

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1808-10

품 목 : 인스턴트 라면(Instant Ramen)

국 가 : 남아프리카공화국(South Africa)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품 산업현황	10
3. 수출입통계	14
II. 시장 트렌드	20
1. 정책 이슈	22
2. 소비 트렌드	22
3. 제품 트렌드	24
4. 유통 트렌드	26
III. 통관 및 제도	31
1. 통관 및 검역	34
2. 인증정보	39
3. 라벨링	41
4. 위생규정	44
IV. 경쟁제품	46
1. 경쟁제품 선정	48
2. 경쟁제품 분석	49



V. 경쟁사	55
1. 경쟁사 선정	56
2. 경쟁사 분석	57
VI. 유통채널	61
1. 유통채널 개황	62
2. 주요 유통채널 분석	64



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품산업 현황
3. 수출입통계

국가 개요

아프리카 최남단에 위치한 남아프리카공화국(이하 '남아공')은 남아프리카 개발 공동체 (Southern Africa Development Community (SADC))를 이끌어가는 최대경제국으로서 남아프리카 관세동맹(Southern Africa Customs Union (SACU)) 회원국임

남아공의 주요 산업은 광공업으로 금, 다이아몬드, 우라늄, 망간, 크롬, 석탄, 철광석 등이 생산되며, 특히 금은 전 세계 생산량의 60%를 차지함. 또한, 아프리카 내에서 공업이 가장 발달한 국가로 제철, 기계, 화학, 섬유, 자동차 산업이 대표적

1994년 창립된 아프리카 국민회의(African National Congress, ANC)가 남아공의 주요 정당이었으나, 최근 선거에서 지지기반을 상실함. 2018년 시릴 라마포사가 제이컵 주마 대통령의 뒤를 이어 신임대통령으로 취임

주요 정보

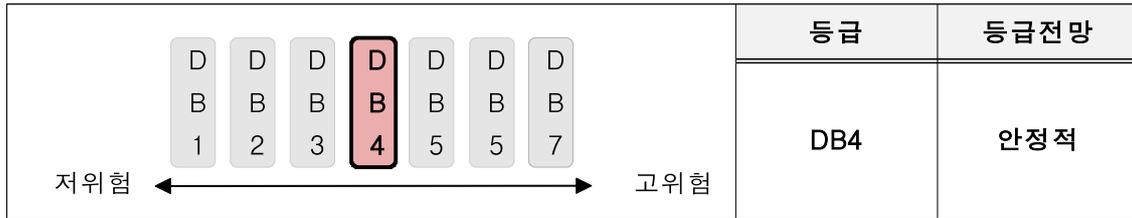
- ▶ 국명: 남아프리카 공화국
(South Africa)
- ▶ 행정수도: 프리토리아(Pretoria)
- ▶ 대통령: 시릴 라마포사
(Cyril RAMAPHOSA)
- ▶ 인구
 - 5천 6백만 (2017)
 - 노동시장참여율(Labor Force Participation Rate): 54.7%(2017)
 - 도시 인구: 62.1%(2017)
- ▶ 면적: 122만km²(한반도의 5.5배)
- ▶ 공식어: 영어, 아프리칸스어 등 11개 공식언어, 비즈니스어로 영어 사용
- ▶ 주요 도시: 프리토리아, 케이프타운(입법수도), 블룸폰테인(사법수도)
- ▶ GDP: 3490억 US달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 6,167 US달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 1.3%(2017)
- ▶ 화폐단위: 랜드(Rand, ZAR)
- ▶ 인터넷 사용률: 54%(2017)



자료: 「Country Insight Snapshot South Africa October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.28.

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망¹⁾



「Country Insight Snapshot South Africa October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.28.

□ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 라마포사 대통령의 경제 활성화 정책 실행 및 인프라와 민간부문 전략사업 투자를 부흥시킬 개혁안 공약 추진 - 국제신용평가사 S&P는 남아공 국가신용등급이 정크 등급으로 하락할 가능성은 크지 않은 것으로 분석. 동 사는 남아공이 터키에 비해 높은 성장 가능성을 보유하고 있고, 정부가 경제 및 사회 개혁을 점진적으로 이행할 것으로 기대한다고 언급²⁾
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 규제의 불확실성과 노사 간 분쟁 리스크로 인한 비즈니스 활동 약화 및 외국인 투자 제한 가능성 - 정치적 불안정성, 단기 이윤 추구하는 떠돌이형 투자(footloose) 노출에 따른 랜드貨 변동성 증가

「Country Insight Snapshot South Africa October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.28.

1) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정하는 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨

2) 한편, 무디스社は 금년도 경제성장률 전망을 기존 1.5%에서 0.7-1.0% 하향 조정. 동 사는 예상보다 낮은 경제성장률이 재정 및 통화 위기상황을 악화시키고 신용등급에도 영향을 줄 수 있다고 경고

□ 주요 거시경제 지표

- 남아프리카공화국(이하 '남아공') 통계청은 2018년도 2분기 경제성장률이 전 분기 대비 0.7% 마이너스 성장을 기록하였으며, 이는 2018년 1분기 2.6%(기존 2.2%에서 조정) 하락에 이은 2분기 연속 마이너스 성장임을 발표
 - 가뭄 및 늦은 수확(Late harvest) 등에 기인한 농수산업(-29.2%) 분야의 급격한 성장 저하가 동 분기 성장률 하락의 주요 요인. 교통·통신 산업(4.9%), 교역·숙박업(-1.9%), 제조업(-0.3%) 분야 성장률 또한 하락
 - 다만, 광업(4.9%), 건설(2.3%), 전기(2.1%), 금융·주택·비즈니스 서비스(1.9%) 부문은 소폭 성장³⁾
- 2018년 7월 생산자물가지수(Producer Price Index, PPI)는 전월 대비 (5.9%) 다소 상승한 6.1% 기록. 이는 전년 동기 대비 석유·화학·고무·플라스틱 제품(3.5%p), 교통 기기(0.8%p) 부문의 지수 상승에서 기인⁴⁾
 - 2018년 7월 기준 전기 및 수도 분야 생산자물가지수는 전년 동월 대비 7.8% 상승했으며, 광산 분야와 농수산 분야 지수도 전년 동월 대비 각각 9.6%, 0.8% 상승
- 2018년도 2분기 남아공 경상수지 적자는 1,638억 랜드⁵⁾(109억 달러)화로 전 분기(2,194억 랜드, 146억 달러) 대비 556억 랜드(37억 달러) 하락. 한편, 2분기 무역수지는 1분기(150억 랜드 적자)와 달리 419억 랜드(28억 달러)화의 흑자 기록
- 2018년 7월 남아공 재정적자액이 총 959억 8천 랜드화로, 2004년 이후 최고치를 경신
 - 7월 말까지 누적 세입액은 총 2,740랜드로 이는 2018/19 회계연도 목표액(1조 3천억 랜드)의 28.3%. 한편, 동 기간 정부 지출액은 총 4,970랜드로 지출 예상액의 32.9% 기록
- ABSA 은행이 발표한 2018년 8월 구매관리자지수(Purchasing Manager's Index, PMI)가 43.4%p를 기록하여 전월(51.5%p) 대비 크게 하락

3) 주요 산업의 비중은 금융 20%, 정부 18%, 무역 15%, 제조업 13%, 교통 및 통신 9%, 광업 7%, 개인서비스 6%, 건설 4%, 전기 4%, 농업 4% 순으로 집계

4) 특히 미화 달러 대비 랜드화 가치 약세로 기름값이 상승하면서 디젤(31.6%), 휘발유(27.2%)와 차량(15.3%) 부문의 가격이 크게 상승

5) 통화환산기준: 2018.9.6. 기준 1ZAR=77.76원(KEB 하나은행 제공)

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	-4.6	-2.8	-2.5	-2.7	-3.3	-3.2	-3.3	-3.2
온스당 금 가격 ⁶⁾	1,160.7	1,249.0	1,257.6	1,310.8	1,296.4	1,300.2	1,313.5	1,320.5
재정수지/GDP	-4.1	-3.9	-4.3	-4.0	-3.9	-3.5	-3.3	-3.3
물가상승률	4.6	6.3	5.3	4.7	5.5	5.6	5.6	5.8
경제성장률	1.3	0.6	1.3	1.7	1.9	2.0	2.3	2.5

자료: 「Country Insight Snapshot South Africa October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.28.

□ 무역통상 환경

- 경제 성장 모멘텀 강화를 위한 노력으로 2018년, 2019년 경제성장률은 각각 1.7%, 1.9%까지 개선될 전망. 18년 2분기 총 고정자본형성 증가로 인한 고용 확대와 경제 성장률 상승 기조 반면, 광공업 성장률 둔화
 - 정치 불안정성과 규제 개혁 및 외부 충격으로 인해 6개월 동안 랜드화변동 폭 심화. 신흥국 위기 감염효과(contagion effect)의 여파로 8월 달러 대비 랜드화는 2년 만에 최저치 기록
- 최근 몇 년간 노사 간 분쟁 이슈화 및 토지 무상몰수를 골자로 한 남아공 광업 현장 개정안으로 인한 리스크로 투자 매력도 저하. D&B는 수출거래 리스크 최소화를 위해 신용장(Letter of Credit) 거래 추천

□ 위험 및 기회요소

구분	세부내용
단기 경제전망	<p style="text-align: center;">▶ 투자 감소로 인한 성장 제동</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2018년 1분기 분기별 총고정자본형성⁷⁾ 비율 약 3.2% 축소. 공공기관들의 고정투자 확대에도 불구하고, 민간투자와 공공투자 감소로 인해 총 고정투자 위축. 교통, 주택, 기계와 장비로의 자본지출(Capital Spending) 모두 감소세. • 긴축정책과 공공재정 축소로 인한 고정 투자자본 감소는 국유기업(State-owned enterprises) 재정 압박과 공공 건설 분야에 대한 신뢰도 저하 초래. 광업을 중심으로 정책의 불확실성 증대 • 민간과 공공부문의 총고정자본형성 비중은 최근 몇 년 동안 낮은 수준에서 유지된 바, 경제 성장과 고용에 대한 영향력이 축소되었으며, 이러한 추세는 2018년 말까지 유지될 전망

6) Gold Avg USD/ounce

<p style="text-align: center;">장기 경제전망</p>	<p style="text-align: center;">환리스크관리</p> <p style="text-align: center;">▶ 랜드화 신흥국 위기 감염 여파 영향</p> <ul style="list-style-type: none"> • 남아공 랜드화는 투자 심리 위축과 발 없는 자본(footloose capital) 영향으로 2018년 1분기 최대 변동폭 기록. 정치적 불안정성과 신용등급 하락으로 랜드화 가치 하락 • 리라 가치 폭락과 대량의 리라화 매도는 국제적으로 투자자들의 심리위축 촉발. 신흥시장 위기 감염 (emerging market contagion effects) 여파가 남아공 정책에서 가장 중요한 리스크로 부상
<p style="text-align: center;">기업 규제 환경</p>	<p style="text-align: center;">▶ 2018년 7월 경쟁개정안(Competition Amendment Bill) 의회 통과</p> <ul style="list-style-type: none"> • 경쟁촉진을 위한 다각도 측정지표 설정과 남아공 경쟁위원회의 탈중양화 및 반경쟁적 행위 조사 강화를 위해 새롭게 도입된 경쟁개정안은 가격 차별, 지배력 남용, 인수평가 및 시장 분석 등 수직적 · 수평적인 거래를 효과적 관리하여 시장에 상당한 변화를 줄 것으로 전망 • 개정안 통과로 시장 지배력 남용 및 위법 행위에 대한 처벌이 용이해질 것으로 예상. 합병절차가 까다로워지고 승인에 상당기간이 소요될 것으로 알려져 있으며, 특히 개정안 통과로 인해 외국인 인수 및 취득이 더욱 어려워질 것으로 예상. • 새로운 경쟁정책 체제의 등장이 임박한 것으로 예상되는 바, 남아공 시장 진출을 위해서는 이러한 변화에 대한 단기적 전략과 계획 수립 필요

「Country Insight Snapshot South Africa October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.28.

7) 생산주체가 구입한 자본재를 의미하며, 생산을 위한 설비투자, 구매비용, 기타 요소 구입 비용등을 의미

2. 식품산업 현황

□ 가공식품 소매시장 현황

- 2017년 남아공의 가공식품 시장규모는 전년 대비 9.1% 성장한 약 2,167억 랜드(약 17조 원)⁸⁾을 기록
 - 2013년 이후 10% 전후의 증가율을 기록하며 지속적으로 성장
- 유제품, 제과 및 제빵, 쌀과 면류 가공식품의 규모가 큰 편이며, 밀가루와 쌀 가공품의 원재료 가격 상승이 제품가격 상승으로 이어지면서 매출액 또한 증가함
 - 쌀 및 밀가루 가공식품의 가격 상승에 따라 유통채널은 대량으로 구매하는 추세이며, 가격경쟁력이 있는 대형 유통채널의 비중이 확대되면서 전통적 소매점의 입지가 좁아지고 있는 상황

그림 1.1 가공식품 매출액 및 연증감률 추이(2013~2017년)

(단위: 백만 랜드)



자료: Euromonitor International

8) 1랜드(ZAR)=78.73원(KRW)(KEB 하나은행 고시 기준, 2018.10.19.)

