브랜드 국적	튀르키예
	웹사이트	a101.com.tr	매장 수	12,306개
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Turgut Aydin Holding 산하 슈퍼마켓 브랜드</li> <li>- 취급 품목 수가 제한적이지만 가격이 저렴하다는 특징이 있음</li> <li>- 지역 농가와 협력하여 농산물 판매</li> <li>- 매주 식료품을 비롯한 할인 품목을 선정하는 카탈로그를 제공함</li> </ul>			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터), 튀르키예 a101 홈페이지(a101.com.tr), 튀르키예 A101 소셜미디어 계정

	브랜드명	Sok	창립연도	1995년
	점유율	6.0%	브랜드 국적	튀르키예
	웹사이트	sokmarket.com.tr	매장 수	9,435개
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Yildiz Holding AS 산하 슈퍼마켓 브랜드</li> <li>- 모바일 애플리케이션을 통한 Click&amp;Collect 서비스를 중점으로 식료품 판매</li> <li>- 유통업자를 거치지 않고 농가들과 직접적으로 협력하여 식료품을 공급함</li> <li>- 지리적 편의성을 선호하는 소비자들을 고려하여 도심 지역에 매장 수를 확장하고 UCG 편의점 브랜드를 인수하는 전략을 활용</li> </ul>			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터), 튀르키예 sok 홈페이지(sokmarket.com.tr), 튀르키예 Sok 소셜미디어 계정

	브랜드명	M Migros	창립연도	1954년
	점유율	2.5%	브랜드 국적	튀르키예
	웹사이트	migros.com.tr	매장 수	903개
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Migros Tic AS 산하 슈퍼마켓 브랜드</li> <li>- 다양한 품목을 저렴한 가격으로 판매하며 배송 서비스를 제공하는 식료품 브랜드</li> <li>- 오프라인 고객을 받지 않고 배송 서비스만 제공하는 다크 스토어(Dark Store) 운영</li> <li>- 코로나19 기간 동안 매장 내 키오스크 설치, 온라인 쇼핑물 강화 등 디지털화 속행</li> </ul>			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터), 튀르키예 M Migros 홈페이지(migros.com.tr), 튀르키예 Migros 소셜미디어 계정

	브랜드명	Carrefour	창립연도	1958년
	점유율	1.7%	브랜드 국적	프랑스
	웹사이트	carrefoursa.com	매장 수	439개
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carrefour SA 산하 슈퍼마켓·하이퍼마켓 브랜드</li> <li>- 소비자의 지속적인 구매를 유도하기 위해 매장 확장 전략보다는 최적화 전략 수행</li> <li>- 매장 내 팝업스토어를 설치하거나 카페 및 레스토랑 등을 유치하여 소매점 이상의 서비스를 제공</li> </ul>			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터), 튀르키예 carrefour 홈페이지(carrefoursa.com), 튀르키예 Carrefour 소셜미디어 계정

## ■ 2.2 | 온라인 유통현황

### 2.2.1 온라인 유통채널 규모

#### 개요

2023년 튀르키예의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 119.4% 증가한 755억 7,020만 리라로, 2019년 이후 연평균 99.3%의 증가세를 보인다.

<튀르키예 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 리라, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
4,790.8	7,100.7	14,266.4	34,447.9	75,570.2	119.4	99.3

\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터)

## 2.2.2 온라인 유통채널 브랜드 점유율

### ① Trendyol Marketplace

Alibaba Group Holding Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 42.5%로 집계되었다.

### ② Hepsiburada

D-Market Elektronik Hizmetler Tic AS의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 11.5%로 집계되었다.

### ③ n11.com Marketplace

Dogus Grubu의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 8.1%로 집계되었다.

### ④ Hepsiburada Marketplace

D-Market Elektronik Hizmetler Tic AS의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 5.5%로 집계되었다.

### ⑤ Trendyol

Alibaba Group Holding Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 5.1%로 집계되었다

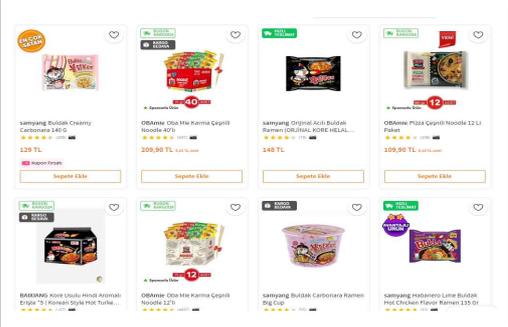
<튀르키예 온라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

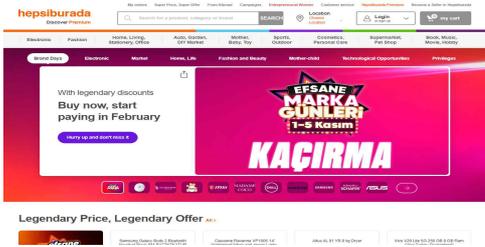
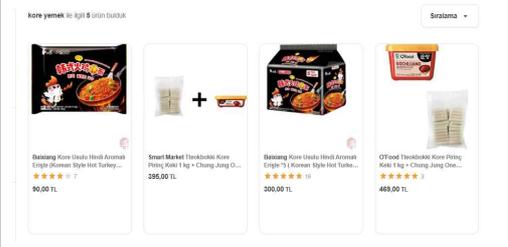
구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Trendyol Marketplace	34.9	37.5	40.5	42.5	4.9	6.8
2 Hepsiburada	10.1	11.4	11.8	11.5	-2.5	4.4
3 n11.com Marketplace	7.7	8.5	7.7	8.1	5.2	1.7
4 Hepsiburada Marketplace	7.0	5.4	5.2	5.5	5.8	-7.7
5 Trendyol	5.1	5.5	5.3	5.1	-3.8	0.0
6 Migros	2.5	3.1	4.4	4.4	0.0	20.7
7 eBay Marketplace	5.3	4.3	3.6	3.8	5.6	-10.5
8 Boyner	0.5	0.8	0.7	1.1	57.1	30.1
9 Amazon Marketplace	0.4	0.6	0.9	1.0	11.1	35.7
10 CicekSepeti	1.3	1.2	1.0	0.9	-10.0	-11.5

\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터)

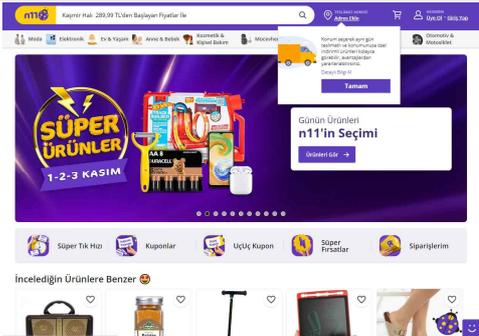
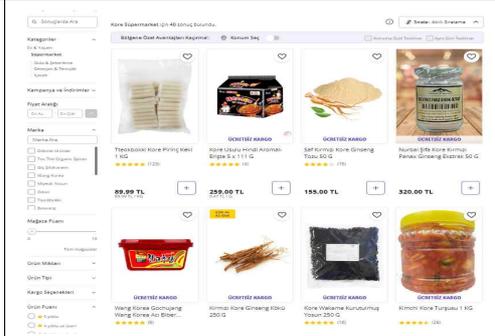
### 2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	trendyol	운영업체	Alibaba Group Holding Ltd
	점유율	42.5%	웹사이트	trendyol.com
사진	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 알리바바 그룹의 글로벌 전자상거래 B2C 플랫폼</li> <li>- 식료품을 비롯한 생활용품 전반을 판매하고 있는 오픈마켓</li> <li>- 신선식품을 제외한 식료품을 판매하며 한국 음식은 불닭볶음면 등이 판매 상위 품목으로 확인</li> </ul>			
			<p>사이트 화면</p> <p>무인 배송 로봇과 드론</p>	

\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터), 튀르키예 trendyol 홈페이지(trendyol.com), 튀르키예 Trendyol 소셜미디어

	사이트명	hepsiburada	운영업체	D-Market Elektronik Hizmetler Tic AS
	점유율	11.5%	웹사이트	hepsiburada.com
사진	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 튀르키예의 전자상거래 B2C 플랫폼</li> <li>- 첫 주문 고객 할인, 일정량 주문 시 배송비 무료 등의 프로모션을 제공</li> <li>- 한국 식료품의 경우 고추장과 떡 제품이 인기가 높음</li> <li>- 평일에 주문된 제품에 대해서는 익일 배송 서비스를 제공함</li> </ul>			
			<p>사이트 화면</p> <p>상위 카테고리의 건조 떡과 고추장</p>	

\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터), 튀르키예 hepsiburada 홈페이지(hepsiburada.com), 튀르키예 Hepsiburada 소셜미디어 계정

	사이트명 n11	운영업체 Dogus Grubu
	점유율 8.1%	웹사이트 n11.com
<ul style="list-style-type: none"> <li>- SK플래닛과 도우쉬 그룹의 튀르키예 B2C 전자상거래 플랫폼</li> <li>- 한국 식품의 경우 건조 인삼, 고추장, 조미김, 건조 떡 등의 식료품을 판매함</li> <li>- 건조 견과류, 과일청 및 시리얼 등의 가공식료품을 주로 판매함</li> <li>- 저렴한 제품을 선호하는 특성이 있어 단가가 비싼 한국 식료품의 입점이 드뭄</li> </ul>		
사진	 <p style="text-align: center;">사이트 화면</p>	 <p style="text-align: center;">판매 중인 떡, 인삼 그리고 고추장</p>

\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터), 튀르키예 N11 홈페이지(n11.com), 튀르키예 N11 소셜미디어 계정

## ■ 2.3 | 유통채널 전망

### 2.3.1 오프라인 유통채널 전망

#### 개요

튀르키예의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 1조 7,270억 6,220만 리라에서 연평균 3.4% 성장하여 2027년 1조 9,740억 9,650만 리라에 이를 것으로 전망된다.

#### 할인점

할인점의 규모는 2023년 5,347억 2,320만 리라에서 연평균 7.4% 성장하여 2027년 7,102억 6,250만 리라에 이를 것으로 전망된다.

#### 슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 4,972억 5,750만 리라에서 연평균 2.6% 성장하여 2027년 5,513억 6,270만 리라에 이를 것으로 전망된다.

#### 소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 4,215억 8,840만 리라에서 연평균 0.5% 감소하여 2027년 4,137억 9,940만 리라에 이를 것으로 전망된다.

<튀르키예 오프라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 리라, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	1,727,062.2	1,811,809.1	1,866,508.2	1,919,085.3	1,974,096.5	100.0	2.9	3.4
할인점	534,723.2	591,496.1	630,422.7	669,046.2	710,262.5	36.0	6.2	7.4
슈퍼마켓	497,257.5	513,044.4	525,894.7	538,530.6	551,362.7	27.9	2.4	2.6
소규모 식료품점	421,588.4	422,178.6	419,778.9	416,890.2	413,799.4	21.0	-0.7	-0.5
전문판매점	181,666.2	189,003.3	190,083.3	190,061.4	189,941.6	9.6	-0.1	1.1
편의점	53,484.5	56,586.3	59,831.0	63,063.3	66,197.1	3.4	5.0	5.5
하이퍼마켓	25,584.5	26,316.4	26,829.7	27,336.2	27,865.4	1.4	1.9	2.2
포코트리테일러	12,757.9	13,183.9	13,668.0	14,157.4	14,667.9	0.7	3.6	3.5

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

\*\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터)

## 2.3.2 온라인 유통채널 전망

### 개요

튀르키예의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 16.3% 성장하여, 2027년 1,383억 8,780만 리라에 이를 것으로 전망된다.

#### <튀르키예 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 리라, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
75,570.2	92,011.6	106,910.6	121,803.1	138,387.8	13.6	16.3

\*출처: 「Retail in Turkey(2024.03.)」(유로모니터)

# 3

## 수출품목 및 소비트렌드

### 3.1 | 수출품목

#### 3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

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

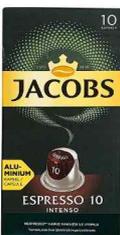
### 3.1.2 한국산 수출품목

#### ① 커피(수출상위 품목)

튀르키예에서는 체즈베(Cezve, 손잡이가 긴 작은 냄비)에 간 원두를 따뜻하게 끓여 먹는 '튀르키예 커피'가 전통문화의 일부로 자리잡고 있어 커피는 일상적으로 소비되는 품목이다. 글로벌 시장조사기관 스태티스타에 따르면 튀르키예 커피 시장 규모는 2023년 9억 8,000달러로 2019년 이후 연평균 8% 성장했다.

최근 튀르키예의 젊은 세대를 중심으로 서양식 커피문화가 정착하면서 에스프레소 기반의 아메리카노나 카페라테 등의 소비가 많아지고 있으며, 해외의 인스턴트 커피 브랜드에도 관심을 보이고 있다. 이에 튀르키예에서 한국산 인스턴트 커피에 대한 인지도도 높아지는 추세로, 한국 인스턴트 커피의 對튀르키예 수출액은 2023년 약 164만 달러로 2019년 이후 연평균 21.1% 증가하는 추세를 보인다.

2024년 기준 튀르키예 커피 시장은 인스턴트 커피(56.2%)와 커피원두(38.3%)로 양분되며, 캡슐커피 시장 비중은 5.5% 수준으로 나타난다. 최근 집에서 커피머신을 사용해 커피를 내려 마시는 수요가 증가하며 커피원두(분쇄 및 홀빈) 시장규모가 성장하는 추세이며, 커피 원두 수요 증가에 따라 튀르키예 커피 기업에서는 라이트 로스트, 다크 로스트와 같이 세분화된 맛의 제품을 출시하고 있다. 또한 최근 글로벌 카페 브랜드의 튀르키예 진출로 에스프레소 음료나 콜드브루 등 음료 형태를 띠는 커피 제품에 관심이 증가하는 추세이다. 이에 튀르키예 커피 브랜드 The Goat Coffee Brand에서는 간편하게 마실 수 있는 RTD(Ready-to-Drink) 콜드브루 커피 음료를 출시했다.

		
튀르키예식 커피 원두	Jacobs 캡슐커피	The Goat Coffee Brand 콜드브루 커피

\*출처: Carrefour, 해당 제품 브랜드 홈페이지

#### ▶ 출처

2024.10.01. 해외시장동향, [튀르키예] Z세대를 중심으로 커피 소비 증가세, 한국농수산물유통공사 Coffee in Turkey, Euromonitor

Türkiye'de kahve pazarı 3 milyar TL'ye ulaştı, Para

Bir Yabancı Gözüyle Türkiye Kahve Pazarı..., Kahve Dergisi

## ② 음료(수출상위 품목)

튀르키예에서 차 음료, 에너지 음료 등 새롭고 다양한 음료 제품이 주목받으며 음료 소비가 증가하고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯이스타에 따르면 튀르키예 음료 시장규모는 2023년 25억 6,000만 달러로 2019년 이후 연평균 8.8% 성장했다. 튀르키예의 젊은 소비자를 중심으로 한국 식품의 인기가 증가함에 따라 한국산 음료의 對튀르키예 수출액은 2023년 1만 5,400달러로 전년 대비 93.8% 성장했다.

또한 최근 건강에 대한 튀르키예 소비자의 인식이 높아지며 건강에 도움이 되는 음료나 기능이 추가된 음료의 수요가 증가하고 있다. 이에 튀르키예 음료 시장에서는 허브가 첨가된 탄산음료, 프로바이오틱스 성분이 첨가된 음료, 발효 음료인 콤부차와 케피어 등 다양한 건강 기능성 음료가 출시되고 있다. 또한 설탕 함유량을 줄인 저당, 무설탕 음료 또한 건강을 고려하는 소비자 사이에서 인기를 얻고 있다.

이에 튀르키예 음료 브랜드 PIN Drinks에서는 차를 베이스로 한 제로 칼로리 음료를 출시했는데, 해당 제품은 설탕을 함유하지 않았을 뿐만 아니라 방부제나 색소 등 첨가물을 사용하지 않은 것이 특징이다. 또 다른 현지 음료 브랜드 Fropie에서는 차를 발효해 프로바이오틱스 기능을 추가한 콤부차를 출시했다.

		
Fropie 프로바이오틱스 콤부차	무설탕 레몬 음료	PIN Drinks 무설탕, 제로칼로리 차 음료

\*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지, Amazon

### ▶ 출처

2022 ve Sonrası Yiyecek, İçecek Trendleri: Neler Popüler Olacak?, Lezzet

Yeni nesil içecek markası, şekersiz serinlik için yenilikçi ürünlerini tanıttı, Halk

Non-Alcoholic Drinks – Turkey, STATISTA

2024.09.12. 보도자료, K-푸드, 형제의 나라 '이스탄불 식품박람회' 휩쓸다!, 한국농수산물유통공사

### ③ 홍삼(수출상위 품목)

튀르키예에서 홍삼은 면역력 강화, 뇌 건강 개선, 세포 재생 효능을 지닌 건강한 식품으로 인식되고 있다. 또한 젊은 소비자를 중심으로 건강에 대한 인식이 변화하며 면역력을 증진하고 건강에 유익한 식품을 선호하는 현상이 이어지고 있다.

현지 언론매체의 보도에 따르면 튀르키예의 약재 판매점 SeFa 운영자에 따르면 튀르키예에서 한국산 홍삼은 품질이 높은 것으로 알려져 선호되고 있으며, 주로 한국산 홍삼이 소비되고 있는 것으로 나타났다. 2023년 기준 튀르키예의 홍삼(홍삼 조제품, 추출물, 가루, 차 포함) 수입액은 2만 3,000달러로 집계되었으며, 이 중 한국산의 수입규모가 1만 1,000달러로 절반가량을 차지하는 것으로 나타났다. 튀르키예에서 한국산 홍삼에 대한 높은 선호로 2023년 한국산 홍삼 제품의 對튀르키예 수출액은 전년 대비 888.1% 증가한 68만 달러로 집계되었다.

튀르키예 건강식품 브랜드 Talya는 한국산 홍삼을 사용한 홍삼 음료 한국 홍삼 콤플렉스 샷(Korean Red Ginseng Complex Shot)을 출시했다. 또 다른 현지 건강식품 브랜드 BEEO는 석류, 프로폴리스, 홍삼을 사용한 건강 음료를 출시했다.

튀르키예에서 홍삼은 캡슐, 분말, 페이스트, 절편, 음료 등 다양한 형태로 판매되고 있다. 특히 높은 가격이 부담스럽기에 원물로 홍삼을 구매하기 보다는 분말, 페이스트, 음료 등 가공된 홍삼 제품의 선호도가 높다.

		
한국산 홍삼	Talya의 한국산 홍삼을 사용한 음료	BEEO 홍삼 석류 음료

\*출처: Amazon, Trendyol, BEEO

#### ▶ 출처

Doğal afrodizyak olarak bilinen kırmızı ginseng bitkisinin fiyatı altınla yarışıyor, Bolu Gundem  
Ginseng Nedir, Ne İşe Yarar, Nasıl Kullanılır? Ginsengin Bilinmeyen Faydaları ve Zararları, Mahmure

## 3.2 | 소비트렌드

### ① 경기침체로 소비자 구매 능력 감소

튀르키예 통계청(TUIK)에 따르면 2024년 4월 튀르키예의 인플레이션율이 69.8%로 급증해 2022년 이후 가장 높은 수치를 달했다. 식품 및 음료의 가격이 전년 대비 68.5% 증가했고 외식비용이 전년 대비 약 95% 증가한 것으로 나타났다.

급등한 외식 물가로 외식을 기피하는 튀르키예 소비자가 증가하고 있다. 튀르키예 SNS에서 외식 물가가 과도하게 높다는 의견이 확산되면서 외식업계 보이콧 운동까지 발생하였으며, 이에 외식 대신 집에서 직접 요리하는 소비자가 증가하고 있다.

높은 인플레이션으로 비교적 저렴한 가격의 소포장 식품의 수요가 높아지고 있다. 특히 치즈의 경우 소비자들이 대용량 제품 대신 200g 내외의 소용량 제품을 선호하고 있다. 이러한 소비트렌드에 맞춰 현지 소매 유통 기업 까르푸(Carrefour) 튀르키예는 225g의 소포장 치즈 제품을 출시했다.

또한 상대적으로 저렴하고 합리적인 품질을 제공하는 자체 브랜드 상품에 대한 관심이 높아지고 있다. 튀르키예 소매 유통 기업 BIM는 Emin, Dost, Aknaz 등 다수의 자체 브랜드를 출시해 육가공품, 유제품, 스낵 등 다양한 식품을 판매하고 있다.



#### ▶ 출처

Fahiş yemek fiyatları boykot kararı getirdi: Hafta sonu restoranlara gitmeme çağrısı, Artigercek 'I'm a cook, cleaner, nurse, driver, tutor, caterer, shoemaker', Al Jazeera Enflasyondan bunalan tüketiciler bütçelerini gramajla kontrol ediyor, Dünya 터키 인플레이션, 69.8%로 2022년 말 이후 최고치 기록, Investing.com

## ② 스낵 소비 확대

튀르키예에서는 스낵이 간식뿐만 아니라 식사를 대체하는 식품으로 자리매김하고 있다. 글로벌 시장조사기관 Ipsos의 조사 결과, 2023년 튀르키예 소비자의 13%가 스낵을 식사로 섭취하는 것으로 나타났다. 글로벌 시장조사기관 스탯이스타에 따르면 튀르키예의 스낵 시장규모는 2023년 30억 3,000만 달러로 2019년 이후 연평균 4% 성장했다.

건강을 중시하는 소비트렌드 확산으로 튀르키예 스낵 시장에서 유기농, 무첨가 스낵의 인기가 증가하고 있다. 글로벌 시장조사기관 Twentify Research에서 튀르키예 소비자를 대상으로 실시한 설문조사 결과에 따르면, 튀르키예 소비자의 66%가 건강 스낵을 일상생활에서 즐기는 것으로 나타났다. 이러한 트렌드는 특히 건강을 중시하는 밀레니얼 세대를 중심으로 뚜렷하게 나타나고 있으며 이들은 견과류, 건강 스낵 등 높은 영양가와 포만감을 제공하는 간식을 선호하고 있다.

이러한 트렌드에 발맞춰 튀르키예 스낵 브랜드 Humm Organic은 어른과 아이 모두 안심하고 섭취할 수 있는 유기농 스낵 제품을 출시했다. 식물성 재료를 사용하고 인공 첨가물을 사용하지 않은 Humm Organic의 다양한 쿠키와 스낵바는 건강을 중시하는 소비자들에게 큰 인기를 얻고 있다. 실제로 Humm Organic은 자사 매출이 지난 3년간 3배나 성장했다고 밝혔다. Humm Organic은 앞으로도 건강하고 영양가 있는 스낵 제품을 개발해 튀르키예 소비자에게 제공할 계획이다.



Humm Organics의 건강 스낵 제품

### ▶ 출처

Ezber Bozan Bir Yılın Ardından Tüketici İçgörülerini, Ipsos

Milenyum Kuşağı Atıştırmalık Tüketmeyi Seviyor, Ufresh

Vegan ürün pazarı 2025'te 22 milyar dolar büyüklüğe ulaşacak, Ekonomim

### ③ 튀르키예의 친환경 식료품점 '제로마켓'

글로벌 매체 Equal Times에 따르면 2021년 튀르키예는 국내에서 발생한 390만 톤의 플라스틱 폐기물에 더해 68만 톤 이상의 플라스틱 폐기물을 수입한 것으로 나타났다. 대부분의 플라스틱 폐기물이 매립되면서 튀르키예 해안은 지중해에서 미세 플라스틱 오염이 가장 심각한 지역 중 하나가 되었고, 플라스틱 사용으로 인한 환경 오염 문제가 심각하게 대두되고 있다. 이에 따라 식품업계에서 플라스틱 포장재 사용을 줄이기 위한 노력이 지속되고 있다.

튀르키예 농업신용협동조합(Tarım Kredi Kooperatifleri)에서는 플라스틱 포장재를 사용하지 않는 제로마켓(Sıfır Marketi)을 운영하고 있다. 제로마켓을 방문한 소비자들은 다회용기를 사용해 식료품부터 생활용품까지 다양한 제품을 최대 20% 할인된 가격으로 구매할 수 있다. 해당 매장은 입구에서부터 다양한 홍보물을 비치하여 플라스틱 폐기물 문제의 심각성을 알리고 있으며, 방문객이 공병 수거 자판기를 통해 편리하게 공병을 반납하고 추가 할인을 받을 수 있는 시스템을 갖추었다. 또한 문자 영수증 발행과 전자 가격표 도입으로 종이와 잉크 낭비를 줄여 친환경적인 쇼핑 경험을 제공하고 있다. 제로마켓은 이스탄불, 코냐, 이즈미르 등 튀르키예의 다양한 지역에서 10개 매장으로 영업을 확대할 계획이다.



튀르키예 제로마켓

#### ▶ 출처

Tarım Kredi'den "Sıfır Market"le atıksız alışveriş imkanı, AA

Sıfır atık market hizmete girdi! Emine Erdoğan ziyaretinde kese kağıdı ile alışveriş yaptı, Tv100

"Tek kullanımlık plastik ürünlerin tüketiminin sonlandırılması" çağrısı, AA

Tek kullanımlık plastik ambalaj sektörü yeşil dönüşüme odaklandı, AA

Turkey: Europe's rubbish dump, Equal Times

#### ④ 식물성 식단의 대중화

최근 튀르키예에서 채식에 대한 관심이 크게 증가하고 있다. 비건 식품 및 서비스 인증 기관 V-Label의 자료에 따르면 튀르키예 소비자의 28%는 플렉시테리언(Flexitarian)이며, 20%는 채식주의자(Vegetarian), 3%는 완전 채식주의자(Vegan)로 자신을 정의하고 있는 것으로 나타났다.

튀르키예에서는 건강, 환경보호, 동물복지, 지속가능성을 위해 채식을 실천하는 소비자가 늘고 있다. 영국 시장조사기관 FMCG Gurus의 조사 결과 튀르키예 소비자의 21%가 채식을 실천하고 있으며, 특히 25세에서 34세 사이의 젊은 세대에서 채식 인구가 증가하고 있다. 유제품의 높은 당 함량을 우려하는 소비자가 증가해 식물성 유제품의 선호도가 특히 높으며 그 외 대체육류의 소비도 이루어지고 있다.

식물성 식품의 수요가 확대되며 현지 식품 시장에서도 식물성 제품의 출시가 이어지고 있다. 튀르키예 식품 기업 Pinar는 아몬드를 사용한 대체 유제품을 출시했으며, 튀르키예 시장에 진출한 미국 식물성 유제품 브랜드 Fomilk는 무설탕 두유를 출시했다. 튀르키예 가공육 브랜드 Elmasoğlu는 대체육을 활용한 즉석식품 라비올리를 출시했다.



#### ▶ 출처

2024 yılında bitki bazlı beslenme trendi öne çıkıyor, gastronomiturkey

Bitkisel beslenme ve vegan ürün tüketimi Türkiye ve Avrupa'da yükselişte, Food&Ingredients

Türk toplumunun beslenme alışkanlıkları nasıl şekilleniyor?, Marketing Türkiye

Bitki bazlı beslenme artıyor, Milliyet

### ⑤ 튀르키예 식품업계, 푸드테크 도입

튀르키예 식품 기업들은 소비자가 더 빠르고, 편하고, 차별화된 서비스와 제품을 이용할 수 있도록 다양한 푸드테크 기술을 도입하고 있다. 튀르키예의 대표적인 음식 배달 플랫폼 Yemeksepeti는 인공지능 ChatGPT를 활용하여 1만 7,000개 이상의 제품에 소비자를 위한 안내문 및 설명을 제공함으로써 효율을 높였다.

또한 Yemeksepeti는 자율주행 배송 로봇 YEBO를 통해 쇼핑몰과 대학 캠퍼스 등에서 더욱 스마트한 배송 서비스를 제공하고 있다. YEBO는 첨단 센서와 카메라를 탑재하여 주변 환경을 정확하게 인식하고 안전하게 이동하며, 소비자에게 실시간으로 위치 정보를 제공한다. Yemeksepeti는 소비자에게 혁신적인 배송 경험을 제공하기 위해 항공, 해상 배달 서비스의 개발을 진행하고 있는 것으로 나타났다.

튀르키예 시장에 진출한 글로벌 패스트푸드 프랜차이즈 맥도날드는 인공지능 ChatGPT를 활용해 만든 음료 메뉴 The Recipes from my ImaginAlon을 출시했다. 맥도날드는 ChatGPT가 고안한 유니콘 스무디, 레몬 칠러 스무디 레시피를 상품화해 한정 기간동안 이스탄불의 맥도날드 지점에서 판매했다. 인공지능이 개발한 색다른 음료를 제공해 젊은 소비자의 호기심과 수요를 충족시키고 있다.



#### ▶ 출처

Yemeksepeti'nden ChatGPT Destekli Menü Devrimi, Yemeksepeti  
Online Food Delivery – Turkey, STATISTA

Yemeksepeti'nin Yemek Teslimat Robotu YEBO, Akasya'da Hizmete Başladı, Yemeksepeti

Yemeksepeti's delivery robot YEBO is now on the ITU Ayazağa Campus!, Yemeksepeti

McDonald's Turkey creates smoothie menu using AI, QSR Web

# 4

## 수출절차

### 4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 튀르키예의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 <b>관련 요건을 사전에 파악</b>	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 <b>전자적으로 세관에 제반서류 제출</b> · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, <b>수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료</b>	국내 수출업체
사전통지	· 동물성 식품과 식물성 식품을 수입할 때, <b>유관기관에 이를 사전에 통지해야 함</b> - ①동물성 식품: 최소 도착 1일 전, 동물국경검사소에 통지 - ②식물성 식품: 도착 20일~3일 전, 지방농업이사회(PAFD)에 통지	튀르키예 수입업체
적하목록 제출	· 운송수단별 제출기한을 준수하여 적하목록 제출 · 제출정보: ①운송업체 및 수하인의 이름과 주소 ②컨테이너 번호 ③화물의 순중량 ④포장 수량 및 유형 ⑤4자리 HS코드 ⑥상품 명세서 등	튀르키예 운송업체
수입신고	· 세관에 수입신고서를 비롯한 제반서류 제출 · 제출서류: ①상업송장 ②선하증권 ③수입허가증(필요 시) ④원산지증명서 ⑤식물위생증명서 등 적합성 인증 서류 등 · 운송수단별로 <b>제출기한이 상이함</b> 에 유의	튀르키예 수입업체
수입검사	· 수입식품의 <b>위험도에 따라 ①녹색 ②청색 ③황색 ④적색</b> 라인으로 통관채널 구분 - ①녹색라인: 저위험품목, 세관신고서 제출만으로 통관 완료 - ②청색라인: 대형기업 또는 AEO 대상업체에 대한 검사로, 주로 수입신고 수리 후 검사가 이루어짐 - ③황색라인: 중위험품목, 서류검사 진행 - ④적색라인: 고위험품목, 물품검사 및 서류검사 모두 진행	튀르키예 수입업체
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 후 물품 반출 가능	튀르키예 수입업체

## 4.2 | 통관 및 검역제도

### ① 국내 수출 통관 절차

#### ▶ 수출 전 준비사항

<b>품목별 수입요건 파악</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 수출 품목에 대한 튀르키예의 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요</li> <li>· 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함</li> </ul>
<b>원산지 증명서 발급</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 튀르키예 수출 시 한-튀르키예 FTA를 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요</li> <li>· FTA 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수</li> <li>· FTA 활용 시 대한상공회의소 및 세관을 통해 발급받을 수 있으며, 기관 또는 자율 발급할 수 있음</li> </ul>

#### ▶ 국내 수출통관 절차

<b>수출신고</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 수출업체는 <b>상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수</b></li> <li>· 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음</li> <li>· 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행</li> </ul> <p style="text-align: center;">&lt;수출신고 수리 유형&gt;</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함</li> <li>· 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함</li> </ul>	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
<b>수출검역</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 튀르키예와의 합의된 요건이 있거나 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요</li> <li>· 튀르키예로 △곡류 △신선·건조 과일 △등채소 수출 시 농림축산검역본부에 수출 검역을 신청해야 함</li> <li>· 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함</li> </ul> <p style="text-align: center;">&lt;수출검역 신청 시 제출 서류&gt;</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;">식물검역</td> <td>           ①수출식물검사신청서            ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우)            ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우)            ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)         </td> </tr> </table>	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)				
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						

	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;">축산물검역</td> <td>                     ①수출 검사신청서                      ②선적관련 서류                      ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)                 </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 수출검역은 수출 상대국의 검역요건 적합 여부를 검사함</li> <li>· 수출식물검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출축산물검역의 경우 검역시행장으로 지정된 장소에서 진행됨</li> <li>· 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음</li> </ul>	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
<p><b>운송수단 선적</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요</li> <li>· 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함</li> </ul>		

**②튀르키예 수입제도 및 통관·검역 절차**

▶ 튀르키예 수입통관·검역 절차

<p><b>수입 사전통지</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 식물성 식품을 수입하는 튀르키예 수입업체는 지방농업이사회(PAFD)에 수입 사실을 사전통지 필요                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· '식품안전정보 시스템'을 통해 선적신고서를 지방농업이사회에 통보하고, 상품 도착일로부터 최소 3일에서 최대 20일 이전에 상품과 관련된 증명서를 제출해야 함</li> <li>· 제품 유형에 따라 승인된 관리 증명서(해당 상품에 필요한 경우), 원본 송장, 원산지 증명서, 성분목록, 식물위생증명서, 자유판매증명서, 그리고 선하증권과 같은 기타 수입 서류를 제시해야 함</li> </ul> </li> <li>● 동물성 식품을 수입하는 튀르키예 수입업체는 동물국경검사소(VBIP, Veterinary Border Inspection Post)에 수입 사실을 사전통지 필요                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 튀르키예 수입업체는 최소 하루 전 동물국경검사소 및 통관 게이트에 사전통지와 함께 '수의 출입 서류(VED, Veterinary Entrance Document)'를 제출해야 함</li> <li>· 동물성 제품의 증명서는 터키 수입 규정에 따라 선적 2일 전에 수출국 공식 수의사의 검증을 받아야 함</li> </ul> </li> </ul>												
<p><b>적하목록 제출</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 튀르키예 운송업체는 운송수단별 기한을 준수하여 적하목록 제출 필요                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 적하목록 제출 시 ▲운송업체의 이름과 주소 ▲수하인의 이름과 주소 ▲컨테이너 번호 ▲화물 순증량 ▲포장 수량 ▲포장 유형 ▲HS코드(4자리) ▲상품 명세서 등</li> </ul> </li> </ul> <p style="text-align: center;">&lt;튀르키예 운송수단별 적하목록 제출기한&gt;</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>· 컨테이너 해상운송</td> <td>선적 24시간 전</td> </tr> <tr> <td>· 벌크 해상운송</td> <td>도착 4시간 전</td> </tr> <tr> <td>· 4시간 미만 항공운송</td> <td>실제 이륙 시간까지</td> </tr> <tr> <td>· 4시간 이상 항공운송</td> <td>튀르키예 관세 영역의 첫 공항 도착 최소 4시간 전</td> </tr> <tr> <td>· 철도 운송</td> <td>도착 2시간 전</td> </tr> <tr> <td>· 도로 운송</td> <td>도착 1시간 전(불가능한 경우 도착 후 1시간 이내)</td> </tr> </table>	· 컨테이너 해상운송	선적 24시간 전	· 벌크 해상운송	도착 4시간 전	· 4시간 미만 항공운송	실제 이륙 시간까지	· 4시간 이상 항공운송	튀르키예 관세 영역의 첫 공항 도착 최소 4시간 전	· 철도 운송	도착 2시간 전	· 도로 운송	도착 1시간 전(불가능한 경우 도착 후 1시간 이내)
· 컨테이너 해상운송	선적 24시간 전												
· 벌크 해상운송	도착 4시간 전												
· 4시간 미만 항공운송	실제 이륙 시간까지												
· 4시간 이상 항공운송	튀르키예 관세 영역의 첫 공항 도착 최소 4시간 전												
· 철도 운송	도착 2시간 전												
· 도로 운송	도착 1시간 전(불가능한 경우 도착 후 1시간 이내)												
<p><b>수입신고</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 튀르키예 수입업체는 물품 도착 후 수입신고 진행                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 도로·철로·항공운송으로 수입된 경우 물품 도착 후 20일 이내, 해상운송으로 수입된 물품은 도착 후 45일 이내에 세관에 수입신고서 및 기타 제반서류를 제출해야 함</li> </ul> </li> </ul>												

수입검사	<p>● 세관은 물품 위험도에 따라 수입검사를 진행</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 주로 수입신고 수리 후 검사가 이루어지며, 수입물품을 위험도에 따라 4가지로 분류하여 검사함</li> </ul> <p style="text-align: center;">&lt;튀르키예 위험도에 따른 검사체계&gt;</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>녹색 신고 (Green line)</td> <td>저위험 품목 세관신고서 제출만으로 통관 완료</td> </tr> <tr> <td>청색 신고 (Blue line)</td> <td>대형기업 또는 AEO 대상업체에 대한 검사로, 주로 수입신고 수리 후 검사가 이루어짐</td> </tr> <tr> <td>황색 신고 (Yellow line)</td> <td>중위험 품목 서류검사</td> </tr> <tr> <td>적색 신고 (Red line)</td> <td>고위험 품목 물품검사와 서류검사 모두 진행</td> </tr> </table>	녹색 신고 (Green line)	저위험 품목 세관신고서 제출만으로 통관 완료	청색 신고 (Blue line)	대형기업 또는 AEO 대상업체에 대한 검사로, 주로 수입신고 수리 후 검사가 이루어짐	황색 신고 (Yellow line)	중위험 품목 서류검사	적색 신고 (Red line)	고위험 품목 물품검사와 서류검사 모두 진행
	녹색 신고 (Green line)	저위험 품목 세관신고서 제출만으로 통관 완료							
청색 신고 (Blue line)	대형기업 또는 AEO 대상업체에 대한 검사로, 주로 수입신고 수리 후 검사가 이루어짐								
황색 신고 (Yellow line)	중위험 품목 서류검사								
적색 신고 (Red line)	고위험 품목 물품검사와 서류검사 모두 진행								
관세납부 및 물품 반출	<p>● 관세 및 제세 납부 후 물품 반출 가능</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 관세 및 제세를 세관에 납부한 후 수입물품을 인수할 수 있음</li> </ul>								

## 4.3 | 수출가능·불가능 품목

### 4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 브로콜리, 호박, 수박, 참외, 멜론, 가지, 고구마</li> <li>- 종자류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 토마토, 가지, 파, 양파, 상추</li> <li>- 절화류 : 장미, 카네이션, 심비디움, 팔레놉시스(호접란), 난초, 국화, 튜립, 글라디올러스, 백합</li> <li>- 화훼류 기타 : 튜립, 글라디올러스, 백합</li> </ul>
-----	--

\*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

### 4.3.2 수출불가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 과실류 : 핵과류(Prunus spp.), 감귤류, 사과, 딸기</li> <li>- 버섯류 : 송이, 표고, 느타리, 팽이, 영지, 새송이, 양송이, 만가닥</li> <li>- 채소류 : 토마토, 고추, 감자, 오이, 양파</li> <li>- 견과류 : 피스타치오, 헤이즐넛</li> <li>- 콩, 벼, 감자괴경, Allium 속 식물</li> <li>- 화훼류 기타 : 철쭉속, 선인장(접목선인장 포함, 에케베리아는 PRA가 필요하여 수출불가능), 장미, 난초, 카네이션, 심비디움, 국화</li> </ul> <p>*버섯 및 화훼류 기타품목은 재배매체에 심겨진 상태로는 수출불가 *첫 수출품목 및 기존 수출품목이라도 병해충검출이 있는 경우 튀르키예 측이 PRA를 실시하는 바 수출가능여부에 대해 품목별 확인 필요</p>
-----	---

\*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

## 5.1 라벨링제도

### 5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 성분 목록 · 알레르겐 성분 · 원재료 · 순 중량	· 소비기한 · 특수한 저장·사용 조건 · 업체 정보 · 영양성분표 · 사업자등록번호	· 원산지 · 조리법(조리법이 제공되지 않을 경우 사용이 곤란한 제품에 한해) · 1.2% 이상의 알코올을 함유한 음료의 도수
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 식품의 라벨은 튀르키예어로 표기해야 하며, 수입 식품의 경우 스티커 형태로 된 튀르키예어 라벨을 영구 부착해야 함</li> <li>- 부착 라벨의 정보는 명확하고 이해가 쉬워야 하며, 식품의 특성, 원산지, 성분, 효과 등에 대해 오해를 일으키지 않도록 기재해야 함</li> <li>- 수입 식품의 스티커 라벨은 반드시 튀르키예 라벨링 규정에 부합해야 함</li> </ul>	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 제품명은 그 제품의 종류와 특징을 혼동하지 않도록 명확하게 제시되어야 함</li> <li>· 식품이 실제로 지니지 않는 효능·성분을 제품명에 포함해서는 안 됨</li> <li>· 해당 제품이 지니는 특정 성분의 유무가 유사한 제품군에서도 동일할 경우 이 유무 여부를 강조 표시해서는 안 된다.</li> </ul>	
	용량	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g) 중 선택하여 적절한 단위와 함께 표기할 것</li> </ul>	
	원료명	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재할 것</li> <li>· 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기할 것</li> <li>· 원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 백분율과 함께 표기할 것</li> <li>· 가공 보조제, 캐리-오버에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능</li> </ul>	
	유통기한	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 순으로 기재할 것</li> <li>· Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 각 포장지에 기재할 것 단 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3개월 미만의 유통기한 : 일, 월만 기재해도 무방</li> <li>- 3개월 이상 18개월 미만의 유통기한 : 월, 연도만 기재해도 무방</li> <li>- 18개월 이상의 유통기한 : 연도만 기재해도 무방</li> </ul> </li> </ul>	
	원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 원산지 국가명 또는 지역명 표기할 것</li> <li>· 육류의 경우, 가축의 사육지와 도축장소 표기할 것</li> </ul>	
	기타 표시	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 사용방법, 알코올도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기할 것 (알코올도수의 경우 1.2% 이상의 알코올 음료에 해당)</li> <li>· 사용방법·조리법의 경우 제공되지 않으면 소비가 어려운 식품에 한해 반드시 기재할 것</li> </ul>	

	영양성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 열량, 지방, 탄수화물, 당, 단백질(필요 시), 섬유질, 나트륨, 비타민, 무기질 필수 기재</li> <li>- 단, 비타민과 무기질은 100g(혹은 100ml) 기준 일일 권장섭취량의 15% 이상이어야 라벨링에 표기함</li> <li>- 음료의 경우 100ml 기준 권장섭취량의 7.5%만 만족해도 표기 가능.</li> <li>• 매 100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준으로 표기할 것</li> <li>• 100g당 설탕 함량이 0.5g 미만일 경우 'Sugar Free'를 표기 가능</li> <li>• 100g당 40kcal 미만의 고체 식품은 'low calorie/energy'를 표기 가능</li> </ul>
	알러지 유발 성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위품목 중 예외 있음)</li> </ul>

\*출처: KATI농식품수출정보

## 5.1.2 라벨링 예시

## 음료류

라벨링 사진



표기항목	표기내용																																																	
제품명	Caprisun Multi Vitamin Karışık Meyveli	카프리션 멀티 비타민 믹스후르츠																																																
유통기한 및 배치 번호	포장지 별도 표시																																																	
순 중량	200ml																																																	
재료	<p>İçindekiler su, şeker konsantreden elde edilen meyve suyu %10 (portakal suyu %4,0, limon suyu %3,4, elma suyu %1,3, ananas suyu %0,6, muz suyu %0,4, kivi suyu %0,2, passion meyvesi suyu %0,1), asitlik düzenleyici (sitrik asit) vitaminler (vitamin C, niasin, vitamin E, vitamin B6, vitamin B1, biotin), antioksidan (askorbik asit) doğal aroma verici maddeler.</p>	<p>재료 물 설탕 과즙농축액 10%(오렌지주스 4.0%, 레몬주스 3.4%, 사과주스 1.3%, 파인애플주스 0.6%, 바나나주스 0.4%, 키위주스 0.2%, 패션프루트 0.1%) 산도조절제(구연산) 비타민(비타민 C, 니아신, 비타민 E, 비타민 B6, 비타민 B1, 비오틴) 항산화제(아스코르브산) 천연 향료 성분</p>																																																
보관 방법	serin ve kuru yerde muhafaza ediniz	서늘하고 건조한 장소에 보관																																																
영양성분표	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Enerji ve Besin Öğeleri (100 ml için)/ Nutritional information in 100 ml</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Enerji/Energy</td> <td>187kJ/44kcal</td> </tr> <tr> <td>Yağ/Fat</td> <td>&lt;0,5g</td> </tr> <tr> <td>Doymuş Yağ/of which saturates</td> <td>&lt;0,1g</td> </tr> <tr> <td>Karbonhidrat/Carbohydrates</td> <td>11g</td> </tr> <tr> <td>Şekerler/of which sugars</td> <td>11g</td> </tr> <tr> <td>Protein/Protein</td> <td>&lt;0,5g</td> </tr> <tr> <td>Tuz/Salt</td> <td>&lt;0,01g</td> </tr> <tr> <td>Vitamin C/Vitamin C</td> <td>15mg 18,7%*</td> </tr> <tr> <td>Niasin/Niacin</td> <td>2,4mg 15%*</td> </tr> <tr> <td>Vitamin E/Vitamin E</td> <td>1,8mg 15%*</td> </tr> </tbody> </table>	Enerji ve Besin Öğeleri (100 ml için)/ Nutritional information in 100 ml		Enerji/Energy	187kJ/44kcal	Yağ/Fat	<0,5g	Doymuş Yağ/of which saturates	<0,1g	Karbonhidrat/Carbohydrates	11g	Şekerler/of which sugars	11g	Protein/Protein	<0,5g	Tuz/Salt	<0,01g	Vitamin C/Vitamin C	15mg 18,7%*	Niasin/Niacin	2,4mg 15%*	Vitamin E/Vitamin E	1,8mg 15%*	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">100ml 당 영양정보</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>열량</td> <td>187kJ/44kcal</td> </tr> <tr> <td>지방</td> <td>&lt;0,5g</td> </tr> <tr> <td>그중 포화지방</td> <td>&lt;0,1g</td> </tr> <tr> <td>탄수화물</td> <td>11g</td> </tr> <tr> <td>그중 당(설탕)</td> <td>11g</td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>&lt;0,5g</td> </tr> <tr> <td>나트륨</td> <td>&lt;0,01g</td> </tr> <tr> <td>비타민 C</td> <td>15mg 18,7%</td> </tr> <tr> <td>니아신</td> <td>2,4mg 15%</td> </tr> <tr> <td>비타민 E</td> <td>1,8mg 15%</td> </tr> <tr> <td>비타민 B6</td> <td>0,21mg 15%</td> </tr> <tr> <td>비타민 B1</td> <td>0,17mg 15%</td> </tr> </tbody> </table>	100ml 당 영양정보		열량	187kJ/44kcal	지방	<0,5g	그중 포화지방	<0,1g	탄수화물	11g	그중 당(설탕)	11g	단백질	<0,5g	나트륨	<0,01g	비타민 C	15mg 18,7%	니아신	2,4mg 15%	비타민 E	1,8mg 15%	비타민 B6	0,21mg 15%	비타민 B1	0,17mg 15%
Enerji ve Besin Öğeleri (100 ml için)/ Nutritional information in 100 ml																																																		
Enerji/Energy	187kJ/44kcal																																																	
Yağ/Fat	<0,5g																																																	
Doymuş Yağ/of which saturates	<0,1g																																																	
Karbonhidrat/Carbohydrates	11g																																																	
Şekerler/of which sugars	11g																																																	
Protein/Protein	<0,5g																																																	
Tuz/Salt	<0,01g																																																	
Vitamin C/Vitamin C	15mg 18,7%*																																																	
Niasin/Niacin	2,4mg 15%*																																																	
Vitamin E/Vitamin E	1,8mg 15%*																																																	
100ml 당 영양정보																																																		
열량	187kJ/44kcal																																																	
지방	<0,5g																																																	
그중 포화지방	<0,1g																																																	
탄수화물	11g																																																	
그중 당(설탕)	11g																																																	
단백질	<0,5g																																																	
나트륨	<0,01g																																																	
비타민 C	15mg 18,7%																																																	
니아신	2,4mg 15%																																																	
비타민 E	1,8mg 15%																																																	
비타민 B6	0,21mg 15%																																																	
비타민 B1	0,17mg 15%																																																	

	<table border="1"> <tr> <td>Vitamin B6/Vitamin B6</td> <td>0,21m g</td> <td>15%*</td> </tr> <tr> <td>Vitamin B1/Vitamin B1</td> <td>0,17m g</td> <td>15%*</td> </tr> <tr> <td>Biyotin/Biotin</td> <td>7,5 µg</td> <td>15%*</td> </tr> <tr> <td colspan="3">*Günlük Referans Alım Değeri/ Daily reference intake</td> </tr> </table>	Vitamin B6/Vitamin B6	0,21m g	15%*	Vitamin B1/Vitamin B1	0,17m g	15%*	Biyotin/Biotin	7,5 µg	15%*	*Günlük Referans Alım Değeri/ Daily reference intake			<table border="1"> <tr> <td>비오틴</td> <td>7,5 µg</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td colspan="3">*일일 섭취 권장량 기준</td> </tr> </table>	비오틴	7,5 µg	15%	*일일 섭취 권장량 기준		
Vitamin B6/Vitamin B6	0,21m g	15%*																		
Vitamin B1/Vitamin B1	0,17m g	15%*																		
Biyotin/Biotin	7,5 µg	15%*																		
*Günlük Referans Alım Değeri/ Daily reference intake																				
비오틴	7,5 µg	15%																		
*일일 섭취 권장량 기준																				
원산지	Menşe ülke: Türkiye	원산지: 튀르키예																		
제조사 및 정보	Üretici/ Manufacture: Freşa İçecek San. ve Tic. A.Ş. Kurşunlu Mahallesi, Eskişehir Caddesi No: 206	제조: Freşa İçecek San. ve Tic. Inc Kurşunlu 지구, Eskişehir Caddesi 206																		
사업자등록번호	TR-16-K-000289, Türkiye/ Turkey	TR-16-K-000289, 튀르키예																		
업체 정보	Capri Sun GmbH, Rudolf-Wild-Str. 86-98, D-69214 Eppelheim/Heidelberg	Capri Sun GmbH, Rudolf-Wild-Str. 86-98, D-69214 에펠하임/하이델베르크																		

## ■ 5.2 | 인증제도

정보원에서 제공하지 않음

### ■ 5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

## ■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

### [위생·안전]

#### 식품 위생 규정 개정안 발표 (2025년 2월 3일 시행)

2024년 9월 19일, 튀르키예 농림부는 식품 위생에 관한 새로운 규정을 발표했다. 이 규정은 식품의 생산, 가공 및 유통의 모든 단계에서 식품 사업자가 준수해야 할 일반 위생 규칙과 책임을 다루며, 2011년 12월 17일에 발표된 기존 식품 위생 규정(규정 번호 28145)을 폐지했다. 주요 변경 사항으로는 식품 알레르겐 감소를 위한 실천 규범, 식품 안전 인식 향상, 동물성 식품의 추적성 규정 등이 포함되었다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=101242&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=%ED%8A%80%EB%A5%B4%ED%82%A4%EC%98%88&page=1&srchGubun=427](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=101242&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=%ED%8A%80%EB%A5%B4%ED%82%A4%EC%98%88&page=1&srchGubun=427)

### [위생·안전]

#### 동물성 식품에 대한 특정 위생 규칙 개정 (2025년 2월 3일 시행 예정)

2024년 9월 16일, 튀르키예 농림부는 동물성 식품의 특정 위생 규칙에 관한 규정을 개정하여 발표했다. 튀르키예 내 동물성 식품의 위생 및 안전 표준을 높이고 이를 EU 표준에 맞추는 것을 목표로 한다. 이 규정은 동물성 식품을 생산하는 식품 사업자의 자체 점검 절차와 원칙, 특정 위생 요구 사항 및 책임을 다루며, 식물성 제품과 동물성 가공 제품을 모두 포함하는 식품에는 적용되지 않는다. 주요 변경 사항으로는 특별 건강 표시 적용 규정, 콜라겐 및 젤라틴 생산 과정 규제, 특정 고도로 정제된 제품에 대한 위생 요구 사항 설정 등이 포함되었다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=101240&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=%ED%8A%80%EB%A5%B4%ED%82%A4%EC%98%88&page=1&srchGubun=427](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=101240&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=%ED%8A%80%EB%A5%B4%ED%82%A4%EC%98%88&page=1&srchGubun=427)

### [위생·안전]

#### 식품 내 미생물 기준 및 생산 위생 규칙을 명시한 식품 규격 규정 발표

튀르키예 농림부는 식품 내 미생물의 기준과 식품 사업자가 준수해야 할 위생 규칙을 명시한 《미생물 기준 규정(MİKROBİYOLOJİK KRİTERLER YÖNETMELİĞİ)》을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=96958](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96958)