

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1812-27

품목: 건조 감

(Dried Persimmon)

국가: 대만(Taiwan)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 감류 산업 현황	09
3. 수출입통계	17
II. 시장 트렌드	20
1. 정책 이슈	20
2. 제품 트렌드	24
3. 소비자 트렌드	25
III. 통관 및 제도	28
1. 통관 및 검역	30
2. 인증정보	35
3. 라벨링	38
4. 위생요건	44
IV. 경쟁제품	47
1. 경쟁제품 선정	48
2. 경쟁제품 분석	48



V. 경쟁사	59
1. 경쟁사 선정	60
2. 경쟁사 분석	61
VI. 유통채널 현황	63
1. 유통채널 개황	64
2. 주요 유통업체 분석	73



I. 국가 정보 및 시장통계

- 1. 수출환경 및 경제지표**
- 2. 감류 산업 현황**
- 3. 수출입통계 및 생산통계**

국가 개요

중국 대륙의 동남쪽, 일본 열도의 남서쪽에 위치한 민주 공화국. 1949년 장제스는 공산주의 세력에 패배하여 대만으로 망명함. 이후 UN으로부터 독립 정부의 지위를 인정받고자 노력하였으나 중국이 국제적인 경제 대국으로 성장함에 따라 이러한 노력이 모두 무산됨. 현재까지도 대만 내에 독립 선언을 지지하는 목소리가 존재하지만, 중국은 대만의 독립 움직임을 전쟁행위로 간주할 것이라는 입장을 견지. 중국과 대만 간 정치적 긴장은 2008년 중국국민당¹⁾이 집권하며 해소되는 듯했으나, 2016년부터 대만 독립을 지지하는 민주진보당²⁾이 집권하게 되면서 더욱 악화됨

대만의 수출주도형 경제는 중국의 경제 발전과 연관이 깊은 것으로, 중국국민당은 대만의 가장 큰 무역 파트너인 중국과의 협약을 연속 체결함. 이는 양안 관계에 있는 양국 간 관광, 무역, 투자를 활성화하고자 체결한 2010년 경제협력기본협정³⁾을 포함하는 것임. 그러나 후속 무역 협약인 은행, 의료, 관광, 영화, 통신, 출판 서비스에 대한 사항은 많은 논란을 불러일으켰고 급기야 2014년엔 대규모 시위가 발생함. 결국 이 협약은 대만 입법부에 계류 중이며, 2016년 민주진보당의 차이잉원이 여성 최초로 총통에 당선된 이후 중국과 대만 간 경제 관계와 정치 담론은 교착상태에 빠짐

주요 정보

- ▶ 국명: 대만(臺灣, Taiwan)
- ▶ 수도: 타이베이(Taipei·台北, 서울의 약 1/3 크기)
- ▶ 국가원수: 차이잉원(蔡英文·Tsai Ing-wen)
- ▶ 인구: 23.6백만 명(2017)
- ▶ 면적: 35,980km²(한반도의 1/6배, 남한의 1/3배)
- ▶ 공식어: (공용어)중국어(통용어)민남어, 객가어
- ▶ 주요 도시: 타이베이, 뉴타이베이, 가오슝, 타이중, 타이난
- ▶ GDP: 5,726억 US달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 24,291 US달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 2.9%(2017)
- ▶ 화폐단위: 신 타이완 달러(NT\$)⁴⁾
- ▶ 인터넷 보급률: 79.7%(2017)



자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15, 한국수출입은행 해외경제연구소 자료 종합

1) 친중 성향의 대만 정당
 2) 대만 독립을 지향하는 대만 정당
 3) ECFA: 2010년 6월 중국과 대만이 중국 총칭에서 체결. 상품무역의 관세 및 비관세 장벽을 철폐하고, 서비스무역개방, 투자보장, 분쟁해결, 지식재산권 보호 등까지 포괄하는 광범위한 무역협정
 4) 본 보고서는 화폐단위인 '신 타이완 달러'를 '달러'로 표기

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망⁵⁾

<p>저위험 ← → 고위험</p>	등급	등급전망
	DB2	안정적

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 양호한 국가신용상태가 유지되고 있으며, IT부문의 역동성과 통화 관리의 건전성 등의 경제적 강점 보유 - 견고한 대외 금융 여건과 세계 최고 수준의 외환보유고
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 수직적·통합적 공급체인을 구축하려는 중국 제조기업의 전략적 행보가 대만 제조업에 지속적인 타격을 가하는 중 - 양안관계 긴장상태에 따른 국제사회에 대한 중국의 영향력 행사로 대만의 국제적·정치적·경제적 입지 제약

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

□ 주요 거시경제 지표

- 대만 국가발전위원회(행정원 산하 정책수립기관)는 2017년 대만 경제를 ‘걸(교역)은 뜨겁고 속(내수)은 차가운 상태’ 라고 진단함
 - 2018년에 정부 주도 인프라 투자 확대, 투자유치 확대, 산업육성정책 등으로 내수를 확대해 경제성장을 견인한다는 방침임
 - 2018년 경제성장률 목표치는 2.4~2.6%
- 대만 경제가 ‘속(내수)이 차갑다’ 는 진단을 받는 것은 경제 발전의 지속 가능성

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

과 관련된 것으로 산업체질 개선 노력이 중요 해결과제로 남아 있음을 의미

- 저임금, 가계부채 등 경제 역동성을 저해하는 문제가 해결되지 않고 있음
- o 다만 정부는 내수 확대를 위해 총 8,825억 신 타이완 달러(약 32조 1,800억 원⁶⁾)의 특별예산을 편성했고, 2024년까지 사회간접시설 투자 확대 정책을 시행하기로 함
 - 철도, 수도, 디지털 인프라, 신재생에너지, 지역균형발전·농촌개발 관련 각종 프로젝트가 2018년부터 본격 추진
 - 이와 함께 국내외 기업의 투자를 촉진하기 위해 투자 인센티브 제도(‘산업혁신타조례’)를 개정⁷⁾한 데 이어, ‘외국인투자조례’ 개정안⁸⁾을 준비 중

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	14.2	13.7	14.5	18.0	13.0	10.8	9.7	14.9
재정수지/GDP	0.1	-0.3	0.0	-0.7	-1.0	-1.1	-1.5	-1.3
물가상승률	-0.3	1.4	0.6	1.5	2.2	2.0	2.5	2.0
경제성장률	0.8	1.4	2.9	2.5	2.1	2.8	2.0	1.8
실업률	3.8	3.9	3.8	3.8	3.9	4.2	4.0	4.0

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

□ 무역통상 환경

- o 2018년 4월 제조업 구매자관리지수(PMI)⁹⁾가 소폭 증가하여 58.1 포인트를 기록
 - 비제조업 부문은 확장되고 있지만, 아직 제조업 부문에 비해 약세를 보이고 있으며 전월 대비 55.6 포인트에서 53.7 포인트로 하락
- o 고정투자는 2017년 하반기 전년 대비 하락세를 보였으며, 2018년 1분기에는 전년 대비 성장세를 나타냈으나 성장폭은 1%p 이하
- o 애플 관련 기업들이 소비자 수요를 반영하여 생산계획을 재조정함에 따라, 사업변동성의 불확실성이 확대됨

6) 1TWD = 36.5KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2019.02.20.)

7) 스톡옵션 소득세 납부시기 탄력 운용, 엔젤투자자 소득세 감면, 합자기업(有限合伙, Limited Partnership) 법인세 혜택 등을 부여

8) 100만 달러 이하 외국인투자 건은 사후신고제로 전환, 행정절차 간소화, 투자심사 기준과 판단근거 공개 등이 골자임

9) 구매자관리지수(PMI·Purchasing Managers' Index)는 기업의 구매 담당자를 대상으로 신규 주문, 생산, 재고 등을 조사한 후 가중치를 부여해 0-100 사이의 수치로 나타낸 값을 말함. 통상 PMI가 50 이상이면 경기의 확장을, 50 미만일 경우에는 경기의 위축을 의미

- 글로벌 경쟁 심화와 불확실한 제품의 수명 주기로 인해 개별 기업의 사업전망은 불투명하지만, 스마트폰에 이은 사물 인터넷이 새로운 성장동력으로 부각되고 있음

□ 위험 및 기회요소

구 분	세 부 내 용
기회	<ul style="list-style-type: none"> - 안정적 경제 성장 <ul style="list-style-type: none"> • 2018년 GDP 성장률은 2.5%를 기록하여 전년 대비 0.4%p 하락이 예상되는데, 이는 기저효과의 영향으로 분석됨 • 전자/부품산업의 수출 성장 지속 - 미 달러화 대비 통화 약세에 따른 수출경쟁력 개선(다만, 한국 수출기업에는 위험 요인이 될 수 있음) - 2017년 3월부터 착수된 약 8,800억 신 타이완 달러(약 288억 US달러) 규모의 인프라 개발 프로그램
위험	<ul style="list-style-type: none"> - 중미 간 무역전쟁(보복관세 부과 등)에 따른 중국 연관 제조기업의 실적 악화 (다만, 중국산 제품과 경쟁관계에 있는 기업에는 기회 요인) - 전자부품(반도체) 제조기업 및 애플 등 거대 다국적 기업에 대한 높은 의존도 - 글로벌 기술산업의 경쟁 심화, 가계부채·빈곤율·지속적 임금 상승 - 인구 고령화와 출산율 감소에 따른 성장 동력 약화 - 2018년 법인세율을 20%로 인상(경쟁국과 유사한 수준) - 양안관계의 긴장고조 가능성

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

2. 감류 산업 현황

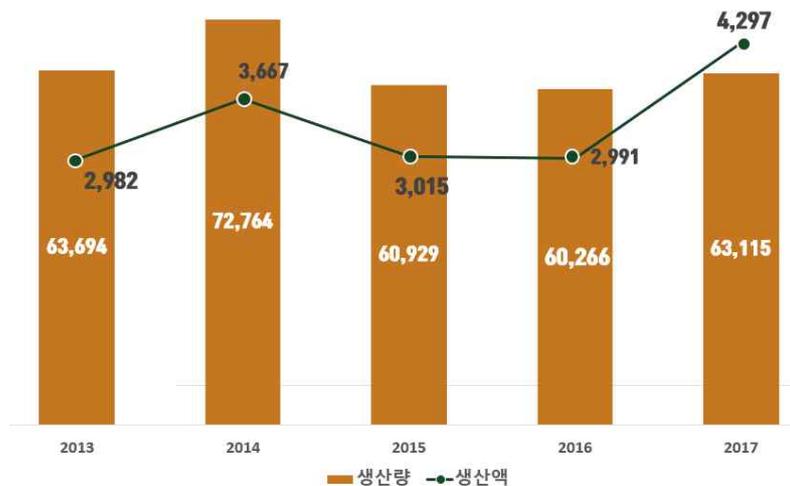
1) 감 산업 현황

□ 산업 규모

- 대만 행정원농업위원회(行政院農業委員會)에 따르면, 2017년 감 생산량 및 생산액은 전년 대비 각각 4.7%, 43.7% 증가한 63,115kg, 약 42억 9,700만 달러(약 1,567억 5,456만 원)를 기록함
 - 감 생산량의 최근 5년간(2013-2017년) 연평균증감률은 -0.2%로, 2014년 이후 2년 연속 감소세를 보이다가, 2017년 전년 대비 4.7% 성장하며 증가세로 전환함
 - 감의 최근 5년간(2013-2017년)의 평균 가격은 1kg 기준 약 52,881달러(약 193만 원)로, 2015년을 제외하고는 모두 상승세를 보임
 - 2017년 중국 내 감 소비량 급증 등의 원인으로 감 1kg 기준 가격은 전년 대비 37.2% 증가하여, 생산량 증가(4.7%) 대비 생산액(43.7%)이 큰 폭으로 증가함

표 1.2 감 생산량 및 생산액 추이(2013-2017년)

(단위: kg, 백만 달러)



자료: 대만 행정원농업위원회(行政院農業委員會)

표 1.3 1kg 기준 감 가격 추이(2007-2017년)

(단위: 달러)



자료: 대만 행정원농업위원회(行政院農業委員會)

□ 생산 현황

- Tainan District Agricultural Research And Extension Station.COA(行政院農業委員會 臺南區農業改良場)가 2017년 9월에 배포한 《타이난구 농업전신(臺南區農業專訊)》에 따르면, 감 재배면적은 5,447헥타르(ha)임. 감은 해발고도가 높은 산간지역에서 주로 재배가 되며, 가격이 높아 생산 면적이 매년 증가하는 추세임
- 대만에서 생산되는 감은 크게 단감(甜柿)과 떫감(澀柿)으로 분류됨
 - 단감(甜柿)은 타닌 성분이 옹고 침전되어 단맛을 내는 감으로, 1980년대 일본으로부터 도입됨. 과육의 색과 광택에 따라 맛이 다르며, 세부적으로 완전단감(完全甜柿)과 불완전단감(不完全甜柿)으로 분류됨. 대표적인 품종으로는 후유(富有, Fuyu)와 지로(次郎, Jiro)가 있음
 - 떫감(澀柿)은 대량의 타닌 성분을 함유하고 있어, 수확 후 온수나 석회수에 침포한 후 탈삽(脫澀) 과정을 통해 식용이 가능함. 대표적인 본토 품종으로는 석감(石柿), 우심감(牛心柿) 및 사주감(四周柿) 등이 있음. 식용 방법으로는 탈삽 후 직접 섭취 혹은 자연 건조하여 꽃감으로 먹음

표 1.4 감의 주요 품종 현황

구분	단감(甜柿)		
	완전단감(完全甜柿)		불완전단감(不完全甜柿)
품종	후유(富有, Fuyu)	지로(次郎, Jiro)	정월(正月)·니시 무라조생(西村早生)·센지마루(禪寺丸)·필감(筆柿) 등 일본 도입종
이미지			

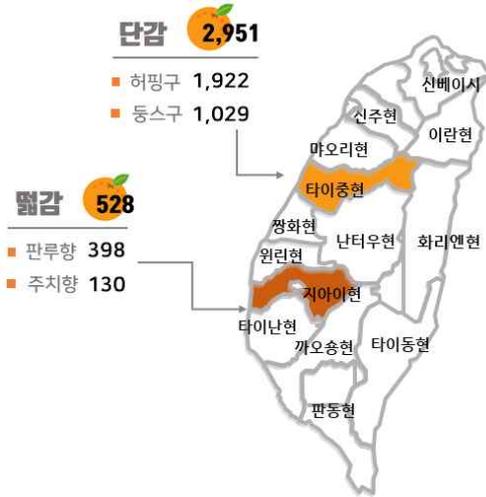
			
설명	<ul style="list-style-type: none"> 일본 기후현(岐阜縣)이 원산지로, 대만 내 재배면적 및 생산량이 가장 많은 품종 익은 감의 껍질은 황적색을 띠며, 다량의 과즙, 중간 수준의 '당도'를 특징으로 함 	<ul style="list-style-type: none"> 일본 시즈오카 현(靜岡縣)이 원산지이며, 측면이 호박처럼 4개의 홈으로 이루어짐 과육이 단단하고 과즙이 비교적 적은 편이나 당도가 높음 	<ul style="list-style-type: none"> 과실 내 함유된 씨앗의 수가 적은 경우로, 씨 주변의 과육은 갈변 및 탈삼이 진행됨 색깔이 불변한 부분은 여전히 떫은맛이 강함. 경제적 가치가 낮기 때문에 많이 판매되지 않음
구분	뽕감(澗柿)		
품종	석감(石柿)	우심감(牛心柿)	사주감(四周柿)
이미지			
설명	<ul style="list-style-type: none"> 신주현(新竹縣)과 마오리현(苗栗縣)이 주요 생산지로, 두꺼운 과피, 단단한 과육, 비교적 작은 크기를 특징으로 함. 주로 자연건조 후 꺾감으로 섭취함 	<ul style="list-style-type: none"> 대만 내 가장 재배면적이 큰 본토종 뽕감. 지아이현(嘉義縣)이 주요 생산지임 탈삼을 위해 석회수에 감을 담궈두며, 이 과정에서 감이 약간 물렁해져 취시(脆柿)라 부름. 주로 꺾감으로 섭취함 	<ul style="list-style-type: none"> 뽕은감 중 두 번째로 재배면적이 큰 품종 주요 생산지는 타이중(台中)임. 표면에 4개의 뚜렷한 홈이 있고 탄화칼슘을 이용하여 탈삼함

자료: 자유시보(The Liberty Times)

- o 단감(甜柿) 주요 품종의 최대 생산지는 타이중시(臺中市)의 허핑구(和平區)와 동스구(東勢區)로 재배면적은 각각 1,922헥타르(ha), 1,029헥타르(ha)임. 뽕감(澗柿) 주요 품종의 최대 생산지는 지아이현(嘉義縣)의 판루향(番路鄉)과 주치향(竹崎鄉)으로 재배면적은 각각 398헥타르(ha), 130헥타르(ha)임

표 1.5 감의 주요 품종별 최대 생산지 현황(2017년)

(단위: 헥타르(ha))



자료: 타이난구 농업전신(臺南區農業專訊)

- o 9월부터 감 수확을 시작하며, 10월부터 다음 해 1월까지가 감 건조의 최적의 시기임. 곶감에 사용되는 주요 3대 감 품종은 석감(石柿), 우심감(牛心柿) 및 필감(筆柿)임

표 1.6 감 건조 현장 및 품목별 곶감 종류



신주현(新竹縣) 감 건조 현장



품종별 곶감 종류

자료: 자유시보(The Liberty Times)

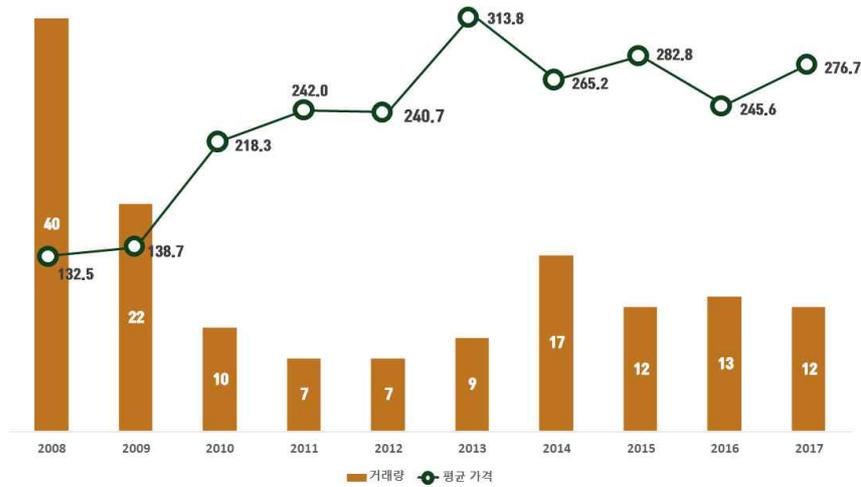
□ 수출입 현황

o 수입 현황

- 2017년 수입 감 거래량은 전년 대비 약 7.7% 감소한 12톤임. 지난 10년간 (2008-2017년) 수입 감 거래량은 연평균 -12.5%의 감소세를 보임
- 반면, 2017년 수입 감의 1kg당 평균 가격은 276.7달러로, 지난 10년간 (2008-2017년) 연평균 약 8.5%의 증가세를 보임. 2013년 1kg당 평균 가격은 313.8달러로 최고치를 기록함

표 1.7 수입 감 연도별 1kg당 평균 가격 및 거래량 추이(2008-2017년)

(단위: 톤, 달러)



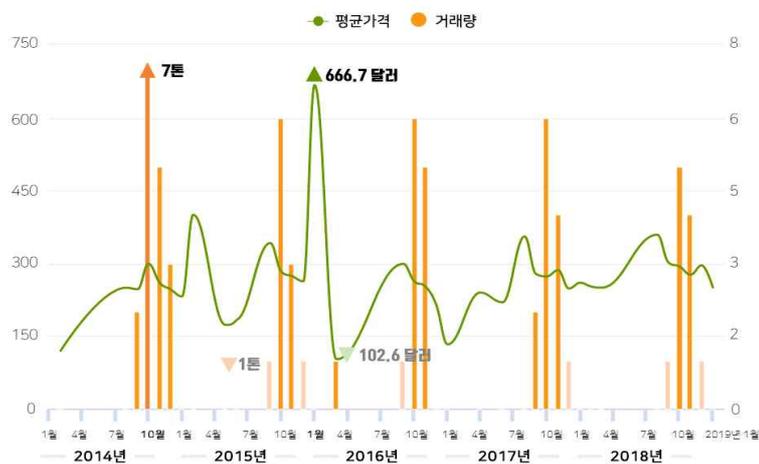
주: 도매가격 기준

자료: TWFood(www.twfood.cc)

- 수입 감의 최근 5년간(2014-2018년)의 월별 1kg당 평균 가격 및 거래량 추이를 보면, 주로 매년 9월부터 12월 간 수입 감이 거래되고 있으며, 그 중 10월의 거래량이 가장 많은 것으로 확인됨
- 최근 5년간(2014-2018년) 수입 감의 거래량이 가장 많았던 시기는 2014년 10월 (7톤)이며, 1kg당 평균 가격이 가장 높았던 시기는 2016년 1월(약 666.7달러)인 것으로 확인됨. 반면 당해연도 3월, 수입 감의 1kg당 평균 가격은 최고가의 약 1/6 수준인 102.6달러를 기록하여 최근 5년간 가장 낮은 가격을 보임

표 1.8 수입 감 월별 1kg당 평균 가격 및 거래량 추이(2014-2018년)

(단위: 톤, 달러)



주: 도매가격 기준

자료: TWFood(www.twfood.cc)

- 2017년 대만의 감 수입액은 약 20만 7,000 US달러로, 2013년 대비 69배 성장함. 주요 수입국은 일본, 뉴질랜드, 한국임
- 일본은 대만의 감 최대 수입국으로, 2017년 수입액은 19만 US달러를 기록하면서, 전체 수입액의 약 91.8%를 차지함
- 대만은 2016년 한국으로부터 15,000 US달러의 감을 수입함. 그 외 수입실적은 없는 것으로 확인됨

표 1.9 주요 수입국의 감 수입액 추이(2013-2017년)

(단위: 천 US달러)

연도	2013	2014	2015	2016	2017	5개년 연평균 성장률(%)
일본	3	141	126	157	190	182
뉴질랜드	0	4	5	4	18	-
한국	0	0	0	15	0	-
합계	3	145	131	176	207	188

주: HS CODE 0810.70(Fresh Persimmons) 기준
자료: Taiwan Institute of Economic Research

o 수출 현황

- 2017년 대만의 감 수출액은 약 41,000 US달러로, 2013년 약 10만 8,000 US달러에서 약 38% 수준으로 감소함. 최근 5년간(2013-2017년) 연평균성장률은 -21.5%
- 중국은 대만의 감 최대 수출국으로, 2017년 수입액은 3만 US달러를 기록하면서, 전체 수출액의 약 73.2%를 차지함
- 그 외, 주요 수출국으로는 홍콩, 말레이시아, 브루나이, 인도네시아 등이 확인되나 수출 비중은 미미한 수준임

표 1.10 주요 수출국의 감 수출액 추이(2013-2017년)

(단위: 천 US달러)

연도	2013	2014	2015	2016	2017	5개년 연평균 성장률(%)
중국	107	152	163	88	30	-27.2
홍콩	1	7	16	11	9	73.2
말레이시아	0	3	0	0	2	-
합계	108	162	179	99	41	-21.5

주: HS CODE 0810.70(Fresh Persimmons) 기준
자료: Taiwan Institute of Economic Research

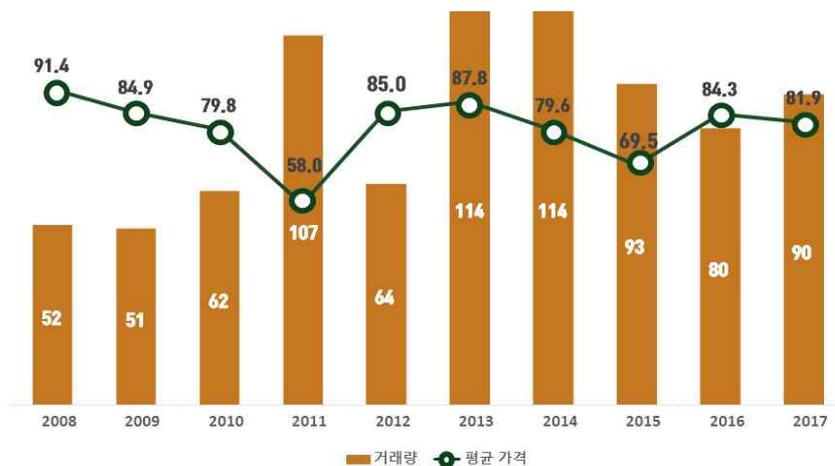
2) 건조 감 산업 현황

□ 생산 현황

- 2017년 꽃감의 거래량과 1kg당 평균 가격은 각각 90톤, 81.9달러임. 최근 10년간 (2008-2017년) 거래량과 1kg당 평균 가격은 각각 6.3%, -1.2%의 연평균증감률을 기록함
 - 2019년 2월 기준, 꽃감의 매주 평균 1kg당 도매가는 40.8달러, 예측 소매가는 122달러이며 약 4톤이 거래되고 있음
 - 꽃감은 9월부터 다음 해 3월까지 주로 거래되며, 그 중 11월이 가장 거래량이 많은 것으로 확인됨
- 2017년 기준 수입 꽃감의 연평균 거래량 및 1kg당 평균 가격은 각각 138.1kg, 656.4 달러로, 가격은 현지산에 비해 8배 이상 높으나 수입 비중은 미미한 수준임
- 지역별로는 2018년 기준, 타이베이(台北一) 30.7%,싼중구(三重區) 21.1%, 타이베이얼(台北二) 20.7% 순으로 거래량이 많음. 1kg당 평균 도매 거래가가 가장 높은 지역은 가오슝시(高雄市)로, 평균에 비해 2배 이상 높은 160.7달러를 기록함

표 1.11 꽃감의 연도별 1kg당 평균 가격 및 거래량 추이(2008-2017년)

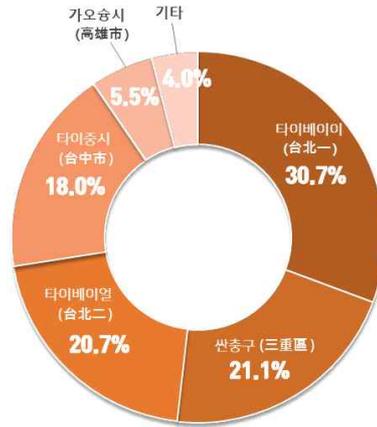
(단위: 톤, 달러)



주: 도매가격 기준

자료: TWFood(www.twfood.cc)

표 1.12 지역별 꽃감 거래량 비중 현황(2018년)



대만 행정원농업위원회(行政院農業委員會)

- 신주현(新竹縣) 신푸(新埔) 간항리(旱坑里) 꽃감 가공단지(加工區)는 꽃감 최대 생산지역으로, 매년 9월에서 다음 해 1월 간 평균 50만 톤의 꽃감이 생산됨
 - 신주현(新竹縣)의 꽃감 수공 제조법은 200년에 걸쳐 전승되어 왔으며, 대만 내 가장 유구한 꽃감 제조 역사를 자랑함. 꽃감의 최대 생산지역이며, 매년 평균 1억 달러의 꽃감제품이 생산됨
 - 간항리 꽃감 가공단지 내 위치한 진한꽃감교육원구(金漢柿餅教育園區)와 미위가 꽃감관광농장(味佳柿餅觀光農場)은 꽃감 생산량이 많고 인지도가 높아 관광 명소로도 유명함
 - 진한꽃감교육원구(金漢柿餅教育園區)는 1946년에 설립되었으며 연평균 생산량이 20여 톤임. 특산품으로는 꽃감, 시상(柿霜), 말린감(柿干), 감차(柿茶), 한방간식(藥膳小吃) 등이 있음
- 석감(石柿), 우심감(牛心柿) 및 필감(筆柿)이 꽃감의 주요 생산 품종
 - 석감(石柿), 우심감(牛心柿) 및 필감(筆柿)은 직접 섭취하기보다 꽃감으로 제조되는 경우가 대부분임. 우심감, 석감, 필감 순으로 과육의 크기가 크며, 건조 및 삶는 가공 과정인 음건법(陰干法)을 통해 꽃감으로 제조됨
 - 꽃감 건조 과정에서, 포도당성분이 표면으로 빠져나가 하얀색 가루가 나오게 되는데 이를 시상(柿霜)이라고 함. 시상은 피로 회복, 비장 건강, 염증 및 기침 완화에 효능이 있어 중의학의 약재로도 사용됨

□ 소비 현황

- 꽃감은 주로 간식으로 섭취하며 그 외 차, 아이스크림, 식초, 감미료 혹은 닭요리

에 첨가하는 용도로 사용됨

그림 1.1 꽃감 소비형태



3. 수출입통계

1) 통계분석 기준 설정

□ 통계분석 기준 설정

- 건조 감의 글로벌 및 대만의 수입 규모를 확인하기 위해 전 세계 공통인 HS CODE 2008.99를 조사 기준으로 설정함

표 1.13 건조 감 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명(한글)	품명(영문)
한국	2008	그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분(설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	Fruit, nuts and other edible parts of plants, otherwise prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit, not elsewhere specified or included
	2008.99	기타	Other
	2008.99.9000	기타	Other
대만	2008	그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분(설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	Fruit, nuts and other edible parts of plants, otherwise prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit, not elsewhere specified or included
	2008.99.91901	달리 당류 또는 기타 감미료가 첨가되었는지 여부를 불문하고 조제되거나 보존되는 과일 및 식물의 기타 식용 부분	Other prepared or preserved fish

출처: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 대만 재정부(portal.sw.nat.gov.tw)

2) 통계자료 확인

□ 건조 감 수출입 통계

○ 한국과 대만 모두 건조 감을 별도로 구분하여 통계자료를 입력한 HS CODE가 없으므로 자료 추출 및 분석은 생략함

- 한국 2008.99.9000 분류를 통해 건조 감만이 포함된 통계 자료를 추출하는 것은 불가능한 것으로 판단됨
- 대만 2008.99.91901 분류를 통해 건조 감만이 포함된 통계 자료를 추출하는 것은 불가능한 것으로 판단됨



II. 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 제품 트렌드
3. 소비자 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 정책 이슈

❖ 건조 과일의 과다한 인공 색소 함유로 인한 식품 안전 문제 대두

- 건조 과일 내 함유된 인공색소는 아이들의 주의력 결핍/과잉행동장애(ADHD)를 유발할 수 있는 것으로 밝혀짐
- 비허가 색소 사용 시 규정상 벌금 최고 5만 달러(약 182만 원) 부과 및 6개월의 구금 조치
- 식품안전문제 발생 방지를 위한 규정이 강화되는 추세, 수입 통관 및 위생검사에 대한 철저히 대비 요구

❖ 식품업계, 클린라벨(Clean Label) 주목

- 대표적인 클린 라벨 실천 기업은 Family Mart
- 기타 유통업체도 클린 라벨의 적극적 도입을 통한 상품 품질 향상에 주력할 것으로 예상

2. 제품 트렌드

- ❖ 인기 곳감 간식 제품 루이시(如意柿), 2018년 타오위안 Best Gift상 수상
- ❖ 온라인 상에서 혼합 건조 야채과일 간식 인기

3. 소비자 트렌드

- ❖ '원산지' 및 '매장 직원 추천'이 건조 감 구매 시 주요 고려 요인
- ❖ '일본산' 및 '대만산'을 가장 선호함
- ❖ 건조 감 구매 목적은 '선물용' 혹은 '자가 섭취'
- ❖ 중고가 가격대로 포지셔닝, 주요 유통채널에 공급 등을 통해 접근성을 제고하여 한국산 건조 감에 대한 인지도를 향상시킬 필요성이 있음

1. 정책 이슈

□ 건조 과일의 과다한 인공 색소 함유로 인한 식품 안전 문제 대두

- 대만 소비자보호협회(台灣消費者保護協會)가 2019년 1월 초 타이난(台南), 가오슝(高雄), 판둥(屏東) 등 지역에서 판매되는 건조 과일 25개의 제품을 수거하여 검사한 결과, 총 16건(64%)의 제품에서 tartrazine(E102), sunset yellow(E110), ponceau 4R(E124), Brilliant Blue FCF(E113)가 검출됨
 - 총 16건 중 고조미망고조(古早味芒果條) 제품의 인공색소 함유량은 최고치를 기록하였으며, 각각 tartrazine(E102) 2120ppm, ponceau 4R(E124) 582ppm을 함유한 것으로 확인됨
 - 2007년 영국 McCann D 교수가 의학저널 랜싯(Lancet)에 발표한 내용에 따르면 색소 및 방부제 등의 식품첨가물이 아이들의 주의력 결핍/과잉행동장애(ADHD)를 유발할 수 있는 것으로 밝혀짐

- 현재 대만에서 사용되는 식용색소 tartrazine(E102), Quinoline Yellow(E104), sunset yellow(E110), Carmoisine(E122), ponceau 4R(E124) 및 Allura Red AC (E129) 6종은 주의 성분으로, 일부 유럽국가에서는 일찍이 사용을 금지한 바 있음. 또한 2010년부터는 인공식용색소 사용 시, “아이들의 행동 및 집중력에 부정적인 영향을 끼칠 수 있음”의 부작용 가능성을 고시하도록 규정함
- o ‘아동의 인공 색소 함유 제품 섭취 금지’를 포함한 5개 조항의 호소문 발표
 - 대만 소비자보호협회는 소비자 권리 보호를 위한 5가지 조항을 발표함
 - 1) 식약처는 식용색소 첨가 함량에 대한 상한기준 제정을 고려할 필요성이 있음
 - 2) 식품위생안전관리법 15조에 아동식품 내 인공색소 첨가를 금지하는 규정을 삽입할 필요성이 있음
 - 3) 포장상 인공 색소에 대한 경고 어구 삽입을 즉시 규정화할 필요성이 있음
 - 4) 제조업자는 미포장 식품(散装食品)에 완전한 표기를 통해 소비자의 알 권리를 충족시킬 필요성이 있음
 - 5) 소비자는 지나치게 선명하거나 이상한 색깔의 건조 과일에 대해 경계할 필요성이 있음
- o 비허가 색소 사용 시 규정상 벌금 최고 5만 위안 부과 및 6개월의 구금 조치
 - 《음식물 내 염색료 규례(食物内染色料规例)》의 제132H 조항에 따르면, 비허가 염색료를 함유한 제품을 식용으로 판매하다가 적발될 경우, 최고 5만 달러(약 182만 원)의 과징금 부과 및 6개월간의 구금 조치에 처하고 있음
 - 《음식물 및 약물(성분조합 및 라벨링) 규례(食物及药物(成分组合及标签)规例)》의 제132W 조항에 따르면, 예포장식품 내 식품첨가물 사용 시 영양성분표상 식품첨가물명, 식별번호 및 작용유형(예를 들면 색소)를 필수 기재해야 하며, 이를 위반할 시 문제 제품에 대해 대만 식품안전센터(台灣食安中心)가 판매정지 처분을 내림
- o 식품안전문제 발생 방지를 위한 규정이 강화되는 추세, 수입 통관 및 위생검사에 대한 철저히 대비 요구
 - 대만 내 농약잔류, 가소제, 저질 식용유 문제 등 최근 몇 년간 다수의 큰 식품안전문제 발생으로 인해 식품안전 관련 규정이 강화되는 추세임
 - 2018년 9월 20일 대만 위생복지부가 《식품안전모니터링 계획 및 수입업자 검사

실시, 최소검사주기 및 기타관련사항 제정인(應訂定食品安全監測計畫與辦理檢驗之食品業者, 最低檢驗週期及其他相關事項)》에 관한 공고안 수정을 발표함. 계란류 및 동물성 유지류 등을 검사범위로 추가하는 등 해당 시행령은 2019년 1월 1일부터 발효될 예정

그림 2.1 건조 망고의 높은 인공 색소 함유량 관련 보도 내용



자료: TOPick(hket.com)

□ 식품업계, 클린라벨(Clean Label) 주목

- 유제품 멜라민 검출 사건, 가소제 사건, 말레산 무수물 전분 사건, 저질 식용유 사건 등 잇따른 식품안전문제 발생으로 식품 성분에 대한 소비자의 관심이 고조되면서, 식품업계는 ‘클린 라벨(Clean Label)’ 인증에 주목하기 시작함
 - ‘클린 라벨’은 제품 내 함유 성분을 소비자들이 이해하기 쉽게 표기한 것으로, 설탕 인공색소 및 각종 식품첨가물을 넣지 않고 가공을 최소화한 원료로 생산된 제품을 말함
 - 현재 정부가 허용한 식품첨가물 수는 809개이며, Clean Label은 허용 식품첨가물 개수에 따라 클린마크(洁净标章), 쌍클린마크(双洁净标章)로 분류됨
 - 과거 소비자들이 단순히 ‘몸에 좋은 음식’을 선호했다면 지금은 소비자 스스로 함유 성분을 꼼꼼히 따지고, 제품이 환경에 미치는 영향까지 고려해 구매를 결정하는 방식으로 변화
- 조리식품 구매 시 ‘인공첨가제 무함유, 투명한 원산지 표기, 인공첨가물 소량 함유’가 주요 고려사항
 - 식품 연구소 ITS가 발간한 《2017년 대만 조리식품소비행위분석(台湾調理食品消費行为分析)》에 따르면, 2017년 4월 500명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 조리식품 구매 시 무첨가제 55.6%, 투명한 원산지 51.2%, 소량 첨가물 34.0% 순

으로 고려하는 것으로 확인됨

- Natural Marketing Institute의 조사 결과에 따르면, 53%의 소비자가 식품성분표가 짧은 제품을, 특히 ‘A 화학성분은 색소 및 신선 보존하는 작용을 함’ 등과 같은 각종 성분의 효과가 기재되어 있는 것을 선호함

그림 2.2 Clean Label 식품첨가물 허용 개수



자료: Family Mart 홈페이지

o 대표적인 클린 라벨 실천 기업은 Family Mart

- Family Mart는 2018년 10월 ‘3개년 클린 라벨 발전 계획’ 을 발표하는 등 클린 라벨 캠페인에 앞장서고 있음. Family Mart 자체 브랜드 Collection부터 시작하여 2018년 내로 대만산 제품이 클린라벨 상품 평가심의를 100% 통과할 수 있도록 하함
- 2019년부터 클린 라벨을 즉석 신선 제품까지 확대, 2020년까지는 상품 평가 심의 통과 수를 최대화할 예정임. 2018년 말까지는 냉동조리식품·빵·음료·즉석식품·건조 과일·아이스크림 등을 포함한 70개 이상의 클린 라벨 식품을 신규 출시할 예정

그림 2.3 Family Mart 인기 Clean Label 인증 제품



파인애플 건조 과일칩
(鳳梨花鮮果干)

망고 아이스크림
(芒果雪酪)

당근종합야채주스
(胡蘿卜綜合蔬果汁)

밀크티
(鮮奶茶)

자료: Family Mart 홈페이지

- 다른 유통업체도 클린 라벨의 적극적 도입을 통한 상품 품질 향상에 주력할 것으로 예상됨
 - 식품 관련 업체들이 대만 표기 규정에만 국한되지 않고 자발적으로 클린 라벨 기준에 맞는 상품을 출시하려는 분위기가 확산되는 추세임
 - 식품 업체들이 클린 라벨을 실천하기 위해 첫 번째는 원료 선택, 두 번째는 가공 제조과정 개발(동일하지 않는 원료는 동일하지 않은 가공방법으로 제조), 세 번째는 과학기술응용 및 신과학기술 도입을 통한 식품산업 기술 혁신 등 세 가지 방향으로 클린 라벨 인증을 획득하고자 노력하는 중
 - Family Mart가 클린 라벨 계획을 통해 안전하고 고품질의 이미지 마케팅을 추진하고 있으며, 다른 유통업체 역시 클린 라벨 도입을 통한 품질 향상을 도모할 가능성이 있음

2. 제품 트렌드

□ 인기 곳감 간식 제품 루이시(如意柿), 2018년 타오위안 Best Gift상 수상

- 기내식 제조회사 푸싱공푸(复兴空厨)는 ‘엄선된 우수한 품질의 감·신주현 북포향(北埔乡) 현지 주민과의 협업·전통 곳감 조제 기술’을 통해 곳감 간식인 루이시(如意柿)를 출시하여 소비자의 호응을 이끌어냄
 - 곳감에 흑설탕 모찌와 팥소를 넣어 곳감의 풍미를 살리고 달콤하지만 느끼하지 않은 맛으로 인기를 끌. 3년 연속 타오위안 10대 Best Gift Award(桃园十大伴手礼) 및 금메달을 수상함
 - 냉동 보관을 하며, 상온에서 30분간 해동한 후 섭취 가능
 - 1박스에 8개의 제품이 개별포장되어 있으며, 푸싱공푸(复兴空厨) 홈페이지에서 약 888달러(약 3만 2,385원)에 판매 중

그림 2.4 루이시(如意柿) 제품 사진



자료: 푸싱공푸(复兴空厨) 홈페이지

□ 온라인상에서 혼합 건조 야채과일 간식 인기

- 온라인몰인 성취시지(生活市集), 하오츠시지(生活市集), Momoshop 등에서 인기리에 판매되고 있는 건조 과일 제품은 ‘야채와 과일이 혼합되어 비타민 등의 다양한 영양성분을 종합적으로 섭취 가능’ 을 특징으로 함
 - ‘원물 그대로’, ‘비가공’, ‘천연의 맛’ 등을 강조하며, 배합이 가능한 다양한 종류가 판매되고 있어 맞춤형으로 구매 가능
 - 간편하게 먹을 수 있는 날개 포장과 세련된 디자인으로, 선물용으로 구매하는 비율이 높음

그림 2.5 온라인 인기 혼합 건조 야채과일 제품



자료: 성취시지(生活市集), 하오츠시지(生活市集), momoshop 종합

3. 소비자 트렌드

[참고] 건조 감 식품 대만 소비자 및 판매직원 인터뷰

소비자 #1
<p>1) 건조 감 제품 구매 시 주요 고려사항</p> <p>→ 매장 직원의 추천, 원산지(일본산 및 대만산 선호)</p> <p>→ 저가의 제품은 짝은맛이 심할 것 같아 선호하지 않음</p> <p>2) 건조 감 구매 목적</p> <p>→ 선물용</p> <p>3) 선호하는 건조 감 브랜드</p> <p>→ 없음. 매장 직원이 추천하는 브랜드 구매</p> <p>4) 그 외, 선호하는 건조 과일 종류</p> <p>→ 건조 파인애플, 무설탕 건조 망고</p> <p>5) 한국산 건조 감 및 식품(한국산 건조 감 구매 경험이 없는 경우)에 대한 인식</p> <p>→ 한국산 건조 감 제품을 본 경험이 없으나 구매 의향은 있음</p>
소비자 #2
<p>1) 건조 감 제품 구매 시 주요 고려사항</p> <p>→ 특정 선호 가격대나 브랜드는 없음. 시식 후 맛이 좋으면 구매함</p> <p>→ 대만 신푸10(新埔)산 꽃감을 선호함</p> <p>2) 건조 감 구매 목적</p>

→ 간식용

3) 선호하는 건조 감 브랜드
→ 선호 브랜드는 없으며 신평(新浦)산인 경우 구매

4) 그 외, 선호하는 건조 과일 종류
→ 무설탕 망고

5) 한국산 건조 감 및 식품(한국산 건조 감 구매 경험이 없는 경우)에 대한 인식
→ 한국산 건조 감 구매 경험이 있음. 한국산은 쫄깃한 식감의 맛이 좋지만, 개인적으로 수분이 많고 아삭거리는 식감이 있는 신평의 곱감을 선호함

소비자 #3

1) 건조 감 제품 구매 시 주요 고려사항
→ 원산지(대만산 선호)
→ 가격이 너무 낮은 중국산을 선호하지 않으며, 일본산의 경우 가격이 너무 높아서 선물용이 아니면 직접 구매하지는 않음

2) 건조 감 구매 목적
→ 간식용. 차와 함께 섭취

3) 선호하는 건조 감 브랜드
→ 특정 선호 브랜드는 없으나 가격 할인 행사가 있다면 일본산 곱감을 구매해보고 싶음

4) 그 외, 선호하는 건조 과일 종류
→ 무설탕 건조 망고, 건조 무화과

5) 한국산 건조 감 및 식품(한국산 건조 감 구매 경험이 없는 경우)에 대한 인식
→ 동료의 추천으로 한국산 곱감을 먹어 본 경험이 있으며 맛이 좋았음. 다만 대만에서 한국의 곱감이 많이 판매되지 않아서 구매가 어려움. 만약 판매한다면, 구매 의향 있음

소비자 #4(60대 여성)

1) 건조 감 제품 구매 시 주요 고려사항
→ 원산지(대만산 선호)
→ 가격이 너무 낮은 중국산을 선호하지 않으며, 일본산의 경우 가격이 너무 높아서 선물용이 아니면 자가 섭취용으로 구매하지는 않음

2) 건조 감 구매 목적
→ 간식용. 차와 함께 섭취

3) 선호하는 건조 감 브랜드
→ 특정 선호 브랜드는 없으나 가격 할인 행사가 있다면 일본산 곱감을 구매해보고 싶음

4) 그 외, 선호하는 건조 과일 종류
→ 무설탕 건조 망고, 건조 무화과

5) 한국산 건조 감 및 식품(한국산 건조 감 구매 경험이 없는 경우)에 대한 인식
→ 동료의 추천으로 한국산 곱감을 먹어 본 경험이 있으며 맛이 좋았음. 다만 대만에서 한국의 곱감을 쉽게 구매할 수 없음. 만약 판매된다면 구매 의향 있음

소비자 #5

1) 건조 감 제품 구매 시 주요 고려사항
→ 원산지(대만산 선호)
→ 일본산은 가격이 터무니없이 높기 때문에 대만산 곱감을 선호함

2) 건조 감 구매 목적
→ 간식용, 선물용

3) 선호하는 건조 감 브랜드
→ 특정 선호 브랜드는 없으나 신평산 곱감을 선호함

<p>4) 그 외, 선호하는 건조 과일 종류</p> <p>→ 건조 복숭아, 건조 파인애플</p> <p>→ 건조 복숭아의 경우, '수리도건(水梨桃乾)' 제품을 선호함. 일반 건조 복숭아에 비해 가격대가 높지만 품질이 좋음</p> <p>5) 한국산 건조 감 및 식품(한국산 건조 감 구매 경험이 없는 경우)에 대한 인식</p> <p>→ 한국산 건조 감 제품을 구매한 경험은 없으나 일본산처럼 단지 수입산이라고 포장만 화려하고 가격이 높지만 않다면 구매할 의향 있음</p>
<p>SOGO 백화점, Breeze 백화점, 미츠코시 백화점 매장 담당자 인터뷰 종합</p> <p>1) 건조 감 소비 트렌드</p> <p>→ 명절 선물용의 경우 일본산 건조 감 제품에 대한 수요가 높음</p> <p>→ 비선물용 제품은 대만산 선호</p> <p>2) 선호도가 높은 건조 감 브랜드 및 원산지</p> <p>→ 일본산, 대만산(신푸산)</p> <p>→ 미츠코시백화점의 경우, 干し柿(市田柿) 및 나가노현(長野縣)산 제품이 인기가 높음</p> <p>3) 한국산 건조 감 판매 현황</p> <p>→ 한국산 건조 감은 판매되고 있지 않음</p>
<p>시사점</p> <p>1. '원산지' 및 '매장 직원 추천'이 건조 감 구매 시 주요 고려 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> - 일본산 및 대만산에 대한 선호도가 높음 - 건조 감 구매 시, 브랜드 인지도보다는 직원 추천을 받아 제품을 구매하는 비율이 높음. 그 외, 시식 후 맛이 좋으면 구매하는 소비습관이 확인됨 <p>2. '일본산' 및 '대만산'을 가장 선호함</p> <ul style="list-style-type: none"> - 일본산의 경우, '이치다 감(市田柿)' 및 '나가노 현(長野縣)산' 제품에 대한 선호도가 높음 - 대만산의 경우, 신푸(新埔)산 건조 감을 가장 선호하며, 그 이유는 수분이 풍부하고 식감이 아삭하여 맛이 좋기 때문임 - 중국산의 경우, 가격은 낮으나 떼은맛이 심하고 맛이 좋지 않아 선호도가 낮음 <p>3. 건조 감 구매 목적은 '선물용' 혹은 '자가 섭취'</p> <ul style="list-style-type: none"> - 가격대가 높은 일본산은 주로 명절 선물용으로 구매, 가격대가 비교적 낮은 대만산은 '간식' 혹은 '차'와 함께 구매자가 직접 섭취 <p>4. 건조 망고 및 건조 파인애플에 대한 수요가 높음</p> <ul style="list-style-type: none"> - 건조 감류 외 무설탕 건조 망고 및 건조 파인애플을 선호한다는 응답 비율이 높음 - 그 외 건조 복숭아, 건조 무화과 등이 확인됨 <p>5. 중고가 가격대로 포지셔닝, 주요 유통채널에 공급 등을 통해 접근성을 제고하여 한국산 건조 감에 대한 인지도를 향상시킬 필요성이 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> - 일본산 건조 감에 대한 가격 부담이 높은 편이므로, 현지산과 일본산 사이의 중간 가격대를 설정하고 한국산 건조 감만의 고유한 식감을 경쟁력으로 내세운다면, 소비자의 호응을 이끌어낼 수 있음 - 수입산 건조 감의 경우 보통 '선물용'으로 구매하는 소비자가 많으므로, 선물용에 적합한 제품 구성 및 포장 패키지를 고안할 필요성이 있음 - 지인의 추천 혹은 한국 여행 등을 통해 한국산 건조 감을 경험한 소비자의 만족도가 높은 편이나, 현지에서 거의 유통되고 있지 않은 상황이므로 주요 유통채널에 공급하여 많은 소비자들이 한국 건조 감 제품을 체험해볼 수 있는 기회를 제공하여 수요를 이끌어낼 필요성이 있음

자료: 대만 현지조사원 인터뷰

10) 소비자 인터뷰에서 인기 제품으로 분석되어 IV. 경쟁제품 부분에서 다룸



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

통관 및 검역 개요

❖ 대만 건조 감 통관 및 검역 프로세스

건조 감의 통관에는 인보이스(Commercial invoice) 1부, P/L(Packing List) 1부, 원산지 증명서(C/O, Certificate of Origin), 영문 위생증명서, 동·식물 검역증 등이 필요하며, 기타 규정상 검사가 필요하다고 판단되는 경우 추가로 서류를 요청할 수 있음

번호	프로세스	주요내용	담당기관
1	수입 신고 전	- 기업정보 등록 - 규제 확인	- 담당기관: 대만 관세청 - 담당기관: 재정부 관세국
2	수입신고	- 신고서 제출 • EDI를 통한 신고 • EDI를 통하지 않은 신고 - 신고서 검사 - 신고서 처리 • C1: 서류원본검사 및 화물 검사 면제 대상 • C2: 서류원본검사 대상 • C3: 서류원본검사 및 화물 검사 대상	- 담당기관: 관할 세관 - 담당기관: 대만 관세청
3	물품검사	- 검사 면제 - 표본 추출검사 - 전량 검사	- 담당기관: 식품약품관리서
4	관세납부 및 통관 완료	- 관세 납부 • 즉시 납부 • 사후 납부 • 담보 제공 - 통관 완료	-
5	화물반출	-	-

관세 및 세금 개요

❖ 대만 CCC CODE 2008.99.91901 품목의 관세율¹⁾

CCC CODE	품명	관세율
2008.99.91901	Fruit, and other edible parts of plants, otherwise prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter	기본세율: 20% 부가가치세: 5%

❖ 대만 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 국가를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인이 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인이 가능
- 3) 대만의 경우 해당 품목의 관세율은 '대만 관세청 사이트'를 통해 조회가 가능함.

분류	기관 사이트명	URL
----	---------	-----

관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	대만 관세청	www.customs.gov.tw

1. 통관 및 검역

1) 통관 및 검역 절차

□ 수출 전 준비서류

- 대만으로 가공식품을 수출하고자 하는 경우 수출기업은 다음의 사항을 준비하여야 함. 수출기업은 수출 전 아래의 명시된 서류를 준비하여야 함

선적서류 준비 항목	발급처	비고
패킹리스트 인보이스 계약서 선하증권(B/L)	B/L은 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통하여 수취가능하며 기타 서류는 수출자가 직접 작성하여야 함	대만 세관 제출용
원산지증명서	대한상공회의소 - 일반/비특혜(FTA) 원산지증명서	
영문 위생증명서	농식품의 경우 식품의약품안전처에서 발급받을 수 있음	대만 FDA 제출용
동/식물 검역증	농림축산검역본부 (대만 FDA 요청 시)	

□ 가공식품 통관 절차

- 대만의 가공식품 통관 절차는 통관준비 → 수입신고 → 화물검사 → 관세납부 → 수입허가의 5단계를 거침

표 3.1 대만 가공식품 통관 절차 개요

통관절차	세부 절차	유의사항
① 통관 준비	기업정보 등록	• 수입자는 직접 수입하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 관세사가 세관으로부터 등록된 업체이어야 함
	수출국	• 건조 감(식물건조식품)의 경우 대만 검역국으로부터 수

11) 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

	<p style="text-align: center;">검역</p>	<p>출국에서 발행된 검역증명서를 요구받을 수 있기 때문에 사전에 농림축산검역본부로부터 검역증명서를 발급 받아야 함</p> <ul style="list-style-type: none"> 대만 검역국에서는 건조 감에 대한 허용 농약 및 잔류 농약 기준을 정하고 있으며 해당 기준을 충족하지 못하는 경우 대만으로의 수입 통관이 불가함
<p style="text-align: center;">② 수입 신고</p>		<ul style="list-style-type: none"> 수입자는 전자문서교환(EDI, Electronic Data Interchange)을 통한 신고 혹은 EDI를 통하지 않은 신고 방법으로 관련 증빙서류와 함께 수입신고서를 관할 세관에 제출하여야 함 EDI를 통해 신고할 경우 수입화물의 수하인 혹은 위탁받은 통관기업이 전산 시스템을 통해 세관에 수입신고서 및 관련 서류를 전자적 방법으로 제출하여야 함. EDI를 통하지 않고 수입신고하는 경우 관련 증빙서류를 갖추어 세관에 직접 제출할 수 있음 수입신고서가 세관에 제출되면 관할 세관의 심사처에서 수입신고서 등 제출서류를 통해 구비요건 충족 여부 및 제출서류의 무결성 여부, 과세가격 적정성 여부를 판단하여 이를 심사함
<p style="text-align: center;">③ 화물 검사</p>	<p style="text-align: center;">검사방법</p>	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고서를 심사한 후 이상 여부가 발견되지 않은 경우 대만 관세청의 자동선별 시스템에 따라 수입화물이 하기 3가지 형태로 분류되어 수입자에게 통보됨 <ul style="list-style-type: none"> C1: 서류원본검사 및 화물검사 면제 대상 C2: 서류원본검사 대상 C3: 서류원본검사 및 화물검사 대상 C2 대상인 경우 전자적 방법으로 신고된 수입신고서 및 관련 서류 원본을 관할 세관에 제출해야 하며 C3 대상인 경우 서류원본 접수와 함께 관할 세관 담당자가 화물 검사를 실시함 <p style="text-align: center;">검사유형</p> <ul style="list-style-type: none"> 검사대상 화물로 선별된 경우 수입자는 세관에 검사신청서 및 관련 증빙서류를 제출하고 이에 따라 세관원이 서류상 검사를 실시함 이후 세관 검사요원과 함께 화물이 적재된 서류상의 화물과 실제 수입된 화물의 일치 여부, 서류상의 수량과 실제 화물의 수량 일치 여부, 원산지 표시 위반 여부 및 포장의 파손 및 훼손 여부 등이 있음. 검사방법은 검사면제, 표본추출검사, 전량검사 세 가지 종류가 있음 <p style="text-align: center;">검사유형</p> <ul style="list-style-type: none"> 검사가 면제되는 품목 총통 또는 부총통의 필요에 의해 수입하는 물품 외국 영사관 및 외교 기관에서 수입하는 물품 기타 법률기관에서 검역면제 승인을 받은 물품 <p style="text-align: center;">검사유형</p> <ul style="list-style-type: none"> 대부분의 수입화물은 표본검사 대상임 일반적으로 전체화물의 5-10%가 표본추출검사 대상임 세관에서는 수입자를 저위험, 고위험, 일반으로 분류하여 고위험 수입자에게 검사를 강화하고 있음 <p style="text-align: center;">검사유형</p> <ul style="list-style-type: none"> 관련 정부 기관에서 규정한 전량검사 대상 화물 및 고위험 수입자가 수입하는 화물 중 일부

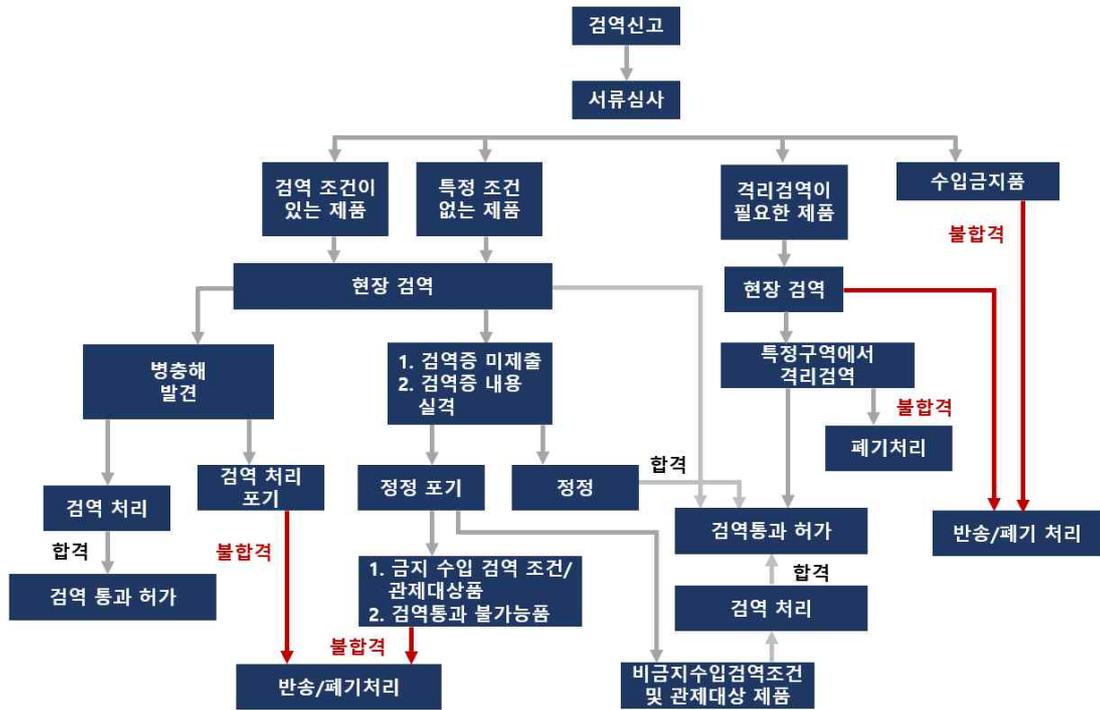
			세관에서 임의로 정한 화물의 경우 수입한 화물을 전부 검사함
④ 관세납부	납부 절차		• 관세는 세관이 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 다음 날로부터 14일 이내(일요일과 법정공휴일 제외)에 납부하여야 함. 납부시기에 따라 다음 세 가지 방법으로 나눌 수 있음
		1. 즉시 납부	일반적인 납부형태로서 수입화물이 반출되기 전에 해당 관세 등을 납부하는 방법
		2. 사후 납부	수입화물의 과세가격 산정이 즉시 이루어지지 않는 경우 예상되는 관세에 상응하는 담보를 제공함으로써 화물을 반출하고 이후 관세액이 확정되면 그에 따른 관세를 납부하는 방법
		3. 담보 제공	수입화물 반출 전에 확정된 관세를 납부하지 않고 관세액에 상응하는 담보를 설정하여 정해진 기한 안에 수입화물 개별 혹은 월 단위의 포괄 관세액을 납부하는 방법
⑤ 통관 완료			<ul style="list-style-type: none"> 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료됨 이후 세금 완납 여부 및 금액의 오차 유무, 검사 시 요구 서류 구비 여부 확인 등의 사항이 확인되고 나서 물품이 반출됨

2) 수입 동·식물 검역

□ 관련 법규 및 일반사항

관련 법규	<ul style="list-style-type: none"> - 동물및동물제품수입검역조건(動物及動物產品輸入檢疫條件) - 수입식물및식물제품 검역규정(輸入植物或植物產品檢疫規定) - 육가공제품포함수입검역조건(含肉加工產品之輸入檢疫條件) 	
검역 내용	제조·생산국의 전염병 유무, 제조공장 적합성, 가공제품의 가열처리·포장방법 등	
제출 서류	동물검역 시	<ul style="list-style-type: none"> - 동물검역증명서(수출국의 정부기관 발행) - 세관 수입신고서 - 선하증권 복사본 - 기타 서류
	식물검역 시	<ul style="list-style-type: none"> - 식물검역증명서(수출국의 정부기관 발행) - 선하증권(B/L) - 기타서류: 세관수입신고서 복사본, 영수증, 포장명세서
검역 과정	<ul style="list-style-type: none"> - 수입 동식물제품의 검역은 동식물방역검역국이 지정한 도착 항구·역·지정검역소에서 집행 - 수입품의 수입자나 대리인은 검역물이 항구나 역에 도착하면 검역을 신청하고 수출국 정부기관에서 발행한 검역증명서를 제출해야 함 	
위반 시 제재 조치	<ul style="list-style-type: none"> - 규정에 부합하지 않은 제품은 반송·폐기처리 - 검역결과 후 역병충해가 발견될 경우 수입 금지 및 처벌 조치함 - 신고 대상 검역물을 소지하고 입국하는 여행객이나 승무원도 대만 입국 시 규정에 따라 검역을 신청해야 함 	

□ 수입 식물 검역 절차



자료: 동식물방역검역국(動植物防疫檢疫局)

3) 관세율 정보

□ 대만 관세율표의 CCC CODE는 11자리

- CCC CODE란, HS CODE와 유사한 개념으로 Tariff Number 8자리, 통계번호 2자리, 체크코드 1자리 총 11자리로 이루어짐
- CCC CODE 또한, 국제 공통인 HS CODE의 6자리 숫자를 동일하게 사용

Tariff Number 8자리	통계번호	체크코드
2008.99.91	90	1

□ 대만 건조 감은 CCC CODE 2008.99.91901에 해당

- 건조 감은 감의 껍질을 벗겨 건조한 후 소매포장을 한 것으로 최종소비자가 포장 을 제거 후 즉시 섭취가 가능함. 이에 따라 식품의약품안전처의 가공식품 기준에 따라 건조 과실이 아닌 과채가공식품으로 분류됨
- 관세율표상 제0813호에 신선 또는 건조한 감의 특계된 세번이 존재하나 이는

즉시 섭취가 가능한 가공식품이 아니라 세척 등의 과정 후 섭취가 가능한 농산
품임

- 따라서 해당 건조 감은 제2008.99호의 다른 호에 분류되지 않은 기타 조제한 과
실에 해당될 것으로 사료됨

o 한국과 대만 모두 해당 건조한 감에 대해 별도의 특혜된 세율은 존재하지 않고 기
타 조제한 과실 세율으로 분류해 한국은 제2008.99.9000호, 대만은 제2008.99.91901
호로 분류함

o 대만은 한국과 FTA협정이 체결되지 않았기 때문에 제2008.99.91901호에 대해 WTO
협정세율(MFN) 20%, 부가가치세율(VAT rate) 5%가 적용됨

표 3.2 대만 건조 감 수입 관세율

국가	HS CODE/ CCC CODE	품명	관세율
한국	2008	그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식 물의 부분(설탕이나 그 밖의 감미료나 주 정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류 되지 않은 것으로 한정한다)	-
	2008.99	기타	
	2008.99.9000	기타	
대만	2008	Fruit, nuts and other edible parts of plants, otherwise prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit, not elsewhere specified or included.	기본세율: 20% 부가가치세세: 5%
	2008.99.91901	Fruit, and other edible parts of plants, otherwise prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter	

자료: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 대만 재정부(portal.sw.nat.gov.tw)

3) FTA 정보 및 AEO 체결사항

□ 한-대만 FTA 추진 현황에 따른 관세율

o 2018년 6월 기준, 한-대만 FTA는 체결되지 않은 상태임. 따라서 대만으로 가공식품
수출 시, 대만 수입업자는 특혜세율을 적용받을 수 없으며 기본 관세율 26%를 적
용받음

□ 한-대만 AEO MRA 체결

- 현재 한-대만 FTA는 체결되지 않았으나, 2015년 12월 22일 관세·통관절차 간소화를 위한 ‘성실무역업체 상호인정약정(AEO MRA)’ 이 체결
- AEO(Authorized Economic Operator, 수출입안전관리우수공인업체)란 수출입업체, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 업체 중 관세청이 법규준수, 재무건전성, 내부통제, 안전관리 수준에 대한 심사를 실시하고 공인한 업체를 의미
- AEO MRA에 따라 우리나라 AEO 인증을 받은 수출업자가 대만으로 물품을 수출할 경우, 대만 세관 통관과정에서 화물 검사 축소, 검사, 우선 처리, 통관 애로사항 해소 등의 신속통관 혜택을 부여받을 수 있음
 - 대만 관세청은 한국 관세청이 한국 AEO 업체의 공인번호를 통보하면, 대만 수입업자가 신고한 수입신고서의 AEO 공인번호와 한국의 통보자료를 대조 및 확인하여 자동으로 혜택을 부여
- AEO MRA 특혜를 부여받기 위해서는 한국 관세청으로부터 AEO 인증을 부여받아야 하며, AEO 업체로 지정받기 위해서는 AEO 공인신청서 및 관련 서류를 관세청에 제출해야 함

표 3.3 AEO 공인 절차



자료: 관세청

2. 인증정보

□ TQF(Taiwan Quality Food Association) 상품인증제도(권장)

- 대만 우량식품 인증의 표준이었던 GMP(Good Manufacturing Practice)가 2015년 6월 부터 공식적으로 TQF(Taiwan Quality Food)협회 관할로 변경

- 명칭도 TQF상품인증제도(TQF product certification scheme)로 변경
 - 현재 TQF는 식품 안전성 및 품질 인증 시스템이며, 국제적으로 인정받는 인증 기관인 TAF(Taiwan Accreditation Foundation) 산하에 있음
- o TQF 인증을 추진하는 주된 목적은 가공식품의 품질과 안전 위생을 높이고, 식품 제조업자의 자주 관리 체제를 강화하며, 소비자와 제조업자의 합법적인 권익을 보장해 식품공업의 건전한 발전을 촉진하기 위함임

인증마크		
인증명	TQF(Taiwan Quality Food Association) 상품인증제도	
인증 설명	<ul style="list-style-type: none"> - 대만 우량식품 인증의 표준이었던 GMP(Good Manufacturing Practice)가 2015년 6월부터 TQF 상품인증제도로 대체 - 식품 안전성 및 품질 인증 시스템이며 국제적으로 인정받고 있는 TAF(Taiwan Accreditation Foundation) 산하에 있음 	
발행기관	TQF 협회(대만 경제 발전부 산하 공업국 소속)	
성격	권장	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 사업자등록증 - 생산허가서 등 수출 시 외부기관에서 발급된 증명서 등 	
발급절차	1. 인증 신청	위생, 품질, 제조, GMP 및 원재료 관리 등의 관련 서류 제출
	2. 서류 심사	평균 2개월 소요
	3. 현장 조사	공업부, 검역부, 위생부, 농업부 및 학자 등 참석
	4. 제품 검수	샘플 검사
	5. 결과 발표	제품 인증 번호 부여
	6. 계약 체결	경제부와 농업위원회 및 위생복지부 담당
	7. 발급	식품 GMP 인증서 발급
소요기간	약 75일(영업일 기준)	
유의사항	2015년 6월 공식적으로 GMP에서 TQF로 변경	

□ ISO 22000(Food Safety Management System)¹³⁾

인증마크		
인증/검사명	ISO 22000	
인증 설명	식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격 ISO 22000은 ISO	

	9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음
발행/검사기관	한국표준협회, 한국품질보증원
성격	권장
제출서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)
비용¹²⁾	기본 심사 수수료는 기업의 규모 및 투입심사관의 1인 하루 노동량(Man-day)기준에 따라 상이하며 지방일 경우 추가 출장비 발생함 (1인 하루 노동량 기준에 의거 소기업 72만원, 중견기업 90만원, 대기업 105만원)
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
유효기관	3년(이후 3년 단위로 갱신)
인증절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사
유의사항	ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함

□ HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)

인증 마크	
인증/검사명	HACCP
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함
발행/검사기관	한국식품과학연구원 등 ¹⁴⁾
성격	권장
제출서류	- 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
비용	수수료 20만 원
소요기간	1년 전후
유효기관	3년(유효기간 이내 재심사 신청해야 함)
인증절차	1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA) 파악 5) 모든 유해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할

12) 한국표준협회, 한국표준협회 인증서비스본부 국제인증심사센터

13) 한국품질보증원(www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), BizCare(biz-care.kr)

	수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치
이점	- 식품안전성 향상, 식품안전성 지속, 제품 경쟁력 확보 - 국제 인증 규격

3. 라벨링

□ 대만으로 수입되는 가공식품은 ‘식품안전위생관리법(食品安全衛生管理法)’의 라벨링 표기 및 품질안전관리에 관한 규정을 준수

- 대만 위생복지부는 1975년 식품·약물의 관리를 위해 ‘식품위생안전관리법(食品衛生管理法)’을 제정함
 - 2014년 12월 안전한 식품의 관리 강화를 위해 법규명칭을 ‘식품안전위생관리법(食品安全 衛生管理法)’으로 수정하고 식품첨가물 등 관리 법규를 추가함. 2017년 11월 법안이 최종 수정됨

□ 가공식품 라벨링 필수 표기사항

- 식품안전위생관리법 제22조에 따라, 식품·식품원료의 용기·외포장상 중문·통용 부호로 아래 사항을 명확하게 표기함
 - 품명
 - ‘식품첨가물’ 또는 ‘식품첨가물원료’ 글자 기입
 - 식품첨가물 명칭: 2종 이상의 혼합첨가물일 경우 구분해서 표기. 표기는 제18조 1항 규정에 의거, 품명·중앙주관기관의 공고에 따른 통용명칭을 사용
 - 중량·용량·수량
 - 제조기업 또는 대만 담당기업 명칭, 전화번호 및 주소: 대만기업 명칭만 표기할 경우 제조기업·위탁제조기업·수입기업 명칭·전화번호·주소를 관할 기관에 신고
 - 유효기간
 - 사용범위, 용량 기준 및 사용제한 사항
 - 원산지(국)

14) 검사항목에 따른 검사기관 지정은 식약청 홈페이지 참고: mfds.go.kr/brd/m_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1

- 유전자 개조 식품의 첨가물 원료
 - 기타 위생서가 공고한 사항: 식품첨가물 외포장에 반드시 ‘제품등록번호’를 표기(예:TFA000000000000), 규정 위반 시 3만-300만 달러 이하의 벌금형에 처하며 제품 전면 회수, 수입 이후 추가 라벨링은 인정치 않음
 - 식품첨가물원료는 식품첨가물의 향료 성분, 표기 준수사항 예외
- 라벨링 표기 예외사항 별도 규정(식품안전위생관리법 제23조)
- 용기나 외포장의 면적·재질·기타 특수 사항으로 인해 전항 규정대로 표기할 수 없는 식품은 주관 담당기관이 일부 표기에 대하여 면제를 공고하거나, 기타 방식으로 표기
- 식품첨가물의 라벨링 상세화(제24조)
- 식품첨가물·원료의 용기·외관 포장상 중문·통용부호로 아래 사항을 명확하게 표기
 - 품명, ‘식품첨가물’ 또는 ‘식품첨가물원료’ 글자 기입, 식품첨가물 명칭(2종 이상의 혼합물일 경우 구분하여 명기하여야 한다. 표기는 제18조 제1항에서 규정하는 품명 또는 중앙주관 기관의 공고에 의거한 통용명칭에 따름), 중량·용량·수량, 제조업체·대만 국내 담당업체 명칭, 전화번호·주소, 유효기한, 사용범위·용량표준·사용제한, 원산지(국), 유전자 개조 식품첨가물의 원료
 - 기타 중앙담당기관이 공고한 사항 역시 명확하게 표기
 - 식품첨가물원산지등록번호표기 규정에 따라 2016년 1월 1일부터 식품첨가물의 외포장에 반드시 ‘제품등록번호’의 글자·번호를 표기(예: 제품등록번호 TFA000000000000)
 - 수입 식품첨가물의 중문 라벨표시 규정에 따라, 수입 후 추가 라벨표시는 인정하지 않음
 - 식품첨가물 원료는 명칭·원산지·유전자 개조 식품첨가물 원료 등 내용을 표기하지 않아도 됨
 - 국내 담당업체 명칭만을 표기하는 경우, 제조상·위탁 제조상·수입상의 명칭, 전화번호 및 주소를 관할 주관기관에 신고해야 함

□ 내용물 표기 관련 규정

- 내용물 표기 세칙 규정에 따라 상세 내용은 아래와 같음
 - 중량, 내용량의 표기는 공식 규정된 표기 단위를 사용
 - 액체와 고형 물질의 혼합 식품은 내용량과 고형량(고체의 중량)을 구분하여 표기
 - 내용물 함량은 식품의 성질이라고 보고 함량의 최고, 최저임을 표기
 - 내용물이 2종 이상일 때 함량이 높은 순으로 표기
 - ‘식품원료사용가능일람표(可供食品使用原料彙整一覽表)’ 를 참고해 원료 명칭 표기, 중문 명칭 표기, 식품사용 가능원료 확인 후 내용물 표기
 - 캔 식품은 겉면에 표기한 내용량 및 고형량의 오차범위를 중화민국국가표준(中華民國國家標準) CNS974 식품 캔 검사법(캔 포장)의 규정에 따름
 - 식품위생안전관리법 제22조 2항은 중량, 용량 혹은 수량의 표기에 관한 규정은 제품의 각 포장물의 중량, 용량 및 수량을 뜻함. 제품 내 원료별 성분의 중량, 용량 및 수량을 뜻하는 것은 아님
 - DHA는 식품원료나 식품첨가물이 아닌 어류 원료의 일종 성분이므로, 직접 DHA를 표기해서는 안 됨
 - 최근 원료 함량에 대한 명확한 규정이 없으나, 원료 성분이 검출되었다면 함량을 표기하여야 하지만, 검출되지 않았다면 표기해서는 안 됨
 - 보통 고체 상태의 제품은 중량을 표기하고 액체 상태의 제품은 용량을 표기하고 과일 등 신선 농산물은 수량으로 표기
 - 노니 주스(열대과일의 일종) 성분은 식품 첨가물로 사용이 가능하나 여전히 중화민국국가표준(中華民國國家標準) CNS2377의 규정에 따라 그 원료 함량을 표기

□ 식품 영양 표기

- 식품안전위생관리법 제22조 3항에 따라 ‘시판포장식품영양표기공언규범(市售包裝食品營養 宣稱規範)’ 을 폐지하고, 2015년 3월 ‘포장식품영양표기공언준수사항(包裝食品營養宣稱應遵行 事項)’ 규정을 제정
 - 2015년 7월 1일부터 시행
- 포장 식품 영양 표기는 반드시 포장 외부 눈에 잘 띄는 곳에 ‘식품 영양 표기 양

식'에 따라 해당 항목을 기입해야 함

- 영양 표기의 표제, 열량, 단백질 함량, 지방·포화지방·트랜스지방 함량, 탄수화물·당 함량, 나트륨, 기타 영양소 함량, 업자가 원하는 기타 영양소 함량
- 표기 항목에 식이섬유를 표기하고자 한다면 탄수화합물 항목의 당성분 뒤에 표기하며 콜레스테롤은 지방 항목의 불포화지방 뒤에 표기
- 참고로 본 규정의 용어 정의는 아래와 같음
 - 1) 포화지방산: 식품 내 비 트랜스지방
 - 2) 탄수화합물: 당류와 탄수화합물
 - 3) 당: 단당과 쌍당
 - 4) 식이섬유: 인체의 소화효소로는 소화되지 않고 몸 밖으로 배출되는 고분자 탄수화물
 - 5) 권장 열량: 설명·은유 또는 암시의 방식으로 식품의 특정 열량 또는 영양소 성질표기

표 3.4 식품영양표기 양식-(좌)양식 1 및 (우)양식 2

영양표기		
매 1인분량 0g(또는ml) 본 포장	0인분 포장	
	매분량	매 100g 당 (매 100ml 당)
열량	Kcal	Kcal
단백질	g	g
지방	g	g
포화지방	g	g
불포화지방	g	g
탄수화물	g	g
당	g	g
나트륨	mg	mg
권장 영양소 함량	g, mg, ug	% 혹은 *
기타 영양소 함량	g, mg, ug	% 혹은 *

* 표면적 100평방미터 내의 포장식품에 한하여 적용
 * 영양표기단위
 - 매 1인분 0g(또는 ml), 본 포장 0인분 포함
 - 매 분량(매 100g 또는 매 100ml 당): 열량 0kcal (0kcal), 단백질 0g(0g), 지방 0g(0g), 포화지방 0g(0g), 불포화지방 0g(0g), 탄수화합물 0g(0g), 당 0g(0g), 나트륨 0ml(0ml), 권장양소(0g, mg 또는 ug), 기타 양소 함량(0g, mg)

영양표기		
매 1인분량 0g(또는ml) 본 포장	0인분 포장	
	매분량	일일 섭취량비율
열량	Kcal	%
단백질	g	%
지방	g	%
포화지방	g	%
불포화지방	g	*
탄수화물	g	%
당	g	*
나트륨	mg	%
권장 영양소 함량	g, mg, ug	% 혹은 *
기타 영양소 함량	g, mg, ug	% 혹은 *

* 수치 미확정
 - 1일 권장량 기준 : 열량 2000Kcal, 단백질 60g, 지방 60g, 포화지방 18g, 탄수화물 300g, 나트륨 2000mg, 권장 영양소 기준치, 기타 영양소 1일 기준량

또는 ug)

자료: 식품약품관리서 시판포장식품표기준행사항(市售包裝食品標示遵行事項)

o 식품의 열량 및 영양소 함량 표기 준수사항

- 다음 규정 가운데 선택해 표기

- 매 분량 및 매 100g(또는 ml) 표기, 동일 상품의 매 포장당 분량 수를 추가 기입함
- 매 분량 및 1일 참고치 백분율 표기, 상품 매 포장당 분량 수를 추가 기입함. 확정된 1일 섭취 참고치 영양소는 각 항 영양소의 1일 섭취 참고치를 별도 표기해야 함. 미확정 1일 섭취 참고치 영양소는 1일 참고치 백분율에 「*」 부호를 별도 표기하고, 「* 참고치 미확정」 글자를 기입함

- 만 1세 미만 영아용 식품은 ‘양식 1’ 로 표기, 알약, 캡슐(사탕종류 제외) 형태 제품은 ‘양식 2’ 대로 표기

- 포장식품 각 제품의 매 분량당 중량(용량)은 ‘국민 식습관 및 시판 포장 식품 형태의 일반 매회 섭취량’ 에 따르며, 캡슐 및 알약(사탕 종류 제외) 은 권장 섭취량(반드시 정수)에 따라야 함

- 식품 영양소 표기 단위는 반드시 다음 규정에 따라 표기

- 고체(반고체)는 g, 액체는 ml 표기
- 열량은 kcal 표기
- 단백질 · 지방 · 지방산 · 탄수화물 · 당분 · 식이섬유는 g 표기
- 아미노산은 mg 표기
- 비타민 · 광물질은 ‘1일 영양소 및 각 항 영양소 섭취’ 내 규정을 따름
- 기타 영양소는 통용단위로 표기

- 복수(復水, 기체에서 액체로 변환) 과정을 거친 식품은 과정 후 영양소를 표기. 별도 규정이 있을 경우 복수 전 · 후 영양소를 모두 기입해야 하며, 복수 방법은 영양 표기 양식의 하단 부분에 별도 기입함

- 포장 식품 영양 표기의 열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨, 포화지방, 불포화지방, 당분 함량이 ‘열량 및 영양소 ‘0’ 표기 조건’ 에 부합할 경우, 0으로 표기

표 3.5 열량 및 영양소 '0' 영양표기 조건

열량	고체(반고체) 매 100Kg/액체 100ml 당 4kcal 미만인 경우
지방	고체(반고체) 매 100Kg/액체 100ml 당 0.5g미만인 경우
나트륨	
콜레스테롤	
포화지방	고체(반고체) 매 100Kg/액체 100ml 당 0.1g 미만인 경우
불포화지방	고체(반고체) 매 100Kg/액체 100ml 당 1.0g 미만 또는 고체(반고체) 매 100Kg/액체 100ml 당 0.3g 미만인 경우
당 성분	고체(반고체) 매 100Kg/액체 100ml 당 0.5g 미만인 경우

자료: 식품약품관리서 시판포장식품표기준행사항(市售包裝食品標示遵行事項)

- 식품의 1일 권장 열량 및 각 영양소의 권장 섭취량은 '1일 영양 및 각 항 영양소 섭취' 를 참고

표 3.6 일일 영양소 및 각 항 영양소 섭취¹⁵⁾

항목	4세 이상	1-3세	임산부 및 수유부
열량	2,000Kcal	1,200Kcal	2,200Kcal
탄수화물	300g	*	330g
식이섬유	25g	15g	30g
비타민 C	100mg	40mg	110mg

자료: 식품약품관리서 시판포장식품표기준행사항(市售包裝食品標示遵行事項)

- 식품 영양소 산정방식은 반드시 검사 기관의 분석이나 산정방식에 따라 산정해야 하며, 오차 범위는 '영양 표기 오차 허용 범위' 참고. 식품의 특정 영양소가 시간 혹은 특성에 따라 변할 경우 영양소 표기상에 표기해야 함

표 3.7 영양표기 오차 허용 범위

항 목	오차 허용 범위
단백질, 탄수화물	표기치의 80-120%
열량, 지방, 포화지방, 불포화지방, 콜레스테롤, 나트륨, 당	≤ 표기치의 120%
아미노산, 비타민(A, D 불포함), 광물질(나트륨 불포함), 식이섬유, 기타 자원 표기 영양소	≥ 표기치의 80%
비타민 A, D	표기치의 80-180%

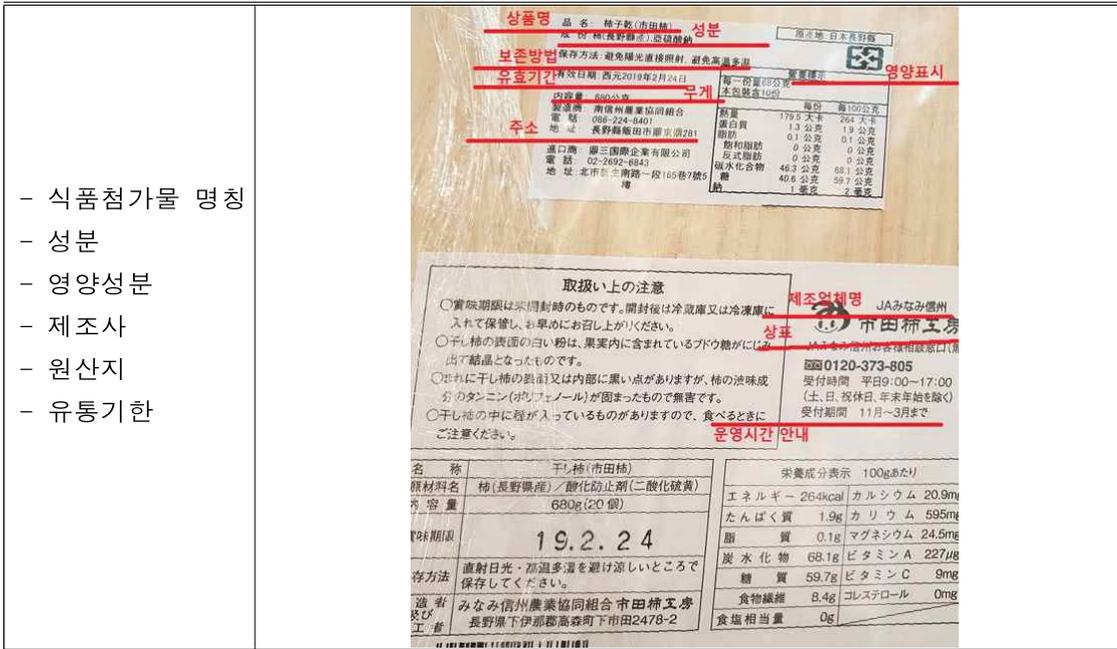
자료: 식품약품관리서 시판포장식품표기준행사항(市售包裝食品標示遵行事項)

□ 판매 중인 건조 감 제품 라벨링 예시

표시사항	라벨링 예시
- 제품명	
- 중량	

15) 기타 영양소의 권장 섭취량은 하기 주소 참고(2017년 주요국 수입제도 모니터링, p174)

주소: www.kati.net/ebook/2018033001/index.html



자료: 대만 현지조사원

- 식품첨가물 명칭
- 성분
- 영양성분
- 제조사
- 원산지
- 유통기한

4. 위생요건

□ 대만 가공식품 식품첨가물 관련 규정 준수 필요

- 대만은 식품첨가물에 대해 엄격한 기준을 적용하고 있음. 이로 인해 각종 식품첨가물 명칭 사용범위 및 제한량은 해당하는 규정에 부합해야 하며 식품 품목에 해당되지 않을 경우 식품첨가물을 사용할 수 없음
- 식품첨가물은 17종류로 분류되며, 총 691항목으로 구성되어 있으며 대만 위생복지부 식품약품 사이트(www.fda.gov.tw) → 법규자문 → 식품·식음료 및 영양류 → ‘첨가물’ 분류에서 확인 가능함
 - 식품첨가물 사용범위, 허용량 및 규격기준에 의하면 식품첨가물은 용도에 따라 방부제, 살균제, 향산화제, 표백제, 보색제, 팽창제, 품질개선용제·양조용제·식품제조용제, 영양첨가제, 착색제, 향료, 조미제, 점조제(호료), 결착제, 식품공업용 화학약품, 용제, 유화제 등으로 분류 가능
 - 가공식품에 첨가된 ‘식품첨가물 사용범위 및 제한량규격표준’에 관해서는 대만 위생복지부 식품약품 사이트에서 조회 가능함¹⁶⁾

16) 식품첨가물 사용범위 및 제한량규격표준(食品添加物使用範圍及限量暨規格標準) 조회 사이트 consumer.fda.gov.tw/Law/FoodAddressitivesList.aspx?modelD=521

□ 농산물 중금속 제한 기준(蔬果植物類重金屬限量標準)

o 식품안전위생관리법 제17조에 따라 채소·과일·허브류 등 식품의 잔류 중금속은 기준에서 정한 수치 이하여야 함

- 이 법안은 2011년 5월 제정·공포됐으며 2016년 2월 최종 개정

o 건조 감 제품 중금속 허용치 기준은 아래 표 3.8과 같음

표 3.8 건조 감 제품 중금속 허용 기준치

농산품 분류	카드뮴	납
건조 감	0.05 ppm 이하	0.1 ppm 이하

자료: 식품약물소비자지식서비스사이트(consumer.fda.gov.tw)

□ 농산물 잔류농약 허용기준(農藥殘留容許量標準)

o 식품안전위생관리법 제15조 제2항 규정에 따라 축·수산품을 제외한 식품의 잔류농약은 기준에서 정한 농약잔류허용량 기준에 부합해야 함

- 이 법안은 2008년 10월 제정·발표했으며 2017년 6월 총 6,498개 항목으로 수정함

- 허용량 및 실측 잔류농약량은 시판형태의 중량을 산출기준으로 함

- 잔류농약의 검역은 농약 자체 및 함유하고 있는 대사산물을 포함함

- 각 식품에 따라 농약 허용치는 0.007~100ppm

- 잔류농약 허용기준은 대만 FDA 식품약물관리서의 소비자 지식복무망에서 확인할 수 있음

o 건조 감의 허용 농약 및 잔류농약 기준에 관해서는 하기 표 3.9를 참고

표 3.9 건조 감의 허용 농약 및 잔류농약 기준¹⁷⁾

Crop Category (물품명)	Pesticide Name (화학품명)	Maximum Limit (MLS)(기준량)	Residue Remark (비고)
persimmons	Azoxystrobin	1	Fungicide
	Boscalid	1	Fungicide
	Buprofezin	1	Insecticide
	Captan	3	Fungicide
	Chlorfenapyr	0.5	Insecticide
	Clothianidin	1	Insecticide

17) 자료: Standards_for_Pesticide_Residue_Limits_in_Foods_1071303640, 대만 위생복지부 식품약물관리서, consumer.fda.gov.tw/Law/Detail.aspx?nodeID=518&lang=1&lawid=127

	Cyflumetofen	1	Acaricide
	Cyhalothrin	0.4	Insecticide
	Cyprodinil	1	Fungicide
	Dichlofluanid	5	Fungicide
	Difenoconazole	1	Fungicide
	Dinotefuran	1	Insecticide
	Fluazinam	0.5	Fungicide
	Flubendiamide	0.3	Insecticide
	Fludioxonil	1	Fungicide
	Flutriafol	0.4	Fungicide
	Glufosinate-ammonium	0.05	Herbicide
	Imazalil	2	Fungicide
	Imidacloprid	0.5	Insecticide
	Iminoctadine	0.5	Fungicide
	Kresoxim-methyl	1	Fungicide
	Malathion	0.5	Insecticide
	1-methylcyclopropene	0.01	Growth regulator
	Procymidone	0.5	Fungicide
	Pyraclostrobin	1	Fungicide
	Pyriproxyfen	0.5	Insecticide
	Spinetoram	0.2	Insecticide
	Spirotetramat	0.7	Acaricide
	Sulfoxaflor	0.5	Insecticide
	Tebuconazole	1	Fungicide
	Tebufenozide	0.5	Insecticide
	Thiamethoxam	0.5	Insecticide
	Trifloxystrobin	0.5	Fungicide

자료: 대만 위생복지부 식품약물관리서



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 분석**

1. 경쟁제품 선정

o 분석기준 및 지표설정

- 온·오프라인 각 채널에서 가장 인기 있고, 브랜드 인지도가 높으며, 리뷰 수가 많은 제품 중에서 선별함
- 제품 상세 스펙에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

o 대표 방문 및 조사 매장

백화점				체인형 슈퍼마켓	
	BREEZE 백화점		신광 미츠코시 백화점		시티슈퍼
전통 시장					
		남문시장 (南門市場)	-	원산시장 (圓山市場)	
온라인					
					
연합농산물온라인몰(聯合農產品網路商城)			모모 구매망(momo購物網)		

2. 경쟁제품 분석

□ 건조 감의 주요 유통채널은 '백화점' 및 '전통 시장'

- o 현지조사원이 BREEZE백화점, 신광미츠코시(新光三越) 백화점, SOGO백화점 계열 고급형 슈퍼마켓 Citysuper에 방문한 결과, 일본산 및 대만산 건조 감이 주로 판매되고 있음을 확인함
 - 주요 대형마트인 아이마이(愛買), 가르푸(家樂福), 따룬과(大潤發), 쉐론펜(全聯) 등을 방문한 결과 대부분 건조 망고 및 건조 파인애플이 판매되고 있었으며, 건조 감은 확인되지 않음
- o 남문시장(南門市場) 및 원산시장(圓山市場) 등 전통 시장은 대만산 건조 감이 주로

판매되고 있으나, 소비자 인터뷰에 따르면 최근 일본산 건조 감의 판매가 증가하는 추세

- 자가 섭취를 위한 구매의 경우, 전통 시장에서는 가격대가 월등히 높은 일본산에 비해 대만산 건조 감에 대한 선호도가 높음

□ 건조 감은 ‘곶감(柿餅)’형태가 일반적, 일본산은 ‘시상(柿霜)’이 대다수

- 현지조사 결과, ‘감말랭이’, ‘아이스홍시’ 는 판매되고 있지 않으며 ‘곶감’ 이 가장 일반적으로 판매되는 건조 감 식품으로 확인됨
 - 주요 온라인몰인 Momoshop, efarm(聯合農產品網路商城) 등에서도 ‘곶감(柿餅)’ 을 키워드로 검색할 경우에만 건조 감 관련된 제품이 검색됨. ‘건조 감(柿干)’ 을 키워드로 검색하면 감 관련 제품이 검색되지 않음
- 일본산의 경우 곶감 표면으로 빠져나온 포도당성분인 ‘시상(柿霜)’ 이 묻은 제품이 대다수

□ 일본산 건조 감은 ‘선물용’으로 구매, 대만산은 ‘신푸산(新埔产)’ 곶감이 압도적

- 대만산에 비해 포장 단위가 크며 주로 명절 선물용으로 판매되는 일본산 건조 감은 백화점에서 인기리에 판매됨
 - 온·오프라인에서 판매되는 일본산 건조 감의 평균 포장 단위는 개당 617g이며 12개입 가량으로 구성됨
 - 일본산 건조 감에 대한 대만 소비자들의 이미지는 좋으나 가격대가 높기 때문에 대부분 ‘선물용’ 으로 구매함
 - 대만산 건조 감은 5-7개입 낱개 소포장 제품이 대부분으로 ‘선물용’ 보다는 ‘자가섭취’ 에 적합함
- 브랜드화된 ‘신푸산(新埔产) 곶감’
 - ‘신푸산’ 곶감은 대만 소비자에게 ‘맛과 가성비가 좋은’ 브랜드로 인식되기 때문에 원산지만 확인하고 구매하는 소비자가 많음

□ 일본산 건조 감의 100g당 평균 가격은 대만산에 비해 약 3배 이상

- 온·오프라인에서 판매되는 일본산 9개, 대만산 9개 제품의 100g당 평균 가격을 분석한 결과, 각각 288달러(약 10,500원), 76달러(약 2,771원)로 일본산이 대만산에 비해 약 3.8배 이상 높음
 - 현지조사한 8개 품목의 제품(대만산 5개, 일본산 3개)은 라벨링이 제대로 표기되

지 않아, 제조사 또는 중량(g)이 누락됨. 중량(g)이 표기되어 있지 않은 경우 ‘몇 개입’은 기재되어 있으므로 건조 감 개당 평균 중량(40g)를 일괄적용하여 100g당 평균 가격을 산출함¹⁸⁾

- 중량표기가 누락되지 않은 10개 품목(일본산 6품목, 대만산 4품목)만의 100g당 평균 가격은 각각 218달러, 81달러

표 4.1 중량 표기 제품(좌, 10개 품목) 및 전체 제품(우, 18개 품목)의 100g당 평균 가격 비교¹⁹⁾

(단위: 달러)



- o 100g당 평균 가격이 가장 높은 제품은 일본산 도마야현곶감(富山干柿)의 제품(531달러)이며 가장 낮은 제품은 대만산 대행식품(大達食品) 및 아원천상사유한공사(亞源泉商事有限公司)의 제품으로 모두 50달러임

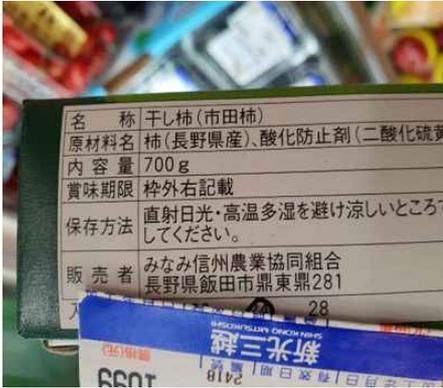
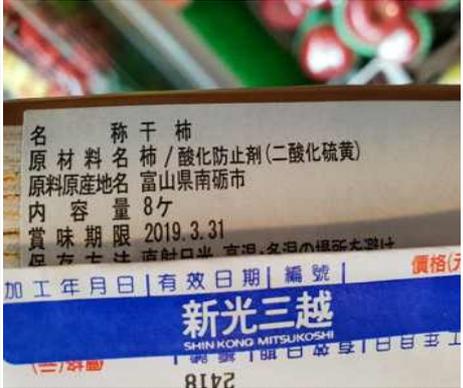
□ 건조 감 제품 대부분이 종이 박스 혹은 플라스틱 포장 사용

- o 일부 제품의 경우 내부는 플라스틱 개별 포장, 외부는 종이 박스 포장으로 구성됨



18) 대만산의 경우 제조명 미표기·시즈향(柿之郷)社·신푸시즈·대행식품(大達食品)의 건조 감 4품목, 일본산의 경우 후지야마산 말린감(富山干柿)·에다가기 필감(えだがき筆柿)·고슈(甲州)·TAKAHASHI Fruit and HATAKE Café의 건조 감 4품목이 모두 중량(g)이 누락되어, 개당 평균 중량 40g을 일괄 적용하여 계산함

□ 오프라인 경쟁제품

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제품명	말린감(干し柿)	말린감(干柿)
	제조사	JA 미나미신슈 협동조합 (JA みなみ 信州)	후지야마산 말린감 출하조합연합회식품 (富山干柿出荷組合連合會食品)
	원산지	일본 나가노현	일본 난토시
	포장 용기	종이박스	날개 플라스틱 포장/ 종이박스
	조사매장	신광 미츠코시 백화점	신광 미츠코시 백화점
	제품가격	1,699달러 (약 61,945원)	1,699달러 (약 61,945원)
	중량	700g(24개입)	8개입
	유통기한	2019.02.15	2019.03.31
	성분	감, 산화방지제(이산화유황)	감, 산화방지제(이산화유황)

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	앞면		
	뒷면	-	-
제품 스펙	제품명	신부곶감(新埔柿餅)	에다가기 ²⁰ 필감(枝柿筆柿)
	제조사	張曉淇(Zhangxiaoqi)	張曉淇(Zhangxiaoqi)
	원산지	대만 신푸	대만 신푸
	포장 용기	플라스틱	플라스틱
	조사매장	신광 미츠코시 백화점	신광 미츠코시 백화점
	제품가격	159달러(약 5,797원)	199달러(약 7,255원)
	중량	5개입	9개입
	유통기한	2019.01.20	2019.02.08
	성분	감	감
	기타 특징	- 농업인 직판 제품(사업자명:張曉淇)	- 농업인 직판 제품(사업자명:張曉淇)

20) 가지에 달린 뚝은 감의 과피를 제거하고 햇볕에 말린 것

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제품명	이치다감(市田柿)	고슈의 고로감(枯露柿)
	제조사	JA 미나미신슈 협동조합 (JA みなみ 信州)	JA후르츠야마나시 협동조합
	원산지	일본 나가노현	일본 아마다시현
	포장 용기	플라스틱	날개 개별 플라스틱 포장 / 종이 박스
	조사매장	신광 미츠코시 백화점	Citysuper
	제품가격	399달러(약 14,547원)	1,680달러(약 61,253원)
	중량	170g(5개입)	12개입
	유통기한	2019.02.15	2019.02.16
	성분	감, 산화방지제(이산화유황).	감, 산화방지제(이산화유황).
기타 특징	- 일본산임에도 불구하고 전통시장에서 대만산에 비해 흔하게 판매됨. 전통시장 내에서는 동일하게 200달러(약 7,300원)에 판매됨	-	

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제품명	노토 고로곶감 (能登枯露柿餅)	시마네현 곶감 (島根柿餅)
	제조사	JA 시가(JA志賀)	시네마현농업협동조합(島根縣農業協同組合)
	원산지	일본 시가(志賀)현	일본 시네마현 마츠에시
	포장 용기	종이 박스	날개 개별 플라스틱 포장 / 종이 박스
	조사매장	Citysuper	Citysuper
	제품가격	1,580달러(약 57,607원)	1,788달러(약 65,190원)
	중량	1,000g(12개입)	720g(18개입)
	유통기한	2019.03.31	2019.02.16
성분	감, 아황산 나트륨	감, 산화방지제(이산화유황)	

구분		제품 #9	제품 #10
제품 이미지	앞면		
	뒷면	-	-
제품 스펙	제품명	신부곶감(新埔柿餅)	신부곶감(新埔柿餅)
	제조사	시즈향(柿之鄉)	신부시즈 가공산업협작반 (新埔柿子加工產銷合作班)
	원산지	대만 신푸	대만 신푸
	포장 용기	플라스틱	플라스틱
	조사매장	BREEZE 백화점	원산시장(圓山市場)
	제품가격	320달러 (약 11,667원)	200달러(약 7,292원)
	중량	7개입	8개입
	유통기한	-	냉동보관 기준 1년
	성분	감, 산화방지제	감

구분		제품 #11	제품 #12
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제품명	곶감(柿餅)	야마가타 곶감(山形干し柿餅)
	제조사	대행식품(大達食品)	다카하시 후르츠랜드 (高橋フルーツランド)
	원산지	대만	일본 야마가타현
	포장 용기	플라스틱	종이
	조사매장	남문(南門)시장	BREEZE
	제품가격	120달러(약 4,375원)	1,700달러 (약 61,982원)
	중량	6개입	1,000g
	유통기한	2020.01.09	2019.02.28
	성분	감	감, 산화방지제(이산화유황), 아황산 나트륨
기타 특징	-	구매 시 소량 추가 증정	

□ 온라인 경쟁제품

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지			
제품 스펙	제품명	북포 꽃감(北埔柿餅)	아원천 꽃감(亞源泉柿餅)
	제조사	북포농회(北埔農會)	아원천상사유한공사(亞源泉商事有限公司)
	원산지	대만 신주현 북포(新竹縣北埔)	대만 남투현(南投縣)
	포장 용기	플라스틱 / 종이박스	플라스틱 파우치
	제품가격	1,140달러(약 41,564원)	750달러(약 27,345원)
	중량	1,040g(520*2)	1,500g(300g*5)
	성분	감	감
	기타 특징	- momoshop에서 할인가 990달러로 판매 중 - 3개입(1,560g)은 1,290달러, 5개입(2,610g)은 1,899달러에 판매 중	- momoshop에서 2/1-2/28 내 구매 시 15% 할인된 가격인 638달러로 판매 - 10개입(3,000g)은 1,148달러, 20개입(6,000g)은 2,040달러에 판매 중
구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지			
제품 스펙	제품명	신슈 이치다꽃감(信州市田柿)	일본 도야마현 꽃감(日本富山干柿)
	제조사	타이완홍(台灣紅)	-
	원산지	일본 나가노현(日本長野縣)	일본 도야마현(日本富山干柿)
	포장 용기	플라스틱 / 종이박스	플라스틱 파우치 / 종이박스
	제품가격	2,580달러(약 94,067원)	1,600달러(약 58,336원)
	중량	1,020g(170g*6)	9-12개
	성분	감	감
	기타 특징	- momoshop에서 할인가 1,799달러로 판매 중 - 일본에서 공수한 나가노현산 꽃감으로, 농후한 시상 및 쫄쫄한 식감이 특징임	- momoshop에서 1,360달러에 판매 중

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지			
제품 스펙	제품명	관루태양 곶감(番路太陽柿餅)	양유 곶감(良柚柿餅)
	제조사	Taiwan No.1(台灣一番)	백년노포(百年老鋪)
	원산지	대만 가의현 관루향(嘉義番路)	대만 신주현 신포(新竹縣新埔)
	포장 용기	플라스틱	플라스틱
	제품가격	159달러(약 5,797원)	200달러(약 7,292원)
	중량	150g	350g
	성분	감	감
기타 특징	- 설탕을 제외한 방부제 및 인공첨가제 미포함	- 약 65개의 중소농업상의 제품이 판매되는 연합농산물온라인몰(聯合農產品網路商城)에서 구매 가능 - 우심감, 석감, 필감, 시상 등의 품종으로 만든 곶감 제품이 170-200달러에 판매 중	



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 경쟁사 선정 기준

- 현지조사 실사와 온라인 검색 결과, 대만 건조 감 제품은 주로 농업협회 혹은 협동조합을 통해 제조 및 유통됨
 - 현재 대만 내 높은 인지도를 기록한 건조 감 브랜드는 미나미신슈 농업협동조합(JAみなみ信州), 시네마현농업협동조합(島根縣農業協同組合), 신푸진농회(新埔鎮農會)로 확인됨
 - 따라서 상기 세 브랜드를 경쟁사로 선정

표 5.1 건조 감 제품 주요 경쟁사

미나미신슈 농업협동조합 (JAみなみ信州)	시네마현농업협동조합 (島根縣農業協同組合)	신푸진농회(新埔鎮農會)
일본산		대만산
		 新埔鎮農會

2. 경쟁사 분석

□ 미나미신슈 농업협동조합(JAみなみ信州)

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> • 미나미신슈 농업협동조합은 나고노현에 위치한 '신슈 마츠카(信州まつかわ)·신슈 다카모리(信州高森)·텐류미사토(天龍みさと)·신슈이이다(信州い이다)·아치무라(阿智村)·신슈미나미(信州みなみ)'의 6개의 지역이 1977년에 농업 발전을 위해 설립한 농업협동조합 • 37개의 농업 법인, 16,092명의 개인사업자로 구성되어 있으며, 829명의 직원을 보유 • 대표 건조 감 브랜드는 이치다 감(市田柿)으로, 다카모리마치(高森町)에서 약 500년 동안 재배된 품종임. 밝은 황갈색의 과육과 짙은 식감이 특징임. 2006년 최초 지역 브랜드로 인정을 받았으며, 2016년 지리적 표시(GI)²¹⁾ 보호제도에 등록됨 			
	기업 유형	농업협동조합	홈페이지	www.ja-mis.iijan.or.jp
	취급품목	건조 감, 차, 사과, 축산 등	연락처	+81 0265 56 2300
	소재지	長野縣飯田市鼎東鼎281	설립연도	1977년
대표 제품				

자료: 미나미신슈 농업협동조합(JAみなみ信州) 홈페이지

□ 시마네현 농업협동조합(JALしまね)

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> • 시마네현 농업협동조합은 2015년에 설립된 농업협동조합으로, 영농사업, 신용사업, 문화사업 등을 영위함 • 자사 온라인몰인 JA타운(JAタウン)에서는 각 산지에서 재배한 농산품을 소비자에게 직배송하며, 쌀·과일·야채·고기 등 다양한 품목의 제품을 판매함 • 인기 과일 제품은 와카야마현(和歌山縣) 한라봉이며, 판매 중인 건조 과일 제품은 건조 매실, 건조 밤, 건조 감 등이 있음 			
	기업 유형	농업협동조합	홈페이지	ja-shimane.jp
	취급품목	과채류, 잡곡류, 가공식품류 등	연락처	+81 0852 35 9001
	소재지	〒690-0887 島根縣松江市殿町19-1	설립연도	2015년

21) GI 보호제도(Japan Geographical Indication): 전통 있는 지역 특산 농산물과 식품을 국가의 지적 재산권으로 보호하는 제도

대표 제품	  
-------	--

자료: 시마네현 농업협동조합(JAしまね) 홈페이지

□ 신푸진농회(新埔鎮農會)

기업 개요			
 新埔鎮農會	<ul style="list-style-type: none"> • 1929년 12월에 처음 ‘신푸신용구매판매이용조합(新埔信用購買販賣利用組合)’으로 설립되었고, 1949년 신푸진농회(新埔鎮農會)로 협회명을 변경함 • 건조 감 생산으로 유명한 진한곳감교육원구(金漢柿餅教育園區)을 포함한 9개의 농장 및 교류센터를 일반인에게도 개방하여 관광지로 운영 • 신푸 특산품인 양질미(良質米), 현미, 건조 감류 제품이 자사 홈페이지에서 판매됨 		
기업 유형	농업협동조합	홈페이지	www.hpm.org.tw
취급품목	쌀, 현미, 건조 감류 등	연락처	+86 03-588 2002
소재지	新竹縣新埔鎮中正路582號	설립연도	1929년
대표 제품	  		

자료: 신푸진농회(新埔鎮農會) 홈페이지



VI. 유통채널 현황

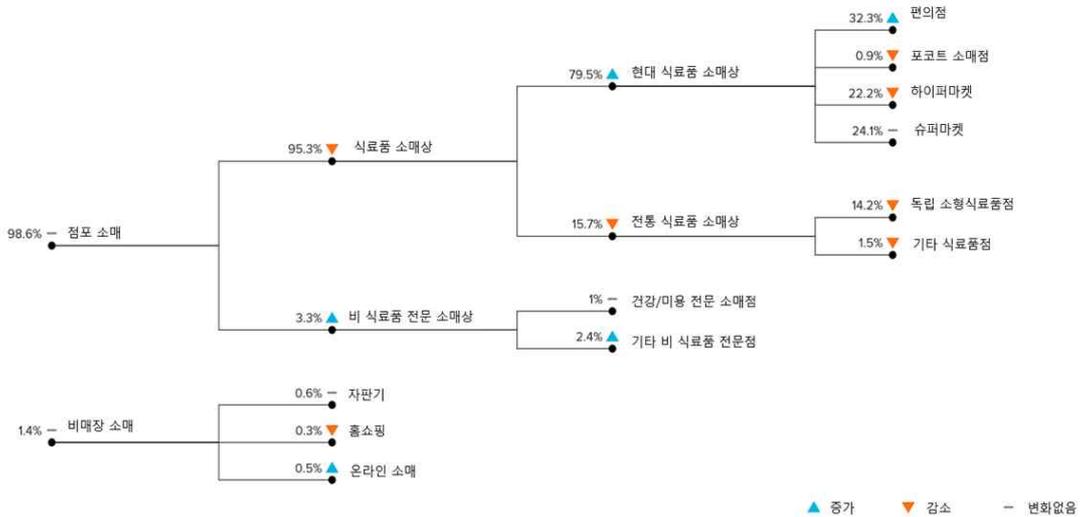
- 1. 유통채널 개황**
- 2. 주요 유통업체 분석**

1. 유통채널 개황

□ 건조 과일의 주요 유통 채널: 편의점, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓

- 건조 과일 제품의 약 80%는 현대 식료품 소매상을 통해 유통되고 있으며, 그 중 편의점 및 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 점유율은 78.6%임
- 건조 감류 제품의 경우, 백화점 및 전통 시장²²⁾을 중심으로 판매됨

표 6.1 대만 건조 과일 유통채널



자료: Euromonitor International

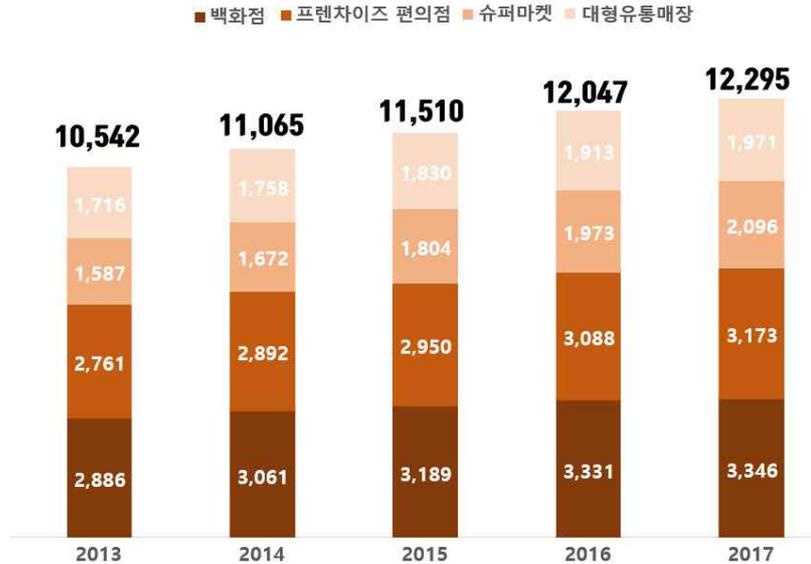
□ 편의점, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓을 포함한 종합 소매유통채널 현황

- 건조 과일 제품은 백화점, 프랜차이즈 편의점, 슈퍼마켓, 대형 유통매장이 포함된 종합소매유통채널을 통해 주로 유통되고 있으며, 2017년 종합소매유통채널의 매출액은 1조 2,295억 달러
 - 2017년 매출액 기준 백화점 3,346억 달러, 마트 2,209억 달러, 프랜차이즈 편의점 3,173억 달러, 슈퍼마켓 2,096억 달러, 대형 유통매장 1,971억 달러 순. 2017년 매출액 기준 백화점 및 프랜차이즈 편의점의 시장점유율은 각각 27.2%, 25.8%
 - 최근 5년간(2013-2017년) 연평균성장률은 슈퍼마켓 7.2%, 백화점 3.8%, 프랜차이즈 편의점 및 대형유통매장 3.5% 순

22) 전통 시장의 경우 2. 주요 유통업체 분석 파트에서 개별적으로 서술

표 6.2 종합소매유통채널 매출액 추이(2013-2017년)²³⁾

(단위: 억 달러)



자료: 대만 경제부통계처(經濟部統計處)

1) 백화점

□ 5대 대형 백화점은 미츠코시(新光三越), 소고백화(SOGO百貨), 원동백화(遠東百貨), Breeze(微風), 한신거단(漢神巨蛋)

○ 대만 전역에 총 70개의 백화점이 분포되어 있으며, 타이베이를 포함한 북부 지역을 중심으로 약 60%의 점포가 포진되어 있음

- 《2016년 대만백화단점30강(台灣百貨單店30強)》에 따르면, 매출 상위 30개 매장 중 25개의 매장이 5대 대형 백화점인 미츠코시(新光三越), 소고백화(SOGO百貨), 원동백화(遠東百貨), Breeze(微風), 한신거단(漢神巨蛋)에 속함
- 2016년 매출액 기준 지점 순위는 미츠코시 타이베이 천지사관점(212억 달러), 미츠코시 타이중 중강점(약 163억 달러), SOGO백화점 타이베이 충효본점(약 130억 달러), 미츠코시 타이난 신천지서문점(약 129억 달러), 한신거단 가오슝 지점(120억 달러). 상위 지점 중 3개가 모두 신광 미츠코시 백화점 소유

23) 식품을 포함한 모든 제품의 매출액임

표 6.3 백화점 상위 5대 지점별 매출액 현황(2016년)

(단위: 억 달러)

순위	기업명	매장 명	매출액	전년 대비 성장률(%)
1	신광 미츠코시	타이베이 천지사관점 (台北天地四館合計)	212.0	101.6
2	신광 미츠코시	타이중 중강점 (台中中港店)	163	99.0
3	SOGO 백화점	타이베이 충효본점 (台北忠孝總店)	130	100.2
4	신광 미츠코시	타이난 천지서문점 (台南天地西門店)	129	107.0
5	한신거단	가오슝점(高雄店)	120	105.7

자료: ebrun(亿邦動力)

o 2014년 기준 요식업 및 식품 관련 매출 비중 1위

- 대만통계처(台湾统计处)에 따르면, 최근 백화점 업계가 유명 요식업 프랜차이즈를 입점시킴에 따라 요식업 및 식품 관련 매출 비중이 1위(37.1%)를 차지함. 2위는 의류 및 액세서리류임(36.4%)
- 백화점은 주 고객이 구매력이 있는 소비계층으로 고가전략 및 신상품 개발에 효과적이거나 백화점 자체 식품매장을 보유한 백화점이 극소수에 불과하여 매장 입점을 통한 마케팅의 전개는 쉽지 않음

2) 편의점

□ 2017년 편의점 산업 매출액은 3,173억 달러, 업계 1위 기업은 세븐일레븐(Seven Eleven)

o 2017년 편의점 산업 매출액은 전년 대비 2.8% 증가한 3,173억 달러이며 최근 5년간(2013-2017년)의 연평균성장률은 3.5%

- 대만 경제부에 따르면, 편의점 매출액은 지난 18년간 지속적인 증가세를 보이며 성장함. 신선·즉석조리식품·농산품 등 취급 식품군 확대, 입장권 매매·우편물 발송 등 다양한 서비스 제공 등이 성장의 주요 요인으로 작용
- 스낵, 음료 등 기본적인 필수품에서부터 온라인으로 구매한 상품의 보관서비스, 소형 물품의 우편 발송대행 서비스, 가스요금 지불, 콘서트 티켓 판매 등 다양한 서비스를 제공함으로써 접근성을 제고함

표 6.4 편의점 산업 매출액 추이(2013-2017년)

(단위: 억 달러)



자료: 대만 경제부통계처(經濟部統計處)

○ 대만 편의점 분포도는 한국에 이어 전 세계 2위

- 2017년 기준 대만 편의점의 점포 수는 1만 662개로 인구 2,211명당 1개 꼴로 운영되고 있으며 분포도는 한국(인구 1,452명당 1개, 총 3만 5,282개)에 이어 2위를 차지함

표 6.5 대만 편의점 매장 수 및 밀집도

(단위: 개, 명)



자료: 대만 경제부통계처(經濟部統計處)

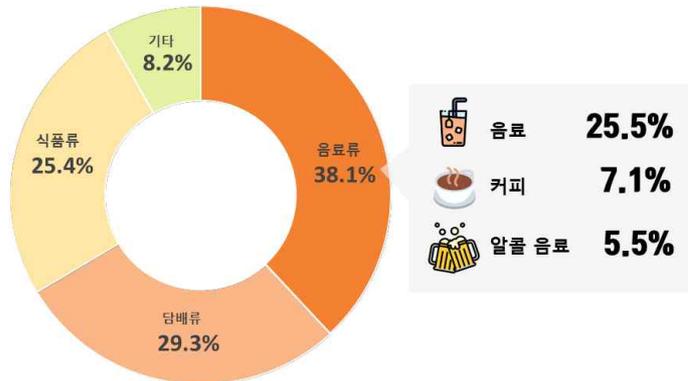
○ 경제부 통계처(經濟部統計處)가 발간한 《도매, 소매 및 음식업경영실황조사(批發, 零售及餐飲業經營實況調查)》에 따르면, 편의점 품목별 점유율 1위는 음료류 (38.1%)

- 2016년 편의점 산업 매출은 제품 판매 수입이 94.9%, 서비스 수입(수수료 등)

이 5.1%를 차지함. 품목별 점유율 기준 음료류 38.1%, 담배류 29.3%, 식품류 25.4% 순

- 음료류 제품의 경우 성수기인 7-8월에 판매량이 가장 높으며, 세부 품목별 점유율은 음료 25.5%, 커피 7.1%, 알콜 음료 5.5% 순
- 주요 편의점 프랜차이즈 업체인 세븐일레븐과 패밀리마트는 각각 일본 산토리, 하이네켄 맥주 회사와 협력하여 일부 매장에서 편의점용 생맥주를 판매하며 알콜 음료 매출을 확대 중

표 6.6 대만 편의점 품목별 점유율(2016년)



자료: 대만 경제부통계처(經濟部統計處)

- o 대만 상업사에 등록된 편의점업 업체는 세븐일레븐(7-11), 패밀리마트(Family Mart, 全家), 하이라이프(Hi-Life, 萊爾富), OK, TTL 등 5개 업체임
 - 2016년 말 기준, 매장 수가 1,000개가 넘는 업체는 각각 세븐일레븐 5,107개, 패밀리마트 3,057개, 하이라이프 1,273개 순
 - ‘세 걸음마다 세븐일레븐, 다섯 걸음마다 패밀리마트(走三步有seven eleven, 走五步有全家)’라는 말이 있을 정도로 대만 내 편의점의 밀집도 및 접근성이 높은 수준
- o 한국산 인기 품목은 ‘라면’
 - 최근 K-POP, 한국드라마 등의 인기로 인해 한국 라면에 대한 수요가 증가하는 추세임
 - 2017년 기준 전체 9,700만 달러의 면류 시장에서 한국산이 2,300만 달러를 기록해 약 24%의 점유율을 차지함. 대만의 수입라면 시장점유율 1위 업체인 농심의 경우, 한국에서 신제품 출시 시, 거의 동시에 패밀리마트 전 매장에 제품을 판매하는 것으로 확인됨

- 하이라이프(Hi-Life)는 2018년 100개의 매장에 한국 CU 및 GS 편의점의 즉석라면조리기를 설치하여 이목을 끌

□ 다각화 전략을 통한 ‘대형 복합형’ 편의점으로 변신

- o 매장 대형화 전략, 상품 휴게공간 마련을 통한 커피 및 베이커리류 매출 확대
 - 주요 프랜차이즈 기업인 세븐일레븐과 패밀리마트는 편의점 매장 확대 및 좌석설치를 통해 휴게공간을 제공하여 제품 구매 확대 효과를 목표로 한 소위 ‘좌식 경제(Seating Economy)’ 전략을 실시
 - 세븐일레븐은 2008년 이후 매장 규모를 확대 전략을 추진함. 40평 이상 규모의 매장 비율을 30%에서 40%로 확대하는 것을 목표로 하며, 130개의 매장은 60평 이상의 규모를 차지함
 - 세븐일레븐의 베이커리류 제품은 고속 성장 품목으로, 2018년 70여 개의 베이커리류 제품의 매출은 5억 달러로 확인됨. 또한 2005년 이후 운영되고 있는 세븐일레븐 시티 카페(7-Eleven’s City Cafés)는 2017년 총 3억 2,000만여 개의 커피를 판매, 총 매출의 8%인 110억 달러를 기록함
 - 2018년 기준 패밀리마트 매장의 50%는 45평 이상의 규모를 갖췄으며, 대만 전역에 5만여 개의 좌석을 설치한 것으로 확인됨. 매장 확대를 통해 냉동, 신선식품, 반가공식품, 즉석식품, 과일류, 조미료 등 총 350개 품목의 다양한 제품을 취급하는 ‘슈퍼마켓형 매장’ 을 운영 중
 - 패밀리마트는 2017년 기준 600개의 슈퍼마켓형 매장이 운영 중이며, 향후 전체 매장의 30%인 1,000개점을 슈퍼마켓형으로 변모시킬 예정임. 2017년 방문고객의 평균 25%가 신선 및 조리식품 등을 구매하는 것으로 확인됨

그림 6.1 세븐일레븐 대형 매장



자료: Taiwan Business Topics

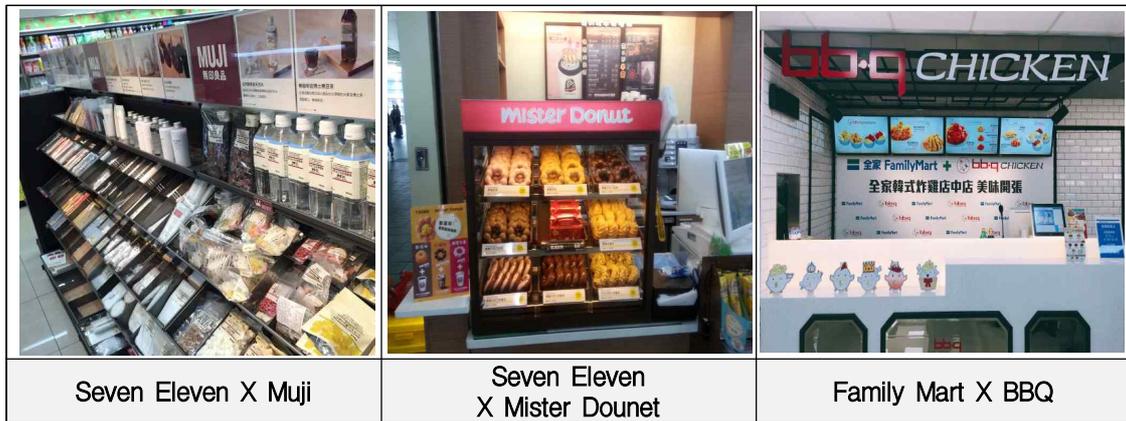
o 스텝인숍(Shop in Shop) 형태의 매장 인기

- 세븐일레븐, 패밀리마트 등 대만의 주요 편의점들은 스텝인숍(shop in shop) 형태의

매장 운영을 통해 특색 있고 차별화한 서비스를 제공함. 고령화·저출산·싱글족을 고려해 소포장 형태의 유기농 야채·과일·냉동 해산물·약품·유아용품 등 기존 편의점에서 취급하지 않는 품목 위주로 브랜드가 입점되는 추세임

- 7-eleven이 매장 내에 콜라보레이션 형태의 MUJI, 스타벅스, 미스터 도넛 매대를, 패밀리마트는 한국산 B브랜드 치킨, 대수약국 등 매대를 설치함. OK Mart는 한국 문구업체 T브랜드 제품을 판매 중

그림 6.2 주요 편의점의 솜인솜 매장 사진



자료: Google Taiwan

<p>Tip</p> <ul style="list-style-type: none"> • 기존에 ‘편리성’을 강점으로 내세우던 편의점은 ‘매장 확대, 솜인솜 매장 설치, 다양한 식품군 취급’ 등 ‘차별화된 체험’을 제공하는 복합형 편의점으로 변모 중임 • 한국 건조 감 수출업체는 인기 브랜드 및 품목과 콜라보레이션을 진행하고 한류 열풍을 활용하여 ‘한국 특정 지역의 특산물’임을 적극 홍보하는 방향으로 마케팅 전략을 구사할 필요성이 있음
--

o 현지 조사 결과, 편의점에서는 건조 감류 제품이 판매되고 있지 않음

3) 대형유통매장 및 슈퍼마켓 유통 현황

□ 2017년 대형유통매장 매출액 1위는 코스트코(Costco)

o 대표적인 대형유통매장은 2017년 매출액 기준 코스트코(Costco) 750억 달러, 까르푸(Carrefour) 700억 달러, RT-MART 240억 달러, A-Mart 220억 달러 순

- 대형유통매장은 기본 입점 수수료 35%에 물류비용·행사비용 등을 포함할 경우, 약 50%에 육박함

o 미국 참고형 대형마트 코스트코는 1997년 가오슝(高雄)에 1호점 설립을 시작으로

대만에 진출, 2017년 기준 13개의 매장 보유

- 코스트코는 회원제로 운영되며, 수입식품 위주의 제품을 대량판매해 매출확대 및 수출증대에 적합함. 입점수수료가 15% 정도로 비교적 낮게 책정되어 있으나 입점 자체가 특정 업체에만 제공되는 애로점이 있음
 - 2018년 2월, 한국산 딸기에 농약 클로르페나피르(Chlorfenapyr) 0.09ppm 및 살충제 피리벤카브(Pyribencarb) 0.06ppm가 검출되어, 전량 반송 및 폐기 처리된 사례가 있음
- 2018년 4월 기준 까르푸의 매장 수는 총 117개점으로(대형할인매장형 63개점, 슈퍼마켓형 54개점) 전년 대비 23개점이 증가함
- 최근 다양한 한국식품을 취급하고자 한국식품의 판촉전 추진에 적극적이며 특히 까르푸는 한국식품 코너를 마련
 - 인기 한국산 수입 품목은 라면 제품(불닭볶음면, 꼬꼬면, 자장라면 등) 및 스낵 제품임. 최근 사과, 배, 딸기와 같은 신선식품에 대한 수요가 증가하는 추세나, 가격이 비싸 현재까지는 일본 제품에 대한 선호도가 높음
 - 2018년 12월, 시범운영 중이던 24시간 무인점포 ‘i Carrefour’ 가 정식 오픈함. 무인편의점은 대형유통매장과 같이 다양한 제품, 기동성을 갖춰 판매 지역 및 매장형태의 탄력적 운영 등이 차별화된 경쟁력임

그림 6.3 타오위엔시(桃園市) 까르푸 무인 점포



매장 외부

매장 내부

자료: Supertaste

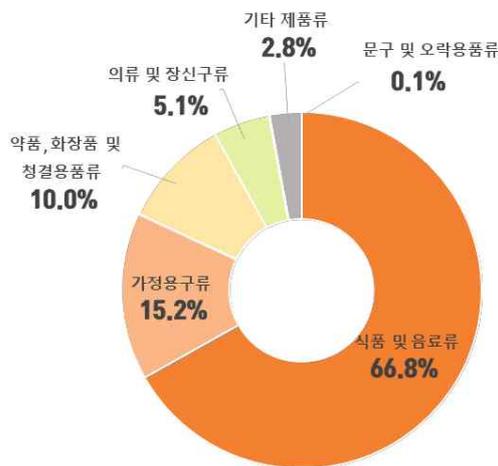
□ 2017년 슈퍼마켓 매출액 1위는 PX-MART(全聯福利中心)

- 전국 슈퍼마켓은 2017년 기준 약 1,844개로, 기타 종합소매유통채널 중 가장 빠른 속도로 성장 중(연평균성장률 7.2%). 식품 및 음료의 매출점유율이 66.7%에 달함
 - 슈퍼마켓은 다양한 판매 전략을 통해 매출실적이 지속 상승세를 보이는 추세임.

아파트 단지 등 주거 구역으로 진출해 소규모 형태로 오픈, 과일채소류 확대, 판매 품목 수 확대, 상품 가격의 차별화 정책, 회원제 운영, 소액 신용카드 결제 방식 등의 전략으로 2016년 9월말 기준 매출실적은 1,463억 달러로, 전년 동기 대비 가장 높은 실적을 달성함

- 대만 경제부에 따르면, 슈퍼마켓의 지속적인 성장세에도 여전히 가격 경쟁 심화(89.1%), 노동 원가 상승 및 인적자원 부족, 높은 유동성(50.9%)과 같은 문제가 대만 슈퍼마켓 경영에 큰 걸림돌로 작용

표 6.7 대만 슈퍼마켓 품목별 점유율(2017년)



자료: 대만 경제부통계처(經濟部統計處)

- o 슈퍼마켓은 일반 중저가와 프리미엄 슈퍼마켓으로 분류됨
 - 일반 슈퍼마켓으로는 PX-MART, SIMPLE MART, Wellcome 등이 있고 고급마켓으로는 Jason's Market, City Super, Beauty Market 등이 백화점 및 고급상권에 주로 오픈되어 수입식품 및 고품질, 고가상품을 취급함
- o 2015년 11월 PX-MART는 마추세이(松青) 슈퍼마켓 75개점을 인수한 뒤 지속적으로 성장하여 2017년 기준 전국 914개 매장 보유. 매출 규모가 대형유통매장을 초월하여 세븐일레븐 등 편의점을 제외하면 업계 최고의 규모를 보임
 - 주로 중저가인 대만 로컬식품 및 농수산품을 취급하나 최근 수입식품을 확대하고 고급화를 추구함
 - 대만은 2016년 기준 전체 가구 수(8,560,000개)의 3분의 1이 '1인 가구' 로, 최근 PX-Mart는 싱글슈머를 타겟으로 한 소포장 반찬·디저트 제품을 출시하여 소비자의 호응을 이끌어냄

표 6.8 주요 유통채널별 점포 수 및 매출 규모 현황(2017년)

(단위: 개, 억 달러)

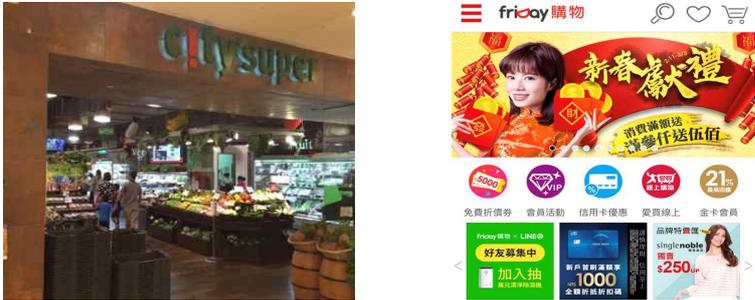
항목	유통업체	점포 수	2017년 매출액	설립일
대형 유통매장	Costco(好市多)	13	750	1997년
	RT-Mart(大潤發)	23	240	1996년
	A-Mart(愛買)	17	200	1990년
	Carrefour(家樂福)	117	700	1989년
슈퍼마켓	全聯福利中心 (PX-MART)	914	1,100	1998년
	頂好(Wellcome)	224	320	1987년
	美聯社(Simple)	628	360	1975년
	台灣楓康超市	47	50	1988년
	JASONS Market	23	240	1993년
	CitySuper	8	20	2004년

o 현지 조사 결과, 대형마트에서는 건조 감류 제품이 판매되고 있지 않음

2. 주요 유통업체 분석

□ 슈퍼마켓 및 백화점

o Citysuper

기업개요			
	<ul style="list-style-type: none"> 1996년 홍콩에 설립된 이후, 2004년에 원동그룹(遠東集團)이 대만에 도입한 고급 체인형 슈퍼마켓 브랜드로, 주로 SOGO 백화점 내 입점됨 타이베이시 및 신주시에 총 7개의 매장이 있으며, 연간 매출액은 20억 달러임 원동그룹의 온라인몰인 Friday Shopping에서 일본 도야마(富山)산·나가노현(長野縣)산 곱감 및 대만 북포농회(北埔農會)의 신푸현(新埔鎮)산 곱감이 판매 중 		
매장 위치	台北市仁愛路4段68號7樓	설립연도	1996년
매출액	약 20억 달러(2017년 기준)	점포 수	7개
대표전화	+886 2 77113288	홈페이지	www.citysuper.com.tw
매장전경 및 온라인몰 이미지			

o Breeze 백화점(微风百货)

기업개요				
	<ul style="list-style-type: none"> • 2001년에 설립된 미풍광장실업주식유한공사(微风广场实业股份有限公司)가 운영하는 고급 백화점으로, 타이베이를 중심으로 대만 전역에 10개의 매장 보유 • 2019년 1월에 개점한 난산점(微风南山)의 규모는 약 16,200평으로 계열 매장 중 최대 규모를 자랑함. 다른 백화점 브랜드에 비해 가격대가 월등히 높은 수준 • 현지조사 결과, 대만산 신피곶감 및 일본 야마가타산 곶감이 판매 중 			
	본사 위치	松山區復興南路一段39号	설립연도	2001년
	매출액	-	점포 수	10개
	대표전화	+886 0809 008888	홈페이지	www.breezecenter.com
매장전경 및 판매 제품				

o 신광 미츠코시 백화점(新光三越)

기업개요				
	<ul style="list-style-type: none"> • 1989년 대만 신광그룹(新光集團)과 일본 미츠코시백화점(三越百貨)가 합자회사인 신광미츠코시백화주식유한공사(新光三越百貨股份有限公司) 설립함. 1991년 타이베이에 1호점인 남서점(南西店) 1관을 오픈함 • 2017년 기준 매출액은 전년 대비 2% 증가한 790억 달러임. 대만 전역에 15개 지점 보유, 2,600개 이상의 제품을 판매함. 연평균 방문객 수는 약 1.3억명 • 현지조사 결과 인기리에 판매되고 있는 건조 감 제품은 일본산 이치다감 및 나가노현산 곶감 			
	본사 위치	台北市信義區松高路19号7至9樓	설립연도	1989년
	매출액	790억 달러(2017년 기준)	점포 수	15개
	대표전화	+886 0800 008 801	홈페이지	www.skm.com.tw
매장전경 및 판매 제품				

□ 전통 시장

○ 남문시장(南門市場)

기업개요			
-	<ul style="list-style-type: none"> 타이베이의 주요 전통시장으로, 지하 1층은 수산물, 1층은 건조 식품 및 반찬류를 판매하고 2층은 식당으로 구성됨 대만 신푸산 꽃감이 주로 판매되고 있으며, 최근 일본산 꽃감판매도 증가 추세 <ul style="list-style-type: none"> JA미나미신슈 협동조합의 '이치다감'은 대만산에 비해 더 흔하게 판매되고 있으며, 가격대는 200달러(약 7,294원) 수준 		
위치	100 台湾台北羅斯福路一段8号中正紀念堂捷運站2號出口	설립연도	1989년
매출액	790억 달러(2017년 기준)	점포 수	15개
대표전화	+886 0800 008 801	홈페이지	www.skm.com.tw
매장전경 및 판매 제품	 		

□ 온라인

기업개요	
	<ul style="list-style-type: none"> 부방메체과기(富邦媒体科技)가 2005년에 설립된 B2C 전자상거래로 2018년 이용율 기준 시장 점유율 41.5%를 차지 2017년 매출액은 전년 대비 18.4% 증가한 약 332억 달러 기록 2019년 기준 온라인상에서 5개 품목의 건조 감류 제품 판매 중 사이트 주소: www.momoshop.com.tw
모모 구매망 (MOMO 購物網)	
	<ul style="list-style-type: none"> 1998년에 개설된 연합농산품온라인몰(聯合農產品網路商城)은 대만 최초의 농산품 판매 B2B, B2C, B2B2C 온라인 플랫폼으로, 재단법인 농어연합정보중심(農漁會聯合資訊中心,UIC)에서 운영함 약 65개의 중소농업상의 제품이 판매되며, 2019년 기준 온라인상에서 4개 품목의 건조 감류 제품 판매 중 사이트 주소: www.efarm.org.tw
연합농산품온라인몰 (聯合農產品網路商城)	

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15
2. 「Taiwan: Retail Foods」, USDA, 2018.12.15.
3. 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Taiwan」, Euromonitor International, 2018.07
4. 「타이난구 농업전신(臺南區農業專訊)」, 타이난구농업개량장(臺南區農業改良場), 2017.9
5. 「대만조리식품소비자행위분석(台灣調理食品消費行為分析)」, ITIS지망(智網), 2017
6. 「도매, 소매 및 음식업경영실황조사(批發,零售及餐飲業經營實況調查)」, 경제부 통계처(經濟部統計處), 2018.11.15
7. 「수출국가정보zip 일본·중화권 기초세우기」, 농림축산식품부&aT한국농수산물유통공사, 2018.08.10
8. 「2017년 주요국 수입제도 모니터링(홍콩, 대만, 베트남)」, 농림축산식품부&aT한국농수산물유통공사, 2018.03.30

■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
2. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
3. 트레이드내비(www.tradenavi.or.kr)
4. International Trade Centre(www.trademap.org)
5. 한국수출입은행 해외경제연구소
6. 관세평가분류원
7. 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.or.kr)
8. 대만 상업발전연구원(商業發展研究院, www.cdri.org.tw)
9. 대만경제부국제무역국(經濟部國際貿易局, cus93.trade.gov.tw)
10. 대만관세청(www.customs.gov.tw)
11. Liberty Times Net(food.ltn.com.tw)
12. 대만 행정원농업위원회(行政院農業委員會, www.coa.gov.tw)
13. Taiwan Institute of Economic Research(www.tier.org.tw)
14. 대만 경제부통계처(經濟部統計處, www.moea.gov.tw/mns/dos)
15. TOPick(hket.com)
16. 식품약품소비자지식서비스사이트(consumer.fda.gov.tw)
17. 농업전신(農業專訊, www.tndais.gov.tw)
18. TWFood(www.twfood.cc)
19. 을방동력망(億邦動力網, www.ebrun.com)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1812-27

품목: 건조 감

(Dried Persimmon)

국가: 대만(Taiwan)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발행일 2018

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

자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

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