

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202408-22
품목 | 컵우동(Cup Udon)
HS CODE | 1902.19-9000
국가 | 호주(Australia)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 호주 편의식 시장규모	06
2. 호주 즉석섭취식품 시장규모	07
3. 호주 컵우동 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 호주 즉석면 소비 동향	10
2. 호주 즉석면 주요 인기 브랜드	11
3. 호주 인기 제품 마케팅 사례	12
4. 호주 즉석면 규제	13

IV. 유통채널

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



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 호주 컵우동 통관 및 검역 절차	23
2. 호주 컵우동 품질 인증	25
3. 호주 컵우동 라벨링	26
4. 호주 컵우동 성분 및 유해물질	32

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 썬릿아시안슈퍼마켓(SUNLIT Asian Supermarket)	36
2. 아시안슈퍼마트(Asian Supermart)	38
3. 프레시앤세이브(Fresh and Save)	40

※ 참고문헌	42
--------	----

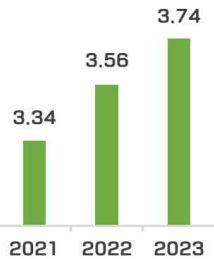


호주 컵우동 시장

시장 현황

편의식시장규모

단위 : 십억 달러



즉석섭취식품 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1902.19 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

이슈 분석

소비 동향

2023년 기준 호주 즉석면 판매량, 5억 개 기록. 1인당 평균 18개 섭취

인기 브랜드

호주 즉석면 브랜드, 인도미, 삼양, 이치란 등이 인기있음

마케팅

친환경 포장재 활용
제품 증가 및 팝업 스토어 운영

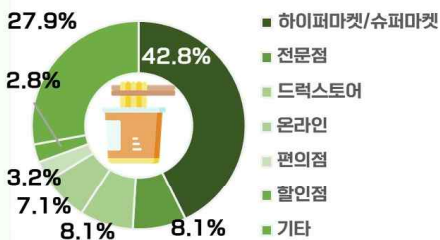
규제

지속가능한 포장재에 대한 수요 증가. 2023년 3월, 관련 규정 개정

* 호주 즉석면 제품 관련 이슈 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
관세율 0%

사전 준비
생물보안수입요건시스템 내 품목별 수입요건 확인 필요
AEO 인증 권장

권장 인증

FSSC 22000
ISO 22000
HACCP

유의사항

라벨 필수 표기사항

제품명, 식품성분, 공급업체 정보, 보관방법, 유통기한, 영양 정보, 원산지, 경고 문구 표시 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

제품 피드백 가격&용량: 호주 내 컵우동의 일반적인 가격대는 5-6호주달러이며, 인기 있는 제품들은 200g 이상 대용량 제품과 70-100g 소용량 제품으로 나뉘어 있음 / 포장: 호주 소비자들은 지속 가능한 포장을 선호하지만, 여전히 익숙한 플라스틱 컵 포장에 널리 사용됨. 종이컵과 같은 환경친화적인 포장에 점차 인기를 얻고 있음

Point 02.

제품 피드백 원료: 튀기지 않은 면과 페스코 베지테리언 제품이 건강을 중시하는 소비자들에게 인기를 끌고 있음. '육류 미함유'와 '비튀김 면' 같은 건강한 이미지를 강조하는 것이 효과적임 / 효능: 간편한 조리과 건강한 식사 대용으로 컵우동 제품이 홍보되고 있으며, 매운맛 도전 등 재미 요소가 가미된 제품도 주목받고 있음. 건강과 재미를 동시에 강조하는 마케팅 전략이 중요함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 호주 편의식 시장규모
2. 호주 즉석섭취식품 시장규모
3. 호주 컵우동 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 2023년 편의식 시장규모 5.2조 원²⁾³⁾⁴⁾

호주의 편의식 시장 규모는 2023년 기준 5.2조 원에 달함. 최근 5년 (2019-23년)간 호주 편의식 시장은 연평균 7.2%씩 꾸준히 성장해왔음. 특히 2021년에는 코로나19로 인해 주춤했던 2020년 대비 16.4%라는 급격한 성장폭을 기록하기도 함

▶ 호주 편의식 시장, 향후 성장세 지속 전망

호주 편의식 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 4.7%씩 성장하여 2028년에는 6.5조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 2021년 전년 대비 16.4% 급등한 이후 연평균 약 5-6%씩 성장해왔으며, 향후 수년간 비슷한 규모의 성장이 이어질 것으로 전망됨

[표 2.1] 호주 편의식 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Convenience Food - Australia', 2024.09

3) 스태티스타에 따르면, '편의식(Convenience Food)'은 다양한 형태로 포장되어 간편하고 빠르게 준비 및 섭취가 가능한 다양한 음식을 포함함

4) 조사제품 '컵우동'의 제품 유형(인스턴트 면 조리 식품)을 고려하여 '즉석섭취식품'의 시장규모와 상위 항목인 '편의식'의 시장규모를 조사함

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 호주 즉석섭취식품 시장규모

▶ 호주 2023년 즉석섭취식품 시장규모 4.6조 원⁸⁾

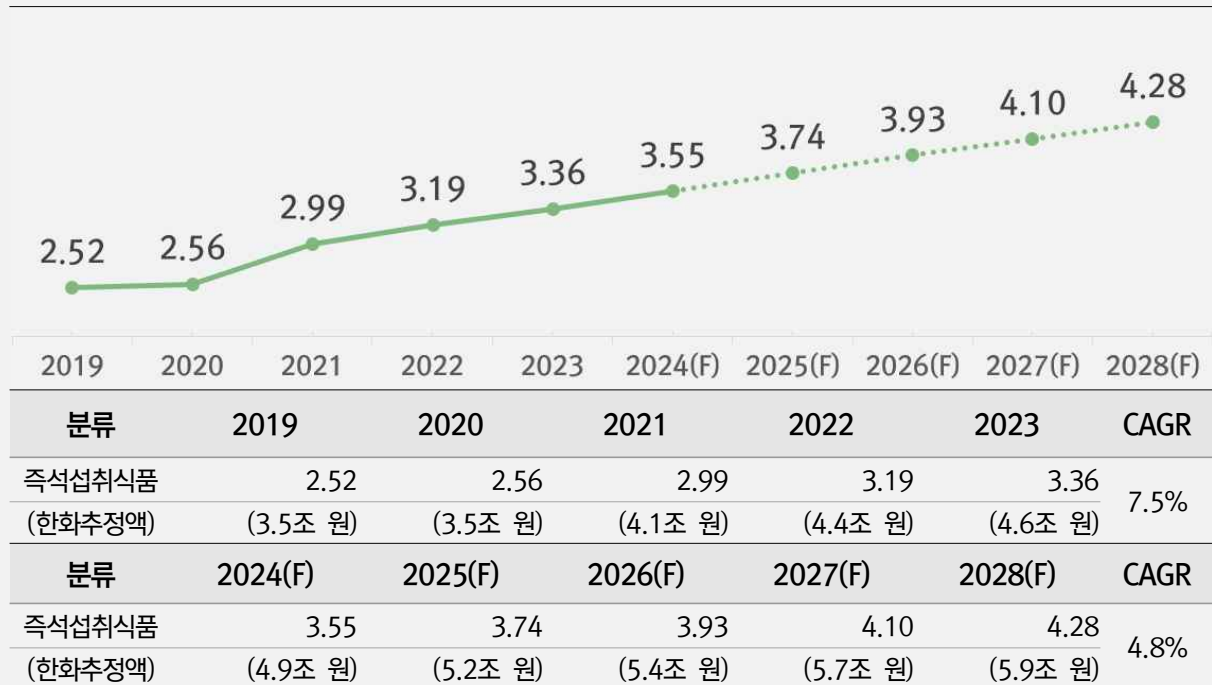
2023년 기준 호주의 즉석섭취식품 시장규모는 4.6조 원에 달했으며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 7.5%씩 성장해왔음. 성장의 수치와 양상을 확인했을 때, 이는 상위 시장인 편의식 시장과 함께 성장한 것으로 파악됨

▶ 호주 즉석섭취식품 시장규모, 향후 5년간 연평균 4.8% 성장 예상

호주 즉석섭취식품 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 4.8%씩 성장하여 2028년에는 5.9조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 주요 성장 요인으로는 최근 호주 최저임금의 급등으로 인한 외식물가 상승이 있으며, 최근 현지의 건강에 대한 인식 및 즉석섭취식품이 갖는 편리함에 대한 인식 제고로 저칼로리 고단백의 ‘건강하고 간편한 즉석섭취식품’이 시장의 성장을 주도할 것으로 전망됨.¹⁰⁾ 이러한 현지 즉석섭취식품 시장의 성장 흐름은 면을 튀기지 않고 끓여 건강함 측면을 내세울 수 있을 것으로 보이는 조사제품 컵우동에 긍정적 영향을 미칠 것으로 기대됨

[표 2.2] 호주 즉석섭취식품 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

8) 스태티스타에 따르면, ‘즉석섭취식품(Ready-to-Eat Meals)’은 그대로 섭취하거나 최소한의 준비로 섭취할 수 있도록 준비된 음식과 식사를 포함함

9) 자료: 스태티스타(Statista), ‘Ready-to-Eat Meals - Australia’, 2024.09.

10) 자료: KOTRA해외시장뉴스, ‘[트렌드]건강과 맛, 모두 챙기는 2024 호주 간편 조리 식품 트렌드’, 2024.04

3. 호주 컵우동 수입규모

HS CODE 1902.19

조사 제품 컵우동은 제품의 유형 (인스턴트 면 조리 식품)에 따라 HS CODE 1902.19으로 분류된 HS CODE 제1902호의 품명은 '파스타와 쿠크루스'이며, HS CODE 1902.19의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 1902.19 호주의 對글로벌 수입액, 1,075억 원

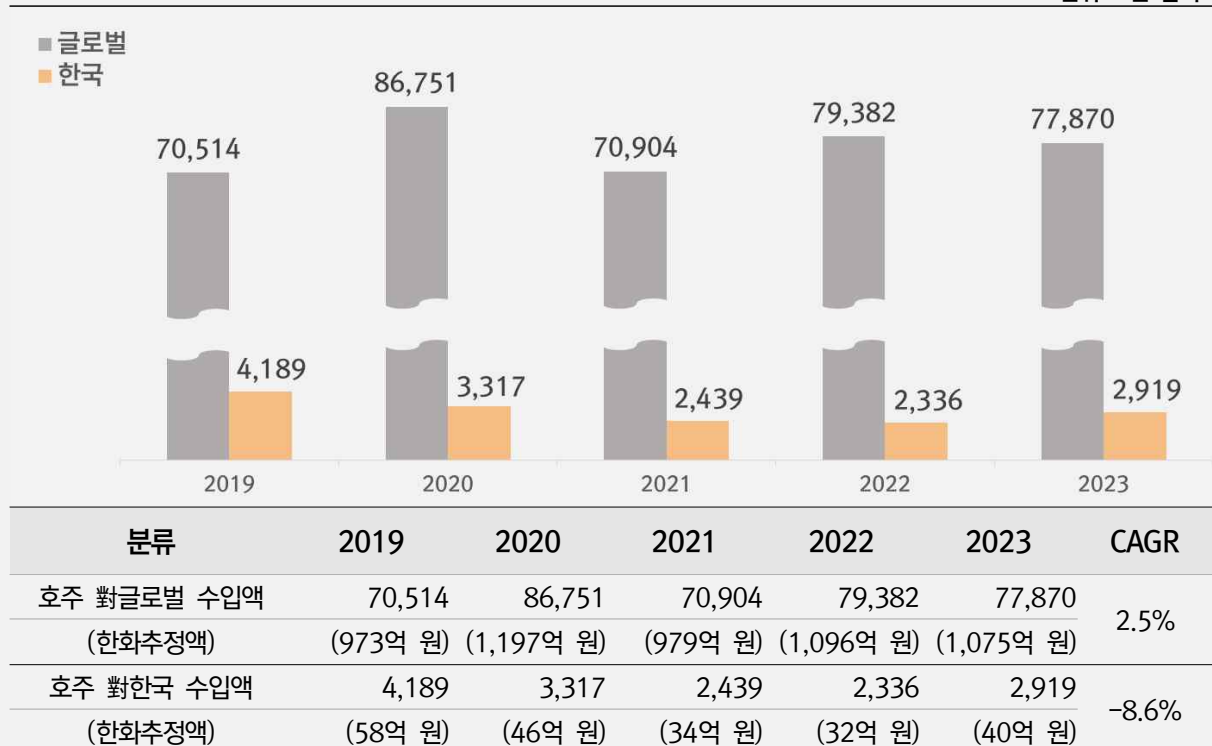
2023년 기준 HS CODE 1902.19 품목에 대한 호주의 對글로벌 수입액은 전년 대비 1.9% 감소한 1,075억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 호주의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 증가와 감소를 걸쳐 연평균 2.5%의 성장률을 기록함

▶ HS CODE 1902.19 호주의 對한국 수입액, 40억 원

2023년 기준 해당 품목에 대한 호주의 對한국 수입액은 전년 대비 25.0% 증가한 40억 원으로 이는 글로벌 5위에 해당하는 수치임. 지난 5년(2019-23년)간 해당 품목에 대한 호주의 對한국 수입액은 연평균 8.6%의 감소세를 보였으며, 對한국 수입액이 전체에서 차지하는 비중은 2019년 5.9%에서 2023년 3.8%로 감소함. 한편, 해당 품목에 대한 호주의 對글로벌 수입액은 1위 이탈리아(623억 원), 2위 중국(128억 원), 3위 태국(73억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 호주 HS CODE 1902.19 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 호주 즉석면 소비 동향
2. 호주 즉석면 주요 인기 브랜드
3. 호주 인기 제품 마케팅 사례
4. 호주 즉석면 규제

1. 호주 즉석면 소비 동향

▶ 2023년 호주 즉석면 5억 개 판매

최근 호주에서 저렴한 식재료에 대한 수요가 증가함에 따라 즉석면의 인기가 높아지고 있음. 세계 즉석면 협회(World Instant Noodles Association)에 따르면, 호주의 즉석면 판매량은 2018년 4억 개를 기록하였으며, 2022년에는 4억 5,000만 개로 증가하였음. 2023년에는 5억 개가 판매된 것으로 추산됨. 이는 1인당 연간 18개의 즉석면을 소비하는 셈으로, 호주에서의 즉석면 섭취량은 빠르게 증가하고 있음

▶ 다양한 방법으로 인스턴트 라면을 섭취하는 호주 소비자

특히 호주에서는 다양한 방법으로 즉석면을 섭취하는 것이 유행하고 있음. 일부 매체에서는 매운 치킨 랍(Larb)이나 김치 핫도그를 즉석면에 추가하는 등 다양한 토핑을 얹어 먹는 방법을 소개하고 있음. 뿐만 아니라, 까르보나라처럼 만드는 ‘라멘나라(Ramenar)’와 탄탄면, 미소 라면 라자냐 등 즉석면을 활용해 또 다른 요리를 만들어내는 방법을 소개하기도 함. 이 음식의 가장 좋은 점은 빠르게 만들면서도, 다진 고기와 채소 등 쉽게 구할 수 있는 식재료만 이용하여 밖에서 사먹는 것과 같은 요리를 만들어낼 수 있다는 점임. 특히 까르보나라와 라자냐 등 서양 요리와 접목하면서 호주 소비자들의 입맛을 사로잡고 있음¹¹⁾¹²⁾

[표 3.1] 인스턴트라면 조리법으로 소개된 요리



〈즉석면으로 만든 까르보나라 ‘라멘나라’〉

〈즉석면으로 만든 탄탄면〉

자료: 딜리셔스(delicious.)

11) 세계 즉석면 협회(World Instant Noodles Association), ‘Demand Rankings’, 2024.05

12) 딜리셔스(delicious.), ‘Mi goreng again? Demand for instant noodles has skyrocketed in Australia’, 2023.11

2. 호주 즉석면 주요 인기 브랜드

▶ 오랫동안 인기 많은 라면, 인도미

인도네시아의 라면 브랜드 인도미(Indomie)는 1972년 처음 출시되었으며, 1990년에 들어 호주에서 판매가 시작되었음. 치킨과 바비큐, 매운맛 등 다양한 맛의 제품을 판매하고 있음. 특히, 저렴한 가격으로 기숙사에 사는 학생들에게 인기가 높음. 인도미는 호주 사람으로부터 맛을 포함한 전반적인 만족도 점수에서 5점 만점에 5점으로 높은 점수를 받았으며, 가성비와 다양성, 포장 등의 점수에서 4점의 높은 점수를 받았음

▶ 불닭볶음면과 신라면 등 한국 브랜드 인기

호주 역시 전 세계적인 불닭볶음면 열풍에 한몫하고 있음. 매콤하면서도 달콤한 맛이 호주인들의 입맛을 사로잡았음. 2배 더 매운 ‘해불닭볶음면’에 대한 수요도 높은 편임. 호주 사람들은 시금치와 반숙 계란 등을 더해 저녁 식사 한 끼로 섭취하기도 함. 또 다른 한국 브랜드인 신라면 수요도 증가하고 있음. 호주 소비자들은 신라면의 후추 향에 매력을 느끼며, 야채를 더해 한 끼 식사로 섭취함

▶ 일본 라면 체인 ‘이치란’의 인스턴트 면 인기

일본 현지에서 가장 인기 있는 라면 체인 중 하나인 ‘이치란(Ichiran)’의 인스턴트 라면은 돼지뼈 국물을 베이스로 한 제품임. 식당에서 먹는 것과 거의 비슷한 맛을 구현한 것이 특징이며, 다른 인스턴트 라면 제품에 비해 풍부한 국물 맛을 재현한 것이 매력적이라는 평임. 다만 한 끼 분의 제품이 10호주달러(9,034원¹³⁾)로 다소 비싼 것을 단점으로 꼽았음¹⁴⁾¹⁵⁾

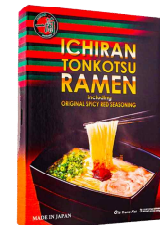
[표 3.2] 호주에서 판매 중인 인스턴트 라면



〈인도미 미고랭〉



〈삼양 불닭볶음면〉



〈이치란 돈코츠 라멘〉

자료: 유로모니터(Euromonitor)

13) 1호주달러=903.48원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 캔스타블루(Canstar Blue), ‘Best-Rated Instant Noodles’

15) 보나뽀띠(Bon Appétit), ‘The 11 Best Instant Noodles, According to Bon Appétit Editors’, 2024.01

3. 호주 인기 제품 마케팅 사례

▶ 친환경 포장재 활용 증가

최근 호주를 포함한 전 세계 국가에서 일회용품 사용 규제 관련 이슈가 증가하고 있음. 즉석면은 대부분 편하게 먹고 버릴 수 있는 일회용 용기 형태로 제공되고 있는데, 일부 기업에서는 일회용품 사용을 줄이기 위한 노력을 기울이고 있음. 가장 대표적인 것이 네슬레(Nestlé)의 매기머그누들(Maggi Mug Noodles)임. 해당 제품은 가정에서 사용하는 머그컵에 라면을 넣어 물을 부으면 2분 만에 먹을 수 있는 상태가 되는 즉석면 제품임. 또한, 포장재로 작은 골판지 상자를 사용함으로써 플라스틱 사용을 83%나 줄일 수 있음. 또한, 호주의 즉석면 업체 산레모(San Remo)는 플라스틱 사용량을 40%나 줄일 수 있는 리사이클미(RecycleMe) 라이닝 포장을 사용함. 기존의 코팅 종이와 다르게, 쉽게 재활용할 수 있는 것이 장점임¹⁶⁾¹⁷⁾

▶ 팝업 스토어로 젊은 층의 관심을 끄는 한국 라면

농심은 지난해 호주의 명 셰프이자 벨스핫치킨(Belles Hot Chicken)의 설립자인 모건 맥글론(Morgan McGlone)과 협력하여 팝업스토어 ‘신스테이블(Shin’s Table)’을 운영함. 2023년 11월 24일부터 12월 2일까지 운영되었으며, 한국 라면을 활용한 특별 아시안 스타일 요리를 선보였음. 양배추와 두부, 닭다리 등이 들어간 칠리 치킨 라면과 김치와 스팸 등을 추가한 볶음면이 많은 관심을 받았음¹⁸⁾

[표 3.3] 친환경 포장을 이용한 제품



매기머그누들
(Maggi Mug Noodles)



판타스틱오리엔탈누들컵
(Fantastic Oriental Noodle Cup)

자료: 네슬레(Nestle), 산레모(San Remo)

16) 메일온라인(Mail Online), ‘Significant change to Maggi two minute noodles across Australia: ‘This is just the beginning’’, 2024.01

17) 뎃팩(Detpak), ‘Detpak RecycleMe™ Noodle Cup: a partnership with San Remo’, 2022.06

18) 콘크리트 플레이그라운드(Concrete Playground), ‘Shin’s Table: Morgan McGlone x Nongshim Pop Up’, 2023.11

4. 호주 즉석면 규제

▶ 지속가능한 포장재 수요 증가

앞서 살펴본 바와 같이, 호주에서 식품 포장에 대한 소비자들의 관심은 매우 높아지고 있음. 특히, 플라스틱 포장재와 관련한 환경 문제에 경각심을 갖는 소비자가 증가하면서 호주 내 주 정부는 이를 해결할 수 있는 규제를 실시하고 있음. 빅토리아 주는 2023년 11월, 음료수 캔과 병, 플라스틱 포장재의 재활용을 장려하기 위해 재활용 쓰레기를 반품할 때마다 10센트(90원)를 환불받는 ‘컨테이너 보증금 제도’를 실시함. 이처럼 호주 주 정부는 지속가능하고 책임감 있는 접근 방식으로 재활용 문제를 해결하고자 하면서 기업들 역시 지속 가능한 포장 방법을 모색하고, 적용하는 것이 트렌드가 되고 있음. 앞서 언급한 리사이클미 기술이 모든 라면 포장을 100% 재활용하는 데 기여할 것으로 예상되며, 미래에는 트렌드가 아닌 필수로 사항으로 자리매김할 것으로 보임. 따라서 즉석면의 호주 진출을 위해서는 친환경적이고 지속가능한 포장 방법에 대해 진지하게 고민해 봐야 할 필요가 있음¹⁹⁾

▶ 즉석면 수출 위해서는 관련 규정을 잘 살펴야

호주 정부는 2023년 3월, 호주에 수입되는 즉석면에 대한 최신 생물 안전 조건 및 요건을 발표함. 주요 내용은 다음과 같음

- 호주 농업부와 임업부, 어업부의 별도 수입 허가는 필요하지 않음
- 제품에는 상업송장과 포장 목록, 제품 설명이 반드시 제공되어야 하며, 계란이나 우유의 함량이 10% 미만이고, 육안으로 볼 수 없음을 나타내는 진술이 포함되어야 함. 또한, 제조업체의 이름과 주소 정보가 포함되어야 함
- 깨끗한 포장재를 사용해야 함
- 물품의 반환과 폐기 처분에 드는 비용은 수입업자가 부담하여야 함
- 계란이나 우유가 10% 이상 함유된 제품은 계란 가공품이나 유가공품, 또는 복합 식품으로 관리됨²⁰⁾

19) KOTRA대한무역투자진흥공사, ‘불황 없이 성장 중인 호주 라면 시장, 지속가능성도 고려 필요’, 2024.05

20) 글로벌푸드메이트(Global Food Mate), ‘Australia revised import conditions and requirements for noodles, including instant noodles’, 2023.03

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



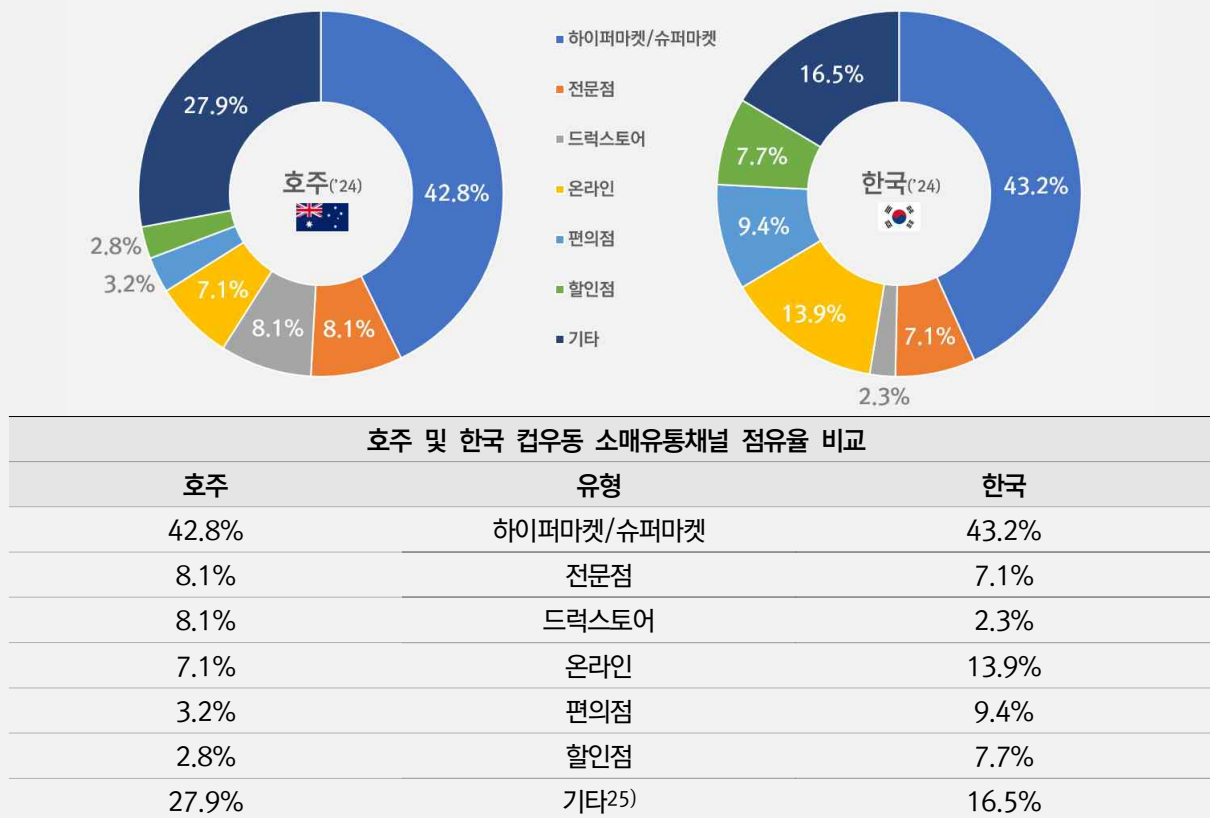
1. 호주 컵우동 유통채널 점유율
2. 호주 컵우동 주요 유통채널

1. 호주 컵우동 유통채널 점유율

▶ 호주 컵우동 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

2024년 기준, 호주 내 컵우동을 포함한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 42.8%의 점유율로 1위를 차지함. 2위는 유기농 식품매장, 농산물직판장 등을 포함한 ‘기타’ 채널로 27.9%를 차지함. 뒤를 이어 ‘전문점’과 ‘드럭스토어’는 각각 8.1%의 점유율로 공동 3위를 기록함. ‘온라인’ 채널은 7.1%로 5위를 기록했으며, 편의점과 할인점이 그 뒤를 이었음. 따라서 호주로의 수출을 고려할 경우 한국과 마찬가지로 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 유사 채널을 집중적으로 공략하는 전략이 주요할 것으로 보이며, 현재 호주의 온라인 식료품 유통시장이 오프라인 유통시장에 비해 큰 폭으로 성장하고 있으므로 향후 온라인 채널 진출 또한 고려해볼 만함²¹⁾

[표 4.1] 호주 및 한국 컵우동 소매유통채널 점유율 비교²²⁾²³⁾²⁴⁾



자료: 스탯ISTA(Statista)

21) KATI농식품수출정보, ‘2023 농식품 수출국가 정보조사 「호주」’, 2023.12

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

23) 자료: 스탯ISTA(Statista), ‘Grocery shopping by store type in Australia as of June 2024’, 2024.07

24) 자료: 스탯ISTA(Statista), ‘Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024’, 2024.08

25) ‘기타’는 백화점, 유기농 식품 매장, 농산물직판장 등을 포함함

2. 호주 컵우동 주요 유통채널 ① 울워스

기업 기본 정보	기업명	울워스(Woolworths)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.woolworths.com.au	
	위치	호주 전역	
	규모	매출액('23) ²⁶⁾ • 642억 9,400만 달러(약 88조 7,321억 원 ²⁷⁾) 기타 규모 • 매장 수('24): 116개	
	기업 요약	• 소매 분야 유통 점유율 1위인 호주 최대 규모의 슈퍼마켓 체인 브랜드임 • 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, 아시아인 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	• 울워스 그룹 공급업체 플랫폼을 통한 입점 신청 - 페이지 하단 메뉴 'About Woolworths' 아래 'Suppliers' 클릭 (partnerhub.woolworthsgroup.com.au/s) - 입력 정보 ① 회사 정보(회사명, 사업자등록번호 등) ② 회사 및 담당자 상세 정보(소재지, 주소, 담당자명, 직책, 이메일 주소, 전화번호, 국적) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +61-1300-767-969 - 이메일: vulnerabilitydisclosure@woolworths.com.au	

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

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

26) 울워스 슈퍼마켓의 모기업인 울워스그룹(Woolworths Group)의 2023년도 전체 매출액에 해당함

27) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 호주 컵우동 주요 유통채널 ② 푸드웍스

기업 기본 정보	기업명	푸드웍스(Foodworks)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.foodworks.com.au	
	위치	호주 전역	
	규모	매출액('23)	• 1억 5,549만 호주달러(약 1,405억 원 ²⁸⁾)
		기타 규모	• 매장 수('24): 329개
	기업 요약	- AUR(Australian United Retailers) 그룹이 운영하는 호주에서 2번째로 큰 슈퍼마켓 체인임 - 각 매장이 지역 사회의 요구를 반영해 맞춤화했다는 특징을 보유함 'Low Price Everyday(상시할인)', 'Price Promise(가격에 대한 약속)' 등의 가격 정책으로 경쟁사 대비 낮은 가격으로 식료품을 판매하는 것으로 알려짐	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 수입 식음료, 건강 및 미용 제품 등	
	선호 제품	• 식품 인증을 준수하는 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지(www.foodworks.com.au) 좌측 메뉴 - 'Contact' 클릭 후 문의 제출 - 등록 시 필요한 일반 정보 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 - 전화번호: +61-3-9809-8600	

자료: 푸드웍스(Foodworks)

사진 자료: 푸드웍스(Foodworks)

28) 1호주달러=903.48원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 호주 컵우동 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(약 6,913억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 750개 • 직원 수('24): 약 9,000명	
	기업 요약	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	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반 정보 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 - 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 컵우동 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(약 204억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 118개	
기업 요약		• 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	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지(www.spar.com.au) 상단 'Contact Us' 클릭 후 양식 맞춰 제출 - 입력 정보 ① 담당자 정보(담당자명, 이메일 주소, 전화번호) ② 문의 내용 • 문의사항 연락처 - 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 컵우동 주요 유통채널 ⑤ 크라운슈퍼마켓

기업 기본 정보	기업명	크라운슈퍼마켓(Crown Supermarket)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.crownsupermarket.com.au		
	위치	시드니(Sydney)		
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 1개		
	기업 요약	• 시드니 내에서 최대 규모를 자랑하는 아시안 식품 슈퍼마켓 • 6,000가지 이상의 한국, 중국, 일본, 대만 등 다양한 아시아 국가 제품을 보유함 • 이메일 구독 서비스를 통해 매장 최신 소식과 할인 이벤트 등을 공유함 • 온라인 홈페이지에서 아시아 식료품을 활용할 수 있는 레시피를 제공함		
매장정보	입점 가능 품목	• 라면, 스낵류, 가공식품, 즉석식품, 소스류, 차(茶)류, 음료류 등		
	선호 제품	• 한국 식품, 아시안 소비자들의 수요가 높은 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지(www.crownsupermarket.com.au) 상단 'Contact Us' 클릭 후 양식 맞춰 제출 - 입력 정보 ① 공급자 정보(담당자명, 회사명, 전화번호, 이메일 주소) ② 문의 내용(입점 방법 문의, 브랜드 및 회사 소개 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: hello@crownsupermarket.com.au		

자료: 크라운슈퍼마켓(Crown Supermarket), 크라운슈퍼마켓 페이스북(Facebook/Crown Supermarket)

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

2. 호주 컵우동 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	• 2007년 멜버른에서 처음 설립된 한국 식품을 중심으로 유통하는 아시안 마트임 • 한국산 식료품, 주방 용품 및 화장품까지 폭넓은 품목을 취급함 • 2015년 케이티마트몰(KT Mart Mall)이라는 이름의 온라인 쇼핑몰 개설함 • 페이스북과 인스타그램을 통해 신제품 및 할인 프로모션 정보를 공유함		
매장정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 즉석식품, 라면, 스낵류, 소스류, 차(茶)류, 음료류 등		
	선호 제품	• 한국 식료품, 아시안 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.ktmartmall.com.au/contact-us) - 홈페이지 상단 메뉴 'Contact'에서 문의 양식 이용 - 입력 정보 ① 담당자 정보(담당자명, 이메일 주소, 전화번호) ② 문의 내용(입점 방법 문의, 브랜드 및 회사 소개 등) • 문의사항 연락처 - 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 컵우동 통관 및 검역 절차
2. 호주 컵우동 품질 인증
3. 호주 컵우동 라벨링
4. 호주 컵우동 성분 및 유해물질

1. 호주 컵우동 통관 및 검역 절차²⁹⁾

▶ 호주 컵우동 수출 통관 단계별 주요사항

호주 수입 식품에 대한 수출입 통관 관련 기관은 호주 농수산업부(DAFF: Department of Agriculture, Fisheries and Forestry), 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ: Food Standards Australia New Zealand), 호주 국경경비대(ABF: Australian Border Force) 등이 있음. 호주로 식품 수출 시, ‘생물보안수입요건시스템(BICON: Biosecurity Import Condition)’을 통해 사전에 품목별 수입요건 확인이 필요하며, 호주 수입업자는 식품류 수입허가를 필수적으로 취득해야 함

[표 5.1] 호주 컵우동 통관 검역 절차



자료: 관세청, 호주 국경경비대(ABF)

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

▶ 호주 AEO 제도 활용 시 통관 혜택

수출입안전관리 우수공인업체(AEO: Authorized Economic Operator)는 수출입 기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규 준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하고 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속 통관, 세관검사 축소 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 대신 사회 안전, 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사 비율이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해지며, 각종 관세조사 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금 부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 호주는 ‘ATT(Australia Trusted Trader)’라는 명칭으로서 AEO 제도를 운영하고 있으며, 한국과는 2018년 AEO 상호인정약정을 체결하여 수입 검사 생략, 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.2] 호주 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입 기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규 준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업	
적용 대상	납세자, 수출업자, 제조업자, 통관업자, 화물운송업자, 해운대리점, 창고업자, 해상운송업자, 항공운송업자	
AEO 혜택	세관 혜택	- 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	- 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	- 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	1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출	
	2단계(공인심사): 서류심사(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 컵우동 품질 인증

▶ 호주 컵우동, 권장 인증 사항

호주로 가공식품 수출 시, 수출업자는 수입식품 검사 프로그램(IFIS: Imported Food Inspection Scheme)을 통해 생물보안시스템(BICON)과 호주·뉴질랜드 식품 표준코드(ANZFS: 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) 및 종교적 및 문화적 인증인 할랄인증(Halal) 등을 취득해 활용할 수 있음

[표 5.3] 호주 컵우동 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	
Halal	종교적 및 문화적 인증	호주 인증	할랄 오스트레일리아 (Halal Australia)	
ACO	유기농 제품 인증	호주 민간 인증	Australian Certified Organic	
NCO	유기농 제품 인증	호주 민간 인증	NASAA Certified Organic	

자료: 각 인증기관

3. 호주 컵우동 라벨링

[표 5.4] 호주 컵우동 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기언어	라벨은 영어로 작성되어야 함
	2. 제품명	- 호주 · 뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)에서 규정하고 있는 제품명 또는 식품의 본질을 나타낼 수 있는 이름으로 할 것 - 제품명은 오해의 소지가 있거나 잘못된 정보를 제공해서는 안 됨
	3. 식품성분	- 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	- 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	제품의 안전과 건강상의 문제가 일어나지 않을 수 있도록 하는 내용의 사용법 또는 보관방법을 표기해야 함
	6. 유통기한	‘Best-Before’ 또는 ‘Use-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 5.4] 호주 컵우동 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	7. 영양 정보	- 건강강조표시가 아닌 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 탄수화물, 당, 나트륨 정보를 표기해야 함 - 제품의 평균 1회 섭취량(g 또는 mL)과 제품의 섭취 횟수를 표기해야 함(kJ 또는 kcal) - 트랜스 지방, 다중 및 단일 불포화 지방산이 있는 경우 반드시 표기해야 함
	8. 원산지	- 육류, 청과, 빵과 같은 주 식품(Priority Food)은 다음과 같은 사항을 표기해야 함 - 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	- 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
	10. 기타	- 유전자 기술을 사용하여 생산한 식품이나 방사선 조사 식품에 관한 정보가 있다면 이를 반드시 표기해야 함 - 질병, 장애 또는 특정 상태에 대한 예방, 진단, 치료 혹은 완화의 의미가 있는 문구의 표기는 불가능함

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

▶ 호주 컵우동, 포장 전면(FOP)의 영양 라벨 표시 기준

포장 전면(FOP: Front of Package) 영양 라벨은 식품 포장의 앞면에 기호, 색상 코드, 기타 그래픽 형식을 사용하여 필수 영양소의 정보를 소비자가 한눈에 확인할 수 있도록 표시하는 라벨링 제도임. 해당 방식은 ‘건강 스타 등급(Health Star Rating)’ 라벨링이라고 불리며, 긍정 영양 성분과 위험 영양 성분을 기준으로 하여 식품 전체의 영양 가치를 건강 스타 등급 계산기로 평가한 후 별 0.5개부터 5개의 등급으로 표시하는 제도임. 현재 자발적 표기 사항으로 의무 사항은 아니지만, 호주와 뉴질랜드 정부는 해당 시스템 도입의 목표가 달성되지 않을 시 의무화 검토 계획을 발표함에 따라, 호주와 뉴질랜드로 식품을 수출하는 기업은 이에 대한 선제적 대처가 필요할 것으로 예상됨³⁰⁾

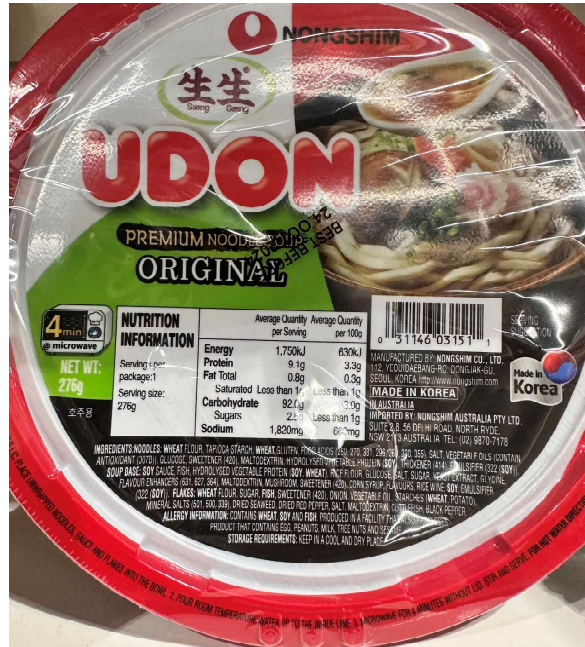
[표 5.5] 호주 포장 전면(FOP) 영양 라벨 표시 기준

포장 전면 영양 라벨 표기 기준	건강 스타 등급(Health Star Rating) 라벨링
의무 표기 여부	자발적 표기 사항(의무 사항 아님)
표기 방식	- 별 등급만 제시하거나 별 등급과 특정 영양 정보를 함께 표시 - 특정 영양 정보를 표기할 경우, 별로 표시된 등급 바로 아래나 옆에 해당 영양 성분(에너지 또는 포화지방, 나트륨, 총 설탕)의 함량을 100g 또는 100mL, 1회 제공량(1인분)을 기준으로 표시 - 단백질, 식이섬유, 특정 비타민이나 미네랄 등 건강에 유익한 영양소 중 하나 추가 표시 가능
표기 예시	

자료: KATI농식품수출정보

30) 호주와 뉴질랜드 정부는 건강 스타 등급 도입률이 임시 목표인 50%에 미치지 못하고 있으며, 2025년 11월까지 건강 스타 등급의 도입률이 70%에 도달하지 못하면 해당 라벨링의 의무화를 고려하겠다고 밝힘

▶ 호주 컵우동 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① NONGSHIM
UDON
PREMIUM NOODLE
ORIGINAL

②

NUTRITION INFORMATION	Average Quantity per Serving		Average Quantity per 100g	
Serving per package: 1 Serving size: 276g	Energy	1,750kj	630kj	
	Protein	9.1g	3.3g	
	Fat Total	0.8g	0.3g	
	Saturated	Less than 1g	Less than 1g	
	Carbohydrate	92.0g	33.3g	
	Sugars	2.5g	Less than 1g	
	Sodium	1,820mg	660mg	

[앞면 - 국문]

- ① 농심
우동
프리미엄 누들
오리지널

②

영양 정보	1회 제공량 기준 평균량		100g 기준 평균량	
포장당 제공량: 1 1회 제공량: 276g	에너지	1,750kj	630kj	
	단백질	9.1g	3.3g	
	지방 총량	0.8g	0.3g	
	포화지방	1g 미만	1g 미만	
	탄수화물	92.0g	33.3g	
	당류	2.5g	1g 미만	
	나트륨	1,820mg	660mg	

③ **INGREDIENTS: NOODLES: WHEAT** FLOUR, TAPIOCA STARCH, **WHEAT** GLUTEN, FOOD ACIDS (260, 270, 331, 296, 330, 355), SALT, VEGETABLE OILS (CONTAIN ANTIOXIDANT (307B)), GLUCOSE, SWEETENER (420), MALTODEXTRIN, HYDROLYSED VEGETABLE PROTEIN (SOY), THICKENER (414), EMULSIFIER (322 (SOY)). **SOUP BASE: SOY** SAUCE, FISH, HYDROLYSED VEGETABLE PROTEIN (SOY, **WHEAT**), RICE FLOUR, GLUCOSE, SALT, SUGAR, YEAST EXTRACT, GLYCINE, FLAVOUR ENHANCERS (631, 627, 364), MALTODEXTRIN, MUSHROOM, SWEETENER (420), CORN SYRUP, FLAVOURS, RICE WINE, **SOY**, EMULSIFIER (322 (SOY)). **FLAKES: WHEAT** FLOUR, SUGAR, **FISH**, SWEETENER (420), ONION, VEGETABLE OIL, STARCHES (**WHEAT**, POTATO), MINERAL SALTS (501, 500, 339), DRIED SEAWEED, DRIED RED PEPPER, SALT, MALTODEXTRIN, CUTTLEFISH, BLACK PEPPER.

④ **ALLERGY INFORMATION:** CONTAINS **WHEAT, SOY AND FISH**. PRODUCED IN A FACILITY THAT ALSO PROCESSES PRODUCTS THAT CONTAIN EGG, PEANUTS, MILK, TREE NUTS AND SESAME.

⑤ **STORAGE REQUIREMENTS:** KEEP IN A COOL AND DRY PLACE.

⑥ **MANUFACTURED BY: NONGSHIM CO., LTD.** 112, YEOUIDAEBANG-RO, DONGJAK-GU, SEOUL, KOREA <http://www.nongshim.com>

③ **성분: 면:** 밀가루, 타피오카 전분, 밀, 글루텐, 식품 산도조절제 (260, 270, 331, 296, 330, 355), 소금, 식물성 기름 (항산화제 (307B) 포함), 포도당, 감미료 (420), 말토덱스트린, 가수분해 식물성 단백질 (대두), 증점제 (414), 유화제 (322 (대두)). **수프 베이스:** 간장, 생선, 가수분해 식물성 단백질 (대두, 밀), 쌀가루, 포도당, 소금, 설탕, 효모 추출물, 글리신, 향미 증진제 (631, 627, 364), 말토덱스트린, 버섯, 감미료 (420), 옥수수 시럽, 향료, 쌀 와인, 대두, 유화제 (322 (대두)). **플레이크:** 밀가루, 설탕, 생선, 감미료 (420), 양파, 식물성 기름, 전분 (밀, 감자), 무기염 (501, 500, 339), 건조 해초, 건조 홍고추, 소금, 말토덱스트린, 오징어, 후추.

④ **알레르기 정보:** 밀, 대두, 생선 함유. 계란, 땅콩, 우유, 견과류, 참깨를 포함한 제품을 처리하는 시설에서 제조되었습니다.

⑤ **보관 조건:** 서늘하고 건조한 곳에 보관하십시오.

⑥ **제조사: 농심 주식회사**, 112, 서울특별시 동작구 여의대방로 112 <http://www.nongshim.com>

⑦ MADE IN KOREA ⑧ DIRECTIONS: 1. PLACE UNWRAPPED NOODLES, SAUCE AND FLAKES INTO THE BOWL. 2. POUR ROOM TEMPERATURE WATER UP TO THE INSIDE LINE. 3. MICROWAVE FOR 4 MINUTES WITHOUT LID. STIR AND SERVE. FOR HOT WATER DIRECTION, FOLLOW THE INSTRUCTIONS ON THE PACKAGE.	⑦ 한국산 ⑧ 조리방법: 1. 포장을 뜯은 면, 소스, 플레이크를 그릇에 넣으세요. 2. 실온의 물을 내부 선까지 부으세요. 3. 뚜껑 없이 전자레인지에서 4분간 돌리세요. 저어서 드세요. 뜨거운 물 조리법은 포장지의 지침을 따르세요.
---	---

4. 호주 컵우동 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

호주로 수출 및 유통되는 모든 식품은 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)의 ‘호주·뉴질랜드 식품기준코드 1.3.1’에 따른 식품첨가물 기준을 준수해야 함. 호주로 식품 수출 시, 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)이 승인하고 있는 첨가물만 사용이 허용되며, 해당 목록에 등재되어 있지 않은 성분은 첨가물로 사용할 수 없음. 호주 내 ‘숙면’에 적용되는 식품첨가물 검색 시 총 236건을 발견했으며, 하기 표는 그 중 일부를 다룸. 더 자세한 호주 식품첨가물 규정 및 사용기준은 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.6] 호주 컵우동 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	아세설팜 칼륨	Acesulfame potassium	200mg/kg	밀가루 제품 (국수와 파스타 포함)
2	구연산	Citric acid	GMP	
3	탄산 칼슘	Calcium carbonate		
4	글루코노 델타 락톤	Glucono-δ-lactone		
5	소듐 아세테이트	Sodium acetate		
6	소듐 시트레이트	Sodium citrate		
7	소듐 카보네이트	Sodium carbonate		
8	소듐 글루코네이트	Sodium gluconate		
9	황산 칼슘	potassium sulphate (potassium sulfate)		
10	구아 검	Guar gum		

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] 호주 컵우동 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	염화 비닐	Vinyl chloride	0.01mg/kg	생수 제품을 제외한 모든 식품
2	총 비소	Total Arsenic	1mg/kg	곡류 및 곡류가공제품

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)이 발표한 ‘식품 기준법 제 9조’에 의하면, 하기 표의 11가지 알레르기 유발 물질이 포함된 모든 포장 식품은 해당 정보를 의무적으로 라벨에 표시해야 함

[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	야황산염(10mg/kg 이상)

자료: 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ), KATI농식품수출정보

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 썬릿아시안슈퍼마켓
(SUNLIT Asian Supermarket)
2. 아시안슈퍼마트(Asian Supermart)
3. 프레시앤세이브(Fresh and Save)

Interview ①

31)



썬릿아시아슈퍼마켓
(SUNLIT Asian
Supermarket)

- 유형: 아시아인 식료품점
- 업체 특징:
 - 2014년에 설립된 아시아인 식료품점으로 다양한 국가의 아시아인 식품을 취급하고 있음
 - 온라인 판매는 불가능하며, 오프라인 매장에서만 판매하고 있음

담당자 정보

Store Manager

썬릿아시아슈퍼마켓(SUNLIT Asian Supermarket) Store Manager

Q. 호주 시장에서 간편조리식품, 특히 컵우동의 소비 트렌드는 어떻게 변화하고 있으며, 한국산 제품에 대한 수요와 인식은 어떠한가요?

호주의 편의점 식품 소비는 매년 증가 추세에 있으며, 2025년에는 약 2.6%의 성장률이 예상됩니다. 주요 소비층은 도시 지역의 독신, 학생, 직장인으로, 이들은 요리 시간이 부족해 즉석식품을 선호하는 경향이 있습니다. 일본 제품이 한국 제품보다 인기가 높는데, 이는 일본 제품이 더 다양하고 잘 알려져 있기 때문입니다. 그러나 한국산 제품은 광고와 마케팅을 통해 충분히 성장 가능성이 있습니다. 현재 호주에서 한국 음식은 건강한 이미지로 인식되고 있으며, 대표적으로 김치와 비빔고만두가 슈퍼마켓에서 인기를 끌고 있습니다. 호주에는 많은 한국 식당과 음식 체인이 있으며, 직접 요리보다는 외식을 통해 한국 음식을 접하는 경우가 많아, 시장 성장의 잠재력이 큼니다.

Q. 현재 호주에서 인기 있는 컵우동 제품의 주요 성분과 특징은 무엇이며, 이러한 제품의 일반적인 가격대와 소비자 선호 용량 및 중량은 어떻게 되나요? 구체적인 예시를 들어주세요.

호주에서 인기 있는 컵우동 제품으로는 삼양의 불닭 우동이 있으며, 저희 매장에서도 판매 중입니다. 소비자들은 주로 불닭과 김치 맛을 선호하며, 이 제품은 건조된 면을 사용해 평균 약 6호주달러(5,421원³²⁾)에 판매되고 있습니다. 소비자들은 신선한 면이 포함된 컵우동의 경우 약 200g 정도의 용량을 선호합니다. 매운맛을 좋아하거나 처음 접하는 소비자들 사이에서는 70g에서 100g 정도의 소용량 컵이 인기가 많습니다. 주요 인기 제품으로는 229g의 왕 불고기 우동, 소용량(70g)과 대용량(120g)으로 나뉘는 삼양 불닭 컵라면, 120g의 삼양 인스턴트 우동, 그리고 235g의 J-바스켓 인스턴트 컵 나마 우동(신선한 면)이 있습니다.

Q. 고객사 제품은 ‘육류가 함유되지 않아 페스코 베지테리언 푸드이며, 면을 튀기지 않고 끓여서 건강에 좋다’는 홍보문구를 사용하고 있습니다. 이 제품이 호주 시장에서 효과적으로 마케팅되기 위해 어떤 메시지가 가장 효과적일까요? 성공적인 마케팅 메시지의 예시가 있다면 소개해 주십시오.

앞서 언급한 인기제품들의 홍보문구는 다음과 같습니다: ‘고기를 포함하지 않아 페스카테리언(Pescatarian)³³⁾에게 적합합니다.’, ‘면을 튀기지 않고 삶아 더 건강합니다.’, ‘북미와 유럽의 주요 소매 및 도매 채널에 공급되며, 월마트에서도 판매됩니다.’

31) 사진 자료: 썬릿아시아슈퍼마켓(SUNLIT Asian Supermarket)

32) 1호주달러=903.48원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

33) 페스카테리언(Pescatarian): 생선류는 먹는 채식주의자

호주 시장에서는 이러한 특징을 강조하는 것이 중요하며, 특히 건강과 환경을 중시하는 소비자들을 겨냥할 수 있습니다. 예를 들어, 슈퍼마켓에서는 오디오 광고나 매장 내 디지털 스크린을 통해 제품의 장점을 강조할 수 있습니다. 또한, 유튜브와 틱톡 같은 소셜 미디어를 활용하여 매운맛 도전 영상 등 재미있는 콘텐츠를 제작하고, 이를 통해 소비자들의 관심을 끌 수 있습니다. 실제 사례로, 매운맛 도전 영상은 젊은 소비자들, 특히 학생과 20대 사이에서 큰 인기를 끌며 입소문을 통해 판매가 증가한 사례가 있습니다.

Q. 호주 소비자들은 컵우동 제품의 포장 형태와 재질에 대해 어떤 스타일을 선호하며, 친환경적인 포장이 구매 결정에 얼마나 영향을 미친다고 생각하십니까?

호주 소비자들은 환경 문제에 대한 인식이 높아짐에 따라 플라스틱 사용을 줄이고, 친환경적인 포장을 선호하는 경향이 있습니다. 종이로 만든 포장이 플라스틱보다 선호되며, 예를 들어 닛신(Nissin)은 2024년부터 폴리스티렌 컵을 종이컵으로 교체하고 있습니다. 이러한 종이컵은 40% 재활용 섬유로 만들어지며, 플라스틱 랩 대신 100% 재활용 종이 슬리브를 사용하고, 전자레인지 사용도 가능합니다. 이러한 포장 방식은 지속 가능성을 중시하는 소비자들에게 긍정적인 반응을 얻고 있으며, 구매 결정에 중요한 요소로 작용하고 있습니다.

Q. 고객사와 같은 간편 조리 식품이 호주 시장에서 성공적으로 판매되기 위해 어떤 유통채널을 활용하는 것이 가장 효과적일까요?

호주에서는 슈퍼마켓과 편의점이 가장 선호되는 유통채널입니다. 소비자들은 가까운 슈퍼마켓에서 편리하게 식품을 구매하는 것을 좋아하며, 아시아 슈퍼마켓에서는 컵라면의 선택지가 더 많을 것으로 기대됩니다. 따라서, 슈퍼마켓, 편의점, 그리고 아시아 식품 전문점과 같은 다양한 유통채널을 통해 접근하는 것이 효과적일 것입니다.

Q. 호주로 컵우동과 같은 간편 조리 식품을 수출할 때 고려해야 할 주요 수입 규제나 통관 절차는 무엇입니까?

호주로 수출하는 간편 조리 식품은 주로 식물성 재료로 만들어진 국수나 파스타가 허용되며, 상업적으로 제조되고 포장된 제품이어야 합니다. 이러한 제품들은 냉장이 필요하지 않은 상온 보관이 가능해야 합니다. 비식물성 재료, 예를 들어 계란이 포함된 제품의 경우에는 별도의 규정이 적용될 수 있습니다. 정확한 수입 조건과 절차는 호주 국경경비대(ABF) 및 생물보안수입요건시스템(BICON)을 통해 확인할 수 있으며, 필요 시 추가 허가가 필요한지 여부를 확인할 수 있습니다. 더 자세한 정보는 관련 웹사이트를 참고하거나, 호주 농업부에 문의할 수 있습니다.

Interview ②

34)

아시안슈퍼마트(Asian Supermart)
Store worker아시안슈퍼마트
(Asian Supermart)

- 유형: 아시안마트
- 업체 특징:
 - 케언즈에서 가장 오래된 아시안 슈퍼마켓
 - 다양한 국가의 아시안 식료품을 취급하고 있음

담당자 정보

Store worker

Q. 호주 시장에서 간편조리식품, 특히 컵우동의 소비 트렌드는 어떻게 변화하고 있으며, 한국산 제품에 대한 수요와 인식은 어떠한가요?

저희 매장에서는 주로 동남아시아 국가의 식품에 취급하고 있지만, 일부 한국 식품도 취급하고 있습니다. 그중 신라면이 가장 인기 있는 한국 제품입니다. 호주 소비자들은 편의점 식품, 특히 즉석 라면을 즐겨 구매하며, 이를 주로 야식으로 즐기는 경향이 있습니다.

Q. 현재 호주에서 인기 있는 컵우동 제품의 주요 성분과 특징은 무엇이며, 이러한 제품의 일반적인 가격대와 소비자 선호 용량 및 중량은 어떻게 되나요? 구체적인 예시를 들어주세요.

저희 매장에서는 즉석 우동 컵라면과 냉동 우동을 판매하고 있으며, 대표적인 인기 제품으로는 마루찬 키츠네 즉석 우동과 닛신 돈베이 키츠네 우동이 있습니다. 마루찬 키츠네 즉석 우동은 96g으로 매운맛도 포함되어 있으며, 가격은 7.95호주 달러(7,183원)입니다. 닛신 돈베이 키츠네 우동도 96g으로, 가격은 5.45호주 달러(3,334원)입니다. 이들 제품에는 튀긴 어묵이 포함되어 있으며, 일반적으로 컵우동의 평균 가격대는 5-6호주달러(4,517원-5,421원) 정도입니다.

Q. 고객사 제품은 ‘육류가 함유되지 않아 페스코 베지테리언 푸드이며, 면을 튀기지 않고 끓여서 건강에 좋다’는 홍보문구를 사용하고 있습니다. 이 제품이 호주 시장에서 효과적으로 마케팅되기 위해 어떤 메시지가 가장 효과적일까요? 성공적인 마케팅 메시지의 예시가 있다면 소개해 주십시오.

호주 소비자들은 건강하고 신선한 식품에 큰 관심을 두고 있으며, 건강한 선택지를 선호합니다. 따라서 고객사의 제품은 ‘튀기지 않은 면’이라는 점을 강조하는 것이 좋은 마케팅 메시지가 될 수 있습니다. 특히 페스카테리언이나 채식주의자를 고려한 제품이라는 점도 호주 시장에서 긍정적인 반응을 얻을 수 있습니다. 슈퍼마켓에서는 유럽이나 미국으로의 공급업체에 대한 정보보다는 제품의 성분과 특성 자체에 더 큰 관심을 두는 경향이 있으며, 브랜드 인지도가 크게 중요한 요소는 아닙니다. 추가적인 광고나 마케팅 전략이 없다 하더라도, 제품의 건강한 특성을 강조하는 접근이 효과적일 것입니다.

Q. 호주 소비자들은 컵우동 제품의 포장 형태와 재질에 대해 어떤 스타일을 선호하며, 친환경적인 포장이 구매 결정에 얼마나 영향을 미친다고 생각하십니까?

현재 유통업체들은 포장에 큰 중점을 두지 않으며, 소비자들 역시 포장 재질에 대해 큰 관심을 두지 않는 경향이 있습니다. 네슬레의 매기(Maggi) 브랜드는 플라스틱 포장을 줄이기 위해 즉석 라면 포장을 기존 컵에서 머그 형태로 변경하여 집에서 자신의 컵에 조리하도록 하는 시도를 했으나, 소비자들은 여전히 일회용 컵과 바로 먹을 수 있는 라면을 선호하고 있어 플라스틱 컵 버전도 유지하고 있습니다. 이는 소비자들이 포장 변경을 먼저 수용해야 하는 과정을 보여줍니다. 따라서 친환경적인 포장이 중요하긴 하지만, 호주 소비자들이 익숙한 형태와 편리성을 유지하는 것도 중요합니다.

Q. 고객사와 같은 간편 조리 식품이 호주 시장에서 성공적으로 판매되기 위해 어떤 유통채널을 활용하는 것이 가장 효과적일까요?

호주 소비자들은 아시아 제품, 특히 즉석 라면을 구매하기 위해 주로 아시아 슈퍼마켓을 방문합니다. 하지만, 많은 소비자들이 외식을 선호하며 집에서 요리를 자주 하지 않는 경향이 있습니다. 호주에는 많은 한국 레스토랑이 있기 때문에, 프랜차이즈 레스토랑을 통해 제품을 광고하거나 협력하는 것도 좋은 방법이 될 수 있습니다. 또 다른 효과적인 유통채널로는 세븐일레븐과 같은 편의점이 있으며, 이는 아시아계 혈통을 가진 약 17%의 인구가 즉석 라면을 주식으로 즐기는 문화와도 잘 맞습니다.

Q. 호주로 컵우동과 같은 간편 조리 식품을 수출할 때 고려해야 할 주요 수입 규제나 통관 절차는 무엇입니까?

호주로 식품을 수입하는 데 특별한 수입 라이선스가 필요하지 않습니다. 우동 컵라면은 수입 금지 또는 제한 품목에 해당하지 않으며, 호주로 수입되는 모든 상품은 ‘관세법 1995(Customs Tariff Act 1995)’에 따라 적절히 분류되어야 합니다. 수입업자는 수입하는 상품의 올바른 관세 분류를 자가 평가해야 하며, 잘못된 정보 제공 시 벌금이 부과될 수 있습니다. 보다 상세한 수입 요건은 호주 국경 보호청의 웹사이트를 통해 확인할 수 있으며, 수입 대행사 목록도 제공됩니다.

Interview ③

35)



●

프레시앤세이브
(Fresh and Save)

- 유형: 식품할인점
- 업체 특징:
 - 2017년에 설립된 슈퍼마켓으로 대형 슈퍼마켓과의 경쟁에서 가격을 낮추기 위해 자체 운영 방식을 채택함
 - 현지에서 신선한 식재료를 조달하여 품질을 유지함

담당자 정보

Administration office and
store manager

프레시앤세이브(Fresh and Save) Administration office and store manager

Q. 호주 시장에서 간편조리식품, 특히 컵우동의 소비 트렌드는 어떻게 변화하고 있으며, 한국산 제품에 대한 수요와 인식은 어떠한가요?

슈퍼마켓의 아시아 식료품 코너에서는 주로 참기름과 같은 소스와 드레싱을 구매하는 소비자들이 많지만, 우동면 제품은 찾아보기 어렵습니다. 현재로서는 한국 제품이 다른 국가의 제품보다 더 인기가 있거나 트렌드로 자리 잡은 명확한 경향은 보이지 않으며, 한국산 제품에 대한 수요는 다른 아시아 국가의 제품들과 비슷한 수준입니다. 특별히 한국산 제품이 더 높은 인기를 끌거나 그렇지 않다는 차별성은 뚜렷하지 않습니다.

Q. 현재 호주에서 인기 있는 컵우동 제품의 주요 성분과 특징은 무엇이며, 이러한 제품의 일반적인 가격대와 소비자 선호 용량 및 중량은 어떻게 되나요? 구체적인 예시를 들어주세요.

호주에서 구매할 수 있는 우동 제품으로는 농심의 일본식 우동 볼, 농심 튀김 우동 빅볼, 그리고 농심 튀김 우동 작은 컵이 있습니다. 농심 일본식 우동 볼은 276g으로 신선한 우동 제품이며, 가격은 4.75호주달러(4,292원)입니다. 농심 튀김 우동 빅볼은 111g의 제품으로, 가격은 2.59호주달러(2,340원)입니다. 농심 튀김 우동 작은 컵은 62g으로 제공되며, 가격은 2.12호주달러(1,915원)입니다. 이들 제품들은 각기 다른 용량과 가격대로 제공되어, 소비자들이 취향에 맞게 선택할 수 있는 옵션을 제공합니다.

Q. 고객사 제품은 ‘육류가 함유되지 않아 페스코 베지테리언 푸드이며, 면을 튀기지 않고 끓여서 건강에 좋다’는 홍보문구를 사용하고 있습니다. 이 제품이 호주 시장에서 효과적으로 마케팅되기 위해 어떤 메시지가 가장 효과적일까요? 성공적인 마케팅 메시지의 예시가 있다면 소개해 주십시오.

호주 소비자들은 건강적인 측면보다는 가격과 할인에 더 많은 관심을 가지고 있습니다. 그러나 소비자 중 약 3분의 1이 채식주의자이므로, 페스카테리언 옵션이라는 점을 강조하는 메시지가 더욱 관련성이 있을 것입니다. 해당 옵션과 함께 ‘면을 튀기지 않고 삶아서 더 건강하다’는 점을 강조하면, 가격 중심의 마케팅을 보완할 수 있습니다. 유럽과 미국의 유통망에서는 브랜드보다는 가격이 중요한 요소로 작용하기 때문에, 브랜드 인지도보다는 제품의 가격 경쟁력을 강조하는 접근이 효과적입니다.

Q. 호주 소비자들은 컵우동 제품의 포장 형태와 재질에 대해 어떤 스타일을 선호하며, 친환경적인 포장이 구매 결정에 얼마나 영향을 미친다고 생각하십니까?

호주 소비자들은 컵우동 제품의 포장재, 특히 플라스틱 사용에 대해 크게 신경 쓰지 않으며, 대부분 공급업체의 기존 포장을 그대로 사용합니다. 친환경적인 포장에 대한 관심은 상대적으로 낮으며, 구매 결정에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 보입니다.

Q. 고객사와 같은 간편 조리 식품이 호주 시장에서 성공적으로 판매되기 위해 어떤 유통채널을 활용하는 것이 가장 효과적일까요?

아시아 슈퍼마켓이 우동 컵라면의 유통채널로 가장 적합하다는 의견에 동의합니다. 많은 소비자들이 아시아 슈퍼마켓을 직접 방문하여 제품을 구매하기 때문입니다. 또한, 온라인 구매도 중요성이 커지고 있어, 온라인 쇼핑물을 통한 판매 채널을 추가하는 것도 효과적인 방안이 될 수 있습니다. 온라인 쇼핑은 접근성과 편리성을 제공하며, 특히 시간 절약을 원하는 소비자들에게 매력적인 옵션으로 작용할 수 있습니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the convenience food market - Australia', 2024.09
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the ready-to-eat meals market - Australia', 2024.09
3. KOTRA해외시장뉴스, '[트렌드]건강과 맛, 모두 챙기는 2024 호주 간편 조리 식품 트렌드', 2024.04
4. 세계 즉석면 협회(World Instant Noodles Association), 'Demand Rankings', 2024.05
5. 딜리셔스(delicious.), 'Mi goreng again? Demand for instant noodles has skyrocketed in Australia', 2023.11
6. 캔스타블루(Canstar Blue), 'Best-Rated Instant Noodles'
7. 보나페띠(Bon Appétit), 'The 11 Best Instant Noodles, According to Bon Appétit Editors', 2024.01
8. 메일온라인(Mail Online), 'Significant change to Maggi two minute noodles across Australia: "This is just the beginning"', 2024.01
9. 뎃팩(Detpak), 'Detpak RecycleMe™ Noodle Cup: a partnership with San Remo', 2022.06
10. 콘크리트 플레이그라운드(Concrete Playground), 'Shin's Table: Morgan McGlone x Nongshim Pop Up', 2023.11
11. KOTRA대한무역투자진흥공사, '불황 없이 성장 중인 호주 라면 시장, 지속가능성도 고려 필요', 2024.05
12. 글로벌푸드메이트(Global Food Mate), 'Australia revised import conditions and requirements for noodles, including instant noodles', 2023.03
13. KATI 농식품수출정보, '2023 농식품 수출국가 정보조사 「호주」', 2023.12
14. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in Australia as of June 2024', 2024.07
15. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024', 2024.08
16. aT한국농수산식품유통공사, '2023 농식품 수출국가정보 호주', 2023
17. aT한국농수산식품유통공사, '호주·뉴질랜드 수입식품 규제 및 정책', 2022
18. KATI농식품수출정보, '호주 식품첨가물 및 유해물질 규정(원문 및 번역본)', 2024

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. KOTRA해외시장뉴스 (www.dream.kotra.or.kr)
5. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
6. 세계 즉석면 협회(World Instant Noodles Association) (instantnoodles.org)
7. 딜리셔스(delicious.) (delicious.com.au)
8. 캔스타블루(Canstar Blue) (canstarblue.com.au)
9. 보나페띠(Bon Appétit) (bonappetit.com)
10. 메일온라인(mail Online) (dailymail.co.uk)
11. 뎃팩(Detpak) (detpak.com)
12. 콘크리트 플레이그라운드(Concrete Playground) (concreteplayground.com)
13. 코트라(KOTRA) (dream.kotra.or.kr)
14. 글로벌푸드메이트(Global Food Mate) (global.foodmate.net)
15. 울워스(Woolworths) (www.woolworths.com.au)
16. 울워스그룹(Woolworths Group) (www.woolworthsgroup.com.au)
17. 더컨버세이션(The Conversation) (www.theconversation.com)
18. 하버타운(Harbour Town) (www.harbourtowngoldcoast.com.au)
19. 푸드웍스(Foodworks) (www.foodworks.com.au)
20. 세븐일레븐 호주(7-Eleven Australia) (www.7eleven.com.au)
21. 그로우조(Growjo) (growjo.com)
22. 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News) (www.cspdailynews.com)
23. 스파 호주(Spar Australia) (www.spar.com.au)
24. 로켓리치(Rocket Reach) (rocketreach.co)
25. 스파인터내셔널(Spar International) (spar-international.com)
26. 크라운슈퍼마켓(Crown Supermarket) (www.crownsupermarket.com.au)

[참고문헌]

27. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
28. 구글맵(Google Maps) (www.googlemaps.co.kr)
29. 케이티마트(KT Mart) (www.ktmartmall.com.au)
30. 망치(Maangchi) (www.maangchi.com)
31. 브로트시트(Broadsheet) (www.broadsheet.com.au)
32. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
33. KOTRA대한무역투자진흥공사 (www.kotra.or.kr)
34. 국가관세종합정보망서비스 (unipass.customs.go.kr)
35. aT한국농수산식품유통공사 (www.at.or.kr)
36. 관세청 (www.customs.go.kr)
37. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
38. 수산물수출정보포털 (kfishinfo.co.kr)
39. FTA포털(Yes FTA) (www.customs.go.kr/ftaportalkor/main.do)
40. 호주 농수산임업부(DAFF) (agriculture.gov.au)
41. 호주 국경경비대(ABF) (www.abf.gov.au)
42. 썬릿아시아슈퍼마켓(SUNLIT Asian Supermarket) (www.sunlit.com.au)
43. 아시안슈퍼마트(Asian Supermart) (shop.asiansupermart.com.au)
44. 프레시앤세이브(Fresh and Save) (www.freshandsave.com.au)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.09.13

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