



No. 2022-19  
품목 떡볶이(Tteokbokki)  
HS CODE 1901.90.9091  
국가 독일(Germany)



# C.O.N.T.E.N.T.S

<b>I</b>	<b>시장 현황 및 통계</b>	<b>3</b>
	1. 시장 규모 및 현황 2. 수출입 통계	
<b>II</b>	<b>트렌드</b>	<b>14</b>
	1. 제품 트렌드 2. 유통 트렌드	
<b>III</b>	<b>유통</b>	<b>21</b>
	1. 유통채널 구조 2. 유통업체 분석	
<b>IV</b>	<b>통관 및 인증</b>	<b>29</b>
	1. 통관 및 검역 2. 인증 3. 라벨링	
<b>V</b>	<b>시사점</b>	<b>42</b>

# I

## 시장 현황 및 통계



# 01 시장 규모 및 현황

## 독일 간편조리식품(Ready Meals)<sup>1)</sup> 시장 현황

독일은 유럽 HMR 시장을 주도하는 국가 중 하나임

- 여성의 사회 진출 증가로 인한 요리 시간 부족, 라이프 스타일 변화에 따른 편리성 추구 등의 요인으로 HMR 시장이 성장세를 나타내고 있음
- 시장이 성장하면서 다양한 식품 카테고리에서 소비자의 다양한 요구를 반영한 고급화된 HMR 식품이 등장하고 있는 추세임

독일 간편조리식품 시장 규모는 2017년 43억 3,560만 유로를 기록한 후, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 6.6%의 성장률을 기록해 2021년 55억 9,170만 유로를 기록함

- 간편조리식품 시장의 세부 품목 중에서 시장의 성장률을 상회한 품목은 냉장 피자(8.3%), 저녁 식사용 믹스(53.0%)임
- 저녁 식사용 믹스 시장이 간편조리식품 시장의 가장 큰 성장 동인으로, 2020년 기준 전년 대비 무려 세 자릿 수(102.0%) 성장함. 2021년에도 지속적인 성장세를 나타내며, 전년 대비 36.9% 성장함

독일 간편조리식품 시장 규모는 향후 5년간(2022-2026년) 연평균 4.4% 성장하여 2026년 약 65억 8,260만 유로를 기록할 것으로 전망됨

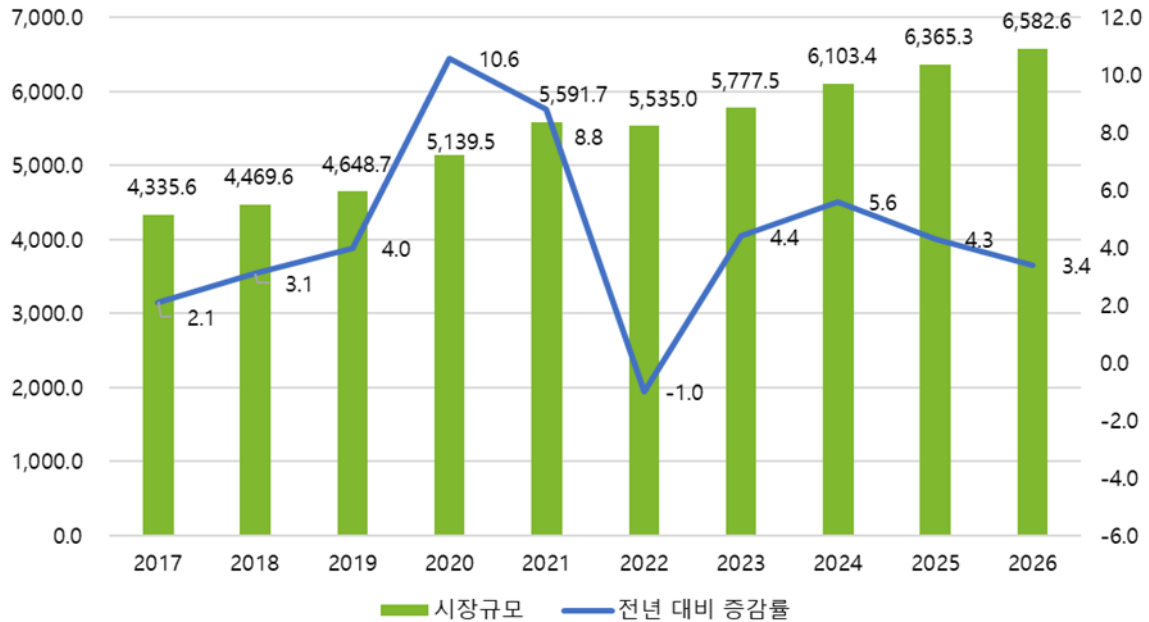
1) Euromonitor에 따르면 미국 간편조리식품 시장 세부 시장으로는 실온 간편조리식품, 냉장 점심 키트, 냉장 피자, 냉장 간편조리 식품, 저녁 믹스, 건조 간편조리식품, 냉동 피자, 냉동 간편조리식품, 조리된 샐러드 등이 있음



표 1

독일 간편조리식품 시장 규모 추이(2017-2026E)

(단위: 백만 유로, %)



자료: Euromonitor International



표 2

독일 간편조리식품 시장 품목별 시장 규모(2017-2021년)

(단위: 백만 유로, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
실온 간편조리식품	545.7	537.0	531.1	557.3	578.4	1.5
냉장 피자	63.6	68.0	71.5	78.4	87.6	8.3
냉장 간편조리식품	224.2	236.1	246.9	263.1	289.8	6.6
저녁 믹스	52.9	78.3	104.9	211.9	290.1	53.0
건조 간편조리식품	292.3	300.8	308.6	328.6	351.5	4.7
냉동 피자	1,483.9	1,508.8	1,579.1	1,728.5	1,861.6	5.8
냉동 간편조리식품	1,274.5	1,320.6	1,369.0	1,507.3	1,631.4	6.4
조리된 샐러드	398.5	420.1	437.8	464.5	501.4	5.9
합계	4,335.6	4,469.6	4,648.7	5,139.5	5,591.7	6.6

자료: Euromonitor International



표 3

독일 간편조리식품 시장 품목별 시장 규모 전망(2022-2026년)

(단위: 백만 유로, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	연평균 성장률
실온 간편조리식품	568.3	583.2	594.7	606.2	613.7	1.9
냉장 피자	84.3	88.3	92.0	95.7	99.6	4.3
냉장 간편조리식품	276.5	292.4	311.3	329.2	348.4	5.9
저녁 믹스	299.2	327.0	354.5	378.8	399.5	7.5
건조 간편조리식품	343.2	349.3	357.2	366.6	376.4	2.3
냉동 피자	1,849.7	1,919.8	2,025.9	2,105.1	2,169.8	4.1
냉동 간편조리식품	1,595.1	1,658.6	1,778.8	1,872.2	1,943.7	5.1
조리된 샐러드	518.8	559.0	589.1	611.4	631.5	5.0
합계	5,535.0	5,777.5	6,103.4	6,365.3	6,582.6	4.4

자료: Euromonitor International

## 독일 실온 간편조리식품 시장 현황

지원기업의 제품은 실온에서 보관 및 유통이 가능한 즉석 떡볶이 HMR 제품임. 따라서 이 제품이 속한 실온 간편조리식품 시장 규모를 조사함

2017년 독일 실온 간편조리식품 시장은 2019년까지 감소세를 나타냈으나, 2020년을 기점으로 증가세로 전환함

2020년 글로벌 팬데믹을 겪으면서 독일인의 삶도 크게 변화함. 독일의 경우, 2021년에 전년보다 사회적 거리두기 기간이 길어짐에 따라 이전보다 가정에서 보내는 시간이 훨씬 많아짐. 이에 따라 2020년 간편조리식품 시장의 규모는 드라마틱한 성장세를 기록하였고, 독일 실온 간편조리식품 시장도 증가한 것으로 보임

이러한 성장세는 2021년까지 이어짐. 2021년 실온 간편조리식품 시장 규모는 전년 대비 3.8% 성장한 5억 7,840만 유로를 기록함

- 시간이 부족한 워킹맘 혹은 재택근무로 점심 식사를 가정에서 하는 사람들은 편의성 때문에 실온 간편조리식품을 즐겨 이용한 것으로 보임

실온 간편조리식품 시장 규모는 향후 5년간(2022-2026년) 연평균 1.9% 꾸준히 성장하여 2026년 약 6억 1,370만 유로에 이를 것으로 전망됨

한편, 간편조리식품 시장 규모가 성장함에 따라서, 냉동 간편조리식품 시장 또한 높은 성장세를 기록함. 2020년 냉동 간편조리식품 시장은 전년 대비 10.1% 성장했는데, 2021년에도 전년 대비 8.2% 성장하며 높은 성장세를 이어간 것으로 분석됨

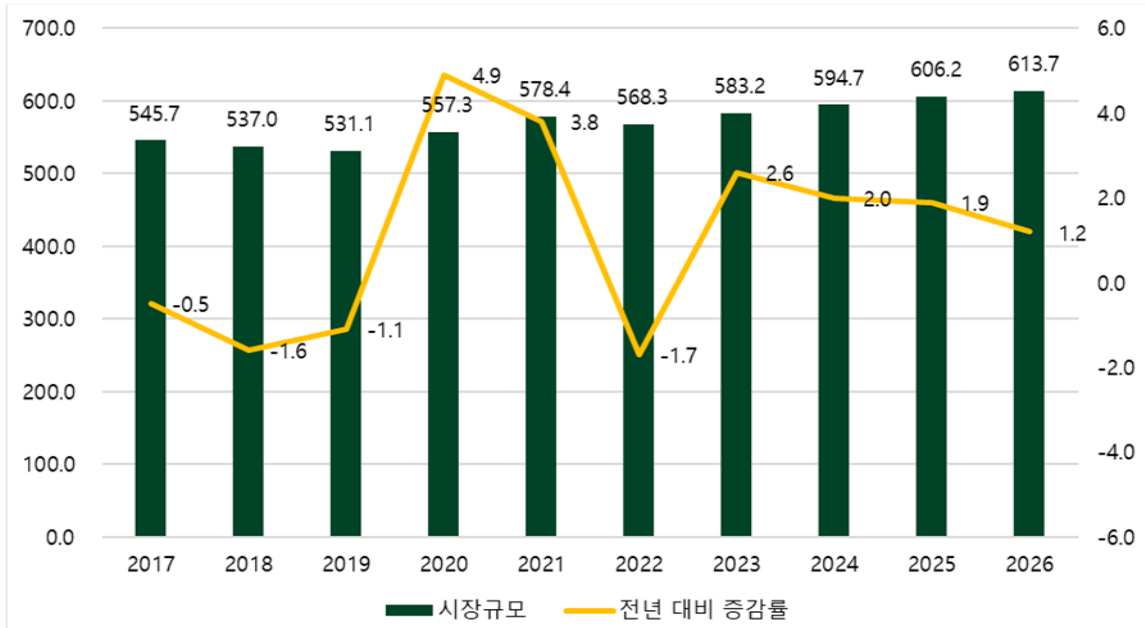
- 냉동 간편조리식품은 오랫동안 보관이 가능하다는 장점으로 인해 인기를 끌고 있음



표 4

독일 실은 간편조리식품 시장 규모 추이(2017-2026E)

(단위: 백만 유로, %)



자료: Euromonitor International



# 02 수출입 통계

## 조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 1901: 맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 40 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다], 제0401호부터 제0404호까지에 해당하는 물품의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 5 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다.]

HS CODE 1901.90: 기타

국가별 HS CODE

- 글로벌: 1901.90
- 독일: 1901.90
- 한국: 1901.90.9091 쌀가루의 것

## 떡볶이 HMR 제품 글로벌 수입 규모

떡볶이 HMR(HS CODE 1901.90)의 글로벌 전체 수입 규모는 2017년 기준 67억 900만 달러를 기록한 이후 최근 5년간 지속적인 성장세(6.7%)를 나타내며 2021년 기준 86억 8,700만 달러를 기록함

- 떡볶이 HMR 글로벌 최대 수입국은 중국임. 2017년 떡볶이 HMR 수입액은 3억 8,300만 달러를 나타냈으며, 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률 15.4%를 나타내며 큰 폭으로 성장하여 2021년 기준으로는 수입액 6억 8,000만 달러를 기록함

2021년 기준으로 떡볶이 HMR(HS CODE 1901.90)을 가장 많이 수입한 국가별 비중은 1위 중국(7.8%), 2위 미국(7.3%), 3위 일본(4.2%), 4위 네덜란드(3.5%) 순으로 나타남

상위 5개국의 최근 5년간(2017-2021년) 수입액 연평균 성장률은 중국(15.4%), 일본(11.4%)은 전체 글로벌 떡볶이 HMR 수입액 총합의 연평균 성장률(6.7%)을 상회하는 수준을 기록하며, 떡볶이 HMR 수입액이 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타남

- 반면에 일본(-0.8%)은 최근 5년간(2017-2021년) 떡볶이 HMR 수입액 규모가 비슷한 수준을 유지하고 있는 것으로 보이며, 네덜란드(-4.1%)의 경우에는 2017년 이후 약 3년간은 성장세를 나타냈으나 2021년 기준으로는 전년 대비 감소로 전환한 것으로 보임

 표 5 글로벌 떡볶이 HMR(HS CODE 1901.90) 수입 규모(2017-2021년)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	6,709	7,106	7,508	8,146	8,687	6.7
1 중국	383	468	475	636	680	15.4
2 미국	410	463	512	557	631	11.4
3 일본	376	381	367	376	365	-0.8
4 네덜란드	355	480	567	389	300	-4.1
5 UAE	92	25	24	27	266 <sup>2)</sup>	30.6
7 독일	215	238	225	235	248	3.6
28 한국	48	50	49	63	88	16.0

자료: International Trade Centre

2) Mirror Data

## 떡볶이 HMR 독일 수입 규모

떡볶이 HMR(HS CODE 1901.90) 제품의 독일 수입 규모는 2017년 수입액 2억 1,500만 달러를 기록함. 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률 3.6%를 나타내며 2021년 기준 떡볶이 HMR(HS CODE 1901.90) 제품의 독일 수입액은 2억 4,800만 달러를 기록함

- 2017년 이후 2018년 기준으로 성장하던 떡볶이 HMR 독일 수입 규모는 2019년 하락세로 전환했으나, 2020년 코로나를 겪으면서 2018년 수준으로 회복함. 2021년에는 2020년보다 수입 규모가 확대된 것으로 분석됨

2021년 떡볶이 HMR(HS CODE 1901.90) 제품 독일 전체 수입액의 국가별 수입 비중을 살펴보면, 벨기에로부터 수입된 비중은 18.1%를 나타내며 1위를 기록함. 다음으로 네덜란드(11.3%), 스위스(10.9%), 프랑스(9.7%), 체코(7.7%) 순으로 나타남

한국으로부터 수입된 비중은 독일 전체 수입액의 0.8%의 비중을 차지함. 2017년 떡볶이 HMR(HS CODE 1901.90) 제품의 한국으로부터 수입된 수입액은 40만 달러를 기록했으며, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 51.5% 대폭 증가하며 2021년 수입액은 200만 달러를 기록함

- 2017년 이후 꾸준한 증가세를 나타내며 성장하던 수입액 규모는 2021년 전년 대비 세 자릿수(122.2%) 성장함
- 독일을 비롯한 유럽 시장에서 최근 아시아 식품은 물론 한국 식품에 대한 소비가 점차 증가하고 있음. 특히, 코로나19로 독일에서도 건강한 식사를 선호하게 되면서 아시아 식품과 마찬가지로 한식 역시 저렴하면서도 건강한 한 끼를 해결할 수 있다는 점으로 인해서 시장에서 부각되고 있음. K-푸드에 대한 세계적인 관심으로 한국의 떡볶이 HMR 제품 등이 유럽 및 독일 시장에서 반향을 일으키고 있는 것으로 분석됨



표 6

독일 떡볶이 HMR(HS CODE 1901.90) 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	215	238	225	235	248	3.6
1 벨기에	56	61	48	44	45	-5.4
2 네덜란드	24	28	24	24	28	3.8
3 스위스	33	39	33	41	27	-4.6
4 프랑스	31	25	26	22	24	-5.8
5 체코	7	11	16	17	19	29.2
18 한국	0.4	0.5	0.8	0.9	2.0	51.5

자료: International Trade Centre

## 한국 떡볶이 HMR 수출 규모

한국의 떡볶이 HMR(HS CODE 19091.90.9091) 제품 수출량은 2017년 이후 최근 5년간 무려 34.9%라는 큰 폭의 성장을 보이고 있음. 수출액 규모도 2017년 이후 최근 5년간 42.4% 대폭 성장세를 나타내며 지속적으로 시장 규모가 확대되고 있음. 2021년 기준 한국 떡볶이 HMR 제품의 수출량은 1만 9,903톤을 기록했으며, 수출액은 약 6,585만 3,300달러를 나타냄

2018년 이후 2019년까지 비슷한 수출물량을 기록하던 한국의 떡볶이 HMR 제품은, 2019년 코로나 발생 이후, 2020년에는 전년 대비 수출량, 수출액이 각각 53.6%, 56.7% 급증함. 글로벌 소비자들의 인기를 얻은 한국의 가정간편식 HMR 수출 호조가 계속되는 가운데, K-푸드 인기 품목인 우리 기업의 떡볶이 HMR을 중심으로 한 글로벌 시장 진출도 점차 가속화되고 있는 것으로 보임

지난 2022년 4월에는 한국에서 올해 처음으로 HMR·밀키트 제품을 테마로 하여 온라인 수출상담회를 개최하여, 총 194건, 600만 달러의 수출 상담 실적을 거둠. MZ세대의 입맛을 사로잡은 매콤한 떡볶이 등 제품에 대한 해외 바이어들이 계속 많은 관심을 갖고 있는 것으로 보아, 포스트 코로나 시대에도 한국의 떡볶이 HMR 제품의 수출 시장은 유망할 것으로 예상됨

한편 2021년 한국 떡볶이 HMR(HS CODE 1901.90.9091) 제품의 국가별 수출 비중을 살펴보면, 미국이 28%의 비중을 차지하며 1위를 기록함. 한국의 매운맛에 매료된 미국 소비자들의 영향으로 떡볶이 제품의 수출이 대폭 증가한 것에 기인한 결과로 분석됨

뒤를 이어서 일본이 16.7%의 비중을 나타내며 2위를 나타냄. 다음으로 인도네시아, 베트남, 네덜란드, 독일로 수출되는 비중은 각각 8.3%, 7.8%, 4.6%, 0.7%를 나타냄



표 7

한국 떡볶이 HMR(HS CODE 1901.90.9091) 수출액 및 수출량 추이(2017-2021년)

(단위: 톤, 천 달러, %)

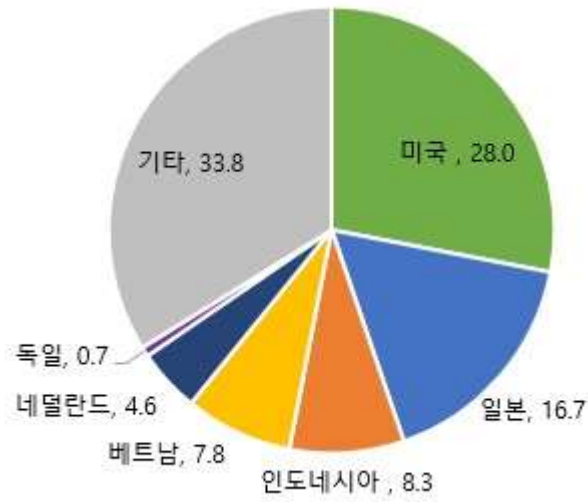
구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
수출액	16,032.3	24,524.0	34,312.7	53,763.4	65,853.3	42.4
증감률	17.6	53.0	39.9	56.7	22.5	-
수출량	6,008.0	8,325.5	11,067.7	16,996.8	19,903.3	34.9
증감률	18.0	38.6	32.9	53.6	17.1	-

자료: KATI농식품수출통계



표 8

한국 떡볶이 HMR(HS CODE 1901.90.9091) 국가별 수출 비중(2021년)



자료: KATI농식품수출통계

# II

## 트렌드



# 01 제품 트렌드

## 독일 HMR 산업 관련 정부 정책

한국농촌경제연구원 자료에 의하면, 독일 정부는 HMR 식품 관련 별도의 특별한 정부 정책을 갖고 있지 않으며 일반 식품과 동일하게 관리하고 있음

기본적으로 독일 정부는 EU 식품 관련 법규를 따르고 있으며, 식품 안전성과 소비자 보호라는 측면에서 식품을 엄격하게 관리하고 있음

- 식품 관련 관리책임 및 실행을 명확하게 구분해서 소비자 보호는 중앙정부가, 식품 안전성 관련 위험성 관리는 독일의 16개의 지방정부가 관리하고 있음

2000년 11월에 발생한 광우병 사태 이후 독일 정부는 철저하게 식품의 안전성을 확보할 수 있도록 시스템을 구축해 옴

- 식품 관련 법규는 230여 종에 달하며, 식품 표시기준, 패키징 기준, 식품 위생기준 등 다양함
- 또한, 식품 관련 알레르기 기준도 엄격하게 규정하고 있음

## 독일에서 판매하고 있는 떡볶이 소스 및 떡볶이용 떡 제품

독일 주요 한인마트 온라인 홈페이지에서는 다양한 떡볶이 소스 및 떡볶이용 떡 제품을 판매하고 있음

- 구매가 가능한 관련 제품은 모두 한국산임

한국산 샘플 브랜드 떡볶이 소스 제품 맛은 매운맛, 달콤한 맛이 있음

- 2022년 9월 기준, 2가지 제품의 가격은 동일하게 150g 용량에 2.25유로로 판매되고 있음. 달콤한 떡볶이 소스 제품의 경우, 제품 패키지 우측 상단에 '파인애플을 곱게 갈아 넣어 더욱 달콤한 맛'이라는 문구를 기재하여 천연 재료로 맛을 낸 건강한 제품임을 홍보함
- CJ기업에서 판매 중인 다담 매콤 떡볶이 양념 제품은 140g 용량에 1.75유로로 판매되고 있음. 해당 제품은 떡볶이 소스 간편 제품이지만 제품 패키지에 '건강하게 즐기는 3無 첨가'라는 홍보문구를 기재함으로써 건강한 제품이라는 점을 부각시켜 홍보하고 있음
- 코로나19 상황에서도 글로벌 소스류 시장은 성장세를 유지하고 있음. 유로모니터에 따르면, 2021년 글로벌 소스류 시장 규모는 2020년 1,374억 400만 달러에는 미치지 못하는 1,371억 7,780만 달러를 기록했으나, 이는 2019년에 비해서 약 12% 이상 성장한 수치이며, 최근 6년간 연평균 4.8% 증가한 수치임. 홈쿠킹 및 간편조리식품의 증가 등 코로나19로 인해서 커진 소스류 제품의 수요가 여전히 유지되고 있는 것으로 분석됨
- 2021년 글로벌 소스류 주요국 시장규모 비중을 살펴보면, 미국이 전체의 20.5%의 비중을 나타내며 1위를 기록함. 뒤를 이어서 중국은 17.4%의 비중을 보이며 2위를 기록함. 3위는 일본(13.0%)이며, 4위를 기록한 독일의 경우 4.1%의 비중을 나타냄. 글로벌 소스류 시장에서와 마찬가지로 독일에서도 건강 트렌드와 기후변화에 대한 경각심 제고로 인해서 유기농, 글루텐 프리, 저염, 무설탕 등 환경 및 건강을 고려한 제품의 수요가 증가하고 있음

중가집 브랜드의 얇은 순쌀 떡볶이 떡 제품은 1kg 용량에 8.45유로에 판매되고 있음

표 9 독일 시장에서 판매 중인 다양한 떡볶이 및 떡볶이 관련 제품



SEMPIO Tteokbokki Sauce sweet 150g

Jongga Rice cake for tteokbokki thin 1kg

Dadam Sauce for Tobokki 140g



제품명: 샘표 달콤한 맛  
떡볶이 소스  
브랜드: 샘표  
맛: 달콤한 맛  
중량: 150g  
가격: 2.25유로  
원산지: 한국산

제품명: 종가집 얇은 순쌀  
떡볶이 떡  
브랜드: 종가집  
중량: 1kg  
가격: 8.45유로  
원산지: 한국산

제품명: 다담 매콤떡볶이 양념  
제조사: CJ  
맛: 매콤한 맛  
중량: 140g  
원산지: 한국산

자료: 독일 케이숍 홈페이지

## 독일 시장에서 판매 중인 떡볶이 및 라볶이 HMR 제품

독일 아마존 및 한인마트 온라인 유통채널 시장에서 판매 중인 다양한 떡볶이 및 라볶이 HMR 제품은 다음과 같음

아마존 홈페이지에서 Tteokbokki 키워드로 검색 시, 한국산 브랜드 HMR 파우치 떡볶이 제품이 다수 확인됨

와이마트 온라인 홈페이지에서 Tteokbokki 키워드로 검색 시, 한국산 브랜드의 다양한 인스턴트 떡볶이 및 라볶이 HMR 제품이 확인됨

- 인스턴트 떡볶이 HMR 제품 포장 방식은 대부분 파우치 패킹 제품이 대다수였으며, 종이박스 패킹 제품도 판매 중임
- 인스턴트 컵 라볶이 제품은 1종류로 110g 중량에 2.39유로로 판매하고 있으며, 제품 맛은 크림 맛으로 조사됨



표 10

독일 시장에서 판매 중인 컵 떡볶이 및 라볶이 제품

품명	거누네 로제떡볶이	이가네 3대천왕 떡볶이	서문시장 몬나니 국물떡볶이	청정원 3분 오리지널 마늘 떡볶이
사진				
스펙	중량: 350g*2 가격: 37.00유로 포장: 파우치 포장 보관방법: N/A 원산지: 한국산 판매처: 아마존 독일	중량: 440g 가격: 6.99유로 포장: 파우치 포장 보관방법: 냉동보관 원산지: 한국산 판매처: 와이마트	중량: 632.5g 가격: 6.59유로 포장: 파우치 포장 보관방법: 냉동보관 원산지: 한국산 판매처: 와이마트	중량: 260g 가격: 4.39유로 포장: 파우치 포장 보관방법: 냉장보관 원산지: 한국산 판매처: 와이마트
품명	아딸 국물떡볶이 밀떡	미미네 오리지널 국물떡볶이	낭만부라더 추억의 국민학교떡볶이	삼양 뽀끼뽀끼 크림 라볶이
사진				
스펙	중량: 515g 가격: 9.69유로 포장: 파우치 포장 보관방법: 냉동보관 원산지: 한국산 판매처: 와이마트	중량: 570g 가격: 8.79유로 포장: 파우치 포장 보관방법: 냉동보관 원산지: 한국산 판매처: 와이마트	중량: 570g 가격: 11.40유로 포장: 박스 포장 보관방법: 냉동보관 원산지: 한국산 판매처: 와이마트	중량: 110g 가격: 2.39유로 포장: 종이 트레이 포장 보관방법: 실온보관 원산지: 한국산 판매처: 와이마트

자료: 아마존 독일, 독일 와이마트 홈페이지

# 02 유통 트렌드

## 지속가능한 소비 추구

독일의 소비자들은 전통적으로 가격과 품질에 민감하여 저렴한 가격에 고품질의 상품을 원하는 경향이 있음. 그렇기 때문에 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업계와 할인점 업계 간의 경쟁이 치열함. 지속가능성을 필두로 하는 가치 소비 혹은 신념 소비가 주요 구매 요인으로 자리 잡게 되면서, 유기농 및 비건 식품 전문 매장뿐만 아니라 할인점 알디, 레베, 에데카와 같은 대형 유통업체 채널에서도 유기농 및 비건 PB 상품군을 출시하고 있음



표 11

독일 유기농 전문 매장(좌) 및 비건 전문 매장(우)



자료: 현지조사원

독일의 떡볶이 HMR 제품은 할인점이나 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등과 같은 오프라인 유통채널을 통해서 주로 유통됨. 아시아 지역 및 한국 식품에 대한 독일 현지 소비자의 관심의 증대로 인해서 아시아 식재료 및 냉동 식품이 독일 백화점이나 슈퍼마켓 유통채널에서 판매되고 있음. 독일 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 유통채널 업계는 독일 정부의 지침 및 현지 독일 소비자의 요구에 따라서 환경적 요소에 많은 신경을 쓰고 있는 것으로 분석됨



표 12

독일 일반 매장에서 판매되는 HMR 제품



자료: 현지조사원

유기농, 비건 등과 같은 소비를 추구하는 소비자들을 위해 매대에 이를 기호로 표기하여 직관적으로 파악할 수 있도록 함



표 13

제품 안내에 부착되어 있는 안내 기호(유기농, 비건, 락토프리, 글루텐프리)



자료: 현지조사원

# III

유통



# 01 유통채널 구조

## 독일 식품 유통채널 현황

USDA에 따르면, 2021년 매출액 기준 상위 10대 독일의 주요 식품 유통채널은 대부분 전년 대비 매출액이 증가한 것으로 파악됨

- 매출액 기준 1위를 차지한 식품 관련 유통기업은 슈퍼체인 에데카(Edeka)의 모기업인 에데카(Edeka) 그룹이 차지함
- 이어서 슈퍼마켓 슈퍼마켓 소유기업인 레베(Rewe) 그룹이 2위를 차지하였으며, 3위는 슈퍼체인 리디(Lidl), 카우프란드(Kaufland)의 모기업인 슈바츠르(Schwarz) 그룹이 차지함

한편, 신청기업이 조사를 희망한 드렉스토어 유통채널인 디엠(dm)과 로스만(Rossmann)의 경우에는 매출액 기준 각각 5위와 6위를 기록함

표 14 독일 주요 식품 유통채널 순위 현황(2021년 기준)

(단위: 백만 달러)

소매 유통채널명 및 매장 타입	주요 품목	매출액	전년 대비 증감률	위치
1. Edeka-Group Edeka(Supermarkets) Netto(Discouter)	식품	72,600	2.7%	독일 전역
2. Rewe-Group Rewe(Supermarkets) Penny(Discouter)	식품	59,426	1.6%	독일 전역
3. Schwarz-Group Lidl(Discouter) Kaufland(Hypermarkets)	식품	51,226	6.3%	독일 전역
4. Aldi-Group Aldi Süd(Discouter) AldiNord(Discouter)	식품	32,583	1.6%	독일 남부 지역, 독일 북부 지역
5. dm(Retail Chain Similar to RiteAid or CVS)	식품 및 생활소비재	9,532	5.8%	독일 전역
6. Rossmann(Retail Chain Similar to CVS)	식품 및 생활소비재	8,330	7.8%	독일 전역
7. Real	식품	6,696	-17.5%	독일 전역
8. Globus	식품	5,554	0.5%	독일 전역
9. Bartels-Langness-Gruppe	식품	5,364	4.4%	독일 전역
10. Metro	식품	5,330	-3.0%	독일 전역

자료: USDA, Germany Retail Foods(2022)

## 간편조리식품 산업 유통채널 비중 추이

독일 떡볶이 HMR 제품 간편조리식품 시장의 유통채널별 판매 비중 추이를 살펴보면 2021년 기준으로 오프라인 유통채널 비중이 91.7%로 나타났으며, 비점포 거래 비중은 8.3%로 나타남

떡볶이 HMR 제품은 할인점(53.8%)을 통해서 주로 유통되고 있음. 다음으로는 슈퍼마켓(21.8%), 하이퍼마켓(11.6%)에서 유통되는 비중이 높은 것으로 나타남

- 독일의 주요 할인점 브랜드는 점차 증가하는 전자상거래 시장에 대응하기 위한 방안으로 다양한 디지털 기술 기반의 서비스를 제공하고 있는 것으로 나타남. Lidl는 매장 내 whatsapp 챗봇을 출시해서 고객에게 편안한 구매 경험을 제공함. Netto는 계산대가 없는 pick&go 서비스를 도입해 대면접촉을 최소화함

2021년 기준 독일 떡볶이 간편조리식품 온라인 유통채널 시장은 전자상거래 비중이 5.8%, 홈쇼핑이 2.5%를 차지함. 전자상거래 시장을 통해서 독일 떡볶이 간편조리식품이 유통되는 비중은 2017년 1.8%에서 2021년 기준 5.8%로 비중이 확대됨

- 직관적인 웹사이트 및 쉽게 액세스 가능한 앱을 통한 온라인 슈퍼마켓을 이용함으로써, 독일 소비자들은 집에서 손쉽게 간편조리식품 및 떡볶이 제품을 주문할 수 있음. 특히 팬데믹 기간 전자상거래의 중요성이 증가한 것으로 분석됨
- 온라인 슈퍼마켓 유통채널은 독일의 주요 도시에서 급격하게 증가하고 있는데, 오프라인 슈퍼마켓 보다 더욱 합리적인 가격으로 소비자들을 공략하고 있음. 독일 전자상거래 시장은 엄청난 잠재력을 갖추고 있기 때문에, 앞으로도 향후 몇 년 간 계속해서 시장 점유율을 더욱 확대해 나갈 것으로 예상됨



표 15

독일 간편조리식품 산업 유통채널별 판매 비중 추이(2017-2021년)

(단위: %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021
① 현대 식료품 소매점	90.9	90.5	89.9	88.7	88.3
- 편의점	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2
- 할인점	53.7	53.6	53.6	53.4	53.8
- 포어코트 소매점	1.1	1.0	1.0	1.0	0.9
- 하이퍼마켓	14.5	14.2	13.7	12.6	11.6
- 슈퍼마켓	21.3	21.3	21.3	21.4	21.8
② 전통 식료품 소매점	4.2	4.3	4.2	3.8	3.3
- 단독 소형 식료품점	2.9	3.0	2.9	2.6	2.2
- 기타 식료품 소매점	1.3	1.3	1.3	1.2	1.1
③ 온라인	4.9	5.2	6.0	7.5	8.3
- 홈쇼핑	3.1	3.1	3.0	2.9	2.5
- 전자상거래	1.8	2.1	2.9	4.6	5.8
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

# 02 유통업체 분석

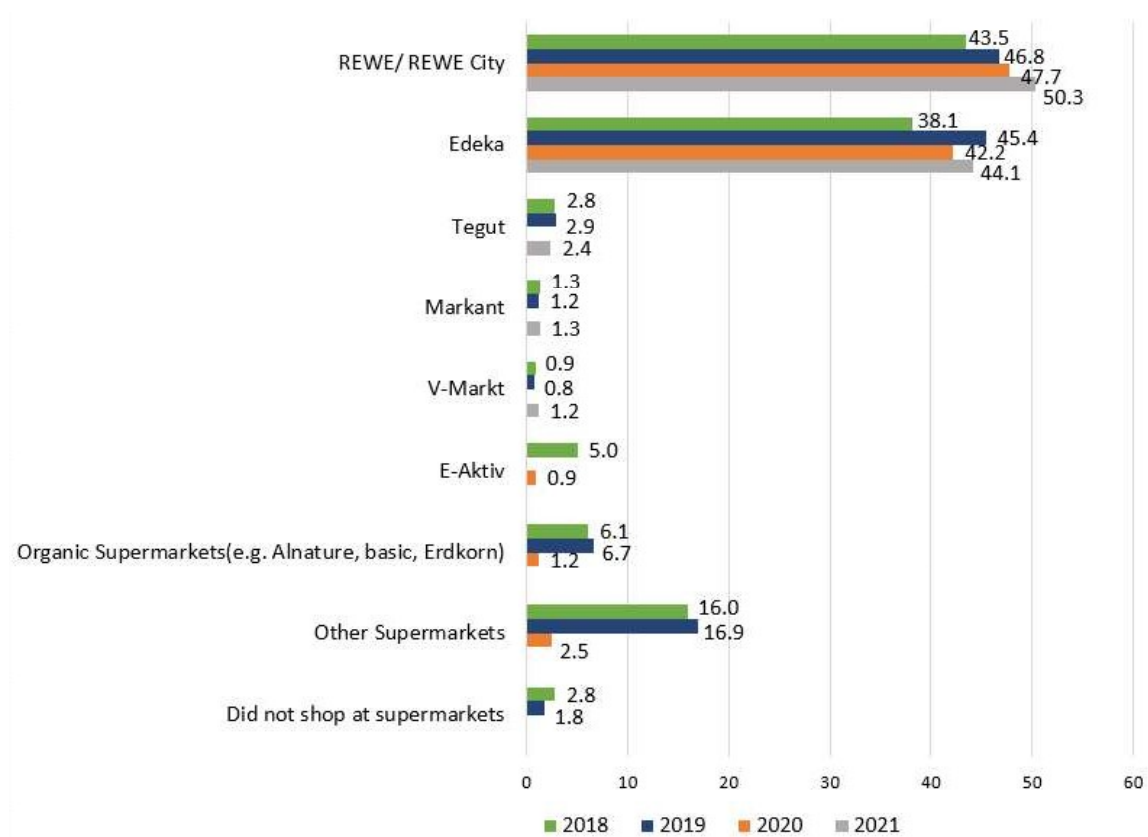
## 독일 슈퍼마켓 유통채널

USDA 자료에 따르면, 2021년 매출액 기준 독일의 주요 슈퍼마켓 유통채널 순위는 다음과 같음. 2021년 기준 1위를 차지한 슈퍼마켓은 레베(Rewe)로 50.3%의 점유율을 차지함. 2위는 에데카(Edeka)로 점유율은 44.1%를 기록함

- 독일의 대표 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 브랜드 레베의 그룹사인 레베 그룹은 다양한 유통 브랜드를 운영하고 있음

표 16 독일 슈퍼마켓 유통채널 순위 추이(2018-2021년)

(단위: %)




자료: Statista(2022)



2021년 기준 레베 그룹 자료(Group Management Report for Financial Year 2021)에 의하면, 독일에서 운영 중인 유통 브랜드 매장 수는 총 4,531개이며, 그 중 소매 유통매장은 3,791개임 - 편의점은 16개를 보유하고 있으며, 여행 및 관광업계 관련 매장은 455개, DIY 매장은 279개를 보유하고 있음

한편, 최근 독일 주요 슈퍼마켓에서는 어플리케이션을 통해서 배달 서비스를 제공함. 레베와 에데카는 식료품 주문 배달 서비스를 자사 앱을 통해서 제공함으로써 소비자 편의를 확대하고 있음

 표 17 2021년 12월 기준 독일 레베 그룹 유통채널별 보유 브랜드 예시

소매유통 (독일)	
소매유통 (글로벌)	
편의점	
DIY매장	
여행 및 관광업계	
기타	

자료: Group Management Report for Financial Year 2021

## 독일 아시안/한인마트 유통채널 현황

한국농수산물유통공사에 의하면, 2021년 보유 점포 수 기준으로 집계한 독일의 아시안/한인마트 유통채널 현황은 다음과 같음

독일의 아시안/한인마트 유통채널은 베를린, 함부르크, 프랑크푸르트 암마인을 중심으로 독일 전역에 포진해 있는 것으로 조사됨

- 대다수의 아시안/한인마트 업체는 온라인몰을 운영하며, 배달 및 배송 서비스를 제공하고 있는 것으로 조사됨

최근 독일 시장에서 아시아 식품이 간단하면서도 건강하게 한 끼 식사를 해결할 수 있는 메뉴로 인식되면서 인기가 높아지고 있음

- 이러한 트렌드에 따라 기존에는 독일 소비자들 사이에서 라면을 중심으로 아시아 식품이 유통됐으나 최근에는 떡볶이, 컵밥 등으로 다변화되고 있음

- 떡볶이, 컵밥, 라면 등 아시아 가정 간편식 식품은 주로 아시안/한인마트를 통해 유통되고 있음

한국농수산물유통공사 자료에 따르면, 독일 내 한국 식품에 대한 관심이 점차 증가하고는 있으나 향후 좀 더 적극적인 홍보 활동 및 현지 맞춤 패키지 개발 등의 전략이 필요함



표 18

독일 주요 아시안/한인마트 유통채널 현황(2021년 기준)

(단위: 점포 수)

구분	설립 연도	보유 점포 수	거점 지역
케이숍(K-Shop)	2019년	온라인 전용	프랑크푸르트 암마인
프레시아시아(FreshAsia)	2002년	1개, 온라인몰 운영	뒤셀도르프
고아시아(Go Asia)	2009년	30개, 온라인몰 운영	독일 전역
와이마트(Y-Mart)	-	1개, 온라인몰 운영	프랑크푸르트 암마인
케이몰(K-Mall)	2015년	온라인 전용	프랑크푸르트 암마인
김스 아시아(Kim's Asia)	1979년	1개, 온라인몰 운영	뒤셀도르프
한독마트(HanDok Kaufcenter GmbH)	1995년	2개, 온라인몰 운영	프랑크푸르트 암마인

자료: 한국농수산물유통공사(aT), 기업 홈페이지


## 주요 유통채널: 하이퍼/슈퍼마켓

실온 간편조리식품의 주요 유통채널인 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 온라인 유통채널을 조사 대상으로 선정함

### 1. 에데카

기업 기본 정보	기업명	에데카(Edeka)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.edeka.de		
기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 독일의 대표적인 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 유통 브랜드</li> <li>- 2021년 매출액 627억 유로를 기록함</li> <li>- 독일 내 7개의 지역별 회사로 나눠서 운영 중</li> <li>- 에데카 마켓, 센터, 익스프레스 등의 매장 형태로 운영하고 있음</li> <li>- 에데카24(EDEKA 24) 홈페이지를 통해 온라인 서비스를 제공</li> <li>- 매출액(2021년 기준): 약 627억 유로</li> <li>- 매장수(2021년 기준): 1만 1,114개</li> </ul>			
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.edeka.de) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 왼쪽 하단에 'Kontakt' 클릭</li> <li>- 홈페이지 기업 정보: 담당자명, 이메일 주소, 연락처 등</li> </ul> </li> <li>2. 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: info@edeka.de</li> <li>- 전화: +49-49-40-63-77-0</li> </ul> </li> </ol>		

### 2. 레베

기업 기본 정보	기업명	레베(Rewe)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.rewe.de		
기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 독일의 주요 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 체인 중 하나</li> <li>- 레베 그룹 자회사로 레베, 레베시티, 레베센터 등 3가지 형태의 매장이 있음</li> <li>- 자사 유기농 브랜드인 레베비오(Rewe Bio)를 보유하고 있음</li> <li>- 홍콩, 상하이, 방콕 등 지역의 구매관리 본부를 통해 다양한 아시아 식품을 수입함</li> <li>- 매출액(2021년 기준): 765억 유로</li> <li>- 매장 수(2020년 기준): 약 3,600개</li> <li>- 직원 수(2020년 기준): 약 38만 3,900명</li> </ul>			
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 이메일 또는 유선 연락을 통해서 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적인 정보 <ol 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 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자 가격 등</li> <li>3) 참고 자료: 회사 소개서, 카탈로그 등</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>2. 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: support@supplier.rewe-group.com</li> <li>- 연락처: +49-221-149-0</li> </ul> </li> </ol>		

