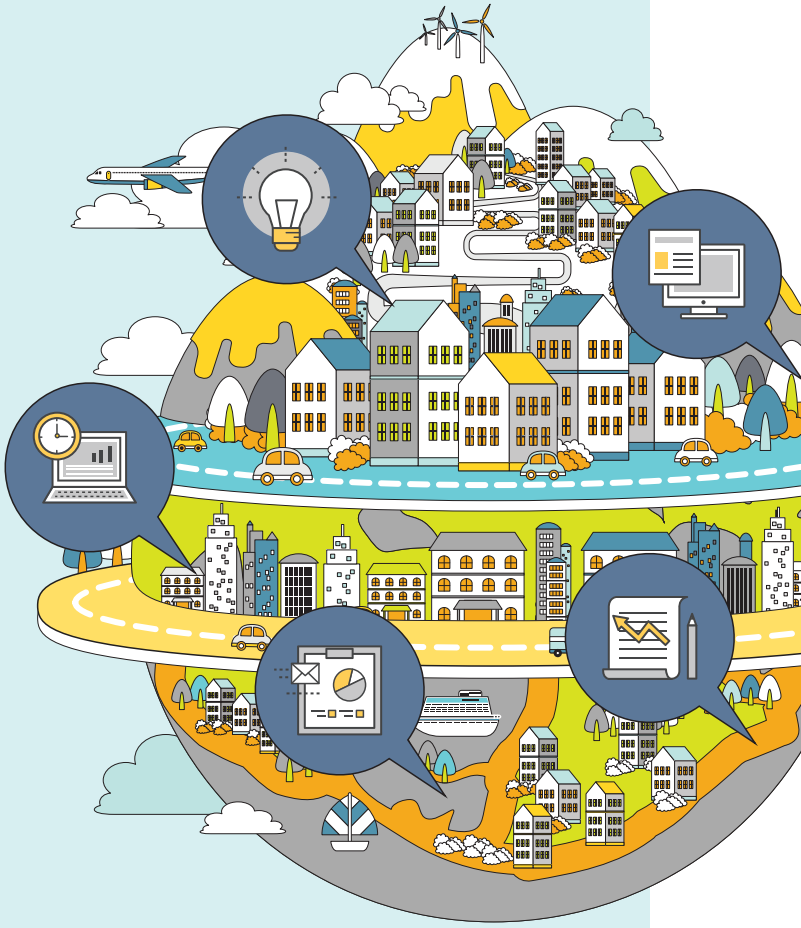
지구촌리포트

VOLUME 35

2017. 03



중국
최근 3개년 중국 통관거부 사례분석
호흡기에 좋은 식품을 찾아라!

홍콩
독특한 콘셉트 스토어로 홍콩시장 공략!

일본
간편하고 건강한 '요리 키트' 시장 성장
일본, 미국 식품안전현대화법(FSMA)에 촉각을 세우다

태국
한국 & 태국 AEO MRA(우수공인업체 상호인정약정) 체결

인도네시아
뉴질랜드 폰테라 인도네시아 유제품 시장 진출

미국
미국 소비자가 선호하는 음료는?
미국, 알레르기 유발성분 미표기 식품 수입경고

유럽
식품첨가제 이산화티타늄(E171) 발암물질 논란

농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

CONTENTS

CHINA

최근 3개년 중국 통관거부 사례분석 | 04

호흡기에 좋은 식품을 찾아라! | 07

JAPAN

간편하고 건강한 '요리 키트' 시장 성장 | 10

일본, 미국 식품안전현대화법(FSMA)에 촉각을 세우다 | 12

HONG KONG

독특한 콘셉트 스토어로 홍콩시장 공략! | 08

THAILAND

한국 & 태국 AEO MRA(우수공인업체 상호인정약정) 체결 | 14

이 자료는 AT KATI 홈페이지(WWW.KATI.NET)에서도 보실수 있습니다.

지구촌리포트

VOLUME 35
2017. 03

INDONESIA

뉴질랜드 폰테라 인도네시아 유제품 시장 진출 | 15

EUROPE

식품첨가제 이산화티타늄(E171) 발암물질 논란 | 20

AMERICA

미국 소비자가 선호하는 음료는? | 16
미국, 알레르기 유발성분 미표기 식품 수입경고 | 18

중국
China

1. 최근 3개년 중국 통관거부 사례분석

수출정보부

주요내용

▶ 유형별 거부사유

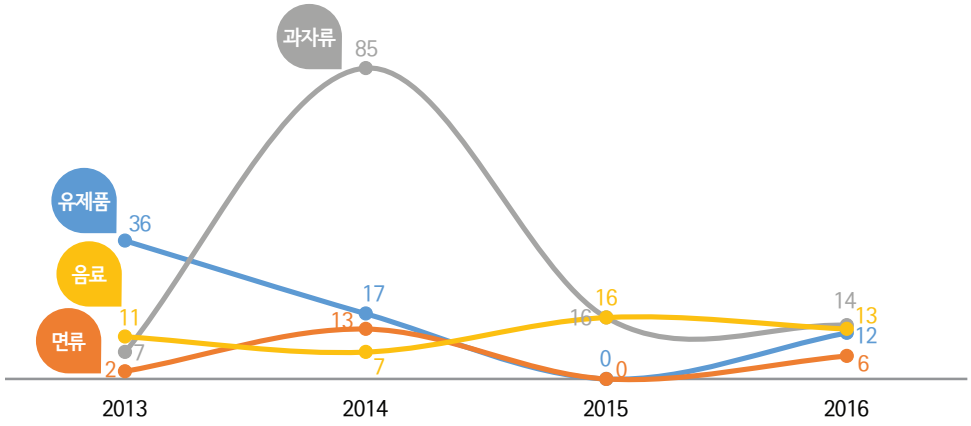
• 위생 부적합 건수가 3년 연속 증가하는 추세를 보이며 특히 '16년은 전년 대비 약 8배 가량 증가함

(단위 : 건수)

연도	계	라벨링/포장	성분 부적합	위생	서류미비	유통기한	기타
2014	232	115	73	6	30	4	4
2015	93	29	43	10	10	1	0
2016	161	16	55	82	1	7	0

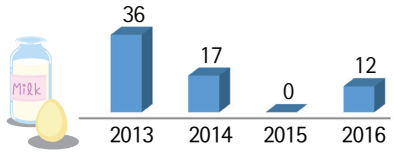
* 기타는 장기체류, 제품파손, 관능검사 불합격, 검역 미허가 등

▶ 주요 품목별 불합격 현황

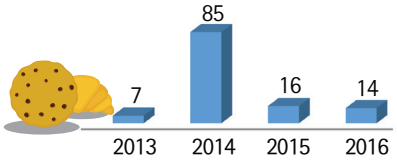


* 2016년 대중국 수출실적 상위품목 : 유제품(127백만불), 과자류(127), 면류(87), 음료(49)

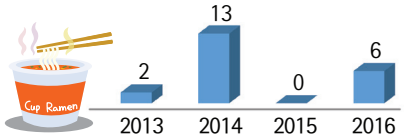
유제품 (65건)



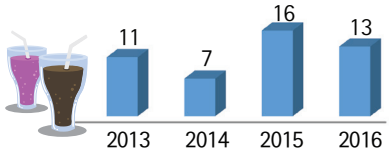
과자류 (122건)



면류 (21건)



음료 (47건)



참 고

▶ 주요 품목별 불합격 현황

구분	2013		2014		2015		2016	
수산물	14건	대장간균초과(2) 세균초과(3) 균락총수초과(2) 관능검사불합격(3) 서류미비(4)	39건	대장간균초과(2) 세균기준치초과(20) 대장균기준초과(2) 유해물질초과(9) 라벨불합격(1) 포장불합격(2) 제품과증서불일치(3) 식품첨가물불합격(1)	19건	대장균초과(4) 균락총수초과(7) 비소초과(1) 벤조피렌 초과(2) 서류불합격(4) 기타(1)	47건	균락총수초과(37) 대장균초과(8) 비소초과(2)
과자류	7건	과산화수치초과(2) 타우린 위반사용(1) 황색포도구균 검출(1) 관능검사 불합격(1) 화물증서 상이(1) 세균초과(1)	85건	포장불합격(67) 증서불합격(10) 대장균초과(1) 수분불합격(1) 항산소제사용(1) 식품첨가제불합격(1) 증서및제품불일치(1) 비소초과(1) 라벨불합격(1) 제품일부파손(1)	16건	식품첨가제 기준초과(5) 균락총수 초과(4) 라벨불합격(4) 수분 기준초과(2) 포장 불합격(1)	14건	식품첨가제 기준초과(7) 라벨불합격(4) 수분 기준초과(3)
음료	11건	맥문동 사용(1) 이산화유황 초과(1) 곰팡이 초과(2) 세균초과(2) 라벨 불합격(3) 대장간균초과(2)	7건	이눌린반칙사용(1) 라벨불합격(1) 포장불합격(4) 유통기한초과(1)	16건	균락총수 초과(4) 식품첨가제 기준초과(4) 라벨불합격(6) 서류미비(2)	13건	식품첨가제 기준초과(7) 구리 및 비소초과(2) 효모균 초과(2) 비타민 초과(1) 라벨 불합격(1)
유제품	36건	유통기한초과(18) 유해물질초과(2) 라벨불합격(1) 산성도초과(1) 균락총수초과(2) 관능검사불합격(1) 성분불합격(7) 필요증서 미제공(4)	17건	유통기한 초과(2) 라벨불합격(1) 유해물질초과(4) 서류불합격(5) 포장불합격(1) 식품첨가물불합격(3) 검역허가없음(1)	-		12건	식품첨가제 기준초과(8) 라벨 불합격(3) 대장균 초과(1)
떡볶이	-		-		-		10건	균락총수 초과(10)
시럽	1건	화학물질검출(1)	-		12건	라벨불합격(12)	-	

구분	2013		2014		2015		2016	
사탕	-		15건	화학물질(색소) 무단사용(10) 포장불합격(4) 대장균초과(1)	-		-	
차	4건	라벨불합격(4)	10건	균락총수초과(2) 포장불합격(8)	7건	식품첨가제 기준초과(2) 균락총수 초과(4) 서류미비(1)	5건	구리성분초과(2) 포장불합격(2) 비타민초과(1)
면류	2건	필수증서 미제공(1) 대장간균초과(1)	13건	균락총수초과(6) 필요서류미제공(2) 포장불합격(3) 수분불합격(1) 대장균초과(1)	-		6건	식품첨가제초과(6)
소스	-		7건	질소 기준미달(4) 포장불합격(1) 라벨불합격(2)	-		-	

* 주요 품목별로 거부사유를 분류한 자료로, 전체 품목을 포괄하고 있지는 않음

시사점

최근 중국 정부가 수입식품에 대한 검역을 강화하고 있어 수출업체는 대중국 식품 수출 시 통관거부사례가 발생하지 않도록 철저한 대비가 필요하다.

KATI홈페이지에서 중국 농식품 통관거부사례 정보를 확인하세요!

- aT 수출정보부에서는 농수산식품수출지원정보(KATI) 홈페이지 내 「중국 농식품 수출통관거부사례 동향분석」 코너를 운영하여 재발방지를 지원하고 있습니다.
  - 품목별 불합격사유, 조치사항 DB 및 통관거부사례 동향분석 자료 제공
  - 식품 첨가물 유해물질 개정사항 모니터링 정보 제공
- 수출현장에서 겪는 비관세장벽의 해소를 위해 「비관세장벽 신고 코너」를 운영하고 있으니 많은 이용 바랍니다.

중국
China

2. 호흡기에 좋은 식품을 찾아라!

베이징지사

주요내용

▶ **대기오염, 중국의 가장 큰 시름거리**

- 베이징의 초미세먼지 수치는 세계보건기구(WHO)의 안전기준보다 7배나 높으며, 올해 초에만 중국 내 20개가 넘는 도시에서 미세먼지 적색경보가 발령된 바 있다. 특히 면역력이 약한 노인 및 아동들이 미세먼지로 인한 호흡기 질환에 시달리고 있다.
- TV와 인터넷에는 호흡기에 좋은 식품에 관련된 정보가 소개되고 양회(兩會·전국인민대표대회와 전국인민정치협상회의)에서도 대기오염 문제를 집중적으로 논의했다.

▶ **중국의 호흡기 건강 관련 식품**

- 미세먼지, 황사 등이 심한 날에 중국인들은 민간요법에서 호흡기에 좋다고 알려진 식품을 많이 섭취한다. 목이버섯, 배, 대추를 끓인 물 또는 녹차를 마시고, 목이버섯, 백합, 연근, 무, 마 등으로 요리한 음식을 먹는다.
- 약국에서는 호흡기 질환을 치료하는 약품을 판매하고 있으나 마트나 식품매장에서는 호흡기 관련 건강기능성 식품을 찾아보기는 어려웠다. 그러나 최근 온라인을 중심으로 호흡기 건강과 관련된 제품들이 판매되기 시작했다.
- 차를 선호하는 중국인들의 문화로 호흡기에 좋은 천연재료를 건조시킨 중국산 '청폐차(肺茶)'가 대부분이며, 천연재료를 가공하여 알약 형태로 만든 수입산(호주, 독일산) '청폐편(肺片)'도 출시되었다.

시사점

- 미세먼지 등 심각한 대기오염으로 인해 중국인의 호흡기 건강에 대한 관심이 높아지고 있어, 향후 호흡기 건강과 관련된 기능성 식품에 대한 수요가 증가할 전망이다.
- 제품개발 초기부터 과학적 임상실험을 통해 호흡기에 좋은 한국 고유의 천연재료를 발굴해야 하며, 일상생활에서 차를 선호하는 중국의 장년층을 대상으로 차로 음용할 수 있는 제품을 개발하는 동시에 바쁜 직장인과 학생들을 대상이 간편하게 섭취할 수 있는 알약 형태의 제품 개발을 병행하는 등 세분화된 전략이 필요하다.

홍콩
Hong Kong

3. 독특한 콘셉트 스토어로 홍콩시장 공략!

홍콩지사

주요내용

▶ 홍콩 완차이의 핫플레이스 'Lee Tung Street'

- 홍콩 도심 중심부, 과거와 현재가 공존하고 주거지와 사무실이 밀집되어 있는 완차이 지역, 그 중에서도 Lee Tung Street는 가장 번화한 지역이다. 전문직 고소득 직장인들이 많아 최신 트렌드의 제품들과 다양한 국가의 세련된 음식들이 고급스러운 매장에서 판매되고 있다.

▶ 일본 Calbee 독특한 콘셉트 스토어 개장

- 일본의 대표 스낵제조기업인 Calbee가 홍콩의 유명 제과업체 Four Seas Mercantile Holdings와 손잡고 Lee Tung Street에 고급 리테일샵을 임대하여 콘셉트 스토어를 열었다.

  ※ 콘셉트 스토어(Concept Store) : 특정한 테마에 맞추어 상품을 구성, 진열하여 판매하는 매장

- 매장에서는 매일 감자칩을 즉석에서 구워 소비자 취향에 맞게 초콜릿, 아이스크림, 치즈 토핑 3가지 중 하나를 선택하여 즐길 수 있는 신개념의 감자칩을 선보이고 있다. 매장은 한정판으로 판매하는 새로운 감자칩을 맛보고자 하는 홍콩 소비자들로 항상 북적인다.

▶ 트렌디한 매장과 제품, SNS로 공유되어 홍보효과 톡톡

- 완차이 지역은 유행에 민감한 20, 30대 전문직 종사자들과 다양한 국적의 관광객들로 항상 붐비기 때문에 트렌디한 매장과 제품에 대한 정보가 SNS를 통해 빠르게 전파된다. 소비자들이 자발적으로 매장과 제품의 사진, 정보를 공유하고 전파하기 때문에 홍보효과 또한 크다.
- 소비자의 호기심을 유발시키고, 소비로 유인하기 위해서는 SNS를 통해 공유하고 싶은 독특한, 고급스러운 매장과 패키징을 하는 것이 중요하다.

| 매장입구 전경 |

| 입구 앞 디스플레이 및 한정상품 매진광고 |

| 매장 내부 모습 |

시사점

- 홍콩은 전 세계 모든 국가의 수입 농식품이 자유롭게 수입, 유통되어 소비되는 시장이다. 인구는 많지 않지만 동·서양의 문화가 공존하고 국제적인 기업이 밀집되어 있어 농식품을 비롯한 새로운 상품에 대한 마켓테스트를 하기에 적합한 곳이다.
- 젊은 소비자층을 공략하기 위해서는 TV 등 언론매체를 이용한 매스미디어 광고 뿐만 아니라 홍콩의 주요 소비 중심지에 상품과 지역 특성에 맞는 콘셉트 스토어를 여는 등 차별화된 마케팅을 추진할 필요가 있다.

일본
Japan

4. 간편하고 건강한 '요리 키트' 시장 성장

도쿄지사

주요내용

▶ 바쁘고 요리에 익숙하지 않은 현대인

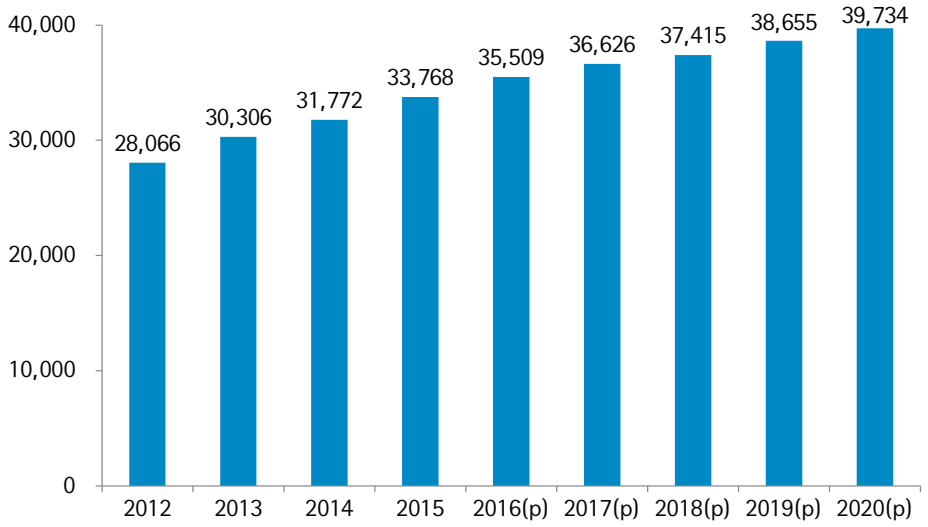
- 후생노동성의 발표에 따르면 1인 가구는 지속적인 증가 추세이며, 맞벌이 가구도 2012년 이후 100만을 넘었다.
- 바쁜 일상 속에서 요리를 기피하는 젊은 세대가 많아짐과 동시에 신선한 재료로 적은 시간을 투자하여 만들어 먹을 수 있는 건강식을 선호하는 경향이 증가하고 있다.

▶ 요리 키트, 식재료와 요리 레시피를 함께 배송하는 서비스

- 1인 가구 증가, 라이프 스타일의 변화로 일본 식품시장에서 '간편요리'의 인기가 높아지고 있다. 최근 이러한 흐름에 맞춰 인기를 끌고는 것이 육류, 야채, 소스 등 손질인 끝난 식재료가 레시피와 함께 각 가정으로 배달되는 '요리 키트' 상품이다.
- 매일 메뉴를 고민하지 않고 단시간에 조리가 가능하다는 점 때문에 통신판매(통판) 시장에서 주목을 받고 있다. 미국의 블루 에이프런사 등의 '밀 키트' 성공사례을 벤치마킹하여, 일본에서는 레디쉬보야, 오이식스와 다이치오마모루카이 등의 식품회사가 앞다투어 요리키트 상품을 출시하고 있으며, 상품의 종류 또한 다양해지고 있다.
- 일본의 야노경제연구소에 따르면, 2015년도의 일본 식품통판 시장규모는 3조 3,768억엔으로 전년대비 106.3% 증가했으며, 2020년도의 동시장 규모는 2015년 대비 117.7%인 3조 9,734억엔으로 예측하고 있다.

| 식품통판 시장규모 추이 및 예측 |

단위 : 억원



▶ **요리 키트 서비스의 다양화**

- 요리 키트 제조업체는 유기농 야채사용, 조리법 다양화 등으로 차별화를 시도하고 있다.

| 일본 요리 키트 제조사별 특징 |

오이식스사	- 단시간 조리가 가능한 샐러드나 스프 메뉴를 개발 - 비교적 장기보관 가능한 냉동키트도 판매
레디쉬보야사	- 프리미엄 제품군을 내세워 생선, 육류, 면 등 상품 선택의 폭이 넓고 다양
팔시스템연합회	- 산지직송 야채 사용 비율을 높이기 위해 외부 위탁방식에서 자사 제조 방식으로 전환할 예정
타이헤이사	- 2003년부터 요리 키트를 제조, 판매 - 자사 통신판매로 냉동 요리 키트 판매

- 다양한 요리 키트 중에서도 한식 요리 키트가 인기를 끌고 있다. 오이식스사의 「쥬시 소보로와 야채 비빔밥」, 「파와 김, 두부를 곁들인 한국식 스프」 등 한식과 일식의 퓨전메뉴가 키트식 중 인기 1위를 차지한 바 있다. 또한 '로손 프레쉬'의 한국식 두부찌개도 좋은 평을 받고 있다.

| <로손프레쉬> 한국식 두부찌개 요리키트 |

| <오이식스> 비빔밥 요리 키트 |

| <팔시스템연합회> 요리 키트 |

시사점

- 바쁜 생활 속에서 현대인들은 간편하고 건강한 음식을 찾는다. '요리 키트'는 레시피와 함께 필요한 재료가 모두 손질되어 있어 빠른 시간 내에 쉽게 요리를 완성할 수 있고, 기존의 인스턴트 음식보다 건강에 좋아 일본에서 인기를 끌고 있다.
- 일본 수출을 준비하는 기업에서도 '요리 키트'를 비롯한 일본의 다양한 식품 소비트렌드를 반영하여 제품을 개발한다면 보다 많은 소비자들의 구매를 유도할 수 있을 것이다.

일본
Japan

5. 일본, 미국 식품안전현대화법(FSMA)에 촉각을 세우다

오사카지사

주요내용

▶ 일본, 미국 식품안전현대화법(FSMA)에 지대한 관심

- 2011년 1월 4일 오바마 대통령의 서명으로 법제화된 FSMA(Food Safety Modernization Act)는 식품안전관리 패러다임을 사후관리에서 사전예방적 규제로 전환하여 미국 내에 유통되는 식품의 안전을 확보하기 위해 새롭게 제정되었다.
- 이 법은 위해요소를 분석한 다음 특히 중요한 관리사항을 계속적으로 감시, 기록하는 공정관리시스템(HACCP : Hazard Analysis and Critical Control Point)을 내포한 식품안전계획의 수립, 수입식품 안전검증제도(FSVP : Foreign Supplier Verification Program), 제3자 검사제도 등을 규정하고 있다.
- 미국은 일본의 농수산식품 수출액 제 2위의 수출상대국으로 일본 농수산식품 수출에 있어 매우 중요한 시장이기 때문에 일본의 농림수산성은 향후 FSMA가 농수산식품 수출에 미치는 영향은 클 것으로 판단하고 다방면으로 준비하고 있다.

▶ 일본 농림수산성의 FSMA 대응방안

- 일본은 수출상대국의 규제를 완화시키기 위한 정부 간의 교섭 등에 필요한 정보를 수집하고 수출을 지원하는 '수출환경정비추진사업'을 추진하고 있다.
- 이 사업에는 FSMA에 대응하기 위하여 미국이나 EU에서 금지된 일본의 식품첨가물에 대한 규제를 완화, 철폐하기 위한 상대국과 협의, 조정, 데이터 수집 등을 위한 사업과 소, 닭, 돼지 등 축산물 유래의 첨가물을 수출할 수 있도록 제조시설 인증 취득을 지원하는 사업도 포함되어 있다.
- 또한 일본의 농수산식품 관련 사업자가 FSMA에 대한 이해를 넓힐 수 있도록 컨설팅, 세미나, 선진시설 견학, 매뉴얼 제작 등(`17년도 예산 36,800천엔, 한화로 약 3억7천만원)을 민간단체에 위탁하여 추진하고 있고 있다.
- 2016년도 사업을 위탁받은 일본무역진흥기구(JETRO)는 FSMA 개요와 사업자의 대응책을 설명한 동영상과 자료를 온라인으로 공개하고, 오프라인으로는 2016년도 26개 도시에서 설명회를 개최했다.
- 또한 예방관리전문가(PCQI : Preventive Controls Qualified Individual) 양성 커리큘럼을 제공하는 세미나를 실시하여 수료자에게는 FSPCA(The Food Safety Preventive Controls Alliance)가 인정하는 PCQI 자격을 수여하였다. 이 밖에도 FSMA 대응 지원 컨설팅 서비스와 미국의 변호사 등을 초대하여 FSMA 대응에 관하여 개별상담을 받을 수 있는 상담회를 실시하였다.

▶ 일본 식품 수출업체의 FSMA 대응사례

- 미국에 도라야키(일본식 팥빵)를 수출하고 있는 마루쿄제과는 FSMA 대응 선진시설사례로 소개된 곳으로 FSMA에 대응하기 위해 2013년 FSMA에서 규정하는 핵심 부분을 보완할 수 있는 국제규격 FSSC 22000을 취득하였다. 고액의 위생 관리비용이 발생하고 있지만 FSSC 22000 취득 후 미국 뿐만 아니라 일본 내에서의 이물질 혼입 클레임도 급감했다고 밝혔다.

※ FSSC (Food Safety System Certification) : 식품안전경영시스템(ISO 22000), 식품안전리스크 관리기준(PAS 220), 식품안전관리인증기준(HACCP) 등 식품안전경영을 위한 인증요건에 국제식품안전협회(GRSI)의 권고 사항을 추가한 국제적인 식품안전시스템 인증제도

- 레토르트 카레로 유명한 식품제조회사 하우스식품은 또다른 FSMA 대응 선진시설사례로 FSMA에 대응하기 위해 HACCP을 취득하고 전 직원을 대상으로 HACCP 인증관련 교육을 실시하고 있다.

* 출처 : 일본 농림수산성 홈페이지, 일본무역진흥기구(JETRO) 홈페이지

시사점

- 일본에서는 이미 대미수출 확대를 위하여 미국 식품안전현대화법에 대응을 구체화하고 있다. 가장 빠르게는 2018년부터 시행되는 FSMA의 식품 안전성에 대해 보증할 수 있도록 국내 기업의 관심과 적극적인 대응이 필요하다.
- 미국 식품안전현대화법은 대미 수출에 있어 비관세장벽으로 작용할 것이 분명하지만 사전에 적극적으로 대응한다면 수출확대의 전환점이 될 수 있을 것이다.

태국
Thailand

6. 한국 & 태국 AEO MRA(우수공인업체 상호인정약정) 체결

방콕지사

주요내용

▶ AEO MRA이란?

- AEO MRA(우수공인업체 상호인정약정)는 세관당국이 상대국의 AEO 업체에 대해서 자국 AEO 업체와 동일한 무역 혜택을 부여하는 약정을 말한다.

※ AEO(Authorized Economic Operator, 우수공인업체) : 관세법 등 수출입 법규준수도가 높고 물품취급, 출입통제, 시설보안, 거래업체관리 등 안전관리 수준이 우수하다고 관세청이 인정한 무역업체로 세관 당국이 통관 절차상 다양한 혜택 제공

※ MRA(Mutual Recognition Arrangement, 상호인정약정) : 자국에서 인정한 AEO업체를 상대국에서도 인정하고 상호 합의한 세관 절차상의 특혜를 제공하는 약정

▶ 한국과 태국, AEO MRA체결로 양국 간 교역촉진 기대

- 2016년 12월 27일 태국에서 개최된 한국-태국 관세청장회의에서 AEO MRA가 체결되었다. 체결 이후 약 3개월의 시범운영을 거쳐 약정이 발효되면 우리나라의 AEO 업체가 태국에 수출할 때 태국 관세당국으로부터 세관검사 축소, 우선 통관 등 혜택을 받게 되어 수출기업 경쟁력 제고 및 양국 간 교역촉진에 기여할 것으로 기대된다.
- 우리나라는 지난 2010년 미국 등을 시작으로 중국, 일본 등 주요 교역국과 AEO MRA 체결을 확대해 왔으며, 현재 세계 최다 AEO MRA 체결국으로 부상했다.

※ AEO-MRA 체약국 : 중국, 미국, 일본, 인도, 캐나다, 멕시코, 터키, 뉴질랜드, 홍콩, 싱가포르, 이스라엘, 도미니카, 대만, 태국(14개국)

* 출처 : www.aeothai.com, www.aeo.or.kr

시사점

AEO기업의 수출물품은 AEO MRA 체결국으로 수출 시 검사면제, 심사완화 등 차별화된 신속한 통관 등 혜택을 받아 기업경쟁력 강화에 도움이 될 것으로 보이며, 국내 농식품 수출기업 또한 우수공인업체로 인정받는다면 통관을 보다 손쉽게 진행할 수 있을 것으로 기대된다.

인도네시아
Indonesia

7. 뉴질랜드 폰테라 인도네시아 유제품 시장 진출

자카르타지사

주요내용

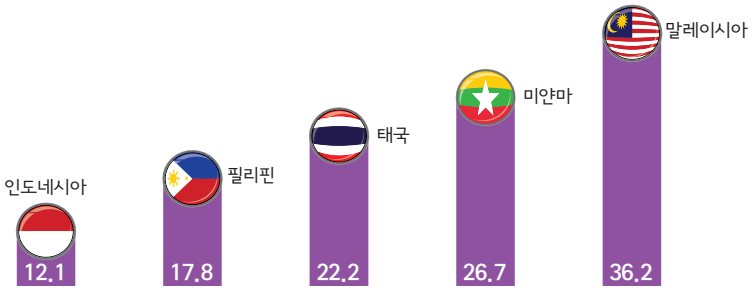
▶ 폰테라, 인도네시아 유제품 시장 진출

- 뉴질랜드의 최대 유제품 제조업체인 폰테라(Fonterra)가 인도네시아 요구르트와 치즈 시장에 진출할 예정이다. 폰테라의 현지 법인 폰테라 브랜즈 인도네시아(PT Fonterra Brands Indonesia)는 최근 인도네시아 중산층의 증가로 유제품 시장이 성장할 것으로 판단하고 있다.
- 인도네시아 요구르트와 치즈 시장의 성장률은 각각 연 32%와 8%에 이르고 있으며, 시장 조사가 끝나는 대로 신제품을 본격 시판할 계획이라고 밝혔다.
- 이미 여러 업체가 인도네시아 요구르트 시장에 진입해 상품 다양화, 저가 전략을 펼치고 있으며, 인도네시아 소비자의 건강에 대한 관심이 유제품 시장의 성장을 뒷받침할 것으로 보인다.
- 또한 폰테라는 기존 호텔과 레스토랑, 카페 등에서만 판매했던 치즈 제품을 소매 시장으로도 유통하는 것을 고려하고 있다.

▶ 인도네시아 유제품 시장 전망

- 폰테라 브랜즈 인도네시아 보고서에 따르면, 인도네시아 유제품 시장은 2015년부터 연 13%의 성장세를 보이고 있으며 2019년에는 44조 루피아(약 3조 8,280억원) 규모에 이를 것으로 전망된다.
- 현재 국민 1인당 우유 소비량은 연 12리터로 말레이시아 36리터, 태국의 22리터에 비해 매우 적지만, 매장의 증가 추세와 중산층의 부상으로 향후 소비 증가가 기대된다.

| 아세안 주요 국가별 1인당 우유 소비량 |



* 출처 : 자카르타경제일보 2017.1.27., IPSOS

시사점

- 인도네시아는 대부분의 우유생산 농장이 자바섬(자카르타 위치)에 집중되어 있고, 현재 우유 생산농장이 부족하여 우유 소비량의 3분의 2 이상을 외국으로부터 수입하고 있다. 우유 주요 수입국은 미국, 호주, 뉴질랜드이며 한국산 우유는 현재 검역협정을 진행 중에 있다.
- 향후 인도네세아 유제품 수출을 염두하고 있다면 사전에 할랄인증을 받아야 하며 인도네시아 우유시장에 대한 면밀한 조사 또한 필요할 것이다.

미국
America

8. 미국 소비자가 선호하는 음료는?

뉴욕지사

주요내용

▶ '건강에 좋은 음료' 미국에서 여전히 인기

- 2016년 BNP가 진행한 미국 소비자 대상 음료 선호도 조사 결과에 따르면 천연(72%), 건강(60%), 유기농(58%), 에너지(37%), 간편(33%), 저칼로리(28%), 프로바이오틱스(28%), 비타민(28%), 저당(26%), 고단백질(16%) 음료 순으로 선호도를 보였다.
- 2015년 조사결과와 비교했을 때, 천연, 건강, 에너지, 간편음료의 순위는 올라갔으며 유기농, 저당, 저칼로리 음료 순위는 하락하였다. 2016년 새로운 음료 특징으로는 프로바이오틱스, 비타민, 고단백질이 등장하였으며 작년에 이어 몸에 좋은 음료를 찾는 트렌드에는 변함이 없는 것으로 보인다.

▶ 미국 소비자가 가장 선호한 맛은 '커피'

- 한편, 2016년 미국 소비자가 가장 선호한 음료의 맛(Flavor)은 '커피' 인 것으로 집계되었다. 작년 가장 많이 팔린 음료 맛은 커피(24%), 초콜릿(22%), 체리(20%), 망고(20%), 코코넛(18%) 순이었다.
- 상위권에서는 밀려났으나 사과, 코코넛, 복숭아 등 과일 맛은 여전히 음료업계에서 꾸준히 인기를 끌고 있으나 레몬, 자몽, 라임 등의 감귤류는 다소 주춤하는 추세이다.

▶ 미국 음료 제조업체 신제품 개발 현황

- 미국 음료 제조업체는 매번 빠르게 변하는 소비자 선호 음료 트렌드를 파악하고 새로운 제품 개발에 힘쓰고 있다.
- 신제품 개발에 걸리는 기간은 주로 6~9개월(49%)이 소요되며 3~5개월(33%)이 걸린다고 응답한 제조업체도 많았다. 소요되는 비용은 38%가 $1,000~$19,999선이라고 응답했으나 평균값은 $59,181으로 제조업체 간 편차가 컸다.
- 현재 제조업체들이 신제품 개발에 힘을 쏟고 있는 음료 카테고리로는 와인/맥주/주류(44%)가 선두에 올랐고 그 뒤로 커피/차(33%), 물/주스(33%), 스포츠/에너지드링크(32%), 탄산음료(26%)였다.

* 출처 : Beverage Industry 1월호

시사점

- 현재 알로에 음료는 대미 음료 수출의 선두주자로 잘 알려져 있으며 한인마켓을 넘어 중국, 히스패닉, 현지 주류마켓 등 미 전역 매장에 유통되고 있다. 알로에 음료와 함께 현지 트렌드를 반영한 복숭아, 코코넛 등 맛을 혼합한 제품도 새롭게 선보이고 있다.
- 2016년 가장 많이 팔린 음료의 맛으로 커피가 꼽혔으므로 물만 있으면 언제 어디서나 간편하게 즐길 수 있는 한국산 커피믹스는 미국 소비자들을 사로잡기 충분할 것으로 보인다. 다만 현지 소비자가 부담없이 구매할 수 있도록 소량 판매, 포장의 현지화 등이 필요할 것으로 보인다.
- 비타민, 감기 예방 등 유자차가 가지고 있는 특징을 잘 살린다면 건강한 음료를 선호하는 미국 소비자들에게 관심을 끌 수 있을 것으로 보인다.

| 알로에, 복숭아 음료 |

| 간편 커피믹스 |

| 꿀유자차 |

미국
America

9. 미국, 알레르기 유발성분 미표기 식품 수입경고

LA지사

주요내용

▶ 주요 알레르기 유발성분 미표기 상품, DWPE 조치예정

- 미국 수출시 알레르기를 유발할 수 있는 원재료를 라벨에 필수적으로 명시해야 하며 이를 어기는 업체는 DWPE Red list에 오르게 된다.
- DWPE(Detention Without Physical Examination)는 '물리적인 검사없는 억류조치'로 Red list에 오른 업체들의 해당 제품이 미국으로 수입될 경우 제품에 대한 검사없이 바로 억류된다.

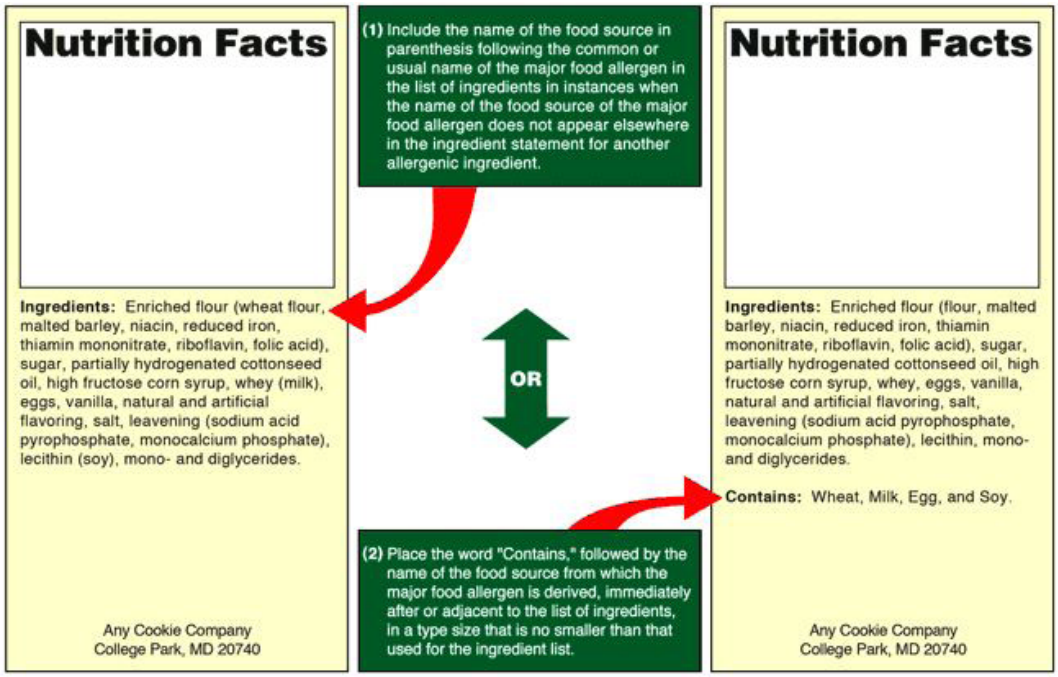
▶ 미국 알레르기 유발성분 표기관련 규정

- 미국 알레르기 유발성분 표시와 관련하여 FALCPA(Food Allergen Labeling and Consumer Protection Act of 2004)에 의해 규제되고 있으며 신선식품은 적용이 제외된다.
- 8개 주요 알레르기 유발 성분군은 우유, 계란, 생선, 갑각 조개류, 견과류, 밀(wheat), 땅콩, 대두이며 해당 성분이 포함된 식품의 경우 반드시 라벨에 그 성분을 표기해야 한다.
- 예를 들어 견과류의 경우 아몬드, 피칸, 호두 등으로 명시해야 하며 생선은 대구, 넙치 등 생선명을 적고 갑각 조개류는 게, 랍스터, 새우 등으로 적어야 한다.
- 주요 알레르기 유발 성분군 속한 재료를 사용하여 가공한 제품 또는 추출한 단백질이 사용된 경우에도 반드시 표시해야 한다.

▶ 알레르기 유발성분 식품라벨에 표기 방법

- 알레르기 유발성분을 표시할 때에는 성분내역(ingredient statemt)부분에 명시하거나 알레르기 유발성분군에서 추출된 재료를 포함한 경우 Contains statement에 표기해야 한다.
  예) Ingredients : whey(milk) 혹은 Contains Milk라고 표기.

| 알레르기 유발관련 표기 예시 (출처: FDA) |



* 출처 : FDA Import Alert 및 Food Labeling Guide 등

시사점

- 미국 수출시 알레르기 유발식품 표시는 필수조건이며 한국어 라벨이 영문으로 번역되면서 관련 내용이 제대로 표기되지 않아 거부되는 사례가 발생하고 있어 특별한 주의가 필요하다.
- 대부분의 한국 수출업체는 영문라벨을 스티커로 부착하는 경우가 많은데, 최근 FDA는 한국어로 적혀있는 라벨도 함께 비교하여 검사하는 경우도 많아져 한국어로 적혀있는 성분관련 내용이 영문으로는 누락되지 않았는지 반드시 확인해야 한다.

유럽
Europe

10. 식품첨가제 이산화티타늄(E171) 발암물질 논란

파리지사

주요내용

▶ 이산화티타늄이란?

- 이산화티타늄(titanium dioxide, TiO2)은 소금 알갱이의 1만분의 1 크기의 나노입자로 유럽에서 식품첨가물번호 E171로 흔히 알려져 있다. 흰색을 내는 색소로 식용색소와 혼합하여 식품의 색깔을 선명하게 하며 식품 외에도 의약품, 화장품, 페인트 건축자재 등 다양한 분야에서 사용된다.
- 2017년 2월 4일 프랑스 소비단체 UFC Que Choisir가 보도한 자료에 따르면 현재 프랑스에서 유통되는 4000개 이상의 약품이 이산화티타늄 성분을 포함하고 있다.

▶ 이산화티타늄 내장세포 손상 및 발암 가능성 발표

- 그동안 이산화티타늄은 인체에 무해한 것으로 알려져 가공식품에 널리 사용되었다. 그러나 2017년 1월 20일 프랑스 식품환경위생노동청(ANSES)이 INRA(Institut national de la recherche agronomique)을 통해 연구한 결과에 따르면 이산화티타늄 나노입자를 섭취할 경우 내장세포를 손상시키고, 면역체계에 해로운 영향을 미치며 암까지 유발할 수 있다는 내용을 발표했다.
- 이산화티타늄을 지속적으로 섭취할 경우 장의 점막이 손상되고 신진대사가 느려지며 철, 아연, 지방아미노산과 같은 영양소 섭취 또한 방해받게 된다.
- 현재 많은 식품에 이산화티타늄이 첨가되고 있기 때문에 소비자들이 위험에 노출되어 있으며, 특히 어른보다 사탕과 같은 과자류를 많이 섭취하는 아동들이 이산화티타늄에 노출될 가능성이 현저하게 높다.
- 인간의 몸에 섭취된 이산화티타늄은 소변을 통해 배출되는데 이는 강, 호수 등 자연으로 방출될 가능성이 높아 이산화티타늄의 생태 축척의 가능성도 배제하지 못하기 때문에 장기적으로는 환경, 농업에 영향을 미칠 수도 있다.
- 프랑스의 경제부와 보건부와 농업부는 식품환경위생노동청(ANSES)에 이산화티타늄이 인체에 미치는 영향에 대한 추가 조사를 의뢰했다.

▶ 식품업계 이산화티타늄 사용 중지하기도

- 미국의 던킨도너츠는 2015년부터 As You Sow라는 시민단체의 압력으로 이산화티타늄의 나노입자 성분을 포함한 설탕의 사용을 중지하기도 했다.
- 과자 제조업체 Verquin과 즉석조리식품 업체 William Saurin 또한 공정과정에서 이산화티타늄 성분을 철폐한다고 밝혔다.

※ 출처

- Dioxyde de titane – Anses (2017.1.26.)
- Alerte sur les dangers du dioxyde de titane E171, un additif alimentaire tr s courant – Le monde (2017.1.20.)
- Alimentation. L'E171, ou le principe de pr caution l'envers – Humanit (2017.1.24.)
- Dioxyde de titane : le colorant E171 est aussi pr sent dans un grand nombre de m dicaments – Sant magazine
- Additive found in toothpaste and food products could cause cancer, say scientists– Independent (2017.2.4.)
- Colorant E171 – quechoisir.org (2017.2.4.)
- Chewing gum, toothpaste and TUNA could lead to CANCER, study finds– Express (2017.2.24.)
- Bonbons, biscuits... Alerte aux nanoparticules dans nos assiettes – L'OBS (2017.6.15.)

시사점

- 이산화티타늄(E171)과 같이 식품첨가물에 사용되는 나노입자의 위험성에 대해 소비자 단체와 언론의 활동이 강화되고 있는 만큼 현재 유럽 수출용 식품에 이산화티타늄이 사용되고 있다면 주의할 필요가 있다.
- 이 밖에도 유럽에서 식품첨가물에 대해 더욱 민감해지고 있고 클린라벨 운동이 확산되고 있으며, 글루텐 프리, MSG 무첨가, 무색소 등 무첨가 제품의 판매가 높아지고 있는 점을 감안해 유럽 수출 식품에는 식품첨가물 사용을 줄일 필요가 있다. 또한 무첨가, 유기농 등을 부각시킨 패키징 등을 통해 소비자들에게 어필할 수 있을 것으로 판단된다.

지구촌리포트

VOLUME 35
2017. 03

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

06774 서울특별시 서초구 강남대로 27 aT 농수산식품기업지원센터 수출정보부
☎ 전화 : (02) 6300-1679