

2019년

# 해외시장 맞춤형조사



- No. 1912-37
- 품목 : 홍삼농축액(Red Ginseng Extracts)
- 국가 : 독일(GERMANY)
- 구분 : 시장분석형

# Content

## I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 독일 홍삼농축액 시장규모	5
2. 독일 홍삼농축액 수출입 시장규모	6
3. 독일 홍삼농축액 소비 시장규모	7

## II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 독일, 일반적으로 섭취하는 비타민에 대한 소비자 의심 커져가	17
2. 독일 건강보조식품, '비타민' 제품이 가장 많고 '인삼' 제품은 적은 편	18
3. 독일 내 인삼 제품, 알약과 액상 형태가 일반적이며 한국산 제품 인기	19
4. 홍삼 제품 관련해 대체로 긍정적 평가	20

## III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	22
1. 독일 홍삼농축액 유통구조	23
2. 독일 홍삼농축액 주요 유통업체	24
3. 독일 홍삼농축액 B2C 소매채널	26

## IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 독일 홍삼농축액 인증 취득	48
2. 독일 홍삼농축액 사전 심사	51
3. 독일 홍삼농축액 업체·제품 등록	52
4. 독일 홍삼농축액 라벨 심의	53
5. 독일 홍삼농축액 서류 준비	56
6. 독일 홍삼농축액 세금 납부	57
7. 독일 홍삼농축액 검역 심사	58

## V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	61
Interview ① 디엠드로게리마켓(Dm Drogerie Markt)	63
Interview ② 메드펙스(MedPex)	65
Interview ③ 파머시2오더(Pharmacy 2 Order)	66
Interview ④ 로스만드럭스토어(Rossmann Drug Store)	67
Interview ⑤ 어파써키해케슈즈퀄티어(Apotheke Hackesches Quartier)	68

* 참고문헌	69
--------	----



# I. Market Size

## SUMMARY

1. 독일 홍삼농축액 시장규모
2. 독일 홍삼농축액 수출입 시장규모
3. 독일 홍삼농축액 소비 규모



# Market Size

(시장규모)

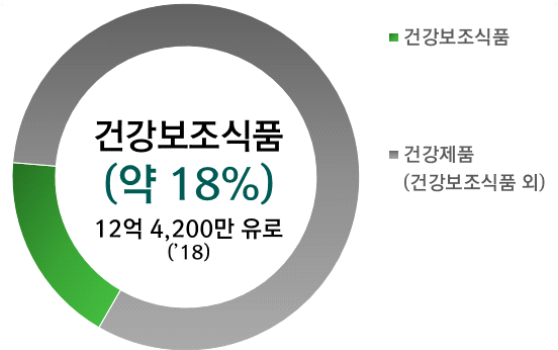
## 독일 (GERMANY)

### 홍삼농축액 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(건강보조식품)

- 독일 건강제품<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 70억 9,300만 유로 ('18)
- 독일 건강보조식품<sup>2)</sup> 시장규모  
..... **12억 4,200만 유로 ('18)**

(\*) Euromonitor International

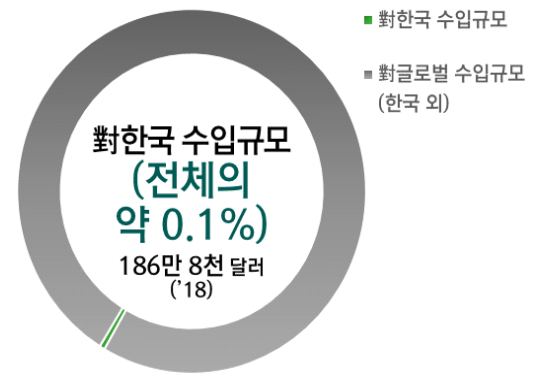


## 홍삼농축액 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(홍삼농축액)

- HS 2106.90<sup>3)</sup> '따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품'  
독일 對 글로벌 수입규모  
..... 17억 5,768만 4천 달러 ('18)
- HS 2106.90 '따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품'  
독일 對 한국 수입규모  
..... **186만 8천 달러 ('18)**

(\*) International Trade Centre



## 홍삼농축액 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '홍삼농축액'은 6년산 홍삼농축액을 주원료로 조제된 프리미엄 건강보조식품임. 이에 홍삼 제품에 익숙할 것으로 예상되는 현지 아시아계 인구 파악을 위해 '독일 인종별 외국인 규모'를 조사함. 또한, 소비자 구매력 파악 및 예상 소비규모 파악을 위해 '독일 소득구간별 가구분포'와 '인삼 제품 소비량'을 조사함

### ① 독일 인종별 외국인 규모 ('18)

전체	1,091만 5,455명(100%)
유럽	763만 6,615명(69.9%)
아시아	229만 7,970명(21.1%)
아프리카	57만 115명(5.2%)
미국	28만 3,585명(2.6%)
기타	10만 9,375명(1.0%)
호주	1만 7,795명(0.2%)

### ② 독일 월평균 소득 상위권 가구 수 ('18)

3,200-4,499유로	671만 가구(17%)
4,500-5,999유로	349만 4천 가구(9%)
6,000유로 이상	251만 1천 가구(6%)

### ③ 독일 인삼 소비량 ('18)

약초 및 전통 건강보조식품	4억 1,500만 유로
인삼	2,400만 유로

(\*) Federal Statistical Office of Germany, Euromonitor

- 1) 건강제품(Consumer Health): 일반의약품(OTC), 비타민 및 식이 보조제품(VDS), 스포츠 영양식품(Sports Nutrition), 체중 조절 식품, 웰빙 관련 식품이 포함됨
- 2) 건강보조식품(Dietary Supplements): 미네랄, 피시오일, 오메가 지방산, 마늘, 인삼, 단백질 보조제, 프로바이오틱스 보조제 등 국가별 적용 범위에 따른 모든 건강보조식품이 포함됨
- 3) HS CODE 2106.90: 조사 제품 '홍삼농축액'은 6년산 인삼을 주원료로 조제한 건강보조식품임. 이에 '인삼음료 조제용으로 사용하는 인삼 추출물과 다른 성분과의 혼합물'을 포함하는 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함



## 1. 독일 홍삼농축액 시장규모

조사 시장: 조사 제품 '홍삼농축액'은 6년산 인삼으로 제조된 건강보조식품임. 이에, 제품의 품목(건강보조식품)을 반영하여 독일 '건강제품' 시장과 '건강보조식품' 시장의 규모를 확인함

### 독일 국가 일반 정보<sup>7)</sup>

면적	35만 7,380km <sup>2</sup>
인구	8,141만 명
GDP	4조 달러
GDP (1인당)	48,363달러

### ▶ 2014-2018년, 독일 '건강제품' 시장규모 연평균성장률 3%

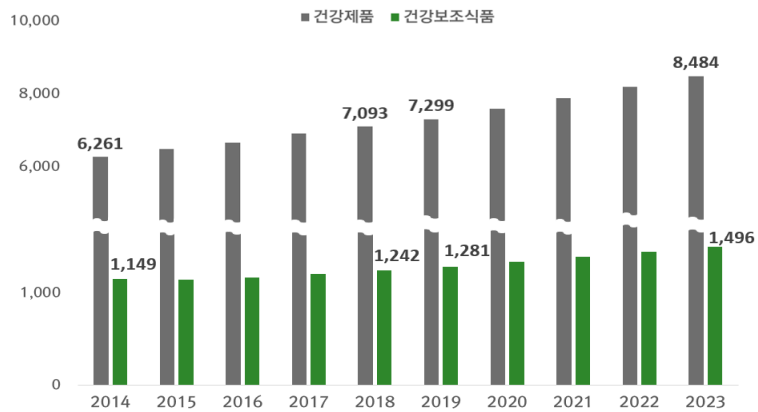
지난 5년(2014-2018년)간 독일의 '건강제품' 시장은 연평균 3%의 성장률로 꾸준히 증가하여 2018년 70억 9,300만 유로의 규모를 기록함. '건강보조제품' 시장의 경우, 동기간 2%의 연평균성장률을 보였으며 2018년 12억 4,200만 유로의 시장규모를 기록함

### ▶ 2019-2023년, 독일 '건강보조식품' 시장 연평균성장률 4% 예측

향후 5년(2019-2023년)간 독일 '건강제품' 시장과 '건강보조식품' 시장은 연평균 4%의 성장률로 성장세를 이어갈 것으로 예측됨. 유로모니터에 따르면,<sup>4)</sup> 독일 '건강보조식품' 시장에 확산되는 채식주의 트렌드와 독일 인구 고령화 현상이 향후 해당 시장의 주요 성장 요인으로 전망됨

[표 1.1] '건강제품', '건강보조식품' 시장규모<sup>5)</sup>

단위: 백만 유로



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR (14-18)
상위 품목 건강제품	6,261 (8.1조 원)	6,482 (8.3조 원)	6,659 (8.6조 원)	6,898 (8.9조 원)	7,093 (9.1조 원)	3%
해당 품목 건강보조식품	1,149 (1조 4,789억 원)	1,145 (1조 4,737억 원)	1,163 (1조 4,969억 원)	1,204 (1조 5,496억 원)	1,242 (1조 5,986억 원)	2%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR (19-23)
상위 품목 건강제품	7,299 (9.4조 원)	7,582 (9.8조 원)	7,876 (10.1조 원)	8,178 (10.5조 원)	8,484 (10.9조 원)	4%
해당 품목 건강보조식품	1,281 (1조 6,487억 원)	1,333 (1조 7,157억 원)	1,389 (1조 7,878억 원)	1,443 (1조 8,573억 원)	1,496 (1조 9,255억 원)	4%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Germany」, 2019.10

5) 1유로=1,287.08원(2020.02.20, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

## 2. 독일 홍삼농축액 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: 조사 제품 ‘홍삼농축액’은 6년산 인삼을 주원료로 조제된 건강보조식품. 이에 ‘인삼음료 조제용으로 사용하는 인삼 추출물과 다른 성분과의 혼합물’을 포함하는 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

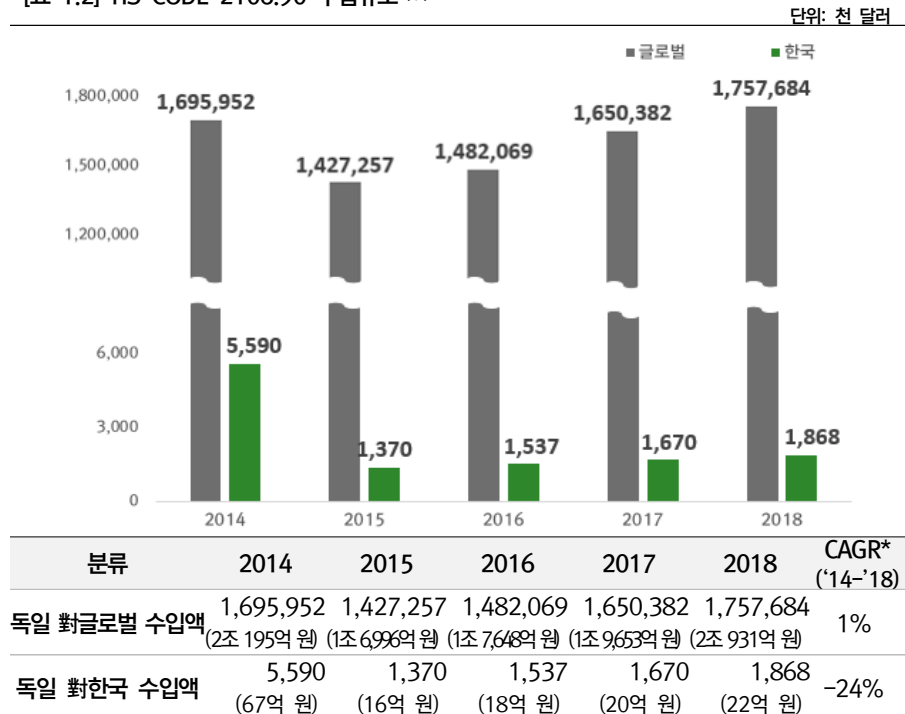
### ▶ 2014-2018년, 독일 對글로벌 수입액 연평균성장률 1%

독일 HS CODE 2106.90 품목 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 1%씩 성장하여 2018년 17억 5,768만 4천 달러를 기록함. 수입액 기준 1위 국가는 스위스로 2018년 2억 5,843만 6천 달러(약 3,077억 원)를 기록하였으며, 이는 전체 수입액의 15%에 해당함

### ▶ 2018년 독일 對한국 수입액 186만 8천 달러

2018년 독일 HS CODE 2106.90 품목 對한국 수입액은 186만 8천 달러임. 해당 품목의 수입액은 지난 5년간 연평균 24%의 감소세를 기록했으나, 2015년 전년대비 75% 감소 후 2016년부터 반등세를 보임. 2018년 해당 품목 수입액 기준, 한국은 상위 37위 수입 국가로 對한국 수입액은 전체의 약 0.1%를 차지함

[표 1.2] HS CODE 2106.90 수입규모<sup>8)9)</sup>



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2106.90 기준

8) 1달러=1,190.80원 (2020.02.20., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨



### 3. 독일 홍삼농축액 소비 시장규모

조사 제품 '홍삼농축액'은 6년산 인삼을 주원료로 조제된 프리미엄 건강보조식품임. 이에 홍삼 제품에 익숙할 것으로 예상되는 현지 아시아계 인구 파악을 위해 '독일 인종별 외국인 인구규모'를 조사함. 또한, 소비자 구매력 파악 및 예상 소비규모 파악을 위해 '독일 소득구간별 가구분포'와 '인삼 제품 섭취량'을 조사함

#### 1) 독일 인종별 외국인 인구규모

독일 거주 아시아인 규모  
단위: 명

순위	국가	인구수
1	시리아	745,645
2	아프가니스탄	257,110
3	이라크	247,800
4	중국	143,135

\*자료: 독일 연방 통계청(Federal Statistical Office of Germany)

#### ▶ 2018년, 독일 거주 외국인 중 아시아인 21.1% 차지

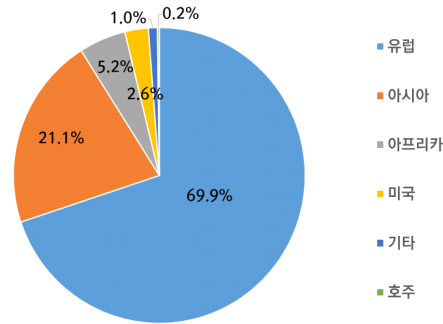
2018년 독일에 거주하는 외국인 수는 약 1,091만 5천 명임. 이 중 유럽 국가 시민권 보유자가 약 763만 7천 명(전체 독일 거주 외국인의 69.9%)으로 가장 많으며, 다음으로 아시아인이 약 229만 8천 명(21.1%)으로 2위를 차지함. 아시아인 중 중국인은 14만 3,135명으로 전체 외국인의 1.3%를 차지하며, 기타 동아시아계 외국인 규모는 미미한 것으로 확인됨<sup>10)</sup>

#### ▶ 2019년, 독일 내 재외동포 규모 4만 4,864명

2019년 독일 내 재외동포 수는 4만 4,864명으로 확인됨. 이 중 재외국민은 약 77%에 해당하는 3만 4,385명, 외국국적동포(시민권자)는 약 23%에 해당하는 1만 479명임. 한편, 재외동포 중 약 25%(1만 1,009명)가 헤센주에 거주하고 있음<sup>11)</sup>

[표 1.3] 2018년 시민권별 독일 외국인 규모

단위: 명, 백분율(%)



순위	국가	인구수	비중(%)
(-)	전체	10,915,455	100.0
1	유럽	7,636,615	69.9
2	아시아	2,297,970	21.1
3	아프리카	570,115	5.2
4	미국	283,585	2.6
5	기타	109,375	1.0
6	호주	17,795	0.2

\*자료: 독일 연방 통계청(Federal Statistical Office of Germany)

10) 독일 연방 통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「Foreign population by sex and selected citizenships.」, 2019.04