## 주요 온라인 유통채널

### 1. 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.de	
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<ol style="list-style-type: none"> <li>홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지 하단 메뉴 'Geld verdienen mit Amazon' 카테고리 내의 'Jetzt verkaufen'를 클릭</li> <li>아마존 판매자 포털 Amazon Seller Central 접속</li> <li>포털 가입 후 입점 절차 진행 (services.amazon.com/services/soa-approval-category)</li> <li>홈페이지 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> <li>공급자 정보: 회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일</li> <li>제품 정보: UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>입점 문의 후 등록 (services.amazon.de/service/kontaktieren-sie-uns.html) <ul style="list-style-type: none"> <li>정보 기입 후 입점 사항 논의 후 진행</li> <li>홈페이지 기입 정보(제품군, 예상판매액, 회사정보 등)</li> </ul> </li> <li>기타 주의사항 <ul style="list-style-type: none"> <li>아마존 행동강령 및 소비자에 대한 식품 관련 정보 제공에 관한 EU 규정 준수</li> <li>식품품을 포함한 10개 카테고리에 대한 승인절차를 거쳐야 입점 가능</li> </ul> </li> </ol>	

### 2. 브링마이스터

기업 기본 정보	기업명	브링마이스터(Bringmeister)	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.bringmeister.de	
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<ol style="list-style-type: none"> <li>유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>등록 시 필요한 일반적인 정보 <ol style="list-style-type: none"> <li>공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등</li> <li>공급 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자 가격 등</li> <li>참고 자료: 회사 소개서, 카탈로그 등</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>이메일: kundenservice@bringmeister.de</li> <li>연락처: +49-30-8093-25410</li> <li>비건 및 유기농 옵션별로 선택하여 상품 정렬 가능</li> </ul> </li> </ol>	

# IV

## 통관 및 인증



# 01 통관 및 검역

## 한국 수출 통관 절차

### 출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

### 수출신고 서류 준비

- ① 정식 수출신고:
  - 목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출
- ② 목록통관:
  - 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
  - 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
  - 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음
- ③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간이한 방식으로 수출신고를 할 수 있음
  - FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출 신고의 어려움을 해소할 수 있음
  - 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세환급 등 혜택을 받을 수 있음

## 한국 수출 통관 절차도



### 서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음

- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

### 수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

### 수출신고

- 수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수
- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

### 세관 심사

- 위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐
- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류 상 일치 여부를 확인함
  - 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

### 선(기)적

수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송 수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

## 독일 통관 절차

### 개요

독일은 EU 회원국으로서 기본적으로 모든 EU의 지침, 규정 및 의무를 준수함. EU는 관세동맹에도 해당되기 때문에 EU 역내로 수입되는 동일한 상품에 동일한 세율이 적용됨. 아래에서는 식품 수입 시 EU 회원국에 적용되는 공통 규정을 바탕으로 독일에서 추가적으로 시행 중인 규정을 함께 안내하고자 함

### EORI 번호

#### ① 개요

EORI(Economic Operator's Registration and Identification Number) 번호는 한국의 사업자등록번호와 유사한 것으로 EU 역내에서 관세 관련 경제주체를 효과적으로 관리하기 위해 도입한 번호임. 해당 번호를 발급받으면 EU 전역에서 생산, 수출입, 유통 등의 경제 활동이 가능함. 독일에서는 EORI 번호를 통관고유번호로 사용함. 대부분의 경우 수입자가 EORI 번호를 발급받으나, 수출자가 직접 수입통관을 진행하려는 경우에는 EORI 번호를 발급받아야 함

#### ② 발급 절차

- 독일에서는 드레스덴 지방 세관에 우편 접수<sup>3)</sup>를 통해 무료로 발급받을 수 있음
- 2019년 10월부터 관세청 온라인 포털<sup>4)</sup>을 통해 계정을 만들어 EORI 번호를 발급·변경할 수 있음
- 온라인 신청 대신 “0870a\_en(EORI Number)” 양식 0870a\_en 양식<sup>5)</sup>을 작성하여 제출할 수 있음

#### ③ 발급 형식

독일 EORI 번호는 “DE + 15자리 숫자” 형식으로 발급됨

3) 우편 주소: Generalzolldirektion, Dienstort Dresden, Stammdatenmanagement, Postfach 10 07 61, 01077 Dresden, Germany

4) EORI 요청절차

[https://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/Duties-and-taxes/EORI-number/Requesting-EORI-number-amending-operator-particulars/requesting-eori-number-amending-operator-particulars\\_node.html](https://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/Duties-and-taxes/EORI-number/Requesting-EORI-number-amending-operator-particulars/requesting-eori-number-amending-operator-particulars_node.html)

5) 링크



## 독일 수입 통관 절차도

1. 신규 식품 허가 및 EORI 발행, 물품 관련 수출국 인증서 등 사전 준비



2. EU 역내 최초 도착 국경 검사소(BIP)에서 물품 검사

- 동물성 식품 및 공식 통제를 높인 비동물성 식품의 경우 검사소에 사전 통지 필요
- 화물이 항구에 도착하기 적어도 하루 전에 국경 검사소에 통지(원본 문서로만 가능)
- 수입 식품에 대한 검사는 EU 국경 지역에 집중되어 있음



3. 수입신고

- 동물성 식품 및 공식 통제를 높인 비동물성 식품은 검사 통과 후 수입신고
- 그 외 식품은 EU 역내 도착 후 수입신고



4. 관세 납부

- 검사 통과 및 관세 납부 후 EU 전역에서 자유롭게 이동 가능



5. 물품 반출

- 국경 지역 검사 이후 어떤 유통 단계에서든 식품 검사 가능

# 02 인증

## 식품별 수입 요건(필수)

### 1. 개요

독일은 EU 회원국으로서 식품 위생 및 통제 EU 통일 규정을 준수함. 식품 관련 EU 규정에는 (EC) No. 852/2004, 853/2004, 178/2002 및 882/2002 등이 있음. 관련 규정에 대한 지침 EU 식품 위생 및 통제 지침<sup>6)</sup>에서는 식품을 동물성, 비동물성, 복합 식품 3가지로 구분하며, 모든 식품 공통 규정 및 식품별 개별 규정을 안내하고 있음

아래에서는 식품 관련 규정 및 지침을 바탕으로 안내함

### 2. 식품별 수입 요건

#### 1) 공통 규정

##### ① 식품 수입업자의 의무

- 수입한 식품이 요건을 준수하지 않는다고 판단하는 경우 해당 식품 회수 절차를 즉시 개시하고, 당국에 통지해야 함

##### ② 식품 위생 공통 요구사항<sup>7)</sup>

- EU 회원국 외 제3국의 모든 식품업자는 아래 규정을 준수해야 함

- 제품 및 공정의 안정성 모니터링
- 식품에 대한 미생물 관리
- 식품에 대한 온도 관리
- 콜드체인 유지
- 샘플 및 분석
- HACCP 원칙 및 절차 준수(인증 - HACCP 파트 참조)
- 관할 당국에 등록 또는 승인된 식품 제조업자일 것

#### 6) 관련 링크

[https://food.ec.europa.eu/system/files/2016-10/biosafety\\_fh\\_legis\\_guidance\\_interpretation\\_imports.pdf/](https://food.ec.europa.eu/system/files/2016-10/biosafety_fh_legis_guidance_interpretation_imports.pdf/)

7) (EC) No. 852/2004 제 3~6조 참조

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02004R0852-20210324>

## 2) 동물성 식품

## ① 정의

- 가공 여부 관계없이 동물에서 유래했거나 동물에서 유래된 식품. 여기에는 시장에서 소비를 위해 판매되는 살아있는 동물(예: 바닷가재, 살아있는 연체동물)이 포함됨

## ② EU 역내 반입 요건

- 동물성 식품은 EU 회원국이 아닌 제3국의 업체 중 EU에서 공시한 리스트의 업체만 EU로 수출이 가능함. 현재 한국은 말, 달걀, 가금류 및 유제품(발굽이 있는 포유류)의 육이 리스트에 등록되어 있음<sup>8)</sup>
- EU 역내로 수입 시 국경 지역의 지정 검사소에서 검사를 받아야 함
- 검사소에 물품이 EU 역내에 도착했다는 사전 통지를 위해 CVED(the Common Veterinary Entry Document)와 물품 관련 제3국에서 발급한 인증서(Animal Health Certificate 등)를 제출해야 함
- 리스트에 등록된 제3국에서 수출되고 검사 결과가 양호해야만 역내 반입이 가능함
- 위 절차는 식품 수입자의 의무이나 수출자는 원활한 검사 통과를 위해 서류 제공 등 협조가 필요함
- 원칙적으로 한 회원국에서 합법적으로 판매되는 제품은 EU 모든 회원국에서 판매 가능

## 3) 비동물성 식품(Food of Non-Animal Origin)

## ① 정의

- 과일, 채소, 시리얼, 음료(우유, 계란 등 동물성 제품 및 특정 우유 기반 음료가 포함거나 이를 기반으로 제조한 음료는 제외)
- 광물성 식품(예: 소금), 향신료, 조미료 등

## ② EU 역내 반입 요건

- 동물성 식품 외의 대부분 식품은 특정 통관 장소 규제가 없으며, EU 모든 지역을 통해 반입 가능
- 특정 수입 조건, 사전 통보 요건(pre-notification requirement), 수출 당국의 인증 요건이 요구되지 않음
- 비동물성 식품은 EU 리스트에 해당하지 않더라도 EU 회원국으로 수출이 가능함
- EU에서는 비동물성 식품 중 공식적인 통제(the public controls)를 높여야 하는 목록<sup>9)</sup>을 국가와 식품별로 공시하고 있으며, 현재 한국 및 의뢰 품목인 떡볶이는 해당하지 않음. 해당 목록에 지정될 경우, 특정 반입 장소가 지정되고, 물품의 EU 도착과 그 특징을 사전에 통보해야 함

8) (EU) 2021/404 Annex 4, 15, 19 참조

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R0404&from=EN>

9) (EC) No. 669/2009 Annex 1 참조

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02009R0669-20191017&from=EN>

## 4) 복합 식품(Composite Products)

## ① 정의

- 비동물성 제품과 동물성 가공 제품을 모두 포함하는 식품

## ② EU 역내 반입 요건

- 복합 식품에 포함된 동물성 성분은 동물성 식품의 규정을 충족해야 함

## 신규 식품 허가(Novel Food Authorizations)(필수)

### 1. 개요

EU 내 신규 식품을 판매하기 위해서는 사전에 유럽 집행위원회(European Commission)의 신규 식품 허가(Novel Food Authorisations)를 받아야 함. 허가 신청은 온라인<sup>10)</sup>으로 진행되며, 신청부터 허가까지 최대 16개월이 소요될 수 있음

### 2. 허가 절차

1. 집행위원회에 온라인 허가 신청 온라인 허가 신청<sup>11)</sup>

- 전자 제출 시스템을 통해 제출부터 결과까지 확인 가능
- 서류는 영어로 작성하며, 그 외 언어로 제출 시 영어 번역본이 요구될 수 있음
- 권고 파일 형식은 PDF



2. 집행위원회가 EFSA(European Food Safety Authority)에 위험 평가 수행 요청

- 신규 식품이 인간의 건강에 영향을 미칠 가능성이 있는 경우에 해당



3. EFSA가 의견 채택

- EFSA가 집행위원회로부터 신청을 받은 날부터 9개월 후에 의견 채택



4. 집행위원회가 신규 식품의 시장 판매 가능 목록 업데이트 초안 제출

- 집행위원회가 EFSA의 의견이 발표된 날부터 7개월 이내 초안을 식물·동물·식품 및 사료 상임위원회에 제출



5. 목록에 대해 상임위원회 찬성 및 집행위원회 채택 후 EU 역내 판매 가능

10) European Commission – Novel Food Authorisations  
[https://food.ec.europa.eu/safety/novel-food/authorisations\\_en](https://food.ec.europa.eu/safety/novel-food/authorisations_en)

전자 제출 시스템을 통해 온라인으로 신규 제품 허가를 신청할 경우 제공할 정보는 다음과 같음

- 식품명, 식품 설명
- 허가 신청인의 이름/회사명, 이메일, 전화, 웹사이트, 우편번호, 주소, 국가
- 허가 신청 담당자의 연락처
- 생산자 연락처
- 기밀성(Confidentiality) (예/아니오)
- 데이터 보호 (예/아니오)
- 사용 조건(식품 카테고리, 최대 사용 수준)
- 특정 라벨링 요구사항
- 기타 요구사항
- EU 역외 규제 상태
- 제출 서류의 요약본(Summary of the dossier)
- 적용 범위(기존 허가의 조건 변경 신청의 경우)

## HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points - 필수)

### 1. 개요

HACCP은 위해요소분석(Hazard Analysis)와 중요관리점(Critical Control Points)의 영문 약자로, 해썬 또는 식품안전관리인증기준이라 함

식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 하며, 국제적으로 인정받고 있는 위생관리체계임

한국에서는 식품의약품안전처 산하 공공기관인 한국식품안전관리인증원<sup>12)</sup>에서 진행하며, 아래 절차 등은 동 기관에서 제공하는 정보를 기초로 함

HACCP은 크게 식품, 축산물, 사료공장 분야로 나뉘며, 식품에 식품 제조·가공업이 포함됨. EU는 공통 식품 위생 규정을 운영하고 있으며, 해당 규정 제5조<sup>13)</sup>에서 EU 회원국이 아닌 제3국의 모든 식품제조업체는 HACCP의 원칙에 따라 제품 및 공정을 관리해야 한다고 명시하고 있음

11) 링크

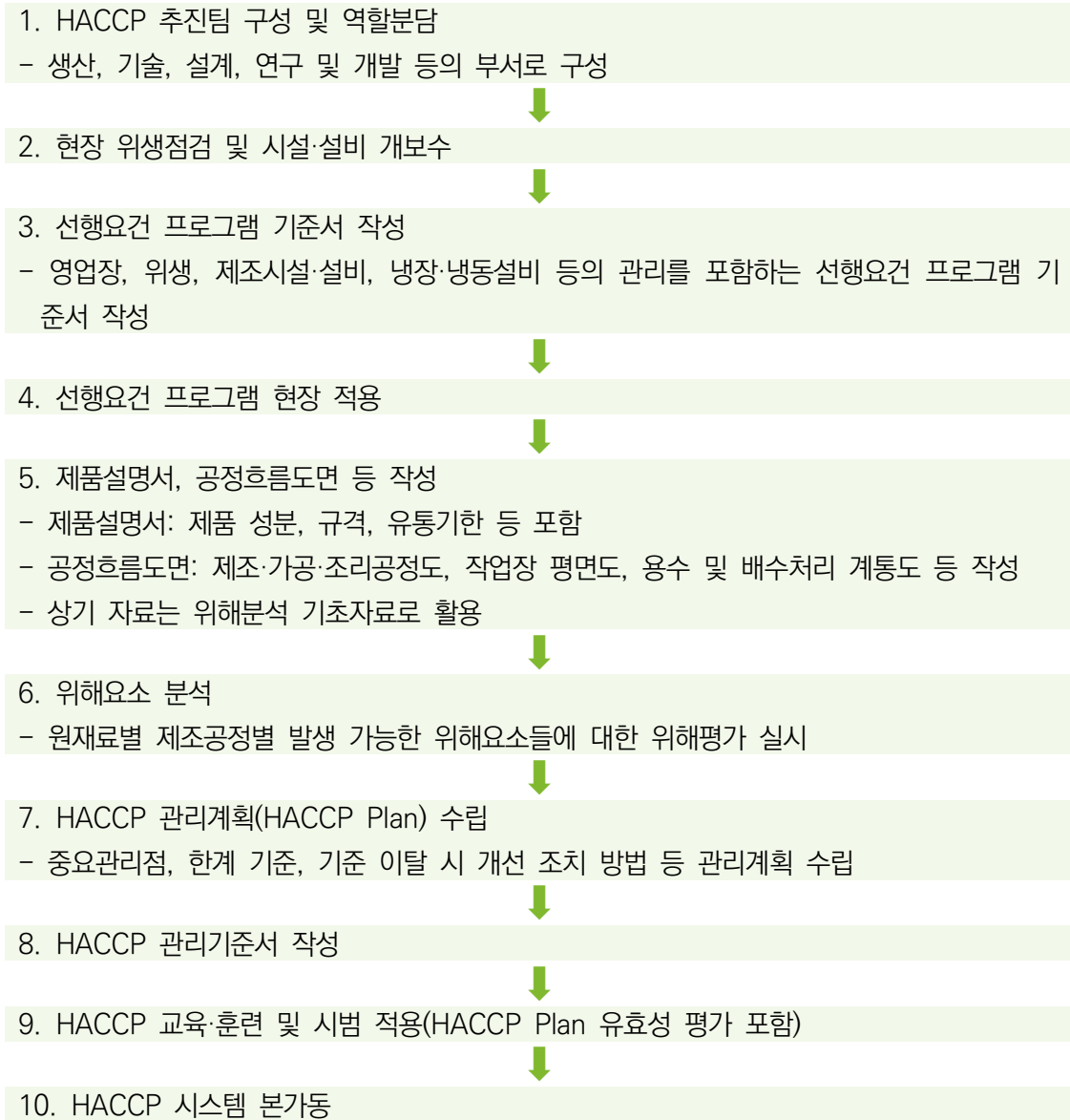
[https://food.ec.europa.eu/safety/novel-food/e-submission-accordance-new-novel-foods-regulation\\_en](https://food.ec.europa.eu/safety/novel-food/e-submission-accordance-new-novel-foods-regulation_en)

12) 한국식품안전관리인증원 <https://www.haccp.or.kr/>

13) (EC) No. 852/2004 제 5조 HACCP

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02004R0852-20210324>

## 2. 인증 절차<sup>14)</sup>



## 3. 처리 기한 및 수수료 - 한국식품안전관리인증원

### ① 처리기한

- 처리 기한: 신청서 접수 후 40일(최초 인증), 60일(연장)
- 보완: 서류 미비로 보완 시 15일 이내

### ② 수수료<sup>15)</sup>

- 14) 식품제조업체 HACCP 적용절차  
<https://fresh.haccp.or.kr/haccp/introduction/haccplntroduction.do?tp=5>  
 15) 식품 HACCP 수수료

- 수수료 부과 대상: 인증심사, 연장심사, 인증변경
- ③ 대상 업종: 전 품목, 전 업종(식품 유형별 또는 업소별 부과)
  - 인증심사: 20만 원
  - 연장심사: 20만 원
  - 인증 변경: 10만 원

#### 4. 제출 서류

- HACCP 인증 신청서<sup>16)</sup>
- 안전관리인증 계획서(HACCP Plan) 1부
- 영업등록증 사본(앞, 뒤) 1부
- 사업자등록증 사본 1부

<https://fresh.haccp.or.kr/haccp/process/haccpProcess.do?tp=4>

16) 식품HACCP 인증 신청서

<https://fresh.haccp.or.kr/haccp/process/haccpProcessMinwonDetail.do?board=81&post=84395>

# 03 라벨링

**표 19** 독일 떡볶이 라벨링 기본 표기사항 상세

번호	구분	설명
1	제품명	- 상표와 브랜드는 표기할 수 있으나, 상품명으로는 사용 불가 - 원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 백분율과 함께 표시 - 면의 경우, '면' 문자 다음에 괄호를 붙여 '밀가루', '메밀', '달걀가루', '소금' 등 가장 일반적인 이름으로 표시
2	원재료명	- 스프 및 조미료의 경우, '닭고기 추출물', '간장', '향신료', '파' 등 가장 일반적인 이름으로 표시 - 완제품의 5% 이상의 원료에 한해서 순중량 순으로 기재. 2%가 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기 - 알레르기 유발 성분은 강조해서 표기
3	첨가물	- 가공 보조제, 캐리-오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능 - 중량 비율이 높은 순서대로 표시
4	순중량	- 무게 단위로 kg(킬로그램) 혹은 g(그램)으로 표시 - 부피 단위는 ml(밀리리터), cl(센티리터), l(리터) 중 하나로 표시
5	보관방법	- 제품이 특별한 보관 상태 혹은 사용 상태를 요구할 시 이러한 상태를 명시해야함
6	원산지	- 최종 제품의 원산지와 최종 제품에 포함된 주요 성분의 원산지가 다른 경우, 해당 주원료의 원산지를 기재하거나 혹은 주원료는 최종 제품의 원산지에서 유래하지 않음을 기재 - 위원회 실시 규칙(EU) 2018/775에 따라서 최종 제품의 원산지가 표기되어 있지 않고 원산지 국기 등이 패키지에 표시되어 있는 경우에는 규제의 대상
7	조리방법	- 조리 예시가 없어서 적절한 식품의 사용이 불가능한 경우, 사용법을 명시해서 소비자들이 제품을 적절하게 사용하도록 할 것
8	사업자 정보	- 식품 정보 제공에 책임이 있는 회사명을 기재하는 것을 원칙으로 함 - 만일 그 회사가 유럽연합 내에 설립된 것이 아니라면, 유럽연합 영내로 수입하는 수입업체를 기재
9	영양정보	- 의무 기재사항: 열량, 지방 함량, 포화지방 함량, 탄수화물 함량, 설탕 함량, 단백질 함량, 소금 함량 - 선택 기재사항: 불포화지방 함량, 폴리올 함량, 전분 함량, 식이섬유 함량, 비타민 혹은 미네랄 함량 - 영양 정보는 100g 혹은 100ml 기준으로 표기
10	유통 기한	- 섭취기한: Best Before, Best Before End 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 - 최소보존일: Use By와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재
11	알레르기 유발물질	- 명시된 성분 혹은 가공 보조제 혹은 이들 성분에서 유래한 물질로, 식품 제조 혹은 손질 과정에서 사용되고 어떠한 변형된 형태로든 완제품에 남아있다면 반드시 제품 성분 리스트에 포함 - 다른 성분들과 구분해서 강조 시, 'Contains'라는 표현 다음에 알레르기 항원 인자 성분을 표기
12	제조 번호 (Lot 번호)	- 동일한 조건에서 생산, 제조, 포장된 동일 식품군에 속한 판매 개체들의 총체로, 소비자가 사전포장 식품 원산지를 추적 가능하게 함 - 다른 라벨 문구들과 분명하게 구분되는 경우를 제외하고 L로 시작 - 단, 유통기한이 라벨에 표시된 경우 제조 번호는 의무 기재사항이 아님

자료: EU 법령포털(EUX-LEX), EU 라벨링 규정 Regulation No. 1169/2011



## 독일 떡볶이 HMR 제품 라벨링 예시



표 20

독일 떡볶이 HMR 제품 라벨링 예시

제품 앞면

제품 뒷면

제품명	<b>Commodity</b>	Zombie Dumb Spicy Topokki	<b>Nutrition Facts</b> 영양정보
유통기한	<b>Best Before</b>	The Date Separately Marked:	
보관방법	<b>Storage</b>	Keep it in cool food with no direct sunlight	
제조사	<b>Manufacturer</b>	ARAKI, Ltd.   21, Boppon-ro 138il Beon-ri, Seodang-daero, Seodang, Seoul, Korea	
유통사	<b>Distributor</b>	Wholesale   21011, 1, Gwan-dong 1-ro, Gwancheon-daero, Seoul, Korea   02-1234-5678	
성분	<b>Ingredient</b>	Gluten, calcium flour (imported), purified salt, ethyl alcohol, seasoning powder (malt, sugar, sodium, glutamate, chili powder, powdered red chili powder), 2 red chili paste, multicolored, purified salt, composite seasoned food, purified salt, savory seasoning powder, purified salt, corn starch, composite seasoning powder, mixed chili paste, taste seasoning, onion powder, garlic powder, citric acid, black pepper powder, xanthan gum, aspartame, potassium paprika	
알레르기 유발물질	<b>Allergy Notice</b>	soybeans, wheat, squid, shrimp, shellfish, eggplant	

자료: 아마존 독일, 2022.09.

V

시사점



# 01 시사점

## 일반 마트 중심으로 다양한 지역 진출

독일 농식품 시장은 탄소중립 트렌드의 최첨단을 달리고 있음. 일반 마트나 드럭스토어에서도 비건 및 유기농 제품을 손쉽게 접할 수 있으며, 이는 소비자들의 식품에 대한 관심사가 탄소중립으로 상당히 기울어져 있음을 반영함. 떡볶이를 비롯한 HMR 가공식품은 이러한 트렌드와는 다소 배치되는 성격을 지닌다는 점을 염두에 두고 시장에 접근해야 함

HMR을 비롯한 가공식품은 일반 유통매장에서 활발하게 판매되고 있음. 다만, 앞서 언급했듯 유통 브랜드별로 취급하는 식품의 성격이 매우 상이하므로 이를 잘 고려한 진출이 필요함. 가공식품은 대체로 일반적인 슈퍼마켓에서 모두 유통하고 있지만, 비건 및 유기농 식품 위주의 매장에 진출하는 것은 피해야 함

독일 또한 인종적으로 매우 다양한 구성을 지니고 있고, 지역별로 이러한 인종 분포가 다양하기 때문에 베를린 이외에도 다양한 도시에 진출하는 것을 추천함. 특히, 떡볶이와 같은 제품은 한식과 한국 문화는 백인보다 다른 인종한테 더 큰 인기를 끌고 있으므로 이를 고려해야 함

## 조리법 적극 홍보

SNS 등을 이용한 마케팅은 필수적이며, 특히 낯선 문화의 소비자들에게 다가가는 것이기 때문에 조리법을 적극적으로 홍보하는 것이 중요함. 구독자들에게 조리법을 반복하여 강조하는 방식을 통해 호기심을 불러일으키고 제품에 친숙하게 만들어야 구매, 소비, 재구매를 이끌어낼 수 있음

## 참고·문·헌



### □ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. 농식품수출정보(KATI)
4. 독일 케이숍 홈페이지
5. 아마존 독일
6. 독일 와이마트 홈페이지
7. Statista
8. 한국농수산물유통공사(aT)
9. FDA
10. D&B Hoovers
11. [www.edeka.de](http://www.edeka.de)
12. [www.rewe.de](http://www.rewe.de)

### □ 참고 자료

1. USDA, “Germany Retail Foods”, 2022

## 수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022. 12.

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