

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

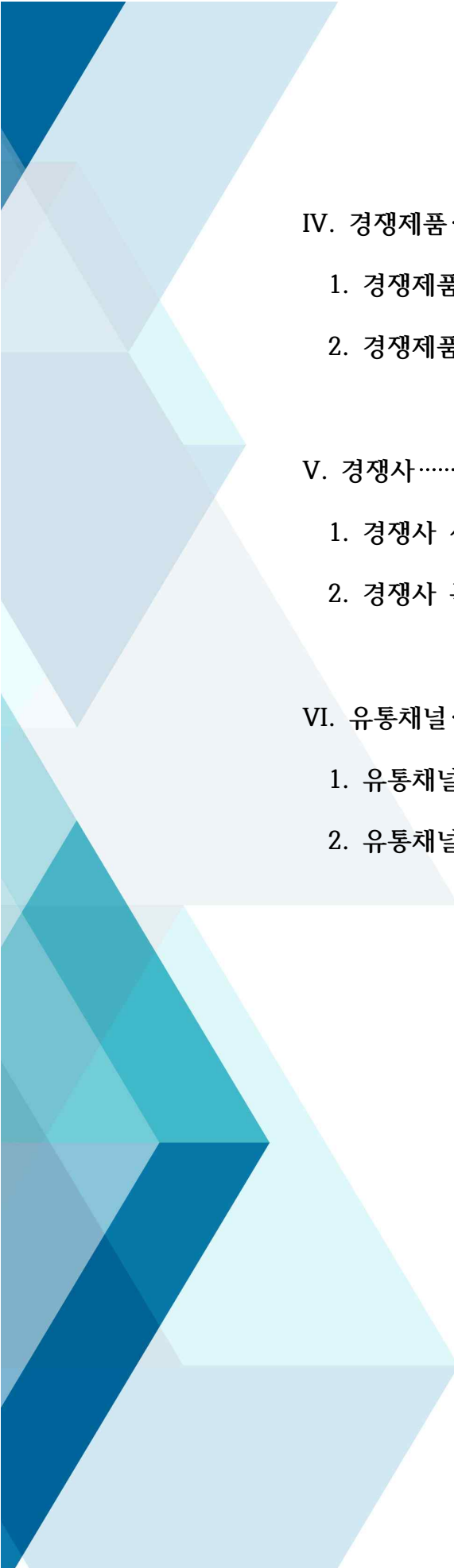
No. 1901-09

품 목 : 김치(Kimchi)

국 가 : 터키(Turkey)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 절임류 산업 현황	10
3. 수출입통계	14
II. 시장 트렌드	16
III. 통관 및 제도	23
1. 통관 및 검역	26
2. 인증정보	32
3. 라벨링	35
4. 위생규정	38



IV. 경쟁제품	39
1. 경쟁제품 선정	40
2. 경쟁제품 분석	41
V. 경쟁사	48
1. 경쟁사 선정	49
2. 경쟁사 분석	50
VI. 유통채널	53
1. 유통채널 개황	54
2. 유통채널 분석	57



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 절임류 산업 현황
3. 수출입통계

국가 개요

아시아 대륙 서부에 위치하고 있고 유럽 대륙의 동남부와 연결되어 있음. 북쪽으로 조지아, 아르메니아, 이란과 맞닿아 있으며 남쪽은 이라크, 시리아 및 지중해, 서쪽의 유럽 대륙과는 그리스 및 불가리아와 접경을 이루고 있음

내륙지방은 대륙성 기후이며 해안지방은 해양성 기후를 띠. 북동부 및 아니톨리아 고원지대는 대륙성 기후, 지중해 및 에게해 연안은 전형적인 지중해성 기후임

한반도의 3.5배에 달하는 국토면적과 유럽에서 두 번째로 많은 8,190만 명의 인구를 보유하고 있고 있으며 주요 수출 품목은 자동차, 기계류, 주요 수입품은 원자재 및 중간재임. 가공 후 수출하는 품목인 중간재 수입 비율이 전체 수입액의 약 70%를 차지하며 유럽의 공장 역할을 하고 있음

정의개발당(AKP)이 2002년 집권 이후 현재까지 정권을 유지하고 있으며, 에르도안이 2000년 총리 집권 이후 터키 최고 권력자로 장기집권하고 있는 상황

2016년 발생한 쿠데타 시도, 쿠르드족 분리주의 반군(PKK)과의 무력충돌, 시리아 내전에 따른 난민 유입과 IS 테러 등으로 치안이 불안정하였으나 2018년부터 안정세를 보임. 다만 급등하는 리라화 환율은 경제 불안 요소로 작용

EU 국가와의 교역 비중이 전체 교역량의 약 50%를 차지하며 대외무역에 있어 유럽의 의존도가 높은 편이나 최근 교역 다변화 노력에 따라 중국과 이란 등 동아시아와 중동과의 교역이 점차 증가하는 추세

주요 정보

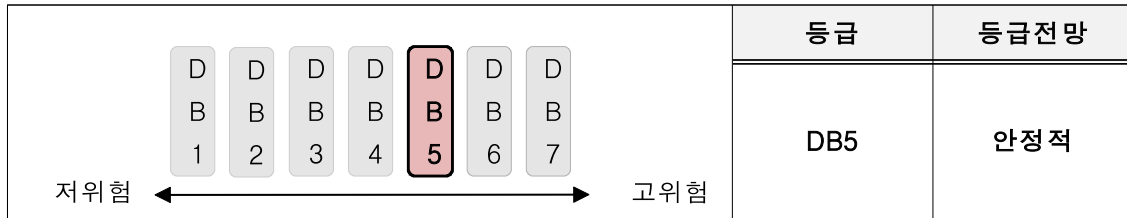
- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ 국명: 터키 ▶ 수도: 앙카라 ▶ 대통령: 레제프 타이이프 에르도안(Recep Tayyip Erdogan) ▶ 인구: 8,190만 명(2018) ▶ 민족: 터키인, 쿠르드인, 아랍인 등 ▶ 면적: 783천km²(한반도의 3.5배) | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 공식어: 터키어 ▶ 주요 도시: 앙카라, 이스탄불, 이즈미르, 안탈리아 등 ▶ GDP: 7630억 달러(2018) ▶ 1인당 GDP: 9,315달러(2018) ▶ 경제성장률: 3.1%(2018) ▶ 화폐단위: 리라(Lira, TRY) |
|--|---|



자료: 「Country Insight Snapshot Turkey March 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.03.01

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망¹⁾



자료: 「Country Insight Snapshot Turkey March 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.03.01

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	- 유럽, 아시아, 중동의 접경지인 전략적 요충지에 위치
부정적	- 낙후된 교육 시스템, 낮은 저축률, 경상수지 적자 구조 지속 - 정치적 긴장감 지속 ²⁾ 및 IS(Islamic State)에 대한 위협 가능성 상존 - 에르도안 대통령의 비정통(Unorthodox) 경제 정책에 대한 투자자 불안 요소 지속

자료: 「Country Insight Snapshot Turkey March 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.03.01

□ 주요 거시경제 지표

- 경상수지 및 재정수지는 만성적인 적자 상황임
 - 상품수지에서 수입이 수출보다 많은 구조이며 정부 지출 증가로 인해 GDP 대비 재정수지가 만성적인 적자 상황을 보이고 있음
 - 이란과 러시아로부터 천연가스와 원유를 주로 수입하기 때문에 국제에너지 가격 변동과 환율에 취약하며, 높은 에너지 수입 비중으로 경상수지 적자가 누적되는 상황
- 리라화 가치 폭락과 미국의 경제제재로 경제적 위기 상황에 직면한 바 있음

1) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션을, 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

2) 정부 대 쿠르드족, 정부 대 세속 엘리트계층 등

- 신흥국 경제 위기 확산과 만성적인 쌍둥이(경상수지 및 재정수지) 적자, 2017년 경기 과열에 따른 우려와 조기 대선 시행에 따른 정세 불안정으로 환율이 급락
- 2018년 터키 체류 미국인 브린슨 목사³⁾ 석방 여부를 둘러싼 미국과의 분쟁으로 미국이 터키산 주요 수출품(철강 및 알루미늄)에 관세를 두 배 인상하며 실물 경제 위기상황까지 직면한 바 있음
- 환율이 하락 안정세를 보이지 않으면 외채상환부담이 더욱 심화될 전망
- o 2016년 쿠데타 시도로 경제성장률이 위축(3.2%)되었으나, 정부 재정지출 확대로 대형 인프라 프로젝트가 진행되며 2017년 회복세(7.4%)를 보임
 - 터키공화국 100주년이 되는 2023년에 맞춰 대형 인프라 프로젝트가 진행 중이며, 이는 경제성장률을 높이는 역할을 함
 - 단, 대부분의 재원이 국외 차입 혹은 투자 유치에 활용된 것으로 원리금 상환부담이 가중되고 인플레이션이 심화되는 부정적인 영향을 끼침⁴⁾
- o 터키의 실업률은 10% 이상을 지속 상회 중
 - 청년층의 실업률은 20%를 웃돌며 여성 실업률은 15% 수준으로 연령 및 성별에 따른 실업률 격차가 큰 편임

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2016	2017	2018e	2019f	2020f	2021f	2022f	2023f
경상수지/GDP	-3.8	-5.6	-3.7	-1.0	-1.2	-2.0	-2.2	-2.4
재정수지/GDP	-1.7	-2.0	-2.5	-2.3	-1.7	-1.5	-1.5	-1.3
물가상승률	7.8	11.1	16.1	17.4	12.5	8.9	7.8	6.5
실질경제성장률	3.2	7.4	3.1	0.6	3.2	4.3	5.1	4.8
실업률	10.9	10.9	10.9	10.7	10.0	9.8	9.4	9.2

자료: 「Country Insight Snapshot Turkey March 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.03.01 및 터키 국가신용도 평가리포트, 수출입은행, 2018.09.06

3) 브린슨 목사는 2016년 에르도안 터키 대통령에 저항해 쿠데타를 일으킨 것으로 알려진 굴렌(Fethullah Gulen)의 지지자와 분리주의 무장단체인 쿠르드 노동자당(PKK)을 도왔다는 혐의로 수감됨

4) 보스포루스 해협의 대운하건설(약 200억 달러), 이스탄불 해저 3층 터널(약 35억 달러) 등 인프라 프로젝트 예상 소요 자금은 약 1,000억 달러임

□ 무역통상 환경

- 독일이 터키 최대 교역국이며 EU 국가와의 교역 비중이 전체 교역량의 40%에 달할 정도로 높은 수준임
- 정부의 제조업 육성정책 및 외자 유치 정책으로 터키는 '유럽의 공장'으로 불리며 터키 내 현대자동차, Ford 등 다수의 글로벌 기업이 공장을 운영 중
- 최근 중국을 비롯한 아시아와 이란, 러시아와의 관계가 개선 중
 - 2016년 전투기 격추 사태로 경색되었던 러시아와의 교역이 미국 경제제재로 개선되는 상황
 - 매년 98억㎥에 달하는 이란산 천연가스를 2026년까지 수입하기로 하는 등 이란과의 관계도 개선되고 있음
- 물가 폭등으로 식료품 값이 20년만에 최고치를 기록하며 리라화 가치 하락으로 농식품 수입에 어려움이 있음
 - 2019년 1월 터키 식료품 가격 상승률은 20년만에 최고치 기록
 - 리라화 가치 폭락과 주요 농업지대인 앙카라에 연이은 홍수 발생으로 식료품 가격이 상승
 - 정부는 등록되지 않은 식료품을 높은 값에 판매하거나 유통 과정에서 폭리를 취한 88개 업체에 대해 약 40만 달러에 달하는 벌금을 부과
- 에르도안 대통령의 식량 반비축정책 결과로 식품가격이 급증하고 식량 불안정 상황에 직면
 - 부족한 국내 식량 공급량을 충족하고자 곡류, 육류 등 주요 품목에 대해 수입관세 면제 조치를 취했으나 계획되지 않은 수입으로 국내 축산업 쇠퇴 및 재고 물량 처치 곤란과 같은 부작용에 직면
- 정부의 비전 2023 정책을 기반으로 건국 100주년이 되는 2023년까지 세계 10대 경제 대국 진입을 목표로 교통, 보건, 에너지 등 인프라 발전 추진 중
 - 한국 건설기업의 터키 내 대형 프로젝트 참여가 증가하고 있음

□ 위험 및 기회요소

구 분	내 용
위험	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 유럽의 공장 역할을 하며 터키 생산공장에서 조립 후 유럽에 재수출하는 형태의 산업 구조를 보이거나, 저임금 노동력을 활용한 저부가가치 제조업이라는 구조적 취약성이 있음 ▶ 천연가스와 원유를 주로 이란과 러시아 등으로부터 수입하고 있으며, 국제에너지 가격 변동과 환율에 취약하고 높은 에너지 수입 비중으로 인해 경상수지 적자가 누적되는 상황 <ul style="list-style-type: none"> • 원유와 천연가스 수입 규모가 터키 전체 수입의 10% 이상을 차지하며, 전력수요의 약 40%를 천연가스 발전으로 충당하는 등 에너지 수입 의존도가 높음 ▶ 건국 100주년을 맞아 세계 10대 경제 대국 진입을 목표로 한 비전 2030년 계획을 실행 중이나 실현 가능성은 낮은 상황 <ul style="list-style-type: none"> • GDP 2조 달러, 국민소득 2만 5,000달러 등 세부 목표를 수립하였으나 만성적인 적자 구조, 저부가가치 산업구조가 지속되는 한 목표 달성이 힘들 전망
기회	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 유럽과 아시아를 잇는 지정학적 요충지로서 이점 보유 <ul style="list-style-type: none"> • 이슬람 문화권 국가로 중동과 중앙아시아 및 아프리카 진출의 교두보 역할 • 러시아와 중동의 유럽행 천연가스관이 통과하는 에너지 수송 허브 역할 ▶ 2017년 대통령제 개헌에 따른 조기 대선 실시를 통해 정권 안정 <ul style="list-style-type: none"> • 2018년 조기 대선을 실시하였고 중임 기간 중 추가 5년의 임기가 주어지도록 개헌 • 대선과 함께 실시된 의회 선거에서 집권 여당인 정의개발당(AKP)이 연정 파트너인 민족주의행동당(MHP)과 각각 290석 및 49석을 차지해 과반을 확보하며 안정적인 국정 운영이 가능 ▶ 국가비상사태 해제 및 테러 감시활동 강화로 치안 안정화 <ul style="list-style-type: none"> • 2016년 7월 20일 쿠데타 시도로 국가비상사태가 선포되었으나 2018년 7월 18일 해제 • 2017년 1월 나이트클럽 총격 사건 이후 테러가 발생하지 않았고 對테러감시활동 강화로 치안이 안정화되는 추세 ▶ 미국과는 경제 제재 등 갈등 상황을 보이고 있으나 EU와는 상호 협력, 이란·중국·러시아와 관계가 개선 중 <ul style="list-style-type: none"> • 터키 체류 미국인 브런스 목사의 가택 연금에 대한 보복 조치로 미국의 금융제재가 가해지는 등 갈등 상황이 증폭되는 가운데, 이란·중국·러시아와의 관계는 개선 중 • EU 입장에서도 터키가 시리아 난민을 흡수하는 완충지대 역할을 하며 EU-터키와의 협력관계가 유지되고 있음

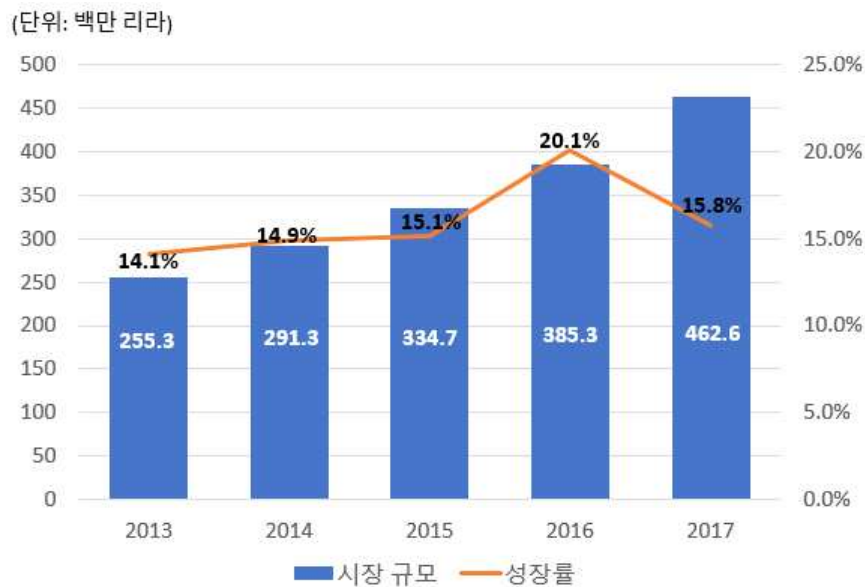
자료: 「Country Insight Snapshot Turkey March 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.03.01 및 뉴스 기사 종합

2. 절임류(Pickeld Product)⁵⁾ 산업 현황

□ 절임류 시장 규모

- 터키 절임류는 최근 5년간(2013-2017년) 연평균성장률 16.0%로 성장하여 2017년 시장 규모 최고치를 달성
- 절임류 시장 규모는 해마다 상승였으며 특히 2015-2016년의 성장률은 20.0%를 상회함
- 2017년 시장규모 최고치인 약 4억6,260만 리라(약 962억원⁶⁾)를 기록

표 1.2 절임류 시장 규모(2013-2017년)



자료: Euromonitor International

5) 절임류(피클류)는 올리브, 토마토, 피망, 아스파라거스 등 야채나 과일을 식초에 절인 저장 식품으로, 김치는 절임류로 분류됨

6) 환율: 1터키 리라=208.09(KEB 하나은행 2019.03.11 고시 기준)

□ 절임류 주요 기업

- 주요 기업은 Kühne KG이며 2017년 기준 시장점유율 21.0%를 기록
 - 그 뒤로 Euro Gida(13.7%), Zey-Tur San Gida San ve Tic AS(9.7%), Penguen Gida Sanayii AS(9.3%) 순임
 - 주요 기업 순위는 최근 5년간(2013-2017년) 점유율에 큰 변동없이 유지되는 상황
 - 자체상표(Private Label) 점유율도 높은 수준(19.2%)이며 기타에 해당하는 비율(11.3%)로 미루어보아 소규모의 기업의 진출도 활발할 것으로 판단됨

표 1.3 절임류 주요 기업 점유율 추이(2013-2017년)

(단위: %)

기업명	2013	2014	2015	2016	2017
Kühne KG, Carl	23.9	23.3	21.8	22.0	21.0
Euro Gida	14.5	14.8	14.4	14.6	13.7
Zey-Tur San Gida San ve Tic AS	14.7	12.3	11.2	10.2	9.7
Penguen Gida Sanayii AS	10.4	9.6	9.5	9.5	9.3
Fersan AS	5.5	5.7	5.7	5.3	5.6
Tat Gida San AS	4.2	4.2	4.2	4.1	3.8
Burcu Gida Konserve ve Salca San AS	4.3	3.8	3.3	2.8	2.4
Tamek Gida ve Konsantre Sanayi AS	2.2	1.9	1.6	1.4	1.1
Oyak Group	3.4	3.1	3.0	3.0	2.8
Tat Konserve Sanayii AS	-	-	-	-	-
자체상표	10.4	12.5	17.8	19.3	19.2
기타	6.5	8.8	7.4	7.8	11.3

자료: Euromonitor International

□ 절임류 주요 브랜드

- 주요 브랜드는 Kühne(Kühne KG社 브랜드)며 2017년 기준 시장점유율 21.0%를 기록
 - 그 뒤로 Melis(13.7%), Berrak(9.7%), Penguen(9.3%) 순임
 - 주요 브랜드 순위는 최근 5년간(2013-2017년) 점유율에 큰 변동없이 유지되는 상황

표 1.4 절임류 주요 브랜드 점유율 추이(2013-2017년)

(단위: %)

브랜드명(기업명)	2013	2014	2015	2016	2017
Kühne(Kühne KG, Carl)	23.9	23.3	21.8	22.0	21.0
Melis(Euro Gida)	14.5	14.8	14.4	14.6	13.7
Berrak(Zey-Tur San Gida San ve Tic AS)	14.7	12.3	11.2	10.2	9.7
Penguen(Penguen Gida Sanayii AS)	10.4	9.6	9.5	9.5	9.3
Fersan(Fersan AS)	5.5	5.7	5.7	5.3	5.6
Tat(Tat Gida San AS)	4.2	4.2	4.2	4.1	3.8
Burcu(Burcu Gida Konserve ve Salca San AS)	4.3	3.8	3.3	2.8	2.4
Tamek(Tamek Gida ve Konsantre Sanayi AS)	2.2	1.9	1.6	1.4	1.1
Tukas(Oyak Group)	3.4	3.1	3.0	3.0	2.8

자료: Euromonitor International

□ 절임류 가격

- 절임류 제품의 대부분은 유리병 용기를 사용하였으며 중량은 500g이상 1kg 이하
 - 가격은 제품 하나당 2.20리라-9.50리라(450원-2,000원) 수준임
 - kg당 분석 시 가격은 3.20리라-13.20리라(670원-2,750원) 수준으로 다양함

표 1.5 절임류 주요 브랜드 가격 정보

브랜드명	포장	중량	가격 (리라/포장당)	가격 (리라/kg당)
Bim	금속류	850g	3.25(677원)	3.82(795원)
Berrak	유리병	720ml	6.40(1,333원)	8.89(1,851원)
Burcu	유리병	520g	4.75(989원)	9.13(1,902원)
Fersan	유리병	720g	9.50(1,979원)	13.19(2,748원)
Kühne	유리병	350g	5.95(1,239원)	17.00(3,541원)
Melis	유리병	680g	5.25(1,093원)	7.72(1,608원)
Migros	유리병	680g	2.20(458원)	3.24(675원)
Penguen	유리병	670g	5.50(1,145원)	8.21(1,710원)
Tamek	유리병	680g	5.45(1,135원)	8.01(1,668원)
Tat	유리병	680g	5.95(1,239원)	8.75(1,822원)
Tukas	유리병	670g	4.15(864원)	6.19(1,289원)

자료: Euromonitor International

- o 터키 환경부, 보건부, 교육부는 2019-2020년 학기부터 학교 식당 및 매점에서 판매되는 불량식품에 대한 제재 협력에 합의
 - 터키는 OECD 가입국 중 높은 비만율을 기록함(전체 성인 인구의 약 32.1%가 비만)
 - 이 같은 조치로 미루어볼 때 터키 정부는 장기적인 차원에서 국민 건강 진흥을 위한 다양한 정책을 펼칠 것으로 전망됨
 - 소금이나 설탕과 같은 첨가물과 질병(당뇨병, 고혈압 등)에 대한 상관관계가 밝혀지고 있으므로 건강 관련 정책 이슈를 반영한 마케팅 전략이 필요

표 1.6 정부의 어린이 대상 프로그램 방영에 대한 식음료 광고 규제 내용

색 분류	해당 식품	광고 규제
녹색	달걀, 과일 및 야채, 첨가물이 없는 우유 및 요구르트 등의 신선식품	없음
적색	초콜릿, 설탕, 웨하스, 에너지바, 단맛이 나는 소스·디저트·비스킷, 케이크, 과일 파이, 초콜릿 비스킷, 케이크 믹스, 감자칩, 스낵, 주스, 에너지 음료 및 감미료나 설탕이 첨가된 음료	어린이 프로그램 앞·뒤 및 중간 모두 방영 금지
주황색	양념·소금기가 있는 크래커, 우유가 함유된 음료, 시리얼, 요구르트, 신 우유와 크림, 치즈, 피자, 즉석식품, 버터, 기름, 빵 종류, 신선 또는 말린 파스타, 곡류, 가공육, 가공류 및 생선, 가공 채소 및 가공 과일, 소스류 등	지정된 기준을 준수해야만 광고 허용

3. 수출입통계

1) 통계분석 기준 설정

□ 김치 통계 기준 설정

- 글로벌 및 터키 수입통계 및 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정

□ 김치 통계 기준 확인

- 한국의 경우 김치에 해당하는 세번이 특계되어 있으나 터키의 경우 김치는 기타로 분류됨
 - 터키로 수입되는 국가별 김치 수출량 파악은 불가능한 것으로 판단됨
 - 다만, 한국산 김치의 수출 통계는 확인 가능하므로 이에 대한 조사를 진행함

