2024 농식품 국가정보조사
뉴질랜드

2024.10.

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation
수출푸드테크정보부

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황
- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모
- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황
- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황
- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對뉴질랜드 한국산 수출현황
- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황
- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황
- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망
- 3-1 오프라인 유통채널 전망
- 3-2 온라인 유통채널 전망

3 수출품목 및 소비트렌드

1 수출품목
- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목
- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도
- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 | 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2024년 추정치)	5,161,211명, 전 세계 125위
민족구성 (2018년 추정치)	유럽인 64.1%, 마오리족 16.5%, 중국인 4.9%, 인도인 4.7%, 사모아인 3.9%, 통가족 1.8%, 쿡 아일랜드 마오리족 1.7%, 미국인 1.5%, 필리핀인 1.5%, 뉴질랜드인 1%, 기타 13.7%
언어 (2018년 추정치)	영어 95.4%, 마오리어 4%, 사모아어 2.2%, 중국어 2%, 힌디어 1.5%, 프랑스어 1.2%, 광동어 1.1%, 뉴질랜드 수화 0.5%, 기타 또는 미기재 17.2%
종교 (2018년 추정치)	기독교 37.3%, 힌두교 2.7%, 마오리교 1.3%, 이슬람교 1.3%, 불교 1.1%, 기타 종교 1.6%, 응답 반대 48.6%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 19% (남성 503,120명/여성 475,490명) 15~64세: 64.2% (남성 1,674,407명/여성 1,638,276명) 65세 이상: 16.9% (2024년 추정) (남성 407,080명/여성 462,838명)
중위연령 (2024년 추정치)	전체: 37.9세, 전 세계 80위 남성: 37.2세 여성: 38.6세

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	$254.77십억 (2023년 추정치), 전 세계 68위 $253.17십억 (2022년 추정치) $246.334십억 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	0.63% (2023년 추정치), 전 세계 176위 2.77% (2022년 추정치) 4.55% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	$48,800 (2023년 추정치), 전 세계 71위 $49,500 (2022년 추정치) $48,200 (2021년 추정치.)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중 (2021년 추정치)	5.8%
주요 생산품 (2022년 추정치)	우유, 소고기, 키위, 사과, 포도, 양고기, 감자, 밀, 보리, 양파

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
뉴질랜드의 체결현황[1)]	기체결(발효)	TPSEP, 태국, 싱가포르, 호주, ASEAN, 홍콩, 말레이시아, CPTPP, 한국, 중국, PACER Plus, 대만, 영국, RCEP
우리나라와의 체결현황[2)]	발효	한-뉴질랜드 FTA, RCEP
	서명/타결	해당사항 없음
	협상 중	해당사항 없음
	재개·개시·여건조성	해당사항 없음

1) 2024.01. 기준
2) 2024.09. 기준
*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

뉴질랜드 식품 시장은 2019년 109억 달러에서 연평균 7.1% 성장하여, 2023년 144억 달러로 증가했다.

육류

육류 시장규모는 2019년 20억 달러에서 연평균 7.9% 성장하여, 2023년 27억 달러로 증가했다. 2023년 육류 시장규모는 전체 식품 시장의 18.7%를 차지했다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2019년 19억 달러에서 연평균 7.9% 성장하여, 2023년 25억 달러로 증가했다. 2023년 스낵류 시장규모는 전체 식품 시장의 17.5%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2019년 16억 달러에서 연평균 5.1% 성장하여, 2023년 20억 달러로 증가했다. 2023년 베이커리 및 곡물류 시장규모는 전체 식품 시장의 13.6%를 차지했다.

<뉴질랜드 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	10.9	11.2	12.8	13.6	14.4	100.0	5.4	7.1
육류	2.0	2.0	2.3	2.5	2.7	18.7	6.8	7.9
스낵류	1.9	1.9	2.2	2.4	2.5	17.5	5.5	7.9
베이커리 및 곡물류	1.6	1.6	1.9	1.9	2.0	13.6	4.8	5.1
낙농품	1.3	1.3	1.5	1.6	1.7	12.0	6.1	7.4
채소류	1.1	1.1	1.3	1.4	1.5	10.2	5.0	7.6
과일 및 견과류	0.8	0.8	0.9	1.0	1.1	7.3	5.0	7.4
편의식품	0.7	0.7	0.8	0.9	0.9	6.5	4.4	7.6
펫푸드	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5	3.8	3.8	5.9
소스 및 향신료	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	3.4	4.3	7.3
수산물	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	3.3	4.4	6.9
유지류	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	2.1	3.4	5.7
영유아식품	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.8	9.1	4.7
스프레드 및 당류	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.8	0.0	4.7

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 뉴질랜드의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 2,198달러에서 연평균 5.7% 증가한 약 2,747달러로 집계되었다.

육류

2023년 육류 소비액은 2019년 1인당 약 400달러에서 연평균 6.4% 증가한 약 512달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 18.6%를 차지했다.

스낵류

2023년 스낵류 소비액은 2019년 1인당 약 373달러에서 연평균 6.5% 증가한 약 479달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 17.4%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비액은 2019년 1인당 약 322달러에서 연평균 3.7% 증가한 약 373달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.6%를 차지했다.

<뉴질랜드 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	2,198.0	2,211.0	2,496.0	2,627.0	2,747.0	100.0	4.6	5.7
육류	399.8	399.7	453.5	484.4	511.7	18.6	5.6	6.4
스낵류	372.5	375.4	429.4	458.7	479.2	17.4	4.5	6.5
베이커리 및 곡물류	321.9	320.3	361.7	358.1	372.9	13.6	4.1	3.7
낙농품	261.2	261.4	296.7	314.5	330.3	12.0	5.0	6.0
채소류	220.2	220.6	250.9	267.9	279.7	10.2	4.4	6.2
과일 및 견과류	159.9	160.3	182.5	193.0	200.2	7.3	3.7	5.8
편의식품	141.1	142.1	162.4	173.2	180.7	6.6	4.3	6.4
펫푸드	86.1	95.5	93.6	99.7	104.1	3.8	4.4	4.9
소스 및 향신료	73.8	74.0	84.3	90.1	94.0	3.4	4.4	6.3
수산물	73.3	73.3	83.2	87.1	90.4	3.3	3.7	5.4
유지류	48.6	48.3	54.5	56.3	58.1	2.1	3.1	4.6
스프레드 및 당류	19.4	19.3	21.9	22.6	23.5	0.9	4.3	5.0
영유아식품	20.6	20.4	21.8	21.7	22.1	0.8	1.7	1.8

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 뉴질랜드의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 443kg에서 연평균 0.2% 감소한 약 440kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비량은 2019년 1인당 약 87kg에서 연평균 2.1% 감소한 약 80kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 18.1%를 차지했다.

채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 76kg에서 연평균 0.3% 증가한 약 77kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 17.5%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비량은 2019년 1인당 약 74kg에서 연평균 0.6% 증가한 약 76kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 17.2%를 차지했다.

<뉴질랜드 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	443.0	438.2	440.3	436.1	440.0	100.0	0.9	-0.2
베이커리 및 곡물류	87.0	85.6	84.9	79.3	79.8	18.1	0.6	-2.1
채소류	76.2	75.6	75.9	76.5	77.1	17.5	0.8	0.3
낙농품	73.7	73.3	73.6	74.2	75.5	17.2	1.7	0.6
스낵류	41.6	41.1	43.0	42.9	43.0	9.8	0.1	0.8
육류	39.8	39.7	39.9	40.3	41.2	9.4	2.3	0.9
과일 및 견과류	40.0	39.4	39.2	39.2	39.2	8.9	0.1	-0.5
펫푸드	32.0	31.2	31.4	31.6	31.9	7.2	0.9	-0.1
편의식품	18.5	18.5	18.5	18.6	18.8	4.3	0.8	0.3
소스 및 향신료	13.0	12.9	13.0	13.1	13.2	3.0	0.8	0.4
유지류	10.1	9.9	9.8	9.6	9.5	2.2	-0.3	-1.4
스프레드 및 당류	6.6	6.5	6.5	6.3	6.3	1.4	0.2	-1.1
수산물	3.5	3.5	3.4	3.4	3.4	0.8	0.6	-0.9
영유아식품	1.2	1.1	1.2	1.1	1.1	0.3	0.0	-0.2

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

뉴질랜드 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 5.0% 성장하여, 2027년 약 175억 달러 규모에 달할 전망이다.