11) 외교부, 「재외동포현황 2019.」, 2019

▶ 2018년, 독일 월평균 소득 3,200유로 이상 가구 비중 32%

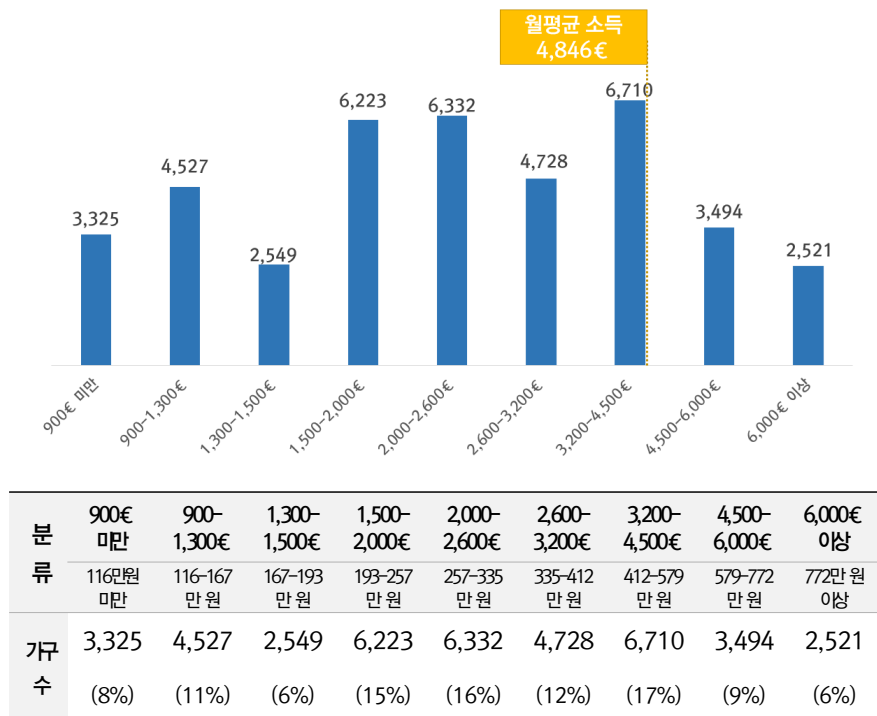
2) 독일 월평균 소득구간별 가구분포

독일 연방 통계청 자료에 따르면, 2018년 독일 총 가구의 월평균 소득은 4,846유로(약 624만 원)임.<sup>12)</sup> 월평균 소득구간별 분석에 따르면, ‘3,200유로 이상-4,500유로 미만’ 구간이 전체 가구의 17%(671만 가구)를 차지하며 가장 많은 가구가 분포한 것으로 확인됨. 그 다음으로 ‘2,000유로 이상-2,600유로 미만’ 구간에 전체 가구의 16%(633만 2천 가구)가 분포함

그 외, 월평균 가구소득의 최상위 구간인 ‘6,000유로 이상’에 속하는 가구는 252만 1천 가구로 전체의 6%를 차지함. 최하위 구간인 ‘900유로 미만’ 구간에 속하는 가구는 332만 5천 가구로 전체의 8%를 기록함<sup>13)</sup>

[표 1.4] 2018년 독일 월평균 가구소득 구간에 따른 가구 분포<sup>14)15)16)</sup>

단위: 유로, 천 가구



자료: 독일 연방 통계청(Federal Statistical Office of Germany)

12) 자료: 독일 연방 통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「64% of gross income earned from employment」

13) 독일 연방 통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「Households: Germany, years, sex of the reference person, household net income classes」, 2018

14) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Germany」, 2019.10

15) 해당 자료는 가구 구성원 중 한 명 이상이 지역 농업에 종사하는 가구와 무응답 가구(970만 가구)를 제외한 수치임

16) 1유로=1,287.08원(2020.02.20, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



3) 독일 인삼제품 섭취량

▶ 2014-2018년, 독일 '약초 및 전통 건강보조식품' 소비량 연평균성장률 0.7%

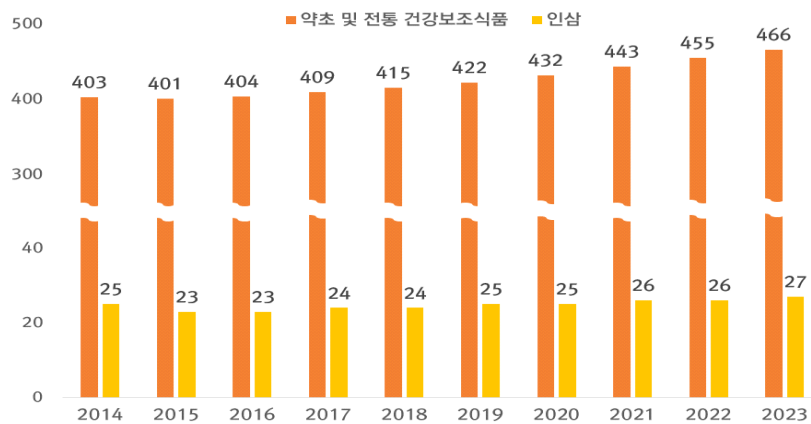
지난 2014-2018년 간 독일 '약초 및 전통 건강보조식품'<sup>19)</sup> 시장은 연평균성장률 0.7%를 보이며 2018년 4억 1,500만 유로의 소비량을 기록함. '인삼'<sup>20)</sup> 시장은 2015년 전년 대비 8%의 감소를 보였으나, 2017년 2016년 대비 소폭 성장하여 2018년 2,400만 유로의 소비량을 기록함

▶ 2019-2023년, 독일 '인삼' 소비량 연평균성장률 2% 예측

향후 5년(2019-2023년)간 독일 '인삼' 소비량은 연평균 2%씩 성장하여 2023년 2,700만 유로에 달할 것으로 전망됨. '약초 및 전통 건강보조식품' 시장은 동기간 연평균 3%씩 성장해 2023년 4억 6,600만 유로의 규모를 기록할 것으로 전망됨

[표 1.5] '약초 및 전통 건강보조식품', '인삼' 소비량<sup>21)22)</sup>

단위: 백만 유로



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR (14-18)
약초 및 전통 건강보조식품	403 (5,187억 원)	401 (5,161억 원)	404 (5,200억 원)	409 (5,264억 원)	415 (5,341억 원)	0.7%
인삼	25 (322억 원)	23 (296억 원)	23 (296억 원)	24 (309억 원)	24 (309억 원)	-0.4%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR (19-23)
약초 및 전통 건강보조식품	422 (5,431억 원)	432 (5,560억 원)	443 (5,702억 원)	455 (5,856억 원)	466 (5,998억 원)	3%
인삼	25 (322억 원)	25 (322억 원)	26 (335억 원)	26 (335억 원)	27 (348억 원)	2%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

19) 약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/traditional dietary supplements): 식물성 재료, 전통 재료, 전통 의료 제품을 만드는데 쓰이는 동물성 재료로 만들어진 건강보조식품을 뜻함

20) 인삼(Ginseng): 중국 또는 기타 전통 약재로 널리 알려진 약초로, 면역체계 유지와 에너지 및 체력 개선, 최음제 효과가 있음

21) 1유로=1,287.08원(2020.02.20, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

22) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

## II. Market Trend

### SUMMARY

1. 독일 언론매체 내 건강보조식품 관련해 부정적인 기사 다수
2. 독일 건강보조식품 관련해 '천연' '추출물' 빈출, '인삼'은 적은 편
3. 인삼 및 홍삼 제품 관련해 제형, 품질, 효능 키워드 빈출
4. 홍삼 제품 관련해 대체로 긍정적 평가





# Market Trend

(시장트렌드)

## 독일 (GERMANY)

홍삼농축액 시장트렌드



독일 소비자, 3명 중 1명 보조제 섭취  
'보조제 남용 및 위험성 문제 경고'



주로 피로 회복, 체중 조절, 영양 보충 목적으로 섭취  
'독일 건강보조식품 관련해 인삼 언급 적은 편'

### ■ Germany Issue ①

독일 언론매체 내  
건강보조식품 관련해 부정적인 기사 다수

'식품 보조제 섭취가 많은 독일 소비자'

### ■ Germany Issue ②

독일 건강보조식품 관련  
'천연' '추출물' 빈출, '인삼'은 적은 편

'음식, 천연, 비건, 추출물 키워드 빈출'



인삼 및 홍삼 제품 관련해 캡슐, 액상, 절편 등 제형 다양  
'효능과 관련하여 기력, 신경, 면역력 키워드 출현'



소비자 후기 관련하여 '겨울', '지친', '기력' 키워드 빈출  
'피로 회복 및 면역력 증진에 좋은 홍삼'

### ■ Germany Issue ③

인삼 및 홍삼 제품 관련해  
제형, 품질, 효능 키워드 빈출

'한국, 홍삼, 고려인삼 키워드 빈출'

### ■ Germany Issue ④

홍삼 제품 관련해,  
대체로 긍정적 평가

'제품의 효능이나 복용 용이성 측면에서 만족한 소비자 다수'

## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

#### 데이터 수집 소스원



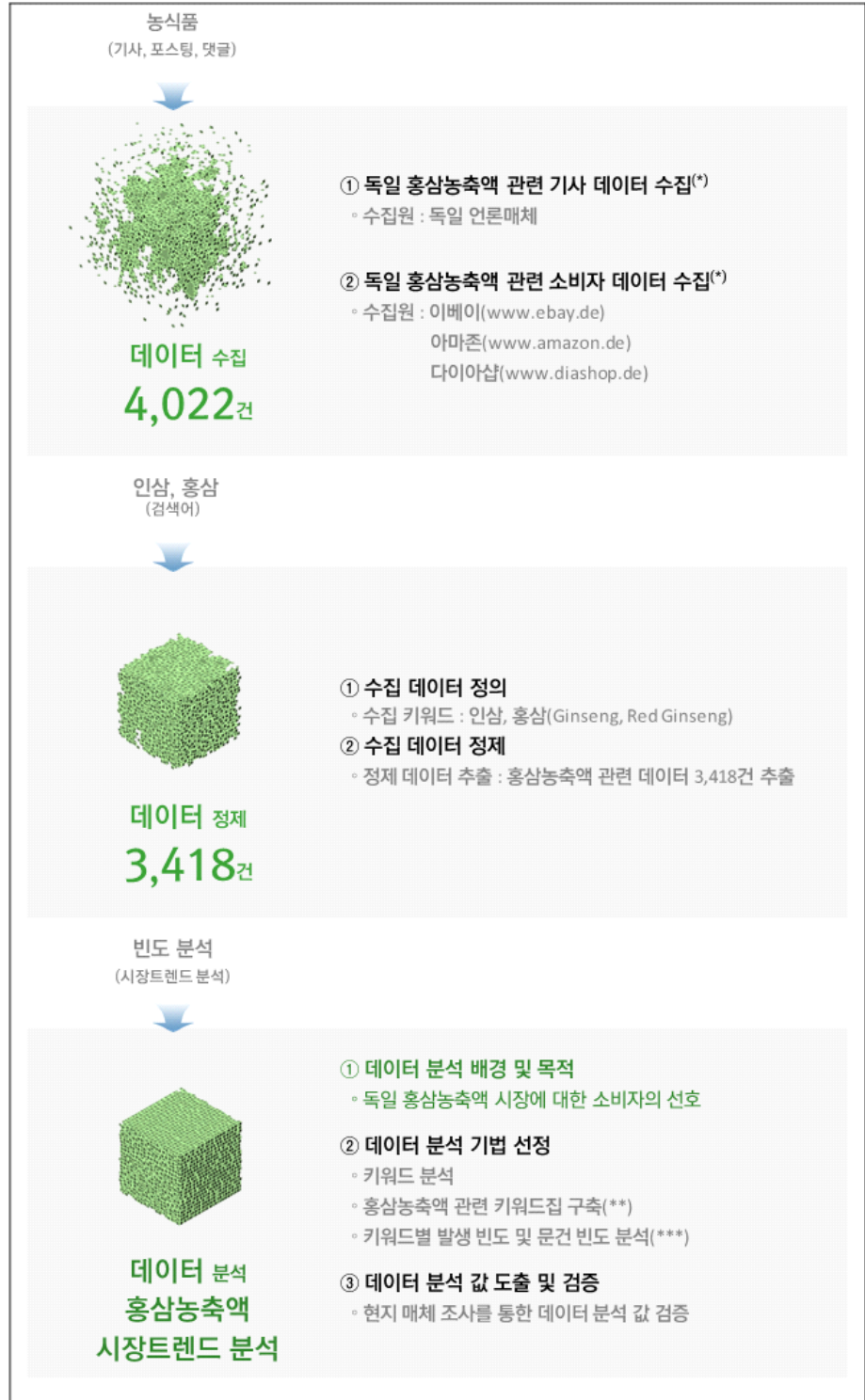
- (독일 매체 총 14개)
- : 언론매체 6개
- : 독일 온라인 쇼핑몰 5개
- : 독일 커뮤니티 3개

#### 데이터 분류 키워드집

(홍삼농축액 연관 키워드집)



#### 데이터 분석 - 연관어 분석





1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.01
수집 데이터	4,022

데이터 정제

정제 키워드	인삼, 홍삼 (Ginseng, Red Ginseng)
정제 데이터	3,418

○ 데이터 수집

- 독일 홍삼농축액 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 독일 데이터 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Test Deustch	www.test.de	언론매체
02	Lebensmittelklarheit	www.lebensmittelklarheit.de	언론매체
03	Gesund	gesund.co.at	언론매체
04	Augsburger Allgemeine	www.augsburger-allgemeine.de	언론매체
05	Merkur	www.merkur.de	언론매체
06	Morgenpost	www.morgenpost.de	언론매체
07	Amazon	www.amazon.de	온라인 쇼핑몰
08	Ebay	www.ebay.de	온라인 쇼핑몰
09	Bringmeister	www.bringmeister.de	온라인 쇼핑몰
10	Dm	www.dm.de	온라인 쇼핑몰
11	Diashop	www.diashop.de	온라인 쇼핑몰
12	Quora Deutsch	de.quora.com	SNS 및 커뮤니티
13	Toytown Germany	www.toytowngermany.com	SNS 및 커뮤니티
14	Youtube	www.youtube.com	SNS 및 커뮤니티

○ 데이터 분석 키워드집

- 독일 홍삼농축액 관련 데이터 소스원 사전조사

[표 2.2] 독일 인삼, 홍삼 관련 데이터 소스원 리스트



현지 언론매체,  
건강보조식품 관련 이슈

현지 온라인 쇼핑몰,  
건강보조식품 및 인삼 제품 특성

현지 온라인 쇼핑몰,  
홍삼 제품 관련 소비자 후기

키워드 ①	키워드 ②	키워드 ③	키워드 ④	키워드 ①	키워드 ②	키워드 ③	키워드 ④
영양	비타민	효과	광고	캡슐	비타민	마그네슘	기력
키워드 ①	캡슐	키워드 ①	캡슐	키워드 ①	맛	키워드 ①	가격
키워드 ②	맛	키워드 ②	가격	키워드 ②	절편	키워드 ②	절편
키워드 ③	가격	키워드 ③	절편	키워드 ③		키워드 ③	
키워드 ④	절편	키워드 ④		키워드 ④		키워드 ④	

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 독일 홍삼농축액 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 독일 홍삼농축액 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>		
			의미	해당국가 언어(독일어)	참여기업	경쟁기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	건강보조식품 성분	비타민	Vitamin	0	0	
			마그네슘	Magnesium		0	
단백질	Protein			0			
철분	Iron			0			
미네랄	Mineralien			0			
칼슘	Kalzium			0			
오메가	Omega			0			
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	건강보조식품 원재료	알로에	Aloe			0
			체리	Kirsche			0
			울금	Kurkuma			0
			허브	Herbal			0
			인삼	Ginseng	0	0	
인삼, 홍삼 제품 특성			캡슐	Kapseln		0	0
			한국	Korea	0	0	
			고려인삼	Panax Ginseng	0	0	
			추출액	Extrakt	0	0	
			로열젤리	Royal Jelly		0	
			기력	Energie	0	0	
			절편	Slice		0	0

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 독일 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. ‘건강보조식품’, ‘인삼’을 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국제청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국제청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래? .....	미국 국제청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회

DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건
---	----	----	-----	----

●  
연관어 분석  
(Keyword Analytics)

[ TF 기준 데이터 분석 결과 요약 ]



