



# MINI Market Report

국가	네덜란드
제품	신선 표고버섯

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

## CONTENTS

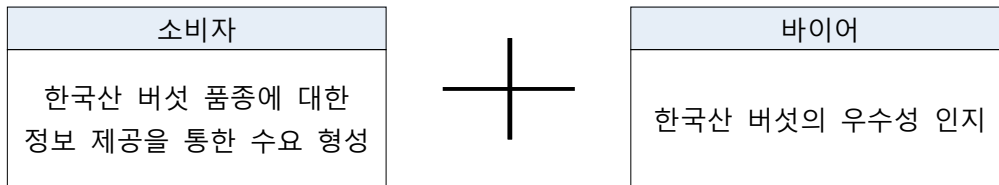
<b>I. 네덜란드 마케팅 방안</b> .....	<b>1</b>
<b>II. 네덜란드 유통 정보</b> .....	<b>3</b>
1. 유통절차 .....	3
2. 주요 유통업체 현황 .....	5
<b>III. 네덜란드 통관 정보</b> .....	<b>14</b>
1. 관세 및 기타 세금 .....	14
2. 통관 절차 .....	16
<b>IV. 네덜란드 검역 정보</b> .....	<b>20</b>
<b>V. 네덜란드 라벨링 정보</b> .....	<b>23</b>
<b>VI. 네덜란드 바이어 정보</b> .....	<b>25</b>

※ 참고자료

# I 네덜란드 마케팅 방안

## □ 한국산 버섯에 대한 현지 인지도 제고 필요

- 네덜란드 시중에 유통되고 있는 버섯 제품들은 양송이류가 대부분으로, 표고버섯과 같은 한국산 버섯은 네덜란드 소비자들에게는 다소 생소하여 시장 확대의 어려움이 존재함
- 또한 바이어의 경우는 버섯 품종에 대해서는 알고 있으나 한국산 버섯에 대해서 알지 못하고 있는 경우도 있음
- 따라서 네덜란드 소비자들에게 한국산 버섯류에 대해서 알리고 친숙하게 하여 수요를 형성 시키는 마케팅 노력과 바이어들에게 한국산 버섯의 우수성에 대해서 알리는 노력이 동시에 이루어져야함



## □ 유통업체와 연계한 홍보 필요

- 제품의 판매가 이루어지는 곳에서 홍보하는 것이 가장 효과가 좋다는 것을 감안할때 유통업체와 연계하여 시식을 통해 한국산 버섯을 맛 볼 수 있게 하는 것도 좋은 방법임
- 특히 시식과 더불어 한국산 버섯을 활용한 현지형 요리 레시피를 제작, 배포하여 구매를 촉진해야 함

## □ 유럽연합의 유기농 인증 획득 필요

- 네덜란드 시중에서 가장 흔히 볼 수 있는 한국산 야채는 팽이 버섯으로, 패키지 자체에는 무농약 농산물 또는 유기농이라고 적혀져 있음

- 그러나 유럽에서는 한국 유기농 인증을 인정하고 있지 않고 있어 유럽 유기농 인증서 없이 유럽 지역, 특히 네덜란드로 수입을 시도할 경우에는 통관이 거부
- 따라서 유럽의 유기농 인증으로 보다 까다로운 네덜란드 소비자들에게 고품질 제품으로서의 이미지를 심어줄 필요가 있음
- 특히 네덜란드에서 판매 중인 표고버섯, 새송이 버섯, 팽이 버섯은 대부분 한국산 또는 중국산으로, 중국산 제품 중에는 유기농 인증을 받은 제품이 없어 유기농 인증을 획득할 경우, 중국산 제품과 차별화 할 수 있는 가장 큰 전략이 될 수 있음

□ 안정적인 물량공급 필요

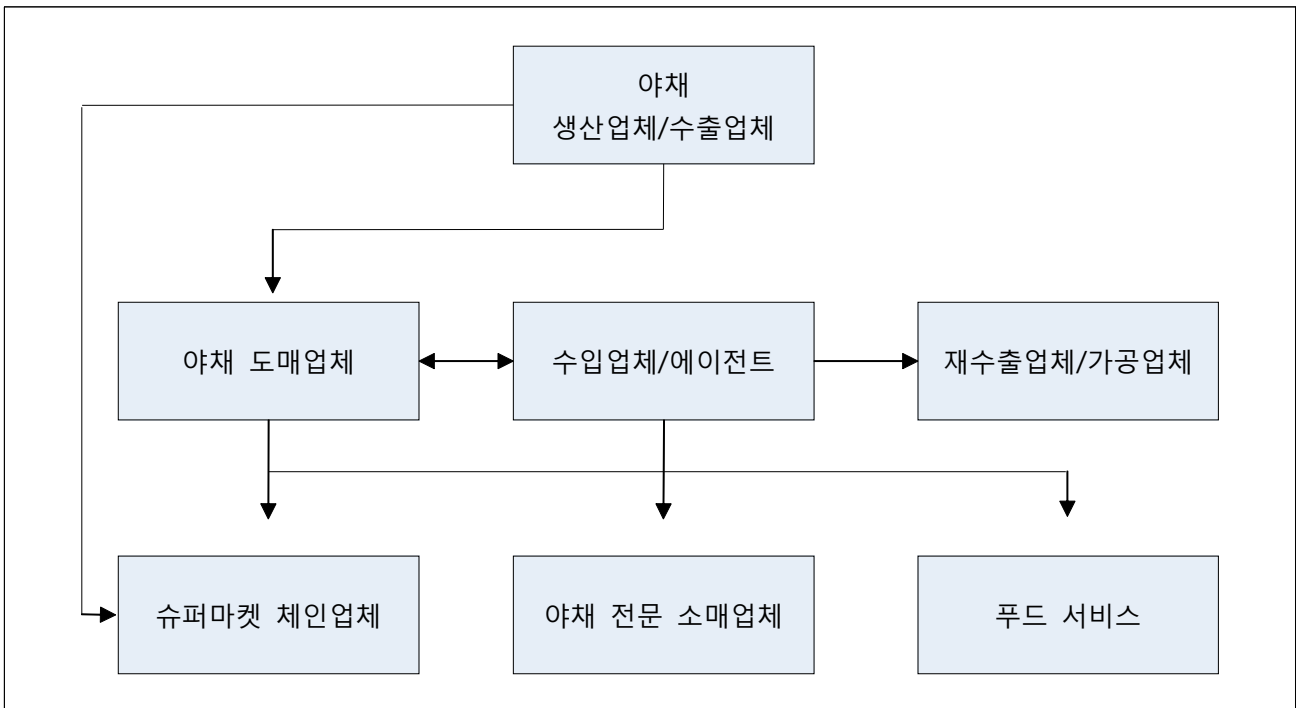
- 작황·시세 따라 들쭉날쭉한 물량공급 : 일반적으로 대부분의 신선식품은 특성상 기상여건에 많은 영향을 받음. 한 해 작황이 불량하면 전체 생산량이 부족해 내수가격 급등으로 이어진다. 이럴 경우 일부 수출농가들이 물량을 내수로 유통시켜 전반적으로 수출물량 부족 현상이 발생함. 더욱이 설이나 추석 등 대목 성수기가 겹치거나 수출전문단지가 따로 지정되지 않은 품목의 경우 더욱 심함.
- 반대로 작황이 좋을 때에는 수출단가가 내수가격보다 상대적으로 높아 수출물량이 과잉 공급되는 경우도 있음. 일부 업체는 물량 처리를 위해 수출단가를 덤핑하기도 한다. 실제 한국농촌경제연구원이 2012년 채소류 및 과일류 수출업체를 대상으로 조사한 수출 시 애로사항을 보면 수출약속 불이행 경험이 있는 수출업체가 각각 62.5%, 79.5%로 매우 높게 나타났음
- 이일봉 모닝팜 대표이사는 「단순 변심이나 내수가격이 좋다는 이유로 일부 농가들이 계약을 이행하지 않고 수출물량을 주지 않을 때는 난감하다」 이어 「수출농가 이탈이 반복되면 해외 신뢰도 저하로 이어져 결국 신선식품의 지속적인 수출확대가 힘들다」 고 지적함
- 지난해 대규모 농식품 수출상담회인 「바이 코리아푸드(BKF 2013)」에 참가했던 네덜란드 바이어 발론 배히트리(Valon Bahtiri) 씨는 「한국산 신선식품은 품질도 양호하고 안전성이 높지만 일부 품목은 계약된 물량 공급이 원활하지 않고, 일회성 수출로 끝내는 업체들도 많아 신뢰도 면에서는 아쉽게 생각한다」 고 말함

## III 네덜란드 유통 정보

### 1. 유통절차

#### □ 야채 유통구조 체계

- 네덜란드의 신선 야채 및 야채의 유통 구조는 생산부터 최종 소비자에 이르기까지 약 3단계로 요약될 수 있어 상당히 간단한 구조를 가지고 있으며 특히 수입 야채의 경우는 네덜란드산 야채보다 1단계가 더 짧은 것으로 조사됨



출처 : www.google.com

#### □ 유통 업체별 특징

- 네덜란드의 신선 야채 유통구조에 대한 이해를 돕기 위해 위에 정리된 네덜란드 신선야채 유통구조도를 구성하고 있는 각 유통 업체들의 역할 및 특징을 살펴봄
- 에이전트

- 한국 수출업체와 연락을 유지하면서 컨테이너를 채우는데 필요한 제품들을 모으는 한편, 네덜란드 도매업체들을 위한 물량을 확보함
- 일부 에이전트들은 판매 가격에 대한 커미션을 요구하기도 하는데 대체적으로 최대 10%임

– 수입업체

- 수입업체들은 한국 내 생산업체 또는 수출업체들로부터 직접 제품을 받음
- 이 수입업체에서 통관 및 검역 등의 절차를 처리하게 되며 일부 경우에는 소매업체들을 위한 최종 패키징까지 맡기도함
- 수입업체들은 도매업체, 대형 슈퍼마켓 체인과 야채전문 소매업체 등에 공급을 함
- 일반적으로 수입업체의 마진은 5-10%임
- 수입업체들은 네덜란드 시장에 대한 지식이 있고 도매업체 또는 현지 유통업체들과의 관계가 있기 때문에 수출업체로서는 가장 중요한 유통 채널이라고 할수 있음

– 도매업체

- 도매업체들은 야채들을 수입업체, 생산업체, 그리고 경매를 통해 구입함
- 이렇게 구입된 야채들은 야채 전문 소매점, 푸드 서비스업체와 슈퍼마켓으로 공급됨
- 최근에는 직접 수입업체들로부터 야채를 공급받는 대형 슈퍼마켓 체인 및 대형야채 전문 소매점들이 증가하면서 도매업체들의 역할이 감소하고 있는 추세임

– 소매업체

- 소매업체들의 가격 지향 특성에 따라 공급량과 제품에 대한 요구사항에 차이가 있음
- 소매업체의 유형에 따라 세 가지로 구분하여 특징을 정리하면 아래 표와 같음

가격수준	디스카운트	프리미엄	프리미엄
공급량(상대적)	대량	대량	소량
요구사항	- 가격 - 공급의 신뢰성 - 연중 공급가능 기간	- 품질 - 특이성, 유기농, 공정무역 제품 여부	- 품질 - 성숙도 - 독특한 맛

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 추적가능성</li> <li>- 제품의 균등성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성숙도</li> <li>- 추적가능성</li> <li>- 제품 프로모션</li> <li>- 제품의 균등성</li> <li>- 공급의 신뢰성</li> <li>- 지속가능한 제품</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 특이성, 유기농, 공정무역 제품 여부</li> <li>- 추적가능성</li> <li>- 공급의 신뢰성</li> <li>- 독특한 마케팅 컨셉</li> </ul>
--	--	---	--

## 2. 주요 유통업체 현황

### □ 네덜란드 유통매장 현황

구 분	시장 점유율	내 용
Albert Heijn	31.3%	Albert Heijn
Superunie	29.9%	PLUS, Jan Linders, Vomar, Spar, DeKamarkt [2] , Coop, Hoogvliet, Golf, Dirk van de Broek, Bas van der Heijden, Digros, etc.
Bijeen	24.8%	C1000, Jumbo, Super de Boer
Aldi	8.5%	Aldi
Lidl	5.5%	Lidl

출처: AC Nielsen / USDA estimates

### □ 네덜란드 슈퍼마켓과 대형슈퍼마켓, 할인마켓, 백화점

구 분	형태	소유권	분포지역
슈퍼마켓	Albert Heijn	Royal Ahold	전 국
	Jan Linders	Jan Linders	지역구
	C1000	Schuitema	전 국
	Jumbo	Jumbo	전 국
	Plus	Sperwer Groep	전 국
	Coop	CoopCodis	전 국
대형마켓	Jumbo XL	Jumbo	전 국
	C1000	Schuitema	전 국
	AH XL	Royal Ahold	전 국

할인마켓	Aldi	Aldi-Gruppe	전 국
	Lidl	Lidl & Schwarz	전 국
	Dirk van de Broek	Dirk van de Broek	전 국
	Bas van der Heijden	Bas van der Heijden	전 국
	Digros	Digros	전 국
백화점	Bijenkorf	Lion Capital LLP (UK)	전 국
	HEMA	Lion Capital LLP (UK)	전 국
	V&D	Maxeda (NL)	전 국
편의점	AH To go	Royal Ahold	전 국

※ 기준: 슈퍼마켓 - 상업공간면적≤ 1,500m<sup>2</sup>

※ 대형마켓 - 상업공간면적>1,500m<sup>2</sup>

□ 주유소 입점 슈퍼마켓

구 분	소유권	입점 주유소	분포지역
On the Run/Snack & Shop	ExxonMobil	Esso	전 국
Shell Station	Shell	Shell	전 국
Texaco Servicestations	Chevron	Texaco	전 국
Wild Bean Cafe	British Petroleum	BP	전 국
Cafe Bonjour	Total	Total	전 국
AH To Go	Royald Ahold	Shell	전 국

※ 출처: AC Nielsen

□ 대형유통업체 세부 현황

① 알버트하인 (Albert Heijn)

－ 업체개요

- Albert Heijn B.V. 는 1887년 네덜란드 Oostzaan에서 처음으로 설립된 슈퍼마켓 체인점임. Ahold사의 가장 오래된 분야로 네덜란드에서 가장 큰 시장 점유율을 가



지고 있음. 상점은 상품의 가격보다는 질에 초점을 맞추어서 서비스가 제공되고 있음. 그러나 최근에 벌어진 네덜란드 슈퍼마켓의 가격조정분쟁에 의해서 현재는 다른 슈퍼마켓과 많은 차이는 나지 않음. 슈퍼마켓 내에 자체 할인 카드가 있어서 추가 할인 정책을 펴고 있음

구 분	내 용
주 소	Provincialeweg 11, 1506MA, Zaandam, The Netherlands
전 화	+31 (0)75 6595050
Website	http://www.ah.nl
소 속	Ahold의 100% 소속 자회사
규 모	7,480억 유로 규모 (+7.9%, 2007년)
시 장 점 유 율	30.0% (2008년)
점 포 수	753개 (2008년), 200개의 가맹점
영 입	2006년: + 23개의 Konmar 슈퍼마켓 영입 -2008년: + 56개의 C1000 영입 -> 시장점유율30%달성

#### - 점포 형태

- 알버트하인 슈퍼마켓(696개), AH XL(27개), AH to go (40개)
- 750개의 일반 상점을 보유하고 있으며 1부터 5까지의 크기 레벨을 정해서 운영됨. 대부분이 21:00까지 운영함
- 「AH to go」는 유동인구가 많은 기차역에 대부분 설치된 편의점으로 미리 만들어져 먹을수 있는 「Ready to eat」 제품을 제공함. 대부분 22:00~1:00까지 연장 영업을 함. 맥주 등, 대부분의 제품들이 보통의 상점보다는 조금 비싼 편임
- 「Albert Heijn XL」은 몇 개의 네덜란드 도시에 있는 대형 슈퍼마켓을 칭함

#### - 제품특징

- 고급 마켓을 추구하고, 모든 서비스를 제공하는 One-stop-service 슈퍼마켓 평균보다 약간 높은 가격대
- 신선한 제품을 제공하는데 주력, 넓고, 다채로운 상품종류들 (약 12,000가지)

– 주요고객층

- 고 학력자 집단
- 어린 아이들이 있는 젊은 가족
- A와 B레벨의 사회계층

– 아시아 제품 입점 현황

- 알버트하인 매장은 「Inproba」 라는 오리엔탈식품 브랜드를 취급하고 있음. 이 브랜드는 1956년 론칭하여 네덜란드 국내에서 큰 자리를 차지하고 있음. 160여 가지의 상품을 가지고 있으며, 주요 상품으로는 간장, 향신료, 소스, 국수, 인도네시아피클, Meal Kit, 볶음밥, 새우칩, 양파칩, 코코넛밀크 등이 있음

② 슈퍼유니 (Superunie)

– 업체개요

- Superunie는 네덜란드내 14개의 (2010년) 독립적인 소매상들로 대표되는 구매 단체를 말함. 이 단체는 약 2000여개의 점포수를 가지고 있으며 시장점유율은 30% 가넘음. 슈퍼유니의 영업은 50년간 성공적으로 진행되고 있음
- 연합구매력의 조합과 회원들간의 상업적연계로 인해 슈퍼유니의 사업적 성취도가 높아짐. 많은 회원들은 자신들의 지역시장에서 우위를 두며, 이는 일반적인 대형체인점과의 경쟁관계에 있음. 지역과 장소의 전문적인 지식을 바탕으로 경영
- 많은 가족 소유기업들은 그들의 로얄티가 지역소비자에게 돌아가는것에 의의를 두며, 이는 현재추세인 큰 사업자 중심의 사업에 반하는 현상임

구 분	내 용
주 소	C.I.V. Superunie B.A. Industrieweg 22-B P.O. Box 80 4153 ZH Beesd The Netherlands
전 화	+ (31) 345-686666
Website	www.superunie.nl
회원단체	14개회원 (2010년)

시장 점유율	30.0% (2010년)
영입	2008년 7월 : Koopcom 영입 (Drik van den Broek bedrijven +4.4% 90점포)

– 업체 회원

회원명	심볼	주소	웹사이트
Boni-Markten B.V.		Edisonstraat 2 3861 NE Nijkerk P.O. box 1093 3860 BB Nijkerk	<a href="http://www.bonisupermarkt.nl">www.bonisupermarkt.nl</a>
Boon Beheer B.V.		Marisstraat 2 3364 AZ Sliedrecht P.O. box 235 3364 AE Sliedrecht	<a href="http://www.mcd-supermarkt.nl/">www.mcd-supermarkt.nl/</a>
Coop Holding B.V.		Markweg 8 6883 JM Velp P.O. box 87 6880 AB Velp	<a href="http://www.coop.nl/">www.coop.nl/</a>
Deen Supermarkten B.V.		Kernweg 4 1627 LC Hoorn P.O. box 139 1620 AC Hoorn	<a href="http://www.deen.nl/">www.deen.nl/</a>
Detailresult Groep N.V.		Olieweg 6 1951 NH Velzen-Noord P.O. box 86 1940 AB Beverwijk	<a href="http://www.detailresult.nl">www.detailresult.nl</a>
Hoogvliet Super B.V.		Eikenlaan 265 2404 BP Alphen a/d Rijn P.O. box 434 2400 AK Alphen a/d Rijn	<a href="http://www.hoogvliet.com">www.hoogvliet.com</a>
Jan Linders B.V.		De Flammert 1211 5854 NC Bergen (L) P.O. box 72 5854 ZH Bergen (L)	<a href="http://www.janlinders.nl/">www.janlinders.nl/</a>
B.V. Nettorama Distributie		Wilhelminakanaal Zuid 120 4903 RA Oosterhout P.O. box 182	<a href="http://www.nettorama.nl/">www.nettorama.nl/</a>

		4900 AD Oosterhout	
Poiesz Supermarkt B.V.		Edisonstraat 3 Industrial zone Houkesloot 8606 JH Sneek	www.poiesz-supermarkten.nl/
Sanders Supermarkt B.V.		Ir. Hanlostraat 15 7547 RD Enschede	www.sanders-supermarkt.nl/ /
Sligro Food Group Nederland B.V.		Corridor 11 5466 RB Veghel P.O. box 47 5466 RB Veghel	www.sligro.nl/
Spar Holding B.V.		Tradeboulevard 2G 4761 RL Zevenbergen P.O. box 147 4760 AC Zevenbergen	www.spar.nl/
B.V. Sperwer Holding		Utrechtseweg 340 3731 GD De Bilt P.O. box 21 3730 AA De Bilt	www.plus.nl/
Vomar Holding B.V.		Opaalstraat 15 1812 RH Alkmaar P.O. box 1100 1810 KC Alkmaar	www.vomar.nl/

– 제품특징

- 모든 서비스를 제공하는 슈퍼마켓 + 할인정책
- 각자 회원들이 자신만의 고유한 성격을 가짐

– 시장점유율

- Plus 6.1%, Jumbo 5.0%, Koopcom 4.4%

– 점포갯수

- Plus 288개, Jumbo 117개, Sligro 200개 소매점, Golff, Meermarkt + EM-TE 50개 무배달 판매점, Koopcom 90개

- 조달시스템

- 건조식품과 냉동·냉장음식을 위한 창고 보유
- 각 멤버를 위한 중앙 창고 설립, 운영

③ Schuitema

- 업체개요

- 1981년에 창업된 네덜란드 슈퍼마켓 브랜드 C1000을 소유한 회사로, 374개의 점포수와 32,000명의 직원을 두고 있음(2008년)
- 시장점유율은 13.2%(2008년)
- 시장 유통망에 중점을 둔 사업을 펼치고, 생산에 중점을 둔 경영으로서 저렴한 제품을 제공
- 네덜란드의 가장 큰 슈퍼마켓체인인 알버트하인과의 경쟁을 펼치며, C1000의 초기 경영방식은 알버트하인의 단점을 부각시키는 것이었음
- Schuitema는 알버트하인의 모회사인 Ahold 에게 73%의 지분을 내줌
- 2008년 Ahold는 그의 지분을 CVC private capital에 매도했음. 2009년 11월 CVC는 Schuitema의 모든 지분을 보유하고 있음

구 분	내 용
주 소	-
전 화	-
Website	<a href="http://www.schuitema.nl">http://www.schuitema.nl</a>
규모	4,090억유로 규모
시장 점유율	13.2%% (2008년)
점포수	443점포수 (2007년) -> 387점포수 (2008년) = 90%의 독립적 가맹점이 생김

- 제품특징

- 모든 서비스를 제공하는 슈퍼마켓

- 많은 종류의 상품을 취급하지만, 한 종류의 상품의 다채로움은 없음 -> 많은 제품 개발 노력이 필요
- 자체 브랜드인 ASDA Extra Special은 프리미엄 급의 제품으로 사용하고 있으며 보다 부유한 소비자들을 겨냥하기 위해 출시함
- 고객의 지출 절약에 도움, 쇼핑중의 시간절약과 문제점 발생을 최소화함

- 주요 고객층

- 가족과 아이들 위주/ 개인 위주의 마케팅 필요
- C와 D레벨의 사회 계층

- 조달시스템

- 분산화된 창고 운영 -> 5개의 창고 (Gieten, Raalte, Breda, Woerden, Eindhoven)
- 중앙 냉장 물류 센터 운영

④ Super de Boer

- 업체개요

- Super de Boer N.V.는 체인슈퍼마켓을 가지고 있는 네덜란드 소매상임.
- 이전 이름은 Laurus N.V.였으나, 2008년 Super de Boer N.V.로 바꿈.
- 330개의 점포를 가지고 있으며, 프랑스 소매업자그룹인 카지노(Casino Guichard)사에서 37%의 지분을 2002년 매입, 2008년에는 57%까지 매입함.

구분	내용
주소	Consumentenservice Super de Boer Antwoordnummer 352 3800 VB Amersfoort
전화	0800 - 78 73 733
Website	<a href="http://www.superdeboer.nl">http://www.superdeboer.nl</a>
규모	2,080억 유로 규모
시장 점유율	6.8%의 시장 점유율
점포수	305개의 점포수 -> 50개 가맹점



- 제품특징

- 쇼핑객을 위한 모든 서비스 「full service to their shoppers」
- 다양하고 다채로운 상품분류

- 주요 고객층

- 고학력자층
- 개인, 가족과 아이들
- A와 B레벨의 사회 계층

- 할인 슈퍼마켓

할인점	ALDI 	LIDL 
시장점유율	2006년 9.6% -> 2007년 8.9%	4.0%
점포수	442	249
주요고객	C와 D레벨의 사회계층 - 'Fun'쇼핑객	C와 D레벨의 사회계층
조달시스템	7개창고	4개창고
특징	- 독일 Aldi North의 100% 자회사 - 많은 할인을 추구하는 슈퍼마켓 - 많은 특이한 브랜드들의 작고 다양하지 않은 상품 분류 (약 800에서 850가지)	- 유럽의 가장 큰 할인점 네트워크 - 많은 할인을 추구하는 슈퍼마켓 - 작고 다채롭지않은 상품분류 - 「돈의 가치」를 전략으로 함

## 네덜란드 통관 정보

### 1. 관세 및 기타 세금

□ 버섯의 관세는 종류에 따라 낮게는 3.2에서 높게는 12.8에 달했으나 FTA 체결에 따라 관세가 바로 철폐됨. 이에 따라 한국산 버섯의 수입가격은 다소 낮아져 가격 경쟁력 면에서는 앞설 것으로 판단됨

□ 버섯 관세율

HS코드명	품 명 [EU(2014년)]		협정세율
	한 글	원 문	
0709.59	기타	Other	-
0709.59.10	살구버섯	Chanterelles	0%
0709.59.30	플랩버섯	Flap mushrooms	0%
0709.59.50	송로	Truffles	0%
0709.59.90	기타	Other	-
0709.59.9010	재배 버섯	Cultivated mushrooms	0%
0709.59.9090	기타	Other	0%

출처 : <http://www.customs.go.kr/>

□ 관세

- EU 회원국으로서 EU 관세 제도를 따르고 있음. 네덜란드는 EU 공동 관세 제도가 도입된 지난 1968년부터 여타 EU 회원국과 동일한 관세 제도를 운영하고 있음
- EU는 일반적으로 GATT(현 WTO) 가입국 뿐만 아니라 비가입국에도 협정 관세를 부과하는 것을 원칙으로 하고 있음. 그러나 EU와 관세 동맹 체결 여부에 따라 일방 또는 양자간 특혜 관세 조치를 취하고 일부 제품에 대해 수입 관세의 감면, 면제 등 관세 혜택을 부여하기도 함



- 관세는 EU가 정하여 매년 발표하는 EU 관세율 표에 의하여 각 회원국 세관 당국이 징수함. EU 관세율표는 전 세계적으로 통용되고 있는 제품의 관세 분류 방식인 HS(Harmonized-System) 분류 체계를 기초로 EU가 공동으로 정한 통합분류(CN) 방식에 의해 분류되며 관세율에는 수입 부담금과 농산물의 경우 공동 농업 정책에 의한 농업 부담금 등이 포함됨
- EU 집행위는 매년 관세율 표를 EU 관보를 통해 공표한다. 일반적으로 관세율에는 종가관세(Ad-valorem Tariff)가 적용되고 석탄, 농산물 일부, 식품, 영화 필름 등에는 종량세(Specific Duties)가 적용되며 국제 가격의 변화에 대하여 일정 수준의 관세 유지를 목적으로 담배, 과일, 카펫 및 시계 일부 등에는 종량세로 관세의 상하한선을 설정한 후 그 범위 내에서 종가세를 부과하는 선택 관세(Alternative Tariff)가 있음
- 계절에 따라 가격 변동이 심한 과일, 채소, 화훼류 등의 상품에 대해서는 관세율이 신축적으로 조절되는 계절 관세(Seasonal Tariff)가 적용됨. 한편, 농산물에 대해서는 관세뿐만 아니라 수입 부과금(Import Levy)을 부여함
- EU는 일년에 상, 하반기 두 차례에 걸쳐 역내 공급이 수요를 못 따라 가거나 일시적으로 수요가 급증하여 EU 역내 생산만으로는 수요를 충족시킬 수 없는 품목에 대해 일시적으로 관세 부과를 면제해주고 있음. 이들 품목은 EU 관보를 통해 발표됨

#### □ 부가가치세

- 부가가치세는 EU에서 유통시킬 목적으로 상품이 수입되었을 때 납부하게 되어 있으며 원칙적으로 수입상품일 경우 부가가치세는 수입신고서 제출과 동시에 납부토록 규정
- 네덜란드의 경우 수입에 따르는 부가가치세 납부연기 제도가 있어 수입에 따른 부가가치세 납부를 정기적인 부가가치세 환급일까지 연기가 가능하여 부가가치세 납부금액과 환급액이 동시에 상계할 수 있도록 운영

## 2. 통관 절차

### □ 통관절차

- EU 회원국 밖에서 네덜란드로 유입되는 물품은 통관이 돼 자유 물품(free goods)이 된 후 EU 내 판매가 가능함. 통관은 컨테이너 터미널에서 통관된 후 바이어에게 직접 배송되는 경우와 컨테이너 터미널에서 물류 창고(T1)로 옮겨진 후 통관되는 경우로 구분됨
- 직송 통관(Custom Clearance) 절차 흐름도
  - 컨테이너 터미널에서 통관된 후 바이어에게 직접 배송되는 경우는 세관 신고→제품의 EU국안전, 건강, 경제 및 환경 요구 조건 충족 여부 검사→수입 관세 납부→바이어로 배송절차를 거침
- 보세창고 경유 절차 흐름도
  - 물류 창고를 경유하여 통관되는 경우는 컨테이너 터미널→물류 창고로 보세 운송(T1)→창고보관→세관 신고 및 통관→제품의 EU국 안전, 건강, 경제 및 환경 요구 조건 충족 여부검사→수입관세 납부→바이어로 배송 절차를 거침

### □ 소요 시간 및 제출 서류

- 네덜란드는 유럽의 관문으로 세계에서 가장 손쉬운 통관 제도를 운영하고 있음. 네덜란드의 통관은 모두 EDI(Electronic Data Interchange)로 통관 절차를 수행하기 때문에 세관에 방문할 필요 없이 세관 사이트를 접속하여 창고사(대행업체)에서 직접 수행 가능함
- 접속 후 CN번호, Commercial Value, 제품명, 총량(경우에 따라 관세 특혜 대상 품목은 원산지 증명 C/O 번호 입력) 등을 입력시키면 즉시 통관됨
- EDI를 통해 통관 후 네덜란드 세관이 다소 의심스러운 경우는 즉시 관련 서류 제출을 요구하므로 Commercial Invoice, BL, Packing List는 보관하고 있어야 함

□ 통관주체 설정 (Fiscal Representative)

- EU 해당국가(네덜란드)내에 법인이나 지사설립이 없는 기업이 창고사에 위임권 (Power of Attorney)를 제공하여 이 해당 기업을 대신하여 창고사에서 책임을 지고 통관대행을 진행할수 있음. 위임 방법에는 아래의 두 가지가 있음

1) Limited VAT Representative: Fiscal Representative : 대행업체(창고사)가 자체 VAT 번호를 이용해서 유럽내 수입관련 된 모든 제반사항을 책임을 지고 통관 진행을 하는 방법

2) General VAT Representative : 유럽내에 법인이나 지사설립이 없다 해도 Fiscal Representative 대행업체(창고사)가 해당기업을 대신해서 유럽국가(네덜란드)에 VAT번호를 신청해서 이 VAT 번호로 유럽내 수입관련 된 모든 제반사항을 통관진행 하는 방법

□ 주요 항구

- 네덜란드의 주요 항구는 로테르담과 암스테르담 항구가 있으나, 외국으로부터 수입 되는 물량의 대부분이 로테르담항을 경유하고 있음. 로테르담항만 물량은 암스테르담 물량의 10배 수준에 달함

□ 컨테이너 비용

- 컨테이너 터미널에서 소용되는 비용은 20" 컨테이너와 40" 컨테이너 모두 같으며 (서류를 기준으로 통관), 로테르담 컨테이너 터미널의 경우 컨테이너 핸들링 비용 약 170유로(아시아 운송), Security Charge(ISPS) 15유로, 컨테이너 운송비(컨테이너 터미널-로테르담 또는 암스테르담 지역)는 약 170~260유로가 소요
- 2012년 9월 기준, 20피트 컨테이너 물량을 한국에서 로테담 물류창고까지 운송할 경우 해상운임, 통관비용, 컨테이너 핸들링비용, 관리비용 등을 포함하여 약 1,200유로~1,300유로 가량 소요(단, 물류사별 비용 차이가 있음)

□ 한국-주재국 간 운송 소요 기간

- 한국-네덜란드 구간 해상 운송 소요 시간은 항해 루트에 따라 조금씩 차이가 있다. 한국-안트워펜, 로테르담 직행 루트 24-27일, 한국-함부르크 직행 루트 26-29일 가 소요됨. 운송 루트는 부산 - 싱가포르>Loading, Unloadig) - 이집트 (수웨즈 운하) - 지중해 - 지브랄타 (스페인, 모르코 해역) - 북구(안트워펜, 로테르담, 함부르크)임
- 그 외 다른 유럽국가 항구로의 컨테이너 운송은 안트워펜, 로테르담, 함부르크에 도착한 컨테이너선의 제품을 바지(Barge)선으로 옮겨서 유럽의 각각의 항구로 운송하는 경우가 많음

#### □ 통관 시 적용되는 규정

- 상품분류번호 : 모든 상품의 수출입시, 통관 서류에 상품 분류 번호가 기재되어야 하며 상품 분류 번호에 따라 해당 품목의 관세율이 적용됨. 네덜란드에서는 모든 EU 회원국과 마찬가지로 8자리의 EU 상품 분류 제도(CN CODE)가 적용됨. 그러나 필요에 따라 수입 시 8단위보다 더 상세히 분류된 10 자리의 세분 번호가 적용될 수 있음. CN CODE 8자리 상품 분류 번호의 앞 6자리까지는 HS 코드와 일치함. 상품 분류 번호에 따라 관세율이 다를 수 있으므로 상품 분류 기재 시 정확한 상품 분류 번호를 기재해야 함
- 원산지 규정 : 상품의 원산지 규정은 관세와 무역에 관한 정책적 결정을 수행하는 수단으로서 중요한 역할을 함. 원산지 규정 또한 네덜란드에 국한된 자국 원산지 규정이 없으며 EU의원산지 규정이 그대로 적용됨. 모든 상품의 원산지가 중요성을 갖는 것은 관세율을 결정하는데 기초 자료가 될 뿐 아니라 GSP 수혜, 반덤핑 관세, 수입 물량 제한 조치, 심지어는 수입 금지와 같은 무역 정책적인 조치 적용에 근거 자료가 되기 때문임. EU의 원산지 기준은 매우 복잡하여 품목별로 공정기준, 부가가치 기준이 병행하여 적용되고 있음
- 관세 부가 가액 : 상품의 실질 거래 가격, 즉 송장 금액을 기준으로 관세가 부과됨. 단, 인도 조건에 따라 송장에는 명시돼 있지 않지만 송장 금액과는 별도로 관세 부과 가액 산정 시 반영되는 요소들이 있음. 운송료, 보험료, 로열티, 라이선스 수수료, 연구개발비 등이 그러함. 통관 시 관세 이외에도 부가가치세(부가가치세율은 회원국마다 다소 차이가 있으며 네덜란드 경우에는 21%가 적용됨)와 일부 특정 제품(담배, 주류, 석유 등)에 대해서는 물품세(excise)와 소비세가 부과됨. 물품세는 네

---

덜란드 국세청 홈페이지에서 확인 가능함 (www.belastingdienst.nl)

- 일반특혜관세제도(GSP) : 개도국의 수출 확대와 산업화를 촉진하기 위하여 개도국 산 제품에 대해 낮은 수입관세율을 적용하는 제도로, 176개 개도국에 대해 이러한 관세 혜택을 제공하고 있다. 그러나 한국은 EU로부터 GSP 혜택을 받고 있지 않음. GSP 제도는 세가지(표준 GSP, 최빈국에 대한 무세 혜택, GSP+)로 구성돼 있는데, 표준 GSP 제도는 176개 수혜대상국을 대상으로 약 6,400개 품목에 대해 제공되는 일반 GSP제도이며, GSP+ 제도는 표준 GSP 제도에 추가하여 노동권 보호를 포함하여 지속 가능한 개발을 추진하는 국가에 대해 추가적으로 혜택을 더 제공하는 것이며, 최빈국에 대한 GSP제도는 역시 표준 GSP 제도에 추가하여 50개 최빈국에 대해 무세 혜택을 제공하는 내용임. 현행 EU의 GSP 제도는 2009년부터 2011년간 3년 동안 적용되고 있음
- EOIR 번호(Economic Operation Registration and Identification) : 2011년 1월 1일부터 EU에서의 국가간의 경제활동을 확인하기위해 도입한 제도로 EU내 사업자가 자국이 아닌 타 국가와의 수출입을 하기위해 별도로 취득해야 하는 번호로 이전의 VAT 번호와 유사하나 EOIR 번호에는 앞에 국가를 표기한 약어가 있음 예) 네덜란드 NL000000000. 독일 DE000000000

## IV 네덜란드 검역 정보

### □ 수입 검사기관

- FVO(식품 수의청 : Fod and Veterinary Office)

- 감독범위

- 식품위생
- 동식물 검역
- 동물의 복지

- 담당업무

- 식품위생, 동식물 검역 및 동물의 복지 등에 관한 유럽연합 규정을 유럽연합 회원국 및 제3국이 준수하는지 여부를 모니터링을 통해 수시로 감독
- EU회원국의 식품 안전, 동물의 복지 및 동식물 검역 부분을 발전시키기 위해 회원국들과 연계
- 식품위생에 관한 효과적인 통제 시스템 개발
- 수산식품의 안전 및 품질에 관한 효율적인 관리체계를 구축하여 수산식품의 안전 및 품질에 관한 정책을 제안하는 역할 담당

### □ 식품 안전 관리 제도

- GAP 관련 정책 : 유럽 농업정책의 기본적인 고려사항은 「식품안전」, 「환경」, 「동물복지」 등을 위하여 농민은 우수농산물 생산기준(good farming practice)을 실천하도록 유도

- 수입식품 관리제도 : 유럽연합 규정(Reglement CEE N° 802/68)에 따라, 둘 또는 여러 국가가 개입된 경우 생산된 상품의 원산 국가는 최종공정이 이뤄지거나, 입증될 수 있는 핵심적인 경제적 가치가 부여된 국가 그리고 신제품의 소유권을 가지고 있거나 중요한 생산 공정을 실시한 국가로 규정되며 이를 입증할 수 있는 서류가 첨부되어야 함

- 수입 검사 제도 : 식물, 즉 곡물, 과일·채소, 포도주 등은 유럽연합차원에서 단일화된 적용이 시행되고 있는 반면에 국민건강에 예민한 영향을 미치는 육류와 유제품에 대해서는 회원국들마다 각자의 규정과 시행방법을 부가하여 엄격하게 적용
- 식물 검역 제도 : 유럽연합으로 수입되는 역외 국가들의 모든 식물류에 대한 통제를 규정한 기본지침, 유럽연합 지침(Directive) 200/29/EC
- 수산물 검역제도 : 유럽연합은 수산물의 수입과 관련한 제조건을 규정한 법규(Directive N° 91/493/EEC)를 제정하여 운영
- 식품위생, 안전 및 품질정책 : 유럽연합은 식품위생 및 안전과 관련해서 세 가지 중요한 법규 제정운용(새로운 식품들과 새로운 식품첨가물에 관한 규정, Reglement N° 258/97/EEC, 식품의 라벨 및 전시 그리고 광고와 관련한 유럽연합 국가별 규정들의 통합규정, Directive N° 97/1 2/EEC, 쇠고기 식별 및 관리기록 체제 구축과 쇠고기 및 쇠고기 가공식품의 라벨표시 관련규정, Reglement N° 820/97)
- 원산지 명칭 보호 및 품질인증제도 : 농산품과 식품의 품질 향상과 우수한 품질의 제품에 대한 시장가치의 보장 그리고 우수한 품질의 상품에 대한 소비자의 신뢰성과 투명한 식별을 보장하기 위해 지리적 원산지 표시제도 및 품질인정제도를 도입하여 실시하고 있음
- Traceabilty : 「식품, 사료, 식품을 생산하는 동물 및 식품이나 사료에 혼입되는 것이 의도되고 또는 예상되는 물질의 traceabilty는, 그 생산 및 유통의 모든 단계에 있어 확립되지 않으면 안된다」라고 규정해 모든 식품에 대한 traceability 확립을 의무화하고 있음

#### □ 수입 승인 절차

- 농식품 수출을 희망하는 국가의 식품안전기관은 EU 집행위원회에 수출을 위한 공식 요청서를 제출하여야 함. 요청서에는 EU의 요구사항들을 만족하는 모든 관련 법적 조항을 이행한다는 식품안전기관의 확인이 들어 있어야 함
- EU 집행위원회는 질의서를 발송하고, 질의서 작성 후 식품수의청에도 송부

- 
- 질의서의 평가가 긍정적인 경우, 식품 수의청은 현장에서 검사를 진행
  - 이 단계에서 수출국에 대한 잔류 농약 모니터링 계획이 반드시 제출되고 승인 받아야 함 (아직 승인을 안 받은 경우)
  - EU 집행위원회는 수출국에게 수입조건을 제시하고 이를 모든 EU 회원국 대표들과 논의
  - 식품수의청의 업무 결과와 수입국의 보증을 바탕으로, EU집행위원회는 해당국가 및 지역의 인증시설에 대한 리스트를 작성
  - 회원국들의 의견이 긍정적이면, EU 집행위원회는 그 기준을 채택함 적합시설에 대한 리스트는 수출국의 요청에 의해 개정될 수 있으며, 인터넷을 통해 공개할 수 있음
  - EU에 수출하기를 원하는 업체가 승인을 받기 위해서는 자국의 관련 담당기관에 요청하여 상기 절차를 진행하여야 함



## V 네덜란드 라벨링 정보

네덜란드의 라벨링 관련 법규로는 영양성분 라벨링과 기타 라벨링 조건에 관한 것으로 구분될 수 있으며 식품 및 소비자 제품 안전청 (Food and Consumer Product Safety Authority, VWA)에서 관리하고 있음

네덜란드 라벨링 관련 법규 체계

영양성분	Decision No. 438 of 1993 (현지어 제목: Besluit van 7 September 1993, (Warenwetbesluit voedingswaardeinformatie levensmiddelen), Staatsblad 483/1993)
기타 라벨링 조건	Decision No. 14 of 1991 (현지어 제목: Vesluit van 10 September 1991 betreffende Warenwetbesluit Etikettering van levensmiddelen, Staatsblad 14/1992)

일반 제품의 라벨의 의무 표기 사항으로는 아래와 같은 내용이 있음

- 제품이름
- 성분 및 성분함량 또는 성분 카테고리 : 함량이 높은 순으로 표기, 성분 카테고리 및 특정 성분 순으로 표기
- 알레르기 유발 성분
- 유효기간 및 보관방법
- 제조회사 이름 및 주소 또는 유럽연합 내 수입/판매업자
- Net quantity
- 영양성분
- 원산지

이중 신선 과일 및 야채의 경우는 성분 및 성분함량 기재할 필요가 없음

따라서 일반 버섯의 라벨링은 다른 제품보다 매우 단순한 편임

□ 네덜란드의 일반 대형 슈퍼마켓 체인에서 판매중인 야채의 라벨링은 대부분 비닐에 스티커 부착식으로 되어 있으며 스티커에 품종, 보관방법, 중량, 유효기간에 대해서만 표기되어 있음

□ 버섯 제품 라벨링 예



---

## VI 네덜란드 바이어 정보

---

※ 바이어 리스트는 별도 엑셀 파일로 작성하였습니다.

---

※참고자료

- GTA : <http://www.gtis.com/>
- 관세청 : <http://www.customs.go.kr>
- 구글 : <http://www.google.com>
- 글로벌윈도우 : <http://www.globalwindow.org>
- KATI : <http://www.kati.net>