

식품시장 뉴스레터

비건식품

2021 가공식품 세분시장 현황 조사(요약)

1 비건 및 비건식품의 개요

- 비건(Vegan)은 비거니즘(Veganism)의 식습관을 따르는 사람 혹은 식이 자체를 칭하는 단어임. 따라서 식품 품목을 설명하는데 사용되는 형용사가 될 수 있으며 사람을 가리키는 명사로도 사용할 수 있음
 - 비건(Vegan)이란 개념은 1944년에 창립된 영국 비건협회(Vegan Society in England)에서 '비 유제품 채식주의(Non-dairy Vegetarian)'란 의미로 처음으로 사용됨
 - 비건 단계는 식품섭취를 허용하는 범위에 따라 7가지 레벨로 분류되며, 섭취 허용범위가 가장 엄격한 순으로 아래와 같음

비건 단계 구분

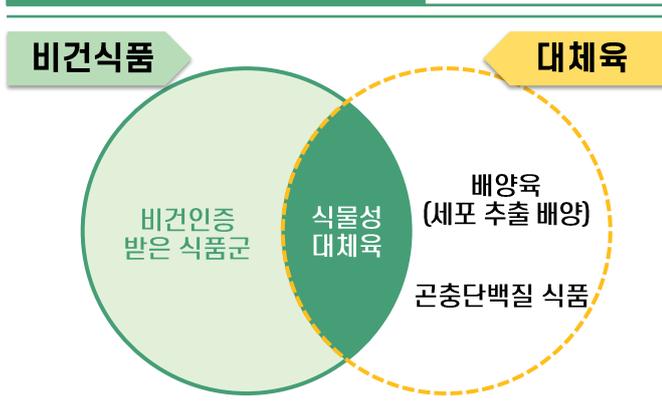
유형	과일·곡식	채소	유제품	달걀	어패류	가금류	육류
비건 (Vegan)	0	0	X	X	X	X	X
락토 (Lacto)	0	0	0	X	X	X	X
오보 (Ovo)	0	0	X	0	X	X	X
락토오보 (Lacto-Ovo)	0	0	0	0	X	X	X
페스코 (Pesco)	0	0	0	0	0	X	X
폴로 (Pollo)	0	0	0	0	0	0	X
플렉시테리언 (Flexitarian)	채식 위주로 식사하지만 상황에 따라 육식도 함						

* 조선일보. "닭고기 먹어도 채식주의자 맞아요". 2017.05.20

□ 비건식품은 비건인증 식품 및 식물성 대체육까지 볼 수 있음

- 비건인증 식품은 모든 동물성 원료 및 기타 모든 동물 유래 성분을 배제하고 동물성 실험을 하지 않고 인증기관의 인증을 받은 식품을 칭함
- 식물성 대체육은 대체육 중 하나로 식물성 원료를 사용하여 만든 식품을 칭함

비건식품과 대체육의 구분



주요 식물성 단백질 및 원료

품목명	주원료	활용 용도
대두 분리 단백질	대두	소시지, 치킨 가슴살 및 너겟, 식물성 슬라이스 햄 등
조식화 대두 단백질	대두	베이거, 미트, 소시지, 치킨너겟, 햄볼 등
밀 글루텐	밀	밀고기, 베이거, 미트 등에 섞어서 사용
완두 단백질	완두	대중화되어 있지 않음
퀸(Quorn)	버섯 (균류)	버거류, 소시지, 그릴 등

* 한국바이오협회 내부자료(2018)

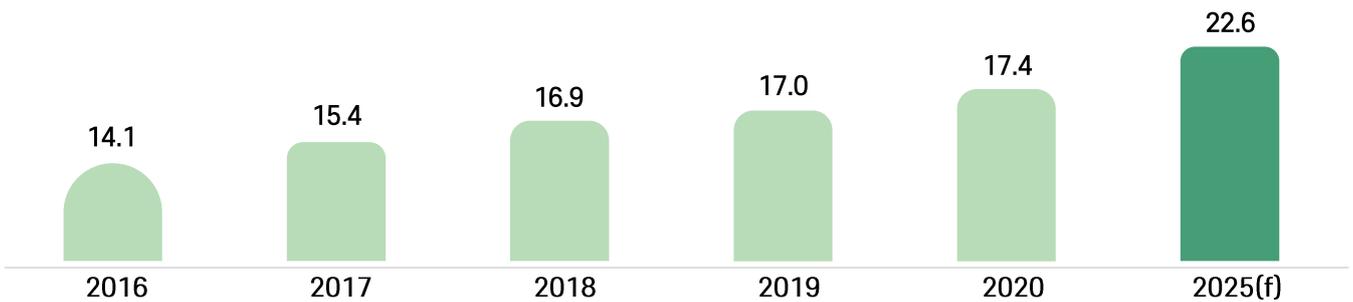
2 국내 시장동향 ①

□ 2025년 국내 식물성 대체육 시장규모는 2020년 대비 29.7% 증가한 2,260만 달러(271억 원) 전망

- 2020년 국내 식물성 대체육 시장규모는 2016년 대비 23.7% 증가한 1,740만 달러(208.9억 원)로 연평균 5.6%의 성장했으며 이러한 추세로 2025년에는 2,260만 달러(271억 원) 규모로 성장할 것으로 전망됨
- 식물성 대체육의 원료 유형별 시장 규모는 콩류(두부 등)가 전체 시장의 62.0%로 가장 큰 비중을 차지하며, 다음으로 채소/식물성 단백질류(완두콩류, 고구마류 등)(29.3%), 곡물류(밀단백질 등)(8.7%) 순임

국내 식물성 대체육 시장규모

[단위 : 백만 달러]



* GlobalData(2022), Global Market Data

1) 2020년까지는 실제(Actual) 데이터 값이고, 2025년은 추정치 값임

2) 인용된 Global Market Data 자료는 국가별 화폐단위를 달러로 변환한 값으로 환율변화에 따라 시장규모에 차이가 발생할 수 있음

□ 중소기업, 스타트업 중심으로 발전한 초기 식물성 대체육 시장

- 국내 식물성 대체육 제조기업 대상 설문조사 결과, 중소기업과 스타트업이 전체의 75.8%를 차지하며, 국내 식물성 대체육 시장은 푸드테크 기술을 기반으로 한 전문 중소기업들이 중심을 이루고 있다고 볼 수 있음
- 매출 관련 응답을 한 38개 기업 중 2020년에 매출이 발생한 기업은 24개(63.2%)이며, 제품 개발 또는 출시 준비 단계인 기업은 14개(36.8%)로 아직까지는 국내 식물성 대체육 시장은 초기 시장으로 볼 수 있음

□ 비건인증 식품 개수 612개('18년~'21년 누계), 전년 대비 44% 증가

- 한국비건인증원에서 '18년~'21년까지 비건인증을 받은 식품 개수(누계)는 612개이며, 2021년에는 286개 식품이 신규로 비건인증을 받아 2020년 대비 44%, 2019년 대비 151% 증가한 것으로 나타남
- 식품 외에도 화장품, 생활용품, 원료 등의 다양한 제품이 비건 인증을 받았으며 인증 개수는 매년 증가 추세로 2021년 누적 기준 2,256개 제품이 비건 인증을 받음

국내 식물성 대체육 제조사 규모

[단위: 개, %]

구분	기업수	비중
대기업	7	10.6
중견기업	3	4.5
중소기업	37	56.1
스타트업	13	19.7
기타(학교 등)	3	4.5
무응답	3	4.5
총 합계	66	100.0

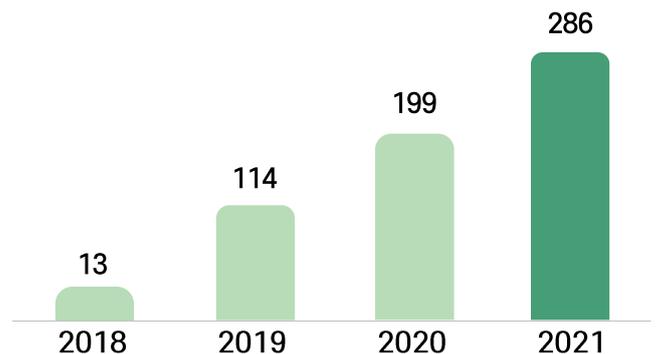
1) 조사 기관: (주)글로벌리서치

2) 조사 기간: 2021.06.30~2021.07.15.

3) 조사 방법: 대체육 관련 기업 사전 데스크리서치 후 설문조사(전화, 팩스)

비건인증 식품개수

[Base : 해당 연도별 인증받은 제품 수, 단위: 개]



* 한국비건인증원

2 국내 시장동향 ②

□ 중소기업 중심에서 대기업 중심으로의 발전하고 있는 현재 식물성 대체육 시장

- 최근에는 냉동조리식품, 즉석편의식, 디저트류 등 다양한 원재료가 혼합된 식품 카테고리 비건 제품이 확대되고 있음
- 식품업체들은 비건이나 채식주의자 뿐만 아니라 일반 소비자들도 목표 소비자로 보고, 경쟁력의 핵심인 고기의 맛과 식감 구현을 위해 기술개발에 적극적으로 나서고 있음
- 식물성 대체육을 제조·유통하는 기업은 롯데푸드, 롯데지알에스, 동원F&B, 태경농산, 바이오믹스테크, 지구인컴퍼니, 사조대림, 쏘이마루, CJ제일제당, 풀무원 등이 있음



[롯데푸드]

- 2020년 3월, 롯데중앙연구소, 바이오제네틱스, 위드바이오코스팜과 식물성 대체육의 육즙 등의 연구 개발을 위한 MOU 체결
- 2020년 7월, 식물성 함박스테이크 '제로미트 함박' 2종 출시
- 2020년 8월, 식물성 대체육류 브랜드 '제로미트' 이마트 점포 판매
- 2021년 4월, 미래 먹거리 혁신을 주도 스타트업을 발굴 및 집중 육성



[롯데지알에스]

- 2017년, 롯데중앙연구소와 대체육 버거 개발 진행
- 2019년 6월, 식물성 패티를 이용한 '리아 미라클 버거' 출시
- 2020년 2월, 국내 버거 프랜차이즈 최초 식물성 패티, 빵, 소스로 만든 '미라클 버거' 출시
- 2020년 10월, 식물성 단백질 버거 '스위트어썸 버거' 출시



[동원F&B]

- 2019년, 미국 '비온드미트' 독점 공급계약. 대체육 소시지 판매
- 2020년 4월, '비온드비프', '비온드소시지' 출시하며 제품 라인업 확대
- 2021년 2월, '투썸플레이스'와 식물성 대체육 샌드위치 '비온드미트 파니니' 2종 출시
- 2021년 5월, 동원 자체 브랜드 '더반찬&' 신규 비건 메뉴 3종(샐러드, 볶음 고추장(소스), 궁중떡볶이) 출시



[태경농산]

- 2017년, 베지가든 브랜드 런칭, 시제품 개발
- 2019년, 베지가든 비건인증 획득(제품별 획득 일자 다름)
- 2021년 12월, '2022 대한민국 퍼스트브랜드 대상' 수상
- * 베지가든 : 농심 연구소와 농심 계열사인 태경농산(주)이 개발한 식물성 대체육 제조기술을 간편 식품에 접목한 브랜드



[바이오믹스테크]

- 2020년 5월, 콩, 밀에서 추출한 식물성 단백질을 기반으로 곤약, 해조류를 이용한 대체육 상품 '고기 대신' 론칭
- 2020년 12월, LMHT 기법을 도입한 대체식품 출시
- 2021년, 식물성 대체육 미국 비건, 할랄(HALAL) 인증 이마트, 롯데마트, GS수퍼마켓 등 9개 대형마트 내 입점



[지구인컴퍼니]

- 2017년, 식물성 고기를 사용한 '언리미트' 대체육 개발
- 2019년 11월, '언리미트' 만두 2종 출시
- 2020년 1월, 고기 맛과 향은 스타트업 '더플랜잇'과 협업 개발
- 2020년 9월, 언리미트-써브웨이 '얼터미트' 샌드위치 출시
- 2020년 12월, 언리미트 슬라이스 호주 론칭, 언리미트 민스 출시

* 제조사, 유통사 홈페이지, 기사검색

3 국내 유통현황

□ 대형유통사 온라인 몰 육류 대체품 중심 제품 구성

- 2021년 대형유통사 온라인에서 판매하는 비건 식품 228개를 분석한 결과, 햄류가 17.5%로 가장 많고, 다음으로 돈가스(15.4%), 스테이크류(12.7%)순으로 육류 대체품이 주를 이루고 있음
- 분식류, 해산물류, 조미료, 반찬류 등의 제품도 판매되고 있으나 제품수는 상대적으로 적음

대형유통사 온라인몰 제품수 비중

[Base : 대형유통사 3사 온라인몰 비건식품 제품수(228개), 단위 : %]



* 이마트몰, 롯데마트몰, 홈플러스몰

□ 대형마트 오프라인 비건식품 진열 공간 확대 등 판매 강화

- **[이마트]** '채식주의존'에서 100% 식물성 원재료만 활용한 15종 제품을 모아 판매 중임. 운영 점포는 2021년 33개였지만, 향후 운영 점포를 확대할 예정임
- **[롯데마트]** 냉동식품 매장 내 '비건 특화존'을 운영하며 비건 식품을 판매 중임. 2021년 70개 점포에서 운영 중이며, 향후 제품 품목을 늘려갈 계획임
- **[홈플러스]** 2021년 비건 제품을 모아 놓은 '비건 존'을 전국 주요 점포 52개에 출시했으며 추후 전국 매장 입점을 추진 예정임. 매장에서 취급하는 비건 상품은 20종으로 전년대비 100%증가함



이마트 '채식주의존'

롯데마트 '비건 특화존'

홈플러스 '비건 존'

□ 편의점도 비건 식품 열풍, 친환경, 동물보호 제품 적극적 유치

- **[GS25]** 베지가든, '랩노슈' 비건 식품을 판매하고 있으며, 향후 비건 식품을 30여 종까지 확대할 계획임. 2021년 1~7월 비건 식품 매출이 전년 대비 18배 증가함
- **[CU]** '채식주의', '언리미트' 비건 식품을 판매하고 있음. 2021년 1~7월 채식 관련 상품 매출이 15배 증가함
- **[세븐일레븐]** '그레인그레이트' 비건 식품(김밥, 샐러드, 파스타)를 출시하여 판매 중임
- **[이마트24]** 자체 채식 브랜드 '홈파티' 비건 식품(대체육 햄, 샌드위치 등)의 새로운 제품군 출시 계획을 밝힘

4 소비자 동향 및 트렌드 조사 ①

- 네이버 검색량 데이터를 기반으로 빅데이터 분석을 실행하여 정형화 작업을 거친 후 키워드를 통해 시장의 핵심 트렌드를 파악함
 - 온라인에서 사용된 비건 관련 검색어는 ‘비건 제품군’, ‘비건 인증기관’, ‘식물/채식’, ‘비건 식품군’, ‘비건 시장 관심/트렌드’ 등으로 이와 관련된 다양한 연관 키워드들이 확인됨
- 전문가 심층 면접과 빅데이터 분석을 통해 4가지 비건 시장 트렌드를 도출함
 - 전문가 심층면접에서 도출된 4가지 핵심 키워드를 측정변수로 한 구조방정식 모형에서 핵심 키워드는 ‘비건소스/패스트푸드’, ‘비건 유제품’, ‘비건 면류’, ‘비건 냉동식품’으로 나타남

비건식품 트렌드 핵심 키워드

1. 비건 소스/패스트푸드



- 대표적인 비건 패스트푸드로는 비건버거가 있으며, 롯데리아의 ‘스위트 어스 어썸버거’, ‘미라클버거’가 존재함. 스위트 어스 어썸버거는 네슬레가 운영하는 식물성 단백질 브랜드인 ‘스위트 어스’의 패티를 사용함
- 국내에서 비건 소스 관련 메뉴는 계속 시도되고 있으나 아직 비건 메뉴가 다양하지 않아 수요가 많지 않고, 강한 맛을 선호하는 국내 소비자의 특성 상 비건 소스와의 거리감이 다소 존재하고 있음

2. 비건 유제품



- 비건 유제품에는 우유 대체, 치즈 대체, 아이스크림 등이 있으며, 타 비건식품 대비 상품군이 비교적 다양함
- 대표적인 비건 유제품으로는 매일유업의 ‘아몬드 브리즈’, 농심의 자회사인 태경농산의 ‘베지가든 식물성 체다치즈 슬라이스’, 롯데제과 ‘나뚜루 비건 아이스크림’ 등이 있음

3. 비건 면류



- 비건 면류는 친환경, 환경보호 등의 가치를 내세우고 있으며 일반 면류 제품들과 비교해도 맛이 떨어지지 않아 일반 소비자들의 입맛에도 잘 어울린다는 평가를 받고 있음
- 비건인증을 받은 제품으로는 오투기의 ‘채황’, 풀무원의 ‘정면’, ‘정비빔면’ 등의 제품이 있음

4. 비건 냉동식품



- 조리냉동식품, 즉석편의식 등 간편하게 먹을 수 있는 냉동식품 시장 역시 비건 트렌드를 따르고 있으며 대부분 국내 식품기업이 비건 냉동식품 시장을 주목하고 있음
- CJ의 ‘비비고’, 롯데푸드의 ‘쉐푸드’는 간단한 식사를 선호하는 1인 가구 소비자를 겨냥한 소포장 단위의 다양한 비건 냉동식품을 출시하여 시장을 형성해 가고 있음

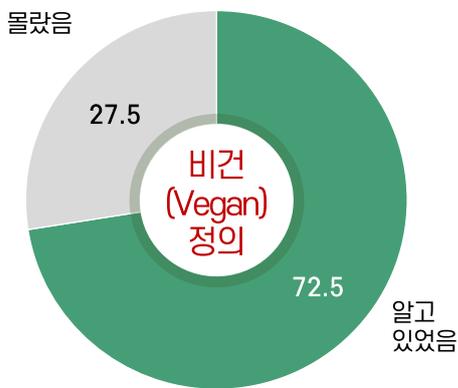
4 소비자 동향 및 트렌드 조사 ②

□ 542명 중 72.5%가 '비거니즘(Veganism)'의 정의에 따른 '비건(Vegan)'에 대해 인지하고 있음

- 남녀 채식 식생활자(342명), 과거 채식 식생활 경험자(100명), 채식 식생활 관심자(100명) 총 542명을 대상으로 비건 식품에 관한 조사를 진행하였음
- 응답자 542명 중 72.5%가 '비거니즘(Veganism)'의 정의에 따른 '비건(Vegan)'에 대해 듣거나 본 적이 있는 것으로 나타남 (비건 정의 : 채소, 과일 등의 식물성 음식만 섭취하는 철저하고 완전한 채식주의자)
- 비건 정의 인지자 393명 중 56.0%가 비건 식생활 경험이 있으며, 6.4%가 현재 비건 식생활을 하고 있음. 그 중 30대에서 '비건 생활을 하고 있다'는 응답이 상대적으로 높음

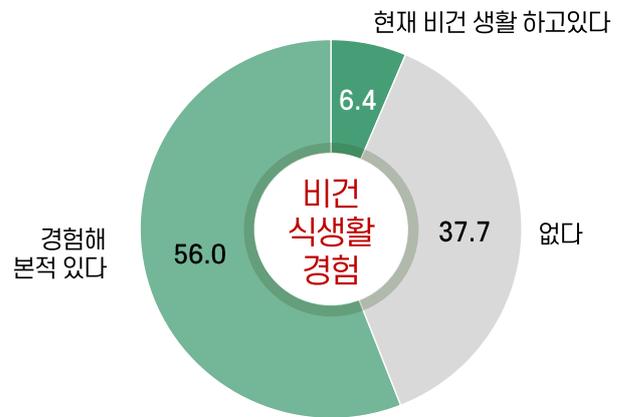
비건 정의에 따른 인지도

[Base : 전체, n=542, 단위 : %]



비건 식생활 경험 정도

[Base : 비건 사전적 정의 인지자, n=393, 단위 : %]



□ 채식 식생활을 시작한 계기로 건강상의 이유(다이어트(36.7%), 건강 악화(35.3%) 등)가 가장 높게 나타남

- 다음으로 '육식으로 인한 환경/식량 문제에 대한 고민' 27.8%, '비건 식품/요리 접촉' 26.0%, '동물의 비윤리적인 사육/도살 장면 접촉' 25.6%로 나타나 응답자의 채식 식생활 도전 계기는 개인의 건강을 지향하는 미국형 비건 라이프 형태를 보임

채식 식생활을 시작하게 된 계기

[Base : 채식 경험 또는 유지자, n=442, 단위 : %]



36.7

35.3

27.8

26.0

25.6

구분	사례수	다이어트를 하려고	신체적 건강이 나빠져서	육식이 미치는 수많은 부정적 영향을 알아서	비건 식품/요리를 접하고 나서	동물의 비윤리적인 사육/도살장면을 보고
전체	(442)	36.7	35.3	27.8	26.0	25.6
20대	(55)	54.5	27.3	25.5	29.1	32.7
30대	(124)	42.7	37.1	29.8	31.5	24.2
40대	(137)	27.0	37.2	26.3	23.4	25.5
50대	(97)	38.1	35.1	29.9	21.6	22.7
60대	(29)	17.2	34.5	24.1	24.1	27.6

* 해당 표는 연령별 상위 5개의 값만 노출함 ** 복수응답

4 소비자 동향 및 트렌드 조사 ③

□ 비건식품 오프라인 전체 구입률은 85.2%, 온라인 전체 구입률은 56.7%로 조사됨

- [오프라인] 채널별 구입률은 대형마트(41.0%), 유기농/친환경식품(21.5%), 창고형 매장(21.1%) 등의 순으로 나타남. 품목별로 대형마트에서 대체육 구입률이 높으며 유기농/친환경 전문점에서의 즉석식품, 간편식, 분식 등의 구입이 상대적으로 높게 나타남
- [온라인] 채널별 구입률은 온라인 종합쇼핑몰(26.4%), 식품전문몰(18.8%) 등의 순으로 조사됨

비건 식품 주요 구매장소

[Base : 비건식품 구입경험자, n=432, 단위 :%, 복수 응답]

오프라인 전체 85.2%



온라인 전체 56.7%



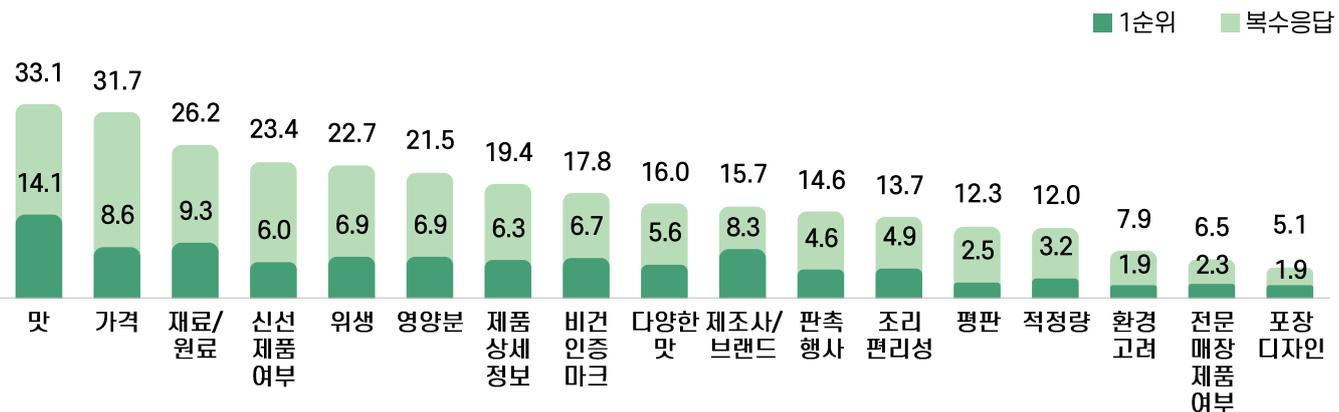
*복수 응답

□ 비건식품 구입 시 고려요인은 맛(33.1%), 가격(31.7%), 재료/원료(26.2%) 등의 순으로 조사됨

- 다음으로 제품 신선도, 위생, 영양 순으로 나타나 비건 식품 품질에 대한 고려가 상대적으로 높은 것으로 나타남
- 품목별 구입시 고려요인으로, 대체육(콩고기, 햄, 소시지 등), 비건 빵류의 경우 맛을 가장 중요하게 생각하며, 우유 대체식(아몬드 밀크 등), 비건 면류(라면, 비빔면 등)의 경우 가격을, 비건 간편식(콩까스, 너겟 등)은 재료/원료를 가장 중요하게 생각하는 것으로 조사됨

비건 식품 구입 고려요인

[Base : 비건식품 구입경험자, n=432, 단위 :%, 복수 응답]



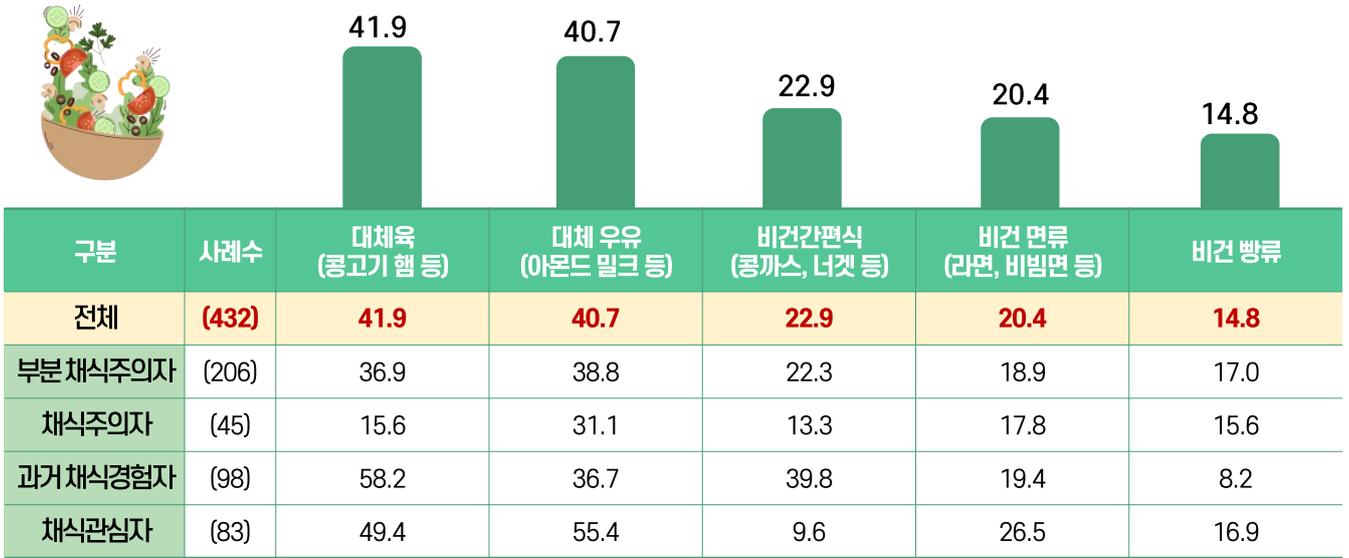
*복수 응답

4 소비자 동향 및 트렌드 조사 ④

- 비건식품의 주요 구입 품목은 대체육 41.9%, 대체 우유 40.7%으로 인지율과 구매율 순위가 유사함
 - 비건식품 중 가장 많이 알고 있는 품목은 대체육(61.8%), 대체 우유(61.3%)가 1위군을 형성하고 다음으로 비건 면류(55.5%), 비건 빵류(48.5%), 비건 간편식(47.6%) 등의 순으로 나타남
 - 과거 채식경험자는 대체육, 비건 간편식 구입이, 채식관심자와 채식주의자는 대체 우유 구입이 가장 높음

비건식품 주요 구입 품목

[Base : 비건식품 구입경험자, n=432, 단위 : %, 복수 응답]

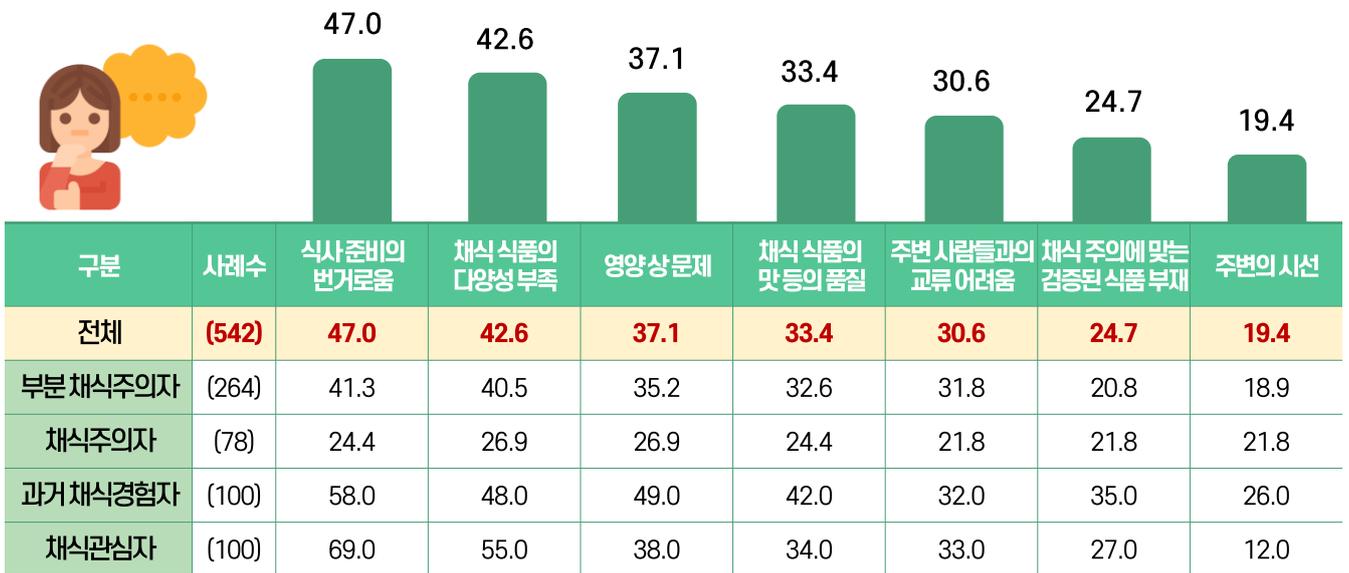


* 해당 표의 품목은 사례수 20개 이상 값만 노출함 ** 복수응답

- 채식 식생활의 주요 장애 요인은 '식사 준비의 번거로움'과 '식품 다양성 부족'으로 나타남
 - 식사준비의 번거로움(47.0%)이 가장 높게 응답되었으며 다음으로 식품의 다양성 부족(42.6%), 영양상 문제(37.1%), 식품 품질(33.4%) 순으로 나타남

채식 식생활 실행 시 장애 요인

[Base : 전체, n=542, 단위 : %, 복수응답]



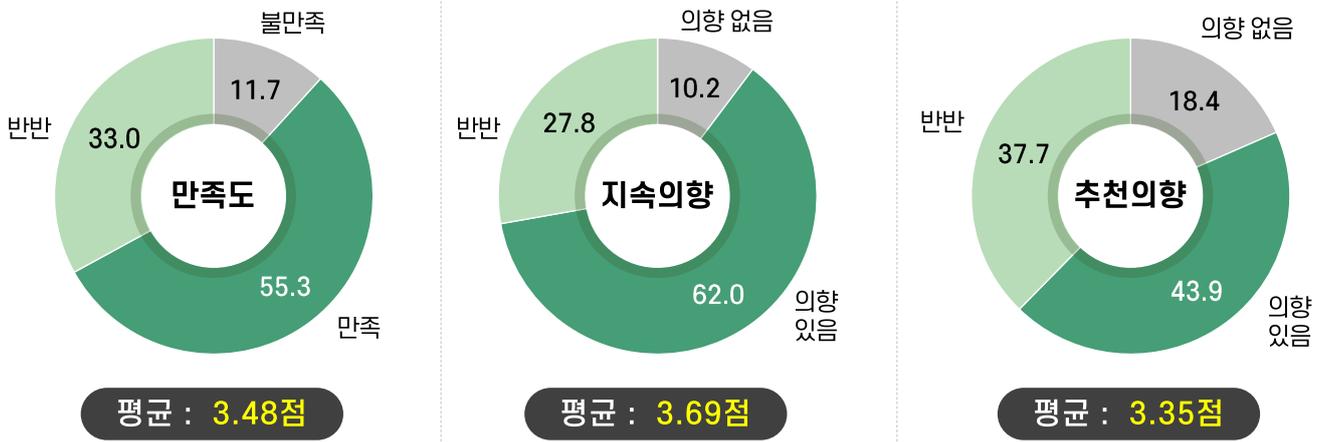
* 복수응답

4 소비자 동향 및 트렌드 조사 ⑤

- 채식유지자 55.3%가 채식 식생활을 만족하고 있으며, 62.0%가 채식 식생활을 지속할 것으로 응답함
 - 주변 추천의향은 43.9%로 만족도 및 지속의향 대비 상대적으로 낮게 나타났는데 이는 채식 식생활 자체가 유지가 어렵고 개인마다 생각이나 체질이 달라 추천하기에 부담을 느끼는 것으로 풀이됨

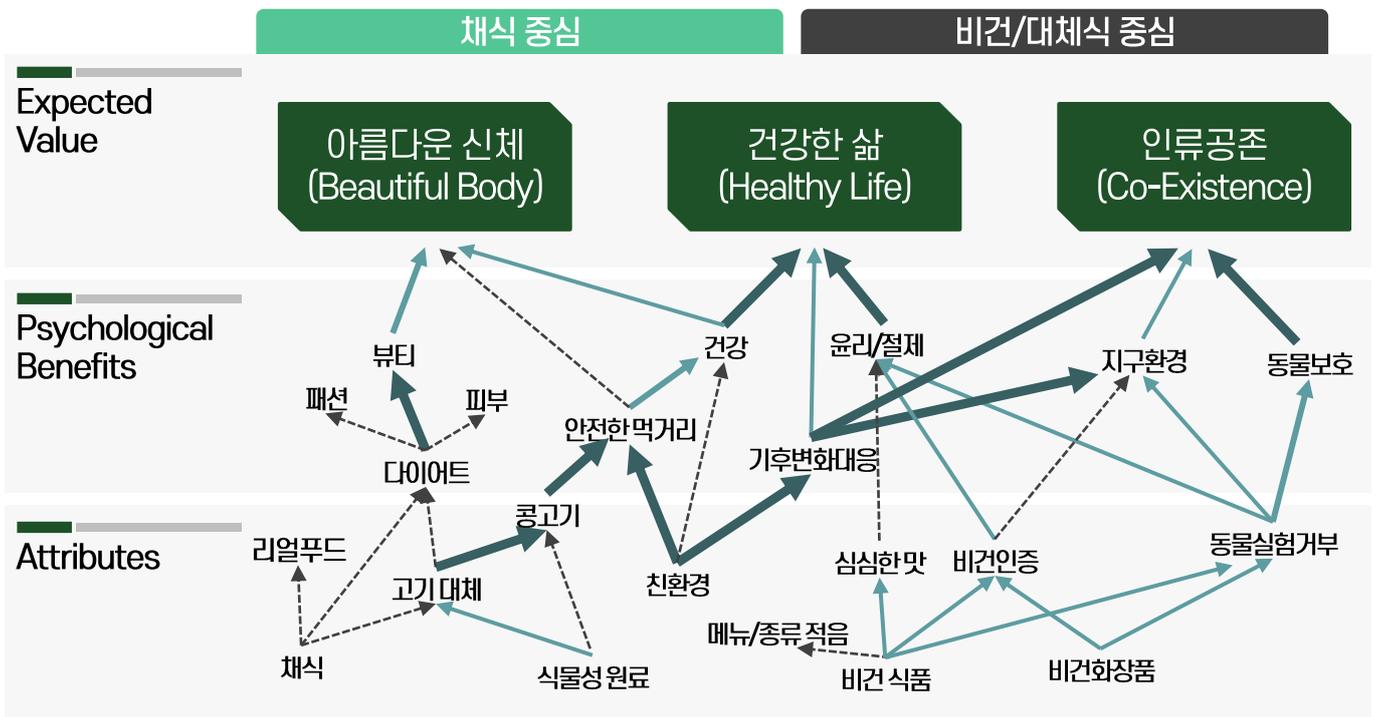
채식 식생활 만족도

[Base : 채식 유지자, n=342, 단위 :%, 5점 척도]



- 비건식품에 대한 소비자 기대 가치는 ‘아름다운 신체’, ‘건강한 삶’, ‘인류공존’임
 - [아름다운 신체] 채식, 식물성 원료 등을 통한 다이어트 및 피부 미용 효과에 관한 소비자의 기대 욕구이며, 20대 여성 중심에서 점차 고연령 여성, 성인 남성으로도 확대되고 있는 추세임
 - [건강한 삶] 건강한 삶을 위하여 의식주 전반에 비건 라이프스타일을 추구하는 것으로, 식품에 있어서는 채식 중심의 안전한 식품, 육류 섭취의 절제, 비건 인증으로 신뢰할 수 있는 식품 취식을 핵심 가치로 함
 - [인류공존] 동물보호와 인류가 직면하고 있는 지구 전반적인 문제들을 관리하고 인류 공존을 추구하는 노력으로 볼 수 있음

비건 식품에 대한 소비자 기대 가치

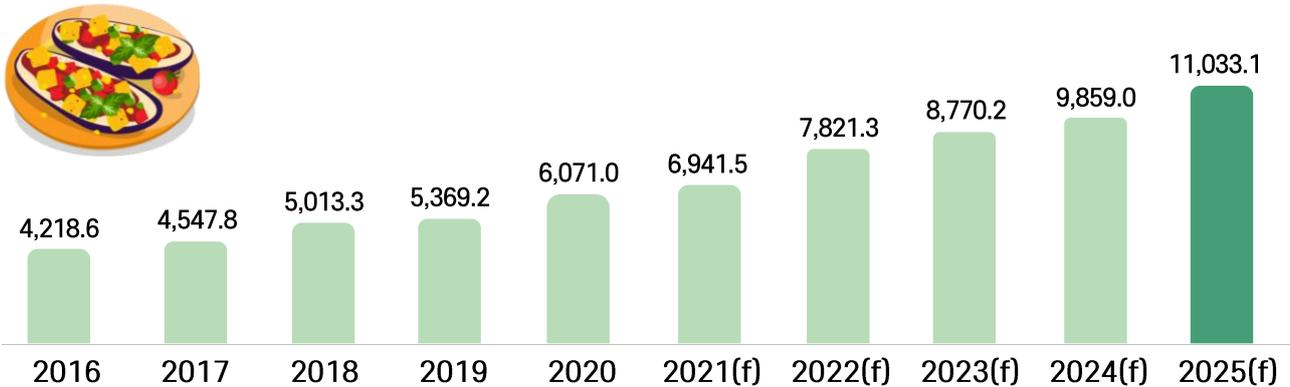


5 해외시장 동향 ①

- 세계 식물성 대체육 시장규모는 2020년 60.7억 달러, 2025년에는 110.3억 달러로 성장할 것으로 보임
 - 호기심, 편의성, 개인 영양·맞춤 식품에 대한 소비자 요구 증대와 더불어 동물복지 및 윤리, 건강과 자원, 환경 지속가능성에 관한 관심 증가는 세계 대체식품 시장의 성장 요인으로 작용함
 - 채식주의자(Vegan)와 경제(Economics)를 합친 비거노믹스(Veganomics)라는 신조어가 탄생된 것처럼 비건은 단순 유행이 아닌 패러다임으로 자리를 굳혀가고 있음
 - 세계 대체식품의 규모는 2016년부터 꾸준히 성장하여 2020년 60.7억 달러 규모의 시장을 형성했으며 2025년 추정 규모는 2020년 대비 약 81.7% 증가한 110.3억 달러로 예상됨
 - 2021년에 발표된 '대체 단백질 식품 트렌드' 보고서에 따르면 대체육 시장은 2030년 전 세계 육류시장의 30%를 차지할 것으로 분석됨

세계 식물성 대체육 시장규모

[단위 : 백만 달러]



* GlobalData(2022), Global Market Data

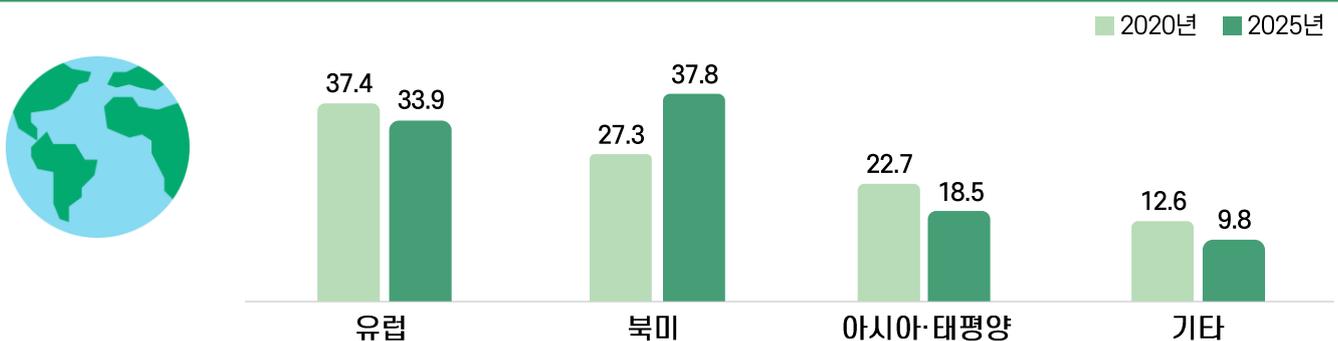
- 1) 2020년까지는 실제(Actual) 데이터 값이고, 2021년부터 2026년까지는 추정치 값임
- 2) 대체육('Meat Substitutes') 분류 내에서 콩류(Soy based), 곡물류(Grain-based), 식물성 단백질(Vegetable/Plant based proteins, 단세포 단백질류(균류/조류)(Single cell protein(Fungi/Algae) 기준의 시장규모임
- 3) 본 보고서의 인용된 Global Market Data 자료는 국가별 화폐단위를 달러로 변환한 값으로 환율변화에 따라 시장규모에 차이가 발생할 수 있음

□ 2020년 유럽 식물성 대체육 시장 점유율 37.4%, 2025년에는?

- 2020년 대륙별 식물성 대체육 시장 점유율은 유럽(37.4%), 북미(27.3%), 아시아·태평양(22.7%), 기타(12.6%) 순으로 선진국이 대부분을 차지하고 있음
- 향후 2025년 식물성 대체육 시장 점유율은 북미 시장 규모가 상대적으로 크게 증가하면서, 북미(37.8%), 유럽(33.9%), 아시아·태평양(18.5%), 기타(9.8%) 순으로 북미 지역의 점유율이 높아질 것으로 전망됨

대륙별 식물성 대체육 시장 점유율

[단위 : %]



* GlobalData(2022), Global Market Data

- 1) 2020년까지는 실제(Actual) 데이터 값이고, 2025년은 추정치 값임

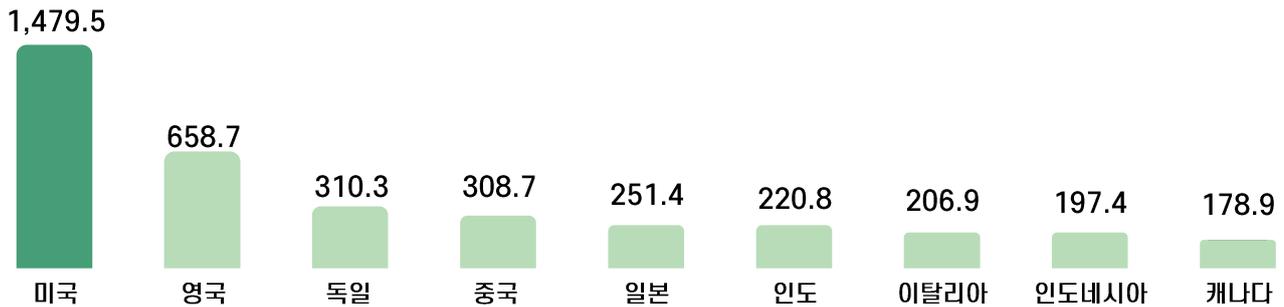
5 해외시장 동향 ②

□ 국가별 시장규모(2020년) : 미국 1위(24.4%) > 영국 2위(10.8%) 순임

- 2020년 대체육 시장규모는 미국이 14억 7,950만 달러로 전체 시장의 24.4%로 가장 크며, 다음으로 영국 10.8%(6억 5,870만 달러), 독일 5.1%(3억 1,030만 달러), 중국 5.1%(3억 870만 달러), 일본 4.1%(2억 5,140만 달러) 순임
- 한국은 1,740만 달러(0.3%)로 나타남

국가별 식물성 대체육 시장규모(2020년)

[단위 : 백만 달러]



* GlobalData(2022), Global Market Data

1) 2020년까지는 실제(Actual) 데이터 값이고, 2025년은 추정치 값임

□ 세계 식물성 대체육의 글로벌 트렌드는 'COVID-19로 인한 산업/소비 변화', 'MZ세대를 위한 비거노믹스', '비건 디저트 시장 확대', '국제기구의 비건 장려' 임

- **(COVID-19로 인한 변화)** COVID-19의 대유행으로 산업측면에서는 육류 공급 부족 및 가격인상 발생하고 소비자 측면에서는 건강과 지속가능한 지구 환경에 관한 관심이 증가하면서 대체육 산업이 성장함
- **(MZ세대를 위한 비거노믹스)** MZ세대를 중심으로 미닝아웃(Meaning Out) 트렌드가 확산됨에 따라 대체식 및 비건 인구가 증가할 것으로 전망됨
- **(비건 디저트 시장 확대)** 건강한 식물성 기반에 코로나 블루(COVID-19로 인한 우울감)를 해소해줄 수 있는 비건 디저트 시장이 확대될 것으로 전망됨. 비건 디저트 시장의 주요 원동력 중의 하나는 유당 불내증을 갖고 있는 소비자들로 미국에서는 귀리우유를 이용한 비건 아이스크림과 요거트가 빠르게 성장 중임
- **(국제기구의 비건 장려)** 영국 왕립국제문제연구소(Chatham House)는 종의 다양성을 보존하기 위한 방법 중의 하나로 식물성 식단 비중 확대를 권고하였으며, 유엔은 환경계획보고서를 통해 자연과의 공존을 위해 육류 및 제품을 멀리해야 한다고 언급함. 또한, 미국 식품공학자협회는 2021년 10대 식품 트렌드 중 친환경, 식물성 대체식품, 혼합 대체 단백질 식품(Plant/meat Blends)으로 선정함

* 새로운 트렌드 '혼합 단백질 대체식품'

미국의 Good Food Institute는 식물 기반, 세포배양, 발효단백질 (바이오펜스 발효 등) 성분을 혼합한 '혼합 단백질 대체식품'이 새로운 트렌드가 될 것으로 전망함. 이는 기존의 대체식품 시장이 지속적으로 어려움을 겪고 있는 맛과 같은 감각적인 특성을 개선할 수 있을 것으로 보고 있기 때문임

(‘식품 규제 : 대체 단백질(Alternative proteins)’보고서, MINTEL(2022))



5 해외시장 동향 ③

□ 미국 비건 동향, 세계에서 가장 큰 식물성 대체육 시장, 비건 식단 추종자 970 만 명(2020년)

- 미국의 비건은 100만 명으로 작지만, 비건 식단을 선호하는 인구는 970만 명이며, 미국인의 39%는 건강을 이유로 비건 식단을 실행하고 있음
- 2020년 기준 비건 전문 음식점은 1,474개이며, 소비자 수요에 맞춰 비건 식단을 추가하여 판매하고 있음
- 식물성 대체육 시장 규모는 세계에서 가장 큰 14억 7,950만 달러로 2016년 대비 80%로 증가하였으며, 2025년에는 38억 9,960만 달러 규모로 성장할 것으로 전망됨
- 원료 유형별로는 콩류가 전체 시장의 68.6%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 채소/식물성 단백질 22.1%, 곡물류 5.0%, 단세포 단백질(균류/조류) 4.2% 순임
- 대체식품 중 대체 우유의 판매 비중이 가장 높으며, 비교적 최근에 비건 시장에 진출한 식물성 달걀의 2020년 매출이 전년 대비 168% 급성장하여 향후 성장 가능성이 높은 품목으로 나타남

미국 주요 식물성 대체식품

Tyson Foods	Beyond Meat	Kellogg	Daiya
Raised & Rooted	Beyond	Morningstar Farms	daiya
			

