



No. 2022-236
품목 탁주(Takju)
HS CODE 2206.00.2030
국가 호주(Australia)



C.O.N.T.E.N.T.S

I	시장 현황 및 통계	3
	1. 시장 규모 2. 수출입 통계	
II	트렌드	13
	1. 유통 및 제품 트렌드	
III	유통	16
	1. 유통구조 2. 주요 유통채널 분석	
IV	통관 및 제도	25
	1. 통관 및 검역 2. 인증 3. 라벨링 4. 위생 요건	
V	시사점	40
	1. 수출 확대 방안	

I

시장 현황 및 통계



01 시장 규모

주류 시장 규모 및 전망

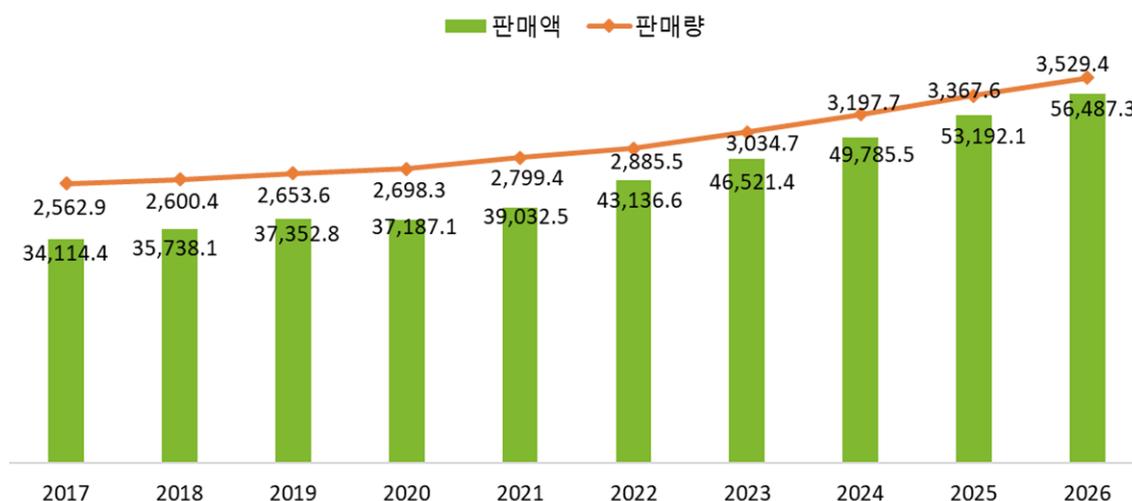
Euromonitor International에 따르면, 2021년 호주 주류 시장 규모는 소매 판매액 기준으로 전년 대비 5.0% 증가한 390억 3,250만 호주 달러(34조 3,611억 원)를 기록했으며, 소매 판매량 기준으로는 전년 대비 3.7% 증가한 27억 9,940만 리터를 기록함

호주 주류 시장은 맥주, 와인, 스피릿, RTD, 사이다/페리로 구분되며, 2021년 판매액 기준으로 가장 큰 비중을 차지하는 시장은 맥주로 전체의 약 34%의 비중을 차지함. 이어서 와인이 28.9%를 차지함. 다음으로 스피릿(22.1%), RTD(12.4%), 사이다/페리(2.6%) 순으로 기록함

주류 시장 규모는 소매 판매액 기준 향후 5년간(2022-2026년) 연평균 7.0% 성장하여 2026년 기준으로는 564억 8,730만 호주 달러(49조 7,269억 원)의 시장 규모를 이룰 것으로 예상되며, 판매량 기준으로는 연평균 5.2% 증가하여 35억 2,940만 리터가 소비될 것으로 예측됨

표 1 주류 시장 규모 및 전망(2017-2026년)

(단위: 백만 호주 달러, 백만 리터)



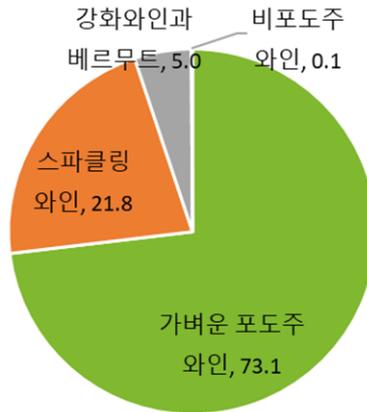
자료: Euromonitor International

2021년 기준 호주 와인 시장에서 지원 기업 제품이 속한 비포도주 와인 시장은 0.1%에 불과함. 판매액 기준으로 가벼운 포도주 와인(Still Light Grape Wine)이 73.1%로 가장 큰 비중을 차지함. 이어서 스파클링 와인(21.8%), 주정강화와인-베르무트(5.0%) 순임

- 전체 와인 시장의 최근 5년간 연평균 성장률(0.1%)을 상회하는 세부 시장으로는 스파클링 와인(5.8%), 강화와인 및 베르무트(1.9%) 순으로, 스파클링 와인과 강화와인 및 베르무트의 인기가 전체 와인 시장의 성장을 견인한 것으로 분석됨

표 2 와인 유형별 점유율(2021년)

(단위: %)



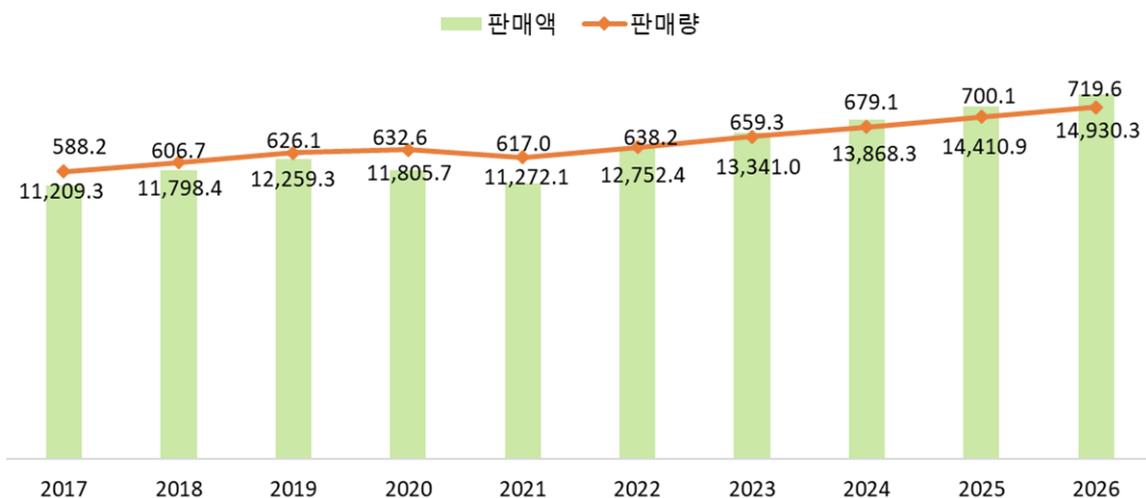
자료: Euromonitor International

2021년 호주 와인 시장 규모는 판매액 기준으로 최근 5년간 연평균 0.1% 성장하여 112억 7,210만 호주 달러(9조 9,231억 원)를 기록했는데, 이는 2017년 수준으로 회귀한 것임. 판매량 기준으로는 최근 5년간 연평균 1.2% 성장했으며, 2021년 기준 6억 1,700만 리터가 소비됨

- 2020년과 2021년에는 코로나19에 따른 외부 및 외식 활동의 제한으로 와인 판매액 및 판매량이 모두 감소세를 나타냈으나, 2022년에는 2019년 수준을 회복하며 반등하여 판매액은 127억 5,240만 호주 달러(11조 2,262억 원), 판매량은 6억 3,820만 리터를 기록할 것으로 예상됨

표 3 와인 시장 규모 및 전망(2017-2026년)

(단위: 백만 호주 달러, 백만 리터)



자료: Euromonitor International

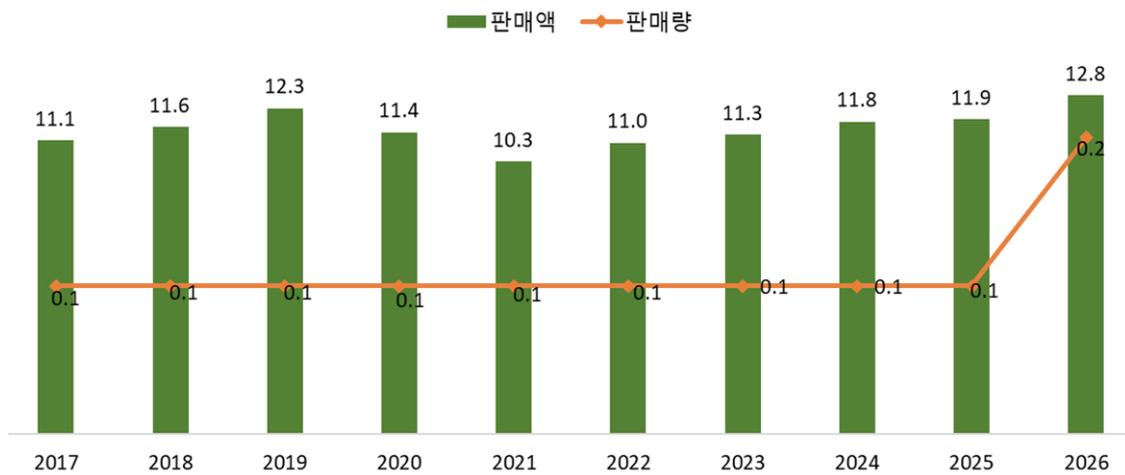
한편, 탁주가 속한 비포도주 와인 판매액은 2021년 최근 5년간 연평균 성장률 -1.9%를 나타내며 1,030만 호주 달러(90억 6,730만 원)를 기록함. 2017년 이후 최근 3년간 비포도주 와인 시장의 판매액은 지속적으로 성장세를 보였으나, 코로나19의 영향으로 2020년, 2021년 2년간은 전년 대비 각각 7.3%, 9.6% 감소한 것으로 분석됨

- 향후 5년간(2022-2026년) 연평균 3.9% 성장하여 2026년 기준으로는 1,280만 호주 달러(112억 6,810만 원)를 기록할 것으로 예상됨

2021년 비포도주 와인의 판매량은 최근 5년간 10만 리터 수준으로 동일하게 유지되고 있으며, 2022년 이후에도 판매량이 비슷한 수준으로 유지될 것으로 전망됨

표 4 비포도주 와인 시장 규모 및 전망(2017-2026년)

(단위: 백만 호주 달러, 백만 리터)



자료: Euromonitor International

02 수출입 통계

조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 2206

- 그 밖의 발효주[예: 사과술·배술·미드(mead)·청주(saké)], 따로 분류되지 않은 발효주의 혼합물, 발효주와 알코올을 함유하지 않은 음료와의 혼합물

HS CODE 2206.00

- 그 밖의 발효주[예: 사과술·배술·미드(mead)·청주(saké)], 따로 분류되지 않은 발효주의 혼합물, 발효주와 알코올을 함유하지 않은 음료와의 혼합물

HS CODE 2206.00.2030

- 탁주

국가별 HS CODE

- 글로벌: 2206.00
- 호주: 2206.00
- 한국: 2206.00.2030

글로벌 수입 규모

2021년 글로벌 탁주(HS CODE 2206.00) 수입 규모는 19억 6,149만 달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 7.6% 성장함

- 최대 수입국은 미국으로 전체 비중의 26.7%를 차지하였으며, 이어서 영국(10.8%), 중국(6.0%), 홍콩(5.2%), 일본(4.3%) 순을 기록함

호주는 수입국 중에서 17위를 기록했으며, 2021년 기준 수입 규모는 약 2,268만 2,000달러를, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균성장률은 -5.2%를 기록함

한국은 2021년 기준 약 4,906만 5,000달러를 수입하여 전체 수입국 중 9위를 기록했으며, 최근 5년간 연평균성장률은 약 16.0%를 기록함

표 5 탁주 글로벌 수입 규모(2017-2021년)

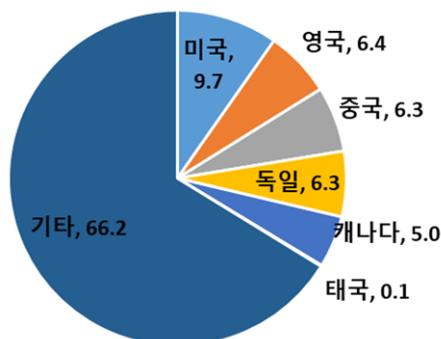
(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	1,461,891	1,513,678	1,523,266	1,728,506	1,961,492	7.6
1 미국	221,030	237,320	288,824	511,811	523,870	24.1
2 영국	212,534	183,491	178,931	173,740	211,781	-0.1
3 중국	29,869	44,461	60,474	73,771	117,720	40.9
4 홍콩	41,694	49,003	53,694	87,795	101,613	24.9
5 일본	173,030	131,433	100,746	92,403	84,655	-16.4
9 한국	27,142	34,004	29,160	33,189	49,065	16.0
17 호주	28,055	23,880	20,793	25,382	22,682	-5.2

자료: International Trade Centre

표 6 글로벌 탁주 국가별 수입 비중(2021년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre

호주 수입 규모

2021년 호주의 탁주(HS CODE 2206.00) 수입 규모는 뉴질랜드 수입액이 579만 7,000달러로 전체의 25.6%의 비중을 차지함. 이어서 일본(22.5%), 스웨덴(16.8%), 아일랜드(14.8%), 한국(8.3%) 순을 기록함

- 호주 내 탁주 상위 2개 수입국인 뉴질랜드, 일본으로부터의 수입액이 전체의 약 50%를 차지함

대한국 수입 규모는 2017년 수입액 96만 4,000달러를 기록한 이후 최근 5년간 연평균 18.3%로 꾸준한 성장세를 나타내며, 2021년 기준 189만 1,000달러를 기록하며 전체 수입국 중에서 5위를 기록함

표 7 호주 탁주 수입 규모(2017-2021년)

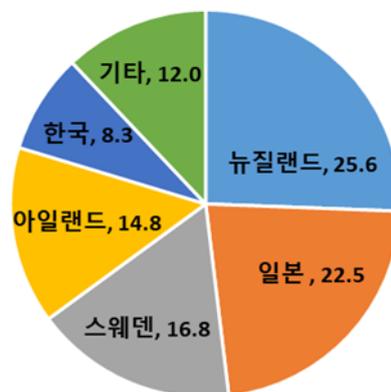
(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	28,055	23,880	20,793	25,382	22,682	-5.2
1 뉴질랜드	5,603	3,374	4,139	6,951	5,797	0.9
2 일본	2,463	2,775	2,889	3,496	5,102	20.0
3 스웨덴	11,914	9,425	6,548	7,289	3,821	-24.7
4 아일랜드	3,050	3,384	2,549	3,716	3,346	2.3
5 한국	964	1,252	1,306	1,345	1,891	18.3

자료: International Trade Centre

표 8 호주 탁주 국가별 수입 비중(2021년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre

한국 수출 규모

2021년 한국의 탁주(HS CODE 2206.00.2030) 수출 규모는 1,580만 4,000달러, 수출량은 1만 4,643톤을 기록함

- 최근 5년간(2017-2021년) 수출액은 연평균 성장률 6.6%를 기록했는데, 최근 4년간 수출액은 비슷한 수준을 유지했으나, 2021년을 기점으로 전년 대비 26.7% 성장하며 급속한 성장세를 나타냄
- 수출량 또한 최근 5년간 연평균 3.2%를 기록했으며, 2021년을 기점으로 전년 대비 16.6% 성장하며 물량이 크게 확대된 것으로 분석됨

2021년 한국의 對호주 탁주 수출액은 34만 1,000달러, 수출량은 238톤을 기록함

- 對호주 수출액은 최근 5년간 연평균 27.0%, 수출량은 19.2% 성장함



표 9

한국의 對글로벌 및 對호주 탁주 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
對 글로벌	수출액 (YoY)	12,247	12,410	12,191	12,469	15,804	6.6
		-4.8	1.3	-1.8	2.3	26.8	-
	수출량 (YoY)	12,904	12,848	12,772	12,556	14,643	3.2
		-5.5	-0.4	-0.6	-1.7	16.6	-
對 호주	수출액 (YoY)	131	123	153	202	341	27.0
		-25.0	-6.1	24.7	32.0	69.0	-
	수출량 (YoY)	118	110	126	164	238	19.2
		-19.4	-6.9	14.6	30.5	45.4	-

자료: 농식품수출정보(KATI)

한국 전통주 호주 수출 현황

관세청의 수·출입 현황 통계에 따르면, 2021년 한국의 전통주 수출액은 2,352만 달러, 수출량은 1만 7,704톤을 기록함

- 한국 전통주의 수출액은 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 8.0% 증가하였으며, 특히 코로나19가 확산된 2021년에는 전년 동기 대비 29.1%의 높은 증가세를 나타냄

2021년 수출액 기준 전통주 주종별 수출액은 탁주(막걸리)가 1,580만 달러로 전체 수출 규모의 67.2%를 차지함

- 그 외, 기타 과실주(13.4%), 사과주(11.1%), 청주와 약주(각각 3.6%), 인삼주(1.2%) 순으로 높게 나타남
- 최근 5년간 가장 높은 증가세를 기록한 주종은 사과주(64.4%)이며, 그 외 탁주(6.6%), 약주(6.0%), 청주(3.9%), 기타 과실주(3.7%) 순으로 높게 나타남. 반면, 인삼주는 유일하게 감소세(-30.2%)를 기록함



표 10

한국 전통주 수출 추이(2017-2021년)

(단위: 톤, 천 달러, %)

종류	2017년		2018년		2019년		2020년		2021년	
	중량	금액								
탁주	12,904	12,247	12,848	12,410	12,772	12,190	12,556	12,468	14,643	15,804
약주	226	662	245	782	224	722	186	648	242	837
청주	356	726	384	795	357	768	291	663	372	845
사과주	163	357	268	547	448	868	983	1,700	1,449	2,609
기타 과실주	787	2,716	819	2,650	713	2,394	720	2,341	960	3,144
인삼주	62	564	48	480	43	419	44	404	39	282
총계	14,498	17,272	14,612	17,664	14,557	17,361	14,780	18,224	17,705	23,521

주1. 법적으로 규정된 전통주 외의 통상적인 전통주류 포함

주2. 주세법상의 '탁주'라는 용어를 소비자들이 주로 사용하는 '막걸리'를 의미함

자료: 관세청 수·출입 현황 통계

2021년 전통주 주종별 수출액 3개 국가 현황은 다음과 같음. 탁주의 경우 일본, 미국, 중국 순으로 수출 비중이 큰 것으로 조사됨. 약주는 미국, 베트남, 중국 순으로 수출액 규모가 큰 것으로 보이며, 기타 과실주는 미국, 중국, 싱가포르 순으로 수출액 비중이 큰 것으로 조사됨

- 호주로의 수출비중이 높은 국내 전통주에는 청주, 사과주 제품을 들 수 있으며, 2021년 청주와 사과주 제품은 각각 호주로 10만 달러, 37만 2,000달러가 수출됨



표 11

전통주 주종별 수출액 상위 3개 국가 현황(2021년)

(단위: 천 달러)

순위	탁주		약주		청주		사과주		기타 과실주		인삼주	
	국가	금액	국가	금액	국가	금액	국가	금액	국가	금액	국가	금액
1순위	일본	7,196	미국	491	중국	284	미국	1,331	미국	1,661	미국	103
2순위	미국	2,904	베트남	63	미국	231	태국	504	중국	215	홍콩	81
3순위	중국	1,534	중국	55	호주	100	호주	372	싱가포르	161	일본	17

자료: 관세청 수출입 현황 통계

II

트렌드



01 유통 및 제품 트렌드

주류 소비 증가에 따른 한국산 주류 인기 상승

호주 주류 시장에서는 맥주, 와인, 스피릿 제품 등이 주로 많이 소비되고 있으며, 현재까지는 발효주 시장은 규모가 크지 않지만 저도주 트렌드를 타고 성장세가 전망됨. 코로나19 이후 사회적 거리두기로 인한 혼술 소비 증가와 같은 요인으로 인해 사이다/페리 등으로 대표되는 발효주 시장의 인기가 상승세를 보이고 있음. Euromonitor International에 따르면, 2026년까지 사이다/페리 주류 세부 시장의 연평균 성장률은 3.0%를 기록할 것으로 전망됨

호주 내 유통되는 대표적인 사이다 제품은 사과, 배 등의 과일 발효 사이다 제품이 주를 이룸. 아시아권의 수입 발효주 제품으로는 사케가 대표적이며, 한국의 막걸리 제품도 호주 현지 시장에서 유통 중임

(원산지) 호주에서 유통되는 막걸리 제품은 모두 한국산으로 조사됨

(브랜드) 유통되는 한국산 막걸리 제품의 브랜드는 N브랜드, WRS브랜드, WM브랜드, K브랜드

(포장 및 용량) 모두 플라스틱 병 포장 형태로 유통되고 있으며, 유통되는 제품의 용량은 모두 750ml

(맛) 유통되는 막걸리 제품 맛은 오리지널, 밤맛, 과일맛 등 다양하며, 호주 내 과일맛 사이다 발효주 제품의 인기를 반영한 복숭아맛, 포도맛, 바나나맛 등 과일맛 막걸리 제품도 유통되고 있는 것으로 판단됨



표 12

유통되는 막걸리 제품

이미지			
제품명	Makgeolli 750ml	Makgeolli Chestnut	Seoul Jangsoo
브랜드	N브랜드	WRS브랜드	WM브랜드 Makgeolli Rice Wine 750mL
가격	11.99호주 달러 (약 1만 560원)	120.00호주 달러 (약 10만 5,640원)	100.00호주 달러 (약 8만 8,030원)
중량	750ml	12팩	750ml 제품의 팩 단위 판매
이미지			
제품명	Peach Makgeolli 3 Percent 750ml	Grape Makgeolli 3 Percent 750ml	Banana Makgeolli 4 Percent 750mL
브랜드	K브랜드	K브랜드	K브랜드
가격	10.99호주 달러 (약 9,680원)	10.99호주 달러 (약 9,680원)	10.99호주 달러 (약 9,680원)
중량	750ml	750ml	750ml

자료: <https://www.danmurphys.com.au/>

빅데이터 분석

1. 개요

호주 내 웹트래픽 수가 높은 아마존에서 탁주에 대한 분석을 진행함

- 분석의 단계는 데이터 수집, 데이터 정제, 데이터 분석 순임
- 수집 항목은 제품 소개란(성분, 홍보 문구), 소비자 반응(리뷰)이며 총 수집 건수는 제품 18건, 소비자 반응 159건임

2. 제품 특성 주요 키워드 추출

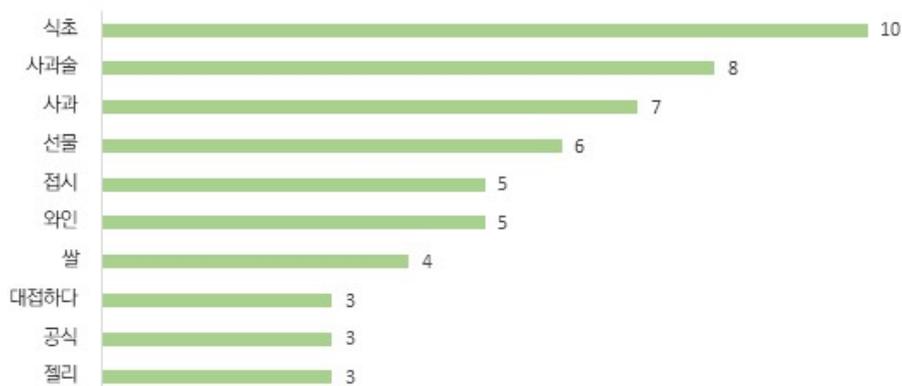
탁주 제품 소개 출현 단어빈도는 식초 10건, 사과술 8건, 사과 7건 순으로 높았으며, 다른 주요 단어들은 '선물', '와인', '접시', '쌀', '젤리', '공식', '대접하다' 등이 출현함

탁주 검색 시 관련된 주종과 원재료들이 검색됨

 표 13 제품 특성 출현 단어 빈도

순위	출현 단어	출현 빈도
1	식초	10
2	사과술	8
3	사과	7
4	선물	6
5	와인	5
6	접시	5
7	쌀	4
8	젤리	3
9	공식	3
10	대접하다	3

 그림 14 제품 특성 출현단어 빈도



3. 동시출현단어 분석

연관단어 출현 빈도는 아래 표와 같으며 탁주 제품 소개 시 가장 높게 나타난 키워드는 사과 및 사과술이며, 그 뒤로는 사과술 식초, 제품 와인, 요리 쌀, 원산지, 국가 중국, 알코올 내용물, 와인 재료, 고기 냄새, 면역체계 등이 도출됨. 제품과 관련된 주종과 재료, 원산지, 술과 관련된 키워드가 주로 검색됨



표 15

제품 특성 연관단어 출현빈도

순위	연관단어	빈도
1	사과 사과술	7
2	사과술 식초	6
3	제품 와인	3
4	요리 쌀	2
5	원산지	2
6	국가 중국	2
7	알코올 내용물	2
8	와인 재료	1
9	고기 냄새	1
10	면역 체계	1

4. 리뷰 출현 단어 분석

탁주 제품을 구매한 소비자들의 리뷰에서는 사과술과 식초에 대한 리뷰 빈도가 높게 나왔음. 또한, 제품을 음용하기 위해 필요한 용기들에 대한 키워드가 검색됨.



표 16

소비자 반응 연관단어 키워드 빈도

순위	연관단어	빈도
1	사과 사과술	14
2	사과술 식초	14
3	가성비	3
4	구토 건강	3
5	건강 증진	3
6	플라스틱 필름	2
7	유리 물	2
8	혈당	2
9	식초 맛	2
10	크기 병	2

III

유통



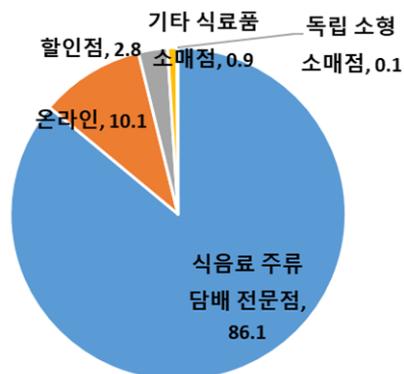
01 유통구조

주류 유통구조

- 탁주가 속한 비포도주 와인은 식음료 주류 담배 전문점과 온라인을 중심으로 유통되고 있음
- Euromonitor International에 따르면, 호주 와인 유통채널은 크게 오프라인 기반의 소매 유통과 온라인 기반의 비소매 유통으로 분류됨
 - 2021년 소매 판매량 기준 소매 유통과 비소매 유통은 각각 전체의 89.9%, 10.1%를 차지함
 - 소매 유통은 다시 현대식 유통과 전통식 유통으로 구분되며, 2021년 소매 판매량 기준 전통식 유통채널이 전체의 87.0%를 차지함. 전통식 유통채널 내 세부 유통채널별 시장 점유율은 식음료 주류 담배 전문점이 86.1%의 비중을 차지했으며, 기타 식료품 소매점은 0.9%의 비중을 나타냄
 - 2021년 현대식 유통채널은 전체의 2.9%를 차지함. 세부적으로는 할인점의 2.8%의 비중을 차지했으며, 독립 소형 소매점의 비중은 0.1%에 불과함
 - 2021년 호주 내 탁주 제품 온라인 유통 비중은 10.1%를 기록함

호주 탁주 제품의 주요 유통채널 비중 및 지원 기업의 요청사항을 반영하여 하이퍼/슈퍼마켓, 아시안/한인마트, 온라인 유통채널을 조사 범위에 포함함

표 17 탁주 유통채널별 시장 점유율 현황(2021년)



자료: International Trade Centre

02 주요 유통채널 분석

1. 슈퍼마켓/하이퍼마켓

2021년 호주 전체 하이퍼마켓·슈퍼마켓 업체의 매출액은 1,081억 6,950만 호주 달러(95조 2,237억 원)를 기록함. 그 중 Woolworths Group은 2021년 점유율 38.8%를 기록하며 1위를 차지함

- 그 외, Coles Group(31.9%), Aldi Group(10.3%), Metcash(7.2%) 순임

코로나19 이후 소비자들의 가격 민감도가 상승하면서 호주 내 유일한 할인점 브랜드인 알디(Aldi)의 약진이 두드러지게 나타남. 알디의 PB상품은 저렴한 가격에 품질 또한 갖춘 좋은 상품으로 입소문을 타면서 소비자들 사이에서 인기를 끌고 있음

 표 18 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 기업 현황(2021년)

(단위: %)

순위	업체명	2021년 점유율	산하 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 브랜드
1	울워스그룹 (Woolworths Group)	38.8	울워스(Woolworths)
2	콜스그룹 (Coles Group)	31.9	콜스(Coles)
3	알디그룹 (Aldi Group)	10.3	알디(Aldi)
4	멧캐쉬 (Metcash)	7.2	아이지에이(IGA)
5	오스트레일리안 유나이티드 리테일러스 (Australian United Retailers)	2.4	푸드웍스(FoodWorks)

자료: Euromonitor International

주요 유통채널: 하이퍼마켓/슈퍼마켓

1. 울워스

	기업명	울워스(Woolworths)	
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.woolworths.com.au	
기업 기본 정보	기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 1924년 설립된 호주 시장 점유율 1위의 슈퍼마켓 체인 - 울워스메트로(Woolworths Metro) 등 소형 매장을 운영 중이며, 이 중 약 14개 매장이 '현금 없는 매장(Cashless Store)'으로 시범 운영 중 - 2020년 음료 및 주류 배송 기업인 쇼티스리큐르(Shorty's Liquor)를 인수함 - 신선식품의 96%, 특히 육류의 경우 100%를 호주의 현지 생산자로부터 공급받음 - 2020년 기준 매출액: 672억 7,800만 호주 달러 - 2020년 기준 직원 수: 약 21만 명 - 2021년 기준 점포 수: 약 1,000개 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Suppliers' 클릭 - 'Start your application now' 클릭 후 지원서 작성 - 입점 등록 절차: ① 지원서 제출 → ② 지원서 검토 → ③ 카테고리 매니저 개별 연락 → ④ 추가 정보 제공 → ⑤ 공급자 계약서 동의 2. 입점 등록 조건 예시 <ul style="list-style-type: none"> - 호주 사업번호(ABN) 또는 뉴질랜드 사업번호(NBN) 보유 - 신선식품의 경우, WOA(Woolworths Quality Assurance Standard) 기준 충족 - 제품 공급 개시 시점까지 GTIN 번호와 해당 바코드 번호 보유 - 최소 유통기한 충족, 안정성 자격 충족, 최소 재고 보유 등 	

2. 콜스

기업 기본 정보	기업명	콜스(Coles)	
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.coles.com.au	
기업 소개	기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 모회사인 콜스그룹(Coles Group)은 소규모 매장인 콜스익스프레스(Coles Express), 주류 판매점인 리큐르랜드(Liqorland), 콜스로컬(Coles Local) 등의 다양한 오프라인 소매 유통채널을 함께 운영하고 있음 - 글로벌 공급 매니지먼트 플랫폼인 Supplier Ethical Data Exchange를 도입하여 엄격한 안전 및 위생 기준, 윤리적 소싱 규정을 공급자에게 요구함 - 2020년 기준 매출액: 386억 호주 달러 - 2021년 기준 직원 수: 약 11만 2,000명 - 2021년 기준 점포 수: 약 800개 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<ol style="list-style-type: none"> 1. 제3자 플랫폼 레인지미(Range Me)를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 레인지미 계정 생성 후, 브랜드 프로파일 및 제품 페이지 제작 <ol style="list-style-type: none"> 1) 공급자 정보: 기업연수, 매출액, 산업 카테고리, 브랜드 이름, 위치 등 2) 공급 제품 정보: 제품군, 브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 - 콜스(Coles)에 제품 및 브랜드 프로파일 제출(rangeme.com.coles) 2. 문의처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +61-2-9199-8530 - 이메일(온라인몰): coles.eccommerce@coles.com.au - 공급자 포털: suppliercentral.coles.com.au/s/knowledge-centre/article/RANGEme 	

2. 아시안/한인마트

호주 내 아시아계 소비자 비율이 높아짐에 따라 아시안/한인마트 수가 증가하고 있음. 호주 현지의 주요 아시안/한인마트에는 하나로마트(Hanaromart), 케이에프엘슈퍼마켓(KFL supermarket) 등이 있음

호주에서 한국 식품은 현지 대형 유통채널보다는 주로 아시아계 식료품점 및 온라인 유통채널을 통해 유통되고 있음. 그러나 한식에 대한 수요가 점차 증가하면서 호주의 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체인 푸드웍스(FoodWorks)는 한국 식품의 입점 계획을 추진하겠다고 밝힌 바 있음

호주 내 주요 아시안/한인마트인 하나로마트의 주요 거점 지역은 퀸즐랜드이며, 2021년 기준 호주 내 20개의 매장을 보유하고 있는 것으로 조사됨. 케이에프엘슈퍼마켓과 크라운아시아의 주요 거점 지역은 빅토리아이며, 호주 내 각각 12개, 4개의 매장을 보유하고 있음

 표 19 주요 아시안마트/한인마트 업체

구분	기업명	기업 구분	주요 거점	매장 수(2021년)
1	하나로마트 (Hanaromart)	오프라인	퀸즐랜드	20개
2	케이에프엘슈퍼마켓 (KFL supermarket)		빅토리아	12개
3	크라운아시아 (Crown Asian)		빅토리아	4개
4	케이티마트 (KT Mart)		빅토리아	3개
5	비스토어 (Bestore)		퀸즐랜드	1개
6	케이오마트 (KOMART)	온라인	뉴사우스웨일스	1개
7	모아샵 (Moashop)		뉴사우스웨일스	-
8	제니마켓 (Jenny Market)		뉴사우스웨일스	-

자료: 기업 홈페이지

주요 유통채널: 한인마트

1. 하나로마트

기업 기본 정보	기업명	하나로마트(Hanaro mart)	
	기업 구분	아시안마트/한인마트	
	위치	퀵랜드	
기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 퀵랜드주 최대의 한인마트 유통채널 - 대형 쇼핑몰 내에 위치한 경우가 많아 접근성이 뛰어나 - 자사 SNS(인스타그램, 페이스북)를 통해 신제품 및 제품 할인 행사 정보를 제공 중이며, 워챗 계정과 카카오톡 플러스 친구 계정을 보유함 - 2021년 매장 수: 20개 - 홈페이지: www.hanaromartonline.com 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<ol style="list-style-type: none"> 1. 유선 연락 또는 이메일을 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적인 정보 <ol style="list-style-type: none"> (1) 공급자 정보 (공급업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) (2) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) (3) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 2. 문의처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +61-7-3012-7775 - 이메일: hanaromartau@gmail.com - 워챗: @hanaromartau 	

2. 케이티마트

기업 기본 정보	기업명	케이티마트(KT Mart)	
	기업 구분	아시안마트/한인마트	
	위치	빅토리아	
기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 2007년 설립된 호주 내 아시안마트/한인마트 유통채널 - 홈페이지 내 판매하는 제품에 대한 설명을 상세히 제공함 - 2015년부터 온라인몰을 개시하여 배송 서비스를 제공 중이며, 요일별로 배송이 가능한 지역이 상이함 - 빅토리아 주 멜버른과 미침에서 매장을 운영 중임 - 2020년 호주 배달 서비스 제공 업체인 오지헬퍼(Ozihelper)와 파트너십을 맺고 식료품 배달 서비스를 제공 중임 - 2021년 기준 매장 수: 3개 - 홈페이지: www.ktmartmall.com.au 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 메뉴 Contact 클릭 - 양식대로 정보를 기입한 후 제출 - 홈페이지 기입 정보(담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등) 2. 문의처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: ktmartmall@outlook.com - 전화번호: +61-478-801-827 	

3. 온라인

호주 내 온라인 매출액 기준 2021년 점유율 1위 기업은 울워스 그룹(9.3%, 매출액 591억 8,670만 호주 달러)이 차지함. 2위는 약 4.8%의 점유율로 웨스파머스가 차지함

코로나19와 함께 호주 온라인 유통채널은 폭발적인 성장을 기록함. 호주는 국토가 넓고 인구 밀도가 낮아 배송 서비스가 이루어지기 힘든 조건을 갖고 있어 온라인 시장의 성장이 더뎠으나, 코로나19로 호주 내 강력한 사회적 거리두기 조치가 이어지면서 전 연령대의 소비자들이 온라인 채널을 이용하기 시작함. 이에 따라 2020년 온라인 유통채널, 온라인 식품 유통채널 시장 규모는 전년 대비 각각 44.5%, 61.8% 성장함. 알디(Aldi) 등 주요 대형 유통업체의 온라인몰은 향후에도 지속 확장될 것으로 전망됨



표 20

주요 온라인 유통채널

(단위: %)

순위	업체명	2021년 점유율	산하 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 브랜드
1	울워스그룹 (Woolworths Group)	9.3	울워스(Woolworths)
2	웨스파머스 (Wesfarmers)	4.8	오피스웍스(Officeworks), 캐치닷컴(Catch.com), 타겟(Target)
3	이베이 (eBay)	4.8	이베이(eBay)
4	콜스그룹 (Coles Group)	3.9	콜스그룹온라인(Coles Group Online)
5	아마존닷컴 (Amazon.com)	3.1	아마존(Amazon)

자료: Euromonitor International

주요 온라인 유통채널

1. 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	기업 구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	amazon.com.au	
	기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 호주 내 주요 온라인 유통채널로, 2021년 호주 아마존 매출액은 전년 대비 무려 100% 증가함 - 물류 일괄 대행 서비스인 풀필먼트 서비스를 사용할 수 있다는 점이 특징임 - 2021년 기준 매출액: 4,698억 2,200만 달러 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 한국인 셀러를 위해 아마존은 입점 절차를 다음의 페이지를 통해 안내하고 있음. 직접 판매를 원할 경우, 다음의 링크를 참고 - sell.amazon.co.kr 	

2. 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)	
	기업 구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	ebay.com.au	
	기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 1995년 미국에서 설립된 호주 내 주요 온라인 유통채널 중 하나이며, 현재 글로벌 30여 개국에서 온라인 유통채널을 운영 중임 - 3자 판매 형식으로 운영되고 있는 대표적인 온라인 종합 쇼핑몰임 - 시즌별, 시간대별, 카테고리별 할인 이벤트를 진행하고 있으며, 특별회원을 위한 무료배송 서비스 등 다양한 프로모션을 진행하고 있음 - 2021년 기준 매출액: 104억 2,000만 달러 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<p>홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 계정 생성 후, 판매자(Seller) 등록 - 템플릿 작성 <ol style="list-style-type: none"> 1) 공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 2) 공급 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등 3) 참고자료: 회사소개서, 카탈로그 등 - 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점. 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록할 수 있으며, 판매 수수료는 건당 10.9%임. 스토어 판매자는 25만 개까지 제품을 등록할 수 있으며, 건당 수수료는 4.8%임 	

IV

통관 및 제도



01 통관 및 검역

한국 수출 통관 절차

출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

수출신고 서류 준비

- ① 정식 수출신고:
 - 목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출
- ② 목록통관:
 - 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
 - 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
 - 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음
- ③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간이한 방식으로 수출신고를 할 수 있음
 - FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출 신고의 어려움을 해소할 수 있음
 - 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세환급 등 혜택을 받을 수 있음

한국 수출 통관 절차도



서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음

- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

수출신고

- 수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수
- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

세관 심사

- 위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐
- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류 상 일치 여부를 확인함
 - 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

선(기)적

수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

호주 수입 통관 사전 절차

ABN (Australian Business Number) 발급

(1) 개요

호주에서 사업을 하는 모든 사업자는 호주 국세청(ATO; Australian Taxation Office)에서 ABN(Australian Business Number)을 발급받아야 하며, 이후 모든 영업활동에 대한 부가가치세(GST; Goods and Services Tax) 신고를 진행해야 함. 호주의 부가가치세율은 10%임

(2) 비거주자 GST 등록 대상¹⁾

비거주자로서 호주의 GST 등록 의무대상은 다음과 같음. 다만, 모든 판매가 온라인 또는 디지털 플랫폼을 통해 이루어지는 경우는 등록할 필요 없으며, GST 등록 시 12개월간 등록을 유지해야 함

- 사업을 운영하는 경우
- 호주에서 발생하는 매출이 연간 7만 5,000호주 달러인 경우(매출액에는 소비자 대상 1,000호주 달러 이하의 소액 판매와 수입 서비스 및 디지털 제품 판매를 포함함)

(3) GST 등록 방법

GST 등록에는 한국 부가가치세법상 사업자등록처럼 간이(Simplified)와 일반(Standard) 두 가지가 있음. 다만, 온라인, 직접 또는 디지털 플랫폼을 통해 상품을 판매하기 전에 호주에서 상품을 수입하여 보관하는 비거주자 사업자인 경우에는 간이 등록을 사용할 수 없음. 이런 경우에는 일반 등록을 이용해야 함. 또한, 간이 등록의 경우에는 ABN이 필요하지 않으며, 일반 등록의 경우에만 ABN을 발급받아야 함

(4) ABN(Australian Business Number) 발급 절차

외국에서 ABN 발급 신청을 하는 경우 온라인으로 신청 후 Reference Number를 확인하여 아래의 "Cover Sheet" 서류에 해당 번호를 기재하고, 호주 국세청으로 서류를 발송해야 함. 아래 서류는 ABN 발급 절차 링크²⁾를 통해 다운로드 가능함

- 신분증명서(proof of identity)
- 영업활동 신고서(a statement of your business activities in Australia)
- 비거주자 ABN 신청서(Non-resident ABN application - certified identity documents cover sheet)

1) Non-resident businesses and GST

<https://www.ato.gov.au/business/international-tax-for-business/Non-resident-businesses-and-GST/>

2) 링크 www.abr.gov.au/business-super-funds-charities/applying-abn/abn-businesses-outside-australia

수입 허가
(Import Permit)

호주 검역규정(Quarantine Act 1908)에 따르면, 모든 식품 관련 수입은 수입 시 검역규정을 통과해야 함을 명시하고 있음. 수입 허가 대상에 해당하는 신선한 과일 및 야채, 유제품, 달걀 및 육류 등 동물성 식품의 경우, 식품 수입 전 수입 허가(Import Permit)를 받아야 함. 호주 농림수산부(Department of Agriculture, Fisheries, Forestry) 산하의 BICON(Biosecurity Import Conditions) 웹사이트에서 'Import Conditions'을 통해 수입 물품별 허가 필요 여부 및 요건을 확인할 수 있음

② 주류 수입 요건³⁾

- 수입 허가: 의뢰 품목이 속한 "Alcoholic beverages"는 사람의 소비를 목적으로 하는 경우 수입허가 대상이 아님
- 수입 요건: 주류는 다음의 항목에 대해 아래 서류를 통해 증명이 되어야 함

수입 요건

- 사람이 소비하기 위한 것
- 물품이 상업적으로 준비되고 포장되었다는 증거
- 물품이 추가 처리 없이 소매 판매가 준비가 되었다는 증거

제출 서류

- 제조업체 신고서(Manufacturer's declaration)
- 공급업체 신고서(Supplier's declaration)
- 수입업체 신고서(Importer declaration)
- 상업송장(Invoice)
- 선하증권(Bill of Lading)
- 식품 라벨(Food product label)

Client 등록

- 호주 통관화물관리시스템인 ICS(Integrated Cargo System)를 통해 전자적으로 수입신고를 하고자 하는 수입자는 Form B319(Client Registration Form)을 작성하여 ICS에 Client로 등록해야 함

3) BICON - Import Conditions - Alcoholic beverages
<https://bicon.agriculture.gov.au/BiconWeb4.0/ImportConditions/Conditions?EvaluatableElementId=677449&Path=UNDEFINED&UserContext=External&EvaluationStateId=63727633-c996-4841-aa79-4ad8cf9b359a&CaseElementPk=1939286&EvaluationPhase=ImportDefinition&HasAlerts=False&HasChangeNotices=False&IsAEP=False>

호주 수입 통관 절차



수입 신고

호주에서 물품을 수입 통관하려는 경우 직접 서류를 제출하거나 관세사를 이용하거나 ICS를 통해 전자적으로 수입 신고를 진행할 수 있음

수입신고 종류		내용
간이수입신고 (SAC, Self-Assessed Clearance)	Short format SAC	해상 또는 항공 화물 가격이 1,000호주 달러 이하인 경우(수입 허가가 필요한 화물을 이용할 수 없음)
	Long format SAC	해상 또는 항공 화물 가격이 1,000호주 달러 이하인 경우로서 관세 감면 및 양허세율의 적용, 허가나 승인이 필요한 경우, 관부가세가 부과될 수 있는 경우
Nature10	화물 가격이 1,000호주 달러를 초과하며 호주 국내 소비를 위해 수입되는 경우(일반적인 수입신고 형태)	
Nature20	화물 가격이 1,000호주 달러를 초과하며 수입통관 전 창고에서 보관하는 경우	
Nature30	화물 가격이 1,000호주 달러를 초과하며 창고에서 보관하기 위해 N20으로 신고 후 국내 소비를 위해 수입통관 하려는 경우	
Nature10/20	하나의 화물에 국내 소비용과 창고 보관용이 혼재되어 있는 경우	

의뢰 품목이 속한 주류는 수입 허가가 필요하지 않으므로 Short SAC을 이용할 수 있으며, 수입 통관하려는 화물의 가격에 따라 N10 또는 Short/Long SAC을 통해 수입신고가 가능함

제출 서류

호주에서 수입통관 시 일반적으로 제출해야 하는 서류는 다음과 같으며, 주류의 경우 반드시 HS CODE, 수량, 가격, 운임 및 보험료에 대한 정보를 제공해야 함

- 수입신고서
- 운송서류
- 상업송장 및 포장명세서
- 원산지 증명서(해당하는 경우)
- 허가서 또는 승인서(해당하는 경우)
- 신분증명서(EOI; Evidence of Identity)

물품 검사

ICS에 수입신고가 접수되면 내용에 따라 녹색신고(Green line), 황색신고(Amber line), 적색신고(Red line)로 분류되어 처리됨. 녹색 신고로 분류될 경우 추가적인 검사 없이 통관이 가능하나, 품목 분류, 검역 정보, 가격이 송품장 내용과 다른 경우 적색신고로 분류되어 추가적인 검사가 이루어짐. 위장 수입 물품이나 수입금지 및 제한 품목으로 의심되는 경우에는 황색신고로 분류되어 정밀 검사가 추가적으로 실시됨

구분	내용
녹색신고 (Green line)	추가적인 검사 없이 통관이 가능한 품목으로 수입자 혹은 대행업체가 관세 및 제세를 납부하면 수입신고가 수리됨.
적색신고 (Red line)	품목분류의 오류나 검역 대상 물품이 적절한 검역을 받지 않은 경우, 혹은 가격이 송품장 내용과 다른 경우 등 추가적인 심사가 필요한 품목으로, 정밀한 검사가 추가적으로 이루어짐.
황색신고 (Amber line)	위장 수입물품이나 관세 포탈의 우려가 있는 물품, 마약 및 수입금지 또는 제한 물품 혹은 이와 같은 경우로 의심되는 경우

식품 검역

호주 수입 식품은 생물보안법 2015에 따른 호주의 생물보안 규정과 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)이 관장하는 호주 식품안전기준(Australian Food Safety Standards)을 준수해야 함. 이를 기반으로 Risk food, Surveillance food 등으로 구분하여 검사가 진행되며, 카테고리별 자세한 사항은 다음과 같음. 식품별 기준은 FSANZ 홈페이지에서 확인할 수 있음

구분	내용
위험 식품 (Risk Food)	호주 검사규약에 따르면, 인체에 중-고 위험을 끼칠 수 있는 식품 제품군을 위험 식품으로 규정하고 있으며, 미생물 및 오염물질이 포함돼 있을 수 있는 식품군이 대상임. 위험 식품으로 규정된 식품들은 100% 검사가 진행되며, 5번 연속으로 검사를 통과할 경우 25%의 확률, 25번의 검사를 통과할 경우 5%의 확률로 검사가 진행됨. 호주 검역 기준에 부합하지 않는 경우 이들 식품은 즉시 반송 혹은 폐기되며, 검사를 통과하기 전까지 판매가 불가능함
감시 식품 (Surveillance Food)	위험 식품으로 규정되지 않은 식품 제품군은 모두 감시 식품으로 규정되며, 이는 인체에 저 위험도 식품으로 구분됨. 이들 제품군은 5%의 확률로 검사가 진행되며, 저 위험도로 구분됨에 따라 검사 결과 확인 전에 판매가 가능함. 만약 검사 결과에서 부적합 평가를 받을 경우, 수입자 부담 하에 수입한 제품 전량에 대해 리콜을 실시해야 함

관세 납부

화물 가격이 1,000호주 달러 이하인 경우에는 일반적으로 관부가세 납부 의무가 없음

화물 반출

수입자는 관세와 부가세를 세관에 납부한 후 수입 물품을 인수할 수 있으며, 통관에 필요한 서류가 모두 구비되어 있는 경우 수입신고 이후 물품 반출까지는 최소 15시간(공휴일 제외)이 소요되며, 물품에 따라 다소간의 차이가 발생할 수 있음

02 인증

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points - 필수)

1. 개요

HACCP은 위해요소분석(Hazard Analysis)와 중요관리점(Critical Control Points)의 영문 약자로, 해썬 또는 식품안전관리인증기준이라 함

HACCP 제도는 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 상황을 과학적으로 분석하고 사전에 위해요인의 발생여건들을 차단하여 소비자에게 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 시스템적인 규정을 말함

- 국제 인증 규격인 HACCP 인증을 받음으로써 식품 안전성을 향상하고 및 지속시키고 제품의 경쟁력을 확보할 수 있음

2. 대상 품목

식품 및 축산물 안전관리인증기준 제4조에 따르면 이 기준은 「식품위생법」 및 같은 법 시행규칙, 「건강기능식품에 관한 법률」, 「축산물 위생관리법」 및 같은 법 시행규칙에 따라 의무적으로 안전관리인증기준(HACCP)을 적용해야 하는 식품·축산물에 적용하며, 필요한 경우 그 이외의 영업장 또는 제품에 대해서도 적용할 수 있음. 다만 생산 식품이 해당 지역 내에서만 유통되는 도서지역의 영업자이거나 생산 식품을 모두 국외로 수출하는 영업자는 제외함

1) 식품

- 식품제조·가공업, 식품제조·가공업(운반급식), 식품제조·가공업(주류제조)
- 즉석판매제조·가공업
- 식품첨가물제조업
- 건강기능식품제조업
- 식품소분·판매업(식품소분업, 기타식품판매업)
- 식품냉동·냉장업 등

2) 축산품

- 식육포장처리업
- 축산물가공·보관·운반·판매업
- 가축사육업
- 사료제조업 등

3. 인증 절차⁴⁾

1. HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성
- ↓
2. 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성
- ↓
3. 생산공정 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험을 평가
- ↓
4. 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP:Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반관리사항(POA)을 파악
- ↓
5. 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링

4. 제출 서류

HACCP을 신청할 경우 다음과 같은 서류가 필요함

- HACCP 신청서
 - 식품인 경우 전품목 전업종 인증심사비용은 20만 원임
- 식품안전관리인증 계획서
 - 중요 관리점의 한계 기준, 모니터링 방법, 개선 조치 및 검증 방법을 기술한 자체계획서 등
- 영업등록증 사본
- 사업자등록등 사본
- 영업신고필증
 - 대표자, 업소명, 주소, 영업의 종류, 실제 운영 면적이 확인되어야 함
- HACCP 교육수료증
 - 경영인 과정(94시간 이상): 대표자
 - 종업원 과정(24시간 이상): 직원 중 1인
- 영업을 위해 필요한 서류
 - 일일 위생 점검기록, 위생교육 수료증 및 위생교육 기록
 - 종사자 건강검진 관련 서류
- 품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류

4) 식품제조업체 HACCP 적용절차
<https://fresh.haccp.or.kr/haccp/introduction/haccpIntroduction.do?tp=5>

5. 인증 기관

한국식품안전관리인증원 홈페이지를 통해 HACCP 인증절차 및 검사기관을 확인할 수 있음

한국의 HACCP은 식품, 축산물, 사료의 세 종류로 나뉘며 식품과 축산물은 식품의약품안전처에서, 사료의 경우 농림축산식품부에서 담당하여 관리하고 있음

- 식품의약품안전처: 식품의 원료 관리 및 제조·가공·조리·유통의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 식품이 오염되는 것을 방지하기 위하여 각 과정의 위해요소를 확인·평가하여 중점적으로 관리하는 기준임
- 농림축산식품부: 축산물의 원료관리, 처리·가공 및 유통의 전 과정에서 위해 물질이 해당 축산물에 혼입되거나 오염되는 것을 사전에 방지하기 위하여 각 과정을 중점적으로 관리하는 기준임

6. 의무 적용 대상

1) 개요

식품의약품안전처에 따르면 2021년 12월 1일부터 의무적용 식품이 확대됨. 기존에는 연매출액과 종업원 수에 따라 차등 적용해왔으나, 12월 1일부터는 매출 규모에 상관없이 의무 적용 대상 식품에 해당하면 반드시 적용하여야 함

2) 대상 식품

- 수산가공식품류의 어육가공품류 중 어묵·어육소시지
- 기타수산물가공품 중 냉동 어류·연체류·조미가공품
 - 어류·연체류: 어류 또는 연체류를 주원료(50%이상)로 단순 절단, 가공하여 냉동한 식품(빵가루 입힘 포함)(절단하거나, 가공)
 - 조미가공품: 어류 또는 연체류를 주원료(50%이상)로 하여 소스 등을 첨가, 조미하여 그대로 냉동하거나 가열·조리 등을 거쳐 냉동한 식품
- 냉동식품 중 피자류·만두류·면류
 - 냉동식품(면류): 생면, 숙면, 건 면을 냉동한 식품
- 과자류, 빵류 또는 떡류 중 과자·캔디류·빵류·떡류
- 빙과류 중 빙과
- 음료류(커피류는 제외한다)
- 레토르트식품
- 절임류 또는 조림류의 김치류 중 김치
 - 배추를 주원료로 하여 절임, 양념혼합과정 등을 거쳐 이를 발효시킨 것이거나 발효시키지 아니한 것 또는 이를 가공한 것에 한.
- 코코아가공품 또는 초콜릿류 중 초콜릿류
- 면류 중 유탕면 또는 곡분, 전분, 전분질원료 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수로서 생면·숙면·건면

- 국수: 곡분 또는 전분, 전분질원료, 변성전분 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수
- 냉면, 당면, 파스타, 수제비, 만두피, 분모자(중국 동북 지방의 당면)는 의무대상이 아님
- 특수용도식품(특수영양식품, 특수의료용도식품)
- 즉석섭취·편의식품류 중 즉석섭취식품
- 즉석섭취·편의식품류의 즉석조리식품 중 순대
 - 소나 돼지의 창자에 여러 가지 재료를 소로 넣어 삶거나 찐 제품(순대국, 순대볶음 제품에 들어가는 순대를 직접 제조하는 경우 의무적용에 해당)
- 식품 제조·가공업의 영업소 중 전년도 총 매출액이 100억원 이상인 영업소에서 제조·가공하는 식품

3) 유예 기간

식품의약품안전처는 식품안전관리인증(HACCP) 의무 적용 시행 시기를 2020년 12월 1일부터 2021년 12월 1일까지 1년 유예함. 다만, 의무 대상 식품 제조·가공업체로서 2020년 12월 1일부터 영업을 신규로 등록하려는 경우에는 사전에 반드시 인증을 받아야 함

4) 행정처분

HACCP 인증 의무 적용 대상임에도 불구하고 인증을 받지 않고 제품을 생산할 경우 1차 영업정지 7일, 2차 영업정지 15일, 3차 영업정지 1개월에 해당하는 행정처분을 받게 됨

03 라벨링

호주 주요 라벨링 표기 사항 상세

1. 라벨링 필수 표기 사항

라벨 표기 사항(항목)		
<ul style="list-style-type: none"> 영양정보 함유량(%) 표기 제품명 제품 반환 정보 	<ul style="list-style-type: none"> 알레르기 유의사항 식품 기한 표시 재료 목록 정확한 정보 전달 	<ul style="list-style-type: none"> 식품 첨가물 가독성 사용기준 및 보관방법 원산지

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ), 호주 경쟁소비자위원회(ACCC), KATI

번호	구분	설명
라벨 표기 사항(가이드)		
1	제품명	<ul style="list-style-type: none"> 호주 및 뉴질랜드 식품기준청에서 규정하고 있는 제품명 혹은 식품의 본질을 나타낼 수 있는 이름으로 함 제품명은 잘못 이해할 수 있거나 잘못된 정보를 제공해서는 안 됨
2	로트번호	<ul style="list-style-type: none"> 로트번호는 제품의 리콜 시 활용 목적으로 작성해야 함 아이스크림이나 대용량 패키지 안에 포함된 소포장 제품에 대한 로트번호 표기는 생략이 가능함
3	공급업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> 호주 또는 뉴질랜드 공급업체(제조사, 수입자 등)의 정보를 필수적으로 표기해야 함 주소는 해당 기업이 사업을 영위하는 실제의 주소로 작성해야 함
4	경고문, 권고문 및 선언문	<ul style="list-style-type: none"> 제품의 섭취 시, 건강과 관련하여 소비자가 알아야 하는 내용 등 경고 표기는 필수임 분명하고 영구적으로 작성되어야 하며, 배경색과 대비되는 색상으로 작성되어야 함 특정 성분을 포함하는 과잉 섭취가 완화제 효과를 가질 수 있다는 권고문이 필요함
5	성분	<ul style="list-style-type: none"> 원료명은 일반명이나 원료의 본질을 알 수 있는 형태의 혹은 규정에서 정하고 있는 이름으로 해야 함 제품에 사용된 식품 첨가물을 포함해 함량 내림차순으로 원료 정보를 나열해야 함 알레르기를 유발하는 성분 10가지에 대해 포장재에 라벨링 박스 안에 표기해야 함
6	보관 방법	<ul style="list-style-type: none"> 제품의 안전과 건강상의 문제가 일어나지 않을 수 있도록 하는 내용의 사용법 혹은 보관방법을 표기해야 함
7	유통기한	<ul style="list-style-type: none"> 'Best-Before' 혹은 'Use-By'로 표기해야 함 유통기한 또는 사용기한이 적용일로부터 3개월 이상인 경우, 일, 월, 연도순으로 표기해야 함
8	영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> 건강 강조 표시가 아닌 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 탄수화물, 당, 나트륨 정보를 표기해야 함 제품의 평균 1회 섭취량(g 혹은 ml)과 제품의 섭취 횟수를 표기해야 함 제품의 1회 제공량과 총 제공횟수 및 해당 제공량당 에너지 함량을 표기해야 함(kj 혹은 kcal) 트랜스 지방, 다중 및 단일 불포화 지방산이 있는 경우 반드시 표기해야 함
9	원산지	<ul style="list-style-type: none"> 조미료 제품은 'Made In'과 같은 문구를 사용하여 원산지를 표기해야 함
10	표시기준	<ul style="list-style-type: none"> 라벨은 영어로 작성해야 함 영양 성분의 강조 표시는 식품의 형태에 대한 설명과 함께 명시되어야 함 식품 제조 기업이나 재포장 기업은 제품과 특정 국가 간의 연결을 암시하거나 암시할 수 있는 식품 포장에 단어 혹은 쉽게 인식할 수 있는 로고, 기호 또는 사진을 추가할 수 있음. 단, 제품에 대한 표현이 명확하고 진실하며 정확해야 함

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ), 호주 경쟁소비자위원회(ACCC), KATI

04 위생 요건

식품 첨가물 규정

호주의 경우 호주·뉴질랜드 식품기준청 홈페이지⁵⁾에서 식품 첨가물/유해물질과 관련하여 체계적이고 상세한 정보를 제공하고 있으며, 한국의 식약처에서도 식품법 관련 문서를 번역본으로 제공하고 있음. 호주에서는 식품 첨가물을 일반적으로 자체식품으로 섭취하지 않고, 식품의 주원료로 사용되지 않으나 1가지 이상의 기술적 역할을 목적으로 식품에 첨가되는 물질로 정의함. 식품에 부산물이 남을 수 있으며, 식품의 영양 측면을 목적으로 첨가되는 가공보조제, 비타민, 미네랄의 목적과는 구별되는 물질임

- 주류·탁주 제품과 관련된 식품 첨가물은 총 10건이 검색되며, 하기 표는 호주 탁주 제품에 적용되는 호주 식품 첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 사항은 호주·뉴질랜드 식품기준청 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인이 가능함

 표 21 주류·탁주 제품에 적용되는 식품 첨가물 기준

물질명	식품 유형	최대 허용량
Endo-1,4-β-xylanase, protein engineered variant, (EC 3.2.1.8) from <i>Trichoderma reesei</i> , containing the gene for endo-1,4-β-xylanase isolated from <i>Thermopolyspora flexuosa</i>	마실 수 있는 알코올	GMP (arabinoxylans의 depolymerisation 목적으로 한해서)
Aspergillopepsin I (EC 3.4.23.18) sourced from <i>Trichoderma reesei</i> containing the gene for aspergillopepsin I isolated from <i>Trichoderma reesei</i>	알코올 음료 (저알콜 또는 무알콜 음료를 포함)	GMP (알코올 음료와 동물 및 채소 단백질 제품 생산에 사용)
glucoamylase		GMP
α-Glucosidase (EC 3.2.1.20) sourced from <i>Trichoderma reesei</i> containing the α-glucosidase gene from <i>Aspergillus niger</i>		GMP
Lipase, triacylglycerol (EC 3.1.1.3) sourced from <i>Trichoderma reesei</i> containing the lipase 3 gene from <i>Aspergillus tubingensis</i>		GMP (빵류 제품 제조 및 곡류기반 음료 양조 시 사용)

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청, KATI농식품수출정보

5) 호주·뉴질랜드 식품기준청: <https://www.foodstandards.gov.au/code/Pages/default.aspx>

유해물질

호주에서는 식품 기준 1.4.1 '유해물질과 천연독성물질(Contaminants and Natural Toxicants)'와 1.6.1 '미생물 오염제한(Microbiological Limits for Food)'을 근거로 하여 특정 식품에 해당하는 금속 및 비금속 그리고 천연독성물질의 최대 허용치를 규정하고 있음. 그러나 기본적으로 최대 허용치 유무와 관계없이 모든 오염물질과 천연독성물질의 수준은 가능한 최소량이어야 함

- 주류·탁주 제품과 관련된 유해물질은 총 27건이 검색되며, 하기 표는 호주 유해물질의 일부 기준임. 더욱 자세한 호주 유해물질 관련 기준은 호주·뉴질랜드 식품기준청 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인이 가능함

 표 22 주류·탁주 제품에 적용되는 유해물질 기준

유해물질명	식품 유형	잔류 허용기준
Agaric acid	탁주	100 mg/kg
Aloin		50 mg/kg
Berberine		10 mg/kg
Coumarin		10 mg/kg
Hydrocyanic acid,total		1 mg/1% alcohol contents

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청, KATI농식품수출정보

알레르겐

호주 농업부(DAWE)⁶⁾의 발표에 따라 필수 알레르기 항원 경고문의 표시 규정 및 감시 식품 검사기준이 변경됨. 호주 내 식품 알레르기를 유발하는 주요 항원 11개를 지정했으며, 해당 성분을 함유한 식품은 이를 라벨에 표기해야 함

- 11가지 성분: 어패류, 땅콩, 나무 견과류, 유제품, 계란, 깨, 대두, 루핀(Lupin), 밀, 글루텐, 아황산염(10mg/kg)
- 표기 시, 굵은 글씨체를 사용해야 하며, 알레르기 항원을 기재할 때 항원명, 출처 등에 지정된 용어만을 사용해야 함
- 또한, 연체동물과 개별 견과류, 밀·보리·귀리 혹은 이들의 혼합물 및 글루텐 등 특정 알레르기 항원은 함유 사실을 라벨링에 별도로 표시해야 함

6) DAWE: Department of Agriculture, Water and the Environment

V

시사점



01

수출 확대 방안

시장 여건 및 수출 전략

탁주가 속한 호주의 비포도주 와인 시장 규모는 전체 주류 시장 규모의 0.1%에 불과하며 2017~2021년 기간 연평균 성장률이 -1.9%를 기록하여, 새로운 탁주 제품이 진출하기에는 좋은 여건은 아님

그럼에도 불구하고 호주의 (그 밖의) 발효주 수입 규모를 살펴보면 한국이 5위를 차지하고 있으며, 2017~2021년 기간 동안 연평균 18.3%를 기록했다는 점이 놀라움. K-푸드의 관심이 주류에까지 영향을 미치고 있는 것으로 보이며, 현재까지의 추세를 고려하면 한국 탁주의 시장 점유율이 점차 확대될 것으로 판단됨

주류는 소비자들에게 일반 식품보다도 더 보수적으로 선택되어, 새로운 문화와 음식에 대한 이해와 친밀감이 형성된 후에 받아들여지는 경향이 있음

최근 호주에서 한국으로부터 수입되는 탁주가 최근 5년 동안 급격히 증가한 것은, K-푸드에 대한 관심의 증가가 주류 소비로도 이어진 것이며, 주로 호기심을 바탕으로 구매가 이루어지고 있는 것으로 판단됨

호주 소비자들에게 한국 막걸리의 브랜드별 이미지가 구축되기에는 시간이 걸릴 것이므로 그 전까지 한국 막걸리 제품 자체에 대한 평가가 이루어 질 것으로 판단됨. 즉 호주 소비자들의 경우 지원 기업 제품은 다른 브랜드의 막걸리와 구분하기 보다는 한국산 막걸리로 무차별적으로 인식을 할 가능성이 매우 큼

따라서 지원 기업과 같이 새로운 브랜드가 진입하기에는 좋은 여건이나 제품 특색을 살린 홍보가 필수적임. 원재료, 향, 맛, 질감, 역사 스토리 등 특징과 장점을 부각할 포인트가 필요한 상황이나, 제품 홈페이지상에서도 이러한 내용을 찾을 수 없어 리뉴얼이 시급함

또한, 위에서 언급한 바와 같이 K-푸드를 찾고 즐기는 소비자가 한국산 탁주 구매자일 확률이 높으므로, 페어링할 수 있는 메뉴와 즐길 수 있는 상황을 예시로 제공하고 알리는 것이 매우 중요함

참고문헌



□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. 농식품수출정보(KATI)
4. www.woolworths.com.au
5. www.coles.com.au
6. www.hanaromartonline.com
7. www.ktmartmall.com.au
8. amazon.com.au
9. ebay.com.au
10. 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)
11. 호주 경쟁소비자위원회(ACCC)

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023. 03

- 본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
- 본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.