



No. 2022-239  
품목 경구용 수액(ORS Drink)  
HS CODE 2202.99.0007  
국가 호주(Australia)



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

<b>I</b>	<b>시장 현황 및 전망</b>	3
	1. 시장 규모 2. 수출입 통계	
<b>II</b>	<b>유통</b>	11
	1. 유통구조 2. 주요 유통채널 분석	
<b>III</b>	<b>통관 및 제도</b>	25
	1. 통관 및 검역 2. 인증 3. 라벨링 4. 위생 요건	
<b>IV</b>	<b>바이어 인터뷰</b>	41
	1. 바이어 인터뷰	
<b>V</b>	<b>시사점</b>	44
	1. 수출 확대 방안 2. 참고 문헌	

# I

## 시장 현황 및 전망



# 01 시장 규모

## 호주 음료 시장 규모

지원 기업의 식품은 경구용 수액으로 상위 품목인 음료 시장의 규모를 조사함

IBISWorld에 따르면, 2021년 호주 음료 시장 규모는 38억 호주 달러(약 3조 3,64억 원<sup>1)</sup>)를 기록함

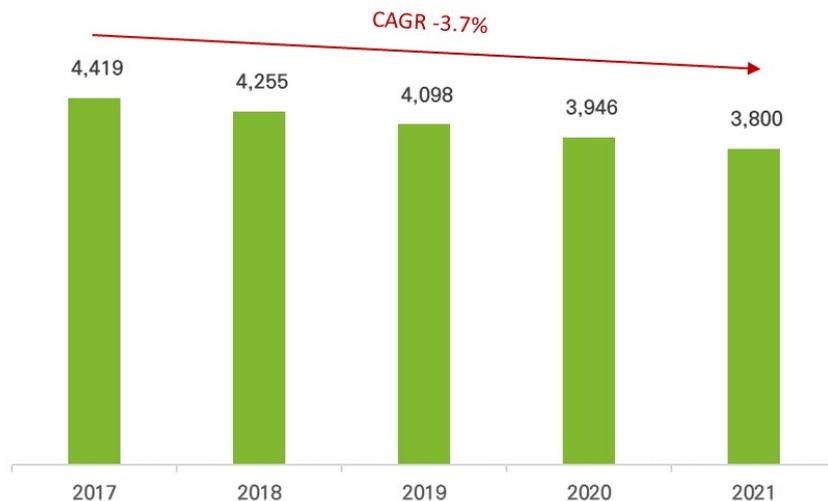
- 호주 음료 시장 규모는 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 3.7% 감소함
- 특히 2020년 이후에는 코로나19로 인해 대규모 행사, 외출 및 친목을 위한 활동이 줄어들면서 음료 소비가 감소함



그림 1

호주 음료 시장 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 백만 호주 달러, %)



자료: IBISWorld

2021년 호주 음료 시장을 품목별로 살펴보면 고당도 음료가 전체 판매액의 58.2%로 가장 큰 비중을 차지함

- 이어서 저당도 음료(29.5%), 스포츠 음료(4.9%), 에너지 음료(2.7%) 순임
- 최근 건강에 대한 소비자들의 인식이 높아지면서 설탕 함유량이 높은 음료의 인기는 줄어드는 추세이며, 반면 저당 음료의 인기는 지속 상승하고 있음

1) 1호주 달러=888.83원(2023년 2월 24일 하나은행 매매기준율 기준)

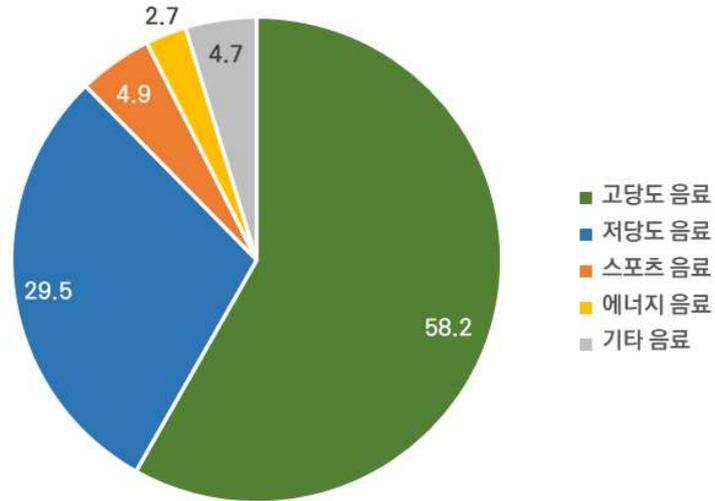
- 스포츠 음료는 건강 증진을 위한 목적으로 구매하는 소비자들이 증가하면서 꾸준히 수요가 증가하고 있음



그림 2

호주 음료 시장 품목별 점유율(2021년)

(단위: %)



자료: IBISWorld

## 호주 스포츠 음료 시장 규모

지원 기업의 식품은 경구용 수액으로 스포츠 음료에 속하여 해당 시장의 규모를 조사함

2021년 호주 스포츠 음료 시장 규모는 소매 판매액 기준 전년 대비 1.5% 감소한 5억 9,880만 호주 달러(약 5,299억 원)를 기록함. 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 0.5%를 기록함

향후 5년간(2022-2027년) 시장 규모는 연평균 성장률 4.2%를 기록하며 지속 성장하여 2026년에는 7억 4,020만 호주 달러(약 6,553억 원)에 달할 것으로 전망됨



그림 3

호주 스포츠 음료 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 백만 호주 달러, %)



자료: Euromonitor International

# 02 수출입 통계

## 조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 2202

- 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료

HS CODE 2202.99

- 기타

HS CODE 2202.99.9000

- 기타

국가별 HS CODE

- 글로벌: 2202.99
- 호주: 2202.99
- 한국: 2202.99.9000

## 글로벌 경구용 수액 수입 규모

2021년 글로벌 경구용 수액(HS CODE 2202.99) 수입 규모는 109억 6,182만 달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 11.1% 증가함