□ 가공식품 유통 현황

- 유통채널별 가공식품 매출액에서는 점포소매점의 비중이 압도적
 - 최근 5년간(2013~2017년), 점포소매점을 통한 가공식품 매출 비중이 99% 이상의 비중을 차지
- 현대적 식품소매점과 전통적 식품소매점을 통한 매출 비중은 최근 5년간 거의 변화 없었으며, 2017년 기준 각 채널별 비중은 각각 78.7%와 13.3%를 기록
- 슈퍼마켓을 통한 매출 비중이 가장 높으며 전통적 유통채널인 독립소형식품소매점 또한 꾸준한 매출 비중을 유지하는 추세
 - 슈퍼마켓의 매출 비중이 약 60%를 차지하여 가공식품의 주 유통채널이 되고 있으며, 독립소형식품소매점 비중은 약 10% 수준

표 1.2 가공식품 유통채널별 매출 비중 추이(2013~2017년)

(단위: %)

구 분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
1. 점포소매점	99.7	99.7	99.6	99.6	99.6	0.0%
1) 식품소매점	92.6	92.4	92.2	92.1	92.0	-0.2%
① 현대적 식품소매점	79.3	79.1	79.0	78.9	78.7	-0.2%
- 편의점	6.9	6.9	7.0	7.0	7.0	0.4%
- 할인마트	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	3.4%
- 포코트 소매점	5.7	5.7	5.7	5.7	5.7	0.0%
- 하이퍼마켓	5.6	5.6	5.7	5.7	5.7	0.4%
- 슈퍼마켓	60.3	60.1	59.9	59.7	59.5	-0.3%
② 전통적 식품소매점	13.4	13.3	13.3	13.3	13.3	-0.2%
- 식품/음료/담배특판점	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0%
- 독립소형식품소매점	9.8	9.8	9.8	9.9	9.9	0.3%
- 기타식품소매점	3.2	3.2	3.1	3.1	3.1	-0.8%
2) 비식품소매점	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.0%
① 헬스 및 뷰티 특판점	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	5.7%
② 기타	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0%
3) 혼합형소매점	6.4	6.6	6.6	6.7	6.8	1.5%
2. 무점포소매점 ⁹⁾	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	7.5%
1) 자판기 판매	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.0%
2) 홈쇼핑	-	-	-	-	-	-
3) 온라인 판매	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	18.9%
4) 직접 판매	-	-	-	-	-	-
총 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0%

자료: Euromonitor International

9) 물리적 매장이 존재하지 않는 유통채널

□ 인스턴트 면류 소매시장 현황

- 남아공의 인스턴트 면류의 매출액은 최근 5년간(2013~2017년) 연평균 9.9% 증가하여, 2017년 기준 794백만 랜드(약 625억원)를 기록함
 - 2017년 연간 증가율은 전년 대비 0.6%p 하락하여 시장 성장이 다소 둔화됨
- 향후 5년간(2018~2022년(f)), 인스턴트 면류 시장의 연평균 증가율은 9.0%를 기록하여 최근 5년(2013~2017년) 대비 0.9%p 둔화된 시장 성장이 예상되며, 2022년 기준 시장규모는 1,219백만 랜드(약 968억원)에 달할 전망

그림 1.2 인스턴트 면류 매출액 추이와 전망



자료: Euromonitor International

- 인스턴트 면류 시장에서 용기제품 대비 봉지제품의 판매 비중이 압도적으로 높으며, 용기제품의 비중이 축소되는 추세
 - 최근 5년간(2013~2017년), 봉지면와 용기면 제품의 매출 비중은 약 99%와 1%를 기록하였으며, 용기면 제품의 매출 비중은 2015년 이후 1.1%에서 1.0%로 하락함

표 1.3 인스턴트라면 매출액 추이(2013~2017년)

(단위: 백만 랜드, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
인스턴트 면류=(A)+(B)	544	598	655	723	794	9.9%
- 봉지(A)	538	592	648	716	786	9.9%
- 용기(B) (비중)	6 (1.1%)	6 (1.1%)	7 (1.0%)	7 (1.0%)	8 (1.0%)	7.6%

자료: Euromonitor International

- 2017년 기준, 인스턴트 면의 대표적인 브랜드는(매출액 기준) Maggi, Fatti's & Moni's, Fantastic Noodles, Heinz임
- 봉지 형태의 제품이 압도적으로 높은 비중을 차지하는 남아공의 인스턴트 면 시장 특성 상, 봉지라면 시장에 주력하고 있는 Nestlé社의 브랜드 Maggi의 봉지라면 매출액이 약 50%에 달하며 시장 경쟁력을 보유함

그림 1.3 남아프리카공화국의 주요 인스턴트 면 브랜드

		
<p><Maggi의 MZANSI'S FAVOURITE NOODLES></p>	<p><Fatti's & Moni's의 Pasta Ribbons></p>	<p><Fantastic Noodles의 Noodles Beef Cup></p>

자료: 각 사 홈페이지

4. 수출입통계

수출입통계																										
❖ 인스턴트 라면 관련 주요 수치																										
<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 HS CODE 1902.30 수출액은 약 2,991백만 달러¹⁰⁾(2017년) • 남아공 HS CODE 1902.30.00 수입규모는 약 46백만 달러(2017년) • 남아공 HS CODE 1902.30.00의 국가별 수입비중은 1위 이탈리아(28.3%), 2위 나미비아(17.8%), 3위 중국(16.5%) 순(2017년) • 한국산 인스턴트 라면의 對남아공 수출액은 약 381백만 달러(2017년) 																										
❖ 인스턴트 라면 HS CODE 분류																										
국가	HS CODE	품명																								
한국	1902.30.1010	인스턴트 라면																								
남아프리카공화국	1902.30.00	그 밖의 파스타																								
❖ 글로벌 HS CODE 1902.30 수입규모(2017년)		❖ 남아공 HS CODE 2902.30.00 수입 비중(2017)																								
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">수출국</th> <th>2017 금액(천US 달러)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">글로벌</td> <td>2,991,393</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>미국</td> <td>235,875</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>영국</td> <td>215,845</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>나이지리아</td> <td>202,478</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>중국</td> <td>201,611</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>홍콩</td> <td>172,957</td> </tr> <tr> <td>59</td> <td>남아공</td> <td>13,627</td> </tr> </tbody> </table>		수출국		2017 금액(천US 달러)	글로벌		2,991,393	1	미국	235,875	2	영국	215,845	3	나이지리아	202,478	4	중국	201,611	5	홍콩	172,957	59	남아공	13,627	
수출국		2017 금액(천US 달러)																								
글로벌		2,991,393																								
1	미국	235,875																								
2	영국	215,845																								
3	나이지리아	202,478																								
4	중국	201,611																								
5	홍콩	172,957																								
59	남아공	13,627																								
❖ 한국산 인스턴트 라면 수출량 추이 (단위: 톤)		❖ 국가별 한국산 인스턴트라면 수출 비중(2017년)																								

10) 본 보고서의 달러화는 미화를 기준으로 함

1) 통계분석 기준 설정

□ 인스턴트 라면 통계 기준 설정

- 인스턴트 라면의 글로벌 및 남아프리카공화국 수입 통계와 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정¹¹⁾
- 한국과 남아공의 인스턴트 라면 HS CODE¹²⁾는 각각 1902.30.1010와 1902.30.00에 분류됨

표 1.4 인스턴트 라면 항목별 통계 기준 설정

조사항목	통계 기준
글로벌 수입 통계	1902.30
남아프리카공화국 수입 통계	1902.30.00
한국 수출 통계	1902.30.1010

표 1.5 인스턴트 라면 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명(한글)
한국	1902	파스타조리한 것이지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관 없으며 스파게티·마카로니·누들·라자니아(lasagne)·뇨키(anocchi)·라비올리(ravioli)·카넬로니(cannelloni) 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다]와 쿠스쿠스(couscous)(조제한 것인지에 상관없다)
	1902.30	그 밖의 파스타
	1902.30.1010	라면
남아공	1902	파스타조리한 것이지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티·마카로니·누들·라자니아(lasagne)·뇨키(anocchi)·라비올리(ravioli)·카넬로니(cannelloni) 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다]와 쿠스쿠스(couscous)(조제한 것인지에 상관없다)
	1902.30	그 밖의 파스타
	1902.30.00	그 밖의 파스타

자료: 관세법령정보포털

표 1.6 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	http://www.tradenavi.or.kr
	남아프리카공화국 국세청	www.sars.gov.za

11) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS 품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

12) HS CODE는 6자리는 전 세계 공통, 7-10번째 숫자는 나라마다 다르게 구성되어 있으며, 한국은 10자리, 남아프리카공화국은 8자리를 사용하고 있음

2) 글로벌 수입 통계 (통계기준: HS CODE 1902.30)

- 2017년 글로벌 수입 규모 1위는 미국(7.9%)이며, 남아프리카공화국은 44위(0.5%)
 - 2017년 HS CODE 1902.30에 분류되는 품목의 글로벌 수입 규모는 약 2,991백만 달러로 최근 5년(2013~2017년) 연평균증가율 7.4%를 기록
 - 2017년 기준 최대 수입국인 미국은 약 236백만 달러를 수입하였으며, 연평균 11.3% 증가하여 수입액 상위 5개국 가운데 가장 높은 증가율을 기록
 - 2017년 남아공의 수입 규모는 약 14백만 달러로(44위) 시장점유율 0.5%를 차지했으며, 2013~2017년 연평균증가율 2.3%를 기록
 - 최근 저가라면 시장이 급격히 확대되면서 아프리카 국가 중 나이지리아의 수입 규모가 급격히 증가하는 추세

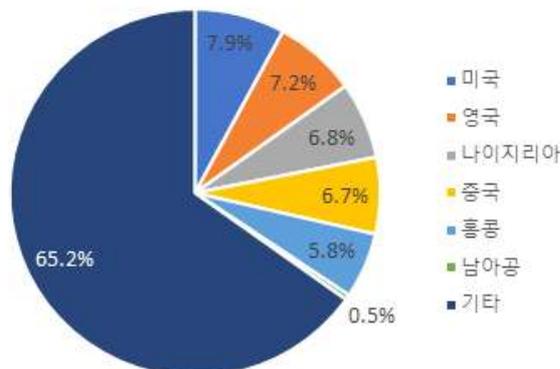
표 1.7 글로벌 HS CODE 1902.30 수입 규모 추이(2013~2017년)

(단위: 천 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
글로벌	2,248,796	2,371,961	2,324,496	2,393,268	2,991,393	7.4%
1 미국	153,935	153,873	174,152	195,641	235,875	11.3%
2 영국	263,631	250,813	224,024	206,474	215,845	-4.9%
3 나이지리아	91	118	63	176	202,478	586.8%
4 중국	67,494	83,860	105,957	142,546	201,611	31.5%
5 홍콩	129,673	133,469	155,210	172,398	172,957	7.5%
44 남아공	12,449	15,588	15,268	12,751	13,627	2.3%

자료: International Trade Centre

그림 1.3 국가별 HS CODE 1902.30 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

3) 남아공 수입 통계(통계기준: HS CODE 1902.30.00)

□ 2017년 남아공 HS CODE 1902.30.00 품목 수입 시장 점유율 1위는 이탈리아 (28.3%)

○ 2017년 남아공 1902.30.00 품목의 글로벌 수입액은 약 43백만 달러로 최근 5년간 (2013~2017년) 연평균 약 9.0% 증가

- 2017년 기준 이탈리아의 對남아공 수출액은 약 12백만 달러를 기록하여 점유율 1위(48.5%)를 기록, 최근 5년간(2013~2017년) 연평균 1.5% 증가
- 한국의 對남아공 수출액은 연평균 2.2%로 증가하여 2017년 기준 약 12만 달러를 기록, 수입액 규모 19위를 차지함

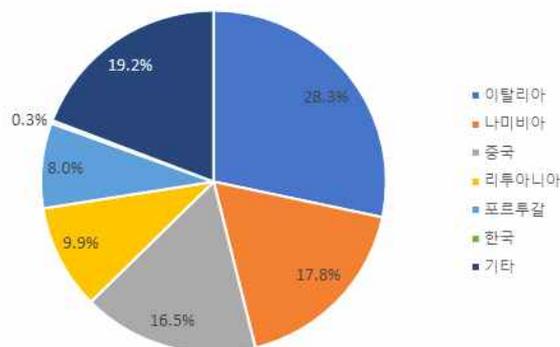
표 1.8 남아프리카공화국 HS CODE 1902.30.00 수입 규모 추이(2013~2017년)

(단위: 천 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
글로벌	30,196	34,928	35,245	36,489	42,574	9.0%
1 이탈리아	11,356	11,441	10,380	11,296	12,063	1.5%
2 나미비아	1,676	3,579	4,566	7,771	7,566	45.8%
3 중국	8,095	10,212	9,836	5,656	7,024	-3.5%
4 리투아니아	2,537	2,876	3,680	2,864	4,214	13.5%
5 포르투갈	4	4	1,405	2,715	3,425	440.9%
19 한국	110	72	92	96	120	2.2%

자료: International Trade Centre

그림 1.4 HS CODE 1902.30.00 남아공 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

2) 한국산 수출 통계(통계기준: HS CODE 1902.30.1010)

□ 2017년 한국산 인스턴트 라면 수출액은 약 381백만 달러이며 수출량은 약 110천톤

- 한국산 라면의 글로벌 수출은 2014년 제외하고 꾸준한 성장세를 보임
 - 2017년 글로벌 수출액은 3억8000만 달러, 수출량은 11만 톤을 기록
 - 2014년 라면 수출은 1% 내외로 소폭 감소하였으나 이후 증가세로 전환

표 1.9 한국산 인스턴트 라면 수출 추이(2013~2017년)

(단위: 천 달러, 톤)

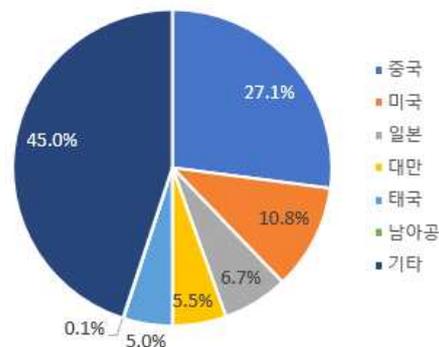
구분	2013	2014	2015	2016	2017
금액 (연 증감률)	212,529 (3.1%)	208,455 (△1.9%)	218,800 (5.0%)	290,366 (32.7%)	380,991 (31.2%)
중량 (연 증감률)	49,093 (5.6%)	48,801 (△0.6%)	55,378 (13.5%)	79,586 (43.7%)	110,115 (38.4%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 한국산 인스턴트 라면의 수출액 비중 1위 국가는 중국이며, 남아공은 59위 기록

