

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-16
품목 | 김밥(Gimbap)
HS CODE | 1904.90-1010
국가 | 독일(Germany)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 독일 편의식 시장규모	06
2. 독일 즉석섭취식품 시장규모	07
3. 독일 김밥 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 독일, 채식 및 대체육 섭취 증가	10
2. 독일, 레디밀과 한국 음식 수요 증가	11
3. 유럽, 친환경 포장재 관련 규정 개정	12
4. 독일, 수입 식료품과 유기농 식품 수요 증가	13

IV. 유통채널

1. 독일 김밥 유통채널 점유율	
2. 독일 김밥 주요 유통채널	



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 독일 김밥 통관 및 검역 절차	26
2. 독일 김밥 품질 인증	29
3. 독일 김밥 라벨링	36
4. 독일 김밥 성분 및 유해물질	41

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 한독몰(Handokmall)	45
2. 와이마트(Y-Mart)	47
3. 레베(Rewe)	49

※ 참고문헌	51
--------	----

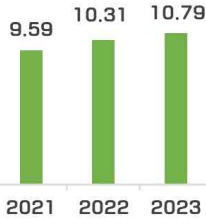


독일 김밥 시장

시장 현황

편의식 시장규모

단위 : 십억 달러



즉석섭취식품 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1904.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

이슈 분석

식 문화

독일 내 채식 및 대체육
섭취 증가 ... 채식 식당 및
메뉴도 빠르게 출시 중

소비

먹기 편한 레디밀 및
건강하고 맛 좋은 한국
음식 수요 증가세

규제

유럽 내 친환경 포장재
규정, 활발한 개정 중에
있어 주의 필요

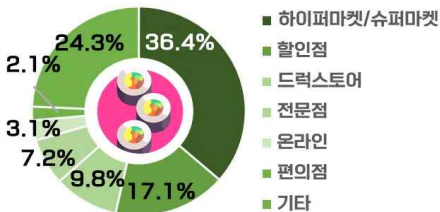
유통

독일 유통사, 한국 식품
등 수입 식품료 및 유기농
식품 판매 확대 중

* 독일 김밥 제품 관련 이슈 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정세율 0%

사전 준비
BICON 품목별 수입요건 확인 必
수출입안전관리 우수공인업체
(AEO) 인증 권장

권장 인증

FSSC 22000
FSC 22000

The Vegan Society
Trademark

V-Label

유의사항

라벨 필수 표기사항
제품명, 원재료명, 첨가물,
순종량, 보관방법, 원산지,
조리방법, 사업자 정보,
영양정보, 유통기한,
알레르겐 등 독일어 표기

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

가격 피드백 독일 시장 내 고객사 김밥 가격(약 5,000원)은 합리적이며, 비건 제품은 4유로 이하로 판매 시 경쟁력을 가질 것으로 보임
포장 피드백 고객사 김밥에는 둥근 형태의 파우치 포장이 적합하며, 한국 전통 스타일을 반영한 간결한 디자인과 쉽게 열리는 구조를 권장함
맛 피드백 독일 소비자는 참치, 불고기, 채육, 김치 맛을 선호하며 비건 제품은 채소 또는 김치 맛으로 출시 시 긍정적인 반응을 얻을 수 있음

Point 02.

홍보문구 피드백 '즉석식품', '건강', '저탄수화물' 등의 표현이 효과적이며, '다이어트' 대신 건강 관련 문구를 사용하는 것이 바람직함
인증 피드백 고객사 김밥에는 FSSC22000 및 비건 라벨이 신뢰성을 높이는 요소이며, IFS 인증도 유리할 것으로 예상됨
통관 및 검역 절차 독일 세관 규정에 따라 식품 안전, 라벨링, 검역 절차를 준수해야 하며, 특히 식물성 원재료는 추가 검역 증명서가 필요할 수 있음. FTA로 수입 시 혜택을 받을 수 있음

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 독일 편의식 시장규모
2. 독일 즉석섭취식품 시장규모
3. 독일 김밥 수입규모

1. 독일 편의식 시장규모

독일 국가 일반 정보¹⁾

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

▶ 독일 2023년 편의식 시장규모 14.1조 원²⁾³⁾⁴⁾

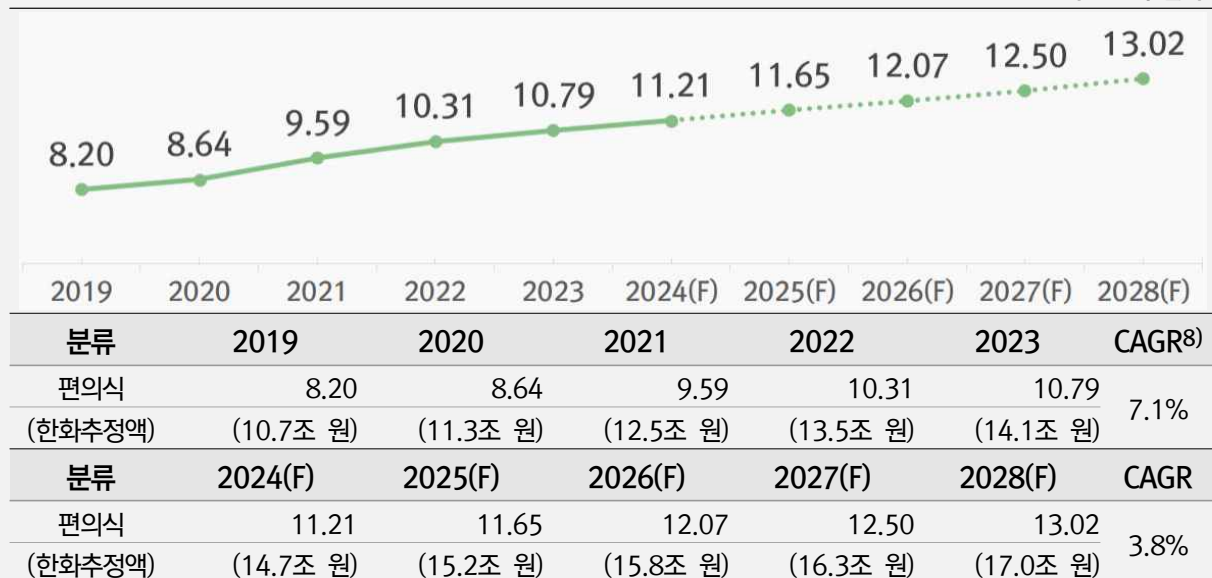
독일의 편의식 시장규모는 2023년 기준 14.1조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 7.1%씩 증가한 수치임. 독일의 편의식 시장은 같은 해 10.2조 원 규모로 집계된 한국 편의식 시장의 약 1.4배 수준의 규모를 가진 것으로 확인됨

▶ 독일 편의식 시장, 향후 연평균 3.8% 성장 전망

독일의 편의식 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 3.8%씩 성장하여 2028년에는 17.0조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 독일은 유럽 내 최대 식품 유통시장이며, 합리적인 소비 성향과 동시에 환경과 지속가능성 측면을 중요시하는 소비자 특성을 보유한 국가임. 편의식의 경우 그 간편함으로 수요가 꾸준히 늘고 있으나, 과다한 포장 폐기물에 대한 소비자들의 반감 또한 선명한 상황임. 이에 국내외 식품 기업들이 충분히 부응하는지가 향후 편의식 시장의 성장을 좌우할 것으로 전망됨⁵⁾

[표 2.1] 독일 편의식 시장규모⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

- 1) 자료: 외교부 홈페이지
- 2) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Convenience Food - Germany', 2024.10
- 3) 스탯ISTA에 따르면, '편의식(Convenience Food)'은 다양한 형태로 포장되어 간편하고 빠르게 준비 및 섭취가 가능한 다양한 음식을 포함함
- 4) 조사제품 '김밥'의 제품 유형을 고려해 '즉석섭취식품(Ready-to-Eat Meals)'과 상위항목인 '편의식'의 시장규모를 조사함
- 5) 자료: KATI농식품수출정보, '[유럽] 독일 식품유통시장 규모와 전망 : 유통매장과 소비자 트렌드 분석', 2024.01
- 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 즉석섭취식품 시장규모

▶ 독일 2023년 즉석섭취식품 시장규모 11.7조 원⁹⁾10)

2023년 기준 독일의 즉석섭취식품 시장규모는 11.7조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 7.1%씩 증가한 수치임. 독일의 즉석섭취식품 시장은 같은 해 8.0조 원 규모로 집계된 한국의 즉석섭취식품 시장의 약 1.5배 수준의 규모를 가진 것으로 확인됨. 독일의 즉석섭취식품 시장은 코로나19를 거치며 쇼핑 및 외식 감소, 1인 가구의 증가 등으로 그간 가파르게 성장해 왔음

▶ 독일 즉석섭취식품 시장, 향후 연평균 3.7% 성장 전망

독일의 즉석섭취식품 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 3.7%씩 성장하여 2028년에는 14.0조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 현지 소비자들이 즉석섭취식품 선택에 있어 점차 건강하고 친환경 포장 제품을 찾는 경향이 뚜렷해지는 추세로, 이러한 기준에 부합하는 제품군의 증가 폭이 즉석섭취식품 시장의 성장 폭을 좌우할 것으로 기대됨¹¹⁾

[표 2.2] 독일 즉석섭취식품 시장규모



자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Ready-to-Eat Meals - Germany', 2024.10

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

11) 자료: KOTRA해외시장뉴스, '독일 즉석식품 시장동향', 2024.07

3. 독일 김밥 수입규모

HS CODE 1904.90

해당 장에서 조사제품 김밥은 HS CODE 1904.90도 분류됨. HS CODE 제1904호의 품명은 '곡물이나 곡물 가공품을 팥창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품과 낱알 모양이나 플레이크 모양이나 그 밖의 가공한 곡물'이며, HS CODE 1904.90의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 1904.90 독일의 對글로벌 수입액, 2,132억 원