육류

육류 시장규모는 2023년 이후 연평균 5.0% 성장하여, 2027년 33억 달러 규모에 달할 전망이다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2023년 이후 연평균 5.2% 성장하여, 2027년 31억 달러 규모에 달할 전망이다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2023년 이후 연평균 4.2% 성장하여, 2027년 23억 달러 규모에 달할 전망이다.

<뉴질랜드 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	14.4	15.2	16.0	16.8	17.5	100.0	4.2	5.0
육류	2.7	2.8	3.0	3.1	3.3	18.7	4.5	5.0
스낵류	2.5	2.7	2.8	3.0	3.1	17.6	4.4	5.2
베이커리 및 곡물류	2.0	2.0	2.1	2.2	2.3	13.2	3.6	4.2
낙농품	1.7	1.9	2.0	2.1	2.2	12.8	5.7	6.7
채소류	1.5	1.6	1.6	1.7	1.8	10.2	4.1	5.2
과일 및 견과류	1.1	1.1	1.2	1.2	1.3	7.2	4.2	4.5
편의식품	0.9	1.0	1.1	1.1	1.2	6.6	3.6	5.2
펫푸드	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6	3.6	3.3	3.9
소스 및 향신료	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6	3.4	3.4	5.2
수산물	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6	3.1	1.9	4.0
유지류	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	1.9	3.0	3.2
스프레드 및 당류	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.9	7.1	5.7
영유아식품	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.7	0.0	2.0

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2023년 뉴질랜드의 식품 수출액은 약 278억 3,280만 달러로 전년 대비 9.3% 감소했다. 최근 5년간 수출액은 2019년 약 253억 9,298만 달러에서 연평균 2.3% 증가했다.

對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 2.7%로, 수출 상위 7위에 위치한다. 2023년 수출액은 전년 대비 12.2% 감소한 약 7억 6,433만 달러로 집계되었다. 한국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 8.7% 증가했다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출 비중은 30.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 11.4% 감소한 약 83억 4,379만 달러로 집계되었다. 중국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 2.2% 증가했다.

미국으로의 식품 수출 비중은 11.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 1.9% 증가한 약 32억 8,540만 달러로 집계되었다. 미국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 8.7% 증가했다.

이 밖에도, **호주(8.1%), 일본(5.3%), 인도네시아(3.0%)** 등으로 식품을 수출하고 있다.

<뉴질랜드 수출국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체		25,392,982	26,069,304	29,400,087	30,681,021	27,832,803	100.0	-9.3	2.3
1	중국	7,639,144	7,875,237	10,312,540	9,418,324	8,343,789	30.0	-11.4	2.2
2	미국	2,350,922	2,581,963	3,039,948	3,225,407	3,285,403	11.8	1.9	8.7
3	호주	2,374,669	2,394,820	2,269,370	2,303,673	2,259,658	8.1	-1.9	-1.2
4	일본	1,421,064	1,554,367	1,604,809	1,649,713	1,466,777	5.3	-11.1	0.8
5	인도네시아	521,071	577,274	719,855	1,095,713	838,793	3.0	-23.4	12.6
6	대만	668,030	745,166	797,040	905,038	806,489	2.9	-10.9	4.8
7	한국	548,371	590,477	721,628	870,738	764,334	2.7	-12.2	8.7
8	말레이시아	586,106	591,319	583,054	753,863	655,953	2.4	-13.0	2.9
9	태국	465,183	453,459	541,517	684,470	624,235	2.2	-8.8	7.6
10	영국	704,080	760,220	724,024	678,505	610,344	2.2	-10.0	-3.5

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.5.2 수출품목

개요

2023년 수출액 기준 **무첨가 우유·크림, 냉동 쇠고기, 버터, 절단한 냉동 양고기, 키위** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

무첨가 우유·크림 수출 비중은 16.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 16.3% 감소한 약 45억 3,277만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 0.8% 감소했다.

냉동 쇠고기 수출 비중은 7.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 12.4% 감소한 약 21억 652만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 3.4% 증가했다.

버터 수출 비중은 5.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 4.8% 감소한 약 15억 2,532만 달러로 2집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 4.7% 증가했다.

절단한 냉동 양고기 수출 비중은 5.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 15.8% 감소한 약 15억 436만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 1.1% 감소했다.

키위 수출 비중은 5.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 12.5% 감소한 약 14억 8,069만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 0.2% 감소했다.

이 밖에도, **고체 우유(4.8%), 영유아 조제식료품(3.9%), 버터(기타)(3.8%)** 등을 수출했다.

<뉴질랜드 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체		25,392,982	26,069,304	29,400,087	30,681,021	27,832,803	100.0	-9.3	2.3
1	무첨가 우유·크림	4,682,894	4,751,383	5,849,260	5,417,672	4,532,768	16.3	-16.3	-0.8
2	냉동 쇠고기	1,841,725	1,897,139	2,195,900	2,404,517	2,106,515	7.6	-12.4	3.4
3	버터	1,267,649	1,005,777	1,169,138	1,602,201	1,525,316	5.5	-4.8	4.7
4	절단한 냉동 양고기	1,570,690	1,579,668	1,769,843	1,786,429	1,504,362	5.4	-15.8	-1.1
5	키위	1,492,521	1,736,902	1,985,239	1,691,894	1,480,685	5.3	-12.5	-0.2
6	고체 우유	904,388	1,026,061	1,064,432	1,426,413	1,333,522	4.8	-6.5	10.2
7	영유아 조제식료품	1,109,997	1,147,474	966,423	1,079,230	1,074,810	3.9	-0.4	-0.8
8	버터(기타)	1,022,983	881,245	845,310	1,203,445	1,052,481	3.8	-12.5	0.7
9	포도주(2ℓ 이하)	931,297	927,914	1,016,131	1,033,200	950,959	3.4	-8.0	0.5
10	치즈(기타)	738,137	724,641	789,927	926,811	930,772	3.3	0.4	6.0

*주: HS CODE(0402.21, 0202.30, 0405.10, 0204.42, 0810.50, 0402.10, 1901.10, 0405.90, 2204.21, 0406.90)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2023년 뉴질랜드의 식품 수입액은 전년 대비 6.4% 감소한 약 59억 181만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 3.9% 증가했다.

對한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 1.0%로, 수입 상위 21위에 위치한다. 2023년 수입액은 전년 대비 16.7% 감소한 약 5,735만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 7.7% 증가했다.

주요 수입국

호주에서의 식품 수입 비중은 30.7%로, 2023년 수입액은 전년 대비 1.3% 증가한 약 18억 1,095만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 6.7% 증가했다.

미국에서의 식품 수입 비중은 9.4%로, 2023년 수입액은 전년 대비 18.3% 감소한 약 5억 5,375만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 3.4% 감소했다.

이 밖에도, **중국(6.4%), 인도네시아(5.5%), 말레이시아(4.9%)** 등에서 식품을 수입하고 있다.

<뉴질랜드 수입국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체		5,067,345	5,081,060	5,779,514	6,304,924	5,901,808	100.0	-6.4	3.9
1	호주	1,396,413	1,374,902	1,604,895	1,787,300	1,810,949	30.7	1.3	6.7
2	미국	634,904	613,193	650,132	677,784	553,754	9.4	-18.3	-3.4
3	중국	227,201	241,146	279,777	347,469	376,446	6.4	8.3	13.5
4	인도네시아	246,440	298,373	365,430	443,498	327,533	5.5	-26.1	7.4
5	말레이시아	225,086	230,476	276,012	347,745	288,584	4.9	-17.0	6.4
6	태국	171,406	183,295	224,333	255,433	266,847	4.5	4.5	11.7
7	네덜란드	138,914	144,401	171,809	151,025	149,750	2.5	-0.8	1.9
8	프랑스	120,836	119,053	141,205	131,965	145,879	2.5	10.5	4.8
9	이탈리아	103,097	115,659	128,943	141,937	137,901	2.3	-2.8	7.5
10	싱가포르	203,753	155,204	198,935	160,124	129,034	2.2	-19.4	-10.8
:									
21	한국	42,684	45,459	62,462	68,862	57,349	1.0	-16.7	7.7

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6.2 수입품목

개요

2023년 수입액 기준 **조제식료품, 팜너트 추출 유박, 밀(기타), 냉동 돼지고기, 빵(기타)** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

조제식료품 수입 비중은 7.0%로, 2023년 수입액은 전년 대비 3.8% 감소한 약 4억 1,441만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 1.0% 감소했다.

팜너트 추출 유박 수입 비중은 5.6%로, 2023년 수입액은 전년 대비 34.2% 감소한 약 3억 2,923만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 7.5% 증가했다.

밀(기타) 수입 비중은 3.1%로, 2023년 수입액은 전년 대비 33.7% 증가한 약 1억 8,382만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 25.3% 증가했다.

냉동 돼지고기 수입 비중은 2.6%로, 2023년 수입액은 전년 대비 7.9% 증가한 약 1억 5,057만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 3.5% 증가했다.

빵(기타) 수입 비중은 2.4%로, 2023년 수입액은 전년 대비 2.2% 감소한 약 1억 4,211만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 3.2% 증가했다.

이 밖에도, **사탕수수당(기타)(2.3%), 건조 당(2.1%), 대두유 추출 유박(2.0%)** 등을 수입했다.

<뉴질랜드 수입품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체		5,067,345	5,081,060	5,779,514	6,304,924	5,901,808	100.0	-6.4	3.9
1	조제식료품	430,909	398,663	442,380	430,928	414,413	7.0	-3.8	-1.0
2	팜너트 추출 유박	246,756	317,627	365,780	500,033	329,233	5.6	-34.2	7.5
3	밀(기타)	74,505	83,028	113,358	137,491	183,821	3.1	33.7	25.3
4	냉동 돼지고기	130,994	142,598	178,298	139,538	150,570	2.6	7.9	3.5
5	빵(기타)	125,316	128,812	147,640	145,289	142,108	2.4	-2.2	3.2
6	사탕수수당(기타)	66,133	66,754	94,098	91,908	133,106	2.3	44.8	19.1
7	건조 당	121,238	129,593	141,608	157,978	125,852	2.1	-20.3	0.9
8	대두유 추출 유박	114,671	124,862	138,820	190,612	120,255	2.0	-36.9	1.2
9	소스(기타)	81,331	78,761	96,903	98,824	103,447	1.8	4.7	6.2
10	초콜릿(기타)	71,426	80,337	99,398	100,519	94,278	1.6	-6.2	7.2

*주: HS CODE(2106.90, 2306.60, 1001.99, 0203.29, 1905.90, 1701.14, 1702.11, 2304.00, 2103.90, 1806.90)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.7 | 對뉴질랜드 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對뉴질랜드 수출액은 약 4,851만 달러로 2019년 약 3,905만 달러에서 연평균 5.6% 증가했다.

농산물

농산물 수출 비중은 75.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 2.1% 증가한 약 3,683만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 10.1%의 증가세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 13.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 7.4% 증가한 약 633만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 3.7%의 증가세를 보인다.

축산물

축산물 수출 비중은 10.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 33.3% 감소한 약 501만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 11.0%의 감소세를 보인다.

임산물

임산물 수출 비중은 0.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 44.0% 감소한 약 34만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 11.3%의 감소세를 보인다.

<한국산 對뉴질랜드 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	39,049	42,675	53,225	50,070	48,507	100.0	-3.1	5.6
농산물	25,064	30,065	36,311	36,057	36,829	75.9	2.1	10.1
수산물	5,469	5,966	6,883	5,894	6,329	13.0	7.4	3.7
축산물	7,966	5,799	9,068	7,511	5,009	10.3	-33.3	-11.0
임산물	550	845	963	608	340	0.7	-44.0	-11.3

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 對뉴질랜드 주요 수출 품목은 수출액 기준 **라면, 조미김, 젤라틴, 기타 무알코올 음료, 콘 플레이크** 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '조미김(74.7%↑)'과 '전화당 및 그 밖의 당류(40.3%↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

라면 수출 비중은 15.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 20.0% 증가한 약 753만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 14.3% 증가했다.

조미김 수출 비중은 9.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 14.2% 증가한 약 439만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 74.7% 증가했다.

젤라틴 수출 비중은 8.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 38.6% 감소한 약 400만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 10.9% 감소했다.

기타 무알코올 음료 수출 비중은 4.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 11.0% 감소한 약 228만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 0.7% 감소했다.

콘 플레이크 수출 비중은 3.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 35.5% 증가한 약 178만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 22.2% 증가했다.

