

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202409-14
품목 | 유산균음료(Yogurt Drink)
HS CODE | 0403.20-1000
국가 | 캐나다(Canada)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 캐나다 무알코올음료 시장규모	06
2. 캐나다 소화제 & 정장제 시장규모	07
3. 캐나다 유산균음료 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 유산균음료 시장 트렌드	10
2. 캐나다 유산균음료 정책 및 규제	11
3. 캐나다 온라인 쇼핑물 유산균음료 판매 현황	12

IV. 유통채널

1. 캐나다 유산균음료 유통채널 점유율	16
2. 캐나다 유산균음료 주요 유통채널	17



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 캐나다 유산균음료 및 검역 절차	27
2. 캐나다 유산균음료 품질 인증	29
3. 캐나다 유산균음료 라벨링	33
4. 캐나다 유산균음료 성분 및 유해물질	40

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 월마트(Walmart)	44
2. 메트로 프론트 스트리트 마켓(Metro Front Street Market)	46
3. 로블로스 토론토 레이크쇼어(Loblaws Toronto Lakeshore)	48

※ 참고문헌	50
--------	----





SUMMARY

HS CODE : 0403.20-1000

2024 수출기업 맞춤형 조사

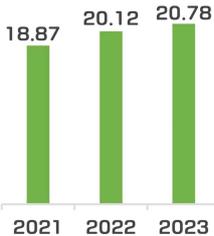
시장 분석형

캐나다 유산균음료 시장

시장 현황

무알코올음료 시장규모

단위 : 십억 달러



소화제 & 정장제 시장규모

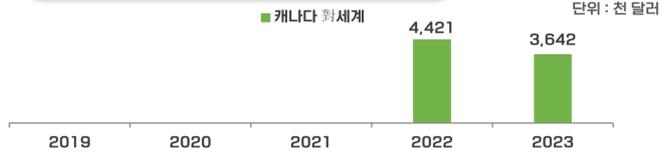
단위 : 백만 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 0403.20 기준)

■ 캐나다 전세계



국가별 수입규모



시장 트렌드

이슈 분석

시장수요

면역력 강화, 소화 건강 개선 등 건강 기능성에 대한 관심 증대로 소비자 수요 증가

정책 및 규제

캐나다는 비타민 D 결핍 해결을 위해 유산균음료에 비타민 D 강화 허용 규제 도입

가격대

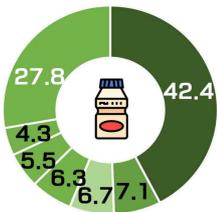
온라인 쇼핑몰 내 평균 2달러 초반의 가격대로 형성되어 있음

홍보 문구

온라인 쇼핑몰 내 저당, 인공 색소 및 감미료 무첨가 등 성분 강조한 제품 다수

주요 유통채널

유통채널 점유율



- 하이퍼/슈퍼마켓
- 할인점
- 드럭스토어
- 편의점
- 온라인
- 유기농 식품 매장
- 기타

통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
한-캐 FTA 세율 0%

사전 준비
특혜세율 혜택 수혜 시 원산지 증명서 발급 **必**
AEO 등록 시 통관 혜택 **多**

필수/권장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
제품명, 원재료명, 알레르기 유발 성분 표시, 내용량, 판매자 이름 및 주소, 품질 유지 기한, 성분 정보, 표기 언어, 감미료 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

시장 수요 소화 개선과 면역력 증진을 위한 프로바이오틱스 제품의 수요가 높아지고 있으며 저당 제품에 대한 소비량도 증가하고 있음
유통채널 프로바이오틱 음료 및 건강 보조식품에 대한 관심이 높으므로 건강을 중시하는 소비자들이 자주 방문하는 건강식품 및 유기농 식품점들을 추천함. 또한, 유통 소비자가 많은 편의점도 권장함

Point 02.

제품 마케팅 전략 건강, 피트니스 관련 인플루언서를 활용한 마케팅과 검색 엔진 최적화(SEO)를 활용한 디지털 마케팅 전략을 추천함. 또한, 프로바이오틱스와 같은 기능성 성분을 강조하여 건강 효능을 홍보하는 것이 효과적임. 이는 캐나다 보건부의 승인을 받은 과학적 근거와 함께 기능성 문구를 사용하는 것이 중요함. 매장 내 특별 배치, 할인 행사 등을 통해 브랜드 인지도를 높이는 방법도 고려할 수 있음

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 캐나다 무알코올음료 시장규모
2. 캐나다 소화제 & 정장제 시장규모
3. 캐나다 유산균음료 수입규모

1. 캐나다 무알코올음료 시장규모

캐나다 국가 일반 정보¹⁾

면적	998만 km ²
인구	4,130만 명
GDP	2조 1,180억 달러
GDP (1인당)	5만 3,247달러

▶ 캐나다 2023년 무알코올음료 시장규모 27.7조 원²⁾³⁾⁴⁾

캐나다의 무알코올음료 시장규모는 2023년 기준 27.7조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 1.8%씩 증가한 수치임. 2020년 코로나19의 영향으로 전년 대비 14.4% 축소된 캐나다의 무알코올음료 시장은 이후 치솟아 반등해 저점인 2020년 대비 25.3% 성장함

▶ 캐나다 무알코올음료 시장, 향후 성장세 유지 전망

캐나다의 무알코올음료 시장규모는 향후 5년(2024-28년)간 1.6%씩 성장하여 31.3조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 이는 캐나다의 무알코올음료 시장이 코로나19로 인한 시장의 위축과 반등을 끝마치고 비교적 안정세에 접어들었다는 분석임. 특히 코로나19 이후 건강 측면이 강조된 음료에 대한 수요가 늘어나고 있으며, 이러한 수요가 향후 시장의 성장을 주도할 것으로 보임

[표 2.1] 캐나다 무알코올음료 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부 홈페이지
- 2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Non-Alcoholic Drinks - Canada', 2024.09
- 3) 스태티스타에 따르면, '무알코올음료(Non-Alcoholic Drinks)'은 시장은 알코올이 함유되지 않은 모든 음료를 포함함
- 4) 조사제품 '유산균음료'의 제품 유형과 기능을 고려해 '무알코올음료'의 시장규모와 '소화제 & 정장제(Digestives & Intestinal Remedies)'의 시장규모를 조사함
- 5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 6) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)
- 7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 캐나다 소화제 & 정장제 시장규모

▶ 캐나다 2023년 소화제 & 정장제 시장규모 3,392억 원⁸⁾⁹⁾

2023년 기준 캐나다의 소화제 & 정장제 시장규모는 3,392억 원으로 집계됨. 캐나다의 소화제 & 정장제 시장규모는 조사 기간 중 증가와 감소를 반복해 2019년과 비슷한 수준으로 유지되었으며, 이는 2020년 코로나19로 인한 시장 위축이 크게 작용한 것으로 파악됨

▶ 캐나다 소화제 & 정장제 시장규모, 향후 5년간 연평균 2.0% 성장 예상

캐나다의 소화제 & 정장제 시장규모는 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.0%씩 증가하여 2028년에는 3,776억 원에 이를 것으로 전망됨. 맛에 대한 이점과 동시에 소화와 장 기능에 도움을 주는 프로바이오틱 음료 등 발효 음료에 대한 수요는 세계적으로 늘고 있으며, 저당이나 식물성 원료를 사용한 식품 및 의약외품에 대한 수요는 캐나다를 포함한 선진국에서 특히 높은 상황임. 따라서 건강 기능적 측면과 맛 측면 모두 갖춘 발효 음료의 경우 이러한 현지의 수요에 응답할 수 있을 것으로 기대됨¹⁰⁾

[표 2.2] 캐나다 소화제 & 정장제 시장규모

단위 : 백만 달러



자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: 스태티스타(Statista), 'Digestives & Intestinal Remedies - Canada', 2024.09

9) 스태티스타에 따르면, '소화제 & 정장제(Digestives & Intestinal Remedies)'는 처방전 없이 구입할 수 있는 천연 및 합성 소화제와 정장제를 포함함

10) 자료: 모르도르인텔리전스(Mordor Intelligence), '발효 음료 시장 규모 및 점유율 분석, 동향 및 예측(2024-2029)', 2023

3. 캐나다 유산균음료 수입규모

HS CODE 0403.20

해당 장에서 조사제품 유산균음료는 HS CODE 0403.20으로 분류됨. HS CODE 제0403호의 품명은 '요구르트, 버터밀크·응고밀크와 응고크림·요구르트·케피어와 그 밖의 발효되거나 산성화된 밀크와 크림'임. HS CODE 0403.20의 품명은 '요구르트'로 확인됨

▶ HS CODE 0403.20 캐나다의 對글로벌 수입액, 49억 원

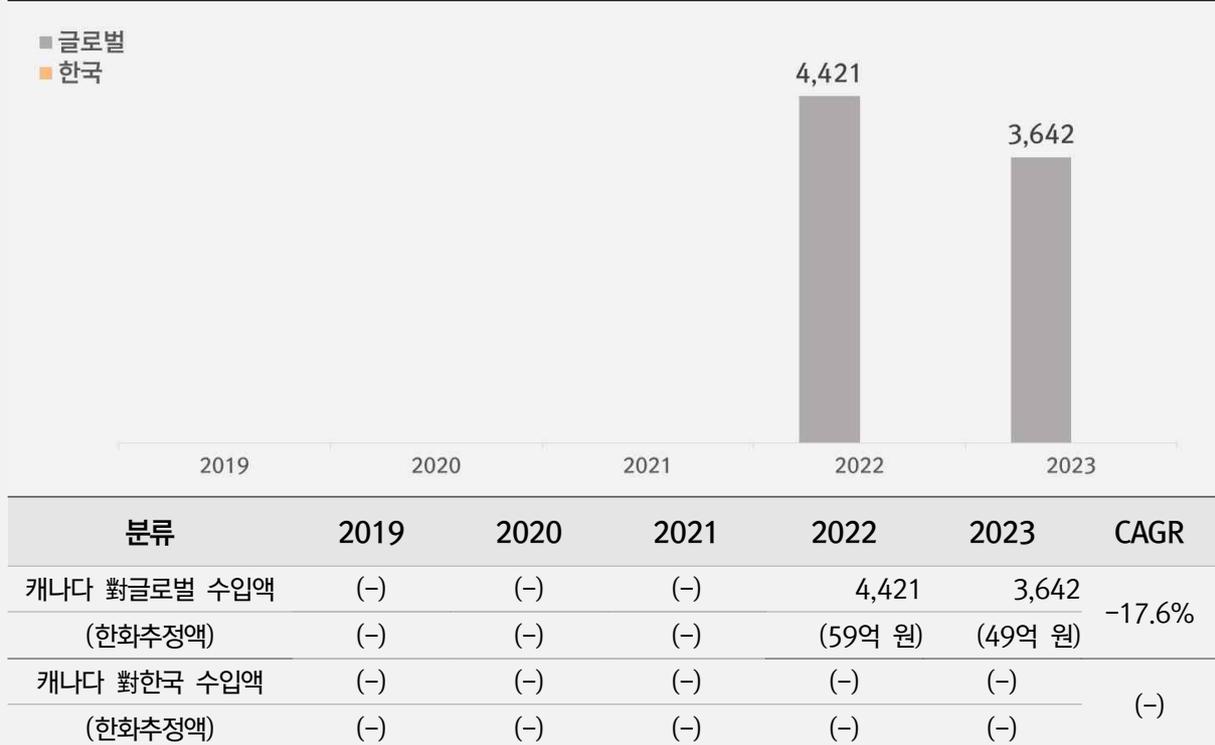
2023년 기준 HS CODE 0403.20 품목에 대한 캐나다의 對글로벌 수입액은 49억 원으로 집계되었으며, 이는 2022년에 비해 약 17.6% 감소한 수치임. 캐나다의 낙농업은 정부에 의해 공급관리제도와 수입 제한 조치 등을 통해 집중적으로 관리되어 왔으며, 그에 따라 유제품의 경우 수입보다는 국내 생산 제품이 대부분의 국내 소비를 충당해 왔음¹¹⁾

▶ HS CODE 0403.20 캐나다의 對한국 수입액, 미집계

해당 품목에 대한 캐나다의 對한국 수입액은 조사 기간 중 집계되지 않음. 국내 산업 보호와 제품 신선도 문제로 캐나다의 유제품 수입은 대부분 인접국이자 최대 무역 상대국인 미국을 상대로 이뤄져 왔음. 2023년 기준 캐나다의 對미국 수입액은 약 48억 원으로 전체 수입의 98.6%를 차지했으며, 방글라데시(1,735만 원), 독일(1,602만 원) 등이 미국의 뒤를 이었음

[표 2.3] 캐나다 HS CODE 0403.20 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

11) 자료: 한국농정, '캐나다가 낙농을 지키는 방법', 2018.08

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 유산균음료 시장 트렌드
2. 캐나다 유산균음료 정책 및 규제
3. 캐나다 온라인 쇼핑몰 유산균음료 판매 현황

1. 유산균음료 시장 트렌드

▶ 발효음료 시장 동향

2024년 캐나다를 포함한 전 세계 발효음료 시장규모는 약 2.27조 달러(3,031조 원¹²⁾)로 추정되며, 2029년까지 3.06조 달러(4,086조 원)에 이를 것으로 전망됨. 해당 시장의 연평균 성장률(CAGR)은 6.20%로 예상되며, 특히 코로나19로 인해 발효음료의 건강 이점에 대한 인식이 높아졌고, 이는 시장 성장에 기여함. 소비자들은 면역력 강화 및 질병 예방과 같은 기능적 혜택을 제공하는 음료를 선호하며, 해당 트렌드는 고급 기능성 음료의 수요 증가로 이어지고 있음. 발효 단백질 음료는 운동 애호가들 사이에서 인기를 끌고 있으며, 소화 건강도 향후 기능성 음료 시장의 주요 트렌드로 부상할 가능성이 큼. 발효음료 제조업체들은 이러한 변화를 반영하여 과학적으로 입증된 성분을 활용한 혁신적인 제품을 제공함으로써 경쟁력을 유지하고 있음

▶ 유산균음료에 대한 소비자 수요 증가

유산균음료에 대한 소비자 수요는 건강 증진에 대한 관심이 높아지면서 꾸준히 증가하고 있으며, 특히 프로바이오틱과 프리바이오틱 성분을 포함한 음료는 소화 건강을 개선하고 면역력을 강화하는 효과가 있어 건강을 중시하는 소비자들 사이에서 주목받고 있음. 이와 함께 비건 트렌드의 확산으로 식물성 기능성 음료에 대한 수요도 증가하고 있음. 2021년 국제 식품 위원회(International Food Council)의 조사에 따르면, 캐나다 소비자의 40%가 식물성 음료를 더 건강하다고 인식하고 있는 것으로 나타남. 또한, 마시는 요거트는 고유한 맛과 함께 칼슘, 칼륨, 비타민 D와 같은 필수 영양소를 제공하며, 다양한 맛과 패키징 옵션으로 소비자들의 선택의 폭을 넓히고 있음. 주요 제조업체들은 이러한 소비자 트렌드에 발맞춰 새로운 맛과 기능을 결합한 제품을 출시하고 있으며, 2022년 다논 노스아메리카(Danone North America)는 장 건강을 지원하는 프로바이오틱이 포함된 액티비아플러스(Activia+) 요거트 음료를 출시하여 큰 인기를 끌었음. 이러한 제품들은 면역력 강화 성분뿐만 아니라 비타민 D, C, 아연 등 필수 영양소도 포함하고 있어 소비자들의 다양한 건강 요구를 충족시키고 있음¹³⁾

12) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

13) 모르도인텔리전스(Mordor Intelligence), 'Fermented Drinks Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029)'

2. 캐나다 유산균음료 정책 및 규제

▶ 캐나다 비타민 D 강화 규제

캐나다는 비타민 D 결핍 문제를 해결하기 위해 새로운 마케팅 승인(MA)을 도입하여 마시는 요거트와 케피어(Kefir) 등 유산균음료에 비타민 D를 자발적으로 추가할 수 있도록 허용함. 이 정책은 캐나다 식품 및 의약품법(Food and Drugs Act) 제30.3(1)항에 근거해 시행되며, 제조업체에게 제품을 강화할 기회를 제공함. 비타민 D는 칼슘과 인의 흡수를 도와 뼈와 치아를 유지하는 데 필수적인 영양소이며, 결핍 시 아이에게는 구루병, 성인에게는 골연화증과 같은 심각한 건강 문제를 초래할 수 있음. 2012-2019년 캐나다 건강 측정 조사(Canadian Health Measures Survey)에 따르면, 약 19%의 캐나다인이 비타민 D가 불충분하며, 이 중 절반 가까운 사람들이 결핍 증상에 취약한 것으로 나타남. 이러한 상황을 개선하기 위해 캐나다의 강화 정책은 국제 식품 규격 위원회(Codex Alimentarius)의 원칙을 따르며, 영양 결핍을 예방하고 식품 공급의 영양 품질을 유지 또는 개선하는 데 중점을 둠. 이번 규제는 특히 비타민 D 섭취가 부족한 인구층에 도움을 줄 수 있으며, 유산균 음료의 비타민 D 강화를 통해 대중 건강 개선에 기여할 것으로 기대됨

▶ 유산균음료의 비타민 D 기준

이번 규제를 통해 마시는 요거트 음료와 케피어에 대한 구체적인 비타민 D 강화 기준이 마련됨. 플레인 마시는 요거트의 경우, 100mL당 최소 5.2 μ g의 비타민 D를 포함해야 하며, 과일이나 맛이 가미된 마시는 요거트는 100mL당 3.9 μ g에서 5.2 μ g 사이의 비타민 D를 포함하도록 규정됨. 이 기준은 하루 권장 섭취량의 25% 이상을 충족할 수 있도록 설정되어, 대부분의 제품이 비타민 D의 우수한 공급원으로 홍보될 수 있음. 케피어의 경우, 소비량이 요거트보다 두 배 가까이 많다는 데이터를 바탕으로, 100mL당 비타민 D 농도가 요거트보다 낮게 설정됨. 이러한 강화 기준은 캐나다 인구의 평균 섭취량을 바탕으로 설정되어, 소비자들이 과도한 섭취 없이 안전하게 비타민 D를 충분히 섭취할 수 있도록 함. 또한, 과일 또는 맛이 가미된 유산균음료는 생산 과정에서 비타민 D의 균일성을 유지하고 불필요한 낭비를 줄일 수 있는 이점을 제공하며, 제조업체들이 효율적으로 비타민 D를 첨가할 수 있는 유연성을 보장함¹⁴⁾

14) 캐나다관보(Canada Gazette), 'Marketing Authorization for Vitamin D in Yogurt and Kefir', 2024.03

3. 캐나다 온라인 쇼핑몰 유산균음료 판매 현황

▶ 캐나다 온라인 쇼핑몰 입점 유산균음료

- 데이터 수집 카테고리 : 요거트음료(Yogurt Drink)
- 데이터 수집원 : 캐나다 온라인 쇼핑몰 월마트(Walmart)

▶ 캐나다 온라인 쇼핑몰 입점 유산균음료 특징 분석

- 제품 분석 내용

구분	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명	옵(YOP)	고!(Go!)
브랜드	요플레(Yoplait)	다논(Danone)
가격	1.27캐나다달러(1,257원 ¹⁵⁾)	1.58캐나다달러(1,564원)
용량	200ml	300g
맛	딸기바나나	딸기바나나
성분	우유, 비타민 D3, 물, 설탕, 우유단백질, 천연 향료, 박테리아 배양 등	탈지유, 물, 설탕, 천연 향료, 레몬 주스 농축액, 비타민 D3, C, A 등
효능	칼슘, 비타민 D 공급	칼슘, 비타민 A, D 공급
홍보문구	부드러운, 아침식사로 완벽한, 휴대가 쉬운	설탕이 적음, 아침식사로 좋은, 캐나다산 우유

15) 1캐나다달러=989.58원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

구분	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명	마시는 그릭 요거트 (Drinkable Greek Yogurt)	프로바이오틱 스무디 (Probiotic Smoothie)
브랜드	오이코스(Oikos)	액티비아(Activia)
가격	2.18캐나다달러(2,157원)	2.28캐나다달러(2,256원)
용량	190ml	190ml
맛	바닐라	망고, 복숭아, 당근
성분	물, 크림, 설탕, 유청 단백질 농축액, 옥수수 전분, 천연 향료, 스테비아 등	물, 우유, 망고 퓨레, 사탕수수, 당근 퓨레, 복숭아 퓨레, 레몬 주스 농축액, 강황 등
효능	1회 제공량당 단백질 10g	장내세균총 건강에 도움
홍보문구	아침이나 점심 간식으로 즐기는, 건강한 간식	100% 캐나다산 우유, 가장 많이 팔리는 요거트

구분	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명	케피어(Kefir)	코코넛 밀크 케피어(Coconut Milk Kefir)
브랜드	리비르떼(Liberté)	메종리비에라(Maison Riviera)
가격	4.97캐나다달러(4,918원)	6.48캐나다달러(6,412원)
용량	1L	946ml
맛	딸기	라즈베리
성분	우유, 비타민 D3, 딸기 퓨레, 설탕수수, 천연 향료, 당근 주스, 박테리아 등	코코넛 밀크, 라즈베리, 천연 향료, 타피오카 가루, 비타민 A, D, B12 등
효능	20억개 이상의 프로바이오틱스	건강한 장내세균총에 기여, 단백질, 비타민 A, D, B12, 칼슘 함유
홍보문구	우유와 상큼함이 기분 좋게 어우러지는 질감	비건, 글루텐 프리, 인공 감미료 무첨가

구분	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명	나노(nanö)	댄액티브(DanActive)
브랜드	이오고(iÖGO)	다논(Danone)
가격	4.28캐나다달러(4,235원)	5.97캐나다달러(5,908원)
용량	93ml * 6개	93ml * 8개
맛	바나나	딸기, 블루베리
성분	탈지유, 물, 설탕, 바나나 퓨레, 비타민 D3, 활성 박테리아 배양, 레몬 주스 농축액 등	탈지유, 사탕수수, 포도당, 물, 크림, 천연 향료, 딸기 퓨레, 블루베리 퓨레, 비타민 D, A
효능	비타민 D 공급	칼슘 포함 필수 영양소 공급, 면역 지원 100억 개 이상의 살아있는 프로바이오틱스
홍보문구	젤라틴, 방부제, 인공 색소, 향료 전부 없음	맛있는

구분	경쟁제품 ⑨	경쟁제품 ⑩
제품 사진		
제품명	다니노(Danino)	마시는 요거트, 딸기바나나 (Strawberry Banana Drinkable Yogurt)
브랜드	다논(Danone)	그레이트밸류(Great Value)
가격	4.18캐나다달러(4,136원)	3.50캐나다달러(3,464원)
용량	93ml * 6개	93ml * 6개
맛	라즈베리	딸기바나나
성분	탈지유, 물, 설탕, 크림, 라즈베리 퓨레, 천연 향료, 당근 주스, 비타민 D3 등	탈지유, 설탕, 딸기 퓨레, 바나나 퓨레, 천연 향료, 락티아제, 비타민 D3 등
효능	칼슘 공급, 튼튼한 치아, 뼈 형성에 도움	칼슘 공급
홍보문구	병이 멋진, 슈퍼 히어로와 슈퍼 재료의 만남	과일 맛이 가득한, 진짜 과일 사용

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



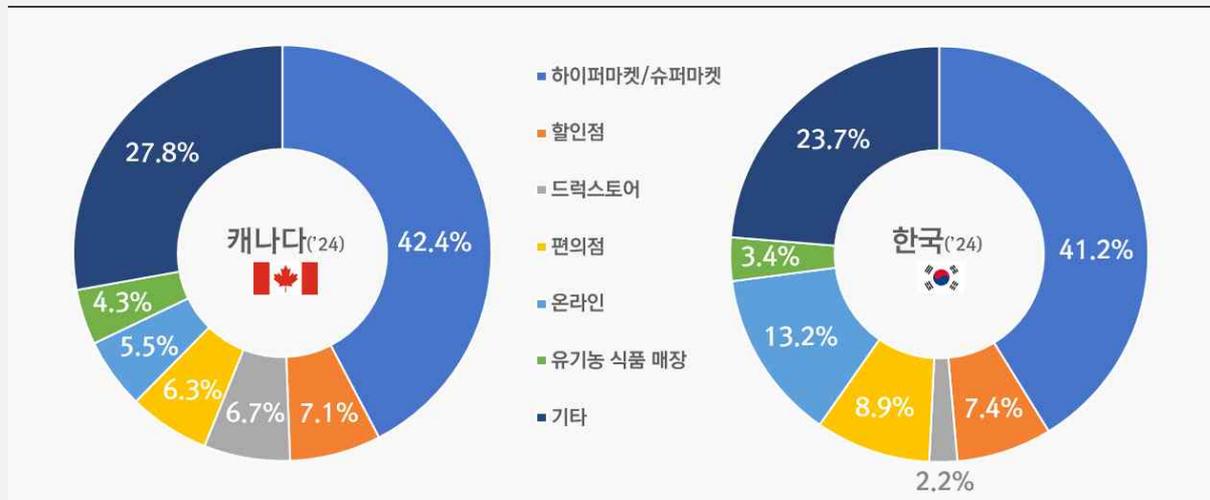
1. 캐나다 유산균음료 유통채널 점유율
2. 캐나다 유산균음료 주요 유통채널

1. 캐나다 유산균음료 유통채널 점유율

▶ 캐나다 식료품 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

2023년 4분기 기준 캐나다 내 유산균음료를 비롯한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 42.4%로 가장 높은 점유율을 보였음. 27.8%의 ‘기타’가 2위, 7.1%의 ‘할인점’, 6.7%의 ‘드럭스토어’가 그 뒤를 이었음. 한편, 한국의 경우 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 41.2%로 1위, ‘기타’가 23.7%로 2위, ‘온라인’이 13.2%로 3위를 차지함. 캐나다는 주요 5개 유통 업체가 식품 시장의 70% 이상을 점유해 식료품 소매 유통에 있어 집중도가 매우 높은 국가로 분류됨. 광대한 국토와 낮은 인구밀도, 지형 및 기후조건으로 소규모 유통망이 자리 잡기 어려운 환경이기 때문임. 한국 식품의 경우 거대 유통 체인의 자사 브랜드로 재포장되어 유통되기도 함¹⁶⁾

[표 4.1] 캐나다 및 한국 유산균음료 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹⁷⁾¹⁸⁾¹⁹⁾



B2C 소매유통채널 점유율 비교

캐나다 점유율	유형	한국 점유율
42.4%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	41.2%
7.1%	할인점	7.4%
6.7%	드럭스토어	2.2%
6.3%	편의점	8.9%
5.5%	온라인	13.2%
4.3%	유기농 식품 매장	3.4%
27.8%	기타 ²⁰⁾	23.7%

자료: 스태티스타(Statista)

16) 자료: KOTRA해외시장뉴스, ‘[트렌드] 캐나다 K-Food 유통망 트렌드’, 2023.06

17) 해당 장에서 ‘유산균음료’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식료품(Grocery)’의 유통채널 정보를 확인함

18) 자료: 스태티스타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in Canada as of June 2024’, 2024.08

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

20) ‘기타’는 농산물 직판장, 전문점 등을 포함함

2. 캐나다 유산균음료 주요 유통채널 ① 로블로스

기업 기본 정보	기업명	로블로스(Loblaws)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.loblaws.ca		
	위치	캐나다 전역		
	규모 ²¹⁾	매출액('23) • 595억 3,000만 캐나다 달러(약 58조 9,097억 원 ²²⁾ 기타 규모 • 매장 수('23): 2,455개 • 직원 수('24): 약 19만 명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1919년 설립된 캐나다 최대의 소매 유통업체 로블로(Loblaws)의 슈퍼마켓 체인 • 슈퍼마켓 브랜드인 로블로스(Loblaws) 외에도 할인점 브랜드인 리얼캐나다인 슈퍼스토어(Real Canadian Superstore), 로블로 약국(Loblaws Pharmacy) 등을 운영함 • 온라인몰이 활성화되어 있으며, 배송 및 픽업 서비스도 제공함 • '프레지던스초이스(President's Choice, PC)' 등 자사 브랜드에서는 한국 제품을 상품화해 판매하기도 함 			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 육류, 수산물, 생선류, 냉동식품 등		
	선호 제품	• 프리미엄 식료품		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 기업 홈페이지 접속(www.loblaw.ca) - 우측 상단 'Suppliers(공급자)' 클릭 - 화면 하단 'Become a Supplier(공급 문의)'란 'complete our online form (온라인 입점 신청 양식)' 링크 접속 후 작성해 제출 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 회사 소재 국가, 보험 가입 여부(PLI) 및 식품 인증 정보(GFSI 등) ② 제품 카테고리, 생산자/중개인 여부, 선호하는 납품 방식 선택 ③ 기타 회사 및 제품 정보 입력 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: vendorcomm@loblaw.ca 		

자료: 로블로(Loblaw Companies Limited), 스태티스타(Statista)

사진 자료: 씨비씨(CBC)

21) 모기업 로블로(Loblaw Companies Limited) 전체 매출액 및 기타 규모

22) 1캐나다 달러=989.58원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 캐나다 유산균음료 주요 유통채널 ② 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.walmartcanada.ca	
	위치	캐나다 전역	
	규모	매출액('23) • 6,113억 달러(약 818조 6,328억 원 ²³⁾ 기타 규모 • 매장 수('24): 403개 • 직원 수('24): 약 10만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 전 세계 24개국에 진출한 미국의 거대 유통기업 월마트(Walmart)의 캐나다 지사이며, 현재 캐나다를 포함해 칠레, 인도 등에서 약 180개의 물류센터 운영 중임 • 400개 이상의 매장에서 식료품, 의약품, 안경 등을 판매함 • 온라인 몰의 경우 캐나다 내 방문 횟수에서 아마존(Amazon)에 이은 2위임 		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등	
	선호 제품	• 유기농 제품, 신제품	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 (corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 'Account Creation' 클릭 및 계정 생성 - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 공급자 번호[DUNS(Data Universal Numbering System : 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 번호)], 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-328-0402 - 이메일: cacustrel@walmart.com 	

자료: 월마트(Walmart), 월마트 캐나다(Walmart Canada),

사진 자료: 월마트 캐나다(Walmart Canada), 위키미디어커먼즈(Wikimedia Commons)

23) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 캐나다 유산균음료 주요 유통채널 ③ 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(H Mart)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.hmart.ca		
	위치	브리티시컬럼비아(British Columbia), 앨버타(Alberta), 온타리오(Ontario)		
	규모	매출액('23) ²⁴⁾		• 10억 500만 달러(약 1조 3,415억 원)
		기타 규모		• 매장 수('24): 19개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2003년 캐나다에 처음 진출한 최대 규모의 한인마트 체인 • 브리티시컬럼비아, 에드먼턴, 캘거리, 토론토 네 개의 권역으로 나누어 캐나다 내 19개 매장 운영 중임 • 아시아계 주민을 주 고객층으로 하며, 아시아 식료품을 전문적으로 유통했으나 고객층 확장을 위해 현지 식료품도 폭넓게 취급 중임 • 온라인 픽업 주문 서비스인 'H Pack'을 운영 중임 			
매장정보	입점가능품목	• 주류 및 음료류, 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등		
	선호제품	• 한국 및 아시아 식료품, 기존 플랫폼에 없던 신제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의(www.hmart.com) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'H MART.COM' 카테고리에서 'Contact Us' 클릭. - 'Online & Store Affiliates(제휴 문의)' 선택, 양식 작성해 제출 - 등록 시 필요한 일반 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) 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: +1-905-883-6200(토론토) - 전화번호: +1-800-648-0980(미국 본사) - 이메일: info@hmartca.com 		

자료: 에이치마트(H Mart)

사진 자료: 에이치마트(H Mart), 밴쿠버중앙일보, 글로벌뉴스(Global News)

24) 미국, 캐나다 전체 매출액

2. 캐나다 유산균음료 주요 유통채널 ④ 갤러리아

기업 기본 정보	기업명	갤러리아(Galleria)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.galleriasm.com	
	위치	온타리오(Ontario)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 7개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2003년에 설립되어 캐나다 온타리오주에 진출해 있는 한인마트 • 한국에 본사를 두고 있으며, 현재 토론토 권역에 7개 매장 운영 중임 • 자체 온라인 쇼핑몰과 카카오톡 채널을 운영함 • '익스프레스(Express)'라는 이름의 편의점 형태의 매장 또한 전개 중임 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 건강식품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 식료품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통해 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Support(지원)'란 'Vendor Application(공급 문의)' 선택 - 공급자 등록 양식 작성해 제출 - 등록 시 필요한 일반 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(이름, 회사명, 연락처, 주소, 사업자등록, G.S.T Number(부가세 번호) 등) ② 회사 정보(회사 종류, 제품군, 제품 상세정보 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-647-352-5004 - 이메일: shopmaster@galleriasm.com - 카카오톡 채널: @galleriasupermarket 	

자료: 갤러리아(Galleria)

사진 자료: 갤러리아(Galleria), 포스퀘어(Foursquare)

2. 캐나다 유산균음료 주요 유통채널 ⑤ 쿠슈타르

기업 기본 정보	기업명	쿠슈타르(Couche-Tard)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.couche-tard.com	
	위치	캐나다 전역	
	규모	매출액(*23) • 718억 6,000만 달러(약 95조 9,187억 원) 기타 규모 • 매장 수(*24): 2,132개 • 직원 수(*24): 약 9만 9,000명 ²⁵⁾	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 캐나다 퀘벡주에 본사를 둔 다국적 편의점 운영업체인 '알리멘타시옹쿠슈타르(Alimentation Couche-Tard)'의 편의점 브랜드 캐나다와 미국을 포함해 전 세계 31개국에 1만 6,800개의 매장을 운영 중임 적극적인 인수합병을 통해 사업을 확장하는 것이 특징이며, 미국의 편의점 체인인 써클케이(Circle K) 또한 2003년 인수해 독자 브랜드로 유지 중임 		
매장정보	입점가능품목	• 주류 및 음료류, 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 자동차용품 등	
	선호제품	• 기존 플랫폼에 없던 신제품	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속(www.couche-tard.com) - 홈페이지 우측 상단 'Contactez-Nous(연락)' 선택 후 양식에 맞춰 제출 - 등록 시 필요한 일반 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(이름, 연락처, 주소 등) ② 문의 사항(회사 정보, 제품 정보 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-855-276-1947 	

자료: 스톡애널리시스(Stock Analysis), 알리멘타시옹쿠슈타르(Alimentation Couche-Tard)
 사진 자료: 씨비씨(CBC), CSP데일리뉴스(CSP Daily News)

25) 미국, 캐나다 전체 직원 수

2. 캐나다 유산균음료 주요 유통채널 ⑥ 월마트 온라인

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰 	
	홈페이지	www.walmart.ca	
	규모	매출액('23)	• 52억 1,820만 달러(약 6조 9,653억 원)
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월 ²⁶⁾): 3,654만 회
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 전 세계 24개국에 진출한 미국의 거대 유통기업 월마트(Walmart)의 캐나다 지역에서 서비스 중인 온라인 쇼핑몰 온라인 물의 경우 캐나다 내 방문 횟수에서 아마존(Amazon)에 이은 2위임 온라인 소매 유통 경쟁업체인 아마존(Amazon)에 비해 신선식품 등 식료품 분야에서 강점을 가지고 있음 	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	오이코스(Oikos), 액티비아(Activia) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	<ul style="list-style-type: none"> 가격대별 할인코드 지급, 기간 한정 할인 등 다양한 프로모션 상시 진행 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 월마트 캐나다 홈페이지 접속(www.walmart.ca) - 홈페이지 하단 'Sell on Walmart.ca(판매자 등록)' 클릭 - 상단 'Request to sell(판매자 등록 요청)' 클릭 - 판매자 계정 생성(미국 내 사업자등록 필요) - 회사 상세정보 업로드(법적 회사명, 설립 연도, 주소 등) - 입점 희망 제품 정보 입력(제품 가짓수, 예상 월 매출액 등, 타 플랫폼 판매 경험 등) - 이후 'Walmart Launch Checklist(등록 체크리스트)' 개별 항목 진행 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-328-0402 - 이메일: heretohelp.ca@walmart.com 	

자료: 월마트(Walmart), 스탯이스타(Statista), 시밀러웹(Similarweb)

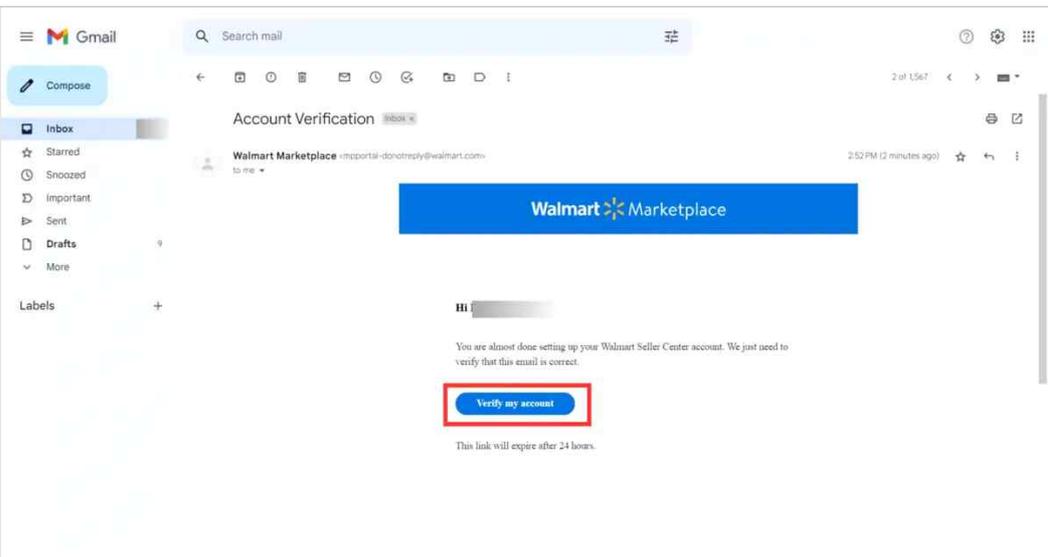
사진 자료: 월마트(Walmart)

26) 2024년 8월 한 달간 집계된 웹사이트 방문자 수에 해당함

입점 등록 절차
UI ①

① 계정 생성(이름, 회사 소재 국가, Tax ID(납세자 고유번호), 연락처, 비밀번호 입력)

입점 등록 절차
UI ②

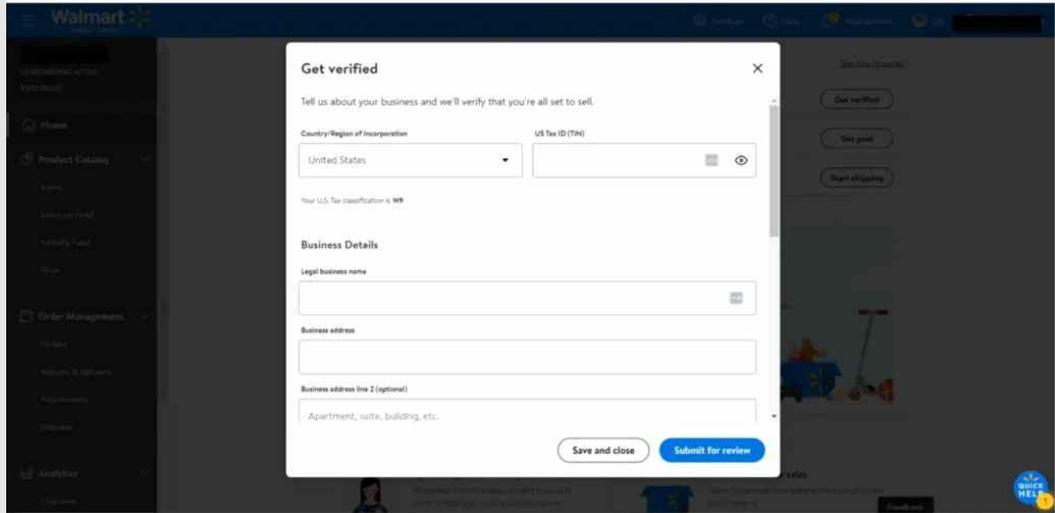


② 이메일 인증 후 계정 생성

자료: 월마트마켓플레이스캐나다(Walmart Marketplace Canada)

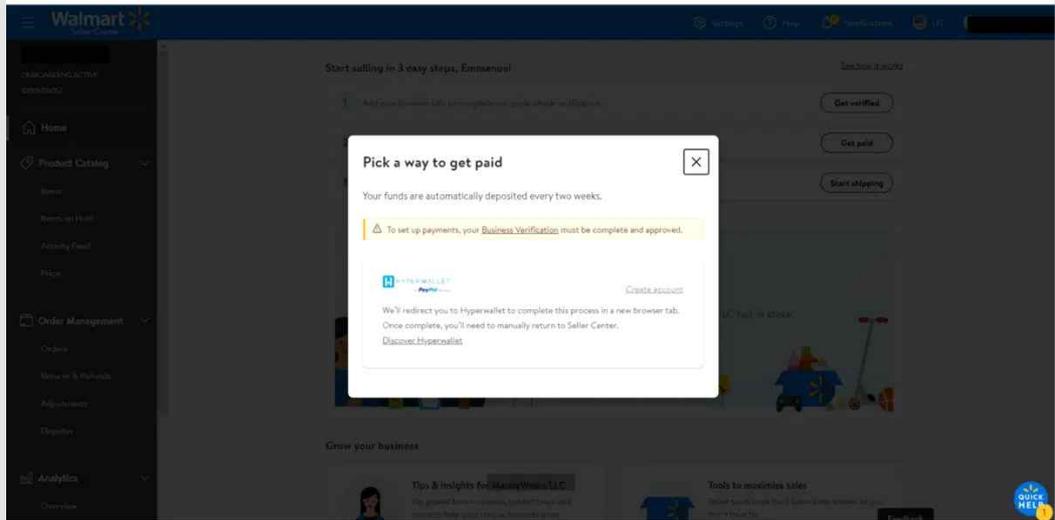
사진 자료: 이컴서클(EcomCircle)

입점 등록 절차
UI ③



③ 회사 정보, 고유식별번호 등 양식 작성해 제출 후 비즈니스 인증 승인 대기 (미국 내 사업자등록 필요)

입점 등록 절차
UI ④



④ 결제 정보 및 배송 방법 설정
- 현재 페이팔(Paypal)의 'Hyperwallet'만 사용 가능

자료: 월마트마켓플레이스캐나다(Walmart Marketplace Canada)

사진 자료: 이컴서클(EcomCircle)

▶ 월마트 캐나다 유산균음료 베스트셀러

- 검색 키워드 : 요거트음료(Yogurt Drink)

- 등록 제품 수 : 61건

아마존 캐나다 유산균음료 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	옴 (YOP)	옴 1% 베리 요거트 (YOP 1% Drinkable Yogurt Berries) 12개입	캐나다	200ml (각)	11.27달러 (15,043원)	(-)	391건	
2	오이코스 (Oikos)	베리 & 귀리 요거트 (Greek Yogurt field Berries, Oats & Seeds)	캐나다	190ml	1.26달러 (1,682원)	(-)	14건	
3	오이코스 (Oikos)	고단백 바닐라 요거트 (Greek yogurt High Protein, Vanilla)	캐나다	190ml	1.26달러 (1,682원)	(-)	7건	
4	다논GO! (Danone Go!)	복숭아 생과일 요거트 (Greek Yogurt Peach)	캐나다	190ml	1.58달러 (2,109원)	(-)	71건	
5	오이코스 (Oikos)	고단백 딸기 요거트 (Greek Yogurt High Protein, Strawberry)	캐나다	190ml	1.26달러 (1,682원)	(-)	14건	
6	액티비아 (Activia)	프로바이오틱 스무디 블루베리 & 바나나 (Probiotic Smoothie Blueberry & Banana)	캐나다	190ml	1.26달러 (1,682원)	(-)	11건	
7	액티비아 (Activia)	프로바이오틱 스무디 딸기 & 비트 (Probiotic Smoothie Strawberry & Beet)	캐나다	190ml	1.26달러 (1,682원)	(-)	18건	
8	다논GO! (Danone Go!)	딸기 바나나 생과일 요거트 (Greek Yogurt Strawberry & Peach)	캐나다	190ml	1.58달러 (2,109원)	(-)	39건	
9	옴 (YOP)	옴 1% 복숭아 요거트 (YOP 1% Drinkable Yogurt Peach)	캐나다	200ml	1.27달러 (1,682원)	(-)	103건	
10	그레이트밸류 (Great Value)	딸기 바나나 마시는 요거트 (Strawberry Banana Drinkable Yogurt) 6개입	캐나다	93ml (각)	3.50달러 (4,672원)	(-)	18건	

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



1. 캐나다 유산균음료 통관 및 검역 절차
2. 캐나다 유산균음료 품질 인증
3. 캐나다 유산균음료 라벨링
4. 캐나다 유산균음료 성분 및 유해물질

1. 캐나다 유산균음료 통관 및 검역 절차²⁷⁾

▶ 캐나다 유산균음료 수출 통관 단계별 주요사항

캐나다는 온라인으로 사업자번호를 등록하여 사전 등록절차를 진행하고 있음. 또한, 수출 시 안전식품 면허(SFC licence)를 필요로 하며, 처음 수출되거나 위생, 라벨, 식품안전 등의 문제가 발생할 가능성이 있을 경우 수출자 부담으로 검사를 진행해야 함

[표 5.1] 캐나다 유산균음료 통관 검역 절차



자료: 캐나다 식품검사청(CFIA: Canadian Food Inspection Agency), aT한국농수산물유통공사, 제약산업정보포털

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

▶ 캐나다로 유산균음료 수출 국내 업체, 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 심사하고 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속통관, 세관검사 축소 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 대신 사회 안전, 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사비율이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해지며, 각종 관세조사 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 캐나다는 한국과 상호인정약정(MRA: Mutual Recognition Arrangement)을 체결한 국가로 우리 수출 물품이 수입통관 시 검사 축소, 우선통관 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.2] 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사를 통해 공인한 기업	
적용 대상	납세자, 수출업자, 제조업자, 통관업자, 화물운송업자, 해운대리점, 창고업자, 해상운송업자, 항공운송업자	
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	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. 캐나다 유산균음료 품질 인증

▶ 캐나다 유산균음료, ‘안전식품 면허(SFC licence)’ 필수

캐나다 내 식품을 수출입하거나 생산, 가공, 보존 등의 활동을 하는 업체들은 캐나다 식품검사청(CFIA: Canadian Food Inspection Agency)에서 발급하는 면허 신청을 필수로 진행해야 함. 대상 품목 중 유제품도 포함되기 때문에, 유산균음료 또한 CFIA의 면허를 발급받아야 함

[표 5.3] 캐나다 안전식품 면허(SFC licence)

		취득 정보
	목적	<ul style="list-style-type: none"> 식품 품질을 개선하고 식인성 질환을 예방하며, 식품안전사고 발생 시 시장에서 안전하지 않은 식품을 신속하게 식별하고 제거
	기관	<ul style="list-style-type: none"> 캐나다 식품검사청(CFIA)
	절차	<ul style="list-style-type: none"> MY CFIA에 접속하여 계정 및 비즈니스 프로필 생성 면허 신청 전 수수료, 의무 사항, 검사, 주의점 등을 고려하여 면허 구조 선택 면허 취득을 위한 상품 정보, 제조시설 정보, 예방 계획(필요 시) 등을 포함하여 신청서 제출 신청서 검사 검사(해당되는 경우) CFIA가 검사 판정을 내린 경우 면허 발급 전 시설을 검사할 수 있음 면허 발급 CFIA에서 면허 발급을 완료하면 신청자는 MY CFIA 계정에서 면허 사용 가능
	대상 품목	<ul style="list-style-type: none"> 유제품 신선 과일 및 채소 가공 과일 및 채소 수산물 육류 꿀 및 메이플 관련 제품 비가공식품 기타 가공식품(과자, 소스, 견과류, 각종음료, 파스타, 시리얼, 빵 등이 해당) 양식업 제품

자료: aT한국농수산물유통공사

▶ 캐나다 유기농 인증 제도

캐나다에서 규정한 유기농 인증 제도(COR: Canada Organic Regime)에 따라 모든 유기농 제품은 캐나다 유기농 표준(Canada Organic Standards)에 맞는 공식 인증을 취득해야 함. 따라서 고객사 유산균음료가 유기농 제품에 해당될 경우, 캐나다 유기농 인증을 취득해야 함

[표 5.4] 캐나다 유기농 인증 제도

취득 정보	
근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> Food and Drugs Act and Regulations, Safe Food for Canadians Act and Regulations(Part 13)
제도 내용	<ul style="list-style-type: none"> 일부 지역(BC, 앨버타, 매니토바, 퀘벡, 노바스코샤, 뉴브런즈윅)은 주정부가 자체적으로 유기농 시스템을 운영하고 있는 경우도 있으며, 이 경우 캐나다 유기농 공식 로고를 부착하지 않고 주에서 발급하는 로고를 사용하며 해당 지역 내에서만 판매 가능 캐나다와 유기농 동등성 협정(Equivalency Agreement)을 맺은 국가에서 수입된 유기농 제품은 캐나다에서 인정하는 해당 국가 소재 인증기관으로부터 인증을 취득해야 함. 참고로, 캐나다와 유기농 동등성 협정을 맺은 국가는 EU, 일본, 미국, 스위스, 코스타리카, 대만 등 6개국임
품목 정의	<ul style="list-style-type: none"> 모든 유기농 농축수산물 및 이를 원료로 가공한 식품
적용 대상 품목	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 농산물(야채, 과일, 곡물, 견과류 등), 축산물(돼지고기, 소고기, 닭고기 등), 수산물(생선, 조개류 등) - 가공품의 경우 유기농 함량이 95% 이상이고 캐나다 유기농 표준 요건을 충족하는 제품
확대 적용 품목	<ul style="list-style-type: none"> 제품 포장에 캐나다 유기농(Canada Organic) 로고를 부착하고 캐나다 현지는 물론 해외에서 판매되는 모든 식품 스낵, 간편식, 음료, 유제품, 냉동식품, 반찬, 커피, 빵, 사료 등

캐나다 유기농 인증 제도(COR)



자료: 캐나다 식품검사청(CFIA: Canadian Food Inspection Agency), KOTRA

[표 5.4] 캐나다 유기농 인증 제도

		취득 정보
<p>캐나다 유기농 인증 제도(COR)</p> 	인증 절차	<ul style="list-style-type: none"> 이메일을 통해 캐나다 인증업체(Certification Body)로부터 인증 신청서(신청서 세트, 필수 지원서 작성 목록 등) 수령 신청서를 작성해 인증업체에 이메일로 전달하고 인증 수수료 납부 인증위원회가 신청서에 대한 초기 검토를 수행하고 승인 이후 현장 검사 준비 검사관이 지원업체와 연락해 현장 실사 일정을 정하고 검사가 완료되면 검사관은 보고서를 인증위원회에 제출 최종 인증 승인 여부는 검사 보고서와 지원서를 기반으로 인증위원회가 결정 지원업체에 최종 심사결과가 통지되고 추가 검사 또는 자료가 필요한 경우 지원업체에 추가 시간을 주고 조치 요청 최종적으로 승인이 이루어진 경우 유기농 인증서 발급
	시험기관	<ul style="list-style-type: none"> 한국은 캐나다와 유기농 동등성 협정이 체결되지 않아 국내에서 캐나다 유기농 인증을 대행해주는 기관이 없으며, 국내 기업은 캐나다 인증업체를 통해 인증을 취득해야 함
	인증기관	<ul style="list-style-type: none"> 2023년 9월 기준 캐나다 식품검사청에서 정식 허가를 받고 캐나다 유기농 인증 서비스를 수행하는 인증업체는 총 36곳임. 해당 인증업체 목록은 하기 링크를 통해 확인할 수 있음 https://www.inspection.gc.ca/organic-products/certification-bodies/in-canada/eng/1327861534754/1327861629954
	유의사항	<ul style="list-style-type: none"> 수입산 유기농 제품으로 캐나다 유기농 로고를 사용하는 경우에는 제품 포장에 하기 정보를 반드시 기입해야 함 <ul style="list-style-type: none"> 원산지 이름: Product of 국가 수입업체명: Imported by 업체명 다른 모든 식품들과 마찬가지로 제품 라벨은 영어와 프랑스어 두 가지 언어로 제작되어야 함

자료: 캐나다 식품검사청(CFIA: Canadian Food Inspection Agency), KOTRA

▶ 캐나다 유산균음료, ‘HACCP 인증’ 권장

HACCP 인증은 캐나다로 유산균음료를 수출하기 위해 필수적으로 요구되지는 않으나, 국제 인증 규격인 HACCP 인증을 받음으로써 식품 안전성을 지속 및 향상시키고 제품의 경쟁력을 확보할 수 있어 인증을 취득할 것을 권장함

[표 5.5] 캐나다 HACCP 인증

		취득 정보	
		목적	기관
	목적	<ul style="list-style-type: none"> 식품원료 및 제조·가공·조리·소분·유통의 모든 과정에서 발생할 수 있는 위해요소를 사전에 확인 평가하여 중점적으로 관리 	
	기관	<ul style="list-style-type: none"> 식품의약품안전처(한국식품안전관리인증원) 	
	절차	<ul style="list-style-type: none"> HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성 생산공정 각 단계와 도출된 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험 평가 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP:Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반관리사항(POA) 파악 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링 	
	필요서류	<ul style="list-style-type: none"> HACCP 인증 신청서 식품안전관리인증 계획서 영업등록증 사본 사업자등록증 사본 영업신고필증 HACCP 교육수료증 영업을 위해 필요한 서류 품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류 	

자료: 식품의약품안전처, 한국식품안전관리인증원

3. 캐나다 유산균음료 라벨링

[표 5.6] 캐나다 유산균음료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> 프랑스어와 영어 2개 국어로 표기할 것 제품의 주표시면에 기재 할 것 활자 높이 최소 16mm 이상으로 할 것
	2. 원재료명 목록	<ul style="list-style-type: none"> 제품을 구성하는 모든 원재료를 무게 순으로 기재할 것
	3. 알레르기 유발 성분 표시	<ul style="list-style-type: none"> 제품에 해당 알레르기 유발 성분이 포함돼 있으면 원재료명 목록에 이를 반드시 기재해야 함 - 아몬드, 브라질넛, 캐슈, 헤이즐넛, 마카다미아넛, 피칸, 잣, 피스타치오, 호두, 땅콩, 참깨, 밀, 라이밀, 달걀, 우유, 대두, 갑각류, 어패류, 겨자씨, 글루텐, 아황산염(10ppm 이상 함유)
	4. 내용량	<ul style="list-style-type: none"> 액체 식품은 mL, ml, ML, mℓ, L, l, ℓ 단위로, 고체 식품은 g, kg 단위로 표기 중량과 소포장 식품은 개수와 함께 기재할 것 주표시면에 프랑스어와 영어 2개 국어로 표기할 것 활자 높이 최소 16mm 이상으로 할 것
	5. 판매자 이름과 업체 주소	<ul style="list-style-type: none"> 바닥을 제외한 모든 면에 기재 가능하며 프랑스어 또는 영어로 1.6mm 이상의 크기로 기재하고 주소는 우편을 보낼 수 있도록 정확하게 할 것 수입 식품은 ‘imported by/ importé par’ 혹은 ‘imported for/importé pour’을 뒤에 기재할 것
	6. 품질 유지 기한	<ul style="list-style-type: none"> 소매용 포장제품 중 유통기한이 90일 이하인 제품은 유통기한 및 보관 방법, 또는 포장 날짜와 보관방법을 기재할 것 소매용 외의 포장제품으로 90일 이하의 유통기한 제품은 ‘best before’/‘meilleur avant’ 날짜와 함께 일상온도 보관이 아닐 경우 보관방법을 기재할 것

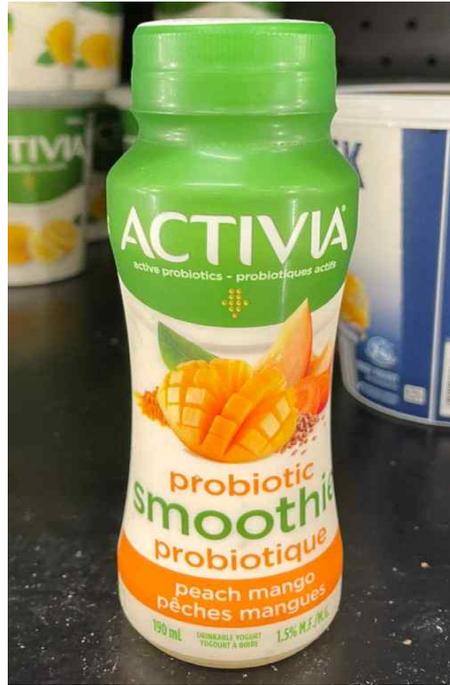
출처: 캐나다 식품검사청(CFIA: Canadian Food Inspectin Agency), 캐나다 법무부(Department of Justice Canada) 한국식품연구원

[표 5.6] 캐나다 유산균음료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	7. Nutrition Facts 표시	<ul style="list-style-type: none"> • 프랑스어와 영어 2개 국어로 표기할 것 • 활자체는 San Serif 폰트, Arial 폰트, Helvetica 폰트 등이 허용되지만 Times New Roman체는 사용할 수 없음 • 식사대용식, 영양보충제, 저에너지 다이어트 식품에는 ‘Nutrition Facts’ 표시가 허용되지 않음 • 제품의 포장(패키지)에 기재 제품을 개봉했을 때 손상되지 않는 위치에 표시할 것
	8. 성분정보	<ul style="list-style-type: none"> • 함유량이 많은 것부터 적은 것 순으로 기재할 것 • 향신료, 조미료, 허브류 등의 성분은 순서에 상관없이 뒤에 기재할 수 있음 • 성분 및 구성요소는 일반명으로 기재할 것
	9. 정보 표시면	<ul style="list-style-type: none"> • 주표시 기재 내용에는 제품명, 실중량, 감미료 등을 기재할 것 • 판매자 이름과 업체 주소, 보관 지침, 품질유지기한, 원재료명 목록, ‘Nutrition Facts’, 알레르기 유발 성분 표시 등을 기재할 것
	10. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 필수 표기사항은 영어와 프랑스어 두 가지 언어로 표기할 것 • 단, 제조업자-수입업자-유통업자의 상호와 주소는 예외적으로 영어와 프랑스어 중 택일해 표기할 수 있음
	11. 감미료	<ul style="list-style-type: none"> • 원재료명 목록 표기와는 별도로, 제품의 주표시면에 감미료(aspartame, sucralose, acesulfame-potassium, neotame)를 표시할 것
	12. 경고문	<ul style="list-style-type: none"> • 포장지 앞면(Front-of-Package, FOP)에 돋보기 마크와 함께 포화 지방, 설탕, 나트륨 함량을 표시하는 경고문 • 해당 규정은 2022년 7월 20일에 시행되었으며, 2026년 1월 1일까지 유예기간을 가짐 • 경고문 라벨은 영어와 프랑스어 두 가지 언어로 표시되어야 하며, 하단에 Health Canada 및 Santé Canada가 나타나야 함 • 색상은 검은색과 흰색, 사이즈는 제품 패키지의 크기에 비례하여 결정됨
	13. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 원산지 국가명을 반드시 기재할 것 • 와인, 유제품, 꿀, 생선, 과일과 채소, 계란, 육류 등의 제품은 ‘Product of Korea’를 표기할 것

출처: 캐나다 식품검사청(CFIA: Canadian Food Inspectin Agency), 캐나다 법무부(Department of Justice Canada) 한국식품연구원

▶ 캐나다 유산균음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면1 라벨링]

[앞면 - 영어, 프랑스어]

- ① Uncooked · Non cuit
- ② ACTIVIA
- ③ activia probiotics - probiotiques actifs

- ④ probiotic
- ⑤ smoothie
- ⑥ probiotique
- ⑦ peach mango
pêches mangues

- ⑧ 190mL 1.5% M.F./M.G.
- ⑨ DRINKABLE YOGURT
YOGOURT A BOIRE

[앞면 - 국문]

- ① 익히지 않은
- ② ACTIVIA
- ③ 액티비아 프로바이오틱스

- ④ 프로바이오틱스
- ⑤ 스무디
- ⑥ 프로바이오틱스
- ⑦ 복숭아 망고

- ⑧ 190mL 1.5% M.F./M.G.
- ⑨ 마실 수 있는 요거트

[옆면1 - 영어, 프랑스어]

- ① SHAKE WELL!
BIEN AFITER!

[옆면1 - 국문]

- ① 잘 흔들어주세요!

② Canadian milk
lait canadien

③ tasty veggies
légumes savoureux

④ delicious fruits
fruits délicieux

⑤ KEEP REFRIGERATED
GARDER AU RÉFRIGÉRATEUR

⑥ DANONE Inc..
BOUCHERVILLE (QUEBEC) J4B 1E6

② 캐나다 우유

③ 맛있는 야채

④ 맛있는 과일

⑤ 냉장고에 보관하세요

⑥ DANONE Inc.
BOUCHERVILLE (퀘벡) J4B 1E6



[옆면2 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[옆면2 - 영어, 프랑스어]

①

Nutrition Facts	
Valeur nutritive	
Per 1 bottle (190 mL) Pour 1 bouteille (190 mL)	
Calories 100	% Daily Value* % valeur quotidienne*
Fat/Lipides 3.5 g	5%
Saturated / saturés 1.5 g	8%
+ Trans / trans 0.1 g	
Carbohydrate / Clucides 12 g	
Fibre / Fibres 2 g	7%
Sugars / Sucres 9 g	9%
Protein / Protéines 6 g	
Cholesterol / Cholestérol 10 mg	
Sodium 65 mg	3%
Potassium 400 mg	9%
Calcium 300 mg	23%
Iron / Fer 0.2 mg	1%
* 5% or less is a little, 15% or more is a lot / * 5% ou moins c'est peu, 15% ou plus c'est beaucoup	

[옆면2 - 국문]

①

영양성분표	
1병(190mL)당	
칼로리 100	% 일일 영양소 기준치*
지방 3.5g	5%
포화 1.5g	8%
+ 트랜스 0.1g	
탄수화물 12g	
섬유 2g	7%
설탕 9g	9%
단백질 6g	
콜레스테롤 10mg	
나트륨 65mg	3%
칼륨 400mg	9%
칼슘 300mg	23%
철 0.2mg	1%
* 5% 이하는 적음, 15% 이상은 많음	

②

Ingredients:Skim milk, Water, ultrafiltered milk, Cream, Mango puree, Sugars (cane sugar, carrot, black carrot and apple juice [for colour]), Carrot puree, Peach puree, Acacia gum, ground flax seeds, Lemon juice concentrate, Pectin, Natural flavour, Active probiotic culture (Bifidobacterium lactis CNCM I-2494) and active bacterial cultures, Lactase, Turmeric, Tricalcium citrate.
Ingédients:Lait écrémé, Eau, Lait ultrafiltré, Crème, Purée de mangue, Sucres (sucre de canne, carotte, jus de carotte, carotte noire, et pomme [pour la couleur]), Purée de carotte, Purée de pêche, Gomme d'acacia, Graines de lin moulues, Jus de citron concentré, Pectine, Arome naturel, Probiotique active (Bifidobacterium lactis CNCM I-2494) et cultures bactériennes actives, Lactase, Curcuma, Citrate tricalcique.

③ BEST BEFORE / MEILLEUR AVANT
03:49 H 2024 SE 27

②

성분: 탈지유, 물, 한외여과 우유, 크림, 망고 퓨레, 설탕(사탕수수당, 당근, 검은 당근 및 사과 주스(색소용)), 당근 퓨레, 복숭아 퓨레, 아카시아 검, 아마씨 가루, 레몬 주스 농축액, 펙틴, 천연, 향료 활성 프로바이오틱 배양물(Bifidobacterium lactis CNCM I-2494) 및 활성 박테리아 배양물, 락타아제, 강황, 구연산삼칼슘.

③ 유통기한
03:49 H 2024 SE 27

[뒷면 - 영어, 프랑스어]

- ① Danone / Activia
- ② used under lic. / employées sous lic., 2002 Cie Gervais
- ③ Danone. All rights reserved / Tous droits réservés.
- ④ PROBIOTIC THAT CONTRIBUTES TO HEALTHY GUT FLORA / PROBIOTIQUE CONTRIBUE À LA SANTÉ DE LA FLORE INTESTINALE
- ⑤ More than 10⁹ CFU per portion / Plus de 10⁹ UFC par portion
- ⑥ DANONE
1-888-ACTIVIA 10448185

[뒷면 - 국문]

- ① 다논/액티비아
- ② 라이선스 하에 사용됨 / 고용주 2002 Cie Gervais
- ③ 다논. 모든 권리 보유
- ④ 건강한 장내 미생물에 기여하는 프로바이오틱스
- ⑤ 제공량당 10⁹ CFU 이상
- ⑥ 다논
1-888-ACTIVIA 10448185

⑦ DAIRY FARMERS of CANADA
QUALITY MILK
LES PRODUCTEURS LAITIERS DU
CANADA LAIT DE QUALITÉ

⑧ REFUND
WHERE APPLICABLE
CONSIGNÉ
LÀ OU PRESCRIT



⑨ Canadian Digestive Health
Foundation
CERTIFIED CDHF CERTIFIÉ
Fondation Canadienne de la Santé
Digestive

⑦ 캐나다 낙농가의 고품질 우유

⑧ 해당되는 경우 환불



⑨ 캐나다 소화기 건강 재단
인증 CDHF

4. 캐나다 유산균음료 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

캐나다로 식품 수출 시, 캐나다 보건부 식품 위원회에서 규정하고 있는 식품첨가물 기준을 준수해야 함. 규정에 없는 새로운 물질은 식품 위원회의 신청 및 평가 과정을 거쳐 식품첨가물 목록에 추가된 경우에만 한해서만 사용할 수 있으며, 특정 조건에서 식품 가공을 보조하는 일부 물질은 식품첨가물이 아닌 식품 가공보조제로 간주하여 개별 정책으로 규정함. 하기 표는 ‘발효음료류’에 적용되는 캐나다 식품첨가물 49개 중 일부에 대한 것이며, 자세한 사항은 캐나다 보건부 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.7] 유산균음료에 적용 가능한 캐나다 식품첨가물

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품유형
1	비타민 D	Vitamin D	5.2µg/100mL	마실 수 있는 요구르트
2	아스파탐	Aspartame	소비제품의 0.3%	요구르트
3	아드반탐	Advantame	6ppm	요구르트
4	네오탐	Neotame	소비제품의 0.01%	요구르트
5	수크랄로스 (트리클로로갈락 토스쿠로즈)	Sucralose (Trichlorogalac Tosucrose)	소비제품의 0.025%	요구르트
6	아세설팜 칼륨	Acesulfame Potassium	소비음료의 0.05%	음료: (비표준) 유제품 음료
7	아황산 나트륨	Sodium Sulfite(Sulphite)	100ppm 이산화황으로 계산	음료: (비표준)

자료: 캐나다 보건부(Health Canada), KATI농식품수출정보

4. 캐나다 유산균음료 성분 및 유해물질

▶ 유해물질

캐나다로 식품 수출 시, 유해물질 기준은 캐나다 보건부(Health Canada)의 ‘식품의약품규정(Food and Drug Regulations)’ 하 ‘식품의 불순물(Adulteration of Food)’ 규정에 따름. 하기 표는 고객사 유산균음료에 적용될 수 있는 캐나다 유해물질 기준이며, 더욱 자세한 사항은 캐나다 보건부 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.8] 유산균음료에 적용 가능한 유해물질

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품유형
1	미네랄 오일	Mineral Oil	소비제품의 0.3%	GMP상 미네랄 오일의 사용을 요구하는 식품
2	비소	Arsenic(As)	0.1ppm 섭취 시	음료
3	납	Lead(Pb)	0.2ppm 섭취 시	음료

자료: 캐나다 보건부(Health Canada), KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

캐나다 보건부 및 식품 검역청, 알레르기 협회 등은 식품을 통해 발생하는 알레르기 유형과 성분들에 대해 우선순위를 규정하고 있으며, 소비자가 해당 알레르기 유발성분에 대한 정보를 확인할 수 있도록 함. 또한, 식품 라벨링 시 알레르겐 성분을 원재료 목록과 별개로 주의하여 표기해야 하며, 해당 물질을 식품 라벨에 표시할 경우 지정된 물질명(prescribed source name)을 사용해야 함

[표 5.9] 캐나다 알레르겐 성분

순번	표시 의무 여부	대상	지정 명칭
1	필수	아몬드 등 견과류	Almond/Brazil nut/ Cashew/Hazelnut/Macadamia nut/Pecan/Pine nut/ Pistachio/Walnut
2	필수	땅콩	Peanut, Peanuts
3	필수	참깨	Sesame
4	필수	밀과 라이밀	Wheat, Triticale
5	필수	달걀	Egg, Eggs,
6	필수	우유	Milk
7	필수	대두	Soy, Soya, Soybean, Soybeans
8	필수	감각류	(일반 명칭 표기)
9	필수	패류	(일반 명칭 표기)
10	필수	어류	(일반 명칭 표기)
11	필수	겨자씨	Mustard, Mustard Flour, Ground Mustard, Mustard Seed
12	필수	글루텐	보리(Barley), 라이밀(Triticale), 귀리(Oats), 밀(Wheat), 호밀(Rye)
13	필수	이황산염 (10ppm 이상 함유)	캐나다 보건부 'List of ingredients and allergens on food labels' 참고

출처: KATI농식품수출정보

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 월마트(Walmart)
2. 메트로 프론트 스트리트 마켓
(Metro Front Street Market)
3. 로블로스 토론토 레이크쇼어
(Loblaws Toronto Lakeshore)

Interview ①

28)


**월마트
(Walmart)**

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1994년에 설립된 슈퍼마켓으로 다양한 식료품을 취급하고 있음
 - 캐나다의 미시소거, 온타리오와 에드먼턴, 앨버타에 위치

담당자 정보

Store Worker

**월마트(Walmart)
Store Worker**
Q. 캐나다에서 위 건강을 위한 발효 음료나 건강 보조 식품에 대한 수요는 어떠한가요? 캐나다 내 고객사 제품과 같은 비슷한 제품이 있을까요?

발효 음료와 건강 보조제에 대한 수요가 최근 몇 년간 증가하고 있습니다. 소비자들 건강에 더욱 신경을 쓰고 있으며, 프로바이오틱스는 소화 개선과 면역 체계 강화를 위해 흔히 섭취됩니다. 음료보다 건강 보조제가 더 인기가 있으며, 인기 있는 발효 음료는 케피어(Kefir)입니다. 고객사 제품과 비슷한 제품으로는 리베르테 1% 케피어(Liberté 1% Kefir), 액티비아 프로바이오틱 스무디(Activia Probiotic Smoothie)가 있습니다.

Q. 캐나다에서 유제품 및 유산균 음료에 대한 특별한 규정이나 수입 제한 사항이 있나요?

캐나다로 식품을 수입하는 모든 정보는 캐나다 식품검사청(CFIA: Canadian Food Inspection Agency)사이트²⁹⁾에서 확인할 수 있습니다. 여기에서 수입 단계별 가이드³⁰⁾를 참고할 수 있습니다. 또한, 자동수입참조시스템(AIRS: Automated Import Reference System)에 등록하고 일반 식품 수입 요건을 충족해야 합니다. 유제품은 몇 가지 특정 규정이 있습니다. 수출국과 동물의 원산지를 설명하는 동물위생 수출 증명서를 취득해야 하며, 제품은 캐나다 식품 안전 기준(CFIA)을 충족해야 합니다. 또한, 원산지 국가의 수출 증명서 등 위생 조건과 관련된 추가 증명서가 필요할 수 있습니다.

Q. 캐나다에서 일반 식품에 기능성 문구를 사용하는 것이 허용되나요? ‘헬리코박터’와 ‘프로바이오틱스’, ‘특허유산균’와 같은 건강 관련 용어를 제품 라벨에 사용할 수 있나요?

고객사 제품과 유사한 발효 음료들은 건강 관련 용어를 사용하고 있으며, 기능성 효능 주장과 건강 관련 문구는 과학적 증거와 관련 테스트가 있는 경우에만 허용됩니다. 특히 특정 건강 효능을 홍보하려면, 과학적 근거가 뒷받침되어야 하고 캐나다 보건부의 승인을 받아야 하며, 제품 라벨에는 프로바이오틱스의 균주와 양도 함께 명시해야 합니다. 또한, 식품 제품에 건강 주장을 하기 위해서는 최소 생존 가능한 프로바이오틱 미생물 수에 대한 지침을 따라야 하며, 이 수치는 일반적으로 콜로니 형성 단위(CFU)로 측정되는 생존 가능한 박테리아의 양으로 표시됩니다. 헬리코박터와 같은 특정 의학적 상태를 언급하는 용어는 일반 식품 제품에는 사용할 수 없으며, 주로 허가된 건강 제품이나 약물에 적합합니다.

28) 사진 자료: 월마트(Walmart) 홈페이지

29) 캐나다 식품검사청(Canadian Food Inspection Agency) (inspection.canada.ca/en)30) 캐나다 식품검사청(Canadian Food Inspection Agency), 'Importing food to Canada: a step-by-step guide' (inspection.canada.ca/en/importing-food-plants-animals/food-imports/step-step-guide)

Q. 캐나다 소비자들은 저당 제품을 선호하나요? ‘저당’, ‘대한민국 No.1’과 같은 홍보문구를 사용할 수 있을까요?

소비자들은 무설탕 음료나 저당 옵션을 더 선호합니다. 이는 소비자들이 건강에 대한 관심이 높아지면서 저당 제품을 더 선호하기 때문입니다. ‘저당’이라는 문구는 음식이 1회 제공량당 5g 이하의 설탕을 포함할 때 허용됩니다.³¹⁾ 또한, ‘대한민국 No.1’ 문구는 시장 통계 등 증거가 있으면 허용됩니다.

Q. 고객사 제품의 성분이 캐나다 내 판매 가능한지 피드백을 제공해 주세요.

생우유가 포함된 제품은 판매할 수 없습니다. 생우유(저온 살균하지 않은 우유)는 공중 보건상의 이유로 엄격히 금지되어 있습니다. 판매되는 모든 우유는 유해한 박테리아가 없도록 살균 열처리되어야 합니다. 그 외 고객사 제품 성분은 캐나다에서 허용됩니다.

Q. 고객사의 제품 수출 시, 오프라인으로 진출하려면 어떤 유통채널로 진출하는 것이 좋은가요?

헬시 플래닛(Healthy Planet)과 굿니스 미!(Goodness Me!) 같은 건강 및 유기농 식료품점은 좋은 유통채널이 될 수 있습니다. 이러한 매장은 건강에 관심이 많은 소비자를 타겟으로 하며, 프로바이오틱 음료를 찾는 소비자들이 방문하기 때문입니다. 일반 슈퍼마켓인 월마트(Walmart)도 시장 규모가 크고 고객이 많아 좋은 옵션입니다.

Q. 고객사 제품을 캐나다에서 홍보 시, 어떤 채널 및 홍보 방법으로 진행하면 효과적일까요?

추천하는 마케팅 채널은 인플루언서와 소셜 미디어입니다. 이는 가장 많은 소비자에게 도달할 수 있으며, 프로바이오틱스 음료의 경우 건강, 피트니스 관련 인플루언서를 활용한 인플루언서 마케팅이 매우 효과적입니다. 액티비아 캐나다(Activia Canada)는 인플루언서와 웰빙 옹호자를 활용한 소셜 미디어 캠페인을 통해 프로바이오틱 요구르트 홍보를 성공한 사례가 있습니다. ‘It Starts Inside’ 캠페인을 통해 참여도와 브랜드 인지도를 높인 것입니다. 또 다른 옵션으로는 피트니스 스튜디오와의 파트너십도 있습니다.

31) 캐나다 설탕연구소(Canadian Sugar Institute), ‘Sugars Consumption & Guidelines’, (sugar.ca/sugars-consumption-guidelines/nutrition-labelling-and-claims)

Interview ②


**메트로 프론트 스트리트 마켓
(Metro Front Street Market)**

- 유형: 슈퍼마켓, 도매업체
- 업체 특징:
 - 1947년에 설립된 슈퍼마켓 및 도매업체로, 퀘벡과 온타리오 지역에서 운영되고 있음
 - 다양한 식료품을 취급하며, 발효유 및 프로바이오틱 음료를 포함한 제품을 제공하고 있음

담당자 정보

Customer Support

32)

**메트로 프론트 스트리트 마켓(Metro Front Street Market)
Customer Support**

Q. 캐나다에서 위 건강을 위한 발효 음료나 건강 보조 식품에 대한 수요는 어떠한가요? 캐나다 내 고객사 제품과 같은 비슷한 제품이 있을까요?

프로바이오틱 음료는 메트로(Metro)의 건강 전문 코너에 진열되어 있습니다. 소비자들은 이를 구매하는 것을 선호하지만, 전체적으로 가장 인기 있는 제품은 아닙니다. 이곳에는 건강 보조 식품도 많이 있습니다. 메트로는 월마트와 동일한 제품을 보유하고 있습니다. 다논(Danone)의 액티비아(Activia)는 가장 잘 알려진 프로바이오틱 요구르트입니다.

Q. 캐나다에서 유제품 및 유산균 음료에 대한 특별한 규정이나 수입 제한 사항이 있나요?

캐나다에서는 영어와 프랑스어로 된 이중 언어 라벨링이 필수입니다. 캐나다 식품검사청(CFIA: Canadian Food Inspection Agency)에 따르면 원유는 제품에 허용되지 않으며, 수입 시 자동수입참조시스템을 사용해야 합니다. 또한, HACCP 인증은 캐나다의 식품 안전 규정과 유사합니다.

Q. 캐나다에서 일반 식품에 기능성 문구를 사용하는 것이 허용되나요? ‘헬리코박터’와 ‘프로바이오틱스’, ‘특허유산균’와 같은 건강 관련 용어를 제품 라벨에 사용할 수 있나요?

액티비아 프로바이오틱 스무디는 ‘장 건강에 기여함’이라는 문구를 광고에 사용하고 있습니다. 또한, 야쿠르트 프로바이오틱 음료(Yakult probiotic Drink)는 건강 관련 용어인 ‘락토바실러스 카제이 시로타(Lactobacillus casei Shirota)’를 사용하고 있습니다. 모든 유산균 제품은 라벨과 설명에 ‘프로바이오틱스’ 문구를 사용하고 있습니다. 설명이나 이름에 ‘헬리코박터’가 포함된 제품은 찾지 못했습니다. 이 문구는 캐나다 식품검사청의 사전 확인과 승인이 필요합니다.

Q. 캐나다 소비자들은 저당 제품을 선호하나요? ‘저당’, ‘대한민국 No.1’과 같은 홍보문구를 사용할 수 있을까요?

저당·무설탕 제품의 소비량은 증가하고 있지만 일반 제품보다 높지는 않습니다. 많은 제품이 포장지와 광고에 저당·무설탕을 표기하여 제품의 건강 측면을 강조하고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 성분이 캐나다 내 판매 가능한지 피드백을 제공해 주세요.

캐나다에서 판매되고 있는 제품의 성분을 말씀드리겠습니다. 액티비아 프로바이오틱 스무디의 경우 탈지유와 초여과유만 사용합니다. 우유는 100% 캐나다산입니다. 과일과 채소 퓨레를 많이 사용하며, 활성 프로바이오틱 배양균(Bifidobacterium lactis CNCM I-2494)을 하나만 사용합니다. 또한, 야쿠르트 프로바이오틱 음료는 탈지유만 사용하며, 박테리아 락토바실러스 카제이 시로타를 사용합니다. 바이오 케이플러스 발효 유제품 음용 프로바이오틱(Bio K+ Fermented Dairy Drinkable Probiotic) 무기당 및 플레인제품은 물, 탈지유 분말, 유청 단백질 농축물 등을 사용합니다.

Q. 고객사의 제품 수출 시, 오프라인으로 진출하려면 어떤 유통채널로 진출하는 것이 좋은가요?

한국 및 아시아 슈퍼마켓이 좋은 유통채널이 될 수 있습니다. 또한, 건강 및 유기농 식료품점도 추천합니다.

Q. 고객사 제품을 캐나다에서 홍보 시, 어떤 채널 및 홍보 방법으로 진행하면 효과적일까요?

유기농 또는 영양 강화 제품에 대한 수요가 증가하고 있으며, 인기가 높아지고 있습니다. 따라서 시장에 진입할 만한 좋은 시기입니다. 또한, 건강 효능에 대한 문구와 저당을 광고하는 것이 도움이 됩니다. 식물 기반 및 비건 옵션도 인기를 끌고 있는 추세입니다.

Interview ③

33)



로블로스 토론토 레이크쇼어(Loblaws Toronto Lakeshore)
Store Manager

로블로스 토론토 레이크쇼어
(Loblaws Toronto Lakeshore)

- 유형: 슈퍼마켓, 도매업체
- 업체 특징:
 - 1919년에 설립된 슈퍼마켓 및 도매업체로 다양한 식료품을 취급하고 있음
 - 캐나다 브램튼과 온타리오 지역에 위치하며, 다양한 프로바이오틱 음료를 포함한 식료품을 제공하고 있음

담당자 정보

Store Manager

Q. 캐나다에서 위 건강을 위한 발효 음료나 건강 보조 식품에 대한 수요는 어떠한가요? 캐나다 내 고객사 제품과 같은 비슷한 제품이 있을까요?

로블로스(Loblaws)는 주로 프로바이오틱스 요거트 음료를 판매하고 있습니다. 이 제품들은 특별히 인기가 많지는 않습니다. 고객사의 제품과 비슷한 제품은 마시는 그릭 요거트 고단백(Drinkable Greek Yogurt High Protein) 바닐라 맛, 프레지던츠 초이스 딸기 케피어 프로바이오틱(President's Choice Strawberry Kefir Probiotic), PC 오가닉스 유기농 케피어 우유(PC Organics Organic Kefir Milk)가 있습니다.

Q. 캐나다에서 일반 식품에 기능성 문구를 사용하는 것이 허용되나요? ‘헬리코박터’와 ‘프로바이오틱스’, ‘특허유산균’와 같은 건강 관련 용어를 제품 라벨에 사용할 수 있나요?

프레지던츠 초이스 딸기 케피어 프로바이오틱 제품은 ‘케피어 음료는 12가지 다른 박테리아 배양으로 만들어지며, 250mL당 20억 개의 프로바이오틱 활성 배양균을 제공함’ 및 ‘칼슘의 훌륭한 공급원임’라는 문구를 사용하여 건강 관련 측면을 적극적으로 광고합니다. 또한, 리버테 1% 케피어(Liberté 1% Kefir) 제품은 ‘이 제품은 20억 개 이상의 프로바이오틱스를 특징으로 함’ 및 ‘10종의 활성 배양균’이라는 문구로 광고하고 있습니다.

Q. 캐나다 소비자들은 저당 제품을 선호하나요? ‘저당’, ‘대한민국 No.1’과 같은 홍보문구를 사용할 수 있을까요?

보통 소비자들은 일반 식품을 선호합니다. 특정 식단이나 스포츠 훈련을 진행할 때 주로 저당 및 무설탕에 관심을 가집니다.

33) 사진 자료: 로블로스 토론토 레이크쇼어(Loblaws Toronto Lakeshore) 홈페이지

Q. 고객사 제품의 성분이 캐나다 내 판매 가능한지 피드백을 제공해 주세요.

프레지던츠 초이스 딸기 케피어 프로바이오틱 제품은 탈지 우유, 탈지 우유 분말만 사용하며, 구체적인 박테리아는 제공하지 않습니다. 또한, 리버테 1% 케피어 제품 성분은 부분 탈지 우유(우유, 비타민 D3), 100% 캐나다산 우유, 박테리아 배양으로 구성되어 있습니다.

Q. 고객사의 제품 수출 시, 오프라인으로 진출하려면 어떤 유통채널로 진출하는 것이 좋은가요?

오프라인 식료품 쇼핑은 온라인으로 주문하는 것보다 훨씬 더 인기가 있습니다. 약국은 소화 문제를 가진 고객이 많이 방문하기 때문에 좋은 채널이 될 수 있습니다. 또 다른 채널은 편의점으로, 음료가 많고 일회성 고객 시장이 크기 때문에 제품이 더 많이 대중에게 노출될 수 있습니다.

Q. 고객사 제품을 캐나다에서 홍보 시, 어떤 채널 및 홍보 방법으로 진행하면 효과적일까요?

소셜 미디어와 인플루언서 마케팅은 제품을 광고하는 데 좋은 방법입니다. 로블로스는 페이스북과 인스타그램에서 제품을 성공적으로 광고하고 있습니다. 또한, 식품 테스트와 매장 내 특별 배치 및 할인 행사도 진행합니다. 또 다른 옵션으로는 타겟팅 구글 광고와 검색 엔진 최적화(SEO)가 있습니다. 바이오 케이플러스(Bio K+)와 같은 브랜드는 타겟 디지털 광고와 SEO 전략을 사용하여 프로바이오틱스 음료와 보충제를 홍보하고 장 건강에 대한 이점을 강조합니다. ‘면역력을 위한 프로바이오틱스’ 및 ‘장 건강’과 같은 키워드에 집중하여 바이오 케이플러스는 검색 엔진 결과에서 우위를 점할 수 있었습니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Non-Alcoholic Drinks market - Canada', 2024.09
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Digestives & Intestinal Remedies market - Canada', 2024.09
3. 모르도르인텔리전스(Mordor Intelligence), '발효 음료 시장 규모 및 점유율 분석, 동향 및 예측(2024-2029)', 2023
4. 한국농정, '캐나다가 낙농을 지키는 방법', 2018.08
5. 모르도르인텔리전스(Mordor Intelligence), 'Fermented Drinks Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029)'
6. 캐나다관보(Canada Gazette), 'Marketing Authorization for Vitamin D in Yogurt and Kefir', 2024.03
7. KOTRA해외시장뉴스, '[트렌드] 캐나다 K-Food 유통망 트렌드', 2023.06
8. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in the Canada as of June 2024', 2024.08
9. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024', 2024.08
10. 캐나다 법무부(Department of Justice Canada) 「Consumer Packaging and Labelling Act」, 2023.06
11. 캐나다 식품검사청(CFIA: Canadian Food Inspectin Agency), 'ligible countries and meat products for importation into Canada', 2023.04
12. 한국농수산물유통공사, 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드, 2022.09

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. KOTRA해외시장뉴스 (dream.kotra.or.kr)
5. 모르도르인텔리전스(Mordor Intelligence) (www.mordorintelligence.com)
6. 한국농정 (www.ikpnews.net)
7. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
8. 월마트 캐나다(Walmart Canada) (www.walmart.ca)
9. 로블로스(Loblaws) (www.loblaws.ca)
10. 로블로(Loblaw Companies Limited) (www.loblaw.ca)
11. 씨비씨(CBC) (www.cbc.ca)
12. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
13. 위키미디어어커먼즈(Wikimedia Commons) (www.wikimediacommons.com)
14. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.ca)
15. 밴쿠버중앙일보 (www.joinsmediacanada.com)
16. 글로벌뉴스(Global News) (globalnews.ca)
17. 갤러리아(Galleria) (www.galleriasm.com)
18. 포스퀘어(Foursquare) (www.foursquare.com)
19. 쿠슈타르(Couche-Tard) (www.couche-tard.com)
20. 스톡애널리시스(Stock Analysis) (stockanalysis.com)
21. 알리멍타시옹쿠슈타르(Alimentation Couche-Tard) (corpo.couche-tard.com)
22. CSP데일리뉴스(CSP Daily News) (www.cspdailynews.com)
23. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
24. 월마트마켓플레이스캐나다(Walmart Marketplace Canada) (www.walmart.ca/marketplace)
25. 이컴서클(EcomCircles) (ecomcircles.com)
26. 캐나다 식품검사청(CFIA: Canadian Food Inspectin Agency) (inspection.canada.ca)
27. 한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
28. 캐나다 보건부(Health Canada) Maximum residue limits search (pest-control.canada.ca/pesticide-registry/en/mrl-search)
29. 플라티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
30. 월마트(Walmart) (www.walmart.ca/en)
31. 메트로 프론트 스트리트 마켓(Metro Front Street Market) (www.metro.ca/en)
32. 로블로스 토론토 레이크쇼어(Loblaws Toronto Lakeshore) (www.loblaws.ca)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.10.11

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