

주요 수출국

# 유망품목 심층조사 및 진출전략

미국·영국·프랑스·독일  
스페인·아랍에미리트

2022. 01



농림축산식품부  
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



한국농수산물유통공사  
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

# CONTENTS

AMERICA

01

## 미 국

---

I. 식품시장 소비트렌드	2
II. 품목 심층조사	19
① 미국 수출 주요 한국 식품 분석	19
② 신규 수출 유망품목 발굴	35
III. 진출전략	46
① 미국 SWOT 분석 및 전략도출	46
② 유망품목 진출전략	48

EUROPE

02

## 영 국

---

I. 식품시장 소비트렌드	64
II. 품목 심층조사	67
① 수출 주력품목	67
② 이슈 및 유망품목	100
III. 진출전략	105
① 영국 SWOT 분석 및 전략도출	105
② 한국산 농식품 진출전략	107

I. 식품시장 소비트렌드	114
II. 품목 심층조사	117
① 수출 주력품목	117
② 이슈 및 유망품목	150
III. 진출전략	155
① 프랑스 SWOT 분석 및 전략도출	155
② 한국산 농식품 진출전략	157

I. 식품시장 소비트렌드	164
II. 품목 심층조사	167
① 수출 주력품목	167
② 이슈 및 유망품목	200
III. 진출전략	205
① 독일 SWOT 분석 및 전략도출	205
② 한국산 농식품 진출전략	207

# CONTENTS

EUROPE

05

## 스페인

---

I. 식품시장 소비트렌드	212
II. 품목 심층조사	216
① 수출 주력품목	216
② 이슈 및 유망품목	248
III. 진출전략	253
① 스페인 SWOT 분석 및 전략도출	253
② 한국산 농식품 진출전략	255

Middle East

06

## 아랍에미리트

---

I. 식품시장 소비트렌드	260
II. 품목 심층조사	270
① 수출 주력품목	270
III. 진출전략	300

아메리카

# 미 국



I. 식품시장 소비트렌드	2
II. 품목 심층조사	19
III. 진출전략	46

# I 식품시장 소비트렌드

## 1) 소비 인구 현황

- 미국 센서스(United States Census) 통계에 따르면 미국 인구는 2022년 5월 기준 3억 3,265만 명으로 집계됨
  - 인종별로 백인이 59.3%, 히스패닉 18.9%, 흑인 13.6%, 아시안 6.1%, 기타 2.1%를 차지함
  - 아시안은 중국인 23%로 가장 많고 이어 인도인 20%, 필리핀인 18%, 베트남인 9%, 한국인 8%, 일본인 6% 순으로 나타남
  - 히스패닉은 멕시코인이 61.6%의 비중이며, 중앙아메리카인과 푸에르토리코인 각각 9.4%, 남아메리카인 6.3%, 쿠바인 3.9% 순으로 나타남
- 인구가 가장 많은 주는 캘리포니아로 3,961만 명이 거주하고, 이어 텍사스 2,973만 명, 플로리다 2,195만 명, 뉴욕 1,930만 명, 펜실베이니아 1,280만 명 순으로 거주율이 높게 나타남

### 미국 인구수 상위 10개주 및 인종 분포

(단위: 만 명)

구분	주 전체 인구수	미국 총인구 대비 비중	백인		흑인		히스패닉		아시안		기타**	
			인구수	비중*	인구수	비중*	인구수	비중*	인구수	비중*	인구수	비중*
캘리포니아	3,961.3	11.9%	1,374.6	34.7%	213.9	5.4%	1,560.8	39.4%	598.2	15.1%	213.9	5.4%
텍사스	2,973.0	8.9%	1,180.3	39.7%	350.8	11.8%	1,168.4	39.3%	160.5	5.4%	113.0	3.8%
플로리다	2,194.5	6.6%	1,130.1	51.5%	318.2	14.5%	581.5	26.5%	63.6	2.9%	100.9	4.6%
뉴욕	1,930.0	5.8%	1,013.2	52.5%	264.4	13.7%	376.3	19.5%	183.3	9.5%	92.6	4.8%
펜실베이니아	1,280.4	3.9%	941.1	73.5%	134.4	10.5%	103.7	8.1%	49.9	3.9%	51.2	4.0%
일리노이	1,256.9	3.8%	732.8	58.3%	174.7	13.9%	228.8	18.2%	72.9	5.8%	47.8	3.8%
오하이오	1,171.5	3.5%	889.1	75.9%	144.1	12.3%	51.5	4.4%	29.3	2.5%	57.4	4.9%
조지아	1,083.0	3.3%	542.6	50.1%	331.4	30.6%	113.7	10.5%	47.7	4.4%	47.7	4.4%
노스캐롤라이나	1,070.1	3.2%	647.4	60.5%	216.2	20.2%	114.5	10.7%	34.2	3.2%	57.8	5.4%
미시간	999.2	3.0%	723.5	72.4%	134.9	13.5%	56.0	5.6%	33.0	3.3%	52.0	5.2%

\* 주별인구 대비 차지하는 비율. \*\* 아메리카 원주민, 혼혈인

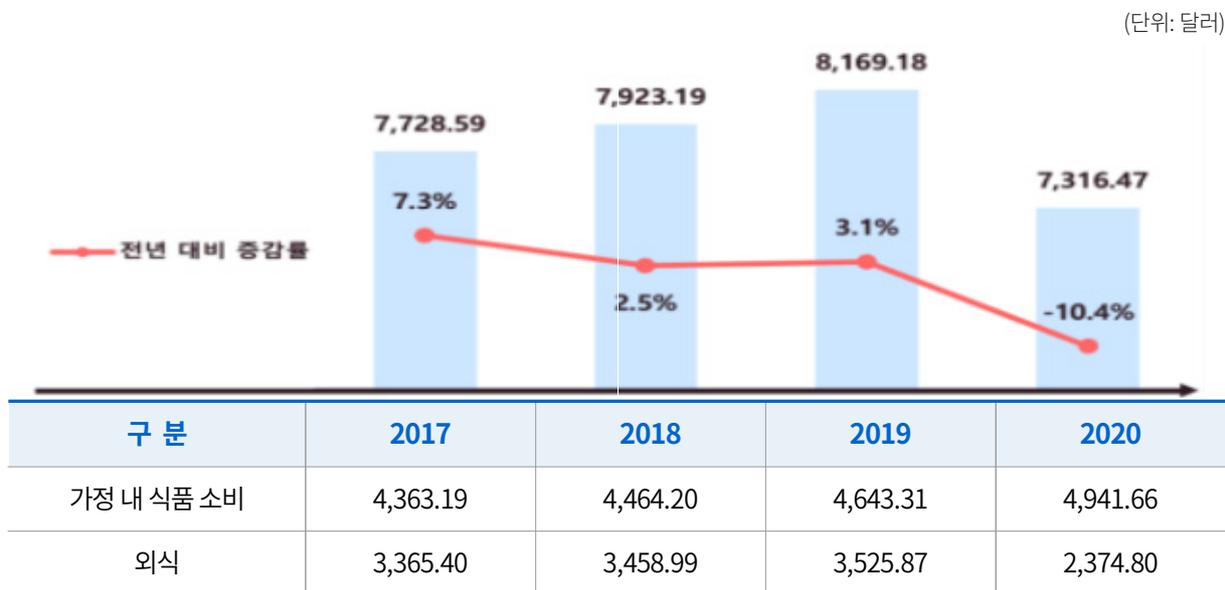
출처: United states Census Bureau(2022년 기준)

- 미국 전체 가구수는 2021년 1억 2,993만 가구로 10년 전보다 8.3% 증가
  - 평균 가구원 수는 2.51명으로 2011년 2.56명보다 감소하였고, 1인과 2인 가구 비중이 각각 28.5%, 35%로 나타나 전체 가구수의 63.5%가 소규모 가구로 조사됨
  - 65세 이상 고령 가구의 비율은 27.5%(3,569만여 가구)로 10년 전보다 6%p 증가하고, 세대주의 평균 연령은 2011년 50.2세에서 2021년 52.1세로 1.9세 늘어남
  - 2020년 미국 전체 중간 소득은 6만 7,521달러로 전년 대비 2.9% 감소

## 2) 식품 소비지출액 및 소비량

- 미국 노동통계국(Bureau of Labor Statistics)에 따르면 2020년 가구당 식품 소비 지출액은 7,316.47달러로 전년 대비 10.4% 감소함
  - 식품 소비지출액에서 가정 내 식품 소비는 67.5%, 외식은 32.5% 비중이며, 가정 내 식품 소비는 4,941.66달러로 전년 대비 6.4% 증가한 반면 외식은 2,374.80달러로 32.6% 대폭 감소함

■ 미국 가구당 연도별 식품 소비지출액



출처: Bureau of Labor Statistics Consumer Expenditure 2020

- 품목별 지출액은 신선식품이 44.7%, 가공식품이 55.3%를 차지함
  - 육류와 가금류, 달걀 지출액은 905.36달러로 전년 대비 8.6% 증가하며 가장 큰 지출 규모를 보임

- 이어 빵과 시리얼 639.71달러, 간편식 590.44달러, 유제품 473.70달러, 음료 454.86달러 순으로 지출액이 높게 나타남
- 소비가 급증한 품목으로는 냉동 채소 31%, 영유아용 식품 25.9%, 생선 및 해산물 15.8%, 유지류 15.5% 증가한 것으로 나타남

미국 가구당 연도별 품목별 소비지출액

(단위: 달러)

구 분	2017	2018	2019	2020	전년대비 증감률('19/'20)	비중('20)
전체	4,363.19	4,464.20	4,643.31	4,941.66	6.4%	100.0%
신선식품-계	1,982.29	2,010.16	2,052.70	2,208.64	7.6%	44.7%
육류, 가금류, 달걀	803.75	807.05	833.64	905.36	8.6%	18.3%
유제품	450.13	449.15	454.89	473.70	4.1%	9.6%
과일류	314.05	317.67	321.83	348.60	8.3%	7.1%
채소류	274.43	282.54	295.49	310.93	5.2%	6.3%
생선, 해산물	139.93	153.75	146.85	170.05	15.8%	3.4%
가공식품-계	2,380.90	2,454.04	2,590.61	2,733.02	5.5%	55.3%
빵과 시리얼	564.30	569.34	583.11	639.71	9.7%	12.9%
간편식	503.88	524.43	598.07	590.44	-1.3%	11.9%
음료	422.58	437.63	454.99	454.86	0.0%	9.3%
스낵류*	194.62	195.27	214.09	204.54	-4.5%	4.1%
소스, 향신료	162.88	169.92	178.68	198.81	11.3%	4.0%
냉동 채소	136.12	143.59	146.68	192.14	31.0%	3.9%
설탕, 잼	149.54	150.51	165.06	165.86	0.5%	3.4%
유지류	116.79	117.79	114.76	132.57	15.5%	2.7%
냉동 과일	112.03	113.98	112.27	125.27	11.6%	2.5%
영유아용 식품	18.16	31.58	22.90	28.82	25.9%	0.6%
알코올 음료	558.08	582.80	579.22	477.98	-17.5%	100.0%

\* 스낵류는 감자칩, 견과류, 기타 스낵 등만 포함됨 / 노동통계국은 쿠키, 크래커 등과 같은 과자류를 베이커리 부문으로 집계함.

출처: Bureau of labor statistics Consumer Expenditure 2020

- 시장조사기관 Statista에 따르면 2021년 1인당 연간 식품 소비량은 신선식품 352.9kg, 가공식품 194kg으로 나타남
  - 2020년 하반기부터 외식이 늘고 가정 내 식품 소비 감소로 인해 신선식품과 가공식품은 전년 대비 각각 0.5%, 0.7% 감소
  - 신선식품 중 유제품이 123.7kg으로 소비량이 가장 많고, 육류 및 가금류 101.1kg, 채소류 73.1kg, 과일 및 견과류 51.8kg 순으로 나타남
  - 가공식품의 소비량은 과자 및 스낵류 87.5kg, 빵과 시리얼 51kg, 간편식 17.7kg, 소스 및 향신료 13.9kg 순으로 높게 나타남

■ 미국 1인당 연간 식품 소비량 ■

(단위: kg)

구 분	2017	2018	2019	2020	2021	전년대비 증감률('20/'21)	비중('20)
전체	556.2	550.7	547.8	549.9	546.9	-0.5%	100%
신선식품-계	358.4	355.1	353.3	354.6	352.9	-0.5%	71.2%
유제품	123.2	122.7	122.7	124.1	123.7	-0.3%	18.4%
육류, 가금류	97.8	98.8	100.3	100.8	101.1	0.3%	15.0%
채소류	77.6	75.8	74.3	73.8	73.1	-0.9%	10.8%
과일류, 견과 류	56.5	54.5	52.8	52.6	51.8	-1.5%	7.7%
생선, 해산물	3.3	3.3	3.2	3.3	3.2	-3.0%	0.5%
달걀(개)*	127.0	130.2	132.1	129.3	127.1	-1.7%	18.9%
가공식품-계	197.8	195.6	194.5	195.3	194.0	-0.7%	28.8%
과자, 스낵류	89.7	88.7	88.1	88.3	87.5	-0.9%	13.0%
빵과 시리얼	52.1	51.5	51.2	51.4	51.0	-0.8%	7.6%
간편식	18.3	18.0	17.8	17.9	17.7	-1.1%	2.6%
소스, 향신료	14.3	14.1	14.0	14.0	13.9	-0.7%	2.1%
유지류	12.4	12.3	12.2	12.3	12.2	-0.8%	1.8%
설탕, 잼	9.1	9.2	9.4	9.6	9.9	3.1%	1.5%
영유아용 식품	1.9	1.8	1.8	1.8	1.8	0.0%	0.3%

\* 달걀 통계는 단위(개)가 달라 신선식품 합계에 포함되지 않음

출처: Statista Consumer Markets Food, USDA Economic Reserch Service.

### 3) 소비자 식품 소비 동향

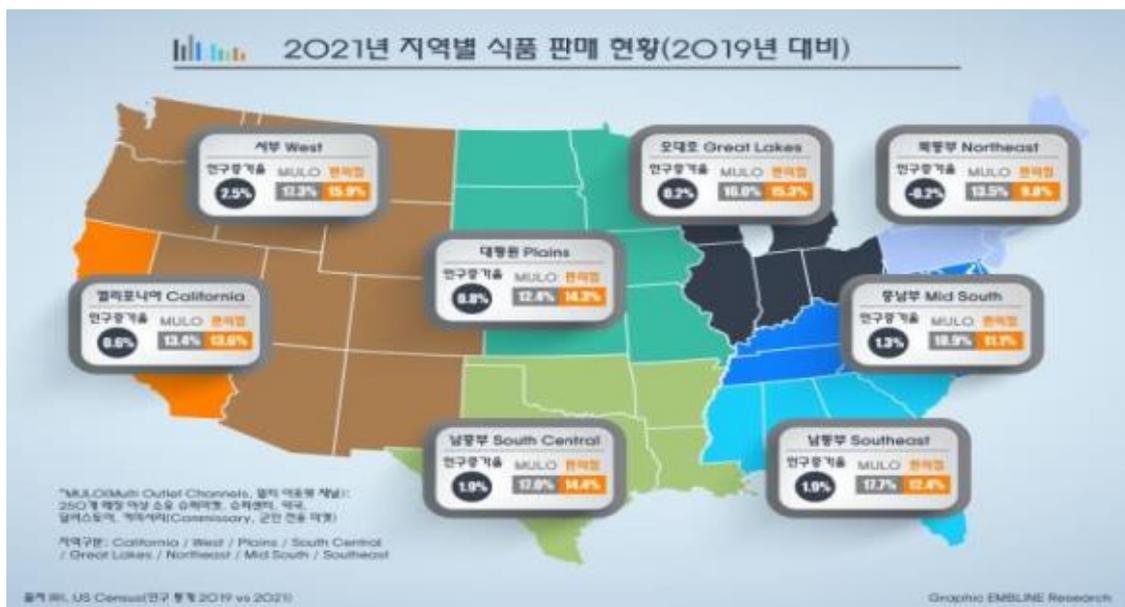
#### (1) 지역별 식품 판매 동향

- 지역별 식품 판매는 인구 증가율이 높은 곳에서 많이 늘어난 것으로 조사되었는데, IRI에 따르면 인구가 늘어난 서부, 남중부, 남동부 지역에서의 식품 판매는 2년 전과 비교해 평균 17%(MULO\* 기준) 증가한 것으로 나타남

\* 식품 판매는 멀티 아울렛 채널(이하 MULO, 250개 매장 이상을 소유한 슈퍼마켓, 슈퍼센터, 약국, 달러스토어, 커미서리(Commissary, 군인 전용 마켓) 등)과 편의점의 매출액 기준임

\* 2021년 인구 및 판매 증가율은 2019년 대비 통계이며 지역권은 크게 8곳으로 구분함

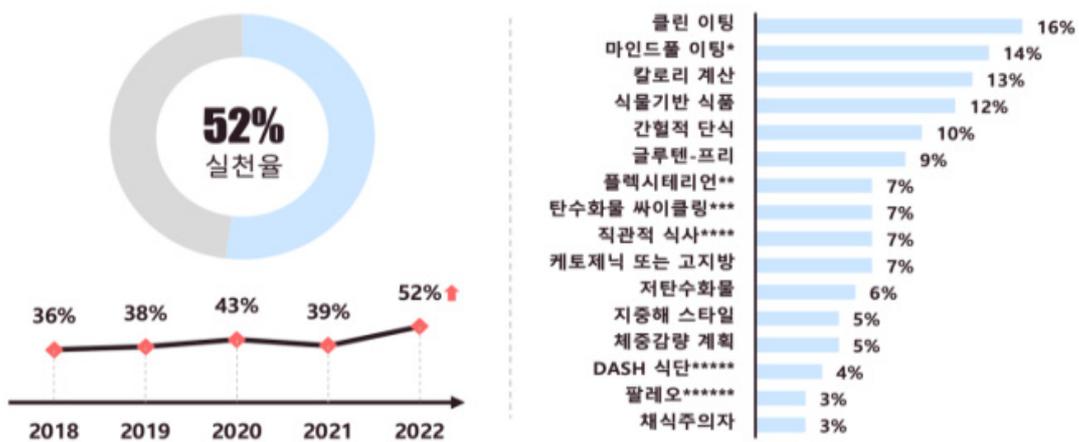
- 서부 인구는 2.5% 늘며 8개 지역권에서 가장 많이 증가함
- 서부 지역의 식품 판매는 MULO와 편의점이 각각 17.3%, 15.9%로 집계돼 양쪽 채널 모두 고른 성장률을 기록함
- 인구가 0.2% 줄어든 북동부의 식품 판매는 MULO 13.5%, 편의점 9.8% 증가에 그침
- 인구가 늘어난 캘리포니아와 대평원의 MULO 판매는 각각 13.4%, 12.4%로 집계돼 인구가 감소한 북동부보다 더 낮은 판매 증가율을 보임
- 또한, 코로나-19 이후 소비자들은 온-오프라인 모두 이용하는 하이브리드 쇼핑 형태를 보이고 있음
  - 제품의 품귀 현상을 겪은 뒤 새로운 브랜드에 대한 소비자의 관심이 높아졌고, 소비자들의 지속가능성 요구가 커지고 있으며 고물가로 인해 소매업체 PB 제품 선호도가 높아지고 있음



## (2) 식습관 관련 소비동향

- IFIC의 설문조사에 따르면 2022년 미국인의 52%가 식이요법 또는 특정 식단을 실천한 것으로 조사됨
  - 2021년 39%에서 1년 사이 13% 증가한 것으로 코로나-19 이후 식단 조절을 통해 건강관리에 더 집중하는 것으로 파악됨
  - 연령별로 18세~34세 74%, 35세~49세 62%의 비중을 보여 50세 미만에서 식단관리 경험이 높게 나타남
  - 남성은 2021년 34%에서 2022년 52%로 증가 폭이 가장 큰 것으로 나타났으며 여성은 2022년 53%로 전년 대비 10%p 증가함
  - 인종별로는 흑인 61%, 백인 48%로 전년 대비 각각 17%p, 14%p 늘어 실천 경험이 많이 증가함
  - 소비자들이 실천하는 일반적인 식이요법 또는 특정 식단으로 클린 이팅(16%), 마인드풀 이팅(Mindful Eating, 14%, 먹는 행위에 집중하며 섭취하는 것), 칼로리 계산(13%), 식물기반 식품(12%) 순으로 높게 나타났음
  - 실천 이유로는 장기적인 관점에서의 건강 보호(35%), 체중 감소(34%), 즐거운 기분과 에너지 충전(31%), 외모 개선(31%), 체중 증가 예방(28%) 순으로 조사되었음
  - 베이비부머 세대에서는 장기적인 관점에서의 건강 보호(46%)와 체중 감량(48%)의 이유가 가장 컸으며, Z세대는 외모 개선(50%), 건강관리 강화(43%) 등을 동기 부여로 꼽았음

### 미국인 식이요법 및 특정 식단 실천 동향



\* Mindful Eating: 먹는 행위에 집중하는 식습관

\*\* Flexitarian: 채식주의자보다는 유연한 식습관을 지닌 사람

\*\*\* 격한 운동후 탄수화물 섭취량을 늘리고 적게 운동하면 탄수화물 섭취량을 줄이는 식이요법

\*\*\*\* Paleo: 일명 원시인 식단, 자연식품만 섭취, 가공식품 섭취 안함

출처: IFIC 2022 Food and Health Survey

### (3) 물가 상승률에 따른 소비 동향

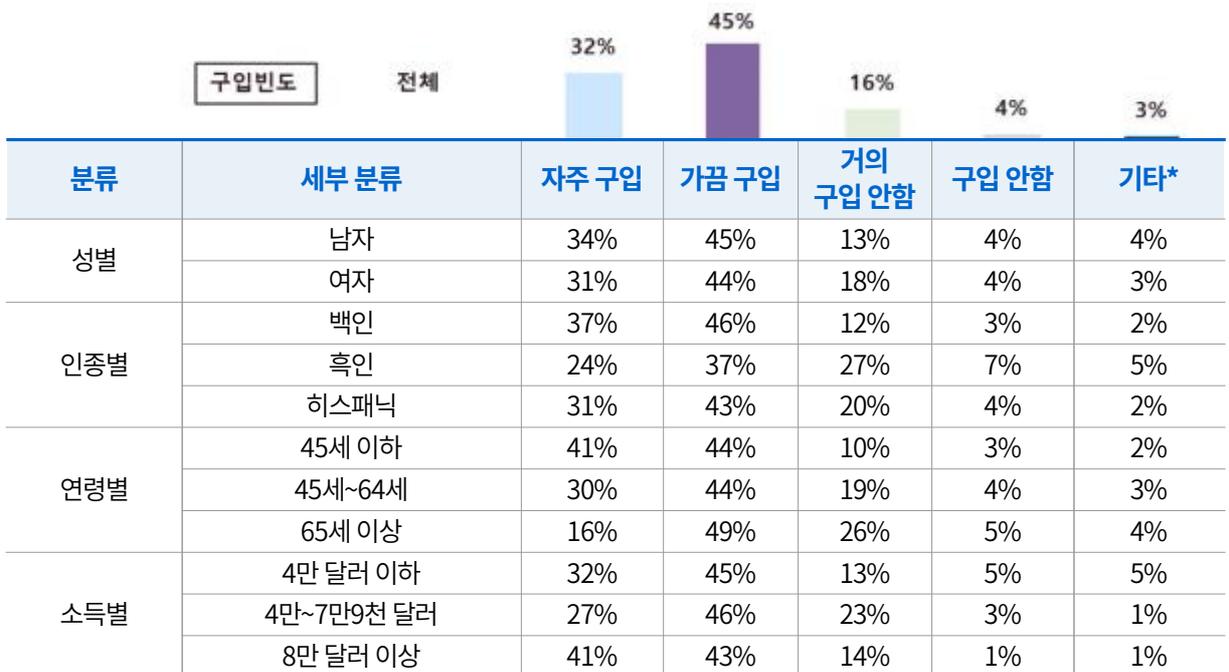
- 식품산업협회(Food Industry Association)의 2022년 4월 설문조사에 따르면 소비자의 절반 이상이 인플레이션의 영향으로 품목 및 브랜드, 구매 방법, 구매 장소까지 영향을 받는 것으로 조사됨
  - 소비자 10명 중 6명은 온라인에서 할인 품목을 검색하거나 좋은 거래를 찾는 등 가격 상승에 대처하고 있으며, 소비자 10명 중 3명은 할인 기간에만 구매하고 35%의 소비자는 PB 제품에 더 의존한다고 답변함
  - 저소득층 소비자는 늘 구매하는 제품보다는 할인 제품으로 가격 부담을 최소화하고 있음. 예를 들면 신선육류와 신선 채소 대신 냉동육류와 채소 통조림을 구매함
  - 소비자 5명 중 1명은 최근 오프라인 쇼핑에 대한 즐거움이 아닌 고물가 때문에 발품을 더 파는 것으로 파악되었는데, 가격에 민감한 소비층은 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 달러 스토어 등을 방문할 가능성이 크고 가격에 덜 민감한 소비층은 온라인과 편의점을 이용할 가능성이 크게 나타남
  - Brick Meets Click에 따르면 소비자들은 온라인에서 필수품 위주로 구매하고 배송비 절약을 위해 픽업 서비스 이용을 더 늘리고 있음

### (4) 가공식품 소비 동향

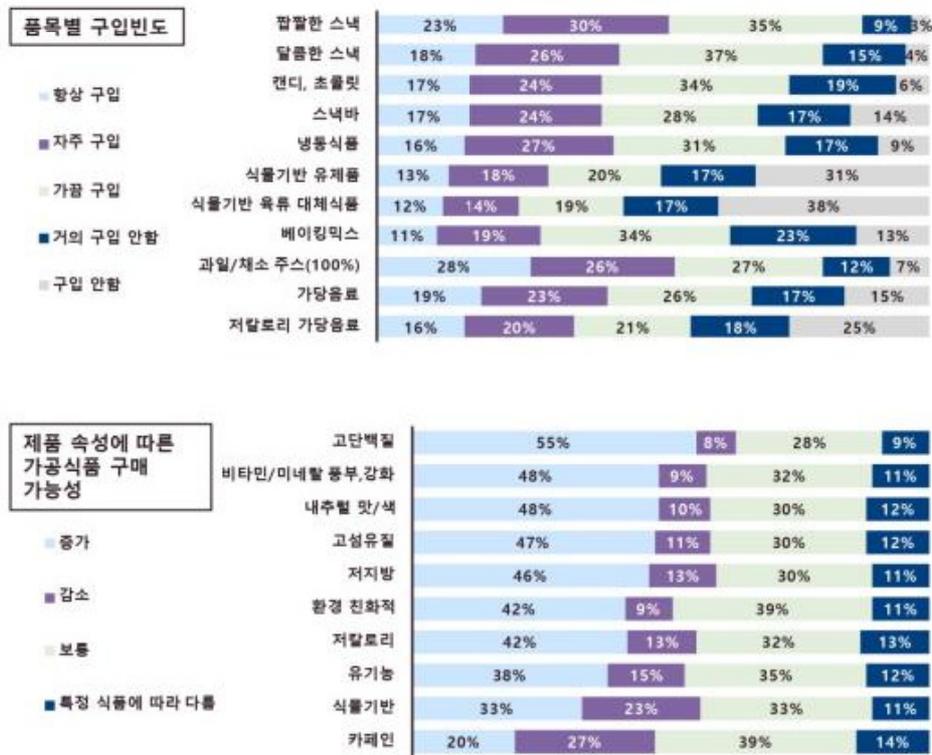
- IFIC에 설문조사에 따르면 소비자의 32%는 가공식품을 자주 사고, 45%는 가끔 구매하는 것으로 나타남
  - 남성(34%)이 여성(31%)보다 더 자주 구매함
  - 경제력을 갖춘 8만 달러 이상의 소득층(41%)에서 구매가 많았음
  - 인종별 구매율은 백인 37%, 히스패닉 31%, 흑인 24% 순으로 나타남
  - 연령별로 45세 이하에서 41%로 많이 구매하고 65세 이상에서는 16%로 적게 구매함
- 가공식품을 구매할 때 맛, 가격, 건강 유익성, 친근함, 브랜드, 환경적 지속가능성 순서로 중요하게 생각함
  - 여성(30%)과 백인(29%), 45세~65세 이하(32%)에서는 맛이 가장 중요함
  - 가격의 중요성은 여성(23%), 7만 5,000달러 이하 소득층(28%), 히스패닉(38%), 45세~65세 연령층(25%)에서 높게 집계됨
  - 히스패닉(32%), 65세 이상 연령층(26%), 8만 달러 이상 소득층(33%)에서는 건강 유익성을 중요시함
- 자주 사는 가공식품은 과자와 스낵류, 냉동식품, 음료류 등으로 나타남

- 짭짤한 스낵을 가끔 이상(항상, 자주 포함) 사는 경우는 88%로 소비자들이 장을 볼 때마다 정기적으로 구매하는 것으로 조사됨
- 소비자의 54%는 과일-채소 주스(100%)를 자주 구매함
- 가끔 사는 품목으로는 달콤한 스낵(37%), 캔디와 초콜릿(34%), 베이킹 믹스(34%), 냉동식품(31%) 순으로 조사됨
- 식물기반 육류 대체품(38%)과 유제품(31%)의 구매 경험은 낮게 나타남
- 제품의 속성 또한 가공식품 구매에 영향을 주는 것으로 나타남
  - 소비자의 55%는 고단백질로 표시된 제품에 구매 욕구가 높아진다고 답변했으며, 비타민과 미네랄 강화(48%), 내추럴 맛과 색(48%) 등과 같은 속성도 구매 동기를 부추기는 것으로 조사됨
  - 환경친화적 속성을 강조한 제품은 42%가 구매 가능성이 크다고 응답함
  - 구매 의욕을 감소시키는 제품의 속성으로 카페인(27%)과 식물기반(23%)으로 나타났는데, 식물기반 식품 관련하여 빠르게 성장하고 있지만, 식물기반 자체에 대한 거부감과 건강상의 논란이 구매에 영향을 주는 것으로 분석됨
  - 식물기반 육류 대체식품이 환경과 동물복지를 위한 좋은 대안이지만 실제 육류와 같은 맛과 질감을 내기 위해 다양한 첨가물과 향신료를 추가한 가공식품이라는 인식이 아직 강함

미국 가공식품 소비 동향 2021



\* 기타: 구매 여부 불확실. 식료품 쇼핑 안 하는 경우가 해당



출처: IFIC Perceptions on Processed

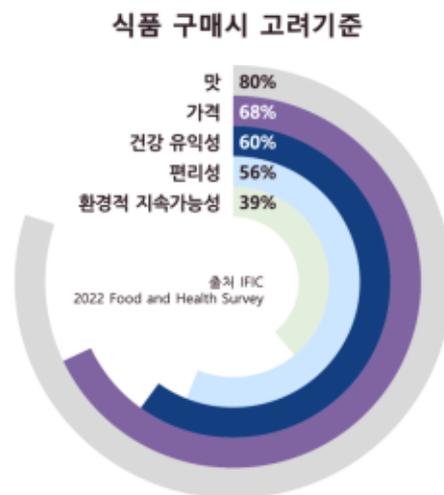
### (5) 환경적 지속가능성에 따른 소비 동향

- 소비자 10명 중 4명(39%)은 환경적 지속가능성이 식품과 음료 구매에 영향을 준다고 답변함
  - 식품을 구매할 때 맛과 가격이 여전히 우선시되지만 지속가능성의 중요성은 지난해 31%에서 올해 39%로 증가함
  - 건강의 유익성(58%→60%)과 편리성(52%→56%)의 중요성도 갈수록 늘고 있음
  - 밀레니얼 세대(67%), 소득이 높은 사람(7만 5,000달러 이상), 자녀가 있는 가정(69%)에서 환경적 지속가능성을 중요시하는 것으로 나타남

### (6) 주요 트렌드 및 이슈품목

※ 미국 식품시장은 편리성, 기능성, 이색적이고 독특한 맛, 윤리적 소비 등이 주요 키워드로 두각을 나타내고 있음

\* 이슈품목은 주요 키워드에 해당하는 제품들로 선정함



■ 편리성 강화식품 인기

- 코로나-19 이후 조리부터 식사까지 간편하게 즐길 수 있는 식품이 대세
  - 오트밀, 통곡물빵과 스프레드 세트, 달걀빵 등 건강을 챙기면서 섭취가 간편한 아침식사용 제품들이 인기를 끌고 있음
  - 시리얼 바, 과일 바 등도 휴대와 섭취가 간편하고 맛과 영양까지 챙길 수 있어 높은 수요를 보이고 있음
  - 발열팩을 이용한 아시안 간편식이 다양해지고 있음. 해당 제품으로는 국수와 쌀을 이용한 전골류, 볶음요리, 덮밥류 등이며 조리 시간은 평균 국수류 8분, 덮밥류 15분이 소요됨

| 편리성 강화 이슈품목 |

이미지				
제품명	Oats, Apple Cinnamon	Breakfast Avocado Toast	Frozen Breakfast Egg Bites	Self-Heating Hot Pot -Vegetable & Spicy
제조사	RXBAR	Sabra	Organic Valley	Haidilao
용량/가격	62g/\$3.50	76g/\$3.99	114g/\$4.39	410g/\$14.99
인증	글루텐 프리	NON-GMO, 코셔	유기농, NON-GMO 글루텐 프리, 코셔, 할랄	-
특징	- 단백질 12g, 섬유질 6g - 성분: 사과, 아몬드, 달걀 흰자, 대추야자, 인스턴트 귀리	- 신선한 아보카도 스프레드&통곡물 토스트 결합 - 통곡물 13g, 섬유질 5g	- 휴대용 아침식사&간식 - 유기농 방목 달걀 사용 - 단백질 14g, 칼로리 250미만 - 비타민D, 칼슘 함유 - 조리시간 전자레인지 90초	- 발열팩 이용 즉석 매운 면요리 - 중국의 전통 휘귀 전문점 Haidilao 제품 - 그릇, 발열팩, 숟가락, 젓가락, 냅킨 등 세트 구성, 조리시간 15분

출처: IRI, Amazon

## ■ 독특한 풍미의 이국적인 제품

- 매운맛과 독특한 풍미의 이국적인 제품들이 인기를 끌고 있음
  - 코로나-19 이전에도 매운맛 제품들은 있었지만, 최근 2년간 단조로운 일상과 스트레스로 인해 소비자들에게 더욱 인기를 얻고 있음
  - 블루 다이아몬드(Blue Diamond Almonds)는 지난해 단계별로 매운맛을 제공하는 익스트림(XTREMES) 아몬드 스낵 3종류를 출시함
  - 도리토스(Doritos)는 삼각형 형태의 3D 크런치(3D Crunch) 매운맛 버전 2종류를 출시해 강렬한 맛과 바삭한 식감을 제공함
  - 매운맛의 반응을 살피는 식품업체 간의 독특한 콜라보도 등장
    - 골드피시(Goldfish)는 프랭크 레드 핫(Frank's RedHot)과 협업하여 지난해 여름 매운맛 버전의 크래커를 한정 판매함
    - 마운틴듀는 치토스(Cheetos)의 플레이밍 핫(Flamin' Hot) 양념을 추가한 플레이밍 핫 소다를 지난해 여름 온라인에서만 독점 판매해 출시 1시간 만에 매진되었고 올해 4월 말부터 8주간 전국 소매점에서 재판매됨
- 간편한 조리과 이색적인 풍미를 즐길 수 있는 에스닉 제품들이 다양해짐
  - 노나 림(Nona Lim) 제품은 조리가 간편한 컨셉으로 개발되어 5분이면 아시안 볶음 요리와 국물 요리를 만들 수 있음
    - 웹사이트에 요리법과 식단 아이디어도 제공해 소비자들의 접근성을 높임
    - 휴대용 온열 컵(Heat&Sip Cup) 수프는 이동 중 마실 수 있는 건강 간식으로 주목받고 있음
  - 프리미엄 아시아 면류 제품들, 기름에 튀기지 않은 건면(Non-Fried, 비유탕면)으로 가늘고 쫄깃한 식감을 제공하고 매운맛을 단계별로 선택할 수 있는 제품 등 다양해지고 있음
  - 쿠치나&아모레의 퀵컵(Cucina & Amore, Quick Cup)은 동봉된 소스에 비벼 바로 섭취하는 완전히 조리된 상온보관 간편식임
    - 퀴노아, 파로(Farro), 콜리플라워 등 주원료로 한 8종류의 제품들이 출시되었고, 페루의 세비체(Ceviche), 모로코 하리사(Harissa), 인도의 커리 등 이색적인 향신료와 소스를 제공함

이색&독특한 맛 함유 이슈품목

이미지				
제품명	Doritos 3D Crunch -Chilli Cheese Nacho	XTREMES Carolina Reaper	Miso Broth Soup	Kitchen & Love-Quick Cup
제조사	Frito-Lay	Blue Diamond Almonds	Nona Lim	Cucina & Amore
용량/가격	170g/\$3.99	170g/\$4.99	283g/\$5.99~\$7.49	225g/\$3.67(개당)
인증	-	NON-GMO	NON-GMO, 글루텐 프리, 유제품 프리, 비건	NON-GMO, 비건, 코셔
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 삼각형 모양 바삭한 식감 제공</li> <li>- 스파이시 렌치, 매운맛 2종류</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 단계별 매운맛 제공 아몬드 제품</li> <li>- 카이엔 고추, 고스트 고추, 캐롤라이나 리퍼 등 3종류</li> <li>- 재밀봉 가능 용기, 이동중 섭취 용이</li> <li>- 향산화 비타민 E, 마그네슘 함유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 방목소, 닭 제조한 육수</li> <li>- 제품 : 육수 4종류와 수프 4종류</li> <li>- 조리시간 3분 이내</li> <li>- 수프는 휴대용 온열컵 (Heat&amp;Sip Cup)에 포장돼 이동중 섭취 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 페루산 완전 조리된 상온 보관 간편식</li> <li>- 제품 : 퀴노아, 파로(Farro), 콜리플라워 등 8종류</li> <li>- 단백질, 비타민, 미네랄 함유</li> </ul>

출처: IRI, Amazon

■ 기능성식품 소비 확대

- 코로나-19 장기화로 자기 관리와 식단 개선을 통해 건강을 챙기려는 소비자가 늘면서 기능성 식품의 소비가 증가하고 있음
  - 미국인 10명 중 6명(62%)은 단백질을 가장 중요한 영양소라고 생각하며 섬유질(56%), 비타민 D(56%) 등도 중요시함
  - 기능성식품은 흑인(39%), 45세 이하(36%), 8만 달러 이상의 소득층(42%)에서 구매가 많은 것으로 나타남
  - 미국인 10명 중 9명은 카페인 음료를 즐기며, 4명 중 1명은 하루 3회 이상 카페인 음료를 마시는 것으로 나타나 카페인 함유 음료의 소비는 증가 추세임
- 기능성 식품시장은 식감과 풍미, 영양까지 갖춘 혁신적인 제품의 출시로 꾸준히 성장하고 있음
  - 스낵, 간편식, 면류, 식물기반 식품 등 다양한 카테고리에서 고단백질 식품이 확대되고 있음

- 특히 완두콩, 병아리콩 등 식물성 단백질로 만든 제품이 다양해짐
- 단백질, 카페인, 섬유질, 비타민 B 등 영양 성분 강화와 풍미를 높인 기능성음료가 많아짐
  - 마운틴듀(Mountain Dew)의 에너지 음료는 1캔당 커피 2잔 분량의 카페인 180mg과 아연, 비타민 A, B6, C가 함유됨
  - 펩시의 소울부스트(Soulboost)는 인삼추출물로 만든 리프트(Lift)와 L-테아닌 함유된 이지(Ease) 등 2종류로 구성된 기능성 탄산수로 정신력 강화와 스트레스 해소에 도움을 주는 제품임
- 풍부한 영양소를 함유한 귀리는 유제품, 제과, 시리얼, 아이스크림, 냉동 디저트 등 다양한 범주에서 사용되며 전성시대를 맞이하고 있음
- 식물기반 음료와 유제품에서 프로바이오틱스를 추가한 제품들이 증가하고 있음
  - 오프와 견과류, 씨앗을 원료로 한 식물기반 단백질 음료 오스라이프(Oath Life)는 1병당 6g~10g의 단백질을 함유한 건강 음료로 인기를 얻고 있음

기능성식품 이슈품목

이미지			
제품명	Superfood Power Snacks -Blueberry Hemp	JIMMY! Protein Bar -Cookies 'N Cream	Plant Protein Pancake & Waffle Mix
제조사	Navitas Organics	JiMMYBar	Birch Benders
용량/가격	227g/\$6.20	58gX12/\$27.99	340g/\$4.99
인증	유기농, NON-GMO, 글루텐 프리, 비건, 코셔	글루텐 프리	50%+ 홀그레인
특징	- 대추야자 천연 단맛 베이스 무설탕 제품 - 블루베리와 햄프씨드, 캐슈너트, 치아씨드 함유 - 단백질, 칼슘, 비타민C 함유 프리미엄 제품	- 휴대용 단백질 스낵 및 식사대용 - 단백질 19g, 카페인, 오메가 3, MCT 오일 함유	- 팬케이크 2~3개 : 180칼로리 - 재밀봉 가능 파우치 사용 편리 - 식물성 단백질 10g, 섬유질 3g 함유

이미지			
제품명	Mtn Dew Energy	Caffeinated Sparkling Water	Soulboost
제조사	Moutain Dew	Bubly Bounce	PepsiCo
용량/가격	453ml/\$2.49	340ml/\$1.99	340ml/\$2.78(캔당)
인증	-	-	-
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 캔달 카페인 180mg, 25 칼로리</li> <li>- 아연, 비타민 A,C 함유</li> <li>- 제품 : 과일 맛 함유 8종류</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 캔달 카페인 35mg 함유, 제로 칼로리</li> <li>- 제품 : 망고-패션프루트, 블러드 오렌지 자몽, 트리플 베리, 감귤 체리 등 4종류</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 정신력 강화, 스트레스 해소 기능성 탄산수</li> <li>- 리프트(Lift): 인삼 추출물 함유 블루베리 석류, 블랙체리 스트레스 맛 2종류</li> <li>- 이즈(Ease): L-테아닌 함유 블랙베리 패션프루트, 스토르베리 로즈 맛 2종류</li> </ul>

출처: IRI, Amazon

### ■ 신제품 출시 관련 경향

- 미국 식품시장이 건강과 환경에 영향을 받고 있다는 사실이 신제품 출시 경향에도 뚜렷이 나타남
  - USDA에 따르면 2020년 출시된 신제품은 총 2만 341개로 전년 대비 1.4% 증가
  - 제품의 속성과 관련된 키워드 상위 10개 중 7개는 건강에 관한 것으로 2015년부터 코셔 식품, 유기농 등이 꾸준히 상위권에 포함됨
  - GMO 식품에 대한 소비자들의 우려가 커지면서 유기농과 GMO 프리를 표시한 제품 수가 전년 대비 각각 14.5%, 7.5% 증가함
  - 친환경적인 포장 사용은 2015년부터 신제품 출시 경향에 꾸준히 반영되며 중요성이 커지고 있음
  - 2017년 전자레인지 사용 가능 표시는 하위권으로 밀려나고 인공 첨가물, 인공 방부제 프리 표시로 대체됨
  - 회사의 소셜 미디어(이하 SNS)는 2013년부터 상위 10위권에 포함됨
    - 2012년 이전에는 SNS를 통해 신제품을 홍보하는 경우는 없었음
    - 제품 포장에 부착된 QR코드를 통해 제품 정보(알레르겐, GMO 등)를 제공하여 제품과 소비자 간의 상호작용을 촉진하고 있음

■ 신제품 출시 관련 키워드 Top 10 ■

제품 속성 키워드	2016	2017	2018	2019	2020
코셔 식품	8,997	8,797	8,543	8,474	8,385
알레르기 항원 (낮거나 없는, 줄인)	6,588	6,130	6,010	6,678	6,373
글루텐 프리	6,150	5,743	5,578	6,157	5,876
첨가물, 방부제 없음	4,602	4,810	4,994	4,909	4,685
GMO-프리	3,735	4,054	4,330	4,238	4,557
윤리적, 친환경적인 포장	5,059	4,498	4,520	4,249	3,999
윤리적, 재활용	4,834	4,277	4,317	3,999	3,701
소셜미디어	4,006	3,696	3,341	3,774	3,454
유기농	3,005	3,091	2,928	2,884	3,302
인공첨가물/방부제 프리	2,637	2,710	2,779	3,041	2,668
신제품에 사용된 전체 건수	95,149	91,976	92,768	94,261	90,512

\* 신제품에는 여러 개의 키워드 사용할 수 있음

출처: USDA, Mintel(2021년 5월 기준)

■ 식물기반 식품 성장세

- 식물기반 식품은 코로나-19 이후 강한 성장세를 보이고 있음
  - 전체 식품은 2% 성장에 그친데 반해, 식물기반 식품은 2021년 74억 달러 매출로 전년 대비 7.2% 증가, 특히 지난 3년간 54% 성장세 보임
  - 건강과 환경, 동물 복지 문제에 대한 높은 관심과 채식에 대한 긍정적인 인식 확산이 성장 요소로 작용함
  - 식물기반 식품협회(Plant Based Foods Association)에 따르면 소비자 10명 중 6명은 식물기반 식품을 구매한 것으로 나타났으며, 특히 Z세대에서 식물기반 식품에 대한 관심이 가장 높은 것으로 조사됨
  - 대형 소매업체들이 다양한 가격대의 식물기반 PB 제품을 출시해 가격 경쟁이 치열해질 것으로 관측됨
  - 다만, 올해는 재료 공급과 공급망 혼란, 인플레이션으로 식물기반 식품의 성장세가 둔화할 것으로 전망됨

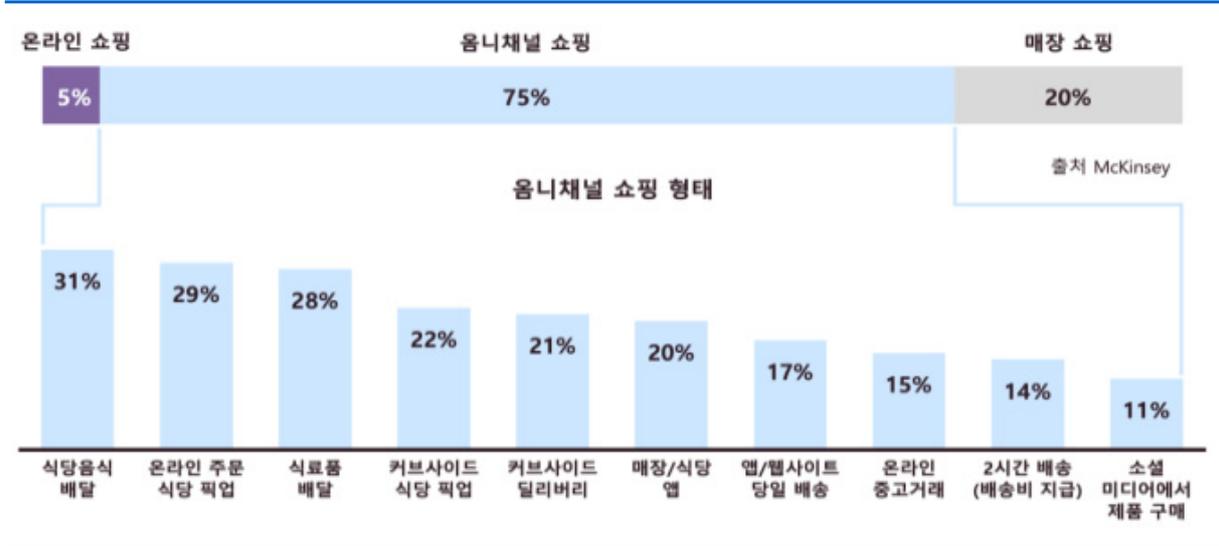
## ■ 윤리적 소비 및 ESG 경영 가속화

- 윤리적 소비가 새로운 트렌드로 떠오르며 소비자들은 소비에 더 엄격한 잣대를 적용하고 있음
  - 윤리적 소비는 가격과 품질이 구매 기준이 아닌 사회 및 환경의 지속가능성을 고려하여 제품을 선택하는 행동임
  - IFIC에 따르면 소비자 10명 중 4명은 개인이 선택한 식품이 환경에 영향을 미친다고 생각하며, 소비자 10명 중 5명은 내가 선택한 식품이 실제 환경에 얼마나 영향을 주는지 미리 알았다면 구매 여부가 달라졌을 것이라고 답변함
  - 육류와 가공육이 환경에 가장 부정적인 영향을 주는 품목으로 인식하고 있으며, 생수(플라스틱 및 유리병 용기), 해산물, 냉동식품, 유제품 순으로 나타남
- 식품 및 유통업계에서 ESG(Environment, Social, Governance) 경영 강화 움직임이 활발해지고 있음
  - ESG 경영은 기업 활동에 환경, 사회적 책임, 지배구조 개선 등에 가치를 두는 전략임
  - 펩시코(Pepsico)는 물관리 프로젝트(Net Water Positive), 포장 지속가능성, 어린이 대상 식품 보장 프로그램(Food for Good) 등을 펼치며 ESG 경영 실천에 집중하고 있음
  - 배양 닭고기 제조업체인 업 사이트 푸드(Upside Foods)는 공장 운영에 재생에너지를 사용하며, 업 사이트 푸드에서 생산되는 소고기는 92%, 닭고기는 17%의 탄소 발자국은 감축시키는 것으로 나타남
  - 하이비(Hy-Vee)는 지난해 토네이도 피해자를 돕기 위해 19개 차량과 37명의 직원으로 구성된 재난 구호팀을 만들어 55만 개에 달하는 식품과 물을 제공함
  - 온라인 소매업체 스라이브 마켓(Thrive Market)은 공급업체와 협력하여 냉동식품용 플라스틱 용기를 옥수수 전분과 대나무 용기로 교체하는 등 친환경 포장재를 도입함

## ■ 옴니채널 쇼핑 정착

- 미국 소비자들에게 옴니채널(하이브리드) 쇼핑이 표준이 되고 있음
  - 시장조사기관 McKinsey에 따르면 소비자의 75%는 매장과 온라인 두 곳 모두에서 제품을 조사한 후 구매하는 옴니채널 쇼핑 형태를 보이고 있음
  - 소비자의 45%는 SNS가 구매에 영향을 준다고 생각하고 있으며, 소비자 10명 중 1명은 이미 SNS를 통해 제품을 구매하는 것으로 나타남

미국 소비자 쇼핑 유형



■ 선호하는 결제 방법

- 소비자들이 선호하는 쇼핑 결제 방법으로 비접촉 결제시스템과 후불결제(Buy Now, Pay Later) 방식이 큰 호응을 얻고 있음
  - 비접촉 결제시스템은 코로나-19 이후 사용과 관심이 급증하며 2021년 1,110억 달러의 규모로 전년 대비 33.7% 성장함
    - 데이터 분석업체 Pymnts에 따르면 식품을 사는 소비자의 30% 이상(6,500만 명)이 비접촉 결제시스템을 제공하는 매장을 선호하였고, 이러한 경향은 밀레니얼 세대(45.2%)와 X세대(40.7%)에서 강하게 나타남
  - 시장조사기관 e-Marketer에 따르면 MZ세대들에게 후불결제 방식이 큰 호응을 얻고 있음
    - 2022년 후불결제 사용자 수는 전년 대비 31.4% 늘어난 5,930만 명에 달할 것으로 전망됨
    - 후불결제 방식을 선호하는 이유로는 지급 용이(45%), 크레딧 카드 대비 높은 유연성(44%), 무이자 혜택(36%), 간단한 승인 과정(23%) 등으로 나타남

# II 품목 심층조사

## ① 미국 수출 주요 한국 식품 분석

### 가. 조사 방법

- 한국식품의 수출 상위 10개 품목과 경쟁제품과의 분석을 통해 한국식품의 경쟁력을 파악
  - 조사 대상은 수출액이 높은 식품 위주로 김스낵, 인스턴트라면(국물, 볶음), 음료류(알로에 음료, 커피믹스), 간편식, 쌀과자, 베이킹 믹스, 김치, 고추장 등
    - \* 주요 수출 품목인 배는 계절상품으로 동향 파악이 어렵고, 어류는 제품의 종류가 다양해 조사 대상에서 제외함
  - 제품 선정 기준은 온-오프라인에서 판매되는 인지도 높은 제품, 이슈 및 인기제품을 우선적으로 선정함
  - 제품별로 한국산과 경쟁제품 3개를 선정해 원산지, 가격, 용량, 인증, 별점 및 리뷰수, 고객만족도, 특징, 판매처 등을 살펴봄
    - \* 가격은 온-오프라인 소매업체별로 편차가 있어 중간값으로 책정함. 용량당 평균 가격은 무게 또는 개당으로 집계함
    - \* 용량은 그램(g)으로 통일하는 단위 변환 과정에서 차이가 있을 수 있음
    - \* 별점 및 리뷰수, 고객만족도는 각 소매업체의 웹사이트와 아마존 자료이며 일부 제품에는 통계가 없을 수 있음
    - \* 조사 기간은 2022년 5월 27일~31일이며 이후에는 가격, 별점, 리뷰수 등이 달라질 수 있음

### 나. 한국식품과 경쟁제품 분석

#### (1) 김스낵

- 김스낵은 건강한 스낵으로 인지도가 높아 미국 소매업체에서 쉽게 구매할 수 있음
  - 김스낵은 스낵 표현 외에도 크리스피(Crispy), 크런치(Crunch), 칩스(Chips), 스틱(Stick) 등 식감과 모양에 따라 다양한 이름으로 불리고 있음

- 한국산 김스낵은 도시락 형태의 조미김과 부각 형태가 판매되고 있음
  - 조미김은 오리지널, 매운맛, 고추냉이 맛, 바비큐 맛 등 다양한 제품이 판매되며 대체로 모양과 포장 규격이 거의 비슷함
  - 부각 형태는 다양한 맛과 함께 참깨, 견과류, 코코넛, 통곡물, 치즈 등의 토핑이 추가됨
- 조미김은 한국산, 수입산, 미국산, 소매업체 PB 제품까지 포화상태로 경쟁이 치열하며, 부각 형태도 점차 다양한 제품이 출시되고 있음

이미지				
제품명	bibigo Seaweed Crisps -Original	Nora Crispy Seaweed Snacks-Original	Tempura Seaweed Snack Chips	Seaweed Crisps- Almond Sesame
제조사	CJ Foods	Nora	Swashbuckle	Seapoint Farms
용량/가격	20g/\$3.29, 10g당 \$1.65	32g/\$3.43, 10g당 \$1.07	27g/\$3.26, 10g당 \$1.21	35g/\$2.02, 10g당 \$0.58
인증	-	비건, NON-GMO, 글루텐 프리	-	비건, NON-GMO, 코셔, 글루텐 프리
별점/리뷰수	4/228	4.5/386	3.8/69	4.5/109
고객만족도	맛 4.7/가성비 4.2	맛 4.3/가성비 3.4	맛 2.8/가성비 3.2	-
특징	- 한국산, 오븐에 구운 현미 김부각 - 오리지널, 매운맛, 바비큐 등 3종류	- 태국산, 미강유 사용 - 오리지널, 매운맛 튀김, 매운 튀김 등 4종류	- 일본산, 기름진 맛강함 - 오리지널, 와사비&간장, 스위트 칠리, 치즈, 타르타르 소스 등 5종류	- 중국산, 오븐에 구운 제품 - 아몬드&참깨, 호박&참깨 2종류
판매처	Walmart, Amazon, Yami, Asian Mart	DTC*, Whole Foods Market, Target, Amazon, Walmart, Sprouts Farmers Market, Kroger, Vons, Wegmans	Walmart, Amazon	Vons, Amazon, Aldi, Harris Teeter, Giant Food, Kroger

\* DTC: 제조업체가 자체 웹사이트를 통해 소비자에게 직접 판매

\*\* 별점, 리뷰수, 고객만족도는 각 소매업체 웹사이트 자료 또는 아마존 통계임. 업체마다 고객만족도 통계는 없을 수 있음

\*\*\* 가격은 소매업체에 따라 다를 수 있음. 온라인 판매는 소매업체 직접 판매, 제3자 판매 모두 포함됨

출처: 판매처에 기재된 소매업체 웹사이트 / 2022년 5월 27~31일 기준

- ① 한국산 제품명(브랜드) : 김스넥-오리지널 맛(비비고)
- ② 경쟁제품 브랜드(원산지) : 노라(Nora, 태국), 스위시버클(Swashbuckle, 일본), 씨포인트 팜(Seapoint Farms, 중국)
- ③ 가격(10g당) : 씨포인트 팜이 0.58달러로 가장 저렴함
  - 노라는 1.07달러, 스위시버클 1.21달러, 비비고 1.65달러임
- ④ 용량 : 씨포인트 팜이 35g으로 가장 많고, 노라 32g, 스위시버클 27g, 비비고는 20g 순으로 나타남
- ⑤ 인증 : 노라, 씨포인트 팜이 비건, NON-GMO(비유전자변형 식품), 글루텐 프리 등의 인증을 보유함
- ⑥ 특징 : 노라는 태국산이지만 한국산 원료와 미강유 사용을 강조함
  - 비비고와 씨포인트 팜은 ‘오븐에 구운 방식’을 포장에 언급함
  - 인증 보유 제품들은 포장 앞면에 크게 표시하여 마케팅에 적극적으로 활용하고 있음
- ⑦ 경쟁력 및 진출 제언 : 비비고는 경쟁제품과 비교해 가격이 높고 용량이 적은 것으로 조사됨
  - 씨포인트 팜과 노라는 다양한 인증 확보와 가격경쟁력으로 월마트(Walmart), 크로거(Kroger) 등 대형 소매업체에 진출함
  - 노라 제품은 DTC(Direct-to-Consumer, 온라인에서 소비자에게 직접 판매) 방식을 도입해 유통 채널을 다양화함
  - 김스넥은 건강 스넥으로 인지도가 높아 인증 획득과 성분(저염, 칼로리), 현지화된 포장 등을 고려하여 진출하는 것이 유리함

## (2) 국물라면

- 인스턴트라면(이하 라면)은 아시아 면류 제품에 대한 높은 관심과 저렴한 가격으로 최근 5년간 연평균 3.7% 성장률을 기록함
  - 전체 라면 매출에서 봉지라면은 57.2%, 컵(보울 포함)라면은 42.8%의 비중을 차지함
  - 조사 대상 제품은 봉지라면이며, 경쟁제품은 미국 라면시장에서 점유율 1위와 3위를 차지한 제품들과 태국산을 선정함

이미지				
제품명	Jin Ramen-Mild	Maruchan Ramen Noodle Soup-Chicken	Top Ramen-Chicken Flavor	Shrimp Tom YUM
제조사	Ottogi	Toyo Suisan Kaisha	Nissin Foods USA	MAMA Noodles
용량/가격	120g/\$1.45, 10g당 \$0.12	85g/\$0.30, 10g당 \$0.04	85g/\$0.40, 10g당 \$0.05	60g/\$0.89, 10g당 \$0.15
인증	-	-	-	-
별점/리뷰수	4.8/602	4.7/53,283	4.7/1,513	4.6/6,330
고객만족도	맛 4.8/가성비 4.8	맛 4.5/가성비 4.5/ 다용도 4.5	맛 4.1/가성비 3.9	맛 4.5/가성비 4.3/ 편리성 4.5
특징	- 한국산, 순한맛 - 파, 버섯, 당근 등 야채 건더기 수프 제공	- 미국 라면 브랜드 1위 - 미국산, 치킨맛, 가격 저렴	- 미국 라면 브랜드 3위 - 미국산, 치킨맛, 가격 저렴	- 태국산, 국민라면 - 액상&분말 수프 2종류 - 열풍 건조 면발
판매처	Walmart, Vons, Amazon, Yami	Walmart, Kroger, Aldi, Vons H-E-B, Publix, Ralphs, Amazon	Wegmans, H-E-B, Walmart, BJ's, Amazon, Meijer, Kroger, Publix	Amazon, Albertson, Vons, Walmart, H-E-B, Wegmans

\* 별점, 리뷰수, 고객만족도는 각 소매업체 웹사이트 자료 또는 아마존 통계임. 업체마다 고객만족도 통계는 없을 수 있음

\*\* 가격은 소매업체에 따라 다를 수 있음. 온라인 판매는 소매업체 직접 판매, 제3자 판매 모두 포함됨

출처: 판매처에 기재된 소매업체 웹사이트 / 2022년 5월 27~31일 기준

- ① 한국산 제품명(브랜드) : 진라면-순한맛(오뚜기)
- ② 경쟁제품 브랜드(원산지) : 마루찬(Maruchan, 미국), 닛신(Nissin, 미국), 마마(MAMA, 태국)
- ③ 가격(10g당) : 마루찬과 닛신은 0.05달러 이하로 가장 저렴하며 오뚜기는 0.12달러, 마마는 0.15달러임
- ④ 용량 : 오뚜기가 120g, 마루찬과 닛신이 각각 85g, 마마가 60g임
- ⑤ 인증 : 인증 보유 제품 없음
- ⑥ 특징 : 마루찬과 닛신은 1970년대부터 미국에서 생산되며 인지도를 쌓아온 브랜드로 가성비가 뛰어나고 판매처가 다양해 쉽게 구매할 수 있음
  - 마마는 태국 대표 음식 톰얏꿍(Tom Yum Soup)을 제품화한 것으로 탄탄한 인지도와 저렴한 가격, 다양한 판매처 등으로 경쟁력이 뛰어남
- ⑦ 경쟁력 및 진출 제언 : 오뚜기는 용량과 가격 부문에서 경쟁력을 갖췄지만 낮은 인지도가 판매 확대의 걸림돌임
  - 인지도 향상을 위한 온-오프라인에서 적극적인 마케팅 필요

### (3) 볶음라면

- 볶음 라면은 소스를 넣고 볶거나 비벼 먹는 라면이 해당됨
  - 조사 대상 제품은 봉지라면이며 수입산 제품 3개를 경쟁제품으로 선정함

이미지				
제품명	Hot Chicken Stir Fried Ramen-Carbo	Mi goreng Fried Noodles	Hakka Style Noodle-Chile Sauce	Sichuan Spicy
제조사	Samyang	Indomie	A-Sha	Mom's Dry Noodle
용량/가격	130g/\$2.00, 10g당 \$0.15	85g/\$0.92, 10g당 \$0.10	95g/\$1.80, 10g당 \$0.19	134g/\$2.50, 10g당 \$0.19
인증	할랄	할랄	-	-
별점/리뷰수	4.5/14,310	4.7/8,478	4.4/319	4.0/72
고객만족도	맛 4.4/가성비 4.1/ 1회 제공량 5.0	맛 4.7/가성비 4.4/ 다용도 4.5	맛 3.8/가성비 3.6	-
특징	- 한국산, 굵고 넓은 면발 - 불닭 액상+분말 소스 제공	- 인도네시아 대표 볶음라면 - 액상, 분말, 향신료 등 수프 4종류 - LA타임즈 선정 '세계에서 가장 맛있는 라면 1위'(2018)	- 대만산, 공기 건조 국수 - 통밀가루 제조 식물성 단백질 11g 제공	- 대만산, 2018년 세계 최고 비빔면 - 건면, 액상, 분말 소스 등 구성 - 후추&참깨소스, 양파&새우, 사워&매운맛 등 4종류
판매처	Amazon, Walmart, Wegmans	Amazon, Walmart, Kroger, Ralphs, Food4less	Amazon, Target, Walmart, Safeway	Amazon, 99Ranch, Yamibuy

\* 별점, 리뷰수, 고객만족도는 각 소매업체 웹사이트 자료 또는 아마존 통계임. 업체마다 고객만족도 통계는 없을 수 있음

\*\* 가격은 소매업체에 따라 다를 수 있음. 온라인 판매는 소매업체 직접 판매, 제3자 판매 모두 포함됨

출처: 판매처에 기재된 소매업체 웹사이트 / 2022년 5월 27~31일 기준

- ① 한국산 제품명(브랜드) : 불닭볶음면-까르보(삼양라면)
- ② 경쟁제품 브랜드(원산지) : 인도미(Indomie, 인도네시아), 아샤(A-Sha, 대만), 맘스 드라이 누들 (Mom's Dry Noodle, 대만)
- ③ 가격(10g당) : 인도미가 0.10달러로 가장 저렴함. 오투기 0.15달러, 아샤와 맘스 드라이 누들이 각각 0.19달러임
- ④ 용량 : 맘스 드라이 누들이 134g 가장 많고, 인도미가 85g으로 가장 적음
- ⑤ 인증 : 오투기와 인도미는 할랄 인증을 보유함
- ⑥ 특징 : 대만산은 튀기지 않은 건면을 사용해 건강한 면발과 쫄깃함을 강조함
  - 아샤는 대만 라면업계 1위 브랜드이며 맘스 드라이 누들은 대만의 유명 레스토랑 제품으로 아시아계 소비자에게 인지도가 높음

- 인도미는 인도네시아 전통 볶음국수 미고랭을 제품화한 것으로 전 세계에서 가장 맛있는 라면 1위에 선정될 정도로 인지도가 높음. 액상, 분말, 향신료 등 라면 스프만 4종류를 제공함

⑦ 경쟁력 및 진출 제언 : 삼양라면은 용량과 가격, 인지도에서 경쟁력 있음

- 자사 홈페이지, 소매업체 웹사이트, SNS 플랫폼을 적극적으로 활용해 충성고객 확보에 집중해야 함

**(4) 알로에 음료**

- 알로에 음료는 오리지널 맛을 기본으로 사과, 딸기, 파인애플, 망고, 석류 등 과일 맛을 첨가한 제품들이 판매됨
  - 가격경쟁력을 갖춘 중국과 동남아시아 제품들이 대형마켓에서 판매되고 있어 경쟁이 치열함
  - 미국에서 많이 판매되는 용량 500ml를 기준으로 수입산 3개를 경쟁제품으로 선정함

이미지				
제품명	Aloe Vera King-Original	Aloe Vera Drink-Original	EXPOSED Aloe Vera Juice	Aloe Vera Juice Drink
제조사	OKF	Iberia	ALO	365 by Whole Foods Market
용량/가격	500ml/\$2.13, 100ml당 \$0.43	500ml/\$1.99, 100ml당 \$0.40	500ml/\$2.00, 100ml당 \$0.40	500ml/\$1.89, 100ml당 \$0.38
인증	할랄	글루텐 프리	NON-GMO, 글루텐 프리	NON-GMO, 비건
별점/리뷰수	4.7/50	4.5/7,563	4.7/7,708	4.5/1,318
고객만족도	맛 5.0/가성비 3.8	맛 4.4/가성비 4.0	맛 4.4/가성비 4.1	맛 4.5/가성비 4.3
특징	- 한국산, 100%천연음료 - 비타민 A, C 함유 - 석류, 망고, 파인애플, 딸기, 복숭아, 수박 등 7종류	- 대만산, 100% 천연음료 - 딸기, 망고, 파인애플 등 4종류	- 태국산, 알로에 베라 펄프 +꿀 맛 - 과일 맛 함유 총 11종류	- 태국산, 펄프 함유 - 홀푸드마켓 자체 브랜드
판매처	H-E-B, Walmart, Amazon, Weis Market, Big Lots	Publix, Walmart, Meijer, Stop&Shop, Amazon, Giant	Kroger, Giant, Amazon, H-E-B, Walmart, Whole Foods Market	Whoel Foods Market, Amazon

\* 별점, 리뷰수, 고객만족도는 각 소매업체 웹사이트 자료 또는 아마존 통계임. 업체마다 고객만족도 통계는 없을 수 있음

\*\* 가격은 소매업체에 따라 다를 수 있음. 온라인 판매는 소매업체 직접 판매, 제3자 판매 모두 포함됨

출처: 판매처에 기재된 소매업체 웹사이트 / 2022년 5월 27~31일 기준

- ① 한국산 제품명(브랜드) : 알로에 베라 킹-오리지널(OKF)
- ② 경쟁제품 브랜드(원산지) : 이베리아(Iberia, 대만), 알로(ALO, 태국), 365 바이 홀푸드 마켓 PB 제품 (365 by Whole Foods Market, 태국)
- ③ 가격(100ml당) : PB 제품이 0.38달러로 가장 낮고, 나머지 제품들은 0.40달러~0.43달러 사이로 비슷한 가격대임
  - 오리지널 제품(500ml)의 개당 평균 가격은 1.50달러~1.99달러내외
  - 맛(과일, 꿀 등)을 가미한 제품은 오리지널보다 0.50달러~1달러 더 비쌌
- ④ 용량 : 미국에서 500ml와 1.5리터가 보편적으로 판매되는 사이즈임
- ⑤ 인증 : OKF는 할랄 인증, PB 제품은 NON-GMO와 비건 인증, 이베리아와 알로는 글루텐 프리, NON-GMO 인증을 획득함
- ⑥ 특징 : 이베리아와 알로는 다양한 판매처 확보로 소비자의 접근성이 좋음
  - 알로는 용기에 그립감을 준 트렌디한 포장 형태로 관심도를 높임
- ⑦ 경쟁력 및 진출 제언 : OKF는 가격, 맛(별점 5점), 트렌디한 포장 디자인으로 경쟁력은 충분한 것으로 파악됨
  - 대부분 초록색 플라스틱병을 사용해 한국산, 수입산 모두 비슷해 보여 차별화된 요소가 포장에 추가된다면 판매에 도움이 될 것으로 분석됨

## (5) 인스턴트 커피

- 인스턴트 커피는 개별 포장된 가루형 스틱 제품이 휴대와 섭취가 간편해 선호도가 높음
  - 가루형 스틱 제품은 원두커피와 커피믹스(설탕, 크림 등 포함) 2종류 판매
    - 인스턴트 스페셜티 커피는 가격이 높고 고품질 원두, 로스팅 기법을 차별화시켜 점차 수요가 늘고 있음
    - 인스턴트 커피를 즐기는 소비자들은 여러 브랜드의 다양한 맛을 시도하기 때문에 대량 구매보다는 소량 구매가 많은 편임
    - 조사 대상 제품은 커피믹스이며 수입산과 미국산을 경쟁제품으로 선정

이미지				
제품명	Maxim Original Korean Coffee	Classic 3 in 1	Instant Coffee Packets	VIA Instant Coffee-White Chocolate Mocha Latte
제조사	Dongsuh	Nescafe	Trader Joe's	Starbucks
용량/가격	12g×100/\$19.99 10g당 \$0.17	16.5g×28/\$15.60 10g당 \$0.34	12g×10/\$2.99 10g당 \$0.25	35g×5/\$10.99 10g당 \$0.63
인증	-	-	-	-
별점/리뷰수	4.7/1,596	4.3/1,573	4.5/382	4.5/11,367
고객만족도	맛 5.0/가성비 4.0/ 여행용 5.0	맛 4.1/가성비 3.8/ 여행용 4.7	맛 4.4/가성비 4.2/ 여행용 4.7	맛 4.0/가성비 3.9/ 여행용 4.5
특징	- 한국산, 미디엄 로스트	- 독일산, 미디엄 로스트	- 미국산, 트레이더 조 자체 브랜드 - 아라비카 원두, 미디엄 로스트	- 미국산, 인스턴트 스페셜티커피 - 프리미엄 아라비카 원두, 미디엄 로스트
판매처	Amazon, Walmart, 99Ranch Vitacost, Yamibuy	Amazon, Walmart, 99Ranch	Trader Joe's, Walmart, Amazon	Target, Amazon, Walmart, Kroger, Vons, Wegmans, Publix, H-E-B

\* 별점, 리뷰수, 고객만족도는 각 소매업체 웹사이트 자료 또는 아마존 통계임. 업체마다 고객만족도 통계는 없을 수 있음

\*\* 가격은 소매업체에 따라 다를 수 있음. 온라인 판매는 소매업체 직접 판매, 제3자 판매 모두 포함됨

출처: 판매처에 기재된 소매업체 웹사이트 / 2022년 5월 27~31일 기준

- ① 한국산 제품명(브랜드) : 오리지널 커피믹스(맥심)
- ② 경쟁제품 브랜드(원산지): 네스카페(Nescafe, 독일), 트레이더 조 PB 제품(Trader Joe's 한국), 스타벅스(Starbucks, 미국)
- ③ 가격(10g) : 맥심이 0.17달러로 가장 저렴하고 스타벅스는 0.63달러로 가장 비싸며, 네스카페는 0.34달러, PB 제품은 0.25달러임
- ④ 용량 : 스타벅스가 35g, 네스카페 16.5g, 맥심과 PB 제품은 각각 12g임
- ⑤ 인증 : 인증 보유 제품 없음
- ⑥ 특징 : 스타벅스는 스페셜티 커피 제품으로 가격대가 높게 형성되고 프리미엄 아라비카 원두 사용해 풍부하고 부드러운 맛을 강조함
  - 네스카페는 미국 내 인지도 매우 높은 제품임
  - PB 제품은 한국에서 제조되어 용량과 가격이 한국산과 비슷함
- ⑦ 경쟁력 및 진출 제언 : 맥심은 맛(별점 5점) 좋고 가격경쟁력이 우수해 소비자의 접근성이 좋음
  - 브랜드 인지도 확대를 위한 마케팅과 인증 획득(유기농, 공정무역 등) 필요

## (6) 간편식

- 간편식은 섭취와 조리가 간편한 컵과 보울 형태 제품들이 다양해지고 있음
  - 코로나-19 이후로 건강한 옵션에 대한 높은 관심으로 유기농, 채식, 프리미엄 제품의 수요가 늘고 있음
  - 간편식은 조리 시간이 2분 내외, 장기 유통이 가능한 상온보관 수입산과 미국산으로 경쟁제품을 선정함

<b>이미지</b>				
<b>제품명</b>	Cooked Rice Bowl & Yellow Curry Sauce	Harvest Bowl-Wild Rice	Kitchen&Love Quinoa Quick Cup-Basil Pesto	Mediterranean Style Protein Bowl
<b>제조사</b>	CJ Foods	Reese	Cucina&Amore	Tasty Bite
<b>용량/가격</b>	280g/\$3.99, 100g당 \$1.43	220g/\$2.87, 100g당 \$1.30	225g/\$3.67, 100g당 \$1.63	250g/\$4.99, 100g당 \$2.00
<b>인증</b>	-	NON-GMO, 비건, 글루텐 프리	NON-GMO, 비건, 코셔	NON-GMO, 비건
<b>별점/리뷰수</b>	4.6/92	4.0/372	4.2/2,820	4/447
<b>고객만족도</b>	-	맛 4.0/가성비 3.8/1회 제공량 4.0	맛 4.0/가성비 3.8	맛 3.0/가성비 3.0/1회 제공량 3.7
<b>특징</b>	- 한국산, 햇반+커리 소스 콤보 - 상온보관 간편식, 조리시간 2분	- 스페인산, 상온보관 간편식, 조리시간 1분 - 백미, 야생쌀, 검은콩, 토마토, 사과 함유 - 단백질 6g, 통곡물 20g	- 페루산, 완전 조리된 상온보관 간편식 - 동봉된 소스에 비벼 섭취, 조리시간 1분 - 단백질 10g, 섬유질 5g	- 미국산, 상온보관 간편식, 조리시간 1분 - 병아리콩, 당근, 피망, 소스 함유 - 식물성 단백질 14g, 고섬유질
<b>판매처</b>	Walmart, Amazon, Asian Mart	Walmart, Amazon, Target	Amazon, Target, Vitacost, Ralphs, ThriveMarket, Walmart, Kroger	Sprouts Farmers Market, Amazon, World Market, Walmart, Kroger

\* 별점, 리뷰수, 고객만족도는 각 소매업체 웹사이트 자료 또는 아마존 통계임. 업체마다 고객만족도 통계는 없을 수 있음  
 \*\* 가격은 소매업체에 따라 다를 수 있음. 온라인 판매는 소매업체 직접 판매, 제3자 판매 모두 포함됨  
 출처: 판매처에 기재된 소매업체 웹사이트 / 2022년 5월 27~31일 기준

- ① 한국산 제품명(브랜드) : 핫반 컵반-옐로우크림 커리 덮밥(CJ 푸드)
- ② 경쟁제품 브랜드(원산지) : 리즈(Reese, 스페인), 쿠치나&아모레 (Cucina&Amore, 페루), 테이스티 바이트(Tasty Bite, 미국)
- ③ 가격(100g당) : 리즈가 평균 1.30달러로 가장 저렴하고 테이스티 바이트가 2달러로 가장 높음
- ④ 용량 : CJ 푸드가 280g, 나머지 제품들은 220g~250g 내외임
- ⑤ 인증 : CJ 푸드를 제외하고 모두 NON-GMO, 비건 인증을 보유함
  - 추가로 리즈는 글루텐 프리, 쿠치나&아모레는 코셔 인증을 받음
- ⑥ 특징 : 단백질, 통곡물, 섬유질, 저당, 식물기반 등 영양, 원료, 성분 등을 강조하는 표기가 많아짐
  - 테이스티 바이트는 제품명부터 프로틴 보울로 14g의 단백질을 강조함
  - 쿠치나&아모레는 포장에 식물성 단백질 10g, 섬유질 5g 표기함
  - 리즈는 포장 앞면에 원 모양으로 단백질 6g, 통곡물 20g을 표기해 주목도를 높임
- ⑦ 경쟁력 및 진출 제언 : CJ 푸드는 가격과 용량에서 경쟁력은 있지만 판매처가 많지 않음
  - 인증 여부가 구매에 영향력을 행사하고 있어 인증 획득과 온-오프라인 마케팅을 진행한다면 판매처 확대에 도움이 될 것임

## (7) 쌀과자

- 쌀과자는 맛과 건강, 편의성을 두루 갖춘 제품들이 다양해지고 전 연령층에서 고른 인기를 얻고 있음
  - 쌀과자는 대체로 굽거나 튀긴 제품들이 주를 이루며 크래커, 칩, 롤, 두툽한 빵튀기 형태로 판매되고 있음
  - 미국인이 선호하는 치즈, 견과류, 씨앗류 등을 추가한 제품들이 다양해짐
  - 제품 종류는 백미, 현미 쌀과자, 카라멜, 애플시나몬, 바나나 맛 등 다양함
  - 미국에서 라이스 케이크와 라이스 크래커는 치즈, 햄, 과일 등을 토핑으로 얹어 먹거나 스프레드를 발라 섭취함

이미지				
제품명	Crunchy Rice Snack-Original	Red Rice&Quinoa	Crunchy Rollers -Caramel Sea Salt	Quaker Large Rice Cakes-3Flavor
제조사	Jayone	Lundberg Family Farms	Friendly Grains	Quaker
용량/가격	80g/\$2.49, 10g당 \$0.31	168g/\$3.99, 10g당 \$0.24	75g/\$4.70, 10g당 \$0.63	168g/\$2.99, 10g당 \$0.18
인증	비건, 글루텐 프리	유기농, 비건, 글루텐 프리, NON-GMO, 100% 홀그레인	유기농, 비건, 글루텐 프리, NON-GMO, 코셔	글루텐 프리
별점/리뷰수	4.6/160	4.7/1,296	4.6/277	4.6/8,492
고객 만족도	맛 4.3/가성비 3.8/신선도 4.8	맛 4.5/가성비 4.1/단단함 4.0	맛 4.2/가성비 3.6/신선도 3.8	맛 4.3/가성비 4.5/신선도 4.2
특징	- 한국산, 1팩 8개 롤 - 바삭한 식감	- 미국산, 현미, 붉은 쌀, 퀴노아 함유 - 얇고 바삭한 식감, 풍미 가득 - 스프레드, 토핑과 함께 섭취	- 미국산, 현미 함유 - 캐러멜, 바다소금 단짠맛 조화	- 미국산, 현미 함유 - 스프레드, 토핑과 함께 섭취 - 화이트 체다, 캐러멜 옥수수, 애플 시나몬 3가지 맛
판매처	Amazon, FreshDirect, Kroger, Wegmans	DTC*, Walmart, Ralphs, Amazon, Shoprite, ACME, Whole Foods Market	Walmart, Vons, Amazon, Stop&Shop, Kroger, H-E-B	Walmart, Target, Amazon, Publix, Shoprite, H-E-B, Kroger

\* DTC: 제조업체가 자체 웹사이트를 통해 소비자에게 직접 판매

\*\* 별점, 리뷰수, 고객만족도는 각 소매업체 웹사이트 자료 또는 아마존 통계임. 업체마다 고객만족도 통계는 없을 수 있음

\*\*\* 가격은 소매업체에 따라 다를 수 있음. 온라인 판매는 소매업체 직접 판매, 제3자 판매 모두 포함됨

출처: 판매처에 기재된 소매업체 웹사이트 / 2022년 5월 27~31일 기준

- ① 한국산 제품명(브랜드) : 크런치 라이스 스낵-오리지널(제이원)
- ② 경쟁제품 브랜드(원산지) : 룬드버그 패밀리 팜(Lundberg Family Farm, 이하 룬드버그), 프렌들리 그레인(Friendly Grains), 퀘이커(Quaker) 등 모두 미국산임
- ③ 가격(10g당) : 퀘이커가 0.18달러로 가장 낮고 룬드버그와 제이원은 각각 0.24달러, 0.31달러, 프렌들리 그레인이 0.63달러로 가장 높음
- ④ 용량 : 룬드버그, 퀘이커 168g, 제이원 85g, 프렌들리 그레인은 75g임
- ⑤ 인증 : 룬드버그와 프렌들리 그레인은 유기농, 비건, 글루텐 프리, NON-GMO 인증을 보유함
  - 제이원은 비건과 글루텐 프리, 퀘이커는 글루텐 프리 인증이 있음

- ⑥ 특징 : 룬드버그와 웨이커 제품은 스프레드를 바르거나 토핑을 얹어 섭취하는 것이 대중화됨
  - 프렌들리 그레이인은 휴대가 편한 포장과 다양한 인증이 장점임
- ⑦ 경쟁력 및 진출 제언: 제이원은 맛(4.3)과 신선도(4.8)에서 긍정적인 평가를 받았지만 가성비(3.8점)는 낮게 나타남

### (8) 베이킹 믹스

- 베이킹 믹스는 미국에서 주로 디저트나 간식으로 소비되나 건강에 대한 높은 관심에도 불구하고 디저트 소비는 계속 증가함
  - 베이킹 믹스 시장은 아직 프리미엄화 추세가 더딘 품목 중 하나로 혁신적인 제품 출시가 요구되고 있음
  - 한국산 베이킹 제품으로 호떡 믹스를 선정함
  - 호떡이 유튜브를 통해 알려지면서 트레이더 조에서는 호떡(완제품)을 판매해 좋은 반응을 얻고 있음

이미지				
제품명	Hotteok Mix	Super Moist Rainbow Chip Cake Mix	Easy Cake Kit Golden Fudge Cake Mix	Muffin Mix
제조사	CJ Beksul	Betty Crocker	Duncan Hines	Bob's Red Mill Natural Foods
용량/가격	400g/\$5.99, 100g당 \$1.50	432g/\$1.49, 100g당 \$0.35	240g/\$2.50, 100g당 \$1.04	454g/\$5.69, 100g당 \$1.25
인증	-	-	-	글루텐 프리, 코셔
별점/리뷰수	4.6/48	4.5/234	4.2/1,723	4.6/53
고객만족도	-	맛 5.0/가성비 3.8	맛 3.6/가성비 3.4	-
특징	- 호떡 8개(3~4인분) - 조리시간 10~15분	- 컵 케이크 30개 분량 - 조리시간 30~35분	- 6인치 초콜릿 퍼지 케이크 - 조리시간 2분(전자레인지)	- 통곡물(현미, 수수) - 조리시간 30분
판매처	Walmart, Amazon, Yami, Asian Mart	Walmart, Target, Vons, Ralphps, H-E-B	Walmart, Amazon, Kroger, Wegmans	H-E-B, Publix, Kroger, Amazon

\* 별점, 리뷰수, 고객만족도는 각 소매업체 웹사이트 자료 또는 아마존 통계임. 업체마다 고객만족도 통계는 없을 수 있음

\*\* 가격은 소매업체에 따라 다를 수 있음. 온라인 판매는 소매업체 직접 판매, 제3자 판매 모두 포함됨

출처: 판매처에 기재된 소매업체 웹사이트 / 2022년 5월 27~31일 기준

- ① 한국산 제품명(브랜드) : 호떡 믹스(CJ 백설)
- ② 경쟁제품 브랜드(원산지) : 베티 크로커(Betty Crocker), 던컨 하인즈(Duncan Hines), 밥스 레드밀 내추럴 푸드(Bob's Red Mill Natural Foods, 이하 밥스) 등 모두 미국산임
- ③ 가격(100g당) : 베티 크로커가 0.35달러로 가장 저렴하고, 던컨 하인즈 1.04달러, 밥스는 1.25달러, CJ 백설이 1.50달러로 가장 높음
- ④ 용량 : 밥스가 454g으로 가장 많고 던컨 하인즈가 240g 가장 적음
- ⑤ 인증 : 밥스만 글루텐 프리, 코셔 인증을 보유함
- ⑥ 특징 : 베티 크로커는 컵케이크 30개 분량에 해당하며, 던컨 하인즈는 제품명 이지(Easy)처럼 전자레인지에 넣고 2분을 돌리면 완성됨. 짧은 조리 시간과 적당한 용량(2~4인분)으로, 가성비가 높은 제품임
- ⑦ 경쟁력 및 진출 제언 : 베티 크로커와 던컨 하인즈는 미국 베이킹 믹스 시장의 양대 산맥으로 이들 업체와의 경쟁은 어려울 것으로 분석됨
  - 다만 호떡, 깨찰빵 등 한국만의 차별화된 제품과 컵 형태 케이크, 냉동 생지 등 전자레인지와 에어프라이어 활용 제품으로 틈새시장 공략이 주효할 것으로 분석됨

### (9) 김치

- 김치는 코로나-19 이후 면역력 강화식품으로 주목받으며 미국 내 인지도가 급상승중임
  - 지난해 캘리포니아를 시작으로 버지니아, 뉴욕, 워싱턴D.C에서 ‘김치의 날’이 제정되며 김치의 위상이 더 높아지고 있음
  - 김치는 한국산, 수입산, 미국산 등이 많아지면서 경쟁이 치열해지고 있음

이미지				
제품명	Kimchi-Sliced Napa Cabbage	Kimchi Korean	Spicy Red Kimchi	Spicy Kimchi
제조사	Jongga	Wildbrine	Sinto Gourmet	Wegmans PB
용량/가격	2.5kg \$17.49/ 100g당 \$0.70	510g \$7.49/ 100g당 \$1.47	454g \$6.99/ 100g당 1.54	396g \$5.99/ 100g당 \$1.51
인증	케토, 글루텐 프리	NON-GMO, 비건, 글루텐 프리	NON-GMO, 비건, 글루텐 프리	비건, 글루텐 프리
별점/ 리뷰수	4.1/117	4.4/1,129	4.5/133	3.7/20

고객 만족도	-	맛 3.0/가성비 2.8	맛 3.6/가성비 4.0	-
특징	- 한국산, MSG 무첨가 - 플라스틱 포장	- 미국산, 액젓/설탕/MSG 무첨가 - 플라스틱 포장	- 미국산, 액젓-설탕 무첨가 - 플라스틱 스탠딩 파우치	- 미국산, 중간 매운맛, 유리병 포장 - 인공 색소/향료, 방부제 무첨가
판매처	Costco, 99Ranch, Amazon, Asian Mart	DTC*, Albertsons, Walmart, Publix, Wegmans, Amazon	DTC*, Amazon, Instacart, Sprouts Farmers Market	Wegmans

\* DTC: 제조업체가 자체 웹사이트를 통해 소비자에게 직접 판매

\*\* 별점, 리뷰수, 고객만족도는 각 소매업체 웹사이트 자료 또는 아마존 통계임. 업체마다 고객만족도 통계는 없을 수 있음

\*\*\* 가격은 소매업체에 따라 다를 수 있음. 온라인 판매는 소매업체 직접 판매, 제3자 판매 모두 포함됨

출처: 판매처에 기재된 소매업체 웹사이트 / 2022년 5월 27~31일 기준

- ① 한국산 제품명(브랜드) : 김치 슬라이스 나파 캐비지(종가집)
- ② 경쟁제품 브랜드(원산지) : 와일드브라인(Wildbrine), 신토 고메(Sinto Gourmet), 웨그먼스 PB 제품(Wegmans) 등 모두 미국산임
- ③ 가격(100g당) : 종가집이 0.70달러로 가장 저렴하며 나머지 3개 제품은 평균 1.50달러로 모두 비슷한 가격대임
- ④ 용량 : 한국산과 현지 한인업체 제품은 소용량부터 대용량까지 제품이 다양하고 미국 소매업체에서 판매하는 제품은 대부분 500g 미만의 소용량임
- ⑤ 인증 : 와일드 브라인과 신토 고메는 NON-GMO, 비건, 글루텐 프리 인증을 보유함
  - 종가집은 글루텐 프리와 케토 인증이 있음
  - PB 제품은 글루텐 프리와 비건 인증을 획득함
- ⑥ 특징 : 미국산은 유리병, 플라스틱, 스탠딩 파우치 등 포장 용기가 다양하나, 한국산은 파손 위험, 무게, 원가 등의 이유로 플라스틱 용기를 많이 사용함
  - 또한 와일드 브라인과 신토 고메는 액젓과 설탕이 첨가되지 않음
- ⑦ 경쟁력 및 진출 제언 : 한국산 김치는 탄탄한 인지도를 바탕으로 판매처 확보에 주력해야 함
  - 미국산은 현지인의 입맛을 고려한 제품과 현지 생산에 따른 저렴한 가격, 다양한 판매처로 시장경쟁력이 뛰어남
  - 현지 한인업체 제품들도 대형 소매업체로의 진출이 활발해지고 있어 한국산 김치의 가장 큰 경쟁자임
  - 한국산은 유기농과 비건 등 제품을 다양화시켜 경쟁력을 높여야 할 것으로 분석됨
  - 한국산은 유통과정 중 발효로 인해 포장 팽창, 국물 넘침 현상이나 맛의 변화가 가장 큰 문제임
  - 제품의 신선도가 오래 지속될 수 있는 포장 용기 개발이 요구됨

**(10) 고추장**

- 매운맛에 익숙해진 미국인들이 늘며 매운 소스의 소비가 꾸준히 확대되고 있음
  - 매운 소스 시장은 수입산과 신규업체의 시장 진입이 잇따르고 있어 앞으로 경쟁은 더욱 치열해질 것으로 전망됨
  - 경쟁제품으로는 소비자들의 접근성과 편의성을 높인 고추장 베이스의 퓨전 제품들을 선정함

<b>이미지</b>				
<b>제품명</b>	bibigo Gochujang Sauce -Hot & Sweet	Gochujang -Spicy Korean Style Sauce	Chili Sauce	Sir Kensington's Gochujang Everything Sauce
<b>제조사</b>	CJ Foods	Amazon Kitchen	Kpop Foods	Sir Kensington's
<b>용량/가격</b>	326g/\$4.99, 100g당 \$1.53	356g/\$3.99, 100g당 \$1.12	294g/\$9.98, 100g당 \$3.39	235g/\$5.39, 100g당 \$2.29
<b>인증</b>	-	-	-	케토, NON-GMO, 글루텐/유제품 프리
<b>별점/ 리뷰수</b>	4.5/8,052	4.2/425	4.3/950	4.3/431
<b>고객 만족도</b>	맛 4.3/가성비 4.3/ 다용도 4.3	-	맛 4.4/가성비 4.2/ 다용도 4.2	맛 3.6/가성비 3.2
<b>특징</b>	- 한국산, 달콤-중간 매운맛 - 튜브형 사용 편리	- 미국산, 아마존 자체 브랜드 - 밥, 국수, 바비큐에 활용 가능 - 약한매운맛, 드레싱 스타일	- 미국산, 중간 매운맛 - 플라스틱 포장, 고깔 마개 부착 사용 편리	- 미국산, 고추장으로 만든 약간 매운맛 - 플라스틱 포장, 고깔 마개 부착 사용 편리
<b>판매처</b>	Target, Vons, Albertsons, Amazon, Ralphs, Walmart	Amazon	DTC*, Walmart, FreshDirect, Amazon	Walmart, Amazon, Target, FreshDirect,, Vitacost, Vons, Whole Foods Market

\* DTC: 제조업체가 자체 웹사이트를 통해 소비자에게 직접 판매  
 \*\* 별점, 리뷰수, 고객만족도는 각 소매업체 웹사이트 자료 또는 아마존 통계임. 업체마다 고객만족도 통계는 없을 수 있음  
 \*\*\* 가격은 소매업체에 따라 다를 수 있음. 온라인 판매는 소매업체 직접 판매, 제3자 판매 모두 포함됨  
 출처: 판매처에 기재된 소매업체 웹사이트 / 2022년 5월 27~31일 기준

- ① 한국산 제품명(브랜드) : 고추장소스-핫&스위트(비비고)
- ② 경쟁제품 브랜드(원산지) : 아마존 키친 PB 제품(Amazon Kitchen), 케이팝 푸드(KPOP Foods), 씨 켄싱턴(Sir Kensington's) 등 모두 미국산
- ③ 가격(100g당) : 아마존 키친이 1.12달러로 가장 저렴하고, 비비고는 1.53달러, 씨 켄싱턴은 2.29달러, 케이팝 푸드가 3.39달러로 가장 높음
- ④ 용량 : 씨 켄싱턴이 235g, 나머지 제품들은 300g 내외임
- ⑤ 인증 : 씨 켄싱턴만 케토, NON-GMO, 글루텐 및 유제품 프리 인증 보유
- ⑥ 특징 : 케이팝 푸드는 한식뿐 아니라 샌드위치, 햄버거, 샐러드 등 다양한 요리에 활용됨
  - 아마존 키친은 드레싱과 같은 농도로 볶음국수, 덮밥, 바비큐 등에 사용
  - 씨 켄싱턴은 샐러드, 피자, 햄버거 등 각종 요리에 뿌려 먹거나 고기 양념에 사용하는 만능 고추장 소스(한국산 고추장 사용하여 제품에 표기)이며, 포장용기는 50% PCR(Post-Consumer Recycled) 플라스틱으로 제조됨
- ⑦ 경쟁력 및 진출 제언 : 비비고는 고객만족도에서 맛과 가성비 모두 긍정적인 평가를 받음
  - 추가로 인증을 획득한다면 제품의 안전성과 신뢰성을 얻을 수 있어 판매처 확대에 유리할 것으로 파악됨

## ② 신규 수출 유망품목 발굴

- Point 1. 미국 식품시장은 유기농, 식물성, 프리 프롬(Free-From) 등 건강과 안전성에 관한 다양한 옵션 제공이 중요해지고 있음
- Point 2. 친환경 포장에 대한 높은 관심으로 플라스틱 포장 대체제에 대한 요구가 높아지고 있음
- Point 3. 미국의 현지 식품과 대중화된 에스닉 푸드를 제품화하여 시장을 공략해야 함
  - 미국 소비자들은 대체로 요리의 정통성보다는 맛과 가격에 만족한다면 원산지를 크게 중요시하지 않음
  - 미국 식품업체들이 한국식품을 제품화하는 것도 이런 구매 성향이 보편화되었기 때문임
    - 만두는 미국에서 덤플링(Dumpling)으로 불리며 중국 음식으로 인지도가 높지만, 최근 비비고가 한국 발음으로 표기한 만두(Mandu) 제품을 출시하며 시장을 석권하고 있음
    - 데리야끼 볶음 우동은 일본 음식으로 알려져 있지만 풀무원이 만들어 코스트코(Costco)에서 판매함
    - 오투기의 맥&치즈 스파게티는 미국인에게 익숙한 맛을 제공하며 미국 라면 인플루언서에게 별점 5점(만점)을 받음

### (1) 간편식

- 간편식은 단순히 끼니를 해결하는 차원이 아닌 맛과 영양, 편의성까지 갖춰 건강한 식생활 유지에 도움이 되는 제품이 유망할 것으로 파악됨
  - 건강에 좋은 성분, 인공 성분 배제, 인증 획득 등 건강한 간편식을 제공한다면 신선도가 다소 부족한 상온보관 간편식이나 냉동 간편식도 경쟁력이 충분함
  - 현지에서 인지도가 높은 두부와 김치를 활용한 제품, 유기농 프리미엄 간편식, 일품요리 형태의 식물기반 건조 간편식, 전류 등이 유망할 것으로 예상됨
  - 한국 대표 길거리 음식인 호떡, 핫도그, 핫바, 소떡소떡, 떡꼬치, 붕어빵, 달걀빵 등도 식사 대용 또는 간식으로 가능성이 있을 것으로 파악됨
- 두부는 양질의 식물성 단백질을 함유하고 있는 저칼로리 다이어트 식품으로 인기가 높음
  - 코로나-19 이후 건강한 식습관과 체중 관리에 대한 높은 관심으로 두부의 판매량이 급증하고 있으며, 카레 두부, 두부 햄버거, 두부 볶음밥, 두부 샐러드 등 종류가 다양해지고 있음

- 한국에는 두부 볼, 두부 바, 두부 면, 두부 스낵 등 두부 관련 제품이 다양해 맛과 영양을 갖춘 냉동과 냉장 간편식이 경쟁력이 있을 것으로 파악됨
- 최근 두부를 활용한 식물기반 대체육과 미소 수프가 주목받고 있음
  - 나소야(Nasoya, 풀무원 자회사)의 플랜트스파이어드(Plantspired) 제품 라인은 모두 콩 단백질 기반이며 10종류가 출시됨
    - 가격은 제품마다 다르지만 4.99달러~6.99달러임
    - 플랜트스파이어드 스테이크는 한국식 바비큐 양념에 두부를 재운 뒤 숯불에 구워 달콤하고 짭조름한 맛을 제공함
    - 실제 육류와 비슷한 맛과 질감을 구현했다는 평가를 받고 있으며 1인분에 14g의 단백질이 함유됨
    - 밥, 샐러드, 국수, 수프 등 다양한 요리에 활용되고 비건, NON-GMO 인증을 획득함



- 일본 브랜드 츠비의 미소 수프(Tsubi Miso Soup)는 동결 건조한 큐브 형태 제품으로 뜨거운 물만 부으면 1분 안에 조리가 끝남
  - 제품은 옐로우+채소, 화이트+두부&미역, 레드+버섯 등 3종류이며 모두 식물성 재료를 사용함
  - 제품별 4개의 팩으로 구성됐으며 가격은 15달러~17.99달러임
  - 비건, 글루텐 프리, NON-GMO 등 인증 보유와 MSG, 인공 색소, 향료, 방부제 무첨가 제품임
  - 미소는 미국인에게 친숙한 소스로 건강에 좋은 식품으로 인식됨



- 단백질 함량이 높은 생선전과 해물파전, 식물기반 버섯전과 호박전, 채소전, 감자전 등 조리가 간편한 제품이 유망할 것으로 분석됨
  - 백설의 컵전과 같이 재료 손질 없이 조리 시간이 짧은 제품들이 경쟁력이 있을 것으로 보이며 제품 포장에는 고단백, 식물기반, 간편성 등을 눈에 띄게 강조해야 함
  - 김치전은 현지 업체에서도 제품화하고 있으며 일본 브랜드 시라기쿠 김치전(한국산)은 크로거, 랄프스, 본스 등 대형 소매업체에서 4.99달러~5.99달러에 판매됨
  - 파전은 트레이더 조의 PB 제품(한국산)으로 3.49달러에 판매되고 있음
- 호떡과 핫도그는 유튜브에 먹방과 조리법이 소개되면서 인지도가 오르고 있음
  - 호떡은 핫포켓(Hot Pocket\*)처럼 치즈, 감자, 햄 등 미국인에게 친숙한 재료를 사용한다면 제품의 다양성과 접근성이 향상될 것으로 보임
    - \* 다양한 재료로 속을 채운 미국의 인기 간식
  - 떡볶이는 젊은 층에서 높은 인기를 누리고 있어 소떡소떡, 떡꼬치 등도 시도해볼 만하며 매운맛을 기본으로 달콤한 맛, 바비큐 맛, 고추장마요 등 친숙하고 다양한 맛을 제공하는 것이 중요함
  - 핫바는 생선과 채소 함유 제품이 경쟁력이 있을 것으로 파악됨
    - 포장에는 단백질과 같은 영양소 함량을 강조해야 함
    - 미국인에게 생소한 제품일수록 친숙한 맛(바비큐 맛, 달콤한 맛 등)을 제공하는 것이 중요함
  - 붕어빵은 코스트코에서 타이야키(Taiyaki) 이름으로 한입 크기의 한국산이 판매되고 있음
    - 한국산 붕어빵은 슈크림, 단팥, 치즈, 고구마 등을 넣은 제품이 다양해 경쟁력이 있을 것으로 분석됨

## (2) 김치 가공식품

- 김치의 높은 인지도로 김치 가공식품도 시장 진출 가능성이 클 것으로 보임
  - 고춧가루는 미국에서 레드 칠리 파우더(Red Chili Powder)로 불리지만 지금은 코리안 스타일 레드 페퍼(Korean Style Red Pepper), 고춧가루(Gochugaru) 등으로도 표기됨



김치, 고춧가루 등 한국이름을 그대로 제품명으로 사용하고 있는 제품들. 사진 왼쪽부터 고춧가루 플레이크 (Gochugaru Flakes), 고춧가루 파우더(Gochugaru Powder), 코리안 스타일 레드 페퍼, 고춧가루 (Korean Style Red Pepper), 김치 베지터블 수프(kimchi Vegetable Soup), 김치 씨솔트(Kimchi Sea Salt)

사진출처: Amazon

- 미국에는 붉은 고추를 활용한 시즈닝과 플레이크 제품이 많아 진입장벽이 높지만, 김치 플레이크는 이색적인 풍미를 제공해 경쟁력이 있을 것으로 분석됨
  - 미국인들은 김치 플레이크를 피자, 닭튀김, 햄버거에 뿌려 먹고, 고기 양념, 수프, 샐러드, 멕시코 요리에 사용하는 것으로 나타남
  - 김치 플레이크와 김치 시즈닝은 매운맛을 단계별로 조절해 제품의 다양성을 제공하는 것이 유리할 것으로 보임
- 건조김치와 볶음김치는 맛의 변화가 적고 장기 유통이 가능해 요리법 제공이 뒷받침된다면 판매 확대에 유리할 것으로 파악됨
- 간편하게 김치를 담글 수 있는 건조 김치 양념과 김치 함유 간편식도 성장 가능성이 있을 것으로 파악됨

### (3) 면류

- 면류는 밀가루 대신 건강에 좋은 성분으로 면발을 다양화하여 경쟁력을 높이는 것이 주요할 것으로 분석됨



- 미국에서는 렌틸콩, 퀴노아, 현미, 검은콩 등을 활용한 면류 제품들이 판매되고 있는데, 보리, 메밀, 현미, 곤약, 두부, 해조류 등을 활용한 제품이 앞으로 유망할 것으로 보임
- 면 제조에 녹차, 시금치, 호박, 당근, 케일, 비트 등 채소를 가미, 면의 색상을 다양화하고 채소의 풍미를 제공할 수 있음
  - 토리노(Torino)의 레인보우 파르팔리네(Rainbow Farfalline, 나비 형태 파스타)는 비트, 토마토, 시금치, 강황 등의 분말을 추가하고 인공 색소가 전혀 없는 유기농 제품임. 개당(250g) 3.99달러에 판매됨
  - 트레이더 조의 채소 라디아토레(Vegetable Radiatore, 나사 형태 파스타)는 시금치, 비트, 파프리카 등을 첨가해 비타민 A와 C, 칼슘, 철분을 함유한 유기농 제품으로 개당(340g) 1.99달러에 판매됨
- 식물기반 라면은 제품의 다양성이 부족한 틈새시장으로 최근 주목받고 있는 건면 형태로 인증까지 획득하면 미국 진출에 유리할 것으로 파악됨
- 미국에서 판매되는 한국 당면은 당면 자체로의 판매가 대부분으로 당면을 활용한 간편식도 잠재력이 있을 것으로 보임
  - 한국산 당면 간편식은 잡채, 컵누들 정도로 다양성이 부족해 제품 개발이 요구됨
  - 중국산은 면발의 굵기를 차별화한 매운맛 제품이 많고 컵 형태의 제품도 출시됨
  - 가격은 판매처마다 다르지만 평균 2.99달러~5달러 내외임



사진 왼쪽부터 시라키쿠의 잡채 제품, 중국의 매운 당면제품(넙적당면), 컵 형태의 당면제품과 내용물



사진 출처: Yami

#### (4) 소스류

- 고추장은 편의성과 다용도로 활용할 수 있는 퓨전 제품이 판매에 유리할 것으로 보임
  - 현지 한인업체들이 고추장을 활용하여 만든 고추장 스테이크, 고추장 마요, 고추장 샐러드 등 퓨전 제품들이 미국에서 판매되고 있는데, 현지 음식과 잘 어울린다는 평과 함께 현지화된 포장과 사용의 편리성을 제공하며 좋은 반응을 얻고 있음
  - 향후 디핑 소스와 스프레드 형태로 개발해 현지 음식에 풍미를 제공하는 것이 핵심임
  - 드레싱과 같은 농도로 고갈 마개를 부착하는 등 사용의 편리성을 높이는 것도 필요함
- 된장은 미소보다 맛과 향이 강해 현지 음식에 접목하기 위해서는 요리법 제공과 제품 개발이 요구됨
  - 현재 된장은 현지 한인과 아시안을 중심으로 판매되고 있어 소비층을 적극적으로 확대할 시기임
  - 건강의 효능과 발효식품을 강조하고 다양한 식품 인증을 획득한다면 판매 확대 가능성이 있을 것으로 보임
  - 디핑 소스, 스프레드, 된장 바비큐 소스, 된장 샐러드 드레싱 등 짠맛을 줄여 가볍게 즐길 수 있는 제품이 유망함
- 쌈장은 2018년 유명 요리사 데이비드 장(David Chang)이 쌈소스를 출시하며 새로운 K-소스로 주목받았지만 고추장만큼의 인지도는 형성되지 않은 상태임
  - 쌈장을 구매한 소비자들의 리뷰를 살펴보면 국수, 달걀 요리, 파스타, 피자, 치킨, 수프에 활용하며 감자튀김을 먹을 때 디핑 소스로도 이용하고 있음
  - 적극적인 홍보와 요리법 개발이 뒷받침된다면 가능성이 클 것으로 파악됨
  - 된장과 마찬가지로 가볍게 즐길 수 있는 드레싱, 스프레드, 디핑 소스 등의 제품 개발이 요구되고 스파우트 파우치, 튜브 용기 형태의 소포장이 좋음

### (5) 스낵 및 과자류

- 동물성 및 식물성 재료를 활용한 다양한 원물 스낵들이 인기를 끌고 있음
  - 원물 스낵은 유기농, 글루텐 프리, NON-GMO 등 인증을 받은 제품이 많아 미국 진출 시 인증 획득이 중요할 것으로 보임
  - 바삭한 식감과 영양 성분을 강조하는 포장 디자인, 이동 중 섭취가 쉽고 휴대가 편한 지퍼백 형태의 소포장이 판매에 유리할 것으로 보임
- 생선껍질과 닭껍질 스낵은 높은 단백질 함량을 앞세워 가격대가 대체로 높게 책정됨
  - 싱가포르, 필리핀, 태국 등 동남아시아 제품들이 많고 오리지널 맛부터 매운맛, 새콤달콤한 맛, 바비큐 맛 등 다양한 생선껍질 스낵이 판매되고 있음
  - 한국산은 생선칩, 새우칩, 오징어칩 등이 아마존에서 판매되고 있으며 코스트코에서는 황태껍질 스낵을 판매함
    - 한국산은 짭짤한 맛과 매운맛이 대부분으로 다양성이 부족함
    - 미국인이 선호하는 맛을 추가하고 인증까지 보유한다면 판매처 확대에 유리할 것으로 보임



- 꽃감과 감을 활용한 원물 스낵도 잠재력이 있을 것으로 보임
  - 무화과 스낵은 건조된 무화과가 통째로 들어있어 쫄깃한 식감과 달콤함을 제공하며, 색상과 식감이 꽃감과 비슷해 일부 한인들은 수정과에 꽃감말이 대신 건조된 무화과를 이용하기도 함
  - 꽃감과 감은 천연 단맛을 제공하고 영양학적으로도 우수하여 건강 간식으로 경쟁력이 충분할 것으로 보임
- 버섯은 건강 간식으로 인기를 끌며 높은 가격대에도 제품의 종류와 수요가 늘고 있음
  - 버섯과자는 스낵, 저키(Jerky), 바 형태로 짭짤한 맛이 가장 많고 매운맛, 고추냉이 맛, 바비큐 맛 등 다양한 제품들이 출시됨
  - 미국 진출 시 맛의 다양성과 포장 디자인, 인증 여부가 중요할 것으로 보임



사진 왼쪽부터 스낵 야드 (Snack Yard)의 표고버섯 스택, 모쿠(Moku)의 버섯저키, 메이드인 네이처(Made In Nature)의 무화과 스낵

사진 출처: Amazon

- 과일바는 젤리 제형으로 새콤달콤한 맛과 쫄깃한 식감으로 인기를 끌고 있음
  - 한국의 양갱과 비슷한 식감과 질감으로 개별 포장되어 이동 중 섭취와 휴대가 용이함
  - 꿀, 배, 감 등을 젤리 형태로 제품화한다면 가능성이 있을 것으로 분석됨



사진 왼쪽부터 최근 가장 인기를 끌고 있는 퓨어 올가닉(Pure Organic)과 데츠잇(That's it)의 과일바 제품들. 오른쪽 제품은 프로바이오틱스와 프리바이오틱스 함유제품

사진 출처: Amazon

- 생강과 홍삼은 건강에 좋은 식품으로 인지도가 형성되어 있음
  - 스낵, 사탕, 젤리 등 다양한 형태로 친환경적인 포장과 가격경쟁력만 갖춘다면 잠재력이 있을 것으로 파악됨

## (6) 음료류

- 면역력 강화, 소화 기능 증진, 숙면 효과 등 기능성을 강조한 RTD(Ready To Drink) 음료들이 유망할 것으로 보임
  - 미국에서 한국산 대추차, 유자차, 생강차 등은 대부분 액상 차 형태의 대용량으로 소비자의 접근성이 떨어짐
  - 대용량 제품은 스푼으로 덜어 먹는 섭취 방법이 끈적임 때문에 불편하다는 의견이 많아 포장 형태를 개선해 편리성을 높여야 하는데, RTD, 캡슐형, 짜 먹는 소포장 제품으로 개발해 편리성과 휴대성을 제공하는 것이 유리함
- 미국 음료업계에서 인삼 함유 음료들이 계속 출시되고 있어 인삼과 홍삼 음료도 가능성이 있을 것으로 파악됨
  - 미국의 인삼 관련 제품들이 ‘에너지 또는 활력’이란 단어로 홍보되고 있어 미국인들에게 인삼은 에너지와 활력을 주는 식품으로 인지도가 정착됨
  - 다만 미국산과 중국산이 유통되고 있어 한국산 인삼과 홍삼의 우수성을 뒷받침해 줄 자료를 근거로 체계적인 마케팅 전략 필요
  - 꿀, 과일, 허브 등을 첨가해 맛과 향에 대한 부담을 덜어주는 것이 필요하며 휴대가 간편하고 기능성을 강조하는 현지화된 포장이 미국 진출에 가장 중요할 것으로 분석됨
- 과일 향을 첨가한 탄산수와 플레이버 워터는 현재 음료 트렌드에 가장 적합한 제품임
  - 복분자, 오미자, 유자, 배 등을 활용해 당분 함량을 최소화하고 이색적인 맛으로 경쟁력을 높이는 것이 관건임
  - 친환경 포장재 사용과 섭취가 편한 RTD 형태가 유망함

## (7) 피클(장아찌)

- 미국인이 즐겨 먹는 피클은 제품이 다양해 진입장벽이 높을 수 있음
  - 미국인이 선호하는 식재료를 사용해 현지 음식과 함께 섭취하는 사이드 메뉴가 유망하며 미국 진출 시 가격경쟁력을 갖추고 접근성이 좋은 소포장 형태가 적합할 것으로 파악됨
- 피클 주스는 건강상의 이점(근육 이완 및 경련 예방, 전해질 풍부)이 주목받으며 인기를 얻고 있음
  - 피클 주스를 얼려 만든 ‘피클 아이스(Pickle-Ice)’도 기능성식품으로 인기를 얻고 있고 24팩에 16달러(개당 0.67달러)로 가성비도 좋음
- 독일 발효식품인 사우어크라우트(Sauerkraut)는 양배추 절임으로 미국에서 인지도가 높고 넘친 현상이 없어 일반 진열대에서도 장기간 판매가 가능함



사진 왼쪽부터 피클 아이스(Pickle-Ice), 피클 주스 (Pickle Juice Extra Strength Shots), 올리브마이 피클(Olive My Pickle)의 무김치(Daikon Radish Fermented Kimchi)

사진 출처: Amazon

- 올리브 마이 피클(Olive My Pickle)은 김치, 피클과 피클 음료 등 발효식품 전문 생산 현지업체임
  - 고춧가루를 적게 넣고 피클 형태로 만든 배추김치, 무김치, 오이김치는 1팩당(453g) 각각 9.99달러에 판매함
  - 천연 성분과 프로바이오틱 함유를 강조하고 코셔, NON-GMO 인증획득

**(8) 해조류**

- 해조류는 원물부터 간편식, 스낵류, 면류, 선식, 샐러드, 토핑, 조미료 등 여러 식품 카테고리에서 제품화가 빠르게 이뤄지고 있음
  - 아시안 마켓과 한인 마켓에서는 해조류 샐러드 등 대부분 원물 형태로 판매됨
  - 미역, 다시마, 한천 등으로 만든 면류와 해조류 추출물을 활용한 과자류, 소스류 등이 유망할 것으로 보이며, 면류는 소스와 고명 등을 함께 넣어 바로 먹을 수 있는 간편식이 유망함
  - 미국 진출 시 가격과 친환경적인 포장, 인증 여부가 중요할 것으로 보임



미국에서 다양한 해조류 제품들이 판매됨. 사진 왼쪽부터 비타민씨(VitaminSea)의 건미역 제품, 씨스낵(SeaSnax) 해조류 토핑, 에덴 푸드(Eden Foods)의 고마시오(해조류 깨소금), 랍(Wwrap) 미역 칩 제품

사진 출처: Amazon

- 오소 테이스티(OhSo Tasty)는 한천 국수가 포함된 수프 제품으로 콩, 미소, 토마토, 커리, 참깨, 채소 등 6종류가 판매됨
  - 가격은 1개 3.99달러이며 케토 친화적(Keto-Friendly), 글루텐 프리, NON-GMO 인증을 받음
- 씨 탱글(Sea Tangle)의 켈프 누들(Kelp Noodles)은 다양한 국수 요리에 활용됨
  - 제품은 켈프 국수, 켈프+녹차 국수, 켈프+코나베리(Konaberry) 국수, 켈프+모링가 국수, 해조류를 혼합한 믹스 씨 베지터블(Mix Sea Vegetable) 등 5종류가 있음



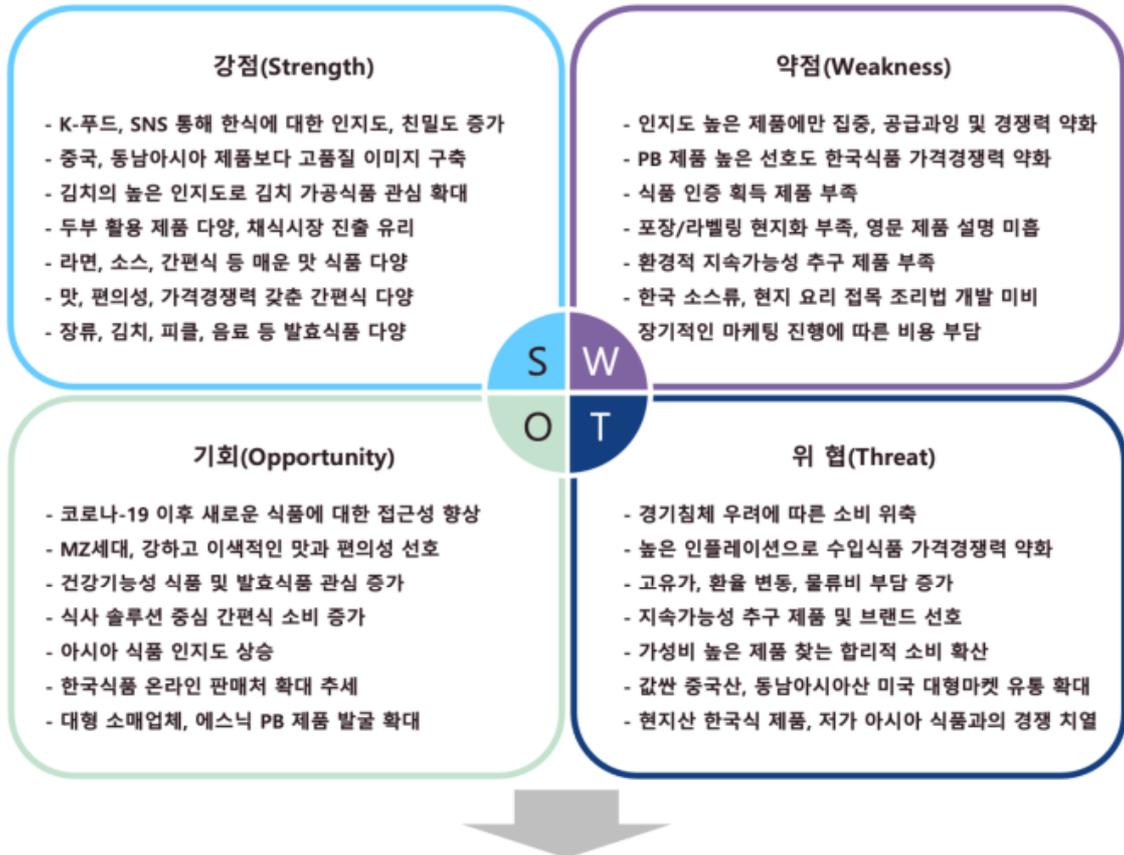
사진 왼쪽부터 컵 형태 간편식 오소 테이스티(Ohso Tasty)의 미소, 커리, 토마토 수프 제품들, 씨탱글(Sea Tangle)의 켈프 국수, 켈프+코나베리(Konaberry) 국수

사진 출처: 업체 웹사이트

# III 진출전략

## 1 미국 SWOT 분석 및 전략도출

### 한국식품 SWOT 분석



### 중점 추진 전략

- 브랜딩 전략 수립 브랜드의 가치, 경쟁력 제고
- 식품 인증 획득 제품의 신뢰성, 안전성, 경쟁력 강화
- 포장 현지화 및 친환경 포장재 사용 지속가능성 추구
- 온/오프라인 유통채널 구축 통한 판매 방식 다변화
- 지역/인종/세대별 소비특성 분석 품목별-지역별 판매 확대
- MZ세대 대상 디지털 마케팅 강화
- 시장조사, 마케팅, 유통, 물류 등 현지화 전략

- 한국 식품업체들은 미국 내 판매 지역을 적극적으로 확대해야 할 시기임
  - 지역별 시장 특성을 분석하고 유통업체의 변화와 요구에 능동적으로 대처할 능력을 갖추는 것이 핵심임
  - 유통업체들을 대상으로 한 판로 개척과 함께 미진출 지역에 대한 인지도 제고 노력이 필요함
  - 시장경쟁력을 갖춘 제품을 발굴해 신규시장 진출에 주력하고 이미 진출한 제품들도 품목과 판매처를 확대해야 함
- 브랜딩 전략은 장기적으로 인지도 상승 및 판매 확대에 필요함
  - 로고부터 차별화된 포장 디자인, 마케팅 계획, 고객 서비스 등을 통해 브랜드의 가치와 경쟁력을 키워야 함
  - 미국 시장 내 인기 제품에만 집중하지 말고 장기적인 안목으로 제품을 선별하여 시장 진출을 고려해야 함
- 오프라인, 온라인, 모바일을 통합한 옴니채널 마케팅을 강화해야 함
  - 오프라인 판매에 적용하는 마케팅의 4P(제품, 가격, 유통, 판촉)를 온라인에서도 동일하게 적용하고 적극적으로 지원해야 함
  - 오프라인 매장 내 노력만큼 온라인에서도 판촉, 가격 모니터링, 배포에 관심을 기울여야 하며, 온라인은 오프라인에서 판매되지 않은 제품을 테스트할 기회로 활용해야 함
  - 시장조사기관 Nielsen에 따르면 마케팅의 효과는 평균 50%가 1년 후에 실현되기 때문에 장기적인 노력으로 잠재고객과 충성고객 확보에 집중해야 함
- 마케팅 목표에 맞게 최대한 효과를 얻을 수 있는 SNS 인플루언서 선택하는 것이 중요함
  - 홈페이지는 정보 제공, 이벤트 안내 등 브랜드 인지도 향상의 도구로 사용하고, SNS 플랫폼은 고객과의 소통 장소로 활용하는 전략이 필요
  - 충성고객은 해당 브랜드 제품만 구매하고 주변 추천, 이벤트 참여 등 시간과 돈을 아낌없이 소비하는 기업의 단골손님으로, 충성고객에게는 정기적으로 쿠폰 및 프로모션을 제안하고 만족스러운 경험을 제공하는 등의 체계적인 관리가 필요함
  - 충성고객에게 신제품 샘플을 제공한 후 리뷰를 요청하고 향후 마케팅에 활용하는 것도 좋은 방법임
  - 자발적 참여 유도 마케팅은 충성고객을 만들 수 있는 전략으로, 특히 MZ세대들은 경험과 가치를 중요시해 이런 마케팅 참여에 매우 긍정적임
  - MZ세대들이 주도적으로 행사를 진행할 수 있는 공간과 동기를 제공한다면 충성고객 확보에 효과적임

## ② 유망품목 진출전략

### 가. 수출 확대 방안

- 미국 시장에 진출하거나 기존 제품의 수출 확대를 위해서는 현지 소비자들의 트렌드를 파악하고 수출하는 제품의 상품성과 경쟁력을 점검하는 등 많은 준비가 필요함
  - Step 1. 수출 식품의 주력 소비층과 소비 특성에 대한 충분한 분석이 선행되어야 함
  - Step 2. 분석 후에는 식품 판매가 원활히 진행될 수 있는 판매처를 찾아 그에 맞는 마케팅 전략을 세워야 함
  - Step 3. 가격은 시장 진출에 가장 중요한 요소 중 하나로 시장의 환경에 맞게 전략적인 가격 정책이 필요함
    - 통관, 배송, 마케팅, 고객 관리 등은 현지 전문 업체를 이용하고 한국 식품업체는 판매 전략을 수립하는 데 집중하는 것이 효과적임

### 1) 식품 포장

- 식품 포장은 제품을 담거나 파손 방지 등의 기능적 역할뿐 아니라 소비자의 관심을 끌고 구매를 유도할 수 있어야 함
  - 포장의 색상과 로고, 디자인 등은 브랜드의 정체성을 제공하기 때문에 장기적으로 브랜드의 가치 상승과 소비자의 충성도를 높이는 데 중요함
  - 제품의 특성과 장점을 빠르고 쉽게 전달할 수 있는 포장 연구가 필요함
- 최근 제품의 특징을 한눈에 알아볼 수 있는 숫자를 강조한 포장 디자인이 주목받고 있음
  - 에너지 바 업체인 알엑스바(RXBAR)와 아틀라스(Altas)는 포장 전면에 성분 함량을 크게 배치한 간결한 디자인으로 시각적인 주목도를 높임
  - 스낵업체들은 글루텐 프리, 단백질, 케토 등 제품의 특성을 강조하는 단어들을 제품명으로 사용하거나 식품 인증을 포장 전면에 배치하는 추세임



눈에 띄는 포장 하나만으로도 제품에 대한 좋은 이미지를 전달하고 소비자들의 구매를 유도할 수 있음.  
최근 포장 트렌드는 제품의 성분을 크게 숫자로 표기하거나 제품의 특성을 제품명으로 사용하는 추세임.

사진 출처: Amazon

- 친환경 포장이 구매 결정에 영향을 미치면서 재활용, 생분해, 퇴비화 등 기능성 포장재가 더욱 중요해지고 있음
  - 업체의 브랜드 이미지 제고를 위해서 친환경 포장재 사용이 필수 전략으로 부상함
  - 소비자들은 지속가능성과 ESG 경영에 앞장서는 업체에 긍정적인 반응을 보이고 있음
  - 스라이브 마켓은 플라스틱과 배송 박스, 테이프까지도 100% 재활용이 가능한 포장재를 사용하며 친환경 기업으로 인지도를 높이고 있음

## 2) 식품 인증 및 성분

- 성분과 함량까지 꼼꼼히 체크하는 간간한 소비자가 많아지며 식품 인증이 더욱 중요해지고 있음
  - 저염, 저당, 인공 첨가물을 최소화하거나 배제한 제품들의 선호도가 높아지고 있음
  - 안전한 먹거리에 대한 높은 수요로 유기농과 프리 프롬 식품의 판매는 매년 늘고 있으며 유기농, NON-GMO, 코셔 등 다양한 식품 인증을 보유하면 브랜드 인지도가 낮더라도 소비자들이 구매할 가능성이 커짐
  - 많은 식품업체가 인증과 성분을 포장 전면에 내세우는 마케팅 전략으로 펼치고 있음



많은 미국의 식품업체들이 식품의 성분과 인증을 포장 전면에 앞세운 마케팅 전략을 펼치고 있음.

사진 출처: Amazon

### 3) 식품 관련 규정

- 한국 식품업체들은 미국의 식품 안전 규제를 파악하고 관련 서류를 꼼꼼히 챙겨야 함
  - 수출 전에 반드시 식품의약국(이하 FDA)의 식품시설 등록과 제품 성분, 잔류 농약의 기준치를 검토해야 함
  - 식품 영양분석표는 FDA의 규정에 맞게 제작해야 하며 모든 색소 명칭은 FDA의 라벨 표기 규정에 따라 제품에 기재되어야 하고 규정에 맞는 색소를 사용해도 표기법이 틀리면 허위 표기로 간주함
  - 음료에 사용되는 모든 색소는 FDA의 사전 허가를 받은 성분인지 반드시 확인해야 하고, 만일 사용된 색소가 허가 전이라면 사용 허가를 신청 후 판매 가능함
  - 건강 관련 효능 및 효과(Health Claim)에 대한 표기는 FDA의 사전 검토와 승인이 필요하며 질병 진단 및 치료에 대한 문구는 표기할 수 없음

### 4) 판매처 찾기 및 확대

- 한국 식품업체는 현지 시장을 파악하고 자사 제품이 진출하는데 가장 효과적인 방법을 선택해야 함
  - 처음 미국 시장에 진출한다면 한인 마켓과 온라인 소매업체를 통해 제품에 대한 반응을 한번 점검해보는 것이 좋음
  - 현지 수입업체 또는 브로커를 통해 진출하는 방법과 미국 대형 마켓과 거래하는 기존 공급업체를 활용하는 방법도 있음
  - 수요자와 공급자를 연결해주는 온라인 플랫폼 레인지미(Rangeme)에 등록된 업체는 자사의 제품 정보를 업데이트하면 실시간으로 구매자에게 정보가 제공됨

- 대형 소매업체들은 가성비가 좋은 PB 제품을 찾고 있으니, 브랜드 인지도가 없는 업체라면 OEM(Original Equipment Manufacturing, 주문자 상표 제품) 방식으로 진출 기회를 잡을 수 있음
- 식품 전시회에는 유통업체 구매담당자들이 참석하기 때문에 전시회 참가를 통해 네트워크 구축 필요
- 한국 식품업체는 제품의 판매가 잘될 수 있는 온라인 소매업체를 찾는 것이 중요함
  - 중소형 온라인 소매업체는 대형업체보다 구매담당자와의 접촉이 용이하다는 점에서 도전해볼 만함
  - 한국식품이 이미 입점한 온라인 소매업체부터 접촉하는 것이 진출에 유리함
    - 아마존은 입점 조건만 충족되면 식품업체뿐 아니라 개인 판매도 가능하므로 진입장벽이 낮은 편임
    - 아마존 셀러가 되면 제품 판매를 통해 잠재성이나 문제점, 소비자 동향을 파악할 수 있어 향후 판매 전략에도 도움이 됨
  - 온라인 소매업체에서 판매 실적이 좋다면 규모가 큰 온라인과 오프라인 소매업체로의 진출 기회도 얻을 수 있음
- 한국 식품업체는 BTB(Business to Business)와 BTC(Business to Consumer) 채널을 다양하게 활용해 시장을 확대해야 함
  - 한국산 식재료를 활용한 요리법을 개발하여 밀키트 업체와의 협력을 통해 소비 수요를 확대할 수 있음
  - 벤더를 통한 푸드 서비스 업계로의 진출도 적극적으로 시도해야 하는데, 미국의 대표 벤더로 시스코(Sysco), 맥레인(McLane) C&S 홀세일 그로스(C&S Wholesale Grocers), 유에스 푸드(US Foods) 등이 있음
  - 한국식품이 이미 진출한 지역이면 신제품을 출시하여 품목을 확대하고 기존 제품들의 시장점유율도 늘려야 함

## 나. 마케팅 전략

- 마케팅은 단순히 제품 홍보에만 집중하기보다는 충성 고객을 만들기 위한 단계별로 계획을 세워야 함
  - 마케팅 전략에서 가장 먼저 할 일은 지역별 특성과 인종별 소비 패턴을 파악해야 하며 소비자의 선호도와 경제 상황 변화에 따른 유통업체의 제품 구성, 마케팅에도 발 빠르게 대응해야 함
  - 마케팅의 성공 여부는 데이터 분석을 통한 개인화, 기업이 추구하는 가치, 신뢰를 바탕으로 한 고객과의 관계 구축이 좌우할 것으로 보이며, 기업이 추구하는 가치는 브랜드에 대한 호감과 충성도로 이어질 수 있어 많은 기업이 ESG 경영 확대에 나서고 있음
  - 온라인에서의 소비 활동이 SNS와 라이브커머스로 이동하고 있어 디지털 마케팅의 중요성도 커지고 있음

### 1) 인종별 소비층 분석

#### (1) 인종별 식품 소비지출

- 아시아인은 가구당 연평균 8,521달러를 지출하며 식품 소비가 가장 높은 인종으로 나타남
  - 가정 내 식품 소비(5,703달러)는 전년 대비 13.2% 증가함
  - 외식비(2,818달러)는 전년 대비 38.5% 감소함
- 백인의 식품 소비지출액은 가구당 연평균 7,459달러로 2019년보다 11.5% 줄었음
  - 가정 내 식품 소비(5,013달러)와 외식비(2,446달러)는 전년 대비 각각 4.7%, 32.7% 감소함

#### ■ 미국 인종별 2020년 식품 소비지출 현황 ■

(단위: 달러)

구 분	전체 평균		아시아인		히스패닉		백인		흑인	
	금액	비중								
가구당 연평균 소비지출	61,334	100.0%	67,306	100.0%	52,540	100.0%	63,227	100.0%	47,389	100.0%
식품 소비지출 계	7,317	12.0%	8,521	12.7	6,893	13.1%	7,459	11.8%	5,923	12.5%
가정식	4,942	8.1%	5,703	8.5%	4,644	8.8%	5,013	7.9%	4,176	8.8%
외식	2,375	3.9%	2,818	4.2%	2,249	4.3%	2,446	3.9%	1,747	3.7%
알코올 음료	478	0.8%	326	0.5%	251	0.5%	527	0.8%	226	0.5%

비중: 가구당 전체 비용 지출에서 식품 지출이 차지하는 비율

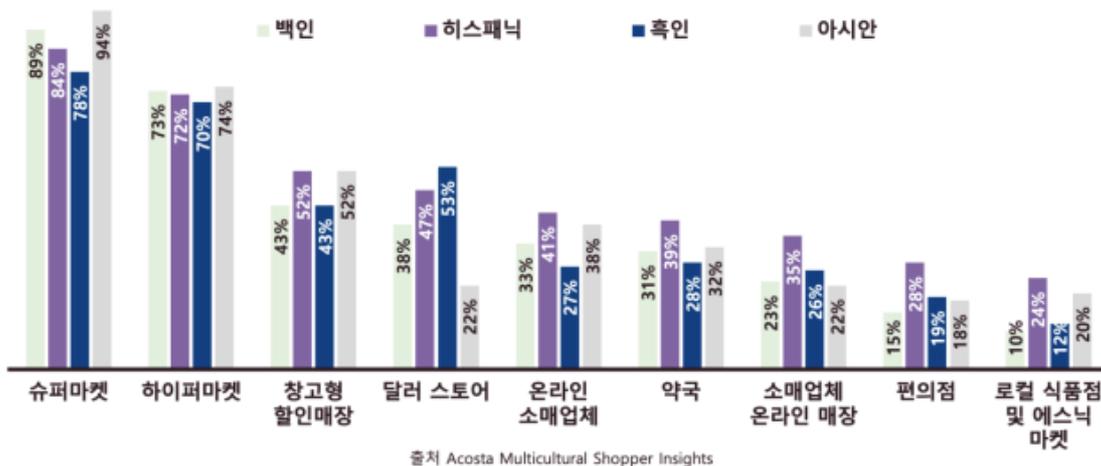
출처: U.S. Bureau of Labor

- 히스패닉은 가구당 연평균 6,893달러를 식품 소비에 지출함
  - 가정 내 식품 소비(4,644달러)는 전년 대비 3.6% 줄었음
  - 외식비(2,249달러)는 전년 대비 32.2%로 감소함
- 흑인의 가구당 식품 소비는 연평균 5,923달러로 가장 낮은 지출액을 보임
  - 가정 내 식품 소비는 전년 대비 17.5% 늘어난 4,176달러, 외식비는 1,747달러를 지출해 전년 대비 28.1% 감소함

## (2) 인종별 식품 쇼핑 패턴

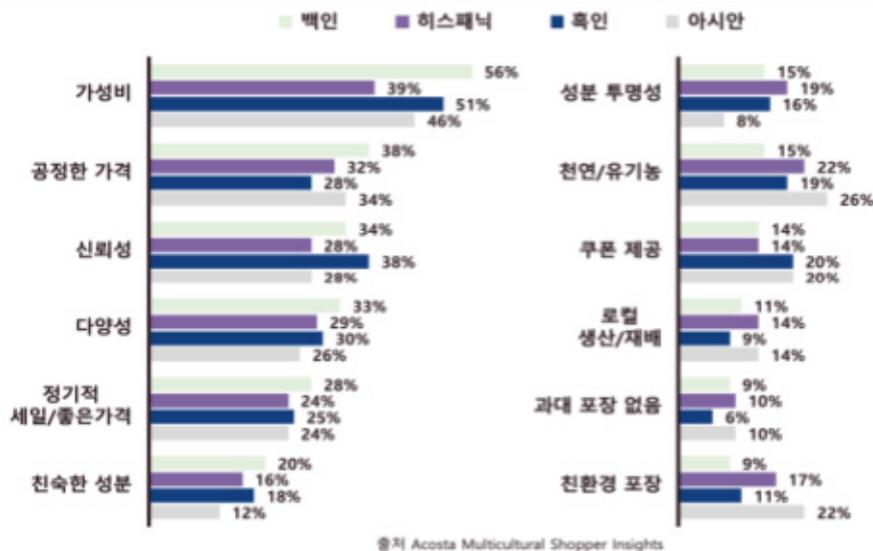
- 마케팅업체 Acosta에 따르면 미국인은 평균 3.49개의 유통 채널을 방문해 장을 보며 모든 인종에서 슈퍼마켓과 하이퍼마켓 이용률이 가장 높음
    - 히스패닉은 평균 3.84곳의 매장을 방문하는데, 히스패닉 10명 중 5명은 자국의 식품 브랜드를 구매해 에스닉 마켓 이용률이 전체 평균 17%보다 높은 24%로 나타남
    - 아시아인은 평균 3.53곳의 매장에서 식품을 구매하며 아시아인은 창고형 할인매장을 선호해 전체 평균 48%보다 높은 52%가 이용하는 것으로 조사됨
    - 흑인은 평균 3.33곳의 매장을 방문하며, 달러 스토어\*의 이용률이 53%로 다른 인종보다 높게 나타남
- \* 1~2달러에 대부분의 물건을 구매할 수 있는 저가매장
- 백인은 평균 3.26곳을 매장을 방문하며 슈퍼마켓과 하이퍼마켓을 많이 이용하는 것으로 조사됨

미국 인종별 유통 채널별 이용률



- 인종별 최고의 식품 브랜드 조건은 가성비, 공정한 가격, 신뢰성이 중요한 것으로 나타남
  - 가성비의 중요성은 백인에게서 56%로 가장 높음
  - 흑인은 가성비, 신뢰성, 다양성을 중요시함
  - 히스패닉과 아시안은 천연 및 유기농, 친환경 포장에 대한 관심이 백인과 흑인보다 높은 것으로 나타남
  - 친숙한 성분에 대한 중요도는 백인이 높고 아시안은 낮음
  - 쿠폰 제공은 흑인과 아시안이 중요하게 생각함

미국 인종별 최고의 식품 브랜드 조건



## 2) 쿠폰 마케팅

- 쿠폰은 물가가 오를수록 효과적인 마케팅으로 부상하고 있음
  - 쿠폰은 매출 상승과 신규 상품에 대한 수요 창출, 기존 상품의 재구매를 활성화하는 데 효과적임
  - 쿠폰의 종류는 카탈리나(Catalina, 매장에서 구매 완료 후 영수증 프린터에서 같이 나오는 쿠폰), 제조업체 쿠폰, 매장 쿠폰, 사은품 증정 쿠폰, 친구 또는 가족 할인 쿠폰, 무료 배송 쿠폰 등 다양함
  - 그 중 제조업체 쿠폰이 소비자들에게 가장 인기가 높는데, 이 쿠폰은 여러 소매업체에서 사용할 수 있으며 매장 쿠폰과도 동시에 사용할 수 있어 이중 할인을 받을 수 있음

## (1) 쿠폰 마케팅 동향

- 마케팅 업체 Valassis에 따르면 2021년 1억 4,530만 명이 디지털 쿠폰을 사용한 것으로 추정됨
  - 소비자의 71%는 식품을 구매할 때 쿠폰을 통해 비용을 절약하고 있고, 64%의 소비자는 쿠폰 여부를 구매를 결정한다고 응답함
  - 소비자의 67%는 쿠폰 때문에 계획에 없던 물품을 추가로 구매한다고 답변하였으며 38%의 소비자는 쿠폰 때문에 예산을 초과하는 것으로 조사됨
  - 세대별 쿠폰 사용률은 밀레니얼 세대 89%, X세대 86%, Z세대 78%, 베이비부머 세대 76% 순으로 나타남
  - 많은 소비자가 디지털과 종이 형식의 쿠폰을 모두 선호하며 모바일에서의 사용이 더 늘어나길 기대하고 있음

## (2) 쿠폰 마케팅 방법

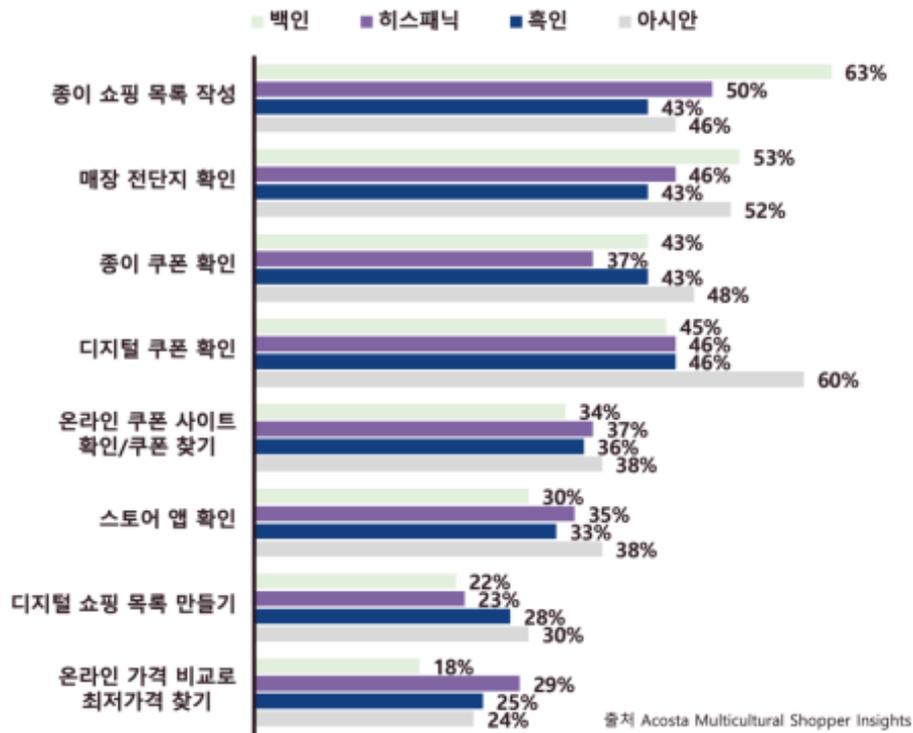
- 한국 식품업체는 온-오프라인에서 쿠폰 마케팅 진행 필요함
  - 쿠폰 마케팅을 통해 얻고자 하는 목표를 설정(신규 고객을 늘리거나 고객 충성도 확보, 매출 증대, 재고 처리 등 확실한 목표)하고, 경쟁사 프로모션 분석 및 시장 조사를 통해 쿠폰 정책 마련
  - 시장세분화를 통해 누구에게 팔 것인지 타겟팅 전략 필요, 만약 재구매 유도가 목표일 경우는 특정 고객에게만 쿠폰을 배포
  - 쿠폰 발행에 앞서 소비자들의 호기심과 눈을 사로잡을 수 있도록 쿠폰의 색상, 폰트, 구성 등 디자인에도 신경 써야 하고, 쿠폰이 발행되면 SNS, 자체 웹사이트, 모바일 알람, 이메일 등을 통해 알리고 프로모션 페이지로 이동할 수 있도록 링크 삽입하는 것이 효과적
  - 발행된 쿠폰의 성과를 파악하고 분석해야 하는데 프로모션 목표에 맞게 진행됐다면 향후 비슷한 방식으로 판촉 행사를 진행하고, 목표 달성에 어려움이 있다면 문제점 파악 및 개선 방안 마련 필요
  - 또한 할인 쿠폰은 시기를 잘 조절해서 발행해야 하는데, 브랜드 인지도가 아직 없는 상태에서 자주 진행하면 자칫 싼 제품으로 인식돼 정가 판매 시 외면당할 수 있음

## (3) 인종별 쿠폰 이용 동향

- 아시아인의 60%는 식품 구매 전 디지털 쿠폰을 확인하고 30%는 디지털 쇼핑 목록을 작성하는 등 다른 인종보다 디지털 방식을 더 선호함

- 히스패닉 10명 중 5명은 종이 쇼핑 목록 작성함. 매장 전단지과 디지털 쿠폰을 확인하는 비중도 각각 46%로 나타남
- 백인은 종이 쇼핑 목록 작성(63%)하고 매장 전단지 확인(53%) 등 아날로그 방식을 선호하는 것으로 나타남

미국 인종별 식품 구매 전 쇼핑 계획



### 3) 디지털 마케팅

#### (1) 디지털 마케팅의 동향

- 디지털 마케팅은 시장 진출 및 확대에 필수 전략으로 부상함
  - 디지털 마케팅은 디지털 채널을 통해 진행되는 모든 마케팅을 의미하며 SNS 마케팅, 온라인 마케팅, 모바일 마케팅, 웹 마케팅 등이 있음
  - 다양한 디지털 플랫폼의 등장으로 소비자가 직접 콘텐츠를 제작하고 공유하며 함께 경험을 나누는 새로운 디지털 콘텐츠 문화가 형성됨
  - 디지털 공간과 물리적 공간을 연결하는 옴니채널 마케팅이 더욱 중요해지고 있음

- 미국의 디지털 광고 및 마케팅 시장은 약 1,370억 달러로 전 세계에서 가장 큰 규모임
  - 디지털 마케팅은 브랜드 홍보를 비롯해 잠재고객 발굴, 매출 증대, 고객 데이터 확보 등 다양한 효과를 제공함
  - 인공 지능, 머신 러닝, 빅데이터 등 디지털 기술의 발달로 고객의 소비 성향, 문제점 등의 정보를 확보하고 분석을 통해 개인화 마케팅을 구축할 수 있음
  - 오프라인 마케팅과 비교해 디지털 마케팅은 저렴한 비용으로 진행할 수 있어 신규시장 진출 시 마케팅 비용에 대한 부담이 적음
  - 대형 기업들은 오프라인, 인터넷, 모바일 등을 유기적으로 활용하며 소비자의 요구를 충족시키고 새로운 경험을 제공하는 개인화 마케팅에 집중하고 있음

## (2) 디지털 마케팅 방법

- 디지털 마케팅은 일반적으로 목표 설정 및 타겟 고객 세분화 → 콘텐츠 구상 및 제작 → 마케팅 채널 선택 → 성과 분석 및 보완 등으로 진행됨
  - 지역별 특징, 인종별 성향, 문화, 환경 등의 사전 조사가 필요함
  - 콘텐츠는 고객에게 브랜드와 제품을 인지시키고 구매까지의 과정에서 핵심적인 전략을 전달하고 기획 의도가 잘 반영될 수 있도록 제작해야 함
  - 마케팅 채널은 제작된 콘텐츠를 가장 효과적으로 전달할 수 있는 곳으로 유료 미디어, 업체 보유 미디어, 무료 미디어 등을 적절히 혼합하는 전략이 효과적임
  - 디지털 마케팅을 통해 구매로 이어진 고객은 어느 정도 브랜드에 대한 신뢰가 생긴 상태로 향후 할인 쿠폰이나 다양한 혜택을 제공해 만족도와 충성도를 높여야 함
  - 마케팅 진행 과정에서도 고객의 반응을 살피고 분석을 통해 전략을 계속 보완해 나가야 함

## (3) SNS 마케팅

- SNS 마케팅은 2021년 미국 마케터의 92%가 진행할 정도로 매우 효과적인 마케팅 툴로 주목받고 있음
  - SNS 마케팅은 일회성 콘텐츠로 단기간에 효과를 기대하기보다는 장기적인 전략으로 접근해야 함
  - 전체적인 관점에서 체계적인 전략을 통해 직접 브랜드를 알리고 사용자들이 만들어가는 소통의 공간으로 활용되어야 함
  - 공유와 공감 등 소비자 감성을 자극하는 콘텐츠를 통해 소비자와의 유대 관계를 구축하는 것이

좋은 방법이며, 업체의 목표에 따라 어떤 SNS 채널을 선택할지 결정하고 자체 홈페이지나 다른 SNS 채널, 이메일, 동영상 채널 등과의 유기적으로 연결해 더 높은 시너지 효과를 내야 함

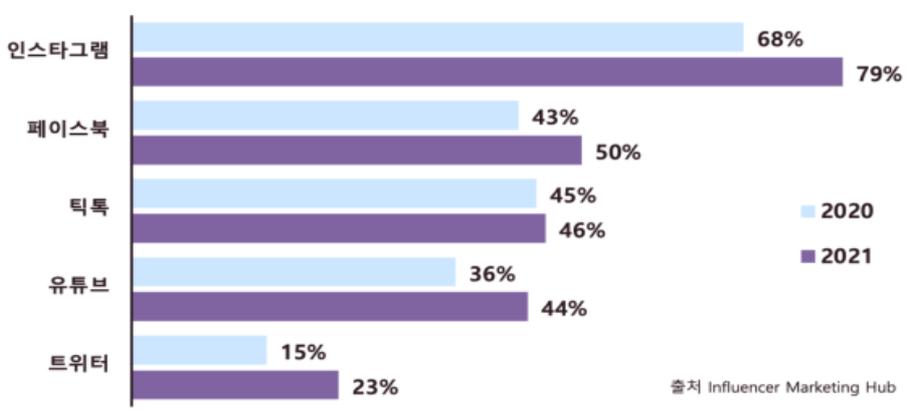
- 소비자의 구매 후기는 굉장히 중요해 부정적인 평가가 나오면 즉각 대처하고 환불과 보상 정책 등에도 관대해야 함
- SNS를 통해 소비자들에게 제품을 구매할 수 있는 판매 위치도 알려야 함
- SNS 마케팅은 목표 설정에 따라 사용하는 플랫폼이 달라짐
  - 브랜드 노출에는 인스타그램, 판매 증대는 페이스북이 효과가 높은 플랫폼으로 평가되고 있음
  - 유튜브 광고는 국가, 나이, 성별, 광고 송출 시간대 등을 설정할 수 있어 정교한 마케팅을 원하는 기업에 적합하고 스토리텔링을 통한 기업 브랜딩도 가능함
  - 링크드인은 바이어와 비즈니스 파트너를 찾는 BTB 마케팅에 효과적인 플랫폼임
- SNS 미디어 Social Media Examiner에 따르면 SNS 마케팅 활동이 늘어날수록 다양한 효과를 얻는 것으로 조사됨
  - SNS 마케팅을 진행한 마케터의 85%는 브랜드 노출에 도움이 됐다고 응답하였고, 절반 이상(57%)이 판매 증대 효과를 본 것으로 나타남
  - 트래픽 증가와 고객충성도 확보는 각각 75%, 58%의 마케터가 효과가 있었다고 답변함

#### (4) 인플루언서 마케팅

- 인플루언서 마케팅은 적은 리스크와 큰 효과로 영향력이 커지고 있음
  - 제품 홍보에 집중하는 상업적인 접근보다는 인플루언서를 통해 구독자와 소통하는 유연한 방식으로 진행해야 함
  - 기업은 인플루언서 마케팅의 목표를 설정하여 적합한 인플루언서를 선택해야 함
- 인플루언서는 팔로워 수에 따라 나노(Nano)부터 메가(Mega)까지 5종류로 구분함
  - 메가 인플루언서(100만 명 이상) : 노출의 도달 범위가 넓어 브랜드 및 제품 홍보에는 도움이 되지만 세밀화된 타겟팅 전략에는 효과가 떨어질 수 있음
  - 매크로 인플루언서(Macro, 50만 명~100만 명) : 각 분야의 전문가들이 채널을 운영해 특정 타겟층을 대상으로 한 마케팅에서의 활용도가 높음
  - 미드티어 인플루언서(Mid-tier, 5만 명~50만 명) : 적은 비용으로 높은 전환율과 참여도를 이끌어 잠재고객 확보와 제품 홍보 등에 효과가 높아지고 있음

- 마이크로 인플루언서(Micro, 1만 명~5만 명)는 한 가지 분야의 전문 주제로 채널을 운영해 구독자의 신뢰도가 높음. 저비용과 높은 효과로 기업들과의 협력이 가장 활발히 이뤄지고 있음
- 나노 인플루언서(1천 명~1만 명) : 적은 팔로워 수로 영향력은 작지만 구독자들과 소통이 원활함. 비교적 적은 마케팅 비용으로 고객 참여율과 입소문 효과를 높일 수 있음
- 2021년 마케터의 79%가 인플루언서 마케팅에 인스타그램을 활용함
  - SNS 전문 언론사 Influencer Marketing Hub에 따르면 2022년에는 마케터 10명 중 7명이 인스타그램에 더 큰 비용을 지출할 계획임

**인플루언서 마케팅 채널 활용도**



- 인플루언서 마케팅을 진행한 기업의 50%는 페이스북을 활용함
- 페이스북은 지난해 X세대와 베이비부머 세대를 타겟으로 한 마케팅에서 다른 SNS 채널보다 많이 활용됨
- e-Marketer에 따르면 틱톡의 팔로워는 대부분 MZ세대로 젊은 층을 중심으로 틱톡의 영향력이 커지고 있음
  - 틱톡은 출시 5년 만에 10억 명 이상이 한 달 평균 858분을 사용하고 있음
  - 많은 업체가 틱톡을 활용해 차별화된 콘텐츠를 만들며 경쟁력을 높이고 있음
  - 2021년 마케터의 68%가 틱톡 인플루언서 마케팅을 2년 전보다 4배 이상 늘린 것으로 나타남

**(5) 라이브커머스 마케팅**

- 코로나-19 이후 라이브커머스가 새로운 유통 채널로 급부상함
  - 미국 라이브커머스 시장은 2021년 110억 달러의 규모로 전년 대비 83% 증가함

- 라이브커머스의 가장 큰 특징은 생방송 중 진행자와 시청자가 실시간 소통을 통해 제품을 체험한 것과 같은 경험을 제공한다는 점으로, 라이브 동영상 화면 아래는 콘텐츠와 관련된 제품이 전시되고 시청자는 한 번의 클릭으로 해당 제품을 빠르고 쉽게 구매할 수 있음
- 방송이 끝나도 녹화된 영상을 게시해 조회와 참여, 구매 등이 계속 이뤄질 수 있으며, 라이브커머스는 공간과 시간 제약이 없어 한국에서도 직접 미국에 제품을 홍보할 수 있음

#### 4) 요리교실 및 문화센터 활용

- 소매업체에서 운영하는 요리교실을 통해 제품 홍보를 진행할 수 있으나, 코로나-19 이후 온라인으로 수업이 대체되는 곳이 많음
  - 요리교실은 대부분 요리 전문가들이 한국식품을 활용하여 진행하기 때문에 현지인들의 입맛에 맞는 요리법을 개발할 수 있음
  - 제품 홍보에만 집중하지 말고 한국 문화까지도 알릴 수 있도록 소매업체와 상의하여 프로그램을 잘 구성해야 하고 참가한 소비자들의 반응과 의견을 통해 향후 마케팅 전략에 반영 필요
  - 퍼블릭스 슈퍼마켓(Publix Supermarket)은 플로리다, 앨라배마, 조지아, 버지니아주에 위치한 일부 매장에서 ‘에이프런스(Aprons)’요리학교를 운영하고 있으며, 슈퍼마켓 자체 웹사이트에서도 조리법과 함께 요리에 필요한 식재료를 구매할 수 있는 쇼핑 리스트 제공
  - 프라이스 푸드 스토어(Fry's Food Store)는 매주 금, 토요일에 어린이 및 성인 요리교실을 대면으로 진행함
  - H-E-B는 요리사가 직접 진행하는 온라인 요리교실을 운영하고 있으며, 매주 5개의 레시피가 페이스북, 유튜브를 통해 방영되며 요리 관련 식재료는 온라인 요리교실에서 바로 주문할 수 있음
  - 웨그먼스는 자체 웹사이트와 유튜브를 통해 요리법을 제공함
  - 아마존은 자체 웹사이트에서 요리법 안내와 요리 관련 식재료를 바로 구매할 수 있음
  - 센트럴 마켓(Central Market)은 매달 유명 요리사를 초빙해 요리교실을 진행하고 있으며, 올 5월에는 데이비드 장이 출연했고 6월에는 에릭 김(Eric Kim)이 고추장을 활용한 초콜릿케이크를 선보임



센트럴 마켓은 매달 유명 요리사를 초빙해 요리교실을 운영함(사진 왼쪽). 작년 3월에 LA 카운치 도서관에서 주최한 한식 요리교실

- 지역 내 요리학교, 공공 도서관 등을 통해서도 제품 홍보를 진행할 수 있는데, 상업적인 접근보다는 지역 사회의 발전과 이벤트로서의 재미를 함께 제공하는 것이 중요함
  - 공공 도서관은 대체로 문화센터 역할까지 겸하고 있어 요리교실, 요가, 전시회 등 다양한 이벤트가 열리고 있고 행사 관련 영상은 도서관의 유튜브 채널에서 볼 수 있음
  - 홀푸드 마켓은 요리교실과 커뮤니티 센터(강의, 키즈 클럽 등)를 운영해 다양한 이벤트를 연계할 수 있음
  - 윌리엄 소노마(Williams Sonoma), 수라 테이블(Sur La Table) 등 주방용품 전문점에서도 요리교실을 운영함
  - 미디어 업체 EatingWell에서는 김치 활용 요리, 현지 음식과 접목된 퓨전 한식 등 한국 음식과 문화를 소개하고 있어 미디어 업체와의 협력도 시도해볼 만함

## 5) 이벤트 개최 및 참가

- 시식 및 판촉 행사는 식품 홍보에 효과가 높은 마케팅임
  - 시식 행사는 생소한 제품이나 브랜드의 인지도 제고에 효과적이거나, 모든 마켓에서 열리는 똑같은 패턴의 시식 행사는 효과가 예전 같지 않아 인종별로 차별화해야 함
  - 기존 판매되는 제품도 마켓과 상의해 정기적으로 시식 행사를 열어 재구매를 유도해야 함
  - 가격 할인은 일시적으로 구매의 진입장벽을 낮춰 소비자들이 접근성을 높일 수 있음



마켓 내 특별 부스를 설치하면 주목도를 높여 제품 홍보와 판매에 도움이 될 수 있음

사진 출처: EMBLINE Research

- 지난 2년간 코로나-19로 시식 행사는 모두 중단됐지만 서서히 회복될 것으로 보임
  - 시장조사기관 Harris Poll의 최근 설문 조사에 따르면 소비자의 절반은 시식 행사 개최에 찬성하고 29%는 시기상조라고 생각함
  - 소비자의 69%는 매장 시식 후 식품을 구매할 가능성이 크다고 답변하였고, 21%의 소비자는 식품 안전을 이유로 반대하는 것으로 나타났음
  - 89%의 소비자는 시식 후 식품을 구매한 것으로 나타남
- 지역별로 열리는 소규모 축제와 행사 참가, 기념일 특별 이벤트를 여는 것도 효과적일 수 있음
  - 미국에는 지역 내 크고 작은 푸드 축제와 식품 박람회까지 매년 개최되며, 이러한 행사에서의 이벤트는 제품의 반응과 잠재고객 확보, 브랜드 홍보 등 많은 부문에서 효과를 볼 수 있는 좋은 홍보 수단임
  - 행사에 따라 참관객들의 연령층이나 인종, 성별 등을 미리 파악해 어떤 행사가 자사 제품에 효과적일지 검토해야 하고, 식품만 주제로 하는 것보다는 한국 문화나 지역 문화를 접목하여 화제가 되도록 유도함
  - 현장에서 간단한 설문조사도 진행해 설문 참가자들에게 샘플을 제공하고, 설문 참가자들의 정보는 향후 잠재 고객의 자료로 활용할 수 있음
  - 코로나19 이후 비대면 온라인 이벤트가 많이 열리고 있어 프로모션을 온라인에서 진행하는 것도 좋은 방법임

유럽

# 영국



I. 식품시장 소비트렌드

64

II. 품목 심층조사

67

III. 진출전략

105

# I 식품시장 소비트렌드

## ■ 지속가능한 식생활에 대한 소비자의 인식이 제고되며 육류 대체품에 대한 수요가 증가

- ‘환원주의(Reductarianism)<sup>1)</sup>’로 일컬어지는 트렌드가 확산되며 식물성 육류와 육류 대체품에 대한 소비가 증가
  - Statista에 따르면 2021년 영국의 식물성 육류 시장규모는 전년 대비 24.7% 증가한 71억 5,000만 달러(한화 약 9조 3,343억 원)로 집계되었으며, 2022년 시장규모는 이보다 18.5% 증가한 84억 7,000만 달러(한화 약 11조 559억 원)에 달할 것으로 예상
  - 또한 2021년 1인당 육류 대체품 평균 소비량은 1kg으로 집계되었으며, 이는 지속적으로 증가하여 2026년 1.9kg까지 상승할 것으로 전망

## ■ 이와 더불어 식생활에서의 이산화탄소 배출 저감에 대한 중요성이 부상하며 지속가능한 식생활을 추구하는 동향이 확산

- 친환경적인 방법으로 생산되는 식품에 대한 선호가 증가하며 식물성 대체 식품의 판매 수익은 지속적으로 증가하는 추세
  - Statista에 따르면 2020년 기준 영국의 식물성 대체 식품 판매액은 14억 9,000만 파운드(한화 약 2조 3,370억 원)로 전년 대비 34% 증가하였고, 2016년 이후 연평균 14%의 증가세를 보임

## ■ 2022년에도 지속되는 코로나19의 영향으로 식품 소비 패턴은 다양한 양상으로 변화

- 재택근무의 일반화로 아침 식사를 챙기는 소비자가 증가하며 전통적인 아침 식사 메뉴인 베이컨과 페이스트리의 판매량이 증가
  - Financial Times에 따르면, 2022년 5월 기준 영국의 재택근무 비중은 약 75% 수준인 것으로 나타남

1) 최종적으로 완전한 채식주의를 지향하는 식품 소비 동향으로, 육류 및 유제품의 소비를 줄일 뿐만 아니라 지속가능한 육류 대체품으로 소비를 전환하는 것을 의미

- 영국 식료품 체인인 Waitrose의 Waitrose Food & Drink Report에 따르면, 코로나19 확산 이전 대비 베이컨 판매량은 21%, 페이스트리 판매량은 25% 증가
  - 코로나19로 바(bar)와 펍(pub)의 방문이 어려워지자 소비자들은 집에서 편리하게 즐길 수 있는 RTD 칵테일을 소비하기 시작
    - RTD(Ready to Drink) 칵테일은 주로 병이나 캔으로 포장된 칵테일로, 와인·증류주 무역협회(WTSA, Wine and Spirit Trade Association)에 따르면 2020년 기준 와인과 증류주 매출액은 전년 대비 60% 감소한 반면, RTD 칵테일 매출액은 전년 대비 23% 증가
  - 집에서 보내는 시간이 길어지며 요리하는 시간이 증가함에 따라 음식에 풍부한 맛을 낼 수 있는 소스류의 판매가 증가
    - 영국에서도 ‘감칠맛(umami taste)’에 대한 개념이 확산되며, 일상 식사 메뉴에서 감칠맛을 더할 수 있는 소스류의 수요가 증가한 것으로 나타남
    - 글로벌 식품 기업 아지노모토에 따르면 영국에서 감칠맛을 낸다고 알려진 대표적인 소스는 간장, 파마산 치즈 등이 있음
      - Statista에 따르면 2020년 기준 영국의 간장 매출액은 전년 대비 68.4% 증가하였고, 영국의 슈퍼마켓 체인인 Waitrose에 따르면 2021년 감칠맛을 내는 소스로 판매되는 Cook's ingredients Umami paste의 매출액은 전년 대비 17% 증가
- **전통적으로 태국, 일본, 중국 음식과 같은 아시아 식품이 유명, 특히 코로나19 이후 이색 식품에 대한 수요가 증가하며 아시아 식품의 인기 상승**
- 아시아 식품 중 태국의 그린커리, 중국의 탕수육, 일본의 스시와 같은 메뉴가 보편적으로 인기를 끌어왔으며, 코로나19 이후 영국 내 아시아 식품 전문 브랜드의 매출액이 성장
    - 아시아 소스 및 밀키트 전문 브랜드인 Sharwood's의 2020년 매출액은 전년 대비 25% 증가한 1,520만 파운드(한화 약 233억 원)로 집계되었고, 아시아 식품 전문 브랜드인 Blue Dragon의 매출액 역시 전년 대비 29% 증가한 1,460만 파운드(한화 약 224억 원)로 나타남
- **아시아 식품의 인기가 증가하며 한국 식품에 대한 관심도 더불어 증가하는 추세**
- 코로나19로 인한 식품 선호 메뉴 확대와 함께 K-콘텐츠를 필두로 한 한류의 영향으로 한식에 대한 인기도 증가
    - 최근 영국에서는 한국 식품점 및 한식당이 증가하는 추세로, 런던 중심부에 위치한 채링크로스 로드(Charing Cross Road)에는 한국 식품점, 한국 음식점 한식당 등이 새롭게 오픈하면서 영국 내 한국 식품 및 한식에 대한 접근성이 높아짐

영국 주요 거리에 위치한 한식당



출처: London Korean Links

- 영국의 매거진 Admiral은 2022년 영국의 최신 음식 트렌드로 한국 음식을 소개하며, ‘영국 내 한국 문화에 대한 관심이 높아지면서 한국 음식이 붐을 이루고 있다’고 평가
  - 또한 런던의 작은 한국으로 불리는 New Malden 지역에서는 비빔밥, 한국식 BBQ 등 다양한 한국 음식점을 찾을 수 있으며, 한국 식품을 판매하는 슈퍼마켓을 쉽게 찾을 수 있다고 소개
- 한식에 대한 관심 증가로 한국 음식 레시피를 소개하는 책들이 다수 발간되고 있으며, 영국의 인기 유튜브 채널에서는 한국 음식을 만드는 콘텐츠로 이목을 끌
  - 아마존 등 온라인 플랫폼에서는 한국 음식 레시피 북을 판매하고 있으며, 영국의 한 도서 추천 사이트(Books&Bao)에서는 12권의 한국 식품 레시피북을 소개
  - 구독자 261만 명의 인기 영국 유튜브 채널 ‘Sorted Food’는 한국 재료를 이용해 한국 음식을 직접 만드는 콘텐츠를 게재하여 ‘좋아요’ 4만 2,000건, 조회 수 110만 회 이상의 큰 인기를 끌

영국에서 소개된 한국 음식 레시피 북과 한식 콘텐츠 유튜브 채널



출처: Books&Bao, YouTube(Sorted Food)

- BBC Good Food는 영국에서 인기 있는 한식 메뉴로 불고기, 비빔밥, 김치, 한국식 BBQ 등을 선정

## II 품목 심층조사

### ① 수출 주력품목

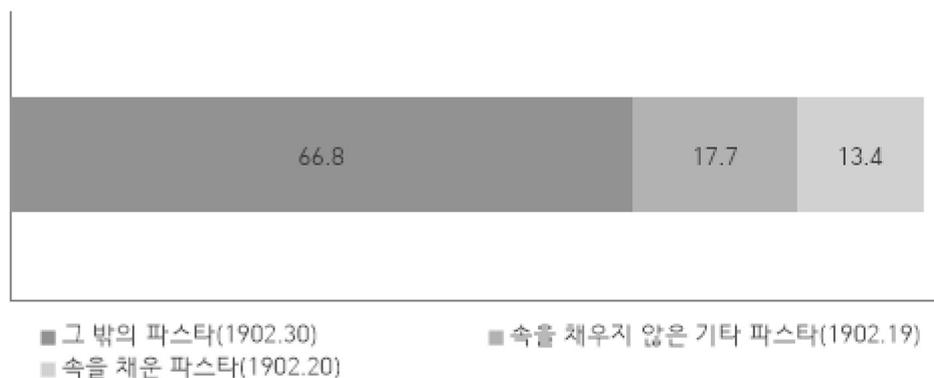
#### 가. 한국산 수입 상위 품목

■ 2021년 기준 영국의 한국산 농식품 수입액은 7,608만 3,000달러(한화 약 994억 2,526만 원)로 전년 대비 35.8% 증가

- 이 중 수입 상위 10개 품목의 비중이 전체 수입액의 87.8%를 차지하는 6,679만 달러(한화 약 872억 8,117만 원)로 집계
- (파스타) 2021년 수입액은 전년 대비 25.5% 증가한 3,077만 3,000달러(한화 약 402억 7,878만 원)로 집계
  - 이 중 인스턴트 면류, 라면 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’의 비중이 66.8%로 나타나며, 스파게티, 마카로니 등 ‘속을 채우지 않은 그 밖의 파스타(1902.19)’와 만두 등 ‘속을 채운 파스타(1902.20)’의 비중은 각각 17.7%와 13.4%로 집계

#### 파스타 세부 품목별 비중

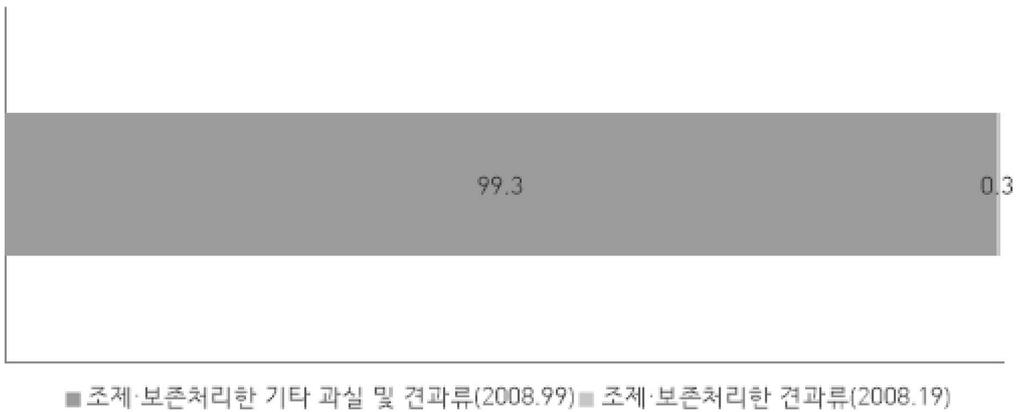
(단위: %)



- (조제·보존처리한 과실 및 견과류) 전년 대비 20.3% 증가한 887만 6,000달러(한화 약 116억 1,780억 원) 수입
  - 생강, 포도, 열대과일 등의 조제품을 포함하는 ‘조제·보존처리한 기타 과실 및 견과류(2008.99)<sup>2)</sup>의 비중이 전체의 99.3%에 달함

■ 조제·보존처리한 과실 및 견과류 세부 품목별 비중

(단위: %)



- (조제·보존처리한 채소류) 수입액은 691만 8,000달러(한화 약 90억 5,635만 원)로 전년 대비 160.6% 증가
  - 김치 등 ‘기타 채소와 채소의 혼합물(2005.99)<sup>3)</sup>’의 비중이 99.8% 차지

■ 조제·보존처리한 채소류 세부 품목별 비중

(단위: %)



2) 생강, 포도, 열대과일, 무화과, 자두와 푸룬, 수박, 덩굴 식물 잎, 식용 해초류 등을 포함  
 3) 김치, 사우어크라우트 등 절임 채소류가 포함

- (소스류) 전년 대비 65.9% 증가한 515만 5,000달러(한화 약 67억 4,841만 원) 수입
  - 장류, 마요네즈, 인스턴트 카레 등 ‘기타 소스류(2103.90)’<sup>4)</sup>의 비중이 92.1%로 높고, ‘간장(2103.10)’의 비중은 7.9%로 집계

■ 소스류 세부 품목별 비중 ■

(단위: %)



- (음료류) 전년 대비 46.9% 증가한 429만 2,000달러(한화 약 56억 1,952만 원) 수입
  - “설탕이나 그 밖의 감미료·맛·향을 첨가한 물(2202.10)’의 수입 비중이 69.9%로 나타났고, 이 외 인삼음료, 과실주스 등 ‘기타 음료(2202.99)’<sup>5)</sup>의 비중은 30.1%로 집계

■ 음료류 세부 품목별 비중 ■

(단위: %)



4) 장류, 마요네즈, 인스턴트 카레, 혼합 조미료 등이 포함  
 5) 인삼음료, 과실주스, 식혜 등이 포함

■ 수입 상위품목의 전반적인 규모가 증가하였으며, 이는 영국 내 한국 식품에 대한 수요가 증가하며 라면, 김, 김치, 장류 등의 수입이 증가하였기 때문으로 추정

■ 한국산 농식품 수입 상위품목(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분			2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
품목명	HS Code									
한국산 농식품 전체*			41,952	45,487	52,325	56,039	76,083	100.0	35.8	16.0
상위 10개 품목 합계			32,748	36,608	41,027	46,642	66,790	87.8	43.2	19.5
1	파스타	1902	14,783	17,839	19,185	24,525	30,773	46.1	25.5	20.1
2	조제·보존처리한 과실 및 견과류	2008	4,725	5,795	6,584	7,376	8,876	13.3	20.3	17.1
3	조제·보존처리한 채소류 (냉동하지 않은 것)	2005	1,311	1,486	1,763	2,655	6,918	10.4	160.6	51.6
4	소스류	2103	3,215	3,278	3,414	3,108	5,155	7.7	65.9	12.5
5	설탕·감미료·맛·향을 첨가한 물(음료류)	2202	4,200	3,632	3,883	2,922	4,292	6.4	46.9	0.5
6	베이커리류	1905	1,811	1,870	2,591	1,924	3,425	5.1	78.0	17.3
7	로커스트콩·해초류 및 기타 조류·사탕무와 사탕수수 등	1212	475	420	743	1,331	2,513	3.8	88.8	51.7
8	곡물 조제식료품	1904	1,601	1,768	2,143	1,800	2,281	3.4	26.7	9.3
9	효모류	2102	-	-	-	-	1,478	2.2	-	-
10	기타 조제식료품	2106	627	520	721	1,001	1,079	1.6	7.8	14.5

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

주3: 한국산 농식품 전체 : 해당 국가의 한국산 수입품목 중 HS Code 기준 02~22류(03류/05류 제외)의 합

(참고1) HS Code 03류 : 어류, 갑각류, 연체동물과 그 밖의 수생 무척추동물

(참고2) HS Code 05류 : 다른 류로 분류되지 않은 동물성 생산품(머리카락, 모(毛) 등)

주4: 기타 조제식료품(HS Code 2106)에는 두부, 알코올을 함유하지 않은 음료 베이스, 인삼 제품류 등이 포함됨

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

## 나. 한국산 주요 품목

### (1) 김치류<sup>6)</sup>

■ 2021년 김치류가 포함된 ‘조제·보존처리한 채소류(2005.99)’ 수입액은 1억 27만 달러(한화 약 1,310억 8,297만 원)로 전년 대비 21.4% 증가

- ‘조제·보존처리한 채소류(2005.99)’ 중 김치가 포함된 ‘기타 채소류(2005.99-80)’의 비중은 62.5%로, 2017년 이후 최근 5년간 수입액이 연평균 10.4%로 증가하고 있음

#### ■ 김치 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
조제·보존처리한 채소류 (HS Code 2005.99)	103,078	116,036	121,780	132,227	160,419	100.0	21.3	8.4
- 파프리카 및 - 캡시컴속의 과일 (HS Code 2005.99-10)	6,880	9,554	8,098	7,704	8,981	5.6	16.6	△1.5
- 서양풍조목 (HS Code 2005.99-20)	1,619	1,549	1,473	2,259	3,052	1.9	35.1	18.5
- 글로브 아티초크 (HS Code 2005.99-30)	6,810	8,151	8,244	7,350	7,346	4.6	△0.1	△2.6
- 채소류의 혼합물 (HS Code 2005.99-50)	30,161	26,511	24,066	26,143	34,407	21.4	31.6	6.7
- 사우어크라우트 (HS Code 2005.99-60)	2,312	2,669	2,531	3,689	6,037	3.8	63.6	22.6
- 기타 (HS Code 2005.99-80)	<b>55,490</b>	<b>67,584</b>	<b>67,266</b>	<b>82,563</b>	<b>100,269</b>	<b>62.5</b>	<b>21.4</b>	<b>10.4</b>

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 김치를 포함한 ‘조제·보존처리한 기타 채소류(2005.99-80)’의 주요 수입국은 이탈리아(21.3%)와 이스라엘(10.7%)로 확인되며, 한국산의 비중은 3.1%로 나타남
  - 이탈리아산 ‘조제·보존처리한 채소류 기타(2005.99-80)’ 수입액은 전년 대비 10.8% 감소한 2,131만 5,000달러(한화 약 278억 6,510만 원)로 집계된 반면, 이스라엘산의 수입액은 1,076만 4,000달러(한화 약 140억 7,178만 원)로 전년 대비 563.2%의 기록적인 성장률 달성

6) HS Code 2005.99(조제·보존처리한 채소 기타) 기준

2022 주요 수출국 유망품목 심층조사 및 진출전략

- 한국산 ‘조제·보존처리한 채소류 기타(2005.99-80)’ 수입액은 313만 8,000달러(한화 약 41억 137만 원)로 전년 대비 91.7%, 2017년 이후 최근 5년간 연평균 26.5% 성장

김치 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
조제·보존처리한 채소류 기타(HS Code 2005.99-80)	55,490	67,584	67,266	82,563	100,269	100.0	21.4	10.4	
1	이탈리아	11,261	14,338	18,441	23,894	21,315	21.3	△10.8	10.4
2	이스라엘	213	141	191	1,623	10,764	10.7	563.2	195.6
3	벨기에	1,647	2,196	2,479	5,642	7,511	7.5	33.1	36.0
4	네덜란드	1,543	1,851	1,599	3,139	7,466	7.4	137.8	41.7
5	터키	3,534	4,129	5,878	5,009	7,344	7.3	46.6	15.5
⋮									
12	대한민국	1,176	1,227	1,448	1,637	3,138	3.1	91.7	26.5

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

김치를 포함한 ‘조제·보존처리한 기타 채소류(2005.99-80)’의 2021년 평균 수입단가는 1.75달러 (한화 약 2,287원)/kg로 전년 대비 8.0% 증가

- 주요 수입국 중 이스라엘산의 수입단가가 4.23달러(한화 약 5,529원)/kg로 가장 높음
- 한국산 수입단가는 5.84달러(한화 약 7,633원)/kg로 평균 수입단가를 훨씬 웃도는 수준으로 나타남

김치 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
전 세계	2.04	2.03	1.71	1.62	1.75	8.0	△3.6	
1	이탈리아	1.67	1.67	1.20	1.11	1.07	△3.6	△10.5
2	이스라엘	2.06	2.30	2.57	3.23	4.23	31.0	16.5
3	벨기에	1.10	1.15	1.24	1.28	1.61	25.8	8.8
4	네덜란드	1.70	1.86	1.78	1.51	1.45	△4.0	△6.0
5	터키	2.54	2.34	3.09	2.73	1.68	△38.5	△8.0
⋮								
12	대한민국	4.20	4.10	4.16	4.60	5.84	27.0	9.2

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 영국으로 수입되는 김치는 ‘조제·보존처리한 채소류 기타(2005.99-80)’에 해당되어 기본세율 16%가 부과

- 다만 한국산 조제·보존처리한 채소류(김치 포함)는 한-영국 FTA 협정세율이 적용되어 무관세로 수입 가능

■ 김치 관세율(2021년) ■

(단위: %)

구분	기본세율	한국 협정세율 (한-영국 FTA)
조제·보존처리한 채소 기타 (HS Code 2005.99)	16%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 영국에서 유통되는 김치의 평균 단가는 100g당 1.3파운드(한화 약 2,046원) 수준이며, 주로 유리병 포장 형태로 유통

- (영국산) 평균 단가는 1.4파운드(한화 약 2,199원)/100g로 유리병이나 플라스틱 통에 포장되어 판매
  - 350~500g의 소포장 형태가 주를 이루며 영국에서 제조된 현지 브랜드이거나, 타 국가(네덜란드)에서 제조된 영국 브랜드의 제품이 유통
  - 영국에서 제조된 김치 제품은 비건 및 유기농식품임을 마케팅 포인트로 내세우고 있음
- (수입산) 평균 단가는 1.4파운드(한화 약 2,199원)/100g로 일본 및 아일랜드 등에서 수입
  - 300g 내외의 소포장 형태로 주로 유리병에 포장되었으며, 김치를 ‘한국 음식’으로 소개하여 판매
- (한국산) 평균 단가는 1.2파운드(한화 약 1,885원)/100g로, 통조림, 밀폐용기, 비닐포장 등 다양한 포장 형식으로 유통
  - 풀무원, CJ, 동원 등 제품이 유통되며, 160g 소포장 제품에서부터 1kg 대용량 제품까지 두루 유통

영국에서 유통되는 김치 제품

사진			
제품명	Raw Kimchi	Organic Kimchi	Organic & Made in The UK Kimchi
원산지	영국	영국(제조국: 네덜란드)	영국
포장	플라스틱 통 포장	유리병 포장	유리병 포장
제조사	Vadasz	Windmill	Loving Foods Ltd.
가격	£ 4.50 / 400g (한화 약 7,067원)	£ 28.11 / 350g (6개입) (한화 약 4만 4,145원)	£ 9.95 / 500g (한화 약 1만 5,630원)
100g(mL) 당 단가	£ 1.12 / 100g (한화 약 1,759원)	£ 1.33 / 100g (한화 약 2,089원)	£ 1.99 / 100g (한화 약 3,126원)
사진			
제품명	Korean Kimchi	kimchi	
원산지	일본(제조국: 대한민국)	아일랜드	
포장	밀폐용기	밀폐용기	
제조사	Tazaki foods Ltd.,	The cultured food company	
가격	£ 2.90 / 215g (한화 약 4,555원)	£ 4.75 / 300g (한화 약 7,461원)	
100g(mL) 당 단가	£ 1.34 / 100g (한화 약 2,105원)	£ 1.58 / 100g (한화 약 2,482원)	
사진			
제품명	Nasoya Kimchi Spicy	Whole Cabbage Kimchi	Canned Kimchi
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
포장	밀폐용기	비닐 포장	통조림
제조사	플무원	CJ	동원
가격	£ 5.19 / 397g (한화 약 8,153원)	£ 8.09 / 1kg (한화 약 1만 2,709원)	£ 2.19 / 160g (한화 약 3,440원)
100g(mL) 당 단가	£ 1.31 / 100g (한화 약 2,059원)	£ 0.81 / 100g (한화 약 1,273원)	£ 1.37 / 100g (한화 약 2,153원)

출처: Sainsburs.co.uk, Amazon.uk

## (2) 소스류<sup>7)</sup>

■ 2021년 소스류 수입액은 전년 대비 5.5% 증가한 10억 5,001만 달러(한화 약 1조 3,736억 원)로 집계

- 이 중 기타 소스류<sup>8)</sup>의 비중이 71.1%로 가장 높고, 뒤이어 토마토케첩(20.3%), 간장(4.7%), 겨자(1.9%) 순으로 나타남
  - ‘기타 소스류(2103.90)’ 수입액은 7억 4,660만 달러(한화 약 9,765억 5,280만 원)로 전년도와 유사한 수준으로 수입
  - ‘토마토케첩(2103.20)’ 수입액은 2억 3,407만 달러(한화 약 3,061억 6,356만 원)로 전년 대비 20.3% 증가하였으며, ‘간장(2103.90)’과 ‘겨자(2103.30)’ 수입액 역시 전년 대비 각각 17.9%, 10.0% 증가한 4,911만 7,000달러(한화 약 642억 5,977만 원), 2,022만 달러(한화 약 264억 5,787만 원)로 집계

### ■ 소스류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
소스류 (HS Code 2103)	867,921	927,857	959,404	995,700	1,050,012	100.0	5.5	3.1
- 간장 (HS Code 2103.10)	33,456	33,111	36,572	41,674	49,117	4.7	17.9	10.4
- 토마토케첩 (HS Code 2103.20)	179,246	191,585	184,740	194,634	234,074	22.3	20.3	5.1
- 겨자 (HS Code 2103.30)	26,877	20,313	18,494	18,387	20,220	1.9	10.0	△0.1
- 기타 (HS Code 2103.90)	628,341	682,848	719,598	741,005	746,602	71.1	0.8	2.3

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 소스류 주요 수입국은 네덜란드(21.5%)이며, 이 외에도 이탈리아(9.9%), 폴란드(9.5%), 독일(8.6%), 스페인(7.2%) 등에서 주로 수입
  - 한국산 소스류의 2021년 수입액은 전년 대비 65.9% 증가한 515만 5,000달러(한화 약 67억 4,636만 원)로 집계

7) HS Code 2103(소스류) 기준

8) 장류, 마요네스, 인스턴트 카레, 혼합 조미료 등이 포함

■ 소스류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
소스류 (HS Code 2103)	867,921	927,857	959,404	995,700	1,050,012	100.0	5.5	3.1	
1	네덜란드	209,524	230,590	223,542	228,734	225,895	21.5	△1.2	△0.5
2	이탈리아	87,122	98,740	99,679	114,541	103,567	9.9	△9.6	1.2
3	폴란드	62,831	64,281	78,176	93,635	99,927	9.5	6.7	11.7
4	독일	94,848	110,597	117,065	98,598	90,571	8.6	△8.1	△4.9
5	스페인	66,979	65,938	68,563	64,202	75,530	7.2	17.6	3.5
⋮									
22	대한민국	3,215	3,278	3,414	3,108	5,155	0.5	65.9	12.0

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 2021년 평균 수입단가는 2.37달러(한화 약 3,102원)/kg로 전년 대비 19.4% 증가

- 주요 수입국인 네덜란드산 소스류 수입단가는 1.63달러(한화 약 2,134원)/kg로 주요 수입국 중에서도 가격경쟁력을 보유
- 한국산 소스류 수입액은 3.59달러(한화 약 4,699원)/kg로 평균 단가를 웃도는 수준으로 확인

■ 소스류 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
전 세계	1.905	2.045	1.987	N/A	2.372	19.4	3.8	
1	네덜란드	1.337	1.607	1.551	1.527	1.630	6.7	0.4
2	폴란드	1.701	1.803	1.776	1.694	2.053	21.2	3.3
3	독일	1.826	1.853	1.855	1.859	2.305	24.0	5.6
4	스페인	1.517	1.595	1.418	1.476	1.949	32.0	5.1
5	이탈리아	3.198	3.027	3.077	2.823	3.178	12.6	1.2
⋮								
22	대한민국	2.674	2.689	2.571	2.920	3.585	22.8	7.5

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 영국으로 수입되는 소스류에는 품목에 따라 상이한 관세율 부과

- 수입 비중이 가장 높은 기타 소스류의 기본세율은 0~6%이며, 간장 6%, 토마토케첩 10%, 겨자 0~8%의 기본세율 부과
- 다만 한국산 소스류에는 한-영국 FTA 협정세율이 적용되어 전 품목 무관세로 수입 가능

■ 소스류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	구분		기본세율	한국 협정세율 (한-영국 FTA)
	HS Code	품명		
소스류	2103.10-0000	간장	6%	0%
	2103.20-0000	토마토케첩	10%	0%
	2103.30-1000	겨자의 고운 가루, 거친 가루	0%	0%
	2103.30-9010	조제한 겨자(당 첨가율 5% 미만)	8%	0%
	2103.30-9090	조제한 겨자(당 첨가율 5% 이상)	8%	0%
	2103.90-1000	기타(액체성 망고 처트니)	0%	0%
	2103.90-3000	기타(1.5~6중량%의 용담, 향신료 및 다양한 성분과 4~10%의 설탕을 함유한 알코올 농도 44.2~49.2%의 아로마 쓴맛을 0.5리터 이하의 용기에 담은 것)	0%	0%
	2103.90-9011	기타(건조한 중량 50%에 의해 포함하는 혼합물에서 또는 수용액에서 모노소듐 글루타메이트 또는 모노소듐 글루타메이트의 그 이상)	6%	0%
	2103.90-9019	기타(기타)	6%	0%
	2103.90-9081	기타(건조한 중량 50%에 의해 포함하는 혼합물에서 또는 수용액에서 모노소듐 글루타메이트 또는 모노소듐 글루타메이트의 그 이상)	6%	0%
	2103.90-9089	기타(기타)	6%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 드레싱, 디핑소스, 간장, 칠리소스 등 다양한 유형의 소스류가 유통되며, 100g 당 평균 0.9파운드(한화 약 1,415원)에 판매

- (영국산) 평균 판매 단가는 0.6파운드(한화 약 943원)/100g로, 주로 요리에 곁들이는 드레싱, 양념, 디핑소스류가 유통
  - 대부분의 제품이 100~500g 내외의 유리병 포장으로 판매되며 비건 제품의 유통 비중이 높은 편
- (수입산) 간장, 칠리소스 등이 주로 유통되며 평균 판매 단가는 1.1파운드(한화 약 1,729원)/100g
  - 홍콩, 태국, 일본 등 아시아산 제품이 200ml 내외의 소포장 형태로 유통
- (한국산) 장류와 양념 소스류가 주로 유통되며, 평균 판매 단가는 1.1파운드(한화 약 1,729원)/100g
  - 고추장, 된장 등 장류 제품뿐만 아니라 BBQ 소스와 같은 양념용 소스류도 유통

영국에서 유통되는 소스류 제품

사진			
제품명	Cranberry Sauce	Creamy White Wine Cooking Sauce	Horseradish Sauce
원산지	영국	영국	영국
포장	유리병	유리병	유리병
가격	£ 1.25 / 100g (한화 약 1,965원)	£ 0.90 / 485g (한화 약 1,415원)	£ 0.65 / 160g (한화 약 1,022원)
100g(mL) 당 단가	£ 1.25 / 100g (한화 약 1,965원)	£ 0.18 / 100g (한화 약 283원)	£ 0.40 / 100g (한화 약 629원)
사진			
제품명	Soy Sauce, Dark	Original Thai Sweet Chilli Sauce	Organic Tamari Soy Sauce, Glueten Free
원산지	홍콩(제조국 : 중국, 영국)	태국	일본
포장	병 포장 용기	병 포장 용기	병 포장 용기
가격	£ 1.55 / 150mL (한화 약 2,437원)	£ 1.50 / 190mL (한화 약 2,358원)	£ 2.25 / 150mL (한화 약 3,537원)
100g(mL) 당 단가	£ 1.03 / 100mL (한화 약 1,691원)	£ 0.78 / 100mL (한화 약 1,226원)	£ 1.50 / 100mL (한화 약 2,358원)
사진			
제품명	Gochujang Chilli paste	Korean BBQ Marinade sauce	Korean Soybean Paste
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
포장	플라스틱 포장 용기	병 포장 용기	플라스틱 포장 용기
가격	£ 4.48 / 500g (한화 약 7,043원)	£ 5.82 / 300g (한화 약 9,150원)	£ 2.49 / 500g (한화 약 3,915원)
100g(mL) 당 단가	£ 0.89 / 100g (한화 약 1,399원)	£ 1.94 / 100g (한화 약 3,050원)	£ 0.49 / 100g (한화 약 770원)

출처: [sainsburys.co.uk](https://www.sainsburys.co.uk), [amazon.co.uk](https://www.amazon.co.uk)

### (3) 음료류<sup>9)</sup>

■ 2021년 음료류 수입액은 23억 4,475만 달러(한화 약 3조 690억 원)로 전년도와 유사한 수준으로 수입

- 음료 수입은 크게 ‘음료류(2202)’와 ‘과실주스(2009)’로 구분
  - ‘음료류(2202)’ 수입액은 전년 대비 2.1% 증가한 12억 9,278만 달러(한화 약 1조 6,921억 원)로 전체 음료 수입액 중 55.1% 차지
  - ‘과실주스(2009)’ 수입액은 전년 대비 2.7% 감소한 10억 5,197만 달러(한화 약 1조 3,767억 원)로 전체 음료 수입액의 44.9% 차지

#### ■ 음료류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
음료류 계	2,157,063	2,313,637	2,220,673	2,347,349	2,344,754	100.0	△0.1	0.3
음료류 (HS Code 2202)	1,088,874	1,194,978	1,181,697	1,266,543	1,292,782	55.1	2.1	2.0
과실주스 (HS Code 2009)	1,068,189	1,118,659	1,038,976	1,080,806	1,051,972	44.9	△2.7	△1.5

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 음료류와 과실주스는 네덜란드에서 가장 많이 수입되며, 이 외에도 주로 유럽 국가로부터의 수입 비중이 높음
  - ‘음료류(2202)’의 주요 수입국은 네덜란드(17.7%), 오스트리아(15.0%), 독일(12.8%) 등으로 나타나며, 한국산 음료류 수입액은 전년 대비 46.9% 증가한 429만 2,000달러(한화 약 56억 1,866만 원)로 집계

9) HS Code 2202(설탕, 감미료, 맛, 향을 첨가한 물) + 2009(과실주스) 기준

음료류 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
음료류 (HS Code 2202)	1,088,874	1,194,978	1,181,697	1,266,543	1,292,782	100.0	2.1	2.0	
1	네덜란드	270,081	244,701	215,956	256,790	229,431	17.7	△10.7	△1.6
2	오스트리아	116,057	87,242	107,546	116,030	193,493	15.0	66.8	22.0
3	독일	149,613	150,499	138,980	150,346	165,203	12.8	9.9	2.4
4	프랑스	67,465	89,291	82,761	100,370	114,297	8.8	13.9	6.4
5	아일랜드	87,826	138,304	155,694	136,703	97,106	7.5	△29.0	△8.5
⋮									
22	대한민국	4,200	3,632	3,883	2,922	4,292	0.3	46.9	4.3

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- ‘과실주스(2209)’의 주요 수입국은 네덜란드(26.9%), 벨기에(18.1%), 독일(12.3%) 등이며, 한국산 과실주스 수입액은 10만 3,000달러(한화 약 1억 3,484만 원)로 집계

주스류 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
과실주스 (HS Code 2009)	1,068,189	1,118,659	1,038,976	1,080,806	1,051,972	100.0	△2.7	△1.5	
1	네덜란드	219,964	177,164	163,217	174,778	282,949	26.9	61.9	12.4
2	벨기에	245,941	287,580	260,627	217,596	190,453	18.1	△12.5	△9.8
3	독일	172,014	147,910	152,988	142,530	129,563	12.3	△9.1	△3.3
4	스페인	135,497	190,644	215,972	210,057	122,527	11.6	△41.7	△10.5
5	아일랜드	55,438	50,614	54,461	57,230	75,664	7.2	32.2	10.6
⋮									
48	대한민국	64	176	147	117	103	0.01	△12.0	△12.5

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 2020년(최신자료) 영국으로 수입되는 음료의 평균 단가는 1.04달러(한화 약 1,361원)/kg로 집계

- ‘음료류(2202)’의 평균 수입단가는 1.03달러(한화 약 1,348원)/kg
  - 동년 한국산 음료류 수입단가는 1.23달러(한화 약 1,609원)/kg로 전년 대비 28.8% 증가

■ 음료류 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
음료류 (HS Code 2202)	1.011	1.058	1.040	1.027	N/A	△1.3	0.5
1 네덜란드	1.643	1.798	1.837	1.523	1.366	△10.3	△6.6
2 오스트리아	1.635	1.691	1.644	1.699	1.888	11.1	2.8
3 독일	1.467	1.622	1.380	1.315	1.447	10.0	△2.8
4 프랑스	0.413	0.430	0.377	0.442	0.575	30.1	7.5
5 아일랜드	0.601	0.786	0.825	0.785	0.972	23.8	5.5
			∴				
22 대한민국	0.894	0.932	0.924	0.958	1.234	28.8	7.3

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- ‘과실주스(2009)’의 평균 수입단가는 1.05달러(한화 약 1,374원)/kg
  - 한국산 과실주스 수입액은 2020년(최신자료) 기준 1.92달러(한화 약 2,512원)/kg로 전년 대비 28.2% 감소

■ 주스류 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
과실주스 (HS Code 2009)	0.998	1.024	0.956	1.053	N/A	10.1	1.8
1 네덜란드	1.111	1.177	1.121	1.091	1.191	9.2	0.3
2 벨기에	0.906	0.899	0.834	1.033	0.918	△11.1	0.5
3 독일	0.983	1.167	0.999	0.941	1.127	19.8	△0.9
4 스페인	1.037	1.128	1.042	0.997	1.132	13.5	0.1
5 아일랜드	0.777	0.856	0.791	0.772	0.737	△4.5	△3.7
			∴				
48 대한민국	3.368	1.431	2.673	1.918	N/A	△28.2	△17.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 영국으로 수입되는 음료 제품은 유형에 따라 관세율이 상이하게 적용

- 음료류의 기본세율은 0~8% 수준이며, 과실주스의 기본세율은 품목 및 유형에 따라 각각 다르게 적용되나 통상 10~40% 수준 내외로 적용
- 한국산 음료류와 과실주스는 한-영국 FTA 협정세율이 적용되어 무관세로 수입 가능

■ 음료류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	구분		기본세율	한국 협정세율 (한-영국 FTA)
	HS Code	품명		
음료류	2202.10	음료류	8%	0%
	2202.91	무알코올 맥주	0%	0%
	2202.99	음료류 기타	0~8%	0%
과실주스	2009.11	오렌지주스(냉동)	14~30%	0%
	2009.12	오렌지주스(20bx 이하)	12%	0%
	2009.19	오렌지주스(기타)	12~30%	0%
	2009.21	자몽(포멜로)주스(20bx 이하)	12%	0%
	2009.29	자몽(포멜로)주스(67bx 초과)	12~30%	0%
	2009.31	기타 감귤주스(20bx 이하)	14%	0%
	2009.39	기타 감귤주스(67bx 초과)	14~30%	0%
	2009.41	파인애플주스(20bx 이하)	14~16%	0%
	2009.49	파인애플주스(67bx 초과)	14~30%	0%
	2009.50	토마토주스	16%	0%
	2009.61	포도주스(30bx 이하)	20%	0%
	2009.69	포도주스(67bx 초과)	20~40%	0%
	2009.71	사과주스(20bx 이하)	18%	0%
	2009.79	사과주스(67bx 초과)	18~30%	0%
	2009.81	크랜베리 주스	14~30%	0%
	2009.89	기타 단일 과일/견과류/채소 주스	16~30%	0%
2009.90	혼합 주스	10~30%	0%	

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 영국에서 유통되는 음료류는 주스, 탄산음료, 에너지 드링크 등으로 평균 0.4파운드(한화 약 629원)/100ml에 판매

- (영국산) 과일 맛 주스, 탄산음료, 에너지 드링크 등이 0.4파운드(한화 약 629원)/100ml 수준에서 유통

- 캔이나 병, 페트에 담긴 형태로 판매되며 무설탕 제품을 쉽게 찾아볼 수 있음
- (수입산) 다양한 맛의 과일 주스, 탄산음료이며 0.3파운드(한화 약 472원)/100ml선에서 유통
  - 네덜란드, 일본, 미국 등 다양한 국가에서 수입된 음료가 주로 페트나 병에 담긴 형태로 판매되며, 무설탕 제품을 쉽게 찾아볼 수 있음
- (한국산) 캔, 페트병에 담긴 탄산, 과일맛 음료가 0.4파운드(한화 약 629원)/100ml 수준에 판매
  - 현지 유통채널보다 아시안 혹은 한인마트에서 주로 유통됨

■ 영국에서 유통되는 음료 제품 ■

사진			
제품명	Quadruple Strength Apple & Blackcurrant Squash No added sugar	No Added Sugar Ginger Beer	Sparkling Fruit Flavour Drink
원산지	영국	영국	영국
제품형태	과일 주스	탄산음료	탄산음료
가격	£ 1.80 / 1.5ℓ (한화 약 2,831원)	£ 0.50 / 330ml (한화 약 786원)	£ 1.50 / 2ℓ (한화 약 2,359원)
100g(ml) 당 단가	£ 0.12 / 100g (한화 약 189원)	£ 0.16 / 100g (한화 약 252원)	£ 0.07 / 100g (한화 약 110원)
사진			
제품명	Naturally Sugar Free Pineapple Soft Drink	Grape Flavoured Drink with NATA de Coco	Zero Sugar Vanilla
원산지	네덜란드	일본	미국 (제조 원산지: 영국)
제품형태	탄산 음료	과일 주스	탄산 음료
가격	£ 1.25 / 1ℓ (한화 약 1,966원)	£ 7.62 / 320ml(6개입) (한화 약 1,938원)	£ 1.50 / 500ml (한화 약 2,359원)
100g(ml) 당 단가	£ 0.12 / 100g (한화 약 189원)	£ 0.39 / 100g (한화 약 613원)	£ 0.30 / 100g (한화 약 472원)

출처: Tesco.com, sainsburys.co.uk, amazon.co.uk, Hmart.co.uk

#### (4) 라면류<sup>10)</sup>

■ 2021년 라면류가 포함된 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’ 수입액은 전년 대비 33.1% 증가한 4억 8,015만 달러(한화 약 6,284억 6,834만 원)로 집계

- 면류 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’ 수입액은 2017년 이후 최근 5년간 연평균 20.1%의 높은 성장률 기록

#### ■ 그 밖의 파스타 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	215,730	230,805	294,513	360,768	480,153	33.1	20.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 주요 수입국은 이탈리아(31.7%)와 아일랜드(28.6%)로 두 국가로부터의 수입이 전체 수입의 60.3% 차지
  - 이탈리아산 수입액은 1억 5,236만 달러(한화 약 1,993억 9,353만 원)로 전년 대비 10.7% 감소한 반면, 아일랜드산 수입액은 전년 대비 710.9% 증가한 1억 3,714만 달러(한화 약 1,794억 7,512만 원) 기록
  - 한국산 수입액은 전년 대비 20.1% 증가한 2,116만 7,000달러(한화 약 277억 125만 원)로 전체 수입액의 4.4%를 차지하며 수입 상위 5위국으로 선정

#### ■ 그 밖의 파스타 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	215,730	230,805	294,513	360,768	480,153	100.0	33.1	20.1	
1	이탈리아	83,154	81,712	130,537	170,536	152,360	31.7	△10.7	16.9
2	아일랜드	8,325	11,928	15,150	16,912	137,135	28.6	710.9	84.1
3	중국	31,779	31,244	36,469	39,070	34,314	7.1	△12.2	2.4
4	독일	18,146	23,896	23,423	31,546	33,814	7.0	7.2	9.1
5	대한민국	12,574	14,466	15,182	17,624	21,167	4.4	20.1	10.0

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

10) HS Code 1902.30(그 밖의 파스타) 기준

■ 2021년 면류 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’의 평균 수입단가는 1.94달러(한화 약 2,539원)/kg로 전년 대비 36.5% 증가

- 수입 상위 5위국 중 한국산의 수입단가가 4.96달러(한화 약 6,491원)/kg로 가장 높으며, 뒤이어 독일산의 수입단가가 4.69달러(한화 약 6,138원)/kg로 확인됨
- 주요 수입국인 이탈리아산의 수입단가는 1.1달러(한화 약 1,440원)/kg로 수입 상위 5개국 중 가장 저렴한 수준으로 수입

■ 그 밖의 파스타 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	1.451	1.605	1.383	1.419	1.937	36.5	4.8
1 이탈리아	0.975	1.024	0.901	0.951	1.102	15.9	1.9
2 아일랜드	2.432	2.352	2.641	2.834	3.122	10.2	7.3
3 중국	1.813	1.819	1.863	1.911	2.204	15.3	4.9
4 독일	2.358	3.289	3.713	4.059	4.692	15.6	9.3
5 대한민국	3.339	3.605	3.597	3.856	4.955	28.5	8.3

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 영국으로 수입되는 면류 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’에는 기본세율 6%가 적용되나, 한국산 그 밖의 파스타는 한-영국 FTA 협정세율이 적용되어 무관세로 수입 가능

■ 그 밖의 파스타 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	기본세율	한국 협정세율 (한-영국 FTA)
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	6%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 다양한 맛의 라면이 평균 1.0파운드(한화 약 1,572원)/100g에 유통

- (영국산) 치킨, 채소 등 다양한 맛의 라면이 유통되며 평균 판매가는 0.6파운드(한화 약 944원)/100g 수준
  - 국물이 있는 라면보다는 볶음면 형태가 주를 이루며, 대부분 맵지 않은 맛이 판매됨

- (수입산) 평균 판매가는 1.1파운드(한화 약 1,730원)/100g로 베트남, 헝가리, 인도네시아 등 다양한 국가에서 수입된 제품이 유통
  - 국물 라면, 소바, 볶음면 등이 다양하게 판매되며, 치킨, 채소 맛, 간장 맛 등 맵지 않은 맛 위주의 제품이 다수를 이룸
- (한국산) 매운맛 라면이 대부분으로 평균 1.2파운드(한화 약 1,887원)/100g 선에서 판매
  - 신라면, 불닭볶음면 등의 판매 비중이 높으며, 영국 아마존 내 한국산 신라면과 불닭볶음면에는 수천 개 이상의 구매 후기가 등록됨

Ⅰ 영국에서 유통되는 라면 제품 Ⅰ

사진			
제품명	Instant Noodles, Chicken	Instant Noodles, Vegetable	Super Noodles Chicken
원산지	영국	영국	영국
포장	비닐 포장	비닐 포장	비닐 포장
가격	£ 0.40 / 90g (한화 약 629원)	£ 0.40 / 90g (한화 약 629원)	£ 0.80 / 90g (한화 약 1,258원)
100g(mL) 당 단가	£ 0.44 / 100g (한화 약 692원)	£ 0.44 / 100g (한화 약 692원)	£ 0.88 / 100g (한화 약 1,384원)
사진			
제품명	Golden Chicken Instant Noodles	Instant Noodles Special Chicken	Soba Teriyaki Noodles with Yakisoba Sauce
원산지	베트남	인도네시아	헝가리
포장	비닐 포장	비닐 포장	컵 포장
가격	£ 0.55 / 70g (한화 약 865원)	£ 0.45 / 75g (한화 약 708원)	£ 1.50 / 90g (한화 약 2,359원)
100g(mL) 당 단가	£ 0.78 / 100g (한화 약 1,227원)	£ 0.60 / 100g (한화 약 944원)	£ 1.66 / 100g (한화 약 2,611원)

사진			
제품명	Instant Shin Ramyun Noodle Soup	Hot Chicken Flavour Cup Ramen	Hwa Ramyun Oriental Style Noodle Hot&Spicy Flavour
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
포장	비닐 포장	컵 포장	비닐 포장
가격	£ 1.00 / 120g (한화 약 1,573원)	£ 1.25 / 70g (한화 약 1,966원)	£ 5.92 / 120g (5개입) (한화 약 9,312원)
100g(mL) 당 단가	£ 0.83 / 100g (한화 약 1,305원)	£ 1.78 / 100g (한화 약 2,800원)	£ 0.98 / 100g (한화 약 1,542원)

출처: sainsburys.co.uk, tesco.com, amazon.co.uk

### (5) 주류<sup>11)</sup>

■ 2021년 주류 수입액은 전년 대비 10.2% 증가한 69억 1,282만 달러(한화 약 9조 482억 원)로 집계

- 전체 주류 수입액 중 69.8%를 포도주 수입이 차지하며, 뒤이어 증류주·리큐르(17.1%), 맥주(10.0%), 그 밖의 발효주(3.1%) 순으로 나타남

#### 주류 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
주류 계	5,981,416	6,388,431	6,271,664	6,272,190	6,912,821	100.0	10.2	2.0
맥주 (HS Code 2203)	626,622	727,797	664,254	674,681	690,964	10.0	2.4	△1.3
포도주 (HS Code 2204)	4,114,635	4,372,944	4,423,747	4,443,667	4,825,729	69.8	8.6	2.5
그 밖의 발효주 (HS Code 2206)	212,534	183,491	178,931	173,740	211,777	3.1	21.9	3.6
증류주·리큐르 (HS Code 2208)	1,027,625	1,104,199	1,004,732	980,102	1,184,351	17.1	20.8	1.8

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

11) HS Code 2203(맥주) + 2204(포도주) + 2206(그 밖의 발효주) + 2208(증류주·리큐르, 그 밖의 주정음료) 기준

- 주류 유형별 주요 수입국은 다소 상이한 양상을 보이거나 보편적으로 유럽 국가 위주로 구성되며, 한국산 주류의 수입 비중은 높지 않은 편
  - 맥주의 경우 네덜란드(17.6%), 이탈리아(16.5%), 아일랜드(16.3%) 등에서 주로 수입되며, 한국산 맥주 수입 비중은 0.02%에 불과

맥주 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
맥주 (HS Code 2203)	626,622	727,797	664,254	674,681	690,964	100.0	2.4	△1.3	
1	네덜란드	84,784	87,024	69,412	110,285	121,477	17.6	10.1	8.7
2	이탈리아	65,661	68,272	66,440	84,179	114,069	16.5	35.5	13.7
3	아일랜드	112,477	125,525	131,220	122,225	112,406	16.3	△8.0	△2.7
4	스페인	17,657	62,659	56,744	63,423	86,446	12.5	36.3	8.4
5	벨기에	33,677	31,845	25,881	45,471	62,779	9.1	38.1	18.5
⋮									
40	대한민국	220	201	201	159	154	0.02	△3.1	△6.4

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 포도주 수입의 32.2%는 프랑스에서, 18.4%는 이탈리아에서 이뤄지며 한국산 포도주 수입액은 7,000달러(한화 약 916만 원)로 집계

포도주 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
포도주 (HS Code 2204)	4,114,635	4,372,944	4,423,747	4,443,667	4,825,729	100.0	8.6	2.5	
1	프랑스	1,282,158	1,342,193	1,468,699	1,366,715	1,555,678	32.2	13.8	3.8
2	이탈리아	859,211	942,639	893,494	820,884	888,049	18.4	8.2	△1.5
3	스페인	308,705	328,638	312,813	340,130	369,694	7.7	8.7	3.0
4	호주	311,945	336,729	308,920	360,040	342,791	7.1	△4.8	0.4
5	뉴질랜드	329,041	319,053	317,304	359,169	303,513	6.3	△15.5	△1.2
⋮									
59	대한민국	-	-	176	1	7	0.0001	600.0	△80.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 기타 발효주 수입은 스웨덴(44.2%)과 아일랜드(25.9%)에서 대부분 이뤄지고, 한국산 기타 발효주 수입액은 20만 1,000달러(한화 약 2억 6,311원)로 집계

▣ 그 밖의 발효주 수입현황(2017~2021) ▣

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
그 밖의 발효주 (HS Code 2206)	212,534	183,491	178,931	173,740	211,777	100.0	21.9	3.6	
1	스웨덴	128,535	99,723	71,856	67,134	93,567	44.2	39.4	△1.6
2	아일랜드	32,204	29,788	60,925	63,866	54,768	25.9	△14.2	16.4
3	자메이카	2,037	4,309	8,660	12,417	20,432	9.6	64.5	47.6
4	독일	5,488	5,599	5,642	5,620	6,657	3.1	18.5	4.4
5	벨기에	21,646	15,003	11,820	4,921	5,794	2.7	17.7	△21.2
⋮									
20	대한민국	39	46	68	68	201	0.1	195.6	44.6

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 증류주 및 리큐르 수입은 프랑스(23.2%)와 이탈리아(16.3%)산의 비중이 높고, 한국산 증류주 및 리큐르 수입액은 88만 6,000달러(한화 약 11억 5,977만 원)로 전년 대비 130.7% 증가

▣ 증류주·리큐르 수입현황(2017~2021) ▣

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
증류주·리큐르 (HS Code 2208)	1,027,625	1,104,199	1,004,732	980,102	1,184,351	100.0	20.8	1.8	
1	프랑스	240,982	234,318	203,673	166,488	274,890	23.2	65.1	4.1
2	이탈리아	64,369	145,310	151,219	163,301	192,461	16.3	17.9	7.3
3	미국	196,882	202,601	130,454	106,395	113,200	9.6	6.4	△13.5
4	아일랜드	69,250	94,707	85,918	90,177	103,456	8.7	14.7	2.2
5	네덜란드	78,556	47,973	57,854	59,089	81,860	6.9	38.5	14.3
⋮									
33	대한민국	955	252	436	384	886	0.1	130.7	36.9

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 2021년 주류 수입단가는 품목별로 상이하나 증류주 및 리큐르의 평균 수입단가가 가장 높을 것으로 추정<sup>12)</sup>

- (증류주·리큐르) 동년 주요 수입국(프랑스, 이탈리아, 미국, 아일랜드, 네덜란드)으로부터의 평균 수입단가<sup>13)</sup>는 4.89달러(한화 약 6,377원)/kg
  - 이 중 프랑스산의 수입단가가 8.16달러(한화 약 1만 원)/kg로 가장 높고, 뒤이어 미국산, 아일랜드산, 이탈리아산, 네덜란드산 순으로 나타남
  - 한국산 증류주 및 리큐르 수입단가는 2.8달러(한화 약 3,665원)/kg로 평균 수입단가에 못 미치는 수준으로 수입

Ⅰ 증류주·리큐르 주요국 수입단가(2017~2021) Ⅰ

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
증류주·리큐르 (HS Code 2208)	N/A	4.732	N/A	N/A	N/A	-	-	
1	프랑스	7.002	7.259	6.900	6.903	8.160	18.2	3.0
2	이탈리아	6.136	3.461	3.258	3.434	3.221	△6.2	△1.8
3	미국	N/A	4.973	6.456	6.214	5.532	△11.0	2.7
4	아일랜드	3.322	4.080	3.714	4.650	4.341	△6.6	1.6
5	네덜란드	2.476	3.364	2.626	3.012	3.197	6.1	△1.3
⋮								
33	대한민국	4.823	2.154	2.742	2.400	2.804	16.8	6.8

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- (포도주) 동년 주요 수입 3개국(이탈리아, 스페인, 뉴질랜드)으로부터의 평균 수입단가<sup>14)</sup>는 3.37달러(한화 약 4,411원)/kg로 집계
  - 한국산 포도주 수입단가는 2019년 기준 6.29달러(한화 약 8,234원)/kg로 최근 5년 동안 유일하게 집계

12) 증류주·리큐르 및 포도주의 평균 수입단가는 공식적으로 집계되지 않아 주요 수입국에서 제공하는 수입단가를 기준으로 평균 단가 산정

13) 전체 수입산 제품의 평균 수입단가는 공식적으로 집계되지 않아 주요 수입 상위 5개국의 수입단가를 기준으로 평균 단가 산정

14) 전체 수입산 제품의 평균 수입단가는 공식적으로 집계되지 않아 주요 수입국(이탈리아, 스페인, 뉴질랜드)의 수입단가를 기준으로 평균 단가 산정

### 포도주 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
포도주 (HS Code 2204)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	-	-
1 프랑스	N/A	7.774	7.677	N/A	N/A	-	-
2 이탈리아	2.705	3.123	2.991	2.844	3.149	10.7	0.2
3 스페인	2.196	2.512	2.338	2.562	2.546	△0.6	0.3
4 호주	1.412	1.484	1.334	1.452	N/A	8.8	0.9
5 뉴질랜드	4.145	4.006	3.953	3.897	4.412	13.2	2.4
⋮							
59 대한민국	N/A	N/A	6.286	N/A	N/A	-	-

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- (그 밖의 발효주) 평균 수입단가는 1.09달러(한화 약 1,421원)/kg로 주요 수입국 중 자메이카의 수입단가가 가장 높음
  - 자메이카산의 수입단가는 5.89달러(한화 약 7,709원)/kg, 독일산 2.23달러(한화 약 2,919원)/kg, 스웨덴산 1.24달러(한화 약 1,623원)/kg 순으로 확인되었으며, 한국산 그 밖의 발효주 수입단가는 2.31달러(한화 약 3,023원)/kg로 평균을 웃도는 수준으로 수입

### 그 밖의 발효주 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 발효주 (HS Code 2206)	1.066	1.132	0.879	0.899	1.090	21.2	△0.9
1 스웨덴	1.208	1.247	1.238	1.167	1.239	6.2	△0.2
2 아일랜드	0.579	0.653	0.524	0.569	0.596	4.7	△2.3
3 자메이카	5.210	5.919	6.326	6.181	5.888	△4.7	△0.1
4 독일	1.637	2.104	1.812	1.773	2.231	25.8	1.5
5 벨기에	1.018	0.907	0.873	0.636	0.815	28.1	△2.6
⋮							
20 대한민국	1.773	1.533	1.659	1.744	2.310	32.5	10.8

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- (맥주) 평균 수입단가는 0.63달러(한화 약 825원)/kg로 주요 수입국 중 스페인의 수입단가가 가장 높음
  - 스페인산 맥주의 수입단가는 2.22달러(한화 약 2,906원)/kg로 나타났고, 이 외 주요 수입국으로부터 수입되는 맥주는 평균 단가와 유사한 수준을 형성
  - 한국산 맥주 수입단가는 1.5달러(한화 약 1,963원)/kg로 평균 수입단가 대비 2배 이상 비싼 수준으로 수입

맥주 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
맥주 (HS Code 2203)	0.603	0.702	0.660	N/A	0.630	△4.5	△2.7	
1	네덜란드	0.478	0.627	0.560	0.698	0.675	△3.3	1.9
2	이탈리아	0.466	0.491	0.456	0.407	0.437	7.4	△2.9
3	아일랜드	0.353	0.373	0.383	0.358	0.332	△7.3	△2.9
4	스페인	0.990	1.736	1.692	1.876	2.129	13.5	5.2
5	벨기에	0.978	1.150	0.958	0.949	0.919	△3.2	△5.5
⋮								
40	대한민국	1215	1.256	1.272	1.500	1.495	△0.3	4.5

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 주류 유형별 관세율은 품목에 따라 상이하나, 한국산의 경우 한-영국 FTA 협정세율이 적용되어 무관세 수입 가능

주류 관세율(2021년)

(단위: %)

품목	구분		기본세율	한국 협정세율 (한-영국 FTA)
	HS Code	품명		
주류	2203	맥주	0%	0%
	2204	포도주	(£8.2~26 / hl) 또는 (£1.4 / %vol / hl) 또는 (20~40%)	0%
	2206	그 밖의 발효주	(£1 / %vol / hl) 또는 (£4.8~16 / hl)	0%
	2208	증류주·리큐르	0%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 영국에서는 주류는 맥주, 와인, 칵테일, 증류주 등 다양한 종류의 주류가 유통

- 이 중 한국산 주류는 소주, 막걸리, 맥주 등이 확인되며, 주로 아시안 슈퍼마켓을 통해 평균 0.85파운드(한화 약 1,112원)/100ml에 판매

| 영국에서 유통되는 주류 제품 |

사진			
제품명	Pale Ale	London dry Gin	Bloody Drinks Classic Bloody Mary
원산지	영국	영국	영국
제품형태	병 맥주	병 증류주	캔 칵테일
가격	£ 1.70 / 500ml (한화 약 2,675원)	£ 16.00 / 700ml (한화 약 2만 5,179원)	£ 2.85 / 250ml (한화 약 4,485원)
100g(ml) 당 단가	£ 0.34 / 100ml (한화 약 535원)	£ 2.28 / 100ml (한화 약 3,588원)	£ 1.14 / 100ml (한화 약 1,794원)
사진			
제품명	Budweiser	Baileys Original Irish Cream	Brancott Estate Hawkes Bay Merlot Red Wine
원산지	미국 (제조국: 영국)	아일랜드	뉴질랜드
제품형태	병 맥주	병 증류주	병 와인
가격	£ 2.17 / 1l (한화 약 3,415원)	£ 16.00 / 700ml (한화 약 2만 5,179원)	£ 8.00 / 750ml (한화 약 1만 2,590원)
100g(ml) 당 단가	£ 0.21 / 100ml (한화 약 330원)	£ 2.28 / 100ml (한화 약 3,588원)	£ 1.06 / 100ml (한화 약 1,668원)
사진			
제품명	Chamisul Soju(Grapefruit)	Rice Wine	Cass Fresh Beer
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품형태	병 소주	페트병 막걸리	병 맥주
가격	£ 5.79 / 360ml (한화 약 9,112원)	£ 4.49 / 750ml (한화 약 7,066원)	£ 1.99 / 330ml (한화 약 3,131원)
100g(ml) 당 단가	£ 1.60 / 100ml (한화 약 2,518원)	£ 0.59 / 100ml (한화 약 929원)	£ 0.60 / 100ml (한화 약 944원)

출처: tesco.com, sainsburys.co.uk, hmart.co.uk

### (6) 새송이버섯<sup>15)</sup>

■ 2021년 버섯류 수입액은 전년 대비 31.5% 증가한 7,286만 2,000달러(한화 약 953억 8,364만 원)로 집계

- 이 중 새송이버섯이 포함된 식용가능한 기타 버섯류(0709.59-9000)<sup>1)</sup>의 수입액이 전체 수입의 94.3%를 차지
  - ‘식용가능한 기타 버섯류(0709.59-9000)’ 수입액은 전년 대비 32.2% 증가한 6,874만 5,000달러(한화 약 899억 9,408만 원)로 2017년 이후 최근 5년간 연평균 3.5%로 수입 규모 증가

#### ■ 버섯류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
버섯류 기타 (HS Code 0709.59)	44,300	63,527	64,376	55,390	72,862	100.0	31.5	3.5
- 신선·냉장 살구버섯 (HS Code 0709.59-1000)	522	627	284	126	643	0.9	410.3	0.6
- 신선·냉장 플랩버섯 (HS Code 0709.59-3000)	1,115	1,448	1,455	1,639	2,311	3.2	41.0	12.4
- 신선·냉장 송로버섯 (HS Code 0709.59-5000)	1,617	1,521	1,274	690	753	1.0	9.1	△16.1
- 식용가능한 버섯류 기타 (HS Code 0709.59-9000)	41,149	59,920	53,855	52,011	68,745	94.3	32.2	3.5

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 전체 ‘버섯류(0709.59)’ 수입은 주로 폴란드(66.4%)에서 이뤄지며, 이 외에도 네덜란드(18.3%), 아일랜드(10.3%) 등지에서 수입
  - 한국산 ‘버섯류(0709.59)’ 수입액은 2020년 3,000달러(한화 약 393만 원) 이후 집계되지 않음

15) HS Code 0709.59(버섯류 기타) 기준

■ 버섯류 기타 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
버섯류 기타 (HS Code 0709.59)	44,300	63,527	64,376	55,390	72,862	100.0	31.5	3.5
1 폴란드	19,703	40,477	43,975	40,360	48,361	66.4	19.8	4.5
2 네덜란드	8,863	8,711	7,087	5,008	13,311	18.3	165.8	11.2
3 아일랜드	7,825	7,490	8,211	6,041	7,503	10.3	24.2	0.0
4 벨기에	2,859	3,042	2,114	1,576	1,429	2.0	△9.3	△17.2
5 스페인	573	514	217	1,177	641	0.9	△45.5	5.7
⋮								
16 대한민국	-	4	14	3	-	-	-	-

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ ‘버섯류(0709.59)’ 평균 수입단가는 2.7달러(한화 약 3,535원)/kg로, 전년 대비 24.4% 증가

- 주요 수입국인 폴란드산의 수입단가는 2.74달러(한화 약 3,586원)/kg로 집계
  - 한국산 버섯 수입단가는 2020년 기준 3달러(한화 약 3,927원)/kg로 당해연도 평균 수입단가 대비 높은 수준으로 나타남

■ 버섯류 기타 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
버섯류 기타 (HS Code 0709.59)	2.197	2.227	2.160	2.173	2.704	24.4	5.0
1 폴란드	2.027	2.107	2.088	2.287	2.744	20.0	6.8
2 네덜란드	2.837	3.612	3.467	3.233	2.816	△12.9	△6.0
3 아일랜드	1.622	1.697	1.603	1.750	2.039	16.5	4.7
4 벨기에	2.284	2.048	2.037	3.419	5.539	62.0	28.2
5 스페인	1.083	1.135	2.646	0.536	1.560	191.0	8.3
⋮							
16 대한민국	-	2000	2.800	3.000	-	-	-

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 영국으로 버섯 수입 시 기본세율 6%가 부과되나, 한국산의 경우 한-영국 FTA 협정세율이 적용되므로 무관세 수입 가능

■ 버섯류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	기본세율	한국 협정세율 (한-영국 FTA)
버섯류 기타 (HS Code 0709.59)	6%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

(7) 인삼<sup>16)</sup>

- 2021년 인삼 수입액은 전년 대비 69.5% 증가한 126만 1,000달러(한화 약 16억 5,027만 원)로 집계

■ 인삼 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	4,205	1,583	883	744	1,261	69.5	△5.5

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 주요 수입국은 중국(52.8%)과 미국(33.1%)으로 양분되며, 한국산 인삼 수입 비중은 3.9%로 나타남
  - 2021년 중국산 인삼 수입액은 66만 6,000달러(한화 약 8억 7,159만 원)로 전년 대비 15.4% 증가하였으며, 미국산 수입액은 41만 7,000달러(한화 약 5억 4,573만 원)로 전년 대비 5,112.5%의 기록적인 증가율 달성
  - 한국산 인삼 수입액 역시 전년 대비 1,125.0%의 높은 증가세를 보였으나, 수입액은 4만 9,000달러(한화 약 6,413만 원)로 전체 수입 비중은 크지 않은 편

16) HS Code 1211.20(신선·냉장·건조 인삼) 기준

인삼 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	4,205	1,583	883	744	1,261	100.0	69.5	△5.5
1 중국	442	593	494	577	666	52.8	15.4	2.9
2 미국	1	7	5	8	417	33.1	5,112.5	177.8
3 인도	5	2	3	10	81	6.4	710.0	152.3
4 대한민국	173	62	116	4	49	3.9	1,125.0	△5.7
5 네덜란드	98	8	53	72	21	1.7	-70.8	27.3

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

2021년 인삼 평균 수입단가는 19.7달러(한화 약 2만 5,785원)/kg로 전년 대비 77.4% 증가

- 이 중 미국산 인삼이 가장 비싸게 유통되며, 뒤이어 네덜란드, 중국, 미국 순으로 가격 형성
  - 한국산 인삼 수입단가는 2019년 kg당 116달러(한화 약 15만 1,832원)로 집계되어 당해 연도 가장 비싼 수준을 기록한 바 있음

인삼 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	6.870	5.613	17.314	11.104	19.703	77.4	36.9
1 중국	6.870	14.119	14.529	10.685	14.800	38.5	1.2
2 미국	6.849	N/A	N/A	N/A	52.125	-	-
3 인도	6.868	N/A	N/A	10.000	11.571	15.7	-
4 대한민국	6.870	62.000	116.000	N/A	N/A	-	-
5 네덜란드	6.870	8.000	7.571	12.000	21.000	75.0	27.3

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

영국으로 수입되는 인삼의 기본세율은 0%이며, 한국산 인삼 역시 한-영국 FTA 협정세율이 부과되어 무관세로 수입 가능

인삼 관세율(2021년)

(단위: %)

품목	기본세율	한국 협정세율 (한-영국 FTA)
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	0%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

- 영국 내 온라인 플랫폼에서 유통되는 신선·냉장 인삼은 확인되지 않으며, 주로 건강기능식품 형태의 인삼 가공품이 판매

영국에서 유통되는 인삼가공품

사진			
제품명	Panax Ginseng Ginkgo Biloba	Solgar Korean Ginseng Root Extract Vegetable Capsules	Korean Panax Ginseng 1000mg
원산지	영국	영국	영국
제품형태	정제	정제	정제
가격	£ 12.6 / 60정 (한화 약 1만 9,821원)	£ 10.2 / 60정 (한화 약 1만 6,047원)	£ 7.2 / 120정 (한화 약 1만 1,327원)
100g(mL) 당 단가	£ 2.10 / 10정 (한화 약 3,304원)	£ 1.70 / 10정 (한화 약 2,675원)	£ 0.6 / 10정 (한화 약 944원)
사진			
제품명	Ginseng Royal Jelly Oral Liquid	Mega Ginseng Korean Ginseng Extract Capsules	Panax Ginseng
원산지	중국	헝가리	미국
제품형태	유리병 음료	정제	정제
가격	£ 7.45 / 100mL (10개입) (한화 약 1만 1,720원)	£ 19.70 / 100정 (한화 약 3만 990원)	£ 8.00 / 100정 (한화 약 1만 2,585원)
100g(mL) 당 단가	£ 0.74 / 100mL (한화 약 1,164원)	£ 1.97 / 10정 (한화 약 3,099원)	£ 0.80 / 10정 (한화 약 1,258원)

<p><b>사진</b></p>			
<p><b>제품명</b></p>	<p>Korean Red Ginseng Powder</p>	<p>Red Ginseng Drink</p>	<p>Korean Fermented Red Ginseng Extract</p>
<p><b>원산지</b></p>	<p>대한민국</p>	<p>대한민국</p>	<p>대한민국</p>
<p><b>제품형태</b></p>	<p>분말</p>	<p>음료</p>	<p>액체</p>
<p><b>가격</b></p>	<p>£ 49.99 / 90g (한화 약 7만 8,639원)</p>	<p>£ 1.69 / 100ml (한화 약 2,659원)</p>	<p>£ 30.87 / 30g (한화 약 4만 8,562원)</p>
<p><b>100g(ml) 당 단가</b></p>	<p>£ 55.54 / 100g (한화 약 8만 7,370원)</p>	<p>£ 1.69 / 100ml (한화 약 2,659원)</p>	<p>£ 102.90 / 100g (한화 약 16만 1,872원)</p>

출처: amazon.co.uk

## ② 이슈 및 유망품목

### 가. 최근 이슈품목

■ 지속가능한 식품 소비에 대한 중요성이 증가함에 따라 유제품 및 육류를 대체할 수 있는 식물성 단백질 제품이 이슈

- 콩고기 등 식물성 대체육의 활용도 증가하는 추세이나, 전통적인 식물성 단백질인 두부에 대한 관심도 증가
- 아몬드, 귀리, 두유 등 식물성 단백질 기반의 유제품보다 친환경적인 생산이 가능한 감자 우유의 소비자 선호도 증가
  - 감자는 귀리보다 제곱미터당 2배 더 효율적인 생산이 가능하며, 아몬드 재배보다 용수 소모량이 56% 적고 다른 식물성 우유보다 이산화탄소 배출량이 0.27ℓ 적음
  - 감자 우유는 크림 같은 질감으로 기존 우유와 차이가 있으며, 이러한 특유의 식감을 선호하는 소비자들 사이에서 감자우유는 식물성 대체 유제품으로 각광받고 있음

#### ■ 영국에서 이슈가 되고 있는 식물성 단백질 식품 예시 ■



영국에서 유통되는 한국산 두부



감자 우유

출처: Sainsbury's.uk, dugdrinks.com

■ 한국 식품 중에서는 특히 김치에 대한 관심이 크게 증가

- 영국 언론은 기존 이색 음식 애호가 사이에서만 관심을 받던 김치가 최근 건강에 좋은 음식으로 알려지며 인기를 끌고 있다고 보도
  - 또한 이러한 현상을 코로나19로 건강한 생활 및 전통적인 요리법에 대한 영국 내 관심이 증가한 것에 기인한 것으로 분석함

영국 언론의 한국 김치 소개자료

**How gut-friendly, Korean snack Kimchi became a lockdown favourite in the UK**

In Korea, kimchi is part of the national diet. Now the tasty fermented cabbage is winning more British fans



What's the first thing you put in your mouth in the morning? A toothbrush? A gulp of strong tea? For Pat Bingley, it's usually some spicy fermented cabbage, to allow its natural probiotics to travel as far as possible into his digestive system.

"It's a great snack," he insists. "It has a bit of salt, hardly any calories, and is so flavourful - sour, salty and a little bit spicy. Eat it with a cracker, or a slice of avocado or apple."

For years, those in foodie circles have hyped kimchi as the next big thing, extolling the Korean snack for its "friendly" bacteria and great taste. In Korea, it is an integral component of the national diet, eaten on its own and in many recipes, and has great cultural significance.

출처: inews.co.uk

- 현지에서 김치에 대한 관심이 증가하며 다양한 매체에서 김치의 효능과 요리법에 대해 소개
  - BBC는 자사 홈페이지를 통해 김치 담그는 법을 소개하였고, Guardian지는 김치 팬케이크 (김치부침개)의 레시피를, Daily Mail은 치즈와 김치를 넣은 샌드위치를, Telegraph는 김치볶음밥 레시피를 소개함

영국 언론의 한국 김치 레시피 소개자료

<p><b>Kimchi</b></p>  <p>Preparation time <b>overnight</b></p> <p>Cooking time <b>no cooking required</b></p> <p>Serves <b>Makes 1 litre/1 1/4 pints</b></p> <p>Dietary</p>	<p><b>How to make kimchi - recipe</b></p> 
<p>BBC Food Recipes</p>	<p>The Guardian</p>
<p><b>Fall back in love with lunch: Grilled cheese &amp; kimchi open sandwich</b></p> 	<p><b>Kimchi rice recipe</b></p> 
<p>Daily Mail</p>	<p>The Telegraph</p>

출처: 각 사 홈페이지

## 나. 수출 유망품목 발굴

■ 영국으로의 수출 유망품목 발굴을 위해 총 6가지의 지표를 활용하여 계량화

### 수출 유망품목 선정 지표

- ① 한국산 수입 상위품목 중 주요 수출 품목\*에 해당하는 품목
- \* 주요 수출 품목은 현재 한국에서 對영국으로 주로 수출되는 농식품 중 상승세가 유지되는 7개 품목(김치, 소스류, 파스타(면류), 음료류, 주류, 버섯류(새송이버섯), 인삼)으로 선정
- ② 2021년 한국산 농식품 전체 수입액에서 해당 품목이 차지하는 비중(%)
- ③ 2021년 해당 품목의 전체 수입액 중 한국산의 비중(%)
- ④ 2021년 해당 품목의 한국산 수입 규모 연평균 증가율(최근 5년, %)
- ⑤ 2021년 해당 품목의 한국산 수입 규모(금액)
- ⑥ 2022년 7월 기준 현지 온라인 플랫폼에서 판매되는 한국산 제품의 수

- 2021년 기준 영국의 한국산 농식품 수입 상위품목 중 주요 수출 품목에 해당하는 것은 ▲면류<sup>17)</sup> ▲소스류 ▲음료류<sup>18)</sup> ▲김치<sup>19)</sup>로 확인

### 2021년 영국의 한국산 농식품 수입 상위품목

NO	품목	HS Code
1	파스타	1902
2	조제·보존처리한 과실 및 견과류	2008
3	조제·보존처리한 채소류	2005
4	소스류	2103
5	설탕·감미료·맛·향을 첨가한 물 (음료류)	2202
6	베이커리류	1905
7	로커스트콩·해초류 및 기타 조류·사탕무와 사탕수수 등	1212
8	곡물 조제 식료품	1904
9	효모류	2102
10	기타 조제 식료품	2106

### 對영국 주요 수출 품목

NO	품목	HS Code
1	김치	2005.99
2	소스류	2103
3	음료류	2202, 2009
4	인스턴트 면류(라면)	1902.30
5	주류	2203, 2204, 2206, 2208
6	버섯류	0709.59
7	인삼	1211.20

17) 그 밖의 파스타(HS Code 1902.30)

18) 설탕이나 그 밖의 감미료·맛·향을 첨가한 물(HS Code 2202.10)

19) 조제보존처리한 기타 채소류(HS Code 2005.99-80)

■ 각 품목별 점수 산정 결과, 對영국 수출 유망품목은 ‘파스타’와 ‘조제 및 보존 처리한 채소류(김치)’로 나타남

지표① 한국산 수입 상위품목	지표② 한국산 농식품 수입액 중 비중		지표③ 해당 품목의 전체 수입액 중 한국산 비중		지표④ 해당 품목의 한국산 수입 규모 증가율 (최근 5년 연평균)		지표⑤ 해당 품목의 한국산 수입 규모 (천 달러)		지표⑥ 현지 온라인 판매 제품 수 (한국산)		총점
	비중	배점	비중	배점	증가율	배점	수입액	배점	개수	배점	
파스타	46.1	4	4.4	4	10.0	2	21,167	4	59	2	16
소스류	7.7	2	0.5	2	12.0	3	5,155	3	44	1	11
음료	6.4	1	0.31	1	-8.2	1	4,395	2	78	4	9
조제/보존 채소	10.4	3	3.1	3	26.5	4	3,138	1	59	2	13

- (파스타) 對영국 수출이 가장 유망할 것으로 판단되는 품목
  - 파스타 중에서는 라면 및 인스턴트 면류와 같은 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’의 시장 유망성이 가장 높은 것으로 분석되며, 주로 매운맛 라면이 ‘한국식 매운맛’에 대한 소비자의 궁금증과 수요를 충족시키는 것으로 추정
    - 현재 영국에서 가장 인기가 많은 한국산 라면은 불닭볶음면<sup>20</sup>과 신라면<sup>21</sup>으로, 최근 현지에서 매운맛 챌린지가 유행하며 해당 상품에 대한 수요가 증가한 것으로 나타남
  - 이 외에도 감자라면, 짜파게티 등 다양한 한국 라면이 유통되고 있으며, 소비자의 평가 역시 대부분 별점 4.5 이상으로 긍정적인 편
- (조제·보존처리한 채소류) 최근 한국산 수입 규모가 증가하는 추세로, 對영국 수출 확대 가능성이 엿보임
  - 이 중 김치를 포함한 ‘조제·보존처리한 기타 채소류(2005.99)’의 시장 유망성이 가장 높게 나타남
    - 영국 슈퍼마켓 체인 Waitrose의 김치 판매는 코로나19 이후 43% 증가하였고, 런던에 소재한 이탈리아-한식 퓨전 레스토랑인 Vegan Yes에서는 김치 라자냐와 같이 김치를 활용한 퓨전 메뉴의 선호도가 높게 나타난다고 언급
  - 한국식 김치에 대한 수요가 증가하며 자국 소비자의 입맛에 맞도록 현지화한 김치 제품이 출시되기도 함

20) 실제로 2022년 8월 기준 영국 아마존에서 판매되는 라면 제품 중 불닭볶음면에 대한 상품평이 1만 7,000개 이상으로 확인되어 타 경쟁제품 대비 높은 관심도를 나타냄(인도네시아산 미고랭 상품평은 4,900여 건, 영국산 King Pot Noodle에 대한 상품평은 4,600여 건으로 확인)

21) 컵라면과 봉지라면을 합해 상품평이 4,000여 건 이상 등록된 것으로 확인

- 일반적으로 매운맛에 익숙하지 않은 현지 소비자들을 위해 영국 식품업체인 Vadasz에서는 양배추와 비트로 만든 김치, 오이, 사과, 케일을 원재료로 만들어 맵지 않은 김치 등 다양한 유형의 김치 제품을 판매

영국 소비자 입맛에 맞추어 현지화된 김치

		
슈퍼그린 김치	슈퍼비트 김치	생김치
		
클래식 매운 김치	정통 순한 김치	백배추 김치

출처: www.waitrose.com, www.eatenalive.co.uk

- (소스류) 평가지표에서는 후순위로 선정되었으나, 최근 감칠맛을 내기 위한 소스류의 수요가 증가하는 소비 트렌드로 미루어보아 한국산 전통 장류 및 기타 소스류의 시장 확대 가능성도 존재
  - 특히 장류, 혼합 조미료 등의 ‘기타 소스류(2103.90)’의 시장 확대 가능성이 높으며, 최근 현지에서 인기를 끌고 있는 한국 식품과 결합하여 먹거나 실제로 한국식 메뉴를 만들 때 사용할 수 있는 불고기 소스, 비빔밥 소스, BBQ 소스 등의 시장 유망성이 엿보임
  - 이 외에도 현지에서 한국식 김치에 대한 수요가 증가하며, 직접 김치를 담가 먹을 때 사용할 수 있는 김치 소스도 시장 가능성이 존재할 것으로 판단
- 실제로 영국의 식품업체인 eaten ALIVE에서는 김치 제조 시 사용할 수 있는 소스를 판매하고 있음

영국에서 판매되는 김치 소스



Raw Kimchi Fermented Hot Sauce

£3.99

Our house kimchi with kimchi brined chillies, peppers and traditional gochgaru (dried Korean chilli) all blended into the perfect fusion of our two passions! Try it with eggs and avocado for the perfect brunch accompaniment; add to mayo or just splash it all over a sandwich.

150ml

**Ingredients:** Fermented capsicum, kimchi (contains soy), raw cider vinegar, sugar, chilli powder, organic miso (soy, water, salt), onion, salt, garlic.

출처: www.eatenalive.co.uk

# III 진출전략

## ① 영국 SWOT 분석 및 전략도출

■ 영국으로 수출되는 한국산 농식품의 강점(Strength)과 약점(Weakness)은 다음과 같이 구분

- (강점) 특정 품목에 있어 높은 인지도 및 긍정적 이미지 형성
  - 한류 및 한국 콘텐츠의 영향으로 한국산 라면(인스턴트 면류)에 대한 관심이 크게 증가하였고, 코로나19 이후 유럽 전반에서 면역력 증진을 위한 발효식품에 관심을 보이며 김치에 대한 인지도 역시 제고
  - 현지에서 한국식품에 대한 이미지는 ‘전반적으로 신선한 식재료를 활용해 전통적인 방식으로 제조된 건강식’과 같이 형성되어 최근 지속가능하고 건강한 식생활을 중시하는 영국 내 식품 소비 트렌드에 부합
  - 이 외에도 한-영국 FTA 체결로 영국은 쌀, 채소 및 과일 일부 품목을 제외한 전반적인 농식품 품목에 대해 관세를 즉시 철폐하여 주요 품목 대부분이 무관세로 수입할 수 있으며 이에 타 경쟁국산 대비 가격경쟁력 확보 가능
- (약점) 편중된 수출 품목, 한정적인 유통 루트 등은 한국 농식품의 약점으로 꼽힘
  - 2021년 영국이 수입한 한국산 농식품 중 46.1%가 라면 및 인스턴트 면류와 같은 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’이며, 수입 상위 10개 품목의 비중이 87.8%에 달할 만큼 특정 품목에 대한 편중 현상이 심하게 나타남
  - 현재 한국산 농식품은 주로 한인마트나 아시안 푸드 전문 유통채널에서 유통되며, 영국 현지 주요 유통채널에서 한국산 농식품이 판매되는 비중은 아직까지 일부에 불과

■ 對영국 수출 시 시장의 기회요인(Opportunity)과 위협요인(Threat)은 다음과 같음

- (기회요인) 영국의 식품시장 및 소비 규모가 꾸준히 증가하고 있으며 농식품 수입 역시 증가세
  - 2021년 기준 영국 식품시장의 최근 5년간 연평균 성장률은 3.9%, 1인당 연간 식품 소비액 증가율은 3.3%로 꾸준히 상승하는 추세
  - 이와 더불어 영국의 농식품 수입액 역시 최근 5년간 연평균 1.9%로 지속적인 성장세를 보이고 있으며, 특히 한국산 농식품 수입액의 최근 5년간 연평균 성장률은 16.0%에 달함
  - 농식품 교역액 중 수입 규모가 수출 규모 대비 약 2배가량 큰 구조로, 수입 식품에 대한 거부감이 다른 국가 대비 적은 편이며, 에스닉 푸드에도 비교적 편견 없는 소비가 이루어짐
  - 이와 더불어 최근 한류로 K-Food에 대한 관심이 증가하는 분위기 역시 한국 농식품의 영국 시장 진출 시 기회요인으로 작용 가능
- (위협요인) 브렉시트(Brexit) 이후 영국 농식품 수입 관련 규정이 변경되어 유의 필요
  - 영국의 유럽연합(EU) 탈퇴 이후 라벨링기준, 식품 위생 및 안전성 규정이 일부 변경되었으므로 이에 대한 유의 필요
  - 또한 경제 회복세 둔화에 따른 저가 선호 소비문화로 대부분의 유통채널에서도 저가 가격전략을 고수하는 추세 역시 한국산 농식품의 영국 시장 진출 시 위협 요인으로 작용 가능

<ul style="list-style-type: none"> <li>● 특정 품목에 있어 높은 인지도 보유</li> <li>● 건강하고 신선한 건강식의 이미지 형성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 對영국 주요 수출 품목 편중</li> <li>● 한정적인 유통 루트</li> </ul>				
<table border="1"> <tr> <td style="background-color: #c00000; color: white; font-weight: bold; font-size: 24px;">S</td> <td style="background-color: #c00000; color: white; font-weight: bold; font-size: 24px;">W</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #c00000; color: white; font-weight: bold; font-size: 24px;">O</td> <td style="background-color: #c00000; color: white; font-weight: bold; font-size: 24px;">T</td> </tr> </table>		S	W	O	T
S	W				
O	T				
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 식품 시장규모 및 식품 소비액 증가</li> <li>● 농식품 수입 규모 증가</li> <li>● 한류로 인한 K-Food 관심 증가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 브렉시트 이후 규정 변화</li> <li>● 저가 선호 소비 및 저가 가격전략</li> </ul>				

## ② 한국산 농식품 진출전략

### 가. 시장진출전략

#### ■ 수출 유망품목의 지속적인 발굴을 통한 수출 품목 다양화 필요

- 현재 영국으로 수출되는 한국산 농식품의 약점 중 하나로, 특정 수출 품목에의 의존도가 높다는 점이 꼽힘
  - 2021년 기준 영국으로의 수입 비중이 높은 한국산 농식품은 파스타(인스턴트 면류), 조제·보존처리한 과실 및 견과류, 조제·보존처리한 채소류(김치), 소스류, 음료류 등으로 나타남
- 이에 현재의 수출 주력품목을 대체할 수 있는 신규 수출 품목을 발굴해야 함
  - 현재 시점에서는 수출 주요 품목이 아니더라도 최근 對영국 수출 규모 증가 품목, 영국의 수입 규모 증가 품목 등을 주기적으로 살펴볼 필요가 있음
  - 또한 영국의 식품 소비 트렌드와 현지 식문화에 적합한 한국산 농식품을 주기적으로 발굴하여 장기적 관점에서 對영국 수출 주력품목으로 만들기 위한 노력이 필요함

#### ■ 안정적인 유통 루트를 개선하기 위해 온라인 유통채널의 적극적인 활용이 요구됨

- 영국에서 유통되는 한국산 농식품은 주로 한인마트나 아시아 식품 전문 유통채널을 통해 판매되고 있음
  - 최근 영국 내 한국 식품에 대한 관심이 높아져 대형 슈퍼마켓에서도 한국 라면, 김치, 소스류 등을 판매하기도 하나, 여전히 대부분의 한국 식품은 한국 슈퍼마켓(한인마트)이나 아시아 식품 전문 유통채널을 통해 판매됨
- 최근 영국 소비자의 온라인을 통한 식품 구매가 증가하고 있고, 이와 더불어 비교적 적은 비용이 소요되는 온라인 유통채널 활용을 병행하여 경쟁력 확보 가능할 것으로 예상
  - 2017년 이후 영국의 전자상거래 식품 시장규모 역시 연평균 18.1%로 증가하였고, 온라인 유통채널을 통한 식품 소비 비중은 연평균 23.3%의 높은 성장률을 기록
  - 코로나19로 도시가 폐쇄되면서 H Mart와 Korea Food 같은 주요 한국 식품 소매업체도 온라인 주문 배달 서비스를 시작하며 경쟁력 확보를 위한 노력을 이어가고 있음

■ 친환경·지속가능성을 부각하는 제품 선정을 통해 현지 수요에 부응함으로써 시장 점유율 확대

- 최근 영국 시장에서는 ‘식품 소비 시의 지속가능성을 추구’하는 것이 최대 트렌드로 자리 잡음
  - 특히 코로나19 팬데믹 이후 영국 소비자의 웰빙 선호 현상은 크게 증가하였고, 지속가능한 소비에 대한 관심 역시 높아짐
  - 특히 채식 및 비건 식품에 대한 수요가 증가하고 있으며, 친환경적 방법으로 생산되는 식품에 대한 선호도가 증가하는 추세
- 이에 현지 수요에 부합하는 제품 선정 및 개발이 요구되며, 더 나아가 이를 증명할 수 있는 관련 인증 등의 취득을 통해 제품 경쟁력을 제고할 수 있을 것으로 판단
  - 유기농식품, 식물성 식품 등 친환경적 방식으로 생산된 제품은 이와 관련된 인증(EU Organic 등)을 취득함으로써 해당 식품의 경쟁력 제고 가능
  - 생산방식 외에도 지속가능성을 중시하는 방법으로 가공, 포장, 유통되는 제품에 대한 선호도도 증가하고 있으므로 이러한 현지 니즈를 반영하는 제품 개발 및 선정이 중요한 요소로 작용할 것으로 보임

## 나. 품목별 진출전략

■ 인스턴트 면류(라면)

- 매운맛을 내세운 마케팅 전략으로 한국 라면의 정체성 확보
  - 영국에서 인기 있는 한국 라면은 대부분 매운맛 라면으로, 현지 시장에서 매운맛 라면(인스턴트 누들)의 대표품목으로 자리매김하기 위한 노력 필요
    - 현지 유명인 및 인플루언서를 통한 홍보뿐만 아니라, 일반 소비자의 참여를 유도하는 SNS 내 매운 라면 먹기 이벤트, K-콘텐츠와 연계한 마케팅 등의 활동을 통해 영국에서의 한국 라면에 대한 정체성 형성이 가능할 것으로 보임
    - 또한 직관적으로 매운맛을 어필할 수 있는 제품 포장 및 홍보를 통해 한국 라면이 현지에서 매운맛 라면을 대표할 수 있을 것으로 기대
- 한국 라면의 현지 시장 점유율 제고 위한 제품 스펙트럼 확대
  - 매운맛뿐만 아니라 치킨, 채소, 간장 등 제품 맛의 범주를 넓히고 볶음면, 스파게티면 등 다양한 유형의 제품을 출시하여 매운맛 국물 라면 외 라면에 대한 수요를 확보할 수 있을 것으로 보임

- 또한 현재 봉지라면 위주로 유통되는 제품 형태를, 컵라면, 친환경 포장 등으로 개선함으로써 편의성과 지속가능성을 중시하는 젊은 세대를 겨냥할 수 있을 것으로 판단

## ■ 김치(조제·보존처리한 채소류)

- 인지도 향상을 위한 적극적인 마케팅 및 홍보 캠페인 추진
  - 최근 영국 내 김치에 대한 관심이 급격히 증가하고 있어 이를 시장 확대에 연계할 수 있는 마케팅이 필요
  - 현지 시장에서 김치에 대한 수요가 지속적으로 이어질 수 있도록 김치의 건강적 효능과 이점에 대해 꾸준히 홍보하여 시장 내 보편적 수요를 창출해야 함
- 현지 소비자의 입맛을 충족시킬 수 있는 제품 현지화 및 다양화
  - 현재 영국에서는 한국에서 수입된 김치 제품뿐만 아니라 현지 소비자의 입맛에 맞도록 커스터마이징된 제품이 유통되고 있음
    - 덜 매운맛 김치, 백김치, 배추나 무 외 다른 식재료(비트, 사과, 양배추 등)를 활용한 김치 등 현지 수요에 맞는 다양한 제품 출시를 통해 현지화 가능
  - 영국 내 유통되는 김치 제품은 주로 100g 이하의 소포장 제품으로 포장 용량 및 유형을 현지 소비 패턴에 적합한 방법으로 현지화함으로써 경쟁력 확보 가능
- 소비자 니즈에 부합하는 인증 취득으로 경쟁력 및 신뢰도 제고
  - 최근 건강 중시 및 환경보전에 대한 인식 개선으로 비건 및 유기농식품에 대한 수요가 증가하는 추세
  - 이에 해당하는 경우 비건 및 유기농 등 현지 수요에 부합하는 인증 취득을 통해 제품 경쟁력 확보 및 현지 소비자의 수요 충족이 가능할 것으로 기대
- B2C 유통 외에도 영국 내 외식업체를 통한 B2B 유통 확대
  - 최근 K-Food에 대한 관심이 증가하며 한식당 등 한국 메뉴를 전문으로 하는 외식업체가 증가하는 추세이며, 일부 현지 외식업체는 현지식과 한식을 결합한 퓨전 형태의 메뉴를 선보이고 있어 이들을 대상으로 한 B2B 유통 루트를 확대하여 시장 확대 가능

## 다. 한국 농식품 수출 확대 전략

### ■ 현지 수요에 부합하는 지속적인 수출 품목 발굴을 통한 시장 확대

- 현재 특정 품목에 한정된 수출 품목을 다양화하여 꾸준하고 안정적인 수출이 가능한 선순환 구조를 구축해야 함
- 이에 현지 시장 트렌드와 소비 동향을 주기적으로 관찰하여 변화하는 시장 수요를 파악하고, 이에 부합하는 제품 개발 및 선정을 위한 노력이 요구됨
- 예를 들어 현재 영국 내 채식 열풍에 부합하는 비빔밥 밀키트를 출시하여 현지 수요에 부합할 수 있을 것으로 기대
  - Whole Food Market에서 발표한 2022년 영국 식품 트렌드에 중 하나는 육식을 최소화하는 ‘환원주의(reducetarianism)’로 향후 영국 내 채식 인구가 증가할 것으로 전망되며, 영국의 밀키트 브랜드인 Gousto는 전체 주문의 5분의 1이 채식 메뉴일 만큼 현지에서 채식 비중이 증가
  - 한국의 비빔밥은 이미 현지에서 아시아의 대표적인 채식식단으로 인식되고 있으며, 향후 변화하는 시장 수요에 맞는 제품 출시를 통해 한국 식품의 점유율을 높일 수 있을 것으로 보임

### ■ 對영국 수출 유망품목 및 기대품목을 선정하여 중장기적 관점에서의 수출 확대 방안 마련

- (유망품목) 현재 한국산 농식품 중 현지 시장에서의 인지도와 비중이 높고 수입 규모가 증가하고 있는 품목으로, 향후 지속적인 수출이 기대되는 품목을 선정하여 중점적으로 관리
  - 현재 對영국 유망품목은 라면(인스턴트 면류)과 김치로 선정되었으며, 라면의 경우 ▲매운맛을 내세운 한국 라면의 정체성 확보 및 ▲다양한 제품 라인 출시를 통해 수출 확대가 가능할 것으로 보이며, 김치의 경우 ▲제품 현지화 ▲소비자 니즈에 부합하는 제품 출시 ▲유통 루트 다양화 등을 통해 시장 점유율을 확대할 수 있을 것으로 기대
- (기대품목) 현재 한국산의 비중은 높지 않으나, 현지 식품 소비 동향으로 미루어보아 향후 시장 확대 가능성이 존재하는 수출 전략 품목의 육성이 필요
  - 예를 들어 소스류는 최근 영국 내 감칠맛에 대한 소비 트렌드에 부합하는 품목으로, 최근 현지에서 인기를 끌고 있는 한국 식품과 곁들여 먹거나 실제로 한국식 메뉴를 만들 때 사용할 수 있는 불고기 소스, 비빔밥 소스, BBQ 소스 등의 시장 유망성이 엿보임
  - 또한 최근 지속가능한 식품 소비에 대한 중요성이 증가함에 따라 두부와 같이 육류를 대체할 수 있는 식물성 단백질 제품이 중장기적으로 유망할 것으로 예상

## ■ 현지 법제도 변경에 따른 비관세장벽 극복 방안 마련

- 최근 변경된 식품시장 내 규정 등 정책을 숙지 및 준수하여 불필요한 수출 시 리스크 감소
  - 對영국 농식품 수출기업은 라벨링 기준, 식품 안전성 및 위생 규정 등 변경사항을 파악하고 대응하여 수출 시 불필요한 낭비를 줄일 수 있도록 노력해야 함
  - 또한 장기적인 관점에서 한국산 농식품의 對영국 수출 확대라는 목표 달성을 위해 관련 민·관의 협력을 통해 시장 내 비관세장벽에 대한 주기적인 모니터링과 분석이 요구되며, 이에 대한 정보를 업계에 전파할 수 있는 체계 마련 필요



유럽

# 프랑스



I. 식품시장 소비트렌드	114
II. 품목 심층조사	117
III. 진출전략	155

# I 식품시장 소비트렌드

## ■ 지속가능한 식생활에 대한 관심이 증가하며 육류 및 유제품을 식물성으로 대체하는 소비가 확대

- Statista의 조사에 따르면 프랑스 소비자의 53%가 지구 온난화와 환경 보호를 위해 육류 함량이 적은 식품을 소비하는 것으로 나타남
- 또한 식물성 단백질 식품이 동물성 단백질 식품의 좋은 대체제가 될 수 있다고 인식하는 소비자의 비중이 83%에 달하며 전반적으로 프랑스 소비자들은 식물성 단백질 섭취에 긍정적인 인식을 보유하고 있는 것으로 확인

## ■ 건강 관리 및 면역력 증대를 위한 식품 소비가 증가하며 발효식품 및 기능성 음료에 대한 관심 증가

- 발효식품은 풍부한 유산균을 함유해 면역력 향상에 도움을 줄 수 있다는 인식이 확산
  - 이뿐만 아니라 발효식품은 코로나19로 집에 오래 머물러야 하는 상황에서 오랜 기간 저장이 가능하다는 장점이 부각됨
  - 프랑스의 대표적인 발효식품에는 콤부차(kombucha)<sup>1)</sup>, 사우크라우트(sauerkraut)<sup>2)</sup> 등이 있으며, 코로나19 이후 한국의 김치 역시 면역력 향상에 도움이 되는 발효식품으로 인지도가 증가함
- 건강에 관한 프랑스 소비자의 관심이 높아지면서 발효 음료, 프로바이오틱스·식물성 성분을 함유한 기능성 음료에 대한 인기도 증가
  - 주로 허브, 아미노산, 비타민, 과일 및 채소 추출물을 함유한 기능성 음료는 수분 공급에 뛰어나고 피로 해소 효과가 있는 것으로 알려짐

1) 설탕을 넣은 녹차나 홍차에 유익균을 넣어 발효시킨 음료

2) 잘게 썬 양배추를 발효시켜 만든 시큼한 맛이 나는 독일식 양배추 절임으로, 우리나라의 김치와 같이 채소를 발효시켜 만드는 음식

## ■ 식품 첨가물이 건강에 미치는 영향에 대한 우려가 커지며 무첨가, 무방부제 육가공품에 대한 소비자 선호 증가

- 2022년 1월 프랑스 내 육가공품에 아질산나트륨<sup>3)</sup> 첨가를 금지하는 법안 통과 문제가 화제가 됨
  - 프랑스 소비자들은 아질산나트륨 섭취가 대장암 발병에 원인이 된다고 인식하며 해당 법안 통과 청원에 약 36만 명이 서명하였음
- Kantar의 2022년 3월 조사에 따르면, 친환경 및 무방부제 육가공품 시장이 전년 대비 35% 성장한 것으로 나타남

## ■ 2019년 Statista의 조사에 따르면, 프랑스에서 가장 인기 있는 아시아 식품은 짜조, 볶음면, 스프링롤, 일본식 튀김, 초밥 등 베트남과 일본 메뉴가 주를 이룸

- 프랑스 식품 전문지 LSA에 따르면 2020년 10월 기준 프랑스 내 아시아 식품 월 판매액은 전년 동기 대비 24.4% 증가한 3억 4,000만 유로(한화 약 4,563억 원)로 집계
  - 또한 이러한 현상은 코로나19로 인한 봉쇄로 단조로운 일상에 변화를 주기 위해 아시아 식품을 비롯한 이국적인 식품의 수요가 증가한 것에 기인하는 것으로 분석
  - 이에 아시아 식품 전문 브랜드인 Tradition d'Asie는 춘권을, 일본 식품 전문 브랜드인 Ajinomoto는 냉동 라면을, 아시아 소스 전문 브랜드인 Suziwan은 스리라차 소스를 새롭게 출시하며 소비자의 수요에 대응
- 특히 프랑스에서는 일식의 영향력이 높은 편이며, 특히 일본식 라멘과 초밥이 인기 있는 품목으로 나타남
  - 약 40년 전 프랑스 파리에 최초의 일식 레스토랑이 생긴 이후 프랑스 내 일식에 대한 선호도는 높은 수준으로 유지
    - 프랑스 일간지 르 피가로(Le Figaro)의 음식 평론가인 Emmanuel Rubin은 전통적으로 고객 앞에서 모든 조리법을 선보이는 일식이 하나의 예술로 인식되며 높은 선호도를 구축한 것으로 분석
  - 2022년 4월 기준 프랑스 파리 내 일본 라멘 전문점은 약 40여 개, 프랑스 전역에 일본 전문 음식점은 2,500개소 이상인 것으로 나타남
    - 초밥의 경우 전문 외식 매장에서뿐만 아니라 슈퍼마켓과 같은 유통채널의 한 칸에서 가판대의 형식으로 판매되는 매우 접근성 높은 품목으로 자리 잡음

3) 주로 식육가공품의 보존제 및 발색제로 사용되는 화학물질로, 부 연구에서 꾸준히 섭취할 경우 암 유발 가능성이 있고, 정자 형성 이상의 위험성이 보고된 바 있음. 이러한 잠재적 위험성으로 대부분의 국가에서는 아질산나트륨에 대한 까다로운 식품 첨가 기준을 제시함

프랑스에서 인기 있는 일본 라멘과 초밥



프랑스의 일본 라멘 매장



프랑스 파리 슈퍼마켓 내 초밥 매대



출처: Tripadvisor, Sushi Gourmet

K-콘텐츠를 기반으로 한국 문화에 대한 관심이 증가하며 한식에 대한 관심도 높아지는 추세

- 젊은 세대를 중심으로 확산된 한류 열풍이 K-Food에 대한 관심으로 이어지며 파리의 한식당도 최근 몇 년 새 급증하였고, 한식을 직접 조리해 먹는 수업이 인기를 끌
  - 2021년 주프랑스 한국문화원이 개설한 10명 한정 한식 수업 강좌에 수백 명이 신청하며 현지에서 한식의 높은 관심도를 확인할 수 있었음
  - 동 한식 수업은 떡볶이, 비빔당면, 달고나, 호떡 등 한국 드라마나 예능에 등장한 한식을 수강생이 직접 만들고 먹어보는 방식으로 진행됨

프랑스에서 개최된 한식 수업 강좌



출처: 문화체육관광부 해외문화홍보원(KOCIS)

- 프랑스에서 한국 식품은 건강하고 신선한 메뉴로 인식되고 있으며, 특히 비빔밥과 김치에 대한 인지도가 높은 편
  - 이 외에도 불고기, 만두, 한국식 BBQ와 치킨, 김밥 등이 대표적인 한식 메뉴로 소개됨

프랑스 매체에서 소개한 대표적인 한식 메뉴

Le Bibimbap



Le Gimhap / Kimhap



Un vrai barbecue coréen



출처: <https://nihonkara.fr/>

# II 품목 심층조사

## ① 수출 주력품목

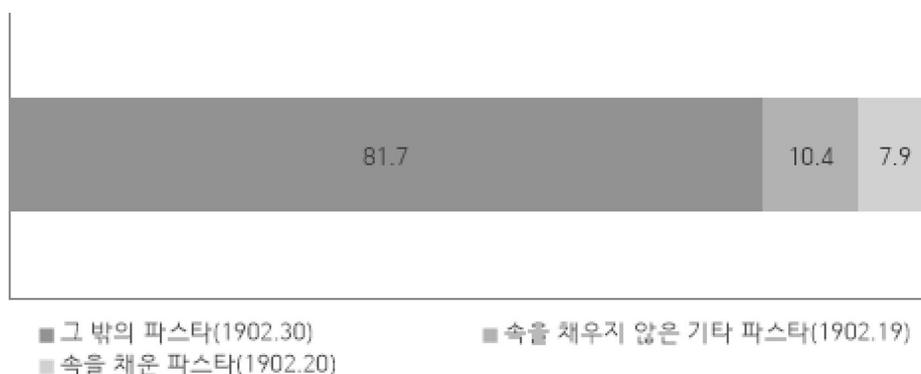
### 가. 한국산 수입 상위 품목

■ 2021년 프랑스의 한국산 농식품 수입액은 4,479만 3,000달러(한화 약 586억 716만 원)로 전년 대비 50.0% 증가

- 이 중 수입 상위 10개 품목의 비중이 전체 수입액의 84.0%를 차지하는 3,761만 6,000달러(한화 약 492억 1,677만 원)로 집계
- (파스타) 전년 대비 96.6% 증가한 1,438만 5,000달러(한화 약 188억 2,133만 원) 규모로 수입되며 전체 수입의 38.2% 차지
  - 이 중 인스턴트 면류, 라면 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’의 비중이 81.7%로 나타나며, 스파게티, 마카로니 등 ‘속을 채우지 않은 그 밖의 파스타(1902.19)’와 만두 등 ‘속을 채운 파스타(1902.20)’의 비중은 각각 10.4%와 7.9%로 집계

#### 파스타 세부 품목별 비중

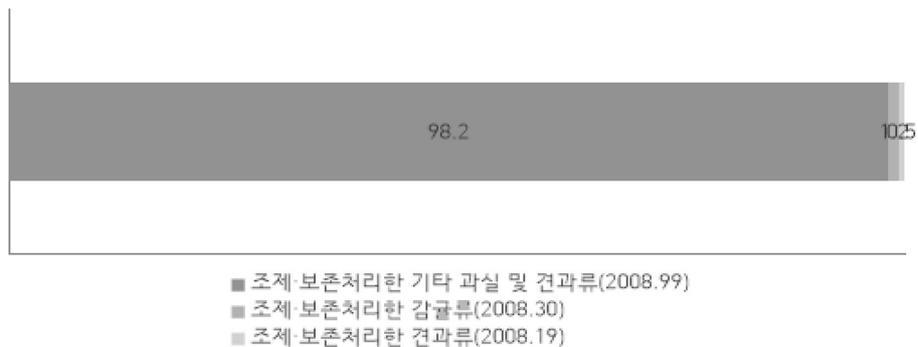
(단위: %)



- (조제·보존처리한 과실 및 견과류) 전년 대비 47.1% 증가한 912만 5,000달러(한화 약 119억 3,915만 원) 규모로 수입되며 전체의 24.3% 차지
  - 생강, 포도, 열대과일 등의 조제품을 포함하는 ‘조제·보존처리한 기타 과실 및 견과류(2008.99)<sup>4)</sup>’의 비중이 전체의 98.2%에 달함
  - 유자 조제품 등 ‘조제·보존처리한 감귤류(2008.30)<sup>5)</sup>’의 수입 비중은 1.2%, 밤 조제품, 코코넛 조제품 등 ‘조제·보존처리한 견과류(2008.19)<sup>6)</sup>’의 비중은 0.5%로 집계

■ 조제·보존처리한 과실 및 견과류 세부 품목별 비중 ■

(단위: %)



- (음료류) 수입액은 전년 대비 79.8% 증가한 400만 7,000달러(한화 약 52억 4,196만 원)로, 전체 수입의 10.7% 차지
  - 인삼음료, 과실주스 등 ‘기타 음료(2202.99)<sup>7)</sup>’의 비중은 56.2%, 음료류에 해당하는 ‘설탕이나 그 밖의 감미료·맛·향을 첨가한 물(2202.10)’의 수입 비중은 43.8%로 나타남

■ 음료류 세부 품목별 비중 ■

(단위: %)



4) 생강, 포도, 열대과일, 무화과, 자두와 푸룬, 수박, 덩굴 식물 잎, 식용 해초류 등을 포함

5) 유자 및 기타

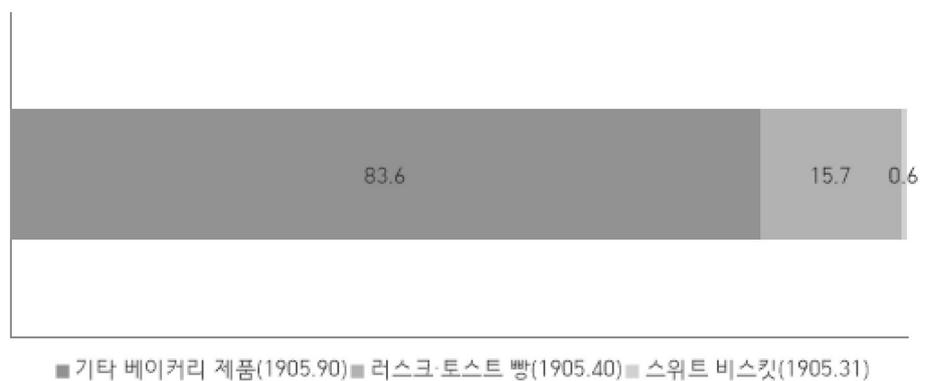
6) 밤, 코코넛, 볶은 참깨가루 등

7) 인삼음료, 과실주스, 식혜 등이 포함

- (베이커리류) 전년 대비 62.9% 증가한 211만 달러(한화 약 27억 6,072만 원) 규모로 수입, 수입 비중은 5.6%로 집계
  - 빵, 건빵 등 ‘기타 베이커리 제품(1905.90)<sup>8)</sup>’의 비중이 83.6%로 가장 높고, 뒤이어 ‘리스크·토스트 빵(1905.40)’과 ‘스위트 비스킷(1905.31)’의 비중이 각각 15.7%와 0.6%로 나타남

■ 베이커리류 세부 품목별 비중 ■

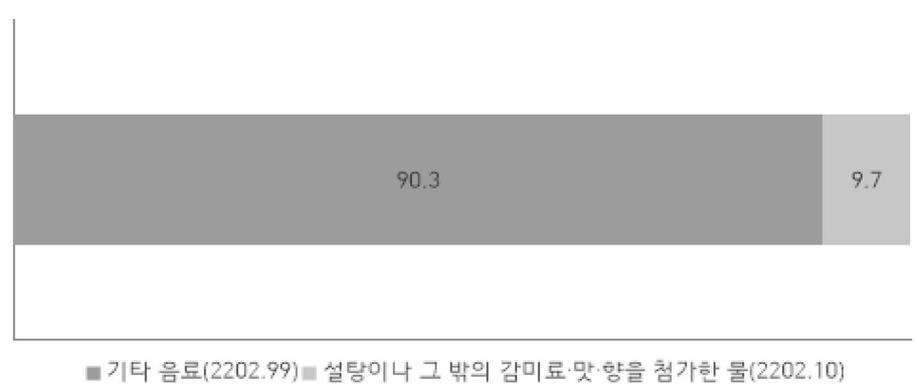
(단위: %)



- (소스류) 전년 대비 80.3% 증가한 199만 9,000달러(한화 약 261억 5,091만 원) 규모로 수입, 수입 비중은 5.3%로 집계
  - 장류, 마요네즈, 인스턴트 카레 등 ‘기타 소스류(2103.90)<sup>9)</sup>’의 비중이 90.3%로 높고, ‘간장(2103.10)’의 비중은 9.7%로 집계

■ 소스류 세부 품목별 비중 ■

(단위: %)



8) 빵, 건빵, 페이스트리와 케이크, 비스킷, 쿠키, 크래커, 쌀과자, 라이스페이퍼 등이 포함  
 9) 장류, 마요네즈, 인스턴트 카레, 혼합 조미료 등이 포함

■ 프랑스로 수입되는 대부분의 한국 농식품 수입액이 전년 대비 크게 증가하였는데, 이는 한류 특수에 기인하여 한국음식에 대한 프랑스 소비자들의 관심이 식재재 소비로 이어졌기 때문으로 분석

한국산 농식품 수입 상위품목(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
품목명	HS Code									
한국산 농식품 전체*		27,780	28,797	28,193	29,869	44,793	100.0	50.0	12.7	
상위 10개 품목 합계		20,757	20,913	20,858	22,463	37,616	84.0	67.5	16.0	
1	파스타	1902	6,463	7,137	6,499	7,317	14,385	38.2	96.6	22.1
2	조제·보존처리한 과실 및 견과류	2008	6,717	6,180	6,226	6,204	9,125	24.3	47.1	8.0
3	설탕·감미료·맛·향을 첨가한 물(음료류)	2202	2,063	2,134	2,179	2,229	4,007	10.7	79.8	18.1
4	베이커리류	1905	928	998	1,062	1,295	2,110	5.6	62.9	22.8
5	소스류	2103	727	853	758	1,109	1,999	5.3	80.3	28.8
6	조제·보존처리한 채소류 (냉동하지 않은 것)	2005	796	733	775	991	1,407	3.7	42.0	15.3
7	식물성 수액과 추출물 (인삼엑기스 등)	1302	681	608	816	785	1,295	3.4	65.0	17.4
8	로커스트콩·해초류 및 기타 조류·사탕무와 사탕수수 등	1212	766	864	721	796	1,160	3.1	45.7	10.9
9	기타 조제식료품	2106	601	584	865	994	1,100	2.9	10.7	16.3
10	기타 채소류 (신선·냉장)	0709	1,015	822	957	743	1,028	2.7	38.4	0.3

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

주3: 한국산 농식품 전체 : 해당 국가의 한국산 수입품목 중 HS Code 기준 02~22류(03류/05류 제외)의 합

(참고1) HS Code 03류 : 어류, 갑각류, 연체동물과 그 밖의 수생 무척추동물

(참고2) HS Code 05류 : 다른 류로 분류되지 않은 동물성 생산품(머리카락, 모(毛) 등)

주4: 기타 채소류(HS Code 0709)에는 아스파라거스, 가지, 셀러리, 버섯류, 고추류, 시금치류, 기타 채소류 등이 포함

주5: 수입 상위 10위 품목 중 조제·보존처리한 갑각류·연체동물(HS Code 1605)은 수산물에 해당하므로 순위에서 제외  
출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

## 나. 한국산 주요 품목

### (1) 김치류<sup>10)</sup>

■ 2021년 김치류가 포함된 ‘조제·보존처리한 채소류(2005.99)’ 수입액은 2억 18만 달러(한화 약 2,619억 1,551만 원)로 전년 대비 23.0% 증가

- ‘조제·보존처리한 채소류(2005.99)’ 중 김치가 포함된 ‘기타 채소류(2005.99-80)’의 비중은 44.8%로, 2017년 이후 최근 5년간 수입액은 연평균 4.9%로 증가하고 있음

#### ■ 김치 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
조제·보존처리한 채소류 (HS Code 2005.99)	191,035	213,336	202,202	195,702	200,181	100.0	2.3	△1.6
- 파프리카 및 - 캡시컴속의 과일 (HS Code 2005.99-10)	4,172	4,986	4,687	4,796	5,898	2.9	23.0	4.3
- 서양풍조목 (HS Code 2005.99-20)	963	986	840	1,049	1,456	0.7	38.8	10.2
- 글로브 아티초크 (HS Code 2005.99-30)	29,875	29,332	26,288	28,569	28,291	14.1	△1.0	△0.9
- 채소류의 혼합물 (HS Code 2005.99-50)	87,624	102,706	87,640	74,490	74,290	37.1	△0.3	△7.8
- 사우어크라우트 (HS Code 2005.99-60)	372	423	426	479	495	0.2	3.3	4.0
- 기타 (HS Code 2005.99-80)	<b>66,942</b>	<b>73,918</b>	<b>81,456</b>	<b>85,012</b>	<b>89,629</b>	<b>44.8</b>	<b>5.4</b>	<b>4.9</b>

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 김치를 포함한 ‘조제·보존처리한 기타 채소류(2005.99-80)’의 주요 수입국은 스페인(25.3%), 네덜란드(18.5%), 벨기에(11.8%), 이탈리아(11.7%) 등이며, 한국산 수입 규모는 최근 큰 폭으로 증가세

10) HS Code 2005.99(조제·보존처리한 채소 기타) 기준

- 스페인산 ‘조제·보존처리한 채소류 기타(2005.99-80)’ 수입액은 5,066만 3,000달러(한화 약 662억 8,747만 원)로 전년 대비 1.2% 증가하며 보험세를 보였으나, 네덜란드산, 벨기에산, 독일산 수입액은 전년 대비 모두 큰 폭으로 증가
  - 네덜란드산 수입액은 전년 대비 16.2% 증가한 3,693만 5,000달러(한화 약 483억 2,575만 원)로 집계되었고, 벨기에산 2,359만 달러(한화 약 307억 6,136만 원), 이탈리아산 2,349만 4,000달러(한화 약 307억 3,955만 원)로 각각 전년 대비 7.9%와 15.3% 증가
- 한국산 ‘조제·보존처리한 채소류 기타(2005.99-80)’ 수입액은 140만 1,000달러(한화 약 18억 3,307만 원)로 전년 대비 48.7%, 2017년 이후 최근 5년간 연평균 17.9%의 높은 성장률을 기록

■ 김치 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
조제·보존처리한 채소류 기타(HS Code 2005.99-80)	191,035	213,336	202,202	195,702	200,181	100.0	2.3	△1.6	
1	스페인	51,081	51,549	47,034	50,072	50,663	25.3	1.2	△0.4
2	네덜란드	37,479	44,333	35,244	31,798	36,935	18.5	16.2	△4.5
3	벨기에	24,457	24,651	26,857	21,872	23,590	11.8	7.9	△1.1
4	이탈리아	18,152	19,287	19,537	20,381	23,494	11.7	15.3	5.1
5	독일	8,319	9,345	9,266	9,108	8,664	4.3	△4.9	△1.9
⋮									
20	대한민국	744	726	766	942	1,401	0.7	48.7	17.9

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 김치를 포함한 ‘조제·보존처리한 기타 채소류(2005.99-80)’의 2021년 평균 수입단가는 1.87달러(한화 약 2,447원)/kg로 전년 대비 6.7% 증가

- 주요 수입국 중 독일산의 수입단가가 4.05달러(한화 약 5,300원)/kg로 가장 높음
  - 수입 상위 1위국인 스페인산의 수입단가는 1.24달러(한화 약 1,623원)/kg로 평균 수입단가보다 저렴한 가격으로 수입
- 한국산의 수입단가는 5.96달러(한화 약 7,800원)/kg로 평균 수입단가 대비 약 3배가량 비싼 수준

■ 김치 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
전 세계		1.664	1.827	1.783	1.749	1.867	6.7	0.5
1	스페인	1.144	1.197	1.100	1.153	1.240	7.5	0.9
2	네덜란드	1.359	1.459	1.499	1.570	1.703	8.5	3.9
3	벨기에	1.708	2.224	2.235	1.980	2.384	20.4	1.8
4	이탈리아	4.304	4.634	4.454	3.206	3.976	24.0	△3.8
5	독일	3.557	3.256	3.037	3.399	4.045	19.0	5.6
⋮								
대한민국		4.831	5.149	4.587	5.477	5.962	8.9	3.7

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 프랑스로 수입되는 김치는 ‘조제·보존처리한 채소류 기타(2005.99-80)’에 해당되어 기본세율 17.6%가 부과
  - 다만 한국산 조제·보존처리한 채소류(김치 포함)는 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 무관세로 수입 가능

■ 김치 관세율(2021년) ■

(단위: %)

구분			기본세율	한-EU FTA 협정세율
품목	HS Code	품명		
조제·보존처리한 채소 기타	2005.99-10	파프리카 및 캡시컴속의 과일	6.4%	0%
	2005.99-20	서양풍조목	16.0%	0%
	2005.99-30	글로브 아티초크	17.6%	0%
	2005.99-50	채소류의 혼합물	17.6%	0%
	2005.99-60	사우어크라우트	16.0%	0%
	2005.99-80	기타	17.6%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

- 프랑스에서 유통되는 김치의 평균 단가는 100g당 2.77유로(한화 약 3,714원) 수준이며, 주로 300g 내외의 소포장 형태로 판매

- (프랑스산) 평균 단가는 1.05유로(한화 약 1,409원)/100g로 유리병에 담긴 형태로 드물게 유통
- (수입산) 폴란드 및 스페인산 김치가 확인되며, 평균 4.22유로(한화 약 5,658원)/100g에 판매
  - 폴란드산 김치는 한국의 맛을 그대로 살린 유기농 김치라는 문구와 함께 제품을 홍보하고 있음
- (한국산) 평균 약 3.05유로(한화 약 4,089원)/100g에 판매되며, 통조림, 유리병, 비닐 포장 등 다양한 형태로 유통
  - 아마존 프랑스, Cdiscount와 같은 프랑스 현지 온라인 시장에서는 배추김치가 주로 유통되고 있지만, 한인 식료품 온라인 쇼핑몰에서는 백김치, 열무김치 등 다양한 김치를 판매

프랑스에서 유통되는 김치 제품

사진				
제품명	Kimchi chou fermenté épicé à la coréenne	Kimchi traditionnel bio lactofermenté	Premium KIMCHI HotRecette originale coréenne	Kimchi
원산지	프랑스	스페인	폴란드	스페인
제조사	tanoshi	vegetalia	bakoki	naturitas
제품형태	유리병 용기	유리병	유리병	유리병
가격	€ 3.81 / 330g (한화 약 5,108원)	€ 5.20 / 285g (한화 약 6,972원)	€ 56.38 / 300g (2개입) (한화 약 7만 5,595원)	€ 5.99 / 420g (한화 약 8,033원)
100g(mL) 당 단가	€ 1.15 / 100g (한화 약 1,542원)	€ 1.82 / 100g (한화 약 2,440원)	€ 9.39 / 100g (한화 약 1만 2,593원)	€ 1.42 / 100g (한화 약 1,904원)
사진				
제품명	Kimchi En Conserve	Kimchi En Bocal	Kimchi Entier	
원산지	대한민국	대한민국	대한민국	
제조사	삼진지에프	삼진지에프	cj비비고	
제품형태	통조림	유리병	비닐 포장	
가격	€ 15.90 / 160g (2개) (한화 약 2만 1,324원)	€ 25.00 / 410 (2개) (한화 약 3만 3,528원)	€ 6.90 / 500g (한화 약 9,254원)	
100g(mL) 당 단가	€ 1.96 / 100g (한화 약 2,629원)	€ 3.04 / 100g (한화 약 4,077원)	€ 1.38 / 100g (한화 약 1,851원)	

출처: carrefour.fr, cdiscount.com, acemartmall.com

**(2) 소스류<sup>11)</sup>**

■ 2021년 소스류 수입액은 전년 대비 19.1% 증가한 8억 6,593만 달러(한화 약 1조 1,335억 원)로 집계

- 이 중 기타 소스류의 비중이 67.3%로 가장 높고, 뒤이어 토마토케첩(23.6%), 간장(7.6%), 겨자(1.6%) 순으로 나타남
  - ‘기타 소스류(2103.90)’ 수입액은 5억 8,246만 달러(한화 약 7,652억 4,140만 원)로 전년 대비 24.0% 증가
  - ‘토마토케첩(2103.20)’ 수입액은 2억 436만 달러(한화 약 2,675억 724만 원)로 전년 대비 2.1% 증가하였으며, ‘간장(2103.90)’과 ‘겨자(2103.30)’ 수입액 역시 전년 대비 각각 39.0%, 39.3% 증가한 6,561만 달러(한화 약 858억 8,349만 원), 1,350만 6,000달러(한화 약 176억 7,935만 원)로 집계

**■ 소스류 수입현황(2017~2021) ■**

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
소스류 (HS Code 2103)	679,278	723,187	723,528	727,027	865,926	100.0	19.1	4.6
- 간장 (HS Code 2103.10)	36,377	38,370	39,730	47,197	65,610	7.6	39.0	14.4
- 토마토케첩 (HS Code 2103.20)	216,028	214,196	207,509	200,224	204,355	23.6	2.1	△1.2
- 겨자 (HS Code 2103.30)	9,855	16,617	10,541	9,695	13,506	1.6	39.3	△5.1
- 기타 (HS Code 2103.90)	417,019	454,005	465,748	469,910	582,455	67.3	24.0	6.4

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률  
 주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률  
 출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 소스류 주요 수입국은 벨기에(20.1%)와 이탈리아(19.2%)이며, 이 외에도 스페인(13.1%), 독일(10.8%), 네덜란드(8.5%) 등에서 주로 수입
  - 한국산 소스류의 2021년 수입액은 전년 대비 80.3% 증가한 199만 9,000달러(한화 약 26억 1,669만 원)로 집계

11) HS Code 2103(소스류) 기준

■ 소스류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
소스류 (HS Code 2103)	679,278	723,187	723,528	727,027	865,926	100.0	19.1	4.6
1 벨기에	133,565	144,770	140,857	147,940	174,455	20.1	17.9	4.8
2 이탈리아	110,983	122,232	134,355	151,269	165,993	19.2	9.7	8.0
3 스페인	107,097	102,256	96,396	106,815	113,300	13.1	6.1	2.6
4 독일	106,399	113,301	100,931	92,491	93,188	10.8	0.8	△4.8
5 네덜란드	63,427	70,616	67,935	56,678	73,596	8.5	29.8	1.0
⋮								
26 대한민국	727	853	758	1,109	1,999	0.2	80.3	23.7

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 2021년 평균 수입단가는 2.32달러(한화 약 3,037원)/kg로 전년 대비 11.7% 증가

- 주요 수입국인 벨기에와 이탈리아산 수입단가는 각각 2.43달러(한화 약 3,181원)/kg와 2.19달러(한화 약 2,867원)/kg로 집계
- 한국산 소스류 수입액은 4.02달러(한화 약 5,262원)/kg로 평균 수입단가 대비 약 2배 가까이 높은 수준으로 수입

■ 소스류 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
전 세계	1.899	2.007	1.898	2.072	2.315	11.7	3.6
1 벨기에	2.162	2.248	2.125	2.165	2.427	12.1	1.9
2 이탈리아	2.051	2.214	2.021	2.088	2.186	4.7	△0.3
3 스페인	1.247	1.280	1.243	1.376	1.573	14.3	5.3
4 독일	2.045	2.148	1.918	2.194	2.591	18.1	4.8
5 네덜란드	1.802	2.025	2.118	3.002	2.984	△0.6	10.2
⋮							
26 대한민국	3.004	2.952	2.641	3.160	4.022	27.3	8.0

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 프랑스로 수입되는 소스류에는 품목에 따라 상이한 관세율 부과

- 수입 비중이 가장 높은 기타 소스류의 기본세율은 최소 0%에서 최대 7.7%이며, 간장 7.7%, 토마토케첩 10.2%, 겨자 0~9.0%의 기본세율 부과
- 다만 한국산 소스류에는 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 전 품목 무관세로 수입 가능

■ 소스류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	HS Code	구분	기본세율	한-EU FTA 협정세율
		품명		
소스류	2103.10-0000	간장	7.7%	0%
	2103.20-0000	토마토케첩	10.2%	0%
	2103.30-1000	겨자의 고운 가루, 거친 가루	0%	0%
	2103.30-9010	조제한 겨자(당 첨가율 5% 미만)	9.0%	0%
	2103.30-9090	조제한 겨자(당 첨가율 5% 이상)	9.0%	0%
	2103.90-1000	기타(액체성 마고 처트니)	0%	0%
	2103.90-3000	기타(1.5~6중량%의 용담, 향신료 및 다양한 성분과 4~10%의 설탕을 함유한 알코올 농도 44.2~49.2%의 아로마 쓴맛을 0.5리터 이하의 용기에 담은 것)	0%	0%
	2103.90-9011	기타(건조한 중량 50%에 의해 포함하는 혼합물에서 또는 수용액에서 모노소듐 글루타메이트 또는 모노소듐 글루타메이트의 그 이상)	7.7%	0%
	2103.90-9019	기타(기타)	7.7%	0%
	2103.90-9081	기타(건조한 중량 50%에 의해 포함하는 혼합물에서 또는 수용액에서 모노소듐 글루타메이트 또는 모노소듐 글루타메이트의 그 이상)	7.7%	0%
	2103.90-9089	기타(기타)	7.7%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 파스타 소스가 주로 판매되며, 이 외에도 간장, 고추장, 된장 등이 드물게 유통

- (프랑스산) 대부분 파스타 소스로 0.3유로(한화 약 402원)/100g 수준에 판매
  - 프랑스산 소스는 주로 유리병에 담겨 유통되고 있지만, 종이팩 등 다양한 포장 용기를 사용
- (수입산) 파스타 소스와 간장이 두루 확인되며, 평균 약 1.5유로(한화 약 2,012원)/100g에 판매
  - 수입산 소스류는 유기농 또는 비건 제품임을 강조하여 홍보하기도 함
- (한국산) 전통 장류(고추장, 된장 등)가 평균 1.22유로(한화 약 1,636원)/100g에 판매
  - 플라스틱 용기에 담긴 장류 제품이 주요 온라인 플랫폼에서 유통

프랑스에서 유통되는 소스 제품

사진			
제품명	Sauce Bolognese	Sauce provençale	Sauce champignons
원산지	프랑스	프랑스	프랑스
제품형태	파스타 소스	파스타 소스	파스타 소스
가격	€ 1.59 / 500g (한화 약 2,132원)	€ 0.85 / 420g (한화 약 1,140원)	€ 1.45 / 300ml (한화 약 1,944원)
100g(ml) 당 단가	€ 0.31 / 100g (한화 약 416원)	€ 0.20 / 100g (한화 약 268원)	€ 0.48 / 100ml (한화 약 644원)
사진			
제품명	sauce à base de poivrons, ricotta et oignons	la Sauce de Soja Moins de Sel	Sauce tomate basilic
원산지	영국(제조국 : 이탈리아)	일본	이탈리아
제품형태	파스타 소스	간장	파스타 소스
가격	€ 4.29 / 190g (한화 약 5,753원)	€ 19.18 / 1ℓ (한화 약 2만 5,720원)	€ 1.33 / 400g (한화 약 1,783원)
100g(ml) 당 단가	€ 2.25 / 100g (한화 약 2,017원)	€ 1.91 / 100g (한화 약 2,561원)	€ 0.33 / 100g (한화 약 443원)
사진			
제품명	Pâte miso coréenne	Gochujang / Pâte De Piments Coréenne	Ssamjang / Pâte de soja Coréenne
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품형태	된장	고추장	쌈장
가격	€ 7.50 / 500g (한화 약 1만 57원)	€ 4.60 / 500g (한화 약 6,168원)	€ 4.35 / 500g (한화 약 5,833원)
100g(ml) 당 단가	€ 1.50 / 100g (한화 약 2,011원)	€ 0.92 / 100g (한화 약 1,234원)	€ 0.87 / 100g (한화 약 1,167원)

출처: carrefour.fr, amazon.fr, cdiscout.com

### (3) 음료류<sup>12)</sup>

■ 2021년 음료류 수입액은 21억 3,093만 달러(한화 약 2조 4,890억 원)로 전년 대비 9.2% 증가

- 음료 수입은 크게 ‘음료류(2202)’와 ‘과실주스(2009)’로 구분
  - ‘음료류(2202)’ 수입액은 전년 대비 26.7% 증가한 10억 42만 달러(한화 약 1조 3,093억 원)로 전체 음료 수입액 중 46.9% 차지
  - ‘과실주스(2009)’ 수입액은 전년 대비 2.7% 감소한 11억 3,051만 달러(한화 약 1조 4,796억 원)로 전체 음료 수입액의 53.1% 차지

#### ■ 음료류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
음료류 계	2,072,137	2,260,397	2,001,003	1,951,238	2,130,927	100.0	9.2	△1.5
음료류 (HS Code 2202)	732,941	816,071	749,097	789,752	1,000,418	46.9	26.7	5.2
과실주스 (HS Code 2009)	1,339,196	1,444,326	1,251,906	1,161,486	1,130,509	53.1	△2.7	△5.9

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률  
 주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률  
 출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 독일, 스페인, 네덜란드 등 주로 유럽 국가에서 수입되며, 특히 한국산 음료류 수입이 전년 대비 크게 증가
  - ‘음료류(2202)’의 주요 수입국은 독일(21.0%), 네덜란드(16.0%), 스위스(11.5%) 등으로 나타나며, 한국산 음료류 수입액은 400만 7,000달러(한화 약 52억 4,436만 원)로 전년 대비 79.8% 증가

12) HS Code 2202(설탕, 감미료, 맛, 향을 첨가한 물) + 2009(과실·견과류·채소주스) 기준

음료류 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
음료류 (HS Code 2202)	732,941	816,071	749,097	789,752	1,000,418	100.0	26.7	5.2
1 독일	163,007	153,885	152,156	173,898	210,321	21.0	20.9	8.1
2 네덜란드	135,967	161,427	137,678	128,185	159,966	16.0	24.8	△0.2
3 스위스	70,100	84,241	81,596	96,746	114,824	11.5	18.7	8.1
4 이탈리아	57,121	67,078	68,142	79,428	89,754	9.0	13.0	7.6
5 스페인	44,916	65,282	45,592	72,350	77,158	7.7	6.6	4.3
⋮								
22 대한민국	2,063	2,134	2,179	2,229	4,007	0.4	79.8	17.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- ‘과실주스(2209)’의 주요 수입국은 스페인(18.5%), 독일(17.6%), 벨기에(15.7%) 등이며, 한국산 과실주스 수입액은 전년 대비 85.6% 감소한 6만 3,000달러(한화 약 8,245만 원)로 집계

주스류 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
과실주스 (HS Code 2009)	1,339,196	1,444,326	1,251,906	1,161,486	1,130,509	100.0	△2.7	△5.9
1 스페인	242,762	251,366	231,519	222,126	209,587	18.5	△5.6	△4.4
2 독일	258,242	282,908	236,207	210,088	198,614	17.6	△5.5	△8.5
3 벨기에	234,446	232,620	189,211	196,897	177,406	15.7	△9.9	△6.5
4 네덜란드	173,611	223,144	181,917	156,327	157,255	13.9	0.6	△8.4
5 브라질	164,498	169,588	148,268	129,992	129,761	11.5	△0.2	△6.5
⋮								
59 대한민국	1,117	98	511	439	63	0.01	△85.6	△10.5

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 2020년 프랑스로 수입되는 음료의 평균 단가는 1.01달러(한화 약 1,321원)/kg로 집계

- ‘음료류(2202)’의 평균 수입단가는 1.017달러(한화 약 1,326원)/kg
  - 동년 한국산 음료류 수입단가는 1.21달러(한화 약 1,583원)/kg로 전년 대비 25.7% 증가

■ 음료류 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
음료류 (HS Code 2202)	0.939	0.956	0.958	0.959	1.017	6.0	1.6
1 독일	0.813	0.864	0.819	0.818	0.869	6.2	0.1
2 네덜란드	1.342	1.197	1.127	0.971	0.923	△4.9	△6.3
3 스위스	1.781	1.889	1.780	1.836	2.023	10.2	1.7
4 이탈리아	0.847	0.884	0.868	0.918	0.935	1.9	1.4
5 스페인	0.757	0.697	0.717	0.750	0.855	14.0	5.2
⋮							
22 대한민국	0.949	0.923	0.970	0.960	1.207	25.7	6.9

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- ‘과실주스(2009)’의 평균 수입단가는 1.01달러(한화 약 1,322원)/kg
  - 한국산 과실주스 수입단가는 3.5달러(한화 약 4,580원)/kg로 전년 대비 59.3% 감소

■ 주스류 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
과실주스 (HS Code 2009)	0.982	1.056	0.968	0.957	1.006	5.1	△1.2
1 스페인	0.810	0.905	0.759	0.777	0.866	11.5	△1.1
2 독일	0.803	0.908	0.813	0.867	0.918	5.9	0.3
3 벨기에	0.949	1.003	0.950	0.948	0.887	△6.4	△3.0
4 네덜란드	1.726	1.578	1.582	1.378	1.385	0.5	△3.2
5 브라질	0.944	0.886	0.872	0.752	0.791	5.2	△2.8
⋮							
59 대한민국	7.757	7.538	3.255	8.608	3.500	△59.3	△17.5

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 프랑스로 수입되는 음료 제품은 유형에 따라 관세율이 상이하게 적용

- 음료류의 기본세율은 최소 5.4%에서 최대 9.6% 수준이며, 과실주스의 기본세율은 품목 및 유형에 따라 각각 다르게 적용되나 통상 10.5~33.6% 수준 내외로 적용
- 한국산 음료류와 과실주스는 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 무관세로 수입 가능

■ 음료류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	구분		기본세율	한-EU FTA 협정세율
	HS Code	품명		
음료류	2202.10	음료류	9.6%	0%
	2202.91	무알코올 맥주	9.6%	0%
	2202.99	음료류 기타	5.4~9.6%	0%
과실주스	2009.11	오렌지주스(냉동)	15.2~33.6%	0%
	2009.12	오렌지주스(20bx 이하)	12.2%	0%
	2009.19	오렌지주스(기타)	12.2~33.6%	0%
	2009.21	자몽(포멜로)주스(20bx 이하)	12.0%	0%
	2009.29	자몽(포멜로)주스(67bx 초과)	12.0~33.6%	0%
	2009.31	기타 감귤주스(20bx 이하)	14.4~15.2%	0%
	2009.39	기타 감귤주스(67bx 초과)	14.4~33.6%	0%
	2009.41	파인애플주스(20bx 이하)	15.2~16.0%	0%
	2009.49	파인애플주스(67bx 초과)	15.2~33.6%	0%
	2009.50	토마토주스	16.0~16.8%	0%
	2009.61	포도주스(30bx 이하)	22.4%	0%
	2009.69	포도주스(67bx 초과)	22.4~40.0%	0%
	2009.71	사과주스(20bx 이하)	18.0%	0%
	2009.79	사과주스(67bx 초과)	18.0~30.0%	0%
	2009.81	크랜베리 주스	14.0~33.6%	0%
	2009.89	기타 단일 과일/견과류/채소 주스	10.5~33.6%	0%
2009.90	혼합 주스	15.2~33.6%	0%	

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 프랑스에서는 탄산음료, 과일주스, 차(茶)음료 등이 100ml당 평균 0.23유로(한화 약 308원)에 판매

- (프랑스산) 판매 단가는 약 0.17유로(한화 약 228원)/100ml로, 탄산음료의 비중이 높은 편
  - 온라인 플랫폼을 통해 Elsass, Beauce, Breizh 등 다양한 음료 브랜드의 탄산음료가 유통되며, 이 외에도 과일주스, 탄산수 등이 판매
- (수입산) 판매 단가는 약 0.10유로(한화 약 134원)/100ml로, 탄산음료, 차(茶) 음료 등 제품이 주를 이룸

- (한국산) 한인마트 등에서 주로 유통되며 판매 단가는 평균 0.42유로(한화 약 563원)/100ml 수준
  - 일반적인 온라인 유통 플랫폼에서 한국산 음료류는 쉽게 찾아볼 수 없음

프랑스에서 유통되는 음료

사진			
제품명	Soda Fresh Tonic Zero	Soda Beauce Cola	Jus d'orange 100% pur jus sans sucres ajoutés
원산지	프랑스	프랑스	프랑스
제품형태	탄산수	탄산음료	과일 주스
가격	€ 0.75 / 1.5ℓ (한화 약 1,006원)	€ 2.40 / 1ℓ (한화 약 3,218원)	€ 2.46 / 1ℓ (한화 약 3,298원)
100g(mℓ) 당 단가	€ 0.10 / 100mℓ (한화 약 134원)	€ 0.24 / 100mℓ (한화 약 322원)	€ 0.24 / 100mℓ (한화 약 322원)
사진			
제품명	Soda aux saveurs de 4 agrumes	Soda goût mystère sans sucres	Boisson au Thé pêche TEA
원산지	스위스	독일	미국
제품형태	탄산음료	탄산음료	차 음료
가격	€ 1.60 / 1.5ℓ (한화 약 2,145원)	€ 1.49 / 1.5ℓ (한화 약 1,998원)	€ 2.09 / 1.75ℓ (한화 약 2,802원)
100g(mℓ) 당 단가	€ 0.10 / 100mℓ (한화 약 134원)	€ 0.09 / 100mℓ (한화 약 121원)	€ 0.12 / 100mℓ (한화 약 161원)
사진			
제품명	Chilsung Cider Boisson	Cocopalme Boisson De Pêche	Coolpis Cider Fineapple Boisson Saveur D'Ananas
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품형태	탄산음료	과일 음료	과일 유산균 음료
가격	€ 1.80 / 500mℓ (한화 약 2,413원)	€ 1.70 / 340mℓ (한화 약 2,279원)	€ 1.40 / 340mℓ (한화 약 1,877원)
100g(mℓ) 당 단가	€ 0.36 / 100mℓ (한화 약 483원)	€ 0.50 / 100mℓ (한화 약 670원)	€ 0.41 / 100mℓ (한화 약 550원)

출처: carrefour.fr, acemartmall.com

(4) 라면류<sup>13)</sup>

■ 2021년 면류가 포함된 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’ 수입액은 전년 대비 35.7% 증가한 1억 6,413만 달러(한화 약 2,148억 7,900만 원)로 집계

- 면류 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’ 수입액은 2017년 이후 최근 5년간 연평균 8.1% 증가

■ 그 밖의 파스타 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	115,095	120,122	115,667	120,907	164,126	35.7	8.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 주요 수입국은 태국(16.5%), 중국(12.9%), 이탈리아(12.3%)이며, 한국산 수입 비중은 7.2%로 수입 상위 5위에 기록
  - 태국산 수입액은 전년 대비 55.9% 증가한 2,716만 달러(한화 약 355억 5,244만 원), 중국산 수입액은 전년 대비 48.5% 증가한 2,119만 6,000달러(한화 약 277억 4,556만 원)로 집계
  - 반면 이탈리아산 수입액은 2,024만 8,000달러(한화 약 265억 463만 원)로 전년 대비 10.3% 감소
  - 한국산 수입액은 전년 대비 113.2% 증가한 1,174만 6,000달러(한화 약 153억 7,551만 원)로 집계되었으며, 2017년 이후 최근 5년간 연평균 20.6%의 높은 성장률을 보임

■ 그 밖의 파스타 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	115,095	120,122	115,667	120,907	164,126	100.0	35.7	8.1
1 태국	13,452	15,176	16,738	17,427	27,160	16.5	55.9	15.7
2 중국	10,140	11,341	10,479	14,270	21,196	12.9	48.5	16.9
3 이탈리아	20,596	20,682	22,957	22,584	20,248	12.3	△10.3	△0.5
4 벨기에	8,369	12,077	13,352	9,577	13,281	8.1	38.7	2.4
5 대한민국	4,757	5,557	4,950	5,509	11,746	7.2	113.2	20.6

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

13) HS Code 1902.30(그 밖의 파스타) 기준

■ 2021년 면류 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’의 평균 수입단가는 2.8달러(한화 약 3,665원)/kg로 전년 대비 11.4% 증가

- 수입 상위 5위국 중 한국산의 수입단가가 4.08달러(한화 약 5,341원)/kg로 가장 높음
- 주요 수입국인 태국산의 수입단가는 3.45달러(한화 약 4,516원)/kg로 확인되며, 중국산 2.58달러(한화 약 3,377원)/kg, 이탈리아산 1.86달러(한화 약 2,435원)/kg로 나타남

■ 그 밖의 파스타 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY1 (20/21)	CAGR2 (17/21)
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	2.241	2.469	2.475	2.512	2.799	11.4	3.2
1 태국	2.560	2.759	2.675	2.837	3.449	21.6	5.7
2 중국	1.695	1.764	1.717	1.923	2.584	34.4	10.0
3 이탈리아	1.775	2.009	2.024	1.820	1.860	2.2	△1.9
4 벨기에	2.610	3.240	3.432	3.115	3.581	15.0	2.5
5 대한민국	2.966	3.037	2.845	3.254	4.084	25.5	7.7

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 프랑스로 수입되는 면류 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’에는 기본세율 6.4%가 적용되나 한국산에는 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 무관세로 수입 가능

■ 그 밖의 파스타 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	기본세율	한-EU FTA 협정세율
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	6.4%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 주로 맵지 않은 맛의 라면이 유통되며, 평균 100g 당 3.35유로(한화 약 4,492원)에 판매

- (프랑스산) 맵지 않은 국수류와 파스타 형태의 면류 제품이 평균 2.09유로(한화 약 2,802원)/100g에 판매
- (수입산) 치킨, 토마토 맛의 인스턴트 면이 유통되며, 평균 판매가는 6.08유로(한화 약 8,152원)/100g 수준
  - 태국, 독일, 일본 등에서 수입된 면류 제품 중 일부는 무색소, 무방부제 제품임을 강조하는 홍보 전략을 취하기도 함
- (한국산) 김치맛 등 대부분 매운맛의 국물 라면이 평균 1.89유로(한화 약 2,534원)/100g에 판매
  - 프랑스에서 유통되는 한국산 라면 제품은 봉지라면 위주로, 프랑스 및 수입산 제품이 주로 개당 100g 이하의 소포장 형태로 판매되는 반면, 한국산 라면은 개당 120g 수준으로 판매

프랑스에서 유통되는 라면

사진			
제품명	Nouilles instantanées Noodles saveur crevettes	Pâtes banzai noodle poulet	
원산지	프랑스	프랑스	
제품형태	비닐 포장	컵 포장	
가격	€ 0.55 / 85g (한화 약 737원)	€ 0.87 / 60g (한화 약 1,167원)	
100g(mℓ) 당 단가	€ 0.64 / 100g (한화 약 858원)	€ 1.45 / 100g (한화 약 1,945원)	
사진			
제품명	Crevettes Instantanées Nouilles	Pâtes instantanées Le Grand Pot' Express Portion Individuelle Bolognaise	Nouilles instantanées Nissin porc Tonkotsu
원산지	태국	독일	일본
제품형태	비닐 포장	컵 포장	비닐 포장
가격	€ 7.13 / 60g (2개) (한화 약 9,562원)	€ 1.94 / 88g (한화 약 2,602원)	€ 9.90 / 100g (5개) (한화 약 1만 3,277원)
100g(mℓ) 당 단가	€ 5.94 / 100g (한화 약 7,966원)	€ 2.20 / 100g (한화 약 2,951원)	€ 1.98 / 100g (한화 약 2,656원)

사진			
제품명	Soupe De Nouilles Instantanée Coréenne Au Kimchi (ramen)	Nouilles Instantanées Coréennes Légèrement Pimentées	Nouilles Instantanées Ramen Kimchi En Sachets
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품형태	비닐 포장	비닐 포장	비닐 포장
가격	€ 1.65 / 120g (한화 약 2,213원)	€ 18.30 / 120g (6개) (한화 약 2만 4,543원)	€ 2.10 / 122g (한화 약 2,816원)
100g(mL) 당 단가	€ 1.37 / 100g (한화 약 1,837원)	€ 2.54 / 100g (한화 약 3,407원)	€ 1.75 / 100g (한화 약 2,347원)

출처: www.carrefour.fr, amazon.fr

### (5) 주류<sup>14)</sup>

■ 2021년 주류 수입액은 전년 대비 11.8% 증가한 34억 8,203만 달러(한화약 4조 5,601억 원)로 집계

- 전체 주류 수입액 중 41.1%를 증류주·리큐르 수입이 차지하며, 뒤이어 맥주(29.6%), 포도주(28.6%), 그 밖의 발효주(0.7%) 순으로 나타남

### 주류 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
주류 계	3,144,871	3,575,537	3,353,493	3,113,185	3,482,027	100.0	11.8	△0.7
맥주 (HS Code 2203)	833,565	984,692	1,017,385	1,030,500	1,031,230	29.6	0.1	1.2
포도주 (HS Code 2204)	951,993	1,138,720	992,801	890,832	997,328	28.6	12.0	△3.3
그 밖의 발효주 (HS Code 2206)	20,072	20,854	20,737	19,601	22,936	0.7	17.0	2.4
증류주·리큐르 (HS Code 2208)	1,339,241	1,431,271	1,322,570	1,172,252	1,430,533	41.1	22.0	0.0

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

14) HS Code 2203(맥주) + 2204(포도주) + 2206(그 밖의 발효주) + 2208(증류주·리큐르, 그 밖의 주정음료) 기준

- 주류 유형별 주요 수입국은 다소 상이한 양상을 보이거나 보편적으로 유럽국가 위주로 구성
  - 맥주의 경우 벨기에(60.6%)에서 주로 수입되며, 한국산 맥주 수입액은 전년 대비 17.3% 증가한 19만 달러(한화 약 2억 4,776만 원)로 집계

■ 맥주 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
맥주 (HS Code 2203)	833,565	984,692	1,017,385	1,030,500	1,031,230	100.0	0.1	1.2
1 벨기에	485,269	583,785	621,211	680,119	625,267	60.6	△8.1	1.7
2 네덜란드	159,728	169,493	152,776	167,999	179,730	17.4	7.0	1.5
3 영국	15,895	26,647	47,029	32,142	57,558	5.6	79.1	21.2
4 독일	63,373	68,172	63,163	47,288	49,274	4.8	4.2	△7.8
5 포르투갈	21,674	29,291	27,807	20,727	21,582	2.1	4.1	△7.4
⋮								
38 대한민국	179	290	226	162	190	0.02	17.3	△10.0

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 포도주 수입은 스페인(23.4%)과 이탈리아(22.4%)에서 주로 이뤄지며, 한국산 포도주 수입액은 1,000달러(한화 약 131만 원)로 매우 미미한 수준

■ 포도주 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
포도주 (HS Code 2204)	951,993	1,138,720	992,801	890,832	997,328	100.0	12.0	△3.3
1 스페인	318,754	386,769	283,194	258,958	233,518	23.4	△9.8	△11.9
2 이탈리아	165,225	195,444	194,672	178,667	223,489	22.4	25.1	3.4
3 포르투갈	111,723	120,108	111,881	109,539	122,087	12.2	11.5	0.4
4 미국	82,723	100,652	115,261	92,066	103,191	10.3	12.1	0.6
5 칠레	39,541	44,557	40,584	40,888	49,160	4.9	20.2	2.5
⋮								
76 대한민국	3	1	3	1	1	0.0001	0.0	0.0

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 기타 발효주 수입은 이탈리아(25.0%), 일본(21.4%), 벨기에(16.1%)에서 주로 이뤄지고, 한국산 기타 발효주 수입액은 전년 대비 43.9% 증가한 20만 달러(한화 약 2억 6,196만 원)로 집계

**그 밖의 발효주 수입현황(2017~2021)**

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 발효주 (HS Code 2206)	20,072	20,854	20,737	19,601	22,936	100.0	17.0	2.4
1 이탈리아	6,698	7,261	5,402	6,045	5,743	25.0	△5.0	△5.7
2 일본	2,776	3,074	3,441	2,907	4,908	21.4	68.8	12.4
3 벨기에	2,868	3,381	4,579	3,652	3,698	16.1	1.3	2.3
4 독일	1,627	1,569	1,593	1,689	1,863	8.1	10.3	4.4
5 영국	553	576	720	654	1,147	5.0	75.4	18.8
⋮								
14 대한민국	127	150	234	139	200	0.9	43.9	0.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률  
 주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률  
 출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 증류주 및 리큐르 수입의 절반가량은 영국(49.2%)산이 차지하며, 한국산 수입액은 35만 2,000달러(한화 약 4억 6,105만 원)로 전년 대비 69.2% 증가

**증류주·리큐르 수입현황(2017~2021)**

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
	1,339,241	1,431,271	1,322,570	1,172,252	1,430,533	100.0	22.0	0.0
1 영국	693,852	732,386	654,686	579,102	704,252	49.2	21.6	△1.0
2 이탈리아	70,238	87,314	109,682	93,464	101,561	7.1	8.7	3.9
3 미국	117,133	113,246	83,181	74,954	87,694	6.1	17.0	△6.2
4 폴란드	96,161	101,929	90,643	72,033	85,257	6.0	18.4	△4.4
5 아일랜드	41,143	42,374	47,030	40,711	60,387	4.2	48.3	9.3
⋮								
53 대한민국	95	136	197	208	352	0.02	69.2	0.3

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률  
 주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률  
 출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 2021년 주류 수입단가는 품목별로 상이하며, 증류주 및 리큐르의 수입단가가 가장 높게 나타남

- (증류주·리큐르) 평균 수입단가는 5.51달러(한화 약 7,217원)/kg로 전년 대비 11.3% 증가
  - 이 중 미국산이 6.57달러(한화 약 8,607원)/kg로 가장 수입단가가 높고, 뒤이어 아일랜드, 영국, 폴란드, 이탈리아 순으로 나타남
  - 한국산 증류주 및 리큐르 수입단가는 3.09달러(한화 약 4,048원)/kg로 평균 수입단가에 못 미치는 수준으로 수입

■ 증류주·리큐르 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
증류주·리큐르 (HS Code 2208)	4.942	5.282	5.180	4.947	5.507	11.3	1.0
1 영국	4.931	4.895	5.124	4.756	5.865	23.3	4.6
2 이탈리아	3.819	4.247	4.227	3.942	3.735	△5.3	△3.2
3 미국	8.616	9.659	7.207	6.688	6.566	△1.8	△9.2
4 폴란드	7.424	7.543	7.141	6.463	5.627	△12.9	△7.1
5 아일랜드	5.022	6.412	5.949	5.997	6.435	7.3	0.1
⋮							
53 대한민국	2.375	3.317	2.526	2.447	3.088	26.2	△0.02

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- (포도주) 전년 대비 17.9% 증가한 1.62달러(한화 약 2,122원)/kg에 수입되며, 미국산 포도주의 수입 단가가 가장 높음
  - 미국산 포도주 수입단가는 16.33달러(한화 약 2만 1,392원)/kg로 나타나며, 뒤이어 칠레, 포르투갈, 이탈리아, 스페인 순으로 가격을 형성
    - 수입 상위 5개국 중 스페인을 제외한 4개국의 수입단가는 평균 가격을 넘어서는 반면, 스페인산 포도주는 0.55달러(한화 약 721원)/kg로 매우 저렴한 수준으로 유통
  - 2019년 한국산 포도주 수입 단가가 최근 5년간 유일하게 집계되었으며, kg당 3달러(한화 약 3,931원)에 수입되며 당시 평균 수입단가인 1.33달러(한화 약 1,743원)/kg 대비 약 2배가량 높은 수준에 유통된 바 있음

포도주 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
포도주 (HS Code 2204)	1.204	1.585	1.333	1.377	1.623	17.9	0.6
1 스페인	0.583	0.798	0.547	0.578	0.552	△4.5	△8.8
2 이탈리아	1.621	2.326	2.137	2.331	2.888	23.9	5.6
3 포르투갈	3.146	3.298	3.105	3.064	3.445	12.4	1.1
4 미국	8.531	5.733	7.250	7.489	16.325	118.0	29.9
5 칠레	3.802	4.641	3.868	3.963	4.929	24.4	1.5
⋮							
76 대한민국	N/A	N/A	3.000	N/A	N/A	-	-

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- (그 밖의 발효주) 평균 수입단가는 1.55달러(한화 약 2,031원)/kg로 전년 대비 14.9% 증가
  - 주요 수입국 중 일본산의 수입단가가 10.79달러(한화 약 1만 4,139원)/kg로 가장 높으며, 뒤이어 영국, 이탈리아, 독일, 벨기에 순으로 평균 수입단가와 유사한 수준으로 수입
  - 한국산 그 밖의 발효주 수입단가는 전년 대비 5.1% 증가한 2.56달러(한화 약 3,355원)/kg로 평균 수입단가보다 높은 가격으로 유통

그 밖의 발효주 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 발효주 (HS Code 2206)	1.158	1.443	1.376	1.348	1.549	14.9	1.8
1 이탈리아	0.959	1.140	1.016	1.354	1.498	10.6	7.1
2 일본	9.347	9.884	10.180	9.469	10.787	13.9	2.2
3 벨기에	1.182	1.249	1.395	1.230	1.232	0.2	△0.3
4 독일	1.451	1.693	1.189	1.681	1.371	△18.4	△5.1
5 영국	1.575	1.772	1.865	1.460	1.565	7.2	△3.1
⋮							
14 대한민국	2.228	2.459	2.388	2.439	2.564	5.1	0.01

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- (맥주) 평균 수입 단가는 전년 대비 16.6% 증가한 1.18달러(한화 약 1,546원)/kg에 수입되어 주요 주류 중 가장 저렴한 가격에 유통
  - 주요 수입국 중 포르투갈과 영국산 맥주 수입단가가 각각 1.48달러(한화 약 1,940원)/kg, 1.41달러(한화 약 1,848원)/kg로 높은 가격에 수입되며, 수입 상위 1위국인 벨기에산 맥주 수입단가는 1.4달러(한화 약 1,835원)/kg로 나타남
  - 한국산 맥주 수입단가는 전년 대비 38.3% 증가한 1.79달러(한화 약 2,346원)/kg로 주요 수입국 대비 높은 가격에 수입

■ 맥주 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
맥주 (HS Code 2203)	1.045	1.122	1.061	1.008	1.175	16.6	1.2
1 벨기에	1.198	1.253	1.192	1.069	1.399	30.9	2.8
2 네덜란드	0.835	0.926	0.824	0.831	0.903	8.7	△0.6
3 영국	1.268	1.349	1.259	1.326	1.409	6.3	1.1
4 독일	0.654	0.714	0.655	0.717	0.738	2.9	0.8
5 포르투갈	1.447	1.348	1.328	1.369	1.480	8.1	2.4
⋮							
38 대한민국	1.162	1.094	1.228	1.296	1.792	38.3	0.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 주류 유형별 관세율은 품목에 따라 상이하나, 한국산의 경우 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 무관세 수입 가능

■ 주류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	구분		기본세율	한-EU FTA 협정세율
	HS Code	품명		
주류	2203	맥주	0%	-
	2204	포도주	12.1~32.0 EUR HLT	0%
	2206	그 밖의 발효주	1.300 EUR ASV X MIN 7.200 EUR HLT 또는 19.200 EUR HLT 또는 7.700 EUR HLT 또는 5.760 EUR HLT	0%
	2208	증류주·리큐르	0%	0%

주: HS Code 단위에 따라 상세품목별 적용되는 기본세율이 상이하므로 구체적인 품목의 세율은 별도 확인 필요

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 자국산 주류는 주로 와인이 유통되며, 수입산의 경우 맥주, 보드카 등 다양한 유형이 판매

- (프랑스산) 레드와인, 화이트와인, 스파클링와인 등 와인류의 비중이 높은 편
- (수입산) 미국, 스웨덴, 이탈리아 등지에서 맥주, 증류주, 와인 등 다양한 유형의 주류가 수입되어 판매
- (한국산) 전통적인 증류주(소주) 외에도 과일맛 소주와 발효주(막걸리) 등이 한인마트나 아시안 푸드 전문 판매점에서 유통

| 프랑스에서 유통되는 주류 제품 |

사진			
제품명	Vin rosé Bordeaux YVECOURT	Vin rouge AOP Côtes du Rhône CELLIER DES DAUPHINS	Bière blonde Pale ale BRASSERIE LA FRANCAISE
원산지	프랑스	프랑스	프랑스
제품형태	병 와인	병 와인	병 맥주
가격	€ 3.99 / 750ml (한화 약 5,366원)	€ 4.05 / 750ml (한화 약 5,437원)	€ 2.95 / 330ml (한화 약 3,960원)
100g(ml) 당 단가	€ 0.53 / 100ml (한화 약 712원)	€ 0.54 / 100ml (한화 약 725원)	€ 0.89 / 100ml (한화 약 1,195원)
사진			
제품명	Bière blonde LA GOUDALE	Vodka ABSOLUT	Vin mousseux Italie Doc prosecco extra sec
원산지	미국	스웨덴	이탈리아
제품형태	캔 맥주	병 보드카	병 와인
가격	€ 5.99 / 200ml (한화 약 8,042원)	€ 24.45 / 1l (한화 약 3만 2,823원)	€ 6.95 / 750ml (한화 약 9,330원)
100g(ml) 당 단가	€ 2.99 / 100ml (한화 약 4,014원)	€ 2.44 / 100ml (한화 약 3,276원)	€ 0.92 / 100ml (한화 약 1,235원)

사진			
제품명	Chamisul Soju Original Spiritueux	Bokbadun Brother Soju Soda	Vin De Riz Au Maïs Makgeolli
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품형태	병 소주	병 소주	병 막걸리
가격	€ 6.50 / 360ml (한화 약 8,727원)	€ 4.80 / 360ml (한화 약 6,445원)	€ 2.50 / 750ml (한화 약 3,356원)
100g(ml) 당 단가	€ 1.80 / 100ml (한화 약 2,417원)	€ 1.33 / 100ml (한화 약 1,786원)	€ 0.33 / 100ml (한화 약 443원)

출처: carrefour.fr, acemartmall.com

### (6) 새송이버섯<sup>15)</sup>

■ 2021년 버섯류 수입액은 전년 대비 1.3% 증가한 9,498만 4,000달러(한화 약 1,245억 4,302만 원)로 집계

- 이 중 새송이버섯이 포함된 ‘식용가능한 기타 버섯류(0709.59-9000)’의 수입액이 전체 수입의 61.7%를 차지
  - ‘식용가능한 기타 버섯류(0709.59-9000)’ 수입액은 전년 대비 4.7% 감소한 5,859만 4,000달러(한화 약 768억 2,845만 원)로, 2017년 이후 최근 5년간 연평균 3.4% 증가

#### ■ 버섯류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
버섯류 기타 (HS Code 0709.59)	73,355	87,205	90,208	93,765	94,984	100.0	1.3	2.2
- 신선·냉장 살구버섯 (HS Code 0709.59-1000)	10,184	10,942	9,740	11,392	10,461	11.0	△8.2	△1.1
- 신선·냉장 플랩버섯 (HS Code 0709.59-3000)	2,155	3,025	3,192	2,744	2,879	3.0	4.9	△1.2
- 신선·냉장 송로버섯 (HS Code 0709.59-5000)	18,833	21,475	20,135	18,558	22,362	23.5	20.5	1.0
- 버섯류 기타 (HS Code 0709.59-9000)	40,708	51,179	56,822	61,491	58,594	61.7	△4.7	3.4

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

15) HS Code 0709.59(버섯류 기타) 기준

- 전체 ‘버섯류(0709.59)’ 수입은 폴란드(30.9%), 스페인(22.6%), 네덜란드(13.6%)에서 이뤄지며, 한국산 수입은 최근 5년간 보합세
  - 2021년 한국산 ‘버섯류(0709.59)’ 수입액은 전년 대비 31.8% 증가한 85만 3,000달러(한화 약 11억 1,845만 원)로 집계

■ 버섯류 기타 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
버섯류 기타 (HS Code 0709.59)	73,355	87,205	90,208	93,765	94,984	100.0	1.3	2.2
1 폴란드	13,292	19,542	28,668	30,228	29,318	30.9	△3.0	10.7
2 스페인	18,565	18,938	18,224	16,075	21,431	22.6	33.3	3.1
3 네덜란드	13,014	16,566	12,242	16,437	12,875	13.6	△21.7	△6.1
4 이탈리아	3,724	4,715	4,352	6,295	5,294	5.6	△15.9	2.9
5 루마니아	2,112	2,472	1,536	1,924	3,343	3.5	73.8	7.8
⋮								
15 대한민국	953	758	885	647	853	0.9	31.8	0.03

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률  
 주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률  
 출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- ‘버섯류(0709.59)’ 평균 수입단가는 4.06달러(한화 약 5,294원)/kg로, 전년 대비 15.2% 증가
  - 수입 상위 5개국 중 루마니아산 수입단가가 17.14달러(한화 약 2만 2,477원)/kg로 가장 높은 수준을 보임
    - 뒤이어 스페인산 9.18달러(한화 약 1만 2,039원)/kg, 이탈리아산 5.65달러(한화 약 7,409원)/kg, 네덜란드산 2.78달러(한화 약 3,646원)/kg, 폴란드산 2.34달러(한화 약 3,068원)/kg 순으로 나타남
  - 한국산 수입단가는 전년 대비 47.7% 증가한 6.82달러(한화 약 8,944원)/kg로 평균 수입단가 대비 높은 수준

■ 버섯류 기타 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
버섯류 기타 (HS Code 0709.59)	4.067	4.259	3.727	3.521	4.057	15.2	△1.2	
1	폴란드	2.036	2.234	2.170	2.166	2.336	7.8	1.1
2	스페인	10.442	11.199	9.899	7.994	9.182	14.9	△4.8
3	네덜란드	2.403	2.631	2.473	2.563	2.781	8.5	1.4
4	이탈리아	7.418	10.295	13.474	15.856	5.650	△64.4	△13.9
5	루마니아	14.873	10.049	12.387	14.358	17.144	19.4	14.3
⋮								
15	대한민국	4.649	4.679	4.492	4.621	6.824	47.7	0.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 프랑스로 버섯 수입 시 유형에 따라 최소 3.2%에서 최대 6.4%의 기본세율이 적용되나, 한국산의 경우 한-EU FTA 협정세율이 적용되므로 무관세로 수입 가능

■ 버섯류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목		기본세율	한-EU FTA 협정세율	
버섯류	0709.59-1000	신선·냉장 살구버섯	3.2%	0%
	0709.59-3000	신선·냉장 플랩버섯	5.6%	0%
	0709.59-5000	신선·냉장 송로버섯	6.4%	0%
	0709.59-9000	버섯류 기타	6.4%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

**(7) 인삼<sup>16)</sup>**

■ 2021년 인삼 수입액은 전년 대비 29.6% 증가한 226만 5,000달러(한화 약 29억 7,032만 원)로 집계

**인삼 수입현황(2017~2021)**

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	2,413	2,365	1,322	1,748	2,265	29.6	△0.01

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 인삼 수입의 대부분이 중국산(84.7%)이며, 이 외 이탈리아(7.1%), 브라질(3.1%) 등지에서 일부 수입
  - 2021년 중국산 인삼 수입액은 전년 대비 36.5% 증가한 191만 8,000달러(한화 약 25억 1,527만 원)로 집계되었으며, 이탈리아산 16만 1,000달러(한화 약 2억 1,114만 원), 브라질산 7만 달러(한화 약 9,180만 원)로 전년 대비 각각 91.7%와 70.7% 증가
  - 동년 한국산 인삼 수입액은 전년 대비 26.3% 감소한 1만 4,000달러(한화 약 1,836만 원)로 수입 상위 6위에 기록

**인삼 수입현황(2017~2021)**

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	2,413	2,365	1,322	1,748	2,265	100.0	29.6	△1.1
1 중국	1,785	1,493	1,046	1,405	1,918	84.7	36.5	6.5
2 이탈리아	197	178	113	84	161	7.1	91.7	△2.5
3 브라질	78	109	24	41	70	3.1	70.7	△10.5
4 독일	155	-	-	55	51	2.3	△7.3	-
5 스페인	114	215	40	92	31	1.4	△66.3	△38.4
6 대한민국	59	106	79	19	14	0.6	△26.3	△0.4

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

16) HS Code 1211.20(신선·냉장·건조 인삼) 기준

■ 2021년 인삼 평균 수입단가는 46.22달러(한화 약 6만 원)/kg로 전년 대비 28.6% 감소

- 수입 인삼의 대부분을 차지하는 중국산의 수입단가는 45.67달러(한화 약 5만 9,950원)/kg로 집계되며 전년 대비 28.5% 감소
  - 주요 수입국 중 이탈리아산 인삼이 80.5달러(한화 약 11만 원)/kg로 가장 비싸게 수입되며, 뒤이어 독일산 51달러(한화 약 7만 원)/kg, 브라질산 23.33달러(한화 약 3만 원)/kg 순으로 나타남
  - 2019년(최신자료) 한국산 인삼 수입단가는 79달러(한화 약 10만 원)/kg로 당해연도 평균 수입단가보다 소폭 높은 가격에 수입된 바 있음

■ 인삼 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	28.726	24.895	62.952	64.741	46.224	△28.6	16.7
1 중국	55.781	74.650	65.375	63.864	45.667	△28.5	△11.6
2 이탈리아	98.500	178.000	113.000	84.000	80.500	△4.2	△18.0
3 브라질	19.500	21.800	12.000	41.000	23.333	△43.1	1.7
4 독일	3.523	N/A	N/A	55.000	51.000	△7.3	-
5 스페인	114.000	215.000	N/A	92.000	N/A	-	-
6 대한민국	59.000	53.000	79.000	N/A	N/A	-	-

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 프랑스로 수입되는 인삼의 기본세율은 0%이며, 한국산 인삼 역시 한-EU FTA 협정세율이 부과되어 무관세로 수입 가능

■ 인삼 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	기본세율	한-EU FTA 협정세율
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	0%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 프랑스 내 온라인 플랫폼에서 유통되는 신선·냉장 인삼은 확인되지 않으며, 주로 건강기능식품 형태의 인삼 가공품이 판매

프랑스에서 유통되는 인삼 가공품

사진			
제품명	Ginseng Guarana et Maca Bio	Ginseng Rouge Bio	Complément alimentaire Ginseng
원산지	프랑스	프랑스	프랑스
제품형태	정제	정제	정제
가격	€ 17.90 / 80정 (한화 약 2만 4,054원)	€ 22.95 / 200정 (한화 약 3만 840원)	€ 6.99 / 30장 (한화 약 9,393원)
10정 당 단가	€ 2.23 / 10정 (한화 약 2,997원)	€ 1.14 / 10정 (한화 약 1,532원)	€ 2.33 / 10정 (한화 약 3,131원)
사진			
제품명	Panax Ginseng	Thé de Chine Ginseng vitalisant YUNNAN TUOCHA	Ginseng rouge selon Dr. med. Michalzik
원산지	미국	중국	독일
제품형태	정제	인삼차	정제
가격	€ 18.57 / 100정 (한화 약 2만 4,960원)	€ 3.62 / 40g (한화 약 4,865원)	€ 18.70 / 30정 (한화 약 2만 5,130원)
10정 당 단가	€ 1.85 / 10정 (한화 약 2,487원)	€ 9.05 / 100g (한화 약 1만 2,162원)	€ 6.23 / 10정 (한화 약 8,373원)
사진			
제품명	Bâton de Ginseng Rouge Coréen	Ginseng Rouge Coréen	Extrait de Ginseng Rouge de Corée
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품형태	액상스틱	농축액	농축액
가격	€ 39.67 / 300g (한화 약 5만 3,310원)	€ 48.90 / 50g (한화 약 6만 5,714원)	€ 30.40 / 30g (한화 약 4만 853원)
100g(mL) 당 단가	€ 13.22 / 100g (한화 약 1만 7,766원)	€ 97.80 / 100g (한화 약 13만 1,428원)	€ 101.33 / 100g (한화 약 13만 6,206원)

출처: amazon.fr, carrefour.fr

## ② 이슈 및 유망품목

### 가. 최근 이슈품목

#### ■ 건강 및 면역력 증진을 위한 발효식품의 인기가 지속되며 관련 제품에 대한 관심 확대

- 프랑스 소비자를 대상으로 발효식품은 저장기간이 길고 면역력 증진에 효과가 있는 것으로 알려짐
  - 이에 콤부차(Kombucha)<sup>17)</sup>, 사우어크라우트(sauerkraut)<sup>18)</sup>, 사워크림(sour cream)<sup>19)</sup> 등 대표적인 발효식품의 수요가 증가
- 한국의 대표적인 발효식품인 김치에 대한 소비자 인지도도 증가하며 소비 확대
  - 한국 관세청에 따르면 2021년 기준 한국의 對프랑스 김치 수출액은 74만 9,000달러(한화 약 9억 8,329만 원)로 전년 대비 48.9% 증가하였고, 2017년 이후 최근 5년간 연평균 22.5%로 높은 증가세를 이어가고 있음

#### ■ 프랑스에서 이슈가 되고 있는 발효식품 예시 ■

			
콤부차	사우어크라우트	사워크림	김치

출처: Amazon.fr, simply gourmand, <https://happybellyfish.com/2020/02/01/best-fermented-foods-from-around-the-world/>

#### ■ 건강한 음료를 선호하는 소비자가 증가함에 따라 기능성 음료가 인기를 끌

- 피로회복 및 수분 공급에 효과가 있는 허브, 아미노산, 비타민, 과일 및 채소 추출물, 프로바이오틱스 등을 함유한 음료가 건강 음료로 인식
- 이러한 트렌드에 부합하며 한국산 유자차에 대한 관심도 증가하는 추세
  - 프랑스에서 유자는 재배가 어려워 희소성 있는 비싼 식재료로 인식되며, 프랑스 고급 레스토랑에서 유자를 활용한 다양한 레시피를 소개하면서 유자에 대한 인지도가 상승

17) 설탕을 넣은 녹차나 홍차에 유익균을 넣어 발효시킨 음료

18) 잘게 썬 양배추를 발효시켜 만든 시큼한 맛이 나는 독일식 양배추 절임으로, 우리나라의 김치와 같이 채소를 발효시켜 만드는 음식

19) 생크림을 젖산으로 발효시킨 것. 신맛이 있으며 과자의 원료로 쓰고 고기 요리에 쳐서 먹기도 함

- 이후 유자를 활용한 음료는 비타민C가 풍부해 피로회복이나 피부미용에 효과가 있는 것으로 알려지며 인기를 끌었고, 깨끗하고 상큼한 맛을 지닌 유자는 더욱 많은 음료와 요리에 활용되기 시작

프랑스에서 이슈가 되고 있는 건강음료 예시

			
프로바이오틱스 음료	유기농 샬러리 주스	한국산 유자차	일본산 유자차

출처: Amazon.fr, <https://www.thesdelapagode.com/guide-du-the/le-yuzu-la-nouvelle-star-des-agrumes/>

최근 몇 년간 프랑스에서 유행한 한국식 매운 라면 먹기 챌린지의 영향으로 한국 라면에 대한 인기가 지속되는 추세

- Statista에 따르면 프랑스인의 연평균 인스턴트 라면 소비량은 1개일 만큼 인스턴트 면류 소비가 적은 편임
  - 2019년 조사에 따르면, 한국인의 인스턴트 면류 소비가 연간 75.6개로 가장 높았고, 뒤이어 네팔 58.4개, 인도네시아 46.8개, 일본 44.5개, 중국 29.6개 순으로 나타남
- 그럼에도 불구하고 프랑스 내 젊은 소비자를 대상으로 불닭볶음면 챌린지가 유행하며 한국 라면에 대한 인지도와 인기가 증가
  - 아마존 프랑스에서 판매되는 불닭볶음면의 상품 후기는 2만 3,000건에 육박할 만큼 큰 인기를 끌

프랑스에서 인기를 끈 불닭볶음면 챌린지



FRENCH ASIANS TRY KOREAN SPICY NOODLE CHALLENGE

FRENCH ASIANS TRY KOREAN SPICY NOODLE CHALLENGE

출처: YouTube(Jowti)

- 2022년 3월에는 한국 라면이 아시아 라면 중 최우수 제품으로 선정되며 현지에서의 한국산 라면에 대한 인기가 지속되고 있음을 증명
  - 국내 언론매체인 더구루(The Guru)는 현지 리뷰 전문매체인 마카블로그가 제품가격, 브랜드 인지도, 소비자 리뷰, 판매자 신뢰도 등을 기준으로 한국의 안성탕면과 불닭볶음면을 베스트 라면으로 선정하였다고 보도

프랑스에서 베스트 라면으로 선정된 한국 라면



출처: THE GURU

- K-푸드 스타트업 루에랑(Lou et Lang)의 프랑스 현지 법인 브랜드인 메종드코레(Maison de Corée)는 삼양, 농심 등 국내 라면 브랜드와 협업을 통해 현지 시장에 라면 제품을 출시
  - 2022년 메종드코레는 프랑스 소비자의 입맛에 맞게 현지화한 불고기맛 라면과 불닭맛 컵라면을 출시하여 현지 유통체인인 MONOPRIX, Carrefour 등 대형 마트 600개 매장에 입점
    - 해당 제품은 한정판으로 시장에 출시되었으며, 이를 통해 해당 브랜드의 매출이 160% 성장하는 기록 달성

메종드코레에서 출시한 한국 라면

치킨맛 컵라면(삼양)	불닭 컵라면(삼양)	불고기·불닭맛 컵라면(농심)

출처: www.maisondecreee.fr

## 나. 수출 유망품목 발굴

■ 프랑스로의 수출 유망품목 발굴을 위해 총 6가지의 지표를 활용하여 계량화

### 수출 유망품목 선정 지표

- ① 한국산 수입 상위품목 중 주요 수출 품목\*에 해당하는 품목
- \* 주요 수출 품목은 현재 한국에서 對프랑스로 주로 수출되는 농식품 중 상승세가 유지되는 7개 품목(김치, 소스류, 파스타(면류), 음료류, 주류, 버섯류(새송이버섯), 인삼)으로 선정
- ② 2021년 한국산 농식품 전체 수입액에서 해당 품목이 차지하는 비중(%)
- ③ 2021년 해당 품목의 전체 수입액 중 한국산의 비중(%)
- ④ 2021년 해당 품목의 한국산 수입 규모 연평균 증가율(최근 5년, %)
- ⑤ 2021년 해당 품목의 한국산 수입 규모(금액)
- ⑥ 2022년 7월 기준 현지 온라인 플랫폼에서 판매되는 한국산 제품의 수

- 2021년 기준 프랑스의 한국산 농식품 수입 상위품목 중 주요 수출 품목에 해당하는 것은 ▲면류<sup>20)</sup> ▲음료류<sup>21)</sup> ▲소스류 ▲김치<sup>22)</sup>로 확인

### 2021년 프랑스의 한국산 농식품 수입 상위품목

NO	품목	HS Code
1	파스타	1902
2	조제·보존처리한 과실 및 견과류	2008
3	설탕·감미료·맛·향을 첨가한 물 (음료류)	2202
4	베이커리류	1905
5	소스류	2103
6	조제·보존처리한 채소류	2005
7	식물성 수액과 추출물	1302
8	로커스트콩·해초류 및 기타 조류·사탕무와 사탕수수 등	1212
9	기타 조제 식료품	2106
10	기타 채소류(신선·냉장)	0709

### 對프랑스 주요 수출 품목

NO	품목	HS Code
1	김치	2005.99
2	소스류	2103
3	음료류	2202, 2009
4	인스턴트 면류(라면)	1902.30
5	주류	2203, 2204, 2206, 2208
6	버섯류	0709.59
7	인삼	1211.20

20) 그 밖의 파스타(HS Code 1902.30)

21) 설탕이나 그 밖의 감미료·맛·향을 첨가한 물(HS Code 2202.10)

22) 조제보존처리한 기타 채소류(HS Code 2005.99-80)

■ 각 품목별 점수를 산정한 결과, 對프랑스 수출 유망품목은 ‘파스타’와 ‘소스류’로 나타남

지표①	지표②		지표③		지표④		지표⑤		지표⑥		총점
한국산 수입 상위품목	한국산 농식품 수입액 중 비중		해당 품목의 전체 수입액 중 한국산 비중		해당 품목의 한국산 수입 규모 증가율 (최근 5년 연평균)		해당 품목의 한국산 수입 규모 (천 달러)		현지 온라인 판매 제품 수(한국산)		
	비중	배점	비중	배점	증가율	배점	수입액	배점	개수	배점	
<b>파스타</b>	<b>38.2</b>	<b>4</b>	<b>7.2</b>	<b>4</b>	<b>20.6</b>	<b>3</b>	<b>11,746</b>	<b>4</b>	<b>80</b>	<b>4</b>	<b>19</b>
음료류	10.7	3	0.41	2	6.6	1	4,070	3	44	2	11
<b>소스류</b>	<b>5.3</b>	<b>2</b>	<b>0.2</b>	<b>1</b>	<b>23.7</b>	<b>4</b>	<b>1,999</b>	<b>2</b>	<b>70</b>	<b>3</b>	<b>12</b>
조제/보존 채소	3.7	1	0.7	3	17.9	2	1,401	1	38	1	8

- (파스타) 對프랑스 수출이 가장 유망할 것으로 판단되는 품목
  - 파스타 중에서는 라면 및 인스턴트 면류와 같은 ‘그 밖에 파스타(1902.30)’의 시장 유망성이 가장 높은 것으로 분석
  - 프랑스는 전통적으로 파스타와 같은 면류가 주식으로 소비되고 있으며, 건조 면에 대한 선호도가 높아 라면 시장이 지속적으로 성장
  - 불닭볶음면을 시작으로 현지 인지도를 높이기 시작한 한국 라면은 최근 증가하는 한국 식품 수요에 부합하며 인기를 지속하고 있음
    - 기존 프랑스에서 주로 판매되는 매운맛, 국물라면 외에도 최근에는 현지 소비자의 입맛에 맞도록 현지화된 다양한 맛(불고기, 불닭, 치킨 맛 등)의 한국 라면이 유통
- (소스류) 최근 한국산 소스류 수입 증가세로, 對프랑스 수출 확대 가능성이 엿보임
  - 한국 식품에 대한 관심이 증가하며 한식 메뉴를 직접 조리해 먹는 소비자가 늘어나면서 B2C 대상의 한국 소스류 수요도 증가하였고, 최근 1~2년 사이 프랑스 내 한국 음식점이 급격히 증가하면서 현지 외식업체에서 고추장, 물엿, 간장, 불고기 소스 등 한국 소스류 수요도 증가
- (조제·보존처리한 채소류) 평가지표에서는 후순위로 선정되었으나, 최근 프랑스 내 건강 중시 트렌드에 따라 발효식품이 이슈가 되면서 한국의 대표적인 발효 식품인 김치의 시장 확대 가능성도 존재하는 것으로 평가

# III 진출전략

## ① 프랑스 SWOT 분석 및 전략도출

■ 프랑스로 수출되는 한국산 농식품의 강점(Strength)과 약점(Weakness)은 다음과 같이 구분

- (강점) 채식 및 건강식을 선호하는 현지 수요에 적합한 메뉴(김치, 비빔밥 등) 및 한국문화와 연계 가능한 강력한 마케팅 요소 보유
  - 프랑스는 전통적으로 건강한 식습관을 중시하는 소비문화를 지녀 오래전부터 채식에 대한 선호도가 높게<sup>23)</sup> 나타나는데, 한국의 김치, 비빔밥 등 채식 위주의 메뉴가 최근 프랑스 소비자의 이목을 끌고 있음
  - 한국 식품은 현지의 한류 특수와 연계 가능한 강력한 마케팅적 요소를 보유하고 있다는 점 역시 시장 진출 및 확대를 위한 경쟁력으로 평가
  - 이 외에도 한-EU FTA 체결로 프랑스(EU)는 농산물 시장을 전반적으로 조기 개방하였으며, 이에 對프랑스(EU) 주요 수출 농식품의 관세가 대부분 철폐되어 타 경쟁국산 수입 품목에 비해 가격경쟁력 확보에 용이하다는 장점 보유
- (약점) 프랑스로 수출되는 품목이 편중되어 있으며, 한정적인 유통 루트 등은 한국산 농식품의 약점으로 꼽힘
  - 2021년 기준 프랑스에서 수입한 한국산 농식품 중 파스타와 조제·보존처리한 과일 및 견과류의 비중이 각각 38.2%와 24.3%로 집계되어 전체 수입액의 절반 이상(62.5%)을 차지하였으며, 수입 상위 10개 품목의 비중이 84.0%에 달함
  - 현지에서의 한국 식품에 대한 인지도 대비 유통채널은 여전히 한인마트 위주로 형성되어 있어 소비자의 접근성이 비교적 낮은 점 또한 한국 식품의 현지 시장 확대를 위해 개선해야 할 점으로 나타남

23) 프랑스 시장조사기관인 3W의 조사에 따르면 2017년 기준 프랑스 인구의 5%가 채식주의자인 것으로 나타났으며, 선택적 채식주의자인 플렉시테리안(채식 식단을 위주로 하나 필요 시 육류와 생선도 섭취)의 비중은 28%로 집계

■ 對프랑스 수출 시 시장의 기회요인(Opportunity)과 위협요인(Threat)은 다음과 같음

- (기회요인) 최근 프랑스 식품 시장규모 및 소비액이 증가하고 있고, 이국적인 식품 소비 및 수요가 증가함과 더불어 농식품 수입 규모가 증가하고 있다는 점은 기회요인으로 꼽힘
  - 2021년 기준 프랑스 식품 시장규모는 최근 5년간 연평균 4.0%의 성장세를 보였고, 1인당 연간 식품 소비액 역시 최근 5년간 3.7%로 증가세
  - 프랑스의 농식품 수입 규모 역시 최근 5년간 4.0%로 증가하고 있으며, 특히 한국산 농식품의 수입 규모는 최근 5년간 연평균 12.7%로 높은 성장률을 보임
  - 코로나19로 단조로워진 일상에 활력을 불어넣기 위해 이색적인 식품을 소비하고자 하는 수요가 증가하며, 비교적 타 국가의 식품 소비에 인색한 편<sup>24)</sup>이었던 프랑스에서도 에스닉 푸드에 대한 관심이 증가하며 한국산 식품에 대한 관심 역시 동반 상승
- (위협요인) 보수적인 소비 성향은 對프랑스 진출 시 위협요인으로 작용
  - 코로나19 팬데믹 및 우크라이나 사태로 2022년에도 물가상승이 지속될 것으로 예상되며 소비자의 가격 민감도가 상승하였고, 전통적으로 자국산에 대한 높은 선호도와 보수적인 소비패턴은 한국 농식품의 對프랑스 시장 진출 시 극복해야 할 과제로 꼽힘

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현지 수요에 부합하는 메뉴(비빔밥 등)</li> <li>• 한류 특수와 연계 가능한 마케팅 요소 보유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 對프랑스 주요 수출 품목 편중</li> <li>• 한정적인 유통 루트</li> </ul>				
<table border="1"> <tr> <td style="background-color: #008000; color: white; font-weight: bold; padding: 5px;">S</td> <td style="background-color: #008000; color: white; font-weight: bold; padding: 5px;">W</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #008000; color: white; font-weight: bold; padding: 5px;">O</td> <td style="background-color: #008000; color: white; font-weight: bold; padding: 5px;">T</td> </tr> </table>		S	W	O	T
S	W				
O	T				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 시장규모 및 식품 소비액 증가</li> <li>• 농식품 수입 증가세</li> <li>• 이국적 식품 소비 및 수요 증가세</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자 가격 민감도 상승</li> <li>• 자국산에 대한 높은 선호도</li> </ul>				

24) 프랑스는 대체로 식품뿐만 아니라 전반적인 소비에 있어 자국산을 선호하는 성향이 강하게 나타나며, 자국산 브랜드와 제품에 대한 높은 신뢰도와 애착을 보임. 특히 이러한 성향은 젊은 세대보다는 중장년 세대에서 강하게 나타남

## ② 한국산 농식품 진출전략

### 가. 시장진출전략

#### ■ 수출 품목 다양화를 통한 지속가능한 수출 구조 확립

- 현재 프랑스로 수출되는 한국산 농식품의 약점 중 하나로, 특정 수출 품목에의 의존도가 높다는 점이 꼽힘
  - 2021년 기준 프랑스로의 수입 비중이 높은 한국산 농식품은 파스타(인스턴트 면류), 조제·보존처리한 과일 및 견과류, 음료류, 베이커리류, 소스류 등
- 이에 현재의 수출 주력품목을 대체 및 확대할 수 있는 신규 수출 품목을 발굴해야 함
  - 현재 시점에서는 수출 주요 품목이 아니더라도 최근 對프랑스 수출 규모 증가 품목, 프랑스의 수입 규모 증가 품목 등을 주기적으로 살펴볼 필요가 있음
  - 또한 프랑스의 식품 소비 트렌드와 현지 식문화에 적합한 한국산 농식품을 주기적으로 발굴하여 장기적 관점에서 對프랑스 수출 주력품목으로 만들기 위한 노력이 필요함

#### ■ 한인마트 위주의 유통채널에서 온라인 유통채널로 확장하여 경쟁력 확보

- 프랑스에서 유통되는 한국산 농식품은 주로 한인마트나 아시아 식품 전문 유통채널을 통해 판매되고 있음
- 최근 프랑스 소비자의 온라인을 통한 식품 구매가 증가하고 있고, 이와 더불어 비교적 적은 비용이 소요되는 온라인 유통채널 활용을 병행하여 경쟁력 확보 가능할 것으로 예상
  - 2017년 이후 프랑스의 전자상거래 식품 시장규모 역시 연평균 17.3%로 증가하였고, 온라인 유통채널을 통한 식품 소비 비중은 연평균 38.8%의 높은 성장률을 기록
  - 특히 코로나19로 기존 전자상거래 이용자의 로열티가 증가하였고 노년층 등의 새로운 사용자가 유입되면서 크게 활성화됨

■ 한류와 연계한 K-Food 홍보를 통해 한국 농식품에 대한 인지도 제고

- 프랑스는 타 유럽국에 비해 한류의 영향력이 비교적 높은 편이며, 한국 문화 콘텐츠 중에서도 음식과 관련한 콘텐츠의 이용 용이성이 가장 높은 것으로 나타남<sup>25)</sup>
  - 특히 최근 K-콘텐츠의 열풍으로 한국 드라마와 영화 등이 프랑스에서도 인기를 끌며 한국문화에 관심을 보이는 젊은 소비자들이 증가하는 추세
  - 이에 전통적인 한국 식품(김치, 비빔밥 등)뿐만 아니라 K-콘텐츠에 등장한 한국산 가공식품에 대한 관심이 증가하며 인기를 끌고 있음
  - 2021년 한국국제문화교류진흥원에 조사에 따르면, ‘한국’하면 연상되는 이미지는 K-PoP (17.2%), IT산업(6.8%)에 이어 한식(5.4%)이 세 번째로 높은 비중을 차지
  - 또한 최근 1년간 프랑스 소비자의 30.8%가 한국 식품을 구매한 경험이 있으며, 33.6%는 한국 음식점을 방문한 경험이 있는 것으로 나타남
- 이에 라면, 김치, 김 등 대중적이고 친숙한 식품의 수입량이 지속적으로 증가하는 추세
  - 2021년 프랑스의 한국 라면 수입액은 전년 대비 96.6% 증가하였고, 김치 수입액은 전년 대비 42.0% 증가
  - 이 외에도 소스류(80.3% ↑), 음료류(79.8% ↑), 베이커리류(62.9% ↑) 등 프랑스로 수입되는 한국 식품 대부분의 수입규모가 크게 증가
- 한류를 바탕으로 한 지속적이고 적극적인 K-Food 홍보 활동을 통해 한국 농식품에 대한 인지도를 제고함으로써 시장 점유율을 확대할 수 있을 것으로 기대
  - 한류를 연계한 마케팅 전략은 한국상품의 전체적인 시장 확대 및 국가적 이미지 제고에 특히 효과가 있는 것으로 분석
  - 다만 한류와 제품을 직접 연계한 상품의 경우 일반 제품 대비 매우 고가에 판매되어 소비자의 접근성이 떨어지고 실제 판매로 이어지지 않는다는 한계가 존재하므로 유의 필요

25) 한국국제문화교류진흥원에 따르면 프랑스의 한국 문화 콘텐츠별 이용 용이성은 음식 관련 콘텐츠가 59.8%로 가장 높았고, 뒤이어 예능(59.5%), 음악(59.6%), 드라마(57.7%), 애니메이션(54.3%) 순으로 나타남

## 나. 품목별 진출전략

### ■ 인스턴트 면류(라면)

- 현지 유통되는 경쟁제품 대비 가격경쟁력 확보
  - 2021년 프랑스로 수입되는 인스턴트 면류의 평균 수입단가는 kg당 2.8달러(한화 약 3,651원)로 집계
    - 수입 비중이 높은 태국산(16.5%)과 중국산(12.9%)의 수입단가는 각각 kg당 3.5달러(한화 약 4,564원), 2.6달러(한화 약 3,390원)로 나타남
    - 반면 한국산 인스턴트 면류 수입단가는 kg당 4.1달러(한화 약 5,346원)로 평균 수입단가 및 주요 경쟁국산 제품보다 고가에 유통
  - 이에 유통구조 최적화, 다양한 수입 루트 확보 등 가격경쟁력을 확보할 수 있는 다양한 수단을 강구하여 현지 시장 내 한국 라면의 비중을 높여야 할 것으로 보임
- 제품 현지화 및 소비자의 니즈를 반영한 제품 차별화
  - 현지에서는 대부분 60~80g 수준의 소포장 인스턴트 면류가 유통되는 반면, 한국산 인스턴트 면류는 대부분 120g의 대용량 제품이므로, 포장 용량을 줄여 현지 소비 패턴에 부합하는 제품 출시
  - 또한 매운맛 위주의 라면에서 현지 소비자의 입맛을 반영한 다양한 맛의 제품 개발을 통해 시장 점유율 확대가 가능할 것으로 기대
  - 이 외에도 건강에 대한 중요성과 염려가 증가하며 프랑스 소비자들은 식품 첨가물에 대해 비교적 민감하게 반응하는 추세이므로, MSG 사용을 최소화하고 천연 감미료로 맛을 낸 제품 등 현지 소비자의 요구를 충족할 수 있는 제품 출시를 통해 경쟁력 확보 가능
- 현지 인스턴트 면류 수입 규정 준수를 통한 소비자 신뢰도 확보 및 비관세장벽 극복
  - 특히 최근 프랑스를 포함한 EU 시장에서 한국산 라면에 대해 유해물질 검출 기준을 엄격하게 적용하고 있어 이에 대한 유의 필요
  - 특히 프랑스 당국은 인스턴트 면류 제품의 살균 공정 시 사용되는 아세트인 옥사이드의 잔류량 기준치에 대한 검사를 의무화하고 있어 이에 대한 검사 인증서가 요구됨

## ■ 소스류

- 현지 식품 소비 트렌드에 부합하는 적극적인 홍보 추진
  - 최근 발효 식품 섭취가 면역력 증진에 도움을 줄 수 있다는 인식이 확산되면서 발효 식품에 대한 프랑스 소비자의 관심 증가
  - 이에 한국산 장류 역시 발효 식품으로 풍부한 유산균을 함유해 면역력 향상에 도움을 줄 수 있는 소스류임을 적극적으로 알리는 활동을 통해 수요 창출
- 한국산 소스류를 활용하는 레시피 제공을 통해 소비자 접근성 제고
  - 현지 식문화에 어울리는 소스 사용법을 개발하고, 전통 장류를 포함해 한국산 소스류를 활용할 수 있는 레시피를 제품과 함께 제공하여 소비자의 접근성 제고 가능
  - 또한 현재 전통 장류 위주로 유통되는 제품의 범위를 BBQ 소스, 샐러드 소스, 불고기 소스, 불닭 소스 등 다양한 품목으로 확대하여 시장 점유율 확대
- B2C와 B2B를 아우르는 유통 루트 확보
  - 프랑스 내 한식당이 증가하며 고추장, 물엿, 간장, 불고기 소스 등 한국 소스류의 수요가 증가하고 있으므로, 외식업체를 대상으로 한 업무용 유통채널의 확대 필요

## 다. 한국 농식품 수출 확대 전략

### ■ 유통채널 다각화를 통한 수출 확대

- K-Food에 대한 관심이 식자재로 이어지고 있어 아시아 및 한국 식품 전문 유통채널뿐만 아니라 현지 인지도가 높은 주요 유통채널로의 입점을 통해 현지 소비자의 접근성 제고
- 이 외에도 증가하는 한식 수요에 맞추어 한국 레스토랑과 같은 외식업체에서의 한국 식품 수요도 증가하므로 업무용 식자재 수출 확대를 통한 시장 확대 가능성 존재

### ■ 한국 식품의 꾸준한 수요 기반 마련을 위한 지속적이고 적극적인 홍보 및 마케팅 추진

- K-콘텐츠와 연계한 한국 농식품 홍보 활동을 통해 꾸준한 수요 기반 마련
  - 프랑스는 타 유럽 국가에 비해 한류의 영향력이 비교적 높은 편이므로 한류와 연계한 홍보를 통해 한국 농식품에 대한 인지도 제고
- 한국 식품이 프랑스 소비자의 수요를 충족할 수 있는 제품임을 알릴 수 있는 마케팅 전략 수립

- 프랑스 소비자들은 전통적으로 자국산에 대한 선호도가 높고, 소비 성향이 비교적 보수적이며, 특히 사회와 환경에 기여하는 제품 및 브랜드에 대한 선호도가 높은 편
- 이에 기업은 자사 제품의 경쟁력 제고를 위해 친환경 인증과 같은 인증 취득현황, 기업의 사회적 공헌 활동 등을 활용한 다양한 마케팅 전략 수립 필요

#### ■ 對프랑스 수출 유망품목 및 기대품목을 선정하여 중장기적 관점에서의 수출 확대 방안 마련

- (유망품목) 현재 한국산 농식품 중 현지 시장에서의 인지도와 비중이 높고 수입 규모가 증가하고 있는 품목으로, 향후 지속적인 수출이 기대되는 품목을 선정하여 중점적으로 관리
  - 인스턴트 면류(라면)의 경우 ▲가격경쟁력 확보 ▲제품의 현지화 및 차별화 ▲수입 규정 준수 등을 통해 시장 확대가 가능할 것으로 보이며, 소스류의 경우 ▲현지 식문화에 어울리는 레시피 제공 ▲제품 스펙트럼 확대 ▲유통채널 확대 등을 통해 시장 확대가 가능할 것으로 전망
- (기대품목) 현재 한국산의 비중은 높지 않으나, 현지 식품 소비 동향으로 미루어보아 향후 시장 확대 가능성이 존재하는 품목으로, 수출 전략 품목으로의 육성이 필요
  - 김치의 경우 프랑스 내 발효식품이 인기를 끌며 향후 지속적인 관심이 기대되는 품목이므로 인지도 제고를 위한 적극적인 홍보와 현지 소비자 입맛에 맞는 제품 개발로 수출 전략 품목으로 육성 가능
  - 유자차는 건강 및 기능성 음료 수요에 부합하는 품목으로, 쉽고 간편한 소비가 가능한 캔 음료 형태의 제품을 출시하여 현지 시장 진출 가능성 존재



유럽

# 목 일



I. 식품시장 소비트렌드	164
II. 품목 심층조사	167
III. 진출전략	205

# I 식품시장 소비트렌드

## ■ 코로나19 여파가 지속되며 건강을 지향하는 식품 소비 트렌드가 지속

- 특히 면역력 증강을 위한 장 건강이 중요시되면서 프로바이오틱스를 풍부하게 함유한 제품의 선호도가 증가
  - 프로바이오틱스는 장 내 미생물총의 균형을 유지하는 데 좋아 장 건강에 좋은 영향을 줌으로써 면역력 유지에 도움을 주는 것으로 알려져 독일 소비자들의 관심이 증가
  - Statista에 따르면, 2021년 기준 14세 이상의 독일인 중 약 1,354만 명<sup>1)</sup>이 한 달에 한 번 이상 프로바이오틱스 유제품을 섭취했고, 이 중 약 551만 명(40.7%)이 일주일에 한 번 이상 프로바이오틱스 유제품을 섭취하는 것으로 나타남
  - 유제품 외에도 프로바이오틱스를 풍부하게 함유한 독일 전통 발효 식품인 사우어크라우트(sauerkraut)<sup>2)</sup>뿐만 아니라 한국의 된장과 같이 세계 각지의 발효 식품에 대한 독일 소비자들의 관심이 확대되는 추세
- 건강에 대한 관심이 높아지면서 무알코올 및 저알코올 주류를 선호하는 소비자들이 늘어남
  - Statista에 따르면 2021년 기준 독일의 1인당 무알코올 음료 판매량은 341.58ℓ로 미국(436.81ℓ), 멕시코(400.8ℓ)에 이어 세계 3위를 차지하였고, 독일 소비자의 무알코올 음료에 대한 지출은 2,349억 유로(한화 약 315조 5,200억 원)로, 전년 대비 3%, 최근 5년간 연평균 5% 증가

## ■ 지속가능한 환경보전을 위해 식품 소비 시 발생하는 환경적 영향을 줄이기 위한 다양한 트렌드가 발생

- 지속가능한 식생활을 지향하는 소비자가 증가하면서 대체육류 및 유제품에 대한 선호 증가

1) 2020년 기준 14세 이상 독일 인구는 총 7,241만 명으로, 프로바이오틱스 유제품을 한 달에 한 번 이상 소비하는 독일 소비자는 전체 인구의 약 18.7% 차지  
 2) 잘게 썬 양배추를 발효시켜 만든 시큼한 맛이 나는 독일식 양배추 절임으로, 우리나라의 김치와 같이 채소를 발효시켜 만드는 음식

- Proveg International의 조사에 따르면, 독일 인구의 절반 이상이 2021년 한 해 육류 소비를 줄였고, 3분의 1은 향후 6개월 내 우유, 요구르트, 치즈 등 유제품의 소비를 줄일 예정인 것으로 나타남
- 독일 소비자들은 배양육, 마이코프로테인(mycoprotein<sup>3</sup>) 등 새로운 생산방식을 통한 식품 소비에도 거부감이 비교적 적은 편이며, 따라서 향후 관련 시장의 확대가 전망됨
- 식품 소비 시 발생하는 환경적 영향을 줄이기 위한 제로 웨이스트(zero waste) 소비 트렌드 발생
  - 독일 내 소비자들은 환경에 지속적으로 피해를 야기하는 포장 폐기물을 줄이기 위해 과도하게 포장된 식품의 소비를 지양하고 있으며, 더 나아가 베이커리, 카페, 레스토랑 등에서도 식재료 폐기량을 줄이기 위해 남은 제품을 할인된 가격으로 판매하는 등의 노력을 이어가고 있음

■ 독일 내 아시아 식품에 대한 선호도는 독일 식품, 이탈리아 식품 다음으로 높으며, 중국, 일본, 베트남, 태국, 한국 음식이 유명

- 독일의 주요 도시<sup>4</sup>)에 아시안 전문 레스토랑이 증가하는 추세로, 중국, 일본, 베트남, 태국 등 다양한 아시안 메뉴가 판매
  - 중국식 국수, 일본식 데리야끼, 나시고랭, 춘권, 초밥, 라멘 등 다양한 아시아식 메뉴가 현지에서 인기를 끌고 있음
  - Statista의 조사에 따르면 독일 내 가장 인기 있는 아시아 음식은 볶음밥과 볶음면, 카레, 초밥 등인 것으로 나타남

| 독일에서 인기 있는 아시안 메뉴 |

		
<p>중국식 볶음면</p>	<p>태국식 카레</p>	<p>일본식 초밥</p>

출처: bofrost, FoodieBerlin

3) 진균류(Fusarium venenatum)에서 생산되는 단백질의 일종으로 육류 대체품의 원재료로 사용

4) 함부르크, 베를린, 뒤셀도르프 등

- 독일 내 아시아 식품은 맛이 좋고 건강한 이미지로 주로 젊은 층을 대상으로 인기가 있음
  - 독일 통계청에 따르면 아시아 식품을 가장 좋아하는 독일 소비자의 연령대는 30세 이상 44세 미만으로, 이들 소비자 중 아시아 식품을 ‘매우 좋아한다’고 응답한 비중은 18%에 달해 다른 연령층 대비 높은 수준을 보임
  - 또한 18세 미만의 자녀가 있는 가정에서의 아시안 레스토랑 방문률이 그렇지 않은 가정보다 6% 더 높음

■ 코로나19 이후 건강 및 면역에 대한 수요 증가와 더불어 한류의 영향으로 한국 식품에 대한 수요도 증가 추세

- 김치, 김, 비빔밥과 같은 한식은 신선하고 건강한 재료로 만들어지는 메뉴라는 인식으로 건강과 면역을 중시하는 식품 소비 트렌드에 부합하며 인기 증가
  - 또한 코로나19의 장기화로 가정 내 조리 수요가 증가하며 새로운 레시피에 대한 소비자의 관심이 높아진 것 역시 한식 수요 증가에 기여
- K-콘텐츠의 확산으로 한국의 식문화가 전파되며 한국 식품에 대한 인지도 제고
  - 독일 내 아시아 식품 수입업체인 Kreyenhop & Kluge에 따르면 독일 내 한국 식품 판매량은 매년 20% 이상 증가하였으며, 이에 따라 독일 내 유명 유통채널에서는 주요 한식 레시피를 홈페이지에 소개하기도 함

독일 유통채널에서 소개한 한식 레시피

		
<p><b>Kimchi</b> Kimchi gilt als koreanisches Nationalgericht – und wird auch im Westen immer beliebter. Kein Wunder: Der fermentierte Chinakohl ist ein würziges Geschmackserlebnis der besonderen Art. Mit unserem Rezept machen Sie Kimchi einfach selbst.</p>	<p><b>Bibimbap</b> So genießen die Koreaner "Fastfood": Die leckere Gemüse-Hackfleisch-Bowl nach unserem Bibimbap-Rezept bereiten Sie mit Karotten, Bohnen, Pilzen sowie Rinderhack zu und krönen sie mit einem Spiegelei. Sogar Kimchi, Koreas berühmtes fermentiertes Gemüse, ist dabei.</p>	<p><b>Ssam</b> Die ganze Welt der koranischen Aromen in einem Salatblatt: Mit dem Ssam-Rezept bereiten Sie diesen Klassiker aus Korea einfach zu. Auch sonst hat die Küche des ostasiatischen Landes einiges zu bieten: Jal mokgesseumnida (Guten Appetit)!</p>
<p>김치 레시피</p>	<p>비빔밥 레시피</p>	<p>쌈 레시피</p>

출처: www.edeka.de

# II 품목 심층조사

## ① 수출 주력품목

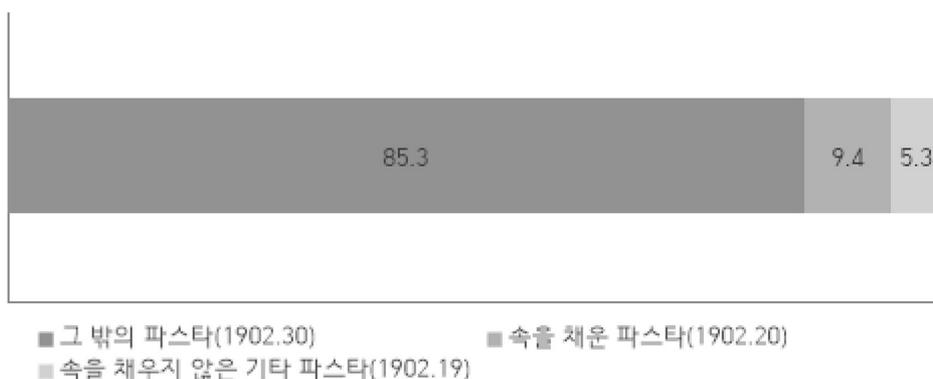
### 가. 한국산 수입 상위 품목

■ 2021년 독일의 한국산 농식품 수입액은 8,626만 6,000달러(한화 약 1,133억 2,764만 원)로 전년 대비 44.1% 증가

- 이 중 수입 상위 10개 품목의 비중이 전체 수입액의 85.5%를 차지하는 7,374만 2,000달러(한화 약 968억 7,487만 원)로 집계
- (파스타) 2021년 수입액은 전년 대비 44.5% 증가한 2,460만 1,000달러(한화 약 323억 1,341만 원)로 집계
  - 이 중 인스턴트 면류, 라면 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’의 비중이 85.3%로 나타나며, 만두 등 ‘속을 채운 파스타(1902.20)’와 스파게티, 마카로니 등 ‘속을 채우지 않은 그 밖의 파스타(1902.19)’의 비중은 각각 9.4%와 5.3%로 집계

파스타 세부 품목별 비중

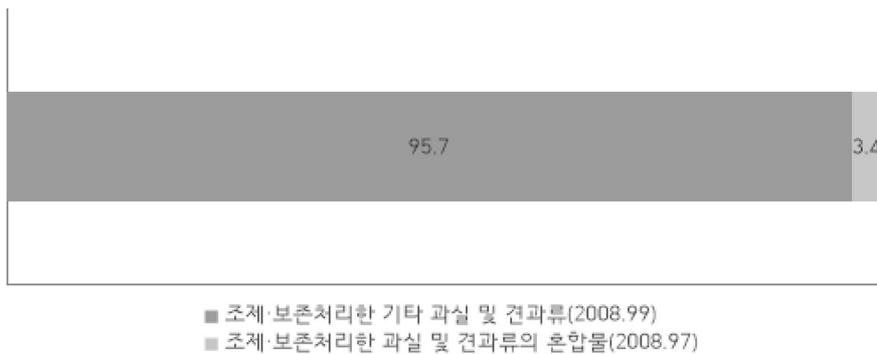
(단위: %)



- (조제·보존처리한 과실 및 견과류) 전년 대비 74.6% 증가한 1,627만 3,000달러(한화 약 213억 7,458만 원) 규모로 수입
  - 생강, 포도, 열대과일 등의 조제품을 포함하는 ‘조제·보존처리한 기타 과실 및 견과류(2008.99)<sup>5)</sup>의 비중이 전체의 95.7%에 달함
  - 과실카테일, 과실 샐러드 등 ‘조제·보존처리한 과실 및 견과류의 혼합물(2008.97)<sup>6)</sup>의 비중은 3.4%로 집계

■ 조제·보존처리한 과실 및 견과류 세부 품목별 비중 ■

(단위: %)



- (기타 채소류) 수입액은 753만 달러(한화 약 98억 8,614만 원)로 전년 대비 44.7% 증가
  - 영지버섯, 느타리버섯 등 ‘신선·냉장 기타 버섯류(0709.59)<sup>7)</sup>의 비중이 97.2%로 대부분을 차지하며, 양송이버섯 등 ‘아가리쿠스 속의 버섯(0709.51)<sup>8)</sup>의 비중이 2.1%로 나타남

■ 기타 채소류 세부 품목별 비중 ■

(단위: %)



5) 생강, 포도, 열대과일, 무화과, 자두와 푸룬, 수박, 덩굴 식물 잎, 식용 해초류 등을 포함

6) 과실 카테일, 과실 샐러드 등이 포함

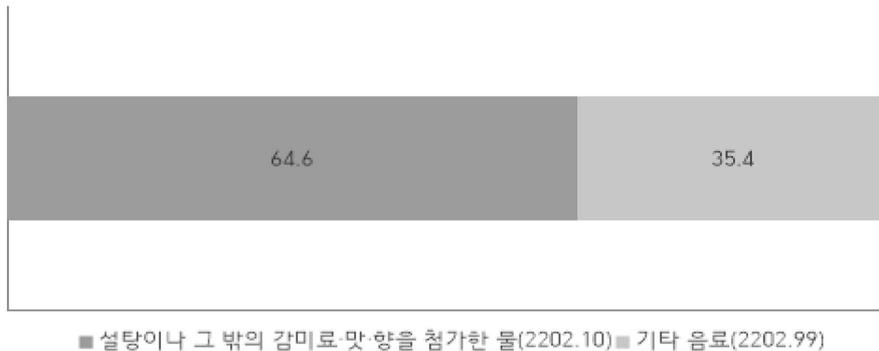
7) 영지버섯, 느타리버섯, 큰느타리버섯, 팽이버섯 등을 포함

8) 양송이버섯, 기타 아가리쿠스속의 버섯을 포함

- (음료류) 전년 대비 49.2% 증가한 625만 4,000달러(한화 약 82억 1,088억 원) 수입
  - ‘설탕이나 그 밖의 감미료·맛·향을 첨가한 물(2202.10)’의 수입 비중이 64.6%로 나타났고, 이 외 인삼음료, 과일주스 등 ‘기타 음료(2202.99)’<sup>9)</sup>의 비중은 35.4%로 집계

■ 음료류 세부 품목별 비중 ■

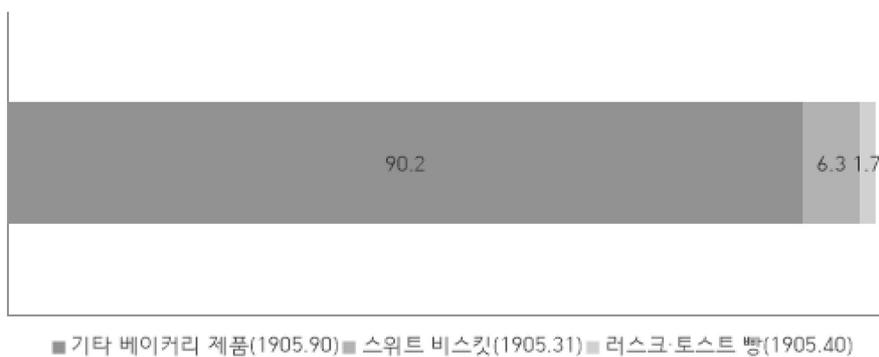
(단위: %)



- (베이커리류) 수입액은 428만 2,000달러(한화 약 56억 2,184만 원)로 전년 대비 49.1% 증가
  - 빵, 건빵 등 ‘기타 베이커리 제품(1905.90)<sup>10)</sup>’의 비중이 90.2%로 가장 높고, ‘스위트 비스킷(1905.31)’과 ‘러스크·토스트 빵(1905.40)’의 비중이 각각 6.3%와 1.7%로 나타남

■ 베이커리류 세부 품목별 비중 ■

(단위: %)



9) 인삼음료, 과일주스, 식혜 등이 포함

10) 빵, 건빵, 페이스트리와 케이크, 비스킷, 쿠키, 크래커, 쌀과자, 라이스페이퍼 등이 포함

■ 독일 내 젊은 소비자를 중심으로 한국 문화에 대한 관심이 증가하며 한국 식품 수요가 늘어남에 따라 독일의 한국산 농식품 수입 규모가 지속적으로 증가

■ 한국산 농식품 수입 상위품목(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분		HS Code	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
품목명										
한국산 농식품 전체*			34,861	39,442	45,030	59,879	86,266	100.0	44.1	25.4
상위 10개 품목 합계			25,274	30,762	34,322	49,846	73,742	85.5	47.9	30.7
1	파스타	1902	7,040	9,935	12,144	17,027	24,601	33.4	44.5	36.7
2	조제·보존처리한 과실 및 견과류	2008	7,363	8,722	7,122	9,319	16,273	22.1	74.6	21.9
3	기타 채소류 (신선·냉장)	0709	2,651	2,514	2,875	5,203	7,530	10.2	44.7	29.8
4	설탕·감미료·맛·향을 첨가한 물(음료류)	2202	621	787	1,414	4,191	6,254	8.5	49.2	78.1
5	베이커리류	1905	2,026	2,232	2,209	2,872	4,282	5.8	49.1	20.6
6	소스류	2103	1,676	1,906	2,064	3,269	4,012	5.4	22.7	24.4
7	기타 조제식료품	2106	1,666	1,880	3,192	3,936	3,664	5.0	-6.9	21.8
8	조제·보존처리한 채소류 (냉동하지 않은 것)	2005	648	968	1,077	1,618	2,733	3.7	68.9	43.3
9	맥아추출물 및 그 조제식료품	1901	465	609	869	1,011	2,203	3.0	117.9	47.5
10	로커스트콩·해초류 및 기타 조류·사탕무와 사탕수수 등	1212	1,118	1,209	1,356	1,400	2,190	3.0	56.4	18.3

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

주3: 한국산 농식품 전체: 해당 국가의 한국산 수입품목 중 HS Code 기준 02~22류(03류/05류 제외)의 합

(참고1) HS Code 03류: 어류, 갑각류, 연체동물과 그 밖의 수생 무척추동물

(참고2) HS Code 05류: 다른 류로 분류되지 않은 동물성 생산품(머리카락, 모(毛) 등)

주4: 수입 상위 10위 품목 중 조제·보존처리한 어류·캐비어·어란으로 조제한 캐비어 대용물(HS Code 1604)은 수산물에 해당하므로 순위에서 제외

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

## 나. 한국산 주요 품목

### (1) 김치류<sup>11)</sup>

■ 2021년 김치류가 포함된 ‘조제·보존처리한 채소류(2005.99)’ 수입액은 3억 5,322만 달러(한화 약 4,636억 원)로 전년 대비 0.7% 감소

- ‘조제·보존처리한 채소류(2005.99)’ 중 김치가 포함된 ‘기타 채소류(2005.99-80)’의 비중은 48.4%로, 2017년 이후 최근 5년간 수입액은 보합세(0.1% 증가)

#### ■ 김치 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
조제·보존처리한 채소류 (HS Code 2005.99)	272,267	293,485	296,109	355,866	353,224	100.0	△0.7	4.7
- 파프리카 및 - 캡시컴속의 과일 (HS Code 2005.99-10)	19,819	20,448	17,974	21,503	26,787	7.6	24.6	7.0
- 서양풍조목 (HS Code 2005.99-20)	1,468	1,681	1,648	1,632	2,343	0.7	43.6	8.7
- 글로브 아티초크 (HS Code 2005.99-30)	21,800	25,665	21,243	20,229	23,252	6.6	14.9	△2.4
- 채소류의 혼합물 (HS Code 2005.99-50)	124,716	124,030	115,635	131,753	121,052	34.3	△8.1	△0.6
- 사우어크라우트 (HS Code 2005.99-60)	3,471	3,632	4,831	5,308	6,246	1.8	17.7	14.5
- 기타 (HS Code 2005.99-80)	<b>100,701</b>	<b>118,029</b>	<b>134,778</b>	<b>175,441</b>	<b>170,935</b>	<b>48.4</b>	<b>△2.6</b>	<b>0.1</b>

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 김치를 포함한 ‘조제·보존처리한 기타 채소류(2005.99-80)’의 주요 수입국은 네덜란드(21.9%), 프랑스(14.9%) 등이며, 한국산의 수입은 전년 대비 69.9% 증가
  - 네덜란드산 ‘조제·보존처리한 채소류 기타(2005.99-80)’ 수입액은 7,744만 3,000달러(한화 약 1,016억 4,394만 원)로 전년 대비 1.3% 증가한 반면, 프랑스산 수입액은 5,270만 6,000달러(한화 약 691억 7,623만 원)로 전년 대비 9.1% 감소
  - 한국산 ‘조제·보존처리한 채소류 기타(2005.99-80)’ 수입액은 267만 8,000달러(한화 약 35억 1,488만 원)로 집계

11) HS Code 2005.99(조제·보존처리한 채소 기타) 기준

■ 김치 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
조제·보존처리한 채소류 기타(HS Code 2005.99-80)	272,267	293,485	296,109	355,866	353,224	100.0	△0.7	4.7	
1	네덜란드	49,228	50,410	59,366	76,462	77,443	21.9	1.3	11.3
2	프랑스	39,285	38,433	45,480	57,988	52,706	14.9	△9.1	8.2
3	이탈리아	24,876	34,743	30,229	33,918	34,442	9.8	1.5	△0.2
4	터키	26,722	27,117	24,011	30,222	28,204	8.0	△6.7	1.0
5	폴란드	8,010	11,495	14,421	28,092	25,688	7.3	△8.6	22.3
⋮									
18	대한민국	642	941	1,062	1,576	2,678	0.8	69.9	0.3

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 김치를 포함한 ‘조제·보존처리한 기타 채소류(2005.99-80)’의 2021년 평균 수입단가는 2.07달러(한화 약 2,717원)/kg로 전년 대비 6.0% 증가

- 주요 수입국인 네덜란드와 프랑스산 수입액은 각각 1.86달러(한화 약 2,441원)/kg, 2.07달러(한화 약 2,717원)/kg로 집계
- 한국산 수입단가는 5.19달러(한화 약 6,812원)/kg로 평균 수입단가 대비 약 2배 이상 비싼 수준

■ 김치 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
전 세계	1.882	1.989	1.941	1.954	2.072	6.0	1.0	
1	네덜란드	1.796	1.840	1.962	1.836	1.859	1.3	0.3
2	프랑스	1.454	1.621	1.650	1.883	2.069	9.9	6.3
3	이탈리아	2.820	3.464	3.146	2.301	2.567	11.6	△7.2
4	터키	1.679	1.589	1.513	1.621	1.615	△0.4	0.4
5	폴란드	1.431	1.734	1.886	2.634	2.475	△6.0	9.3
⋮								
18	대한민국	4.309	4.439	4.784	4.635	5.190	12.0	0.04

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 독일로 수입되는 김치는 ‘조제·보존처리한 채소류 기타(2005.99-80)’에 해당되어 기본세율 17.6%가 부과

- 다만 한국산 조제·보존처리한 채소류(김치 포함)는 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 무관세로 수입 가능

■ 김치 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	구분		기본세율	한-EU FTA 협정세율
	HS Code	품명		
조제·보존처리한 채소 기타	2005.99-10	파프리카 및 캡시컴속의 과일	6.4%	0%
	2005.99-20	서양풍조목	16.0%	0%
	2005.99-30	글로브 아티초크	17.6%	0%
	2005.99-50	채소류의 혼합물	17.6%	0%
	2005.99-60	사우어크라우트	16.0%	0%
	2005.99-80	기타	17.6%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 독일에서 유통되는 김치는 평균은 100g당 1.98유로(한화 약 2,659원) 수준에 판매

- (독일산) 평균 단가는 2.23유로(한화 약 2,995원)/100g로, 주로 유리병에 담겨 유통되며, 일부 독일산 김치는 포장에 비건 제품임을 강조하여 판매
- (수입산) 폴란드 및 영국에서 제조된 김치 제품이 평균 2.07유로(한화 약 2,780원)/100g에 판매
  - 독일에서 유통되는 수입산 김치는 제품명에 spicy, mild 등으로 맵기 강도를 표시하기도 함
- (한국산) 통조림 김치가 주를 이루며, 제품 단가는 약 1.63유로(한화 약 2,189원)/100g 수준
  - 독일에서 유통되는 한국산 김치는 배추김치 외에도 볶음 김치가 유통

독일에서 유통되는 김치 제품

사진			
제품명	Kimchi Vegan Mild im Glas frisch eingelegter Chinakohl für Veganer	Kultur-Kimchi vegan	
원산지	독일	독일	
제조사	Lee & No GmbH	fairment	
제품형태	유리병 포장	유리병 포장	
가격	€ 5.97 / 250g (한화 약 8,019원)	€ 6.90 / 330g (한화 약 9,268원)	
100g(mℓ) 당 단가	€ 2.38 / 100g (한화 약 3,197원)	€ 2.09 / 100g (한화 약 2,807원)	
사진			
제품명	Kimchi Classic Mild	KIMCHI DIETETYCZNE	Kimchi Spicy Karotte
원산지	폴란드	영국	폴란드
제조사	FABRYKA 111	Biogo	FABRYKA 111
제품형태	플라스틱 용기 포장	유리병 포장	유리병 포장
가격	€ 13.99 / 900g (한화 약 1만 8,791원)	€ 8.99 / 300g (한화 약 1만 2,075원)	€ 4.99 / 300g (한화 약 6,703원)
100g(mℓ) 당 단가	€ 1.55 / 100g (한화 약 2,082원)	€ 2.99 / 100g (한화 약 4,016원)	€ 1.66 / 100g (한화 약 2,230원)
사진			
제품명	Kimchi koreanisch eingelegter Kohl	Koreanisches Kimchi	Napa Kohl Kimchi KIM CHI
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제조사	호산	동원	Yoaxia
제품형태	통조림	통조림	통조림
가격	€ 4.89 / 320g (한화 약 6,568원)	€ 2.49 / 160g (한화 약 3,345원)	€ 2.89 / 160g (한화 약 3,882원)
100g(mℓ) 당 단가	€ 1.52 / 100g (한화 약 2,042원)	€ 1.55 / 100g (한화 약 2,082원)	€ 1.80 / 100g (한화 약 2,418원)

출처: amazon.de, kaufland.de

**(2) 소스류<sup>12)</sup>**

■ 2021년 소스류 수입액은 전년 대비 12.4% 증가한 8억 8,932만 달러(한화 약 1조 1,672억 원)로 집계

- 이 중 기타 소스류의 비중이 66.0%로 가장 높고, 뒤이어 토마토케첩(24.7%), 간장(6.7%), 겨자(2.5%) 순으로 나타남
  - ‘기타 소스류(2103.90)’ 수입액은 5억 8,731만 달러(한화 약 7,708억 4,438만 원)로 전년 대비 15.0% 증가
  - ‘토마토케첩(2103.20)’ 수입액은 2억 1,952만 달러(한화 약 2,881억 원)로 전년 대비 3.1% 증가하였으며, ‘간장(2103.90)’과 ‘겨자(2103.30)’ 수입액 역시 전년 대비 각각 30.5%, 2.1% 증가한 5,982만 6,000달러(한화 약 785억 2,163만 원), 2,266만 3,000달러(한화 약 297억 4,519만 원)로 집계

■ 소스류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
소스류 (HS Code 2103)	607,392	682,416	683,807	791,564	889,324	100.0	12.4	6.8
- 간장 (HS Code 2103.10)	33,581	36,744	37,618	45,838	59,826	6.7	30.5	13.0
- 토마토케첩 (HS Code 2103.20)	161,268	186,245	185,387	212,987	219,522	24.7	3.1	4.2
- 겨자 (HS Code 2103.30)	17,057	23,214	19,475	22,195	22,663	2.5	2.1	△0.6
- 기타 (HS Code 2103.90)	395,486	436,213	441,327	510,544	587,313	66.0	15.0	7.7

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률  
 주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률  
 출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 소스류 주요 수입국은 이탈리아(21.1%)로 나타나며, 이 외에도 네덜란드(6.3%), 폴란드(5.3%), 스위스(4.9%), 태국(4.7%) 등에서 수입
  - 한국산 소스류의 2021년 수입액은 전년 대비 22.7% 증가한 401만 2,000달러(한화 약 52억 6,575만 원)로 집계

12) HS Code 2103(소스류) 기준

■ 소스류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
소스류 (HS Code 2103)	607,392	682,416	683,807	791,564	889,324	100.0	12.4	6.8	
1	이탈리아	154,844	182,232	189,321	233,994	252,794	21.1	8.0	8.5
2	네덜란드	126,975	154,812	133,081	152,160	187,282	6.3	23.1	4.9
3	폴란드	40,513	41,562	47,021	52,840	56,223	5.3	6.4	7.8
4	스위스	48,854	50,965	48,699	47,832	47,154	4.9	△1.4	△1.9
5	태국	24,145	26,576	27,960	30,518	43,704	4.7	43.2	13.2
⋮									
20	대한민국	1,676	1,906	2,064	3,269	4,012	0.4	22.7	0.2

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 2021년 평균 수입단가는 2.39달러(한화 약 3,137원)/kg로 전년 대비 9.0% 증가

- 주요 수입국인 이탈리아산 소스류의 수입단가는 2.6달러(한화 약 3,413원)/kg로 집계
  - 수입 상위 5위국 중 스위스산 소스류 수입단가가 5.05달러(한화 약 6,628원)/kg으로 가장 고가에 수입
- 한국산 소스류 수입액은 3.05달러(한화 약 4,003원)/kg로 평균 수입단가보다 높은 수준으로 유통

■ 소스류 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
소스류 (HS Code 2103)	2.055	2.152	2.051	2.190	2.387	9.0	2.6	
1	이탈리아	2.340	2.516	2.295	2.451	2.595	5.9	0.8
2	네덜란드	1.542	1.628	1.610	1.728	1.861	7.7	3.4
3	폴란드	1.503	1.538	1.376	1.455	1.664	14.4	2.0
4	스위스	4.440	4.487	4.542	4.404	5.045	14.6	3.0
5	태국	1.903	2.140	2.130	2.393	2.732	14.2	6.3
⋮								
20	대한민국	2.092	2.095	2.154	2.530	3.049	20.5	0.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 독일로 수입되는 소스류에는 품목에 따라 상이한 관세율 부과

- 수입 비중이 가장 높은 기타 소스류의 기본세율은 최소 0%에서 최대 7.7%이며, 간장 7.7%, 토마토케첩 10.2%, 겨자 0~9.0%의 기본세율 부과
- 다만 한국산 소스류에는 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 전 품목 무관세로 수입 가능

■ 소스류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	HS Code	구분	기본세율	한-EU FTA 협정세율
		품명		
소스류	2103.10-0000	간장	7.7%	0%
	2103.20-0000	토마토케첩	10.2%	0%
	2103.30-1000	겨자의 고운 가루, 거친 가루	0%	0%
	2103.30-9010	조제한 겨자(당 첨가물 5% 미만)	9.0%	0%
	2103.30-9090	조제한 겨자(당 첨가물 5% 이상)	9.0%	0%
	2103.90-1000	기타(액체성 망고 처트니)	0%	0%
	2103.90-3000	기타(1.5~6중량%의 용담, 향신료 및 다양한 성분과 4~10%의 설탕을 함유한 알코올 농도 44.2~49.2%의 아로마 쓴맛을 0.5리터 이하의 용기에 담은 것)	0%	0%
	2103.90-9011	기타(건조한 중량 50%에 의해 포함하는 혼합물에서 또는 수용액에서 모노소듐 글루타메이트 또는 모노소듐 글루타메이트의 그 이상)	7.7%	0%
	2103.90-9019	기타(기타)	7.7%	0%
	2103.90-9081	기타(건조한 중량 50 %에 의해 포함하는 혼합물에서 또는 수용액에서 모노소듐 글루타메이트 또는 모노소듐 글루타메이트의 그 이상)	7.7%	0%
	2103.90-9089	기타(기타)	7.7%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 파스타 소스 외에도 스테이크 소스, 간장, 디핑소스<sup>13)</sup> 등 다양한 소스 제품이 유통되며, 한국산 소스는 주로 전통 장류 위주로 판매

- (독일산) 주로 플라스틱 통·유리병에 포장된 파스타용 소스가 약 3.59유로(한화 약 4,822원)/100g에 판매
  - 독일산 소스는 비건, 글루텐프리, 무방부제, 무설탕 등 건강과 관련한 식품 특성을 강조하기도 함
- (수입산) 미국, 인도네시아, 태국 등 다양한 국가에서 수입된 소스류가 평균 3.00유로(한화 약 4,029원)/100ml로 판매

13) '찍다(dipping)'에서 유래한 것으로 다양한 음식을 찍어 먹을 수 있는 소스를 의미

- (한국산) 고추장, 쌈장과 같은 전통 장류가 주로 플라스틱 용기에 담겨 약 4.57유로(한화 약 6,138원)/100g 수준으로 판매
  - 온라인 플랫폼 내 구매후기를 살펴본 결과 고추장은 주로 한국 요리를 만들기 위해 구매되는 것으로 나타나며, ‘맛있다’, ‘다른 사람에게도 추천할 수 있다’와 같이 긍정적인 평가가 주를 이룸

독일에서 유통되는 소스 제품

사진			
제품명	Dose Rahm Soße	Sauer Fertigsauce	Süß Sauer Geschmack ohne Zuckerzusatz
원산지	독일	독일	독일
제품형태	플라스틱 용기 포장	유리병 용기 포장	유리병 용기 포장
가격	€ 19.95 / 238g (한화 약 2만 6,831원)	€ 4.29 / 325ml (한화 약 5,768원)	€ 2.98 / 395g (한화 약 4,006원)
100g(mℓ) 당 단가	€ 8.67 / 100g (한화 약 1만 1,657원)	€ 1.34 / 100g (한화 약 1,801원)	€ 0.76 / 100g (한화 약 1,021원)
사진			
제품명	Maple Chipotle Grille Sauce	Coco Aminos Würzsauce	Hoi Sin Sauce
원산지	미국	인도네시아	태국
제품형태	유리병 포장	유리병 포장	유리병 포장
가격	€ 15.95 / 330ml (한화 약 2만 1,445원)	€ 14.85 / 500ml (한화 약 1만 9,966원)	€ 5.50 / 455ml (한화 약 7,394원)
100g(mℓ) 당 단가	€ 4.83 / 100g (한화 약 6,494원)	€ 2.97 / 100g (한화 약 3,993원)	€ 1.22 / 100g (한화 약 1,640원)
사진			
제품명	Gochujang Scharfe Rote Pfefferpaste	Korean Soybean Paste Mixed with Red Pepper Paste Ssamjang	JIN S Sojasauce
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품형태	플라스틱 용기 포장	플라스틱 용기 포장	플라스틱 병 포장
가격	€ 6.99 / 500g (한화 약 9,398원)	€ 19.99 / 170g (한화 약 2만 6,877원)	€ 2.89 / 500ml (한화 약 3,886원)
100g(mℓ) 당 단가	€ 1.39 / 100g (한화 약 1,869원)	€ 11.75 / 100g (한화 약 1만 5,798원)	€ 0.58 / 100g (한화 약 779원)

출처: amazon.de, kaufland.de

### (3) 음료류<sup>14)</sup>

■ 2021년 음료류 수입액은 31억 6,782만 달러(한화 약 4조 1,546억 원)로 전년 대비 12.2% 증가

- 음료 수입은 크게 ‘음료류(2202)’와 ‘과실주스(2009)’로 구분
  - ‘음료류(2202)’ 수입액은 전년 대비 28.1% 증가한 18억 2,810만 달러(한화 약 2조 3,976억 원)로 전체 음료 수입액 중 57.7% 차지
  - ‘과실주스(2209)’ 수입액은 전년 대비 4.0% 감소한 13억 3,973만 달러(한화 약 1조 7,577억 원)로 전체 음료 수입액의 42.3% 차지

#### ■ 음료류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
음료류 계	2,598,732	2,940,280	2,755,168	2,822,996	3,167,820	100.0	12.2	1.9
음료류 (HS Code 2202)	1,073,584	1,251,882	1,343,001	1,427,345	1,828,095	57.7	28.1	9.9
과실주스 (HS Code 2009)	1,525,148	1,688,398	1,412,167	1,395,651	1,339,725	42.3	△4.0	△5.6

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률  
 주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률  
 출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 오스트리아, 스위스, 네덜란드, 브라질 등에서 수입되며, 한국산 음료류 및 과실주스 수입 규모는 전년 대비 크게 증가
  - ‘음료류(2202)’의 주요 수입국은 오스트리아(44.9%)로 나타나며, 한국산 음료류는 전년 대비 49.2% 증가한 625만 4,000달러(한화 약 82억 525만 원)로 집계
  - ‘과실주스(2209)’의 주요 수입국은 브라질(25.7%), 네덜란드(16.5%), 폴란드(14.9%) 등이며, 한국산 과실주스 수입액은 전년 대비 167.8% 증가한 38만 3,000달러(한화 약 5억 250만 원)로 집계

14) HS Code 2202(설탕, 감미료, 맛, 향을 첨가한 물) + 2009(과실·견과류·채소주스) 기준

음료류 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
음료류 (HS Code 2202)	1,073,584	1,251,882	1,343,001	1,427,345	1,828,095	100.0	28.1	9.9
1 오스트리아	405,828	490,221	542,944	635,447	821,139	44.9	29.2	13.8
2 스위스	64,467	71,094	70,551	73,180	184,442	10.1	152.0	26.9
3 네덜란드	156,543	133,606	121,849	125,017	141,428	7.7	13.1	1.4
4 프랑스	90,984	107,914	106,945	115,874	103,523	5.7	△10.7	△1.0
5 벨기에	57,895	51,939	64,686	84,618	102,998	5.6	21.7	18.7
⋮								
16 대한민국	621	787	1,414	4,191	6,254	0.3	49.2	0.7

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

주스류 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
과실주스 (HS Code 2009)	1,525,148	1,688,398	1,412,167	1,395,651	1,339,725	100.0	△4.0	△5.6
1 브라질	406,277	417,116	365,366	322,639	344,489	25.7	6.8	△4.7
2 네덜란드	348,774	365,187	317,448	312,710	221,105	16.5	△29.3	△11.8
3 폴란드	165,127	229,452	158,582	192,509	199,964	14.9	3.9	-3.4
4 오스트리아	118,272	148,271	126,269	115,680	125,716	9.4	8.7	△4.0
5 이탈리아	148,253	156,867	128,033	121,603	115,954	8.7	△4.6	△7.3
⋮								
48 대한민국	64	29	112	143	383	0.03	167.8	0.9

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

2021년 독일로 수입되는 음료의 평균 단가는 0.7달러(한화 약 918원)/kg로 집계

- ‘음료류(2202)’의 평균 수입단가는 0.11달러(한화 약 144원)/kg
  - 주요 수입국인 오스트리아산 음료류 수입단가는 1.469달러(한화 약 1,916원)/kg로 확인되며, 수입 상위 5개국 중 스위스산 음료류 수입단가가 2.456달러(한화 약 3,203원)/kg로 가장 고가에 수입

- 한국산 음료류는 전년 대비 11.9% 증가한 1.402달러(한화 약 1,828원)/kg로 평균 수입단가 대비 높은 가격에 수입

■ 음료류 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
음료류 (HS Code 2202)	0.865	0.944	0.921	0.990	0.106	△89.2	△42.0
1 오스트리아	1.150	1.217	1.156	1.260	1.469	16.6	4.8
2 스위스	2.314	2.361	2.258	2.325	2.456	5.6	1.0
3 네덜란드	1.088	1.221	1.158	1.333	1.407	5.6	3.6
4 프랑스	0.389	0.434	0.438	0.440	0.414	△5.9	△1.2
5 벨기에	0.874	1.020	0.852	0.809	0.836	3.3	△4.9
⋮							
16 대한민국	0.803	0.992	1.021	1.253	1.402	11.9	0.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- ‘과실주스(2009)’의 평균 수입단가는 1.23달러(한화 약 1,614원)/kg
  - 주요 수입국인 브라질산 과실주스 수입단가는 1.1달러(한화 약 1,443원)/kg로 집계되며, 이탈리아를 제외한 수입 상위 5개국 모두 평균 수입단가와 유사한 수준
  - 한국산 과실주스 수입단가는 전년 대비 18.3% 하락한 6.5달러(한화 약 8,528원)/kg로 평균 수입단가 대비 약 5배가량 높은 수준으로 가격 형성

■ 주스류 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
과실주스 (HS Code 2009)	1.289	1.321	1.185	1.182	1.230	4.1	△1.8
1 브라질	1.668	1.516	1.454	1.118	1.101	△1.5	△7.7
2 네덜란드	1.242	1.219	1.136	1.237	1.272	2.8	1.1
3 폴란드	1.099	1.181	0.912	1.093	1.210	10.7	0.6
4 오스트리아	1.163	1.367	1.098	1.169	1.243	6.3	△2.3
5 이탈리아	0.832	1.058	0.842	0.877	0.835	△4.8	△5.7
⋮							
48 대한민국	5.333	3.222	4.308	7.944	6.492	△18.3	0.2

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 독일로 수입되는 음료 제품은 유형에 따라 관세율이 상이하게 적용

- 음료류의 기본세율은 최소 5.4%에서 최대 9.6% 수준이며, 과실주스의 기본세율은 품목 및 유형에 따라 각각 다르게 적용되나 통상 10.5~33.6% 수준 내외로 적용
- 한국산 음료류와 과실주스는 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 무관세로 수입 가능

■ 음료류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	구분		기본세율	한-EU FTA 협정세율
	HS Code	품명		
음료류	2202.10	음료류	9.6%	0%
	2202.91	무알코올 맥주	9.6%	0%
	2202.99	음료류 기타	5.4~9.6%	0%
과실주스	2009.11	오렌지주스(냉동)	15.2~33.6%	0%
	2009.12	오렌지주스(20bx 이하)	12.2%	0%
	2009.19	오렌지주스(기타)	12.2~33.6%	0%
	2009.21	자몽(포멜로)주스(20bx 이하)	12.0%	0%
	2009.29	자몽(포멜로)주스(67bx 초과)	12.0~33.6%	0%
	2009.31	기타 감귤주스(20bx 이하)	14.4~15.2%	0%
	2009.39	기타 감귤주스(67bx 초과)	14.4~33.6%	0%
	2009.41	파인애플주스(20bx 이하)	15.2~16.0%	0%
	2009.49	파인애플주스(67bx 초과)	15.2~33.36%	0%
	2009.50	토마토주스	16.0~16.8%	0%
	2009.61	포도주스(30bx 이하)	22.4%	0%
	2009.69	포도주스(67bx 초과)	22.4~40.0%	0%
	2009.71	사과주스(20bx 이하)	18.0%	0%
	2009.79	사과주스(67bx 초과)	18.0~30.0%	0%
	2009.81	크랜베리 주스	14.0~33.6%	0%
	2009.89	기타 단일 과일/견과류/채소 주스	10.5~33.6%	0%
2009.90	혼합 주스	15.2~33.6%	0%	

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 독일에서는 탄산음료, 과일음료 등이 100ml당 평균 0.42유로(한화 약 565원)에 판매

- (독일산) 판매 단가는 약 0.28유로(한화 약 376원)/100ml로 탄산음료의 비중이 높은 편
  - 제품 가격에 보증금을 포함하여 판매한 뒤 용기를 음료 판매점에 반납하면 보증금을 돌려주거나, 재활용 페트병을 음료 용기로 사용하는 등 친환경을 지향하는 음료 제품이 유통
- (수입산) 호주, 일본, 네덜란드 등에서 수입된 음료류(과일주스, 탄산음료 등)가 0.44유로(한화 약 592원)/100ml에 판매

- 수입산 음료는 캔, 페트, 유리, 종이 등 비교적 다양한 포장재의 제품으로 구성
- (한국산) 주로 과일 음료가 유통되며, 평균 0.54유로(한화 약 726원)/100ml에 판매
- 이 중에서도 알로에 맛 음료가 다수 판매되고 있음

독일에서 유통되는 음료 제품

사진			
제품명	Schwip Schwap ohne Zucker	Deit Tropische Früchte MEHRWEG	Flötzingler Cola Mix Dose
원산지	독일	독일	독일
제품형태	탄산음료	탄산음료	탄산음료
가격	€ 5.94 / 1.5ℓ (한화 약 7,987원)	€ 1.46 / 1ℓ (한화 약 1,936원)	€ 24.99 / 330ml(24개입) (한화 약 3만 3,604원)
100g(ml) 당 단가	€ 0.39 / 100g (한화 약 524원)	€ 0.14 / 100g (한화 약 188원)	€ 0.31 / 100g (한화 약 417원)
사진			
제품명	Abhilfe RAW Kombucha Tee Gemischt Fal	Mogu mogu fruchtiger Drink mit	Maaza Soursop Guanabana Fruchtsaft
원산지	호주	일본	네덜란드
제품형태	발효 음료	과일음료	과일음료
가격	€ 28.95 / 250ml(24개입) (한화 약 3만 8,929원)	€ 9.99 / 320ml(6개입) (한화 약 1만 3,433원)	€ 3.25 / 1ℓ (한화 약 4,370원)
100g(ml) 당 단가	€ 0.48 / 100g (한화 약 645원)	€ 0.52 / 100g (한화 약 699원)	€ 0.32 / 100g (한화 약 430원)
사진			
제품명	Aloe Vera Drink	Birnensoft	CoolPeace soda Pfirsich
원산지	대한민국	대한민국	대한민국 (제조국 원산지 : 라트비아)
제품형태	과일음료	과일음료	과일음료
가격	€ 23.88 / 500ml(12개입) (한화 약 3만 2,111원)	€ 1.75 / 238ml (한화 약 2,353원)	€ 1.61 / 340ml (한화 약 2,156원)
100g(ml) 당 단가	€ 0.39 / 100g (한화 약 524원)	€ 0.76 / 100g (한화 약 1,021원)	€ 0.47 / 100g (한화 약 632원)

출처: amazon.de, ebay.de, dawayo.de

**(4) 라면류<sup>15)</sup>**

■ 2021년 라면류가 포함된 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’ 수입액은 전년 대비 11.2% 증가한 2억 4,167만 달러(한화 약 3,168억 2,937만 원)로 집계

- 면류 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’ 수입액은 2017년 이후 최근 5년간 연평균 6.4% 증가

**그 밖의 파스타 수입현황(2017~2021)**

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	166,810	188,338	191,625	217,355	241,673	11.2	6.4

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 주요 수입국은 베트남(13.7%), 이탈리아(11.3%), 중국(9.8%), 오스트리아(9.7%), 한국(8.7%)으로 구성
  - 베트남산과 오스트리아산 수입액은 전년 대비 감소한 반면, 이탈리아, 중국, 한국산 수입액은 전년 대비 크게 증가
    - 한국산 수입액은 2,098만 1,000달러(한화 약 275억 609만 원)로 전년 대비 45.9% 증가

**그 밖의 파스타 수입현황(2017~2021)**

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	166,810	188,338	191,625	217,355	241,673	100.0	11.2	6.4
1 베트남	21,453	27,122	28,031	38,313	33,054	13.7	△13.7	5.1
2 이탈리아	33,443	29,616	22,186	22,699	27,245	11.3	20.0	△2.1
3 중국	17,089	15,524	17,380	17,437	23,774	9.8	36.3	11.2
4 오스트리아	17,644	18,287	17,610	22,327	21,931	9.1	△1.8	4.6
5 대한민국	5,456	7,892	9,850	14,383	20,981	8.7	45.9	27.7

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

15) HS Code 1902.30(인스턴트 면류) 기준

■ 2021년 면류 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’의 평균 수입단가는 2.50달러(한화 약 3,277원)/kg로 전년 대비 16.3% 증가

- 수입 상위 5위국 중 한국산의 수입단가가 3.67달러(한화 약 4,811원)/kg로 가장 높음

■ 그 밖의 파스타 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	1.822	1.915	2.039	2.147	2.496	16.3	6.8
1 베트남	1.592	1.563	1.693	1.736	2.181	25.6	8.7
2 이탈리아	1.169	1.222	1.384	1.408	1.592	13.1	6.8
3 중국	1.433	1.357	1.425	1.582	2.245	41.9	13.4
4 오스트리아	3.503	3.688	3.343	3.216	3.177	△1.2	△3.7
5 대한민국	2.848	3.059	3.063	3.221	3.667	13.8	4.6

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 독일로 수입되는 면류 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’에는 기본세율 6.4%가 적용

- 반면 한국산 그 밖의 파스타는 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 무관세로 수입 가능

■ 그 밖의 파스타 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	기본세율	한-EU FTA 협정세율
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	6.4%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 인스턴트 파스타, 라면, 볶음면 등 다양한 유형의 제품이 평균 100g당 2.6유로(한화 약 3,496원)에 판매

- (독일산) 주로 컵라면 형태의 인스턴트 파스타가 약 3.56유로(한화 약 4,787원)/100g로 판매
- (수입산) 헝가리, 일본, 태국 등에서 수입된 라면이 약 2.80유로(한화 약 3,765원)/100g에 유통  
- - 치킨, 채소, 카레 등 맵지 않은 맛의 제품이 주로 끓여먹는 형태로 판매
- (한국산) 컵라면과 봉지라면이 두루 유통되며, 주로 매운맛 라면이 약 1.54유로(한화 약 2,071원)/100g 수준에 판매

독일에서 유통되는 라면 제품

사진			
제품명	Noodle Express Asia Rind Geschmack Instant Nudeln	Pasta Snack Brokkoli-Käse-Sauce leckere Instant Nudeln	Pasta Snack Bolognese-Sauce leckere Instant Nudeln
원산지	독일	독일	독일
제품형태	비닐 포장	컵 포장	컵 포장
가격	€ 8.49 / 58g (11개입) (한화 약 1만 1,341원)	€ 18.90 / 62g (8개입) (한화 약 2만 5,248원)	€ 18.90 / 68g (5개입) (한화 약 2만 5,248원)
100g(mℓ) 당 단가	€ 1.33 / 100g (한화 약 1,777원)	€ 3.80 / 100g (한화 약 5,076원)	€ 5.55 / 100g (한화 약 7,414원)
사진			
제품명	Instant Nudeln Hühn	Demae Ramen	Instantnudeln Huhn
원산지	헝가리	일본	태국
제품형태	비닐 포장	비닐 포장	비닐 포장
가격	€ 12.98 / 55g (30개입) (한화 약 1만 7,456원)	€ 5.50 / 100g (5개입) (한화 약 7,396원)	€ 16.45 / 60g (30개입) (한화 약 2만 2,123원)
100g(mℓ) 당 단가	€ 0.78 / 100g (한화 약 1,048원)	€ 1.10 / 100g (한화 약 1,479원)	€ 0.90 / 100g (한화 약 1,210원)
사진			
제품명	Chapagetti Instant Nudeln	Shin Ramyun Instant Nudeln Gourmet würzig	Nong Shim Instant-Cup-Nudeln Kim Chi Ramen
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품형태	비닐 포장	비닐 포장	컵 포장
가격	€ 29.95 / 140g (20개입) (한화 약 4만 278원)	€ 29.90 / 120g (20개입) (한화 약 4만 210원)	€ 20.99 / 75g (12개입) (한화 약 2만 8,228원)
100g(mℓ) 당 단가	€ 1.06 / 100g (한화 약 1,426원)	€ 1.24 / 100g (한화 약 1,668원)	€ 2.32 / 100g (한화 약 3,120원)

출처: ebay.de, amazon.de

(5) 주류<sup>16)</sup>

■ 2021년 주류 수입액은 전년 대비 11.3% 증가한 56억 2,344만 달러(한화 약 7조 3,695억 원)로 집계

- 전체 주류 수입액 중 59.0%를 포도주 수입이 차지하며, 뒤이어 증류주·리큐르(31.7%), 맥주(8.3%), 그 밖의 발효주(1.0%) 순으로 나타남

■ 주류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
주류 계	5,235,350	5,572,084	5,178,534	5,050,289	5,623,437	100.0	11.3	0.2
맥주 (HS Code 2203)	497,743	522,695	522,317	463,606	468,051	8.3	1.0	△2.7
포도주 (HS Code 2204)	2,918,934	3,172,029	2,954,950	3,015,882	3,318,213	59.0	10.0	1.1
그 밖의 발효주 (HS Code 2206)	56,441	62,135	51,303	41,266	53,790	1.0	30.3	△3.5
증류주·리큐르 (HS Code 2208)	1,762,232	1,815,225	1,649,964	1,529,535	1,783,383	31.7	16.6	△0.4

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 주류 유형별 주요 수입국은 다소 상이한 양상이나 보편적으로 유럽국가 위주로 구성
  - 맥주 수입은 덴마크(33.0%), 체코(14.9%), 네덜란드(12.9%), 벨기에(11.0%) 등에서 이뤄지며, 한국산 맥주 수입액은 전년 대비 39.1% 증가한 8만 9,000달러(한화 약 1억 1,663만 원)로 집계

16) HS Code 2203(맥주) + 2204(포도주) + 2206(그 밖의 발효주) + 2208(증류주·리큐르, 그 밖의 주정음료) 기준

맥주 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
맥주 (HS Code 2203)	497,743	522,695	522,317	463,606	468,051	100.0	1.0	△2.7
1 덴마크	222,902	209,507	193,247	147,183	154,230	33.0	4.8	△7.4
2 체코	60,697	63,163	73,323	70,296	69,509	14.9	△1.1	2.4
3 네덜란드	42,924	57,132	54,272	59,231	60,277	12.9	1.8	1.3
4 벨기에	61,533	70,028	69,264	65,099	51,702	11.0	△20.6	△7.3
5 오스트리아	11,194	14,377	21,867	22,365	31,952	6.8	42.9	22.1
⋮								
34 대한민국	74	99	93	64	89	0.02	39.1	△0.03

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 포도주는 이탈리아(40.6%), 프랑스(28.5%), 스페인(12.9%)에서 대부분 수입되며, 2021년 한국산 포도주 수입액은 집계되지 않음

포도주 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
포도주 (HS Code 2204)	2,918,934	3,172,029	2,954,950	3,015,882	3,318,213	100.0	10.0	1.1
1 이탈리아	1,065,924	1,167,994	1,110,935	1,191,552	1,348,078	40.6	13.1	3.6
2 프랑스	773,813	848,493	834,840	800,798	946,414	28.5	18.2	2.8
3 스페인	466,721	512,859	415,333	419,082	429,633	12.9	2.5	△4.3
4 남아프리카공화국	104,271	119,729	95,165	93,355	94,274	2.8	1.0	△5.8
5 미국	102,407	85,026	89,324	98,718	92,984	2.8	△5.8	2.3
⋮								
71 대한민국	6	2	1	-	-	-	-	-

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 기타 발효주 수입은 덴마크(13.4%), 프랑스(13.3%), 이탈리아(9.2%), 벨기에(8.8%), 네덜란드(8.3%)에서 이뤄지며, 한국산 기타 발효주 수입액은 전년 대비 82% 증가한 39만 5,000달러(한화 약 5억 1,765만 원)로 집계

■ 그 밖의 발효주 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 발효주 (HS Code 2206)	56,441	62,135	51,303	41,266	53,790	100.0	30.3	△3.5
1 덴마크	13,340	9,432	9,825	6,391	7,205	13.4	12.7	△6.5
2 프랑스	5,982	6,601	5,976	6,561	7,135	13.3	8.7	2.0
3 이탈리아	6,072	7,036	5,492	3,974	4,931	9.2	24.1	△8.5
4 벨기에	1,789	3,262	2,951	2,092	4,726	8.8	125.9	9.7
5 네덜란드	3,812	7,558	3,752	2,286	4,490	8.3	96.4	△12.2
⋮								
19 대한민국	122	161	166	217	395	0.7	82.0	0.3

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 증류주 및 리큐르 수입은 영국(21.0%)과 이탈리아(18.7%)로 양분되며, 한국산 수입액은 전년 대비 129.4% 증가한 73만 4,000달러(한화 약 9억 6,191만 원)로 집계

■ 증류주·리큐르 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
증류주·리큐르 (HS Code 2208)	1,762,232	1,815,225	1,649,964	1,529,535	1,783,383	100.0	16.6	△0.4
1 영국	395,106	436,465	412,943	342,594	375,066	21.0	9.5	△3.7
2 이탈리아	228,020	227,323	241,870	256,035	333,524	18.7	30.3	10.1
3 미국	313,652	289,904	146,436	141,032	142,208	8.0	0.8	△16.3
4 프랑스	150,801	157,953	143,426	114,405	133,989	7.5	17.1	△4.0
5 스페인	79,673	94,352	81,187	78,478	97,412	5.5	24.1	0.8
⋮								
51 대한민국	267	200	339	320	734	0.04	129.4	0.4

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 2021년 주류 수입단가는 품목별로 상이하며, 증류주 및 리큐르의 수입단가가 가장 높게 나타남

- (증류주·리큐르) 평균 수입단가는 5.01달러(한화 약 6,566원)/kg로 전년 대비 4.0% 증가
  - 한국산 증류주 및 리큐르 수입단가는 2.83달러(한화 약 3,709원)/kg로 전년 대비 33.7% 증가하였음에도 불구하고 평균 수입단가에 못 미치는 수준

▮ 증류주·리큐르 주요국 수입단가(2017~2021) ▮

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
증류주·리큐르 (HS Code 2208)	5.550	5.667	5.000	4.818	5.009	4.0	△3.0
1 영국	7.128	7.456	6.596	6.826	6.907	1.2	△1.9
2 이탈리아	4.102	4.117	3.716	3.776	3.936	4.2	△1.1
3 미국	8.724	8.307	5.528	5.776	6.119	5.9	△7.4
4 프랑스	5.626	6.423	6.596	5.801	6.390	10.2	△0.1
5 스페인	5.456	5.807	5.312	5.662	6.153	8.7	1.5
⋮							
51 대한민국	2.282	2.299	2.132	2.119	2.834	33.7	0.05

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- (포도주) 전년 대비 9.0% 증가한 2.26달러(한화 약 2,962원)/kg에 수입되며, 프랑스산 포도주의 수입 단가가 가장 높음
  - 프랑스산 포도주 수입단가는 4.58달러(한화 약 6,002원)/kg로 평균 수입단가 대비 약 2배가량 비싼 수준으로 수입되며, 뒤이어 미국산, 이탈리아산, 남아프리카공화국산, 스페인산 순으로 가격 형성
  - 2017년 이후 최근 5년간 한국산 포도주 수입단가는 집계되지 않음

포도주 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
포도주 (HS Code 2204)	1.909	2.151	1.984	2.074	2.261	9.0	1.3
1 이탈리아	1.829	2.190	1.936	2.233	2.490	11.5	3.3
2 프랑스	3.522	4.005	3.792	3.748	4.580	22.2	3.4
3 스페인	1.208	1.384	1.138	1.161	1.044	△10.1	△6.8
4 남아프리카공화국	1.258	1.210	1.374	1.333	1.366	2.5	3.1
5 미국	2.434	2.447	2.286	2.066	2.519	21.9	0.7
⋮							
71 대한민국	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	-	-

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- (그 밖의 발효주) 평균 수입단가는 1.21달러(한화 약 1,586원)/kg로 전년 대비 0.9% 감소
  - 주요 수입국 중 이탈리아산 수입단가가 2.57달러(한화 약 3,368원)/kg로 가장 높으며, 한국산 기타 발효주 수입단가는 전년 대비 41.8% 증가한 1.99달러(한화 약 2,608원)/kg로 평균 단가보다 소폭 높은 수준으로 수입

그 밖의 발효주 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 발효주 (HS Code 2206)	1.262	1.350	1.229	1.223	1.212	△0.9	△2.7
1 덴마크	1.285	1.137	1.217	1.175	1.221	3.9	1.8
2 프랑스	1.122	1.326	1.239	1.025	1.031	0.6	△6.1
3 이탈리아	2.128	2.787	2.544	2.743	2.568	△6.4	△2.0
4 벨기에	0.937	1.120	1.026	1.055	1.205	14.2	1.8
5 네덜란드	0.667	0.941	0.661	0.609	0.716	17.6	△6.6
⋮							
19 대한민국	1.525	1.548	1.537	1.400	1.985	41.8	0.06

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- (맥주) 평균 수입단가는 전년 대비 7.4% 증가한 0.72달러(한화 약 944원)/kg에 수입되어 주요 주류 중 가장 저렴한 가격에 유통
  - 수입 상위 5개국 모두 평균 수입단가와 유사한 수준으로 가격이 형성되어 있으며, 이 중 덴마크산 맥주가 0.86달러(한화 약 1,127원)/kg로 가장 비싸게 수입
  - 한국산 맥주 수입단가는 전년 대비 25.5% 증가한 2.17달러(한화 약 2,844원)/kg로 평균 수입단가 대비 약 3배가량 고가에 유통

■ 맥주 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
맥주 (HS Code 2203)	0.734	0.728	0.711	0.672	0.722	7.4	△0.2
1 덴마크	0.840	0.852	0.809	0.790	0.856	8.4	0.1
2 체코	0.658	0.660	0.717	0.661	0.637	△3.6	△0.9
3 네덜란드	0.780	0.712	0.703	0.700	0.660	△5.7	△1.9
4 벨기에	0.512	0.524	0.541	0.529	0.670	26.7	6.3
5 오스트리아	0.613	0.632	0.667	0.607	0.663	9.2	1.2
⋮							
34 대한민국	1.175	1.125	1.134	1.730	2.171	25.5	0.2

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 주류 유형별 관세율은 품목에 따라 상이하나, 한국산의 경우 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 무관세 수입 가능

■ 주류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	구분		기본세율	한-EU FTA 협정세율
	HS Code	품명		
주류	2203	맥주	0%	-
	2204	포도주	12.1~32.0 EUR HLT	0%
	2206	그 밖의 발효주	1.300 EUR ASV X MIN 7.200 EUR HLT 또는 19.200 EUR HLT 또는 7.700 EUR HLT 또는 5.760 EUR HLT	0%
	2208	증류주·리큐르	0%	0%

주: HS Code 단위에 따라 상세품목별 적용되는 기본세율이 상이하므로 구체적인 품목의 세율은 별도 확인 필요

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 특정 주종에 국한되지 않고 다양한 유형의 주류가 유통

- (독일산) 맥주의 비중이 높으며 증류주, 와인 등도 유통
- (수입산) 미국, 네덜란드, 필리핀 등 다양한 국가에서 수입된 맥주, 증류주, 칵테일 등이 유통
- (한국산) 주로 소주가 활발하게 유통되며, 이 중에서도 딸기 맛, 청포도 맛 등 과일소주의 비중이 높음
  - 한국산 소주는 약 1.33유로(한화 약 1,789원)/100ml, 한국산 막걸리는 약 0.54유로(한화 약 726원)/100ml 수준에 판매

■ 독일에서 유통되는 주류 제품 ■

사진			
제품명	Premium Pilsener 0.5l Dosen Tray DPG EINWEG	Whisky Charles House	Ice Tea Lemon
원산지	독일	독일 (제조 원산지 : 영국)	독일
제품형태	캔 맥주	병 위스키	캔 칵테일
가격	€ 27.99 / 500ml(24개입) (한화 약 3만 7,642원)	€ 14.95 / 710ml (한화 약 2만 105원)	€ 2.69 / 330ml (한화 약 3,618원)
100g(ml) 당 단가	€ 0.23 / 100g (한화 약 309원)	€ 2.10 / 100g (한화 약 2,824원)	€ 0.81 / 100g (한화 약 1,089원)
사진			
제품명	San Miguel Especial Dose DPG Bierpaket	Jack Daniels Old No. 7	Coppa Cocktails Pina Colada
원산지	필리핀	미국	네덜란드
제품형태	캔 맥주	병 증류주	병 칵테일
가격	€ 22.50 / 330ml (24개입) (한화 약 3만 259원)	€ 49.49 / 1.75l (한화 약 6만 6,556원)	€ 14.75 / 700ml (한화 약 1만 9,836원)
100g(ml) 당 단가	€ 0.28 / 100g (한화 약 377원)	€ 2.91 / 100g (한화 약 3,913원)	€ 2.10 / 100g (한화 약 2,824원)

사진			
제품명	Soju Jinro Chamisul Classic	Soju mit Erdbeergeschmack	Pfirsich Reiswein
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품형태	병 소주	병 소주	캔 막걸리
가격	€ 5.90 / 350ml (한화 약 7,935원)	€ 4.59 / 360ml (한화 약 6,172원)	€ 2.86 / 350 ml (한화 약 3,846원)
100g(ml) 당 단가	€ 1.68 / 100g (한화 약 2,259원)	€ 1.27 / 100g (한화 약 1,707원)	€ 0.81 / 100g (한화 약 1,089원)

출처: amazon.de, kaufland.de, dawayo.de

### (6) 새송이버섯<sup>17)</sup>

■ 2021년 버섯류 수입액은 전년 대비 2.0% 감소한 9,966만 8,000달러(한화 약 1,306억 1,491만 원)로 집계

- 이 중 새송이버섯이 포함된 ‘식용가능한 기타 버섯류(0709.59-9000)’의 수입액이 전체 수입의 42.9%를 차지
  - ‘식용가능한 기타 버섯류(0709.59-9000)’ 수입액은 전년 대비 8.4% 감소한 4,273만 6,000달러(한화 약 560억 553만 원)로 집계

### ■ 버섯류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
버섯류 기타 (HS Code 0709.59)	102,172	104,390	107,137	101,723	99,668	100.0	△2.0	△1.2
- 신선·냉장 살구버섯 (HS Code 0709.59-1000)	48,236	48,410	50,565	44,971	46,993	47.1	4.5	△0.7
- 신선·냉장 플랩버섯 (HS Code 0709.59-3000)	5,396	4,761	4,925	4,133	2,617	2.6	△36.7	△13.9
- 신선·냉장 송로버섯 (HS Code 0709.59-5000)	6,830	8,229	5,631	5,950	5,088	5.1	△14.5	△11.3
- 버섯류 기타 (HS Code 0709.59-9000)	39,957	42,990	46,016	46,669	42,736	42.9	△8.4	△0.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

17) HS Code 0709.59(버섯류 기타) 기준

- 전체 ‘버섯류(0709.59)’ 수입은 폴란드(29.1%), 벨라루스(14.6%), 네덜란드(11.1%) 등에서 이뤄지며, 한국산의 비중은 7.3%로 나타남
  - 2021년 한국산 ‘버섯류(0709.59)’ 수입액은 전년 대비 49.0% 증가한 731만 6,000달러 (한화 약 95억 9,128만 원)로 집계되었으며, 2017년 이후 최근 5년간 수입 규모는 보합세를 보임

■ 버섯류 기타 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
버섯류 기타 (HS Code 0709.59)	102,172	104,390	107,137	101,723	99,668	100.0	△2.0	△1.2
1 폴란드	29,656	25,755	28,992	26,394	29,022	29.1	10.0	3.0
2 벨라루스	14,965	16,922	18,070	14,884	14,597	14.6	△1.9	△3.6
3 네덜란드	15,741	19,084	18,222	18,490	11,063	11.1	△40.2	△12.7
4 러시아	8,381	9,217	12,361	11,904	8,304	8.3	△30.2	△2.6
5 리투아니아	7,864	5,850	8,138	7,299	7,545	7.6	3.4	6.6
6 대한민국	1,745	2,223	2,600	4,909	7,316	7.3	49.0	0.4

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ ‘버섯류(0709.59)’ 평균 수입단가는 5.57달러(한화 약 7,302원)/kg로, 전년 대비 20.5% 증가

- 수입 상위 5개국 중 러시아산 수입단가가 10.78달러(한화 약 1만 4,133원)/kg로 가장 높은 수준을 보임
  - 뒤이어 벨라루스산 9.32달러(한화 약 1만 2,219원)/kg, 리투아니아산 8.70달러(한화 약 1만 1,410원)/kg, 네덜란드산 3.81달러(한화 약 4,996원)/kg, 폴란드산 3.20달러(한화 약 4,197원)/kg 순으로 나타남
- 한국산 수입단가는 전년 대비 32.8% 증가한 7.45달러(한화 약 9,771원)/kg로 평균 수입단가 대비 높은 수준

■ 버섯류 기타 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
버섯류 기타 (HS Code 0709.59)	4.301	4.829	4.351	4.621	5.567	20.5	3.6
1 폴란드	2.847	2.674	2.775	2.852	3.202	12.3	4.6
2 벨라루스	5.834	7.770	6.447	7.105	9.321	31.2	4.7
3 네덜란드	3.197	3.696	3.256	3.576	3.806	6.4	0.7
4 러시아	5.311	7.605	6.196	6.386	10.784	68.9	9.1
5 리투아니아	5.666	7.647	6.156	6.067	8.702	43.4	3.3
6 대한민국	5.147	5.255	5.417	5.610	7.450	32.8	0.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 독일로 버섯 수입 시 유형에 따라 최소 3.2%에서 최대 6.4%의 기본세율이 적용되나, 한국산의 경우 한-EU FTA 협정세율이 적용되므로 무관세로 수입 가능

■ 버섯류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

구분	품목	기본세율	한-EU FTA 협정세율	
버섯류	0709.59-1000	신선·냉장 살구버섯	3.2%	0%
	0709.59-3000	신선·냉장 플랩버섯	5.6%	0%
	0709.59-5000	신선·냉장 송로버섯	6.4%	0%
	0709.59-9000	버섯류 기타	6.4%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

(7) 인삼<sup>18)</sup>

■ 2021년 인삼 수입액은 전년 대비 79.7% 증가한 550만 9,000달러(한화 약 72억 2,505만 원)로 집계

■ 인삼 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	7,844	7,906	4,813	3,066	5,509	79.7	△8.6

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

18) HS Code 1211.20(신선·냉장·건조 인삼) 기준

- 인삼 수입의 대부분이 중국산(96.1%)이며, 이 외 한국(1.5%), 프랑스(1.0%) 등지에서 일부 수입
  - 2021년 중국산 인삼 수입액은 전년 대비 81.3% 증가한 529만 4,000달러(한화 약 69억 4,308만 원)로 집계
  - 동년 한국산 인삼 수입액은 전년 대비 150% 증가한 8만 5,000달러(한화 약 1억 1,147만 원)로 수입 상위 2위에 기록되었으나 비중은 전체 수입의 1.5%에 불과

■ 인삼 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	7,844	7,906	4,813	3,066	5,509	100.0	79.7	△8.6
1 중국	6,972	7,230	4,692	2,920	5,294	96.1	81.3	△7.5
2 대한민국	32	86	7	34	85	1.5	150.0	△0.3
3 프랑스	48	12	9	6	54	1.0	800.0	45.6
4 미국	2	-	4	23	41	0.7	78.3	-
5 벨기에	51	122	29	69	26	0.5	△62.3	△32.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 2021년 인삼 평균 수입단가는 27.96달러(한화 약 3만 6,670만 원)/kg로 전년 대비 18.8% 감소

- 수입 인삼의 대부분을 차지하는 중국산의 수입단가는 27.57달러(한화 약 3만 6,158만 원)/kg로 집계되며 전년 대비 21.6% 감소
- 한국산 인삼 수입단가는 2020년 기준(최신자료) 34달러(한화 약 4만 4,591원)/kg로 나타남

■ 인삼 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	29.269	20.805	35.918	34.449	27.964	△18.8	7.7
1 중국	31.125	33.628	36.372	35.181	27.573	△21.6	△4.8
2 대한민국	-	43.000	-	34.000	-	-	-
3 프랑스	48.000	-	-	-	54.000	-	-
4 미국	-	-	-	-	-	-	-
5 벨기에	25.500	2.392	29.000	13.800	13.000	△5.8	52.7

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 독일로 수입되는 인삼의 기본세율은 0%이며, 한국산 인삼 역시 한-EU FTA 협정세율이 부과되어 무관세로 수입 가능

인삼 관세율(2021년)

(단위: %)

품목	기본세율	한-EU FTA 협정세율
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	0%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

- 독일 내 온라인 플랫폼에서 유통되는 신선·냉장 인삼은 확인되지 않으며, 주로 건강기능식품 형태의 인삼 가공품이 판매

독일에서 유통되는 인삼가공품

사진			
제품명	Ginseng Extract Organic	Korea Ginseng Extra Strong Capsules Pack	Siberian Ginseng
원산지	독일	독일	독일
제품형태	정제	정제	정제
가격	€ 1.30 / 10정 (120개) (한화 약 1,748원)	€ 2.98 / 10정 (80개) (한화 약 4,001원)	€ 1.49 / 10정 (60개) (한화 약 2,001원)
사진			
제품명	Panax Ginseng	PANAX GINSENG	Korean Ginseng
원산지	미국	미국	영국
제품형태	정제	정제	정제
가격	€ 27.75 / 250정 (한화 약 3만 7,267원)	€ 37.86 / 60정 (한화 약 5만 844원)	€ 43.80 / 60정 (한화 약 5만 8,821원)
10정 당 단가	€ 1.11 / 10정 (한화 약 1,491원)	€ 6.31 / 10정 (한화 약 8,474원)	€ 7.30 / 10정 (한화 약 9,804원)

<p><b>사진</b></p>			
<p><b>제품명</b></p>	<p>korean 6 Years Red Ginseng Pure Extract</p>	<p>Korea Roter Ginseng Extrakt 100% 6 Jahre Pure</p>	<p>6-Jahre Korean Red Ginseng Extract Gold</p>
<p><b>원산지</b></p>	<p>대한민국</p>	<p>대한민국</p>	<p>대한민국</p>
<p><b>제품형태</b></p>	<p>홍삼 농축액</p>	<p>홍삼 농축액</p>	<p>홍삼 농축액</p>
<p><b>가격</b></p>	<p>€ 263.78 / 240g (한화 약 35만 4,243원)</p>	<p>€ 62.99 / 100g (2개입) (한화 약 8만 4,592원)</p>	<p>€ 85.19 / 240g (한화 약 11만 4,406원)</p>
<p><b>100g(ml) 당 단가</b></p>	<p>€ 109.90 / 100g (한화 약 14만 7,590원)</p>	<p>€ 31.4 / 100g (한화 약 4만 2,169원)</p>	<p>€ 35.49 / 100g (한화 약 4만 7,661원)</p>

출처: amazon.de, ebay.de

## ② 이슈 및 유망품목

### 가. 최근 이슈품목

#### ■ 건강 중시 트렌드로 무알코올<sup>19)</sup>·저알코올<sup>20)</sup> 주류의 인기 상승

- 독일 주류 시장 내 무·저알코올 맥주, 와인, 진, 럼 등이 출시되며 다양한 소비자의 취향을 충족
  - 독일맥주협회(Deutschen Brauer-Bundes, DBB)에 따르면 2021년 기준 독일 내 전체 맥주 브랜드 중 약 10% 이상이 무알코올 혹은 저알코올 브랜드일 만큼 무알코올/저알코올 주류 소비가 높은 편

#### ┃ 독일에서 이슈가 되고 있는 무알코올/저알코올 주류 예시 ┃

	
<p>무알코올 맥주</p>	<p>무알코올 위스키</p>

출처: anazon.de

#### ■ 면역력을 강화하기 위한 식품 소비로 발효식품에 대한 관심 제고

- 독일은 전통적으로 절임 채소류(사우어크라우트)를 섭취하며 발효식품에 대해 익숙한 소비 습관을 보유
- 이와 더불어 코로나19로 건강 증진 및 면역력 강화에 대한 중요성이 촉발되며 장내 미생물총의 균형 유지에 도움을 주어 면역력 강화에 도움이 되는 발효식품이 이슈가 됨

#### ┃ 독일에서 이슈가 되고 있는 발효식품 예시 ┃

		
<p>사우어크라우트</p>	<p>김치</p>	<p>된장</p>

출처: amazon.de

19) 독일 내 무알코올 주류의 알코올 함량 기준은 0.5% vol(4g/ℓ) 미만

20) 독일 내 저알코올 주류의 알코올 함량 기준은 0.5~4% vol(32g/ℓ) 미만

■ 독일에서 한국 식품은 건강하고 신선한 슈퍼푸드, 건강 증진뿐만 아니라 미용에도 긍정적인 효과를 나타내는 식품으로 소개

- 이에 대표적인 발효식품인 김치뿐만 아니라 한국의 장류와 막걸리 등도 소개됨
  - 특히 김치는 코로나19 바이러스에 대한 면역력 강화에 도움이 된다는 사실이 알려지며 독일 내 수요가 급증
    - 독일 내 주요 유통채널 중 하나인 Rewe는 2021년부터 김치 판매를 시작
    - 독일 유튜버(Meine Leckere Küche)가 2022년에 게시한 김치 레시피 영상<sup>21)</sup>은 동년 6월 기준 300만 조회 수를 넘게 기록하는 등 김치에 대한 관심 증가

■ 독일에서 판매되는 김치 제품 및 김치 레시피 영상 ■



독일 유통채널에서 판매되는 김치 제품



김치 레시피 영상

출처: [https://m.blog.naver.com/tofk21/222232873086?view=img\\_1](https://m.blog.naver.com/tofk21/222232873086?view=img_1), [https://www.youtube.com/watch?v=rCtMyn-a\\_OA](https://www.youtube.com/watch?v=rCtMyn-a_OA)

- 콩을 발효시켜 만든 된장은 저렴하고 영양가 높은 식품으로, 혈액순환 및 소화를 촉진하고 뼈를 튼튼하게 하며 포만감을 들게 하는 소스류로 소개
- 막걸리는 ‘한국의 우윳빛 포도주’로 소개되며, 발효 식품으로 면역력 증진에 효과가 있으며 아미노산과 비타민 B와 C가 풍부해 피부미용에도 좋다고 알려짐

■ 독일 매체에서 소개된 된장과 막걸리 ■



Doenjang, die salzige Paste aus fermentierten Sojabohnen, ist bei jungen Koreanerinnen besonders beliebt



Makgeolli, den süßen Reiswein, kann man auch direkt auf die Haut auftragen - angeblich hat er eine straffende Wirkung

출처: [www.welt.de](http://www.welt.de)(사진 원출처- Getty Images)

21) [https://www.youtube.com/watch?v=rCtMyn-a\\_OA](https://www.youtube.com/watch?v=rCtMyn-a_OA)

- 한국 김은 독일 내 친환경 슈퍼푸드<sup>22)</sup>로 인기를 끌며 현지 채식 소비자<sup>22)</sup>의 니즈를 충족
  - 김은 한국식 초밥으로 알려진 김밥의 재료로 사용되거나, 김 자체로 먹기도 하며 간식으로도 먹을 수 있는 식품으로 소개

독일에서 판매되는 김



출처: amazon.de

## 나. 수출 유망품목 발굴

독일로의 수출 유망품목 발굴을 위해 총 6가지의 지표를 활용하여 계량화

수출 유망품목 선정 지표

- ① 한국산 수입 상위품목 중 주요 수출 품목\*에 해당하는 품목
- \* 주요 수출 품목은 현재 한국에서 對영국으로 주로 수출되는 농식품 중 상승세가 유지되는 7개 품목(김치, 소스류, 파스타(면류), 음료류, 주류, 버섯류(새송이버섯), 인삼)으로 선정
- ② 2021년 한국산 농식품 전체 수입액에서 해당 품목이 차지하는 비중(%)
- ③ 2021년 해당 품목의 전체 수입액 중 한국산의 비중(%)
- ④ 2021년 해당 품목의 한국산 수입 규모 연평균 증가율(최근 5년, %)
- ⑤ 2021년 해당 품목의 한국산 수입 규모(금액)
- ⑥ 2022년 7월 기준 현지 온라인 플랫폼에서 판매되는 한국산 제품의 수

- 2021년 기준 독일의 한국산 농식품 수입 상위품목 중 주요 수출 품목에 해당하는 것은 ▲면류<sup>23)</sup> ▲음료류<sup>24)</sup> ▲소스류 ▲김치<sup>25)</sup>로 확인

22) Statista에 따르면 2021년 독일 내 채식 소비자는 약 750만 명으로, 전년 대비 100만 명가량 증가

23) 그 밖의 파스타(HS Code 1902.30)

24) 설탕이나 그 밖의 감미료·맛·향을 첨가한 물(HS Code 2202.10)

25) 조제보존처리한 기타 채소류(HS Code 2005.99-80)

2021년 영국의 한국산 농식품 수입 상위품목

NO	품목	HS Code
1	파스타	1902
2	조제·보존처리한 과일 및 견과류	2008
3	기타 채소류(신선·냉장)	0709
4	설탕·감미료·맛·향을 첨가한 물(음료류)	2202
5	베이커리류	1905
6	소스류	2103
7	기타 조제식료품	2106
8	조제·보존처리한 채소류	2005
9	맥아추출물 및 그 조제식료품	1901
10	로커스트콩·해초류 및 기타 조류·사탕무와 사탕수수 등	1212

對영국 주요 수출 품목

NO	품목	HS Code
1	김치	2005.99
2	소스류	2103
3	음료류	2202, 2009
4	인스턴트 면류(라면)	1902.30
5	주류	2203, 2204, 2206, 2208
6	버섯류	0709.59
7	인삼	1211.20

■ 각 품목별 점수 산정 결과, 對독일 수출 유망품목은 ‘파스타’와 ‘음료류’로 나타남

지표① 한국산 수입 상위품목	지표② 한국산 농식품 수입액 중 비중		지표③ 해당 품목의 전체 수입액 중 한국산 비중		지표④ 해당 품목의 한국산 수입 규모 증가율 (최근 5년 연평균)		지표⑤ 해당 품목의 한국산 수입 규모 (천 달러)		지표⑥ 현지 온라인 판매 제품 수(한국산)		총점
	비중	배점	비중	배점	증가율	배점	수입액	배점	개수	배점	
파스타	33.4	4	8.7	4	27.7	4	20,981	4	50	4	20
음료류	8.5	3	0.3	1	1.6	3	6,637	3	4	1	11
소스류	5.4	2	0.4	2	0.2	1	4,012	2	27	3	10
조제/보존채소	3.7	1	0.8	3	0.3	2	2,678	1	19	2	9

- (파스타) 對독일 수출이 가장 유망할 것으로 판단되는 품목
  - 라면 및 인스턴트 면류와 같은 ‘그 밖에 파스타(1902.30)’의 시장 유망성이 가장 높은 것으로 분석

- 라면은 독일에서 전통적으로 인기가 많은 한국 식품으로, 최근 몇 년간 특히 1인 가구 증가와 함께 아시아 식품의 대중화, 한류로 인한 한국 식품의 인기로 한국 라면에 대한 수요가 더욱 증가
- 세계인스턴트면류협회(World Instant Noodles Association)에 따르면, 2021년 독일의 라면을 포함한 인스턴트 면류 소비는 3억 9,000만 개로 전년 대비 5.4% 증가하였고, 유럽 국가 중 영국(4억 3,000만 개) 다음으로 높은 소비량을 보임
  - 특히 독일에서 한국 라면은 매운맛을 대표하는 품목으로 인식되고 있는데, 유로모니터의 조사에 따르면 독일 내 인스턴트 면류 제품의 맛별 판매 순위는 매운맛이 1위를 차지하고 있어 매운맛 라면을 대표하는 한국 라면의 경쟁력 존재
- (음료류) 수입 증가율이 높은 품목으로 對독일 수출 확대 가능성 존재
  - 음료류(2202)와 주스류(2209) 모두 독일의 한국산 제품 수입 규모가 높은 수준으로 증가(음료류 49.2% ↑, 주스류 167.8% ↑)
  - 독일에서 한국산 음료는 알로에 음료를 필두로 과즙 및 과육이 포함된 과일음료(배 음료, 과일 향 첨가 음료 등)가 주로 유통
  - 최근 독일 음료 시장에도 건강을 중시하는 트렌드가 확산되며 탄산음료보다는 과일이나 허브를 첨가한 음료 수요가 증가하며 한국 음료의 시장 확대 가능성 존재

# III 진출전략

## ① 독일 SWOT 분석 및 전략도출

■ 독일로 수출되는 한국산 농식품의 강점(Strength)과 약점(Weakness)은 다음과 같이 구분

- (강점) 최근 트렌드에 부합하는 ‘건강식’ 이미지 보유
  - 독일에서 한국 식품은 신선하고 건강한 재료로 만들어지는 메뉴로 인식되어 최근 건강과 면역을 중시하는 독일 식품 소비 트렌드에 부합
  - 특히 김치, 전통 장류, 김과 같은 한국 식품은 건강 증진뿐만 아니라 미용에도 긍정적인 효과를 나타내는 슈퍼푸드<sup>26)</sup>로 인식
  - 이 외에도 한-EU FTA 체결로 독일(EU)은 농산물 시장을 전반적으로 조기 개방하였으며, 이에 對독일(EU) 주요 수출 농식품의 관세가 대부분 철폐되어 타 경쟁국산 수입 품목에 비해 가격경쟁력 확보에 용이
- (약점) 對독일 수출 품목의 편중, 한정적인 유통 루트 등은 한국산 농식품의 약점으로 꼽힘
  - 2021년 기준 독일에서 수입한 한국산 농식품 중 파스타와 조제·보존처리한 과일 및 견과류의 비중이 각각 33.4%와 22.1%로 집계되어 전체 수입액의 절반 이상(55.5%)을 차지하였으며, 수입 상위 10개 품목의 비중이 85.5%에 달함
  - 최근 현지 주요 유통채널에서의 한국 식품 판매가 증가<sup>26)</sup>하고 있으나, 여전히 대부분의 품목은 한인마트 위주로 유통되고 있어 이에 대한 개선을 통해 소비자 접근성을 높여야 할 것으로 분석

26) 한국 식품에 대한 현지 수요가 증가하며 REWE 등 현지 대형 유통채널은 김치와 같은 대표적인 한국 식품을 취급하기 시작

■ 對독일 수출 시 시장의 기회요인(Opportunity)과 위협요인(Threat)은 다음과 같음

- (기회요인) 독일의 식품 시장규모 및 소비액 증가, 농식품 수입규모 성장과 더불어 아시아 식품에 대한 선호도 상승은 기회요인으로 작용
  - 2021년 기준 독일 식품 시장규모는 최근 5년간 연평균 5.8%의 성장세를 보였고, 1인당 연간 식품 소비액 역시 최근 5년간 5.4%로 증가세
  - 독일의 농식품 수입 규모 역시 최근 5년간 4.1%로 증가하고 있으며, 특히 한국산 농식품의 수입 규모는 최근 5년간 연평균 25.4%로 높은 성장률을 보임
  - 최근 아시아 식품이 현지식에 비해 저렴하고도 편리하게 섭취할 수 있는 메뉴로 인식되며 수요가 증가하였고, 이에 한국 식품에 대한 선호도도 동반 상승 추세
- (위협요인) 자국산에 대한 높은 선호도, 식품 관련 엄격한 규제 도입 등은 對독일 진출 시 위협요인으로 작용
  - 독일 소비자들은 식품 소비 시 품질과 안전성에 대한 요구 수준이 높게 나타나므로 이를 충족할 수 있는 수준의 제품 수출이 요구됨
  - 시장 내 식품과 관련한 엄격한 규제가 적용되어 유의가 필요하며, 특히 신정부 출범에 따른 규제 변화 가능성에 주목해야 함<sup>27)</sup>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최신 트렌드에 부합하는 ‘건강식’ 이미지</li> <li>• 한-EU 협정세율 적용(가격경쟁력)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 對독일 주요 수출 품목 편중</li> <li>• 한정적인 유통 루트</li> </ul>				
<table border="1"> <tr> <td style="background-color: #4a4a8a; color: white; padding: 5px;">S</td> <td style="background-color: #4a4a8a; color: white; padding: 5px;">W</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #4a4a8a; color: white; padding: 5px;">O</td> <td style="background-color: #4a4a8a; color: white; padding: 5px;">T</td> </tr> </table>		S	W	O	T
S	W				
O	T				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 시장규모 및 식품 소비액 증가</li> <li>• 농식품 수입 증가세</li> <li>• 아시아 식품 소비 증가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 높은 식품 품질 및 안전성 수준</li> <li>• 식품 관련 엄격한 규제 적용</li> </ul>				

27) 일례로 2025년부터 독일은 식료품의 트랜스지방, 나트륨, 설탕 함유량에 대한 규제를 시행할 계획이므로 이러한 식품시장 내 규정 변화와 요구 사항을 면밀히 모니터링할 필요가 있음

## ② 한국산 농식품 진출전략

### 가. 시장진출전략

#### ■ 특정 품목군에 의존도가 높은 수출 구조 극복

- 현재 독일로 수출되는 한국산 농식품은 면류, 조제·보존처리한 과실 및 견과류<sup>28)</sup> 등에 한정되어 있음
- 최근 독일 식품시장 내 소비 트렌드를 반영한 수출 품목을 발굴하여 시장 확대 도모
  - 최근 건강을 지향하는 식품 소비 트렌드가 지속되며 글루텐프리, 프로바이오틱스, 락토오스프리(유당 불포함) 식품 등에 대한 선호가 증가하고 있으며, 무알코올 주류의 수요도 증가
  - 이렇듯 현지 소비자의 니즈를 반영하는 제품으로 수출 품목을 확대하여 경쟁력 확보가 가능할 것으로 예상

#### ■ 유통채널의 다각화를 통한 시장 점유율 확대

- 독일에서 유통되는 한국산 농식품은 주로 한인마트나 아시아 식품 전문 유통채널을 통해 판매됨
- 최근 한국 식품의 수요가 증가하며 한국 식품을 취급하는 현지 대형 유통채널이 증가하는 추세이므로 현지 주요 유통채널과의 긴밀한 관계 구축을 통한 시장 진입 필요
- 또한 시장 진출 시 비교적 적은 비용이 소요되는 온라인 유통채널 활용을 통해 경쟁력 확보 가능
  - 2017년 이후 독일의 전자상거래 식품 시장규모는 연평균 14.2% 증가하였고, 온라인 유통채널을 통한 식품 소비는 연평균 40.3%의 높은 성장률을 기록
  - 특히 코로나19 장기화로 비대면 소비패턴이 정착하며 온라인 유통채널을 통한 식품 소비에 대한 소비자의 신뢰도 및 의존도가 확대됨

#### ■ 소비자의 니즈를 반영한 제품 출시로 현지 수요 창출

- 최근 독일 소비 시장의 핵심 키워드는 ‘지속가능성’으로, 식품 시장에서도 이러한 트렌드가 뚜렷이 나타남
  - 독일 소비자들은 가격이 더 비싸더라도 친환경 및 무공해 식품에 대한 선호도가 높게

28) 생강, 포도, 열대과일, 무화과, 자두와 푸룬, 수박, 덩굴 식물 잎, 식용 해초류 등을 포함

나타나며, 지속가능한 식생활을 지향하며 대체육류 및 대체 유제품에 대한 선호도 증가하는 추세

- 이 외에도 식품 소비 시 발생하는 포장 폐기물을 줄이기 위해 과도하게 포장된 식품의 소비를 지양하며, 친환경적 소재로 만들어진 포장재를 활용한 제품에 대해 긍정적인 인식을 보유
- 이러한 소비 성향을 반영한 제품 개발을 통해 對독일 수출 확대를 도모할 수 있을 것으로 기대
  - 생산·포장·유통 등 식품 공급체인 전 과정에서 지속가능성을 반영한 식품을 개발 및 선정하여 독일 시장에 진출할 수 있을 것으로 사료되며, 더 나아가 이러한 과정을 증명할 수 있는 인증을 취득하는 것 역시 경쟁력 제고에 도움이 될 것으로 판단

## 나. 품목별 진출전략

### ■ 인스턴트 면류(라면)

- 경쟁제품 대비 가격경쟁력 확보
  - 2021년 독일로 수입되는 인스턴트 면류의 평균 수입단가는 kg당 2.5달러(한화 약 3,277원)로 집계
    - 수입 비중이 높은 베트남산(13.7%)과 중국산(9.8%)의 수입단가는 각각 kg당 2.2달러(한화 약 2,869원)로 나타남
    - 반면 한국산 인스턴트 면류 수입단가는 kg당 3.7달러(한화 약 4,811원)로 평균 수입단가 및 주요 경쟁국산 제품보다 고가에 유통
  - 이에 유통구조 최적화, 다양한 수입 루트 확보 등 가격경쟁력을 확보할 수 있는 다양한 수단을 강구하여 현지 시장 내 한국 라면의 비중을 높여야 할 것으로 보임
- 건강을 내세운 제품 개발 및 마케팅
  - 보편적으로 독일에서 한국 식품은 건강하고 신선한 재료로 만들어진 건강에 유익한 음식으로 인식
  - 건강한 식단을 중시하는 최근 식품 소비 트렌드에 부합하기 위해 기름에 튀기지 않거나 천연 조미료를 사용한 건강식 라면을 출시함으로써 현지 수요를 충족할 수 있을 것으로 기대
- 매운맛을 대표하는 라면으로 굳건한 자리매김 필요
  - 독일에서 인기 있는 한국 라면은 대부분 매운맛 라면으로, 현지 시장에서 매운맛 라면(인스턴트 누들)의 대표품목으로 자리매김하기 위한 노력 필요

- 현지 유명인 및 인플루언서를 통한 홍보뿐만 아니라, 일반 소비자의 참여를 유도하는 SNS 내 매운 라면 먹기 이벤트, K-콘텐츠와 연계한 마케팅 등의 활동을 통해 영국에서의 한국 라면에 대한 정체성 형성이 가능할 것으로 보임
- 또한 직관적으로 매운맛을 어필할 수 있는 제품 포장 및 홍보를 통해 한국 라면이 현지에서 매운맛 라면을 대표할 수 있을 것으로 기대

## ■ 음료류

- 저칼로리, 무알코올, 무첨가 음료 등 현지 수요에 부합하는 제품 출시
  - 최근 건강을 중시하는 소비 트렌드가 확산되며 건강음료에 대한 소비가 증가하는 추세
    - 현재 독일에서 유통되는 한국산 음료는 과일 맛이나 향을 함유한 제품이 대다수이므로 제품의 유형 다양화 필요
  - 프로바이오틱스 함유 음료, 비타민 음료, 유기농 과채 음료 등 건강한 음료에 대한 선호가 증가하며, 무설탕 제품에 대한 소비도 확대되고 있어 건강·기능성 음료 출시를 통해 시장 내 비중 확대 가능
- K-Food의 건강한 이미지를 마케팅 전략으로 활용, 비건·유기농 등 관련 인증 취득으로 소비자 신뢰도 제고
  - 지속가능성, 건강, 친환경 등이 중시되며 관련 음료의 수요가 증가하는 추세로, 한국 식품의 건강한 이미지를 활용한 마케팅 전략 구축
  - 또한 비건 및 유기농 인증 등을 취득하여 현지 소비자의 니즈를 충족하고 제품에 대한 신뢰도를 제고할 수 있을 것으로 판단
- 친환경 포장재를 사용한 음료 출시로 현지 니즈에 부합
  - 지속가능한 환경보전에 대한 중요성이 부각되며 음료 소비 시에도 제로 웨이스트(Zero-waste) 소비가 확대되며 포장재, 재활용 페트 등을 사용한 친환경 지향 음료가 인기이므로 이를 반영한 포장재 선택으로 현지 경쟁력 제고 가능

## 다. 한국 농식품 수출 확대 전략

### ■ 현지 수요에 부합하는 지속적인 수출 품목 발굴을 통한 시장 확대

- 현재 특정 품목에 한정된 수출 품목을 다양화하여 꾸준하고 안정적인 수출 도모
- 이에 현지 시장 트렌드와 소비 동향을 주기적으로 관찰하여 변화하는 시장 수요를 파악하고, 이에 부합하는 제품 개발 및 선정을 위한 노력이 요구됨

### ■ 對독일 수출 유망품목 및 기대품목을 선정하여 중장기적 관점에서의 수출 확대 방안 마련

- (유망품목) 현재 한국산 농식품 중 현지 시장에서의 인지도와 비중이 높고 수입 규모가 증가하고 있는 품목으로, 향후 지속적인 수출이 기대되는 품목을 선정하여 중점적으로 관리
  - 현재 對독일 유망품목은 라면(인스턴트 면류)과 음료류로 선정되었으며, 라면의 경우 ▲가격경쟁력 확보 ▲건강을 내세운 제품 개발 및 마케팅을 통해 수출 확대가 가능할 것으로 보이며, 음료류의 경우 ▲현지 수요에 부합하는 제품 출시 ▲K-Food의 건강한 이미지를 마케팅에 활용 ▲친환경 포장재를 사용한 음료 출시 등을 통해 시장 점유율을 확대할 수 있을 것으로 기대
- (기대품목) 현재 한국산의 비중은 높지 않으나, 현지 식품 소비 동향으로 미루어보아 향후 시장 확대 가능성이 존재하는 품목으로, 수출 전략 품목으로의 육성이 필요
  - 예를 들어 소스류의 경우 건강 증진에 효과가 있는 전통 장류의 적극적인 마케팅을 통해 현지 시장에서 인지도를 제고할 수 있을 것으로 보이며, 이 외에도 현지 식문화에 어울리는 소스류(BBQ 소스, 양념갈비 소스 등)를 주력품목으로 선정하여 시장 확대가 가능할 것으로 기대
  - 김치 역시 현지에서의 인지도 제고를 위한 적극적인 홍보 활동과 함께 현지 소비자의 입맛에 맞는 제품 개발을 통해 수요 창출 예상

### ■ 현재 예고되어 있는 식품 관련 규정 변경에 대한 사전 분석 및 숙지를 통해 향후 발생 가능한 수출 시 리스크 제거

- 비교적 식품 관련 규제가 엄격히 적용되며, 소비자 역시 식품 소비 시 품질 및 안전성에 대한 요구 수준이 높은 편
- 이와 더불어 향후 식품시장 내 규정 변화가 예고<sup>29)</sup>되어 있고, 2021년 12월부터 새롭게 출범한 신정부의 규제 변화 가능성이 존재하므로 이에 대한 지속적인 모니터링 및 분석을 통한 사전 대응 필요

29) 2025년부터 독일은 식료품의 트랜스지방, 나트륨, 설탕 함유량에 대한 규제를 시행할 계획이므로 이러한 식품시장 내 규정 변화와 요구 사항을 면밀히 모니터링할 필요가 있음

유럽

# 스페인



I. 식품시장 소비트렌드	212
II. 품목 심층조사	216
III. 진출전략	253

# I 식품시장 소비트렌드

## ■ 건강과 환경을 생각하는 식품 소비 트렌드가 자리 잡고 있음

- 건강한 식단을 위해 글루텐프리(Gluten-free)<sup>1)</sup>, 락토프리(latose-free)<sup>2)</sup> 등 무첨가 제품의 소비 증가
  - Statista에 따르면 2021년 기준 스페인의 글루텐프리 식품 연간 매출액은 12억 8,044만 유로(한화 약 1조 7,196억 원)로, 글루텐 함유 식품의 연간 매출액인 3억 4,575만 유로(한화 약 4,643억 2,496만 원) 대비 약 3배가량 높은 수준
    - 최근에는 지나친 밀가루 음식 섭취가 건강에 악영향을 미치고 비만을 유발한다는 이유로 글루텐프리 식품을 일종의 건강식품으로 인식하는 추세
  - 또한 2020년(최신자료) 기준 스페인의 락토프리(무유당) 우유의 연간 매출액은 3억 3,732만 유로(한화 약 4,530억 389만 원)로 2017년 이후 매출 규모가 연평균 5.8% 성장
    - 동년 락토프리 치즈의 연간 매출액은 4,048만 유로(한화 약 543억 4,197만 원)로 2017년 이후 연평균 15.4%의 높은 성장률 기록
  - 이 외에도 설탕, 소금, 방부제 등이 첨가된 식품 소비를 지양하고 과일 및 채소, 콩, 계란, 가공하지 않은 육류 및 수산물 등의 신선식품 소비를 지향하는 추세
- 가공하지 않은 신선 냉동식품을 찾는 소비자 증가
  - 코로나19가 발생하며 저장기간이 긴 냉동식품에 대한 수요가 증가하였고, 바이러스 확산 초기인 2020년에는 냉동 피자, 냉동 감자튀김 등 장기간 보관 및 간편한 섭취가 가능한 사전 조리된 냉동식품의 수요가 급격히 확대되었음
  - 그러나 코로나19 상황이 지속되며 보다 건강한 방식으로 냉동식품을 섭취하길 희망하는 소비자가 늘어나면서 채소, 과일, 곡물, 수산물 등을 냉동한 제품이 인기를 끌
- 이 외에도 지속가능성에 대한 중요성이 증대되며 친환경적 방법으로 생산된 유기농 식품에 대한 관심 제고

1) 글루텐은 밀가루에 함유된 단백질 성분 중 하나로, 섭취 시 장 질환 및 알레르기를 유발할 수 있음. 글루텐프리 식품은 글루텐을 함유하지 않은 식품을 의미함

2) 유당을 함유하지 않은 제품을 의미하는 것으로, 우유에 함유된 물질 중 하나인 유당을 분해하는 효소가 부족한 사람이 유당을 섭취할 경우 소화불량, 설사, 구토 등의 증상이 발생할 수 있음

- 스페인 유기농식품 시장은 꾸준히 성장하는 추세로, 스페인 농림부에 따르면 2021년 유기농식품 시장은 전체 식품시장의 3.6%를 차지
  - Statista에 따르면 2020년(최신자료) 기준 스페인의 1인당 유기농식품 연간 지출액은 53유로(한화 약 7만 원)로, 2016년 이후 연평균 10.4% 증가
- 스페인 소비자들은 유기농으로 식품을 생산할 경우 합성 살충제나 화학비료를 사용하지 않아 토양 및 수질 오염을 예방할 수 있다고 인식하며, 환경을 보호하기 위해 유기농 식품을 구매하는 것으로 나타남

■ 자국 식문화에 큰 자부심을 보유하는 스페인에서 최근 대도시 젊은 소비자를 중심으로 아시아 식품에 대한 수요 증가

- 전 세계적으로 대표적인 미식 강국으로 인식되는 스페인의 소비자는 자국의 지중해식 식단에 대한 만족도와 자부심이 높은 편
- 전통적으로 볶음밥, 딤섬, 볶음면 등 중국요리와 초밥, 라멘 등 일본 요리는 수년간 스페인에서 인기 있는 아시안 메뉴로 꼽힘
  - 특히 스페인에서 초밥은 저지방, 고단백으로 건강하고 영양가 높은 음식으로 인식되며 지속적으로 인기를 끌고 있음
- 스페인 조리식품제조협회(ASEFAPRE)에 따르면, 2021년 스페인 가정에서 소비된 냉장 초밥은 전년 대비 13.5% 증가한 3,134톤으로 2018년 이후 최근 4년간 연평균 174.3%의 높은 성장률을 기록

■ 스페인에서 인기 있는 중식 및 일식 메뉴 ■



출처: <https://chinahispana.es/>, [www.revistaaral.com](http://www.revistaaral.com)

- 그러나 최근 다양한 아시아 문화에 관심을 보이는 젊은 소비자가 증가하며 인도, 동남아, 한국 등으로 아시아 식품에 대한 관심이 확대되는 추세

■ 김치를 필두로 한식에 대한 현지 소비자의 관심 증가

- 코로나19로 김치의 위상이 전 세계적으로 높아지며<sup>3)</sup> 스페인에서도 김치는 영양학적 측면에서 높은 가치를 지닌 한국 고유의 발효식품이자 슈퍼푸드로 인식
  - 현지에서 김치에 대한 관심이 증가하며 최근 스페인 공영방송의 미식 예능에서 한국의 김치를 소재로 한 요리 경연 프로그램이 동 시간대 시청률 14.3%를 기록하며 인기를 끌

■ 스페인에서 방영된 김치를 활용한 요리 경연대회 방송 프로그램 ■



출처: 스페인한국문화원

- 이 외에도 스페인 내셔널지오그래픽(NATIONAL GEOGRAPHIC)지는 “김치는 어떻게 전 세계 주방을 정복했을까?”라는 주제로 한국 김치의 정통성, 조리법 등을 소개하는 특집 기사를 게재
  - 특히 김치는 면역 체계를 강화하고 프로바이오틱스 함량이 높아 위장 및 심혈관 건강에 도움이 될 뿐만 아니라 섬유질을 풍부하게 포함하고 있고 칼로리가 낮아 콜레스테롤 조절 및 체중 감소에 도움이 되는 식품으로 영양학적인 측면을 강조

■ 스페인 언론의 김치 소개 기사 ■

DE COREA A CASA  
CÓMO EL KIMCHI HA CONQUISTADO LAS COCINAS DE TODO EL MUNDO

Este interesante, versátil y divertido alimento llega desde Corea pero se ha ganado un hueco en las cartas y paladares de todo el planeta por sus propiedades saludables y genuino sabor.

LARGA VIDA

Este fermentado no se ha ganado la fama únicamente por su picante sabor - no apto para todos los públicos- también lo ha hecho por sus propiedades nutricionales. Fortalece el sistema inmunológico, tiene un alto contenido en probióticos, lo que favorece la salud gastrointestinal y cardiovascular, al igual que la pérdida de peso, debido a la fibra que contiene y sus pocas calorías. También regula el colesterol y aporta vitaminas. ¿Se puede pedir algo más a un superalimento?



출처: <https://viajes.nationalgeographic.com/es/>

3) Jean Bousquet(장 부스케) 프랑스 몽펠리에 대학 명예교수가 김치 원료 속 항산화 성분이 활성산소 제거, 염증 완화를 통해 코로나19 증상 완화에 도움이 된다는 연구 결과를 발표하면서 김치에 대한 전 세계적 관심이 제고

- K-콘텐츠의 스페인 내 영향력이 커지며 한식에 대한 관심과 호기심이 증가
  - 스페인의 일간지 El Confidencial은 한식을 ‘맛있고 다양한 아시아 음식’이라고 표현하며 김치, 김치전, 삼겹살, 떡볶이, 잡채 등 다양한 종류의 한식을 소개
  - 스페인 온라인 일간지 elDiario.es는 대표적인 한식으로 김치와 비빔밥을 소개하며 스페인에서 한식을 시도해볼 수 있는 한식당을 추천하였고, 스페인 지역 신문 20minutos는 최신 한식 트렌드로 ‘쌈’을 소개

■ 스페인 언론의 한식 소개 기사 ■

DESCUBRIENDO ASIA

Los platos de la cocina coreana que no te puedes perder

Es una de las gastronomías asiáticas más ricas y variadas. De hecho, cada vez hay más restaurantes especializados o cocineros que incorporan elementos propios de ella



Kimchi



'Ssäm', la última sensación de la cocina coreana que se come con las manos



Si eres de los que disfruta tanto comiendo como estando a la última (gastronómicamente hablando), entonces apunta: **Ssäm. Sí, con doble "ese". Es la última sensación de la cocina coreana.** Se trata de un plato en el que se usa una verdura de hoja para envolver un trozo de carne o pescado. De hecho, *ssäm* es como en coreano se dice "envuelto".

출처: [www.alimente.elconfidencial.com](http://www.alimente.elconfidencial.com), [www.20minutos.es](http://www.20minutos.es)

## II 품목 심층조사

### ① 수출 주력품목

#### 가. 한국산 수입 상위 품목

- 2021년 스페인의 한국산 농식품 수입액은 820만 9,000달러(한화 약 107억 6,217만 원)로 전년 대비 27.5% 감소함
  - 이 중 수입 상위 10개 품목의 비중이 전체 수입액의 84.9%를 차지하는 697만 달러(한화 약 91억 4,116만 원)로 집계
  - (음료류) 2021년 수입액은 전년 대비 32.8% 증가한 185만 3,000달러(한화 약 24억 3,021만 원)로 집계
    - ‘설탕이나 그 밖의 감미료·맛·향을 첨가한 물(2202.10)’의 수입 비중이 56.6%로 나타났고, 이 외 인삼음료, 과실주스 등 ‘기타 음료(2202.99)’<sup>4)</sup>의 비중은 43.3%로 집계

#### 음료류 세부 품목별 비중

(단위: %)

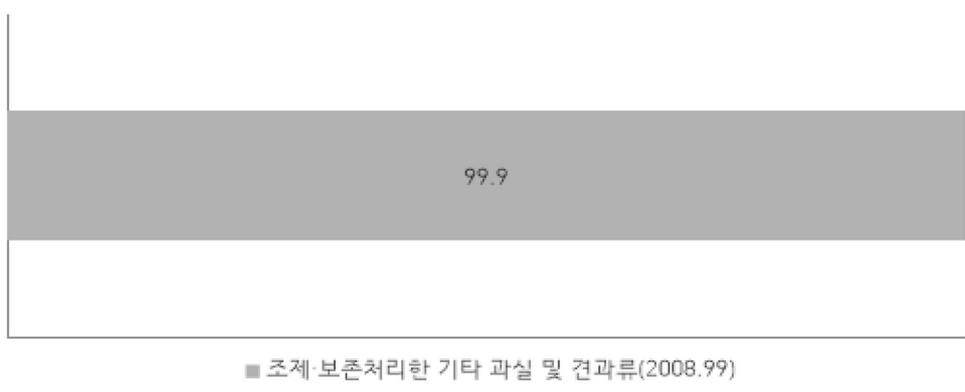


4) 인삼음료, 과실주스, 식혜 등이 포함

- (조제·보존처리한 과실 및 견과류) 전년 대비 66.6% 증가한 154만 6,000달러(한화 약 20억 2,758만 원) 규모로 수입
  - 생강, 포도, 열대과일 등의 조제품을 포함하는 ‘조제·보존처리한 기타 과실 및 견과류 (2008.99)’<sup>5)</sup>의 비중이 전체의 99.9%에 달함

■ 조제·보존처리한 과실 및 견과류 세부 품목별 비중 ■

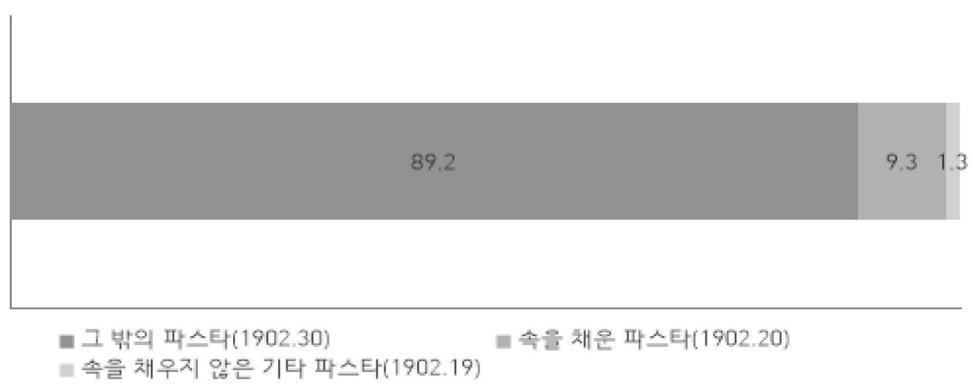
(단위: %)



- (파스타) 수입액은 86만 4,000달러(한화 약 11억 3,314만 원)로 전년 대비 266.1%의 기록적인 성장률을 달성
  - 인스턴트 면류, 라면 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’의 비중이 89.2%로 나타나며, 스파게티, 마카로니 등 ‘속을 채우지 않은 그 밖의 파스타(1902.19)’와 만두 등 ‘속을 채운 파스타 (1902.20)’의 비중은 각각 9.3%와 1.3%로 집계

■ 파스타 세부 품목별 비중 ■

(단위: %)



5) 생강, 포도, 열대과일, 무화과, 자두와 푸룬, 수박, 덩굴 식물 잎, 식용 해초류 등을 포함

- (기타 채소류) 전년 대비 86.3% 증가한 59만 6,000달러(한화 약 7억 8,165만 원) 규모로 수입
  - 영지버섯, 느타리버섯 등 ‘신선·냉장 기타 버섯류(0709.59)<sup>6)</sup>’의 비중이 100.0%로 집계

■ 기타 채소류 세부 품목별 비중 ■

(단위: %)



- (기타 조제식료품) 전년 대비 66.0% 증가한 39만 달러(한화 약 5억 1,149만 원) 규모로 수입
  - 음료 베이스, 당시럽 등 ‘따로 분류되지 않은 기타 조제식료품(2106.90)<sup>7)</sup>’의 비중이 99.7%에 달함

■ 기타 조제식료품 세부 품목별 비중 ■

(단위: %)



6) 영지버섯, 느타리버섯, 큰느타리버섯, 팽이버섯 등을 포함

7) 알코올을 함유하지 않은 음료 베이스, 당시럽, 인삼제품류, 커피크리머, 버터를 기본 재료로 한 조제품, 아이스크림 제조용 조제품, 자기소화효모 및 효모 추출물, 향미용 조제품, 알로에를 기본 재료로 한 조제품, 로열젤리 및 벌꿀 조제품 등을 포함

■ 한국산 농식품 수입 상위품목(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분		HS Code	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
품목명										
한국산 농식품 전체*			13,760	15,379	12,751	11,320	8,209	100.0	△27.5	△12.1
상위 10개 품목 합계			4,870	4,623	5,753	4,185	6,970	84.9	66.5	9.4
1	설탕·감미료·맛·향을 첨가한 물(음료류)	2202	2,734	1,713	1,718	1,395	1,853	26.6	32.8	-9.3
2	조제·보존처리한 과실 및 견과류	2008	144	635	1,248	928	1,546	22.2	66.6	81.0
3	파스타	1902	446	426	560	236	864	12.4	266.1	18.0
4	기타 채소류 (신선·냉장)	0709	171	513	729	320	596	8.6	86.3	36.6
5	기타 조제식료품	2106	274	383	461	235	390	5.6	66.0	9.2
6	베이커리류	1905	250	426	331	214	349	5.0	63.1	8.7
7	소스류	2103	22	22	30	26	249	3.6	97.6	83.4
8	식물성 수액과 추출물 (인삼엑스 등)	1302	184	156	206	139	210	3.0	51.1	3.4
9	기타 당류 (유당, 단풍당, 포도당 등)	1702	985	1807	251	104	209	3.0	101.0	△32.1
10	과실·견과류 주스	2009	0	523	608	137	105	1.5	△23.4	△41.4

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

주3: 한국산 농식품 전체: 해당 국가의 한국산 수입품목 중 HS Code 기준 02~22류(03류/05류 제외)의 합

(참고1) HS Code 03류 : 어류, 갑각류, 연체동물과 그 밖의 수생 무척추동물

(참고2) HS Code 05류 : 다른 류로 분류되지 않은 동물성 생산품(머리카락, 모(毛) 등)

주4: 수입 상위 10위 품목 중 채유에 적합한 종자와 과실(HS Code 1207), 파종용 종자·과실·포자(HS Code 1209), 어류의 기름 및 분획물(HS Code 1504), 조제·보존처리한 갑각류·연체동물(HS Code 1605)은 식용이 아니거나 수산물에 해당하므로 순위에서 제외하였음

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

## 나. 한국산 주요 품목

### (1) 김치류<sup>8)</sup>

■ 2021년 김치류가 포함된 ‘조제·보존처리한 채소류(2005.99)’ 수입액은 21억 2,254만 달러(한화 약 2조 7,837억 원)로 전년 대비 13.1% 증가

- ‘조제·보존처리한 채소류(2005.99)’ 중 김치가 포함된 ‘기타 채소류(2005.99-80)’의 비중은 41.9%로, 2017년 이후 최근 5년간 수입액은 보합세(0.03% 증가)

#### ■ 김치 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
조제·보존처리한 채소류 (HS Code 2005.99)	124,646	120,950	109,029	108,339	122,542	100.0	13.1	0.3
- 파프리카 및 - 캡시컴속의 과일 (HS Code 2005.99-10)	26,588	32,688	21,653	26,538	31,831	26.0	19.9	△0.7
- 서양풍조목 (HS Code 2005.99-20)	109	18	59	90	133	0.1	47.8	64.9
- 글로브 아티초크 (HS Code 2005.99-30)	32,742	32,413	32,789	23,386	28,471	23.2	21.7	△3.2
- 채소류의 혼합물 (HS Code 2005.99-50)	6,856	8,634	7,432	7,602	9,244	7.5	21.6	1.7
- 사우어크라우트 (HS Code 2005.99-60)	964	1,303	1,271	1,256	1,246	1.0	△0.8	△1.1
- 기타 (HS Code 2005.99-80)	57,455	46,326	45,897	50,067	51,393	41.9	2.6	0.03

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 김치를 포함한 ‘조제·보존처리한 기타 채소류(2005.99-80)’의 주요 수입국은 페루(66.5%)이며, 한국산의 수입 규모는 기록적인 수준으로 증가
  - 페루산 ‘조제·보존처리한 채소류 기타(2005.99-80)’ 수입액은 8,151만 3,000달러(한화 약 1,069억 430만 원)로 전년 대비 14.9% 증가
  - 이 외에도 프랑스산(5.6%), 네덜란드산(5.0%), 체코산(4.8%), 포르투갈산(4.8%) 등이 수입되며, 4개국으로부터의 수입액이 모두 전년 대비 큰 폭으로 증가

8) HS Code 2005.99(조제·보존처리한 채소 기타) 기준

- 한국산 ‘조제·보존처리한 채소류 기타(2005.99-80)’ 수입액은 4만 8,000달러(한화 약 6,295만 원)로 전년 대비 무려 4,700%의 증가율을 기록

**김치 수입현황(2017~2021)**

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
조제·보존처리한 채소류 기타(HS Code 2005.99-80)	124,646	120,950	109,029	108,339	122,542	100.0	13.1	0.3
1 페루	88,328	78,734	66,226	70,964	81,513	66.5	14.9	0.9
2 프랑스	5,403	6,818	4,926	4,998	6,833	5.6	36.7	0.1
3 네덜란드	3,150	3,746	4,616	4,566	6,110	5.0	33.8	13.0
4 체코	948	1,740	3,279	4,725	5,915	4.8	25.2	35.8
5 포르투갈	1,328	1,127	941	2,887	5,858	4.8	102.9	51.0
∴								
30 대한민국	26	29	21	1	48	0.04	4,700.0	0.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률  
 주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률  
 출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

**김치를 포함한 ‘조제·보존처리한 기타 채소류(2005.99-80)’의 2021년 평균 수입단가는 2.19달러(한화 약 2,872원)/kg로 전년 대비 1.8% 증가**

- 주요 수입국인 페루산의 수입단가는 2.22달러(한화 약 2,912원)/kg로 집계되었으며, 수입 상위국가 중 체코산의 수입단가가 4.19달러(한화 약 5,495원)/kg로 가장 높은 수준
- 한국산 수입단가는 6.86달러(한화 약 8,997원)/kg로 평균 수입단가 대비 약 3배가량 고가에 수입

**김치 주요국 수입단가(2017~2021)**

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
전 세계	2.196	2.333	2.312	2.150	2.189	1.8	△1.6
1 페루	2.263	2.269	2.247	2.078	2.217	6.7	△0.6
2 프랑스	1.607	1.874	1.681	1.639	2.004	22.3	1.7
3 네덜란드	1.938	2.552	2.476	3.052	3.028	△0.8	4.4
4 체코	5.480	5.103	4.043	3.804	4.192	10.2	△4.8
5 포르투갈	0.873	1.024	1.289	2.279	1.080	△52.6	1.3
∴							
30 대한민국	4.333	5.800	5.250	-	6.857	30.6	0.04

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률  
 주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률  
 출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 스페인으로 수입되는 김치는 ‘조제·보존처리한 채소류 기타(2005.99-80)’에 해당되어 기본세율 17.6%가 부과

- 다만 한국산 조제·보존처리한 채소류(김치 포함)는 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 무관세로 수입 가능

■ 김치 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	구분		기본세율	한-EU FTA 협정세율
	HS Code	품명		
조제·보존처리한 채소 기타	2005.99-10	파프리카 및 캡시컴속의 과일	6.4%	0%
	2005.99-20	서양풍조목	16.0%	0%
	2005.99-30	글로브 아티초크	17.6%	0%
	2005.99-50	채소류의 혼합물	17.6%	0%
	2005.99-60	사우어크라우트	16.0%	0%
	2005.99-80	기타	17.6%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 스페인 온라인 유통채널에서는 한국산 김치가 유일하게 유통

- 스페인산 및 기타 수입산 김치 제품은 찾아볼 수 없으며, 한국산 김치는 주로 통조림 형태로 100g당 약 3.42유로(한화 약 4,594원)에 판매

■ 스페인에서 유통되는 한국산 김치 제품 ■

사진			
제품명	Cabbage Kimchi in can	Kimchi enlatado en conserva	Wang marca kimchi
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품형태	통조림	통조림	유리병 포장
제조사	동원	동원	삼진지에프
가격	€ 5.95 / 160g (한화 약 7,988원)	€ 5.95 / 160g (한화 약 7,988원)	€ 11.63 / 410g (한화 약 1만 5,614원)
100g(mL) 당 단가	€ 3.71 / 100g (한화 약 4,981원)	€ 3.71 / 100g (한화 약 4,981원)	€ 2.83 / 100g (한화 약 3,799원)

출처: amazon.es, ebay.es

## (2) 소스류<sup>9)</sup>

■ 2021년 소스류 수입액은 전년 대비 14.9% 증가한 2억 3,644만 달러(한화 약 3,102억 928만 원)로 집계

- 이 중 기타 소스류의 비중이 73.9%로 가장 높고, 뒤이어 간장(10.2%), 토마토케첩(10.0%), 겨자(5.9%) 순으로 나타남
  - ‘기타 소스류(2103.90)’ 수입액은 1억 7,467만 달러(한화 약 2,291억 6,704만 원)로 전년 대비 20.1% 증가
  - ‘간장(2103.90)’ 수입액은 2,421만 1,000달러(한화 약 317억 6,483만 원)로 전년 대비 14.3% 증가한 반면, ‘토마토케첩(2103.20)’ 수입액은 2,373만 달러(한화 약 311억 3,376원)로 전년 대비 7.0% 감소
  - ‘겨자(2103.30)’ 수입액은 전년 대비 2.2% 증가한 1,383만 2,000달러(한화 약 181억 4,758만 원)로 집계

### ■ 소스류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
소스류 (HS Code 2103)	192,077	208,290	214,397	205,700	236,443	100.0	14.9	3.2
- 간장 (HS Code 2103.10)	14,502	15,805	17,266	21,188	24,211	10.2	14.3	11.3
- 토마토케첩 (HS Code 2103.20)	31,414	31,841	29,763	25,518	23,727	10.0	△7.0	△7.1
- 겨자 (HS Code 2103.30)	10,600	11,868	13,543	13,535	13,832	5.9	2.2	3.9
- 기타 (HS Code 2103.90)	135,561	148,775	153,824	145,458	174,672	73.9	20.1	4.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 소스류 주요 수입국은 네덜란드(19.1%), 독일(16.2%), 이탈리아(14.2%) 등
  - 한국산 소스류 수입액은 전년 대비 97.6% 증가한 24만 9,000달러(한화 약 3억 2,669만 원)로 집계

9) HS Code 2103(소스류) 기준

■ 소스류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
소스류 (HS Code 2103)	192,077	208,290	214,397	205,700	236,443	100.0	14.9	3.2	
1	네덜란드	31,250	34,600	37,501	36,046	45,262	19.1	25.6	6.9
2	독일	29,980	32,642	33,315	34,348	38,319	16.2	11.6	4.1
3	이탈리아	20,629	22,769	25,974	25,880	33,561	14.2	29.7	10.2
4	프랑스	18,424	20,363	19,084	15,161	19,842	8.4	30.9	△0.6
5	영국	29,582	30,825	30,090	25,950	18,312	7.7	△29.4	△12.2
⋮									
33	대한민국	22	22	30	126	249	0.1	97.6	0.8

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 2021년 평균 수입단가는 2.36달러(한화 약 3,092원)/kg로 전년 대비 6.8% 증가

- 주요 수입국인 네덜란드와 독일, 이탈리아산 수입단가는 각각 1.81달러(한화 약 2,375원)/kg, 2.05달러(한화 약 2,690원)/kg, 3.65달러(한화 약 4,789원)/kg로 이탈리아산 소스가 가장 고가의 가격 형성
- 한국산 소스류 수입액은 전년 대비 8.0% 증가한 3.32달러(한화 약 4,362원)/kg로 평균 수입단가보다 비싼 가격으로 수입

■ 소스류 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
소스류 (HS Code 2103)	2.009	2.174	2.067	2.210	2.360	6.8	2.1	
1	네덜란드	1.858	1.959	1.800	1.653	1.806	9.3	△2.0
2	독일	1.870	1.819	1.683	2.040	2.052	0.6	3.1
3	이탈리아	3.221	3.564	3.310	3.181	3.646	14.6	0.6
4	프랑스	1.342	1.957	1.888	2.567	2.629	2.4	7.7
5	영국	2.228	2.267	2.284	2.747	3.199	16.5	9.0
⋮								
33	대한민국	2.200	2.444	3.000	3.073	3.320	8.0	0.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 스페인으로 수입되는 소스류에는 품목에 따라 상이한 관세율 부과

- 수입 비중이 가장 높은 기타 소스류의 기본세율은 최소 0%에서 최대 7.7%이며, 간장 7.7%, 토마토케첩 10.2%, 겨자 0~9.0%의 기본세율 부과
- 다만 한국산 소스류에는 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 전 품목 무관세로 수입 가능

■ 소스류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	HS Code	구분 품명	기본세율	한-EU FTA 협정세율
소스류	2103.10-0000	간장	7.7%	0%
	2103.20-0000	토마토케첩	10.2%	0%
	2103.30-1000	겨자의 고운 가루, 거친 가루	0%	0%
	2103.30-9010	조제한 겨자(당 첨가율 5% 미만)	9.0%	0%
	2103.30-9090	조제한 겨자(당 첨가율 5% 이상)	9.0%	0%
	2103.90-1000	기타(액체성 망고 처트니)	0%	0%
	2103.90-3000	기타(1.5~6중량%의 용담, 향신료 및 다양한 성분과 4~10%의 설탕을 함유한 알코올 농도 44.2~49.2%의 아로마 쓴맛을 0.5리터 이하의 용기에 담은 것)	0%	0%
	2103.90-9011	기타(건조한 중량 50%에 의해 포함하는 혼합물에서 또는 수용액에서 모노소듐 글루타메이트 또는 모노소듐 글루타메이트의 그 이상)	7.7%	0%
	2103.90-9019	기타(기타)	7.7%	0%
	2103.90-9081	기타(건조한 중량 50 %에 의해 포함하는 혼합물에서 또는 수용액에서 모노소듐 글루타메이트 또는 모노소듐 글루타메이트의 그 이상)	7.7%	0%
2103.90-9089	기타(기타)	7.7%	0%	

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 비교적 다양한 유형의 소스류가 100g당 평균 2.0유로(한화 약 2,685원) 수준에 판매

- (스페인산) 샐러드드레싱, 머스타드, 나초 디핑소스<sup>10)</sup>, BBQ 소스 등 다양한 유형이 약 0.70유로(한화 약 940원)/100g에 판매
  - 스페인 전통 소스인 브라바(brava)<sup>11)</sup>, 알리올리(allioli)<sup>12)</sup> 소스도 매우 보편적으로 판매

10) '딕다(dipping)'에서 유래한 것으로 다양한 음식을 찍어 먹을 수 있는 소스를 의미

11) 토마토를 베이스로 오일과 향신료를 첨가한 매콤한 맛의 토마토 소스

12) 스페인 카탈로니아의 전통 소스로 마늘, 레몬, 오일을 사용한 마요네즈 소스

- (수입산) 미국, 이탈리아 등에서 수입된 나초 소스, 핫소스, 파스타 소스 등이 약 2.54유로(한화 약 3,410원)/100g 수준에 판매
- (한국산) 주로 장류 제품이 플라스틱 용기에 담겨 유통되며, 제품 단가는 약 2.70유로(한화 약 3,624원)/100g 수준
  - 한국산 장류에 대해 '요리에 풍부한 맛을 더해준다', '맛있다' 등 긍정적인 반응이 대다수이나, 고추장의 경우 일부 '매워서 먹기 힘들었다'는 평가도 존재

스페인에서 유통되는 소스 제품

사진			
제품명	Salsa alioli	Salsa brava intensa	Salsa alioli
원산지	스페인	스페인	스페인
제품형태	마요네즈 소스	토마토 소스	파스타 소스
가격	€ 1.59 / 300ml (한화 약 2,135원)	€ 1.73 / 320g (한화 약 2,323원)	€ 1.65 / 160g (한화 약 2,215원)
100g(mL) 당 단가	€ 0.53 / 100ml (한화 약 712원)	€ 0.54 / 100g (한화 약 725원)	€ 1.03 / 100g (한화 약 1,383원)
사진			
제품명	Salsa de queso cheedar para dippear	Salsa picante habanero	Salsa Olive con base de tomate y aceitunas sin gluten
원산지	미국	미국	이탈리아
제품형태	치즈소스	핫소스	파스타 소스
가격	€ 1.93 / 280g (한화 약 2,591원)	€ 3.74 / 60ml (한화 약 5,019원)	€ 2.88 / 400g (한화 약 3,865원)
100g(mL) 당 단가	€ 0.68 / 100g (한화 약 913원)	€ 0.62 / 100ml (한화 약 832원)	€ 0.72 / 100g (한화 약 966원)

<b>사진</b>			
<b>제품명</b>	Pasta de soja sazonada	del pimiento picante Pasta de Corea	Korean Sauce 5.9oz Variedad 2 Packs
<b>원산지</b>	대한민국	대한민국	대한민국
<b>제품형태</b>	쌈장	고추장	고추장/된장
<b>가격</b>	€ 21.99 / 500g*3 (한화 약 2만 9,512원)	€ 14.85 / 500g (한화 약 1만 9,930원)	€ 24.99 / 170g*2 (한화 약 3만 3,538원)
<b>100g(mL) 당 단가</b>	€ 1.46 / 100g (한화 약 1,959원)	€ 2.97 / 100g (한화 약 3,986원)	€ 3.67 / 100g (한화 약 4,925원)

출처: alcampo.es

### (3) 음료류<sup>13)</sup>

■ 2021년 음료류 수입액은 6억 5,352만 달러(한화 약 8,570억 9,148만 원)로 전년 대비 6.1% 증가

- 음료 수입은 크게 ‘음료류(2202)’와 ‘과실주스(2009)’로 구분
  - ‘음료류(2202)’ 수입액은 전년 대비 12.4% 증가한 3억 8,258만 달러(한화 약 5,017억 5,367만 원)로 전체 음료 수입액 중 58.5% 차지
  - ‘과실주스(2009)’ 수입액은 전년 대비 1.8% 감소한 2억 7,093만 달러(한화 약 3,553억 2,470만 원)로 전체 음료 수입액의 41.5% 차지

#### | 음료류 수입현황(2017~2021) |

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
음료류 계	637,710	672,787	592,397	616,132	653,517	100.0	6.1	△0.7
음료류 (HS Code 2202)	338,304	358,957	365,097	340,291	382,584	58.5	12.4	1.6
과실주스 (HS Code 2009)	299,406	313,830	227,300	275,841	270,933	41.5	△1.8	△3.6

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

13) HS Code 2202(설탕, 감미료, 맛, 향을 첨가한 물) + 2009(과실·견과류·채소주스) 기준

2022 주요 수출국 유망품목 심층조사 및 진출전략

- 포르투갈, 오스트리아, 네덜란드, 독일 등에서 수입
  - ‘음료류(2202)’의 주요 수입국은 포르투갈(21.1%), 오스트리아(17.2%), 독일(16.1%) 등으로 나타나며, 한국산 음료류는 전년 대비 32.8% 증가한 185만 3,000달러(한화 약 24억 3,021만 원)로 집계

음료류 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
음료류 (HS Code 2202)	338,304	358,957	365,097	340,291	382,584	100.0	12.4	1.6
1 포르투갈	37,020	45,860	44,808	48,937	80,838	21.1	65.2	15.2
2 오스트리아	62,676	67,492	62,178	46,921	65,689	17.2	40.0	△0.7
3 독일	71,344	76,180	78,216	78,273	61,528	16.1	△21.4	△5.2
4 네덜란드	41,130	42,145	47,638	48,175	56,060	14.7	16.4	7.4
5 프랑스	39,481	45,980	47,663	43,358	39,168	10.2	△9.7	△3.9
∴								
15 대한민국	2,734	1,713	1,718	1,395	1,853	0.5	32.8	0.02

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- ‘과실주스(2209)’의 주요 수입국은 네덜란드(21.4%), 벨기에(13.8%) 등이며, 한국산 과실주스 수입액은 전년 대비 23.4% 감소한 10만 5,000달러(한화 약 1억 3,771만 원)로 집계

주스류 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
과실주스 (HS Code 2009)	299,406	313,830	227,300	275,841	270,933	100.0	△1.8	△3.6
1 네덜란드	80,539	70,197	46,665	53,608	57,898	21.4	8.0	△4.7
2 벨기에	46,636	41,635	25,220	32,322	37,374	13.8	15.6	△2.7
3 코스타리카	22,017	17,805	14,245	16,586	18,684	6.9	12.6	1.2
4 독일	10,139	14,801	12,051	10,087	18,067	6.7	79.1	5.1
5 브라질	33,821	32,008	10,134	15,857	16,911	6.2	6.6	△14.7
∴								
43 대한민국	-	523	608	137	105	0.04	△23.4	△0.3

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 2021년 스페인으로 수입되는 음료의 평균 단가는 1.2달러(한화 약 1,574원)/kg<sup>14)</sup>로 집계

- ‘음료류(2202)’의 평균 수입단가는 1.080달러(한화 약 1,416원)/kg
  - 주요 수입국인 포르투갈산 음료류 수입단가는 1.58달러(한화 약 2,072원)/kg로 확인되며, 수입 상위 5개국 중 네덜란드산 음료류 수입단가가 2.21달러(한화 약 2,898원)/kg로 가장 고가에 수입
  - 한국산 음료류는 전년 대비 31.7% 증가한 1.060달러(한화 약 1,390원)/kg로 평균 수입단가와 유사한 수준으로 수입

■ 음료류 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)	
음료류 (HS Code 2202)	N/A	N/A	N/A	1.157	1.080	△6.7	-	
1	포르투갈	0.549	0.634	0.648	0.635	0.630	△0.8	△0.2
2	오스트리아	1.076	1.480	1.499	1.529	1.578	3.2	1.6
3	독일	1.560	1.657	1.847	1.847	2.192	18.7	7.2
4	네덜란드	2.353	2.376	2.483	2.075	2.209	6.5	△1.8
5	프랑스	0.966	1.030	0.882	0.835	0.747	△10.5	△7.7
⋮								
15	대한민국	0.910	0.828	0.833	0.805	1.060	31.7	0.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- ‘과실주스(2009)’의 평균 수입단가는 1.22달러(한화 약 1,600원)/kg로 추정<sup>15)</sup>
  - 주요 수입국인 네덜란드산 과실주스 수입단가는 1.62달러(한화 약 2,125원)/kg로 집계되며, 수입 상위 5개국 중 브라질산 수입단가가 1.79달러(한화 약 2,348원)/kg로 가장 고가에 수입
  - 한국산 과실주스 수입단가는 전년 대비 23.2% 증가한 1.180달러(한화 약 1,547원)/kg로 평균 수입단가와 유사한 수준

14) 2021년 주스류 수입단가가 공식적으로 집계되지 않아 당해연도 상위 수입 5개국 수입단가의 평균값(1.22달러)을 기준으로 산정

15) 2021년 주스류 수입단가가 공식적으로 집계되지 않아 당해연도 상위 수입 5개국 수입단가의 평균값(1.22달러)으로 추정

주스류 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
과실주스 (HS Code 2009)	1.634	1.359	1.310	1.564	-	19.4	△1.4
1 네덜란드	2.055	1.872	1.591	1.630	1.624	△0.4	△3.5
2 벨기에	1.615	0.853	1.119	1.679	0.960	△42.8	3.0
3 코스타리카	1.018	0.705	0.605	0.663	0.750	13.1	1.6
4 독일	0.854	1.078	0.907	0.832	0.961	15.5	△2.8
5 브라질	2.326	2.192	1.850	1.699	1.788	5.2	△5.0
⋮							
43 대한민국	-	1.732	1.987	0.958	1.180	23.2	△12.0

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

스페인으로 수입되는 음료 제품은 유형에 따라 관세율이 상이하게 적용

- 음료류의 기본세율은 최소 5.4%에서 최대 9.6% 수준이며, 과실주스의 기본세율은 품목 및 유형에 따라 각각 다르게 적용되나 통상 10.5~33.6% 수준 내외로 적용
- 한국산 음료류와 과실주스는 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 무관세로 수입 가능

음료류 관세율(2021년)

(단위: %)

품목	구분		기본세율	한-EU FTA 협정세율
	HS Code	품명		
음료류	2202.10	음료류	9.6%	0%
	2202.91	무알코올 맥주	9.6%	0%
	2202.99	음료류 기타	5.4~9.6%	0%
과실주스	2009.11	오렌지주스(냉동)	15.2~33.6%	0%
	2009.12	오렌지주스(20bx 이하)	12.2%	0%
	2009.19	오렌지주스(기타)	12.2~33.6%	0%
	2009.21	자몽(포멜로)주스(20bx 이하)	12.0%	0%
	2009.29	자몽(포멜로)주스(67bx 초과)	12.0~33.6%	0%
	2009.31	기타 감귤주스(20bx 이하)	14.4~15.2%	0%
	2009.39	기타 감귤주스(67bx 초과)	14.4~33.6%	0%

품목	구분		기본세율	한-EU FTA 협정세율
	HS Code	품명		
과실주스	2009.41	파인애플주스(20bx 이하)	15.2~16.0%	0%
	2009.49	파인애플주스(67bx 초과)	15.2~33.36%	0%
	2009.50	토마토주스	16.0~16.8%	0%
	2009.61	포도주스(30bx 이하)	22.4%	0%
	2009.69	포도주스(67bx 초과)	22.4~40.0%	0%
	2009.71	사과주스(20bx 이하)	18.0%	0%
	2009.79	사과주스(67bx 초과)	18.0~30.0%	0%
	2009.81	크랜베리 주스	14.0~33.6%	0%
	2009.89	기타 단일 과일/견과류/채소 주스	10.5~33.6%	0%
	2009.90	혼합 주스	15.2~33.6%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 탄산음료, 과일음료 등이 100ml당 평균 0.32유로(한화 약 429원)에 판매

- (스페인산) 판매 단가는 약 0.09유로(한화 약 121원)/100ml로 과일차, 과일음료, 탄산음료 등이 두루 유통되며, 무설탕 음료 제품도 쉽게 찾아볼 수 있음
- (수입산) 독일, 스위스, 미국 등에서 수입된 탄산음료 및 과일음료 등이 약 0.22유로(한화 약 295원)/100ml에 판매
- (한국산) 한국산 음료는 아주 드물게 찾아볼 수 있으며, 주로 과일맛 음료가 약 0.65유로(한화 약 872원)/100ml 수준에 판매

■ 스페인에서 유통되는 음료 제품 ■

사진			
제품명	Néctar de naranja	Refresco de limonada natural	Bebida de té al limón
원산지	스페인	스페인	스페인
제품형태	과일음료	과일음료	과일차
가격	€ 2.94 / 1.5ℓ (한화 약 3,946원)	€ 0.98 / 1.5ℓ (한화 약 1,315원)	€ 0.74 / 1.5ℓ (한화 약 993원)
100g(ml) 당 단가	€ 0.19 / 100ml (한화 약 255원)	€ 0.06 / 100ml (한화 약 81원)	€ 0.04 / 100ml (한화 약 54원)

사진			
제품명	Bebida, base de zumo con vitaminas	Bebida de té al limón sin azúcar	Bebida refrescante cola con limón
원산지	독일	스위스	미국
제품형태	과일음료	과일음료	탄산음료
가격	€ 0.48 / 200ml (한화 약 644원)	€ 0.65 / 330ml (한화 약 872원)	€ 0.77 / 330ml (한화 약 1,033원)
100g(ml) 당 단가	€ 0.24 / 100ml (한화 약 322원)	€ 0.19 / 100ml (한화 약 255원)	€ 0.23 / 100ml (한화 약 309원)
사진			
제품명	Bong Bong	식혜	데미소다 레몬맛
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품형태	과일음료	기타음료	과일음료
가격	€ 1.59 / 238ml (한화 약 2,134원)	€ 1.25 / 238ml (한화 약 1,678원)	€ 1.80 / 250ml (한화 약 2,416원)
100g(ml) 당 단가	€ 0.69 / 100ml (한화 약 926원)	€ 0.54 / 100ml (한화 약 725원)	€ 0.72 / 100ml (한화 약 966원)

출처: alcampo.es

#### (4) 라면류<sup>16)</sup>

■ 2021년 라면류가 포함된 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’ 수입액은 전년 대비 31.4% 증가한 6,161만 9,000달러(한화 약 808억 1,332만 원)로 집계

- 면류 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’ 수입액은 2017년 이후 최근 5년간 연평균 8.8% 증가

#### ■ 그 밖의 파스타 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	43,980	43,934	45,881	46,884	61,619	31.4	8.8

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

16) HS Code 1902.30(인스턴트 면류) 기준

- 주요 수입국은 폴란드(23.3%), 이탈리아(17.3%)이며, 한국산 수입액은 전년 대비 285.5% 증가
  - 폴란드산 수입액은 전년 대비 14.3% 증가한 1,437만 4,000달러(한화 약 188억 5,150만 원)로 집계되었고, 이탈리아산 수입액은 1,065만 5,000달러(한화 약 139억 7,403만 원)로 전년 대비 30.6% 증가
  - 한국산 수입액은 77만 1,000달러(한화 약 10억 1,117만 원)로 집계

**그 밖의 파스타 수입현황(2017~2021)**

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	43,980	43,934	45,881	46,884	61,619	100.0	31.4	8.8
1 폴란드	10,443	9,765	10,519	12,578	14,374	23.3	14.3	10.1
2 이탈리아	8,774	8,255	7,779	8,157	10,655	17.3	30.6	6.6
3 우크라이나	4,535	4,114	4,259	5,240	5,945	9.6	13.5	9.6
4 헝가리	1,815	2,185	2,249	3,083	3,489	5.7	13.2	12.4
5 네덜란드	2,565	2,404	2,536	2,364	3,467	5.6	46.7	9.6
⋮								
14 대한민국	414	385	545	200	771	1.3	285.5	0.19

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률  
 주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률  
 출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

**2021년 면류 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’의 평균 수입단가는 2.94달러(한화 약 3,856원)/kg로 전년도와 보합세**

- 주요 수입국인 폴란드산과 이탈리아산의 수입단가는 각각 4.10달러(한화 약 5,377원)/kg와 2.96달러(한화 약 3,882원)/kg로 집계
  - 수입 상위 5개국 중 헝가리산 수입단가가 6.230달러(한화 약 8,170원)/kg로 가장 높은 가격을 형성
- 한국산 수입단가는 전년 대비 63.5% 증가한 2.66달러(한화 약 3,489원)/kg로 평균 수입단가 대비 소폭의 가격경쟁력 확보

그 밖의 파스타 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	2.582	2.792	2.655	2.940	2.941	0.0	1.3
1 폴란드	3.642	3.992	3.853	4.219	4.099	△2.8	0.7
2 이탈리아	2.029	2.444	2.538	2.551	2.956	15.9	4.9
3 우크라이나	2.629	2.770	2.806	3.003	3.050	1.6	2.4
4 헝가리	7.500	7.407	7.185	6.370	6.230	△2.2	△4.2
5 네덜란드	2.418	2.552	2.399	2.066	2.424	17.3	△1.3
⋮							
14 대한민국	2.352	2.127	2.370	1.626	2.659	63.5	0.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

스페인으로 수입되는 면류 등 ‘그 밖의 파스타(1902.30)’에는 기본세율 6.4%가 적용

- 반면 한국산 그 밖의 파스타는 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 무관세로 수입 가능

그 밖의 파스타 관세율(2021년)

(단위: %)

품목	기본세율	한-EU FTA 협정세율
그 밖의 파스타 (HS Code 1902.30)	6.4%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

주로 맵지 않은 맛의 인스턴트 면류와 파스타가 평균 1.68유로(한화 약 2,255원)/100g에 판매

- (스페인산) 치킨 맛 인스턴트 면류가 주를 이루며 100g당 1.29유로(한화 약 1,731원)에 판매
  - 제품 포장 단위는 100g 미만으로 소포장 형태가 주를 이룸
- (수입산) 독일, 일본, 태국 등 다양한 국가에서 수입된 라면이 1.60유로(한화 약 2,147원)/100g에 판매
  - 국물라면, 볶음면 등 다양한 유형이 유통되며, 전반적으로 100g 미만의 소포장 제품이 주를 이룸
- (한국산) 주로 매운맛 라면이 2.15유로(한화 약 2,885원)/100g 수준으로 판매
  - 스페인에서 유통되는 한국산 라면은 100g 이상으로 현지에서 보편적으로 유통되는 면류 대비 대용량으로 나타남

스페인에서 유통되는 라면 제품

사진			
제품명	Sopa de pollo con fideos	Sopa de pollo con fideos	Fideos orientales de pollo
원산지	스페인	스페인	스페인
가격	€ 0.69 / 71g (한화 약 926원)	€ 0.40 / 71g (한화 약 537원)	€ 1.39 / 60g (한화 약 1,865원)
100g(mL) 당 단가	€ 0.98 / 100g (한화 약 1,315원)	€ 0.57 / 100g (한화 약 765원)	€ 2.31 / 100g (한화 약 3,100원)
사진			
제품명	Sopa de pollo con fideos	Fideos soba classic	Fideos instantaneos, camarones Tom Yum
원산지	독일	일본	태국
가격	€ 0.69 / 63g (한화 약 926원)	€ 1.79 / 90g (한화 약 2,402원)	€ 30.41 / 60g*30 (한화 약 4만 812원)
100g(mL) 당 단가	€ 1.15 / 100g (한화 약 1,543원)	€ 1.98 / 100g (한화 약 2,657원)	€ 1.69 / 100g (한화 약 2,270원)
사진			
제품명	Stir-Fried Noodles With Hot And Spicy Chicken Ramen	Fideos Instantaneos en Vaso, Muy Picante	pollo caliente Buldak ramen fideos sabor a queso
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
가격	€ 11.95 / 140g*5 (한화 약 1만 6,048원)	€ 3.66 / 110g (한화 약 4,915원)	€ 9.95 / 140g*5 (한화 약 1만 3,363만 원)
100g(mL) 당 단가	€ 1.70 / 100g (한화 약 2,283원)	€ 3.32 / 100g (한화 약 4,459원)	€ 1.42 / 100g (한화 약 1,907원)

출처: supermercado, .eroski.es, supermercado.eroski.es

(5) 주류17)

■ 2021년 주류 수입액은 전년 대비 28.7% 증가한 15억 3,742만 달러(한화 약 2조 163억 원)로 집계

- 전체 주류 수입액 중 54.8%를 증류주·리큐르 수입이 차지하며, 뒤이어 맥주(24.8%), 포도주(18.5%), 그 밖의 발효주(1.9%) 순으로 나타남

■ 주류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
주류 계	1,597,336	1,665,067	1,544,475	1,194,755	1,537,421	100.0	28.7	△2.0
맥주 (HS Code 2203)	311,398	338,229	331,398	340,436	381,617	24.8	12.1	3.1
포도주 (HS Code 2204)	213,152	257,447	238,369	193,703	284,373	18.5	46.8	2.5
그 밖의 발효주 (HS Code 2206)	32,323	31,312	29,453	15,547	28,988	1.9	86.5	△1.9
증류주·리큐르 (HS Code 2208)	1,040,463	1,038,079	945,255	645,069	842,443	54.8	30.6	△5.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 주류 유형별 주요 수입국은 다소 상이하나 보편적으로 유럽 국가 위주로 구성
  - 맥주 수입은 벨기에(31.9%), 프랑스(15.3%), 포르투갈(13.5%) 등에서 이뤄지며, 한국산 맥주 수입액은 전년 대비 140% 증가한 4만 8,000달러(한화 약 6,295만 원)로 집계

■ 맥주 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
맥주 (HS Code 2203)	311,398	338,229	331,398	340,436	381,617	100.0	12.1	3.1
1 벨기에	19,834	28,465	67,447	106,193	121,571	31.9	14.5	43.8
2 프랑스	115,018	100,920	41,220	44,586	58,484	15.3	31.2	△12.8
3 포르투갈	24,141	26,574	38,846	61,738	51,481	13.5	△16.6	18.0
4 네덜란드	38,746	41,964	38,914	31,101	41,647	10.9	33.9	△0.2
5 독일	42,945	50,213	46,872	31,334	31,879	8.4	1.7	△10.7
⋮								
43 대한민국	-	-	5	20	48	0.01	140.0	209.8

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

17) HS Code 2203(맥주) + 2204(포도주) + 2206(그 밖의 발효주) + 2208(증류주·리큐르, 그 밖의 주정음료) 기준

- 포도주는 대부분 프랑스(58.2%)에서 수입되며, 2021년 한국산 포도주 수입액은 집계되지 않음

**포도주 수입현황(2017~2021)**

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
포도주 (HS Code 2204)	213,152	257,447	238,369	193,703	284,373	100.0	46.8	2.5
1 프랑스	114,311	111,199	129,649	86,220	165,539	58.2	92.0	10.5
2 이탈리아	41,450	51,702	44,297	34,869	46,257	16.3	32.7	△2.7
3 포르투갈	18,829	17,133	12,843	13,499	20,475	7.2	51.7	4.6
4 영국	9,314	23,834	13,844	8,622	8,685	3.1	0.7	△22.3
5 독일	6,328	6,884	7,973	6,868	7,929	2.8	15.4	3.6
⋮								
81 대한민국	-	19	37	-	-	-	-	-

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률  
 주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률  
 출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 기타 발효주 수입은 독일(43.2%), 프랑스(12.7%), 스웨덴(10.0%)에서 이뤄지며, 한국산 기타 발효주 수입액은 전년 대비 5.0% 증가한 8만 4,000달러(한화 약 1억 1,016만 원)로 집계

**그 밖의 발효주 수입현황(2017~2021)**

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 발효주 (HS Code 2206)	32,323	31,312	29,453	15,547	28,988	100.0	86.5	△1.9
1 독일	3,525	2,989	3,085	3,036	12,515	43.2	312.2	43.0
2 프랑스	1,892	1,486	1,200	1,211	3,667	12.7	202.8	25.3
3 스웨덴	7,607	6,364	7,013	1,944	2,904	10.0	49.4	△17.8
4 아일랜드	5,666	3,812	3,888	975	1,798	6.2	84.4	△17.1
5 벨기에	880	348	1,223	1,622	1,491	5.1	△8.1	43.9
⋮								
16 대한민국	107	101	106	80	84	0.3	5.0	△0.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률  
 주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률  
 출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

## 2022 주요 수출국 유망품목 심층조사 및 진출전략

- 증류주 및 리큐르 수입은 영국(31.6%), 네덜란드(13.2%), 미국(10.8%)에서 주로 이뤄지며, 2021년 한국산 증류주 및 리큐르 수입액은 집계되지 않음

### 증류주·리큐르 수입현황(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
증류주·리큐르 (HS Code 2208)	1,040,463	1,038,079	945,255	645,069	842,443	100.0	30.6	△5.1
1 영국	265,273	296,448	293,362	174,553	265,842	31.6	52.3	△2.7
2 네덜란드	243,235	215,992	224,632	142,264	111,046	13.2	△21.9	△15.3
3 미국	121,292	125,443	73,236	73,040	91,291	10.8	25.0	△7.6
4 프랑스	85,567	80,866	65,744	49,676	66,089	7.8	33.0	△4.9
5 독일	53,329	52,651	51,070	29,330	47,864	5.7	63.2	△2.4
⋮								
88 대한민국	-	-	-	3	-	-	-	-

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

### 2021년 주류 수입단가는 품목별로 상이하며, 증류주 및 리큐르의 수입단가가 가장 높게 나타남

- (증류주·리큐르) 평균 수입단가는 4.96달러(한화 약 6,505원)/kg로 전년 대비 4.0% 증가
  - 이 중 네덜란드산의 수입단가가 7.57달러(한화 약 9,928원)/kg로 가장 높고, 뒤이어 영국, 프랑스, 독일, 미국 순으로 나타남
  - 2020년(최신자료) 한국산 증류주 및 리큐르 수입단가는 3달러(한화 약 3,935원)/kg로 당해연도 평균 수입단가 대비 저렴한 가격에 수입

### 증류주·리큐르 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
증류주·리큐르 (HS Code 2208)	4.931	5.194	5.190	4.915	4.955	0.8	△1.2
1 영국	5.860	6.005	7.156	6.939	6.270	△9.6	1.1
2 네덜란드	7.246	7.376	7.560	7.406	7.572	2.2	0.7
3 미국	4.961	4.871	2.877	3.652	4.238	16.0	△3.4
4 프랑스	3.816	5.527	5.456	4.896	5.229	6.8	△1.4
5 독일	4.182	4.603	4.886	4.231	4.502	6.4	△0.6
⋮							
88 대한민국	-	-	-	3.000	-	-	-

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- (포도주) 전년 대비 111.4% 증가한 3.99달러(한화 약 5,233원)/kg에 수입되며, 프랑스산 포도주의 수입 단가가 가장 높음
  - 프랑스산 포도주 수입단가는 8.47달러(한화 약 1만 1,108원)/kg로 평균 수입단가 대비 약 2배 이상 비싼 수준으로 수입되며, 뒤이어 영국산, 포르투갈산, 독일산, 이탈리아산 순으로 가격 형성
  - 2019년 이후 한국산 포도주 수입단가는 집계되지 않음

**포도주 주요국 수입단가(2017~2021)**

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
포도주 (HS Code 2204)	-	-	-	1.887	3.990	111.4	-
1 프랑스	13.898	13.377	11.716	11.661	8.471	△27.4	△10.8
2 이탈리아	1.930	2.292	1.726	1.695	1.920	13.3	△4.3
3 포르투갈	1.262	1.585	2.478	2.046	2.251	10.0	9.2
4 영국	1.427	3.343	2.031	2.112	4.751	125.0	9.2
5 독일	2.595	N/A	2.861	1.917	2.009	4.8	-
⋮							
81 대한민국	-	3.167	2.846	-	-	-	-

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- (그 밖의 발효주) 평균 수입단가는 1.26달러(한화 약 1,652원)/kg로 전년 대비 0.9% 감소
  - 주요 수입국 중 독일산 수입단가가 1.79달러(한화 약 2,348원)/kg로 가장 높으며, 뒤이어 아일랜드, 스웨덴, 프랑스, 벨기에 순으로 나타남
  - 한국산 기타 발효주 수입단가는 전년 대비 2.3% 증가한 2.21달러(한화 약 2,898원)/kg로 평균 단가보다 소폭 높은 수준으로 수입

그 밖의 발효주 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
그 밖의 발효주 (HS Code 2206)	1.081	1.049	1.057	0.821	1.264	54.0	4.8
1 독일	0.679	0.690	0.622	0.536	1.789	233.8	26.9
2 프랑스	0.506	0.651	1.047	0.515	0.686	33.2	1.3
3 스웨덴	1.288	1.338	1.221	1.282	1.318	2.8	△0.4
4 아일랜드	1.962	1.738	1.678	1.696	1.595	△6.0	△2.1
5 벨기에	0.978	1.027	0.695	0.646	0.636	△1.5	△11.3
⋮							
16 대한민국	1.945	1.741	2.163	2.162	2.211	2.3	0.1

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- (맥주) 평균 수입단가는 0.73달러(한화 약 957원)/kg로 추정<sup>18)</sup>되어 주요 주류 중 가장 저렴한 가격에 유통
  - 수입 상위 5개국 중 독일산 맥주가 1.03달러(한화 약 171원)/kg로 가장 고가에 수입되며, 뒤이어 네덜란드, 벨기에, 포르투갈, 프랑스 순
  - 한국산 맥주 수입단가는 전년 대비 44.0% 증가한 1.920달러(한화 약 2,518원)/kg로 평균 수입 추정단가 대비 약 2배 이상 고가에 유통

맥주 주요국 수입단가(2017~2021)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
맥주 (HS Code 2203)	0.615	0.683	0.679	0.648	-	△4.6	1.8
1 벨기에	0.989	0.796	0.524	0.582	0.639	9.8	△5.3
2 프랑스	0.436	0.472	0.529	0.543	0.557	2.6	4.2
3 포르투갈	0.493	0.497	0.473	0.509	0.563	10.6	3.2
4 네덜란드	0.707	0.774	0.713	0.744	0.871	17.1	3.0
5 독일	0.857	0.902	0.892	0.920	1.025	11.4	3.2
⋮							
43 대한민국	-	-	0.833	1.333	1.920	44.0	51.8

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

18) 2021년 맥주 수입단가가 공식적으로 집계되지 않아 당해연도 상위 수입 5개국 수입단가의 평균값(0.73달러)으로 추정

■ 주류 유형별 관세율은 품목에 따라 상이하나, 한국산의 경우 한-EU FTA 협정세율이 적용되어 무관세 수입 가능

■ 주류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	구분		기본세율	한-EU FTA 협정세율
	HS Code	품명		
주류	2203	맥주	0%	-
	2204	포도주	12.1~32.0 EUR HLT	0%
	2206	그 밖의 발효주	1.300 EUR ASVX MIN 7.200 EUR HLT 또는 19.200 EUR HLT 또는 7.700 EUR HLT 또는 5.760 EUR HLT	0%
	2208	증류주·리큐르	0%	0%

주: HS Code 단위에 따라 상세품목별 적용되는 기본세율이 상이하므로 구체적인 품목의 세율은 별도 확인 필요  
출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 특정 주종에 국한되지 않고 다양한 유형의 주류가 유통

- (스페인산) 와인이 주로 유통되며, 맥주, 칵테일, 증류주 등 다양한 유형이 판매
- (수입산) 벨기에, 프랑스, 독일 등 주로 유럽국가에서 수입한 맥주, 증류주, 와인 등이 유통
- (한국산) 소주와 막걸리가 드물게 유통되나 쉽게 찾아볼 수 있는 품목은 아님

■ 스페인에서 유통되는 주류 제품 ■

사진			
제품명	Cerveza IPA CRUZCAMPO ANDALUSIAN	Ribera del Duero FINCA RESALSO by EMILIO MORO	Licor de hierbas elaborado de forma tradicional EL AFILADOR
원산지	스페인	스페인	스페인
제품형태	맥주	와인	증류주
가격	€ 0.94 / 330ml (한화 약 1,262원)	€ 8.89 / 750ml (한화 약 1만 1,939원)	€ 8.68 / 700ml (한화 약 1만 1,657원)
100g(mL) 당 단가	€ 0.28 / 100ml (한화 약 376원)	€ 1.18 / 100ml (한화 약 1,584원)	€ 1.24 / 100ml (한화 약 1,665원)

사진			
제품명	Cerveza de trigo blanca belga	Vino tinto de Francia PIERRE CHANAU botella	Licor de hierbas alemán JÄGERMEISTER
원산지	벨기에	프랑스	독일
제품형태	맥주	와인	증류주
가격	€ 1.40 / 330ml (한화 약 1,889원)	€ 4.69 / 750ml (한화 약 6,298원)	€ 11.75 / 700ml (한화 약 1만 5,739원)
100g(mL) 당 단가	€ 0.42 / 100ml (한화 약 564원)	€ 0.62 / 100ml (한화 약 833원)	€ 1.67 / 100ml (한화 약 2,242원)
사진			
제품명	Vino de Arroz Coreano Makgeolli con Banana	Soju, Chamisul Original Bebida Espirituosa	
원산지	대한민국	대한민국	
제품형태	막걸리	소주	
가격	€ 3.95 / 350ml (한화 약 5,305원)	€ 5.15 / 350ml (한화 약 6,916원)	
100g(mL) 당 단가	€ 0.95 / 100ml (한화 약 1,276원)	€ 1.47 / 100ml (한화 약 1,947원)	

출처: alcampo.es

## (6) 새송이버섯<sup>19)</sup>

■ 2021년 버섯류 수입액은 전년 대비 64.1% 증가한 1,691만 1,000달러(한화 약 221억 7,877만 원)로 집계

- 이 중 새송이버섯이 포함된 ‘식용가능한 기타 버섯류(0709.59-9000)’의 수입액이 전체 수입의 44.0%를 차지
  - ‘식용가능한 기타 버섯류(0709.59-9000)’ 수입액은 전년 대비 34.3% 증가한 744만 7,000달러(한화 약 97억 6,674만 원)로 집계

19) HS Code 0709.59(버섯류 기타) 기준

■ 버섯류 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
버섯류 기타 (HS Code 0709.59)	17,976	14,806	11,901	10,304	16,911	100.0	64.1	3.4
- 신선·냉장 살구버섯 (HS Code 0709.59-1000)	2,101	1,629	1,257	1,348	2,485	14.7	84.3	11.1
- 신선·냉장 플랩버섯 (HS Code 0709.59-3000)	3,519	1,509	1,074	1,553	1,322	7.8	△14.9	△3.3
- 신선·냉장 송로버섯 (HS Code 0709.59-5000)	2,087	3,873	3,405	2,015	5,545	32.8	175.2	9.4
- 버섯류 기타 (HS Code 0709.59-9000)	10,249	7,566	6,143	5,544	7,447	44.0	34.3	△0.4

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 전체 ‘버섯류(0709.59)’ 수입은 불가리아(18.1%), 루마니아(16.6%), 네덜란드(12.7%) 등에서 이뤄지며, 한국산의 비중은 3.5%로 나타남
  - 2021년 한국산 ‘버섯류(0709.59)’ 수입액은 전년 대비 86.3% 증가한 59만 6,000달러(한화 약 7억 8,165만 원)로 집계

■ 버섯류 기타 수입현황(2017~2021) ■

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
버섯류 기타 (HS Code 0709.59)	17,976	14,806	11,901	10,304	16,911	100.0	64.1	3.4
1 불가리아	2,563	1,336	915	673	3,059	18.1	354.5	23.0
2 루마니아	3,056	1,986	574	2,023	2,800	16.6	38.4	9.0
3 네덜란드	3,157	2,572	1,617	1,891	2,140	12.7	13.2	△4.5
4 프랑스	2,253	2,303	1,927	1,070	1,412	8.3	32.0	△11.5
5 벨기에	912	520	1,119	985	1,345	8.0	36.5	26.8
⋮								
9 대한민국	171	513	729	320	596	3.5	86.3	0.04

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ ‘버섯류(0709.59)’ 평균 수입단가는 10.1달러(한화 약 1만 3,246원)/kg로, 전년 대비 41.4% 증가

- 수입 상위 5개국 중 벨라루스산 버섯류 수입단가가 23.5달러(한화 약 3만 원)/kg로 가장 높은 수준을 보임
  - 뒤이어 루마니아산, 프랑스산, 벨기에산, 네덜란드산 순으로 가격 형성
- 한국산 버섯 수입단가는 전년 대비 89.9% 증가한 3.92달러(한화 약 5,141원)/kg로 평균 수입단가 대비 매우 저렴한 수준에 유통

■ 버섯류 기타 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
버섯류 기타 (HS Code 0709.59)	6.406	6.829	6.489	7.141	10.096	41.4	10.3
1 불가리아	9.025	12.486	15.508	18.189	23.531	29.4	17.2
2 루마니아	9.041	7.068	9.111	10.374	21.875	110.9	32.6
3 네덜란드	4.249	3.439	2.788	4.646	5.799	24.8	14.0
4 프랑스	5.314	14.858	12.044	12.159	10.617	△12.7	△8.1
5 벨기에	4.385	3.312	5.595	5.503	6.059	10.1	16.3
⋮							
9 대한민국	1.644	2.270	2.651	2.065	3.921	89.9	0.2

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 스페인으로 버섯 수입 시 유형에 따라 최소 3.2%에서 최대 6.4%의 기본세율이 적용되나, 한국산의 경우 한-EU FTA 협정세율이 적용되므로 무관세로 수입 가능

■ 버섯류 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목		기본세율	한-EU FTA 협정세율	
버섯류	0709.59-1000	신선·냉장 살구버섯	3.2%	0%
	0709.59-3000	신선·냉장 플랩버섯	5.6%	0%
	0709.59-5000	신선·냉장 송로버섯	6.4%	0%
	0709.59-9000	버섯류 기타	6.4%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

**(7) 인삼<sup>20)</sup>**

■ 2021년 인삼 수입액은 전년 대비 40.8% 감소한 48만 6,000달러(한화 약 6억 3,728만 원)로 집계

**인삼 수입현황(2017~2021)**

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	1,143	760	1,150	821	486	△40.8	△10.6

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

- 인삼 수입의 대부분이 중국산(88.9%)이며, 이 외 프랑스(7.8%), 독일(3.1%) 등지에서 일부 수입
  - 2021년 중국산 인삼 수입액은 전년 대비 8.9% 감소한 43만 2,000달러(한화 약 5억 6,657만 원)로 나타나며, 한국산 인삼 수입은 공식적으로 집계되지 않음

**인삼 수입현황(2017~2021)**

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	1,143	760	1,150	821	486	100.0	△40.8	△10.6
1 중국	565	262	541	474	432	88.9	△8.9	13.3
2 프랑스	70	37	15	28	38	7.8	35.7	0.7
3 독일	35	-	-	8	15	3.1	87.5	-

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

주3: 한국산 인삼 수입현황은 집계되지 않음

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

20) HS Code 1211.20(신선·냉장·건조 인삼) 기준

■ 2021년 인삼 평균 수입단가는 40.5달러(한화 약 5만 3,115원)/kg로 전년 대비 62.8% 증가

- 수입 인삼의 대부분을 차지하는 중국산의 수입단가는 38.27달러(한화 약 5만 191원)/kg로 집계되며 전년도와 보합세

■ 인삼 주요국 수입단가(2017~2021) ■

(단위: 달러/kg, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	YoY <sup>1)</sup> (20/21)	CAGR <sup>2)</sup> (17/21)
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	21.566	20.000	27.381	24.879	40.500	62.8	19.3
1 중국	40.357	52.400	41.615	39.500	39.273	△0.6	△7.0
2 프랑스	70.000	-	-	-	-	-	-
3 독일	-	-	-	-	-	-	-

주1: YoY(Year-of-Year), 전년 대비 증감률

주2: CAGR(Compound Annual Growth Rate), 연평균 성장률

출처: ITC Trademap(2022.06.30. 기준)

■ 스페인으로 수입되는 인삼의 기본세율은 0%이며, 한국산 인삼 역시 한-EU FTA 협정세율이 부과되어 무관세로 수입 가능

■ 인삼 관세율(2021년) ■

(단위: %)

품목	기본세율	한-EU FTA 협정세율
신선·냉장·건조 인삼 (HS Code 1211.20)	0%	0%

출처: 관세법령정보포털(2022.06.30. 기준)

■ 스페인 내 온라인 플랫폼에서 유통되는 신선·냉장 인삼은 확인되지 않으며, 주로 건강기능식품 형태의 인삼가공품이 판매

스페인에서 유통되는 인삼가공품

사진			
제품명	Ginseng con jalea real	Ginseng Coreano	Ginseng Rojo Coreano Puro
원산지	스페인	대한민국	대한민국
제품형태	정제	정제	정제
가격	€ 13.45 / 60정 (한화 약 1만 8,063원)	€ 20.06 / 50정 (한화 약 2만 6,940원)	€ 49.90 / 100정 (한화 약 6만 7,014원)
10정 당 단가	€ 2.24 / 10정 (한화 약 3,008원)	€ 4.11 / 10정 (한화 약 5,519원)	€ 4.99 / 10정 (한화 약 6,701원)
사진			
제품명	00% ginseng rojo coreano 80% extracto de ginsenósidos altamente concentrado	Panax Ginseng	Complemento Nutricional Ginseng
원산지	독일	미국	프랑스
제품형태	정제	정제	정제
가격	€ 18.70 / 30정 (한화 약 2만 5,113원)	€ 19.28 / 100정 (한화 약 2만 5,893원)	€ 8.48 / 30정 (한화 약 1만 1,388원)
10정 당 단가	€ 6.2 / 10정 (한화 약 8,326원)	€ 1.92 / 10정 (한화 약 2,579원)	€ 2.82 / 10정 (한화 약 3,787원)

출처: amazon.es

## ② 이슈 및 유망품목

### 가. 최근 이슈품목

■ 건강한 식단에 관한 관심이 글루텐프리(Gluten-free)<sup>21</sup>, 락토프리(latose-free)<sup>22</sup> 등 무첨가 제품으로 확대

- Statista에 따르면, 전체 유제품 소비 중 약 19.1%가 글루텐프리 유제품으로 소비되는 것으로 나타남
- 락토프리 유제품 소비량 역시 지속적으로 증가하는 추세로 2020년 기준 락토프리 우유의 소비량은 412만 6,300톤으로 집계되며 2017년 이후 연평균 4.6%의 성장세를 보임

#### | 스페인에서 이슈가 되고 있는 글루텐프리/락토프리 식품 예시 |

			
글루텐프리 블루치즈	글루텐프리 요거트	락토프리 귀리우유	락토프리 비타민우유

출처: amazon.es, www.elcorteingles.es

■ 길게 저장할 수 있으면서 신선식품의 영양소를 그대로 보존한 냉동식품의 수요 증가

- 코로나19 상황에서 오래 보관할 수 있으면서도 건강한 영양소를 섭취할 수 있는 냉동 채소 및 냉동 과일 제품이 인기를 끌고 있음
  - Statista에 따르면 2022년 6월 기준 스페인의 가공 및 냉동 채소의 판매액은 6,856만 달러(한화 약 899억 1,644만 원)로 전년 대비 36% 증가하였으며, 2017년 이후 최근 5년간 연평균 38%의 증가세 기록
  - 가공 및 냉동 과일·견과류의 판매액 역시 전년 대비 36% 증가한 1,250만 달러(한화 약 163억 9,375만 원)로, 최근 5년간 연평균 38% 증가한 것으로 나타남

21) 글루텐은 밀가루에 함유된 단백질 성분 중 하나로, 섭취 시 장 질환 및 알레르기를 유발할 수 있음. 글루텐프리 식품은 글루텐을 함유하지 않은 식품을 의미함  
 22) 유당을 함유하지 않은 제품을 의미하는 것으로, 우유에 함유된 물질 중 하나인 유당을 분해하는 효소가 부족한 사람이 유당을 섭취할 경우 소화불량, 설사, 구토 등의 증상이 발생할 수 있음

스페인에서 이슈가 되고 있는 신선 냉동식품 예시

			
냉동 시금치	냉동 콩	냉동과일(베리류)	

출처: ulabox.com, www.elcorteingles.es

스페인 내 한류의 영향으로 한식에 대한 관심이 증가하며 대표적인 한국 식품인 김치의 인기가 증가

- 스페인 현지 언론은 김치를 독보적인 맛과 영양학적으로 뛰어난 식품으로 평가하며 스페인에서 인기를 끄는 발효식품 중 가장 트렌디한 음식으로 소개
  - 2021년 기준 스페인의 한국 김치(2005.99-80) 수입액은 4만 8,000달러(한화 약 6,295만원)로 전년 대비 무려 4,700%의 기록적인 증가율을 달성
- 스페인 온라인 유통채널에서는 한국산 김치가 유일하게 유통되는 것으로 확인되며, 이 외에도 김치를 담글 때 사용하는 김치 소스가 판매됨

스페인에서 판매되는 한국산 김치 및 김치 관련 제품



출처: amazon.es, ebay.es, www.orientalmarket.es, www.japonshop.com

- 김치에 대한 소비자의 관심이 증가하며 YouTube, 블로그 등 다양한 온라인 플랫폼에서는 김치 담그는 법을 소개하는 콘텐츠가 계속

스페인에서 판매되는 한국산 김치 제품

Receta de Kimchi coreano tradicional

★★★★★ Valoración: 4.3 (15 votos) | 17 comentarios  
 Por Olga Gallego, Editora de RecetasGratis. Actualizado: 30 agosto 2021



¿Qué es el kimchi? Por si alguien aún no lo sabe, el kimchi es una fermentación a base de verduras procedente de Corea que se come como se conoce actualmente desde hace unos 250 años, época en que el chile llegó al Mar de Japón y le otorga ese sabor picante tan característico a esta preparación.



출처: www.recetasgratis.net, YouTube(Cocina con Coqui, La Coquette)

나. 수출 유망품목 발굴

스페인으로의 수출 유망품목 발굴을 위해 총 6가지의 지표를 활용하여 계량화

수출 유망품목 선정 지표

- ① 한국산 수입 상위품목 중 주요 수출 품목\*에 해당하는 품목  
 \* 주요 수출 품목은 현재 한국에서 對영국으로 주로 수출되는 농식품 중 상승세가 유지되는 7개 품목(김치, 소스류, 파스타(면류), 음료류, 주류, 버섯류(새송이버섯), 인삼)으로 선정
- ② 2021년 한국산 농식품 전체 수입액에서 해당 품목이 차지하는 비중(%)
- ③ 2021년 해당 품목의 전체 수입액 중 한국산의 비중(%)
- ④ 2021년 해당 품목의 한국산 수입 규모 연평균 증가율(최근 5년, %)
- ⑤ 2021년 해당 품목의 한국산 수입 규모(금액)
- ⑥ 2022년 7월 기준 현지 온라인 플랫폼에서 판매되는 한국산 제품의 수

- 2021년 기준 스페인의 한국산 농식품 수입 상위품목 중 주요 수출 품목에 해당하는 것은 ▲면류<sup>23)</sup> ▲음료류<sup>24)</sup> ▲소스류로 확인

2021년 스페인의 한국산 농식품 수입 상위품목

NO	품목	HS Code
1	설탕·감미료·맛·향을 첨가한 물(음료류)	2202
2	조제·보존처리한 과실 및 견과류	2008
3	파스타	1902
4	기타 채소류(신선·냉장)	0709
5	기타 조제식료품	2106
6	베이커리류	1905
7	소스류	2103
8	식물성 수액과 추출물	1302
9	기타 당류	1702
10	과실·견과류 주스	2009

對스페인 주요 수출 품목

NO	품목	HS Code
1	김치	2005.99
2	소스류	2103
3	음료류	2202, 2009
4	인스턴트 면류(라면)	1902.30
5	주류	2203, 2204, 2206, 2208
6	버섯류	0709.59
7	인삼	1211.20

스페인으로의 수출이 비교적 유망할 것으로 판단되는 품목은 라면(인스턴트 면류)<sup>25)</sup>으로 나타남

지표① 한국산 수입 상위품목	지표② 한국산 농식품 수입액 중 비중		지표③ 해당 품목의 전체 수입액 중 한국산 비중		지표④ 해당 품목의 한국산 수입 규모 증가율 (최근 5년 연평균)		지표⑤ 해당 품목의 한국산 수입 규모 (천 달러)		지표⑥ 현지 온라인 판매 제품 수(한국산)		총점
	비중	배점	비중	배점	증가율	배점	수입액	배점	개수	배점	
파스타	12.4	2	1.3	3	0.2	2	771	2	30	3	12
음료류	26.6	3	0.5	2	0.02	1	1,958	3	3	1	10
소스류	3.6	1	0.1	1	0.8	3	249	1	13	2	8

23) 그 밖의 파스타(HS Code 1902.30)  
 24) 설탕이나 그 밖의 감미료·맛·향을 첨가한 물(HS Code 2202.10)  
 25) 그 밖의 파스타(HS Code 1902.30)에 해당하는 품목

- 스페인 내 1인 가구 및 핵가족화, 대도시 거주자 등이 증가하며 손쉽게 조리할 수 있으면서도 저렴한 가격으로 구입할 수 있는 인스턴트 라면의 수요가 증가
- 스페인 내 한국 라면의 인지도는 아직 높은 수준은 아니지만, 불닭볶음면, 신라면 등 매운맛 위주의 라면 제품이 유통되며 입지를 구축
  - 스페인에서 유통되는 인스턴트 라면(면류)는 대부분 카레 맛, 새우 맛, 간장 맛 등 맵지 않은 맛 위주로 구성되어 있어 한국산 라면은 매운맛을 앞세운 차별화가 가능할 것으로 예상

#### ■ 장기적인 관점에서 김치의 對스페인 수출 규모 확대 기대

- 2021년까지의 정량적 지표를 바탕으로 평가한 결과, 순위 내 김치가 포함되지 않았으나, 최근 현지에서 한식에 대한 관심이 증가하며 대표적인 한국 음식인 김치에 대한 관심이 증가하는 추세
  - 현재까지 스페인 내 유통되는 김치 제품은 한국산이 유일하며, 이에 따라 스페인 내 유통채널 확대를 통한 시장 점유율 확보가 가능할 것으로 보임
- 김치 제품뿐만 아니라 김치 관련 제품(소스 등)의 수출 확대가 기대
  - 김치에 대한 관심이 증가하며 현지에서 직접 김치를 담글 수 있는 소스류의 수요도 존재하는 것으로 나타남

# Ⅲ 진출전략

## ① 스페인 SWOT 분석 및 전략도출

■ 스페인으로 수출되는 한국산 농식품의 강점(Strength)과 약점(Weakness)은 다음과 같이 구분

- (강점) 한식에 대한 긍정적인 이미지 형성 및 FTA 협정세율 적용으로 가격경쟁력 확보 가능
  - 스페인 소비자에게 한식은 발효음식이 많고 재료의 상당 부분이 채소로 이뤄져 건강한 음식이라는 긍정적인 이미지가 형성되는 추세
  - 한-EU FTA 체결로 스페인(EU)은 농산물 시장을 전반적으로 조기 개방하였으며, 이에 對스페인(EU) 주요 수출 농식품의 관세가 대부분 철폐되어 타 경쟁국산 수입 품목에 비해 가격경쟁력 확보에 용이
- 스페인 소비자들은 비교적 제품 가격에 대한 민감도가 높은 편이며, 실제로 한-EU FTA 체결 이후 한국산 제품의 가격경쟁력이 강화되어 한국 기업 제품의 현지 시장 점유율이 확대되는 추세
- (약점) 對스페인 수출 품목의 편중, 간접 수입 위주의 한정적인 유통 루트
  - 2021년 기준 스페인에서 수입한 한국산 농식품 중 파스타와 조제·보존처리한 과실 및 견과류의 비중이 각각 26.6%와 22.2%로 집계되어 전체 수입액의 절반가량(48.8%)을 차지하였으며, 수입 상위 10개 품목의 비중이 84.9%에 달함
  - 한국 식품은 주로 네덜란드나 독일 등을 통해 수입<sup>26)</sup>하고 있으며, 한인마트 위주의 유통 루트 역시 한국산 농식품의 약점 요인으로 분석

26) KOTRA에 따르면 최근에는 한류의 영향으로 한국 식품에 대한 수요가 비교적 증가하면서 한국에서 직접 식품을 수입하려는 수요가 확대된 것으로 나타남

■ **對스페인 수출 시 시장의 기회요인(Opportunity)과 위협요인(Threat)은 다음과 같음**

- (기회요인) 스페인의 식품 시장규모 및 소비액은 최근 5년간 지속적으로 상승하고 있으며, 한류의 영향으로 K-Food에 대한 인지도 제고
  - 2021년 기준 스페인 식품 시장규모는 최근 5년간 연평균 5.6%의 성장세를 보였고, 1인당 연간 식품 소비액 역시 최근 5년간 5.6%로 증가세
  - 전 세계적인 한류의 영향으로 스페인에서도 한식당을 방문하거나 직접 한식을 요리하는 현지 소비자가 증가하는 추세로, 과거에 비해 한국 식품에 대한 인지도가 높아짐
- (위협요인) 한국산 농식품 수입 규모 감소세로 이를 타개할 방안 마련이 요구되며, 가격을 중시하는 소비패턴 역시 위협요인으로 작용
  - 2021년 기준 스페인의 한국산 농식품 수입액은 최근 5년간 연평균 12.1% 감소하는 추세로, 이를 극복할 수 있는 방안 마련 필요
  - 타 유럽 국가 대비 소득 수준이 낮아<sup>27)</sup> 구매력이 낮고 제품 가격에 민감한 소비패턴 역시 스페인 시장 진출 시 극복해야 할 요인으로 분석

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식에 대한 긍정적 이미지 형성</li> <li>• 한-EU 협정세율 적용(가격경쟁력)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 對스페인 주요 수출 품목 편중</li> <li>• 한정적인 유통 루트</li> </ul>				
<table border="1"> <tr> <td style="background-color: #800000; color: white; text-align: center; width: 30px; height: 30px;">S</td> <td style="background-color: #800000; color: white; text-align: center; width: 30px; height: 30px;">W</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #800000; color: white; text-align: center; width: 30px; height: 30px;">O</td> <td style="background-color: #800000; color: white; text-align: center; width: 30px; height: 30px;">T</td> </tr> </table>		S	W	O	T
S	W				
O	T				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 시장규모 및 소비액 증가</li> <li>• 한류의 영향으로 K-Food 인지도 제고</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국산 수입 규모 감소세</li> <li>• 낮은 구매력과 높은 가격 민감도</li> </ul>				

27) IMF에 따르면 2021년 기준 스페인 근로자의 평균 연봉은 26,832유로(한화 약 3,584만 원)로 독일 52,556유로(한화 약 7,021만 원) 및 프랑스 39,971유로(한화 약 5,340만 원) 대비 낮은 편에 속함

## ② 한국산 농식품 진출전략

### 가. 시장진출전략

#### ■ 한류를 바탕으로 한 적극적인 홍보 활동으로 한국 농식품에 대한 인지도 제고 및 이미지 개선 필요

- 스페인은 타 유럽국가 대비 한국 식품에 대한 인지도가 비교적 낮은 편으로, 이를 극복하기 위한 방안 마련 필요
  - 특히 과거 스페인에서 한국산 제품은 저품질로 인식되어 소비자의 선호도가 높지 않았으며, 유통되는 제품 역시 음료류 등에 치중되어 있어 한국 식품에 대한 인지도가 높지 않았던 실정
- 그러나 최근 스페인에서도 K-콘텐츠를 기반으로 한 한류 열풍이 불며 한국 식품에 대한 관심이 증가하는 추세로, 이를 활용한 적극적인 홍보 활동 필요성 제기
  - BTS, 블랙핑크, 오징어 게임 등 한류가 스페인에서도 영향력을 행사하며 일상생활에서의 파급력이 커지는 추세로, 한국 식품에 대한 관심이 이전 대비 크게 증가
  - 이러한 상황에 편승하여 현지에서의 한국 식품 인지도를 제고하기 위해 적극적인 홍보 활동이 이뤄져야 하며, 특히 현재 영향력 있는 한류를 연계한 홍보 방안 마련이 필요할 것으로 사료됨

#### ■ 현지 유통채널의 확대 및 온라인 유통채널 병행을 통한 소비자 접근성 제고

- 현지 대형 유통채널에 지속적으로 접촉을 시도하여 오프라인 매장 입점 가능성을 높여야 함
  - 최근 K-Food에 대한 인지도가 이전 대비 상승하며 한국에서 직접 식품을 수입하고자 하는 대형 유통채널이 증가하는 추세이긴 하지만, 여전히 현지 대형 오프라인 유통채널에서 한국 식품은 아주 드물게 유통되는 실정
  - 이에 현지 수입업체 및 대형 유통업체와의 꾸준한 접촉을 통해 한국 식품의 현지 시장 진출 확대를 도모해야 함
- 이와 더불어 최근 스페인에서도 온라인을 통한 식품 구매율이 증가하는 추세이므로, 온라인 유통채널을 병행함으로써 소비자의 접근성 제고 기대
  - 스페인에서도 ICT 인프라가 정착되었고, 코로나19 팬데믹 이후 비대면소비 패턴이 보편화되면서 소비자들 역시 온라인을 통해 식품을 구매하는 것에 익숙해진 상황
  - 2017년 이후 스페인의 전자상거래 식품 시장규모는 연평균 29.7% 증가하였고, 온라인 유통채널을 통한 식품 소비 비중은 연평균 39.9%의 높은 성장률을 기록
  - 스페인은 타 국가 대비 한국 식품을 전문으로 유통하는 매장이 적은 편으로, 온라인 유통채널을 적극적으로 활용하여 소비자의 접근성을 제고할 수 있을 것으로 기대

## 나. 품목별 진출전략

### ■ 인스턴트 면류(라면)

- 현지 유통 제품 대비 가격경쟁력 확보
  - 2021년 스페인에서 판매되는 인스턴트 면류의 평균 가격은 100g당 1.7유로(한화 약 2,271원)로, 스페인산의 평균 가격은 100g당 1.3유로(한화 약 1,737원), 수입산의 평균 가격은 100g당 1.6유로(한화 약 2,137원)로 나타남
    - 반면 한국산 인스턴트 면류 판매 가격은 100g당 2.2유로(한화 약 2,939원)로 비교적 고가에 판매
  - 이에 유통구조 최적화, 다양한 수입 루트 확보 등 가격경쟁력을 확보할 수 있는 다양한 수단을 강구하여 현지 시장 내 한국 라면의 비중을 높여야 할 것으로 보임
- 스페인 내 주요 인스턴트 면류와 차별화되는 한국 라면의 대표적인 이미지 구축
  - 스페인 내 가장 유명한 인스턴트 라면 브랜드는 오리엔탈 누들로 유명한 YATEKOMORO, 카레 맛, 새우 맛, 야끼소바 맛, 카르보나라, 맥앤치즈 등 다양한 맛의 볶음면을 위주로 출시
  - 현지에서 유통되는 한국산 라면은 주로 매운맛 위주이며, 국물 라면과 볶음면의 수요를 모두 충족 가능한 형태로 유통되고 있어 이를 반영한 한국 라면만의 차별화된 이미지 구축을 통해 경쟁력 확보 가능
  - 또한 스페인 내 한국 식품은 '건강한' 이미지로 형성되고 있어 채소 맛 라면, 비건라면, 건면 등 건강식 라면으로 시장 내 현지 소비자의 니즈충족이 가능할 것으로 기대
- 최근 증가하는 한국 식품에 대한 관심에 편승하여 제품 인지도 제고 위한 적극적인 마케팅 필요
  - 최근 스페인 내 한국 식품에 대한 관심이 급격히 증가하고 있어 이를 시장 확대로 연계할 수 있는 적극적인 마케팅이 필요
  - 또한 스페인에서 유명세를 얻고 있는 김치와 함께 곁들여 먹으면 좋은 음식으로 한국의 라면을 소개함으로써 소비자의 관심을 유도할 수 있을 것으로 예상

## 다. 한국 농식품 수출 확대 전략

### ■ 현지 오프라인 채널로의 적극적인 입점을 통해 소비자 접근성을 제고하는 것이 급선무

- 아직까지 스페인 내 한국 식품을 유통하는 오프라인 매장이 많지 않은 점은 한국 식품 수출 확대에 제약 요소로 꼽힘
- 이에 현지 수입 바이어 및 오프라인 유통채널의 적극적인 탐색 및 발굴이 필요
- 또한 최근 증가하는 온라인 식품 소비율에 부합할 수 있도록 현지 온라인 식품 플랫폼에 입점하여 소비자 접근성 제고 도모

### ■ 한류와 연계한 한국 식품의 적극적인 홍보 및 마케팅을 통해 지속적인 수요 기반 마련

- 스페인은 타 유럽 국가에 비해 비교적 한국 식품에 대한 인지도가 낮은 편이었으나 최근 한류의 영향으로 한식에 대한 관심 증가 추세
- 이에 한류를 바탕으로 한 적극적인 홍보 활동으로 한국 농식품에 대한 인지도를 더욱 향상시켜야 함



중동

# 아랍에미리트



I. 식품시장 소비트렌드	260
II. 품목 심층조사	270
III. 진출전략	300

# I 식품시장 소비트렌드

## 가. 주요 트렌드 및 이슈

### ■ 코로나 팬데믹으로 인해 면역력을 높이는 식품이 각광받기 시작함

- 코로나 팬데믹으로 인해, 건강을 생각하는 많은 소비자들이 면역력을 높이는 식품과 영양소가 풍부한 식품에 큰 관심을 보이게 됨
  - 비타민과 영양소가 풍부한 클렌징 주스 등을 파는 건강식 레스토랑과 비건 식품이 인기를 끌
  - 음식뿐만 아니라 건강식품 및 건강보조식품 수요 또한 증가함

### ■ 로컬 유기농 농산물 소비가 증가함

- 건강한 식단을 추구하는 소비자들이 근교에서 생산한 유기농 농산물을 파는 파머스 마켓에서 식료품을 구매하는 현상이 증가함
  - 코로나 팬데믹으로 인해 해외에서 유기농 식품을 수입하기가 힘들어지자, 소비자들은 유기농 식품을 구매할 대안으로 지역 내 파머스 마켓을 선택함

### | 아랍에미리트 내 유명 유기농 파머스 마켓 |



유명 파머스 마켓 Ripe Market

- 건강한 식단을 추구하는 소비자들이 근교에서 생산한 유기농 농산물을 파는 파머스 마켓에서 식료품을 구매하는 현상이 증가함

## ■ 식물성 대체육은 꾸준히 식품 소비 트렌드의 핵심으로 떠오름

- Mordor Intelligence 보고서에 따르면 중동 및 아프리카의 식물성 육류 및 식물성 제품 시장은 2021년부터 향후 5년간 매년 약 6.01%의 성장률을 보일 것으로 예측함
  - 건강이나 윤리적인 측면이 아니라, 탄소배출 절감을 위해 채식주의를 선택하는 이들이 늘어나고 있음. 이에 따라 채식주의 음식, 식물성 대체육 소비가 증가함

## ■ ‘지속 가능성’에 대한 관심이 높아지며 식품 조달의 투명성, 친환경 포장재에 대한 소비자들의 관심 또한 높아짐

- 아랍에미리트를 포함한 28개국의 18,000명을 대상으로 IBM이 실시한 연구에 따르면, 답변자 10명 중 8명이 지속 가능성을 중요한 가치로 꼽음
  - 식품의 유기농 여부, 생산 과정 중 탄소 배출량 등을 소비자에게 투명하게 보여주는 ‘식품 조달의 투명성’이 식음료 업계에서 강조되기 시작함
  - 플라스틱 대신 재활용 가능, 생분해성 친환경 식품 포장재 사용이 점차 확산됨
- 아부다비 2022년 6월 1일부터 일회용 비닐봉지 사용 금지, 두바이 또한 7월 1일부터 일회용 비닐봉지 사용 시 요금을 부과하는 계획시행
  - 2024년까지 일회용 스티로폼 컵, 접시 및 식품 용기를 단계적으로 폐지하는 것이 최종 목표임
  - 세계적으로 생산자 소비자 모두 플라스틱 사용을 줄이는 트렌드를 보이고 있으며, UAE 또한 그 행렬에 적극적으로 동참하고 있음

### | 아랍에미리트의 지속 가능한 식품 소비 |



친환경 식품 포장재



식물성 대체육으로 만든 음식

출처: <https://www.timeoutdubai.com/>

### ■ 신규 전자상거래 결제 업체 등장

- 기존페이팔, 삼성페이 등 유명 글로벌 전자 결제 시스템이 주로 결제 수단으로 사용되나, 최근 다양한 글로벌 결제 서비스가 도입되고 있으며 현지 기반 결제 앱이 개발되어 사용되고 있음
  - 비현금 결제가 확산되며 중동지역에 위치한 기업들의 온라인 결제 플랫폼에 대한 관심이 높아지고 있음

### ■ 제 2회 푸드테크 챌린지 개최

- ‘국가 식량 안보 전략 2051’ 계획의 일환으로 UAE 부통령 겸 총리이자 두바이 통치자인 셰이크 모하메드 빈 라시드 알 막툼과 기후 변화 및 환경부(MoCCA)가 세계에서 가장 혁신적인 식품과 농업 기술 솔루션을 찾는 푸드테크 챌린지 대회를 2020년에 첫 개최하였고 2022년 2회차를 맞이함
  - 최종 우승한 4개 팀에게 1백만 달러의 상금과 더불어 연구개발, 멘토링 및 육성 지원 등 폭넓은 지원을 할 것으로 예상됨

#### | UAE 푸드테크 챌린지 |



출처: <https://www.timeoutdubai.com/>

### ■ 클라우드 키친 시장 상승세

- 아랍에미리트와 MENA 지역의 클라우드 키친 사업은 전 세계적으로도 상당히 앞서 있음. 아랍에미리트에는 두바이에 기반을 둔 400개 이상의 클라우드 키친이 있으며 그 수는 계속해서 증가하고 있음. 아랍에미리트의 대표 클라우드 주방 브랜드인 Kitopi는 현재 중동에서 60개 이상의 주방을 운영하고 있으며, 코로나-19 대유행에도 불구하고 2021년에는 브랜드 성장률이 300%를 기록했음

## 아랍에미리트의 클라우드 키친



클라우드 키친의 영업구조



클라우드 키친 내부

출처: The Restaurant Times / Gulf News

### 두바이 미슐랭 가이드북 발표

- 미슐랭 가이드 두바이 2022가 2022년 6월 21일 출시됨
  - 첫 중동 아프리카 지역(MENA)에서 발간되는 미슐랭 가이드이자 가이드북이 출시되는 36번째 국가임
  - 제품의 품질, 음식의 맛과 요리 기술의 숙련도, 셰프의 개성, 가격 대비 가치, 검사원 방문 간의 일관성을 기준으로 심사되었으며, 21가지 요리 유형을 다룬 69개의 식당을 발표함

### 두바이의 2022 미슐랭 가이드에 선정된 69개의 레스토랑



출처: <https://guide.michelin.com/en>

## 나. 이슈품목

### ■ 면역력을 높이는 식품 수요가 늘어나며 다양한 건강식품/건강보조식품이 시장에 출시됨

- 면역력을 증진하고 바이러스 감염 증상을 해소하는 건강식품/건강보조식품에 대한 수요가 증가함
  - 아랍에미리트 지역 식품 생산자들은 항산화 효과가 있는 모그로사이드가 풍부한 코스타리카산 나한과 초콜릿 파우더, 비타민 C 1000mg를 함유한 음료 등 다양한 기능성 원료를 사용한 건강보조식품을 시장에 출시함
  - 유기농 식품의 면역력 증대 효과에 소비자들이 주목하며 꿀, 강황, 비트 등 천연 재료들을 사용한 건강식품 수요 증대가 예측됨
- 프로바이오틱스 및 식물 기반 단백질 식품도 인기를 끌

#### ■ 아랍에미리트 지역의 다양한 건강보조식품 ■



### ■ 식물성 대체육 및 식물 기반 단백질 식품의 수요가 상승하며 다양한 제품이 시장에 선보여짐

- 더 건강한 식품 소비, 윤리적 식품 소비, 친환경적 식품 소비 등 다양한 이유로 식물성 대체육 및 식물 기반 단백질 식품의 소비가 증가함
  - 아랍에미리트의 할랄 식품 업체 Al Islami Foods 또한 식물성 대체육 시장에 뛰어듦
  - 아랍에미리트 내 다양한 스타트업 또한 식물성 유제품 등 식물 기반 단백질을 사용한 제품을 출시함

아랍에미리트 지역 출시된 식물성 대체육



IMPOSSIBLE FOOD사의 대체육



Impossible Foods와 Zaroob이 선보이는 비건 샤와르마

출처: <https://www.eco-business.com/news/impossible-foods-hires-kitty-bu-as-head-of-engagement-for-china/>

## 다. 이슈 트렌드 (비건식품)

### ■ 아랍에미리트 비건 관련 레스토랑 수 1위 두바이, 2위 아부다비

- 비건 레스토랑 커뮤니티 해피카우(Happycow)에 따르면, 2022년 현재 아랍에미리트 전역의 비건 관련 레스토랑은 총 383개로 나타남. 이 중, 두바이 소재 레스토랑이 237개로 1위로 나타났으며, 뒤이어 66개 레스토랑이 소재된 아부다비가 2위로 나타남

### 아랍에미리트 주요 도시별 비건 관련 레스토랑 수('22)

(단위: 명)

국가/도시	비건 관련 레스토랑 합계	비건 레스토랑	베지테리언 레스토랑	비건 메뉴 보유 레스토랑
아랍에미리트	383	12	107	207
두바이	237	10	78	149
아부다비	66	2	16	48
샤르자	14	0	11	3
알 아인	5	0	1	4
라스알카이마	4	0	1	3
아지만	1	0	0	1

출처: Happycow 홈페이지(www.happycow.net)

비건 관련 레스토랑 수 증가율

(단위: 명)

국가/도시	비건 관련 레스토랑 합계		비건 레스토랑		베지테리언 레스토랑		비건 메뉴 보유 레스토랑	
	'20	'22	'20	'22	'20	'22	'20	'22
두바이	152	237	7	10	75	78	70	149
아부다비	50	66	1	2	17	16	32	48
증가율	두바이 55.9%상승 / 아부다비 32% 상승							

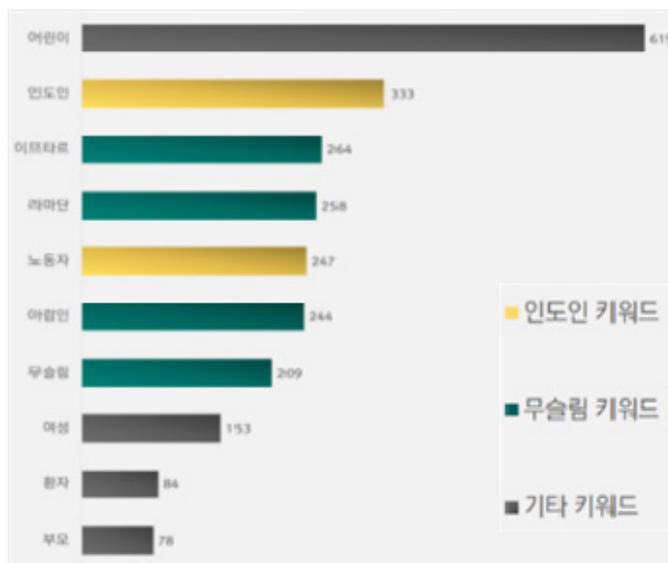
출처: HappyCow 홈페이지(www.happycow.net)

아랍에미리트 비건 식품 주요 소비자, 인도인, 무슬림 및 어린이

- 아랍에미리트 온라인 쇼핑몰 및 뉴스 매체 내 비건 식품 소비자 관련 키워드 상위 10개를 분석한 결과, 인도인 키워드가 333개로 두 번째 많은 키워드로 나타남. 이는 아랍에미리트 체류 인도인 건설노동자들의 영향으로 보이며, 노동자 키워드 또한 247개로 상위 10개 키워드 안에 도출됨
- 아랍에미리트 비건 식품 소비자, 어린이 연관 키워드 다수 도출
  - 비건 식품 소비자 관련 키워드 상위 10개 중, 연령 및 성별 관련 키워드를 분석한 결과, 어린이 키워드가 619개로 가장 많은 키워드로 나타남. 어린이 키워드와 연관성 있는 부모 키워드 또한 상위 10개 키워드에 드는 것으로 나타남.
  - 이 외에 여성 키워드가 153개로, 남성 키워드 7개에 비해 압도적으로 많은 숫자를 보임

아랍에미리트 비건 식품 소비자 키워드 분석

① 인도인 및 무슬림 ② 어린이



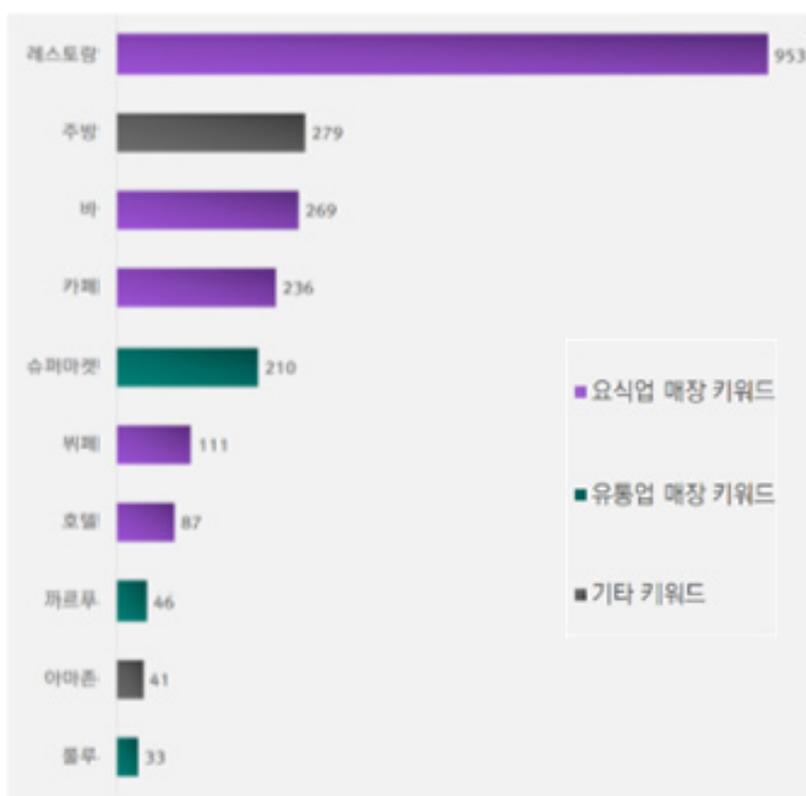
자료: 아랍에미리트 온라인 쇼핑몰 및 뉴스매체 '비건' 포함 문서 1,514건의 9,997개 데이터 분석 (18.01 - 20.08)

## ■ 아랍에미리트 비건 식품 주요 소비 장소, 레스토랑 등의 요식업 매장

- 아랍에미리트 온라인 쇼핑몰 및 뉴스 매체 내 비건 식품 소비 장소 관련 키워드 상위 10개를 분석한 결과, 레스토랑, 슈퍼마켓, 등의 오프라인 매장 키워드가 아마존 등의 온라인 매장 키워드보다 많이 도출됨.
- 한편, 오프라인 매장 관련 키워드 중에는, 레스토랑, 바, 카페 등의 요식업 매장 키워드가 슈퍼마켓, 까르푸, 롤루 등의 유통업 매장 키워드보다 많이 도출되는 것으로 나타남.
- 레스토랑, 바, 카페 등 요식업 매장 관련 키워드는 1,656개로 슈퍼마켓 등 유통업 매장 관련 키워드 289개의 약 6배 많은 수치를 보임

### ▣ 아랍에미리트 비건 식품 소비자 키워드 분석 ▣

① 인도인 및 무슬림 ② 어린이



자료: 아랍에미리트 온라인 쇼핑몰 및 뉴스매체 '비건' 포함 문서 1,514건의 9,997개 데이터 분석 (18.01 - 20.08)

### ■ 아랍에미리트 비건 레스토랑 소개

- 아랍에미리트 비건 레스토랑 조사 선정 기준으로 비건 레스토랑 커뮤니티 해피카우(Happycow) 상의 레스토랑 분류 기준을 적용하였음.

\*아랍에미리트에 해피카우(Happycow)에 등록되지 않은 레스토랑 및 카페가 있을 수 있음

- 조사 레스토랑으로 비건 3단계(Vegan, Vegetarian, Vegi-Options) 중 가장 까다로운 단계인 Vegan 단계의 레스토랑 총 12곳을 선정함

#### | 아랍에미리트 비건 레스토랑 리스트 |

	매장명	소재지	주소
1	Folia - Four Seasons Resort	두바이	Four Seasons Resort Dubai at Jumeirah Beach, Dubai
2	Green Earth Cafe	두바이	6796+67 Al Wasl Road, Blk A, Shop 6, Jumeirah 1 (at Al Wasl 51 Mall), Dubai
3	Holly Organico	두바이	Wasl Square Shop 16, Al Wasl Rd - Al Wasl Al Safa 1, Dubai
4	Just Vegan - Business Bay	두바이	E11 - Business Bay, Dubai
5	Just Vegan - Jumeriah	두바이	Jumeirah Rd, Umm SuqeimUmm Suqeim 1, Dubai
6	Moby Vegan Sushi	두바이	A4 Space Alserkal Ave, Dubai
7	MYLK LAB by Genki	두바이	Wasl 51 Mall, Al Wasl Rd, Dubai
8	Planet Terra	두바이	Panorama Bldg, Street 6, The Greens, Dubai
9	Seva Table	두바이	Jumeirah Beach Rd, 27B St, Villa 5/1B Jumeirah 1, Dubai
10	Wabi Sabi	두바이	al quoz 2, Dubai
11	Nabati Plant-Based Restaurant	아부다비	Al Reef (at Downtown Food Court), Abu Dhabi
12	Wild & the Moon	아부다비	The Cultural Foundation at Qsar Al Hosn, Zayed the First Street, Abu Dhabi

출처: Happycow 홈페이지(www.happycow.net)

## ■ 아랍에미리트 비건 식품 인증 취득

- 아랍에미리트 수입 식품에 적용 받는 강제 인증은 없으나, HACCP, ISO 등 식품 안전에 관한 인증을 선택적으로 취득할 수 있으며, 대부분 소비자들은 인증 취득 마크가 부여된 식품을 선호함
- 할랄(HALAL) 인증의 경우 모든 식품에 해당되는 인증은 아니며, 육류 제품 또는 동물성 원료를 포함하는 식품, 유제품류는 필수적으로 받아야 함
  - 비건 식품은 육류 및 유제품 성분이 없으므로 할랄(HALAL) 인증이 강제성은 없음
- 비건(Vegan) 인증을 획득하는 것에 대하여 아랍에미리트의 허가 등의 요구사항은 없음.
  - 전 세계적으로 다양한 비건 인증기관이 있기 때문에 해당 인증기관을 통하여 비건(Vegan) 인증을 획득할 수 있음

### ■ 비건 인증 발급 방법 ■

인증명	발급기관	인증 마크	
Vegan	관련 협회 또는 인증 전문기관		
비건 인증 절차		인증 발급 기간	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 신청서 제출(기관별로 제시하는 양식에 맞춰 신청서 제출)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품에 사용되는 원재료에 대한 정보</li> <li>- 가공 방법</li> <li>- 패키징 방법 등 각 기관이 서류 심사를 위해 요구하는 서류</li> </ul> </li> <li>● 서류 검사</li> <li>● 샘플 제품에 대한 검사(기관별로 진행 여부 상이)</li> <li>● 심사 결과에 따라 인증서 발급 여부 결정</li> <li>● 인증 비용 납부 및 인증서 발급 완료</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 7일 ~ 60일 (기관별로 상이)</li> </ul>	
		비건 인증 기준	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 도축에 의해 생산된 원료를 포함하지 않을 것</li> <li>● 오로지 방목 상태에서 생산된 계란만 사용 할 것</li> <li>● 생산과정에서 상호 오염이 일어나지 않을 것</li> <li>● GMO 원료를 사용하지 않을 것</li> </ul>	

출처: 각 비건 인증기관 홈페이지

# II 품목 심층조사

## ① 수출 주력품목

■ 對아랍에미리트 지역 농식품 상위 10대 수출 품목은 아래와 같음

### 아랍에미리트 지역 농식품 상위 10대 수출품목(2021년)

(단위: 천 불)

순위	명칭	수출액
1	필터담배	155,676.8
2	라면	10,827.4
3	프로필렌글리콜	7,677.4
4	효소 기타(기타)	2,140.9
5	비스킷, 쿠키 및 크레커	1,915.7
6	아이스크림(코코아를 함유한 것)	1,891.1
7	밀크대용물함유조제품	1,405.8
8	팜유, 분획물(수소 첨가, 인터에스탈화·리에스텔화·엘라이딘화한 것)	1,129.5
9	인삼류	1,120.5
10	소스, 소스 제조용 조제품(마요네즈, 인스턴트 카레, 혼합조미료, 메주 이외 기타)	990.6

\* 담배류 포함

출처: KATI

- 1위는 필터담배로 1억 5567만 6800달러를 기록함.
- 담배류(필러)를 제외한 농식품 수출 1위 품목은 2020년 혼합조제 식료품, 2위가 라면이었으나, 2021년 라면이 1위 품목으로 10.827천불로 집계됨. 아랍에미리트의 한국 라면시장은 전년 대비 113.1% 증가했으며, 2022년 또한 증가세를 보이고 있음
- 인삼류와 김치류는 수출액이 아직 낮지만 한국을 대표하는 수출 전략품목으로서 꾸준히 수출이 증가하여 2021년 인삼류 1,120.5천불, 김치류 778.5천불이 수출되고 꾸준히 증가추세임

■ UAE 수출 주력품목으로서 라면, 인삼, 김치와 잠재 유망품목으로서 아이스크림, 차류, 소스류를 심층조사 할 필요가 있음

## 가. 라면시장 분석

### ■ 아랍에미리트 농식품 1위품목인 라면 입점현황과 경쟁사 대비 가격 경쟁력 조사 및 분석을 실시함

- 아랍에미리트의 대표 하이퍼마켓 까르푸(Carrefour), 루루(LuLu), 유니온 쿵(Union Coop), 스피니스(Spinney) 4곳을 직접 방문하여, 한국라면 품목과 가격을 현장 조사함
- 총 5개기업(삼양, 농심, 팔도, 오투기, 종가집), 71종의 라면상품을 확인 할 수 있었으며, 각 기업별 대표상품의 가격분포는 아래 표와 같음

기업명	대표제품	형성 가격	
		기업명	가격
농심	 신라면 120g	까르푸 (Carrefour)	3.00디르함 (한화 약 1,059원)
		스피니스 (Spinneys)	6.00디르함 (한화 약 2,119원)
		루루 (LuLu)	5.20디르함 (한화 약 1,837원)
		유니온 쿵 (Union Coop)	미보유
삼양	 불닭볶음면 140g	까르푸 (Carrefour)	3.30디르함 (한화 약 1,165원)
		스피니스 (Spinneys)	5.75디르함 (한화 약 2,031원)
		루루 (LuLu)	4.55디르함 (한화 약 1,607원)
		유니온 쿵 (Union Coop)	미보유
팔도	 팔도 왕뚜껍 110g	까르푸 (Carrefour)	미보유
		스피니스 (Spinneys)	8.25디르함 (한화 약 2,914원)
		루루 (LuLu)	7.50디르함 (한화 약 2,649원)
		유니온 쿵 (Union Coop)	미보유

기업명	대표제품	형성 가격	
		가맹점	가격 (한화 약)
오뚜기	 진라면 매운맛 120g	까르푸 (Carrefour)	5.50디르함 (한화 약 1,943원)
		스피니스 (Spinneys)	6.50디르함 (한화 약 2,296원)
		루루 (LuLu)	미보유
		유니온 쿵 (Union Coop)	미보유
종가집	 리얼김치라면 122g	까르푸 (Carrefour)	4.75디르함 (한화 약 1,670원)
		스피니스 (Spinneys)	미보유
		루루 (LuLu)	5.20디르함 (한화 약 1,835원)
		유니온 쿵 (Union Coop)	미보유

주: AED 1 = 0.27\$ = 353.33₩ (하나은행 매매기준율 기준)

각 하이퍼마켓은 재고 및 지점 별로 한국식품 품목이 상이할 수 있으며, 조사 가격은 조사일(2022.06.13) 기준 가격

출처: 현장조사

- 라면 종류는 크게 컵 라면과 봉지라면 형태로 판매되고 있음. 컵라면의 경우는 대부분 한 개 씩 개별 판매되고 있으나, 봉지라면의 경우는 5개의 한 봉으로 구성되어 판매되는 것이 일반적인 형태임

■ 경쟁동향 및 주요 경쟁기업

기업명	대표제품	형성 가격
INDOMIE (인도미)	 Indomie chicken curry flavour (75g)	2.25디르함 (한화 약 790원)
INDOMIE (인도미)	 Indomie cup vegetables (55g)	4.75디르함 (한화 약 1,680원)

기업명	대표제품	형성 가격
Lucky Me (럭키미)	 Lucky me pancit canton (65g)	1.95디르함 (한화 약 680원)
Lucky Me (럭키미)	 Lucky me cups noodle JJamppong (70g)	4.95디르함 (한화 약 1,750원)
Carrefour (까르푸)	 Carrefour instant noodles (75*5)	5.40디르함 (한화 약 1,900원) *개당 약 380원
Maggi (마지)	 Maggi Instant Noodles Mi Goreng Original 72G	1.75디르함 (한화 약 600원)
NISSIN (니싼)	 U.F.O. Noodle Ramen	4.50디르함 (한화 약 1,500원)

주: AED 1 = 0.27\$ = 353.33₩ (하나은행 매매기준을 기준)

지점별로 가격이 상이할 수 있으며, 조사 가격은 조사일(2022.07.22) 기준 가격

출처: 현장조사

■ 한국라면의 형성가격대는 한화 1000원후반대에서 2000원 중반대로 한국 라면의 가격과 비교했을 때 다소 높은 가격이나, 현지 물가를 고려한다면 한국과 유사한 가격대임

■ 글로벌 허브인 아랍에미리트의 특성상 다양한 글로벌 라면 기업들이 진출해 있음

- Indomie, Lucky Me, Carrefour, Maggi 총 4개의 경쟁상품 가격을 비교했으며, 일반라면은 한화 300원에서 800원대로 형성되어 있음 컵라면은 1000원 후반대로 다소 높은 가격에 형성되어 있음.
- Indomie와 Maggi가 아랍에미리트에서는 가장 인기 있는 브랜드이며 Indomie는 40.4%, Maggie는 17.1%의 점유율을 각각 차지
  - 아랍 문화권 40대 이상 주부들은 Maggi를 이전부터 계속 취식했던 제품으로 선호가 뚜렷하게 형성되어 있음

■ 한국 라면은 UAE에서 가장 활발하게 수출되는 품목 중 하나로 국내 라면기업들이 현지화를 통해 적극적으로 수출하고 있음

- 농심의 경우 2011년 4월, 부산공장에 할랄 전용 생산라인을 별도로 준공하여, 할랄 신라면을 수출하고 있음

■ 다른 경쟁사 라면이 다소 저렴해 보이나, 대부분 60~70g의 중량으로 한국라면은 120~140g의 중량을 유지하고 있음. 높은 가격에 합당한 중량으로 경쟁사의 타 상품과 비교했을 때 가격 경쟁력이 우수함

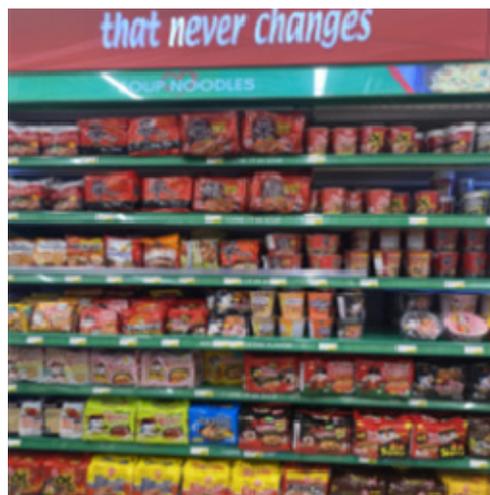
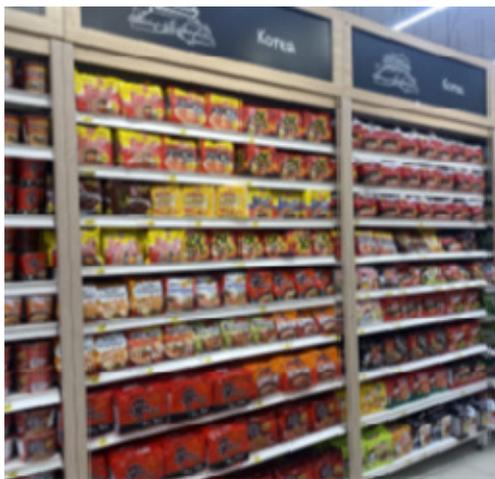
■ 한국 라면시장 및 경쟁시장 조사결과

- 까르푸(Carrefour), 스피니스(Spinneys), 루루(LuLu), 유니온 쿵(Union Coop) 이상 4곳의 대형 하이퍼마켓을 방문하였고, 글로벌식품코너에 한국식품관 코너는 4개의 칸으로 타 해외 식품관과 비교했을 때도 뒤처지지 않는 다양한 품목과 크기를 자랑함
- 과거 ‘한국라면은 매운 라면이다’라는 인식이 강했으나, 현재 다양한 종류의 라면종류들이 진출해 있음
  - 특히 한국의 특색을 입힌 김치라면, 미역라면, 짜장 라면, 불닭 라면 등 타 경쟁사에서는 흉내 낼 수 없는 차별화 된 맛의 제품들이 눈에 띄게 늘었음
- 자국민을 비롯한 아랍 문화권 소비자들의 경우 할랄 인증에 대한 걱정 때문에 대부분의 한국산 가공식품에 대해서는 큰 선호를 보이지 않았으나, 한국 라면에 대해서 아랍계 이주자들은 과반이 넘는 높은 선호를 보였음

- 서구 문화권 소비자들에게 태국, 일본, 한국 등 아시아 라면에 대한 인지도 및 선호도가 높게 나타났으며, 한국산 라면에 대해서는 매운 맛이 강하다는 평가가 있었음

■ 건조 & 인스턴트 면은 2022년까지 연평균 7%의 성장률을 보일 것으로 예상

■ 두바이 하이퍼마켓(Carrefour)의 한국 식품코너와 라면코너



출처: 현장 방문촬영

## 나. 김치시장 분석

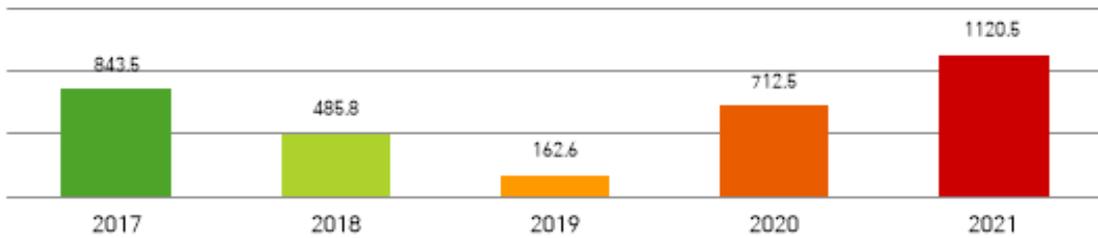
- 한국 신선김치는 아랍에미리트 지역 농식품 상위 10대 수출품목에는 들지 못하고 있으나, 꾸준한 인기와 상승세를 보이고 있음
- 아랍에미리트의 김치(신선) 수입은 코로나 팬데믹으로 주춤한 2019년 이후 2020년 733만 2000달러로 전년대비 19.6% 증가했으며, 2021년 778만 5000달러로 전년대비 6.2%의 증가폭을 보였음
- 이는 미국의 시장조사기관 마켓워치의 보고서에서 세계 김치시장은 2018년 30억 달러(약 3조 2,520억원)에서 연평균 5.2%씩 증가해 2025년 42억 8,000만 달러(약 4조 7,830억원)에 이를 것이라는 예측과 다른 시장조사기관 데이터브릿지에서 김치시장이 2028년까지 연평균 4.5%씩 성장할 것으로 전망한 값을 우회하는 수치임

▮ 對 아랍에미리트, 김치(냉동하지 않은 것) 수출 통계 ▮

(단위: 톤 / 천불)

2017년		2018년		2019년		2020년		2021년	
중량	금액								
145.4	575.1	153.1	647.8	140.0	613.3	160.9	733.2	178.9	778.5

對 UAE, 김치 수출 금액



출처: KATI

▮ 아랍에미리트 현지에 100여개의 매장을 두고 있는 대표 마켓 까르푸(Carrefour)와 아랍에미리트 현지기업 스피니스(Spinneys)에 방문하여 김치상품을 조사함

- 까르푸(Carrefour)와 스피니스(Spinneys) 이외에 동네 작은 슈퍼마켓에서도 김치를 쉽게 찾을 수 있었으며, 추가적인 김치 제품군들이 Choithrams와 Westzone Supermarket에도 입점 예정에 있음

까르푸(Carrefour)		스피니스(Spinneys)
		
비비고 맛김치 150g 15디르함 (한화 약 5300원)	비비고 맛김치 500g 32디르함 (한화 약 11,200원)	gbc 모아 맛김치 210g 18디르함 (한화 약 6300원)

지점별로 가격이 상이할 수 있으며, 조사 가격은 조사일(2022.06.13) 기준 가격  
출처: 현장조사

■ 비비고 맛김치 150g의 경우 한화 약 5300원의 가격대에 현지 하이퍼마켓에서 찾아볼 수 있었으며, 동일제품 500g 상품은 한화 약 11,200원의 가격대로 한국에서 판매되는 비비고 제품의 유사 상품군과 3000원의 가격차이를 보이거나 현지 물가대비 높은 가격은 아님

■ 중국 제품과 아랍에미리트에서 자체 제작한 제품도 확인할 수 있었음

- 중국산 김치제품은 한국산 김치제품에 비해 원가가 상대적으로 저렴해서 유통마진이 높고 중동수출 전용으로 생산되어 라벨링 등이 잘 갖춰져 있어 통관 시 수월하다는 점 때문에 수입업자들이 선호함

루루 슈퍼마켓(LuLu)	킵슨스(kibsons)
	
Poom Cabbage Kimchi Sliced 453g 20디르함 (한화 약 7000원)	KOCO Cabbage Kimchi 500g 11.75디르함 (한화 약 6300원)

출처: 현장조사

■ 위와 같이 중국산 제품들은 한국제품이 아님에도 불구하고 한글로 쓰여 있는 등 한국제품처럼 팔리는 경우도 있으며, 한인 마트에서 취급되는 경우도 있음.

- “저가의 중국산 김치의 포장이 마치 한국제품인 것처럼 포장되어 UAE에서 판매되고 있을 때도 있어요. 원산지가 표시되어 있지만 눈에 띄지 않아서 소비자들은 한국제품으로 착각하기도 함.” (출처: UAE 한인업자 인터뷰)

■ 현지에서 생산되는 제품들도 중국산 원재료를 활용하여 소규모 생산 시설에서 생산되어 제품의 퀄리티가 일정하게 유지 되지 않고 위생관련하여 정부 시설의 관할 사각지대에 위치하여 한국산 제품의 브랜드 이미지 실추

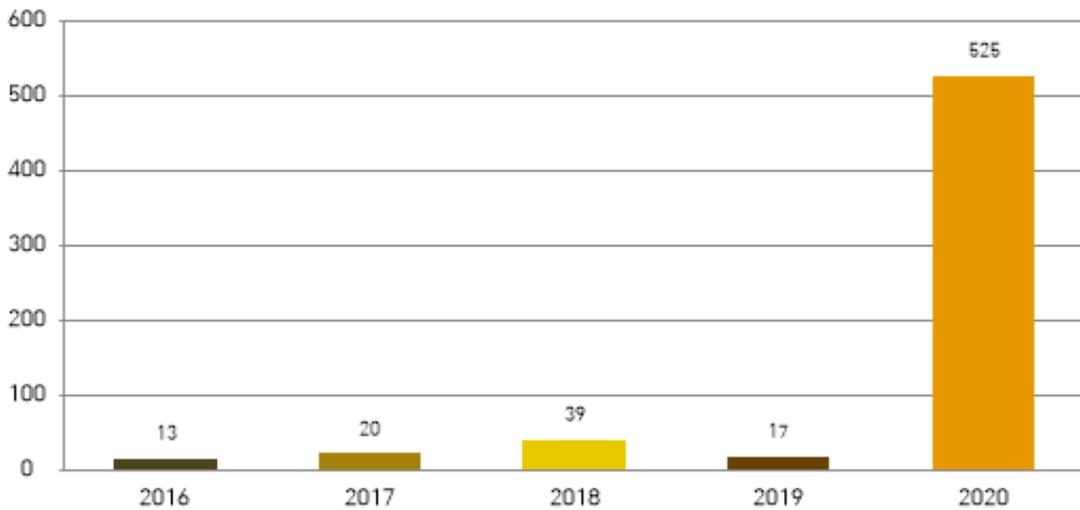
## 다. 인삼시장 분석

### ■ 아랍에미리트의 인삼 수출입 시장

- ITC Trade Map의 수출입 데이터에 따르면, 2020년 중동 주요국 8개국의 수입규모 중 아랍에미리트가 1위를 차지하였으며, 2020년 급성장하여 총 52만 5,000달러를 기록함
- 2020년 성장을 기반으로 연평균 성장률은 152%로 가파르게 성장하고 있음

#### ■ 아랍에미리트, 인삼 수입 규모 ■

(단위: 천불 / %)



2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	연평균 성장률
13	20	39	17	525	152

출처: ITC Trade Map (trademap.org)

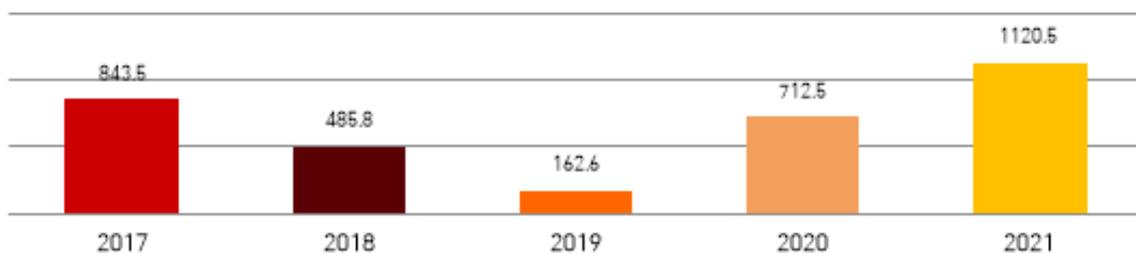
### ■ 아랍에미리트의 한국 인삼 시장

#### ■ 對 아랍에미리트, 인삼류 수출 통계 ■

(단위: 톤 / 천불)

2017년		2018년		2019년		2020년		2021년	
중량	금액								
90.8	843.4	51.6	485.8	16.8	162.6	17.6	712.5	68.5	1,120.5

■ 아랍에미리트, 인삼류 수출 금액



출처: KATI

- 아랍에미리트의 인삼류 수출은 2017년 845만 5천 달러로 높은 수출액을 보였으나, 2018년 전년대비 42.3%의 하락세를 보였으며, 2019년에는 최저 수출액인 162만 6천 달러로 확인됨
- 코로나 팬데믹 이후 아랍에미리트에 건강을 생각하는 소비자들이 늘었으며, 그로 인한 건강식품의 소비가 증가하였음 건강식품 중에서도 인삼을 찾는 소비자들이 증가하였으며, ‘한국’인삼이라는 소비자들의 긍정적인 인식으로 2022년 388%로의 성장률을 보임
- 아랍에미리트의 한국 인삼류 수입액은 2019년 162만 6천 달러에서 2020년 712만 5천 달러로 388%로의 성장률로 최근 5년 가장 큰 호조를 보였으며, 2021년 1120만 5천 달러로 최대치를 달성했음

#### ■ 아랍에미리트의 인삼 소비 트렌드

- 아랍에미리트 현지매체에서 생강·강황·인삼 등의 효능에 대해 소개
  - 콧물, 재채기, 열, 기침 등을 예방하는 데 좋은 식품으로 소개
  - 북미, 아시아 지역에서 인기가 좋은 약초류로 감기, 독감과 같은 계절성 질병 예방에 효과가 있다고 언급
  - 진세노사이드 성분의 피로 회복과 혈액 흐름 개선 등의 기능 설명

- 아랍에미리트 정부는 2020년 말 홍삼농축액을 건강기능식품으로, 홍삼음료를 일반 식품으로 허가하면서 인삼의 효능에 대한 홍보가 늘어날 것으로 전망

탈모 예방 식품으로 인삼을 소개한 현지 기사

زيوت وأعشاب فعالة لعلاج الصلع الوراثي.. تعرّف إليها

2021 - 19 كانون الثاني / يناير



출처: Emarat News 홈페이지 (emarat-news.ae)

- 코로나 팬데믹 이후 건강 기능 식품 소비가 증가세와 한국산 인삼에 대한 인지도 상승
  - 한국산 인삼 재 구매율이 높으며, 아랍에미리트 온·오프라인 매장의 주요 입점 해외 브랜드 또한 ‘한국산 인삼’사용
- 아랍에미리트 정부는 제품 수요 증가에 따라 홍삼을 정식 식품으로 허가하였으며 홍삼농축액은 건강기능식품으로, 홍삼음료는 일반 식품으로 분류 됨
  - 수출 통관 시, 제품 분류의 부제로 인한 통관 애로사항 해소
- 제형의 다양화로 소비자의 접근성이 용이해짐
  - 한국에서는 수요가 높지 않은 캡슐/정제 형태의 제품이 강세를 보임

■ 아랍에미리트 인삼 수입신고 전 절차

- 수입에이전트 지정
  - 아랍에미리트 수출을 위해서는 현지 에이전트 등록이 필수적으로 요구되며, 관련된 사항은 아랍에미리트 상업에이전트법(Commercial Companies Law)를 통해 확인 가능함
  - 상업에이전트법은 2021년 6월 개정되어 ‘아랍에미리트 자국민이 본토 기업 지분의 최소 51% 이상을 보유해야한다’는 규정이 삭제되었음. 이에 따라 7대 핵심분야를 제외한 석유화학, 무역, 제조업, 농업 등의 기업에 대해 외국인의 100% 지분 소유가 가능해졌음

- 또한, 현지 에이전트 없이도 아랍에미리트에서 지사 설립 및 운영이 가능해져 아랍에미리트에 진출을 계획 중인 기업들에 다양한 실익을 가져다 줄 것으로 보임

### 아랍에미리트 상업에이전트법(Commercial Companies Law)

구분	내용
법령명	UAE Commercial Companies Law (UAE Federal Law No. 2 of 2015 on Commercial Companies)
담당기관	UAE 경제부(MOE, Ministry of Economy)
주요 내용	UAE 내에서 사업활동을 하기 위해서는 UAE 현지 라이선스를 갖춘 법인을 보유해야하나, 현지 에이전트를 활용해 현지에 주재하지 않고도 UAE에서 사업을 영위할 수 있음. 상업 에이전시는 MOE에 등록돼야 하나 일부 미등록 계약 건들도 존재함
최근 개정내용 (21년 6월)	UAE 자국민이 본토기업 지분의 51%를 보유해야 한다는 기존 규정이 삭제되어 7대 핵심 분야를 제외한 기업에 대해 외국인의 100% 지분 소유가 가능해졌으며, 현지 에이전트를 활용하지 않고도 UAE 지사 운영이 가능해짐

출처: 아랍에미리트 경제부 (www.economy.gov.ae)

- 수입 전 세부절차(두바이)

- (단계 1) ZAD 식품포탈 등록

아랍에미리트는 자국 내 수입, 생산, 판매되는 모든 식품에 대해 사전 등록 및 라벨링 작업을 필수로 요구하고 있으며, 이를 위해 DM(두바이정부)의 FIRS(Food Import & Re-export System) 등 토후국 별로 운영하던 식품등록시스템을 2018년 연방식품포털 ZAD로 통합하여 운영함. ZAD 내에서 카탈로그 및 바코드 검색을 통해 기존 식품을 등록할 수 있으며, 신규 식품을 직접 등록할 수도 있음

### ZAD 식품포탈 등록

구분	내용
등록기관명	UAE 연방 식품 포털 ZAD
등록플랫폼 URL	www.zad.gov.ae
기타 등록절차 등	로그인 > 기업 연동 요청 > 승인 > 식품 카탈로그 검색 및 바코드 검색 > 기존 식품 등록 및 신규 식품 등록

출처: 아랍에미리트 경제부 (www.economy.gov.ae)

- (단계 2-1) DM(두바이정부)를 통한 건강기능식품으로의 등록  
 두바이 정부가 소비자 안전과 건강 보장을 위해 건강기능식품 등록을 의무화함에 따라 두바이 내 미등록 식이 보조제의 수입, 판매, 제조 및 광고가 금지됨. 따라서 두바이 수입업체는 성분 및 원산지에 대한 정보가 포함된 라벨을 제품에 표시해야 하며, 두바이 정부에 제품을 등록하는 과정은 신청서와 서류 제출 후 심사와 승인을 기다리는 비교적 간단한 절차로 진행됨

▣ 두바이정부를 통한 건강기능식품으로의 등록 ▣

구분	내용
등록기관명	두바이정부 (DM, Dubai Municipality)
준비서류	회사소개서, 무역면허증 사본, 두바이정부 상품라벨 평가서, 디자인, 주소, 웹사이트 URL, 연락처, 이메일 주소
등록플랫폼 URL	www.dm.gov.ae
기타 등록절차 등	신청서 제출 > 서류 제출 > 두바이정부 심사 > 승인

출처: 아랍에미리트 경제부 (www.economy.gov.ae)

- (단계 2-2) MOHAP(보건예방부)를 통한 한약재로의 등록  
 MOHAP(보건예방부)를 통한 등록은 제약사 등을 대상으로 하며, 평균적으로 약 3개월의 시간이 소요됨. 등록을 원하는 회사는 회사소개서, 지원서, 제품 특성 요약서, 외부상자 라벨 사본 외 30여가지 서류 중 해당 사항이 있는 서류를 제출해야 하며, 관련된 사항은 MOHAP 홈페이지(www.mohap.gov.ae)를 통해 확인 가능함

▣ 보건예방부를 통한 한약재로의 등록 ▣

구분	내용
등록기관명	MOHAP(보건예방부)
준비서류	회사소개서, 지원서, 제품 특성 요약, 외부상자 라벨 사본, 내부라벨 사본, 전단지, 환경위해성 평가서 등
등록플랫폼 URL	www.mohap.gov.ae
기타 등록절차 등	로그인 > 등록서류 제출 > 검토 > 실험실 테스트 및 분석 > 제품 등록 인증서 발급

출처: 아랍에미리트 경제부 (www.economy.gov.ae)

## ■ 아랍에미리트 인삼 수입신고 절차

- 아랍에미리트 인삼 수입신고 시 제출서류
  - 수입신고서, 상업송장, 선하증권, 포장명세서, 원산지증명서
- 아랍에미리트 인삼 관세 납부
  - 수입물품 수입신고 후 관세를 납부함
- 물품 검사
  - 아랍에미리트의 경우, 물동량이 많아 서류가 잘 갖추어지고 특이한 점이 없다면 대부분 특별한 검사 없이 통관이 이루어짐
  - 수입물품 검사소에 관련 서류 제출 후 검사 일시 지정
  - 지정된 날짜 및 시간에 화주 또는 대리인 입회 하에 물품 검사 실
  - 알코올 함유 음료는 엄격히 통제함
  - 식품류는 성분검사가 까다로우며 제조업체의 영문 성분분석표가 첨부된 샘플테스트를 통과해야 수입 가능
  - 저가신고 및 원산지 신고에 유의해야 함
- 물품 반출
  - 수입자가 관세 납부 후 통관이 완료되면 물품반출서 발급 후 보세구역 등으로부터 물품 반출 가능

## ■ 인삼시장 SWOT 분석

강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전 세계적으로 한국산 인삼의 효능에 대한인지도 증가</li> <li>• 한국 브랜드가 아니더라도, 원료 한국산 인삼에 대한 높은 평가</li> <li>• 한국산 브랜드에 대한 신뢰도 형성 ‘정관장 중심 충성 소비자 발생’</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 캡슐/정제 형태 인삼 제형 인기 ‘한국 홍삼은 주로 엑기스 형태로 제품 개발’</li> <li>• 정관장 외 한국 브랜드에 대한 낮은 인지도 정관장 외 브랜드에 대해서는 잘 인지 못함</li> <li>• 중국, 터키 등 타국산 대비 높은 가격</li> </ul>
기회(Opportunities)	위협(Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 팬데믹 이후 건강기능식품 소비증가</li> <li>• 점차 다양해지는 인삼 가공식품 라인업 (꿀, 음료, 티백 등)</li> <li>• 정부 차원에서의 홍삼제품 공식화(식품 정식분류 및 허가 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국 인삼 브랜드 진출과 높은 소비 신뢰도</li> <li>• 중동 로컬 브랜드의 시장 점유율 상승</li> <li>• 저가 중국 인삼의 시장 진출</li> </ul>

출처: 자료 종합 재구성

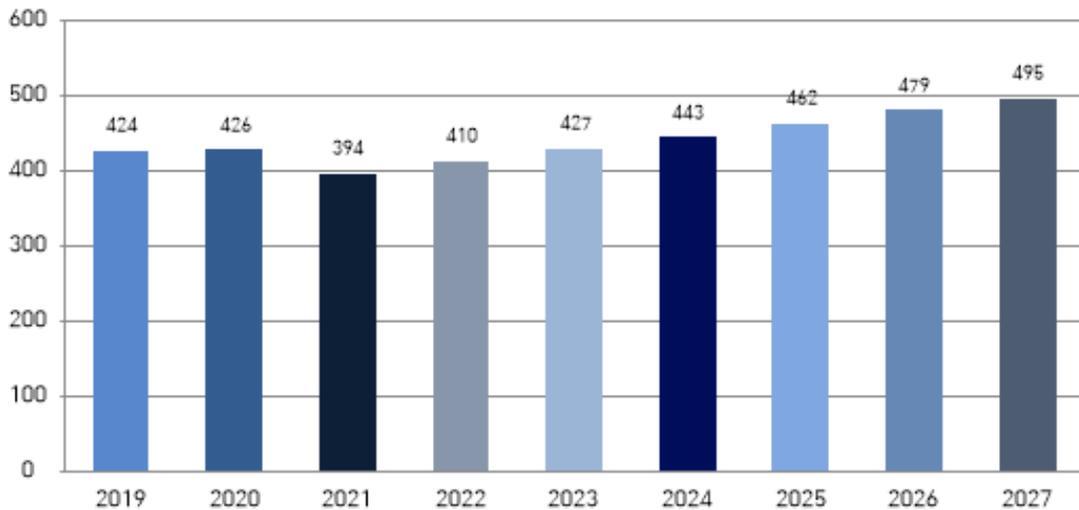
## 라. 수출 유망품목(아이스크림)

### ■ 아랍에미리트의 아이스크림 시장

- 소매 판매는 2022년 현재 기준으로 2021년 대비 3% 증가하여 4억 1천만 디르함을 기록함
- 아이스크림 시장의 소매 판매는 2027년까지 동안 현재 가치 매년 4%씩 성장하여 4억 9,600만 디르함으로 증가할 것으로 예상됨

#### ■ 아랍에미리트 아이스크림 시장 규모 ■

(단위: 백만 AED)



\* 2022년 이후는 추정치

출처: Euromonitor / 자료 재가공

- 2020년 팬데믹의 영향으로 줄었던 시장은 2022년 개선될 것으로 예상되며, 2019년 소매가치의 4억 2600만 디르함을 상회할 것으로 전망하고 있음.
- 1년 내내 고온 다습한 기후로 아이스크림에 대한 지속적 소비가 가능한 환경이며, 다양한 소비자 그룹과 연령대에서 즐길 수 있는 장점이 있음.

### 아랍에미리트 아이스크림 브랜드 점유율

(단위: %)

순위	브랜드명	점유율
1	Igloo	25.5
2	London Dairy	16.4
3	Baskin Robbins	7.9
4	Galaxy	7.6
5	Haagen-Dazs	5.9
6	Magnum	4.8
7	Ben & Jerry's	4.3
8	snikers	3.7

출처: Euromonitor / 자료 재가공

■ 방글라데시 브랜드인 Igloo는 25.5%의 점유율을 보이고 있으며, 2위인 London Dairy는 영국을 기반으로 시작된 인기기업으로 16.4%의 점유율을 보이고 있음

■ 이어서 Baskin Robbins가 7.9% Galaxy가 7.6%로 점유율 3,4위를 경쟁하고 있으며, 5위부터 8위 기업들은 유사한 점유율을 보임

#### 아랍에미리트 아이스크림 브랜드 가격 시장조사

브랜드 점유율	브랜드 명	대표제품 사진	제품명	가격
1	Igloo		Igloo Evens Vanilla Sandwich Ice Cream 90ml	2.30 디르함 (한화 약 810원)
2	London Dairy		London Dairy Ice Cream Vanilla 125ml	6.75 디르함 (한화 약 2,300원)

브랜드 점유율	브랜드 명	대표제품 사진	제품명	가격
3	Baskin Robbins		Baskin Robbins Vanilla Ice Cream 120ml	6.50 디르함 (한화 약 2,300원)
4	Galaxy		Galaxy Vanilla Chocolate Cone Ice Cream 110ml	6.10 디르함 (한화 약 2,100원)
5	Haagen-Dazs		Haagen Dazs Macadamia Nut Brittle Ice Cream 100ml	8.35 디르함 (한화 약 2,900원)
6	Magnum		Magnum Ice cream White 100ml	8.35 디르함 (한화 약 2,900원)
7	Ben & Jerry's		Ben And Jerry Ice Cream Coffee 473ml	23.50 디르함 (한화 약 8,300원)

주: AED 1 = 0.27\$ = 353.33₩ (하나은행 매매기준율 기준)

용이한 가격비교를 위해 유사상품군의 비슷한 용량의 제품들로 작성

지점별로 가격이 상이할 수 있으며, 조사 가격은 조사일(2022.07.22) 기준 가격

출처: Carrefour UAE

- 아이스크림 유통채널은 오프라인 채널이 95.6% 온라인채널이 4.4%를 차지하고 있으며, 현재 한국 아이스크림은 아랍에미리트 오프라인 채널에 입점하지 않았음. 따라서 유사상품 비교를 위해 아랍에미리트 내의 한인마트의 대표상품을 조사함 (유제품에 대한 할랄인증 필요)

## | 아랍에미리트 내 한인마트 대표 아이스크림 판매현황 |

브랜드 명	대표제품 사진	제품명	가격
롯데		월드콘 바닐라	6.00 디르함 (한화 약 2,100원)
롯데		국화빵	7.19 디르함 (한화 약 2,500원)
라벨리		옥수수 바	4.20 디르함 (한화 약 1,500원)
빙그레		비비빅 그린티 아이스크림	5.25 디르함 (한화 약 1,900원)
빙그레		메로나	5.25 디르함 (한화 약 1,900원)
빙그레		투게더 아이스크림 900ml	36.00 디르함 (한화 약 12,700원)

주: AED 1 = 0.27\$ = 353.33₩ (하나은행 매매기준율 기준)

용이한 가격비교를 위해 유사상품군의 비슷한 용량의 제품들로 작성

조사 가격은 조사일(2022.07.25) 기준 가격

출처: 1004 Gourmet UAE

- 한인마트 내에서는 쉽게 한국 아이스크림을 찾아볼 수 있었으며, 냉동식품의 특성 상 발생하는 추가 물류비용으로 한국 제품보다 다소 비싼 가격에 형성되어 있으나, 타 해외브랜드의 가격과 비교했을 때 큰 차이 없이 가격 경쟁력을 형성하고 있음
- 식물성 제품은 아랍에미리트에서 건강을 중시하는 소비자들 사이에서 빠르게 인기를 얻고 있으며 식물성 아이스크림 또한 예외 없이 인기를 얻고 있음
  - 다양한 브랜드들이 건강 및 웰빙 트렌드를 반영하기 위해 아이스크림에 비건 라벨을 부착하여 생산하고 있음

■ 아랍에미리트 비건 아이스크림 판매현황 ■

브랜드 명	대표제품 사진	제품명	가격
Halo Top		Gluten free Icecream Vanilla Bean; 473ml	34.63 디르함 (한화 약 12,200원)
jones the grocer		Vegan Dark Chocolate Ice Cream 500ml	25.00 디르함 (한화 약 8,800원)
BEN & JERRY'S		Chocolate With Fudge Brownie Ice Cream, 465ml	39.90 디르함 (한화 약 12,700원)
THE BROOKLYN CREAMERY		Chocolate Vegan Ice Cream, 450ml	24.99 디르함 (한화 약 8,800원)

브랜드 명	대표제품 사진	제품명	가격
SpinneysFood		Vegan Chocolate Ice Cream 500ml	21.00 디르함 (한화 약 7,400원)
Booja-Booja		hunky punky chocolate 500ml	33.00 디르함 (한화 약 11,600원)
Alpro		chocolate and hazelnut ice cream 500ml	33.75 디르함 (한화 약 11,900원)

주: AED 1 = 0.27\$ = 353.33₩ (하나은행 매매기준율 기준)

용이한 가격비교를 위해 유사상품군의 비슷한 용량의 제품들로 작성  
지점별로 가격이 상이할 수 있으며, 조사 가격은 조사일(2022.07.27) 기준 가격  
출처: 현장 조사

- 이퍼마켓 매장 내에서 비건 아이스크림을 쉽게 접할 수 있으며, 동일 브랜드의 일반제품과 비교했을 때 가격이 동일하거나, 일반제품 약 1000원 정도 저렴함
- 글루텐프리, 케토(저탄고지)<sup>1)</sup>, 데어리프리(유제품이 함유되지 않은 제품), 저칼로리 제품 등 비건 아이스크림 내에서도 다양한 건강 제품들을 접할 수 있음
  - BEN & JERRY'S는 21디르함(한화 약 8,000원대)의 기본 아이스크림 제품과 비교해 비건제품에 프리미엄을 부여하여 39디르함(한화 약 13,000원대)의 가격에 판매하고 있으며, Spinneys에서 운영하는 자체 PB브랜드 SpinneysFood에서 21디르함(한화 약 7000원대)의 저렴한 가격에 제공하고 있음

1) 탄수화물을 낮추고 지방함량을 높인 신규 건강 트렌드

■ 아이스크림 시장 SWOT 분석

강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <li>대부분 초코를 기반으로 한 아이스크림 맛이 주를 차지하며, 아이스크림 맛에 대한 다양성 부족으로 한국 아이스크림이 가지고 있는 다양한 맛의 경쟁력 확보 가능</li> <li>접근성이 높은 과일 맛 위주의 제품위주로 시장 진입 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>인구 900만의 작은 내수시장</li> <li>한국 아이스크림에 대한 인지도 부족</li> <li>유럽, 동남아 대비 장거리 냉동운송비용</li> </ul>
기회(Opportunities)	위협(Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>GCC국가의 특성 상 1년 내내 대부분 더운날씨이며 그로 인한 꾸준한 아이스크림 소비</li> <li>아랍식문화의 특성상 식후 디저트를 먹는 문화에 익숙하며 아랍인들은 달달한 디저트를 선호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>아랍에미리트에 정착해 있는 기존 브랜드의 아이스크림에 대한 고객 충성도가 높으며, 대체적으로 새로운 음식이나 새로운 맛에 대한 거부감이 많음</li> <li>아이스크림에 포함 된 젤라틴 성분확인 및 그에 따른 할랄 인증 요구</li> </ul>

출처: 자료 종합 재구성

마. 수출 유망품목(차류)

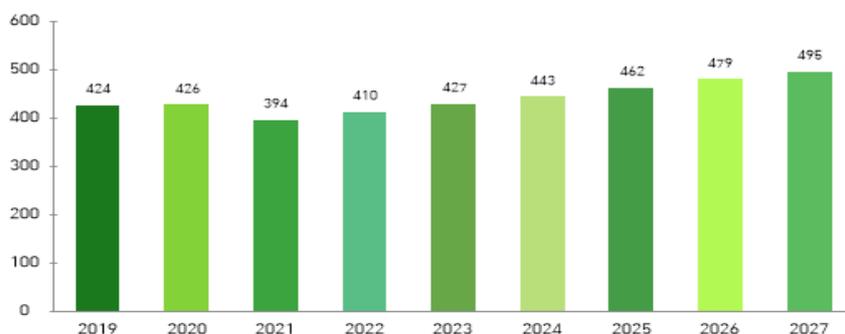
■ 2021년 상반기 건강에 대한 소비자의 인식 증가와 지속적인 자가 격리로 차에 대한 수요 증가

- 차는 2021년 10억 디르함의 시장규모를 기록하고 있으며, 전년 대비 2.8%의 성장세를 보임
- 2022년에는 10억 3900만 디르함의 시장규모를 형성할 것으로 예상하고 있으며, 이는 2.6%성장한 수치임 2023년 또한 2%이상의 성장을 기대하고 있음

■ 카테고리 별 판매량은 2021년 기준 홍차(black tea) 7억2480만 디르함(한화 약 2534억 원), 녹차(Green Tea) 1억 5220만 디르함(한화 약 533억)의 판매 가치를 보여 홍차의 선호도가 더 높은 것으로 확인됨

■ 아랍에미리트 차 시장 규모 ■

(단위: 백 만 AED)



\* 2022년 이후 값은 추정치

출처: Euromonitor 자료 재가공

### 아랍에미리트 차 브랜드 점유율

(단위: %)

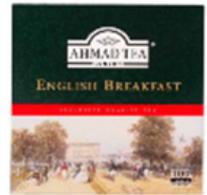
순위	브랜드명	점유율
1	Lipton Yellow Label	34.7
2	Alokozay	10.1
3	Lipton	10.1
4	Twinings	7.3
5	Brooke Bond Red Label	5.5
6	Ahmad Tea	1.1

출처: Euromonitor 자료 재가공

- 시장 점유율은 립톤 옐로우 라벨(Lipton Yellow Label)과 립톤(Lipton)이 1위와 3위를 차지하고 있으며, 44.7%로 전체 아랍에미리트 차 시장의 절반을 차지하고 있음.
- 이어서 중동에서 가장 큰 FMCG 다국적 기업 중 하나인 Alokozay가 자체 생산하는 상품이 10.1%, 1706년 영국 엔도버에서 시작한 300년 전통의 차 브랜드 Twinings가 7.3%의 점유율을 보이고 있음
- 영국 기업인 Brooke Bond가 5.5%, Ahmad가 1.1%의 점유율을 보이고 있으며, 기타 기업들이 나머지 30%의 점유율을 차지하고 있음

#### 아랍에미리트 차(TEA) 브랜드 가격 시장조사

브랜드 점유율	브랜드 명	대표제품 사진	제품명	가격
1	Lipton Yellow Label		Yellow Label Black Tea Bags Classic 200 Tea Bags	29.00디르함 (한화 약 10,200원)
2	Alokozay		Black Tea 200 Tea Bags	20.60디르함 (한화 약 7,200원)

브랜드 점유율	브랜드 명	대표제품 사진	제품명	가격
3	Lipton		Green Tea Classic 100 Teabags	20.40디르함 (한화 약 7,200원)
4	Twinings		Green Tea And Mint 50 Tea Bags	26.80디르함 (한화 약 9,400원)
5	Brooke Bond Red Label		Red Label Tea 200 Tea Bags	19.50디르함 (한화 약 6,800원)
6	Ahmad Tea		English Breakfast Tea 100 Tea Bags	14.80디르함 (한화 약 5,200원)

주: AED 1 = 0.27\$ = 353.33W (하나은행 매매기준율 기준)

용이한 가격비교를 위해 유사상품군의 비슷한 용량의 제품들로 작성

지점별로 가격이 상이할 수 있으며, 조사 가격은 조사일(2022.07.26) 기준 가격

출처: Carrefour UAE

- 건강을 생각하는 트렌드에 맞춰 차는 건강상에 이점이 많다는 긍정적인 인식이 증가함에 따라 차에 대한 전반적인 수요 또한 지속적으로 증가하고 있음
  - 가루형태의 차 또는 말린 잎 형태의 제품보다는 티백 형태의 차의 선호도가 높음
- 현지 인기 상품군과 가격 경쟁력 및 상품 종류 대조를 위해 아랍에미리트 하이퍼마켓 내 입점한 한국 차류에 대해 현장조사를 실시함

■ 아랍에미리트 하이퍼마켓 내 한국 차류 판매현황 ■

브랜드 명	대표제품 사진	제품명	가격
티젠		콤부차 프로바이오틱스 유자	29.25 디르함 (한화 약 10,300원)
티젠		콤부차 프로바이오틱스 베리	29.25 디르함 (한화 약 10,300원)
티젠		콤부차 프로바이오틱스 레몬	29.25 디르함 (한화 약 10,300원)
오뚜기		꿀 유자차 500g	24.50 디르함 (한화 약 8,600원)
청정원		홍초 바이탈플러스 블랙베리 900ml	30.00 디르함 (한화 약 10,500원)

주: AED 1 = 0.27\$ = 353.33₩ (하나은행 매매기준율 기준)

용이한 가격비교를 위해 유사상품군의 비슷한 용량의 제품들로 작성

지점별로 가격이 상이할 수 있으며, 조사 가격은 조사일(2022.07.25) 기준 가격

출처: Carrefour UAE, Noon.com / 현장조사

■ 티백 및 가루차 형태의 한국제품을 찾아보기 어려웠으며, 액상형 차와 분말형 종류가 주를 이루었음

- 총 5종의 제품이 입점해 있으며, 동결건조 분말형 스틱 제형인 콤부차 3종과 액상형 제품인 꿀 유자차와 홍초제품을 확인할 수 있었음

■ 한국제품의 가격대는 29.25 디르함(한화 약 10,300원)대를 형성하고 있으며 타 경쟁사에 비해 높은 가격대를 보이고 있음

- 저렴한 패키징이 가능한 티백 상품에 비해, 액상형 제품은 상대적으로 가격이 상승할 수밖에 없으며, 물류과정에서 추가적인 비용 발생으로 다소 가격대가 높은 편임

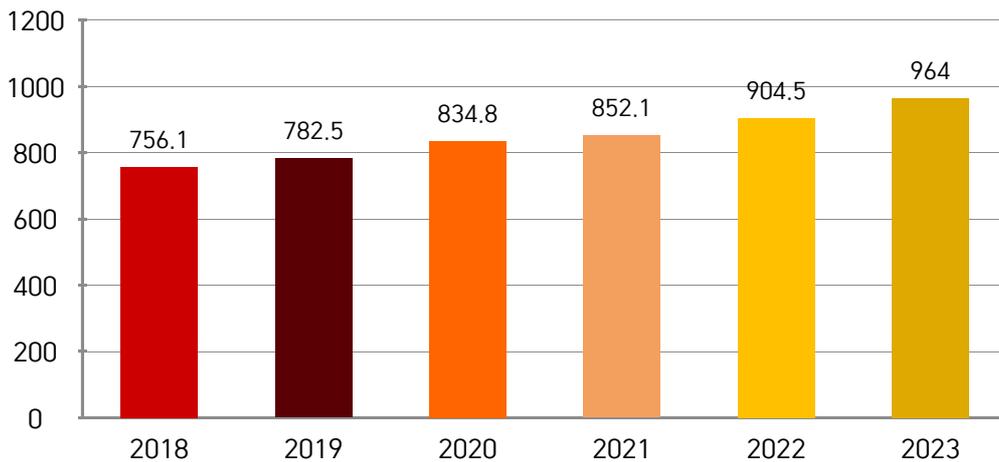
## 바. 수출 유망품목(소스류)

### ■ 아랍에미리트의 소스류 시장

- 아랍에미리트의 소스류 판매는 2021년 8억 5200만 디르함으로 기록되었으며, 2022년에는 4.1% 증가한 수치인 9억 400만 디르함을 기록할 것으로 예상하고 있음
- 유로모니터(Euromonitor)는 2021년 소스, 드레싱 및 조미료의 평균 단가가 3%증가했으며, 가격 상승에 의한 판매량은 증가했으나 소매량은 감소할 것으로 예상하고 있음
  - 코로나 팬데믹의 여파로 2020년부터 가정에서 요리와 식사를 하는 수요가 증가하여 소스류 판매량이 역동적인 성장을 보였으나, 2022년부터 그 성장세가 줄어들 것으로 예상함

### ■ 아랍에미리트 소스류 시장 규모 ■

(단위: 백만 AED)



2022년 이후는 추정치

출처: Euromonitor 자료 재가공

- 건강하고 안전한 소스류를 선호하는 소비자들이 증가할 것으로 예상되며, 클린라벨 제품의 인기가 증가할 것으로 예측하고 있음
  - 클린라벨제품은 합성첨가물 無첨가, 간결한 원료 리스트와 최소한의 가공, 천연재료 사용 등 필수 요건을 만족시킨 식품에 부여되는 라벨임
  - 식품조사기관 [센터 포 푸드 인티 그리티(Center for Food Intergrity)]의 조사에 따르면 75%의 응답자가 식품 구매 전 양 및 성분 라벨을 확인한다고 밝혔고, 그 중 53%는 클린 라벨이 붙은 쪽을 건강한 제품이라 생각한다고 답함

### 아랍에미리트 소스, 드레싱, 조미료 브랜드 점유율

(단위: %)

순위	브랜드명	점유율
1	Heinz	11.9
2	American Garden	8.5
3	Maggi	7.1
4	Al Alali	4.2
5	Gyma	3.3
6	Knorr	3.0

출처: Euromonitor 자료 재가공

#### 아랍에미리트 하이퍼마켓 내 판매 소스류

브랜드명	대표제품 사진	제품명	가격
Heinz		Heinz Tomato Ketchup Pet bottle 400ml	9.10 디르함 (한화 약 3,200원)
Heinz		Heinz Tomato Ketchup 50% Less Sugar & Salt 400ml	12.00 디르함 (한화 약 4,200원)
American Garden		American Garden Original Barbecue Sauce 510g	8.95 디르함 (한화 약 3,100원)

브랜드 명	대표제품 사진	제품명	가격
Maggi		Nestle Maggi Soya Sauce 300ml	8.30 디르함 (한화 약 2,900원)
Al Alali		Al Alali Tomato Ketchup 395g	7.60 디르함 (한화 약 2,600원)
Noor		Noor Original Cheddar Cheese Sauce 425ml	19.50 디르함 (한화 약 6,800원)
Knorr		Knorr Deliciously Creamy Mayonnaise 295ml	9.50 디르함 (한화 약 3,300원)
Nandos		Medium Peri Peri Sauce 250g	16.60 디르함 (한화 약 5,800원)

주: AED 1 = 0.27\$ = 353.33₩ (하나은행 매매기준을 기준)

용이한 가격비교를 위해 유사상품군의 비슷한 용량의 제품들로 작성

지점별로 가격이 상이할 수 있으며, 조사 가격은 조사일(2022.07.28) 기준 가격

출처: Carrefour UAE

- Heinz제품은 UAE 소스류 시장에서 11.9%의 점유율로 아랍에미리트 소스류 시장 점유율 1위를 차지하고 있으며 소비자들의 주요 구매 소스류인 케찹과 마요네즈 상품에 강세를 보이고 있음.
  - 400ml의 기본 케찹은 9.10 디르함(한화 약 3,200원), Less Sugar & Salt 400ml 제품은 최근 소비자들이 선호하는 제품으로 12.00 디르함(한화 약 4,200원) 약 1000원정도 비싼 가격을 보임
- Heinz에 이어 American Garden, Maggi, Al Alali 순으로 시장점유율을 차지하고 있으나, 타 식품군에 비해 점유율 경쟁이 치열한 구조를 보임
- 기본 소스류(케찹, 마요네즈, 머스타드)의 가격에 비해 치즈소스, 페리페리 소스, 갈릭마요네즈 소스 등 기본 소스에 맛이 첨가된 소스류 또는 독특한 맛의 소스류의 가격이 높았으며, 다양한 문화가 존재하는 특성상 다양한 종류의 소스들을 확인할 수 있음
- 아랍에미리트에는 다양한 소스 종류와 함께 글로벌 브랜드 및 인도, 중동지역 등에서 온 다양한 소스 브랜드들이 시장에 진입해 있어 경쟁이 매우 치열한 상황임

### ■ 한국 소스류 수출액 현황(2018~2021) ■

(단위: 천 불, %)

구분	2018	2019	2020	2021	전년비 ('20/'21)
간장	84.8	61.2	74.5	60.8	△18.4
된장	44.6	50.9	43.4	58.5	34.5
춘장	10.5	11.8	16.9	17.3	2.7
고추장	181.8	164.7	192.3	258.0	34.2
기타 장류	37.0	58.3	33.1	36.4	9.9
겨자의 분, 조분	3.7	0.6	1.8	1.4	△25.6
겨자 조제품	0	0.3	0.7	0.4	△35.9
마요네즈	0	0	19.7	73.7	274.4
인스턴트 카레	9.8	7.7	7.9	14.1	78.3
혼합조미료	42.6	33.2	58.5	130.8	123.8
소스, 소스 제조용 조제품 (마요네즈, 인스턴트 카레, 혼합조미료, 메주 이외 기타)	202.3	273.5	496.4	990.6	99.6

출처: KATI

- 한국에서 아랍에미리트로의 소스류 수출액은 간장, 겨자류를 제외하고 모두 상승세를 보이고 있음.
  - 마요네즈는 21년 전년대비 274%의 성장률로 한국 소스류 중 가장 큰 상승률을 보이고 있음
- 기타 소스류는 99만 달러로 한국 소스류 수출 품목 중 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 21년 전년대비 99.6%의 성장률을 보임
- 고추장소스의 경우 과거부터 꾸준한 인기를 얻고 있으며, 여전히 수출액 2위를 차지할 만큼 인기 있는 소스류지만 타 소스류에 비해 상승세는 34%로 낮은 수치를 보임

■ 아래는 아랍에미리트 하이퍼마켓 내 판매되는 한국 소스류를 조사한 결과임

▮ 아랍에미리트 하이퍼마켓 내 한국 소스류 판매현황 ▮

브랜드 명	대표제품 사진	제품명	가격
삼양		까르보 불닭소스 200g	15.45 디르함 (한화 약 5,300원)
삼양		핵 불닭소스 200g	20.60 디르함 (한화 약 7,000원)
삼양		불닭소스 200g	20.00 디르함 (한화 약 7,000원)
삼양		불닭마요소스 200g	21.20 디르함 (한화 약 7,400원)

브랜드 명	대표제품 사진	제품명	가격
오뚜기		연와사비 35g	10.75 디르함 (한화 약 3,800원)
오뚜기		옛날 고추맛기름 80ml	15.50 디르함 (한화 약 5,300원)
청청원		오푸드 떡볶이 고추장 300g	19.00 디르함 (한화 약 6,700원)
청청원		오푸드 쌈장 300g	13.30 디르함 (한화 약 4,500원)

주: AED 1 = 0.27\$ = 353.33W (하나은행 매매기준을 기준)

용이한 가격비교를 위해 유사상품군의 비슷한 용량의 제품들로 작성

지점별로 가격이 상이할 수 있으며, 조사 가격은 조사일(2022.06.20) 기준 가격

출처: Carrefour UAE, Noon.com / 현장조사

- 한국식 불닭라면의 인기에 힘입어 대형 하이퍼마켓, 슈퍼마켓에서 불닭소스를 쉽게 찾아볼 수 있었으며, 까르보맛, 매운맛, 마요네즈맛 등을 첨가하여 소비자들은 소스를 선택할 수 있는 선택의 폭이 넓어짐
  - 15.45디르함에서 20.60디르함의 가격대를 형성하고 있으며, 일반 소스 제품군을 제외한 경쟁 브랜드와 가격에서 큰 차이를 보이지 않음
- 한국식 소스는 ‘매운맛’이라는 소비자들의 인식이 강하며, 그로 인해 간장류의 소비는 낮으며, 순한 맛과 부드러운 맛을 찾는 소비자들은 된장과 마요네즈가 첨가된 소스를 주로 선호함

# Ⅲ 진출전략

## 가. 농식품 수출 전망

- 코로나19로 인해서 물리적인 제약이 발생하면서 온라인, 비대면 농식품 시장이 급격하게 성장했으며, 이러한 성장세는 코로나19가 종식된 이후에도 계속될 것으로 예상됨
  - 기존에 구축한 오프라인 유통망에 디지털 기술 혹은 비대면 마케팅을 결합해 국가별 온라인 농식품 시장 진출 및 마케팅 활동을 확대할 필요성이 있음
  - 온라인 유통시장 진입 이외에도 중국의 라이브 스트리밍과 같은 새로운 형태의 비대면 마케팅 방안이 주목받고 있어 이를 참고할 필요가 있을 것으로 판단됨
  
- 팬데믹 영향과 소득수준 증대에 따라 식품안전성과 건강기능성 관심증대
  - 글로벌 농식품 수출시장에서 국가별로 국민소득이 증가하고 생활수준이 향상되면서 건강하고 안전한 식품에 대한 요구가 증가하는 양상을 나타냈으며, 코로나19 확산으로 인해서 생존의 문제가 대두되며 건강하고 안전한 식품 수요가 높아지는 추세임
    - 면역력 강화식품과 유기농 식품 등이 주목받고 있으며, 소비자들은 건강한 식습관 형성에 관심이 증가함
    - 면역체계 개선 및 건강증진을 위한 식품의 수요가 증가할 것으로 예상되며, 주요 건강 식품군 수출품목 중에서 인삼류의 수출 증가세가 두드러짐에 따라서 향후에도 지속적으로 수출 호조세를 이어나갈 수 있는 방안 마련이 필요

## 나. 품목별 수출 확대방안

### ■ 라면

- 아랍에미리트의 라면 유통 90% 이상이 오프라인 유통으로 이루어지나 현지 슈퍼마켓과 하이퍼마켓에서 인도산 대비 인지도 부족
  - 수출이 꾸준히 증가하는 품목인 만큼 마케팅 활동을 확대할 필요성이 있음
- 할랄과 비할랄 소비자 타겟팅을 명확히 한 후 제품개발과 마케팅 방향을 정해야 함
  - 한국라면은 대부분 돼지고기가 원료에 포함되는 경우가 많아 할랄 소비자의 선택폭이 좁으므로 돼지고기 원료가 없는 라면제품의 다양한 개발 필요
  - 비할랄 제품을 소비하는 층은 주로 중국, 유럽, 방글라데시, 필리핀, 베트남 사람들이며 이들은 한국의 매운맛과 강한 풍미를 좋아하므로 풍미가 강한 다양한 맛의 제품을 개발
  - UAE Non-Muslim 판매코너를 운영중이 대형유통 중심으로 비할랄 라면류 제품군 확대를 통해 신규 시장 확대 가능
- 경쟁 제품군에 비해 2배의 용량으로 판매되고 있으나, 유통 가격 또한 2배를 웃돌기 때문에 소비자들의 입장에서 다소 비싸다고 느낌
  - 경쟁사와 유사한 소형 사이즈 포장 또는 프리미엄 패키지를 통한 확실한 가격 차별성 부여
- 다양한 라면 제품이 존재하나 아직까지 저칼로리나 웰빙 라면 시장은 초기단계이므로 적극적 공략 필요
  - 건면, 저칼로리 면 등 한국에서 선호가 높으며 인기를 끌고 있는 라면 제품에 대해 웰빙 라면 컨셉의 프리미엄 이미지 구축 가능

### ■ 김치

- 현지 소비자에게 김치는 샐러드의 일종으로 인식되기 때문에 다양한 종류의 채소를 활용한 김치 진출을 시도할 필요가 있음
- 동일 브랜드의 상품이라도 유통사의 보관 방식에 따라 맛의 차이를 보이는 등 발효식품이라는 특성 상 획일화된 김치 맛의 보장이 쉽지 않음
  - 기존의 포장이나 배송방식의 변화를 통해 최대한 김치 본연의 맛과 획일화 된 맛의 보장이 필요함
- 김치 인지도가 점차 높아지면서 UAE 현지생산품과 중국산 김치가 경쟁상품으로 등장하고

있는데 한국산 김치가 다소 비싼 편(1.7배~2배 가격 차이)이기 때문에 그에 따른 해결책이 필요함

- 한국산 김치의 높은 품질 강조를 위해 포장 차별화, 위생적인 제조공정과 원료관리 등을 홍보할 필요가 있음
- 또한 김치와 김치활용 메뉴를 판매하는 호텔, 레스토랑이 생겨나고 있는데 원가에 민감도가 높아 타국산을 이용하려는 경향이 크므로 식자재용으로 벌크포장 등 저렴한 김치가 필요함
- 중동 현지 진출을 위해 매운맛 저감 김치 혹은 건강 기능성 야채를 활용한 재료 활용 김치를 통한 건강식품 이미지 강조 필요
- 김치의 활용도를 높이기 위하여 기존에 있는 피클과 유사한 식품이며 활용방식도 비슷하다는 접근과 함께 식당을 통한 소개와 홍보 전략이 바람직하며 피클과 같은 사이드 메뉴로서 색다른 맛과 효능이 있다는 점을 강조할 필요가 있음
- 타 국가에서 인지하고 있는 김치의 위상에 비해 아랍에미리트 현지에서 김치는 현지인들에게 생소한 음식으로 인식되고 있으므로 발효식품, 다이어트 식품, 프로바이오틱스(Probiotics) 등의 현지 트렌드에 부합하는 건강식품 이미지와 연계한 프로모션이 필요함

## ■ 인삼

- 팬데믹 이전에는 왕족, 최상위 부유층에서만 일부 소비되던 인삼제품이 팬데믹 이후 건강식품에 대한 관심이 높아지면서 중산층에서도 소비가 확대되고 있음
- 인삼제품은 건강기능식품으로 등록이 필요한 진액류, 터블렛류는 의약품점(Pharmacy)에서만 판매가 가능하고 그 외 인삼음료류, 차류, 캔디류는 일반 식료품점이나 마트에서도 판매가 가능하여 현지 유통 전략과 방법에 차별이 필요함
- UAE에는 약 1,000여개의 의약품점(Pharmacy)이 있으며 이들 유통채널에 입점은 높은 수수료와 까다로운 요구절차가 있어 전문화된 현지 유통바이어를 필요로 함
- 또한 건강기능식품은 의사, 약사들의 추천에 소비자들이 반응도가 높아 의료관계자를 대상으로 한 마케팅을 하고 이들을 활용한 입소문 홍보가 중요하므로 관련 인삼세미나, 1:1 마케팅 같은 전문적이고 공격적인 마케팅이 필요함
- 현재 진출한 한국인삼 제품류는 주로 진액류가 많은데, 현지인의 복용 선호도는 터블렛류가 더 높아 터블렛류의 제품진출을 모색해야 함
- 일반식품으로 판매되는 인삼음료류와 차류는 중동의 “Afternoon Tea”문화를 활용하여 호텔,

카페 등을 공략하는 방법이 매우 유용하며, 일반마트 판매제품은 인삼에 여러 가지 향미를 가미한 음료제품을 입점시킬 필요가 있음

- 또한 일반음료류 또는 에너지 음료류와 경쟁해야 하기 때문에 시장진입 초기는 낮은 가격정책, 판촉홍보 이벤트 같은 대규모 마케팅 비용을 투입해야 함

## ■ 아이스크림

- 1년 중 11월에서 3월을 제외하고 연중 덥고 습한 날씨를 가지고 있는 아랍에미리트의 특성상 아이스크림을 찾는 소비자가 증가하고 있으나 한국 아이스크림에 대한 인지도가 부족하고 시장 개척에 많은 노력을 기울일 필요가 있음
  - 대형 로컬마트에서는 한국산이 거의 입점되어 있지 않고 주로 한인마트에서만 판매되고 있음
  - 유제품이 기반인 아이스크림의 경우 일부 제품에 대한 할랄 인증을 요구하는 경우가 높아 현지 대형 유통 입점 문턱 높음.
- 과거 아랍권 사람들은 차가운 음식에 대한 선호도가 낮은 편이었음 최근 다양한 문화의 유입으로 아이스크림과 젤라또와 같은 달달한 디저트류를 찾는 현지인들이 증가했고, 현지 식품매거진(TIME OUT)에서도 다양한 아이스크림 매장을 소개하고 있음
- 하이퍼마켓 현지시장조사 결과 다양한 브랜드의 아이스크림을 찾을 수 있으나, 다양한 맛과 특색이 있는 맛을 찾아 볼 수는 없었음
  - 타 경쟁사의 경우 초코, 바닐라, 딸기류 등 큰 범주 내에서의 맛의 변화만 있을 뿐 새로운 맛을 찾아보기 어려움
  - 한국산 아이스크림 입점 확대를 위해 비건류, 저당, 저지방 아이스크림을 활용한 브랜드 이미지 홍보 필요
- 현지인에게 일부 알려진 한국산 아이스크림류는 메론맛, 연유맛 등 당이 많이 포함된 제품들로서 타국산과 차별성이 높지 않아 판매확대에 한계가 있으므로 유자, 녹차, 흑임자, 인절미 맛 등 한국 아이스크림만의 특색있는 다양한 맛으로 경쟁력을 확보할 필요가 있음

## ■ 차류

- 아랍에미리트 시장에는 크게 홍차, 녹차 두 종류의 차의 수요가 가장 높으며, 차 제형으로는 티백 형태의 차를 찾는 소비자들이 많음. 또한 Lipton Yellow Label의 시장점유율이 34.7%를 차지할 만큼 기존 차 브랜드에 대한 충성도가 높음
  - 아랍에미리트에서 가장 선호하는 차류는 홍차이지만 한국은 홍차 보다는 녹차 시장에 강세를

보임 따라서 아랍에미리트 진출 시 홍차 시장 보다는 녹차 시장에 집중하는 것이 시장 진출에 유리함

- 현지 판매 녹차의 경우 카테인 성분 함유량이 높아 떫은 맛과 강한 맛이기에 국내산 녹차는 떫은맛이 덜하고 깔끔하다는 인식을 강조하여 차별화 홍보 필요
- 한국 차에 대한 인지도 개선 및 신규 소비자 확보를 위해 시음행사와 같은 현장 마케팅 전략 필요
- 가루형태의 차 또는 말린 잎 형태의 제품보다는 티백 형태의 차의 선호도가 높음
  - 현지 하이퍼마켓에 입점되어 있는 한국 차류 5종은 모두 가루형 또는 액상형임.
- 한국만의 특색 있는 다양한 꽃차 및 인삼차 제품들은 현지 시장에서 찾아보기 어려운 제품들이며 타 경쟁사들과 비교해 충분한 경쟁력을 가질 수 있음
- 또한 중동의 무더운 기후로 차가운 음료로도 마실수 있는 오미자차, 매실 차류는 풍미와 단맛이 강해서 현지인들의 기호에 적합하여 진출가능성이 높음

## ■ 소스류

- 한국 소스에 대해서 새로운 맛이라는 점에서 호기심을 갖고 있긴 하지만 할랄 인증 및 제품 성분에 대한 확신을 갖고 있지 않으며, 보수적인 식습관을 가지고 있어 기존 브랜드에 신뢰를 가지고 있는 아랍에미리트 소비자들의 구입까지 이어지려면 상당한 시일이 소요될 것으로 보임
  - 전체 인구의 대부분이 무슬림에 대한 종교적 특성을 가지고 있어 할랄 인증 소스류 확대 입점을 통해 한국산 소스류에 대한 소비자 인지도 개선 필요
- 서구 문화권 소비자들(미국, 유럽, 호주 등)의 경우에는 이미 다양한 아시안 소스를 시도하고 있으며, 한국 음식에 대해 건강식, 채식 등의 긍정적인 이미지를 갖고 있기 때문에 일본, 태국 소스들과 차별성을 갖고 서구 문화권 소비자들에게 접근한다면 충분히 한국 소스의 성장 가능성이 있을 것으로 보임
- 아랍에미리트는 다양한 인종과 문화가 공존하는 사회이며 현지인(10%) 보다는 외국인(90%)이 많은 만큼 다양한 국가로부터 수입된 소스가 유통되고 있음.
  - 전 세계적으로 대표적인 소스인 케찹, 마요네즈, 머스터드 소스 등은 현지에서 쉽게 구입할 수 있는 시장인 만큼 한국산 소스가 현지에 진출할 경우 새로운 컨셉과 맛을 부각할 수 있는 전략이 필요함
  - 한국적인 매운맛을 강조한 소스 및 육류 소비를 즐겨하는 서구적 식습관을 가진 현지

소비자를 대상으로 국내산 장류를 활용한 디핑 소스 형태의 한국산 소스 홍보 필요

- 한국 소스류 및 장류를 활용한 요리를 선보이는 현장 마케팅 이벤트 등을 통한 적극적인 홍보가 필요함

## 다. 한국 식품 판매 확대 방안

### ■ 한국 농식품 SWOT 분석 ■

강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품질이 우수하고 기후적인 특성을 활용한 다양한 특성을 가진 농산물 생산</li> <li>• 농업과 식품가공 기술이 우수함</li> <li>• 한국이라는 국가 브랜드 이미지를 활용한 마케팅 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시즌별 식품 생산에 따른 지속적인 농식품 수급 불안정</li> <li>• 물류비용으로 인한 가격 경쟁력 약화</li> <li>• 홍보, 마케팅으로 인한 제품 가격 상승 우려</li> </ul>
기회(Opportunities)	위협(Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 아랍에미리트 현지 시장에서 한국 문화 콘텐츠에 대한 확산에 따라 한국 식품에 대한 관심이 증가하고 있음</li> <li>• 건강에 대한 인식 제고와 한국식품이 가진 키워드 '건강함'의 이점이 극대화 됨</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국 농산물에 대한 아랍에미리트 소비자의 인지도 미흡</li> <li>• 유럽, 미국, 동남아, 중국 등 타국산의 시장점유</li> <li>• 다양한 인증제와 식품 성분확인 필요 및 그에 따른 할랄인증 요구</li> </ul>

### ■ 아랍에미리트의 소비자 대부분이 한국문화와 한국식품을 알고 있다고 해도 여전히 시장에서 한국 제품의 인식과 노출은 미흡함

- 현장시장조사 결과 총 155개 한국 식료품이 입점해 있으며, 라면류 71종, 김치류 3종, 김류 13종, 소스류 10종, 보존식품류 15종, 스낵류 15종, 음료류 5종, 가공식품류 17종, 홍삼류 9종임 (제품리스트 : 첨부)
- 라면류를 제외하면 84종으로 동일 제품군에서 용량이 다른 제품, 맛이 다른 제품을 제외하면 그 품목은 더욱 적은 것을 확인할 수 있음

### ■ 현재 아랍에미리트의 시장을 이끌어 가는 인도 음식, 중동 음식, 패스트푸드 및 다른 아시아 국가들의 음식들의 선호도가 높기 때문에 한국 음식의 시장 진입 장벽은 여전히 높음

### ■ 현대 및 일반 무역 시장에서의 K-Food 제품 가시성은 제한적임 소비자의 대다수가 쇼핑을 위해 대형 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓에 의존하는 아랍에미리트와 같은 시장에서는 이런 주요 업체들에 한국 제품을 진열하는 것이 중요

■ UAE 현지인 보다는 두바이에 거주하는 외국인이 주 타겟으로 판단됨에 따라 쇼핑몰 슈퍼마켓 등을 대상으로 판매처를 확보하는 것이 필요함

■ 분화된 아랍에미리트 식품시장에 대한 효율적 공략 위해 한국식품에 대한 관심 소비자 선정 및 집중 필요

- 한국기업이 다양한 인종 및 사회 계층으로 분화된 아랍에미리트 시장에 효율적으로 진출하기 위해서는 집중 소비자층을 선정하고, 해당 집단에 대해서 공략하는 전략이 필요함
- 운송비나 초기 투자비용으로 인해 가격 경쟁력이 낮은 한국 제품들은 사실상 거대 자본의 다국적 기업들이나 혹은 주변국으로부터 오는 저가의 제품들과 경쟁에서 어려우므로, 프리미엄 제품 전략을 통해 아랍에미리트에 진출할 필요성이 있음
- 상위 소득계층 중심으로 유기농, 건강식품 트렌드 형성
  - 프리미엄 제품을 주로 소비하는 계층은 아랍에미리트의 상위 소득계층으로 분류되는 자국민과 유럽, 미국 등의 서구 문화권 소비자들이며, 이들을 중심으로 유기농, 건강식품 소비 트렌드가 나타나고 있음
  - 특히 고가격대의 유기농 제품, 미국/유럽산 브랜드 제품 등을 선호하며, 그들의 요구를 충족하는 상품이라면 고가격대의 제품이라도 프리미엄 대형 유통채널을 통해 구입함
  - 주요 대형 유통 채널 중에서는 한국 식료품에 대한 인식이 높은 계층인 서구 문화권 소비자들을 먼저 공략하기 위해 이들이 자주 이용하는 고급매장인 까르푸, Spinneys 등에 진입이 우선적이어야 함
- 아랍에미리트의 식품소매시장은 앞으로 서구식 대형 유통업체에 의해 재편될 가능성이 큼. 그들만의 리그가 벌어질 식품소매시장에서 대형 유통업체는 다양한 소비자와의 접점으로서 그 중요성은 점점 커질 것임
- 아랍에미리트로 식료품·생활용품 등을 수출할 계획을 가진 한국 업체의 입장에서는 수출하고자 하는 제품과 각 대형 유통업체의 특색을 비교하면서 선별하는 과정이 요구됨. 또한, 현지 대형 유통업체와 긴밀한 관계 구축이 필요함

■ K-Food 브랜드 대규모 마케팅

- 소비자들은 원산지에 대해 중요하게 생각하고 있기 때문에 한국의 선진국 이미지와 연계한 마케팅이 필요하며 현재 판매되고 있는 제품과 비교하여 맛과 품질이 우수하다는 점을 인식시킬 수 있는 프로모션이 필요함

- 구매력이 높은 아랍에미리트 자국민이나 서구문화권 이주자들의 경우 가격보다는 품질과 맛을 중요시하는 경향이 있어, 오히려 낮은 가격대의 제품에 대해서는 품질과 맛이 좋지 않을 것이라는 선입견을 갖고 있음
- 한국 음식에 대한 인식 캠페인을 전개하고 오프라인(인쇄물/ TV 및 디지털 매체)에서 B2C 및 B2B 고객에게 광고 확대
- 지역의 영향력 있는 인물(인플루언서, 틱톡커)들과 관계를 맺어 한국의 음식을 소개하고 홍보하는 데 사용
- Kcal, RightBite, Eclecticme와 같은 아랍에미리트의 건강식품 배달 서비스와 제휴를 맺어 배달 메뉴에 한국 음식과 음료 포함
- 무역 박람회, 쇼핑센터의 푸드 코트, 대학 등에서 K-Food를 시식하고 탐색 할 수 있는 ‘한국 음식 체험 존(zone)’ 구축
- 아랍에미리트에서 퓨전 식품의 인기가 커지고 있기 때문에 현지의 아시아 식음료 매장과 제휴하여 다양한 한국 음식 및 음료 제공

## [참고자료]

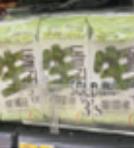
▣ 아랍에미리트 하이퍼마켓 및 온라인 플랫폼 한국 식품 리스트 ▣

분류	제품명	제품이미지	분류	제품명	제품이미지
라면	삼양라면		라면	삼양 짜장 불닭볶음면	
라면	삼양라면 매운맛		라면	삼양 커리 불닭볶음면	
라면	삼양라면 컵라면(소)		라면	삼양 김치 불닭볶음면	
라면	삼양 까르보 불닭볶음면		라면	삼양 불닭볶음탕면	
라면	삼양 불닭볶음면		라면	삼양 김치라면	
라면	삼양 크림까르보 불닭볶음면		라면	삼양 수타면	
라면	삼양 핵 불닭볶음면		라면	삼양 사리면	
라면	삼양 컵라면 소고기맛(소)		라면	삼양 까르보 불닭컵라면(대)	

분류	제품명	제품이미지	분류	제품명	제품이미지
라면	삼양 컵라면 치킨맛 (소)		라면	삼양 해물파티라면	
라면	삼양 불닭컵라면(소)		라면	삼양 짜짜로니	
라면	삼양 핵 불닭 컵라면(소)		라면	농심 신라면 새우맛	
라면	삼양 까르보 불닭 컵라면(소)		라면	농심 너구리 해물맛	
라면	삼양 치즈 불닭 컵라면(소)		라면	농심 순라면	
라면	삼양 불닭컵라면(대)		라면	농심 오징어짬뽕	
라면	삼양 치즈 불닭 컵라면(대)		라면	농심 안성탕면	
라면	농심 해물탕면		라면	농심 신라면 컵라면(대)	
라면	농심 신라면		라면	농심 신라면 사발면	

분류	제품명	제품이미지	분류	제품명	제품이미지
라면	농심 너구리		라면	농심 신라면 볶음면 컵라면	
라면	농심 짜파게티		라면	팔도 오리지널 컵라면 해물맛(소)	
라면	농심 김치 신라면		라면	팔도 오리지널 컵라면 야채맛(소)	
라면	농심 신라면 볶음면		라면	팔도 오리지널 컵라면 매운맛(소)	
라면	농심 너구리 컵라면(소)		라면	팔도 왕뚜껑 컵라면 김치맛(대)	
라면	농심 신라면 컵라면(소)		라면	팔도 왕뚜껑 컵라면 해물맛(대)	
라면	팔도 왕뚜껑 컵라면 매운맛(대)		라면	팔도 볼케이노 볶음면	
라면	팔도 짜장 누들 컵라면(대)		라면	종가집 미역 컵라면(소)	
라면	팔도 Koreno 라면 소고기맛		라면	종가집 리얼 김치라면 컵라면(소)	

분류	제품명	제품이미지	분류	제품명	제품이미지
라면	팔도 Koreno 라면 새우맛		라면	종가집 리얼 김치라면	
라면	팔도 Koreno 라면 김치맛		라면	오뚜기 김치라면	
라면	팔도 화라면		라면	오뚜기 북경짜장	
라면	팔도 일품 해물라면		라면	오뚜기 진라면 순한맛	
라면	팔도 남자라면		라면	오뚜기 진라면 매운맛	
라면	오뚜기 열라면		김치	비비고 맛김치 150g	
라면	오뚜기 보들보들 치즈라면		김치	비비고 맛김치 500g	
라면	오뚜기 짜장볶이 컵라면(대)		김치	gbc 맛김치 210g	
라면	오뚜기 열라면 컵라면(소)		김	광천김 깔끔하고 담백한 도시락김	

분류	제품명	제품이미지	분류	제품명	제품이미지
라면	오뚜기 진라면 순한맛 컵라면(소)		김	광천김 김노리 바베큐맛	
라면	오뚜기 진라면 매운맛 컵라면(소)		김	광천김 김노리 칠리맛	
라면	오뚜기 진라면 매운맛 컵라면(대)		김	비비고 김 참기름맛	
라면	오뚜기 진라면 순한맛 컵라면(대)		김	비비고 김 와사비맛	
김	비비고 김 불고기맛		소스류	삼양 핵 불닭소스 200g	
김	비비고 김 불닭맛		소스류	삼양 불닭소스 200g	
김	광천김 돌김구이		소스류	삼양 불닭마요 소스 200g	
김	광천김 김밥용김		소스류	오뚜기 연와사비 35g	
김	만전식품 레이버랜드 오리지널맛 김 45g*3		소스류	오뚜기 옛날 고추맛기름	

분류	제품명	제품이미지	분류	제품명	제품이미지
김	만전식품 레이버랜드 와사비맛 김 45g*3		소스류	청청원 오푸드 떡볶이 고추장	
김	미스터 김 재래김		소스류	청청원 오푸드 쌈장	
소스류	삼양 까르보 불닭소스 200g		소스류	해찬들 우리쌀로 만든 매운 태양초 골드 고추장	
소스류	해찬들 갓은양념으로 쌈맛을 살린 사계절 쌈장		보존식품	동원 살코기참치 100g	
보존식품	SEYOU 캔김치 160g		보존식품	동원 마요참치 100g	
보존식품	미가찬 볶음김치 160g		보존식품	동원 매운고추참치 100g	
보존식품	미가찬 썰은김치 160g		보존식품	동원 살코기참치 150g	
보존식품	미가찬 만능김치 160g		보존식품	동원 고추참치 150g	
보존식품	동원 야채참치 150g		스낵류	롯데 누드 빼빼로	

분류	제품명	제품이미지	분류	제품명	제품이미지
보존식품	동원 자연산 콩치캔 400g		스낵류	롯데 빼빼로	
보존식품	동원 자연산 골뱅이캔 400g		스낵류	롯데 땅콩 빼빼로	
보존식품	동원 자연산 고등어캔 400g		스낵류	롯데 아몬드 빼빼로	
스낵류	롯데 빼빼로 화이트쿠키맛		스낵류	오리온 더블 초코파이 *12	
스낵류	롯데 칸초		스낵류	오리온 카스타드 *6	
스낵류	오리온 초코파이 *6		스낵류	오리온 카스타드 *12	
스낵류	오리온 초코파이 *12		스낵류	굿서울 체다치즈볼	
스낵류	오리온 더블 초코파이 *6		스낵류	농심 포스틱	
스낵류	요꼬끼 핫&스파이스 스낵		가공식품	왕 한국 야채만두 675g	

분류	제품명	제품이미지	분류	제품명	제품이미지
음료류	티젠 콤부차 프로바이오틱스 레몬		가공식품	왕 한국 부추만두 675g	
음료류	티젠 콤부차 프로바이오틱스 유자		가공식품	삼양 씨푸드 해물만두	
음료류	티젠 콤부차 프로바이오틱스 베리		가공식품	오뚜기 옛날미역	
음료류	오뚜기 유자차 500g		가공식품	오뚜기 튀김가루 500g	
음료류	청정원 홍초 바이탈플러스 블랙베리 900ml		가공식품	오뚜기 빵가루 500g	
가공식품	오뚜기 옛날 당면		가공식품	오뚜기 카레 순한맛 100g	
가공식품	왕 한국 김치만두 675g		가공식품	백설 튀김가루 1kg	
가공식품	백설 제일제면소 칼국수면 900g		홍삼	정관장 홍삼분 캡슐	
가공식품	백설 제일제면소 소면 900g		홍삼	정관장 굿베이스 홍삼담은 석류스틱	

분류	제품명	제품이미지	분류	제품명	제품이미지
가공식품	백설 소갈비 양념 500g		홍삼	정관장 Immune Plus 20pcs	
가공식품	백설 소불고기 양념 500g		홍삼	정관장 홍삼정 에브리타임 1000 20pcs	
가공식품	오뚜기 쌀엿		홍삼	정관장 화애락 이너제틱 30pcs	
가공식품	요쁘끼 핫&스파이시 컵떡볶이		홍삼	정관장 Beauty Plus For Women 5000mg 60pcs	
가공식품	요쁘끼 오리지널 컵떡볶이		홍삼	정관장 Power Plus For Men 5000mg 60pcs	
홍삼	정관장 홍삼원 10pcs		아랍에미리트 내 총 152개의 상품 입점 (*2022년 6월 20일 기준)		

2022 주요 수출국 유망품목 심층조사 및 진출전략

발행일 : 2023년 1월

발행처 : 한국농수산물유통공사 수출정보분석부

주소 : 전라남도 나주시 문화로 227

\* 본 자료는 한국농수산물유통공사 KATI 농식품수출정보 홈페이지([www.kati.net](http://www.kati.net))에서 보실 수 있습니다.

\* 본 자료에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

\* 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나, 무단전제 및 복사는 법에 저촉됩니다.

