

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사


No. 1812-29

품목: 냉동딸기(Frozen Strawberries)

국가: 대만(Taiwan)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 딸기 산업 현황	09
3. 수출입통계	13
II. 시장 트렌드	19
1. 정책 이슈	21
2. 소비자 및 유통 트렌드	22
III. 통관 및 제도	29
1. 통관 및 검역	31
2. 인증정보	37
3. 라벨링	40
4. 위생요건	47
IV. 경쟁제품	53
1. 경쟁제품 선정	54
2. 경쟁제품 정보	55



V. 경쟁사	62
1. 경쟁사 선정	63
2. 경쟁사 정보	64
VI. 유통채널 현황	68
1. 유통채널 개황	60
2. 주요 유통업체 분석	79



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 딸기 산업 현황
3. 수출입통계 및 생산통계

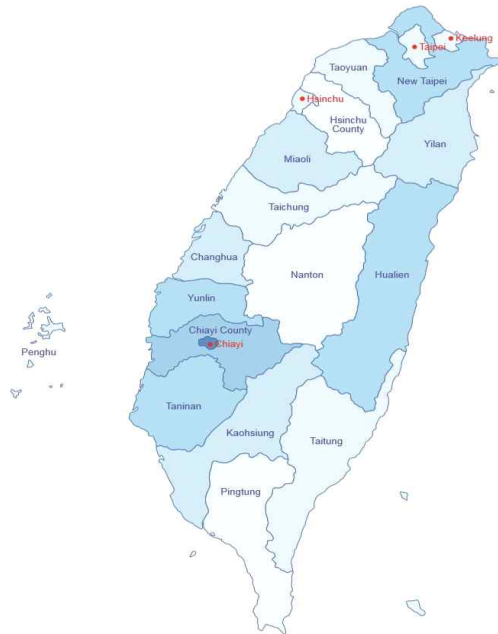
국가 개요

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 '대만달러'로 표기

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망⁵⁾

	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 대만 정부는 내수 확대를 위해 총 8,825억 대만달러(약 32조 1,800억 원⁶⁾)의 특별 예산을 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(‘산업혁 신조례’)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) 1대만달러 = 36.5원(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2019.02.20.)

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

8) 100만 대만달러 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 대만달러(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. 딸기 산업 현황¹⁰⁾

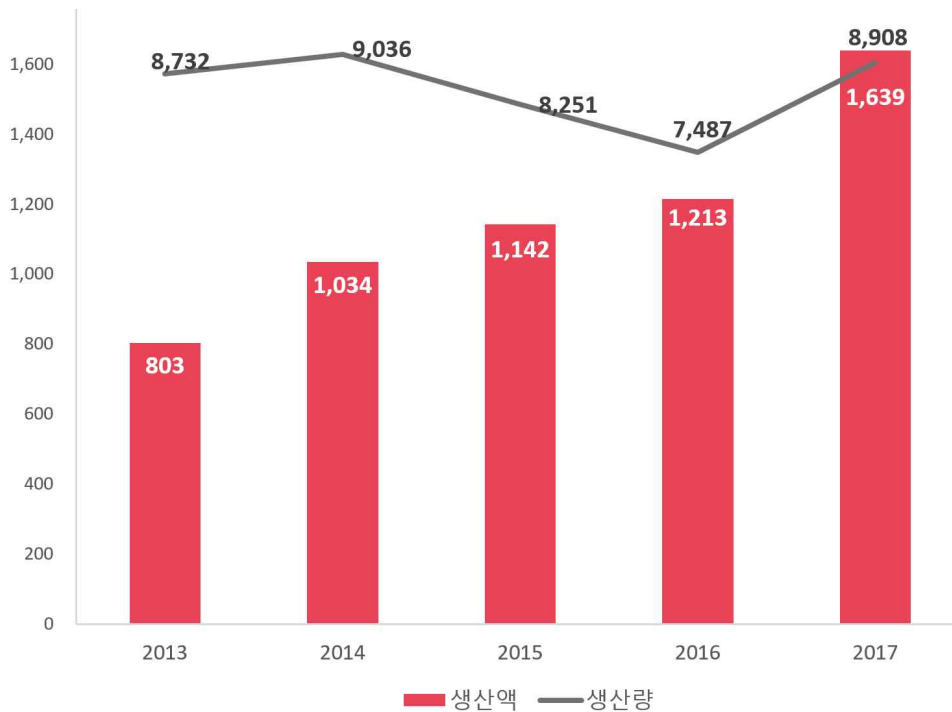
1) 딸기 산업 현황

□ 생산 규모

- 대만 행정원농업위원회(行政院農業委員會)에 따르면, 2017년 딸기 생산량 및 생산액은 8,908톤, 약 164만 대만달러를 기록함
 - 딸기 생산량은 주로 기후변화에 좌우되기 때문에 해마다 변동폭이 커서 2014년 이후 2년 연속 하락세를 보이다가, 2017년 전년 대비 19% 성장하며 증가세로 전환함
 - 딸기의 최근 5년간(2013-2017년)의 평균 가격은 1톤 기준 약 14만 대만달러로, 5년 연속 상승세를 보임

표 1.2 딸기 생산량 및 생산액 추이(2013-2017년)

(단위: 톤, 천 대만달러)

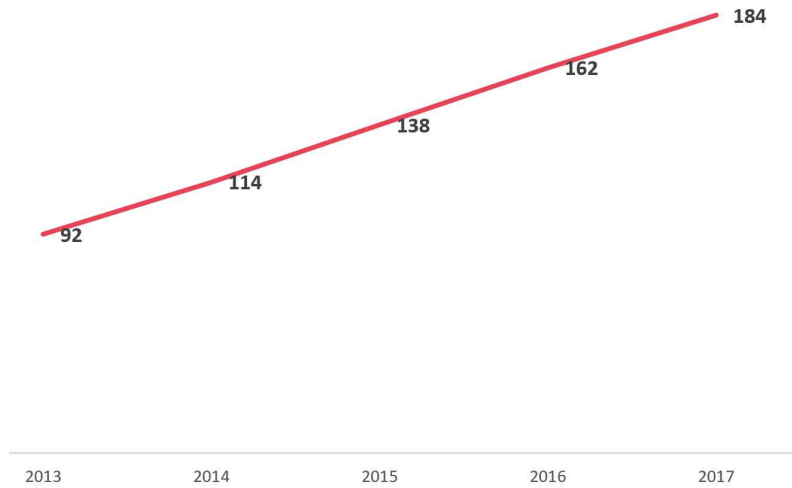


자료: 대만 행정원농업위원회(行政院農業委員會)

10) 대만 냉동과일의 시장규모가 매우 작아 관련 통계가 부재한 것으로 확인됨. 그러므로 냉동딸기 산업 현황 대신 일반적인 딸기 산업 현황에 대한 조사를 진행함

표 1.3 1톤 기준 딸기 가격 추이(2013-2017년)

(단위: 천 대만달러)



자료: 대만 행정원농업위원회(行政院農業委員會)

□ 주요 생산지 및 품종

- 대만의 연간 딸기 생산량은 평균 약 8천톤 정도이며, 주 생산지역은 중부지역임
 - 생산량의 90%는 대만 중부지역의 미아우리현(따후향, 공관향 등)에서 생산되며, 나머지 10%는 타오위엔, 신쭈, 가오슝 등의 지역에서 일부 생산됨
- 대만 딸기 생산시기는 12월부터 이듬해 4월까지이나 주로 1월에서 3월까지 집중생산됨
- 대만산 딸기의 주요 품종은 풍향(豐香), 향수(香水)로 풍향은 색과 향이 진하고 당도가 높으며, 향수는 크기가 비교적 크고 길쭉하며 매끄러우며 풍향에 비해 당도는 낮으나 아삭한 식감이 있어 달콤한 디저트용으로 많이 사용됨

표 1.4 대만산 딸기 주요 품종



□ 수출입 현황

○ 수입 현황

- 최근 5년간(2013-2017년) 딸기 수입액은 연평균 26.8%의 증가율을 기록하며, 2017년 기준 2013년 대비 2.8배 성장한 약 855만 US달러를 기록
- 주요 수입국은 미국, 일본, 뉴질랜드, 한국임
- 미국은 대만의 딸기 최대 수입국으로, 2017년 수입액은 454만 US달러를 기록하면서, 전체 수입액의 약 53%를 차지함
- 대만은 2017년 한국으로부터 79만 US달러의 딸기를 수입하였으며 최근 5년간(2013-2017년)의 수입액은 연평균 48.6%의 증가율을 기록
- 수입 딸기의 최근 5년간(2015-2019년 2월)의 월별 kg당 평균 가격 및 거래량 추이를 보면, 주로 매년 12월부터 다음 해 4월까지 수입 딸기가 거래되고 있으며, 그 중 1-3월의 거래량이 가장 많은 것으로 확인됨
- 수입 딸기의 거래량이 가장 많았던 시기는 2018년 2월(21.1톤)이며, 1kg당 평균 가격이 가장 높았던 시기는 2017년 2월(약 797.4 대만달러)인 것으로 확인됨

표 1.5 주요 수입국의 딸기 수입액 추이(2013-2017년)

(단위: 천 US달러)

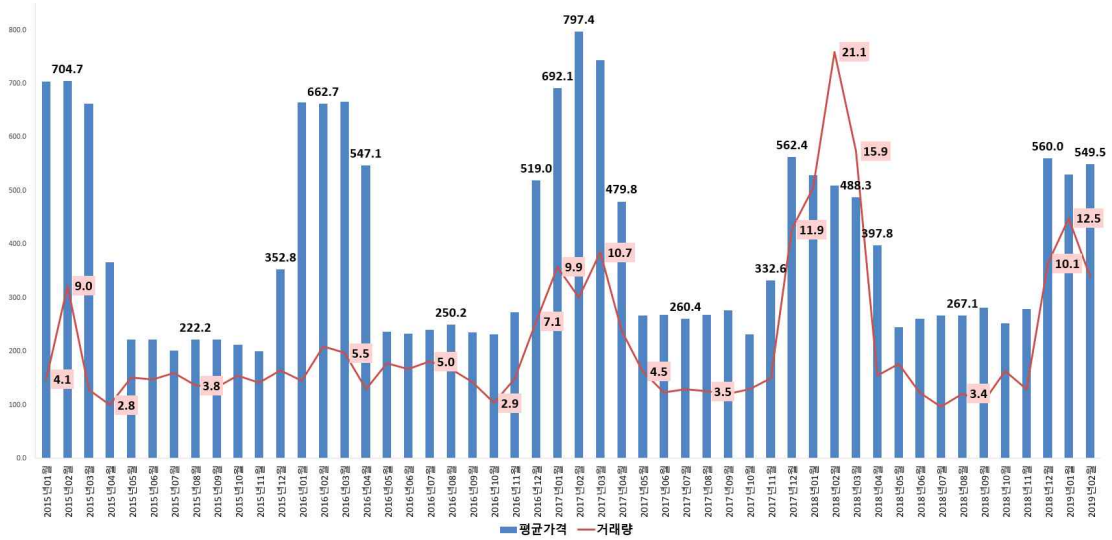
구분	2013	2014	2015	2016	2017	CAGR ¹¹⁾
미국	2,009	2,188	2,322	3,384	4,538	23.0%
일본	564	490	759	931	1,613	17.7%
뉴질랜드	222	308	480	559	1,609	23.4%
한국	240	56	212	395	787	48.6%
합계	3,035	3042	3772	5268	8546	26.8%

주: HS CODE 0810.10.00008(Fresh strawberries) 기준
 자료: Taiwan Institute of Economic Research

11) 연평균증가율

표 1.6 수입딸기의 연도별 1kg당 평균 가격 및 거래량 추이(2015-2019년)

(단위: 대만달러, 톤)



주: 도매가격 기준

자료: amis.afa.gov.tw

0 수출 현황

- 최근 5년간(2013-2017년) 대만은 홍콩으로 2014년 및 2016년에 각각 2,000 US 달러, 4,000 US달러의 딸기를 수출하였으며, 그 외 수출실적은 없는 것으로 확인됨

표 1.7 대만의 딸기 수출액 추이(2013-2017년)

(단위: 천 US달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	CAGR
홍콩	0	0	0	4	0	-
합계	0	2	0	4	0	-

주: HS CODE 0810.10.00008(Fresh strawberries) 기준

자료: Taiwan Institute of Economic Research

3. 수출입통계

1) 통계분석 기준 설정

□ 냉동딸기 통계분석 기준 설정

- 냉동딸기의 글로벌 및 대만의 수입 규모, 한국의 수출규모를 확인하기 위해 HS CODE를 조사 기준으로 설정¹²⁾

□ 냉동딸기의 HS CODE는 한국 0811.10.0000, 대만 0811.10.00007로 설정

- 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 0811.10, 대만 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 0811.10.00007, 한국 수출 규모를 파악하기 위해 HS CODE 0811.10.0000을 통계 기준으로 설정

표 1.8 냉동딸기 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	0811	냉동 과실과 냉동 견과류(조리하지 않은 것이나 물에 삶거나 찐 것으로 한정하며, 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관 없다)
	0811.10.0000	초분류 딸기
대만	0811	냉동 과실과 냉동 견과류(조리하지 않은 것이나 물에 삶거나 찐 것으로 한정하며, 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관 없
	0811.10	초분류 딸기
	0811.10.00007	결빙되는 초분류 딸기

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

2) 글로벌 냉동딸기 수입 통계¹³⁾

□ 2017년 글로벌 냉동딸기 수입 규모 1위는 미국(18%)임

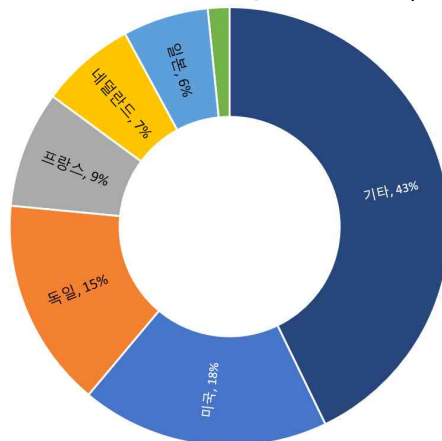
- 2017년 냉동딸기의 글로벌 수입 규모는 약 10억 US달러로 최근 5년(2013-2017년) 연평균증가율은 0.5%를 기록
 - 최대 수입국인 미국은 2017년 기준 약 1.8억 US달러를 수입하였으며, 최근 5년(2013-2017년) 6%의 연평균증가율을 기록하여 수입액 상위 5개국 가운데 가장 빠른 증가세를 나타냄
- 2017년 기준 수입 규모 상위 5개국(미국: 18%, 독일: 15%, 프랑스: 9%, 네덜란드: 7%, 일본: 6%)의 비중이 56%에 달하며, 한국은 2%로 17위를 기록

표 1.9 글로벌 냉동딸기 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 US달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	CAGR
글로벌	974,089	942,297	942,493	951,275	996,666	0.5%
1 미국	136,588	166,952	232,494	220,653	182,698	6.0%
2 독일	147,952	130,444	115,052	123,025	154,437	0.9%
3 프랑스	95,134	86,227	80,642	86,446	86,064	-2.0%
4 네덜란드	86,525	62,194	63,756	73,205	69,901	-4.2%
5 일본	62,421	67,655	64,752	55,435	63,071	0.2%
17 한국	14,356	13,522	13,771	14,989	15,973	2.2%
32 대만	743	988	1,305	2,125	2,792	30.3%

그림 1.1 국가별 냉동딸기 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

13) 통계기준: HS CODE 0811.10(Frozen strawberries, uncooked or cooked by steaming or boiling in water, whether or not sweetened)

3) 대만 냉동딸기 수입 통계¹⁴⁾

□ 냉동딸기의 연평균 수입 증가는 14.2%

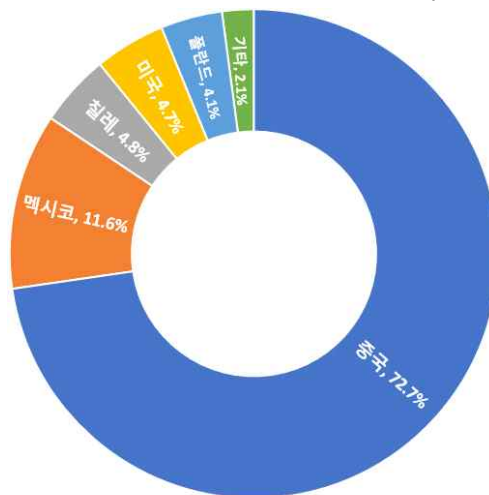
- 2017년 대만 냉동딸기의 수입액은 약 279만 US달러
- 중국으로부터의 수입 규모가 1위를 차지
 - 2017년 기준으로 전체 수입액의 72.7%를 중국으로부터 수입하였으며 최근 5년간 (2013-2017년) 연평균 37.7%의 증가 추세를 보임
- 최근 5년간(2013-2017년) 한국의 對대만 냉동딸기 수출은 2014년의 6,000 US달러 외 기타 실적은 없는 것으로 확인됨

표 1.10 대만 냉동딸기 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 US달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	CAGR
글로벌	744	988	1,306	2,125	2,792	30.3%
1 중국	410	651	746	1,616	2,029	37.7%
2 멕시코	94	70	272	320	325	28.2%
3 칠레	33	79	130	0	133	32.2%
4 미국	3	0	4	12	131	112.8%
5 폴란드	175	115	112	129	114	-8.2%
13 한국	0	6	0	0	0	0%

그림 1.2 대만 냉동딸기 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

14) 대만 냉동과일의 냉동기준은 섭씨 영하 17.8도임

□ 냉동딸기 월별 수입액 추이

- 대만에서 냉동딸기는 주로 ‘자국 신선 딸기 생산시기’ 에 따라 수입수입 규모가 좌우됨
- 현지에서 딸기가 집중생산되는 1월-3월에는 수입산 냉동딸기보다는 자국산으로 수요가 충족되며, 6월-7월 및 10월-12월까지는 국내에서 딸기가 자급자족되지 않아 냉동딸기의 수입이 증가하는 경향이 있음
- ITC에 의하면 중국산 딸기의 가격 경쟁력이 높기 때문 거의 독점적으로 이뤄지고 있는 것으로 확인됨

표 1.11 대만의 국가별 냉동딸기 수입액 추이(2015-2017년)

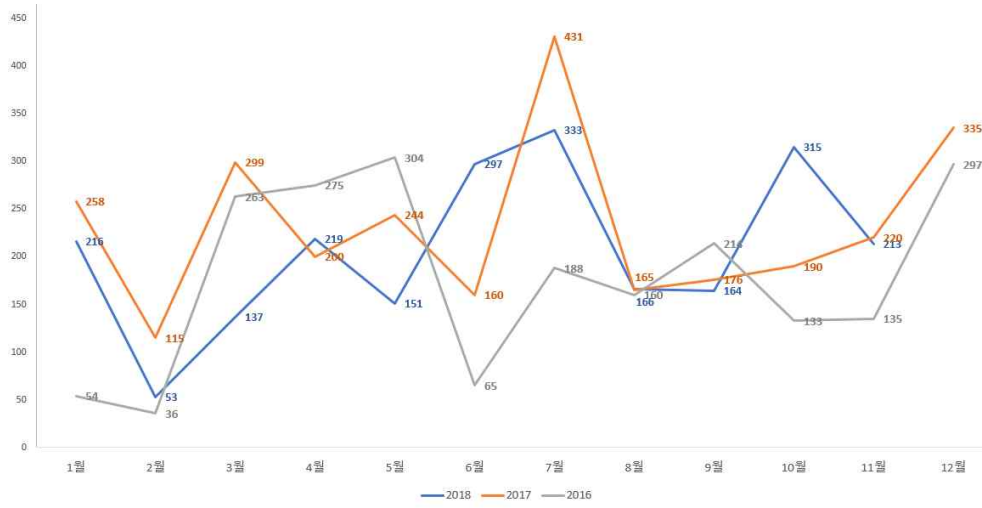
(단위: 천 US달러)

		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
중 국	2017	215	115	187	160	203	122	258	101	165	134	105	264
	2016	42	24	237	224	238	49	134	144	91	87	72	274
	2015	29	32	39	93	28	97	39	93	86	53	114	41
멕시코	2017	24	0	37	23	38	13	85	64	0	0	0	41
	2016	0	0	19	33	55	0	38	8	98	32	37	0
	2015	0	47	0	33	0	55	0	86	0	28	23	0
칠레	2017	0	0	64	0	0	5	65	0	0	0	0	0
	2016	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	2015	0	0	0	0	0	0	0	0	65	0	65	0
미국	2017	0	0	0	0	0	0	0	0	0	47	54	30
	2016	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	11
	2015	0	0	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0
폴란드	2017	8	0	6	13	4	14	21	0	7	7	36	0
	2016	8	6	3	18	11	4	16	0	20	13	19	10
	2015	15	0	0	9	18	13	5	31	0	0	9	13

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

표 1.12 대만 냉동딸기 월별 수입 추이(2016-2018년)

(단위: 천 US달러)



자료: Taiwan Institute of Economic Research

4) 한국 냉동딸기 수출 통계¹⁵⁾

□ 2018년 기준 한국산 냉동딸기의 수출액은 약 154만 US달러이며 수출량은 약 490톤

- 최근 6년간(2013-2019년) 한국산 냉동딸기의 글로벌 수출액 및 수출량은 증감을 반복하는 등 뚜렷한 경향성을 나타내지 않음
- 2014년을 제외한 최근 6년간 한국산 냉동딸기의 對대만 수출은 없는 것으로 확인 됨

표 1.13 한국산 냉동딸기 수출 추이(2013-2018년)