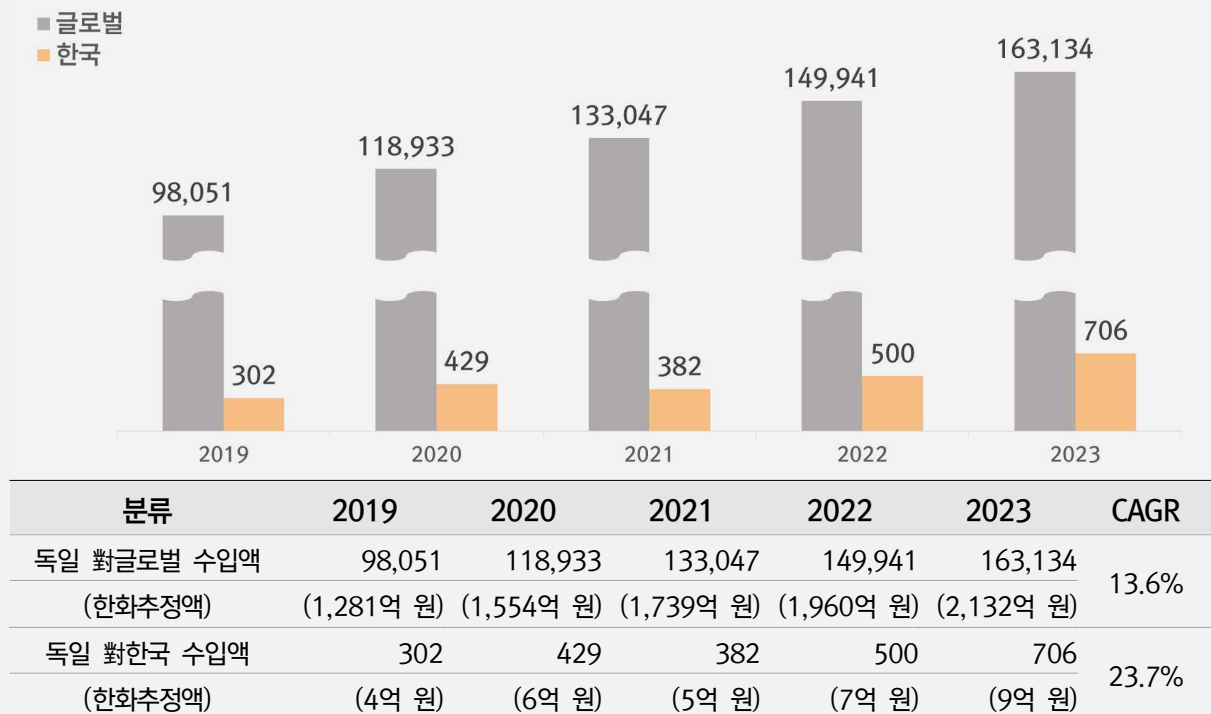
2023년 기준 HS CODE 1904.90 품목에 대한 독일의 對글로벌 수입액은 2,132억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 독일의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 13.6%씩 증가함. 조사 기간 중 독일의 해당 품목 수입액은 코로나19와 글로벌 공급망 위기 등 악재에도 불구하고 꾸준히 높은 증가세를 유지한 것으로 확인됨

▶ HS CODE 1904.90 독일의 對한국 수입액, 글로벌 17위

2023년 기준 해당 품목에 대한 독일의 對한국 수입액은 9억 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 17위에 해당하는 수치임. 해당 품목에 대한 독일의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 23.7%씩 증가함. 한편, 해당 품목에 대한 독일의 국가별 수입액은 2023년 기준 1위 폴란드(725억 원), 2위 프랑스(301억 원), 3위 스페인(168억 원) 순으로 확인되어, 인접한 유럽 내 주요 농산물 수출국들로부터의 수입이 대부분을 차지하는 것으로 나타남

[표 2.3] 독일 HS CODE 1904.90 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 독일, 채식 및 대체육 섭취 증가
2. 독일, 레디밀과 한국음식 수요 증가
3. 유럽, 친환경 포장재 관련 규정 개정
4. 독일, 수입 식료품과 유기농 식품 수요 증가

1. 독일, 채식 및 대체육 섭취 증가

▶ 독일, 유기농 및 비건 식품 수요 증가

지속가능성과 건강한 삶에 대한 관심이 증가함에 따라, 독일에서는 유기농 식품 시장이 지속적으로 성장하고 있음. 독일 소비자들이 유기농 식품을 구매하는 주요 이유는 환경 보호, 기후 보호 및 동물 보호 때문인 것으로 조사됨. 코로나19의 영향으로 독일인들은 지속 가능한 소비 패턴과 식습관을 선호하게 되었으며, 유기농 식품 구매 빈도도 15% 더 증가한 것으로 나타남. 독일 정부도 적극적인 친환경 장려 정책을 펼치고 있는데, 2025년까지 공공시설 내 유기농 점유율을 20%로 증가한다는 계획을 발표했음. 더불어 채식 위주의 식습관이 확산되면서 대체육에 대한 관심도 증가하는 추세임. 독일은 유럽에서 채식주의자의 비율이 높은 국가로, 전체 인구의 약 9.4%가 채식을 실천하고 있음. 육류 소비량도 지속적으로 감소하여 2023년 1인당 육류 소비량이 51kg으로 최저치를 기록함. 두부고기, 다진고기, 콜드컷, 돈까스, 햄버거 등 다양한 대체육 식품도 인기를 끌고 있음¹²⁾

▶ 독일의 채식 메뉴와 채식 식당

독일에는 채식 식당이나 채식 메뉴를 쉽게 찾아볼 수 있음. 패스트푸드 업체들도 독일에서 빠르게 채식 메뉴를 선보이며 비건 트렌드에 대응하고 있음. 맥도날드(McDonald's)는 2021년, 독일에서 완전 비건 버거인 맥플랜트(McPlant)를 출시하며 비건 시장에 본격적으로 진출함. 독일 버거킹(Burger King) 역시 비건 햄버거인 '레벨 와퍼(Rebel Whopper)'를 출시함. 도미노피자(Domino Pizza)도 채식 및 비건 피자 옵션을 제공하며, 이탈리아 프랜차이즈 레스토랑 바피아노(Vapiano) 역시 비건 치즈와 식물성 재료로 만든 피자를 제공하고 있음. 아울러 독일 슈퍼마켓 체인 레베(Rewe)는 베를린(Berlin)에 완전 채식 매장을 오픈해 2,700여 개의 비건 제품을 판매하며, 육류와 유제품 등 동물성 제품은 취급하지 않음¹³⁾

[그림 3.1] 독일 맥도날드의 채식 메뉴와 레베의 완전 채식매장



자료: 구텐탁코리아

12) 식품음료신문, '독일, 유기농 식품 및 대체육 소비 급증', 2021.11

13) 구텐탁코리아, '변화를 받아들이고 있는 독일의 식문화', 2024.08

2. 독일, 레디밀과 한국음식 수요 증가

▶ 유럽 내 레디밀 시장 지속적으로 성장

최근 유럽 전역에서는 별도의 조리 과정 없이 간편하게 데워먹을 수 있는 레디밀(Ready Meal) 시장이 꾸준히 성장하고 있음. 2022년 182억 달러(23조 7,856억 원¹⁴⁾)를 기록한 유럽 레디밀 시장은 2023년에는 199억 달러(26조 73억 원)로 추산되며, 2027년에는 231억 달러(30조 1,893억 원) 규모에 이를 것으로 예측됨. 세부 품목별로는, 냉장 레디밀이 48%로 가장 높은 비율을 차지했으며, 이어 냉동 레디밀(31%), 상온 레디밀(18%), 건조레디밀(4%) 순이었음. 또한, 최근 한국 문화에 대한 관심이 증가하면서 현지 유통 매장에서도 김밥, 비빔밥, 불고기 등 한국 레디밀을 쉽게 찾아볼 수 있음. 현지에서 만든 제품의 경우 한식과 일식, 베트남식을 섞은 퓨전식을 판매하기도 하며 스파게티를 섞어 현지 입맛에 맞춘 레디밀을 판매하기도 함. 이처럼 유럽 내에서 레디밀 인기가 높아지는 것은 식사를 간편하고 저렴하게 하고자 하는 소비자의 욕구가 반영된 것으로 해석됨¹⁵⁾

▶ 건강하고 맛 좋은 음식으로 인기가 높은 한국 음식

독일에서는 아시아 식품이 맛있고 건강한 이미지로 주로 젊은 층에게 인기를 끌고 있음. 여기에 코로나19 이후 면역에 대한 관심 증가와 한류의 영향으로 한국 음식에 대한 수요는 크게 증가하고 있음. 독일의 대형 유통 매장에서는 다양한 종류의 라면과 우동을 쉽게 찾아볼 수 있으며, 한국산 고추장, 간장, 된장 등의 소스류와 김치도 판매되고 있음. 독일에서 자체 생산 김치의 판매도 증가하고 있으며, 대표적인 드럭스토어인 데엠(DM)과 유기농 슈퍼마켓인 페어먼트(Fairment)에서는 자체 제작한 김치를 판매하고 있음¹⁶⁾

[그림 3.2] 독일에서 판매 중인 레디밀 제품과 자체 생산한 김치 제품



자료: 식품음료신문, 오마이뉴스

14) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

15) 식품음료신문, “레디밀” 유럽에서 성장세…한국식 메뉴 인기, 2023.10

16) 오마이뉴스, ‘김치 국물 한잔에 3천원…베를린에서 무슨 일이?’, 2024.08

3. 유럽, 친환경 포장재 관련 규정 개정

▶ 친환경 포장재 관련 규정 개정안 승인

2024년 4월, 유럽 의회는 친환경 포장재 관련 규정 개정안을 승인함. 이번 개정은 법적 구속력이 없는 지침을 법령으로 전환하여, 국가별로 상이한 시행령의 문제점을 해결하기 위해 이루어짐

▶ EU 친환경 포장재 규정

2018년에 채택된 플라스틱 대책은 EU 친환경 포장재 관련 규정의 근간이 되며, 2030년까지 지속 가능한 발전, 파리 기후조약, EU의 산업정책 목표 달성에 기여하는 것을 목표로 함. 이 중 해양 플라스틱 대책은 해양 쓰레기와 화석연료 의존도, 온실가스 감축을 목표로 플라스틱 제품의 디자인과 생산, 사용 및 재사용을 규제하는 내용이 포함되어 있음. 이 규정에는 일회용 플라스틱의 생산 및 사용 규제와 생분해 또는 퇴비화 가능한 플라스틱 대체재 활용 장려 정책 및 미세 플라스틱 사용 규제 등이 포함됨

▶ 순환 경제 시행 계획

2022년 3월에 채택된 순환 경제 시행 계획은 천연자원의 남용을 최소화하고, 지속 가능한 소비를 가능하게 하며 자원의 재활용을 극대화하기 위한 정책임. EU의 순환 경제 시행은 플라스틱 순환 시스템을 구축하고 친환경 대체재 사용을 장려하며, 미세 플라스틱을 규제하는 것을 골자로 함. 또한, EU 회원국에 통일된 분리수거 시스템을 구축하고, 식수에 대한 공공 접근성을 높여 페트병 제품에 대한 의존도를 낮추는 것을 주요 목표로 함

▶ 팜투포크(Farm to Fork) 전략

팜투포크(Farm to Fork) 전략은 식품 체인 정비를 통해 식품 낭비를 줄이는 것을 주요 목표로 함. 이 전략에는 일회용 포장재 및 식기류 규제, 영양성분 표시 강화, 원산지 표시 의무 확대, 동물 복지, 공정무역 환경 조성 등의 정책이 포함됨¹⁷⁾

17) KATI농식품수출정보, '유럽 친환경 포장재 관련 규정 개정안', 2024.07

4. 독일, 수입 식료품과 유기농 식품 수요 증가

▶ 독일 유통산업 구조

독일의 유통산업 구조는 매장의 면적에 따라 대형과 소형으로 구분되며, 가격대에 따라 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 할인점으로 나뉨. 독일 슈퍼마켓 시장 규모는 2022년 774억 유로(1,119조 3,201억 원¹⁸⁾)를 기록했으며, 2027년에는 약 899억 유로(1,300조 888억 원)로 성장할 것으로 전망됨. 레베와 에데카(Edeka)가 전체 매출의 약 91%를 차지하고 있음

▶ 수입 식료품과 유기농 식품 수요 증가

독일 슈퍼마켓 체인의 주요 트렌드로는 수입 식료품과 유기농 식품의 증가, 그리고 전자상거래의 확산을 들 수 있음. 독일에서 소비자들의 음식 취향이 다양해지고, 건강에 대한 관심이 증가하면서 식품 수입에도 큰 영향을 미친 것으로 보임. 글로벌 시장조사 기업 스탯티스타(Statista)에 따르면, 독일의 식품 수입 물량은 1998년부터 2022년까지 256% 증가한 것으로 나타났음. 앞서 언급한 것처럼 건강에 대한 관심이 증가함에 따라 유기농 제품에 대한 수요와 매출이 증가하고 있음. 다만, 유기농 식품은 가격이 높다는 단점이 있어, 독일 슈퍼마켓 체인들은 이를 극복하기 위해 자사 브랜드의 유기농 제품을 선보이고 있음. 테гут(Tegut)은 브랜드의 유기농 라인 강화를 위해 유기농 체인 베이직(Basic)을 인수했으며, 에데카는 1만 3,000여 개의 유기농 제품 라인을 출시함. 또한, 최근 독일 슈퍼마켓 체인들은 매장 수를 늘리기보다 온라인 시장에 집중하며 옴니채널로의 확장을 시도하고 있으며 레베와 에데카 모두 식료품 전자상거래 채널을 운영하고 있음

▶ 한국 식품의 후속 진출 가능성 높아

독일 경제 성장이 둔화되면서 독일 슈퍼마켓 체인도 원가 절감을 위한 공격적인 정책을 추진하고 있음. 특히, 가격 안정성을 확보하기 위해 자사 제품의 비중을 늘리고, 외부 유명 브랜드는 과감히 정리할 가능성이 있음. 그러나 경제가 회복되면 소비자들은 더욱 지속 가능하고 건강한 먹거리를 찾게 될 것이며, 자사 제품, 유기농 제품, 프리미엄 제품에 대한 인기는 더욱 높아질 것임. 또한, 현재 독일 내 한국 음식에 대한 관심이 높아지고 있으며, 이미 독일 슈퍼마켓 체인에 다양한 한국 식품이 판매되고 있어 한국 식품의 후속 진출 가능성도 높아지고 있음¹⁹⁾

18) 1유로=1,446.15원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

19) KOTRA해외시장뉴스, '2023년 독일 유통산업의 트렌드 키워드는?', 2023.09

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



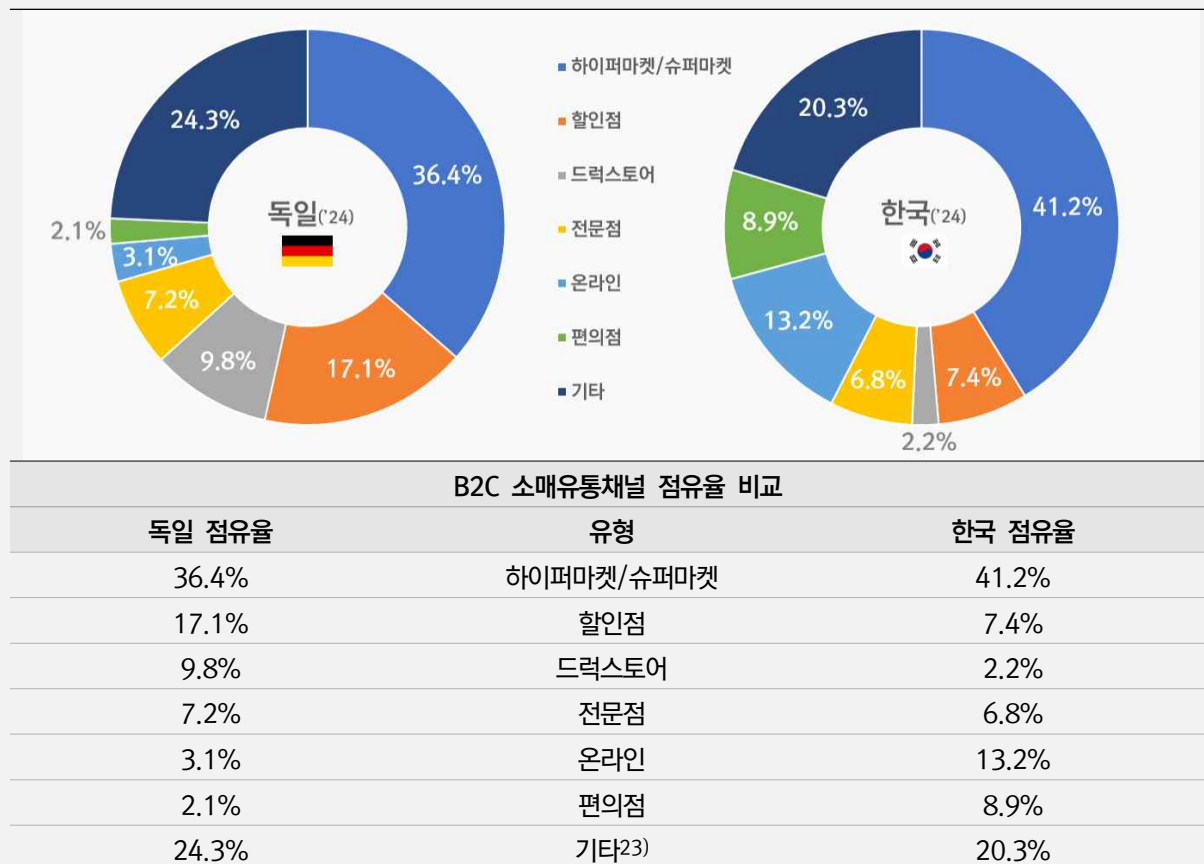
1. 독일 김밥 유통채널 점유율
2. 독일 김밥 주요 유통채널

1. 독일 김밥 유통채널 점유율

▶ 독일 김밥 비롯한 식료품 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

2024년 기준 독일 내 김밥을 비롯한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 36.4%로 가장 높은 점유율을 보였음. 2위는 24.3%의 ‘기타’, 3위는 17.1%의 ‘할인점’, 그리고 9.8%의 ‘드렉스토어’와 7.2%의 전문점이 그 뒤를 잇는 것으로 나타남. 한국 역시 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 41.2%로 1위, ‘기타’가 20.3%로 2위를 차지했으나 ‘온라인’의 점유율이 13.2%로 독일에 비해 높았으며, 8.9%의 ‘편의점’과 7.4%의 ‘할인점’이 그 뒤를 잇는 것으로 확인됨. 독일의 경우 식료품 유통에 있어 할인점과 드렉스토어의 점유율이 상대적으로 높고, 온라인과 편의점의 비중이 비교적 적은 것으로 나타남. 따라서 식료품 수출 시 이러한 국가 간 차이를 충분히 고려한 전략 수립이 요구될 것으로 판단됨

[표 4.1] 독일 및 한국 김밥 B2C 소매유통채널 점유율 비교²⁰⁾²¹⁾²²⁾



자료: 스탯티스타(Statista)

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

21) 자료: 스탯티스타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in Germany as of June 2024’, 2024.08

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

23) ‘기타’는 유기농 식품 매장, 농산물직판장, 베이커리 등을 포함함

2. 독일 김밥 주요 유통채널 ① 레베

기업 기본 정보	기업명	레베(REWE)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.rewe.de	
	위치	독일 전역	
	규모	매출액('23) • 404억 유로(약 58조 4,245억 원 ²⁴⁾ 기타 규모 • 매장 수('24): 3,700개 • 직원 수('23): 약 39만 명	
	기업 요약	- 레베(REWE) 그룹의 자회사로, 레베시티(REWE City), 레베센터(REWE Center) 등 다양한 형태의 매장 운영 중임 - 에데카(EDEKA)와 함께 독일 슈퍼마켓 매출 전체의 약 90%를 양분하고 있음²⁵⁾ - 독일 내에서 중저가 슈퍼마켓으로 분류되며, 가격 경쟁력 확보를 위해 자사 브랜드 제품을 폭넓게 개발, 판매 중임	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 유제품, 면류, 차(茶)류, 음료류, 소스류, 유아용품, 주방용품 등	
	선호 제품	• 유기농 식품, 신선식품 등	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 후 공급업체 초청으로 입점 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ① 공급 제품 정보(브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 설명 등) ② 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +49-221-149-0 - 이메일: support@supplier.rewe-group.com	

자료: 레베(REWE), 레베그룹(REWE Group)

사진 자료: 위키피디아(Wikipedia), 옥타라이트(Oktalite)

24) 1유로=1,446.15원(2024.10.01, KEB하나은행 매매기준율 적용)

25) 자료: 한국수산물경제, '2023년 독일 유통산업 트렌드는?', 2023.09

2. 독일 김밥 주요 유통채널 ② 에데카

기업 기본 정보	기업명	에데카(Edeka)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.edeka.de	
	위치	독일 전역	
	규모	매출액('23) • 707억 유로(약 102조 2,428억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 6,200개 • 직원 수('24): 약 40만 8,900명	
	기업 요약	• 레베(REWE)와 함께 독일 최대의 슈퍼마켓 브랜드 • 독일 내 지역을 기준으로 7개사로 나눠 운영 중이며, 회사 경영 전반과 제품 선택에 있어 지역 특성을 중시하는 것으로 알려져 있음 • 독일 내에서 비교적 고가의 슈퍼마켓으로 분류되며, 유기농 식품 및 프리미엄 제품에 대한 개발 및 판매에 적극적임	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 소스류, 스낵류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 신선식품, 유기농식품 등	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 신청(www.edeka.de) - 홈페이지 좌측 하단 'Kontakt(연락)' 클릭 - 'Betreff(주제)'- 'Unternehmen(기업)' 선택 - 공급자 정보(이름, 회사명, 회사 주소, 연락처), 참고자료 및 기타 문의사항 작성해 제출 • 공급업체 포털 등록(partnerportal.edeka.de) - 구매 담당자에게 문의 - 전화번호: +49-040-6377-3464 - 이메일: partnerportal@edeka.de • 기타 문의사항 연락처 - 전화번호: +49-0800-3335211 - 이메일: info@edeka.de	

자료: 에데카(Edeka)

사진 자료: 위키피디아(Wikipedia), 리테일디테일EU(RetailDetail EU)

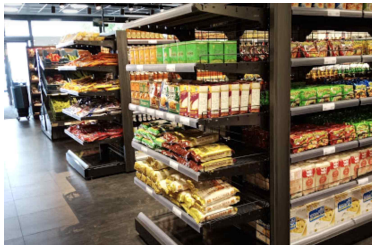
2. 독일 김밥 주요 유통채널 ③ 고아시아

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	• 2009년 설립된 아시아 식료품 전문점으로, 한국, 일본, 중국산 제품 판매 중 • 온라인몰을 통해 50유로 이상 구매 시 무료배송 서비스 제공 중 • 다양한 아시아산 수산물 관련 제품 및 스낵 판매 중	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등	
	선호 제품	• 아시아산 제품, 건강한 제품, 즉석식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: service@goasia.net - 전화번호: +49-30-3988-2855	

자료: 고아시아(Go Asia)

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

2. 독일 김밥 주요 유통채널 ④ 와이마트

기업 기본 정보	기업명	와이마트(Y-mart)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.Y-mart.de		
	위치	프랑크푸르트암마인(Frankfurt a.M.)		
	규모	기타 규모	• 매장 수('23): 1개	
	기업 요약	- 독일 내 대형 한인마트로, 매장이 깔끔하고 다양한 제품군을 제공함 - 제품의 90% 이상이 한국 제품으로 이뤄진 한인마트이며, 한국의 유명 식품 브랜드와 신제품도 다수 구비되어 있음 70유로 이상 온라인몰 주문 시 배송, 배달, 픽업 서비스를 제공함		
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	- 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 이메일: info@y-mart.de - 전화번호: +49-69-3003-8990		

자료: 와이마트(Y-mart)

사진 자료: 와이마트(Y-mart), 구글맵(Google Maps)

2. 독일 김밥 주요 유통채널 ⑤ 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 ²⁶⁾)
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월 ²⁷⁾): 1억 2,990만 회
	기업 요약	• 세계적으로 유명한 온라인 경매 및 마켓플레이스 플랫폼으로 이베이 독일은 독일어로 운영되고 있음 • 전 세계 190개국에서 운영하고 있으며, 각국의 통화로 구매가 가능함 • 이베이 플러스(eBay Plus)를 통해 무료배송과 무료 반품 서비스를 제공하고 있음	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	두잇셀프(Doitsself) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록 - 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점 - 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능(수수료 건당 10.9%) - 기업 판매자는 25만 개까지 제품 등록 가능(월별 비용과 건당 수수료 4.8%) • 기타 참고사항 - 기타 문의사항은 홈페이지를 통해 가능함 - 독일에서 상품 판매시, 독일의 부가가치세 식별번호(VAT ID)를 발급받아야 하며, 포장법(VerpackG)을 준수하여 포장 등록 시스템(LUCID)에 등록해야 함 - 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)	

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

사진 자료: 이베이 독일(eBay.de)

26) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

27) 2024년 9월 한 달간 집계된 홈페이지 방문자 수에 해당함

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.

Yes, sign in

No, create one

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

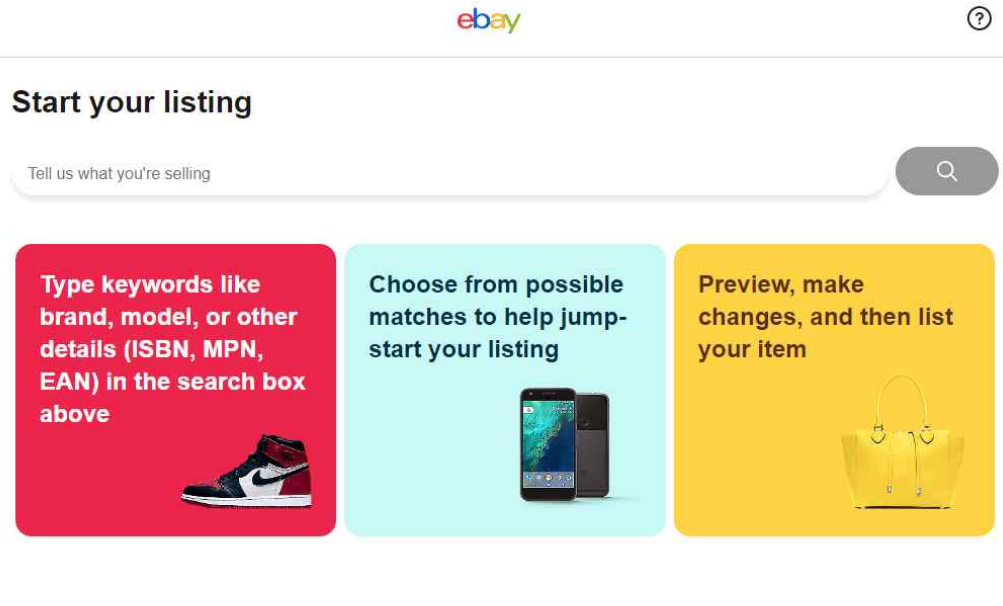


이름

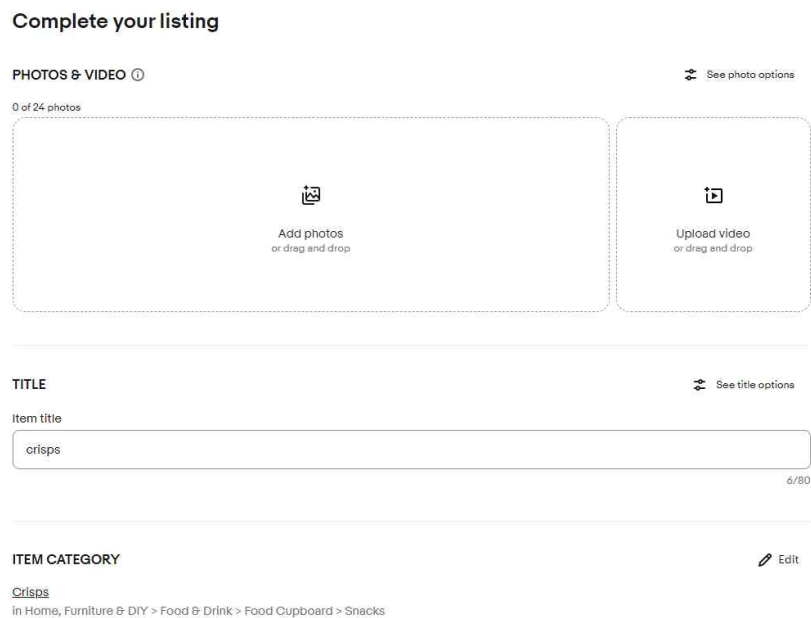
성

- 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)

2. 독일 김밥 주요 유통채널 ⑥ 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)
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월): 4억 770만 회
	기업 요약	190만 개 기업의 상품을 보유하고 있으며, 분당 7,400개의 제품 구매가 이루어지고 있는 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰 1998년부터 독일에 진출하였으며, 2023년 기준 독일의 식음료 이커머스 시장에서 온라인 매출 상위 3위 안에 속함	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	이지쿡아시아(EasyCookAsia) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보	 시즌별 할인, 한정 기간 할인, 카테고리별 할인, 기프트카드 제공 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록 - 아마존 판매 플랫폼 접속하여 계정 생성(sellercentral.amazon.com) - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 - 제품 홈페이지 등록 및 필요 정보 - 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) - 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) - 입점 문의 후 등록 (services.amazon.de/service/kontaktieren-sie-uns.html) - 정보 기입 후 입점 사항 논의 후 진행 - 홈페이지 기입 정보(제품군, 예상 판매액, 회사정보 등) - 기타 주의사항 - 아마존 행동 강령 및 소비자에 대한 식품 관련 정보 제공에 관한 EU 규정 준수 - 식료품을 포함한 10개 카테고리에 대한 제품은 승인 절차를 거쳐야 입점 가능	

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

사진 자료: 아마존 독일(Amazon.de)

입점 등록 절차
UI ①

기본 담당자 정보

이름 중간 이름 성

여권이나 신분증에 표시된 것과 같이 현재 이름을 입력하십시오.

시원로 보유 국가

출생 국가

국가 선택

생년월일(DD/MM/YYYY) 월 일 년

거주지 주소

제한된 표준 주소 보기

대한민국

우편번호

주소란 1

시/도

시/도/지역

연동용 전화번호

+82

+ 새 휴대폰 번호 추가

주 연락 담당자가 있는지 확인

☐ 회사의 실질 소유자

☐ 회사의 법적 대표자

기본 연락처의 담당자가 사업체의 유일한 실질 소유자입니다.

☐ Yes ☐ No

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

이전

다음

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

입점 등록 절차
UI ②

amazon seller central

회사
정보결제
정보3
장구4
스토
어5
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)

- 글로벌셀링 가입 첫 6개월 수수료 39.99달러(52,263원) 부과

자료: 아마존(Amazon)

사진 자료: 아마존(Amazon)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



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

1. 독일 김밥 통관 및 검역 절차²⁸⁾

▶ 독일 김밥 수출 시 통관 절차별 주요사항

독일은 유럽연합(EU: Europe Union) 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 강화되는 추세이므로, 현지 긴급 검역, 검사 강화 및 통관 지연을 방지하기 위해 수출 전 철저한 규정 숙지와 준비가 필요함

[표 5.1] 독일 김밥 통관 검역 절차



자료: 관세청, EU 법령포털(EUR-LEX)

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

▶ 독일 김밥, 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	국가 코드 2자리 + SIRET 번호	발급 기관	해당 국가 관세 당국 또는 유럽연합 관세 당국
신청 절차	- 독일 세관(ZOLL) 홈페이지²⁹⁾에서 계정 생성 후 온라인으로 신청 또는 서면을 통하여 신청 가능 - 신청 받은 서류를 심사하여 EORI 발급 - EORI 번호 발급 이후, 사전에 해당 번호가 유효한지 확인한 후 수입 통관 및 검역 절차를 진행해야 함		
소요기간	- 신청 완료 시점으로부터 최대 30일 - EORI 번호는 EU 회원국 통합이기 때문에 EU 국가 중 어느 한 국가에서 발급 받은 경우 그 번호가 계속 유효하며 중복신청이 불가함		

자료: 유럽연합 집행위원회, 독일 관세청

29) (www.zoll.de)

▶ 독일 김밥, 국내 수출업체 AEO 등록 시 통관 혜택 多

AEO(Authorized Economic Operator)란 ‘수출입안전관리 우수공인업체’를 의미하며, 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 비율 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	수출입 기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규 준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업	
적용 대상	수출업체, 수입업체, 관세사, 보세구역 운영인, 보세운송업자, 화물운송주선업자, 하역업자, 선박회사, 항공사	
AEO 혜택	세관 혜택	- 수입검사를 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속 통관 혜택 - AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA: Mutual Recognition Agreement)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음
	경쟁력 강화	- 타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌 - 통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음 - AEO를 통해 법규 준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음
	비용 절감	- 수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음 - 내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함
신청방법	1단계(공인 신청): 신청업체가 관세청 유니패스(Uni-pass)를 통해 신청서 제출	
	2단계(공인 심사): 서류 심사(60일 이내), 현장 심사(60일 이내)	
	3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급 조정, 공인 취소 및 유보 결정	
	4단계(종합 심사): 5년 주기, 서류+현장 심사, 기준 유지 점검(통관 적법성 포함)	

자료: 관세청, 공인경제운영자(TW AEO), 유럽연합 집행위원회(EC)

2. 독일 김밥 품질 인증

▶ 독일 김밥, 유럽식품안전청 식품안전관리제도 준수 필요

유럽식품안전청 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] 유럽식품안전청 식품안전관리제도

유럽식품안전청 식품안전관리제도 	발행 및 검사기관	유럽식품안전청(EFSA: European Food Safety Authority)
	강제 유무	필수
	제출 서류	인증 신청서
	비용	없음
	소요기간	없음
	절차	별도의 신청 절차는 없으나, 불시 검사를 통해 EU 식품 관련 규칙 위반 시 수입 거부 및 반송, 폐기될 수 있음

자료: 한국농수산물유통공사, 유럽식품안전청(EFSA)

▶ 독일 김밥, 필수 인증 無

독일로 김밥 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 김밥 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) 지정 인증기관	
비건 소사이어티 (The Vegan Society Trademark)	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	영국 비건 소사이어티 (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(환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)) 경영³⁰⁾에 대한 필요성이 증대함. 또한, ESG 경영을 실천하고 있음을 소비자에게 홍보하기 위한 식품인증을 취득하는 기업이 증가하고 있음. 대표적으로, 탄소저감라벨(Carbon Reduction Label), 공정무역 인증, 비콥(B Corp) 인증 등이 있음

[표 5.6] 독일 김밥 인증 취득

탄소저감라벨	공정무역 인증	비콥 인증
		

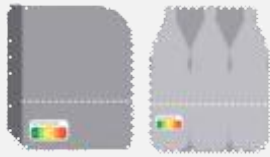
자료: KATI농식품수출정보, 에코라벨지수(Ecolabel Index), 페어트레이드 인터내셔널(Fairtrade International), 공익법인(Benefit Corporation)

30) 기업의 친환경 경영(E), 사회적 책임(S), 투명한 경영·지배구조(G)를 지향함으로써 지속가능한 발전을 추구하는 것

▶ 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(Nutri-Score), 포장재 폐기물 재활용, 유럽연합 기준과 조화되지 않은(not yet harmonized) 특정 오염물질/제품 조합의 최대치가 있음. 뉴트리-스코어는 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 있음³¹⁾

[표 5.7] 뉴트리-스코어 사용 방법

목적	• (소비자) 영양정보에 대한 이해 촉진 및 정보에 입각한 제품 선택 장려 • (산업계) 보다 건강한 제품 제조 장려
표시 대상	• 소비자 식품 정보에 관한 규정 (EU) No 1169/2011에 따른 의무 영양표시 대상 식품 - 아로마 허브, 차, 커피, 효모 등 제외한 모든 가공식품
표시 제외 대상	• 소비자 식품 정보에 관한 규정 (EU) No 1169/2011 부록 5호에 규정된 의무 영양표시 대상 제외 식품 - 비가공식품(예: 신선 채소, 꿀), 0~3세 영유아용 식품 등
표시 방법	• 수직 버전이 기본이며 포장 전면 하단 1/3에 배치  • 로고 너비 = (포장 길이 + 포장 너비) / 10 • 로고 너비 최소 17mm, 최대 45mm

자료: 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템

31) 독일 유로저널, 「독일, 건강한 식생활에 도움을 주는 뉴트리-스코어 기준 변경」, 2022.07.31

[표 5.7] 뉴트리-스코어 사용 방법

등록 주체	식품 생산업자 또는 유통업자
등록 방법	관련 사이트를 통해 등록 후 무료 사용 (www.demarches-simplifiees.fr/commencer/ns_international_registration_procedure)
등급 부여 방법	- 제품 100mg 또는 100ml당 좋지 않은 성분과 좋은 성분의 각 항목별 점수를 토대로 산출된 최종점수에 따라 A~E등급 부여 - 좋지 않은 성분(0~40점) - 좋은 성분(0~15점) = 최종점수 - A: -1 이하 / B: 0~2 / C: 3~10 / D: 11~18 / E: 19 이상 - 좋지 않은 성분: 열량(KJ), 설탕(g), 포화지방산(g), 나트륨(g) - 점수: 각 0~10점(총 40점) - 좋은 성분: 과일·채소·콩류·견과류·과일껍질·특정오일(유채, 호두유, 올리브유)(%), 섬유질(g), 단백질(g) - 점수: 각 0~5점(총 15점)
표시 형태	

자료: 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템

▶ 독일 김밥, 친환경 포장재 관련 규정 개정

1994년에 제정된 EU 포장재 지침이 현재 대대적인 개정을 앞두고, 지난 2024년 4월 유럽 의회의 승인을 받아 관보 게재를 앞두고 있음. 이 개정은 실제적인 법적 구속력이 없는 지침을 법령으로 선언하며 국가별로 상이한 시행령의 문제점을 해결하기 위해 개정되었음. 이에 따라 독일로 수출하는 식품의 포장재에도 큰 영향을 미칠 것으로 예상되므로, 식품 포장재와 관련된 새로운 EU 정책이나 변경 사항들을 지속적으로 모니터링해야 함

[표 5.8] EU 친환경 포장재 관련 규정 주요 개정 내용

순번	항목	관련 법안	개정 내용
1	포장용 소재 기준 강화	제 5조	- 중금속(납, 카드뮴, 수은, 크롬) 기준치 100mg/kg 미만 사용 - 기존 식품 접촉 포장재 관련 규정 교차 적용
2	재활용 가능한 포장재 등급 시스템 구축	제 6조	2030년 1월 1일까지 모든 포장재의 디자인을 재활용할 수 있도록 설계 2035년까지 포장재의 재활용 효율 등급에 따라 분류하고 G등급은 재활용 불가 등급으로 분류
3	재생 플라스틱 사용 의무화	제 7조	- 플라스틱 포장재 제조에 재생 플라스틱 사용을 의무화 2030년에는 유리, 알루미늄 캔 같은 포장에도 의무화를 적용할 예정 - 퇴비화 가능한 플라스틱(바이오 플라스틱)에는 미적용
4	재활용 가능한 포장재 사용 비율 산정	제 46조	2025년까지 전체 포장 폐기물 재활용률 목표치를 65%, 2030년까지 70%로 산정
5	반환 보상 시스템 도입	제 44조, 부록 V	- 포장 소재에 따라 재활용률이 낮은 점을 감안하여, 판매하는 제품에 포장재에 대한 보증금을 붙여서 판매하고, 반환 시 돌려받는 제도 2029년 1월 1일까지 모든 EU 회원국이 해당 시스템을 구축해야 함 - 와인, 가향 와인류, 증류주, 우유, 유제품은 제외

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.8] EU 친환경 포장재 관련 규정 주요 개정 내용

