

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202407-24
품목 | 즉석국(Instant Soup)
HS CODE | 2104.10-9000
국가 | 호주(Australia)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 호주 편의식 시장규모	06
2. 호주 수프 시장규모	07
3. 호주 즉석국 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. '하인즈' 호주 즉석국 인기브랜드 1위	11
2. 호주 즉석국 맛/성분 키워드 '닭', '육수' 1위	12
3. 호주 즉석국 홍보문구/인증 '간편한', '비건' 키워드 1위	13
4. 호주 즉석국, '항산화' 효능 강조	14

IV. 유통채널

1. 호주 즉석국 유통채널 점유율	16
2. 호주 즉석국 주요 유통채널	17



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 호주 즉석국 통관 및 검역 절차	24
2. 호주 즉석국 품질 인증	26
3. 호주 즉석국 라벨링	29
4. 호주 즉석국 성분 및 유해물질	33

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 오카도(Ocado)	37
2. 베지테리언익스프레스(Vegetarian Express)	39
3. 얼터너티브스토어즈(Alternative Stores)	41
※ 참고문헌	43

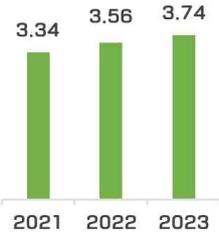


호주 즉석국 시장

시장 현황

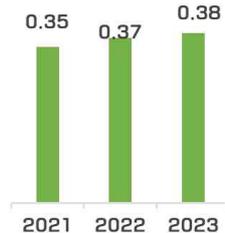
편의식 시장규모

단위 : 십억 달러



수프 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2104.10 기준)

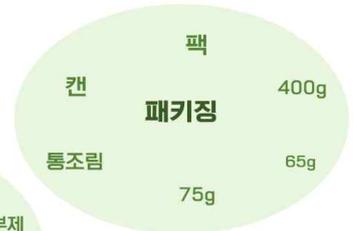


국가별 수입규모



시장 트렌드

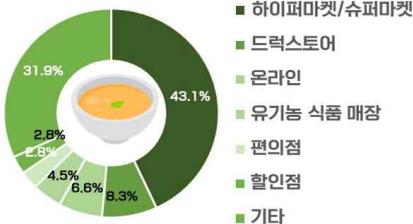
빅데이터 분석



* 호주 아마존 즉석국 제품 318건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정 세율 0%

사전 준비
원산지 증명서 발급 必
BIOCN 내 품목별 수입 요건 확인
수출업체 AEO 등록 시
통관 혜택 多

권장 인증



유의사항

호주 원산지 표시제 규정
의무적으로 식품영양표시 라벨 부착 필요
'재배' '생산', '제조', '포장'을 구분해 표기하고, 호주산 재료의 비율을 막대그래프로 표기

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

소비자 수요 호주에서 즉석 수프 제품은 바쁜 생활을 하는 직장인과 학생, 간편한 식사를 찾는 소비자들 사이에서 인기가 높음
제품 매력 고객사의 즉석 나물 된장국은 간편한 조리 방법과 한국 전통 재료 사용으로 차별화된 맛과 편리성을 제공함
제품 개선 제안 호주 소비자들의 강한 맛 선호를 고려하여 허브, 향신료의 양을 늘리는 것을 추천함

Point 02.

유통 채널 주요 유통 채널로는 주류 슈퍼마켓과 아시아 소매업체가 있으며, 온라인 판매도 중요한 경로로 고려 필요
홍보 전략 인스타그램과 같은 소셜 미디어를 통해 제품의 편리성과 독특한 맛을 강조하는 홍보가 효과적임
제품 명칭 제품의 독특한 원산지와 특성을 강조한 간단하고 매력적인 제품명이 필요함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 호주 편의식 시장규모
2. 호주 수프 시장규모
3. 호주 즉석국 수입규모

1. 호주 편의식 시장규모

호주 국가 일반 정보¹⁾

면적	769만 km ²
인구	2,598만 명
GDP	1조 79억 달러
GDP (1인당)	6만 6,410달러

▶ 호주 편의식 시장규모 5.2조 원, 한국시장과 유사한 규모

2023년 기준 호주 편의식(Convenience Food) 시장규모는 5.2조 원에 달했으며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 7.2%씩 성장했음. 이는 5.2조 원 규모의 한국 편의식 시장규모와 유사한 수준임. 특히 2020년과 2021년 사이에 16.4%의 높은 성장률을 기록함. 이는 코로나19로 인한 이동 제한과 재택근무 증가로 인해 편의식 수요가 급증한 결과로 분석됨

▶ 호주 편의식 시장규모, 향후 5년간 4.7%씩 성장 예상

호주 편의식 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 4.7%씩 성장하여 2028년에는 6.6조 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 최근 호주 내 외식 물가 상승과 함께 쇼핑 및 요리 과정의 간소화 트렌드에 따라 편리하게 섭취할 수 있는 가정간편식(HMR) 제품에 대한 수요가 증가하고 있음. 특히 영양 성분이 강화된 건강한 편의식 제품이 인기를 끌고 있음²⁾

[표 2.1] 호주 '편의식' 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 식품음료신문, '호주 '간편 조리 식품' 맛·건강에 맞춘형 진화', 2024.05

3) 자료: 스태티스타(Statista), 'Convenience Food - Australia', 2024.07

4) 조사제품 '즉석국은 동결 건조 방식으로 가공 처리해 물만 첨가하여 섭취할 수 있는 제품으로 이는 수프에 해당함. 이에 고객사 제품 유형에 따라 '수프(Soups)' 시장규모와 상위 항목인 '편의식(Convenience Food)'의 시장규모를 조사함

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1382.40원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 호주 수프 시장규모

▶ 호주 수프 시장규모 5,253억 원

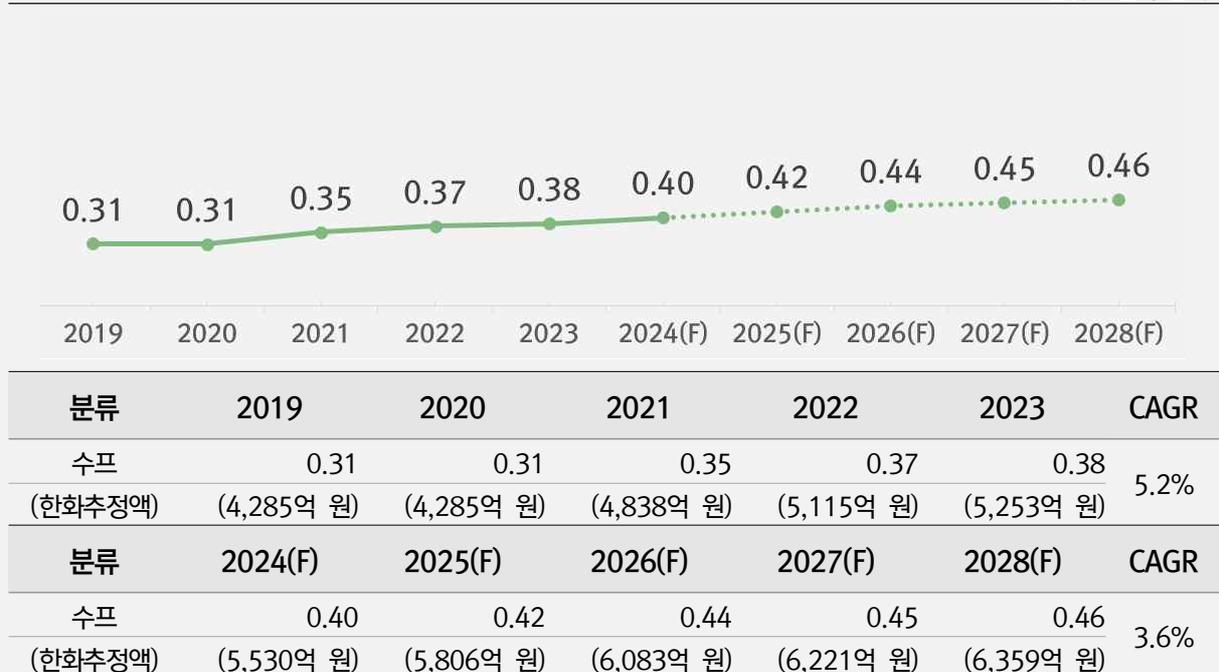
2023년 기준 호주 수프(Soups) 시장규모는 5,253억 원에 달했으며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 5.2%씩 성장했음. 특히 2021년과 2022년에 각각 12.9%와 5.7%의 높은 성장률을 기록함

▶ 호주 수프 시장규모, 향후 5년간 3.6% 성장 예상

호주 수프 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 3.6%씩 성장하여 2028년에는 6,359억 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 이러한 성장은 호주 소비자들의 바쁜 생활 패턴에 기인함. 많은 호주 소비자들은 바쁜 일상 속에서도 편리하고 건강한 제품을 찾음. 나아가, 소비자들의 다양한 맛에 대한 수요가 증가하며 수프 시장의 혁신을 이끌고 있음⁸⁾

[표 2.2] 호주 '수프' 시장규모⁹⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News), 'Busy Lifestyles Drive Australia's Soup Market', 2021.05

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Soups - Australia', 2024.07

3. 호주 즉석국 수입규모

● HS CODE 2104.10

해당 장에서 조사 제품 즉석국은 HS CODE 2104.10으로 분류됨
HS CODE 제2104호의 품명은 '수프·브로드(broth)와 수프·브로드용 조제품, 균질화한 혼합 조제 식료품'이며, HS CODE 2104.10의 품명은 '수프·브로드와 수프·브로드용 조제품'으로 확인됨