(단위: 천 US달러, 톤, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018
수출액 (연 증감률)	1,237.2 (39.9)	1,702.9 (37.6)	1,035.1 (△39.2)	1,646.5 (59.1)	951.9 (△42.2)	1,541.5 (61.9)
수출량 (연 증감률)	301.2 (12.7)	586.5 (94.7)	382.4 (△34.8)	585.6 (53.1)	310.9 (△46.9)	489.9 (57.6)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

표 1.14 한국산 냉동딸기의 對대만 수출 추이(2013-2018년)

(단위: 천 US달러, 톤, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018
수출액 (연 증감률)	0	44.5	0	0	0	0
수출량 (연 증감률)	0	11.4	0	0	0	0

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

15) 통계기준: HS CODE 0811.10.0000



II. 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 수입 트렌드
3. 소비자 및 유통 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 정책 이슈

- ❖ 잔류농약허용기준이 타 국가 기준과 상이하므로 확인 필요

2. 소비자 및 유통 트렌드(현지 소비자 및 유통채널 담당자 인터뷰]

- ❖ 일반 소비자는 과일 구매 시 냉동보다 신선한 제품을 더 선호
- ❖ 냉동딸기는 주로 유기농마트나 온라인을 통해 유통
- ❖ '가성비' 및 '유기농'이 냉동딸기 구매 시 주요 고려 요인
- ❖ 냉동딸기의 경우, 미국 및 캐나다산을 가장 많이 구매
- ❖ 한국산 냉동딸기를 본 적이 없지만 있다면 구매할 의향이 있음
- ❖ 수입산 과일 중 일본산을 가장 선호

1. 정책 이슈

□ 잔류농약허용기준이 타 국가 기준과 상이하므로 확인 필요¹⁶⁾

- 2018년 3월 15일 대만 식약서가 공고한 파파야, 슈가애플, 파인애플, 람부탄, 패션프루트, 망고, 리치, 용안 등 8종의 과일류에 적용되고 있는 ‘프로파모카브 하이드로클로라이드(Propamocarb hydrochloride)’ 농약은 유럽연합 기준이 0.01ppm인데 대만은 10ppm로 허용기준치가 1,000배나 완화된 상태라고 보도되었음
 - 관련 당국은 각국의 잔류농약 허용범위는 국내 농작물의 재배 및 국민 섭취습관의 상이함을 고려하여 규정한 것이라고 설명
- 최근 일본산 딸기가 잔류농약기준을 초과하여 통관 불합격처리 되었으며 실제 일본허가 기준량이 5ppm인데 비하여 대만은 0.01ppm으로 대만 기준치가 국제기준보다 관대하지는 않다고 강조
- 2018년 01월 23일 대만식품약품관리서는 20개 농산품목에서 농약 및 동물용 약물 검출량이 기준치를 초과하여 반송폐기 처리했다고 발표
 - 그 중 대만 코스트코에서 수입한 한국산 딸기(총 624Kg)에서 농약 플루페녹수론(flufenoxuron) 0.08ppm이 검출되어 대만 FDA에서 규정한 0.01ppm기준치에 초과되어 반송폐기가 되었음
 - 한국산 딸기는 2018년 1월 9일 세관 통관 검사에도 플루페녹수론 0.07ppm이 초과되어 반송폐기된 바 있음
- 신선농산물의 대만 수출 시 잔류농약허용기준치가 한국과 상이하여 반송, 억류, 폐기 처리되는 경우가 자주 발생함에 따라 반드시 대만 잔류농약허용기준 및 변경사항 등을 참고하여 수출에 대비할 필요성이 있음

16) 자료: TVBS신문, 2017.04.11

2. 소비자 및 유통 트렌드

❖ [현지 조사원 의견]



구매시 냉동과일보다 신선한 제품을 더 선호



냉동딸기는 한국 대형마트에서 쉽게 구매할 수 있는 흔한 제품이지만 대만 내에서는 백화점은 물론, 대형마트 수입마트 등 어느 곳에서도 구할 수 없었음. 현지 소비자와의 인터뷰를 진행하면서 냉동과일 및 냉동야채에 대한 인식이 한국과 상이했으며, 냉동과일을 왜 구매하는지 궁금해 하는 사람이 상당히 많았음. 우선 한국과의 문화적 차이를 비교하자면 대만은 외식문화가 발달되어 있고, 길거리에 가격이 저렴한 생과일가게가 상당히 많음. 따라서 소비자들은 냉동과일보다 저렴하고 구매 후 바로 먹을 수 있는 신선한 생과일을 더 선호함


냉동딸기는 주로 유기농마트나 온라인을 통해 유통

대만의 미츠코시백화점, SOGO백화점, BREEZE백화점, 까르푸, 아이마이, RT-Mart, PX-Mart JASONS Market 등 타이베이 중심가에 위치한 유통채널을 방문한 결과, 매장 직원 대부분이 현재까지 해당제품을 찾는 소비자가 없었다고 함. 이후 추가로 유기농마트를 방문한 결과, 냉동딸기를 판매하고 있었음. 다음으로 온라인의 경우 '冷凍草莓(냉동딸기)'를 구매량 순으로 검색한 결과, 상위 10위 랭크된 제품 중 한국산 냉동딸기는 없었으며, 대만인들이 많이 이용하는 쇼핑몰 랭크 10위 안에 드는 곳 중 원산지와 관계없이 냉동딸기 제품을 아예 취급하지 않는 곳도 많았음. 이는 아직 온라인에서도 접근성이 상당히 떨어진 제품인 것을 알 수 있었고, 현지인들이 냉동야채 및 냉동과일에 접근하기에는 상당한 시간이 소요될 것으로 판단이 됨



❖ [현지 소비자 인터뷰]



구분	 <여성, 40대>	 <여성, 40대>
Q1: 냉동딸기 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	대만에서 냉동딸기를 구하기 어렵고, 오프라인에서 구매	일반 마트에서는 냉동딸기를 팔지 않음. 가끔 코스트코에서 주스 제조 용도로 구매하기 때문에 가성비를 중요시
Q2: 어느 국가의 냉동딸기를 선호하십니까?	특별히 선호하는 브랜드나 원산국은 없음	대만 딸기는 맛이 없기 때문에 미국산 혹은 캐나다산을 주로 구매
Q3: 한국 산 냉동딸기 구매 경험 여부 및 만족도, 인식	구매해본 적이 없음	온라인과 오프라인에서 한국산은 본 적이 없기 때문에 구입해본 적이 없음
Q4: 선호하는 수입 식품 품목 및 원산지 있습니까?	일본의 과일(밀감, 사과)을 좋아함. 가격이 비싸긴 하지만 맛은 보장이 되기 때문에 종종 이용함	일본의 과일(곶감, 밀감, 배)을 좋아함


구분	 <남성, 20대>	 <여성, 40대>
Q1: 냉동딸기 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	가성비	냉동이라도 제조날짜가 너무 길면 꺼려짐. 아이들 주스용으로 구매하기 때문에 유기농인지도 고려함
Q2: 어느 국가의 냉동딸기를 선호하십니까?	특별히 선호하는 브랜드나 원산국은 없음. 현재까지는 미국산만 계속 구매	유기농마트에는 주로 캐나다산을 접하기 때문에 그것만 구매함
Q3: 한국 산 냉동딸기 구매 경험 여부 및 만족도, 인식	구매해본 적이 없음. 만약 나중에라도 본다면 한번 구입할 의향은 있음	구매해본 적이 없음. 만약 나중에라도 본다면 한 번 구입할 의향은 있음
Q4: 선호하는 수입 식품 품목 및 원산지 있습니까?	일본 과자, 라멘을 좋아함	일본 레토르트 제품의 품질(혹은 맛)이 좋아서 종종 이용함

구분	 <여성, 20대>
Q1: 냉동딸기 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	아토피가 있기 때문에 유기농인지 확인하고 구매함
Q2: 어느 국가의 냉동딸기를 선호하십니까?	원산지는 특별히 중시하지 않지만 주로 캐나다산을 구입함
Q3: 한국 산 냉동딸기 구매 경험 여부 및 만족도, 인식	구매해본 적이 없으며, 온라인에서도 본 적이 없음
Q4: 선호하는 수입 식품 품목 및 원산지가 있습니까?	한국의 사과와 김을 좋아하고 일본산 과일과 소스류도 종종 이용함

❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

구분	 <까르프 매장 매니저>	 <RTmart 매장 직원>
냉동딸기 소비 트렌드	일반 소비자들은 냉동딸기를 찾지 않음. 계절에 맞게 신선 딸기가 판매되기 때문	마트에는 냉동딸기를 팔지 않으며, 찾는 소비자도 본 적이 없음
판매량이 높은 냉동 딸기 브랜드 및 제품	매장에 냉동딸기 및 그 외 과일, 야채는 없음	매장에 냉동딸기 및 그 외 과일, 야채는 없음
가장 인기가 많은 한국 과일 제품	한국산 부사 사과가 있으나 미국산 사과가 자주 할인판매 되기 때문에 소비량이 높지는 않음	한국산 사과, 배의 인기가 좋음
냉동딸기에 대한 소비자 평가 및 판매 현황	신선 딸기를 주로 구매함. 그리고 매장에서 오래 근무했지만 일반매장에서는 냉동과일 및 야채는 한 번도 본 적이 없음	일반 신선 딸기의 가격도 저렴하기 때문에 냉동딸기를 찾는 소비자는 지금까지 없음
해당 품목과 관련하여 유의해야 하는 법규 및 규제	매장 내에 신선 딸기만 판매 희망함	매장 내에 신선 딸기만 판매 희망함
한국 냉동딸기 입점을 위해 필요한 절차	입점희망기업의 라이선스 서류와 샘플링 준비 후 02-8006-9999 전화연결, 심사 후 미팅	02-2795-2888 전화 연결 후 입점희망기업의 라이선스 서류와 제품 상세설명. 이후 안내주소로 샘플링 송부. 심사 후 미팅

구분	 <Breeze백화점 매장 직원>	 <코스트코 매장 직원>
냉동딸기 소비 트렌드	냉동딸기는 온라인에서 구매해야 할 것임. 대만인은 보통 신선 딸기를 구매함	냉동제품이기 때문에 계절과 관계없이 항상 판매하고 있음. 구매자들은 보통 소규모 점포를 운영하는 자영업자들이며, 일반 가정에서 냉동딸기를 많이 소비하지는 않음
판매량이 높은 냉동 딸기 브랜드 및 제품	매장에 냉동딸기 및 그 외 과일, 야채는 없음	양이 조금 더 많은 것을 주로 더 많이 구매함
가장 인기가 많은 한국 과일 제품	종종 한국산 사과와 꿀 제품을 들어오면 구매함	과일은 미국, 캐나다, 일본 순으로 인기가 많음. 한국제품은 김치와 라면이 인기가 좋음
냉동딸기에 대한 소비자 평가 및 판매 현황	우리 매장에 판매하지 않고, 냉동딸기를 찾는 소비자도 없었음. 소비자들은 굳이 냉동식품을 구매하지 않음	대만이 유독 과일을 많이 소비하고, 그만큼 또 쉽게 많이 생산되는 국가이기도 함. 그렇기에 일반인들은 가격이 저렴하지도 않은 냉동딸기를 쉽게 구매하지는 않음
해당 품목과 관련하여 유의해야 하는 법규 및 규제	과일류는 잔류농약허용기준이 엄격하기 때문에 해당 부분을 유의바람	냉동과일은 소량이 아닌 대량으로 입점을 희망함
한국 냉동딸기 입점을 위해 필요한 절차	대표전화 02-6638-9999에 연결하여 입점하고자 하는 제품에 대해 간단한 설명 후 요청 서류와 제품 샘플 준비. 담당부서에서 판단 후 연락 및 미팅	대표번호 02-449-9909에 연결하여 입점하고자 하는 기업의 라이선스 서류와 간단한 제품 설명 후 미팅



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

통관 및 검역 개요

❖ 대만 농산물 수입통관 절차

대만에서 농산물을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	절차	주요 내용	관할 기관
1	수입신고 전 준비	- 수출국 식물검역 - 대만 관세청에 수입자 기업정보등록 또는 위임관세사 등록	- 한국 농림축산검역본부 - 대만 관세청
2	검역신청	- 수출국에서 발급된 수출 검역증명서 제출	대만 검역국(BAPHIQ)
3	수입신고	- 수입 신고 - 필요서류 제출	대만 관할 세관
4	서류심사 및 물품 검사	- 검역 혹은 검사 절차	
5	세금 납부	- 관세 및 부가세 등 세금 납부	
6	수리 후 물품 반출		

❖ 농산물 통관 절차



17) 출처: 대만 재정부 관할 홈페이지, portal.sw.nat.gov.tw

관세 및 세금 개요

❖ 대만 냉동딸기 관세율¹⁷⁾

HS CODE	품명	관세율
0811.10.00007	Strawberries, frozen	기본세율: 20% 부가가치세율: 5%

❖ 대만 FTA 정보

대만의 경우 한국과 FTA협정이 체결되지 않음. 따라서 WTO 가입국간 최혜국관세율(MFN)세율을 적용함.

❖ 대만 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 대만을 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 관세율은 '대만재정부 관할 홈페이지'를 통해 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	대만 재정부	portal.sw.nat.gov.tw

1. 통관 및 검역

1) 통관 및 검역 절차

□ 수출 전 준비서류

○ 대만으로 농산품을 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 검역국 제출용
동/식물 검역증	농림축산검역본부 수출식물검역과	

□ 농산품 통관 절차

○ 대만의 농산품 통관 절차는 통관준비 → 수입신고 → 화물검사 → 관세납부 → 수입허가의 5단계를 거침

표 3.1 대만 농산품 통관 절차 개요

통관절차	세부 절차	유의사항
① 통관 준비	기업정보 등록	<ul style="list-style-type: none"> 수입자는 직접 수입하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 관세사가 세관으로부터 등록된 업체이어야 함
	수출국 검역	<ul style="list-style-type: none"> 냉동딸기(식물냉동식품)의 경우 대만 검역국으로 부터 수출국에서 발행된 검역증명서를 요구받을 수 있기 때문에 사전에 농림축산검역본부로부터 검역증명서를 발급 받아야 함 대만 검역국에서는 냉동딸기에 대한 허용 농약 및 잔류 농약 기준을 정하고 있으며 해당 기준을 충족하지 못하는 경우 대만에서의 수입 통관이 불가함
② 수입 신고		<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

		<ul style="list-style-type: none"> • 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 	
③ 화물 검사	검사유형	<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 	
	검사방법	<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 	
		1. 검사 면제	<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
		2. 표본 추출검사	<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
3. 전량 검사	<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	<ul style="list-style-type: none"> • 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

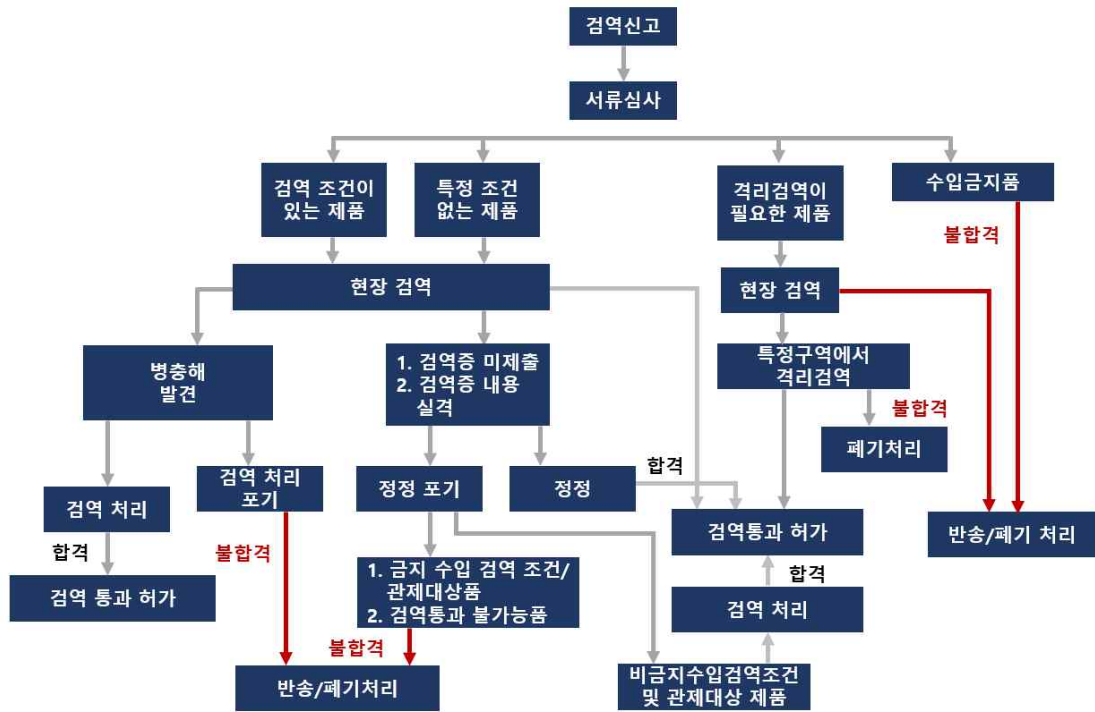
		확정되면 그에 따른 관세를 납부하는 방법
	3. 담보 제공	수입화물 반출 전에 확정된 관세를 납부하지 않고 관세액에 상응하는 담보를 설정하여 정해진 기한 안에 수입화물 개별 혹은 월 단위의 포괄 관세액을 납부하는 방법
⑤ 통관 완료	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료됨 이후 세금 완납 여부 및 금액의 오차 유무, 검사 시 요구 서류 구비 여부 확인 등의 사항이 확인되고 나서 물품이 반출됨 	

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 냉동딸기 HS CODE 및 관세율

- 대만 관세율표는 11자리 CCC CODE로, 한국 관세율표는 HS CODE 10자리로 구성되어 있음
- 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
0811.10.00	00	7

□ 대만 냉동딸기는 CCC CODE 0811.10.00007에 해당

- 냉동딸기는 관세율표상 제 0811호의 용어 상 “냉동 과실과 냉동 견과류(조리하지 않은 것이나 물에 삶거나 찢 것으로 한정하며, 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했

는지에 상관없다)” 으로 규정하고 있으며, 제 0811.10호에 냉동 초분류 딸기를 분류함

- 세부적으로 한국의 경우 제0811.10-0000호, 대만의 경우 제 0811.10.00007호에 특개되어 분류됨
- o 대만은 한국과 FTA협정이 체결되지 않았기 때문에 제0811.10.00007호에 대해 WTO 협정세율(MFN) 20%, 부가가치세율(VAT rate) 5%가 적용됨

표 3.2 대만 냉동딸기 수입 관세율

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	0811	냉동 과실과 냉동 견과류(조리하지 않은 것 이나 물에 삶거나 찐 것으로 한정하며, 설탕 이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없 다)	-
	0811.10.0000	초분류 딸기	
대만	0811	Fruit and nuts, uncooked or cooked by steaming or boiling in water, frozen, whether or not containing added sugar or other sweetening matter.	기본세율: 20% 부가가치세세: 5%
	0811.10.00007	Strawberries, frozen	

4) FTA 정보 및 AEO 체결사항

□ 한-대만 FTA 추진 현황에 따른 관세율

- o 2018년 7월 기준, 대한민국과 대만간의 자유무역협정(FTA)는 체결되지 않은 상태이기 때문에 대만으로 냉동딸기를 수출하는 경우 대만 현지 수입자는 MFN 세율 26%를 적용받을 수 있음

□ 한-대만 AEO MRA 체결

- o 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
- o 현재 대만민국과 대만간의 FTA 자유무역협정은 체결되지 않았으나 2015년 12월 22

일 관세·통관절차 간소화를 위한 ‘성실무역업체 상호인정약정, AEO MRA가 체결되었음. AEO MRA에 따라 우리나라가 AEO 인증을 받은 수출업체가 대만으로 물품을 수출하게 되면 대만세관 통관과정에서 화물검사 축소, 검사 우선처리, 통관 애로해소 등의 신속통관 혜택을 부여받을 수 있음. 대만 관세청은 한국 관세청이 한국 AEO 업체의 공인번호를 통보하면 대만 수입자가 신고한 수입서의 AEO 공인번호와 한국 통보자료를 대조·확인하여 자동으로 혜택을 부여함

- 상기 AEO MRA 특혜를 부여받기 위해서는 한국 관세청으로부터 AEO 인증을 부여받아야 하며 AEO 업체로 지정받기 위해서는 AEO 공인신청서 및 관련서류를 관세청에 제출하여야 함

□ AEO 공인절차¹⁸⁾

표 3.3 AEO 공인 절차



자료: 관세청

18) 자료 : 대한민국 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
- 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)²⁰⁾

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)
비용 ¹⁹⁾	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

19) 한국표준협회, 한국표준협회 인증서비스본부 국제인증심사센터

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

□ 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 ²¹⁾
성격	권장
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
비용	수수료 20만 원
소요기간	1년 전후
유효기관	3년(유효기간 이내 재심사 신청해야 함)
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 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 생산 공정흐름도 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 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치
이점	<ul style="list-style-type: none"> - 식품안전성 향상, 식품안전성 지속, 제품 경쟁력 확보 - 국제 인증 규격

21) 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

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

□ 농식품 라벨링 필수 표기사항

- 식품안전위생관리법 제22조에 따라, 식품·식품원료의 용기·외포장상 중문·통용부호로 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)
 - 유전자 개조 식품의 첨가물 원료
 - 기타 위생서가 공고한 사항: 식품첨가물 외포장에 반드시 ‘제품등록번호’를 표기(예:TFA000000000000), 규정 위반 시 3만-300만 대만달러 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 DHA 를 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

- o 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
- o 포장 식품 영양 표기는 반드시 포장 외부 눈에 잘 띄는 곳에 ‘식품 영양 표기 양식’ 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			영양표기		
매 1인분량 0g(또는ml) 본 포장		0인분 포장	매 1인분량 0g(또는ml) 본 포장		0인분 포장
	매분량	매 100g 당 (매 100ml 당)		매분량	일일 섭취량비율
열량	Kcal	Kcal	열량	Kcal	%
단백질	g	g	단백질	g	%
지방	g	g	지방	g	%
포화지방	g	g	포화지방	g	%
불포화지방	g	g	불포화지방	g	*
탄수화물	g	g	탄수화물	g	%
당	g	g	당	g	*
나트륨	mg	mg	나트륨	mg	%
권장 영양소 합량	g, mg, ug	% 혹은 *	권장 영양소 합량	g, mg, ug	% 혹은 *
기타 영양소 합량	g, mg, ug	% 혹은 *	기타 영양소 합량	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 합량(0g, mg 또는 ug)			* 수치 미확정 - 1일 권장량 기준 : 열량 2000Kcal, 단백질 60g, 지방 60g, 포화지방 18g, 탄수화물 300g, 나트륨 2000mg, 권장 영양소 기준치, 기타 영양소 1일 기준량		

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 백분을 표기, 상품 매 포장당 분량 수를 추가 기입함.

확정된 1일 섭취 참고치 영양소는 각 항 영양소의 1일 섭취 참고치를 별도로 표기해야 함. 미확정 1일 섭취 참고치 영양소는 1일 참고치 백분율에 「*」 부호를 별도로 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 섭취²²⁾

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)

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

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

□ 현지에서 판매 중인 냉동딸기 제품 라벨링 예시

표시사항	라벨링 예시																											
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 - 중량 - 식품첨가물 명칭 - 성분 - 영양성분 - 제조사 - 원산지 - 유통기한 	<p>At Nature's Touch, our goal is to make eating real food as easy as can be, and we travel extensively to find deliciously ripe fruit, just as nature intended. After all, it's in our nature!</p> <p>品名: 有機冷凍草莓 제품명 成分: 有機草莓 성분 內容量: 283公克 용량 有效日期: 請見包裝標示(日/月/西元年) 유통기한 進口商: 中大健康事業股份有限公司 服務電話: 0800-238-888 고객센터 地址: 臺北市大安區信義路4段236號12樓 주소 驗證機構: Ecocert Canada</p> <p>Like us on: @naturestouchfrozenfoods naturestouchfrozenfoods.com</p> <p>영양표시 營養標示</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>每份</th> <th>每 100 公克</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>熱量</td> <td>14 大卡</td> <td>36 大卡</td> </tr> <tr> <td>蛋白質</td> <td>0 公克</td> <td>0 公克</td> </tr> <tr> <td>脂肪</td> <td>0 公克</td> <td>0 公克</td> </tr> <tr> <td>飽和脂肪</td> <td>0 公克</td> <td>0 公克</td> </tr> <tr> <td>反式脂肪</td> <td>0 公克</td> <td>0 公克</td> </tr> <tr> <td>碳水化合物</td> <td>3.6 公克</td> <td>9.1 公克</td> </tr> <tr> <td>糖</td> <td>1.8 公克</td> <td>4.5 公克</td> </tr> <tr> <td>鈉</td> <td>0 毫克</td> <td>0 毫克</td> </tr> </tbody> </table> <p>보존방식 保存方式: 請於冷凍-18度C保存; 為了避免重複冷凍, 解凍後請盡速食用完畢。</p> <p>Packed by: Nature's Touch Frozen Foods (West) Inc. Abbotsford, BC V2T 6L5 (Est. 106)</p> <p>ECO CERT CERTIFIED ORGANIC BY ECOCERT CANADA</p> <p>原產地: 智利 有機農糧人字號: AGGR-107-1312-006</p> <p>NT08133203 8 73668 00332 0</p>		每份	每 100 公克	熱量	14 大卡	36 大卡	蛋白質	0 公克	0 公克	脂肪	0 公克	0 公克	飽和脂肪	0 公克	0 公克	反式脂肪	0 公克	0 公克	碳水化合物	3.6 公克	9.1 公克	糖	1.8 公克	4.5 公克	鈉	0 毫克	0 毫克
	每份	每 100 公克																										
熱量	14 大卡	36 大卡																										
蛋白質	0 公克	0 公克																										
脂肪	0 公克	0 公克																										
飽和脂肪	0 公克	0 公克																										
反式脂肪	0 公克	0 公克																										
碳水化合物	3.6 公克	9.1 公克																										
糖	1.8 公克	4.5 公克																										
鈉	0 毫克	0 毫克																										

자료: 대만 현지조사원

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 가능함²³⁾

□ 농산물 중금속 제한 기준(蔬果植物類重金屬限量標準)

- 식품안전위생관리법 제17조에 따라 야채·과일·허브류 등 식품의 잔류 중금속은 기준에서 정한 수치 이하여야 함
 - 이 법안은 2011년 5월 제정·공포됐으며 2016년 2월 최종 개정
- 냉동딸기 제품 중금속 허용치 기준은 아래 표 3.8과 같음

표 3.8 냉동딸기 제품 중금속 허용 기준치

농산품 분류	카드뮴(Cadmium)	납(Lead)
Cranberry, Currants, Elderberry, Strawberry	0.05 ppm 이하	0.2 ppm 이하

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

23) 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?nodeID=521

□ 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 식품약품관리서의 소비자 지식복무망에서 확인할 수 있음

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

표 3.9 냉동딸기의 허용 농약 및 잔류농약 기준²⁴⁾

국제통용명칭	중문명칭	제품유형	허용량(ppm)	비고
2·4-D	二·四地	작은 장과류	0.1	제초제
Abamectin	阿巴汀	작은 장과류	0.02	살충제
Acetamiprid	亞滅培	딸기	1.0	살충제
Ametryn	草殺淨	작은 장과류	0.5	제초제
Amisulbrom	安美速	딸기	2.0	살균제
Azoxystrobin	亞托敏	기타 작은 장과류(블루베리, 복분자 제외)	2.0	살균제
Benalaxyl	本達樂	작은 장과류	0.5	살균제
Bifenazate	必芬蟎	딸기	2.0	Acequinocyl
Bifenthrin	畢芬寧	딸기	2.0	살충제
Boscalid	白克列	딸기	3.0	살균제
Bromopropylate	新殺蟎	딸기	2.0	Acequinocyl
Bupirimate	布瑞莫	딸기	0.5	살균제
Captan	蓋普丹	딸기	8.0	살균제
Carbaryl	加保利	작은 장과류	0.5	살충제
Carbendazim	貝芬替	딸기	3.0	살균제
Carbofuran	加保扶	작은 장과류	0.4	살충제
Carbosulfan	丁基加保扶	작은 장과류	2.0	살충제
Chinomethionat	蟎離丹	작은 장과류	0.2	Acequinocyl

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

Chlorfluazuron	克福隆	딸기	0.5	살충제
Chlorothalonil	四氯異苯腈	딸기	2.5	살균제
Chlorpyrifos	陶斯松	작은 장과류	1.0	살충제
Chlorpyrifos-methyl	甲基陶斯松	딸기	0.06	살충제
Chromafenozide	可芬諾	딸기	0.5	살충제
Clofentezine	克芬蟎	딸기	2.0	Acequinocyl
Clothianidin	可尼丁	기타 작은 장과류 (구아바, 포도, 왁스 애플 제외)	0.07	살충제
Cyazofamid	賽座滅	딸기	1.0	살균제
Cycloxydim	環殺草	딸기	3.0	제초제
Cyflufenamid	賽芬胺	딸기	0.5	살균제
Cyflumetofen	賽芬蟎	딸기	2.0	Acequinocyl
Cyhalothrin	賽洛寧	작은 장과류	1.0	살충제
Cymoxanil	克絕	딸기	1.0	살균제
Cypermethrin	賽滅寧	작은 장과류	2.0	살충제
Cyprodinil	賽普洛	딸기	5.0	살균제
Deltamethrin	第滅寧	작은 장과류	0.2	살충제
Diazinon	大利松	작은 장과류	0.5	살충제
Dichlofluanid	益發靈	작은 장과류	10.0	살균제
Difenoconazole	待克利	작은 장과류	1.0	살균제
Dinotefuran	達特南	딸기	1.5	살충제
Dithiocarbamates	二硫代胺基甲酸鹽類	딸기	5.0	살균제
Emamectin benzoate	因滅汀	딸기	0.1	살충제
Ethephon	益收生長素	작은 장과류	2.0	성장조절제
Ethion	愛殺松	작은 장과류	0.5	Acequinocyl
Ethirimol	依瑞莫	작은 장과류	2.0	살균제
Etoxazole	依殺蟎	딸기	0.5	Acequinocyl
Famoxadone	凡殺同	딸기	2.0	살균제
Fenamiphos	芬滅松	작은 장과류	0.1	살선충제
Fenarimol	芬瑞莫	작은 장과류	0.5	살균제
Fenazaquin	芬殺蟎	딸기	0.1	Acequinocyl
Fenpropathrin	芬普寧	딸기	1.0	살충제
Fenpyroximate	芬普蟎	작은 장과류	0.5	Acequinocyl
Fenvalerate	芬化利	작은 장과류	1.0	살충제
Flubendiamide	氟大滅	딸기	1.0	살충제
Fludioxonil	護汰寧	딸기	2.0	살균제
Fluensulfone	氟速芬	딸기	0.3	살선충제
Fluopicolide	氟比來	딸기	2.0	살균제

Fluopyram	氟派瑞	딸기	0.4	살균제
Flupyradifurone	Flupyradifurone	딸기	1.0	살충제
Flusilazole	護矽得	작은 장과류	0.5	살균제
Fluvalinate	福化利	작은 장과류	1.0	살충제
Fluxapyroxad	氟克殺	딸기	2.0	살균제
Formetanate	覆滅蟻	딸기	0.4	Acequinocyl
Fosetyl-Al	福賽得	딸기	75.0	살균제
Gibberellic acid	勃激素A3	작은 장과류	5.0	성장조절제
Glufosinate-ammonium	固殺草	기타 작은 장과류 (왁스애플 제외)	0.1	제초제
Glyphosate	嘉磷塞	작은 장과류	0.2	제초제
Heptenophos	飛達松	작은 장과류	0.5	살충제
Hexaconazole	菲克利	작은 장과류	1.0	살균제
Hexythiazox	合賽多	작은 장과류	1.0	Acequinocyl
Imazalil	依滅列	딸기	2.0	살균제
Imibenconazole	易胺座	작은 장과류	0.5	살균제
Imidacloprid	益達胺	작은 장과류	1.0	살충제
Iminoctadine	克熱淨(醋酸鹽或烷苯磺酸鹽)	딸기	0.5	살균제
Iprodione	依普同	작은 장과류	5.0	살균제
Isouron	愛速隆	작은 장과류	0.5	제초제
Kresoxim-methyl	克收欣	딸기	3.0	살균제
Lufenuron	祿芬隆	딸기	0.5	살충제
Malathion	馬拉松	딸기	1.0	살충제
MALS	滅紋	작은 장과류	0.5	살균제
Mandipropamid	曼普胺	딸기	1.0	살균제
Mepanipyrim	滅派林	딸기	1.0	살균제
Mepronil	滅普寧	작은 장과류	2.0	살균제
Metalaxyl	滅達樂	딸기	5.0	살균제
Methidathion	滅大松	작은 장과류	0.1	살충제
Methiocarb	滅賜克	작은 장과류	0.2	살충제
Methomyl	納乃得	작은 장과류	2.0	살충제
Methoxyfenozide	滅芬諾	딸기	2.0	살충제
Milbemectin	密滅汀	작은 장과류	0.2	Acequinocyl
Myclobutanil	邁克尼	기타작은 장과류(포도 제외)	0.5	살균제
Novaluron	諾伐隆	딸기	0.5	살충제
Oxadixyl	毆殺斯	작은 장과류	1.0	살균제
Oxine-copper	快得寧	작은 장과류	2.0	살균제

Oxycarboxin	嘉保信	작은 장과류	2.0	살균제
Paclobutrazol	巴克素	작은 장과류	0.5	성장조절제
Paraquat	巴拉刈	작은 장과류	0.01	제초제
Penconazole	平克座	작은 장과류	0.5	살균제
Penthiopyrad	Penthiopyrad	딸기	3.0	살균제
Permethrin	百滅寧	작은 장과류	1.0	살충제
Phorate	福瑞松	작은 장과류	0.05	살충제
Prochloraz	撲克拉	작은 장과류	1.0	살균제
Procymidone	撲滅寧	작은 장과류	5.0	살균제
Propamocarb hydrochloride	普拔克	딸기	9.0	살균제
Propiconazole	普克利	딸기	1.0	살균제
Prothiofos	普硫松	작은 장과류	0.2	살충제
Pymetrozine	派滅淨	딸기	1.0	살충제
Pyraclostrobin	百克敏	딸기	0.5	살균제
Pyridaben	畢達本	딸기	1.0	Acequinocyl
Pyrimethanil	派美尼	딸기	3.0	살균제
Pyriproxyfen	百利普芬	작은 장과류	0.5	살충제
Quinoxifen	快諾芬	딸기	1.0	살균제
Sethoxydim	西殺草	딸기	10.0	제초제
Silafluofen	矽護芬	작은 장과류	2.0	살충제
Spinetoram	賜諾特	딸기	1.0	살충제
Spinosad	賜諾殺	딸기	1.0	살충제
Spirodiclofen	賜派芬	딸기	2.0	Acequinocyl
Spiromesifen	賜滅芬	딸기	1.0	살충제
Sulfoxaflor	速殺氟	딸기	0.5	살충제
Tebuconazole	得克利	딸기	2.0	살균제
Tebufenozide	得芬諾	딸기	1.0	살충제
Tebufenpyrad	得芬瑞	딸기	1.0	Acequinocyl
Teflubenzuron	得福隆	딸기	1.0	살충제
Tetraconazole	四克利	작은 장과류	0.5	살균제
Thiabendazole	腐絶	작은 장과류	5.0	살균제
Thiamethoxam	賽速安	기타작은 장과류(구아바, 포도 제외)	0.5	살충제
Thiodicarb	硫敵克	작은 장과류	0.5	살충제
Tolyfluanid	甲基益發靈	딸기	3.0	살균제
Triadimefon	三泰芬	딸기	0.5	살균제
Triadimenol	三泰隆	작은 장과류	2.0	살균제
Trifloxystrobin	三氟敏	딸기	1.0	살균제
Triflumizole	賽福座	작은 장과류	1.0	살균제

Triforine	賽福寧	딸기	1.0	살균제
Vamidothion	繁米松	작은 장과류	0.5	살충제
Vinclozolin	免克寧	작은 장과류	2.0	살균제

자료: 대만 위생복지부 식품약물관리서



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 정보**

1. 경쟁제품 선정

□ 오프라인 쇼핑몰 선정

- 대만 타이베이에 중심에 위치한 BREEZE백화점, SOGO백화점, 신광미츠코시백화점, 해외브랜드 대형 슈퍼마켓 COSTCO, CARREFOUR, JASONSMARKET 및 로컬브랜드 대형 슈퍼마켓 RT-MART, A-MART, PX-MART 등을 방문. 추후 냉동딸기 제품 조사 진행이 어려워 유기농마켓으로 범위 확장함

□ 온라인 쇼핑몰 선정

- 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 대만 TOP10에 드는 쇼핑몰 위주로 검색했으나, ‘해당품목 없음’ 혹은 오래전부터 이미 ‘판매완료’로 없는 경우가 많았음. 그나마 냉동딸기제품이 많이 판매되고 있는 곳은 ‘Yahoo奇摩拍賣’으로 한국의 옥션과 같은 사이트임. 이곳과 냉동과일만 판매되고 있는 개인쇼핑몰을 통해 진행

□ 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

2. 경쟁제품 정보





□ 오프라인 경쟁제품

구분		제품 #1
이 미 지	제품 이미지	 
	매장 이미지	 
제 품 스 펙	제품명	캐나다유기농냉동딸기(加拿大有機冷凍草莓)
	제조사	NATURE'S TOUCH
	제품특성	재냉동이 되지 않도록 - 18도에 보관
	포장 용기	폴리에틸렌
	성분	유기농 딸기
	조사매장	면화전생기(棉花田生機)
	용량(g)	283g
	제품가격	249대만달러, VIP회원이 224원(약 9,200원, VIP회원이 약 8,300원)
	유통기한	2020.05.11까지
인증	USDA, ECOCERT CANADA	

구분		제품 #2	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제품명	FROZEN냉동딸기	
	제조사	천시생기유한공사(天時生技有限公司)	
	제품특성	- 무첨가 - IQF25(개별 급속 냉동)	
	포장 용기	폴리에틸렌	
	성분	냉동딸기	
	조사매장	산타크루즈생기식품(聖德科斯生機食品)	
	용량(g)	400g	
	제품가격	207대만달러(약 7,560원)	
	유통기한	18개월	
	인증	-	

25) Individual Quick Freezing

구분		제품 #3	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품 스펙	제품명	Kirkland 냉동딸기	
	제조사	Kirkland, 미국	
	제품특성	-18도이하에서 냉동보관	
	포장 용기	폴리에틸렌	
	성분	딸기	
	조사매장	코스트코	
	용량(g)	2.72kg	
	제품가격	680대만달러(약 25,160원)	
	유통기한	2020.05.24까지	
인증	-		

구분	제품 #4	
이미지	제품 이미지	 
	매장 이미지	 
제품스펙	제품명	DJ&A냉동건조딸기
	제조사	DJ&A Pty Ltd, 호주
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 무첨가 인공향료 및 색소 - 냉동건조하여 딸기 본연의 풍미 유지
	포장 용기	폴리에틸렌
	성분	딸기95%, 설탕5%
	조사매장	코스트코
	용량(g)	100g
	제품가격	340대만달러(약 12,580원)
	유통기한	2019.08.19까지
인증	-	

□ 온라인 경쟁제품

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	앞면		
	뒷면		-
제품 스펙	제조사	행미생기유한공사 (幸美生技有限公司)	가진생기개발유한공사 (佳津生技開發有限公司)
	제품명	급냉동딸기	딸기
	제품특성	IQF, 중국산	IQF, 중국산
	주요성분	딸기	딸기
	유통기한	36개월	-
	용량(g)	1kg	1kg
제품가격	160대만달러(약 5,920원)	220대만달러(약 8,140원)	

구분		제품 #3	제품 #4																	
제품 이미지	앞면																			
	뒷면	-	<table border="1"> <tr> <td> <p>品名: 冷凍草莓 成份: 新鮮草莓 淨重: 400g / 包 原產地: 中國 有效日期: 如包裝上標示 保存期限: 18個月 保存條件: 冷凍-18℃ 進口商: 天時生技有限公司 經銷商: 天時國際實業有限公司 聯絡電話: 02-8792-8860 廠商地址: 台北市內湖區瑞光路76巷16號1樓</p> </td> <td> <p>營養標示 每100公克含量</p> <table border="1"> <tr><td>熱量</td><td>36.0</td></tr> <tr><td>蛋白質</td><td>1.0</td></tr> <tr><td>脂肪</td><td>0.0</td></tr> <tr><td>飽和脂肪</td><td>0.0</td></tr> <tr><td>反式脂肪</td><td>0.0</td></tr> <tr><td>碳水化合物</td><td>8.0</td></tr> <tr><td>鈉</td><td>1.0</td></tr> <tr><td>糖</td><td>6.0</td></tr> </table> </td> </tr> </table>	<p>品名: 冷凍草莓 成份: 新鮮草莓 淨重: 400g / 包 原產地: 中國 有效日期: 如包裝上標示 保存期限: 18個月 保存條件: 冷凍-18℃ 進口商: 天時生技有限公司 經銷商: 天時國際實業有限公司 聯絡電話: 02-8792-8860 廠商地址: 台北市內湖區瑞光路76巷16號1樓</p>	<p>營養標示 每100公克含量</p> <table border="1"> <tr><td>熱量</td><td>36.0</td></tr> <tr><td>蛋白質</td><td>1.0</td></tr> <tr><td>脂肪</td><td>0.0</td></tr> <tr><td>飽和脂肪</td><td>0.0</td></tr> <tr><td>反式脂肪</td><td>0.0</td></tr> <tr><td>碳水化合物</td><td>8.0</td></tr> <tr><td>鈉</td><td>1.0</td></tr> <tr><td>糖</td><td>6.0</td></tr> </table>	熱量	36.0	蛋白質	1.0	脂肪	0.0	飽和脂肪	0.0	反式脂肪	0.0	碳水化合物	8.0	鈉	1.0	糖
<p>品名: 冷凍草莓 成份: 新鮮草莓 淨重: 400g / 包 原產地: 中國 有效日期: 如包裝上標示 保存期限: 18個月 保存條件: 冷凍-18℃ 進口商: 天時生技有限公司 經銷商: 天時國際實業有限公司 聯絡電話: 02-8792-8860 廠商地址: 台北市內湖區瑞光路76巷16號1樓</p>	<p>營養標示 每100公克含量</p> <table border="1"> <tr><td>熱量</td><td>36.0</td></tr> <tr><td>蛋白質</td><td>1.0</td></tr> <tr><td>脂肪</td><td>0.0</td></tr> <tr><td>飽和脂肪</td><td>0.0</td></tr> <tr><td>反式脂肪</td><td>0.0</td></tr> <tr><td>碳水化合物</td><td>8.0</td></tr> <tr><td>鈉</td><td>1.0</td></tr> <tr><td>糖</td><td>6.0</td></tr> </table>	熱量	36.0	蛋白質	1.0	脂肪	0.0	飽和脂肪	0.0	反式脂肪	0.0	碳水化合物	8.0	鈉	1.0	糖	6.0			
熱量	36.0																			
蛋白質	1.0																			
脂肪	0.0																			
飽和脂肪	0.0																			
反式脂肪	0.0																			
碳水化合物	8.0																			
鈉	1.0																			
糖	6.0																			
제품 스펙	제조사	성려실업고분유한공사 (誠麗實業股份有限公司)	천시생기유한공사 (天時生技有限公司)																	
	제품명	급냉동딸기	급냉동딸기																	
	제품특성	중국산, 13개 품종	중국산																	
	주요성분	딸기	딸기																	
	유통기한	-	18개월																	
	용량(g)	1kg	400g																	
	제품가격	140대만달러(약 5,180원)	179대만달러(약 6,620원)																	

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	앞면		
	뒷면	-	-
제품 스펙	제조사	전운정 (田芸楨)	길려수과상행 (吉麗水果商行)
	제품명	급냉동딸기	냉동딸기
	제품특성	중국산, 진공포장	현지산
	주요성분	딸기	딸기
	유통기한	-	-
	용량(g)	1kg	600g
	제품가격	150대만달러(약 5,550원)	120대만달러(약 4,440원)



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 정보

1. 경쟁사 선정

□ 경쟁사 선정 기준

- 타이베이 중심가에 위치하고 매장 면적이 넓으며, 인지도 순으로 BREEZE백화점, SOGO백화점, 신광미츠코시백화점, COSTCO, RT-MART, CARREFOUR, A-MART, PX-MART, JASONS MARKET 등을 먼저 방문해봤으나 냉동딸기를 취급하는 곳이란 곳뿐이었으므로 유기농마트와 온라인쇼핑몰로 조사 범위를 확대함
- 온라인쇼핑몰의 경우 대만에서 인기 있는 상위 10위권 쇼핑몰 중심으로 조사한 결과, 냉동딸기를 판매하지 않은 곳도 있었으며, 일부 온라인쇼핑몰은 냉동딸기가 있어도 오래전부터 판매가 종료된 곳도 상당 수 있었음
- 온오프라인 유통채널에서 판매상황을 분석한 후 하기 네 브랜드를 경쟁사로 선정

표 5.1 냉동딸기 제품 주요 경쟁사

SANTA CRUZE	Costco Wholesale Corporation	DJ&A	Nature's touch
			

2. 경쟁사 정보

□ SANTA CRUZE

기업 개요				
기업정보	 <p>- "SANTA CRUZE"는 유기농 재배, 수자원 보존, 토양 건전성 유지 등 지속가능한 생산을 위해 노력하고 있음</p>			
	기업명	SANTA CRUZE	설립연도	1972
	기업형태	유기농 식품 회사	기업규모	-
	대표번호	0800-082-880	매출액	-
	국가	미국	위치	타이베이
취급품목	유기농 식품	홈페이지	www.santacruz.com.tw	
주요 제품				
	냉동과일		포도씨유	
마케팅 전략	- 안전하고 양질의 식품을 제공한다고 홍보			

□ Costco Wholesale Corporation

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 코스트코의 매장 브랜드 - 코스트코 홀세일 코퍼레이션은 미국의 회원제 창고형 대형 할인점 업체 			
	기업명	Costco Wholesale Corporation	설립연도	1983
기업정보	기업형태	대형 종합 소매업	기업규모	726점
	대표번호	449-9909	매출액	10조7천억 US달러
	국가	미국	위치	미국 워싱턴주 이사과
	취급품목	식음료	홈페이지	www.costco.com
	주요 제품			
가공식품		야채, 과일		
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 가장 큰 특징으로는 회원제 운영, 조건 없는 환불 정책, 낮은 마진율로 인한 저렴한 가격, 취급 품목 수의 선택과 집중, 1국가 1카드 정책 등이 꼽힘 			

□ DJ&A

기업 개요				
기업정보	 <p>- DJ & A는 다국적 수입 업체, 수출 업체, 유통 업체 및 양질의 식품 및 음료 제조업체임</p>			
	기업명	DJ&A	설립연도	-
	기업형태	과일식품 회사	기업규모	-
	대표번호	612 9666 8797	매출액	-
	국가	호주	위치	호주 뉴 사우스 웨일즈 주
취급품목	과일 관련 식품	홈페이지	www.djaproducts.com	
주요 제품				
	과일칩		비스킷	

□ Nature's touch

기업 개요				
기업정보		- 2004 년에 John Tentomas와 그의 사촌에 의해 설립된 가족 경영기업		
	기업명	Nature's touch	설립연도	2004
	기업형태	유기농 식품 회사	기업규모	2977점
	대표번호	1 514-737-7790	매출액	-
	국가	캐나다	위치	5105 M Fisher Street 캐나다
취급품목	유기농 냉동과일	홈페이지	www.naturestouchfrozenfoods.com	
주요 제품				
	냉동망고		냉동블루베리	
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 자연 그대로 과일을 제공한다고 홍보 - 최고의 제품을 찾는 데 중점을 두고 모든 생산 단계에서 품질에 전념 			



VI. 유통채널 현황

- 1. 유통채널 개황**
- 2. 주요 유통업체 분석**

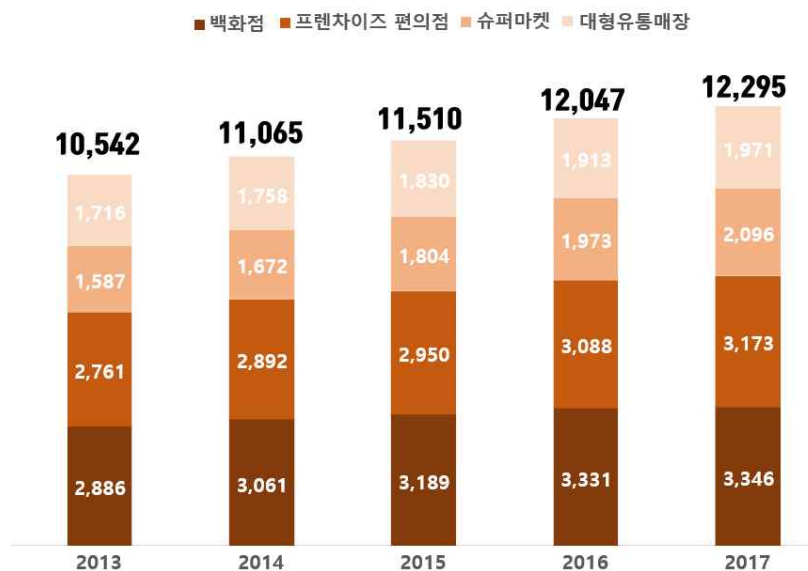
1. 유통채널 개황

□ 편의점, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓을 포함한 종합 소매유통채널 현황

- 가공식품은 백화점, 프랜차이즈 편의점, 슈퍼마켓, 대형 유통매장이 포함된 종합소매유통채널을 통해 주로 유통되고 있으며, 2017년 종합소매유통채널의 매출액은 1조 2,295억 US달러
 - 2017년 매출액 기준 백화점 3,346억 US달러, 마트 2,209억 US달러, 프랜차이즈 편의점 3,173억 US달러, 슈퍼마켓 2,096억 US달러, 대형 유통매장 1,971억 US달러 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

표 6.2 종합소매유통채널 매출액 추이(2013-2017년)²⁶⁾

(단위: 억 US달러)



자료: 대만 경제부통계처(經濟部統計處)

26) 식품을 포함한 모든 제품의 매출액임

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 US달러), 미츠코시 타이중 중강점(약 163억 US달러), SOGO백화점 타이베이 충효본점(약 130억 US달러), 미츠코시 타이난 신천지서문점(약 129억 US달러), 한신거단 가오슝 지점(120억 US달러). 상위 지점 중 3개가 모두 신광 미츠코시 백화점 소유

표 6.3 백화점 상위 5대 지점별 매출액 현황(2016년)

(단위: 억 US달러)

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 신천지서문점 (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)

○ 2014년 기준 요식업 및 식품 관련 매출 비중 1위

- 대만통계처(台灣統計處)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

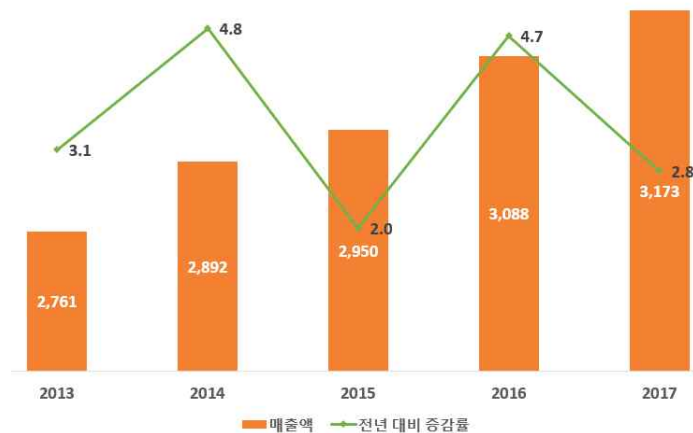
□ 2017년 편의점 산업 매출액은 3,173억 US달러, 업계 1위 기업은 Seven Eleven

○ 2017년 편의점 산업 매출액은 전년 대비 2.8% 증가한 3,173억 US달러이며 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 US달러)



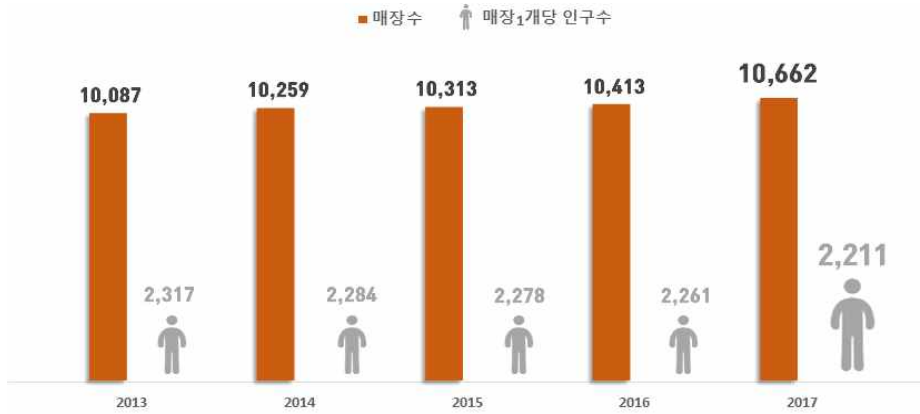
자료: 대만 경제부통계처(經濟部統計處)

○ 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)

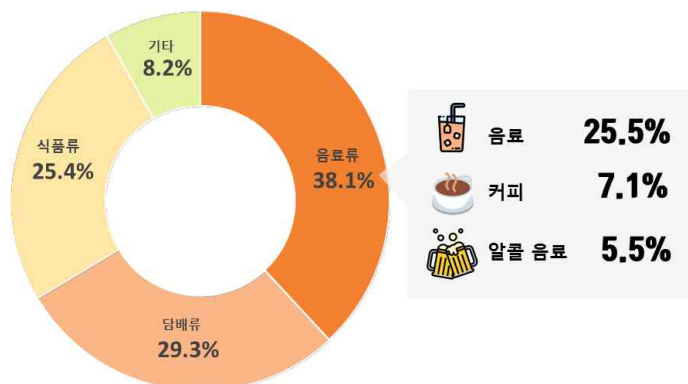


자료: 대만 경제부통계처(經濟部統計處)

o 경제부 통계처(經濟部統計處)가 발간한 《도매, 소매 및 음식업경영실태조사(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)

- 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
- 한국산 인기 품목은 ‘라면’
 - 최근 K-POP, 한국드라마 등의 인기로 인해 한국 라면에 대한 수요가 증가하는 추세임
 - 2017년 기준 전체 9,700만 US달러의 면류 시장에서 한국산이 2,300만 US달러를 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

- 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 US달러로 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 US달러를 기록함
 - 2018년 기준 패밀리마트 매장의 50%는 45평 이상의 규모를 갖췄으며, 대만 전역에 5만여 개의 좌석을 설치한 것으로 확인됨. 매장 확대를 통해 냉동, 신선

식품, 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

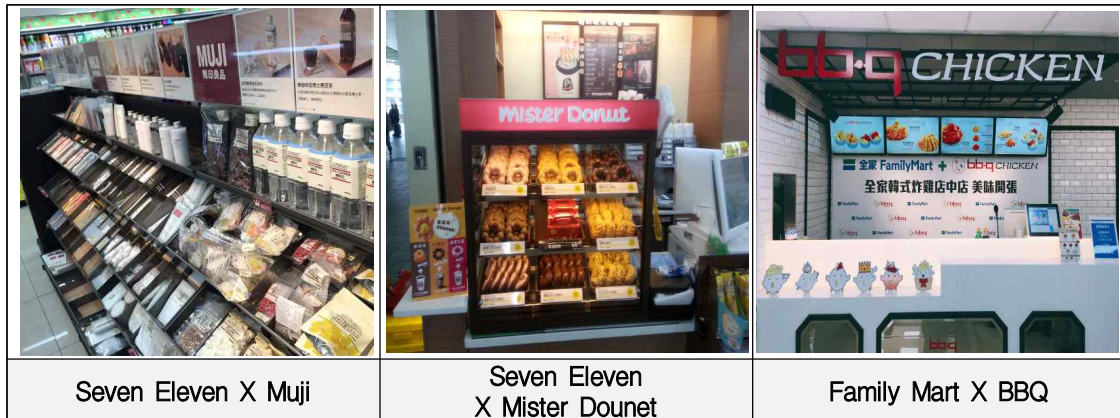


자료: Taiwan Business Topics

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. 고품화·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 BBQ치킨, 대수약국 등 매대를 설치함. OK Mart는 한국 문구업체 텐바이텐 제품을 판매 중

그림 6.2 주요 편의점의 스텝인숍 매장 사진



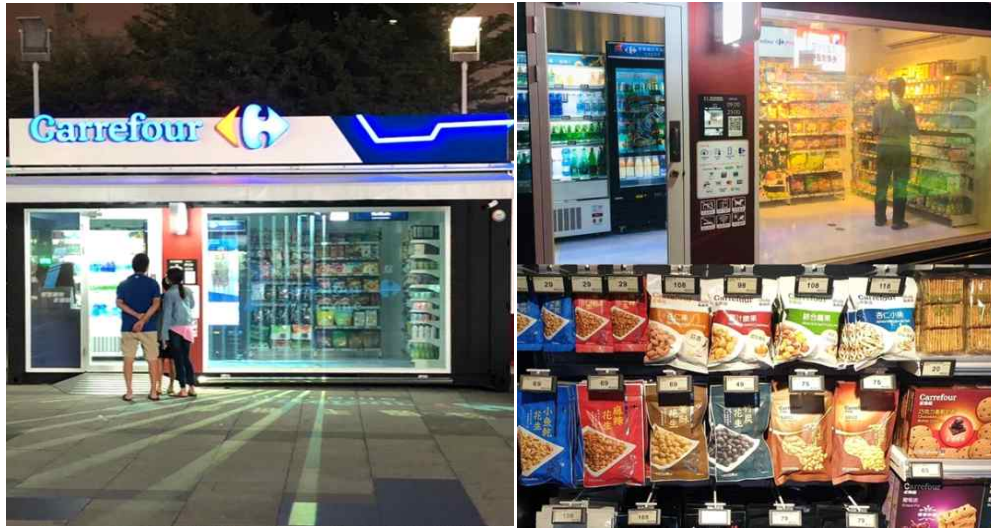
자료: Google Taiwan

3) 대형유통매장 및 슈퍼마켓 유통 현황

□ 2017년 대형유통매장 매출액 1위는 코스트코(Costco)

- 대표적인 대형유통매장은 2017년 매출액 기준 코스트코(Costco) 750억 US달러, 까르푸(Carrefour) 700억 US달러, RT-MART 240억 US달러, A-Mart 220억 US달러 순
 - 대형유통매장은 기본 입점 수수료 35%에 물류비용·행사비용 등을 포함할 경우, 약 50%에 육박함
- 미국 창고형 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

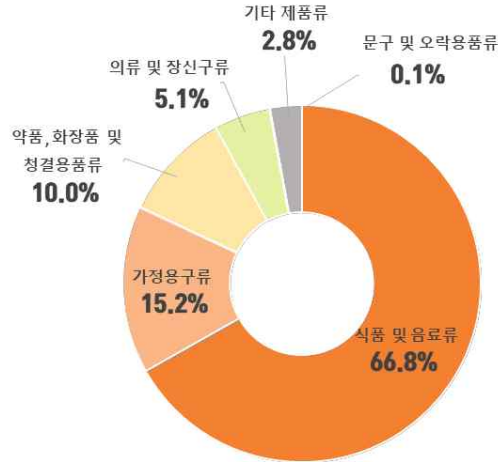
자료: Supertaste

□ 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, 과일야채류 확대, 판매 품목 수 확대, 상품 가격의 차별화 정책, 회원제 운영, 소액 신용카드 결제 방식 등의 전략으로 2016년 9월말 기준 매출실적은 1,463억 US달러로, 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)

- 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
- 2015년 11월 PX-MART는 마추세이(松靑) 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 US달러)

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

2. 주요 유통업체 분석

□ SANTA CRUZE

기업개요			
	- 전세계에 위치한 유기농마켓으로 모든 제품이 가공되지 않은 자연 본연의 영양소를 파괴하지 않는 맛, 건강함을 강조		
설립연도	1972	홈페이지	www.santacruz.com.tw
매출액	-	점포수	대만 내 93개
매장전경			
기타	- 본 매장의 냉동딸기 오직 한 가지 제품만 판매 중 - FROZEN 냉동딸기 제품, 207대만달러(약 7,560원), 중국산		

□ Costco

기업개요			
	- 코스트코 홀세일 코퍼레이션은 미국의 회원제 창고형 대형 할인점 업체.		
설립연도	1983.05.26	홈페이지	www.costco.com
매출액	-	점포수	726개
매장전경	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>		
기타	<ul style="list-style-type: none"> - 2개의 냉동딸기 제품(KIRKLAND, DJ&A)을 판매 중 - 하나는 KIRKLAND의 제품으로 가격은 680대만달러(한화 약 25,160원), 미국산임. 대용량에 가성비가 높아 인기가 많음 - 다른 하나는 DJ&A의 제품으로 가격은 340대만달러(한화 약 12,580원), 호주산 		

□ yahoo

기업개요			
	<p>- C2C 형태의 온라인 매장, 10만 개 이상의 상점 보유, 많은 온라인 인기 상품을 탄생시킴</p>		
<p>설립연도</p>	<p>2001</p>	<p>홈페이지</p>	<p>tw.bid.yahoo.com</p>
<p>매장전경</p>			
<p>기타</p>	<p>- 한국의 옥션과 같은 직거래 사이트이기 때문에 개인 사업자가 많음. 개인농장 혹은 중국산을 저렴한 가격에 제공 - 중국산 냉동딸기 제품이 많고, 개당 평균 가격대 약 140대 만달러(한화 약 5,180원)</p>		

□ 매과공방

기업개요			
	<p>- 뉴질랜드, 미국, 캐나다, 동남아시아, 중남미 및 기타 과일이 풍부한 국가에서 IQF 과일을 수입하는 전문 업체로 첨단 IQF 기술을 사용하여 신선한 과일을 냉동하고 대만에 배달하여 완전 수입품을 제공함</p>		
<p>설립연도</p>	<p>-</p>	<p>홈페이지</p>	<p>www.noni168.com.tw</p>
<p>매장전경</p>	 <p>親愛的會員朋友們：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 每週六、日&國定假日均為非營業時間，造成不便，請多見諒! • 如有任何問題及建議，歡迎您洽詢我們的線上客服： 「客服的服務時段」週一至週五 09:00-18:00 • 當日中午前訂貨，隔日到貨 (假日除外) <p>冷凍配送 單筆滿2000元免運費，不足2000元需自付150元運費。 常溫配送 單筆 滿780元免運費，不足 780元需自付120元運費。</p>		
<p>기타</p>	<p>- 중국산 대용량 냉동딸기 제품을 판매중, 그 외 냉동망고 및 기타 냉동과일도 판매함</p> <p>- IQF 냉동딸기 제품, 220원(한화 약 8,140원), 중국산</p>		

□ 코튼 필드

기업개요			
	<p>- 코튼 필드는 대만 전역에 64 개의 매장을 두고 있으며, 야채, 과일 및 자체 제품을 엄격하고 신속하게 검사 할 수 있는 전용 검사실을 갖추고 있음</p>		
<p>설립연도</p>	<p>2006</p>	<p>홈페이지</p>	<p>www.sun-organism.com.tw</p>
<p>매장전경</p>	 		
<p>기타</p>	<p>- 본 매장에 냉동딸기 제품은 오직 한 종류만 판매. 그 외에는 냉동라즈베리와 냉동블루베리가 있음</p> <p>- NATURE'S TOUCH사의 냉동딸기제품 판매, 249대만달러, VIP회원가 224대만달러(한화 약 9,200원, VIP회원가 약 8,300원), 캐나다산</p>		

[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. 「대만조리식품소비자행위분석(台湾調理食品消費行為分析)」, ITIS지망(智網), 2017
4. 「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
5. 「수출국가정보zip 일본·중화권 기초세우기」, 농림축산식품부&한국농수산식품유통공사, 2018.08.10
6. 「2017년 주요국 수입제도 모니터링(홍콩, 대만, 베트남)」, 농림축산식품부&한국농수산식품유통공사, 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.tvfood.cc)
19. TVBS신문

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1812-29

품목: 냉동딸기(Frozen Strawberries)

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 한국농수산물유통공사 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 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.