순번	항목	관련 법안	개정 내용
6	재사용 가능 포장재 사용 비율	제 10, 23, 24, 25조, 부록 VI	- 최종 유통업자는 일정 비율의 리필 가능한 제품을 의무적으로 판매해야 함 - 영세업체, 연간 1톤 이하의 포장 폐기물 생성 업체, 창고 포함 100㎡ 이하 매장은 예외 적용
7	퇴비화 가능 포장재 의무 사용	제 8조	2026년 말 특정 제품(차, 커피에 쓰이는 티백, 필터, 알루미늄 캡슐 등)에 퇴비화 처리 가능 포장재 의무 사용 - 신선 과일이나 채소에 부착되는 스티커 15μm 미만의 비닐봉지
8	과대포장 금지	제 9, 21, 38조	- 모든 포장재는 그 무게와 부피를 최소화하여 디자인되어야 함 - 실제 제품보다 부피를 커 보이게 하는 포장재와 충전재 사용을 금지 - 묶음 포장과 배송용 포장에도 적용 - 감축 목표량 2030년까지 5% >>> 2035년까지 10% >>> 2040년까지 15%
9	일부 포장재 사용 금지	제 22, 29조, 부록 V	- 단순한 광고성 묶음 포장(라면, 물)은 금지 1.5Kg 이하의 신선 과일 및 채소의 보호 포장 금지 - 일회용 설탕, 소금, 소스류 포장 금지 - Horeca용 식기류 금지 50μm 미만의 비닐봉지
10	통일된 포장재 라벨링	제 11조	- 비인가로고 사용 금지 2026년 말 이후 판매용 및 묶음용 포장재의 소재 라벨 표기 의무, 반환보상시스템(DRS) 라벨 일원화 2028년 말 이후 모든 재사용 가능 포장재에 일원화된 라벨 및 추가 정보 (QR코드) 표기 의무
11	ERP(확장된 생산자 책임제) 도입	제 39, 40조	- 폐기물 포장재를 EU 시장에 들여오는 수입자가 소재국 담당 기관에 회사를 등록하여 연간 배출하는 포장 폐기물의 양을 신고하고, 그 양에 따라 세금 부과 2024년 말까지 모든 회원국의 시스템 구축

자료: KATI농식품수출정보

3. 독일 김밥 라벨링³²⁾³³⁾

[표 5.9] 독일 김밥 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	- 상표와 브랜드는 표기할 수 있으나 상품명으로 사용 불가함 - 정식 명칭으로 기재하되, 필요한 경우 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용해야 함
	2. 원재료명	- 원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 백분율과 함께 표시 - 면의 경우, ‘면’ 문자 다음에 괄호를 붙여 ‘밀가루’, ‘메밀’, ‘달걀가루’, ‘소금’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시 - 스프 및 조미료의 경우, ‘닭고기 추출물’, ‘간장’, ‘향신료’, ‘파’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시 - 완제품의 5% 이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재할 것 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기 - 알레르기 유발 성분은 강조해서 표기
	3. 첨가물	- 가공보조제, 캐리-오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능함 - 중량 비율이 높은 순서대로 표시
	4. 순중량	- 무게 단위로 ‘kg(킬로그램)’ 또는 ‘g(그램)’으로 표시 - 부피 단위는 ml(밀리리터), cl(센티리터), l(리터) 중 하나를 표시
	5. 보관방법	- 제품이 특별한 보관 상태 또는 사용 상태를 요구할 때는 이러한 상태를 명시 - 필요한 경우 개봉 후 적절한 보관방법과 소비를 위한 제한 시간을 함께 기재
	6. 원산지	- 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 - 위원회 실시 규칙(EU) 2018/775에 따라서 최종 제품의 원산지가 표기되어 있지 않고 원산지 국기 등이 패키지에 표시되어 있는 경우에는 규제 대상임
	7. 조리방법	조리 예시가 없어서 적절한 식품의 사용이 불가능한 경우, 사용법을 명시하여 소비자들이 제품을 적절히 사용할 수 있게끔 함
	8. 사업자 정보	- 식품 정보 제공에 책임이 있는 회사명을 기재하는 것이 원칙 - 만일 그 회사가 유럽연합 내에 설립된 것이 아니라면, 유럽연합 영내로 수입하는 수입업체를 기재

자료: EU 법령포털(EUX-LEX)

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

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

[표 5.9] 독일 김밥 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	9. 영양 정보	- 의무 기재사항: 열량, 지방 함량, 포화지방 함량, 탄수화물 함량, 설탕 함량, 단백질 함량, 소금 함량 - 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) - 선택 기재사항: 불포화지방 함량, 폴리올 함량, 전분 함량, 식이섬유 함량, 비타민 또는 미네랄 함량 - 영양 정보는 100g 또는 100ml 기준으로 표기할 것
	10. 유통기한	- 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재 - 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재
	11. 알레르기 유발물질	- 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 - 다른 성분들과 구분하여 강조할 때는 'Contains'라는 표현 다음에 알레르기 항원 인자 성분을 표기 - 유럽연합 표시대상 알레르기 유발물질: ①글루텐 함유 곡물, ②갑각류, ③난류, ④어류, ⑤땅콩, ⑥대두, ⑦우유, ⑧견과류, ⑨셀러리, ⑩겨자, ⑪참깨, ⑫이산화황 및 아황산염(10mg/kg 이상) ⑬루핀, ⑭연체동물
	12. 제조 번호 (Lot 번호)	- 동일한 조건에서 생산, 제조, 포장된 동일 식품군에 속한 판매 개체들의 총체로, 소비자가 사전포장 식품 원산지를 추적 가능 - 다른 라벨 문구들과 분명하게 구분되는 경우를 제외하고 L로 시작 - 단, 유통기한이 라벨에 표시된 경우 제조 번호는 의무 기재사항이 아님
	13. 표기 언어	- 독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 - 스티커 형태의 라벨 부착이 가능함 - 유럽연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능함
	14. 글자 크기	- 글자 크기는 최소 1.2mm 이상이어야 함 - 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자 크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함

자료: EU 법령포털(EUX-LEX)

▶ 독일 김밥 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 독일어/영어]

- ① Korean food style
- ② Gimbap
- ③ Mushroom and Japchae
- ④ Hergestellt in Korea
- ⑤ eingefroren

[앞면 - 국문]

- ① 한국 음식 스타일
- ② 김밥
- ③ 버섯과 잡채
- ④ 한국산
- ⑤ 냉동

[뒷면 - 독일어]

- ① Durchschnittliche Nährwertangaben je 100g:
Energie 653kJ / 156kcal
Fett 3.9g
davon gesättigte Fettsäuren 0.6g
Kohlenhydrate 30g

[뒷면 - 국문]

- ① 100g 당 평균 영양 정보:
에너지 653kJ / 156kcal
지방 3.9g
포화지방산 0.6g
탄수화물 30g

- ① davon Zucker 2.1g
Eiweiss 2.8g
Salz 1.3g

- ② Gefrorener Gimbap mit Pilze und Gemüse

- ③ Zutaten:
Gewürzter Reis (Reis, Wasser, Salz, Sojaöl, weißer Essig, Sesamöl, gerösteter Sesam), gekochte Glasnudeln (Wasser, Zellophannudeln, Sojasauce (enthält Gluten), Zucker, Knoblauch, Sojaöl, Sesamöl, schwarzer Pfeffer), Austernpilz 8,7%, Karotte, eingelegter Rettich, gewürzter Spinat (Spinat, Salat, Sesamöl, gerösteter Sesam), gerösteter Seetang.

- ④ Gergestellt in Korea, mit Zutaten aus der EU und Nicht-EU. Bei -18C lagern. Nach dem Auftauen nicht wieder einfrieren.

- ⑤ Nettogewicht: 230g

- ⑥ Zubereitung:
Mikrowelle: Schneiden Sie die Plastikfolie ab und erhitzen Sie sie 3 Minuten und 30 Sekunde lang bei 700W
In der Pfanne: Schnieden Sie die Plastikfolie ab, tauen Sie sie 1 Minute lang in der Mikrowelle auf und braten Sie sie dann 3-4 Minuten lang auf jeder Seite. Fügen Sie nach Wunsch Eier oder andere Zutaten hinzu.

- ⑦ Beratung:
Um Verbrennungen zu vermeiden, lassen Sie es vor dem Servieren einige Minuten abkühlen

- ① 당 2.1g
단백질 2.8g
나트륨 1.3g

- ② 버섯과 야채를 넣은 냉동 김밥

- ③ 재료:
양념밥(쌀, 물, 소금, 콩기름, 식초, 참기름, 볶은 참깨), 익힌 당면(물, 셀로판 국수, 간장(글루텐 포함), 설탕, 마늘, 콩기름, 참기름, 후추), 느타리버섯 8.7%, 당근, 절인 무, 양념 시금치(시금치, 상추, 참기름, 볶은 참깨), 볶은 다시마.

- ④ 한국에서 제조, EU 및 비EU 원료 사용. -18도에서 보관. 해동 후 재냉동하지 마십시오.

- ⑤ 순중량: 230g

- ⑥ 조리:
전자레인지: 비닐 랩을 잘라내고 700W에서 3분 30초 동안 가열합니다.
팬에서: 비닐 랩을 잘라내고 전자렌지에서 1분간 해동한 다음 각 면을 3-4분 동안 튀깁니다. 계란이나 다른 재료를 원하는 대로 추가합니다.

- ⑦ 조언:
타지 않도록 서빙하기 전에 몇 분간 식히십시오.

⑦ Das Produkt lässt sich optimal nach dem Kochen verzehren, kann aber auch verpackt zum Mitnehmen bei einem Picknick mitgenommen werden

⑧ Eingeführt von: T&T Foods
 Zaid de Diefmatten
 Lieu dit Allmend
 68780 DIEFMATTEN – France
www.ttfoods.fr

⑦ 제품은 조리 후 바로 먹는 것이 이상적이지만 피크닉에 가져갈 수 있도록 포장할 수도 있습니다.

⑧ 수입처: T&T Foods
 Zaid de Diefmatten
 Lieu dit Allmend
 68780 DIEFMATTEN – France
www.ttfoods.fr

4. 독일 김밥 식품첨가물

▶ 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 5.10] 고객사 김밥에 적용 가능한 독일 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	아카시아 검	Acacia Gum	GMP ³⁴⁾	유형 1에서 17에 포함되지 않는 가공식품, 영유아용 식품 제외
2	아세트산	Acetic Acid		
3	아세틸화 이전분 아디페이트	Acetylated Distarch Adipate		
4	아세틸화 이전분 인산염	Acetylated Distarch Phosphate		
5	지방산의 단 · 디글리세리드 아세트산 에스터	Acetic Acid Esters Of Mono-And Diglycerides Of Fatty Acids		
6	한천	Agar		
7	알긴산	Alginic Acid		
8	아세틸화 전분	Acetylated Starch		
9	알긴산 암모늄	Ammonium Alginate		
10	수산화 암모늄	Ammonium Hydroxide		

자료: KATI농식품수출정보

34) 식품첨가물 규정에 등재되어 있어 해당 품목에 사용할 수 있으나, 사용 기준이 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 유해물질의 잔류허용기준임. 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.11] 고객사 김밥에 적용 가능한 독일 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	비소	Arsenic(As)	0.25mg/kg (wet weight)	익힌 쌀 및 현미

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 기록되어야 하며 소량이라도 반드시 표기해야 함. 알레르기 유발물질 보유 사실을 누락한 식품에 대해서는 경고 및 리콜 조치가 적용됨

[표 5.12] 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. 한독몰(Handokmall)
2. 와이마트(Y-Mart)
3. 레베(Rewe)

Interview ①

35)



한독몰 (Handokmall)

- 유형: 한인마트
- 업체 특징:
 - 1996년에 설립된 한국 식품 전문 슈퍼마켓
 - 주로 한국산 식품을 취급하며, 다양한 김밥 제품을 제공하고 있음

담당자 정보

Store Manager

한독몰(Handokmall) Store Manager

Q. 냉동 김밥을 독일로 수입할 때 필요한 통관 절차나 검역 관련 요건이 무엇입니까? 특히 식물성 원재료 제품에 대해 주의할 점이 있을까요?

독일로 냉동 김밥을 수입하려면 독일 세관(Zoll)이 관장하는 통관 절차를 거쳐야 합니다. 식물성 원재료 제품의 경우, 식물 보호 및 질병 예방을 위한 특정 규정을 준수해야 하며, 버섯과 같은 일부 식물성 원재료는 식물 검역 증명서가 필요할 수 있습니다. 특히 고위험 식물로 분류된 제품은 유해 성분 검사를 추가로 받아야 할 가능성이 있습니다.

Q. 파우치 형태의 롤 포장이 독일 시장에서 적합하다고 생각하십니까? 현지 소비자들이 선호하는 포장 디자인이나 개선이 필요한 사항이 있다면 무엇입니까?

파우치 형태의 롤 포장은 독일 소비자들에게 적합할 것으로 보입니다. 현지 소비자들은 김밥과 같은 둥근 포장을 선호하며, 김밥 제품이 파우치 형태로 제공되는 것을 기대합니다. 포장 디자인은 간단하면서도 명확해야 하며, 한국 전통 스타일이 반영된 디자인이 긍정적으로 받아들여질 수 있습니다.

Q. FSSC22000 인증이 독일 시장에서 제품 신뢰성에 충분한 영향을 미칠 수 있다고 보십니까? 추가적으로 요구되는 인증이나 표준이 있을까요?

FSSC22000 인증은 독일 소비자들로부터 신뢰를 높이는 데 긍정적인 영향을 미칠 수 있습니다. 독일 소비자들은 표준화된 생산과 높은 품질을 보장하는 인증을 선호하며, 특히 제품의 원산지 정보와 유기농 인증이 있는 경우 더욱 긍정적으로 평가됩니다. 또한, 독일 소비자들은 친환경적이고 윤리적인 생산 배경을 중시하기 때문에, 관련 인증이 추가로 제공되면 더욱 유리할 것입니다.

Q. ‘간편식’, ‘HMR 제품’, ‘소화가 잘 되고 다이어트에 좋은 제품’이라는 홍보문구가 독일 소비자에게 효과적으로 어필할 수 있을까요? 개선할 점이 있으면 알려주세요.

‘즉석식품’이라는 표현은 독일 소비자, 특히 1인가구, 학생, 바쁜 직장인들에게 효과적으로 어필할 수 있습니다. 건강에 대한 관심이 높은 독일 소비자들에게는 ‘다이어트’보다 ‘건강’ 또는 ‘저탄수화물/저지방’이라는 표현이 더욱 긍정적인 반응을 이끌어낼 것입니다. ‘다이어트’라는 단어는 부정적인 뉘앙스를 줄 수 있으므로, 건강 관련 표현으로 대체하는 것이 좋습니다.

Q. 냉동 김밥의 현지 시장에서의 희망 소비자가격(5,000원/ea)이 단가 경쟁력을 가질 수 있다고 보십니까? 현지 유사 제품과의 가격 비교에서 어떻게 평가할 수 있습니까?

현재 독일 시장에서의 가격대는 약 4-5유로(5,784-7,230원³⁶⁾)입니다. 특히 비건 김밥의 경우 일반 고기나 생선 김밥보다 가격이 높은 경향이 있습니다. 따라서 4유로(5,784원) 이하의 가격은 경쟁력 있는 요소가 될 수 있지만, 지나치게 저렴할 경우 품질이 낮다는 인식을 줄 수 있습니다. 이를 개선하기 위해서는 인증서 제공 및 투명한 정보 전달을 통해 신뢰성을 높이는 것이 중요합니다.

Q. 현지에서 생산되는 김밥과 수입된 김밥(특히 식물성 제품) 사이의 차이는 무엇이라고 보십니까? 독일 소비자들이 수입 제품을 선택할 만한 이유는 무엇일까요?

독일 소비자들은 제품의 원산지와 생산 과정을 매우 중요하게 생각합니다. 한국산 제품의 경우, 정통 한국 음식이라는 인식 덕분에 수입 제품이 선호될 가능성이 큼니다. 반면, 신선한 김밥을 원할 경우 현지에서 생산된 김밥을 선호하는 경향이 있으며, 이는 신선도와 접근성에 중점을 둔 소비자들에게 특히 매력적입니다.

Q. 참치, 불고기, 제육 맛의 냉동 김밥이 독일 소비자에게 얼마나 매력적일 것 같습니까? 현지인의 입맛에 맞추기 위해 추가적으로 고려해야 할 맛이나 재료가 있을까요?

참치, 불고기, 제육 맛 김밥은 김밥을 좋아하는 독일 소비자들에게 매력적인 선택지가 될 것입니다. 특히 이러한 맛에 익숙한 소비자들은 긍정적인 반응을 보일 가능성이 높습니다. 또한, 채소만 들어간 기본 김밥을 추가하여 원래의 전통적인 김밥을 선호하는 고객층을 공략할 수 있으며, 식물성 햄을 사용하는 것도 비건 지향 고객에게 어필할 수 있는 좋은 방안이 될 것입니다.

36) 1유로=1,446.15원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Interview ②

37)



와이마트(Y-Mart)

- 유형: 아시안마트/한인마트
- 업체 특징:
 - 다양한 한국 및 아시아 식료품을 취급하는 슈퍼마켓
 - 독일 프랑크푸르트에 위치하며, 한국과 기타 아시아 국가에서 수입한 제품을 판매하고 있음

담당자 정보

Store Worker

와이마트(Y-Mart)
Store Worker

Q. 냉동 김밥을 독일로 수입할 때 필요한 통관 절차나 검역 관련 요건이 무엇입니까? 특히 식물성 원재료 제품에 대해 주의할 점이 있을까요?

냉동 김밥을 독일로 수입하려면 EU 식품 안전 규정을 준수해야 합니다. 이 규정에는 라벨링, 위생, 포장 관련 요건이 포함됩니다. FSSC 22000 인증은 이러한 요건을 충족하는 데 유용하며, HACCP 인증 또한 안전성 표준을 유지하는 데 중요한 역할을 합니다.

Q. 파우치 형태의 롤 포장이 독일 시장에서 적합하다고 생각하십니까? 현지 소비자들이 선호하는 포장 디자인이나 개선이 필요한 사항이 있다면 무엇입니까?

독일 소비자들은 둥근 포장의 김밥에 익숙하며, 포장에 제품 사진을 포함하면 김밥이 낯선 소비자들에게 도움이 될 수 있습니다. 또한, ‘불고기’라는 설명은 소비자들이 고기 기반 제품으로 오해할 수 있어 혼란을 초래할 수 있습니다. 따라서 포장과 설명에 식물성 제품임을 명확히 표시하는 것이 중요합니다.

Q. FSSC22000 인증이 독일 시장에서 제품 신뢰성에 충분한 영향을 미칠 수 있다고 보십니까? 추가적으로 요구되는 인증이나 표준이 있을까요?

FSSC22000 인증은 독일과 유럽에서 널리 알려진 표준이며, 식품 안전 규정 준수를 나타내는 일반적인 인증입니다. 이는 식품 수입 및 무역 과정에서 국제적으로 도움이 됩니다. 추가적으로, 많은 소매업체와 유통업체가 인정하는 IFS(International Featured Standards) Food 인증도 있습니다.

Q. ‘간편식’, ‘HMR 제품’, ‘소화가 잘 되고 다이어트에 좋은 제품’이라는 홍보문구가 독일 소비자에게 효과적으로 어필할 수 있을까요? 개선할 점이 있으면 알려주세요.

즉석식품은 독일에서 인기가 많고 자주 구매되는 품목입니다. 따라서 이러한 문구는 광고에 효과적일 수 있습니다. 다만, 소비자들이 ‘HMR’의 의미를 잘 알지 못할 수 있으므로, ‘조리가 필요 없는 가정식 대체 식사’ 등으로 표현을 대체하는 것이 좋습니다.

Q. 냉동 김밥의 현지 시장에서의 희망 소비자가격(5,000원/ea)이 단가 경쟁력을 가질 수 있다고 보십니까? 현지 유사 제품과의 가격 비교에서 어떻게 평가할 수 있습니까?

현지 시장에서 희망 소비자가격은 경쟁력을 갖추고 있습니다. 일반적인 가격대는 4유로에서 6유로(5,784원-8,676원) 사이이며, 4유로(5,784원) 이하의 가격은 특히 비건/채식 제품으로서 매력적인 요소가 될 수 있습니다. 비건 및 채식 제품은 대개 일반 제품보다 높은 가격대를 형성하기 때문입니다.

Q. 현지에서 생산되는 김밥과 수입된 김밥(특히 식물성 제품) 사이의 차이는 무엇이라고 보십니까? 독일 소비자들이 수입 제품을 선택할 만한 이유는 무엇일까요?

독일 소비자들은 정통 아시아 음식을 찾고 있으며, 김밥이 한국 또는 다른 아시아 국가에서 수입된 것으로 기대하는 경향이 있습니다. 현지 생산자가 많지 않기 때문에 수입 제품에 대한 수요가 높으며, 정통성이 구매 요인으로 작용할 수 있습니다. 또한, 한국에서 생산된 김밥에는 독일에서 구하기 어려운 다양한 재료가 사용되는 점도 소비자들에게 매력적으로 다가갈 수 있습니다.

Q. 참치, 불고기, 제육 맛의 냉동 김밥이 독일 소비자에게 얼마나 매력적일 것 같습니까? 현지인의 입맛에 맞추기 위해 추가적으로 고려해야 할 맛이나 재료가 있을까요?

독일 소비자들은 일반적으로 비식물성 김밥을 선호하며, 참치, 불고기, 제육 맛 김밥은 인기가 있을 것입니다. 또한, 김치나 새우 맛도 독일 소비자에게 매력적일 수 있으며, 식물성 고기를 선호하는 소비자들을 위해 치킨 맛을 추가하는 것도 좋은 방안이 될 수 있습니다.

Interview ③

38)



레베(Rewe)

- 유형: 하이퍼/슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1927년에 설립된 대형 슈퍼마켓 체인으로 식료품을 취급하고 있음
 - 독일 전역에 걸쳐 다양한 식료품을 제공하고 있음

담당자 정보

Store Worker

레베(Rewe)
Store Worker

Q. 냉동 김밥을 독일로 수입할 때 필요한 통관 절차나 검역 관련 요건이 무엇입니까? 특히 식물성 원재료 제품에 대해 주의할 점이 있을까요?

유럽 시장에서 김밥 제품을 성공적으로 출시하기 위해서는 몇 가지 중요한 요소를 고려해야 합니다. 우선, 제품 패키지에는 독일어로 성분, 유통기한, 보관 정보 등의 언어 표기가 포함되어야 하며, 다국어 라벨링도 허용됩니다. 또한, 한국과 EU 간의 자유무역협정(FTA) 덕분에 한국 제품은 유럽 시장에 진출할 때 여러 혜택을 누릴 수 있습니다.

Q. 파우치 형태의 롤 포장에 독일 시장에서 적합하다고 생각하십니까? 현지 소비자들 선호하는 포장 디자인이나 개선이 필요한 사항이 있다면 무엇입니까?

독일 소비자들은 주로 일본의 오니기리처럼 삼각형 모양의 김밥을 찾는 경향이 있지만, 제품의 정체성과 적합성을 고려할 때 둥근 형태의 패키지를 유지하는 것이 좋습니다. 패키지는 견고하면서도 쉽게 열 수 있어야 소비자에게 편리합니다.

Q. FSSC22000 인증이 독일 시장에서 제품 신뢰성에 충분한 영향을 미칠 수 있다고 보십니까? 추가적으로 요구되는 인증이나 표준이 있을까요?

FSSC22000 인증서는 많은 슈퍼마켓과 유통업체에서 신뢰성을 인정받고 있으며, 특히 식물성 제품에는 비건 라벨을 추가하는 것도 유리합니다. 비건 및 채식 시장은 지속적으로 성장 중이며, 고기 맛을 재현한 식물성 제품을 찾는 소비자들이 점점 늘고 있습니다.

Q. ‘간편식’, ‘HMR 제품’, ‘소화가 잘 되고 다이어트에 좋은 제품’이라는 홍보문구가 독일 소비자에게 효과적으로 어필할 수 있을까요? 개선할 점이 있으면 알려주세요.

건강하고 즉석에서 먹을 수 있는 특성을 강조하는 것은 효과적인 전략입니다. 특히, 식물성 및 비건 제품임을 부각하는 광고는 좋은 접근 방식이 될 수 있습니다. 또한, ‘소화에 좋은 제품’이라는 부분은 고령층 고객의 관심을 끌 수 있는 유용한 요소입니다.

Q. 냉동 김밥의 현지 시장에서의 희망 소비자가격(5,000원/ea)이 단가 경쟁력을 가질 수 있다고 보십니까? 현지 유사 제품과의 가격 비교에서 어떻게 평가할 수 있습니까?

독일 시장에서 오니기리의 평균 가격은 2.70유로(3,906원)로, 소비자들은 주로 100g의 소량 제품에 익숙합니다. 그러나 230g의 김밥이 3.37유로(4,872원)로 제공된다면, 즉석식사로서 충분히 경쟁력을 가질 수 있을 것입니다. 많은 사무직 근로자들이 점심시간에 신선 코너에서 오니기리를 구매하므로, 김밥 또한 냉동 제품으로서 좋은 추가 옵션이 될 수 있습니다.

Q. 현지에서 생산되는 김밥과 수입된 김밥(특히 식물성 제품) 사이의 차이는 무엇이라고 보십니까? 독일 소비자들이 수입 제품을 선택할 만한 이유는 무엇일까요?

독일 소비자들은 지속 가능성을 중요하게 여기며, 일반적으로 현지에서 생산된 제품을 선호합니다. 그러나 독일에서 흔하지 않거나 쉽게 구할 수 없는 수입 제품에 대해서는 개방적이며, 특히 독특한 아시아 음식을 찾는 경향이 있습니다. 또한, 신선한 제품을 선호하지만, 냉동 제품은 주로 수입에 의존하고 있어 한국산 냉동 김밥이 좋은 선택지가 될 수 있습니다.

Q. 참치, 불고기, 제육 맛의 냉동 김밥이 독일 소비자에게 얼마나 매력적일 것 같습니까? 현지인의 입맛에 맞추기 위해 추가적으로 고려해야 할 맛이나 재료가 있을까요?

독일에서 비건 제품은 인기를 얻고 있으며, 슈퍼마켓에서는 식물성 고기 등을 위한 별도의 구역도 마련되어 있습니다. 독일 소비자들은 아직 한국의 정통적인 맛에 익숙하지 않지만, 너무 매운 맛은 피하는 것이 좋습니다. 채소만 들어간 채식 김밥이나 김치 맛 김밥은 소비자들에게 매력적인 추가 옵션이 될 수 있으며, 특히 김치 오니기리가 인기를 끌고 있기 때문에 김치 맛 김밥도 긍정적인 반응을 얻을 수 있을 것입니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Convenience Food market - Germany', 2024.10
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Ready-to-Eat Meals market - Germany', 2024.10
3. KATI농식품수출정보, '[유럽] 독일 식품유통시장 규모와 전망 : 유통매장과 소비자 트렌드 분석', 2024.01
4. KOTRA해외시장뉴스, '독일 즉석식품 시장동향', 2024.07
5. 식품음료신문, '독일, 유기농 식품 및 대체육 소비 급증', 2021.11
6. 구텐탁코리아, '변화를 받아들이고 있는 독일의 식문화', 2024.08
7. 식품음료신문, '레디밀' 유럽에서 성장세...한국식 메뉴 인기', 2023.10
8. 오마이뉴스, '김치 국물 한잔에 3천원...베를린에서 무슨 일이?', 2024.08
9. KATI농식품수출정보, '[유럽] 친환경 포장재 관련 규정 개정안', 2024.07
10. KOTRA해외시장뉴스, '2023년 독일 유통산업의 트렌드 키워드는?', 2023.09
11. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in Germany as of June 2024', 2024.08
12. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024', 2024.08
13. 한국수산업, '2023년 독일 유통산업 트렌드는?', 2023.09
14. EU 법령포털(EUR-LEX), 'REGULATION (EU) No 1169/2011 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL', 2011
15. 한국농수산물유통공사, '2020년 EU 식품 라벨링 제도', 2020.11
16. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템, '글로벌 식품안전 브리프 제3호', 2021.08
17. 한국농수산물유통공사, '2021 농식품 수출국가정보 독일', 2021.12
18. 한국농수산물유통공사, '2021 농식품 해외인증·등록정보 종합가이드', 2021.12
19. 한국농수산물유통공사, '2022년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황', 2023.07
20. 한국농수산물유통공사, '유럽 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망', 2022.11
21. 한국농촌경제연구원, '독일의 농식품 수입 규정과 표준', 2022.12

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
5. KOTRA해외시장뉴스 (dream.kotra.or.kr)
6. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
7. 구텐탁코리아 (gutentagkorea.com)
8. 식품음료신문 (thinkfood.co.kr)
9. 오마이뉴스 (ohmynews.com)
10. 한국수산업 (www.fishco.com)
11. 레베(REWE) (www.rewe.de)
12. 옥타라이트(Oktalite) (www.octalite.com)
13. 레베그룹(REWE Group) (www.rewe-group.com)
14. 위키피디아(Wikipedia) (www.wikipedia.com)
15. 에데카(Edeka) (www.edeka.de)
16. 리테일디테일EU(RetailDetail EU) (www.retaildetail.eu)
17. 고아시아(Go Asia) (www.goasia.net)
18. 와이마트(y-mart) (www.y-mart.de)
19. 구글맵(Google Maps) (www.google.com/maps)
20. 아마존 독일(Amazon.de) (www.amazon.de)
21. 이씨디비(ECDB) (ecommercedb.com)
22. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
23. 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central) (sellercentral.amazon.com)
24. 이베이 독일(eBay.de) (www.ebay.de)
25. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
26. 관세청 (www.customs.go.kr)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

27. EU 법령포털(EUR-LEX) (www.eur-lex.europa.eu)
28. 유럽연합 집행위원회(European Commission) (ec.europa.eu)
29. 영국 비건 소사이어티(Vegan Society) (www.vegansociety.com)
30. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
31. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
32. 독일 연방식품농업부(BMEL) (www.bmel.de)
33. 식품안전정보원 글로벌식품법령기준규격정보시스템 (foodlaw.foodinfo.or.kr)
34. 독일 세관(ZOLL) (www.zoll.de)
35. 한독몰(Handokmall) (handokmall.de)

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