3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

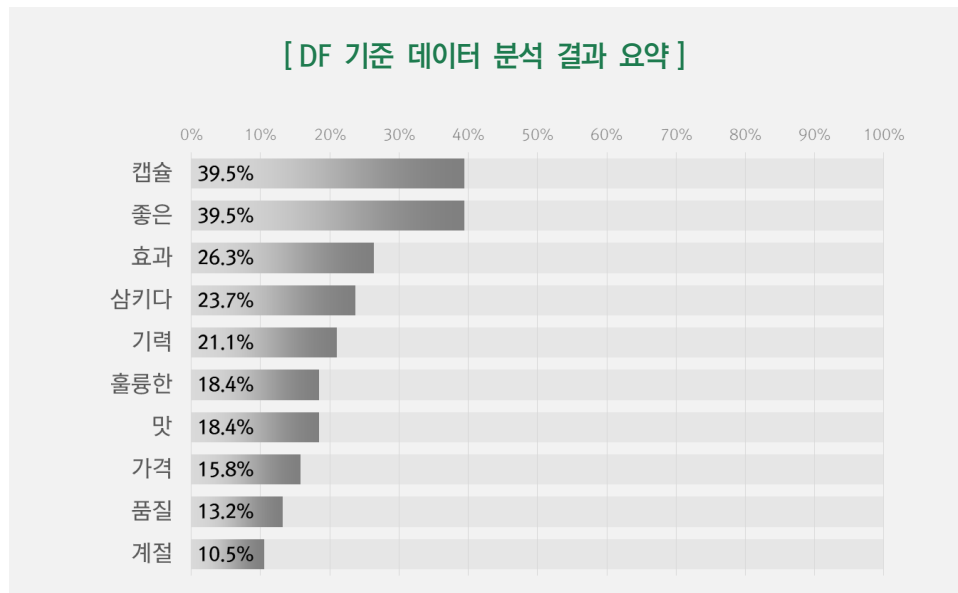
1. 독일 온라인 쇼핑몰에서 '홍삼'을 키워드로 내용 추출
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF<sup>23)</sup>와 TF\_IDF<sup>24)</sup> 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출
4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

※ DF, Document Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국제청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국제청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래? .....	미국 국제청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●  
연관어 분석  
(Keyword Analytics)



23) TF-DF란 '문서 내 특정 키워드 출현 비율'과 '전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율'을 곱한 값임. 이는 심도 있게 다뤄진 이슈 키워드를 살펴보기 위해 연구자가 산출한 값임

24) TF-IDF란 어떤 단어가 특정 문서 내에서 얼마나 중요한 것인지를 나타내는 통계적 수치임. 공식은 단어 빈도(TF)와 역문서 빈도(IDF)를 곱한 값임



## 1. 독일, 일반적으로 섭취하는 비타민에 대한 소비자 의심 커져가

### ▶ 건강보조식품 수요가 높은 편인 독일, 특히 비타민 소비 多

LDA 기법<sup>25)</sup>으로 독일 건강보조식품 관련 기사를 분석하여 2가지 이슈를 도출함. 첫 번째로 독일 소비자의 건강보조식품 섭취 행태를 다룬 기사가 확인됨. 독일 소비자 3명 중 1명이 건강보조식품을 섭취하는 것으로 나타남. 특히 ‘비타민’ 키워드의 중요도가 높게 나타났으며, 실제로 건강보조식품 중 비타민 수요가 가장 많은 것으로 확인됨<sup>26)</sup>

### ▶ 건강보조식품 관련해 상품 품질 관련 이슈 두드러져

두 번째로 상품 품질과 관련된 이슈가 확인됨. 키워드로 ‘광고’, ‘정보’, ‘바로잡다’가 출현해 원문을 확인한 결과, 건강보조식품 관련 허위 정보 또는 과장 광고를 지적하는 기사가 주목. 특히 비타민 보충제의 경우 BfR<sup>27)</sup>의 권장량을 초과한 제품이 많다는 점이 언급됨. 건강보조식품에 대한 소비자 불신 및 불안감이 커진 만큼, 독일 건강보조식품 시장 진출 시 HACCP<sup>28)</sup>, GMP<sup>29)</sup>, ISO<sup>30)</sup> 등 품질 인증을 강조하는 것이 유리할 것으로 보임

### ▶ 독일 언론매체 내 건강보조식품 관련 이슈

#### ① 비타민 ② 광고, 정보, 바로잡다

[표 2.4] 독일 언론매체 내 ‘건강보조식품’ 주요 키워드

TOPIC1		TOPIC2	
키워드	중요도	키워드	중요도
검사	0.0222	상품	0.0228
비타민	0.0204	광고	0.0119
임신	0.0130	영역	0.0109
상품	0.0098	음식	0.0088
도움이 되는	0.0078	정보	0.0085
음식	0.0074	비타민	0.0081
약국	0.0073	바로 잡다	0.0078
포함	0.0071	주다	0.0071
어린이	0.0070	소비자 중심의	0.0065
영양소	0.0063	건강	0.0052
오메가	0.0061	수정	0.0050

자료 : 독일 언론매체 내 ‘건강보조식품’ 관련 뉴스 195건 분석 (18.01 - 20.01)

값 설명 : 해당 주제에서 키워드가 가지는 중요도 점수

25) LDA란 문서 내 어떤 주제들이 존재하는지 파악하기 위한 분석 기법 중 하나임

26) 「Weniger streng geregelt als Medikamente.», Test Deutsch, 2017.05.17.

27) Bundes - institut für Risiko - bewertung(독일 연방 위해 평가원)

28) Hazard Analysis Critical Control Point(위해요소 중점관리기준)

29) Good Manufacturing Practice(우수제조관리 기준)

30) International Organization for Standardization(국제표준화기구)

## 2. 독일 건강보조식품, ‘비타민’ 제품이 가장 많고 ‘인삼’ 제품은 적은 편

### 고함량 비타민 제품



제품명	D3 5000
브랜드	네이처러브 (Nature Love)
가격	14.99유로 (약 1만 9,293원 <sup>31)</sup> )
용량	50ml
효능 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>면역력 강화, 근력 강화, 치아 및 뼈 건강</li> <li>방부제 및 안정제 무첨가의 100% 비건 제품</li> <li>GMO 비포함</li> </ul>

출처: 아마존(www.amazon.de)

### 고함량 비타민 제품



제품명	레스베라트롤 (RESVERATROL)
브랜드	웨이트월드 (Weight World)
가격	16.95유로 (약 2만 1,816원)
용량	125mg
효능 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>항산화 효과, 체중 감량, 모발 건강</li> <li>포도씨 추출물 함유</li> <li>100% 천연 추출 제품</li> </ul>

▶ 주로 피로 회복, 체중 조절, 영양 보충을 위해 섭취

▶ 비타민 성분, 다양한 목적으로 활용돼

독일 건강보조식품의 특징을 살펴보기 위해, 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 건강보조식품의 제품명을 분석함. 언론매체 분석 결과에서 확인한 바와 같이 ‘비타민’ 제품이 가장 많았으며, ‘마그네슘’, ‘단백질’, ‘철분’ 제품이 그 뒤를 이음. 효능과 관련해서는 ‘기력’, ‘체중’, ‘영양’ 키워드가 나타났는데, 이는 주로 피로 회복, 체중 감량, 영양 보충 목적의 제품이 많다는 점을 의미함. 주목할 만한 점은 비타민이 각기 다양한 목적으로 널리 사용되고 있다는 점임

▶ 독일 건강보조식품 관련 ‘천연’, ‘추출물’ 키워드 빈출

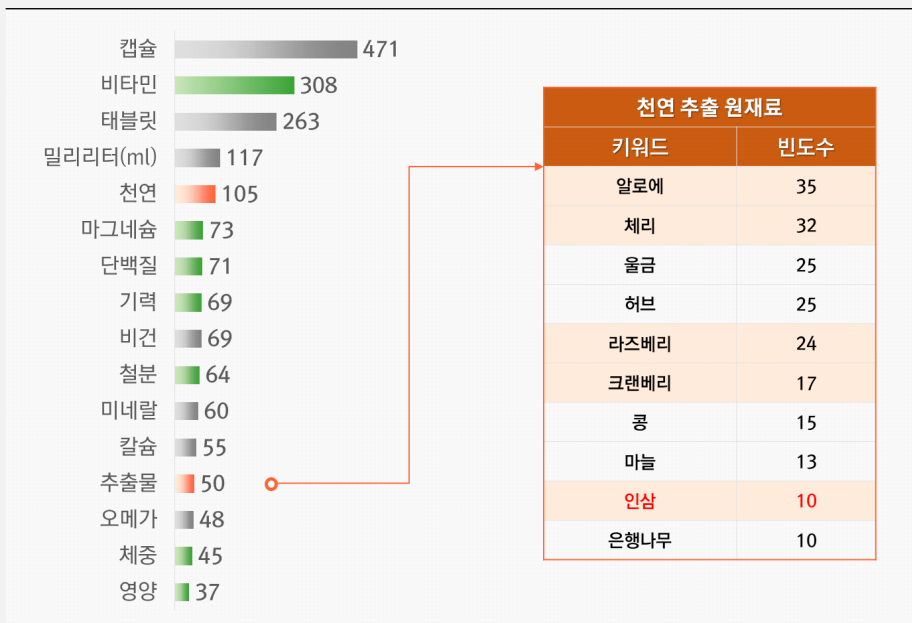
▶ 인삼 활용 건강보조식품은 적은 편

한편, ‘천연’, ‘비건’, ‘추출물’ 키워드가 빈출하여, 합성 성분이 아닌 천연 추출 성분의 제품이 많은 것을 알 수 있음. 천연 원료 관련 키워드를 확인한 결과, ‘알로에’, ‘체리’, ‘라즈베리’, ‘크랜베리’가 빈출해 베리류 성분이 많이 쓰이는 것으로 보임. 이에 반해 인삼 키워드는 빈도가 비교적 낮아 인삼 및 홍삼 제품의 비중은 크지 않은 것으로 보임

▶ 독일 온라인 쇼핑몰 내 건강보조식품 관련 주요 이슈

① 활력, 체중, 영양 ② 인삼 ③ 비타민, 마그네슘

[표 2.6] 독일 온라인 쇼핑몰 내 ‘건강보조식품’ 주요 키워드



자료 : 독일 온라인 쇼핑몰 내 인기 ‘건강보조식품’ 2,381개 분석 (18.01 - 20.01)  
 값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

31) 1유로=1,287.08원 (2020.02.20., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

### 3. 독일 내 인삼 제품, 알약과 액상 형태가 일반적이며 한국산 제품 인기

▶ 독일 내 인기 인삼 제품은 ‘알약’과 ‘액상’ 형태가 다수

독일 온라인 쇼핑몰 내 인삼 제품과 관련해 ‘캡슐’ 키워드가 최다 빈출했으며, ‘차(Tea)’가 바로 그 뒤를 이음. 이 밖에 ‘태블릿’, ‘밀리리터(ml)’ 키워드도 빈출해 인삼 제품으로 알약 및 액상 형태가 일반적임을 알 수 있음. 해당 유형 외에도 ‘분말’이나 ‘절편’ 형태의 제품도 확인됨

▶ 인삼과 관련해 다양한 효능 언급, 하지만 주요 효능은 뚜렷하지 않아

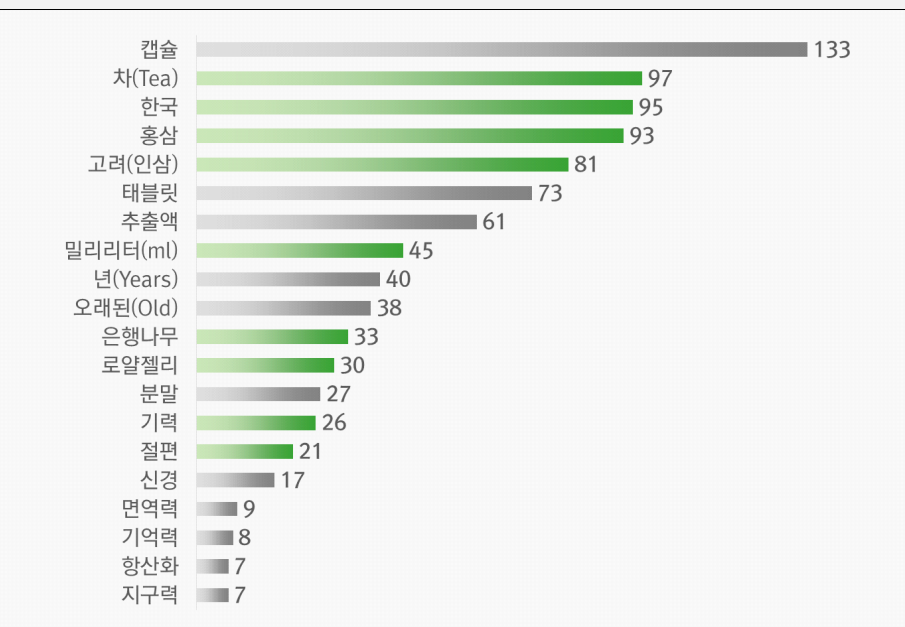
▶ ‘한국’산 인삼 제품이 가장 인기

효능과 관련하여 ‘기력’, ‘신경’, ‘면역력’, ‘기억력’, ‘항산화’ 등의 다양한 키워드가 나타났지만, 이 중 빈도가 뚜렷하게 높은 키워드는 없음. 이는 인삼의 주요 효능보다 인삼이 가진 다양한 효능을 모두 강조하기 때문인 것으로 보임. 한편, ‘한국’과 ‘고려(인삼)’ 키워드를 통해 한국산 제품의 인기가 높다는 점을 알 수 있음

▶ 독일 온라인 쇼핑몰 내 인삼 관련 주요 이슈

- ① 캡슐, 차(Tea) ② 기력, 신경, 면역력 ③ 한국, 고려(인삼)

[표 2.7] 독일 온라인 쇼핑몰 내 ‘인삼’ 주요 키워드



자료 : 독일 온라인 쇼핑몰 내 ‘인삼’ 제품 556개 분석 (18.01 - 20.01)  
 값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

#### 4. 홍삼 제품 관련해 대체로 긍정적 평가

##### 구매 후기 분석 대상



**제품명** 로터 파낙스 진생 (Roter Panax Ginseng)

**브랜드** 비타콘셉트 (Vitaconcept)

**가격** 20.90유로 (약 26,900원)

**용량** 600mg \* 120정

**후기** “3-4개월 치를 저렴하게 구매할 수 있어요”  
 “삼키기 쉽고, 가격 대비 품질이 좋아요”  
 “겨울철 면역력 강화에 좋고, 캡슐이라서 쓴맛이 나지 않아요”  
 “홍삼 섭취 후 힘이 나며 일에 집중할 수 있어요”

출처: 아마존(www.amazon.de)

##### ▶ 제품의 효능이나 복용 용이성 면에서 만족한 소비자 많아

온라인 쇼핑몰에서 홍삼 제품의 후기를 분석함. ‘좋은’, ‘훌륭한’, ‘추천할 만한’ 등 긍정적인 키워드가 눈에 띄. 특히 ‘효과’나 ‘삼키다’ 키워드가 빈출한 것과 관련하여, 제품의 효능이나 복용 용이성 측면에서 만족한 것으로 보임. 또한, 품질 대비 가격이 저렴하다는 후기가 많으며, 이는 ‘품질’과 ‘가격’ 키워드 간의 향상도 값이 높은 점에서도 확인할 수 있음

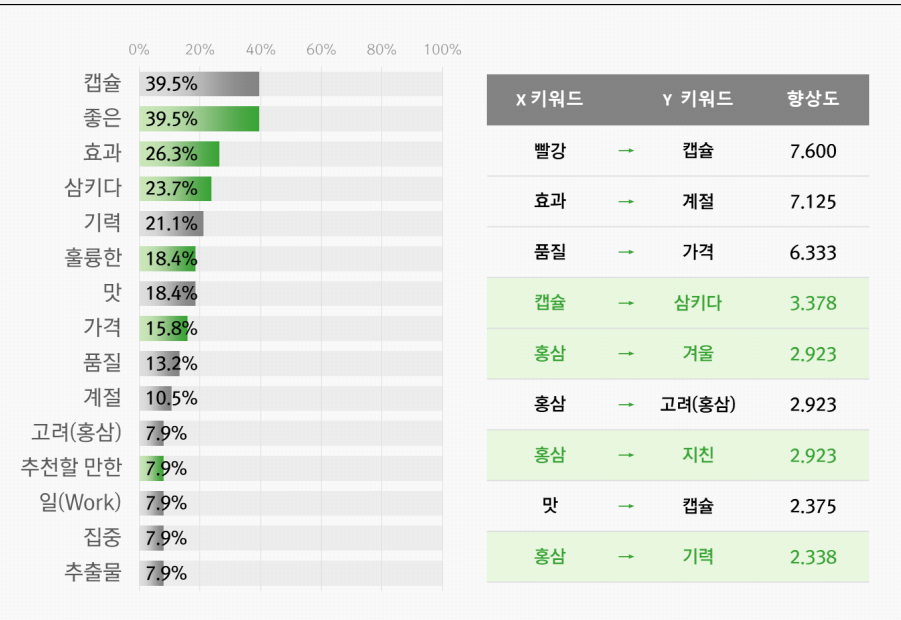
##### ▶ 소비자 후기 관련해 ‘홍삼’과 ‘지친’, ‘기력’ 키워드 사이의 연관도 높아

