



No. 2022-221  
품목 김치 조미료(Kimchi Seasoning)  
HS CODE 2103.90.9030  
국가 캐나다(Canada)



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

<b>I</b>	<b>시장 현황 및 전망</b>	3
	1. 시장 규모 2. 수출입 통계	
<b>II</b>	<b>트렌드</b>	10
	1. 소비 트렌드	
<b>III</b>	<b>유통</b>	15
	1. 유통구조 2. 주요 유통채널 분석	
<b>IV</b>	<b>통관 및 제도</b>	26
	1. 통관 및 검역 2. 인증 3. 라벨링 4. 위생요건	
<b>V</b>	<b>시사점</b>	45
	1. 수출 확대 방안	

# I

## 시장 현황 및 전망



# 01 시장 규모

## 캐나다 소스 및 조미료 시장 규모

2022년 캐나다 소스 및 조미료 시장 규모는 소매 판매액 기준 전년 대비 3.5% 증가한 44억 1,220만 캐나다 달러(약 4조 2,018억 원<sup>1)</sup>)를 기록함. 최근 5년간(2018-2022년) 연평균 성장률은 4.9%를 기록함

- 코로나19 이후 집에 머무는 시간이 증가하면서 직접 요리를 해 먹는 소비자들이 급증하면서 2020년 시장 규모는 전년 대비 13.6% 성장함

향후 5년간(2023-2027년) 시장 규모는 연평균 성장률 1.8%를 기록하며 지속 성장하여 2027년에는 48억 4,090만 캐나다 달러(약 4조 6,101억 원)에 달할 것으로 전망됨



그림 1

캐나다 소스 및 조미료 시장 규모 추이(2018-2027년)

(단위: 백만 캐나다 달러, %)



자료: Euromonitor International

1) 1캐나다달러=952.33원(2023년 2월 14일 하나은행 매매기준율 기준)

## 캐나다 조미료 시장 규모

지원 기업의 제품은 김치 조미료로 상위 품목인 조미료의 시장 규모를 조사함

2022년 캐나다 조미료<sup>2)</sup> 시장 규모는 소매 판매액 기준 전년 대비 0.05% 증가한 6억 4,420만 캐나다 달러(약 6,131억 원)를 기록함. 최근 5년간(2018-2022년) 연평균 성장률은 4.2%를 기록함

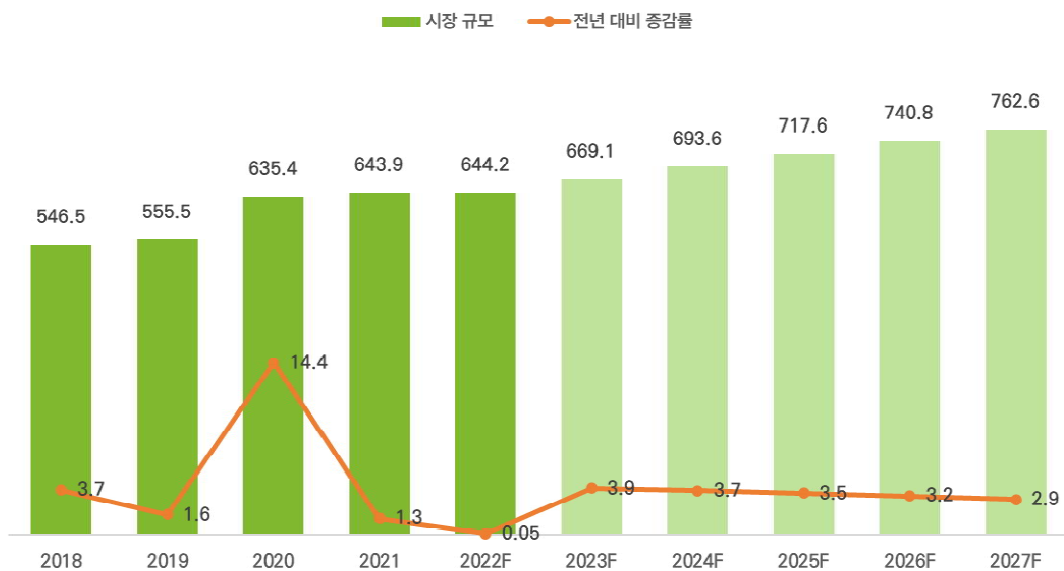
향후 5년간(2023-2027년) 시장 규모는 연평균 성장률 3.3%를 기록하며 지속 성장하여 2027년에는 7억 6,260만 캐나다 달러(약 7,258억 원)에 달할 것으로 전망됨



그림 2

캐나다 조미료 시장 규모 추이(2018-2027년)

(단위: 백만 캐나다 달러, %)



자료: Euromonitor International

2) 부용, 분말 조미료, 허브 및 향신료, 토마토 페이스트 및 뿌레를 포함함

# 02 수출입 통계

## 조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 2103

- 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자

HS CODE 2103.90

- 기타

HS CODE 2103.90.9030

- 혼합조미료

국가별 HS CODE

- 글로벌: 2103.90
- 캐나다: 2103.90
- 한국: 2103.90.9030



## 글로벌 조미료 수입 규모

2021년 글로벌 조미료(HS CODE 2103.90) 수입 규모는 124억 314만 6,000달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 8.5% 증가함

- 2021년 미국은 15억 8,704만 1,000달러를 수입하여 전체 수입 규모의 약 12.8%를 차지함
- 이어서 영국(6.0%), 캐나다(4.8%), 독일(4.7%), 프랑스(4.7%) 순으로 높은 비중을 차지함
- 2021년 캐나다는 5억 9,595만 7,000달러를 수입하여 전체 수입국 중 3위를 차지함

표 1 글로벌 조미료 규모 추이(2017-2021년)

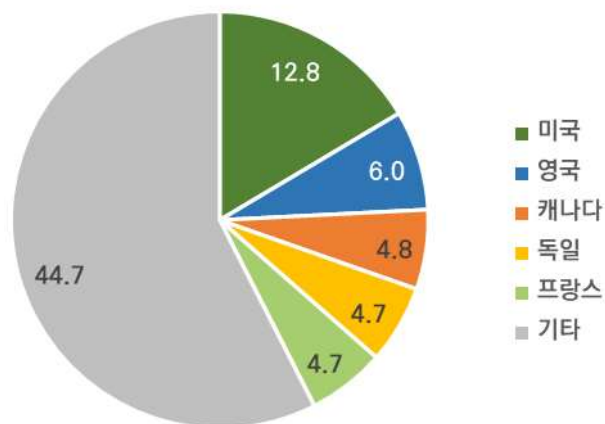
(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	8,943,593	9,855,860	10,169,547	10,765,814	12,403,146	8.5
1 미국	997,989	1,077,792	1,135,152	1,347,877	1,587,041	12.3
2 영국	628,341	682,848	719,598	741,005	746,827	4.4
3 캐나다	490,919	524,253	508,998	532,916	595,957	5.0
4 독일	395,486	436,213	441,327	510,544	587,313	10.4
5 프랑스	417,019	454,005	465,748	469,910	582,455	8.7
기타	6,013,839	6,680,749	6,898,724	7,163,562	8,303,553	8.4

자료: ITC World Trademap

그림 3 글로벌 조미료 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

## 캐나다 조미료 수입 규모

2021년 캐나다의 조미료(HS CODE 2103.90) 수입 규모는 5억 9,595만 7,000달러를 기록함

국가별 수입 규모를 살펴보면, 對미국 수입액이 4억 5,473만 2,000달러로 가장 큰 비중(76.3%)을 차지함

- 이어서 중국(2.5%), 태국(2.3%), 이탈리아(1.9%), 영국(1.9%) 순으로 높게 나타남

2021년 對한국 수입 규모는 758만 1,000달러로 전체 수입국 중 10위를 기록함



표 2

캐나다 조미료 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	490,919	524,253	508,998	532,916	595,957	5.0
1 미국	402,357	419,226	394,698	403,163	454,732	3.1
2 중국	9,599	11,801	12,495	14,449	14,621	11.1
3 태국	11,440	11,696	11,332	12,461	13,729	4.7
4 이탈리아	4,532	6,004	7,473	7,744	11,095	25.1
5 영국	10,303	13,988	11,442	14,709	11,044	1.8
10 한국	3,852	4,484	5,062	6,318	7,581	18.4
기타	48,836	57,054	66,496	74,072	83,155	14.2

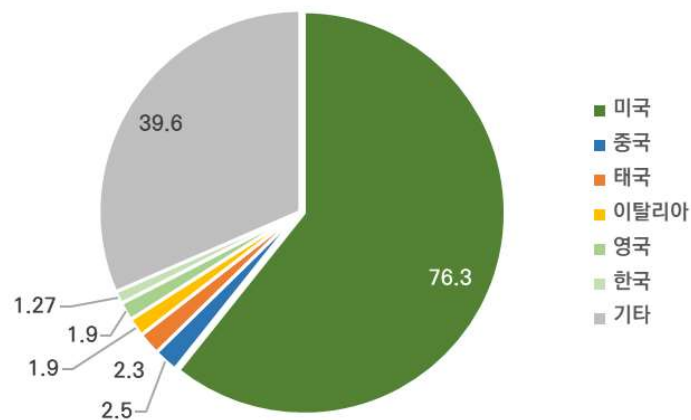
자료: ITC World Trademap



그림 4

캐나다 조미료 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap



## 한국 조미료 수출 규모

2021년 한국의 조미료(HS CODE 2103.90.9030) 수출 규모는 3,532만 6,000달러, 수출량은 7,403톤을 기록함

- 수출액은 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률 10.6%를 기록함
- 수출량은 최근 5년간 연평균 성장률 7.6%를 기록함

2021년 한국의 對캐나다 조미료 수출 규모는 59만 9,800달러, 수출량은 141톤을 기록함

- 對캐나다 수출액은 최근 5년간 연평균 성장률 13.0%를 기록함



표 3

한국의 對글로벌 및 對캐나다 김치 조미료 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
對 글로벌	수출액 (YoY)	23,645	29,831	34,121	31,344	35,326	10.6
		7.1	26.2	14.4	-8.1	12.7	-
	수출량 (YoY)	5,520	6,239	6,950	7,115	7,403	7.6
		9.3	13.0	11.4	2.4	4.1	-
對 캐나다	수출액 (YoY)	368.2	557.1	232.6	272.2	599.8	13.0
		-14.1	51.3	-58.2	17.0	120.4	-
	수출량 (YoY)	111.0	151.1	53.9	76.0	141.3	6.2
		-16.6	36.1	-64.3	41.0	85.9	-

자료: 농식품수출정보(KATI)

# II

## 트렌드



# 01 소비 트렌드

## 캐나다 조미료 관련 소비 트렌드

코로나19로 인해 집에 머무는 시간이 늘어나면서 집에서 직접 요리를 해 먹는 소비자들이 증가하여 소스 및 조미료의 수요가 증가함


- 요리의 풍미를 올려주는 유기농 오일, 향신료, 각종 요리 소스에 대한 소비가 증가함에 따라 시장이 성장함
- 사회적 거리두기로 인해 외출이 제한되면서 장기 보관이 가능하고 조리가 간편한 소스의 소비량이 증가함

코로나19 이후 면역력 증진 및 건강에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 김치에 대한 관심이 높아지고 있음

- 김치는 2020년 6월 밴쿠버 매거진이 선정한 2020 'Made in Vancouver Award'에서 최고 인기 제품에 선정됨
- 김치는 한국의 대표적인 발효식품 중의 하나로 건강에 좋은 프리미엄 식품으로 인식되고 있음
- 최근 캐나다 현지 식품 기업 중에서도 유기농 김치, 비건 김치 등 김치를 직접 제조하여 판매하는 곳이 생기고 있어 현지 유기농 식품 전문점을 중심으로 인기가 높아지고 있음

김치에 대한 현지 소비자들의 관심이 증가하면서 온라인 쇼핑몰에서도 김치 조미료, 김치 간편 키트, 김치 페이스트 등 다양한 종류의 제품이 판매되고 있음

- 피자, 치킨, 바비큐, 해산물 요리 등에 뿌려 먹는 조미료로 현지 소비자들의 입맛에 맞게 섭취할 수 있도록 홍보하고 있음
- 또한, 슈퍼푸드로 알려진 김치의 건강상의 이점(프로바이오틱스, 비타민, 미네랄 함유 등)을 적극적으로 강조하고 있음

 그림 5 캐나다 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 김치 조미료



자료: Amazon Canada

## 캐나다 소스 및 조미료 시장 점유율

김치 조미료의 상위 시장인 소스 및 조미료 시장의 기업별 시장 점유율을 살펴보면, Kraft Heinz Canada가 전체 시장의 26.1%로 시장 점유율 1위를 차지함

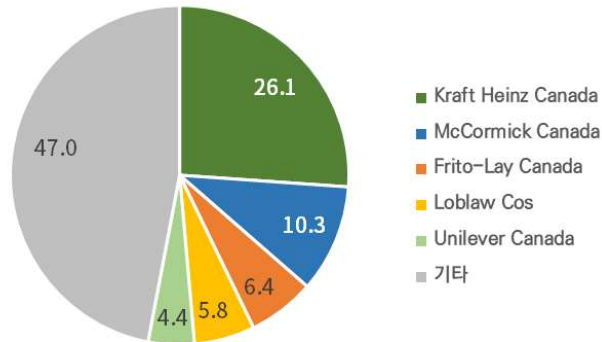
- 이어서 McCormick Canada(10.3%), Frito-Lay Canada(6.4%), Loblaw Cos(5.8%), Unilever Canada(4.4%) 순으로 조사됨



그림 6

캐나다 소스 및 조미료 기업별 시장 점유율(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

캐나다 소스 및 조미료 시장의 브랜드별 시장 점유율을 살펴보면, Kraft Heinz사의 Kraft가 전체 시장의 9.0%로 시장 점유율 1위를 차지함

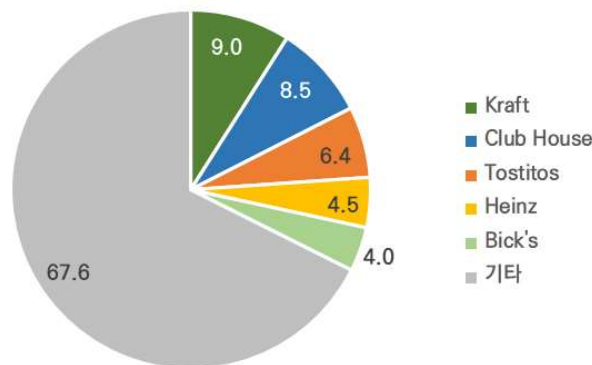
- 이어서 McCormick&Co사의 Club House(8.5%), PepsiCo사의 Tostitos(6.4%), Kraft Heinz사의 Heinz(4.5%), JM Smucker사의 Bick's(4.0%) 순으로 조사됨



그림 7

캐나다 소스 및 조미료 브랜드별 시장 점유율(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

## 빅데이터 분석

### 1. 개요


캐나다 내 웹트래픽 수가 높은 아마존에서 김치시즈닝에 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 11건, 소비자 반응 230건임


### 2. 제품 특성 주요 키워드 추출

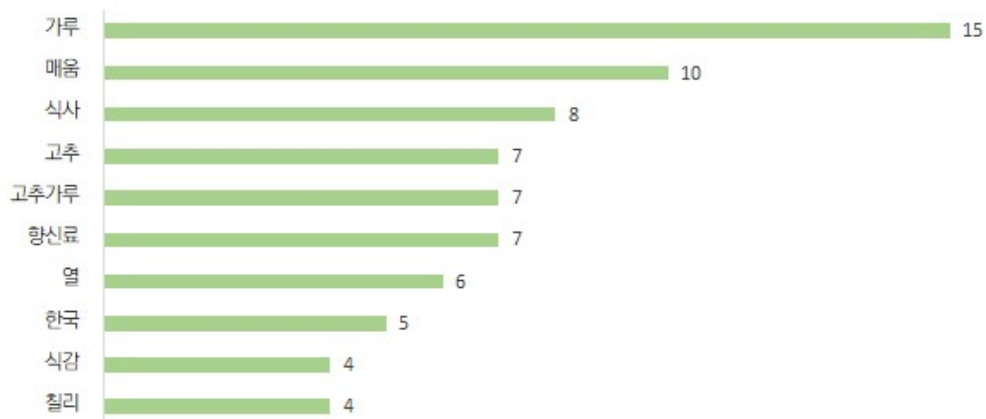
김치시즈닝 제품 소개 출현 단어빈도는 '가루' 15건, '매움' 10건, '식사' 8건 등이 출현함. 그 뒤로 '향신료', '고추가루', '고추', '열', '한국', '칠리', '식감' 등이 출현함

김치시즈닝 소개 시 식재료와 함께 식품의 특성에 대한 키워드가 주로 검색됨

 표 4 제품 특성 출현 단어 빈도

순위	출현 단어	출현 빈도
1	가루	15
2	매움	10
3	식사	8
4	향신료	7
5	고추가루	7
6	고추	7
7	열	6
8	한국	5
9	칠리	4
10	식감	4

 그림 8 제품 특성 출현단어 빈도



### 3. 동시출현단어 분석

동시출현단어 빈도는 아래 같으며 가장 자주 나타난 키워드는 칠리 가루, 그 뒤로는 고추 가루, 가루 향신료, 식사 매움, 열 향미, non-gmo 프로바이오틱스, 나트륨 색감, 맛 한국, 가루 우유, 국 스투 등이 도출됨. 김치시즈닝 소개 시 고추에 관련한 키워드와 영양성분에 대한 검색어가 발견됨



표 5

제품 특성 연관단어 출현빈도

순위	연관단어	빈도
1	칠리 가루	4
2	고추 가루	3
3	가루 향신료	2
4	식사 매움	2
5	열 향미	2
6	non-gmo 프로바이오틱스	2
7	나트륨 색감	2
8	맛 한국	2
9	가루 우유	2
10	국 스투	1

### 4. 리뷰 출현 단어 분석

소비자들의 리뷰에서는 김치시즈닝 구매 시 고추에 관련된 이슈가 주로 나타났으며, 맛에 대한 부분이 검색되었음



표 6

소비자 반응 연관단어 키워드 빈도

순위	연관단어	빈도
1	엿기름 가루	10
2	완벽한 김치	4
3	고추 박편	4
4	고추 가루	4
5	피자 도우	3
6	우유 가루	3
7	고추 포장	2
8	칠리 페퍼	2
9	매운맛 김치	2
10	품질 고추가루	2



# III

유통



# 01 유통구조

## 캐나다 소스 및 조미료 유통구조

지원 기업 품목의 상위 카테고리인 소스 및 조미료의 유통채널을 분석함

Euromonitor에 따르면, 캐나다에서 소스 및 조미료는 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 소형 식료품점, 할인매장, 온라인 쇼핑몰, 창고형 매장, 편의점 등을 통해 유통되고 있음

소스 및 조미료는 주로 슈퍼마켓을 통해 유통되고 있음. 2021년 기준, 슈퍼마켓의 유통 비중은 전체의 60.7%를 차지함

- 이어서 하이퍼마켓(19.5%), 소형 식료품점(11.1%), 할인매장(4.4%), 온라인 쇼핑몰(2.9%), 창고형 매장(0.8%), 편의점(0.7%) 순임
- 슈퍼마켓의 유통 비중은 2017년 대비 1.6%p 감소하였으며, 온라인 쇼핑몰의 비중은 2.2%p 증가함



표 7

캐나다 소스 및 조미료 유통경로별 점유율

(단위: %)

유통채널	2017년	2021년	2017년 대비 증감률
슈퍼마켓	62.3	60.7	-1.6
하이퍼마켓	19.5	19.5	0.0
소형 식료품점	11.7	11.1	-0.6
할인매장	4.3	4.4	0.1
온라인 쇼핑몰	0.7	2.9	2.2
창고형 매장	0.7	0.8	0.1
편의점	0.7	0.7	0.0
전체	100.0	100.0	-

자료: Euromonitor International

# 02 주요 유통채널 분석

## 캐나다 소스 및 조미료 유통채널

### 1. 슈퍼마켓/하이퍼마켓

캐나다의 주요 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 기업으로는 조지웨스턴(George Weston), 엠파이어(Empire), 월마트(Walmart) 등이 있음

- 2021년 기준 시장 점유율 1위를 차지한 기업은 조지웨스턴으로 점유율 26.1%를 기록함. 이어서 엠파이어(25.4%), 월마트(21.9%) 순으로 높은 비중을 차지함

채식주의자가 많은 캐나다에서는 비건 식품 및 식물 유래 단백질 식품에 대한 수요가 지속 증가하고 있음

- 특히 코로나19 이후 면역력 증진에 대한 수요가 증가하면서 건강 지향 식품에 대한 수요가 높아져 관련 식품에 대한 유통업체의 관심이 높아지고 있음



표 8

캐나다 슈퍼마켓/하이퍼마켓 주요 기업 시장 점유율(2021년)

(단위: %)

순위	기업명	시장 점유율
1	George Weston	26.1
2	Empire	25.4
3	Walmart	21.9
4	Metro	13.0
5	Jim Pattison Group	3.0

자료: Euromonitor International

## 2. 아시안마트/한인마트

캐나다의 주요 아시안마트 및 한인마트로는 티엔티슈퍼마켓(T&T Supermarket), 에이치마트(H-Mart), 갤러리아(Galleria) 등이 있음

- 에이치마트는 브리티시컬럼비아주, 알버타주를 중심으로 매장 운영 중이며, 갤러리아는 토론토를 중심으로 매장을 운영 중임
- 에이치마트는 캐나다 내 총 10개의 매장을 운영 중이며, 판매 및 유통을 위한 통합 물류 시스템을 보유하고 있음

코로나19 이후 비대면 쇼핑에 대한 소비자들의 관심이 증가함에 따라 주요 한인마트에서도 온라인 쇼핑 서비스를 확대하고 있음

- 갤러리아는 온라인 시스템 서비스를 전 지점으로 확대하여 구매, 결제, 픽업 서비스를 제공하고 있음



표 9

캐나다 주요 아시안마트/한인마트 매장 수(2021년)

기업명	주요 거점	매장 수
T&T Supermarket	밴쿠버, 토론토	33개
H-Mart	밴쿠버	13개
Galleria	토론토	5개
PAT Mart	토론토	4개

자료: 각 사 홈페이지

### 3. 온라인 쇼핑물

캐나다 주요 온라인 쇼핑몰로는 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 이베이(Ebay) 등이 있음

- 아마존은 온라인 유통채널 중 시장 점유율 4.8%를 기록하였으며, 월마트는 3.0%를 기록함
- 캐나다는 상위 업체의 시장 점유율이 비교적 낮은 수준이며, 각 채널의 3자 판매 형태(3rd Party Merchants)나, 베스트바이(Best Buy), 코스트코(Costco) 등의 업체 등이 경쟁하는 구조임

코로나19 이후 온라인 쇼핑에 대한 수요가 크게 증가하면서 캐나다 온라인 식품 시장은 큰 폭으로 성장함

- 2020년 매출액은 전년 대비 74%, 2021년 매출액은 전년 대비 59% 증가하는 등 시장 규모가 확대됨
- 온라인 식품 시장에서는 상위 기업 외에 코스트코(Costco), 굿푸드(Goodfood), 그로서리게이트웨이(Grocery Gateway) 등이 성장세를 이어가고 있음



표 10


캐나다 주요 온라인 유통채널(2021년)

(단위: %)

순위	회사명	시장 점유율
1	Amazon.com	4.8
2	Walmart	3.0
3	Ebay	2.4


자료: Euromonitor International

## 슈퍼마켓: 월마트(Walmart)

		<b>개요</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국에 본사를 둔 글로벌 유통 기업 월마트의 캐나다 지사로, 캐나다, 인도, 칠레 등에서 약 180개의 물류센터를 통해 유통채널을 운영 중임</li> <li>- 2022년 기준, 캐나다 내 343개의 슈퍼마켓과 59개의 할인매장을 운영 중임</li> <li>- 주요 품목으로는 신선식품, 건조 과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등이 있음</li> <li>- 유기농 및 신제품 입점을 선호함</li> </ul>
			<b>유동채널명</b> Walmart
<b>연락처</b>	1-800-328-0402	<b>본사 소재지</b>	1940 Argentia Road, Mississauga, Ontario
<b>홈페이지</b>	www.walmart.ca	<b>매출액</b>	약 199억 9,100만 달러 (약 25조 1,686억 원, 2021년)
<b>입점 절차</b>			
<p>1) 홈페이지에서 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: <a href="http://www.corporate.walmart.ca/suppliers/apply-to-be-a-supplier">www.corporate.walmart.ca/suppliers/apply-to-be-a-supplier</a></li> <li>- 매점 입점(Store&amp;Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출</li> </ul> <p>2) 홈페이지 기입 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급자 정보: 공급자 이름, 공급자 번호, 국제 사업자 등록 번호, 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등</li> <li>- 공급 제품 정보: 브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격, 제품 설명</li> </ul>			



## 슈퍼마켓: 소베이스(Sobeys)

		<b>개요</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1907년 캐나다 노바스코샤주에서 설립한 슈퍼마켓 체인점</li> <li>- 유통 기업 엠파이어의 산하 브랜드</li> <li>- 입점 가능 품목으로는 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 가공식품, 육류, 베이커리류 등이 있음</li> <li>- 유기농 제품 및 동물 복지 인증 제품 입점을 선호함</li> </ul>
			<b>유동채널명</b>
<b>연락처</b>	1-866-948-0196	<b>본사 소재지</b>	1020 64 Ave NE, Calgary, AB T2E 7V8
<b>홈페이지</b>	www.sobeys.com	<b>매출액</b>	약 282억 7,000만 캐나다달러 (약 26조 5,523억 원, 2021년)
<b>입점 절차</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 'Help' 클릭</li> </ul> </li> <li>2) 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이름, 이메일, 연락처, 주소, 매장명, 질문 유형, 메시지</li> </ul> </li> <li>3) 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-902-468-1000</li> </ul> </li> </ol>			


## 아시안마트/한인마트: 에이치마트(H-mart)

		<b>간략 소개 및 주요 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1982년 미국 뉴저지에 설립된 한인마트</li> <li>- 미국, 캐나다, 영국에 유통채널을 보유하고 있으며, 한아름 그룹에서 운영함</li> <li>- 판매 및 유통을 위한 통합 물류 시스템을 보유하고 있음</li> </ul>
			<b>유동채널명</b> H-Mart
<b>홈페이지</b>	<a href="http://www.hmartca.com">www.hmartca.com</a>	<b>본사 소재지</b>	9737 Yonge Street Richmond Hill, ON L4C 8S7
<b>입점 절차</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 홈페이지 및 유선 전화를 통한 입점 문의             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단에 'Customer Service' 클릭</li> <li>- 왼쪽 메뉴에 'Customer Opinion' 클릭</li> </ul> </li> <li>2) 홈페이지 기입 정보             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이름, 이메일, 연락처</li> </ul> </li> <li>3) 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호(브리티시컬럼비아주 및 알버타주): +1-604-939-0159</li> <li>- 전화번호(온타리오주): +1-905-883-6200</li> </ul> </li> </ol>			

## 아시안마트/한인마트: 갤러리아(Galleria)

		<b>간략 소개 및 주요 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2003년 설립한 캐나다 한인마트</li> <li>- 온라인 쇼핑몰도 운영하고 있음</li> <li>- 입점 가능 품목으로는 신선식품, 냉동식품, 소스류, 곡류, 간편식품 등이 있음</li> <li>- 한국산 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 생활용품 입점을 선호함</li> </ul>
<b>유통채널명</b>	Galleria Supermarket		
<b>홈페이지</b>	<a href="https://galleriasm.com">https://galleriasm.com</a>	<b>본사 소재지</b>	8500 Keele Street, Vaughan, ON L4K 2A6
<b>입점 절차</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 홈페이지를 통한 직접 등록           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 언어를 '한국어'로 전환</li> <li>- 홈페이지 하단에 '협력업체 등록' 클릭</li> </ul> </li> <li>2) 등록 시 필요한 정보           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급자 정보: 담당자명, 이메일, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소 등</li> <li>- 회사 및 제품 관련 내용: 회사 유형, 제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 희망 입고량, 예상 매출액 등</li> </ul> </li> <li>3) 연락처           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-647-352-5004</li> <li>- 이메일: shopmaster@galleriasm.com</li> </ul> </li> </ol>			

## 온라인 쇼핑몰: 아마존(Amazon)

		<b>간략 소개 및 주요 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1994년 설립되었으며, 2002년 캐나다 시장에 진출함</li> <li>- 2021년 기준, 캐나다 온라인 유통채널 시장 점유율 1위</li> <li>- 캐나다 전 지역에 46개의 물류센터를 운영 중임</li> </ul>
			<b>유통채널명</b> Amazon Canada
<b>홈페이지</b>	<a href="https://www.amazon.ca">https://www.amazon.ca</a>	<b>본사 소재지</b>	40 King St W Fl 47, Toronto, Ontario, M5H 4A9
<b>입점 절차</b>			
<p>1) 홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 'Sell on Amazon' 클릭</li> <li>- 아마존 홈페이지 회원 가입</li> </ul> <p>2) 등록 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급자 정보: 회사 유형, 회사명, 회사 고유번호, 회사 홈페이지 주소, 국가</li> <li>- 공급 담당자 정보: 담당자명, 연락처, 이메일, 출생일, 출생국가, 국적, 신분증</li> <li>- 제품 정보: 제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 카탈로그, 이미지, UPI 인증 여부 등</li> </ul>			

## 온라인 쇼핑몰: 이베이(ebay)

		<b>간략 소개 및 주요 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1995년 미국에서 설립된 종합 쇼핑몰로, 전 세계 약 30개국에서 서비스를 운영 중임</li> <li>- 캐나다에는 2000년에 진출함</li> <li>- 식품 및 음료도 판매하고 있으며, 카페인 프리, 글루텐 프리 등 소비자가 기호 및 취향에 맞는 제품을 선택할 수 있는 필터 적용이 가능함</li> </ul>	
			<table border="1"> <tr> <td><b>유통채널명</b></td> <td>ebay</td> </tr> <tr> <td><b>홈페이지</b></td> <td><a href="https://www.ebay.ca/">https://www.ebay.ca/</a></td> </tr> </table>	<b>유통채널명</b>
<b>유통채널명</b>	ebay			
<b>홈페이지</b>	<a href="https://www.ebay.ca/">https://www.ebay.ca/</a>			
		<b>본사 소재지</b>	240 Richmond St W, Toronto, ON M5V	
<b>입점 절차</b>				
<p>1) 홈페이지를 통한 입점 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 계정 생성 후 판매자 등록</li> <li>- 개인 판매자 및 스토어 판매자 중 선택</li> <li>- 개인 판매자는 40개까지 무료로 제품 등록 가능</li> <li>- 기업 판매자는 25만 개까지 제품 등록 가능</li> </ul>				

# 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

### 수출신고 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



### 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: 중소기업의 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

## 수입 통관

### 수입신고 전

#### 1) 수입자의 사업자 등록

수입자(개인 또는 사업자 포함)는 캐나다로 물품을 수입하려면 사업자 번호(Business Number)가 필요함. 통관중개인(Licensed Customs Brokers)이 수입통관 절차를 대신하는 경우에도 수입자는 사업자 번호가 필요하며, 통관중개인에게 서면으로 작성된 위임장을 써 주어야 함

- Business Registration Online(BRO)를 통해 온라인<sup>3)</sup> 등록 가능

#### 2) 선적 전 보고

선적 준비가 완료되면 선적 전에 한국에서 캐나다 세관으로 ACI(Advance Commercial Information)를 전송함. 미국 영토를 먼저 경유할 때에는 ACI 와 더불어 미국 세관에 AMS(Automated Manifest System), ISF (Importer Security Filing)를 전송함

선적 전 보고는 일반적으로 화물을 운송하는 선박회사, 항공사, 포워더가 대행하고 있으며, 수출자는 ACI, AMS, ISF 등에 필요한 화물 정보, 수출자, 수입자 정보를 정확하게 제공할 의무가 있음. 정확하지 않은 정보의 제공에 따른 비용은 수출자 책임이므로, 수출자는 캐나다 수입자의 신분, 사업자번호 등에 대해 명확하게 파악할 필요가 있음

#### 선박 화물의 경우

- 외국 공항이나 항구에서 물품을 적재하기 24시간 전에 관련 데이터를 전자송부
- 이동 시간이 24시간 이내일 경우: 선박이 미국에서 출발한 시점에 전자송부

#### 항공화물의 경우

- 화물이 처음으로 도착할 곳에 실제로 도착하기 4시간 전에 관련 서류를 송부

3) URL: <http://www.cra-arc.gc.ca/tx/bsnss/tpcs/bn-ne/bro-ide/menu-eng.html>

## 수입 신고

화물이 수입항에 도착한 후 수입자는 관련 증빙서류와 함께 수입신고서를 관할 세관에 제출하여야 함

## 1) EDI를 통한 신고

수입화물의 수하인이나 위탁을 받을 통관기업이 전산 시스템을 통하여 세관에 수입신고서 전자자료를 전송하고 관련 증빙서류를 구비하여 제출

EDI 신고는 특정 사이트를 통한 신고가 아닌 통관기업에 관세청과 링크되어 있는 S/W를 설치하여 해당 S/W를 통한 수입신고 진행

## 2) EDI를 통하지 아니한 신고

수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입신고서를 작성하고 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출

## 제출 서류

- Cargo Control Document(2부)
- Invoice(2부)
- Canada Customs Coding Form(2부)
- Import Permit 또는 Health Certificate(1부)
- Certificate of Origin(필요 시) 1부

## 관세 납부

관세 납부 방식은 사전 납부와 사후 납부 방식이 있음. 수입신고 시 제출해야 하는 서류인 'Canada Customs Coding Form' 서식의 'Payment Code'란에 납부 방식을 기재함

## 사전 납부

수입신고서 제출 시 납부. 다만, 물품검사(Exam)를 하는 경우 추가 관련 증빙서류를 요구할 수 있으며 이 경우 관세의 납부는 물품검사가 종료된 후 관련 증빙서류 제출 시 납부하면 됨

## 사후 납부

Bond 등의 담보를 제공한 면허가 있는 통관중개업자에 대해서는 통관 후 15일~30일 이내에 관세를 납부할 수 있음

## 물품 검사

캐나다 관세청은 수입 제품의 신속한 통관을 도모하기 위하여 필요한 경우에 한하여 수입 물품을 검사(Inspection 또는 Exam)함. 검사의 발생 경비는 일반적으로 수출자의 부담임

## 검사 대상

- 초기 수출되는 제품
- 동식물, 사료, 동식물 가공품 및 관련 제품 등(식품검역청(CFIA) 권한)

## 면제 대상

- 예전부터 주기적으로 수입되는 제품
- 안전성과 국민 건강 등에 밀접한 관련이 없는 제품
- 과거 수입 규정 위반 사례가 없었던 수출입자 등

수입 허가  
및 통관 완료

일반적으로 수입 물품은 수입허가(Import Permit)를 받을 필요가 없음. 그러나, 일부 규제 물품에 대해서는 수입 허가가 필요함

- 수출입허가법(Export & Import Permit Act)과 특별 수입 규제 조치법(SIMA: Special Import Measure Act)에 의해 지정된 품목이나 농수산물, 의료기기 등 국민 건강과 안전에 직결되는 품목의 경우에는 관련 법령에 의해 수입허가를 받고 안전인증 등 별도의 서류를 제출해야 함
- 수입허가가 필요한 품목은 매년 캐나다 법무부에서 'Import Control List'를 업데이트<sup>4)</sup>

수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입 물품에 대한 통관이 완료됨

4) URL: [http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.,\\_c.\\_604/](http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.,_c._604/)

# 02 인증

## 캐나다 식품 수입면허(필수)

### 1. 개요

캐나다 식품 수입면허란 캐나다인을 위한 안전식품법(SFCA)과 안전식품규정(SFCR)에 따라 캐나다 식품 검사국(CFIA)에서 발급하는 면허로 캐나다에서 식품을 제조하거나 수출입 또는 판매하는 경우 필요한 면허임. 면허가 필요한 활동으로는 제조, 가공, 취급, 보존, 등급, 패키징 및 라벨, 주정부 간 무역(한 주에서 다른 지방으로 보내거나 운반), 수입, 수출 등이 있음

### 2. 대상 품목

아래 규제에 해당되는 식품을 취급하는 시설은 반드시 등록해야 함

- 유제품
- 알
- 생선과 해산물
- 신선한 과일과 채소
- 꿀과 꿀 제품
- 제조 식품
- 메이플 및 메이플 제품
- 육류 및 가금류 제품
- 가공 과일 및 채소

〈안전 식품 면허 대상 여부〉

지원 기업 품목은 수출 또는 주정부 간 무역을 위해 식품 첨가물을 수입 또는 제조, 가공, 취급, 보존, 포장 또는 라벨링하기 위하여 면허가 필요하지 않음

<https://inspection.canada.ca/food-licences/food-business-activities/eng/1524074697160/1524074697425>



### 3. 면허 신청 및 발급 절차

1. MY CFIA에 접속하여 계정 및 비즈니스 프로필 생성



2. 면허 신청 전 수수료, 의무 사항, 검사, 주의점 등을 고려하여 면허 구조 선택



3. 면허 취득을 위한 상품 정보, 제조시설 정보, 예방 계획(필요한 경우) 등을 포함하여 신청서 제출(MY CFIA에서 온라인 신청서 접수 가능)



4. 신청서 심사



5. 검사(해당되는 경우)

CFIA가 검사 판정을 내린 경우 면허 발급 전 일부 시설을 검사할 수 있음



6. 면허 발급

CFIA에서 면허 발급을 완료하면 신청자는 MY CFIA 계정에서 면허 사용이 가능

### 4. 인증 기관

- CFIA(식품검사국)

## HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points - 권장)

### 1. 개요

HACCP은 위해요소분석(Hazard Analysis)와 중요관리점(Critical Control Points)의 영문 약자로, 해섭 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<sup>5)</sup>

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

5) 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

## ISO 22000 (Food Safety Management System)(임의)

### 1. 개요

식품 공급 사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격 ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12개 절차를 모두 포함하고 있음

ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있으며, 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준임

### 2. 대상 품목

ISO 22000은 제품이 아닌 경영시스템에 대한 인증을 부여

농·축·수산업, 식품 및 사료가공, 케이터링, 소매·운송·보관·포장 및 장비제조, (생)화학제품의 생산

### 3. 인증 절차

1. 신청 전 식품안전경영시스템 구축 및 운영



2. 인증기관 문의 및 심사신청서 제출



3. 예비심사(희망 기업에 한정하여 예비심사 실시)



4. 서류심사(식품안전위해요소 파악, PRP 방침 및 내용, 식품안전경영시스템 문서 검토)



5. 현장심사(심사원이 기업을 방문하여 식품안전경영시스템의 적합성과 실행상태 검사)



6. 심의 후 인증등록



7. 사후관리 심사(1년마다 사후 심사 실시)



8. 갱신심사(3년 주기로 갱신심사를 실시하며 인증서를 재교부)

#### 4. 제출 서류

- 매뉴얼, 절차서 등 경영
- ISO 인증 매뉴얼, 절차서, 지침서
- 내부 심사 보고서 및 경영검토 보고서
- HACCP 인증 보유한 경우 HACCP 기준서와 인증서
- 회사 소개서 및 HACCP 조직도
- 공정도 및 실제 운영 중인 업체 현장 프로세스
- 모니터링 및 식별 추적 자료
- 원자재 식별 자료
- 위생, 보건 관련 자료(보건증 등)
- 부적합에 따른 부적합 보고서
- 식용 사용 허가 관련 자료(해당하는 경우)
- 식품안전 법규 관리대장
- 인적자원 관리자료
- 설비자원 관리자료
- 사업자등록증, 인원증빙서류

#### 5. 인증 기관

- 한국표준협회
- 한국품질보증원



# 03

## 라벨링



표 8

캐나다 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	이중 언어 라벨링	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자 사전포장 식품에 대한 필수 정보는 공식 언어인 프랑스어와 영어로 표시되어야 함</li> <li>- 일반 이름, 특정 식품에 대해 규정된 단어 또는 표현과 같은 핵심 표시 요건은 반드시 이중언어로 표기해야 함</li> <li>- 단, 식품 제조, 준비, 생산, 저장, 포장 또는 표시한 사람의 이름과 주요 사업장 영어 또는 프랑스어로 표기할 수 있음</li> <li>- 특산품, 현지 음식, 시장 테스트 식품, 특별한 종교적 의미가 있으며 종교의식에 사용되는 음식 또는 음료, 캐나다 전체 인구가 널리 사용하지 않으며 쉽게 구할 수 있는 대체품이 없는 식품의 경우 이중 언어 표시 요구사항이 면제됨</li> </ul>
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 포장식품의 일반 제품명은 라벨의 주표시면에 표시되어야 함</li> <li>- 소비자 사전포장 식품의 경우 일반 이름은 소문자 'o'를 기준으로 하여 최소 유형 높이가 1.6mm인 프랑스어와 영어로 되어있어야 함</li> <li>- 주요 표시면의 면적이 10cm<sup>2</sup> 이하인 경우 일반 이름은 최소 활자 높이가 0.8mm인 문자로 표시될 수 있음</li> <li>- 식품의약품안전처(FDR)에서 규정하고 있는 일반적인 이름을 볼드체로 표시하되, 이탤릭체, 기울임체로는 표기할 수 없음</li> <li>- 규정되어있지 않은 이름의 경우 일반적으로 알려진 식품명이나 그 기능을 설명하는 내용을 담은 이름으로 해야 함</li> <li>- 식품에 포함되지 않은 재료를 이름에 포함하거나, 원산지를 부적절하게 제안, 광고성 의미를 담은 단어를 포함하는 등 오해의 소지가 있는 이름은 피해야 함</li> </ul>
	원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 캐나다에서 판매되는 모든 사전포장 식품에는 수입업체 또는 제조업체와 같이 제품을 책임지는 회사의 이름과 주요 사업장이 표시되어야 함</li> <li>- 수입식품의 경우 해당 제품이 수입되었음을 표시해야 함</li> </ul> <p>외국 제조업체의 이름 및 주요 영업소          'imported for' / 'importé pour' 또는 'importé by' /          'importé par' 뒤에 캐나다 회사의 이름과 주요 사업장이 오는 문구          제품의 원산지 국가와 함께 캐나다 회사의 이름 및 주요 사업장</p>

자료: Canadian Food Inspection Agency



표 8

## 캐나다 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	유통기한	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 90일 이하의 내구성을 지닌 사전포장 제품에 유통기한, 보관지침, 포장 날짜(필요에 따라)를 표시해야 함</li> <li>- 유통기한은 '최적 소비 기한(best before 및 Meilleur avant)'의 단어를 사용하여 식별해야 함</li> <li>- 보관지침은 '냉장 보관'과 같은 명확한 설명을 표시해야 함</li> <li>- 포장 날짜는 '포장됨(packaged on 및 Empaqueté le)'을 기재해야 함</li> </ul>
	이름 및 주요 사업장	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 식품을 제조, 준비, 생산, 저장, 포장한 업체나 사람의 이름과 주요 영업소를 표시해야 함</li> <li>- 주소는 실제 우편을 보낼 수 있어야 함</li> </ul>
	가독성 및 위치	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 명확하고 눈에 띄며, 구매 및 사용의 관습적 조건에서 소비자가 쉽게 식별하고 읽을 수 있어야 함</li> <li>- 주 표면의 크기에 맞는 최소 문자 높이 규정을 준수해야 함</li> <li>- 성분목록, 알레르기 공급원, 영양성분, 순중량은 정확한 정보를 담고 있어야 함</li> </ul>
	성분 및 알레르겐 항목	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1개 이상의 성분이 포함된 모든 사전포장 제품은 성분 목록에 성분을 표시해야 함</li> <li>- 식품에 포함된 성분을 중량 비율 내림차순으로 표시해야 함</li> <li>- 식품 알레르겐, 글루텐 및 아황산염이 첨가된 경우 반드시 표시해야 함</li> <li>- 구성요소 순서 예시: 토마토 페이스트(토마토, 소금, 안식향산)</li> <li>- 반드시 신고해야 하는 조제 및 혼합물 성분은 소금, 글루탐산 또는 글루탐산 나트륨, 가수분해된 식물성 단백질, 아스파탐, 염화칼륨, 해당 식품에서 기능을 수행하거나 영향을 미치는 모든 성분 또는 구성요소임</li> <li>- 일반적으로 성분을 표시할 필요가 없는 조제 및 혼합물은 식품검사청 홈페이지에서 그 목록을 확인할 수 있음</li> </ul>
	순중량	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주 표시면에 중량을 미터법 단위로 표시해야 함</li> <li>- 액체 식품은 ml, ML, l, L 단위로, 고체 식품은 g, kg 단위로 표기 중량과 소포장 식품은 개수와 함께 기재</li> <li>- 순중량은 필수정보이므로 영어와 불어 이중언어로 표기해야 함</li> <li>- 순중량이 세 자리 미만인 경우 두 자리 숫자로 반올림 가능하며, 그 외에는 세 자리 숫자로 반올림해야 함</li> </ul>

자료: Canadian Food Inspection Agency



표 8

## 캐나다 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	영양표시	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 의약품 규정에 명시된 정보인 열량, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 탄수화물, 섬유질, 당류, 단백질, 콜레스테롤, 나트륨, 칼륨, 칼슘, 철분을 순서대로 영양성분표로 표시해야 함</li> <li>- 하나의 연속 표면에 표시되어야 하며 모서리를 넘어서 다른 표면으로 넘어가거나 라벨이 번지는 것은 허용되지 않음</li> <li>- 영양성분표 칸마다 정해진 폰트, 크기, 약어 및 기호에 따라 표기해야 함</li> <li>- 영양성분표 맨 아래쪽에 %DV에 대한 설명을 주석으로 표시해야 함</li> <li>- 열량은 다른 항목보다 큰 글씨체로 밑에 두꺼운 밑줄로 표시해야 함</li> </ul>
	식품첨가물 (감미료)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품에 존재하거나 탁상용 감미료로 판매되는 경우 아스파탐, 수크랄로스, 아세설팜-칼륨 및 네오탐을 포함하는 사전포장 제품, 폴리덱스 트로스 함유 제품, 당 알코올에 대해 의무로 표시할 것을 요구하고 있음</li> <li>- 표시요건에 대한 자세한 내용은 캐나다 식품검사청(CFIA) '감미료 및 감미료 함유 식품에 대한 표시요건(Labelling requirements for sweeteners and foods that contain sweeteners)'에서 자세히 다루고 있음</li> </ul>

자료: Canadian Food Inspection Agency

# 04 위생요건


## 식품 첨가물 규정

캐나다의 식품 첨가물 규제는 캐나다 보건부 식품 위원회에서 규정하고 있음

- 규정에 없는 새로운 물질은 식품 위원회의 신청 및 평가 과정을 거쳐 식품 첨가물 목록에 추가된 경우에 한하여 사용 가능하며, 특정 조건에서 식품 가공을 보조하는 일부 물질은 식품 첨가물이 아닌 식품 가공보조제로 간주하여 개별 정책으로 규정함

캐나다 식품 첨가물 관련 규정은 KATI농식품수출정보(www.kati.net)에 접속하여 통관 > 식품 첨가물/유해물질DB > 캐나다 > 식품 유형 > 조미식품 > 향신료 가공품을 선택하여 관련 규정을 확인할 수 있음

- KATI에서 향신료 가공품의 식품 첨가물 관련 규정을 검색한 결과, 총 16건의 관련 기준이 검색됨
- 하기 표는 향신료 가공품에 적용되는 캐나다 식품 첨가물 기준 중 일부임

 표 9 향신료 가공품에 적용되는 식품 첨가물 기준

물질명	식품 유형	사용기준
acetone	향신료 추출물	30ppm
carbon dioxide	향신료 추출물	GMP
Cellulase from Aspergillus niger var.	향신료 추출물	GMP
ethyl acetoacetate	향신료 추출물	GMP
ethyl alcohol	향신료 추출물	GMP
hexane	향신료 추출물	25ppm
isopropyl alcohol	향신료 추출물	50ppm
methyl alcohol	향신료 추출물	50ppm
monoglyceride citrate	향신료 추출물	GMP
methylene chloride	향신료 추출물	30ppm

자료: 농식품수출정보(KATI)

## 유해물질

캐나다 보건부와 식품 검역청은 소비자에게 공급하는 식품에 대하여 화학 오염 물질 수준을 정기적으로 검사함

- 캐나다 보건부에서는 식품의 전반적인 안전성 또는 품질에 영향을 미칠 수 있는 물질의 목록과 수준을 규정하여 안내하고 있음
- 유해물질에 대한 목록 및 향신료 가공품에 적용되는 규정 및 기준은 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함



표 10

향신료 가공품에 적용되는 유해물질 기준

순번	유해물질명	식품 유형	잔류허용 기준
1	Mineral oil	GMP상 미네랄오일의 사용을 요구하는 식품	0.003

자료: 농식품수출정보(KATI)

V

시사점





## 01

## 수출 확대 방안

## 시장 여건

캐나다의 소스 및 조미료 품목의 판매액은 2017~2021년 동안 연평균 성장률 3.5%를 기록했으며, 조미료 시장 역시 동 기간 연평균 성장률 3.3%를 기록하여 시장이 확대되고 있는 것으로 확인됨. 다양한 메뉴를 손쉽게 조리해 먹을 수 있도록 도움을 주는 제품들에 대한 수요는 지속적으로 증가할 것으로 보임

캐나다의 한국으로부터 조미료 수입 규모가 2017~2021년 기간 동안 18.4% 증가했다는 것은 굉장히 놀라우며, 구체적인 품목을 살펴볼 필요가 있음

그간 수출을 견인한 품목에 대한 정보가 부재하더라도 한국 조미료에 대한 캐나다 시장 및 소비자의 반응이 매우 긍정적인 것은 예측할 수 있으며, 새로운 제품을 출시하기에도 좋은 여건이 형성되어 있다는 것을 알 수 있음

## 수출 가능성 진단 및 전략

(위에서 제시한 바와 같이) K-푸드에 대한 인기, 김치 종주국으로서의 위상 상승과 더불어 앞으로도 캐나다에서 한국 김치에 대한 수요는 증가할 것으로 보이며, 이와 관련된(활용한) 제품에 대한 관심 역시 증대될 것으로 보임

특히, 김치를 주식으로 먹지 않는 소비자의 경우 간편하게 김치 맛을 즐기기 위해서 조미료와 소스 등과 같은 새로운 형태의 제품을 이용하는 것에 대한 거부감이 없을 것으로 보임

즉, 이러한 제품은 본래 김치를 소비하는 한국인(또는 아시아인) 보다는 김치맛을 즐기기 위하는 비아시아인에게 어필이 될 것으로 보임

따라서 유통채널 역시 한인/아시아마트를 공략하기보다는 일반 슈퍼마켓/하이퍼마켓, 온라인 유통채널을 공략하는 것이 효과적일 것으로 판단됨



지원 기업 제품은 한두 번 툭툭 뿌리는 것만으로 김치맛을 낼 수 있다는 편리성 측면의 강점뿐만 아니라, 인삼을 사용하여 사포닌이 함유되어 있는 등 영양성분 측면에서도 제품의 특성을 강조하고자 하는 것으로 판단됨

다만 이러한 다른 성분에 의한 영양적 측면을 강조하는 것은 캐나다의 표시·규정에 부합하는 수준에서 이루어져야 하며, 자칫 김치라는 특성(김치에서 기대되는 이미지)을 희석시킬 수 있다는 점이 우려됨

최근 도시에는 1인 가구, 소가족 형태의 가구가 급증하여 소포장을 선호하는 소비자가 많음. 해당 제품은 휴대와 사용이 간편한 형태를 가지고 있어 이러한 소비층의 관심을 끌기에 적절해보임

특히, 이들을 대상으로 어떠한 상황과 메뉴에 지원 기업 제품을 활용할 수 있는지 다양한 예시를 제공할 필요가 있음. 웹사이트상에 해당 제품을 활용한 메뉴 이미지와 구매자 리뷰가 올라와 있음. 이러한 예를 캐나다 소비자들도 접하고 응용할 수 있도록 영문 사이트를 구축할 필요가 있으며, 해당 상품의 온라인 판매 시에도 활용할 수 있음

## 참고문헌



### □ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC World Trademap
3. 농식품수출정보(KATI)
4. Amazon Canada
5. Canadian Food Inspection Agency

## 수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022. 12

•본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.