



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202108-13
품목 | 미숫가루(Misugaru)
HS CODE | 1901.90.9091
국가 | 캐나다(Canada)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 캐나다 체중관리 및 웰빙식품 시장규모	06
2. 캐나다 식사대용식품 시장규모	07
3. 캐나다 체중관리 및 웰빙식품 시장점유율	08
4. 캐나다 미숫가루 수입규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 캐나다 식사대용식 브랜드 점유율, ‘슬림패스트’ 1위	12
2. 캐나다 식사대용식 패키징, ‘팩’ 관련 키워드 1위, ‘파우치’ 8위	13
3. ‘균형잡힌’, 캐나다 식사대용식 홍보문구 관련 키워드 1위	14
4. 캐나다 식사대용식 성분, ‘단백질’ 빈출 키워드 1위, ‘글루텐’ 2위	15
5. 캐나다 미숫가루 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 캐나다 미숫가루 유통채널 비교	18
2. 캐나다 미숫가루 유통채널 특징	19
V. 온라인 유통채널	
1. 캐나다 미숫가루 온라인 유통채널 종합분석	25
2. 캐나다 미숫가루 주요 온라인 유통채널	26

Contents

VI. 오프라인 유통채널

- | | |
|----------------------------|----|
| 1. 캐나다 미숫가루 오프라인 유통채널 종합분석 | 33 |
| 2. 캐나다 미숫가루 주요 오프라인 유통채널 | 34 |

VII. 진입장벽

- | | |
|------------------------|----|
| 1. 캐나다 미숫가루 통관 및 검역 절차 | 43 |
| 2. 캐나다 미숫가루 품질 인증 | 44 |
| 3. 캐나다 미숫가루 라벨링 | 45 |
| 4. 캐나다 미숫가루 성분 및 유해물질 | 50 |
| 5. 미국과 캐나다 통관·검역 절차 비교 | 54 |

VIII. 수입·유통업체 인터뷰

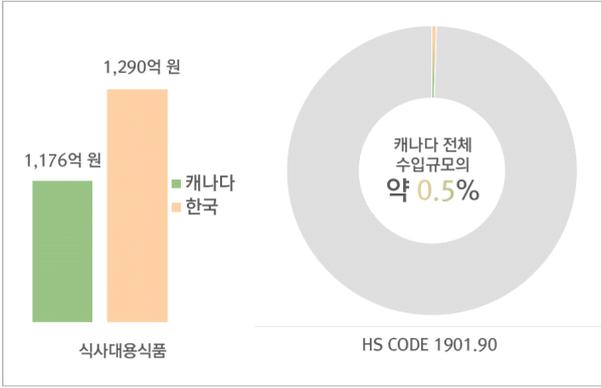
- | | |
|--------------------------------------|----|
| Interview ① 비타세이브(Vitasave) | 56 |
| Interview ② 에이치마트(H-Mart) | 58 |
| Interview ③ 티엔티슈퍼마켓(TNT Supermarket) | 60 |

IX. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 66 |
|--------|----|

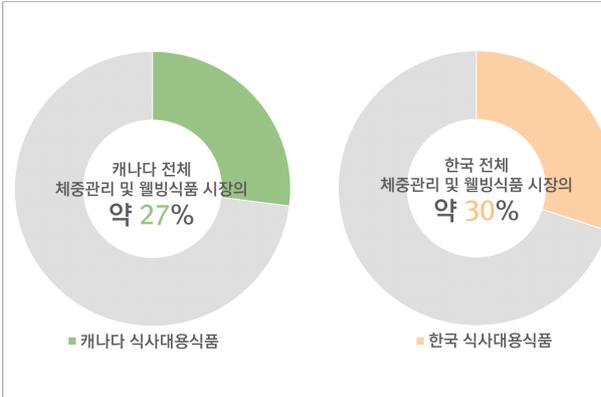
Summary

■ 수요 분석



	캐나다	한국
체중관리 및 웰빙식품 시장규모	4,302억 원	4,300억 원
식사대용식품 시장규모	1,176억 원	1,290억 원
	수입액	점유율
캐나다 對한국 미숫가루 수입 현황	9억 원	0.5%

■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널

유통채널	캐나다 (%)	한국 (%)	비고
드럭스토어	62.3%	25.2%	하이퍼마켓/슈퍼마켓
하이퍼마켓/슈퍼마켓	21.1%	5.4%	
직접 판매	6.6%	37.5%	온라인
혼합 소매업체	5.5%	0.0%	

비고:

- 하이퍼마켓/슈퍼마켓**: 주요 유통채널 월마트, 소베이스, 로블로우 등. 현지인들의 미숫가루 인지도 낮아, 현지 하이퍼/슈퍼마켓 판매도 드물것으로 예상.
- 아시아/한인마트**: 토론토 에이치마트, 초립도이 제품 판매중.
- 온라인**: 아마존 캐나다 내 유기방아, 칠갑농산, 담터 등 다수 한국산·아시아산 미숫가루 판매 중. 이베이 캐나다 미숫가루 상위 제품 대다수 담터, 태평 제품.

■ 진입장벽

인증	캐나다 식품 수입업체의 '식품 수입 라이선스' 필수
라벨링	불어와 영어 2개 국어 표기 필수
성분/유해물질	식품첨가물/잔류농약/유해물질

■ 전문가 평가

수요	캐나다 곡물 파우더 시장 규모 작은 편. 현지인 미숫가루 인지도 낮은 편.
타깃층	건강에 관심 있는 젊은 층. 아시아, 한인 추천.
패키징	스틱형 시장에 매우 새로워, 주로 팩이나 통 사용.

■ 요약

Point 01.	식사대용식품 시장은 향후 지속 성장 전망되나, 미숫가루에 대한 현지인들의 인지도 형성되지 않았으며 곡물 파우더에 대한 수요도 낮은 편임.
Point 02.	'체중조절 및 웰빙식품'의 유통채널 점유율은 드럭스토어가 60% 이상으로 압도적이나, 실제 타깃층(아시아, 한인) 고려할 필요 있음.
Point 03.	라벨링 시 영어와 프랑스어 병기 필수.

II. 시장규모

1. 캐나다 체중관리 및 웰빙식품 시장규모
2. 캐나다 식사대용식품 시장규모
3. 캐나다 체중관리 및 웰빙식품 시장점유율
4. 캐나다 미숫가루 수입규모

1. 캐나다 체중관리 및 웰빙식품 시장규모

● 캐나다 국가 일반 정보¹⁾

면적	998만km ²
인구	약 3,774만 명
GDP	1조 6,000억 달러
GDP (1인당)	4만 3,280달러

▶ 캐나다 체중관리 및 웰빙식품 시장규모, 약 4,302억 원

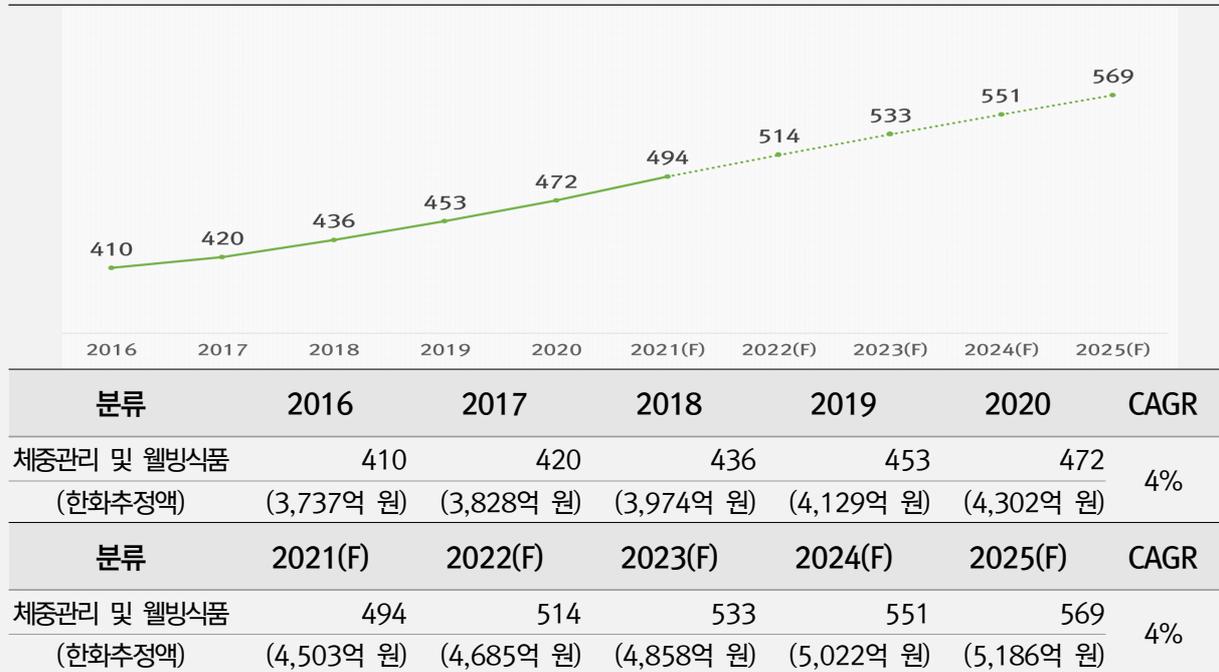
2020년 기준 캐나다 체중관리 및 웰빙식품 시장규모는 약 4,302억 원으로, 약 4,300억 원을 기록한 한국과 비슷한 수준임.²⁾ 코로나19로 인한 지역봉쇄 여파로 집에 머무르는 시간이 길어지면서, 캐나다 소비자의 체중관리 식품에 대한 관심이 높아진 것으로 확인됨

▶ 캐나다 체중관리 및 웰빙식품 시장규모, 향후 5년간 CAGR³⁾ 4% 예상

캐나다 체중관리 및 웰빙식품 시장은 2025년까지 연평균 4%씩 성장하여 2025년 약 5,186억 원을 기록할 것으로 예상됨. 특히 비만이 코로나19 감염으로 인한 부작용 발생 확률을 높이는 위험 요인으로 밝혀지면서, 소비자들의 코로나19 위험성 인식 재고와 건강 및 웰빙에 대한 관심 증가로 체중관리 식품의 수요가 증가할 것으로 예상됨⁴⁾

[표 2.1] 캐나다 '체중관리 및 웰빙식품' 시장규모⁵⁾6)

단위 : 백만 캐나다달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
 2) 조사제품 '미숫가루'는 다양한 곡류 혼합 가루로, 액체류를 첨가하여 뜨겁거나 차갑게 섭취 가능한 식사 대응 제품임. 이에 제품의 종류(식사 대응)와 기본 재료(곡물)를 기준으로 '식사대용식품'과 상위품목인 '체중관리 및 웰빙식품' 시장규모를 조사함
 3) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것
 4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Weight Management and Wellbeing in Canada」, 2020.11
 5) 환산된 데이터(단위: 캐나다달러, 원)는 모두 반올림됨
 6) 1캐나다달러=911.44원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2. 캐나다 식사대용식품 시장규모

▶ 캐나다 식사대용식품 시장규모 약 1,176억 원 기록

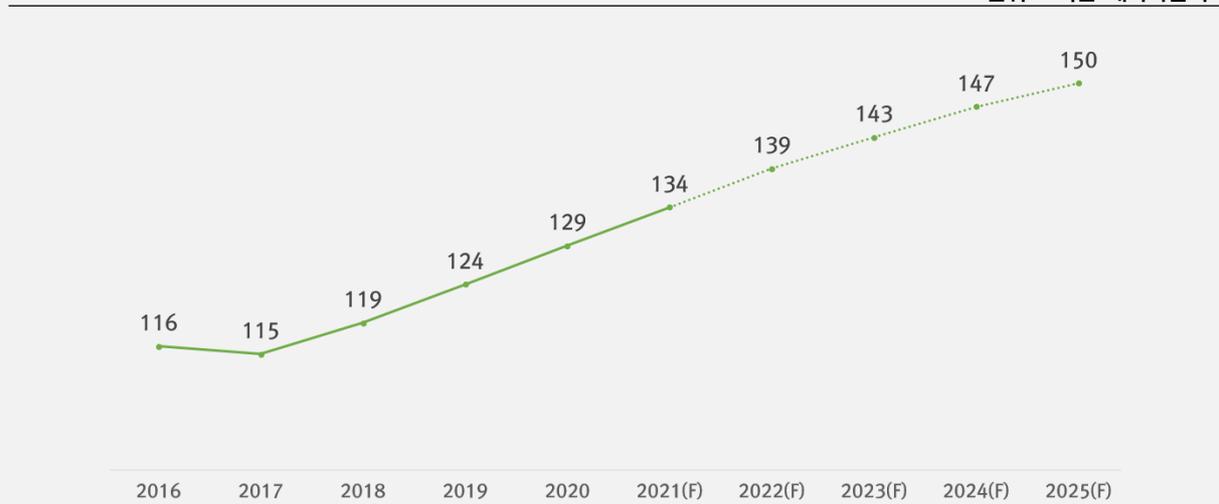
2020년 기준 캐나다 식사대용식품 시장규모는 약 1,176억 원으로, 약 1,290억 원을 기록한 한국 식사 대용 시장보다 다소 작음

▶ 캐나다 식사대용식품 시장규모, 향후 5년간 CAGR 3% 예상

캐나다 식사대용식품 시장은 2025년까지 연평균 3%씩 성장하여 2025년 약 1,367억 원을 기록할 것으로 예상됨. 캐나다 통계청에 따르면, 캐나다 인구의 60%가 비만 또는 과체중으로 집계되었고 더욱 증가할 전망이다. 이에 정부의 건강상의 위험에 대한 공교육 개선 시도와 맞물려 식사대용식품 및 슬리밍 티에 대한 소비자들의 관심이 높아질 것으로 예측됨⁷⁾

[표 2.2] 캐나다 '식사대용식품' 시장규모⁸⁾⁹⁾

단위 : 백만 캐나다달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
식사대용식품	116	115	119	124	129	3%
(한화추정액)	(1,057억 원)	(1,048억 원)	(1,085억 원)	(1,130억 원)	(1,176억 원)	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
식사대용식품	134	139	143	147	150	3%
(한화추정액)	(1,221억 원)	(1,267억 원)	(1,303억 원)	(1,340억 원)	(1,367억 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Weight Management and Wellbeing in Canada」, 2020.11

8) 환산된 데이터(단위: 캐나다달러, 원)는 모두 반올림됨

9) 1캐나다달러=911.44원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 캐나다 체중관리 및 웰빙식품 시장점유율

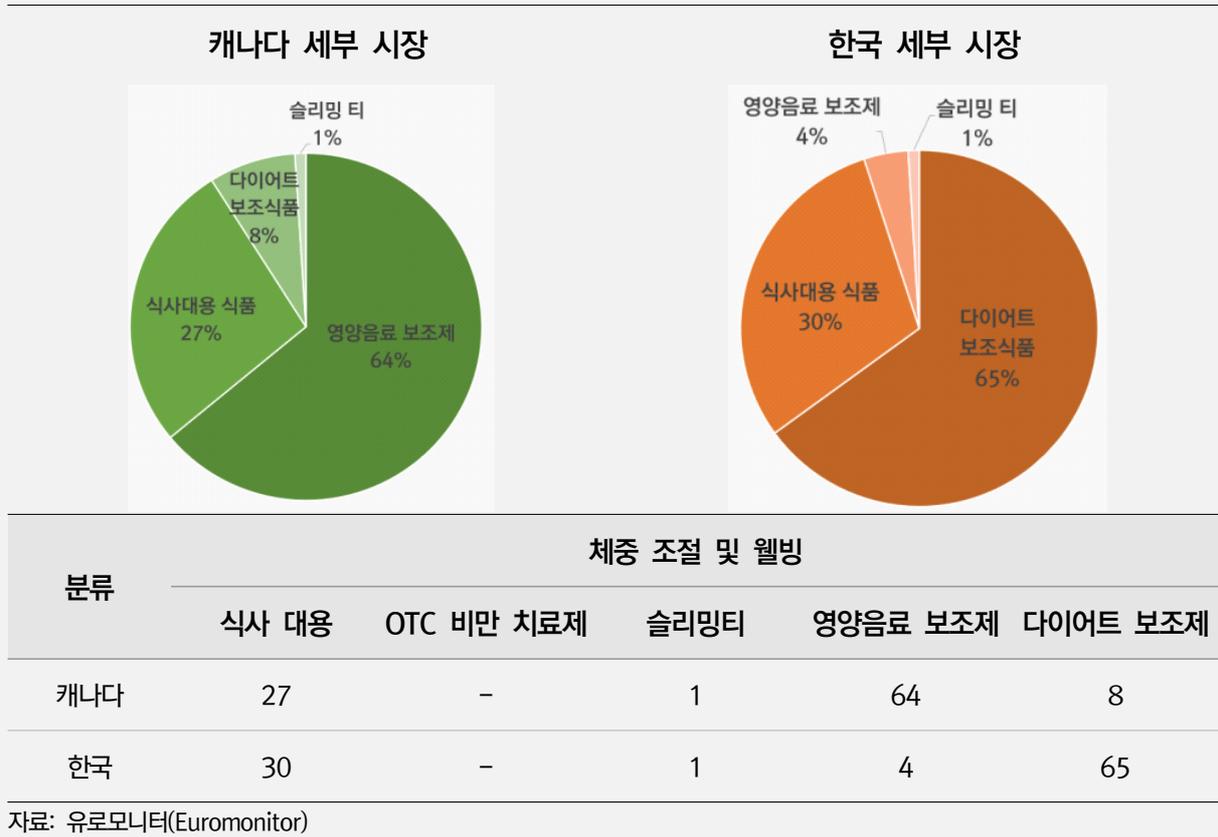
▶ 캐나다, 한국과 달리 ‘영양음료 보조제’ 수요 高

캐나다 체중관리 및 웰빙식품(약 4,302억 원) 세부 시장과 한국 체중관리 및 웰빙식품(약 4,300억 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 다이어트 보조식품의 비중이 가장 높았던 한국과는 달리 캐나다는 ‘영양음료 보조제’의 비중이 가장 높은 것으로 확인됨. 식사대용식품의 경우 약 30%로 두 국가에서 점유율이 비슷하게 나타남¹⁰⁾

캐나다에서 코로나19 사태로 ‘건강과 웰빙’ 트렌드가 전 세대를 아우르는 주류 트렌드로 각광받고 있으며 당분간 지속될 전망이다. 특히 밀레니얼 세대에게는 바쁜 통근 시간에 건강하고 간편하게 섭취할 수 있는 웰빙 식품으로서, 운동이 어려운 고령층에게는 보다 쉽게 섭취할 수 있는 영양가 있는 식사대용식품으로서 미숫가루 시장의 성장이 예상됨

[표 2.3] 2020년 캐나다, 한국 ‘체중관리 및 웰빙식품’ 시장점유율¹¹⁾

단위 : 백분율(%)



10) 유로모니터상 캐나다 체중관리 및 웰빙식품 시장규모(약 4.7억 캐나다달러, 약 4,302억 원)와 한국 체중관리 및 웰빙식품 시장규모(약 4,300억 원)의 시장점유율을 나타냄

11) 환산된 데이터(단위: 백분율)는 모두 반올림됨

4. 캐나다 미숫가루 수입규모

HS CODE 1901.90

조사제품 '미숫가루'는 '맥아 추출물과 고운 가루·부순 알곡·가친 가루·전분이나 맥아 추출물의 조제 식료품'으로 규정된 제1901호에 속하며, 그중에서 기타(Other)에 해당하는 HS CODE 1901.90을 지표로 선정함

▶ 캐나다 HS CODE 1901.90 수입액 최근 5년간 연평균 2% 증가

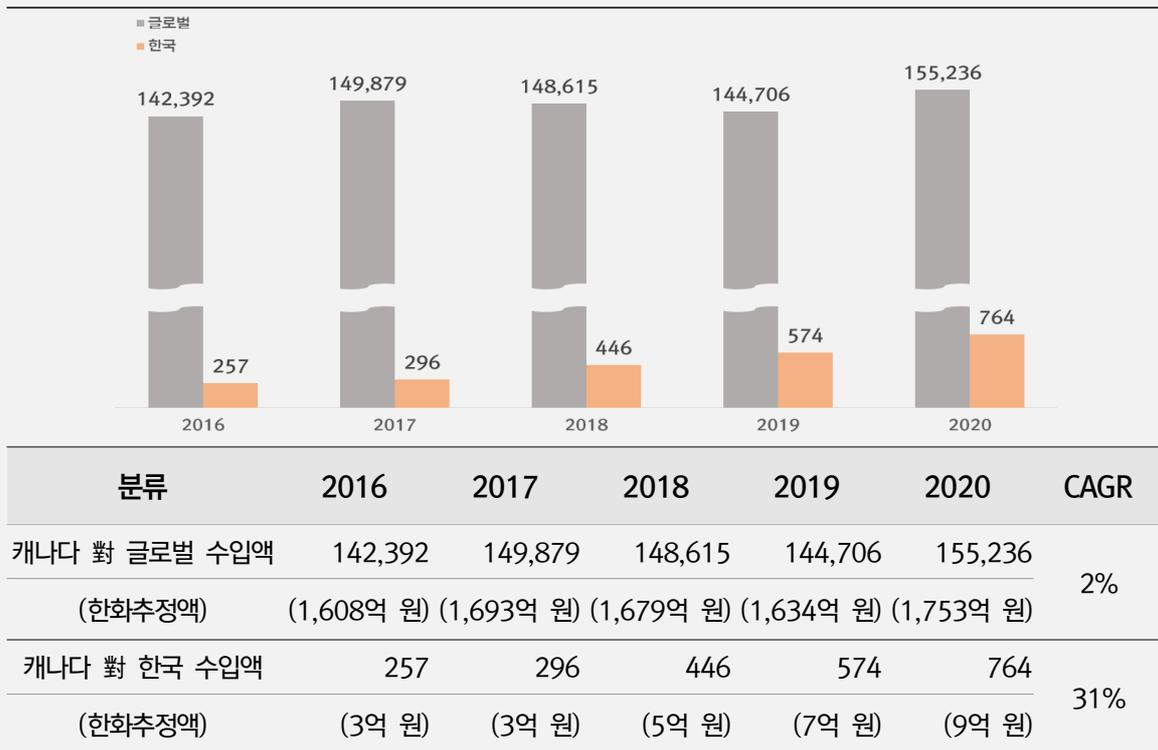
캐나다 HS CODE 1901.90 품목의 對글로벌 수입규모는 2020년 기준 1,753억 원을 기록했으며, 최근 5년(2016-2020년)간 글로벌 수입액은 연평균 2%씩 성장함. 1위인 미국(약 1,479억 원, 84.4%)으로부터의 수입액이 가장 많았으며, 다음으로 일본(약 41억 원, 2.3%), 중국(약 33억 원, 1.9%)이 각각 2위, 3위를 차지함. 미국을 제외한 국가들의 점유율은 한 자릿수로 비슷한 수준을 보임

▶ HS CODE 1901.90 중 한국산 점유율 0.5%

캐나다 내 수입 미숫가루 중 한국산 점유율은 0.5%(약 9억 원)로 글로벌 수입액 중 12위를 차지함. 최근 5년간 한국산 수입액은 매년 두 자릿수의 성장세를 보이며 연평균 31%씩 증가했으나 2018년에 51% 급증한 후 증가세가 다소 완화된 것으로 확인됨

[표 2.4] 캐나다 HS CODE 1901.90 수입규모¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1901.90 기준

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 1달러=1,129.50원 (2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 캐나다 식사대용식 브랜드 점유율, ‘슬림패스트’ 1위
2. 캐나다 식사대용식 패키징, ‘팩’ 관련 키워드 1위, ‘파우치’ 8위
3. ‘균형잡힌’, 캐나다 식사대용식 홍보문구 관련 키워드 1위
4. 캐나다 식사대용식 성분, ‘단백질’ 빈출 키워드 1위, ‘글루텐’ 2위
5. 캐나다 미숫가루 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 캐나다 온라인매장 입점 미숫가루 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 미숫가루(misugaru) / 식사대용식(meal replacement)
- ‘미숫가루’ 추출 키워드 2건, 대표 수집 키워드는 ‘식사대용식’으로 함
- 데이터 수집량 : 299건
- 데이터 수집원 : 캐나다 아마존 (www.amazon.ca)

▶ 캐나다 온라인매장 입점 식사대용식 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 미숫가루 경쟁제품/경쟁브랜드 ② 식사대용식 패키징
 - ③ 식사대용식 홍보문구 ④ 식사대용식 성분

항목	키워드 (국문/영문)		빈도	키워드 (국문/영문)		빈도
경쟁제품/ 경쟁브랜드	식사대용식	meal replacement	132	슬림패스트	Slimfast	(-)
	쉐이크	shake	130	허벌라이프 뉴트리션	Herbalife Nutrition	(-)
	파우더	powder	96	뉴트리바	Nutribar	(-)
	미숫가루	misugaru	2	뉴트리밀	Nutrimeal	(-)
식사대용식 홍보문구	균형잡힌	balanced	54	영양가가 높은	nutritious	26
	몸무게	weight	52	허기	hunger	19
	건강한	healthy	52	소화	digestion	17
	비건	vegan	44	간편한	handy	9
	유기농	organic	41	바쁜	busy	4
	편리하게	conveniently	39	건강에 좋은	wholesome	4
식사대용식 패키징	팩	pack	30	박스	box	13
	병	bottle	24	스틱	stick	8
	스쿱	scoop	21	파우치	pouch	2
식사대용식 성분	단백질	protein	191	초콜릿	chocolate	101
	글루텐	gluten	134	미네랄	minerals	90
	비타민	vitamins	120	섬유질	fibre	90
	설탕	sugar	104	바닐라	vanilla	55

1. 캐나다 식사대용식 브랜드 점유율, ‘슬림패스트’ 1위

▶ 캐나다 식사대용식 압도적 1위 브랜드, ‘슬림패스트’

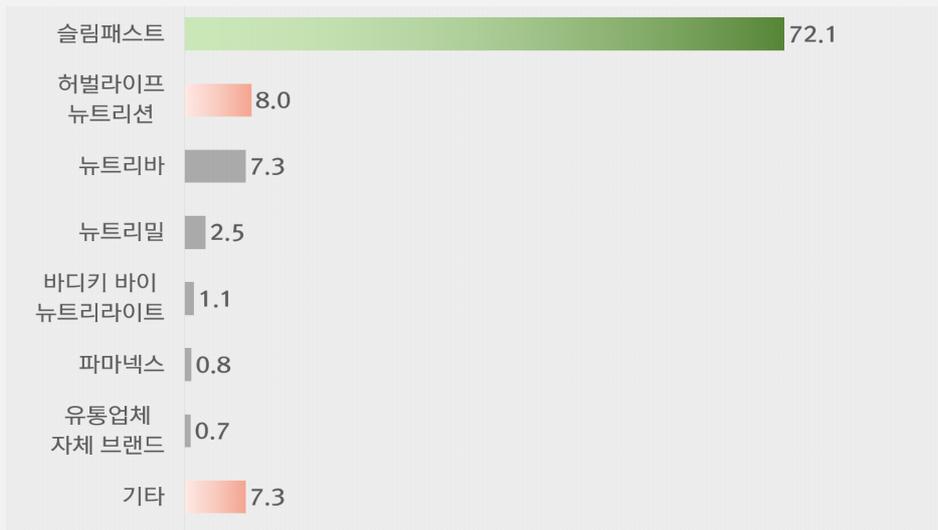
- ‘슬림패스트’, 2020년 시장점유율 72.1%로 압도적 1위¹⁵⁾
- 주력 상품은 식사대용 셰이크

▶ 식사대용식 브랜드 2, 3위의 시장점유율, 1위 브랜드의 약 10%

- 업계 2위 허벌라이프 뉴트리션, 시장점유율 8.0%
- 기타 브랜드의 총 시장점유율, 7.3%
- 영국 시장조사기관 민텔(Mintel), 2021년 1월 기준 과거 5년 간 캐나다에 론칭한 식사대용 드링크 653가지¹⁶⁾

1위 슬림패스트		2위 허벌라이프 뉴트리션		3위 뉴트리바	
					
제품명	식사대용 셰이크	제품명	식사대용 셰이크 믹스	제품명	식사 대용 초콜릿 피넛 버터 바
브랜드	슬림패스트(Slimfast)	브랜드	허벌라이프 뉴트리션 (Herbalife Nutrition)	브랜드	뉴트리바(Nutribar)
가격	324g/14.97CAD(13,644원) ¹⁷⁾	가격	750g/46.14CAD(42,054원)	가격	325g/10.37CAD(9,452원)

[표 3.1] 캐나다 2020년 식사대용식 판매 브랜드 시장점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

15) 유로모니터(Euromonitor)

16) 캐나다농식품부(agriculture.canada.ca), 「Customized Report Service - Meal Replacement And Meal Replacement Drinks in Canada And in The United States」, 2021.05

17) 1캐나다달러=911.44원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 캐나다 식사대용식 패키징, ‘팩’ 관련 키워드 1위, ‘파우치’ 8위

▶ 캐나다 식사대용식 패키징 중 ‘팩’, 빈출 키워드 1위

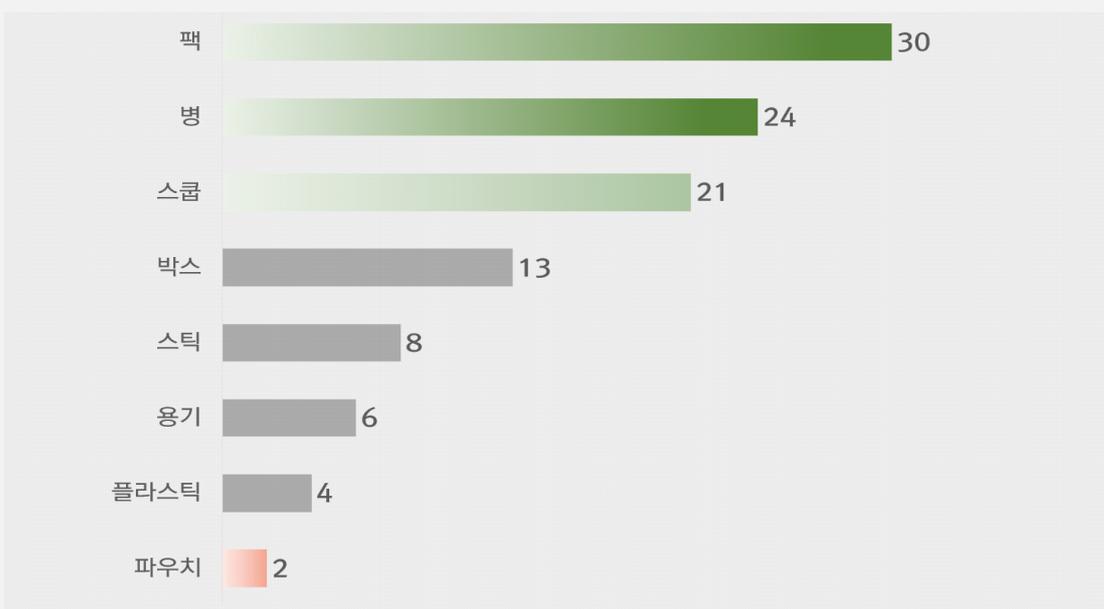
- 아마존(Amazon) 제품 검색 결과, ‘팩’ 단위로 판매되는 제품 다수
- ‘팩’으로 판매되는 제품, 몇 회분인지 판매 페이지에서 확인 가능

▶ 국내 미숫가루 대표 패키징 ‘파우치’, 검출 키워드 건수 하위

- ‘파우치’ 관련 키워드 2건
- 아마존에서 판매 중인 ‘미숫가루’ 1개, 국산 제품으로 ‘파우치’ 포장

1위 팩		2위 병		8위 파우치	
					
제품명	단백질 쉐이크	제품명	스테비아 액	제품명	10곡 미숫가루
브랜드	알에스피 뉴트리션 (Rsp Nutrition)	브랜드	스플렌다(SPLENDA)	브랜드	칠갑농산(주)
가격	1.16kg/49.97CAD(45,545원)	가격	70g/12.99CAD(11,840원)	가격	1kg/70.36CAD(64,129원)

[표 3.2] 캐나다 판매 식사대용식 패키징 관련 키워드



자료: 캐나다 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘미숫가루’, ‘식사대용식’ 관련 게시물 299건 분석

3. ‘균형잡힌’, 캐나다 식사대용식 홍보문구 관련 키워드 1위

▶ **홍보문구 키워드 1위 ‘균형잡힌’, 캐나다 소비자의 건강에 대한 관심 반영**

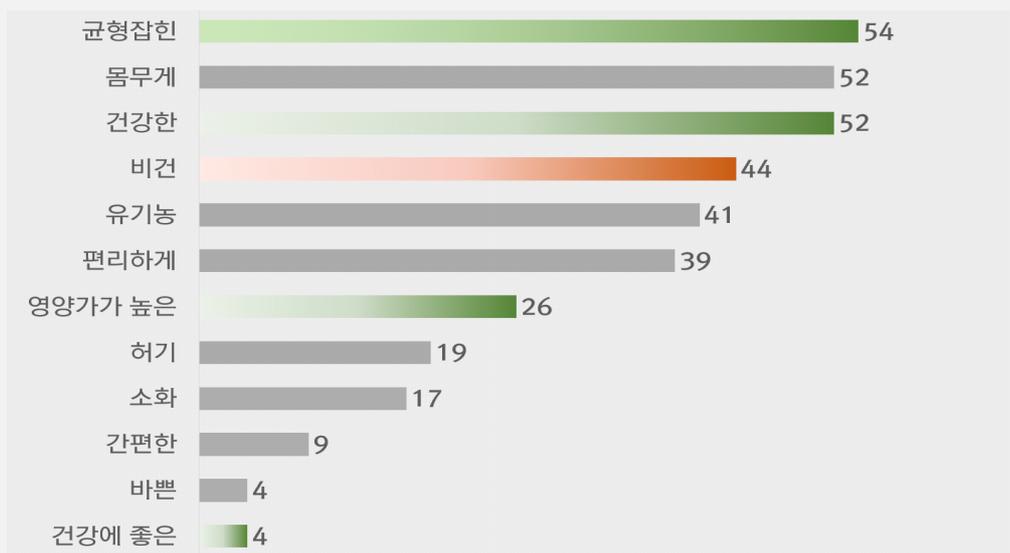
- 캐나다 소비자, 코로나19에 대한 대응으로 면역력 강화를 위해 일반 시리얼보다 더 건강한 핫 시리얼 섭취 증가¹⁸⁾
- 핫 시리얼, 2019년 아침식사용 시리얼 중 유일한 플러스 성장¹⁹⁾
- ‘균형잡힌(balanced)’과 비슷한 ‘건강한(healthy)’, ‘영양가가 높은(nutritious)’, ‘건강에 좋은(wholesome)’ 총합 키워드 136건

▶ **‘비건’, 홍보문구 키워드 4위로 키워드 44건**

- 2018년 조사, 캐나다 비건 인구 85만 명, 베지테리언 230만 명²⁰⁾

1위 균형잡힌		3위 건강한		4위 비건	
					
제품명	올인원 셰이크	제품명	슈퍼푸드 파우더	제품명	비건 슈퍼푸드 파우더
브랜드	가든 오브 라이프 (Garden of Life)	브랜드	네츠헬로(NATURELO)	브랜드	매크로라이프 내츠헬 (MacroLife Naturals)
가격	1.04kg/58.95CAD(53,729원)	가격	240g/37.95CAD(34,589원)	가격	675g/41.99CAD(38,271원)

[표 3.3] 캐나다 식사대용식 홍보문구 관련 키워드



자료: 캐나다 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘미숫가루’, ‘식사대용식’ 관련 게시물 299건 분석

18) 유로모니터(Euromonitor), 「Breakfast Cereals in Canada – Analysis」, 2020.11

19) 유로모니터(Euromonitor), 「Breakfast Cereals in Canada – Analysis」, 2020.11

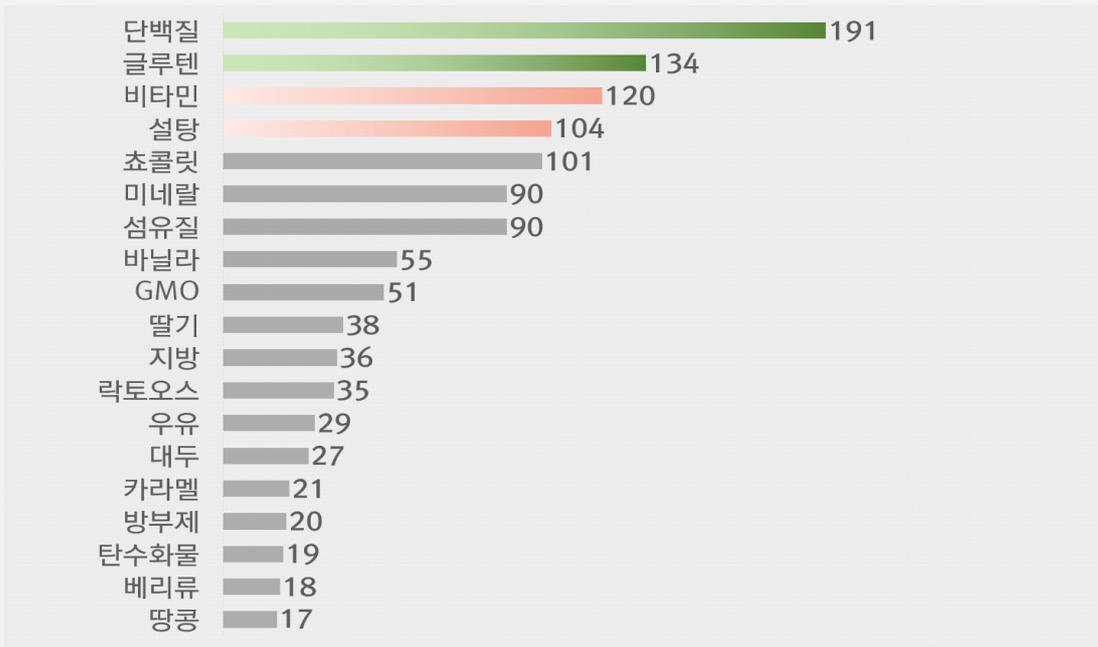
20) 스테티스타(Statista), 「Number of Consumers Who Are Vegetarian or Vegan in Canada in 2018」, 2020.11

4. 캐나다 식사대용식 성분, '단백질' 빈출 키워드 1위, '글루텐' 2위

- ▶ '단백질', 식사대용식 성분 관련 키워드 압도적 1위
 - 관련 키워드 191건
- ▶ 빈출 키워드 2위 '글루텐', 캐나다 소비자의 '글루텐 프리' 제품 관심 반영
 - 2025년까지 향후 5년 간 캐나다 '글루텐 프리' 시장 연평균성장률 9.1%²¹⁾
- ▶ 캐나다 식사대용식 성분 중 견과류 키워드 '대두', '땅콩' 확인
 - 견과류 키워드로 '대두', '땅콩' 확인되었으나 빈도 수 상대적으로 낮음

1위 단백질		2위 글루텐		3위 비타민	
					
제품명	단백질+초콜릿 셰이크	제품명	글루텐&락토스 프리 셰이크	제품명	영양 셰이크
브랜드	부스트(Boost)	브랜드	슬림패스트(Slimfast)	브랜드	티엘에스(TLS)
가격	1.56kg/7.99달러(7,282원)	가격	4kg/31.17달러(28,410원)	가격	686g/45.28달러(41,270원)

[표 3.4] 캐나다 식사대용식 성분 관련 키워드



자료: 캐나다 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '미숫가루', '식사대용식' 관련 게시물 299건 분석

21) 모르도르인텔리전스(Mordorintelligence), 「Canada Gluten Free Foods & Beverages Market - Growth, Trends, COVID-19 Impact, And Forecasts (2021 - 2026)」, 2020

5. 캐나다 미숫가루 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 균형잡힌 식단을 위한 글루텐 프리 식사대용식

- 글루텐 프리 시장 성장세 이용
- 간편하면서도 균형잡힌 식단을 원하는 캐나다 소비자에 어필

▶ 컨셉 ② _ 단백질이 풍부해 균형잡힌 아침식사로 충분한 식사대용식

- 아마존 판매 식사대용식 중 단백질 파우더 다수 발견
- 단백질 파우더 대체품 이미지 활용

▶ 컨셉 ③ _ 동물성 성분은 없어도 단백질이 풍부한 비건 곡물 파우더

- 단백질 섭취가 필수적인 캐나다 비건 소비자에 어필
- 동물성 단백질과의 차별성 강조

성분	경쟁제품	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
글루텐	(식사대용식)	(균형잡힌)	18건	→ [균형잡힌] 식단을 위한 [글루텐] 프리 [식사대용식]
단백질	(식사대용식)	(균형잡힌)	14건	→ [단백질]이 풍부해 [균형잡힌] 아침식사를 도와줄 간편한 [식사대용식]
단백질	(파우더)	(비건)	14건	→ 동물성 성분이 들어가지 않은 [단백질] 풍부한 [비건] 곡물 [파우더]
GMO	(파우더)	(비건)	13건	→ [비건]도 안심하고 먹을 수 있는 [GMO] 프리 곡물 [파우더]
단백질	(식사대용식)	(허기)	10건	→ 바쁜 아침, 즉각적으로 [허기] 를 달래주는 [단백질] 이 풍부한 [식사대용식]

★ 결합 키워드 발생량 : 성분/경쟁제품/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 캐나다 미숫가루 유통채널 비교
2. 캐나다 미숫가루 유통채널 특징

1. 캐나다 미숫가루 유통채널 비교

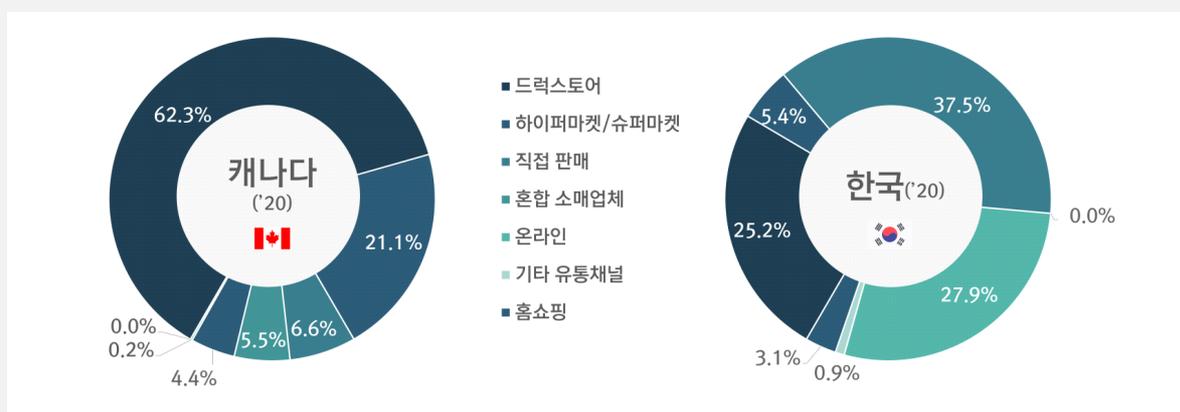
▶ 캐나다 미숫가루 유통채널, 드럭스토어 및 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 한국보다 높아

2020년 캐나다 미숫가루 유통채널 중 캐나다의 ‘드럭스토어’ 유통채널 점유율은 62.3%로 한국의 25.2%보다 월등히 높은 것으로 나타났으며, 드럭스토어는 ‘헬스앤뷰티(H&B)’를 포함함. 캐나다 미숫가루 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율 또한 21.1%로 한국의 5.4%보다 높은 것으로 나타난 반면, ‘직접 판매’ 점유율은 한국이 37.5%로 캐나다의 6.6%보다 월등히 높은 것으로 나타남

▶ 캐나다 미숫가루 온라인 시장, 성장 중이지만 아직은 발전 단계

캐나다 미숫가루 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 4.4%로 한국 온라인 채널 점유율인 27.9%에 비해 현저히 낮아, 캐나다의 미숫가루 온라인 소비시장은 한국 대비 아직 발전 단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 캐나다 미숫가루 B2C 소매유통채널 점유율



B2C 소매유통채널 점유율²²⁾²³⁾ 비교

캐나다 점유율	유형	한국 점유율
62.3%	드럭스토어 ²⁴⁾	25.2%
21.1%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	5.4%
6.6%	직접 판매	37.5%
5.5%	혼합 소매업체 ²⁵⁾	0%
4.4%	온라인	27.9%
0.2%	기타 유통채널	0.9%
0%	홈쇼핑	3.1%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 2020년 기준, 캐나다 및 한국 ‘체중 및 건강관리식품(Weight Management and Wellbeing)’의 B2C 소매유통채널 점유율임

23) ‘미숫가루’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘체중 및 건강관리식품(Weight Management and Wellbeing)’의 정보를 확인함

24) 본 보고서에서 드럭스토어는 H&B를 포괄함

25) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 캐나다 미숫가루 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



사진자료:CNN

▶ 캐나다 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 월마트 및 소베이스

캐나다 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체는 월마트 캐나다(Walmart Canada), 소베이스(Sobeys), 로블로우(Loblaws) 등이 있음. 월마트 캐나다는 2020년 캐나다 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액인 748억 9,100만 캐나다달러(약 68조 2,587억 원²⁶⁾)의 30.8%를 점유했음. 소베이스는 2020년 전체 매출액의 29.8%를 점유했으며, 산하에 소베이스(Sobeys), 푸드랜드(Foodland), 세이프웨이(Safeway) 등의 브랜드를 보유하고 있음

▶ 코로나19 기간 폭발적으로 성장한 캐나다 슈퍼마켓 산업, 2021년은 주춤²⁷⁾

코로나19 여파로 2020년 상징적인 성장세를 보인 캐나다 슈퍼마켓 매출이 2021년에는 다소 수그러들 것으로 예상됨. 캐나다 소비자들의 식료품 지출액이 코로나19 전으로 돌아오며 성장률은 2020년 대비 낮은 수준에서 고착될 것으로 전망됨. 그러나 코로나19로 인한 경제적 불안과 실업률 등은 여전히 슈퍼마켓 부문에 청신호로 작용할 것으로 보이며 자체제작상품에 대한 수요와 슈퍼마켓 내 소비를 증가시킬 것으로 예상됨

[표 4.2] 캐나다 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유(‘20)	산하 주요 브랜드
1	월마트캐나다 (Walmart Canada)	30.8%	월마트(Walmart)
2	소베이스 (Sobeys)	29.8%	소베이스(Sobeys), 푸드랜드(Foodland), 세이프웨이(Safeway)
3	로블로우 (Loblaws)	21.2%	더리얼캐네디언(The real canadian), 로블로우(Loblaws), 프로비고(Provigo)
4	메트로 (Metro)	10.1%	메트로(Metro), 메트로플러스(Metro Plus)
5	롱고 (Longos)	0.8%	롱고(Longos)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

26) 1캐나다달러= 911.44원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Canada Country Report」, 2021.03

2) 드럭스토어

파마씨장쿠투 매장 전경



사진자료: 브이룸

▶ 캐나다 주요 드럭스토어 업체, 로블로와 맥케손

캐나다 주요 드럭스토어 업체는 로블로우(Loblaws), 맥케슨(McKesson), 장쿠투그룹(Jean Coutu Group) 등이 있음. 로블로우는 2020년 캐나다 드럭스토어 전체 매출액 580억 9,200만 캐나다달러(약 52조 9,474억원)의 23.7%를 점유했으며, 산하에 쇼퍼스 드럭마트(Shoppers Drug Mart) 1개 브랜드를 보유하고 있음. 맥케슨은 2020년 전체 매출액의 5.8%를 점유했으며, 유니프릭스(Uniprix), 렉셀(Rexall), 아이디에이(IDA) 등의 브랜드를 두고 있음. 장쿠투그룹은 2020년 전체 매출액의 5.2%를 점유했으며, 산하에 파마씨장쿠투(Pharmacie Jean Coutu, PJC) 1개 브랜드를 보유하고 있음

▶ 캐나다, 코로나19로 소규모 드럭스토어 잇달아 폐점²⁸⁾

코로나19 이후 캐나다 내 온라인 판매 매출이 급증한 반면, 오프라인 소매점 매출은 감소한 것으로 나타남. 정부의 사회적 거리두기 규제로 급감한 오프라인 매출을 견디지 못한 일부 소규모 드럭스토어들은 폐점하였으며 대형 드럭스토어는 대응책으로 온라인 운영 비중을 늘림. 또한, 코로나19 여파로 저렴한 가격과 편리한 가입 및 배송 서비스를 제공하는 전문유통업체들의 등장으로 자체제작 상품을 소비자에게 직접 판매하는 드럭스토어들은 타격이 더 큰 것으로 나타남

[표 4.3] 캐나다 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20)	산하 주요 브랜드
1	로블로우(Loblaws)	23.7%	쇼퍼스 드럭마트 (Shoppers Drug Mart)
2	맥케슨(McKesson)	5.8%	유니프릭스(Uniprix), 렉셀(Rexall), 아이디에이(IDA)
3	장쿠투그룹 (Jean Coutu Group)	5.2%	파마씨장쿠투 (Pharmacie Jean Coutu, PJC)
4	런던드럭스(London Drugs)	4.9%	런던드럭스(London Drugs)
5	파마세이브드럭스 (Pharmasave Drugs)	4.1%	파마세이브(Pharmasave)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

28) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Canada Country Report」, 2021.02

3) 한인마트



사진자료: 코리아타임즈

▶ 캐나다 주요 한인마트, 갤러리아 및 에이치마트

캐나다 주요 한인마트 업체로는 에이치마트(H-Mart)와 갤러리아(Galleria) 등이 있음. 에이치마트는 밴쿠버에 13개 점포를 운영하고 있으며, 판매·유통의 통합 물류시스템을 보유하고 있음. 갤러리아는 토론토에 5개 점포를 운영하고 있으며, 문화센터, 고객센터 및 온라인 쇼핑몰을 보유하고 있는 것으로 나타남

▶ 캐나다 주요 한인마트, 온라인 쇼핑몰 활성화에 힘쓰는 중²⁹⁾

코로나19 확산 이후 비대면 쇼핑에 대한 한인들의 관심이 폭증하면서 캐나다 한인마트 갤러리아는 토론토 요크밀스 지점에서만 가능했던 온라인 시스템 서비스를 전 지점으로 확대했으며 상품구매와 결제, 배송 외에 픽업서비스 기능도 추가함. 반면, 피에이티마트는 온라인 쇼핑몰을 신설했으나 배송 시스템이 도입되지 않아 상품은 일부 매장에서 직접 픽업해야 하며, 에이치마트 또한 뒤늦게 온라인 쇼핑 서비스를 시작할 예정인 것으로 나타남

[표 4.4] 캐나다 주요 한인마트

순번	기업명	보유 점포 수('20)	주요 거점
1	에이치마트(H-Mart)	13개	밴쿠버
2	갤러리아(Galleria)	5개	토론토
3	피에이티마트(PAT Mart)	4개	토론토

자료: 기업 홈페이지

29) 코리아타임즈(www.koreatimes.net), 「‘온라인 고객을 사로잡아라’ 코로나에 식품점 쇼핑사이트 경쟁」, 2020.08

4) 온라인 쇼핑물



월마트 온라인 식료품점

사진자료: 월마트

▶ 캐나다 주요 온라인 유통채널, 아마존 및 이베이

캐나다 주요 온라인 유통채널은 아마존(Amazon), 이베이(Ebay), 월마트(Walmart) 등이 있음. 아마존은 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 764억 6,900만 캐나다달러(약 69조 6,969억 원)의 2.9%를 점유했으며 이베이, 월마트는 각각 2.7%, 2.6%의 점유율을 보임. 캐나다 온라인 시장의 상위 3개 업체 점유율 총 합은 8.2%로 비교적 적은 수준임. 이 외 각 채널의 3자 판매(3rd Party Merchants)³⁰⁾, 베스트바이(Best Buy), 코스트코(Costco) 등이 산재하는 형태를 보임

▶ 코로나19로 캐나다 온라인 시장 매출액 급증, 식료품 산업이 가장 큰 혜택 누려³¹⁾

코로나19 이후 캐나다 전자상거래 월 매출액이 사상 최대치인 39억 캐나다달러(약 3조 5,546억 원)를 기록함과 동시에 캐나다 온라인 유통채널 이용자 수는 전년 대비 10% 이상 증가했음. 반면, 식료품점을 제외한 오프라인 소매업체들은 폐업률이 상승했으며 매출 타격을 입은 업체들은 온라인 시장으로 이전했음. 대부분의 식료품점은 오프라인 매출에 타격을 입지 않으면서 온라인으로 이전한 것으로 나타남

[표 4.5] 캐나다 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20)	산하 주요 브랜드
1	아마존(Amazon)	2.9%	아마존(Amazon)
2	이베이(Ebay)	2.7%	이베이(Ebay)
3	월마트(Walmart)	2.6%	월마트(Walmart)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

30) 제3자 판매(3rd Party Merchants): 온라인 채널의 입점 셀러가 직접 물류센터 관리 및 배송과 판매를 책임지는 판매 형태

31) 유로모니터(Euromonitor), 「E-Commerce in Canada Country Report」, 2021.03

5) 기타 유통채널

▶ 혼합형 유통채널과 직접판매

하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점, 한인마트, 온라인 채널 외에도 캐나다 미숫가루 유통채널로 ‘혼합형 유통채널’, ‘직접판매’ 등이 있음

▶ 캐나다 직접판매 유통채널 급부상, 26% 연간 성장률 보여³²⁾

캐나다 직접판매협회(DSA, Direct Selling Association)는 2020년 캐나다 직접판매 시장이 전년 대비 41억 5,000만 캐나다달러(약 3조 7,825억 원), 26%의 성장을 보였음을 전함. 직접판매는 캐나다 시장에서 제품과 서비스를 제공하는 주요 소매채널로, 주요 직접 판매채널로는 위너스(Winners), 노드스트롬(Nordstrom), 허드슨(Hudson) 등이 있음

[표 4.6] 캐나다 미숫가루 유통채널 현황³³⁾

채널 유형	캐나다 미숫가루 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	드럭스토어	62.3%	샤퍼스(Shoppers), 유니프릭스(Uniprix), 파마씨장쿠투(Pharmacie Jean Coutu, PJC)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	21.1%	월마트(Walmart), 소베이스(Sobeys), 로블로우(Loblaws)
	직접 판매	6.6%	위너스(Winners), 노드스트롬(Nordstrom), 허드슨(Hudson)
	혼합 소매업체	5.5%	에이씨앤캐나다(ACN Canada), 모린다(Morinda), 노에비아(Noevir)
	온라인	4.4%	아마존(Amazon), 이베이(Ebay), 월마트(Walmart)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

32) 다이렉트셀링뉴스(www.directsellingnews.com), 「DSA of Canada Reports 26% Industry Growth in 2020」, 21.07

V. 온라인 유통채널

1. 캐나다 미숫가루 온라인 유통채널 종합분석
2. 캐나다 미숫가루 주요 온라인 유통채널

1. 캐나다 미숫가루 온라인 유통채널 종합분석

▶ 캐나다 온라인 유통매장별 미숫가루 제품, ‘한국산’ 유일

캐나다 내 미숫가루의 주요 온라인 유통채널로 온라인 쇼핑몰 아마존 캐나다(Amazon Canada)와 이베이 캐나다(Ebay Canada)를 조사한 결과, ‘미숫가루’ 키워드 검색 시 실제 미숫가루인 제품은 모두 한국산인 것으로 나타남. 미숫가루 연관 제품들로는 유지차, 곤약, 혼합곡물 등으로 제조된 식사 대용 제품들이 있음

▶ 아마존과 이베이 캐나다, 캐나다 외 기타 해외 소비자들에게 제품 노출 용이

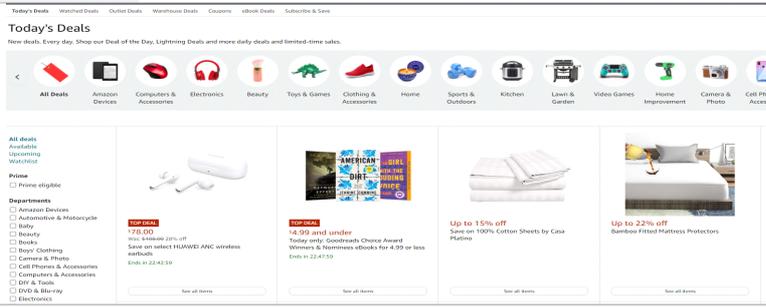
캐나다 온라인 유통매장 매출액 상위 2곳인 아마존과 이베이 캐나다를 비교한 결과, 7개 연관 제품 내 한국 제품은 아마존이 4개, 이베이가 7개로 확인됨. 그러나 이베이 캐나다는 검색어 관련 제품을 노출하지 않으며 이용자 규모 또한 아마존 캐나다가 더 크기 때문에 아마존 캐나다가 이베이 캐나다 대비 진출이 용이한 유통매장으로 예상됨

[표 5.1] 캐나다 미숫가루 온라인 유통매장 종합분석

매장명	입점 품목 (검색어 연관 상위 7개 제품)			입점 제품 특징
	미숫가루	연관제품	한국제품	
아마존 캐나다 (Amazon Canada)	4	3	4	<ul style="list-style-type: none"> • 미숫가루 및 검색어 연관 제품 노출함 • 한국산 외 타 국가 브랜드 제품 존재함 • 영어-한국어 언어를 지원함
이베이 캐나다 (Ebay Canada)	7	0	7	<ul style="list-style-type: none"> • 모두 미숫가루 제품으로 다양한 제품 입점함 • 연관 제품 노출 되지 않음 • 영어-한국어 언어를 지원함

자료: 온라인 유통매장 조사 결과

2. 캐나다 미숫가루 주요 온라인 유통채널 ① 아마존 캐나다

기업 기본 정보	기업명	아마존 캐나다(Amazon Canada)		
	홈페이지	www.amazon.ca		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문자수(최근 1개월)		1억 6,950만 회
		앱다운로드수(*20)		500만 회
매출(*20)		약 22억 1,700만 달러 (약 2조 5,041억 원 ³⁴⁾)		
운영방식	온라인마켓			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	유기방아, 칠갑농삼, 마나(Mana)	
		해외 판매	해외배송 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리 및 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	오늘의 할인, 품목별 쿠폰제공 등 다양한 프로모션 상시 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단의 'Sell on Amazon' 클릭 (http://bitly.kr/q8BoZh1a) - 아마존 홈페이지 회원가입 - 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사 비즈니스 유형, 회사명, 회사고유번호, 회사 홈페이지 주소, 국가) ② 공급 담당자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일, 출생일, 출생국가, 국적, 신분증) ③ 지불방식 (신용카드번호 확인절차) ④ 제품정보 (제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 카탈로그, 이미지, UP 인증 여부 등) • 로컬 에이전트를 통한 등록 		

자료: 아마존 캐나다(Amazon Canada), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 아마존 캐나다(Amazon Canada)

34) 1달러=1,129.50원(2021.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 인기 상품 제재

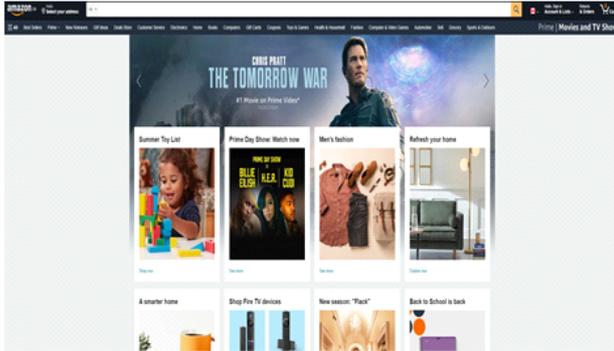
방문자들이 가장 많이 찾고, 구매한 상품과 카테고리 표시

2. 아마존 신용카드

아마존 사업처 내 구입액의 5% 페이백 제공, 발급 시 125달러 기프트카드 제공

3. 구매 내역

구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품제공



4. 아마존 프라이미

연회비 지불을 통한 빠른 배송과 무료 영화, 음악 제공

5. 국제배송

타 국가에서도 캐나다 아마존에서의 구매 가능

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

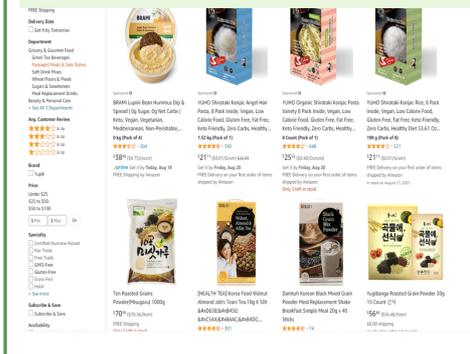
온라인몰 UI ②

Amazon - 밀숫가루 구매 페이지

밀숫가루 검색 결과

'밀숫가루'로 검색결과 노출

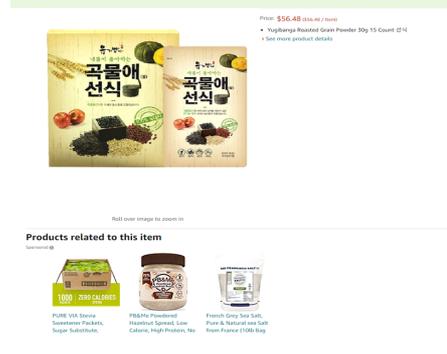
브랜드, 가격, 종류별로 세분화 분류 가능 제공



밀숫가루 구매 페이지

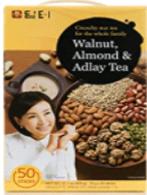
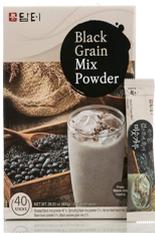
할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 가격별로 검색 가능
검색 정확도, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존 캐나다(Amazon Canada)
사진 자료: 아마존 캐나다(Amazon Canada)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(연관성 기준) ³⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	미숫가루	유기방아	한국 유기방아 곡물애선식 (Korea Yugibanga Roasted Grain Powder)	한국	56.48캐나다달러 (약 5만 1,478원)	30g, 15개입	
2	미숫가루	칠갑농산	한국 10곡 미숫가루 (Korea Ten Roasted Grains Powder-Misugaru)	한국	70.36캐나다달러 (약 6만 4,129원)	1kg	
3	울무차	담터	한국 호두 아몬드 울무차 (Korea Walnut Almond Job's Tears Tea)	한국	47.58캐나다달러 (약 4만 3,366원)	18g, 50개입	
4	미숫가루	담터	한국 검은콩, 검은 참깨, 흑미 미숫가루 (Korea Black Mixed Grain Powder)	한국	92.61캐나다달러 (약 8만 4,408원)	20g, 40개입	
5	미숫가루	소차바 (小叻巴)	곤약-아침 식사 대용 분말 (Konjac-Breakfast food substitute meal powder instant)	중국	30.99캐나다달러 (약 2만 8,246원)	250g	
6	미숫가루	마나 (Manna)	혼합곡물 건강음료 (Multigrains Health & Nutrition Drink)	인도	18.20캐나다달러 (약 1만 6,588원)	500g	
7	미숫가루	소이렌트 (Soylent)	소이렌트 식사대용 셰이크 (Soylent Meal Replacement Shake)	미국	60캐나다달러 (약 5만 4,686원)	414ml 12개입	

자료: 아마존 캐나다(Amazon Canada)

사진 자료: 아마존 캐나다(Amazon Canada)

35) 조사일(2021.08.11.) 기준 아마존 미숫가루 검색 관련 제품 7개 리스트

② 이베이 캐나다

기업 기본 정보	기업명	이베이 캐나다(Ebay Canada)		
	홈페이지	www.ebay.ca		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문자수(최근 1개월)	3,450만 회	
		앱다운로드수('20)	200만 회	
매출('20)		약 20억 6,400만 달러 (약 2조 3,313억 원)		
운영방식		온라인 마켓		

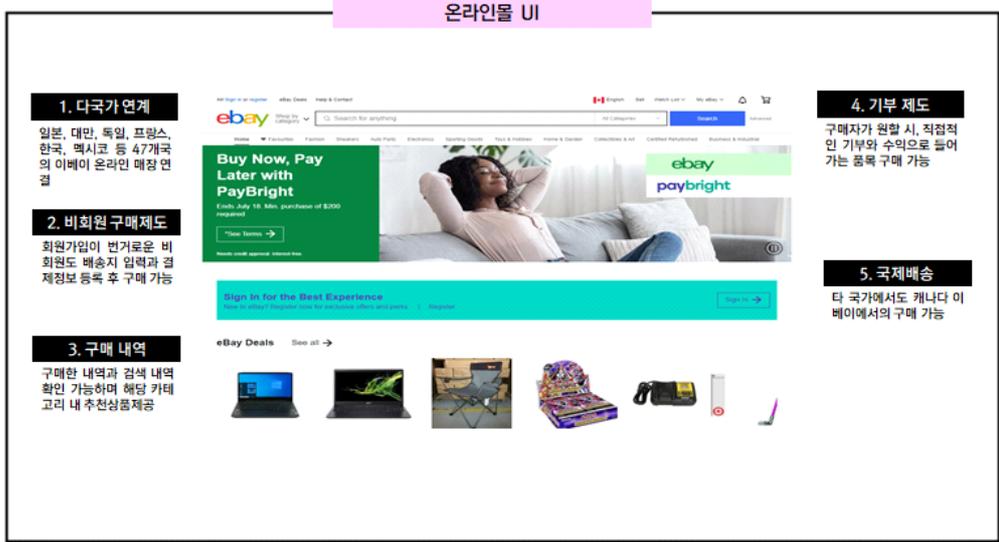


매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	담터, 태평
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리 및 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	<p>품목별 할인, 신제품 할인 코드 발급 등 다양한 프로모션 상시 진행</p>		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 - 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록 - 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점 - 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능(수수료 건당 10.9%) - 기업 판매자는 250,000개까지 제품 등록 가능(월별 비용과 건당 수수료 4.8%) - 아래 웹 페이지 주소에서 판매 상품 리스트, 새 상품 등록, 판매 현황 등 판매와 관련된 다양한 정보 확인 가능 (pages.Ebay.com/seller-center/index.html)
-------------	---------------------	---

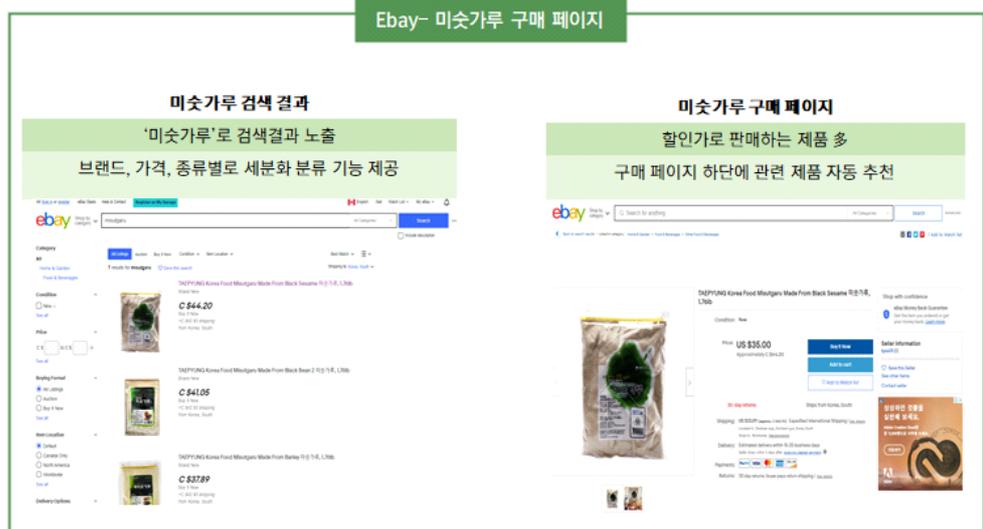
자료: 이베이 캐나다(Ebay Canada), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 이베이 캐나다(Ebay Canada)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 이베이 캐나다(Ebay Canada)
사진 자료: 이베이 캐나다(Ebay Canada)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(연관성 기준) ³⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	미숫가루	담터	한국 검은콩, 검은참깨, 흑미 미숫가루 (Korean Black Grain Mix powder MISUTGARU)	한국	62캐나다달러 (약 5만 6,509원)	20g, 40개입	
2	미숫가루	태평	한국 검정콩 미숫가루 (Korea Misutgaru Made From Black Bean)	한국	40.71캐나다달러 (약 3만 7,105원)	800g	
3	미숫가루	태평	한국 검정깨 미숫가루 (Korea Food Misutgaru Made from Black Sesame)	한국	43.84캐나다달러 (약 3만 9,058원)	800g	
4	미숫가루	태평	한국 검정콩 미숫가루 (Korea Food Misutgaru made from Black Beans)	한국	44.84캐나다달러 (약 4만 869원)	800g	
5	미숫가루	태평	검정곡물 좋은건 아시죠 플러스 ("Black grain is good, you know." Misutgaru made from black grains)	한국	60.12캐나다달러 (약 5만 4,796원)	40g, 25개입	
6	미숫가루	태평	한국 맥미숫가루 (Korea Food Misutgaru Made From Barley)	한국	37.58캐나다달러 (약 3만 4,252원)	800g	
7	미숫가루	태평	검정곡물 좋은건 아시죠 플러스 ("Black grain is good, you know." Misutgaru made from black grains)	한국	56.36캐나다달러 (약 5만 1,369원)	800g	

자료: 이베이 캐나다(Ebay Canada)

사진 자료: 이베이 캐나다(Ebay Canada)

36) 조사일(2021.08.11) 기준 이베이 미숫가루 검색 관련 제품 7개 리스트

VI. 오프라인 유통채널

1. 캐나다 미숫가루 오프라인 유통채널 종합분석
2. 캐나다 미숫가루 주요 오프라인 유통채널

1. 캐나다 미숫가루 오프라인 유통채널 종합분석

▶ 캐나다 미숫가루 유통채널 ‘하이퍼/슈퍼마켓’, ‘드럭스토어’, ‘한인마트’ 조사

캐나다 미숫가루 유통채널 점유율과 참여기업의 조사 희망 유통채널 유형을 고려하여 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘드럭스토어’, ‘한인마트’를 조사함

▶ 캐나다 오프라인 매장 중 ‘에이치마트’ 방문 조사

캐나다 오프라인 유통매장 중 토론토 싰힐 거주지역 중심지에 위치한 한인마트 에이치마트를 방문 조사함. 매장 근처 거주민들과 주변 공원 방문자, 대학교 학생들이 생필품과 한국 제품을 구매하기 위해 많이 방문하는 것으로 알려짐. 방문 조사 결과 미숫가루를 식사대용 건강제품으로 인식한 교민들이 많이 찾으며, 해당 매장은 한국산 미숫가루만을 취급하는 것으로 나타남. 곡물 함량 등에 따라 2~3개의 제품 라인으로 판매 중임

[표 6.1] 캐나다 미숫가루 주요 오프라인 유통채널

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ³⁷⁾ /매장 수	유사제품 취급경험
1	에이치마트 (H-mart)	한인마트	매장 수(21): 7개	0
2	갤러리아 (Galleria)	한인마트	매장 수(21): 5개	0
3	월마트캐나다 (Walmart Canada)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	약 230억 캐나다달러 (약 20조 9,631억 원)	0
4	소베이스 (Sobeys)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	약 223억 1,700만 캐나다달러 (약 20조 3,406억 원)	0
5	쇼퍼스 (Shoppers)	드럭스토어	약 137억 6,700만 캐나다달러 (약 12조 5,478억 원)	0
6	유니프릭스 (Uniprix)	드럭스토어	약 33억 6,900만 캐나다달러 (약 3조 706억 원)	0

자료: 오프라인 유통매장 현지조사 결과

37) 1캐나다달러= 911.44원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 캐나다 미숫가루 주요 오프라인 유통채널 ① 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(H-Mart)			
	기업구분	한인마트			
	홈페이지	www.hmart.ca			
	위치	밴쿠버(Vancouver)			
	규모	기타 규모	• 매장 수('21): 약 7개		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1982년 미국에서 설립 • 캐나다로 진출 • 한아름그룹에서 운영하며 미국, 캐나다, 영국에 유통채널을 보유 • 판매, 유통을 위한 통합된 물류 시스템을 보유 			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성, 여성	직업	주부, 교민
		연령대	20대~50대	소득수준	중산층



매장정보	영업시간	08:30~22:00		
	주소	370 Steeles Ave W, Thornhill, ON L4J 6X1		
	상권	근방에 4개의 공원과 학교 등 쏠힐 거주지역 중심에 위치		
	VMD	취급 브랜드	초립동이, 동서	
		진열 방식	카테고리별, 제품별	
매장 전경	 			

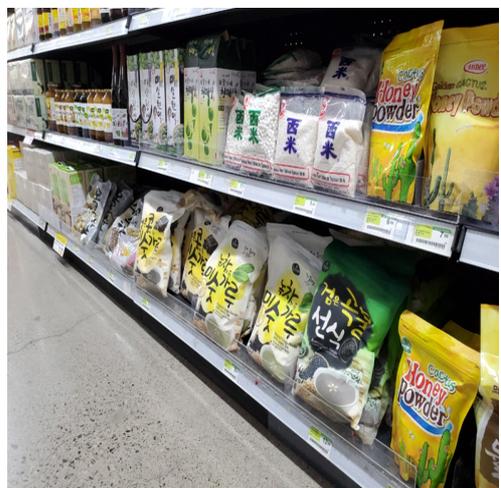
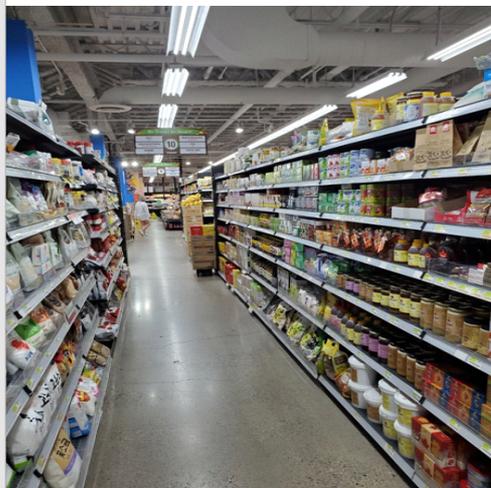
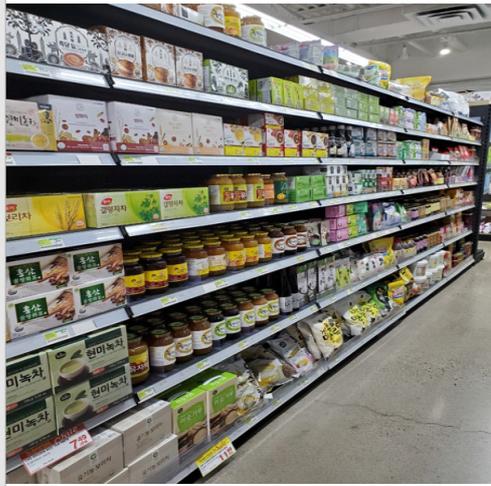
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.hmart.ca) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단에 'Customer Service' 클릭 - 왼쪽 메뉴에 'Customer Opinion' 클릭 • 홈페이지 기입정보 (제목, 이름, 이메일, 연락처, 메시지)
		<ul style="list-style-type: none"> • 전화를 통한 입점 문의 • 문의사항 연락처 +1-(0)604-939-0159

자료: 에이치마트 (H-mart)

사진 자료: 에이치마트 방문조사 (H-mart)

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



미숫가루 제품은 차(茶) 제품과 함께 진열되어 있음. 미숫가루는 ‘초립동이’ 브랜드 제품을 취급하고 있으며 미숫가루 외 유사 제품들 또한 ‘초립동이’ 브랜드 제품이 매대의 절반 이상을 차지하고 있음. 그 외 ‘동서식품’과 ‘다미즐’ 브랜드의 제품도 매대 일부를 차지하고 있음

판매 직원 인터뷰

에이치마트 판매 직원 인터뷰

- 미숫가루 제품 중 가장 잘 팔리는 제품은 ‘초립동이’ 제품임
- 주요 소비층은 한국 교민들임
- 해당 제품을 5캐나다달러 할인하는 행사 진행 중임

자료: 에이치마트 현지매장 방문조사

사진 자료: 에이치마트 현지매장 방문조사

입점 제품 리스트						
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	이미지
1	선식	초립동이	검은 콩이 든 미숫가루 (Black Bean Grain Powder)	한국	8.49캐나다달러 (약 7,738원)	
2	선식	초립동이	녹차가 든 미숫가루 (Bean Grain Powder W Green Tea)	한국	8.49캐나다달러 (약 7,738원)	
3	선식	초립동이	검은 곡물 선식 (Roasted Grain Powder)	한국	12.99캐나다달러 (약 1만 1,840원)	
4	차	다미즐	홍삼 꿀쌍화차 (Red Ginseng Honey Ssanghwa Tea)	한국	5.99캐나다달러 (약 5,460원)	
5	차	초립동이	현미녹차 (Brown Rice Tea)	한국	5.49캐나다달러 (약 5,004원)	

자료: 에이치마트 현지매장 방문조사

사진 자료: 에이치마트 현지매장 방문조사

② 갤러리아

기업 기본 정보	기업명	갤러리아(Galleria)		
	기업구분	한인마트		
	홈페이지	www.galleriasm.com		
	위치	토론토(Toronto)		
	규모	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('21): 약 5개 직원 수('21): 약 500명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 2003년 설립 대형 한인 슈퍼마켓 문화센터, 고객센터를 운영하고 가요제와 같은 행사 진행 온라인 쇼핑몰 보유 		
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 곡물류, 캔디류, 음료류, 신선식품, 주류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 냉동식품 등 		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 생활용품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단에 언어를 '한국어'로 전환 - 홈페이지 하단에 '협력업체 등록' 클릭 - 기입정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소 등) ② 회사 및 제품 관련 내용 (회사유형, 제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 희망입고량, 예상매출액 등) ③ 지불조건 - 문의사항 연락처 이메일: shopmaster@galleriasm.com 전화: +1-(0)647-352-5004 		

자료: 갤러리아(Galleria)

사진 자료: 토론토스타(TorontoStar), 갤러리아(Galleria)

③ 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.walmart.ca	
	위치	온타리오(Ontario)	
	규모	매출액('20)	약 230억 캐나다달러(약 20조 9,631억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 약 4,756개 직원 수('20): 약 220만 명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 슈퍼센터(Supercenter), 디스카운트스토어(Discount Stores)등 다양한 형태로 매장 운영 약 150개의 물류 센터를 통해 폭넓은 유통 채널 운영 온라인 쇼핑사이트 월평균 사용자 수 1억 명 이상 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 제품, 신제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지에서 직접 등록 (www.corporate.walmart.ca/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 체크리스트 참고하여 필요 정보 및 서류 확인 - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자이름, 공급자 번호/DUNS DUNS(Data Universal Numbering System): 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 번호, 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) 로컬 에이전트를 통한 등록 	

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews), 캐네디언그로서(Canadian Grocer)

④ 소베이스

기업 기본 정보	기업명	소베이스(Sobeys)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.sobeys.com		
	위치	노바스코샤(Nova Scotia)		
	규모	매출액('20)	약 223억 1,700만 캐나다달러(약 20조 3,406억 원)	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('20): 약 255개 • 직원 수('20): 약 12만 5,000명 		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1907년 설립 • 캐나다 자국 기업으로서 캐나다 내에서 두 번째로 큰 식품 소매업체 • 아이지아이(IGA), 세이프웨이(Safeway), 푸드랜드(Food Land), 프레시코(Fresh Co)등의 다양한 매장 브랜드 보유 		

매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품, 동물 복지 인증 제품 	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.sobeys.com) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단의 'HELP' 클릭 - 홈페이지 기입 정보 (이름, 이메일, 연락처, 거주지, 매장명, 질문유형, 메시지) • 로컬 에이전트를 통한 입점 등록 • 문의사항 연락처: +1-(0)902-468-1000
-------------	---------------------	--

자료: 소베이스(Sobeys)

사진 자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews), 캐네디언그로서(Canadian Grocer)

⑤ 쇼퍼스

기업 기본 정보	기업명	쇼퍼스(Shoppers)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.shoppersdrugmart.ca		
	위치	토론토(Toronto)		
	규모	매출액('20)	<ul style="list-style-type: none"> • 약 137억 6,700만 캐나다 달러(약 12조 5,477억 원) 	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('20): 1,300개 이상 • 직원 수('20): 1,200명 이상 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1962년 설립 • 캐나다 내 최대 드럭스토어 • 2014년 로블로우(Loblaw)에 의해 인수 • 본 매장과 더불어 홈 헬스 케어(Home health care) 운영 		

매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 건강보조식품, 다이어트식품, 간편식품, 캔디류, 비타민류, 화장품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 품질보증을 거친 제품 	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 지역에 따른 담당자 이메일로 등록 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 서부: jehnhamilton@shoppersdrugmart.ca 동부: rmsiahmed@pharmaprix.ca 중부: ranaik@shoppersdrugmart.ca
-------------	---------------------	--

자료: 쇼퍼스(Shoppers)

사진 자료: 씨비엠프레스(cbmpress), 씨에이톡(Catalk)

⑥ 유니프릭스

기업 기본 정보	기업명	유니프릭스(Uniprix)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	www.uniprix.com			
	위치	퀘벡(Quebec)			
	규모	매출액('20)	약 33억 6,900만 캐나다달러(약 3조 706억 원)		
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 약 330개 직원 수('20): 약 140명(본사) 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1977년 설립 캐나다 내 두번째로 큰 드럭스토어 유니프릭스, 유니프릭스 상트(Sante), 유니프릭스 클리닉(clinique) 운영 				

매장정보	입점기능품목	<ul style="list-style-type: none"> 건강보조식품, 다이어트식품, 간편식품, 캔디류, 비타민류, 화장품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 건강식품, 유기농식품 	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 등록 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 로컬 에이전트를 통한 등록 문의사항 연락처 +1 800 361-0845 514 725-1212 	
-------------	---------------------	---	--

자료: 유니프릭스(Uniprix)

사진 자료: 체인드럭리뷰(ChainDrugReview), 베르고(vergo)

Ⅶ. 진입장벽

1. 캐나다 미숫가루 통관 및 검역 절차
2. 캐나다 미숫가루 품질 인증
3. 캐나다 미숫가루 라벨링
4. 캐나다 미숫가루 성분 및 유해물질
5. 미국과 캐나다 통관·검역 절차 비교

1. 캐나다 미숫가루 통관 및 검역 절차³⁸⁾

▶ 캐나다 미숫가루 수출 시 주요 통관 단계

캐나다는 온라인으로 사업자번호를 등록하여 사전 등록절차를 진행하고 있음. 또한, 수출 시 식품 수입라이선스를 필요로 하며, 처음 수출되거나 위생, 라벨, 식품안전 등의 문제가 발생할 가능성이 있을 경우 수출자 부담으로 검사를 진행해야 함

[표 7.1] 캐나다 미숫가루 통관 검역 절차



38) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

2. 캐나다 미숫가루 품질 인증

▶ 캐나다 미숫가루, ‘캐나다 식품 수입라이선스’ 필수

캐나다로 미숫가루 수출 시 캐나다 식품 수입라이선스 인증을 필수적으로 받아야 함. 해당 인증은 캐나다 식품검역청이 식품안전 시스템 강화를 위하여 실시하고 있으며, 수입라이선스를 발급받기 위해서는 예방관리계획(PCP)을 업체 차원에서 개발하고 구현해야 함

[표 7.2] 캐나다 미숫가루 인증 취득 정보

인증명	취득 정보	
캐나다 식품 수입라이선스	마크	
	인증기관	<ul style="list-style-type: none"> 캐나다 식품검역청(CFIA)
	유형	<ul style="list-style-type: none"> 수출 시 필수등록(수입업체)
	인증내용	<ul style="list-style-type: none"> 캐나다 수입·유통업체가 식품 수입을 위해 취득하는 라이선스로, 국내 수출업체는 수출 전 수입업체로부터 라이선스 취득 여부를 우선 확인해야 함 식품 품목별로 규정 시행일이 상이한 가운데, 특정 비가공 식품의 경우 2020년부터 적용될 예정이며 식품첨가물 및 주류에 대해서는 라이선스 취득이 불필요함 수입 라이선스를 발급받기 위해서는 예방관리계획(PCP)을 업체차원에서 개발하고 구현해야함 수입라이선스에 대해서는 식품을 제조, 가공, 처리, 보존 및 포장 등의 활동을 하는 업체에 대해서 발급을 받을 수 있으며, 식용 동물 및 육류제품을 취급하는 업체의 경우에는 사업장 별로 업무시간에 대한 조건이 추가됨
도입취지 및 근거규정	<ul style="list-style-type: none"> 식품안전 시스템 강화를 위해 기존 14개의 식품관련 규정을 하나로 통합한 신규 식품안전법(SFCA) 규정을 시행하였으며, 식품 수입업체는 수입라이선스를 발급받아야 함 근거규정 식품안전법(SFCA), 식품의약품안전법(FDA), 식품의약품규정(FDR), 캐나다 식품안전규정(SFCR) 	

출처: 캐나다 식품검역청(CFIA), KATI농식품수출정보

3. 캐나다 미숫가루 라벨링

▶ 캐나다 미숫가루 라벨링, 붙어와 영어 병기 필수

캐나다로 미숫가루 수출 시 식품라벨의 모든 필수정보는 붙어와 영어 2개 언어로 표기되어야 함. 국내 업체가 캐나다로 포장제품 수출 시 캐나다 식품의약품 규정(FDR)의 라벨링, 패키징법을 준수하여야 라벨 적합 판정을 받을 수 있음. 캐나다 식품검역청(CFIA)의 ‘Nutrition Facts’는 2016년에 개정되어 그 중요성이 강조됨

[표 7.3] 캐나다 미숫가루 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 붙어와 영어의 2개 국어로 표기할 것 • 제품의 주표시면에 기재 할 것 • 활자 높이 최소 16mm 이상으로 할 것
	2. 원재료명 목록	<ul style="list-style-type: none"> • 제품을 구성하는 모든 원재료를 무게 순으로 기재 할 것
	3. 알레르기 유발 성분 표시	<ul style="list-style-type: none"> • 제품에 해당 알레르기 유발 성분이 포함돼 있으면 원재료명 목록에 이를 반드시 기재해야 함 • - 아몬드, 브라질넛, 캐슈, 헤이즐넛, 마카다미아넛, 피칸, 잣, 피스타치오, 호두, 땅콩, 참깨, 밀, 라이밀, 달걀, 우유, 대두, 갑각류, 어패류, 겨자씨, 글루텐, 아황산염(10 ppm 이상 함유)
	4. 내용량	<ul style="list-style-type: none"> • 액체 식품은 mL, ml, ML, mℓ ,L, l , ℓ 단위로, 고체 식품은 g, kg 단위로 표기 중량과 소포장 식품은 개수와 함께 기재 할 것 • 주표시면에 붙어와 영어 2개 국어로 표기할 것 • 활자 높이 최소 16mm 이상으로 할 것
	5. 판매자 이름과 업체 주소	<ul style="list-style-type: none"> • 바닥면을 제외한 모든면에 기재 가능하며 붙어 또는 영어로 1.6mm 이상의 크기로 기재하고 주소는 우편을 보낼 수 있도록 정확하게 할 것 • 수입 식품은 ‘imported by/ import’e par’ 혹은 ‘imported for/import’e pour’을 뒤에 기재할 것
	6. 품질유지기한	<ul style="list-style-type: none"> • 소매용 포장제품 중 유통기한이 90일 이하인 제품은 유통기한 및 보관 방법, 또는 포장 날짜와 보관방법을 기재할 것 • 소매용 외의 포장제품으로 90일 이하의 유통기한 제품은 ‘best before’/‘meilleur avant’ 날짜와 함께 일상온도 보관이 아닐 경우 보관방법을 기재할 것

출처: 캐나다 식품검역청(CFIA), 캐나다 Consumer Packaging and Labelling Act, KOTRA, 한국식품연구원

[표 7.3] 캐나다 미숫가루 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	7. Nutrition Facts 표시	<ul style="list-style-type: none"> • 불어와 영어의 2개 국어로 표기할 것 • 활자체는 San Serif 폰트, Arial 폰트, Helvetica 폰트 등이 허용되지만 Times New Roman체는 사용할 수 없음 • 식사대용식, 영양보충제, 저에너지 다이어트 식품에는 ‘Nutrition Facts’ 표시가 허용되지 않음 • 제품의 포장(패키지)에 기재 제품을 개봉했을 때 손상되지 않는 위치에 표시할 것
	8. 성분정보	<ul style="list-style-type: none"> • 함유량이 많은 것부터 적은 것 순으로 기재할 것 • 향신료, 조미료, 허브류 등의 성분은 순서에 상관없이 뒤에 기재할 수 있음 • 성분 및 구성요소는 일반명으로 기재할 것
	9. 정보 표시면	<ul style="list-style-type: none"> • 주표시 기재내용에는 제품명, 실중량, 감미료 등을 기재할 것 • 판매자 이름과 업체 주소, 보관 지침, 품질유지기한, 원재료명 목록, ‘Nutrition Facts’, 알레르기 유발 성분 표시 등을 기재할 것
	10. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 필수 표기사항은 영어와 불어 두 가지 언어로 표기할 것 • 단, 제조자·수입자·유통자의 상호와 주소는 예외적으로 영어와 불어 중 택일해 표기할 수 있음
	11. 감미료	<ul style="list-style-type: none"> • 원재료명 목록 표기와는 별도로, 제품의 주표시면에 감미료(aspartame, sucralose, acesulfame-potassium, neotame)를 표시할 것
	12. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 원산지 국가명을 반드시 기재할 것 • 와인, 유제품, 꿀, 생선, 과일과 채소, 계란, 육류 등의 제품은 ‘Product of Korea’를 표기할 것

출처: 캐나다 식품검역청(CFIA), 캐나다 Consumer Packaging and Labelling Act, KOTRA, 한국식품연구원

▶ 캐나다 미숫가루 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링 1]



[옆면 라벨링 2]

[앞면 - 영문]

- ① Product Name : 15 Grain Mixed Powder with Yam
- ② Product Brand: 초립동이
- ③ NET : 800g

[앞면 - 국문]

- ① 제품명 : 검정깨와 마가 들어간 15곡 미숫가루
- ② 브랜드명 : 초립동이
- ③ 순중량 : 800g

[옆면 1 - 영문]

- ① Ingredients
 - Sugar
 - Soybean Powder
 - Vegetable Creamer (Malt, Hydrogenated Oil Palm, Sweet Whey Powder)
 - Brown Rice Powder
 - Rice Flour
 - Barley
 - Potato Starch
 - Dextrin
 - Grape sugar
 - Glutinous Rice Powder
 - Salt
 - Black Sesame
 - African Milet
 - Red Bean,
 - Brown Rice
 - Yam Powder

[옆면 1 - 국문]

- ① 원재료명
 - 설탕
 - 대두분말
 - 식물성 크리머 (맥아, 수소첨가유지, 스위트 유청분말)
 - 현미 분말
 - 쌀가루
 - 보리
 - 감자전분
 - 덱스트린
 - 포도당
 - 찹쌀분말
 - 소금
 - 검은깨
 - 기장
 - 팥
 - 현미
 - 참마 가루

- Corn Powder
- Buckwheat Flour
- Oat
- CONTAINS: Milk, Soybean

- 옥수수 가루
- 메밀 가루
- 귀리
- 우유, 콩을 포함함

[옆면 2 - 영문]

[옆면 2 - 국문]

① Nutrition Facts :

Nutrition Facts	
40 servings per container	
Amount per serving	
Calories 75	
% Daily Value	
Total Fat	0.8%
- Saturated Fat	0%
- Trans Fat	
Cholesterol	5%
Sodium	1%
Total Carbohydrate	6%
- Dietary Fiber 0g	0%
- Total Sugars 5.5g	
Includes 4.5g Added Sugars	9%
Protein 0g	

② Imported by

- Seoul Trading USA Co.
Englewood, NJ 07631 U.S.A.
- Seoul Trading Inc.
1610 Boundary Blvd, Auburn, WA,
98001 U.S.A.
- Remond Grocery Corp.
8956 Sorensen Ave, Suite #1 Santa Fe
Springs, CA 90670-2611
- Lemond Trading Corp.
4461 Malaai St. Honolulu, HI 96818
- Delta Trading CO., LTD.
P.O. B0x 10001 PMB A-7 Saipan MP
96950-8901
- Carson Guam Corporation.
P.O. Box 6368 Tamuning, Guam
96931

① 영양성분 :

영양성분	
용기당 40인분	
1회 제공량	
75 칼로리	
% 일일 섭취량	
총 지방	0.8%
- 포화 지방	0%
- 트랜스 지방	
콜레스테롤	5%
나트륨	1%
총 탄수화물	6%
- 식이섬유 0g	0%
- 총 당류 5.5g	
4.5g 첨가당 포함	9%
단백질 0g	

② 수입 업체

- 서울무역 USA(주) 잉글우드, 뉴저지주
07631 U.S.A.
- 서울무역(주)
1610 바운더리 대로, 어범, 워싱턴주,
98001 U.S.A.
- 리먼드 식료품(주)
8956 소렌센 거리, 스위트 #1 산타페
스프링스, 캘리포니아주 90670-2611
- 레몽 무역(주)
4461 호놀룰루 말라이거리, 하와이
96818
- 델타 무역(주)
P.O. 박스 10001 PMB A-7 사이판 MP
96950-8901
- 카슨 괌(주)
P.O. 박스 6368 타무닝, 괌 96931

- Seoul Trading Corp.
#1 1560 Broadway St. Port Coquitlam,
BC, V3C 2M8 Canada

- Lemond Food Corp.
193 Jardin Dr. Vaughan, ON L4K 1X5
Canada

③ Product Of : Korea

④ Best Before : 2022. 03. 09

- 서울무역(주)
#1 1560 코퀴틀럼항구 브로드웨이 거리,
브리티시 컬럼비아주, V3C 2M8 캐나다

- 레몽 푸드(주)
193 자딘 닥터 본, 온타리오주 L4K 1X5
캐나다

③ 원산지 : 한국

④ 유통기한 : 2022. 03. 09

4. 캐나다 미숫가루 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

캐나다는 식품안전규정에 따라 수입, 혹은 수출할 식품에 식품첨가물 또는 그 외의 첨가물을 사용할 수 있음. 캐나다로 수입되는 식품은 제47조와 81조에 따라 제조, 포장 및 라벨링 한 것이어야 함. 하기 표의 식품유형은 한국의 식품공전에 따라 캐나다 유사기준을 적용한 것으로 해석상 오류가 있을 수 있음. 따라서 캐나다의 현행규정을 반드시 확인해야 함

[표 7.4] 고객사 미숫가루 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	한국식품유형
1	과황산암모늄	Ammonium Persulphate	250 ppm	밀가루류
2	글루코오스옥시다아제	Glucose oxidase	GMP	밀가루류
3	말테이스	Glucosylase	GMP	밀가루류
4	황산알루미늄칼륨	Potassium Aluminum Sulphate	900 ppm	밀가루류
5	트랜스글루타미나제	Transglutaminase	GMP	밀가루류
6	아세톤 과산화물	Acetone Peroxides	GMP	밀가루류
7	염화 암모늄	Ammonium Chloride	2,000 ppm	밀가루류
8	벤조일퍼옥사이드	Benzoyl Peroxide	150 ppm	밀가루류
9	베타아밀라제	Beta-amylase	GMP	밀가루류
10	탄산 칼슘	Calcium Carbonate	900 ppm	밀가루: 통밀가루류
11	아조디카본아미드	Azodicarbonamide	45 ppm	밀가루: 통밀가루류
12	L-아스코르브산	Ascorbic Acid	200 ppm	밀가루: 통밀가루류
13	L-시스테인염산염	L-cysteine hydrochloride	90 ppm	밀가루: 통밀가루류

출처: KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

캐나다는 식품의약품규정에 따라 유해물질을 규정하고 있으며, 해당 규정의 제 15절인 ‘식품의 불순물’에 제시되어 있음. 유해물질 규정에서는 ‘식품 중 오염물질 및 기타 불순물 목록’과 설명, 규정이 적용되지 않는 식품 내 존재하는 물질, 그리고 변질된 것으로 볼 수 있는 조건 등을 제시하고 있음

[표 7.5] 고객사 미숫가루에 대해 별도로 설정된 잔류농약 기준

순번	유해물질명	함량정보	한국식품유형	분류 PVO ³⁹⁾
1	Bentazone	0.01 ppm	우유류	P
2	Broflanilide	0.02 ppm	우유류	P
3	Flumioxazin	40 ppm	우유류	P
4	Flupyradifurone	0.07 ppm	우유류	P
5	Mineral oil	0.003	우유류, 기타 농산가공품류, 밀가루류, 덱스트린, 포도당, 설탕	O
6	Mandestrobin	0.01 ppm	우유류	P
7	Polychlorinated Biphenyls	검토 중	우유류	O
8	Pyroxasulam	0.01 ppm	우유류	P
9	Tetraconazole	0.06 ppm	우유류	P
10	Tetradifon	0.05 ppm	우유류	P
11	Trifludimoxazin	0.01 ppm	우유류	P
12	bixafen	0.05 ppm	우유류	P

출처: KATI농식품수출정보

39) 유해물질 분류(P, V, O) - 농약(P): Pesticide, 동물용의약품(V): Veterinary medicine, 기타(O): Others

▶ **잔류농약**

캐나다 보건부(Health Canada)는 건강에 해로운 영향을 끼칠 위험이 있는 농약처리된 작물에 대해 최대 허용 기준(MRL)을 규정함. 해당 규정은 농약을 포함하는 신선농산물과 가공식품에 대한 것임. 만약 가공식품의 최대 허용 기준이 해당 식품의 원재료인 신선농산물의 기준과 다를 경우 별도의 기준치가 적용됨. 수용이 불가능할 정도로 위험한 것으로 판단되는 제품은 캐나다 내 판매가 불가함

[표 7.6] 고객사 미숫가루에 대해 별도로 설정된 잔류농약 기준

순번	농약명	식품명	기준(ppm)
1	Carfentrazone-ethyl	Oat milling fractions	0.8
2	Chlorthal-dimethyl	Yams	2
3	Lambda-cyhalothrin	Sunflower oil	0.3
4	Malathion	Whole meal and flour from wheat	2
5	Mesotrione	Soybean flour	0.05
6	Tetraconazole	Wheat flour	0.08
7	Tetraconazole	Barley flour	0.5

출처: 캐나다 보건부

▶ 알레르겐

알레르기 유발 성분이 함유되었을 시 라벨링 내 모든 예방 주의 문구 뒤에 성분 목록 혹은 예방 방지 문구를 제시해야 함. 캐나다 수출 시 알레르기 유발 성분 표기 의무를 엄격하게 적용하여야 함. 해당 문제로 인하여 한국 제품의 리콜이 발생한 사례들이 존재함

[표 7.7] 고객사 미숫가루 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 미숫가루 포함 여부
1	필수	아몬드 등 견과류	-
2	필수	땅콩	-
3	필수	참깨	-
4	필수	밀과 라이밀	√ (통밀분)
5	필수	달걀	-
6	필수	우유	√ (식물성크림분)
7	필수	대두	√ (대두분)
8	필수	갑각류	-
9	필수	패류	-
10	필수	어류	-
11	필수	겨자씨	-
12	필수	글루텐	-
13	필수	아황산염	-

출처: KATI농식품수출정보

5. 미국과 캐나다 통관·검역 절차 비교⁴⁰⁾⁴¹⁾

미국으로 수출 시와 캐나다로 수출 시의 몇 가지 차이점이 존재하는 것으로 분석됨. 캐나다의 경우 통관이 미국보다 비교적 수월하며 세관 업무 또한 미국보다 편리하고 사용자 친화도도 높은 것으로 평가되고 있음. 하지만 통관 관련 정보 부족으로 인하여 어려움을 겪는 기업들이 존재함. 수출 시 수입식품 검사 관련, 캐나다는 처음 수출되거나 위생 등의 안전문제가 발생할 수 있는 경우 수출자 부담으로 검사가 시행됨. 반면, 미국의 경우 세관국경보호국 내의 FDA의 판단을 기준으로 고위험군에 해당되는 경우에만 시행됨

수출 시 운송 관련, 캐나다와 미국 모두 동일하게 항공을 이용할 시 도착 4시간 전에 CBSA에 사전보고가 필수임. 해상을 이용할 시 미국은 도착 8시간 전에 보고해야 하는 반면, 캐나다는 24시간 전에 보고해야 하는 차이가 있음

식품 규정과 관련하여서도 캐나다와 미국의 차이점이 존재함. 라벨 규정의 경우에 캐나다와 미국이 동일하게 제품명, 실중량, 제조업체 이름과 주소, 원재료명 목록 등을 필수적으로 요구하지만, 캐나다의 경우에는 추가적으로 보관 지침과 품질 유지기한이 요구됨. 또한, 캐나다의 알레르겐 대상 성분은 미국의 알레르겐 대상 성분에서 참깨, 조개류, 겨자씨, 글루텐, 아황산염이 추가로 포함되어 있음

‘Nutrition Facts’ 표시 규정의 경우 캐나다 규정의 표시 대상들이 모두 미국 규정에 포함되며, 미국 규정에는 콜레스테롤, 단백질, 비타민 D가 추가되어 있음. 해당 표시 규정의 경우 미국은 영어로 표시하지만, 캐나다는 영어와 불어를 함께 표시해야 하는 차이가 존재함

40) 자료: 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS)(www.fas.usda.gov)

41) 자료: 한국식품연구원(www.kfri.re.kr)

Interview ① 비타세이브(Vitasave)

42)

비타세이브
(Vitasave)

유통업체

담당자 정보

Team Leader

vitasave.ca

비타세이브(Vitasave)
Team Leader

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

비타세이브는 2013년에 설립된 건강식품 전문 유통업체로, 비타민, 보충제, 다이어트 식품, 바다케어 제품 등 7,500개 이상의 제품을 취급하고 있습니다. 밴쿠버에 본사, 오프라인 마켓, 플래그쉽 스토어 등을 두고 있으며 창고는 밴쿠버와 토론토에 위치하고 있습니다.

Q. 캐나다 내 식사대용식품 규정은 어떤가요?

캐나다는 식사대용식품(meal replacement)에 대하여 엄격하게 관리하고 있습니다. 캐나다 식품·의약품 규정 중 식사대용식품의 필수 조건⁴³⁾을 보면, 1회 제공량 당 칼로리는 최소 225kcal 일 것, 지방 함량이 영양 성분의 35%를 넘지 않을 것, 비타민/미네랄의 최소/최대치를 지킬 것 등 세세한 규제 사항이 있습니다. 해당 사항을 준수하지 않을 경우, '식사대용식품'으로 판매 혹은 홍보 할 수 없습니다.

Q. 캐나다 내 식사대용식품의 수요는 어떤가요?

캐나다의 식사대용식품 규정이 엄격하기 때문에, 많은 업체들은 주로 체중 조절용 제품으로 판매하고 있습니다. 식사대용식품은 체중을 감량하고자 하는 비만 환자들에게 더 인기 있는 제품입니다. 일부 소비자들은 운동 전후에 마시기도 하지만, 단백질 음료의 수요가 더 높습니다.

Q. 캐나다 내 곡물 파우더 드링크의 수요는 어떤가요?

대부분의 캐나다 소비자들은 곡물 파우더 드링크 제품에 익숙하지만, 이를 주식으로 소비하지는 않습니다. 그러므로 캐나다의 곡물 파우더 시장 규모는 매우 작으며 수요도 높지 않습니다. 곡물 파우더 드링크를 판매하고 있는 업체도 많지 않습니다.

42) 사진자료: 비타세이브(Vitasave) 홈페이지

43) B.24.200, FDR

Q. 캐나다로 미숫가루 수출 시, 주요 소비자는 누구일 것으로 예상하나요?

다수의 캐나다 소비자들은 식사대용식품을 선호하지 않지만, 몸매 관리에 관심이 있는 20-35세 젊은 층 사이에서는 식사대용식품의 수요가 어느 정도 있는 편입니다. 그러나 미숫가루는 아직 캐나다에서 잘 알려진 제품이 아니기 때문에 소비자를 특정하기는 어렵습니다.

Q. 고객사의 스틱형 미숫가루는 캐나다에서 판매되기에 적절한가요?

캐나다에서 스틱형 패키지는 커피에 주로 사용되고 있으며 식사대용식품에서는 스틱형 패키지를 보지 못했습니다. 캐나다에서 패키지는 제품 판매에 큰 영향을 끼치지 않으며 가격, 맛, 텍스처, 향미, 인증, 브랜드 평판 등이 더 중요한 구매 요인입니다.

Q. HACCP 인증 취득이 마케팅적인 효과가 있나요?

일부 캐나다 소비자들은 건강한 식습관에 매우 관심이 많고 식품 구매 전 인증, 영양 성분, 칼로리, 지방량 등을 꼼꼼하게 확인합니다. 그렇기 때문에 HACCP 인증은 장점이 될 수도 있지만, 아직 인증을 고려하는 소비자들은 매우 적습니다.

Q. 캐나다로 수출 시, 라벨 규제 사항은 무엇인가요?

캐나다에서 식품을 판매하기 위해서는 라벨에 제품명, 원산지, 유통기한, 성분, 알레르기 유발 성분, 영양성분표 등의 정보를 반드시 표기해야 합니다. 필수적인 라벨링 사항은 반드시 영어와 프랑스어를 모두 사용하여 작성해야 합니다. 다만, 업체 및 판매자 정보의 경우, 둘 중 한 가지 언어로만 작성하여도 됩니다.

Interview ② 에이치마트(H-Mart)

44)

에이치마트
(H-Mart)

유통업체

담당자 정보

Departmental Manager



에이치마트(H-Mart) Departmental Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

에이치마트는 1982년에 설립된 한인마트로, 캐나다 내 7개의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 채소, 과일, 육류, 해산물, 유제품, 김치, 즉석식품 등 다양한 제품을 취급하고 있으며 미숫가루도 판매하고 있습니다.

Q. 캐나다 내 웰빙 트렌드는 어떤가요?

일반적으로 캐나다 소비자들은 가공식품이나 인스턴트 식품 등 오랜 기간 보관이 가능한 제품을 선호하지 않습니다. 최근 각종 매체를 통해 건강한 식습관에 대해 많이 알려지게 되면서 소비자들 사이에서도 건강에 대한 인식이 증가하였으며, 앞으로도 건강식품이 트렌드로 자리 잡을 것으로 예상됩니다.

Q. 캐나다 내 곡물 파우더 드링크의 수요는 어떤가요?

저희 업체의 주요 소비자는 한국인이며 비교적 캐나다 소비자들은 매우 적은 편입니다. 그동안의 판매 경험으로 비추어 보았을 때 캐나다 현지인의 곡물 파우더 드링크 수요는 낮습니다. 곡물 파우더 드링크는 주로 한국인 소비자에게 인기 있으며 이를 식사 대용 혹은 체중 조절용으로 먹습니다.

Q. 업체에서 판매하고 있는 미숫가루 제품은 무엇인가요?

한국인 소비자들의 경우, 곡물 파우더 드링크 제품을 많이 찾고 있으며 판매량도 높습니다. 저희 업체에서는 곡물 드링크 파우더 제품으로는 검은 곡물 선식, 검은콩 미숫가루, 녹차 미숫가루, 15곡 미숫가루를 판매하고 있습니다. 그러나 해당 제품들을 '식사대용식품'으로 판매·홍보하고 있지는 않습니다.

Q. 고객사 제품의 주요 소비자는 누구일 것으로 예상하나요?

한국인 소비자들 사이에서는 고객사 제품의 인지도가 높은 편입니다. 저희 업체에서도 오프라인 매장에서 고객사 제품을 판매하고 있습니다. 스틱형 미숫가루 12개입(총 240g)의 판매 가격은 6.49달러(한화 약 7,190원)⁴⁵⁾입니다.

Q. HACCP 인증 취득이 마케팅적인 효과가 있나요?

건강을 중요시 생각하는 소비자들이 늘어남에 따라 식품 인증 취득이 판매에 긍정적인 영향을 끼칠 수 있을 것으로 예상됩니다. 그러나 다른 구매 요인보다 인증을 중요시하여 제품을 구매하는 소비자들은 아직 적기 때문에 HACCP 인증이 절대적인 판매량에 영향을 끼칠 수 있을 지는 확신할 수 없습니다.

45) 1달러=1,107.40원 (2021.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ③ 티엔티슈퍼마켓(TNT Supermarket)

46)

티엔티슈퍼마켓
(TNT Supermarket)

수입유통업체

담당자 정보

Manager



티엔티슈퍼마켓(TNT Supermarket) Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

티엔티슈퍼마켓은 1993년에 설립된 밴쿠버 최대의 아시안 슈퍼마켓 체인입니다. 현재 캐나다에 28개의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 한국, 중국, 베트남, 태국, 인도 등 다양한 국가의 식자재를 판매하고 있습니다.

Q. 캐나다 내 식사대용식품 규정은 어떤가요?

캐나다에서 식사대용식품을 판매하기 위해서는 칼로리, 지방 함량 등 다양한 기준을 준수해야 하며, 캐나다 정부가 정한 기준에 벗어난다면 ‘식사대용식품’이라는 명칭을 사용할 수 없습니다. 저희 업체에서도 다양한 곡물 파우더 드링크를 판매하고 있지만, 식사대용식품은 켈로그(Kellogg) 제품 하나만을 판매하고 있습니다.

Q. 캐나다 내 곡물 파우더 드링크의 수요는 어떤가요?

곡물 파우더 드링크는 캐나다인보다는 아시안 소비자들에게 더 인기 있습니다. 이는 체중 감량에 도움을 주고 가격도 저렴하기 때문에 많은 아시안 소비자들이 식사대용으로 먹고 있습니다. 일부 소비자들은 바빠서 식사할 시간이 없을 때 간단하게 먹기도 합니다.

Q. 캐나다 내 RTD 및 곡물 파우더 드링크의 시장 동향은 어떤가요?

캐나다의 RTD(Ready-To-Drink) 시장은 최근에서야 떠오르기 시작하여 소비자들의 수요는 아직 낮은 편입니다. 캐나다에서 건강에 대한 인식이 증가함에 따라 현지 소비자들과 아시아 소비자들 모두 점차 건강한 식습관으로 바꾸고자 노력하고 있습니다. 그러나 이러한 흐름이 곡물 파우더 드링크의 판매에 영향을 끼치고 있다고 볼 수는 없습니다.

46) 사진자료: 티엔티슈퍼마켓(TNT Supermarket) 홈페이지

Q. 고객사 제품의 주요 소비자는 누구일 것으로 예상하나요?

미숫가루의 경우, 캐나다 현지 소비자들보다는 아시아 소비자들에게 익숙한 맛이기 때문에 주요 소비자는 아시아인, 특히 한국, 중국, 일본, 베트남, 태국 등의 동남아시아 소비자가 될 것으로 예상됩니다.

Q. 고객사의 스틱형 미숫가루는 캐나다에서 판매되기에 적절한가요?

저희 업체에서 판매하고 있는 곡물 파우더 드링크 제품 중에는 스틱형 포장 제품이 없습니다. 캐나다에서는 주로 원형 통이나 비닐 팩에 파우더가 담겨 있는 경우가 많기 때문에 스틱형 포장은 캐나다 시장에서 매우 새로운 제품입니다.

캐나다(Canada) 미숫가루 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 식사대용식품 수입 · 유통업체 ○ · 미숫가루 수입 · 유통업체 ○	업태 ▶	유통업체	유통업체	수입유통업체
	식사대용 식품 or ▶ 미숫가루 취급			
		식사대용식품	미숫가루	식사대용식품
사진 자료: 비타세이브, 에이치마트, 티엔티슈퍼마켓 제품 판매 페이지				

캐나다(Canada) 미숫가루 전문가 인터뷰 요약			
고객사	최근 트렌드	곡물 파우더 드링크 수요	제품 피드백 및 조연사항
비타세이브 (Vitasave) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 캐나다는 식사대용식품을 엄격하게 관리함 식사대용식품은 비만 환자들에게 수요가 있음 	<ul style="list-style-type: none"> 곡물 파우더 드링크의 수요 낮음 캐나다 내 미숫가루 인지도 낮음 	<ul style="list-style-type: none"> 패키지는 판매에 큰 영향을 끼치지 않음 인증을 고려하는 소비자들은 매우 적음 라벨링은 영어와 프랑스어 모두 기재
에이치마트 (H-Mart) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 캐나다 소비자들은 가공식품을 선호하지 않음 건강식품이 트렌드로 떠오를 것으로 예상 	<ul style="list-style-type: none"> 주로 한국인 소비자들에게 인기 한국인에게 고객사 제품의 인지도 높음 	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장에서 고객사 미숫가루 판매 중 미숫가루를 '식사대용식품'으로 판매하지 않음
티엔티슈퍼마켓 (TNT Supermarket) 수입유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 건강에 대한 인식 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 현지인 보다는 아시안 소비자들에게 더 인기 	<ul style="list-style-type: none"> 미숫가루의 주요 소비자는 아시아인일 것으로 예상 스틱형 포장은 매우 새로움
(*) 현지 경쟁품 취급 전문가 인터뷰 3개사			

IX. 시사점

Export Insights

시장수요

캐나다 식사대용식품 규모, 한국과 유사



캐나다 식사대용식품 시장규모는 약 4,302억 원으로 한국과 유사한 규모를 보이며, 향후 5년간 연평균 3%의 완만한 성장세를 보일 것으로 예상됨. 특히 비만이 코로나19 감염 시 부작용 발현의 요인이 될 수 있다는 점과, 캐나다의 높은 과체중 및 비만율(전체 인구의 60%)로 인해 '체중조절 및 웰빙 식품' 시장에 대한 관심이 증대되고 있음

반면 캐나다 현지 소비자들 사이에서 미숫가루의 인지도가 매우 낮은 편이며, 곡물 파우더 자체의 시장규모가 작음. 또한 주요 소비자인 한인 및 아시아인 사이에서도 미숫가루는 '식사대용식품'으로서의 인식이 낮아 이에 대한 대안이 필요할 것으로 예상됨



캐나다 온라인 식사대용식품 홍보문구 키워드

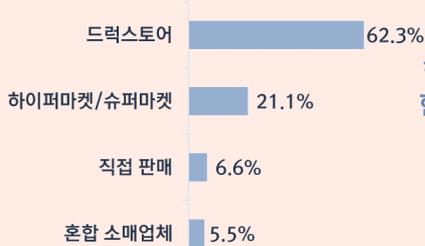
소비 특징

캐나다 식사대용식품, 주요 키워드 '균형잡힌', '비건' 등



온라인 쇼핑몰에서 판매되는 캐나다 식사대용식품 299여 건을 분석함. 주요 성분 키워드로 '단백질', '글루텐 프리', '비타민', '무설탕', '초콜릿' 등이 빈출하였으며, 곡물 관련 키워드는 '대두', '명콩'이 확인되었으나 그 키워드 빈도가 높지는 않았음

주요 홍보문구로는 '균형잡힌', '건강한', '비건', '유기농' 등 건강 관련 키워드가 상위 대부분을 차지하여 캐나다 소비자들의 건강에 대한 높은 관심을 확인할 수 있음. 이외에도 '편리한', '허기', '간편한', '바쁜' 등의 키워드를 통해 바쁜 현대인들을 대상으로 편리하게 한 끼 식사를 대체할 수 있다는 점을 소구하는 것을 확인함. 두 가지 소구점 모두 고객사가 활용할 수 있으나, 보건당국의 '식사대용식품'에 대한 규정이 매우 까다로우며, 곡물 파우더를 식사대용식품으로 인식하는 소비 트렌드가 확인되지 않아 주의가 필요함



캐나다 체중 관리 및 웰빙식품 유통채널 점유율

유통채널 현재 유통채널은 한인마트, 온라인



캐나다 '체중 관리 및 웰빙식품'의 유로모니터상 유통채널 점유율과, 현재 실제 캐나다에서 미숫가루가 판매되고 있는 유통채널 사이에 차이가 있는 것으로 확인됨. 식사대용식품, 영양음료 보조제, 다이어트 보조제 등을 포괄하는 '체중 관리 및 웰빙식품' 제품은 캐나다 내 '드럭스토어'의 점유율이 60% 이상으로 가장 높았으며, 다음으로 '하이퍼마켓/슈퍼마켓', '직접판매' 순으로 나타나, 잠재 유통채널로 확인됨

반면, 현지조사결과 미숫가루 제품들은 주로 '한인·아시아마트', '온라인 쇼핑몰'을 통해 판매되었으며 한국산 제품이 대다수임. 다음으로 중국산, 인도산 제품들이 확인됨. 이를 통해, 제품 포지셔닝에 따라 진입 가능 유통채널이 매우 달라짐을 알 수 있음



Export Insights

수출 확대 전략

현지 캐나다인보다는
캐나다 거주
한인, 아시아인 대상
수출확대 선행 필요



Point 01 타기팅 캐나다 내 아직 미숫가루는 인지도가 매우 낮으며, 곡물 파우더 드링크에 대한 수요도 낮은 편임. 주로 단백질, 비타민, 미네랄 등의 성분이 함유된 '슬림패스트', '허벌라이프 뉴트리션' 등의 제품을 식사대용식품으로 섭취하며, 캐나다 정부의 식사대용식품에 대한 규정도 까다로움

반면 한인·한인마트, 온라인 매장을 중심으로 한국산·중국산 등의 미숫가루 제품이 판매되고 있음. 따라서, 현지 캐나다인보다는 캐나다 거주 한인·아시아인 등을 대상으로 섭취의 간편함을 중점적으로 소구하여 수출 확대를 선행할 필요가 있음

수출 확대 전략

고객사의 스틱형 소포장,
현지 소비자에게는
이색적



Point 02 현지화 캐나다 내 판매되는 식사대용식품을 살펴본 결과, 대부분이 파우치나 캔 등의 형태로 판매되어 스틱형 포장은 이색적인 제품임. 따라서 스틱형 제품의 편리함과 위생적임 등은 셀링포인트로 작용할 수 있을 것으로 예상됨. 또한, 최근 건강과 웰빙에 대한 인식이 확대됨에 따라, 고객사 제품의 건강에 좋은 성분을 중점적으로 홍보할 필요가 있음. 특히 최근 Hot Cereals와 그레놀라, 뮤즐리 제품 등이 웰빙 트렌드와 맞물려 수요가 매우 성장하고 있으므로, '아침식사 제품'으로 포지셔닝 하는 것을 추천함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Weight Management and Wellbeing in Canada」, 2020.11
2. 캐나다 정부(Government of Canada), 「Consumer Packing and Labelling Act」, 1985
3. 유로모니터(Euromonitor), 「E-Commerce in Canada Country Report」, 2021.03
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Canada Country Report」, 2021.03
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Canada Country Report」, 2021.02
6. 코리아타임즈(www.koreatimes.net), 「'온라인 고객을 사로잡아라' 코로나에 식품점 쇼핑사이트 경쟁」, 2020.08
7. 다이렉트셀링뉴스(www.directsellingnews.com), 「DSA of Canada Reports 26% Industry Growth in 2020」, 21.07

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
4. 아마존 캐나다(Amazon) (www.amazon.ca)
5. 스테티스타(Statista) (statista.com)
6. 캐나다 보건부(Health Canada) (www.canada.ca)
7. 캐나다 식품검역청(Canadian Food Inspection Agency) (www.inspection.canada.ca)
8. 대한무역투자진흥공사(KOTRA) (www.kotra.or.kr)
9. 관세청(www.customs.go.kr)
10. 한국식품연구원(www.kfri.re.kr)
11. 캐나다 국세청(www.canada.ca/en/revenue-agency.html)
12. 비타세이브(Vitasave) 홈페이지 (www.vitasave.ca)
13. 에이치마트(H-Mart) 홈페이지 (www.hmartca.com)
14. 티엔티슈퍼마켓(TNT Supermarket) 홈페이지 (www.tntsupermarket.com)
15. 브이룸(Vroom) (www.uvroom.ca/en)
16. 월마트캐나다(Walmart Canada) (www.walmart.ca/en)
17. 아마존 캐나다(Amazon Canada) (www.amazon.ca/)
18. 아키펠라고호프(Archipelago of Hope) (archipelagohope.com/)
19. 그루폰(Groupon) (www.groupon.com/)
20. 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) (www.supermarketnews.com/)
21. 캐네디언그로서(Canadian Grocer) (canadiangrocer.com/)
22. 코리아타임즈(Korea Times) (www.koreatimes.co.kr)
23. CNN(www.cnn.com)
24. 체인드러그리뷰(ChainDrugReview) (www.chaindrugreview.com/)
25. 베르고(vergo) (vergo.com/en/)
26. 시밀리웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
27. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
28. 토론토스타(TorontoStar) (www.thestar.com/?redirect=true)
29. 갤러리아(Galleria) (https://www.galleriasm.com/)
30. 이베이 캐나다(Ebay Canada) (www.ebay.ca)
31. 에이치마트(H-mart) (www.hmart.ca)
32. 소베이스(Sobeys) (www.sobeys.com)
33. 쇼퍼스(Shoppers) (www.shoppersdrugmart.ca)
34. 유니프릭스(Uniprix) (www.uniprix.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.08.27

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

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea