



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202111-20
품목 | 현미유(Rice Bran Oil)
HS CODE | 1515.90-9010
국가 | 호주(Australia)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 호주 식용유 시장규모	06
2. 호주 기타 식용유 시장규모	07
3. 호주 식용유 시장점유율	08
4. 호주 현미유 수입규모	09
5. 한국 현미유 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 호주 식용유 경쟁제품, ‘올리브유’ 최다 빈출, ‘현미유’는 9위	13
2. ‘코브람 에스테이트’ 시장점유율 1위, 유통업체 자체 브랜드도 상위권	14
3. 호주 식용유 용도, ‘베이킹’ 최다 빈출, ‘프라이팬에 볶기’는 5위	15
4. 호주 식용유 홍보문구, ‘유기농’ 1위, 품질 관련 키워드도 다수	16
5. 호주 현미유 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 호주 현미유 유통채널 비교	19
2. 호주 현미유 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|------------------------|----|
| 1. 호주 현미유 주요 온라인 유통채널 | 25 |
| 2. 호주 현미유 주요 오프라인 유통채널 | 31 |

VI. 진입장벽

- | | |
|----------------------|----|
| 1. 호주 현미유 통관 및 검역 절차 | 40 |
| 2. 호주 현미유 품질 인증 | 41 |
| 3. 호주 현미유 검역제도 | 43 |
| 4. 호주 현미유 라벨링 | 44 |
| 5. 호주 현미유 성분 및 유해물질 | 49 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

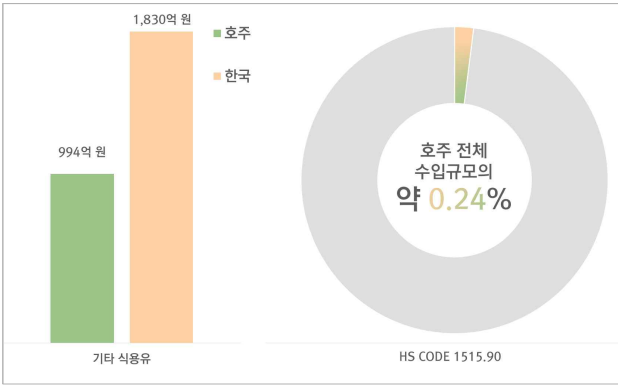
- | | |
|--|----|
| Interview ① 콜스(Coles) | 53 |
| Interview ② 더비니거팩토리(The Vinegar Factory) | 55 |
| Interview ③ 인얌(Yin Yam) | 57 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 62 |
|--------|----|

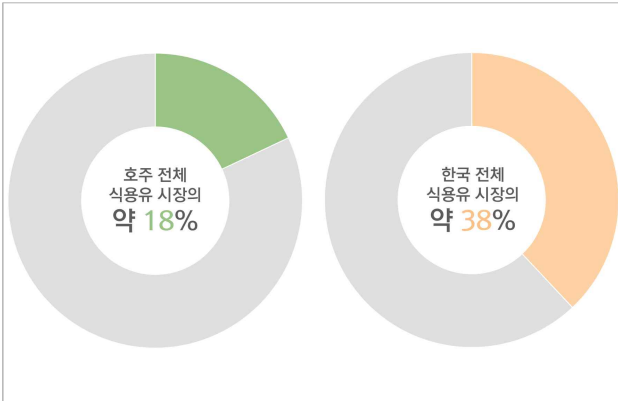
Summary

■ 수요 분석



	호주	한국
식용유 시장규모	5,389억 원	4,810억 원
기타 식용유 시장규모	994억 원	1,830억 원
	수입(출)액	점유율
호주 對한국 현미유 수입 현황	1.4억 원	0.24%
한국 對호주 현미유 수출 현황	N/A	N/A

■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 올위스 및 콜스 코로나19로 인해 올위스는 풀필먼트 센터를 건립하였고, 콜스는 지역 기반 소규모 매장을 추가 개점함
유기농매장	<ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 올위스 및 콜스 코로나19 및 산불 사건 등으로 인해 환경, 건강, 로컬 소비 등 지속가능 소비 트렌드가 확산되며 유기농매장 시장이 급성장함
온라인	<ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 아마존 및 이베이 코로나19로 인한 물량 급증을 효율적으로 처리하기 위해 배송 전파정 관리에 집중하고 있음

■ 진입장벽

통관 및 검역/인증	호주 농업수자원부 및 식품기준청의 호주 수입식품 관리제도 인증 발급 필수 HACCP, 할랄 등 선택 취득 가능
라벨링	호주 뉴질랜드 식품 기준 코드(ANZFSC) 규정 준수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 전문가 평가

요리유 트렌드	<ul style="list-style-type: none"> 올리브유 수요가 높으며, 아시아인 소비자는 카놀라유 및 해바라기유를 선호함 콩기름 및 해바라기유를 올리브유로 대체하는 것이 큰 흐름임
고객사 현미유 제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 현지 시장에서는 저렴한 가격대임 아시아인 소비자들에게는 1-2L 용량이 좋음 프리미엄 제품이라면 250ml 용량이 좋음
현미유 홍보 및 유통	<ul style="list-style-type: none"> 건강 및 튀김에 적합하다는 점 강조 슈퍼마켓 유통 추천

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 호주 기타 식용유 시장규모는 한국의 절반 수준, 현미유가 포함된 HS CODE 1515.90의 호주 수입액 중 對한국 수입 비중은 약 0.24%인 것으로 나타남 현미유 주요 유통채널은 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 것으로 나타남
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 호주 현미유 진출을 위해 호주 수입식품 관리제도 인증 발급이 필수임 호주 현미유 진출 시 아시아인 소비자들에게는 1-2L, 프리미엄 제품으로는 250ml 용량이 좋으며, 건강 및 튀김에 적합하다는 점을 강조한 홍보 및 슈퍼마켓 유통이 추천되었음

II. 시장규모

1. 호주 식용유 시장규모
2. 호주 기타 식용유 시장규모
3. 호주 식용유 시장점유율
4. 호주 현미유 수입규모
5. 한국 현미유 수출규모

1. 호주 식용유 시장규모

호주 국가 일반 정보¹⁾

면적	769만km ²
인구	2,564만 명
GDP	1조 3,966억 달러
1인당 GDP	55,069달러

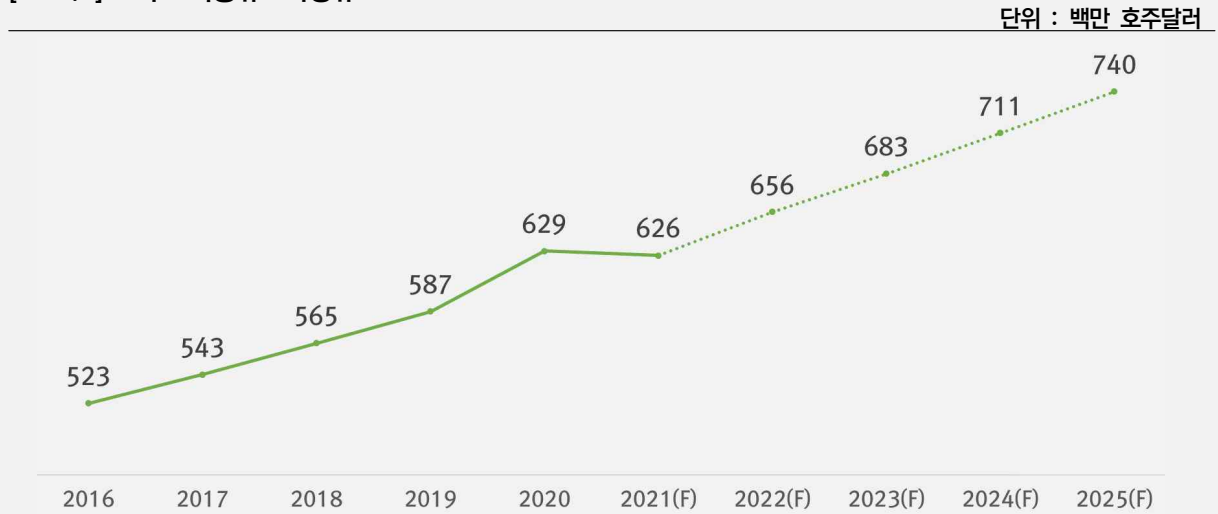
▶ 호주 식용유 시장규모 약 5,389억 원, 한국과 유사한 수준

2020년 기준 호주 식용유 시장규모는 전년 대비 7% 성장한 약 5,389억 원으로, 약 4,810억 원을 기록한 한국 식용유 시장의 약 1.1배에 해당함. 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 5%를 기록하는 등 꾸준한 성장을 이어옴²⁾

▶ 호주 식용유 시장, 향후 5년간 연평균성장률 4% 전망

호주 식용유 시장은 2021년에 전년과 비슷한 수준을 유지하다가, 이후 4년(2022-25년)간 매년 5% 내외의 성장률을 달성할 것으로 전망됨. 2025년 기준 호주 식용유 시장규모는 약 6,340억 원을 기록할 것으로 전망되며, 이는 2016년 기록한 약 4,481억 원에 비해 약 42% 증가한 수치임³⁾

[표 2.1] 호주 '식용유' 시장규모⁴⁾⁵⁾



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR ⁶⁾
식용유	523	543	565	587	629	5%
(한화추정액)	(4,481억 원)	(4,652억 원)	(4,840억 원)	(5,029억 원)	(5,389억 원)	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
식용유	626	656	683	711	740	4%
(한화추정액)	(5,363억 원)	(5,620억 원)	(5,851억 원)	(6,091억 원)	(6,340억 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Edible Oils in Australia」, 2020.11

3) 조사대상 '현미유'는 미강에서 추출·정제된 순식물성 식용유로 만들어 현미유의 영양을 그대로 담아 느끼한 맛이 적고, 담백하고 고소한 맛이 특징인 식용유 제품임. 이에 제품의 성분과 종류를 기준으로 '식용유' 및 하위품목인 '기타 식용유'의 시장규모를 조사함

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1호주달러=856.72원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 호주 기타 식용유 시장규모

▶ 호주 기타 식용유 시장규모 약 994억 원, 한국 대비 절반 규모

2020년 기준 호주 기타 식용유 시장규모는 약 994억 원으로, 약 1,830억 원을 기록한 한국 기타 식용유 시장의 절반 수준에 해당함. 호주 기타 식용유 시장은 최근 5년(2016-20년)간 연평균 8% 성장률을 기록하는 등 꾸준히 성장해오고 있는 것으로 나타남⁷⁾

▶ 호주 기타 식용유 시장규모, 향후 5년간 연평균성장률 6% 전망

호주 기타 식용유 시장은 2021년에 전년 대비 1% 성장하며 2020년과 비슷한 시장규모를 유지하다, 이후 4년(2022-25년)간 상승곡선을 이룰 것으로 전망됨. 향후 5년(2021-25년)간 연평균성장률 6%를 기록하여 2025년 기준 약 1,259억 원의 시장규모를 달성할 것으로 예상됨

[표 2.2] 호주 '기타 식용유' 시장규모⁸⁾

단위 : 백만 호주달러



7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Edible Oils in Australia」, 2020.11

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 호주 식용유 시장점유율

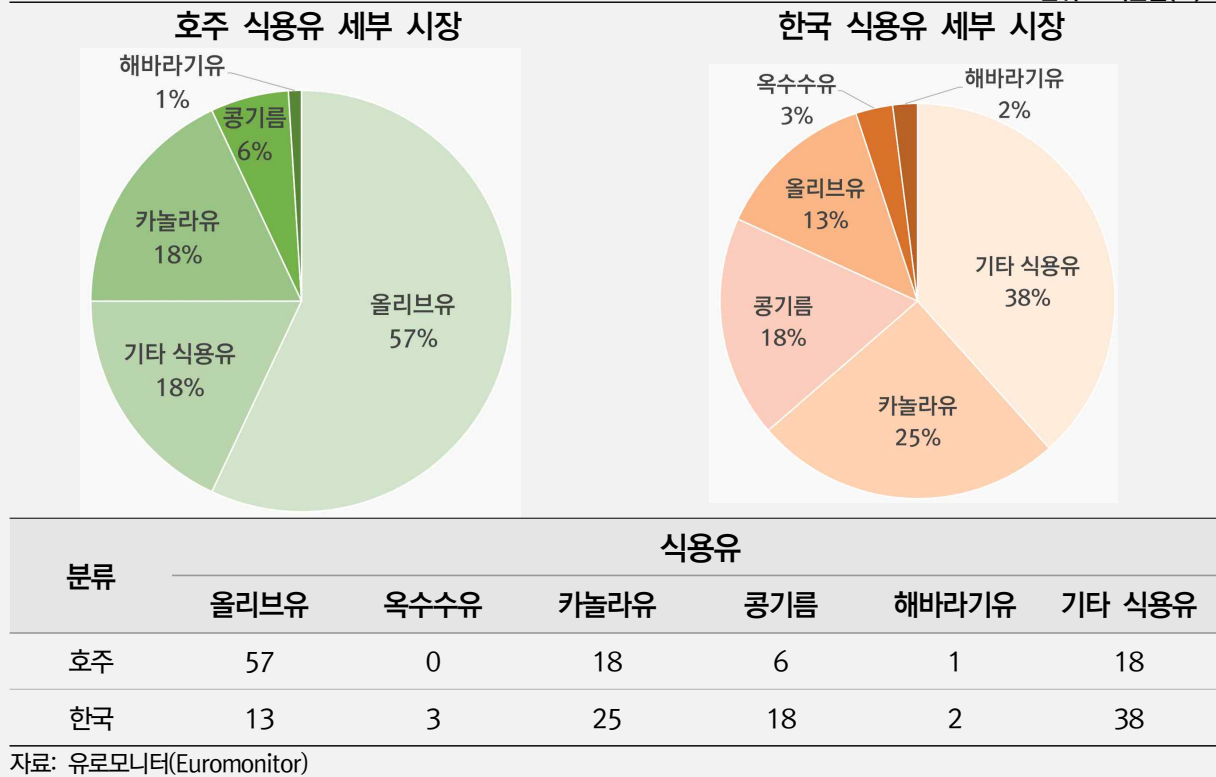
▶ 호주 식용유 시장 내 기타 식용유 점유율, 한국의 절반 수준

호주 '식용유'(약 5,389억 원) 세부 시장과 한국 '식용유'(약 4,810억 원) 세부 시장을 비교했을 때, 호주는 '기타 식용유'가 18%의 점유율로 2위에 차지한 반면 한국은 38%로 1위를 차지한 것으로 나타남. 호주 '식용유' 시장은 '올리브유'가 57%의 점유율로 1위를 차지한 것으로 나타났으나 한국의 경우 '올리브유'는 13%의 점유율로 하위권에 머무른 것으로 집계됨 9)

한편 호주에서 코로나19로 인해 비축 식량 사재기 수요는 완화될 것으로 보이나, 경제 침체의 여파로 가정 내 조리 트렌드가 한동안 지속될 것으로 예상됨. 특히 코로나 19의 완화로 인한 소비자들의 구매력 회복과 건강관리와 식단에 대한 높은 인식수준으로, 기타 식용유로 분류되는 유기농 식용유에 수요증가로 이어질 것으로 예상됨. 이러한 예상치는 향후 호주 '식용유' 시장 내 '기타 식용유'의 점유율 상승을 이끌 것으로 전망됨 10)

[표 2.3] 2020년 호주, 한국 '식용유' 시장점유율 11)

단위 : 백분율(%)



9) 유로모니터상 호주 식용유 시장(약 5,389억 원)과 한국 식용유 시장(약 4,810억 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Edible Oils in Australia」, 2020.11

11) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

4. 호주 현미유 수입규모

HS CODE 1515.90

조사제품 '현미유'는 '그 밖의 비휘발성인 식물성 지방과 기름 [호호바유(jojoba oil)를 포함한 대과 그 분획물(정제했는지에 상관없으며 화학적으로 변성 가공한 것은 제외한다)]로 규정된 제 1515호에 속하며, 이에 '기타에 해당하는 HS CODE 1515.90 을 지표로 선정함

▶ 호주 HS CODE 1515.90 對글로벌 수입액, 5년간 연평균 7% 감소세

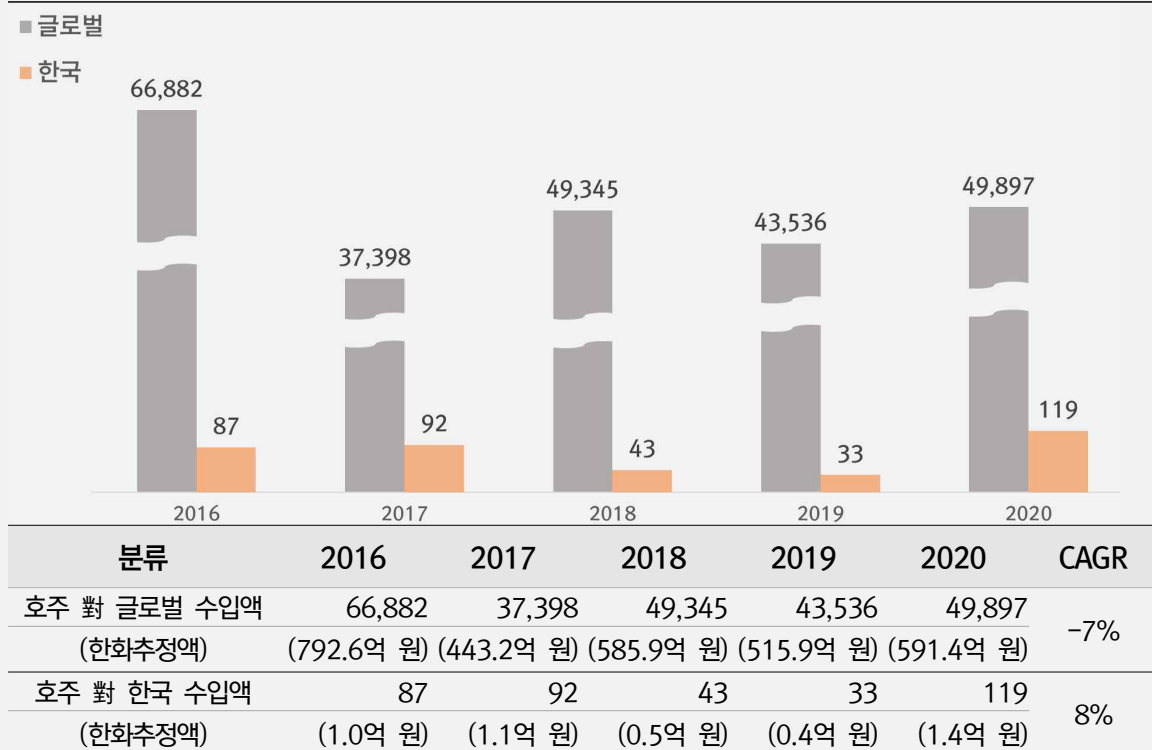
2020년 기준 호주 HS CODE 1515.90 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 15% 약 591.4억 원으로 집계됨. 2017년에 전년 대비 44% 급감한 이후 수입액은 매년 증감을 거듭했으며, 최근 5년(2016-20년) 간 연평균 -7%의 마이너스 성장률을 보임

▶ 호주 HS CODE 1515.90 對한국 수입액, 2020년 들어 급증

2020년 기준 호주 HS CODE 1515.90 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 261% 급증한 약 1.4억 원으로 집계됨. 2018년과 2019년 각각 전년 대비 53%, 23% 감소하는 등 전반적인 하락 기조를 보였으나, 최근 들어 성장세로 전환한 것으로 나타남. 글로벌 수입액 점유율 1위 국가는 태국(약 146억 원, 25%)이며, 이어서 중국(약 114억 원, 19%), 말레이시아(약 94억 원, 16%) 순으로 집계됨

[표 2.4] 호주 HS CODE 1515.90 수입규모¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1515.90 기준

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 현미유 수출규모

HS CODE 1515.90-9010

조사제품 '현미유에 해당하는 HS CODE 1515.90-9010 (쌀겨기름과 그 분획물)의 한국 對글로벌 對호주 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 1515.90-9010 수출액, 연평균 35% 감소세

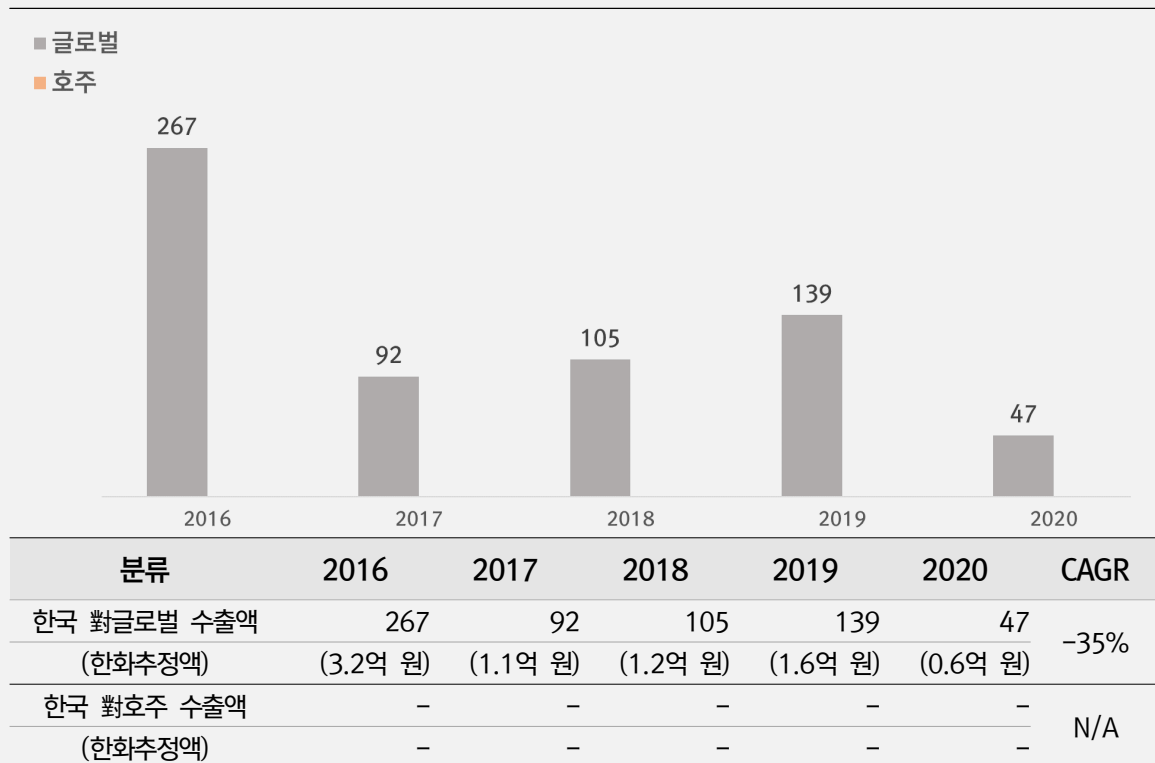
2020년 기준 한국 HS CODE 1515.90-9010 품목의 對글로벌 수출액은 전년 대비 66% 급감한 약 0.6억 원으로 집계됨. 앞서 2017년에 전년 대비 66% 감소한 후 상승세를 이어오다가, 2020년 들어 수출규모가 큰 폭으로 줄어들어 이전 수준을 회복하지 못한 것으로 나타남

▶ 한국 HS CODE 1515.90-9010 對호주 수출액 집계되지 않아

한편 한국 HS CODE 1515.90-9010 품목의 對호주 수출액은 집계되지 않은 것으로 나타남. 對글로벌 수출액기준 1위 국가는 베트남으로, 약 2,679만 원의 수출액으로 48%의 점유율을 차지함. 이어서 홍콩(약 2,370만 원, 43%), 대만(약 332만 원, 6%) 순인 것으로 나타남

[표 2.5] 한국 HS CODE 1515.90-9010 수출규모¹⁵⁾¹⁶⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 1515.90-9010 기준

15) 자료: KATI농식품수출정보

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 호주 식용유 경쟁제품, '올리브유' 최다 빈출, '현미유'는 9위
2. '코브람 에스테이트' 시장점유율 1위, 유통업체 자체 브랜드도 상위권
3. 호주 식용유 용도, '베이킹' 최다 빈출, '프라이팬에 볶기'는 5위
4. 호주 식용유 홍보문구, '유기농' 1위, 품질 관련 키워드도 다수
5. 호주 현미유 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 호주 온라인매장 입점 현미유 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 식용유(Edible Oils)
- 데이터 수집량 : 830건
- 데이터 수집원 : 울워스(Woolworths)
이베이(eBay)

▶ 호주 온라인매장 입점 현미유 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 용도 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁제품	올리브유	Olive Oil	206	참기름	Sesame Oil	38
	엑스트라버진 올리브유	Extra Virgin Olive Oil	115	해바라기유	Sunflower Oil	28
	코코넛오일	Coconut Oil	77	참기름	Sesame Oil	27
	카놀라유	Canola Oil	46	현미유	Rice Bran Oil	15
경쟁브랜드	코브람 에스테이트	Cobram Estate	(-)	알파원	Alfa One	(-)
	모로	Moro	(-)	크리스코	Crisco	(-)
	울워스	Woolworths	(-)	라 에스파놀라	La Espanola	(-)
	레마노	Remano	(-)	더 올리브 트리	The Olive Tree	(-)
	콜스	Coles	(-)	스퀴키 게이트	Squeaky Gate	(-)
	퓨어 비타	Pure Vita	(-)	레드 아일랜드	Red Island	(-)
용도	베이킹	Baking	81	샐러드	Salads	16
	드레싱	Dressings	22	프라이팬에 볶기(굽기)	Pan Frying	13
	다용도로 쓸 수 있는	Versatile	17	튀김	Deep Frying	9
홍보문구	유기농	Organic	198	오메가	Omega	14
	건강한	Healthy	79	비타민	Vitamin	13
	천연의	Natural	60	항산화제	Antioxidants	8
	프리미엄	Premium	34	트랜스지방 없음	Trans Fat Free	1

1. 호주 식용유 경쟁제품, ‘올리브유’ 최다 빈출, ‘현미유’는 9위

▶ ‘올리브유’ 최다 빈출

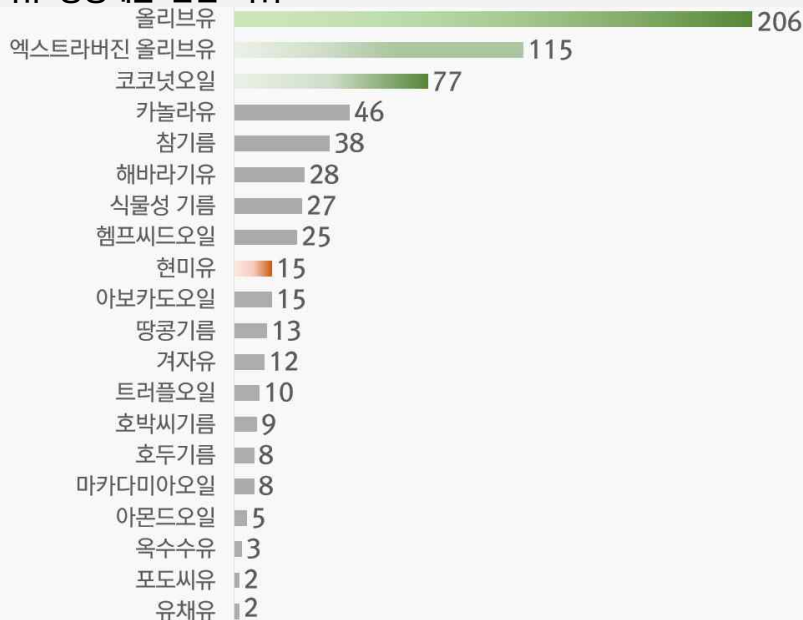
- ‘올리브유’ 키워드 206건으로 압도적 1위
- ‘올리브유’의 하위 카테고리인 ‘엑스트라버진 올리브유’는 2위
- 울워스(Woolworths), 이베이(eBay) 검색 결과, 대부분의 올리브유는 엑스트라버진 올리브유

▶ ‘현미유’ 키워드 15건으로 9위

- 온라인매장에 현미유 검색 결과, ‘알파원(Alfa One)’과 ‘커뮤니티코(Community Co)’ 제품이 가장 많음
- 알파원은 전면에 ‘발연점 높음’이라고 홍보하고 있으며 커뮤니티코 현미유는 ‘아시아 요리 시 사용 추천’이라고 홍보 중

1위 올리브유		3위 코코넛오일		9위 현미유	
					
브랜드	모로(Moro)	브랜드	마크로(Macro)	브랜드	알파원(Alfa One)
용량	4L	용량	900g	용량	4L
가격	29.00호주달러 (약 24,845원 ¹⁷⁾)	가격	9.90호주달러 (약 8,482원)	가격	13.00호주달러 (약 11,137원)

[표 3.1] 호주 현미유 경쟁제품 관련 키워드



자료: 호주 온라인매장 판매 제품 내 ‘식용유’ 관련 게시물 830건 분석

17) 1달러=856.72원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. ‘코브람 에스테이트’ 시장점유율 1위, 유통업체 자체 브랜드도 상위권

▶ ‘코브람 에스테이트’ 시장점유율 12.3%로 1위

- 엑스트라버진 올리브유만 전문적으로 생산하는 호주 기업
- 맛의 강도를 달리한 라인, 각기 다른 향신료를 첨가한 라인, 프리미엄 라인 등 다양한 제품 판매 중

▶ 유통업체 자체 브랜드도 눈에 띄어

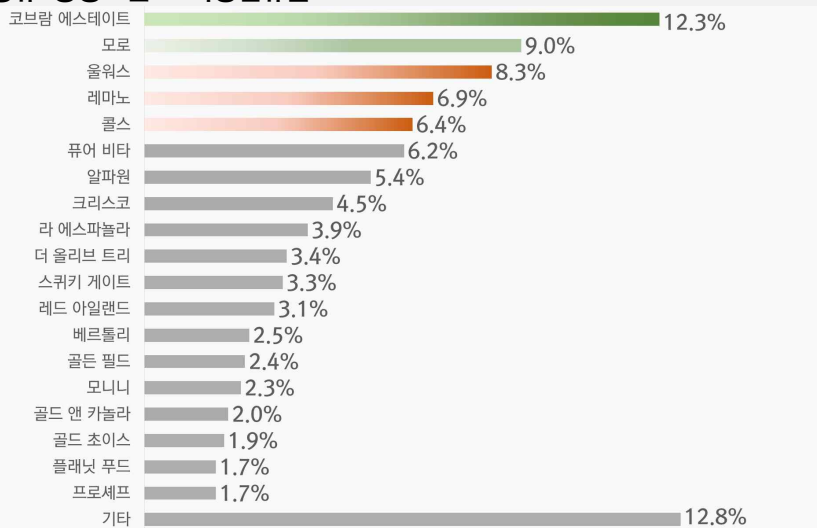
- 울워스(Woolworths) 자체 브랜드는 시장점유율 8.3%로 3위
- 콜스(Coles) 자체 브랜드 시장점유율은 6.4%로 5위 기록
- 유통업체 자체 브랜드, 가격 경쟁력에서 우위를 점해 인기¹⁸⁾

▶ 현미유 제조하는 브랜드는 중 알파원이 유일한 순위권

- 현미유만 전문적으로 생산하는 호주 기업

1위 코브람 에스테이트		2위 모로		3위 울워스	
					
제품명	엑스트라버진 라이트 올리브 오일	제품명	라이트 테이스트 올리브 오일	제품명	현미유 스프레이
용량	750ml	용량	1L	용량	225g
가격	18.00호주달러 (약 15,421원)	가격	12.00호주달러 (약 10,281원)	가격	3.00호주달러 (약 2,570원)

[표 3.2] 호주 식용유 경쟁브랜드 시장점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

18) 유로모니터(Euromonitor), 「Edible Oils in Australia – Analysis」, 2020.11

3. 호주 식용유 용도, ‘베이킹’ 최다 빈출, ‘프라이팬에 볶기’는 5위

▶ ‘베이킹’ 키워드 81건으로 압도적 1위

- ‘베이킹’ 용도로 주로 사용하는 기름 확인 위해 원문 추적 결과, 거의 모든 종류의 기름 용도 설명에 베이킹 포함되어 있음
- 발연점이 높아 베이킹에 사용할 수 있다는 현미유도 있으며 발연점이 낮은 올리브유도 베이킹에 사용할 수 있음 홍보

▶ ‘프라이팬에 볶기(굽기)’ 키워드 13건으로 5위

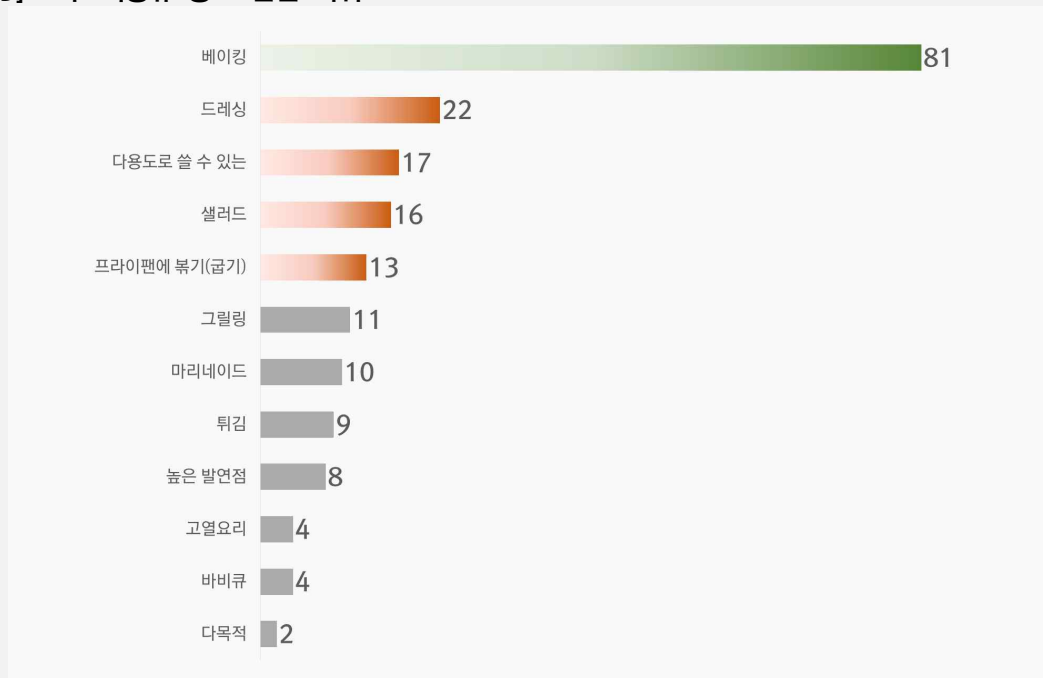
- 고열로 하는 요리 중 ‘프라이팬에 볶기’ 키워드 건수가 가장 높아

▶ ‘튀김’ 키워드 9건으로 12개 키워드 중 8위

- ‘튀김’을 언급한 기름은 ‘올리브유’, ‘현미유’, ‘식물성 기름’ 3가지

1위 베이킹		2위 드레싱		5위 프라이팬에 볶기(굽기)	
					
브랜드	크리스코(Crisco)	브랜드	모로(Moro)	브랜드	알파원(Alfa One)
제품명	해바라기 오일	제품명	엑스트라 버진 올리브 오일	제품명	현미유
가격	750ml/4.90호주달러 (약 4,198원)	가격	750ml/7.00호주달러 (약 5,997원)	가격	1L/7.00호주달러 (약 5,997원)

[표 3.3] 호주 식용유 용도 관련 키워드



자료: 호주 온라인매장 판매 제품 내 ‘식용유’ 관련 게시물 830건 분석

4. 호주 식용유 홍보문구, ‘유기농’ 1위, 품질 관련 키워드도 다수

▶ ‘유기농’ 키워드 198건으로 압도적 1위

- 팬데믹으로 인해 건강에 대한 인식 높아지면서 유기농 기름 인기 상승¹⁹⁾
- ‘유기농’과 맥락이 비슷한 ‘건강한’은 키워드 79건으로 2위

▶ 품질 관련 키워드도 빈출

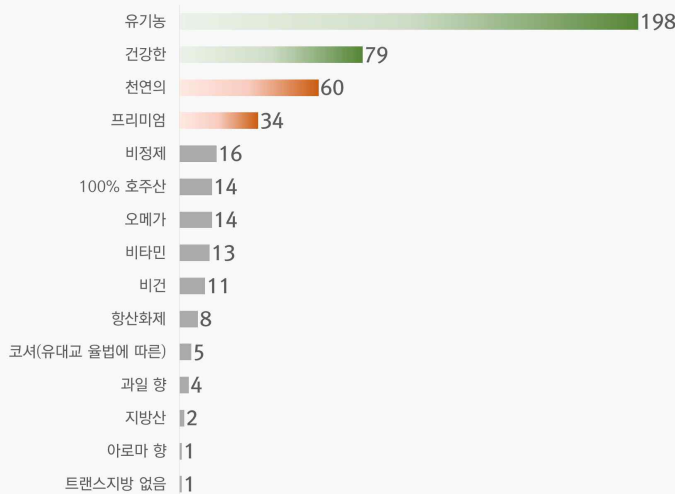
- ‘천연의’, ‘프리미엄’ 키워드 60, 34건으로 각 3, 4위

▶ 호주산 제품 인기

- 호주 소비자들, 지역에서 생산한 식용유에 대한 선호도 높아
- 지역에서 생산한 올리브 품질이 좋다는 인식이 퍼지며 호주산 엑스트라 버진 올리브 오일 인기 상승

1위 유기농		3위 천연의		5위 100% 호주산	
					
제품명	오가닉 엑스트라 버진 스페니쉬 올리브 오일	제품명	버진 코코넛 오일	제품명	엑스트라 버진 올리브 오일
브랜드	마크로(Macro)	브랜드	암베리(Amberly)	브랜드	스퀴키게이트(Squeaky Gate)
가격	500ml/5.00호주달러 (약 4,283원)	가격	100ml/19.21호주달러 (약 16,458원)	가격	750ml/10.00호주달러 (약 8,567원)

[표 3.4] 호주 식용유 홍보문구 관련 키워드



자료: 호주 온라인매장 판매 제품 내 ‘식용유’ 관련 게시물 830건 분석

19) 유로모니터(Euromonitor), 「Edible Oils in Australia」, 2020.11

5. 호주 현미유 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 한국에선 팬프라이닝에 카놀라유만큼 많이 쓰는 현미유

- 고열로 하는 요리 중 후라이팬에 굽기 키워드가 가장 많았던 점 활용
- 경쟁제품 관련 빈출 4위인 '카놀라유'를 대체할 수 있는 식용유임 강조

▶ 컨셉 ② _ 올리브유 대비 발연점이 높아 튀김에 적합한 천연 식용유

- 발연점이 250°C로 올리브유나 다른 식용유에 비해 높은 점 강조
- 천연 식용유로 현미의 영양을 그대로 담은 점 강조

▶ 컨셉 ③ _ 순식물성 식용유로 영양분이 풍부한 다목적 식용유

- 경쟁제품 중 7위인 '식물성 기름' 활용, 순식물성 건강 식용유인 점 강조
- 샐러드 드레싱, 부침, 튀김 등 다양한 요리에 활용 가능한 점 강조

경쟁제품	용도	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
카놀라유	프라이팬에 볶기	(-)	5건	한국에선 [팬프라이닝 요리에] [카놀라유]만큼 많이 쓰는 현미유
올리브유	드레싱	(-)	5건	느끼하지 않고 고소해 원재료의 맛을 살려 줘 [올리브유] 대신 [샐러드 드레싱용]으로도 좋은 한국산 현미유
현미유	튀김	비타민	4건	다른 식용유에 비해 토코페롤과 [비타민 E] 함량이 높아 건강하며 [튀김] 요리 시 활용하기 좋은 [현미유]
올리브유	높은 발연점	천연의	3건	[올리브유]에 비해 [발연점이 높아] 고온요리에 적합하며 [천연] 식용유로 현미의 영양을 그대로 담은 현미유
식물성 기름	다용도로 쓸 수 있는	(-)	2건	[순식물성 식용유]로 영양분이 풍부하며 샐러드 드레싱, 부침, 튀김 등 [다용도로 쓸 수 있는] 현미유

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁제품/용도/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 호주 현미유 유통채널 비교
2. 호주 현미유 유통채널 특징

1. 호주 현미유 유통채널 비교

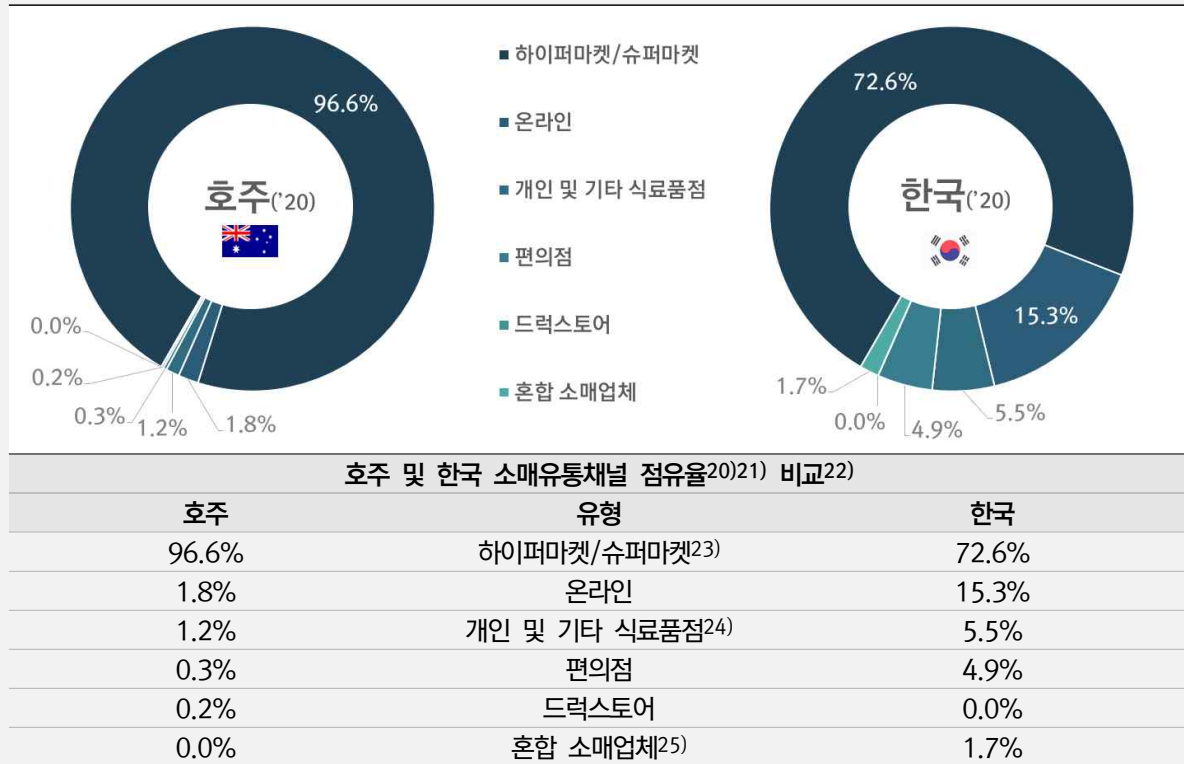
▶ 호주 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율 약 97%로 압도적

2020년 호주 ‘식용유’ 유통채널 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율은 96.6%로 압도적 비율을 차지함. 한국 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율은 72.6%로 24%p 차이남. ‘개인 및 기타 식료품점’은 한국이 5.5%, 호주가 1.2%로 한국이 약 4%p 더 높았음. 이외 ‘편의점’, ‘드럭스토어’, ‘혼합 소매업체’를 통한 점유율은 각각 한국에서 4.9%, 0.0%, 1.7%로 조사되었으며, 호주에서는 0.3%, 0.2%, 0.0%였음

▶ 호주 현미유 온라인 소비시장, 아직 발전단계

2020년 호주 ‘식용유’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 1.8%로 한국의 15.3% 대비 낮아 아직 현미유의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 호주 현미유 소매유통채널 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

20) 2020년 기준, 호주 및 한국 ‘식용유(Edible Oils)’의 소매유통채널 점유율임

21) ‘현미유’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식용유(Edible Oils)’의 정보를 확인함

22) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

23) 본 보고서에서 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 할인판매점(Discounters)를 포괄함

24) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

25) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 호주 현미유 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

▶ 호주 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 울워스 및 콜스

호주 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체인 울워스(Woolworths)는 2020년 호주 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 1,127억 8,800만 호주달러(약 96조 6,277억 원²⁶⁾)의 36.4%를 점유했으며 산하에 동명의 브랜드를 보유함. 콜스(Coles)는 30.4%를 점유하였고 산하에 동명의 브랜드를 보유함

▶ 울워스와 콜스, 코로나19 이후 동향에 대한 시각 차이 보여²⁷⁾²⁸⁾

2020년 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업계는 매출 상승을 경험함. 이때 업계 선두 기업인 울워스와 콜스의 코로나19 이후 동향에 대한 해석이 상이함. 먼저 울워스는 늘어난 물량 수요를 효과적으로 처리할 수 있기 위해 호주 내 여러 지역에 자동화 풀필먼트²⁹⁾ 센터를 건립하는 등 대비책을 마련하기도 했으나, 인구 상승세 둔화를 근거로 추후 행방에 대해 부정적임. 반면 콜스는 온라인 소비시장의 폭발적인 성장과 코로나19 이후 경기 회복을 기반으로 매출 상승이 이어질 것이라 예측함. 이러한 견해를 뒷받침하듯 콜스는 ‘지역 기반’ 소규모 매장을 추가적으로 개점할 것이라 밝힘. 이외에 자체상표 판매가 강세를 보였고, 콜스는 호주 유통업체 세인즈버리(Sainsbury’s)와 파트너십을 맺는 등 이러한 추세에 대비함

[표 4.2] 호주 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유(‘20) ³⁰⁾	산하 주요 브랜드
1	울워스 (Woolworths)	36.4%	울워스 (Woolworths)
2	콜스 (Coles)	30.4%	콜스 (Coles)
3	알디스토어즈슈퍼마켓 (Aldi Stores Supermarket)	9.6%	알디 (Aldi)
4	아이지에이 (IGA)	6.2%	아이지에이 (IGA)
5	오스트레일리아유나이티드리테일러 (Australian United Retailers)	2.4%	푸드웍스 (FoodWorks)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

26) 1호주달러=856.72원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Australia Country Report」, 2021.05

28) 유로모니터(Euromonitor), 「Discounters in Australia Country Report」, 2021.05

29) 상품의 보관, 포장, 출하, 배송 등 제조사로부터 소비자에게까지 이르는 전 과정을 한 곳의 대형 물류센터에서 처리하는 것을 의미하며, 주문 이후 바로 상품을 배송할 수 있고 인공지능을 활용해 다양한 상품을 효과적으로 관리할 수 있다는 특징을 지님

30) 호주 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 유기농매장

호주 대표 유기농 전문 기관
오스트레일리안오가닉



사진자료:
오스트레일리안오가닉

▶ 호주 주요 유기농 식품 유통, 대형 유통업체 통해 대다수 진행

호주 유기농 식품 유통은 대다수 대형 유통업체를 통해 이뤄지고 있으며, 기타 건강 식품 전문점, 파머스마켓, 유기농 식품 전문점 등이 포함됨. 대형 유통업체로는 콜스(Coles)나 울워스(Woolworths)가 대표적이며, 두 업체는 2018년 유기농 식품 소매유통의 약 66%를 점유함. 이외 주요 업체로는 어니스트투굿니스(Honest to Goodness), 디스카운트헬스푸드(Discount health foods) 등이 있음

▶ 호주 식료품 시장 내 유기농 제품 입지 점점 더 상승해³¹⁾

코로나19 및 산불 등의 사건으로 인해 환경, 건강, 로컬 소비와 같은 지속가능 소비 트렌드가 폭발적으로 확산되었음. 이에 약 50만 명의 소비자들 유기농 제품을 구매하기 시작했고, 기존 유기농 제품 소비자들은 전년 대비 약 37% 더 많이 구매했다고 응답함. 이러한 소비자 수요 증가에 발맞춰 다양한 대형 유통업체들이 더 많은 유기농 품목을 구비하기 시작했으며, 기타 개인 소매점들 또한 증가하고 있음. 개인 및 기타 식료품점으로 분류되는 유기농 식료품 매장의 경우 온라인 기반이 다수이며, 오프라인 판매는 진행하지 않거나 지역 기반 소규모 매장에 입점하는 방식을 취함

[표 4.3] 호주 주요 유기농매장 업체

순번	기업명	주요거점	홈페이지 주소
1	어니스트투굿니스 (Honest to Goodness)	뉴사우스웨일스	www.goodness.com.au
2	디스카운트헬스푸드 (Discount health foods)	빅토리아	www.discounthealthfoods.com.au
3	오가닉엔젤스 (Organic Angels)	빅토리아	www.organicangels.com
4	더소스벌크푸드 (The Source Bulk Foods)	호주 전역	hesourcebulkfoods.com.au
5	어지헬스프로덕트 (Aussie Health Products)	퀸즐랜드	www.aussiehealthproducts.com.au

자료: 기업 홈페이지, 오스트레일리안오가닉(Australian Organic)

31) 오스트레일리안오가닉(Australian Organic), 「2021 Australian Organic Market Report」, 2020.02

3) 아시안마트/한인마트

▶ 호주 주요 아시안마트/한인마트, 중소규모 개인 소매점 다수

호주 주요 아시안마트/한인마트에는 ‘케이에프엘슈퍼마켓(KFL supermarket)’ 등이 있으며, 아시아계 인구가 증가함에 따라 호주 대형 유통업체인 울워스 등에도 아시안 식품 입점 비율이 증가하고 있음. 아시안마트/한인마트 운영 형태는 주로 오프라인 매장을 기반으로 배송 서비스를 제공하는 업체와, 온라인 매장(쇼핑몰 또는 오픈마켓 형태)으로 크게 분류되며, 코로나19 이후 배송 서비스 제공 업체가 증가하고 있는 것으로 파악됨

[표 4.4] 호주 주요 아시안마트/한인마트

순번	기업 구분	기업명	매장 수('20)	주요 거점
1	오프라인	케이에프엘슈퍼마켓 (KFL supermarket)	12개	빅토리아
2		하나로마트 (Hanaro Mart)	19개	퀸즐랜드
3		크라운아시안 (Crown Asian)	4개	빅토리아
4		케이티마트 (KT Mart)	3개	빅토리아
5		비스토어 (Bestore)	1개	퀸즐랜드
6		케이오마트 (KOMART)	1개	뉴사우스웨일스
7		이마트아시안슈퍼마켓 (Emart Asian Supermarket)	1개	캔버라
8		에스마트 (S Mart)	1개	뉴사우스웨일스
9	온라인	모아샵 (Moashop)	(-)	뉴사우스웨일스
10		제니마켓 (Jenny Market)	(-)	뉴사우스웨일스

자료: 기업 홈페이지, 농수산식품수출지원정보(KATI)

4) 온라인

● 호주 주요 온라인 소매유통업체 아마존의 풀필먼트 센터



사진자료: 아마존

▶ 호주 주요 온라인 유통채널, 아마존 및 이베이

호주 주요 온라인 유통채널 아마존(Amazon)은 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 388억 200만 호주달러(약 45조 9,881억 원)의 4.1%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함. 이베이(eBay)는 6.3%를 점유했고, 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함

▶ 호주 온라인 채널, 배송 과정 관리가 가장 큰 관심사³²⁾³³⁾³⁴⁾

호주는 낮은 인구 밀도와 넓은 국토로 배송 서비스가 이루어지기 힘든 조건을 갖고 있어 온라인 소비시장의 성장세가 더뎠음. 특히 신속한 속도로 배송이 이뤄져야 하는 각종 식료품의 경우 더욱 그러함. 그러나 코로나19로 강력한 사회적 거리두기 조치가 이어지고, 코로나19 초기 패닉 구매로 오프라인 매장에 재고가 없는 상황이 지속되자 전 세대의 소비자들이 온라인으로 물품을 구매하기 시작함. 호주 온라인 식품 매출액은 아마존이 호주에 진출한 2017년 대비 약 260%나 증가했으며, 2020년을 기준 58% 상승함. 호주우편국에 따르면 2020년 배달 건수가 약 2배 수준으로 증가함. 온라인 식품시장은 대형 유통업체의 온라인몰과 온라인 종합플랫폼 업체로 크게 분류됨. 그중에서도 아마존의 매출 상승률은 전년 대비 약 100%였고 이는 온라인 유통채널의 최대 고민거리였던 라스트마일 딜리버리 문제를 효과적으로 해결했기 때문으로 분석되며, 이러한 배송 전과정 관리가 현재 온라인 채널의 최대 관심사임

[표 4.5] 호주 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³⁵⁾	산하 주요 브랜드
1	울워스 (Woolworths)	8.4%	울워스온라인(Woolworths Online), 덴머피(Dan Murphy's)
2	이베이 (eBay)	6.3%	이베이 (eBay)
3	아마존 (Amazon)	4.1%	아마존 (Amazon)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

32) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in Australia Country Report」, 2021.05

33) 호주우편국(Australia Post), 「eCommerce Industry Report 2021」, 2021.03

34) 농수산물유통공사(aT), 「호주 코로나 이후 소비자의 유통채널 사용 및 식품소비 동향 파악을 통한 수출확대 방안 모색」, 2021.09

35) 호주 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

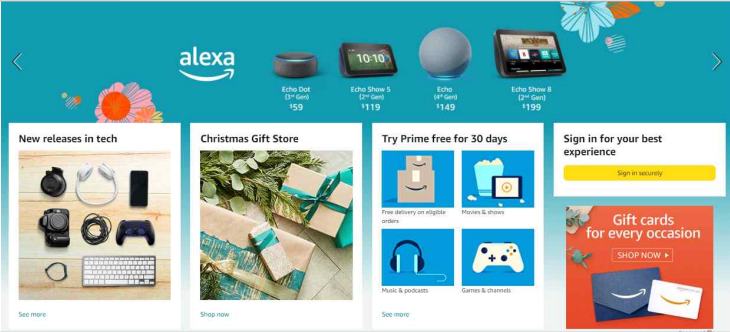
V. 온·오프라인 유통채널

1. 호주 현미유 주요 온라인 유통채널
2. 호주 현미유 주요 오프라인 유통채널

1. 호주 현미유 주요 온라인 유통채널 ① 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)			
	홈페이지	amazon.com.au			
	업태	온라인 종합 쇼핑몰			
	개요	방문횟수(최근 1개월)	3,730만 회		
		앱다운로드수('20)	500만 회		
매출('20)		약 2,805억 달러(약 332조 4,486억 원 ³⁶⁾) ³⁷⁾			
운영방식	온라인마켓				

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	알파원(Alfaone), 애니메드(Animed)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	시즌별 할인 이벤트, 생일 기프트 카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단의 'Sell on Amazon' 클릭 - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (회사 비즈니스 유형, 회사명, 회사고유번호, 회사 홈페이지, 주소, 국가) 공급 담당자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일, 출생일, 출생국가, 국적, 신분증) 지불방식 (신용카드번호 확인절차) 제품정보 (제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 카탈로그, 이미지, UP 인증 여부 등) 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 자체 브랜드 공급업체일 경우 공인검사 기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과를 통해 품질 기준 충족 인증
-------------	---------------------	---

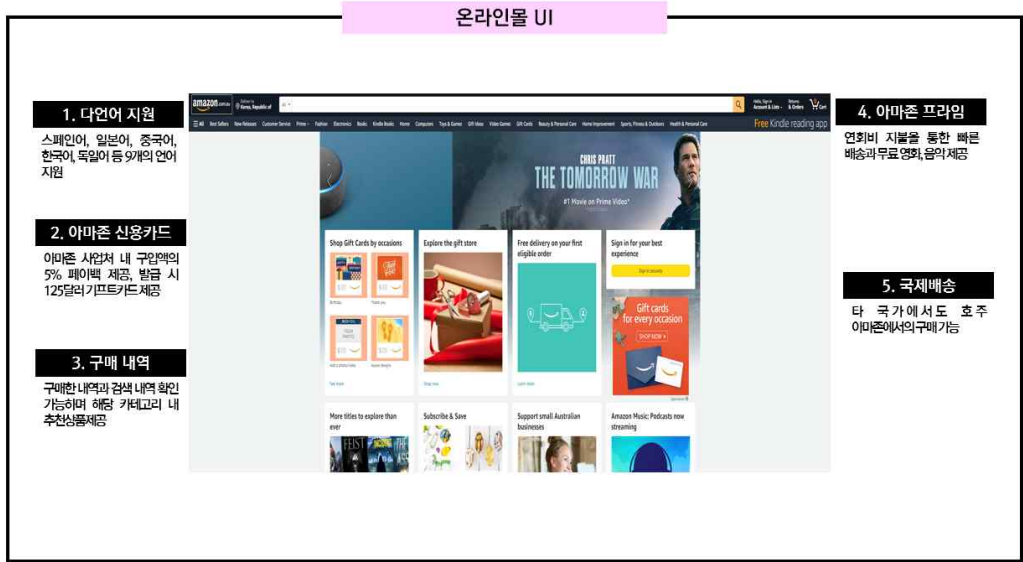
자료: 아마존(Amazon), 시미러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 아마존(Amazon)

36) 1달러=1185.20원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

37) 아마존(Amazon) 글로벌 통합 매출액임

온라인몰 UI ①



어플을 이용한 사진, 음성 검색 가능
나이대별, 성별, 국가별 세분된 카테고리 검색 가능

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁸⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ³⁹⁾	용량	이미지
1	현미유	알파원 (Alfaone)	100%퓨어라이스브란오일 (100% Pure Rice Bran Oil)	태국	108.99호주달러 (약 9만 3,373원)	500ml * 6개입	
2	현미유	애니메드 (Animed)	100%내추럴라이스브란오일 (100% Natural Rice Bran Oil)	미국	87.99호주달러 (약 7만 5,382원)	3.78L	
3	현미유	닥터어도러블 (Dr. Adorable)	라이스브란오일오가닉 콜드프레스드퓨어 (Rice Bran Oil Organic Cold Pressed Pure)	미국	25.43호주달러 (약 2만 1,786원)	340ml	
4	현미유	스완슨 (Swanson)	라이스브라오일베지테리언 (Rice Bran Oil Vegetarian)	미국	31.58호주달러 (약 2만 7,055원)	473ml	
5	현미유	오스트레일리안 홀세일오일 (Australian Wholesale Oil)	라이스브란오일리파인드 (Rice Bran Oil Refined)	호주	7.60호주달러 (약 6,511원)	100ml	
6	현미유	알비에센셜 (R V Essential)	퓨어라이스브란캐리어오일 (Pure Rice Bran Carrier Oil)	인도	19.19호주달러 (약 1만 6,440원)	300ml	
7	현미유	베스트필드 (Best Field)	100%콜드피쳐드 라이스브란오일 (100% Cold Featured Rice Bran Oil)	호주	131.49호주달러 (약 11만 2,650원)	20L	

자료: 아마존(Amazon)

사진 자료: 아마존(Amazon)

38) 조사일(2021.11.07.) 기준 아마존(Amazon) 현미유 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

39) 1호주달러=856.72원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)		
	홈페이지	ebay.com.au		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	6,950만 회	
		앱다운로드수('20)	200만 회	
매출('20)		약 103억 달러(약 12조 2,076억 원) ⁴⁰⁾		
	운영방식	온라인마켓		



매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	쏘퓨티(Soapeuty), 플랜트구루(Plant Guru)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보

시간대별/시즌별/카테고리별 할인 이벤트, 특별회원을 위한 무료배송 등 다양한 프로모션 진행

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록 - 템플릿 작성 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 개인판매자와 스토어판매자 중 선택하여 입점 - 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록할 수 있으며, 판매 수수료 건당 10.9% - 기업 판매자는 25만 개까지 제품 등록이 가능하며, 월별 비용과 건당 수수료 4.8%
-------------	---------------------	--

자료: 이베이(eBay), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 이베이(eBay)

40) 이베이(eBay) 글로벌 통합 매출액임

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 다국가 연계
일본, 대만, 독일, 프랑스, 한국, 멕시코 등 47개국의 이베이 온라인매장 연결

2. 비회원 구매제도
회원가입이 번거로운 비회원도 배송지 입력과 결제정보등록 후 구매가능

3. 구매 내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품제공

자전거 및 사이클링 장비

오늘의 특가 제품

인기 디지털 카메라

4. 기부 제도
구매자가 원할 시, 적당한 기부와 수익으로 들어가는 품목구매가능

5. 국제배송
타 국가에서도 호주 이베이에서의구매가능

세부 검색 중 배송국가를 특정해서 검색 가능
홈페이지 입장 시, 컴퓨터 언어팩 감지하여 사이트 자동번역

온라인몰 UI ②

eBay - 제품 구매 페이지

'현미유' 제품 검색 결과

'현미유' 제품 관련 검색결과 노출
브랜드, 가격별로 세분화 분류 기능 제공

'현미유' 제품 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 이베이(eBay)
사진 자료: 이베이(eBay)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴¹⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	현미유	쏘퓨티 (Soapeuty)	라이스브란오일콜드프레스 (Rice Bran Oil Cold Pressed)	미국	6.03호주달러 (약 5,166원)	355ml	
2	현미유	플랜트구루 (Plant Guru)	라이스브란오일리파인100% 퓨어내추럴오가닉 (Rice Bran Oil refined 100% Pure Natural Organic)	미국	5.99호주달러 (약 5,131원)	59ml	
3	현미유	그린뷰티 (Green Beauty)	라이스브란오일콜드프레스 (Rice Bran Oil Cold Pressed)	미국	21.83호주달러 (약 1만 8,702원)	88ml	
4	현미유	헬스앤뷰티 (Health&Beuty)	오가닉버진라이스브란오일 (Organic Virgin Rice Bran Oil)	미국	5.79호주달러 (약 4,960원)	118ml	
5	현미유	리퀴드골드 (Liquid Gold)	라이스브란캐리어오일 (Rice Bran Carrier Oil)	미국	6.49호주달러 (약 5,560원)	59ml	
6	현미유	할랄에브리데이 (Halal Everyday)	라이스브란오일100% 퓨어프리미엄오가닉리파인드 (Rice Bran Oil 100% Pure Premium Organic Refined)	인도	6.95호주달러 (약 5,954원)	59ml	
7	현미유	트래버스베이 배스앤바디 (Traverse Bay Bath and Body)	라이스브란오일 (Rice Bran Oil)	미국	42.95호주달러 (약 3만 6,796원)	3.17L	

자료: 이베이(eBay)

사진 자료: 이베이(eBay)

41) 조사일(2021.11.07.) 기준 이베이(eBay) 현미유 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 호주 현미유 주요 오프라인 유통채널 ① 울워스

기업 기본 정보	기업명	울워스(Woolworths)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.woolworths.com.au			
	위치	뉴사우스웨일스(New South Wales)			
	규모	매출액('20)	약 672억 7,800만 호주달러(약 57조 6,384억 원) ⁴²⁾		
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('21): 약 1,000개 직원 수('20): 210,067명 			
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품의 96%, 특히 육류의 100%를 호주 현지 생산자로부터 공급받음 2020년 음료 및 주류 배송 기업 쇼티스리큐르(Shorty's Liquor) 인수 울워스메트로(Woolworths Metro) 등 소형 매장 운영 중이며, 이중 약 14개 매장이 '현금 없는 매장(Cashless Store)'로 시범 적용됨 			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	전연령층	소득수준	중산층

방문매장 정보	영업시간	07:00 ~ 23:00		
	주소	6/14 Walker St, Rhodes NSW 2138		
	상권	역 앞의 쇼핑센터 내에 위치하여 이용 고객 다수		
	VMD	취급 브랜드	알파원(Alfaone), 플렌티푸드(Plentyfoods)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경				

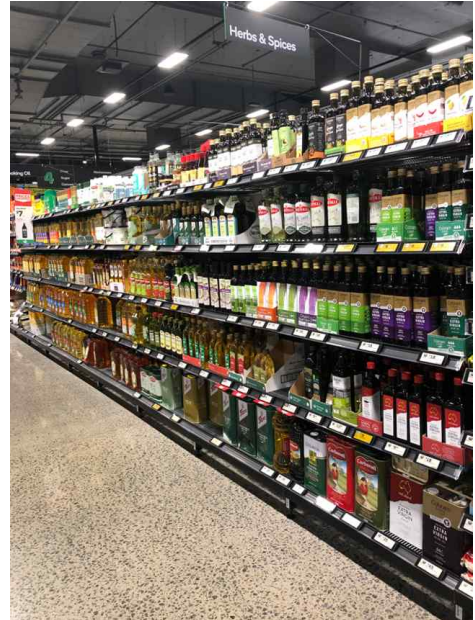
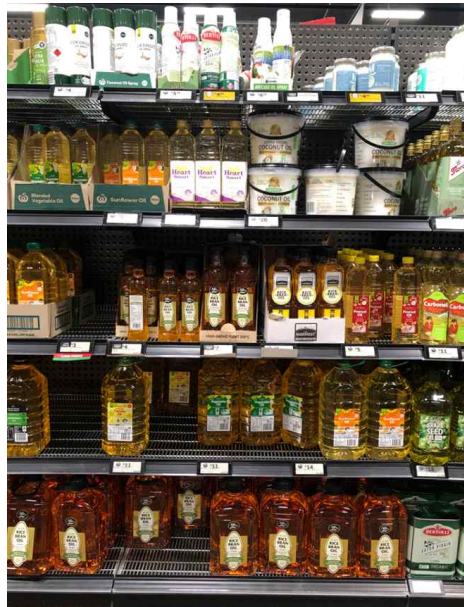
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 하단 'Suppliers' 클릭 'Start your application now' 클릭 후 지원서 작성 입점 등록 절차 ① 지원서 제출 ② 지원서 검토 ③ 카테고리 매니저 개별 연락 ④ 추가 정보 제공 ⑤ 공급자 계약서 동의 입점 등록 조건 예시 <ul style="list-style-type: none"> 호주사업번호(ABN) 혹은 뉴질랜드사업번호(NBN) 보유 신선식품의 경우 WOA(Woolworths Quality Assurance Standard) 기준 충족 제품 공급 개시 시점까지 GTIN 번호와 해당 바코드 번호 보유 최소 유통기한 충족, 안정성 자격 충족, 최소 재고 보유 등
----------	---------------	--

자료: 울워스(Woolworths)

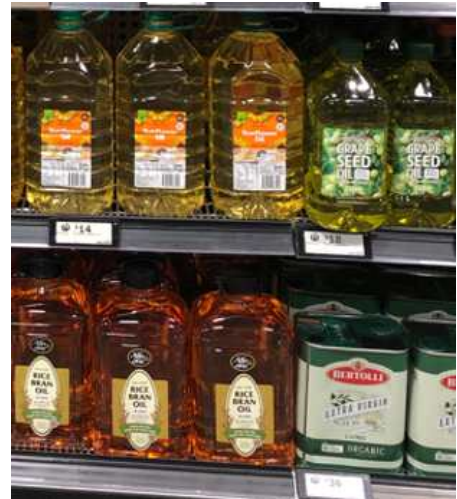
사진 자료: 울워스(Woolworths) 현지매장 방문조사

42) 울워스그룹(Woolworths Group) 통합 매출액임

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품



울워스에서는 올리브유나 해바라기유를 비롯한 각종 식용유를 하나의 섹션으로 분류 배치함. 현미유 제품은 하베스트 브랜드의 제품임. 패키징은 플라스틱이 다수이고, 대용량 식용유의 경우 철제 용기로 포장되어있는 제품도 존재함. 유기농 인증을 받았거나, 건강 관련 요소를 셀링 포인트로 삼는 경우 별도로 표기해둠. 울워스 자체상표 상품도 다수 존재함.

자료: 울워스(Woolworths) 현지매장 방문조사


사진 자료: 울워스(Woolworths) 현지매장 방문조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	현미유	하베스트 (Harvest)	라이스브란오일 (Rice Bran Oil)	말레이시아	5.00호주달러 (약 4,284원)	1L	
2	식용유	플렌티푸드 (Plentyfoods)	허트스마트슈퍼하이 오메가9선플라워쿠키오일 (Heart Smart Super High Omega 9 Sunflower Cooking Oil)	호주	8.00호주달러 (약 6,854원)	750ml	
3	올리브유	콩가푸드 (Conga food)	모로델리카도 라이트테이스트올리브오일 (Moro Delicado Light Taste Olive Oil)	스페인	12.00호주달러 (약 1만 281원)	1L	
4	올리브유	매크로홀푸드마켓 (Macro Wholefoods Market)	스페인쉬엑스트라버진 올리브오일 (Spanish Extra Virgin Olive Oil)	스페인	5.00호주달러 (약 4,284원)	500ml	
5	올리브유	코카투그로브 (Cockatoo Grove)	오가닉오스트레일리안 엑스트라버진올리브오일 (Organic Australian Extra Virgin Olive Oil)	호주	12.00호주달러 (약 1만 281원)	500ml	
6	올리브유	코브람에스테이트 (Cobram Estate)	오스트레일리안 엑스트라버진올리브오일 (Australian Extra Virgin Olive Oil)	호주	18.00호주달러 (약 1만 5,421원)	750ml	
7	올리브유	데오레오 (Deoleo)	베르톨리 엑스트라버진올리브오일 (Bertolli Extra Virgin Olive Oil)	이탈리아	22.00호주달러 (약 1만 8,848원)	1L	
8	해바라기유	울워스 (Woolworths)	선플라워오일 (Sunflower oil)	뉴질랜드	8.00호주달러 (약 6,854원)	2L	
9	해바라기유	굿맨필더 (Goodman fielder)	크리스코100%퓨어 선플라워오일 (Crisco 100% Pure Sunflower Oil)	호주	5.50호주달러 (약 4,712원)	750ml	
10	야채유	굿맨필더 (Goodman fielder)	크리스코100%퓨어 베지터블오일 (Crisco 100% Pure Vegetable Oil)	호주	4.25호주달러 (약 3,641원)	750ml	