- 2017년 기준 한국산 인스턴트 라면의 對중국 수출액은 전체 수출액의 27.1%에 해당하는 약 103백만 달러임
 - 2, 3위인 미국과 일본의 수출액 비중이 각각 10.8%와 6.7%를 기록하여 상위 3개 국가의 비중은 약 44.5% 차지
- 2017년 기준 한국산 인스턴트 라면의 對남아공 수출액 비중은 0.1%로, 59위를 차지함

그림 1.5 국가별 한국산 인스턴트 라면 수출액 비중(2017년)



자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 2017년 한국산 인스턴트 라면의 對남아공 수출액 및 수출량은 각각 약 21만 달러와 약 55톤

- 2017년의 전년 대비 수출액과 수출량은 각각 56.9%와 52.6% 증가세로 전환하였으나, 수출 규모는 여전히 미미한 수준
 - 2013~2017년 수출액과 수출량의 연평균 증가율은 각각 2.1%와 7.2%를 기록함
- 최근 5년간(2013~2017년) 한국산 인스턴트 라면의 對남아공 수출은 증감을 반복하는 등 뚜렷한 경향성을 나타내지 않음

표 1.10 한국산 인스턴트 라면의 對남아공 수출 추이(2013~2017년)

(단위: 천 달러, 톤)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
금액 (연 증감률)	195 (△13.7%)	110 (△43.7%)	215 (96.4%)	135 (△37.5%)	211 (56.9%)
중량 (연 증감률)	42 (4.5%)	31 (△25.7%)	60 (93.9%)	36 (△39.9%)	55 (52.6%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드
4. 유통 트렌드

정책 이슈 및 시장 트렌드 개요

1. 정책 이슈

- ❖ 보건복지부 주도 하에 2019년 6월까지 인스턴트 면의 나트륨 함량 기준 하향 조정 추진

2. 소비 트렌드

- ❖ 제품(맛)이 다양화되는 추세이나 기호는 보수적
- ❖ 라면에 대한 소비자 인지도 향상

3. 제품 트렌드

- ❖ 가장 인기 있는 브랜드는 Maggi 2 minute noodles이며, 최근 토착 식자재를 활용한 신제품 출시
- ❖ 독보적인 시장 지위를 차지하던 용기라면 브랜드 Fantastic Noodles의 시장점유율이 축소되는 추세

4. 유통 트렌드

- ❖ 인스턴트 면류는 주로 슈퍼마켓으로 유통되고 있으며 편의점, 소형소매점이 뒤를 이음

1. 정책 이슈

□ 보건복지부 주도 하에 2019년 6월까지 인스턴트 면의 나트륨 함량 기준 하향 조정 추진

- 연구기관인 George Institute for Global Health의 발표¹³⁾에 따르면, 2012년부터 2016년까지 10개 국가의 765개 인스턴트 면제품을 비교한 결과, 남아공 제품의 경우 1일 최대 섭취량의 45%에 해당하는 나트륨이 함유된 것으로 조사됨
 - 세계보건기구(World Health Organization)는 성인 기준 일 평균 5g 미만의 소금을 섭취하도록 권장하고 있으나 남아공의 성인은 평균 8g 섭취하는 것으로 드러남
 - 또한 제품의 포장에 표기된 권장 섭취량(serving size)이 아닌 포장된 제품 1개를 섭취 하는 것이 일반적이기 때문에, 나트륨 섭취량을 초과하는 일이 빈번하게 발생할 가능성 있음. 라면 1개 섭취 시, 1일 나트륨 권장 섭취량을 초과할 수 있음 경고
- 남아공 보건복지부(Ministry of Health)는 2013년 3월 이후 식품 관련 법령을 개정 하면서 가공식품의 나트륨 함유량을 줄이는 방안을 주요 안건으로 논의하였으며, 개정안이 발표된 이후 3년간 제조업체의 노력을 촉구한 바 있음
 - 기존 인스턴트 면제품은 100g 당 최대 1,500mg까지 나트륨 함량을 허용했으나 2013년 개정 법령에 따르면 2019년 6월까지 최대 허용치를 800mg으로 낮추는 것을 목표로 하고 있음

2. 소비 트렌드

□ 제품(맛)이 다양화되는 추세이나 기호는 보수적

- 최근 5년간(2014~2018년) 남아공 소비자가 선호하는 인스턴트 라면의 맛은 닭고기, 소고기, 치즈 순으로 변화가 없었음
 - 나이지리아¹⁴⁾와 케냐 또한 치킨 맛에 대한 강한 선호를 나타낸 바 있어¹⁵⁾ 아프리카 국가들의 기호는 유사한 것으로 파악됨

13) IOL(2016.09.22.)

14) 전 세계 인스턴트 라면 시장에서 12위 점유율 차지

15) World Instant Noodle Association(2017)

- 한편, 세계적으로 향신료 및 조미료를 적극 활용한 인스턴트 면 제품이 발달하면서 남아공으로 유통되는 라면 종류도 다양해지고 있음
 - ‘토마토’ 및 ‘기타’ 맛으로 분류되는 제품이 대폭 증가. 기존 닭고기, 돼지고기, 소고기, 해산물, 채소로 세분화되었던 인스턴트 면제품들이 최근 간장, 칠리 페퍼, 레몬 그라스, 콩소스와 같은 조미료와 향신료 첨가한 제품이 늘어나면서 선택의 폭이 확대되고 있음
- 이러한 제품 다양화가 상위권 맛 순위에 영향을 미칠 정도의 변화를 야기하지 않을 것으로는 예상되나 일정 규모 이상의 틈새시장을 형성할 것으로 전망됨
 - 남아공의 대표적인 인스턴트 라면 수입사에 따르면 아프리카에 수입되는 라면의 종류는 다양해지는 편이지만 소비자의 취향이 보수적이어서 매우 제한된 범위의 제품만을 선택하는 경향이 있다고 밝힘¹⁶⁾
 - 2018년, 4위였던 카레가 6위로 하락하고 5, 6위였던 채소와 버섯의 순위가 상승하는 등 하위권 인스턴트 면 제품의 선호도에 변화가 나타나고 있음

표 2.1 인스턴트 면 제품의 선호 순위(2014~2018년)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
닭고기	1	1	1	1	1
소고기	2	2	2	2	2
치즈	3	3	3	3	3
채소	5	5	5	5	4
버섯	6	6	6	6	5
카레	4	4	4	4	6
타이	7	7	7	7	7
해산물	8	8	8	8	8
스윗칠리	9	9	9	9	9
토마토	-	-	-	10	10
기타	-	-	11	11	11

자료: Euromonitor International

□ 라면에 대한 소비자 인지도 향상

- 남아공에서 “라면”은 인스턴트 면제품을 포괄하는 개념이 아니며, 일본음식에 사용되는 전통적인 면종류로 인식하는 것이 일반적임. 가장 높은 시장점유율을 차지하

16) FoodBusinessAfrica(2016.12.15.)

는 Maggi의 경우, 라면 대신 누들이라는 개념을 채택함으로써 소비자로 하여금 보다 편하게 인식할 수 있도록 접근

- 라면은 남아공의 식품 관련 매체인 Eat Out이 선정한 2018년 8대 음식 트렌트¹⁷⁾ 중 하나임
 - 머지 않은 시점에 대형마트마다 라면의 진열대가 별도로 마련될 것으로 예상하고 있으며, 특히 건강 의식이 개선됨에 따라 해조류가 첨가된 제품이 인기를 끌 것으로 전망함
 - 그러나, 보수적인 남아공 소비자의 기호를 변화시키기는 쉽지 않을 것으로 보이는 바, 새로운 제품에 대한 호기심이 많은 젊은 소비층에 대한 틈새시장 공략이 효과적일 것으로 보임

3. 제품 트렌드

- 가장 인기 있는 브랜드는 Maggi 2 minute noodles이며, 최근 토착 식자재를 활용한 신제품 출시
 - Maggi 2 minute noodles 남아공에서 가장 보편적인 라면 브랜드로 가장 많은 소비량을 나타냄
 - 저렴한 가격과 편의성으로 인해 저소득층, 학생, 회사원 등의 폭넓은 소비층 확보
 - 대중적으로 즐길 수 있는 마일드한 맛과 저렴한 가격으로 Maggi 2 minute noodles은 남아공의 모든 식품소매점에서 쉽게 찾아볼 수 있는 라면 브랜드로 성장
 - 네슬레는 산학연의 공동연구를 통해 남아공 토착 식재료를 적극 활용한 제품 ‘Maggi 2 Minute Noodles with real Morogo’을 런칭¹⁸⁾하여 브랜드 인지도 제고
 - 남아공 네슬레와 과학 및 산업 연구 위원회(Council for Scientific and Industrial Research (CSIR)), 농업연구위원회(the Agricultural Research Council (ARC)), 포트 헤어 대학교(the University of Fort Hare), 과학기술국(the Department of Science and Technology (DST))의 공동연구 결과물임
 - “Morogo”로 알려진 아프리카의 토착 채소 Amaranthus를 클레오메(백화채)나 동

17) Eat Out(2018.01.09.)

18) Food Business Africa(2015.10.08.)

- 부 등의 다른 토착 채소와 비교한 결과 베타카로틴, 미네랄, 단백질이 풍부하여 영양학적 가치를 인정 받았으며, 제출 출시로 이어짐
- 제품 출시 시, 젊은 세대로 하여금 남아공 전통의 가치를 일깨우게 했다는 것과 토착식물의 활용성을 높였다는 점에서 긍정적인 평가를 받음
 - ‘Maggi 2 Minute Noodles with real Morogo’는 2015년 하반기 시즌제품으로 판매되었으나 충분한 홍보 효과를 거둠

그림 2.1 Nestlé의 ‘Morogo’ 맛 인스턴트 누들



자료: Nestlé

□ 독보적 용기라면 브랜드인 Fantastic Noodles의 시장점유율이 축소되는 추세

- o 남아공에서 독보적인 용기라면 브랜드로 입지를 확보한 Fantastic Noodles은 여전히 약 70%의 점유율을 차지하고 있으나, PB 및 기타 브랜드 제품의 시장진입으로 시장점유율이 하락하는 추세

그림 2.2 Fantastic Noodle의 제품



자료: Fantastic Noodle 홈페이지

- 호주의 인스턴트 용기라면 브랜드인 Fantastic Noodle의 시장점유율은 2014년

70.5%에서 2018년 68.6%로 소폭 하락했으며 슈퍼마켓과 하이퍼마켓의 PB브랜드 및 기타 브랜드의 시장 점유율은 각각 연평균 1.1%, 2.3% 증가함

표 2.2 Fantastic Noodles의 시장점유율 하락 추이

구분	2014	2015	2016	2017	2018(f)	연평균 증가율
Fantastic Noodles	70.5	69.8	68.4	68.4	68.6	-0.7%
PB브랜드	20.0	20.5	20.6	20.7	20.9	1.1%
기타	9.6	9.7	11.0	10.9	10.5	2.3%
총합	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0%

자료: Euromonitor International

4. 유통 트렌드

- 인스턴트 라면은 주로 슈퍼마켓으로 유통되며 편의점과 소형소매점 순으로 높은 매출액 기록
 - 면류는 점포소매점을 통해서만 유통되고 있으며, 현대적 식품소매점과 전통적 식품소매점이 각각 87.3%와 11.4%의 비중을 차지
 - 특히, 슈퍼마켓을 통해 유통되는 면류의 매출액 비중이 61.4%로 타 채널 대비 상당히 높은 편이며, 편의점이 11.3%, 소형식품소매점이 8.2%의 비중으로 뒤를 이음
 - 인스턴트 라면은 온라인을 통한 판매가 아직까지 활성화되어 있지 않음
 - 인스턴트 라면의 온라인 판매 비중이 0.2%에 불과함

❖ [현지 소비자 인터뷰]

구분	소비자		
질문	 <20대 초반>	 <20대 중반>	 <20대 후반>
Q1: 제품 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	가격, 브랜드, 맛, 원산지	맛	맛
Q2: 한국산 식품을 구매하신 적 있습니까?	없음	있음	있음
Q3: 한국산 인스턴트 라면을 구매하고 싶습니까?	네 - 한국 제품을 시도해보고 싶음	네 - 아시아 음식을 좋아하기 때문에 한국산 제품을 먹어보고 싶음	네 - 새로운 맛을 시도하는 것을 즐김
Q4: 선호하는 브랜드가 있다면 무엇입니까?	없음	MiGoreng Instant Noodles	Maggi 2minute noodles
Q5: 얼마나 자주 라면을 먹습니까?	일주일에 3회	일주일에 1회	일주일에 2회

구분	소비자		
질문	 <30대 초반>	 <50대 중반>	 <30대 중반>
Q1: 제품 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	1. 맛 2. 가격	가격	가격
Q2: 한국산 식품을 구매하신 적 있습니까?	있음 - 한국음식을 자주 요리해 먹음	있음 - 아이들이 관심있어 함	있음
Q3: 한국산 인스턴트 라면을 구매하고 싶습니까?	네 - 한국음식을 좋아하고 새로운 맛에 대한 관심이 높은 편이라 구매해보고 싶음	구매의사 없음	네 - 새로운 맛의 인스턴트 누들을 시도하고 싶음
Q4: 선호하는 브랜드가 있다면 무엇입니까?	Maggi 2minute Noodles	Maggi 2minute Noodles	Maggi 2minute Noodles
Q5: 얼마나 자주 라면을 먹습니까?	일주일에 1회	아이들이 일주일에 2~3회	한달에 2~3회

❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

구분	유통 담당자	
질문	 <Spar 매니저>	 <Food Lovers Market 매니저>
Q1: 매장 특성	<ul style="list-style-type: none"> - Spar를 찾는 소비자는 유행에 민감한 편임. 따라서 Spar는 새로운 경험을 원하는 소비자의 니즈를 충족시키기 위해 신제품 입점에 우호적임 	<ul style="list-style-type: none"> - 이미 매장에 아시안 제품이 충분히 입점되어 있어 다른 제품을 추가할 생각은 없음
Q2: 라면 시장 동향	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 빠르게 성장한 Tiger Brands와 시장 선두 브랜드인 Nestle의 강세가 돋보임 - 낮은 가격과 제품 다양성이 핵심 전략으로 보임 	<ul style="list-style-type: none"> - 낮은 가격대의 라면이 잘 판매되고 있어 가격이 중요한 요소로 생각됨
Q3: 한국산 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> - Spar는 매장에 한국제품의 진열대가 별도로 마련되어 있고 생강차, 유자차, 김치, 용기라면, 고추장과 같은 다양한 제품을 판매하고 있음 - 라면의 경우 오투기의 제품이 대표적으로 구성되어 있으며 기타 브랜드도 다양하게 입점되어 있음 	<ul style="list-style-type: none"> - 한국 제품들은 제품의 퀄리티가 좋은 편이지만 남아공 소비자가 구매하기에 가격대가 높은 편임. 따라서 남아공에서 시장성을 높이기 위해 가격설정이 중요함

❖ [현지 조사원 의견]

인스턴트 라면은 학생들에게 인기가 높음

남아공에서 인스턴트 라면의 가장 큰 소비층은 학생임. 학생들의 경우 신제품에 대한 저항감이 크지 않기 때문에 학생들을 우선적으로 타겟팅하는 것이 효과적인 마케팅 전략이 될 수 있다고 생각함. 다만, 학생들이 타겟인 만큼 제품을 가격경쟁력이 중요할 것으로 보임

인스턴트 라면은 간편성, 낮은 가격, 다양성을 장점으로 성장했으나 건강에 대한 우려도 있음

최근 라이프스타일이 빠르게 변화함에 따라 쉽고 빠르게 먹을 수 있는 음식에 대한 수요가 증가하여 간편식 시장이 발달하고 있음. 대표적인 간편식인 인스턴트 라면은 지난 20~30년 동안 남아공 시장에서 상당한 인기를 얻고 있으며 현지화 전략에 성공한 다양한 제품이 출시되면서 성장을 거듭함. 인스턴트 라면은 남아공 시장에서 매일 소비하는 제품으로 자리 잡았으며, 간편성, 가격, 다양한 맛 등의 장점으로 소비자에게 어필하고 있음.. 그러나, 인스턴트 라면 섭취 빈도에 대한 우려도 존재하여, 건강에 좋은 음식이 아니기 때문에 너무 자주 섭취하는 것은 지양한다는 소비자가 많음

수입산 제품은 현지시장 여건을 반영한 시장 진출을 고려해야 함

남아공에서 판매되는 현지 라면의 평균가격은 대략 5랜드(약 397원)인 반면, 수입산 라면의 경우 40랜드(약 3,176원)에 달해 8배 정도의 가격 차이가 있음. 따라서, 남아공 시장에 성공적으로 안착하기 위해서는 가격 설정이 매우 중요함. 또한 남아공 소비자에게 생소한 라면 브랜드 혹은 제품이라면 소비자의 인지도를 높일 수 있는 적극적인 프로모션 전략이 필요할 것임. 주요 소비자인 학생들을 타겟으로 학교에서 라면을 경험할 수 있도록 프로모션 하는 것도 좋은 방법이 될 수 있음



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

통관 및 제도 개요

❖ 수입통관 절차

남아프리카공화국에서 가공식품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	절차	주요 내용	관할 기관
1	수입신고 준비	- 수입자 등록	남아공 조세청 관할 세관
2	수입신고	- 수입 신고 - 필요서류 제출	
3	물품 검역 및 검사	- 검역 혹은 검사 절차	
4	관세 납부	- 심사 & 검사 전 세금납부	
5	물품 반출		

자료: 신흥교역국의 통관환경연구(남아공)¹⁹⁾

❖ 남아공 HS CODE 1902.30 관세율(2018년 기준)

HS CODE	구 분	관세율
1902.30.99 그 밖의 면류	기본세율	30%

❖ 부가가치세 정보

부가세(Value Added Tax) 15% 부과

수입자가 관세와 부가가치세를 함께 납부해야 통관이 완료됨

❖ 남아공 관세율 확인 방법

- 1) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인 가능
- 2) 해당 HS CODE에 대한 관세율을 직접 확인하려면 남아공 조세청 웹사이트에서 (www.economia-snci.gob.mx) 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	남아공 조세청	http://www.sars.gov.za

❖ 인증정보

인증 명	발행/검사기관	성격	제출서류
식물위생증명서	아프리카 공화국 국립식물보호기구(NPPOZA)	필수	신청서, 수출국 위생증명서 등 등
SABS인증	남아프리카연방 규격협회	권장	신청서, 제조공정도 등

❖ 라벨링

남아공 보건부(Ministry of Health)의 2010년 3월 1일 식품 및 화장품, 소독제 관련법 (Foodstuffs, Cosmetics and Disinfectant Act, 1972)의 세부 시행령 R146에 따라 식품의 라벨링 표기 필수사항을 다음과 같이 명시함

- 제품명, 제조사 및 유통업체, 섭취 및 조리법, 원산지, 순중량, 유효기간, 성분정보, 보관방법, 주의정보, 유통기한, 제품생산코드

❖ 위생규정

남아공의 식품첨가물은 식품규격위원회(CODEX)²⁰가 정하는 기준을 따르고 있으며, 중금속 허용기준 관련 규정(GNR.500)에 따라 식품첨가물 기준과 중금속 기준을 준수해야 함

19) 트레이드내비 홈페이지, 남아프리카 공화국 조세청 및 농림수산부 홈페이지

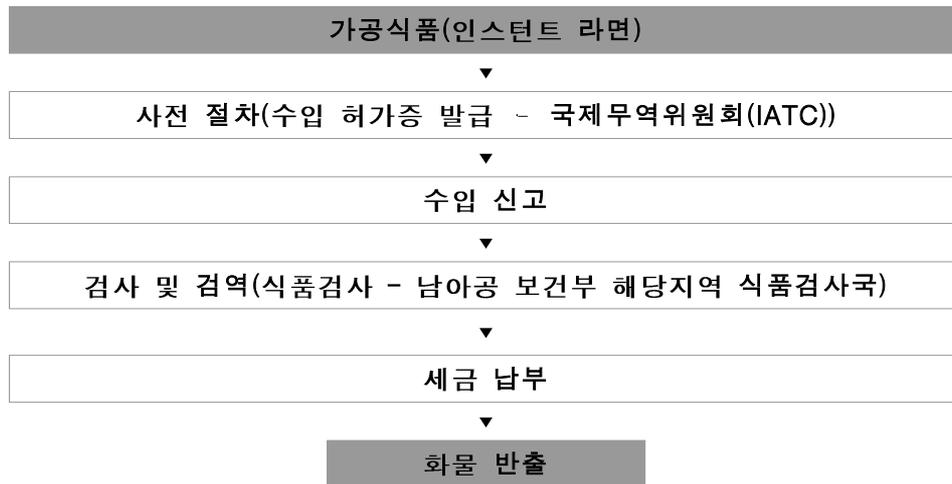
20) Codex Alimentarius

1. 통관 및 검역

1) 수출입 통관 절차

- 남아프리카공화국의 가공식품 수입절차는 크게 그림 3.1과 같음

그림 3.1 가공식품 수입 절차



- 인스턴트 면류와 같은 가공식품의 경우 남아공 보건부 산하 해당 지역 식품 검사국에서 관할하고 있음
- 남아공으로 식품을 수출하기 위해서는 먼저 식품이 수출 국가를 출발하기 전에 국제무역위원회(IATC)로부터²¹⁾ 수입허가서를 발급받아야 함
 - 수입허가서는 IATC 웹사이트로부터 다운받아 직접 방문접수, 우편, 팩스, 전자우편으로 제출이 가능하며, 평균 소요기간은 5일임. 수입 허가에 대한 별도의 수수료는 없음
- 수입허가서 이외에도 곡물 조제품의 경우 식물위생증명서(Phytosanitary Certificate)를 남아프리카공화국 국립식물보호기구(NPPOZA)로부터 발급받을 수 있도록 하여야 함
- 가공식품이 반입되면 수입신고를 하고 남아공 보건부 산하 지역 식품검사국에서 검사를 거침. 이 때 반드시 위생증명서를 물품과 함께 제시하여야 함
 - 영문위생증명서는 대한민국 식품의약품안전처에서 발급 가능

21) ITAC(International Trade Administration Commission of South Africa)

- 검사 후 이상이 없으면 관세를 납부하고 물품을 반출하게 됨

□ 사전절차

- 수입통관 진행 이전에 수입신고 관련 서류가 모두 세관에 기 제출(1주 전까지) 되어야 하므로 사전에 수입신고에 필요한 서류를 미리 전달
- 수입신고 시 제출하여야 하는 모든 증빙서류는 영어로 작성되어야 함
- 수입업자는 조세청(SARS: South African Revenue Service)에 수입업자로 등록한 뒤 통관에 사용될 세관 번호를 취득해야 함²²⁾
 - 관할세관에 DA185-Application form²³⁾ 등 의 등록서류를 작성하여 제출하면, 해당 문서는 신청일로부터 60 근무일 이내에 처리되어 승인되면 세관번호가 발급됨
- 남아공으로 식품을 수출하고자 하는 경우 수출 전 표 3.1에 명시된 서류를 준비하여야 함

표 3.1 사전 구비 서류 항목 및 발급기관

서류 명	발급기관	비고
수출 신고필증	관세청에 등록된 관세사 또는 유니패스(UNIPASS) ²⁴⁾	한국 관세청 현품검사가 생략되는 경우, 신고 후 3-4시간 이내 발급 완료
B/L	화물 운송주선업자 또는 항공/해운사	남아프리카공화국 조세청(SARS) 제출
인보이스 계약서 패킹리스트	수출자 직접 작성	
원산지증명서 ²⁵⁾	대한상공회의소	
수입허가서	남아프리카공화국 보건부 또는 농림수산부	-
위생증명서	식품의약품안전처	식물위생증명서 ²⁶⁾

- 남아공으로 식품을 수출하기 위해서는 수입식품이 수출 국가를 출발하기 전에 남아공 보건부 또는 농림수산부로부터 수입허가서를 발급받아야 함

22) DA185/DA185.4A1 등의 등록서류 제출(약 60일 소요)

23) 후단 제출서류 참고

24) 유니패스(UNIPASS)는 수출업체 스스로 발급 가능

25) 남아프리카공화국과 대한민국 간에는 자유무역협정이 체결되어 있지 않아 수출자는 일반 원산지증명서 발행만 가능

26) 곡물 조제품인 경우, 식물위생증명서(Phytosanitary Certificate)를 남아프리카공화국 국립식물보고기구(NPPOZA)로부터 별도로 발급받아야 함

- 수입신고서의 경우 SACU²⁷⁾국가와 그 이외의 국가 간의 경우로 구분되어, SACU 국가 사이의 거래의 경우 CCA1서식을 작성하고, 이외의 국가는 DA500서식을 작성해야 함
- o 곡물 조제품의 경우 식물위생증명서(Phytosanitary Certificate)를 남아공 국립식물보호기구(NIPPOZA)로부터 발급받을 수 있도록 하여야 함
- o 한국과 남아공 간에는 자유무역협정이 체결되어 있지 않아 수출자는 비특혜 원산지 증명서 발행만 가능
 - 비특혜 원산지증명서는 대한상공회의소에서 전자적 방식으로 발급 가능

□ 수입신고

- o 남아공 수입자는 1) 서류제출방식(Manual entry), 2) 컴퓨터 디스크에 저장된 전자문서 형태의 제출, 3) CAPE 시스템²⁸⁾을 통한 전자적 서류제출 방식(EDI형식)의 수입 신고가 가능함
 - 서류형태로 제출하는 경우 수입통관에 필요한 모든 서류를 하나의 폴더에 묶어 세관에 제출하고, 세관에 의해 수락될 경우 해당 날짜를 표시한 스탬프를 찍어줌
 - 컴퓨터 디스크에 저장된 전자문서 형태로 수입신고하는 경우, 전자문서의 서류가 세관에서 CAPE 시스템에 등록되어 서류형태의 신고보다 빠른 접수가 이루어짐
 - 전자통관시스템(EDI)를 통한 수입신고가 권장되고 있으며, 이를 위해선 먼저 EDI에 수입자 등록이 선행되어야 함
- o 수입신고 시점은 수입 물품이 남아공 영내로 들어온 시점부터 통상 7일 이내임
 - 주어진 기간 내에 신고가 이루어지지 않은 물품의 경우 보세창고에 압류되거나 기될 수 있으므로 기한을 엄수해야 함
- o 남아공의 경우 수입물품 통관 진행 이전에 수입신고 관련서류가 모두 세관에 제출되어야 함으로 수출자는 원활한 수입신고를 위하여 사전에 수입신고에 필요한 서류를 미리 전달하도록 하여야 함

27) 보츠나와, 레소토, 나미비아, 남아프리카공화국, 스와질랜드 등

28) 남아공의 경우 전자통관시스템인 SKYAKHA CAPE(electronic data entry and clearance system)가 수년간 개발되어 오고 있으며 통관서류의 전자분류 등의 서비스를 제한적인 형태로 제공하고 있음. 규모가 큰 지역 세관의 경우 통관 절차를 신속하게 진행하기 위해 전자 형식으로 통관서류를 접수하고 있으나 남아공 국내법에 의하여 종이 문서도 함께 제출되어야 함

□ 검사 및 검역

- 수입신고서가 세관에 접수되면 통관지 세관에서 수입신고서 등 제출된 서류를 심사함
 - 항공화물의 경우 통관에는 24시간 정도가 소요되며, 해운 화물의 경우 통관항에 따라 2일~3일 정도 소요됨
- 수입신고를 검수하는 과정에서 통관지 세관은 수입물품과 상업송장 상의 물품 동일성 여부 또는 수입금지 물품 해당 여부를 확인하기 위하여 현품검사를 실시할 수 있음
 - 현품검사는 육안검사 또는 X-ray 검사 방식으로 진행되며 약 2~3일 통관이 지연되는 사례가 많음. 검사결과 남아공으로 반입에 문제가 없는 것으로 판정된 식품에 대해서는 즉시 검사증명서가 교부됨

□ 관세 납부

- 수입신고 후 통관지 세관 담당자는 신고된 물품 가격을 기초로 설정한 과세가격을 기반으로 관세 부과
 - 그러나 남아공 조세청(SARS)에서는 Price Reference List를 관리하여 권장가격에 따라 제품가격을 설정한 뒤 관세를 부과하여, 수출금액인 인보이스 가격보다 높은 과세가격이 산정될 수도 있음
 - 지정 은행 및 세관에 전자결제 형식으로 관세를 지불
- 인스턴트 라면 관세 20%와 부가가치세 15% 납부
 - 남아공은 수입물품에 대해 관세(Ad valorem; 종가세), 부가가치세(Impuestoal Valor Agregado: IVA 또는 VAT) 및 기타 내국세를 부과하고 있으며, HS CODE 1920.30에 분류되는 인스턴트 면류의 관세는 기본세율로 20%임. 여기에 부가가치세 15%가 함께 부과됨

표 3.2 인스턴트 라면 관세율

HS CODE	품명	관세율
1902	파스타[조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티·마카로니·누들·라자니아(lasagne)·뇨키(gnocchi)·라비올리(ravioli)·카	기본 관세율 : 20% 부가가치세율 : 15%

	넬로니(cannelloni) 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다]와 쿠스쿠스(couscous)(조제한 것인지에 상관없다)	
1902.30	그 밖의 파스타	

자료: 관세법령정보포털

□ 물품반출 및 사후심사

- 관세 납부가 완료되면 세관은 EDI를 통하여 관세 납부사실을 통보받은 후, 물품 반출을 승인함
 - 이 때 수입화물 적체로 인한 통관지연 사례가 있음. 특정 화물에 대한 추가 조사가 진행될 경우 통관이 지연될 수 있으므로, 통관 스케줄을 여유 있게 고려하여 일정을 잡는 것이 권고됨
 - 아울러 남아공은 관세 지불 이후에도 기간 내 부적절한 사항이 발견되면 물품 가격의 3배까지 벌금이 부과되고 물품을 폐기될 수 있음. 따라서 수리 후 수입신고 서류를 5년까지 보관해야 함
- 전산으로부터 발급되는 세관의 물품 반출 통지는 SARS 로고와 ‘South African Revenue Service’ 라는 문구를 포함함
- 표 3.3은 남아공의 수출입 절차에 소요되는 기간 및 비용을 대략적으로 정리한 내용이며 서류준비와 내륙운송 등 여건과 상황에 따라 상이할 수 있음

표 3.3 수출입 소요기간 및 비용

구분	수출	
	소요기간(일)	비용(\$)
서류준비	8	285
세관통관	2	50
항만(터미널)	4	285
내륙운송	2	1,000
합계	16	1,620

자료: 한국조세연구원

2. 인증정보

- 남아공은 곡물조제품은 반드시 식물위생증명서 발급받도록 규제하고 있으므로 인스턴트 라면을 수출하는 경우 반드시 취득해야 함
- 남아프리카 연방 규격협회(SABS: South Africa Bureau of Standards)²⁹⁾에서 발행하는 품질 및 서비스 인증으로 가공식품의 경우 취득이 권고됨
 - SABS 인증은 전기기구, 건축목재, 섬유제품 및 식품 등 141개의 제품 분야에 적용되며 이 중 식품 안전과 관련하여 SABS Compulsory Levy Scheme과 Food Hygiene Management 인증 시스템이 있음

□ 식물위생증명서(Phytosanitary Certificate)

인증/검사명	식물위생증명서(필수)
인증 설명	식물성 식품의 경우 남아공 현지수입통관을 위해서 수출국에서 발행한 보건위생증명서(Health Certificate)과 식물위생증명서가 함께 제시되어야 함
발행/검사기관	아프리카공화국 국립식물보호기구(NPPOZA)
성격	필수
소요기간	특별한 상황이 없는 경우 48시간
유효기관	1년
발급절차	1) 식물위생증명서 신청서 작성 2) 수수료 납부 3) 검역 - 식물 및 식물 생산품은 남아프리카 공화국 국립식물보호기구가 인증한 검역서비스센터에서 검역을 받아야 함 4) 식물위생증명서 지참 - 수입물품 반입 시 반드시 식물위생증명서를 수입물품과 함께 제시하여야 함

29) 중소기업수출지원센터

□ SABS 인증제도

SABS		
인증/검사명	SABS	
인증 설명	남아프리카 연방 규격협회(SABS: South Africa Bureau of Standards)에서 발행하는 인증으로, 전기기구, 건축목재, 섬유제품 및 식품 등 141개의 제품 분야에 적용되며(단, 안전 및 EMI에 관련된 규격은 강제 적용됨) 이 중 식품안전과 관련하여 SABS Compulsory Levy Scheme과 Food Hygiene Management 인증 시스템이 있음	
발행/검사기관	남아프리카 연방 규격협회	
성격	권장	
연락처	info@sabs.co.za	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 신청서 - 공장, 수입사, 에이전트의 사업자 등록증 - 영문 매뉴얼 - 라벨 - 계약서 - 수입자 증명서류(남아프리카공화국 현지 발급) 	
비용	항공료 등 신청인 소재지와 견적에 따라 상이하므로 담당자에게 문의	
소요기간	제품에 따라 다르나 인증포함 통상 2-6개월	
유효기간	3년	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) 제조업체는 해당 제품이 SANS규격³⁰⁾에 적용 되는지 포함 여부를 확인 2) SABS로부터 제품 테스트 실시(품질시스템은 ISO 9000 또는 특정 허용 조건에 따라 평가) 3) 해당 제품과 품질시스템이 요구조건에 적합할 경우에 마크 적용 허가서가 발행 4) 정기적으로 제품 시험이 이루어지며, 연중 시험결과가 신청자에게 피드백 5) 품질시스템 평가는 1년에 2회 이상 실시되며 보고서(full reports)가 발행 	

3. 라벨링

□ 라벨링 관련 규정

- 남아공 보건부(Ministry of Health)는 2010년 3월 1일 식품 및 화장품, 소독제 관련 법(Foodstuffs, Cosmetics and Disinfectant Act, 1972)의 세부 시행령 R146을 제정하여 식품 라벨링에 대한 규정을 제도화함
- 2014년 5월 식품 라벨링과 광고 관련 법 R429의 세부 개정 초안이 발표되어 보다 체계적이고 실무적인 라벨링 표기법에 대한 논의가 진행된 바 있으나 도입 시기는 아직 논의 중임

□ 남아공 식품 라벨링 필수 표기사항

- 표 3.4는 라벨링에 기본적으로 포함되어야 하는 사항을 정리함

표 3.4 라벨링 표기사항

항목	설명								
제품명	- 제품명은 포장 전면에 최소 4 mm 높이로 표기되어야 하는 것이 일반적이며, 다음과 같은 조건에 따라 차이가 있을 수 있음								
	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>포장면적 (mm²)</th> <th>규정 높이의 백분율(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">5,000-7,999</td> <td style="text-align: center;">50</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">8,000-11,999</td> <td style="text-align: center;">70</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">12,000</td> <td style="text-align: center;">85</td> </tr> </tbody> </table>	포장면적 (mm ²)	규정 높이의 백분율(%)	5,000-7,999	50	8,000-11,999	70	12,000	85
	포장면적 (mm ²)	규정 높이의 백분율(%)							
	5,000-7,999	50							
8,000-11,999	70								
12,000	85								
제조사, 수입사, 유통사 정보	- 각 업체명과 주소를 기재해야 함								
섭취 및 조리방법	- 적절한 조리법 및 섭취방법이 필요하다고 판단될 경우, 해당 내용을 포함해야함								
성분정보	- 국제식품규격(codex) 기준을 준수하는 성분 정보를 표기해야 함								
저장 및 보관방법	- 내용물이 변질될 위험이 높은 제품에 한해, 저장 및 보관법을 명시해야 함								
순중량	- Trade Metrology Act, 1973 규정에 따른 SI-units법으로 순중량을 표기함								
원산지	- 원산지 표기 식품의 라벨링에는 원산지가 다음과 같이 표기해야 함 1) 주요 원재료를 가지고 가공한 국가가 하나의 특정 국가인 경우 : 'Product of (국가명)' 2) 주요 원재료와 가공한 국가가 다를 경우, 가공 국가를 명기 :								

30) 남아공 연방 규격협회(SABS)에서 인증대상으로하는 물품의 규격

	<p>“Produced in (국가명)”, “Processed in (국가명)”, “Manufactured in (국가명)”. “Made in (국가명)”</p> <p>3) 제품을 포장한 국가가 다를 경우 상기 가공 국가명과 함께 포장한 국가를 표기 : “Packed in (국가명)”</p>
제품생산코드	- 제품생산정보에 대한 추적이 용이한 생산코드(batch code)를 기재해야 함
유통기한	<p>- 제품의 용기 또는 라벨에 유통기한 표기가 없는 경우에는 제품의 수입, 제조, 판매, 유통 등이 금지되며 다음과 같이 표기해야 함</p> <p>1) 유통기한 표기는 “best before”, “use by”, “sell by” 등으로 표기가 가능하며 약어표기는 “BB”를 제외하고는 허용되지 않음</p> <p>2) 여러 아이템이 하나의 포장에 함께 있는 경우, 모든 물품이 소비될 때까지 유통기한이 포장에 남아 있을 수 있도록 유통기한은 포장에 표기</p> <p>3) 표기는 “Day-Month-Year” 순으로 숫자로만 표기하며, 수입 물품의 유통기한이 “Day-Month Year”로 표시된 경우는 ‘월’은 영어로 ‘연도’는 숫자로 표기 가능하며, ‘연도’는 반드시 네 자리 모두를 표기해야 함</p>
표기 금지 문구	<p>- 다음의 문구는 식품류 라벨링이나 겉 포장에 표기가 금지됨</p> <p>1) 해당 물품이 다음 기관의 추천을 받아 제조되었음을 의미하거나 그러한 인상을 줄 수 있는 문구, 마크 및 로고 등</p> <p>2) 개인적인 보건 종사자 혹은 한 명 이상으로 조직된 소비자 전문 상담 기관에 소속된 보건 종사자</p> <p>3) 단체, 협회, 재단 및 기타 단체(종교 및 기타 동식물 관련 인증 기관 제외). 단 해당 기관이나 단체가 장관의 승인을 받은 경우 제외</p> <p>4) 일반 개인들의 영양학적인 측면에 관한 보장성 문구나 사진 등. 다만 해당 문구나 마크 등에 대해 조사관의 요청에 2일 이내로 증빙 자료를 보낼 수 있는 경우는 제외</p> <p>5) “Health”나 “Healthy” 또는 비슷한 의미의 기타의 문구나 심볼 등</p> <p>6) “wholesome” 혹은 “nutritious” 및 그와 비슷한 의미의 기타 문구 등</p> <p>7) “치료” 및 의학적 효과를 의미하는 문구</p>
주의정보	<p>- 필수적 경고 문구가 표시된 포장 식품류의 경우 경고 문구를 영문 대문자 굵은 글씨체로 표기하는 것이 필수이며 해당 글씨는 높이 3.0mm 이상이어야 함</p> <p>*예시: WARNING - PRESSURISED - do not puncture or store above 50°C</p>

자료: 남아공 보건부(Ministry of Health)

o 표 3.5에서 남아공 시장에서 유통되는 인스턴트 라면의 라벨링을 확인

표 3.5 인스턴트 라면 라벨링 예시

항목	설명	
이미지	 <p data-bbox="619 1070 703 1099"><전면></p>	 <p data-bbox="1086 1070 1171 1099"><후면></p>
제품명	MAGGI 2 Minute Noodles	
제조사, 수입사, 유통사 정보	제조사: Nestle South Africa 8 Anslow Crescent Bryanston	
섭취 및 조리법	375ml의 물에 면을 넣고 전자렌지(850와트)에 2분 간 데워준다. 분말가루를 넣고 잘 저어 먹는다.	
성분정보	성분 : 국수 케이크 : 밀가루, 타피오카 전분, 물, 식물성 기름 (항산화 물질 (320)), 무기 염 (508, 501, 451, 500, 452), 소금, 야채 껍 (412), 색소 (리보플라빈) .Flavour 믹스 향 주머니 : 아이 오디세이트 소금, 향료 강화제 (621,635), 무기 염 (508) 등	
저장,보관방법	시원하고 건조한 곳에서 보관	
순중량	Net 74g each. Available in 5-pack and 12-pack variants	
원산지	남아프리카공화국	
제품생산코드	300605109575	
유통기한	2019.05.31	

자료: 현지조사원

4. 위생규정

- 남아공 보건부(Ministry of Health)는 시장에 유통되는 가공식품의 첨가물 및 위생에 관한 관리 및 규제를 주관하고 있음
 - 신선식품의 경우 농림수산부(Department of Agriculture, Forestry and Fisheries)의 농약잔류량에 관한 법령(GNR.246)을 참고

□ 식품첨가물 규정

- 1972년에 제정된 식품 및 화장품, 소독제 관련법 (Foodstuffs, Cosmetics and Disinfectant Act)에 따르면 식품첨가물은 국제식품규격위원회(CODEX)³¹⁾가 정하는 기준을 따르고 있음을 명시함³²⁾
 - 국제식품규격에서 인스턴트 라면 품목이 분류되는 코드번호 06.4.3(Pre-cooked pastas and noodles and like products)의 식품첨가물 허용기준은 표 3.6과 같음

표 3.6 인스턴트 라면 관련 식품첨가물

(단위: mg/kg)

첨가제	최대 허용량	첨가제	최대 허용량
CANTHAXANTHIN	15	PROPYL GALLATE	200
CAMEL III - AMMONIA CAMEL	50,000	PROPYLENE GLYCOL	10,000
CAMEL IV - SULFITE AMMONIA CAMEL	50,000	PROPYLENE GLYCOL ALGINATE	5,000
CARMINES	100	PROPYLENE GLYCOL ESTERS OF FATTY ACIDS	5,000
CAROTENES, BETA-, VEGETABLE	1,000	RIBOFLAVINS	300
CAROTENOIDS	1,200	SORBATES	2,000
CHLOROPHYLLS AND CHLOROPHYLLINS, COPPER COMPLEXES	100	SORBITAN ESTERS OF FATTY ACIDS	5,000
CYCLODEXTRIN, BETA-	1,000	STEAROYL LACTYLATES	5,000
DIACETYLTARTARIC AND FATTY ACID ESTERS OF GLYCEROL	10,000	SUCROGLYCERIDES	2,000
FAST GREEN FCF	290	SUCROSE ESTERS OF FATTY ACIDS	2,000
PHOSPHATES	2,500	SUCROSE OLIGOESTERS, TYPE I AND TYPE II	2,000
POLYDIMETHYLSILOXANE	50	SULFITES	20
POLYGLYCEROL ESTERS OF FATTY	2,000	SUNSET YELLOW FCF	300

31) Codex Alimentarius International Food Standards

32) Minister of Health(2016.11.17.)

ACIDS			
POLYGLYCEROL ESTERS OF INTERESTERIFIED RICINOLEIC ACID	500	TARTRATES	7,500
POLYOXYETHYLENE STEARATES	5,000	TERTIARY BUTYLHYDROQUINONE	200
POLYSORBATES	5,000	TOCOPHEROLS	200

자료: Codex Alimentarius

□ 유해물질 규정

- 남아공의 보건부(Ministry of Health)는 중금속허용기준에 관한 법령을 2004년 최초 발효 및 시행했으며 2008년 개정함
 - 중금속허용기준 관련 규정은 1972년에 제정된 식품 및 화장품, 소독제 관련되는 규제(Foodstuffs, Cosmetics and Disinfectant Act)의 하위법 GNR.500으로 분류하여 1994년 9월 9일부터 시행되었으며 2008년 5월 23일 GNR.545로 개정되었음
 - 총 8개의 중금속(안티모니, 비소, 카드뮴, 구리, 납, 수은, 주석, 아연) 별로 식품목의 허용기준이 상이함
- 인스턴트 라면에 해당하는 기준법이 마련되어 있지 않으나 품목 중 비슷한 시리얼의 허용기준은 표 3.7과 같음

표 3.7 시리얼의 중금속 허용기준

구분	최대 허용량 (mg/kg)							
	안티모니	비소	카드뮴	구리	납	수은	주석	아연
시리얼	-	-	0.1	-	0.2	-	-	-

자료: 남아공 보건부(Ministry of Health)



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 분석**

경쟁제품 개요

유통채널별 가격 현황

- 인스턴트 라면은 봉지와 용기의 포장형태로 판매되고 있어 제품유형별로 구분하여 가격을 분석함
- 총 12개의 인스턴트 라면의 평균 가격은 100g당 27랜드(약 2,130원)이며 봉지포장 제품의 평균 가격은 100g당 13.0랜드(약 1,029원), 용기포장 제품은 46.7랜드(약 3,685원)임
- 가장 고가 제품은 100g당 90.7랜드(약 7,156원)인 농심의 김치라면(용기)이며 가장 저가는 Food Lover't Market의 PB브랜드인 인스턴트누들로 100g당 6랜드(약 475원)임

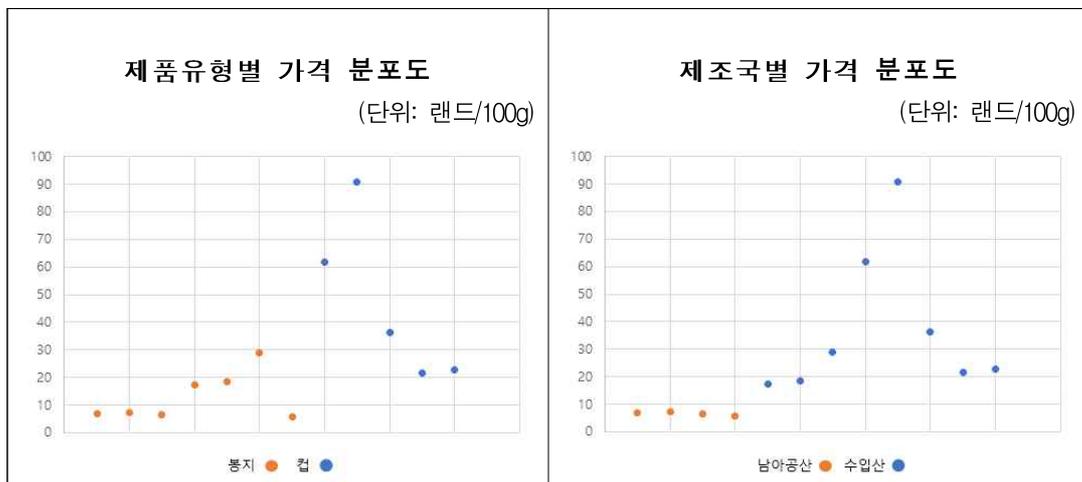
❖ 제품유형별 가격 비교

- 총 7개 봉지라면의 100g당 평균 가격은 13.0랜드(약 1,029원)
- 6.0랜드(약 475원)~33.3랜드(약 2,607원)의 가격대가 형성되어 있음
- 총 5개 용기라면의 100g당 평균 가격은 46.7랜드(약 3,685원)
- 21.7랜드(약 1,699원)~90.7랜드(약 7,156원)의 가격대가 형성되어 있음
- 봉지라면 대비 용기라면의 가격대가 높은 편

❖ 제조국별 가격 비교

- 총 4개의 남아공산 인스턴트 라면 100g당 평균 가격은 6.6랜드(약 522원)
- 6.0랜드(약 475원)~7.3랜드(약 572원)의 가격대가 형성되어 있음
- 총 8개의 수입산 인스턴트 라면의 100g당 평균 가격은 37.3랜드(약 2,943원)
- 17.5랜드(약 1,370원)~90.7랜드(약 7,156원)의 가격대가 형성되어 있음
- 남아공산 대비 수입산 라면의 가격대가 높은 편

제품 가격 분포도



1. 경쟁제품 선정

□ 점포소매점 유통채널 선정

- 남아공 가공식품의 매출 비중이 높은 오프라인 유통채널을 선정한 후 현지조사원이 직접 매장을 방문하여 시장조사 실시
- 식품소매점에서 하위 분류되는 유통채널별 1~2개 선정함
 - 하이퍼마켓의 경우 Pick n Pay와 Checkers, 슈퍼마켓의 경우 SPAR와 Woolworths, Food Lovers Market를 선정하여 방문조사 실시
- 무점포소매점 유통채널인 E-Commerce의 가공식품 시장 규모는 연평균(2013~2017년) 18.9%로 빠른 성장세이나, 점포소매점과 비교하여 가공식품 매출액 비중의 0.2%를 차지할 정도로 미미한 수준으로 평가되어 경쟁업체 분석을 위한 유통채널에서 제외함

□ 분석기준 및 지표설정

- 제품 상세 속성에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장, 성분, 원산지, 가격 등을 분석 지표로 선정함

2. 경쟁제품 분석

□ 점포소매점 경쟁제품

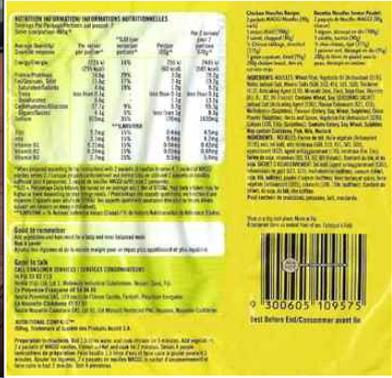
구분	제품 #1	제품 #2	
이미지	 <p>제품 이미지 (전면)</p>		
	 <p>제품 이미지 (후면)</p>		
제품속성	제품명	Pasta Chicken Flavored Instant Noodles	Instant noodles curry flavored
	제조사	-	Food Lover's Market
	제품특성	- 닭고기 맛 인스턴트 면	- 카레 맛 인스턴트 라면 - Food Lover's Market의 PB 브랜드
	포장	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	성분	밀가루, 식물성 기름 (산화방지제 (319)), 소금, 소금 미네랄 (508,451,501,500), 야채, 요오드화된 소금, 풍미 증강 인자 (621,635) 등	물, 양파, 마늘, 소금, 설탕, 간장 소스, 쌀겨 기름, 파슬리, 샐러리, 민트 잎, 생강, 옥수수, 쇠고기 맛, 칠리, 파프리카, 계피 등
	조사매장	Checkers	Food Lover's Market
	중량	60g	70g
	제품가격	4.39랜드(약 344원) ³³⁾	4랜드(ZAR)(약 316원)
	유통기한	2019.01.30.	2019.09.23.
제조국	남아공	남아공	

자료: 현지방문조사(Checkers 2018.10.21./ Food Lover's Market 2018.11.05.)

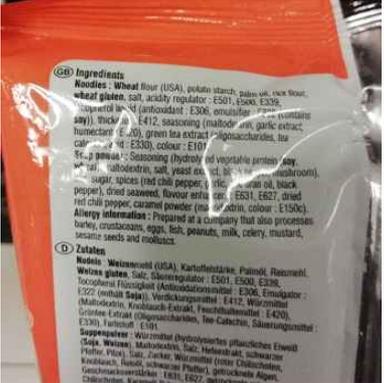
33) 1(ZAR)=78.31원(KRW)(KEB 하나은행 고시 기준, 2018.11.05.)

구분		제품 #3	제품 #4
이 미 지	제품 이미지		
			
제 품 속 성	제품명	Noodles Beef Cup	Instant Noodles Steak And Chops
	제조사	Fantastic Snacks	FATTIS&MONIS
	제품특성	- 소고기 맛 인스턴트 면 - 호주 브랜드	-
	포장	PSP 용기	플라스틱 파우치
	성분	밀가루, 식물성 기름 [산화방지제 (E320)], 소금, 소금, 맛향상제 (E621, E627, E631), 쇠고기 맛, 가수 분해 식물성 단백질 (콩, 밀), 겨자 분말, 설탕, 말토 덱스트린, 허브, 향료, 파슬리, 색상 (E160b, E150d) 등	-
	조사매장	Checkers	Checkers
	중량	70g	78g
	제품가격	15.99랜드(약 1,253원)	4.99랜드(약 391원)
	유통기한	2019.01.30.	2018.10.21.
	제조국	호주	남아공

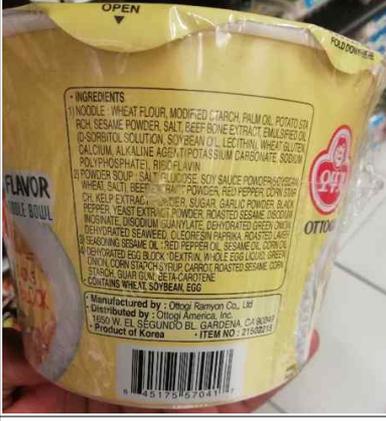
자료: 현지방문조사(Checkers 2018.10.21./ Pick n Pay, 2018.10.21)

구분	제품 #5	제품 #6	
이미지	<p>제품 이미지 (전면)</p> 	<p>제품 #6</p> 	
	<p>제품 이미지 (후면)</p> 		
제품속성	제품명	Asian Beef PHO Noodle Kit	Maggi instant Noodles
	제조사	-	Nestle
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 인기 있는 제품 - 인스턴트 쌀국수 - 태국제품을 Woolworths에서 독점 유통하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> - 가장 인기 있는 제품 - 유통기한이 긴 편 - 중량이 작고 매우 저렴함 - 소고기, 치즈, 카레와 같은 다양한 맛을 출시
	포장	종이 박스	플라스틱 파우치
	성분	<p>쌀가루, 물, 양파, 마늘, 소금, 설탕, 간장 소스, 쌀겨 기름, 파슬리, 셀러리, 민트 잎, 생강, 옥수수 시삭, 쇠고기 맛, 칠리, 파프리카, 정향, 계피 등</p>	<p>밀가루, 식물성 기름 (산화방지제 (319)), 소금, 소금 미네랄 (508,451,501,500), 야채향신료 믹스 성분 : 요오드화 소금, 향료 강화제 (621,635), 미네랄 염 (508) 등</p>
	조사매장	Woolworths	Checkers
	중량	300g	72g
	제품가격	64.99랜드(약 5,091원)	4.99랜드(약 391원)
	유통기한	2019.05.18	2022.06.20
제조국	태국	남아공	

자료: 현지방문조사(Woolworths, 2018.10.21./ Checkers 2018.10.21)

구분	제품 #7	제품 #8	
이 미 지	<p>제품 이미지 (전면)</p> 		
	<p>제품 이미지 (후면)</p> 		
제 품 속 성	제품명	J제품	A제품
	제조사	O사	N사
	제품특성	한국제품	한국제품
	포장	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	성분	밀 화분, 변성 전분, 팜유, 밀 글루텐, 감자 전분, 소금, 칼슘, 유화제 (대두유, D- 소르비톨, 대두 레시틴, 지방산 글리세린 에스테르), 마늘 추출물, 알칼리제 (탄산 칼륨, 소금, 설탕, 마늘 분말, 간장 분말 등	소맥분, 감자 전분, 팜유, 쌀가루, 밀 글루텐, 소금, 산성도 조절제 (E501, E500, E339), 토코페롤 액체 (산화 방지제 (E306), 유화제 (E322) (콩 함유)), E412, 조미료 (말토 덱스트린, 마늘 추출물, 감미료 등
	조사매장	Pick n Pay	Checkers
	중량	120g	120g
	제품가격	21랜드(약 1,645원)	21.99랜드(약 1,722원)
	유통기한	2019.01.30	-
제조국	한국	한국	

자료: 현지방문조사(Pick n Pay, 2018.10.21./ Checkers 2018.10.21.)

구분	제품 #9	제품 #10	
이미지			
			
제품속성	제품명	S제품	K제품
	제조사	O사	O사
	제품특성	한국제품	한국제품
	포장	종이 용기	플라스틱 파우치
	성분	밀가루, 녹말, 옥수수, 감자 전분, 고구마 분말, 소금, 밀 글루텐, 뼈 추출물, 칼슘, 산성도 조절제, 탄산 칼륨, 소듐 등	멸치, 아라비아 검, 인공 맛, 쇠고기 뼈, 쇠고기 농축액, 쇠고기 지방, 양배추, 당근, 구연산, 옥수수, 옥수수 전분, 감자 전분, 소금 등
	조사매장	Spar Supermarket	Spar Supermarket
	중량	110g	100g
	제품가격	67.99랜드(약 5,326원)	28.99랜드(약 2,271원)
	유통기한	2019.01.30	2019.01.30
	제조국	한국	한국

자료: 현지방문조사(Spar Supermarket, 2018.10.21)

구분		제품 #11	제품 #12
이 미 지	제품 이미지 (전면)		
	제품 이미지 (후면)		
제 품 속 성	제품명	K제품	B제품
	제조사	N사	N사
	제품특성	한국제품	한국제품
	포장	종이용기	PSP 용기
	성분	밀가루, 녹말, 옥수수, 감자 전분, 고구마 분말, 소금, 밀 글루텐, 뼈 추출물, 산성도 조절제 등	멸치, 쇠고기 지방, 소고기 지방, 후추, 양배추, 팜유, 감자 전분, 금, 구연산, 옥수수 시럽, 건조 채소(당근, 녹색 양파) 등
	조사매장	Spar Supermarket	Spar Supermarket
	중량	75g	110g
	제품가격	67.99랜드(약 5,326원)	39.99랜드(약 3,132원) ³⁴⁾
	유통기한	-	2019.02.12
제조국	한국	한국	

자료: 현지방문조사(Spar Supermarket, 2018.10.21)

34) 6개 번들제품으로 기준으로 가격이 작성되었음



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 점포소매점 조사

- 매출액 비중이 높은 유통채널을 선행 조사한 후 현지조사원이 직접 오프라인 매장을 방문
 - 하이퍼마켓: Pick n Pay, Checkers
 - 슈퍼마켓: SPAR, Woolworths, Food Lovers Market
- 업계 관계자와 소비자 인터뷰 진행

□ 점포소매점 조사를 통해 경쟁사 4개 업체를 선정함

- 봉지라면과 용기라면의 시장점유율 1위 기업인 Nestle South Africa와 San Remo Macaroni Company를 우선적으로 선정함 후, 빠른 시장 성장을 보이는 현지 기업 Tiger Brands를 추가, 마지막으로 한국 기업 중 남아공에 가장 많은 제품이 출시된 농심³⁵⁾을 주요 경쟁사로 선정함

표 5.1 주요 경쟁사

남아공	남아공	호주	한국
Nestlé SA	Tiger Brand Ltd	San Remo Macaroni Company	농심
			

35) 농심은 2014년에 남아공에 진출함(한겨레, 2014.07.07.)

2. 경쟁사 분석

□ Nestlé South Africa

기업 개요				
기업정보	 <ul style="list-style-type: none"> - 스위스 기업인 네슬레는 1916년 남아공에 첫 지사를 설립 - 남아공에 5개의 현지 공장과 2개의 유통센터를 보유하고 있으며, 인스턴트 라면 브랜드인 Maggi를 제조하여 수출하고 있음 - 현재 Babelegi지역에 2개의 공장을 신설할 계획을 가지고 있으며 Estcourt 과 KwaZulu-Nata 지역의 공장을 확장 진행 중 			
	기업명	Nestle (South Africa) (Pty) Ltd	설립년도	1916년
	기업형태	식품 제조업	기업규모	약 3,400명
	대표번호	27-11-514-6000	매출액	약 91억 US달러 (2014년 기준)
	국가	남아공	위치	Anslow Office Park 8 Anslow Cres Johannesburg, Gauteng,2021 South Africa
취급품목	인스턴트 커피, 라면, 유제품, 시리얼 등	홈페이지	www.nestle.co.za	
제품				
	<Cheese>	<Chicken>	<Beef>	
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 세계적으로 약 수십 가지의 맛이 제조되고 있으나 현지 소비자들의 취향에 맞는 닭고기, 소고기, 치즈맛 위주로 6개 제품이 유통되고 있음 - 타 경쟁제품과 비교하여 적은 중량과 낮은 가격으로 간편성을 극대화하여 학생과 직장인들에게 인기를 얻음 			

자료: Nestlé South Africa 홈페이지, D&B Hoover's

□ Tiger Brands Ltd

기업 개요				
기업정보		- 영유아이유식, 식음료, 즉석식품, 스낵 외에도 청소세제 및 목욕용품과 같은 매우 폭넓은 제품군을 보유한 기업으로 남아공의 대표적인 생활용품 제조 기업으로 성장하고 있음		
	기업명	Tiger Consumer Brands Ltd	설립년도	1972년
	기업형태	식품 제조업	직원 수	약 12,000명
	대표번호	+27-11-840-4000	매출액	약 317.3백만 랜드 (2016년 기준)
	국가	남아프리카공화국	위치	3010 William Nicol Dr Johannesburg, Gauteng, 2021 South Africa
취급품목	즉석식품 식품, 베이킹 파우더, 피넛 버터 등	홈페이지	www.tigerbrands.com	
제품				
				
	<Creamy Cheese>		<Roast Chicken>	
마케팅 전략	- Fatt's&Moni's 브랜드 하에 인스턴트 누들 제품 마케팅을 추진하고 있으며 이탈리아 파스타를 기본으로 현지화된 맛을 가미한 제품을 출시하고 있음			

자료: Tiger Brand Ltd 홈페이지, D&B Hoover's

□ San Remo Macaroni Company

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 호주 기업으로 본사를 비롯한 주요 시설은 호주와 뉴질랜드에 위치에 있으며 35개 국으로 제품을 수출하고 있음 - 이태리 전통 파스타를 현대적 기술을 도입해 제조하던 기업에서 Fantastic 브랜드를 런칭하며 인스턴트 라면과 스낵제품을 제조하기 시작함 			
	기업명	San Remo Macaroni Company	설립년도	1936년
기업정보	기업형태	식품 제조업	기업규모	약 30명
	대표번호	+27-88-334-8200	매출액	약 22백만 US달러
	국가	호주	위치	4 Boden Ct Windsor Gardens, South Australia, 5087 Australia
	취급품목	조리면, 용기라면, 스낵, 크래커 등	홈페이지	http://fantasticsnacks.com.au
	제품			
<Crispy Bacon>		<Hearty Beef>		
				
		<2 minute Noodles>		
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 맛과 사이즈의 용기제품을 판매하여 소비자의 취향에 부합하는 제품 다각화에 성공 - 남아공에서 시장을 선점한 봉지라면 브랜드인 Maggi의 2 minutes noodle 과 같은 네이밍의 봉지라면도 판매하고 있음 			

자료: Fantastic Snacks Pty Ltd 홈페이지, D&B Hoover's

□ N사

기업 개요				
(생략)	- 80여개국으로 수출하는 글로벌 기업으로 중국, 일본, 미국에 지사를 보유 - 할인소매점인 Mega Mart를 비롯한 10개의 자회사를 운영하고 있음 - 2017년 남아공의 대형마트 SPAR와 거래 성사로 판로 확보 ³⁶⁾			
기업정보	기업명	농심	설립년도	1965년
	기업형태	식품 제조업	기업규모	약 4,900명
	대표번호	+82-2-820-7225	매출액	약 16억원
	국가	한국	위치	112 Yeouidaebang-Ro, Dongjak-Gu Seoul, 07057 Korea, Republic of
	취급품목	즉석식품, 생수, 스낵 등	홈페이지	www.nongshim.com
제품				
	<신라면>		<너구리>	
				
		<육개장 사발면>		
마케팅 전략	- 한국시장의 경우 약 41개의 라면 제품을 보유하고 있으며, 현지조사결과 남아공에 수출하고 있는 라면은 3가지로 파악됨 - 남아공의 경쟁사가 일반적으로 보유하지 않은 매운맛 라면을 차별화 포인트로 함			

자료: 농심 홈페이지, D&B Hoover's

36) 조선비즈(2017.04.24.)



VI. 유통채널

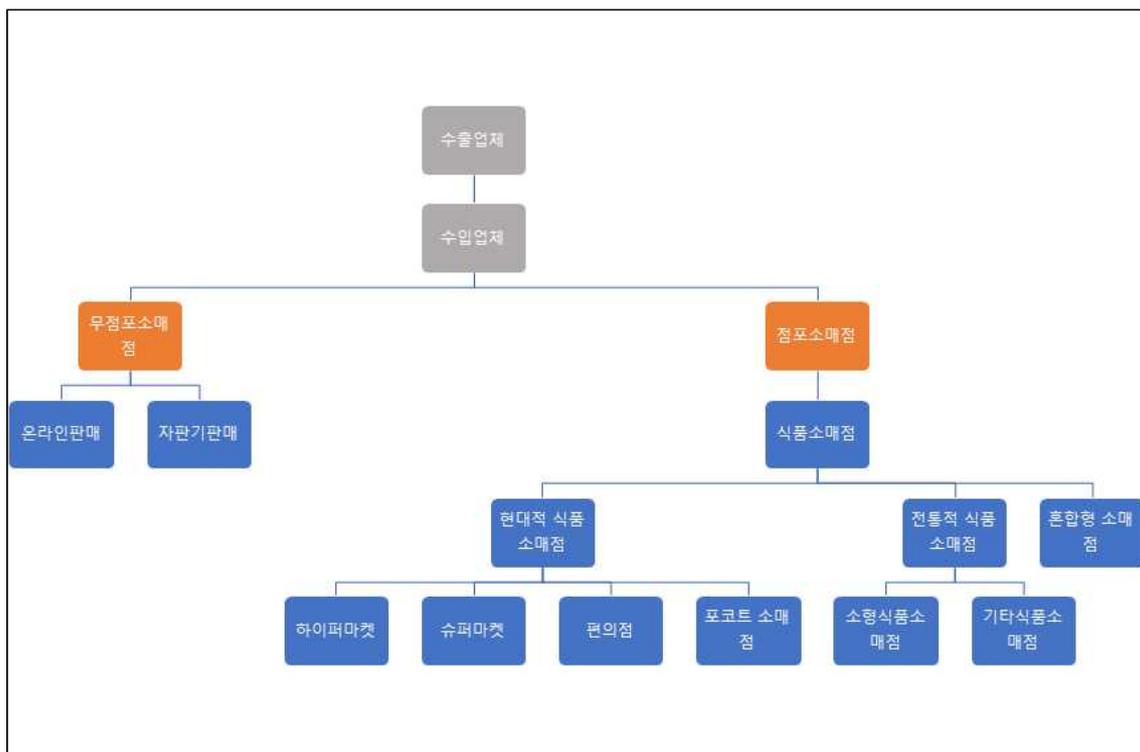
1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

□ 가공식품 시장의 유통채널

- 개괄적인 남아공의 가공식품 유통구조는 그림 6.1과 같음
 - 가공식품의 주 유통채널은 점포소매점으로서, 약 99.6%의 매출 비중을 차지함 (2017년 기준)
 - 무점포소매점인 온라인 판매 비중이 증가하는 추세(연평균 18.9%)³⁷⁾이나 절대적 비중은 0.2%로 크지 않음
- 점포소매점 중 가공식품이 가장 많이 유통되는 채널은 슈퍼마켓으로 전체 매출액 비중의 약 59.5%를 차지

그림 6.1 가공식품 시장의 유통구조



37) 2013~2017년 기준

□ 주요 점포소매점 채널은 슈퍼마켓이며 소형식품소매점이 뒤를 이음

- 슈퍼마켓을 통한 매출액 비중이 연간 약 60%를 차지하고 있으나 소폭 하락하는 추세(연평균 성장률 -0.3%)
 - 소형식품소매점은 약 10%의 매출액 비중을 차지하여 두 채널의 비중이 약 70%에 이룸

표 6.1 주요 오프라인 유통업체

점포소매점			
하이퍼마켓 및 슈퍼마켓			
Pick n Pay		Checkers	
SPAR		Woolworths	
SHOPRITE		Food Lovers Market	
편의점		소형식품소매점	
SPAR express			-
SaveMor			-

자료: 현지조사원

- 미국농림부(USDA)에 따르면 매출액과 매장 수를 기준으로 점포소매점을 분석한 결과, 1) Shoprite, 2) Pick n Pay, 3) Massmart, 4) Spar, 5) Woolworths 순의 시장점유율을 나타냄³⁸⁾

38) USDA(2017.10.18.)

2. 주요 유통채널 분석

1) 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓

Pick n Pay

기업 개요			
	- 1967년 Raymond와 Wendy Ackermen 가족기업(family business)으로 시작해 4곳의 작은 기업으로 시작한 Pick 'n' Pay Stores Ltd는 1968년 남아공 요하네스증권거래소(JSE)에 상장되어 지금은 남아프리카의 가장 큰 소매산업으로 발전. 2010년 오스트레일리아 소매기업 Franklins 인수 ³⁹⁾ - 아프리카의 가장 큰 식품 소매업체 중 하나로 하이퍼마켓과 슈퍼마켓, 프랜차이즈 매장인 Family Stores를 포함 총 992개의 매장 보유. 남아공의 고소득층과 중산층이 타깃		
	D-U-N-S Number	53-859-5422	설립년도
본사 위치	Kenilworth, Cape Town, South Africa	직원 수	약 1,685개
대표전화	Tel: 6581000	홈페이지	www.picknpay.co.za/home
매출액	약 61억달러(2016년 기준)	매장 수	약 1,700개
세부사항	- 최근 들어서 가격경쟁력을 갖춘 슝라이트, 체커스 와 울워스로인해 매출이 줄어들고 있는 추세로, DIY, 알코올, 의상등으로 제품을 변경해 나가고 있는 추세		
입점 방법	① 사업자등록 - 제품별 라이선스 및 허가 인증 ② 제품 개발 및 제품 식별 - 세부 분류 카테고리 설정 및 이해. 식료품 및 잡화, 베이커리, 정육점, 신선 즉석식품 (냉장·냉동식품), 의류, 자체브랜드(PB), 변질 가능 제품(Perishable Product) 분류 가능 ③ 서비스 제품일 경우 - 서비스를 제공하는 경우 B2B 제공 업체로 간주, 기업조달국(Corporate Procurement Division) 범주로 분류 ④ 재무 건전성 확인절차 - 필요 자본, 현금 흐름, 시간과 자원 등 기업의 사업성을 판단하기 위한 절차. 현금 흐름표 및 재무 정보를 포함한 사업계획 수립 및 제출 ⑤ 라벨링 - 제품별 다른 라벨링 부착 ⑥ 제품 추적성 - 제품을 제조하는 데 사용되는 모든 원료. 품질 및 유통기한, 전체 성분		

	<p>표의 필요한 경우 정품 인증서 필요</p> <p>⑦ 식품안전 감사</p> <ul style="list-style-type: none"> - 최소 식품안전 표준 충족 및 식품안전 감사. 안전한 식품 생산, 품질 관리 시스템, 공장 역량 및 공급망 관리에 대한 요구 사항 포함 - 농업 원료를 사용하여 제품을 생산하는 경우 농무부의 다양한 규정 숙지 필요. 픽앤페이에 공급되는 모든 상장제품은 제3자 감사회사가 독립적으로 감사 한 시설에서 생산 - 감사 프로세스는 ISO(국제 표준화 기구) ISO 17021 및 ISO 19011 요구 사항에 따라 관리되고 수행되며 감사원의 적격성과 공정성 보장 <p>⑧ PnP 포털에 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 소규모 공급업체로 등록되면 Pick & Pay Portal에 등록하여 픽앤페이와의 비즈니스 관계 수립. Pick n Pay Portal⁴⁰⁾은 모든 Pick n Pay 공급업체 대상 무료이며 효율적 서비스 제공 <p>⑨ 물류, 창고 보관, 유통 및 공급망</p> <ul style="list-style-type: none"> - 물류, 창고 유통 및 공급망 관리 방법을 결정. 내부 기준을 충족하면 케이프 타운 및 요하네스 버그에있는 중앙 집중식 유통 센터 (DC)에 직접 배송 - 또는 다른 방법: 직접 상점 배달
<p>매장전경</p>	

자료: 현지방문조사(Pick n Pay, 2018.10.21.), Pick n Pay 홈페이지, D&B Hoover's

39) Franklins 이라는 상호로 오스트레일리아에도 운영

40) 포털을 사용하면 Pick n Pay로 성공적으로 비즈니스를 관리하고 비즈니스 트랜잭션을 계획하고 추적하는 프로세스를 지원 가능. 부가가치세 (VAT) 번호, GLN (Global Location Number) 및 제품 바코드를 준비

□ SPAR

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 남아공 SPAR 는 유럽 외 지역 첫 입점 기업으로 소매업과 마케팅 서비스를 제공. SPAR grocery stores, Build it builders', TOP 에 납품하는 도매업 및 소매업을 하고 있으며 남아공 외에도 스위스, 아일랜드, 사우스웨스트 잉글랜드에서 찾아 볼 수 있음 - 주요 브랜드로는 SPAR, KIWIKSPAR, SUPERSPAR, TOPS at SPAR, SPAR Express, Build it, TrenDIY, Pharmacy at SPAR, SaveMor 가 있으며, 다양한 소매업 서비스를 제공 		
D-U-N-S Number	53-855-6861	설립년도	1932년
본사 위치	22 Chancery Lane Pinetown, KwaZulu-Natal, 3610 South Africa	직원 수	약 3,800명
대표전화	7191900	홈페이지	www.spar.co.za/Home
매출액	약 46억 달러(2016년 기준)	매장 수	약 850개
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 남아공 SPA 마케팅 대표자는 수입할 제품을 찾기 위해 전 세계 시사회 방문. 지역적 유통 센터 소유주는 시사회를 방문해 구매 - SRS18 는 Sparspar에서 주관하는 거대한 이벤트성 소매업자 모임으로 매출 향상과 성장, 마진을 올리기 한 SPAR 장기전략 발표. 2017년엔 Unilever, Nestlé, Warburton's, Mondelēz International, Kerry Foods, Kepak 등 460개의 공급업체를 포함해 일반 참여자 1,100 게스트 참여. 컨퍼런스를 열어 소비자 동향 및 변화하는 트렌드에 대해 분석 - 한국식품 판매대를 별도로 설치하고 운영하고 있음 		
입점절차	SPAR는 Preferred Supplier Programme이라는 자체 제도를 운영 중 * 관련URL: http://spar-international.com/suppliers/		
매장전경	 		

자료: 현지방문조사(SPAR, 2018.10.21.), SPAR 홈페이지, D&B Hoover's

□ Shoprite Holdings Ltd

기업 개요				
	- 남아공 케이프타운에 본사를 둔 투자지주회사(investment holding company)로 식료품 소매업과 도매업 병행. Supermarkets RSA, Supermarkets Non-RSA, 가구 및 기타 운영 ⁴¹⁾ - ShopRite, U Save는 주로 저소득층과 중산층을, Checkers는 중상류층과 고소득층 겨냥			
	D-U-N-S Number	56-874-3041	설립년도	1979년
본사 위치	Cnr William Dabbs And Old Paarl Rd, Brackenfell, Western Cape, 7560 South Africa	직원 수	약 147,478명	
대표전화	9804000	홈페이지	www.shoprite.co.za	
매출액	약 91억 달러 (2016년 기준)	매장 수	약 2,843개	
세부사항	- N사의 A제품과 N제품을 유통하고 있음			
입점절차	1. 품질보증과 식품안전(Quality Assurance & Food Safety): Codex와 남아공 관련법(Foodstuffs Cosmetics and Disinfectant Act (Act 54 of 1972), Agricultural Products Standards Act (Act 119 of 1990))을 충족 2. 구매팀과 컨택 3. 바코드 G1표준법을 준수한 후 Shoprite Supplier Portal에 접속하여 포장 검토를 등록/ 구매부서로부터 승인 된다면 제출서류 목록과 지원서를 발급받을 수 있음 4. Trading Agreement와 약관, 관련 서류를 제출 5. 적합한 공급자로 인정될 경우 (B2B) Supplier Portal에 등록할 수 있는 Supplier number를 발급받음 6. (B2B) Supplier Portal에 B-BBEE ⁴²⁾ 진술서 혹은 certificate를 업로드			
매장전경				

자료: 현지방문조사(Checkers, 2018.10.21.), Checkers 홈페이지, D&B Hoover's

41) Supermarkets RSA (Republic of South Africa) 는 Shoprite, Checkers, Checkers Hyper and Usave를 포함하며 식료품, 의약품, 일반제품, 화장품 및 알코올을 남아공 내에서 판매하며 Supermarkets Non-RSA는 Shoprite, Checkers,

□ Woolworths

기업 개요			
WOOLWORTHS	<ul style="list-style-type: none"> - 호주의 대표적인 대형식품점포가 진출하여 설립되었으나, 영국의 Marks and Spencer를 벤치마킹하여 성장, 현재 호주의 대형식품점포와는 다른 형태 - 1931년 10월 남아공 케이프타운에 첫 설립 이후 3년 뒤 Durban에 두 번째 지점을 설립, 1년 뒤 다시 두 개의 지점을 추가하여 빠르게 확장함 		
D-U-N-S Number	63-587-5177	설립년도	1931년
본사 위치	Woolworths House, 93 Longmarket Street, Cape Town, 8001	직원 수	-
대표전화	4079111	홈페이지	www.woolworthsholdings.co.za
매출액	약 29억 달러(-2016년 기준)	매장 수	약 940개
세부사항	- 의류, 약세사리, 뷰티제품, 식품을 판매하는 복합몰이 217개, 대형식품마트라 약 421개 있음		
입점절차	<ol style="list-style-type: none"> 1. 등록: 신규공급자 정보(new supplier questionnaire) 등록 2. 계정 생성: WOWlink 포털(https://www.wowlink.com.au/login/portal)에서 계정을 생성 3. 양식 제출: 신규제품등록양식(New Product Submission Form) 제출 		
매장전경			

자료: 현지방문조사(Woolworths, 2018.10.21.), Woolworths 홈페이지, D&B Hoover's

Checkers Hyper, Usave 및 Hungry Lion 남아공 밖에서 판매. 가구브랜드로는 OK Furniture, OK Power Express, House&Home을 포함하며 기타 운영 사업장으로는 제약품이 있음

42) 광범위흑인경제우대정책(Broad-Based Black Economic Empowerment)

□ Food Lovers Market

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 1993년 Brian과 Mike Coppin 형제에 의해 처음 운영을 시작한 채소와 과일 소매점이 Food Lovers Market의 시초가 됨 - 현재 아프리카 중부에 위치한 10개 국가들을 중심으로 19개의 매장이 진출해 있음 		
D-U-N-S Number	56-120-9340	설립년도	1993년
본사 위치	London Circle Brackengate Business Park P.O. Box 1823 Brackenfell, 7561	직원 수	약 16,200명
대표전화	+27 -860-007-728	홈페이지	foodloversmarket.co.za
매출액	-	매장 수	약 128개
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 신선 채소와 과일을 주로 유통하는 소매점 - 자체 브랜드 제품인 인스턴트 누들을 저가에 판매하고 있음 		
입점절차	<ul style="list-style-type: none"> - Cape Town에 위치한 본사에 컨택하여 입점에 대한 논의가 필요함 		
매장전경			

자료: 현지방문조사(Food Lovers Market , 2018.11.05.), Food Lovers Market 홈페이지, D&B Hoover's

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot South Africa October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.28.
2. 「SA noodles among the unhealthiest in the world」, IOL, 2016.09.22.
3. 「Global Demand of Instant Noodles TOP 15」, World Instant Noodle Association, 2017
4. 「Pasta & Noodles: Grabbing a share of the consumer's plate in Africa」, Food Business Africa, 2016. 12. 15.
5. 「R&D partnership sees launch of new 'Morogo' -flavoured noodles」, Food Business Africa, 2015. 10. 08.
6. 「8 hot food trends for 2018」, Eat Out, 2018.01.09.
7. 「Regulations relating to Maximum Levels for Metals in Foodstuffs」, Minister of Health, 2008.05.23.
8. 「Regulations relating to Miscellaneous Additives in Foodstuffs」, Minister of Health, 2016.11.17.
9. 「Exporter Guide_Republic of South Africa」, USDA, 2017.10.18.
10. 「신라면' 신바람 타고...농심 국외매출 역대최고」, 한겨레, 2014.07.07
11. 「라면 중주국 일본 입맛도 사로잡다...100여개국 영토 확장한 농심 신라면」, 조선비즈, 2017.04.24.
12. 「2017 신품시장 클로즈업-남아프리카공화국」, aT한국농수산물유통공사, 2017.06.14.

■ 참고 사이트

1. Dun & Bradstreet(www.dnbcountryrisk.com/)
2. Euromonitor International(<http://www.portal.euromonitor.com/>)
3. D&B Hoover's(app.avenion.com/)
4. ITAC(<http://www.itac.org.za>)
5. National Ministry of Health(<http://www.health.gov.za/>)
6. World Instant Noodle Association(instantnoodles.org)
7. Nestle South Africa(www.nestle.co.za/)
8. Fatti's&Moni's(www.fattisandmonis.com/)
9. Frantastic Snacks(<http://fantasticsnacks.com.au/>)
10. Tiger Brands(<http://www.tigerbrands.com>)
11. San Remo Macaroni Company(sanremo.com.au)
12. PicknPay(www.picknpay.co.za)
13. SPAR(www.spar.co.za)

14. Checkers(<https://www.checkers.co.za>)
15. Woolworths(www.woolworths.co.za)
16. Codex Alimentarius International Food Standards(www.fao.org/fao-who-codexalimentarius)
17. Food Lovers Market(foodloversmarket.co.za)
18. 중소기업수출지원센터(www.exportcenter.go.kr/)
19. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
20. 통합무역정보서비스(<http://www.tradenavi.or.kr>)
11. 대한민국 관세청(<http://www.customs.go.kr>)
12. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
13. 농심(<http://www.nongshim.com>)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1808-10

품 목 : 인스턴트 라면(Instant Ramen)

국 가 : 남아프리카공화국(South Africa)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018
발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>
자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

- 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농수산물유통공사 농수산물수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.