한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No. 1902-06

품목: 천연 조미료(True Natural Seasoning Tablet)

국가: 대만(Taiwan)

Contents

Ⅰ. 국가 정보 및 시장통계 ····· 04

1. 수출환경 및 경제지표 ····· 06

2. 식품산업 현황 ····· 09

3. 수출입통계 ····· 14

Ⅱ. 시장 트렌드 ····· 17

1. 제품 트렌드 ····· 18

2. 소비자 트렌드 ····· 19

Ⅲ. 통관 및 제도 ····· 22

1. 통관 및 검역 ····· 24

2. 인증정보 ····· 30

3. 라벨링 ····· 34

4. 위생요건 ····· 37

Ⅳ. 경쟁제품 ····· 39

1. 경쟁제품 선정 ····· 40

2. 온·오프라인 경쟁제품 ····· 41

Ⅴ. 경쟁사 ····· 52

1. 경쟁사 선정 ····· 53

2. 경쟁사 분석 ····· 53

Ⅵ. 유통채널 현황 ····· 55

1. 유통채널 개황 ····· 56

2. 주요 유통채널 분석 ····· 59

Ⅰ. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품산업 현황
3. 수출입통계

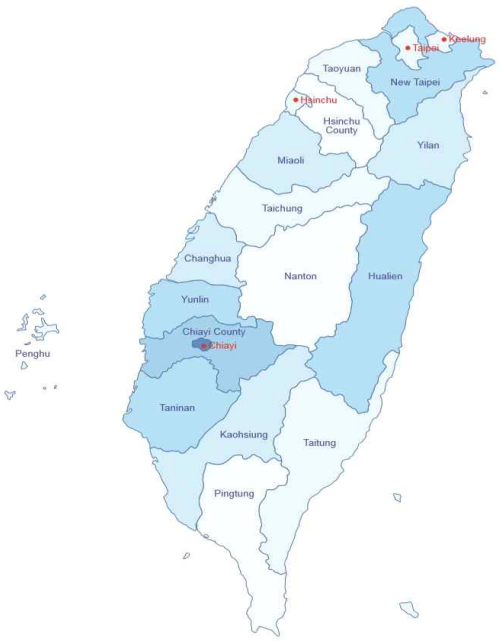
국가 개요

중국 대륙의 동남쪽, 일본 열도의 남서쪽에 위치한 민주 공화국. 1949년 장제스는 공산주의 세력에 패배하여 대만으로 망명함. 이후 UN으로부터 독립 정부의 지위를 인정받고자 노력하였으나 중국이 국제적인 경제 대국으로 성장함에 따라 이러한 노력이 모두 무산됨. 현재까지도 대만 내에 독립 선언을 지지하는 목소리가 존재하지만, 중국은 대만의 독립 움직임을 전쟁행위로 간주할 것이라는 입장을 견지. 중국과 대만 간 정치적 긴장은 2008년 중국국민당[1]이 집권하며 해소되는 듯했으나, 2016년부터 대만 독립을 지지하는 민주진보당[2] 이 집권하게 되면서 더욱 악화됨

대만의 수출주도형 경제는 중국의 경제 발전과 연관이 깊은 것으로, 중국국민당은 대만의 가장 큰 무역 파트너인 중국과의 협약을 연속 체결함. 이는 양안 관계에 있는 양국 간 관광, 무역, 투자를 활성화하고자 체결한 2010년 경제협력기본협정[3]을 포함하는 것임. 그러나 후속 무역 협약인 은행, 의료, 관광, 영화, 통신, 출판 서비스에 대한 사항은 많은 논란을 불러일으켰고 급기야 2014년엔 대규모 시위가 발생함. 결국 이 협약은 대만 입법부에 계류 중이며, 2016년 민주진보당의 차이잉원이 여성 최초로 총통에 당선된 이후 중국과 대만 간 경제 관계와 정치 담론은 교착상태에 빠짐

주요 정보

- **국명: 대만(臺灣, Taiwan)**
- **수도: 타이베이(Taipei·台北, 서울의 약 ½ 크기)**
- **국가원수: 차이잉원(蔡英文·Tsai Ing-wen)**
- **인구: 23.6백만명(2017)**
- **면적: 35,980km²(한반도의 1/6배, 남한의 1/3배)**
- **공식어: (공용어)중국어/(통용어)민남어, 객가어**
- **주요 도시: 타이베이, 뉴타이베이, 가오슝, 타이중, 타이난**
- **GDP: 5,726억 US달러(2017)**
- **1인당 GDP: 24,291 US달러(2017)**
- **경제성장률: 2.9%(2017)**
- **화폐단위: 신 타이완 달러(NT$)**
- **인터넷 보급률: 79.7%(2017)**

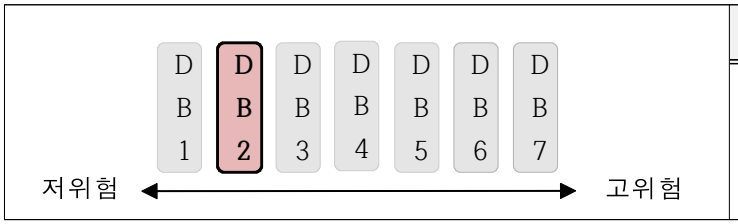


자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15., 한국수출입은행 해외경제연구소 자료 종합

1) 친중 성향의 대만 정당
2) 대만 독립을 지향하는 대만 정당
3) ECFA; 2010년 6월 중국과 대만이 중국 충칭에서 체결. 상품무역의 관세 및 비관세 장벽을 철폐하고, 서비스무역개방, 투자보장, 분쟁해결, 지식재산권 보호 등까지 포괄하는 광범위한 무역협정

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망[4)]



등급	등급전망
DB2	안정적

자료:「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	- 양호한 국가신용상태가 유지되고 있으며, IT부문의 역동성과 통화 관리의 건전성 등의 경제적 강점 보유 - 견고한 대외 금융 여건과 세계 최고 수준의 외환보유고
부정적	- 수직적·통합적 공급체인을 구축하려는 중국 제조기업의 전략적 행보가 대만 제조업에 지속적인 타격을 가하는 중 - 양안관계 긴장상태에 따른 국제사회에 대한 중국의 영향력 행사로 대만의 국제적·정치적·경제적 입지 제약

자료:「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

□ 주요 거시경제 지표

o 대만 국가발전위원회(행정원 산하 정책수립기관)는 2017년 대만 경제를 '겉(교역)은 뜨겁고 속(내수)는 차가운 상태'라고 진단함

- 2018년에 정부 주도 인프라 투자 확대, 투자유치 확대, 산업육성정책 등으로 내수를 확대해 경제성장을 견인한다는 방침임

  • 2018년 경제성장률 목표치는 2.4~2.6%

o 대만 경제가 '속(내수)이 차갑다' 는 진단을 받는 것은 경제 발전의 지속 가능성

4) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨

과 관련된 것으로 산업체질 개선 노력이 중요 해결과제로 남아 있음을 의미

- 저임금, 가계부채 등 경제 역동성을 저해하는 문제가 해결되지 않고 있음

o 대만 정부는 내수 확대를 위해 총 8,825억 대만 달러(약 32조 1,800억원[5])의 특별 예산을 편성했고, 2024년까지 사회간접시설 투자 확대 정책을 시행키로 함

- 철도, 수도, 디지털 인프라, 신재생에너지, 지역균형발전·농촌개발 관련 각종 프로젝트가 2018년부터 본격 추진

- 이와 함께 국내외 기업의 투자를 촉진하기 위해 투자 인센티브 제도('산업혁신조례')를 개정[6]한 데 이어, '외국인투자조례' 개정안[7]을 준비 중

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	14.2	13.7	14.5	18.0	13.0	10.8	9.7	14.9
재정수지/GDP	0.1	-0.3	0.0	-0.7	-1.0	-1.1	-1.5	-1.3
물가상승률	-0.3	1.4	0.6	1.5	2.2	2.0	2.5	2.0
경제성장률	0.8	1.4	2.9	2.5	2.1	2.8	2.0	1.8
실업률	3.8	3.9	3.8	3.8	3.9	4.2	4.0	4.0

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

□ 무역통상 환경

o 2018년 4월 제조업 구매자관리지수(PMI)[8]가 소폭 증가하여 58.1 포인트를 기록

- 비제조업 부문은 확장되고 있지만, 아직 제조업 부문에 비해 약세를 보이고 있으며 전월 대비 55.6 포인트에서 53.7 포인트로 하락

o 고정투자는 2017년 하반기 전년 대비 하락세를 보였으며, 2018년 1분기에는 전년 대비 성장세를 나타냈으나 성장폭은 1% 이하

o 애플 관련 기업들이 소비자 수요를 반영하여 생산계획을 재조정함에 따라, 사업변

5) 1TWD = 36.35KRW (KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2019.01.15.)
6) 스톡옵션 소득세 납부시기 탄력 운용, 엔젤투자자 소득세 감면, 합자기업(有限合夥, Limited Partnership) 법인세 혜택 등을 부여
7) 100만 달러 이하 외국인투자 건은 사후신고제로 전환, 행정절차 간소화, 투자심사 기준과 판단근거 공개 등이 골자임
8) 구매자관리지수(PMI·Purchasing Managers' Index)는 기업의 구매 담당자를 대상으로 신규 주문, 생산, 재고 등을 조사한 후 가중치를 부여해 0~100 사이의 수치로 나타낸 값을 말함. 통상 PMI가 50 이상이면 경기의 확장을, 50 미만일 경우에는 경기의 위축을 의미

동성의 불확실성이 확대됨

o 글로벌 경쟁 심화와 불확실한 제품의 수명 주기로 인해 개별 기업의 사업전망은 불투명하지만, 스마트폰에 이은 사물 인터넷이 새로운 성장동력으로 부각되고 있음

□ 위험 및 기회요소

구 분	세 부 내 용
기회	- 안정적 경제 성장 • 2018년 GDP 성장률은 2.5%을 기록하여 전년 대비 0.4%p 하락이 예상되는 이는 기저효과의 영향으로 분석됨 • 전자/부품산업의 수출 성장 지속 - 미 달러화 대비 통화 약세에 따른 수출경쟁력 개선(다만, 한국 수출기업에는 위험 요인이 될 수 있음) - 최근 착수된 약 140억 달러 규모의 인프라 개발 프로그램
위험	- 중미 간 무역전쟁(보복관세 부과 등)에 따른 중국 연관 제조기업의 실적 악화 (다만, 중국산 제품과 경쟁관계에 있는 기업에는 기회 요인) - 전자부품(반도체) 제조기업 및 애플 등 거대 다국적 기업에 대한 높은 의존도 - 글로벌 기술산업의 경쟁 심화, 가계부채·빈곤율·지속적 임금 상승 - 인구 고령화와 출산율 감소에 따른 성장 동력 약화 - 2018년 법인세율을 20%로 인상(경쟁국과 유사한 수준) - 양안관계의 긴장고조 가능성

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

2. 식품산업 현황

1) 소스, 드레싱 및 조미료 시장 동향

□ 시장 규모

o 대만의 소스, 드레싱 및 조미료 시장 규모는 최근 5년간 연 증감률이 감소하는 추세를 보임. 향후 5년간 소스, 드레싱 및 조미료 시장의 성장 속도는 더욱 둔화될 것으로 예상됨

o 최근 5년간(2013-2017년) 연평균 성장률 1.7%를 기록하며 2017년 기준 소스, 드레싱 및 조미료 시장 규모는 약 114억 대만 달러를 기록

- 향후 5년간(2018-2022년)에도 연평균 성장률 0.9% 성장하여 2022년에는 약 119억 대만 달러로 시장 규모가 확대될 것으로 예상됨

o 대만 내 1인가구 증가와 바쁜 생활 패턴으로 인해 외식을 선호하는 소비자의 증가로 소스류의 구입이 감소하는 추세여서 성장률 둔화에 영향을 준 것으로 보임

- 하지만 대만 현지조사원의 소비자 인터뷰에 의하면 건강을 염려하여 가정에서의 음식을 조리하는 추세가 확산되어 향후에도 시장 규모는 지속적으로 확대될 것으로 보임

표 1.2 대만 소스, 드레싱 및 조미료 시장 규모(2013-2017년)

(단위: 백만 대만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
소스, 드레싱 및 조미료 시장	10,687.7	10,888.4	11,130.2	11,315.1	11,450.5
증감률	2.0	1.9	2.2	1.7	1.2

자료: Euromonitor International

표 1.3 대만 소스, 드레싱 및 조미료 시장전망(2018-2022년)

(단위: 백만 대만 달러, %)

구분	2018(f)	2019(f)	2020(f)	2021(f)	2022(f)
소스, 드레싱 및 조미료 시장	11,564.7	11,664.9	11,756.1	11,865.9	11,979.1
증감률	1.0	0.9	0.8	0.9	1.0

자료: Euromonitor International

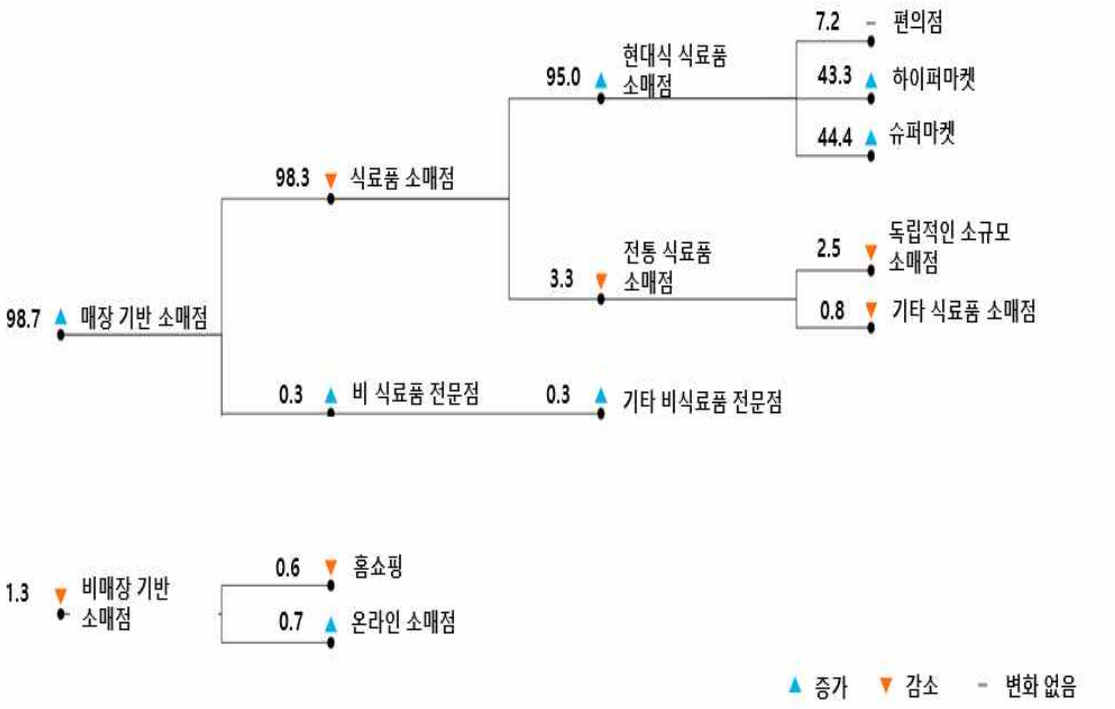
□ 소스, 드레싱 및 조미료 시장 유통 채널

o 2017년 기준 대만의 소스, 드레싱 및 조미료 제품은 주로 슈퍼마켓(44.4%), 하이퍼마켓(43.3%) 등 현대식 식료품 소매점 위주로 유통되는 구조

- 온라인 소매점을 통해 소스, 드레싱 및 조미료를 구매하는 비중이 최근 5년간 증가하는 추세이나 여전히 매장을 기반으로 한 소매점을 통해 구매하는 비중(98.7%)이 절대적으로 높음
- 2017년 기준 홈쇼핑 채널을 통해 소스, 드레싱 및 조미료 제품을 구매하는 비중은 약 0.6%임

표 1.4 소스, 드레싱 및 조미료 시장 유통채널별 비중(2017년) 및 최근 5년간(2013-2017년) 증감추세

(단위: %)



자료: Euromonitor International

□ 대만 홈쇼핑 채널에서 판매 중인 국물용 육수 조미료 제품

o 대만의 시장점유율 1위인 '모모 홈쇼핑'에서 판매 중인 국물용 육수 제품을 판매량 기준으로 검색했을 때 다음의 2가지 제품이 대표성을 띔

- 대만산 웨이추엔 채소맛 조미료 제품은 320g 용량에 69 대만달러에 판매 중이며, 일본산 혼다시 조미료 제품은 1kg 용량에 369 대만달러에 판매 중임

표 1.5 대만 내 홈쇼핑에서 판매하고 있는 국물용 육수 제품

구분		#1	#2
제품이미지	사진		
제품스펙	원산지	대만	일본
	제품명	웨이추엔 채소맛 조미료	혼다시 가다랑어맛 조미료
	제조사	웨이추엔(味全)	아지노모토(Ajinomoto)
	제품가격	69 대만 달러	369 대만 달러
	중량	320g	1kg
	패키지	종이 박스	비닐

자료: 모모홈쇼핑 홈페이지[9], 2019.03. 검색기준

9) www.momoshop.com.tw

2) 고체형 육수 제품(Stock Cube) 시장 동향

□ 시장규모

o 2017년 기준 대만의 고체형 육수 제품 시장 규모는 전년 대비 약 6.1% 성장한 27.6억 대만 달러를 기록함

- 대만의 고체형 육수 제품 시장은 최근 5년간(2013-2017년) 약 4.0%의 연평균 성장률을 기록하며 지속적으로 성장함

- 향후 5년간(2018-2022년) 약 3.1%의 연평균 성장률을 기록하며 꾸준히 시장규모가 확대될 것으로 전망됨

o 다만 대만 현지조사원이 조사한 경쟁제품에서 고체형 큐브 형태의 비중이 높지 않으며, 대만 소비자 인터뷰 내용에 따르면 소비자들은 분말 형태의 육수 조미료 제품이 요리 시에 쉽게 국물이 우러나와 사용하기 편리하다고 인식하고 있는 듯함

표 1.6 대만 고체형 육수 제품 시장규모 (2013-2017년)

(단위: 백만 대만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
고체형 육수 제품	2,359.9	2,449.6	2,525.5	2,604.2	2,763.4
증감률	3.9	3.8	3.1	3.1	6.1

자료: Euromonitor International

표 1.7 대만 고체형 육수 제품 시장전망 (2018-2022년)

(단위: 백만 대만 달러, %)

구분	2018(f)	2019(f)	2020(f)	2021(f)	2022(f)
고체형 육수 제품	2,882.5	2,972.9	3,064.3	3,156.9	3,251.5
증감률	4.3	3.1	3.1	3.0	3.0

자료: Euromonitor International

□ 경쟁 동향

o 2017년 대만의 주요 고체형 육수 제품의 5대 브랜드는 Knorr, Ajinomoto, Bullhead, Maggi, Vedan 등이며, 각 브랜드의 시장 점유율은 각각 88.0%, 5.0%, 4.6%, 0.7%임

- Unilever社의 Knorr 브랜드가 2017년 기준 88.0%로 압도적인 시장 점유율을 차지하고 있음

표 1.8 대만 고체형 육수 제품 브랜드별 시장 점유율 추이(2013-2017년)

(단위: %)

순위	브랜드명	기업명	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Knorr	Unilever Group	84.3	84.2	88.7	88.2	88.0	87.9
2	Ajinomoto	Ajinomoto Co Inc	4.1	4.0	4.7	4.9	5.0	5.1
3	Bullhead	Haw-Di-I Food Co Ltd	4.5	4.9	4.4	4.6	4.6	4.7
4	Maggi	Nestlé SA	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8
5	Vedan	Vedan International (Holdings) Ltd	1.7	1.5	-	-	-	-
6	Wei Chuan	Ting Hsin International Group	4.3	3.4	-	-	-	-
7	Others	Others	0.3	1.2	1.3	1.5	1.6	1.6
8	Total	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

3. 수출입통계

1) 통계분석 기준 설정

□ 천연 조미료 제품 통계 기준 설정

o 의뢰 기업이 대만으로 수출하고자 하는 국물용 육수 제품은 천연 조미료 범주에 속하지만 HS CODE 분류 체계로는 혼합 조미료에 속함

- 해당 물품은 참치, 북어, 가다랑어, 멸치 및 수산물을 동결 건조하여 분쇄한 것을 응집하여 만든 혼합 조미료임

- 제2103호에는 "소스와 소스용 조제품, 혼합조미료"로 분류되며, 같은 호 해설서 (A)항에 "이 호에는 여러 성분(알, 채소, 육, 과실, 고운 가루, 전분, 기름, 설탕, 향신료, 겨자, 향미료 등)으로 만든 특정 요리(육, 어류, 샐러드 등)에 향미료로 사용하는 보통 높은 향신성을 가진 조제품을 분류한다"라고 설명

  • 또한, 제9류 주 제1호 규정에 의하면 "제 0904호부터 제 0910호까지의 물품(또는 가목, 나목의 혼합물)에 다른 물품을 첨가한 것은 그 결과로서 생긴 혼합물이 해당 호에 해당하는 물품의 본질적인 특성을 유지하는 한 그 분류에 영향을 미치지 않음. 그렇지 않은 그 밖의 혼합물은 이 류로 분류하지 않으며, 혼합조미료로써 사용되는 것은 제2103호로 분류함"라고 규정

- 따라서 해당 물품은 특정요리의 조미용으로 사용되는 것이 명백하므로 향신성이 높은 혼합조미료로 분류함

o 글로벌 및 대만 HS CODE는 기타로 분류되어 매우 다양한 품목을 동시에 포함하기 때문에 천연조미료 제품에 해당하는 통계자료를 파악하기에는 어려움이 있어 생략하기로 함

- 한국의 경우 혼합조미료로 특게된 세번이 존재하며 제2103.90-9030호로 분류함

표 1.9 천연 조미료의 HS Code 분류

국가	HS Code/ CCC Code	품명
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
	2103.90	기타
	2103.90.9030	혼합조미료
대만	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
	2103.90	기타
	2103.90.90905	제2103호의 기타제품

자료: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 대만관세청(www.customs.gov.tw)

2) 한국 수출 통계(통계기준: HS CODE 2103.90.9030)

□ 한국 조미료의 對글로벌 수출 규모

o 조미료의 對글로벌 수출 규모는 2015년까지 하락 추세를 보이다가 소폭의 증가세로 전환됨

- 2015년까지 중국으로의 수출 규모가 감소했으며, 그 원인은 중국 시장 내 MSG 제조업체 난립으로 인한 경쟁 심화와 그로 인한 매출 감소, 판매비용 증가로 파악됨

표 1.10 한국 조미료의 對글로벌 수출 통계(2013-2017년)

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증감률)	6,164 (△1.6%)	5,313 (△13.8%)	4,808 (△9.5%)	5,050 (5.0%)	5,520 (9.3%)
금액 (연 증감률)	32,572 (△1.4%)	25,302 (△22.3%)	21,978 (△13.1%)	22,069 (0.4%)	23,644 (7.1%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 한국 조미료의 對대만 수출 규모

o 한국 조미료의 對대만 수출량 및 수출액은 2015년 전년 대비 다소 감소세를 보였으나 2016년에 반등한 이후 성장세를 보이며 증가하고 있음

표 1.11 한국 조미료의 對대만 수출 통계(2013-2017년)

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증감률)	79 (97.6%)	129 (63.2%)	106 (△17.8%)	116 (9.7%)	120 (3.6%)
금액 (연 증감률)	409 (136.8%)	592 (44.7%)	519 (△12.3%)	572 (10.4%)	628 (9.6%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

Ⅱ. 시장 트렌드

1. 제품 트렌드
2. 소비자 트렌드

시장 트렌드 개요
1. 제품 트렌드 ❖ 소포장 형태의 국물용 육수 제품 출시 2. 소비자 트렌드 ❖ 국물용 육수 제품 대만 소비자 인터뷰 및 현지조사원 의견

1. 제품 트렌드

□ 소포장 형태의 국물용 육수 제품 출시

o 대만 내 1인가구의 증가 및 여성의 사회 진출 확대로 인해 가정에서 음식을 조리하기보다는 외식을 즐겨하는 소비자들의 증가로 국물용 육수 조미료 제품의 용량이 소형화되고 있음

- 일본 Ajinomoto 혼다시 가다랑어 맛 조미료 국물용 육수 제품은 450g 용량 외에도 40g 등의 소용량으로도 판매하고 있음

  • 또한 대만 시장에서는 동일한 브랜드의 Ajinomoto 혼다시 다시마 맛 조미료 제품을 '일회용 소포장 형태'로도 판매 중

- 대만 브랜드인 하오디이식품에서는 치킨 스톡과 비슷한 육수 제품인 영문명 Bull Head Chicken Broth Cube 제품을 큐브 형태(11g × 6개입)로 판매하고 있음

  • 국물용 음식 조리 시 11g짜리 큐브 육수 제품 1개를 잘라 넣어서 조리할 수 있게 하여 소비자가 요리 시에 간편하게 사용할 수 있게 함

그림 2.1 소포장 형태의 국물용 육수 제품

Ajinomoto 혼다시 조미료 40g(좌), 소포장 제품(우)

Bull Head Chicken Broth Cube 전면(좌), 후면(우)

자료: 대만 현지조사원, 야후 치모

2. 소비자 트렌드

[참고] 국물용 육수 제품 대만 소비자 인터뷰 및 현지조사원 의견

소비자 1 (20대 대학생 여성)

1) 해당제품(or 관련제품) 구매 시 주요 고려사항
합리적인 가격, 성분, 조리방법을 고려함

2) 선호하는 국물용 육수 제품 맛, 패키지는
채식주의자이기 때문에 야채 육수맛 제품을 애용함. 또한 조리 시 편하게 이용할 수 있는 낱개로 소포장된 제품을 선호함

3) 얼마나 자주 국물용 육수 제품을 구매하는지
학생인 관계로 평소 자주 요리할 시간이 없기 때문에 1년에 1-2회 정도 구매하는 편임

4) 한국산 국물용 육수 제품이 출시된다면 구매 의사 여부
시중에서 한국산 제품을 보지 못함. 만약 제품을 구매할 수 있다면 성분을 고려해보고 구매할 것 같음

5) 한국산 국물용 육수 제품에 대한 소비자 인식
Q-1: 해당 기업의 카탈로그를 제시하며, 다음과 같은 한국산 프리미엄 천연 조미료 제품[10]에 대한 소비자 인식은
채식주의자이기 때문에 야채 베이스 육수 제품이라면 좋음. 또한 대만 내에는 채식주의자가 많은 편이기에 수산물 및 야채 베이스 육수제품을 선호하는 소비자가 많을 듯함
Q-2: 해당 기업의 카탈로그를 제시하며, 다음과 같은 한국산 프리미엄 천연 조미료 제품의 적정하다고 생각되는 가격은
100-150 대만 달러가 적정하다고 생각됨

소비자 2 (40대 직장인 여성)

1) 해당제품(or 관련제품) 구매 시 주요 고려사항
제품의 가격, 맛, 용량 모두를 고려함

2) 선호하는 국물용 육수 제품 맛, 패키지는
개인적으로는 조개 맛 육수 제품을 좋아하지만 통풍 질환에 대한 염려로 상술한 제품은 종종 이용하며, 평소에는 주로 야채 맛을 애용함

3) 얼마나 자주 국물용 육수 제품을 구매하는지
날씨가 너무 더운 여름철을 제외하고는 평소에는 1-2개월에 한 번씩은 구매하는 편임

4) 한국산 국물용 육수 제품이 출시된다면 구매 의사 여부
제품이 대만에서 유통된다면 실제로 제품을 자세히 살펴보고 구매하고 싶음

5) 한국산 국물용 육수 제품에 대한 소비자 인식
Q-1: 해당 기업의 카탈로그를 제시하며, 다음과 같은 한국산 프리미엄 천연 조미료 제품에 대한 소비자 인식은
이미 야채맛 조미료가 많이 출시되어 있음. 자연재료로 제조된 국물용 육수 제품도 있기 때문에 제품 출시할 때 시식행사를 했으면 좋겠음. 프리미엄 제품이라고 해도 맛이 중요함
Q-2: 해당 기업의 카탈로그를 제시하며, 다음과 같은 한국산 프리미엄 천연 조미료 제품의 적정하다고 생각되는 가격은
150-200 대만 달러 정도라면 구매해보고 싶음. 디자인이 고급스럽다고 생각함

소비자 3 (50대 직장인 남성)

1) 해당제품(or 관련제품) 구매 시 주요 고려사항
주로 닭고기 육수나 야채 육수를 즐겨서 먹기 때문에 맛을 보고 구매함

2) 선호하는 국물용 육수 제품 맛, 패키지는

종종 이용하는 제품이 두 가지인데 하나는 닭 육수맛 큐브이고, 또 하나는 야채 육수 팩 제품임

3) 얼마나 자주 국물용 육수 제품을 구매하는지
직장인이라 바쁜 생활 때문에 외식을 하는 경우가 많아 일년에 한 번 정도 구매하는 편

4) 한국산 국물용 육수 제품이 출시된다면 구매 의사 여부
가격, 맛, 용량 등 제품의 스펙을 직접 비교해보고 구매하고 싶음

5) 한국산 국물용 육수 제품에 대한 소비자 인식
Q-1: 해당 기업의 카탈로그를 제시하며, 다음과 같은 한국산 프리미엄 천연 조미료 제품에 대한 소비자 인식은
원재를 동결건조하여 만든 제품은 처음 보는데 평소에도 본인은 야채맛 조미료를 자주 이용하기 때문에 구매해서 이용할 의향이 있음
Q-2: 해당 기업의 카탈로그를 제시하며, 다음과 같은 한국산 프리미엄 천연 조미료 제품의 적정하다고 생각되는 가격은
150 대만 달러 이하

소비자 4 (60대 자영업자 여성)

1) 해당제품(or 관련제품) 구매 시 주요 고려사항
일본산 조미료 제품을 선호함

2) 선호하는 국물용 육수 제품 맛, 패키지는
가쓰오맛 조미료 제품을 선호함

3) 얼마나 자주 국물용 육수 제품을 구매하는지
두 달에 한 번 정도 구매

4) 한국산 국물용 육수 제품이 출시된다면 구매 의사 여부
예전에 다시마, 멸치로 맛을 낸 한국산 국물용 육수 제품이 있었는데 맛이 좋았음. 합리적인 가격이라면 재구매 의사 있음

5) 한국산 국물용 육수 제품에 대한 소비자 인식
Q-1: 해당 기업의 카탈로그를 제시하며, 다음과 같은 한국산 프리미엄 천연 조미료 제품에 대한 소비자 인식은
대만에도 다양한 맛의 조미료 제품이 있음. 알약같이 생긴 제품이라 제품 형태는 조금 신기한데, 맛이 궁금함
Q-2: 해당 기업의 카탈로그를 제시하며, 다음과 같은 한국산 프리미엄 천연 조미료 제품의 적정하다고 생각되는 가격은
중량이 많지 않기 때문에 150 대만 달러가 적정하다고 생각함

소비자 5 (50대 가정주부 여성)

1) 해당제품(or 관련제품) 구매 시 주요 고려사항
프로모션을 진행하는 제품의 구매를 선호하고, 구매 시 가격과 맛을 고려함

2) 선호하는 국물용 육수 제품 맛, 패키지는
선호하는 맛은 돼지고기 육수, 닭고기 육수, 야채 육수 등등 다양하게 이용하는 편임. 제품의 형태는 맛이 금방 우러나오는 분말 형태를 선호

3) 얼마나 자주 국물용 육수 제품을 구매하는지
국물용 육수 조미료 제품보다는 훠궈(샤브샤브)용 육수 제품을 자주 애용함

4) 한국산 국물용 육수 제품이 출시된다면 구매 의사 여부
아직까지 판매하는 제품을 보지는 못했으나 한국 제품이 출시된다면 이용해보고 싶음

5) 한국산 국물용 육수 제품에 대한 소비자 인식
Q-1: 해당 기업의 카탈로그를 제시하며, 다음과 같은 한국산 프리미엄 천연 조미료 제품에 대한 소비자 인식은

대만 내에는 이미 야채로만 맛을 내는 다양한 육수 제품이 많이 출시됨. 보통 한국산 제품은 분말 형태가 익숙한데 알약 같이 생긴 제품이 깊은 맛을 낼 수 있을지 궁금함

Q-2: 해당 기업의 카탈로그를 제시하며, 다음과 같은 한국산 프리미엄 천연 조미료 제품의 적정하다고 생각되는 가격은

중량이 많지 않아 대만 달러 200 정도면 적당할 것 같음

대만 현지조사원 의견

- 대만 현지에 다양한 훠궈 육수 제품이 많이 출시되고 있으며 가정에서도 탕 요리는 훠궈를 많이 선호함. 그런데 대만 내 통풍환자 수가 매우 많은 것으로 알려져 있는데 훠궈에 포함되어 있는 퓨린 성분을 많이 섭취하면 요산이 많아져 통풍에 걸리기 쉽다고 알려져 최근 훠궈를 적게 먹고자 하는 분위기가 있음. 최근에는 훠궈 대신 다른 탕, 국 요리로 대체하고 있음
- 대만은 불교의 영향으로 베지테리언이 많아 비건 마트, 비건 식당 등이 많음. 때문에 야채로 만든 육수용 조미료는 대만 현지 소비자들에게 생소하지 않은 제품임
- 대만 현지 소비자를 대상으로 인터뷰를 실시한 결과 점점 더 건강에 대한 관심이 증가하고 있음

자료: 대만 현지조사원 인터뷰, 2019.02.

10) 고기가 들어가지 않은 수산물 및 야채 베이스 제품

Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

관세 및 세금 개요

❖ 대만 CCC CODE 2103.90.90905 품목의 관세율[11)]

CCC CODE	품명	관세율	
		기본세율	영업세
2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자	-	
2103.90	기타		
2103.90.90905	제2103호의 기타제품	12%	5%

❖ 대만의 기타 제세 정보

대만에서 CCC CODE 2103.90.90905 품목의 경우, 영업세 5%가 부과됨

❖ 대만 관세율 확인 방법

1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 국가를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인이 가능

2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정정보, 관세율, 원산지 기준 확인이 가능

3) 대만의 경우 해당 품목의 관세율은 '대만 관세청 사이트'를 통해 조회가 가능함

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	대만 관세청	www.customs.gov.tw

11) 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

1. 통관 및 검역

1) 통관 및 검역 절차

□ **혼합 조미료 제품 통관에는 INVOICE(혹은 Commercial invoice), P/L(Packing List), 화물 인도 지시서(D/O, Delivery Order) 혹은 항공화물 운송장(AWB, Air waybill), 위임서, 카탈로그·설명서·사진, 원산지 증명서(C/O, Certificate of Origin), 수입허가증(Import Permit: I/P)[12], 기타 세관에서 요청하는 서류가 필요함**

o (INVOICE) 수취인 명칭, 주소, 화물 명칭, 브랜드, 수량, 품질, 규격, 형태, 시리얼넘버, 단가, 운송비, 보험비, 기타 각 추가요금 항목, 수출입 감세 항목 등을 명시

o (P/L) 벌크 및 단일 box 포장일 경우 제출 불필요

o (D/O 및 AWB) 통관 인터넷 시스템 미실시자는 수입 신고 시 D/O 또는 AWB 1부를 세관에 제출해야 하나, 통관 인터넷 시스템 실시자는 운송업체에서 자동적으로 별도 제공함으로 제출 불요

o (위임서) 서면 상 통관 대리인과 납세의무인의 공동 서명

- 통관 인터넷 시스템 이용자에 한해 서면자료 보완 시 통관 대리인 또는 관세사의 인장 날인의 면제를 허가함

o (수입허가증) 수입통관 완료 후 받는 허가증으로 원본 제출

- 수입제한화물목록(貨品輸入管理辦法)에 따른 수입허가증 제출 면제 대상
  - 경제부 국제무역국에 등록된 수출입 업체, 정부기관 또는 공영사업, 사립 초등학교 이상 학교 기 입안 건(수출입 업체 수속), 입국여행 및 선박 항공기 서비스 요원 휴대 수하물(세관규정 범위 내 수량 및 금액), 해운, 항공, 국제택배 등 수입제한 품목 외 FOB조건 US 20,000불 이하인 물품, 인도적 구제 물자, 각국 대사관 및 국제기구 등 주 대만 재외기관 서명이 된 자료를 통해 공공·자가사용 물품에 대한 면세 협조 요청, 증여용으로 소량 수입되는 경우, 기타 경제무역국 허가품
  - 국제무역국이 편성한 세관협조검사수입품표(海關協助查核輸入貨品表)의 면제품 품목
  - '便捷貿e網' 을 통해 제출한 수입신고서 내용과 부합한 업체

12) 수입허가대상 물품의 경우

- 수입신고서 제출 대상

- ‘수입제한화물목록’ 내 화물
- 중국산 물품: 수입규정 ‘MP1’ 표기 화물, ‘중국산조건적수입허가항목’, ‘수입관리법규총획표’ 내 MXX코드 항목, ‘중화인민수출입화물분류표’ 수입규정 번호 ‘121’ 표기 항목

표 3.1 통관 절차 개요

통관절차	유의사항
①수입신고 전 준비	• 대만 현지의 수입자가 물품을 수입하기 위해서는 대만 관세청에 기업정보를 등록하여야 함 • 수입자가 직접 수입하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 해당 관세사는 세관으로부터 등록된 업체이어야 함 • 해당 수입 물품이 허가/규제/금지품목 해당 여부 및 규제 내용을 재정부 관세국을 통해 사전에 확인하여야 함 • 대만 검역국(BAPHIQ)으로부터 수출국에서 발행된 위생증명서를 요구받을 수 있음
②수입신고서 제출	• 수입자는 정해진 방법으로 관련 증빙서류와 함께 수입신고서를 관할세관에 제출하여야 함 • EDI를 통한 신고 - 수입화물의 수하인이나 위탁받은 통관기업이 전산 시스템을 통하여 세관에 수입신고서 및 관련 서류를 전자적 방법으로 전송하고 관련 증빙서류를 구비하여 제출 - EDI신고는 관세청과 링크되어 있는 S/W를 설치하여 해당 S/W를 통한 수입신고 진행 • EDI를 통하지 않은 신고 - 수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입신고서를 작성하고 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출 • 수입자는 수입물품을 적재한 운송수단이 입항한 다음날로부터 15일 이내 수입신고를 진행해야 함 • 신고의무기간을 경과하여 신고 시 경과한 날로부터 1일당 200대만 달러의 과태료가 부과됨 • 입항일로부터 36일 이내에 수입신고 불이행 시 해당 수입화물을 세관에서 처분 후 수입제세에 충당함
③수입신고서 심사	• 수입신고서가 세관에 접수되면 관할세관의 심사처에서 수입신고서 등 제출서류를 통해 다음 사항을 심사함 - 서류제출 구비요건 충족 여부 및 제출서류의 무결성 여부 - 수입신고된 물품이 수입금지품 또는 제한품목에 해당하는지 여부 - 신고된 가격이 적절한 방법으로 결정되었는지 여부 등
④수입신고서 처리	• 수입신고서를 심사한 후 이상 여부가 발견되지 않은 경우 대만관세청의 자동 선별 시스템에 따라 수입화물이 다음의 3가지 형태로 분류되어 수입자에게 통보됨. C2대상인 경우, 전자적 방법으로 신고된 수입신고서 및 관련서류 원본을 관할세관

	에 제출해야 함. C3 대상인 경우, 서류 원본 접수와 함께 관할세관 담당자가 화물 검사를 실시 - C1: 서류원본검사 및 화물검사 면제 대상 - C2: 서류원본검사 대상 - C3: 서류원본검사 및 화물검사 대상
⑤물품 검사	• 대만으로 수입되는 화물은 일부 검사가 생략된 경우를 제외하고는 모든 수입화물이 검사대상이며, 검사는 세관이 정한 시간에 세관관리 및 감독구역 내에서 실시[13] • 다음의 품목은 검사가 면제(Exemption of Inspection) - 총통, 부총통의 필요에 의해 수입하는 물품 - 외국 영사관 및 외교기관에서 수입하는 물품 - 기타 법률기관에서 검역면제 승인을 받은 물품 • 표본추출 검사(Sampling Inspection) - 대만에서 수입 시 대부분의 수입화물은 표본검사 대상임. 화물의 성질, 종류, 포장종류 등에 따라 추출비율이 달라지지만, 일반적으로 전체화물의 5~10% 정도가 추출검사 대상임 - 또한, 세관에서는 수입자를 저위험, 고위험, 일반으로 분류. 고위험 수입자에 대해서는 검사를 강화하고, 저위험 수입자가 수입하는 화물의 경우 검사 비율을 줄여줌으로써 통관상 혜택을 제공 • 전량검사(Thorough Inspection) - 관련 정부기관에서 규정한 전량검사대상 화물 및 고위험 수입자가 수입하는 화물 중 일부 세관에서 정한 화물의 경우 수입한 화물 전부를 검사
⑥관세납부	• 수입신고된 화물의 품목분류 및 과세가격 산정이 완료된 이후 세관에서 관세 및 제세를 산출하여 납부고지서를 발송. 일반적으로 해당 관세를 납부한 이후에 수입화물을 반출할 수 있음 • 관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 다음날로부터 14일 이내(일요일과 법정공휴일 제외)에 납부하여야 함 • 수입 시 부과되는 세금은 현금 납부, 은행 송금, EDI 온라인 자동이체 등의 방법으로 납부 가능. 납부 시기에 따라 다음 세 가지 방법으로 나눌 수 있음 - 즉시납부: 일반적인 납부형태로서 수입화물이 반출되기 전에 해당 관세 등을 납부하는 방법 - 사후납부: 수입화물의 과세가격 산정이 즉시 이루어지지 않는 경우 예상되는 관세에 상응하는 담보를 제공함으로써 화물을 반출하고 이후 관세액이 확정되면 그에 따른 관세를 납부하는 방법 - 담보제공: 수입화물 반출 전에 확정된 관세를 납부하지 않고 관세액에 상응하는 담보를 설정하여 정해진 기한 안에 수입화물 개별 혹은 월단위의 포괄 관세액을 납부하는 방법
⑦통관완료	• 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료

자료: 대만관세청(www.customs.gov.tw), 트레이드내비(www.tradenavi.or.kr)

13) 세관의 검사 요원과 함께 화물이 적재된 장소에서 현장 검사를 실시. 제출된 서류상 기재된 화물과 실제 수입된 화물의 일치 여부, 서류상의 수량과 실제 화물의 수량 일치 여부, 원산지 표시 위반 여부 및 포장의 파손 및 훼손 여부 등을 검사

2) 관세율

□ 대만 관세율표의 CCC Code는 11자리

o CCC Code란, HS Code와 유사한 개념으로 Tariff Number 8자리, 통계번호 2자리, 체크코드 1자리 총 11자리로 이루어짐

- CCC Code 또한, 국제 공통인 HS Code의 6자리 숫자를 동일하게 사용

□ 대만 혼합 조미료 제품은 CCC Code 2103.90.90905에 해당

o CCC Code 2103.90.90905에 부과하는 세율은 기본세율(MFN rate) 12%임. 또한, 대만은 모든 수입 물품에 대해 영업세(VAT rate) 5%를 부과함

- 대만 영업세는 우리나라의 부가가치세에 해당하는 세율로써 모든 수입물품에 5%의 세율이 부과. 영업세는 수입물품의 가격에 관세 및 제세를 포함한 금액을 과세표준으로 하여 해당 과세표준에 영업세율을 적용하여 산출

표 3.2 대만 혼합 조미료 제품 수입 관세율

국가	HS Code/ CCC Code	품명	관세율	
			기본세율	영업세
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자	-	
	2103.90	기타		
	2103.90.9030	혼합조미료		
대만	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자		
	2103.90	기타		
	2103.90.90905	제2103호의 기타제품	12%	5%

자료: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 대만관세청(www.customs.gov.tw)

3) FTA 정보

□ 한-대만 FTA 추진 사항

o 2018년 7월 기준 한-대만 FTA는 체결되지 않은 상태임

- 대만으로 혼합 조미료 제품을 수출하는 경우, 대만 현지 수입업자는 MFN 세율 12%를 적용받을 수 있음

□ 한-대만 AEO MRA 체결

o 현재 한-대만 FTA는 체결되지 않았으나, 2015년 12월 22일 관세·통관절차 간소화를 위한 '성실무역업체 상호인정약정, (AEO MRA)'이 체결

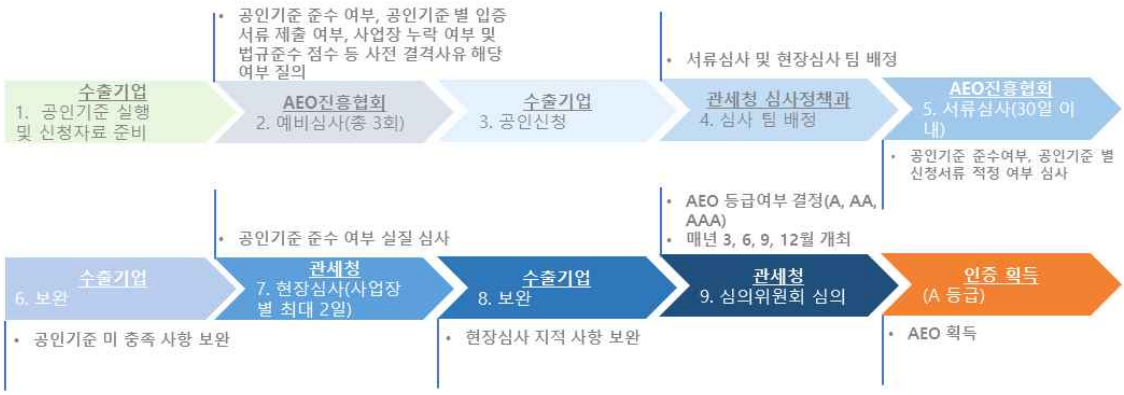
o AEO(Authorized Economic Operator, 수출입안전관리우수공인업체)란 수출입업체, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 업체들 중 관세청이 법규준수, 재무건전성, 내부통제, 안전관리 수준에 대한 심사를 실시하고 공인한 업체를 의미

o AEO MRA에 따라 우리나라 AEO 인증을 받은 수출업자가 대만으로 물품을 수출 시, 대만 세관 통관과정에서 화물 검사 축소, 검사, 우선처리, 통관 애로사항 해소 등의 신속통관 혜택을 부여받을 수 있음

- 대만 관세청은 한국 관세청이 한국 AEO 업체의 공인번호를 통보하면, 대만 수입업자가 신고한 수입신고서의 AEO 공인번호와 한국의 통보자료를 대조 및 확인하여 자동으로 혜택을 부여

o AEO MRA 특혜를 부여받기 위해서는 한국 관세청으로부터 AEO 인증을 부여받아야 하며, AEO 업체로 지정받기 위해서는 AEO 공인신청서 및 관련 서류를 관세청에 제출해야 함

표 3.3 AEO 공인 절차



자료: 한국 관세청

2. 인증정보

□ TQF(Taiwan Quanlity Food Association) 상품인증제도(권장)

o 대만 우량식품 인증의 표준이었던 GMP(Good Manufacturing Practice)가 2015년 6월부터 공식적으로 TQF(Taiwan Quality Food)협회 관할로 변경

- 명칭도 TQF상품인증제도(TQF product certification scheme)로 변경
- 현재 TQF는 식품 안전성 및 품질 인증 시스템이며, 국제적으로 인정받는 인증기관인 TAF(Taiwan Accreditation Foundation) 산하에 있음

o TQF 인증을 추진하는 주된 목적은 가공식품의 품질과 안전 위생을 높이고, 식품 제조업자의 자주 관리 체제를 강화하며, 소비자와 제조업자의 합법적인 권익을 보장해 식품공업의 건전한 발전을 촉진하기 위함임

□ TQF(Taiwan Quanlity Food Association) 상품인증제도(권장) 상세내용

TQF 상품인증제도	
인증명	TQF(Taiwan Quality Food Association) 상품인증제도
인증 설명	- 대만 우량식품 인증의 표준이었던 GMP(Good Manufacturing Practice)가 2015년 6월부터 TQF 상품인증제도로 대체 - 식품 안전성 및 품질 인증 시스템이며 국제적으로 인정받고 있는 TAF(Taiwan Accreditation Foundation) 산하에 있음
발행기관	TQF 협회(대만 경제 발전부 산하 공업국 소속)
성격	권장
등록방법	인증신청→자료심사→현장검사→제품검수→결과발표→계약체결→발급
제출서류	- 사업자등록증 - 생산허가서 등 수출 시 외부기관에서 발급된 증명서 등
소요기간	약 75일(영업일 기준)
유의사항	2015년 6월 공식적으로 GMP에서 TQF로 변경

□ 대만 식품 TQF 인증 발급절차

표 3.4 대만 식품 TQF 인증 발급절차

순서	신청절차	내용
1	인증 신청	위생, 품질, 제조, GMP 및 원재료 관리 등의 관련 서류 제출
2	서류 심사	평균 2개월 소요
3	현장 조사	공업부, 검역부, 위생부, 농업부 및 학자 등 참석
4	제품 검수	샘플 검사
5	결과 발표	제품 인증 번호 부여
6	계약 체결	경제부와 농업위원회 및 위생복리부 담당
7	발급	식품 GMP 인증서 발급

자료: TQF(Taiwan Quality Food Association)(www.tqf.org.tw/en)

□ ISO 22000 인증(권장)

o ISO 22000은 식품 안전을 보장하기 위해 식품 위해요소를 사전에 예방관리하는 자율적인 식품안전관리 시스템임

- HACCP은 정부주도 방식으로 강제성을 띠고 있는 반면, ISO 22000은 민간주도형으로 식품안전경영 시스템의 수립 및 운영 여부를 판단할 수 있는 국제적인 인증

o ISO 22000은 국제 표준의 식품안전경영시스템에 의거하여 유통의 중간식품 공급망을 관리하여 규정. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등 상호 관계가 있는 기업들을 비롯한 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품 관련 모든 기업에 적용 가능함

□ ISO 22000 인증[14] (권장) 상세내용

ISO 22000 인증	
인증명	ISO 22000 인증
인증 설명	- 식품 안전을 보장하기 위해 식품 위해요소를 사전에 예방하고 관리하는 자율적인 식품안전관리 시스템
인증 기관	한국표준협회, 한국품질보증원
성격	권장
제출서류	심사신청서 사업자등록증 등
비용	기업의 규모 및 투입심사관의 1인 하루 노동량(Man-day)기준에 따라 상이하며 지방일 경우 추가 출장비 발생함.(1인 하루 노동량 기준에 의거 소기업 72만원, 중견기업 90만원, 대기업 105만원)
소요기간	직원 혹은 종업원 수에 따라 인증 심사일수 및 갱신 심사일수는 상이
유효기간	3년(이후 3년 단위로 갱신)
인증절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사
유의사항	ISO 22000은 국제 표준의 가공식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 가공식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 가공식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 가공식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 가공식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함

14) 한국품질보증원(www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)

□ HACCP(품질안전인증)(권장)

o HACCP 인증(Hazard Analysis and Critical Control Point)은 위해요소 중점관리 기준을 통과하면 발행되는 인증으로, 식품이 안전하게 제조되었음을 입증하는 수단 중 하나임

o HACCP 인증은 세계적으로 가장 효과적이고 효율적인 식품 안전 관리 체계로 인정받고 있음

- 미국, 일본, EU 및 Codex, WHO, FAO 등의 국제기구에서도 모든 식품에 HACCP 인증을 적용할 것을 적극 권장

□ HACCP(품질안전인증)(권장) 상세내용

HACCP(품질안전인증)	
인증명	HACCP(품질안전인증)
인증 설명	- 식품의 제조, 가공 등 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등의 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전확보를 목적으로 함
발행 기관	식품의약품안전처
성격	권장
관련법령	식품 위생법 및 식품위생법 시행규칙
제출서류	- 영업허가(신고)증 사본 - 영업자 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
비용	수수료 20만원(인증변경의 경우 10만원)
소요기간	1년 전후
유효기간	3년(유효기간 이내 재심사 신청해야 함)
발급절차	신청서 제출 → 심사 → 승인 후 인증서 발급 → 지속적인 심사
이점	- 가공식품 안전성 향상 - 가공식품 안전성 지속 - 제품 경쟁력 확보 - 국제 인증 규격

자료: 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.or.kr)

3. 라벨링

□ 대만으로 수입되는 모든 식품은 '식품안전위생관리법(食品安全卫生管理法)'의 라벨링 표기 및 품질안전관리에 관한 규정을 준수

o 1975년 식품·약물의 관리를 위해 '식품위생관리법(食品卫生管理法)' 제정

- 2014년 12월 안전한 식품의 관리 강화를 위해 법규명칭을 '식품안전위생관리법(食品安全卫生管理法)'으로 수정하고 식품첨가물 등 관리 법규를 추가
- 2017년 11월 최종 수정

o 라벨링 표기 및 품질안전관리 범위

- '용기·포장식품'이란 고정 밀봉되어 원 상태로 장기간 보존 가능한 식품
- '고정 밀봉 포장'은 미개봉 포장식품으로, 이미 개봉한 식품은 변질 우려가 있어 별도로 표기·관리

□ 식품 라벨링 상세 표기사항

o 식품안전위생관리법 제22조에 따라, 식품·식품원료의 용기·외포장 상 중문·통용부호로 아래 사항을 명확하게 표기해야 함

- 품명
- '식품첨가물' 또는 '식품첨가물원료' 글자 기입
- 식품첨가물 명칭: 2종 이상의 혼합첨가물일 경우 구분해서 표기. 표기는 제 18조 1항 규정에 의거, 품명·중앙주관기관의 공고에 따른 통용명칭을 사용
- 중량·용량·수량
- 제조기업 또는 대만 담당기업 명칭, 전화번호 및 주소: 대만기업 명칭만 표기할 경우, 제조기업·위탁제조기업·수입기업 명칭·전화번호·주소를 관할 기관에 신고
- 유효기간
- 사용범위, 용량기준 및 사용제한 사항
- 원산지(국)
- 유전자 개조식품의 첨가물 원료

- 기타 위생서가 공고한 사항: 식품첨가물 외포장에 반드시 '제품등록번호'를 표기(예: TFA000000000000), 규정위반 시 3만 대만 달러~300만 대만 달러 이하의 벌금형에 처하며 제품 전면 회수, 수입 이후 추가 라벨링은 인정치 않음
- 식품첨가물원료는 식품첨가물의 향료성분, 표기 준수사항 예외

o 라벨링 표기 예외사항 별도 규정(식품안전위생관리법 제23조)

- 용기나 외포장의 면적·재질·기타 특수 사항으로 인해 전항 규정대로 표기할 수 없는 식품은 주관 담당기관이 일부 표기에 대하여 면제를 공고하거나, 기타방식으로 표기

□ 수입식품의 라벨링 검사

o 중문표기 미완성 또는 중문원본 표기내용이 식품안전위생관리법에 위반될 시 표기 불합격 처리

o 중문표기 면제품은 벌크 형태 수입(최소단위 표장 중량이 3KG 이상, 직접 소비자에게 판매되지 않고 수입 후 재포장, 포장 변경 및 가공이 이루어지는 경우), 기타 위생서 및 표준검역국의 표기 면제 동의 물품(위생서 및 표준검역국의 동의서 복사본 제출)

o 수입식품의 유효기간 검사 주의사항 및 처리 방식

- 포장 상에 직접 인쇄 방식: 인쇄된 유효기간 글자의 탈색 및 불명확함이 없어야 하고, 스티커로 단독 부착해서는 안 됨
- 전체 중문 라벨이 스티커 방식으로 부착된 물품: 그 모든 표기 항목이 원포장 인쇄 내용과 일치해야 하며, 유통일자는 단독 라벨로 부착해서는 안 됨
- 유통기한 표기: 연/월/일로 표기해야 하며, 3개월 이상인 경우 년/월만 표기 하여도 되나, 그 일자는 반드시 당월 말일까지를 나타내야 함
- 검험검역 이후 이미 유통기한을 넘긴 상품은 검역허가증이 발행되지 않음
- 유통기한이 3개월 이내 남은 물품은 그 검사 증명의 유효기한도 상품의 유통기한 내로 제한. 유통기한이 1개월 이내인 물품은 검사증명 발행 이후 즉시 행정원 위생서로 통지하여 그 물품의 유통과정을 지속적으로 관리
- 중문표기 부착 시 원문 표기내용이 가려져서는 안 되며, 고의적으로 은닉한 경우 식품안전위생관리법 제22조 위반으로 간주

- 수입물품인 경우 수입업체는 제품 포장 상에 <대만 제조> 등과 같은 내용 및 글자를 표기해서는 안 되며, 반드시 대만 국내업체의 명칭, 주소, 전화 등이 표기되어야 함

- 포장 상 표기 시 표기글자의 길이와 폭은 2㎜ 이상으로 제한, 단 최대면적이 10㎠ 이내인 소포장인 경우, 품명, 업체명, 유효기한 이외 기타 항목은 2㎜ 이하도 무방

□ 판매 중인 대만 국물용 육수 제품 라벨링 예시

표시사항	라벨링 예시
- 품명 - 성분 - 중량 - 보관방법 - 유통기한 - 원산지 - 영양표시 - 제조사	 <제품 전면> <제품 후면> ①품명 ②성분 ③중량 ④유통기한 ⑤보관방법 ⑥원산지 ⑦영양표시 ⑧제조사 정보 ⑨소비자가 연락가능한 정보

자료: 대만 현지조사원

4. 위생요건

□ 식품첨가물 및 유해물질 개요

o 식품의 가공기술이 발달하면서 식품유형이 점점 세분화되고 있기 때문에 대만정부에서도 전문가와 협력하여 효율적인 식품자료고(食品资料库) 시스템 관리를 위해 가공식품을 유형별로 분류함

o 대만에서는 식품유형별 기준 및 규격 분류는 크게 두 가지로 a.식품약물관리서에서 발행하는 식품위생기준과 b. 경제부 표준검역국의 Chinese National Standards(CNS) 식품기준규격이 있음

- 식품약물관리서의 식품위생기준은 식품위생관리법 제17조에 의거하여 대만 내 유통되는 식품들이 갖추어야 하는 기준이며, 식품 위생기준에 따라 수입식품의 검역검사가 적용됨

- 경제부 표준검역국에서는 식품유형별 기준 및 규격을 제공. Chinese National Standards(CNS) 식품기준규격은 대만 농림축산물 등에 대한 정의와 검사방법을 제정한 기준이며, 자국의 식품업체는 CNS 식품기준규격에 따라 식품을 생산·제조해야 함. 수입식품의 경우, CNS 기준을 참고할 필요가 있음

□ 대만 국물용 육수 제품의 식품첨가물 및 유해물질

o 국물용 육수 제품을 대만으로 수출 시 다음의 표를 참고하되 해석상의 오류가 있을 수 있으므로 대만의 현행규정을 반드시 확인해야 함

표 3.5 한국의 식품유형에 따른 대만의 국물용 육수 제품 식품분류

한국	대만			
	식품위생기준	CNS 식품기준규격	식품첨가물 식품분류	관세율 적용분류
장류 (고추장, 된장)	• 일반식품 위생기준	없음	고추장, 기타조미장	2103(조미장류)

자료: 한국농수산식품유통공사

o 대만으로 수입되는 국물용 육수 가공식품의 경우, 식품약물관리서에서 규정하는 식품위생기준을 준수해야 함

표 3.6 대만의 국물용 육수 제품 식품위생기준

<table>
<tr><th>분류</th><th>식품위생기준 내용</th></tr>
<tr><td>일반식품
위생기준</td><td>
• 본 기준은 식품위생관리법 제17조에 의거함
• 식품위생에 대해 별도의 규정이 있는 경우를 제외하고, 본 기준을 준수해야 함
• 일반식품의 성상은 본연의 맛과 색을 가지고 있어야 하며, 부패, 변색, 악취, 오염이 있거나 곰팡이, 이물질 또는 기생충이 검출되어서는 안됨
• 일반식품 미생물 제한량
<table>
<tr><th>유형 \ 항목</th><th>대장균군 (MPN/g)</th><th>대장균(E. coli) (MPN/g)</th></tr>
<tr><td>별도의 조리과정(세척, 껍질제거, 가열 등)없이 그대로 섭취할 수 있는 일반식품</td><td>103이하</td><td>음성</td></tr>
<tr><td>조리과정(세척, 껍질제거, 가열 등)을 거친 후 섭취 가능한 일반식품</td><td>-</td><td>-</td></tr>
</table>
• 본 기준은 공표일을 기준으로 효력을 지님
(2013년 8월 20일에 발행, 제1021350146호 공문)
</td></tr>
</table>

자료: 한국농수산식품유통공사

o 대만 식품약물관리서는 식품첨가물별 사용기준을 소비자 정보 제공 사이트에 공시하고 있음. 대만은 식품 첨가물에 대해 엄격한 기준을 적용하고 있음

- 품목에 해당하는 식품첨가물 검색 가능한 사이트:

  https://consumer.fda.gov.tw/Law/Detail.aspx?nodeID=518&lang=1&lawid=241

- Standards for Specification, Scope, Applicaion and Limitation of Food Additives, 2018.06.19. 문건이 가장 최신 버전임

Ⅳ. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 오프라인
3. 온라인

1. 경쟁제품 선정

□ 육수 조미료 경쟁제품 조사를 위해 대만 현지의 백화점, 글로벌 하이퍼마켓, 슈퍼마켓및 한인마트를 현지조사함

o 백화점의 경우 SOGO, 微風 Breeze, 新光三越 SHINKONG MITSUKOSHI을 방문하였고, 글로벌 하이퍼마켓은 까르푸, RT Mart(大潤發)를 방문함

o 슈퍼마켓 채널의 경우 PX Mart(全聯), Wellcome(Jason's Market Place)를 방문함

- 상술한 유통채널별 매장을 방문하여 육수 조미료 인기제품 15개를 경쟁제품으로 선정

□ 대만의 육수 조미료 제품 관련 주요 온라인 쇼핑몰

o 온라인 채널의 경우 대만의 주요 온라인 쇼핑몰 중 하나인 Yahoo奇摩购物中心 웹사이트에서 해당 기업이 대만으로 수출하고자 하는 제품과 가장 유사한 제품을 경쟁제품으로 선정하여 조사

표 4.1 대만의 5대 온라인 쇼핑몰[15] 및 웹사이트

순위	온라인 쇼핑몰	웹사이트
1	Yahoo奇摩超級商城	tw.mall.yahoo.com
2	Yahoo奇摩購物中心	tw.buy.yahoo.com
3	淘宝网台湾	www.tw.taobao.com
4	露天拍賣	www.ruten.com.tw
5	PChome商店街	www.pcstore.com.tw

자료: www.chinaz.com

15) 아마존 Alexa 기준 순위 집계

2. 온·오프라인 경쟁제품

□ 대만 내 유통되는 국물용 육수 제품 100g당 가격 평균[16]은 약 2,239.1원

o 하기 표의 8개 경쟁제품의 평균 용량은 약 450g으로 도출됨

o 온·오프라인 채널에서는 한국산 조미료 제품을 판매하고 있음

- 동일한 1kg 용량의 한국산 쇠고기맛 다시마 조미료 제품을 온라인에서 조금 더 비싼 가격으로 판매 중
- 또한 동일한 320g 용량의 대만산 웨이추엔 버섯맛 조미료 제품도 온라인 판매가가 다소 비싼 것으로 조사됨

o 경쟁제품의 용량은 40g, 65g의 용량대부터 300g, 400g, 500g, 1kg 용량까지 다양하게 판매 중임

표 4.2 온·오프라인 국물용 육수 제품 가격 비교

채널	No	원산지	제품명	중량	가격	100g당 가격
오프라인	6	일본	Ajinomoto 혼다시 가다랑어 맛 조미료	450g	289 TWD	약 2,350.3원
	7	일본	Ajinomoto 혼다시 건조개 맛 조미료	500g	265 TWD	약 1,940.8원
	9	대만	웨이추엔 버섯맛 조미료	320g	78 TWD	약 880.2원
	15	한국	D제품	1kg	250 TWD	약 910.9원
온라인	1	일본	Ajinomoto 혼다시 다시마 맛 조미료	40g	49 TWD	약 4,520.2원
	2	대만	웨이추엔 버섯맛 조미료	320g	85 TWD	약 990.3원
	4	일본	Ajinomoto 혼다시 가다랑어맛 조미료	65g	92 TWD	약 5,220.0원
	7	한국	D제품	1kg	295 TWD	약 1,100.3원

자료: 오프라인 매장조사(2019.02), 온라인 조사(2019.03) 종합

16) 제품 스펙이 비슷하여 비교대상 표본으로 추출한 하기 표에 해당하는 온·오프라인 8개 제품의 평균 가격임

표 4.3 대만의 국물용 육수 오프라인 제품 현황

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	일본	프랑스
	제품명	Vegetable soup bag(蔬菜高湯包)	ARIAKE 조개 육수(ARIAKE 蚌湯)
	제조사	주식회사산코우산업(株式會社三幸産業)	ARIAKE
	포장 용기	지퍼백 포장	종이박스 포장
	조사매장	SOGO백화점 내 City Market	BREEZE백화점 내 BREEZE SUPER
	제품가격	770 대만 달러(약 28,328.3원)[17]	420 대만 달러(약 15,451.8원)
	중량	120g(4g×30)	330ml
	유통기한	1년	1년
	성분	식염, 단백질 가수분해(감자, 밀, 대두, 효모)덱스트린, 맥아당, 효모 추출물, 채소추출분말(양파, 감자, 당근, 양배추), 향신료,(샐러리 ,백후추가루, 검정후추가루), 채소분말(꽃양배추, 샐러리), 미유(대두, 밀가루 함유)	대합추출물, 효모, 밀섬유질, 소금, 향산화물질(비타민-E)
	특징	2개월째 매장 내 본 상품 전용 매대에서 적극 판매 중	-

17) 1 TWD = 36.79 KRW(KEB하나은행 매매기준율, 검색일: 2019.03.25.)

구분		제품 #3	제품 #4
제품이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품스펙	원산지	일본	일본
	제품명	Ya Maji Seafood(雅媽吉海鮮素)	Flavor seasoning(salmon granules) 風味調味料(鰹魚顆粒)
	제조사	YAMAKI CO.,LTD.	理研
	포장 용기	종이박스 포장	종이박스 포장
	조사매장	BREEZE백화점 내 BREEZE SUPER	BREEZE백화점 내 BREEZE SUPER
	제품가격	130 대만 달러(약 4,782.7원)	185 대만 달러(약 6,806.2원)
	중량	320g(8g*40)	320g(8g*40포)
	유통기한	18개월	18개월
	성분	포도당, 식염, 조미제(글루탐산 나트륨, 리보뉴클레오티드 칼슘, 5'-이노신산나트륨,), 명태분말, 종전산가쓰오분말, 가쓰오 가수 분해 단백질, 명태추출액, 표고버섯분말, 다시마분말	식염,조미료(L-글루탐산나트륨, 이노시오스 2나트륨, 5'-구아닐산 나트륨), 당류(유당, 자당), 풍미원료(가쓰오분말, 가쓰오추출물, 다시마추출물), 단백질 가수 분해

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	일본	일본
	제품명	Maggi무첨가 고기육수(美極舞添加清湯-肉湯)	Ajinomoto 혼다시 가다랑어 맛 조미료(ほんだし/烹大師鰹魚調味料)
	제조사	Maggi	AJINOMOTO CO.,INC.
	포장 용기	비닐류	내포장-PE
	조사매장	BREEZE백화점 내 BREEZE SUPER	Carrefour
	제품가격	105 대만 달러(약 3,863.0원)	289 대만 달러(약 10,632.3원)
	중량	36g(4.5g*8)	450g(225g*2)
	유통기한	1년	2년
	성분	식염, 조미료(덱스트린, 토마토엑기스, 효모엑기스, 닭고기엑기스, 밀가루)자당, 덱스트린, 효모엑기스, 다시마엑기스, 향신료(마늘분말, 월계잎, 검은후추), 옥수수전분, 현미유	조미제(L-글루탐산 나트륨, 이노시오스 2나트륨,호박산나트륨) 식염, 유당, 자당, 건가쓰오부시, 가쓰오추출물, 효모추출물, 자일로스, 맥아당, 포도당, 덱스트린
	특징	-	한국 온라인 내에서도 유통 중

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	일본	대만
	제품명	Ajinomoto 혼다시 건조개 맛 조미료(ほんだし/烹大師干貝調味料)	웨이추엔 채소맛 조미료(味全高鮮-蔬果本味調味料)
	제조사	AJINOMOTO CO.,INC.	웨이추엔식품공업주식유한공사(味全食品工業股份有限公司)
	포장 용기	종이박스 포장	종이박스 포장
	조사매장	Carrefour	RT MART
	제품가격	265 대만 달러(약 9,749.4원)	78 대만 달러(약 2,869.6원)
	중량	500g	320g
	유통기한	18개월	18개월
	성분	조미제(L-글루탐산나트륨, 아미노아세트산, 호박산나트륨, 이노시오스 2나트륨, 5'-구아닐산 나트륨), 식염, 설탕, 옥수수 전분, 관자분말, 효모추출물, 가리비추출물, 말토덱스트린	L- 글루탐산나트륨, 식염(요오드산칼륨), 유당, 말토 덱스트린, 이노시오스 2나트륨, 5'-구아닐산 나트륨, 콜리플라워분말, 호박분말, 배추분말, 무분말, 당근분말, 표고버섯분말
	특징	-	단품 구매 시 78원. 2개 구매 시 두 번째 제품 61원 할인 적용 판매 중. 방부제, 인공색소 무첨가

구분		제품 #9	제품 #10
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	대만	대만
	제품명	웨이추엔 버섯맛 조미료(味全高鮮-香菇鮮味調味料)	Chicken Broth Cubes(鷄湯塊)
	제조사	웨이추엔식품공업주식유한공사(味全食品工業股份有限公司)	Unilever Taiwan(聯合利華股份有限公司)
	포장 용기	종이박스 포장	종이박스 포장
	조사매장	RT MART	RT MART
	제품가격	78 대만 달러(약 2,869.6원)	46 대만 달러(약 1,692.3원)
	중량	320g	100g(10개 큐브)
	유통기한	18개월	1년
	성분	L- 글루탐산나트륨, 식염(요오드산칼륨), 표고버섯향료(식염, 레몬산 함유), 5'-구아닐산 나트륨, 표고버섯분말.	옥수수전분, 설탕, 향료, 유당, 단백(옥수수단백, 말토 덱스트린, 소금, 해바라기유), 닭고기분말(닭고기, 로즈마리추출물), 닭기름(닭기름, 로즈마리추출물), 마늘기름, 달걀가루, 조미료(5'-구아닐산 나트륨)
	특징	단품 구매 시 78원. 2개 구매 시 두번째 제품 61원 할인 적용 판매	방부제 무첨가

구분		제품 #11	제품 #12
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	대만	대만
	제품명	Bull Head Chicken Broth Cube 닭고기 맛(牛頭牌蛤蜊湯塊(鷄肉風味))	Bull Head Clam Broth Cube 조개 맛(牛頭牌蛤蜊湯塊(蛤蜊風味))
	제조사	하오디이식품유한공사(好帝一食品有限公司)	하오디이식품유한공사(好帝一食品有限公司
	포장 용기	종이박스 포장	종이박스 포장
	조사매장	RT Mart	RT Mart
	제품가격	22 대만 달러(약 809.4원)	22 대만 달러(약 809.4원)
	중량	66g(11g*6)	66g(11g*6)
	유통기한	2년	2년
	성분	요오드산염, 종려유(L-아스코빌팔미테이트, L-글루탐산나트륨, 닭고기맛분말(닭고기추출물, 양파, 당근, 통마늘, 생강, 말토 덱스트린, 식염, 닭기름, 간장, 자당)효모추출물, 닭고기향료(향료, 말토 덱스트린, 유당, 식염, 아랍아교, 코코넛오일, 트리글리세라이드) 자당, 소맥섬유소, 닭기름(닭기름, 로즈마리추출물) 이노시오스 2나트륨, 5'-구아닐산 나트륨, 레시틴	요오드산염, 종려유(L-아스코빌팔미테이트), 말토 덱스트린, 대합맛분말(말토 덱스트린, 대합추출물), L-글루탐산나트륨, 효모추출물, 생강추출물(덱스트린, 생강추출물), 이노시오스 2나트륨, 5'-구아닐산 나트륨, 레시틴.

구분		제품 #13	제품 #14
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	대만	대만
	제품명	버섯맛 조미료(食在對味 香菇風味調味料)	Bull Head Brand Clear Chicken broth(牛頭牌原味高湯)
	제조사	웨이왕주식유한공사(味王股份有限公司)	하오디이식품유한공사(好帝一食品有限公司)
	포장 용기	비닐 포장	알루미늄 캔 포장
	조사매장	RT Mart	Carrefour
	제품가격	119 대만 달러(약 4,378.0원)	67 대만 달러(약 2,464.9원)
	중량	600g	411ml*3
	유통기한	18개월	2년
	성분	조미제(L-글루탐산나트륨, 이노시오스 2나트륨, 5'-구아닐산 나트륨), 식염, 자당, 말토덱스트린, 표고버섯추출물, 당밀효모분말	물, 식염, 닭육수, 닭향료(물, 닭고기분말, 말토 덱스트린, 식염, 효모추출물, 향료), 닭지방(닭지방, 로즈마리추출물), 포도당, L- 글루탐산나트륨, 효모추출물, 향료, 이노시오스 2나트륨, 5'-구아닐산 나트륨

구분		제품 #15
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)	
	제품 이미지 (뒷면)	
제품 스펙	원산지	한국
	제품명	D제품
	제조사	C사
	포장 용기	비닐 포장
	조사매장	한인마트(**)
	제품가격	250 대만 달러(약 9,197.5원)
	중량	1kg
	유통기한	18개월
	성분	소금, 미원, 밀전분, 간장, 설탕, 소지방(호주산), 포도당, 말토 덱스트린, 양파분말, 마늘분말, 사골 추출물(호주산), 쇠고기추출물, 조미제(이노시오스 2나트륨, 5'-구아닐산 나트륨), 레몬산, 비타민B1, 향료, 향신료(검은후추)

자료: 대만 현지조사원, 2019.02.

표 4.4 대만의 국물용 육수 온라인 제품 현황

구분		제품 #1	제품 #2
제품이미지	제품 이미지 (앞면)		
제품스펙	원산지	일본	대만
	제품명	Ajinomoto 혼다시 다시마 맛 조미료(味之素烹大師昆布風味調味料)	웨이추엔 버섯맛 조미료(味全高鮮-香菇鮮味調味料)
	제조사	대만 아지노모토 주식유한공사(台湾味之素股份有限公司)	웨이추엔식품공업주식유한공사(味全食品工業股份有限公司)
	포장 용기	종이박스 포장	종이박스 포장
	제품가격	49 대만 달러(약 1,802.7원)	85 대만 달러(약 3,127.2원)
	중량	40g	320g
	유통기한	24개월	540일

구분		제품 #3	제품 #4
제품이미지	제품 이미지 (앞면)		
제품스펙	원산지	일본	일본
	제품명	야채 조미료(旨味野菜調味料)	Ajinomoto 혼다시 가다랑어맛 조미료(味之素烹大師鰹魚風味調味料)
	제조사	Ryufu((株) 柳風水野商店)	대만 아지노모토 주식유한공사(台湾味之素股份有限公司)
	포장 용기	종이박스 포장	병 포장
	제품가격	159 대만 달러(약 5,849.6원)	92 대만 달러(약 3,384.7원)
	중량	28g(3.5g*8포)	65g
	유통기한	12개월	18개월

구분		제품 #5	제품 #6
제품이미지	제품 이미지 (앞면)		
제품스펙	원산지	일본	일본
	제품명	김치나베 소스 조미료(泡菜火鍋湯底調味料)	참깨 미소 나베 소스 조미료 (芝麻味噌火鍋湯底調味料)
	브랜드	marusan	marusan
	포장 용기	비닐 포장	비닐 포장
	제품가격	79 대만 달러(약 2,906.4원)	95 대만 달러(약 3,495.1원)
	중량	750g(3-4인분)	750g(3-4인분)
	유통기한	18개월	18개월

구분		제품 #7	제품 #8
제품이미지	제품 이미지 (앞면)		
제품스펙	원산지	한국	한국
	제품명	D제품	D제품
	제조사	C사	C사
	포장 용기	비닐 포장	비닐
	제품가격	295 대만 달러(약 10,853.1원)	180 대만 달러(약 6,622.2원)
	중량	1kg	300g
	유통기한	-	-

자료: 야후 치모(2019.03.22. 검색)

V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 선정기준

o 현지조사 및 온라인 조사를 바탕으로 대만 현지 유통채널에서 판매 중인 제품 및 온라인 채널에서 기업이 대만으로 수출하고자 하는 제품과 가장 근접한 제품의 제조사를 중심으로 조사

2. 경쟁사 분석

□ Ajinomoto taiwan(아지노모토 대만)

<table>
<tr><td>Eat Well, Live Well.
AJINOMOTO
味之素</td><td colspan="4">- 아지노모토는 일본의 대표적인 조미료 및 인공감미료 제조기업으로 MSG가 주력 제품임
- 일본 내수 시장 뿐만 아니라, 전세계 100여개 국가로의 수출에도 주력하고 있음
- 아지노모토 대만은 2006년에 대만에 설립되었으며 혼다시 조미료, 보노 컵 스프 등의 제품을 판매하고 있음</td></tr>
<tr><td rowspan="4">기업개요</td><td>기업형태</td><td>식품산업 제조 및 유통 기업</td><td>설립연도</td><td>2006년</td></tr>
<tr><td>취급품목</td><td>조미료, 식품, 음료 등</td><td>국가</td><td>일본</td></tr>
<tr><td>전화번호</td><td>886-2-2396-2028</td><td>홈페이지</td><td>https://www.ajinomoto.com.tw/</td></tr>
<tr><td>이메일</td><td>-</td><td>주소</td><td>6F., No.123, Sec.2, Zhongxiao E. Rd., Zhongzheng Dist.,Taipei City 10058, Taiwan(R.O.C)</td></tr>
<tr><td>제품</td><td colspan="4">
</td></tr>
</table>

자료: 아지노모토 대만 기업 홈페이지

☐ Wei Chuan Foods Corp in Taiwan(웨이추안 식품기업)

<table>
<tr><td></td><td colspan="4">- 대만에서 1953년 설립된 기업으로 음료 제조업에 주력하고 있음
- 비교적 다양한 제품 포트폴리오를 구축해 영유아 식품부터, 소스, 드레싱, 조미료류 제품, 주스, 두유 등 비교적 다양한 제품을 판매하고 있음
- 2013년 식품안전문제 발생으로 인해 2014년부터 2016년까지 매출액이 지속적으로 감소하였으나 2017년에는 전년 대비 매출액이 증가</td></tr>
<tr><td rowspan="4">기업개요</td><td>기업형태</td><td>포장식품 및 음료 제조 기업</td><td>설립연도</td><td>1953년</td></tr>
<tr><td>취급품목</td><td>통조림, 간장, MSG 조미료, 양념, 주스, 두유 등</td><td>국가</td><td>대만</td></tr>
<tr><td>전화번호</td><td>(02)2506-5020</td><td>홈페이지</td><td>http://www.weichuan.com.tw/</td></tr>
<tr><td>이메일</td><td>service@weichuan.com.tw</td><td>주소</td><td>10F, no. 125, Sung Chiang Road Taipei 104, Taiwan, R.O.C.</td></tr>
<tr><td>제품</td><td colspan="4">
</td></tr>
</table>

자료: 웨이추안 대만 기업 홈페이지

Ⅵ. 유통채널 현황

1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

□ 대만 소비자들은 편의점 유통채널을 가장 즐겨 이용하며 슈퍼마켓과 하이퍼마켓 순으로 이용하는 비중이 큰 것으로 나타남

o 미국 농무부(이하 USDA) 2017년 Taiwan Retail Foods 보고서에 따르면 2016년 기준 전체 유통채널 매출액에서 식품이 차지하는 비중은 23.5%임

o 대만의 주요 편의점 유통매장으로는 7-11, Family Mart, Hi-Life, OK 등 4개 업체를 들 수 있음. 매장 수가 가장 많은 편의점은 7-11으로 전체 편의점 수의 약 50%의 비중을 차지함

- 2016년을 기준으로 대만에는 10,454개의 편의점이 있는데 이는 대만의 인구 약 2,300명당 편의점이 1개 있는 수준임

표 6.1 유통채널별 매출액 현황(2014-2016년)

(단위: 십억 US 달러)

채널	2014	2015	2016
편의점	9.6	9.8	10.3
슈퍼마켓	5.6	6.0	6.5
하이퍼마켓	5.9	6.1	6.4
기타	5.6	5.8	5.9
합계	36.9	38.3	40.2

자료: 「Taiwan: Retail Foods」, USDA, 2017.12.15.

표 6.2 2016년 주요 편의점 순위

(단위: 백만 US 달러, 개)

순위	편의점 이름	매출액	매장 수
1	7-Eleven	4671	5,107
2	Family Mart	1961	3,057
3	Hi-Life	720	1,290
4	OK Mart	265	867

자료: 「Taiwan: Retail Foods」, USDA, 2017.12.15.

o 하이퍼마켓 유통 부문에서는 COSTCO, Carrefour, RT Mart, A-mart 등이 대표적인 매장인데, 이 중 COSTCO와 Carrefour가 대형할인점 매출의 약 70%를 차지함

- 2016년 대형할인점의 총 매출 규모는 약 1,900억 대만 달러(약 6조 9,600억 원)임

- 대형할인점은 중간 도소매업을 통하지 않고 직접 농가 및 수입상에게서 공급을 받아 가격과 품질 경쟁력을 유지함

- 2016년 기준으로 대만의 대형할인점 매장 수는 166개임

  • COSTCO 13개, Carrefour 95개, RT Mart 23개, A-mart 17개 포함

- 최근에는 슈퍼마켓의 매장 수가 크게 늘어나면서 대형할인점의 매장 수 증가 추세가 둔화되고 있음

표 6.3 2016년 주요 하이퍼마켓 순위

(단위: 십억 US 달러, 개)

순위	하이퍼마켓 이름	매출액	매장 수
1	Costco	2.3	13
2	Carrefour	1.5	95
3	RT Mart	0.96	23

자료: 「Taiwan: Retail Foods」, USDA, 2017.12.15.

o 대표적인 슈퍼마켓은 PX Mart(全聯), Simple Mart, Wellcome(Jason's Market Place) 등이 있음

- 2016년 기준 대만 전역에 2,089개의 슈퍼마켓이 운영 중인데, 이 중 PX Mart의 매장 수가 가장 많음

표 6.4 2016년 주요 슈퍼마켓 순위

(단위: 백만 US 달러, 개)

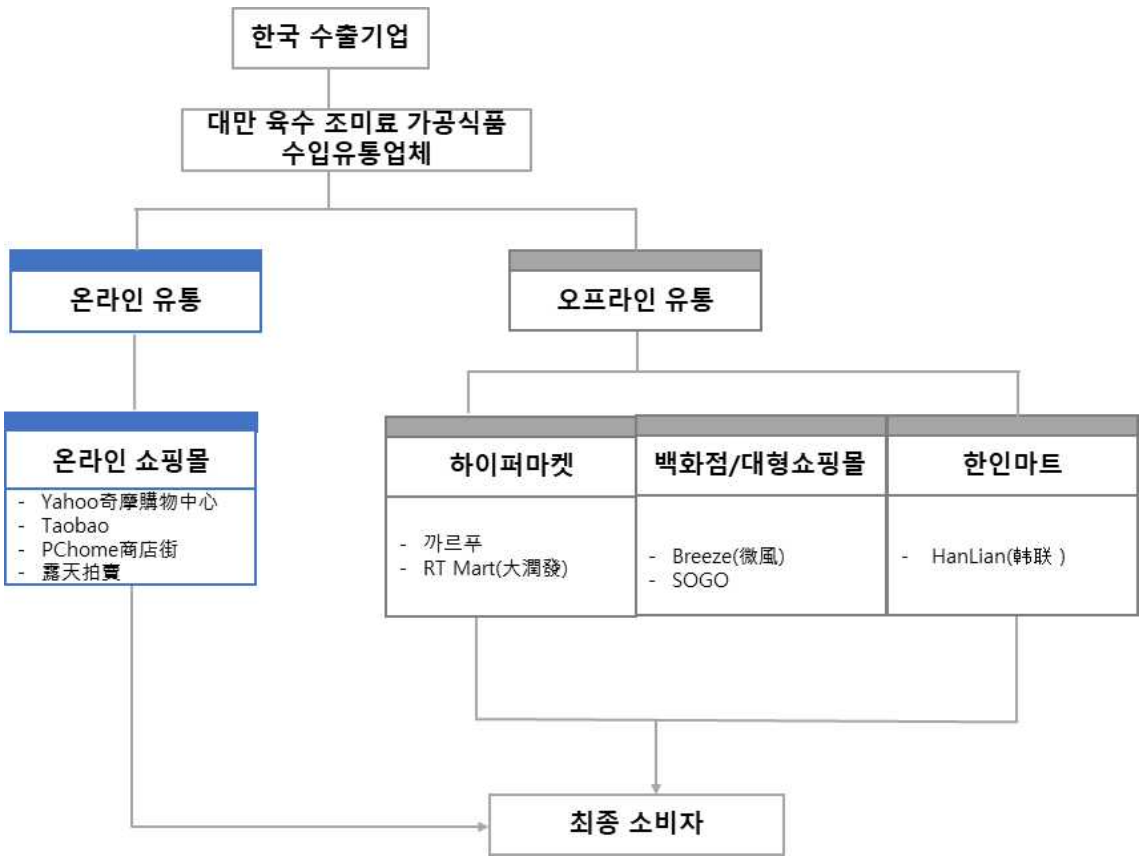
순위	슈퍼마켓 이름	매출액	매장 수
1	PX Mart(全聯)	3,386	890
2	Simple Mart	300	459

3	Wellcome/Jasons Market Place	NA	226
4	Taiwan Fresh Supermarket	150	49
5	CitySuper	52	8

자료: 「Taiwan: Retail Foods」, USDA, 2017.12.15.

o 대만 현지에서 국물용 육수 조미료 제품은 백화점 마트, 글로벌 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 한인마트 등에서 판매되고 있음

표 6.5 대만의 국물용 육수 조미료 제품 유통구조



자료: 연구자 작성

2. 주요 유통채널 분석

□ 微風 Breeze

기업개요	
微風 Breeze	- 微風 Breeze는 1975년에 설립된 대만의 대표적인 백화점 - 방문한 지점은 2019년 최근에 매장을 오픈하였으며, 현재 타이페이에서 가장 핫한 플레이스임
컨택포인트	Tel: +886 2 6638 9999 Website: https://www.breezecenter.com/ e-mail: customer@breeze.com.tw
	Add: 110台北市信義區松智路17號
매장전경	

자료: 대만 현지조사원(2019.02)

☐ Carrefour Taiwan

기업개요	
Carrefour 家乐福	- 1959년 설립된 프랑스 까르푸 그룹 - 대만의 대표적인 글로벌 하이퍼마켓 체인이며, 100여 개의 지점을 보유 - 주로 일용품, 식품 등 각종 상품을 판매 - 대형 할인매장, 편의점, 온라인쇼핑몰 등 점포의 형태가 다양하며, 국제적인 관점, 창업 정신을 겸비
컨택포인트	Tel: +886 2 8792 6741 Website: www.carrefour.com.tw
	Add: 南港路二段20巷5号B1
매장전경	

자료: 대만 현지조사원(2019.02)

□ RT-MART(大潤發)

기업개요	
大潤發 RT-MART	- 따룬파(RT-MART, 大潤發)는 프랑스 Auchan 그룹 소속으로 대만의 대표적인 하이퍼마켓 체인 중 하나임 - 대만계 룬타이(潤泰)그룹은 1996년에 따룬파유통사업주식유한공사(大潤發流通事業股份有限公司)를 설립함 - 대만 따룬파 홈페이지에 의하면 현재 대만 내 22개 지점을 보유(검색일: 2019.03.22.)
컨택포인트	Tel: +886 2 2795 2888 Website: http://www.rt-mart.com.tw
	Add: 104台北市中山區八德路二段306號
매장전경	

자료: 대만 현지조사원(2019.02)

□ **(한인마트)

기업개요	
-	- 한국산 수입식품을 판매하는 대만 내 한인마트 - 비교적 저렴한 가격으로 물건을 판매하는 할인마트이며 배달 서비스도 운영중임 - 한국산 분말형 국물용 육수제품을 판매 중
컨택포인트	Tel: +886 2 **** 5056 Website: http://www.*****.url.tw/index.html
	Add: 108台北*****西寧南路82巷8號
매장전경	

자료: 대만 현지조사원(2019.02)

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15.,
2. 「Taiwan: Retail Foods」, USDA, 2017.12.15.
3. 「Sauces, Dressings and Condiments in Taiwan」, Euromonitor Intenational, 2018.11.
4. 「2018년 주요국 수입제도 모니터링 I 동아시아」, 한국농수산식품유통공사, 2019.02.
5. 「2017년 주요국 수입제도 모니터링 I 홍콩・대만・베트남」, 한국농수산식품유통공사, 2018.03.
6. 「2014 주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사-대만」, 한국농수산식품유통공사, 2014.12.
7. 「주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사-대만 편」, 한국농수산식품유통공사, 2016.12.

■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
2. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
3. 트레이드내비(www.tradenavi.or.kr)
4. International Trade Centre(www.trademap.org)
5. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
6. 트레이드내비(www.tradenavi.or.kr)
7. 한국수출입은행 해외경제연구소(keri.koreaexim.go.kr)
8. 관세청(www.customs.go.kr)
9. 한국품질보증원(www.kqa.co.kr)
10. NQA(w.ww.nqa.com)
11. Biz Care(biz-care.kr)
12. 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.or.kr)
13. 대만 식품약물관리서(https://consumer.fda.gov.tw)
14. 대만관세청(www.customs.gov.tw)
15. TQF(Taiwan Quality Food Association)(www.tqf.org.tw/en)
16. 모모홈쇼핑(www.momoshop.com.tw)
17. Yahoo奇摩購物中心(tw.buy.yahoo.com)
18. 아지노모토 대만(https://www.ajinomoto.com.tw)
19. Wei Chuan Foods Corp in Taiwan(http://www.weichuan.com.tw)
20. 微風 Breeze 백화점(https://www.breezecenter.com)
21. 까르푸 대만(www.carrefour.com.tw)
22. RT마트 대만(http://www.rt-mart.com.tw)

2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No. 1902-06

품목: 천연 조미료(True Natural Seasoning Tablet)

국가: 대만(Taiwan)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산식품유통공사

발 행 일 2018
발 행 처 한국농수산식품유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 http://www.kati.net
자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

o 본 자료는 한국농식품유통공사 농식품수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.

o 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산식품유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

o 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전재, 복사는 법에 저촉됩니다.