- 2021년 미국은 10억 5,931만 달러를 수입하여 전체 수입 규모의 약 9.7%를 차지함
- 이어서 영국(6.4%), 중국(6.3%), 독일(6.3%), 캐나다(5.0%) 순으로 높은 비중을 차지함
- 2021년 호주는 1억 116만 6,000달러를 수입하여 전체 수입 규모의 0.9%를 차지함

**표 1** 글로벌 경구용 수액 수입 규모 추이(2017-2021년)

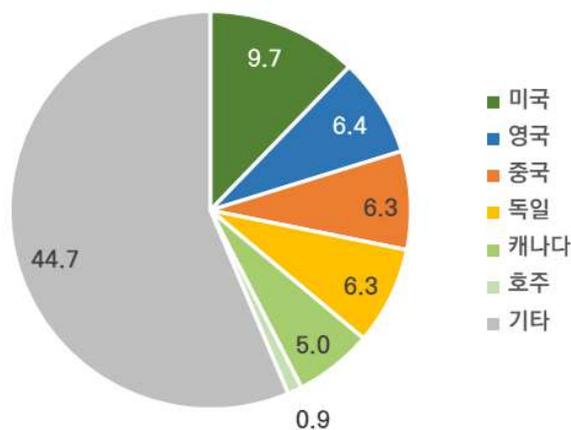
(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	7,190,578	8,371,862	8,842,514	9,267,793	10,961,820	11.1
1 미국	891,560	830,187	734,345	841,491	1,059,309	4.4
2 영국	562,632	596,879	533,205	587,368	697,352	5.5
3 중국	325,922	454,136	576,120	605,083	695,810	20.9
4 독일	425,311	498,607	539,431	653,905	691,818	12.9
5 캐나다	562,704	516,461	521,582	561,715	551,016	-0.5
29 호주	32,973	33,124	38,269	54,652	101,166	32.3
기타	4,389,479	5,442,468	5,899,562	5,963,579	7,165,349	13.0

자료: ITC World Trademap

**그림 4** 글로벌 경구용 수액 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

## 호주 경구용 수액 수입 규모

- 2021년 호주의 경구용 수액(HS CODE 2202.99) 수입 규모는 1억 116만 6,000달러를 기록함
- 국가별 수입 규모를 살펴보면, 對일본 수입액이 3,096만 6,000달러로 가장 큰 비중(30.6%)을 차지함
  - 이어서 뉴질랜드(19.4%), 미국(12.6%), 한국(7.5%), 대만(4.2%) 순으로 높게 나타남

2021년 對한국 수입 규모는 753만 8,000달러로 전체 수입국 중 4위를 기록하였으며, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 9.7%를 기록함



표 2

호주 경구용 수액 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	32,923	33,124	38,269	54,652	101,166	32.3
1 일본	335	422	2,181	6,839	30,966	210.1
2 뉴질랜드	4,521	2,494	2,088	4,293	19,581	44.3
3 미국	7,336	5,770	7,481	10,309	12,726	14.8
4 한국	5,207	6,333	7,043	6,656	7,538	9.7
5 대만	947	1,228	2,429	2,186	4,257	45.6
기타	14,627	16,877	17,047	24,369	26,098	15.6

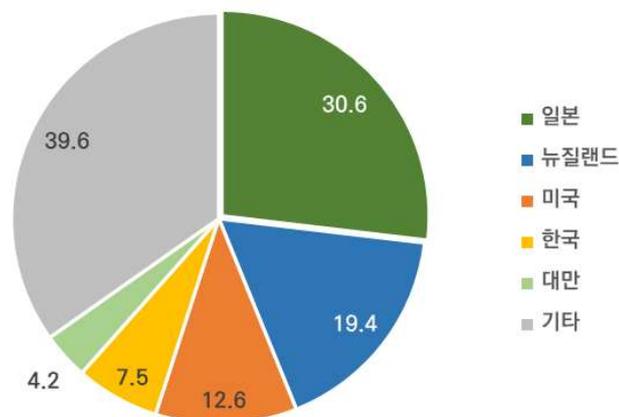
자료: ITC World Trademap



그림 5

호주 경구용 수액 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

## 한국 경구용 수액 수출 규모

2021년 한국의 경구용 수액(HS CODE 2202.99.9000) 수출 규모는 3억 1,518만 8,000달러, 수출량은 29만 8,037톤을 기록함

- 수출액은 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률 8.9%를 기록함
- 수출량은 최근 5년간 연평균 성장률 3.6%를 기록함

2021년 한국의 對호주 경구용 수액 수출 규모는 604만 7,000달러, 수출량은 6,752톤을 기록함

- 對호주 수출액은 최근 5년간 연평균 성장률 5.9%를 기록함
- 對호주 수출량은 최근 5년간 연평균 성장률 6.2%를 기록함



표 3

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

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
對 글로벌	수출액 (YoY)	223,790	271,855	269,564	264,078	315,188	8.9
		-	21.5	-0.8	-2.0	19.4	-
對 호주	수출액 (YoY)	4,805	6,061	6,022	6,272	6,047	5.9
		-	26.1	-0.6	4.2	-3.6	-
對 호주	수출량 (YoY)	5,301	6,468	6,871	7,870	6,752	6.2
		-	22.0	6.2	14.5	-14.2	-

자료: 농식품수출정보(KATI)

# II

유통



# 01 유통구조

## 호주 온/오프라인 유통채널 규모

호주의 오프라인 유통 시장은 현대적 유통채널과 전통적 유통채널로 구분할 수 있음

- 현대적 유통채널에는 편의점, 할인매장, 슈퍼마켓 등이 있으며, 전통적 유통채널에는 재래시장 등이 포함됨
- 2020년 현대적 유통채널 시장 규모는 1,232억 8,900만 달러로 전체 유통채널의 약 67%를 차지함



표 4

호주 현대적 유통채널 시장 규모(2016-2020년)

(단위: 백만 달러)

구분	2016	2017	2018	2019	2020
슈퍼마켓	84,562	86,887	89,928	92,618	101,978
할인매장	6,818	7,964	9,200	9,739	10,810
포코트	7,625	7,839	8,083	8,233	7,535
편의점	2,968	3,015	3,057	3,071	2,966
합계	101,973	105,705	110,268	113,661	123,289

자료: USDA

Euromonitor에 따르면, 호주 온라인 유통채널 시장 규모는 2020년 기준 44억 800만 달러로 전년 대비 40% 성장함

- 2020년 코로나19로 인해 사회적 거리두기, 이동 제한이 장기간 지속되면서 온라인 시장이 크게 성장함
- Payoneer에 따르면, 전체 소비자 중 23%가 온라인으로 식품 및 음료를 구매하는 것으로 나타남



표 5

호주 온라인 유통 시장 규모(2016-2020년)

(단위: 백만 달러)

연도	2016	2017	2018	2019	2020
규모	1,693	2,105	2,603	3,154	4,408

자료: Euromonitor International

## 유통방식별 점유율

호주 음료 시장은 도매업체, 식당, 펍 등을 통해 유통되는 온 트레이드와 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 소형 식료품점 등을 통해 유통되는 오프 트레이드로 분류할 수 있음

2021년 기준 온 트레이드가 47.5%, 오프 트레이드가 52.5%의 비중을 차지함

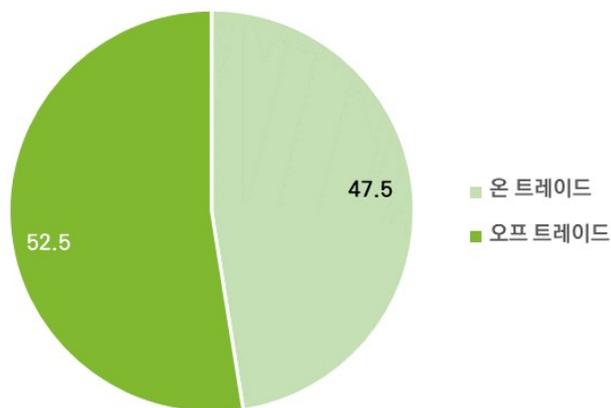
- 대형 소매 유통 기업의 경우, 도매업체를 통하지 않고 직접 제조사와 거래하기도 함



그림 6

호주 음료 시장 유통방식별 점유율(2021년)

(단위: %)



자료: IBISWorld

# 02 주요 유통채널 분석

## 호주 음료 유통채널

### 1. 슈퍼마켓/하이퍼마켓

호주의 주요 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 기업으로는 울워스그룹(Woolworths Group), 콜스 그룹(Coles Group), 알디 그룹(Aldi Group) 등이 있음

- 2021년 기준 시장 점유율 1위를 차지한 기업은 울워스그룹으로 점유율 38.8%를 기록함. 이어서 콜스 그룹(31.9%), 알디 그룹(10.3%) 순으로 높은 비중을 차지함

코로나19 이후 가격을 우선적으로 고려하는 소비자들이 증가하면서 PB상품을 저렴한 가격에 판매하는 알디의 시장 점유율이 높아지고 있음



표 6

호주 슈퍼마켓/하이퍼마켓 주요 기업 시장 점유율(2021년)

(단위: %)

순위	기업명	시장 점유율
1	Woolworths Group	38.8
2	Coles Group	31.9
3	Aldi Group	10.3
4	Metcash	7.2
5	Australian United Retailers	2.4

자료: Euromonitor International

## 2. 편의점

호주의 주요 편의점 기업으로는 아이지에이(IGA)를 소유한 멧캐쉬(Metcash), 세븐일레븐(7-Eleven)을 소유한 세븐앤아이홀딩스(Seven & I Holdings), 콜스 익스프레스(Coles Express)를 소유한 콜스 그룹(Coles Group) 등이 있음

- 2021년 기준 시장 점유율 1위 기업은 멧캐쉬로, 전체 시장의 16.4%의 비중을 차지함
- 이어서 세븐앤아이홀딩스(15.7%), 콜스그룹(12.4%), 울워스그룹(11.7%), 더브리티시패트롤룸(7.9%) 순으로 높은 비중을 차지함
- 호주 전역에는 약 8,250개의 편의점이 있으며, 이 중 80% 이상이 시드니, 멜버른, 브리즈번 등 3대 도시에 위치함



표 7

호주 편의점 주요 기업 시장 점유율(2021년)

(단위: %)

순위	기업명	시장 점유율
1	Metcash	16.4
2	Seven & I Holdings	15.7
3	Coles Group	12.4
4	Woolworths Group	11.7
5	The British Petroleum	7.9

자료: Euromonitor International

### 3. 아시안마트/한인마트

호주에서 한국 식품은 현지 주요 유통채널보다 아시안마트 및 한인마트를 통해 유통되고 있음

호주 내 아시아계 소비자가 증가하면서 최근 아시안마트 및 한인마트 수가 증가하고 있음

- 호주의 주요 아시안마트 및 한인마트 업체로는 하나로마트(Hanaromart), 케이에프엘 슈퍼마켓(KFL Supermarket), 크라운 아시안(Crown Asian), 케이티마트(KT Mart) 등이 있음



표 8

호주 주요 아시안마트 및 한인마트 매장 수(2021년)

(단위: 개)

순위	기업명	매장 수
1	Hanaromart	20
2	KFL Supermarket	12
3	Crown Asian	4
4	KT Mart	3
5	Bestore	1
6	KO Mart	1

자료: 각 사 홈페이지

#### 4. 온라인 쇼핑물

호주 주요 온라인 쇼핑물로는 울워스그룹의 울워스(Woolworths), 웨스파머스(Wesfarmers)의 타겟(Target), 이베이(Ebay) 등이 있음

- 가장 높은 시장 점유율을 차지한 기업은 울워스그룹으로, 2021년 기준 전체 온라인 매출액의 9.3%를 차지함
- 이어서 웨스파머스(Wesfarmers, 4.8%), 이베이(Ebay, 4.8%), 콜스그룹(Coles Group, 3.9%), 아마존닷컴(Amazon.com, 3.1%) 순임

코로나19 이후 온라인 쇼핑에 대한 수요가 크게 증가하면서 호주 온라인 시장은 큰 폭으로 성장함

- 호주는 면적이 넓고 인구 밀도가 낮아 그동안 온라인 유통채널의 비중이 낮았으나, 코로나19로 인한 사회적 거리두기로 인해 전 연령대의 온라인 쇼핑 사용률이 크게 증가함



표 9

호주 주요 온라인 유통채널(2021년)

(단위: %)

순위	회사명	시장 점유율
1	Woolworths Group	9.3
2	Wesfarmers	4.8
3	Ebay	4.8
4	Coles Group	3.9
5	Amazon.com	3.1

자료: Euromonitor International

## 슈퍼마켓: 울워스(Woolworths)

		<b>개요</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 울워스 그룹에서 운영하는 하이퍼마켓</li> <li>- 신선식품 및 육류 제품의 대부분이 호주 현지 제품임</li> <li>- 2020년 음료 및 주류 배송 기업 Shorty's Liquor 인수</li> <li>- 신선식품, 즉석식품, 음료, 주류 등을 취급함</li> <li>- 2021년 기준 호주 내 약 1,000개의 매장 보유</li> </ul>
<b>유통채널명</b>	Woolworths		
<b>홈페이지</b>	<a href="http://www.woolworths.com.au">www.woolworths.com.au</a>	<b>본사 소재지</b>	1 Woolworths Way Bella Vista NSW 2153
<b>입점 절차</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 홈페이지에서 직접 등록           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'Suppliers' 클릭</li> <li>- 'Start your application now' 클릭 후 양식 작성</li> </ul> </li> <li>2) 입점 등록 절차           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지원서 제출</li> <li>- 지원서 검토</li> <li>- 카테고리 매니저 연락</li> <li>- 추가 정보 제공</li> <li>- 공급자 계약서 작성</li> </ul> </li> </ol>			

## 슈퍼마켓: 콜스(Coles)

		<b>개요</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 콜스 그룹은 주류 판매점 Liquorland, 소규모 매장 Coles Express 등 오프라인 채널을 운영함</li> <li>- 2021년 기준 약 800개 매장 보유</li> <li>- 신선식품, 주류, 음료 등을 취급함</li> </ul>
			<b>유통채널명</b>
<b>홈페이지</b>	www.coles.com.au	<b>본사 소재지</b>	800 Toorak Road Hawthorn East, VIC 3123
<b>입점 절차</b>			
<p>1) 제3자 플랫폼 레인지미(Range Me)를 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 레인지미 계정 등록 후 브랜드 정보 및 제품 페이지 제작</li> </ul> <p>2) 등록 시 필요한 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급자 정보: 기업명, 매출액, 카테고리, 브랜드명, 주소</li> <li>- 공급 제품 정보: 제품군, 브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 등</li> </ul> <p>3) 연락처</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +61-2-9199-8530</li> <li>- 공급자 포털 사이트: <a href="https://suppliercentral.coles.com.au/s/knowledge-centre/article/RANGEme">https://suppliercentral.coles.com.au/s/knowledge-centre/article/RANGEme</a></li> </ul>			

## 편의점: 스파(Spar)

		<b>개요</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1932년 네덜란드에서 설립된 편의점 기업</li> <li>- 2002년 12월 호주 시장에 진출</li> <li>- 호주 동부 지역의 대표 유통 기업 중 하나임</li> <li>- 즉석식품, 신선식품, 스낵류, 음료류, 주류, 냉동식품 등을 판매함</li> <li>- 호주 내 약 300개의 매장 보유</li> </ul>
<b>유통채널명</b>	Spar	
<b>홈페이지</b>	www.spar.com.au	<b>본사 소재지</b> Locked Bag 30, Acacia Ridge QLD 4110
<b>입점 절차</b>		
1) 유선 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사 소개서 및 카탈로그를 입점 관리 담당자 메일로 송부</li> </ul>		
2) 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급자 정보: 업체명, 연락처, 연락 담당자, 전화번호, 이메일</li> <li>- 공급 제품 정보: 브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격, 최소 주문 수량 등</li> <li>- 참고자료: 회사 소개서, 카탈로그</li> </ul>		
3) 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +61-7-3715-3000</li> <li>- 이메일: info@spar.com.au</li> </ul>		

## 편의점: 세븐일레븐(7-Eleven)

		<b>개요</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1977년 호주 시장 진출</li> <li>- 호주 내 700개 이상의 매장 보유</li> <li>- 2021년 기준 직원 수는 약 8,800명</li> <li>- 주류, 음료류, 냉동식품, 가공식품 등을 취급함</li> <li>- 택배 배송 서비스 운영</li> </ul>
<b>유통채널명</b>	7-Eleven		
<b>홈페이지</b>	www.7eleven.com.au	<b>본사 소재지</b>	2/658 Church St, Cremorne, Victoria, 3121
<b>입점 절차</b>			
<p>1) 이메일을 통한 문의</p> <p>2) 등록 시 필요한 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급자 정보: 업체명, 연락처, 연락 담당자, 전화번호, 이메일</li> <li>- 공급 제품 정보: 브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격, 최소 주문 수량 등</li> <li>- 참고자료: 회사 소개서, 카탈로그</li> </ul> <p>3) 연락처</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화: +61-1800-247-711</li> <li>- 이메일: 24-7customerservice@7eleven.com.au</li> </ul>			

## 아시안마트/한인마트: 하나로마트

		<b>개요</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 퀸즐랜드 주 최대 규모의 한인마트로 2021년 기준 20개의 매장 보유</li> <li>- 유동인구 수가 많은 대형 쇼핑몰에 위치하여 접근성이 높음</li> <li>- 신선식품, 냉동식품, 면류, 음료류 제품을 취급함</li> <li>- 한국 식품 외 아시아 국가 제품도 취급함</li> </ul>
<b>유통채널명</b>	Hanaromart	
<b>홈페이지</b>	www.hanaromartonline.com	<b>본사 소재지</b> 250 McCullough Street, Sunnybank, QLD, Australia, Queensland
<b>입점 절차</b>		
1) 유선 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사 소개서 및 카탈로그를 입점 관리 담당자 메일로 송부</li> </ul>		
2) 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급자 정보: 업체명, 연락처, 연락 담당자, 전화번호, 이메일</li> <li>- 공급 제품 정보: 브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격, 최소 주문 수량 등</li> <li>- 참고자료: 회사 소개서, 카탈로그</li> </ul>		
3) 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +61-7-3012-7775</li> <li>- 이메일: hanaromartau@gmail.com</li> </ul>		

## 아시안마트/한인마트: 케이티마트

		<b>개요</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2007년 설립된 아시안마트</li> <li>- 2015년 온라인 쇼핑몰을 런칭하여 배송 서비스 제공 중</li> <li>- 빅토리아주 내 매장 3개 운영 중</li> <li>- 면류, 주류, 음료류, 홍삼류, 한국 화장품 및 잡화류를 취급함</li> </ul>
<b>유통채널명</b>	KT Mart		<b>본사 소재지</b> <b>입점 절차</b>
<b>홈페이지</b>	www.ktmartmall.com.au	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 홈페이지를 통한 입점 문의           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 내 Contact 클릭</li> <li>- 양식에 정보를 작성하여 제출</li> </ul> </li> <li>2) 등록 시 필요한 정보           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호 등</li> </ul> </li> <li>3) 연락처           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +61-478-801-827</li> <li>- 이메일: ktmartmall@outlook.com</li> </ul> </li> </ol>	

## 온라인 쇼핑몰: 이베이(ebay)

		<b>간략 소개 및 주요 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1995년 미국에서 설립된 종합 쇼핑몰로, 전 세계 약 30개국에서 서비스를 운영 중임</li> <li>- 호주에는 1999년에 진출함</li> <li>- 해외 판매 가능한 3자 판매 형식 온라인 마켓</li> <li>- 할인 이벤트, 무료 배송 등 다양한 프로모션 진행 중</li> </ul>
			<b>유동채널명</b>
<b>홈페이지</b>	<a href="https://www.ebay.au">https://www.ebay.au</a>	<b>본사 소재지</b>	10th floor, 45 Market Street, Sydney NSW 2000
<b>입점 절차</b>			
<p>1) 홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 계정 생성 후 판매자 등록</li> <li>- 개인 판매자 또는 스토어 판매자 중 선택하여 입점</li> </ul> <p>2) 작성 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등</li> <li>- 공급 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 소비자 가격 등</li> <li>- 참고 자료: 회사 소개서</li> </ul>			

# III

## 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 대상

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 링크<sup>2)</sup>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)

2) 링크

[www.abr.gov.au/business-super-funds-charities/applying-abn/abn-businesses-outside-australia](http://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

## ORS 수입허가

- 호주 영토로 물(Water)를 수입하기 위해서는 수입 전 농림수산부에서 발급한 유효한 수입허가가 필요하지만, 의뢰 품목인 ORS의 경우 별도의 수입허가가 불필요함

## 식품표준지침 준수

- 수입식품은 호주/뉴질랜드 식품표준법(Food Standards Australia New Zealand Act 1991)에 따라 제정, 수시 개정 적용되는 호주 뉴질랜드 식품표준지침(Australia New Zealand Food Standards Code, ANZFS)에 정한 개별 품목별 기준을 준수해야 함

## 식품 표준 코드 2.6.2 (2022년 9월 20일 개정)

## ① 전해질 음료의 정의

- 전해질 음료는 60분 이상의 지속적인 격렬한 신체 활동 중 또는 그 이후에 체액, 탄수화물, 전해질을 신속하게 대체하도록 제조된 음료를 의미함

## ② 건강강조표시 표시 금지

- 자체적 입증을 토대로 한 건강강조표시를 포함하여, 전해질 음료의 건강강조표시를 표시하는 것은 허용되지 않음. 단, 다음과 같은 경우는 제외됨
- 식품의 평균 삼투압 농도가 200~340mOsmol/kg일 경우
- 신속한 수분 보충 또는 신속한 수분 공급을 통한 수행 능력 유지에 관한 건강강조표시일 경우

## ③ 영양소 함량 강조 표시

- 구성 성분인 탄수화물, 설탕 혹은 설탕류, 에너지 또는 전해질(칼슘, 나트륨, 마그네슘, 칼륨 및 염화물)로 제한함.

## ④ 전해질 음료의 필수 구성

- 예시로, 탄수화물의 최소 수준은 50g/L에서 20g/L로 변경되고, 과당 함량은 전체 탄수화물의 50%를 초과할 수 없음

※ 세부적인 식품 표준 코드 2.6.2 사항은 식품기준청 웹사이트([www.foodstandards.gov.au](http://www.foodstandards.gov.au)) Food Standards Code에서 확인할 수 있음

미네랄 확인: 식품 표준 코드 Schedule 17에서 허용되는 미네랄을 규정하고 있음. 의뢰 품목의 경우 다음과 같음

미네랄	허용되는 형식
칼슘	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 탄산칼슘</li> <li>· 염화칼슘</li> <li>· 구연산칼슘</li> <li>· 클루콘산 칼슘</li> <li>· 클리세롤인산칼슘</li> <li>· 염화칼슘 용액</li> </ul>
마그네슘	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 인산칼슘, 이염기성</li> <li>· 인산칼슘, 일염기</li> <li>· 제3인산칼슘</li> <li>· 젖산칼슘나트륨</li> <li>· 젖산칼슘</li> <li>· 산화칼슘</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 탄산마그네슘</li> <li>· 글루콘산마그네슘</li> <li>· 인산마그네슘, 이염기성</li> <li>· 황산마그네슘</li> <li>· 염화마그네슘</li> <li>· 산화마그네슘</li> <li>· 제3인산마그네슘</li> </ul>

### 수입 허가 (Import Permit)

#### 식품첨가물 확인

- 호주로 수입되는 전해질 음료는 식품 표준 코드 1.3.1 및 Schedule 15에 따라 허용되는 첨가물 및 최대 허용량을 충족해야 함
- 관련 규정은 식품기준청(FSANZ) 웹사이트<sup>3)</sup>에서 확인할 수 있음
- 아세실팜칼륨 최대 허용량(MPL): 150
- 아스파탐 최대 허용량(MPL): 150
- 아스파탐-아세실팜염 최대 허용량(MPL): 230

#### 유해물질 확인

- 호주로 식품 수출 시 적용되는 식품의 유해물질 규정은 식품 표준 코드 1.4.1 및 1.4.2에서 규정하고 있음. 호주 내 수입 식품은 해당 규정을 충족시켜야 함.
- 관련 규정은 식품기준청(FSANZ) 웹사이트<sup>4)</sup>에서 확인할 수 있음

#### 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) <https://www.foodstandards.gov.au/code/Pages/default.aspx>

4) <https://www.foodstandards.gov.au/code/Pages/default.aspx>

## 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	

전해질 음료는 수입허가가 필요하지 않으므로 Short SAC을 이용할 수 있으며, 수입통관하려는 화물의 가격에 따라 N10 또는 Short/Long SAC을 통해 수입신고가 가능함

## 제출 서류

호주에서 수입통관 시 일반적으로 제출해야 하는 서류는 다음과 같음

- 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 - 선택)

### 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 절차<sup>5)</sup>

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

5) 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



표 10

호주 경구용 수액 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	<b>제품명</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 호주·뉴질랜드 식품기준청에서 규정하고 있는 제품명 또는 식품의 본질을 나타낼 수 있는 이름으로 할 것</li> <li>- 제품명은 잘못 이해할 수 있거나 잘못된 정보를 제공해서는 안 됨</li> </ul>
	<b>로트 번호</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 로트 번호는 제품의 리콜 시 활용 목적으로 작성할 것</li> <li>- 아이스크림이나 대용량 패키지 안에 포함된 소포장 제품에 대한 로트 번호 표기는 생략 가능</li> </ul>
	<b>공급업체 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 호주 또는 뉴질랜드 공급업체(제조사, 포장업체, 벤더, 수입자)의 정보를 필수적으로 표기할 것</li> <li>- 주소는 해당 기업이 사업을 영위하는 실제의 주소로 작성해야 하며, 사서함 주소는 불가</li> </ul>
	<b>경고문, 권고문 및 선언문</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품의 섭취 시 건강과 관련하여 소비자가 알아야 하는 내용 등 경고 표기 필수</li> <li>- 분명하고 영구적으로 작성되어야 하며, 배경색과 대비 되는 색상으로 작성할 것</li> <li>- 특정 성분을 포함하는 경우 과잉 섭취가 완화제 효과를 가질 수 있다는 권고문 필요</li> </ul>
	<b>성분</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 원료명은 일반명이나 원료의 본질을 알 수 있는 형태의 또는 규정에서 정하고 있는 이름으로 할 것</li> <li>- 제품에 사용된 식품 첨가물을 포함해 함량 내림차순으로 원료 정보를 나열해야 함</li> <li>- 알레르기를 유발하는 성분 10가지에 대해 포장재에 라벨링 박스 안에 표기해야 함. 굵은 글자로 명료한 영어 단어로 표기해야 함</li> <li>- 식품 첨가물(비타민, 미네랄 포함)을 표시해야 하며, 효소와 향미료는 구체적 성분명 없이 '효소', 향미료 및 기타'로 표기</li> <li>- 식품 원료의 실제 함량 또는 최소 함량을 퍼센트 형태로 정보를 제공해야 함</li> </ul>
	<b>보관방법</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품의 안전과 건강상의 문제가 일어나지 않을 수 있도록 하는 내용의 사용법 또는 보관방법을 표기해야 함</li> </ul>
	<b>유통기한</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 'Best-Before' 또는 'Use-By'로 표기해야 함</li> <li>- 유통기한 또는 사용기한이 적용일로부터 3개월 이상인 경우 일, 월, 연도순으로 표기</li> </ul>

자료: 호주·뉴질랜드 식품표준코드(ANZFSC)



표 10

## 호주 경구용 수액 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	보관 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품의 안전과 건강상의 문제가 일어나지 않을 수 있도록 하는 내용의 사용법 또는 보관방법을 표기할 것</li> <li>- 식품이 유통기한까지 보관되도록 하기 위한 특정 보관 조건이 필요한 경우 해당 조건 표기할 것</li> </ul>
	영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강강조표시가 아닌 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 탄수화물, 당, 나트륨 정보를 표기해야 함</li> <li>- 제품의 평균 1회 섭취량(g 또는 ml)과 제품의 섭취 횟수를 표기해야 함</li> <li>- 제품의 1회 제공량과 총 제공횟수 및 해당 제공량당 에너지 함량을 표기해야 함(kj 또는 kcal)</li> <li>- 트랜스 지방, 다중 및 단일 불포화 지방산이 있는 경우 반드시 표기해야 함</li> </ul>
	원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 조미료, 제과류, 스낵류, 주류 등 기호식품(Non-priority Food)은 'Made In'과 같은 문구를 사용하여 원산지를 표기해야 함</li> <li>- 수입 가공식품의 경우, 호주산 재료 비율을 나타내는 바 차트와 원산국을 나타내는 글 상자를 이용하거나 글 상자를 이용하여 원산지와 호주산 성분의 비율을 표시해야 함</li> <li>- 특정 국가에서 재배 또는 생산, 제조, 포장되지 않았음에도 그렇다는 것을 암시하거나 표기하는 경우 불법임</li> <li>- 제품이 생산된 나라를 표시해야 함</li> <li>- 식품에 호주산 식재료가 들어있는 경우, 그 비율을 명시하고 바 차트를 이용하여 표시해야 함</li> </ul>
	기타 표시사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유전자 기술을 사용하여 생산된 식품과 관련된 정보나 방사선 조사 식품에 관한 정보가 있다면 그를 표기해야 함</li> </ul>
	표시기준	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 라벨은 영어로 작성할 것</li> <li>- 가공하지 않은 과일과 채소로만 구성된 상품은 과일과 채소의 성질이나 품질을 가리지 않도록 포장해야 함</li> <li>- 질병, 장애 또는 상태의 예방, 진단, 치료 또는 완화의 의미가 있는 문구는 표기 불가함</li> <li>- 다른 식품의 비타민 또는 미네랄 함량과 직간접적인 비교 문구는 표기 불가함</li> <li>- 영양성분의 강조표시는 식품의 형태에 대한 설명과 함께 명시되어야 함</li> <li>- 식품 제조 기업이나 재포장 기업은 제품과 특정 국가 간의 연결을 암시하거나 암시할 수 있는 식품 포장에 단어 또는 쉽게 인식할 수 있는 로고, 기호 또는 사진을 추가할 수 있음. 단, 제품에 대한 표현이 명확하고 진실하며 정확해야 함</li> </ul>

자료: 호주·뉴질랜드 식품표준코드(ANZFSO)

# 04 위생요건

## 식품 첨가물 규정

호주의 식품 첨가물 규제는 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)에서 규정하고 있음

호주 식품 첨가물 관련 규정은 KATI농식품수출정보([www.kati.net](http://www.kati.net))에 접속하여 통관 > 식품 첨가물/유해물질DB > 호주 > 식품 유형 > 음료류 > 기타 음료를 선택하여 관련 규정을 확인할 수 있음

- KATI에서 기타 음료의 식품 첨가물 관련 규정을 검색한 결과, 총 485건의 관련 기준이 검색됨

# IV

바이어 인터뷰



# 01 바이어 인터뷰

## 아시안 마트 구매 담당자

1. 현재 아시안 마트 내에서 전해질 음료 판매가 되고 있나요?

ORS 및 전해질 음료라는 제품이 판매되고 있지 않을 뿐만 아니라 대체적으로 어떤 제품인지도 잘 알지 못합니다. 멜버른에는 아직 ORS 음료의 존재나 필요성에 대한 인식이 거의 없다고 보여집니다

2. 매장에 전해질 음료를 제외하고는 어떤 종류의 건강 관련 음료를 판매 중인가요?

한인 마트에서는 유명 스포츠/이온 음료가 있습니다. 전반적으로 유명 스포츠 음료를 제외하고도 건강에 관해서는 각종 기력보충제(홍삼, 인삼), 비타민, 단백질 음료들이 비치되어 있었습니다. 이런 음료들이 카운터 앞 큰 규모를 차지하고 있는 만큼, 소비자들의 관심과 소비가 크다고 보여집니다

3. 호주의 드럭 스토어에서는 전해질 음료에 있어서 어떤 트렌드가 보이나요?

쇼핑몰 및 시내 곳곳에서 찾아볼 수 있는 메이저 드럭 스토어 Chemist Warehouse, Priceline Pharmacy, Terrywhite Chemmart에서는 Abbott사와 Hydrolyte사의 다양한 분말, 액체 형태의 전해질 보충제들을 판매 중입니다. 2-3개(Abbott, Hydralyte, Voost)의 브랜드가 독점 중이었고, 전반적으로 스토어 내에 있어서도 아시안 제품은 찾을 수가 없을 정도로 "Australian Made" 제품을 강조하고 있습니다. 호주가 보충제/영양제 산업이 굉장히 발달한 국가이다 보니 이러한 트렌드가 나타난 것으로 보입니다

## 4. 조사 제품의 가격, 용량, 패키징 등 판매 가능성이 있을까요?

Chemist Warehouse에서 Hydralyte사의 액체형 ORS는 1L당 10.99호주 달러(약 9,800원)에 판매 중입니다. 용량/가격을 비교했을 때는 지원 기업 음료가 조금은 더 경쟁력이 있다고 볼 수 있습니다. 다만, 호주 브랜드들은 음료 형태뿐만 아니라 타 먹는 파우더, Ice Block(얼려먹는 용), 알약 등 소비자들의 취향에 맞게 선택할 수 있는 옵션이 많다는 이점이 있습니다

## 5. 추천하는 홍보 방법은 무엇인가요?



그림 1

## Hydralyte 제품

	
<p>Hydralyte Electrolyte Orange 4 Pack (4x250ml)...</p> <p>★★★★★ (13)</p> <p><b>\$10.99</b></p> <p>\$6.51 Off RRP!</p>	<p>Hydralyte Liquid Apple Blackcurrant 1 Litre</p> <p>★★★★★ (8)</p> <p><b>\$10.99</b></p> <p>\$4.46 Off RRP!</p>

자료: 현지조사원

호주가 “Australian Made”, “Locally Made”, “Australian Owned Company”와 같은 슬로건들을 포장지, 광고 등에 포함하는 것에 중요성이 보이듯이, 호주 소비자들을 목표로 하는 것보다 한국 브랜드로써 한인 마트에서 한인 소비자들을 타겟하는 것이 더 효율적일 것 같습니다. 한인 마트에서 몇몇의 한인 브랜드들과 협약을 맺어 주간 특별 할인 기간을 가지는 광고 방식도 있으므로, 전해질 음료 및 판매 기업의 존재를 알리는 게 중요할 것 같습니다

V

시사점



# 01 수출 확대 방안

## 호주 시장의 특징

지원 기업 품목인 경구용 수액 제품은 호주의 음료 제품 중 스포츠 음료로 분류할 수 있음

(시장 규모) 호주의 스포츠 음료 시장규모는 2021년 5억 9,880만 호주 달러로 전체 음료 시장의 4.9%의 비중을 차지하며, 최근 5년(2017-2021년) 연평균 성장률은 0.5%를 기록함. 그러나 향후 5년간(2022-2027년)은 연평균 성장률 4.2%를 기록하며 지속적으로 성장하여, 2026년 7억 4,020만 호주 달러의 시장 규모를 형성할 것으로 전망됨

(수출입) 글로벌 경구용 수액 최대 수입국은 미국(전체 수입액의 9.7%)이며, 다음으로 영국(6.4%), 중국, 독일(각각 6.3%), 캐나다(5.0%) 순서이며 호주는 29위로 전체 수입액의 약 5.0%를 차지함

호주의 경구용 수액 수입 규모는 2021년 기준 1억 116만 6,000달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 32.3% 증가하였음. 호주의 경구용 수액 최대 수입국은 일본(전체 수입액의 30.6%)이며, 다음으로 뉴질랜드(19.4%), 미국(12.6%), 한국(7.5%), 대만(4.2%) 순서임

- 호주의 한국산 경구용 수액 제품 수입액은 2021년 기준 753만 8,000달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 9.7% 성장하였음

(유통) 호주 음료 시장의 유통방식별 점유율은 온 트레이드(47.5%), 오프 트레이드(52.5%)로 구분됨. 온 트레이드는 도매업체, 식당, 펍 등을 통해 유통되는 방식 등이 속하며, 오프 트레이드에는 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 소형 식료품점 등을 통해서 유통되는 방식 등이 있음

- 한편, 대형 소매 유통 기업의 경우에는 도매업체를 통하지 않고 직접 제조사와 거래를 진행하기도 함

호주의 주요 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 유통망은 울워스그룹(Woolworths Group), 콜스그룹(Coles Group), 알디 그룹(Aldi Group) 등이 장악하고 있으며, 2021년 점유율 1위를 기록한 기업은 울워스 그룹(38.8%)이며, 다음으로 콜스 그룹(31.9%), 알디 그룹(10.3%) 순서임

- 팬데믹 이후 가격을 우선적으로 고려하는 소비자들이 증가함에 따라서, 알디는 PB상품을 저렴한 가격에 판매하는 정책을 펼치고 있는 것으로 보이며, 이를 통해서 시장 점유율을 확대해나가고 있는 것으로 분석됨

## 통관 및 제도

(통관 및 검역) 호주는 ABN 발급을 수입 신고 이전에 해야함. 통상 호주에서 물품을 수입 통관하려는 경우, 직접 서류를 제출하거나 관세사를 이용하거나 ICS를 통해서 전자적으로 수입 신고를 진행함. 이후 서류 심사 및 물품 검사, 관세 납부, 신고 수리 및 물품 반출의 단계를 거침  
- 수입통관 시 일반적으로 수입신고서, 운송서류, 상업송장 및 포장명세서, 원산지 증명서 및 허가서 또는 승인서(해당 시), 신분증명서(EOI: Evidence of Identity) 등이 필요함

(인증) 호주로의 식품 수출 시, 선택 사항으로 국제 인증 규격인 HACCP 인증을 받음으로써 식품 안전성을 향상 및 지속시키고 제품의 경쟁력을 확보할 수 있음

(첨가물 기준) 호주의 식품 첨가물 규제는 호주-뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)에서 규정하고 있음. 호주 기타 음료의 식품 첨가물 관련 총 485건의 기준이 검색됨

## 수출 확대 방안

호주는 팬데믹 이후 호주 소비자들은 건강에 대한 인식이 팬데믹 이전보다 확대되고 있어서 음료 시장에서 당 함량이 낮고, 건강에 도움이 되는 음료가 인기를 끌고 있는 것으로 판단됨. 기존의 탄산음료 브랜드의 대다수 기업이 저당도 및 무설탕 옵션을 제공하고 있으며, 에너지 및 스포츠 음료의 인기가 상승하고 추세임

- 게토레이, 파워에이드와 같은 스포츠 음료와 레드불과 같은 에너지 음료는 건강과 웰니스를 추구하는 호주 소비자를 중심으로 판매가 증가하고 있으며, 시장 트렌드를 반영하여 저설탕, 무설탕 음료를 출시하고 있음
- 또한, 최근에는 유기농 원료로 만든 수제 소다수 음료가 현지 소비자들의 선택을 받으며 판매량이 증가하고 있음

호주 내에서 한국 제품의 시장 점유율이 전체 수입액의 7.5%로 이미 시장이 형성되어 있으므로, 경구용 수액 제품이 시장에 진입하기는 어렵지 않을 것으로 판단됨. 일본 제품의 시장 점유율이 전체 수입액의 30.6%를 차지하며 1위를 기록하고 있으며, 일본으로부터의 경구용 수액 수입액이 최근 5년(2017-2021)간 연평균 210.1%로 폭발적인 성장세를 보이고 있기 때문에 한국 수출업체와의 협업을 통해서 경구용 수액 수출단계는 낮추지 않으면서 한국 제품의 수출 확대를 위한 방안을 모색할 필요가 있음

- 본 수출 품목의 특징 및 장점, 빠른 수분과 전해질을 보충할 수 있는 셀링포인트 등을 잘 정리하여 호주 현지 수입업자에게 전달
- 탄산음료 제조 대형 브랜드들은 무설탕 제품을 출시하는 것을 넘어서, 에너지 음료, 스포츠 음료 등의 제품 라인을 확대하고 있음. 코카콜라 호주의 무설탕 스포츠 음료인 파워에이드 액티브워터는 설탕 걱정이 없는 운동 전 후로 전해질 보충이 가능한 음료로, 파워에이드 액티브워터는 제품 맛은 피치앤애플, 망고, 레몬 등 3가지 맛으로 출시됨
- 이 외에도, 유산균을 함유한 무설탕 소다 제품이 출시되는 등 건강까지 갖춘 탄산음료 대체품이 소비자의 주목을 끌고 있음. 제품 맛은 콜라, 라즈베리 레몬에이드, 크림리 소다, 유자 등이 있으며, 건강을 생각한 음료 제품 이미지에 맞는 유리병 포장을 사용하고 있음



그림 2

호주 내 새롭게 출시되고 있는 무설탕 스포츠 음료(좌), 유산균 함유 소다 음료(우)



코카콜라 호주의 무설탕 스포츠 음료인  
'Powerade Active Water'



Bod Drinks의 유산균 함유 소다 음료인  
'Sugar Free Probiotic Soda'

호주가 “Australian Made”, “Locally Made”, “Australian Owned Company”와 같은 슬로건들을 포장지, 광고 등에 포함하는 것에 중요성을 보이듯, 시장 진출 시 호주 소비자들을 목표로 하기 보다는 한국 브랜드로서 한인 마트에서 한인 소비자들을 타겟으로 시작하는 것이 더욱 효율적인 방안으로 판단됨. 용량/가격을 비교했을 때 지원 기업 음료가 경쟁력이 더 있는 것으로 보이며, 한인 마트에서 한인 브랜드들과의 협약을 맺어 주간 특별 할인 기간을 가지는 광고 방식 등을 활용해서, 전해질 음료 및 판매 기업의 존재를 알리는 것이 중요함

## 참고문헌



### □ 참고 사이트

1. IBISWorld
2. Euromonitor International
3. ITC World Trademap
4. 농식품수출정보(KATI)
5. USDA
6. Australia New Zealand Food Standards Code
7. Food Standards Australia New Zealand

## 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.