앞서 언급한 긍정 평가의 원인을 살펴보기 위해 연관 규칙을 분석함. ‘캡슐’과 ‘삼키다’, ‘맛’ 사이의 향상도 값이 큰 것으로 보아, 맛이 느껴지지 않고 복용이 쉬운 캡슐 제형을 선호하는 것으로 보임. 또한 ‘홍삼’과 ‘겨울’, ‘지친’, ‘기력’ 키워드의 연관성이 높게 나타남. 추운 계절 피로 회복이나 면역력 강화를 위해서 홍삼을 구매했다는 후기가 다수 보임. 이를 통해, 겨울철 피로 회복, 면역력 증진과 관련한 홍삼의 효과를 중점적으로 홍보하는 것을 추천함

##### ▶ 독일 온라인 쇼핑몰 내 홍삼 제품 관련 주요 키워드

① 좋은, 훌륭한, 추천할 만한 ② 캡슐 ③ 겨울

[표 2.7] 독일 온라인 쇼핑몰 내 ‘홍삼’ 제품 주요 키워드



자료 : 독일 온라인 쇼핑몰 내 ‘홍삼’ 제품 후기 38건 분석 (18.01 - 20.01)

좌측 그래프 설명 : 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

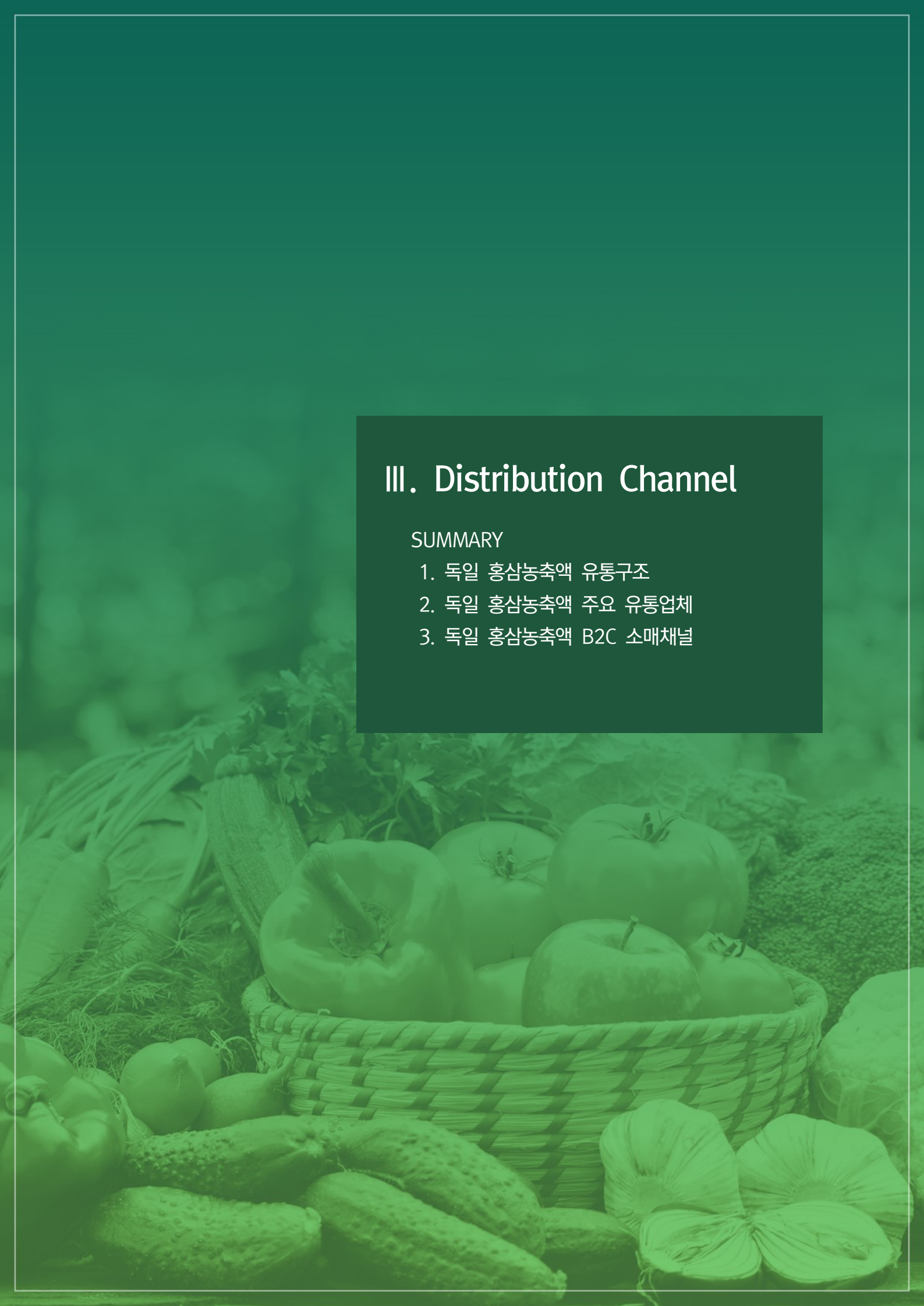
우측 표 값 설명 : X키워드가 출현했을 때 Y키워드가 출현할 확률을 지수로 나타낸 값



### III. Distribution Channel

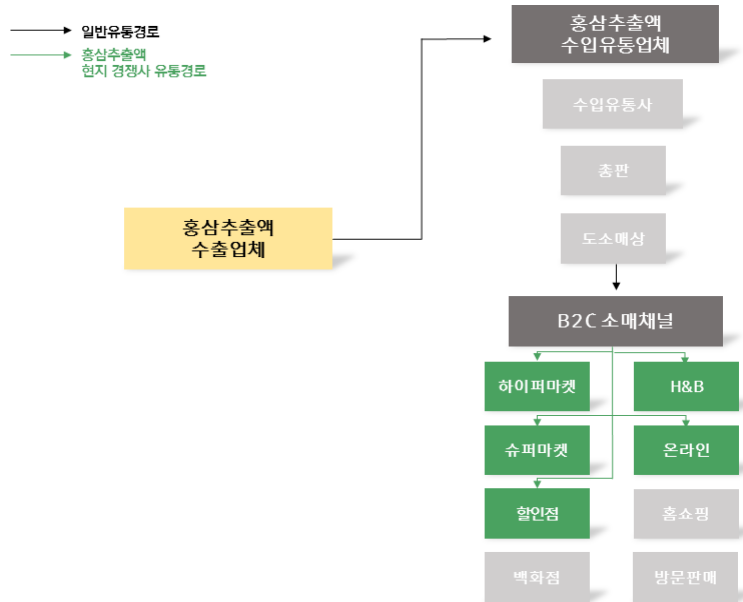
#### SUMMARY

1. 독일 홍삼농축액 유통구조
2. 독일 홍삼농축액 주요 유통업체
3. 독일 홍삼농축액 B2C 소매채널



# Distribution Channel

(유통채널)



## 독일 (GERMANY)

홍삼농축액<sup>32)</sup> 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>33)</sup>	주요 채널 <sup>34)</sup>
B2C 소매 채널	H&B	67%	디엠(DM), 로스만(Rossmann), 뮐러(Müller), 더글라스(Douglas), 이지아포테케(EasyApotheke)
	온라인	19.6%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando), 브링마에스터(Bringmeister)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	4.7%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 레베(Rewe), 마르트카우프(Marktkauf), 파밀라(Famila)
	할인점	3.6%	알디(Aldi), 리들(Lidl), 네토(Netto), 페니(Penny), 노르마(Norma)
	홈쇼핑	2.2%	보프로스트(Bofrost), 에이치에스이24(HSE24)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>35)</sup>	1.6%	한독(Handok), 장터(Zhangto)
	방문판매	1.4%	보르베크(Vorwerk), 타파웨어(Tupperware)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

32) '홍삼농축액'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '컨슈머헬스(Consumer Health)'의 정보를 확인함

33) 2019년 기준, 독일 내 '컨슈머헬스(Consumer Health)'의 유통채널 점유율임

34) 채널 분류에 따른 독일 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

35) '개인 및 기타 식료품점'은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

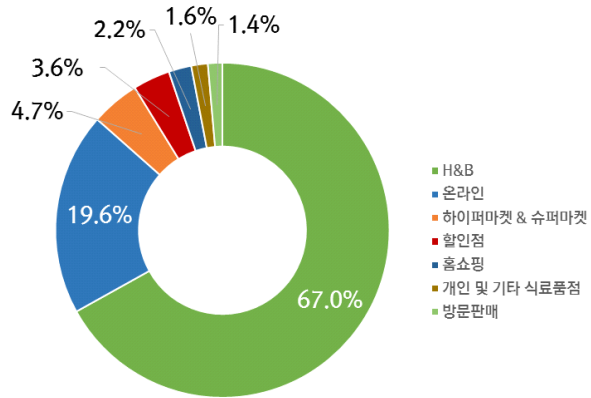
### 1. 독일 홍삼농축액 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	홍삼농축액
구분	건강보조식품
범주	컨슈머헬스 (Consumer Health)

▶ 독일 홍삼농축액 주요 채널

‘H&B(67%), 온라인(19.6%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(4.7%), 할인점(3.6%)’

[표 3.1] 독일 홍삼농축액 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 독일 홍삼농축액 유통채널 현황

채널 유형	홍삼농축액 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	H&B	67%	디엠(DM), 로스만(Rossmann), 뮐러(Müller), 더글라스(Douglas)
	온라인	19.6%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando), 브링마에스터(Bringmeister)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	4.7%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 레베(Rewe), 마르트카우프(Marktkauf), 파밀라(Famila)
	할인점	3.6%	알디(Aldi), 리들(Lidl), 네토(Netto), 페니(Penny), 노르마(Norma)
	홈쇼핑	2.2%	보프로스트(Bofrost), 에이치에스이24(HSE24)
	개인 및 기타 식료품점	1.6%	한독(Handok), 장터(Zhangto)
	방문판매	1.4%	보르베크(Vorwerk), 타파웨어(Tupperware)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

## 2. 독일 홍삼농축액 주요 유통업체

### ▶ H&B, 온라인, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적

추가로, 할인점에서 유사 제품의 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 독일 홍삼농축액 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>36)</sup> )	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	디엠 (DM)	H&B	약 9억 2,153만 달러 (약 1조 974억 원)	도펠헤르츠 (Doppelherz), 찌르쿨린 (Zirkulin)	0
2	로스만 (Rossmann)	H&B	약 109억 7,825만 달러 (약 13조 729억 원)	테테셉트(Tetesept), 닥터첸(Dr.Chen)	0
3	뮐러 (Müller)	H&B	약 43억 9,133만 달러 (약 5조 2,292억 원)	호야 (Hoyer)	0
4	이지아포테케 (EasyApotheke)	H&B	약 3억 2,934만 달러 (약 3,921억 7,807만 원)	에스파나(Espana), 일화(Il Hwa), 랭거비타 (Langer-Vita)	0
5	아마존 (Amazon)	온라인	약 198억 8,100만 달러 (약 23조 6,743억 원)	A사, B사, C사	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

36) 1달러=1,190.8원 (2020.02.20., KEB 하나은행 매매기준율 기준)



순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	브링마에스터 (Bringmeister)	온라인	약 594억 1,310만 달러 (약 70조 7,491억 원)	바드하일브루너 (Bad Heilbrunne)	0
7	레베 (Rewe)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 483억 7,275만 달러 (약 57조 6,023억 원)	압타이(Abtei), 테테셉트(Tetesept), 요기티(Yogi Tea)	0
8	에데카 (Edeka)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 594억 1,310만 달러 (약 70조 7,491억 원)	바드하일브루너 (Bad Heilbrunne)	0
9	레알 (Real)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 82억 144만 달러 (약 9조 7,663억 원)	Scitec Nutrition (싸이텍 뉴트리션), 압타이(Abtei), 요기티(Yogi Tea)	
10	알디 (Aldi)	할인점	약 335억 달러 (약 39조 8,918억 원)	멀티놈 (Multinorm)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 독일 홍삼농축액 B2C 소매채널

#### 1) H&B



#### ① 디엠(DM)

기업 기본 정보	기업명	디엠(DM)	
	홈페이지	www.dm.de	
	위치	카를스루에(Karlsruhe)	
	규모	매출액('19)	약 9억 2,153만 달러 (약 1조 974억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 3,600개 직원 수('19): 약 6만 2,000명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1973년 설립</li> <li>- 독일 내 대표 유통기업</li> <li>- 독일 내 4개의 물류센터 보유</li> <li>- 다양한 자체개발 상품 브랜드 보유</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 매출성장률 4.6% 달성</li> <li>- 2018년 독일 경제 일간지 한델스블라트(Handelsblatt)가 '가격대비 경제적인 기업(Price Performance Winner)'으로 선정</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	진생200 (Ginseng 200)
		종류	홍삼추출알약
		용량	30정
		원산지	독일

자료: 디엠(Dm) 홈페이지, 한델스블라트(Handelsblatt)

사진 자료: 디엠(Dm) 홈페이지, 포스퀘어(Foursquare) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• <b>입점 가능 품목</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 건조식품, 다이어트식품, 음료류, 차(茶)류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 향수류, 의류, 헤어제품, 유아용품, 애완용품 등</li> </ul> <p>• <b>특이사항</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 자체브랜드 제품 보유</li> </ul>		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 'Kontakt' 클릭 (<a href="http://www.dm.de/haeufigefragen/kontakt/">www.dm.de/haeufigefragen/kontakt/</a>)</li> <li>- 양식서 작성 후 제출</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적인 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: +49-(0)800-3658633</li> </ul>	

자료: 디엠(Dm) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

**ROSSMANN**

② 로스만(Rossmann)

기업 기본 정보	기업명	로스만(Rossmann)								
	홈페이지	www.rossmann.de/de/								
	위치	하노버(Hanover)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('18)</td> <td>약 109억 7,825만 달러 (약 13조 729억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수('19): 약 3,930개 직원 수('19): 약 2만 2,800명</td> </tr> </table>	매출액('18)	약 109억 7,825만 달러 (약 13조 729억 원)	기타 규모	매장 수('19): 약 3,930개 직원 수('19): 약 2만 2,800명				
매출액('18)	약 109억 7,825만 달러 (약 13조 729억 원)									
기타 규모	매장 수('19): 약 3,930개 직원 수('19): 약 2만 2,800명									
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1972년 설립</li> <li>- 로스만가(Rossmann family)가 소유하는 오너경영회사</li> <li>- A.S. 왓슨 그룹(A.S. Watson Group)이 40%의 주식 소유</li> </ul>									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 자사 브랜드 '이사나(ISANA)', 사회적 스타트업 기업 플라스틱뱅크 (Plastic Bank)와 파트너십 체결</li> <li>- 2019년 전년 대비 매출 5.7% 증가</li> </ul>									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>진생220플러스레시틴 +비타민B (Ginseng 220 plus Lecithin + B-Vitamine)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>홍삼추출알약</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>30정</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>독일</td> </tr> </table>	제품명	진생220플러스레시틴 +비타민B (Ginseng 220 plus Lecithin + B-Vitamine)	종류	홍삼추출알약	용량	30정	원산지	독일
제품명	진생220플러스레시틴 +비타민B (Ginseng 220 plus Lecithin + B-Vitamine)									
종류	홍삼추출알약									
용량	30정									
원산지	독일									

자료: 로스만(Rossmann) 홈페이지  
 사진 자료: 에이에스왓슨(A.S. Watson)홈페이지



입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• <b>입점 가능 품목</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강보조식품, 와인류, 스낵류, 건조식품, 다이어트식품, 음료류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 향수류, 의류, 목욕용품, 유아용품, 가정용품 등</li> </ul> <p>• <b>특이사항</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 약 4,600개의 자사브랜드 제품 보유</li> </ul>	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지 통해 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 ‘Kontakt’ 클릭 (www.rossmann.de/cms/service-hilfe/kontakt.html)</li> <li>- ‘Kontaktformular’ 클릭 후 양식 작성하여 제출</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> <p>2. 유선 연락 또는 이메일 통한 문의</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처 이메일: service@rossmann.de 전화: +49-(0)800-76-77-62-66</li> </ul>

자료: 로스만(Rossmann) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 뮐러(Müller)

기업 기본 정보	기업명	뮐러(Müller)	
	홈페이지	www.mueller.de	
	위치	울름(Ulm)	
	규모	매출액('18)	약 43억 9,133만 달러 (약 5조 2,292억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	매장 수('20): 약 567개 <sup>37)</sup> 직원 수('20): 약 3만 5,000명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1953년 설립</li> <li>- 매년 두 자릿수의 신규매장을 오픈</li> <li>- 고품질 저가격 정책 전개</li> <li>- 유럽 7개 국가에서 800개 이상의 매장 운영</li> <li>- 20개 이상의 자체 브랜드 보유</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 퍼스널케어, 세제용품 부문에서 '국제건강우수상(International Salute to Excellence Award)' 수상</li> <li>- 2019년 세계 최대 개인상표무역박람회(PLMA)에서 '제품 혁신·품질상' 수상</li> <li>- 2018년 포커스머니(Focus Money)가 주관한 '2018 독일 최고의 약국상' 수상</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	바이오-진생캡슐 (Bio-Ginseng Kapseln)
		종류	홍삼추출알약
		용량	30정
		원산지	독일

자료: 뮐러(Mueller) 홈페이지, 스태티스타(Statista) 홈페이지  
사진 자료: 뮐러(Mueller) 홈페이지

37) 독일 매장에만 한정. 유럽 전체 매장 수는 864개

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• <b>입점 가능 품목</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 의약품, 건강보조식품, 음료류, 제과류, 식용유류, 유제품, 통조림류, 가공식품 등</li> <li>- 일반: 향수류, 화장품, 유아용품, 위생용품, 액세서리류, 서적류, 장난감류 등</li> </ul> <p>• <b>특이사항</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점 제품의 종류가 매우 다양</li> </ul>	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단의 'Kontakt' 클릭</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> <p>2. 유선연락 또는 이메일을 통한 입점 문의</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처 유선전화: +49-(0)0800-174-00-174 이메일: info@mueller.de</li> </ul>

자료: 뮐러(Mueller) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 이지아포테케(EasyApotheke)

기업 기본 정보	기업명	이지아포테케(EasyApotheke)		
	홈페이지	www.easyapotheke.de		
	위치	힐데스하임(Hildesheim)		
	규모	매출액('18)	약 3억 2,934만 달러 (약 3,921억 7,807만 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 약 130개 직원 수('19): 약 1,402명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2007년 설립</li> <li>- 4,000여 개의 일반 의약품을 판매</li> <li>- 유명브랜드 제품을 항상 낮은 가격에 판매</li> <li>- 라이선스 계약 형태로 프랜차이즈 매장 운영</li> </ul>			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 새로운 제품카테고리 관리 프로젝트를 진행하여 매출 증진을 도모</li> <li>- 2018년 '성장전략 300(Wachstumsstrategie 300)'을 수립</li> <li>- 2018년까지 타 드럭스토어 대비 6년 연속으로 급성장</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	진생글리로알 (Ginseng Glee Royale)	
		종류	홍삼농축액	
		용량	250ml	
		원산지	독일	

자료: 이지아포테케(EasyApotheke) 홈페이지  
 사진 자료: 이지아포테케(EasyApotheke) 홈페이지



입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• <b>입점 가능 품목</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 의약품, 건강보조식품, 다이어트식품, 스낵류, 음료류 등</li> <li>- 일반: 애완용품, 건강용품, 유아용품, 화장품 등</li> </ul>		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단의 'Kontakt' 클릭</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> <p>2. 유선전화를 통한 입점 문의</p>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: +49-(0)5121-2893559</li> </ul>	

자료: 이지아포테케(EasyApotheke) 홈페이지

2) 온라인



① 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	홈페이지	www.amazon.de	
	위치	뮌헨(Munich)	
	규모	매출액('18)	약 198억 8,100만 달러 (약 23조 6,743억 원)
		기타 규모	직원 수('18): 약 647,500명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1994년 7월 설립된 세계 최대의 온라인 쇼핑중개기업</li> <li>- 1998년 독일 진출</li> <li>- 물류비용 절감과 배송 시간 단축을 목표로 한 완전 자동화 물류센터 개발 중</li> <li>- 독일 내 13개의 물류센터 운영</li> <li>- 2020년 새로운 컨셉의 오프라인 식료품 매장 개장 계획</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 11월 바덴 주 메스키르히(Meßkirch)에 물류센터 설립</li> <li>- 2019년 9월 현금결제서비스 '아마존페이코드(Amazon PayCode)' 런칭</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	홍삼정 에브리타임
		종류	홍삼농축액
		용량	10ml
		원산지	한국

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 티온라인(T-online), 메르쿠어(Merkur), 아마존 2018 연간보고서(Amazon Annual Report 2018), 유로모니터(Euromonitor)  
 사진 자료: 아마존(Amazon) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 음료류, 차(茶)류, 주류 등</li> <li>- 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 위생용품, 악기류, 화장품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타 유통채널 대비 다양한 유사제품 판매</li> </ul> </li> </ul>		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지 통해 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 'Geld verdienen mit Amazon' 카테고리 'Jetzt verkaufen' 클릭</li> <li>- 필요 정보 확인 후 'Jetzt verkaufen' 클릭하여 아마존 판매자 포털 'Amazon Seller Central' 접속</li> <li>- 가입 후 입점 절차 진행 (services.amazon.com/services/soa-approval-category)</li> <li>- 등록 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상 매출액, 판매 입고량)</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수</li> <li>· 평가 기준 ② 'EU Regulation on the Provision of Food Information to Consumers' 준수</li> </ul>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능</li> </ul>	

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

**Bringmeister.de**

② 브링마에스터(Bringmeister)

기업 기본 정보	기업명	브링마에스터(Bringmeister)	
	홈페이지	www.bringmeister.de	
	위치	함부르크(Hamburg)	
	규모	매출액(*18)	약 594억 1,310만 달러 <sup>38)</sup> (약 70조 7,491억 원)
기업 요약	기타 규모	직원 수(*18): 약 37만 6,000명 <sup>39)</sup>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 에데카(EDEKA)의 자회사</li> <li>- 베를린과 뮌헨 지역에 한해 배달 서비스 제공</li> <li>- 당일 배달서비스와 1시간 배달서비스 제공</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 쇼핑리스트어플리케이션 브링!(Bring!)과 협업하여 브링마에스터에서 주문 서비스 제공</li> <li>- 2019년 하우스홀드서비스업체인 캐리(Cary)와 협업하여 소비자의 냉장고에 직접 운반하는 서비스인 ‘딜리버리 다이렉틀리 투더 리프리지에이터(Delivery directly to the refrigerator)’ 제공 시작</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	잉거-진생 (Ingwer-Ginseng)
		종류	홍삼티백
		용량	2g
		원산지	독일

자료: 브링마에스터(Bringmeister) 홈페이지, 이에스엠매거진(Esmmagazine)홈페이지, 스토어스샵(Stores-Shops) 홈페이지, 에데카(Edeka) 홈페이지  
 사진 자료: 브링마에스터(Bringmeister) 홈페이지

38) 모회사인 에데카(EDEKA) 기업 전체 매출액

39) 모회사인 에데카(EDEKA) 기업 전체 직원 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 육류, 유제품, 냉동식품, 지역특산품, 의약품, 음료류, 주류 등</li> <li>- 일반: 가정용품, 애완용품, 잡지류, 담배류, 위생용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 친환경적인 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 에데카(Edeka) 자체 브랜드 제품 판매</li> <li>- 독일농업협회(German Agricultural Society)에서 품질 체크 실시</li> <li>- 유기농 제품에 유럽연합 유기농 규정(EU Organic Regulation) 적용</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>1. 유선 연락 또는 이메일 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처 이메일: kundenservice@bringmeister.de 전화: +49-(0)30-809325410</li> </ul>	


자료: 브링마에스터(Bringmeister) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



3) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 레베(Rewe)

	기업명	레베(Rewe)								
	홈페이지	www.rewe.de								
	위치	퀵른(Cologne)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('18)</td> <td>약 483억 7,275만 달러 (약 57조 6,023억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수('18): 약 3,300개</td> </tr> </table>	매출액('18)	약 483억 7,275만 달러 (약 57조 6,023억 원)	기타 규모	매장 수('18): 약 3,300개				
매출액('18)	약 483억 7,275만 달러 (약 57조 6,023억 원)									
기타 규모	매장 수('18): 약 3,300개									
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1926년 설립</li> <li>- 레베(Rewe) 그룹 자회사</li> <li>- 레베, 레베시티(Rewe City), 레베센터(Rewe Center) 등 3종류의 매장 운영</li> <li>- 자사 유기농 브랜드 보유</li> </ul>									
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상하이, 방콕, 홍콩 등 지역 구매 관리 본부 설립을 통해 다양한 아시아 식품 수입</li> </ul>									
	 									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 10월 라임, 아보카도 등 신선식품에 먹을 수 있는 코팅 포장지 사용 계획 발표</li> <li>- 2019년 플라스틱 사용량 줄이기 캠페인을 진행하여 약 1,400개의 제품 포장 재디자인</li> <li>- 2019년 8월 쾨니히스브룬(Königsbrunn)에 매장 오픈</li> </ul>									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>진생플러스비타민B (Ginseng Plus B-Vitamine)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>홍삼캡슐</td> </tr> <tr> <td>중량</td> <td>40정</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>독일</td> </tr> </table>	제품명	진생플러스비타민B (Ginseng Plus B-Vitamine)	종류	홍삼캡슐	중량	40정	원산지	독일
제품명	진생플러스비타민B (Ginseng Plus B-Vitamine)									
종류	홍삼캡슐									
중량	40정									
원산지	독일									

자료: 레베(Rewe) 홈페이지, 비즈니스인사이드(Businessinsider), 유로모니터(Euromonitor)  
 사진 자료: 레베(Rewe) 홈페이지, 리테일디테일유(Retaildetailu)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 면류, 차(茶)류, 유제품, 소스류, 음료류, 식용유, 주류 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 생활용품, 주방용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 패키지 형태의 상품</li> <li>- 유기농제품 선호</li> <li>- 높은 신선도의 제품 선호</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 몰 내에서 제공되는 유기농 제품의 경우 유기농 마크가 표시되어 있음</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>등록 유형</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<p>1. 유선 연락 또는 이메일 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 구매부로 문의하여 'invitation' 수신 후 회사 정보 기입</li> <li>- 이메일로 입점 가능 여부 및 포탈 사용안내 회신</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처</li> <li>이메일: support@supplier.rewe-group.com</li> <li>전화: +49-(0)-221-149-0</li> </ul>
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orkidia (식품 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : www.orkidia.eu</li> <li>- 전화번호 : +43-(0)732-300-515 / 이메일: info@orkidia.eu</li> <li>- 기업소개 : 레베를 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 레베(Rewe) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 에데카(EDEKA)

	기업명	에데카(EDEKA)								
	홈페이지	www.edeka.de								
	위치	함부르크(Hamburg)								
	규모	매출액('18)	약 594억 1,310만 달러 <sup>40)</sup> (약 70조 7,491억 원)							
기업 기본 정보	기타 규모	직원 수('18): 약 37만 6,000명 <sup>41)</sup>								
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 에데카(Edeka) 그룹 자회사</li> <li>- 에데카 마켓(Market), 센터(Center), 익스프레스(Express) 매장 형태로 운영</li> <li>- 약 3,700개의 공급업체를 보유하고 있으며 각 매장마다 현지 공급업체와 계약 체결</li> <li>- '에데카24(EDEKA 24)' 홈페이지를 통해 온라인 쇼핑 서비스 제공</li> <li>- 독일 내 7개의 지역별로 회사를 운영</li> </ul>								
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 11월 자체제작 글루텐 프리 유기농 파스타 제품 출시</li> <li>- 2019년 8월 마이크로플라스틱프리(Mikro-Plastikfrei) 라벨을 제작하여 미세 플라스틱을 사용하지 않은 자체제작 화장품 제품에 부착</li> <li>- 2019년 4월 기준 에데카 그룹 전년 대비 매출액 2.4% 증가</li> </ul>									
	유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>잉거-진생 (Ingwer-Ginseng)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>홍삼티백</td> </tr> <tr> <td>중량</td> <td>2g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>독일</td> </tr> </table>	제품명	잉거-진생 (Ingwer-Ginseng)	종류	홍삼티백	중량	2g	원산지
제품명	잉거-진생 (Ingwer-Ginseng)									
종류	홍삼티백									
중량	2g									
원산지	독일									

자료: 에데카(Edeka) 홈페이지

사진 자료: 에데카(Edeka) 홈페이지, 이에스엠매거진(Esmmagazine) 홈페이지

40) 에데카(EDEKA) 기업 전체 매출액

41) 에데카(EDEKA) 기업 전체 직원 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 차(茶)류, 스낵류, 식용유, 주류, 음료류, 소스류 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구용품, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 제품 선호</li> <li>- 현지 제조업체 선호</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>에데카 기업 홈페이지 통해 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단의 'Kontakt' 클릭 (verbund.edeka/kontakt.html)</li> <li>- 정보 및 문의 내용 기입</li> <li>- 카테고리 'Produktion und Zulieferung' 선택</li> <li>- 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일 주소, 연락처 등</li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중앙구매부서가 존재하지 않으며 각 지역 지사가 자체적으로 판매 제품군 결정 (verbund.edeka/edeka-regionen)</li> <li>- 문의사항 연락처 이메일: info@edeka.de 전화: +49-(0)40-63-77-0</li> </ul>	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Orkidia (식품 브로커)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : www.orkidia.eu</li> <li>- 전화번호 : +43-(0)732-300-515 / 이메일: info@orkidia.eu</li> <li>- 기업소개 : 에데카를 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 에데카(Edeka) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 레알(Real)

	기업명	레알(Real)	
	홈페이지	www.real.de	
	위치	뮌헨글라트바흐(Mönchengladbach)	
	규모	매출액('18)	약 82억 144만 달러 (약 9조 7,663억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 279개 직원 수('18): 약 3만 6,000명	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1992년 설립</li> <li>- 세계적인 무역회사인 메트로 AG(METRO AG)의 자회사</li> <li>- 식료품, 전자제품, 장난감, 가정용품, 패션 및 가구를 포함한 다양한 분야에서 서비스 제공</li> <li>- 식료품 판매액이 전체 매출의 약 3/4를 차지하며, 특히 신선식품의 품질이 우수</li> </ul>		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 몰을 운영하며, 특정 지역에 한하여 배달 서비스 '클릭&amp;콜렉트(Click&amp;Collect)' 제공</li> </ul>	
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 유럽의 유통회사인 씨디스카운트(Cdiscount), 이맥(eMAG), 이프라이스(ePrice)와 합작하여 국제 온라인마켓플레이스 설립</li> <li>- 2018년 말 레알(Real)의 모기업 메트로 AG가 레알(Real) 슈퍼마켓 체인을 판매하겠다고 밝혔으며, 에데카(Edeka)가 일부 매장을 인수</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	메가진생 (Mega Ginseng)
		종류	홍삼추출알약
		용량	100정
		원산지	한국

자료: 레알(Real) 홈페이지, 더유러피안슈퍼마켓매거진(The European Supermarket Magazine), 발데키쉬(Waldeckische), 유로모니터(Euromonitor)  
사진 자료: 레알(Real) 홈페이지



입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 음료류, 주류, 차(茶)류, 소스류, 냉동식품, 유제품, 건강식품, 스낵류, 식용유 등</li> <li>- 일반: 생활용품, 전자제품, 가정용품, 가구류, 의류, 잡화류, 사무용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 성분 표기가 명확한 제품</li> <li>- 알레르기 성분이 없는 제품</li> <li>- 섭취 방법이 표기된 제품</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 홈페이지를 통한 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 스토어(Real.de) 입점 희망 시, 딜러 계정 생성 후 홈페이지를 통해 직접 등록 가능 (www.real.de/versandpartner/online-marktplatz)</li> <li>- 기입 정보: 회사명, 담당자명, 연락처, 홈페이지 주소, 제품 및 브랜드 정보, 원산지 정보 등</li> </ul> </li> <li>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ol>	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① 온라인 스토어 판매자의 경우 기업 본사가 EU 국가 또는 스위스 내 위치</li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처 이메일: haendler@real-marktplatz.de 전화: +49-(0)221-975979-79</li> <li>- 온라인 스토어 판매자 수수료: 월 39.95-49.90유로</li> </ul>	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Orkidia (식품 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : www.orkidia.eu</li> <li>- 전화번호 : +43-(0)732-300-515 / 이메일: info@orkidia.eu</li> <li>- 기업소개 : 레알을 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 레알(Real) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 할인점



① 알디(Aldi)

기업 기본 정보	기업명	알디(Aldi)	
	홈페이지	www.aldi.com	
	위치	에센(Essen)	
	규모	매출액('18)	약 335억 달러 (약 39조 8,918억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('17): 약 4,135개 <sup>42)</sup>	
	- 1914년 설립 - 1961년 첫 매장 오픈 - 알디 노드(Aldi Nord)와 알디 쥐트(Aldi SÜD)로 나뉘어 각각 북부, 남부 독일에서 매장 운영 - 중국, 미국을 포함한 19개국에서 매장 운영 - 다양한 자체 제작 브랜드 보유		
기업 최근 이슈		- 2019년 10월 일부 매장에서 할랄 제품 '야일라(Yayla)' 판매 개시 - 2019년 10월부터 자체 브랜드 제품에 한해 각 제품의 설탕, 소금, 지방 함유량 정보 제공 - 2018년 자사 이북(E-book) 서비스 런칭	
유사제품 정보		제품명	진생토니컴피 (Ginseng Tonicum P)
		종류	홍삼농축액
		중량	500ml
		원산지	독일

자료: 알디(Aldi) 홈페이지, 비즈니스인사이드(Businessinsider), 스탯티스타(Statista)  
 사진 자료: 알디(Aldi) 홈페이지, 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)

42) 약 7,600개의 글로벌 매장 보유

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 차(茶)류, 유제품, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구류, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매장마다 취급하는 지역 특산물이 다름</li> <li>- 입점 제품의 가격 변동 시 사이트에서 확인 가능</li> <li>- 높은 수준의 품질 기준 요함</li> <li>- 장기적인 파트너십 선호</li> </ul> </li> </ul>		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지 통한 직접 문의</p> <p>ALDI Nord 홈페이지 접속</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 메뉴 상단 'Kontakt' 클릭</li> <li>- 'Kontakformular ALDI Nord' 클릭하여 정보 기입</li> <li>- 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등 (aldi-nord.de/tools/kontakt-aldi-nord.html)</li> </ul> <p>ALDI SÜD 홈페이지 접속</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 메뉴 상단 FAQ 클릭</li> <li>- 정보 기입 및 입점 내용 작성하여 제출</li> <li>- 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 연락처, 이메일 주소, 첨부파일 등 (aldi-sued.de/kontakt)</li> </ul> <p>2. 공급업체 채널을 통한 직접 등록 (www.aldi-sued.de/de/partner/lieferanten)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jetzt Kontakt aufnehmen 클릭</li> <li>- 양식서 작성 후 제출</li> <li>- 등록 정보: 회사명, 원산지 정보, 홈페이지 정보, 담당자명, 연락처, 제품 및 브랜드 정보</li> </ul>	
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 높은 수준의 품질 기준 요함</li> <li>- 장기적인 파트너 관계요함</li> </ul>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ALDI SÜD 문의사항 연락처 이메일: ze-qw@aldi-sued.de 전화: +49-(0)208-9927-2537</li> </ul>	

자료: 알디(Aldi) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

## IV. Customs·Quarantine

### SUMMARY

1. 독일 홍삼농축액 인증 취득
2. 독일 홍삼농축액 사전 심사
3. 독일 홍삼농축액 업체·제품 등록
4. 독일 홍삼농축액 라벨 심의
5. 독일 홍삼농축액 서류 준비
6. 독일 홍삼농축액 세금 납부
7. 독일 홍삼농축액 검역 심사

# Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 건강보조식품 강제 인증 無</li> <li>- 식품 수출을 위해 인증 획득 불필요</li> </ul>	(*) 유럽연합 집행위원회 - Regulation (EC) 852/2004 (식품 위생에 관한 법률) - 문의처 : ec.europa.eu
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 건강보조식품 사전 심사 無</li> <li>• 식품 분류 확인을 위한 BTI 신청 가능</li> <li>- 수출 제품에 대한 분류 확인 절차</li> </ul>	(*) 유럽연합 집행위원회 - (EU) 2016/341 - 문의처 : ec.europa.eu
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출입업자 세관 등록</li> <li>- 현지에서 직접 통관을 수행하는 경우 수출업자 세관등록(EORI) 필요</li> <li>• 공인경제운영자</li> <li>- 해당하는 경우 통관 원활화를 위해 등록 가능</li> </ul>	(*) 유럽연합 집행위원회 - (EC) 648/2005 (공동체관세법 및 시행 조항) - 문의처 : ec.europa.eu
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 건강보조식품(현지) 라벨 표기사항</li> <li>- 제품명, 종량, 제조일자, 유통기한, 보관 방법, 제조자 정보, 원산지 등</li> <li>- 별도 심의 사항 없음</li> <li>• 알려지 유발 성분 강조 표시 필수</li> </ul>	(*) 독일 소비자보호 및 식품안전청 - Regulation (EC) 1169/2011 (EU 식품 정보에 관한 법률) - 문의처 : www.bvl.bund.de
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반 서류</li> <li>• 원산지증명서</li> <li>- 원산지 신고문안으로 작성하나, 필요에 따라 인증수출자 자격 획득 필요</li> </ul>	(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de (*) 관세청 - 문의처 : www.customs.go.kr
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포워딩 업체 협의</li> </ul>	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입 신고</li> <li>- 전자 또는 서면으로 신고</li> <li>- 수입신고서(SAD), 상업송장 등</li> </ul>	(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등</li> <li>• 관세율 0%</li> <li>• 부가가치세 7 - 19%</li> </ul>	(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 심사 및 검사 진행</li> </ul>	(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de



## 1. 독일 홍삼농축액 인증 취득

### 인증 취득

독일로 제품 수출 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 홍삼농축액

홍삼농축액 품목은  
건강보조식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

### ▶ 독일 수출 건강보조식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

독일로 수출하는 건강기능식품과 건강보조식품 모두 반드시 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. EU 차원에서도 별도의 식품 인증을 강제하고 있지 않음. 다만, 수입 시 식품 생산 과정에 대한 위생 관리 계획과 관련 정보들을 제출해야 함. 이러한 위생 관리 기준은 국제적인 기준인 HACCP를 따르도록 하고 있음. HACCP 인증 취득 의무를 필수적으로 부과하고 있지는 않으나 그 기준에 준하는 수준에서의 위생 요건을 요구하고 있음. ISO 22000 인증 등 기타 인증도 HACCP의 기준을 포함하는 위생 관리 인증을 부여하고 있어, 독일을 포함한 EU 역내로 식품 수입 시 위생 요건 충족을 위한 서류로 제출할 수 있음

[표 4.1] 독일 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRC Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRCGS 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 독일 식품 인증 취득


		절차	기간
HACCP		서류제출>서류심사>현장확인 및 심사>판정>인증	40일
		서류	비용
		신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만 원
ISO 22000		절차	기간
		서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
		서류	비용
		신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
		서류	비용
		신청서 등	약 900~1,000만 원
BRC Food Safety		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만 원
FSSC 22000		절차	기간
		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만 원

자료 : 각 인증기관

▶ **한국 유기농 인증, 독일 시장에서 ‘동일하게 적용 가능’**

독일로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 EU에서 발급하고 있는 유기농인증을 획득해야함. 해당 인증은 유럽연합 집행위원회가 지정한 지정 인증기관을 통하여 획득 가능함. 다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면, 2015년 2월 1일부로 발효된 ‘상호동등성협정(Equivalence Arrangement)’에 따라 독일에서도 동일하게 인정받을 수 있음. 제품의 수입 신고 시, 이를 입증할 수 있도록 유럽연합 당국에서 요구하는 ‘검사증명서(Certificate of Inspection)’를 제출해야함

[표 4.3] 한국 유기농인증 상호동등성협정 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 마크
EU Organic	유럽연합 집행위원회 지정 인증기관	95% 이상 유기농 원료를 사용해야함	
<b>동등성 인정 요건</b>			
a. 한국(또는 유럽연합)의 규정에 따라 유기농인증을 받고, 양국 내에서 최종 가공된 식품 b. 가공식품의 범위는 수입국의 분류기준 적용 c. 95% 이상 유기농 원료를 함유할 것 d. 화학합성농약, 유전자변형농산물, 방사선조사 등 금지된 물질(방법)은 사용할 수 없으며, 통관 및 유통과정에서의 금지물질에 대한 검사 및 후속조치는 구입국의 규정을 적용			
<b>독일 수입 요건</b>			
a. 검사증명서(Certificate of Inspection) 제출 - EU Trace(Trade Control and Expert System)을 통해 증명서 제출 - 검사증명서는 유기 인증을 획득한 국내 인증기관을 통해 발급			
<b>라벨 사용</b>			
- 라벨에 대한 표시사항은 EU의 유기농 인증 표시 규정을 따를 것 - 로고의 크기는 13.5mm*9mm보다 작으면 안 되나, 패키지가 작은 경우 9mm*6mm의 사이즈로 표기 가능함 - 로고의 색상은 초록색 바탕에 흰색 문양으로 작성되어야 하나, 단일 색상으로 프린트 되는 경우에만 색상 변경 허용 - 다른 어떠한 경우에도 로고의 형태, 디자인 등에 대한 변경은 불가능			

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 국립농산물품질관리원

## 2. 독일 홍삼농축액 사전 심사

### 사전 심사

독일로 제품 수출 시,  
품목에 대한 사전 규제  
심사제도 정보 제공

### 홍삼농축액

홍삼농축액 품목은  
건강보조식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 독일 건강보조식품 수출을 위한 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 식품의 분류 확인을 위해 사전 ‘BTI 신청 가능’

‘BTI(Binding Tariff Information)’란 EU로 제품을 수출하기 전에 제품이 어떤 HS CODE 품목 분류에 해당하고 관세율은 어떻게 되는지, 또 필요한 인증이나 요구사항은 어떤 것이 있는지 사전에 확인하기 위한 절차임. EU 국가 중 수출하려는 국가 또는 현지에 사무실을 두고 있는 경우 해당 지역을 담당하고 있는 세관을 통해 신청할 수 있음. 해당 사전 심사의 경우 수출을 진행하는 과정에서 필수적인 절차는 아니며, 수입 시 동 품목에 대한 HS CODE 분류를 명확하게 확인하여 원활한 통관을 진행할 수 있도록 하는 사전 절차임

[표 4.4] 독일(EU) 사전 심사

적용 규제	(EU) No 952/2013 규정에 대한 추가 규정 ‘COMMISSION DELEGATED REGULATION (EU) 2016/341’
발행 기관	a. 통관을 진행하고자 하는 국가의 세관 b. 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가의 세관
서류	a. BTI 신청 서류 (서면 또는 트레이드 포털 통해 신청) - 여러 개의 제품인 경우 각각의 제품 타입별로 별도 신청 - 이미지, 샘플(가능한 경우)을 포함한 자세한 제품 정보 기재 - 제공되는 정보는 정확하고 완전한 정보 일 것
비용	무료(번역, 전문가 자문 등이 진행되는 경우 해당 비용은 신청자에 청구)

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC)

### 3. 독일 홍삼농축액 업체·제품 등록

#### 업체·제품 등록

독일로 제품 수출 시,  
요구되는 업체 또는 제품  
등록제도 정보 제공

#### 홍삼농축액

홍삼농축액 품목은  
건강보조식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 독일 식품 통관을 위한 사전 ‘수출입업자 세관 등록(EORI)’ 필요
- ▶ 독일 식품 통관 간소화를 위한 사전 ‘AEO’ 등록 가능

‘수출입업자 사전 세관 등록(EORI, Economic Operators Registration and Identification)’이란 EU로 통관을 하고자하는 개인 또는 사업자가 통관 절차를 진행하기 위해 부여 받는 번호를 의미함. 현지에서 직접 통관을 진행해야 하는 수출업체의 경우 해당 업체 등록을 통해 등록번호를 부여받아야함. 등록 번호는 EU 역내에서 공통적으로 사용되기 때문에 한 번 등록하면 다른 국가에서도 사용 가능함

‘공인경제운영자(AEO, Authorized Economic Operator)’ 제도는 인증 기업에 대한 통관 절차를 간소화하기 위해서 사용되는 사전 등록 절차임. AEOC, AEOS 두 가지 인증으로 구분됨. 한국 관세청에서 ‘수출입안전관리우수공인업체’라는 명칭으로 운영되고 있으나, EU와는 상호인정약정(MRA)이 체결되어 있지 않아 국내 등록은 EU에서 인정되지 않음

[표 4.5] 독일(EU) 수출입업자 세관 등록(EORI) 정보

적용 규제	EU 공동체관세법 및 시행 조항 ‘(EC) No 648/2005’
발행 기관	a. 통관 절차가 진행될 국가의 세관 b. 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가
절차	a. 독일 온라인 페이지(IBA) 또는 서면을 통하여 EORI 신청 b. 신청 받은 서류를 심사하여 EORI 발급

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 독일 연방관세청(ZOLL)

[표 4.6] 독일(EU) 공인경제운영자(AEO) 등록 정보

적용 규제	EU 공동체관세법 및 시행 조항 ‘(EC) No 648/2005’
세부 규정	Article 39, Union Customs CODE(UCC)
발행 기관	a. EU 회원국의 통관 담당 기관 b. 한국 관세청
분류	a. 통관 원활화 b. 서류 및 샘플 검사에 대한 간소화 c. 통관 절차 수행 시 수행 내용에 대한 사전 공지

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC)



## 4. 독일 홍삼농축액 라벨 심의

### ▶ 독일 라벨 규정

[표 4.7] 독일 라벨 관리 규정

● 라벨 심의	● 홍삼농축액	● 홍삼농축액 품목은 건강보조식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함	독일로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공																		
		적용 규제	EU Regulation No.1169/2011																		
		세부 규정	ibid Article 9, The Food Information Regulations 2014																		
		기본 라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 제품명</li> <li>· 성분(중량의 내림차순으로 기재) 알레르기 유발 성분표기 필수</li> <li>· 강제 표시 사항 : 특정 성분명 및 해당 성분의 양 (ex. 제품명 또는 라벨에서 강조된 것. 딸기케이크의 딸기, 햄 피자의 햄)</li> <li>· 용량(순중량으로 표기)</li> <li>· 섭취기한(best before) 또는 최소보존일(use by)</li> <li>· 보관조건 및/또는 사용조건</li> <li>· 제조회사명과 주소 또는 EU 내 수입업체명과 주소</li> <li>· 원산지(육류의 경우, 가축의 사육지와 도축장소)</li> <li>· 사용방법(제품 사용이 어려울 경우 기재)</li> <li>· 알코올 도수(1.2% 이상의 알코올 음료에 해당)</li> <li>· 영양성분</li> </ul>																		
		세부 내용	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">표기 언어</td> <td>독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능 스티커 형태의 라벨 부착 가능</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">글자 크기</td> <td>의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm<sup>2</sup> 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">양적 표기</td> <td>식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">제품명</td> <td>정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">순중량</td> <td>리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기 음료는 순중량으로 표기</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원료명</td> <td>완제품의 5% 이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재. 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">유통기한</td> <td>섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도'기재</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원산지</td> <td>원산지 국가명 또는 지역명 표기</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">기타 표시</td> <td>사용방법, 알코올 도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기</td> </tr> </table>	표기 언어	독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능 스티커 형태의 라벨 부착 가능	글자 크기	의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm <sup>2</sup> 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함	양적 표기	식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능	제품명	정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용	순중량	리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기 음료는 순중량으로 표기	원료명	완제품의 5% 이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재. 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기	유통기한	섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도'기재	원산지	원산지 국가명 또는 지역명 표기	기타 표시	사용방법, 알코올 도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기
표기 언어	독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능 스티커 형태의 라벨 부착 가능																				
글자 크기	의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm <sup>2</sup> 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함																				
양적 표기	식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능																				
제품명	정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용																				
순중량	리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기 음료는 순중량으로 표기																				
원료명	완제품의 5% 이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재. 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기																				
유통기한	섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도'기재																				
원산지	원산지 국가명 또는 지역명 표기																				
기타 표시	사용방법, 알코올 도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기																				
		기본 라벨 표기사항 (영양성분)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">성분표</td> <td>열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 100그램(g)/100밀리리터(ml)당 기준</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">알러지 유발 성분</td> <td>글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물(해당 성분 하위품목 중 예외 있음)</td> </tr> </table>	성분표	열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 100그램(g)/100밀리리터(ml)당 기준	알러지 유발 성분	글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물(해당 성분 하위품목 중 예외 있음)														
성분표	열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 100그램(g)/100밀리리터(ml)당 기준																				
알러지 유발 성분	글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물(해당 성분 하위품목 중 예외 있음)																				

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX)

<b>세부 내용</b>	<b>건강기능식품<sup>43)</sup></b>		영양성분은 ‘gram(g)’ 또는 ‘milligrams(mg)’의 단위로 완성품의 100g당 기준으로 표기할 것
		<b>영양성분</b>	칼로리는 KJ와 100g당 Kcal로 표시할 것
			벌크 제품의 경우 소비자가 제품의 영양성분의 성격을 명확히 알아볼 수 있도록 제품 패키지 바깥면에 표기할 것
		<b>포장</b>	제품의 패키지는 모든 제품을 커버할 수 있도록 포장되어 있을 것
		<b>유통기한</b>	잘 상하는 제품의 경우 유통기한을 명확히 알아볼 수 있도록 표기할 것
		<b>효능</b>	예방적인 효과나 치유력이 있다는 형태의 내용은 표기 불가 건강 증진에 관한 라벨 문구의 경우 EU에서 사전에 허가 받아 등록되어 있는 문구를 사용가능하며 정확한 과학적 기반 하에서 기재할 것

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX), 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS)

43) 건강기능식품은 기본 라벨 표기사항과 건강기능식품 추가 라벨 표기사항이 모두 적용되며, 건강보조식품은 일반기공식품으로 분류되어 건강기능식품 라벨 규정이 적용되지 않음

▶ 독일 홍삼농축액 라벨 샘플



[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]
<p>앞면(독일어)</p> <p>① 제품명 : Roter Ginseng Extrakt Hartkapseln</p>	<p>앞면(국문)</p> <p>① 제품명 : 홍삼농축 경질캡슐</p>
<p>뒷면(독일어)</p> <p>① 용량 : 200 g (=90 Kapseln)</p> <p>② 적정 사용자 : Zur Anwendung bei Erwachsenen und Jugendlichen ab 12 Jahren</p> <p>③ 원료 : Trockenextrakt aus roter (w a s s e r d a m p f b e h a n d e l t e r) Ginsengwurzel</p> <p>④ 영양성분 : Mit nur einer Kapsel nehmen Sie die Wirkstoffe aus ca. 1,7g Ginsengwurzelpulver zu sich. 1 Hartkapsel enthält: Arzneilich wirksamer Bestandteil: 500 mg Trockenextrakt aus roter (w a s s e r d a m p f b e h a n d e l t e r) Ginsengwurzel (3-4:1) Auszugsmittel: Ethanol 60% (V/V)</p> <p>⑤ 섭취방법 : Soweit nicht anders verordnet: 1 x täglich eine Hartkapsel unzerkaut mit etwas Flüssigkeit einnehmen</p> <p>⑥ 보관방법 : Bitte Packungsbeilage beachten! Arzneimittel für Kinder unzugänglich aufbewahren! Nicht über 25 °C aufbewahren</p>	<p>뒷면(국문)</p> <p>① 용량 : 200 g (=90 캡슐)</p> <p>② 적정 사용자 : 성인 및 12세 이상의 청소년이 섭취할 수 있음</p> <p>③ 원료 : 홍삼뿌리(증기 처리) 건조 추출물</p> <p>④ 영양성분 : 한 캡슐에 홍삼뿌리 분말 1.7g이 함유되어 있음. 한 개의 경질캡슐= 홍삼뿌리(증기 처리) 건성 추출물 500g(3-4:1) 추출제: 에탄올 60%(v/v)</p> <p>⑤ 섭취방법 : 따로 처방받지 않은 이상 하루에 한 캡슐씩 씹지 말고 물과 함께 섭취하십시오</p> <p>⑥ 보관방법 : 설명서를 참고하십시오. 어린이의 손이 닿지 않는 곳에 보관하십시오. 20°C 이상의 장소에 보관하지 마십시오.</p>

## 5. 독일 홍삼농축액 서류 준비

### 서류 준비

독일로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

### 홍삼농축액

홍삼농축액 품목은 건강보조식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 독일 FTA 원산지증명서 준비 필요

##### 독일 수입신고, 서면 또는 전자통관시스템을 통해 진행

독일의 수입신고는 서면 또는 독일의 전자 시스템(ATLAS-EAS)을 통하여 진행 가능함. EU에서 공통적으로 요구하고 있는 일반 서류와 기타 수입 위생에 관하여 품목별로 요구하고 있는 필수 서류를 구비하여 제출함. EU로 수출되는 모든 물품은 물품이 도착함에 도착하기 이전에 사전 물품 신고 절차인 ‘적하목록 사전제출(ENS, Entry Summary Declaration)’ 서류를 제출해야 함

원산지증명의 경우 수출자가 상업송장, 인도증서 또는 상업서류에 원산지 신고문안을 기재함으로써 원산지 신고서를 작성할 수 있음. 그러나 EU 역내로 6,000유로(약 772만 원)<sup>44)</sup> 이상의 물품을 수입하는 경우 원산지 인증 수출자 자격을 획득하여야 원산지 증명을 통한 협정관세를 부과 받을 수 있음. 해당 자격은 한국 관세청을 통해서 신청 가능함

[표 4.8] 독일 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서(SAD)	(-)
	운임보험	(-)
	상업송장	(-)
	선적 포장 명세서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	수출업체 / 관세청
	관세가격신고서	(-)

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 관세청

44) 1유로=1,287.08원 (2020.02.20., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

## 6. 독일 홍삼농축액 세금 납부

### 세금 납부

독일로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

### 홍삼농축액

홍삼농축액 품목은 건강보조식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 독일 홍삼농축액 HS-CODE 2106.90.3029, 관세율 0% 적용
- ▶ 한국-EU FTA 발효로 협정세율 적용

홍삼농축액 수출 시 독일에서는 HS-CODE 2106(따로 분류되지 않는 조제 식료품)의 2106.90.9855(기타) 세번이 적용됨.<sup>45)</sup> 독일 수출 시 기본 세율은 18%의 세율을 적용받으나, 한국산 제품의 경우 2015년 12월 13일 발효된 한-EU FTA 협정으로 인해 0%의 협정 세율을 적용받음. 관세 외에도 부가가치세(VAT)를 납부해야 하며 규정에 따라 7-19%의 세율을 적용받음

- 수입 서류 심사비용 : 없음
- 수입 서류 심사 : 1시간 소요
- 통관 비용 : 없음
- 통관 소요 시간 : 없음

[표 4.9] 한국·EU HS CODE 비교 및 EU 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2106.90.3029	기타	
EU (독일)	2106.90.9855	기타	
관세	기본 관세율	18%	
	협정 세율	0%	
VAT		7% - 19%	

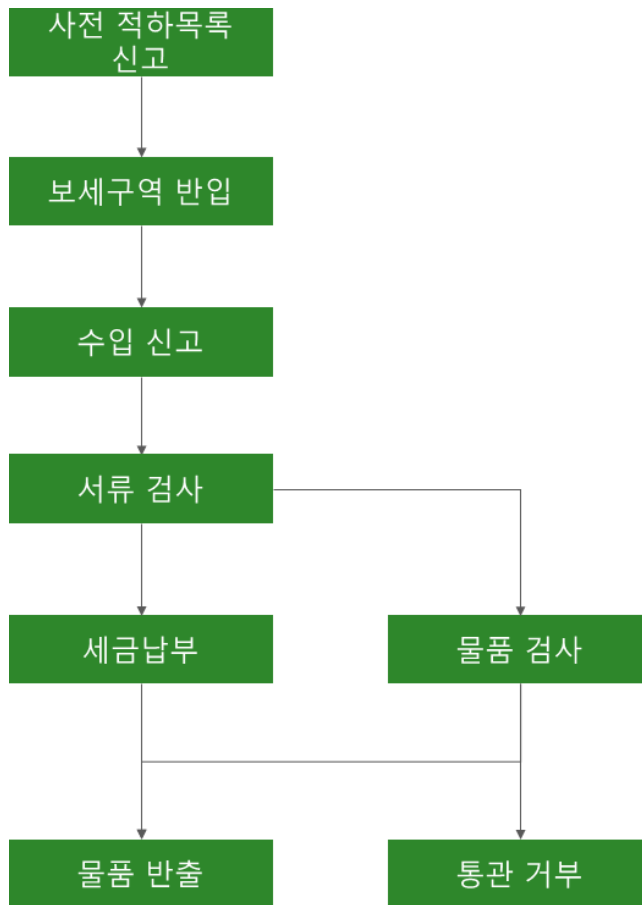
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 유럽연합 집행위원회(EC)

45) 독일 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2106.90 중 홍삼농축액에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 유럽연합 및 독일 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있으므로, 앞서 설명한 BTI 심사 절차를 통하여 HS Code 확정 절차를 진행하여야 해당하는 품목에 대한 명확한 HS Code 번호를 확정할 수 있음

### 7. 독일 홍삼농축액 검역 심사 절차

- ▶ 독일, 식품 위험도별 검역 심사 진행
- ▶ 수입업체를 기준으로 하여 검사 대상 선별 후 물품 검사 진행

[표 4.10] 독일 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량(mg/kg)
홍삼농축액 연관 규제 첨가물 및 물질	식품 첨가물	$\beta$ -cyclodextrin	GMP <sup>46)</sup>
		Argon	GMP
	유해물질	Glycidyl fatty acid ester(GE)	1,000 $\mu$ g/kg

자료 : KATI농식품수출정보

46) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함



- ▶ 유럽연합 집행위원회의 첨가물, 유해물질 데이터베이스를 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

독일로 제품 수출 시,  
요구되는 식품 첨가물,  
유해 물질에 관한 규정

홍삼농축액

홍삼농축액 품목의 첨가물  
규정은 KATI 식품 유형  
분류 중 음료류 중 홍삼,  
인삼음료로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

[표 4.11] 독일 홍삼농축액 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
보존료	벤조산	Benzoic acid	1.5
보존료	벤조산칼슘	Calcium benzoate	1.5
산도조절제, 안정제 등	인산칼슘제	Calcium phosphates	10,000
산도조절제, 안정제 등	규산칼슘	Calcium silicate	GMP
유화제, 안정제 등	이인산염	Diphosphates	10,000
고결방지제, 산도조절제	인산마그네슘	Magnesium phosphate	10,000
고결방지제	규산마그네슘	Magnesium silicate	GMP
보존료	벤조산칼륨	Potassium benzoate	1.5
유화제, 안정제 등	인산칼륨	Potassium phosphate	10,000
보존료	벤조산나트륨	Sodium benzoate	1.5
보존료	소르브산	Sorbic acid	1.5

자료 : KATI농식품수출정보

## V. Expert Interview

### SUMMARY

- Interview ① 디엠드로게리마켓  
(Dm Drogerie Markt)
- Interview ② 메드펙스(MedPex)
- Interview ③ 파머시2오더(Pharmacy 2 Order)
- Interview ④ 로스만드럭스토어  
(Rossmann Drug Store)
- Interview ⑤ 어파써키해케쉬즈퀄티어  
(Apotheke Hackesches Quartier)

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Trend and Distribution



- 인터뷰 기업 : 디엠드로게리마켓  
(Dm Drogerie Markt)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Fodor  
(Manager)

### 독일 내 홍삼 건강보조식품의 인지도는 낮은 편

현지인들 사이에서 홍삼 건강보조식품은 생소하며, 인지도는 매우 낮습니다. 독일 사람들은 홍삼으로 만든 건강보조식품보다 인삼이 함유된 화장품에 더 친숙하기 때문입니다.

### 온·오프라인 매장으로 모두 납품할 것을 추천

최근 온라인에서 건강보조식품 판매가 급증하고 있으나, 여전히 오프라인 매장에서 제품을 구매하는 것을 선호하는 현지인들이 있습니다. 따라서 한 곳만을 공략하기보다, 온라인 쇼핑몰과 오프라인 매장에 제품을 납품할 것을 추천합니다.

## Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 메드팩스  
(MedPex)  
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Jaime  
(Pharmacist)

### 독일 내 홍삼 건강보조식품 수요는 적은 편

과거 홍삼 건강보조식품이 열풍일 때가 있었으나, 최근 이러한 유행은 잠잠해졌으며 제품 수요 또한 많지 않습니다.

### 면역력 강화의 건강보조식품이 인기

현지인들은 면역력 강화를 위해 마그네슘, 비타민B, 미네랄 등이 풍부한 건강보조식품을 선호합니다. 이외에도 녹차, 피시오일, 은행, 허브 등으로 만든 멀티비타민 제품의 수요가 많은 편입니다.

## Market Trend and Distribution



- 인터뷰 기업 : 파머시2오더  
(Pharmacy 2 Order)  
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Bubitsch  
(Product Manager)

### 홍삼 건강보조식품의 인지도는 높은 편

홍삼 건강보조식품 제조업체의 활발한 홍보와 의학 전문가들의 추천으로, 독일 내 홍삼 제품의 인지도는 매우 높습니다. 홍삼 제품은 노인들 사이에서 수요가 많으며, 다양한 효능을 갖춘 것으로 유명합니다.

### 제품 수출 시, 온라인 쇼핑몰로의 납품을 추천

최근에는 오프라인 매장보다 온라인에서 다양한 브랜드의 제품을 취급하고 있기 때문에, 독일로 제품을 수출한다면 온라인 쇼핑몰에 납품할 것을 추천합니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 로스만드럭스토어  
(Rossmann Drug Store)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Laura Sommerfeld  
(Product Manager)

### 독일 내 홍삼 건강보조식품의 수요는 적은 편

홍삼 건강보조식품의 수요는 매우 적은 편으로, 그나마 40대 이상에서 캡슐과 알약 제형의 홍삼 제품 수요가 조금 있는 편입니다.

### 현지인들은 천연 성분의 건강보조식품을 선호

현지인들은 강황, 스피룰리나, 모링가속, 바오밥에서 추출된 천연 성분과 식물성 단백질로 만들어진 건강보조식품을 선호합니다.

## Market Preference and Customers



- 인터뷰 기업 : 어파써키해케쉬즈켈티어  
(Apotheker Hackesches Quartier)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Lrudolph  
(Pharmacist)

### 현지인들은 비건 전용과 노화 방지 효능이 있는 건강보조식품을 선호

현지인들은 천연성분과 비건 전용으로 출시된 제품을 선호합니다. 또한 독일 사람들의 소득수준이 높아짐에 따라 평소에는 비싸다고 생각한 노화 방지 효능이 있는 제품의 수요가 증가하는 추세입니다.

### 홍삼 건강보조식품의 주고객은 30-60대

독일 사람들은 홍삼이 혈당 조절, 노화 방지, 체중 감량, 면역력 강화에 좋다고 생각하며, 해당 제품은 30-60대 소비층에서 수요가 많은 편입니다.

## Interview ① 디엠드로게리마켓 (Dm Drogerie Markt)

47)

디엠드로게리마켓  
(Dm Drogerie Markt)

전문가 소속

디엠드로게리마켓  
(Dm Drogerie Markt)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Fodor  
(Manager)



€ 4.95  
Doppelherz aktiv  
Ginseng 200 capsules 30  
pieces, 16.2 g  
food supplements  
16.2 g (€ 30.56 per 100 g)  
★★★★★ (3)



€ 7.95  
Zirkulin  
Ashwagandha Ginseng, 40pcs  
, 19g  
dietary supplement  
19 g (€ 41.84 per 100 g)  
★★★★★ (9)

### 디엠드로게리마켓(Dm Drogerie Markt) Manager, Mr. Fodor

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 1973년에 설립된 드럭스토어 형태의 소매업체로, 비타민, 단백질 보조제 등의 건강보조식품과 의약품, 화장품 등을 취급하고 있습니다. 독일 내 온라인 쇼핑몰과 약 1,956개의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다.

**Q. 독일 내 홍삼 건강보조식품의 인지도는 어떠한가요?**

독일 사람들은 홍삼 건강보조식품보다 인삼으로 만든 화장품에 더 친숙합니다. 실제 독일 화장품 기업인 샤벤스(Schaebens)에서 출시한 인삼추출물 앰플은 현지인들 사이에서 수요가 매우 많습니다. 현지인들은 홍삼을 건강보조식품의 주재료로 사용하는 것에 익숙하지 않아, 홍삼 건강보조식품의 인지도는 매우 낮은 편입니다.

**Q. 최근 독일 내 수요가 많은 건강보조식품에는 무엇이 있나요?**

최근 독일에서는 마그네슘, 칼슘, 미네랄 등이 함유된 멀티비타민 제품의 수요가 많습니다. 또한 위장 장애를 겪고 있는 현지인들이 늘어남에 따라, 유산균 제품 또한 수요가 증가하는 추세입니다. 온라인 쇼핑몰에서 티백 형태의 차나 캡슐 제형의 홍삼 제품을 취급하고 있으나, 해당 제품의 수요는 매우 적은 편입니다.

**Q. 홍삼 건강보조식품 수출 시, 요구되는 인증 및 조건에는 무엇이 있나요?**

독일로 홍삼 건강보조식품을 수출할 때 필수적으로 요구되는 인증과 조건은 없습니다. 하지만 유기농, GMO프리, 비건 전용, 코셔(Kosher) 인증 등을 취득할 것을 추천합니다. 독일 사람들은 해당 인증을 받은 제품의 품질이 우수하다고 생각하기 때문입니다.

47) 사진자료: 디엠드로게리마켓(Dm Drogerie Markt) 홈페이지 (www.dm.de)

### Q. 독일 내 홍삼 건강보조식품 판매 시, 추천하는 판매처가 있나요?

독일에서 홍삼 건강보조식품을 판매할 경우, 약국과 드럭스토어 형태의 온·오프라인 매장에 모두 납품할 것을 추천합니다. 최근 판매 실적을 살펴보면, 온라인상에서의 건강보조식품 판매가 급증하는 추세이고 조만간 오프라인 매장에서의 판매량을 넘어설 것 같습니다. 하지만 여전히 오프라인 매장만 선호하는 독일 사람이 많습니다. 전문 약사로부터 제품을 추천받거나, 제품의 효능에 대해 상세하게 알고 싶어 하기 때문입니다. 따라서 한 곳에 치중하기보다 온라인 쇼핑몰과 오프라인 매장을 모두 공략할 것을 추천합니다.



## Interview ② 메드펙스(MedPex)

48)

●  
메드펙스  
(MedPex)

전문가 소속

메드펙스  
(MedPex)  
온라인 소매업체

전문가 정보

Mr. Jaime  
(Pharmacist)



메드펙스(MedPex)

Pharmacist, Mr. Jaime

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 2005년에 설립된 약국 형태의 온라인 소매업체로, 비타민, 칼슘, 마그네슘 등이 함유된 건강보조식품과 화장품, 각종 진통제의 의약품 등 약 100가지의 제품을 취급하고 있습니다.

**Q. 독일 내 홍삼 인지도가 어떻게 되나요?**

현재 홍삼 제품의 인지도는 매우 낮은 편입니다. 과거 독일에서도 홍삼 건강보조식품 열풍이 있었으나, 최근 이러한 유행이 잠잠해졌기 때문입니다. 실제 독일 제조업체인 페어바이탈(Fairvital) 브랜드는 홍삼과 비타민 B가 함유된 알약 형태의 제품을 출시했으나, 수요가 많지 않습니다.

**Q. 독일 내 인기가 높은 건강보조식품은 무엇인가요?**

독일 사람들은 마그네슘, 비타민B, 미네랄 등이 풍부하고 면역력 강화의 효능이 있는 건강보조식품을 선호합니다. 또한 녹차, 피시오일, 은행, 허브를 주재료로 만든 멀티비타민 제품 수요가 많은 편입니다. 이외에도 과거에는 알약과 캡슐 제형의 건강보조식품 인기가 높았으나, 최근에는 액체 형태의 기능성 음료의 수요 또한 증가하는 추세입니다.

**Q. 독일 내 건강보조식품의 판매처는 어디인가요?**

제품의 분류에 따라 상이합니다. 만약 제품이 의약품이 아닌 건강보조식품으로 분류된다면, 일반 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰 등 다양한 곳에서 제품을 판매할 수 있습니다. 하지만 제품이 의약품으로 분류된다면 판매처가 제한됩니다. 그중, 독일 사람들은 주로 드럭스토어 형태의 온·오프라인 매장에서 건강보조식품을 구매합니다.

48) 사진자료: 메드펙스(MedPex) 홈페이지 (www.medpex.de)

## Interview ③ 파머시2오더(Pharmacy 2 Order)

49)

파머시2오더  
(Pharmacy 2 Order)

전문가 소속

파머시2오더  
(Pharmacy 2 Order)  
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. Bubitsch  
(Product Manager)

pharmacy 2 order



### 파머시2오더(Pharmacy 2 Order)

## Product Manager, Ms. Bubitsch

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 약국 형태의 온라인 소매업체로, 약 32개 브랜드에서 출시된 건강보조식품, 의약품, 화장품 등을 취급하고 있습니다. 자사 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있으며, 소비자들은 제품을 배송 받거나 원하는 내 지정된 약국에서 제품을 픽업할 수 있습니다.

#### Q. 독일 내 홍삼의 인지도는 어떠한가요?

홍삼 건강보조식품 제조업체의 활발한 홍보와 의학 전문가들의 추천으로, 독일 내 홍삼 제품 인지도는 매우 높습니다. 독일 소비자들은 홍삼이 기력 회복, 혈당 조절, 항산화 효과, 면역력 강화, 체중 감량 등의 효능이 있다고 생각합니다. 홍삼 건강보조식품은 젊은 사람보다 질병이 있는 노인층에서 수요가 많습니다.

#### Q. 독일 내 인기가 높은 홍삼 제품은 무엇인가요?

독일에는 액체, 분말, 캡슐 등 다양한 제형의 홍삼 건강보조식품이 있으며, 그중 캡슐 제형의 홍삼 제품 수요가 가장 많습니다. 인기가 높은 홍삼 제품은 독일 회사에서 제조한 코리안레드진생캡슐(Korean Red Ginseng Capsules)로, 현지인들은 해당 제품의 효능이 우수하다고 생각합니다. 액체 형태로는 디에이치유-아르쯔나이미텔지엠비에이치&코케이지(DHU-Arzneimittel GmbH & Co. KG)의 고려인삼 제품 수요가 있는 편입니다.

#### Q. 홍삼 건강보조식품의 판매처는 어디인가요?

독일에서는 약국 형태의 온라인 쇼핑몰과 약국 또는 전통 의약품을 판매하는 오프라인 매장에서 홍삼 건강보조식품을 판매하고 있습니다. 최근에는 오프라인 매장보다 온라인에서 다양한 브랜드의 제품을 취급하고 있기 때문에, 독일로 제품을 수출한다면 온라인 쇼핑몰에 납품할 것을 추천합니다.

49) 사진자료: 파머시2오더(Pharmacy 2 Order) 홈페이지 (mall.jd.com/index-10027885.html)

## Interview ④ 로스만드럭스토어 (Rossmann Drug Store)

50)

로스만드럭스토어  
(Rossmann Drug Store)

전문가 소속

로스만드럭스토어  
(Rossmann Drug Store)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Laura Sommerfeld  
(Product Manager)

**ROSSMANN**  
Mein Drogeriemarkt



Double heart  
active magnesium + calcium +  
D3 Direct



Abtei  
Magnesium 400 tablets

로스만드럭스토어(Rossmann Drug Store)

Product Manager, Ms. Laura Sommerfeld

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 1972년에 설립된 드럭스토어 형태의 소매업체로, 건강보조식품, 화장품, 식료품 등을 취급하고 있습니다. 독일 내 온라인 쇼핑몰과 약 2,150개의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다.

**Q. 독일 내 홍삼 건강보조식품의 인지도는 어떠한가요?**

독일 내 홍삼 건강보조식품 인지도는 지속해서 높아지고 있으나, 비타민, 마그네슘 등이 함유된 건강보조식품과 비교했을 때 홍삼 제품의 수요는 매우 적습니다. 그러나 40대 이상에서 캡슐과 알약 제형의 제품 수요가 조금 있는 편입니다. 최근에는 비로소 현지인들 사이에서 스트레스 완화, 면역력 강화, 혈당 조절, 뇌 활성화 등 홍삼의 효능이 있다고 알려지는 추세입니다.

**Q. 독일 내 홍삼 제품 판매 시, 추천하는 판매처가 있나요?**

독일에서 홍삼 건강보조식품을 판매한다면, 드럭스토어 형태의 오프라인 매장에서 제품을 판매할 것을 추천합니다. 일반 마트에는 제품의 효능에 대해 상세하게 설명해줄 전문가가 없기 때문입니다. 홍삼의 효능과 복용량, 주의사항 등에 대해 알려줄 전문가가 있는 드럭스토어에서 홍삼을 판매하는 것이 적합하다고 생각합니다.

**Q. 제품 수출 시, 요구되는 인증 및 조건에는 무엇이 있나요?**

당사는 소매업체라, 필수로 요구되는 인증과 조건에 대해 말씀드리기 어려운 것 같습니다. 하지만 현지인들은 방부제가 들어가지 않은 천연 성분의 건강보조식품을 선호합니다. 실제 당사에서 취급하는 건강보조식품의 70% 이상이 강황, 스피룰리나, 모링가속, 바오밥나무에서 추출된 천연 성분과 식물성 단백질로 만들어졌습니다.

50) 사진자료: 로스만드럭스토어(Rossmann Drug Store) 홈페이지 (www.rossmann.de)

## Interview ⑤ 어파써키해케슈즈퀄티어 (Apotheke Hackesches Quartier)

51)

어파써키해케슈즈퀄티어  
(Apotheke Hackesches  
Quartier)

전문가 소속

어파써키해케슈즈퀄티어  
(Apotheke Hackesches  
Quartier)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Ludolph  
(Pharmacist)



Doppelherz Ginseng  
strengthening capsules 120  
ST

### 어파써키해케슈즈퀄티어(Apotheke Hackesches Quartier) Pharmacist, Ms. Ludolph

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 2010년에 설립된 드럭스토어 형태의 소매업체로, 건강보조식품, 의약품, 화장품 등을 취급하고 있습니다. 독일 내 온라인 쇼핑몰과 베를린에 오프라인 매장 1곳을 운영하고 있습니다. 알시탄지엠비에이치(Alsiton GmbH), 바이오멘타지엠비에이치(Biomenta GmbH) 등에서 출시한 인삼 건강보조식품을 취급하고 있습니다.

**Q. 최근 독일 내 건강보조식품 트렌드는 어떻게 되나요?**

최근 독일 사람들의 소득수준이 높아짐에 따라, 일반 건강보조식품보다 가격대가 있는 노화 방지 효능의 건강보조식품 수요가 많아지는 추세입니다. 이외에도 비건 전용으로 출시된 건강보조식품의 인기가 높은 편입니다. 현지인들은 동물성보다 천연성분 및 비건 성분으로 만든 제품이 몸에 더 이롭다고 생각하기 때문입니다.

**Q. 독일 내 홍삼 건강보조식품의 수요는 어떠한가요?**

당사는 20종류가 넘는 캡슐, 알약, 차 형태의 홍삼 건강보조식품을 취급하고 있으며, 홍삼 제품은 주로 30-60대에게서 수요가 많은 편입니다. 젊은 사람들 또한 혈당 조절, 노화 방지, 체중 감량, 면역력 강화 등 홍삼의 효능을 알고 있으나, 자신의 연령대와는 어울리지 않는 제품이라고 인식하는 경향이 있습니다.

**Q. 홍삼 건강보조식품의 판매처는 어디인가요?**

홍삼 건강보조식품은 주로 드럭스토어와 일반 마트 형태의 오프라인 매장에서 판매되고 있습니다. 이외에도 최근 소비자들이 온라인 구매를 선호함에 따라, 온라인 쇼핑몰에서의 홍삼 제품 판매가 증가하는 추세입니다.

51) 사진자료: 어파써키해케슈즈퀄티어(Apotheke Hackesches Quartier) 홈페이지 (www.apotheke-hackesches-quartier.de)

## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Germany」, 2019.10
2. 독일 연방 통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「Foreign population by sex and selected citizenships」, 2019.04
3. 외교부, 「재외동포현황 2019」, 2019
4. 독일 연방 통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「64% of gross income earned from employment」
5. 독일 연방 통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「Households: Germany, years, sex of the reference person, household net income classes」, 2018
6. Amazon Annual Report 2018」, Amazon, 2018
7. USDA FAS, 「Germany Food and Agricultural Import Regulations and Standards Report」, 2018.10.31.
8. 「Weniger streng geregelt als Medikamente」, Test Deustch, 2017.05.17.
9. 「Consumer Health in Germany」, Euromonitor, 2019.10.04.

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. International Trade Center([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
3. 외교부([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
4. 독일 연방통계청([www.destatis.de](http://www.destatis.de))
5. 디엠(Dm) 홈페이지 ([dm.de](http://dm.de))
6. 포스퀘어(Foursquare) 홈페이지 ([foursquare.com](http://foursquare.com))
7. 로스만(Rossmann) 홈페이지 ([rossmann.de](http://rossmann.de))
8. 뮐러(Mueller) 홈페이지 ([mueller.de](http://mueller.de))
9. 스태티스타(Statista) 홈페이지 ([statista.com](http://statista.com))
10. 이지아포테케(EasyApotheke) 홈페이지 ([easyapotheker.de](http://easyapotheker.de))
11. 아마존(Amazon) 홈페이지 ([amazon.de](http://amazon.de))
12. 티온라인(T-online) 홈페이지 ([t-online.de](http://t-online.de))
13. 메르쿠어(Merkur) 홈페이지 ([merkurmarkt.at](http://merkurmarkt.at))
14. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 ([euromonitor.com](http://euromonitor.com))
15. 브랑마에스터(Bringmeister) 홈페이지 ([bringmeister.de](http://bringmeister.de))
16. 이에스엠매거진(Esnmagazine) 홈페이지 ([esmmagazine.com](http://esmmagazine.com))
17. 스토어스샵(Stores-Shops) 홈페이지 ([stores-shops.de](http://stores-shops.de))
18. 에데카(Edeka) 홈페이지 ([edeka.de](http://edeka.de))
19. 레베(Rewe) 홈페이지 ([rewe.de](http://rewe.de))
20. 비즈니스인사이드(BusinessInsider) 홈페이지 ([businessinsider.com](http://businessinsider.com))
21. 리테일디테일이유(Retaildetail.eu) 홈페이지 ([retaildetail.eu](http://retaildetail.eu))
22. 알디(Aldi) 홈페이지 ([aldi.com](http://aldi.com))
23. 스태티스타(Statista) 홈페이지 ([statista.com](http://statista.com))
24. 레알(Real) 홈페이지 ([real.de](http://real.de))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

25. 더유러피안슈퍼마켓매거진(The European Supermarket Magazine) 홈페이지 (esmmagazine.com)
26. 발데키쉬(Waldeckische) 홈페이지 (wlz-online.de)
27. 관세법령정보포털(UNIPASS)(unipass.customs.go.kr)
28. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)(fas.usda.gov)
29. KATI농식품수출정보(KATI)(www.kati.net)
30. 한국 관세청(www.customs.go.kr)
31. 유럽연합 집행위원회(EC)(ec.europa.eu)
32. EU법령정보포털(EUR-LEX)(eur-lex.europa.eu)
33. 독일 소비자보호 및 식품안전청(BVL)(www.bvl.bund.de)
34. 독일 연방관세청(ZOLL)(zoll.de)
35. 국립농산물품질관리원 친환경 인증관리정보시스템(enviagro.go.kr)



사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사  
발 행 일 : 2020.03.06.

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는  
저작권법에 의하여 금지되어 있습니다. 본문 내용 중 문의사항이나  
개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로  
연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

