



MINI Market Report

국가	독일
제품	오메가3

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

CONTENTS

I. 독일 마케팅 방안	1
1. 현지 시장 특징	1
2. 현지 시장 전략 TIP	3
II. 독일 시장 정보	4
1. 오메가3 수입추이	4
2. 오메가3 시장동향	5
3. 오메가3 경쟁사 및 제품 동향	6
4. 건강기능식품 시장동향	8
III. 독일 가격 정보	10
IV. 독일 유통 정보	12
V. 독일 통관 정보	15
1. 관세 및 기타 세금	15
2. 수입통관 절차 및 유의사항	17
3. 건강기능식품 관련 기술 장벽	21
VI. 독일 검역 정보	24
VII. 독일 라벨링 정보	27
VIII. 독일 바이어 정보	29

※ 참고자료

I 독일 마케팅 방안

1. 현지 시장 특징

□ 까다로운 절차로 진입이 어려운 시장

- 독일을 포함한 유럽 기능성식품시장은 유럽 전역에 걸쳐 통일된 규제가 부재하고, 유럽식품안전청(EFSA)의 승인을 받기가 어려워 신제품일 경우 진입이 쉽지 않음
- 유럽식품안전청(EFSA)에 의해 승인되는 제품은 과학적 효능이 입증돼야 하고 관련 데이터가 구비돼야 하는 어려운 과정을 전제로 하기 때문에 지금까지는 비타민 혹은 미네랄 등 기존에 이미 건강효과가 잘 알려진 제품들이 승인되어 왔음
- 일반적인 승인 과정을 살펴보면 유럽 각 나라 관할 당국에서 EFSA(European Food Safety Authority)에 기능성 표시를 제안하고 EFSA는 그 내용을 검토 후 유럽위원회(European Commission)에 전달함
- 이후 유럽 위원회는 이에 대해 토론 및 투표 후 유럽 의회(European Parliament)로 내용을 전달하고 마지막으로 유럽 의회에서는 3개월 동안 정밀조사를 거쳐 법으로 제정하게 됨
- 제안된 기능성 표시를 검토하는 세 가지 주요 평가항목은 아래와 같음
- 세 가지 주요 평가항목이 모두 긍정적이면 EFSA는 모든 자료를 정밀 검토하고 세 가지 주요 항목 중 하나라도 부정적이면 제안은 거절됨
 - 첫째, 식품 성분의 특징이 충분히 정의됐는지
 - 둘째, 기능성 표시의 효과가 충분히 정의되고 신체에 유의한지
 - 셋째, 기능성 표시를 실증하기 위해 적절한 연구가 진행됐는가

□ 제약시장과 식품시장 중간에 위치한 틈새시장

- 건강보조식품 시장은 거대 제약시장과 식품시장의 중간에 위치하며, 제약시장은 '치료'에 주목적이 있는 반면 식품은 '영양공급'에 주목적이 있고, 그 두 시장의

주목적 사이에 ‘예방’이라는 부분이 건강 기능성식품시장의 주목적으로 볼 수 있음

- 건강식품에 의한 ‘예방’이라는 부분은 의사의 처방전이 필요 없으면서 상대적으로 저렴하고 접근성이 용이한 장점을 가지고 있음
- 통상 대다수의 소비자들이 실제로 아프다는 것을 감지하지 않는 한 병원에 가지 않는 점을 감안하면 보조 예방(secondary prevention)의 역할을 기능성식품시장이 수행할 수 있는 것임
- 글로벌 건강식품 전문 기업인 CM&D Pharma Limited사의 마사리 대표는 “기능성 식품시장이 일종의 ‘틈새시장’으로 자리 잡아 시장 규모가 더욱더 증가할 것”이라고 예상했음
- 건강보조식품 시장은 의사와 환자 사이에서 모든 것이 이뤄지는 구조를 보여 틈새시장의 형성가능하다고 보고 있음

□ 독일내 한국 식품 유통

- 현재 한국 식품의 유럽 소비층은 주로 교민이나 유학생이 중심이며, 현지에서 활동하는 식품 수입상(주로 중국계)이나 한국식품 소매업자는 소수
- 이들 업체의 역할은 현지 교민 및 유학생들에게 한국 식품을 일부 판매하고 현지 한국 식당에 일부 식재료를 공급하는 것임
- 현지인들은 동양식품을 건강식품으로 인식함은 물론 새로운 국가들 의식문화에 관심이 있음

2. 독일 시장 진출 TIP

□ ‘과학적 입증과 관련 데이터 활용’ 하는 것이 효과적

- 독일 등 유럽시장 진출 성공의 중요 전략 중 하나는 ‘과학적 입증과 관련 데이터를 활용’ 하는 것이 효과적
- 특히, 건강 관련 식품의 효능을 직접 광고하기 위해서는 거의 임상실험 수준의 데이터가 필요함

□ 독일 소비자 특성 이해 필요

- 독일 소비자가 건강보조 식품 구매를 결정하는 과정에서 가장 중요하게 생각하는 것은 ‘효능을 이해하고 있는가, 제품이 필요한가, 구성성분을 받아들이고 있는가, 브랜드를 신뢰하는가’ 라는 4가지 질문임
- 소비자의 특성을 이해하고 건강보조식품 시장에서 성공하기 위해서는 3가지 단계가 중요
 - 타겟 소비자 층 정의 : 소비자 층이 다양하며 이들의 니즈와 특성이 상이하기 때문에 각 소비자 층에 접근하는 방식과 제품의 효능을 이해시키는 방법이 상이할 수밖에 없음
 - 브랜드 구축 : 독일 소비자는 특히 브랜드 신뢰가 강함.
 - 자신만의 고유한 전략 수립 : 남들과 유사해서는 지속적으로 시장 점유가 힘든 만큼 궁극적으로 타사 제품과 차별화된 나만의 고유한 비즈니스 전략이 필요

□ 한국 브랜드 인지도 제고 위한 적극적인 홍보 활동 필요

- 건강보조식품은 소비자에게 브랜드 이미지가 매우 중요한 요소로 작용하는데 유럽 식품시장 내에 널리 알려진 한국기업 제조사 브랜드가 거의 부재하고 국가 인지도도 전반적으로 낮은 편으로 신규 진출을 시도하는 한국 기업들에게는 부담이 큼
- 이에 장기간의 시간을 두고 유럽 내에서의 브랜드 이미지 구축과 획기적인 마케팅 전략 구상 등 다양한 노력이 필요할 것
- 독일 건강보조식품시장은 규모가 크고 유럽 및 세계 시장을 주도하는 기술과 트렌드를 선보이는 만큼 독일시장 진출은 궁극적으로 세계 진출에 도움이 될 수 있음

II 독일 시장 정보

1. 오메가3 수입추이

□ 오메가3에 대한 HS CODE가 부재하기 때문에 가장 근접한 HS CODE 1516(동식물성 유지)로 수입현황을 파악하였음

< HS CODE >

1516	동식물성 유지
------	---------

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

□ HS CODE 「1516」에 대한 독일의 2013년 수입 추이

순위	수출국가	무역지표					
		수입액 (1,000 USD)	점유율 (%)	수입량 (톤)	점유율 (%)	수입단가 (미달러)	수입량증감률 (2012년 대비, %)
	World	228,431	-	1,489,774	-	1.53	8.72
1	Netherlands	155,335	68	1,161,654	77.98	1.34	8.44
2	Belgium	20,806	9.11	108,710	7.30	1.91	-12.42
3	Denmark	12,883	5.64	65,613	4.40	1.96	12.74
4	United Kingdom	7,127	3.12	33,090	2.22	2.15	-9.20
5	Chile	6,422	2.81	3,382	0.23	18.99	1008.85
6	Austria	5,791	2.54	27,944	1.88	2.07	12.10
7	Spain	4,284	1.88	12,851	0.86	3.33	35.27
8	Poland	2,882	1.26	31,989	2.15	0.90	∞
9	France	2,668	1.17	9,613	0.65	2.78	36.16
10	Norway	2,116	0.42	1,031	0.07	20.53	352.19
18	South Korea	210	0.09	199	0.01	10.56	-

출처 : Global Trade Atlas (www.gtis.com/gta)

- 독일은 2013년 2억 2,843만 달러 규모를 수입하였으며, 가장 많이 수입한 국가는 네덜란드로 집계되었음
- 네덜란드는 전체 수입액에 68%를 차지하는 약 1억 5,533만 달러의 규모를 수입하였으며 수입량에 있어서도 전체 77.98%인 약 161만톤을 수입한 것으로 조사됨
- 네덜란드에 이어 벨기에, 덴마크, 영국 순이며, 각각 2,080만 달러, 1,288만 달러, 712만 달러의 규모를 수입하였음
- 한국은 전체 18위로, 2013년 21만 달러를 수입하였으며 수입량은 199톤을 기록함
- 수입 단가를 살펴보면, 노르웨이와 칠레 제품이 가장 고가에 수입하고 있으며, 가장 많이 수입하는 네덜란드는 KG당 1.34 달러로 비교적 저가에 수입하고 있음

2. 오메가3 시장 동향

- 독일에서는 오메가3에 대한 관심도 높을 뿐만 아니라 꼭 섭취해야 되는 요소로 많은 소비자들이 구매하고 있음
 - 독일 정부에서 주당 150 ~ 220g의 생선을 섭취하도록 권장하고 있으며 이는 심장병, 뇌출혈, 고혈압 등에 좋은 오메가3를 섭취하기 위함
 - 현재 독일에서는 오메가3에 대한 많은 연구가 진행 중이며, 세계적인 오메가3 제조업체들이 있는 것으로 관측
 - 특히, 오메가3에 대한 관심이 많기 때문에 오메가 3를 활용한 다양한 식품이 제조되고 있음
 - 대표적인 예로 독일 기업인 오리진푸드(Origin Foods GmbH)는 오메가 3가 함유된 오메가3 소시지를 개발하여 판매중임
 - 同 오메가3 소시지는 독일 최대의 식품유통회사인 에데카(EDEKA)에서 ‘triOMEG’ 이라는 신규 브랜드로, 9가지 다양한 소시지를 개발하고 EDEKA 직영 식육 가공공장인 에데카 쉬드베스트 플라이쉬(EDEKA Sudwest Fleisch GmbH)사에서 생산하여 EDEKA 매장에서만 독점판매를 하고 있음

- ‘triOMEG’ 제품은 DHA, EPA의 함유량이 매우 높을 뿐만 아니라 전체적으로 지방 균형을 최적화하여 기존 소시지의 지방함유량이 60% 정도인데 비해 ‘triOMEG’ 제품은 4% 내외로써 다이어트 식품이면서 맛도 매우 좋은 것이 특징

- 독일에서의 오메가 3는 앞으로도 소비량이 계속 증가할 것으로 전망되고 있으며, 다양 오메가 3 관련 제품이 많이 생산 될 것으로 예상됨

3. 오메가3 경쟁사 및 제품 동향

1) KD pharma(<http://www.kd-pharma.com/en>)

- 독일의 세계적인 오메가3 전문 원료사로, KD pharma는 남태평양 청정해역의 멸치, 정어리와 같이 중금속 오염의 위험이 없는 소형어류만을 원료로 사용
- 유럽의 친환경 인증서 EMAS(Eco Management and Audit Scheme)를 획득
- 오메가3 생산 기업의 국제협회인 GOED(Global Organization for EPA and DHA Omega-3)의 회원이며 그 중에서도 세계 유수의 기업만의 회원으로 등재되는 Leadership Member 등급으로 활동 중
- 주요 제품

제품 이미지	
가격	60 capsules : 10,76 €

2) Nobilin Omega 3 : 오메가3 생산 유명업체

－ 주요 제품

제품 이미지	
가격	120 capsules : 11.40 € 240 capsules : 19.90 € 480 capsules : 34.90 €

3) Raab Vitalfood GmbH : 독일 건강식품 판매업체

－ 주요 제품

제품 이미지	
가격	60 capsules : 13.90 €

4) Dr. Loges + Co. GmbH

- 주요 제품

제품 이미지	 apomedifot.de
가격	30 capsules : 10,41 € 100 capsules : 29,82 €

4. 건강기능식품 시장동향

□ 독일 건강보조식품 시장은 2012년 기준 총 매출액 13억 유로로 전년 대비 소폭 감소했지만, 독일 여성의 약 60%, 남성의 50%는 정기적으로 비타민, 무기질 제품을 복용하는 것으로 조사

- 특히, 독일 여성 중 약 39%는 매일 또는 일주일에 한 번 이상 건강보조식품을 복용하고 있는 것으로 파악되었음

□ 독일은 생활수준이 높고 건강에 대한 관심도가 높아 건강 보조식품 잠재 수요가 높은 시장

- 웰빙, 건강에 대한 관심이 높을수록 다양한 경로를 통해서 유용한 정보를 습득

- 최근 소비 트렌드는 능동적이고 검증을 즐기는 성향이 높으며 인터넷을 통해 가격을 비교하거나 인증마크 부착 여부, 함유 성분 확인 등 검증을 통해 제품 구입을 결정하는 경향이 있음

- 현대 소비자들은 적극적이고 검증을 선호하므로 기능성 식품 판매전략 수립 시 추상적인 정보나 문구는 지양하고 구체적이며 과학적인 문구를 이용하는 것이 필요

□ 인구 노령화와 소비자들의 건강한 삶에 대한 관심 증대가 건강보조식품시장 성장의 원동력이 됨

- 전체 인구 약 8,000만 명인 독일은 노령인구가 빠른 속도로 증가하고 생활수준이 높으며 보건의료분야의 관심도가 매우 높아 건강식품 잠재수요가 높은 시장
- 단순히 중노년층 소비자 증가뿐만 아니라 이들의 구매력도 증가해 이들을 대상으로 한 건강기능성식품이 경쟁력을 가질 것으로 보임

III 독일 가격 정보

□ 독일 판매 현황

- 주로 약국이나 마트에서 판매하고 있으며, 오메가3의 제조회사와 용량 제품에 따라 가격의 차이가 많음
- 오메가3를 구입할 수 있는 온라인 사이트는 많으며, 이는 독일 소비자들이 오메가3에 대한 관심이 많기 때문
- 오메가3의 유명한 회사들의 제품 가격은 일반 회사들의 가격보다 2~3배 정도 비싼 것으로 조사됨

□ 온라인 판매 사이트

- www.medizinfuchs.de에서는 오메가3를 구입할 수도 있으며, 다른 사이트에서 파는 오메가3와 가격 비교가 가능함

업체명	Dr. Loges + Co. GmbH	Pharmavital GmbH	Sanatur GmbH
제품 이미지			
제품명	OMEGA 3-loges Kapseln	OMEGA 3 Fettsäuren 1000 mg+12 mg Vit.E Kapseln	OMEGA 3 Fettsäuren 100% pflanzlich Kapseln
가격	29,82 € ~ 31,52 € (37.73~39.89 USD)	5,28 € ~ 5,95 € (6.68~7.53 USD)	9,53 € ~ 10,64 € (12.06~13.46 USD)

업체명	Kyramed Biomol	Hirundo Products	Berco Arzneimittel
-----	----------------	------------------	--------------------

	Naturprodukte GmbH		
제품 이미지			
제품명	OMEGA 3 Power Pulver	OMEGA 3 Fischöl Kapseln 500 mg	OMEGA 3 Berco 500 Kapseln
가격	23,28 € ~ 23,96 € (29.46~30.32 USD)	19,96 € ~ 21,99 € (25.26~27.83 USD)	9,51 € ~ 15,53 € (12.03~19.65 USD)

업체명	Allpharm Vertriebs GmbH	ratiopharm GmbH	Sanatur GmbH
제품 이미지			
제품명	OMEGA 3 Fettsäuren Kapseln	OMEGA 3 Lachsöl ratiopharm Kapseln	OMEGA 3 Fettsäuren-Fischöl Kapseln 500 mg
가격	4.26 € ~ 4.54 € (5.39 ~ \$ 5.74 USD)	11.48 € (14.53 USD)	10.06 € ~ 11.21 € (12.73 ~ \$ 14.19 USD)

IV 독일 유통 정보

- 식품 소매업체가 직접 외국으로부터 수입하는 경우는 흔하지 않고 대부분 대형 수입상, 유통업체 등으로부터 조달받는 게 일반적인 한편, 일부 슈퍼마켓은 외국 공급업체와 직접 계약하기도 함
 - 도매업체들은 취급 제품에 대한 필요 규격, 라벨링, 포장, 선적, 관세, 통관, 물류 등에 전문노하우 보유하고 있음
 - 독일에 식음료 제품을 수출하기 위해서는 적정 현지 파트너를 구하는 것이 매우 중요함
 - 한국식품의 독일 시장 유통은 한양유통, 아시아 카우프(Asia Kauf) 및 김식품(Kim's Asia) 및 네덜란드에 소재한 Heuschen&Schroffen 등 약 5개의 대형 도매상이 직수입해 소매업자(한국 및 아시아식품점)에 납품하고 있음
 - Metro, Ulrich 및 Euro Markt 등 독일 슈퍼마켓체인망과 백화점에 판매되는 아시아 식품은 70% 이상이 Heuschen & Schroffen에서 납품하고 있으며, 나머지는 독일 유통업체인 Kattus 등 기타 유통업체에서 납품
- 유통단계 별 물류 인프라 구축 수준
 - 물류관련 세계 최고의 인프라를 구축
 - AUTOBAHN
 - 독일하면 떠오르는 이미지 중 가장 대표적인 것 중에 하나가 속도 무제한의 AUTOBAHN
 - 총 연장 2만 km에 총 구간의 60% 가량이 속도 무제한으로 운영되고 있는 독일 고속도로는 유럽 최고의 물류 대 동맥
 - AUTOBAHN을 통과하지 않으면, 러시아, 폴란드, 헝가리, 체코 등의 주요 동구권국가들은 내륙으로는 프랑스, 스페인, 베네룩스 국가로 운송이 불가능한 상태
 - 2004년까지 무료로 이용되다가, 2005년 1월부터 12톤 이상의 대형 화물차의 경우 이용료를 납부

– 운하로 이용되는 라인강 및 독일의 하천

- 총 연장이 1,000 km가 넘는 라인강과 독일의 주요하천은 단순한 관광지가 아닌 주요한 물류운송로
- 북해에서 유럽 내륙까지 이르는 물량의 많은 부분이 운하를 통하여 이동되고 있으며, 라인강의 대부분이 독일 내륙지역을 관통함
- 이를 반영하듯 라인강 내륙 항구인 Duisburg 등 독일의 항구도시들이 물류센터로 변모

– 세계최대의 화물운송기차선로

- 총 연장 4만 km에 이르는 독일의 기차선로 역시 단순하게 독일의 화물운송로가 아닌 유럽의 운송대동맥

– 물류관련 세계최고의 기술 보유국

- 독일의 물류기술 및 설비 수출은 총 69억 유로를 기록하여, 2위 일본의 40억 유로, 3위 미국의 30억 유로를 합친 수출금액에 맞먹고 있음
- 물품분류, 바코드인식, 컨베이어 벨트, 고효율 첨단창고 등에 관한 한 독일의 기술 인프라 역시 물류 축 이동에 간접적 역할을 담

– 항구

- Hamburg(함부르크): 독일의 대표적인 항구 도시이며, 유럽 2위의 물류 항구인 동시에, 세계 8위의 컨테이너 항구.
- Bremerhaven(브레멘) : 독일의 2대 항구이며, 과거 한자동맹의 한 축을 형성하였던 항구도시
- 브레멘시는 브레멘 도시와 북부 30km 지점에 위치한 브레멘 항구로 나뉨
- Wilhelmshaven(빌헬름스하펜) : 네덜란드 접경 지역과 북해 지역에 위치한 독일의 3대 항구
- 기타 항구 : 유럽의 동해(Ostsee) 접경인 Rostock, Luebeck 등이 있으며, 대표적인 내륙 항인 Duisburg는 최근 각광을 받고 있는 항구

– 공항

- 프랑크푸르트 공항 : 물류단지는 최적의 지리적 이점과 기후환경으로 인해 화물의 집하·환적·배송이 편리
- 항공편으로 3 시간 이내에 유럽의 거의 모든 주요 도시를 연결할 수 있고 도로, 철도, 내륙수운 등 연계교통망이 발달되어 있어 인근 산업지역의 수출입 관문이자 유럽 전체의 항공 물류 허브로 활용되고 있음
- 남측과 북측에 2개의 공항물류단지를 배치
- 라이프치히/할레 공항 : 유럽 최대 구조물 중 하나인 DHL의 유럽 항공물류 허브
- 업무 속도 및 연계성, 접근성 등 강화
- 유럽의 남북과 동서를 잇는 교차로에 위치하고 있어 동부·중부 유럽 및 아시아 지역의 선진국과 신흥 시장을 연결
- 그 밖에 베를린 국제공항, 뮌헨 국제공항, 뒤셀도르프 국제공항, 아우구스부르크 공항, 함부르크 공항, 하노버 공항, 쾰른 본 공항, 브레멘 공항 등이 있음

□ 유관 기관

1) 독일 식품음료산업협회(BVE)

- 기관명

(독어) Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V.

(영어) The Federation of German Food and Drink Industries

- 주소: Claire-Waldoff-Straße 7, 10117 Berlin, Germany

- Tel: +49-(030) 200 786-0, Fax: +49-(030) 200 786-299

- 웹사이트: www.bve-online.de

2) 독일 소비자보호 & 식품 안전청(BVL)

- 기관명

(독어) BVL, Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit

(영어) The Federal Office of Consumer Protection and Food Safety

- 주소: Bundesallee 50, Building 247, 38116 BRAUNSCHWEIG GERMANY

- Tel: +49 (0)531/214 97-0, Fax: +49 (0)531/214 97 299

- 웹 사이트: <http://www.bvl.bund.de>

V 독일 통관 정보

1. 관세 및 기타 세금

☐ 관세율

HS CODE	국문품명	관세율
1516.10	동물성 유지와 그 분획물	0 %
1516.10.1010	어류의 그리고 해양 포유 동물의	0 %

☐ 독일의 관세

- 한국과 유럽연합(EU)의 자유무역협정(FTA)가 2011년 7월 1일 잠정 발효된 가운데, 독일은 EU 회원국으로서 EU 관세 제도를 따르고 있음
- 일반적으로 관세율에는 종가 관세(Ad-valorem Tariff)가 적용되고 석탄, 농산물 일부, 식품, 영화 필름 등에서는 종량세(Specific Duties)가 적용되며 국제 가격의 변화 대하여 일정 수준의 관세 유지를 목적으로 담배, 과일, 카펫 및 시계 일부 등에는 종량세로 관세의 상하한선을 설정한 후 그 범위 내에서 종가세를 부과하는 선택 관세(Alternative Te Tariff)가 있음
- 계절에 따라 가격 변동 동이 심한 과일, 채소, 화훼류 등의 상품에 대해서는 관세율이 신축적으로 조절되는 계절 관세(Seasonal Tl Tariff)가 적용
- 농산물에 대해서는 관세뿐만 아니라 수입 부과금(Import Levy)을 부여
- EU는 일 년에 상, 하반기 두 차례에 걸쳐 역내 공급이 수요를 못 따라 가거나 일시적으로 수요가 급증하여 EU 역내생산만으로는 수요를 충족시킬 수 없는 품목에 대해 일시적으로 관세 부과를 면제해주고 있음. 이들 품목은 EU 관보를 통해 발표
- 모든 상품의 수출입시, 통관 서류에 상품 분류 번호가 기재되어야 하며 상품 분류 번호에 따라 해당 품목의 관세율이 적용

□ 관세 부과 가액

- 상품의 실질 거래 가액, 즉 송장금액을 기준으로 관세가 부과
- 인도 조건에 따라 송장에는 명시되어 있지 않지만 송장 금액과는 별도로 관세 부과 가액 산정 시 반영되는 요소들이 있음
- 운송료, 보험료, 로열티, 라이선스 수수료, 연구개발비 등
- 통관 시 부과되는 관세 이외에도 부가가치세(부가가치세율은 회원국마다 다소 차이가 있으며 독일의 경우에는 19%가 적용)와 일부 특정 제품(담배, 주류, 석유 등)에 대해서는 특별세(Excise)가 부과됨

□ 일반특혜관세제도(GSP)

- 개도국이 수출확대와 산업화를 촉진하기 위하여 개도국산 제품에 대해 낮은 수입관세율을 적용하는 제도로, 176개 개도국에 대해 이러한 관세 혜택을 제공하고 있음
- 한국은 EU로부터 GSP 혜택을 받고 있지 않음
- GSP 제도는 세 가지(표준 GSP, 최빈국에 대한 무세 혜택, GSP+)로 구성되어 있는데, 표준 GSP 제도는 176개 수혜대상국을 대상으로 약 6,400개 품목에 대해 제공되는 일반 GSP 제도이며, GSP+ 제도는 표준 GSP 제도에 추가하여 노동권 보호를 포함하여 지속 가능한 개발을 추진하는 국가에 대해 추가적으로 혜택을 더 제공하는 것이며, 최빈국에 대한 GSP 제도는 역시 표준 GSP 제도에 추가하여 50개 최빈국에 대해 무세 혜택을 제공하는 내용
- 현행 EU의 GSP 제도는 2009년부터 2011년간 3년 동안 적용

2. 수입통관 절차 및 유의사항

☐ 독일의 통관

- 독일의 통관절차는 국제적으로 통용되는 일반적인 절차를 따르며, 필요 서류는 신청서, 인보이스 원본, 선적서류, 공급자증명(Lieferantenerklaerung) 등
- 이밖에 수입승인이 필요한 품목에 대해서는 별도의 수입 허가서가 필요
- 1988년부터 시행된 EU의 서류 간소화 방침에 따라 150여 가지의 통관서류를 단일화하여 통일 양식을 사용
- 또한 EU의 공동관세규정(Codex)에 의거한 물품분류 및 관세부과가 이루어지고 있음
- 수입통관 구비 서류는 하기와 같음
 - 선하 증권(B/L, Bill of Lading)
 - 상업 송장(Commercial Invoice)
 - 포장 명세서(Packing List)
 - 원산지 증명서(C/O, Certificate of Origin)

☐ 수입 통관 절차

- 1단계 : 수하인(Consignee : 화물운송장상의 화물인수가)이 수입통관 대행업체에 세관 등록번호(Custom Office Register)에 함께 위임장(Power of Attorney)을 송부
- 2단계 : 통관대행업체(Forwarding company)는 선적서류(Shipping Document)와 수하인(Consignee)의 위임장을 가지고 세관 통관 시스템에 등록(H.S. Code, Origin, InvoiceValue 등을 입력 후 수입 승인번호(ATA No.)를 발급 받음
- 3단계 : 보세구역(항구 내 창고 등)에서 관세선을 통과한 후수입품 반입

☐ 결제 조건에 따른 수출자 비용부담 범위

- DDP(Delivered Duty Paid : 관세 지급 인도)
 - 해상 운임(Ocean freight), THC(Terminal Handling Charge), TSC(Transshipment

Charge), D/O 발급 수수료 등 이외 통관 대행 수수료(Custom's brokerage)

- DDP 조건의 경우, 통상 수출자가 통관 시 발생하는 모든 비용을 지불하고 수입자의 지정창고까지 운송해주는 조건을 말하므로 부가가치세도 수출자가 부담하여야 함
- 부가가치세가 발생하는 경우, 수출계약 체결이전에 DDP 조건이라 할지라도 부가세 포함여부를(예 : 'VAT UNPAID')명확히 규정하여야 상호 분쟁을 예방할 수 있음
- 특히 2007년 07년 19%로 인상된 부가세는 환급 대상이므로, 독일 부가세 환급 시 별도 법인이나 연락사무소가 없는 경우 수하인(Consignee)이 부담하는 것이 바람직 한데, 이는 환급관련 서류작성이 까다롭고 환급기간까지 적지 않은 시간이 소요될 수 있기 때문

- DDU(Delivered Duty Unipaid : 관세 미지급 인도)

- 상기 DDP 조건 중 관세 및 부가가치세를 제외한 나머지비용을 수출자가 부담하는 경우

□ 수입 제한, 감시, 점검을 요하는 품목

- EU 공동의 시장조직 또는 EU 공동의 거래법규로 제한하는 농축산물 중에서 "MO" 표시 품목들은 'Gemeinsame Marktorganisation oder Handelsregelung(공동 시장 조직 또는 공동 거래법규의)' 의 적용을 받은 품목들인데, 이들은 EU 이사회 또는 집행위원회의 법령을 통해 그 수입이 제한될 수 있음
- 감시 'UeD' 표시 품목은 세관에서의 수입통관 이전에 수출입자의 성명 등 기타를 기재 한 감시 서류를 연방 경제청이나 연방 농산 식품청에 제출, 확인 받은 후에 이를 세관에 제출해야 함
- 점검 신고 "EKM" 품목들은 BAW 등을 경유할 필요는 없음.
- 그러나 통관 시에 수입 점검 신고를 이행해야 함. 이는 수입자체에 대한 직접적 장벽은 아니나, 반드시 신고해야 함

□ 수입 승인 및 기타 규제 대상 품목(수입 목록에 기재된 품목 중)

- 수입 승인(Genehmigung)을 요하는 것
- 수입 리스트의 제 4 컬럼에 '-' 라는 코드 또는 기타의 방법으로 승인이 요구된 경우

- 수입 License(Lizenz)을 요하는 것

- 수입 목록의 제 4컬럼에 'L' 라는 코드가 있을 경우. 이 경우는 EU의 법령에 의한 수입 License(Einfuhrlizenz)가 필요. 단, EU의 조직(organe)이 별도조치를 실시하지 않는한 수량 제한은 채택되지 않음

- 원산지 증명(Ursprungszeugnis)을 요하는 것

- 수입목록의 5 컬럼에 'U' 라는 코드가 있으면 원산지 증명이 필요. 또 'UE' 표시 품목에는 원산지 진술서가 필요

□ 수입 목록서에 기재되지 않은 품목들 : 규제 품목

- 일반적 규제(3항목) : 국제 조약, 협정(GATT 또는 EU의 Roma 조약 등)에 의한 것

- 공공질서 유지의 관점에서 규제되는 것(11항) : 은행권, 정부 채권 등에 사용되는 종이, 무기, 폭발물, 핵 물질, 방사성물질

- 환경보호의 견지에서 규제되는 것(4항목) : 폐기물, 연료 첨가용 연 및 이를 함유하는 물질, DDT, 유독성 물질

- 건강보호 견지에서 규제되는 것(18항목) : 식용, 정육관계(9항목), 계란 및 에그제품(2항목), 기타식품(3항목), 마약, 전염병지역으로부터의 수입, 알코올, 인산 동물(13항목), 식물(5항목)

- 통관에 필요한 서류

- 여권사본 : 여권의 사진, 비자있는 부분
- 물품리스트
- 고용계약서
- 주택 임대 계약서 : 계약서가 없는 경우에는 집이 있는 사람의 보증으로 대체가 가능
- 독일 거주증을 받아 이사화물을 보내는 경우와 독일 외의 외국에서 1년 이상 거주한 경우는 면세통관으로 진행
- 입국한 날짜로부터 1년 안에 이사화물을 발송할 경우에도 면세로 통관 진행이 가능

– 반입금지품목 및 제한물품

- 무기류
- 음란물
- 마약류
- 멸종위기 동, 식물 및 이를 사용한 제품
- 기타 독일세관에서 금지하는 품목

□ 수입 규제 제도

- 세이프가드 조치 : EU 역내 산업과 기업, EU 공익에 위협적인 요인이 될 때 취하는 조치로, EU 집행위는 회원국으로부터 요청을 받거나 또는 자발적으로 세이프가드 조사를 실시
- 수입 쿼터 제도 : 현재 EU는 공산품에 대해 수입 쿼터 제도를 운영하고 있지 않음
- 반덤핑 관세 : 수출국의 기업이 덤핑 가격으로 수출하여 수입국 산업에 피해를 초래하는 불공정 거래 행위를 의미하는 것으로 현재 EU가 가장 많이 사용하고 있는 수입 규제 조치
- 반보조금(Anti-subsidy) 및 상계 관세 : EU는 WTO의 협정내용을 EU 보조금 규정에 통합하여 1995년 95년 1월 1일부터 수출 보조금을 받고 수출하는 제품에 대해 반 보조금 조치, 즉상계관세 조치를 적용

□ 기타 교역 관련 규정

- 수산물이나 일부 농산물 등에 대해서는 위생 및 인체 건강보호를 이유로 특정 지역이나 특정 조건에서만 수입을 허용
- 이들 품목 역시 EU 관보를 통해 발표되고 있음
- 약간의 수정을 통해서 군사 무기로 사용할 수 있는 첨단기기에 대해서는 거래를 제한하고 있음

□ 원산지 규정

- 상품의 원산지 규정은 관세와 무역에 관한 정책적 결정을 수행하는 수단으로서 중요

한 역할을 함

- 원산지 규정 또한 독일에 국한된 자국 원산지 규정이 없으며 EU의 원산지 규정이 그대로 적용
- 모든 상품의 원산지가 중요성을 갖는 것은 관세율을 결정하는데 기초 자료가 될 뿐만 아니라 GSP 수혜, 반덤핑 관세, 수입 물량 제한 조치, 심지어는 수입 금지와 같은 무역 정책적인 조치 적용에 근거 자료가 되기 때문
- EU의 원산지 기준은 매우 복잡하여 품목별로 공정기준, 부가가치 기준이 병행하여 적용 되고 있음
- 원산지 표기 의무 제품 : 현재 법규에서는 유럽연합 외부에서 유입되는 아래와 같은 제품에 대해서는 필수적으로 원산지를 표기하도록 하고 있음
 - 소고기
 - 생선
 - 송아지 고기
 - 조개류
 - 와인
 - 신선 농산물
 - 꿀
 - 올리브 오일
 - 가금류

3. 건강기능식품 관련 기술 장벽

□ 일반 가공식품 및 건강기능식품 관련 주요 기술 장벽

1) TUEV-Zertifikat DIN EN ISO 9001:2008

- 이는 일반 식품에 국한되지 않고 필수 인증은 아니나 대체로 품질경영 관련 기본인증으로 널리 통용되고 있으며 인증 취득은 국내 인증기관을 통해 가능함

2) 식품안전경영시스템 ISO 22000

- ISO 22000은 HACCP과 ISO 경영시스템(ISO 9001)을 통합한 식품안전경영시스템 인증으로 식품공급사슬에 관련된 모든 분야에 적용됨
- HACCP은 식품의 원재료 생산에서부터 제조, 가공, 보존, 유통단계를 거쳐 최종 소비자가 섭취하기 전까지의 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해 요소를 규명하고, 이를 중점적으로 관리해 식품의 안전성을 확보하기 위한 국제 위생관리체계로 EU에서는 2006년 1월 1일부로 의무로 적용되었음
- 이 인증 또한 한국 내에 소재하는 TUEV나 기타 인증업체를 통해 취득 가능

3) FSSC 22000 인증

- FSSC 22000 인증은 ISO 22000과 업종별 선행요건 프로그램 즉 ISO/TS 22002-1, 식품포장재 관련 PAS 223 등의 PRPs 규격이 함께 결합된 형태로 국제소비재포럼 산하 국제식품안전협회(GFSI)에서 승인한 식품안전규격 중의 하나임
- 이 인증은 최근 제품의 차별화를 위해 글로벌 기업을 중심으로 널리 확대되고 있고, 여러 개의 인증이 통합된 형태로 차후 정착 가능성이 큼

4) 국제 식품규격(IFS Food)

- IFS 규격은 소매업자와 도매업자 브랜드의 식품 심사를 위한 국제표준으로 자격을 갖춘 공급업자 선정을 위해 사용하는 통일된 시스템임
- 규격의 요구조건은 독일소매상협회와 프랑스의 상업 및 유통협회의 협력 하에 마련됨
- 또 이 기준은 식품 가공이나 개별 제품의 가공처리, 최초 포장 시 제품 오염의 위험이 있는 경우에 적용되는데, 이는 소매업자에 제품의 식품안전을 보장하고 소매업자 브랜드로 생산되는 식품제품 제조사의 품질 수준을 감시하는 데 활용됨
- 인증획득 요건은 품질 경영 시스템 수립, 법률 요건 파악, 특정 식품안전 리스크 요소와 관련 관리조치 (HACCP 시스템) 식별 및 문서화, 해충관리 프로그램, 장비 및 건물 유지보수 프로그램, 가사 청소 프로그램 등 모든 특정 표준요건을 포함해 적용할 수 있는 제조관리기준 / 위생관리기준 파악, 필요한 구조적 개선 실시 등
- 이 인증은 2012년 7월 1일 이후부터 규격 버전 6이 적용되고 있으며, 국내 식품 인

중 전문기업을 통해 취득이 가능

5) 기타 유기농 제품 인증

- 지난 수년간 유기농 및 친환경 제품에 대한 소비자 의식 고취로 각종 유기농 제품 인증이 확대되는 추세로, 2010년 7월 1일 이후부터는 EU 법규에 따른 유기농 식품은 EU 유기농 로고가 부착되는데, 기존의 독일 유기농 로고와 함께 부착이 가능
- 또 유기농 인증을 부착한 제품을 최초로 유통하기 전에 이를 유기농 인증정보센터에 공시해야 하는데, 유기농 인증 온라인 데이터뱅크 사이트(<http://www.bio-siegel.de/bio-siegel-datenbank/>)에서 온라인으로 등록하거나, 해당 사이트에서 등록 양식을 다운로드해 메일이나 팩스로 송부하면 됨
- 아울러 각각 공시된 제품의 에티켓 견본 역시 위 주소로 우편이나 팩스, 또는 pdf 파일로 송부해야 함

6) 기타 수출 절차상 참고 사항

- 독일을 위시한 유럽 내 식품 유통 수입 절차는 매우 까다롭고 복잡한 편으로, 기본적으로 일반가공식품의 경우 포장용기에 성분 표기를 각 해당국 언어로 정확하게 표기해야 함
- 이 외에도 독일 건강식품 유통의 경우 유통업체가 연방 소비자 보호 및 식품 안전청에 신고할 의무가 있음
- 또 대형 수입상 또는 전문 유통 바이어들은 제품 규격이나 라벨링, 포장, 통관, 물류 등과 관련한 전문 노하우를 보유하고 있으므로 시장 진출 시 적절한 현지 파트너 발굴이 시장 내 공급과 직결되는 요인 중 하나

VI 독일 검역 정보

□ 수입 검사 기관

- FVO(식품 수의청 : Food and Veterinary Office)
- 식품위생, 동식물 검역 및 동물의 복지 등에 관한 유럽연합규정을 유럽연합 회원국 및 제3국이 준수하는지 여부를 모니터링을 통해 수시로 감독
- 실제 제품에 대한 검역은 회원국 검역당국에서 담당

□ 독일의 식품 안전관리제도

- GAP 관련 정책 : 유럽 농업정책의 기본적인 고려사항은 ‘식품안전’, ‘환경’, ‘동물 복지’ 등을 위하여 농민은 우수농산물 생산기준(good farming practice)을 실천하도록 유도
- 수입식품 관리제도 : 유럽연합 규정(Reglement CEE N° 802/68)에 따라, 둘 또는 여러 국가가 개입된 경우 생산된 상품의 원산 국가는 최종공정이 이뤄지거나, 입증될 수 있는 핵심적인 경제적 가치가 부여된 국가 그리고 신제품의 소유권을 가지고 있거나 중요한 생산 공정을 실시한 국가로 규정되며 이를 입증할 수 있는 서류가 첨부되어야 함
- 수입 검사 제도 : 식물, 즉 곡물, 과일·채소, 포도주 등은 유럽연합차원에서 단일화된 적용이 시행되고 있는 반면에 국민건강에 예민한 영향을 미치는 육류와 유제품에 대해서는 회원국들마다 각자의 규정과 시행방법을 부가하여 엄격하게 적용
- 식물 검역 제도 : 유럽연합으로 수입되는 역외 국가들의 모든 식물류에 대한 통제를 규정한 기본지침, 유럽연합 지침(Directive) 2000/29/EC
- 수산물 검역제도 : 유럽연합은 수산물의 수입과 관련한 제조건을 규정한 법규(Directive N° 91/493/EEC)를 제정하여 운영
- 식품위생, 안전 및 품질정책 : 유럽연합은 식품위생 및 안전과 관련해서 세 가지 중요한 법규 제정운용(새로운 식품들과 새로운 식품첨가물에 관한규정, Reglement Nt

N° 258/97/EEC, 식품의 라벨 및 전시 그리고 광고와 관련한 유럽연합 국가별 제 규정들의 통합규정, Directive N° 97/112/EEC, 쇠고기식별 및 관리기록 체제 구축과 쇠고기 및 쇠고기 가공식품의 라벨표시 관련규정, Reglement N° 820/97)

- 원산지 명칭 보호 및 품질인증제도 : 농산품과 식품의 품질향상과 우수한 품질의 제품에 대한 시장가치의 보장 그리고 우수한 품질의 상품에 대한 소비자의 신뢰성과 투명한 식별을 보장하기 위해 지리적 원산지 표시제도 및 품질인정제도를 도입하여 실시하고 있음
- Traceability : ‘식품, 사료, 식품을 생산하는 동물 및 식품이나 사료에 혼입되는 것이 의도되고 또는 예상되는 물질의 traceability는 그 생산 및 유통의 모든 단계에 있어 확립되지 않으면 안된다’ 라고 규정해 모든 식품에 대한 traceability 확립을 의무화하고 있음

□ 수입 승인 절차

- 농식품 수출을 희망하는 국가의 식품안전기관은 EU 집행위원회에 수출을 위한 공식 요청서를 제출하여야 함
- 요청서에는 EU의 요구사항들을 만족하는 모든 관련 법적 조항을 이행한다는 식품안전기관의 확인이 들어 있어야 함
- EU 집행위원회는 질의서를 발송하고 질의서 작성 후 식품 수의청에도 송부
- 질의서의 평가가 긍정적인 경우, 식품 수의청은 현장에서 검사를 진행
- 이 단계에서 수출국에 대한 잔류 농약 모니터링 계획이 반드시 제출되고 승인 받아야 함(아직 승인을 안 받은 경우)
- EU 집행위원회는 수출국에게 수입조건을 제시하고 이를 모든 EU 회원국 대표들과 논의
- 식품수의청의 업무 결과와 수입국의 보증을 바탕으로, EU 집행위원회는 해당국가 및 지역의 인증시설에 대한 리스트를 작성
- 회원국들의 의견이 긍정적이면, EU 집행위원회는 그 기준을 채택함

-
- 적합시설에 대한 리스트는 수출국의 요청에 의해 개정될 수 있으며, 인터넷을 통해 공개할 수 있음
 - EU에 수출하기를 원하는 업체가 승인을 받기 위해서는 자국의 관련 담당기관에 요청하여 상기 절차를 진행하여야 함

□ 식품 위생 검사기관

○ FVO(식품수의청 : Food and Veterinary Office)

- 소속 : Directorate General for Health and Consumer Protection
- 감독범위
 - 식품위생
 - 동식물 검역
 - 동물의 복지
- 담당업무
 - 식품위생, 동식물 검역 및 동물의 복지 등에 관한 유럽연합 규정을 유럽연합 회원국 및 제3국이 준수하는지 여부를 모니터링을 통해 수시로 감독
 - EU회원국의 식품 안전, 동물의 복지 및 동식물 검역 부분을 발전시키기 위해 회원국들과 연계
 - 식품위생에 관한 효과적인 통제 시스템 개발
 - 수산식품의 안전 및 품질에 관한 효율적인 관리체계를 구축하여 수산식품의 안전 및 품질에 관한 정책을 제안하는 역할 담당

VII 독일 라벨링 정보

□ 라벨링 규정

- EU 회원국의 라벨링 규정은 European Commission의 책임아래 식품 위원회의 보조로 실행되고 있음
- 현재 EU의 일반적인 식품 라벨링 규정으로 적용하고 있는 ‘2000/13/EC’ 는 2000년 3월 20일에 유럽 의회에 의해 제정되어 라벨링뿐만 아니라 식품의 표기 및 광고까지 포함 하고 있음
- ‘2000/13/EC’ 이후, 2003년 03년 알레르기를 유발할 수 있는 성분표기에 대한 내용이 추가되었음
- 식품 라벨링 규정은 EU 소비자들에게 성분, 제조회사, 보관방법 등 전반적인 식품에 대한 정보를 제공함으로써 안전한 선택을 할 수 있도록 하는데 그 목적이 있음
- 라벨링 표시사항은 모든 식품에 공통적으로 적용되는 의무 표시사항과 제조사가 자발적으로 표기하는 선택적 표시 사항으로 구분할 수 있으며, 이 선택적 표기사항은 품목별로 상이함
- 의무 표시사항
 - 제품명
 - 성분(list of ingredients) 및 성분함량 또는 성분 카테고리 : 함량이 높은 순으로 표기, 성분 카테고리 및 특정 성분 순으로 표기
 - 알레르기 유발 성분
 - 유효기간
 - 보관방법
 - 제조회사 이름 및 주소 또는 EC 내 수입 / 판매 업자
 - 사용방법(사용방법 부재 시 식품의 이용이 어려울 경우)
 - Net Quantity
 - 영양성분
 - 알코올 도수(1.2% 이상의 알코올 음료에만 해당)
 - 원산지(원료의 일부가 제품의 원산지와 달라 잘못된 정보를 줄 수 있을 경우)

– 의무 표기 제외 제품

- 신선 과일 및 야채
- 탄산 산수(carbonated water)
- 발효식초
- 치즈, 버터, 우유 및 발효된 크림
- 단일 성분으로 만들어진 제품으로, 성분과 제품명이 동일하여 소비자들이 제품명을 통하여 분명하게 성분을 알 수 있는 제품

– 유효기간 표기 제외제품

- 알코올 도수 10% 이상인 와인 및 알코올 음료
- 탄산 음료
- 5 리터 이상의 케이터링용 대용량 주스 및 알코올 음료
- 식초
- 소금
- 고형 설탕
- 츄잉껌
- 개별 포장의 아이스크림

– 라벨링 가이드라인

- 영국 정부의 Food Standard Agency에서는 업체들이 라벨링 규정을 분명하게 이해하고 실행할 수 있도록 the EU Commission의 ‘2000/13/EC’ 규정을 바탕으로 ‘best practice’ 가이드라인을 제공하고 있음

VIII 독일 바이어 정보

※ 바이어 리스트는 별도 엑셀 파일로 작성하였습니다.

※ 참고자료

- CEAGESP : www.ceagesp.gov.br
- 농림수산물검역검사본부 : www.qia.go.kr
- 농수산물식품 수출지원정보 : <http://www.kati.net/>
- 관세청 : www.customs.go.kr
- GTA : <http://www.tradestatistics.com/gta/>
- 독일 농림부 : www.dw.agricultura.gov.br
- IBRAF : www.ibraf.org.br