한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

시장 분석형

No. 2022-210

품목 천연 조미료(Natural Seasonings)

HS CODE 2103.90.9030

국가 호주(Australia)

KaTi
농식품수출정보

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

Ⅰ 시장 현황 및 통계 3

1. 조미료 시장 규모
2. 수출입 통계

Ⅱ 트렌드 12

1. 제품 트렌드

Ⅲ 유통 17

1. 유통구조
2. 주요 유통채널 분석

Ⅳ 통관 및 제도 27

1. 통관 및 검역
2. 인증
3. 라벨링
4. 위생 요건

Ⅴ 시사점 42

1. 수출 확대 방안

I

시장 현황 및 통계

01 조미료 시장 규모

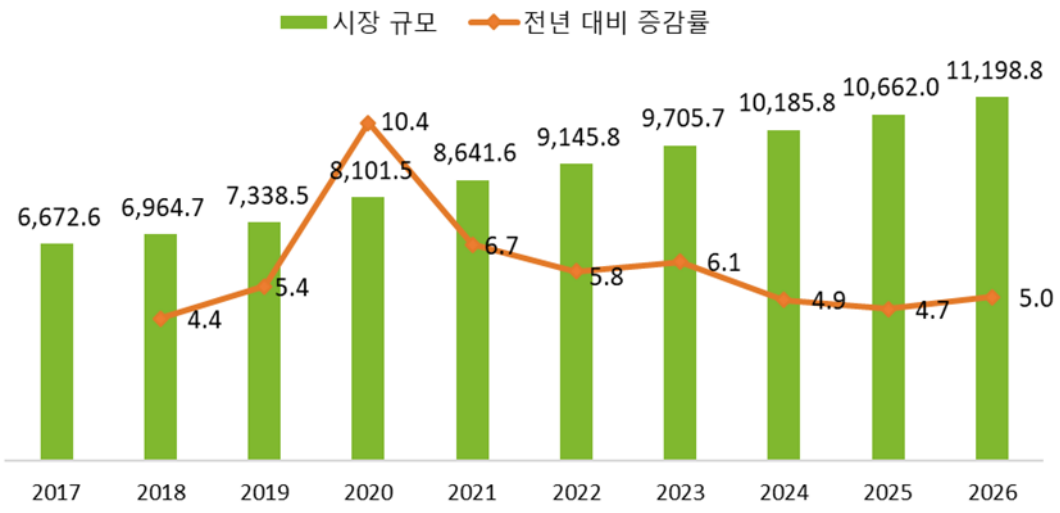
호주 소스, 드레싱, 조미료 시장 현황

2020년 호주의 소스 및 조미료 제품을 비롯한, 식사 및 스프류 제품, 식용유지, 달콤한 스프레드 제품이 포함된 '요리 재료 및 식사류' 시장 규모는 전년 대비 10.4% 큰 폭으로 성장하며 81억 150만 호주 달러를 기록함. 2021년 시장 규모는 전년 대비 6.7% 성장하여 86억 4,160만 호주 달러를 기록함

향후 5년간(2022-2026년) 호주 요리 재료 및 식사류 시장 규모는 연평균 성장률 5.2%를 기록하며 지속 성장하여 2026년 111억 9,880만 호주 달러를 기록할 것으로 전망됨

표 1 **호주 요리 재료 및 식사류 시장 규모 추이(2017-2026년)**

(단위: 백만 호주 달러, %)



자료: Euromonitor International

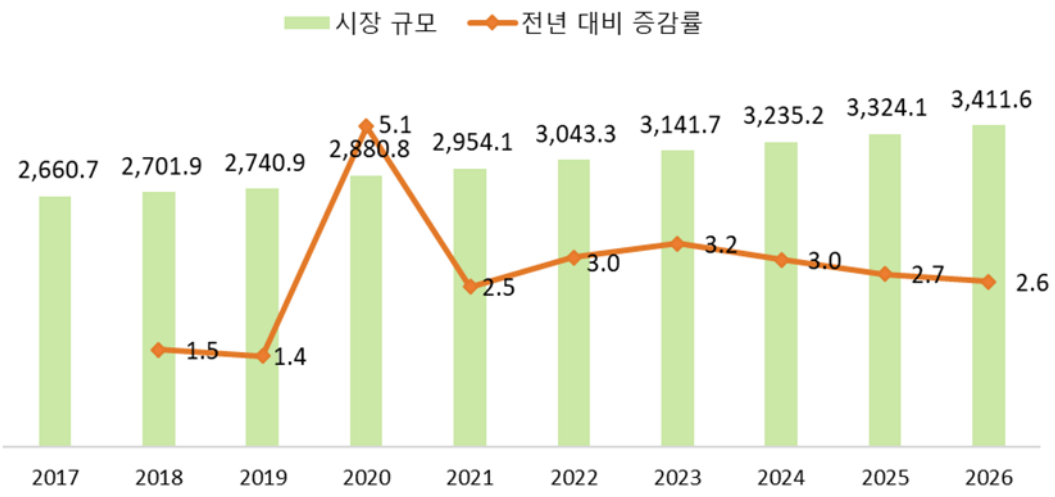
2020년 호주 소스, 드레싱, 조미료 시장 규모는 전년 대비 5.1% 증가한 28억 8,080만 호주 달러를 기록함. 2021년 기준 시장 규모는 전년 대비 2.5% 증가하여 29억 5,410만 호주 달러를 기록함. 이는 코로나19 사태가 장기화되면서 가정에서 요리하는 빈도가 증가함에 따라, 요리에 사용되는 육수 제품을 비롯한 소스류 제품의 소비가 증가한 것으로 분석됨

- 소스, 드레싱, 조미료 시장 규모는 조리용 소스, 디핑 소스, 절임류 제품, 테이블 소스, 토마토 파스타 및 퓨레, 기타 소스, 드레싱 및 조미료의 합계임

향후 5년간(2022-2026년) 연평균 2.9% 성장하여 2026년 호주 소스, 드레싱, 조미료 시장 규모는 34억 1,160만 호주 달러에 이를 것으로 전망됨

표 2 호주 소스, 드레싱, 조미료 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 백만 호주달러, %)



자료: Euromonitor International

호주 소스, 드레싱, 조미료 시장 브랜드 점유율

Euromonitor International에 따르면, 2022년 호주 소스, 드레싱, 조미료 시장 주요 브랜드는 Mars Inc의 Masterfoods, Simplot Co, J R의 Leggo's, Monde Nissin Corp의 Black Swan, Campbell Soup Co의 Campbell's, Wilmar International Ltd의 Praise이며, 각 브랜드의 시장 점유율은 8.4%, 4.7%, 4.3%, 4.0%, 3.7%임

1911년 설립된 미국의 식품 기업 Mars Inc 산하의 브랜드 Masterfoods는 호주에서 가장 인기 있는 허브 및 향신료, 레시피 베이스, 마리네이드, 조미료 및 소스 제품을 판매하는 브랜드 중 하나임

The J R Simplot Co,의 브랜드 Leggo's에서는 파스타 및 소스류 제품, 토마토 페이스트, 페스토 및 퓨레, 파스타 소스 및 베이크 등을 판매함. 이는 호주 소비자들 사이에서 이탈리아 음식 소스 제품으로 유명함

Campbell Soup Co의 스프류 제품을 주로 생산하는 브랜드인 Campbell's에서는 머쉬룸 크림 스프, 치킨 크림 스프, 치킨 누들 스프, 토마토 스프 등의 제품을 판매하고 있음

표 3 **호주 소스, 드레싱, 조미료 시장 내 주요 브랜드 점유율(2022년)**

순위	회사명	주요 브랜드	시장 점유율(%)
1	Mars Inc	Masterfoods	8.4
2	The J R Simplot Co,	Leggo's	4.7
3	Monde Nissin Corp	Black Swan	4.3
4	Campbell Soup Co	Campbell's	4.0
5	Wilmar International Ltd	Praise	3.7
6	Bega Cheese Ltd	Vegemite	3.6
7	Rice Growers Ltd	Always	2.9
8	Kraft Heinz Co	Gravox	2.5
9	Mars Inc	Dolmio	2.4
10	Chris' Dips	Chris' Greek Dips	2.3

자료: Euromonitor International

02 수출입 통계

통계 분석 기준

글로벌 수입 규모 파악을 위해 천연 조미료 글로벌 공통 HS CODE인 2103.90을 조사 기준으로 설정했으며, 호주 수입 규모 파악을 위해서 HS CODE인 2103.90을, 한국 수출 규모 파악을 위해서 HS CODE 2103.90.9030을 기준으로 함

표 4 **천연 조미료 제품 통계 HS CODE 기준 설정**

조사항목	HS CODE
글로벌 수입 규모	2103.90
호주 수입 규모	2103.90
한국 수출 규모	2103.90.9030

글로벌 수입 규모

2021년 글로벌 천연 정제형 조미료 육수(HS CODE 2103.90) 수입 규모는 124억 300만 달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 8.5% 성장함. 최대 수입국은 미국으로 12.8%를 차지하였으며, 이어서 영국(6.0%), 캐나다(4.8%), 독일(4.7%), 프랑스(4.7%) 순을 기록함

호주는 수입국 중에서 7위를 기록했으며, 2021년 기준 수입 규모 약 3억 5,700만 달러, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균성장률은 5.5%를 기록함

한국은 2021년 기준 약 2억 5,200만 달러를 수입하여 전체 수입국 중 12위를 기록함. 최근 5년간 연평균성장률은 7.3%를 기록함

표 5 천연 정제형 조미료 육수 글로벌 수입 규모(2017-2021년)

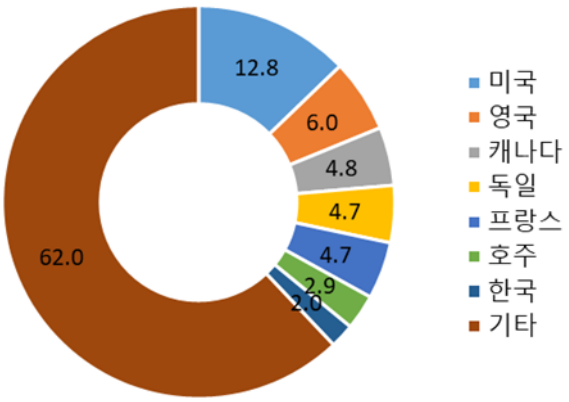
(단위: 백만 달러, %)

수입국가		2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌		8,944	9,856	10,170	10,766	12,403	8.5
1	미국	998	1,078	1,135	1,348	1,587	12.3
2	영국	628	683	720	741	747	4.4
3	캐나다	491	524	509	533	596	5.0
4	독일	395	436	441	511	587	10.4
5	프랑스	417	454	466	470	582	8.7
7	**호주**	288	316	316	348	357	5.5
12	한국	191	216	207	219	252	7.3

자료: International Trade Centre

표 6 글로벌 천연 정제형 조미료 육수 국가별 수입 비중(2021년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre

호주 수입 규모

2021년 호주의 천연 정제형 조미료 육수(HS CODE 2103.90) 수입 규모는 약 3억 5,700만 달러로, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 5.5% 성장함

- 對태국 수입 비중이 17.1%로 가장 높고, 이어서 뉴질랜드(12.9%), 미국(11.8%), 일본(9.0%) 순을 기록함
- 對한국 수입 규모는 2021년 기준 800만 달러를 기록함

표 7 호주 천연 정제형 조미료 육수 수입 규모(2017-2021년)

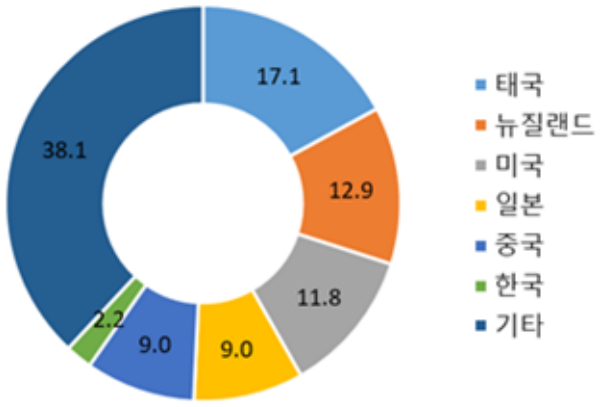
(단위: 백만 달러, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌		288	316	316	348	357	5.5
1	태국	44	51	55	62	61	8.3
2	뉴질랜드	42	45	45	43	46	2.4
3	미국	41	42	40	40	42	1.1
4	일본	19	23	20	22	32	13.9
5	중국	26	32	31	33	32	4.8
11	한국	5	6	6	7	8	11.8

자료: International Trade Centre

표 8 호주 천연 정제형 조미료 육수 국가별 수입 비중(2021년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre

한국 수출 규모

2021년 한국의 천연 정제형 조미료 육수(HS CODE 2103.90.9030) 글로벌 수출량은 7,403톤, 수출액은 3,532만 5,800달러를 기록함
- 이는 전년 대비 각각 4.1%, 12.7% 증가한 수치임

2021년 수출액 기준 상위 5개국은 미국(22.2%), 싱가포르(18.6%), 일본(16.9%), 나이지리아(10.1%), 중국(6.1%) 순으로 조사됨

표 9 한국 천연 정제형 조미료 육수 對글로벌 수출 규모(2017-2021년)

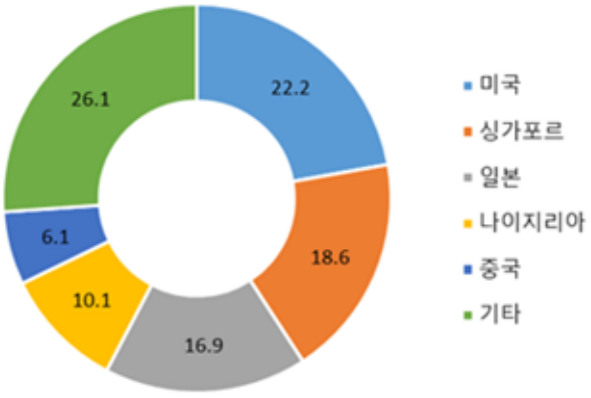
(단위: 톤, 천 달러)

구분	2017	2018	2019	2020	2021
수출액	29,831.2	29,831.2	34,120.6	31,344.3	35,325.8
증감률(%)	26.2	26.2	14.4	-8.1	12.7
수출량	6,239.0	6,239.0	6,950.2	7,114.5	7,403.2
증감률(%)	13.0	13.0	11.4	2.4	4.1

자료: KATI농식품수출정보

표 10 한국 천연 정제형 조미료 육수 국가별 수출 비중(2021년)

(단위: %)



자료: KATI농식품수출정보

2021년 기준 HS CODE 2103.90.9030 1위 수출국인 對미국 수출액은 약 783만 6,700달러를 기록했음. 뒤를 이어서 2위 수출국인 對싱가포르 수출액은 657만 4,500달러를 기록했으며, 3위 수출국인 對일본 수출액은 596만 8,200달러를 기록함

- 2021년 11위 수출국인 對호주 수출액은 약 64만 2,300달러를 기록함

표 11 한국 천연 정제형 조미료 육수 국가별 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
순위	글로벌	29,831.2	29,831.2	34,120.6	31,344.3	35,325.8
1	미국	4,934.3	5,365.6	5,870.6	6,317.3	7,836.7
2	싱가포르	1,028.8	4,271.3	6,957.5	5,472.0	6,574.5
3	일본	3,393.1	4,291.2	4,808.2	5,060.3	5,968.2
4	나이지리아	2,826.3	3,547.5	3,561.6	4,048.6	3,570.8
5	중국	1,736.0	2,153.3	2,110.1	2,277.5	2,165.5
11	호주	855.5	686.8	845.0	609.8	642.3
기타		15,057.2	9,515.5	9,967.6	7,558.8	8,567.8

자료: KATI농식품수출정보

Ⅱ

트렌드

01 제품 트렌드

호주에서 판매 중인 한국산 소스류 제품

코로나19 이후 가정에서 요리하는 빈도가 늘어나면서 가정에서 요리 시 간편하게 사용할 수 있는 BBQ 소스, 쿠킹 소스, 가루형 조미료 제품의 수요가 꾸준히 증가하는 추세임

Euromonitor International에 따르면, 호주에서 아시안 음식의 인기가 높아짐에 따라 간장, 굴 소스, 피쉬 소스 등의 인기가 증가하고 있음. 또한, 해외 여행 제한으로 인해 호주 현지에서 이국적인 음식을 맛보고 싶어 하는 호주 소비자들을 위한 아시안 음식 전문 식당도 증가하고 있음. 이러한 수요에 맞춰 현지 슈퍼마켓, 식료품점 등에서는 아시안 소스 제품의 카테고리를 확장하고 있음

호주 시장에서 판매 중인 대표적인 아시안 소스로는 간장, 굴 소스, 피쉬 소스, 데리야끼 소스 등이 있으며, 보통 호주 현지 아시안 식품 전문 벤더가 해외에서 제품을 수입하여 소매업체에 공급하고 있음

- 현지에서 가장 인기 있는 한국식 소스 제품은 BBQ 소스이며 불고기, 갈비, 잡채 양념 등이 100~240g 소용량 패키지로 판매되고 있음

표 12 호주 내 판매 중인 한국산 BBQ 소스(좌), BBQ 및 잡채 소스(우)

자료: Real Foods

호주 내 한식의 인지도 및 인기가 높아짐에 따라 현지 기업들은 고추장 등의 매운 소스 제품을 생산하기 시작함. 대표적인 예로, 딩고 소스(Dingo Sauce Co)에서는 고추장에 간장, 참기름, 식초, 설탕 등을 넣어서 제조한 한국식 BBQ 소스 제품을 런칭하여 현지 슈퍼마켓, 식료품점, 온라인 소스 전문점에서 판매하고 있음

온라인에서 판매 중인 천연 조미료 육수 제품

호주 유통업계 점유율 1위인 Woolworths의 온라인 유통채널에서 천연 조미료 육수 제품을 검색한 결과, 대표적인 제품은 다음과 같음

Maggie Beer Natural Bone Broth Free Range Chicken 육수 제품은 500ml 용량에 8.00호주 달러로 판매되고 있음. 100% 호주산 닭과 야채로 만든 천연 조미료 육수 제품임을 패키지 상단에 표시하여 제품을 홍보하고 있음. 해당 천연 조미료 육수 제품은 인공 향료, 색소, 보존제 등을 포함하고 있지 않으며 저염 육수 제품임

Broth & Co Natural Bone Broth 농축액 제품은 소고기 맛 육수 제품으로 275g 용량에 29.95 호주 달러로 판매되고 있음. 온라인 쇼핑몰 상에서 첨가물이 포함되지 않은 천연 조미료 육수 제품으로 소개하고 있으며, 제품 이미지에 맞는 유리병 패키지를 선택함

표 13 온라인 유통채널에서 판매 중인 대표적인 천연 조미료 육수 제품 예시

제품명	Broth & Co Natural Bone Broth Concentrate Grass Fed Beef	제품명	Maggie Beer Natural Free Range Chicken Bone Broth 500ml
중량	275g	중량	500ml
가격	29.95호주 달러	가격	8.00호주 달러
패키지	유리병	패키지	파우치
맛	소고기 맛 육수	맛	치킨 및 야채 맛 육수

자료: www.woolworths.com.au

빅데이터 분석

호주 내 웹 트래픽 수가 높은 아마존에서 조미료(seasoning)에 대한 분석을 진행함
- 분석의 단계는 데이터 수집, 데이터 정제, 데이터 분석 순임
- 수집 항목은 제품 소개란(성분, 홍보 문구), 소비자 반응(리뷰)이며 총 수집 건수는 제품 62건, 소비자 반응 295건임

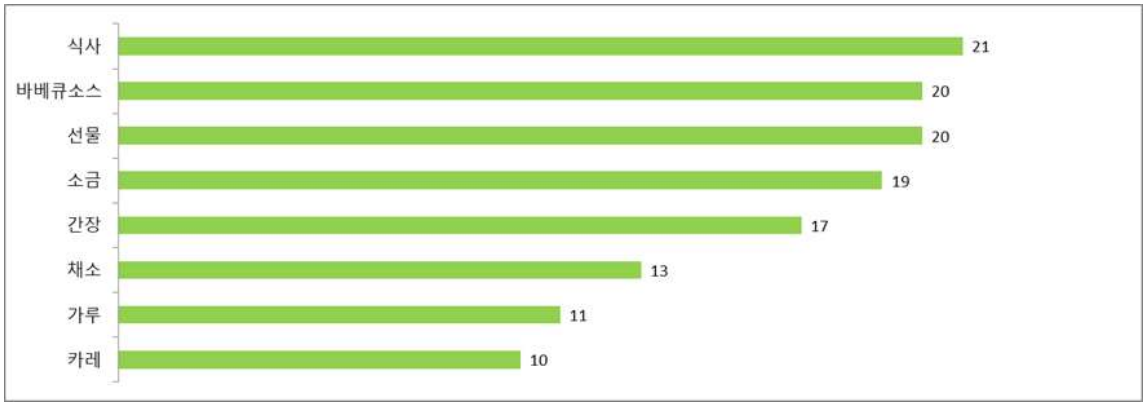
1. 제품 특성 주요 키워드 추출

조미료 제품 소개 출현 단어 빈도는 제품과 직접적인 단어의 경우 제외함. 빈도는 식사 21건, 선물 20건, 바비큐소스 20건 3순으로 높았으며, 다른 주요 단어들로는 소금, 간장, 채소, 가루, 카레 등이 출현함. 호주 온라인 쇼핑몰 내 출시 중인 조미료에 대한 주요 키워드는 조미료와 관련된 다양한 식재료가 검색되었으며, 선물용으로도 출시되고 있음

표 14 제품 특성 출현 단어 빈도

순위	출현 단어	출현 빈도
1	식사	21
2	선물	20
3	바베큐소스	20
4	소금	19
5	간장	17
6	채소	13
7	가루	11
8	카레	10

표 15 제품 특성 출현단어 빈도



2. 동시출현단어 분석

연관단어 출현 빈도는 아래 표와 같으며 조미료 소개 시 간장소스가 가장 높은 빈도로 검색됨. 또한 조미료를 보관하는 보관함(투명상자, 유리병)과 다양한 소스(BBQ, 아로마)의 종류들도 검색되었음. 그리고 훈제라는 키워드 BBQ 소스와 직접적으로 관련 있는 것으로 추정됨

표 16 제품 특성 연관단어 출현 빈도

순위	연관단어	특징
1	간장 소스	17
2	투명 상자	6
3	bbq 문지르다	5
4	망고 가루	5
5	유리 병	4
6	고품질 재료	4
7	소금 물	3
8	레몬에이드 음료	3
9	훈제장 선물	2
10	아로마 소스	2

3. 리뷰 출현 단어 분석

조미료 제품을 구매한 소비자들의 리뷰에서는 동시출현단어와 마찬가지로 간장 소스가 가장 높은 빈도를 보였으며, 카레, 고기, 닭고기, 돼지고기 등 식재료가 함께 검색됨. 또한, 크리스마스 선물로 조미료를 구매한 사례를 찾아볼 수 있었으며, 대부분의 키워드 모두 고기를 조리할 때 쓰이는 키워드가 연관되어 있음

표 17 소비자 반응 연관단어 키워드 빈도

순위	연관단어	빈도순위
1	간장 소스	14
2	카레 반죽	5
3	고기 연화제	3
4	크리스마스 선물	2
5	스테이크 고기	2
6	닭고기 맛	1
7	혼합 훈제	1
8	돼지고기 바베큐	1

III

유통

01 유통구조

호주 천연 조미료 육수 제품 유통구조

호주에서 소스, 드레싱, 조미료는 슈퍼마켓과 할인점을 중심으로 유통되고 있음

- Euromonitor International에 따르면, 호주 조미료 유통채널은 크게 오프라인 기반의 소매 유통과 온라인 기반의 비소매 유통으로 분류됨
- 2022년 소매 판매액 기준 소매 유통과 비소매 유통은 각각 전체의 98.5%, 1.5%를 차지함
- 소매 유통은 다시 현대식 유통과 전통식 유통으로 구분되며, 2022년 소매 판매액 기준 현대식 유통이 전체의 91.5%를 차지함. 현대식 유통의 세부 유통채널별 시장 점유율은 슈퍼마켓(80.4%), 할인점(10.7%), 편의점(0.2%), 포코트소매점(0.2%) 순임

따라서 천연 조미료 육수 제품의 주요 유통채널인 슈퍼마켓을 중점적으로 조사하였으며, 지원업체의 요청사항인 한인마트/아시안마트, 온라인 유통채널도 조사 범위에 포함함

표 18 **호주 소스, 드레싱, 조미료 유통채널별 시장 점유율 추이(2018-2022년)**

(단위: %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022
점포 소매	**현대식 유통채널**	**92.0**	**92.0**	**91.8**	**91.7**	**91.5**
	- 편의점	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
	- 포코트소매점	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2
	- 슈퍼마켓	80.7	80.8	80.6	80.6	80.4
	- 할인점	10.8	10.8	10.8	10.7	10.7
	전통식 유통채널	**7.1**	**7.1**	**7.0**	**6.9**	**7.0**
점포 소매 합계		**99.1**	**99.1**	**98.8**	**98.6**	**98.5**
무점포 소매	온라인	0.9	0.9	1.2	1.3	1.5
무점포 소매 합계		**0.9**	**0.9**	**1.2**	**1.3**	**1.5**
총합계		**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**

자료: Euromonitor International

02 주요 유통채널 분석

1. 슈퍼마켓/하이퍼마켓

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

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

표 19 호주 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 업체

(단위: %)

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

자료: Euromonitor International

주요 유통채널: 하이퍼마켓/슈퍼마켓

1. 울워스

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

2. 콜스

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

2. 아시안/한인마트

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

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

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

표 20 호주 주요 아시안마트/한인마트 업체

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

자료: 기업 홈페이지

주요 유통채널: 한인마트

1. 하나로마트

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

2. 케이티마트

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

3. 온라인

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

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

표 21 호주의 주요 온라인 유통채널

(단위: %)

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

자료: Euromonitor International

주요 온라인 유통채널

1. 아마존

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

2. 이베이

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

Ⅳ

통관 및 제도

01 통관 및 검역

한국 수출 통관 절차

출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

수입신고 서류 준비

① 정식 수출신고:
목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출

② 목록통관:
- 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
- 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
- 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음

③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간이한 방식으로 수출신고를 할 수 있음
- FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출 신고의 어려움을 해소할 수 있음
- 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세환급 등 혜택을 받을 수 있음

한국 수출 통관 절차도

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

서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음
- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소 제조기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

수출신고

수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수
- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

세관 심사

위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐
- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류 상 일치 여부를 확인함
- 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

선(기)적

수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

호주 수입 통관 사전 절차

ABN (Australian Business Number) 발급

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

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

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

(4) ABN(Australian Business Number) 발급 절차
외국에서 ABN 발급 신청을 하는 경우 온라인으로 신청 후 Reference Number을 확인하여 아래의 “Cover Sheet” 서류에 해당 번호를 기재하고, 호주 국세청으로 서류를 발송해야 함. 아래 서류는 ABN 발급 절차 링크[1]를 통해 다운로드 가능함
- 신분증명서(proof of identity)
- 영업활동 신고서(a statement of your business activities in Australia)
- 비거주자 ABN 신청서(Non-resident ABN application – certified identity documents cover sheet)

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

수입 허가 (Import Permit)

호주 검역규정(Quarantine Act 1908)에 따르면, 모든 식품 관련 수입은 수입 시 검역규정을 통과해야 함을 명시하고 있음. 수입 허가 대상에 해당하는 신선한 과일 및 야채, 유제품, 달걀 및 육류 등 동물성 식품의 경우, 식품 수입 전 수입 허가(Import Permit)을 받아야 함. 호주 농림수산부(Department of Agriculture, Fisheries, Forestry) 산하의 BICON(Biosecurity Import Conditions) 웹사이트에서 'Import Conditions'을 통해 수입 물품별 허가 필요 여부 및 요건을 확인할 수 있음

정제형 조미료 요건
- BICON에서 수입 허가의 필요 여부와 수입 조건에 대한 정보를 확인할 수 있음. 동물성, 진균성 또는 미생물성 성분을 함유한 분말 허브 혼합물은 수입 허가가 필요하며, 분말 제품(Powdered herbs for human consumption)은 500g 이하의 포장 단위일 경우 수입 허가는 필요하지 않음

식품첨가물 확인
- 호주로 수입되는 정제형 조미료는 식품 표준 코드 1.3.1 및 Schedule 15에 따라 허용되는 첨가물 및 최대 허용량을 충족해야 함. Schedule 15에서 소스의 경우 식품첨가물로 사용될 수 있는 물질과 최대 허용량을 확인할 수 있으나 혼합 조미료는 부재함
- 관련 규정은 식품기준청(FSANZ) 웹사이트[2]에서 확인할 수 있음

유해물질 확인
- 호주로 식품 수출 시 적용되는 식품의 유해물질 규정은 식품 표준 코드 1.4.1 및 1.4.2에서 규정하고 있음. 호주 내 수입 식품은 해당 규정을 충족시켜야 함.
- 관련 규정은 식품기준청(FSANZ) 웹사이트[3]에서 확인할 수 있음

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

2) https://www.foodstandards.gov.au/code/Pages/default.aspx
3) https://www.foodstandards.gov.au/code/Pages/default.aspx

호주 수입 통관 절차

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

수입 신고

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

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

제출 서류

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

물품 검사

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

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

식품 검역

호주 수입 식품은 생물보안법 2015에 따른 호주의 생물보안 규정과 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)이 관장하는 호주 식품안전기준(Australian Food Safety Standards)을 준수해야 함. 이를 기반으로 Risk food, Surveillance food 등으로 구분하여 검사가 진행되며, 카테고리별 자세한 사항은 다음과 같음. 식품별 기준은 FSANZ 홈페이지에서 확인할 수 있음

구분	내용
위험 식품 (Risk Food)	호주 검사규약에 따르면, 인체에 중-고 위험을 끼칠 수 있는 식품 제품군을 위험 식품으로 규정하고 있으며, 미생물 및 오염물질이 포함돼 있을 수 있는 식품군이 대상임. 위험 식품으로 규정된 식품들은 100% 검사가 진행되며, 5번 연속으로 검사를 통과할 경우 25%의 확률, 25번의 검사를 통과할 경우 5%의 확률로 검사가 진행됨. 호주 검역 기준에 부합하지 않는 경우 이들 식품은 즉시 반송 혹은 폐기되며, 검사를 통과하기 전까지 판매가 불가능함
감시 식품 (Surveillance Food)	위험 식품으로 규정되지 않은 식품 제품군은 모두 감시 식품으로 규정되며, 이는 인체에 저 위험도 식품으로 구분됨. 이들 제품군은 5%의 확률로 검사가 진행되며, 저 위험도로 구분됨에 따라 검사 결과 확인 전에 판매가 가능함. 만약 검사 결과에서 부적합 평가를 받을 경우, 수입자 부담 하에 수입한 제품 전량에 대해 리콜을 실시해야 함

관세 납부

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

화물 반출

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

02 인증

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points - 선택)

1. 개요

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

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

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

2. 대상 품목

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

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

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

3. 인증 절차[4)]

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

⬇

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

⬇

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

⬇

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

⬇

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

4. 제출 서류

HACCP을 신청할 경우 다음과 같은 서류가 필요함

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

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

5. 인증 기관

한국식품안전관리인증원 홈페이지를 통해 HACCP 인증절차 및 검사기관을 확인할 수 있음

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

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

6. 의무 적용 대상

1) 개요

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

2) 대상 식품

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

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

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

3) 유예 기간

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

4) 행정처분

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

03 라벨링

호주 주요 라벨링 표기 사항 상세

1. 라벨링 필수 표기 사항

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

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

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

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

04 위생 요건

식품 첨가물 규정

호주의 경우 호주·뉴질랜드 식품기준청 홈페이지[5]에서 식품 첨가물/유해물질과 관련하여 체계적이고 상세한 정보를 제공하고 있으며, 한국의 식약처에서도 식품법 관련 문서를 번역본으로 제공하고 있음. 호주에서는 식품 첨가물을 일반적으로 자체식품으로 섭취하지 않고, 식품의 주원료로 사용되지 않으나 1가지 이상의 기술적 역할을 목적으로 식품에 첨가되는 물질로 정의함. 식품에 부산물이 남을 수 있으며, 식품의 영양 측면을 목적으로 첨가되는 가공보조제, 비타민, 미네랄의 목적과는 구별되는 물질임

- 조미식품·소스류 제품과 관련된 식품 첨가물은 총 22건이 검색되며, 하기 표는 호주 소스류 제품에 적용되는 호주 식품 첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 사항은 호주·뉴질랜드 식품기준청 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인이 가능함

표 22 조미식품·소스류 제품에 적용되는 식품 첨가물 기준

물질명	식품 유형	최대 허용량
acesulfame potassium	소스와 토핑(마요네즈와 샐러드 드레싱 포함)	3,000mg/kg
alitame	소스와 토핑(마요네즈와 샐러드 드레싱 포함)	300mg/kg
aspartame-acesulfame salt	소스와 토핑(마요네즈와 샐러드 드레싱 포함)	6,800mg/kg
benzoic acid and sodium, potassium and calcium benzoates	소스와 토핑(마요네즈와 샐러드 드레싱 포함)	1,000mg/kg
calcium disodium edta(ethylenediamine tetraacetate)	소스와 토핑(마요네즈와 샐러드 드레싱 포함)	75mg/kg

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청, KATI농식품수출정보

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

유해물질

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

- 조미식품·소스류 제품과 관련된 유해물질은 총 18건이 검색되며, 하기 표는 호주 유해물질의 일부 기준임. 더욱 자세한 호주 유해물질 관련 기준은 호주·뉴질랜드 식품기준청 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인이 가능함

표 23 조미식품·소스류 제품에 적용되는 유해물질 기준

유해물질명	식품 유형	잔류 허용기준
1,3-dichloro-2-propanol (DCP)	간장 및 굴 소스	0.005mg/kg(40% 건조된 양을 기준으로)
3-MCPD (3-Monochloropropane-1,2-diol, 3-chloro-1,2-propanediol))	간장 및 굴 소스	0.2mg/kg(40% 건조된 양을 기준으로)
Buprofezin	동물성 식품을 제외한 모든 식품	0.05mg/kg(동물성 원료 제품 제외)
Bromoxynil	동물성 식품을 제외한 모든 식품	0.1mg/kg
Bixlozone	동물성 식품을 제외한 모든 식품	0.01mg/kg

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청, KATI농식품수출정보

알레르겐

호주 농업부(DAWE)[6]의 발표에 따라 필수 알레르기 항원 경고문의 표시 규정 및 감시 식품 검사기준이 변경됨. 호주 내 식품 알레르기를 유발하는 주요 항원 11개를 지정했으며, 해당 성분을 함유한 식품은 이를 라벨에 표기해야 함

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

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

V

시사점

01 수출 확대 방안

시장 여건

2020년 호주의 소스/드레싱/조미료 시장 규모는 전년 대비 5.1%, 2021년에는 전년 대비 2.5% 증가하여, 최근 시장 규모가 커지고 있는 것으로 파악됨. 이러한 현상은 비단 호주에서 뿐만 아니라 전 세계적으로 소스류 시장이 커지고 있는 경향이 나타나고 있음

이는 코로나19에 의해 가정에서 요리하는 빈도 증가, 조리 시 편리성을 추구하는 경향 확대, 새로운 메뉴 및 식재료에 대한 관심 증가와 에스닉 푸드의 인기 등과 맞물려서 나타나고 있음

호주의 천연 정제형 조미료 육수 수입 규모를 살펴보면, 한국으로부터 수입되는 규모는 2021년 기준 800만 달러이며, 2017~2021년 기간 동안 연평균 성장률 11.8%를 기록함

이를 통해 한국으로부터 수입되는 천연 정체형 조미료에 대한 호주 시장 반응이 긍정적인 것을 확인할 수 있으며, 한인 사회를 포함하여 K-푸드 조리를 시도하는 소비자와 해당 메뉴를 제공하는 음식점이 증가하고 있을 것이라 예측됨

수출 가능성 진단 및 전략

호주 내 한식의 인지도 및 인기가 높아짐에 따라 한식 메뉴 조리를 시도하는 소비층이 확대되고 해당 메뉴를 제공하는 음식점이 증가하고 있을 것이라 예상됨

새로이 한식 메뉴를 시도하는 소비자 및 음식점 입장에서는 조리의 편리성과 맛을 보장할 수 있는 조미료 사용에 의존할 가능성이 큼. 특히, K-푸드에 대한 관심이 커짐에 따라 기존에 알려진 메뉴(떡볶이, 불고기 등) 외에도 다양한 한식 메뉴에 관심을 가지고 시도할 가능성도 큼

지원 기업 제품은 국내 경쟁사의 정제형 조미료 가격과 비교하여 저렴하다고 볼 수 없으나, 호주의 국민 소득 및 소비 수준 고려 시 충분히 구매 가능한 가격 수준으로 볼 수 있음

또한, 한 알씩 포장되어 휴대와 이용이 편리한 점도 제품의 큰 장점으로 보이며, 호주의 경우 아웃도어 액티비티(캠핑 등)가 매우 활성화되어 있는 만큼, 어디에서나 한식을 편리하게 즐길 수 있다는 점을 부각시킬 필요가 있음

국내에서는 5종 맛이 한 패키지에 포장되어 출시되고 있는 것으로 파악되나, 각각의 맛별로 별도 패키지를 구성하는 것도 고려할 필요가 있음. 특히, 야채맛의 성분을 확인해 보니 베지테리언/비건 소비자도 충분히 구매할 수 있는 제품으로 판단되므로 이를 활용하는 것도 고려할 필요가 있음

제품의 타깃 소비자는 호주에 거주하는 한인, 아시아인, K-푸드에 관심이 있는 호주인일 것으로 판단됨. 오프라인 유통의 경우 해당 소비자들이 집중되어 있는 뉴사우스웨일즈 지역[7]에 있는 아시안/한인마트를 우선적으로 공략하는 것이 효율적으로 보임

정제형 조미료라는 특성(무게, 유통기한 등)을 고려하면 온라인 유통에 경쟁력이 있으나, 현재 호주의 온라인 유통 비중은 1.5%에 불과하며, 지역적/지리적 여건상 시장이 급격히 증가하기는 어려울 것으로 판단됨. 따라서, 온라인 유통으로의 진출은 차후 제품에 대한 시장 반응과 온라인 유통 성장을 지켜본 후 추후에 판단하는 것이 적절해보임

7) 2021년 기준 호주에 거주하는 한인 수는 113,907명으로 이 중 62.5%가 시드니가 있는 뉴사우스웨일즈 지역에 거주 중인 것으로 파악되고 있음(자료: 주 시드니 대한민국 총영사관 (https://overseas.mofa.go.kr/au-sydney-ko/brd/m_2484/view.do?seq=1297757&page=1)

참·고·문·헌

□ 참고 사이트

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

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산식품유통공사
발 행 일 자 2023. 01

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

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