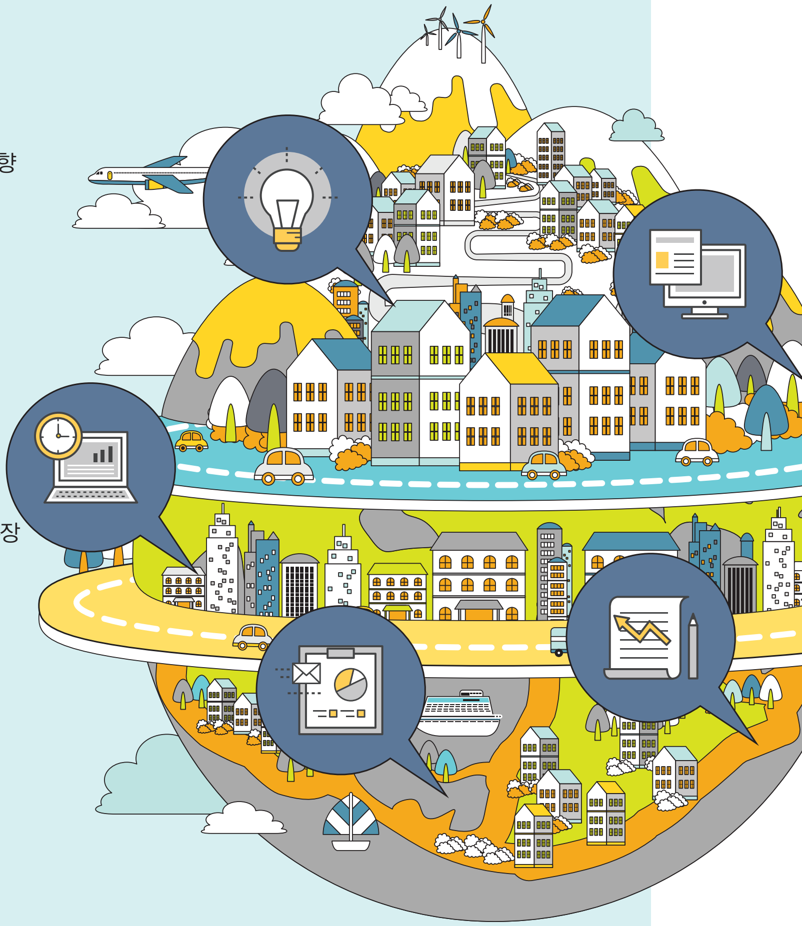
지구촌리포트

VOLUME 32

2017. 02



중국
조류인플루엔자(AI) 발병이 삼계탕 대중 수출에 미친 영향

홍콩
홍콩의 수입산 쇠고기 취급현황

일본
일본 농림수산성 쌀 소비대책 잇달아
일본, 수출거점으로써의 도매시장 활용

베트남
외국계 편의점 시장점유율 70%에 달해

인도네시아
식음료업체연합, 규제완화 및 제품 경쟁력 강화 필요성 주장

미국
2017 식품 트렌드 : 한식과 소셜미디어
미국 정부, 염분 섭취 가이드라인 홍보

유럽
유럽 팜오일 유해성 논쟁 심화

아랍에미리트
카타르, 수입식품 영양성분 표시 라벨 부착 필수화

농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

CONTENTS

CHINA

조류인플루엔자(AI) 발병이 삼계탕 대중 수출에 미친 영향 | 04

JAPAN

일본 농림수산성 쌀 소비대책 잇달아 | 07

일본, 수출거점으로써의 도매시장 활용 | 09

HONG KONG

홍콩의 수입산 쇠고기 취급현황 | 05

VIETNAM

외국계 편의점 시장점유율 70%에 달해 | 11

이 자료는 aT KATI 홈페이지(www.kati.net)에서도 보실수 있습니다.

지구촌리포트

VOLUME 32 2017. 02

INDONESIA

식음료업체연합, 규제완화 및 제품 경쟁력 강화 필요성 주장 | 12

EUROPE

유럽 팜오일 유해성 논쟁 심화 | 16

AMERICA

2017 식품 트렌드 : 한식과 소셜미디어 | 13
미국 정부, 염분 섭취 가이드라인 홍보 | 14

UNITED ARAB EMIRAT

카타르, 수입식품 영양성분표시 라벨 부착 필수화 | 18

중국
China

1. 조류인플루엔자(AI) 발병이 삼계탕 대중 수출에 미친 영향

상하이지사

1-1 주요내용

▶ 한국은 2015년 10월 31일 삼계탕의 대중 수출을 위하여 중국과 수출검역·위생조건 약정을 체결하였다. 그 후 2016년 6월 29일 삼계탕 가공업체 5개(직접 대중수출가능) 및 도축장 6개소(대중수출 삼계탕 가공업체에 신선가금육 제공, 직접 대중수출불가)가 CNCA(중국국가인증인가감독관리위원회)에 등록을 완료하고, 7월 1일에 산동항으로 삼계탕을 첫 수출하였다.

▶ 하지만 2016년 말 한국에서 조류인플루엔자(AI)가 발병하여, 2016년 11월 18일부터 전남 해남 및 충북 음성지역의 가공업체(농협목우촌)와 도축장(체리부로)의 가동이 잠정적으로 중단되었다. 이에 따라 2016년 12월 6일 CNCA에서는 해당 2개 기업의 재중 등록 인증을 잠정적으로 중단한다는 내용을 공식적으로 발표했다.

▶ 이후에도 한국에서 AI가 지속적으로 확산되면서, 2016년 12월 29일 CNCA에서는 가공업체인 참프레와 교동식품, 도축장인 마니커와 참프레의 재중등록 인증 역시 일시적으로 중단시켰다. 현재 하림과 사조화인코리아 2개 업체에서는 삼계탕의 대중 수출이 가능하나, 현지 유통업체 대부분이 한국산 삼계탕의 판매를 금지한 상황이다. AI바이러스는 75℃이상에서 5분만 가열할 경우 모두 사멸되므로 삼계탕 섭취에는 문제가 없으나, 소비자들의 막연한 불안감이 작용했기 때문이다.

▶ 조류인플루엔자(AI)로 인하여 한국산 삼계탕은 일시적으로 중국 수출이 불가능한 상황이지만 전염병의 확산을 방지하고 발병 원인을 제거하는 등의 노력을 통하여 기존 대중 수출 등록 인증을 취득했던 가금업체와 도축장에 다시 인증을 부여 받을 수 있을 것으로 예상된다.

시사점

추후에도 한국 AI 발병으로 중국의 삼계탕 수출에 차질이 발생할 수 있으므로, 방역체계 등에 대한 철저한 관리 등을 통해 안전성에 대한 신뢰감을 쌓아나가는 동시에 한국 삼계탕에 대한 인지도와 레토르트 식품에 대한 부정적인 인식을 줄일 수 있는 판촉, 소비자체험 행사, 온·오프라인 미디어 홍보 등이 필요하다.

홍콩
Hong Kong

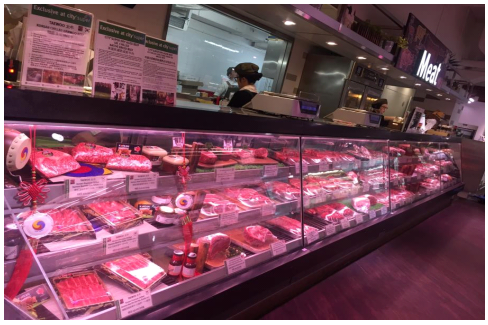
2. 홍콩의 수입산 쇠고기 취급현황

홍콩지사

2-1 주요내용

▶ 홍콩 내 수입 쇠고기의 대부분은 브라질, 미국산으로 브라질산 쇠고기는 주로 캐주얼 레스토랑에서 소비되고 있으며 일본산 와규, 호주산 쇠고기 등과 같은 고품질의 쇠고기는 Taste나 Citysuper와 같은 프리미엄 유통매장에서 판매되고 있다.

| Citysuper 쇠고기 코너 |



| 다양한 부위의 수입 쇠고기(일본, 호주) |

▶ 홍콩은 수입 쇠고기에 대한 관세가 없고, 저가부터 고가까지 쇠고기 시장이 폭넓게 발달되어 있다. 한우의 경우 2015년 12월경 최초로 수출되기 시작하여, 2016년 본격적인 상품고급화 전략으로 일본계 대형유통매장(Citysuper)내에서 판매를 확대해 나가고 있다.

| Citysuper 한우 진열 모습 |

▶ 홍콩 내 한우의 인지도는 아직 낮은 편이지만 고급육 이미지로 현지 소비자들의 호응을 얻고 있으며, 취급부위 및 수입산지 확대에 힘입어 수출량이 증가하고 있다.

| 한우 수출현황(신선/냉장) |

국가	2015		2016		2017년 1월	
	물량(톤)	금액(천불)	물량(톤)	금액(천불)	물량(톤)	금액(천불)
홍콩	1.1	86	41.4	2,749.3	4.2	268
마카오	–	–	0.1	8.7	–	–

※수출 승인 일자 : 홍콩('15.11.19), 마카오('16.4.15)
※자료 : www.kati.net

| Citysuper 쇠고기 코너 |

부위 / 원산지	채끝살	꽃등심	등심(샤브샤브용)
미국 (Angus)			
	HKD99/100G	HKD97/100G	HKD101/100G
일본 (Wagyu)			
	HKD190/100G	HKD220/100G	HKD135/100G
한국 (한우)			
	HKD210/100G	HKD210/100G	HKD150/100G

시사점

일본 및 호주 등의 고품질 쇠고기의 경우 안정적인 품질관리 및 공급을 통하여 홍콩 현지 수입업체의 인정을 받고 있다. 한국의 경우도 수출 확대만을 위하여 품질관리를 소홀히 하여 한우 브랜드의 이미지를 손상시키는 일이 없어야 한다. 더불어 한우의 명품·프리미엄 이미지와 맞는 브랜드 구축 및 마케팅이 동반된다면 향후 지속적인 수출 증가를 기대해 볼 수 있을 것이다.

일본
Japan

3. 일본 농림수산성 쌀 소비대책 잇달아

도쿄지사

3-1 주요내용

▶ 쌀가루 용도별로 3가지 기준설정

- 일본 농림수산성은 쌀가루의 이용확대를 위해 용도별 분류기준을 새롭게 마련했다. 박력분, 강력분, 중력분 세가지 용도별로 판매하는 밀가루를 참고하여 2017년 4월 이후부터 쌀가루를 성분별로 과자/빵/면 제조용 3종류로 분류·표시하여 판매 할 방침이다. 소비자가 사용법에 맞추어 쌀가루를 선택할 수 있도록 하고 쌀가루의 수요발굴 및 확대를 위해서도 노력할 예정이다.
- 주식용 쌀의 수요가 매년 약 8만톤씩 감소하는 가운데 쌀가루는 밀가루의 대체품으로 수요가 확대될 것으로 기대하였으나, 2012년 이후 쌀가루용 쌀의 연간 소비량은 2만톤 전후로 답보상태를 보이고 있다. 따라서 소비자가 용도에 맞는 쌀가루를 쉽게 선택할 수 있도록 기준을 마련하여 쌀가루의 소비 확대를 도모하고 있다.

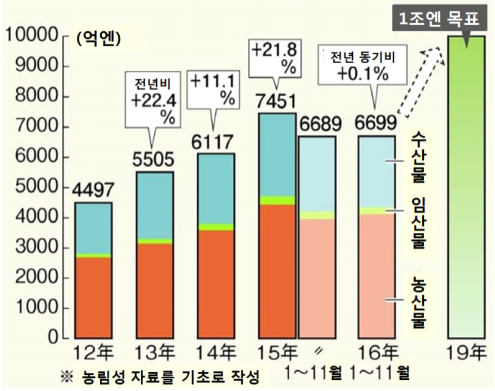
▶ 북미 외식기업을 겨냥한 일본 쌀 수출 확대 추진

- JA(일본농협)와 쌀 관련 제조업체 등이 가입되어 있는 전일본 쌀·쌀관련 식품수출촉진협의회(이하 전미수)와 일본 농림수산성은 '17년부터 북미시장으로의 일본산 쌀 수출확대 대책을 강화한다. 북미시장은 가정 내 수요확대를 기대하기는 어렵기 때문에 일식 레스토랑 등 외식시장을 겨냥하여 현지 요리사 대상 홍보나 상담회를 추진할 예정이다.
- 일본산 쌀 수출액은 약 22억엔('15년 기준)이지만 대부분은 아시아시장으로, 대미수출은 약 1억엔 규모에 그치고 있다. 북미 소재 일본 외식레스토랑 수는 2만 5100점포('15년기준)로 매년 증가하고 있으며, 전미수는 농림수산성의 보조사업을 활용하여 북미시장 내 외식기업을 대상으로 일본산 쌀 판매를 추진할 예정이다.
- 1월10일에는 미국·샌프란시스코, 12일에는 캐나다 · 밴쿠버에서 외식사업자 및 요리사 대상의 홍보행사를 열어 일본산 쌀을 사용한 요리시연, 일본 술 제조 강좌, 상담회를 실시하기도 했다.

▶ '16년 일본산 농수산식품 수출액 전년 수준

- 순조롭게 성장해 온 일본 농수산식품 수출액이 '16년에는 전년과 같은 수준에 머물 것으로 추정된다. 일본 농림수산성이 발표한 '16년 1~11월의 농수산식품 수출액은 6,699억엔으로 전년 동기 대비 0.1% (10억엔) 증가했다. 쌀과 쇠고기, 녹차 등의 수출은 증가하였으나, 수산물 수출부진은 장기화될 전망이다.

| 일본산 농림수산식품 수출액 추이 |



※세부 내역 ('16년 11월누계)

부 류	금액(억엔)	전년비
농산물	4,102	3.7%
– 쇠고기	114	3.6%
– 녹차	103	2.0%
– 쌀	23	4.5%
수산물	2,356	–5.6%
임산물	241	–
합계	6,699	0.1%

시사점

- 일본에서는 식생활의 다양화로 쌀 소비가 점차 축소되고 있고 앞으로도 이러한 추세는 계속될 것으로 예상된다. 따라서 쌀과 쌀가공품 소비 및 수출대책이 확대될 전망이다.
- 쌀가루는 밀가루에 비해 고가이고, 사용방법도 익숙하지 않기 때문에 시장의 급성장은 기대할 수 없으나 앞으로도 꾸준히 신규 대책을 실행할 것으로 예상된다.
- 이러한 상황에서 한국산 쌀 및 쌀 가공품의 대일 수출여건은 더욱 악화될 것으로 판단된다. 워낙 일본산 쌀이 다양하고 안전성에 대한 신뢰성도 높아 수입쌀에 대한 일본 소비자의 거부감이 강하기 때문이다.

일본
Japan

4. 일본, 수출거점으로써의 도매시장 활용

오사카지사

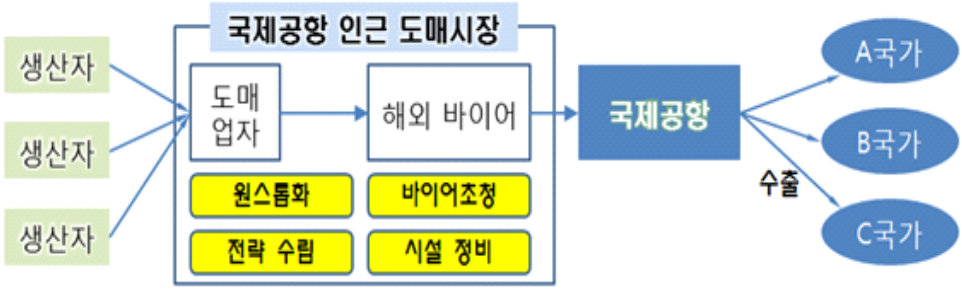
4-1 주요내용

▶ 일본, 수출거점으로써의 도매시장 활용 배경

- 일본 정부는 일본 내 농수산식품 수요가 감소하는 한편, 여러 아시아 국가에서 일식 붐이 불고 있다는 점에 착안하여 아시아 국가를 주요 타깃으로 농식품 수출 확대를 도모하고 있다.
- 2019년까지 농수산식품 수출액 1조엔(약 100억불) 목표를 정하고, 이를 달성하기 위해 도매시장을 활용하는 것이 가장 효과적이라고 판단하고 있다.
- 일본산 청과물의 90%가 도매시장을 통해 유통되고 있으며, 도매시장이 집하·분산 및 정보교환 기능을 활용해 수출할 경우 생산업체가 개별로 마케팅, 안전기준파악 등 복잡한 절차를 밟을 필요가 없기 때문이다.

▶ 도매시장 활용의 기대 효과

- 농림수산성은 2013년 중앙도매시장 1곳 당 585억엔이었던 수출실적을 2020년 632억엔까지 끌어올리기 위하여 2015년부터 국제공항 인근에 있는 도매시장의 수출 거점화를 지원하는 '국제농산물 시장 구상 추진사업'을 시작하여 시장조사, 저온관리 설비 설치 등을 지원했다.
- 특히 국제공항 인근의 도매시장은 수출 관련절차 효율화, 수송기간 단축, 혼적에 의한 물류비 절감 등의 관점에서 일본산 농수산식품 수출촉진 거점(국제농산물 시장)이 되어 해외바이어를 불러들이는 등 적극적 판로가 될 것으로 기대되고 있다.



▶ 도매시장의 활용 사례 및 전망

〈나리타시 공설 지방도매시장〉

- 농림수산성으로부터 보조금 교부가 결정되자 유럽, 중동에 일본산 농산물 수출확대 프로젝트를 진행하였고, 영국에 채소 등을 시험 수출했다. 도매시장 내에 검역 장소를 설치하고 검역담당자를 파견하여 절차를 간소화하는 '수출절차 원스톱화'를 실현해 유통비용 절감을 꾀하고 있다.

〈후쿠오카 다이도 청과(후쿠오카시 청과시장 도매법인)〉

- 후쿠오카 다이도 청과는 도매시장의 집·출하 기능을 활용하여 농산물 수송 사업을 하는 회사이다. 수출용 청과물을 저온 창고에 보관하고 있다가 수입업체로부터 주문이 들어오면 하카타항을 통해 적기에 출하 가능한 시스템이 마련되어 있다. 온도·산소 조절이 가능한 CA컨테이너(controlled atmosphere)를 이용하여 신선도를 2주간 유지할 수 있으며, 항공편보다 약 10분의 1수준으로 수출 비용을 절감할 수 있다.

시사점

최근 일본의 적극적인 농수산식품 수출확대 노력의 일환 중 도매시장을 수출거점으로 하는 방안이 효과를 보고 있다고 평가받고 있다. 한국의 경우에도 일본과 유사한 도매시장 구조를 가지고 있기 때문에 향후 벤치마킹의 필요성이 높다고 판단된다.

베트남
Vietnam

5. 외국계 편의점 시장점유율은 70%에 달해

하노이지사

5-1 주요내용

▶ 베트남 상공부가 발표한 2016년 소매업계 보고에 따르면, 외국기업의 편의점 시장점유율은 70%에 달한다.

▶ 그 밖에 유통채널의 외국기업 점유율은 온라인 판매·홈쇼핑 등이 50%, 상업시설 슈퍼마켓이 17%, 슈퍼마켓이 15%에 달해 수입품 유통이 확대되고, 국산품의 생산과 유통에 영향을 미치고 있다.

▶ 상업시설 슈퍼마켓 및 소형 마트의 시장점유율은 낮은 수준이지만, 한국계 롯데와 일본계 이온 등이 베트남을 매력적인 시장으로 판단하여 적극적으로 투자하고 있기 때문에 외국계의 시장점유율은 향후 더욱 확대될 전망이다.

▶ 2016년 태국의 소매업체 중앙그룹(Central Group)이 프랑스의 카지노 그룹(Casino Group)의 마켓 "Big C"를 11억 4,000만 USD에 인수, 태국의 대형 재벌 TCC그룹(TCC Group)이 독일계 도매유통업체 메트로 캐시&캐리(Metro C&C)를 7억 1,100만 USD에 인수하게 됨으로써 태국계 소매업자가 베트남에서 존재감을 높이고 품질 좋은 저가 태국산 상품의 점유율이 확대될 전망이다.

▶ 또한 베트남 통계총국(GSO)의 발표에 따르면 2016년 연간 소매 매출액은 전년대비 10.2% 늘어난 3,527조 3,661억 VND으로 2015년 성장율 9.5%보다 증가했다.

*출처 : viethantimes

시사점

베트남의 현대식 소매유통 비중이 증가함에 따라 식품업계의 마케팅 타킷이 점차 대형유통업체를 중심으로 변화하고 있다. 베트남 소비자 또한 원스톱 쇼핑을 지향하고 있어 이에 맞는 상품개발이 필요할 것으로 예상된다.

인도네시아
Indonesia

6. 식음료업체연합, 규제완화 및 제품 경쟁력 강화 필요성 주장

자카르타지사

▶ 인도네시아 식음료업체연합(Gapmmi)은 올해 자국 생산 식음료산업 성장률이 지난해보다 8.2~8.5% 증가하고 매출은 1,400조 루피아(약 125조 8,600억원)에 달할 것으로 예상한다고 밝혔다. 이는 수입 증가에 따른 국산제품의 경쟁력 저하로 작년 말 예상했던 9% 증가보다 다소 하향된 수치이다.

▶ 현지 최대 시사주간지 뗌뽀 1월 10일자 보도에 따르면 식음료업체연합은 올해 식음료시장이 수입품의 영향을 강하게 받을 것으로 예상되어 각 기업은 대응 전략을 세울 필요가 있으며, 더 이상 수입이 증가하면 국내 식음료산업에 대한 투자가 줄어들 것이라는 견해를 밝혔다. 현재 인도네시아 다수의 기업 이익이 감소추세에 있지만, 아직까지 부채율은 10% 이하인 것으로 알려졌다.

▶ 식음료업체연합은 정부의 별다른 정책지원이 없어 국내 식음료산업의 경쟁력 손실이 우려된다고 밝혔다. 정부의 식음료품 원료에 대한 수입규제 등은 오히려 국내 생산을 어렵게 하고 있어 원당이나 소금 등 원료의 수입규제가 완화된다면 생산비용 절감으로 이어져 국제시장에서의 경쟁력이 강화될 것이라고 주장했다.

▶ 식음료업체연합은 최근 국내 농산물 생산량 증가로 가격이 안정세를 보이고 있어 식음료산업에 좋은 영향을 미칠 것으로 판단되나, 식음료업체들은 제품 경쟁력을 강화해 수입 제품과의 경쟁에 대비할 필요가 있다고 밝혔다.

▶ 인도네시아는 한국 농수산식품의 9위 수출대상국으로 '16년 기준 수출금액은 170백만불이며, 전체 수출액 8,596백만불의 2%를 점유하고 있다. 주요 수출품목은 커피조제품(34.6백만불), 라면(11.3), 기타음료(4.1), 김(3.3), 배(3.2), 팽이버섯(1.2) 등이 있다.

| 인도네시아에서 판매중인 한국 농식품 |

* 출처 : 자카르타경제신문 2017.1.12

시사점

- 인도네시아는 세계에서 4번째(2억5천만명)로 인구가 많은 잠재력이 높은 시장으로 인도푸드 등 국내 식품제조회사들과 코카콜라, 유니레버, 헤인즈 등 글로벌 회사들이 인도네시아 내에 생산공장을 설립, 확대하며 치열한 경쟁을 하고 있다.
- 한국식품이 이러한 인도네시아 국내생산 식품 및 기타 경쟁국가 수입식품들과의 경쟁에서 살아남기 위해서는 가격경쟁력을 갖추고 안전성, 품질, 다양한 마케팅활동 등을 통한 차별성이 강조되어야 할 것이다.

미국
America

7. 2017 식품트렌드 : 한식과 소셜미디어

뉴욕지사

7-1 주요내용

▶ CBC뉴스는 많은 시장조사 기관이 2017년 탑 식품트렌드로 선정한 홈딜리버리, 커피, 길거리 음식 등의 아이템 중 한식과 소셜미디어에 대해 심층적으로 다루었다.

▶ 건강한 채식, 국 그리고 한국의 맛

• 한국 음식, 필리핀 음식은 요즘 뜨고 있는 음식으로, 한 식품 관계자는 "두 음식 모두 풍부하고 묵직한 맛을 가지고 있다. 맵고, 신 느낌이 많다."고 평하였다.
또한 건강에 대한 관심이 증가하여 햄버거, 피자와 같은 음식보다 채소가 많이 들어간 음식이 인기를 끌면서 미국 음식이 아닌 다른 에스닉 푸드에 관심이 옮겨간 것으로 볼 수 있다.
한국 음식에 많이 등장하는 '국', '육수' 역시 건강한 요소로 추후 더욱 관심 받을 것으로 전망되며, 미국인에게 익숙한 소고기로 만든 국이 앞으로 인기를 끌 수 있을 것으로 예상했다.

▶ 사람, 그들을 이어주는 플랫폼 '소셜미디어'

• 밀레니얼 세대는 다른 어떤 세대보다 레스토랑을 방문하는 횟수가 많다고 알려져 있다. 1980년 초에 태어난 그들은 레스토랑 체증(restaurant traffic)을 만들어냈고, 이후에 태어난 Z세대(Gen Z: 1990년 중반에서 2000년 초에 태어난 세대)들 역시 이러한 영향을 받고 있다. 식품 서비스회사들은 밀레니얼 세대 뿐만 아니라 구매력이 점차 증가하는 Z세대에게도 막대한 관심을 기울이고 있다.
Z세대의 구매력 뿐만 아니라 그들의 디지털 기기 사용에 따라 영향력은 더 커지고 있다. 식사 중 디지털 기기의 사용을 자제하려는 트렌드가 생겨나기도 했지만 아직도 많은 사람들은 음식 사진 찍는 것을 즐기고 있다. 사진을 찍고 그것을 공유하는 한 어플리케이션만 해도 음식과 식당 사진이 수백 만 장에 달한다. 이에 식품업계는 소비자들이 어떤 방식, 어떤 플랫폼을 통해 사람들과 소통하고 공유하는지 관심을 가지고 마케팅에 활용할 필요가 있다.

* 출처 : CBC News 2017.01.14

시사점

넘쳐나는 2017년 식품트렌드의 홍수 속에 한국 식품은 계속 중요한 키워드로 선정될 정도로 잠재력이 무궁무진하다. 매콤하고 채소를 많이 사용하는 한식에 사람들이 사진 찍고, 소셜미디어를 통해 공유하고 싶게 만드는 요소를 첨가한다면 한식의 수요는 더욱 확대될 것으로 보인다.

미국
America

8. 미국 정부, 염분 섭취 가이드라인 홍보

LA지사

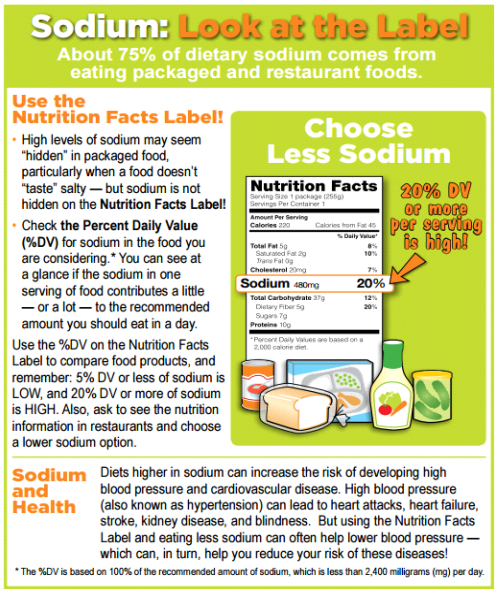
8-1 주요내용

▶ 최근 British Medical Journal에 발표한 연구는 염분 섭취 감소를 위한 정책 제안과 그 효과에 대해 밝히고 있으며, 이번 연구에 포함된 정책제안 중에는 식품 패키지 앞면 라벨링 수정, 식품 내 염분감소에 대한 규제 입법화, 염분이 높은 식품에 대한 세금 확대, 소비자 교육 등이 포함되어 있다.

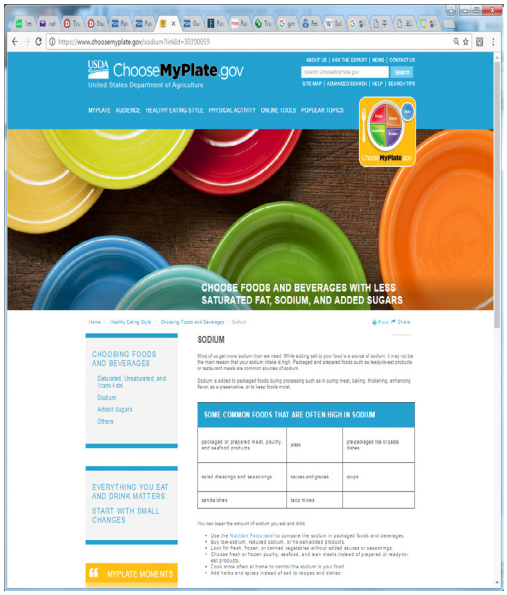
▶ 미국 FDA는 작년 6월 '식품 내의 자발적 염분감소 가이드라인'을 발표하고 업계의 의견을 접수했다. 미국 FDA는 식품업계와 식품 내 염분감소를 위해 노력을 기울이고 장기적으로는 USDA 및 질병통제예방센터(CDC: Center for Disease Control and Prevention)와 함께 협업하여 염분감소가 어떤 변화를 일으키는지 지속적으로 모니터 할 예정이다

▶ 현재 미국 정부의 웹사이트에는 염분 섭취 감소가 소비자들에게 어떤 영향과 효과가 있는지에 대한 정보를 공개하여 건강한 식습관을 형성할 수 있도록 유도하고 있다.

| FDA 웹사이트 내 염분섭취관련 소비자 가이드 |



| USDA에서 운영하는 건강한 식사관련 웹사이트 염분관련 부분 |



* 출처 : Food Dive 및 FDA, USDA

시사점

- 미국은 건강한 식습관을 위해 소비자들에게 지속적으로 교육을 진행하고 있으며 설탕 및 염분에 대한 문제해결을 위해 소비자 및 식품업체들을 위한 가이드라인을 발표하는 등 활발한 노력을 기울이고 있다.
- 이로 인해 현재 많은 소비자들이 현재 염분 섭취 감소에 대한 중요성에 대해 인지하고 있으며, 건강을 생각하는 소비자들은 염분이 적게 들어간 식품들을 선호하고 있다. 앞으로 식품의 염분 함유량은 소비자가 식품을 선택하는 또 하나의 기준이 될 것으로 판단된다.

유럽
Europe

9. 팜오일 유해성 논쟁 심화

파리지사

9-1 주요내용

▶ 초콜릿 스프레드의 제왕 누텔라(Nutella)

- 누텔라는 1964년 이탈리아 페레로(Ferrero)사에 의해 탄생한 초콜릿 헤이즐넛 스프레드이다.
- 1940년대, 제2차 세계대전 이후 카카오 가격이 폭등하여 헤이즐넛을 섞어 만든 것이 유래가 되어 1964년부터 누텔라라는 이름으로 판매되기 시작했다.
- 2012년 OECD가 발표한 보고서에 따르면 누텔라는 전세계 75개 이상 국가에서 매 2.5초마다 한 병씩 팔리고 있으며, 매년 250,000톤이 생산된다. 특히 유럽, 북미, 남미, 호주에서 수요가 크다. 누텔라의 매출액은 약 20억 유로(약 2조원)가량으로 보고되고 있다.
- 누텔라는 헤이즐넛과 코코아 이외에 다량의 설탕과 팜오일을 포함하고 있다. 서구권에서는 어린이부터 성인까지 아침식사용 스프레드로 큰 인기를 누리고 있고 브랜드 인지도가 높아, '팜오일' 이슈가 불거져 나올 때마다 대표적인 상품으로 지목되고 있다.

▶ 건강 유해, 환경 파괴, 아동 노동착취.... 팜오일 수난시대

- 팜오일은 가격이 저렴하고, 보관기간이 길어 식품제조업체들의 생산성 향상에 큰 역할을 한다. 몇 년 전부터 환경단체들은 팜오일을 환경파괴의 주범으로 지목했다. 환경단체와 언론, 소비자들은 팜오일 생산과정에서 삼림이 급격한 속도로 파괴되고, 폐수로 인해 오염이 유발된다고 우려한다.
- 팜오일은 식품뿐만 아니라 수천가지 제품에 사용되고 있으며 1990년대 팜오일의 수요는 전 세계적으로 급격하게 증가했다. 팜오일은 주로 인도네시아와 말레이시아에서 생산되며, 2015년 오일용 팜 생산 플랜테이션의 면적은 800만 헥타르로 2000년 대비 2배 이상 증가했다. 팜오일에 포화지방이 많이 포함되어 있다는 점도 비난의 원인으로 작용하고 있다.
- 세계자연기금(WWF)은 유명 식품 기업이나 유통업체 등 팜오일 바이어들의 지속가능성을 측정하는 팜오일 바이어 득점표(Palm Oil buyers Scorecard)를 매년 발표해 소비자들이 검색할 수 있도록 하고 있다.
- 지난해 프랑스에서는 누텔라 택스라는 별명의 팜오일에 세금을 부과하는 법안 신설이 화제가 되기도 했다. 이는 2017년부터 팜오일과 파생상품 톤당 300유로의 세금을 물리자는 계획이었으나 생산국가들과 업계의 반발로 톤당 30유로를 부과하기로 결정이 되었다.
- 인권운동단체는 팜오일 생산과정에서 끔찍한 아동 노동착취가 일어나고 있다고 밝히기도 했다.

▶ 유럽식품당국, 팜오일이 암 유발 가능성있다는 보고서 발표

- 지난해 5월 유럽식품안전청(EFSA)은 팜오일이 200℃ 이상으로 가열되면 발암 가능성이 커진다는 내용의 보고서 발표했다. 그러나 유럽식품안전청이 소비자들에게 팜오일 섭취 금지를 권장하지는 않았다. 위험의 수준에 대한 추가 조사가 필요하며, 올해 말 안내서가 발간될 수 있다고 밝혔다.

- 이같은 발표에 이어, 이탈리아 대형유통업체 쿱(Coop)은 누텔라 포함 팜오일 함유 식품의 판매 중단을 선언했다. 이탈리아 유명 식품기업 바릴라(Ballila)도 포화 지방산을 함유한 팜오일을 계속해서 줄일 것을 발표, 일부 제품은 팜오일 사용을 중단하고 팜오일프리 라벨을 붙이기 시작했다.

▶ 페레로 그룹의 반격

- 이탈리아에서 누텔라의 매출은 3%정도 감소하였으며, 이는 팜오일프리 스프레드를 생산하는 경쟁사들의 영향 때문이라고 분석된다.
- 페레로 그룹은 유럽식품당국의 보고서 발표 이후 팜오일 사용을 중단하는 대신 '안전성'을 내세우며 반격하고 있다. 발암물질이 발생하는 200℃까지 가열하지 않으며, 다른 성분을 사용해서는 얻을 수 없는 부드러움을 위해 팜오일을 사용해야 한다는 것이다. 또 누텔라의 50년 이상의 역사에 환경 파괴 없이 지속가능한 방법으로 생산된 팜오일만을 사용해 왔다고 밝혔다.

▶ 주요 식품기업들의 지속가능한 팜오일 농업 운동

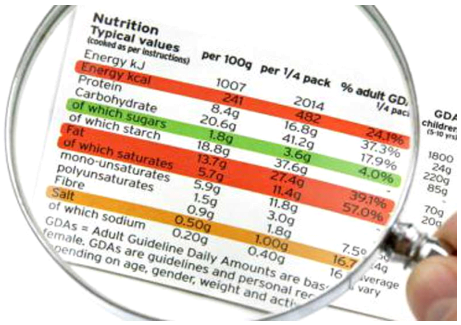
- 다논, 유니레버 등 식품 대기업이나 까르푸, 카지노 등 대형유통업체들을 지속가능한 팜오일 생산 인증 RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil) 및 CSPO(Certified Sustainable Palm Oil) 인증 획득 사실을 비롯해 환경보호를 위해 공헌하고 있는 점을 소비자들에게 알리기 위해 노력하고 있다.
- 특히 프랑스 유통그룹 시스템유(System U)는 유럽에서 이슈가 되고 있는 팜오일을 비롯해 유전자 변형물질, 아스파탐, MSG, 글리포세이트, 방부제 등을 매장에서 없애는데 앞장선다는 내용의 대대적인 홍보를 실시하고 있다.

아랍에미리트
United Arab Emirates

10. 카타르, 수입식품 영양성분 표시 라벨 부착 필수화

아부다비지사

10-1 주요내용



▶ 카타르 보건부는 2017년 1월 1일 부로 영양성분이 자세히 기술된 라벨이 없는 수입식품의 유통을 금지한다고 발표했다. 이는 카타르 당국이 걸프국가 포장 식료품에 관한 협약인 GSO 9:2013을 채택한지 약 7개월 만에 나온 움직임이다.

▶ 이번 조치로 카타르로 수입되는 모든 식품에는 칼로리 및 성분이 포함된 라벨이 반드시 부착되어야 한다. 일단 영문표기만을 필수로 하였으나 곧 아랍어 표기도 필수화시킬 것으로 보인다.
다만 포장되지 않은 신선농산물, 과일, 육류 및 생선류, 20㎠미만의 소형 포장 제품, 포장된 물, 비상업용 식품은 상기 규정이 적용되지 않는다.
카타르 보건부는 수입식품 라벨링 부착 의무화가 국민의 건강한 식생활 증진에 도움이 될 것으로 기대하고 있다.

* 출처 : Hotelier Middleeast

시사점

GCC 국가의 삶의 질이 높아지면서 안전한 식품, 기능성 식품 등에 대한 수요가 점차 증가하고 있다. 이러한 추세에 따라 카타르 당국 역시 국가 차원에서 건강한 식습관 증진을 도모하기 위한 움직임을 보이고 있다. 새로워진 규정에 대해 국내 수출업자 및 카타르 수입업자들은 혼란을 겪지 않도록 사전에 관련 규정을 철저히 숙지하여 수출장벽을 미연에 해소하는 것이 좋을 것으로 사료된다.

지구촌리포트

VOLUME 32
2017. 02

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

06774 서울특별시 서초구 강남대로 27 aT 농수산식품기업지원센터 수출정보부
☎ 전화 : (02) 6300-1679