* 각 제품별 홈페이지

□ 영국 비건 동향, 비건 인구 약 70만 명, 비건의 본고장

- 영국은 1월 한달 간 비건으로 지낼 것을 서약하는 비거너리(Veganuary) 운동이 가장 활발하여 2020년 1월에 비건 서약을 한 수는 125,000명으로 전년 대비 10만 명이 증가함
- 식물성 대체육 시장 규모는 2016년 대비 31.6% 증가한 6억 5,870만 달러로, 2025년에는 9억 5,010만 달러 규모로 성장할 것으로 전망됨
- 원료 유형별로는 단세포 단백질(균류/조류)가 전체 시장의 45.6%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 곡물류(23.4%), 콩류(15.9%), 채소/식물성 단백질류(15.1%)순임
- 2020년 대체 우유 매출액이 2018년 대비 107% 상승하여 가장 큰 성장률을 보였으며, 성인 인구 32%가 대체 우유인 귀리 우유를 섭취하는 것으로 나타남

영국 주요 식물성 대체식품

Quorn	Alpro	Sainsbury's	Huel	THIS™	GOOD CATCH FOODS
Quorn Vegan	alpro	PLANT PIONEERS	Ready-to-drink v2.0	THIS ISN'T CHICKEN	Plant based
					

* 각 제품별 홈페이지

5 해외시장 동향 ④

□ 독일 비건 동향, 비건 260만 명, 대체육이 육류를 대체하는 나라

- 독일은 비건 인구는 전체 인구의 3.2%(260만 명)로 유럽에서 가장 많고, 육류 섭취를 피하는 플렉시테리언은 전체 인구의 29.4%로 추정됨
- 2020년 설문조사에서 35세 이하의 인구 중 44.6%가 대체육을 전통 육류의 대체품으로 생각한다고 응답하였으며, 44세 미만에서 대체육을 구입한 경험이 61%임
- 2020년 식물성 대체육 시장규모는 2016년 대비 83.8% 증가한 3억 1,030만 달러로, 연평균 16.5%의 높은 성장률이 나타나고 있으며, 2025년에는 7억 4,310만 달러 규모로 성장할 것으로 전망됨
- 원료 유형별로는 곡물류가 전체 시장의 53.0%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다른 유럽 국가 대비 비건 아이스크림 매출 비중이 상대적으로 높게 나타남

독일 주요 식물성 대체식품

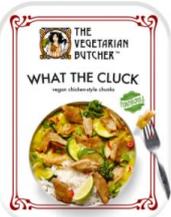
Rügenwalder Mühle	Blue Farm	Big Innovations Group	SimplyV	VeganZ
Rügenwalder Mühle	Oat Base	JD's Vegan	SimplyV	VeganZ
				

* 각 제품별 홈페이지

□ 네덜란드 비건 동향, 플렉시테리언이 전체 인구의 40%인 비건 정책 국가

- 네덜란드의 비건은 전체 인구의 2% 정도로 추정되지만, 정책적으로 식물성 단백질 섭취를 권장하고 있어 플렉시테리언은 전체 인구의 40%로 나타남
- 외국인 투자청을 두어 푸드테크 기업들에 대한 투자 유치를 장려하는 등 대체육 산업에 정부가 적극적으로 나서고 있고, 자문기관인 '환경 및 인프라 위원회'를 통하여 정책적으로 식물성 단백질 섭취를 유도하고 있음
- 2020년 식물성 대체육 시장규모는 2016년 대비 43.1% 증가한 1억 1,330만 달러로, 2025년에는 1억 6,940만 달러 규모로 성장할 것으로 전망됨
- 원료 유형별로는 콩류가 전체 시장의 41.1%로 가장 큰 비중을 차지하며, 다른 유럽 국가과는 다르게 식물성 대체육 판매 비중이 대체 우유 보다 높은 특징이 있음

네덜란드 주요 식물성 대체식품

Kennemervis Groep	The Vegetarian Butcher	Willcroft	Vivera Food Group
VegaFit	POULETTEKES	This is Not Cheese	Vivera
			

* 각 제품별 홈페이지

5 해외시장 동향 ⑤

□ 걸프협력회의(GCC) 비건 동향, 채식주의자는 1.3%이지만 성장 가능성이 높은 시장

- 걸프협력회의 국가에서는 개인 건강과 식량 문제에 대한 국가적 인식 등의 이유로 플렉시테리언을 표방하는 인구의 비중이 늘어나고 있는 추세임
 - * 걸프협력회의 국가: 바레인, 쿠웨이트, 오만, 카타르, 아랍에미리트, 사우디아라비아
- 2020년 식물성 대체육 시장규모는 2016년 대비 17.1% 증가한 7,680만 달러로, 2025년에는 1억 150만 달러 규모로 성장할 것으로 전망됨
- 외국기업 뿐만 아니라 자국 내 할랄식품 기업들도 대체육 시장에 뛰어들면서 대체육 제품은 할랄인증 없이는 경쟁력을 갖출 수 없게 되고, 500억 달러에 이르는 중동의 할랄식품 시장과 연계되면서 대체육 식품은 높은 시장 잠재력을 보유하게 됨
- 사우디아라비아는 2022년부터 모든 식품은 의무적으로 할랄인증을 받아야 하며, 식품의약국(SFDA)의 승인을 받은 인증 기관을 통하여 인증을 받을 수 있음

페르시아만 주요 식물성 대체식품

Alpro	Oatly	Upfield	Arlene	Al Islami	Omni Foods
Alpro	OATLY!	Violife	Arlene	Plant-Based Burger	Omn! meat

* 각 제품별 홈페이지

□ 중국 비건 동향, 대체육에 대한 높은 미래 수요와 기술발전 가능성에 따른 플렉시테리언의 증가

- 세계 최대 돼지고기 소비국인 중국은 아프리카 돼지 열병과 COVID-19로 인한 물가 폭등으로 인해 대체육 기술에 대한 관심을 갖기 시작했으며 중국 내 식물성 대체식품의 공급과 창업은 증가하고 있음
- 중국 토종 패스트푸드 프랜차이즈 Dicos는 500개 매장에서 식물성 달걀 패티를 넣은 채식 제품을 판매하고 있으며 Zhiai Life(植爱生活), Zhenmeat(珍肉), StarField(星期零) 등의 식물성 대체육 관련 스타트업이 성장 중임
- 네슬레(Nestle)는 자사 글로벌 식물성 대체육 브랜드인 하베스트 고메(Harvest Gourmet)를 출시하며 텐진(天津)에 대체육 공장을 가동 중이고 스타벅스는 비온드미트와 협업하여 채식 메뉴를 출시했으며 상하이(上海)에서 전체 메뉴의 50%가 채식인 녹색가게(Greener Store)를 오픈함
- 2020년 중국 식물성 대체육 시장은 세계에서 네번째로 큰 규모인 3억 870만 달러로 2016년부터 연평균 8.3%의 성장을 하고 있으며 2025년에는 5억 3,430만 달러 규모로 성장할 것으로 전망됨

중국 주요 식물성 대체식품

Nestle	Zhiai Life (植爱生活)	Hebei Yangyuan Zhibei Beverage	Marvelous Foods	Just Egg
Harvest Gourmet	Zhiai Life	六个核桃	yeyo	Just Egg

* 각 제품별 홈페이지