▶ HS CODE 2104.10 호주의 對글로벌 수입액, 747억 원

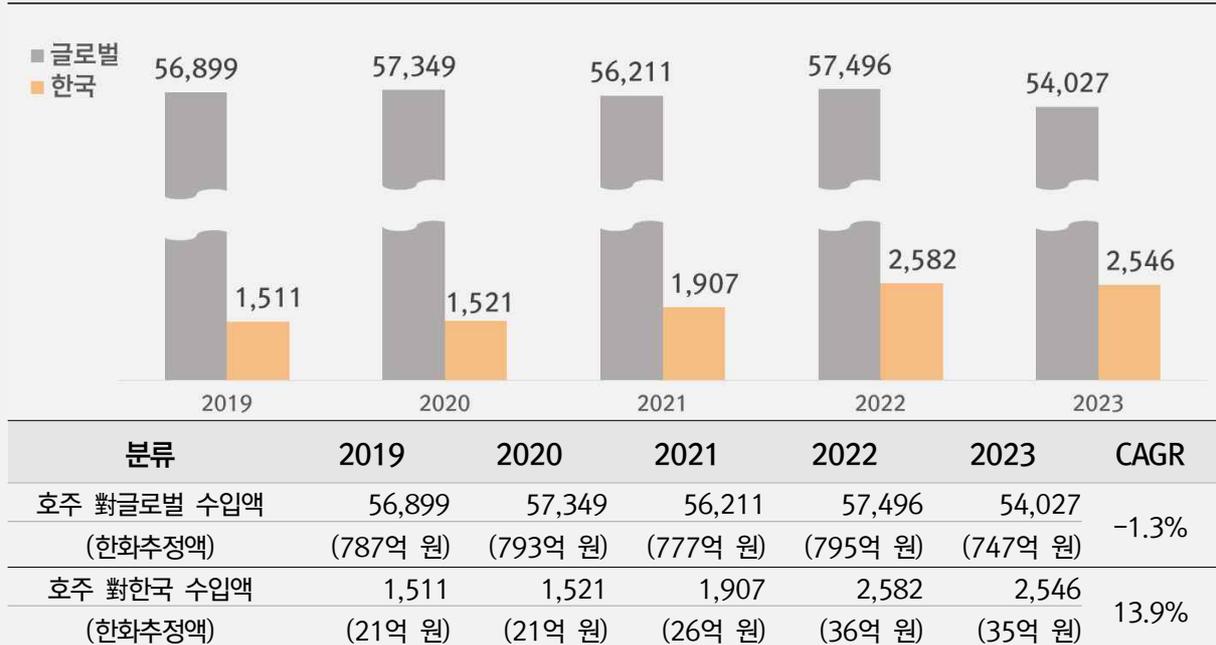
2023년 기준 HS CODE 2104.10 품목에 대한 호주의 對글로벌 수입액은 전년 대비 5% 감소한 747억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 호주의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 1.3%씩 감소한 것으로 확인됨

▶ HS CODE 2104.10 호주의 對한국 수입액, 35억 원

2023년 기준 HS CODE 2104.10 품목에 대한 호주의 對한국 수입액은 전년 대비 소폭 감소한 35억 원으로 글로벌 6위를 차지함. 지난 5년(2019-23년) 동안 해당 품목에 대한 호주의 對한국 수입액은 연평균 13.9%의 성장률을 기록했으며, 같은 기간 호주의 對글로벌 수입액 중 對한국 수입액이 차지하는 비중은 꾸준히 증가하고 있음. 한편, 해당 품목에 대한 호주의 對글로벌 수입액 기준 1위는 뉴질랜드(350억 원), 2위는 태국(112억 원), 3위는 일본(54억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 호주 HS CODE 2104.10 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. '하인즈' 호주 즉석국 인기브랜드 1위
2. 호주 즉석국 맛/성분 키워드 '닭', '육수' 1위
3. 호주 즉석국 홍보문구/인증 '간편한', '비건' 키워드 1위
4. 호주 즉석국, '항산화' 효능 강조

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 호주 온라인 쇼핑몰 입점 즉석국

- 데이터 수집 키워드 : 즉석국(Instant Soup)
- 데이터 수집량 : 318건
- 데이터 수집원 : 호주 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon AU)

▶ 호주 온라인 쇼핑몰 입점 즉석국 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 경쟁브랜드 ② 맛/성분 ③ 홍보문구/인증 ④ 패키징

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁브랜드	하인즈	Heinz	54	파인재팬	Fine Japan	26
	매기	Maggi	35	캠벨	Campbell's	22
	푸드아트	Food Art	35	립톤	Lipton	18
	니신	Nissin	26	에이비비코	Abbco	16
맛/성분	닭	Chicken	97	육수	Bone Broth	41
	채소	Vegetable	72	크림	Cream	38
	소고기	Beef	61	양파	Onion	36
	매운	Spicy	31	콩	Pea	31
	된장	Miso	27	감자	Potato	25
홍보문구/ 인증	간편한	Easy	93	비건	Vegan	47
	편리한	Convenient	68	글루텐 프리	Gluten Free	40
	비건	Vegetarian	60	유기농	Organic	36
	건강한	Healthy	43	무방부제	No Preservatives	26
패키징	팩	Pack	275	75g	75g	14
	캔	Can	96	65g	65g	13
	통조림	Tin	69	400g	400g	9
	컵	Cup	56	50g	50g	7

1. '하인즈' 호주 즉석국 인기브랜드 1위

▶ 호주 즉석국 브랜드 키워드 1위, '하인즈'

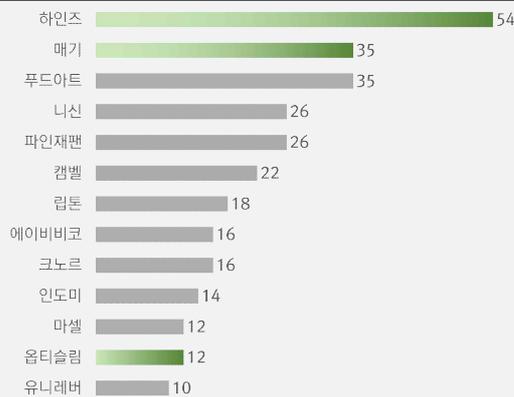
- 호주 온라인 쇼핑몰 분석 결과, 미국 브랜드 '하인즈' 키워드가 54건으로 1위를 차지함. 주로 채소를 베이스로 한 수프 제품을 판매 중임
- 그 다음으로 스위스 브랜드 '매기'와 싱가포르 브랜드 '푸드아트'가 각각 35건씩 확인됨

▶ 다양한 글로벌 브랜드, 호주 즉석국 시장 진출

- 현지 브랜드 '에이비비코' 외에 일본 브랜드 '니신', 독일 브랜드 '크노르', 인도네시아 브랜드 '인도미' 등 다양한 글로벌 브랜드가 호주 즉석국 시장을 점유하고 있음
- 호주 현지 브랜드 '마셀'과 '옵티슬림' 등 건강과 다이어트를 강조한 브랜드도 확인됨

하인즈		매기		옵티슬림	
					
제품명	크리미 버섯 타임 수프 (Creamy Mushroom and Thyme Soup)	제품명	프렌치 오톤 수프 믹스 (French Onion Soup Mix)	제품명	브이엘씨디 수프 (MLCD Soup)
브랜드	하인즈 (Heinz)	브랜드	매기 (Maggi)	브랜드	옵티슬림 (Optislim)
중량	430g	중량	2kg	중량	55g * 7팩
가격	4.50호주달러(4,154원 ¹⁰⁾)	가격	49.99호주달러(46,146원)	가격	24.99호주달러(23,068원)

[표 3.1] 호주 판매 즉석국 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 호주 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '즉석국' 관련 게시물 318건 분석

10) 1호주달러=923.10원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 호주 즉석국 맛/성분 키워드 ‘닭’, ‘육수’ 1위

▶ ‘닭’, 호주 즉석국 맛 키워드 1위

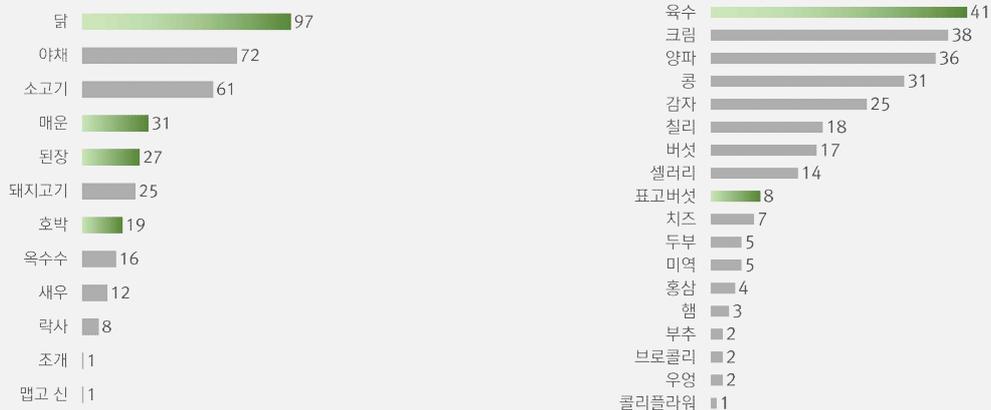
- 수집 데이터 분석 결과, 호주 즉석국 맛 관련 키워드 중 가장 빈도가 높은 키워드는 ‘닭’으로 97건 빈출됨. 닭 육수를 베이스로 한 수프 제품이 다수 확인됨
- 그 외 ‘매운’ 키워드 31건, ‘된장’ 키워드 27건, ‘호박’ 키워드 19건 빈출됨

▶ ‘육수’, 호주 즉석국 성분 키워드 1위

- 호주 즉석국 성분 키워드로는 ‘육수’가 124건으로 가장 빈도가 높음. 닭, 소, 돼지 등 다양한 육수를 활용한 제품 다수 확인됨
- 또한, 고객사 제품의 성분인 ‘표고버섯’ 키워드도 빈출됐으며, 주로 조미료 형태로 수프나 죽에 함유된 것으로 확인됨

닭		육수		표고버섯	
					
제품명	크루통이 들어간 크리미 치킨 (Creamy Chicken With Croutons)	제품명	소고기 양파맛 비밀 수프 레시피와 딥 믹스 (Recipe Secrets Soup and Dip Mix, Beefy Onion)	제품명	표고버섯과 제비둥지 즉석죽 (Shiitake Mushroom and Swallow Nest Instant Porridge)
브랜드	유니레버 (Unilever)	브랜드	립톤 (Lipton)	브랜드	엔비엣 (YenViet)
중량	60g	중량	62g * 12팩	중량	2kg
가격	2.50호주달러(2,308원)	가격	173.45호주달러(160,112원)	가격	49.99호주달러(46,146원)

[표 3.2] 호주 판매 즉석국 맛/성분 관련 키워드



자료: 호주 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘즉석국’ 관련 게시물 318건 분석

3. 호주 즉석국 홍보문구/인증 '간편한', '비건' 키워드 1위

▶ 호주 즉석국 홍보문구 1위 키워드, '간편한'

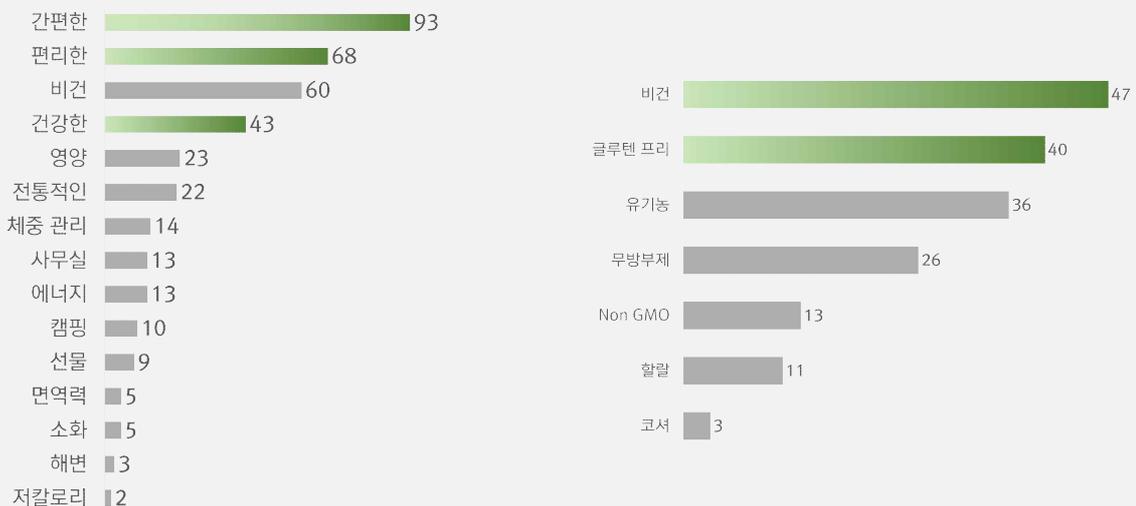
- 호주 즉석국 홍보문구 관련 키워드 중 '간편한'이 93건, '편리한'이 68건 빈출 됐으며, 주로 빠르고 간편하게 준비할 수 있는 특징을 강조함
- 상위 키워드 외에 '체중 관리', '사무실', '캠핑', '선물' 등 다양한 상황과 용도를 강조하는 키워드가 다수 확인됨

▶ 다양한 인증 키워드로 건강과 안전 강조

- '비건'과 '글루텐 프리' 키워드가 각각 47건, 40건으로 빈출됐으며, 건강식이나 특정 식단을 찾는 소비자들을 타겟으로 한 제품 다수 확인됨
- 그 외에 '무방부제'와 'Non GMO' 등 호주 소비자들은 첨가물 없는 안전한 식품을 선호하는 경향이 있음을 확인함

간편한		캠핑		비건	
					
제품명	뉴잉글랜드 클램 차우더 (New England Clam Chowder)	제품명	크리미 감자 수프 믹스 (Creamy Potato Soup Mix)	제품명	오가닉 즉석 미소 수프 (Organic Instant Miso Soup)
브랜드	캠벨 (Campbell's)	브랜드	어가슨 팜스 (Augason Farms)	브랜드	히카리 미소 (Hikari Miso)
중량	18.8 oz * 12팩	중량	340g	중량	1.7 oz * 6팩
가격	456.56호주달러(421,451원)	가격	137.91호주달러(127,305원)	가격	150.65호주달러(139,065원)

[표 3.3] 호주 판매 즉석국 홍보문구/인증 관련 키워드



자료: 호주 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '즉석국' 관련 게시물 318건 분석

4. 호주 즉석국, ‘팩’ 형태가 가장 많아

▶ 호주 즉석국 패키징 키워드, ‘팩’이 가장 많아

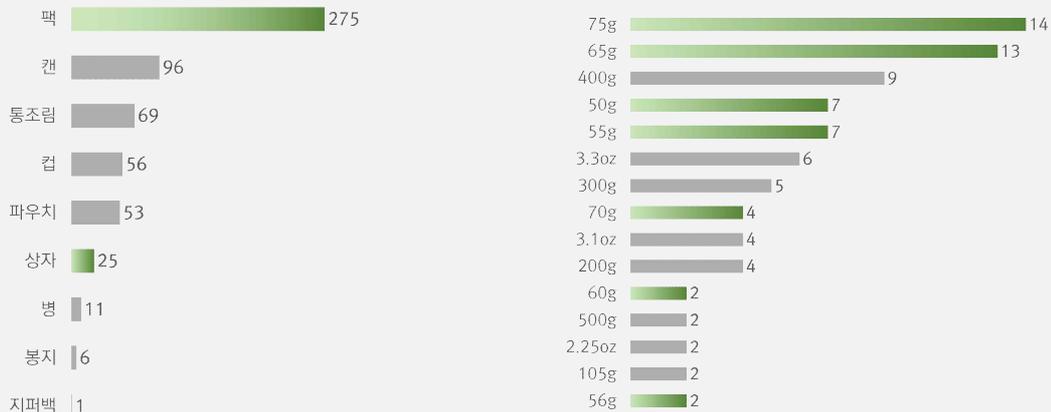
- 호주 즉석국 패키징 관련 키워드 중 ‘팩’이 275건으로 1위를 차지함. 주로 소포장 되어 여러 개의 묶음 팩으로 판매하는 제품 다수 확인됨
- 또한, 고객사 제품의 큐브 제형 제품은 주로 ‘상자’에 포장되어 있는 것으로 확인됨

▶ 대용량부터 소용량까지 다양한 중량 존재

- 온라인몰 데이터 확인 결과, 중량 관련 키워드는 ‘75g’ 14건으로 가장 빈출되었음. ‘65g’이 13건 빈출되어 그 뒤를 이었으며, 주로 중량 50-80g 사이의 제품이 다수 확인됨
- 그 외에도 ‘400g’, ‘3.3oz(94g)’, ‘300g’, ‘200g’ 등 다양한 중량 키워드가 빈출됨

팩		상자		75g	
					
제품명	로하수프 우엉맛 수프 (Lohasoup Burdock Soup)	제품명	치킨 스타일 저염 육수 큐브 (Stock Cubes, Salt Reduced Chicken Style)	제품명	빅 레드 응축 토마토 수프 (Big Red Condensed Tomato Soup)
브랜드	파인재팬 (FINE JAPAN)	브랜드	마셀 (Massel)	브랜드	하인즈 (Heinz)
중량	65g * 5팩	중량	105g	중량	420g
가격	16.98호주달러(15,674원)	가격	4.00호주달러(3,693원)	가격	2.00호주달러(1,846원)

[표 3.4] 호주 판매 즉석국 패키징 관련 키워드



자료: 호주 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘즉석국’ 관련 게시물 318건 분석

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



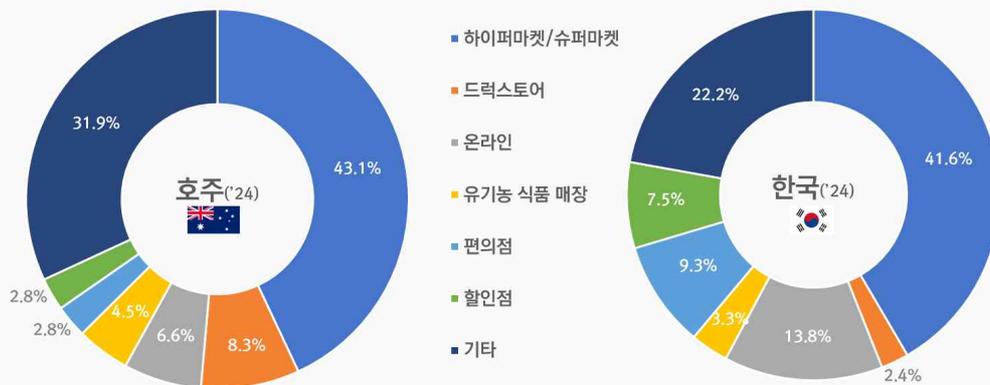
1. 호주 즉석국 유통채널 점유율
2. 호주 즉석국 주요 유통채널

1. 호주 즉석국 유통채널 점유율

▶ 호주 즉석국 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

2024년 기준, 호주 내 즉석국을 포함한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 43.1%의 점유율로 1위를 차지함. ‘드럭스토어’는 8.3%의 점유율로 2위를 기록하며, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 비교해 약 5배의 격차를 보임. ‘온라인’ 채널은 6.6%로 3위, ‘유기농 식품 매장’은 4.5%로 4위, ‘편의점’과 ‘할인점’은 각각 2.8%의 점유율을 기록하며 공동 5위를 차지함. 시장 및 베이커리 등을 포함한 ‘기타’ 채널은 31.9%의 점유율을 보임. 호주에서 즉석국 유통 시 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 채널에 중점을 두는 것이 중요하며, 코로나19 이후 식료품의 온라인 구매가 증가하는 추세이므로 ‘온라인’ 채널 접근이 필요함. 또한, 건강식에 대한 관심 증가로 ‘유기농 식품 매장’과 같은 채널 진출도 검토가 필요함¹⁾

[표 4.1] 호주 및 한국 즉석국 소매유통채널 점유율 비교¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾



호주 및 한국 즉석국 소매유통채널 점유율 비교¹⁵⁾

호주	유형	한국
43.1%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	41.6%
8.3%	드럭스토어	2.4%
6.6%	온라인	13.8%
4.5%	유기농 식품 매장	3.3%
2.8%	편의점	9.3%
2.8%	할인점	7.5%
31.9%	기타	22.2%

자료: 스탯시타(Statista)

11) 자료: aT한국농수산물유통공사, ‘호주 코로나 이후 소비자의 유통채널 사용 및 식품소비 동향 파악을 통한 수출확대 방안 모색’, 2021.09

12) 해당 장에서 ‘즉석국의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품을 포함하는 카테고리인 ‘식료품(Grocery)’ 유통채널의 정보를 확인함

13) 자료: 스탯시타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in Australia as of March 2024’, 2024.07

14) 자료: 스탯시타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in South Korea as of March 2024’, 2024.07

15) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

2. 호주 측석국 주요 유통채널 ① 마이어

기업 기본 정보	기업명	마이어(Myer)		
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.myer.com.au		
	위치	호주 전역		
	규모	매출액('23)	<ul style="list-style-type: none"> 27억 6,100만 호주달러(2조 5,487억 원¹⁶⁾) 	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('24): 56개 직원 수('24): 약 1만 명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1900년 설립된 호주 내 1위 백화점 브랜드 마이어홀딩스(Myer Holdings)가 소유 및 운영함 뷰티 및 그루밍 서비스, 기프트 카드 및 멤버십 서비스를 제공함 온라인 쇼핑몰을 운영하며 배송 서비스와 온라인 주문과 오프라인 수령이 결합된 클릭 앤 컬렉트(Click and Collect) 서비스를 제공함 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 의류, 뷰티, 식료품, 가전제품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 선물용 제품, 품질과 브랜드 이미지가 우수한 제품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> 공급업체 홈페이지(www.myer.com.au/content/sell-on-myer) 홈페이지 메뉴 'Sell On Myer'의 'Become A Seller' 클릭 양식에 맞춰 정보 기입 후 이메일을 통해 제출 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보(참고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) ③ 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료(현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: marketplace@myer.com.au 		

자료: 마이어(Myer), 월스트리트저널(The Wall Street Journal)

사진 자료: 시드니모닝헤럴드(The Sydney Morning Herald), 아크데일리(Arch Daily)

16) 1호주달러=923.10원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2. 호주 즉석국 주요 유통채널 ② 데이비드존스

기업 기본 정보	기업명	데이비드존스(David Jones)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.davidjones.com	
	위치	호주 전역	
	규모	매출액('23)	<ul style="list-style-type: none"> 23억 달러(3조 1,795억 원¹⁷⁾)¹⁸⁾
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('23): 43개 직원 수('23): 약 6,200명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 호주 백화점 중 2위 점유율을 차지하는 대표적인 백화점 브랜드 2022년 울워스홀딩스(Woolworths Holdings)로부터 사모펀드 운용사 앵커리지캐피탈(Anchorage Capital)이 인수함 온라인 쇼핑몰을 확장하여, 옴니채널(Omni-channel) 전략을 활용함 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 프리미엄 제품, 럭셔리 제품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 세계적으로 유명한 브랜드, 선물용 제품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 및 전화를 통한 등록 문의 (www.davidjones.com/contact-us/online-order-enquiries) - 홈페이지 하단 'Chat With Us' 아래에 'Chat now'를 통해 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) 공급 제품 정보(창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) 참고 자료(현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +61-133-357 	

자료: 데이비드존스(David Jones), 인베스팅닷컴(Investing.com)

사진 자료: 데이비드존스(David Jones), 멜버른시 공식 웹사이트(City Of Melbourne)

17) 1달러=1,382.40원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

18) 기업 인수 절차로 인해 데이비드존스의 2023 회계연도는 2023년 3월 27일부터 2023년 6월 25일까지의 기간을 의미함

2. 호주 즉석국 주요 유통채널 ③ 세븐일레븐 호주

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐 호주(7-Eleven Australia)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.7eleven.com.au	
	위치	호주 전역	
	규모	추정 매출액('23) • 5억 90만 달러(6,924억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 750개 • 직원 수('24): 약 9,000명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1977년 호주 빅토리아(Victoria)에서 최초의 세븐일레븐 매장이 개설됨 • 40년 넘게 개인 소유였으나, 2024년 1월 세븐일레븐 인터네셔널(7-Eleven International)이 인수함 • 2010년 호주의 모빌(Mobil) 주유소 매장을 인수하여 세븐일레븐 매장으로 전환 • 대부분의 매장은 수도권에 위치하고 있으며, 교외 지역에 위치한 매장은 주유소와 함께 운영되는 경우가 많음 		
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 가공식품, 스낵류, 음료류, 주류, 건강식품 등	
	선호 제품	• 독점 유통이 가능한 제품, 브랜드 신뢰도가 높은 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 전화 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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, 정가) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +61-1800-247-711 - 이메일: 24-7customerservice@7eleven.com.au 	

자료: 세븐일레븐 호주(7-Eleven Australia), 그로우조(Growjo)

사진 자료: 세븐일레븐 호주(7-Eleven Australia), 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News)

2. 호주 즉석국 주요 유통채널 ④ 스파익스프레스

기업 기본 정보	기업명	스파익스프레스(Spar Express)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.spar.com.au		
	위치	호주 동부 지역		
	규모	추정 매출액('23)	• 1,480만 달러(205억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('24): 118개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 네덜란드 대형 식료품 소매 기업 스파인터내셔널(Spar International)의 편의점 브랜드 • 2002년 호주에서 처음 시작했으며, 스파오스트레일리아유한회사(SPAR Australia Limited)가 라이선스 계약을 맺고 운영하고 있음 • 2007년 월드컨비니언스스토어포맷(World Convenience Store Format)을 포함한 소매 혁신 기업을 대상으로 하는 상을 수상함 			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 스낵류, 음료류, 주류, 건강식품 등		
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.spar.com.au/contact) - 입력 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 담당자 정보(담당자명, 이메일 주소, 전화번호) ② 문의 내용 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +61-07-3715-3000 - 이메일: info@spar.com.au 		

자료: 스파 호주(Spar Australia), 로켓리치(Rocket Reach)

사진 자료: 스파인터내셔널(SPAR International), 스파 호주(Spar Australia)

2. 호주 즉석국 주요 유통채널 ⑤ 울워스 슈퍼마켓

기업 기본 정보	기업명	울워스 슈퍼마켓(Woolworths Supermarket)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.woolworths.com.au		
	위치	호주 전역		
	규모	매출액('23)	• 642억 9,400만 달러(88조 8,800억 원) ¹⁹⁾	
		기타 규모	• 매장 수('24): 116개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 소매 분야 유통 점유율 1위인 호주 최대 규모의 슈퍼마켓 체인 브랜드 • 리테일 그룹 울워스그룹(Woolworths Group)이 소유 및 운영함 • 1924년 호주 시드니에 첫 매장을 설립하였으며, 뉴질랜드에도 진출함 • 차별화된 제품군 판매를 위해 PB(Private Brand) 제품 개발에 집중하고 있음 • 아시아인 이민자 비율 증가에 발맞춰 소스, 아시아 식품 코너를 별도로 운영함 		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 수입 식음료, 건강 및 미용 제품, 생활용품 등		
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 상품		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 울워스 그룹 공급업체 플랫폼을 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 페이지 하단 메뉴 'About Woolworths' 아래 'Suppliers' 클릭 (partnerhub.woolworthsgroup.com.au/s) - 입력 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 회사 정보(회사명, 사업자등록번호 등) ② 회사 및 담당자 상세 정보(소재지, 주소, 담당자명, 직책, 이메일 주소, 전화번호, 국적) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +61-1300-767-969 - 이메일: vulnerabilitydisclosure@woolworths.com.au 		

자료: 울워스(Woolworths), 울워스그룹(Woolworths Group)

사진 자료: 더컨버세이션(The Conversation), 하버타운(Harbour Town)

19) 식품 소매, 리테일, 주유소 등의 사업을 전개하고 있는 울워스그룹(Woolworths Group)의 2023년도 전체 매출액에 해당함

2. 호주 즉석국 주요 유통채널 ⑥ 케이티마트

기업 기본 정보	기업명	케이티마트(KT Mart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.ktmartmall.com.au	
	위치	멜버른(Melbourne)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 4개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2007년 멜버른에서 처음 설립된 한국 식품을 중심으로 유통하는 아시안 마트 • 한국산 식료품, 주방 용품 및 화장품까지 폭넓은 품목을 취급함 • 2015년 케이티마트몰(Kt Mart Mall)이라는 이름의 온라인 쇼핑몰 개설 • 페이스북과 인스타그램을 통해 신제품 및 할인 프로모션 정보를 공유함 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 가공식품, 즉석식품, 라면, 스낵류, 소스류, 차(茶)류, 음료류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 식료품, 아시안 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.ktmartmall.com.au/contact-us) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴 'Contact'에서 문의 양식 이용 - 입력 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 담당자 정보(담당자명, 이메일 주소, 전화번호) ② 문의 내용(입점 방법 문의, 브랜드 및 회사 소개 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +61-478-801-827 - 이메일: ktmartmall@outlook.com 	

자료: 케이티마트(KT Mart)

사진 자료: 망치(Maangchi), 브로트시트(Broadsheet)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



1. 호주 즉석국 통관 및 검역 절차
2. 호주 즉석국 품질 인증
3. 호주 즉석국 라벨링
4. 호주 즉석국 성분 및 유해물질

1. 호주 즉석국 통관 및 검역 절차²⁰⁾

▶ 호주 즉석국 수출 통관 단계별 주요사항

호주로 즉석국 수출 시, 농수산업부(DAFF: Department of Agriculture, Fisheries and Forestry)에서 호주로 수입되는 모든 식품 자원을 관리 및 감독함. 또한, 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ: Food Standards Australia New Zealand)은 식품 표준 개발 및 관리, 수입식품의 안정성 관리 등을 전반적으로 담당함. 호주로 식품 수출 시, ‘생물보안수입요건시스템(BICON: Biosecurity Import Condition)’을 통해 품목별 수입요건 확인이 필요하며, 호주 수입업자는 식품류 수입하기를 필수적으로 취득해야 함

[표 5.1] 호주 즉석국 통관 검역 절차



자료: 관세청, 호주 농수산업부(DAFF), KATI농식품수출정보

20) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

▶ 호주 즉석국, 국내 수출업체 AEO 등록 시 통관 혜택 多

수출입안전관리 우수공인업체(AEO: Authorized Economic Operator)란 수출입기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하여 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속통관, 세관검사 면제 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 동시에, 사회 안전과 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사 비율이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해짐. 또한, 각종 관세조사의 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금 부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 호주의 경우 AEO 제도 시행 국가로 AEO 등록 시, 상대국 수입 검사 생략, 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.2] 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업	
적용 대상	수출업체, 수입업체, 관세사, 보세구역운영인, 보세운송업자, 화물운송주선업자, 하역업자, 선박회사, 항공사	
AEO 혜택	세관 혜택	<ul style="list-style-type: none"> 수입검사를 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택 AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음
	경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> 타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌 통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음 AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음
	비용 절감	<ul style="list-style-type: none"> 수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음 내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함
신청방법	<ul style="list-style-type: none"> 1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출 2단계(공인심사): 서류 심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내) 3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정 4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함) 	

자료: 관세청

2. 호주 즉석국 품질 인증

▶ 호주 즉석국, 권장 인증 사항

호주로 즉석국 수출 시, 수출업자는 수입식품 검사 프로그램(IFIS: Imported Food Inspection Scheme)을 통해 생물보안시스템(BICON)과 호주 뉴질랜드 식품 표준코드(ANZFSC: Australia New Zealand Food Standards Code)에서 정한 요건과 기준에 부합하고 있는지를 사전에 확인하는 것이 필요함. 또한, 유기농 제품의 생산, 가공, 유통 및 판매에 관한 인증인 ACO(Australia Certified Organic), NASAA Certified Organic(NCO)등 을 취득해 활용할 수 있음

[표 5.3] 호주 즉석국 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품안전관리인증원	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
ACO	유기농 제품 인증	호주 민간 인증	Australian Certified Organic	
NCO	유기농 제품 인증	호주 민간 인증	NASAA Certified Organic	

자료: 각 인증기관

▶ 호주 즉석국, 식품 원산지 표시제 규정

호주 경쟁소비자위원회(ACCC: Australian Competition & Consumer Commission)가 도입한 「식품 원산지 표시 라벨 정보 표준 2016」에 따르면 2018년 7월부터 의무적으로 식품영양표시 라벨을 부착해야 하며, 신선 농축산물, 가공식품, 비포장식품까지 적용 대상임. 원산지를 나타내는 표현에 대한 기준을 제정하여, 자국산 식품에 대한 선호도가 높은 호주 소비자의 이해를 돕기 위함임²¹⁾. ‘재배’ ‘생산’, ‘제조’, ‘포장’을 구분해 표기하고, 호주산 재료의 비율을 막대그래프로 표기하는 것이 골자임

[표 5.4] 호주 원산지 표시제

라벨 예시	상세 설명
	최종 식품이 본래의 성질과 다르게 변형된 경우 마지막 단계의 실질적 변형이 이루어진 국가를 제조국으로 지칭함. 수입된 재료로 호주에서 만들 경우 호주산으로 취급돼 ‘Made in Australia at least XX%’로 박스 안에 막대 차트와 함께 표시해야 함
	주로 신선식품에 사용되며, 식품이 해당 국가에서 자란 경우 ‘Grown in Australia, Grown in Italy’ 등으로 표시함
	모든 주요 성분이 해당 국가로부터 생산되고 전체 가공 과정이 해당 국가에서만 처리된 식품을 ‘Product of Australia, Product of Mexico’ 등으로 표시함
	해당 예시는 ‘최소 20%의 호주 재료로 호주에서 포장’ 되었다는 의미로 실질적 변형 없이 2개 이상 국가에서 수입된 재료로 포장된 국가를 지칭함 ²²⁾

자료: 호주 경쟁소비자위원회(ACCC)

21) 호주의 소비자들은 제품 구매 시 ‘호주산(Made in Australia)’ 또는 이를 증명하는 로고나 라벨을 살펴본 후 구매 여부를 결정하는 편이며, 코로나19 이후 로컬 생산 제품에 대한 관심이 더욱 증가함. 한국농수산물유통공사, 「호주 코로나 이후 소비자의 유통채널 사용 및 식품소비 동향 파악을 통한 수출확대 방안 모색」, 2021

22) 가공 수준이 ‘Made in Australia’라고 하기에 충분하지 않기 때문에 캥거루 로고는 포함하지 않음

[표 5.4] 호주 원산지 표시제 - 수입식품

라벨 예시	상세 설명
	<p>호주 이외의 단일 국가에서 가공되었음을 의미함</p>
	<p>해당 예시는 '특정 비율의 호주산 재료를 사용하여 미국에서 가공되었음'을 뜻하며, 호주산 재료의 비율을 음영 막대그래프에 표시해야 함</p>

자료: 호주 경쟁소비자위원회(ACCC)

3. 호주 즉석국 라벨링

[표 5.5] 호주 즉석국 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	1. 라벨 표기 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 영양정보 • 함유량(%) 표기 • 제품명 • 제품 반환 정보 • 알레르겐 성분 • 날짜 표시 • 원재료 • 식품첨가물 • 사용기준 및 보관방법
	2. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 호주 · 뉴질랜드식품기준청(FSANZ)에서 규정하고 있는 제품명 또는 식품의 본질을 나타낼 수 있는 이름으로 할 것 • 제품명은 오해의 소지가 있거나 잘못된 정보를 제공해서는 안 됨
	3. 구성성분 목록	<ul style="list-style-type: none"> • 원료명은 일반명이나 원료의 본질을 알 수 있는 형태의 또는 규정에서 정하고 있는 이름으로 할 것 • 제품에 사용된 식품첨가물을 포함해 함량의 크기에 따라 내림차순으로 원료 정보를 나열해야 함 • 알레르기를 유발하는 성분 10가지에 대해 포장재에 라벨링 박스 안에 표기해야 함. 굵은 글자로 명료한 영어 단어로 표기해야 함 • 식품첨가물(비타민, 미네랄 포함)을 표시해야 하며, 효소와 향미료는 구체적 성분명 없이 ‘효소’, ‘향미료 및 기타’로 표기 • 식품 원료의 실제 함량 또는 최소 함량을 퍼센트 형태로 정보를 제공해야 함
	4. 공급업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 호주 또는 뉴질랜드 공급업체(제조사, 포장업체, 벤더, 수입자)의 정보를 필수적으로 표기할 것 • 주소는 해당 기업이 사업을 영위하는 실제의 주소로 작성해야 하며, 사서함 주소는 불가
	5. 보관방법	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 안전과 건강상의 문제가 일어나지 않을 수 있도록 하는 내용의 사용법 또는 보관방법을 표기해야 함
	6. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • Best-Before’ 또는 ‘Used-By’로 표기해야 함 • 유통기한 또는 사용기한이 적용일로부터 3개월 이상인 경우 일, 월, 연도 순으로 표기

자료: 호주 · 뉴질랜드 식품기준청(FSANZ), 호주 국경경비대(ABF)

[표 5.5] 호주 즉석국 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	7. 보관 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 안전과 건강상의 문제가 일어나지 않을 수 있도록 하는 내용의 사용법 또는 보관방법을 표기해야 함 • 식품이 유통기한까지 보관되도록 하기 위한 특정 보관 조건이 필요한 경우 해당 조건 표기할 것
	8. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 육류, 청과, 빵과 같은 주 식품(Priority Food)은 다음과 같은 사항을 표기해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - Grown in(청과류 등의 신선식품) - Product of(주요 원료 원산지 및 생산 공정 국가) - Made in(가공식품 생산국) - Packed in(제품 포장 국가) • 조미료, 제과류, 스낵류, 주류 등 기호식품(Non-Priority Food)은 ‘Made In’과 같은 문구를 사용하여 원산지를 표기해야 함 • 수입 가공식품의 경우, 호주산 재료 비율을 나타내는 막대그래프와 원산국을 나타내는 글 상자를 이용해야 함. 혹은, 글 상자를 이용하여 원산지와 호주산 성분의 비율을 표시해야 함 • 특정 국가에서 재배 또는 생산, 제조, 포장되지 않았음에도 그렇다는 것을 암시하거나 표기하는 경우는 불법임 • 제품이 생산된 나라를 표시해야 하며 식품에 호주산 재료가 함유된 경우, 그 비율을 명시하고 막대그래프를 이용하여 표시해야 함
	9. 경고 문구 표시	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 섭취 시 건강과 관련하여 소비자가 알아야 하는 내용 등 경고 표기 필수 • 분명하고 영구적으로 작성되어야 하며, 배경색과 대비되는 색상으로 작성할 것 • 특정 성분을 포함하는 경우 과잉 섭취가 완화제 효과를 가질 수 있다는 권고문 필요

자료: 호주 · 뉴질랜드 식품기준청(FSANZ), 호주 국경경비대(ABF)

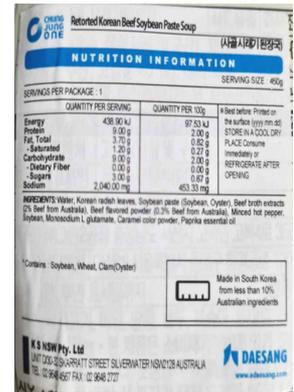
▶ 호주 즉석국 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 1 라벨링]



[뒷면 2 라벨링]

[뒷면 2 - 영어]

- ① Chung Jung one
- ② Retorted Korean Beef Soybean Paste Soup
- ③

NUTRITION INFORMATION		
SERVING SIZE : 450G		
SERVINGS PER PACKAGE : 1		
	Quantity Per serving	Quantity Per 100g
Energy	438.90 KJ	97.53 KJ
Protein	9.00 g	2.00 g
Fat, Total	3.70 g	0.82 g
- Saturated	1.20 g	0.27 g
Carbohydrate	9.00 g	2.00 g
- Dietary Fiber	0.00 g	0.00 g
- Sugars	3.00 g	0.67 g
Sodium	2,040.00 g	453.33 mg

Ingredients: Water, Korean radish leaves, Soybean paste (Soy bean, Oyster), Beef broth extracts, (2% beef from Australia), Beef flavoured powder (0.3% Beef from Australia), Minced hot pepper, Soybean, Monosodium L Glutamate, caramel colour powder, Paprika essential oil

[뒷면 2 - 국문]

- ① 청정원
- ② 사골 시래기 된장국
- ③

영양 정보		
1회 제공량 : 450G		
패키지당 제공량 : 1회		
	1회 제공량당	100g당
열량	438.90 KJ	97.53 KJ
단백질	9.00 g	2.00 g
총 지방	3.70 g	0.82 g
- 포화지방	1.20 g	0.27 g
탄수화물	9.00 g	2.00 g
- 식이섬유	0.00 g	0.00 g
- 당류	3.00 g	0.67 g
나트륨	2,040.00 g	453.33 mg

성분: 물, 무염, 된장(대두, 콩), 쇠고기 육수 추출물(호주산 쇠고기 2%), 쇠고기 맛분물(호주산 쇠고기 0.3%) 다진 고추, 대두, MSG, 카라멜, 색소 분말, 파프리카 에센셜 오일

	<p>④ *Best before: Printed on the surface (YYYY.MM.DD)</p> <p>⑤ STORE IN A COOL DRY PLACE</p> <p>⑥ Consume Immediately or refrigerate after opening</p> <p>⑦ *Contains: Soybean, Wheat, Clam (Oyster)</p> <p>⑧ Made in South Korea from less than 10% Australian ingredients</p> <p>⑨ K S NSW Pty Ltd</p> <p>⑩ Unit D30-32 Skarratt Street. Silverwater NSW 2128 Australia</p> <p>⑪ Tel: 02 9648 4567</p> <p>⑫ Fax: 02 9648 2727</p> <p>⑬ Daesang</p> <p>⑭ www.edaesang.com</p>	<p>④ *유통기한: 표면에 인쇄(년, 월, 일)</p> <p>⑤ 서늘하고 건조한 곳에 보관</p> <p>⑥ 개봉 후 즉시 섭취하거나 냉장 보관</p> <p>⑦ *포함성분: 대두, 밀, 조개(굴)</p> <p>⑧ 호주 원산지 성분이 10% 미만으로 포함된 한국제조 제품</p> <p>⑨ K S 뉴사우스웨일스 유한회사</p> <p>⑩ 호주 뉴사우스웨일스 주 실버워터, 스카렛 스트리트 D30-32호 유닛, 우편번호 2128</p> <p>⑪ 전화: 02 9648 4567</p> <p>⑫ 팩스: 02 9648 2727</p> <p>⑬ 대상</p> <p>⑭ www.edaesang.com</p>
--	--	--

4. 호주 즉석국 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

호주는 「호주·뉴질랜드 식품 표준 코드 - 표준 1.3.1 - 식품 첨가물」에서 사용 가능한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준을 정하고 있음. 호주로 식품 수출 시 첨가물은 일반적으로 가공식품의 맛 첨가, 안전한 보존, 사용용이 등을 위해 사용해야 함. 규정되지 않은 물질을 사용하기 위해서는 안전검사를 통한 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)의 승인이 필요함. 호주 내 ‘즉석섭취·편의식품류’에 적용되는 식품첨가물 검색 시 총 7건이 발견되었으며, 더욱 자세한 정보는 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ) 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.6] 즉석국에 적용되는 호주 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	스테비오사이드	Stevioside	stevioside 0.40, any other steviol glycoside 0.33 (다음의 계산식을 이용한 steviol glycoside 비율 당량 수준 [SE] = ∑ [SG] X CF (SE: the concentration as steviol equivalents, SG: the concentration of individual steviol glycoside, CF: conversion factor)	모든 식품
2	균주 AE-BLC에서 유래한 β-갈락토시다제 (EC 3.2.1.23)	β-Galactosidase (EC 3.2.1.23) from Papiliotrema terrestris strain AE-BLC	GMP (lactose로부터 galacto-oligosaccharides를 생산하는 목적에 한해서)	
3	아세설팜칼륨	Acesulfame potassium	3,000mg/kg	
4	알리탐	Alitame	40mg/kg	
5	아스파탐-아세설팜 혼합물	Aspartame-acesulfame salt	6,800mg/kg	
6	사카린	Saccharin	1,500mg/kg	
7	안나토 추출물	Annatto extract	25mg/kg	수프 베이스 (규정대로 만들어진 수프는 최대허용수준 적용)

자료: KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

호주로 식품 수출 시 적용되는 식품의 유해물질 규정은 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ) 1.4장 규정에 명시되어 있으며, 호주 내 수입 식품은 안전검사를 시행하여 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)의 승인을 받아야 함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 호주 유해물질 기준과 잔류허용기준의 일부이며, 더욱 자세한 사항은 호주·뉴질랜드 식품기준청 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 즉석국에 적용되는 호주 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	리스테리아균	Listeria	n=5, c=0, m=25g에서는 검출되지 않음	리스테리아균이 증식할 수 있는 즉석섭취식품
2	부프로페진	Buprofezin	0.1mg/kg	
3	글루포시네이트 암모늄	Glufosinate and Glufosinate ammonium		
4	시아조파미드	Cyazofamid	0.04mg/kg	
5	아크릴로니트릴	Acrylonitrile	0.02mg/kg	
6	이미다졸릴	Imazalil	0.02mg/kg	
7	메트리부진	Metribuzin	0.05mg/kg	
8	옥사밀	Oxamyl		
9	피레트린	Pyrethrin	0.2mg/kg	
10	설폭사플로르	Sulfoxafloer	0.01mg/kg	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)은 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)에서 발표한 「식품 기준법 제 9조」에 의하면 하기 표의 11가지 알레르기 유발 물질이 포함된 모든 포장 식품은 해당 정보를 의무적으로 라벨에 표시해야 함²³⁾

[표 5.8] 호주 알레르겐 성분

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	땅콩
2	의무	견과류
3	의무	우유
4	의무	달걀
5	의무	깨
6	의무	어류
7	의무	갑각류
8	의무	대두
9	의무	루핀 콩
10	의무	밀과 글루텐 함유 곡물
11	의무	아황산염(10mg/kg 이상)

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ), KATI농식품수출정보

23)호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)에서는 2017년 5월 27일부터 1개 성분을 더 추가해 총 11가지 식품 성분이 함유되어 있을 경우 라벨에 의무적으로 표시하도록 규정함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 오카도(Ocado)
2. 베지테리언익스프레스(Vegetarian Express)
3. 얼터너티브스토어즈(Alternative Stores)

Interview ①

24)



오네스트 투 굿니스
(Honest to Goodness)

- 유형: 소매업체/도매업체
- 업체 특징:
 - 2002년에 설립된 소매 및 도매업체로 간식, 음료, 통조림 및 가공식품, 견과일, 기능성 및 슈퍼푸드, 곡물, 콩류, 견과류, 씨앗, 오일, 건강 및 미용 제품 등을 취급하고 있음
 - 다양한 건강 및 유기농 제품을 제공하며, 지속 가능한 공급망을 유지하고 있음

담당자 정보

Product Manager

오네스트 투 굿니스 (Honest to Goodness) Product Manager

Q. 호주에 현재 판매 중인 고객사 제품과 유사한 즉석 된장국 제품이 있나요? 이러한 제품에 대한 수요는 어떠한가 주요 소비자는 누구입니까?

호주 시장에서 유사한 제품으로는 ‘카와리 유기농 즉석 미소국(Carwari Organic Instant Miso Soup)’이 있습니다. 이 제품은 두부, 시금치, 파 등의 동결 건조된 고명을 별도로 포장하여 제공하며, 간편하게 따뜻한 식사를 준비할 수 있는 제품입니다. 호주에서는 즉석 수프 제품에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 이는 간편하고 편리한 식사 솔루션을 제공하기 때문입니다. 주요 소비자는 바쁜 생활을 하는 직장인, 학생, 그리고 빠른 식사를 찾는 소비자들입니다. 바쁜 생활을 하는 사람들이 늘어남에 따라, 식사 준비 시간을 절약할 수 있는 이러한 식품에 대한 수요가 증가하고 있습니다.

Q. 고객사의 즉석 나물 된장국 제품은 호주 소비자들에게 어떤 점에서 매력적일까요?

고객사의 제품은 간편하게 뜨거운 물만 부어 준비할 수 있다는 점에서 편리합니다. 이는 바쁜 생활을 하는 호주 소비자들에게 매력적일 것입니다. 또한, 작고 휴대하기 쉬운 크기로 어디서든 즐길 수 있어, 집에서, 직장에서, 여행 중이나 야외 활동 중에도 활용할 수 있습니다. 제품의 원산지과 재배 환경을 상세히 설명한 점도 긍정적으로 평가합니다. 전반적으로 독특한 원산지를 가진 이 제품은 호주 소비자들에게 매력적일 가능성이 높습니다.

Q. 호주 시장에 더 잘 맞추기 위해 제품에 어떤 변화를 주어야 할까요?

호주 소비자들은 강한 맛을 선호하는 경향이 있으므로, 된장국의 맛을 더 강하게 하기 위해 허브, 향신료, 또는 조미료의 양을 늘리는 것이 좋을 것입니다. 또한, 경쟁제품에 비해 가격이 다소 높기 때문에 가격 책정도 재고할 필요가 있습니다. 예를 들어, 카와리 유기농 즉석 미소국은 102g 포장에 6회 분량으로 17.40달러(약 2만 4,053원)²⁵⁾에 판매되고 있습니다.

Q. 호주에서 즉석 미소국 제품의 주요 유통 채널은 무엇입니까?

이러한 제품은 많은 독립 소매업체에서 판매되고 있습니다. 그러나 이는 주요 소매업체가 제품을 취급하지 않는다는 의미는 아닙니다. 제품을 전문 소매업체와 함께 제공하면 고객이 제품을 더 쉽게 발견할 수 있고, 잠재 고객에게 더 효과적으로 도달할 수 있습니다.

24) 사진 자료: 오네스트 투 굿니스 (Honest to Goodness)

25) 1달러=1382.40원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 제품 판매를 위한 효과적인 홍보 전략이나 마케팅 방법이 있습니까?

호주에서는 소셜 미디어가 일반적으로 사용되므로, 페이스북과 인스타그램 페이지를 개설하여 브랜드와 관련된 내용을 공유하면 많은 타겟 소비자와 소통할 수 있습니다. 제품 정보, 영양 정보, 레시피 아이디어 등을 정기적으로 게시하는 것이 좋습니다. 또한, 주요 온라인 소매업체에 제품을 등록하면 더 넓은 소비자 그룹에 도달할 수 있으며, 제품 홍보에 큰 도움이 될 것입니다.

Q. 현지화를 위해 제품명을 변경할 경우 이에 대한 의견이 있으신가요?

원래의 한국어 이름을 그대로 번역하면 길고 복잡해질 수 있으므로, 간단하고 매력적인 방식으로 제품의 독특한 요소를 전달하는 것이 좋습니다. 이 경우, 남해의 청정한 원산지와 즉석 식품이라는 두 가지 특징을 강조하여 호주 소비자들의 관심을 끌 수 있는 방식으로 이름을 지어야 합니다.

Interview ②

26)



오네스트 투 굿니스
(Honest to Goodness)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1986년에 설립된 소매업체로 쌀, 면, 스시, 채소, 튀김류, 고기, 해산물, 조미료, 과자, 음료 등을 취급하고 있음
 - 시드니, 뉴사우스웨일스에 본사를 두고 있음

담당자 정보

Purchasing Officer

JFC 온라인(JFC Online) Purchasing Officer

Q. 호주에 현재 판매 중인 고객사 제품과 유사한 즉석 된장국 제품이 있나요? 이러한 제품에 대한 수요는 어떠한가 주요 소비자는 누구입니까?

소쿠세키 와카메(Sokuseki Wakame, 216g, 2.00달러(2,764원)), 하나마루키 두부 미소국(Hanamaruki Tofu Miso Soup, 30g, 3.00달러(4,147원)), 하나마루키 시로 미소국(Hanamaruki Shiro Miso Soup, 30g, 3.00달러(4,147원)), 하나마루키 네기 소쿠세키 미소국(Hanamaruki Negi Sokuseki Miso Soup, 54.6g, 2.80달러(3,870원)), 하나마루키 아카 미소국(Hanamaruki Aka Miso Soup, 27g, 2.32달러(3,207원)), 마루코메 즉석 미소국(Marukome Instant Miso Soup, 152g, 4.30달러(5,944원)) 등의 제품이 있습니다. 호주에서 즉석 미소국 제품의 주요 소비자는 간편하고 빠른 식사나 간식을 찾는 사람들입니다. 소포장, 다양한 재료, 저렴한 가격 덕분에 간식이나 가벼운 식사로 인기가 많습니다. 휴대성과 간편한 섭취 방법으로 바쁜 직장인과 젊은 층 사이에서 인기를 끌고 있습니다.

Q. 고객사의 즉석 나물 된장국 제품은 호주 소비자들에게 어떤 점에서 매력적일까요?

고객사 제품은 일본산 제품과 차별화되는 한국 된장 베이스와 남해의 현지 허브와 채소를 사용하여 다른 문화적 경험을 제공할 것으로 예상됩니다. 또한, 고객의 제품은 버섯과 고추와 같은 신선한 재료를 포함하여 기존 미소국의 해초와 두부보다 더 복잡한 맛과 영양가를 제공합니다. 고객의 동결건조 블록 형식은 휴대성이 뛰어나고 준비 시간이 30초로 더욱 간편합니다. 이러한 요소들을 바탕으로, 한국산 원료와 정통 재료를 사용한 고객의 제품은 호주 시장에 매력적인 새로운 수프 제품으로 자리잡을 것이라고 생각합니다.

Q. 호주 시장에 더 잘 맞추기 위해 제품에 어떤 변화를 주어야 할까요?

제품의 정통 한국 재료와 원산지를 유지하는 것이 독특한 판매 포인트가 되므로 큰 변화는 필요하지 않을 것 같습니다. 한국 허브와 조미료는 다양한 정통 한국 맛을 탐구하는 소비자들의 관심을 만족시킬 것입니다. 시장에 나와 있는 미소국과 비교했을 때, 고객의 제품은 신선한 허브와 버섯 재료를 통해 맛의 다양성과 영양 면에서 경쟁력을 가지고 있습니다. 다만, 더 많은 소비자에게 접근할 수 있도록 약간 낮은 소매 가격을 고려하는 것이 좋을 수 있습니다.

Q. 호주에서 즉석 미소국 제품의 주요 유통 채널은 무엇입니까?

제품이 주로 호주의 아시아 소매업체에서 판매되고 있지만, 최근에는 슈퍼마켓을 포함한 많은 다른 소매업체에서도 판매되고 있습니다. 따라서 고객은 두 유통 채널 중 하나를 선택하여 시작할 수 있으며, 두 채널 모두 잘 확립된 고객 기반을 통해 판매 기회를 제공합니다. 또한, 온라인 판매도 타겟으로 삼아야 합니다. 추가적으로, 아시아/한국 레스토랑과 협력하여 수프를 메뉴에 포함시키는 것도 제품을 소개하는 매우 효과적인 방법입니다.

Q. 제품 판매를 위한 효과적인 홍보 전략이나 마케팅 방법이 있습니까?

호주에서 고객의 제품을 효과적으로 홍보하기 위해 아시아 소매업체와 협력할 것을 제안합니다. 이러한 소매업체는 이미 확립된 고객 기반을 가지고 있어 판매를 달성하기가 더 쉽습니다. 그러나 가장 영향력 있는 홍보 전략은 한국 레스토랑과 파트너십을 맺어 수프를 메뉴에 포함시키는 것입니다. 이는 제품에 상당한 신뢰성을 부여할 것입니다.

Q. 현지화를 위해 제품명을 변경할 경우 이에 대한 의견이 있으신가요?

'Namhae Sea Farm Instant Vegetable Doenjang Soup'과 같은 이름을 제안합니다. 이 이름은 남해의 해안 지역에서 유래한 독특한 원산지를 제품에 알리며, 제품의 주요 특징을 강조합니다.

Interview ③

27)



콜스
(Coles)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1914년에 설립된 소매업체로 식료품, 과일, 채소, 육류, 해산물, 유제품, 베이커리 제품, 냉동식품, 건강 및 미용 제품, 음료 등을 취급하고 있음
 - 호주 전역에 걸쳐 다양한 제품을 제공하고 있음

담당자 정보

Manager

콜스(Coles) Manager

Q. 호주에 현재 판매 중인 고객사 제품과 유사한 즉석 된장국 제품이 있나요? 이러한 제품에 대한 수요는 어떠한가 주요 소비자는 누구입니까?

호주 시장에서 즉석 미소된장국 제품은 현재 큰 인기를 끌고 있으며, 다음과 같은 제품들이 있습니다. 히카리 와카메 즉석 미소된장국(Hikari Wakame Instant Miso Soup, 12팩, 216g, 4.20달러(5,806원)), S & B 일본 즉석 두부 미소된장국(S & B Japanese Instant Tofu Miso Soup, 30g, 3.55달러(4,907원)), S & B 일본 즉석 아카 미소된장국(S & B Japanese Instant Aka Miso Soup, 30g, 4.20달러(5,806원)), 아지시마 일본 즉석 미소된장국 튀김 두부(Ajishima Japanese Instant Miso Soup Fried Tofu, 2팩, 12g, 3.10달러(4,285원)), 아지시마 즉석 미소된장국 시금치 & 버섯(Ajishima Instant Miso Soup Spinach & Mushroom, 12g, 3.10달러(4,285원)). 이러한 즉석 미소된장국 제품들은 호주에서 강한 수요를 보이며 꾸준히 재고가 유지되고 있습니다. 주요 소비자는 요리에 많은 시간을 할애하지 않고 간편한 식사를 원하는 개인들, 그리고 최소한의 요리로 아시아풍의 맛을 즐기고자 하는 사람들입니다.

Q. 고객사의 즉석 나물 된장국 제품은 호주 소비자들에게 어떤 점에서 매력적일까요?

고객사 제품은 간편하게 뜨거운 물만 부으면 되는 조리 방법으로 바쁜 일상과 활동적인 라이프스타일에 적합합니다. 많은 호주 소비자들이 식품 선택에서 편리함을 추구하고 있습니다. 또한, 청정한 환경에서 재배된 고품질의 영양가 높은 재료를 사용한 점도 긍정적인 요소입니다. 한국의 맛을 손쉽게 즐길 수 있는 점은 국제 요리에 관심이 많은 소비자들에게 큰 매력을 줄 것입니다.

Q. 호주 시장에 더 잘 맞추기 위해 제품에 어떤 변화를 주어야 할까요?

제품은 잘 만들어졌지만, 고객이 원한다면 한국식 맛 외에도 다양한 맛을 탐색하여 더 넓은 시장을 타겟팅할 수 있습니다. 제품의 품질을 입증하는 인증서도 만족스러운 품질을 보여줍니다. 또한, 제품을 유기농 카테고리에 포함시키면 건강을 중시하는 소비자층을 크게 확대할 수 있을 것입니다.

Q. 호주에서 즉석 미소국 제품의 주요 유통 채널은 무엇입니까?

호주에서 즉석 미소된장국 제품의 주요 유통 채널은 주류 슈퍼마켓 소매업체입니다. 이러한 슈퍼마켓들은 전국적으로 이러한 제품을 꾸준히 재고로 유지하며 아시아 편의식품의 인기에 부응하고 있습니다. 이러한 슈퍼마켓은 호주 전역에 걸쳐 널리 퍼져 있어 제품을 시장에 내놓는 데 매우 유용한 경로를 제공합니다.

Q. 제품 판매를 위한 효과적인 홍보 전략이나 마케팅 방법이 있습니까?

소셜 네트워크, 특히 인스타그램을 통해 제품을 광고하는 것이 좋습니다. 제품의 간편한 소비 형식을 강조하여 고객들에게 제공하는 경험을 부각시키는 것이 중요합니다. 소셜 미디어에서 제품의 편리함과 경제성을 다목적 식사 솔루션으로 강조하고, 사용자들과 정기적으로 소통하여 브랜드와 제품에 대한 신뢰를 구축해야 합니다.

Q. 현지화를 위해 제품명을 변경할 경우 이에 대한 의견이 있으신가요?

제품명은 조정할 수 있지만, 제품의 핵심 가치를 명확히 전달하면서도 호주 소비자들과 효과적으로 연결될 수 있도록 해야 합니다. 제품명은 제품의 재료, 특성 등을 기반으로 하여 소비자들이 제품에 대한 간략한 아이디어를 얻을 수 있도록 해야 합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 식품음료신문, '호주 '간편 조리 식품' 맛·건강에 맞춤형 진화', 2024.05
2. 스태티스타(Statista), 'Convenience Food - Australia', 2024.07
3. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News), 'Busy Lifestyles Drive Australia's Soup Market', 2021.05
4. 스태티스타(Statista), 'Soups - Australia', 2024.07
5. aT한국농수산물유통공사, '호주 코로나 이후 소비자의 유통채널 사용 및 식품소비 동향 파악을 통한 수출확대 방안 모색', 2021.09
6. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in Australia as of March 2024', 2024.07
7. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of March 2024', 2024.07
8. 농림축산식품부, '2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드', 2023
9. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 수출국가정보 「호주」', 2023
10. aT한국농수산물유통공사, '호주·뉴질랜드 수입식품 규제 및 정책', 2022
11. 한국해양수산개발원, '수산물 수출매뉴얼 가이드북 「호주」', 2022
12. 호주 농림수산물환경부(DAFF), 'Guidelines for determining recognised food safety management certificates', 2020
13. KATI농식품수출정보, '호주 식품첨가물 및 유해물질 규정(원문 및 번역본)', 2024
14. aT한국농수산물유통공사, '호주 코로나 이후 소비자의 유통채널 사용 및 식품소비 동향 파악을 통한 수출확대 모색', 2021
15. 호주 경쟁소비자위원회(ACCC), '식품 원산지 표시 라벨 정보 표준', 2016

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
4. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
5. 하나은행 (www.kebhana.com)
6. 식품음료신문 (www.thinkfood.co.kr)
7. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) (supermarketnews.co.nz)
8. 호주 아마존(www.amazon.co.au)
9. 마이어(Myer) (www.myer.com.au)
10. 월스트리트저널(The Wall Street Journal) (www.wsj.com)
11. 시드니모닝헤럴드(The Sydney Morning Herald) (www.smh.com.au)
12. 아크데일리(Arch Daily) (www.archdaily.com)
13. 데이비드존스(David Jones) (www.davidjones.com)
14. 인베스팅닷컴(Investing.com) (au.investing.com)
15. 멜버른시 공식 웹사이트(City Of Melbourne) (whatson.melbourne.vic.gov.au)
16. 세븐일레븐 호주(7-Eleven Australia) (www.7eleven.com.au)
17. 그로우조(Growjo) (growjo.com)
18. 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News) (www.cspdailynews.com)
19. 스파 호주(Spar Australia) (www.spar.com.au)
20. 로켓리치(Rocket Reach) (rocketreach.co)
21. 스파인터내셔널(Spar International) (spar-international.com)
22. 울워스(Woolworths) (www.woolworths.com.au)
23. 울워스그룹(Woolworths Group) (www.woolworthsgroup.com.au)
24. 더컨버세이션(The Conversation) (theconversation.com)
25. 하버타운(Harbour Town) (www.harbourtowngoldcoast.com.au)
26. 케이타마트(KT Mart) (www.ktmartmall.com.au)
27. 망치(Maangchi) (www.maangchi.com)
28. 브로드시트(Broadsheet) (www.broadsheet.com.au)
29. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
30. KOTRA 대한무역투자진흥공사 (https://www.kotra.or.kr/)
31. 국가관세종합정보망서비스 (unipass.customs.go.kr)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

32. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
33. KOTRA 대한무역투자진흥공사 (<https://www.kotra.or.kr/>)
34. 국가관세종합정보망서비스 (unipass.customs.go.kr)
35. 호주 농수산업부(DAFF) (agriculture.gov.au)
36. 호주 국경경비대(ABF) (<https://www.abf.gov.au/>)
37. 관세청 (www.customs.go.kr)
38. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
39. FTA포털(Yes FTA) (www.customs.go.kr/ftaportalkor/main.do)
40. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
41. 오네스트 투 굿니스 (Honest to Goodness) (www.goodness.com.au)
42. JFC 온라인(JFC Online) (per.jfconline.com.au)
43. 콜스(Coles) (www.coles.com.au)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.08.02

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

Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea