

I. 농업 및 농식품 수출입현황

1. 농업현황

(1) 농업규모

- 국토 면적과 농지 면적이 매우 크고 기후 조건이 온화한 세계적인 농업 생산국으로 국토의 61%가 비옥한 경작 가능지인 평원으로 이루어짐
- 남부 파타고니아 지역은 목양지로 유명하며 바람이 많고 건조한 온대기후 지역임. 띠에라델푸에고주는 바다의 영향으로 서늘하고 다습함. 중서부 꾸요(Region Nuevo Cuyo) 지역은 안데스 산맥 동쪽에 위치한 아르헨티나 중서부 지역으로 고산지대에서 녹은 물을 이용하여 멘도사주와 산후앗에서 과실재배와 와인 생산이 활발함
- 2020년 농업 부문의 총부가가치(GVA)는 1조 7,612억 410만 아르헨티나 페소(한화 약 20조 9,412억 원)로 집계됨
 - 전체 GVA에서 농업 GVA의 점유율은 7.8%를 차지함
- 국토가 세로로 길게 뻗어 열대우림과 한대까지 다양한 기후의 양상이 나타남
 - 아르헨티나 남부는 서안해양성 기후가 나타나 밀재배에 유리한 환경을 갖추고 있음
 - 국토 전역에 목초지가 넓게 조성되어 있어 축산업과 낙농업이 발달함

아르헨티나 농업 부문 국내총부가가치 (GVA) 및 비중 (2016~2020)

(단위 : 백만 아르헨티나페소, %)

		2016	2017	2018	2019	2020	전년대비 ('19/20)	연평균 ('16/20)
GVA ¹⁾	전체	6,947,933	8,993,361	12,256,813	17,979,584	22,601,305	25.7	34.3
	농업 ²⁾	493,469	530,208	715,541	1,229,602	1,761,241	43.2	37.4
	비중	7.1	5.9	5.8	6.8	7.8	14.7	2.4

* 주1 : 당 해년 가격 기준 GVA

* 주2 : 농축임산업 포함

* 주3 : 아르헨티나 페소 가치의 하락과 인플레이션으로 인해 당해년 가격기준 총부가가치액의 증가률에 오류가 있을 것으로 추정됨. 2004년 가격기준 농업 GVP의 연평균 성장률은 0.3%인 것으로 나타남

* 출처 : 아르헨티나 통계청

(2) 주요 생산품목 및 규모

- 곡물과 유지류가 주로 생산되며, 대부분의 품목에서 생산량의 증가가 나타남
 - 곡물 중에서 옥수수는 5,839만 5,800톤이 생산되었고, 2015년부터 생산량 증가중임
 - 밀과 맥류의 생산량은 각각 1,977만 6,900만 톤과 178만 4,800톤이며 전년 밀은 1.6% 소폭 상승, 맥류는 전년 대비 25% 감소율을 보임
 - 그 외에 수수, 쌀, 귀리, 호밀 등도 생산됨
 - 대두의 2020년 생산량은 4,895만 4,200만톤으로 집계되었으며 전체 유지류 가운데 압도적인 생산 비중을 차지함
 - 다음으로 해바라기씨가 323만 2,600톤이 생산되었고, 땅콩이 128만 5,400톤 생산됨
- 우유와 달걀의 소폭 감소. 하지만, 육류를 포함한 축산물 생산량 전반적인 증가세로, 지난 해에 이어 가금류의 비중이 높게 나타남
 - 2019년 가금류는 총 7억 5,700만 마리가 도축되었으며 소, 돼지, 양 순으로 많이 도축됨
 - 소와 돼지의 도축량은 각각 1,392만 마리, 683만 마리이며 도축 규모는 최근 5년간 증가함
 - 소고기 생산량은 313만 4,000톤으로 집계되었으며 매년 꾸준한 성장을 보임
 - 그 외에 주요 품목인 우유는 103억 4,000만 리터가 생산되었고 달걀은 9억 9,400만 더즌이 생산됨

아르헨티나 주요 곡물 및 유지류 재배면적 (2015-2019)

(단위 : 천 ha)

구분		2015-6	2016-7	2017-8	2018-9	2019-20
유지류	전체	22,379.6	20,321.4	19,462.9	-	-
	대두	20,479.1	18,056.5	17,259.3	17,010.3	16,908.2
	해바라기씨	1,435.1	1,861.6	1,704.3	1,941.0	1,551.8
	땅콩	368.4	364.2	452.1	389.1	368.7
	잇꽃	80.0	26.1	34.8	28.6	27.3
곡물	전체	15,510.0	18,274.0	18,410.6	-	-
	옥수수	6,904.0	8,481.9	9,140.0	9,039.6	9,504.5
	밀	4,381.0	6,364.0	5,927.6	6,287.1	6,951.2
	귀리	1,329.0	1,353.1	1,151.0	1,364.5	1,485.0
	맥류	1,467.0	980.0	1,019.7	1,353.1	1,277.0
	수수	850.0	542.0	640.6	522.2	520.1
	호밀	332.0	307.5	322.7	344.7	726.4
	쌀	215.0	206.5	202.0	194.8	185.3

* 출처 : 아르헨티나 통계청

아르헨티나 주요 곡물 및 유지류 생산량 (2015-2019)

(단위 : 천 ha)

구분		2015-6	2016-7	2017-8	2018-9	2019-20
유지류	전체	61,156.2	75,948.3	69,235.2	-	-
	대두	39,799.0	49,475.9	43,462.3	56,860.7	58,395.8
	해바라기씨	11,315.0	18,395.1	18,518.1	19,459.7	19,776.9
	땅콩	4,938.7	3,308.4	3,741.2	5,061.1	3,784.8
	잇꽃	3,048.0	2,526.9	1,563.5	1,601.4	1,829.9
곡물	전체	1,405.0	1,328.3	1,368.0	1,189.9	1,222.9
	옥수수	553.4	785.0	491.7	571.6	600.1
	밀	60.7	79.0	86.1	86.6	221.2
	귀리	62,872.4	59,633.6	42,288.1	-	-
	맥류	58,799.2	54,971.6	37,787.9	55,263.9	48,954.2
	수수	3,000.4	3,546.7	3,537.6	3,825.8	3,232.6
	호밀	1,001.1	1,081.0	921.2	1,337.2	1,285.4
	쌀	51.6	17.6	27.8	24.3	22.6

* 출처 : 아르헨티나 통계청, 아르헨티나 농림축산부

아르헨티나 주요 축산물 생산량 (2016-2020)

(단위 : 천)

구분		2016	2017	2018	2019	2020
도축량 (마리)	소	11,720,350	12,616,459	13,452,831	13,917,297	13,967,843
	돼지	5,986,561	6,425,216	6,778,976	6,831,039	6,995,830
	양	2,507,115	2,492,146	2,481,631	2,669,304	-
	가금류(백만 마리)	704	722	711	757	758
육류 생산량 (천톤)	소	2,644	2,844	3,066	3,134	3,163
	닭	2,055	2,116	2,069	2,202	-
우유 (백만 리터)		10,292	10,097	10,527	10,340	11,113
달걀 (백만 dozen)		1,029	1,051	1,044	994	921

* 출처 : 아르헨티나 통계청, 아르헨티나 농림축산부

2. 농식품 수출입현황

(1) 농식품 수출입규모

- 2020년 농식품 수출액은 전년대비 6.7% 감소한 188억 567만 4,000달러 (한화 약 21조 2,911억원)로 집계됨
- 인도(11.1%), 베트남(7.5%), 브라질(5.6%) 등 다양한 국가로 수출하고 있음
 - 인도로의 농식품 수출액은 전년대비 17.7% 증가한 20억 8,445만 1,000달러 (한화 약 2조 35억원)로 나타남
 - 베트남으로의 수출액은 14억 1,922만달러 (한화 약 1조 6,024억원)로 전년대비 5.7% 증가하였으며, 브라질로의 수출액은 10억 5,646만 달러(한화 약 1조 1,928억 원)로 전년 대비 3.9% 감소
- 한국으로의 농식품 수출액은 전년대비 47.8% 감소한 6,526만 달러(한화 약 737억 원)로 나타남
 - 2016년 이후 5년간 연평균 33.8%의 감소세를 보이고 있음

국가별 농식품 수출현황 (2016-2020)

(단위 : 천달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	21,787,126	20,853,062	20,524,757	20,145,508	18,805,674	100	△6.7	△3.6
1 인도	2,023,423	1,939,755	1,399,669	1,770,895	2,084,451	11.1	17.7	0.7
2 베트남	1,579,669	1,352,001	1,148,615	1,343,080	1,419,218	7.5	5.7	△2.6
3 브라질	1,147,418	1,144,865	1,009,190	1,099,966	1,056,460	5.6	△3.9	△2.0
4 인도네시아	885,319	967,369	940,428	975,584	693,487	3.7	△28.9	△5.9
5 스페인	1,102,904	1,098,763	1,041,450	965,491	727,037	3.9	△24.7	△9.9
6 미국	880,418	900,245	827,625	764,012	637,738	3.4	△16.5	△7.7
7 알제리	625,058	576,139	813,783	743,360	394,736	2.1	△46.9	△10.9
8 중국	450,022	403,917	673,766	726,167	619,742	3.3	△14.7	8.3
9 칠레	827,769	805,311	725,685	701,515	646,985	3.4	△7.8	△6.0
10 이탈리아	677,125	741,408	728,022	635,153	429,779	2.3	△32.3	△10.7
35 대한민국	339,719	67,575	29,447	124,980	65,259	0.3	△47.8	△33.8

* 출처 : ITC TradeMap

품목별 농식품 수출현황 (2016-2020)

(단위 : 천달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 (’20)	전년비 (’19/’20)	연평균 (’16/’20)
전체	21,787,126	20,853,062	20,524,757	20,145,508	18,805,674	100	△6.7	△3.6
1 대두유(조유) 및 분획물	3,966,804	3,640,638	2,891,221	3,446,940	3,773,579	20.1	9.5	△1.2
2 기타 포도주와 알코올 첨가한 포도즙	738,254	737,769	737,843	711,918	679,790	3.6	△4.5	△2.0
3 설탕이나 감미료를 첨가하지 않은 밀크와 크림	294,336	231,059	406,723	296,204	445,937	2.4	50.6	10.9
4 해바라기씨유·잇꽃유(조유)와 분획물	445,982	464,001	427,321	580,235	346,562	1.8	△40.3	△6.1
5 볶지 않은 맥아	252,193	255,071	228,065	284,086	210,928	1.1	△25.8	△4.4
6 밀가루나 메슬린 가루	178,353	196,461	195,021	214,652	194,275	1.0	△9.5	2.2
7 감자	178,772	165,071	164,755	211,001	174,717	0.9	△17.2	△0.6
8 천연꿀	168,868	182,946	175,251	146,700	170,242	0.9	16.0	0.2
9 치즈	82,351	89,527	122,014	119,749	142,445	0.8	19.0	14.7
10 기타 한 가지 감귤류로 된 주스	177,316	160,624	231,554	174,511	142,178	0.8	△18.5	△5.4

* 출처 : 세계농업기구(FAO)

□ 가공공정을 비교적 적게 거친 농식품이 주로 수출되고 있음

- 대두유 및 분획물 수출액은 전년 대비 9.5% 증가한 37억 7,357만 달러(한화 약 4조 2,600억 원)로 집계되어 전체 수출액의 20.1% 비중을 차지함
- 기타 포도주와 알코올을 첨가한 포도즙 수출액은 6억 7,979만 달러(한화 약 7,673억 원)로 전년 대비 4.5% 감소함
- 해바라기씨유와 잇꽃유 등은 3억 4,656만 2,000달러(한화 약 3,912억 원) 규모로 수출되어 전년 대비 40.3% 증가함

□ 주요 수입국으로는 브라질이 전체 24.3%로 가장 높은 비중을 차지함

- 이어 미국, 에콰도르, 칠레 순으로 가장 높은 수입 규모를 보임
- 주요 수입 품목으로는 기타조제식료품(11.8%), 맥주(3.4%), 동식물성 유지류(3.3%) 등이 있으며 전반적으로 감소세를 보임
 - 기타 조제 식료품 수입액은 전년 대비 14.8% 감소한 1억 372만 7,000달러(한화 약 1,177억 원)로 나타났으며, 맥주 수입액은 48.6% 감소한 2,976만 8,000달러(한화 약 338억 원)로 집계됨

국가별 농식품 수입현황 (2016-2020)

(단위 : 천달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	975,444	1,211,477	1,160,830	879,940	904,652	100	2.8	△1.9
1 브라질	219,001	280,609	263,503	196,493	219,983	24.3	12.0	0.1
2 미국	109,829	111,385	111,671	82,510	85,420	9.4	3.5	△6.1
3 에콰도르	90,196	100,060	122,391	75,929	80,017	8.8	5.4	△2.9
4 칠레	96,039	146,219	80,829	67,727	75,034	8.3	10.8	△6.0
5 우루과이	36,602	57,874	68,389	60,972	47,075	5.2	△22.8	6.5
6 중국	40,863	42,759	37,008	31,729	38,078	4.2	20.0	△1.7
7 독일	27,587	39,731	45,776	40,494	36,132	4.0	△10.8	7.0
8 영국	27,185	28,445	28,741	25,434	30,244	3.3	19.0	2.7
9 태국	36,591	40,422	42,846	30,073	29,884	3.3	△0.6	△5.0
10 네덜란드	31,464	34,581	39,901	26,000	22,632	2.5	△13.0	△8.0
46 대한민국	1,002	911	999	765	415	0.05	△46.0	△20.0

* 출처 : ITC TradeMap

품목별 농식품 수출현황 (2016-2020)

(단위 : 천달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	975,444	1,211,477	1,160,830	879,940	904,652	100	2.8	△1.9
1 기타 조제 식료품	116,187	127,980	121,804	103,727	112,288	12.4	8.3	△0.8
2 기타 조제 및 보존처리한 토마토	41,984	29,684	23,731	23,824	36,468	4.0	53.1	△3.5
3 기타 마가린, 동·식물성 유지류	29,814	35,491	34,334	29,411	29,679	3.3	0.9	△0.1
4 맥주	17,626	57,974	57,878	29,768	24,829	2.7	△16.6	8.9
5 기타 초콜릿, 코코아를 함유한 조제 식료품	25,141	27,920	34,903	24,531	20,602	2.3	△16.0	△4.9
6 위스키류	21,487	22,336	22,228	18,160	20,476	2.3	12.8	△1.2
7 감자	19,691	30,471	29,751	13,098	13,235	1.5	1.0	△9.5
8 기타 설탕과자	19,521	27,628	25,828	18,161	12,021	1.3	△33.8	△11.4
9 기타 설탕, 감미료 등을 첨가한 물과 기타 알코올을 함유하지 않은 음료 (과실주스와 채소주스 제외)	0	0	15,773	11,796	11,248	1.2	△4.6	929.8
10 야자 알맹이, 바버수 오일 및 일부분	13,797	19,132	16,835	9,658	11,197	1.2	15.9	△5.1

* 주1 : 주요 수출 농식품 중 사료, 담배 등은 제외함

* 주2 : HS CODE 6단위를 기준으로 함

* 출처 : ITC TradeMap

(2) 한국산 對아르헨티나 농식품 수출현황

- 2020년 한국산 對아르헨티나 농식품 수출액은 저년대비 2.8% 감소한 445만 100달러(한화 약 50억원)로 집계됨
- 농산물 수출액은 442만 3,100달러(한화 약 50억 원)으로 전체 수출액의 99.4%을 차지함
- 축산물은 13만 6,000달러(한화 약 1,535만 원) 수출하여 전년 대비 51.8% 대폭 감소한 반면, 임산물은 1만 4,300달러(한화 약 1,614만 원) 수출하며 104.3%의 증가율을 기록함

對아르헨티나 수출규모 (2016-2020)

(단위 : 천달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	4,711.6	5,583.7	4,269.4	4,580.3	4,451	100.0	△2.8	△1.4
농산물	4,695.5	5,531.0	4,222.5	4,545.1	4,423.1	99.4	△2.7	△1.5
축산물	8.0	50.5	45.5	28.2	13.6	0.3	△51.8	14.2
임산물	8.1	2.2	1.4	7.0	14.3	0.3	104.3	15.3

* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

□ 對아르헨티나 농식품 수출 상위품목

- 최근 5년간 주로 가공식품 위주로 수출하는 것으로 나타남
 - 전체 수출액의 65.2% 비중을 차지하는 혼합 조제 식료품 수출액은 전년 대비 38.0% 증가한 290만 200달러(한화 약 32억 7,346만 원)로 집계됨
 - 라면 수출액은 27만 2,700달러(한화 약 3억 7,800만 원)로 집계되며 전년대비 55.0% 감소
 - 채소종자 수출액은 전체의 5.4%를 차지하며 작년대비 84.2% 증가율을 보였고, 기타 베이커리 제품(2.9%), 과일주스 음료(2.6%) 수출액은 모두 전년 대비 감소세를 보임

수출 상위 5개 품목 (2016-2020)

(단위 : 천달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	4,711.6	5,583.7	4,269.4	4,580.3	4,451.0	100.0	△2.8	△1.4
1 혼합 조제 식료품	1,504.9	1,453.9	1,442.2	2,101.4	2,900.2	65.2	38.0	17.8
2 라면	556.0	755.9	507.3	604.8	272.7	6.1	△55.0	△16.3
3 채소종자	204.2	188.6	126.7	129.5	238.5	5.4	84.2	4.0
4 기타 베이커리 제품	228.7	317.3	177.4	144.5	129.9	2.9	△10.1	△13.2
5 과일주스 음료	0	151.1	208.4	163.5	116.4	2.6	△28.8	228.5

* 주 : 주요 수출 농식품 중 사료, 담배, 종자 등은 제외함

* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

Ⅱ. 농식품 시장현황

1. 시장개요

(1) 시장규모 및 특성

- 2020년 식품시장 규모는 3억 770만달러(한화 약 3,473억원)로 집계됨
- 2020년 1억 9,850만 달러(한화 약 2,241억 원) 규모 대비 55.0%의 증가세를 보임
 - 2018년 이후 3년간 연평균 39.8%의 성장세를 보이며 시장이 지속적으로 확대되고 있음

아르헨티나 식품시장 규모 (2018-2020)

(단위 : 백만달러, %)

2018	2019	2020	전년대비('19/ '20)	연평균('19/ '20)
157.5	198.5	307.7	55.0	39.8

* 출처 : STATISTA

- 식품 시장규모는 전체 573억 달러(한화 약 64조 6,000억 원)로 전년 대비15.3% 증가했으며, 최근 5년간 연평균 4.1%로 꾸준히 성장하는 추세임
- 신선식품 시장 중 육류(15.9%), 채소(8.9%)가 선두를 차지함
 - 과일의 시장규모 34억 3,500만 달러(한화 약 3조 8,734억원), 생선은 31억 8,400만 달러(한화 약 3조 5,903억원)로 각각 전년 대비 12.2%, 12.5% 증가
- 해산물 시장규모 8억 5,500만 달러(한화 약 9,644억 4,000원)로 전년 대비 5.4% 증가했으며, 견과류 시장 전년 대비 8.8% 증가한 2억 9,000만 달러(한화 약 3조 3,271억원)로 집계됨

신선식품 시장규모(2016~2020)

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중('20)
전체(식품 전체)	48,643	50,014	50,364	49,664	57,269	100.0
- 육류	7,918	8,136	8,183	8,053	9,100	15.9
- 채소	4,498	4,602	4,608	4,516	5,081	8.9
- 과일	3,078	3,140	3,134	3,062	3,435	6.0
- 생선	2,814	2,880	2,885	2,829	3,184	5.6
- 해산물	693	725	743	744	855	1.5
- 견과류	264	268	267	260	290	0.5

* 출처 : STATISTA ('식품' 기준으로 분류)

□ 가공식품 중 가장 높은 비중을 차지하는 비스킷 및 스낵류(13.4%)는 76억 8,800 달러 (한화 약 8조 6,944억 원)를 기록

○ 유제품(10.6%), 빵, 시리얼(9.7%)로 전체 가공식품 시장의 2,3 위를 기록함

- 유제품 시장규모 60억 7,600만 달러(한화 약 6조 8,634억 원), 빵, 시리얼 제품 55억 4,800만 달러(한화 약 6조 2,670억 원)로 각각 전년 대비 10.0%, 33.0% 증가함

○ 조리되어 있는 식사, 샐러드, 수프 등을 포함한 간편 식품(6.7%)은 38억 2,700달러 (한화 약 4조 3,237억 원)를 기록, 가공육 시장규모 31억 6,900만 달러(한화 약 3조 5,746억 원)로 전년 대비 각각 36.6%, 10.1% 증가. 기름 및 지방류 제품 시장 전년 대비 8.9% 증가한 26억 6,100만 달러(한화 약 3조 17억 원)로 집계됨

가공식품 시장규모(2016~2020)

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중('20)
전체(식품 전체)	48,643	50,014	50,364	49,664	57,269	100.0
- 비스킷 및 스낵류	6,773	6,829	6,739	6,506	7,688	13.4
- 유제품	5,321	5,505	5,575	5,525	6,076	10.6
- 빵, 시리얼	4,135	4,236	4,248	4,169	5,548	9.7
- 간편 식품	2,680	2,780	2,821	2,802	3,827	6.7
- 가공육	3,053	3,060	3,000	2,878	3,169	5.5
- 기름, 지방	2,426	2,485	2,491	2,443	2,661	4.6
- 가공 및 냉동 채소	1,344	1,377	1,380	1,353	1,524	2.7
- 가공 생선 및 해산물	963	1,003	1,021	1,017	1,163	2.0
- 소스 및 향신료	679	709	724	723	773	1.3

* 출처 : STATISTA ('식품' 기준으로 분류)

* 애완동물 식품 제외

(2) 소비인구 및 특성

□ 2020년 기준 아르헨티나 인구는 4,537만 6,763명으로 집계됨

○ 중위연령은 31.53세로 집계되었으며 25~54세 인구가 전체 39.8%를 차지함

- 14세 이하 인구는 24.3% 비중을 보이며, 15~24세 인구도 15.52%를 차지함

- 55~64세 인구는 8.83%, 65세 이상 인구는 11.52%를 각각 차지함

○ 남성 인구는 2,227만 3,132명으로 49.1% 비중을 차지하며, 여성 인구는 2,310만 3,631명으로 50.9%를 차지하는 것으로 집계됨

○ 노동인구는 총 1,918만 360명으로, 여성의 노동참여율은 42.92%로 집계됨

- 2020년 1인당 연평균 가계소득은 약 3,213.336달러(한화 약 364만 원)로 전년 대비 14.7% 감소
- 동년 12월 기준 소비지출 규모는 약 582억 달러(한화 약 66조 1,210억 원) 규모에 달하여 동년 9월 약 570억 달러(64조 7,577억 원)와 비교하여 2.1% 상승
- 2018년 기준 1인당 식품 지출액은 평균 2,139.8달러(한화 약 242만 원)로 집계되어 2017년 2,715.9달러(한화 약 305만 원) 규모에서 21.2% 감소함
 - 같은 해 1인당 전체 지출액에서 식품이 차지하는 비중은 28.3%로 나타남

2. 시장트렌드

(1) 주요 소비 트렌드

- 코로나19 여파로 인한 전자상거래 시장의 성황 지속
 - 코로나19 유행 이후 전자상거래 사용자 수 지속적으로 급증함
 - 아르헨티나 전자상공회의소(CACE)에 따르면 2020년 전자상거래 증감율은 전년 대비 124% 증가한 것으로 집계됨
 - 아르헨티나 전자상거래 형태는 B2C 93%, C2C 7%로 구성돼 B2C 형태가 압도적. 정부 차원에서 지속적으로 추진되는 초고속 통신망 구축사업을 통해 향후 인터넷 시장은 더욱 커질것으로 예상됨
 - 2020년 전자상거래를 통해 2019년과 비교하여 72% 증가한 2억 5,100만여개의 제품 중 식품, 음료, 청소제품이 2위(2019년 비교 260% 증가)를 차지함
 - 음식 배달에 있어 Rappi, Pedios Ya와 같은 배달앱으로 인한 주문이 계속하여 증가하고 있고 이와 같은 음식 배달 관련 수익은 코로나19 사태 이전보다 110% 증가 한 것으로 집계됨. 배달 음식 중 상위를 차지한 목록은 햄버거, 아이스크림, 샐러드 등이 이며 음료는 맥주, 보드카 주문의 비중이 높음
- 채식주의의 열기를 이어가는 아르헨티나 채식주의 시장
 - UVA의 설문조사에 따르면 2020년 채식주의자는 9%에서 12%로 증가함. 채식인구는 35-49세 사이의 여성은 52%, 남성은 48%로 조사됨
 - 인터넷을 통해 채식주의에 대한 인식과 정보가 더욱 널리 보급됨에 따라, 젊은 층 소비자들에게 큰 영향을 미치게 됨
 - 채식인구 증가로 육류의 영양 및 식감, 맛 등을 대체 할 수 있는 새로운 요리법에 대한 수요가 높아짐

비건 관련 식품

		
비건 마요네즈	비건 아이스크림	비건 뇨끼

* 출처 : eligeveg.com, www.kotra.or.kr

(2) 이슈품목

- 세계 50대 식당안에 손 꼽히는 Don Julio 식당, 정육점으로 변화
 - 장기간 이어진 코로나19 여파로 인한 섀다운에 세계적인 식당인 Don Julio를 비롯한 많은 식당들이 포장 및 배달 음식 판매로 사업을 이어나가고 있음
 - 부위별 고기를 포장하여 판매하는 전략으로 숯, 빵, 올리브유, 커피 등을 함께 포함한 패키지 식품 판매로 판매를 이어나가고 있음. 고기와 야채를 포장하여 판매하는 프리미엄 패키지는 해당 사업의 온라인 판매 40%를 차지하는 높은 판매율을 기록함 이는 한번에 필요한 제품들이 함께 구성되어 있는 제품을 선호하는 소비자들의 구매 트렌드가 반영된 결과로 보임
- 보통 연말에 수요가 높았던 사과주의 소비가 증가함. 제품 포장을 고급화하거나 수제 제품 등 프리미엄 제품의 소비가 증가함
 - 팬데믹 사태로 수입 제품보다는 현지생산 음료의 소비가 늘어나는 추세임
 - 위스키, 보드카 등과 비교해 가격 경쟁력이 있음

팬데믹 이후로 판매 증가를 기록한 과일주 제품들

<p>Marcas de sidra en Argentina: las más populares, las nuevas, las artesanales y las premium</p>  <p>Sidra Real Etiqueta negra. Botella 750 cc.</p> <p>\$ 150</p>	 <p>Sidra 1888 Rosé Botella 750 cc.</p> <p>\$ 450</p>	 <p>Sidra Del Valle Lata 473 cc.</p> <p>\$ 90</p>
---	--	--

* 출처 : www.clarin.com

3. 농식품 관련 정책

- ‘지속 가능한 발전에 초점을 두지 않는 시스템은 미래가 불투명’하다는 견해가 강한 가운데, 농업 분야에서도 지속 가능한 농업에 대한 관심과 책임감이 높아짐
- 2050년경에는 전 세계 100억여 명의 인구를 위한 식량 생산이 필요해 질 것이라는 예측에 따라 아르헨티나 농업경제부는 농업 강국 아르헨티나에 중요한 기회이나, 지속가능한 농업기술로 해당 사안을 풀어가야 할 것이라 언급함
 - 미래의 식량난을 해결하기 위해 ‘농업 경작지를 늘리는 것은 불가능하지만 토지를 더욱 효율적으로 사용하는 방법은 가능할 것’ 이라 언급함
- 아르헨티나 독물학 협회는 2021년 두 번째 수폴 관련 회의에서 식물에 대한 농약 및 화학 약품 사용에 대한 위험성을 경고하고 적정 사용량을 초과할 시, 해로울 수 있음을 지적함. 이는 식물 재배에 사용되는 화학용품에 노출되는 시간, 날씨 조건, 관련된 사람들의 유전적 특징 등으로 인해 다른 결과가 도출 될 수 있음
- 농약 사용으로 인해 토양, 공기 그리고 물에 직접적인 영향을 미치면서 사람뿐만 아니라 동물의 기형, 발암에 영향을 미칠 수 있기에 정해진 적정량을 사용하는 것이 중요하다고 언급됨
- 식품 라벨링법 시행 후 효율성 조사 결과, 다수의 아르헨티나 시민들은 라벨을 읽지 않는 것으로 조사 됨
- Universidad Siglo 21에 의하면 소비자의 25%만이 라벨의 의미를 이해하고 있음
 - 라벨이 이해하기 어려워 소비자의 75%가 라벨을 살피지 않는 것으로 파악됨
 - 남성의 35.6%, 여성 소비자의 41%가 라벨을 읽는 것으로 나타남
- 아르헨티나 농림수산부, 지역 경제 강화를 위해 내수 시장 가격에 영향을 미치지 않는 17개의 물품 수출에 관한 권한 제약함
- 2019년 12월, 37조 법령에 의거하여 달러당 페소 고정 가치를 유지시키는 방법을 채택함
 - 17개의 품목에는 양봉, 계란, 씨앗, 향신료, 병에 담긴 제품들(쌀, 땅콩, 옥수수, 해바라기, 호호바 오일, 채소 및 과일 주스, 알콜 음료, 에센스 오일, 양모 등이 포함)
- 아르헨티나 정부는 2021년 4, 5월 연달아 쇠고기 수출 통제 조치 도입함
- 자국 내 식품 가격 상승을 막기 위하여 육류 수출 등록 시스템을 재도입함
 - 2021년 1/4분기 아르헨티나의 인플레이션은 13.8%를 기록하였고 2020년 8월부터 2021년 2월 사이 식품 가격은 45% 상승함. 5월 17일 아르헨티나 정부는 국내 시장 안정화를 위해 30일간 쇠고기 수출 중단 조치를 도입함
 - 이에 대해, 아르헨티나 목축업자들은 정부의 수출 금지 조치에 반대하기 위해 육우 판매를 중단함

Ⅲ. 농식품 유통현황

1. 유통현황 및 특징

(1) 유통현황

- 오프라인 유통이 대부분(94.3%)을 차지, 코로나19 영향에도 불구하고 지속적으로 유통망의 대부분을 차지하고 있음
- 2020년 오프라인 식품시장 규모 2조 4,589억 아르헨티나 페소(한화 약 29조 3,858억 원)로 최근 5년간 연평균 33.4%, 전년 대비 32.5%의 성장세 보임
 - 현대식 유통채널 식품시장 전체의 31.5%를 차지하며 최근 5년간 31.4%, 전년 대비 31.5%의 성장세를 보임
 - 하이퍼마켓(10.1%) 또한 최근 5년간 연평균 30.0%, 전년 대비 28.8%의 수준으로 꾸준한 성장세를 보였고, 할인점(3.7%)은 전년 대비 42.0% 증가함
 - 전통식 유통채널 식품시장 규모 오프라인 유통채널의 60.5%를 차지하며 최근 5년간 34.8%, 전년 대비 33.1%의 성장세를 보임

아르헨티나 오프라인 식품시장 규모 (2016-2020)

(단위 : 10억아르헨티나페소, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중('20)	전년비('19/'20)	연평균('16/'20)
합계	776.3	962.8	1,258.0	1,856.4	2,458.9	100.0	32.5	33.4
전통식 유통채널	450.4	567.6	745.8	1,118.0	1,487.8	60.5	33.1	34.8
현대식 유통채널	325.9	395.2	512.2	738.4	971.1	39.5	31.5	31.4
- 슈퍼마켓	193.1	230.6	293.7	423.0	560.0	22.8	32.4	30.5
- 하이퍼마켓	87.2	108.6	136.5	192.3	247.6	10.1	28.8	30.0
- 할인점	22.4	27.3	42.4	66.2	91.2	3.7	37.8	42.0
- 포코트 리테일러 ¹⁾	15.9	19.8	27.9	39.5	48.9	2.0	23.8	32.4
- 편의점	7.3	8.9	11.7	17.6	23.7	1.0	34.7	34.2

- * 주1 : 포코트 리테일러(Forecourt Retailer) : 주유소 내 위치한 소규모 매점
- * 주2 : 수치상 모든 유통채널의 성장세가 높게 나타나나, 이는 아르헨티나의 인플레이션에 기인한 것으로 해당 데이터에 대한 신뢰도는 낮음
- * 출처 : Euromonitor

- 온라인 유통채널의 비중은 5.7%로 159% 증가
- 온라인 식품시장 규모 1,497억 3000만 아르헨티나 페소(한화 약 1조 7,658억 원)로 집계됨
 - 전자상거래 채널은 2020년 기준 최근 5년간 연평균 116.1%, 전년 대비 260.0%의 매우 큰 성장세를 보임

아르헨티나 온라인 식품시장 규모 (2016-2020)

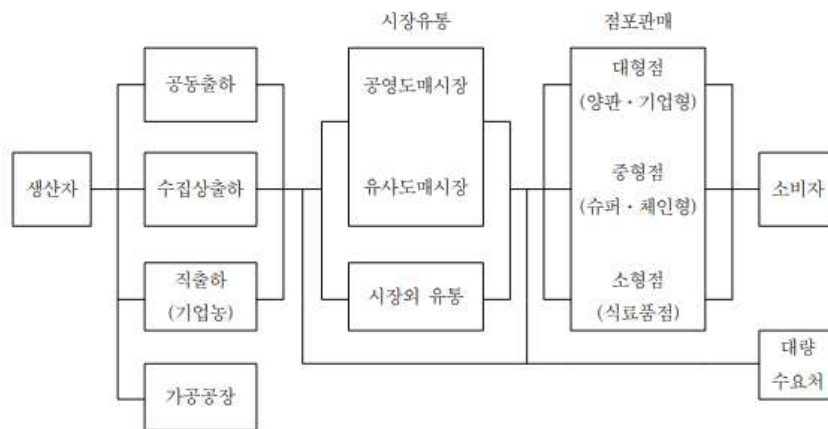
(단위 : 10억아르헨티나페소, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전자상거래	6.86	12.09	19.7	41.59	149.73	260.0	116.1	33.4

* 출처 : Statista

(2) 유통구조

□ 아르헨티나 농산물 유통구조의 특징은 인구 대다수가 모여 사는 부에노스아이레스시를 중심으로 슈퍼마켓, 체인점, 양판점 등의 중대형 소매기구가 매우 발달하면서도 도매시장의 유통기능이 비교적 활발하게 유지되고 있음. 과일, 채소류 신선 농산물의 유통경로는 농가 → 도·소매상 → 슈퍼마켓 등 중대형 소매기구가 주를 이룸



아르헨티나 신선식품 유통구조 (출처: www.koreascience.or.kr)



부에노스아이레스 중앙 도매시장 (출처: www.koreascience.or.kr)

□ 수입 농식품의 유통경로

- 아르헨티나에 도착한 수입 농식품은 선적 시, 수출자에 의해 영수증, 보험, 원산지 승인, 선적 리스트, 위생관련 증명서 등과 같은 서류가 동봉하여 도착해야 함
- 이후, 수입자는 이 서류들을 수령하여 세관에 제출하고 제품들이 유통될 때 필요한 서류로 사용함. (관세 지불)

2. 주요 유통채널 현황

(1) 오프라인 유통채널

- 2020년 현대식 유통채널의 점포 수는 전년 대비 2.4% 증가한 6,648개, 매출액은 전년 대비 31.5% 증가한 9,711억 아르헨티나 페소(한화 약 11조 4,683억 원)로 집계됨
- 아르헨티나의 대표적인 주요 슈퍼마켓은 Vea, Dia, La Anónima, Coto 등이 꼽힘
- 슈퍼마켓 Vea는 Vea Ahorro 카드를 사용하면 300여개의 글루텐프리 제품에 대한 20% 할인율을 제공하고 있으며 취약계층을 위한 45만 8천 킬로그램에 해당하는 식료품을 기부하는 사회 환원의 모습을 보임
- La Anónima 슈퍼마켓은 ‘click and collect’ (소비자가 온라인으로 구매 후 물건을 픽업하는 주문 형태)를 도입하여 디지털화로 전환을 통해 식품 뿐만 아니라 다른 가정용품의 수요도 함께 상승하는 효과를 거둠

매장명	Dia (Distribuidora Internacional de Alimentación (Dia) SA)	Vea (Cencosud SA)	La Anónima (Importadora y Exportadora de la Patagonia SA)	Coto (Coto CICSA)
사진				
설립연도	1979년	1974년	1908년	1972년
매장수	913개	178개	162개	121개
홈페이지	supermercadosdia.com.ar	supermercadosvea.com.ar	laanonima.com.ar	coto.com.ar

* 출처: www.eleconomista.com.ar, latinoamerica-retail.com

- 하이퍼마켓들은 그들만의 좋은 가격, 질 높은 상품 라벨을 개발하는데 초점을 맞춤
- Jumbo와 Importadora y Exportadora de la Patagonia와 같은 기업들은 자체 브랜드를 개발, 판매중임
- Carrefour는 플라스틱 병 대신에 철로 된, 재활용 가능한 병 사용하는 방안을 도입하여 ‘건강에 좋은 음식을 판매하고 환경을 보호하는’ 좋은 이미지를 구축하였고 실제로도 35,000 킬로그램의 플라스틱 사용을 줄이는데 이바지함

매장명	Jumbo (Cencosud SA)	Carrefour (Carrefour SA)
사진		
설립연도	1976년	1975년
매장수	30개	85개
홈페이지	www.jumbo.com.ar	www.carrefour.com.ar

* 출처 : Euromonitor, www.estrategiamagazine.com, presenterse.com, www.telefonoargentina.com, www.walmartargentina.com.ar

- 아르헨티나의 다수의 백화점들은 팬데믹으로 인한 사회적 거리두기, 경기침체로 인해 어려움을 겪고 있으며 폐업하거나 경영난을 겪고 있
- 아르헨티나의 가장 큰 백화점 중 하나였던 칠레 기업 Falabella는 1993년 아르헨티나에서 그 사업을 시작한 후 코로나19로 악화된 경영난으로 인하여 2021년 완전히 철수함. 2021년 4월에 온라인 상점은 남겨둘 계획을 발표했으나 5월 31일 완전 철수를 발표함

매장명	Galerias Pacifico	Alcorta Shopping
사진		
설립연도	1992년	1992년
홈페이지	www.galeriaspacifico.com.ar	www.alcortashopping.com.ar



* 출처 : www.clarin.com

- 아르헨티나의 편의점 역시 팬데믹으로 부진한 성적을 보임에 따라 온라인 판매, 할인 혜택 제공 등을 통해 매출 회복에 힘쓰고 있음
- Carrefour Express는 메신저 앱 WhatsApp을 통해 소비자 거주 지역과 가장 가까운 매장과 연결, 주문을 받는 소비자 편의 서비스를 채택하고 각종 할인 혜택을 제공함

매장명	Carrefour Express (Carrefour SA)	Diarco Barrio (Grupo Goldfarb)
사진		
설립연도	2007년	2018년
매장수	400개	-
홈페이지	express.carrefour.com.ar	www.diarco.com.ar

* 출처 : express.carrefour.com.ar, www.america-retail.com

- 전통식 유통채널의 점포 수는 2020년 기준 33만 4,753개, 매출액은 전년 대비 33.1% 증가한 1조 4,878억 아르헨티나 페소(한화 약 17조 5,703억 원)로 집계됨
- 코로나19 영향으로 인해 소비자들은 가까운 전통식 유통채널을 이용하여 구매를 하는 것을 선호함. 건강에 대한 염려로 인한 건강제품 소비 촉진 및 온라인 지불화가 가능해지면서 수익이 증가함
 - 많은 소비자들이 도시권역에서 장을 보며 바이러스에 노출되는 것을 우려하여 가까운 전통식 유통채널을 선호함
 - 2020년 디지털 프로모션 및 결제 방식 강화로 인해 전통식 유통채널의 2020년 매출이 크게 증가함. QR코드를 이용한 Mercadopago 및 Wabi와 같은 이웃 상점(Neighbourhood stores)은 전통식 유통채널의 온라인 구매를 가능케 함

 <p>Mercadopago</p>	 <p>Wabi</p>
--	--

* 출처 : www.mercadopago.com.ar , www.clarin.com

- 건강에 대한 의식 상승이 지역 건강식품 판매점에 대한 매출 증가를 가져옴. 선두기업은 Dieteticas Tomy로 프랜차이즈화를 통해 80여개 매장을 운영함
- 아르헨티나 전역에서 소규모 야채와 과일 생산자들이 증가하고 있음. Euromonitor는 대기업의 그늘에 가려있는 소규모 업자들을 지원하려는 의식 확대에 기인한다고 진단함. 소규모상들은 WhatsApp과 Facebook과 같은 소셜미디어를 통해 각 도시의 다른 지점에서 상품을 픽업할 수 있는 상품 수령 서비스 또한 제공하고 있음

매장명	San Telmo	El Mercado de San Nicolás
사진		

* 출처 : Euromonitor, www.clarin.com

(2) 온라인 유통채널

- 2020년 온라인 식품시장 규모는 전년 대비 260.0% 성장하여 1,497억 3,000만 아르헨티나 페소(한화 약 1조 7,682억 원)로 집계됨
- 코로나19에 따른 사회적 거리두기 시행으로 많은 소비자들의 소비패턴이 온라인 구매로 전환됨
 - 건강에 대한 우려로 인해 전자상거래와 비접촉 지불 방법을 선호하는 소비자 경향이 증가함에 따라 온라인 유통채널은 지속적으로 커질 것으로 전망됨
 - 아르헨티나 전자상공회의소(CACE)의 조사에 따르면, 온라인 유통채널에 가입한 총 20,058,206명 중, 2020년 처음으로 가입한 소비자의 수는 1,280,960명이고 이들의 소비는 점차적으로 늘어나고 10명중 5명은 최소한 한 달에 한 번씩 온라인 유통채널을 이용하고 있는 것으로 조사됨
 - 배송관련에 대한 소비자의 요구가 늘어나고 있음. 자택 배송을 원하는 소비자들은 2019년 39%에서 2020년 56%로 증가함
 - 온라인 유통기업 Mercado Libre의 2020년 매출액은 전년대비 96.9% 증가함. 판매된 상품수는 22억 9,400만여개로 전년대비 109.5% 늘었고, 이용자의 수 역시 7,400여 만명을 기록하여 전년대비 71.3% 증가했으며, 온라인 결제 역시 142.9% 상승함

채널명	PedidosYa	Rappi	Mercado Libre	Walmart Online
사진				
설립연도	2009년	2015년	1999년	2011년
홈페이지	www.pedidosya.com.ar	www.rappi.com.ar	www.mercadolibre.com.ar	www.walmart.com.ar

* 출처 : 해당업체 홈페이지

- 인터넷으로 해외물건을 직접 구매하는 경우 복잡한 통관절차를 거치지 않고 관세를 내지 않고 집으로 배달받을 수 있는 제도를 2018년부터 시행 중임
- 1년 12회 US \$50을 넘지 않는 범위(넘으면 초과된 금액의 50%의 벌금 부과)에서 허용되며 세관에 가지 않고 집에서 인터넷(www.e-pago.correoargentino.com.ar)을 통해 서류 양식에 기입해 제출하고 물건을 door-to-door(자택까지 배달해주는 서비스)로 받을 수 있음

IV. 농식품 수출 프로세스

1. 수출 프로세스

(1) 기본 수출 프로세스

1



수입 전 준비

- 수입허가
 - 일반 소비재 품목은 수입비자동허가 (LNA) 품목
 - 연방세입청 (AFIP) 포털에서 사전 신고가 필요
 - 신고 수리는 보통 60일 소요

관세청 (AFIP)
· 소속 : 재무부
· 업무 : 수입허가제 관리하는 통합 모니터링시스템 운영
국립 농식품건강품질청 (SENASA)
· 소속 : 농무부
· 업무 : 동식물 제품의 수입 및 유통허가

2



수입 신고

- 필요 서류
 1. 수입신고서
 2. 보험증명서
 3. 포장명세서
 4. 선하증권
 5. 상업송장
 6. 원산지증명서
 7. 식품허가서

관세청 (AFIP)
· 소속 : 재무부
· 업무 : 보세구역으로 반입된 물품 수입 신고 수리

3



통관 및 검역

- 녹색(Canal Verde) : 검사 생략, 즉시 통관
- 황색(Canal Naranja) : 서류 심사, 1~2일 소요
- 적색(Canal Rojo) : 서류 및 실물검사, 3~4일 소요
- 보라(Canal Morado) : 강도 높은 실물검사, 10일내외 소요

관세청 (AFIP)
· 소속 : 재무부
· 업무 : 수입물품 검사 신청 관리/감독

4



관세 납부

관세청 (AFIP)
· 소속 : 재무부
· 업무 : 재무부 결정에 따라 관세 법의 적용과 운용을 담당

5



반출

(2) 대표 품목별 수출 프로세스

번호	품목	수출 프로세스
1	살아있는 동물	<ol style="list-style-type: none"> 1. 살아있는 동물에 대한 수출입을 위해서는 국립농식품건강품질청 (SENASA)을 통한 동물 반입과 운송과정에 대한 허가를 받아야 함 2. 수출하고자 하는 국가에서 요구하는 위생관련 법규를 충족하였는지 확인 3. SENASA에서 발행하는 국제 수의사 인증서(CVI)를 수출지까지 가져감. 4. 전자 통행증(DT-e) 발행 5. 반출 신고 6. SENASA를 통한 동물 출국 검열
2	축산품	<ol style="list-style-type: none"> 1. 수출국의 위생 관련 요구 사항 확인 2. SENASA를 통해 수출허가 신청서 제출 3. 수출 대상 국가의 요구 사항과 위생에 관련한 내용을 이행 4. SENASA에서 발행하는 국제 수의사 인증서(CVI)를 수출지까지 가져감 5. SENASA를 통한 축산품 반출 검열
3	오렌지 및 과실류	<p>(아르헨티나에서 한국으로 수출하는 오렌지에 대한 수출 프로세스)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SENASA에 신청서 제출 2. SENASA를 통한 한국식물검역청에 신고(매년 갱신) 3. SENASA에 의해 병충해에 노출되지 않은 오렌지 검열 및 선택작업 (일년에 두 번 검열), 소독 4. 포장과 라벨링 작업 5. 사전 허가 검열 6. 수출 허가증과 검열 <p>(딸기류, 열대과일류, 견과류, 과실류 등의 농산물 수출을 위해서는 SENASA에서 발행되는 식물 통행 허가증(DTV-e)를 발급 받아야 함.)</p>
4	농산물	<p>과실류의 수출 프로세스와 비슷함</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SENASA에 신청서 제출 2. SENASA를 통한 한국식물검역청에 신고(매년 갱신) 3. SENASA에 의해 병충해에 노출되지 않은 산물 검열 및 선택, 소독 4. 포장과 라벨링 작업 5. 사전 허가 검열 6. 수출 허가증과 검열

2. 수입제도

(1) 통관제도

- 아르헨티나의 통관제도는 수입통합 모니터링시스템(SIMI)이 시행으로 수입관리가 간소화됨
 - 각 기관의 허가가 필요한 비자동허가(LNA)와 허가가 필요 없는 자동허가(LA)로 구분하여 SIMI를 통해 통합적으로 관리함
 - (자동허가 품목) 수입업체 법인 및 대표명, 사업자등록증(CUIT), HS Code 번호, FOB 단가 및 FOB 총액(수출국 통화 및 달러), 원산지, 수량 및 종류, 총량, 브랜드, 제품상태, 원산지 및 경유지의 정보가 필요함
 - (비자동허가 품목) 기본적인 자료는 같지만 품목별로 요구하는 서류가 상이하므로 반드시 사전확인이 필요하며, 기본적으로 수입업체 상세정보, 수출업체 정보, 제품 구성요소, 기술규격 및 기술검사기관 등의 정보가 필요함
- 아르헨티나의 식품통관제도는 ①수입 전 준비 → ②수입신고 → ③서류심사 및 물품검사 → ④관세납부 → ⑤물품반출 순으로 진행됨
 - 수입 전 준비로는 등록된 세관사 고용, 라벨링과 법규 준수 여부 확인, 관세청에 수입업체 등록, 사전수입신고, 품목별로 관련 기관에 수입허가 신청이 필요함
 - 관세청 수입업체 등록은 수입업체 주소 제출, 아르헨티나 상업 공공등기소(PRC)에 무역업자(또는 무역 회사) 등록, 연방조세청(AFIP)에 무역업자 등록 후 세금납세자등록번호(CUIT) 제출, 수입의무 성실히행 보장서류는 지불능력 관련 서류가 필요하다고 판단될 경우 제출함
 - 사전수입신고제도는 수입업체가 사전수입신고서와 제품에 따라 필요한 서류를 관련 기관에 제출해 검토를 받는 것으로 SIMI를 통해 진행됨. 수입업체 사업자등록증과 상호, 관세사 사업등록증, 외국환 제품 사양서, 단가 및 FOB 총액, HS 코드 거래 단위 및 부피, 원산지, 경유지, 제품 상태, 인코텀스(Incoterms), 선적 및 도착 예정일 등이 해당됨
 - 수입신고는 물품이 보세구역에 반입 후 진행하며 (1)수입신고서 (2)선하증권 (3)상업송장 (4)포장명세서 (5)보험증명서 (6)원산지증명서 (7)식품허가서가 필요함
 - 물품검사는 수입상품의 원산지와 성질에 따라 아래와 같이 구분함
 - 녹색(Canal Verde)-검사 생략, 즉시 통관
 - 황색(Canal Naranja)-서류심사(1~2일 소요)
 - 적색(Canal Rojo)-서류 및 실물검사(3~4일 소요)
 - 보라(Canal Morado)-강도 높은 실물검사(10일 내외 소요)

- 물품검사가 끝나면 관세를 납부하고 물품 반출로 진행됨. 관세율은 수입제품의 CIF 가격을 기준으로 종가세가 부과됨. 관세는 일반 수입대상국과 남미공동시장(이하 MERCOSUR)에 대한 역내 특혜관세, 라틴아메리카 통합연합(ALADI) 회원국에 대한 특혜관세, 개별 국가와 경제보완협정을 통한 특혜관세 제도를 운용함
- 수입업체가 위생기관에 허가서를 제출하지 않는다면, 세관과 위생기관은 수입제품을 폐기 및 재수출하며 수입업체에 관련 절차에 대한 비용과 벌금을 부과함
- 수입관세는 CIF 가격을 기준으로 책정되며 수입신고 후 관세청에서 관세 확인 가능함. 또한 일반 수입대상국과 남미공동시장(이하 MERCOSUR)에 대한 역내 특혜관세, 라틴아메리카 통합연합(ALADI) 회원국에 대한 특혜관세, 개별 국가와 경제보완협정을 통한 특혜관세 제도를 운용함

(2) 검역제도

- 아르헨티나 검역은 농림축수산부와 국립농식품품질위생청(SENASA) 식물위생조치를 위한 국제기준(ISPM 15)을 따르고 있음
- ISPM은 병충해 위험 분석, 검역병해충 위험 분석, 식물위생 수입규제시스템, 병해충위험에 따른 상품 분류 등으로 검역 품목을 분류함
 - 아르헨티나에서는 수입 금지 식물 혹은 금지 지역에 대한 리스트를 공식적으로 배포하고 있지 않으며, 수출 희망 품목을 직접 SENASA에 문의를 해야 수출 하고자 하는 식물 관련 검역 자료를 받을 수 있음
- 식물 검역절차는 한국에서 수출 시 한국농림축산검역본부에 검사신청서를 접수해야 함
- 수입국 재배지 검사 여부에 부합하는지를 확인 후 검사신청서 접수, 재배지 검사, 아르헨티나에서 요구하는 조건에 부합할 경우 재배지 검사 합격증을 발행하여 검사신청서를 접수하고 수출검사 후 합격증명서를 발급함
- 對아르헨티나 수출 검역 타결품목

번호	품목명	수출요건
1	인삼	건인삼은 아르헨티나측이 우려하는 Trogoderma spp.(수시렁이류)등 병해충에 대한 검사를 철저히 실시하고 이상이 없을 경우 식물 검역증명서에 다음 사항을 부기: This product has been thoroughly inspected and found free from Trogoderma spp.
2	은행엽	건은행잎은 아르헨티나측이 우려하는 Trogoderma spp.(수시렁이류)등 병해충에 대한 검사를 철저히 실시하고 이상이 없을 경우 식물 검역증명서에 다음 사항을 부기: This product has been thoroughly inspected and found free from Trogoderma spp.

3	선인장묘	<p>□ 식물검역증명서 부기사항 【영문】 1) The consignment comes from a crop officially inspected during the growing period and is free of or the consignment is free by official laboratory analysis No (검역결과번호 기재) of: Cactodera cacti, Bipolaris cactivora, Brevipalpus russulus, Frankliniella intonsa, Rhizoecus falcifer, Spodoptera litura, Spodoptera exigua. 2) The consignment is free by official laboratory analysis No (검역결과번호 기재) of: Cactus virus X, Bradisia sp. 3) The consignment was inspected and is found free of: Incilaria confusa, Acusta despecta.</p> <p>【국문】 1) 본 화물은 재배기간 동안 공식적으로 검역을 받은 작물로부터 생산되고 다음의 병해충이 없음. 또는, 본 화물은 공식적인 실험실 분석 No.(검역결과번호)에 의해 다음의 병해충이 없음: Cactodera cacti, Bipolaris cactivora, Brevipalpus russulus, Frankliniella intonsa, Rhizoecus falcifer, Spodoptera litura, Spodoptera exigua. * 상기의 병해충은 재배지검역 또는 실험실검사를 통해 무감염 증명 2) 본 화물은 공식적인 실험실 분석 No.(검역결과번호)에 의해 다음의 병해충이 없음: Cactus virus X, Bradisia sp. 3) 본 화물은 검역을 받았고, 다음의 병해충이 없음: Incilaria confusa, Acusta despecta.</p> <p>□ 최소 식물위생요건 1) 공식적인 실험실 분석은 식물위생보호기구(NPPO) 산하 또는 NPPO에 의해 승인을 받은 실험실에서 실시되어야 한다. 2) 화물을 구성하는 물질은 공식적인 식물위생 통제 하에 있던 묘목으로부터 생산된 것이어야 한다. 3) 화물에는 흙이 포함되어 있지 않아야 한다. 4) 성장 혹은 지탱을 목적으로 하는 비활성 물질은 허용한다. 피트, 톱밥 등의 식물성 물질의 경우에는 지탱의 목적에 한해 양국 간 합의된 식물위생요건을 이행하거나, 사전에 메틸브로마이드(50g/m³, 48시간)를 처리하였음을 증명하는 경우에만 사용이 가능하다. 5) 화물 반입 시 검역을 받고, SENASA(아르헨티나 검역당국)의 실험실 분석을 위해 샘플을 채취한다. 6) 화물의 반입을 위하여 아르헨티나 국가종자청(INASE)의 승인을 받아야 한다.</p>
4	배	<p>배 생과실은 다음의 요건을 준수해야만 수출이 가능함 - (수출과수원) 배는 수출농가 등록(매년 3월 말까지), 병해충 관리상황기록 및 보관, 방제</p>

		<p>력에 따라 화학적 방제 실시, 봉지씌우기 재배(5~6월 사이), 수확 시 사용하는 상자에는 수출과수원의 등록번호 표기, 수출선과장에 반입될 때까지 봉지가 씌워진 상태를 유지</p> <ul style="list-style-type: none"> - (재배지검역) 재배지검역(2회), 배 생과실의 봉지가 파손되거나 제거된 것이 발견된 경우 해당 과실을 즉시 제거함 - (선과장) 선과장 등록해야 함(매년 3월 말까지) - (선과 및 포장) 수확 상자에 수출과수원 등록번호 표기, 봉지가 씌어진 상태로 수출선과장 반입, 병해충 피해, 기형, 착색 불량, 과숙, 미숙 또는 다른 종류의 피해과 제거, 컨테이너와 포장상자에 잡초 종자, 잎, 흙 및 기타 오염물질이 없어야 함, 포장상자에 수출과수원 및 수출선과장의 등록 번호와 “For Argentina “ 표시, 다른 생과실과 분리 보관해야 함 - (수출검역) 각 화물의 총 포장상자에서 2% 샘플 검역
기타	<p>메론종자, 양파종자, 오이종자, 토마토종자, 시금치종자, 당근종자, 상치종자, 양배추종자, 배추종자, 수박종자 (위생증/PC)이 요구 되는 수출요건을 충족하면 수출가능</p>	

출처 : 농림축산검역본부

(3) 대표 품목별 라벨링

- 식품과 음료의 라벨링은 아르헨티나 국립식품의약청(ANMAT) 산하 국립식품연구소(INAL)에서 규제하며 품목에 따라 관리기관의 규정을 준수해야 함
- 국립농식품품질위생청(SENASA)의 규제를 받는 수입제품(동식물, 수산물의 신선과 냉장, 냉동제품 및 부산물)의 라벨링은 포장에 스페인어로 원산지 국기를 기재해야 함
 - 라벨링에 기재된 모든 문구는 소비자의 눈에 잘 띄는 크기와 글꼴, 선명한 색상, 명암을 쉽게 식별할 수 있어야 함
 - 알레르기 유발 성분이 함유된 경우 라벨의 성분 목록에 표기해야 하며 알레르겐 정보가 잘 보이도록 대비되는 색을 사용해야 함
 - 문구는 ‘포함’ 뒤에 성분명이나 ‘미량의 ~(성분명)’ 으로 분명히 표기해야 하며 식품에 알레르기를 일으킬 수 있는 성분이 포함되었다는 문구는 허용되지 않음

라벨링 의무 표기사항

- 제품명(일반명)	- 보관온도
- 실중량	- 보조기간(유통기한)
- 수입업체 이름과 주소	- 영양정보
- 원산지 및 원산지 제조업체 이름	- 알레르기 유발 성분 표시
- 성분목록	

주요 품목 식품 표기사항 예시



Salsa dulce de bajo valor glucídico sabor a chocolate con avellanas libre de gluten. Alimento dietético. MRS TASTE - SIN T.A.C.C. CERO SODIO. CERO AZÚCARES. CERO CALORÍAS. FUENTE DE FIBRA ALIMENTARIA.

Elaborado por HIPER MASSAS LTDA
Rua Vera Vasconcelos Silva, 610, Distrito Industrial do Una Taubaté, São Paulo, Brasil - CEP 12072-290 **Indústria Brasileira.**
Importado por SMARTDIET ARGENTINA S.A.S
Rosario de Santa Fe 871 T.A.D.2, barrio General Paz, Córdoba, CP 5000 Provincia de Córdoba. **Peso neto: 335g**
R.N.E.N° 04005443 R.N.P.A. N° 27-04068532 - Lote/Fecha de elaboración: Ver envase

Conservar a temperatura ambiente al resguardo de la luz solar y la humedad. Consumir preferentemente antes de 1 año a partir de la fecha de elaboración. Una vez abierto, conservar refrigerado entre 6 y 8 ° C y consumir en un lapso de 30 días. Agítese antes de usar.

Ingredientes: Agua potable, polidextrosa, cacao en polvo, cloruro de potasio, espesantes: goma xántica, carboximetilcelulosa sódica, conservantes sorbato de potasio, benzoato de sodio, aromatizante artificial, colorante: caramelo III, edulcorantes: acesulfamo de potasio (90mg/100g) y sucralosa (40mg/100g)

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Porción: 15g (1 cucharada)		
Porciones por envase: 22		
	Cantidad por porción	% VD ^(*)
Valor energético	0kcal = 0KJ	0
Carbhidratos	0g	0
Azúcares	0g	0
Proteínas	0g	0
Grasas totales	0g	0
Grasas saturadas	0g	0
Grasas trans	0g	0
Fibra alimentaria	2,5g	10
Sodio	0mg	0

(*) Valores diarios con base a una dieta de 2 000 kcal a 8 400k. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas. ** valor diario no establecido

필수 표기내용

- 제품명 : Salsa para Postre Sabor Chocolate con Avellanas
- 실중량 : 335g
- 수입업체 : SMARTDIET ARGENTINA S.A.S
- 수출업체 : 브라질 HIPER MASSAS LTDA
- 성분목록 : 폴리덱스트로스, 염화 칼륨, 물, 코코아가루, 인공 색소, 인공 연화, 감미료 등
- 보관온도 : 신선하고 건조하게 보관하세요.
- 유통기한 : 제품 상단 별도표기
- 영양정보 : 1회 제공당 열량, 지방, 나트륨, 탄수화물, 단백질 등
- 식품 정보 : 글루텐을 포함하지 않은 초콜렛 소스 제품. 다이어트 식품.

3. 비관세장벽 관련 이슈

(1) TBT 통보현황

- 2016년부터 2020년까지 WTO에 통보된 식품부문 TBT는 총 32건으로이 중 식품 전반에 대한 건이 37.5%(12건)를 차지함
- 뒤이어 알콜을 포함한 음료 품목이 10건(31.3%)과 포장식품 5건(15.6%) 차지하며, 다이어트, 아동식품을 포함한 기타 품목에 대한 TBT 통보문도 5건(15.6%)으로 집계됨
- 라벨링 관련 통보문 발행이 15건으로 가장 많은 비중을 차지하며, 국민건강/안전 보호 관련(12건), 소비자 정보제공 관련(5건), 순으로 나타남

식품 부문 TBT 통보 품목 및 목적(2016~2020)

품목	건수
식품전반	12
알콜 포함 음료 제품	10
포장식품	5
기타(다이어트/아동 식품)	5
계	32

통보목적	건수
라벨링	15
국민건강/안전보호	12
소비자정보	5
계	32

* 출처 : WTO

(2) SPS 통보현황

- 동 기간동안 통보된 SPS는 109건으로, 식물에 해당하는 SPS 통보문이 50%(7건)를 차지함
- 뒤이어 과일과 야채를 대상으로 한 SPS 통보문이 각각 6건으로 집계되며 묘목, 화훼 품목의 뒤를 이음
- 식품 부문의 SPS 통보문은 전세계를 대상으로 발행된 건이 우세(78.6%)한 것으로 나타남
- 특정국을 대상으로 통보된 SPS는 한국 1건을 포함한 3건, 전세계 교역국을 대상으로 하는 통보문은 11건으로 집계됨. 한국을 대상으로 통보된 것은 2017년 12월 15일 배(생과실) 수출에 있어 위생에 관련된 내용이었음

식품 부문 SPS 통보 품목 및 대상국가(2016~2019)

품목	건수	대상국가	건수
식물(묘목, 화훼 등)	7	한국	1
식물(과일, 야채)	6	특정 국가	2
식물(종자)	1	전 세계	11
계	14	계	14

* 출처 : WTO