

# 대만 보건식품 시장현황

Taiwan

ISSUE REPORT





# 목차

---

## ● 제 1 장 대만 보건식품 시장 개요

가. 보건식품 시장 환경	7
(1) 경제 현황	7
(2) 보건식품 및 건강식품 범위	9
(3) 보건식품 시장 및 매출 규모	13
나. 보건식품 수입 절차 및 라벨링 규정	22
(1) 수입산 보건식품 수입 절차	22
(2) 건강식품 인증 등록제도	26
(3) 건강식품 라벨링 규정	32
(4) 유기농 농식품 수입 조건	38

## ● 제 2 장 대만 보건식품 유통현황

가. 보건식품 유통 구조	45
나. 보건식품 유통 여건 및 채널	46
(1) 보건식품 유통 여건	46
(2) 보건식품 유통 채널	48
다. 보건식품 가격 동향	72
(1) 제품별 가격 동향	72
(2) 가격 분석	89

## ● 제 3 장 보건식품 소비자 실태 조사

가. 조사 개요 .....	93
나. 조사 결과 .....	95
(1) 복용 습관 분석 .....	95
(2) 구매 행위 분석 .....	102
(3) 건강식품 구매 의향도 .....	110
(4) 한국 보건식품 인지도 분석 .....	114
다. 종합 조사 결과 분석 .....	120

## ● 제 4 장 한국산 보건식품 대만 시장 확대 방안

가. 한국 보건식품 대만 시장현황 .....	127
(1) 보건식품 시장 특성 .....	127
(2) 한국산 보건식품 대만 현황 분석 .....	130
(3) 한국산 보건식품 수출 마케팅 전략 .....	136

## ● 참고 자료

가. 설문 조사 결과 상세 자료 .....	143
나. 대만 국제 유기농 인증 기관 일람표 .....	148
다. 참고 문헌 및 관련 사이트 .....	184



# 제 1 장

## 보건식품 시장 개요

가. 보건식품 시장 환경

나. 보건식품 수입 절차 및 라벨링 규정



# 1

## 보건식품 시장 개요

### 가. 보건식품 시장 환경

#### (1) 경제 현황

##### 〈대만 일반 경제지표〉

인구 수	2,355만 명
평균수명	80.0세
남성 평균수명	76.8세
여성 평균수명	83.4세
국내총생산(GDP)	NT\$17,118,694불(약529,910USD)
평균 국민소득	NT\$634,055불(약19,626USD)
경제성장률	1.50%
물가 상승률	1.4%
노동 성장률	58.75%
평균 실업률	3.92%

※ 출처 : 홍콩 조사통계국

대만 인구는 2016년 12월 기준 2,355만 명으로 역대 최고였다. 노령화 지수 또한 역대 최고 수준으로 국민 평균수명은 80세, 그중 남성은 76.8세, 여성은 83.4세로 나타났다. 평균수명은 지역별 편차가 있으며 북쪽이 남쪽보다 높은 양상이었다.

2016년 경제성장률은 전년 대비 1.5% 상승했다. 대외 수출이 회복세로 돌아섰고, 정부의 주요 정책인 '대만 투자 강화' 및 '구조 개혁 실현' 실시가 주요 원인이었다. 물가 현황을 보면 기후가 불안정해 채소와 과일 가격이 상승했고, 2016년 소비자 물가지수도 1.4% 상승했다. 앞으로도 기후 불안정 및 국제 에너지 가격에 영향을 받아 물가지수는 지속 상승할 것으로 예상된다. 한편 2016년 대만 내 취업 시장은 국내 노동시장의 지속적 안정, 노동 성장률 58.75% 성장, 평균 실업률 3.92%로 감소세 등을 기반으로 사회적 안정성을 보였다.

대만의 내수 소비 중 식품 및 요식 서비스업이 비교적 높은 부분을 차지하고 있다. 고가의 식품 음료 구매와 고급 식당 외식은 대만 국민들의 일상적인 여가 방식이 되었다. 한편 해외여행 가격 하락으로 해외여행을 통한 해외 직매가 증가함으로써 간접적으로 대만 내수 시장 소비는 감소했다.

건강을 중시하는 사회 풍토가 짙어지면서 건강식 및 건강 중심 생활 문화, 보건의식품을 찾는 대만 소비자들의 소비 욕구가 강해졌다. 예를 들어 보건의식품을 비롯한 헬스클럽, 건강검진 등 건강과 몸매 관리 부분 투자가 많아졌다. 특히 타이베이, 타이중, 가오슝 등 대도시 거주자의 건강 중시 개념이 보편적으로 높다. 또 인터넷이 발달해 자료 검색, 상품



구매, 상품 추천 등 정보 공유를 통한 생활의 질적 향상을 꾀하고 있다. <2016년 대만 디지털 소비자 연구 보고>에 따르면 대만 인구 70%는 소비나 투자를 해서라도 생활의 질적 향상을 원하고 있고, 69%는 구매 전 인터넷을 검색한다고 한다.

## (2) 보건식품 및 건강식품 범위

### ■ 보건식품 및 건강식품 정의

#### <일반식품, 보건식품, 건강식품 분류>

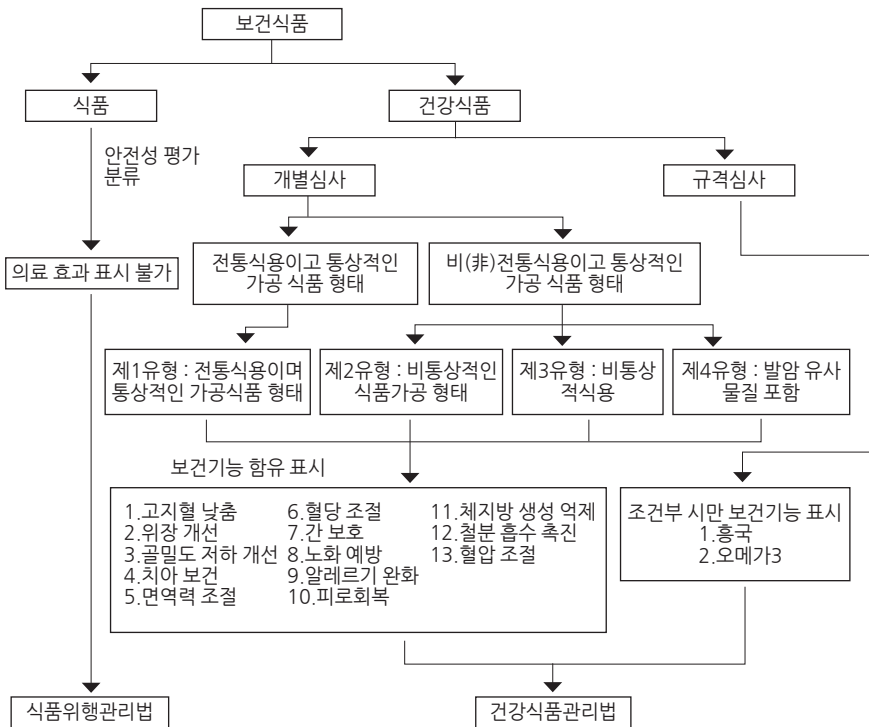
구분	정의
일반식품	사람이 먹고 마시거나 씹는 제품 및 그 원료 제공을 말하며, 전통식품 형태와 캡슐 알약 형태로 분류
보건식품	건강 및 보건 개념을 갖춘 상품, 일반인이 그렇게 여기거나 또는 신체 일부에 건강적인 도움을 준다고 여겨지는 상품
건강식품	법률적 용어로 과학적인 안전 및 보건 효능의 평가 실험을 거쳐 인체 건강에 무해함과 또한 명확한 보건 효능을 증명해 인증을 받은 식품으로 그 효능에 대해 광고나 라벨링 표기를 할 수 있음. 단, 그 효능이 질병의 치료나 교정 등 의료 효능 목적의 식품은 아님. 건강식품신청허가방법(健康食品申請許可辦法)에 근거 위생복지부에 신청 및 심사 허가 후 '건강식품' 용어를 사용할 수 있음

인체에 도움을 주는 식품 또는 건강보조식품은 국가별로 이해와 정의, 법 규정도 다르다. 보고서에서 말하는 '보건식품'은 대만 위생복지부 인증을 받은 '건강식품' 외에도 보건 혹은 기능성을 갖춘 식품을 말한다. 즉 건강식품, 유기농식품, 기능성식품 등 인체에 유익한 성분을 포함한 식품을 모두 일컫는다. 보건식품은 통상적으로 기능성이 있다고 여겨지나 정부의 인증을 받지 않았기 때문에 일반식품과 같이 '식품안전위

생관리법' 규정을 따른다. 또 일반식품으로 취급해 효능 광고 및 라벨링 표기를 과장하거나 오해할 만한 내용을 표기할 수 없다.

대만의 '건강식품'이라는 용어는 '건강식품관리법(健康食品管理法)'이 1999년 정식 시행된 후 법률 효력을 부여받아 정의한 용어다. 제품 품질을 엄격히 심사해 승인된 유효기간 내 제품이 효능이 있음을 건강 인증 마크 등으로 표기할 수 있다. 효능에 대한 광고나 라벨링 표기도 가능하다. 단, 식품의 효능이 의료적 치료 목적은 아니다.

### 〈대만 식품 법규 및 관리〉



※ 출처: 식품공업발전연구소, 상업발전연구원 정리

## ■ 보건식품 산업 유형

대만은 보건식품 산업 유형을 크게 7가지로 구분한다, 非식물류보조식품(예; 어유, 글루코사민, 칼슘제 등), 종합보조식품(예: 어유+참깨, 사중 한약(四物)+철분 비타민 B군+철분제 등), 식물류전통식품(우장지, 영지, 인삼 등), 비타민류식품(종합비타민, 단일비타민 등), 체중관리식품(오일프리캡슐, 고섬유질캡슐 등), 아동영양보조식품, 운동영양식품(고단백질 보충품, 크레아틴 등)

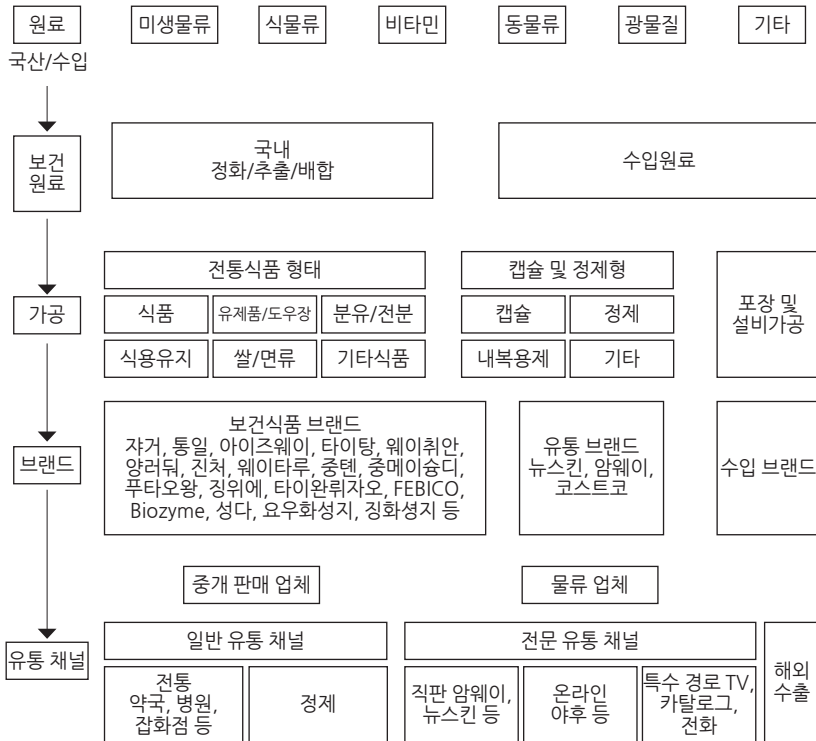
### 〈대만 보건식품 제품 분류〉

구분	정의
비식물류보조식품	인체에 필요한 영양소(광물질 위주) 보충 또는 특수 생리 조절 기능을 갖춘 제품, 재료는 비식물류 재료
종합보조식품	인체에 필요한 영양소(광물질 위주) 보충 또는 특수 생리 조절 기능을 갖춘 제품, 재료는 식물류와 비식물류를 혼합 사용한 식품
식물류전통보조식품	인체에 필요한 영양소(광물질 위주) 보충 또는 보건 기능을 갖춘 제품으로 인삼, 영지 등 전통적으로 사용된 식물류 보조 식품
비타민류식품	종합비타민과 단일비타민 등 비타민 제품
체중관리식품	체중 관리, 몸매 유지 또는 다이어트 관련 제품
아동영양보조식품	영유아용 전용 영양 보조 식품
운동영양보조식품	전문적으로 운동 후 영양 보충 또는 근육 생성 촉진 또는 유지시키는 제품

대만 보건식품 산업은 주로 2~3차 산업에 분포해 있다. 가공 제조 기술이 비교적 발달해 국제적 대기업의 OEM 형식으로 생산하고 있다. 특히 알약, 캡슐 형태 보건식품의 OEM 생산 업체 매출이 매년 성장세를 보인다. 대만 보건식품 주요 브랜드인 중메이슝디(中美兄弟:chungmei),

부터오왕성지(葡萄王生技: grapeking), 요우화성지(友華生技:orient europa) 등은 대만 유통 판매를 확대하기 위한 고투자 마케팅과 광고를 하고 있다. 해외 브랜드인 암웨이(Amway), 산토리(Suntory) 등도 대만 시장에 깊숙이 정착하는 등 국내외 브랜드 경쟁이 점차 심화되고 있다.

### 〈대만 보건식품 산업구조〉



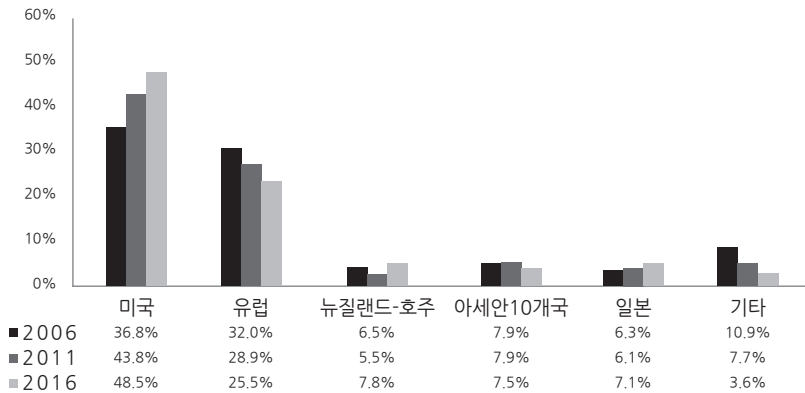
※ 출처 : 산업경제 및 추세 연구센터, 상업발전연구원

### (3) 보건식품 시장 및 매출 규모

#### ■ 보건식품 수입 규모

대만 경제부 통계처에 따르면 2016년 기준 대만 보건식품 수입 총액은 4억 달러로 역대 최고를 기록했고, 전년 대비 1%의 연간 성장률을 보였다. 주요 수입국 중 미국산 점유율이 48.5%로 2006년의 36.8%와 비교해 11.7% 상승했다. 유럽산은 25.5%로 전년 대비 6.5% 감소했다. 양대 수입국의 합계가 전체의 74%를 차지한다. 수입 제품 점유율로 구분하면 ‘보건류의 캡슐, 알약, 알갱이 분말 제품’이 35.2%, ‘환자전용식품’이 29.2%, ‘영아 조제식품 및 유아 조제 보조식품’이 18.6%를 차지하고 있다.

〈보건식품 국가별 수입 증가율〉



※ 출처 : 경제부 통계처(2017년 10월)

## 〈대만 보건식품 수출입 실적〉

(단위 : 천달러/ %)

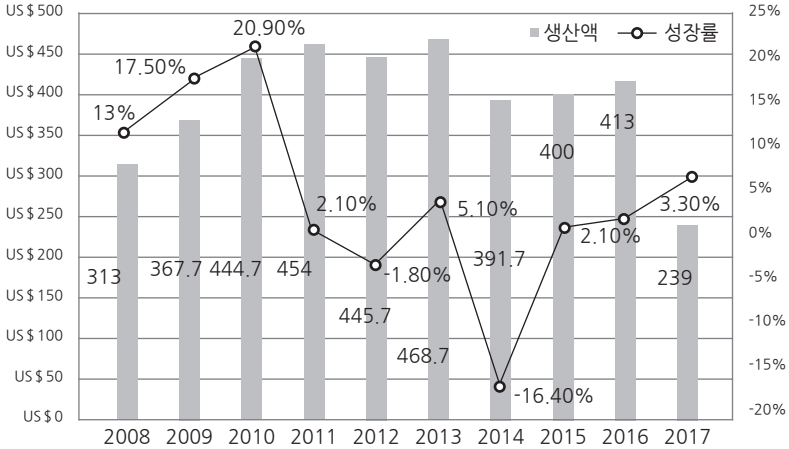
연도	수출실적	연간성장률	수입실적	연간성장률
2007	29,798	26.3	239,102	5.9
2008	42,195	41.6	255,976	7.1
2009	43,014	1.9	280,498	9.6
2010	51,556	19.9	311,577	11.1
2011	66,930	29.8	321,216	3.1
2012	67,500	0.9	349,143	8.7
2013	76,834	13.8	382,406	9.5
2014	85,247	10.9	380,478	-0.5
2015	100,135	17.5	399,102	4.9
2016	106,956	6.8	403,137	1.0
2017(6월)	61,414	-5.4	233,728	4.7

※ 출처 : 경제부 통계처(2017년 10월)

### ■ 보건식품 생산 규모

대만 경제부 통계처 자료에 따르면 대만 수입 세칙 번호(CCC Code) 0410001000, 1602101000 등 23개 품목에 해당하는 대만산 보건식품의 생산 실적은 2013년에 4.69억 달러로 가장 높았다. 2014년에는 일부 기업이 생산 판매 정책을 변경해 생산액 3.92억 달러로 연간 16.4%가 감소했다. 2015년에 생산 실적이 다시 회복세를 보이며 2년 연속 성장세를 이어갔다.

### 〈대만 보건식품 생산 실적 2008~2016〉



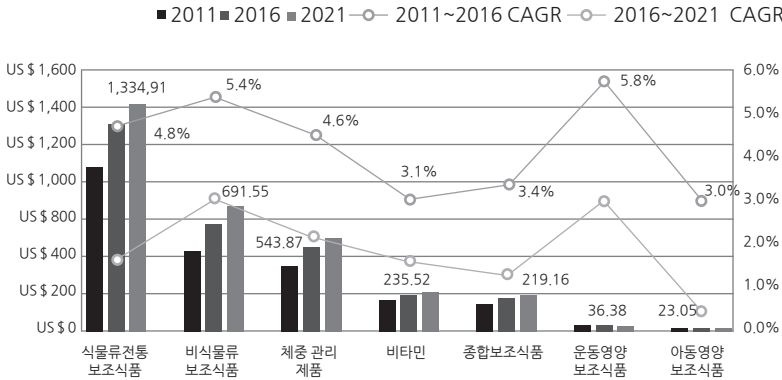
※ 출처 : 경제부 통계처(2017)

#### ■ 보건식품 매출 규모

유로모니터에 따르면 판매 규모는 대만 보건식품의 시장 판매가에 판매 수량을 곱한 매출액을 나타낸 지표로 2016년 기준 대만 보건식품 판매 규모는 30.8억 달러, 2011~2016년 연평균 성장률(CAGR)은 4.7%로 나타났다. 현재 전통식물류보조식품이 13.35억 달러(43.3% 점유)로 1위, 비식물류보조식품이 6.92억 달러(22.4% 점유)로 2위를 나타냈다. 주요 판매 상품 중 운동영양보조식품이 가장 높은 연평균 성장률을 보이고 있다. 적극적인 운동을 통해 건강과 체형을 유지하려는 추세가 강해지고 있기 때문이다. 종합적인 수요를 보면 단일 기능 제품 수요로의 전환이 식이보충품의 판매를 증가시켰다.

## 〈보건식품 판매 규모〉

(단위 : 백만 달러)



※ 출처 : Euromonitor(2017)

### ■ 대만 보건식품 시장의 경쟁 현황

시중에 판매되는 품목별 대만 보건식품 매출액을 근거로 대만 브랜드와 해외 브랜드의 시장점유율을 다음과 같이 정리했다. 업체의 품목별 실제 매출액을 확실한 수치로 확보하기 어려워 각 업체의 전체 매출액 대비 관련 식품의 점유율로 계산했다.

#### ① 비타민류식품, 종합보조식품, 비식물류보조식품 시장점유율

2017년 기준 업체별 시장점유율은 37개 대기업의 시장점유율이 60.76%, 그중 대만 기업의 시장점유율이 25.4%, 외국 기업이 35.52%를 차지하고 있다. 제품별 과열 경쟁이 심화됨에 따라 광고비와 마케팅 전략을 강화하는 추세다. 한국 기업인 K사(정○○)는 14위로 대만 시장 점유율은 1.2%이다.



## 〈비타민류식품, 종합보조식품, 비식물류보조식품 브랜드 시장점유율〉

(단위 : 백만 달러, %)

회사 명칭	국가	2013년		2014년		2015년		2016년		2017년	
		금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율
Amway Corp	USA	166.58	8.42%	176.04	8.51%	187.05	8.64%	195.21	8.63%	203.20	8.60%
Sanyo Pharmaceutical Co Ltd	Taiwan	148.45	7.50%	158.18	7.65%	167.85	7.76%	176.74	7.81%	185.17	7.84%
Grape King Enterprise Inc	Taiwan	106.79	5.40%	118.10	5.71%	128.84	5.95%	135.66	6.00%	141.18	5.97%
Suntory Holdings Ltd	Japan	115.11	5.82%	122.36	5.91%	129.45	5.98%	135.19	5.98%	140.24	5.93%
Pfizer Inc	USA	82.89	4.19%	87.15	4.21%	90.80	4.20%	93.97	4.15%	96.77	4.10%
Taiwan Sugar Corp	Taiwan	79.03	3.99%	83.79	4.05%	83.38	3.85%	83.64	3.70%	84.73	3.59%
Herbalife Ltd	USA	58.30	2.95%	58.95	2.85%	59.79	2.76%	63.80	2.82%	66.92	2.83%
Nu Skin Enterprises Inc	USA	52.60	2.66%	53.53	2.59%	54.78	2.53%	55.90	2.47%	57.13	2.42%
PepsiCo Inc	USA	43.55	2.20%	44.63	2.16%	46.86	2.17%	49.48	2.19%	53.82	2.28%
Uni-President Enterprises Corp	Taiwan	37.11	1.88%	38.73	1.87%	41.40	1.91%	43.31	1.91%	44.75	1.89%
Taisho Pharmaceutical Holdings Co Ltd	Japan	32.35	1.64%	34.81	1.68%	37.77	1.75%	40.37	1.78%	43.29	1.83%
Mylan Inc	USA	-	-	-	-	-	-	35.60	1.57%	37.56	1.59%
USANA Health Sciences Inc	USA	33.00	1.67%	33.66	1.63%	34.09	1.58%	34.58	1.53%	35.05	1.48%
K사	Korea	32.35	1.63%	29.93	1.45%	29.72	1.37%	29.52	1.31%	29.51	1.25%
Otsuka Holdings Co Ltd	Japan	21.98	1.11%	24.06	1.16%	25.79	1.19%	27.08	1.20%	28.06	1.19%
Paolyta Co Ltd	Taiwan	23.31	1.18%	23.63	1.14%	24.48	1.13%	25.41	1.12%	27.19	1.15%
Double Crane Enterprise Co Ltd	Taiwan	19.34	0.98%	20.29	0.98%	21.29	0.98%	21.98	0.97%	22.59	0.96%
Ching Hwa Biotechnology Co Ltd	Taiwan	18.87	0.95%	19.33	0.93%	19.93	0.92%	20.54	0.91%	21.19	0.90%
Pro-partner Ltd	Taiwan	6.96	0.35%	7.67	0.37%	9.39	0.43%	11.27	0.50%	14.75	0.62%
Sinphar Pharmaceutical Co Ltd	Taiwan	10.70	0.54%	11.05	0.53%	11.40	0.53%	11.66	0.52%	11.89	0.50%
Miyarisan Pharmaceutical Co Ltd	Japan	9.30	0.47%	9.51	0.46%	9.96	0.46%	10.31	0.46%	10.85	0.46%
Bayer AG	Germany	9.86	0.50%	10.16	0.49%	10.42	0.48%	10.55	0.47%	10.64	0.45%
Avon Products Inc	USA	8.73	0.44%	9.00	0.44%	9.21	0.43%	9.39	0.41%	9.56	0.40%
Ting Hsin International Group	Taiwan	12.02	0.61%	11.62	0.56%	9.26	0.43%	8.85	0.39%	7.41	0.31%
Sun Ten Pharmaceutical Co Ltd	Taiwan	5.85	0.30%	6.07	0.29%	6.35	0.29%	6.59	0.29%	6.86	0.29%
Winston Pharm Co Ltd	USA	6.16	0.31%	6.13	0.30%	6.09	0.28%	5.99	0.26%	5.99	0.25%
Yung Shin Pharmaceutical Co Ltd	Taiwan	5.11	0.26%	5.32	0.26%	5.61	0.26%	5.79	0.26%	5.96	0.25%
Jen Sheng Pharmaceutical Co Ltd	Taiwan	5.28	0.27%	5.46	0.26%	5.59	0.26%	5.70	0.25%	5.80	0.25%
Takeda Pharmaceutical Co Ltd	Japan	4.06	0.21%	4.10	0.20%	4.24	0.20%	4.39	0.19%	4.59	0.19%
China Chemical & Pharmaceutical Co Ltd	Taiwan	4.01	0.20%	4.15	0.20%	4.31	0.20%	4.42	0.20%	4.51	0.19%
Microbio Co Ltd	Taiwan	7.36	0.37%	3.28	0.16%	3.50	0.16%	3.64	0.16%	3.68	0.16%
General Nutrition Centers Inc	USA	3.05	0.15%	3.24	0.16%	3.37	0.16%	3.50	0.15%	3.66	0.16%
Mannatech Inc	USA	3.19	0.16%	3.15	0.15%	3.11	0.14%	2.77	0.12%	2.57	0.11%
Taiwan Biotech Co Ltd	Taiwan	2.55	0.13%	2.61	0.13%	2.49	0.12%	2.42	0.11%	2.46	0.10%
King Car Group	Taiwan	2.17	0.11%	2.22	0.11%	2.22	0.10%	2.21	0.10%	2.33	0.10%
Sentosa Co Ltd	Taiwan	2.12	0.11%	2.18	0.11%	2.18	0.10%	2.20	0.10%	2.18	0.09%
Sheng Chang Pharmaceutical Co	Taiwan	3.30	0.17%	1.87	0.09%	1.84	0.09%	1.78	0.08%	1.71	0.07%

회사 명칭	국가	2013년		2014년		2015년		2016년		2017년	
		금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율
Johnson & Johnson Inc	USA	1.02	0.05%	-		-		-		-	
Meda AB	Sweden	-		31.83	1.54%	33.75	1.56%	-		-	
Rottapharm SpA	Italy	30.16	1.52%	-		-		-		-	
기타		763.87	38.61%	801.00	38.72%	836.64	38.66%	880.84	38.94%	927.32	39.24%
합계		1,978.45	100.00%	2,068.79	100.00%	2,164.19	100.00%	2,262.31	100.00%	2,363.06	100.00%

※출처 : 상업발전연구원

## ② 식물류전통보조식품 시장점유율(대만산/수입산)

2017년 기준 27개 대기업의 시장점유율이 전체의 57.32%에 달하며, 그 중 대만 기업 점유율이 31.41%, 해외 기업이 25.91%를 차지하고 있다. 산양야오예(三洋藥業: gener-sanyang)가 선두 자리를 유지하고 있고, 웨이스비(維士比)와 바이마마리펀(白馬馬力芬) 제품이 현장 근로자와 트럭 운전자 등에게 인기를 얻고 있다. 그 밖에 한약재를 이용한 여성 음료품(四物飲 등)과 전통과 현대 요소를 결합한 음료도 인기다. 한국 기업 K사(정OO)의 순위는 8위, 시장점유율은 2.13%다.

## 〈식물류전통보조식품 브랜드 시장점유율〉

(단위 : 백만 달러, %)

기업 명칭	국가	2013년		2014년		2015년		2016년		2017년	
		금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율
Sanyo Pharmaceutical Co Ltd	Taiwan	148.45	12.51%	158.18	12.77%	167.85	13.03%	176.74	13.21%	185.17	13.35%
Suntory Holdings Ltd	Japan	111.34	9.38%	118.47	9.56%	125.46	9.74%	131.10	9.80%	136.06	9.81%
Taiwan Sugar Corp	Taiwan	76.39	6.44%	81.04	6.54%	81.06	6.29%	81.41	6.09%	82.35	5.94%
Amway Corp	USA	41.79	3.52%	47.05	3.80%	54.47	4.23%	58.93	4.41%	63.22	4.56%
PepsiCo Inc	USA	43.55	3.67%	44.63	3.60%	46.86	3.64%	49.48	3.70%	53.82	3.88%
Grape King Enterprise Inc	Taiwan	38.02	3.20%	40.57	3.27%	43.73	3.39%	46.18	3.45%	48.60	3.50%
Uni-President Enterprises Corp	Taiwan	35.58	3.00%	38.73	3.13%	41.40	3.21%	43.31	3.24%	44.75	3.23%
KT&G Corp	Korea	32.35	2.73%	29.93	2.42%	29.72	2.31%	29.52	2.21%	29.51	2.13%
Paolyta Cwo Ltd	Taiwan	23.31	1.96%	23.63	1.91%	24.48	1.90%	25.41	1.90%	27.19	1.96%
Double Crane Enterprise Co Ltd	Taiwan	19.34	1.63%	20.29	1.64%	21.29	1.65%	21.98	1.64%	22.59	1.63%
Herbalife Ltd	USA	16.30	1.37%	16.23	1.31%	16.20	1.26%	19.33	1.44%	21.42	1.54%
Nu Skin Enterprises Inc	USA	16.51	1.39%	16.75	1.35%	17.03	1.32%	17.33	1.30%	17.63	1.27%
Nin Jiom Medicine Mfy (Hong Kong) Ltd	Hong Kong	9.23	0.78%	9.70	0.78%	10.15	0.79%	10.47	0.78%	10.81	0.78%
Sun Ten Pharmaceutical Co Ltd	Taiwan	5.85	0.49%	6.07	0.49%	6.35	0.49%	6.59	0.49%	6.86	0.49%
Ting Hsin International Group	Taiwan	10.73	0.90%	10.50	0.85%	8.39	0.65%	8.10	0.61%	6.76	0.49%
Hsin Wan Jen Chemical & Pharmaceutical Co Ltd	Taiwan	5.02	0.42%	5.32	0.43%	5.60	0.43%	5.86	0.44%	6.11	0.44%
Avon Products Inc	USA	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
GlaxoSmithKline Plc	UK	5.10	0.43%	5.18	0.42%	5.29	0.41%	5.38	0.40%	5.49	0.40%
Ricola AG	UKSwitzerland	3.99	0.34%	4.09	0.33%	4.32	0.34%	4.44	0.33%	4.57	0.33%
Microbio Co Ltd	Taiwan	3.76	0.32%	3.94	0.32%	4.08	0.32%	4.19	0.31%	4.33	0.31%
Zentoru Pharmaceuticals	Japan	7.36	0.62%	3.28	0.26%	3.50	0.27%	3.64	0.27%	3.68	0.27%
Ryukakusan Co Ltd	Japan	2.97	0.25%	3.10	0.25%	3.16	0.25%	3.21	0.24%	3.25	0.23%
Mars Inc	USA	2.87	0.24%	2.91	0.23%	2.94	0.23%	2.98	0.22%	3.02	0.22%
Sheng Chang Pharmaceutical Co	Taiwan	1.54	0.13%	1.63	0.13%	1.71	0.13%	1.74	0.13%	1.77	0.13%
Reckitt Benckiser Group Plc (RB)	UK	3.30	0.28%	1.87	0.15%	1.84	0.14%	1.78	0.13%	1.71	0.12%
Asadaame Co Ltd	Japan	1.28	0.11%	1.38	0.11%	1.48	0.11%	1.57	0.12%	1.67	0.12%
Lofthouse of Fleetwood Ltd	UK	1.28	0.11%	1.32	0.11%	1.39	0.11%	1.42	0.11%	1.45	0.10%
기타		1.43	0.12%	1.45	0.12%	1.50	0.12%	1.54	0.12%	1.42	0.10%
합계		518.02	43.65%	541.87	43.73%	556.96	43.24%	573.96	42.91%	591.98	42.68%

※ 출처 : 상업발전연구원

### ③ 체중관리식품 시장점유율(대만산/수입산)

2017년 기준 11개 대기업 점유율이 55.94%, 그중 대만 기업 점유율이 23.18%이고, 외국 기업이 32.76%를 점유하고 있다. 2014년 다수의 식품 안전 문제가 발생한 이후 소비자들은 점차 식품 정보에 관심을 기울이기 시작했으며 효능과 부작용의 상관관계를 더욱 중요시하는 분위기다. 현재 대만 브랜드의 체중관리식품은 대부분 여성, 비만인을 대상으로 대대적인 광고를 동원하고, 법 규정에 위반되는 애매한 표현 등 식품 효능을 과대광고하는 경우도 있다.

#### 〈체중관리식품 브랜드 시장점유율〉

(단위 : 백만 달러)

기업 명칭	국가	2013년		2014년		2015년		2016년		2017년	
		금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율
Herbalife Ltd	USA	146.95	30.76%	145.99	29.08%	147.51	28.10%	148.93	27.14%	147.89	25.88%
Funcare Inc	Taiwan	29.74	6.22%	33.91	6.76%	36.97	7.04%	40.12	7.31%	42.82	7.49%
La Sort Sheng Ji Co	Taiwan	33.19	6.95%	33.66	6.71%	35.13	6.69%	36.46	6.65%	39.16	6.85%
Uni-President Enterprises Corp	Taiwan	19.51	4.08%	22.61	4.50%	24.30	4.63%	25.56	4.66%	26.34	4.61%
Nu Skin Enterprises Inc	USA	19.65	4.11%	20.72	4.13%	21.70	4.13%	22.75	4.15%	23.78	4.16%
Sinphar Pharmaceutical Co Ltd	Taiwan	15.46	3.24%	16.58	3.30%	17.96	3.42%	18.93	3.45%	19.85	3.47%
Amway Corp	USA	8.33	1.74%	8.71	1.73%	9.09	1.73%	9.50	1.73%	9.94	1.74%
A Tong Bo Pharmaceutical Co Ltd	Taiwan	9.08	1.90%	8.22	1.64%	8.09	1.54%	9.41	1.72%	4.29	0.75%
Abbott Laboratories Inc	USA	3.04	0.64%	3.20	0.64%	3.33	0.63%	3.44	0.63%	3.53	0.62%
USANA Health Sciences Inc	USA	2.38	0.50%	2.35	0.47%	2.09	0.40%	1.91	0.35%	1.61	0.28%
Mannatech Inc	USA	0.75	0.16%	0.55	0.11%	0.53	0.10%	0.51	0.09%	0.49	0.09%
기타		189.68	39.70%	205.52	40.94%	218.34	41.58%	231.13	42.13%	251.80	44.06%
합계		477.74	100.00%	502.02	100.00%	525.05	100.00%	548.65	100.00%	571.51	100.00%

※ 출처 : 상업발전연구원

#### ④ 운동영양보조식품 시장점유율(대만산/수입산)

2017년 기준 6개 대기업의 시장점유율이 80%에 달하는데 해외 기업이 대부분을 차지하고 있다. 그중 Abbott는 현재 업계 1위이기는 하나 시장점유율이 지속적으로 하락하고 있다. 원인은 동 브랜드를 오프라인 대리점에서만 판매해 소비자들이 인터넷으로 다른 브랜드 제품을 구매하기 때문이다. 기타 브랜드의 해외 기업들이 운동 영양 정보를 주도하고 있어 현재는 외국 브랜드가 주류를 이루고 있다.

#### 〈운동영양보조식품 브랜드 시장점유율〉

(단위 : 백만 달러)

기업 명칭	국가	2013년		2014년		2015년		2016년		2017년	
		금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율
Abbott Laboratories Inc	USA	9.6	31.17%	10.0	30.49%	10.2	29.37%	10.4	28.44%	10.6	27.52%
PVL Fit Foods Ltd	CANADA	7.3	23.73%	7.7	23.47%	7.9	22.89%	8.1	22.23%	8.3	21.54%
Glanbia Plc	Ireland	3.6	11.72%	4.0	12.14%	4.2	12.10%	4.4	11.97%	11.97%	11.70%
Post Holdings Inc	USA	.		3.6	11.12%	3.8	10.95%	3.9	10.62%	4.0	10.40%
IA Nutrition Inc	USA	1.9	6.13%	2.1	6.34%	2.2	6.25%	2.3	6.38%	2.4	6.20%
Ultimate Nutrition Inc	USA	0.8	2.61%	0.8	2.51%	0.8	2.43%	0.9	2.50%	0.9	2.42%
Dymatize Enterprises LLC	USA	3.3	10.76%	.		.		.		.	
기타		4.3	13.86%	4.6	13.93%	5.5	16.02%	6.5	17.86%	7.8	20.23%
합계		30.8	100.00%	32.7	100.00%	34.6	100.00%	36.5	100.00%	38.4	100.00%

※ 출처 : 상업발전연구원

## 나. 보건식품 수입 절차 및 라벨링 규정

### (1) 수입산 보건식품 수입 절차

현재 보건식품 수입 시 보건식품에 국한된 특별 규정은 없다. 일반식품과 같이 식품안전위생관리법에 따라 처리하며 일반식품 수입 규정과 같다. 그러나 만약 보건식품이 캡슐·알약 형태 또는 인증을 이미 받은 건강식품인 경우 수입 검사 관련 추가 증명을 제출해야 한다.

대만 수입 시 보건식품과 관련한 주요 기관은 대만 관무서와 식품약품관리서(TFDA) 두 곳이다. 관무서(세관)는 샘플 채취와 수입 신청 접수를 받고, 식품약품관리서는 수입 검사와 증서를 발급한다. 관무서는 수입 검사 증서와 관련 자료를 검토 후 대만 수입을 허가한다.

#### ■ 일반식품 수입 시 준비 서류

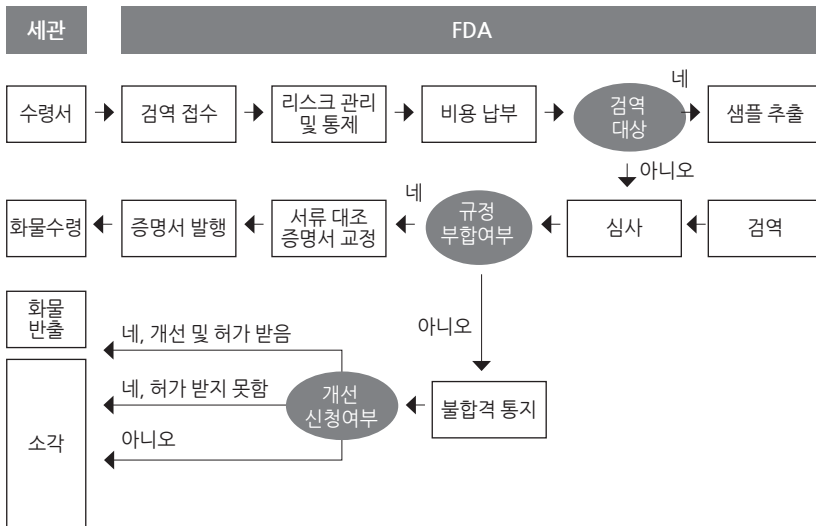
‘식품 및 관련 제품의 수입검사방법(食品及相關產品輸入查驗辦法)’ 규정에 근거, 수입 검사 신청자는 아래의 서류를 구비해 대만 식품약품관리서에 검사를 신청해야 한다.

- 검사 신청서
- 제품 자료표
- 수입 통관 신고서 복사본
- 대만 위생복지부 식품약품관리서 지정 문서

■ 상황에 따른 추가 검사 필요 서류

- 일본산일 경우 일본 원산지 증명, 방사능 검사 보고서
- 베트남 홍차 검사 보고서
- 150kg 이상의 드럼통 또는 벌크 포장 식용유 위생 증명
- 벌크 포장 유지류 선내 입고 시 청결 완료 증명서
- 검사 등록 허가증(예: 식품첨가물, 특수영양식품 등)
- 복합 식품첨가물 수입 식품 성분 검사 보고서 및 정부 위생 증명
- DNA 변경/ 비DNA 변경 - 대두, 옥수수, 사탕수수, 고량, 유채, 근대(Beet)- 검사 증명 문서

〈수입 식품 검사 신청 절차〉



※ 출처 : 위생복지부, 상업발전연구원

## ■ 캡슐·알약 형태 식품 수입 절차

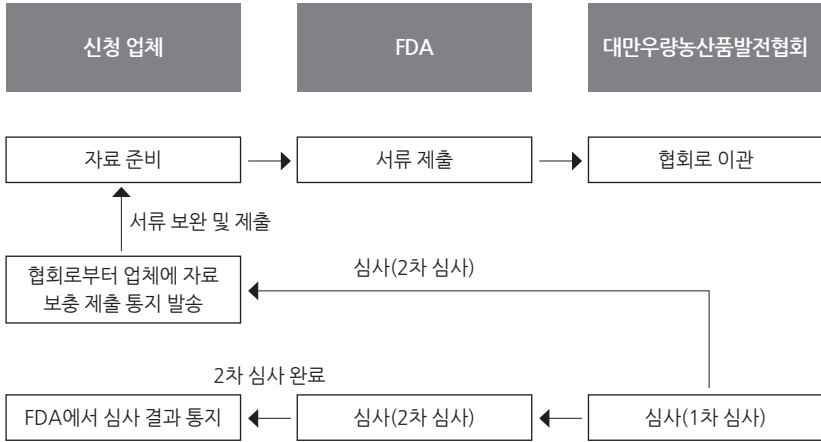
보건식품 중 캡슐·알약 형태 식품일 경우 반드시 사전에 캡슐·알약 수입 검사 등록을 신청하고 관련 서류를 제출해야 통관을 신청할 수 있다. 외국 기업은 대만 위생복지부 식품약품관리서 사이트를 통해 필요한 서류를 준비한다. 최근 식품약품관리서는 ‘대만우량농산품발전협회’에 캡슐·알약 수입 심사 진행을 위탁했다. 따라서 관련 협회의 수입 심사 과정을 거친 후 최종적으로 식품약품관리서에서 재심사 후 최종 심사 결과를 통보한다. 캡슐·알약 형태의 식품 수입 신청 시 필요한 문서는 아래와 같다

## ■ 캡슐·알약 형태 식품 필요 서류

- 수입 검사 신청서
- 원료 성분 함량표 원본
- 원 제조 업체의 합법 제조 판매 기업 증명(정부 문서 원본)
- 기업의 회사 등록 신청 또는 상업등록증명 문서 복사본
- 원 포장식품 샘플(큰 포장, 날개 포장, 재분산포장자: 20개 정도의 샘플)
- 관련 식품 명세표 1식 3부
- 체결서(진술서)
- 검사 등록 자료 표 2부
- 기타 관련 자료(예: 성분 가공 프로세스, 위탁제조관계증명문서 원본)



### 〈캡슐·알약 형태 포장식품 수입 검사 등록 절차〉



※ 출처 : 대만우량농산품발전협회, 상업발전연구원

#### ■ 라벨링 표기와 광고 문구 위반 규정 관련 주의 사항

대만위생복지부는 2014년 1월 7일 ‘선전 또는 광고 문구와 관련된 과장 및 오해 여지 또는 의료 효능의 인정 기준(食品標示宣傳或廣告詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定基準)’을 통해 건강식품 인증이 없는 경우, 대만 위생복지부 문서 번호 또는 그 해당 의미를 포함한 문구를 표기하는 것은 과장 또는 오해 문구를 사용한 것으로 인정한다고 공고했다. 보건식품 라벨링 표기와 홍보 광고 시 부적절한 공문서 번호 등을 인용해 소비자가 대만 위생복지부의 허가 또는 검사 합격된 제품으로 오해하거나 합격 제품으로 위장해 소비자의 건강에 영향을 끼치는 것을 방지하기 위해서다.

### ■ 해외 보건식품 브랜드의 대만 국내 건강식품 인증 마크 신청



수입산 보건식품의 건강마크 인증 신청 시 해외 수출 업체 명의로는 신청이 불가하다. 대만 국내 기업 또는 해외 지사 등 대만 사업자 등록을 소지한 업체를 통해서만 신청이 가능하다. 또 신청 시 제품 상표에 해외 제조사 명칭, 주소, 대만 신청 기업의 명칭, 주소를 표기해야 하고, 대만 신청 기업이 건강 인증 마크 권한을 갖는다. 따라서 대만 신청 기업에 변경 사항이 발생할 경우 해당 식품의 기존 등록 사항에 대해 변경 신청을 해야 지속적으로 사용할 수 있다

## (2) 건강식품 인증 등록제도

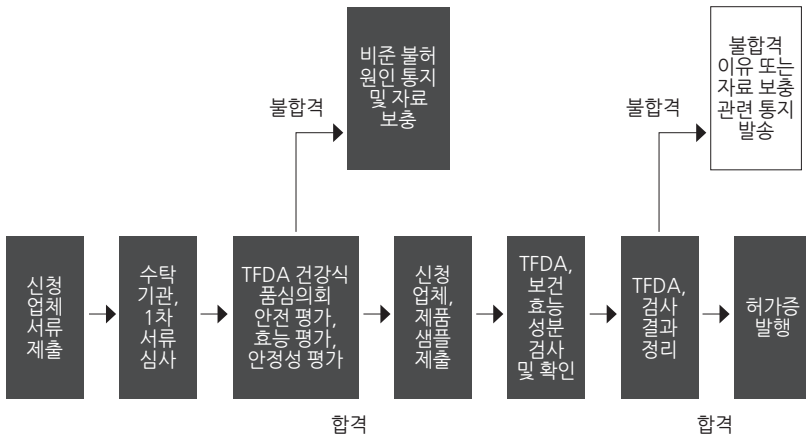
### ■ 건강식품 검사 등록제 이원화

건강식품 검사 등록은 이원화 제도를 취하고 있으며, 건강식품 허가 취득 또한 두 가지 조항으로 구분한다. 첫 번째는 ‘개별 심사’, 두 번째는 ‘규격 표준 심사’로 양자의 비교는 아래 표와 같다.

## 〈건강식품 검사 등록 이원화 제도 비교〉

명칭	정의	실험	건강식품 인증 마크
제1제도: 개별 심사 180일 이상 소요	품질 및 과학 검증 통과 후 위생서는 위부건식자(衛部建食字第Axxx號) 인증 번호 부여.	인체 실험은 불필요하나 반드시 동물실험 테스트를 거쳐야 하며, 일정 수준의 학술 이론적 보증 필요.	
제2제도: 규격 표준 심사 120일 이상 소요	학술 이론상 명확한 보건 효능이 확인되고, 보건 효능 평가 진행은 불필요. 신청 통과 후 위생서는 위부건식규자(衛部建食規字第Axxx號) 인증 번호 부여. (현재 중국과 어유 두 항목에만 국한)	동물실험 불필요, 그 효능을 이미 많은 사람이 인지함.	

## 〈건강식품 인증 등록 절차〉



작업 소요 시간 : 최초 신청 시 180일, 재신청 시 120일

### ① 제1제도 : 개별 심사

현재 기준 개별 심사를 통과한 건강식품은 315개로, 전통식품과 비전통식품 형태의 비율은 약 52:48이다.

건강식품 인증 신청 업체는 반드시 제조 과정 품질관리와 각종 실험 또는 과학 검증을 실시해 준비해야 한다. 위생복지부의 안전 유무와 과학 증거의 유효성을 심사받아 통과해야 바로 건강식품 허가증을 취득할 수 있다. 허가된 보건 효능 범위는 개별 제품에 제출한 과학적 검증 결과에 따른다.

개별 심사는 일반적으로 180일이 소요되고(신청 문서 제출 후부터 계산), 심사 비용은 25만 원(초심 8만 원, 재심 17만 원, 증명 수령 비용 및 검사비 미포함)이다. 심사를 통과한 제품은 건강식품 마크와 번호가 부여된다. 1999년부터 2013년 7월 22일까지 심사 발급한 번호는 '衛署健食字號(衛署健食字第A00000號)(위서건식자호 제A00000호)'이다. 2013년 7월 23일부터는 '위생서'가 '위생복지부'로 변경되어 이후로 건강식품 심사를 통과한 제품은 증서 번호가 '衛部健食字第A00000號(위부건식자호 제A00000호)'로 변경됐다.

### ② 제2제도 : 규격 표준 심사

대만 규격 표준 심사에 합격한 건강식품은 총 64개다. 과학적으로 이미 확실하게 보건 효능을 인정받은 성분을 대상으로 개방 규격 표준 심사를 적용한다. 대만 위생복지부가 평가하는 개방 규격 표준 품목과 권장 섭취량의 4대 요건은 ▲전통적으로 장기간 공급해도 경험상 무해, 안전함 ▲효능의 명확함 ▲유효 성분의 명확함 ▲유효 성분의 분석 방법 구축이다.

만약 제품 성분이 위생복지부가 공고한 건강식품 규격 표준에 부합하면 이론적으로 제품 권장 섭취량이 보건 효능을 갖춰 안전성이 확보된 것으로 본다. 신청 식품이 공고된 규격 표준 심사 보고에 부합했다는 서류를 제출하면, 보건 효능 평가와 안전 시험은 진행할 필요가 없다. 현재 공고한 건강식품 규격 표준으로 인정하는 품목은 어유와 홍국 두 가지다.

예) 어유 제품 표기 가능 : '본 제품은 혈중 트라이글리세라이드를 낮추는데 도움이 될 수 있고, 그 효능은 학술 이론에서 얻은 것이지 실험을 통해서 얻은 것은 아니다', 홍국류 제품 표기 가능 : '본 제품은 혈중 총 콜레스테롤을 낮추는 데 도움이 될 수 있고, 학술 이론으로 얻은 것이지 실험을 통해서 얻은 것은 아니다.' 규격 표준 심사는 일반적으로 120일(신청 문서 제출 후부터 계산)이 소요되며, 심사 비용은 8만 원(수령 비용 및 검사비 미포함)이다. 심사를 통과한 제품은 건강식품 마크 및 번호를 받는다. 1999년부터 2013년 7월 22일까지 심사 발급한 번호는 '衛署健食規字第000000號(위서건식규자제000000호)'이고, 2013년 7월 23일부터는 '위생서'가 '위생복지부'로 변경되어 이후 건강식품 심사를 통과한 제품은 증서 번호가 '衛署部健食規字第000000號(위서부건식규자제000000호)'로 변경되었다.

### ③ 건강식품 검사 등록 시 제출 사항

#### 〈건강식품 등록 제도별 제출 자료〉

제1제도검사(개별 심사)	제2제도검사(규격 표준 심사)
• 초심 심사비	• 초심 심사비
• 완제품 검사 샘플	• 완제품 검사 샘플
• 아래 문서와 자료	• 아래 문서와 자료
1. 신청서	1. 신청서
2. 제품 원료 성분 규격 함량표	2. 제품 원료 성분 규격 함량표
3. 제품의 안전 평가 보고서	3. 제품의 성분 규격 실험 보고서
4. 제품의 보건 효능 평가 보고서	4. 제품 및 건강 효능 성분안전성 시험 보고서
5. 제품의 보건 효능 성분 감정 보고서 및 검사 방법	5. 제품 제조 공정 개요
6. 관련 연구 보고 문헌 자료	6. 양호한 작업 규범 증명 자료
7. 제품과 그 보건 효능 성분 안전성 실험 보고서	7. 제품 위생검사 규격 및 그 검사 보고서
8. 제품 제조 공정 개요	8. 일반 영양성분 분석 보고서
9. 양호한 작업 규범 증명 자료	9. 제품 포장 상표 및 설명서
10. 제품 위생검사 규격 및 그 검사 보고서	10. 신청자 회사 등록 또는 상업 등록 증명 문서
11. 일반 영양성분 분석 보고서	
12. 제품 포장 상표 및 설명서	
13. 신청자 회사 등록 또는 상업 등록 증명 문건	

■ 대만 건강식품 보건 효능 인정 13개 항목

현재 식품약품관리서가 인정한 보건 효능은 총 13항목이고 구분 내용은 아래와 같다.

〈건강식품 보건 효능 인정 13개 항목〉

(1) 소화기관 기능 개선	(8) 철분 흡수 촉진 기능
(2) 골절 보건 기능	(9) 혈압 조절 보조 기능
(3) 치아 보건 기능	(10) 체지방 형성 저하 기능
(4) 면역 조절 기능	(11) 알레르기 체질 조정 보조 기능
(5) 간 보호 기능(화학성 간 손상과 관련)	(12) 혈당 조절 기능
(6) 피로 해소 기능	(13) 고지혈 조절 기능
(7) 노화 지연 기능	

■ 건강식품 허가 인증 변경 관련 사항

건강식품 허가 인증 후 원래 등록된 사항을 변경할 경우 식품의 중문 또는 원문 명칭, 신청 기업 명칭, 주소 및 대표자, 제조사 명칭 및 주소, 원재료 성분 함량, 포장(내포장, 외포장 및 포장 수량), 위탁 제조자 명칭 및 주소 등의 항목을 포함해 허가증 변경 신청을 해야 한다. 이 외에 허가증도 갑 기업에서 을 기업으로 전환할 수 있다.

※ 건강식품 허가증 확대 변경 등록 전환 등록 재발급 등 업무 관련 참고 사이트  
[www.fda.gov.tw/tc/includes/GetFile.ashx?mID=19&id=4765](http://www.fda.gov.tw/tc/includes/GetFile.ashx?mID=19&id=4765)

### (3) 건강식품 라벨링 규정

#### ■ 건강식품 라벨링 표기 규정

건강식품관리법(健康食品管理法)이 1999년 8월 3일부터 시행된 후 ‘건강식품’은 법률상 정의되는 단어다. ‘건강식품’이란 “보건 효능을 가지고 있고 그 효능 표기 또는 광고가 가능하며, 실질적인 과학 증거가 있어야 한다. 단, 인류 질병의 치료·교정 등 의료 효능을 목적으로 하지는 않는다.”

대만 위생복지부는 건강식품관리법에 의거해 ‘건강식품관리법시행세칙(健康食品管理法施行細則)’, ‘건강식품신청허가방법(健康食品申請許可辦法)’, ‘홍국건강식품규격표준(紅麴健康食品規格標準)’, ‘어유건강식품규격표준(魚油健康食品規格標準)’, ‘건강식품안전성평가방법(健康食品安全性評估方法)’, ‘건강식품의보건효능평가방법(13항)(健康食品之保健功效評估方法)(13項)’, ‘건강식품기구용기포장위생표준(健康食品器具容器包裝衛生標準)’, ‘건강식품 원자진 방사능오염 안전허용량표준(健康食品原子塵放射能污染之安全容許量標準)’, ‘건강식품 잔류농약 안정전용량표준(健康食品殘留農藥安全容許量標準)’, ‘건강식품위생표준(健康食品衛生標準)’, ‘건강식품공장양호작업규범(健康食品工廠良好作業規範)’ 등의 규정을 후속적으로 개정했다. 건강식품관리법 및 관련 규정 내 미 규정된 부분은 ‘식품위생관리법’ 규정을 적용한다.

(참고 사이트 : [www.fda.gov.tw/tc/siteContent.aspxsid=1776](http://www.fda.gov.tw/tc/siteContent.aspxsid=1776))



① 건강식품, 일반식품(보건식품 포함) 식품 포장 라벨링 표기 주의 사항  
 식품 포장 라벨링 표기는 중국어와 통용 부호로 나타내야 하며, 표기 의  
 무 사항은 다음과 같다.

### 〈일반식품, 건강식품 라벨링 표기 사항 비교〉

건강식품	일반식품(보건식품 포함)
1. 품명	1. 품명(식품품명표기규범정리참고) '식품품명 표기규범정리(食品品名標示規範彙整)' <a href="https://consumer.fda.gov.tw/Law/Detail.aspx?nodeID=518&amp;lawid=297">https://consumer.fda.gov.tw/Law/Detail.aspx?nodeID=518&amp;lawid=297</a>
2. 내용물 명칭과 중량 또는 용량; 두 가지 이상 혼합물일 경우는 구분해 명기	2. 내용물 명칭; 2종 이상 혼합물일 경우, 함량은 많고 높은 것부터 기입
3. 식품첨가물 명칭	3. 주성분의 고저 구분 표기를 백분율(%)로 표기, 제품, 주성분 항목, 표기 내용 표기, 방식과 각 제품의 실시 일자는 중앙 담당 기관이 별도 제정
4. 유효기간, 보관 방법 및 조건	4. 실중량 용량 또는 수량
5. 제조사명칭 및 주소, 수입 업체 또는 대만 기업 명칭 및 주소	5. 식품첨가물 명칭; 혼합 2종 이상 첨가물, 기능성 명칭은 첨가물 명칭으로 구분 표기
6. 원산지(국가)	6. 제조사 또는 대만 국내 업체 명칭, 전화번호, 주소
7. 유효기간	7. 원산지(국가)
8. 영양 성분 및 함량	8. 유효기간
9. 허가 인증된 효능	9. 영양 표기
10. 허가증 번호(건강식품) 문구 및 표준 도안 (인증 마크)	10. 원전자 개조 식품 원재료 포함
11. 섭취량 복용 시 주의 사항 및 기타 필요 문구	11. 기타 중앙 주관 기관 공고 사항 참고 (식품안전위생관리법 제22조 규정에 근거한 일반식품 표기 사항)
12. 기타: 중앙 담당 기관 공고를 통한 지정 표기 사항 (건강식품관리법(健康食品管理法) 건강식품 표기사항 규정에 의거)	

〈일반식품 라벨링 표기〉



〈건강식품 라벨링 표기〉



건강식품의 표기 또는 광고는 허위 부실, 과장 내용이 있어서는 안 된다. 보건 효능 광고는 허가 범위를 초과해서는 안 되며, 건강식품의 표기 또는 광고는 치료 목적의 효능에 대한 내용을 포함해서도 안 된다.

건강식품관리법 제3조 규정에 근거, 건강식품은 두 가지 요건을 갖춰야 한다. 첫째는 명확한 보건 효능 성분이 있어야 하고 식품의 섭취 권장량은 반드시 과학적 근거가 있어야 한다. 둘째는 과학적 안전 및 보건 효능 평가 시험을 거쳐 인체 건강에 무해함을 증명하고, 성분은 명확한 보건 효능을 갖추고 있어야 한다.

#### ※ '건강식품 추가 표기 사항(健康食品應加標示事項)' 제정

- 문서 발송 일자 : 2017년 8월 30일, 대만 위생복지부 식품약품관리서 공고(문서 번호 : 衛授食字第1061301896號公告)
- 제정 의거 규정 : 건강식품관리법(健康食品管理法) 제13조 제1항 제10항
- 캡슐 및 알약 형태의 건강식품인 경우 반드시 용기 포장상 주의 사항 중 '본 제품은 약품이 아닌 보건용으로, 환자는 여전히 의사와 상의하십시오', '제시한 섭취량만 음용하고 과다 투여 시 효과는 없습니다'라는 문구를 삽입해야 한다.
- 캡슐 및 알약 형태가 아닌 건강식품인 경우 반드시 용기 포장상 주의 사항 중 '본 제품은 보건용이며 의료 효능은 없습니다', '제시한 섭취량만 음용하고 과다 투여 시 효과는 없습니다'라는 문구를 삽입해야 한다.
- 위의 2개 주의 사항은 반드시 굵은 글씨로 표기하고, 글씨체는 기타 문자 및 바탕색과 명확히 구분해야 한다.

- 2018년 1월 1일 이후 건강식품 허가증을 받은 제품은 본 공고의 규정에 따라 시행하고, 2017년 12월 31일 이전 건강식품 허가증을 받은 제품은 2018년 6월 30일까지 적용 유예기간을 준다. 2018년 7월 1일 이후부터 제작된 제품은 반드시 본 공고 규정에 따라 시행해야 한다.

건강식품관리법 제7조 규정에 근거, 건강식품의 제조, 수입은 그 성분, 규격, 작용 및 효능, 제조 절차 및 개요, 검사 규격 및 방법 관련 자료와 증명서, 상표와 샘플이 있어야 한다. 또 대만 중앙 담당 기관에 증명 비용, 검사 비용을 납부하고 검사 등록을 신청하며, 허가증 발급 후 제조 및 수입이 가능하다.

해외의 건강식품 인증 마크는 대만 내에서 인정되지 않기 때문에 '건강식품 수입 관련 규정'은 없다. 건강식품으로 대만 내에서 광고·홍보를 하려면 사전에 수입 업체에서 대만 내 건강식품 허가증을 신청한 후 수입해야 한다. 또는 일반식품으로 수입한 뒤 건강식품 허가증을 신청해야 한다.

## ② 영양 표기 관련 규정

대만 건강식품의 영양 성분 및 함유량 표기 방식과 내용은 중앙 담당 기관이 정하며 식품안전관리법의 관련 규정을 따른다. 비타민 광물질류의 알약·캡슐 포장식품의 영양 표기는 대만위생복지부가 2015년 1월 23일 공고한 '비타민 광물질류의 알약캡슐 포장식품 영양 표기 시행 사항(包裝維生素礦物質類之錠狀膠囊狀食品營養標示應遵行事項)' 표기 기준을 따른다.



## ■ 건강식품 광고 용어에 대한 규정

건강식품으로 인증받지 않은 보건식품은 ‘건강식품’으로 표기하거나 임의로 보건 효능을 광고할 수 없다. 또 외포장 표기, 광고, 광고 시 규정 위반 처리가 가능하다. ‘보건식품’, ‘기능성식품’, ‘영양보조식품’ 등은 일반적인 용어로 검증 등록 과정을 거칠 필요가 없고, 제품에 그 효능을 표기할 수 없다. 제품이 ‘건강식품’ 인증을 취득했다면 그 효능을 광고할 수는 있지만 효능에 관한 과대광고는 할 수는 없다. 다음은 건강식품 광고 용어 오류의 예이다.

### 〈건강식품 광고 용어 사용 오류의 예〉

13종 효능	광고 용어 사용 오류 예
소화기관 기능 개선	변비방지
골절 보건 기능	골절방지
치아 보건 기능	치아빠짐방지
면역 조절 기능	세포 강화 기능
간 보호 기능(화학성 간 손상에 대함)	간 손상 치료
피로 해소 기능	졸음 방지
노화 지연 기증	노화 예방
철분 흡수 촉진 기능	빈혈 예방
혈압 조절 보조 기능	혈압 낮춤
체지방 형성 저하 기능	체지방 낮춤
알레르기 체질 조정 보조 기능	알레르기 체질 개선
혈당 조절 기능	혈당 낮춤
고지혈 조절 기능	고지혈 낮춤

※ 출처 : 상업발전연구원

#### (4) 유기농 농식품 수입 조건

대만 유기농 식품을 담당하는 정부기관은 대만 농업위원회다. 최근 대만 최초의 유기농 산업 전문 법인 ‘유기농업촉진법(有機農業促進法)’ 초안이 통과됐다. 규정 내 각 항목에 관리 대책 및 벌금 등이 명확히 정리되어 있다.

대만은 현재 기타 국가와 유기농 동등성 승인을 얻지 못했다. 따라서 대만의 유기농 식품은 유기농 명의로 수출할 수 없다. 대신 22개국과 일방적인 유기농 동등성 인정을 승인했다. 22개국의 유기농 식품은 대만에서 유기농으로 표기해 판매할 수 있다. 일방적 동등성이 인정된 이 초안을 통해 향후 양국의 유기농 동등성을 상호 인정하는 체제를 규정할 수 있다. 대만과 기타 국가의 유기농 농산품의 상호 수출입이 가능하며, 동시에 유기농 명의로 판매도 할 수 있다.

‘유기농업촉진법’ 초안은 2017년 12월 기준 국회 통과 대기 중으로, EU(16개국), 미국, 캐나다, 뉴질랜드, 인도, 일본은 대만 농업위원회와 양국 간 상호 인증 시스템에 관해 협의 중이다.

‘유기농업촉진법’ 법안 통과 이전에 만약 해외 유기농 식품을 유기농 명의로 대만에 판매하고자 한다면 ‘농산품 생산 및 검사관리법(農產品生產及驗證管理法)\*’에 근거해 처리한다.

※ ‘농산품 생산 및 검사 관리법(有機農產品及有機農產加工品驗證管理辦法)’ : 2007년 1월 29일 대통령령 공포를 통해 시행되고 있다. 대만 농업위원회도 본 법 제5조 제2항과 제6조제2항 규정에 따라 ‘유기농제품 및 유기농산가공품검증관리방법(有機農產品及有機農產加工品驗證管理辦法)’과 ‘수입유기농산품 및 유기농산가공품관리방법(進口有機農產品及有機農產加工品管理辦法)’의 두 가지 규정을 제정했다. 대만산 및 수입산 유기농 제품과 유기 농산가공품 관리와 관련해서는 위의 두 가지 규정이 모두 적용된다.

## ■ 수입산 유기농 농산품 및 가공품 신청 규정

수입산 유기농 농산품 및 가공품 규정은 ‘수입유기농산품 및 유기농산가공품관리방법(進口有機農產品及有機農產加工品管理辦法)’에 의거한다. 수입산 농산품 및 농산가공품을 ‘유기농’ 명의로 대만에서 판매할 경우 국제 유기 인증 기구의 검증 결과에 따라 승인을 결정한다. 또 대만 농업위원회가 공고한 동등성 인정 국가의 국제 유기 인증 기구를 통해 인증 받은 농산품 및 그 가공품만 대만 내 유기농 명의로 판매가 가능하다.

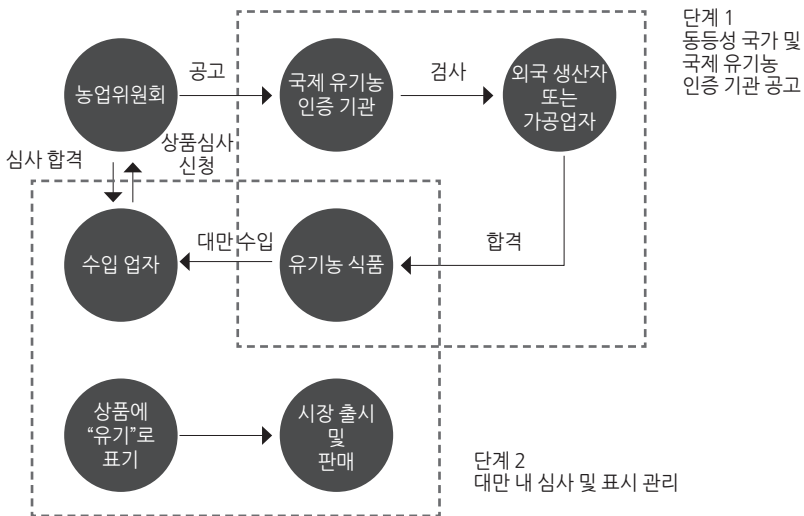
2017년 10월 기준 대만 농업위원회가 공고한 동등성 인증 국가 : 영국/프랑스/ 오스트리아/ 덴마크/ 네덜란드/ 독일/ 이탈리아/ 스웨덴/ 룩셈부르크/ 그리스/ 스페인/ 아일랜드/ 벨기에/ 포르투갈/ 헝가리/ 스위스/ 뉴질랜드/ 호주/ 미국/ 캐나다/ 칠레 등 22개국 내 국제 유기 인증 기구 리스트

대만 내에서 유기농 명의로 수입 판매가 가능하다. 현재 기준으로 한국 수입산 유기농산품 및 그 가공품은 동등성을 인정한 22개국 외의 생품이다. 그럼에도 22개 국가 내 국제 유기 인증 기구를 통해 검증되었다면 대만 농업위원회가 공고한 22개국에 속하지 않아도 대만 내 유기농 명의 수입 판매가 가능하다.

한국이 대만 농업위원회에 동등성 인정 국가 신청을 하려면 한국 유기농 관련 정부 기관 등에서 대만 농업위원회에 자료를 제공해 유기농산품 관리 동등성 국가의 심사 업무 절차를 밟아야 한다.(대만 담당 기관은 농업위원회 농량서—農糧署— 유기농업과)

- ▲ 한국 유기농 담당 기관의 정식 공문 1부
- ▲ 한국 유기농 법규 비교 자료 1부
- ▲ 한국 유기농 제품 검증 개황 1부, 한국 내 검증 기구 수량, 검증 통과 농장 수량 및 면적(가공 공장 수 포함)
- ▲ 한국 유기농 제품 검증 관리 설명서 1부, 관리 기구 관리 대책 및 규정 위반한 유기농 제품의 농산품 경영 업자에 대한 국내외 검증 기구 처리 방법

### 〈유기농 제품 수입 절차〉



※ 출처 : 상업발전연구원



## ■ 수입산 유기농 농산품 및 가공품 대만 표기 규정

앞의 절차를 종료하면 관련 유기농 제품을 수입하기 전에 대만 농업위원회에 유기농 표기 동의 문서 심사 발급을 신청해야 대만 내 판매가 가능하다. 대만 농업위원회는 ‘심사 발급 수입 농산품 및 농산가공품 유기농 표기 동의서 심사 작업 요점(核發進口農糧產品及農糧加工品有機標示同意文件審查作業要點)’을 공고했는데 아래 문서를 구비해야 신청이 가능하다. 수입 업체는 유기농 표기 동의 문서 심의 발급 신청 전, 우선 수입 업체 등록 신청서 작성, 수입 업체 및 대표자 직인, 사업자 등본 복사본 1부를 준비해야 한다.

- ▲ 수입 농산품 및 가공품 유기농 표기 동의 문서 심의 발급 신청서
- ▲ 수입 농산품 및 가공품 유기농 검증 증명 문서 1부
- ▲ 수입 신고서 복사본 1부
- ▲ 수출입 동식물 검역 기관이 발급한 검역 증명서 및 검역 합격 문서
- ▲ 만약 농업위원회가 샘플 검사를 요청할 경우 수입 업체는 유기농 표기 동의서 및 샘플 검사 통지서를 첨부해야 한다.





## 제 2 장

# 대만 보건식품 유통현황

- 가. 보건식품 유통 구조
- 나. 보건식품 유통 여건 및 채널
- 다. 보건식품 가격 동향



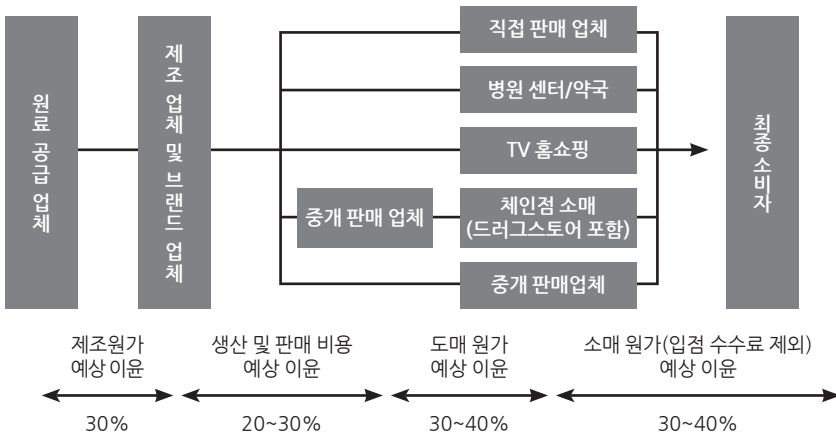
## 2

# 대만 보건식품 유통현황

### 가. 대만 보건식품 유통 구조

대만의 보건식품 업체는 공장을 보유한 브랜드 기업과 공장을 미보유한 브랜드 기업으로 나눌 수 있다. 공장 보유 브랜드 기업은 공장의 생산 능력을 쉽게 통합 조정할 수 있기 때문에 보건식품의 제조원가를 통제

〈보건식품 유통 구조〉



※ 출처 : 상업발전연구원

할 수 있다. 보건식품의 판매 특수성 때문에 제조사는 자체적으로 유통을 경영한다.

## 나. 보건식품 유통 여건 및 채널

### (1) 보건식품 유통 여건

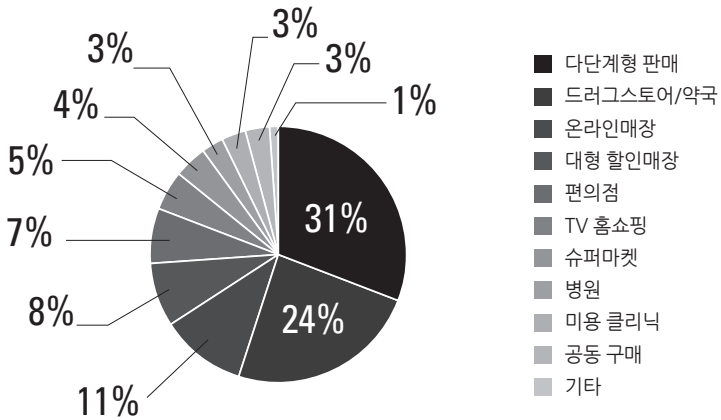
대만 경제부 통계처에 따르면 대만 소비자는 점점 건강과 외향을 중시함에 따라 약품, 의료 및 화장품 소매업은 안정적 성장 추세를 보이고 있다. 2016년 약품, 의료 및 화장품 소매업 매출액은 NT\$ 1,962억으로 역대 최고치를 기록했고, 최근 몇 년간 평균 성장률은 3.2%다. 대만이 고령화 사회로 진입함에 따라 약품과 약재 수요는 점점 높아지고 있다. 또 막강한 여성의 소비 잠재력은 화장품의 소비력 상승을 가져왔다.

2016년 식품 연감(年鑑) 보고서를 통해 대만 소비자의 보건식품 소비 습관과 유통 특성을 알 수 있다. 먼저 다단계형 판매가 31%로 가장 높은 점유율을 보인다. 대만 식품약품관리서의 규정 제한으로 보건식품의 효능, 효용 등을 문자로 마케팅할 수 없고, 부적절한 문자 표현도 법 규정에 위반될 수 있다. 따라서 대만 내 건강보조식품은 인터넷 쇼핑 등 신규 채널보다는 일대일 다단계형 판매가 여전히 대다수를 차지한다.

약품, 화장품 등을 전문 판매하는 드러그스토어(Watsons, Cosmed와 같이 약품과 화장품, 잡화 등을 함께 판매하지만 약국처럼 약 조제·처방을 하지 못함) 체인점 및 약국이 24%를 점유한다. 매장 내 전문 약사

를 배치해 상담 서비스를 제공하기 때문에 소비자는 현장에서 직접 상담하고 구매할 수 있다. 그다음으로는 인터넷 상점 11%, 대형 할인 매장 8%, 편의점 7%, TV 홈쇼핑 5%, 대형 마트 3% 등으로 구분된다.

〈보건식품 유통 채널(2016년)〉



※ 출처 : 식품공업발전연구소, 상업발전연구원

## (2) 보건식품 유통 채널

### 〈다단계형 판매 시장점유율(2016년)〉

브랜드	매장 수	주요 지역	시장점유율	보건식품 판매 비율	비고
Amway	12개	전국	20%	40%	연간 매출액 NT\$118.5억 (약 USD3.95억)
Pro-partner	9개	전국	15%	100%	그룹 본사는 Grapeking이고 연간 매출액은 NT\$85억(약 USD2.7억)

※ 출처 : 2016년 직영세기(直銷世紀), 상업발전연구원

#### ■ 다단계형 판매

1982년 대만에 진출한 암웨이는 대만에 처음 보건식품 상품을 들여온 다단계 판매 브랜드로 현재 대만 최대 규모를 자랑한다. 대만 행정원공정거래위원회의 조사에 따르면 대만의 2016년 다단계 직판업은 총 338개이며, 매출 총액은 NT\$881.22억에 달한다. 연간 성장률은 9.96%이며 그중 여성 소비자가 70%를 차지했다.

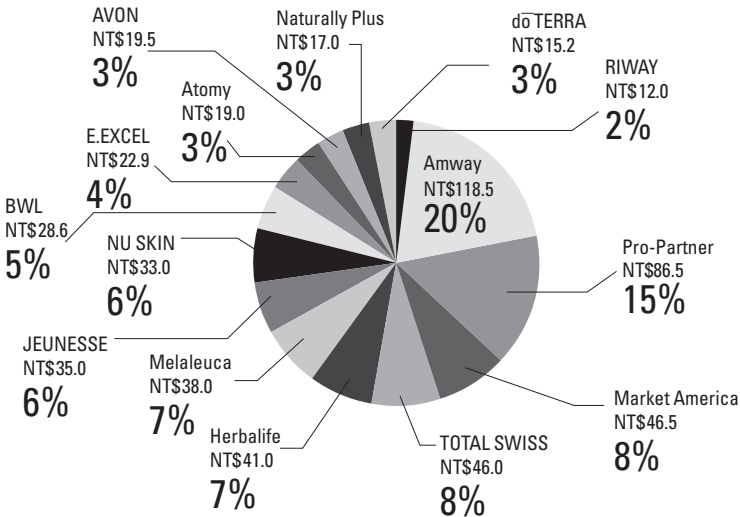
2016년 다단계 판매 시장의 주요 품목별 매출액을 분석해보면 1위는 보건식품 및 약품으로 합계 NT\$520.47억(점유율 59.06%, 약 USD17.34억)이며, 그다음은 미용화장품으로 합계 NT\$154.78억(점유율 17.56%, 약 USD5.15억)이다. 그중 보건식품 및 약품 매출이 해마다 급증해 1992년 NT\$100.5억(약 USD3.3억)에서 2016년의 NT\$520.47억(약 USD17.34억)으로 성장했다.

소형 다단계업은 점차 축소되는 추세로 대기업 위주로 발전하고 있다.



주요 브랜드인 Amway(NT\$118.5억, 약 USD3.95억), 포중(NT\$81.7억, 약 USD2.7억)의 매출 합계가 NT\$200.2억(약 USD6.6억)으로 다단계 매출액의 22.72%를 차지한다. 2009년 설립된 한국 기업 애터미(Atomy)는 2013년 대만에 진출해 2016년 매출 NT\$19억(약 USD0.6억), 시장점유율 3%를 달성했다. 취급 상품은 화장품과 생활용품이 대다수이고, 보건의약품은 프로바이오틱(Probiotic), 어유, 홍삼, 엽황소(크산토피: Xanthophyll) 등 몇 가지뿐이다. 최근 Amway, Herbalife 등도 실제 매장을 통해 제품을 전시하고 전문가를 배치해 브랜드 이미지를 제고하고 있다. 다단계 상품의 품질을 비교하고 판단하는 기준으로 건강식품 인증이 큰 역할을 함에 따라 건강식품 인증 신청이 증가하는 추세다.

〈다단계형 판매 브랜드별 매출 규모(2016년)〉



※ 출처 : 2016년 직영세기(直銷世紀), 상업발전연구원

① 암웨이(Amway)

1982년 대만에 진출해 영양보건 부분 자체 브랜드 Nutrilite 외 미용관리 개인보건품 및 가정용품 등 400여 종의 제품을 판매한다. 현재 12개 실제 영업점을 보유하고 있고, 자체 온라인 쇼핑몰을 운영한다. 2016년 매출액은 NT\$118.5억(약 USD3.95억)에 달한다.

② 포중(pro-partner)

포도왕(Grapeking) 기업이 투자 설립한 다단계형 판매 업체로 보건식품의 제조 기술을 전문화·다각화했다. 약 30여 종의 제품을 취급하고, 9개 영업점과 사이트를 개설해 온라인 상품 판매를 추진하고 있다. 2016년 매출액이 NT\$86.6억(USD2.8억)으로 대만 내 두 번째로 큰 다단계형 판매 업체다.

〈드러그스토어 시장점유율(2016년)〉

브랜드	매장수	주요 지역	시장점유율	보건식품 판매 비율	비고
Watsons	520	전국	9%	15~20%	대만 약품, 화장품 판매 최대 체인점
COSMED	395	전국	5.1%	15~20%	통일그룹 계열, 약품 매출액 NT\$95.99억 (약 USD3.19억)
日藥本舖 일약본포	31	북부 위주	0.7%	30%	일본 약품 판매 위주, 매출액 NT\$15억 (약 USD0.5억)

※ 출처 : Euromonitor, 상업발전연구원

## ■ 의약품, 화장품 등 전문 판매점

약품, 화장품 등을 취급하는 전문 매장은 드러그스토어와 약국으로 구분할 수 있다. 대만 경제부 통계를 보면 대만 내 드러그스토어와 약국 체인점은 대략 1,700개점이고, 최근 10년 매출액은 매년 안정적으로 상승하고 있다. 2016년 기준 매출액이 NT\$1,962억(약 USD65.4)에 달했고, 2017년에는 NT\$2,000억(약 USD66.6억)을 돌파할 것으로 예상된다. 대만의 3대 약품, 화장품 등 드러그스토어 전문 체인점은 Watsons, COSMED, 일약본포이며 최근 일본 Tomod's가 대만 내 신규 설립되어 판매점을 확장하고 있다.

### ① Watsons

1987년 대만 시장에 진출한 대만 최대의 드러그스토어 체인점이다. Watsons 3대 판매 제품류는 뷰티, 헬스, 개인 관리 용품이다. 매장 내에 친절, 전문성, 관심 유도 등을 목적으로 전문 약사와 미용사를 배치해 판매 외 자문과 의견을 제공한다. 대만 내 520개 매장을 갖추고 2만 5,000개 이상의 상품을 판매하며, 매월 서비스를 제공하는 고객이 700만 명이다. Watsons에서 판매하는 보건식품은 대만 브랜드 상품이 주류를 이루고 그다음이 일본, 미국, 호주산 순으로 한국산은 정OO 브랜드 등 극히 소량이다.

## <Watsons 외관 및 보건식품 판매 진열대>



### ② COSMED(康是美)

대만 통일그룹 계열사로 1995년 설립된 2대 대만 드럭스토어 체인점이다. 영문명인 COSMED는 'COSMETICS'와 'MEDICINE'의 합성어로 '건강'과 '아름다움'의 양대 요소를 포함하고 있다. COSMED는 대만에 395개 매장이 있고, Watsons의 최대 경쟁자다.

주로 판매하는 보건식품은 대만산 브랜드가 주류를 이루고 일본, 미국, 호주산 등이 점유율을 보인다. 한국의 보건식품 점유율은 극히 적은 편이며 ROOOO O 숙취 해소 음료 등이 있다.

## <COSMED 보건식품 판매 진열대>



### ③ 일약본포(日藥本舖)

2011년 대만에 첫 매장을 개설한 일본 화장품, 약품 전용 판매 체인점이다. 일본산 약품을 90% 이상 직수입하며 현재 31개점이 영업 중이다. 일본산을 선호하는 소비자의 이용률이 높고 일본 제약사의 대만 생산 제품도 취급한다.

#### <일약본포 보건식품 판매 진열대>



#### ■ 약국

약국도 보건식품을 판매하는 주요 유통 경로로 보건식품 외에 처방약, OTC약품, 의료 기재 등의 상품도 판매한다. 대만 내 약국은 약 6,000개점으로 체인형과 개별형으로 분류된다. 체인형은 약 1,006개점이고 기타 개별형은 5,000개점이다. 최근 약국은 전통적으로 약품만 취급하는 것이 아니라 보건, 미용, 유아동용품, 여성용품, 유기농산품, 체중관리제, 의료 기구 등 다양한 상품을 취급하며 다각화된 경영 방식으로 변모하고 있다.

### 〈약국 시장점유율(2016년)〉

구분	매장명	매장 수	주요 지역	점유율	보건식품 판매 비율	비고
의료 기재	維康 위강	175	대만 각 대형 의료원 주변	1.9%	11%	별도 자체 브랜드: 건강식품의 신 뚜어웨이뚜어, 영양 보충품의 커빠 이리, 연간 매출액 약 NT\$40억 (약 USD1.3억)
	杏一 행일	226	대만 각 대형 의료원 주변	1.8%	13%	연간 매출액 약 NT\$38.3억 (약 USD1.27억)
전문 약국	長青 장청	373	전국 지역형 약국	2.1%	23%	모기업은 대풍개발, 자체 브랜드 예: 보건 브랜드(빠이자BEST/지 엔캉미마/이파위엔), 체중 감량 전 문 식품(빠이자시엔GRACILE)
	躍獅 약사	84	신주이북에 집중	0.7%	20%	모기업 아래 화이터생의, 안커생의 등 의료 관련 산업 그룹 의 대리점 또는 자체 브랜드 보건 식품 판매, 연간 매출액 NT\$10억 (약 USD0.3억)
	博登 박등	57	전국 지역형 약국	0.5%	22%	.
FOOD 아	大樹 대수	76	전국 지역형 약국	1.7%	1.9%	주요 고객은 주부 연간 매출액은 NT\$27.18억(약 USD0.9억)
	丁丁 정정	74	타오위엔, 타 이중 및 가오 슝 지역 위주	1.9%	20%	주부가 주요 고객

※ 출처 : Euromonitor, 상업발전연구원

### ① 행일(杏一)약국

대만 최대의 전문 의료 보호팀이 이끄는 의료용품 약국 체인점이다. 2015년 제품 판매 비중은 의료관리 70%, 건강관리 14%, 보건의식품 포함 13%, 기타 3%다. 대만에 226개 매장이 있고 위강이 최대 경쟁 업체다.

#### 〈행일약국 외관 및 판매 진열대〉



### ② 위강(維康)약국

위강은 행일과 같이 병원 또는 의료원 부근에 개장해 전문 의료용품을 판매한다. 전문적으로 소비자에게 의료 자문을 제공하며 대만 주요 종합병원의 간호원, 약사, 식품영양사를 초빙해 운영하고 있다. 판매점은 175개다.

#### 〈위강약국 외관 및 판매 진열대〉



### ③ 장청(長靑)약국

1993년 설립된 장청약국은 약품, 보건식품 외 영유아 브랜드 상품관(예: Kodomo 유아관, Love baby care 임신부 유아용품 등)이 있다. 현재 전국에 373개 매장이 있고 대풍개발 계열사다.

#### 〈장청약국 판매점〉



### ④ 약사(躍獅)약국

1989년 약사가 직접 설립한 약국 체인점이다. 2012년 영국령 스칸디나비아반도의 Zuellig 의약그룹과 제휴해 주택가 지역에 많이 개설한 지역형 약국이다. 현재 대만 내 84개 매장이 있고, 신주(新竹) 이북 지역에 집중되어 있다.



### 〈약사약국 판매점〉



#### ⑤ 박등(博登)약국

염색약을 제조하는 Maywufa의 자회사로 1992년 설립됐다. 박등약국은 고객사용 약품의 전산화 관리, 건강 자문, 무료 정보 제공, 합리적 가격, 친절 신속 서비스를 갖추고 있고 전국 57개 매장이 있다. 다만 자체 브랜드 보건식품이 주류를 이룬다.

### 〈박등약국 판매점〉



## ⑥ 대수(大樹)약국

1993년 설립됐다. 월 매출 평균 NT\$3억만(약 USD0.1억)으로 주부·유아용품 46%, 의료보험처방약품 20%, 보건식품 19%의 점유율을 보인다. 주부가 주요 고객으로 현재 전국에 76개 매장이 있다. 최근 대만 FamilyMart와 협력해 편의점 내에 대수약국 전용 부스를 마련, 약사가 상주해 전문 상담을 해주고 있다.

### <대수약국 및 FamilyMart연합 판매점>



## ⑦ 정정(丁丁)약국

1983년 설립된 주부·유아용품 중심의 복합식 약국으로 화장품, 약품, 의료 기재를 주로 취급한다. 정정약국은 분유, 기저귀 등 주부·유아용품 가격 우대로 주부들이 재구매할 수 있는 동기를 제공한다. 별도로 비정기적 유아 이벤트를 개최해 주부 고객을 공략하고 있다. 현재 전국에 74개 매장이 있으며 매장 평수가 비교적 큰 편이다. 임대료 가격이 높은 타이베이(台北)에는 매장이 없고 타오위엔(桃園), 타이중(台中), 가오슝(高雄)에 집중해 있다.

## <정정약국 판매점>



### ■ 편의점

대만은 편의점 밀집도가 상당히 높다. 대만 경제부 통계처에 따르면 2016년 대만 편의점의 매출액은 NT\$3,000억(약 USD100억)에 달했다. 2014년 말 4대 편의점(통일, FamilyMart, Hi-Life, OK) 매장 수가 1만 개를 돌파해 편의점 밀집도가 세계 1위를 기록했다. 4대 편의점 중 통일(7-ELEVEN)이 매장 수가 가장 많고, 전체 편의점 매장 수의 49%를 차지한다. FamilyMart가 그다음으로 29%를 차지했다.

## <편의점 시장현황(2016년)>

구분	매장명	매장수	주요 지역	점유율	보건식품 판매 비율	비고
편의점	7-ELEVEN	5,277	전국	3.6%	1% 미만	연 매출액 NT\$2150억 (약 USD71.6억)
	FamilyMart	3,098	전국	1.6%	1% 미만	대수약국과 협력 브랜드 매장 설립. 연 매출액 NT\$650억 (약 USD21.6억)
	Hi-Life	1,279	전국	0.6%	1% 미만	.
	OK	851	전국	0.3%	1% 미만	.

※ 출처 : 상업발전연구원

### ① 7-ELEVEN

1978년 통일기업은 자본을 출자해 통일편의점을 설립하고 미국의 7-ELEVEN을 대만에 도입해 대만 소매 유통 채널의 혁명을 일으켰다. 통일편의점은 적극적인 매장 확장과 혁신적인 마케팅을 통해 대만 소매업의 선두 자리를 지켜왔으며, 현재 5,277개 매장을 보유한 대만 최대 편의점이다. 통일편의점에서 판매하는 보건식품은 체력 향상을 위한 지징(雞精, 닭 진액), 비타민, 에너지 보충 음료가 많고, 캔 포장의 영양보충 식품이 주를 이루며 그다음으로는 알약 또는 캡슐 제품이다.

#### <7-ELEVEN 보건식품 판매 진열대>



### ② FamilyMart

1988년 8월 18일에 설립된 FamilyMart는 대만 서부의 대도시에 집중되어 있다. 총 3,089개의 매장을 보유해 대만 2위의 편의점 시장 점유율을 차지하고 있다. FamilyMart에서 판매되는 보건식품은 7-ELEVEN처럼 체력 보충을 위한 보양 음료가 주를 이루지만 최근에는 여성의 미용 수요가 늘어나면서 미용음료, 사물음(四物飲) 및 변비 방지 관련 제품이 추가되었다.

## 〈FamilyMart 보건식품 판매 진열대〉



### ③ OK

OK편의점은 1988년 9월에 설립되었다. 대만 평천(豐群)그룹과 미국 Circle K가 합자해 쑹리편의점주식유한회사(眾利超商股份有限公司)를 설립했고, Circle K 미국가맹본부에서 기술 협력, 수권, 고문 및 자문을 제공했다. 같은 해에 회사명을 푸천편의점주식유한회사(富群超商股份有限公司)로 변경했다. 2005년에 미국 회사와 협력 관계를 종료했고, 현재는 대만의 독립 회사가 운영하고 있다. 약 851개 매장이 지룽, 타이베이, 타오위엔, 먀오리, 신주, 타이중, 장화, 난터우, 원린, 가오슝, 핑둥 등 지역에 분포되어 있으며 일부 현(縣)과 시(市)에는 가맹점이 없다.

#### ④ Hi - Life

1984년 4월 설립된 대만 최초의 현지 편의점이다. Hi - Life국제주식유한회사는 타이베이시 디화계(迪化街)에서 정식 설립되었다. 광취안(光泉) 회사 계열사로 대만 4대 편의점 중에서 가장 늦게 설립되었으나 유일하게 해외의 기술 지원이 없는 편의점이다. 설립 초기에 실적이 좋지 않았지만 가맹 형식으로 전환하면서 가맹 매장 수 50개를 돌파했다. Hi-Life는 현재 직영과 위탁 가맹 방식을 택하고 있고 매장 수는 1,279개에 달한다. 대표이사는 광취안의 창업자 왕진라이(汪金來)의 아들 3명 중 1명인 왕위펑(汪裕豐)이다.

#### 〈Hi - Life 보건식품 판매 진열대〉



## ■ 온라인 매장

### 〈온라인 매장 현황(2016년)〉

구분	매장명	매장수	주요 지역	점유율	보건식품 판매 비율	비고
온라인	Pchome 쇼핑	1	전국	6.4%	4.8%	3C가전 등이 주요 제품 주요 고객은 남성 연 매출액은 NT\$257.41억 (약 USD8.5억)
	Momo쇼핑	1	전국	6.1%	5.9%	화장품 등이 주요 상품. 주요 고객은 여성. 연 매출액은 NT\$ 205.8억 (약 USD6.86억)

※ 출처 : 상업발전연구원

대만의 전자상거래 시장은 전반적으로 안정적으로 성장하고 있다. 2015년 대만 전자상거래 규모는 NT\$1조69억(약 USD356억)에 달해 전년 대비 14% 성장했고, 그중 B2C 전자상거래의 생산액은 NT\$6,138억(약 USD204.6억)으로 전년 대비 15.89% 성장했다.

칸타 소비자 지수(Kantar Worldpanel) 조사에 따르면 소비자의 온라인 쇼핑 품목은 전자제품, 의류 및 액세서리부터 시작해서 생활 소비재까지 점차 확대되고 있다. 2016년 생활 소비재 시장에서 온라인을 통한 판매는 6.1%로 화장품, 생활용품, 식품 등 3대 카테고리의 비율이 높았다. 그중 식품, 보건식품 및 가정용 청소용품, 위생 종이류 용품, 샤워 용품 및 개인 화장품 등의 인터넷 쇼핑 활동이 늘어나고 있다. 대만의 양대 인터넷 쇼핑몰은 PChome 온라인 쇼핑과 Momo 쇼핑몰이며 두 사이트에 대한 소개는 다음과 같다.

### ① PChome 온라인 쇼핑

PChome 온라인은 대만 3대 포털 사이트 중 하나로 2008년 5월 PChome 24h 쇼핑몰을 정식 설립해 24시간 내에 물품이 도착하는 서비스를 제공했다. 2014년에는 타이베이시에 한해 6시간 내에 배송을 완료하는 서비스를 제공하기 시작했다. 판매 제품은 3C 전자제품이 주를 이루고 주요 소비자는 남성이며 2016년 매출액은 NT\$230억(약 USD7.6억)에 달했다. 보건식품은 PChome에서 식품 카테고리에 분류되어 있고, 대만 제품 외에 미국, 뉴질랜드, 호주, 일본, 한국 제품도 판매되고 있다. 한국 제품은 현재 홍삼 제품만 판매 중이다.

#### 〈PChome 24h 쇼핑 보건식품 카테고리〉



### ② Momo 쇼핑몰

푸방(富邦)그룹 계열로 2005년 5월 서비스 개시 이후 현재 대만의 3대 B2C 사이트 중 하나로 꼽힌다. 상품은 화장품, 식품 및 보건식품, 명품 잡화, 생활용품, 레저 스포츠 및 브랜드 플래그십 등이 있고 제품은 70만 개에 달하며 주요 고객은 여성이다. 2016년 매출액은 NT\$205.8



억(약 USD6.86억)에 달한다. PChome 24h 쇼핑과 달리 Momo 쇼핑 물에는 보건식품 카테고리가 별도로 있다.

〈Momo쇼핑-보건식품 카테고리〉



■ 대형 할인 매장 및 슈퍼마켓

〈대만 대형 할인 매장 및 슈퍼마켓 현황(2016년)〉

구분	매장명	매장 수	주요 지역	점유율	보건식품 판매 비율	비고
대형 할인 매장	가르푸	64	전국	2.3%	1% 미만	약사 배치, 일부 대수약국과 협력, 연 매출액 NT\$ 600억 (약 USD20억)
	A-MART (愛買)	16	전국	1.1%	1% 미만	약사 배치, 연 매출액 NT\$ 160억(약 USD5.3억).
	RT마트	22	전국	1.2%	1% 미만	약사 배치, 연 매출액 NT\$ 200억(약 USD6.6억)
	코스트코	14	전국	2.7%	1.5%	약사 배치, 보건식품류 1순 위, 연 매출액 NT\$750억 (약 USD25억)
슈퍼마켓	PX마트	904	전국	3.9%	1% 미만	-

※출처 : 상업발전연구원

까르푸, A-MART, RT-MART 등 대형 할인 매장은 드러그스토어 매장 형태로 약품 코너를 별도로 설치해 약사 문의 서비스를 제공하는 등 전문적 이미지를 내세워 보건식품 시장을 공략하고 있다. 까르푸는 전문 약사 배경이 있는 대수약국과 협력해 분점을 설립했고, 코스트코는 대형 유통 매장 내 보건식품 판매 1위를 차지하고 있다.

### ① 까르푸(Carrefour)

1987년 까르푸와 통일기업이 합자해 까르푸주식유한회사를 설립했고, 1989년 대만에 아시아 첫 지점을 설립했다. 현재는 총 107개 매장이 있다. 최근에는 새로운 형태의 매장 ‘편리한 구매, market(便利購)’을 개점해 현재 40개의 매장이 있다.

#### 〈까르푸 매장〉



### ② A-MART(愛買)

A마트는 1990년에 위안동(遠東)백화점의 재투자로 설립됐다. 현재 대만에 16개 매장이 있으며 주요 경쟁자는 통일그룹의 까르푸와 오상그룹의 RT마트다.

## 〈A-MART 매장〉



### ③ RT-MART(大潤發)

RT마트는 1996년 오상그룹 총재 인연량(尹衍樑)이 설립했고, 이후 프랑스의 대형 할인 마트 회사 오상(Auchan)과 합자 경영을 시작했다. 오상은 자체 브랜드 제품을 판매하고 식품, 식품 외 상품 등이 포함된다. 하지만 아직까지 자체 브랜드의 보건식품을 대만에 수입해 판매하지는 않는다. 현재 22개의 매장이 있다.

## 〈RT마트 보건식품 판매 진열대〉



#### ④ 코스트코(Costco)

Costco는 총 13개의 대만 매장에 약국을 개설했다. 보건식품을 대량으로 구매해 우수한 품질과 저렴한 가격의 보건식품 브랜드 제품을 회원에게 제공하고 있다. 자체 브랜드 'Kirkland' 계열의 매출액은 전체 보건식품 매출액의 반을 차지한다. 그중 고령층 대상의 관절 강화를 위한 Viartril-S, 글루코사민, 콘드로이틴, 종합비타민 등 보건식품의 비율이 가장 높다.

#### 〈COSTCO 보건식품 판매 진열대〉



#### ⑤ PX MART(全聯福利中心)

1998년 10월에 설립됐고 현재 대만에서 매장 수가 가장 많은 슈퍼마켓이다. 매장 수는 총 900개이고 주요 판매 보건식품은 글루코사민, 루테인 제품 등이다. PX Mart는 보건식품의 발전 가능성을 높게 평가하고 있다. 현재 약국과의 협력 및 투자를 통해 매출액을 높일 계획이다.

## 〈PX Mart 보건식품 판매 진열대〉



### ■ TV 홈쇼핑

#### 〈대만 TV 홈쇼핑 현황(2016년)〉

구분	매장명	매장수	주요 지역	점유율	보건식품 판매 비율
기타	동선홈쇼핑	5개 채널	전국	15~20%	연 매출액 NT\$160억 (약 USD 5.3억)
	Momo 홈쇼핑	3개 채널	전국	15~20%	연 매출액 NT\$80억 (약 USD 2.6억)

※출처 : 상업발전연구원

#### ① EHS 동선홈쇼핑 채널(東森購物台)

1999년 8월에 설립된 동선홈쇼핑 채널은 대만 1위 매출 실적의 TV 홈쇼핑 채널이다. TV, 카탈로그, 인터넷을 결합해 실매장 없는 쇼핑 네트워크를 구축했다. 전성기에는 5개의 판매 채널을 보유했으나 현재는 4개 채널에서 판매하고 있다. 주요 고객층은 40~60대 여성이고, 판매 제품은 화장품과 보건식품 및 생활용품이 주를 이룬다.

## 〈동원홈쇼핑 보건식품 판매 화면〉



### ② Momo 푸방(富邦) 홈쇼핑 사이트

푸방 미디어 및 과학기술 주식유한회사는 대만 푸방그룹의 투자로 2004년 6월에 설립됐다. 한국 TV 홈쇼핑 선두 브랜드와 긴밀하게 협력했다. 2005년 TV 홈쇼핑 채널 '푸방Momo채널'이 정식으로 방송을 시작했고, 2005년 5월에는 Momoshop 사이트를 개설해 카탈로그도 발간하며 새로운 전환점을 맞이했다. Momo 실매장인 Momo 드려그스토어는 2008년에 개설해 대만 북부 지역 대형 상권에서 지속해서 매장을 개설했지만 이후 TV 홈쇼핑 시장 위축과 자금 부족으로 폐점했다. 현재 총 3개 채널의 TV 홈쇼핑에서 제품을 판매하고 있으며 주요 고객층은 31~55세 여성이다.

## 〈Momo홈쇼핑 보건식품 판매 화면〉



### ■ 기타

최근 대만 남녀들이 미(美)를 추구하는 방법으로 성형이 떠올랐다. 미용 클리닉 또는 성형외과에서도 콜라겐, 닭 진액 등과 같은 미용 관련 영양보건식품을 판매하게 되었다. 이러한 유통 채널을 통해 제품을 구매할 경우 전문인의 추천을 받았으므로 브랜드를 크게 중요시하지 않는다. 이 외에 매년 추석, 설 등 중요한 명절이면 유명 브랜드들이 각 기업을 방문해 시음이나 단체 구매를 추진하는데 이때 소비자는 체험과 브랜드를 더욱 중요시한다.

일부 대만 소비자는 해외 또는 외국 쇼핑 사이트에서 제품을 구매한다. 예를 들어 일본 약품에 대만 소비자의 신뢰도가 높으므로 가족, 지인이 일본을 방문하면 대량의 약품과 보건식품 구매를 부탁한다. 일본

에서 출시된 콜라겐 음료나 팩트 제품이 대만에 수입되지 않은 상황이면 소비자들은 이 제품을 대량 구매했다. 이러한 구매 요구에서 사업 가능성을 발견한 대만 기업은 대항 수입을 시작해 좋은 판매 실적을 거두었다. 한국의 다이어트 식품인 옥수수수염차, 정OO 인삼 음료 등도 해외 직접 구매로 자주 구매하게 됐다.

## 다. 보건식품 가격 동향

보건식품의 형태는 대부분 알약, 캡슐, 액체, 분말 4가지로 분류할 수 있다. 보통 동일한 성분의 보건식품은 비슷한 제조 형태를 취한다. 예를 들어 종합비타민과 대두 이소플라본(Isoflavones)은 알약류, 어유와 홍국은 캡슐인 경우가 많다. 따라서 소비자는 보건식품 선택 시 형태별 선호도에는 큰 차이가 없고, 브랜드 이미지나 제품 가격, 성분 함량을 고려해 구매를 결정한다.

보건식품은 일반적으로 1인 1일 권장 섭취량이 정해져 있다. 시판 보건식품의 종류와 형태, 가격이 너무 다양해 본 보고서에서는 성분과 형태가 유사하면서 대표적인 몇 가지 제품을 기준으로 시중 가격을 조사했다.

### (1) 제품별 가격 동향

#### ■ 비타민

비타민은 가장 대표적인 보건식품이다. 비타민 B를 비교 대상으로 하면



거의 모든 국가의 브랜드가 대만에서 비타민 B를 판매하고 있고 대만의 자체 브랜드도 상당히 많다. 비타민의 정당 가격은 NT\$4.9~15.9인데 보통 호주, 뉴질랜드, 캐나다, 미국의 가격이 대만, 일본보다 높고 가격 차이는 약 3배 이내다. 한국의 알약형 비타민은 대만에서 판매되고 있지 않지만 ‘비타민 스틱’이 인터넷에서 활발하게 판매되고 있다.

### 〈비타민 제품 가격〉

생산지	대표 브랜드	포장당 가격 (NT\$)	포장당 가격 (USD)	포장 규격/순중량	1일 섭취량	1일 섭취량 가격(NT\$)
대만	Brands	890	29.7	180 정/100g	1정	4.9
	Stresstabs	400	13.3	60정/35g	1정	6.7
	Dr's Formula	463	15.4	60정/35g	1정	7.8
일본	VE WONG	350	11.7	60정/35g	1정	5.8
	Chocola	1,400	46.7	180 정/100g	1정	7.8
미국	Nature Made	320	10.7	50정/30g	1정	6.4
	Centrum	789	26.3	130정/75g	1정	6.1
	GNC	2,120	70.7	180 정/100g	1정	11.8
호주, 뉴질랜드	Blackmores (호주)	795	26.5	50정/30g	1정	15.9
유럽	OSEN(독일)	399	13.3	64정/40g	1정	6.2
캐나다	Organika	780	26.0	60정/35g	1정	13.0

※ 출처 : 상업발전연구원

## 〈비타민 제품 현황〉



한국-비타민 스틱



대만-Brands



일본-VE WONG



미국-Centrum



미국-Nature Made



호주-Blackmores



독일-OSEN



캐나다-Organika

### ■ 칼슘 제품

전반적으로 칼슘 제품의 가격은 비타민 B보다 낮고 일부 유명 보건의식품 브랜드에서는 생산하지 않거나 대만에서 판매되지 않는다. 칼슘 제품의 정당 가격은 NT\$2.0~8.9이고 대체적으로 가격 차이가 크지 않다. 단, VE WONG의 칼슘 제품의 주요 섭취 대상은 유아이므로 제품은 씹는 알약 형태이고 알당 가격은 NT\$2.0 정도로 타 브랜드보다 월등히 낮다.

## 〈칼슘 제품 가격〉

생산지	대표 브랜드	포장당 가격 (NT\$)	포장당 가격 (USD)	포장 규격/ 순중량	1일 섭취량	1일 섭취량 가격(NT\$)
대만	HAC	680	22.7	120정/70g	1정	5.7
	Caltrate	759	25.3	88정/50g	1정	8.6
	Dr's Formula	536	17.9	60정/35g	1정	8.9
일본	VE WONG	235	7.8	120정/25g (씹는 알약)	1정	2.0
미국	Nature Made	478	15.9	100정/60g	1정	4.8
	Bestvite	711	23.7	150정/85g	1정	4.7
	sundown	960	32.0	120정/70g	1정	8.0
호주, 뉴질랜드	Blackmores (호주)	849	28.3	120정/70g	1정	7.1
유럽	OSEN(독일)	149	5.0	20정/90g (발포정)	1정	7.5

※ 출처 : 상업발전연구원

## 〈칼슘 제품 현황〉



대만-Caltrate



대만-Dr'sFormula



일본-VE WONG



대만-HAC

## ■ 루테인 / 제아잔틴

루테인 / 제아잔틴의 전체적인 가격은 비타민 B보다 높고 거의 모든 각국 브랜드 제품이 대만에서 판매되고 있으며 대만 브랜드도 상당히 많다. 두 제품 가격대는 NT\$6.7~28.3이다. 특이하게도 대만, 일본, 캐나다 브랜드의 제품 가격이 미국, 호주, 뉴질랜드, 유럽보다 일반적으로 높다. 루테인과 제아잔틴에 관해 소비자들이 대만 브랜드에 더 익숙하고 해당 브랜드를 신뢰하므로 보다 높은 가격으로 구매할 의향이 있기 때문인 것으로 분석된다.

### <루테인 / 제아잔틴 제품 현황>



대만-HAC



일본-VE WONG



미국-COMEZE



캐나다-ONE

### 〈나라별 루테인 / 제아잔틴 제품 가격〉

생산지	대표 브랜드	포장당 가격 (NT\$)	포장당 가격 (USD)	포장 규격/ 순중량	1일 섭취량	1일 섭취량 가격(NT\$)
대만	HAC	199	6.6	120정/70g	4정	6.7
	Brands	1,680	56.0	60정/35g	1정	28.0
	FEBICO	648	21.6	60정/35g	1정	10.8
일본	VE WONG	199	6.6	10정/35g	1정	19.9
	JINTAN	1,700	56.7	60정/35g	1정	28.3
미국	Nature Made	566	18.9	30정/20g	1정	18.9
	COMEZE	600	20.0	60정/35g	1정	10.0
	sundown	720	24.0	60정/35g	1정	12.0
호주, 뉴질랜드	Blackmores (호주)	675	22.5	60정/35g	1정	11.3
유럽	OSEN(독일)	299	10.0	30정/20g	1정	10.0
캐나다	Organika	1,219	40.6	60정/35g	1정	20.2
	ONE	1,280	42.7	60정/35g	1정	21.3

※ 출처 : 상업발전연구원

#### ■ 어유

모든 외국 브랜드는 대만에서 어유(魚油)를 판매하고 있고 대만 현지 브랜드도 많지만 가격 차이가 매우 크다. 같은 국가라도 브랜드에 따라 5배 이상의 가격 차이 또는 NT\$20의 단가 차이가 날 정도로 판매 가격이 매우 들쭉날쭉하다. 해당 제품의 전체 가격대는 NT\$3.8~46.7이다.

## 〈어유 제품 가격〉

생산지	대표 브랜드	포장당 가격 (NT\$)	포장당 가격 (USD)	포장 규격/ 순증량	1일 섭취량	1일 섭취량 가격(NT\$)
대만	HAC	199	23.3	60정/35g	4정	11.7
	Brands	1,290	43.0	120정/70g	1정	10.8
	Taisugar	402	13.4	100정/60g	1정	4.0
일본	JINTAN	1,400	46.7	30포/54g	1포	46.7
미국	Nature Made	500	16.7	100정/60g	1정	5.0
	GNC	1,640	54.7	60정/35g	1정	27.3
	sundown	1,160	38.7	200정/120g	1정	5.8
호주, 뉴질랜드	Blackmores (호주)	764	25.5	200정/120g	1정	3.8
	Southernature (호주)	1,850	61.7	60정/35g	1정	30.8
유럽	OSEN(독일)	495	16.5	120정/70g	1정	4.1
캐나다	Organika	1,080	36.0	90정/50g	1정	12.0

※ 출처 : 상업발전연구원

## 〈어유 제품 현황〉



대만-Brands



일본-JINTAN



미국-GNC



호주- Blackmores

## ■ 효소/유산균, 활생균

기타 보건의식품에 비해 이 분류에서는 각국 대표 브랜드가 차이를 보인다. 미국 브랜드는 GNC만 대만에서 판매되고, 유럽은 SANDOZ와 PEDIAKID 2개 브랜드가 추가되어 이 분류 제품의 특수성을 나타내고 있다. 효소/유산균, 활생균 제품의 가격대는 NT\$11.7~62.0이고 유럽 생산 제품의 가격이 가장 높고 대만산 제품은 중저가에 분포된다.

### 〈효소/유산균, 활생균 제품 가격〉

생산지	대표 브랜드	포장당 가격 (NT\$)	포장당 가격 (USD)	포장규격/순중량	1일 섭취량	1일 섭취량 가격(NT\$)
대만	HAC	1,105	36.8	90정/50g	1정	12.3
	Brands	1,540	51.3	60포/108g	1포	25.7
	Grapeking	350	11.7	30정/20g	1정	11.7
일본	JINTAN	815	27.2	28포/50.4g	1포	29.1
미국	GNC	1,320	44.0	60정/35g	1정	22.0
유럽	SANDOZ(독일)	1,950	65.0	42정/25g	1정	46.4
	PEDIAKID(프랑스)	620	20.7	10포/18g	1포	62.0

※ 출처 : 상업발전연구원

### 〈효소/유산균, 활생균 제품 현황〉



대만-Grapeking



일본-JINTAN



미국-GNC



유럽-SANDOZ

■ 글루코사민/콘드로이틴

글루코사민/콘드로이틴의 가격대는 NT\$5.0~41.1이다. 이 제품군의 효능이 연골 회복이므로 타 제품군에 비해 소비층이 적고 시장에서의 선택도 비교적 제한적이다. 시중의 포장에는 1일 복용량이 한 알 이상으로 되어 있다. 대만 제품에 비해 외국 브랜드의 가격이 오히려 낮다.

〈글루코사민 / 콘드로이틴 제품 가격〉

생산지	대표 브랜드	포장당 가격 (NT\$)	포장당 가격 (USD)	포장규격/순중량	1일 섭취량	1일 섭취량 가격(NT\$)
대만	HAC	1,235	41.2	120정/70g	4정	41.1
	Caltrate	999	33.3	150정/85g	6정	40.0
	Ming yi	405	13.5	30정/20g	1정	13.5
미국	Bestvite	599	20.0	120정70g	1정	5.0
	Schiff	1,050	35.0	150정/85g	2정	14.0
	Nature Made	550	18.3	60정/35g	1정	9.2
캐나다	Organika	599	20.0	120정70g	1정	5.0

※ 출처 : 상업발전연구원



### 〈글루코사민/콘드로이틴 제품 현황〉



대만-HAC



대만-Caltrate



미국-Schiff



캐나다-Organika

#### ■ 인삼, 한약

인삼과 한약 제품은 시장에서 경쟁자가 비교적 많고 모든 외국 브랜드가 관련 제품을 보유하고 있다. 이 제품군은 대만에 수입되는 일부 한국 제품군 중 하나다. 전체 가격대는 NT\$4.0~39.3로 가격 차이가 매우 크다.

한국 브랜드 금O은 대만에서 고가로 통한다. 인삼 제품을 주로 판매하는 해당 브랜드는 대만 소비자에게 인삼 생산 대국인 한국을 연상하게 해 제품 이미지 형성에 도움을 받았다. 기타 고가 제품인 대만의 LAOHU YATZI(老虎牙子)와 Dr's Formula(臺塑生醫), 미국의 Schiff 등은 서로 경쟁사다.

이 제품군의 저가 제품은 고가 인삼 제품에 비해 원료를 강조하지 않고 한약 성분이 있다는 점만 언급해 마케팅 효과가 상대적으로 낮고 브랜드 이미지가 강렬하지 않다.

## 〈인삼 및 한약 제품 가격〉

생산지	대표 브랜드	포장당 가격 (NT\$)	포장당 가격(USD)	포장 규격/ 순중량	1일 섭취량	1일 섭취량 가격(NT\$)
한국	금○	4,320	144.0	120정/70g	1정	36.0
대만	Dr's Formula	891	29.7	30포/54g	1포	29.7
	CGB	880	29.3	120정/70g	1정	7.3
	LAOHU YATZI	1,180	39.3	30정/20g	1정	39.3
일본	JINTAN	120	4.0	30정/20g	1정	4.0
미국	NOW Foods	1,294	43.1	90정/55g	1정	14.4
	Schiff	1,780	59.3	60정/35g	1정	29.7
	GNC	840	28.0	60정/35g	1정	14.0
캐나다	Organika	497	16.6	100정/60g	1정	5.0

※ 출처 : 상업발전연구원

## 〈인삼 및 한약 제품 현황〉



한국-금삼



대만-LAOHU YATZI



미국-NOW Foods



캐나다-Organika

## ■ 대두 이소플라본(Isoflavones)

이 제품군의 가격대는 NT\$8,4~49,3이고 주요 타깃은 중년 여성이다. 중년 여성은 가정의 주요 소비 결정자로 보건식품 시장에서 제품의 선택폭이 넓다. 미국의 GNC는 중간 가격대 제품 중 가격이 가장 높는데 타 브랜드의 3배 이상이다. 이 외의 브랜드 가격대는 NT\$8~15 수준으로 가격 차이가 크지 않다.

### 〈대두 이소플라본 제품 가격〉

생산지	대표 브랜드	포장당 가격(NT\$)	포장당 가격(USD)	포장 규격/순증량	1일 섭취량	1일 섭취량 가격(NT\$)
대만	Dr's Formula	790	26.3	60정/35g	1정	13.2
	CGB	760	29.3	90정/55g	1정	8.4
	HAC	1,140	38.0	120정/70g	1정	9.5
일본	JINTAN	365	12.2	30정/20g	1정	12.2
미국	GNC	1,480	49.3	30정/20g	1정	49.3
	Mega	900	30.0	60정/35g	1정	15.0
캐나다	Organika	1,080	36.0	90정/55g	1정	12.0
	ONE	1,350	45.0	120정/70g	1정	11.3

※출처 : 상업발전연구원

### 〈대두 이소플라본 제품 현황〉



대만-Dr's Formula



미국-GNC



캐나다-Organika



캐나다-ONE

## ■ 간 보호제

간 보호제의 가격대는 NT\$5.4~14.4이고 시장에서 판매하고 있는 브랜드는 대만 위주다. 미국 Mega가 NT\$14.4로 본 제품군에서 가장 가격이 높지만 다른 제품 가격의 3배를 초과하지 않아 가격 차이가 크지 않다.

### 〈간 보호제 제품 가격〉

생산지	대표 브랜드	포장당 가격 (NT\$)	포장당 가격(USD)	포장 규격/순중량	1일 섭취량	1일 섭취량 가격(NT\$)
대만	nutrimate	499	16.6	30포/54g	1포	8.3
	Brands	1,295	43.2	240정/140g	1정	5.4
	HAC	1,045	34.8	104정/60g	1정	10.0
미국	Mega	1,300	43.3	90정/55g	1정	14.4
캐나다	Organika	980	32.7	120정/70g	1정	8.2

※출처 : 상업발전연구원

### 〈간 보호제 제품 현황〉



대만-Brands



대만-HAC



미국-Mega



캐나다-Organika

## ■ 콜라겐

콜라겐의 가격은 NT\$13.5~39.6이고, 주로 대만과 미국 브랜드가 판매된다. 일반적으로 가격은 높은 편이고 가격 차이는 3배를 초과하지 않는 수준으로 편차가 적다.

### 〈콜라겐 제품 가격〉

생산지	대표 브랜드	포장당 가격 (NT\$)	포장당 가격(USD)	포장 규격/ 순중량	1일 섭취량	1일 섭취량 가격(NT\$)
대만	Caltrate	1,898	63.3	60정/35g	1정	31.6
	Ming yi	809	27.0	60정/35g	1정	13.5
	purelohas	990	33.0	100g	4g	39.6
미국	NOW Foods	2,048	68.3	60정/35g	1정	34.1
	GNC	2,244	74.8	120정/70g	1정	18.7
	Schiff	3,360	112.0	90정/55g	1정	37.3

※출처 : 상업발전연구원

### 〈콜라겐 제품 현황〉



대만-Caltrate



대만-purelohas



미국-GNC



미국-Schiff

## ■ 유아 성장 영양품

유아의 성장을 표방하는 식품의 가격대는 NT\$11.9~27.5로 가격 차이는 3배를 초과하지 않는 수준으로 차이가 적은 편이다. 기타 보건식품에 비해 본 제품군의 시장은 현저히 작고 소비자의 선택도 많지 않다. 부모에게 신생아와 관련된 지출은 이미 상당히 많아 주식 외의 보건식품은 우선 선택 항목이 아니기 때문인 것으로 예상된다.

### 〈유아 성장 영양품 제품 가격〉

생산지	대표 브랜드	포장당 가격 (NT\$)	포장당 가격(USD)	포장 규격/순중량	1일 섭취량	1일 섭취량 가격(NT\$)
대만	FEBICO	950	31.7	80정/50g	1정	11.9
일본	JINTAN	257	8.6	10포/18g	1포	25.7
미국	Jarrow	1,950	65.0	71g	1g	27.5

※ 출처 : 상업발전연구원

### 〈유아 성장 영양품 현황〉



대만-FEBICO



일본-JINTAN



미국-Jarrow

## ■ 다이어트 보건식품

기타 제품군은 ‘많이 먹을수록 좋다’는 느낌을 들게 하지만 다이어트 보건식품은 소비층이 한정되어 있고 소비자는 효과에 대해 목표가 명확하다. 따라서 효과가 중요하고 고가 제품도 받아들일 수 있어 이러한 특성이 가격에 반영되고 있다. 가격대가 NT\$9.6~66로 가격 차이는 약 7배에 달한다. 최고가 브랜드 COMEZE는 대만 브랜드로 해외 브랜드는 가격에 강점이 없다.

### 〈다이어트 보건식품 가격〉

생산지	대표 브랜드	포장당 가격 (NT\$)	포장당 가격(USD)	포장 규격/순중량	1일 섭취량	1일 섭취량 가격(NT\$)
대만	COMEZE	1,980	66.0	30포/54g	1포	66.0
	genki-go	1,504	50.1	90정/55g	1정	16.7
	bio-eve	530	17.7	30포/54g	1포	17.7
미국	sundown	960	32.0	100정/60g	1정	9.6
	Jarrow	2,000	66.7	100정/60g	1정	20.0
	GNC	3,560	118.7	180정/100g	1정	19.8

※ 출처 : 상업발전연구원

### 〈다이어트 보건식품 현황〉



대만-COMEZE



대만-bio-eve



미국-sundown



미국-GNC

## ■ 액상 보건식품

일부 보건식품은 빠른 흡수와 제품 이미지를 고려해 병 포장 액상 제품으로 출시한다. 소비자에게 ‘한 병으로 해결한다’는 느낌을 주고, 큰 병으로 포장된 알약형 보건식품에 비해 병 포장 액상 제품은 신속함과 유행에 민감한 현대인의 수요에 확실히 부합한다. 병 포장 액상 제품은 수출입 원가가 상대적으로 높아 대만 제조 업체나 인근 국가 업체의 제품 판매량이 우세하다.

인삼 음료를 예로 들어 제품 가격을 설명하면, 인삼 음료의 주요 생산지는 대만과 한국이고 전체 가격대는 NT\$43.3~179.9로 가격 분포가 매우 양극화되어 있다. 음료 제품의 가격은 포장과 농도에 의해 결정되고 소포장과 캔 포장 모두 1일 음용량이다. 소포장은 고농도와 편리성을 강조하는 반면 캔 포장은 양과 품질을 강조한다. 따라서 같은 음료 제품이지만 ‘양’으로 가격을 계산하면 차이가 보다 크게 난다.

### 〈나라별 인삼 음료 가격〉

생산지	대표 브랜드	포장당 가격 (NT\$)	포장당 가격(USD)	포장 규격/순증량	1일 섭취량	1일 섭취량 가격(NT\$)
한국	금O	1,799	60.0	200mL(20mL*10병)	20mL	179.9
	경OO	1,380	46.0	2,000mL(100mL*20병)	100mL	69.0
대만	Quaker	1,600	53.3	1,800mL(60mL*30병)	60mL	53.3
	Brands	1,320	44.0	1,440mL(60mL*24병)	60mL	55.0
	초본지가	2,599	86.6	300g(100g*3병)	5g	43.3

※ 출처 : 상업발전연구원



## 〈나라별 인삼 음료 제품〉



한국-금산



한국-정관장



대만-Quaker



대만-Brands

## (2) 가격 분석

수입산 보건식품은 해외 브랜드 인지도 외 가격 경쟁력이 있다. 대만 시장에서는 다양한 브랜드가 판매되고, 특히 해외 유명 브랜드는 인지도가 높고 판매 실적도 좋다. 수입산이라고 해서 가격대가 특별히 높지 않아 가격 경쟁력이 있으며 수입산 브랜드에 대한 선호도도 높다. 대만산 브랜드도 품질 면에서 인정받고 있기 때문에 가격 면에서는 큰 차이가 없다. 한국산 보건식품은 인삼류 외 기타 보건식품은 시중에 거의 볼 수 없다.

현지에서 한국산 인삼 관련 제품은 대만에서 인지도가 높지만 기타 보건 식품류에 대한 인지도는 거의 전무한 상태다. 대만의 보건식품 시장 경쟁은 치열하지만 최근 건강을 중시하는 소비가 확산된 만큼 대만 보건식품과 건강식품 시장에서 인지도를 높이기 위한 지속적인 마케팅 전략이 필요하다.

건강식품 인증을 받지 못하면 그 효능을 표기, 홍보 및 광고할 수 없는 대만 규정이 있다. 이에 따라 한국 보건식품은 대부분 일반식품으로 취급, 수입되어 시중에서 표면적으로 드러나지 않는다. 대만 내 건강식품 인증, 유기농 인증 등을 받아 한국 식품의 품질 우수성을 제대로 홍보하기 위한 지원이 필요하다.



# 제 3 장

## 보건식품 소비자 실태 조사

가. 조사 개요

나. 조사 결과

다. 종합 조사 결과 분석



# 3

---

## 보건식품 소비자 실태 조사

### 가. 조사 개요

소비자 설문지 조사와 초보 예측에 근거하고 약국, 드러그스토어, 매장 및 슈퍼마켓 등 유통 채널에서의 표본조사를 통해 타이베이시, 타이중시, 가오슝시에서 보건식품을 구매한 경험이 있는 소비자를 대상으로 설문 조사를 실시했다.

본 설문 조사는 타이베이, 타이중, 가오슝에서 각 120부씩 총 360부를 배포했으며 325부의 유효 설문지를 회수했다.(유효 회수율은 90.3%, 95% 신뢰 수준 하 최대 표본 오차 6%)

### 〈설문 응답자 기초 정보〉

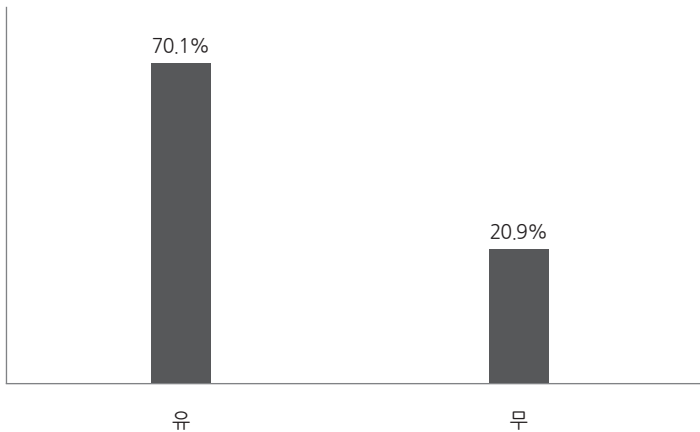
- 남성 143명, 여성 182명
- 타이베이시 114명, 타이중시 107명, 가오슝시 104명
- 기혼자 129명(39.8%), 미혼자 196명(60.2%)
- 자녀 수에 있어서 무자녀는 178명, 1자녀는 69명, 2자녀는 59명, 3자녀는 14명, 4자녀 이상은 5명
- 어른을 부양하고 있지 않은 자 102명, 1명의 어른 부양자는 47명, 2명의 어른 부양자는 142명, 3명의 어른 부양자는 14명, 4명의 어른 부양자는 20명
- 연령 분포는 21~30세 80명, 31~40세 169명, 41~50세 34명, 51세 이상 42명
- 월 소득 분포는 NT\$3만불 이하 34명, NT\$3만~5만불 139명, NT\$5만~8만불 112명, NT\$8만~10만불 20명, NT\$10만불 이상 10명
- 직업군별로는 사무직 82명, 현장 근로직 42명, 서비스업 130명, 군인 및 공무원 59명, 가정 도우미 6명
- 교육 수준별로는 중학교 이하 7명, 중학교 5명, 고등학교 17명, 대학교 152명, 대학원 이상 144명

## 나. 조사 결과

### (1) 복용 습관 분석

#### ■ 보건식품 복용 습관 유무

〈보건식품 복용 습관 유무(n=325)〉



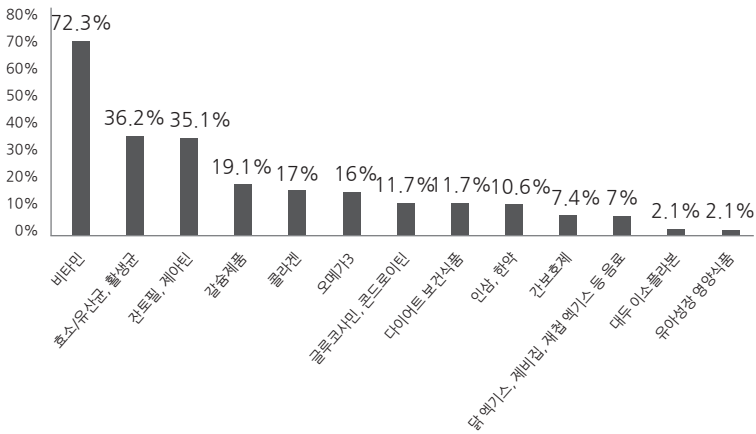
조사 대상 중 평소에 보건식품 복용 습관이 있는 자는 228명, 평소에 복용 습관이 없는 자는 97명이었다. 성별과 교차 분석한 결과 70.1%가 보건식품 복용 습관이 있고 그중 42.6%가 남성, 57.4%가 여성이었다. 보건식품 복용 습관이 없는 조사 대상 중 52.5%가 남성, 47.5%가 여성인 것으로 성별 및 혼인 상태에서는 큰 차이가 없었다.

연령층별 보건식품 복용 습관은 21~30세가 61.3%, 31~40세가

73.4%, 41~50세가 70.6%, 51세 이상이 73.8%였다. 이처럼 31세 이상이 주요 소비층인 것을 쉽게 알 수 있고, 약 70%의 소비자가 복용 습관이 있었다. 직업 유형별 교차 분석한 결과 사무직이 79.5%, 현장 근로직이 81.0%, 서비스업이 58.1%, 군인 및 공무원이 73.3%, 가정 도우미가 83.3%였는데 직업 유형별과 구매 의향에는 다소 차이가 있었다.

■ 보건식품 복용 종류별 선호도

〈보건식품 복용 종류(중복 선택, n=228)〉

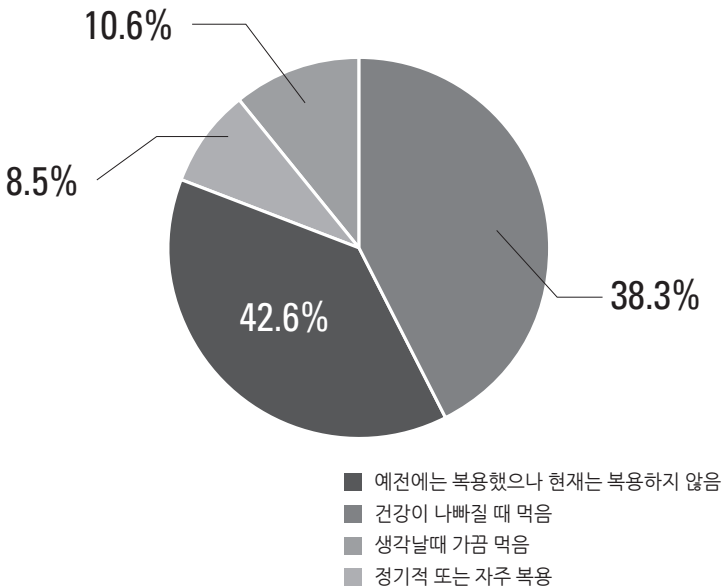




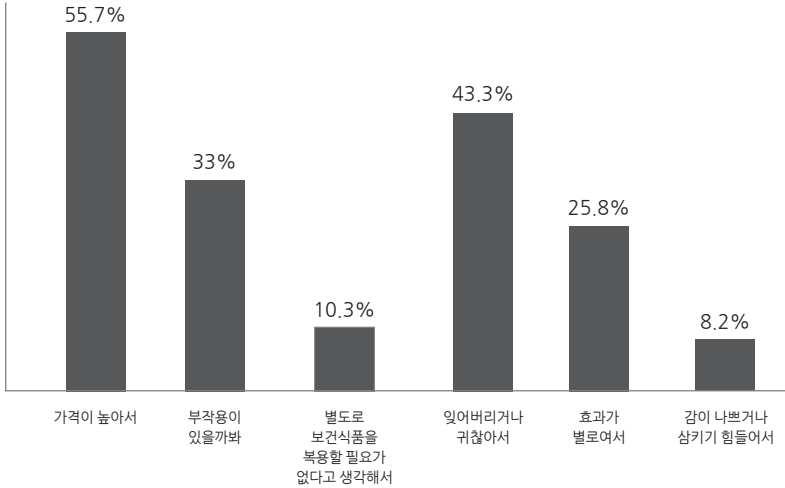
평소에 보건의식품을 복용하는 습관이 있는 70.1%의 소비자 중 비타민 복용자가 72.3%로 가장 많았고, 그다음으로 효소/유산균이 약 36.2%였으며, 3번째인 루테인/제아잔틴은 약 35.1%, 4번째인 칼슘 제품은 약 19.1%였다.

■ 보건의식품 복용 습관

<보건의식품 복용 습관 (n=228)>



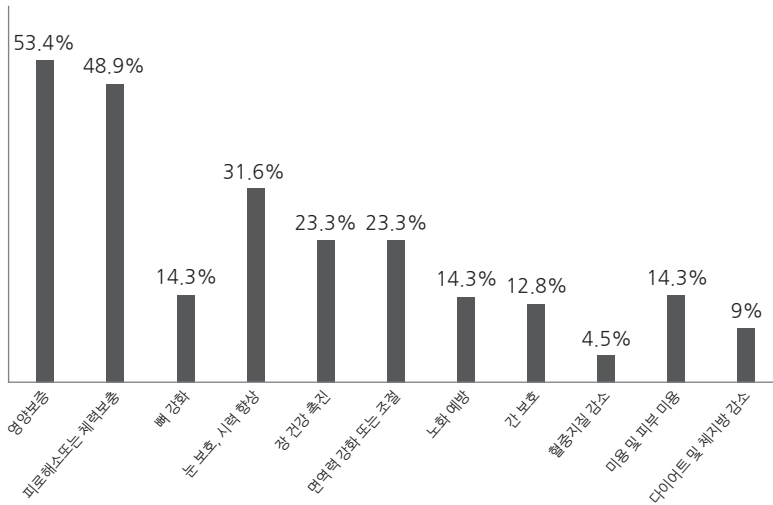
〈보건식품 복용 습관이 없는 이유(중복 선택, n=228)〉



보건식품 복용 습관이 없는 97명 대상자 중, 54명은 가격이 높아서, 32명은 부작용이 있을까봐, 10명은 별도로 보건식품을 복용할 필요가 없다고 생각해서, 42명은 잊어버리거나 귀찮아서, 25명은 효과가 별로여서, 8명은 식감이 나쁘거나 삼키기 힘들어서 보건식품 복용 습관이 없다고 답했다. 가격이 복용 의향에 영향을 주는 주원인임을 알 수 있다.

■ 소비자 보건식품 효능 선호도

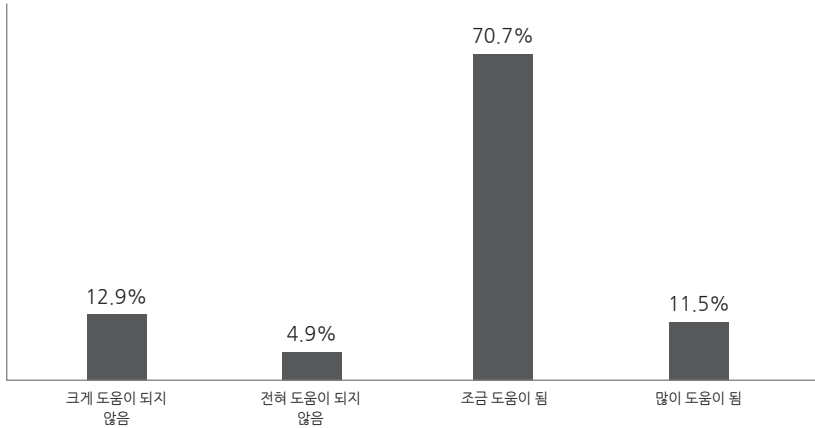
〈소비자가 택하는 보건식품 효능(중복 선택, n=325)〉



소비자가 택하는 보건식품 효능 중 1위는 영양 보충, 2위는 피로 해소 또는 체력 보충, 3위는 눈 보호, 시력 보건이다. 다만 소비 시장에서 중점 제품 유형은 영양 보충을 위한 비타민, 피로 해소나 체력 보충을 위한 닭 진액, 제비집, 재첩 진액, 인삼, 한약 등 제품, 시력 보건을 위한 잔토필, 제아잔틴, 어유 등인 것으로 응답했다.

## ■ 소비자 보건식품 효능 만족도

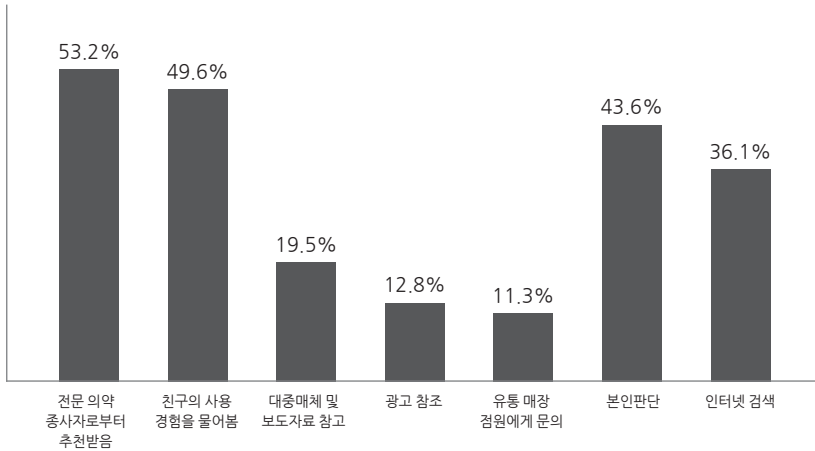
〈보건식품 복용의 도움 여부(n=325)〉



조사 결과 보건식품이 크게 도움이 되지 않는다고 생각하는 사람은 42명, 전혀 도움이 안 된다고 생각하는 사람은 16명, 조금 도움이 된다고 생각하는 사람은 230명, 많은 도움이 된다고 생각하는 사람은 37명이다. 82.2%의 소비자가 보건식품 복용이 생체 기능 조절에 도움이 된다고 응답했다.

## ■ 소비자 보건식품 섭취 여부 결정 요인

〈보건식품 섭취 여부 결정 요인(중복 선택, n=325)〉



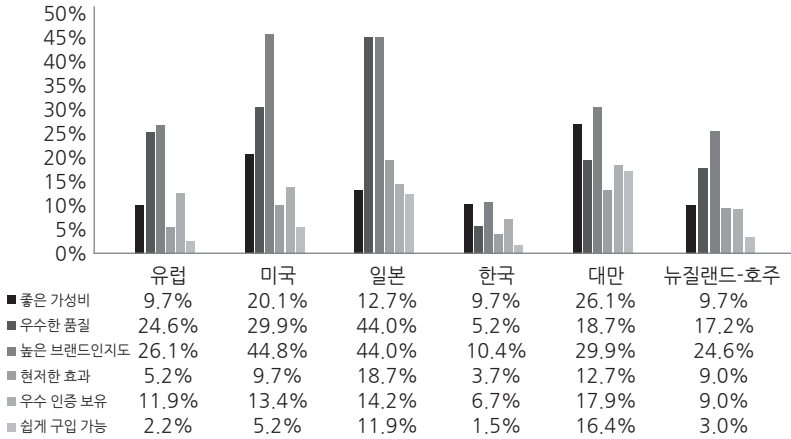
구매 및 섭취 여부를 결정짓는 요인으로 지인에게 복용 경험을 묻는 것이 1위이고, 2위는 의약 전문가의 추천을 받는 것, 3위는 본인 판단 및 인터넷 자료 검색이다. 대만은 의료 정보가 풍부하고 전문 의료 종사자와 접촉할 수 있는 기회가 많다. 또 소비자는 주변 지인의 복용 경험과 복용 후의 효과 등을 매우 중요시한다.

최근 정보의 투명화로 대만 소비자는 인터넷 검색을 통해서도 복용자 자신이 보건식품을 복용할 필요가 있는지 판단한다. 전반적으로 대만 소비자는 지인을 통해 제품의 종류와 브랜드를 알게 된 후 전문 의료 종사자에게 문의해서 본인이 복용하기에 적합한지 확인하고 최종적으로 인터넷 정보를 수집해 보건식품 복용 여부를 판단한다.

## (2) 구매 행위 분석

### ■ 보건식품 원산지 선호도

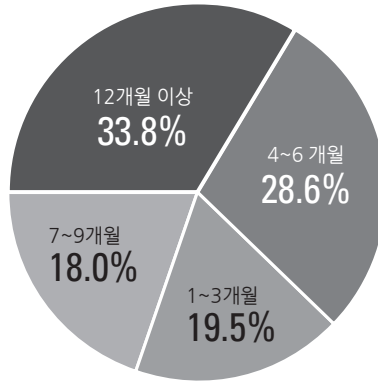
〈보건식품 생산지 선호도(중복 선택, n=325)〉



보건식품 생산 원산지 선호도 조사에서 미국과 일본을 대만 소비자가 가장 선호하는 것으로 나타났으며 그다음은 대만 현지의 보건식품이었다. 소비자가 미국과 일본 제품을 선택할 때는 주로 브랜드 인지도와 품질을 고려하고, 대만 현지 보건식품을 선택할 때는 브랜드의 인지도와 제품 가격을 고려한다.

■ 보건의식품 구매 및 취득 빈도

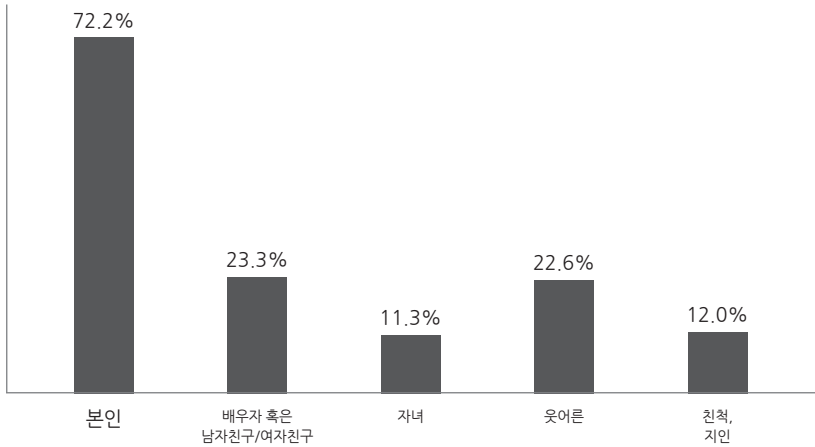
〈보건의식품 구매 또는 취득 빈도(n=325)〉



구매 및 취득 빈도는 1~3개월이 63명, 4~6개월이 93명, 7~9개월이 59명, 12개월 이상이 110명이다. 전반적으로 대만 소비자의 구매 빈도는 12개월 이상이며 대량 구매하는 습관이 있다. 이는 유통 가격에 있어서 대량 구매 시의 가격과 연관된다. 평균적으로 장기 복용하는 습관이 있을 경우 1회 구매량이 많을수록 더 많이 할인받을 수 있기 때문이다.

## ■ 보건식품 구매 및 섭취 대상

〈보건식품 구매 목적 대상(중복 선택, n=325)〉

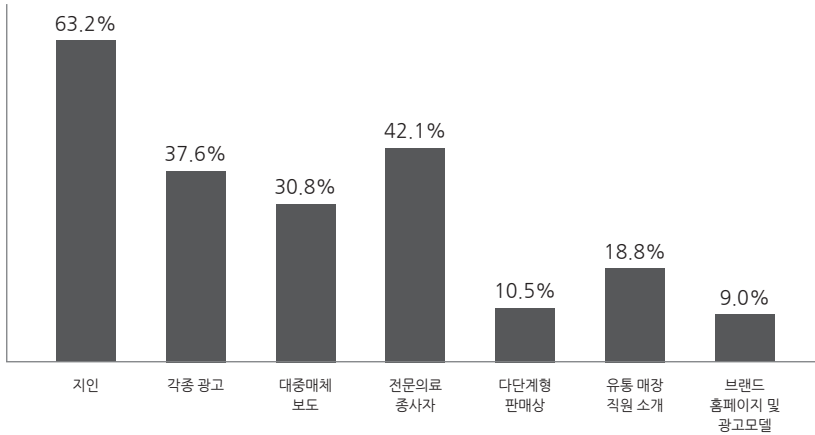


다수의 대만 소비자는 자신이 섭취하기 위해 보건식품을 직접 구매하고 그다음으로는 배우자 또는 연장자를 위해 구매한다. 그중 약 17%는 본인의 보건식품을 구매하면서 배우자, 연장자, 자녀 또는 지인들 것도 같이 구매한다.



■ 보건식품 구매 정보 취득 경로

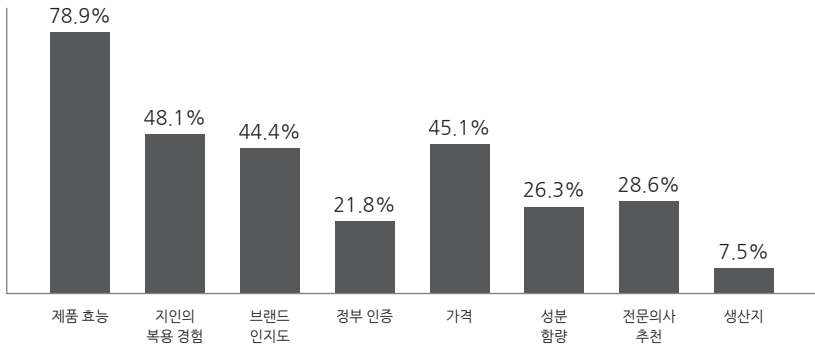
〈보건식품 구매 정보 경로(중복 선택, n=325)〉



지인에 의해 구매 소비 정보를 얻는 방법이 가장 보편적이다. 보건식품은 전문적인 효능 및 경험에 대한 신임이 높기 때문에 의료 종사자의 추천과 의견을 중시한다. 보건식품에 대한 매체, 광고, 영업적 소개 등은 상대적으로 영향력이 낮은 편이다.

## ■ 보건식품 구매 시 주요 고려 요소

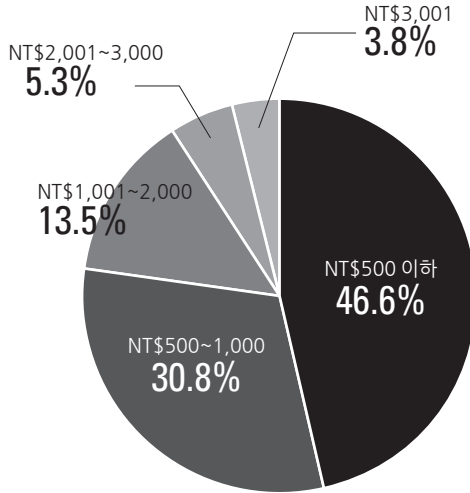
〈보건식품 구매 시 주요 고려 요소(중복 선택, n=325)〉



구매 시 고려 요소는 제품의 효능이 가장 우선이고, 2위는 지인의 복용 경험, 3위는 가격 및 브랜드의 인지도다. 다만 소비자의 구매 습관상 먼저 본인의 필요와 제품의 효능이 신체에 도움이 되는지를 이해하고 주변 지인의 복용 후 경험과 효과를 물어본 다음 제품의 가격적인 면을 따진다. 보건식품을 구매하지 않는 사람은 가격과 부작용을 고려하지만 보건식품 복용 습관이 있는 사람은 효능을 가장 우선적으로 고려한다.

■ 보건식품 구매 비용 비중

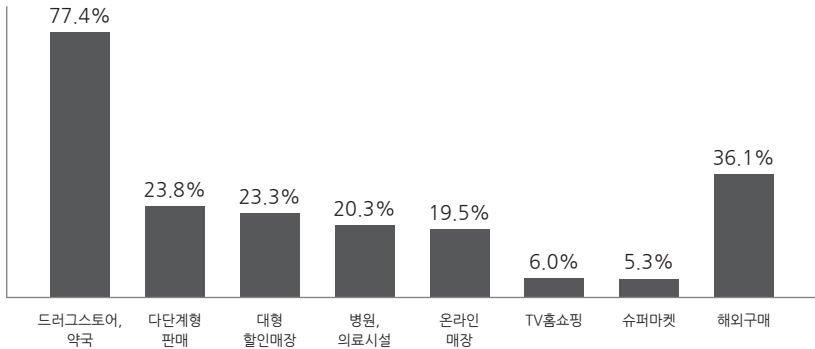
〈월평균 보건식품 구매 비용(n=325)〉



월평균 구매 비용은 NT\$5,000 이하가 152명, NT\$501~1,000불은 100명, NT\$1,001~2,000불은 44명, NT\$2,001~3,000불은 17명, NT\$3,000불 이상은 12명이다. 80% 가까운 소비자가 월평균 NT\$1,000불 이하의 보건식품을 구매한다. 이 금액은 대만 평균 급여 NT\$4만 8,790불의 2%에 해당하는 수준이다.

## ■ 보건식품 주요 구매 및 취득 지점

〈보건식품 주요 구매 매장(중복 선택, n=325)〉

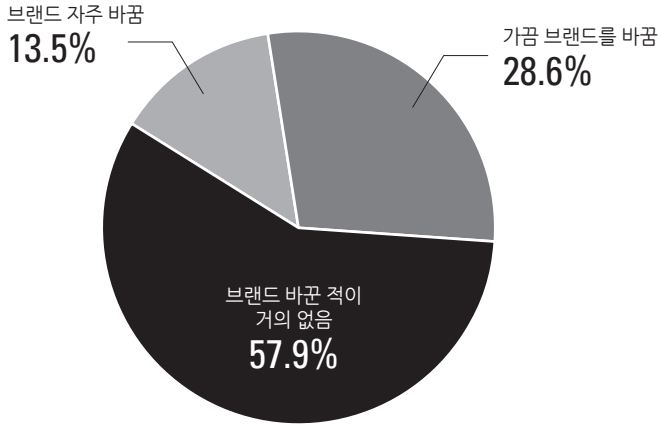


소비자의 주요 구매 장소를 보면 드러그스토어와 약국이 가장 많고, 그 다음으로 해외 구매 및 다단계형 판매를 선호한다. 앞서 언급한 대만 소비자의 브랜드, 원산지 선택에서 볼 수 있듯이 미국과 일본산 제품에 대한 관심이 해외 관광 시 현지 드러그스토어 구매, 여행이나 해외 지인을 통한 구매 대행 방식으로 이어진다. 더욱 할인된 가격으로 해외 보건식품을 구매하는 것이다.

그 밖에 23.8%의 소비자가 다단계형 판매 유통 통로를 통해 필요한 보건식품을 구매한다. 최근 몇 년 사이 대만의 대형 할인 매장인 Costco, 까르푸 등에서 대포장 단위의 보건식품을 낮은 가격에 판매하는 행태를 주목할 필요가 있다. 보건식품을 장기 복용하는 소비자는 가격적 요인을 고려해 대형 유통 매장에서 구입하는 경우가 증가하고 있다.

■ 보건의식품 브랜드 충성도 및 신뢰도

〈보건의식품 브랜드 충성도(n=325)〉

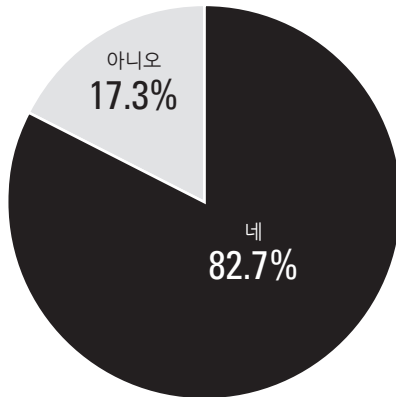


소비자가 항상 복용하는 보건의식품 관련 조사에서는 브랜드를 가끔 변경하는 소비자 93명, 거의 변경하지 않는 소비자 188명, 자주 변경하는 소비자 44명이다. 60%에 달하는 소비자가 한 브랜드에 충성도가 높으며, 소수의 소비자만이 자주 브랜드를 변경한다고 응답했다.

### (3) 건강식품 구매 의향도

- 건강식품(건강식품 인증)의 구매 욕구 영향 여부

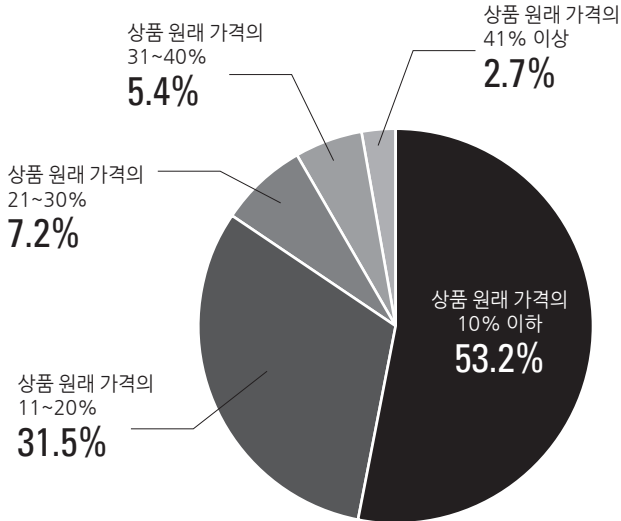
〈건강식품에 대한 구매 의향(n=325)〉



대만 위생복지부 건강식품 인증 마크에 대해 269명이 구매 의욕이 증가한다고 응답했고, 56명이 구매 의욕이 증가하지 않는다고 답했다. 전문기관의 인증 마크가 대다수 대만 소비자의 구매 의욕에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다.

■ 건강식품(건강식품 인증)의 소비 가격 수용도

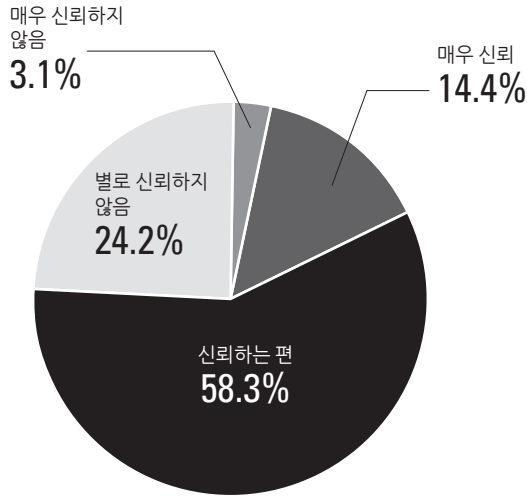
〈건강식품일 경우 받아들일 수 있는 가격 범위(n=325)〉



건강식품 인증 마크로 구매 의욕이 상승한다는 269명을 대상으로 위생 복지부 인증 마크가 있는 상품에 대한 지불 희망 가격을 조사했다. 제품 원래 가격의 10% 이하가 143명, 제품 원래 가격의 11~20%가 85명, 제품 원래 가격의 21~30%가 19명, 제품 원래 가격의 31~40%가 15명, 제품 원래 가격의 41% 이상이 7명이었다. 85%의 소비자가 인증 마크를 획득한 제품에 대해 20% 이내로 추가 지불할 의사가 있음을 보여주는 결과다.

■ 건강식품(건강식품 인증)의 신뢰도

〈건강식품 인증에 대한 신뢰도 여부(n=325)〉

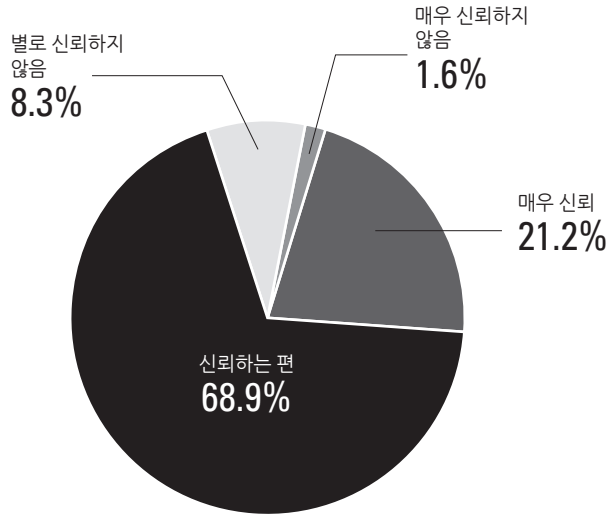


정부의 건강식품 인증에 관한 신뢰도는 ‘아주 신뢰한다’ 47명, ‘신뢰한다’ 189명, ‘별로 신뢰하지 않는다’ 79명, ‘매우 신뢰하지 않는다’가 10명으로 나타났다. 전체적으로 70% 이상의 소비자가 대만 정부가 인증한 식품 마크를 신뢰한다.



■ 국제 인증 기구를 통해 인증된 보건식품 신뢰도

〈국제 인증 기구 인증 보건식품 신뢰도 여부(n=325)〉

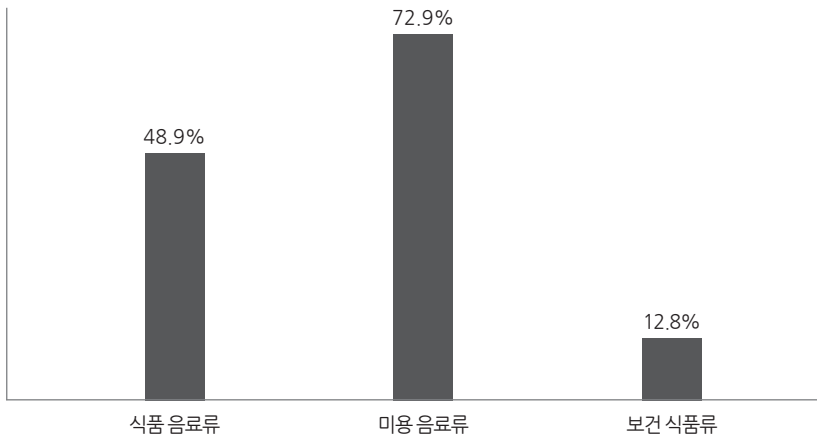


국제 인증 기구 인증 보건식품에 관해서는 ‘아주 신뢰한다’ 69명, ‘신뢰한다’ 224명, ‘별로 신뢰하지 않는다’ 27명, ‘아주 신뢰하지 않는다’가 5명이었다. 전체적으로 90% 이상의 소비자가 해외 인증 기구를 통해 인증받은 보건식품을 신뢰했다. 특히 대만 위생복지부에서 인증한 건강식품 인증 보건식품보다 신뢰도가 더 높게 나타났다.

#### (4) 한국 보건식품 인지도 분석

##### ■ 한국산 보건식품 인지도

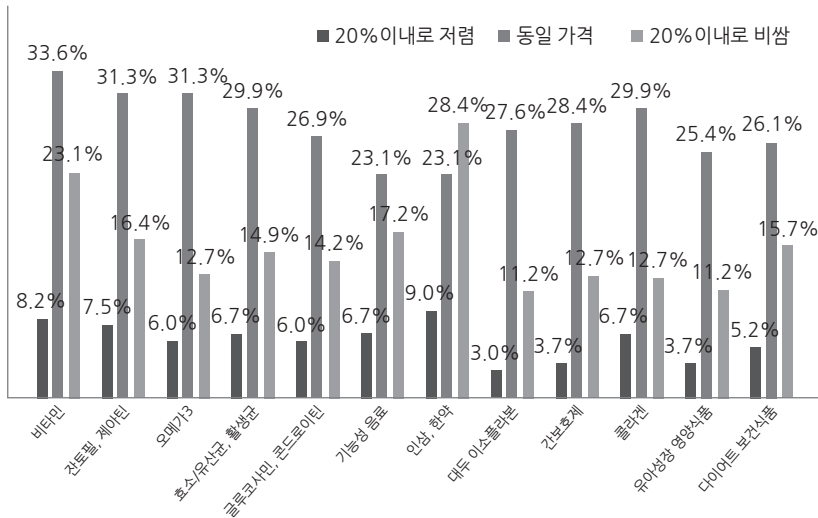
〈한국 식품을 연상하게 하는 이미지(중복 응답 가능, n=325)〉



한국 상품의 이미지 분석 결과, 72.9%가 미용 음료 제품류가 한국의 국가 이미지와 가장 잘 연결된다고 답했다. 그다음으로 식품, 음료 등 제품류가 48.9%로 높았고, 보건식품은 12.8%로 가장 낮게 나왔다.

## ■ 한국산 보건의식품 종류별 희망 가격 수준

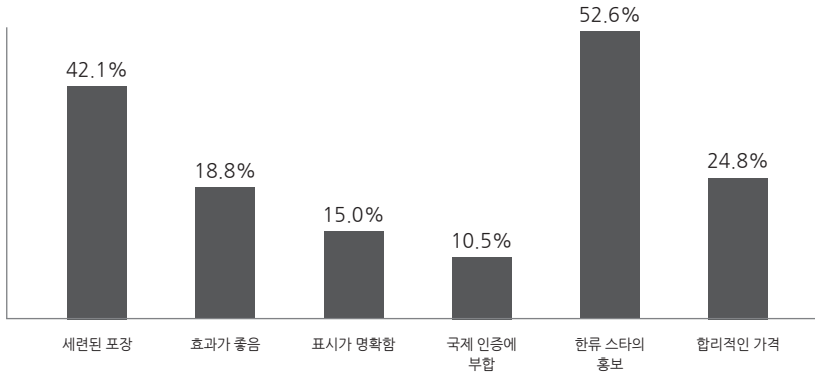
〈한국산 보건의식품 희망 구매 가격(중복 선택, n=325)〉



한국의 보건의식품에 관한 소비자의 희망 구매 가격을 분석한 결과 모든 제품에서 20% 이상의 소비자가 동일한 가격으로 한국 제품 구매를 희망했다. 인삼류 제품은 가장 많은 28.4%의 소비자가 20% 이내의 가격을 추가해 구매할 수 있다고 응답했다. 뒤이어 23.1%가 비타민을, 그다음으로 기능성 음료와 다이어트 보건의식품에 대해 추가 가격을 지불할 의향이 있다고 응답했다. 〈세부 사항 붙임 1 참고〉

■ 한국산 보건의식의 장점

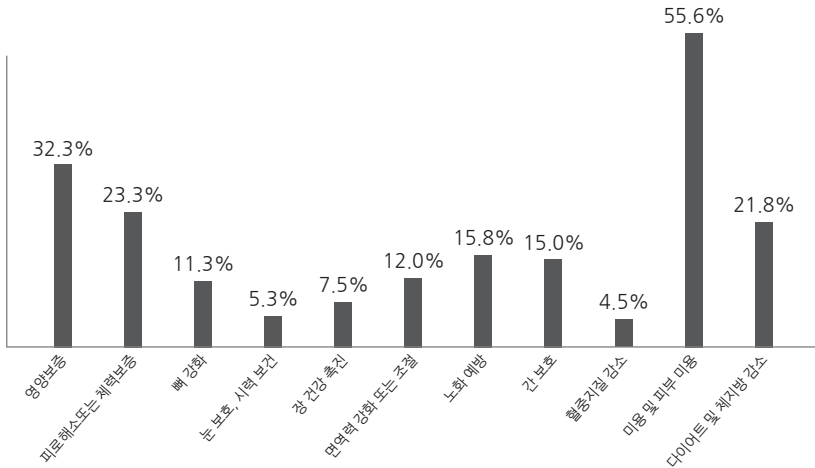
〈한국산 보건의식의 장점(중복 응답 가능, n=325)〉



대다수 대만 소비자는 한국 보건의식의 최대 장점을 한류 스타의 홍보 및 세련된 포장으로 꼽았다. 한국 내의 유행과 드라마, 영화 등 한류를 이용한 홍보와 영향력이 크다고 여기고 있다.

■ 한국산 보건의식의 대표적인 효능 인지도

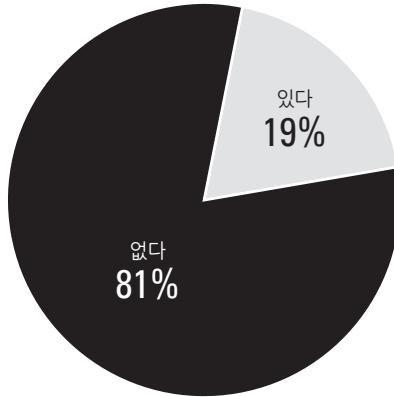
〈한국산 보건의식의 장점(중복 응답 가능, n=325)〉



한국산 보건의식의 효능으로는 미용 및 피부 미용이 가장 큰 효과가 있다고 답했다. 그다음으로 영양 보충류 상품, 주름 제거 또는 체력 보충, 다이어트, 체지방 감소 등의 순서다. 미용과 다이어트 제품이 대만 소비자가 생각하는 한국 보건의식의 대표적 효능이라 할 수 있고, 다음이 인삼류 영양 보충 및 피로 해소로 인지했다.

■ 한국산 보건식품의 구매 여부

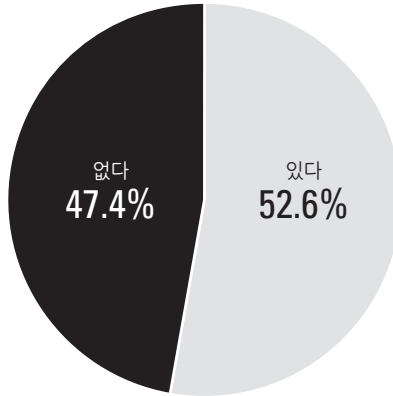
〈한국산 보건식품 구매 경험 여부(n=325)〉



61명이 한국 보건식품을 구매한 적이 있으며, 264명은 구매한 적이 없다고 응답했다. 대다수 대만 소비자들이 한국 보건식품을 구매한 경험이 없었다. 이로 인해 대만 소비자의 한국 보건식품에 대한 인식이 낮고, 제품 특징과 효능에 대한 오해나 고정관념이 생길 가능성이 높다는 점도 추측할 수 있다.

■ 한국산 보건의식의 구매 의향도

〈보건 기능성 한국 식품의 구매 의향〉 (n=325)



전체 52.6%인 171명은 보건 기능이 있는 한국 식품을 구매할 의향이 있다고 응답했고, 154명은 의향이 없다고 답했다. 대만 시장 내 한국 식품의 장점과 지명도를 활용한다면 한국 보건의식품 수출 확대 공간은 클 것으로 보인다.

## 다. 종합 조사 결과 분석

### (1) 대만 소비자는 건강 의식이 높고, 약 70%가 보건식품 섭취 습관

각 연령층의 보건식품 섭취 습관은 21~30세 61.3%, 31~40세 73.4%, 41~50세 70.6% 그리고 51세 이상이 73.8%다. 연령이 증가함에 따라 신체 보건 의식도 점점 높아지는 것을 볼 수 있고, 전체적으로 31세 이상은 약 70% 이상이 복용 습관이 있다.

그중 현장 근로자 등은 80% 이상이 보건식품 복용 습관이 있으며, 다음으로 사무직과 군인 공무원이 70%다. 건강 의식이 높은 사람들 중 장시간 근무로 체력적 피로를 느끼는 약 40%가 고정 또는 자주 보건식품을 복용하고 있으며 보건식품을 통해 필요한 체력을 보충한다. 더욱이 82.2%는 보건식품의 복용이 신체 기능 조절에 도움이 된다고 생각한다.

### (2) 대만 소비자가 요구하는 3대 효능은 영양 보충, 피로 해소, 시력 보호

대만은 유럽, 미국과 비교해 노동시간이 길고 외식 문화의 영향으로 일반적으로 야채, 과일 및 광물질 섭취가 부족하다. 또 스트레스와 음식 불균형으로 체력 고갈과 피로 누적이 자주 나타난다. 그 결과 피로 해소나 체력 보충에 도움이 되는 닭고기 추출물, 제비집, 조개 추출물, 인삼, 한약 등의 제품을 유통 매장에서 흔히 볼 수 있다.

한편 인터넷과 모바일이 발달해 일상생활에서 휴대전화와 컴퓨터에 상



당히 의지하고 있다. 전자제품 스크린이 발생시키는 유해 전자파에 장시간 노출된 소비자들은 시력 보호의 중요성을 인식하기 시작했다. 최근 몇 년간 시력 보호 기능이 있는 크산토폴(xanthophyll), 옥수수 플라빈(flavin), 어유 관련 제품 문의가 아주 높아지고, 각종 유사한 제품도 지속적으로 출시되고 있다.

### **(3) 보건식품 구입 시 소비자의 주요 판단 기준은 지인의 섭취 경험, 전문 의료 자문, 인터넷 검색**

대만은 국토 면적이 작고, 인구가 밀집되어 사람과 사람 간의 상호작용이 빈번하다. 구두 마케팅이 가장 보편적이고 전통적 방식이면서도 가장 효과적인 이유다. 특히 보건식품은 종류가 너무 많아 입소문이 더 큰 영향력을 발휘한다. 인간관계 중심의 연결 고리가 보건식품 효능의 가장 좋은 검증 경로이고, 다수의 소비자들은 지인에게 사용 경험을 문의해 제품의 효능을 이해한다. 여기에 전문 의료인의 의견이 더해질 경우 소비자는 더욱 안심하게 된다. 대만은 전문 의료인을 통해 보건식품 정보를 구하는 것이 아주 보편화되어 있어 다수의 소비자가 진찰을 통해 보건식품 정보를 얻는다. 또 인터넷 검색을 통한 전문 의료 칼럼, 온라인 커뮤니티, 제품 사이트에서 필요한 제품의 공급 판매, 품질 및 평가를 이해한다. 위 3가지는 대만 소비자가 보건식품을 구매하는 주요 판단 기준이다.

#### **(4) 미국과 일본산 보건식품 인기, 건강식품 인증을 받은 대만 자체 브랜드도 높은 경쟁력**

브랜드 이미지 조사 결과를 보면 다수의 대만 소비자가 미국과 일본산에 좋은 이미지를 가지고 있다. 미국과 일본 브랜드인 센트룸, 바이란스, 웨이커, 와카모토 등은 다년간 대만 시장에 자리 잡았기 때문에 브랜드와 제품 인지도가 높고, 광고 문구도 귀에 익숙해 소비자가 잘 알고 있다.

대만 자체 브랜드인 타이탕(台糖), 부타오왕(葡萄王), 아이즈웨이(愛之味) 등이 개발한 시엔징(蜆精), 영지(靈芝)와 쿠파(苦瓜) 분해차 등의 제품은 정부의 건강식품 인증을 받았다. 이를 활용한 마케팅 홍보 결과 건강식품 중 영향력 있는 브랜드로 성장했다. 한편 약 60%의 소비자가 브랜드 충성도를 가지고 있고, 단지 소수 소비자만이 자주 브랜드를 변경했다.

#### **(5) 제품 효능은 수요에 맞추고 인증 마크 획득으로 소비자 안심**

대만 소비자의 구매 습관은 다음과 같이 정리된다. 먼저 자신의 필요와 제품 효능이 몸에 효과가 있는지를 고려하고, 주변 지인의 복용 경험과 효과 유무, 그다음으로 제품의 가격을 고려한다. 한편 85%의 소비자가 20% 이내의 추가 금액을 지불하더라도 국내의 전문 검증을 거친 허가 제품을 구매할 의향이 있다고 밝혔다. 결과적으로 대만 소비자 다수는 제품의 명확한 용도와 효능을 매우 중요시하고, 저가 상품 또는 과장된

효과를 추구하지 않는다.

따라서 효능의 포지셔닝을 명확히 하고 나아가 허가 마크를 취득한 제품이라면 대만에서 매우 환영받을 수 있다. 최근 몇 년 사이에 대만 내 식품 안전 사건 사고가 발생해 대만 소비자들은 식품 안전을 특히 중시한다. 관련 검증 마크가 있으면 그 효능성과 제품의 품질은 물론 안심하고 복용할 수 있다는 점까지 널리 알릴 수 있다.

### **(6) 보건식품 최대 구매점은 드러그스토어·약국, 소비자 80%가 월 NT\$1,000 이내에서 구매**

대만의 Watsons, Cosmed 및 대형 약국은 소비자가 편리하게 보건식품을 구매하는 경로다. 각 대형 브랜드는 이에 상응해 드러그스토어와 약국에 입점해 있고, 이번 조사에서도 70% 이상의 소비자가 드러그스토어와 약국에서 보건식품을 구매한다고 답했다. 70% 이상의 소비자가 자신이 섭취할 용도로 보건식품을 구매한다고 응답함으로써 각 개인의 건강 개념이 강함을 볼 수 있다.

80%의 소비자는 월 NT\$1,000 내에서 보건식품을 구매한다고 응답해 정기적으로 보건식품을 섭취하고 있는 것으로 나타났다. 또 선물을 주고받는 풍습으로 연화(燕窩), 영지(靈芝) 및 인삼 음료(人蔘飲) 등의 보건식품을 선물용으로 구매했다. 구매 빈도를 보면 50%의 소비자가 6개월 이내에 보건식품을 구매한다고 응답해 보건식품에 대한 수요가 꾸준한 것으로 나타났다.

## **(7) 한류 열풍과 포장 디자인 우수성이 한국산 보건식품 이미지 고취**

대다수의 대만 소비자는 한류 스타 이용과 포장 디자인의 우수함을 한국 식품의 장점으로 꼽았다. 최근 한국 트렌드, 한류 스타, K-드라마 등과 연관된 한국 제품들이 대만 시장에서 인지도를 높이고 있고, 고급스러운 포장 디자인의 식품 등도 일반 소비자에게 좋은 반응을 얻고 있다.

## **(8) 한국산 인삼, 비타민, 다이어트 식품의 높은 인지도**

한국산 보건식품의 인지도가 대만 시장에서 높지는 않지만 그중 인삼류가 가장 높은 것으로 나타났다. 일부 소비자는 가격이 높더라도 품질 좋은 한국 인삼 제품 구매를 희망한다. 대만 시장 내 가장 보편적인 비타민도 한국산 비타민이라면 조금 높은 가격을 지불하고라도 구매할 용의가 있다고 답했다. 다이어트류 제품 또는 미용 음료 관련 제품은 한류 스타를 활용해 광고·홍보함으로써 한국 문화를 좋아하는 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있다. 대만 시장 내 주요 한국산 보건식품은 인삼류, 비타민, 다이어트 식품으로 나타났다. 새로운 포장 디자인 또는 한류 스타의 홍보 등 광고 방법을 더하면 대만에서의 한국 보건식품 성장에 좋은 기회가 될 것이다.

설문 대상의 50%는 한국 식품의 구매욕을 일으키는 요소로 기능성을 먼저 꼽았다. 단순한 식품보다는 기능성이 추가된 한국산 식품을 선호하는 것으로 나타났다.



## 제 4 장

# 한국산 보건식품 대만 시장 확대 방안

가. 한국산 보건식품 대만 시장현황



## 4

---

# 한국산 보건식품 대만 시장 확대 방안

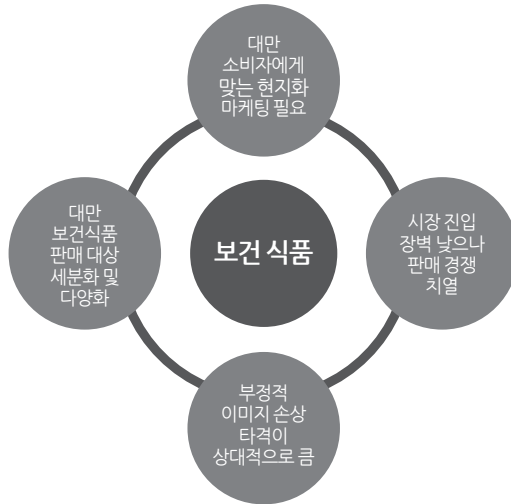
### 가. 한국산 보건식품 대만 시장현황

#### (1) 보건식품 시장 특성

##### ■ 대만 소비자에게 맞는 현지화 마케팅 필요

대만 소비자의 풍습과 정서에 따라 보건식품 섭취 방식이나 선호도가 다르기 때문에 대만 소비자에게 맞는 보건식품의 현지화 마케팅이 필요하다. 해외 유명 브랜드도 대만 진입 후 대만 소비자의 기호에 따라 포장이나 형태를 달리하고 마케팅에 많은 경비를 투입해 광고 홍보하고 있다. 보건식품은 현지의 사용 습관에 따른 차별화된 마케팅이 성공 여부를 결정한다.

## 〈대만 보건식품 시장 특성〉



### ■ 시장 진입 장벽 낮으나 판매 경쟁 치열

대만 시장 내 건강식품 인증을 보유하고 있지 않은 보건식품은 일반 식품으로 취급된다. 보건식품은 제조 시 특별한 제한 규정이 없기 때문에 많은 기업들이 비교적 자유롭게 제조, 투자, 연구, 개발을 할 수 있다. 비교적 낮은 제조 원가를 들여 고부가가치 제품을 생산할 수 있어 현재 학교, 연구 조직, 식품 공장, 제약사, 생물과학기술 업체 등 여러 단체들이 연구 개발을 시도하고 있다. 덕분에 대만에 유명한 제조사들이 육성되었다. 또 OEM 생산 공장도 점차 브랜드 기업으로 전환하고 있다. 누구나 제조, 투자할 수 있으나 다양한 제품이 출시되어 시장 경쟁도 그만큼 치열하다.



### ■ 부정적 이미지 손상 타격이 상대적으로 큼

보건식품의 제조 문턱이 낮아 제품을 시장에 출시하는 것이 용이하다. 하지만 부정적인 뉴스 하나로도 브랜드 이미지에 큰 타격을 받아 시장에서 퇴출될 수 있다. 다만 법규에 따르면 보건식품이 일반식품이기 때문에 효능에 관한 홍보 관련 제한 규정은 오히려 엄격하다. 법규정 위반 사례가 자주 발생하고, 그에 따른 부정적인 소식이 전파되어 ‘불합격 상품’, ‘불량 상품’ 등으로 낙인찍히는 사례 또한 자주 발생한다.

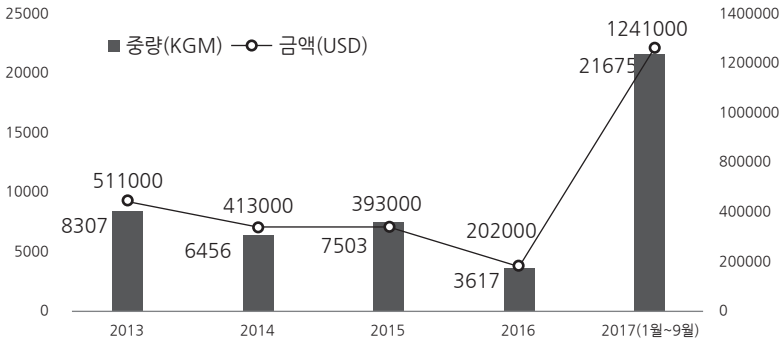
### ■ 대만 보건식품 판매 대상 세분화 및 다양화

보건식품 종류의 다양화로 다른 소재, 다른 기능, 다른 형태 등 유형에 따라 각종 다른 제품으로 세분화되고 다양해지는 추세다. 또한 대만 보건식품의 효능 관련 요구가 높아짐에 따라 보건식품 신상품 출시 때 제품의 효능이 더욱 세분화되고 있다. 예를 들어 기존에는 종합비타민을 섭취하면 영양소를 고루 보충한다고 여겼으나, 최근에는 브랜드 특성과 시장 판매율을 높이기 위해 성별, 연령별, 임산부, 유아 등 소비 대상을 분류해 효능도 구분 대상별로 세분화했다.

## (2) 한국산 보건식품 대만 현황 분석

### ■ 한국산 보건식품 수입 현황

#### 〈 최근 5년 한국산 알약, 캡슐 포장식품 제품 수입 현황〉



※ 출처 : 대만 관무서, 상업발전연구원

대만 위생복지부 통계에 의하면 한국 제품 가운데 현재 대만 건강식품 인증 마크를 받아 유통되는 한국 보건식품은 아직 없다. 대만 수입 신고 시 모두 일반식품과 같기 때문에 한국 보건식품 수입 실적을 정확히 파악하는 데 어려움이 있다.

알약, 캡슐 형태 제품은 통계 실적을 별도로 파악하는 것이 가능하다. 2013년 한국산 ‘알약, 캡슐 포장식품 제품’ 수입 실적은 51만 1,000달러, 2016년에는 20만 2,000달러였다. 2017년 9월 현재 수입량은 이미 최근 5년의 기록을 돌파해 124만 1,000달러로 급증했다.

## ■ 한국산 보건식품 유통현황

현재 주요 한국산 보건식품의 대만 유통현황은 인삼 관련 제품이 가장 일반적이다. 그중 정OO의 브랜드 인지도가 높아 대만 소비자는 한국산 보건식품 하면 일단 인삼 홍삼류를 먼저 떠올린다. 보건식품의 브랜드 지명도는 상당히 중요하기 때문에 중약상(한약상), 일반 매장, 인터넷, 자체 매장 등 다양한 유통 채널에 유통되고 있다.

판매 유통 경로를 보면 대만 주요 보건식품 유통은 다단계형 판매, 드러그스토어, 약국, 도매점, 편의점 등이고 한국 식품의 시장점유율은 극히 낮다. 다단계형 판매는 한국 다단계형 판매상인 애OO에서만 한국의 어유, 유산균 등의 상품이 판매된다. 드러그스토어와 약국을 통한 한국 보건식품의 진입은 일부 소수에 국한되어 있다. 정OO 인삼 계열, ROOOOO 숙취 해소 젤리 제품 정도이고 COSTCO 등 대형 유통 매장에 정OO 브랜드가 입점되어 인삼 제품류가 판매되고 있다. 기타 까르푸, RT-MART 등에서는 한국 보건식품 진입을 거의 볼 수 없다.

한국 식품 전문 판매점에서 일반 한국 식품과 함께 한국 보건식품을 판매하나 해당 상점의 주력 판매 상품이 아니기 때문에 판매량이 많지 않다. 제품 입고 시점도 일정하지 않고 제품 유통 경로도 개인이 한국 방문 시 구입해 핸디캐리로 운반하는 속칭 ‘보따리상’이다. 이런 유형의 한국 식품 전문점은 단순 판매 성격이기 때문에 보건식품의 효능과 성분을 이해하지 못할 뿐 아니라 소비자에게 정확한 상품 소개도 불가능하며 대만 건강식품 인증 규범도 알지 못한다.

## ■ 한국산 보건식품 유통 채널

### ① Watsons

Watsons는 대만 드러그스토어 중 최대 규모로 2017년 10월 기준 유통되는 한국산 보건식품 브랜드는 2종이다. 하나는 정OO으로 판매되는 상품은 ‘정OOOOO 고려삼활력음 100ml×10병’으로 판매가는 NT\$690이다. 또 다른 하나는 단OO로 판매 상품은 ‘단OO 고려홍삼 홍보음(홍삼+콜라겐) 10포’와 ‘단OO 고려홍삼 남보음(홍삼+폴리페놀) 10포’로 판매가는 NT\$765다.

인삼 음료의 경우 정OO의 브랜드 인지도로 상품 자체에 대한 문의는 적으나 판매율은 높다. 하지만 기타 브랜드는 상품 자체에 대한 문의는 많으나 판매율은 높지 않다.



〈Watsons에 진열된 한국산 보건식품〉

## ② Cosmed

Cosmed에서 판매되는 한국 보건식품은 극히 적다. 판매 상품은 'ROOOO O 젤리'로 판매 단가는 NT\$129다. 제품의 주요 효능은 음주 후 숙취 해소로 제품 관련 문의가 많고 판매율도 높다. 시장에 이런 종류의 상품이 적고 제품 포장이 소비자가 좋아할 만한 디자인이기 때문이다.

## ③ Hi - Life

편의점 중 한국 보건식품을 판매하는 업체도 적다. Hi - Life에서 판매하는 한국 보건식품은 '금O고려인삼정화액 120ml'로 판매가는 NT\$120, '금O 6년근고려삼지왕 100ml'는 판매가 NT\$52다.

Hi - Life는 보건식품 판매 전문 구역이 없어 진열 위치가 고정적이지 않다. 다른 일반식품과 함께 진열하는 등 특별한 홍보 전략 없이 진열되어 편의점 내 보건식품에 대한 판매가 부진하다.



〈ROOOO O Cosmed판매 상품 진열〉



〈Hi - Lif에 진열된 인삼 음료〉

#### ④ RT-MART

RT-MART는 대형 할인 매장 중 보건식품 진열대 수가 비교적 많은 매장이다. 현재 판매되는 한국 보건식품은 ‘금O고려인삼정화액 120ml\*3병’ 판매가 NT\$360불, ‘금O 6년근 고려삼지왕 100ml\*6병’ 판매가 NT\$284불이다. 제품의 효능과 한국 인삼 음료에 대한 매장 판매원의 특별 홍보는 없으나 RT-MART 내 판매량은 비교적 안정적이다.

#### ⑤ Costco

정OO의 Costco 내 판매 규모는 비교적 큰 편이다. 판매 제품류는 ‘정OO고려삼정 Everytime 10ml\*30포’로 판매가는 NT\$949다. 한류 드라마 인기를 이용해 2017년 ‘에OOOO’ 등 제품류의 홍보에 집중하고 있다.



〈RT-MART에 진열된 인삼 음료〉



〈Costco에 진열된 상품〉

## ⑥ 약국

일반 약국에서는 한국산 보건식품을 찾을 수 없다. 일부 약국에서 한국 인삼차 정도만을 판매한다. 박등약국에서 ‘금O6년근 고려홍삼차 30포’ 1상자가 NT\$451불에 판매되고 있다. 금O홍삼차 구입 소비자는 대부분 고령층, 장년층 여성 위주이고, 상품 판매량은 계절성 구분이 있는데 가을과 겨울 판매량이 여름보다 훨씬 많다.



〈박등약국에 진열된 홍삼차〉

### ■ 한국산 보건식품 개선 사항

현시점에서 한국산 보건식품이 개선해야 할 문제점은 관련 규정 변경에 대한 대처 미흡, 낮은 인지도, 유통 경로 확대 한계 등이다. 최근 연속적으로 발생한 식품 안전 문제로 관련 규정이 자주 변경됨에 따라 수입 시 세관 억류 및 반송 폐기 등의 문제가 자주 발생하고 있다. 이 문제는 한국 외 기타 국가에서도 겪는 문제이다. 대만 관련 규정 변동에 관심을 가지고 빠른 대처가 필요하다.

보건식품의 판매는 브랜드 지명도가 큰 영향을 미치는데 인삼류 외 한국산 보건식품의 낮은 브랜드 인지도로 인해 판매 실적이 낮은 편이다. 반면 일본과 미국 브랜드의 보건식품은 대만에서 지명도가 높기 때문에 일반 소비자들은 일본과 미국의 보건식품 브랜드 구매 시 비교적 안정성이 있다고 느낀다.

대만 보건식품의 주요 유통 경로인 드러그스토어, 약국 등에서 한국 보건식품을 찾아볼 수 없을 정도로 유통량이 미비하다. 유통량을 확대하기 위해 한국의 다양한 기능성 식품의 진입과 그에 맞는 마케팅 전략이 필요하다.

### **(3) 한국산 보건식품 수출 마케팅 전략**

대만 보건식품 시장을 종합해보면 최종 소비 단계의 경쟁이 매우 치열하다. 대만 자체 브랜드뿐 아니라 미국, 일본산 등 기타 외국 브랜드도 단가가 크게 비싸지 않으면서 인지도가 높기 때문이다. 대만 소비자의 건강 중시 개념이 높아지고 주요 명절에 보건식품과 보양식품을 선물하는 소비자가 늘면서 보건식품 수요가 커지고 있다. 현재 기준으로 한국 보건식품의 대만 시장점유율은 극히 낮다. 향후 수출 확대를 위한 마케팅 방안을 다음과 같이 제시한다.



## ■ 대만 유통 경로 중 ‘약국’을 우선으로 개척

현재 대만 유통 매장에서 한국 보건식품을 보기는 힘들다. 드러그스토어, 대형 할인 마트, 도매점, 편의점 등에도 소량 판매되고 일반 약국에서는 더욱 적다. Watsons, Cosmed 등 드러그스토어, 대형 할인 마트, 도매점, 편의점, 온라인 등 다각적인 방법으로 시장을 개척하되, 약국을 먼저 우선적으로 개척하는 방법도 좋을 것으로 보인다. 보건식품의 주요 선택 요인은 효능이기 때문에 약국에서의 출발은 비교적 좋은 이미지와 함께 시작할 수 있다. 약사의 조언으로 쉽게 구매하기 때문이다. 또 기타 매장처럼 진열 비용이 들지 않기 때문에 매출 압력이 적다. 단, 약국에 진입할 수 있는 브랜드와 품질에는 한계가 있고 한 약국당 판매량도 일반 매장 대비 한정적이기 때문에 약국을 우선으로 하되 약국에만 국한해서는 안 된다.

약국에서는 브랜드 상품에 대한 입점 비용을 받는 게 아니라 브랜드 공동 운영 방식으로 매출 이윤을 비율적으로 분배한다. 약국에서는 취급 브랜드에 책임 의식을 가지고 판매하고, 브랜드 기업은 판매 원가 부담을 축소할 수 있다. 일반 약국의 경우 소비자가 약국에 들어오면 일반적으로 직접 약사에게 제품 정보를 자문하거나 약사에게 제품 추천을 요청한다. 때문에 약사는 브랜드 판매원이 되어 약국 내 판매 이윤이 비교적 높거나 브랜드 기업과 관계가 좋은 제품을 추천하게 된다.

한국 브랜드가 초기 시장 개척 시 일반 약국 유통 채널을 우선으로 할 것을 추천한다. 그러나 창칭(長靑), 웨스(躍獅), 보딩(博登), 쥐무다오(啄木鳥) 등의 약국 체인점에 동시 입점할 수는 없다. 브랜드 이미지

를 초기에 잘 세우기 위해서는 유망한 한 약국과 계약을 체결한 후 상호 브랜드에 책임감을 가지고 꾸준히 홍보와 판매를 해야 한다.

■ ‘아름다움’을 연상케 하는 이미지 구축, 블로거 마케팅이 가장 빠른 길  
조사에 따르면 대만 소비자의 대다수는 한국 보건식품을 구매한 적은 없지만 한국 보건식품의 장점으로 미적 감각이 우수한 포장 디자인과 한류를 이용한 마케팅을 꼽았다. 대만 소비자는 한국에서 유행했던 드라마와 영화를 통해 한국 상품의 이미지를 연상하고, 출중한 외모의 한류 스타를 접하며 한국인은 아름다움을 추구한다는 이미지가 강하게 다가오기 때문이다. 이 때문에 많은 대만 소비자는 한국 보건식품 중 미용 관련 식품에 대한 관심이 가장 높다. 따라서 ‘미용’ 관련 보건식품을 선두로 아름다움을 연상케 하는 이미지 마케팅을 우선해야 한다.

최근 인터넷 블로거가 추천하는 한국 상품을 구매하는 대만 소비자가 많아졌다. 많은 소비자가 정기적으로 인터넷 블로거 및 인터넷 유명 인사를 정기적으로 검색해 신상품 소식을 얻는다. 그중 색조 화장품이나 미용 보건식품 상품이 가장 많은 사랑을 받고 있고, 주요 고객층은 여성이다. 한국 보건식품 수출 제조 업체는 대만 유명 블로거와 협력해 제품을 홍보하는 것을 추천한다. 대만 소비자가 가장 관심을 보이는 한국산 미용 및 다이어트 보건식품 위주로 인터넷 홍보 전략도 좋은 방법이다.

### ■ 대만 내 건강식품 인증은 우수한 품질 홍보 마케팅 수단

대만 건강식품 인증은 해외 수출 업체가 직접 신청할 수 없다. 대만 정부는 해외 브랜드가 해외에서 받은 건강식품 인증을 인정하지 않는다. 따라서 해외 보건식품 브랜드는 대만 시장 진입 시 대부분 일반식품 명의로 수입된다. 건강식품 인증을 받으려면 해외 보건식품이 대만에 수입된 후, 대만에 정식 사업자로 등록된 업체를 통해 대만 건강식품 인증을 신청할 수 있다. 현재까지는 비용과 시간문제로 건강식품 인증을 받은 식품은 비교적 적은 편이다.

반면 대다수의 대만 소비자는 높은 가격을 지불하고라도 건강식품 인증 식품을 구매한다고 답할 만큼 건강식품에 대한 선호도와 신뢰도, 브랜드 충성도가 높다. 따라서 '건강식품' 인증을 획득하면 품질 우수성을 인정받는 동시에 상품 홍보 마케팅 수단으로 대대적으로 이용할 수 있다.

### ■ 고급 선물 세트 상품 주력 개발

대만의 선물 증정 문화로 추석, 설, 단오절 등 명절에는 판매 성수기를 맞는다. 방문, 집안 경조사 등에도 선물을 준비하는 등 일상생활에서 선물 교환 문화가 깊숙이 자리 잡고 있다. 과거에는 과일이나 꽃 구매가 많았다면 최근에는 제비집, 인삼, 기능성식품 등 비교적 고급화된 건강보조식품의 구매가 높은 것으로 나타났다. 따라서 선물 증정과 교환 문화를 활용한 보건식품 선물 세트, 고급 선물 포장, 고급 상품 개발 등에 주력할 필요가 있다.





# 참고 자료

- 가. 설문 조사 결과 상세 자료
- 나. 대만 국제 유기농 인증 기관 일람표
- 다. 참고 문헌 및 관련 사이트



## 가. 설문조사 결과 상세 자료

### Q3-2 한국 보건식품 인지도

#### Q3-2-1 아래 제품 중 익숙한 한국산 보건식품은? (중복 선택 가능)

- (1) 비타민  (2) 칼슘 제품  (3) 크산토피 /제아잔틴  (4) 어유
- (5) 효소/유산균, 활생균  (6) 글루코사민/콘드로이틴 제품
- (7) 기능성 음료  (8) 인삼, 한약
- (9) 대두 이소플라본  (10) 간 보호제  (11) 콜라겐  (12) 유아성장 영양식품
- (13) 다이어트 보건식품  (14) 기타(설명\_\_\_\_\_)

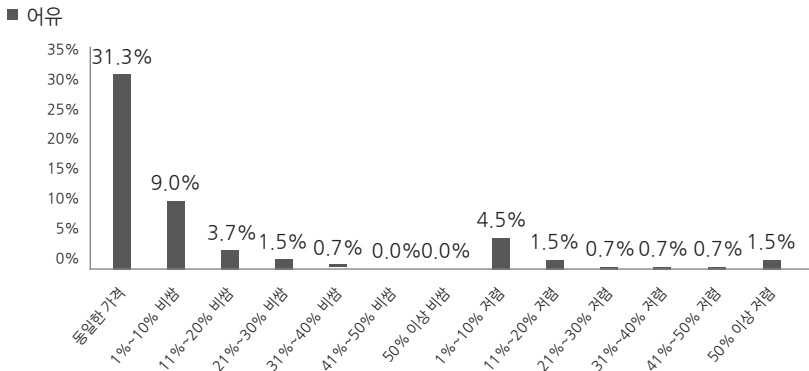
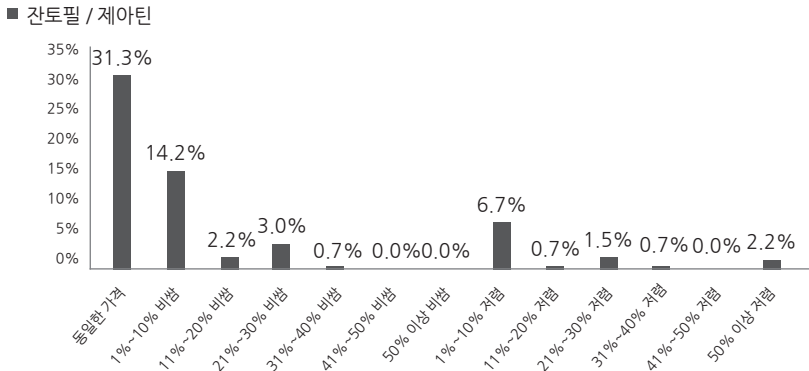
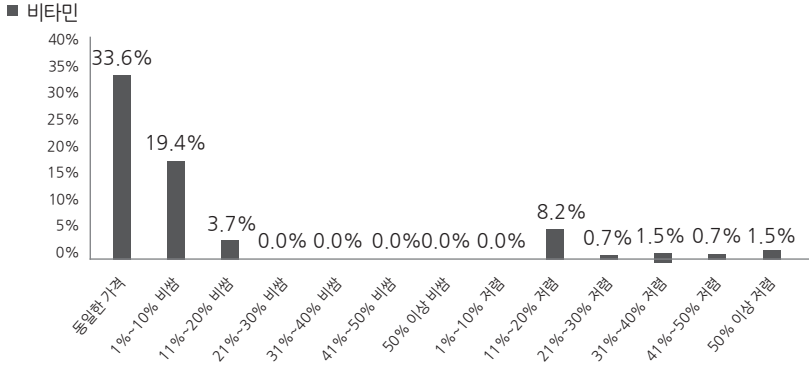
#### Q3-2-1은 Q3-2에 이어서 상기 선택 항목 중 만약 동일 제품을 대만산과 비교했을 때 얼마를 지불하고 한국산 보건식품을 구매할 의향이 있는지요?

(비타민) 대만 제품보다  (1) 비싸다  (2) 싸다  (3) 같다

(만약 (1) 또는 (2)를 선택하셨으면 아래 가격 구간에서 선택해주세요.)

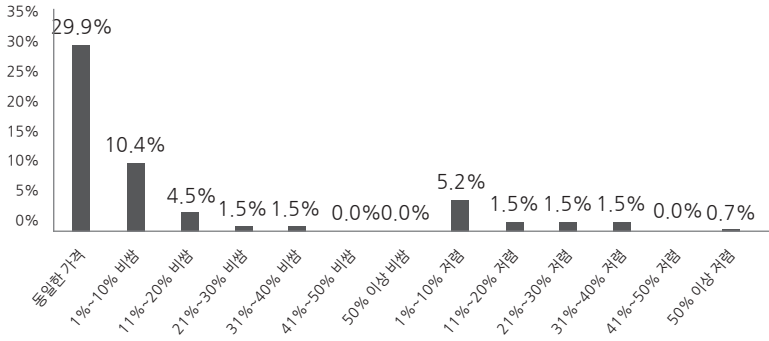
- (4) 1~10%  (5) 11~20%  (6) 21~30%
- (7) 31~40%  (8) 41~50%  (9) 50%이다

## 〈보건식품 복용 종류(중복 선택, n=228)〉

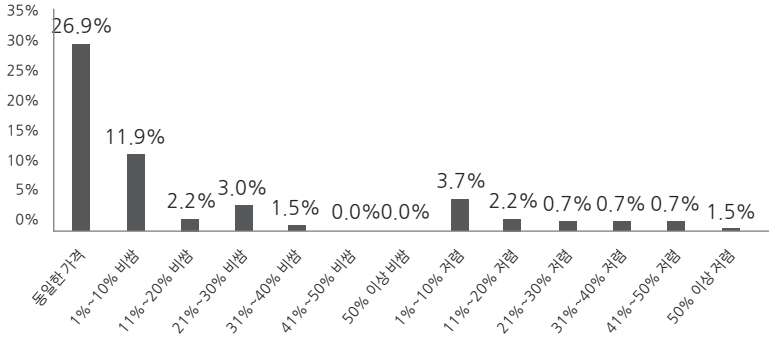




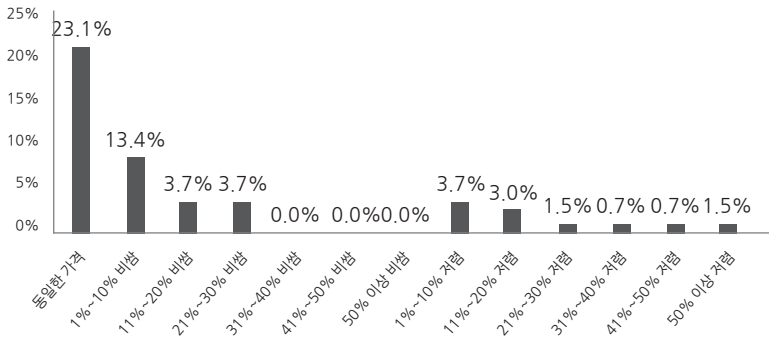
■ 효소/유산균, 활성균



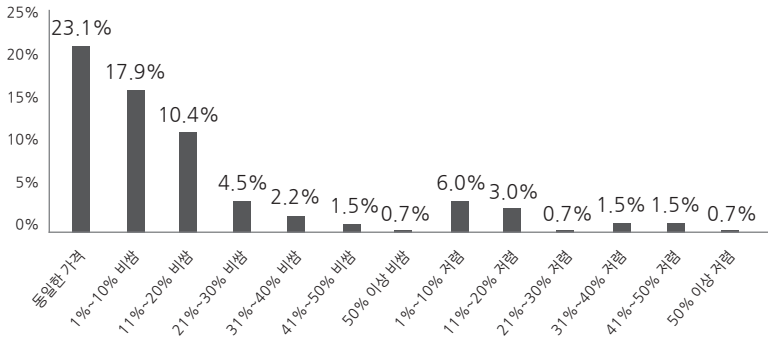
■ 글루코사민/콘드로이틴



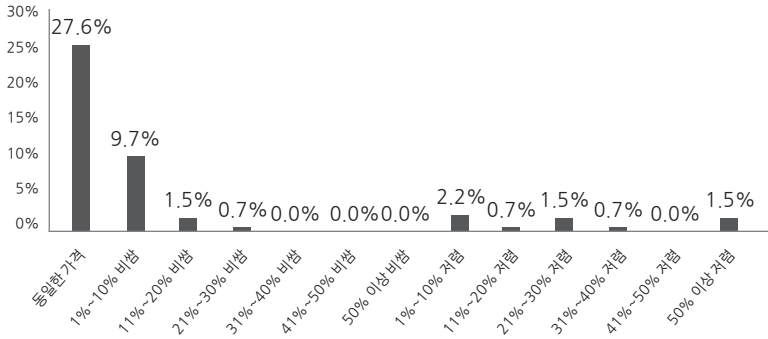
■ 기능성 음료



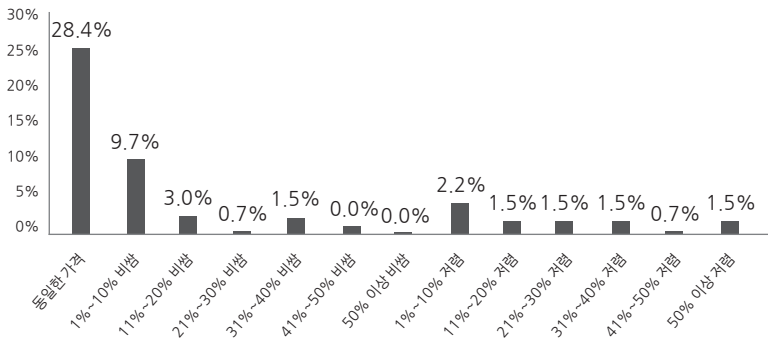
■ 인삼, 한약



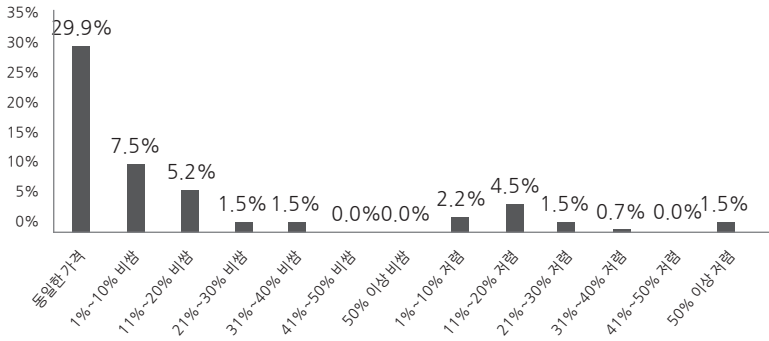
■ 대두 이소플라본



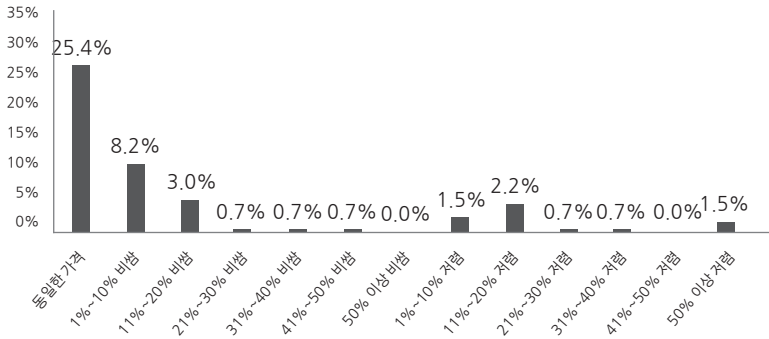
■ 간보호제



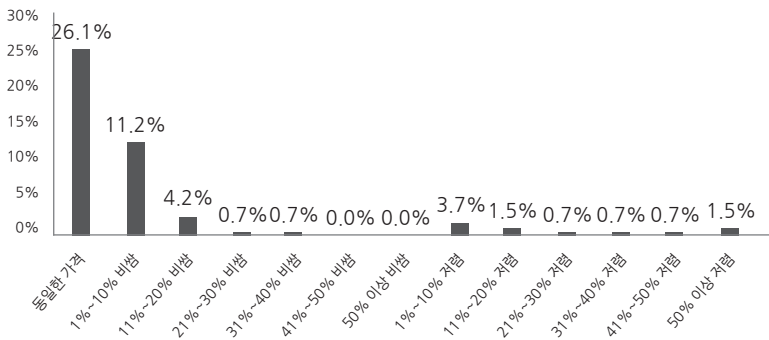
■ 콜라겐



■ 유아성장 영양식품



■ 다이어트 보건식품








## 나. 대만에서 인정되는 국제 유기농 인증 기관 일람표 (총 22개국)

□ 유럽연합 회원국(유기 법규 명칭 : EC No.834/2007)





(영국/프랑스/오스트리아/덴마크/핀란드/네덜란드/독일/이탈리아/스웨덴/룩셈부르크/그리스/스페인/아일랜드/벨기에/포르투갈/헝가리 등 16회원국 공고)

### 〈오스트리아〉(2017년 1월 12일 기준)



명칭	공고국가		검증기구		
	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
오스트리아 Austria		유기농업 제품 유기농업 가공품	AT-BIO-004	GFRS Gesellschaft für Ressourcenschutz mbH Prinzenstraße 4 D-37073 Göttingen, Germany Germany Tel: +49 551 58657 Fax: +49 551 58774 E-mail: postmaster@gfrs.de Website: www.gfrs.de	Territorial limitation: Carinthia Upper Austria Salzburg Styria Tyrol Burgenland
		유기농업 제품 유기농업 가공품	AT-BIO-301	Austria Bio Garantie GmbH Königsbrunnerstrasse 8 A-2202 Enzersfeld Tel: +43 2262 67 22 12 Fax: +43 22 62 67 41 43 E-mail: enzersfeld@abg.at Website: www.abg.at	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	AT-BIO-401	BIOS - Biokontrollservice Österreich Feyregg 39 A-4552 Wartberg/Krems Austria Tel: +43 7587 7178 Fax: +43 7587 71 78-11 E-mail: office@bios-kontrolle. at Website: www.bios-kontrolle. at	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	AT-BIO-402	LACON GmbH Am Teich 2 A-4150 Rohrbach Austria Tel: (43) 72 89 40 977 Fax: (43) 72 89 40 977-4 E-mail: office@lacon-institut. at Website: www.lacon-institut.at	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	AT-BIO-501	SLK GesmbH Kleßheimer Straße 8a A- 5071 Wals Austria Tel: +43 (0)662 649483 0 Fax: +43 662 649 483 19 E-mail: office@slk.at Website: www.slk.at	

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
오스트리아 Austria		유기농업 제품 유기농업 가공품	AT-BIO-701	Kontrollservice BIKO Tirol Wilhelm Greil Strasse 9 A-6020 Innsbruck Austria Tel: (43) (0)59292-3100 Fax: (43) 059292-3199 E-mail: office@biko.at Website: www.biko.at	Territorial limitation: Carinthia Lower Austria Upper Austria Salzburg Tyrol Vienna Vorarlberg
		유기농업 제품 유기농업 가공품	AT-BIO-901	LVA GmbH Magdeburggasse 10 A-3400 Klosterneuburg Austria Tel: +43 (0)2243 26622 9009 Fax: +43 (0)2243 26622 59000 E-mail: bio@lva.co.at Website: www.lva-cert.at	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	AT-BIO-902	SGS Austria Controll – Co. GesmbH Diefenbachgasse 35 A-1150 Wien Austria Tel: +43 (0)1 5122567 0 Fax: +43 (0)1 5122567 9 E-mail: sgs.austria@sgs.com Website: www.at.sgs.com	











## 〈벨기에〉(2017년 1월 12일 기준)

명칭	공고국가		검증기구		
	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
벨기에 Belgium		유기농업 제품 유기농업 가공품	BE-BIO-01	CERTISYS Av. de l'Escrime 85 Schermlaan B-1150 Bruxelles - Brussel Belgium Tel: +32 (0) 81 60 03 77 Fax: +32 (0) 81 60 03 13 E-mail: info@certisys.eu Website: www.certisys.eu	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	BE-BIO-02	TUV NORD INTEGRA bvba Statiestraat 164 A B-2600 Berchem Belgium Tel: +32 (0)3 287 37 60 Fax: +32 (0)3 287 37 61 E-mail: info@tuv-nord-integra.com Website: www.tuv-nord-integra.com	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	BE-BIO-03	QUALITY PARTNER Rue Hayeneux 62 B-4040 Herstal Belgium Tel: +32 (0)4 240 75 00 Fax: +32 (0)4 240 75 10 E-mail: info@quality-partner.be Website: www.quality-partner.be	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	BE-BIO-04	CONTROL UNION CERTIFICATIONS B.V.Meeuwenlaan 4-6 8011BZ Zwolle Netherlands 0032 232 49 70 certification@controlunion.com www.controlunion.com	Territorial limitation: Flanders 評論 : Recognition ended 29/02/2016! They are no longer recognized as an organic control body in Flanders.









## 〈덴마크〉(2017년 1월 12일 기준)

명칭	공고국가		검증기구		
	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
덴마크 Denmark		유기농업 제품 유기농업 가공품	DK-ØKO-050	NaturErhvervstyrelsen Nyropsgade 30 1780 København V Denmark Tel: 3395 8000 Fax: 3395 8080 E-mail: mail@naturehverv.dk http://agrifish.dk/	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DK-ØKO-100	Fødevarestyrelsen Vest Stationsparken 31-33 2600 Glostrup Denmark Tel: 72 27 69 00 E-mail: 29@FVST.dk www.fvst.dk	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DK-ØKO-200	Fødevarestyrelsen, Øst Søndervang 4 4100 Ringsted Denmark Tel. 72276900 E-mail: fvst@fvst.dk	Not valid as from 01.02.2013 where only DK-ØKO-100 applies. However a transitional period for use of packaging with DK-ØKO200 and DK-ØKO-300 applies for three years.
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DK-ØKO-300	Fødevarestyrelsen - Kødkontrollen Tysklandsvej 7 7100 Vejle Denmark Tel. 72 27 69 00 E-mail: fvst@fvst.dk	Not valid as from 01.02.2013 where only DK-ØKO-100 applies. However a transitional period for use of packaging with DK-ØKO200 and DK-ØKO-300 applies for three years.

## 〈핀란드〉(2017년 1월 12일 기준)

명칭	공고국가		검증기구		
	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
핀란드 Finland		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-101	Uudenmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus Elintarviketurvallisuusvirasto Evira (The Finnish Food Safety Authority Evira) Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-102	Varsinais-Suomen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. - Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-103	Satakunnan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus - Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-104	Hämeen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus - Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-105	Pirkanmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus - Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-106	Kaakkois-Suomen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus - Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-107	Etelä-Savon elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus - Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-108	Pohjois-Savon elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus - Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-109	Pohjois-Karjalan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus - Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-110	Keski-Suomen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus - Finland	









공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
핀란드 Finland		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-111	Etelä-Pohjanmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus - Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-112	Pohjanmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus - Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-113	Pohjois- ja Keski-Pohjanmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus - Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-114	Kainuun elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus - Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-115	Lapin elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus - Finland	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-201	lintariveturvallisuusvirasto Evira (The Finnish Food Safety Authority Evira) Mustialankatu 3 FIN-00790 Helsinki Finland Tel +358-29 5300 400 Fax +358 29 5304 350 E-mail: kirjaamo@evira.fi Website: www.evira.fi	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-301	Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto Valvira (National Supervisory Authority for Welfare and Health) P.O. Box 210 FIN-00531 Helsinki Finland Tel: +358-295-209 111 Fax: +358-295-209 700 E-mail: kirjaamo@valvira.fi Website: www.valvira.fi	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FI-EKO-401	Ålands landskapsregering PB 1060 AX-22111 Mariehamn, Åland Finland Tel: +358 18 250 00 Fax: +358-18-192 40 E-mail: registrator@ regeringen.ax Website: www.regeringen.ax	







## 〈프랑스〉(2017년 1월 12일 기준)







명칭	공고국가		검증기구		
	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
프랑스 France		유기농업 제품 유기농업 가공품	FR-BIO-01	ECOCERT FRANCE B.P. 47 F-32600 L'Isle Jourdain France Tel: +33 (0)5 62 07 34 24 Fax: +33 (0)5 62 07 11 67 info@ecocert.fr www.ecocert.fr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FR-BIO-07	AGROCERT 6, rue George Bizet F-47200 Marmande France Tel: +33 (0)5 53 20 93 04 Fax: +33 (0)5 53 20 92 41 agrocert@agrocert.fr www.agrocert.fr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FR-BIO-09	CERTIPAQ BIO 56 rue roger Salengro 85013 LA ROCHE SUR YON France 025 1051492 025 1052711 bio@certipaq.com www.certipaqbio.com	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FR-BIO-10	BUREAU VERITAS CERTIFICATION FRANCE Immeuble le Guillaumet, 60, av. du Général De Gaulle F-92046 LA DEFENSE Cedex France Tel: +33 (0)1 41 97 00 74 Fax: +33 (0)1 41 97 08 32 jean-michel. lefevre@fr.bureauveritas.com www.bureauveritas.com	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FR-BIO-12	Certisud 70, avenue Louis Sallenave F-64000 PAU France Tel: +33 (0)5 59 02 35 52 Fax: +33 (0)5 59 84 23 06 certisud@wanadoo.fr www.certisud.fr	

광고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
프랑스 France		유기농업 제품 유기농업 가공품	FR-BIO-13	CERTIS Immeuble le Millepertuis, Les Landes d'Apigné F-35650 LE RHEU France Tel.: +33(0)2 9960 82 82 Fax: +33(0)2 9960 83 83 certis@certis.com www.certis.com.fr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FR-BIO-15	BUREAU ALPES CONTROLES 3, impasse des Prairies F-74940 ANNECY-LE- VIEUX France Tel.: +33(0)4 5064 0675 Fax: +33(0)4 5064 0602 contact@alpes-controles.fr www.alpes-controles.fr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FR-BIO-16	QUALISUD 15, avenue de l'Océan F-40500 SAINT SEVER France Tel.: +33(0)5 5806 1521 Fax: +33(0)5 5875 1336 contact@qualisud.fr www.qualisud.fr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	FR-BIO-17	BIOTEK AGRICULTURE Routes de Viéclaines 10120 SAINT-POUANGE France 0325417871 0325731448 contact@terrae-biotek.com www.biotek-agriculture.fr Anita PETIT	

## 〈독일〉(2017년 1월 12일 기준)

명칭	공고국가		검증기구		
	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
독일 Germany		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-001	Kiwa BCS Öko-Garantie GmbH Marientorgraben 3-5 D-90402 Nürnberg Germany Tel: +49 (0)911 424390 Fax: +49 (0)911 492239 E-mail: info@bcs-oeko.de Website: www.bcs-oeko.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-003	Lacon GmbH Privatinstitut für Qualitätssicherung und Zertifizierung ökologisch erzeugter Lebensmittel Postfach 1909 D-77609 Offenburg Germany Tel: +49 (0)781 96679-200 Fax: +49 (0)781 96679-300 E-mail: lacon@lacon-institut.com Website: www.lacon-institut.com	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-005	IMO Institut für Marktökologie GmbH Max-Stromeyer-Str. 57 D-78467 Konstanz Germany Tel: +49 (0)7531/81301-0 Fax: +49 (0)7531/81301-29 E-mail: imod@imo.ch Website: www.imo.ch	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-006	ABCERT AG Kontrollstelle für ökologisch erzeugte Lebensmittel Martinstraße 42-44 D-73728 Esslingen Germany Tel: +49 (0)711 351792-0 Fax: +49 (0)711 351792-200 E-mail: info@abcert.de Website: www.abcert.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-007	Prüfverein Verarbeitung Ökologische Landbauprodukte e.V. Bahnhofstrasse 9 D-76137 Karlsruhe Germany Tel: +49(0)721 626840-0 Fax: +49(0)721 626840-22 E-mail: kontakt@pruefverein.de Website: www.pruefverein.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-009	LC Landwirtschafts-Consulting GmbH Grüner Kamp 15-17 D-24768 Rendsburg Germany Tel: +49 (0)4331 33630-0 Fax: +49 (0)4331 33630-12 E-mail: info@lc-sh.de Website: www.lc-sh.de	

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
독일 Germany		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-012	AGRECO R.F. Göderz GmbH Mündener Straße 19 D-37218 Witzzenhausen Germany Tel: +49 (0)5542 4044 Fax: +49 (0)5542 6540 E-mail: info@agrecogmbh.de Website: www.agrecogmbh.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-013	QC & I Gesellschaft für Kontrolle u. Zertifizierung von Qualitätssicherungssystemen mbH Gleuelerstraße 286 D-50935 Köln Germany Tel: +49 (0)6551 147641 Fax: +49 (0)6551 147645 E-mail: qci.koeln@qci.de Website: www.qci.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-021	Grünstempel Ökoprfüfstelle e.V. EU Kontrollstelle für ökologische Erzeugung und Verarbeitung landwirtschaftlicher Produkte Windmühlenbreite 25d D-39164 Wanzleben Germany Tel: +49 (0)39209 6968-0 Fax: +49 (0)39209 6968-11 E-mail: info@gruenstempel.de Website: www. gruenstempel.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-022	Kontrollverein ökologischer Landbau e.V. Vorholzstraße 36 D-76137 Karlsruhe Germany Tel: +49 (0)721 35239-10 Fax: +49 (0)721 35239-09 E-mail: kontakt@ kontrollverein.de Website: www. kontrollverein.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-024	Ecocert Deutschland GmbH Güterbahnhofstraße 10 D-37154 Northeim Germany Tel: +49 (0)5551 90 84 310 Fax: +49 (0)5551 90 84 380 E-mail: info-deutschland@ ecocert.com www.ecocert.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-034	Fachverein für Öko-Kontrolle e.V. Plauerhäger Weg 16 D-19395 Karow Germany Tel: +49 (0)38738 70755 Fax: +49 (0)38738 70756 E-mail: info@fachverein.de Website: www.fachverein.de	

공고국가		검증기구			
명칭	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
독일 Germany		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-037	ÖKOP ZertifizierungsGmbH Schlesische Straße 17d D-94315 Straubing Germany Tel: +49 (0)9421 96109-0 Fax: +49 (0)9421 96109-29 E-mail: oekop@t-online.de, biokontrollstelle@oekop.de Website: www.oekop.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-039	GfRS - Gesellschaft für Ressourcenschutz mbH Prinzenstraße 4 D-37073 Göttingen Germany Tel: +49 (0)551 37075347 o. 4887731 Fax: +49 (0)551 58774 E-mail: postmaster@gfrs.de Website: www.gfrs.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-044	Ars Probata GmbH Möllendorffstraße 49 D-10367 Berlin Germany Tel: +49 (0)30/47004632 Fax: +49 (0)30/47004633 E-mail: ars-probata@ars- probata.de Website: www.ars-probata.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-060	QAL Gesellschaft für Qualitätssicherung in der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft mbH Am Branden 6b D-85256 Vierkirchen Germany Tel: +49 (0)8139 8027-0 Fax: +49 (0)8139 8027-50 E-mail: info@qal-gmbh.de Website: www.qal-gmbh.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-064	ABC GmbH Agrar- Beratungs- und Controll GmbH An der Hessenhalle 4 D-36304 Alsfeld Germany Tel: +49 (0)6631/78490 Fax: +49 (0)6631/78495 E-mail: zwick@abgc- alsfeld.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	DE-ÖKO-070	Peterson CU Deutschland GmbH Dorotheastraße 30 D-10318 Berlin Germany Tel: +49 (0)030-5096988-0 Fax: +49 (0)030-5096988-88 E-mail: berlin@controlunion. com Website: www.pcu- deutschland.de	

## 〈그리스〉(2017년 1월 12일 기준)

광고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
그리스 Greece		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-01	"DIO -Inspection and Certification Organization of Organic products" 38, Aristotelous str, GR-10433 Athens, Greece Tel: (30) 210 8224384 Fax: (30) 210 8218117 E-mail: info@dionet.gr Website: www.dionet.gr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-02	"PHYSIOLOGIKE INSPECTIONS CERTIFICATIONS OF ORGANIC PRODUCTS-PROMOTION" 66, Ethnikis Antistaseos str. GR-59300 Alexandria Imathias Greece Tel: (30) 23330 24440 Fax: (30) 23330 24440 E-mail: info@physiologike.gr Website: http://www.physiologike.gr, http://physiologike.org	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-03	"BIO HELLAS" 27, Omorfokklisias str. GR-15122 Marousi, Athens, Greece Tel: +30 210 8211940 Fax: +30 210 8211015 E-mail: info@bio-hellas.gr Website: www.bio-hellas.gr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-05	"A CERT SA" 2, Tilou str. GR-54638 Thessaloniki Greece Tel: +30 2310 210777 Fax: +30 2310 210417 E-mail: info@a-cert.org Website: www.a-cert.org	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-06	"IRIS" 1, Aegeou str. GR-71307 Heraklion, Crete Greece Tel: +30 2810 360715-7 Fax: +30 2810 360718 E-mail: info@irisbio.gr Website: http://irisbio.gr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-07	"GREEN CONTROL" P.O. Box 50, 10th km on the Veria-Skidra GR-59035 Imathia Greece Tel: +30 233204 3508 Fax: +30 233204 3509 E-mail: greencontrol@gmail.com Website: www.greencontrol.gr	

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
그리스 Greece		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-08	"GEOTECHNICAL LABORATORY S.A." Municipal District of Palaiochori, Municipality of Alexandria, Imathia, P.O. BOX 51 GR-59300 Alexandria Greece Tel: +30 23320 64387 Fax: +30 23320 53807 E-mail: info@geolab.gr Website: http://www.bio-geolab.gr , http://www.geolab.gr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-10	"GMCERT" 105, 25th Martiou str. GR-54249 Thessaloniki Greece Tel.: +30 2310699850, +302310699849 Fax: +30 2310699850 E-mail: info@gmcert.gr Website: http : //www.gmcert.gr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-12	"Q.CERT LTD" 23rd Karamaouna str., GR-55132 Thessaloniki Greece Tel.: +30 2310535198 Fax: +30 2310535008 E-mail: qms564@qmscert.com Website: http://www.qmscert.com	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-13	"TUV HELLAS S A " 282, Mesogeion Av., GR-15562 CHOLARGOS Greece Tel : + 30 2152157400 Fax: +30 2106528025 E-mail: info@tuvhellas.gr Website: http://www.tuvhellas.gr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-14	"OXYGONO-HELLENIC CERTIFICATION BODY" Kalampakas & Kalistheni str., GR-42100 Trikala Greece Tel +30 2431029343 Fax +30 2431029141 E-mail: info@oxygencert gr Website: www oxygencert gr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-15	"TUV AUSTRIA-HELLAS-LTD" 429, Mesogeion Av., GR-15343 Agia Paraskevi Greece Tel : +30 210 5220920 Fax : +30 210 5203990 E-mail: info@tuvaustriahellas.gr Website: http://www.tuvaustriahellas.gr	



명칭	공고국가		검증기구		
	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
그리스 Greece		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-16	“Q-check P.C. or Q-check PRIVATE COMPANY” 9-17 Eriythrou Stavrou str. GR- 41221 Larissa Greece Tel: +302410538835 Fax: +302410538919 E-mail: info@qcheck-cert.gr Website: http://www.qcheck-cert.gr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-17	“EUROCERT SA” 89, Chlois & Likovriseos str., GR-14452 Metamorfosi Greece +30 2106252495 +30210620318 eurocert@otenet.gr http://www.eurocert.gr	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GR-BIO-18	“COSMOCERT” 25 Kampourolou str., GR- 115 25 Athens, Greece +30 210 6712855 +30 210 6712755 info@cosmocert.gr http://www.cosmocert.gr	

## 〈아일랜드〉(2017년 1월 12일 기준)

명칭	공고국가		검증기구		
	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
아일랜드 Ireland		유기농업 제품 유기농업 가공품	IE-ORG-01	Institute of Marketology 4 Lough Owel Village Co. Westmeath Ireland Tel: +353 44 9661633 Fax: +353 44 9661032 E-mail: angelika.brady@gmx. net Website: www.imo.ch	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IE-ORG-02	Irish Organic Farmers and Growers Association Ltd 16A, Inish Carraig, Golden Island Athlone, Co Westmeath Ireland Tel: +353 090 6433680 Fax: +353 090 6449005 E-mail: info@iofga.org Website: www.iofga.org	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IE-ORG-03	Organic Trust Ltd 2 Vernon Avenue Dublin 3 Ireland Tel: +353 1 8530271 Fax: +353 1 8530271 E-mail: organic@iol.ie Website: www.organic-trust. org	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IE-ORG-04	Global Trust Certification Ltd Rivercourt Business Centre Co Louth Ireland Tel: +353 42 9320912 Fax: +353 42 9386864 E-mail: info@gtcert.com Website: www.gtcert.com	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IE-ORG-05	BDA certification Painswick Inn, Gloucester Street UK-GL 5 4DL Stroud, Glos United Kingdom Tel: +44 145 3766296 Email: certification- @biodynamic.org.uk Website: www.biodynamic. org.uk	Approved to operate in Ireland from 7 April 2010

## 〈이탈리아〉(2017년 1월 12일 기준)

명칭	공고국가		검증기구		
	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
이탈리아 Italy		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-001-BZ	BIKO – Tiroi Wilhelm-Greil- Straße 9 A-6020 INNSBRUCK Austria Tel: +43 (0)592923100 E-mail: office@biko.at Website: www.biko.at	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-002	CODEX srl Via Don L. Milani n. 4 I-95048 Scordia (CT) Italy Tel: +39 095 650716 E-mail: codex@codexsrl.it Website: www.codexsrl.it	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-002-BZ	IMO - Institut für Marktökologie Max. Stromeyer-Str., 57 D-78467 Konstanz Germany Tel: +49 (0) 7531 81301-0 E-mail: imod@imo-control.de Website: www.imo-control.net	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-003-BZ	QC&I Gmbh Gleuelerstraße 286 D-50935 KÖLN Germany Tel: +49 (0)6651 147645 E-mail: qci.koeln@qci.de Website: www.qci.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-004	SUOLO & SALUTE Srl Via Paolo Borsellino, 12/B 61032 Fano (PU) Italy Tel: +39 0721 860543 - 863137 E-mail: info@suoloesalute.it Website: www.suoloesalute.it	Not authorized for control of import activity Operative office Via Galliera, 93 40121 Bologna (BO) +39 051 6751265
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-005	BIOS Srl Via Montebello, 6 I-36063 Marostica (VI) Italy Tel: +39 0424 471125 E-mail: info@certbios.it Website: www.certbios.it	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-006	ICEA Srl Via Giovanni Brugnoli, 15 I-40122 Bologna Italy Tel: +39 051 272986 E-mail: icea@icea.info Website: www.icea.info	Change of address from 04/05/2015
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-006	Bioagricert Srl Via dei Macabraccia, 8 I-40033 Casalecchio Di Reno (BO) Italy Tel: +39 051562158 E-mail: info@bioagricert.org Website: www.bioagricert.org	

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
이탈리아 Italy		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-008	ECOGRUPPO ITALIA Srl Via Pietro Mascagni, 79 I-95129 Catania Italy Tel: +39 095 7470006/7465353 E-mail: info@ecogrupperitalia.it Website: www.ecogrupperitalia.it	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-009	CCPB Srl viale Masini, 36 I-40136 Bologna Italy Tel: +39 051 254688 E-mail: ccpb@ccpb.it Website: www.ccpb.it	Merged with IMC since 01/07/2014
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-012	Sidel Spa via Larga, 34/2 I-40138 BOLOGNA Italy Tel: +39 051 6026611 E-mail: biologico@sidelitalia.it Website: www.sidelitalia.it	Operative office Via Isonzo, 13 40055 Villanova di Castenaso (BO) + 39 051.0403611
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-013	ABCERT Srl Via Enzenberg, 38 I-39018 Terlano (BZ) Italy Tel: +39 0471 238042 E-mail: info@abcert.it Website: www.abcert.it	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-014	QCertificazioni Srl Villa Parigini - località Basciano I-53035 Monteriggioni (SI) Italy Tel: +39 0577 327234 E-mail: lettera@qcsrl.it Website: www.qcsrl.it	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-015	Valoritalia Srl Via Piave, 24 I-00187 Roma Italy Tel: + 39 06 45437975 E-mail: info@valoritalia.it Website: www.valoritalia.it	Operative Office Piazza Roma, 10 14100 Asti (AT) +39 0141 436915
		유기농업 제품 유기농업 가공품	IT-BIO-016	Siguria Via Adolfo Mattielli, 11 37038 Soave (VR) Italy +39 045 4857514 +39 045 6190646 info@siguria.it www.siguria.it	Change of address from 04/05/2015
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ITA-BIO-017	CEVIQ srl Via Morpurgo, 4 33100 Udine (UD) Italy +39 0432 510619 +39 0432 288595 info@ceviq.it www.ceviq.it	

## 〈룩셈부르크〉(2017년 1월 12일 기준)

명칭	공고국가		검증기구		
	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
룩셈부르크 Luxembourg		유기농업 제품 유기농업 가공품	LU-BIO-01	Administration des Services techniques de l'Agriculture (autorité compétente) Service de la protection des végétaux BP 1904 L-1019 Luxembourg Tel: +352 45 71 72 353 Fax: +352 45 71 72 340 E-mail: Monique.Faber@asta.etat.lu Website: www.asta.etat.lu	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	LU-BIO-04	Prüfverein Verarbeitung Ökologische Landbauprodukte e.V. (DE-Öko-007) Bahnhofstrasse 9 D-76137 Karlsruhe Germany Tel: +49(0)721 626840-0 Fax: +49(0)721 626840-22 E-mail: kontakt@pruefverein.de Website: www.pruefverein.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	LU-BIO-05	Kontrollverein Ökologischer Landbau e.V. (DE-Öko-022) Vorholzstraße 36 D-76137 Karlsruhe Germany Tel: +49 (0)721 35239-10 Fax: +49 (0)721 35239-09 E-mail: kontakt@kontrollverein.de Website: www.kontrollverein.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	LU-BIO-06	CERTISYS (BE-BIO-01) Rue Joseph Bouché 57/3 B-5310 Bolinne Luxembourg Tel: +32 (0) 81 60 03 77 Fax: +32 (0) 81 60 03 13 E-mail: info@certisys.eu Website: www.certisys.eu	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	LU-BIO-07	GFRS Gesellschaft für Ressourcenschutz mbH (DE-ÖKO-039) Prinzenstraße 4 D-37073 Göttingen Germany Tel: +49 (0)551 586 57 Fax: +49 (0)551 587 74 E-mail: postmaster@gfrs.de Website: www.gfrs.de	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	LU-BIO-08	Quality Partner S.A. (BE-BIO-03) Rue Hayeneux 62 4040 Herstal Belgium +32 (0) 4 240 75 00 +32 (0) 4 240 75 10 bio@quality-partner.be http://www.quality-partner.be/	

### 〈네덜란드〉(2017년 1월 12일 기준)






광고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
네덜란드 Netherlands		유기농업 제품 유기농업 가공품	NL-BIO-01	Stichting Skal Postbus 384 NL-8000 AJ Zwolle Netherlands Tel: (31) 38 4268181 Fax: (31) 38 4268182 E-mail: info@skal.nl Website: www.skal.nl	

### 〈포르투갈〉(2017년 1월 12일 기준)

광고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
포르투갈 PORTUGAL		유기농업 제품 유기농업 가공품	PT-BIO 01	IVDP- Instituto dos vinhos do Douro e do Porto Rua Ferreira Borges, 27 4050-253 Porto Portugal +351222071606 +351222071699 afaria@ivdp.pt www.ivdp.pt Ana Faria	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	PT-BIO-02	ECOCERT PORTUGAL, Unipessoal Lda Rua Alexandre Herculano, 68 - 1º Esq. 2520-273 Peniche Portugal Tel: +351 262 785117 Fax: +351 262 787171 E-mail: Ecocert.portugal@ecocert.com Website: www.ecocert.pt	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	PT-BIO-03	SATIVA, DESENVOLVIMENTO RURAL, Lda Rua Robalo Gouveia, nº 1 - 1 1900-392 Lisboa Portugal Tel: +351 21 799 11 00 Fax: +351 21 799 11 19 E-mail: sativa@sativa.pt Website: www.sativa.pt	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	PT-BIO-04	CERTIPLANET, Certificação da Agricultura, Floresta e Pescas, Unipessoal, Lda, Av. do Porto de Pesca, Lote C - 15, 1º C 2520-208 Peniche Portugal Tel: +351 262 789 005 Fax: +351 262 789 514 E-mail: certiplanet@sapo.pt Website: www.certiplanet.pt	

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
룩셈부르크 Luxembourg		유기농업 제품 유기농업 가공품	PT-BIO-05	CERTIS, Controlo e Certificação, Lda Rua Diana de Liz-Horta do Bispo Ap. 320 7006 - 804 Évora Portugal Tel: +351 266 769564/5 Fax: +351 266769566 E-mail: certis@certis.pt Website: www.certis.pt	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	PT-BIO-06	AGRICERT – Certificação de Produtos Alimentares, Lda Urbanização Villas Aqueduto Rua Alfredo Mirante, nº 1, R/c Esq. 7350-153 Elvas Portugal Tel: +351 268 625 026 Fax: +351 268 626 546 E-mail: agricert@agricert.pt Website: www.agricert.pt	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	PT-BIO-07	TRADIÇÃO E QUALIDADE Av. 25 de Abril 273 S/L 5370-202 Mirandela Portugal Tel.: +351 278 261 410 Fax: +351 278 261 410 E-mail: tradicaoqualidade@ sapo.pt	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	PT-BIO-08	CODIMACO - Certificação e Qualidade, Lda Pátio do Município, nº 1, 3º Dtº 2550 - 118 Cadaval Portugal Tel: +351 262 691 155 Fax: +351 262 695 095 E-mail: codimaco@mail. telepac Website: www.codimaco.pt	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	PT-BIO-09	SGS Portugal – Sociedade Geral de Superintendência, S A Pólo Tecnológico de Lisboa, Lote 6, Pisos 0 e 1 1600-546 Lisboa Portugal Tel.: +351 217 104 200 Fax: +351 217 157 520 E-mail: sgs.portugal@sgs.com Website: www.pt.sgs.com	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	PT-BIO-10	Naturalfa - controlo e certificação, Lda Rua da Praia, 180, Foz do Sousa 4515-175 Gondomar Portugal Tel. +351 224 541 215 Fax. +351 224 541 215 E-mail: geral@naturalfa.pt Website: www.naturalfa.pt	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	PT-BIO-11	APCER - Associação Portuguesa de Certificação Edifício de serviços da Exponor. 2º Av. Dr. António Macedo 4450-617 Leça da Palmeira Portugal Tel. +351229 993 600 Fx. +351229 993 601 E-mail: info@apcer.pt Website: www.apcer.pt	

## 〈스웨덴〉(2017년 1월 12일 기준)

명칭	공고국가		검증기구		
	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
스웨덴 Sweden		유기농업 제품 유기농업 가공품	SE-EKO-01	KIWA Sverige AB Box 1940 SE-751 49 Uppsala Sweden Tel: (46) 18 17 00 00 Fax: (46) 18 10 03 66 E-mail: info@kiwa.se Website: www.kiwa.se	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	SE-EKO-03	SMAK AB Box 42 SE-230 53 Alnarp Sweden Tel: (46) 40 46 00 72 Fax: (46) 40 46 33 72 E-mail: certifiering@smak.se Website: www.smak.se	Except collection of wild plant
		유기농업 제품 유기농업 가공품	SE-EKO-04	HS Certifiering AB Flottiljvägen 18 SE-392 41 Kalmar Sweden Tel +46(0)480-156 70 Fax +46(0)480-290 46 E-mail: info@hscertifiering.se Website: www.hscertifiering.se	Except collection of wild plant
		유기농업 제품 유기농업 가공품	SE-EKO-05	Valiguard AB Box 5609 SE114 86 Stockholm Sweden Tel: +46 8 20 01 42 Fax: +46 8 411 83 35 Email: henrik.wallin@saiglobal.com Website: www.valiguard.com	Only production of processed food and import
		유기농업 제품 유기농업 가공품	SE-EKO-07	ProSanitas Certifiering AB ProSanitas Certifiering AB, Box 9006 SE- 400 91 Göteborg Sweden Tel: +46 31 3607020 Fax: +46 31 771 00 79 E-mail: info@prosanitas.se	Only production of processed food and import



## 〈스페인〉(2017년 1월 12일 기준)

명칭	공고국가		검증기구		
	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
스페인 Spain		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-001-AN	SERVICIO DE CERTIFICACIÓN CAAE, S.L.U. C/ Emilio Lemos, 2, Módulo 603. 41020 Sevilla Spain +34 902 521 555 +34 955 024 158 certi@caae.es http://www.caae.es	Andalusia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-001-CL	SERVICIO DE CERTIFICACION CAAE.S.L C/ Emilio Lemos, 2, Edificio Torre Este. Planta 6, módulo 603 (Esquina Avda. de las Ciencias) 41020 Sevilla Spain +34 902 52 15 55 +34 955 02 41 58 caae@caae.es http://www.caae.es	Castile-y-Léon
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-001-CM	SERVICIO DE CERTIFICACIÓN CAAE, S.L. C/ Emilio Lemos, 2, Edificio Torre Este. Planta 6, módulo 603. 41020 Sevilla Spain +34 902 52 15 55 +34 955 02 41 58 certi@caae.es http://www.caae.es	Castile-La Mancha
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-002-AN	SOHISCERT S.A. Finca la Cañada. Ctra. Sevilla-Utrera, km 20.8., Apdo. Correos 349 41710 Utrera (Sevilla) Spain +34 955 868 051, +34 902 195 463 +34 955 868 137 sohiscert@sohiscert.com http://www.sohiscert.com	Andalusia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-002-AR	SOHISCERT S.A. Finca La Cañada. Ctra. Sevilla-Utrera, km 20.8., Apdo. Correos 349 41710 Utrera (Sevilla) Spain +34 955 868 051, +34 902 195 463 +34 955 868 137 sohiscert@sohiscert.com http://www.sohiscert.com	Aragon
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-002-CL	SOHISCERT S.A. Finca la Cañada. Ctra. Sevilla-Utrera, Km 20.8 Apdo Correos 349 41710 Sevilla Spain +34 955 86 80 51 +34 955 86 81 37 sohiscert@sohiscert.com http://www.sohiscert.com	Castile-y-Léon

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
스페인 Spain		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-002-CM	SOHISCERT, S.A. Finca La Cañada, Ctra. Sevilla-Utrera, km 20,8. Apdo. 349 41710 Utrera (Sevilla) Spain +34 955 868 051 +34 955 868 137 sohiscert@sohiscert.com www.sohiscert.com	Castile-La Mancha
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-003-AN	AGROCOLOR, S.L. Ctra. Ronda Nº 11, bajo 04004 Almería Spain +34 950 280 380 +34 950 281 331 agrocolor@agrocolor.es http://www.agrocolor.es	Andalusia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-004-AN	LGAI TECHNOLOGICAL CENTER, S.A Parque Empresarial de Las Mercedes, C/ Campezo Nº 1, Edificio 3, 1ª planta 28022 Madrid Spain +34 912 080 800 +34 912 080 803 certiagroalimentario@ appluscorp.com http://www. applusagroalimentario.com	Andalusia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-004-AR	LGAI TECHNOLOGICAL CENTER, S.A. (APPLUS) Parque Empresarial Las Mercedes, C/ Campezo.1, Edificio 3 28022 Madrid Spain +34 912 756 310, +34 912 080 800 +34 912 080 803 lourdes.gomez@applus.com http://www.applus.com	Aragon
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-005-AN	CERES Certification of Environmental Standards GMBH C/Era des Conseil, 2º 03828 Planes (Alicante) Spain +34 679 327 280 arlandis@ceres-cert.com http://www.ceres-cert.com	Andalusia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-005-AR	CERES - Certification of Environmental Standards GMBH C/Era des Conseil, 2A 03828 Planes (Alicante) Spain +34 679 327 280 arlandis@ceres-cert.com http://www.ceres-cert.com	Aragon

명칭	공고국가		검증기구		
	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
스페인 Spain		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-006-AR	COMITÉ ARAGONÉS DE AGRICULTURA ECOLÓGICA Edificio Centroorigen, Ctra de Cogullada, 65, Mercazaragoza 50014 Zaragoza Spain +34 976 475 778, +34 976 586 904 +34 976 475 817 caaeearagon@caaeearagon.com www.caeearagon.com	Aragon
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-007-AR	KIWA BCS ÖKO GARANTIE GMBH Marienortgraben, 3-5, 90402 Nüremberg-Bavaria Spain +34 679 983 598; +34 937 650 380 +34 937 641 784 esanchez@canricastell.net; spain@bcsoko.com http://www.bcs-oeo.com	Aragon
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-010-AN	ECOCERT S.A. Avenida San Francisco Javier, 22, Edificio Hermes, planta 4ª, módulo 10 41018 Sevilla Spain +34 954 644 217 +34 938 515 431 ecocertiberica@ecocert.com www.ecocert.com/es/	Andalusia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-010-AR	ECOCERT S.A. Avenida San Francisco Javier, 22, Edificio Hermes, planta 4ª, módulo 10 41018 Sevilla Spain +34 934 644 217 +34 938 515 431 benet.pous@ecocert.com www.ecocert.com	Aragon
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-011-AN	KIWA ESPAÑA S.L.U. Avda. de los Naranjos, 33 –bajo dcha. 46011 Valencia Spain +34 963 120 710 +34 963 608 293 isabel.royo@kiwa.es http://www.kiwa.es	Andalusia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-011-AR	KIWA ESPAÑA S.L.U.- Aragón Avda. de los Naranjos, 33 –bajo dcha. 46011 Valencia Spain +34 963 120 710 +34 963 608 293 isabel.royo@kiwa.es http://www.kiwa.es	Aragon

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
스페인 Spain		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-011-AR	KIWA ESPAÑA S.L.U.- Aragón Avda. de los Naranjos, 33 -bajo dcha. 46011 Valencia Spain +34 963 120 710 +34 963 608 293 isabel.royo@kiwa.es http://www.kiwa.es	Aragon
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-011-CL	KIWA ESPAÑA, S.L.U. Avda. de los Naranjos, 33- bajo dcha. 46011 Valencia Spain +34 963 120 710 +34 963 608 293 marta.banos@kiwa.es http://www.kiwa.es	Castile-y-León
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-011- CM	KIWA ESPAÑA S.L.U. Avda. de los Naranjos, 33 -bajo dcha. 46011 Valencia Spain +34 963 120 710 +34 963 608 293 isabel.royo@kiwa.es http://www.kiwa.es	Castile-La Mancha
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-012-AS	CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS Avda. Prudencio González 81 33424 Posada de Llanera (Asturias) Spain +34 985 773 558 +34 985 772 205 copae@copaeastur.org www.copaeastur.org	Asturias
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-013-IB	CONSELL BALEARS DE LA PRODUCCIO AGRARIA ECOLOGIC - CONSEJO BALEAR DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA Carrer d'en Veiet, 17 07260 Porreres (Mallorca) Spain +34 971 647 049; +34 971 166 804 +34 971 168 374 info@cbpae.org www.cbpae.org	Balearic Islands
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-014-IC	INSTITUTO CANARIO DE CALIDAD E INVESTIGACIÓN AGRARIA (ICCA) Avenida de Buenos Aires, 5, Edificio 3 de Mayo, planta 4. 38071 Santa Cruz de Tenerife Spain +34 922592846, +34 922592854 +34 922592854 icca.cagpa@ gobiernodecanarias.org www.gobiernodecanarias.org/ agricultura/icca/a agriculturaccologica	Canary Islands

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
스페인 Spain		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-015-CN	OFICINA DE CALIDAD ALIMENTARIA Heroes 2 de Mayo 27 39600 Muriedas (Cantabria) Spain +34 942 269 855 +34 942 269 856 odeca@odeca.es https://www.alimentosdecantabria.com	Cantabria
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-016-CL	CAECYL - CONSEJO DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CASTILLA Y LEÓN Avda. Burgos, Nº 76 47009 Valladolid Spain +34 983 343 855 +34 983 342 640 caecyl@nemo.es www.caecyl.com	Castile-y-León
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-017-AN	ECOAGROCONTROL, S.L. C/ Humilladero, 41. Edificio Atenea 1ª C 13630 Socuéllamos (Ciudad Real) Spain +34 926 532 628 +34 926 532 765 info@ecoagrocontrol.com, calidad@ecoagrocontrol.com http://www.ecoagrocontrol.com	Andalusia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-017-CL	ECOAGROCONTROL S.L. C/ Humilladero, 41, 1ª C 13630 Socuéllamos (Ciudad Real) Spain +34 926 532 628 +34 926 539 064 calidad@ecoagrocontrol.com www.ecoagrocontrol.com	Castile-y-León
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-017-CM	ECOAGROCONTROL, S.L. C/ Humilladero, 41, 1ª C 13630 Socuéllamos (Ciudad Real) Spain +34 926 532 628 +34 926 539 064 calidad@ecoagrocontrol.com http://www.ecoagrocontrol.com	Castile-La Mancha
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-019-CT	CONSELL CATALÀ DE LA PRODUCCIÓ AGRÀRIA ECOLÒGICA - CONSEJO CATALÁN DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA Avenida Meridiana, 38 4ª Planta 08018 Barcelona Spain +34 93 552 47 90 +34 93 552 47 91 cpae.daam@gencat.cat www.ccpae.org	Catalonia

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
스페인 Spain		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-020-CV	COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA. (CAECV) C/ Tramontana nº 16, Parc Industrial Ciutat de Carlet 46240 Carlet (Valencia) Spain +34 96 253 82 41 +34 96 255 80 23 caecv@caecv.com www.caecv.com	Valencia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-021-EX	DIRECCIÓN GENERAL DE AGRICULTURA Y GANADERÍA Avda. Luis Ramallo, S/N 06800 Mérida (Badajoz) Spain +34 924 002 275, +34 924 002 332 +34 924 002 126 carmen.lavado@gobex.es; francisco.gonzalezr@gobex.es	Extremadura
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-022-GA	CONSEJO REGULADOR DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE GALICIA (CRAEGA) Edificio Multiusos. Rúa Circunvalación, s/n Apartado de Correos, 55 27400 Monforte de Lemos, Lugo Spain +34 982 405 300 +34 982 416 530 craega@craega.es www.craega.es	Galicia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-023-MA	COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID Ronda de Atocha, 7 (Local) 28012 Madrid Spain +34 91 506 38 30 +34 91 468 27 03 agricultura.eco@caem.es www.caem.es	Madrid
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-024-MU	CONSEJO DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA REGIÓN DE MURCIA Avenida del Río Segura, 7 30002 Murcia Spain +34 968 355 488 +34 968 223 307 info@caermurcia.com www.caermurcia.com	Murcia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-025-NA	CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DE NAVARRA (CPAEN)- Nafarroako Nekazal Produkzio Ekologikoaren kontseilua (NNPEK) Avenida San Jorge 81, ent. Dcha. 31012 Pamplona (Navarra) Spain +34 948 17 83 32 +34 948 25 66 42 cpaen@cpaen.org www.cepaen.org	Navarre





공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
스페인 Spain		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-026- VAS	ENEEK - CONSEJO DE AGRICULTURA Y ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA DE EUSKADI/ Nafarroako Nekazal Produktzio Ekologikoaren kontseilua Jauregibarria Auzoa, 4 Jauregi baserria, 1º 48340 Amorebieta-Etxano (Bizkaia) Spain +34 946 271 594 +34 946 467 369 info@eneek.eus www.eneek.eus	Basque Country
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-027-RI	DIRECCIÓN GENERAL DE AGRICULTURA Y GANADERÍA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y MEDIO AMBIENTE Avda. de la Paz, 8-10 26071 Logroño (La Rioja) Spain +34 941 291 389 dg.agrigan@laroja.org; seccionproduccion.compatible. agri@laroja.org www.larioja.org/agricultura/ agriculturaecologica	Rioja
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-028-AN	CERTIFOOD S.L. C/ Cristobal Bordiu, 35, 4º plant oficina 415 28003 Madrid Spain +34 925 285 139 +34 925 283 040 clm@certifood.org http://www.certifood.org	Andalusia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-028-AR	CERTIFOOD S.L. C/ Cristobal Bordiu, 35, 4º plant ofici. 409-415 28003 Madrid Spain +34 917 450 014 clm@certifood.org http://www.certifood.org	Aragon
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-028-CL	CERTIFOOD S.L. C/ Cristobal Bordiu, 35, 4º plant oficina 409-415 28003 Madrid Spain +34 91 74 500 14 certifood@certifood.org http://www.certifood.org	Castile-y-Léon
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-028- CM	CERTIFOOD S.L. C/ Cristobal Bordiu, 35, 4º planta. Oficinas 409-415 28003 Madrid Spain +34 91 745 00 14 +34 91 573 24 76 certifood@certifood.org http://www.certifood.org	Castile-La Mancha


공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
스페인 Spain		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-029-AN	BUREAU VERITAS IBERIA SL. C/ Valportillo Primera 22-24, Edificio Caoba, P.I. La Granja 28180 Alcobendas (Madrid) Spain +34 912 702 200 +34 912 709 974 francisco.martinsantamaria@ es.bureauveritas.com http://www.bureauveritas.es	Andalusia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-029-AR	BUREAU VERITAS IBERIA SL. C/ Valportillo, primera, 22-24, Edificio caoba I 28108 Alcobendas (Madrid) Spain +34 91 270 22 00 +34 91 270 99 74 ana-belen.garcia-garcia@ es.bureauveritas.com http://www.bureauveritas.es	Aragon
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-029-CL	BUREAU VERITAS IBERIA SL. C/ Valportillo, primera, 22-24, Edificio Caoba I 28108 Alcobendas (Madrid) Spain +34 91 270 22 00 +34 91 270 22 76 ana-belen.garcia-garcia@ es.bureauveritas.com www.bureauveritas.es	Castile-y-Léon
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-023- MaES-ECO-029- CMA	BUREAU VERITAS IBERIA, S.L. Valportillo Primera 22-24 (Edificio Caoba) P.I. "La Granja" 28108 Alcobendas (Madrid) Spain +34 912 702 200 +34 912 709 974 ana-belen.garcia-garcia@ es.bureauveritas.com www.bureauveritas.es	Castile-La Mancha
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-030-AN	CENTRO DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA AGROALIMENTARIA, S.A. C/ Leonardo da Vinci, 2, Edificio IAT, Cartuja 93 41092 Sevilla Spain +34 954 467 486 +34 954 460 470 buzon@citagro.es http://www.citagro.es	Andalusia
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-031-CL	CCL CERTIFICACIÓN, S.L. C/Doctor Sánchez Villares nº6, 1ºB 47014 Valladolid Spain +34 983 135 660 +34 983 135 661 info@cclcertificacion.es www.cclcertificacion.es	Castile-y-Léon





공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
스페인 Spain		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-032-CL	AGROIN CERTIFICACIONES, S.L. C/ San José. nº 8-10 bajo 47007 Valladolid Spain +34 983 470 306 +34 983 470 118 calidad@agroincertificaciones. es <a href="http://www.agroincertificaciones.es/">http://www. agroincertificaciones.es/</a>	Castile-y-Léon
		유기농업 제품 유기농업 가공품	ES-ECO-033- CM	QUALITAS NATURA CERTIFICACION S.L. C/ Manuel Azaña, 12 13700 Tomelloso (Ciudad Real) Spain +34 627 594 221 info@qualitasnatura.es <a href="http://www.qualitasnatura.es">http://www.qualitasnatura.es</a>	Aragon

## 〈영국〉(2017년 1월 12일 기준)

광고국가		검증기구			
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
영국 Sweden		유기농업 제품 유기농업 가공품	GB-ORG-02	Organic Farmers and Growers Ltd The Old Estate Yard, Shrewsbury Road, Albrighton SY4 3AG Shropshire United Kingdom +44 (0)1939 291800 +44(0)1939 291250 info@organicfarmers.org.uk www.organicfarmers.org.uk	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GB-ORG-04	Organic Food Federation 31 Turbine Way, Eco Tech Business Park PE37 7XD Swaffham United Kingdom +44 (0)1760 720444 +44(0)1760 720790 info@orgfoodfed.com www.orgfoodfed.com	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GB-ORG-05	Soil Association Certification Ltd South Plaza BS1 3NX Bristol United Kingdom +44(0)117 914 2412 +44(0)117 314 5046 prod.cert@soilassociation.org www.sacert.org	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GB-ORG-06	Bio-Dynamic Agricultural Association Painswick Inn Project, Gloucester Street GL5 1QG Stroud United Kingdom +44(0)1453 759501 +44(0)1453 759501 certification@biodynamic.org.uk www.biodynamic.org.uk	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GB-ORG-07	Irish Organic Farmers and Growers Association Unit 16A Inish Carrig, Golden Island * Athlone, County Westmeath Ireland +353 090 643 3680 +353 090 644 9005 info@iofga.org www.iofga.org	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GB-ORG-09	Organic Trust Limited Vernon House, 2 Vernon Avenue, Clontarf * Dublin 3 Ireland +353 185 30271 +353 185 30271 organic@iol.ie www.organictrust.ie	


광고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
영국 Sweden		유기농업 제품 유기농업 가공품	GB-ORG-13	Quality Welsh Food Certification Ltd Gorseland SY23 2WB Ceredigion United Kingdom +44 (0)1970 636688 +44(0)1970 624049 organic@wlbpc.co.uk www.qwfc.co.uk	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GB-ORG-16	Global Trust Certification Ltd 3rd Floor, Block 3, Quayside Business Park, Mill Street * Dundalk, Co. Louth, Ireland Ireland +353 429386864 +353 429386864 info@gtcert.com www.gtcert.com	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	GB-ORG-17	O F & G (Scotland) Ltd The Old Estate Yard, Shrewsbury Road, Albrighton, SY4 3AG Shrewsbury United Kingdom +44(0)1939 291800 +44(0)1939 291250 certification@sopa.org.uk www.organicfarmers.org.uk	

### 〈뉴질랜드(MPI rules)〉(2017년 10월 12일 기준)

광고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
뉴질랜드 New Zealand		유기농업 제품 유기농업 가공품 유기축산물 유기축 가공품		BioGro New Zealand Limited Level 5, 156-158 Victoria Street, Wellington, New Zealand	
		유기농업 제품 유기농업 가공품 유기축산물 유기축 가공품		Asure Quality Limited Level 4, Pacific Rise, Mt Wellington, Auckland New Zealand	

※ 참고 : Asure Quality Limited의 표장 번호 NZ1234는 농산물 운영자에 따라 다릅니다.

## 〈호주(유기 법규 명칭 : National Standard for Organic and Biodynamic Produce)〉(2015년 10월 6일 기준)

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
호주 Australia		유기농업 제품 유기농업 가공품 유기축산물 유기축 가공품	호주에서 인증한 유기농 인증 기관은 다음 사이트를 방문하십시오: <a href="http://www.agriculture.gov.au/about/contactus/phone/aco">http://www.agriculture.gov.au/about/contactus/phone/aco</a>		

※ 참고 : Asure Quality Limited의 표장 번호 NZ1234는 농산물 운영자에 따라 다릅니다.

## 〈미국(유기 법규 명칭 : National Organic Program, NOP)〉 (2016년 12월 7일 기준)

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
미국		유기농업 제품 유기농업 가공품 유기축산물 유기축 가공품	미국 농무부 인증 유기 인증 기관은 다음에서 찾을 수 있습니다: <a href="http://www.ams.usda.gov/services/organic-certification/certifying-agents">http://www.ams.usda.gov/services/organic-certification/certifying-agents</a>	TM-11 인증 문서를 발급하기 위해 미 농무부가 승인한 인증 기관 목록 검증 : <a href="https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/NOP-2403-CertifyingAgentAcronymsforTM-11Certs.pdf">https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/NOP-2403-CertifyingAgentAcronymsforTM-11Certs.pdf</a>	

## 〈캐나다(유기 법규 명칭 : Canada Organic Regime, COR)〉 (2013년 9월 27일 기준)

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
캐나다		유기농업 제품 유기농업 가공품 유기축산물 유기축 가공품	캐나다 인증 유기 인증 기관은 다음에서 찾을 수 있습니다: <a href="http://www.inspection.gc.ca/food/organic-products/certification-and-verification/certification-bodies/eng/1327860541218/1327860730201">http://www.inspection.gc.ca/food/organic-products/certification-and-verification/certification-bodies/eng/1327860541218/1327860730201</a>		








〈스위스(유기 법규 명칭 : Ordinance on Organic Farming and the Labelling of Organically Produced Products and Foodstuffs—Ordinance on Organic Farming—)〉

(2014년 5월 1일 기준)

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	동등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
스위스		유기농업 제품 유기농업 가공품	SCESp 004	Institut für Marktökologie (IMO) Weststrasse 51 8570 Weinfelden Tel.: 071 626 06 26 Fax: 071 626 06 23 e-mail: imo@imo.ch www.imo.ch	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	SCESp 006	bio.inspecta AG Ackerstrasse, Postfach 5070 Frick Tel.: 062 865 63 00 Fax: 062 865 63 01 e-mail: admin@bio-inspecta.ch www.bio-inspecta.ch	
		유기농업 가공품	SCESp 038	ProCert Safety AG Holzikofenweg 22 3000 Bern 23 Tel.: 031 560 67 67 Fax: 031 560 67 60 e-mail: bern@procert.ch www.procert.ch	
		유기농업 제품 유기농업 가공품	SCESp 086	Bio Test Agro AG (BTA) Schwand 3110 Münsingen Tel.: 031 722 10 70 Fax: 031 722 10 71 e-mail: info@bio-test-agro.ch www.bio-test-agro.ch	

# 〈칠레(유기 법규 명칭 : The National Certification System of Agricultural Organic Products)〉

(2013년 9월 27일 기준)

공고국가			검증기구		
명칭	국가 유기 표장	등등성 상품 범위	코드	기본 자료	표장
칠레		유기농업 제품 유기농업 가공품 유기축산물 유기축 가공품	N° 92	Institute for Marketecology Chile S.A Av. Santa María 0112, Dpto J, Comuna de Providencia, Región Metropolitana de Santiago TEL:(02) 7926151 FAX:(02) 7926055 E-MAIL:imo@imochile.cl	
		유기농업 제품 유기농업 가공품 유기축산물 유기축 가공품	N° 2679	BCS ÖKO GARANTIE GMBH Vega de Saldías N° 57, Chillán, Comuna de Chillán TEL:(42) 423006 (42) 423007 anexo 11 FAX:(42) 423006 (42) 423007 anexo 15 E-MAIL:contacto@bcs-chile. com	
		유기농업 제품 유기농업 가공품 유기축산물 유기축 가공품	N° 3568	ARGENCERT Instituto Argentino para la Certificación y Promoción de productos Huérfanos 786, Of. 708 piso 7 Santiago, Región Metropolitana TEL:(02)760-2600 (54-11) 43630033 FAX:(02)760-2601 (54-11) 43630202 E-MAIL:info@argencert.com. ar	
		유기농업 제품 유기농업 가공품 유기축산물 유기축 가공품	N° 4502	CERES-CERTIFICATION of Enrionmental Standards GmbH Monseñor Muller N° 31, Dpto. 145, Providencia, Región Metropolitana de Santiago TEL:(02) 223 05 27 FAX:(02) 223 05 27 E-MAIL:director@natura-cert. cl	

## 〈유럽연합 유기 공동 표창 양식〉



※ 유럽연합 신 유기농 제품 검증 표장 (2010년 7월부터 사용), 문자는 언어로 인해 다를 수 있음.

## 다. 참고 문헌 및 관련 사이트

1. Euromonitor(2016), <CONSUMER HEALTH IN TAIWAN>
2. Euromonitor(2017), <HEALTH AND BEAUTY SPECIALIST RETAILERS IN TAIWAN>
3. Euromonitor(2017), <HEALTH AND WELLNESS IN TAIWAN>
4. 공업기술연구원 경제 추세 연구 센터  
工業技術研究院經濟與趨勢研究中心, <http://ieknet.iek.org.tw/>
5. 중화곡류식품공업기술연구원, <2015년 국내 보건식품 생산 가격 및 산업 현황 분석>  
中華穀類食品工業技術研究院, <2015年國內保健食品產值暨產業概況分析>
6. 식품공업발전연구소, <2015년 대만 보건식품 소비행동 및 생활 형태 조사 연구>  
食品工業發展研究所, <2015年臺灣保健食品消費行為與生活型態調查研究>
7. 식품공업발전연구소, <2016년 대만 보건식품 소비행동 및 생활 형태 조사 연구>  
食品工業發展研究所, <2016年臺灣保健食品消費行為與生活型態調查研究>
8. 대만 세관 자료실, 臺灣海關資料庫, <https://portal.sw.nat.gov.tw/APGA/GA01>.
9. 대만 우수농산물발전협회,  
台灣優良農產品發展協會, <http://www.cas.org.tw/>.
10. 유통패션 잡지사, <2017대만 지역 대형 점포 총람>  
流通快訊雜誌社, <2017台灣地區大型店舖總覽>.
11. 전지 국제 타이베이총공사(2016), <2016년 다단계 판매 시대>  
傳智國際台北總公司(2016), <2016年直銷世紀>
12. 경제부 통계처(2017)  
經濟部統計處(2017), [https://www.moea.gov.tw/MNS/dos\\_e/home/Home.aspx](https://www.moea.gov.tw/MNS/dos_e/home/Home.aspx).
13. 위생복지부  
衛生福利部, <https://www.mohw.gov.tw/mp-2.html>.



## ㉠ 대만 보건식품 시장현황

---

- » 보고서 기획 한국농수산물유통공사 홍콩지사
- » 수행 기관 재단법인대만상업발전연구원

**발행일** 2017년 12월  
**발행처** 한국농수산물유통공사 수출정보부  
**주 소** 전라남도 나주시 문화로 227

---

- \* 본 자료는 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보 홈페이지([www.kati.net](http://www.kati.net))에서 보실 수 있습니다.
- \* 본 자료에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- \* 본 자료의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단 전재 및 복사는 법에 저촉됩니다.