자료: 울워스(Woolworths) 현지매장 방문조사

사진 자료: 울워스(Woolworths) 현지매장 방문조사

② 콜스

기업 기본 정보	기업명	콜스(Coles)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.coles.com.au		
	위치	빅토리아(Victoria)		
	규모	매출액('20)	약 386억 호주달러(약 33조 694억 원)	
기타 규모		<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('21): 약 800개 직원 수('21): 약 11만 2,000명 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 모회사인 콜스그룹(Coles Group)은 슈퍼마켓 형태의 콜스(Coles) 이외에 소규모 매장인 콜스익스프레스(Coles Express), 주류 판매점 리큐르랜드(Liqorland)나 콜스로컬(Coles Local) 등의 다양한 오프라인 소매유통채널을 함께 운영 중 2020년 이커머스 판매 강화를 위해 새로운 온라인 몰 개시 글로벌 공급 매니지먼트 플랫폼인 Supplier Ethical Data Exchange를 도입하여 엄격한 안전 및 위생 기준, 윤리적 소싱 규정을 공급자에게 요구하며, 지속적인 CSR/ESG 관련 투자 진행 중 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 유제품, 냉동식품, 주류, 음료류, 건강보조식품, 생활용품, 잡화류 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 신선도 높은 제품, 유기농 제품, 동물복지인증 제품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 제3자 플랫폼을 통한 등록 '레인지미(Ragne Me)': 공급업체와 유통업체를 연결해주는 플랫폼 (www.rangeme.com/suppliers) - 레인지미 계정 생성 후 브랜드 프로파일 및 제품 페이지 제작 ① 공급자정보 (기업연수, 매출액, 산업카테고리, 브랜드 이름, 위치) ② 공급 제품 정보 (제품군, 브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매가격) - 콜스(Coles)에 제품 및 브랜드 프로파일 제출 - 문의사항 연락처 - 이메일(플랫폼): info@rangeme.com.au - 이메일(온라인몰): coles.ecommerce@coles.com.au - 전화번호(플랫폼): +61-2-9199-8530 - 전화번호(온라인몰): +61-(0)3-8544-7430 (발신 후 5 눌러 연결) 		

자료: 콜스(Coles), 스타티스타(Statista), 농수산물수출지원정보(KATI)

사진 자료: 콜스(Coles)

③ 어니스트투굿니스

기업 기본 정보	기업명	어니스트투굿니스(Honest to Goodness)	
	기업구분	유기농매장	
	홈페이지	www.goodness.com.au	
	위치	뉴사우스웨일스(New South Wales)	
	규모	매출액('20) 약 909만 달러(약 108억 원) 기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 1개 직원 수('20): 47명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 오스트레일리아안오가닉(Australian Organic) 주관 어워드 및 오가닉컨슈머초이스어워드(Organic Consumer Choice Awards) 등에 선정됨 비콥 인증(Certified B)⁴³ 기업임 알렉산드리아헬스푸드스토어(Alexandria Health Food Store)라는 이름의 오프라인 매장을 1개 보유하고 있으며, 스톡키스트(Stockists), 오가닉푸드마켓(Organic Food Markets)에서 오프라인 판매 중 도소매 유통 함께 진행 중이며, 현재 호주 전역에 배송 서비스 제공 중 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 베이커리, 건강식품, 생활 용품, 플라스틱프리 제품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 식품, 비건·저지방·저당 등 건강 식품, 현지 생산 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: info@goodness.com.au - 전화번호: +61-2-8310-1801 - 팩스: +61-2-8310-1801 	

자료: 어니스트투굿니스(Honest to Goodness), 던앤브래드스트리트(dun&bradstreet)

사진 자료: 어니스트투굿니스(Honest to Goodness)

43) 사회적, 환경적 영향력을 주요 요인으로 고려하는 기업에 대하여 부여되는 인증으로, 대표적인 비콥 인증 기업은 미국 패션 브랜드

④ 디스카운트헬스푸드

기업 기본 정보	기업명	디스카운트헬스푸드 (Discount health foods)
	기업구분	유기농매장
	홈페이지	www.discounthealthfoods.com.au
	위치	빅토리아
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 1개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 30년 이상 운영된 건강식품 판매점임 • 온라인 스토어를 보유하고 있으며, 호주 및 전세계에서 제품을 소싱함 • 온라인 주문 후 매장에서 제품을 수령하는 클릭앤콜렉트 서비스 제공 중 • 모바일 서비스 이용 시 할인 혜택 제공
매장정보	입점가능품목	• 건강보조식품, 건강기능식품, 차(茶)류, 커피류, 화장품, 생활용품, 애견용품 등
	선호제품	• 유기농 제품, 건강기능식품 및 건강보조식품 등
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 Contact 클릭 - 홈페이지 기입 정보 (이름, 이메일, 전화번호, 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 규격, 판매 가격, 제조사 정보 등)) • 유선연락을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +61-3-9690-6093

자료: 디스카운트헬스푸드(Discount health foods)

사진 자료: 디스카운트헬스푸드(Discount health foods)

파타고니아 등이 있음


⑤ 하나로마트

기업 기본 정보	기업명	하나로마트(Hanaromart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.hanaromartonline.com	
	위치	퀸즐랜드(Queensland)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 19개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 퀸즐랜드주 최대의 한인마트임 • 인테리어 및 내부 디자인이 깔끔하며, 대형 쇼핑몰 내에 위치한 경우가 많아 접근이 용이함 • 자사 SNS(인스타그램 및 페이스북)를 통해 신제품 및 제품 할인 행사 정보 제공 중이며, 위챗 계정과 카카오톡 플러스친구 계정 보유 • 주류의 경우 써니뱅크(Sunnybank) 지점에서만 구입 가능함 	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 소스류, 기타 생활용품 및 집화류 등	
	선호 제품	• 한국 외 아시아계 식료품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +61-7-3012-7775 - 이메일: hanaromartau@gmail.com - 위챗: @hanaromartau 	

자료: 하나로마트(Hanaromart), 농수산물수출지원정보(KATI)

사진 자료: 하나로마트(Hanaromart)

⑥ 케이티마트

기업 기본 정보	기업명	케이티마트(KT Mart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.ktmartmall.com.au	
	위치	빅토리아(Victoria)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 3개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2007년 설립됨 • 한국, 중국, 일본 등 다양한 아시아 식료품 판매함 • 홈페이지를 통해 판매하는 제품에 대한 설명을 상세히 제공 • 2015년부터 온라인몰 개시하여 배송 서비스 제공 중이며, 요일별로 배송 가능 지역이 상이함 • 빅토리아주 내 벨버른과 미침에서 매장 운영 중 • 2020년 호주 배달 서비스 제공 업체 오지헬퍼(Ozihelper)와 파트너십 계약을 맺고 식료품 배달 서비스 제공 중 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 면류, 김치류, 주류, 홍삼류, 음료류, 스낵류, 한국 화장품, 주방용품, 한류 관련 집화류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 제품, 기타 아시아 식료품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 메뉴 Contact 클릭 - 양식대로 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 이메일 주소, 전화 번호 등) - 문의사항 연락처 및 기타 정보 - 이메일: ktmartmall@outlook.com - 전화번호: +61-478-801-827 	

자료: 케이티마트(KT Mart)

사진 자료: 케이티마트(KT Mart)

VI. 진입장벽

1. 호주 현미유 통관 및 검역 절차
2. 호주 현미유 품질 인증
3. 호주 검역제도
4. 호주 현미유 라벨링
5. 호주 현미유 성분 및 유해물질

1. 호주 현미유 통관 및 검역 절차⁴⁴⁾

▶ 호주 현미유 수출 시 통관 및 검역 주요 사항

호주로 식품 수출 시 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ, Food Standards Australia New Zealand)에서 식품 표준 개발 및 관리, 수입식품의 안정성 관리 등을 전반적으로 관할하며 수입통관 절차가 까다로운 편으로 철저한 준비가 요구됨. 호주 수입업자에게 신선 농산물 및 식품류 수입 허가가 필수적으로 요구되며 위생 증명서가 필요함

[표 6.1] 호주 현미유 통관 검역 절차



자료: 관세청, 호주 농업부, 호주·뉴질랜드 식품기준청, 호주 법제처


44) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

2. 호주 현미유 품질 인증

▶ 호주 수입 현미유, 수입식품 관리제도 인증 필수 발급

호주로 현미유 수출 시에 필수적으로 호주 수입식품 관리제도 인증이 필요함. 수입식품을 관리하는 기관은 농업수자원부와 식품기준청이 있으며, 호주로 현미유 수출하는 경우에는 식품안전기준, 라벨링, 첨가물 기준 등을 참고할 필요가 있음. 그 외 필수 인증은 없으며, HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐프리 인증, 비건 인증, 할랄(Halal) 인증, 코셔(Kosher) 인증과 같은 호주 민간 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음

[표 6.2] 호주 현미유 필수 인증

등록명	호주 수입식품 관리제도	인증 성격	국가공인 필수 인증
마크		인증기관	호주 농업수자원부 및 식품기준청
근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> • 식품표준법(Legislation Act 2003) • 생물보안법(Biosecurity Act 2015) • 수입식품관리법(Imported Food Control Act 1992) • 원산지 라벨 정보에 관한 기준법(2016) 		
인증 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 호주 농업수자원부는 수입식품에 관한 검사 및 검역을 담당하며, • 식품기준청은 호주 내 판매되는 식품에 대한 기준을 제정하여 이를 관리함 		
적용 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 식품기업은 호주로 수출하기 전 식품관련 규정을 준수하여 함 • 호주 및 뉴질랜드 내에서만 인정됨 		

자료: 각 인증기관

[표 6.3] 호주 현미유 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
GMP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	

자료: 각 인증기관

3. 호주 현미유 검역제도

식품의 수입통관은 호주검역당국(AQIS)에서 관리하고 있으며 수입식품 검사체계(IFIS)에 따라 모든 수입식품에 대해 서류심사 및 기본검사를 실시함. 검사에 실패하면 생산국가 대사관 등의 무역위원회(Trade Commission)와 수입업자에 통지하며 5회 연속 실패하면 수입이 취소됨

[표 6.4] 호주 현미유 검역제도

<p>서류심사 및 기본검사</p>	<ul style="list-style-type: none"> 검역장소는 호주 관세청에 공식 등록된 장소여야 함 식품분류에 따른 검역 절차가 호주 검역청에 통보되면 검사관은 검역청 검사관리 시스템(AIMS)을 통해 전달받은 수입신고 서류 및 검역 지시사항을 토대로 기본검사를 실시함 수입식품은 미생물 오염, 농약 및 동물약품 잔류, 중금속 및 자연독소 식품 첨가물에 대한 검사가 이루어지며 시작적 검사와 표시에 대한 검사 또한 진행됨
<p>샘플 검사 및 정밀검사</p>	<ul style="list-style-type: none"> 검사관은 수입식품검사체계에 따라 수입 식품검사를 진행 수입식품검사체계에 따라 수입되는 식품은 위험도에 따라 위험 식품, 감시 식품, 규정 준수 계약 식품으로 구분되어 각각 검사를 실시함 모든 수입식품들은 호주-뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)의 요구사항을 충족해야 함
<p>적합판정</p>	<ul style="list-style-type: none"> 검사결과에 대해 수입식품검사보고서(IFIR: Imported Food Inspection Report)를 발급하고, 호주 검역청 수입관리전산시스템(AIMS)에 세부사항을 입력, 검사보고서는 호주 관세청에 통보되어, 결과에 따라 통관절차를 밟도록 함 검사 결과는 수입업체에게 통보되는데, 폐기처분 이외의 비용은 수입업체의 부담임 미생물 허용기준 및 첨가물 사용 제한 등의 규정을 준수하지 않은 식품의 경우 책임소재는 제조업자에게 있으며, 표시 오류는 호주 수입업자의 책임임
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> 호주의 검역절차는 매우 까다로우나 가공(건조, 냉동 등)되어 진공포장(비닐, 캔 등)된 식품류는 소정의 절차를 거치면 지속적인 수입이 간소화 될 수 있음 다음의 가공식품들은 미생물실험에서 제외되고, 포장된 제품은 다음 세 가지 항목에 포함되어야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 진공되어 포장된 제품(강통, 유리병) 실내온도에 저장되었을 때 유통기한이 긴 경우 - 개봉 후 냉장보관이 불필요한 경우 위 사항에 해당하는 제품의 경우, 해당 제품은 열처리 및 살균되었다고 볼 수 있음

자료: 호주 농업부, 호주 법제처

4. 호주 현미유 라벨링

[표 6.5] 호주 현미유 라벨링

적용 규제	<ul style="list-style-type: none"> Australian New Zealand Food Standards Code(ANZFSC)
세부 규정	<ul style="list-style-type: none"> Standard 1.2.1 - Requirements to have labels or otherwise provide information
주 표시면 표시사항 및 기준	<p>1. 제품명</p> <ul style="list-style-type: none"> 호주·뉴질랜드 식품기준청에서 규정하고 있는 제품명 또는 식품의 본질을 나타낼 수 있는 이름으로 할 것 제품명은 잘못 이해할 수 있거나 잘못된 정보를 제공하지 아니할 것
	<p>2. 로트 번호</p> <ul style="list-style-type: none"> 로트 번호는 제품의 리콜 시 활용 목적으로 작성할 것 아이스크림이나 대용량 패키지 안에 포함된 소포장 제품에 대한 로트 번호 표기는 생략 가능
	<p>3. 공급업체 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> 호주 또는 뉴질랜드 공급업체(제조사, 포장업체, 벤더, 수입자)의 정보를 필수적으로 표기할 것 주소는 해당 기업이 사업을 영위하는 실제의 주소로 작성해야 하며, 사서함 주소는 불가
	<p>4. 경고문, 권고문 및 선언문</p> <ul style="list-style-type: none"> 제품의 섭취 시 건강과 관련하여 추가적으로 알아야 하는 내용 등의 경고 표기 필수 분명하고 영구적으로 작성되어야 하며, 뒷 배경과 대비 되는 색상으로 작성할 것 특정 성분을 포함하는 경우 과잉 섭취가 완하제 효과를 가질 수 있다는 권고문 필요
	<p>5. 성분설명</p> <ul style="list-style-type: none"> 원료명은 일반명이나 원료의 본질을 알 수 있는 형태의 또는 규정에서 정하고 있는 명칭으로 할 것 함유량 순으로 원료정보를 나열
	<p>6. 보관방법</p> <ul style="list-style-type: none"> 제품의 안전과 건강상의 문제가 일어나지 않을 수 있도록 하는 내용의 사용법 또는 보관 방법을 표기할 것
	<p>7. 유통기한</p> <ul style="list-style-type: none"> 'Best-Before' 또는 'Use-By'로 표기할 것 유통기한 또는 사용기한이 적용일로부터 3개월 이상인 경우 일, 월, 연도순으로 표기

자료: 호주 법제처

주 표시면 표시사항 및 기준	8. 보관 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 안전과 건강상의 문제가 일어나지 않을 수 있도록 하는 내용의 사용법 또는 보관방법을 표기할 것 • 식품이 유통기한까지 보관되도록 하기 위한 특정 보관 조건이 필요한 경우 해당 조건 표기할 것
	9. 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 건강강조표시가 아닌 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 탄수화물, 당, 나트륨 정보를 표기할 것 • 각 성분의 중량에 따라 내림차순으로 표기할 것 • 제품의 평균 1회 섭취량(g 또는 ml)과 제품의 섭취 횟수를 표기할 것 • 제품의 1회 제공량과 총 제공횟수 및 해당 제공량 당 에너지 함량을 표기할 것(kj 또는 kcal) • 트랜스 지방, 다중 및 단일 불포화 지방산이 있는 경우 반드시 표기할 것 • 식품첨가물(비타민, 미네랄 포함)을 표시해야 하며, 효소와 향미료는 구체적 성분명 없이 ‘효소’, 향미료 및 기타’로 표기
	10. 영양, 건강 및 관련 강조표시와 관련된 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 질병, 장애 또는 상태의 예방, 진단, 치료 또는 완화의 의미를 가진 문구 표기 불가함 • 다른 식품의 비타민 또는 미네랄의 함량과 직간접적인 비교 문구 표기 불가함 • 영양성분의 강조 표시는 식품의 형태에 대한 설명과 함께 명시되어야 함
	11. 특성화 성분에 대한 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 원료의 실제 함량 또는 최소 함량을 퍼센트 형태로 정보를 제공할 것
	12. 기타 표시사항	<ul style="list-style-type: none"> • 유전자 기술을 사용하여 생산된 식품과 관련된 정보 • 방사선 조사 식품에 관한 정보 • 라벨은 영어로 작성할 것

자료: 호주 법제처

▶ 호주 현미유 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문]

[앞면 - 국문]

- ① Alfa One
- ② 100% PURE
- ③ RICE BRAN OIL
- ④ HIGH SMOKE POINT
Plant sterols, Vitamin E
Light flavour
- ⑤ GOOD FOR YOU
GOOD FOR YOUR FOOD
- ⑥ The most versatile oil in the
kitchen
- ⑦ 500ml
- ⑧ Contains 10000 ppm ORYZANOL

- ① 알파 원
- ② 100% 순수
- ③ 쌀겨기름
- ④ 높은 발연점
식물성 스테롤, 비타민 E
가벼운 맛
- ⑤ 당신에게 좋은
당신의 음식에 좋은
- ⑥ 주방 속 다용도 기름
- ⑦ 500ml
- ⑧ 오리지널 10,000PPM 함유

[뒷면 - 영문]

- ① Make the healthier choice
- ② Alfa one Rice Bran oil is naturally light and clean tasting. It contains the natural antioxidant Vitamin E and the plant sterol Oryzanol. With a high smoke point(250°C), it is ideal for all types of cooking, including baking, grilling and deep frying.

③ Ingredients :
Extra cold filtered Rice Bran Oil

④ Nutrition

Servings per package : 33 Serving Size : 15ml	Average Quantity Per Serving	Average Quantity per 100ml
Energy	510kj (122Cal)	3400kj (813Cal)
Protein	0g	0g
Fat - Total	14g	92g
- Saturated	3g	21g
- Trans Fatty Acids	0g	0g
- Polyunsaturated	5g	32g
- Monounsaturated	6g	39g
Cholesterol	0mg	0mg
Carbohydrate	0g	0g
- Sugars	0g	0g
Sodium	0mg	0mg
Vitamin E	3mg (30% RDI)	20mg
Natural Plant Sterol Equivalents	263mg	1750mg
- γ-Oryzanol	137mg	915mg
- Plant Sterols and Stanols	164mg	1090mg

- ⑤ This Product may become cloudy at less than 8°C. This is normal and will clear on gentle warming. Store in a cool dry place away from direct sunlight.
- ⑥ Best before: See bottom of bottle

[뒷면 - 국문]

- ① 더 건강한 선택을 하세요
- ② 알파원 기름은 순수하게 담백하고 깔끔한 맛이 납니다. 천연 항산화 물질인 비타민E와 스테롤 오리지놀을 함유하고 있습니다. 발연점(250°C)이 높아 구이, 튀김 등 모든 종류의 요리에 이상적입니다.

③ 재료 :
냉 여과 추출 쌀겨기름

④ 영양 정보

패키지당 제공횟수 : 33 1회 제공량 : 15ml	1회 제공량 당	100ml 당
열량	510kj (122Cal)	3400kj (813Cal)
단백질	0g	0g
지방 - 전체	14g	92g
- 포화지방	3g	21g
- 트랜스지방	0g	0g
- 다불포화지방	5g	32g
- 단일불포화지방	6g	39g
콜레스테롤	0mg	0mg
탄수화물	0g	0g
- 설탕	0g	0g
나트륨	0mg	0mg
비타민 E	3mg (30% RDI)	20mg
천연 식물 스테롤	263mg	1750mg
- 감마 오리지놀	137mg	915mg
- 식물 스테롤 및 스타놀	164mg	1090mg

- ⑤ 이 제품은 8°C 미만에서 흐려질수 있습니다. 이것은 정상적이고 따뜻한 곳에 두면 해결됩니다. 직사광선을 피해 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요.
- ⑥ 유통기한 : 병 밑 부분을 보세요.

- ⑦ Walter&Wild Limited.
 - 17 Botha Rd, Penrose,
 Auckland 1061, New Zealand.
 - For customer feedback write to:
 PO Box 112-141, Penrose,
 Auckland 1642
 or Ph: 0800 426 735
- ⑧ Walter & Wild Australia Pty Ltd.
 - Level6, Suite 602, 806-812
 Anzac Parade, Maroubra,
 NSW 2035
 - Ph: 1800 280 001
- ⑨ Alfa One and Good For You Good
 For Your Food are Trademarks of
 Walter & Wild Pty Limited.
- ⑩ KASISURI
- ⑪ Oil produced in Thailand by
 Kasisuri Co. Ltd. For Walter & Wild
 Pty Limited.

- ⑦ 월터앤와일드 유한회사
 - 17 보타 로드, 펜로즈,
 뉴질랜드 오클랜드 1061번지.
 - 고객 의견은 다음 주소로 문의하십시오.
 사서함 112-141 펜로즈 오클랜드
 1642
 또는 번호: 0800 426 735
- ⑧ 호주 (주)월터앤와일드 유한회사
 - 스위트룸 602, 806-812 안작
 퍼레이드, 마루브라, NSW 2035
 - 번호: 1800 280 001
- ⑨ 알파원 앤 굿 포 유어 푸드는
 (주)월터앤와일드 유한회사의
 상표입니다.
- ⑩ 카시스리
- ⑪ 기름은 태국에서 월터앤와일드사의
 카시스리에서 생산됩니다.

5. 호주 현미유 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

호주 식품 수출 시 첨가물은 일반적으로 가공식품의 맛 첨가, 안전한 보존, 사용용이 등을 위해 사용되고 안전검사를 통한 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)의 승인이 필요함. 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ) 식품 표준 코드 1.4장 명시 규정에 따르면 식품첨가물로 사용되는 물질(비타민, 미네랄 포함)은 성분 설명에 나열되어야 함. 하기 표는 현미유류에 적용되는 호주 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 호주 식품첨가물 규정 및 기준은 호주 식품기준청 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.6] 현미유에 적용되는 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품유형
1	레시틴	Lecithin		
2	탄산칼륨	Potassium carbonate		
3	폴리인산염	Polyphosphates		
4	젤란검	Gellan gum	GMP에 따라 사용	현미유류 (물이 없는 식용유지류)
5	아스코빌팔미테이트	Ascorbyl palmitate		
6	칼슘 아세테이트	Calcium acetate		
7	카로틴	Carotene		
8	도데실 갈레이트	Dodecyl gallate	100 mg/kg	
9	아스코빌 팔미테이트	Ascorbyl palmitate	GMP에 따라 사용	현미유류 (식용유지류 및 유화제)
10	옥틸 갈레이트	Octyl gallate	100 mg/kg	
11	아나토 추출물	Annatto extract	25 mg/kg	현미유류 (음료 이외의 식품)

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ), KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

호주로 식품 수출 시 적용되는 식품의 유해물질 규정은 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ) 1.4장 규정에 명시되어 있으며, 호주 내 수입 식품은 안전검사를 시행하여 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)의 승인을 받아야 함. 하기 표는 현미유류에 적용되는 호주 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 호주 식품첨가물 규정 및 기준은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 호주 식품기준청에서 확인 가능함

[표 6.7] 현미유에 적용되는 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	기준치	식품유형
1	아크릴로니트릴	Acrylonitrile	0.02 mg/kg	현미유
2	브로목시닐	Bromoxynil	0.1 mg/kg	
3	부프로페진	Buprofezin	0.05 mg/kg (동물성 원료 제품 제외)	
4	에루스 산	Erucic acid	20,000 mg/kg	
5	테트라하이드로칸나비놀	THC (Tetrahydrocannabinol)	≤ 5 mg/kg	
6	염화비닐	Vinyl chloride	0.01 mg/kg	
7	트리클로르폰	Trichlorfon	0.05 mg/kg	
8	이마자릴	Imazalil	0.05 mg/kg (동물성 원료 제품 제외)	

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ), KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

호주는 특히 식품 알레르겐 발생이 높은 국가 중 하나로, 알레르겐 발생률이 높은 10가지 성분이 식품 제조에 사용된 경우에는 반드시 라벨에 표시하도록 규정하고 있음. 알레르겐 성분은 2021년 2월 25일부로 더욱 강화되었으며 3년간 적용 기간을 거치도록 하고 있음. 알레르겐 정보는 포장재의 라벨링 상자 안에 문구를 포함하여야 하고 명료한 영어 단어로 표기하되 반드시 굵은 글자체를 사용해야 함. 고객사 현미유 원재료에는 호주에서 식품 유통 시 반드시 표기해야 하는 알레르기 유발성분이 포함되지 않는 것으로 확인됨

[표 6.8] 고객사 현미유 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 현미유 포함 여부
1	의무	유제품	-
2	의무	계란	-
3	의무	깨	-
4	의무	대두	-
5	의무	밀	-
6	의무	루핀(Lupin)	-
7	의무	글루텐	-
8	의무	어패류	-
9	의무	땅콩 및 견과류	-
10	의무	아황산염	-

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 콜스(Coles)

Interview ② 더비니거팩토리(The Vinegar Factory)

Interview ③ 인얌(Yin Yam)

Interview ① 콜스(Coles)

45)

●
콜스
(Coles)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1914년에 설립된 호주의 슈퍼마켓 체인
 - 현재 전 세계 800개 이상의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지에서도 판매를 진행하고 있음
 - 주요 취급 품목은 신선식품, 가공식품, 냉동식품, 소스 및 조미료, 음료류, 스낵류, 생활용품 등임

담당자 정보

Senior Store Manager



콜스(Coles) Senior Store Manager

Q. 현재 업체 내 가장 판매량이 높은 요리유는 무엇인가요?

현재 자사 브랜드인 콜스 엑스트라 버진 올리브유의 판매량이 가장 높으며, 500ml에 약 3호주달러(한화 약 2,570원⁴⁶⁾), 1L에는 7호주달러(한화 약 6,000원)에 판매하고 있습니다. 해당 제품은 건강에도 좋고 가격도 저렴하여 인기 있습니다.

Q. 가장 수요가 높은 요리유 종류는 무엇인가요?

호주 내 올리브유의 생산량이 급격히 증가함에 따라 올리브유의 수요도 높아졌으며 소비자들 사이에서 트렌드로 자리 잡았습니다. 올리브유는 특히 가격도 저렴하고 피부미용, 노화방지, 혈중 콜레스테롤 감소 등의 효능도 있어 소비자들의 선호도가 높습니다. 또한 호주에서는 이탈리아와 지중해 음식을 자주 먹는데, 해당 음식에 올리브유가 흔히 사용되어 활용도가 매우 높습니다.

Q. 호주에서 판매되기에 고객사 제품의 가격 및 용량은 어떤가요?

고객사 제품의 가격은 적절합니다. 호주에서 판매되고 있는 요리유의 일반적인 용량은 500ml이며, 1L 용량 이상의 용량을 구매하는 소비자들도 있습니다. 요리유의 종류마다 선호되는 용량이 다른데, 예를 들어 올리브유는 작은 용량, 해바라기유와 카놀라유는 대용량 제품이 인기 있습니다. 현미유의 경우, 아직 호주에서는 대중적이지는 않기 때문에 소용량 제품이 주로 판매되고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 주요 소비자는 누구일 것으로 예상하나요?

고객사 제품의 경우, 다량의 비타민이 함유되어 있고 콜레스테롤과 트랜스지방이 없기 때문에 건강을 중요시하는 소비자들에게 인기 있을 것으로 예상됩니다. 또한, 현미유는 튀김 요리에 적합하므로 감자칩이나 치킨을 자주 먹는 소비자들 주로 구매할 것으로 보입니다.

45) 사진자료: 콜스(Coles) 홈페이지

46) 1호주달러=856.72원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 점을 강조하는 것이 좋을까요?

고객사 제품의 성분이나 효능을 강조하여 건강한 오일이라는 점을 위주로 홍보하는 것이 좋습니다. 또한, 발연점이 높아 튀김에 적합하며 원재료의 풍미를 살려준다는 점도 같이 홍보하는 것을 추천합니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

호주의 대표적인 슈퍼마켓 체인으로 유통하는 것을 추천합니다. 저희 업체, 알디(Aldi), 울워스(Woolworths) 등의 유통채널은 호주 전역에 오프라인 매장을 보유하고 있으며 온라인으로도 판매를 진행하고 있기 때문에 다양한 소비자를 대상으로 판매할 수 있습니다.

Interview ② 더비니거팩토리(The Vinegar Factory)

47)

더비니거팩토리
(The Vinegar Factory)

- 유형: 제조업체
- 업체 특징:
 - 사과식초, 발사믹, 애플사이다 드링크, 올리브유 등을 생산하고 있는 제조업체
 - 자사 온라인 홈페이지에서 제품을 판매하고 있으며 콜스(Cloes), 로마오푸드홀(Romeo's Food Hall), 푸드랜드(Foodland) 등으로도 유통하고 있음

담당자 정보

Operations Manager

더비니거팩토리(The Vinegar Factory)
Operations Manager

Q. 현재 업체 내 가장 판매량이 높은 요리유는 무엇인가요?

저희 업체에서는 4가지의 올리브유를 판매하고 있는데, 그 중 오리지널 엑스트라 버진 올리브유의 판매량이 가장 높습니다. 해당 제품은 250ml에 9.95호주 달러(한화 약 8,524원)이며 풍미가 진하고 건강에도 좋으며 어떤 요리에나 쉽게 활용할 수 있어 수요가 높습니다.

Q. 가장 수요가 높은 요리유 종류는 무엇인가요?

최근 호주에서는 올리브유의 수요가 가장 높습니다. 올리브유는 다양한 영양소가 함유되어 있어 품질도 훌륭하고 건강에도 좋기 때문에, 콩기름이나 해바라기유를 올리브유로 대체하고 있는 추세입니다.

Q. 호주에서 판매되기에 고객사 제품의 가격 및 용량은 어떤가요?

고객사 제품의 성분이나 건강적 효능을 고려했을 때, 저렴한 가격대입니다. 타겟 소비자를 어떻게 설정하느냐에 따라 가격을 더 높게 책정해도 좋을 것 같습니다. 올리브유의 경우, 가장 인기 있는 용량은 500ml나 1L이며 프리미엄 올리브유는 주로 250ml 용량으로 판매되고 있습니다.

Q. 고객사 제품이 호주에서 시장성이 있을까요?

아직 호주에서는 올리브유의 수요를 넘어서는 것은 어렵습니다. 그러나, 올리브유의 가격이 그렇게 저렴한 편은 아니고, 대부분의 호주인들도 올리브유가 튀김에 적합하지 않다는 점을 알고 있습니다. 그렇기 때문에 고객사 제품의 홍보 시, 현미유가 건강에도 좋고 튀김에 적합하다는 점을 강조하는 것이 좋습니다. 현재 호주에서는 올리브유의 대체품이 거의 없는 상황이기 때문에 홍보가 많이 필요합니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 점을 강조하는 것이 좋을까요?

콜레스테롤과 트랜스지방이 없다는 점과 약 250도의 높은 발연점을 가지고 있다는 점을 위주로 홍보하는 것이 좋습니다. 또한, 호주에서는 건강한 제품은 비싸다는 인식이 있기 때문에 고객사의 제품의 가격이 매우 합리적이라는 점도 강조해야 합니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

울워스(Woolworths), 콜스(Coles), 알디(Aldi), 로미오푸드홀(Romeo's Food Hall), 푸드랜드(Foodland) 등 대형 슈퍼마켓 체인점으로 유통하는 것을 추천하며 로컬 슈퍼마켓으로 유통하는 것도 좋은 방법입니다.

Interview ③ 인얌(Yin Yam)

48)

인얌
(Yin Yam)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 한국, 중국, 일본, 동남아시아 등 아시아 식품을 전문적으로 취급하고 있는 아시아마트
 - 현재 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매를 진행하고 있으며 주요 취급 품목은 신선식품, 냉동식품, 인스턴트 식품, 라면, 음료류 등임

담당자 정보

Managing Director

인얌(Yin Yam)
Managing Director

Q. 현재 업체 내 가장 판매량이 높은 요리유는 무엇인가요?

저희 업체에서는 리오푸드(Lio Food)의 채소 프리미엄 요리유의 수요가 가장 높습니다. 해당 제품은 2L에 6호주달러(한화 약 5,140원)에 판매되고 있으며 특히 아시아 음식에 잘 어울려 소비자들에게 인기 있습니다.

Q. 가장 수요가 높은 요리유 종류는 무엇인가요?

저희 업체는 아시아 마트로, 주요 소비자는 아시아인입니다. 아시아 소비자들의 경우, 다양한 아시아 요리에 모두 잘 어울리고 가격도 적당한 카놀라유나 해바라기유를 선호하는 편입니다.

Q. 호주에서 판매되기에 고객사 제품의 가격 및 용량은 어떤가요?

고객사 제품의 용량 대비 FOB 가격은 저렴한 편입니다. 아시아 소비자들은 250ml나 500ml 같은 소용량의 제품보다 1-2L 정도의 대용량 제품을 주로 구매하고 있기 때문에 최소 1L 이상의 용량으로 판매하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 제품의 주요 소비자는 누구일 것으로 예상하나요?

고객사 제품의 주요 소비자는 아시아, 특히 한국 소비자일 것으로 예상됩니다. 그러나 호주에서는 아시아인 뿐만 아니라 현지 호주인들도 아시아 음식을 즐겨 먹기 때문에, 볶음요리 및 볶음밥 등 아시아 스타일의 음식을 즐겨 먹는 소비자들을 타겟으로 하는 것도 좋습니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 점을 강조하는 것이 좋을까요?

현미유는 풍미도 좋고 효능도 다양하기 때문에 건강을 위주로 홍보하는 것이 좋습니다. 호주에서 주로 사용되는 키워드로는 ‘건강(healthy)’, ‘가장 건강한 요리유(healthiest cooking oil)’, ‘건강한 채소유(healthy vegetable oil)’ 등이 있습니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

타겟 소비자를 아시아인으로 설정한다면, 케이티마트(KT Mart) 같은 아시안마트로 유통하는 것이 좋으며, 다양한 소비자들을 대상으로 판매하려면 푸드랜드(Foodland), 콜스(Cloes), 알디(Aldi) 등의 종합 유통업체에서 판매하는 것을 추천합니다.

호주(Australia) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 유통업체 ○ · 제조업체 ○	콜스 (Coles)	더비니거팩토리 (The Vinegar Factory)	인얌 (Yin Yam)
	유통업체	제조업체	유통업체
요리유 취급 ▶			
	올리브유	올리브유	채소유
사진 자료: 콜스, 더비니거팩토리, 인얌 제품 판매 페이지			

호주(Australia) 유통업체 및 제조업체 인터뷰 요약			
고객사	요리유 트렌드	제품 피드백	홍보 및 유통채널
콜스 (Coles) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> • 올리브유의 수요 증가 (이유 : 가격, 효능, 활용도) • 자사 엑스트라 버진 올리브유의 판매량이 가장 높음 	<ul style="list-style-type: none"> • 적절한 가격대 • 500ml or 1L 수요 높음 • 현미유는 소용량 제품이 주로 판매되고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 건강한 오일, 튀김에 적합하다는 점을 위주로 홍보할 것 • 대표 슈퍼마켓 체인으로 유통하는 것을 추천
더비니거팩토리 (The Vinegar Factory) 제조업체	<ul style="list-style-type: none"> • 올리브유의 수요 높음 (이유 : 품질, 건강) • 콩기름이나 해바라기유를 올리브유로 대체하는 중 	<ul style="list-style-type: none"> • 저렴한 가격대 • 500ml or 1L가 인기 • 프리미엄 제품은 250ml • 올리브유의 수요를 쉽게 넘어설 수는 없음 	<ul style="list-style-type: none"> • 건강에 좋고 튀김에 적합하다는 점을 위주로 홍보할 것 • 대형 슈퍼마켓 체인이나 로컬 슈퍼마켓으로 유통하는 것을 추천
인얌 (Yin Yam) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> • 아시아인 소비자들은 카놀라유나 해바라기유 선호 (이유 : 가격, 활용도) 	<ul style="list-style-type: none"> • 저렴한 가격대 • 아시아인 소비자들에게 1-2L 인기 	<ul style="list-style-type: none"> • 건강을 위주로 홍보할 것 • 타겟 소비자에 따라 아시아마트 or 종합 유통업체로 유통하는 것을 추천
(*) 현지 경쟁품 취급 유통업체 및 제조업체 인터뷰 3개사			

VIII. 시사점



소비 특징 ① 식용유 주요 경쟁제품 키워드, 올리브유 및 코코넛오일

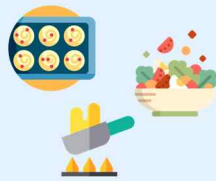


온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 식용유의 주요 경쟁제품 키워드로 올리브유 및 엑스트라버진 올리브유 관련 키워드가 가장 빈출되는 것이 확인되었음. 뒤이어 코코넛오일, 카놀라유 및 참기름과 관련된 키워드가 빈출하였음. 한편 고객사 제품과 같은 현미유 관련 키워드는 15건으로, 경쟁제품 20가지 종류 키워드 중 9위 수준의 키워드량을 보였음

한편, 유료모니터를 통한 식용유 브랜드 점유율 조사 결과, 코브람 에스테이트 브랜드가 점유율 12.3%로 1위를 기록했으며, 뒤이어 모로 브랜드가 9.0%, 올웁스 브랜드가 8.3%, 레마노 브랜드가 6.9%, 콜스 브랜드가 6.4% 점유율을 보였음. 한편, 호주 현미유 브랜드 알파원은 식용유 브랜드 점유율 5.4%를 기록하며 전체 식용유 브랜드 중 7위 점유율을 보이고 있는 것으로 나타남



소비 특징 ② 식용유 주요 용도 키워드, 베이킹 및 드레싱



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 식용유의 주요 용도 키워드로 베이킹 관련 키워드가 가장 빈출하는 것으로 나타남. 뒤이어 드레싱, 샐러드 등 샐러드 관련 키워드가 많이 도출되었으며, 다용도 관련 키워드도 많이 도출되는 것이 확인되었음. 또한 프라이팬에 볶거나 굽는 용도 관련 키워드도 빈출하였음. 한편 튀김 관련 키워드는 다른 키워드에 비해 상대적으로 적게 도출되었으며, 튀김 관련 키워드를 가진 제품 종류로 올리브유, 현미유 등이 확인되었음

한편, 호주 현지 요리수 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 소비자들에게는 올리브유 수요가 가장 높으며 품질 및 건강을 이유로 기존 콩기름이나 해바라기유 사용에서 점차 올리브유 사용으로 대체되고 있는 추세인 것으로 나타남. 한편, 고객사 제품과 같은 현미유는 튀김에 적합하다는 점을 강조해야 한다는 담당자들의 의견이 지배적이었음



소비 특징 ③ 식용유 주요 홍보문구 키워드, 품질 및 건강 관련 다



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 식용유의 주요 홍보문구 키워드로 '유기농', '천연의', '프리미엄' 등 품질과 관련된 홍보문구 키워드가 빈출하는 것으로 나타남. 또한 '건강한' 등 건강함 자체를 강조하는 홍보문구 키워드 역시 많이 도출되었으며, 제품 가공방식 관련 키워드 중에서는 '비정제' 키워드가 가장 많이 도출되었음

한편, 호주 현지 요리수 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 추천 홍보 방식으로 건강을 강조한 홍보문구가 언급되었으며 현미유의 주요 소비층이 될 수 있는 아시아인 소비자들에게는 1-2L 대용량 제품을 어필하는 것이 추천되었음



유통채널 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 압도적인 점유율 차지



고객사 제품인 현미유가 포함된 호주 식용유 유통채널 점유율 조사 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 96.6%로 압도적으로 많은 점유율을 보였음. 뒤이어 온라인이 1.8%의 점유율을 보였으며, 개인 및 기타 식료품점이 1.2%, 편의점이 0.3%, 드럭스토어가 0.2%의 점유율을 나타냈음

한편, 호주 요리수 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 담당자 3명 모두 오프라인 유통채널 위주로의 진출을 추천하였음. 담당자들은 슈퍼마켓, 아시아마트로의 유통을 추천했으며, 특히 호주 대표 슈퍼마켓 체인 및 로컬 슈퍼마켓 등 다양한 슈퍼마켓 채널로 진출하는 것이 언급되었음

Point 01. 호주 수출 위해 수입식품 관리제도

인증 발급 필수

Point 02. 호주 수출 제품 라벨링,

호주 뉴질랜드 식품 기준 코드 준수

진입장벽



현미유 제품을 호주에 수출 시, 필수적으로 호주 수입식품 관리제도 인증 발급이 필수인 것으로 나타났으며, HACCP 등 글로벌 공통 인증 및 할랄, 코셔 등과 같은 호주 민간 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음. 호주 수출 제품은 호주 뉴질랜드 식품 기준 코드(Australian New Zealand Food Standards Code)가 규정한 라벨링 기준을 준수해야 하며, 현미유에 들어가는 식품첨가물 최대허용량은 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)의 식품 표준 코드 1.4장 명시 규정을 따라야 하는 것으로 나타남

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Edible Oils in Australia」, 2020.11
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Australia Country Report」, 2021.05
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Discounters in Australia Country Report」, 2021.05
4. 오스트레일리아오가닉(Australian Organic), 「2021 Australian Organic Market Report」, 2020.02
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in Australia Country Report」, 2021.05
6. 호주우편국(Australia Post), 「eCommerce Industry Report 2021」, 2021.03
7. 농수산물유통공사(aT), 「호주 코로나 이후 소비자의 유통채널 사용 및 식품소비 동향 파악을 통한 수출확대 방안 모색」, 2021.09
8. 식품의약품안전처, 「건강기능식품 수출가이드」, 2016
9. 호주 농업부(Department of Agriculture), 「Guidelines for determining recognised food safety management certificates」, 2020

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 울워스(Woolworths) (woolworths.com.au)
5. 이베이(eBay) (ebay.com.au)
6. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
7. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
8. 아마존(Amazon) (www.amazon.com.au)
9. 오스트레일리아오가닉(Australian Organic) (www.austorganic.com)
10. 던앤브래드스트리트(dun&bradstreet) (www.dnb.com)
11. 울워스(Woolworths) (www.woolworths.com.au)
12. 농수산물수출지원정보(KATI) (www.kati.net)
13. 콜스(Coles) (www.coles.com.au)
14. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
15. 어니스트투굿니스(Honest to Goodness) (www.goodness.com.au)
16. 디스카운트헬스푸드(Discount health foods) (www.Discounthealthfoods.com.au)
17. 하나로마트(Hanaromart) (www.hanaromartonline.com)
18. 케이티마트(KT Mart) (www.ktmartmall.com.au)
19. 호주 농업부(Department of Agriculture) (agriculture.gov.au)
20. 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ) (www.foodstandards.gov.au)
21. 호주 법제처 (www.legislation.gov.au)
22. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
23. 국가관세종합정보망 서비스 (unipass.customs.go.kr)
24. 더비니저팩토리(The Vinegar Factory) (www.thevinegarfactory.com.au)
25. 인얌(Yin Yam) (www.yinyam.com.au)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.11.19

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea