한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

시장 분석형

No. 2022-244

품목 고양이사료(Cat Food)

HS CODE 2309.10.2000

국가 호주(Austrailia)

KATI
농식품수출정보

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

Ⅰ 시장 현황 및 통계 3

1. 시장 규모
2. 수출입 통계

Ⅱ 트렌드 11

1. 소비 및 제품 트렌드
2. 유통 트렌드
3. 빅데이터 분석

Ⅲ 유통 21

1. 유통구조
2. 주요 유통채널 분석

Ⅳ 통관 및 제도 30

1. 통관 및 검역
2. 인증
3. 라벨링
4. 위생 요건

Ⅴ 시사점 44

1. 수출 확대 방안

I

시장 현황 및 통계

01 시장 규모

반려동물 사료 시장 규모 및 전망

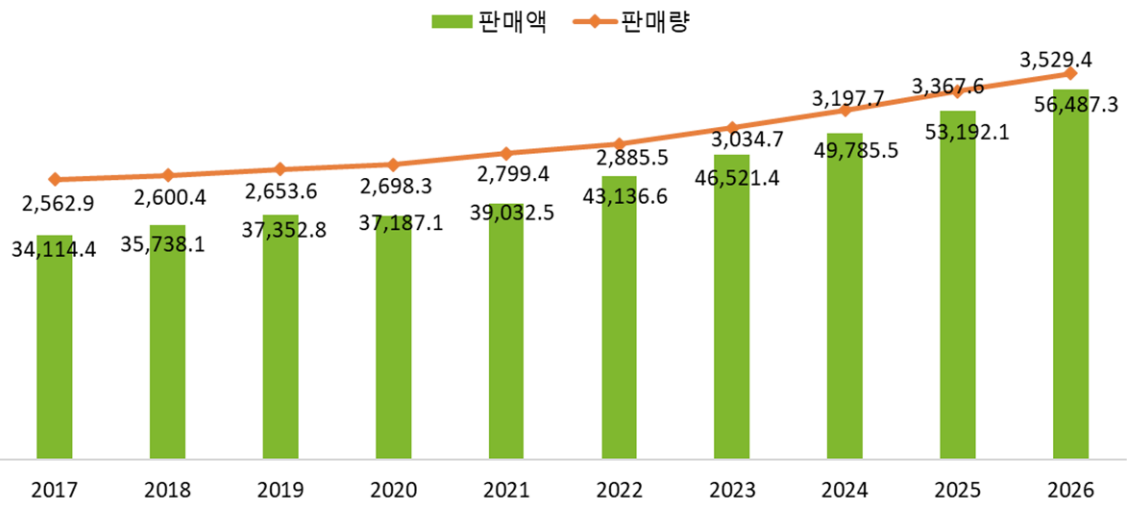
Euromonitor International에 따르면, 2021년 호주 반려동물 사료 시장 규모는 소매 판매액 기준으로 전년 대비 5.8% 증가한 39억 7,200만 호주 달러(3조 4,966억 원)를 기록했으며, 소매 판매량 기준으로는 전년 대비 2.6% 증가한 58만 2,307톤을 기록함. 2017년 이후 최근 5년간 호주 반려동물 사료의 판매액 및 판매량 규모는 각각 연평균 4.4%, 1.3% 확대되며 시장 규모가 꾸준히 확대되는 추세를 보임

2021년 판매액 기준으로 호주 전체 반려동물 사료 시장에서 강아지 및 고양이 사료가 차지하는 비중이 약 93.0%로 이 매우 높음. 향후에는 강아지 및 고양이 사료의 비중이 더욱 높아질 것으로 전망되어 2026년 판매액 기준으로는 약 94.0%에 달할 것으로 예상됨

반려동물 사료 시장 규모는 소매 판매액 기준 향후 5년간(2022-2026년) 연평균 2.0% 성장하여 2026년 기준으로는 44억 7,130만 호주 달러(3조 9,362억 원)에 달할 것으로 예상되며, 판매량 기준으로는 연평균 0.8% 증가하여 60만 4,149톤이 소비될 것으로 전망됨

표 1 반려동물 사료 시장 규모 및 전망(2017-2026년)

(단위: 백만 호주 달러, 톤)



자료: Euromonitor International

고양이 사료 시장에는 고양이 간식 및 혼합 음료, 고양이 건식 사료, 고양이 습식 사료가 포함됨. 2021년 기준 호주 전체 고양이 사료 시장에서 고양이 습식 사료의 비중은 절반을 상회하는 58.6%를 차지했으며, 이어서 고양이 건식 사료의 비중은 37.3%, 고양이 간식 및 혼합 음료의 비중은 4.1%를 나타냄

- 전체 고양이 사료 시장의 최근 5년간 연평균 성장률(3.9%)을 상회하는 하위 시장으로는 고양이 간식 및 혼합 음료(7.6%), 고양이 건식 사료(4.7%) 순으로 나타남. 고양이 간식 및 혼합음료 제품의 인기가 전체 고양이 사료 시장의 성장을 견인한 것으로 추정됨

표 2 고양이 사료 유형별 점유율(2021년)

(단위: %)

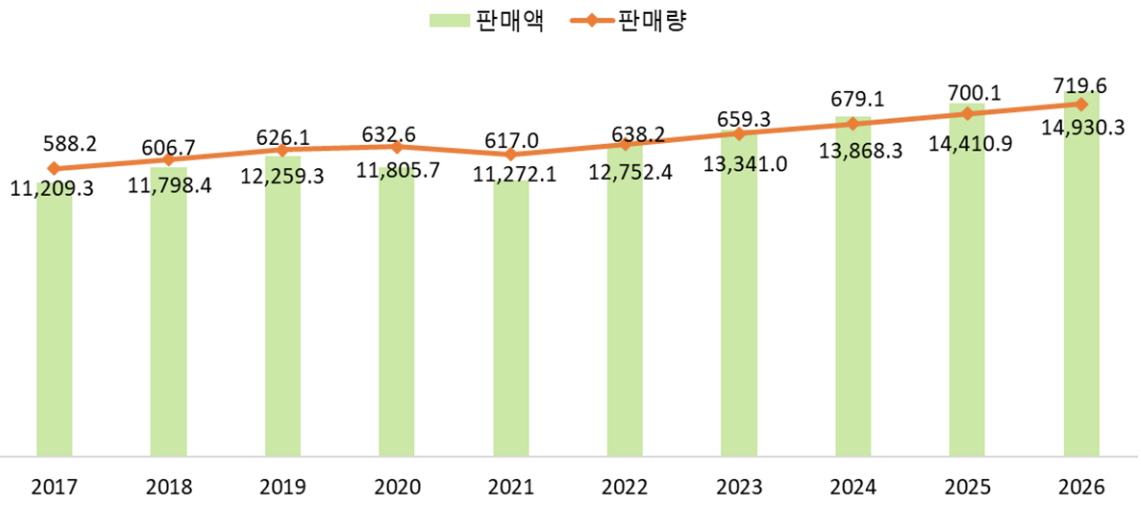
자료: Euromonitor International

2021년 고양이 사료 시장의 판매량 기준 시장 규모는 최근 5년간 연평균 1.4%의 성장률을 보이며 꾸준히 증가하여 17만 4,848톤을, 판매액 기준으로는 판매량 대비 높은 3.9% 성장률을 나타내며 13억 3,890만 호주 달러(1조 1,787억 원)가 소비됨. 고양이 사료 제품의 단가가 증가하면서 판매량 대비 판매액 규모가 더욱 크게 증가한 것으로 분석됨

고양이 사료 시장 규모는 성장할 것으로 전망되나, 성장률은 다소 둔화될 것으로 예상됨. 2026년 판매량 기준으로 향후 5년간 연평균 0.2% 성장하여 17만 7,106톤이, 판매액 기준으로는 향후 5년간 1.2% 성장하여 14억 6,200만 호주 달러(1조 2,870억 원)에 이를 것으로 전망됨

표 3 고양이 사료 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 백만 호주 달러, 톤)



자료: Euromonitor International

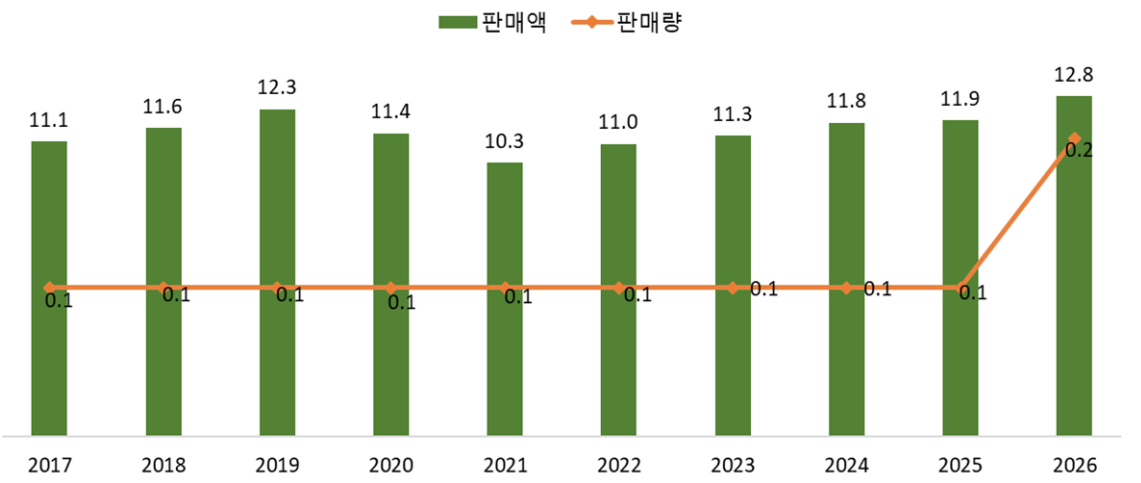
2021년 지원 기업의 고양이 습식 사료 제품이 속하는 고양이 습식 사료의 판매액은 최근 5년간 연평균 성장률 3.1%를 나타내며 7억 8,490만 호주 달러(6,910억 원)를 기록함

