

GROWTH RESEARCH

2025.05.22 (목)

[라면 산업보고서]

K-라면, 글로벌 식탁을 점령하다

Analyst. 한용희, 진재현



목차

Part 1. 라면 산업 개요

Part 2. K-라면 수출 성공 신화

Part 3. 트럼프 관세 영향 점검

Part 4. 주요 라면 기업의 해외 진출 전략

기업분석

농심(004370)

사조동아원(008040)

Intro

KITA에 따르면, '24년 우리나라 라면 수출 규모는 전년 대비 31% 증가한 약 12.5억 달러를 기록했다고 밝혔다. 한류 확산과 함께 미디어 장면에서 치킨, 김밥, 라면 등 다수의 한국 먹거리들이 노출되면서 체험하고자 하는 수요가 높아졌다. 또한 해외 개척을 하고자 SNS 챌린지를 통해 국내 라면 주요 기업들이 적극적으로 홍보하며 이뤄낸 결과이다.

그러나 트럼프 관세 정책과 최근 높은 주가 수준으로 국내 라면 기업들에 대한 불확실성이 커지고 있다. 또한 밈으로 인한 일시적인 현상과 피크아웃에 대한 우려도 공존하고 있다. **하지만 라면 수출을 주도하고 있는 농심과 삼양식품의 수출 전략은 다변화되고 있으며, 최근 한류 확산과 그에 따른 K-푸드 트렌드가 지속적으로 이어지고 있음을 감안했을 때 중장기적으로 해외 진출로 인한 외형 확대는 충분히 유효하다고 판단된다.**

따라서 이러한 흐름 속에서 앞으로 K-라면 기업들의 전망과 투자 매력도가 높은 기업들을 살펴보고자 한다.

Part 1. 라면 산업 개요

1인당 라면 섭취량 2위,
연간 78봉지

라면은 일상생활에서 꼭 필요한 품목이자 우리나라에서 많은 사람들이 좋아하는 식품이다. 한국은 국가별 1인당 라면 섭취량 2위이며, 소비량은 78봉지로 인구 수 대비 굉장히 많은 섭취를 하고 있다. 이는 라면 강국임을 나타내기도 하지만, 이미 많은 소비를 하고 있어 1인당 섭취가 더 이상 늘어나기 어렵다는 것을 의미한다.

국내 시장은 점차
한계에 직면

또한 저출산 및 고령화로 인해 라면을 먹는 인구 수도 점차 둔화하고 있으므로 Q(판매량)의 측면에서 내수 시장은 한계라고 볼 수 있다. P(판매 가격)도 제한적인 상황이다. 라면은 서민 식품으로 대표되는 품목으로 여타 제품과 달리 정부에서 엄격한 가격 관리가 이뤄져 자유로운 인상이 어렵기 때문이다. 실제로 '23년 7월, 정부에서 원재료 가격 하락을 이유로 국내 기업들에게 라면 가격에 대해 인하를 요구하기도 했다. 현재 라면은 개당 1,000원 수준의 낮은 단가를 형성하고 있어 높은 수익성을 기록하기 어렵다. 게다가 P와 Q가 제한적인 시장 구조에서 여러 기업들이 라면 브랜드를 출시하며 경쟁이 이뤄지고 있는 상황이다.

유일한 돌파구는
해외 개척

따라서 국내 기업들은 앞으로 적극적으로 해외 개척을 할 수 밖에 없을 것으로 전망한다. Q가 제한적인 국내와 달리 해외 시장은 잠재 시장 규모가 매우 크기 때문이다. 또한 소비자들 가격에 보고 결정한다는 관점을 중시하기 때문에 정부의 압박이 덜하고 가격 인상이 보다 자유롭다. 실제로 해외 라면의 평균 판매 가격은 국내 대비 약 1.5~2배 높은 수준으로 1봉지를 팔더라도 해외에서 팔면 수익성에 유리한 측면이 있다.

국가별 1인당 라면 소비량

1인당 라면 소비량 (2023)		
1위	베트남	82.2개
2위	대한민국	78개
3위	태국	55개
4위	인도네시아	52.3개
5위	네팔	50.8개
6위	말레이시아	47.8개
7위	일본	47.3개
8위	필리핀	37.4개
9위	중국	29.6개
10위	러시아	15.2개

월마트 라면 가격



\$6⁸⁸ 279 ¢/oz
Samyang Spicy Hot Chicken Flavor Instant Ramen, 4.94 oz, 5 pack
★★★★★ 510
EBT eligible
Save with W+
Pickup today
In stock

5개=6.8봉
개당 약 2,000원



Best seller
\$4²³ 25.0 ¢/oz
Nongshim Shin Ramyun Spicy Beef Ramen Noodle Soup Pack, 4.2 oz X 4, Shelf-Stable
★★★★★ 17
EBT eligible
Save with W+
Pickup today
In stock

4개=4.23봉
개당 약 1,500원

Part 2. K-라면 수출 성공 신화

K-라면이 대세, 꾸준히 증가하는 수출

KITA에 따르면, '24년 우리나라 라면 수출 규모는 전년대비 31% 증가한 약 12.5억 달러를 기록했다고 밝혔다. 현재 141개국에 수출되고 있으며, 주요 국가의 경우 1위 중국(21%), 2위 미국(17%), 3위 네덜란드(7%), 4위 일본(5%) 순이다. 그렇다면 K-라면이 해외 시장에서 많은 관심을 받는 원인은 무엇일까?

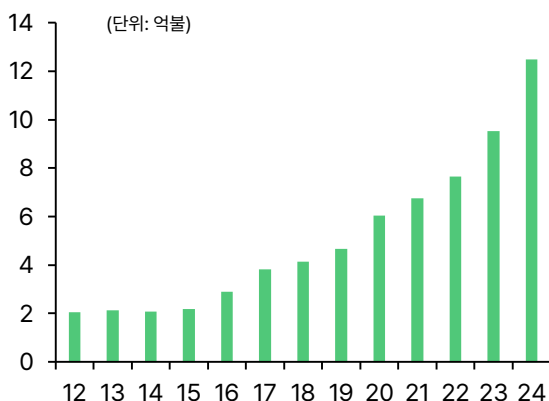
영화 기생충 흥행이 시발점

기존에 매운 음식은 동양인들에게 친숙하지만 이외의 국가에는 맞지 않은 거라는 인식이 강했다. 그러나 2019년 전 세계에서 흥행한 영화 기생충의 '한우 채끝 짜파구리'의 등장 장면으로 농심의 대표 제품인 '짜파게티'와 '너구리'에 대한 주목이 커졌다. 농심은 미리 준비해뒀던 11개 언어로 된 짜파구리 레시피 동영상에 유튜브에 올리며 열풍의 흐름을 이용했다. 이로써 K-라면의 수출길이 본격적으로 열리게 된 것이다.

코로나-19가 중폭 포인트

이후 코로나-19 기간 동안 외식 수요가 줄어드는 대신 집에서 음식을 조리하는 사례가 늘어났다. 또한 언택트와 함께 콘텐츠 소비 시간도 증가했는데, 한국의 미디어 콘텐츠가 주목받으면서 흥행을 하기 시작했다. 이때 작중 음식을 먹는 장면 속에서 치킨, 김밥, 라면 등 다수의 한국 먹거리에 대한 관심과 함께 체험하고자 하는 수요가 높아졌다. 해외 소비자에게 간식으로 여겨져 왔던 한국 라면이 한끼 식사이자 비상식량 및 간편식으로 주목받게 된 것이다. 특히 삼양식품은 이러한 트렌드를 적극 활용했다. 방송프로그램에서 BTS 지민이 삼양식품의 '불닭볶음면'을 즐겨 먹는 모습이 연출되었고, SNS상에서 불닭 챌린지로 유행하며 K-라면의 수출 전성기를 이끌었다.

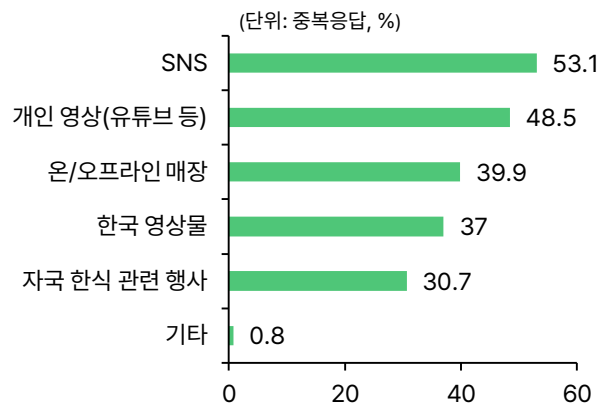
우리나라라면 수출 동향



자료 : KITA

그로스리서치 GROWTH RESEARCH

한국 음식 접촉 경로



자료 : KOFICE, 그로스리서치

Part 3. 트럼프 관세 영향 점검

트럼프 행정부
관세 부과

미국 시장은 최근 3년 동안 연평균 38.4% 증가하며 K-라면의 수출액을 증가시키는데 가장 큰 기여를 한 국가이다. '24년 미국 수출액은 전년 대비 70% 가까이 증가했다. 그러나 트럼프 관세 정책으로 미국 수출품에 상호관세 25%가 부여된다. 현재는 90일간 유예되어 기본 관세 10%만 적용 중이다. 따라서 국내 지역에서 생산돼 미국으로 들어가는 수출 물량은 관세를 피할 수 없다.

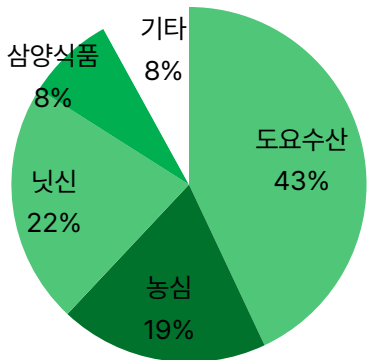
미국내 시장 구조에
큰 변화는 없을 것

트럼프 관세 폭탄에도 K-푸드의 경쟁력은 유지될 것으로 전망된다. 이번 관세는 해당 국가와 미국과의 기존 관세에 이번에 발표된 관세율이 더해지는 구조이다. 일본, 대만, 중국, 베트남은 미국과 FTA를 체결하지 않아 우리나라보다 더 높은 관세율이 적용된다. 다만 미국 시장에서 높은 점유율을 차지하고 있는 일본 기업 도교수산과 닛신은 미국 공장을 보유하고 있으므로 관세 영향이 제한적이다. 따라서 반사이익을 보기엔 어렵다.

삼양은 브랜드 파워
농심은 현지 공장으로
관세 영향 타개

국내 기업 중 농심은 2005년에 미국 LA에 라면 생산 공장을, 2022년에도 1공장 옆에 2공장을 지어 가동 중이다. 대부분 현지 생산 물량이므로 이번 관세 조치의 영향에서 벗어날 것으로 전망된다. 삼양식품의 베스트 품목인 '불닭볶음면'의 경우 100% 국내에서 생산해 미국으로 수출한다. 미 현지에서 팔리는 불닭볶음면 가격(평균소매가격)이 2,000원 수준이라 25% 관세가 소비자에게 그대로 전가된다고 가정하면 불닭볶음면 현지 가격은 약 2,500원이 된다. 다만 제품 자체가 가성비보다는 프리미엄 제품으로 인식되어 높은 가격 수준을 이루고 있고, 소비자들의 체험 수요가 높기 때문에 가격 전가를 하더라도 저항은 제한적일 것으로 예상된다.

24년 미국 라면시장 점유율



라면 기업 관세 영향 비교

구분	농심	삼양식품
주요 수출 제품	신라면	불닭볶음면
수출(미국) 매출 비중	28%(15%)	77%(22%)
생산기지	LA 1공장+2공장 총 10억개	원주, 군산, 밀양
관세 부과에 따른 가격 변화	약 1,500원 →유지	약 2,000원 →2,500원

자료 : 유로모니터

자료 : 각사, 그로스리서치

Part 4. 주요 라면 기업의 해외 진출 전략

K-라면의 주도는 농심과 삼양식품

현재 라면 산업의 대표 주자는 농심, 삼양식품, 오뚜기 삼사를 중심으로 시장이 형성되어 있다. 농심과 삼양식품은 최근 3년 동안 적극적인 해외 진출과 함께 수출 매출 비중이 증가하고 있으며 앞으로 증가할 수요에 대비해 생산능력을 증설 중이다. 반면, 오뚜기의 경우 상대적으로 내수 매출 비중(약 90%)이 높은 편이며 아직까지 해외에서 큰 두각을 나타내지 못하고 있다.

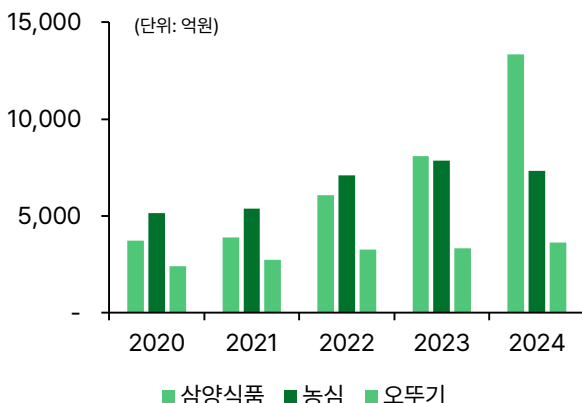
밀양제2공장 5월부터 본격 가동

따라서 해외 매출 비중이 높은 농심과 삼양식품 두 기업의 수출 전략을 살펴보는 것이 앞으로 K-라면의 향방과 관련 기업들의 흐름을 파악하는데 중요하다고 판단된다. 우선 삼양식품의 경우 불닭볶음면 챌린지와 함께 높은 평균 판매 가격을 형성하는 해외 판매량이 크게 증가한 것이 매출과 수익성 개선의 주된 원인이었다. 이에 밀양제2공장을 증설하며 적극적인 해외 진출을 추진하고 있다. 올해 5월부터 가동되며 라면 연간 CAPA는 19.3억개에서 26.2억개(26년)로 증가할 것으로 예상된다.

불닭 IP로 제품 다변화 전략은 충분히 유효

반면, 라면 수출 매출의 불닭브랜드가 90%를 넘는 만큼 의존도가 높다는 점에서 원 히트 원더(대표작 하나)와 밌(인터넷 유행)의 일시적 인기에 대한 우려도 공존한다. 그러나 당사는 오리지널 불닭볶음면 제품 뿐만 아니라 불닭 소스와 다양한 맛으로 제품 다변화를 추구하고 있다. 라면은 대체재가 있지만, 불닭볶음면의 경우 매운 맛과 브랜드 특수성으로 소비자들의 제품 충성도가 높다. 기존 제품에 충성도가 있는 소비자에게 신규 출시되는 다른 맛이 있다면 체험 수요로 이어질 가능성이 높다고 판단된다. 따라서 불닭이라는 IP(Intellectual Property)로 해외에서 지속적인 외형 확장은 유효하다고 보여진다.

주요 라면기업 해외매출



삼양식품 제품다변화



자료 : 전자공시

그로스리서치 GROWTH RESEARCH

자료 : 삼양식품, 그로스리서치

새로운 성장 동력
신제품, 고객다변화
기대

농심은 미국 내 시장 점유율을 3위를 차지하고 있지만 기존의 대표 제품인 신라면, 짜파구리 등에 대한 수요가 정체되며 지난 2년간 부진한 실적을 보여주고 있다. 하지만 동사는 **‘신라면 투움바’를 출시했고, 6월부터 미국 최대 유통체인인 월마트에 협업해** 본격적으로 판매를 시작할 계획이다. 특히 **최근 5년간(2019~2023년) 연평균 12%의 성장률을 보이며 빠르게 성장하고 있는 유럽시장에 진출해 매출액이 동기간 연평균 25%로 증가하고 있다.** 제품 및 고객 다변화 전략으로 글로벌 시장 공략을 본격화할 예정이다.

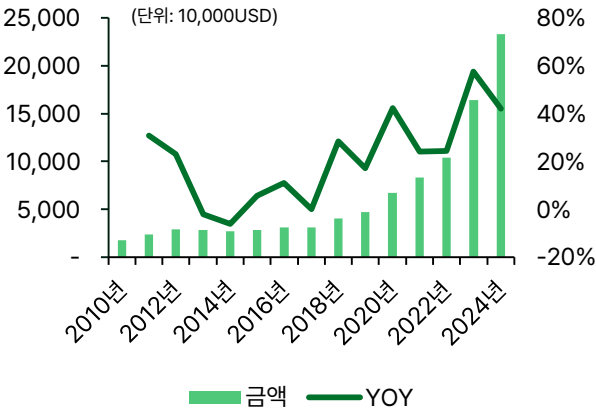
메가 트렌드는
앞으로도 지속된다

따라서 최근 높은 주가 수준과 트럼프의 관세 정책 속 불확실성이 존재하지만, 라면 산업이 피크아웃에 도달했다고 보기엔 이르다고 판단된다. 중식과 일식만 동양 음식으로 인식했던 외국인들에게 한식이라는 카테고리가 자리잡으며 기본적인 수요층이 형성되고 있다. 또한 **K-콘텐츠의 인기를 바탕으로 K-푸드, 라면은 앞으로도 지속적인 홍보 효과를 누리며, 글로벌 라면 수요(약 57조원)의 점유율을 점차 확대에 나간다면 높은 판매 가격과 함께 국내 기업들의 매출액과 수익성에는 큰 영향을 미칠 것이다.**

변곡점에 주의하며
중장기적 접근 필요

다만, 현재 라면 대표 기업인 농심과 삼양식품의 증설 중인 물량이 판매량으로 이어지는 지에 대한 지속적인 관심이 필요하다. 공장을 크게 지은 반면, 판매량이 일시적으로 정체 된다면 기존 매출액에서 증가한 비용(인건비, 감가상각비 등)으로 실적 하락과 또다시 피크아웃 우려가 불거지면서 시장 참여자들의 기대감이 하락할 수 있다. **결론적으로 중장기적인 접근이 필요하며 현재 흐름에 중심이 되는 대표 기업 뿐만 아니라 다운스트림에 속한 기업들에 대한 관심도 필요**하다.

유럽향 라면 수출액 추이



자료 : 관세청

생산능력 투자 현황

구분	농심	삼양식품	
공장지역	녹산	밀양	중국
투자금액	1,918억원	1,590억원	2,014억원
완공/가동 시기	'26년 하반기 완공	'25년 5월 가동	'27년 1월 완공
세부 내용	라면 연 CAPA +5억개 (유럽 수출용)	라면 연 CAPA +6.9억개	라면 연 CAPA +8.2억개

자료 : 각사, 그로스리서치

Part 5. 관련 기업

라면 관련 기업

기업명	기업 개요	시가총액
삼양식품	• '61년 설립, '75년 코스피 상장 • 주요사업: 라면 제조 및 판매 • 매출비중: 면스낵 92%, 소스 등 일반 식품 6%, 기타 2% • 국내 매출 22%, 해외 매출 78%로 국내 라면 기업 중 가장 높은 비중 • 밀양 제2공장 '25년 5월 가동, 라면 연 CAPA 19.3억개→26.2억개('26년)	7조 5,255억원
농심	• '65년 설립, '76년 코스피 상장 • 주요사업: 라면 및 스낵, 음료 제조 및 판매 • 매출비중: 라면 84.4%, 스낵 13.2%, 음료 2.7%, 기타 14.8%, 매출에누리 -15.1% • 올해 3월 주력 제품 내수 가격 평균 7.2% 인상 • 신제품 '신라면 투움바'는 6월부터 월마트에 본격적인 유통이 진행 예정	2조 5,669억원
오뚜기	• '71년 설립, '94년 코스피 상장 • 주요사업: 건조식품, 양념소스, 유지, 면, 농수산물 가공식품 등 다양한 종류의 식품 제조 및 판매 • 매출비중: 면제품류 28.5%, 농수산물 가공품류 19.3%, 양념소스류 17.7%, 유지류 11.8%, 건조식품류 6.5%, 기타 16.2% • 올해 3월 16개 제품의 출고가를 평균 7.5% 인상 • 오뚜기 아메리카 홀딩스에 약 565억규모 출자	1조 5,891억원
에스앤디	• '98년 설립, '21년 코스닥 상장 • 주요사업: 일반기능식품소재 및 건강기능식품소재 제조 • 매출비중: 일반기능식품소재 88%, 건강기능식품소재 10.6%, 하청제품 0.91%, 기타매출 0.35% • 주요 제품은 불닭 액상분말 소스의 핵심 원료로 삼양식품 대상으로 독점 공급 • 공장 증축 및 생산설비에 160억원 투자로 올해 6월까지 생산능력 확대	2,818억원
사조동아원	• '72년 설립, '89년 코스닥 상장 • 주요사업: 제분, 가축 및 양식어류의 사료 제조 판매 • 매출비중: 제분부문 66%, 생물자원 부문 44% • 매출의 약 30%가 주요 라면사인 농심과 삼양식품 등에서 발생 • 라면 호황으로 제분 공장 가동률 '23년 70%에서 '24년 약 75%로 증가	1,488억원

농심(950140)

신라면의 세계관이 확장된다.

투자포인트

내수 라면
시장점유율 57%

국내 라면 1위 기업

동사는 1965년 설립되어 1976년 코스피시장에 상장한 **종합 음식료 제조 및 판매 기업**으로 주력 사업은 라면류, 스낵류, 음료 등을 생산 및 판매이다. 국내 라면 시장 점유율 57%로 압도적 1위 기업이다. 주요 주주로는 (주)농심홀딩스 외 특수관계인이 44.25%를 보유하고 있다.

가격 인상과
신제품 출시 효과 기대

가격 인상으로 내수 부진 회복과 '신라면 투움바' 출시 기대

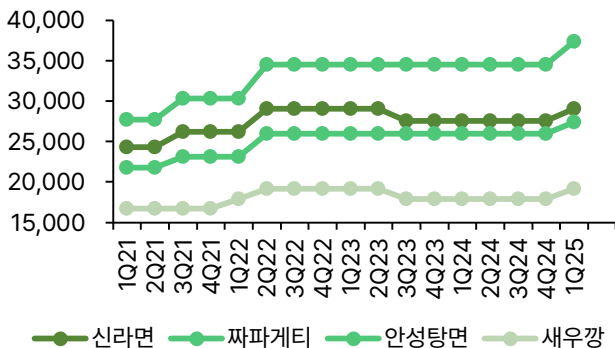
동사는 올해 3월 내수 제품 중 **신라면, 짜파게티, 안성탕면, 새우깡 등의 주력 제품 가격 인상(평균 7.2%)**했다. 이는 2분기부터 본격적으로 반영될 예정이다. 농심은 내수 매출이 61%로 가격 인상 효과가 더욱더 크게 나타날 것으로 기대된다. '신라면 투움바'의 경우 신라면의 매운맛을 크림파스타로 재해석한 신제품으로 **출시 4개월만에 국내에서 누적 판매량 2,500만개를 기록하며 흥행 중**이다. 구글트렌드에 따르면, 해외에서도 높은 관심을 받고 있으며 6월부터 월마트에 본격적인 유통이 진행될 예정이다. 특히 주력 제품과 맛과 특성이 달라 시장 충돌 우려는 적다. 기존에 미주 지역에서 갖춰진 유통망과 브랜드 인지도를 적극적으로 활용해 앞으로 신규 성장 동력이 될 것으로 예상된다.

유럽 진출 공략,
갖춰진 생산 기반

본격적인 유럽 진출과 녹산 수출 전용 기지로 생산 기반 마련

농심의 유럽 매출은 연 평균('19~'23) 25% 증가했으며, 2024년에도 전년 대비 40% 가까이 성장한 것으로 추정된다. 시장 공략을 위해 **테스코(Tesco, 영국), 알버트 하인(Albert Heijn, 네덜란드), 까르푸(Carrefour, 프랑스 및 유럽 전역) 등 유럽 핵심 유통채널에 대한 신라면 등 주요 브랜드 판매 규모를 확대 중이며, 올해 3월 네덜란드 암스테르담에 유럽 법인 설립했다.** 본격적인 매출 반영 시점은 2분기부터 될 것으로 예상된다. 이러한 글로벌 수요 대응을 위해 **'26년 하반기 녹산 수출 전용 공장(연간 5억 개 규모)를 완공할 계획**이다. 이는 해외 수출 CAPA가 연간 27억 개로 국내 최대 수준에 해당한다.

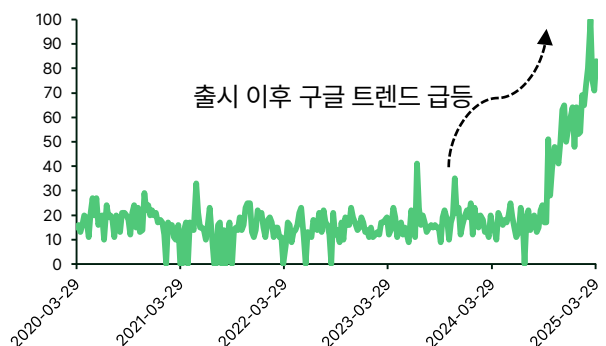
농심 판매가격 인상추이



자료 : 농심, 그로스리서치

그로스리서치 GROWTH RESEARCH

'신라면 투움바' 구글트렌드



자료 : 구글트렌드, 그로스리서치

사조동아원(347740)

알려지지 않은 K-라면 수혜주

투자포인트

제분업계 시장점유율 25%

국내 제분 시장의 Top-Tier

동사는 1972년 설립되어 1989년 코스닥 시장에 상장한 **제분, 사료 제조 기업**으로 주력 사업은 소맥분 제조 및 판매사업이다. 매출 비중은 제분부문 66%, 생물 자원 부문 44%이다. 주요 주주로는 사조씨푸드(주) 및 (주)사조대림 외 특수관계인이 60.72%를 보유하고 있다.

K-라면 호황의 직접적 수혜

주요 고객사가 든든한 라면 TOP 기업

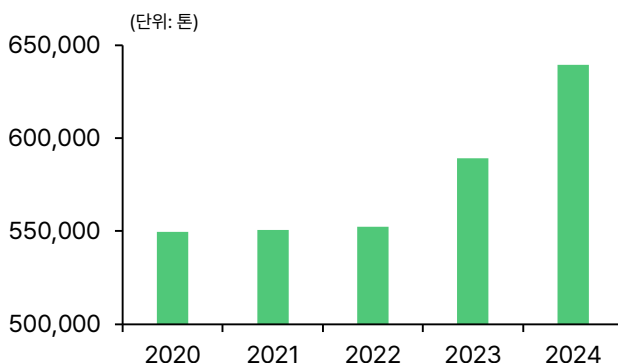
국내 제분 산업의 경우 사조동아원, 대한제분, CJ제일 제당 등 상위 3개사가 시장의 70% 이상을 차지하며 과점하는 성숙기 산업에 속한다. 그런데 최근 라면 수출 호조로 밀가루 수요가 증가하고 있다. 특히 삼양식품은 자체 계열사인 삼양제분의 공급능력이 전체 밀가루 수요의 절반 수준으로 외부 제분 업체에 대한 의지가 필요한 상황이다. **사조동아원의 경우 매출의 약 30%가 주요 라면사인 농심과 삼양식품 등에서 발생하고 있어 라면 급증의 직접적 수혜로 작용할 것으로 기대된다.** 실제로 사조동아원의 제분 공장 가동률은 '23년 70%에서 '24년 약 76%로 증가했다. 동사의 생산능력은 충남 당진(5개 라인)과 부산(3개 라인)으로 총 84만 톤의 생산능력을 갖추고 있어 현재 가동률을 감안했을 때 약 20만 톤의 추가 여력이 있다.

고객사 CAPA 생산능력 확대는 곧 밀가루 수요 증가

고객사 약 12억개의 라면 생산능력 확대

농심의 경우 부산 수출 기지, 삼양식품은 밀양 제 2공장 증설이 이뤄진다. 앞으로 글로벌 수요에 대응하는 과정에서 제품 생산과 이에 따른 제분 조달이 이뤄질 것이다. 현재 양사의 생산능력 증가만 추산하더라도 '25~'26년도에 걸쳐 약 12억 개 규모로 예상된다. **라면 1개당 평균 밀가루 사용량(100g)을 고려하면, 해당 증설분을 합산했을 때 약 12만 톤의 추가 밀가루 수요가 발생할 것으로 전망된다.** 따라서 고객사 생산능력 확대에 따라 지속적인 수혜를 볼 것으로 기대된다.

사조동아원제분생산량 추이



자료 : 전자공시, 그로스리서치

사조동아원CAPA여력

(단위:만톤)	2022	2023	2024
생산능력	83.7	83.7	84.4
생산량	55	59	64
생산여력	28.7	24.7	20.4
가동률	66%	70%	76%

자료: 전자공시, 그로스리서치

Compliance Notice

- 동 자료에 게재된 내용은 조사분석담당자본인의의견을정확히반영하고있으며, 외부의부당한압력이나간섭없이작성되었음을확인합니다.
- 동 자료는 투자 판단을 위한 정보제공 및 교육용일뿐 해당 주식에 대한 가치를 보장하지 않습니다.
- 투자판단은 본인 스스로 하며, 투자행위와 관련하여 어떠한 책임도 지지 않습니다.
- 동 자료는 고객의 주식투자의 결과에 대한 법적 책임 소재에 대한 증빙 자료로 사용될 수 없습니다.
- 당사는 해당 자료를 전문투자자 또는 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 작성자는 해당 기업의 유가증권을 발간 전에 보유하고 있지 않으며, 발간 후에 매수·매도할 수 있습니다.
- 동 자료에 대한 저작권은 그로스리서치에 있습니다. 당사의 허락 없이 무단 복사 및 복제, 대여를 할 수 없습니다.