

한·EU FTA 체결에 따른 수출 유망 품목 | 과자 |

2011. 10

... 머리말 ...

2011년 7월 1일 한·EU FTA의 발효로 인해 세계 최대 규모의 단일 경제권이 활짝 열렸습니다. 2010년 기준 EU의 GDP는 16조 3천억 달러로 미국의 14조 7천억 달러를 능가하며, 이는 세계 전체 GDP의 약 30%에 해당합니다.

또한 EU의 농림수산물수입 규모는 1,832억 달러(역외교역 기준)로 일본의 895억 달러의 2배 규모이며 일본, 중국, 미국에 이어 우리나라의 제4위 수출 시장입니다. 이러한 EU와의 FTA 체결로 우리 농림수산물수출의 유럽 시장 진출 통로가 더욱 넓어지고 다양해질 것으로 기대됩니다.

이에 aT는 유럽 시장 개척과 수출 증대를 위하여 EU 27개국 중 한국 농림수산물수입 규모 및 현지 식품 시장 규모가 큰 영국, 독일, 프랑스, 네덜란드를 대상으로 수출 유망 품목에 대한 심층조사를 실시하였습니다. 특히, 수입 의존도가 비교적 큰 품목 중 한국산으로 대체 가능하며, 한·EU FTA 발효 시 관세 철폐 대상인 버섯, 과실류, 차, 소스류 등 9개 품목을 위주로 조사를 진행하였습니다.

금번 조사는 품목별 현지 시장에 대한 이해를 돕고 나아가 수출 마케팅 전략 수립에 도움이 되고자 로테르담 aT센터를 통해 한국 농식품의 현지 시장 경쟁력과 시장 확대 여건 등을 중심으로 이루어졌습니다.

이 자료집이 한·EU FTA의 기회를 100% 활용하는 데 도움이 되고 더 나아가 한국의 FTA 허브 전략에도 보탬이 될 수 있기를 기대합니다.

2011. 10

aT 농수산물유통공사
수출이사 **박종서**

조사 개요

I. 조사 개요

❑ 조사 목적

- 일본, 중국, 미국에 이어 우리나라의 제4위 교역국이자 수출시장인 EU와의 FTA가 발효됨에 따라 對 EU 수출 확대 가능 품목에 대한 EU 지역 내 경쟁력 수준 및 수출 확대 가능성에 대한 사전 분석을 통해 향후 우리 농수산물의 수출 다변화 모색

❑ 조사 필요성

- 관세 등 시장 여건 변화에 따른 시장 진입 유망 품목 및 수출 경쟁력 강화 품목 발굴

❑ 조사 품목

- 면류, 과자류, 소스류, 과일류, 버섯류, 건강보조식품(인삼), 김, 차류, 음료류 (9품목)

❑ 조사 대상국

- 영국, 독일, 프랑스, 네덜란드(4개국)

❑ 주요 내용

- 시장개요
- 유통동향
- 소비동향
- 수입동향
- 통관 및 수입검사
- 한국산 수출확대 방안

❑ 조사기간 및 방법

- 조사기간 : '11년 5월 ~ 9월
- 조사방법 : 로테르담 aT센터

II. 주요 조사 내용 요약

과자류

가. 영국

시장개요

- 2010년 과자류 시장규모는 22.5억 파운드, 한화 약 3.9조원에 달하며, 2008년 이후 경제 불황으로 다른 식품 시장 규모가 축소되는 경향인 반면에 과자류의 시장규모는 2007년~2008년에는 7.4%, 2008년~2009년에는 6.4%의 성장률을 기록함
- 과자류는 크게 단맛 과자류와 짭짤한 과자류로 구분되며, 단맛 과자류의 시장규모는 18.7억 파운드, 짭짤한 과자류의 시장규모는 3.8억 파운드로 단맛 과자류 시장이 짭짤한 과자류 시장에 비해 약 5배 큼

유통동향

- 수입 과자류의 유통경로는 몇 단계의 유통 단계를 거치느냐에 따라 3가지로 구분됨
 - 제조업체 → 수입/유통업체 → 소비자
 - 소매업체 → 소비자
 - 도매업체 → 소매업체 → 소비자
- 유통 채널별 판매 비율은 대형 슈퍼마켓 체인이 65% 이상으로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 편의점, 개인 소매점, 휴게소 등의 소규모 소매점이 20%에 조금 못 미치는 비중을 차지하고 있음

소비동향

- 민텔의 소비자 설문 조사에 따르면 단맛 과자류를 구매한 적이 있다는 비율은 86%, 짭짤한 과자류의 구매 경험률은 68%로 나타남
- 연령대가 높아질수록 하프-초콜릿 코팅 비스킷 또는 개별 포장된 초콜릿 비스킷, 생강 비스킷 등 특히 단맛이 상대적으로 강한 제품의 구매 경험률이 높아지는 것으로 나타남

❑ 수입동향

- 2010년 영국의 과자류 수입규모는 18.3억 달러, 한화 약 1.9조 원, 61.4만 톤에 달했으며, 주 수입국은 독일로 4.1억 달러, 14.1만 톤을 수입하였음
- 수입규모 상위 20개국 중 대다수는 유럽 국가이고, 아시아로부터 수입된 비중은 3%대에 불과한 것으로 분석되었는데, 태국, 중국, 베트남, 싱가포르, 말레이시아가 각각 1~5위를 차지함

❑ 통관 및 수입 검사

- 영국 식품 표준청(Food Standard Agency)에서는 유럽 연합의 규정인 Directive에 근거하여 식품첨가물에 대한 자체 규정을 적용하고 있음
- 2008년~2010년 유럽 연합 지역의 통관 거부 사례들을 분석해 보면, 식품첨가물 관련 문제로 통관이 거부된 사례가 33.3%로 가장 많았으며, 다음으로 멜라민 검출 28.6%, 유전자 변형 원료 사용 19%, 위생 상태 불량과 아플라톡신/오크라톡신 검출이 동일하게 9.5%로 나타남

❑ 한국산 수출 확대 방안

- 현지 업체와의 합작 투자를 통해 현지 시장에 진출하는 것은 단기간에 제품 인지도를 높이고 유통망을 확보할 수 있는 방법임
 - 일본의 Glico는 영국의 Kraft사와 합작 투자를 해 Kraft사의 유통망을 이용하여 주요 슈퍼마켓 체인의 현지 과자 코너에 진열, 판매하고 있음
- 영국 소비자들은 짭짤한 맛의 과자보다는 단맛의 과자를 선호하므로 초콜릿 과자를 중심으로 제품을 구성하고, 최근의 과자 크기가 점차 작아지는 추세를 반영할 필요가 있음
- 박람회 참가를 통해 수입 및 공급업체를 발굴하는 'push'전략과 관련 산업잡지에 제품 및 회사를 홍보함으로써 현지 수입/공급업체가 찾아오게 하는 'pull'전략을 고려해 볼 수 있음
- 영국의 대형 슈퍼마켓 체인들은 매주 주요 일간지 및 주요 도로변의 광고판을 통해 특정 제품을 시기에 맞춰 광고하고 있으므로 유통 회사의 주간 광고 지면을 이용하여 광고를 하는 것이 효과적임

나. 독일

㉠ 시장개요

- 2010년 과자 시장규모는 약 2억 4천만 유로, 한화 약 3,700억 원에 달하며 전년 대비 4.7% 성장함
- 매출액을 기준으로 제품 유형별 시장 점유율을 살펴보면, 감자칩, 견과류, 압출성형스낵이 20% 이상의 높은 비중을 차지하고 있으며, 또띠라, 콘칩, 팝콘은 5% 미만의 낮은 시장점유율을 보임

㉠ 유통동향

- 수입 과자류의 유통경로는 몇 단계의 유통 단계를 거치느냐에 따라 2가지로 구분됨
 - 제조업체 → 수입/유통업체 → 소비자
 - 소매업체 → 소비자
- 유통채널별 판매 비율을 살펴보면 대형 슈퍼마켓에서 판매되는 비율이 56%로 가장 높고 다음으로 Aldi, Lidl과 같은 디스카운터 31%, 소규모 식료품점 5.7%, 비식료품 소매업체 5.3%, 기타 식료품 소매업체 2.3%순으로 조사됨

㉠ 수입동향

- 2010년 독일의 과자 수입규모는 16억 달러, 한화 1.7조원, 약 53만 톤으로, 전년 대비 수입액은 -1.81%, 수입량은 6.94%의 성장률을 보였음
- 수입 규모 상위 1~20위의 국가는 네덜란드, 프랑스, 이탈리아로 미국을 제외하면 모두 유럽 지역의 국가임

㉠ 통관 및 수입 검사

- 독일 식품 표준청(Food Standard Agency)에서는 유럽 연합의 규정인 Directive에 근거하여 식품첨가물에 대한 자체 규정을 적용하고 있음
- 2008년~2010년 유럽 연합 지역의 통관 거부 사례들을 분석해 보면, 식품첨가물 관련 문제로 통관이 거부된 사례가 33.3%로 가장 많았으며, 다음으로 멜라민 검출 28.6%, 유전자 변형 원료 사용 19%, 위생 상태 불량과 아플라톡신/오크라톡신 검출이 동일하게 9.5%로 나타남

❑ 한국산 수출 확대 방안

- 독일의 현지 슈퍼마켓에서 판매되고 있는 제품들은 달콤한 종류의 과자보다는 감자칩, 프레즐 등의 짭짤한 제품 비율이 높으므로 현지 소비자들의 입맛에 맞는 제품 개발 및 수출이 필요함
- 대부분의 독일 유통업체들은 구매 담당자들이 개인적으로 업체와 만나는 것을 금지하고 있기 때문에 주로 박람회 등을 통해 상품을 발굴하고 있으므로 박람회 참가를 통해 수입 및 공급업체를 발굴하는 'push' 전략이 가장 적절함
- 온라인 홍보의 일환으로 소셜 네트워크 웹사이트인 Facebook에 과자 브랜드 페이지를 개설하여 이벤트 진행 및 소비자들과의 커뮤니케이션 창구로 활용 가능함

차 례

영 국 / 1



1. 시장개요	3
2. 유통동향	9
3. 소비동향	17
4. 수입동향	21
5. 통관 및 수입검사	27
6. 한국산 수출 확대 방안	31
7. 참고자료	34

독 일 / 37



1. 시장개요	39
2. 유통동향	47
3. 수입동향	49
4. 통관 및 수입검사	54
5. 한국산 수출 확대 방안	58

• 부록 : 식품첨가물에 대한 규정	61
---------------------------	----

영 국



1. 시장개요	3
2. 유통동향	9
3. 소비동향	17
4. 수입동향	21
5. 통관 및 수입검사	27
6. 한국산 수출 확대 방안	31
7. 참고자료	34

1. 시장개요

■ 과자류의 분류

- 민텔은 영국의 과자류를 맛을 기준으로 단맛 과자류와 짭짤한 과자류로 크게 구분하고, 이를 다시 단맛 과자류는 섭취시기 또는 빈도, 제품 특징에 따라 7가지로 세분화하며, 짭짤한 과자류는 제품 특징을 기준으로 2가지로 세분화함

〈 영국 과자류의 분류 〉

대분류	소분류
단맛 과자류 (sweet biscuits)	<ul style="list-style-type: none"> - Healthier biscuits - Chocolate biscuits - Everyday treat biscuits - Everyday biscuits - Seasonal biscuits - Children's biscuits - Special treat biscuits
짭짤한 과자류 (savoury biscuits)	<ul style="list-style-type: none"> - Crackers & crispbread - Savoury biscuits

자료 : 민텔 2011

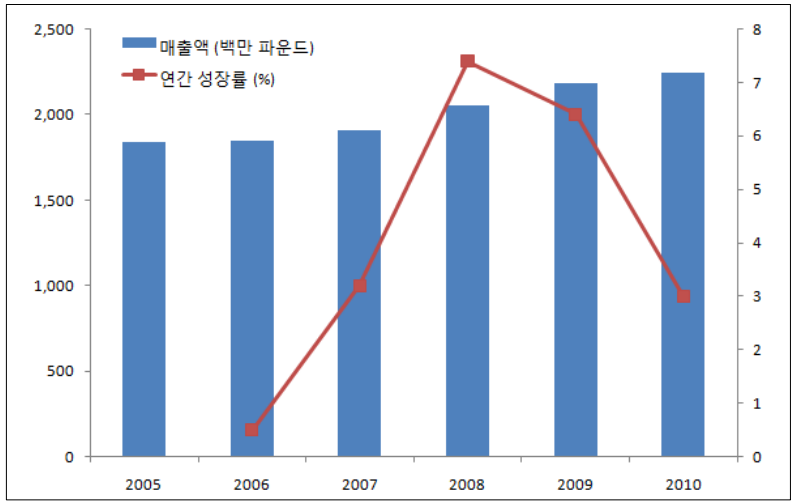
■ 시장규모

- 영국의 과자류 시장규모는 2010년 22.5억 파운드, 한화 약 3.9조원에 달함

〈 영국의 과자류 시장규모 〉

(단위 : 백만 파운드, %)

구분	매출액	연간 성장률
2005년	1,840	-
2006년	1,850	0.5
2007년	1,909	3.2
2008년	2,051	7.4
2009년	2,182	6.4
2010년	2,247	3



자료 : 민텔 2011

- 과자 시장은 2005년 이후 연평균 4.1%씩 꾸준히 증가하여 2005년 18.4억 파운드에서 2008년 처음으로 20억 파운드를 넘었으며 2010년에는 22.5억 파운드를 기록함
- 주목할 만한 사항은 다른 식품들이 2008년 이후 영국의 극심한 경제 불황으로 시장규모가 대폭 축소되는 성향을 나타낸 반면, 과자 시장은 2007-08년에는 7.4%, 2008-09년에는 6.4%로 최근 6년간 평균 성장률 4.1%를 웃돌았다는 점임
- 이는 경제불황이 영국 소비자들의 소비패턴에 크게 영향을 미쳤다는 것을 보여주고 있는데, 소비자들이 지출 규모를 줄이기 위해 외식을 삼가고 집에서 체류하는 시간이 길어짐에 따라 과자 소비도 증가한 것으로 전문가들은 해석하고 있음

■ 제품 유형별 시장규모 및 시장점유율

- 제품 유형별 시장규모를 보면, 단맛 과자류는 18.7억 파운드, 짭짤한 과자는 3.8억 파운드로, 단맛 과자류 시장이 짭짤한 과자에 비해 약 5배가 큰 것으로 나타남
- 각각의 시장점유율을 보면 단맛 과자류가 83%, 짭짤한 과자가 17%를 차지함

〈 제품 유형별 시장규모 〉

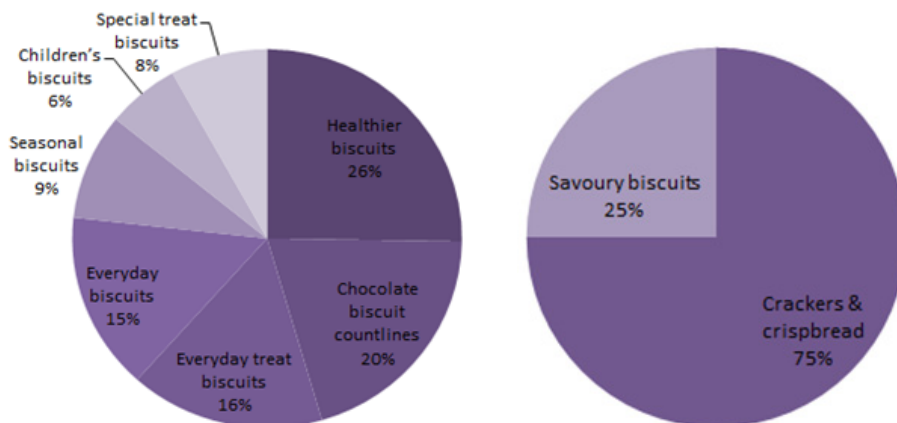
(단위 : 백만 파운드, %)

구 분	단맛 과자류		짭짤한 과자류	
	매출액	연간성장률	매출액	연간성장률
2005년	1,551	-	289	-
2006년	1,545	-0.4	305	5.5
2007년	1,596	3.3	313	2.6
2008년	1,707	7	344	9.9
2009년	1,817	6.4	365	6.1
2010년	1,866	2.7	381	4.4

자료 : 민텔 2011

- 단맛 과자류 시장규모가 짭짤한 과자류보다 훨씬 크지만 최근 6년간의 연평균 시장규모 성장률을 보면 짭짤한 과자류는 5.7%, 단맛 과자류는 3.8%로, 짭짤한 과자류 시장이 최근 급성장하고 있음을 알 수 있음
- 이와 같은 현상은 소비자들 사이에서 짭짤한 과자류가 보다 건강에 좋다는 이미지가 형성되고, 오토밀, 쌀 등 다양한 곡식을 활용한 과자류가 활발하게 출시된 데 따른 결과로 판단됨

〈 단맛 과자류와 짭짤한 과자류의 시장점유율 〉



자료 : 민텔 2011

- 단맛 과자류 중에는 칼로리 또는 설탕 함량을 줄이거나 다양한 견과류를 첨가한 유형의 건강을 고려한 과자류(healthier biscuit) 제품이 전체의 약 1/4을 조금 넘는 26%로 가장 큰 비중을 차지함
- 다음으로 초콜릿 과자류(chocolate biscuit countlines), Everyday treat biscuit, everyday biscuit 순으로 각각 20%, 16%, 15%를 차지함
- 영국의 큰 명절이라고 할 수 있는 부활절 또는 크리스마스와 같은 특별한 시기에 먹는 seasonal biscuit과 special treat biscuit, 어린이용 과자류(children's biscuit)는 10% 미만의 비율로 나타남
- 반면, 짹짹한 과자류에서는 기존 제품보다 작은 크기의 혁신적인 과자류를 출시한 Crackers와 crispbread가 75%의 높은 시장 점유율을 보임

■ 제조 회사별 시장점유율

- 아래의 과자 제조회사들은 제품 유형에 따라 각기 다른 브랜드를 부여하고 있는데, United Biscuits사가 대표적인 예로 짹짹한 과자류에는 Jacob's, 칼로리를 낮춘 healthier biscuit 종류에는 Go Ahead!, 오렌지맛 과자류에 초콜릿을 입힌 종류에는 Jaffa Cakes라는 브랜드를 사용하고 있음

〈 주요 제조 회사별 브랜드 소유 현황 〉

회사명	브랜드명
Burton's Foods	Jammie Dodgers, Wagon Wheels, Lyons, Maryland Cookies, Viscount, Cadbury
Kraft Foods	Oreo, Mikado, Toblerone Chewy Chocolate Cookies, Ritz Crackers, Nabisco, Belvita Breakfast, Cadbury, Green & Black's
Nestl	Kit Kat, Blue Riband, Breakaway, Drifter, Smarties, Toffee Crisp Cookies, Yorkie Cookies, Quality Street Matchmaker Cookies Rolo
Northern Foods	Fox's, Rocky, Echo, Viennese Melts, Millionaire's Shortcake
Quaker Oats	Quaker Breakfast Cookies
Ryvita	Ryvita
Tunnock's	Tunnock's, Caramel Wafers, Caramel Log Wafer; Tunnock's Snowball, Tunnock's Milk Chocolate Wafer Cream, Tunnock's Teacake
United Biscuits	McVitie's, Jacob's, BN, Go Ahead!, Sultana, Penguin, Carr's, McVitie's Jaffa Cakes, Delacre, Verkade

자료 : 민텔 2011

〈 단맛 과자류의 회사별 시장점유율 〉

(단위 : 백만 파운드, %)

회 사	상 품	2009년		2010년		2009-10 성장률
		매출액	시장점유율	매출액	시장점유율	
United Biscuits		396	21.8	401	21.5	1.3
Burton's Foods (Cadbury 포함)		291	16	298	16	2.4
Nestl		160	8.8	162	8.7	1.3
Northern Foods		150	8.3	158	7	5
Kraft Foods*		40	2.2	44	2.4	10
Tunnock's		32	1.8	34	1.8	6.3
Bahlsen		20	1.1	21	1.1	5
자사라벨		359	19.8	374	20	4.2
기 타		369	20.3	375	20.1	1.6
전 체		1,817	100	1,866	100	2.7

자료 : 민텔 2011

〈 짹짹한 과자류의 회사별 시장점유율 〉

(단위 : 백만 파운드, %)

회 사	상 품	2009년		2010년		'09-'10년 성장률
		매출액	시장점유율	매출액	시장점유율	
United Biscuits		93	25.5	95	24.9	2.2
Quaker		44	12.1	46	12.1	4.5
Ryvita		36	9.9	38	10	5.6
Kraft Foods*		16	4.4	18	4.7	12.5
Kallo		9	2.5	10	2.6	11.1
Nairn's		11	3	12	3.1	9.1
자사라벨		147	40.3	152	39.9	3.4
기 타		9	2.5	10	2.6	11.1
전 체		365	100	381	100	4.4

자료 : 민텔 2011

2. 유통동향

▣ 유통채널별 판매 비율

- 유통채널별로 과자류의 판매 비율을 살펴보면 점포 기반 소매점이 92.5%로 대다수를 차지하며, 비점포 기반 소매점이 7.5%를 차지함
- 세부 유통채널 유형별로 살펴보면, 대형 슈퍼마켓 체인이 65% 이상으로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며 다음으로 편의점, 개인 소매점, 휴게소 등의 소규모 소매점이 20%에 조금 못 미치는 비율을 차지하고 있음
- 반면, 디스카운터와 자판기를 통한 판매 비율은 약 2% 내외로 비중이 매우 낮음
- 최근 6년간의 동향을 보면, 대형 슈퍼마켓 체인을 통해 판매되는 비율은 2005년 64.7%에서 2010년 65.6%로 1.4%가 증가했으나 동일한 제품이라도 판매가격이 비싼 소규모 소매점은 20.2%에서 18.9%로 감소함
- 비점포 기반 소매점에서는 자판기를 통한 과자류 판매가 2005년 3.8%를 차지했으나 2010년에는 2.2%로 감소한 반면 인터넷 판매는 3.5%에서 5.3%로 증가함

〈 유통채널별 과자류 판매 비중 〉

(단위 : %)

구 분		2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
점포 기반 소매점	대형 슈퍼마켓 체인	64.7	64.9	65.1	65.5	65.6	65.6
	디스카운터	1.8	1.8	1.9	1.9	1.9	1.9
	소규모 소매점	20.2	20.2	19.6	19.4	19.3	18.9
	기타 소매점	6.0	6.0	6.0	6.1	6.1	6.1
	전 체	92.7	92.9	92.6	92.9	92.9	92.5
비점포 기반 소매점	자판기	3.8	3.2	2.8	2.2	2.2	2.2
	인터넷	3.5	3.9	4.6	5.1	5.1	5.3
	전 체	7.3	7.1	7.4	7.3	7.3	7.5

자료 : 유로모니터 2010

- 유통채널별 과자류 판매 비율 동향은 영국 소비자들의 구매 패턴이 변화하고 있음을 보여주고 있는데, 대형 슈퍼마켓 체인에서 과자류를 다량 또는 대용량 사이즈 내에 작은 봉지가 들어있는 상대적으로 저렴한 제품의 구매를 늘리는 대신 근처 소규모 소매점 또는 자판기 등에서 필요할 때마다 구입하는 것을 자제하고 있음
- 소비자들이 주로 어떤 유통업체에서 어떤 유형의 과자를 구매하고 있는지 살펴보면, 단맛 과자류의 경우는 Marks & Spencer 또는 Waitrose에서 상대적으로 고급스러운 special treat biscuit 또는 everyday treat biscuit을 구입하며, Asda 또는 Morrison에서 비교적 저가의 chocolate biscuit 또는 everyday biscuit을 구매하는 것으로 조사됨
- 반면 짭짤한 종류의 과자는 Aldi와 같은 저가 제품을 주로 판매하고 있는 디스카운터와 고가 제품을 판매하고 있는 Marks & Spencer를 통한 판매가 월등히 많은 것으로 조사되어 경제불황에 따라 소비자들의 지출 성향에 극심한 대조 현상이 나타나고 있는 것으로 해석할 수 있음

〈 유통업체에 따른 과자 유형별 판매 비중 〉

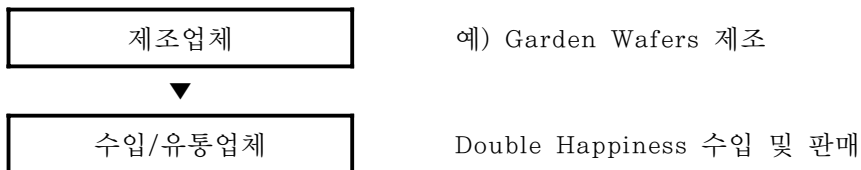


자료 : 민텔 2011

■ 수입 제품의 유통경로

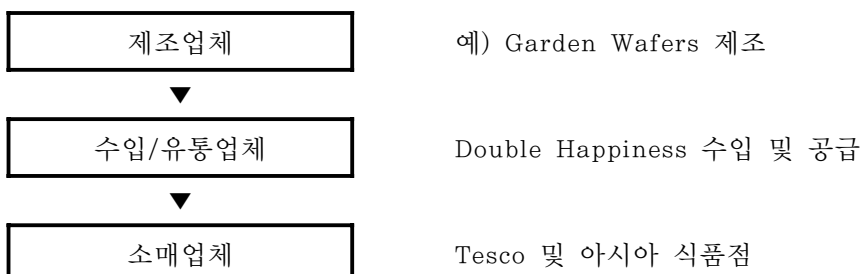
- 영국에서 유통되고 있는 수입 과자류의 유통경로는 몇 단계의 유통단계를 거치느냐에 따라 3가지로 구분할 수 있음
- 가장 짧은 단계는 Wing Yip, Double Happiness(Hoo Hing), 코리아푸드와 같은 수입회사들이 자사 소유의 소매매장을 통해 바로 소비자들에게 판매하는 경우임
- 이 유통경로는 수입회사가 소매매장을 가지고 소매업도 겸해야 하기 때문에 정확한 통계치는 낼 수 없으나 이와 같은 유통경로로 판매되는 비율은 상대적으로 낮을 것으로 판단됨

〈 수입 과자류 유통경로 1 〉



- 두 번째 경우는 수입회사가 현지 유통업체 및 아시아 식품 소매점에 바로 공급하는 경우로 영국 대형 슈퍼마켓 체인들은 직접 수입을 하지 않고도 안정적으로 제품을 공급받을 수 있어 이 경로를 선호하고 있음
- 수입 과자류 제품 중 가장 높은 비율이 이와 같은 경로를 통해 유통 중일 것으로 판단됨

〈 수입 과자류 유통경로 2 〉



- 세 번째는 가장 많은 단계를 거치는 경우로, 도매업체가 수입업체로부터 제품을 공급받은 후 아시아 식품점으로 공급하는 경우임
- 이 경로로는 주로 태국, 필리핀 등 동남아 국가에서 수입된 제품들이 유통되고 있는 것으로 조사됨
- 중국, 일본, 한국계 대형 업체들은 이 3개 국가의 제품에 대해서는 직접 해당 국가에서 수입을 하고 있으나 태국, 필리핀, 인도네시아 등의 동남아 국가에서 제조된 제품들에 대해서는 이들 제품을 전문으로 수입하고 있는 업체를 통해 공급받고 있음

〈 수입 과자류 유통경로 3 〉




- 대부분의 수입/도매업체들이 일정 금액 이상이 되어야만 제품을 공급해 주고 있기 때문에 소형 아시아 식품점의 경우에는 제품을 공급받기 위해서 한 도매업체에서 다양한 제품을 소량으로 주문하고 있어 이와 같은 경로로 제품이 유통되고 있는 것으로 사료됨






■ 수입산 현황

- 영국에서 판매 중인 수입 제품들은 유통채널에 따라 현지 대형 슈퍼마켓과 아시안 소매업체로 나누어서 살펴볼 수 있음
- 수입 과자류를 판매하는 대형 슈퍼마켓인 Tesco와 Asda를 중심으로 수입산의 진출 현황을 살펴봄

- 현재 Asda에 입점되어 있는 과자류 중에는 한국 오리온의 초코파이와 초코 보이, 롯데 빼빼로 및 칸초도 포함되어 있음
- Tesco는 현재 중국계(홍콩 포함) 과자인 Garden 브랜드 제품을 비롯하여 일본 수입 과자인 Lotte 제품을 중심으로 판매하고 있음
- 수입 과자류의 원산지를 살펴보면 Tesco는 중국계 벤더인 Hoohing을 통해 중국과 일본 제품들을 공급받고 있고 Asda는 일본 과자 제품도 있으나 코리아푸드를 통해 한국 제품들을 공급받고 있음
- 현지 제품들의 경우 단맛 과자의 비율이 짭짤한 과자보다 4-5배 이상 많으나 수입 과자류의 경우는 이들 제품의 비율이 거의 반반을 이루고 있는 것으로 나타남

〈 현지 대형 슈퍼마켓에서 판매 중인 수입 과자 〉







유통업체	브랜드	상 품	판매가격	원산지
Tesco	Garden		£ 1.79 £ 1.29	중 국
				
	Calbee		£ 1.39	일 본
	Lotte		£ 1.41	일 본

Asda	Lotte		£ 0.64	한 국
	Orion		£ 0.64	
	Nong Shim		£ 0.68	
	Glico		£ 0.64	일 본
	Kraft/Glico		£ 1.34	

- 아스다에서 판매하고 있는 일본 과자인 Pocky와 Mikado는 모두 일본 Glico사의 제품이나 Pocky는 아시아 식품 수입업체를 통해 아스다에 입점되어 'World Foods' 섹션에 진열에 되어 있는 반면, Mikado는 Glico사가 Kraft사와 합작투자하여 만든 Pocky의 유럽 전략 브랜드로, 일반 현지 제품 과자 섹션에 진열되어 있음
- 이에 따라 거의 동일한 제품임에도 불구하고 동일한 아스다 내에서도 Pocky 제품은 £0.64에 판매되고 있는 반면 Mikado 제품은 £1.34에 판매되고 있음

- 아시안 소매업체에는 대형 슈퍼마켓보다 다양한 수입 과자류를 판매하고 있음

〈 아시안 소매점에서 판매 중인 수입 과자 〉

원산지	브랜드	상 품	판매가격	
일본	Kasugai		£ 1.69 - £ 2.52	
	Glico	Pocky		£ 0.90 - £ 2.33
		Pretz		£ 0.99 - £ 1.61
	Lotte		£ 1.30 - £ 2.18	
	Calbee		£ 0.90 - £ 2.37	
	Edo		£ 2.79	

한·EU FTA 체결에 따른 수출 유망 품목 : 과자

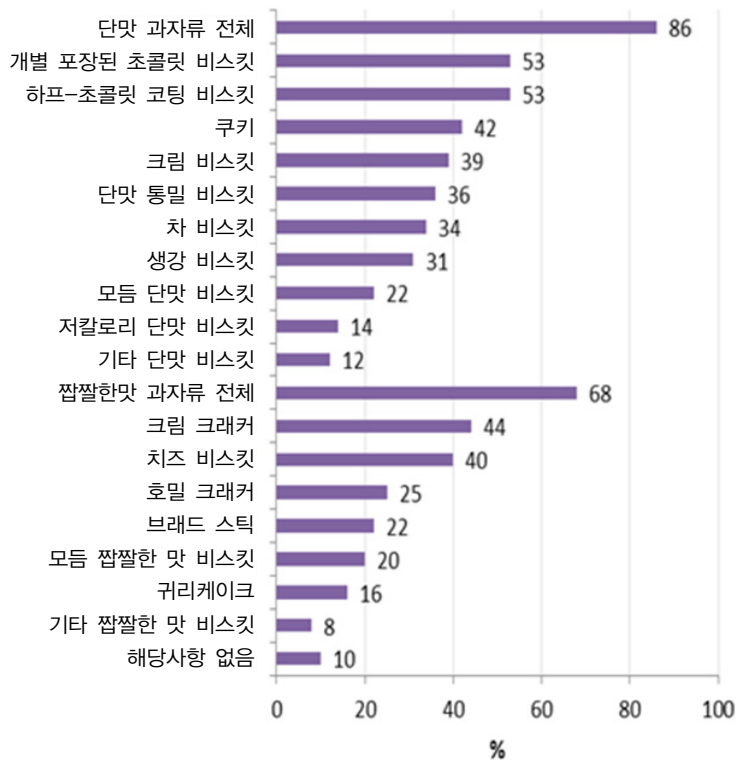
중 국	Gardens		£ 1.49
	Oishi		£ 0.69
필리핀	Skyflakes		£ 4.49
태 국	Koh-Kae		£ 1.98

3. 소비동향

■ 구매경험률

- 민텔에서 2010년 1천 5백 명의 16세 이상 소비자들을 대상으로 영국 소비자들의 과자류 및 제품 유형별 구매경험률을 조사한 결과, 제품 유형과 관계없이 단맛 과자류를 구매한 적이 있다는 비율은 86%, 짭짤한 맛 과자류 구매 경험률은 68%로 나타남

〈 과자류 제품 유형별 구매 경험률 〉



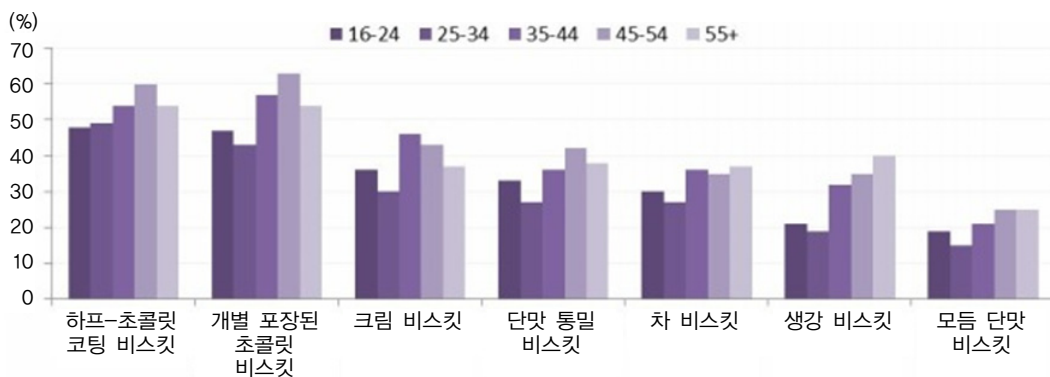
자료 : 민텔 2011

- 단맛 과자류 중에서 가장 구매 경험률이 높은 제품 유형 두 가지는 개별 포장된 초콜릿 비스킷 제품과 하프 초콜릿 코팅된 비스킷으로, 동일하게 53%로 조사됨
- 이 밖에 쿠키와 더불어 크림 비스킷, 통밀 비스킷, 차 비스킷, 생강 비스킷은

구매 경험률이 모두 30% 이상으로 나타나 비교적 구매율이 높은 것으로 나타난 반면, 모듬 단맛 비스킷과 저칼로리 단맛 비스킷은 구매율이 낮은 편으로 나타남

- 한편, 짭짤한 맛의 과자에서는 크림 크래커와 치즈 비스킷을 구매한 적이 있다고 응답한 비율이 각각 44%와 40%로 나타나 높은 구매 경험률을 보였으나 다른 유형의 제품들에 대한 구매 경험률은 모두 20% 대 이하로 상대적으로 낮게 나타남
- 이와 같은 제품 유형별 과자류 구매 경험률은 영국 소비자들이 주로 단맛을 선호하고 있음을 반영하고 있는데, 이는 소비자의 연령대에 따라 성향이 매우 다를 수 있음
- 연령대가 높아질수록 하프-초콜릿 코팅 비스킷 또는 개별 포장된 초콜릿 비스킷, 생강 비스킷 등 특히 단맛이 상대적으로 강한 제품의 구매 경험률이 높아짐
- 하프-초콜릿 코팅 비스킷과 개별 포장된 초콜릿 비스킷의 경우 35세 미만에서는 구매 경험률이 50% 미만으로 나타났으나 35-44세에서는 50% 이상으로 나타났으며 45-54세 소비자 그룹에서는 60% 가까이 달함
- 반면 단맛 통밀 비스킷과 차 비스킷은 각각 건강에 상대적으로 좋다는 이미지와 차를 마실 때 잘 어울린다는 점 때문에 비교적 연령대에 따른 구매 경험률의 차이가 적은 것으로 조사됨

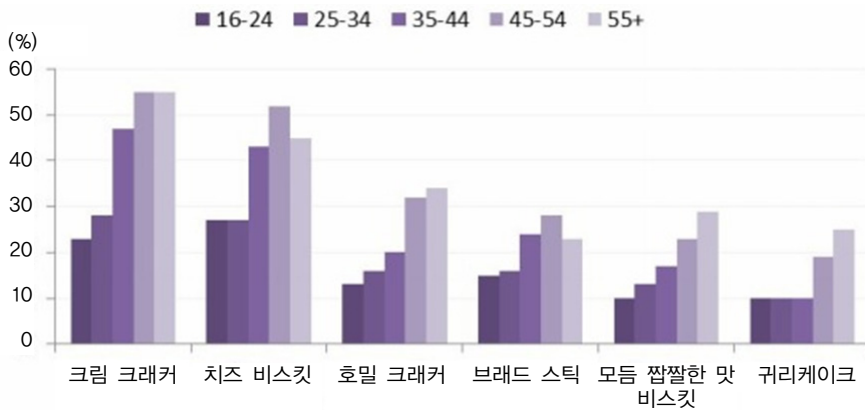
〈 소비자 연령별 단맛 과자류 제품 구매 경험률 〉



자료 : 민텔 2011

- 반면 짭짤한 맛 과자류의 경우, 전반적으로 과자류 유형에 관계없이 연령대가 높아질수록 구매율이 높아지는 특성을 보임
- 이와 같은 결과는 위의 유통동향에서 짭짤한 맛 과자류의 판매가 주로 경제적으로 여유가 있는 중년층이 이용하는 Marks & Spencer 또는 은퇴 후 경제적으로 어려운 계층이 이용하는 디스카운터에서 이루어지는 이유를 설명하고 있음

〈 소비자 연령별 짭짤한 맛 과자류의 제품 구매 경험률 〉

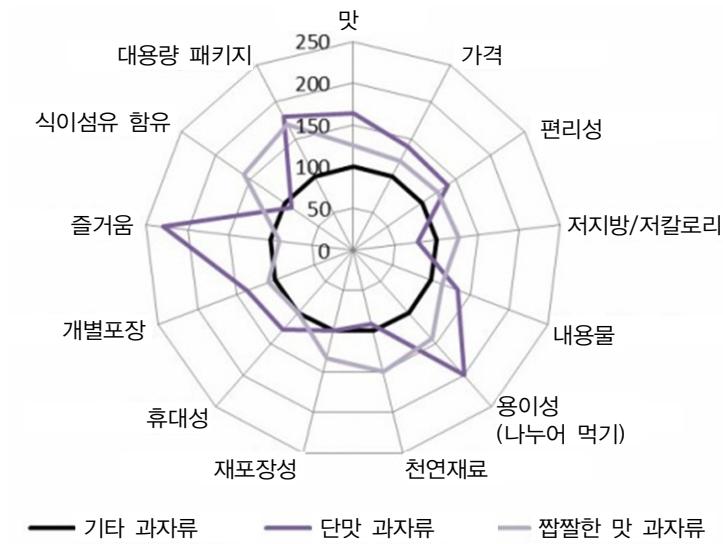


자료 : 민텔 2011

■ 과자류 구매 결정 요인

- 과자의 종류에 따라 소비자들이 구매 결정 시 고려하는 요인에도 차이를 보이는 것으로 조사됨
- 가장 단적인 예로, 단맛 과자류는 소비자 자신의 섭취 시 즐거움을 위해 구입하는 경우가 상당히 높게 나타났으나 짭짤한 맛 과자류는 기타 과자류보다도 낮은 수준으로 나타남
- 한편 천연 재료 또는 식이섬유 함유 여부, 저지방/저칼로리 제품인지가 과자 구매에 큰 영향을 미친다는 응답률은 짭짤한 맛 과자류에서는 상대적으로 매우 높았으나 단맛 과자류에서는 매우 낮게 나타남

〈 과자류 구매 결정 요인 〉



자료 : 민텔 2011

- 이 조사결과는 한국 업체들이 영국 현지 소비자들을 겨냥한 제품을 개발할 때 맛, 성분, 패키지 및 라벨링 등에 대해 어떤 전략으로 접근해야 하는지를 보여줌

4. 수입동향

■ 전체 수입동향

- 2010년 영국의 과자류 수입규모는 18.3억 달러, 한화 약 1.9조 원, 614천 톤에 달함
- 가장 대규모의 과자류를 수입하고 있는 원산지는 독일로 독일산 과자류 4.1억 달러, 141천 톤을 수입하였으며, 다음으로 프랑스, 벨기에, 아일랜드, 네덜란드 순으로 조사됨

〈 과자류 제품 수입 현황 〉

(단위 : 천 달러, 톤, %)

국 가	2008년		2009년		2010년		2009-10년 성장률		2008-10년 성장률	
	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량
전 체	2,090,186	604,277	1,937,496	610,062	1,831,098	613,678	-5.5	0.6	-12.4	1.6
독 일	464,825	137,517	411,056	124,721	411,429	140,678	0.1	12.8	-11.5	2.3
프랑스	345,165	97,072	328,327	95,838	278,330	92,039	-15.2	-4.0	-19.4	-5.2
벨기에	305,779	75,232	276,952	74,708	268,550	87,518	-3.0	17.1	-12.2	16.3
아일랜드	276,991	106,330	281,126	121,211	216,681	86,208	-22.9	-28.9	-21.8	-18.9
네덜란드	203,529	55,475	193,071	56,690	204,916	64,958	6.1	14.6	0.7	17.1
이탈리아	126,986	22,131	89,614	18,309	89,964	19,542	0.4	6.7	-29.2	-11.7
스페인	79,780	24,944	86,325	28,504	79,589	29,849	-7.8	4.7	-0.2	19.7
덴마크	53,476	16,583	60,673	21,728	52,080	19,281	-14.2	-11.3	-2.6	16.3
폴란드	42,294	11,406	41,342	12,409	48,897	15,840	18.3	27.6	15.6	38.9
태 국	17,354	2,994	20,841	4,070	20,473	3,950	-1.8	-2.9	18.0	31.9
불가리아	17,781	3,984	18,199	4,583	14,052	3,184	-22.8	-30.5	-21.0	-20.1
미 국	21,909	5,734	14,916	3,608	13,683	3,250	-8.3	-9.9	-37.5	-43.3
중 국	10,134	5,854	10,064	6,546	13,517	6,882	34.3	5.1	33.4	17.6
오스트리아	12,092	3,390	9,801	2,460	13,033	2,242	33.0	-8.9	7.8	-33.9
캐나다	16,900	5,558	8,725	2,465	11,937	3,062	36.8	24.2	-29.4	-44.9
베트남	5,112	3,260	5,667	3,441	7,574	3,775	33.7	9.7	48.2	15.8
스웨덴	12,692	4,040	9,591	3,149	7,392	2,628	-22.9	-16.5	-41.8	-35.0
터 키	5,353	1,911	5,664	2,414	6,154	2,686	8.7	11.3	15.0	40.6
싱가포르	1,744	709	3,243	1,376	6,125	2,571	88.9	86.8	251.2	262.6
인 도	3,241	1,699	4,111	2,435	6,025	3,062	46.6	25.7	85.9	80.2
한 국(39위)	599	139	721	175	852	212	18.2	21.1	42.2	52.5

자료 : GTA

* 주 : HS 코드 1905로 검색함

- 최근 3년간 수입규모 동향을 보면, 수입량은 증가하였으나 수입액은 오히려 감소하는 현상을 보이고 있음
- 특히, 수입규모 1위 독일과 3위 벨기에의 경우 2008년과 2010년의 수입규모를 비교했을 때 수입량은 각각 2.3%, 16.3%가 증가하였으나 수입액은 11.5%, 12.2% 하락함
- 프랑스와 아일랜드산 과자의 수입액과 수입량은 모두 크게 감소 추세를 보이는 반면 네덜란드산 과자 수입은 증가 추세를 나타냄
- 수입규모 상위 20개국 중 대다수가 유럽 국가이며 소수의 아시아 국가가 포함됨

■ 아시아 과자류의 수입동향

- 전체 과자류 수입규모에서 아시아로부터 수입된 비중은 불과 3%대에 불과함

〈 아시아 국가별 과자류 제품 수입 현황 〉

(단위 : 천 달러, 톤, %)

국 가	2008년		2009년		2010년		2009-10년 성장률		2008-10년 성장률	
	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량
전 체	2,090,186	604,277	1,937,496	610,062	1,831,098	613,678	-5.5	0.6	-12.4	1.6
아시아	47,485	16,636	54,445	20,376	62,420	22,010	14.6	8.0	31.5	32.3
태 국	17,354	2,994	20,841	4,070	20,473	3,950	-1.8	-2.9	18.0	31.9
중 국	10,134	5,854	10,064	6,546	13,517	6,882	34.3	5.1	33.4	17.6
베트남	5,112	3,260	5,667	3,441	7,574	3,775	33.7	9.7	48.2	15.8
싱가포르	1,744	709	3,243	1,376	6,125	2,571	88.9	86.8	251.2	262.6
말레이시아	3,448	1,181	4,455	2,048	5,417	2,336	21.6	14.1	57.1	97.8
인도네시아	3,745	1,470	4,399	1,607	4,231	1,444	-3.8	-10.1	13.0	-1.8
일 본	1,866	357	1,883	324	1,530	220	-18.7	-32.1	-18.0	-38.4
필리핀	1,161	302	1,131	321	1,164	303	2.9	-5.6	0.3	0.3
대 만	556	146	1,023	278	854	220	-16.5	-20.9	53.6	50.7
한 국	599	139	721	175	852	212	18.2	21.1	42.2	52.5
홍 콩	1,766	224	1,018	190	683	97	-32.9	-48.9	-61.3	-56.7

자료 : GTA

- 그러나 긍정적인 것은 2008년 이후 아시아로부터의 과자류 수입이 꾸준히 증가하고 있고, 유럽 수입 과자류들은 현지 주류 시장에 이미 자리를 잡고 있으나 아시아 수입 과자류가 현지 유통업체에 입점된 것은 매우 최근이어서 향후 시장이 발전할 가능성이 매우 높다는 점임
- 아시아 국가 중 가장 수입규모가 큰 국가는 태국으로, 2010년 2천만 달러, 22천 톤 규모의 과자가 수입되었으며 태국에 이어 중국, 베트남, 싱가포르, 말레이시아가 각각 2-5위를 차지함
- 최근 3년간 수입규모 동향을 보면, 대부분의 국가들이 높은 수입규모 성장률을 보이고 있는 것을 알 수 있음
- 그 중에서도 수입규모 성장률이 높은 국가로는 싱가포르, 말레이시아, 한국을 꼽을 수 있는데 이 3개 원산지에서의 과자류 수입은 금액과 물량 모두 두 자릿수 이상의 높은 증가율을 기록함
- 2008-10년을 봤을 때 싱가포르는 수입액과 물량이 각각 251.2%, 262.6%가 증가했으며, 말레이시아는 57.1%, 97.8%, 한국은 42.2%, 52.5%가 증가함
- 반면 일본산과 홍콩산 과자류의 수입규모는 최근 3년간 가파르게 축소되어 일본산 과자는 수입액 18%, 수입량 38.4%가, 홍콩산은 61.3%, 56.7%가 감소함
- 일본산 과자의 경우, 고가의 일본산 제품을 대체할 수 있는 유사한 저가의 중국 및 태국 제품들이 많이 수입되면서 수입규모가 감소했고 홍콩산은 많은 제품들이 중국에서 생산, 수입되면서 반대로 홍콩산 제품의 수입규모가 감소한 것으로 판단됨

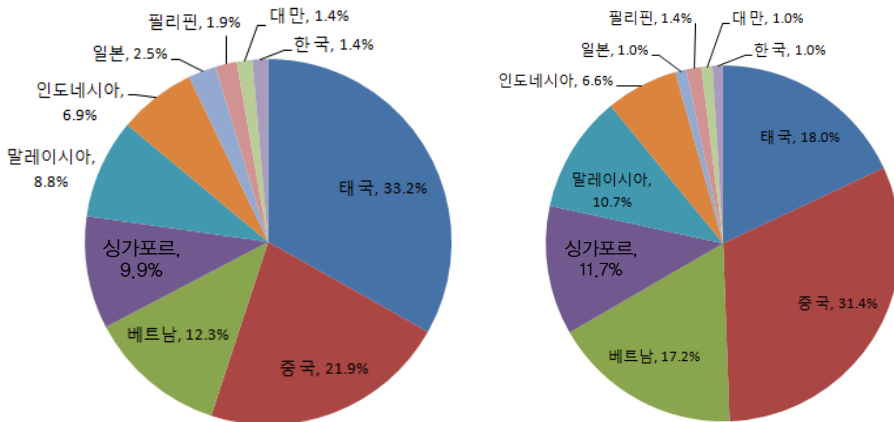
■ 원산지별 수입시장 점유율

- 원산지별로 수입시장 점유율을 살펴보면, 수입금액을 기준으로 태국이 33.2%로 가장 높고, 다음으로 중국 21.9%, 베트남 12.3%로 나타남
- 반면 수입물량으로는 중국산 과자류의 점유율이 31.4%로 가장 높게 나타났으며 다음으로 태국 18%, 베트남 17.2%, 싱가포르 11.7%로 나타남
- 중국산의 수입시장 점유율을 봤을 때 금액을 기준으로 21.9%로 2위를 차지했으나 물량으로는 31.4%를 차지하며 수입금액 1위인 태국보다도 높게 나

타나 수입가격의 격차가 크다는 것을 유추할 수 있음

- 한국산과 일본산 과자의 수입시장 점유율을 비교해 보면, 수입액으로는 한국산 1.4%, 일본산 2.5%로 분석되었으며 수입량으로는 한국산과 일본산 모두 1%로 전체 아시아 수입산 중에서 차지하고 있는 비중이 매우 낮음
- 중국산 과자는 영국에 거주하는 1백 만 명에 달하는 중국계 거주자들을 기반으로 하고 있고 태국산 과자는 영국의 태국 레스토랑에서 태국산 새우칩 과자가 기본으로 무료 제공되면서 이 원산지들의 제품 수요가 큰 편임

〈 원산지별 수입시장 점유율(수입금액/물량) 〉



자료 : GTA

수입가격 동향

- 수입규모 상위 20개국의 수입가격 동향을 분석해 보면, 2008년 3.37달러에서 2009년에는 5.6% 감소한 3.18달러를 기록하였으며 2010년에는 1.75%가 증가한 3.23달러로 나타남
- 그러나 수입규모가 가장 큰 5개국 중 4개국의 수입가격은 3년 연속 상대적으로 큰 폭의 하락세를 나타내고 있는 반면, 11-16위인 국가들의 수입가격은 급격히 상승하고 있는 것으로 조사됨
- 수입가격이 가장 높은 국가는 오스트리아 5.81달러와 태국 5.18달러로, 5.0달러 이상을 나타냈으며 전체 평균보다 2.0달러 이상이 높은 수준으로 특히 오

스트리아의 경우 최근 3년간 60% 이상의 급격한 상승세를 보임

- 반면 중국과 인도산 과자의 수입가격은 2.0달러 이하로 나타나 전체 평균보다 1.0달러 이상 낮음
- 중국산 과자의 수입가격은 1.96달러로 상위 20개국 제품 중 가장 낮았으나 2008년보다는 13.46%, 2009년 보다는 27.75%가 상승한 수치임
- 이는 중국산 제품과는 가격 면에서 경쟁할 수 없고 품질로 경쟁해야 함을 시사함

〈 국별 수입가격 현황 〉

(단위 : 달러)

국 가	2008년	2009년	2010년	2009-10년 성장률	2008-10년 성장률
독 일	3.38	3.30	2.92	-11.26	-13.48
프랑스	3.56	3.43	3.02	-11.73	-14.95
벨기에	4.06	3.71	3.07	-17.23	-24.50
아일랜드	2.61	2.32	2.51	8.37	-3.51
네덜란드	3.67	3.41	3.15	-7.37	-14.02
이탈리아	5.74	4.89	4.60	-5.94	-19.77
스페인	3.20	3.03	2.67	-11.96	-16.63
덴마크	3.22	2.79	2.70	-3.27	-16.24
폴란드	3.71	3.33	3.09	-7.34	-16.75
태 국	5.80	5.12	5.18	1.22	-10.58
불가리아	4.46	3.97	4.41	11.14	-1.12
미 국	3.82	4.13	4.21	1.84	10.19
중 국	1.73	1.54	1.96	27.75	13.46
오스트리아	3.57	3.98	5.81	45.91	62.97
캐나다	3.04	3.54	3.90	10.14	28.21
베트남	1.57	1.65	2.01	21.83	27.95
스웨덴	3.14	3.05	2.81	-7.65	-10.47
터 키	2.80	2.35	2.29	-2.35	-18.21
싱가포르	2.46	2.36	2.38	1.08	-3.15
인 도	1.91	1.69	1.97	16.55	3.15
평 균	3.37	3.18	3.23	1.75	-4.08

자료 : GTA

- 2010년 아시아 지역에서 수입된 과자류의 평균 수입가격은 3.87달러로, 상위 20개국 전체 평균 수입가격인 3.23달러보다 0.64달러가 높은 수준임
- 특히 가격이 높은 원산지로는 홍콩(7.04달러)과 일본(6.95달러)을 꼽을 수 있는데, 홍콩산 제품은 대부분이 상대적으로 고급 품목이라고 할 수 있는 떡 종류가 차지하고 있다는 점, 일본산은 인건비와 물류비가 높다는 점으로 인해 가격이 높음
- 한국산은 4.02달러로 평균보다는 조금 높은 수준이나 2008년 이후 지속적으로 가격이 하락하고 있음

〈 아시아산 수입가격 현황 〉

(단위 : 달러)

국 가	2008년	2009년	2010년	2009-10년 성장률	2008-10년 성장률
태 국	5.80	5.12	5.18	1.22	-10.58
중 국	1.73	1.54	1.96	27.75	13.46
베트남	1.57	1.65	2.01	21.83	27.95
싱가포르	2.46	2.36	2.38	1.08	-3.15
말레이시아	2.92	2.18	2.32	6.60	-20.57
인도네시아	2.55	2.74	2.93	7.04	15.01
일 본	5.23	5.81	6.95	19.66	33.05
필리핀	3.84	3.52	3.84	9.03	-0.07
대 만	3.81	3.68	3.88	5.49	1.93
한 국	4.31	4.12	4.02	-2.45	-6.74
홍 콩	7.88	5.36	7.04	31.42	-10.69
평 균	3.83	3.46	3.87	11.70	1.02

자료 : GTA

5. 통관 및 수입검사

■ 통관 거부 사례

- 2008년부터 2010년까지 유럽연합 지역에서 통관이 거부된 과자류 제품의 사례를 분석함으로써 제조 또는 수출과정에서 주의하여야 할 사항, 관련 규정들을 짚어보고자 함

〈 2008-10년 과자류 제품 통관 거부 사례 〉

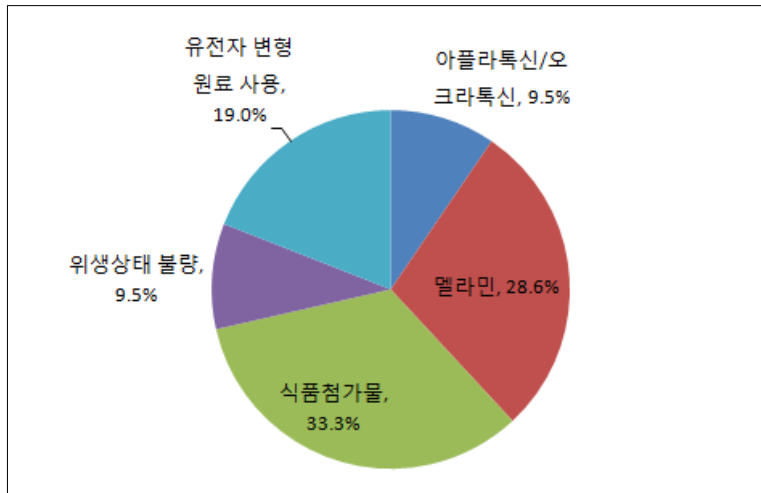
검역국가	원산지	문제사유	후속조치
영국	이란	잼이 들어있고 피스타치오가 토핑된 비스킷에서 아플라톡신 검출(B1 = 14; Tot. = 17 / B1 = 13; Tot. = 17 µg/kg - ppb)	반송조치
슬로바키아	중국	밀크 초콜릿 스틱 비스킷에서 멜라민 검출(9.0 mg/kg - ppm)	공식적 압류
슬로바키아	중국	다크 초콜릿 스틱 비스킷에서 멜라민 검출(11.9 mg/kg - ppm)	공식적 압류
슬로바키아	중국	초콜릿 과자에서 멜라민 검출(7.8 mg/kg - ppm)	공식적 압류
슬로바키아	중국	카푸치노 맛 비스킷에서 멜라민 검출(7.0 mg/kg - ppm)	반송조치 또는 폐기조치
리투아니아	우크라이나	쿠키에서 다량의 E 160b - annato/bixin/norbixin(24.6 mg/kg - ppm) 검출	반송조치
아일랜드	중국	딸기맛 롤케이크에서 멜라민 검출(3.53 mg/kg - ppm)	반송조치
이탈리아	중국	칠리맛 쌀과자에서 멜라민 검출(2.71;3.5;1.4;1.3;1.4;1.9;3.7;2.53;1.2;4.2mg/kg-ppm)	반송조치 또는 폐기조치
그리스	러시아	비스킷에서 E 200 - sorbic acid(827.0 / 729.2 / 672.4 mg/kg - ppm) 검출	폐기조치
그리스	몰도바	바닐라맛 비스킷에서 ochratoxin A(6.4 µg/kg - ppb) 검출	반송조치
스페인	코트디부아르	커피 케이크의 위생상태 불량	공식적 압류
그리스	미국	비승인 유전자 변형 원료로 제조된 tortilla chips (MON 88017: 0.07 %)	폐기조치
스페인	미국	브라우니에서 E 210 - benzoic acid(62 mg/kg - ppm) 검출	공식적 압류

독 일	중 국	비승인 유전자 변형 쌀로 제조된 쌀과자	반송조치
스페인	미 국	비발효 빵의 위생상태 불량	반송조치
그리스	터 키	냉동 햄버거 빵에서 다량의 E 280 - propionic acid(2418,2 mg/kg - ppm) 검출	공식적 압류
그리스	터 키	냉동 핫도그 빵에서 다량의 E 280 - propionic acid(2473,4 mg/kg - ppm) 검출	폐기조치
그리스	터 키	냉동 핫도그 빵에서 다량의 E 280 - propionic acid(2553,7 mg/kg - ppm) 검출	반송조치 또는 폐기조치
그리스	중 국	비승인 유전자 변형 쌀로 제조된 쌀과자	폐기조치
그리스	중 국	비승인 유전자 변형 쌀로 제조된 쌀과자	반송조치
폴란드	한 국	커스터드 크림에 비승인 색소 Gardenia Yellow 사용	폐기조치

자료 : 유럽 연합 식품 및 사료 긴급 경보 시스템 RASFF 웹사이트

- 통관 거부 사례들을 문제 유형별로 구분하여 그 비율을 분석해 보면 식품첨가물과 관련한 문제로 통관이 거부된 사례가 33.3%로 전체의 1/3을 차지했고, 다음으로 멜라민 검출 28.6%, 유전자 변형 원료 사용 19%, 위생상태 불량과 아플라톡신/오크라톡신 검출이 동일하게 9.5%로 나타남

〈 통관 거부 사례의 유형별 비중 〉



자료 : 유럽 연합 식품 및 사료 긴급 경보 시스템 RASFF 웹사이트

■ 멜라민 검출

- 2008년 중국 식품의 멜라민 검출 사건 이후, 유럽 연합에서는 2008/798/EC를 발표하고 즉시 실행에 들어갔으며 영국을 비롯한 모든 회원국들은 이 규정에 따르고 있음
- 이 규정의 주요 골자는 중국에서 생산되거나 중국에서 발송된 식품에 대해서만 멜라민 검출 여부를 확인하도록 하고 있음
- 따라서 한국에서 생산, 발송되는 식품에 대해서는 이와 같은 검사가 이루어지지 않고 있으나 중국에서 제품을 생산하여 수출하고 있는 업체에서는 각별한 주의가 요구됨

■ 유전자 변형 식품

- 유럽 연합의 법률인 EC 1829/2003에 따르면, 유전자 변형된 식품 또는 유전자 변형된 원료를 사용하여 제조된 식품은 유럽 연합에 식품의 안전성에 대해 충분한 과학적 근거를 제출하고 판매 승인을 받아야만 영국을 비롯한 유럽 연합 지역으로의 수입이 가능함
- 따라서 유럽 연합의 승인 없이 유전자 변형 식품을 수입하는 것은 불법 수입으로 간주되어 통관 과정에서 폐기 또는 반송조치가 이루어짐

■ FTA 체결 전후 관세 비교


- FTA 체결 전 한국산 과자류의 관세율은 '9+EA Max 20.7 + AD S/Z'를 기준으로 적용받았으나 FTA체결로 관세가 즉시 철폐됨
- 이에 따라 과자류 기본 관세율과 더불어 제품의 개수 및 사이즈별로 차등 적용 받았던 관세가 철폐됨으로 인해 중량이 비교적 큰 제품들의 관세율이 더욱 낮아질 것으로 예상됨

■ 라벨링

- 일반 제품의 라벨 의무 표기 사항은 아래와 같음
 - 제품 이름

- 성분 및 성분 함량 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 유럽 연합 내 수입/판매업자
- 순 중량
- 영양성분
- 원산지(원료의 일부가 제품의 원산지와 달라 잘못된 정보를 줄 수 있을 경우)

〈 라벨링 예시 〉

구 분	비 고																																
	<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 표기 - 영양정보(칼로리, 설탕, 지방, 포화지방, 염분 함유량 및 1일 섭취 가이드라인 대비 함유율) 																																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">NUTRITION INFORMATION</th> <th colspan="2">GUIDELINE DAILY AMOUNTS</th> </tr> <tr> <th>Typical Values</th> <th>Per 100g</th> <th>Per OREO (11g)</th> <th></th> </tr> <tr> <th></th> <th></th> <th>Adults</th> <th>Children (5-10 years)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Energy</td> <td>1993kJ</td> <td>219kJ</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- kcal (Calories)</td> <td>478kcal</td> <td>53kcal</td> <td>2000 1800</td> </tr> <tr> <td>Protein</td> <td>5.7g</td> <td>0.6g</td> <td>45g 24g</td> </tr> <tr> <td>Carbohydrate</td> <td>65g</td> <td>7.2g</td> <td>230g 220g</td> </tr> <tr> <td>of which sugars</td> <td>41g</td> <td>4.5g</td> <td>90g 85g</td> </tr> </tbody> </table> <p>* GDA = Guideline Daily Amount representing the approximate</p>	NUTRITION INFORMATION		GUIDELINE DAILY AMOUNTS		Typical Values	Per 100g	Per OREO (11g)				Adults	Children (5-10 years)	Energy	1993kJ	219kJ		- kcal (Calories)	478kcal	53kcal	2000 1800	Protein	5.7g	0.6g	45g 24g	Carbohydrate	65g	7.2g	230g 220g	of which sugars	41g	4.5g	90g 85g	<p>영양 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> - 에너지, 단백질, 탄수화물, 당류의 함유량을 100g 당 함유량과 개당 함유량으로 구분하여 표시 - 성인과 아동의 1일 섭취 권장량을 함께 표기하여 소비자들이 비교해 볼 수 있도록 함 - 영양정보를 표로 정리하여 알아보기 쉽도록 함
NUTRITION INFORMATION		GUIDELINE DAILY AMOUNTS																															
Typical Values	Per 100g	Per OREO (11g)																															
		Adults	Children (5-10 years)																														
Energy	1993kJ	219kJ																															
- kcal (Calories)	478kcal	53kcal	2000 1800																														
Protein	5.7g	0.6g	45g 24g																														
Carbohydrate	65g	7.2g	230g 220g																														
of which sugars	41g	4.5g	90g 85g																														
<p>CHOCOLATE FLAVOUR SANDWICH BISCUITS WITH A VANILLA FLAVOUR FILLING (29%)</p> <p>INGREDIENTS: SUGAR, WHEAT FLOUR, VEGETABLE FATS (WITH ANTIOXIDANTS: E-306, E-304), FAT-REDUCED COCOA POWDER (7%), GLUCOSE AND FRUCTOSE SYRUP, RAISING AGENTS (SODIUM AND AMMONIUM BICARBONATES), WHEY POWDER (FROM MILK), COCOA MASS, SALT, EMULSIFIER (SOYA LECITHIN), FLAVOURING (VANILLIN). CONTAINS WHEAT, GLUTEN, SOYA, MILK.</p> <p>Store in a cool, dry place.</p>	<p>성분 및 성분함량</p> <ul style="list-style-type: none"> - 함량이 높은 순서대로 표기 - 식품 첨가물의 계열(antioxidants)과 첨가물의 종류까지 표기 - 주요 성분의 함량 표기 - 알레르기 유발성분 표기 																																

6. 한국산 수출 확대 방안

■ 영국 주요 업체와의 합작투자를 통한 수출확대

- 일본 Glico는 영국의 Kraft사와 합작투자를 하여 롯데 빼빼로와 유사한 'Pocky'를 'Mikado'라는 이름으로 출시하고 있음
- Kraft사의 유통망을 이용하여 주요 슈퍼마켓 체인 점포 내 수입 제품 코너가 아닌 현지 과자 코너에 진열, 판매하고 있음
- 이와 같이 현지 업체와의 합작투자를 통해 현지 시장에 진출하는 것은 단기간에 제품 인지도를 높이고 유통망을 확보할 수 있는 방법임

■ 초콜릿 과자를 중심으로 한 제품 출시

- 영국 소비자들은 짭짤한 맛의 과자보다는 단맛의 과자를 매우 선호하고 있으며 단맛 과자 구매 시 indulgence, 즉 섭취시 느끼는 즐거움 또는 만족을 가장 중요한 요소로 꼽고 있음
- 따라서 단맛 과자, 특히 단맛 과자를 대표할 수 있는 초콜릿 과자를 중심으로 제품을 출시할 필요가 있음
- 영국의 대부분의 초콜릿 과자는 한국의 초코 다이제스티브와 같이 한쪽 면에만 초콜릿이 코팅되어 있는 형태 또는 초코칩 쿠키가 대다수를 차지하고 있음
- 반면 롯데 칸초, 해태 홈런볼과 같은 형태의 초콜릿 과자는 거의 전무함
- 또한 최근 과자 크기가 점차 작아지고 있는 추세여서 한국식의 소형 또는 보다 가벼운 느낌의 초콜릿 과자가 영국 현지에서 인기가 많을 것으로 판단됨

■ 박람회를 통한 바이어 발굴

- 수입 및 공급업체를 발굴할 수 있는 영국의 식음료 관련 박람회로는 작수해 3월에 Birmingham NEC에서 개최되는 Food & Drink Expo와 홀수해 3월에 London ExCel에서 개최되는 International Food & Drink Event가 있음

구분	Food & Drink Expo	International Food & Drink Event
개최시기	작수해 3월 (2012년 3월 25-27일)	홀수해 3월 (2013년 3월 17-20일)
장소	Birmingham NEC	London ExCel
웹사이트	www.foodanddrinkexpo.co.uk	www.ife.co.uk

☐ 산업잡지를 통한 회사 및 제품 광고

- 관련 산업 잡지에 광고를 하여 현지 바이어 또는 수입/공급업체에게 회사 및 제품을 노출시키는 방법을 고려해 볼 수 있음
- 영국의 식음료 전문 산업 잡지로는 the Grocer(www.thegrocer.co.uk)와 Food & Drink International(www.fdiforum.net)이 있음

☐ 대형 슈퍼마켓과 연계한 대중매체 광고

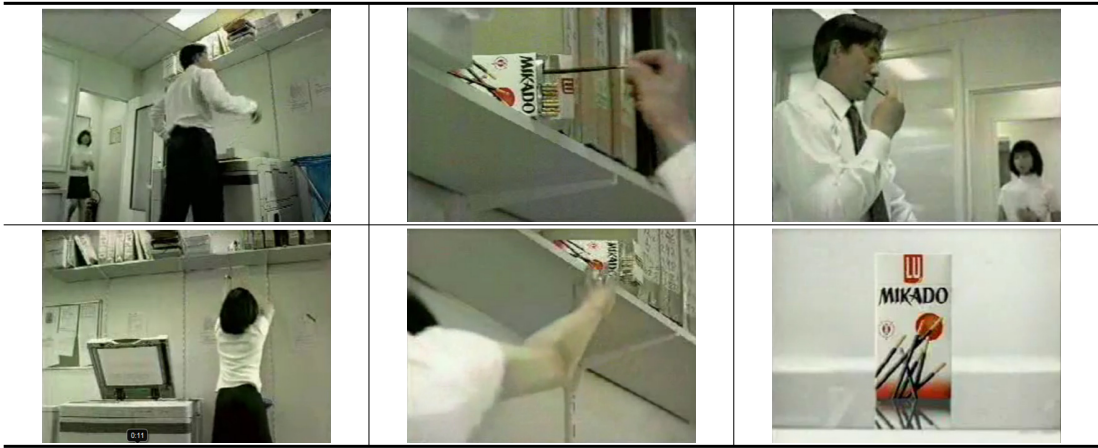
- 영국의 대형 슈퍼마켓 체인들은 매주 주요 일간지 및 주요 도로변 광고판을 통해 특정 제품을 시기에 맞게 광고하고 있으므로 유통회사의 주간 광고 지면을 이용하여 광고를 하는 것도 방법이 될 수 있음

< 대형 유통업체의 지면 광고 >

Asda	Co-operative	Tesco

- 또한 TV 광고 등 영국 주요 대중매체를 통한 광고도 시도해 볼 가치가 있음
- 롯데 빼빼로와 유사 제품인 Mikado의 경우, 일본 모델을 그대로 이용하여 TV광고를 진행하고 있음

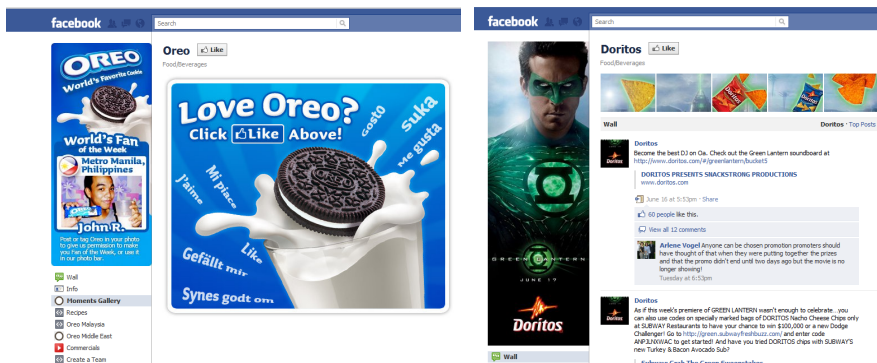
〈 Mikado의 TV 광고 〉



□ 온라인 홍보

- 온라인 홍보의 일환으로 전세계적으로 인기를 얻고 있는 소셜네트워크 사이트인 Facebook에 과자 브랜드 페이지를 개설하여 소비자들과의 커뮤니케이션 창구로 활용할 수 있음
- Facebook 페이지 개설 시 전세계 소비자들과 커뮤니케이션이 가능하며, 페이지를 통해 다양한 이벤트를 진행할 수도 있음
- 또한 온라인 홍보는 일반 오프라인 홍보에 비해 비용이 적게 들면서 광범위한 소비자들을 대상으로 홍보할 수 있다는 장점을 갖고 있음

〈 과자 관련 Facebook 〉



7. 참고자료

<input type="checkbox"/> 관련 협회 및 정부기관	
Defra(영국 농식품부에 해당) Nobel House 17 Smith Square London SW1P 3JR Tel : +44 (0)207 238 6951 www.defra.gov.uk defra.helpline@defra.gsi.gov.uk	Food Standard Agency(식품 표준청) Aviation House 125 Kingsway London WC2B 6NH Tel : +44 (0)20 7276 8000 www.food.gov.uk helpline@foodstandards.gsi.gov.uk

<input type="checkbox"/> 주요 제품 수입/유통회사	
Hoo Hing Limited Hoo Hing Commercial Centre Freshwater Road Chadwell Heath, Romford Essex, RM8 1RX Tel : +44 (0)20 8548 3636 www.hoohing.com enquiries@hoohing.com	JK Foods Bull Close Road Lenton Industrial Estate Nottingham NG7 2UT Tel : +44 (0) 115 9851 301 Fax : +44 (0) 115 985 0068 www.jk-foods.com
Chadha Oriental foods Ltd. WT house Bessemer Road Welwyn Garden city Hertfordshire AL7 1HT Tel : +44 1707325888 Fax : +44 1707382989	Interlink Direct Ltd. 402 Roding Lane South Woodford Green Essex, IG8 8EY Tel : +44 2085518383 Fax : +44 2085508101
Manning Impex Ltd. Camberley GU15 3DF Tel : +44 1276406888 Fax : +44 1276406889	M.A.Oriental Foods LTD 15 Colonial Way, Watford, Herts, WD24 4PT Tel : +44 (0)1923 222220 Fax : +44 (0)1923 222224 Email : sales@maoriental.co.uk
Golden Meadows 256 Water Road, Wembley Middlesex HA0 1HX Tel : +44 2089980917 Fax : +44 2089910831	Wing Yip 375 Nechells Park Road Nechells, Birmingham B7 5NT

Jazz Trading Company(UK) Ltd. 724 Eastern Avenue Newbury Park Ilford, Essex IG2 6PE Tel : +44 2088557770 Fax : +44 2088557720	Milagrosa F&G Ltd. Unit 6-7 Roxwell Trading Park Argall Ave. Leyton London E10 7QY
SeeWoo SeeWoo House, Waxlow Road, Park Royal, London NW10 7NU Tel : +44 (0)845 076 8888 Main Fax : +44 (0)845 076 8899 www.seewoo.com	Asco Foods Unit 3b, Corinium Industrial Estate, Raans Rd, Amersham Buckinghamshire HP6 6JQ Tel : 01494 434953

독 일



1. 시장개요	39
2. 유통동향	47
3. 수입동향	49
4. 통관 및 수입검사	54
5. 한국산 수출 확대 방안	58

1. 시장개요

■ 시장규모

- 2010년 독일의 과자 시장규모는 전년대비 8%가량 증가한 약 2백만 톤임
- 세부 제품 유형별 중 가장 시장규모가 큰 제품은 감자칩으로 54.3만 톤이며, 다음으로 견과류 48.9만 톤, 압출성형스낵 40.9만 톤, 기타 과자 25.3만 톤, 프리첼 16.9만 톤 순으로 조사됨
- 2005년 이후 시장규모 동향을 살펴보면, 연평균 8%로 꾸준한 성장세를 보이면서 최근 6년간 독일의 과자 시장규모는 32%가 증가함
- 특히 가장 많이 증가한 제품은 시장규모가 가장 큰 감자칩 제품으로, 2005년에는 판매량이 36.1만 톤에 불과하여 견과류 제품보다도 2만 톤 가량이 적었으나 이후 연평균 10% 이상의 높은 성장률을 보이며 동기간 50.3%가 증가함
- 다음으로는 과일스낵, 팝콘, 압출성형스낵이 각각 39.4%, 34.6%, 31.4%로 상대적으로 높은 성장률을 기록했으며 견과류와 프리첼, 기타 과자는 전체 성장률 32%보다 상대적으로 낮은 성장률을 보임
- 또한 또띠라와 콘칩 시장은 정체 또는 하락세를 보이면서 2010년 판매량이 2005년 판매량 52.8천 톤보다 낮은 48.9천 톤을 기록, 시장규모가 7.4% 축소됨

〈 시장규모 현황(판매량 기준) 〉

(단위 : 천 톤, %)

구 분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2009-10년 성장률	2005-10년 성장률
감자칩	361.3	396.7	417.0	434.0	481.7	543.1	12.7	50.3
압출성형스낵	311.0	317.8	336.3	350.0	367.2	408.7	11.3	31.4
과일 스낵	3.3	3.4	3.5	3.6	4.1	4.6	12.2	39.4
견과류	381.3	421.0	439.1	454.0	470.1	489.3	4.1	28.3
팝 콘	26.6	27.5	27.9	28.1	32.4	35.8	10.5	34.6
프리첼	130.4	136.9	143.1	147.9	157.9	168.6	6.8	29.3

또띠라/콘 칩	52.8	47.4	47.9	48.1	48.3	48.9	1.2	-7.4
기타 과자	211.8	225.2	235.5	244.7	249.0	253.2	1.7	19.5
전 체	1,478.5	1,575.9	1,650.3	1,710.4	1,810.7	1,952.2	7.8	32.0

자료 : 유로모니터 2010

- 한편, 매출액을 기준으로 한 독일의 과자 시장규모는 2억 4천만 유로에 조금 못 미치는 237.5백만 유로, 한화 약 3,700억 원으로, 전년대비 4.7%가 성장함
- 판매량과 마찬가지로 감자칩의 시장규모가 가장 큰 것으로 조사되었으나 2-5위의 순위는 판매가격 때문에 판매량을 기준으로 한 시장규모 순위와는 차이를 나타내고 있음
- 2위는 판매량 5위였던 프리첼, 3위는 판매량 4위였던 기타과자, 4위는 판매량 3위의 압출성형스낵, 5위는 판매량 2위의 견과류로 조사됨
- 최근 6년간 시장규모의 변화를 살펴보면, 프리첼은 2005년 38.8백만 유로에서 2010년 47.6백만 유로로 22.7%, 압출성형스낵은 동기간 28.9백만 유로에서 35.4백만 유로로 22.5%로 성장함
- 또한 가장 시장규모가 큰 것으로 조사된 감자칩은 2005년 53.1백만 유로에서 2010년 60.5백만 유로로 13.9%가 성장함
- 과일 스낵은 2005년 0.2백만 유로에서 2006년 0.3백만 유로로 50% 증가한 이후 더 이상의 성장이 없이 5년간 비슷한 시장규모를 유지하고 있으며 또띠라라는 해마다 6% 가량씩 시장규모가 감소하며 동기간에 시장규모가 무려 36.9% 감소함
- 감자칩의 시장규모가 지속적으로 성장하고 있는 가장 큰 이유로는 신제품의 출시 또는 지속적인 제품확장을 꼽을 수 있는데, 감자칩 제조회사들은 기존 감자칩에 새로운 양념을 더하여 지속적으로 신제품을 출시함으로써 제품군을 넓히는 한편 소비자들의 구매를 촉진하고 있음

〈 시장규모 현황(매출액 기준) 〉

(단위 : 백만 유로, %)

구 분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2009-10년 성장률	2005-10년 성장률
감자칩	53.1	55.9	56.4	56.5	57.5	60.5	5.2	13.9
압출성형스낵	28.9	29.4	30.8	31.9	32.7	35.4	8.3	22.5
과일 스낵	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0	50.0
견과류	27.4	29.1	30.1	30.8	31.2	32.1	2.9	17.2
팝 콘	5.9	5.8	5.7	5.6	6.4	7.0	9.4	18.6
프리첼	38.8	40.4	41.7	42.6	44.7	47.6	6.5	22.7
포뮬라/콘 칩	15.7	12.8	11.9	11.9	10.1	9.9	-2.0	-36.9
기타 과자	39.2	40.8	42.2	42.2	44.0	44.7	1.6	14.0
합 계	209.2	214.5	219.1	221.8	226.9	237.5	4.7	13.5

자료 : 유로모니터 2010

- 예를 들어, 대표적인 감자칩 브랜드인 Funny Frisch의 경우, 별도의 양념이 되어 있지 않은 오리지널 감자칩과 더불어 Chakalaka맛, Ungarisch, Oriental, Paprika, Gesalzen 등 10여 가지 이상의 제품을 판매하고 있음

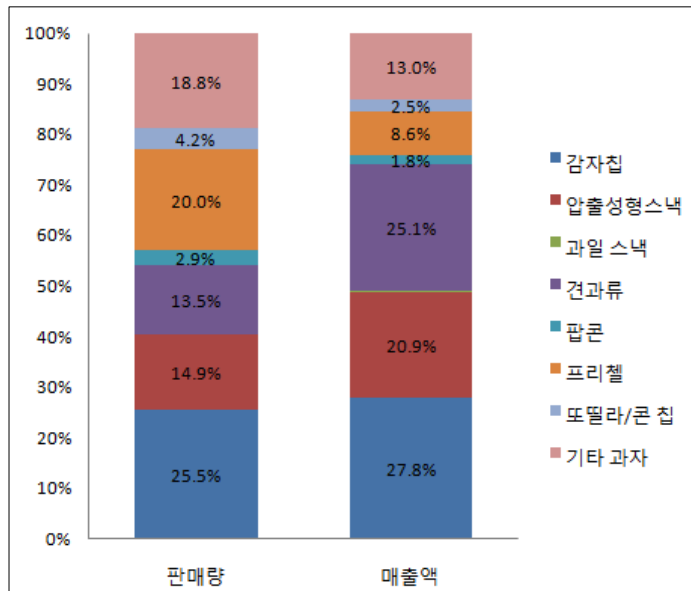
〈 감자칩 Chipsfrisch의 제품군 〉



■ 제품 유형별 시장점유율

- 판매량과 매출액을 바탕으로 제품 유형별 시장점유율을 살펴보면, 판매량에서는 감자칩과 프리첼이 각각 25.5%와 20%로 가장 높은 시장점유율을 나타냈으며 기타과자(18%), 압출성형스낵(15%), 견과류(13.5%)도 10% 이상의 상대적으로 높은 시장점유율을 차지함

〈 제품 유형별 시장점유율 〉



자료 : 유로모니터 2010

- 반면, 매출액에서는 감자칩과 견과류, 압출성형스낵이 20% 이상의 높은 비율을 차지하고 있으며 기타 과자를 제외한 나머지 유형의 과자들은 10% 미만의 상대적으로 낮은 시장점유율을 나타냄
- 또띠라/콘칩과 팝콘은 판매량과 매출액 모두에서 5% 미만의 낮은 시장점유율을 차지함

■ 제품 브랜드별 시장점유율

- 제품 브랜드별 시장점유율을 살펴보면, 감자칩 제품 브랜드인 Funny Frisch, Chio, Pringles가 1-3위를 차지하고 있어 감자칩의 인기를 알 수 있음





〈 제품 브랜드별 시장점유율 〉

(단위 : %)

브랜드	회사	상 품	2006년	2007년	2008년	2009년
Funny Frisch	Intersnack Knabber -Gebäck GmbH		12.2	9.6	10.5	11.0
Chio	Intersnack Knabber -Gebäck GmbH		6.4	5.5	6.1	6.2
Pringles	Procter & Gamble GmbH		5.4	5.5	5.8	5.8
Ültje	ItjeGmbH		4.1	4.1	4.1	3.9
Crunchips	Lorenz Bahlsen Snack -World GmbH		4.1	3.3	3.1	3.0
Nic Nacs	Lorenz Bahlsen Snack -World GmbH		3.1	3.0	2.9	2.7

한·EU FTA 체결에 따른 수출 유망 품목 : 과자

Saltletts	Lorenz Bahlsen Snack -World GmbH		3.6	2.8	2.7	2.5
Bifi	Unilever Deutschland GmbH		3.0	2.9	2.9	2.5
Seeberger	Seeberger		2.2	2.2	2.3	2.3
Erdnusslocken	Lorenz Bahlsen Snack -World GmbH		2.6	2.3	2.1	2.0
Pom-Bär	Intersnack Knabber -Gebäck GmbH		3.1	1.8	1.6	1.5
Chipsletten	Lorenz Bahlsen Snack -World GmbH		0.6	0.7	0.7	0.7
Pittjes	Pittjes		0.2	0.2	0.2	0.3
Fuego	Theodor Kattus GmbH		0.3	0.3	0.3	0.3

Doritos	Smiths Food Group BV		0.3	0.3	0.3	0.2
Cinestar Popcorn	Cinestar Gruppe	—	0.2	0.2	0.2	0.2
Cinemaxx Popcorn	Cinemaxx Cinema GmbH	—	0.2	0.2	0.2	0.2
Tacitos	Lorenz Bahlsen Snack -World GmbH		0.2	0.2	0.2	0.2
Cineplex Popcorn	Cineplex Deutschland GmbH	—	0.2	0.1	0.1	0.2
Mayka	Mayka Naturbackwaren GmbH		0.1	0.2	0.2	0.2
Wolf	Intersnack Knabber -Gebäck GmbH		1.4	1.2	1.1	—
	자사라벨	—	28.1	33.6	40.1	42.7
	기 타	—	18.3	19.7	12.3	10.5
	전 체	—	100.0	100.0	100.0	100.0

자료 : 유로모니터 2010

- 브랜드별 대표 제품을 살펴봤을 때, 독일 과자 시장의 특징은 단맛이 강한 과자류보다는 짭짤한 맛, 보다 가벼운 느낌의 과자류가 많다는 것임
- 대표적인 과자 회사와 브랜드 측면에서의 독일 과자 시장의 특징을 보면, 전체 과자 시장의 약 20%를 차지하고 있는 Intersnack Knabber-Gebäck GmbH와

전체의 약 11%를 차지하고 있는 Lorenz Bahlsen Snack-World GmbH 모두 독일에 본사를 두고 있는 독일 회사이며 Procter & Gamble GmbH의 Pringles와 Unilever의 Bifi만이 외국계 회사임

- 또한 자사라벨이 43%에 달해 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남
- 이는 독일 과자 시장은 독일 회사가 장악하고 있으며 수입 제품의 시장 진입이 상대적으로 어렵다는 것을 보여주고 있음

2. 유통동향

▣ 유통 채널별 판매 비율

- 과자류의 유통 채널별 판매 비율을 살펴보면 대형 슈퍼마켓에서 판매되는 비율이 56%로 가장 높고 다음으로 Aldi와 Lidl과 같은 디스카운터 31%, 소규모 식료품점 5.7%, 비식료품 소매업체 5.3%, 기타 식료품 소매업체 2.3% 순으로 조사됨
- 소규모 식료품점, 기타 식료품 소매업체, 비식료품 소매업체를 통한 판매 비율은 해마다 감소하고 있는 가운데 대형 슈퍼마켓은 소폭이지만 꾸준히 판매비율을 늘려가고 있는 것으로 파악됨
- 또한 디스카운터는 2006년 이후 약 31% 수준을 유지하고 있음
- 대형 슈퍼마켓과 디스카운터를 통한 판매비율이 높은 것은 자사라벨 상품의 비중이 높은 것과 깊은 관련이 있음
- 디스카운터들은 브랜드 제품보다는 자사라벨 제품만을 취급하는 성향을 나타내고 있고 대형 슈퍼마켓들도 가격 경쟁력을 위해 점차 자사라벨 제품을 늘려가고 있음

〈 유통 채널별 과자류 판매 비중 〉

(단위 : %)

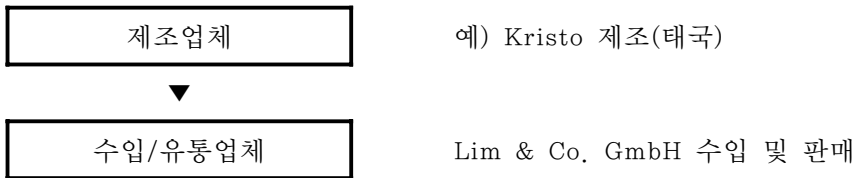
구 분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
식료품 소매업체	93.7	94.5	94.4	94.6	94.2	94.7
- 대형 슈퍼마켓	53.3	53.5	53.4	53.6	55.6	55.8
- 디스카운터	30.5	30.9	30.8	30.8	30.8	30.9
- 소규모 식료품점	6.4	6.5	6.6	6.6	5.5	5.7
- 기타 식료품 소매업체	3.5	3.6	3.7	3.7	2.3	2.3
비식료품 소매업체	6.3	5.5	5.6	5.4	5.8	5.3

자료 : 유로모니터 2010

■ 수입 제품의 유통경로

- 독일에서 유통되고 있는 수입 과자류의 유통경로는 몇 단계의 유통단계를 거치느냐에 따라 2가지로 구분할 수 있음
- 가장 짧은 단계는 Shanglee, Lim & Co GmbH, 한양유통과 같은 수입회사들이 자사 소유의 소매매장을 통해 바로 소비자들에게 판매하는 경우임
- 이 유통경로는 수입회사가 소매매장을 가지고 소매업도 겸해야 하기 때문에 정확한 통계치는 낼 수 없으나 이와 같은 유통경로로 판매되는 비율은 상대적으로 낮을 것으로 판단됨

〈 수입 과자류 제품 유통경로 1 〉



- 두 번째 경우는 수입회사가 현지 유통업체 및 아시아 식품 소매점에 바로 공급하는 경우로 독일 대형 슈퍼마켓 체인들은 직접 수입을 하지 않고도 안정적으로 제품을 공급받을 수 있어 이 경로를 선호하고 있음
- 수입 과자류 제품 중 가장 높은 비율이 이와 같은 경로를 통해 유통 중일 것으로 판단됨

〈 수입 과자류 제품 유통경로 2 〉



3. 수입동향

■ 전체 수입동향

- 2010년 독일의 과자류 수입규모는 16억 달러, 한화 1.7조원, 약 53만 톤으로, 전년 대비 수입액은 -1.81%, 수입량은 6.94%의 성장률을 기록함
- 독일이 과자를 가장 많이 수입해 온 원산지는 네덜란드로, 네덜란드로부터 2010년 2.5억 달러, 88,984톤 규모의 과자를 수입했으며, 다음으로 프랑스(2.3억 달러, 88,546톤), 이탈리아(2.0억 달러, 53,752톤) 순으로 파악됨

〈 국별 과자류 수입 현황 〉

(단위 : 천 달러, 톤, %)

국 가	2008년		2009년		2010년		2009-10년 성장률		2008-10년 성장률	
	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량
전 체	1,784,413	514,344	1,639,470	492,708	1,609,758	526,889	-1.81	6.94	-9.79	2.44
네덜란드	296,380	98,573	255,480	85,179	246,037	88,984	-3.70	4.47	-16.99	-9.73
프랑스	264,557	82,730	250,088	82,670	232,533	88,546	-7.02	7.11	-12.10	7.03
이탈리아	232,178	60,193	212,820	57,180	195,459	53,752	-8.16	-6.00	-15.82	-10.70
벨기에	179,075	48,656	180,351	52,331	187,630	58,016	4.04	10.86	4.78	19.24
오스트리아	182,502	44,064	182,459	45,684	186,867	53,512	2.42	17.14	2.39	21.44
폴란드	201,393	53,327	177,802	52,737	183,267	62,008	3.07	17.58	-9.00	16.28
스위스	75,336	8,901	71,816	9,150	69,232	9,152	-3.60	0.02	-8.10	2.82
덴마크	66,312	24,926	58,546	20,943	55,476	20,978	-5.24	0.17	-16.34	-15.84
영 국	52,024	13,220	39,240	11,212	36,272	12,335	-7.56	10.02	-30.28	-6.69
스페인	33,835	11,245	28,937	9,992	34,664	12,067	19.79	20.77	2.45	7.31
스웨덴	36,026	10,938	37,109	12,066	33,499	11,401	-9.73	-5.51	-7.01	4.23
터 키	31,795	13,173	30,820	13,098	31,457	13,661	2.07	4.30	-1.06	3.70
그리스	28,459	9,842	23,700	9,115	21,670	9,337	-8.57	2.44	-23.86	-5.13
포르투갈	18,814	5,007	17,353	4,983	14,430	3,868	-16.84	-22.38	-23.30	-22.75
핀란드	14,635	5,166	11,864	4,234	12,525	4,617	5.57	9.05	-14.42	-10.63
체 코	6,092	1,564	6,779	1,586	11,617	3,203	71.37	101.95	90.69	104.80
룩셈부르크	6,618	1,721	6,330	1,659	8,375	2,325	32.31	40.14	26.55	35.10
헝가리	9,392	3,454	6,448	2,513	7,243	3,364	12.33	33.86	-22.88	-2.61
불가리아	10,656	3,057	9,255	2,906	5,976	1,747	-35.43	-39.88	-43.92	-42.85
미 국	2,678	729	4,723	1,347	5,456	1,441	15.52	6.98	103.73	97.67
한국(34위)	694	209	555	206	730	229	31.53	11.17	5.19	9.57

자료 : GTA

*주 : HS 코드 1905로 검색함

- 수입규모 상위 1-3위를 비롯하여 20위 안에 드는 과자 원산지들은 미국을 제외하고 모두 유럽지역의 국가임
- 최근 3년간 수입규모의 변화를 보면, 전체적으로 수입량은 2009-10년에는 약 7%, 2008-10년에는 2.4% 증가했으나 수입액은 오히려 동기간에 각각 -1.8%, 9.8%가 감소하여 수입가격이 하락했음을 유추할 수 있음
- 네덜란드로부터 수입되는 과자의 경우, 연속 3년간 수입액이 감소하여 2008-10년에 무려 17%가 감소했으며 수입량도 2008-09년 감소폭을 2009-10년에 회복하지 못하면서 -9.73%를 기록함
- 3위 이탈리아로부터의 수입규모도 3년 연속 감소하고 있음
- 이와 같은 주요 수입 원산지로부터의 수입규모가 감소하고 있는 가운데, 소수 국가의 수입규모는 오히려 증가하는 추세를 보임
- 대표적인 국가가 벨기에와 오스트리아로, 벨기에는 2008-10년간 수입액은 4.78%, 수입량은 19.24%가 증가했으며 오스트리아는 동기간에 각각 2.39%, 21.44%가 증가함
- 또한 최근 체코산 과자는 수입액과 물량 모두 100% 가량의 급증을 보이고 있는데, 이는 자사라벨 제품의 상당량이 인건비가 저렴하고 독일 인근에 위치하여 물류비용의 부담도 상대적으로 적은 체코에서 생산되어 독일로 수입되고 있는데 따른 결과임
- 한편, 한국산 과자의 수입규모는 20위권 밖인 34위에 랭크되어 있는데 2008-09년에는 다소 감소했으나 2009-10년에 큰 폭으로 증가하며 수입액은 5.19%, 수입량은 9.57% 증가함

■ 아시아 과자류의 수입동향

- 앞에서 살펴본 바와 같이 과자류 수입 원산지의 대부분이 유럽 지역 내 국가들이어서 아시아 주요 국가로부터 수입되는 비중은 전체 수입규모의 약 0.3-4%에 불과함
- 독일이 아시아 국가 중 가장 많이 과자를 수입하고 있는 국가는 태국으로, 2010년에 2백만 달러, 309톤을 기록했으며, 중국은 1.7백만 달러, 707톤, 일본

은 1.1백만 달러, 115톤, 베트남 74만 달러, 377톤, 한국 73만 달러, 229톤으로 조사됨

〈 아시아 국가별 과자류 제품 수입 현황 〉

(단위 : 천 달러, 톤, %)

국 가	2008년		2009년		2010년		2009-10년 성장률		2008-10년 성장률	
	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량
전 체	1,784,413	514,344	1,639,470	492,708	1,609,758	526,889	-1.81	6.94	-9.79	2.44
아시아 5개국	6,616	1,560	4,723	1,346	6,281	1,737	32.99	29.05	-5.06	11.35
태 국(25위)	2,808	450	1,163	155	2,095	309	80.14	99.35	-25.39	-31.33
중 국(29위)	1,350	441	1,366	529	1,662	707	21.67	33.65	23.11	60.32
일 본(31위)	1,181	140	1,036	109	1,053	115	1.64	5.50	-10.84	-17.86
베트남(33위)	583	320	603	347	741	377	22.89	8.65	27.10	17.81
한 국(34위)	694	209	555	206	730	229	31.53	11.17	5.19	9.57

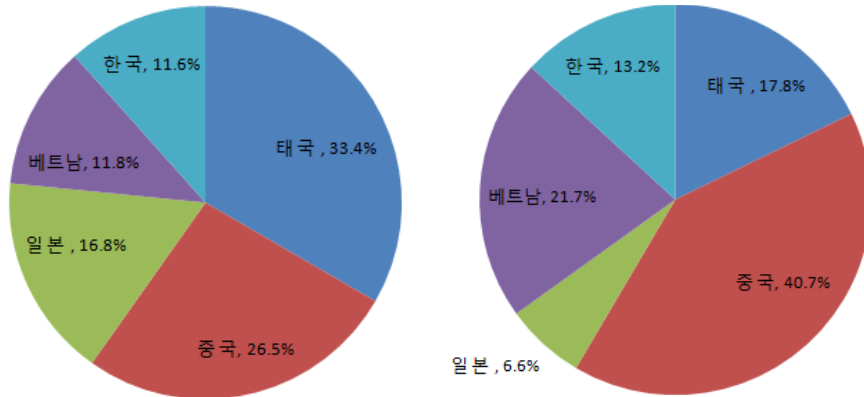
자료 : GTA

- 위의 5개국 중 중국을 제외한 태국, 일본, 베트남, 한국은 2008-09년에 감소했다가 2009-10년에 증가하는 추세를 보이고 있으며 중국만이 3년 연속 수입액과 수입량이 증가하는 추세를 보이고 있음

■ 원산지별 수입시장 점유율

- 아시아 원산지별로 수입시장 점유율을 보면 수입금액에서는 태국이 33.4%, 중국 26.5%로 약 60%를 차지하고 있고 일본, 베트남, 한국이 유사한 비율로 나머지 40%를 차지하고 있음
- 그러나 수입량에서는 중국이 40.7%로 압도적으로 많고 다음으로 베트남 21.7%, 태국 17.8%, 한국 13.2%, 일본 6.6%로 수입액과는 차이를 보임

〈 원산지별 수입시장 점유율(수입금액/물량) 〉



자료 : GTA

■ 수입가격 현황

- 독일로 수입되는 과자의 수입가격은 2008년 이후 해마다 하락하고 있음
- 2008년에는 킬로그램당 3.47달러였으나 2009년에는 4% 하락한 3.33달러, 2010년에는 이보다 더 큰 폭인 8.1% 하락한 3.06달러임
- 이러한 성향은 아래 20개 국가 중 포르투갈, 체코, 불가리아, 미국 4개국을 제외한 16개국 대부분의 수입 원산지에서 나타남

〈 상위 20개국의 수입가격 현황 〉

(단위 : 달러)

국 가	2008년	2009년	2010년
전 체	3.47	3.33	3.06
네덜란드	3.01	3.00	2.76
프랑스	3.20	3.03	2.63
이탈리아	3.86	3.72	3.64
벨기에	3.68	3.45	3.23
오스트리아	4.14	3.99	3.49
폴란드	3.78	3.37	2.96
스위스	8.46	7.85	7.56
덴마크	2.66	2.80	2.64
영 국	3.94	3.50	2.94

스페인	3.01	2.90	2.87
스웨덴	3.29	3.08	2.94
터 키	2.41	2.35	2.30
그리스	2.89	2.60	2.32
포르투갈	3.76	3.48	3.73
핀란드	2.83	2.80	2.71
체 코	3.90	4.27	3.63
룩셈부르크	3.85	3.82	3.60
헝가리	2.72	2.57	2.15
불가리아	3.49	3.18	3.42
미 국	3.67	3.51	3.79

자료 : GTA

- 2010년 5개 아시아 원산지의 평균 가격은 4.69달러로 전체 평균인 3.06달러보다 1.63달러 높게 나타남
- 일본산과 태국산 과자 수입가격이 각각 9.16달러와 6.78달러로 5달러 이상이고, 베트남과 중국이 각각 1.97달러와 2.35달러로 낮게 나타났으며, 한국산은 평균보다 조금 낮은 3.19달러임
- 따라서 한국산의 수입가격이 수입 과자 시장에서 제품 경쟁력에 영향을 미치지 않고 있는 것으로 판단됨
- 유럽에서 수입된 제품들의 수입가격은 최근 3년간 하락세를 나타내고 있으나 아시아산 제품들은 2008-09년에 상승, 2009-10년에 하락하는 추세를 나타냄

〈 아시아 수입산 가격 현황 〉

(단위 : 달러)

국 가	2008년	2009년	2010년
태 국	6.24	7.50	6.78
중 국	3.06	2.58	2.35
일 본	8.44	9.50	9.16
베트남	1.82	1.74	1.97
한 국	3.32	2.69	3.19
평 균	4.58	4.80	4.69

자료 : GTA

4. 통관 및 수입검사

☐ 통관 거부 사례

- 2008년부터 2010년까지 유럽연합 지역에서 통관이 거부된 과자류 제품의 사례를 분석함으로써 제조 또는 수출과정에서 주의하여야 할 사항, 관련 규정들을 짚어보고자 함

〈 과자류 제품 통관 거부 사례 〉

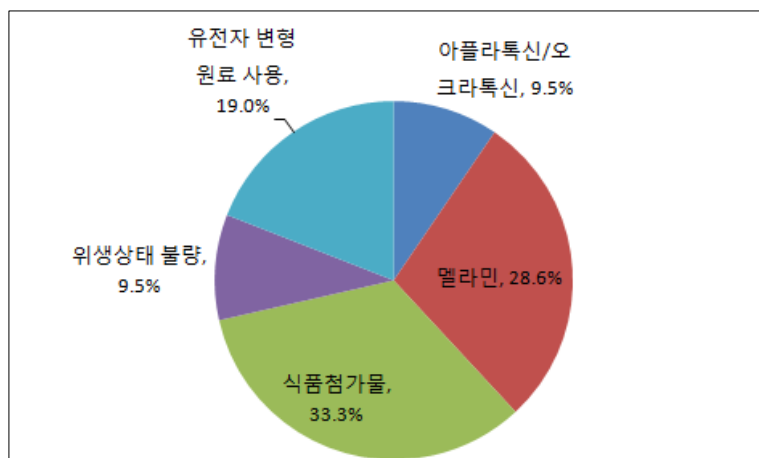
검역국가	원산지	문제사유	후속조치
독 일	이 란	잼이 들어있고 피스타치오가 토핑된 비스킷에서 아플라톡신 검출(B1 = 14; Tot. = 17 / B1 = 13; Tot. = 17 µg/kg - ppb)	반송조치
슬로바키아	중 국	밀크 초콜릿 스틱 비스킷에서 멜라민 검출(9.0 mg/kg - ppm)	공식적 압류
슬로바키아	중 국	다크 초콜릿 스틱 비스킷에서 멜라민 검출(11.9 mg/kg - ppm)	공식적 압류
슬로바키아	중 국	초콜릿 과자에서 멜라민 검출(7.8 mg/kg - ppm)	공식적 압류
슬로바키아	중 국	카푸치노 맛 비스킷에서 멜라민 검출(7.0 mg/kg - ppm)	반송조치 또는 폐기조치
리투아니아	우크라이나	쿠키에서 다량의 E 160b - annato/bixin/norbixin (24.6 mg/kg - ppm) 검출	반송조치
아일랜드	중 국	딸기맛 롤케이크에서 멜라민 검출(3.53 mg/kg - ppm)	반송조치
이탈리아	중 국	칠리맛 쌀과자에서 멜라민 검출(2.71;3.5;1.4;1.3;1.4;1.9;3.7;2.53;1.2;4.2mg/kg-ppm)	반송조치 또는 폐기조치
그리스	러시아	비스킷에서 E 200 - sorbic acid(827.0 / 729.2 / 672.4 mg/kg - ppm) 검출	폐기조치
그리스	몰도바	바닐라맛 비스킷에서 ochratoxin A(6.4 µg/kg - ppb) 검출	반송조치
스페인	코트디부아르	커피 케이크의 위생상태 불량	공식적 압류
그리스	미 국	비승인 유전자 변형 원료로 제조된 tortilla chips (MON 88017: 0.07 %)	폐기조치
스페인	미 국	브라우니에서 E 210 - benzoic acid(62 mg/kg - ppm) 검출	공식적 압류

독 일	중 국	비승인 유전자 변형 쌀로 제조된 쌀과자	반송조치
스페인	미 국	비발효 빵의 위생상태 불량	반송조치
그리스	터 키	냉동 햄버거 빵에서 다량의 E 280 - propionic acid(2418,2 mg/kg - ppm) 검출	공식적 압류
그리스	터 키	냉동 핫도그 빵에서 다량의 E 280 - propionic acid(2473.4 mg/kg - ppm) 검출	폐기조치
그리스	터 키	냉동 핫도그 빵에서 다량의 E 280 - propionic acid(2553.7 mg/kg - ppm) 검출	반송조치 또는 폐기조치
그리스	중 국	비승인 유전자 변형 쌀로 제조된 쌀과자	폐기조치
그리스	중 국	비승인 유전자 변형 쌀로 제조된 쌀과자	반송조치
폴란드	한 국	커스터드 크림에 비승인 색소 Gardenia Yellow 사용	폐기조치

자료 : 유럽 연합 식품 및 사료 긴급 경보 시스템 RASFF 웹사이트

- 통관 거부 사례들을 문제 유형별로 구분하여 그 비율을 분석해 보면 식품첨가물과 관련한 문제로 통관이 거부된 사례가 33.3%로 전체의 1/3을 차지했고, 다음으로 멜라민 검출 28.6%, 유전자 변형 원료 사용 19%, 위생상태 불량과 아플라톡신/오크라톡신 검출이 동일하게 9.5%로 나타남

〈 통관 거부 사례의 문제 유형별 비중 〉



자료 : 유럽 연합 식품 및 사료 긴급 경보 시스템 RASFF 웹사이트

■ 멜라민 검출

- 2008년 중국 식품의 멜라민 검출 사건 이후, 유럽 연합에서는 2008/798/EC를 발표하여 즉시 실행에 들어갔으며 독일을 비롯한 모든 회원국들은 이 규정에 따르고 있음
- 이 규정의 주요 골자는 중국에서 생산되거나 중국에서 발송된 식품에 대해서만 멜라민 검출 여부를 확인하도록 하고 있음
- 따라서 한국에서 생산, 발송되는 식품에 대해서는 이와 같은 검사가 이루어지지 않고 있으나 중국에서 제품을 생산하여 수출하고 있는 업체에서는 각별한 주의가 요구됨

■ 유전자 변형 식품

- 유럽 연합의 법률인 EC 1829/2003에 따르면, 유전자 변형된 식품 또는 유전자 변형된 원료를 사용하여 제조된 식품은 유럽 연합에 식품의 안전성에 대해 충분한 과학적 근거를 제출하고 판매 승인을 받아야만 독일을 비롯한 유럽 연합 지역으로의 수입이 가능함
- 따라서 유럽 연합의 승인 없이 유전자 변형 식품을 수입하는 것은 불법수입으로 간주되어 통관과정에서 폐기 또는 반송조치가 이루어짐

■ FTA 체결 전후 관세 비교



- FTA 체결 전에는 한국산 과자류는 관세율 '9+EA Max 20.7 + AD S/Z'를 기준으로 적용받았으나 FTA 체결로 관세가 즉시 철폐됨
- 이에 따라 과자류의 기본 관세율과 더불어 제품의 개수 및 사이즈별로 차등 적용받았던 관세가 철폐됨으로 인해 중량이 비교적 큰 제품들의 관세율이 더욱 낮아질 것으로 예상됨

■ 라벨링

- 일반 제품의 라벨 의무표기 사항은 아래와 같음
 - 제품 이름

- 성분 및 성분 함량 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 유럽 연합 내 수입/판매업자
- 순 중량
- 영양성분
- 원산지(원료의 일부가 제품의 원산지와 달라 잘못된 정보를 줄 수 있을 경우)

〈 라벨링 예시 〉

구 분	비 고
	<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 표기 - 영양정보(칼로리, 설탕, 지방, 포화지방, 염분 함유량 및 1일 섭취 가이드라인 대비 함유율)
	<p>영양 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> - 에너지, 단백질, 탄수화물, 당류의 함유량을 100g당 함유량과 개당 함유량으로 구분하여 표시 - 성인과 아동의 1일 섭취 권장량을 함께 표기하여 소비자들이 비교해 볼 수 있도록 함 - 영양정보를 표로 정리하여 알아보기 쉽게 함

5. 한국산 수출 확대 방안

■ 현지 소비자들의 선호 제품 확대

- 독일의 현지 슈퍼마켓에서 판매하고 있는 제품들은 달콤한 종류의 과자보다는 감자칩, 프레즐 등의 짭짤한 제품의 비율이 높은 것으로 조사됨
- 현재 한국 제품들은 새우깡, 양파링을 제외하고 초코파이, 빼빼로, 칸초 등 초콜릿이 들어간 달콤한 맛의 제품이 대다수를 차지하고 있음
- 따라서 독일 시장에 한국산 과자 수출을 확대하기 위해서는 현지 소비자들이 선호하는 맛에 한국 제품만의 독특함을 가미한 제품의 개발 및 제품 확대가 필요함

■ 박람회 참가를 통한 바이어 발굴

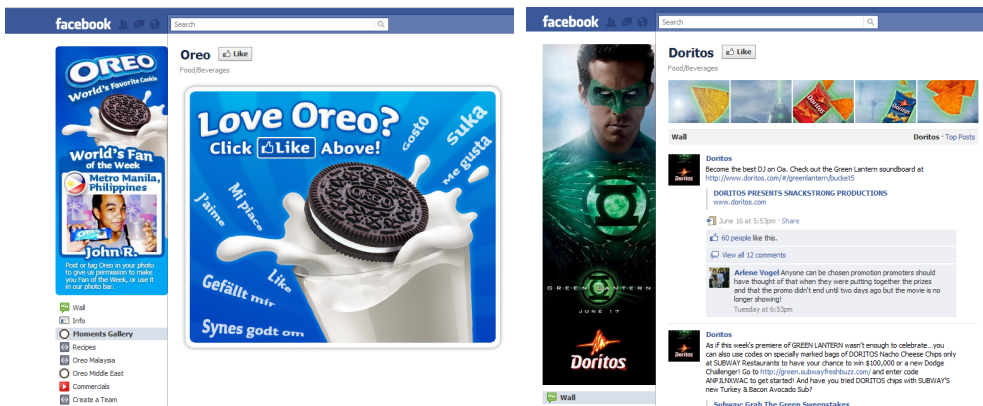
- 독일의 대부분의 유통업체들은 구매 담당자들이 개인적으로 업체와 만나는 것을 금지하고 있기 때문에 대부분 박람회를 통해 상품 발굴을 하고 있음
- 따라서 박람회 참가를 통해 수입 및 공급업체를 발굴하는 'push' 전략이 가장 적절함
- 이와 같은 독일의 식음료 관련 박람회로는 매년 독일 Cologne에서 열리는 Anuga FoodTec가 있음
- 또한 독일과 인접해 있는 벨기에서 열리는 Ethnic Foods Europe는 보다 민족 고유 음식을 중심으로 한 박람회라는 점에서 고려해 볼 수 있음
- 현지 유통업체 중에는 직접 수입을 기피하는 업체들도 있기 때문에 박람회 참가 시 기존 수입업체와 협의하여 참가함으로써 거래선 다양화의 가능성을 열어두는 것이 유리함

구 분	Anuga FoodTec 2012	Ethnic Foods Europe
개최시기	2012년 3월 27-30일	2012년 3월 27-29일
장 소	독일 cologne exhibition centre	벨기에 Brussel Expo
웹사이트	www.anugafoodtec.com	www.ethnicfoodseurope.com

☐ 온라인 홍보

- 온라인 홍보의 일환으로, 전세계적으로 인기를 얻고 있는 소셜네트워크 사이트인 Facebook에 과자 브랜드 페이지를 개설하여 소비자들과의 커뮤니케이션 창구로 활용할 수 있음
- Facebook 페이지 개설 시 전세계 소비자들과 커뮤니케이션이 가능하며, 페이지를 통해 다양한 이벤트를 진행할 수도 있음

〈 과자 관련 Facebook 〉





식품첨가물에 대한 규정

- 영국과 독일 식품 표준청(Food Standard Agency)에서는 유럽 연합의 규정인 Directive에 근거하여 식품첨가물에 대한 자체 규정을 적용하고 있으며 유럽 연합의 식품첨가물에 대한 규정과 관련된 영국의 식품법은 아래 표와 같음

〈 유럽 연합과 영국의 식품법 관계 체계 〉

식품첨가물 종 류	EU Directive	UK Legislation
색 소	EU Colours Directive 94/36 EC	Colours Regulations 1995
보존료	EU Directive on Food Additives other than Colours and Sweeteners 95/2/EC	Miscellaneous Food Additive Regulations 95
감미료	EU Sweetener Directive 94/35/EC	Sweeteners in Food Regulations 1995 (revised 1997) Food Labelling Regulations 1996

자료 : 영국 소프트 드링크 협회

- 유럽 연합은 식품 첨가물을 기능에 따라 색소, 보존료, 감미료 외에 아래와 같이 총 24가지 종류로 구분함

- Colour
- Preservative
- Anti-oxidant
- Emulsifier
- Emulsifying salt
- Thickener
- Gelling agent

- Stabilizer
- Flavour enhancer
- Acid
- Acidity regulator
- Anti-caking agent
- Modified starch
- Sweetener
- Raising agent
- Anti-foaming agent
- Glazing agent
- Flour treatment agent
- Firming agent
- Humectant
- Sequestrant
- Enzyme
- Bulking agent
- Propellent gas and packaging gas

● 이 중 유럽 연합에서 사용을 승인한 식품첨가물을 정리하면 아래 표와 같음

〈 유럽 연합에서 사용을 승인한 식품첨가물 〉

색 소	기 타
E100 Curcumin	E343 Magnesium phosphates
E101 (i) Riboflavin	E350 Sodium malates
(ii) Riboflavin-5'-phosphate	E351 Potassium malate
E102 Tartrazine	E352 Calcium malates
E104 Quinoline yellow	E353 Metatartaric acid
E110 Sunset Yellow FCF; Orange Yellow S	E354 Calcium tartrate
E120 Cochineal; Carminic acid; Carmines	E355 Adipic acid
E122 Azorubine; Carmoisine	E356 Sodium adipate
E123 Amaranth	E357 Potassium adipate
E124 Ponceau 4R; Cochineal Red A	E363 Succinic acid
E127 Erythrosine	E380 Triammonium citrate
E129 Allura Red AC	E385 Calcium disodium ethylene diamine tetra-acetate; calcium disodium EDTA
E131 Patent Blue V	E422 Glycerol
E132 Indigotine; Indigo Carmine	E431 Polyoxyethylene(40) stearate
E133 Brilliant Blue FCF	E450 Diphosphates
E140 Chlorophylls and chlorophyllins	E451 Triphosphates
E141 Copper complexes of chlorophyll and chlorophyllins	E452 Polyphosphates
E142 Green S	E459 Beta-cyclodextrin
E150a Plain caramel	E500 Sodium carbonates
E150b Caustic sulphite caramel	E501 Potassium carbonates
E150c Ammonia caramel	E503 Ammonium carbonates
E150d Sulphite ammonia caramel	E504 Magnesium carbonates
E151 Brilliant Black BN; Black PN	E507 Hydrochloric acid
E153 Vegetable carbon	E508 Potassium chloride
E154 Brown FK	E509 Calcium chloride
E155 Brown HT	E511 Magnesium chloride
E160a Carotenes	E512 Stannous chloride
E160b Annatto; Bixin; Norbixin	E513 Sulphuric acid
E160c Paprika extract; Capsanthin; Capsorubin	E514 Sodium sulphates
E160d Lycopene	E515 Potassium sulphates
E160e Beta-apo-8'-carotenal(C30)	E516 Calcium sulphate
E160f Ethyl ester of beta-apo-8'-carotenoic acid(C30)	E517 Ammonium sulphate
E161b Lutein	E520 Aluminium sulphate
E161g Canthaxanthin	E521 Aluminium sodium sulphate
E162 Beetroot Red; Betanin	E522 Aluminium potassium sulphate
E163 Anthocyanins	E523 Aluminium ammonium sulphate
E170 Calcium carbonate	E524 Sodium hydroxide
E171 Titanium dioxide	E525 Potassium hydroxide

한·EU FTA 체결에 따른 수출 유망 품목 : 과자

E172	Iron oxides and hydroxides	E526	Calcium hydroxide
E173	Aluminium	E527	Ammonium hydroxide
E174	Silver	E528	Magnesium hydroxide
E175	Gold	E529	Calcium oxide
E180	Litholrubine BK	E530	Magnesium oxide
보존료		E535	Sodium ferrocyanide
E200	Sorbic acid	E536	Potassium ferrocyanide
E202	Potassium sorbate	E538	Calcium ferrocyanide
E203	Calcium sorbate	E541	Sodium aluminium phosphate
E210	Benzoic acid	E551	Silicon dioxide
E211	Sodium benzoate	E 552	Calcium silicate
E212	Potassium benzoate	E553a	(i) Magnesium silicate
E213	Calcium benzoate		(ii) Magnesium trisilicate
E214	Ethyl p-hydroxybenzoate	E553b	Talc
E215	Sodium ethyl p-hydroxybenzoate	E554	Sodium aluminium silicate
E218	Methyl p-hydroxybenzoate	E555	Potassium aluminium silicate
E219	Sodium methyl p-hydroxybenzoate	E556	Aluminium calcium silicate
E220	Sulphur dioxide	E558	Bentonite
E221	Sodium sulphite	E559	Aluminium silicate; Kaolin
E222	Sodium hydrogen sulphite	E570	Fatty acids
E223	Sodium metabisulphite	E574	Gluconic acid
E224	Potassium metabisulphite	E575	Glucono delta-lactone
E226	Calcium sulphite	E576	Sodium gluconate
E227	Calcium hydrogen sulphite	E577	Potassium gluconate
E228	Potassium hydrogen sulphite	E578	Calcium gluconate
E230	Biphenyl; diphenyl	E579	Ferrous gluconate
E231	Orthophenyl phenol	E585	Ferrous lactate
E232	Sodium orthophenyl phenol	E620	Glutamic acid
E234	Nisin	E621	Monosodium glutamate
E235	Natamycin	E622	Monopotassium glutamate
E239	Hexamethylene tetramine	E623	Calcium diglutamate
E242	Dimethyl dicarbonate	E624	Monoammonium glutamate
E249	Potassium nitrite	E625	Magnesium diglutamate
E250	Sodium nitrite	E626	Guanylic acid
E251	Sodium nitrate	E627	Disodium guanylate
E252	Potassium nitrate	E628	Dipotassium guanylate
E280	Propionic acid	E629	Calcium guanylate
E281	Sodium propionate	E630	Inosinic acid
E282	Calcium propionate	E631	Disodium inosinate
E283	Potassium propionate	E632	Dipotassium inosinate
E284	Boric acid	E633	Calcium inosinate
E285	Sodium tetraborate; borax	E634	Calcium 5'-ribonucleotides
E1105	Lysozyme	E635	Disodium 5'-ribonucleotides
감미료		E640	Glycine and its sodium salt

E420	(i) Sorbitol	E650	Zinc acetate
	(ii) Sorbitol syrup	E900	Dimethylpolysiloxane
E421	Mannitol	E901	Beeswax, white and yellow
E953	Isomalt	E902	Candelilla wax
E961	Neotame(as a flavour enhancer)	E903	Carnauba wax
E965	(i) Maltitol	E904	Shellac
	(ii) Maltitol syrup	E905	Microcrystalline wax
E966	Lactitol	E912	Montan acid esters
E967	Xylitol	E914	Oxidised Polyethylene wax
E968	Erythritol	E920	L-Cysteine
E950	Acesulfame K	E927b	Carbamide
E951	Aspartame	E938	Argon
E952	Cyclamic acid and its Na and Ca salts	E939	Helium
E954	Saccharin and its Na, K and Ca salts	E941	Nitrogen
E955	Sucralose	E942	Nitrous oxide
E957	Thaumatococin	E943a	Butane
E959	Neohesperidine DC	E943b	Iso-butane
E962	Salt of aspartame-acesulfame	E944	Propane
기 타		E948	Oxygen
E260	Acetic acid	E949	Hydrogen
E261	Potassium acetate	E999	Quillaia extract
E262	Sodium acetate	E1200	Polydextrose
E263	Calcium acetate	E1201	Polyvinylpyrrolidone
E270	Lactic acid	E1202	Polyvinylpolypyrrolidone
E290	Carbon dioxide	E1203	Polyvinyl alcohol
E296	Malic acid	E1204	Pullulan
E297	Fumaric acid	E1404	Oxidised starch
E325	Sodium lactate	E1410	Monostarch phosphate
E326	Potassium lactate	E1412	Distarch phosphate
E327	Calcium lactate	E1413	Phosphated distarch phosphate
E330	Citric acid	E1414	Acetylated distarch phosphate
E331	Sodium citrates	E1420	Acetylated starch
E332	Potassium citrates	E1422	Acetylated distarch adipate
E333	Calcium citrates	E1440	Hydroxyl propyl starch
E334	Tartaric acid(L-(+))	E1442	Hydroxy propyl distarch phosphate
E335	Sodium tartrates	E1450	Starch sodium octenyl succinate
E336	Potassium tartrates	E1451	Acetylated oxidised starch
E337	Sodium potassium tartrate	E1452	Starch aluminium Octenyl succinate
E338	Phosphoric acid	E1505	Triethyl citrate
E339	Sodium phosphates	E1518	Glycerol triacetate; triacetin
E340	Potassium phosphates	E1520	Propan-1,2-diol; propylene glycol
E341	Calcium phosphates	E1521	Polyethylene glycol

자료 : 영국 식품 안전청

* 주 : 음영 표시는 최근 영국 식품 안전청의 의뢰로 Southampton University에서 실시한 연구 결과에 따라 금지조치 실시된 색소임

- EU Colours Directive 94/36 EC에서는 별도의 규정이 없는 한 빵과 기타 유사 제품에는 색소 사용을 금지하고 있음(Annex II)
- 규정 Annex IV를 통해 특정 용도로의 사용을 허용하고 있는 색소 및 최대 허용량 중 과자류와 관련 있는 내용을 정리하면 아래 표와 같음

〈 특정 용도 사용 허용 색소 및 최대 허용량 〉

색소명	용도	최대 허용량
E174 Silver	초콜릿 장식	quantum satis(적당량)
E175 Gold	초콜릿 장식	quantum satis(적당량)
E160b Annatto, Bixin, Norbixin	짭짤한 과자 제품 기타 짭짤한 과자 제품 및 견과류 포함 제품	20mg/kg 10mg/kg

자료 : 유럽연합 공식 EU법규 검색 사이트 <http://eur-lex.europa.eu/en/index.htm>

- 또한 법규 Annex V에서는 특정 색소에 대해 특정 식품에 사용할 수 있는 최대 허용량을 규정하고 있음
- 이 조항에 따라 사용이 허용된 특정 색소는 아래와 같음
 - E100 Curcumin
 - E102 Tartrazine
 - E104 Quinoline Yellow
 - E110 Sunset Yellow FCF/Orange Yellow S
 - E120 Cochineal, Carminic acid, Carmines
 - E122 Azorubine, Carmoisine
 - E124 Ponceau 4R, Cochineal Red A
 - E129 Allura Red AC

- E131 Patent Blue V
- E132 Indigotine, Indigo carmine
- E133 Brilliant Blue FCF
- E142 Green S
- E151 Brilliant Black BN, Black PN
- E155 Brown HT
- E160d Lycopene
- E160e Beta-apo-8'-carotenal(C30)
- E160f Ethylester of Beta-apo-8'-carotenic acid(C30)
- E161b Lutein

● 과자류 관련 식품별로 위의 색소들을 사용할 수 최대 허용량은 아래와 같음

〈 과자류 관련 식품별 최대 색소 허용량 〉

식품유형		최대허용량
당과류(confectionery)		300mg/kg
제과류(예 : 비스킷, 케이크, 웨이퍼 wafers)		200mg/kg
과자류	짜짤한 과자류	200mg/kg
	기타 과자류 및 견과류 포함 과자류	100mg/kg

자료 : 유럽연합 공식 EU법규 검색 사이트 <http://eur-lex.europa.eu/en/index.htm>

한·EU FTA 체결에 따른 수출유망품목(과자)

발행처 : 농수산물유통공사

발행일 : 2011년 10월

주 소 : 서울시 서초구 양재동 232 aT센터

조사참여 : 유럽 - 로테르담 aT센터

총괄 - 식품수출정보팀(오유경)

문의처 : 농수산물유통공사 식품수출정보팀

02) 6300-1399

본 자료는 KATI(www.kati.net) > 무역정보 > 발간책자를 통해서도 보실 수 있습니다.

※ 우리 공사는 임직원에 대한 부정비리 신고 편의를 도모하고자 수신자부담 「24시간 부정비리 신고 모바일 핫라인(080-112-2580)」을 개설하였습니다. 신고 내용은 비밀이 절대 보장되오니 안심하시고 신고하여 주시기 바랍니다.