- 2022년 이후 고양이 습식 사료의 판매액은 향후 5년간 연평균 0.6% 성장하여 2026년 기준으로는 8억 2,540만 호주 달러(7,266억 원)를 기록할 것으로 예상됨

2021년 고양이 습식 사료 제품의 판매량은 최근 5년간 연평균 성장률 0.8%를 나타내며 12만 675톤을 기록함. 2021년 이후에는 향후 5년간 연평균 0.5% 지속적으로 감소할 것으로 전망되어 2026년 기준으로는 11만 7,842톤을 기록할 것으로 예상됨

표 4 고양이 습식 사료 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 백만 호주달러, 톤)



자료: Euromonitor International

02 수출입 통계

조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 2309
- 사료용 조제품

HS CODE 2309.10
- 개나 고양이용 사료(소매용으로 한정한다)

HS CODE 2309.10.2000
- 고양이 사료

국가별 HS CODE
- 글로벌: 2309.10
- 호주: 2309.10
- 한국: 2309.10.2000

글로벌 수입 규모

2021년 글로벌 고양이 사료(HS CODE 2309.10) 수입 규모는 206억 7,767만 달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 12.8% 성장함. 최대 수입국은 독일로 전체 비중의 9.2%를 차지했으며, 이어서 미국(7.4%), 영국(5.8%), 폴란드(5.6%), 캐나다(5.1%) 순을 기록함

호주는 수입국 중에서 15위를 기록했으며, 2021년 기준 수입 규모는 약 3억 9,215만 달러를, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균성장률은 14.1%를 기록함

한국은 2021년 기준 약 3억 847만 달러를 수입하여 전체 수입국 중 17위를 기록했으며, 최근 5년간 연평균성장률은 약 10.1%를 기록함

표 5 글로벌 고양이 사료 수입 규모(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌		12,753,997	14,081,008	14,926,245	17,553,514	20,677,674	12.8
1	독일	1,347,890	1,465,347	1,514,738	1,684,578	1,901,600	9.0
2	미국	842,945	985,190	1,027,878	1,231,728	1,534,992	16.2
3	영국	842,496	878,187	928,027	1,014,001	1,189,903	9.0
4	폴란드	414,433	570,640	692,401	981,503	1,153,970	29.2
5	캐나다	667,190	683,806	799,955	897,739	1,064,860	12.4
15	**호주**	231,405	267,268	290,900	312,922	392,148	14.1
17	한국	209,877	238,927	242,026	270,733	308,466	10.1

자료: International Trade Centre

표 6 글로벌 고양이 사료 국가별 수입 비중(2021년)

(단위: %)

자료: International Trade Centre

호주 수입 규모

2021년 호주의 고양이 사료(HS CODE 2309.10) 수입 규모는 對태국 수입액이 1억 2,607만 달러로 전체의 32.1%의 비중을 차지함. 이어서 미국(30.1%), 프랑스(15.9%), 뉴질랜드(8.5%), 한국(3.9%) 순을 기록함

- 호주 내 고양이 사료 상위 2개 수입국인 태국, 미국으로부터의 수입액은 전체의 약 62.2%를 차지함

對한국 수입 규모는 2017년 수입액 1만 4,000달러를 기록한 이후 수입액이 크게 증가하여 2021년 기준으로는 1,536만 달러를 기록하며 전체 수입국 중 5위를 기록함

표 7 호주 고양이 사료 수입 규모(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌		231,405	267,268	290,900	312,922	392,148	14.1
1	태국	62,194	75,687	90,276	92,398	126,066	19.3
2	미국	80,092	85,523	91,036	100,778	117,874	10.1
3	프랑스	24,751	42,613	45,186	42,172	62,402	26.0
4	뉴질랜드	39,258	43,243	39,665	43,616	33,163	-4.1
5	한국	14	-	-	5,168	15,360	-

자료: International Trade Centre

표 8 호주 고양이 사료 국가별 수입 비중(2021년)

(단위: %)

자료: International Trade Centre

한국 수출 규모

2022년 한국의 고양이 사료(HS CODE 2309.10.2000) 수출 규모는 8,579만 5,000달러, 수출량은 3만 6,674톤을 기록함
- 최근 5년간(2018-2022년) 수출액은 연평균 76.9%라는 폭발적인 성장세를 나타냄
- 수출량 또한 최근 5년간 연평균 64.3% 성장하며 크게 확대됨

2022년 한국의 對호주 고양이 사료 수출액은 1,525만 1,000달러, 수출량은 5,882톤을 기록함
- 對호주 수출액은 최근 3년간 연평균 45.8%, 수출량은 56.9% 성장함

표 9 한국의 對글로벌 및 對호주 고양이 사료 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022	연평균 성장률
글로벌	수출액	8,754	25,129	46,947	62,685	85,795	76.9
	(YoY)	6.1	187.0	86.8	33.5	36.9	-
	수출량	5,027	9,683	18,499	26,119	36,674	64.3
	(YoY)	6.0	92.6	91.0	41.2	40.4	-
對호주	수출액	0	0	7,170	13,877	15,251	-
	(YoY)	-	-	-	93.5	9.9	-
	수출량	0	0	2,389	4,673	5,882	-
	(YoY)	-	-	-	95.7	25.9	-

자료: KATI농식품수출정보

Ⅱ

트렌드

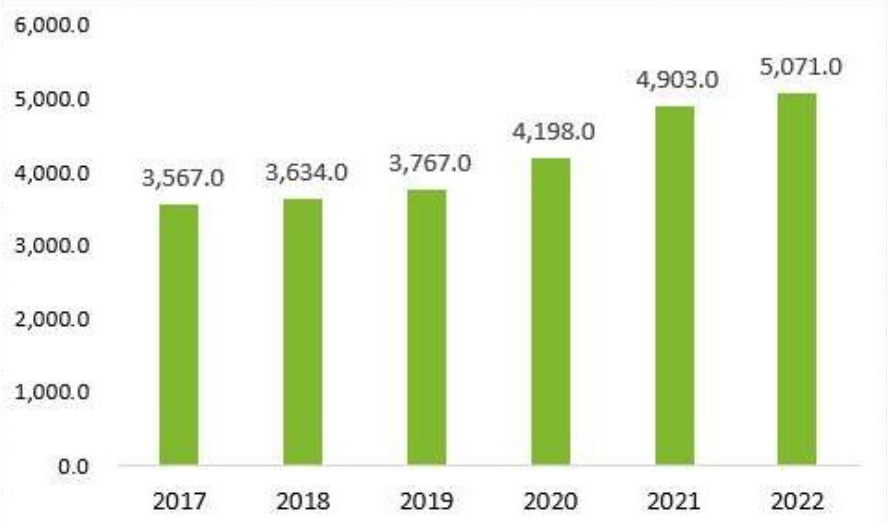
01 소비 및 제품 트렌드

소비 트렌드

Euromonitor International에 따르면, 2022년 기준 고양이의 개체수는 최근 6년간(2017-2022년) 연평균 7.3% 증가한 507만 1,000마리로 조사됨

표 10 고양이 개체수 추이(2017-2022년)

(단위: 천 마리)



자료: Euromonitor International

고양이를 소유하고 있는 가구 수는 2017년 이후 최근 6년간 연평균 1.4%를 기록하며 꾸준히 증가하여 2022년 기준으로는 285만 3,900가구를 기록함

- 고양이를 소유하고 있는 가구 수 비중은 2017년 29.5%를 기록했으며, 이후 3년간 같은 수준을 유지하다가 2020년을 기점으로 비중이 증가하는 추세를 나타냈으며, 2022년 기준 29.9%를 기록함

표 11 고양이를 소유하고 있는 가구 수 및 비중(2017-2022년)

(단위: 천 가구, %)

자료: Euromonitor International

제품 트렌드

Euromonitor International에 따르면, 습식 및 건식 사료는 프리미엄, 중간 가격대, 이코노미 사료로 분류됨

습식 사료에서 2021년 기준 프리미엄 사료 제품의 비중은 55.8%를 기록했으며, 이어서 중간 가격대 제품은 41.5%, 이코노미 제품의 비중은 2.7%에 불과함. 2026년 기준으로는 프리미엄 습식 사료 제품의 비중이 61.9%로 더욱 높아질 것으로 전망되며, 중간 가격대 제품의 비중은 35.9%, 이코노미 제품은 2.2%를 차지할 것으로 예상됨

건식 사료에서 프리미엄 사료 제품의 비중은 습식 사료보다 더욱 높은 것으로 조사됨. 2021년 기준 프리미엄 건식 사료의 비중은 전체의 77.0%를 차지했으며, 중간 가격대 제품은 20.2%, 이코노미 제품은 2.8%를 차지함. 건식 사료에서도 향후 프리미엄 사료 제품의 비중이 더욱 높아질 것으로 예상됨. 2026년 기준으로 프리미엄 사료의 비중은 81.5%를 차지할 것으로 보이며, 중간 가격대 및 이코노미 사료의 비중은 현재보다 낮은 수준인 각각 16.4%, 2.1%를 차지할 것으로 전망됨

표 12 습식 사료(좌), 건식 사료(우) 내 제품 유형별 비중(2021년)

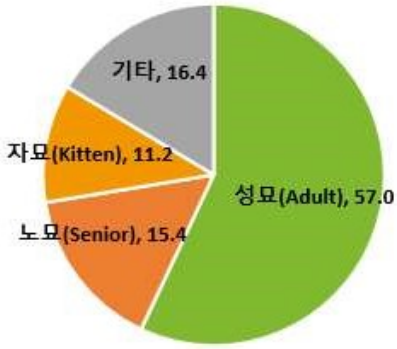
(단위: %)

자료: Euromonitor International

2021년 소매 판매액 기준으로 조사한 고양이 생애 주기별로 구분한 습식 사료 제품 비중은 성묘를 타깃으로 한 제품의 비중이 57.0%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 노묘(15.4%), 자묘(11.2%) 순임

표 13 고양이 생애 주기별 습식 사료 비중(2021년)

(단위: %)



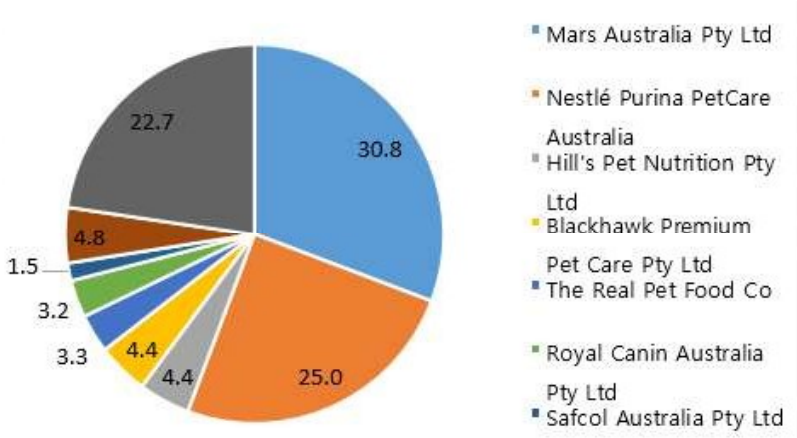
자료: Euromonitor International

고양이 사료 시장의 기업별 시장점유율을 살펴보면, 상위 2개 업체가 전체 시장의 절반 이상(55.8%)의 비중을 차지함

- Mars Australia Pty Ltd가 시장 점유율 30.8%를 기록하며 1위를 차지했으며, 이어서 Nestlé Purina PetCare Australia가 점유율 25.0%를 나타내며 2위를 기록함
- 다음으로 Hill's Pet Nutrition Pty Ltd, Blackhawk Premium Pet Care Pty Ltd, The Real Pet Food Co, Royal Canin Australia Pty Ltd는 각각 4.4%, 4.4%, 3.3%, 3.2%의 비중을 나타냄

표 14 고양이 사료 기업별(NBO) 시장점유율(2021년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

Euromonitor International에 따르면, 2021년 소매 판매액을 기준으로 조사한 고양이 사료의 주요 브랜드 1위는 Mars Inc의 Whiskas가 시장 점유율 16.2%를 기록하며 1위를 차지함

- 이어서 2위는 Nestlé SA의 Fancy Feast 브랜드로 점유율은 12.8%를 나타냄
- 3~5위를 차지한 브랜드는 Mars Inc의 Dine, Nestlé SA의 Felix, Ebos Group Ltd의 BlackHawk이며, 각 브랜드의 점유율은 각각 16.2%, 12.8%, 8.6%, 7.8%, 4.4%를 기록함
- 사료 제품의 상위 5대 브랜드 점유율 합계는 절반에 달하는 49.8%를 나타냄

kg당 제품 단가 기준으로 고양이 사료를 프리미엄, 중간 가격대, 이코노미 제품으로 살펴보면, 습식 프리미엄과 중간 가격대 사료 제품을 대표하는 브랜드는 판매액 기준 1, 2위를 기록한 Fancy Feast와 Whiskas가 차지함

- 습식 프리미엄 고양이 사료 제품의 kg당 단가는 27.57호주 달러(약 2만 4,270원) 이상, 대표 브랜드는 Fancy Feast이며, 습식 중간 가격대 고양이 사료 제품의 kg당 단가는 2.45호주 달러(약 2,160원)에서 27.56호주 달러(약 2만 4,260원) 사이의 가격으로 대표 브랜드는 Whiskas임. 습식 이코노미 사료 제품의 대표 브랜드는 Kitekat로 kg당 단가는 2.44호주 달러(약 2,150원) 이하로 형성되어 있음

건식 고양이 프리미엄 사료 제품의 대표적인 브랜드는 Hill's Prescription Diet, kg당 단가는 21.11호주 달러(약 1만 8,580원)이상이며, 건식 중간 가격대 고양이 사료 제품의 대표 브랜드는 Friskies이고 kg당 단가는 3.81호주 달러(약 3,350원)에서 21.10호주 달러(약 1만 8,580원) 사이로 조사됨

표 15 고양이 사료 시장 내 주요 브랜드 점유율(2021년)

순위	회사명(GBO)	회사명(NBO)	주요 브랜드	시장 점유율(%)
1	Mars Inc	Mars Australia Pty Ltd	Whiskas	16.2
2	Nestlé SA	Nestlé Purina PetCare Australia	Fancy Feast	12.8
3	Mars Inc	Mars Australia Pty Ltd	Dine	8.6
4	Nestlé SA	Nestlé Purina PetCare Australia	Felix	7.8
5	Ebos Group Ltd	Blackhawk Premium Pet Care Pty Ltd	BlackHawk	4.4
6	Mars Inc	Royal Canin Australia Pty Ltd	Royal Canin	3.2
7	Nestlé SA	Nestlé Purina PetCare Australia	Friskies	3.1
8	Colgate-Palmolive Co	Hill's Pet Nutrition Pty Ltd	Hill's Science Diet	2.9
9	New Hope Group Co Ltd	The Real Pet Food Co	Fussy Cat	2.5
10	Mars Inc	Mars Australia Pty Ltd	Optimum	2.5

자료: Euromonitor International

표 16 고양이 사료 시장 내 주요 브랜드 점유율(2021년)

구분	제품군	kg당 가격 범위	주요 브랜드
습식 사료	**프리미엄**	**27.57호주 달러(약 2만 4,270원) 이상**	**Fancy Feast**
	중간 가격대	**2.45~27.56호주 달러 (약 2,160~2만 4,260원)**	**Whiskas**
	이코노미	2.44호주 달러(약 2,150원) 미만	Kitekat
건식 사료	프리미엄	21.11호주 달러(약 1만 8,580원) 이상	Hill's Prescription Diet
	중간 가격대	3.81~21.10호주 달러 (약 3,350~1만 8,580원)	Friskies
	이코노미	3.80호주 달러(약 3,350원) 미만	Smitten

자료: Euromonitor International

02 유통 트렌드

유통 트렌드

2021년 온라인 인기 애완용품 매장 순위[1]를 바탕으로 고양이 습식 사료를 취급하는 Top7 순위는 다음과 같으며, 각 유통채널에서 판매하는 고양이 습식 사료 브랜드는 다음과 같음

1위를 차지한 Pet Stock은 원스톱 애완동물 용품 쇼핑몰로, 애완동물 사료, 장난감, 액세서리 등을 포함한 기타 다양한 애완동물 용품을 취급함

- 대표적인 고양이 습식 사료 제품은 Dine 브랜드의 Kitten Tender Chicken Wet Cat Food와 Kitten Steamed Ocean Fish Wet Cat Food를 들 수 있음. 2개의 제품은 모두 85g 용량에 1.45호주 달러 가격으로 판매됨
- Purina 브랜드의 Pro Plan Savour Adult Tuna Entree in Sauce Wet Cat Food와 Chicken & Rice Entree Wet Cat Food 제품도 판매되고 있으며, 두 제품 모두 85g 용량에 2.62호주 달러 가격으로 판매됨

2위를 기록한 jumbo pets에서 취급하고 있는 고양이 습식 사료의 브랜드는 Fancy Feast, Hills Prescription Diet로 조사됨

표 17 Dine 브랜드(좌), Fancy Feast 브랜드(우)의 고양이 습식 사료 제품

- **브랜드: Dine**
- **제품명: Kitten Steamed Ocean Fish**
- **중량: 85g**
- **가격: 1.45호주 달러(약 1,280원)**

- **브랜드: Fancy Feast**
- **제품명: Poultry and Beef Grilled Collection**
- **중량 및 수량: 85gx24캔**
- **가격: 32.95호주 달러(약 2만 9,000원)**

1) https://www.emucoupon.com/guide/top-online-pet-supplies-stores

표 18 주요 온라인 애완용품 매장

순위	매장명	로고	홈페이지	유통 브랜드
1	Pet Stock		www.petstock.com.au	Dine, Purina
2	Jumbo Pets		www.jumbopets.com.au	Fancy Feast, Hills Prescription Diet
3	Pet Circle		www.petcircle.com.au	Fancy Feast, Applaws
4	Pet Barn		www.petbarn.com	Fancy Feast, Dine
5	Budget Pet Products		www.budgetpetproducts.com.au	Royal Canin, Hills Prescription Diet
6	Lucky Pet		www.luckypet.com.au	Hills Science Diet, Ziwi Peak, Hills Prescription Diet
7	Vet Supply		www.vetsupply.com.au	Fancy Feast, Dine

자료: www.emucoupon.com

03 빅데이터 분석

개요

호주 내 웹 트래픽수가 높은 아마존에서 고양이사료(Cat Food)에 대한 분석을 진행함
- 분석의 단계는 데이터 수집, 데이터 정제, 데이터 분석순임
- 수집 항목은 제품 소개란(성분, 홍보문구), 소비자 반응(리뷰)이며 총 수집 건수는 제품 155건, 소비자 반응 3,558건임

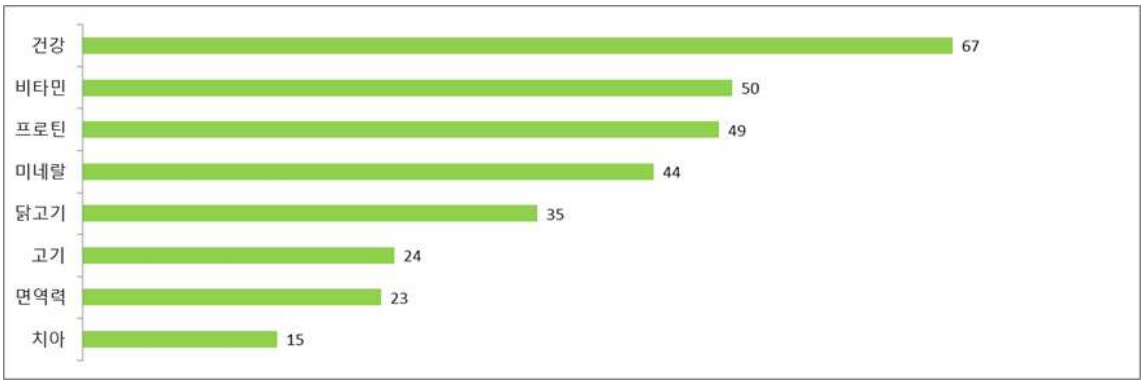
1. 제품 특성 주요 키워드 추출

제품과 직접적인 단어의 경우 분석에서 제외함. 건강 67건, 비타민 50건, 프로틴 49건순으로 높았으며, 다른 주요 단어들로는 미네랄, 닭고기, 고기, 면역력, 치아 등이 출현함. 주요 키워드는 영양성분에 대한 부분을 강조하고 있으며, 관련된 식재료가 검색됨

표 19 제품 특성 출현단어 빈도

순위	출현단어	출현빈도
1	건강	67
2	비타민	50
3	프로틴	49
4	미네랄	44
5	닭고기	35
6	고기	24
7	면역력	23
8	치아	15

표 20 제품 특성 출현단어 빈도



2. 동시출현단어 분석

연관단어 출현 빈도는 아래 표와 같으며 고양이사료 소개 시 영양성분, 재료 등에 대한 키워드가 높은 빈도로 분석됨. 또한, 뇌, 눈, 면역력 등 건강에 관련한 키워드를 통해 고양이가 사료를 섭취할 시 도움이 되는 다양한 요인들을 찾아볼 수 있었음

표 21 제품 특성 연관단어 출현 빈도

순위	연관단어	특징
1	비타민 미네랄	29
2	피부 코트	21
3	면역력 체계	20
4	닭고기 재료	11
5	관계 건강	7
6	아미노 산	5
7	프로틴 근육	4
8	양고기 채소	4
9	뇌 눈	3
10	고기 장기	2

3. 리뷰 출현 단어 분석

소비자들의 리뷰에서는 반려동물 사료 브랜드인 로얄캐닌 키워드가 가장 많이 도출되었으며, 제품 성분에 대한 식재료들이 검색되었음. 또한, 다이어트란 키워드가 빈번하게 검색돼 구매 시 다이어트에 효과가 좋은 제품이 많이 소비될 수 있다는 것을 유추할 수 있음

표 22 소비자 반응 연관단어 키워드 빈도

순위	연관단어	빈도순위
1	로얄캐닌	59
2	양고기 쌀	38
3	반려동물 매장	32
4	과학 다이어트	28
5	위장 이슈	19
6	가스 부풀어오르다	14
7	피부 의사	7
8	프로틴 치유	5

III

유통

01 유통구조

고양이 사료 유통구조

고양이 사료는 슈퍼마켓과 애완동물 슈퍼마켓(Pet Superstores), 애완동물 용품점(Pet Shops)을 중심으로 유통되고 있음

- Euromonitor International에 따르면, 호주 고양이 사료 유통채널은 크게 온·오프라인 기반의 소매 유통과 동물병원과 같은 비소매 유통으로 분류됨
- 2022년 소매 판매액 기준 소매 유통과 비소매 유통은 각각 전체의 96.8%, 3.2%를 차지함

소매 유통은 다시 점포 소매와 온라인 기반의 무점포 소매로 구분되며, 2022년 소매 판매액 기준 점포 소매는 전체의 92.5%를 차지하며, 무점포 소매는 전체의 4.3%를 차지함

따라서 고양이 사료의 주요 유통채널인 슈퍼마켓을 중점적으로 조사하였으며, 지원 업체의 요청사항인 한인마트·아시안마트, 온라인 유통채널도 조사 범위에 포함함

표 23 고양이 사료 유통채널별 시장 점유율 추이(2017-2022년)

(단위: %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	2022
점포 소매	**현대식 유통채널**	**94.6**	**94.3**	**93.9**	**93.4**	**92.9**	**92.3**
	- 편의점	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4
	- 할인점	2.3	2.4	2.5	2.5	2.5	2.5
	- 슈퍼마켓	72.9	72.5	72.1	71.9	71.9	71.6
	- 양판점	1.7	1.7	1.7	1.7	1.6	1.6
	- 창고형 할인매장	1.2	1.1	1.2	1.2	1.2	1.2
	- 애완동물 슈퍼마켓 전문점	9.4	10.1	10.4	10.3	10.1	9.9
	- 애완동물 용품점	6.6	6.0	5.5	5.3	5.2	5.1
	전통식 유통채널	**0.3**	**0.3**	**0.3**	**0.3**	**0.2**	**0.2**
점포 소매 합계		**94.9**	**94.6**	**94.2**	**93.7**	**93.1**	**92.5**
무점포 소매	온라인	1.7	2.1	2.5	3.1	3.7	4.3
무점포 소매 합계		**1.7**	**2.1**	**2.5**	**3.1**	**3.7**	**4.3**
비소매 유통	동물병원	3.3	3.3	3.4	3.2	3.2	3.2
비소매 유통 합계		**3.3**	**3.3**	**3.4**	**3.2**	**3.2**	**3.2**
총합계		**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**

자료: Euromonitor International

02 주요 유통채널 분석

1. 슈퍼마켓/하이퍼마켓

2021년 전체 하이퍼마켓·슈퍼마켓 업체의 매출액은 1,081억 6,950만 호주 달러(95조 2,237억 원)를 기록함. 그 중 Woolworths Group은 2021년 점유율 38.8%를 기록하며 1위를 차지함
- 그 외, Coles Group(31.9%), Aldi Group(10.3%), Metcash(7.2%) 순임

코로나19 이후 소비자들의 가격 민감도가 상승하면서 호주 내 유일한 할인점 브랜드인 알디(Aldi)의 약진이 두드러지게 나타남. 알디의 PB상품은 저렴한 가격에 품질 또한 갖춘 좋은 상품으로 입소문을 타면서 소비자들 사이에서 인기를 끌고 있음

표 24 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 업체

(단위: %)

순위	업체명	2021년 점유율	산하 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 브랜드
1	울워스그룹 (Woolworths Group)	38.8	울워스(Woolworths)
2	콜스그룹 (Coles Group)	31.9	콜스(Coles)
3	알디그룹 (Aldi Group)	10.3	알디(Aldi)
4	멧캐쉬 (Metcash)	7.2	아이지에이(IGA)
5	오스트레일리안 유나이티드 리테일러스 (Australian United Retailers)	2.4	푸드웍스(FoodWorks)

자료: Euromonitor International

주요 유통채널: 하이퍼마켓/슈퍼마켓

1. 울워스

기업 기본 정보	기업명	울워스(Woolworths)
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	www.woolworths.com.au
	기업 소개	- 1924년 설립된 호주 시장 점유율 1위의 슈퍼마켓 체인 - 울워스메트로(Woolworths Metro) 등 소형 매장을 운영 중이며, 이 중 약 14개 매장이 '현금 없는 매장(Cashless Store)'으로 시범 운영 중 - 2020년 음료 및 주류 배송 기업인 쇼티스리큐르(Shorty's Liquor)를 인수함 - 신선식품의 96%, 특히 육류의 경우 100%를 호주의 현지 생산자로부터 공급받음 - 2020년 기준 매출액: 672억 7,800만 호주 달러 - 2020년 기준 직원 수: 약 21만 명 - 2021년 기준 점포 수: 약 1,000개
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	1. 홈페이지를 통한 등록 - 홈페이지 하단 'Suppliers' 클릭 - 'Start your application now' 클릭 후 지원서 작성 - 입점 등록 절차: ① 지원서 제출 → ② 지원서 검토 → ③ 카테고리 매니저 개별 연락 → ④ 추가 정보 제공 → ⑤ 공급자 계약서 동의 2. 입점 등록 조건 예시 - 호주 사업번호(ABN) 또는 뉴질랜드 사업번호(NBN) 보유 - 신선식품의 경우, WOA(Woolworths Quality Assurance Standard) 기준 충족 - 제품 공급 개시 시점까지 GTIN 번호와 해당 바코드 번호 보유 - 최소 유통기한 충족, 안정성 자격 충족, 최소 재고 보유 등

2. 콜스

기업 기본 정보	기업명	콜스(Coles)
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	www.coles.com.au
	기업 소개	- 모회사인 콜스그룹(Coles Group)은 소규모 매장인 콜스익스프레스(Coles Express), 주류 판매점인 리큐르랜드(Liqorland), 콜스로컬(Coles Local) 등의 다양한 오프라인 소매 유통채널을 함께 운영하고 있음 - 글로벌 공급 매니지먼트 플랫폼인 Supplier Ethical Data Exchange를 도입하여 엄격한 안전 및 위생 기준, 윤리적 소싱 규정을 공급자에게 요구함 - 2020년 기준 매출액: 386억 호주 달러 - 2021년 기준 직원 수: 약 11만 2,000명 - 2021년 기준 점포 수: 약 800개
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	1. 제3자 플랫폼 레인지미(Range Me)를 통한 등록 - 레인지미 계정 생성 후, 브랜드 프로파일 및 제품 페이지 제작 1) 공급자 정보: 기업연수, 매출액, 산업 카테고리, 브랜드 이름, 위치 등 2) 공급 제품 정보: 제품군, 브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 - 콜스(Coles)에 제품 및 브랜드 프로파일 제출(rangeme.com.coles) 2. 문의처 - 전화번호: +61-2-9199-8530 - 이메일(온라인몰): coles.eccomerce@coles.com.au - 공급자 포털: suppliercentral.coles.com.au/s/knowledge-centre/article/RANGEme

2. 아시안/한인마트

아시아계 소비자 비율이 높아짐에 따라 아시안/한인마트 수가 증가하고 있음. 호주의 주요 아시안/한인마트에는 하나로마트(Hanaromart), 케이에프엘슈퍼마켓(KFL supermarket) 등이 있음

한국 식품은 대형 유통채널보다는 주로 아시아계 식료품점 및 온라인 유통채널을 통해 유통되고 있음. 그러나 한식에 대한 수요가 점차 증가하면서 호주의 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체인 푸드웍스(FoodWorks)는 한국 식품의 입점 계획을 추진하겠다고 밝힌 바 있음

주요 아시안/한인마트인 하나로마트의 주요 거점 지역은 퀸즐랜드이며, 2021년 기준 호주 내 20개의 매장을 보유하고 있는 것으로 조사됨. 케이에프엘슈퍼마켓과 크라운아시아의 주요 거점 지역은 빅토리아이며, 각각 12개, 4개의 매장을 보유하고 있음

표 25 주요 아시안마트/한인마트 업체

구분	기업명	기업 구분	주요 거점	매장 수(2021년)
1	하나로마트 (Hanaromart)	오프라인	퀸즐랜드	20개
2	케이에프엘슈퍼마켓 (KFL supermarket)		빅토리아	12개
3	크라운아시아 (Crown Asian)		빅토리아	4개
4	케이티마트 (KT Mart)		빅토리아	3개
5	비스토어 (Bestore)		퀸즐랜드	1개
6	케이오마트 (KOMART)		뉴사우스웨일스	1개
7	모아샵 (Moashop)	온라인	뉴사우스웨일스	-
8	제니마켓 (Jenny Market)		뉴사우스웨일스	-

자료: 기업 홈페이지

주요 유통채널: 한인마트

1. 하나로마트

기업 기본 정보	기업명	하나로마트(Hanaro mart)
	기업 구분	아시안마트/한인마트
	위치	퀸즐랜드
	기업 소개	- 퀸즐랜드주 최대의 한인마트 유통채널 - 대형 쇼핑몰 내에 위치한 경우가 많아 접근성이 뛰어남 - 자사 SNS(인스타그램, 페이스북)를 통해 신제품 및 제품 할인 행사 정보를 제공 중이며, 위챗 계정과 카카오톡 플러스 친구 계정을 보유함 - 2021년 매장 수: 20개 - 홈페이지: www.hanaromartonline.com
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	1. 유선 연락 또는 이메일을 통한 직접 문의 - 등록 시 필요한 일반적인 정보 (1) 공급자 정보 (공급업체명, 이름, 연락처, 연락 담당자, 전화번호, 이메일) (2) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) (3) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 2. 문의처 - 전화번호: +61-7-3012-7775 - 이메일: hanaromartau@gmail.com - 위챗: @hanaromartau

2. 케이티마트

기업 기본 정보	기업명	케이티마트(KT Mart)
	기업 구분	아시안마트/한인마트
	위치	빅토리아
	기업 소개	- 2007년 설립된 호주 내 아시안마트/한인마트 유통채널 - 홈페이지 내 판매하는 제품에 대한 설명을 상세히 제공함 - 2015년부터 온라인몰을 개시하여 배송 서비스를 제공 중이며, 요일별로 배송이 가능한 지역이 상이함 - 빅토리아 주 멜버른과 미첨에서 매장을 운영 중임 - 2020년 호주 배달 서비스 제공 업체인 오지헬퍼(Ozihelper)와 파트너십을 맺고 식료품 배달 서비스를 제공 중임 - 2021년 기준 매장 수: 3개 - 홈페이지: www.ktmartmall.com.au
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	1. 홈페이지를 통한 문의 - 홈페이지 메뉴 Contact 클릭 - 양식대로 정보를 기입한 후 제출 - 홈페이지 기입 정보(담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등) 2. 문의처 - 이메일: ktmartmall@outlook.com - 전화번호: +61-478-801-827

3. 온라인

온라인 매출액 기준 2021년 점유율 1위 기업은 울워스 그룹(9.3%, 매출액 591억 8,670만 호주 달러)이 차지함. 2위는 약 4.8%의 점유율로 웨스파머스가 차지함

코로나19와 함께 온라인 유통채널은 폭발적인 성장을 기록함. 국토가 넓고 인구 밀도가 낮아 배송 서비스가 이루어지기 힘든 조건을 갖고 있어 온라인 시장의 성장이 더뎠으나, 코로나19로 강력한 사회적 거리두기 조치가 이어지면서 전 연령대의 소비자들이 온라인 채널을 이용하기 시작함. 이에 따라 2020년 온라인 유통채널, 온라인 식품 유통채널 시장 규모는 전년 대비 각각 44.5%, 61.8% 성장함. 알디(Aldi) 등 주요 대형 유통업체의 온라인몰은 향후에도 지속 확장될 것으로 전망됨

표 26 주요 온라인 유통채널

(단위: %)

순위	업체명	2021년 점유율	산하 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 브랜드
1	울워스그룹 (Woolworths Group)	9.3	울워스(Woolworths)
2	웨스파머스 (Wesfarmers)	4.8	오피스웍스(Officeworks), 캐치닷컴(Catch.com), 타겟(Target)
3	이베이 (eBay)	4.8	이베이(eBay)
4	콜스그룹 (Coles Group)	3.9	콜스그룹온라인(Coles Group Online)
5	아마존닷컴 (Amazon.com)	3.1	아마존(Amazon)

자료: Euromonitor International

주요 온라인 유통채널

1. 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)
	기업 구분	온라인 종합 쇼핑몰
	홈페이지	amazon.com.au
	기업 소개	- 호주 내 주요 온라인 유통채널로, 2021년 호주 아마존 매출액은 전년 대비 무려 100% 증가함 - 물류 일괄 대행 서비스인 풀필먼트 서비스를 사용할 수 있다는 점이 특징임 - 2021년 기준 매출액: 4,698억 2,200만 달러
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	- 한국인 셀러를 위해 아마존은 입점 절차를 다음의 페이지를 통해 안내하고 있음. 직접 판매를 원할 경우, 다음의 링크를 참고 - sell.amazon.co.kr

2. 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)
	기업 구분	온라인 종합 쇼핑몰
	홈페이지	ebay.com.au
	기업 소개	- 1995년 미국에서 설립된 호주 내 주요 온라인 유통채널 중 하나이며, 현재 글로벌 30여 개국에서 온라인 유통채널을 운영 중임 - 3자 판매 형식으로 운영되고 있는 대표적인 온라인 종합 쇼핑몰임 - 시즌별, 시간대별, 카테고리별 할인 이벤트를 진행하고 있으며, 특별회원을 위한 무료배송 서비스 등 다양한 프로모션을 진행하고 있음 - 2021년 기준 매출액: 104억 2,000만 달러
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	홈페이지를 통한 직접 등록 - 계정 생성 후, 판매자(Seller) 등록 - 템플릿 작성 1) 공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 2) 공급 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등 3) 참고자료: 회사소개서, 카탈로그 등 - 개인판매자와 스토어판매자 중 선택하여 입점. 개인판매자는 40개까지 무료로 등록할 수 있으며, 판매 수수료는 건당 10.9%임. 스토어판매자는 25만 개까지 제품을 등록할 수 있으며, 건당 수수료는 4.8%임

Ⅳ

통관 및 제도

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

수입신고 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

1. 서류 구비
↓
2. 수출신고 전 확인 사항
↓
3. 수출신고
↓
4. 세관 심사
↓
5. 선(기)적

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: 중소 제조기업의 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 운송수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

호주 수입 통관 사전 절차

ABN (Australian Business Number) 발급

(1) 개요
호주에서 사업을 하는 모든 사업자는 호주 국세청(ATO; Autralian Taxation Office)에서 ABN(Australian Business Number)을 발급받아야 하며, 이후 모든 영업활동에 대한 부가가치세(GST; Goods and Services Tax) 신고를 진행해야 함. 호주의 부가가치세율은 10%임

(2) 비거주자 GST 등록 대상
비거주자로서 호주의 GST 등록 의무대상은 다음과 같음. 다만, 모든 판매가 온라인 또는 디지털 플랫폼을 통해 이루어지는 경우는 등록할 필요 없으며, GST 등록 시 12개월간 등록을 유지해야 함
- 사업을 운영하는 경우
- 호주에서 발생하는 매출이 연간 7만 5,000호주 달러인 경우(매출액에는 소비자 대상 1,000호주 달러 이하의 소액 판매와 수입 서비스 및 디지털 제품 판매를 포함함)

(3) GST 등록 방법
GST 등록에는 한국 부가가치세법상 사업자등록처럼 간이(Simplified)와 일반(Standard) 두 가지가 있음. 다만, 온라인, 직접 또는 디지털 플랫폼을 통해 상품을 판매하기 전에 호주에서 상품을 수입하여 보관하는 비거주자 사업자인 경우에는 간이 등록을 사용할 수 없음. 이런 경우에는 일반 등록을 이용해야 함. 또한, 간이 등록의 경우에는 ABN이 필요하지 않으며, 일반 등록의 경우에만 ABN을 발급받아야 함

(4) ABN(Australian Business Number) 발급 절차
외국에서 ABN 발급 신청을 하는 경우 온라인으로 신청 후 Reference Number을 확인하여 아래의 “Cover Sheet” 서류에 해당 번호를 기재하고, 호주 국세청으로 서류를 발송해야 함. 아래 서류는 ABN 발급 절차 링크[2]를 통해 다운로드 가능함
- 신분증명서(proof of identity)
- 영업활동 신고서(a statement of your business activities in Australia)
- 비거주자 ABN 신청서(Non-resident ABN application – certified identity documents cover sheet)

2) 링크
www.abr.gov.au/business-super-funds-charities/applying-abn/abn-businesses-outside-australia

수입 요건 확인

(1) 수입허가 불필요
고양이 사료 습식 캔은 호주 농림수산부 수입허가가 필요하지 않음. 다만 이러한 조건은 다음을 준수하는 애완동물 사료 제품의 경우에 한함
- 애완동물 사료는 레토르트 처리되었으며 레토르트 공정 동안 사료는 최소 2.8의[3] Fo값을 얻기 위해 100°C의 최소 중심 온도[4]로 가열되어야 함
- 반려동물 사료는 소 유제품 유래 성분 이외의 반추동물(예: 소, 양, 염소, 사슴)에서 유래한 성분을 포함하지 않아야 함
- 반려동물 사료는 상온 보관이 가능하며 냉장 보관이 필요하지 않음
- 애완동물 사료는 레토르트 처리된 밀폐 용기 (예: 캔, 레토르트 파우치)에 담겨 수입됨
- 밀봉된 각 용기에는 애완동물 사료가 가공된 시설의 식별 번호와 배치 코드 번호가 지워지지 않는 잉크로 찍히거나 양각으로 새겨져 있어야 함
- 애완동물 사료는 개 및/또는 고양이만 섭취할 수 있으며 수입 전에 그에 따른 라벨이 부착되어 있어야 함

(2) 위탁품의 상품명 목록 제공
고양이 사료를 호주로 수출하기 위해서는 상업송장 또는 선하증권 등에 위탁품의 상품명 목록을 제시하여야 함

(3) 검역증명서 제출
- 제조국은 레토르트 과정, 반추 유래 성분 제외 및 성분이 유래된 동물의 건강 상태를 인증해야 함
- 지원 기업 품목 원산지가 태국이므로 이 요구 사항의 준수함을 입증하려면 태국 정부가 발급한 공식 검역증명서에 다음을 제시하여야 함
  - 애완동물 사료가 밀봉된 용기에서 레토르트 처리되었으며 레토르트 공정 중에 최소 중심 온도 100°C로 가열되어 최소 2.8의 Fo값을 얻었다는 진술
  - 반려동물 사료에 반추동물에서 추출한 성분(소 유제품 성분 제외)이 포함되어 있지 않다는 진술
  - 모든 동물 재료(낙농, 조류 또는 어류 재료 또는 호주 또는 뉴질랜드 원산지 재료 제외)는 사전 및/또는 사후 검사를 받고 전염성이 없는 것으로 확인된 동물에서 파생되었다는 진술
  - 모든 조류 재료(계란 또는 난 제품 제외)에 대해 그 재료가 생전 및/또는 사후 검사를 받고 전염성 및 감염성 질병이 없는 것으로 밝혀진 동물에서 유래했다는 진술
  - 애완동물 사료가 제조된 시설의 식별/수의사 관리 번호에 대한 참조

3) Client 등록
호주 통관화물관리시스템인 ICS(Integrated Cargo System)을 통해 전자적으로 수입신고를 하고자 하는 수입자는 Form B319(Client Registration Form)을 작성하여 ICS에 Client로 등록해야 함

호주 수입 통관 절차

1. ABN 발급, 수입요건 서류 구비 등 사전 준비
↓
2. 수입신고
↓
3. 서류 심사 및 물품 검사
↓
4. 관세 납부
↓
5. 신고 수리 및 물품 반출

수입 신고

호주에서 물품을 수입 통관하려는 경우 직접 서류를 제출하거나 관세사를 이용하거나 ICS를 통해 전자적으로 수입 신고를 진행할 수 있음

수입신고 종류		내용
간이수입신고 (SAC, Self-Assessed Clearance)	Short format SAC	해상 또는 항공 화물 가격이 1,000호주 달러 이하인 경우(수입 허가가 필요한 화물을 이용할 수 없음)
	Long format SAC	해상 또는 항공 화물 가격이 1,000호주 달러 이하인 경우로서 관세 감면 및 양허세율의 적용, 허가나 승인이 필요한 경우, 관부가세가 부과될 수 있는 경우
Nature10		화물 가격이 1,000호주 달러를 초과하며 호주 국내 소비를 위해 수입되는 경우(일반적인 수입신고 형태)
Nature20		화물 가격이 1,000호주 달러를 초과하며 수입통관 전 창고에서 보관하는 경우
Nature30		화물 가격이 1,000호주 달러를 초과하며 창고에서 보관하기 위해 N20으로 신고 후 국내 소비를 위해 수입통관 하려는 경우
Nature10/20		하나의 화물에 국내 소비용과 창고 보관용이 혼재되어 있는 경우

3) 특정 제품 내에서 미생물(클로스트리디움 보툴리눔 Clostridium botulinum) 생존력 감소와 관련하여 열처리의 심각도를 측정한 것임. 기준 온도 121.1°C에서 가열 시간(분)에 해당하는 살균 효과를 나타냄.

4) 중심 온도는 용기 내에서 가장 느린 가열 지점에 도달하는 온도를 의미함. 가장 느린 가열점은 열처리 과정에서 가장 적은 양의 열 에너지를 받는 용기 내의 지점을 의미함.

고양이 사료 습식 캔은 수입허가가 필요하지 않으므로 Short SAC을 이용할 수 있으며, 수입통관 하려는 화물의 가격에 따라 N10 또는 Short/Long SAC을 통해 수입신고가 가능함

제출 서류

호주에서 수입통관 시 일반적으로 제출해야 하는 서류는 다음과 같음
- 수입신고서
- 운송서류
- 상업송장 및 포장명세서
- 원산지 증명서(해당하는 경우)
- 허가서 또는 승인서(해당하는 경우)
- 신분증명서(EOI; Evidence of Identity)

물품 검사

ICS에 수입신고가 접수되면 내용에 따라 녹색신고(Green line), 황색신고(Amber line), 적색신고(Red line)로 분류되어 처리됨. 녹색 신고로 분류될 경우 추가적인 검사 없이 통관이 가능하나, 품목 분류, 검역 정보, 가격이 송품장 내용과 다른 경우 적색신고로 분류되어 추가적인 검사가 이루어짐. 위장 수입 물품이나 수입금지 및 제한 품목으로 의심되는 경우에는 황색신고로 분류되어 정밀 검사가 추가적으로 실시됨

구분	내용
녹색신고 (Green line)	추가적인 검사 없이 통관이 가능한 품목으로 수입자 혹은 대행업체가 관세 및 제세를 납부하면 수입신고가 수리됨.
적색신고 (Red line)	품목분류의 오류나 검역 대상 물품이 적절한 검역을 받지 않은 경우, 혹은 가격이 송품장 내용과 다른 경우 등 추가적인 심사가 필요한 품목으로, 정밀한 검사가 추가적으로 이루어짐.
황색신고 (Amber line)	위장 수입물품이나 관세 포탈의 우려가 있는 물품, 마약 및 수입금지 또는 제한 물품 혹은 이와 같은 경우로 의심되는 경우

관세 납부

화물 가격이 1,000호주 달러 이하인 경우에는 일반적으로 관부가세 납부 의무가 없음

화물 반출

수입자는 관세와 부가세를 세관에 납부한 후 수입 물품을 인수할 수 있으며, 통관에 필요한 서류가 모두 구비되어 있는 경우 수입신고 이후 물품 반출까지는 최소 15시간(공휴일 제외)이 소요되며, 물품에 따라 다소간의 차이가 발생할 수 있음

02 인증

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points - 선택)

1. 개요

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

HACCP 제도는 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 상황을 과학적으로 분석하고 사전에 위해요인의 발생여건들을 차단하여 소비자에게 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 시스템적인 규정을 말함

- 국제 인증 규격인 HACCP 인증을 받음으로써 식품 안전성을 향상하고 및 지속시키고 제품의 경쟁력을 확보할 수 있음

2. 대상 품목

식품 및 축산물 안전관리인증기준 제4조에 따르면 이 기준은 「식품위생법」 및 같은 법 시행규칙, 「건강기능식품에 관한 법률」, 「축산물 위생관리법」 및 같은 법 시행규칙에 따라 의무적으로 안전관리인증기준(HACCP)을 적용해야 하는 식품 · 축산물에 적용하며, 필요한 경우 그 이외의 영업장 또는 제품에 대해서도 적용할 수 있음. 다만 생산 식품이 해당 지역 내에서만 유통되는 도서지역의 영업자이거나 생산 식품을 모두 국외로 수출하는 영업자는 제외함

1) 식품
- 식품제조·가공업, 식품제조·가공업(운반급식), 식품제조·가공업(주류제조)
- 즉석판매제조·가공업
- 식품첨가물제조업
- 건강기능식품제조업
- 식품소분·판매업(식품소분업, 기타식품판매업)
- 식품냉동·냉장업 등

2) 축산품
- 식육포장처리업
- 축산물가공·보관·운반·판매업
- 가축사육업
- 사료제조업 등

3. 인증 절차[5)]

1. HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성

⬇

2. 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성

⬇

3. 생산공정 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험을 평가

⬇

4. 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP:Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반관리사항(POA)을 파악

⬇

5. 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링

4. 제출 서류

HACCP을 신청할 경우 다음과 같은 서류가 필요함

- HACCP 신청서
  - 식품인 경우 전품목 전업종 인증심사비용은 20만 원임
- 식품안전관리인증 계획서
  - 중요 관리점의 한계 기준, 모니터링 방법, 개선 조치 및 검증 방법을 기술한 자체계획서 등
- 영업등록증 사본
- 사업자등록등 사본
- 영업신고필증
  - 대표자, 업소명, 주소, 영업의 종류, 실제 운영 면적이 확인되어야 함
- HACCP 교육수료증
  - 경영인 과정(94시간 이상): 대표자
  - 종업원 과정(24시간 이상): 직원 중 1인
- 영업을 위해 필요한 서류
  - 일일 위생 점검기록, 위생교육 수료증 및 위생교육 기록
  - 종사자 건강검진 관련 서류
- 품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류

5) 식품제조업체 HACCP 적용절차
https://fresh.haccp.or.kr/haccp/introduction/haccpIntroduction.do?tp=5

5. 인증 기관

한국식품안전관리인증원 홈페이지를 통해 HACCP 인증절차 및 검사기관을 확인할 수 있음

한국의 HACCP은 식품, 축산물, 사료의 세 종류로 나뉘며 식품과 축산물은 식품의약품안전처에서, 사료의 경우 농림축산식품부에서 담당하여 관리하고 있음

- 식품의약품안전처: 식품의 원료 관리 및 제조·가공·조리·유통의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 식품이 오염되는 것을 방지하기 위하여 각 과정의 위해요소를 확인·평가하여 중점적으로 관리하는 기준임
- 농림축산식품부: 축산물의 원료관리, 처리·가공 및 유통의 전 과정에서 위해 물질이 해당 축산물에 혼입되거나 오염되는 것을 사전에 방지하기 위하여 각 과정을 중점적으로 관리하는 기준임

6. 의무 적용 대상

1) 개요

식품의약품안전처에 따르면 2021년 12월 1일부터 의무적용 식품이 확대됨. 기존에는 연매출액과 종업원 수에 따라 차등 적용해왔으나, 12월 1일부터는 매출 규모에 상관없이 의무 적용 대상 식품에 해당하면 반드시 적용하여야 함

2) 대상 식품

- 수산가공식품류의 어육가공품류 중 어묵·어육소시지
- 기타수산물가공품 중 냉동 어류·연체류·조미가공품
  - 어류·연체류: 어류 또는 연체류를 주원료(50%이상)로 단순 절단, 가공하여 냉동한 식품(빵가루 입힘 포함)(절단하거나, 가공)
  - 조미가공품: 어류 또는 연체류를 주원료(50%이상)로 하여 소스 등을 첨가, 조미하여 그대로 냉동하거나 가열·조리 등을 거쳐 냉동한 식품
- 냉동식품 중 피자류·만두류·면류
  - 냉동식품(면류): 생면, 숙면, 건 면을 냉동한 식품
- 과자류, 빵류 또는 떡류 중 과자·캔디류·빵류·떡류
- 빙과류 중 빙과
- 음료류(커피류는 제외한다)
- 레토르트식품
- 절임류 또는 조림류의 김치류 중 김치
  - 배추를 주원료로 하여 절임, 양념혼합과정 등을 거쳐 이를 발효시킨 것이거나 발효시키지 아니한 것 또는 이를 가공한 것에 한.
- 코코아가공품 또는 초콜릿류 중 초콜릿류
- 면류 중 유탕면 또는 곡분, 전분, 전분질원료 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수로서 생면·숙면·건면

- 국수: 곡분 또는 전분, 전분질원료, 변성전분 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수
- 냉면, 당면, 파스타, 수제비, 만두피, 분모자(중국 동북 지방의 당면)는 의무대상이 아님

- 특수용도식품(특수영양식품, 특수의료용도식품)
- 즉석섭취·편의식품류 중 즉석섭취식품
- 즉석섭취·편의식품류의 즉석조리식품 중 순대
  - 소나 돼지의 창자에 여러 가지 재료를 소로 넣어 삶거나 찐 제품(순대국, 순대볶음 제품에 들어가는 순대를 직접 제조하는 경우 의무적용에 해당)
- 식품 제조·가공업의 영업소 중 전년도 총 매출액이 100억원 이상인 영업소에서 제조·가공하는 식품

3) 유예 기간

식품의약품안전처는 식품안전관리인증(HACCP) 의무 적용 시행 시기를 2020년 12월 1일부터 2021년 12월 1일까지 1년 유예함. 다만, 의무 대상 식품 제조·가공업체로서 2020년 12월 1일부터 영업을 신규로 등록하려는 경우에는 사전에 반드시 인증을 받아야 함

4) 행정처분

HACCP 인증 의무 적용 대상임에도 불구하고 인증을 받지 않고 제품을 생산할 경우 1차 영업정지 7일, 2차 영업정지 15일, 3차 영업정지 1개월에 해당하는 행정처분을 받게 됨

03 라벨링

주요 라벨링 표기 사항 상세

1. 라벨링 필수 표기 사항

라벨 표기 사항(항목)		
• 영양정보 • 함유량(%) 표기 • 제품명 • 제품 반환 정보	• 알레르기 유의사항 • 식품 기한 표시 • 재료 목록 • 정확한 정보 전달	• 식품 첨가물 • 가독성 • 사용기준 및 보관방법 • 원산지

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ), 호주 경쟁소비자위원회(ACCC), KATI

번호	구분	설명
		라벨 표기 사항(가이드)
1	제품명	- 호주 및 뉴질랜드 식품기준청에서 규정하고 있는 제품명 혹은 식품의 본질을 나타낼 수 있는 이름으로 함 - 제품명은 잘못 이해할 수 있거나 잘못된 정보를 제공해서는 안 됨
2	로트번호	- 로트번호는 제품의 리콜 시 활용 목적으로 작성해야 함 - 아이스크림이나 대용량 패키지 안에 포함된 소포장 제품에 대한 로트번호 표기는 생략이 가능함
3	공급업체 정보	- 호주 또는 뉴질랜드 공급업체(제조사, 수입자 등)의 정보를 필수적으로 표기해야 함 - 주소는 해당 기업이 사업을 영위하는 실제의 주소로 작성해야 함
4	경고문, 권고문 및 선언문	- 제품의 섭취 시, 건강과 관련하여 소비자가 알아야 하는 내용 등 경고 표기는 필수임 - 분명하고 영구적으로 작성되어야 하며, 배경색과 대비되는 색상으로 작성되어야 함 - 특정 성분을 포함하는 과잉 섭취가 완화제 효과를 가질 수 있다는 권고문이 필요함
5	성분	- 원료명은 일반명이나 원료의 본질을 알 수 있는 형태의 혹은 규정에서 정하고 있는 이름으로 해야 함 - 제품에 사용된 식품 첨가물을 포함해 함량 내림차순으로 원료 정보를 나열해야 함 - 알레르기를 유발하는 성분 10가지에 대해 포장재에 라벨링 박스 안에 표기해야 함
6	보관 방법	- 제품의 안전과 건강상의 문제가 일어나지 않을 수 있도록 하는 내용의 사용법 혹은 보관방법을 표기해야 함
7	유통기한	- 'Best-Before' 혹은 'Use-By'로 표기해야 함 - 유통기한 또는 사용기한이 적용일로부터 3개월 이상인 경우, 일, 월, 연도순으로 표기해야 함
8	영양 정보	- 건강 강조 표시가 아닌 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 탄수화물, 당, 나트륨 정보를 표기해야 함 - 제품의 평균 1회 섭취량(g 혹은 ml)과 제품의 섭취 횟수를 표기해야 함 - 제품의 1회 제공량과 총 제공횟수 및 해당 제공량당 에너지 함량을 표기해야 함(kj 혹은 kcal) - 트랜스 지방, 다중 및 단일 불포화 지방산이 있는 경우 반드시 표기해야 함
9	원산지	- 조미료 제품은 'Made In'과 같은 문구를 사용하여 원산지를 표기해야 함
10	표시기준	- 라벨은 영어로 작성해야 함 - 영양 성분의 강조 표시는 식품의 형태에 대한 설명과 함께 명시되어야 함 - 식품 제조 기업이나 재포장 기업은 제품과 특정 국가 간의 연결을 암시하거나 암시할 수 있는 식품 포장에 단어 혹은 쉽게 인식할 수 있는 로고, 기호 또는 사진을 추가할 수 있음. 단, 제품에 대한 표현이 명확하고 진실하며 정확해야 함

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ), 호주 경쟁소비자위원회(ACCC), KATI

04 위생 요건

식품 첨가물 규정

호주·뉴질랜드 식품기준청 홈페이지[6]에서 식품 첨가물/유해물질과 관련하여 체계적이고 상세한 정보를 제공하고 있으며, 한국의 식약처에서도 식품법 관련 문서를 번역본으로 제공하고 있음. 호주에서는 식품 첨가물을 일반적으로 자체식품으로 섭취하지 않고, 식품의 주원료로 사용되지 않으나 1가지 이상의 기술적 역할을 목적으로 식품에 첨가되는 물질로 정의함. 식품에 부산물이 남을 수 있으며, 식품의 영양 측면을 목적으로 첨가되는 가공보조제, 비타민, 미네랄의 목적과는 구별되는 물질임

- 기타 가공품에 적용되는 식품 첨가물은 하기 표와 같음. 더욱 자세한 사항은 호주·뉴질랜드 식품기준청 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인이 가능함

표 27 기타 가공품에 적용되는 식품 첨가물 기준

물질명	식품 유형	최대 허용량
Thermolysin (EC 3.4.24.27)sourced from Anoxybacilluscaldiproteolyticus strain TP-7	기타 가공품	(생산 및 가공 과정 중 펩티드 결합의 가수분해 촉매 목적에 한해서) GMP기준 적용
β-Galactosidase (EC 3.2.1.23) from Papiliotrema terrestris strain AE-BLC.		GMP(lactose로부터 galacto-oligosaccharides를 생산하는 목적에 한해서)
annatto extract		25 mg/kg

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청, KATI농식품수출정보

6) 호주·뉴질랜드 식품기준청: https://www.foodstandards.gov.au/code/Pages/default.aspx

유해물질

식품 기준 1.4.1 '유해물질과 천연독성물질(Contaminants and Natural Toxicants)'와 1.6.1 '미생물 오염제한(Microbiological Limits for Food)'을 근거로 하여 특정 식품에 해당하는 금속 및 비금속 그리고 천연독성물질의 최대 허용치를 규정하고 있음. 그러나 기본적으로 최대 허용치 유무와 관계없이 모든 오염물질과 천연독성물질의 수준은 가능한 최소량이어야 함

- 기타 가공품 관련된 유해물질은 총 17건이 검색되며, 하기 표는 호주 유해물질의 일부 기준임. 자세한 사항은 호주·뉴질랜드 식품기준청 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인이 가능함

표 28 기타 가공품에 적용되는 유해물질 기준

유해물질명	식품 유형	잔류 허용기준
Buprofezin	기타 가공품	0.05 mg/kg (동물성 원료 제품 제외)
Bromoxynil		0.1 mg/kg
Bixlozone		0.01 mg/kg
Cyazofamid		0.04 mg/kg
Fluroxypyr		0.02 mg/kg (동물성 원료 제품 제외)

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청, KATI농식품수출정보

알레르겐

호주 농업부(DAWE)[7]의 발표에 따라 필수 알레르기 항원 경고문의 표시 규정 및 감시 식품 검사기준이 변경됨. 식품 알레르기를 유발하는 주요 항원 11개를 지정했으며, 해당 성분을 함유한 식품은 이를 라벨에 표기해야 함

- 11가지 성분: 어패류, 땅콩, 나무 견과류, 유제품, 계란, 깨, 대두, 루핀(Lupin), 밀, 글루텐, 아황산염(10mg/kg)
- 표기 시, 굵은 글씨체를 사용해야 하며, 알레르기 항원을 기재할 때 항원명, 출처 등에 지정된 용어만을 사용해야 함
- 또한, 연체동물과 개별 견과류, 밀·보리·귀리 혹은 이들의 혼합물 및 글루텐 등 특정 알레르기 항원은 함유 사실을 라벨링에 별도로 표시해야 함

7) DAWE: Department of Agriculture, Water and the Environment

V

시사점

01 수출 확대 방안

호주 고양이사료 시장의 특징

(시장) 호주 고양이 사료 판매액은 2017~201년 연 3.9% 증가함
- 고양이 사료는 판매량에 비해 판매단가가 빠르게 상승하여 사료의 프리미엄화가 진행되고 있는 것으로 추정됨
- 향후 성장률이 낮아져 사료 시장에서 경쟁이 심화될 것으로 예상됨

(수급) 호주의 반려동물(고양이) 사료 수입액은 지난 5년간 연 14.1%로 빠르게 증가하였음. 한국산 사료의 對호주 수출액도 최근 빠르게 증가함
- 한국산 고양이 사료의 대호주 수출액은 2020년 717만 달러에서 2022년1,525만 달러로 증가. 한국산 수출은 다국적기업에 의한 생산에 기인함

(소비·유통) 호주 고양이 사료는 고급제품 비중이 높음. 습식사료의 56%와 건식사료의 78%는 프리미엄급임. 매출상위 기업은 Mars사와 네슬레 퓨리나사인데 이들이 전체 시장 55.8%를 차지하여 과점시장 체제임
- 호주의 소셜빅데이터 분석결과, 비타민/미네랄, 프로틴(단백질)/아미노산, 피부/장기(위)/면역 등 고양이의 영양·건강 관련 키워드의 출현 빈도 높음
- 고양이 사료의 주요 유통채널은 슈퍼마켓과 애완동물 전문점이며, 코로나 19 확산이후 온라인 경유 비중이 증가하는 추세

(통관·검사) 호주는 수입식품에 대한 통관·검사 절차가 까다로운 국가임. 호주식품 검역·검사청(AQIS)에서 호주·뉴질랜드 식품규격법(ANSFNC)에 준하여 식품수입검사체계에 따라 검사 실시 및 방출 허가 여부를 결정함
- 식품은 라벨링 요건에서 알레르기 경고 문구, 성분별 함량 표시 등이 부족하여 반출이 지연되거나 추가 비용이 발생하는 경우가 빈번히 발생
- 특히, 호주는 식품 알러지 발생이 빈번하여 알레르기 발생률이 높은 10가지 식품 성분이 주원료나 첨가제로 사용되면 반드시 라벨에 표시토록 규정함

수출 확대 방안

(상품) 호주의 사료 수요는 고양이의 건강-영양 특성을 중시하므로 단백질, 비타민·미네랄 등의 함량이 높은 건강기능성 프리미엄 제품으로 포지셔닝을 추진함

(유통) 반려동물 사료의 유통은 주로 슈퍼마켓과 애완동물 전문점을 통해 이루어지므로 이들 채널을 목표로 하며, 특히 최근 경유비중이 증가하는 온라인 채널에 주목함
- Woolworths 그룹과 Coles 그룹은 오프라인 슈퍼마켓뿐 아니라 온라인에서도 점유율이 높은 유통업체

(홍보) 펫푸드 관련 박람회/전시회에 참가해 구매담당자와 만날 기회를 확보하거나 온라인 매체를 활용하여 제품 인지도를 높이고 시장테스트 등을 통해 신시장 개척 기회를 획득함.
- 이베이(eBay)나 아마존(Amazon)닷컴은 호주를 비롯한 세계적으로 잘 알려진 온라인 유통업체이므로 입점 추진을 고려할 필요

(통관·검사) 호주는 수입식품에 대한 통관·검사 절차에 대비해 라벨링(성분/영양정보 표시 등), 식품첨가물, 유해물질, 알레르기(성분 경고문구) 등 필요 서류 제출 등의 준비가 요구됨

참·고·문·헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. 농식품수출정보(KATI)
4. www.woolworths.com.au
5. www.coles.com.au
6. www.hanaromartonline.com
7. www.ktmartmall.com.au
8. amazon.com.au
9. 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)
10. 호주 경쟁소비자위원회(ACCC)

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산식품유통공사
발 행 일 자 2023. 03

•본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
•본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산식품유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation
Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea