

# 2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-07  
품목 | 정제형 조미료(Seasoning Tablets)  
HS CODE | 2103.90-9030  
국가 | 독일(Germany)



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### I. 요약

1. 요약	04
-------	----

### II. 시장규모

1. 독일 소스 & 향신료 시장규모	06
2. 독일 향신료 & 요리용 허브 시장규모	07
3. 독일 정제형 조미료 수입규모	08

### III. 시장트렌드

1. 인기브랜드 1위: '베게타'	11
2. 성분 키워드 1위: '허브'	12
3. 홍보문구/인증 키워드 1위: '비건'	13

### IV. 유통채널

1. 독일 정제형 조미료 유통채널 점유율	15
2. 독일 정제형 조미료 주요 유통채널	16



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### V. 진입장벽

1. 독일 정제형 조미료 통관 및 검역 절차	27
2. 독일 정제형 조미료 품질 인증	30
3. 독일 정제형 조미료 라벨링	37
4. 독일 정제형 조미료 성분 및 유해물질	42

### VI. 수입·유통업체 인터뷰

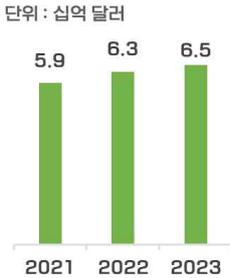
1. 레베(Rewe)	46
2. 알디 수드(Aldi Sued)	48
3. 카우플란트(Kaufland)	50
※ 참고문헌	52



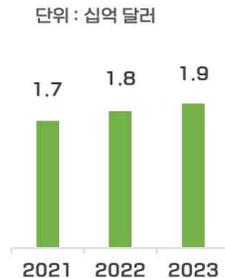
# 독일 정제형 조미료 시장

## 시장 현황

### 소스&향신료 시장규모



### 향신료&요리용 허브 시장규모



## 수출입 현황

### 수출입 현황 (HS CODE 2103.90 기준)



### 국가별 수입규모



## 시장 트렌드

### 빅데이터 분석



\* 독일 온라인 쇼핑몰 정제형 조미료 관련 게시물 217건 분석 결과

## 주요 유통채널

### 유통채널 점유율



## 통관 및 제도

### 수출 통관 유의사항

**세금**  
협정 세율 0%

**사전 준비**  
세관등록번호(EORI) 발급 **必**  
수출입안전관리  
우수공인업체(AEO) 인증 권장

### 권장 인증



### 유의사항

**라벨 필수 표기사항**  
유통기한, 순중량, 영양정보, 첨가물, 원산지 등

**일회용 플라스틱 규제 시행**  
대체 가능한 일회용 플라스틱 제품 10개의 사용을 금지함

## 수입유통업체 인터뷰

### 인터뷰 대상 :



### Point 01.

**제품 수요** 대체로 은은하고 자연스러운 맛을 내는 천연 재료의 조미료 제품을 선호하며, 사용이 간편한 제형은 바쁜 현대인들에게 수요가 있음  
**제품 트렌드** 천연 성분 사용과 자극적이지 않은 맛이 선호되며, 환경을 중시하는 재활용 가능한 종이 상자 포장 형태를 권장함  
**제품 적정 유통채널** 프리미엄 슈퍼마켓 체인, 아시아 마트, 유기농 식품 전문점을 통해 제품을 소개하는 것을 권장함

### Point 02.

**제품 가격 피드백** 독일의 프리미엄 유기농 조미료 제품과 유사한 수준으로, 품질 합리화 가능 시 합리적인 편임  
**소비자 선호도 피드백** 외국 음식을 낯설게 여기는 경우가 많아 명확한 제품 정보 제공이 중요하며, 아시아 요리에 익숙한 소비자 공략을 권장함  
**제품 마케팅 피드백** SNS를 활용한 제품 설명 및 활용법 영상 콘텐츠와 유기농, 무첨가물, 자연 등을 강조한 라벨링으로 신뢰성 강화를 권장함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# II 시장규모



1. 독일 소스 & 향신료 시장규모
2. 독일 향신료 & 요리용 허브 시장규모
3. 독일 정제형 조미료 수입규모

## 1. 독일 소스 & 향신료 시장규모

독일 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	35만 7,580km <sup>2</sup>
인구	8,448만 명
GDP	4조 1,000억 달러
GDP (1인당)	4만 9,120달러

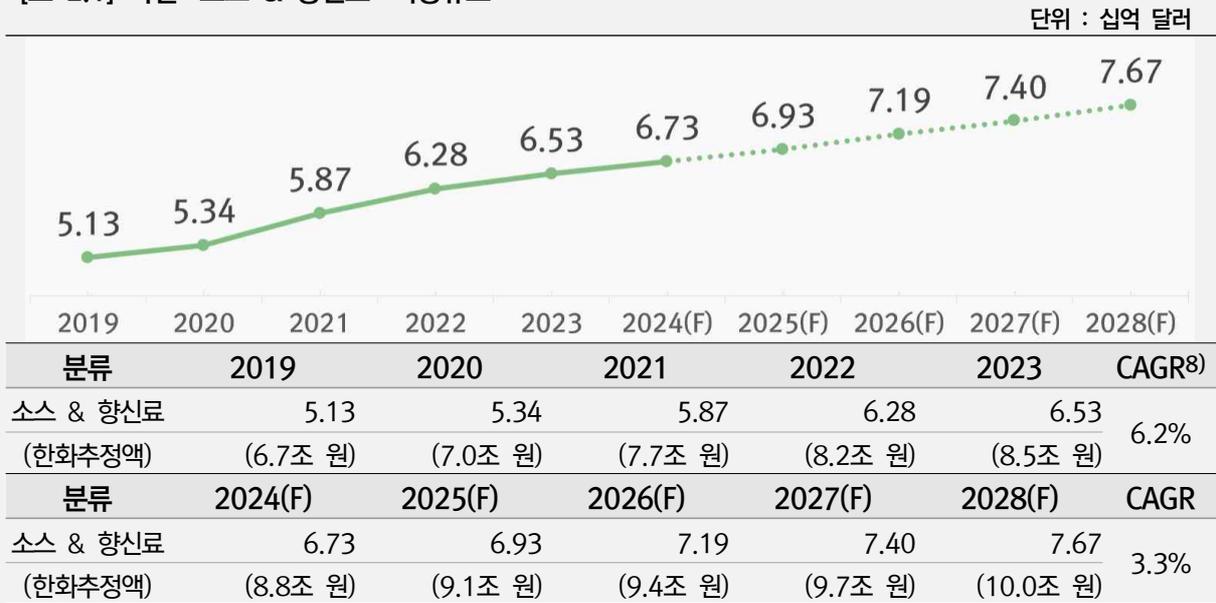
### ▶ 독일 2023 소스 & 향신료 시장규모 8.5조 원<sup>2)3)4)</sup>

2023년 기준 독일 소스 & 향신료 시장규모는 8.5조 원임. 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률은 6.2%로, 2019년 시장규모 6.7조 원에서 2023년 8.5조 원으로 꾸준히 성장해왔음. 특히 2021년은 전년 대비 9.9% 증가하며 높은 성장률을 기록함

### ▶ 독일 소스 & 향신료 시장규모, 향후 5년간 3.3%씩 성장 예상

향후 5년(2024-28년)간 독일 소스 & 향신료 시장은 연평균 3.3%씩 성장하여 2028년에는 10.0조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 2024년 독일 내 음식점 부가가치세 인상으로 인해 다시 가정에서 요리하는 인구가 증가하며 소스 & 향신료 시장이 더욱 확대될 것으로 예상됨. 또한, 신선한 과일과 채소의 가격 상승으로 인해 이에 대한 대체제로 요리에 맛을 더하는 향신료 소비가 증가할 것으로 전망됨<sup>5)</sup>

[표 2.1] 독일 '소스 & 향신료' 시장규모<sup>6)7)</sup>



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부 홈페이지
- 2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Sauces & Spices - Germany', 2024.10
- 3) 스태티스타에 따르면, '소스 & 향신료(Sauces & Spices)' 시장은 음식 준비 과정에서 사용되는 부수적인 재료들을 포함하며, 맛, 질감, 외관을 개선하는 액체 또는 반액체 조제품인 소스와 음식에 맛, 향, 색을 더하는 말린 씨앗이나 열매 등을 의미하는 향신료를 포함함
- 4) 조사제품 '정제형 조미료'는 멸치를 포함한 19종의 농수산물을 함유한 정제형 조미료임. 이에 '향신료 & 요리용 허브' 시장과 상위 시장인 '소스 & 향신료' 시장의 규모를 조사함
- 5) 자료: 민텔(Mintel), 'Gewürze Markt Report 2023 - Deutschland', 2024
- 6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 7) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)
- 8) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

## 2. 독일 향신료 & 요리용 허브 시장규모

### ▶ 독일 2023년 향신료 & 요리용 허브 시장규모 2.5조 원<sup>9)10)</sup>

2023년 독일의 향신료 & 요리용 허브 시장규모는 전년 대비 5.4% 성장한 2.5조 원에 달함. 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률은 7.4%로 나타났음. 특히 2021년은 전년 대비 11.0% 증가하며 높은 성장률을 기록함. 또한, 독일 소비자의 97%가 향신료를 사용하고 있으며, 후추, 소금, 고추가 가장 많이 사용되는 향신료인 것으로 조사됨<sup>11)</sup>

### ▶ 독일 향신료 & 요리용 허브 시장, 향후 성장세 지속 전망

독일 향신료 & 요리용 허브 시장은 2028년까지 연평균 4.0%씩 성장하여 2028년에는 약 3.1조 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 특히, 밀키트와 같은 편리한 식사 솔루션에 대한 수요 증가, 아시안 소스와 같은 이국적인 맛에 대한 선호도 상승, 그리고 친환경 및 유기농 제품에 대한 수요가 이 시장을 주도할 것으로 조사됨<sup>12)</sup>

[표 2.2] 독일 '향신료 & 요리용 허브' 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Spices & Culinary Herbs - Germany', 2024.10

10) 스태티스타에 따르면, '향신료 & 요리용 허브' 시장은 음식의 맛, 향, 색을 위해 첨가되는 소금, 말린 씨앗, 열매 등을 포함하고 있음

11) 자료: 가스트로비전(Gastro Vision), 'Deutsche verwenden am meisten Pfeffer und Salz', 2022.08

12) 자료: 민텔(Mintel), 'Gewürze Markt Report 2023 - Deutschland', 2024

### 3. 독일 정제형 조미료 수입규모

● HS CODE 2103.90

해당 장에서 조사제품 정제형 조미료는 HS CODE 2103.90으로 분류됨 HS CODE 제2103호의 품명은 '소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·가친 가루와 조제한 겨자'이며, HS CODE 2103.90의 품명은 '기타'로 확인됨

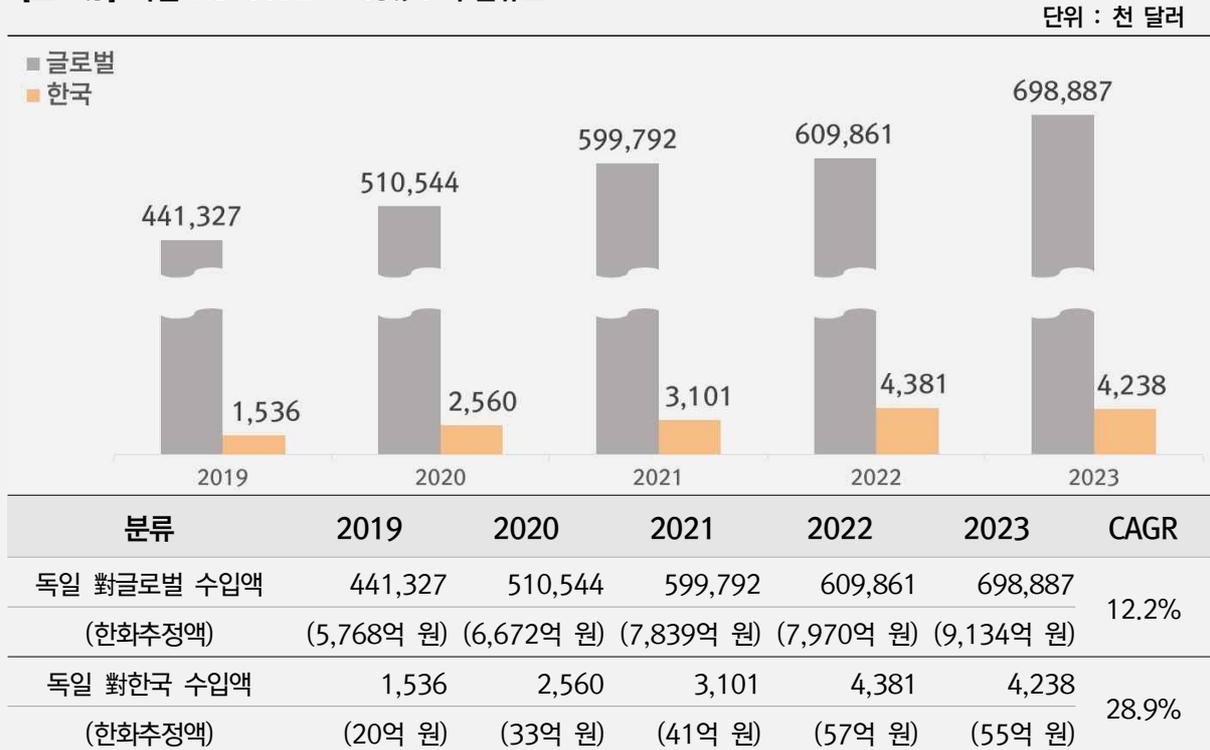
▶ HS CODE 2103.90 독일의 對글로벌 수입액, 9,134억 원

2023년 기준 HS CODE 2103.90 품목에 대한 독일의 對글로벌 수입액은 전년 대비 14.6% 증가한 9,134억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 독일의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 꾸준한 증가세를 보이며 전체 조사 기간 동안 12.2%의 연평균 성장률을 기록함

▶ HS CODE 2103.90 독일의 對한국 수입액, 글로벌 23위

2023년 기준 HS CODE 2103.90 품목에 대한 독일의 對한국 수입액은 전년 대비 3.3% 감소한 55억 원으로 글로벌 23위를 차지함. 해당 품목에 대한 독일의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 성장률 28.9%를 기록하며 꾸준한 증가세를 보였으나, 2023년에는 소폭 감소한 수치를 보임. 한편, 2023년 기준 해당 품목에 대한 독일의 對글로벌 수입액 1위는 이탈리아(2,605억 원), 2위는 네덜란드(1,192억 원), 3위는 폴란드(870억 원)인 것으로 확인됨

[표 2.3] 독일 HS CODE 2103.90 수입규모



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# III 시장트렌드



1. 인기브랜드 1위: '베게타'
2. 성분 키워드 1위: '허브'
3. 홍보문구/인증 키워드 1위: '비건'

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 독일 온라인 쇼핑몰 입점 정제형 조미료

- 데이터 수집 키워드 : 조미료(Würzmittel)
- 데이터 수집량 : 217건
- 데이터 수집원 : 독일 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)

### ▶ 독일 온라인 쇼핑몰 입점 정제형 조미료 특징 분석

- 데이터 분석 항목
  - ① 브랜드 ② 성분 ③ 홍보문구/인증

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
브랜드	베게타	Vegeta	66	폭스	Fuchs	8
	크노르	Knorr	31	양커크라우트	Ankerkraut	6
	아자프란	Azafran	20	JKR스파이스	JKR Spices	5
	매기	Maggi	16	하르트콘	Hartkorn	5
성분	허브	Herb	27	양파	Onion	4
	셀러리	Celery	21	고추	Chili	4
	후추	Pepper	16	파슬리	Parsley	2
	소금	Salt	14	당근	Carrot	2
	마늘	Garlic	4	토마토	Tomato	1
홍보문구 /인증	비건	Vegan	47	글루텐 프리	Gluten Free	14
	유기농	Organic	43	무첨가	No Additives	8
	천연	Natural	29	페어 트레이드	Fair Trade	4
	프리미엄	Premium	17	무방부제	No Preservatives	3

## 1. 인기브랜드 1위: ‘베게타’

### ▶ 독일 정제형 조미료 브랜드 ‘베게타’ 키워드 빈도 1위

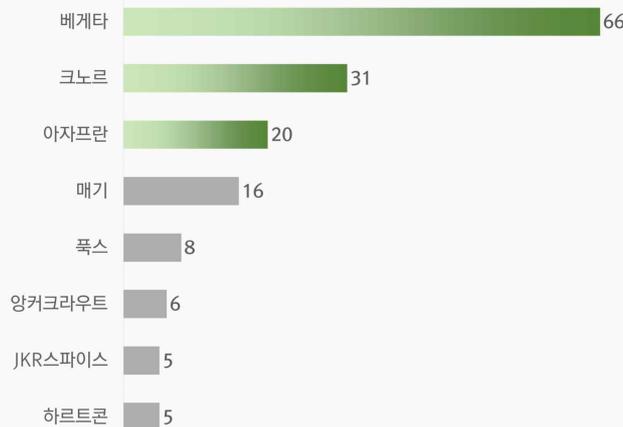
- 독일 정제형 조미료 시장의 브랜드 관련 키워드 분석 결과, 크로아티아 브랜드 ‘베게타’가 빈도 66건으로 가장 많이 도출됨
- ‘베게타’는 최근 서유럽에서의 사업을 강화하고 있으며, 특히, 2024년 독일 내 매출은 전년 대비 78.4% 성장함<sup>13)</sup>

### ▶ ‘크노르’와 ‘아자프란’이 2위와 3위 기록

- 국내에서도 치킨스톡 등 서양 조미료 제품으로 잘 알려진 글로벌 브랜드인 ‘크노르’가 31건 빈출되며 2위를 기록함
- 3위 ‘아자프란’은 샤프란을 비롯한 다양한 향신료를 판매하는 독일 브랜드로, 총 20건 도출됨

베게타		크노르		아자프란	
					
제품명	스파이스 믹스 위드 베지터블 (Spice Mix with Vegetables)	제품명	아로마 리필백 (Aromat Refill Bag)	제품명	우마미 야채 양념 (Umami Alleswürzer Vegetable Seasoning)
브랜드	베게타(Vegeta)	브랜드	크노르(Knorr)	브랜드	아자프란(Azafran)
용량	250g x 6개	용량	100g	용량	250g
가격	16.94유로(24,498원 <sup>14)</sup> )	가격	1.99유로(2,878원)	가격	9.99유로(14,447원)

[표 3.1] 독일 판매 정제형 조미료 브랜드 관련 키워드



자료: 독일 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘정제형 조미료’ 관련 게시물 217건 분석

13) 크로아티아온라인(Croatianas Online), ‘Vegeta in a new guise will first appear on the shelves of German stores’, 2024.09

14) 1유로=1,446.15원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 성분 키워드 1위: ‘허브’

### ▶ 독일 정제형 조미료 성분으로 ‘허브’ 빈출

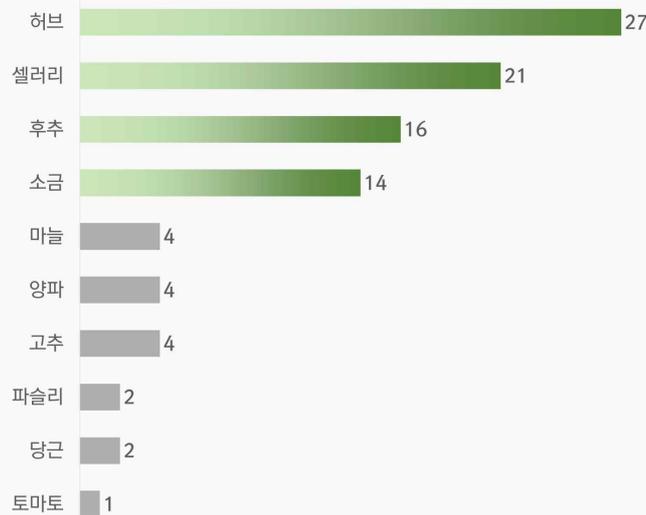
- 독일 현지 온라인 몰에서 판매 중인 정제형 조미료 성분 관련 키워드로 ‘허브’가 27건으로 가장 많이 도출됨
- 2위 ‘셀러리’는 21건 도출되었으며, 그 외에도 ‘파슬리’가 확인되면서 독일 조미료 제품에 다양한 허브 식물이 들어가는 것을 알 수 있음

### ▶ ‘후추’와 ‘소금’이 3위와 4위 기록

- 독일에서 판매 중인 조미료 성분으로 ‘후추’가 16건 도출되었으며, 그 외에도 ‘마늘’과 ‘양파’ 등 다양한 향신료 성분이 확인됨
- ‘소금’ 관련 키워드가 14건으로 4위를 기록하였으며, 데이터 확인 결과, 깨 등의 다양한 맛이 가미된 조미료 소금 제품이 다수 확인됨

허브, 셀러리		후추		소금	
					
제품명	허브링스 스파이스믹스 (Herb Rings Spice Mix)	제품명	스파이스 믹스 3 (Spice Mix 3)	제품명	바이오 고마시오 (Bio Gomasio)
브랜드	크노르(Knorr)	브랜드	매기(Maggi)	브랜드	테라사나(Terasana)
용량	60g	용량	65g x 8개	용량	100g
가격	1.99유로(2,878원)	가격	14.32유로(20,709원)	가격	6.99유로(10,109원)

[표 3.2] 독일 판매 정제형 조미료 성분 관련 키워드



자료: 독일 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘정제형 조미료’ 관련 게시물 217건 분석

### 3. 홍보문구/인증 키워드 1위: '비건'

▶ 독일 정제형 조미료 홍보문구 및 인증 1위 키워드, '비건'

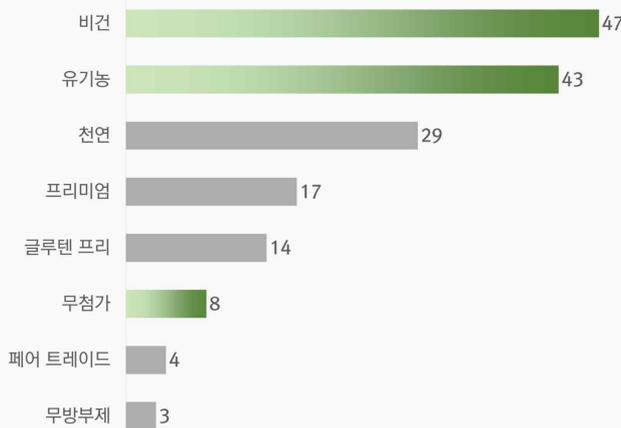
- 독일 온라인 몰에서 판매 중인 독일 정제형 조미료 제품의 홍보문구 및 인증 키워드 중 '비건' 키워드가 47건으로 가장 많이 도출됨
- 다음으로 '유기농'이 43건으로 2위를 기록했으며, '천연', '글루텐 프리', '무첨가' 등 건강한 제품임을 인증하는 키워드가 다수 확인됨

▶ 건강한 식생활 추구하는 독일 소비자

- 이처럼 건강한 제품 관련 키워드가 다수 확인된 데에는 건강한 식생활을 추구하는 독일 소비자의 트렌드가 반영된 것으로 해석됨
- 특히, 최근 독일 내 채식주의자가 증가함에 따라 비건 인증된 조미료 제품에 대한 수요는 더욱 증가할 것으로 예상됨<sup>15)</sup>

비건		유기농		무첨가	
					
제품명	파이브 차이나이즈 스타일 스파이스 (Five Chinese style spices)	제품명	오가닉 베지터블 믹스 (Organic Vegetable Mix)	제품명	우마미(Umami)
브랜드	폭스(Fuchs)	브랜드	베지퓨어(VeggiePur)	브랜드	헤주(He-Ju)
용량	40g	용량	130g x 2개	용량	200g
가격	3.99유로(5,770원)	가격	15.00유로(21,692원)	가격	7.99유로(11,555원)

[표 3.3] 독일 판매 정제형 조미료 홍보문구/인증 관련 키워드



자료: 독일 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '정제형 조미료' 관련 게시물 217건 분석

