F&B/Agriculture

「문화의 차이」가 느껴지십니까?

주간 주요 품목 가격변화

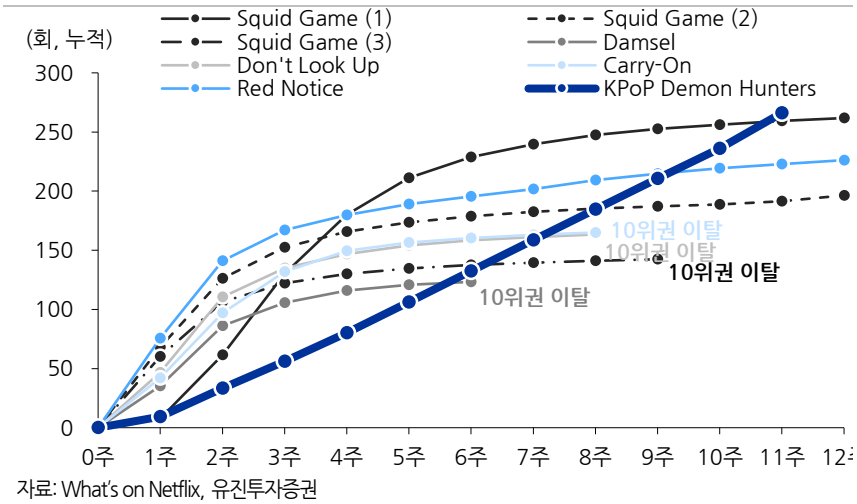
- **농산물:** 소맥(-3.3%), 옥수수(+0.3%), 대두(-2.9%), 커피(-2.8%), 코코아(-3.3%)
- **가공품:** 팜유(+1.5%), 대두유(-1.8%), 원당(-5.0%), 오렌지주스(-4.0%)

차트를 뒤흔드는 케이팝 데몬 헌터스

최근 흥행 중인 케이팝 데몬 헌터스가 오징어게임 시즌 1 을 뛰어넘는 누적 시청수를 기록. OST '골든'은 빌보드 핫100서 3주 연속 1위를 기록하며 장기 집권 중. 당사는 관련 업체들 중 9월부터 협업 제품의 실적 기여가 나타날 농심에 주목. 넷플릭스 IP 는 단기적 화제성과 바이럴 효과 면에서 강점을 가지며, 영상콘텐츠 자체가 마케팅 역할을 겸하므로 효율성이 상대적으로 뛰어난 마케팅 수단

콜라보 제품의 인기가 콘텐츠 트렌드에 좌우된다는 점은 유의가 필요하나, 원작의 시청 트렌드를 고려 시 우려하기에는 아직 이르다고 판단. 작중 제품이 직접적으로 노출된 농심(신㈜라면, 새우깡)의 지속적인 수혜가 예상되며, 약점이던 글로벌 마케팅 역량을 보완 가능하다는 점에서 긍정적으로 평가. 이외에도 '케데헌' 효과가 한국 브랜드 전반의 인지도를 향상시킬 것이며, 이것이 K-푸드에 대한 수요로 연결된다면 국내 음식료 업체들도 리레이팅을 기대해 볼 수 있을 전망

Key Chart: 넷플릭스 주요 작품별 시청 현황



자료: What's on Netflix, 유진투자증권

주간 주요 뉴스

정부관리 가공용 쌀 5 만톤 이내 추가 공급
쌀 유통업체 할인 지원은 20kg 당 5 천원으로 상향

농심 신라면, 대만 인기 라면 Top3 진입
외국 브랜드 중 유일하게 상위권 기록

SPC 그룹, 치폴레 1 호점 개장
내년 상반기 서울 내 1 호점 출점 계획

빙그레, 23 년 만에 공모 회사채 시장 복귀
언론에 따르면, 이달 수요예측을 거쳐 오는 26 일 500 억원 규모의 3 년 만기 회사채 발행 계획. 수요예측 결과에 따라 최대 1 천억원까지 추가 발행 계획

SPC 삼립, 美 코스트코에 치즈케익 수출
이달 말부터 샌프란시스코, LA, 샌디에이고 등 서부 지역 100 여개 매장에서 판매

CU 가성비 디저트 봇물
이달 중 1 천원대 '한입 디저트' 5 종, '샌드쿠키' 3 종 출시 계획

주간 가격 동향

(달러/톤)	9/5	8/29	증감(%)
소맥	184	190	▼3.3
옥수수	157	157	▲0.3
대두	370	381	▼2.9
원당	343	361	▼5.0
팜유	1,036	1,021	▲1.5
커피	8,501	8,749	▼2.8
오렌지주스	4,914	5,121	▼4.0
대두유	1,115	1,135	▼1.8
대두박	309	313	▼1.1
코코아	7,382	7,635	▼3.3

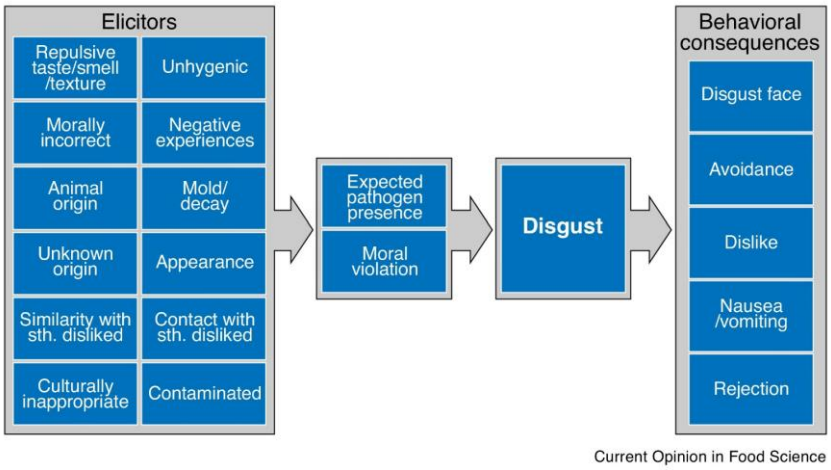
음식료 김진우
02)368-6195
jinwookim@eugenefn.com

미디어와 음식의 결합

한국 문화의 확산으로 해외 K-푸드 판매량은 지속 증가할 전망이다. K-푸드의 세계적인 성공은 전통적 음식료의 개념을 탈피해 소프트파워와 결합하였다는 점에서 그 이유를 찾을 수 있다. 사람들은 혁신적인 IT 기술이 적용된 신제품에 열광하지만, 생전 처음 보는 음식에는 본능적인 거부감을 가진다. 유소년기의 섭식이 한 사람이 '친숙하다'고 느끼는 음식의 종류를 결정짓고, 이것이 특정 음식에 대한 선호도와 수용성을 좌우한다는 사실은 여러 연구를 통해 확인된 바 있다 (Harris and Mason, 2017; Aldridge et al., 2009).

따라서, 문화적 영향력 행사 없이 단순히 음식으로서 접근한다면 원료의 선택과 배합, 음식의 색상, 형태 및 질감, 네이밍과 라벨링에 이르기까지 해당국의 인문학적 특색을 고려하여야지만 새로운 음식을 수용시키는 과정에서의 거부감을 최소화할 수 있다. 이로 인해 낯선 식품이 해외에서 성공적으로 자리잡기까지는 오랜 시간이 걸린다. 서구권에서 현재는 고급 음식의 대명사인 스시도 기피의 대상 (Ladies' Home Journal, 1929)에서 건강하고 매력적인 요리로 인식이 바뀌는 데에 최소 40~50 년이 걸렸다.

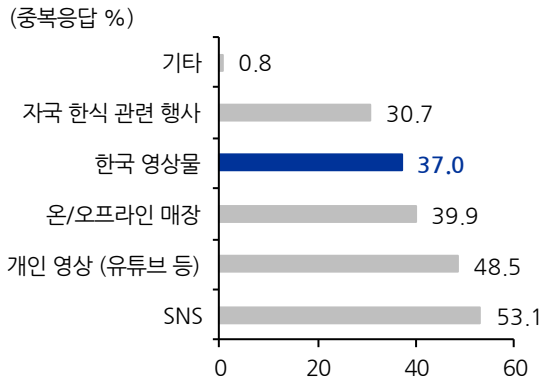
도표1. 음식에 대한 잠재적 혐오 유발인자(좌측)가 섭취 회피, 거부 등 행동적 결과(우측)로 이어지는 방식을 나타내는 개념적 모델



자료: Hely Tuorila and Christina Hartmann(2020), 유진투자증권

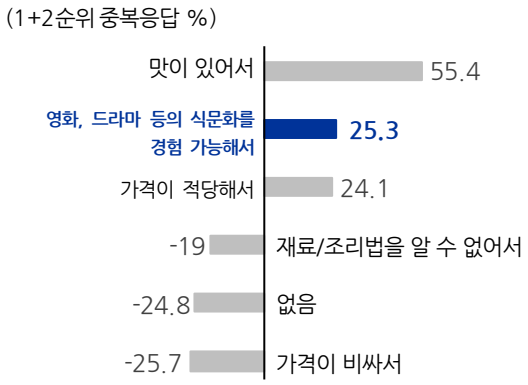
한류 미디어의 세계적 흥행이 이러한 과정을 극적으로 단축시켰다. K-Pop 아이돌이나 드라마 등 매체를 통해 제품을 자연스럽게 접한 해외 각국의 소비자들은 한국 음식에까지 손을 대기 시작했다. 한국 드라마의 특징은 **작중 음식을 먹는 장면이 비중 있게 다뤄진다**는 것으로, 초기 해외 한국 음식 열풍 확산의 주역은 K-드라마라고 할 수 있을 정도로 치킨, 김밥, 짜장면 등 다수의 한국 먹거리가 등장한다. 한국 미디어 콘텐츠는 K-푸드에 대한 생소함을 옅어지게 만들었고, 나아가 한류 문화에 열광하는 외국인들이 K-푸드를 문화적 충족감을 느끼는 도구로 사용하게끔 유도했다. 한류실태조사에 따르면, **영화나 드라마와 같은 영상 콘텐츠 및 SNS 를 통해 한국 음식과 접촉하고, 콘텐츠에 등장한 한국의 식문화를 경험해 보기 위해 한국 음식을 소비**하는 흐름을 관찰할 수 있다.

도표2. 한국 음식 접촉경로



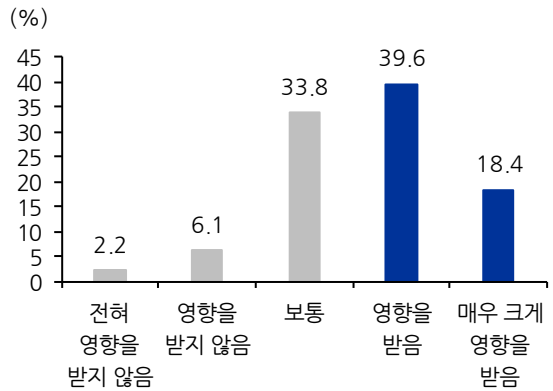
자료: KOFICE, 유진투자증권

도표3. 한국 음식 호감요인/호감저해요인



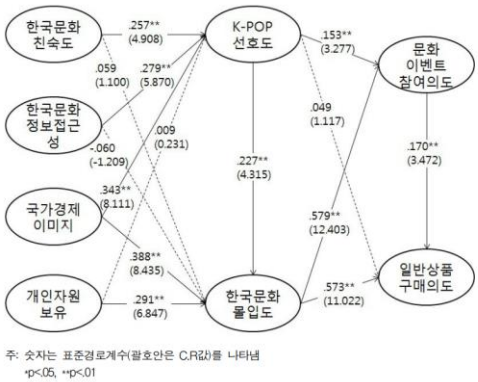
자료: KOFICE, 유진투자증권

도표4. 한국 문화콘텐츠가 소비가 한국 브랜드 제품 구매에 미치는 영향



자료: KOFICE, 유진투자증권

도표5. K-팝 선호 → 한국 문화 몰입 → 한국 상품 구매



자료: 이뢰(2012), 유진투자증권

콘텐츠-IP 협업

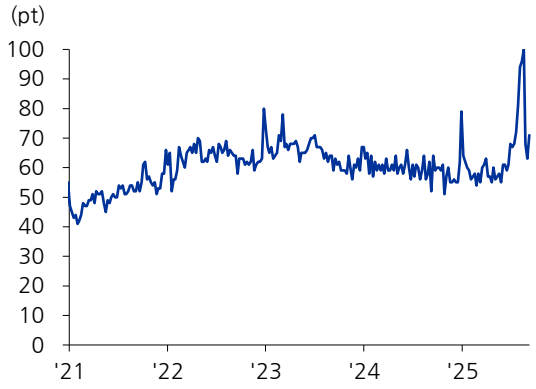
미디어 콘텐츠 IP 와 결합시킨 식음료 제품은 이러한 소비 심리를 더욱 자극하는 방법이다. 캐릭터 IP 활용 상품 중 식음료/의약외품(40.3%)은 문구/팬시류(56.8%), 잡화/액세서리류(51.3%) 다음으로 구매 경험이 많으며, 이는 IP 콜라보레이션이 효과적인 식음료 제품 판매 기회를 창출함을 의미한다. 특히 가공식품은 대형 제조사와 유통사 중심으로 시장 형성이 되어 있는 만큼 관련 업체들의 매출증대와 브랜드 인지도 제고를 기대할 수 있다.

가공식품의 IP 콜라보레이션은 주로 캐릭터를 포장재에 적용하거나, 캐릭터 모양 제품을 제작하는 방식으로 이루어진다. 이러한 캐릭터 IP 콜라보레이션 식음료 제품에 대해 진행한 연구 결과, 5 가지의 소비가치 중에서 감정적, 진귀적(탐험적), 상황적 가치가 제품에 대한 소비자 태도와 구매 의도[1]에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이 중 감정적 가치가 구매 의도에 미치는 영향력이 가장 큰 것으로 나타났으며, 이는 IP 콜라보레이션 식음료 제품을 선택할 때 소비자가 느끼는 주요 소비가치가 감정적 가치임을 시사한다. 반면, 기능적 가치는 식음료 제품이 갖는 맛, 품질과 같은 기본적인 속성임에도 불구하고, 소비자 태도나 구매 의도에 유의한 영향을 끼치지 않았다(김우정 외, 2025).

케이팝 데몬 헌터스는 가상 걸그룹 HUNTR/X 와 Saja Boys 를 통해 K-팝 팬덤과 파라소셜 관계를 구축하고 정서적 유대를 활성화했다. 해당 작품은 6/20 일 넷플릭스를 통해 공개된 후 최상위급 흥행을 기록했으며, OST 역시 빌보드 Hot 100 동시 Top 10 진입 등 강력한 음악적 성과를 수반했다. 감정이입·집단열광을 동반하는 콘서트형 소비 맥락을 고려할 때, 케이팝 데몬 헌터스 캐릭터 패키징은 높은 감정적 가치를 부여하는 장치로 작동할 수 있다. 또한, 농심은 작중 등장한 신(神)라면과 새우깡을 활용하여 협업 제품을 출시했는데, 팬들이 작품 속 제품을 먼저 자발적으로 식별해 화제가 된 점이 상기 콜라보레이션을 촉발했다는 점에서 진귀적 가치 역시 식별해 낼 수 있다. 특히, 한정 신라면 1 천 세트의 조기 매진은 '새롭고 희귀한 것'에 대한 효용이 실제 구매로 어떻게 전이되는지를 보여준다.

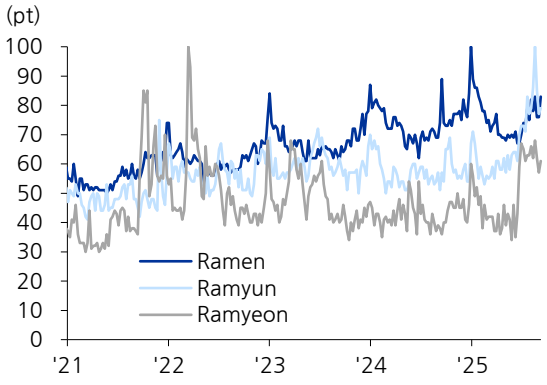
[1] 제품에 대해 소비자가 계획한 미래 행동으로, 신념이나 태도가 실제 행동으로 옮겨질 가능성

도표6. Korean Food 검색 트렌드 추이



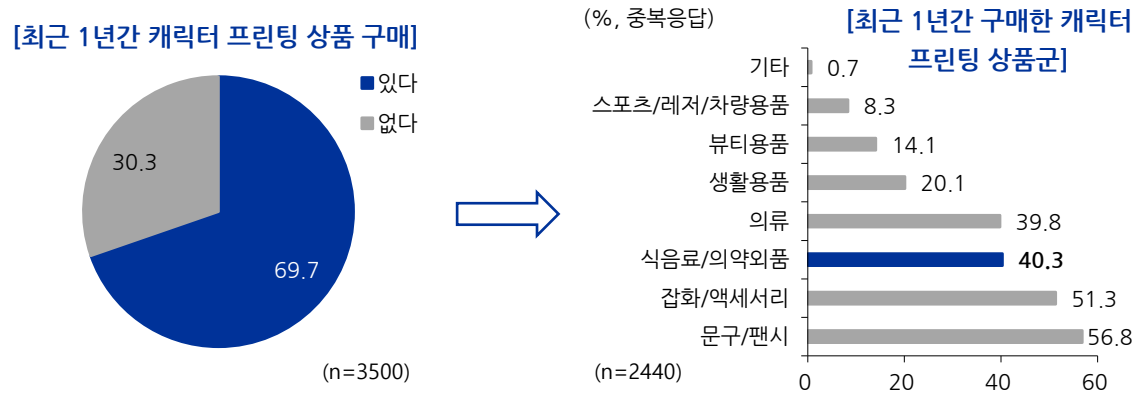
자료: Google trends, 유진투자증권

도표7. 라면 검색 트렌드 추이



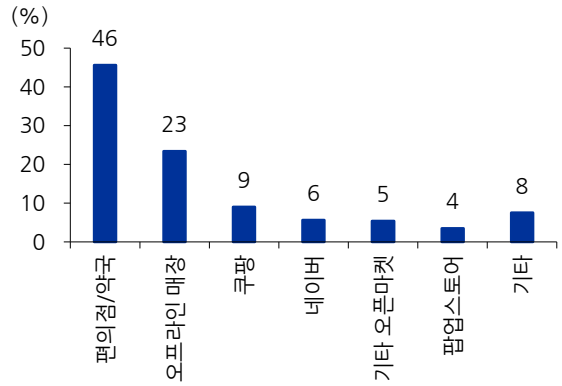
자료: Google trends, 유진투자증권

도표8. 식음료 구매로 이어지는 IP 캐릭터 콜라보레이션



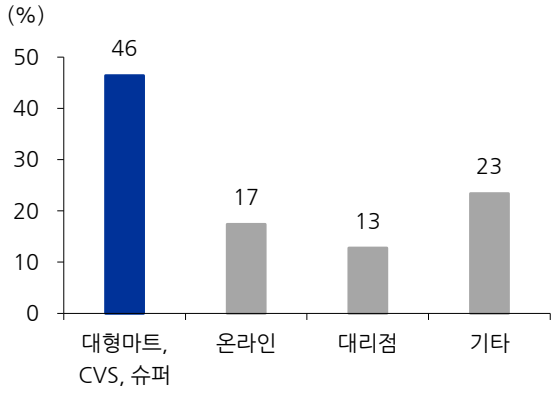
자료: 한국콘텐츠진흥원, 유진투자증권

도표9. 캐릭터 상품 구매경로



자료: 한국콘텐츠진흥원, 유진투자증권

도표10. 농심 판매경로별 매출비중 (1H25)



자료: Dart, 유진투자증권

도표11. 소비가치의 정의

구분	정의	내용
기능적 가치 (Functional value)	실용적, 물리적 성능으로부터의 효용	· 제품의 품질 · 제품의 맛 · 제품 기능의 우수성 · 제품 가격의 적절성 등
사회적 가치 (Social value)	특정 집단에 대한 소속감과 귀속감을 표출시켜 줄 수 있는 가치	· 사회적 지위, 품위와의 부합성 · 사회적 계층의 표출 · 타인의 시선과 반응 · 내가 속해 있는 집단과의 조화 등
감정적 가치 (Emotional value)	다른 제품에 비해 그 제품이 특별한 느낌이나 감정 상태를 유발할 수 있음으로써 생기는 효용	· 제품의 심미성 · 제품이 나에게 주는 즐거움 · 제품의 소유로부터 얻는 행복감 · 제품의 사용을 통해 얻는 행복감 등
진귀적 가치 (Epistemic value)	호기심의 각성, 새로움의 제공, 지식욕을 만족시키는 능력으로부터의 효용	· 최근의 유행을 반영하는 제품 · 독특한 스타일, 디자인의 제품 · 남과 차별되게 하는 제품 · 나의 호기심을 유발하는 제품 등
상황적 가치 (Conditional value)	상황에 따라 선택대안들이 가지는 가치가 다르게 인식되는 것	· 구매 시점의 가격할인, 행사 · 친구나 주변 사람들의 권유 · 구매 시점의 제품 디스플레이, 계절적 분위기 · 매스컴에서 많이 접해본 제품 등

자료: Sheth et al.(1991), 장은지&김기옥(2018), 홍민혜(2023), 유진투자증권

도표12. 소비가치가 소비자 태도에 미치는 영향

구분	비표준화계수		표준화계수	t 값	p 값	VIF	가설
	B	SE	β				
(상수)	0.348	0.296		1.176	0.240		
기능적 가치	0.033	0.040	0.028	0.8339	0.402	1.064	기각
감정적 가치	**0.531**	**0.038**	**0.531**	**13.811*****	**0.000**	**1.366**	**채택**
사회적 가치	-0.019	0.029	-0.024	-0.659	0.510	1.194	기각
진귀적 가치	**0.277**	**0.041**	**0.263**	**6.743*****	**0.000**	**1.406**	**채택**
상황적 가치	**0.093**	**0.038**	**0.093**	**2.463***	**0.014**	**1.310**	**채택**
모형 요약	R^2=0.531, Adj. R^2=0.525, F=value=98.176***, p=0.000, Durbin-Watson=2.072						

자료: 김우정 외(2025), 유진투자증권
참고: ***(p<0.001), **(p<0.01), *(p<0.05)
가설: 캐릭터 콜라보레이션 식음료 제품의 소비가치는 소비자 태도에 정(+)의 영향을 끼칠 것이다

도표13. 소비가치가 구매의도에 미치는 영향

구분	비표준화계수		표준화계수	t 값	p 값	VIF	가설
	B	SE	β				
(상수)	0.464	0.288		1.614	0.107		
기능적 가치	0.038	0.039	0.032	0.973	0.331	1.064	기각
감정적 가치	**0.614**	**0.037**	**0.610**	**16.423*****	**0.000**	**1.366**	**채택**
사회적 가치	-0.047	0.028	-0.058	-0.659	0.096	1.194	기각
진귀적 가치	**0.158**	**0.040**	**0.149**	**3.956*****	**0.000**	**1.406**	**채택**
상황적 가치	**0.147**	**0.037**	**0.149**	**4.020*****	**0.000**	**1.310**	**채택**
모형 요약	R^2=0.562, Adj. R^2=0.557, F=value=111.326***, p=0.000, Durbin-Watson=1.925						

자료: 김우정 외(2025), 유진투자증권
참고: ***(p<0.001), **(p<0.01), *(p<0.05)
가설: 캐릭터 콜라보레이션 식음료 제품의 소비가치는 구매 의도에 정(+)의 영향을 끼칠 것이다

도표14. 주간 선물 가격 동향

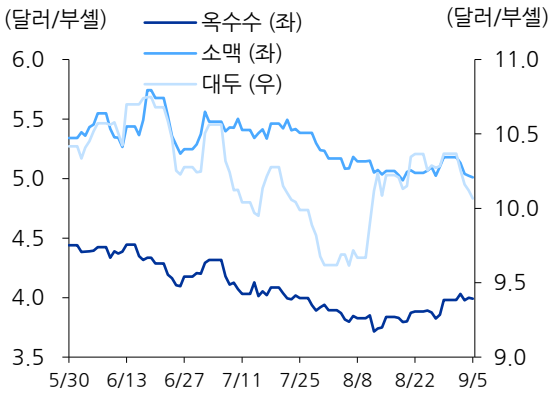
(달러/톤)	9/5	8/29	8/5	6/5	WoW(%)	MoM(%)	QoQ(%)
소맥	184	190	187	200	(3.3)	(1.4)	(8.2)
옥수수	157	157	150	173	0.3	4.6	(9.2)
대두	370	381	356	386	(2.9)	3.9	(4.3)
원당	343	361	355	365	(5.0)	(3.4)	(6.2)
팜유	1,036	1,021	1,008	924	1.5	2.8	12.1
커피	8,501	8,749	6,585	7,931	(2.8)	29.1	7.2
대두유	4,914	5,121	5,173	6,018	(4.0)	(5.0)	(18.3)
대두박	1,115	1,135	1,187	1,028	(1.8)	(6.1)	8.4
오렌지주스	309	313	302	327	(1.1)	2.5	(5.6)
코코아	7,382	7,635	8,363	10,076	(3.3)	(11.7)	(26.7)

자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표15. 3대 곡물 가격 (장기)

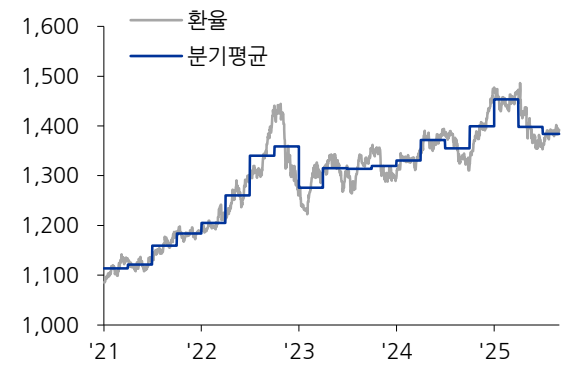
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표16. 3대 곡물 가격 (단기)



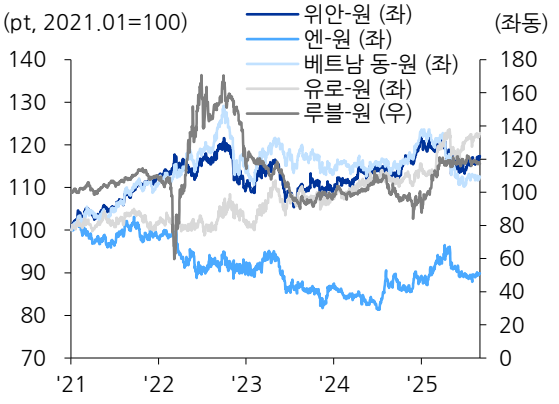
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표17. 달러-원 환율



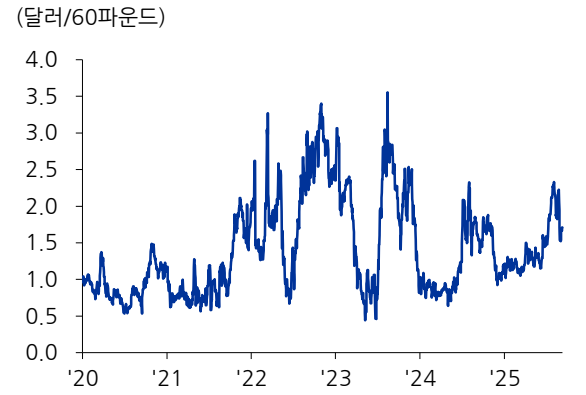
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표18. 주요국 환율



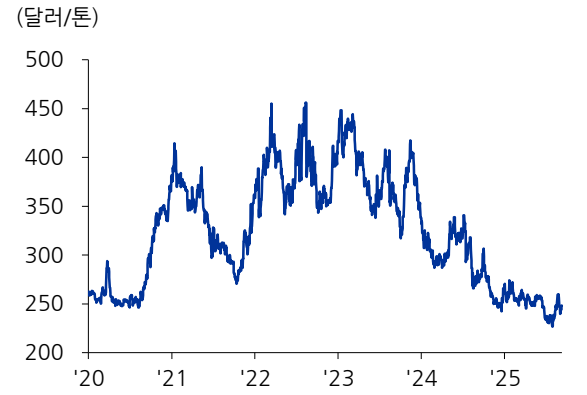
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표19. 대두 크러시 마진



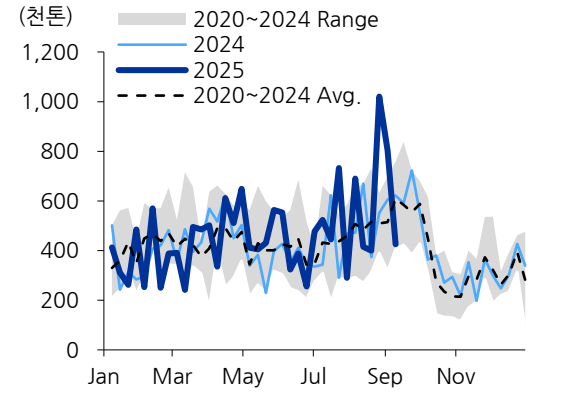
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표20. 대두박-옥수수 스프레드



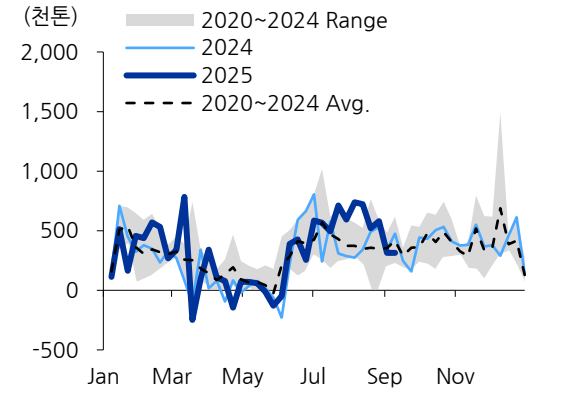
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표21. 미국 소맥 검역



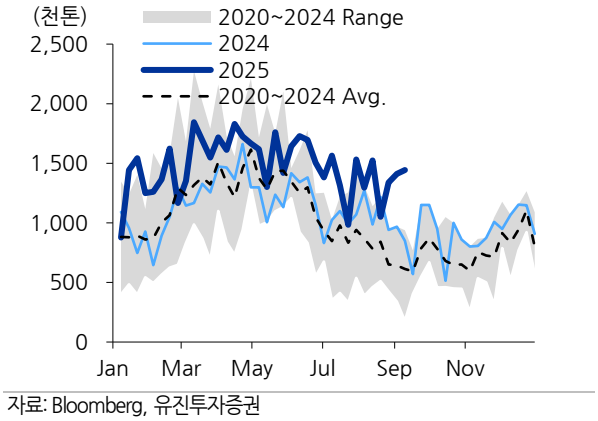
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표22. 미국 소맥 수출



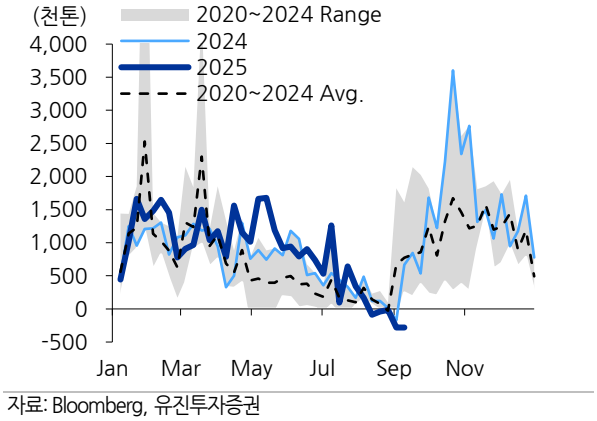
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표23. 미국 옥수수 검역



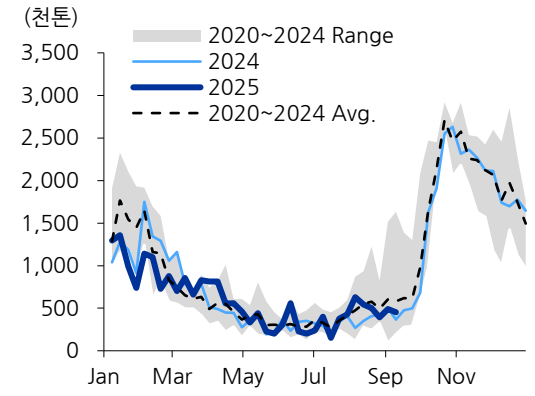
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표24. 미국 옥수수 수출



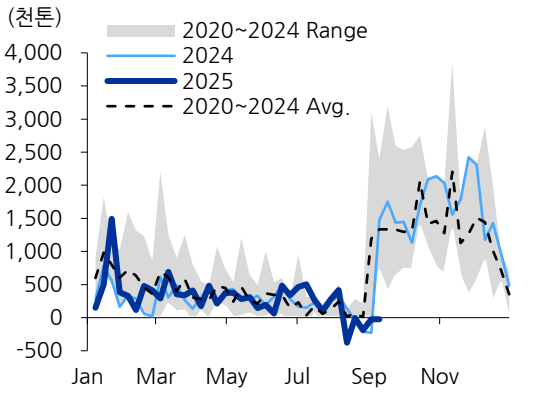
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표25. 미국 대두 검역



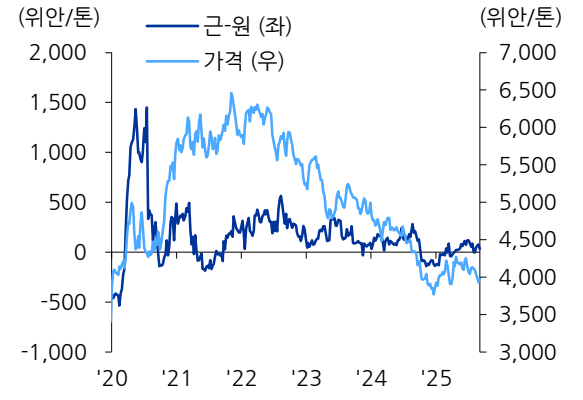
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표26. 미국 대두 수출



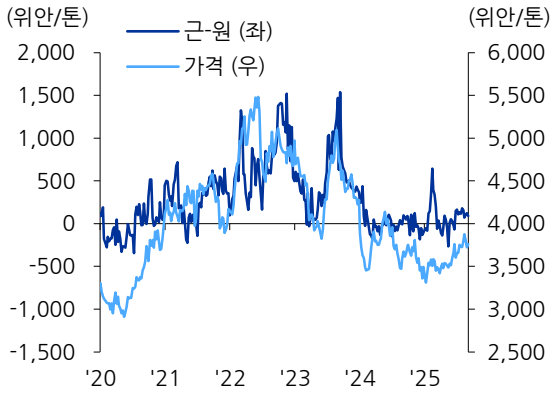
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표27. 중국 황대두 1 호 선물가격



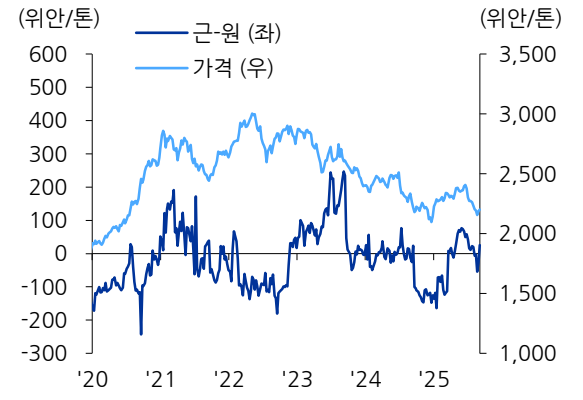
자료: DCE, 유진투자증권

도표28. 중국 황대두 2 호 선물가격



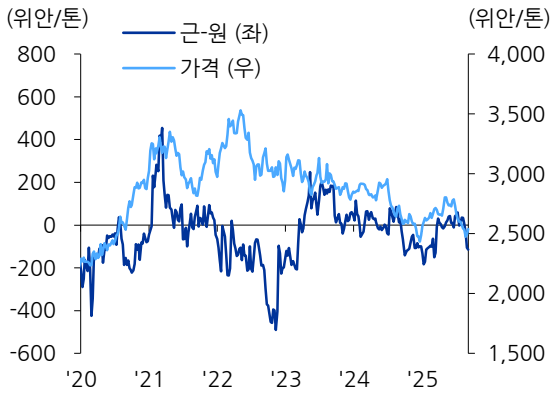
자료: DCE, 유진투자증권

도표29. 중국 옥수수 선물가격



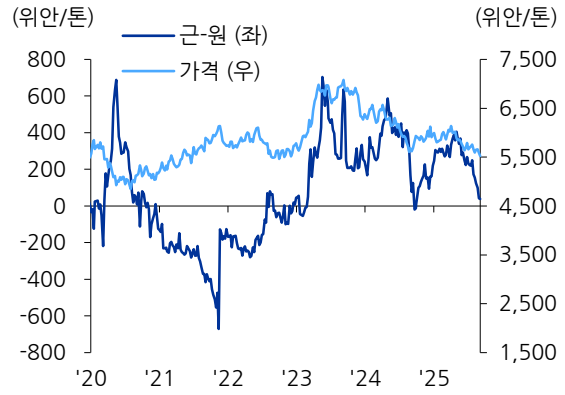
자료: DCE, 유진투자증권

도표30. 중국 옥수수전분 선물가격



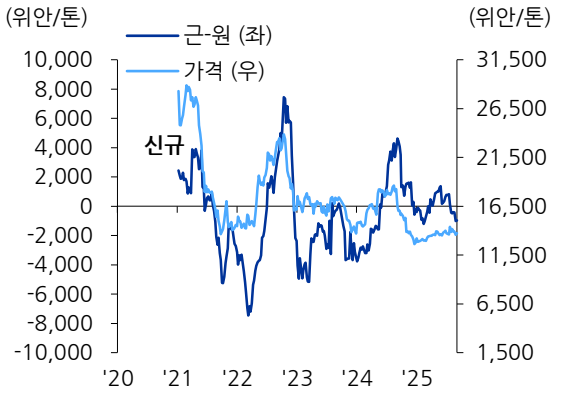
자료: DCE, 유진투자증권

도표31. 중국 백설탕 선물가격



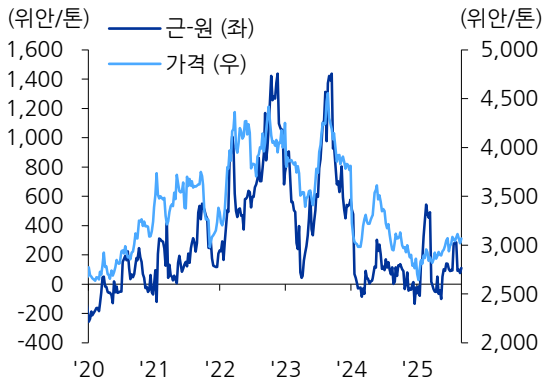
자료: CZCE, 유진투자증권

도표32. 중국 생돈 선물가격



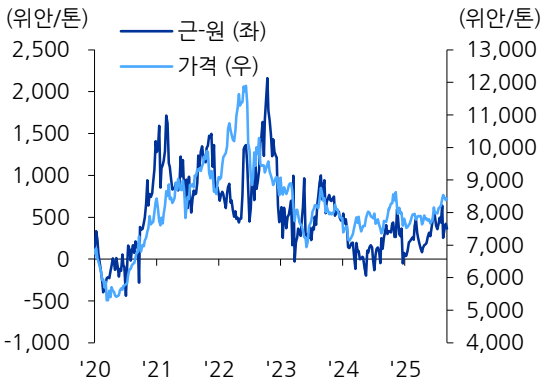
자료: DCE, 유진투자증권

도표33. 중국 대두박 선물가격



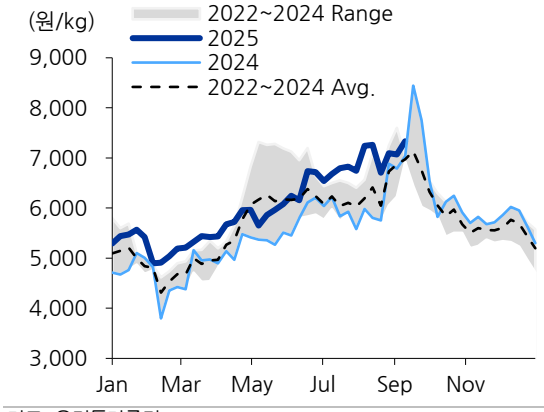
자료: DCE, 유진투자증권

도표34. 중국 대두유 선물가격



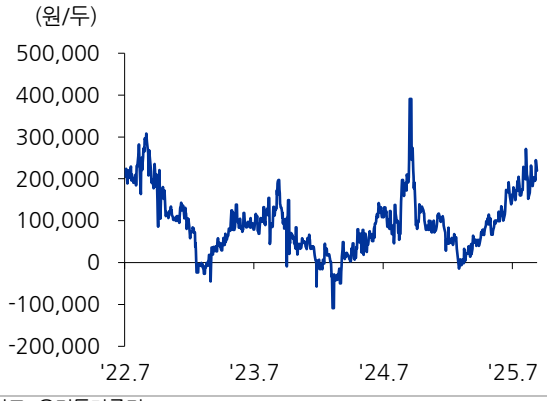
자료: DCE, 유진투자증권

도표35. 국내 돼지(탕박) 도매가격



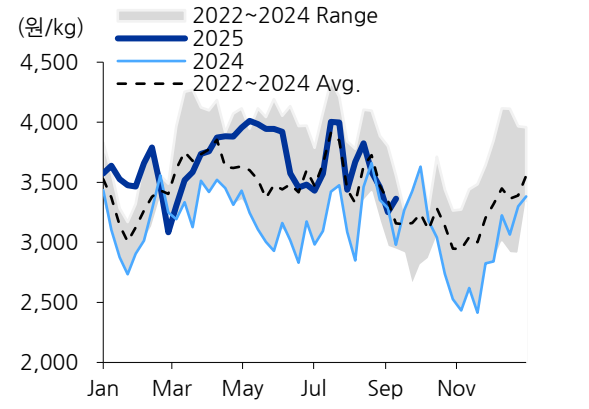
자료: 유진투자증권

도표36. 국내 양돈 수익성 추정



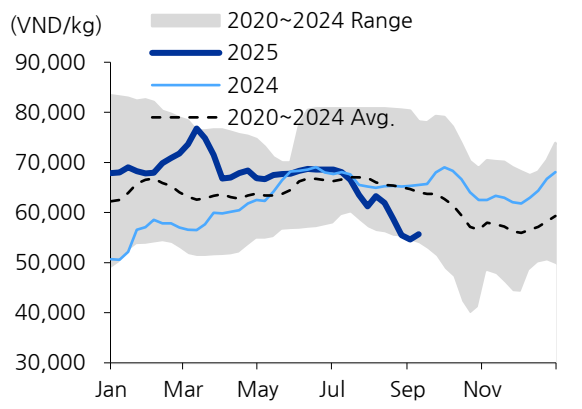
자료: 유진투자증권

도표37. 국내 육계 도매가격



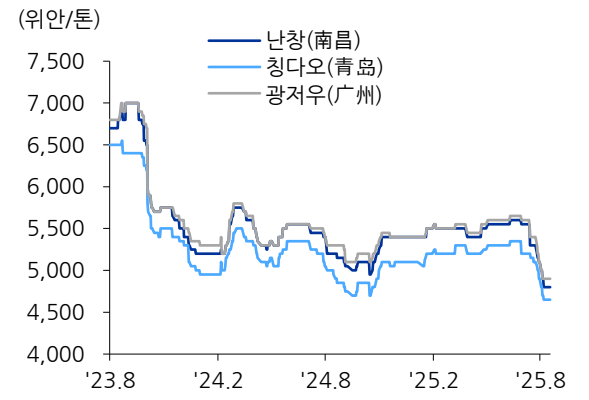
자료: 유진투자증권

도표38. 베트남 생돈 가격



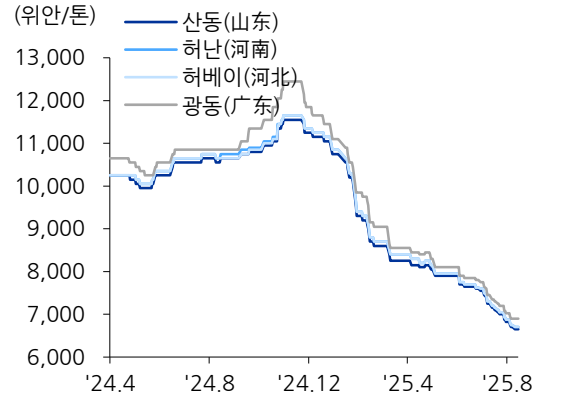
자료: 유진투자증권

도표39. 중국 라이신 가격 (70%)



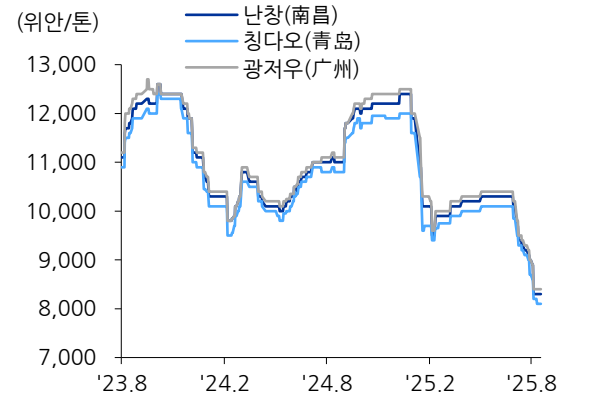
자료: 유진투자증권

도표40. 중국 라이신 가격 (98%)



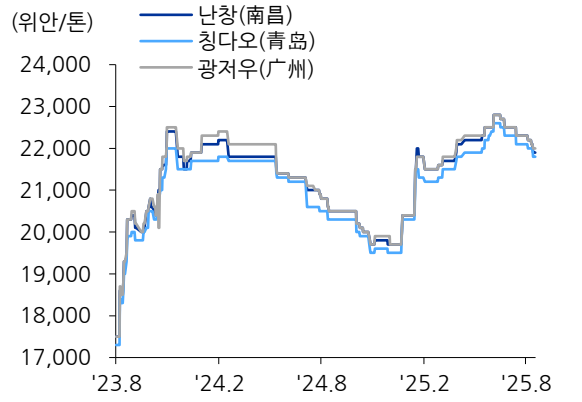
자료: 유진투자증권

도표41. 중국 트레오닌 가격



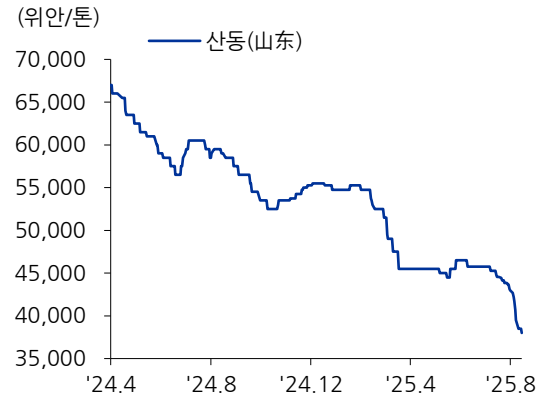
자료: 유진투자증권

도표42. 중국 메티오닌 가격



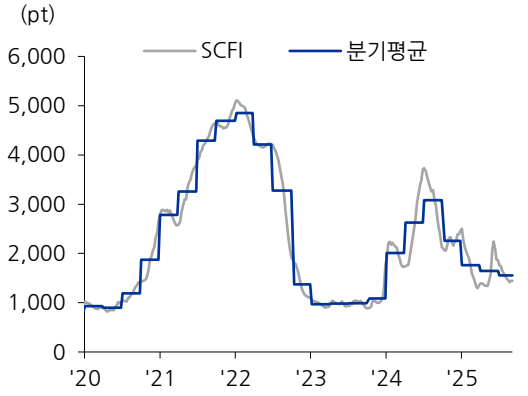
자료: 유진투자증권

도표43. 중국 트립토판 가격



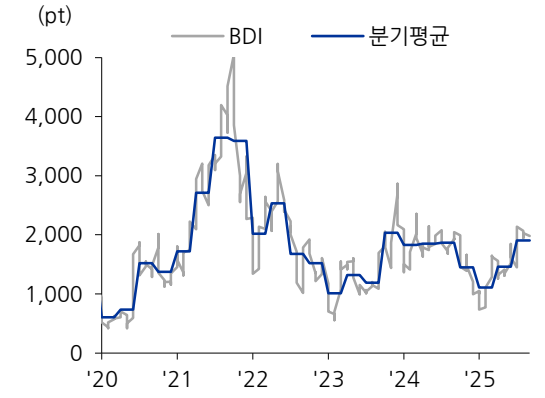
자료: 유진투자증권

도표44. 상하이 컨테이너 운임 지수



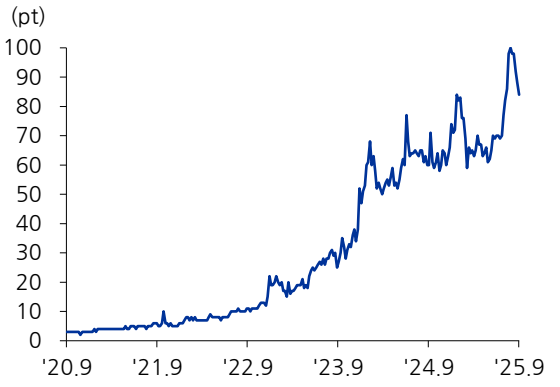
자료: 유진투자증권

도표45. 발틱 건화물 운임 지수



자료: 유진투자증권

도표46. 글로벌 구글트렌드 추이 (Buldak)



자료: Google Trends, 유진투자증권

Compliance Notice

당사는 자료 작성일 기준으로 지난 3 개월 간 해당종목에 대해서 유가증권 발행에 참여한 적이 없습니다
당사는 본 자료 발간일을 기준으로 해당종목의 주식을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다
당사는 동 자료를 기관투자가 또는 제 3 자에게 사전 제공한 사실이 없습니다
조사분석담당자는 자료작성일 현재 동 종목과 관련하여 재산적 이해관계가 없습니다
동 자료에 게재된 내용들은 조사분석담당자 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다
동 자료는 당사의 제작물로서 모든 저작권은 당사에게 있습니다
동 자료는 당사의 동의 없이 어떠한 경우에도 어떠한 형태로든 복제, 배포, 전송, 변형, 대여할 수 없습니다
동 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터가 신뢰할 만한 자료 및 정보로부터 얻어진 것이나, 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다.
따라서 어떠한 경우에도 자료는 고객의 주식투자의 결과에 대한 법적 책임소재에 대한 증빙자료로 사용될 수 없습니다

투자기간 및 투자등급/투자의견 비율

종목추천 및 업종추천 투자기간: 12 개월 (추천기준일 종가대비 추천종목의 예상 목표수익률을 의미함)		당사 투자의견 비율(%)
· STRONG BUY(매수)	추천기준일 종가대비 +50%이상	0%
· BUY(매수)	추천기준일 종가대비 +15%이상 ~ +50%미만	98%
· HOLD(중립)	추천기준일 종가대비 -10%이상 ~ +15%미만	2%
· REDUCE(매도)	추천기준일 종가대비 -10%미만	0%

(2025.06.30 기준)