2024 농식품 국가정보조사
이란

2024.10.

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation
수출푸드테크정보부

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이란 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)	88,386,93명, 전 세계 17위
민족구성	페르시아인, 아제리인, 쿠르드족, 루르인, 발루치족, 아랍인, 투르크멘, 투르크족
언어	페르시아어, 아제르바이잔어, 기타 투르크어 방언, 쿠르드어, 길라키어 및 마잔데라니어, 루리어, 발로치어, 아랍어
종교 (2020년 추정치)	이슬람교(공식) 98.5%, 기독교 0.7%, 바하이교 0.3%, 불가지론자 0.3%, 기타(조로아스터교, 유대교, 힌두교 포함) 0.2%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 23.3% (남성 10,512,797명/여성 10,040,282명) 15~64세: 69.8% (남성 31,413,125명/여성 30,267,241명) 65세 이상: 7% (2024년 추정) (남성 2,869,617명/여성 3,283,875명)
중위연령 (2024년 추정치)	전체: 33.8세, 전 세계 110위 남성: 33.6세 여성: 34.1세

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	$1.44조 (2023년 추정치), 전 세계 68위 $1.373조 (2022년 추정치) $1,323조 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	4.95% (2023년 추정치), 전 세계 58위 3.78% (2022년 추정치) 4.72% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	$16,200 (2023년 추정치), 전 세계 115위 $15,500 (2022년 추정치) $15,000 (2021년 추정치.)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중 (2023년 추정치)	13%
주요 생산품 (2022년 추정치)	밀, 사탕수수, 우유, 사탕무, 토마토, 보리, 감자, 채소, 오렌지, 닭고기

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
이란의 체결현황[1)]	기체결(발효)	해당사항 없음
우리나라와의 체결현황[2)]	발효	해당사항 없음
	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

이란 식품 시장은 2019년 541억 달러에서 연평균 0.9% 성장하여, 2023년 562억 달러로 증가했다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2019년부터 최근 5년간 보합세를 유지하여 2023년 90억 달러로 증가했다. 2023년 베이커리 및 곡물류 시장규모는 전체 식품 시장의 16.0%를 차지했다.

육류

육류 시장규모는 2019년 83억 달러에서 연평균 0.2% 성장하여, 2023년 83억 달러로 증가했다. 2023년 육류 시장규모는 전체 식품 시장의 14.8%를 차지했다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2019년 70억 달러에서 연평균 1.0% 성장하여, 2023년 73억 달러로 증가했다. 2023년 낙농품 시장규모는 전체 식품 시장의 13.1%를 차지했다.

<이란 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	54.1	56.2	48.8	51.3	56.2	100.0	9.5	0.9
베이커리 및 곡물류	9.2	9.8	8.4	8.4	9.0	16.0	7.6	-0.6
육류	8.3	8.6	7.4	7.6	8.3	14.8	10.0	0.2
낙농품	7.0	7.4	6.3	6.7	7.3	13.1	9.6	1.0
채소류	6.3	6.6	5.7	6.0	6.5	11.6	8.7	0.7
스낵류	6.1	5.7	5.5	5.8	6.3	11.2	7.4	0.9
과일 및 견과류	5.2	5.5	4.6	4.9	5.4	9.6	9.3	0.9
수산물	4.1	4.3	3.8	4.3	5.1	9.0	17.4	5.3
편의식품	2.9	3.0	2.6	2.8	3.0	5.3	8.7	0.8
유지류	1.7	1.8	1.5	1.5	1.7	3.0	9.9	-0.4
소스 및 향신료	1.1	1.2	1.0	1.0	1.2	2.1	13.6	0.7
스프레드 및 당류	1.0	1.0	0.9	0.9	1.0	1.8	9.9	-0.5
펫푸드	0.5	0.7	0.7	0.7	0.8	1.4	10.0	9.3
영유아식품	0.6	0.6	0.6	0.7	0.7	1.2	3.1	3.7

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 이란의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 625달러에서 연평균 0.2% 증가한 약 630달러로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비액은 2019년 1인당 약 107달러에서 연평균 1.4% 감소한 약 101달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 16.0%를 차지했다.

육류

2023년 육류 소비액은 2019년 1인당 약 96달러에서 연평균 0.6% 감소한 약 93달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 14.8%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비액은 2019년 1인당 약 81달러에서 연평균 0.3% 증가한 약 82달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.1%를 차지했다.

<이란 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	624.7	643.2	554.9	579.0	629.7	100.0	8.8	0.2
베이커리 및 곡물류	106.7	111.7	95.0	94.5	101.0	16.0	6.9	-1.4
육류	95.5	99.0	83.9	85.5	93.4	14.8	9.2	-0.6
낙농품	81.3	84.7	71.8	75.7	82.3	13.1	8.7	0.3
채소류	72.8	75.6	64.8	67.4	72.8	11.6	8.0	0.0
스낵류	69.8	65.2	62.6	66.0	70.3	11.2	6.6	0.2
과일 및 견과류	60.1	62.4	52.4	55.8	60.5	9.6	8.4	0.2
수산물	47.5	49.3	42.8	48.6	56.6	9.0	16.4	4.5
편의식품	33.6	34.8	29.2	31.2	33.7	5.3	7.9	0.0
유지류	19.6	20.2	16.8	17.2	18.7	3.0	8.9	-1.1
소스 및 향신료	13.2	13.7	11.3	11.7	13.2	2.1	12.8	0.0
스프레드 및 당류	11.7	11.8	9.6	10.3	11.2	1.8	9.4	-1.1
펫푸드	6.2	7.9	7.5	7.9	8.7	1.4	9.6	8.7
영유아식품	6.7	6.9	7.1	7.3	7.5	1.2	2.3	2.6

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 이란의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 114kg에서 연평균 5.3% 감소한 약 92kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비량은 2019년 1인당 약 33kg에서 연평균 6.4% 감소한 약 26kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 27.9%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비량은 2019년 1인당 약 19kg에서 연평균 5.2% 감소한 약 15kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 16.8%를 차지했다.

채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 18kg에서 연평균 5.4% 감소한 약 15kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 15.8%를 차지했다.

<이란 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	114.1	102.8	92.2	91.0	91.8	100.0	0.9	-5.3
베이커리 및 곡물류	33.4	30.4	26.9	25.6	25.6	27.9	-0.1	-6.4
낙농품	19.1	17.3	15.2	15.3	15.4	16.8	0.7	-5.2
채소류	18.2	16.3	14.5	14.4	14.5	15.8	1.1	-5.4
스낵류	12.8	11.3	11.1	11.3	11.6	12.6	2.4	-2.5
과일 및 견과류	7.6	6.8	5.9	6.0	6.0	6.5	0.8	-5.8
육류	7.7	6.9	6.1	5.9	6.0	6.5	1.5	-6.1
편의식품	4.9	4.4	3.8	3.9	3.9	4.3	1.0	-5.2
펫푸드	2.6	2.6	2.6	2.6	2.7	2.9	2.7	0.4
스프레드 및 당류	2.4	2.1	1.8	1.8	1.8	2.0	2.2	-6.4
소스 및 향신료	2.3	2.1	1.8	1.8	1.8	1.9	1.1	-6.4
수산물	1.7	1.5	1.3	1.3	1.3	1.4	0.8	-5.2
유지류	1.2	1.0	0.9	0.9	0.9	1.0	1.1	-6.7
영유아식품	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0	0.9

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

이란 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 9.9% 성장하여, 2027년 818억 달러 규모에 달할 전망이다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2023년 이후 연평균 8.6% 성장하여, 2027년 125억 달러 규모에 달할 전망이다.

육류

육류 시장규모는 2023년 이후 연평균 10.1% 성장하여, 2027년 122억 달러 규모에 달할 전망이다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2023년 이후 연평균 9.2% 성장하여, 2027년 104억 달러 규모에 달할 전망이다.

<이란 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	56.2	61.7	67.8	74.4	81.8	100.0	9.9	9.9
베이커리 및 곡물류	9.0	9.8	10.7	11.6	12.5	15.3	8.2	8.6
육류	8.3	9.2	10.1	11.1	12.2	14.9	9.9	10.1
낙농품	7.3	8.1	8.8	9.6	10.4	12.7	8.7	9.2
수산물	5.1	6.0	7.1	8.4	10.2	12.5	22.2	19.3
채소류	6.5	7.1	7.9	8.6	9.4	11.5	8.9	9.6
스낵류	6.3	6.7	7.2	7.7	8.2	10.0	6.6	6.9
과일 및 견과류	5.4	5.9	6.4	7.0	7.6	9.2	8.3	8.7
편의식품	3.0	3.2	3.5	3.7	4.0	4.8	6.7	7.2
유지류	1.7	1.8	2.0	2.2	2.4	2.9	8.8	9.0
소스 및 향신료	1.2	1.3	1.4	1.6	1.7	2.1	9.6	10.1
스프레드 및 당류	1.0	1.1	1.2	1.4	1.5	1.8	8.9	10.1
펫푸드	0.8	0.8	0.9	1.0	1.1	1.3	7.0	8.6
영유아식품	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.9	2.8	2.5

*출처: STATISTA(2024.07.)

▌1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년(최신자료) 이란의 식품 수출액은 약 46억 7,640만 달러로 전년 대비 8.4% 감소했다. 또한, 2018년 약 60억 3,280만 달러에서 연평균 6.2% 감소했다.

對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 0.01%로, 수출 상위 67위에 위치한다. 2022년 수출액은 전년 대비 11.7% 감소한 약 70만 달러로 집계되었다. 한국으로의 식품 수출액은 2018년 이후 연평균 37.0% 감소했다.

주요 수출국

이라크로의 식품 수출 비중은 31.4%로, 2022년 수출액은 전년 대비 0.3% 감소한 약 14억 6,647만 달러로 집계되었다. 이라크로의 식품 수출액은 2018년 이후 연평균 13.0% 감소했다.

아랍에미리트로의 식품 수출 비중은 11.5%로, 2022년 수출액은 전년 대비 10.9% 증가한 약 5억 3,655만 달러로 집계되었다. 아랍에미리트로의 식품 수출액은 2018년 이후 연평균 5.5% 증가했다.

이 밖에도, **파키스탄(9.6%), 아프카니스탄(7.5%), 러시아(6.7%)** 등으로 식품을 수출하고 있다.

<이란 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체		6,032,800	5,595,408	5,993,015	5,104,828	4,676,398	100.0	-8.4	-6.2
1	이라크	2,557,529	1,967,935	1,706,864	1,471,485	1,466,469	31.4	-0.3	-13.0
2	아랍에미리트	433,608	488,549	457,909	483,697	536,551	11.5	10.9	5.5
3	파키스탄	407,554	264,513	401,324	442,300	448,666	9.6	1.4	2.4
4	아프카니스탄	773,596	613,870	730,667	427,787	352,647	7.5	-17.6	-17.8
5	러시아	213,911	369,297	419,036	334,717	312,686	6.7	-6.6	10.0
6	인도	175,538	184,935	268,207	292,991	195,411	4.2	-33.3	2.7
7	튀르키예	156,290	212,863	250,573	209,371	193,908	4.1	-7.4	5.5
8	독일	126,833	126,900	166,028	159,322	119,852	2.6	-24.8	-1.4
9	중국	25,493	211,950	560,492	286,679	105,672	2.3	-63.1	42.7
10	아제르바이잔	71,134	64,795	68,653	83,825	95,296	2.0	13.7	7.6
:									
67	한국	4,423	1,657	1,233	789	697	0.0	-11.7	-37.0

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

1.5.2 수출품목

개요

2022년(최신자료) 수출액 기준 **신선 토마토, 피스타치오(미탈각), 신선·건조 대추야자, 고체 우유, 신선 수박** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

신선 토마토 수출 비중은 6.9%로, 2022년 수출액은 전년 대비 16.4% 감소한 약 3억 2,123만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수출액은 연평균 7.0% 증가했다.

피스타치오(미탈각) 수출 비중은 6.9%로, 2022년 수출액은 전년 대비 54.0% 감소한 약 3억 2,048만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수출액은 연평균 0.4% 감소했다.

신선·건조 대추야자 수출 비중은 6.2%로, 2022년 수출액은 전년 대비 5.1% 감소한 약 2억 8,955만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수출액은 연평균 19.1% 감소했다.

고체 우유 수출 비중은 5.3%로, 2022년 수출액은 전년 대비 108.2% 증가한 약 2억 4,732만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수출액은 연평균 46.6% 증가했다.

신선 수박 수출 비중은 4.3%로, 2022년 수출액은 전년 대비 3.2% 감소한 약 2억 187만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수출액은 연평균 6.3% 증가했다.

이 밖에도, **샤프란(4.3%), 신선 사과(4.3%), 건조 포도(3.7%)** 등을 수출했다.

<이란 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체		6,032,800	5,595,408	5,993,015	5,104,828	4,676,398	100.0	-8.4	-6.2
1	신선 토마토	244,739	259,562	359,020	384,294	321,232	6.9	-16.4	7.0
2	피스타치오(미탈각)	326,044	729,753	1,128,637	696,043	320,475	6.9	-54.0	-0.4
3	신선·건조 대추야자	338,348	212,751	296,516	305,230	289,545	6.2	-5.1	-3.8
4	고체 우유	53,481	10,850	59,714	118,786	247,321	5.3	108.2	46.6
5	신선 수박	157,988	179,098	156,807	208,584	201,872	4.3	-3.2	6.3
6	샤프란	351,127	297,172	190,150	154,318	201,690	4.3	30.7	-12.9
7	신선 사과	229,160	365,292	326,655	278,946	199,798	4.3	-28.4	-3.4
8	건조 포도	152,938	165,734	233,898	187,951	172,787	3.7	-8.1	3.1
9	피스타치오(탈각)	135,838	251,600	242,562	218,385	148,144	3.2	-32.2	2.2
10	키위	96,587	113,581	81,555	109,613	120,084	2.6	9.6	5.6

*주: HS CODE(0702.00, 0802.51, 0804.10, 0402.10, 0807.11, 0910.20, 0808.10, 0806.20, 0802.52, 0810.50)

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

▌1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년(최신자료) 이란의 식품 수입액은 전년 대비 5.8% 증가한 약 177억 6,586만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 13.3% 증가했다.

對한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 0.1%로, 2022년 수입액은 전년 대비 470.4% 증가한 약 2,298만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 29.1% 증가했다.

주요 수입국

아랍에미리트에서의 식품 수입 비중은 34.0%로, 2022년 수입액은 전년 대비 19.8% 증가한 약 60억 3,967만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 56.2% 증가했다.

튀르키예에서의 식품 수입 비중은 11.9%로, 2022년 수입액은 전년 대비 4.5% 증가한 약 21억 877만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 35.7% 증가했다.

이 밖에도, **인도(10.2%), 러시아(6.0%), 영국(4.8%)** 등에서 식품을 수입하고 있다.

<이란 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체		10,787,453	12,794,699	10,775,982	16,796,394	17,765,856	100.0	5.8	13.3
1	아랍에미리트	1,015,102	1,320,945	1,747,752	5,041,294	6,039,674	34.0	19.8	56.2
2	튀르키예	622,232	2,333,807	1,882,555	2,018,196	2,108,770	11.9	4.5	35.7
3	인도	1,641,866	2,153,519	1,232,308	827,344	1,807,325	10.2	118.4	2.4
4	러시아	667,686	857,411	730,089	1,333,475	1,062,513	6.0	-20.3	12.3
5	영국	857,913	899,560	908,563	1,028,758	853,130	4.8	-17.1	-0.1
6	스위스	1,378,778	650,189	594,800	1,097,824	814,047	4.6	-25.8	-12.3
7	파키스탄	308,699	394,826	162,950	307,279	775,480	4.4	152.4	25.9
8	네덜란드	772,108	804,015	714,585	702,548	714,572	4.0	1.7	-1.9
9	브라질	436,773	550,303	308,623	524,948	435,733	2.5	-17.0	-0.1
10	독일	254,518	371,970	422,997	341,788	421,229	2.4	23.2	13.4
				:					
28	한국	8,282	5,111	4,367	4,028	22,977	0.1	470.4	29.1

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

1.6.2 수입품목

개요

2022년(최신자료) 수입액 기준 **옥수수(기타), 밀(기타), 쌀(정미), 대두(기타), 해바라기씨유(조유)** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

옥수수(기타) 수입 비중은 19.3%로, 2022년 수입액은 전년 대비 1.3% 증가한 약 34억 3,707만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 13% 증가했다.

밀(기타) 수입 비중은 12.3%로, 2022년 수입액은 전년 대비 12.1% 감소한 약 21억 8,680만 달러로 집계되었다.

쌀(정미) 수입 비중은 11.5%로, 2022년 수입액은 전년 대비 181.4% 증가한 약 20억 4,592만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 6% 증가했다.

대두(기타) 수입 비중은 9.4%로, 2022년 수입액은 전년 대비 14.5% 증가한 약 16억 6,187만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 9.4% 증가했다.

해바라기씨유(조유) 수입 비중은 2.5%로, 2022년 수입액은 전년 대비 12.9% 감소한 약 11억 8,257만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 22.7% 증가했다.

이 밖에도, **보리(기타)(4.5%), 팜유(기타)(3.9%), 사탕수수당(3.7%)** 등을 수입했다.

<이란 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체		10,787,452	12,794,699	10,775,982	16,796,394	17,765,856	100	5.8	13.3
1	옥수수(기타)	2,107,882	2,240,246	2,516,843	3,394,001	3,437,067	19.3	1.3	13.0
2	밀(기타)	0	147,083	912,145	2,486,503	2,186,801	12.3	-12.1	N/A
3	쌀(정미)	1,622,116	1,685,877	924,553	727,041	2,045,915	11.5	181.4	6.0
4	대두(기타)	1,161,100	934,273	1,048,350	1,451,727	1,661,868	9.4	14.5	9.4
5	해바라기씨유(조유)	521,917	549,490	535,175	1,358,126	1,182,574	6.7	-12.9	22.7
6	보리(기타)	602,631	1,015,424	465,227	1,004,731	791,009	4.5	-21.3	7.0
7	팜유(기타)	290,295	318,289	303,470	531,939	689,164	3.9	29.6	24.1
8	사탕수수당	102,654	642,346	370,605	545,061	652,810	3.7	19.8	58.8
9	대두유 추출 유박	651,244	993,351	793,939	1,274,266	632,571	3.6	-50.4	-0.7
10	대두유(기타)	121,923	236,762	219,048	704,665	602,195	3.4	-14.5	49.1

*주1: HS CODE(1005.90, 1001.99, 1006.30, 1201.90, 1512.11, 1003.90, 1511.90, 1701.13, 2304.00, 1507.10)
*주2: 'N/A'는 해당사항(또는 해당값) 없음을 의미
**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

▌1.7 | 對이란 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對이란 수출액은 약 71만 달러로 2019년 약 255만 달러에서 연평균 27.4% 감소했다.

농산물

농산물 수출 비중은 99.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 23.4% 증가한 약 70만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 27.5%의 감소세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 0.4%로, 2023년 수출액은 약 3천 달러로 집계되었다.

축산물

2021년(최신자료) 對이란 축산물 수출액은 약 15만 달러로, 당해 연도 전체 수출의 8.24%를 차지했다. 이후 이란으로의 한국산 축산물 수출액은 집계되지 않는다.

임산물

2022년(최신자료) 대이란 임산물 수출액은 11만 달러로, 당해 연도 전체 수출의 15.8%를 차지했다. 이후 이란으로의 한국산 임산물 수출액은 집계되지 않는다.

<한국산 對이란 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	2,552	2,376	1,869	678	707	100.0	4.3	-27.4
농산물	2,548	806	1,559	571	705	99.6	23.4	-27.5
수산물	0	0	0	0	3	0.4	N/A	N/A
축산물	0	1,443	154	0	0	0.0	N/A	N/A
임산물	4	126	156	107	0	0.0	-100.0	-100.0

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

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 對이란 주요 수출 품목은 수출액 기준 **백삼조제품, 조제식료품(기타), 기타 음료, 홍삼 추출물, 식염** 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '백삼조제품(0.9%↑)'과 '조제식료품 기타(0.5%↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

백삼조제품 수출 비중은 24.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 14.3% 감소한 약 17만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 0.9% 증가했다.

조제식료품(기타) 수출 비중은 18.2%로, 2023년 수출액은 2019년 대비 1.8% 증가한 약 13만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 0.5% 증가했다.

기타 음료 수출 비중은 17.3%로, 2023년 수출액은 2021년 대비 26.3% 증가한 약 12만 달러로 집계되었다. 2021년 이후 수출액은 연평균 12.4% 증가했다.

홍삼 추출물 수출 비중은 7.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 약 5만 달러로 집계되었다.

식염 수출 비중은 0.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 약 3천 달러로 집계되었다.

<한국산 對이란 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체		2,552	2,376	1,869	678	707	100.0	4.3	-27.4
1	백삼조제품	167	485	490	202	173	24.4	-14.3	0.9
2	조제식료품(기타)	127	0	0	0	129	18.2	N/A	0.5
3	기타 음료	0	0	97	0	122	17.3	N/A	N/A
4	홍삼 추출물	0	0	0	0	52	7.3	N/A	N/A
5	식염	0	0	0	0	3	0.4	N/A	N/A
6	성찬용·실링웨이퍼 등	3	2	2	2	1	0.2	-31.6	-20.2
7	볶은 커피 원두	25	0	0	0	0	0.0	N/A	-100.0
8	볶은 커피 원두(디카페인)	0	0	0	0	0	0.0	N/A	N/A
9	인삼 추출물	0	28	66	0	0	0.0	N/A	N/A
10	홍삼 조제품	0	69	183	0	0	0.0	N/A	N/A

*주1: HS CODE(2106.90-3019, 2106.90-9099, 2202.10-9000, 1302.19-1210, 2501.00-9010, 1905.90-9090, 0901.21-0000, 0901.22-0000, 1302.19-1110, 2106.90-3029)

**주2: 'N/A'는 해당사항(또는 해당값) 없음을 의미

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

2 식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 이란의 오프라인 유통채널 규모는 2019년 1,486억 5,630만 달러에서 연평균 6.2% 성장한 1,676억 9,830만 달러로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 1,084억 3,600만 달러에서 연평균 3.9% 성장한 1,262억 1,200만 달러로, 전체 오프라인 유통채널에서를 차지했다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 166억 2,840만 달러에서 연평균 11.8% 성장한 259억 8,670만 달러로, 전체 오프라인 유통채널에서 13.7%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점의 규모는 2019년 132억 4,050만 달러에서 연평균 5.6% 성장한 164억 9,410만 달러로, 전체 오프라인 유통채널에서 8.7%를 차지했다.

<이란 오프라인 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	148,656.3	167,698.3	217,313.2	226,647.5	189,416.9	100.0	-16.4	6.2
소규모 식료품점	108,436.0	120,387.0	155,684.0	155,104.0	126,212.0	66.6	-18.6	3.9
슈퍼마켓	16,628.4	20,176.2	25,788.2	30,081.1	25,986.7	13.7	-13.6	11.8
전문판매점	13,240.5	14,338.5	18,666.5	19,065.9	16,494.1	8.7	-13.5	5.6
할인점	4,757.4	6,450.0	9,073.4	12,054.7	11,986.0	6.3	-0.6	26.0
하이퍼마켓	2,616.4	3,045.5	3,788.2	5,219.0	4,229.6	2.2	-19.0	12.8
편의점	2,314.3	2,591.0	3,364.8	3,988.5	3,504.9	1.9	-12.1	10.9
창고형 매장	663.3	710.1	948.1	1,134.4	1,003.6	0.5	-11.5	10.9

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장
*출처: 유로모니터

2.1.2 오프라인 유통채널 매장수

정보원에서 제공하지 않음

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

정보원에서 제공하지 않음

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

개요

이란의 현대식 유통채널은 할인매장을 전문적으로 운영하는 기업과, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점을 동시에 운영하는 체인형 소매기업으로 구분된다.

체인형 소매기업

이란의 주요 체인형 소매업체들은 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 그리고 편의점을 동시에 운영 중이다. 주요 체인형 소매업체로는 하이퍼스타(Hyperstar), 샤르반드(Shahrvand), 레파(Refah) 등이 있다. 이들 업체는 다양한 형태의 소매점을 통해 소비자들에게 폭넓은 선택지를 제공하며, 이란 내 소매 시장에서 중요한 역할을 하고 있다

①슈퍼마켓

슈퍼마켓은 이란의 현대식 유통채널 중에서 가장 큰 규모를 차지한다. 이란히어(Iranhere)에 따르면, 슈퍼마켓의 인기 비결은 중간 규모의 매장으로 접근성을 강화하고, 할인매장에서는 판매하지 않는 신선식품 등 제품의 다양성을 제공하는 데 있다.

②하이퍼마켓

이란의 하이퍼마켓은 주로 도심 지역에 위치한다. 이란 내 하이퍼마켓은 대량 구매와 원스톱 쇼핑의 편리함을 방문 포인트로 내세우고 있지만, 1인 가구 및 맞벌이 부부 비율의 증가로 거리 편의성이 더 중요해지면서 하이퍼마켓 방문이 많지 않은 것으로 나타났다.

③편의점

이란의 편의점 시장은 아직 성장 단계에 있다. 체인형 편의점 매장이 주요 도시에 등장하고 있지만, 여전히 많은 소비자들이 개인이 운영하는 소규모 소매점을 더 많이 이용하는 것으로 나타난다. 한국의 편의점이 2017년 이란에 진출했으나, 2018년 미국의 금융 제재로 인해 철수하기도 했다.

<이란 주요 체인형 소매기업 브랜드>

رفاه فروشگاه‌های زنجیره‌ای	هایپراستار Hyperstar	شهروند
레파(Refah)	하이퍼스타(Hyperstar)	샤르반드(Sharhrvand)
하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점	하이퍼마켓, 편의점	하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점

*출처: 해당 브랜드 홈페이지

④할인점

이란 내에서 할인매장은 현대식 유통채널의 높은 가격이라는 단점을 상쇄하는 할인율과 편의성을 갖추어 떠오르는 채널로 자리잡고 있다. 이란 내 주요 할인매장으로는 오폭쿠로시(Ofogh Koorosh), 칸보(Canbo), 하프트(Haft)가 있다고 리빙인테헤란(Livingintehran)에서 보고되었다. 오폭쿠로시는 온라인 스토어 운영을 통해 온·오프라인에서의 확장을 지속하고 있으며, 칸보와 하프트는 물품 대량 구매를 통해 가격 경쟁력을 확보하고 있다.

<이란 주요 할인점 브랜드>

오폭쿠로시(Ofogh Koorosh)	칸보(Canbo)	하프트(Haft)

*출처: 해당 브랜드 홈페이지

▌2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 이란의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 6.0% 증가한 37억 630만 달러로 2019년 이후 연평균 29.4%의 증가세를 보인다.

<이란 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 달러, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
1,323.5	2,365.7	2,788.2	3,495.6	3,706.3	6.0	29.4

*출처: 유로모니터

2.2.2 온라인 유통채널 점유율

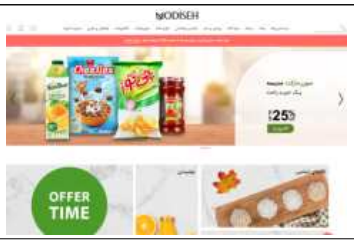
정보원에서 제공하지 않음

2.2.3 주요 온라인 유통채널

개요

이란의 주요 온라인 유통채널로는 Digikala, modiseh, persianbasket가 있으며, 글로벌 온라인 유통채널이 부재한 가운데 현지 브랜드가 주를 이루고 있다.

<이란 주요 온라인 유통채널 브랜드>

사진			
채널명	Digikala (Hamid Mohammadi)	modiseh (Golestan Business Group)	persianbasket (Mansoor Max Lofti)
설립연도	2006년	2015년	2015년
URL	www.digikala.com	www.modiseh.com	persianbasket.com

*출처: 해당 브랜드 홈페이지

▌2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

이란의 오프라인 유통채널 규모는 2023년 1,894억 1,690만 달러에서 연평균 26.8% 성장하여 2027년 4,897억 6,110만 달러에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 1,262억 1,200만 달러에서 연평균 25.7% 성장하여 2027년 3,149억 2,520만 달러에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 259억 8,670만 달러에서 연평균 27.9% 성장하여 2027년 696억 1,520만 달러에 이를 것으로 전망된다.

전문판매점

전문판매점의 규모는 164억 9,410만 달러에서 연평균 29.1% 성장하여 2027년 458억 8,520만 달러에 이를 것으로 전망된다.

<이란 오프라인 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	189,416.9	248,172.5	311,242.3	391,753.0	489,761.1	100.0	25.0	26.8
소규모 식료품점	126,212.0	163,303.4	203,181.1	253,737.8	314,925.2	64.3	24.1	25.7
슈퍼마켓	25,986.7	34,503.2	43,552.0	55,252.0	69,615.2	14.2	26.0	27.9
전문판매점	16,494.1	22,032.4	28,155.7	36,127.8	45,885.2	9.4	27.0	29.1
할인점	11,986.0	16,753.3	21,657.0	27,900.6	35,550.7	7.3	27.4	31.2
하이퍼마켓	4,229.6	5,511.4	6,881.8	8,618.3	10,746.0	2.2	24.7	26.3
편의점	3,504.9	4,725.5	6,080.1	7,859.3	10,121.4	2.1	28.8	30.4
창고형 매장	1,003.6	1,343.4	1,734.6	2,257.3	2,917.4	0.6	29.2	30.6

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장
**출처: 유로모니터

2.3.2 온라인 유통채널 전망

이란의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 36.8% 성장하여, 2027년 129억 6,600만 달러에 이를 것으로 전망된다.

<이란 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 달러, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
3,706.3	5,327.0	7,202.1	9,794.6	12,966.0	32.4	36.8

*출처: 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 음료(수출상위 품목)

이란에서는 전통적으로 과일과 식물을 사용한 음료를 꾸준히 생산하고 섭취해 왔다. 글로벌 시장조사기관 스태티스타에 따르면 이란의 음료 시장규모는 2023년 120억 2,000만 달러로 2019년 이후 연평균 12.9% 성장했다.

한국산 음료의 對이란 수출액은 2023년 약 12만 달러로 2021년 이후 연평균 12.4% 증가하는 추세를 보인다. 특히 한국의 알로에 음료가 2016년 이란에서 판촉 행사를 개최하며 한국 음료의 인지도를 높였다.

현지 매체 Hamshahrionline에 따르면 이란 국민의 하루 평균 설탕 섭취량이 70g을 넘는 것으로 나타나 과도한 설탕 섭취가 사회적 문제로 대두되었다. 과도한 설탕 섭취의 위험성이 알려지면서 이란 국민의 건강에 대한 관심이 높아지고 있으며, 이에 청량음료 등 가당 음료 섭취를 줄이고 이를 요거트 음료나 과일 주스와 같은 건강한 음료로 대체하려는 소비자들이 증가하고 있다.

이러한 트렌드를 반영해 현지 음료 시장에서도 건강한 음료 제품이 개발되고 있다. 이란 음료 브랜드 바타(واتا)는 레몬 맛 무설탕 탄산음료를 출시했으며, 이란 시장에 진출한 튀르키예 음료 브랜드 도가나이(Doganay)는 무설탕 흑당근(Black Carrot) 주스를 출시했다.

레몬 맛 무설탕 탄산음료	100% 오렌지주스	무설탕, 글루텐-프리 순무 주스

*출처: Digikala

▶출처

سریع‌ترین رشد مصرف مواد قندی را داریم | افزایش سرانه مصرف نوشابه در کشور, Hamshahri

تاریخچه و لیست شرکت‌های صنعت نوشیدنی در ایران + برندهای برتر, foodna.com

Iran's Beverage Industry Overview, Trendz mena

سایز بازار نوشابه در ایران, SDATA

Soft Drinks, STATISTA

테헤란서 열린 한국 알로에음료 시음행사, 연합뉴스

② 스낵(수출상위 품목)

이란에서는 간식이나 안주로 스낵을 활발하게 소비하고 있다. 글로벌 시장조사기관 스태티스타의 자료에 의하면 이란의 스낵시장 규모는 2023년 26억 8,000만 달러에 달했으며, 2028년까지 연평균 10.67% 성장할 것으로 전망된다.

2016년 테헤란에서 개최된 케이푸드(K-Food) 행사를 통해 한국 식품의 인지도가 높아졌으며, 이를 통해 한국의 쌀과자가 이란에 수출되기도 했다. 한국산 과자류의 對이란 수출액은 2023년 1,300달러로 주요 수출 품목 중 6위에 위치했다.

이란 스낵시장은 프링글스, Kettle 같은 글로벌 브랜드와 Bato, Cheetoz 같은 현지 브랜드가 경쟁하고 잇다. 최근 이색적인 맛에 호기심을 가지는 소비자가 증가하며 다양한 맛의 스낵 수요가 증가하고 있다. 이란 온라인 유통채널 Digikala에서는 소금 맛 외에도 칠리, 요거트, 치즈, 식초, 케첩, 레몬 등 다양한 맛의 스낵이 판매되고 있다. 현지 소비자의 눈길을 끌기 위해 이란 스낵 브랜드 바토(Bato)는 레몬 맛 감자칩을 출시했고, 또 다른 현지 브랜드 Cheetoz(چی پلت چی)는 토마토 맛 스낵 제품을 출시했다.

이란에서 건강에 대한 관심이 높아지면서 고온에서 튀겨진 스낵의 유해성에 대한 인식이 확산되고 있다. 이에 따라 이란 내 학교 매점에서 건강에 해로운 스낵 판매를 제한하기도 했다. 이러한 트렌드에 발맞춰 이란 시장에 진출한 영국의 스낵 브랜드 Kettle은 식초 맛 저지방 감자칩을 출시하며 건강을 중시하는 소비자를 공략하고 있다.

바토 레몬 맛 감자칩	Kettle 식초 맛 저지방 감자칩	Cheetoz 토마토 맛 스낵

*출처: Digikala

▶출처

فروش خوراکی‌هایی مانند چیپس و پفک در بوفه‌های مدارس ممنوع است, Quds Online

تولید جایگزین مفید برای چیپس و پفک, yjc

Snack Food, STATISTA

"젊은층 많은 이란, 최근 간식 소비 증가", 한국농어민신문

③ 커피(수출상위 품목)

16세기부터 커피 문화가 발전한 이란에서는 가정이나 커피숍에서 일상적으로 커피를 소비하고 있다. 글로벌 시장조사기관 스태티스타에 의하면 이란의 커피 시장규모는 2023년 4억 7,957만 달러로 2019년 이후 연평균 13.3% 성장했다.

커피 수요 증가로 이란의 커피 수입 규모 역시 증가하는 추세로, 이란 관세청(IRICA)에 따르면 2023년/2024년 회계연도[1]의 커피 수입액은 전년 동기간 대비 48.6% 증가한 1억 4,800만 달러로 집계되었다. 주요 수입국은 아랍에미리트, 베트남, 인도, 인도네시아, 우간다 등으로, 해당 5개국에서의 수입 비중은 95%에 달하는 것으로 나타났고, 특히 수입 1위국인 아랍에미리트산 커피 수입 비중은 52.89%를 차지하고 있다. 한국산 원두의 對이란 수출액은 2019년(최신자료) 2만 5,000달러를 기록했으며 현재 주요 수출 품목 중 7위에 자리 잡고 있다.

이란에서는 커피 원두를 갈아서 프렌치 프레스에 내려 먹는 것을 가장 선호해 왔다. 하지만 최근 간편하게 맛있는 커피를 만들 수 있는 인스턴트 커피가 주목받고 있다. 이에 이란 시장에 진출한 글로벌 식품기업 네슬레의 커피 브랜드 네스카페는 3 in 1 인스턴트 커피를 출시했다. 또한 이란 커피 브랜드 Multicafe는 간편하게 아이스 커피를 만들 수 있는 아이스 커피용 인스턴트 커피 제품을 출시했다.

Multicafe의 인스턴트 커피	네스카페의 인스턴트 커피

*출처: Digikala

▶출처
Coffee, STATISTA
Exploring coffee culture in Iran, Perfect Daily Grind
Coffee market leaders in Iran, Nexlooks
رونمایی از ۳ نوشیدنی بر پایه قهوه فوری توسط برند باریستا, asbe-bokhar

1) 2023년 3월부터 2024년 3월까지 기준

▌3.2 | 소비트렌드

① 물가 상승으로 외상 구매 증가, 외식 빈도 감소

이란에 대한 국제적 경제 제재로 이란 내 경기침체가 이어지자 소비자의 구매력이 감소하고 있다. 현지 매체 Iran News Update에 따르면 2024년 6월 이란의 물가 상승률은 전년 동 기간 대비 36% 증가하였으며, 특히 과일과 채소의 가격은 50%, 육류 가격은 70%로 크게 증가했다.

식료품 가격의 지속적인 인상으로 슈퍼마켓에서 외상 구매, 가격 흥정, 물물교환을 요구하는 소비자의 비율이 증가하고 있으며, 식료품의 절도 빈도 또한 증가하고 있는 것으로 나타났다. 또한 글로벌 매체 Dairy Global에 따르면 이란에서 유제품 가격이 20~40%씩 급등하자 2023년 유제품 소비가 30% 줄어든 것으로 나타났으며 현지 매체 ISNA는 유제품의 소매 가격이 급등해 유제품의 소비가 감소했다고 전했다. 특히 육류 중심의 식생활을 유지해 온 이란에서 육류 가격이 급등하며 소비자의 육류 소비가 위축되고 있다. 현지 매체 Iranian News Update에 따르면 2011년 1인당 연간 육류 소비량이 13kg이었던 것에 비해 2019년에는 9kg, 2023년에는 3kg로 급감한 것으로 나타났다.

또한 외식 물가가 급등해 4인 가족이 외식을 하기 위해서는 최저임금 기준 월급의 20% 이상이 필요하게 되었다. 이란 소비자는 식당을 방문하는 빈도를 줄이고 집에서 더 많이 요리하고 있으며 이에 현지 외식 업계 매출이 약 50% 감소한 것으로 나타났다.

이란 정부는 물가 안정을 위해 기본 식료품인 쌀, 콩, 기름, 설탕의 배급을 시행하고 있고 식품 시장 규제 및 가격 안정화를 위해 노력하고 있으나 식료품 물가 인상이 지속되고 있다.

▶출처
کاهش ۵۰ درصدی فروش رستوران داران / افزایش قیمت غذای رستوران‌ها به هر دو ماه یکبار رسیده است!, Khabar Online
تورم ضرب‌در فقر: سیر صعودی سرقت مواد خوراکی در ایران, Radio zamaneh
در دو هفته اخیر ۳۰ درصد افزایش قیمت اقلام غذایی داشته ایم / در حوزه حبوبات، مشکل ارزی، باعث افزایش قیمت ۵۰در صدی شد / برنج ایرانی هم اخیرا افزایش قیمت داشته، چون برای واردات برنج خارجی یک سری محدودیت گذاشته اند, Entekhab
Red Meat Consumption in Iran Plummets Amid Rising Inflation and Food Insecurity, Iran News Update
Calls for policy changes as Iran's dairy consumption drops, Dairy Global
Iran's Inflation Continues to Rise, Impacting Food Prices and Consumer Spending, Iran News Update

② 이란, 저염 식품 선호도 증가

이란에서는 고혈압과 심혈관 질환으로 인한 사망률이 매우 높아 전체 사망 원인의 80%를 차지하고 있다. 과도한 염분 섭취가 고혈압과 심혈관 질환의 주요 발병 원인으로 지목되고 있으며, 실제 이란 국민은 세계보건기구(WHO)의 권장 염분 섭취량인 5g의 2배 이상을 섭취하고 있다.

2022년 이란 보건의료교육부(Ministry of Health and Medical Education)에서는 소금 섭취를 줄이고 유제품을 충분히 섭취하는 건강한 식습관을 홍보하기 위한 캠페인(طلاع رسانی تغذیه سالم)을 시행했다. 이란 정부는 요리에 사용하는 소금의 양을 줄이고, 훈제 생선이나 소시지, 감자칩 등 소금이 많이 함유된 식품의 섭취를 줄이도록 권장하고 있다. 또한 소비자가 식품의 라벨에 표시되어 있는 소금의 양에 주의를 기울일 것을 장려하고 있다.

건강을 고려해 염분 섭취를 줄이려는 사회적 분위기가 형성되며 이란에서는 염분 함량을 낮춘 식료품이 출시되고 있다. 이란 유제품 브랜드 Pegah(پگاه)는 저염 치즈를 출시했으며, 현지 스낵 브랜드 바토(Bato)는 일반 감자칩에 비해 소금 함량을 줄인 저염(Lightly Salted) 갑자칩을 출시했다.

Pegah의 저염 치즈	바토 저염 감자칩

*출처: Digikala

▶출처

ترویج تغذیه سالم با تاکید بر کاهش مصرف نمک و افزایش لبنیات, Skums

مصرف نمک خانوارهای ایرانی ۳ برابر میزان مجاز جهانی/ لزوم استفاده از نمک یددار, Iranian Students' News Agency

پویش «تغذیه سالم» راهکار استفاده صحیح از نمک و لبنیات, IRNA

شور نمک را در آورده ایم, Magiran

③ 유기농 식품 인지도 및 수요 증가

이란 현지 매체 Jahanesanat의 보도에 따르면 과도한 농약 및 화학비료의 사용으로 이란의 토양과 환경이 오염되고 있는 것으로 나타났다. 또한 과도한 살충제와 화학비료를 사용해 재배한 식품이 암 및 기타 질병을 유발한다는 인식이 소비자들 사이에서 확산하고 있다. 이와 더불어 이란에서는 식품에 대한 농약 잔류물 검사가 제대로 이루어지지 않아 소비자들의 식품 안전에 대한 우려가 커지고 있다. 이에 건강과 환경 보호를 위해 유기농 식품을 소비하는 소비자가 증가하고 있다.

이란에서 유기농 식품에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 유기농 농업 분야에 대한 투자가 활발하게 이루어지고 있다. 현지 매체 Tehran Times에 따르면, 이란은 현재 연간 5만 5,000톤의 유기농 농산물을 생산하고 있는 것으로 나타났다.

유기농 식품의 생산이 확대되며 이란의 식품 유통채널에서도 유기농 식품을 손쉽게 찾아볼 수 있게 되었다. 이란의 온라인 유통채널 Digikala에서는 수박, 멜론, 호박, 브로콜리 등 다양한 유기농 채소와 과일이 유통되고 있다. 현지 유기농 식품 브랜드 Mr. Natural(آقای طبیعی)에서는 유기농 우유를 출시했으며, 또 다른 현지 유기농 식품 브랜드 Dr.Organic은 유기농 허브 비스킷을 출시했다.

Mr. Natural 유기농 우유	Dr.Organic 유기농 허브 비스킷

*출처: Digikala

▶출처

جایگاه محصولات ارگانیک درزندگی ایرانی, Adlitamli

افزایش ۳۰ درصدی تقاضای مصرف محصولات ارگانیک, Mehrn News

رتبه ۷۹ ایران در تولید محصولات ارگانیک جهان, Jahanesanat

Organic Production Catching On in Iran, Financial Tribune

Iran produces 55,000 tons of organic horticulture products annually, Tehran Times

④ 소포장 샌드위치 인기 증가

이란에서 서양의 간편한 식사 문화가 확산되면서 테헤란의 식음료 시장이 빠르게 변화하고 있다. 이란에서 점심 식사로 주로 섭취되던 이란식 샌드위치, 패스트푸드의 소비가 감소하고 간편하게 즐길 수 있는 소포장 샌드위치의 인기가 높아지고 있다.

현지 매체 eghtessad24에 의하면 현지 소비자는 패스트푸드 대신 신선한 재료로 만든 소형 샌드위치를 소비하고 있다. 작은 크기의 샌드위치는 이동 중에도 간편하게 섭취할 수 있고 가격대도 비교적 저렴해 학생과 직장인에게 많은 인기를 얻고 있다. 샌드위치의 인기가 높아지며 현지 소매 유통 매장에서는 다양한 샌드위치 제품을 진열해 판매하고 있다. 닭가슴살, 채소 등 다양한 재료를 활용한 샌드위치는 간편하고 빠르게 식사를 해결하고 싶어 하는 소비자에게 인기를 얻고 있다.

이러한 소비자들의 수요 증가에 따라 현지 식품 기업들도 샌드위치 시장에 적극적으로 진출하고 있다. 기존의 점심 식사용 샌드위치뿐만 아니라 치즈, 달걀, 견과류 등을 활용한 건강한 아침 식사용 샌드위치도 출시하며 소비자들의 선택지를 넓히고 있다.

이란 식품 브랜드 Telavang(تلاونگ)은 달걀흰자를 사용한 샌드위치 제품을 출시했으며 또 다른 현지 식품 브랜드 Namino(نامی نو)는 닭고기 햄과 치즈를 사용한 샌드위치를 출시했다. 현지 샌드위치 브랜드 Gardo(گاردو)는 닭고기를 사용한 치아바타 샌드위치를 출시했다.

Telavang 달걀흰자 샌드위치	Namino 닭고기 햄 샌드위치	Gardo 닭고기 치아바타 샌드위치

▶출처

ورود پر قدرت آمریکا به صنعت غذای ایران/ رواج پدیده »لقمه خوری« در خیابان‌های تهران/ وعده‌های غذایی نصف شدند , Eghtesaad24

'Economic surgery is killing us': Iranians complain as subsidies slashed on basic foods, Middle East Eye

⑤ 전자화폐 '디지털 리얄' 시범 운영

이란에서는 카드 결제나 모바일 및 인터넷 뱅킹이 대중적으로 사용되고 있다. 이란의 현금 사용 비중은 2018년 12.5%에서 2023년 1.3%로 감소해, 최근 이란에서는 디지털 결제가 주 거래 수단으로 활용되고 있다. 글로벌 시장조사기관 스태티스타에 따르면 이란의 디지털 결제액은 2023년 239억 5,000만 달러에 달했으며 2028년까지 연평균 19.2% 성장할 것으로 전망된다.

소비자의 구매 용이성을 높이고 전자 결제의 고도화를 위해 2024년 7월 이란 중앙은행에서는 이란의 경제특구인 키시섬에서 전자화폐 '디지털 리얄(ریال دیجیتال)'의 시범 운영을 개시했다.

이란 중앙은행은 은행 계좌나 카드를 통한 일반적인 결제방식과 달리 디지털 리얄은 구매자와 판매자 간 자금을 이체하기 위한 은행 간 결제가 필요하지 않아 훨씬 구매를 용이하게 하고 결제 보안을 강화할 수 있다고 평가했다.

또한 이란 중앙은행은 새로운 기술이 도입된 결제 수단인 디지털 리얄을 출시해 소액결제를 활성화할 것이라고 발표하며, 미래에는 모든 소매거래에 디지털 리얄이 사용되어 '현금 없는 사회'에 진입하게 될 것이라고 기대를 표했다.

현재 QR코드를 스캔해 디지털 리얄을 사용할 수 있으며 추후 근거리 무선 통신 기술(NFC)을 사용한 결제도 가능하게 될 전망이다. 키시섬에서는 시장, 택시 등 다양한 결제처에서 디지털 리얄을 사용할 수 있으며, 내국인은 물론 방문객도 디지털 리얄을 사용할 수 있다.

▶출처

Iran's central bank unveils CryptoRial, Tehran Times
پیشتازی کیش در فناوری؛ «ریال دیجیتال» عصری جدید در شیوه پرداخت, IRNA
Iran to launch digital rial on Kish Island, Central Banking
Digital Rial CBDC Pilot Program Goes Live on Kish Island, CoinMarketCap
Iran launches retail CBDC pilot on Kish Island 'free zone', COINGEEK
Digital Payments, STATISTA

4 수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 이란의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 **관련 요건을 사전에 파악**	국내 수출업체
▼		
선적 전 검사	· 선적 전 서류검사 및 보건의료교육부·표준산업연구소로 샘플 송부 후 샘플 검사 진행 · 이란으로 50만 리얄 이상의 식품을 수출하는 경우 선적 전 서류검사 진행 · 보건위생, 의약관련 품목을 수출하는 경우 보건의료교육부에서 샘플 검사 진행 필요 · **표준규격 필수 적용대상 품목**을 수출하는 경우 표준산업연구소에서 샘플 검사 진행 필요	이란 수입업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 **전자적으로 세관에 제반서류 제출** · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, **수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적** 완료	국내 수출업체
할랄인증 취득	· 이란에서 유통·판매되는 **육류제품은 할랄인증 취득 필요** · 이란의 **'세계 할랄 기구(Halal World Institue)'**에서 취득할 수 있으며, 일반식품에도 할랄인증 취득이 권장	이란 수입업체
▼		
수입코드 취득	· 식품 수입 전 이란 **경제재정부에 수입코드** 취득 필요 · 수입코드가 부착되지 않은 수입화물은 모두 통관이 거부됨	이란 수입업체
수입신고	· 화물 도착 후 **제반서류를 제출해** 수입신고 진행 · 제출서류: ①선하증권 또는 항공화물운송장 ②상업송장 ③신용장 또는 송금영수증 ④포장명세서 ⑤검사증명서 ⑥표준증명서 ⑦수입코드 복사본 또는 회사등록증	이란 수입업체
▼		
수입검사	· 실제 제품과 **제출된 서류간의 일치 여부** 검사	이란 수입업체
▼		
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 후 물품 반출 가능	이란 수입업체

▌4.2 | 통관 및 검역제도

①국내 수출 통관 절차

▶수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	● **수출 품목에 대한 이란의 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요** · 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

▶국내 수출통관 절차

수출신고

● **수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수**

· 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음

· 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행

<수출신고 수리 유형>

· 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

· 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함

· 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함

수출검역

● **이란 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요**

· 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함

<수출검역 신청 시 제출 서류>

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)
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)

· 수출검역은 수출 상대국의 검역요건 적합 여부를 검사함

· 수출식물검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출축산

	물검역의 경우 검역시행장으로 지정된 장소에서 진행됨 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음
운송수단 선적	**● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요** · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

②이란 수입제도 및 통관·검역 절차

▶이란 수입통관·검역 절차

할랄인증 취득	**● 이란에서 유통되는 모든 육류 제품은 할랄 인증을 취득해야 하며, 일반 식품에도 할랄 인증 취득이 권장** · 이란의 대표적인 할랄 인증기관으로는 할랄 문화 확대를 위해 2007년에 설립한 세계 할랄 기구(Halal World Institute)가 있으며, 국내에는 5개의 민간 할랄 인증기관이 있음 · 할랄 월드는 이슬람 회의소 연구정보센터(ICRIC)의 산하기관으로, 동 기관에서는 할랄에 대한 연구 및 국제회의 진행, 할랄 표준과 규칙 수립, 할랄 증명서 발급 등의 업무를 수행하고 있음
수입코드 취득	**● 이란 수입업체는 수입 시 이란 경제재정부에 수입승인 취득 후 이란 코드 발급 필요** · 경제재정부로부터 수입 승인 취득 시 '이란 코드'를 발급받음 · 이란 코드는 수입의 모든 절차를 코드화하고 체계적으로 관리하기 위하여 2009년부터 도입된 시스템으로, 코드가 부착되지 않은 제품은 통관이 거부되며 밀수품으로 간주함 · 검사 및 통관은 현지 신청으로는 받지 않으며 사전에 수입 승인을 반드시 받아야 함 · 수입업체는 원산지 국가의 인증서를 받거나 사전에 이란에 표본을 보내 이란표준산업연구소(ISIRI)의 허가를 받아 사전 수입 승인을 받아야 함
수입신고	**● 이란 수입업체는 물품 도착 후 수입신고 진행** · 수입신고시 수입신고서를 포함한 다음의 서류 제출 필요 <수입통관 시 제출 서류> ①상업송장 ②선하증권 ③신용장 또는 송금영수증 ④검사증명서 ⑤포장명세서 ⑥표준 증명서 ⑦상업용 카드 복사본 또는 회사등록증 등
수입검사	**● 수입신고 후 물품검사 및 검역이 진행** · 물품검사 및 검역 진행 시, 제출서류와 제품의 부합 여부를 확인함 · 견적 송장과 상업 송장상의 금액에 차이가 있거나, 중량 증명서상의 중량과 실제 중량에 차이가 있는 경우에는 통관확인서(Green Paper)를 발급받지 못할 수 있음

관세납부 및 물품 반출	● **관세 및 제세 납부 후 물품 반출 가능** · 화물 검사 시행 후에 이란 관세청에 관세를 납부하면 통관확인서(Green paper)를 발급받을 수 있음 · 이후, 관세 납부영수증과 통관확인서를 제출하면 화물 반출을 허가받아 이란 시장에 제품을 유통할 수 있음

4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	- 곡 류 : 백미 - 과실류 : 배 - 기타 : 건채소류 - 종자류 : 배추, 브로콜리, 오이, 양파, 양배추, 토마토 *상기 품목 외는 수출가능 여부가 공식 확인되지 않고 있으며, 수출실적 통계가 있는 품목도 없어 수출가능 여부는 품목별로 확인이 필요함 *일부 품목(토마토, 고추종자 등)의 경우 요건(부기사항 등) 확인 필요

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

정보원에서 제공하지 않음

5 비관세장벽

5.1 | 라벨링제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 브랜드명 · 영양성분 · 순중량	· 보관방법 · 생산일자 및 유통기한 · 제조·수입업체 · 검역 증명서 번호	· 이란 바코드 · 주의사항(선택) · 사용방법(선택)
라벨 표기사항 (가이드)	영양성분표	• 소비자들이 이해할 수 있게 흰 바탕에 명확하게 기재 • 폰트는 굵은 글씨체를 사용하여 눈에 띄도록 배치 • 표의 상단에 크고 굵은 글씨로 상품명 기재	
	제품명	• 소비자가 제품의 특성을 이해하기 쉽도록 명확하게 작성	
	표기 언어	• 글자는 페르시아어로, 생산일자 및 유통기한은 숫자로 표현 • 수출국의 언어로 작성된 라벨 위해 페르시아어 라벨 스티커 부착도 허용 • 페르시아어로 작성된 라벨 초안을 이란 식약청에 제출하여 승인받아야 함	
	제조·수입업체	• 제조사명, 제조국, 수입업체명, 수입업체 주소·연락처 등을 표기	
	순중량	• 국제적 단위인 미터법을 사용하여 표기	
	경고문	• 보관 시 주의가 요구되거나 쉽게 변질될 우려가 있는 식품에 표기	
	성분	• 성분 함유량이 가장 낮은 것부터 오름차순으로 표기 • 재료에 여러 성분이 배합되어 있을 경우 괄호를 사용하여 함량 표시	
	검역 증명서 번호	• 이란 식품의약품 감독 관리국 로고와 검역증명서 번호를 함께 표기 • 예시:' پروانه بهداشتی ورود(검역증명서 번호)'	
	이란 바코드	• 이란 코드는 국제 상품 서비스 코드인 NIGP 규정을 따르고 있으며, 총 15개 자리의 숫자로 구성되어 있음 • 이란 코드 신청 시에는 이란 코드 관리센터에 신청서와 관련 서류(운영허가증, 생산증명서, 사업자등록증)을 제출해야 함	

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

정보원에서 제공하지 않음

5.2 | 인증제도

정보원에서 제공하지 않음

5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

5.4 | 비관세장벽 이슈

정보원에서 제공하지 않음