15) 민텔(Mintel), 'Gewürze Markt Report 2023 - Deutschland', 2023

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# IV 유통채널



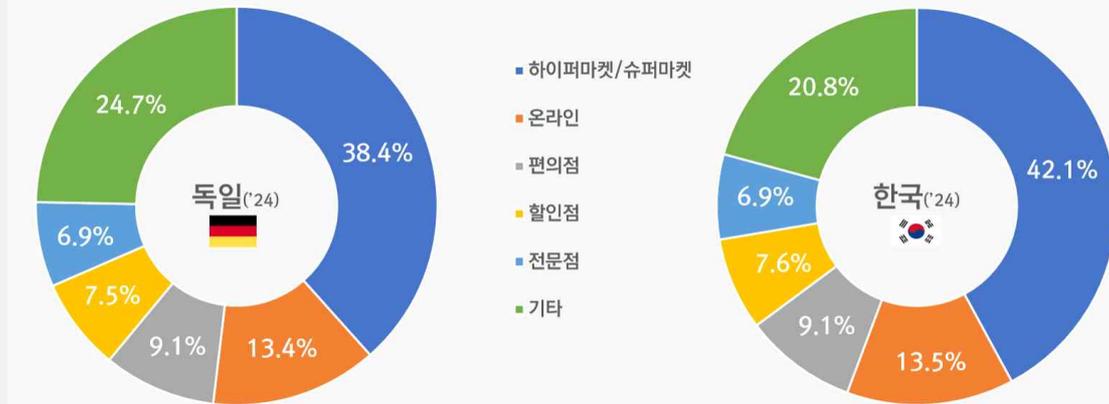
1. 독일 정제형 조미료 유통채널 점유율
2. 독일 정제형 조미료 주요 유통채널

## 1. 독일 정제형 조미료 유통채널 점유율

### ▶ 독일 내 정제형 조미료 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

2024년 기준, 독일 내 정제형 조미료를 비롯한 식료품 유통채널에서는 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 38.4%의 점유율로 1위를 차지함. ‘기타’ 채널은 24.7%로 2위를 기록했으며, ‘온라인’ 채널은 13.4%로 3위에 자리함. 이외에도 ‘편의점’(9.1%), ‘할인점’(7.5%), ‘전문점’(6.9%)이 뒤를 이었음. 한국의 경우, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 42.1%로 1위, ‘기타’ 채널이 20.8%로 2위, ‘온라인’이 13.5%로 3위를 기록함. 이러한 점유율 분석 결과, 독일의 식료품 유통채널 점유율은 한국과 비슷한 경향을 보이는 것으로 조사됨. 독일에서 정제형 조미료를 유통할 때에는 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’을 중심 채널로 설정하면서도, ‘온라인’ 채널에 대한 전략도 병행하는 것이 필요함

[표 4.1] 독일 및 한국 정제형 조미료 소매유통채널 점유율 비교



독일 및 한국 정제형 조미료 소매유통채널 점유율 비교<sup>16)17)18)</sup>

독일	유형	한국
38.4%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	42.1%
13.4%	온라인	13.5%
9.1%	편의점	9.1%
7.5%	할인점	7.6%
6.9%	전문점	6.9%
24.7%	기타 <sup>19)</sup>	20.8%

자료: 스탯시타(Statista)

16) ‘정제형 조미료’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 상위 카테고리인 식료품 유통채널 정보를 확인함

17) 자료: 스탯시타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in Germany 2024’, 2024.08

18) 자료: 스탯시타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in South Korea 2024’, 2024.08

19) 본 보고서에서 기타는 재래시장, 유기농 전문점, 드럭스토어 등을 포함하고 있음

## 2. 독일 정제형 조미료 주요 유통채널 ① 에데카

기업 기본 정보	기업명	에데카(Edeka)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.edeka.de		
	위치	독일 전역		
	규모	순 매출액('23)	• 71억 유로(10조 2,677억 원 <sup>20)</sup> )	
	기타 규모	• 매장 수('23): 1만 1,048개 • 직원 수('23): 35만 명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 에데카 마켓(Market), 센터(Center), 익스프레스(Express) 등 다양한 형태의 매장을 운영하고 있는 독일 내 인지도 높은 슈퍼마켓 체인</li> <li>• 에데카24(EDEKA24) 홈페이지를 통해 온라인 서비스 제공</li> <li>• 다양한 제품군의 자체 브랜드 상품을 보유하고 있음</li> <li>• 2023년 독일에서 소매업계의 우수한 성과를 인정받아 리테일 어워드에서 수상함</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 소스류, 스낵류, 생활용품 등		
	선호 제품	• 신선식품, 즉석식품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 좌측 하단의 'Kontakt(문의)' 클릭</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                                 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(회사명, 담당자명, 이메일 주소, 연락처 등)</li> <li>② 문의 내용</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: info@edeka.de</li> <li>- 전화번호: +49-800-335-5211</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 에데카(Edeka)

사진 자료: 드림스타임(Dreamstime), 에데카(Edeka), 옥타라이트(Oktalite)

20) 1유로=1,446.15원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 독일 정제형 조미료 주요 유통채널 ② 카우프랜드

기업 기본 정보	기업명	카우프랜드(Kaufland)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.kaufland.de	
	위치	독일 전역	
	규모	매출액('22) • 342억 유로(49조 4,583억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 768개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>슈바르츠 그룹(Schwarz Gruppe)이 운영하는 글로벌 하이퍼마켓 체인</li> <li>1984년 독일에서 첫 매장을 열었으며, 현재 크로아티아, 체코, 폴란드, 루마니아 등 여러 국가에 진출해 있음</li> <li>2020년 리얼(Real)의 온라인 상점을 인수하여 2021년부터 온라인 플랫폼도 운영하며 디지털 쇼핑 시장에서도 입지를 넓힘</li> <li>2024년에는 두 곳의 소비자 잡지사로부터 자체 브랜드 제품에 대해 최고 등급을 획득하며 품질을 인정받음</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품, 유제품, 면류, 음료류, 소스류, 유아용품, 주방용품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>브랜드 신뢰도가 높은 제품, 신제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지를 통한 입점 문의 (beschaffung.schwarz/geschaeftpartner)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 'Kontaktformular(문의 양식)' 클릭하여 작성한 후, 'Absenden(제출)' 클릭</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 담당자 정보(담당자 주소, 담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소 등)</li> <li>② 회사 정보(회사 이름, 창립 연도, 우편 주소, 전화번호, 등록 국가, 웹사이트 등)</li> <li>③ 서비스 및 상품 정보</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: service@kaufland.de(카우프랜드) presse@mail.schwarz(슈바르츠 그룹 협업 문의)</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 카우플랜드(Kaufland), 슈바르츠 그룹(Schwarz Gruppe)

사진 자료: 카우플랜드(Kaufland), 구글맵(Google Maps)

## 2. 독일 정제형 조미료 주요 유통채널 ③ 고아시아

기업 기본 정보	기업명	고아시아(Go Asia)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.goasia.net	
	위치	독일 전역	
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 약 56개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2009년 설립된 아시아 식료품 전문점으로, 한국, 일본, 중국산 제품 판매 중</li> <li>• 온라인몰을 통해 50유로 이상 구매 시 무료 배송 서비스 제공 중</li> <li>• 다양한 아시아산 수산물 관련 제품 및 스낵 판매 중</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 아시아산 제품, 건강한 제품, 즉석식품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: service@goasia.net</li> <li>- 전화번호: +49-30-3988-2855</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 고아시아(Go Asia)

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

## 2. 독일 정제형 조미료 주요 유통채널 ④ 와이마트

기업 기본 정보	기업명	와이마트(Y-mart)	
	기업구분	아시아마트/한인마트	
	홈페이지	www.Y-mart.de	
	위치	프랑크푸르트암마인(Frankfurt a.M.)	
	규모	기타 규모 • 매장 수(‘23): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>독일 내 대형 한인마트로, 매장이 깔끔하고 다양한 제품군을 제공함</li> <li>제품의 90% 이상이 한국 제품으로 이뤄진 한인마트이며, 한국의 유명 식품 브랜드와 신제품도 다수 구비되어 있음</li> <li>70유로 이상 온라인물 주문 시 배송, 배달, 픽업 서비스를 제공함</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 육류, 냉동식품, 스낵류, 반찬류, 식기, 서적 등	
	선호 제품	• 한국 식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>이메일 또는 유선 연락을 통한 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: info@y-mart.de</li> <li>- 전화번호: +49-69-3003-8990</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 와이마트(Y-mart)

사진 자료: 와이마트(Y-mart), 구글맵(Google Maps)

## 2. 독일 정제형 조미료 주요 유통채널 ⑤ 아마존 독일

기업 기본 정보	기업명	아마존 독일(Amazon.de)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰 		
	홈페이지	www.amazon.de		
	규모	매출액('23)	• 174억 4,700만 달러(22조 8,015억 원 <sup>21)</sup> )	
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월 <sup>22)</sup> ): 4억 770만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 190만 개 기업의 상품을 보유하고 있으며, 분당 7,400개의 제품 구매가 이루어지고 있는 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰</li> <li>• 1998년부터 독일에 진출하였으며, 2023년 기준 독일의 식음료 이커머스 시장에서 온라인 매출 상위 3위 안에 속함</li> </ul>			

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	양커크라우트(Ankerkraut), 스테이스파이스드!(Stay Spiced!) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	 <p>시즌별 할인, 한정 기간 할인, 카테고리별 할인, 기프트카드 제공 등 다양한 프로모션 상시 진행</p>
------------	--

입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아마존 판매 플랫폼 접속하여 계정 생성(sellercentral.amazon.com)</li> <li>- Grocery&amp;Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인</li> <li>- 제품 홈페이지 등록 및 필요 정보 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 입점 문의 후 등록 (services.amazon.de/service/kontaktieren-sie-uns.html) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정보 기입 후 입점 사항 논의 후 진행</li> <li>- 홈페이지 기입 정보(제품군, 예상 판매액, 회사정보 등)</li> </ul> </li> <li>• 기타 주의사항 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아마존 행동 강령 및 소비자에 대한 식품 관련 정보 제공에 관한 EU 규정 준수</li> <li>- 식료품을 포함한 10개 카테고리에 대한 제품은 승인 절차를 거쳐야 입점 가능</li> </ul> </li> </ul>
----------	--

자료: 아마존 독일(Amazon.de), 이씨디비(ECDB), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 아마존 독일(Amazon.de)

21) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준을 적용)

22) 2024년 9월 한 달간 집계된 홈페이지 방문자 수에 해당함

입점 등록 절차  
UI ①

기본 담당자 정보

이름:  중간 이름:  성:   
 \* 이름이나 신분증에 표시된 것과 같이 전체 이름을 입력하십시오.  
 \* 새 휴대폰 번호 추가

시민권 보유 국가:

출생 국가:  생년월일(BB/MM/YYYY):

거주지 주소:  우편번호:   
 \* 새 휴대폰 번호 추가

주소란 1:  아마존/간음/로/기타:   
 시/도:  시/도/지역:

연락처 전화번호:

주 연락 담당자가 있는지 확인  
 회사의 설립 소유자  
 회사의 법적 대표자

기본 연락처의 담당자가 사업체의 유일한 실질 소유자입니다.  
 Yes  No

본인은 본인임을 대신하여 또는 등록된 비즈니스를 대리하여 활동하며, 변경 사항이 발생할 때마다 실질 소유자 정보를 업데이트해야 함을 확인합니다.

① 공급 담당자 정보(담당자 이름, 연락처, 이메일, 출생일, 출생 국가, 국적, 신분증) 입력

입점 등록 절차  
UI ②

amazon seller central

1 회사 정보 — 2 결제 정보 — 3 청구 — 4 스토어 — 5 인증

판매대금 인출 정보  
 신용 카드 또는 직불 카드 상세 정보

Monthly Subscription Fee  
 You will be charged a Professional selling subscription fee of 39.99 USD for the first month. You will continue to be charged this fee each month if you have active listings. If you do not have active listings, you will not be charged a subscription fee in that month. If you expand to sell in other stores, you will pay the equivalent of 39.99 USD per month, split proportionately across each country or region in which you have an active listing and charged separately in each local currency. You can downgrade at any time. For more information, see this page.

Limited Period Offer - Register and get six-month subscription at 1 USD. Refer here for details.

Card number:  Expires on:  1  2024   
 Card holder's name:

② 지불 방식 입력(신용카드 번호 확인 절차)  
- 월 이용료 39.99달러(52,263원) 부과

자료: 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central)  
사진 자료: 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central)

▶ **아마존 독일 조미료 베스트셀러**

- 검색 키워드 : 조미료(Gewürz)
- 등록 제품 수 : 3만 건 이상

아마존 독일 조미료 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	앙커크라우트 (Ankerkraut)	매직 더스트 고기용 마리네이드 (Magic Dust Marinade for Meat)	독일	230g	8.99유로 (13,001원)	2,000건 이상	1만 8,667건	
2	블록하우스 (Block House)	스테이크 페퍼 (Steak Pepper)	독일	200g	12.88유로 (18,626원)	1,000건 이상	3,912건	
3	앙커크라우트 (Ankerkraut)	감자튀김 소금 (French fries salt)	독일	270g	6.99유로 (10,109원)	1,000건 이상	5,305건	
4	오스트만 (Ostmann)	렛츠 두 아보카도 (Let's Do Avocado)	독일	120g	3.99유로 (5,770원)	400건 이상	305건	
5	스테이 스파이시드! (Stay Spiced!)	우마미 (Umami)	호주	110g	7.99유로 (11,555원)	700건 이상	895건	
6	굴잔 (Gülcan)	수마크 (Sumach)	(-)	180g	5.68유로 (8,214원)	600건 이상	1,134건	
7	앙커크라우트 (Ankerkraut)	스크램블 에그용 양념 (Rührei Gewürz)	독일	80g	5.99유로 (8,662원)	600건 이상	2,439건	
8	폭스 (Fuchs)	호박 조미료 (Kürbis Gewürzzubereitung)	독일	75g	3.99유로 (5,770원)	900건 이상	2,522건	
9	저스트 스파이시 (Just Spices)	감자튀김용 양념 믹스 (Fried Potato Spice Mix)	독일	72g	6.19유로 (8,952원)	500건 이상	653건	
10	오스트만 (Ostmann)	가람 마살라 양념 믹스 (Garam Masala Spice Mix)	독일	30g	2.29유로 (3,312원)	200건 이상	13건	

자료: 아마존 독일(Amazon.de)

사진 자료: 아마존 독일(Amazon.de)

## 2. 독일 정제형 조미료 주요 유통채널 ⑥ 이베이 독일

기업 기본 정보	기업명	이베이 독일(eBay)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.ebay.de		
	규모	순 매출액('23)	• 9억 7,100만 달러(1조 2,690억 원)	
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월): 1억 2,990만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 세계적으로 유명한 온라인 경매 및 마켓플레이스 플랫폼으로 이베이 독일은 독일어로 운영되고 있음</li> <li>• 전 세계 190개국에서 운영하고 있으며, 각국의 통화로 구매가 가능함</li> <li>• 이베이 플러스(eBay Plus)를 통해 무료 배송과 무료 반품 서비스를 제공하고 있음</li> </ul>			



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	코타니(Kotanyi), 아시아푸드랜드(Asiafoodland) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	<p><b>Technikspaß für alle. Für wenig.</b></p> <p>-15%* auf beliebte Marken wie Xiaomi, BLUETTI, MOULD KING &amp; Co.</p> <p><b>Jetzt sparen</b></p>	
	시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록</li> <li>- 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점</li> <li>- 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능(수수료 건당 10.9%)</li> <li>- 기업 판매자는 25만 개까지 제품 등록 가능(월별 비용과 건당 수수료 4.8%)</li> </ul> </li> <li>• 기타 참고사항                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기타 문의사항은 홈페이지를 통해 가능함</li> <li>- 독일에서 상품 판매시, 독일의 부가가치세 식별번호(VAT ID)를 발급받아야 하며, 포장법(VerpackG)을 준수하여 포장 등록 시스템(LUCID)에 등록해야 함</li> <li>- 다음 웹 페이지 주소에서 판매 상품 리스트, 새 상품 등록, 판매 현황 등 판매 관련된 다양한 정보 확인 가능(pages.Ebay.com/seller-center/index.html)</li> </ul> </li> </ul>
-------------	---------------------	---

자료: 이베이 독일(eBay.de), 스탯istica(Statista), 시밀러웹(Similarweb)  
사진 자료: 이베이 독일(eBay.de)

입점 등록 절차  
UI ①



- 1. Connect a Payoneer account
- 2. Sync your profiles
- 3. Add your financial info
- 4. Submit registration info

Do you have an existing Payoneer account for this business?

We'll send you to Payoneer's Website where you may securely enter your information. After completing, you will automatically be sent back to eBay.

Not ready to link your account? [Go back](#)

eBay account details

Username  
mid040

Country or region  
Korea, South

Account type  
Business

Business name  
midori

- ① 판매자 계좌 연결
- 페이오니아(Payoneer) 계정 연결

입점 등록 절차  
UI ②



- 1. Connect a Payoneer account
- 2. Sync your profiles
- 3. Add your financial info
- 4. Submit registration info

판매 비용에 사용할 카드 추가

eBay에 미납한 금액이 있고 자금이 부족한 경우를 대비하여 카드 등록이 필요합니다. 판매 비용을 위해 추가하는 신용카드는 추가 수수료를 피하기 위해 페이아웃 통화와 일치해야 합니다.

카드 번호   

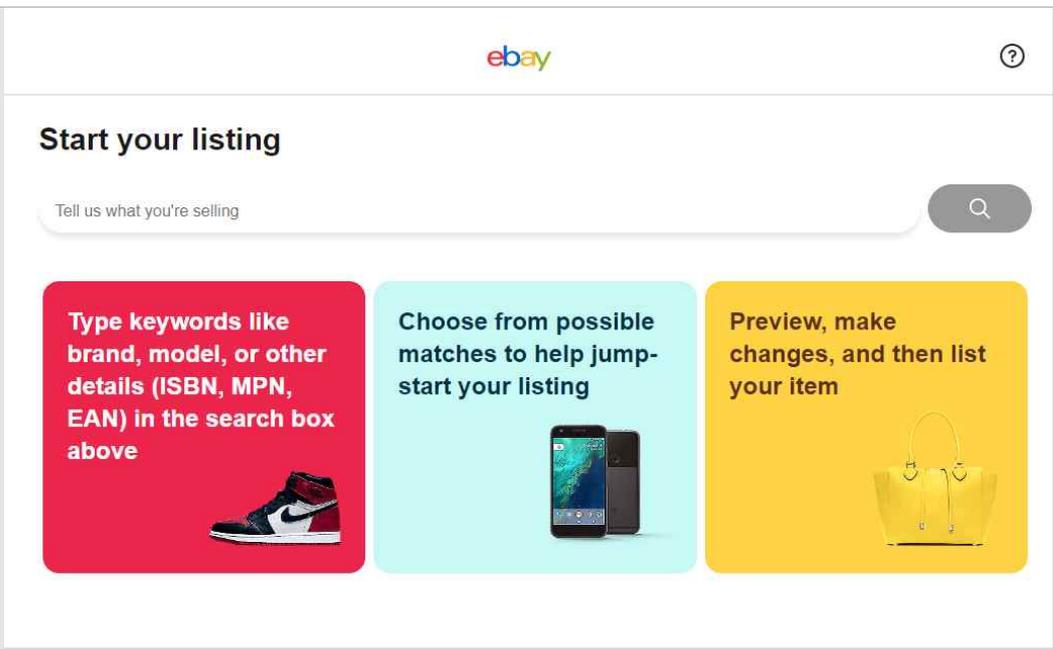
만료일  보안 코드

이름  성

- ② 판매 비용에 사용할 카드 추가(카드 정보 및 주소 입력)

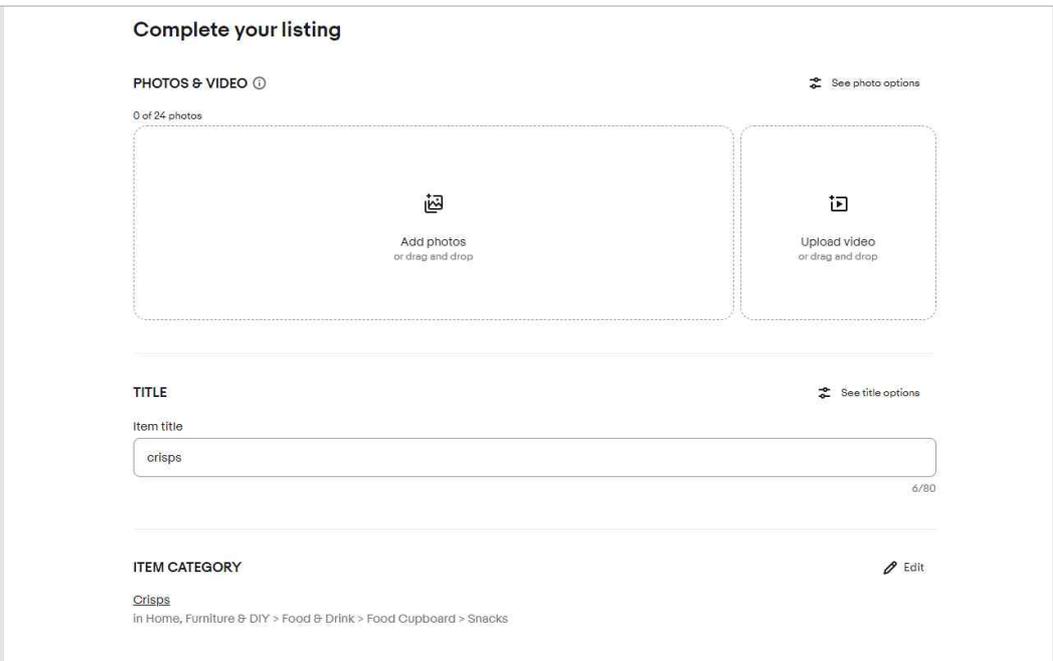
자료: 이베이(eBay)  
사진 자료: 이베이(eBay)

입점 등록 절차  
UI ③



- ③ 공급 제품 등록
- 제품 키워드 입력 시, 유사 품목 자동 추천

입점 등록 절차  
UI ④



- ④ 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 유통기한, 제품 형태, 성분 등)
- 제품 판매 페이지 내 홍보문구 및 제목 입력
- 제품 금액 및 제품 상세 정보 입력

자료: 이베이(eBay)  
사진 자료: 이베이(eBay)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



1. 독일 정제형 조미료 통관 및 검역 절차
2. 독일 정제형 조미료 품질 인증
3. 독일 정제형 조미료 라벨링
4. 독일 정제형 조미료 성분 및 유해물질

## 1. 독일 정제형 조미료 통관 및 검역 절차<sup>23)</sup>

### ▶ 독일 정제형 조미료 수출 시 통관 절차별 주요사항

독일은 유럽연합(EU: Europe United) 회원국으로서, 유럽연합의 모든 지침, 규정 및 의무를 준수함. 유럽연합은 관세동맹에도 해당되기 때문에 유럽연합 역내로 수입되는 동일한 상품에 대해 동일한 세율이 적용됨. 또한, 식품 위생 규정, 라벨링, 통관 검역 등에 관한 규정이 강화 추세이므로, 현지 긴급 검역, 검사 강화 및 통관 지연을 방지하기 위해 수출 전 철저한 규정 숙지와 준비가 필요함

[표 5.1] 독일 정제형 조미료 통관 검역 절차



자료: 관세청, EU 법령포털(EUR-LEX)

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

▶ 독일 정제형 조미료, 직접 통관 진행 시 EORI 번호 발급 必

EORI(Economic Operator Registration Identification)는 경제사업자 등록 및 식별번호로, 유럽연합 회원국으로 직접 통관을 진행하고자 하는 사업체 및 개인은 모든 세관 절차에서 식별번호로 EORI 번호를 사용해야 함. 유럽연합 회원국 세관 당국에 등록된 번호는 전 유럽연합 회원국에서 통용되므로, 다른 회원국으로 수출입 시 해당 회원국 세관에서 다시 EORI 번호를 발급받을 필요가 없음. 따라서 EORI 번호가 없는 경우, 독일의 세관 당국에 EORI 번호 할당을 요청해야 함

[표 5.2] 유럽연합 경제사업자 등록 및 식별번호(EORI)

번호명	EORI	발급 성격	EU 내 수출입업체 식별번호
양식	국가코드 2자리 + SIRET 번호	발급 기관	해당 국가 관세 당국 또는 유럽연합 관세 당국
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>독일 세관(ZOLL) 홈페이지<sup>24)</sup>에서 계정 생성 후 온라인으로 신청 또는 서면을 통하여 신청 가능</li> <li>신청 받은 서류를 심사하여 EORI 발급</li> <li>EORI 번호 발급 이후, 사전에 해당 번호가 유효한지 확인한 후 수입 통관 및 검역 절차를 진행해야 함</li> </ul>		
소요 기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>신청 완료 시점으로부터 최대 30일</li> <li>EORI 번호는 EU 회원국 통합이기 때문에 EU 국가 중 어느 한 국가에서 발급받은 경우 그 번호가 계속 유효하며 중복신청이 불가함</li> </ul>		

자료: 유럽연합 집행위원회, 독일 관세청

24) www.zoll.de

▶ **독일 정제형 조미료, 국내 수출업체 AEO 등록 시 통관 혜택 多**  
 AEO(Authorized Economic Operator: 수출입안전관리 우수공인업체)는 수출입 기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규 준수와 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업을 지칭함. AEO 기업은 신속 통관, 세관검사 면제 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 받는 대신 사회 안전과 국민 건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업은 물품 검사 비율이 축소, 서류 제출 생략 등으로 물류 흐름이 원활해지며, 각종 관세 조사 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금 부담 완화 등의 혜택을 누릴 수 있음

[표 5.3] 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, 보세구역 운영인, 보세운송업자, 화물운송주선업자, 하역업자, 선박회사, 항공사	
AEO 혜택	세관 혜택	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입검사율 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택</li> <li>AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA: Mutual Recognition Agreement)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음</li> </ul>
	경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌</li> <li>통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음</li> <li>AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음</li> </ul>
	비용 절감	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음</li> <li>내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함</li> </ul>
신청방법	1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스(Uni-pass)를 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, 공인경제운영자(TW AEO), 유럽연합 집행위원회(EC)

## 2. 독일 정제형 조미료 품질 인증

- ▶ **독일 정제형 조미료, 유럽 식품안전청 식품안전관리제도 준수 필요**  
 유럽 식품안전청 식품안전관리제도(European Food Safety Authority)는 EU의 식품안전기본법에 따른 식품 위생 기준, 라벨링 규정, 오염물질 허용 기준 등의 준수 여부를 확인하는 인증 제도임. 가공, 부분 가공, 비가공 등 모든 제품에 적용되며, 독일을 포함한 EU 역내국으로 수출 시 준수해야 하는 인증사항임

[표 5.4] 유럽 식품안전청 식품안전관리제도

	발행 및 검사기관	유럽 식품안전청(EFSA: European Food Safety Authority)
	강제 유무	필수
	제출 서류	인증 신청서
	비용	없음
	소요기간	없음
	절차	별도의 신청 절차는 없으나, 불시검사를 통해 EU 식품 관련 규칙 위반 시 수입거부 및 반송, 폐기될 수 있음

자료: 한국농수산물유통공사, 유럽 식품안전청(EFSA)

▶ 독일 정제형 조미료, 필수 인증 無

독일로 정제형 조미료 수출 시 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 다만, 식품 생산 안전 및 유기농 인증을 취득해 활용할 수 있음. 독일의 비건 공식 인증은 존재하지 않으나 과학적인 정보를 기반으로 오해를 불러일으키지 않는 한도 내에서 자율적으로 이에 관한 표기가 가능함. 독일 연방식품농업부(BMEL: Federal Ministry of Food and Agriculture)는 2025년까지 공공시설의 유기농 점유율을 20%까지 증가하는 등 친환경 장려 정책을 추진 중임. 또한, 유럽의 식품업체는 여러 민간 인증기관을 통해 유기농 로고를 부여받고 부착하는 상황이므로 글로벌 인증 취득을 권장함

[표 5.5] 독일 정제형 조미료 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
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	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	영국 소매업 협회 (BRC: British Retail Consortium Standard) 지정 인증기관	
비건 소사이어티 (The Vegan Society Trademark)	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	영국 비건 협회 (The Vegan Society) 또는 영국 비건 협회 한국 에이전트	
브이라벨 (V-Label)	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	유럽 채식주의 협회 브이라벨 공식 홈페이지	

자료: 각 인증기관

▶ **독일, ESG 경영 실천 식품 인증**

유럽연합(EU)의 각종 환경 관련 규제가 강화되며, 식품기업의 ESG 경영에 대한 필요성이 증대함. 또한, ESG 경영을 실천하고 있음을 소비자에게 홍보하기 위한 식품인증을 취득하는 기업이 증가하고 있음. 대표적으로, 탄소저감라벨(Carbon Reduction Label), 공정무역 인증, 비콥 인증 등이 있음

[표 5.6] 독일 정제형 조미료 인증 취득

탄소저감라벨	공정무역 인증	비콥(B Corp) 인증
		

자료: KATI농식품수출정보, Ecolabel Index, Fairtrade International, Benefit Corporation

▶ 독일 뉴트리-스코어 사용 가능

독일은 유럽연합(EU)의 회원국으로 EU의 농식품 수입 규정과 표준을 따르고 있으나, 독일이 국내에 추가로 적용하는 규정과 표준이 있음. 그 예시로는 뉴트리-스코어, 포장재 폐기물 재활용, 유럽연합 기준과 조화되지 않은(not yet harmonized) 특정 오염물질/제품 조합의 최대치가 있음. 뉴트리-스코어(Nutri-Score)는 프랑스에서 개발된 자발적인 추가 영양성분 표시 시스템으로, 소비자가 더 건강한 식료품을 구입할 수 있도록 도와줌. 제품 100g당 설탕, 지방, 섬유질, 단백질 등 성분을 종합하여 5단계의 점수를 부여함. 2020년 11월 6일부터 독일에서 판매되는 식품에는 뉴트리-스코어 시스템을 자율적으로 선택하여 사용할 수 있음<sup>25)</sup>

[표 5.7] 뉴트리-스코어 사용 방법

목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (소비자) 영양정보에 대한 이해 촉진 및 정보에 입각한 제품 선택 장려</li> <li>• (산업계) 보다 건강한 제품 제조 장려</li> </ul>
표시 대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자 식품 정보에 관한 규정 (EU) No 1169/2011에 따른 의무 영양표시 대상 식품</li> <li>- 아로마 허브, 차, 커피, 효모 등 제외한 모든 가공식품</li> </ul>
표시 제외 대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자 식품 정보에 관한 규정 (EU) No 1169/2011 부록 5호에 규정된 의무 영양표시 대상 제외 식품</li> <li>- 비가공식품(예: 신선 채소, 꿀), 0~3세 영유아용 식품 등</li> </ul>
표시 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수직 버전이 기본이며 포장 전면 하단 1/3에 배치</li> </ul> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 로고 너비 = (포장 길이 + 포장 너비) / 10</li> <li>• 로고 너비 최소 17mm, 최대 45mm</li> </ul> </div> </div>

자료: 식품안전정보원 글로벌식품법령기준규격정보시스템

25) 자료: 독일 유로저널, '독일, 건강한 식생활에 도움을 주는 뉴트리-스코어 기준 변경', 2022.07

[표 5.7] 뉴트리-스코어 사용 방법

등록 주체	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 생산업자 또는 유통업자</li> </ul>
등록 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관련 사이트<sup>26)</sup>를 통해 등록 후 무료 사용</li> </ul>
등급 부여 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 100mg 또는 100ml당 좋지 않은 성분과 좋은 성분의 각 항목별 점수를 토대로 산출된 최종점수에 따라 A~E등급 부여</li> <li>• 좋지 않은 성분(0~40점) - 좋은 성분(0~15점) = 최종점수</li> <li>• A: -1 이하 / B: 0~2 / C: 3~10 / D: 11~18 / E: 19 이상</li> <li>• 좋지 않은 성분: 열량(KJ), 설탕(g), 포화지방산(g), 나트륨(g)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 점수: 각 0~10점(총 40점)</li> </ul> </li> <li>• 좋은 성분: 과일·채소·콩류·견과류·과일껍질·특정오일(유채, 호두유, 올리브유)(%), 섬유질(g), 단백질(g)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 점수: 각 0~5점(총 15점)</li> </ul> </li> </ul>
표시 형태	<p>The diagram illustrates the Nutri-Score labeling system. It shows five examples of the label, each consisting of a letter (A, B, C, D, or E) inside a colored circle. The colors transition from green (A) to yellow (B) to orange (C) to red (D) to dark red (E). Below the labels is a horizontal scale with a green circle containing a '+' sign on the left and a red circle containing a '-' sign on the right, with a double-headed arrow indicating the direction of the score.</p>

자료: 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템

26) [www.demarches-simplifiees.fr/commencer/ns\\_international\\_registration\\_procedure](http://www.demarches-simplifiees.fr/commencer/ns_international_registration_procedure)

▶ **독일 정제형 조미료, 포장재 안정성 확인 권장**

EU는 플라스틱 쓰레기 문제를 해결하기 위해 대체 가능한 소재가 있는 일회용 플라스틱의 시판을 금지하고 있음. 2019년 6월, Directive (EU) 2019/904 「환경을 위한 특정 플라스틱 제품 영향 저감에 관한 지침(이하 플라스틱 지침)」을 제정해 유럽 해변에서 가장 많이 발견되는 일회용 플라스틱 제품 상위 10개와 어구를 제한함. 각 규정은 순차적으로 적용되고 있으며, 유럽 내 식품유통업계는 단계적으로 대체 포장재를 개발해 사용하고 있음. 앞으로도 플라스틱 사용 규제가 강화될 것으로 보임에 따라, 환경문제 소지가 있는 제품의 일회용 플라스틱 용기에 대한 사용 제한 규정을 숙지해 대비할 필요가 있음

[표 5.8] 식품 포장재와 관련된 유럽 플라스틱 지침

규정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directive (EU) 2019/904</li> </ul>
정의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 플라스틱: 천연 폴리머를 제외한 첨가제나 Regulation (EC) No 1907/2006의 3조 5항에 정의된 폴리머로 구성된 재료</li> <li>• 일회용 플라스틱 제품: 전체 또는 일부가 플라스틱으로 만들어지고 재활용을 위해 생산자에게 반납되어 수명이 다할 때까지 여러 차례 순환하도록 고안 또는 설계되지 않은 제품</li> <li>• 어구: 어업 또는 양식업에 사용되어 해양 생물 자원을 포획하거나 그와 관련된 모든 장비</li> <li>• 산화분해성 플라스틱: 산화를 통해 플라스틱 재료를 미세 조각으로 분해하거나 화학적 분해를 일으키는 첨가제를 포함하는 플라스틱 재료</li> <li>• 생분해 플라스틱: 물리적, 생물학적 분해를 거쳐 최종적으로 이산화탄소, 바이오매스 및 물로 분해될 수 있는 플라스틱. 유럽 포장 표준에 따라 퇴비화 또는 혐기성 소화를 통해 회수될 수 있음</li> </ul>
지침 지정품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 면봉 막대</li> <li>• <b>식품 용기</b></li> <li>• 음료 컵 (뚜껑 포함)</li> <li>• 식기 도구, 접시, 빨대, 음료 젓는 막대</li> <li>• 풍선, 풍선 막대</li> <li>• 판매용 음료 용기 (겉 포장지와 뚜껑 포함)</li> <li>• 담배꽂초</li> <li>• 비닐봉지</li> <li>• <b>포장물 및 포장지</b></li> <li>• 물티슈, 위생용품</li> </ul>

자료: EU 법령포털(EUR-LEX), 「Directive (EU) 2019/904」

**[표 5.9] 유럽 플라스틱 포장재 규제 사항**

<b>규정 목록</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제4조 일회용 플라스틱 소비 저감</li> <li>• 제5조 시판(시장 출시) 제한</li> <li>• 제6조 제품 요구사항</li> <li>• 제7조 제품 표시 요건</li> <li>• 제8조 생산자 책임확대</li> <li>• 제9조 분리수거 강화</li> <li>• 제10조 소비자 인식 제고 조치</li> </ul>
<b>주요사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 회원국은 일회용 플라스틱, 산화분해성 플라스틱 소재의 제품이 시판하는 것이 금지됨</li> <li>• 시장에 대체품이 나와 있는 제품들을 선별하여 시장 출시를 금지하고 있음</li> <li>• 플라스틱 쓰레기를 줄이기 위해 소비자에게 정보를 제공하고 책임 있는 소비자 행동을 장려하도록 지정품목에 대한 조치를 취해야 함</li> <li>• 일회용 플라스틱 제품의 적절한 폐기물 관리 방법, 그 제품이 피해야 하는 폐기물 처리방법, 제품의 플라스틱 함유 여부, 해당 제품을 쓰레기로 버리거나 다른 부적합한 폐기물 처리방법을 사용하는 경우 자연환경에 미치는 부정적인 영향에 대해 소비자가 알 수 있도록 눈에 띄고 평화하게 읽을 수 있으며 지워지지 않도록 표시해야 함</li> </ul>

자료: EU 법령포털(EUR-LEX), 「Directive (EU) 2019/904」

### 3. 독일 정제형 조미료 라벨링<sup>27)28)</sup>

[표 5.10] 독일 정제형 조미료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>상표와 브랜드는 표기할 수 있으나 상품명으로 사용 불가함</li> <li>정식 명칭으로 기재하되, 필요한 경우 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용해야 함</li> </ul>
	2. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> <li>원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 백분율과 함께 표시</li> <li>면의 경우, ‘면’ 문자 다음에 괄호를 붙여 ‘밀가루’, ‘메밀’, ‘달걀가루’, ‘소금’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시</li> <li>스프 및 조미료의 경우, ‘닭고기 추출물’, ‘간장’, ‘향신료’, ‘피’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시</li> <li>완제품의 5% 이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재할 것</li> <li>2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기</li> <li>알레르기 유발 성분은 강조해서 표기</li> </ul>
	3. 첨가물	<ul style="list-style-type: none"> <li>가공보조제, 캐리-오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능함</li> <li>중량 비율이 높은 순서대로 표시</li> </ul>
	4. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> <li>무게 단위로 ‘킬로그램’ 또는 ‘그램’으로 표시</li> <li>부피 단위는 ml(밀리리터), cl(센티리터), l(리터) 중 하나를 표시</li> </ul>
	5. 보관방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>제품이 특별한 보관 상태 또는 사용 상태를 요구할 때는 이러한 상태를 명시</li> <li>필요한 경우 개봉 후 적절한 보관방법과 소비를 위한 제한 시간을 함께 기재</li> </ul>
	6. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>최종 제품의 원산지와 최종 제품에 포함된 주요 성분의 원산지가 다른 경우에는 해당 주원료의 원산지를 기재하거나 ‘(주원료)는 (최종 제품의 원산지)에서 유래하지 않음’을 기재</li> <li>위원회 실시 규칙(EU) 2018/775에 따라서 최종 제품의 원산지가 표기되어 있지 않고 원산지 국기 등이 패키지에 표시되어 있는 경우에는 규제 대상임</li> </ul>
	7. 조리방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>조리 예시가 없어서 적절한 식품의 사용이 불가능한 경우, 사용법을 명시하여 소비자들이 제품을 적절히 사용</li> </ul>
	8. 사업자 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 정보 제공에 책임이 있는 회사명을 기재하는 것이 원칙</li> <li>만일 그 회사가 유럽연합 내에 설립된 것이 아니라면, 유럽연합 영내로 수입하는 수입업체를 기재</li> </ul>

자료: EU 법령포털(EUX-LEX)

27) EU 전체의 지침 및 규정을 기반으로 하며, 모든 EU 회원국에게 적용됨

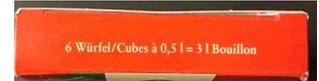
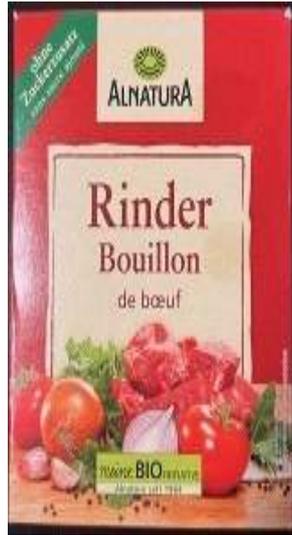
28) EU 법령포털(EUR-LEX), 「소비자에 대한 식품 정보 제공에 관한 규정」(EU) No 1169/2011

[표 5.10] 독일 정제형 조미료 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	9. 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 의무 기재사항: 열량, 지방 함량, 포화지방 함량, 탄수화물 함량, 설탕 함량, 단백질 함량, 소금 함량</li> <li>• 의무 기재사항은 포장지 겉면에 눈에 띄게 표로 만들어 한눈에 다 들어오도록 표시해야 함. 포장지 겉면에 충분한 공간이 없을 경우, 단순한 일직선의 형태로 영양 정보를 기재. 영양 정보는 제품 100g 또는 100ml를 기준으로 표시(예: 100g당 나트륨 1g). 영양 정보는 비율(%)로 표시할 수 있으며, 성인 일일 영양 권장량과 함께 표시 가능(권장 영양소 함량은 100g 또는 100ml 당, 또는 비율(%)로 표시)</li> <li>• 선택 기재사항: 불포화지방 함량, 폴리올 함량, 전분 함량, 식이섬유 함량, 비타민 또는 미네랄 함량</li> <li>• 영양 정보는 100g 또는 100ml 기준으로 표기할 것</li> </ul>
	10. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재</li> <li>• 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재</li> </ul>
	11. 알레르기 유발물질	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 명시된 성분 또는 가공보조제 또는 이들 성분에서 유래한 물질로, 식품 제조 또는 손질 과정에서 사용되고 어떠한 변형된 형태로든 완제품에 남아있다면 반드시 제품 성분 리스트에 포함</li> <li>• 다른 성분들과 구분하여 강조할 때는 'Contains'라는 표현 다음에 알레르기 항원 인자 성분을 표기</li> <li>• 유럽연합 표시대상 알레르기 유발물질: ①글루텐 함유 곡물, ②갑각류, ③난류, ④어류, ⑤땅콩, ⑥대두, ⑦대두, ⑧견과류, ⑨셀러리, ⑩겨자, ⑪참깨, ⑫이산화황 및 아황산염(10mg/kg 이상) ⑬루핀, ⑭연체동물</li> </ul>
	12. 제조 번호 (Lot 번호)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동일한 조건에서 생산, 제조, 포장된 동일 식품군에 속한 판매 개체들의 총체로, 소비자가 사전포장 식품 원산지를 추적 가능</li> <li>• 다른 라벨 문구들과 분명하게 구분되는 경우를 제외하고 L로 시작</li> <li>• 단, 유통기한이 라벨에 표시된 경우 제조 번호는 의무 기재사항이 아님</li> </ul>
	13. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함</li> <li>• 스티커 형태의 라벨 부착이 가능함</li> <li>• 유럽연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능함</li> </ul>
	14. 글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 글자 크기는 최소 1.2mm 이상이어야 함</li> <li>• 단, 제품 면적이 80cm<sup>2</sup> 미만의 경우 글자 크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함</li> </ul>

자료: EU 법령포털(EUX-LEX)

▶ 독일 정제형 조미료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]	[옆면 라벨링]
<p>[앞면 - 독일어]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① Alnatura Rinder Bouillon</li> <li>② mein Bio Initiative</li> <li>③ Alnatura seit 1984</li> <li>④ ohne Zuckerzusatz</li> </ul>		<p>[앞면 - 국문]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 알나투라 소고기 육수</li> <li>② 유기농 이니셔티브</li> <li>③ 알나투라 1984년부터</li> <li>④ 설탕 무첨가</li> </ul>
<p>[뒷면 - 독일어]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① Bio Rinderbrühwürfel</li> <li>② Zutatenverzeichnis: Meersalz, Rinderfleischpulver* 12%, Reisvollkornmehl*, Rinderfett* 9.8%, Palmöl*, Zichorienextrakt*, Tomatenpulver* 2.4%, Röstzwiebelpulver* 2.4%, Gemüsesaft* konzentriert (Karotten*, Zwiebeln*),</li> </ul>		<p>[뒷면 - 국문]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 유기농 소고기 육수 큐브</li> <li>② 재료: 천일염, 소고기 분말* 12%, 현미 가루*, 소고기 지방* 9.8%, 팜유*, 치커리 추출물*, 토마토 분말* 2.4%, 볶은 양파 분말* 2.4%, 농축 야채 주스*(당근*, 양파*)</li> </ul>

② Hefeextrakt\*, Knoblauch\*, Kürbispulver\*, Lorbeer\*, Petersilie\*, Steinpilzpulver\*, Liebstöckelwurzel\*, Pfeffer\*, Sonnenblumenöl\*, Liebstöckelblätter\*, Fenchelsamen\*  
\*aus biologischer Landwirtschaft.  
Kann Spuren von SELLERIE enthalten.

③ Das Bio Oalmöl in diesem Produkt stammt aus nachhaltigem Anbau und rückverfolgbaren Quellen

④

Durchschnittliche Nährwerte pro 100ml zubereitetes Produkt	
Energie	20kj(5kcal)
Fett	<0.5g
- davon gesättigte Fettsäuren	0.2g
Kohlenhydrate	<0.5g
- davon Zucker	<0.5g
Ballaststoffe	<0.5g
Eiweiß	<0.5g
Salz	1.0g

⑤ · mit 12 Prozent Rindfleisch  
· ohne Zuckerzusatz  
· glutenfrei  
· für Suppen und zum Würzen

⑥ Bitte trocken lagern und vor Wärme schützen.

⑦ 66g = 6 x 11g = 3l

[옆면 - 독일어]

① 6 Würfel / 0.5l = 3l Bouillon

② 효모 추출물\*, 마늘\*, 호박 분말\*, 월계수잎\*, 파슬리\*, 포르치니 버섯 분말\*, 레비스톡 뿌리\*, 후추\*, 해바라기유\*, 레비스톡 잎\*, 회향 씨\*  
\*유기농 농업에서 재배됨. 셀러리 흔적이 포함될 수 있습니다.

③ 이 제품에 사용된 유기농 팜유는 지속 가능한 재배 및 추적 가능한 곳에서 공급되었습니다.

④

100g 당 평균 영양 성분	
열량	20kj(5kcal)
지방	<0.5g
- 그 중 포화지방산	0.2g
탄수화물	<0.5g
- 그 중 당류	<0.5g
식이섬유	<0.5g
단백질	<0.5g
나트륨	1.0g

⑤ · 소고기 12%  
· 설탕 첨가물 없음  
· 글루텐 프리  
· 수프 및 조미료용

⑥ 건조한 곳에 보관하고 열로부터 보호하십시오.

⑦ 66g = 6 x 11g = 3l

[옆면 - 국문]

① 6 큐브 / 0.5l = 3l 육수

② Alnatura GmbH,  
Mahatma-Gandhi-Straße 7,  
64295 Darmstadt

③ Hergestellt in Deutschland

④ Zubereitung: 1 Würfel in 0.5l  
kochendem Wasser auflösen

⑤ Mindestenshaltbar bis:  
02.03.2026

② Alnatura GmbH, 마하트마 간디 거리  
7, 64295 다름슈타트

③ 독일에서 제조

④ 조리법: 1 큐브를 0.5l 끓는 물에  
녹입니다.

⑤ 유통기한: 2026년 3월 2일

## 4. 독일 정제형 조미료 성분 및 유해물질

### ▶ 식품첨가물

EU는 (EC) No. 1333/2008에 의해 식품첨가물 기준치를 규정하고 있음. ‘EUR-LEX’는 EU의 기존 조약, 현행 법령 및 유럽법원의 판례를 검색할 수 있는 사이트로, 식품별 첨가물 규정을 상세하게 공시함. EU의 식품첨가물 목록에 등재되어 있지 않은 첨가물은 EU 위원회의 사용허가를 받아 E-번호를 부여받은 후에만 사용이 가능함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 독일을 포함한 EU의 식품첨가물과 사용 기준 중의 일부이며, 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.11] 고객사 정제형 조미료에 적용 가능한 독일 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	아르곤	Argon	GMP <sup>29)</sup>	소금, 향신료, 수프, 소스, 샐러드 및 단백질 제품
2	벤조산	Benzoic acid	단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg	
3	벤조산 칼슘	Calcium benzoate		
4	이산화탄소	Carbon dioxide	GMP / 영유아 식품에 사용 가능	
5	$\beta$ -사이클로덱스트린	$\beta$ -cyclodextrin	GMP	
6	인산칼슘	Calcium phosphates	10,000(mg/l or mg/kg)	
7	이인산염	Diphosphates		
8	탈피된 디기타리아 엑실리스	Decorticated grains of <i>Digitaria exilis</i> (kippist) stapf	모든 식품에 이용 가능	
9	헬륨	Helium	GMP	
10	수소	Hydrogen		

자료: KATI농식품수출정보

29) 식품첨가물 규정에 등재되어 있어 해당 품목에 사용할 수 있으나, 사용기준이 정해져 있지 않은 경우로 우수제조관리기준(Good Manufacturing Practice, GMP)에 따라 식품 분류에 따른 최소적정량을 사용할 수 있다는 의미

▶ 유해물질

독일을 포함한 EU 회원국은 (EC) No. 2073/2005에 의하여 식품 중 미생물에 관하여 규정함. 또한, (EC) No. 1881/2006에 의해 식품 중 오염에 관하여 규정하고 있음. 이 규정들을 준수한 식품만이 EU의 식품 시장에서 유통 가능함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 독일 유해물질 및 잔류허용기준의 일부임. 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.12] 고객사 정제형 조미료에 적용 가능한 독일 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2(총합))	Aflatoxin (Aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	10.0µg/kg	다음의 향신료 중: 캡시쿰 중(건조 과육 가공품, 통 및 분쇄, 고추와 고추분말, 카이엔 및 파프리카 포함), 파이프 중(건조 과육 가공품, 백후추 및 흑후추 포함), 육두구, 생강, 울금. 위의 향신료 중 하나 이상 포함 혼합 향신료
2	오크라톡신 A	Ochratoxin A	- 15µg/kg: 파이프 중(건조 과육 가공품, 백후추 및 흑후추 포함) 육두구 생강 강황 - 20µg/kg: 캡시쿰 중(건조 과육 가공품, 통 및 분쇄, 고추와 고추분말, 카이엔 및 파프리카 포함) - 15µg/kg: 위의 향신료 중 하나 이상 포함 혼합 향신료	향신료, 건조 향신료 포함 파이프 중(건조 과육 가공품, 백후추 및 흑후추 포함) 육두구 생강 울금 캡시쿰 중(건조 과육 가공품, 통 및 분쇄, 고추와 고추분말, 카이엔 및 파프리카 포함) 위의 향신료 중 하나 이상 포함 혼합 향신료
3	벤조(a)피렌 (벤조피렌)	Benzo(a)pyrene (Benzopyrene)	Benzo(a)pyrene = 10.0µg/kg / Sum of benzo(a)pyrene, benz(a)anthracene, benzo(b)fluoranthene, chrysene = 50.0µg/kg	
4	납	Lead(Pb)	- 0.60mg/kg(wet weight): (과일 향신료) - 1.50mg/kg(wet weight): (뿌리와 뿌리줄기 향신료) - 2.0mg/kg(wet weight): (나무껍질 향신료) - 1.0mg/kg(wet weight): (새싹 향신료와 꽃 암술 향신료) - 0.90mg/kg(wet weight): (씨앗 향신료)	건조 향신료 (카르다몬(생강류) 및 훈제 캡시쿰 종류 제외)

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

독일은 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대해 철저한 표기를 규정함. 특정 알레르기 유발물질은 반드시 라벨에 표기해야 함. 또한, 성분 대부분을 차지하는 비율 순서로 포장 라벨에 기록돼야 하며 소량이라도 반드시 표기해야 함. 알레르기 유발물질 보유 사실을 누락한 식품에 대해서는 경고 및 리콜 조치가 적용됨

[표 5.13] 독일 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 포함한 곡물
2	의무	갑각류
3	의무	계란
4	의무	어류
5	의무	땅콩
6	의무	대두
7	의무	우유(유당 포함)
8	의무	견과류
9	의무	셀러리
10	의무	겨자
11	의무	참깨
12	의무	이산화황
13	의무	루핀
14	의무	연체동물

자료: EU 법령포털(EUR-LEX)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 레베(Rewe)
2. 알디 수드(Aldi Sued)
3. 카우플란트(Kaufland)

## Interview ①

30)



### 레베(Rewe) Store Worker

#### 레베 (Rewe)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
  - 1927년에 설립된 독일의 대형 슈퍼마켓 체인
  - 다양한 식료품을 취급하며, 독일 전역에 걸쳐 매장을 운영하고 있음

#### 담당자 정보

Store Worker

#### Q. 독일 소비자들이 선호하는 조미료 유형에 대해 어떻게 생각하십니까?

독일 소비자들은 대체로 강한 맛을 내는 조미료보다는 은은하고 자연스러운 맛을 선호합니다. 후추, 소금, 파프리카가 자주 사용되며, 특히 나이가 많은 소비자들은 단일 성분 조미료나 자연 성분의 조미료를 선호하는 경향이 있습니다. 반면, 요리에 익숙하지 않거나 간편한 요리를 선호하는 사람들은 복합 조미료를 즐겨 사용하며, 매기 픽스(Maggi Fix) 같은 특수 조미료 패키지는 요리를 쉽게 완성할 수 있어 인기를 끌고 있습니다.

#### Q. 독일 현지 소비자들의 자사 제품에 대한 반응은 어떠한 것으로 보십니까?

고객사 제품은 천연 재료만을 사용해 독일 시장의 요구에 잘 부합할 것입니다. 건강을 중시하는 독일 소비자들이 자연적인 맛을 강조하는 조미료를 선호하기 때문입니다. 그러나 이들은 주로 익숙하고 신뢰하는 브랜드를 선호하는 경향이 있어, 고객사 제품과 같은 신제품의 경우 신뢰를 쌓고 구매를 유도할 수 있는 전략이 필요합니다.

#### Q. 저희 제품의 희망 소비자가격(7,900원/팩)과 납품가(\$2.3(3,035원<sup>31)</sup>/팩)에 대해 독일 시장에서 적절한 가격이라고 생각하십니까?

고객사 제품은 전체 조미료 시장에서 비교적 높은 가격대에 속하지만 적절합니다. 일반적인 복합 조미료 가격은 재료와 생산 방식에 따라 3유로(4,422원<sup>32)</sup>)에서 6유로(8,844원) 선에서 형성됩니다. 하지만 유기농 및 첨가물이 없는 제품은 이보다 조금 더 비싼 경우가 많기 때문입니다. 이러한 시장 상황을 고려할 때, 고객사 제품의 납품가는 적절합니다.

#### Q. 독일의 조미료 유통망에서 저희 제품을 효과적으로 배포할 수 있는 채널이나 전략, 지역에 대해 추천해 주실 수 있나요?

프리미엄 슈퍼마켓 체인인 에데카(Edeka), 레베, 카우플란트(Kaufland)에서 유통하는 것이 적합합니다. 이 슈퍼마켓들은 다양한 소비자들을 보유하고 있으며, 특히 소득이 높은 소비자들이 자주 찾는 곳입니다. 제품 라벨은 독일어로 작성하되, 쉽게 이해할 수 있도록 구성하고 건강상의 이점과 천연 성분을 강조하는 것이 효과적입니다. 프랑크푸르트부터 남쪽으로 이어지는 독일 남부 지역은 특히 부유한 소비자가 많아 유기농과 건강식품에 대한 수요가 높습니다. 또한, 고우몬도(Gourmondo)와 코로(Koro) 같은 온라인 플랫폼은 프리미엄 및 유기농 식품으로 인기가 있어, 고객사 제품과 잘 맞는 유통채널이 될 것입니다.

30) 사진 자료: 레베(Rewe)

31) 1달러=1,319.60원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

32) 1유로=1,474.06원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

**Q. 저희 제품은 건강을 강조하는데, 독일 시장에서 건강을 강조하는 제품이 주로 어떤 마케팅 전략을 통해 성공하고 있나요?**

독일 소비자들은 명확하고 투명한 라벨링을 선호합니다. ‘유기농(Organic)’, ‘바이오(Bio)’, ‘무첨가물(Free From Additives)’, ‘자연(Natural)’, ‘독일산 성분(Ingredients From Germany)’과 같은 문구는 건강한 제품을 식별하는 데 유용하며, 구매 결정을 쉽게 합니다. 또한, 품질 인증을 중요시하기 때문에 포장에 인증 마크를 포함하는 것이 효과적입니다. 포장재는 지속 가능한 소재를 사용하는 것이 바람직하며, 친환경적인 요소를 강조하는 것이 독일 시장에서 긍정적인 반응을 얻을 수 있습니다.

**Q. 독일의 주요 온라인 마켓플레이스나 소셜 미디어에서 저희 제품을 어떻게 홍보하면 좋을지 조언해 주실 수 있을까요?**

인스타그램과 유튜브를 통해 짧고 간결한 영상과 릴스로 재료 설명과 제품을 활용한 요리 방법을 보여주는 것이 좋습니다. 인스타그램과 유튜브는 소비자들이 많이 사용하는 인기 플랫폼이기 때문에 효과적인 마케팅 수단이 될 것입니다. 예시 레시피와 간단한 조리 과정을 설명하는 콘텐츠는 소비자들의 관심을 끌기 쉽습니다. 긴 영상보다는 짧은 쇼츠와 릴스가 더 선호되므로, 이를 활용하는 것이 효과적입니다. 또한, 인스타그램과 유튜브에 직접 구매할 수 있는 링크를 포함해 편리함을 제공하고, 번들 주문 시 할인 혜택을 제공하거나 잘 알려진 제품과 협업해 인지도를 높이는 것도 좋은 전략입니다.

**Q. 독일 소비자들이 더욱 매력을 느끼도록 저희 제품을 현지화하기 위한 성분이나 포장 개선에 대한 조언이 있으신가요?**

현재 제품은 비건이 아니지만, 독일에서는 비건 및 채식 시장이 매우 크기 때문에 채소만을 사용한 제품을 출시하면 더 넓은 소비자층에 도달할 수 있습니다. 또한, 모든 소비자가 생선 맛과 향을 좋아하는 것은 아니므로, 비건 옵션을 포함한 신제품을 출시하는 것은 소비자 기호를 폭넓게 충족시키고 시장 점유율을 확대하는데 도움이 될 것입니다.

## Interview ②

33)



알디 수드  
(Aldi Sued)

- 유형: 대형 슈퍼마켓 체인
- 업체 특징:
  - 1961년에 설립된 독일의 대형 슈퍼마켓 체인
  - 다양한 식료품을 취급하며, 특히 조미료 제품을 포함한 다양한 상품을 제공하고 있음

담당자 정보

Store Worker

### 알디 수드(Aldi Sued) Store Worker

#### Q. 독일 소비자들이 선호하는 조미료 유형에 대해 어떻게 생각하십니까?

독일 소비자들은 일반적으로 많은 양의 향신료보다는 신선한 허브나 레몬과 같은 간단한 재료를 선호합니다. 아시아 향신료는 매장에서 많이 볼 수 없으며, 대신 수프나 다양한 요리에 사용하는 게뮌제(Gemüse)나 치킨 브루헤(Chicken Brühe) 같은 복합 조미료가 인기가 많습니다. 이러한 조미료는 건강에 좋다고 인식되며, 대부분의 독일 가정에서 흔히 사용됩니다.

#### Q. 독일 현지 소비자들의 자사 제품에 대한 반응은 어떠할 것으로 보십니까?

독일에서는 천연 성분이면서도 사용이 편리한 조미료가 바쁜 소비자나 요리를 선호하지 않는 사람들에게 인기를 끌고 있습니다. 미리 분량이 나누어진 패키지는 조리할 때 편리하게 만들어 이러한 소비자들에게 잘 맞습니다. 다만, 제품 가격이 높은 편이기 때문에 고품질이라는 점을 명확히 전달하는 것이 중요합니다. 독일 소비자들은 가격에 민감하며, 가격 변동에도 즉각적인 반응을 보이는 경향이 있습니다.

#### Q. 저희 제품의 희망 소비자가격(7,900원/팩)과 납품가(\$2.3/팩)에 대해 독일 시장에서 적절한 가격이라고 생각하십니까?

이 제품은 일반 제품들보다 높은 가격이며, 이로 인해 프리미엄 제품으로 분류되지만 장점을 강조한다면 적절한 가격이 될 수 있습니다. 이를 위해 편리한 사용성이나 긴 유통기한과 같은 장점을 명확히 강조하는 것이 중요합니다. 품질과 가치를 설득력 있게 전달하지 못한다면 가격이 높은 신제품을 소비자들이 쉽게 구매하지 않을 것입니다.

#### Q. 독일의 조미료 유통망에서 저희 제품을 효과적으로 배포할 수 있는 채널이나 전략, 지역에 대해 추천해 주실 수 있나요?

독일에서 효과적인 조미료 유통망 전략은 대형 슈퍼마켓뿐만 아니라 아시아 슈퍼마켓을 포함하는 것입니다. 특히 한국 식료품을 취급하는 상점을 주요 채널로 활용할 수 있으며, 이곳의 소비자들은 정통성이 있다면 기꺼이 더 높은 가격을 지불합니다. 또한, 알나투라(Alnatura) 같은 바이오 마켓과 데엠(DM) 같은 드럭스토어도 유기농 및 천연 식품을 판매하는 곳으로 적합합니다. 지역적으로는 뮌헨, 쾰른, 베를린, 함부르크, 프랑크푸르트와 같은 대도시를 추천합니다. 이러한 도시는 한인 마트와 민족 식품 전문점이 많고, 편리한 제품을 선호하는 타겟 고객층이 집중되어 있기 때문입니다.

33) 사진 자료: 알디 수드(Aldi Sued)

**Q. 저희 제품은 건강을 강조하는데, 독일 시장에서 건강을 강조하는 제품이 주로 어떤 마케팅 전략을 통해 성공하고 있나요?**

독일 시장에서 건강을 강조하는 제품들은 주로 건강상의 이점을 부각하는 마케팅 전략을 사용합니다. 예를 들어, 액티비아(Activa)는 장내 플로라에 유익하다는 점을 강조하며, 소비자들이 특정 건강상 효능을 기대할 수 있도록 합니다. 마찬가지로, 액티멜(Actimel)은 프로바이오틱 음료로 건강에 좋은 점을 알리며, 재활용 가능한 포장을 통해 건강과 친환경 이미지를 결합한 전략을 활용합니다. 이러한 접근법은 제품의 건강 기능성을 소비자에게 효과적으로 전달하며, 브랜드 인지도를 높이는 데 기여합니다.

**Q. 독일의 주요 온라인 마켓플레이스나 소셜 미디어에서 저희 제품을 어떻게 홍보하면 좋을지 조언해 주실 수 있을까요?**

제품 홍보를 위해 요리, 건강, 스포츠 관련 유튜버 및 인플루언서와 협업해 제품을 소개하고 광고하는 것이 효과적인 전략입니다. 또한 소비자의 참여를 유도하는 캠페인을 통해 홍보를 강화하는 방법도 있습니다. 예를 들어, 소비자들이 제품을 사용한 게시물을 올리고 특정 해시태그를 사용하게 유도하는 것입니다. 참여 시 요리 클래스, 제품 관련 체험 이벤트, 또는 한국 문화 체험이나 한국 여행과 같은 경험을 제공하면 참여율을 높이고 브랜드 인지도를 올릴 수 있습니다.

**Q. 독일 소비자들이 더욱 매력을 느끼도록 저희 제품을 현지화하기 위한 성분이나 포장 개선에 대한 조언이 있으신가요?**

포장은 간단하고 보관하기 쉬운 형태여야 합니다. 과도한 플라스틱이나 포장재는 건강과 환경을 중시하는 소비자들에게 부정적인 인식을 줄 수 있으므로, 지속 가능하고 재활용 가능한 포장재를 사용하는 것이 중요합니다. 일반적으로 종이 상자 안에 알루미늄 포일로 싸인 타블렛 형태의 포장이 많이 사용됩니다. 예를 들어, 매기(Maggi)는 소스나 수프용 타블렛 조미료에 이러한 포장 방식을 채택하고 있습니다.

## Interview ③

34)



### 카우플란트 (Kaufland)

- 유형: 대형 슈퍼마켓 체인
- 업체 특징:
  - 1984년에 설립된 독일의 대형 슈퍼마켓 체인
  - 다양한 식료품을 취급하며, 독일 전역에 걸쳐 매장을 운영하고 있음

### 담당자 정보

Store Worker,  
Customer Service

## 카우플란트(Kaufland) Store Worker, Customer Service

### Q. 독일 소비자들이 선호하는 조미료 유형에 대해 어떻게 생각하십니까?

대체로 독일인들은 자극적이지 않고 덜 강한 맛을 선호하는 편이며 전통적으로 향신료 사용이 적고, 싱거운 요리에 익숙해 있습니다. 특히 나이가 많은 소비자들은 강하게 조미된 외국 음식을 낯설게 여기는 경우가 많습니다. 반면에 젊은 소비자층은 이국적인 맛을 더 잘 받아들이며, 다양한 요리를 시도하고 조미료를 적극적으로 사용하는 경향이 있습니다.

### Q. 독일 현지 소비자들의 자사 제품에 대한 반응은 어떠할 것으로 보십니까?

독일 소비자들이 해당 제품을 쉽게 받아들이기 어려울 수 있습니다. 독일 요리에 흔히 사용되지 않는 외국 재료들이 포함되어 있기 때문입니다. 따라서 소비자들의 새로운 맛에 대한 개방적인 태도가 뒷받침되어야 합니다. 고객사는 제품 구매를 유도하려면 명확한 설명과 정보를 제공하는 것이 필수적입니다. 특히 아시아 요리에 익숙한 소비자들이 더 쉽게 관심을 가질 가능성이 큼니다.

### Q. 저희 제품의 희망 소비자가격(7,900원/팩)과 납품가(\$2.3/팩)에 대해 독일 시장에서 적절한 가격이라고 생각하십니까?

유기농 고급 조미료 가격대에 속합니다. 주로 소득이 높고 건강을 중시하는 소비자들이 이 제품을 구매할 것으로 예상됩니다. 납품가는 수용 가능한 수준이지만, 대량 주문 시 할인을 제공하는 것이 좋습니다.

### Q. 독일의 조미료 유통망에서 저희 제품을 효과적으로 배포할 수 있는 채널이나 전략, 지역에 대해 추천해 주실 수 있나요?

추천 유통 채널로는 카우플란트가 있습니다. 다양한 국가에서 수입된 제품을 많이 보유하고 있어 소비자들이 국제적인 제품을 찾을 때 자주 이용하는 곳입니다. 또 다른 채널로는 아마존(Amazon)과 같은 온라인 스토어나 자체 웹사이트가 있습니다. 아마존은 독일에서 가장 선도적인 배송 플랫폼 중 하나입니다. 또한, 북서부 노르트라인베스트팔렌(Nordrhein-Westfalen) 주는 독일에서 가장 인구가 많으며, 아시아 음식 소비자와 아시아인 비율이 높은 지역이므로 좋은 타겟 시장이 될 수 있습니다. 전략적으로는 특정 지역에서 제품을 먼저 시도하여 소비자 반응을 관찰하는 것이 효과적일 것입니다.

**Q. 저희 제품은 건강을 강조하는데, 독일 시장에서 건강을 강조하는 제품이 주로 어떤 마케팅 전략을 통해 성공하고 있나요?**

독일에서는 소셜 미디어 마케팅과 스포츠 스타를 활용한 광고가 젊은 고객층을 대상으로 하는 제품에 효과적으로 사용됩니다. 반면, 중장년층을 타겟으로 할 경우 TV나 라디오가 더 적합한 광고 채널로 평가됩니다. 특히 TV에서는 요리 프로그램이 많기 때문에, 해당 제품을 레시피에 사용하는 방식으로 광고 효과를 극대화할 수 있습니다.

**Q. 독일의 주요 온라인 마켓플레이스나 소셜 미디어에서 저희 제품을 어떻게 홍보하면 좋을지 조언해 주실 수 있을까요?**

온라인 플랫폼에서는 리뷰와 댓글이 매우 중요한 역할을 합니다. 아마존이나 코로(Koro) 같은 사이트에서 구매자들이 제품 사용 후 리뷰를 남기도록 유도하는 것이 필요합니다. 제품 설명은 쉽게 이해할 수 있도록 작성하되, 핵심 포인트를 명확히 강조해야 하며, 구글 광고(Google Ads)도 제품 인지도를 높이는 효과적인 방법입니다. 특히 코로는 독일 내에서 엄격한 테스트와 신뢰도를 자랑하는 플랫폼으로, 소비자들이 코로의 제품 품질에 높은 신뢰가 있습니다. 반면, 이베이(eBay)는 식품 전자상거래 플랫폼으로 널리 인식되지 않아 식품 구매 시 소비자 신뢰도가 낮을 수 있습니다.

**Q. 독일 소비자들이 더욱 매력을 느끼도록 저희 제품을 현지화하기 위한 성분이나 포장 개선에 대한 조언이 있으신가요?**

독일 소비자들이 더 매력을 느끼도록 하기 위해 제품을 현지화하려면 재료와 포장 개선이 필요합니다. 독일 소비자들은 재료의 품질과 출처에 대해 투명한 설명을 선호하기 때문에 재료의 품질과 원산지를 강조하는 것이 중요합니다. 또한, 장기 보존이 가능한 간편한 포장을 제공하여 제품의 신선도를 오래 유지할 수 있도록 하는 것이 좋습니다.

## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 'Sauces & Spices - Germany', 2024.10
2. 민텔(Mintel), 'Gewürze Markt Report 2023 - Deutschland', 2024
3. 스탓티스타(Statista), 'Spices & Culinary Herbs - Germany', 2024.10
4. 가스트로비전(Gastro Vision), 'Deutsche verwenden am meisten Pfeffer und Salz', 2022.08
5. 크로아티오나스온라인(Croatian Online), 'Vegeta in a new guise will first appear on the shelves of German stores', 2024.09
6. 스탓티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in Germany 2024', 2024.08
7. 스탓티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea 2024', 2024.08
8. 독일 유료저널, '독일, 건강한 식생활에 도움을 주는 뉴트리-스코어 기준 변경', 2022.07
9. EU 법령포털(EUR-LEX), 'Regulation (EU) No 1169/2011 Of The European Parliament And Of The Council', 2011
10. 한국농수산물유통공사, '2020년 EU 식품 라벨링 제도', 2020.11
11. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템, '글로벌 식품안전 브리프 제3호', 2021.08
12. 한국농수산물유통공사, '2021 농식품 수출국가정보 독일', 2021.12
13. 한국농수산물유통공사, '2021 농식품 해외인증·등록정보 종합가이드', 2021.12
14. 한국농수산물유통공사, '2022년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황', 2023.07
15. 한국농수산물유통공사, '유럽 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망', 2022.11
16. 한국농촌경제연구원, '독일의 농식품 수입 규정과 표준', 2022.12

### ■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스탓티스타(Statista) (www.statista.com)
3. 민텔(Mintel) (www.mintel.com)
4. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
5. 가스트로비전(Gastro Vision) (www.gastro-vision.com)
6. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
7. 아마존 독일(Amazon.de) (www.amazon.de)
8. 에데카(Edeka) (www.edeka.de)
9. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
10. 옥타라이트(Oktalite) (www.oktalite.com)
11. 레베(Rewe) (www.rewe.de)
12. 레베그룹(Rewe Group) (www.rewe-group.com)
13. 리테일디테일이유(RetailDetail EU) (www.retaildetail.eu)
14. 카우플란드(Kaufland) (www.kaufland.de)
15. 슈바르츠 그룹(Schwarz Gruppe) (gruppe.schwarz)
16. 구글맵(Google Maps) (www.google.com/maps)
17. 고아시아(Go Asia) (www.goasia.net)
18. 와이마트(y-mart) (www.y-mart.de)
19. 이씨디비(ECDB) (ecommercedb.com)
20. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
21. 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central) (sellercentral.amazon.com)
22. 이베이 독일(eBay.de) (www.ebay.de)
23. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
24. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
25. 관세청 (www.customs.go.kr)
26. 독일 유료저널 (eknews.net)

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

27. EU 법령포털(EUR-LEX) ([www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu))
28. 유럽연합 집행위원회(European Commission) ([ec.europa.eu](http://ec.europa.eu))
29. 영국 비건 소사이어티(Vegan Society) ([www.vegansociety.com](http://www.vegansociety.com))
30. 농림축산식품부 ([www.mafra.go.kr](http://www.mafra.go.kr))
31. 관세법령정보포털(UNIPASS) ([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
32. 독일 연방식품농업부(BMEL) ([www.bmel.de](http://www.bmel.de))
33. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템 ([foodlaw.foodinfo.or.kr](http://foodlaw.foodinfo.or.kr))
34. 독일 세관(ZOLL) ([www.zoll.de](http://www.zoll.de))
35. 알디 수드(Aldi Sued) ([www.aldi-sued.de](http://www.aldi-sued.de))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.11.15

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