표 1.7 김치 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2005	조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소(식초나 초산으로 처리한 것은 제외하고, 냉동하지 않은 것으로 한정하며, 제2006호의 물품은 제외한다)
	2005.99	기타
	2005.99.1000	김치
터키	2005	조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소(식초나 초산으로 처리한 것은 제외하고, 냉동하지 않은 것으로 한정하며, 제2006호의 물품은 제외한다)
	2005.99	기타
	2005.99.800000	기타

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

2) 한국산 수출 통계(통계기준: HS CODE 2005.99.1000)

□ 2017년 한국산 對글로벌 김치 수출액은 수출액과 수출량에서 뚜렷한 추이를 보이지 않음

○ 2017년 한국산 對글로벌 김치 수출액 분석 시 2013년부터 2016년까지 감소 추이를 보이다가 2017년 반등

- 수출량 측면에서 2013년부터 2015년까지 감소 추이를 보이다가 2016-2017년 반등
- 김치 수출의 감소는 중국산 김치의 글로벌 진출에 따른 경쟁 심화 때문인 것으로 추정되며, 김치 수출 증가는 한식의 위상 강화와 관련된 것으로 보임

표 1.8 한국산 김치 對글로벌 수출 추이

(단위: 천 달러, 1톤)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
수출액	89,277	84,033	73,543	78,900	81,393
(연 증감률)	(△ 16.3%)	(△ 5.9%)	(△ 12.5%)	(△ 7.3%)	(3.2%)
수출량	25,631	24,742	23,111	23,490	24,311
(연 증감률)	(△ 7.3%)	(△ 3.5%)	(△ 6.6%)	(1.6%)	(3.5%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 한국산 김치의 터키 수출은 2016년 및 2017년 연속 '0'을 기록

○ 한국산 김치의 對터키 수출규모는 연도에 따라 다르게 나타나고 있으나, 최근 2년간(2016년 및 2017년) 수출실적은 전무하였음

- 다만 과거(2013-2015년) 자료 조사 시 김치가 수출된 기록이 있음
- 김치 수출 단절은 최근 터키의 리라화 환율 급등에 따른 외국산 농축산물 수입에 대한 비용 상승 때문인 것으로 추정됨

표 1.9 한국산 김치 對터키 수출 추이

(단위: 달러, Kg)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
수출액	14,174	24,801	25,820	0	0
(연 증감률)	(4,821.5%)	(75.0%)	(4.1%)	(△ 100.0%)	(0.0%)
수출량	3,306	6,000	7,000	0	0
(연 증감률)	(5,410.0%)	(81.5%)	(16.7%)	(△ 100.0%)	(0.0%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드

□ 김치에 관한 소개가 온라인에서 확인됨

- 김치를 동양 배추를 활용한 절임류로 소개
 - 터키 인터넷이나 블로그에서 김치는 양배추와 현지 재료를 사용한 건강식으로 소개되고 있음
 - 온라인 사이트에서 터키 일반 가정에서 손쉽게 김치를 담그는 방법을 소개하고 알림
 - 김치의 다양한 제조법(깍두기, 백김치, 파김치, 가지김치, 오이소박이 등) 및 활용법(찌개 및 부침용)을 설명하며, 현지에서 김치가 소비되는 방식으로 와인과 함께 곁들이는 방법을 예로 들
- 김치를 건강과 다이어트에 효능이 있는 식품으로 소개
 - 발효식품 특징으로 유산균을 강조함
 - 한국의 김치전과 김치 볶음밥을 현지식 괴즐레메(Gözleme, 현지 요리 중 하나로 밀가루를 이용해 만드는 부드러운 부침 요리)나 필라프(Pilav, 기름을 두른 쌀밥 볶음밥)로 활용하는 방법을 소개
- 김치를 알고 있는 터키 현지인은 대부분 한국 드라마를 통해 김치를 접함
 - 김치는 한식당에서 라면, 김밥, 라볶이 등의 메뉴와 함께 소비됨
 - 인터넷을 통해 김치 제품을 접하고 한식당을 방문하는 경우도 있음
 - 다만, 현지인의 김치에 대한 인식 수준은 여전히 낮은 상황으로 김치에 관한 다양한 홍보 방안이 동반되어야 함
- 해산물에 거부반응을 보이는 소비자가 많으므로 김치 제조 시 해산물 사용에 주의
 - 터키의 절임류 제품 대부분이 식초와 소금을 활용하여 맛을 내는 형식으로 식재료가 대부분 식품 속에 녹아들게 됨
 - 따라서 김치 제조 시 해산물이 양념으로 사용되더라도 눈에 보이지 않는 방식으로 제조되어야, 이를 통해 소비자에게 친숙한 이미지를 전달할 수 있음
- 김치 제조 시 한국의 젓갈을 사용하는 경우 현지인들의 거부감이 심해 피쉬소스를 사용해서 멸치 액젓을 대체하는 경우가 많음
 - 피쉬소스는 터키에서 정식으로 수입되는 물품으로 현지인의 거부반응이 적음
 - 현지인은 해산물 특히 작은 새우에 대한 거부감이 심해 새우젓을 사용하기 힘들

- 김치 이외의 반찬 서빙 시에도 멸치와 같은 작은 해산물에 대해 거부감을 느끼는 경우가 있음
- 발효식품에 대한 이해 부족으로 김치에 대한 오해를 빚는 경우가 잦음
 - 신김치에 대해 상한 맛이 난다고 거부반응을 보이는 소비자가 많음
 - 싱싱한 김치의 경우 발효된 신김치 맛이 나지 않는다고 문의하는 경우가 있음
 - 발효되는 과정을 제품 변질로 인식하거나, 정확한 보관법을 몰라 변질된 제품을 계속 섭취하는 소비자가 발생함
- 한인회가 주체하는 김치 행사가 매년 3월에 개최
 - 일반적으로 한국 식당에서 만든 김치가 한인들을 대상으로 판매되고 있으며 현지인의 경우 소량으로 구입하기도 함
 - 한인의 경우 김치 포장에 대한 거부감이 없으나, 현지인의 경우 포장된 김치를 구매하는 경우가 거의 없음(터키 현지인 가정에서는 김치 보관에 대해 여전히 거부감을 보이며 식당에서 소비를 하는 것을 선호함)
- 외국인 거주율이 높지 않은 앙카라의 경우 한인 커뮤니티가 축소되고 있는 추세이며 한국인을 위한 김치 공급이 많지 않음
 - 터키 주재 한인 교민은 약 2,800여 명 수준으로 확인됨
 - 이스탄불에서 한식당이 3개로 파악되는 것과 달리 수도인 앙카라에는 2018년 최근 개점한 한식당 한 곳만 있는 상황
 - 반면 앙카라 내 일본인 커뮤니티는 규모가 확장되는 추세이며 따라서 일식에 대한 공급과 수요가 높은 편임(초밥과 함께 곁들일 수 있는 절임류의 경우 대부분 큰 마트를 통해 구입할 수 있음)
- 현지인은 김치를 직접 제조해서 먹으며 가격 문제로 제품을 직접 구매하는 경우가 거의 없음
 - 수요가 많지 않고, 터키 주재 한인의 경우에도 김치를 직접 만들어서 먹는 것이 경제적이라 판단함
 - 한식당 이용 시 김치찌개가 40-45리라(약 10,000원), 삼겹살 1인분이 55-65리라(14,000원)으로 현지 물가 대비 비싼 편임⁷⁾

7) 터키에서 생필품 가격은 기타 유럽대비 싼 편이며 우유 1L가 약 400원-700원, 계란 10개구 1,200원-3,000원, 맥도날드 빅맥의 경우 2,600원 정도임

❖ [터키 소비자 인터뷰]

소비자1: 20대/여성(학생, 한국 거주 경험 X)
소비자2: 50대/여성(교수, 한국 거주 경험 O)
소비자3: 50대/남성(연구원, 한국 거주 경험 O)
소비자4: 20대/여성(직장인, 한국 유학 경험 O)
소비자5: 20대/여성(학생, 한국 거주 경험 X, 한식당 방문 중 인터뷰)

1) 김치 구매 시 주요 고려 사항

소비자1: 맵지 않고 신선한 형태로 되 아삭아삭한 상태로 판매되어야 함. 가끔 한식당 김치에서 유통기한이 지난 것 같은 느낌의 발효 김치를 먹는 경우가 있는데 맛에 대한 주의가 더 필요해 보임. 터키인은 김치를 기호 식품으로 보기 때문에 젓가락이나 라면과 같은 제품을 묶어서 같이 판매 한다면, 김치 구매 시 현지인의 호기심과 이목을 끌 수 있을 것으로 생각됨

소비자2: 포장이 중요. 상품의 중량에 따라 다양한 제품 라인이 구비되었으면 함. 즉 3kg, 5kg과 같은 대규모 포장보다는 500g, 700g, 1kg 등의 단위로 나누는 것이 중요함. 또한 판매 지역에 따라 소비 정도가 다를 것이라 예상되며 앙카라의 경우 지역별 소득 수준에 따라 판매에 차이를 보일 것으로 예상

소비자3: 가격이 중요함. 한식당을 방문하지 않는 이유는 가격이 비합리적일 정도로 비싸기 때문임. 또한 포장에 대한 주의가 필요하며 김치 특유의 냄새로 인해 보관이 어려움. 개봉전에 김치 특유의 냄새가 나지 않는 것이 필요함

소비자4: 김치의 신선도를 보존할 수 있는 형태로 포장되어야 함. 또한 매운맛 정도를 조정하여 다양한 소비자 기호를 맞출 수 있어야 함

소비자5: 아시아 음식과는 차별화되는 한국식 특징을 강조할 필요가 있음

2) 김치 및 한국 수입식품에 대한 인식

소비자1: 한식당을 자주 방문하지 못하나 찌개류를 긍정적으로 평가함. 터키식 수프는 대부분 짜고 기름진 형태인데 반해, 한국 찌개는 기름지지 않아 건강식이라는 이미지가 있음. 김치의 경우 매콤하고 새콤한 맛이라 터키 현지식 쌀밥과도 잘 어울릴 것 같음. 다만 가격 부담이 커서 아쉬운 점이 있음

소비자2: 긍정적으로 생각함. 한국 파견 기간 중 한국 음식을 접했고 종종 소비하고 있음

소비자3: 한국에서 5년간 거주하였고, 한식이 생각보다 터키인 입맛에 잘 맞았음. 다만 대부분의 소비자는 일식 및 중식과 비교되는 한식의 차이점을 잘 인지하지 못하고 아시아 식요리의 일부로 생각함

소비자4: 한국 유학 경험이 있고 터키식 대비 조금 더 맵고 마늘향이 강한 자극적인 음식이라고 생각됨. 한식에서도 터키인 기호를 충족시키는 다양한 요리가 있으나 이를 맛볼 기회가 부족하고, 터키 소재 한식당의 경우 가격측면에서 매우 비쌌음

소비자5: 한식이 터키인 소비자 입맛에 잘 맞는다고 판단됨. 터키 음식과 함께 곁들여 먹을수도 있으나 조금 싱거우면서도 맵게 느껴지기도 함

3) 김치 경험 여부 및 평가·지속 구매 의사

소비자1: 앙카라 한식당에서 처음 접하였음. 아삭한 식감이 현지에서 먹는 양배추 절임과는 다른 맛이라 색다른 경험이었음

소비자2: 한국 파견 생활 중 김치를 맛보았고 김치 특유의 맛에 대해 거부감 없이 소비하였음. 지속 구매가 가능해진다면 1달에 1번 이상은 500g씩 구매하고자 함. 또한 마늘향과 해산물향이 강하지 않는 것을 선호. 제품 종류도 늘어 총각김치와 같은 다양한 형태가 시장에 출시될 수 있으면 좋겠다고 생각함. 특히 총각김치는 건강식으로 인식됨

소비자3: 김치가 주 요리가 아닌 반찬이기 때문에 50-100g으로 포장 시 1주일에 2번 이상 구매할 의향이 있음. 대량 구매를 하지 않는 이유는 보관이 힘들기 때문임

소비자4: 최소 일주일에 2회 정도 소비할 의향이 있음. 신선도를 유지하고 상큼하고 아삭 아삭한 식감이 유지된다면 구매할 의향이 있음. 가끔 잘못 발효된 김치를 먹어 식감이 변질된 경우를 보았음. 또한 김치와 어울리는 식품을 소개할 필요가 있다고 생각함. 매운 음식을 잘 먹지 못하는데, 김치의 강한 매운 맛과 잘 어울리는 식품을 찾을 수 있다면 좋은 대안이 될것으로 예상

소비자5: 소량으로 구매할 수 있다면 제품 구매 의사가 있음

4) 김치 구매 시 동기

소비자1: 터키 쌀밥은 기름을 통해 볶는 방식인데, 새콤한 김치와 잘 어울림. 터키 음식 또한 절임류 오이(피클)나 양배추와 함께 섭취되는데, 이를 김치가 대체할 수 있다고 생각함

소비자2: 한국 생활 중 김치를 소비했고 독특한 맛이 마음에 들어 지속 구매하고 싶음

소비자3: 건강식이라 판단되며 한국인 대부분이 건강한 몸을 유지하는 이유가 김치 때문이라는 논문을 읽은 적이 있음. 마늘 성분이 다이어트에 효과가 있다는 이야기를 접한 적이 있는데, 터키 현지에도 마늘이 첨가된 절임류가 있고 고기의 독소를 중화시키기 위해 이를 찾는 사람도 있음. 김치의 경우 볶음 요리, 샐러드 대용, 절임류 밑반찬 등으로 소비가 가능하기에 터키 현지 식재료로도 사용가능할 것으로 판단됨

소비자4: 한국 유학기간동안 학교 식당에서 김치를 많이 소비하였음. 터키식 양배추 절임과 유사함

소비자5: 호기심 차원에서 구매함

5) 김치 구매 장소

소비자1: 앙카라 한식당 '한강'

소비자2: 현재 구매하고 있지 않으며, 한국 거주 시 저녁 식사로 소고기나 닭고기와 함께 소비함

소비자3: 현재 구매하고 있지 않으며, 한국에서 기름진 음식을 먹을 때 독소를 배출하기 위한 방법으로 소비함

소비자4: 한국에서는 학교 식당에서 김치를 섭취했으나, 터키에서 김치를 소비하는 방법이 한식당을 방문하는 방법 밖에 없음

소비자5: 한식당에서 반찬으로 소비

❖ [현지 조사원 의견]

터키는 중앙 아시아 유목 사회에 전통을 두고 있으며 육류 위주의 메인 요리에 향신료를 첨가하지 않은 단순한 식재료를 사용함. 터키의 경우 이러한 유목식 육류 소비 위주의 식습관에서 중동 지역의 식문화(향신료를 첨가하는 방식)를 받아들이기 시작했고, 이후 지중해 유럽의 육류/곡물/해산물을 포함하는 다양한 방식으로 진화

따라서 터키 음식은 고기 위주의 메인 요리에 샐러드나 마카로니(파스타) 혹은 쌀과 빵을 곁들여 먹는 형태이며, 음식이 기름지기 때문에 이를 중화시키고자 절임류를 활용하는 경우를 볼 수 있음

터키 젊은층의 경우 특히 건강관리에 관심이 많고 기름진 고기 형태의 고칼로리 현지식단을 피해 쌀밥 요리나 샐러드, 염장류의 음식을 곁들이는 경우도 있음. 소수이긴 하나 한국 체류 경험이 있는 터키 유학생 출신자들의 경우 건강 관리 차원에서 가정에서 직접 양배추를 이용해 물김치를 담가 먹는 경우도 있음

다이어트 식품의 일종으로 김치에 관한 자료가 인터넷에 많이 게재되어 있음을 확인할 수 있음. 현지 소비자는 김치를 다이어트용 양배추 절임으로 인식하는데, 한국에서 보듯 반찬의 개념으로 생각하지 않음. 다만 한국 드라마를 접한 일부 현지인의 경우 김치를 라면과 함께 먹는 반찬으로 보는 경우도 보았음

만일 김치가 현지식에 사용된다면 다음과 같은 형태로 적용되어야 할 것으로 판단됨. ① 육류에 곁들여 먹을 수 있는 양배추 절임형. 절임류가 각광받는 이유는 야채 가지수가 비교적 다양하지 못하고 고기 위주로 음식을 소비하는 터키 문화에서 기원하며, 따라서 소화 문제를 돕고자 요구르트나 유제품류가 터키에서 다양하게 발달하였음. 현지인은 절임류 혹은 염장류 속의 유산균에도 관심을 많이 갖는 편으로 김치가 맛도 좋고 소화를 도울 수 있다면 큰 상품성을 가진다고 판단함




(일반 대형마트나 전통 시장에서 판매되는 절임류는 양배추, 고추, 양파, 오이 등을 활용한 다양한 야채로 구성됨)

②다이어트 식품으로써 소비. 현지에서 다이어트를 위해 샐러드나 수프, 저칼로리 곡물 식품을 찾는 경우가 많고 다이어트에 관계된 웹사이트에서 김치에 관해 소개하는 경우가 많음. ③현지식 반찬으로 소비하는 경우. 터키식 밥은 한국과 달리 기름을 두른 냄비에 물을 첨가하는 형식으로 이때 소화를 돕기 위해 절임류(양배추·칠리고추·피클 절임)을 함께 곁들이기도 함. 현지인들에게 김치는 단순한 배추 절임이라기 보다 고춧가루와 다양한 향신료가 첨가된 하나의 완성된 음식으로 보이기도 하므로 현지인의 밥요리에 잘 어울리는 하나의 상품으로 소비될 가능성도 있다고 봄. 다만 이를 위해 제품에 대한 다양한 홍보와 마케팅 활동을 병행할 필요가 있음

한국에서 김치가 밑반찬으로 소비되는 것처럼, 터키 가정식에도 김치와 같은 역할을 하는 식품이 있음. 현지어로 ‘메제(Meze)’라고 불리는 음식은 메인 요리와 함께 곁들어 먹는 야채 볶음, 샐러드 형태의 무침(보통 소화를 돕는 요구르트가 첨가됨), 밥이나 빵에 곁들이는 ‘살차’(장 종류로 한국의 고추장 된장과 같이 소비됨)가 있음. 특히 고추살차의 경우 한국의 깻잎무침 소스나 배추김치 양념과 같이 매콤하고 상큼한 맛이 특징임. 종류가 다양하기 때문에 이러한 메제의 역할로 김치가 상품성이 있을 것이라 판단됨

한국 드라마의 현지 보급으로 한국식 요리가 각광을 받고 있고 특히 라면 소비가 증가하고 있음. 터키에서도 라면이 직접 생산되고 있으며 한국산과 큰 차이점이 없는 제품도 있음. 따라서 한국식을 경험하고 싶은 터키 젊은층에서 김치에 대한 소비가 있을 것이라 기대됨



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생규정

통관 및 검역 개요

❖ 터키 통관 검역 절차도

No.	절차	주요 내용	관할 기관
1	수출 전 준비	<ul style="list-style-type: none"> - 수출 식물검역증 발급 - 위생증명서 발급 - 수출관련 제반 서류 구비 - 인증 등 취득 	한국 농림축산검역본부 한국 식품의약품안전처
2	수입 신고 준비	<ul style="list-style-type: none"> - 수입자 등록 - 수입관련 제반 서류 구비 	터키 농무부 (Provincial Agriculture Directorate Authority)
3	수입 신고	<ul style="list-style-type: none"> - 약식 신고 이후 수입 신고 	관할 세관
4	물품 검역 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 수입 물품의 위험도에 따라 4가지 검사로 구분 	
5	세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> - CIF 기준 과세가격에 관세, 부가가치세, 특별소비세 등 납부 	
6	물품 반출	<ul style="list-style-type: none"> - 적정 제세 납부 시 수입 물품 반출 	

❖ 터키 가공식품 수입 통관 절차



관세 및 세금 개요

❖ 터키 HS CODE 2005.99.800000 관세율(2018년 기준)

HS CODE	품명	관세율	원산지결정기준(PSR)
2005.99.800000 (채소·과실·견과류나 식물의 그 밖의 부분의 조제품)	기본세율	39%	사용된 제7류, 제8류 및 제12류에 해당하는 모든 과실, 견과류 및 채소는 계약당사국에서 완전생산된 것. 다만, 해당 물품의 생산에 사용된 제17류에 해당하는 모든 비원산지재료의 가격이 해당 물품의 공장도 가격의 30%를 초과하지 않은 것에 한정한다.
	한-터키 FTA	0%	

한-터키 FTA 관세율 적용 시 김치 수출 관세는 0%임

❖ 터키 부가가치세 정보

부가가치세(Value Added Tax)는 식품의 경우 일반적으로 8%가 부과

❖ 터키 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 터키를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS CODE를 입력하면 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율 확인 가능

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

1. 통관 및 검역

1) 사전 절차

□ 수출 통관 관련

- 수입허가 대상 여부 확인 및 위생증명서 발급
 - 김치는 절인 야채에 액젓(수산물)을 첨가하여 제조한 식품이며, 김치를 수입금지 식품으로 정하고 있지 않음
 - 현지 바이어를 통해 수출식품 검역 절차 또는 위생증명서 발급 여부에 대한 사전 확인이 필요함
- 수출 관련 제반 서류 준비
 - 수출자는 수출 전 상업송장(Invoice), 포장명세서(Packing list), 운임인보이스 등의 서류를 준비하여 수출신고를 하고, 선사에 등록하여 해상 운송 시 선하증권(B/L) 항공운송일 시 항공화물운송장(AWB)을 받아 수입자에게 전달
- 인증 등 취득
 - 터키 인구의 99.8%가 무슬림으로 터키로 수출하고자 하는 수출자는 이슬람 식품 관련 할랄인증을 취득하면 현지 통관뿐만 아니라 판매에 있어서도 이점이 있음

□ 수입 통관 관련

- 수입자 등록
 - 처음 식품을 수입하고자하는 수입자는 터키의 농무부(Provincial Agriculture Directorate Authority)에 수입자 등록 신청서를 제출한 뒤 수입면허 또는 수입허가증을 받아야 함
 - 이미 수입자로 등록된 경우 본 절차를 생략함
- 수입 관련 제반 서류 준비
 - 수입자는 수출자로부터 전달받은 수출신고필증, 식물검역증, 위생증명서, 상업송장, 포장명세서, 운임인보이스, 선하증권 또는 항공화물운송장을 토대로 수입신고에 필요한 서류를 준비함

- 필요 서류는 수입신고서, 상업송장, 포장명세서, 선하증권 또는 항공화물운송장, 식물검역증, 위생증명서, 원산지증명서 등임
- 수입 통관에 대비하여 성분분석표 또는 성분검사표를 미리 준비하여 세관의 검사에 원활히 대비하는 것을 권장함

□ 수입 신고 - 약식신고

- o 수입한 물품이 세관에 도착한 날 익일 영업 종료시까지 터키 통관 시스템(e-BILGE)를 이용하여 수입물품의 개요를 적은 약식신고를 전산으로 신고함
 - 약식신고 시 제출 서류로는 적하목록, 선하증권 또는 항공화물운송장 원본임

□ 수입 신고

- o 수입자는 물품이 목적항 또는 목적 공항에 도착한 날부터 이용 운송 수단에 따라 20일 또는 45일 이내로 수입신고를 마쳐야 하며 일반적으로 통관 시스템(e-BILGE)을 통해 전산 신고함
 - 이용 운송 수단에 따른 수입신고 기한으로 도로/철도/항공 운송의 경우 물품 도착날로부터 20일 이내이며, 해상운송의 경우 물품 도착날로부터 45일 이내임
 - 수입 신고 기한은 신고인의 신청에 의해 연장 가능
 - 수입 신고 시 제출할 서류로는 수입신고서, 상업송장, 선하증권 또는 항공화물운송장, 포장명세서, 필요시 위생증명서/식물검역증/원산지증명서 등 세관이 요청하는 자료임

□ 물품 검역 검사

- o 검역 및 검사가 필요한 물품은 세관 내 통제 구역에서 이뤄지며 수입물품의 위험도에 따라 4가지로 분류

표 3.1 물품 검역 검사 분류

검사 구분	검사 내용
Red line	물품 및 서류 검사
Yellow line	서류 검사
Blue line	대형기업이나 수출입안전관리우수공인업체(AEO) 대상 업체로 주로 수리 후 검사
Green line	검사 내용 없음

- 한국을 포함한 대부분의 아시아 국가로부터 수입한 물품에 대해서는 일반적으로 Red line으로 분류하며 물품 검사와 서류 검사가 진행됨
 - 물품 검사 시 제출한 신고 서류와 실제 물품이 불일치하지 않도록 주의할 것
 - 김치와 같은 식품의 경우 터키 농무부에서 수출국(한국)의 위생관리국(식품의약품안전처)에서 발급한 위생증명서나 검사기관에서 발급한 성분분석표 등을 추가적으로 요청할 수 있으며, 사전에 수입자와 수출자가 합의하여 통관 지연을 방지할 수 있어야 함
- (영문) 위생증명서란 해당 식품이 위생적으로 생산, 가공되고 품질관리법에 의한 검사에 합격하였음을 증명하는 문서로, 한국 식품의약품안전처 식품안전나라 웹사이트⁸⁾에서 발급 가능
 - 수수료 없이 전자신청이 가능하며 필요서류는 영업등록증, 품목제조보고서, 수출신고필증, 선적서류, 공인인증서임

□ 세금 납부 및 물품 반출

- 수입신고된 화물의 품목분류 및 과세가격의 산정이 완료된 후 관할 기관에서 관세 및 부가가치세 등의 제세를 산출하여 납부고지서를 발송
 - 세금 납부는 전산을 이용하거나 세관에 직접 납부 가능함
 - 관세 등 납부 완료 후 수입자는 세관으로부터 화물을 인수할 수 있으며 인증이나 검사가 추가적으로 불필요한 경우 즉시 반출 가능함

□ 터키 수출 시 유의 사항

- 터키는 EU와 같은 수준의 식품관련 규정을 준수하고 있으며 따라서 터키로 식품을 수입하는 경우 EU에서 적용하는 아래 식품관련 규정을 따라야 함

표 3.2 터키 수출을 위한 EU 식품관련 규정

- 유럽 의회 및 이사회 규정 (EC) No 178/2002에 명시되어 있는 식품법의 일반 원칙 및 요건
- 유럽 의회 및 이사회 규정 (EC) No 852/2004 및 853/2004 (OJ L-139 30/04/2004) (각각 CELEX 32004R0852, CELEX 32004R0853)에 따른 일반 식품 위생 규정 및 동물 원료 식품에 대한 위생 명세

8) 주소: www.foodsafetykorea.go.kr

- 식품 내외부의 잔류물, 농약, 수의학 및 오염원 존재에 관한 조치
- 유전자 변형 식품과 사료, 생물 단백질 및 미확인 식품에 관한 특별 조항
- 특정 인구 그룹(예: 영유아)의 구체적인 영양학적 요건을 충족시키기 위한 특정 그룹의 식료품(예: 미네랄 워터, 코코아, 급속동결식품) 및 식품에 관한 특별 규정
- 사료 재료, 합성 사료 및 특정한 영양학적 용도가 있는 사료에 대한 구체적인 판매 및 라벨 표시 요건
- 식품과 접촉하는 재료 및 품목에 관한 특별 규정

2) HS CODE 체계 및 관세율

- o 김치에 대한 터키 HS CODE는 2005.99.800000호임
 - 한국의 경우 김치에 대한 특계 세번이 존재하며 제2005.99.1000으로 분류됨
 - 터키의 경우 김치에 대한 별도의 특계 세번이 없고 기타 조제한 채소 또는 채소 혼합물로 보아 제2005.99.800000호로 분류
- o 터키의 제2005.99.800000호 기본세율은 39%, 한-터키 FTA 협정세율 적용 시 0%의 관세율 적용
 - 따라서 FTA의 원산지기준과 직적운송기준을 충족하는 경우 원산지증명서를 발급 받아 협정세율(0%)를 적용하는 것이 유리함
 - 터키의 경우 수입물품에 별도의 부가세를 부과하며 식품의 경우 대개 8%임

표 3.3 터키 김치 HS CODE 및 관세율

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	2005	조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소(식초나 초산으로 처리한 것은 제외하고, 냉동하지 않은 것으로 한정하며, 제2006호의 물품은 제외한다)	-
	2005.99-1000	김치	
터키	2005	Other vegetables prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid, not frozen, other than products of heading 20.06.	기본세율: 39 % 한-터키 FTA협정세율: 0%
	2005.99	Other vegetables and mixtures of vegetables	
	2005.99.800000	Other	

3) 한-터키 FTA 정보

- 한-터키 FTA는 2013년 5월 1일에 발효되어 한국산 수입물품에 대해 부과하는 관세가 양허 유형에 따라 협정 발효와 동시 철폐되거나 인하 스케줄에 따라 순차적으로 인하 또는 폐지됨
 - 터키는 유망 신흥국으로 주목받고 있으며 지정학적으로 EU와 밀접하여 시장 잠재력이 있음
 - EU와 관세동맹을 체결하고 있으며 유럽에 비해 저렴하고 풍부한 노동력을 갖추고 있음
- 협정세율 적용을 위해서는 ①원산지기준과 ②직접운송원칙을 충족해야 함

표 3.4 한-터키 FTA 원산지기준

HS CODE	원산지기준
2005 ⁹⁾	사용된 제7류, 제8류 및 제12류에 해당하는 모든 과실, 견과류 및 채소는 체약당사국에서 완전생산된 것. 다만, 해당 물품의 생산에 사용된 제17류에 해당하는 모든 비원산지재료의 가격이 해당 물품의 공장도가격의 30%를 초과하지 않은 것에 한정한다

표 3.5 직접운송원칙

직접운송원칙	
개념	원산지기준을 충족한 물품의 경우에도 체약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나 제3국에서 선적된 경우에는 체약상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음
내용	제3국을 경유하여 수입 당사국으로 운송된 경우, 직접운송의 예외를 인정받기 위한 책임은 특혜세율을 적용받고자 하는 수입자에게 있으며, 제3국의 경유가 지리적 또는 운송상의 이유이며, 제3국에서 추가 가공이 없었음을 입증해야 함
유의점	입증서류로는 수출당사국에서 발행한 통과선화증권(Through B/L), 원산지증명서 원본, 그 밖에 경유국 세관당국이 발행한 입증서류 등이 있으나, 이러한 서류는 사후 입수가 어려울 수 있으므로 제3국 경유 당시 서류 준비에 차질이 없도록 주의가 필요

- FTA원산지 증명서란 수출물품이 FTA 협정에서 정한 원산지기준을 충족하였음을 확인하는 서류로 협정세율을 적용받기 위해 통관 시 제출하는 서류임
 - 발급방식에 따라 기관발급과 자율발급으로 구분

9) 위 이하 HS CODE는 모두 동일한 원산지규정이 적용됨

표 3.6 원산지증명서

구분	증명 방식	증명 주체	증명서 유효기간	증명 서식	언어	사용 횟수
FTA	자율발급	수출자	발급일로부터 12개월	송품장(수출자가 그 제품을 충분히 상세하게 기술한 상업송장이나 인도 증서 등)으로 수출자의 원본 서명이 수기나 전자서명으로 되어있어야함	영어	1회

o 한-터키 원산지증명서 유의사항

- 수출자가 송품장 등에 원산지 문안을 영어로 기재하거나 또는 스탬프를 찍거나 인쇄하는 방식으로 작성해야 함


표 3.7 원산지증명서 작성방식

The exporter of the products covered by this document declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of ①(Preferential origin), ②(Place and date) ③(Signature of the exporter, in addition the name of the person signing the declaration has to be indicated in clear script)


- ①: 제품의 원산지 기입(예: KR, KOREA, TR, TURKEY)
- ②: 원산지증명서 작성 장소와 작성일자 기입(해당서류에 장소와 일자가 기재되어 있는 경우 작성 생략가능)
- ③: 수출자의 서명과 신고서를 서명하는 자의 이름을 명확히 기재
- 원산지증명서는 터키의 관할 세관에 원본 제출함이 원칙이지만 사본 제출 스탬프를 날인한 것도 효력을 가짐
- 단, 수입신고 수리 이후 협정관세 적용 신청 시에는 원본제출을 해야 함

2. 인증정보

□ 할랄인증


할랄 인증(TSE)		
인증/검사명	할랄 인증	
인증 설명	<ul style="list-style-type: none"> - 터키표준화연구소(Turkish Standards Institute, TSE)는 터키 국가규격(Turkish Standards, TS)에 일치하는 제품에 대한 인증서를 발행 - 터키 내에서 생산되거나 외국으로부터 수입되는 공산품에 대해서 TSE 인증을 받도록 하고 있음 - 이외 민간 할랄인증인 GIMDES, KAS Cert 할랄인증이 있음 	
발행/검사기관	터키표준연구소	
성격	권장, 일부 식품 의무	
비용	약 3,000유로 이상	
소요기간	약 1-3개월	
유효기간	18개월(제조공장에 대한 비공개 시찰 2회 진행)	
필요서류	<ul style="list-style-type: none"> 할랄 인증 신청서 - 사업자 등록증 - 공장등록증 - 성분분석표 또는 품목제조 보고서 - 제조 공정도 - 생산허가서 또는 영업허가서 - HACCP, GMP, ISO 등의 인증서 취득 시 그 사본 - 인증 신청제품 샘플 	
인증 절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) 신청서와 사업체에 대한 자료 접수 2) 신청서 및 사업체 자료 검증 및 생산 현장 검증 3) TSE에서 인증한 실험실에서 원료와 제품 분석 4) 인증위원회 심사 5) 인증서 발급 	
상호인증 가능여부	다른 인증업체와의 상호 인증 없음	

□ ISO 22000(Food Safety Management System)¹⁰⁾

ISO 22000	
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	기본 심사 수수료는 기업의 규모 및 투입심사관의 1인 하루 노동량(Man-day) 기준에 따라 상이하하며 지방일 경우 추가 출장비 발생 (1인 하루 노동량 기준에 의거 소기업 72만원, 중견기업 90만원, 대기업 105만원)
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
유효기간	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

10) 한국품질보증원(www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com)

□ HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)

HACCP		
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 ¹¹⁾	
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	
유효기간	3년(유효기간 이내 재심사 신청해야 함)	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 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 개선조치 	
이점	<ul style="list-style-type: none"> - 식품안전성 향상 - 식품안전성 지속 - 제품 경쟁력 확보 - 국제 인증 규격 	

11) 검사항목에 따른 검사기관 지정은 식약처 홈페이지 참고:

http://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

라벨링 예시

❖ 올리브 절임류(터키산)



※ 필수 표기 항목

	항목
1	제품명
2	성분명
3	알레르기나 기타 불내성(Intolerance) 유발 물질
4	특정 성분 혹은 성분 그룹에 관한 중량 정보
5	유통기한
6	보관 방법 및 사용법
7	제조사명 및 주소
8	식품제조시설등록번호
9	원산지
10	주류의 알코올 함량 1.2% 이상 시 부피당 실제 알코올 농도(Strength)
11	영양 성분 정보

□ 라벨링 관련 규정

- 2017년 1월 26일 MinFAL(터키 농식품축산부)이 기존의 라벨법을 폐지하고 신규 규정 2건을 발표
 - 신규 규정 내용은 각각 ①Turkish Food Codex Regulations on Food Labeling and Provisions of Information to Consumers¹²⁾와 ②Turkish Food Codex Regulations on Food Labeling and Provisions of Information to Consumers¹³⁾임
 - 동 규정은 EU Directives and Regulation의 규정을 따르는 범위 내에서 지정됨
- ①Turkish Food Codex Regulations on Food Labeling and Provisions of Information to Consumers는 일반적인 라벨링 법에 관한 규정을 명시함
 - 일반 규정에 따르면 제품 라벨 및 홍보에 있어서 질병의 치료나 질병 예방과 관련한 식품의 정보와 관련된 내용을 기입할 수 없음
 - 수입자가 수입식품에 관한 정보와 라벨에 대해서 책임을 지며 수입식품의 경우 제품 원 라벨을 유지하되 터키어로 된 스티커를 부착해야 함
- ②Turkish Food Codex Regulations on Food Labeling and Provisions of Information to Consumers는 영양 및 건강기능 관련 작성에 적용되는 규정
 - 라벨지 작성에 허용 가능한 건강 기능 관련 문구 작성 기준과 예시를 설명함
- 그 밖에 터키에서 생산되고 유통되는 유기농 식품의 경우 터키 정부에서 인증하는 유기농 로고를 부착함
 - 수입산 유기농 제품의 경우 터키 규정에 부합할 경우 재인증됨
 - 유기농으로 생산된 제품이 아닐 경우 유기농과 관련 패킹이나 포장 혹은 라벨 디자인을 사용할 수 없으며 'Bio, Biyo, Eco, Eko, Org'과 같이 유기농을 연상시키는 단어를 사용할 수 없음
 - 제품의 95% 이상이 유기농법에 의해 생산이 되어야 인증 로고를 취득할 수 있음
- 터키 정부는 공립 내지 사립학교 내에서 판매되는 식품을 검사하여 빨강, 노랑, 초

12) 자료:

<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.23282&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=etiketleme>

13) 자료:

<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.23282&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=etiketleme>

록색으로 구분되는 로고를 부착, 식품의 안전도를 쉽게 파악할 수 있도록 조치할 예정

- 해당 조치로 터키 내 1,700만 명의 학생이 수혜를 입을 것으로 기대

표 3.8 리벨링 관련 주요 내용

필수	추가 필수 정보
제품명	패킹 공정을 통해 유통기한이 늘어난 경우 “Packaged in a protective atmosphere” 명시
성분명	감미료 첨가 시 관련 내용 명기
알레르기나 기타 불내성(Intolerance) 유발 물질	Glycyrrhizinic acid 또는 암모늄염을 함유한 식품일 경우 관련 내용 명기
특정 성분 혹은 성분 그룹에 관한 중량 정보	카페인 농도가 높은 주류의 경우 관련 내용 명기
유통기한	Phytosterols, Phytosterol esters, Phytostanols 혹은 Phytostanol esters 함유 시 관련 내용 명기
보관 방법 및 사용법	에틸 알코올이 사용 시 이를 표기
제조사명 및 주소	돼지에서 유래한 제품/성분 사용시 이를 표기
식품제조시설등록번호	냉동 고기·고기 제조·미가공 어육제품의 경우 냉동 날짜 명기 (1회 이상 냉동 시 첫 번째 냉동 날짜 기입)
원산지	
주류의 알코올 함량 1.2% 이상 시 부피당 실제 알코올 농도(Strength)	
영양 성분 정보	

자료: Food and Agricultural Import Regulations and Standards Report, USDA, 2018.05.24

4. 위생규정

- 위생과 관련하여 주요 관할 기관은 MinFAL(터키 농식품축산부)임
 - 동 기관은 일반 식품 및 사료의 안전성과 위생 규정 및 동물용 의약품에 관한 규정을 관리·감독함
- 하위 기관인 General Directorate of Food and Control(GDFC)에서는 식품의 제조, 유통과 관련한 모든 분야에서 국제 기관(Codex Alimentarius Commission, European Food Safety Authority(EFSA), Organization for Animal Health(OIE), World Trade Organization(WTO))과 협력하여 규정을 제정, 관리·감독함
- 터키의 식품첨가물 규정은 EU 규정을 지향하고 있으며 최근 몇 년의 개정을 통해 2017년 9월 22일 가장 최근 업데이트 됨¹⁴⁾
- 터키의 농약 및 기타 오염물질 규정은 MinFAL이 관할 기관임
 - 가장 최근 업데이트된 농약 규정¹⁵⁾은 2016년 11월 25일자이며 터키 식품 CODEX 농약 최대허용치에 관한 내용을 개정하였음
 - 가장 최근 업데이트된 오염물질 규정¹⁶⁾은 2012년 12월 19일자이며 특정 오염물질(질산염, 곰팡이독소, 중금속, 3-monochloropropane-1, 다이옥신류)에 대한 최대 허용치를 규정함
 - 터키 규정에서 언급되지 않은 농약, 오염물질, 약리적 활성 물질(Pharmacologically Active Substances)의 경우 EU 지침서(EU Directives)나 CODEX 규정을 따름

14) 식품첨가물 규정 확인:

<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.18532&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=katk%C4%B1>

15) 농약 규정 확인:

<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.23064&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=maksimum>

16) 오염물질 규정 확인:

<http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.15692&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=g%C4%B1da>



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 분석**

1. 경쟁제품 선정

□ 오프라인 경쟁제품 선정

- 터키의 주요 마트형 채널을 조사한 결과 김치가 판매되는 곳은 없었음
- 따라서 터키에 주재하는 한식당 4곳(이stanbul 3곳, 앙카라 1곳)을 방문해 김치 제품 서빙 및 판매와 관련한 인터뷰 기록으로 경쟁제품 부분을 대체함
 - 터키의 3대 도시는 이stanbul, 앙카라, 이즈미르이며 선별한 식당은 현지인들 사이에서 인기 있는 곳임
 - 단 앙카라의 경우 한식당은 2018년 오픈한 한 곳 밖에 없었으며, 이즈미르의 경우 한식당이 없었음


□ 온라인 경쟁제품 선정


- 식품을 판매하는 주요 온라인몰 선정 뒤 김치에 해당하는 키워드를 입력함
 - 키워드: Kimçi(김치)
 - 주요 온라인몰 4개 업체¹⁷⁾에서는 김치를 판매하지 않는 것으로 드러남
- 그 밖에 온라인 검색을 통해 중동 지역을 대상으로 온라인몰을 운영하는 웹사이트(ubuy.com.tr)에서 터키 지역 설정 후 김치를 검색
 - 터키에서 소스류 구매 시 온라인몰을 사용하는 경우는 거의 없으며 주요 온라인몰에서도 김치 제품이 확인되지 않음
 - 다만 김치 제품 종류 및 제조사 확인 차원에서 본 조사를 실시함


17) 6장 유통채널 내용 확인(54p)



2. 경쟁제품 분석

□ 오프라인(한식당) 방문 주요 내용

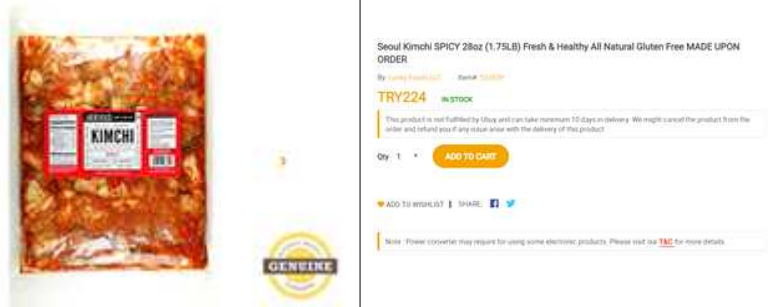
구분		1. 이스탄불 한식당 S	
이 미 지	매장 및 제품 이미지	-	
	업체 개요	<ul style="list-style-type: none"> 2016년 3월 개점 주요 고객인 학생을 대상으로 라면, 김밥, 라볶이 등을 판매 하루 방문 고객 수는 약 100여 명 할랄 인증을 받아 영업 	
내 용	웹사이트	웹사이트: www.instagram.com/p/BeDj35gFC0Q/ 페이스북: www.facebook.com/sopungkore2016	
	연락처	주소 1: (본점)Karagümrük Mh. Kaleboyu Cd. No:47, 34091 Fatih, İstanbul	
		주소 2: (카드코이 지점)Osmanağa Mahallesi, SOPUNG KOREAN RESTORANT, Kirtasiyeci sk. NO. 46.6, 34714 Kadıköy, İstanbul	
		전화: +90 541 738 98 63	
	매장 수	2개	
	가격	<ul style="list-style-type: none"> 7리라(약 1,450원): 반찬으로 판매 25리라(5,190원)/500g: 포장용으로 판매 50리라(10,390원)/1kg: 포장용으로 판매 	
김치 제품 관련	<ul style="list-style-type: none"> 개점 당시 김치 메뉴가 없었으나 손님 요구로 김치 제품을 제공 배추를 직접 사서 만드는 방식으로 재료는 대부분 현지에서 조달 김치에 사용되는 짓갈은 한국에서 조달이 힘들어 현지 시장에서 판매하는 해산물을 이용 고춧가루는 현지산과 한국산을 혼합하여 사용 		


구분		2. 이스탄불 한식 카페 C	
이 미 지	매장 및 제품 이미지		제품 사진 촬영 불가
	업체 개요	<ul style="list-style-type: none"> 2018년 하반기에 개점 빙수가 주요 메뉴로 고객은 주로 한국인이 아닌 터키 현지인 라면, 김밥, 라볶이 등을 판매하고 있으나 김치가 곁들여 나오지는 않음 하루 방문 고객 수는 약 40여 그룹(팀) 	
내 용	웹사이트	웹사이트: www.instagram.com/explore/locations/976464625842952/kadkoy-cheongdo?hl=en 페이스북: www.facebook.com/pages/Cheongdo-Kafe/863474453819537	
	연락처	Osmanğa Mahallesi, 31/A, Kalfaoğlu Sk. 34714 Kadıköy, İstanbul	
		전화: +90 543 917 96 73	
	매장 수	1개	
	가격	20리라(4,160원)/500g	
	김치 제품 관련	<ul style="list-style-type: none"> 직접 제조해 판매하는 방식으로 재료는 현지에서 조달 고춧가루는 현지산과 한국산을 혼합(고추장은 한인마트에서 조달) 김치 구매를 희망하는 손님에게 일부 판매하지만, 인터뷰 진행 시점에는 재고가 없었음 한인마트를 통해 김치를 조달하는 것이 직접 제조하는 것과 (원가에 차이가 나지 않는다는 답변) 	


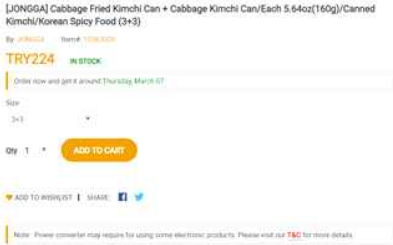
구분		3. 이스탄불 한식당 S	
이 미 지	매장 및 제품 이미지	-	
	업체 개요	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2012년 개점 ▪ 떡볶이, 간pong기가 주요 메뉴로 김밥의 경우 판매가 저조(현지에서 김이 친숙한 식재료가 아님) ▪ 방문 고객은 한국인이 많으나 현지인의 비율도 높은 수준(30-40%) (일반적으로 한국인은 주중에 현지인은 주말에 방문) ▪ 일일 기준 최소 30팀 이상이 식당 방문 ▪ 주말의 경우 예약을 받을 정도로 현지에 성공적으로 정착함 	
내 용	웹사이트	웹사이트: www.seorabeol.net (현재 운영 중단) 페이스북: www.facebook.com/pages/Seorabeol-Korean-Restaurant/103634003050391	
	연락처	Esentepe Mahallesi, Kore Şehitleri Cd. No:57/B, 34394 Şişli, İstanbul 전화: +90 212 275 25 95	
	매장 수	1개	
	가격	반찬으로 제공되며 제품으로 판매되지 않음	
	김치 제품 관련	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 고춧가루와 같은 재료를 현지에서 구매하여 직접 제조·판매하되 액젓은 한국에서 인편으로 조달 ▪ 고추장을 한인마트에서 조달하는데 수입 통관이 오래 걸리고 제품이 변질되는 경우가 많음 ▪ 3, 4, 5, 6월의 경우 배추가 부족하여 김치를 제조하지 못함 	

구분		4. 앙카라 한식당 H	
이 미 지	매장 및 제품 이미지		
		업체 개요	<ul style="list-style-type: none"> 2018년 8월 개점 주요 메뉴는 김밥, 김치찌개, 짜장면 등 주요 고객은 현지인 40%, 한국인 30%, 외국인 30%로 식당 근처에 각국 대사관이 많음
내 용	웹사이트	웹사이트: https://ankara-korean-restaurant.business.site/ 페이스북: www.facebook.com/pages/Secrabel-Korean-Restaurant/103634003050391	
	연락처	Aziziye Mahallesi, Mesnevi Sokağı 9/10, 06690 Çankaya / Ankara, 터키	
	전화	전화: +90 312 286 44 80	
	매장 수	1개	
	가격	반찬으로 제공되며 제품으로 판매되지 않음	
	김치 제품 관련	<ul style="list-style-type: none"> 현지 배추를 구입하나 제철이 아닐 경우 조달이 불가능한 경우도 있음 현지산 고추를 직접 구입하여 말린 후 갈아서 고춧가루로 만들어 사용하며 고추장도 직접 제조 무, 당근, 파 등을 갈아서 피쉬소스와 함께 만들어 사용 다시마나 멸치 육수는 한국에서 직접 조달 김치 제조에 따른 번거로운 제조 과정으로 당초 공급 계획이 없었으나 수요가 있어 반찬으로 제공 한국문화원 행사 시 여러 차례 참여하여 현지인에게 나눠준 경험이 있음 	

□ 온라인 경쟁제품

구분		제품1																					
이 미 지	제품 이미지																						
	제품 스펙	<table border="1"> <tr> <td>제조사</td> <td>Lucky foods LLC</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> <tr> <td>제품명</td> <td>Seoul Kimchi Spicy</td> </tr> <tr> <td>가격</td> <td>224리라(46,570원)</td> </tr> <tr> <td>중량</td> <td>28온스(793g)</td> </tr> <tr> <td>포장</td> <td>플라스틱 파우치</td> </tr> <tr> <td>성분</td> <td>미표기</td> </tr> <tr> <td>제품특성</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 글루텐프리 ▪ 미국에서 생산, MSG 무첨가 ▪ 주문 시 생산 ▪ 스티로폼에 쿨러 패킹과 아이스를 동반하여 급배송 </td> </tr> <tr> <td>유통기한</td> <td>미표기</td> </tr> <tr> <td>인증</td> <td>GENUINE</td> </tr> <tr> <td>조사매장</td> <td>ubuy.com.tr(현지조사 2018년 12월)</td> </tr> </table>	제조사	Lucky foods LLC	원산지	미국	제품명	Seoul Kimchi Spicy	가격	224리라(46,570원)	중량	28온스(793g)	포장	플라스틱 파우치	성분	미표기	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 글루텐프리 ▪ 미국에서 생산, MSG 무첨가 ▪ 주문 시 생산 ▪ 스티로폼에 쿨러 패킹과 아이스를 동반하여 급배송 	유통기한	미표기	인증	GENUINE	조사매장
제조사	Lucky foods LLC																						
원산지	미국																						
제품명	Seoul Kimchi Spicy																						
가격	224리라(46,570원)																						
중량	28온스(793g)																						
포장	플라스틱 파우치																						
성분	미표기																						
제품특성	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 글루텐프리 ▪ 미국에서 생산, MSG 무첨가 ▪ 주문 시 생산 ▪ 스티로폼에 쿨러 패킹과 아이스를 동반하여 급배송 																						
유통기한	미표기																						
인증	GENUINE																						
조사매장	ubuy.com.tr(현지조사 2018년 12월)																						

구분		제품2	
이 미 지	제품 이미지		<p>Gold Mine Organic Fresh Raw Un-Pasteurized Napa Cabbage Kimchi - Gluten-Free, Vegan, Korean-American Side Dish - 16 Oz (Made In The USA)</p> <p>By Gold Mine Organic Foods Inc. Item # 750100</p> <p>TRY224 IN STOCK</p> <p>This product is not fulfilled by Ubuy and can take maximum 10 days in delivery. We might cancel the product from the order and refund you if any issue arise with the delivery of this product.</p> <p>Qty: 1 + ADD TO CART</p> <p>Add to wishlist SHARE f t</p> <p><small>Note: Please customer may require for using some electronic products. Please visit our FAQ for more details.</small></p>
		<p>제조사</p> <p>원산지</p> <p>제품명</p> <p>가격</p> <p>중량</p> <p>포장</p> <p>성분</p> <p>제품특성</p> <p>유통기한</p> <p>인증</p> <p>조사매장</p>	<p>Gold Mine Natural Food Co</p> <p>미국</p> <p>Gold Mine Organic Fresh Raw Un-Pasteurized Napa Cabbage Kimchi</p> <p>224리라(46,570원)</p> <p>16온스(453g)</p> <p>유리 용기</p> <p>Organic napa cabbage, Organic carrot, Organic Scallion, Celtic sea salt brand salt, Organic garlic, Organic ginger, Organic cayenne pepper, Organic chili pepper</p> <ul style="list-style-type: none"> 미국 잡지에 건강식으로 소개된 김치를 강조 김치의 다양한 요리 활용법을 설명 <p>미표기</p> <p>USDA, Vegan</p> <p>ubuy.com.tr(현지조사 2018년 12월)</p>

구분		제품3	
이 미 지	제품 이미지		
			
제 품 스 펙	제조사	D사	
	원산지	한국	
	제품명	볶음김치 + 종가집김치	
	가격	224리라(46,570원)	
	중량	160g X 6개입	
	포장	알루미늄 캔	
	성분	미표기	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> ▪ D사를 한국에서 가장 유명한 김치 제조사로 홍보 ▪ 전통적인 방식으로 제조 ▪ 먹기 편하게 잘라져 있는 형태로 즉석 섭취 가능 ▪ 한국산 	
	유통기한	미표기	
	인증	미표기	
조사매장	ubuy.com.tr(현지조사 2018년 12월)		



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 오프라인 매장 방문을 통해 주요 제품 및 제조사를 확인



- 주요 매장 방문 시 김치 제품이 판매되지 않음을 확인
- 터키 소재 한식당 4곳 방문을 통해 김치가 상업적인 물량으로 충분히 공급되고 있지 않음을 확인
- 한인마트 방문 시 인터뷰를 통해 언급된 김치 제조사를 확인(단, 인터뷰 당시 한인마트에 김치 제품 재고가 없는 상황)
 - 언급된 김치 제조사는 종가집 브랜드

□ 온라인몰 조사 후 경쟁제품의 제조사를 파악

- 현지 주류 식품 온라인몰 조사 시 김치 제품이 검색되지 않음
- 다만 중동을 대상으로 온라인몰 영업을 하는 사이트(ubuy.com.tr)에서 김치 제품 확인 가능
 - 김치 제품 제조사를 선정함

□ 온/오프라인 쇼핑몰 조사를 통해 경쟁사 3개 업체를 선정함

표 5.1 주요 경쟁사

미국	미국	한국
Lucky foods LLC	Gold Mine Natural Food Co	D사
		-

2. 경쟁사 분석

□ Lucky Food LLC

	<ul style="list-style-type: none"> 1970년대 미국에 정착한 아시아계 가족 경영 식당에서 유래 이민 초기 식당 사업으로 시작해서 현재 아시아식 식품 제조사로 변모 채식주의자용 스프링롤이 주요 메뉴이며 제품은 유전자변형성분 무첨가, 글루텐 프리, 비건(Vegan)과 같은 특징을 가짐 				
기업정보	기업명	Lucky Food	설립연도	1985년	
	기업형태	사기업	기업규모	20여 명	
	대표번호	+1 503 641 6602	매출액	380만 명	
	국가	미국	위치	11847 Sw IteI St Tualatin, Oregon, USA	
	취급품목	아시아식 가공식품	홈페이지	www.luckyfood.com	
제품					
	스프링롤	김치(오리지널)	김치(매운맛)		
	김치 관련 내용 <ul style="list-style-type: none"> 김치 제품은 오리지널과 매운맛이 있음 제품은 MSG를 사용하지 않고 글루텐프리 다양한 중량으로 판매(8/12/14/28/56/110온스 즉 226/340/396/793/1,587/3,118g) 				

자료: D&B Hoovers 및 기업 홈페이지

□ Gold Mine Natural Food Co

	<ul style="list-style-type: none"> 80년대 유기농 제품과 매크로비오틱(Macrobiotic)¹⁸⁾ 제품, 곡물, 콩류를 유통하는 회사에서 출발 건강과 관련한 다양한 곡류, 면류, 해산물류, 구르메 제품을 판매 			
	기업명	Gold Mine Natural Food Co	설립연도	1985년
기업정보	기업형태	사기업	기업규모	150여 명
	대표번호	+1 858 537 9830	매출액	390만 달러
	국가	미국	위치	13200 Danielson St Ste A-1 Poway, California, USA
	취급품목	아시아식 가공식품	홈페이지	http://shop.goldminenaturalfoods.com/
제품				김치 주스
				김치(Organic Probiotic)
			김치(Garlic Kraut)	
김치 관련 내용	<ul style="list-style-type: none"> 김치 주스, 마늘 김치 등을 포함하여 총 7개 김치 관련 제품 판매 홈페이지를 통해 각 김치 제품에 대해 자세한 설명(가격, 성분, 원산지, 섭취방법, 특징, 영양성분 등) 첨부 			

자료: D&B Hoovers 및 기업 홈페이지

18) 자연식의 유기농으로 기른 현미 등의 곡류와 야채로 이뤄짐

□ D사

-	<ul style="list-style-type: none"> 한국의 대표적인 종합식품 브랜드로 청정원과 종가집 브랜드를 보유 전체 매출에서 식품이 차지하는 비율이 84%임 순창고추장과 같은 전통 장류부터 조미료류, 식초, 액젓 등의 농수산식품, 냉동식품, 육가공식품 등을 생산 					
기업정보	기업명	D사	설립연도	1956년		
	기업형태	사기업	기업규모	4,500여 명		
	대표번호	+ 82 2 2220 9500	매출액	약 3조원		
	국가	한국	위치	한국 서울		
	취급품목	식품 및 소재사업	홈페이지	-		
제품						
	볶은 김치		백김치		어린이용 배추 김치	
김치 관련 내용	<ul style="list-style-type: none"> 종가집 브랜드는 대상주식회사의 김치/장류/소스류 브랜드임 국내 포장김치 시장은 대상과 CJ제일제당이 양강 구도를 형성하고 있음 					

자료: D&B Hoovers 및 기업 홈페이지



VI. 유통채널






- 1. 유통채널 개황**
- 2. 유통채널 분석**

1. 유통채널 개황

□ 주요 유통 채널

- 이스탄불을 비롯한 도심지역과 도심 외곽 지역의 유통채널 발달에 차이가 있음
 - 도심 지역에서는 슈퍼마켓과 할인점이 시장을 확장하고 있으며 마트 종류로는 BIM A.Ş, A101, Migros Ticaret A.Ş 등이 있음
 - 도심 외곽 지역에서는 전통적으로 Bakkals라고 불리는 가족 경영의 소규모 독립 소매점에서 식품을 취급하고 있으며 현재에도 약 9만여 개가 운영 중
- 현대적 식품점 중 특히 Migros의 경우 외국계 수입식품을 판매하는 비율이 높고 주 소비층은 고소득층임
 - Migros는 다양한 유통채널을 운영하고 있으며 Migros Jet이 편의점 형태를 취하는 반면 Macro Center는 하이퍼마켓 형태임
 - 그 밖의 BIM의 경우 1995년 개점하여 현재 6,000개가 넘는 매장을 보유하고 있으며 매출액 기준으로 1위 기업임

표 6.1 주요 유통채널 현황

매장명	설립연도	매장 수	웹사이트	
BIM		1995년	6,000여 개	www.bim.com.tr 온라인몰 X
A101		2013년	7,000여 개	https://a101.com.tr https://online.a101.com.tr
Migros ¹⁹⁾		1954년	2,000여 개	www.migros.kurumsal.com/en/ https://sanalmarket.com
SOK		1995년	6,300여 개	http://sokmarket.com https://ceptesok.com
Carrefour ²⁰⁾		1996년	614개	www.carrefoursa.com www.carrefoursa.com/tr

자료: isturkeysafe, 2019.03.05

19) 주 소비자는 고소득층이며 터키에서 최초로 온라인 매장 운영함. 할인점 형태의 가장 작은 규모 (M-Jet)에서 가장 큰 규모의 쇼핑몰 5M을 운영

20) 다양한 형태의 유통채널을 운영함('Carrefour-Hiper', 'Carrefour-Super', 'Carrefour-Gurme', 'Carrefour-Mini')

□ 소스류²¹⁾ 유통채널

- 2017년 기준 소스류 유통채널은 점포소매점(100.0%), 무점포소매점(0.0%)의 판매 비중을 보이며 제품 구매는 전적으로 오프라인 채널을 통해 이뤄짐
 - 점포소매점 중 현대적 식품 소매점을 통한 판매 비중이 절대적인 수준(92.1%)으로 전통적 식품 소매점 대비 압도적임
 - 현대적 식품 소매점 중 슈퍼마켓의 판매 비중은 전체 매출의 절반 이상(54.4%)
 - 할인마트 혹은 하이퍼마켓에서 판매되는 비중도 각각 18% 수준으로 소비자는 절임류 포함 소스류 구매 시 현대적 식품 소매점을 주로 이용하는 것으로 분석됨

표 6.2 유통채널별 소스류 매출 비중(%) 추이(2013-2017년)

구 분	2013	2014	2015	2016	2017
1. 점포소매점	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1) 식품소매점	98.5	98.4	98.5	98.5	98.6
① 현대적 식품 소매점	88.6	90.1	90.9	91.9	92.1
- 편의점	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
- 할인마트	15.0	16.6	17.4	18.5	18.7
- 하이퍼마켓	18.0	18.1	18.3	18.5	18.8
- 슈퍼마켓	55.5	55.2	54.9	54.7	54.4
② 전통적 식품 소매점	9.9	8.3	7.6	6.6	6.5
2) 혼합형 소매점 ²²⁾	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
3) 비식품 소매점	1.4	1.5	1.4	1.4	1.3
2. 무점포 소매점	0	0	0	0	0
총 합	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

□ 한국산 김치 판매 가능 유통채널

- 김치 판매가 가능한 채널로 Migros Ticaret A.S社의 Migros 5M과 Macro Center가 있음
 - 인구 대다수가 이슬람교도인 터키에서는 외국산 식재료의 할랄인증 취득 여부가 중요하며, 인증 미취득 외국산 제품에 대해서는 구매 기피 현상을 보임
 - 다만 위의 기업은 부촌 중심가에 소재하여 소비자의 해외 물품 구매 성향이 높음

21) 유로모니터의 식품 분류에 따르면 절임류는 소스류에 속함

22) 백화점, 종합판매점, 창고형 할인매장이 이에 해당되며 식료품과 비식료품을 취급하는 유통채널

□ 온라인 유통채널

- 터키 내 온라인 시장은 57억 달러로 세계 20위권이며 2020년까지 85억 달러 규모로 확대될 전망이다²³⁾
 - 터키 전체 인구 8,000여 만명 중 50%가 30세 이하의 젊은 층이기 때문에 온라인 시장은 2008년 이후 꾸준한 성장세를 보임
 - 터키 여성의 사회 진출과 맞벌이 인구 증가로 온라인을 통한 신선식품 구매가 꾸준히 증가
 - 일부 수입 식품은 입점이 까다로운 오프라인 매장이 아닌 온라인 사이트에서 쉽게 찾아볼 수 있으며, 온라인을 통해 다양한 제품이 홍보되고 있음
- 유명 온라인 쇼핑몰인 한국 11번가는 터키에서 n11(www.n11.com)이라는 이름으로 운영되고 있음
 - 신선 로컬 식품을 주로 취급하는 Memlekettengelsin 쇼핑몰은 건강식품을 주요 품목으로 판매하고 있으며 유기농 인증, 비건(Vegan) 인증, 무설탕·무지방 제품과 같은 다양한 옵션을 제공
 - Carrefour와 Migros 쇼핑몰 또한 온라인채널을 운영하며 소비자 접근성을 높이고 있음. 특히 Migros의 경우 주문자와 가까운 오프라인 매장에서 소비자가 원하는 시간을 선택해 상품을 배송받을 수 있음
 - 고급 유통매장인 Macro Center의 온라인 쇼핑몰인 Macro 온라인은 유기농과 다양한 수입식품을 취급함


표 6.3 식품 부문 주요 온라인 쇼핑몰

Memlekettengelsin www.memlekettengel sin.com	Migros www.migros.com.tr	Carrefour www.carrefoursa.com /tr	Macro online.macrocenter.co m.tr
			
터키 전역의 신선 과일과 유기농 제품 등 판매. 아침식사와 아이를 위한 식품 판매	원하는 배송 날짜와 시간 선택 가능. 11:30-18:00 무료 배송	온라인 쇼핑몰 배송 시 식품 신선도 확인 가능. 취소 및 환불 가능	유기농과 수입식품 판매. 고품질, 기능성의 다양한 식품 유통 채널

23) 자료: 지구촌리포트_67호, 한국농수산물유통공사, 2018.07



2. 유통채널 분석

□ 마크로센터(Macro Center)

	<ul style="list-style-type: none"> 터키 대형 유통업체인 Migros Ticaret A.S社 소속 유통 채널 2009년부터 프랑스, 일본 등 9개국 식료품을 취급하기 시작 부촌 중심가에 소재, 주요 소비자는 고소득층임 해외 식재료 취급(비할랄 식료품도 취급) 						
<p>사진</p>							
<p>연락처</p>	<p>웹사이트: www.macrocenter.com.tr www.facebook.com/Macro-Center-445143585591710/ 주소: Atatürk Mah. Turgut Özal Bulvarı No:7 34758 Ataşehir, İstanbul 전화: +90 216 579 3000</p>						
<p>설립연도</p>	<p>2008년</p>						
<p>매장 수</p>	<p>52개 (이스탄불 31개, 앙카라 6개, 이즈미르 5개, 무올라 7개, 안탈리아 2개, 부르사 1개)</p>						
<p>김치 관련 특이 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> 현재 김치가 판매되고 있지는 않으나 매장 매니저와의 인터뷰 시 김치 구매와 관련하여 긍정적인 반응을 보임 						
<p>입점 방법</p>	<ul style="list-style-type: none"> 일반 전화(+90 216 579 33 28, Migros의 Macro Center 운영 본부)에 연락하거나 이메일(iletisim@migros.com.tr) 문의 MinFAL(농식품축산부) 심사를 거친 물품이 현지 무역회사를 통해 매장에 납품 따라서 먼저 MinFAL에 성분분석표를 포함한 서류를 제출하여 수입 심사를 거쳐야 함 터키 현지 무역회사 리스트는 다음과 같음 <table border="1" data-bbox="475 1686 1329 1953"> <thead> <tr> <th colspan="2">터키 현지 무역회사 리스트</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td> Demark İnşaat Taahhut Gıda Enerji İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret LTD 주소: Kocatepe Mah. Mega Center C-27 Blok 5. kat, No: 241/3, Bayrampaşa, İSTANBUL 전화: +90 212 640 96 10 </td> </tr> <tr> <td>2</td> <td> Stone Index İthalat İhracat ve Tic. LTT </td> </tr> </tbody> </table>	터키 현지 무역회사 리스트		1	Demark İnşaat Taahhut Gıda Enerji İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret LTD 주소: Kocatepe Mah. Mega Center C-27 Blok 5. kat, No: 241/3, Bayrampaşa, İSTANBUL 전화: +90 212 640 96 10	2	Stone Index İthalat İhracat ve Tic. LTT
터키 현지 무역회사 리스트							
1	Demark İnşaat Taahhut Gıda Enerji İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret LTD 주소: Kocatepe Mah. Mega Center C-27 Blok 5. kat, No: 241/3, Bayrampaşa, İSTANBUL 전화: +90 212 640 96 10						
2	Stone Index İthalat İhracat ve Tic. LTT						

	<p>웹사이트: www.stone_index.com 이메일: stone_index@hotmail.com 주소: 1786, 1 sokak, No: 1, Eser Apt. Kat: 1, Daire: 2, Karsiyaka, İZMİR 전화: +90 232 381 34 91</p>
3	<p>Ekol İhracat İthalat ve Ticaret LTD 주소: Sinanpaşa M. SAIR LEYLA S. MUTLU HAN, Kat: 2, No: 16, Daire: 15, İSTANBUL 전화: +90 212 260 09 69</p>
4	<p>Koza İthalat İhracat ve Dış Ticaret LTD 주소: Anbar Mh. 54 Cd. No:17/P, Melikgazi/ KAYSERİ 이메일: info@kozeda.com</p>
<ul style="list-style-type: none"> 위의 4개 업체를 통해 수입된 물품은 Migros M-MMM, Migros 5M, Migros Sanal Market(온라인몰), Macro Center를 통해 판매됨 	

□ 5M 미그로스(5M Migros)

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Migros Ticaret A.Ş. 소속 유통채널 ▪ 매장 이름에 포함된 M의 개수가 많을수록 매장 규모가 크고 제품이 다양 ▪ 5M은 가장 큰 규모의 매장(일반적으로는 M이 1개-3개임) ▪ Migros Ticaret에 포함된 기타 유통채널과 달리 단독 웹사이트가 있음 ▪ Macro Center 대비 저가 제품을 진열하고 주소비층은 중산층(다만 기타 Migros 매장 대비 외국산 식료품이 많음) ▪ Macro Center 대비 보다 많은 지역(21개 지역)에 입점
<p>사진</p>	
<p>연락처</p>	<p>웹사이트: www.5m-migros.com/content/anasayfa www.facebook.com/MigrosTurkiye 주소: Atatürk Mah. Turgut Özal Bulvarı No:7 34758 Ataşehir, İstanbul(Migros Ticaret A.Ş) 전화: +90 216 579 3000</p>
<p>설립연도</p>	<p>2007년</p>
<p>매장 수</p>	<p>55개 (에디르네 2개, 테키르다오 1개, 이스탄불 11개, 코자엘리 2개, 사카르야 1개, 부르사 2개, 발루에시르 4개, 차나카레 1개, 마니사 1개, 아이든 4개, 데니즐리 1개, 아피온카라히사르 1개, 앙카라 7개, 이즈미르 6개, 무올라 3개, 안탈리아 3개, 메르신 1개, 네브셰히르 1개, 카이세리 1개, 말라티아 1개, 디야르바키르 1개)</p>
<p>입점방법</p>	<p>마크로센터와 동일</p>

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot Turkey March 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.03.01
2. 「터키 국가신용도 평가리포트」, 한국수출입은행, 2018.09.06
3. 「Country Insight Report Turkey Jan 2019」, Dun & Bradstreet, 2018.12.14
4. 「Ranking Turkey' s leading supermarket chains」 ITEFood&Drink, 2017.05.18
5. 「supermarket/Groceries in Turkey」, Isturkeysafe, 2019.03.05
6. 「지구촌리포트_63호」, 한국농수산물유통공사, 2018.04.16
7. 「지구촌리포트_67호」, 한국농수산물유통공사, 2018.07.11
8. 「터키, 치솟는 물가에 식료품 값 20년만에 최고 기록」, 한국농수산물유통공사, 2019.03.03
9. 「Turkey - Distribution & Sales Channes」, USDA, 2018.07.23
10. 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards Report Turkey」, USDA, 2018.05.24

■ 참고 사이트

1. Bureau of Economic Analysis(www.bea.gov/news/glance)
2. Euromonitor International(www.portal.euromonitor.com/)
3. International Trade Centre(www.trademap.org)
4. 뉴스타운(<http://www.newstown.co.kr>)
5. USDA Foreign Agriculture Service(<https://gain.fas.usda.gov/Pages/Default.aspx>)
6. Memlekketengelsin(www.memlekketengelsin.com)
7. Migros(www.migros.com.tr)
8. Macro(online.macrocenter.com.tr)
9. BIM(www.bim.com.tr)
10. A101(<https://a101.com.tr>)
11. Migros(www.migros_kurumsal.com/en)
12. K-stat(<http://stat.kita.net/>)
13. 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)
14. 농식품수출정보(www.kati.net)
15. 한국품질보증원(www.kqa.co.kr)
16. 대한민국 관세청(<http://www.customs.go.kr>)
17. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
18. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po)
19. SOK(<http://sokmarket.com>)
20. Carrefour(www.carrefoursa.com)

21. Daesang(www.daesang.com)
22. Gold Mine Natural Food Co(<http://shop.goldminenaturalfoods.com>)
23. Lucky Food LLC(www.luckyfood.com)
24. Ubuy(www.ubuy.com.tr)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1901-09

품 목 : 김치(Kimchi)

국 가 : 터키(Turkey)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산물유통공사

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

- 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농식품유통공사 농식품수출정보 (www.kati.net)에서 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.