

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

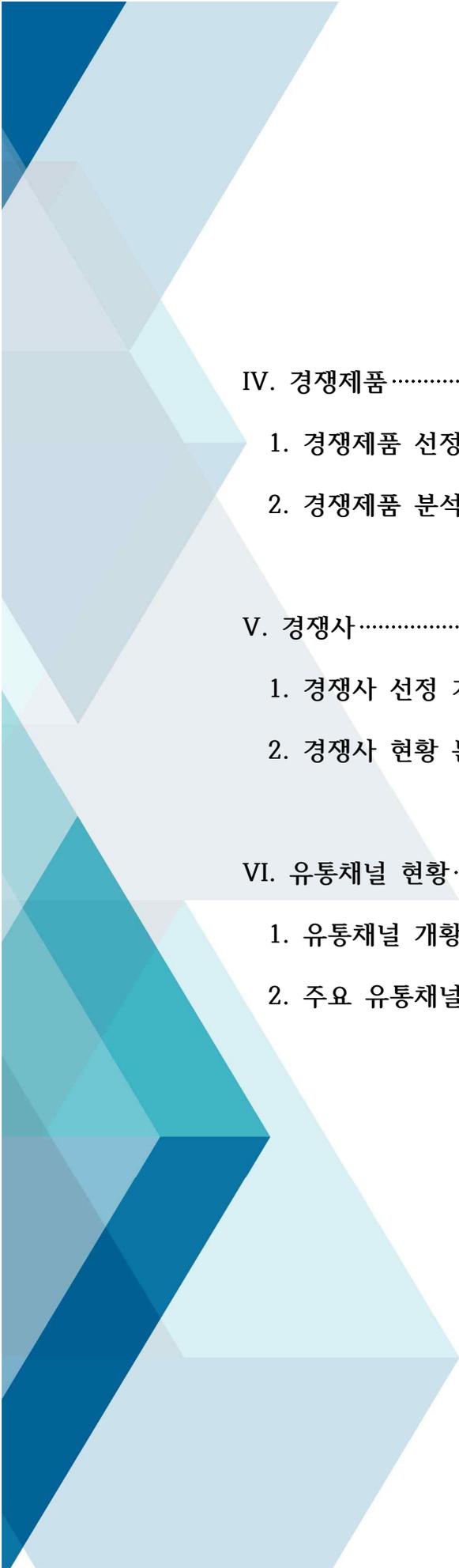
No: 1804-14

품목: 구이김(Sushi Nori)

국가: 프랑스(France)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 가공식품 산업 현황	10
3. 해초류 및 김 산업 현황	12
4. 수출입통계 및 생산통계	14
II. 시장 트렌드	23
1. 해초류 식품 소비자 동향	25
2. 스시 레스토랑 동향	27
3. 구이김 시장 트렌드	28
III. 통관 및 제도	33
1. 통관 및 검역	36
2. 인증정보	41
3. 라벨링	46
4. 위생요건	48



IV. 경쟁제품	49
1. 경쟁제품 선정 기준	51
2. 경쟁제품 분석	52
V. 경쟁사	64
1. 경쟁사 선정 기준	63
2. 경쟁사 현황 분석	65
VI. 유통채널 현황	69
1. 유통채널 개황	71
2. 주요 유통채널별 세부 현황	74



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 가공식품 산업 현황
3. 해초류 및 김 산업 현황
4. 수출입통계 및 생산통계

국가 개요

프랑스는 서유럽에서 가장 넓은 면적을 차지하고 있으며 유럽에서 세 번째로 영토가 큰 국가임. 동쪽으로 이탈리아·스위스·독일, 북동쪽으로 룩셈부르크·벨기에와 접하고 있으며, 영국해협을 건너 영국과 마주하고 있음.

지중해와 접한 남부 지역은 겨울이 온화하고 여름은 더운 지중해성, 대서양과 접한 서부 지역은 습기가 많은 해양성 기후로 대체로 선선함. 알프스 및 피레네 산악 지역 및 중부 지역은 겨울이 추운 반대륙성 기후로 한 국가 내 해양성·대륙성·지중해성 기후가 고루 나타남.

주요 교역국은 독일이며, 프랑스는 독일과 함께 유럽연합을 구성하는 핵심 국가임.

좌파와 우파의 구분이 뚜렷한 정치색을 가지고 있으나 현재는 중도파로 분류되는 마크롱 대통령이 집권하고 있음.

경제적으로 산업기반이 넓고 농업이 풍부하며 숙련된 노동력과 높은 생산성을 보유하고 있음. 유수의 다국적기업이 있으며 국가가 공공서비스, 사회적 안전망과 같은 부문에 개입하는 비율 또한 높은 편임.

주요 정보

- ▶ 국명: 프랑스 공화국
(The Republic of France)
- ▶ 수도: 파리(Paris)
- ▶ 대통령: 엠마누엘 마크롱
(Emmanuel MACRON)
(제 25대 대통령, 2017.5.14.-5년 중임제)
- ▶ 인구: 약 6,500만명(2017)
- ▶ 면적: 약 64만km²(한반도의 약 6.4배)
- ▶ 공식어: 프랑스어
- ▶ 종교: 카톨릭, 무슬림, 개신교, 유대교
- ▶ 주요 도시: 파리, 리옹, 스트라스부르,
보르도, 마르세유 등
- ▶ GDP: 2조 5,850억 달러¹⁾(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 39,779 달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 2.3%(2017)
- ▶ 화폐단위: 유로(Euro)
- ▶ 인터넷 사용률: 88%(2018.1.)



자료: 「Country Insight Snapshot France Sep. 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.7., 「Digital in 2018」, We are Social, Hootsuite

1) 동 보고서에서 달러는 US 달러를 사용

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가위험등급 및 전망²⁾

	등급	등급전망
	DB2	안정적

자료: 「Country Insight Snapshot France Sep. 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.7.

□ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 세계적인 수준의 인프라 환경 보유 - 유로화를 사용하며 국제비준금 보유 수준이 높고 자본 흐름 변동에 강함
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 전국적인 반정부 시위로 인해 친기업적인 개혁 정책이 지연되고 있음 - 근로자보호법과 높은 최저임금률로 인해 노동시장이 경직되어 있음

자료: 「Country Insight Snapshot France Sep. 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.7.

2) 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 측정된 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.

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

□ 주요 거시경제 지표

- GDP 대비 경상수지 비율은 1% 내에서 적자 기조를 지속할 전망
 - 경상수지가 적자 기조가 유지되고 있으나 1% 내의 낮은 수준임
 - 상품 수입이 수출보다 많은 적자 구조임
- GDP 대비 재정수지 비율은 2-3%대로 적자 상황임
 - 다만 세수 기반이 확대되고 있어 재무건전성이 취약한 상황은 아님
- 물가상승률은 0-2% 내외로 낮은 수준
 - 2015, 2016년 0%대의 낮은 수준이 유지되었으며, 2018년 전망치 또한 1.9%로 안정적 추세를 이어갈 것으로 예상
- 실질 경제성장률은 1-2% 내외를 이어갈 전망
 - IMF의 2018년 7월 보고서에 따르면, 2018년 유로존 평균 경제성장률은 2.2%이며, 독일 2.2%, 프랑스 1.8%, 이탈리아 1.2%로 전망
 - 유로존 경제는 최근 성장세가 소폭 둔화되었으며 향후 경기 둔화 가능성이 증대되고 있음
- 실업률은 최근 3년간 10% 내외의 수준을 보임
 - 유럽연합 공식 통계기구인 유로스타트에 따르면 체코와 독일은 실질적으로 완전 고용 상황을 보이거나 프랑스는 EU 평균(6.9%)보다 높은 실업률을 나타냄
 - 국가별로는 체코가 2.4%로 가장 낮았고, 독일, 헝가리, 폴란드 등이 뒤를 이었으며, 그리스도 20% 수준으로 가장 높은 실업률을 기록

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	-0.4	-0.8	-0.5	-0.6	-0.6	-0.3	-0.1	0.2
재정수지/GDP	-3.6	-3.4	-2.6	-2.7	-2.6	-2.5	-2.3	-2.5
물가상승률	0.1	0.3	1.2	1.9	1.5	1.9	2.0	2.1
경제성장률	1.0	1.1	2.3	1.8	1.8	2.0	2.1	2.4
실업률	10.4	10.1	9.4	9.1	8.5	7.9	7.4	7.0

자료: 「Country Insight Snapshot France Sep. 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.7.

□ 무역통상 환경

- GDP에서 수출과 수입이 차지하는 비중은 유럽 내에서 낮은 수준
 - 프랑스는 자국산 제품의 우수한 품질로 인해 수입산 제품에 대한 소비성향이 높지 않음
- 주요 산업은 자동차, 항공, 화학, 전기, 식품제조, 기계, 금속, 섬유, 관광업
- 근로자 임금이 상대적으로 높음
 - 프랑스의 시간당 임금은 유럽에서 5번째로 높음³⁾
- EU 차원에서 다수의 아시아 국가와 FTA 협상 체결을 추진 중
 - EU-일본 간 FTA가 7월 타결되었고, 현재 유럽의회의 승인 절차가 진행 중임 (2019년 중반 발효될 전망)
 - 미국-EU 간 FTA 협상이 난항을 겪는 가운데 EU는 아시아 국가와 FTA 체결을 진행 중
- 정치적으로는 최근 프랑스 전역에 유류세 인상 반대를 이유로 반정부 시위가 확산 되었으며, 결국 프랑스 정부는 유류세 인상을 철회
 - 강도 높은 정부 개혁으로 최근 몇 개월간 대통령 지지율이 추락하였으며, 향후 마크롱의 친기업 성향의 정책 노선도 난관에 봉착할 것으로 전망
- 2018년 12월, 독일 국경 근방의 크리스마스 마켓으로 유명한 스트라스부르에서 테러가 발생하여 5명이 사망
 - 프랑스의 테러 발생률은 유럽 내에서 평균 수준이나 최근 몇 년 동안 파리와 지방 도시에서 테러 발생이 빈번히 발생하고 있음
 - 범죄율은 낮은 편

3) 자료: 유로스타트(1위 덴마크, 2위 벨기에, 3위 스웨덴, 4위 룩셈부르크 순)

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
위험	<ul style="list-style-type: none"> • 프랑스 경기체감지수(Economic Sentiment Indicator)가 2017년 12월 이후 하락세를 보이며 2018년 6월 113.0P → 109.6P로 하락 • 2018년 4월 발생한 철도노조 파업으로 운송 관련 기업들은 타격을 입은 바 있음 • 철도, 항공, 해상운송에서 최근 2년간 잦은 파업이 발생 • 2018년 10월 유류세 인상에 반대하며 시작된 전국적인 반정부 시위 도중 인명 피해까지 발생하였으며, 결국 프랑스 정부는 유류세 인상을 철회하였으나, 향후 마크롱 대통령의 개혁 정책 노선에는 빨간 불이 켜진 상황 • 브렉시트와 관련하여 영국과 인접한 프랑스 북부 칼레(Calais), 불로뉴(Boulogne), 덩케르크(Dunkirk) 항구에서 통관지체가 발생할 가능성 상존 • 자연재해는 거의 없는 편이나 여름(6월-8월) 가뭄으로 인해 수로가 닫히며 물자 공급에 영향을 미칠 수 있음(수로는 프랑스에서 중요한 운송 수단) • 일본이 EU와 2018년 7월 FTA를 체결하였으며 이로 인해 관세 및 비관세 부분에서 상당수의 무역 장벽이 제거될 것으로 예상 • 근로자 해고 방지법과 높은 임금 등의 경직된 근로 시장으로 근로자 생산성 향상보다 임금 상승률이 더 높음 • 프랑스 국내기업들의 제품 품질이 높기 때문에 다수의 프랑스인은 자국 제품을 사용
기회	<ul style="list-style-type: none"> • 유로화를 쓰는 국가로 환율이 상대적으로 안정되어 있음 • GDP와 인구 규모를 고려할 때 유럽에서 두 번째로 큰 국가임 • 1인당 GDP는 약 40,000달러로 높은 수준이며 국가 내 소득 격차도 주요 이슈가 아님(단, 벨기에, 독일, 이탈리아, 스페인 대비 프랑스의 소득 격차는 높은 편임) • 견고한 산업기반, 농업 자원, 세계적 수준의 인프라와 숙련된 노동력 보유 • 파업 상황에도 불구하고 국영철도기업(SNCF)에 대해 강도 높은 개혁을 단행 • 2018 Doing Business 보고서에서 프랑스에서 수출입 통관 소요 시간은 190개국 중 1위로 평균 1시간으로 조사됨(EU 평균 12.2시간, OECD 평균 15.1시간)

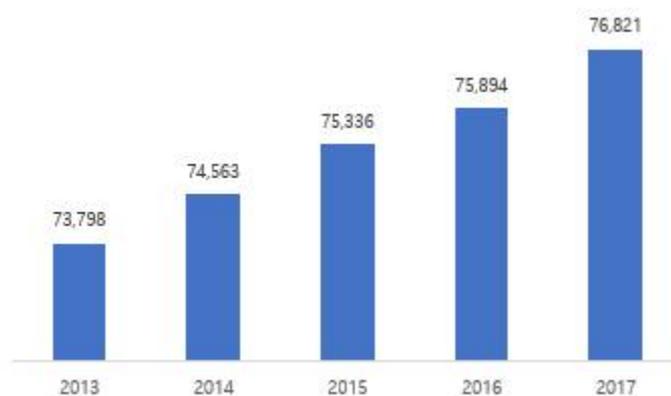
자료: 「Country Insight Snapshot France Sep. 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.7.

2. 가공식품 산업 현황

- 2017년 기준 프랑스의 가공식품 매출액은 약 768억 달러로, 전년 대비 1.2% 증가하였으며, 최근 5년간(2013-2017년) 연평균 증가율은 1%를 기록
 - 프랑스 가공식품 시장에서 냉동식품, 유제품은 이미 포화 상태임
 - 2013년 말고기 파동⁴⁾, 2016년 곡물의 살충제 오염 논란, 2017년 살충제 달걀 사건 등 농식품 스캔들이 연이어 발생함에 따라 식품에 대한 소비자 신뢰도가 저하되었으며, 해당 식품의 매출에도 부정적 영향을 미침
 - 이에 따라, 유기농 및 천연 건강 가공식품에 대한 관심과 및 매출 증가⁵⁾

표 1.2 프랑스 가공식품 매출액 추이(2013-17년)

(단위: 백만 유로, %)



자료: 「Packaged Food in France」, Euromonitor International, 2018.12.

- 2017년 기준, 프랑스의 식품 가공 기업은 약 1만 8,000개
 - 수출 실적에 있어 식품 산업이 타 산업 부문을 앞서고 있으며, 프랑스의 식품 산업 규모는 유럽 연합 내 상위 3위권 이내에 속함
 - 2017년 식품 가공 산업 부문은 GDP의 1.7%를 차지
 - 한편, 2017년 가공식품 수입은 전년 대비 5.6% 증가⁶⁾

4) 쇠고기 냉동 가공식품에 수입산 말고기를 섞어 햄버거 패티와 미트볼, 파스타 등으로 대거 유통시킨 사건으로, 2013년 1월, 아일랜드 식품위생 당국이 쇠고기 가공제품에서 말고기 유전자를 발견하면서 시작된 말고기 파동은 프랑스를 비롯한 유럽 전역에서 큰 파장을 일으켰음. 2013년 12월에는 프랑스 남부 지역에서 의료 실험에 쓰인 수백 마리의 말을 식용 말고기로 유통시킨 사건이 발생하기도 하였음.

5) 자료: 「Packaged Food in France」, Euromonitor International, 2018.12.

6) 자료: 「France: Retail Foods 2018」, USDA, 2018.4.9.

□ 2017년 프랑스 소비자의 주요 구매 식품 품목은 가공식품과 간편식

- 2017년 기준 가계 소득 대비 식품 지출 비중은 20%
- 구매력 상승, 라이프 스타일 변화, 식품 가격 변동에 따라 식습관도 변화함
- 2017년 가공식품과 간편식이 주요 구매 품목으로 부상한 반면, 고기, 과일, 야채, 빵, 알코올 음료 구매는 감소

□ 한편, 프랑스 소비자는 간편식, 기능성 식품, 공정 무역 및 유기농 제품, 에스닉 푸드, 건강 및 슈퍼 푸드, 'free from' 식품 등을 더욱 선호하는 추세

- 업무 생산성 증시 경향, 단일 세대수 증가에 따라 간편식, 디저트, 베이킹믹스에 대한 수요가 증가
- 인구 고령화와 건강에 대한 인식 제고에 따라 건강 및 웰빙 제품뿐만 아니라 기능성 식품에 대한 수요가 급증하고 있음
- 프랑스는 유럽에서 두 번째로 큰 유기농 시장으로 공정 무역과 유기농 제품의 인기가 상승하는 중
- 에스닉 푸드, 건강 및 슈퍼 푸드, "free from" 식품(예를 들면, 글루텐 프리 또는 락토즈 프리), 현지에서 재배되는 식품들의 인기가 점점 더 높아지고 있음
- 정치적 이유 또는 생활 방식에 따라 구매를 결정하는 소비자의 비중이 높아지고 있음 (예를 들면, 비GMO, 자유방목 사육 계란, 채식주의, 비건 등)
- 생산 이력 추적 및 정보에 대한 소비자 요구가 더욱 높아지는 추세⁷⁾

7) 자료: 「France: Retail Foods 2018」, USDA, 2018.4.9.

3. 해초류 및 김⁸⁾ 산업 현황

□ 프랑스에서 생산되는 해초류의 90%는 브르타뉴 지방에서 생산되며 그 중 90%가 다시마로 식용김은 수입에 의존⁹⁾

- 2013년 기준 프랑스의 해초류 생산량은 약 7만 2,000톤으로, 대부분은 바이오 연료로 활용
- 2013년 기준 프랑스의 해초류 생산량은 약 7만 2,000톤으로, 유럽 생산량의 약 22%에 해당하고, 노르웨이(약 48%)에 이어 유럽 내 두 번째로 많은 생산량을 나타냄
- 해초류의 약 90%가 프랑스 서부의 브르타뉴 지방에서 수확되며, 해초류 가공 기업 역시 85%가 브르타뉴 지방에 분포
- 2013년 기준 전체 해초류 수확량의 약 90%(약 6만 4,500톤)는 다시마로 대부분은 바이오 연료로 활용되고, 김은 약 10톤에 불과하여 식용김은 수입에 의존하는 구조
- 동 보고서에 따르면, 해초류 관련 매출액은 약 4억 2,500만 유로임
- 매년 13만 톤의 해초류를 칠레, 필리핀, 탄자니아로부터 수입하였으며, 매년 2만 톤의 해초류를 유럽에 수출함

□ 해초류는 양식, 기계 채취, 수작업 등 다양한 방식으로 수확

- 2013년 기준 양식을 통한 해초류 수확량은 350톤에 불과함
- 가장 수확량이 많은 다시마는 바다에서 기계로 채취
- 간석지를 통한 수확량은 6-7000톤 수준이며, 약 400명의 전문가가 수작업으로 채취

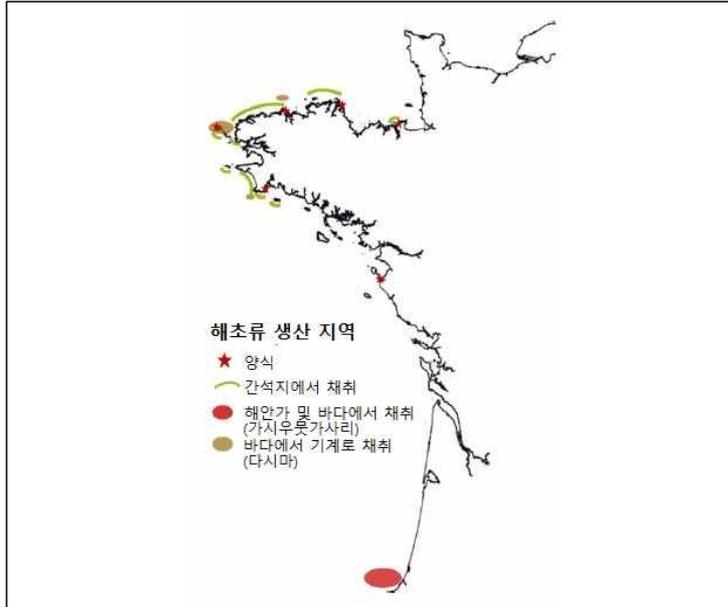
8) 프랑스어로 김은 algue(알그)라고 하나, 프랑스에서 김은 일본 음식인 스시나 마끼를 만들 때 필요한 재료로 인식하여 일본어로 김을 のり(노리)하는 데서 따와 제품명에도 주로 nori(노리) 또는 sushi nori(스시노리)를 사용하며, 종종 feuilles d'algues(쫀이유 달그: 직역하면 김종이라는 뜻)를 병행해서 사용하기도 함

9) 이 통계는 Agrocampus Ouest가 해초류 및 김 관련 산업에 관해 발간한 가장 최근의 보고서를 활용하였으며, 보고서 내 자료는 2015년 9월 29일에 업데이트되었음

자료: Marie Lesueur, Charline Comparini, 「La filière des algues dans le monde, en Europe, en France. Synthèse de résultats. Cellule études et transfert, AGROCAMPUS OUEST」 Agrocampus Ouest, 2016.7.12.

기사 자료: 'Les GMS, levier de consommation pour les algues', Produits de la Mer(PdM), 2016.11.8.

표 1.3 프랑스 연안의 해초류 생산 지역



3. 수출입통계 및 생산통계

수출입통계 및 생산통계 개요

❖ 구이김 관련 주요 수치

- 식용 해초류 및 기타 조류의 글로벌 수입 규모는 약 8억 달러(2017)
- 식용 해초류 및 기타 조류의 프랑스 수입 규모는 약 1억 1,000만 달러, 세계 12위(2017)
- 식용 해초류 및 기타 조류의 프랑스 수입 시장점유율 1위 중국(22.9%), 2위 칠레(18.7%), 3위 독일(17.5%)의 순이며, 한국은 5위(6.5%), 일본은 6위(2.6%)에 위치
- 한국산 구이김의 글로벌 수출액은 약 3억 달러, 수출량은 약 1만 2,000톤이며, 對프랑스 수출액은 약 500만 달러, 수출량은 약 230톤(2017)

❖ 통계 분석을 위해 사용한 구이김 관련 HS Code 분류

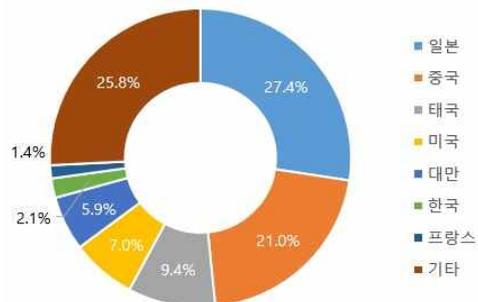
국가	HS CODE	품명
한국	2106.90.4010	김
프랑스	1212.21	식용 해초류와 기타 조류

❖ 식용 해초류 및 기타 조류의 글로벌 수입 규모(2017년)

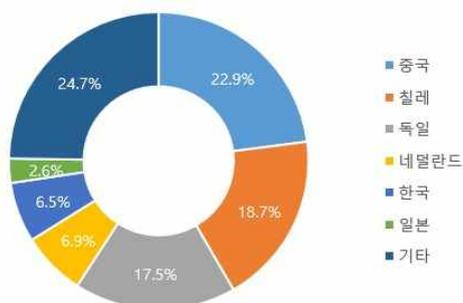
(단위: 천 달러)

수입국	2017
글로벌	805,707
1	일본 220,935
2	중국 169,258
3	태국 75,738
4	미국 56,170
5	대만 47,498
7	한국 16,938
12	프랑스 11,474

❖ 식용 해초류 및 기타 조류의 글로벌 수입 비중(2017년)



❖ 프랑스의 식용 해초류 및 기타 조류 국가별 수입 비중(2017년)



❖ 한국산 구이김의 글로벌 및 對프랑스 수출 통계(2017년)

(단위: 천 달러, 톤)

구분	2017	
	수출액	수출량
글로벌	300,341	12,360
對프랑스	5,058	226

1) 통계분석 기준 설정

□ 김 통계 기준 설정

- 글로벌, 프랑스, 한국의 해초류 및 김의 생산 통계 분석을 위해 유엔식량농업기구 (Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO)의 품목을 통계 기준으로 설정하였으며, 글로벌 및 프랑스의 식용 해초류 및 기타 조류 수입 통계와 한국산 김의 수출 통계 분석을 위해서는 HS Code를 통계 기준으로 설정

□ 글로벌 및 프랑스의 식용 해초류 및 기타 조류의 HS Code로 1212.21, 한국산 김의 HS Code로 2106.90.4010을 사용

- 글로벌 및 프랑스 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 1212.21(품목명: 식용 해초류 및 기타 조류)를 활용하였고, 한국산 구이김의 수출 규모를 파악하기 위해서 HS CODE 2106.90.4010을 통계 기준으로 설정
 - 김의 경우, 최근 세계관세기구(World Customs Organization, WCO) HS 위원회에서 ‘기타 조제식료품(제2106.90호)’에서 ‘식물의 기타 조제품(제2008.99호)’로 변경함에 따라 한-EU FTA 협정에서 조미김에 대해 한국은 HS Code 2008.99.9000, 프랑스는 HS Code 2008.99.9990으로 분류하는 것이 적합
 - 한편, 동 보고서에서는 수출입 통계 분석을 위해 기존의 HS Code를 활용하였으며, 향후 구이김 수출을 위한 HS Code와 관세 관련 정보는 동 보고서의 통관 및 제도 부분(p. 29)에서 세부적으로 기술함
 - 또한, 기존 HS Code 체계에서 김과 관련된 세 번이 다양하게 존재하나, 구이김은 마른김을 280°C에서 구워 조제한 것으로서 HS Code 2106.90.4010에 해당

표 1.4 구이김 관련 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준		
글로벌, 프랑스, 한국 생산 통계	FAO 통계자료	품명	자연 해초류(Wild seaweed), 양식 해초류(Cultured seaweed), 김(Laver(Nori))
글로벌 수입 통계	HS CODE	1212.21	식용 해초류 및 기타 조류
프랑스 수입 통계		1212.21	
한국산 수출 통계		2106.90.4010	김

표 1.5 통계 분석을 위해 사용한 구이김 관련 HS Code 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.4010	김
글로벌 및 프랑스	1212	해초류와 기타 조류
	1212.21	식용

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

표 1.6 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	http://www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po
	EU(프랑스) 관세율 검색 온라인시스템 TARIC	http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en

2) 글로벌, 프랑스, 한국의 해초류 및 김 생산 통계

(통계기준: 품명-자연 해초류(wild seaweed), 양식 해초류(cultured seaweed), 김(laver/nori)¹⁰⁾

□ FAO에 따르면, 2015년 기준 자연 해초류(wild seaweed)의 글로벌 생산량은 약 108만 7,000톤이며, 프랑스 생산량은 약 1만 9,000톤으로 1.8%의 비중을 차지하며 글로벌 순위 7위를 기록

- 자연 해초류의 글로벌 생산량은 5년간(2011-2015년) 감소 추세를 나타냄(연평균 성장률 -0.6%)
- 프랑스에서의 생산되는 대부분의 해초류는 자연 해초류이며, 5년간(2011-2015) 생산량이 크게 감소함(연평균 성장률은 -20.3%)
- 2015년 기준 한국의 자연 해초류 생산량은 7,826톤으로 1.7%의 비중을 차지하며 글로벌 순위 15위를 기록했고, 한국 역시 5년간(2011-2015) 생산량은 크게 감소함(연평균 성장률 -14.7%)

표 1.6 자연 해초류(wild seaweed)의 글로벌 및 국가별 생산량 추이(2011-15년)

(단위: 톤, %)

국가명	2011	2012	2013	2014	2015	글로벌 비중 (2017년)
글로벌	1,115,820	1,127,014	1,289,563	1,199,111	1,087,468	100
1 칠레	403,496	436,035	517,929	417,331	345,704	31.8
2 중국	274,060	257,640	283,010	245,550	261,770	24.1
3 노르웨이	152,382	140,998	154,150	154,230	147,391	13.6
4 일본	87,779	98,514	84,498	91,601	93,300	8.6
5 인도네시아	5,479	7,641	17,136	70,514	78,230	7.2
6 아일랜드	29,500	29,500	29,500	29,500	29,500	2.7
7 프랑스	47,307	41,229	69,126	58,512	19,110	1.8
13 한국	14,787	10,123	8,566	9,687	7,826	1.7

자료: FAO(www.fao.org)

10) 자료: 「GLOBEFISH RESEARCH PROGRAMME - The global status of seaweed production, trade and utilization」, FAO, 2018

- 2015년 기준 양식 해초류(cultured seaweed)의 글로벌 생산액과 생산량은 각각 약 48억 4,700만 달러, 약 1억 9,400만 톤이며, 중국이 전 세계 양식 해초류의 약 50%를 생산
 - 5년간(2011-2015년) 양식 해초류의 글로벌 생산량은 증가한 반면, 생산액은 감소
 - 2015년 기준 중국 양식 해초류의 생산액 및 생산량은 각각 약 24억 2,000만 달러와 약 1억 4,000만 톤으로 1위를 기록(글로벌 대비 생산액 및 생산량 비중: 49.9%, 48.1%)
 - 생산량 및 생산액 모두 2014년 큰 폭으로 감소했으며, 2015년 증가세로 전회하였으나 2011년에 못미치는 수준
 - 일본은 2015년 기준 양식 해초류 생산액 및 생산량이 각각 약 8억 1,000만 달러와 약 40만 톤으로 글로벌 순위에서 각각 3위와 6위를 차지(글로벌 대비 생산액 및 생산량 비중: 16.7%, 1.4%)
 - 생산량과 생산액 면에서 2012년에 최고치를 기록하였으나 이후 감소세
 - 2015년 기준 한국의 양식 해초류 생산액 및 생산량은 각각 약 4억 4,000만 달러, 약 120만 톤으로 모두 글로벌 4위를 기록
 - 생산량과 생산액 면에서 매년 증가하고 있는 추세(글로벌 대비 생산액 및 생산량 비중: 9.1%, 4.1%)
 - 프랑스의 경우, 양식 해초류 생산액 및 생산량에 대한 통계 수치가 없었는데, 프랑스에서는 대부분 자연 해초류가 생산됨에 따라 양식 해초류의 생산 비중(0.1% 미만)이 매우 미미하기 때문인 것으로 분석

표 1.7 양식 해초류(cultured seaweed)의 글로벌 및 국가별 생산액 추이(2011-15년)

(단위: 천 달러, %)

국가명	2011	2012	2013	2014	2015	글로벌 비중 (2017년)
글로벌	5,373,521	6,333,161	6,490,720	5,760,527	4,846,891	100
1 중국	2,502,025	2,852,190	3,040,904	2,307,646	2,420,653	49.9
2 인도네시아	1,143,653	1,347,538	1,742,233	1,653,108	842,852	17.4
3 일본	994,352	1,397,119	933,056	863,568	807,300	16.7
4 한국	344,276	391,705	411,137	496,496	440,575	9.1
5 필리핀	263,110	231,735	233,618	256,293	182,779	3.8
6 북한	66,645	66,645	66,645	73,350	73,350	1.5
7 말레이시아	21,919	23,616	25,672	63,752	33,577	0.7
8 칠레	25,118	9,512	27,702	33,104	29,282	0.6

자료: FAO(www.fao.org)

표 1.8 양식 해초류(cultured seaweed)의 글로벌 및 국가별 생산량 추이(2011-15년)

(단위: 톤, %)

국가명	2011	2012	2013	2014	2015	글로벌 비중 (2017년)
글로벌	20,785,191	23,555,401	26,862,752	27,354,942	28,962,828	100
1 중국	11,549,555	12,832,060	13,561,445	13,326,315	13,924,535	48.1
2 인도네시아	5,170,201	6,514,854	9,298,474	10,076,992	11,269,341	38.9
3 필리핀	1,840,833	1,751,071	1,558,378	1,549,576	1,566,361	5.4
4 한국	992,283	1,022,326	1,131,305	1,087,048	1,197,129	4.1
5 북한	444,300	444,300	444,300	489,000	489,000	1.7
6 일본	349,737	440,754	418,365	373,908	399,300	1.4
7 말레이시아	239,450	331,490	269,431	245,332	260,760	0.9
8 잔지바르	130,400	150,876	110,438	133,020	172,490	0.6

자료: FAO(www.fao.org)

□ 2015년 기준 양식 해초류 중 김의 글로벌 생산액과 생산량은 각각 약 9억 3,000만 달러와 약 68만 7,000톤으로 전체 양식 해초류 대비 각각 19.2%, 2.4%의 비중을 차지

- 전 세계 김 생산량 및 생산액은 각각 2013년과 2012년에 최고치를 기록하였으나 이후 감소세

표 1.9 양식 해초류(cultured seaweed) 중 김(nori)의 글로벌 생산액 추이(2011-15년)

(단위: 천 달러, %)

생산국	2011	2012	2013	2014	2015	비율
양식 해초류	5,373,521	6,333,161	6,490,720	5,760,527	4,846,891	100
김(Laver/Nori)	1,048,385	1,384,333	993,050	982,643	930,284	19.2

자료: FAO(www.fao.org)

표 1.10 양식 해초류(cultured seaweed) 중 김(nori)의 글로벌 생산량 추이(2011-15년)

(단위: 톤, %)

생산국	2011	2012	2013	2014	2015	비율
양식 해초류	20,785,191	23,555,401	26,862,752	27,354,942	28,962,828	100
김(Laver/Nori)	608,791	691,425	721,778	673,992	686,784	2.4

자료: FAO(www.fao.org)

3) 식용 해초류 및 기타 조류의 글로벌 수입 통계(통계기준: HS Code 1212.21¹¹⁾)

- 2017년 기준 글로벌 식용 해초류 및 기타 조류의 글로벌 수입액 1위는 일본(80.4%)이며, 프랑스는 12위(50.3%)
 - 2017년 기준 글로벌 수입액은 약 8억 달러로, 최근 3년간(2015-2017년) 연평균 성장률은 10.9%를 기록
 - 2017년 기준 글로벌 식용 해초류 및 기타 조류의 최대 수입국은 일본으로, 약 2억 2,000만 달러를 수입하였으며, 최근 3년간(2015-2017년) 연평균 성장률은 15.9%를 기록하며 큰 폭으로 증가
 - 2017년 기준 프랑스의 식용 해초류 및 기타 조류의 수입액은 약 1억 1,000만 달러로, 연평균 성장률 10.7%를 기록
 - 한국은 2017년 기준 수입액 약 1억 7,000만 달러로 7위를 차지

표 1.11 식용 해초류 및 기타 조류의 글로벌 수입 규모 추이(2015-2017년)

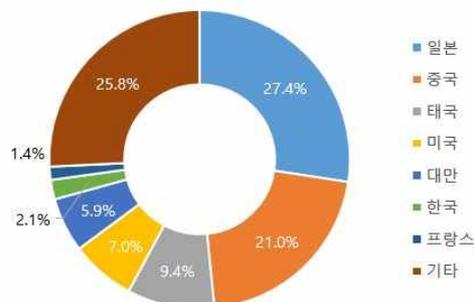
(단위: 천 달러, %)

수입국		2015	2016	2017	2015-2017년 연평균 성장률 ¹²⁾
		금액	금액	금액	
글로벌		654,564	664,173	805,707	10.9
1	일본	164,474	208,738	220,935	15.9
2	중국	125,613	118,551	169,258	16.1
3	태국	40,677	56,433	75,738	36.5
4	미국	77,028	54,182	56,170	-14.6
5	대만	44,084	43,556	47,498	3.8
7	한국	19,609	15,587	16,938	-7.1
12	프랑스	9,360	9,585	11,474	10.7

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.12 식용 해초류 및 기타 조류의 글로벌 수입 비중(2017년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

11) 식용은 HS Code 121221, 비식용은 HS Code 121229

12) 연평균성장률=(최신/최초연도)^{1/n-1}개년-1

4) 프랑스의 식용 해초류 및 기타 조류 수입 통계(통계기준: HS Code 1212.21)

- 2017년 기준 식용 해초류 및 기타 조류의 프랑스 시장점유율 1위는 중국(22.9%)이며, 프랑스는 12위(50.3%)
 - 2017년 기준 식용 해초류 및 기타 조류의 프랑스 수입 시장점유율 1위는 중국으로, 수입액은 약 260만 달러이며 최근 3년간(2015-2017년) 연평균 성장률은 -12.3%를 기록
 - 그 뒤를 이어 칠레와 독일이 각각 약 210만 달러와 약 200만 달러로 2, 3위를 차지하였으며, 연평균 성장률은 각각 -54.8%와 4254.3%로, 칠레로부터의 수입은 크게 감소한 반면, 독일로부터의 수입은 큰 폭으로 확대된 것으로 분석
 - 2017년 기준 한국으로부터의 수입액은 약 75만 달러로 5위를 차지하였으며, 연평균 성장률은 51.8%로, 2017년에 큰 폭으로 확대됨
 - 한편, 2017년 기준 일본으로부터의 수입액은 약 30만 달러로 9위를 차지

표 1.13 프랑스의 식용 해초류 및 기타 조류 국가별 수입 현황(2015-2017년)

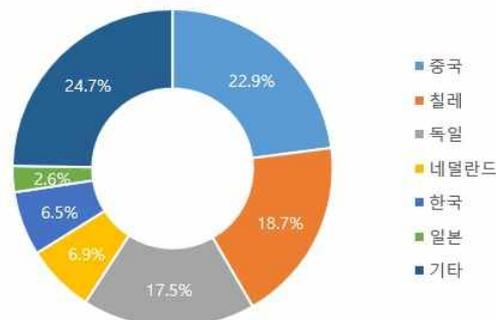
(단위: 천 달러, %)

수입국	2015	2016	2017	2015-2017년 연평균 성장률 ¹³⁾
	금액	금액	금액	
글로벌	9,360	9,585	11,474	10.7
1 중국	2,811	2,785	2,632	-3.2
2 칠레	3,197	2,626	2,149	-18.0
3 독일	304	379	2,006	156.9
4 네덜란드	614	575	795	13.8
5 한국	325	480	749	51.8
9 일본	249	236	304	10.5

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.14 프랑스의 식용 해초류 및 기타 조류 국가별 수입 비중(2017년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

13) 연평균성장률=(최신/최초연도)^{1/(n-1개년)}-1

4) 한국산 구이김의 수출통계(통계기준: HS CODE 2106.90.4010)

□ 2017년 기준 한국산 구이김의 글로벌 수출액은 약 3억 달러, 수출량은 약 1만 2,000톤으로 전년 대비 각각 26.8%, 8.4% 증가

○ 최근 5년간(2013-2017년) 수출량은 증감을 나타냈으나, 수출액은 지속적으로 증가

□ 2017년 기준 한국산 구이김의 對프랑스 수출액은 약 500만 달러, 수출량은 약 230톤

○ 수출액은 2016년까지 약 200만 달러 내외였으나 2017년 큰 폭으로 증가하여 500만 달러를 상회

표 1.15 한국산 구이김(HS Code 2106.90.4010)의 對글로벌 수출 현황(2013-2017년)

(단위: 천 달러, 톤)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
수출액 (연 증감률)	180,235 (17.8%)	202,466 (12.3%)	224,272 (10.8)	236,899 (5.6%)	300,341 (26.8%)
수출량 (연 증감률)	11,363 (10.0%)	11,230 (△1.2%)	12,438 (10.8)	11,404 (△8.3%)	12,360 (8.4%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

표 1.16 한국산 구이김(HS Code 2106.90.4010)의 對프랑스 수출 현황(2013-2017년)

(단위: 천 달러, 톤)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
수출액 (연 증감률)	1,928 (29.3)	2,113 (9.6)	2,964 (40.3)	2,494 (△15.9)	5,058 (102.8)
수출량 (연 증감률)	263 (△7.9)	258 (△1.8)	322 (24.8)	192 (△40.3)	226 (17.4)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드

1. 해초류 식품 소비자 동향
2. 스시 레스토랑 동향
3. 구이김 시장 트렌드

1.

시장 트렌드 개요

1. 해초류 식품 소비자 동향

- ❖ 한 해 해초류를 섭취한 사람이 58%, 이 중 한 달에 한 번 이상 정기적으로 섭취한 사람은 20%로, 해초류 소비자는 55세 미만의 식도락에 관심 있고 소득 수준이 높은 편에 속함
- ❖ 해초류 소비자의 91%는 외식을 통해 섭취하고, 테이크아웃으로 집에서 섭취하는 비중도 66%에 달하며, 김이나 말린 해초류 제품은 장보기 리스트에 포함되는 경우가 많음
- ❖ 소비자 유형별 조사에서 김(노리)과 신선 해초류 제품의 구매율이 높은 것으로 조사됨

2. 스시 레스토랑 동향

- ❖ 2015년 기준, 프랑스 본토에만 1,500여 개의 스시 레스토랑이 있고, 이 중 90%를 체인 기업이 운영하고 있으며, 2010년 이후로 스시 레스토랑의 인기가 줄어들음
- ❖ 대표적인 스시 체인점으로는 20년 이상의 역사를 가진 Sushi Shop과 Planet Sushi가 있으며, Sushi Shop은 110개의 매장, Planet Sushi는 70개의 매장을 운영 중
- ❖ 파리의 많은 스시 레스토랑은 중국인이 운영하고 있으며, 일본인이 운영하는 정통 일식 레스토랑은 소수에 불과하고, 거의 모든 스시 레스토랑에서 테이크아웃이 가능

3. 구이김 시장 트렌드

- ❖ 현지 조사원에 따르면, 최근 프랑스에서는 대형 마트 내 아시아 식품 진열대나 Shop-in-Shop 형태의 스시 매장에서 구이김 제품을 판매하고 있으나, 구이김 제품의 소비는 주로 일식 레스토랑에 가거나 스시나 마끼를 테이크아웃하여 집에서 먹는 식으로 이루어짐
- ❖ 현지 조사원에 따르면, 한 한인 마트에서 가장 판매 실적이 좋은 구이김 제품은 중저가의 10장 제품인데, 그 이유는 가격과 보관 문제 때문이며, 그 뒤를 이어 50장 제품이 잘 팔리는 것으로 조사됨
- ❖ Sushi Daily, 대형마트에 shop-in-shop 형태로 입점하여 프랑스 및 유럽 시장 공략

1. 해초류 식품 소비자 동향

- 한 해 해초류를 섭취한 사람은 58%, 이 중 한 달에 한 번 이상 정기적으로 섭취한 사람은 20%로, 해초류 소비자는 55세 미만의 식도락에 관심 있고 소득 수준이 높은 편에 속함
 - Agrocampus Ouest의 한 보고서¹⁴⁾에 따르면, 2013년 825명을 대상으로 한 설문조사에서, 한 해 해초류를 섭취한 사람이 58%, 이 중 한 달에 한 번 이상 정기적으로 섭취한 사람은 20%인 것으로 확인
 - 일반적으로, 해초류 소비자는 55세 미만으로 밝혀졌으며, 식도락에 관심 있고 소득 수준이 높은 편에 속한 것으로 분석됨
 - 해초류 소비자는 건강, 해초류라는 독특한 식재료, 간편성 등의 이유 때문에 해초류를 소비하는 것으로 조사됨

- 해초류 소비자의 91%는 외식을 통해 섭취하고, 테이크아웃으로 집에서 섭취하는 비중도 66%에 달하며, 김이나 말린 해초류 제품은 장보기 리스트에 포함되는 경우가 많음
 - 동 보고서에 따르면, 해초류 소비자의 91%는 일식 레스토랑을 포함한 레스토랑에서 해초류를 섭취하며, 66%는 집에서, 40%는 친구나 가족의 집에서 섭취
 - 집에서 해초류를 섭취하는 66%의 수치는 일식 포장 식품 및 해초류 식품의 대중화가 이루어진 것으로 분석 가능
 - 해초류 소비자의 절반 이상은 집에서 만들어 먹기 위해서 재료를 구입하지는 않는 것으로 조사됨
 - 그러나, 마른 미역이나 김과 같은 말린 해초류 제품과 조미료 등 아시아 식품에 대한 구매는 장보기 리스트에 포함되는 경우가 많은 것으로 조사됨
 - 레스토랑과 아시아 식품점이 해초류를 구매하는 주요 장소이며, 그 뒤를 이어 대형 마트, 유기농 상점을 이용하는 것으로 확인

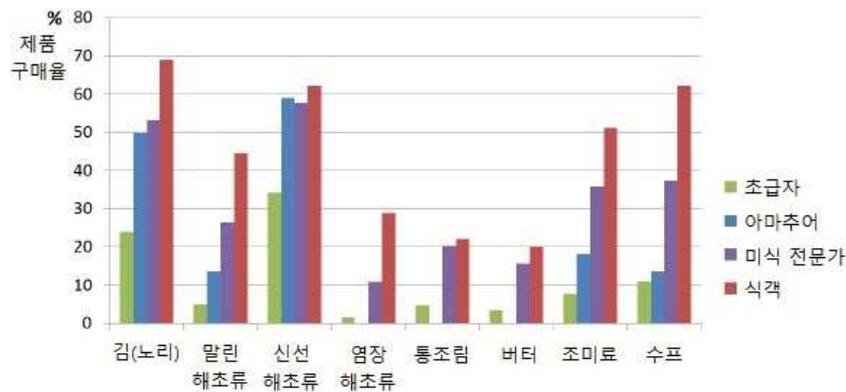
14) 이 통계는 Agrocampus Ouest가 해초류 및 김 관련 산업에 관해 발간한 가장 최근의 보고서를 활용하였으며, 보고서 내 통계 수치는 2015년 9월 29일에 업데이트되었음

자료: Quentin Le Bras, Léa Ritter, Dimitri Fasquel, Marie Lesueur, Sterenn Lucas, Stéphane Gouin Marie Lesueur, Charline Comparini, 「Etude de la consommation d'algues alimentaire : les freins à la consommation. Programme IDEALG Phase 1」, Agrocampus Ouest, 2016.7.19.

□ 소비자 유형별 조사에서 김(노리)과 신선 해초류 제품의 구매율이 높은 것으로 조사됨

- 해초류를 처음 맛보는 초급자나 해초류에 대한 지식이 아마추어 수준인 소비자는 주로 아시아 레스토랑에서 섭취함
- 미식 전문가는 해초류의 종류는 몇 가지 정도 알지만 소비 횟수는 적은 편
- 해초류에 대해 매우 잘 아는 식객 수준의 소비자는 전체 해초류의 89%를 소비하며, 이들은 해초류를 일상 음식으로 인식하고, 매우 자주 소비하는 것으로 조사됨
 - 연령대는 25-55세가 가장 많고, 주로 여성이며, 소득 수준이 높은 편이고, 주로 파리, 보르도, 렌(Rennes) 지방에 거주
- 소비자 유형에 따른 제품 구매율을 살펴보면, 식객 수준의 소비자가 김(노리)를 가장 많이 소비하며, 그 외 초급자 및 아마추어 수준의 소비자와 미식 전문가는 신선 해조류 다음으로 김을 가장 많이 소비하는 것으로 조사됨

표 2.1 프랑스 소비자 유형별 해초류 제품 구매율



자료: Acrocampus Ouest

2. 스시 레스토랑 동향

- 2015년 기준, 프랑스 본토에만 1,500여 개의 스시 레스토랑이 있고, 이 중 90%를 체인 기업이 운영하고 있으며, 2010년대 이후로 스시 레스토랑의 인기가 줄어들¹⁵⁾
 - 요식업 마케팅 및 컨설팅 업체인 Conseil GIRA에 따르면, 프랑스에서 소수의 체인 기업이 전체 스시 요식업 시장을 장악하고 있으며, 새로운 체인 업체가 진입하기가 쉽지 않은 상황
 - 스시 레스토랑의 인기는 2,000년대에 들어 상승하기 시작하여 2010년에 최고치를 달성한 이후로 하락하는 추세
 - 한편, 2016년 초, 마케팅 리서치 업체인 TNS Sofres가 실시한 설문조사에 따르면, 프랑스인의 22%가 한 달에 1번 이상 스시를 먹는 것으로 확인됨

- 대표적인 스시 체인점으로는 20년 이상의 역사를 가진 Sushi Shop과 Planet Sushi가 있으며, Sushi Shop은 110개의 매장, Planet Sushi는 70개의 매장을 운영 중
 - Sushi Shop은 런던에, Planet Sushi는 뉴욕과 마이애미에도 매장을 보유
 - Planet Sushi의 경우, 2013년에 경영난을 겪다가 최근 회복하고 있는 상황¹⁶⁾

- 파리의 많은 스시 레스토랑은 중국인이 운영하고 있으며, 일본인이 운영하는 정통 일식 레스토랑은 소수에 불과하고, 거의 모든 스시 레스토랑에서 테이크아웃이 가능
 - 파리에서 일본인이 운영하는 일식 레스토랑은 오페라와 루브르 박물관 사이에 많이 분포
 - 파리 전역에 분포된 일식 레스토랑은 대부분 중국인들이 운영

15) 'Restaurants de sushis en France : les faux-semblants de la sortie de crise', Marketing-Professionnel.fr, 2017.1.27.

16) 'LE MARCHÉ DU SUSHI EN FRANCE SUBIT D'IMPORTANTES CHANGEMENTS', Food & Sens, 2016.1.5. (foodandsens.com)

3. 구이김 시장 트렌드

- 현지 조사원에 따르면, 최근 프랑스에서는 대형 마트 내 아시아 식품 진열대나 Shop-in-Shop 형태의 스시 매장에서 구이김 제품을 판매하고 있으나, 구이김 제품의 소비는 주로 일식 레스토랑에 가거나 스시나 마끼를 테이크아웃하여 집에서 먹는 식으로 이루어짐
 - Carrefour나 Monoprix와 같은 대형 매장에서 판매하는 구이김 제품은 주로 중국산 김을 프랑스 기업이 수입하여 유통
 - Carrefour는 shop-in-shop 개념의 Sushi Daily라는 특별 코너에서 스시 제품을 비롯한, 스시 만드는 재료와 구이김을 함께 판매하며 스시의 대중화를 도모
 - Carrefour의 Sushi Daily 코너에서는 OEM 방식으로 제조한 한국산 한 종류의 구이김만 판매하고 있으며, 아시아 식품 진열대에서는 2종류의 중국산 구이김을 판매 중
 - Monoprix에서는 세계 식료품(épicerie du monde) 코너에서 구이김을 비롯한 김 제품을 판매
 - 한인 마트에서는 한국의 식품 대기업의 유명 브랜드나 중소 브랜드 제품의 소용량 제품을 판매 중
 - 중국 마트에서는 한국산 중소 브랜드나 중국산 브랜드의 대용량 제품을 판매 중
 - 구이김 제품의 소비는 주로 일식 레스토랑에 가거나 스시나 마끼를 테이크아웃하여 집에서 먹는 식으로 이루어지는 것으로 조사됨

- 현지 조사원에 따르면, 한 한인 마트에서 가장 판매 실적이 좋은 구이김 제품은 중저가의 10장 제품인데, 그 이유는 가격과 보관 문제 때문이며, 그 뒤를 이어 50장 제품이 잘 팔리는 것으로 조사됨
 - 매월 판매량은 10장 제품이 약 500개, 그 뒤를 이어 50장 제품이 50개 정도 판매되는데, 10장 제품이 가격 면에서나 보관 면에서나 가장 유리하기 때문인 것으로 조사됨
 - 구이김 제품은 브랜드가 중요한 구매 결정 요인은 아니지만, 꾸준히 입점되고 가격 대비 품질이 좋은 중소기업 제품들은 단골 손님으로부터 재구매율은 좋은 편이며, 적당한 가격과 품질의 균형이 중요하고, 첫구매를 유도하기 위해서는 포장이 중요
 - 고객층은 주로 일반인들이며, 국적은 한국인과 프랑스인이 대부분임

표 2.2 프랑스 오프라인 매장에서 판매하는 구이김 현황

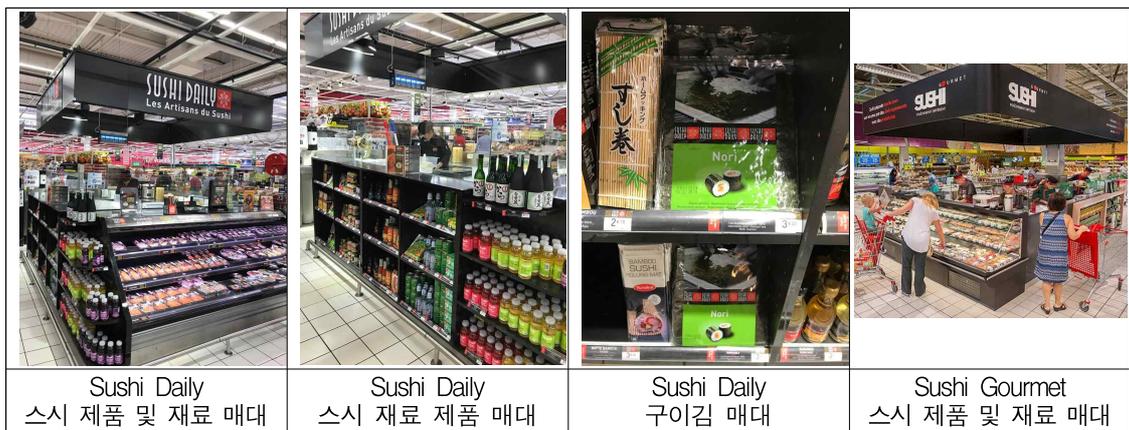
대형 유통채널			
			
<ul style="list-style-type: none"> - 중국산 - 프랑스 수입업체가 포장 및 유통 - 용량: 175g(7장) - 판매 매장: Carrefour, Monoprix 	<ul style="list-style-type: none"> - 중국산 - 프랑스 수입업체가 포장 및 유통 - 용량: 25g(10장) - 판매 매장: Carrefour 	<ul style="list-style-type: none"> - 한국산 - Sushi Daily France가 OEM으로 제조 - 용량: 25g(10장) - 판매 매장: Carrefour 내 Sushi Daily 코너 	
한인 마트			
			
<ul style="list-style-type: none"> - 한국산 - 한국 대기업 제품 - 용량: 20g(10장) - 판매 매장: K 마트, ACE 마트 	<ul style="list-style-type: none"> - 한국산 - 한국 대기업 제품 - 용량: 42g(20장) - 판매 매장: K 마트, ACE 마트 	<ul style="list-style-type: none"> - 한국산 - 중소 브랜드 제품 - 용량: 25g(10장) - 판매 매장: K 마트 	<ul style="list-style-type: none"> - 한국산 - 한국 대기업 제품 - 용량: 20g(10장) - 판매 매장: ACE 마트
중국 마트			
			
<ul style="list-style-type: none"> - 중국산 - 프랑스 유통사가 수입 - 용량: 140g(50장) - 판매 매장: SUPERMARCHE CITY STORE 	<ul style="list-style-type: none"> - 중국산 - OEM으로 제조 - 용량: 125g(50장) - 판매 매장: SUPERMARCHE CITY STORE, ACE 마트(한인 마트) 	<ul style="list-style-type: none"> - 한국산 - 중소 브랜드 제품 - 용량: 240g(100장) - 판매 매장: SUPERMARCHE CITY STORE, Tang Frères 	<ul style="list-style-type: none"> - 한국산 - 중소 브랜드 제품 - 용량: 270g(100장) - 판매 매장: SUPERMARCHE CITY STORE, Tang Frères

자료: 현지조사원

□ Sushi Daily, 대형마트에 shop-in-shop 형태로 입점하여 프랑스 및 유럽 시장 공략

- Sushi Daily는 유럽 전역 10개국 700개 이상의 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 등의 유통채널에서 Sushi Daily 코너를 운영하며 스시 제품을 직접 만들어 팔며, 중국산 및 일본산 쌀, 김, 간장, 식초, 김말이 도구 등 스시 만드는 제품과 주류, 식기를 함께 판매 중
- Sushi Daily의 공동 창업자 중 한 명은 한국인인 켈리 최씨로 프랑스 명문 그랑제꼴 출신의 제롬과 창업하였으며, 까르푸에는 2010년 8월에 처음 입점
- Sushi Daily 외에도 Sushi Gourmet라는 유사 브랜드가 프랑스를 포함한 유럽 8개국 내 Casino와 Leclerc 등 대형 유통업체 내에 shop-in-shop 형태로 입점
- Sushi Daily 사례의 시사점은 1) 유럽 현지인들의 소비 증가에 따른 현지 대형 유통업체의 역할이 증가될 전망 2) 농산물과 식문화를 결합하여 지속 가능한 수출 도모 3) 협업과 협력 중심의 문화적 접근 4) 일자리 중심의 민간 창업 촉진¹⁷⁾

표 2.3 Carrefour 내 Sushi Daily 코너 및 Leclerc 내 Sushi Gourmet 코너



자료: 현지조사원, www.marketing-pgc.com

17) 윤동진 주제네바대표부 공사참사관, '스시 데일리 사례에서 얻는 시사점', 나라경제, 2015년 5월호

[현지 인터뷰]

① 소비자 인터뷰 (프랑스인 2명, 한국인 3명)

구분	소비자 1	소비자 2
소비자 정보	국적: 프랑스인 나이: 24세 성별: 여성 직업: 부동산 직원 인터뷰 장소: Ace Mart	국적: 프랑스인 나이: 48세 성별: 여성 직업: 회사원 인터뷰 장소: Ace Mart
1. 김을 자주 구매하는지?	슈퍼에서 김은 본 적 있으나 구입은 잘 안 하는데, 스시 만드는 방법을 모르기 때문	거의 안 하는데, 초밥 만드는 방법을 몰라서 김 구입을 거의 안함
2. 김 구입 시 고려사항은?	김은 구입하지 않지만, 건강에 좋다고 들어서 유기농 식품 전문점에 가서 김으로 만든 건강 식품을 구입한 적 있음	해당사항 없음
3. 수입 김 중 선호하는 것은?	김에 대해 잘 몰라서 선호하는 브랜드 또한 없음	해당사항 없음
4. 한국산 김을 구입한 경험이 있는지? 한국산 김에 대한 이미지와 인식은?	잘 모르지만, 한국 식품은 종종 구입함	자세히는 모르지만, 한국 식품은 종종 구입함
5. 스시를 사 먹거나 만들어 먹는지?	종종 레스토랑에 가서 먹거나 포장한 것을 슈퍼에서 구입함	레스토랑에서 먹거나 포장해서 집에서 먹음
구분	소비자 3	소비자 4
소비자 정보	국적: 한국인 나이: 45세 성별: 여성 직업: 피아노 강사 인터뷰 장소: Ace Mart	국적: 한국인 나이: 20세 성별: 여성 직업: 유학생 인터뷰 장소: K 마트
1. 김을 자주 구매하는지?	두 달에 한 번 정도 구매함	프랑스에서는 김을 구입하지 않고, 한국에 나갈 때마다 가져옴
2. 김 구입 시 고려사항은?	한국산 김만 구입함	맛을 중시함
3. 수입 김 중 선호하는 것은?	한국산만 신뢰하여 한국산 김만 구입함	한국에서 파는 한국산 김을 선호함
4. 한국산 김을 구입한 경험이 있는지? 한국산 김에 대한 이미지와 인식은?	한국산 김이 안전하다고 생각함	프랑스에서는 없으나, 한국산 김이 품질이 좋다고 생각함
5. 스시를 사 먹거나 만들어 먹는지?	주로 김밥을 해 먹고, 또는 연어나 아보카도 등 한 가지 내용물만 넣어서 마끼를 만들어 먹음	주로 레스토랑에서 먹거나, 포장 제품을 사서 집에서 먹음

구분	소비자 5
소비자 정보	국적: 한국인 나이: 26세 성별: 여성 직업: 유학생 인터뷰 장소: K 마트
1. 김을 자주 구매하는지?	한국 김만 구입함
2. 김 구입 시 고려사항은?	가격 먼저 보고 다음으로 품질을 보고 구입
3. 수입 김 중 선호하는 것은?	다른 나라 김은 구입을 안 해봐서 비교 불가
4. 한국산 김을 구입한 경험이 있는지? 한국산 김에 대한 이미지와 인식은?	한국 김이 먹어본 것이라 가장 익숙함
5. 스시를 사 먹거나 만들어 먹는지?	김밥만 해 먹으며, 스시는 포장 제품을 구매하여 집에서 먹음

② 담당자 인터뷰

구분	소비자 5
담당자 정보	국적: 한국인 나이: 30세 말-40대 초로 추정 성별: 여성 직업: 한인 마트 직원 인터뷰 장소: 온라인 인터뷰
1. 김 판매량은?	매월 10장 제품이 약 500개, 그 외 50장 제품이 약 50개 판매됨
2. 주로 판매되는 인기 제품은?	10장 제품이 가격 면에서도 구매를 결정하는데 용이하고 장기 보관할 필요가 없는 점에서 가장 많이 판매됨. 특별히 브랜드 선호도가 중요한 결정 요인은 아니지만 꾸준히 입점되고, 가격 대비 품질이 좋은 중소기업 제품들은 단골 고객들의 재구매율이 높은 편.
3. 주요 고객층은?	일반인들이 주로 구매하고, 국적으로 분류하면 한국인들과 프랑스인임
4. 한국산 김에 대한 인식은	가격 대비 품질이 우수하다고 인식
5. 김에 대한 고객들의 구매 성향은?	중저가 제품이 가장 판매량이 많지만, 사용해 보고 만족하지 못하면 재구매로 이어지지 않음. 적당한 가격과 적당한 품질의 균형이 중요함. 첫구매를 위해서는 포장이 중요함.



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

통관 및 검역 개요

❖ 프랑스(EU) 가공식품 수입통관 프로세스

- 프랑스를 포함한 EU 소속국가¹⁸⁾로 가공식품을 수출하기 위해서는 다음의 수출입 프로세스를 이행
- EU 회원국 간에는 EU 공통 관세규정 사용
- 역내상품 이동 면세, 역외상품 수입 공동관세를 부과
- 국가별로 통관 소요시간이나 비용은 상이
- 관련 기관
 - EU집행위원회 관세총국(Taxation and Customs Union)
 - 수사당국(OLAF: European Anti-Fraud Office): 수출입 통관 관련 각종 사기, 기타범죄 등 검증활동 시행

번호	프로세스	주요내용	체크사항
1	수출계약	- 거래선(바이어) 발골 - 계약 진행	-
2	수출 전 절차	- 제출 서류 준비 - Taric Code 확인 - EORI 번호 발급 - 적하목록 사전신고(Entry Summary Declaration, ENS) 제출	- 통관대행업체 고용(Taric Code): 특혜관세 등 관세율, 상업 및 농업 규정 등의 정보 제공 - 원산지 사전심사제도(Binding Origin Information, BOI): EU 회원국은 세관절차가 완료된 물품의 원산지를 사전에 서면으로 증명하며 이를 사전에 준비
3	물품 반입	- 물품 보세구역 반입 - 도착 보고 - 하역 및 검사	-
4	수입신고	- 수입신고서(Single Administrative Document, SAD) - 준비 서류 - 원산지증명서	-
5	통관	- 세금 납부 - 식품검사 및 식물검역 - 라벨링, 식품성분 분석, 샘플링	-
6	반출	- 수입신고 수리 및 관세납부 이후 보세구역에서 물품 반출	-

❖ 가공식품 통관 절차



관세 및 세금 개요

❖ 프랑스 HS CODE 2008.99.9990의 관세율(2018년 기준)

HS CODE	품명	기본세율	한-EU FTA	원산지 결정 기준
2008.99.9990	기타 조제식료품	18.4%	0%	모든 호(그 제품의 호는 제외한다)에 해당하는 재료로부터 생산된 것. 다만, 해당 물품의 생산에 사용된 제 17류에 해당하는 모든 비원산지 재료의 가격이 해당 물품의 공장도 가격의 30%를 초과하지 않은 것에 한정한다.

❖ 프랑스 부가가치세 정보

부가세(Value Added Tax) 20% 부과

❖ 프랑스 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 사우디아라비아를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세 비교(한국 FTA기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인 가능
- 3) 프랑스의 경우 해당 HS CODE에 대한 관세율을 유럽연합 웹사이트에서 직접 조회 가능하며, 'European Commission > Trade > Market Access database > EU Tariffs'에서 수출국을 한국으로 지정하고, HS Code를 입력하면 기본세율 및 한-EU FTA 세율도 한 번에 볼 수 있음

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	EU Tariffs	madb.europa.eu

자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

1. 통관 및 검역

1) 통관 및 검역 절차¹⁹⁾

□ 수출 전 절차

① EORI 번호 발급

- o EU 국가에 수출하기 위해서는 선적 전 EORI 번호²⁰⁾를 발급받아야 하며, 프랑스의 경우에는 프랑스 통관 관련 웹사이트인 <https://pro.douane.gouv.fr/>에서 계정 개설 후 전자발급신청이 가능함

② 물품 도착 전 적하목록 사전제출(Entry Summary Declaration, ENS)

개념	한국→EU 수출 화물의 운송인은 화물 적재 24시간 전에 EU의 최초 도착항 관할 세관에 ENS 제출 의무(2010년 12월 31일 최초 시행)	
취지	적하목록의 사전검토를 통한 우범화물에 대한 공급망 관리 및 보안 강화 목적	
제출시기	운송 수단에 따른 ENS 제출시기	
	구분	세관 통보시한
	컨테이너 해상화물(단거리 제외)	출발지에서 선적 전 24시간 전
	벌크화물(단거리 제외)	EU 영역 최초 항구 도착 4시간 전
	단거리 해상화물	EU 영역 최초 항구 도착 2시간 전
	단거리 비행(4시간 이내)	비행기 실제 이륙시간까지
	장거리 비행(4시간 초과)	비행기가 EU영역 최초 공항 도착 4시간 전
	철도/운하	EU 영역 내의 세관 도착 2시간 전
육로	EU 영역 내의 세관 도착 1시간 전	
제출정보	운송인이 관할 세관에 제출해야 하는 정보 - 화물 상세 정보(물품명, HS Code, 컨테이너 번호 등) - 화물 운송인, 송하인, 수하인 등의 인적 정보(AEO ²¹⁾ 인증 여부 포함 - 운송 항로 등 운항 정보	
벌칙	다음에 해당하는 경우 과태료 부과 대상(2012년 1월 1일 이후 시행) - 기한 내 적하 목록 미제출(1회 이상) - 적하 목록 허위 제출(3회 이상)	

18) EU 회원국: 네덜란드, 덴마크, 독일, 라트비아, 루마니아, 룩셈부르크, 리투아니아, 몰타, 벨기에, 불가리아, 스웨덴, 스페인, 슬로바키아, 슬로베니아, 아일랜드, 에스토니아, 영국, 오스트리아, 이탈리아, 체코, 크로아티아, 키프로스 공화국, 포르투갈, 폴란드, 프랑스, 핀란드, 헝가리

19) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

20) 우리나라의 사업자등록번호와 유사한 것으로, EU 회원국 내에서 역내에서 공통의 번호에 의한 관세 관련 경제주체 관리를 효과적으로 하기 위해 도입되었으며, 해당 번호를 발급받아야 생산, 수출입, 유통 등 경제활동이 가능함

21) AEO(Authorized Economic Operator: 수출입안전관리우수공인업체)

□ 물품 반입

보세 구역 물품 반입	EU 지역 수입 물품의 통관 前 반입 장소(보세 구역) - 세관 지정 세관 사무소 - 세관 지정 내지는 승인한 기타 장소 - 자유지역(Free Zone) 상기 장소에서의 물품 반출, 검사 및 샘플 채취 등은 세관 허가 대상
도착보고	수입물품 도착 보고 - 아래 해당자는 보세구역 반입 즉시 도착신고서 작성 및 제출 의무 <ul style="list-style-type: none"> • 수입물품 운송인 및 대리인 • 통관 절차 이행 대리인 • 보세구역 운영인 등
하역 및 검사	수입물품 하역 및 환적은 원칙적으로 세관 허가 대상 - 긴급 사유 발생 등 예외적인 경우에 한하여 세관 즉시 통지 후 수입물품 하역 및 환적 가능 - 검사, 샘플 채취 및 운송 수단 검사 목적으로 세관은 수입물품의 하역 또는 포장 개봉 요구 가능

□ 수입신고

- 화물이 반입된 후, 수입신고는 EU국가의 공통수입신고서 양식인 SAD 양식을 인터넷으로 전송하고, 그밖에 필요한 선적서류는 세관에 직접 방문하여 제출하는 방식으로 진행됨
- 프랑스는 통관단일창구를 운영하고 있어 import license, 수입신고 등 모두 Guichet Unique National - GUN (<https://pro.douane.gouv.fr>)에서 이루어짐

신고대상	EU 지역으로 수입되는 비역내산 물품(= 비공동체 물품: Non-community goods)								
수입 신고인	수입물품의 화주(납세의무자) 및 그 대리인(통관 대리인, 관세사)								
신고 방식	수입신고서(SAD: Single Administrative Document)의 신고 방식 - 세관의 통관 시스템 전송 방식(인터넷) - 서면 신고서 세관 제출 방식								
서류제출	제출서류 - 필수 제출 서류: 선하증권(Bill of landing), 상업송장(Invoice), 포장명세서(Packing List) 등 - 선택 제출 서류: 원산지신고서-Origin Declaration: FTA 특혜 관세 적용 목적), 수입신고 가격결정 근거 서류(계약서 등), 수출국 식품 위생증명서 등 제출시기 - 원칙: 수입 신고와 동시에 제출 - 예외: 수입 신고 이후 제출(수입신고인의 요청 및 그에 따른 세관의 승인이 있는 경우에 한함)								
수입 신고 수리	납세의무자가 제출한 수입신고서가 형식적 요건을 충족하는 경우 세관은 지체 없이 이를 수리								
심사 및 물품검사	세관은 일부 수입신고 수리 건에 대하여 납세의무자에게 아래 사항을 추가적으로 요구 - 기 제출된 수입신고서 관련 서류 검증 및 추가 자료 제출 - 수입 물품검사, 분석 및 샘플 채취 - 물품 검사 시, 통관서류 및 수출국에서 발행된 위생증명서를 함께 제출 위생증명서 주요 내용 <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>주요 내용</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>위생증명서 정의</td> <td> - 해당 식품이 위생적으로 생산, 가공되어 품질관리법에 의한 검사에 합격하였음을 증명하는 문서로서, 식품의약품안전처(식품안전나라 웹사이트 주소 참조)에서 발급 가능 - 수수료 없이 전자신청으로 발급 </td> </tr> <tr> <td>필요서류</td> <td>- 영업등록증, 품목제조보고서, 수출신고필증, 선적서류, 공인인증서</td> </tr> <tr> <td>식품안전나라 웹사이트</td> <td>- https://www.foodsafetykorea.go.kr</td> </tr> </tbody> </table>	구분	주요 내용	위생증명서 정의	- 해당 식품이 위생적으로 생산, 가공되어 품질관리법에 의한 검사에 합격하였음을 증명하는 문서로서, 식품의약품안전처(식품안전나라 웹사이트 주소 참조)에서 발급 가능 - 수수료 없이 전자신청으로 발급	필요서류	- 영업등록증, 품목제조보고서, 수출신고필증, 선적서류, 공인인증서	식품안전나라 웹사이트	- https://www.foodsafetykorea.go.kr
구분	주요 내용								
위생증명서 정의	- 해당 식품이 위생적으로 생산, 가공되어 품질관리법에 의한 검사에 합격하였음을 증명하는 문서로서, 식품의약품안전처(식품안전나라 웹사이트 주소 참조)에서 발급 가능 - 수수료 없이 전자신청으로 발급								
필요서류	- 영업등록증, 품목제조보고서, 수출신고필증, 선적서류, 공인인증서								
식품안전나라 웹사이트	- https://www.foodsafetykorea.go.kr								

□ 관세 납부

관세 납부	납세의무자는 관세 납부 대상 물품에 대하여 보세구역 반출 前 당해 관세를 납부 또는 담보 제공 의무
-------	---

□ 반출

반출	수입신고 수리 및 관세 납부(담보 제공)가 이루어진 물품은 다음의 경우를 제외하고는 원칙적으로 보세구역에서 즉시 반출 가능 - 정해진 기간 내에 수입물품 검사를 수행하지 못한 경우(단, 수입신고인의 귀책사유에 한함) - 납부기한 내에 관세 납부 또는 보증이 이루어지지 못한 경우 등
----	---

2) 프랑스(EU 국가 수출 시 유의사항²²⁾)

□ EU 회원국에서 통일적으로 적용되는 하기의 식품 관련 규정을 준수해야 함

- 유럽 의회 및 이사회 규정 (EC) No 178/2002에 명시되어 있는 식품법의 일반 원칙 및 요건
- 유럽 의회 및 이사회 규정 (EC) No 852/2004 및 853/2004 (OJ L-139 30/04/2004) (각각 CELEX 32004R0852, CELEX 32004R0853)에 따른 일반 식품 위생 규정 및 동물 원료 식품에 대한 위생 명세
- 식품 내외부의 잔유물, 농약, 수의학 및 오염원 존재에 관한 조치
- 유전자 변형 식품과 사료, 생물 단백질 및 미확인 식품에 관한 특별 조항
- 특정 인구 그룹(예: 영유아)의 구체적인 영양학적 요건을 충족시키기 위한 특정 그룹의 식료품(예: 미네랄 워터, 코코아, 급속동결식품) 및 식품에 관한 특별 규정
- 사료 재료, 합성 사료 및 특정한 영양적 용도가 있는 사료에 대한 구체적인 판매 및 라벨 표시 요건
- 식품과 접촉하는 재료 및 품목에 관한 특별 규정

22) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr), 유럽연합(ec.europa.eu/food/safety/general_food_law_en)

3) 관세율

□ HS Code 2008.99.9990에 해당하는 관세율 적용

- 조미김의 경우 최근 세계 관세기구(WCO) HS 위원회에서 ‘기타 조제식료품(2106.90호)’에서 ‘식물의 기타 조제품(2008.99호)’로 변경함에 따라 한-EU FTA 협정에서 조미김에 대해 HS 2008.99호로 분류함
- 한국의 경우 관세율표상 조미김에 대한 별도의 특혜된 세 번이 존재하지 않으며 기타 세 번인 제2008.99-9000호로 분류함
- 프랑스의 경우 유럽연합의 공통 HS CODE를 적용하며 김밥용 김, 스시 김 등 조미 김에 대해 특혜된 세번이 존재하지 않기 때문에 2008.99 세번 중 기타 세번인 2008.99.9990호로 분류함
- 프랑스 국내로 김밥용 김, 스시김을 수입 시 기본세율은 18.4%이며, 한-EU FTA협정 세율을 적용할 경우 0%이므로 원산지 결정요건과 직접운송원칙 요건을 충족하는 경우 특혜원산지 증명서를 자율발급 받아 협정세율을 적용받는 것이 유리함
- 추가로, 프랑스 수입 시 관세뿐만 아니라 부가가치세도 함께 납부하여야 하며 부가가치세율은 20%임

표 3.1 프랑스 구이김의 HS Code 및 관세율

HS CODE	품명	기본세율	한-EU FTA	원산지 결정 기준
2008.99.9990	기타 조제식료품	18.4%	0%	모든 호(그 제품의 호는 제외한다)에 해당하는 재료로부터 생산된 것. 다만, 해당 물품의 생산에 사용된 제 17류에 해당하는 모든 비원산지 재료의 가격이 해당 물품의 공장도 가격의 30%를 초과하지 않은 것에 한정한다.

2. 인증정보

1) 원산지신고서(선택)

□ 원산지신고서²⁴⁾

표 3.4 프랑스 구이김 수출 시 원산지신고서 발급 방법

구분	주요 내용
증명서명	원산지신고서(Origin Declaration)
성격	선택
발급자	수출자 / 6,000유로 이상 인증 수출자 - 수출자가 EU로 건당 6,000유로 초과 수출 시 세관으로부터 '인증수출자 인증 번호'를 부여받은 인증수출자에 한해 한-EU FTA 관세 혜택을 받기 위한 원산지증명서 자율발급 가능 - 6,000 유로 이하 수출물품의 경우에는 인증수출자가 아니더라도 수출업체가 서명한 원산지증명서 자율발급 가능
한-EU FTA 원산지신고서 발급방식	자율발급: 협정이 정하는 방법과 절차에 따라 수출자가 당해 물품에 대하여 원산지를 확인하여 작성한 후 서명하여 사용하는 제도
소요기간	2일
유효기간	1년
사용언어	한글, EU 당사국 언어
원산지신고서 자율발급시 수출자 의무사항	서명권자 지정 및 서명카드 비치(고시 별지 제9호 서식) - 서명권자 변경 또는 추가: 서명카드에 새로운 서명권자의 서명·부서명·직책·성명·지정일·사유 기재 - 서명권자 해제: 서명카드에 해제일자 및 사유 기재
자율발급 원산지신고서 작성 방법	<ul style="list-style-type: none"> - 한-EU FTA 원산지증명서는 정형화된 서식이 아닌, 원산지신고서 문안을 송품장, 인도증서 또는 그 밖의 상업서류에 인증수출자 번호를 기재하고 수출자가 서명 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <ul style="list-style-type: none"> • 한국어본: 이 서류(세관인증번호.....)의 적용대상이 되는 제품의 수출자는, 달리 명확하게 표시되는 경우를 제외하고, 이 제품은의 특혜원산지 제품임을 신고한다. • 영어본: "The exporter of the products covered by this document(customs authorization No.....) declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of preferential origin" </div> - 작성방법 <ul style="list-style-type: none"> • 인증수출자인 경우 인증번호를 기재, 인증수출자가 아닌 경우 빈칸으로 두거나 생략 가능 • 해당 물품의 원산지를 기재 • 수출자의 성명을 정확하게 적고 서명. 다만, 유럽연합 당사자와의 원산지 관련 의정서 제16조 제 5항에 따라 원산지 인증수출자가 수출국 관세 당국에 서면확인서를 제출한 경우 서명과 서명을 기재하지 않을 수 있음 • 유럽연합 당사자와의 원산지 관련 의정서 부속서 2-가에 따라 별표 9 제5호에 규정된 원산지 결정기준을 적용받기 위해서는 "Derogation-Annex II(a) of Protocol"이란 문구를 기재
원산지신고서 대장 기재 및 보관의무	<ul style="list-style-type: none"> - 수출자, 생산자 또는 수입업자 원산지증명서를 자율 발급하는 경우, 원산지 증명서 작성대장에 기록 관리(FTA관세특례법 시행규칙 별지 제7호 서식) - 원산지신고서 등 원산지 증명서류는 5년간 보관

24) 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr), 관세청종합솔루션(www.customs.go.kr)

□ 인증수출자 제도

- 인증수출자제도란 관세당국이 원산지증명 능력이 있다고 인증한 수출자에게 원산지 증명서 발급권한(한-EU FTA) 또는 첨부서류 제출 간소화 혜택을 부여하는 제도를 말함

표 3.5 인증 수출자 혜택

협정	인증 전	인증 후
한-EU	- 6,000유로 이하 수출물품에 대하여만 원산지 신고서 작성 가능	- 6,000유로 초과 물품을 수출할 경우 인증 수출자에 한하여 원산지증명서 발급 가능

○ 인증수출자의 종류 및 상세 내용

- 많은 품목을 여러 협정국가에 수출하거나, 향후 EU로 수출이 예상될 경우 업체별 인증을 받는 것이 유리
- 적은 품목을 특정 국가(아세안 지역, 인도)로 수출하고 EU 지역 수출이 적은 경우에는 인증절차가 간단한 품목별 인증을 받는 것이 유리

표 3.6 업체별 및 품목별 원산지인증수출자 비교

구분	업체별 원산지인증수출자	품목별 원산지인증수출자
혜택	모든 협정, 모든 품목	인증받은 협정별, HS 6단위
유효기간	5년	5년(법규준수도에 따라 차등 적용 가능)
인증기관	서울세관, 부산세관, 인천세관, 대구세관, 광주세관, 평택세관	
인증기준	협정별 원산지증명능력 및 법규준수도	협정별 원산지증명능력 및 법규준수도
인증요건	<ul style="list-style-type: none"> - 원산지관리시스템 또는 원산지증명능력 보유 - 원산지증명서 작성대장 비치 관리 여부 - 원산지관리전담자 지정 및 운영 여부 - 최근 2년간 원산지조사 거부사실 無 - 최근 2년간 서류보관의무 위반 無 - 최근 2년간 원산지증명서 부정발급 無 	<ul style="list-style-type: none"> - 해당품목(HS6단위)원산지결정기준 충족 여부 - 원산지증명서 작성대장 비치 관리 여부 - 원산지관리전담자 지정 및 운영 여부
혜택범위	전체 협정, 전체 품목	인증 심사받은 협정, 인증 품목(HS 6단위)
인증혜택	1회 인증으로 인증수출자의 모든 수출물품에 대해 C/O 발급절차 간소화 가능(모든 협정에 적용)	품목별 인증을 통해 인증 품목에 대해 C/O 발급절차 간소화 가능(인증 협정에만 적용)

○ 인증수출자 인증심사 기준

- 인증수출자는 스스로 인증일 기준 매 1년마다 자율적으로 인증사항에 대한 내용을 검토하여 그 결과를 세관에 제출하는 ‘자율점검’을 수행하여야 하며, 인증내용의 변경사항이 있는 경우에도 관할 세관에 변경신청을 해야 함
- 유효기간이 도래하면 인증 만료 30일 전까지 연장신청을 통해 인증사항을 연장 가능

2) 식품안전경영시스템(ISO22000)²⁵⁾

□ ISO 22000은 직접 또는 간접적으로 식품공급사슬에 관여하는 모든 조직에 적용하는 식품안전관리시스템(FSMS)에 대한 요구사항을 명시

- 직접 또는 간접적으로 관여하는 단체는 사료 생산자, 동물 사료 생산자, 야생 동식물 수확자, 농부, 재료 생산자, 식품 제조업체, 소매업자 및 식품 서비스, 요식업 서비스, 청소 서비스를 제공하는 조직을 포함하지만 이에 국한하지는 않음
 - 운송, 보관 및 유통 서비스, 장비 공급업체, 세척 및 소독제, 포장재료 및 기타 식품 접촉 재료 등이 포함됨
- 이 문서는 소규모 농장 및 개발이 덜 된 조직(예: 소규모 농장, 소형 포장업자, 유통 업체, 소규모 소매점, 또는 음식 서비스 소매점)을 포함한 모든 조직이 FSMS에 외부 개발 요소를 구현할 수 있도록 함
- 내부 및/또는 외부 자원을 사용하여 이 문서의 요구사항을 충족시킬 수 있음

표 3.7 ISO 22000 인증 방법

인증명	ISO 22000	
인증설명	식품안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전 예방 관리하는 자율적인 식품안전관리 시스템으로, 고객 만족을 위해 식품안전경영시스템 수립 및 운영할 수 있는 국제적인 인증	
발행기관	한국국제규격인증원(KIC), 한국품질보증원(KQA), AFAQ EAQA Korea	
성격	선택 인증	
제출서류	- 심사 신청서 - 사업자 등록증	
비용	종업원수, 현장심사 시간, 개별 HACCP 조사 건수, 관련 경영시스템 보유 여부, 사업장 수에 따라 상이	
소요기간	종업원수, 현장심사 시간, 개별 HACCP 조사 건수, 관련 경영시스템 보유 여부, 사업장 수에 따라 상이	
유효기간	3년	
발급절차	1) 등록 신청서 작성 - 생산방법, 관리, PRP 등 인증범위 내 프로세스 활동에 대한 샘플 심사 2) 인증 심사 1단계 - 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000를 준수하는지 확인 - 시스템 규격의 준수 정도 문서화 - 수행상태 및 인증범위 확인 - HACCP 계획 및 절차서, 직원 능력 및 지식 테스트 - 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행 4) 한글 및 영문 인증서 발행 3) 인증 심사 2단계 5) 사후 심사관리 정기적으로 실시	
주요내용	- 의도된 용도에 따라 안전한 제품 및 서비스를 제공하는 FSMS를 계획, 이행, 운영, 유지, 업데이트 - 적용 가능한 법적 및 규제적 식품 안전 요구사항 준수 입증 - 상호 합의된 고객의 식품 안전 요구사항을 평가하고 사정하며 그들과의 적합성을 입증 - 식품 안전 문제를 식품 사슬 내의 이해당사자들에게 효과적으로 전달 - 조직이 명시된 식품안전정책을 준수하는지 확인 - 관련 이해당사자와의 적합성을 입증 - 외부 조직에 의해 FSMS의 인증 또는 등록을 구하거나 이 문서에 대한 자체 평가 또는 자체 신고	
유의사항	매년 사후 심사를 받는 조건으로 유효기간 3년	



25) 한국품질보증원 (www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)

3) 식품안전관리인증기준(HACCP)²⁶⁾

표 3.8 식품안전관리기준 인증 개요

인증/검사명	HACCP	
발행/검사기관	식품의약품안전처	
성격	권장	
인증설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부 	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기간	3년	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)을 파악 5) 모든 유해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치 	

26) Hazard Analysis and Critical Control Point

4) 유기농업인증(AB)

표 3.8 유기농업인증(AB) 개요

인증/검사명	Agriculture Biologique(유기농업)	
발행/검사기관	프랑스 유기농 식품청 (Agence Bio)	
성격	권장	
인증설명	재배부터 유통까지 과정의 95-100%가 친환경적으로 진행된 경우 발급되는 인증	

3. 라벨링

라벨링 정보 개요

❖ 판매 중인 구이김 라벨링 예시



(앞면)



(뒷면)

(앞면)-영어

- ▶ 제품명
- ▶ 순중량

(뒷면)-프랑스어/영어 병기

- ▶ 사용지침
- ▶ 원재료 종류 및 함량
- ▶ 저장조건
- ▶ 순중량
- ▶ 영양표시
- ▶ 원산국
- ▶ 수입사
- ▶ 제조사
- ▶ 유통기한

자료: 현지조사원

❖ EU 식품 라벨링 의무 표기사항

번호	항목
1	식품명
2	원재료 목록
3	알레르기나 과민반응을 일으킬 수 있는 원재료나 보조물
4	원재료 함량 및 분류
5	순중량
6	최소보존일(date of minimum durability) 또는 소비기한(use by date)
7	특정 저장조건 및/또는 사용조건
8	식품 사업자 성명, 상호명, 주소
9	원산국 또는 생산지
10	사용지침
11	알코올 함량이 1.2% 이상인 음료의 경우, 실제 알코올 도수
12	영양성분

□ 일반 라벨링 규정

- 프랑스에서 포장 식품의 라벨링은 2014년 11월 13일에 적용된 EU ‘소비자 식품정보(Food Information to Consumers, FIC)’ 규정 No. 1169/2011²⁷⁾을 따름
- 라벨링에 사용되는 언어는 회원국 소비자가 쉽게 이해할 수 있는 언어로 표기하며, 식품이 판매되는 회원국은 자국 영토 내에서 회원국의 공식 언어 중 하나 이상을 사용
 - 프랑스에서 판매되는 모든 제품의 라벨링은 프랑스어 또는 프랑스어 포함 다국어로 표기되어야 함
- 최소한 다음과 같은 필수 정보를 포함

표 3.9 EU 식품 라벨링 의무 표기사항

번호	항목	설명
1	식품명	식품의 정식 명칭. 정식 명칭 부재 시, 관례상 명칭을 사용 관례상 명칭이 부재하거나 사용되지 않는 경우, 설명적 명칭 제공
2	성분 목록	중량이 높은 순으로 모든 원재료를 기재
3	알레르기나 과민반응을 유발 성분이나 첨가물	알레르기나 과민반응을 일으킬 수 있는 특정 성분
4	성분 함량 및 분류	식품 제조 시 사용된 원재료의 함량 및 분류
5	순중량	액체 제품의 경우, 리터, 센치리터, 밀리리터와 같은 부피 단위, 여타 제품은 킬로그램 또는 그램과 같은 질량 단위를 사용
6	최소보존일(date of minimum durability) 또는 소비기한(use by date)	미생물학적 관점에서, 부패하기 쉽고 짧은 시일 내에 인체 건강에 즉각적인 위험을 초래할 가능성이 있는 식품의 경우, 최소보존일(date of minimum durability)을 소비기한(use by date)으로 대체
7	특정 저장조건 및/또는 사용조건	특별한 저장조건 및/또는 사용조건이 필요한 경우, 그 조건을 표시. 포장 개봉 후 식품의 적절한 보관 또는 사용을 위해 저장조건 및/또는 소비시한(time limit for consumption)을 적절히 표시
8	식품 사업자 이름, 상호명, 주소	식품 제조업자 또는 수입업자 이름 및 주소
9	원산국 또는 생산지	원산국 또는 생산지 기재 필수 식품의 원산국 또는 생산지가 주 원재료의 것과 다를 경우, 주 원재료의 원산국 또는 생산지를 기재해야 하며, 식품 원재료와 다름을 기재
10	사용지침	사용방법 부재 시 식품의 이용이 어려울 경우
11	알코올 함량이 1.2% 이상인 음료의 경우, 실제 알코올 도수	부피에 따른 알코올 도수 표시에 관한 규칙은 CN 코드 2204로 분류된 제품의 경우, 해당 제품에 적용되는 특정 EU 규정을 따름
12	영양성분	에너지양, 지방, 포화지방산, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 필수 기재

27) REGULATION(EU) No 1169/2011 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 25 October 2011

4. 위생요건

□ 식품첨가물 규제

- 프랑스는 EU 회원국에 속하며 ‘유럽의회 및 유럽이사회 규정(EC) No 1333/2008: 식품 첨가물에 관한 규정’²⁸⁾을 따름
 - 식품첨가물 규정은 포지티브 리스트 원칙에 의거하여 승인된 첨가물만 사용 가능
 - EU가 인가한 식품첨가물에는 E number 부여
- 관련 기관은 EU 유럽식품안전청(European Food Safety Authority, EFSA)
- 구이김은 EU 식품유형에서 ‘19.4 조미김’과 같은 기준을 따르며, 유럽연합 문서 내 품목코드는 N019-004, 식품유형은 ‘가공한 생선 및 수산품(연체류 및 갑각류 포함)’에 속함
- 구이김에 대한 식품첨가물 허용치는 ‘Kati농식품수출정보 웹사이트>제도>식품첨가물’에서도 검색 가능
 - 물질구분에 식품첨가물, 국가선택에 유럽연합(EU), 식품유형에 수산가공식품류 하위 분류인 조미김을 선택하여 검색함

□ 유해물질 기준

- 프랑스의 식품 유해물질 잔류허용기준은 유럽위원회 규정(EC) No 2073/2005: 식품 및 미생물에 관한 규정²⁹⁾, 유럽위원회 규정(EC) No 1881/2006: 식품 및 오염에 관한 규정³⁰⁾을 따름
- 구이김에 대한 유해물질은 ‘Kati농식품수출정보웹사이트>제도>식품첨가물>유해물질’에서도 검색 가능
 - 물질구분에 식품첨가물, 국가선택에 유럽연합(EU), 식품유형에 수산가공식품류 하위 분류인 조미김을 선택하여 검색함

표 3.10 구이김에 적용되는 유해물질 함량 기준

물질명	식품유형	함량정보
Erucic acid	식물성 유지를 첨가한 식품 (영아용 조제식 및 성장기용 조제식은 제외)	50 µg/kg / * 개요표 Note 1 참고 / 최대 수준은 음식에서 지방 성분의 지방산의 전체 수준에 따라 계산된 에루크산 수준을 나타낸다.
Glycidyl fatty acid ester (GE)	식물성 유지 첨가 식품	1000 µg/kg (4.2.2 식품(영아, 성장기 조제식) 제외, 식물성원료)
Melamine	영아용 조제식 및 성장기용 조제식을 제외한 모든 식품	2,5 (mg/kg) / * 개요표 Note 48 참고 / 멜라민 및 그와 구조적으로 유사한 것 포함

28) Regulation(EC) No 1333/2008 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2008 on food additives

29) Regulation (EC) No 2073/2005 on Microbiological Criteria for Foodstuffs - Information for Manufacturers/Processors

30) COMMISSION REGULATION (EC) No 1881/2006 of 19 December 2006 setting maximum levels for certain contaminants in foodstuffs



IV. 경쟁제품

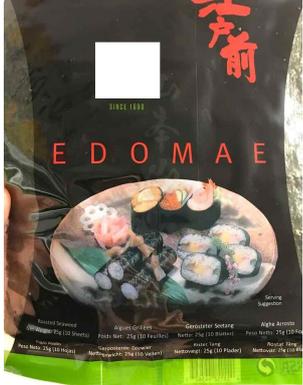
1. 경쟁제품 선정 기준
2. 경쟁제품별 분석

경쟁제품 온·오프라인(현지) 조사 개요

대표 제품 분석 결과

	<p>온·오프라인 전체 조사제품 가격 분포</p>	<p>오프라인: 7장(17.5g)(중국산): 2.69유로(약 3,400원) 10장(25g)(중국산): 2.21유로(약 2,800원) 10장(20g)(한국산): 2.95유로(약 3,800원) 10장(25g)(한국산): 3.50유로(약 4,500원) 50장(125g)(한국산): 12.5유로(약 16,000원) 100장(240g)(한국산): 13.95유로(약 17,900원)</p> <p>온라인: 5장(14/17/20g)(일본산): 9.95/9.16/4.1유로 (약 12,700원/약 11,700원/약 5,300원) 10장(50g/140g)(일본산): 6.65/16.5유로 (약 8,500원/약 21,100원) 20장(20g)(일본산): 6.9유로(약 8,800원) 50장(100g/125g)(일본산): 31.6/29.9유로 (약 40,500원/약 38,300원) 10장(22g)(한국산): 4.56유로(약 5,800원) 50장(125g)(한국산): 13.11유로(약 16,800원)</p>
---	--	---

대표 제품 상세 분석

		
<p>제품명: TANOSHI ALGUE NORI 제조사: Bjorg Bonnetterre et Compagnie(프랑스 기업) 원산국: 중국 특징: - 스시용 - 뒷면에 마끼 레시피 소개 조사 매장: Monoprix, Carrefour 용량: 17.5g(7장) 가격: 2.69유로</p>	<p>제품명: HIDEKO YAKI SUSHI NORI 제조사: STPI Co., Ltd. 원산국: 중국 특징: - 100% 방사무늬김으로 제조 - 뒷면에 마끼 레시피 소개 조사 매장: Carrefour 용량: 25g(10장) 가격: 2.21유로</p>	<p>제품명: 구이김 제조사: Y사 원산국: 한국 특징: - 뒷면에 마끼 레시피 소개 용량: 25g(10장) 가격: 3.60유로</p>

- Carrefour나 Monoprix와 같은 대형 매장에서 판매하는 구이김 제품은 중국산 김을 프랑스 기업이 수입하여 유통
- 한인 마트에서는 한국의 식품 대기업의 유명 브랜드 제품과 한국산 중소 브랜드 제품을 주로 판매
- 중국 마트에서는 주로 한국산 중소 브랜드나 중국산 중저가 브랜드를 판매
- 프랑스 온라인 쇼핑몰인 bienmanger.com에서는 일본산 브랜드, amazon.fr에서는 한국, 중국, 일본 브랜드 모두를 판매하며, 가격은 오프라인 구이김 제품보다 높고 품질이 좋은 제품을 판매하는데, 프랑스인은 식품을 온라인 구매를 통하지 않고 직접 마트에 가서 구매하는 것을 선호하는 경향이 있음

1. 경쟁제품 선정 기준

□ 분석기준 및 지표설정

- 현지조사원이 직접 프랑스 내 대형 마트, 한인 마트, 중국 마트를 방문하여 현지 시장 조사 실시

□ 온라인 쇼핑몰 선정

- 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 프랑스 온라인 쇼핑몰 중 유명 온라인 매장을 방문하여 현지 온라인 시장 조사 실시

□ 분석기준 및 지표 설정

- 제품 상세 속성에서 공통으로 확인되는 원산지, 용량(매수), 가격 등의 항목으로 분석

□ 대표 방문매장

○ 오프라인:

- 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓: Carrefour, Monoprix
- 한인 마트: K마트, Ace 마트
- 중국 마트: Tang Frères, City Store

○ 온라인:

- BienManger.com(www.bienmanger.com), Amazon.fr(www.amazon.fr)

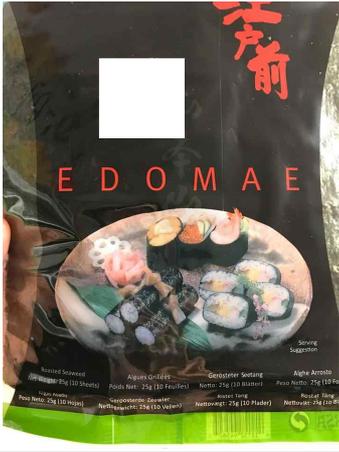
2. 경쟁제품 분석

① 오프라인³¹⁾

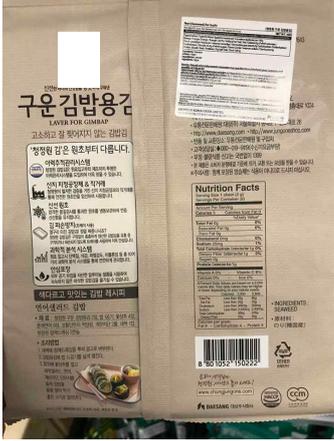
구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Bjorg Bonnetterre et Compagnie	STPI Co., Ltd.
	제품명	TANOSHI ALGUE NORI	HIDEKO YAKI SUSHI NORI
	원산국	중국	중국
	제품특성	- 스시용 - 뒷면에 마끼 레시피 소개 - 유통사: Bjorg et Compagnie	- 100% 방사무늬김으로 제조 - 뒷면에 마끼 레시피 소개 - 수입사: ERIDAN SAS
	포장 용기	비닐	비닐
	조사 오프라인 매장	모노프리(MONOPRIX) 파리(Paris) 까르푸(Carrefour) 라 호셀(La Rochelle)	까르푸(Carrefour) 라 호셀(La Rochelle)
	용량(g)	17.5g(7장)	25g(10장)
	제품가격	2.69유로(약 3,400원)	2.21유로(약 2,800원)
인증	-	-	

31) 오프라인 조사는 현지에 거주하고 있는 현지조사원 조사를 기반으로 한 현지조사 데이터

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	MIHARU	Sushi Daily France가 OEM으로 제조
	제품명	焼きのり FEUILLE D'ALGUES ROASTED SEAWEED	구이김
	원산국	중국	한국
	제품특성	- 뒷면에 마끼 레시피 소개	- 뒷면에 7개 국어로 김밥 만드는 방법과 영양성분 기재
	포장 용기	비닐	비닐
	조사 오프라인 매장	SUPERMARCHÉ CITY STORE (중국 마트) 오베르빌리에(Aubervilliers)	까르푸(Carrefour) 라 로셴(La Rochelle) Sushi Daily 코너 내 매대
	용량(g)	140g(50장)	25g(10장)
	제품가격	-	3.50유로(약 4,500원)
	인증	-	-

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	A사	Y사
	제품명	구이김	구이김
	원산국	한국	한국
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 100% 한국산 원료 사용을 강조 - 원초생산, 가공, 유통 3단계 관리 공법 SCP(Safe&Clean Process) 공법 사용을 강조 	<ul style="list-style-type: none"> - 뒷면에 마끼 레시피 소개
	포장 용기	비닐	비닐
	조사 오프라인 매장	K 마트(한인마트) 파리(Paris)	K 마트(한인마트) 파리(Paris)
	용량(g)	20g(10장)	25g(10장)
	제품가격	-	3.60유로(약 4,600원)
인증	-	-	

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	K사(OEM)	J사
	제품명	구이김	구이김
	원산국	한국	한국
	제품특성	- OEM으로 제조하여 유통 및 판매	- 두 번 구운 김밥김임을 강조 - 뒷면에 레시피 소개
	포장 용기	비닐	비닐
	조사 오프라인 매장	SUPERMARCHE CITY STORE (중국마트) 오베르빌리에(Aubervilliers)	ACE 마트(한인마트) 파리(Paris)
	용량(g)	125g(50장)	20g(10장)
	제품가격	12.50유로(약 16,000원)	2.30유로(약 2,900원)
	인증	-	-

구분		제품 #9	제품 #10
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	A사	S사
	제품명	구이김	구이김
	원산국	한국	한국
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 연어샐러드 김밥 레시피 소개 - 이력추적관리시스템, 산지 지정 공장제&직거래, 신선 원료, 김 파손방지, 과학적 분석 시스템, 안심포장을 강조 	<ul style="list-style-type: none"> - 뒷면에 스시용 밥짓는 법과 맛살 마키 레시피 소개
	포장 용기	비닐	비닐
	조사 오프라인 매장	K 마트(한인마트) 파리(Paris)	Tang Frères(중국마트) 파리(Paris)
	용량(g)	40g(20장)	240g(100장)
	제품가격	4.58유로(약 5,900원)	13.95유로(약 17,900원)
인증	-	-	

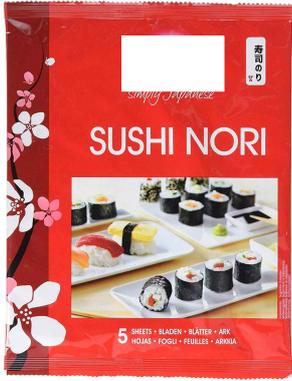
구분		제품 #11
제품 이미지	제품 이미지 (앞)	
	제품 이미지 (뒤)	
제품 스펙	제조사	USA
	제품명	구이김
	원산국	한국
	제품특성	- 뒷면에 마키 레시피 소개 - 금색 비닐 포장으로 차별화
	포장 용기	비닐
	조사매장	SUPERMARCHE CITY STORE(중국마트) 오베르빌리에(Aubervilliers)
	용량(g)	270g(100장)
	제품가격	-
인증	-	

② 온라인

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 스펙		
	제조사	Christine Le Tennier	Umami Paris
	제품명	Nori - Feuilles de sushi	Feuilles de sushi Nori grillée Yakinori
	원산국	일본	일본
	제품특성	- 일본산 김으로 제조 - 초밥 레시피 소개	- 일본산 김으로 제조 - 비타민, 미네랄, 단백질이 풍부함을 강조
	포장 용기	비닐	비닐
	온라인 매장	www.bienmanger.com	www.bienmanger.com
	용량(g)	20g(5장)	100g(50장)
	제품가격	4.10유로(약 5,300원)	31.60유로(약 40,500원)
	인증	-	-

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제조사	Umami Paris	Sanpuku
제품 스펙	제품명	Feuilles de sushi Nori grillée Yakinori Premium	Demi feuilles Nori Hyogo qualité premium
	원산국	일본	일본
	제품특성	- 일본산 고품질 김으로 제조	- 일본산 김으로 제조 - 반으로 자른 크기 - 초밥 레시피 소개
	포장 용기	비닐	비닐
	조사매장	www.bienmanger.com	www.bienmanger.com
	용량(g)	50g(10장)	20g(20장)
	제품가격	6.65유로(약 8,500원)	6.90유로(약 8,800원)
	인증	-	-

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제조사	Yamamotoyami	Golden Turtle
제품 스펙	제품명	SUSHINORI (qualité super premium)	YAKI SUSHI NORI
	원산국	일본	일본
	제품특성	- 미네랄(칼슘, 마그네슘), 미량 원소(철, 구리, 요오드), 비타민 및 항산화 물질이 풍부함을 강조	- 초밥 및 마키용 김임을 강조
	포장 용기	비닐	비닐
	조사매장	www.amazon.fr	www.amazon.fr
	용량(g)	125g(50장)	140g(10장)
	제품가격	29.90유로(약 38,300원)	16.50유로(약 21,100원)
	인증	-	-

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	Arche Naturprodukte GmbH(독일)	A사
	제품명	Sushi Nori	구이김
	원산국	일본	한국
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 방사무늬 김(porphyra yezoensis ueda)으로 제조 - 유기농 - 無글루텐, 無유당 	<ul style="list-style-type: none"> - 마끼용 - 뒷면에 마끼 레시피 소개 - 유통사: Ethnic Distribution
	포장 용기	비닐	비닐
	조사매장	www.amazon.fr	www.amazon.fr
	용량(g)	17g(5장) x 2봉	14g(5장)
	제품가격	18.32유로(약 23,500원)	9.95유로(약 12,700원)
	인증	Vegan	-

구분		제품 #9	제품 #10
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	D사	D사
	제품명	구이김	구이김
	원산국	한국	한국
	제품특성	- 한국산 김으로 제조 - Gold 마크 표시	- 비타민(B1, B6, C), 섬유질, 철, 요오드가 풍부하게 함유되어 있음을 강조
	포장 용기	비닐	비닐
	조사매장	www.amazon.fr	www.amazon.fr
	용량(g)	125g(50장)	22g(10장)
	제품가격	13.11유로(약 16,800원)	4.56유로(약 5,800원)
인증	-	-	



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정 기준
2. 경쟁사 현황 분석

1. 경쟁사 선정 기준

□ 방법론 01. 오프라인 매장 조사

- ‘구이김’에 대한 현지조사원 조사 실행
- 현지유통채널 방문
- 오프라인:
 - 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓: Carrefour, Monoprix
 - 한인 마트: K마트, Ace 마트
 - 중국 마트: Tang Frères, City Store

□ 방법론 02. 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드: 김, 구이김, 스시김(nori, feuilles d’algues, sushi nori, feuille de sushi 등)
- 온라인 쇼핑몰 분석
 - BienManger.com(www.bienmanger.com), Amazon.fr(www.amazon.fr)

□ 두 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

프랑스 기업(중국산)	프랑스 기업(일본산)	한국 기업(한국산)	
		S사	D사
Bjorg Bonneterre et Compagnie(TANOSHI)	Umami Paris		
		-	-
온·오프라인 판매	온라인 판매	온라인 판매	온라인 판매

2. 경쟁사 현황 분석

□ Bjorg Bonneterre et Compagnie(TANOSHI)

기업 개요			
 	<p>- TANOSHI 브랜드의 모기업은 Bjorg Bonneterre et Compagnie로 1963년 Robert Bonneterre가 설립하였으며, 주로 유기농 원료로 만든 제품을 생산</p> <ul style="list-style-type: none"> • 모기업 Bjorg Bonneterre는 BJORG, Bonneterre, ALTER ECO, CLIPPER, GEYELORD HAUSER, TANOSHI 등 14개 브랜드 소유 • Certified B Corporation, ISO 14001 인증, BIO ENTREPRISE DURABLE LABEL, Site électriquement VERT, Le Troman 인증을 보유하고 있으며, 약 1,000개의 제품이 유기농 라벨을 보유하고 있음 • 생산하는 제품 비중은 유기농 제품 78%, 인터내셔널 식품 15%, 식이요법 식품 7% • 매년 120개의 신제품을 출시하고 있으며, 그 중 80%가 유기농 제품 <p>- Tanoshi 브랜드는 ISO 22000과 IFS BRC를 보유</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tanoshi 브랜드의 스시 재료로 구이김, 스시용 쌀, 스시 키트 등이 있음 • Tanoshi 브랜드 김은 프랑스의 대다수의 오프라인 대형 매장(Carrefour, Monoprix 등)과 유명 온라인 매장(www.amazon.fr)에서 판매 중 		
기업 유형	식품 제조업체	홈페이지	www.bjorgbonneterreetcie.com www.tanoshi.fr
취급품목	Bjorg Bonneterre et Compagnie: 아시아 식품 Tanoshi: 김, 라면 등 일본 식품	D-U-N-S® Number	28-260-6060
매출액	3억 6,200만 유로	직원 수	-
소재지	프랑스, 생 제니 라발 (Saint-Genis-Laval)	설립연도	Bjorg Bonneterre et Compagnie: 1963년 Tanoshi(브랜드): 2008년
대표 제품			

자료: Bjorg Bonneterre et Compagnie(www.bjorgbonneterreetcie.com), TANOSHI(www.tanoshi.com), D&B Hoovers

□ Umami Paris

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 'Umami'라는 뜻은 단맛, 짠맛, 신맛, 쓴맛 다음에 느껴지는 5번째 맛을 의미하며, 일본어로는 '감칠맛'을 의미 - 일본 내 45개 공급업체로부터 고품질의 일본 식품을 수입하여 프랑스에서 판매 - Umami Paris가 수입 판매하는 김제품으로는 구이김, 꿀맛김스낵, 김스낵, 김샐러드 등이 있음 		
기업 유형	식품 수입 및 유통업체	홈페이지	www.umamiparis.com
취급품목	차류, 조미료, 소스, 김, 식초 등 일본 식품	D-U-N-S® Number	-
소재지	프랑스, 파리(Paris)	설립연도	-
대표 제품			

자료: Umami Paris(www.umamiparis.com), Bienmanger.com(www.bienmanger.com), D&B Hoovers

□ S사

기업 개요			
-	<ul style="list-style-type: none"> - 1970년 한국 전통 식품을 해외에 거주하고 있는 교민들에게 공급하기 위해 설립 - 미국 내 10개 지사를 비롯하여 전세계 지사를 보유하고 있으며 93개국에 3,274개 품목을 수출 - 수리상을 비롯한 WANG KOREA, Sukina 등 15개 브랜드 보유 - S社에서 수출하는 김제품으로는 구이용 김, 돌김, 김스낵, 유기농재래김, 재래김 등이 있음 - ISO, HACCP 인증 보유 		
기업 유형	식품 수출업체	홈페이지	-
취급품목	주스, 우동, 소스, 삼계탕, 유기농 식품, 김 등 한국 식품	D-U-N-S® Number	-
소재지	한국, 서울(Seoul)	설립연도	S사 모기업: 1970년 S사: 2016년
대표 제품			

자료: S사 모기업 및 S사 홈페이지, D&B Hoovers

□ D사

기업 개요			
-	<ul style="list-style-type: none"> - 서해안 청정해역에서 전통 재래방식으로 가공하여 판매 - 인터넷을 통해 중간 단계 없이 판매하는 인터넷 쇼핑몰 운영 - 생산하는 김제품으로는 구이김, 캔김, 파래김, 재래김, 스낵김, 김자반 등이 있음 		
기업 유형	김 제조 및 도소매업체	홈페이지	-
취급품목	구이김, 파래김, 재래김 등 김제품	D-U-N-S® Number	68-965-8042
소재지	한국, 충남 보령(Boryeong)	설립연도	2001년
대표 제품			

자료: D사 홈페이지, D&B Hoovers



VI. 유통채널 현황

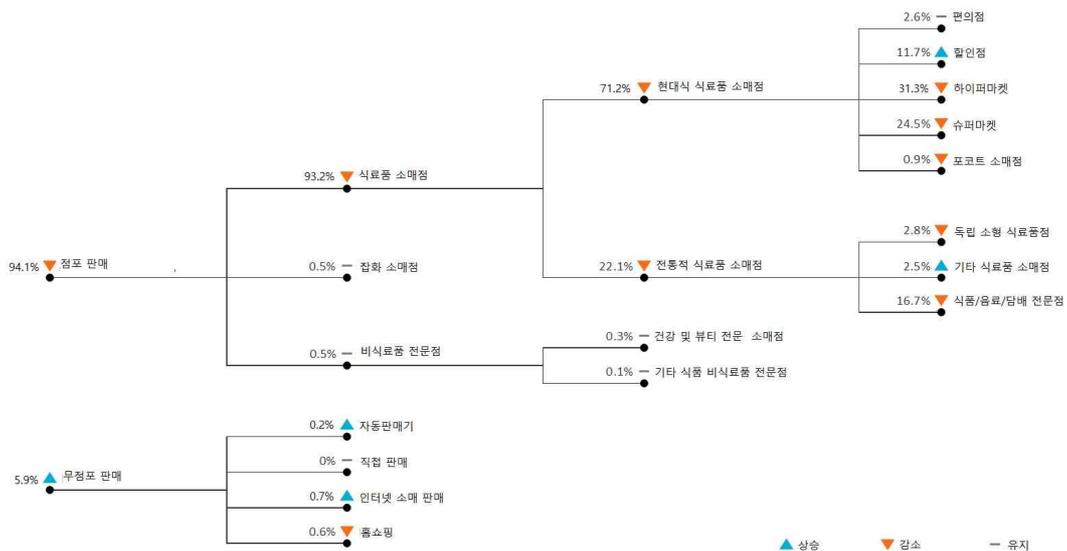
- 1. 유통채널 개황**
- 2. 주요 유통채널별 세부 현황**

유통채널 현황 개요

❖ 프랑스 주요 식품 유통채널 현황

소매점명 및 마켓 유형	기업 국적	매출액(2017년) (억 달러)	위치	매장 수
E. Leclerc (하이퍼/슈퍼마켓, 편의점)	프랑스	482	프랑스, 유럽	607
Carrefour (하이퍼/슈퍼마켓, 편의점)	프랑스	446	프랑스, 전 세계	2,952
Intermarche/ Les Mousquetaires (슈퍼마켓, 할인점, 편의점)	프랑스	338	프랑스, 전 세계	1,836
System U (하이퍼/슈퍼마켓, 편의점)	프랑스	262	프랑스	1,143
Groupe Casino (하이퍼/슈퍼마켓, 할인점, 편의점)	프랑스	231	프랑스, 전 세계	2,723
Groupe Auchan (하이퍼/슈퍼마켓, 편의점)	프랑스	196	프랑스, 전 세계	144
Lidl(할인점)	독일	98	프랑스, 유럽	1,485
Cora(Groupe Louis Delhaize) (하이퍼/슈퍼마켓)	프랑스, 벨기에	60	프랑스, 유럽	182
Aldi (할인점)	독일	39	프랑스, 전 세계	903

❖ 프랑스 가공식품 유통구조 및 점유율



❖ 프랑스에서 개최되는 주요 식음료 박람회(2017년)

박람회명	개최도시	웹사이트
SIAL Paris	파리(Paris)	www.sialparis.com
SIRHA Lyon	리옹(Lyon)	www.sirha.com

1. 유통채널 개황

1) 프랑스 식품 유통채널 현황

□ 프랑스의 소매 유통채널은 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 할인점, 편의점, 백화점 식품 센터, 전통 식료품점(베이커리, 정육점 등), 주유소 매점, 시장, 인터넷 판매로 구분

○ 2017년 소매 식품 매출액은 약 3,100억 달러로 추산되며, 그 중 70%는 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 할인점, 편의점이 차지

- 2017년 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 할인점에서의 매출액은 약 2,210억 달러를 기록
- 2017년 기준 전통 식료품점의 매출액은 약 670억 달러이며, 냉동식품점, 유기농 식품점, 시장 등 전문식품점의 매출액은 약 26억 달러를 기록

표 6.1 프랑스 주요 식품 유통업체 현황(2017년)

소매점명 및 마켓 유형	기업 국적	매출액(2017년) (억 달러)	위치	매장 수	구매업체 유형
E. Leclerc (하이퍼/슈퍼마켓, 편의점)	프랑스	482	프랑스, 유럽	607	중앙 바잉 오피스
Carrefour (하이퍼/슈퍼마켓, 편의점)	프랑스	446	프랑스, 전 세계	2,952	수입업체
Intermarche/ Les Mousquetaires (슈퍼마켓, 할인점, 편의점)	프랑스	338	프랑스, 전 세계	1,836	중앙 바잉 오피스
System U (하이퍼/슈퍼마켓, 편의점)	프랑스	262	프랑스	1,143	직접 구매
Groupe Casino (하이퍼/슈퍼마켓, 할인점, 편의점)	프랑스	231	프랑스, 전 세계	2,723	중앙 바잉 오피스
Groupe Auchan (하이퍼/슈퍼마켓, 편의점)	프랑스	196	프랑스, 전 세계	144	직접 구매
Lidl (할인점)	독일	98	프랑스, 유럽	1,485	중앙 바잉 오피스
Cora (Groupe Louis Delhaize) (하이퍼/슈퍼마켓)	프랑스, 벨기에	60	프랑스, 유럽	182	수입업체
Aldi (할인점)	독일	39	프랑스, 전 세계	903	중앙 바잉 오피스

자료: 「France: Retail Foods 2018」, USDA, 2018.4.9.

□ 하이퍼마켓, 슈퍼마켓은 가장 인기있는 유통채널이나, 전문 식품점, 냉동 식품점, 할인점의 매출이 최근 몇 년 동안 상승하는 추세

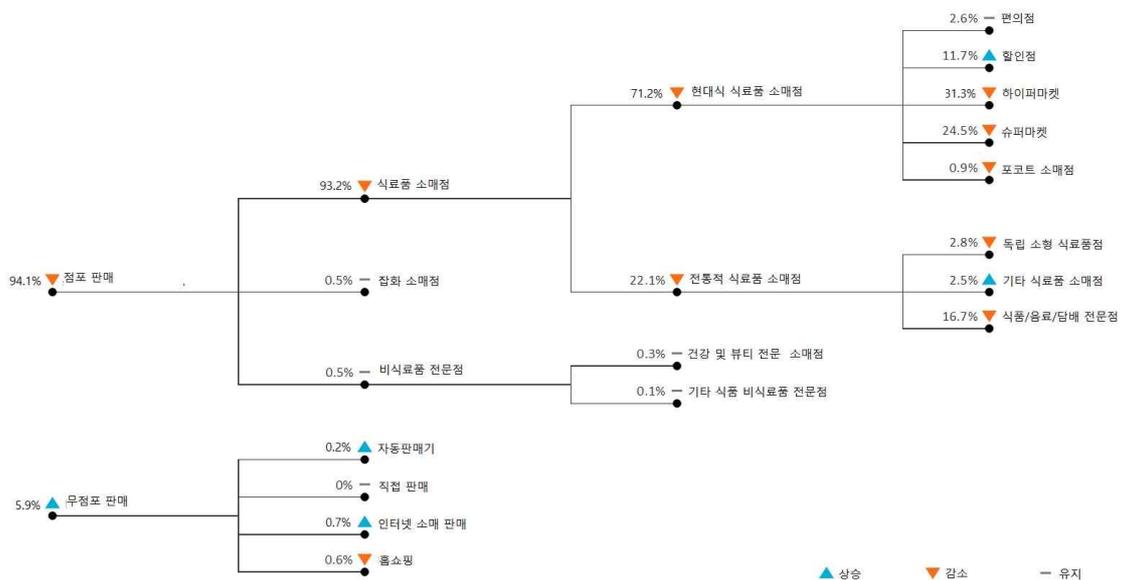
- 프랑스 소비자는 여러 종류의 매장에서 식료품을 구매하는 경향이 있음
- 예를 들면, 어떤 제품은 집 주변에서 구매하고, 또 다른 제품은 할인점에서 구매함
- 프랑스 소비자는 가격에 민감한 동시에 고품질 제품을 선호
- 최근 2년 동안, 대형 유통채널의 'drive-thru' 서비스의 인기가 높아지고 있는데, 전체 식품 판매의 5.5%를 차지
- 대형 유통채널은 PB 제품을 확대하는 한편, 중소형 상점에서의 투자도 확대하는 추세

2) 가공식품 유통구조

□ 2017년 기준 현대적 식료품 소매점의 매출 비중이 높으며, 매출 또한 증가하는 추세

- 2017년 매출 비중은 현대적 식료품 소매점이 71.2%로 전통적 식료품 소매점(22.1%) 보다 월등히 높았으며, 세부적으로는 하이퍼마켓(31.3%), 슈퍼마켓(24.5%), 할인점(11.7%)의 순
- 한편, 전통적 식료품 소매점 중에서도 식품/음료/담배 전문점의 매출 비중 또한 16.7%로 높은 편
- 인터넷 소매 판매 비중은 0.7%로 증가하는 추세이나 규모는 미미한 수준

표 6.2 프랑스 가공식품 유통구조 및 점유율(2017년)



자료: 「Packaged Food in France」, Euromonitor International, 2018.12.

3) 프랑스 식음료 전시회

- 프랑스에서 개최되는 주요 식음료 전시회로는 프랑스 국제 식품 전시회(SIAL Paris)³²⁾, 프랑스 리옹 국제 식품호텔케이터링 전시회(SIRHA Lyon)³³⁾가 있으며, 식음료 관련 시장의 중요한 정보 수집 채널로 활용 가능
 - 프랑스 국제 식품 전시회(SIAL Paris)는 프랑스 파리에서 2년마다 1회 5일간 개최됨
 - 2018년에는 10월 21-25일까지 노르빌팽트(Nord Villepinte) 전시장에서 열렸으며, 119개국에서 온 7,200개의 전시 참여업체 중 650개가 스타트업 기업이었고, 2,355개 이상의 혁신제품이 전시됨
 - 프랑스 리옹 국제 식품호텔케이터링 전시회(SIRHA Lyon)는 프랑스 리옹에서 2년마다 1회 5일간 개최됨
 - 2017년에는 1월 21-25일까지 유렉스포(EUREXPO) 전시장에서 열렸으며, 132개국 3,000여 개 업체가 참가하였으며, 약 21만명이 방문하였고 그 중 약 2만 5,000명이 셰프, 약 3만 명이 외국인 방문객이었음
 - 상기 두 전시회에는 프랑스 및 전 세계 식음료 업계 관계자들이 모여 최신 시장과 산업동향 분석, 아이템 창출, 신 바이어 개척, 제품 프로모션 등에 관한 정보 공유
 - 관련 정보는 각각 www.sialparis.com과 www.sirha.com에서 확인 가능

표 6.3 프랑스에서 개최되는 주요 식음료 전시회

구분	SIAL Paris 주요 내용	SIRHA Lyon 주요 내용
전시회명	SIAL Paris	SIRHA Lyon
개최도시	파리(Paris)	리옹(Lyon)
주최자	COMEXPOSIUM 그룹	GL events
설립연도	1964년	1985년
분야	식음료	식음료
참가국 수	119개국(2018년)	132개국(2017년)
전시 참여업체	7,200개(2019년)	3,000개(2018년)
관람객 수	31만 명(2018년)	21만명(2017년)
웹사이트	www.sialparis.com	www.sirha.com

32) Salon International de l'Alimentation Paris

33) Salon International de la restauration, de l'hôtellerie et de l'alimentation

2. 주요 유통채널별 세부 현황

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

① 까르푸(Carrefour)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국의 Walmart에 이어 전 세계에서 2번째로 규모가 큰 소매업체로, 34개국에 진출해 있음 - 자체 지역 식품 도매상이 제공하는 독립적인 소매업체 네트워크를 운영 - 프랑스 전역에 약 3,000개의 Carrefour 매장이 분포해 있으며, Carrefour Market, Carrefour City, Carrefour Express 등 슈퍼마켓, 신선식품 매장, 편의점 등도 운영하고 있음 		
	D-U-N-S® Number	27-653-5549 (Carrefour France)	설립연도
본사 소재지	프랑스, 불롱뉴-빌랑꾸흐 (Boulogne-Billancour)	점포 수	Carrefour SA: 전 세계 33개국 12,300개(2017년) 프랑스 2,952개(2017년)
매출액	Carrefour SA: 789억 유로(2017년) 프랑스: 446억 유로(2017년)	직원 수	Carrefour SA: 약 38만 명
홈페이지	www.carrefour.fr		
상세사항	<ul style="list-style-type: none"> - SUSHI DAILY라는 Shop-in-Shop 스시 매장이 입점하여 한국산 구이김을 포함한 스시를 만드는 데 필요한 모든 재료들을 함께 판매 - 프랑스 업체가 중국산 김을 수입 유통한 Tanoshi와 Hideko 브랜드 구이김 제품을 판매 중 		
매장 전경			
	매장 입구		Sushi Daily 매장

자료: 「Carrefour 2017 Annual Report」, 2018.6.20., 현지조사원, D&B Hoovers

② 모노프리(Monoprix)

기업 개요				
MONOPRIX	<ul style="list-style-type: none"> - 1932년 루앙(Rouen)에서 갤러리 라파예트(Galleries Lafayette) 가족 구성원인 막스 에이브훅(Max Heibronn)이 처음 설립 - 현재 모기업은 Casino Group으로, 1997년 Monoprix와 Prisunic이 합병되었는데, 이 때 Casino Group이 21%의 지분을 소유하였으며, 2013년에 Casino Group가 독점 운영권을 소유하게 됨 - 프랑스와 남미 지역에 매장 보유를 보유하고 있는데, 프랑스 전역에 약 800개의 Monoprix 매장이 분포해 있으며, Monoprix는 유기농 식품 매장인 Naturalia, 접근성을 강화한 편의점 Monop', 레스토랑 Monop'Daily를 운영 중 - Monop'Easy라는 모바일 지불 앱을 출시하였으며, Google Home과 제휴하여 음성 앱을 개발하고 스타트업 기업이 Epicery와도 업무 제휴 체결 - Ocado와 제휴하여 온라인 서비스를 준비 중이며, 아마존과 제휴하여 아마존의 식료품 배달을 추진 중 			
	D-U-N-S® Number	27-523-8269	설립연도	1932년
본사 소재지	프랑스, 끌리쉬(Clichy)	점포 수	Groupe Casino: 2,723개(2017년) Monoprix: 789개(2017년)	
매출액	Groupe Casino: 231억 유로(2017년) Monoprix : 43억 유로(2017년)	직원 수	Groupe Casino: 약 21만 명	
홈페이지	www.monoprix.fr			
상세사항	<ul style="list-style-type: none"> - épicerie du monde(세계 식료품)라는 진열코너를 마련하여 구이 김을 포함한 전 세계 식품을 함께 판매 - Tanoshi 브랜드의 구이김 제품을 판매 중 			
매장 전경				
	매장 입구		김 제품 진열대	

자료: 「Document de référence 2017」, Groupe Casino 2018.4.5., 현지조사원, D&B Hoovers

2) 한인 마트

① 케이 마트(K 마트)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 2006년 프랑스 파리에 설립된 식품 소매업체로서, 한국 및 일본 식재료, 공산품을 유통 중 - 오페라, 에펠탑, 샹젤리제 근처에서 총 3개의 매장을 보유하고 있으며, 일드프랑스 지역에는 수입 및 유통을 전문으로 하는 창고를 운영 중 - 카페테리아와 일식 코너에서 김밥, 스시, 비빔밥 등을 도시락 포장 형태로 판매 중 		
D-U-N-S® Number	29-050-4435	설립연도	2006년
본사 소재지	프랑스, 파리(Paris)	점포 수	3개
매출액	750만 유로(2016년)	직원 수	28명(2016년)
홈페이지	www.k-mart.fr		
상세사항	<ul style="list-style-type: none"> - 김 코너에는 구이김을 비롯한 각종 조미김, 돌자반 등의 김 제품을 판매 중 - 한국 대기업 A사의 2개 브랜드와 중소 브랜드 1개의 구이김 제품을 판매 중 		
매장 전경			
	매장 입구	김 제품 진열대	

자료: K-Mart(www.k-mart.fr), 현지조사원, D&B Hoovers

② 에이스 마트(Ace 마트)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 프랑스 파리 오페라 근처에 위치한 한인 슈퍼마켓으로 한국 및 일본 식료품 및 공산품을 유통 중 - 파리 오페라 근처에서 ACE GOURMET BENTO라는 이름의 레스토랑과 리옹 시에서 ACE GOURMET라는 이름의 슈퍼마켓을 운영 중 		
D-U-N-S® Number	26-281-2366	설립연도	2011년
본사 소재지	프랑스, 파리(Paris)	점포 수	슈퍼마켓: 2개 레스토랑: 1개
매출액	320만 유로(2016년)	직원 수	20명(2016년)
홈페이지	www.lescaftouilles.com		
상세사항	<ul style="list-style-type: none"> - 김 코너에는 구이김을 비롯한 각종 조미김, 김스낵 등의 김 제품을 판매 중 - 한국산 A사 2개 브랜드와, J사 1개 브랜드를 비롯한 중국에서 OEM으로 제조한 구이김, 총 4종의 제품을 판매 중 		
매장 전경			
	매장 입구		
		김 제품 진열대	

자료: Ace Mart(www.lescaftouilles.com), 현지조사원, D&B Hoovers

2) 중국 마트

① 땅 프레르(Tang Frères)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 1976년 2명의 라오스계 중국인 형제가 설립한 아시아 식료품 소매업체 - 1981년 파리 이브리(Ivry) 지역에 첫 번째 매장을 오픈하였고, 1989년 13구 뵈라스 디탈리(Place d'Italie) 지역에 두 번째 매장을 오픈하였으며, 현재까지 파리와 파리 근교 일드프랑스(Ile-de-France) 지역에 총 10개의 슈퍼마켓을 운영 중 - 100개 이상의 국가로부터 11,000개 이상의 품목을 판매 중 - 일드프랑스 지역에 TANG Gourmet라는 이름으로 5개의 아시안 레스토랑도 운영 중 		
D-U-N-S® Number	26-268-7155	설립연도	1976년
본사 소재지	프랑스, 파리(Paris)	점포 수	슈퍼마켓: 10개 레스토랑: 5개
매출액	1억 6,600만 유로(2015년)	직원 수	405명(2015년)
홈페이지	www.tang-freres.fr		
상세사항	<ul style="list-style-type: none"> - 김 코너에는 구이김을 비롯한 각종 조미김 제품을 판매 중 - 구이김 종류로는 한국산 중소 브랜드 제품 2종을 판매 중 		
매장 전경			
	매장 입구		

② 씨티 스토어(City Store)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 파리 북구 외곽 지역인 오베르빌리에(Aubervilliers) 시에 위치한 중국 마트로 중국 의류 상점 거리에 위치 - 설립연도는 2006년도 이후로 추정됨 - 주로 중국산 및 아시아, 한국산 중저가 식품을 판매 		
D-U-N-S® Number	-	설립연도	2006년도 이후로 추정
본사 소재지	프랑스, 파리(Paris)	점포 수	1개
홈페이지	없음		
상세사항	<ul style="list-style-type: none"> - 김 진열대에서는 구이김을 주로 판매 중이며, 그 외 김제품은 거의 없음 - 구이김 종류로는 MIHARU 브랜드, S사, U사 제품, OEM 등 중국 및 한국산 중소 브랜드 제품을 판매 중 		
매장 전경			
	매장 입구		김 제품 진열대

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot France Sep. 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.7.
2. 「Digital in 2018」, We are Social, Hootsuite
3. 「Packaged Food in France」, Euromonitor International, 2018.12.
4. 「France: Retail Foods 2018」, USDA, 2018.4.9.
5. Marie Lesueur, Charline Comparini, 「La filière des algues dans le monde, en Europe, en France. Synthèse de résultats. Cellule études et transfert, AGROCAMPUS OUEST」 Agrocampus Ouest, 2016.7.12.
6. 「GLOBEFISH RESEARCH PROGRAMME - The global status of seaweed production, trade and utilization」, FAO, 2018
7. Quentin Le Bras, Léa Ritter, Dimitri Fasquel, Marie Lesueur, Sterenn Lucas, Stéphane Gouin Marie Lesueur, Charline Comparini, 「Etude de la consommation d'algues alimentaire : les freins à la consommation. Programme IDEALG Phase 1」, Agrocampus Ouest, 2016.7.19.
8. 「Carrefour 2017 Annual Report」, 2018.6.20.
9. 「Document de référence 2017」, Groupe Casino 2018.4.5.

■ 참고 사이트

1. 'Les GMS, levier de consommation pour les algues', Produits de la Mer(PdM), 2016.11.8. (<http://pdm-seafoodmg.com>)
2. 'Restaurants de sushis en France : les faux-semblants de la sortie de crise', Marketing-Professionnel.fr, 2017.1.27. (www.marketing-professionnel.fr/)
3. 'LE MARCHÉ DU SUSHI EN FRANCE SUBIT D'IMPORTANTES CHANGEMENTS', Food & Sens, 2016.1.5. (foodandsens.com)
4. 윤동진 주재네바대표부 공사참사관, '스시 데일리 사례에서 얻는 시사점', 나라경제, 2015년 5월호
5. 유럽연합(ec.europa.eu/food/safety/general_food_law_en)
6. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
7. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
8. 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)
9. 한국품질보증원(www.kqa.co.kr)
10. NQA(www.nqa.com)
11. Biz Care(biz-care.kr)
12. Bjorg Bonnetterre et Compagnie(www.bjorgbonnetterreetcie.com, www.tanoshi.fr)
13. Umami Paris(www.umamiparis.com)
14. SIAL Paris(www.sialparis.com)
15. SIRHA Lyon(www.wirha.com)
16. Carrefour(www.carrefour.fr)
17. MONOPRIX(www.monoprix.fr)
18. K 마트(www.k-mart.fr)
19. Ace Mart(www.lescaftouilles.com)
20. Tang Frères(www.tang-freres.fr)
21. BienManger.com(www.bienmanger.com)
22. Amazon.fr(www.amazon.fr)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No: 1804-14

품목: 구이김(Sushi Nori)

국가: 프랑스(France)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산물유통공사

발행일 2018
발행처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>
자료문의 aT수출정보실
02-6300-1119

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