<한국산 對뉴질랜드 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체		39,049	42,675	53,225	50,070	48,507	100.0	-3.1	5.6
1	라면	4,404	4,959	5,514	6,276	7,529	15.5	20.0	14.3
2	조미김	472	2,798	3,747	3,849	4,395	9.1	14.2	74.7
3	젤라틴	6,340	4,220	7,958	6,522	4,002	8.2	-38.6	-10.9
4	기타 무알코올 음료	2,346	1,928	2,569	2,567	2,285	4.7	-11.0	-0.7
5	콘 플레이크	799	1,018	1,918	1,313	1,779	3.7	35.5	22.2
6	김치	927	1,038	987	1,477	1,629	3.4	10.3	15.1
7	베이커리 제품	1,667	1,926	1,852	1,685	1,619	3.3	-3.9	-0.7
8	소스 조제품(기타)	403	567	725	971	1,025	2.1	5.6	26.3
9	전화당 및 그 밖의 당류	249	1,676	1,325	856	964	2.0	12.7	40.3
10	비스킷류	1,439	996	870	749	901	1.9	20.3	-11.1

*주: HS CODE(1902.30-1010, 2008.99-5010, 3503.00-1010, 2202.99-9000, 1904.10-1000, 2005.99-1000, 1905.90-1090, 2103.90-9090, 1702.90-9000, 1905.90-1040)

**출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

2 식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 뉴질랜드 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 뉴질랜드의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 267억 3,720만 뉴질랜드 달러에서 연평균 3.8% 성장한 310억 6,430만 뉴질랜드 달러로 집계되었다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 181억 7,590만 뉴질랜드 달러에서 연평균 4.8% 성성장한 219억 6,320만 뉴질랜드 달러로, 전체 오프라인 유통채널에서 70.7%를 차지했다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 17억 4,490만 뉴질랜드 달러에서 연평균 3.9% 성장한 20억 3,600만 뉴질랜드 달러로, 전체 오프라인 유통채널에서 6.6%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점의 규모는 2019년 17억 9,990만 뉴질랜드 달러에서 연평균 3.0% 성장한 20억 2,410만 뉴질랜드 달러로, 전체 오프라인 유통채널에서 6.5%를 차지했다.

<뉴질랜드 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위:백만 뉴질랜드 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	26,737.2	27,529.3	28,824.4	29,890.1	31,064.3	100.0	3.9	3.8
슈퍼마켓	18,175.9	18,993.9	20,209.5	20,957.2	21,963.2	70.7	4.8	4.8
소규모 식료품점	1,744.9	1,780.9	1,953.3	1,974.8	2,036.0	6.6	3.1	3.9
전문판매점	1,799.9	1,856.0	1,831.9	1,950.0	2,024.1	6.5	3.8	3.0
하이퍼마켓	1,983.6	1,988.8	1,886.2	2,042.2	1,988.5	6.4	-2.6	0.1
포코트리테일러	1,839.5	1,749.7	1,780.0	1,788.9	1,839.0	5.9	2.8	0.0
편의점	1,193.4	1,160.0	1,163.5	1,177.0	1,213.5	3.9	3.1	0.4

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점

*출처:「Retail in New Zealand(2024.03.)」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

2023년 뉴질랜드의 오프라인 유통채널 매장 수는 2019년 6,916개에서 연평균 0.7% 감소한 6,728개로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점 매장 수는 2019년 2,973개에서 연평균 1.3% 감소한 2,818개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 41.9%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점 매장 수는 2019년 1,431개에서 연평균 0.7% 성장한 1,471개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 21.9%를 차지했다.

포코트리테일러

2023년 포코트리테일러 매장 수는 2019년 1,317개에서 연평균 1.6% 감소한 1,235개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 18.4%를 차지했다.

<뉴질랜드 오프라인 식품 유통채널 매장수(2019~2023)>

(단위: 개, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	6,916	6,779	6,689	6,725	6,728	100.0	0.0	-0.7
소규모 식료품점	2,973	2,935	2,878	2,825	2,818	41.9	-0.2	-1.3
전문판매점	1,431	1,414	1,414	1,475	1,471	21.9	-0.3	0.7
포코트리테일러	1,317	1,246	1,220	1,227	1,235	18.4	0.7	-1.6
슈퍼마켓	627	630	644	660	666	9.9	0.9	1.5
편의점	455	438	418	423	424	6.3	0.2	-1.7
하이퍼마켓	113	116	115	115	114	1.7	-0.9	0.2

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점
**출처: 「Retail in New Zealand(2024.03.)」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① Countdown

Woolworths Group Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 24.0%로 집계되었다.

② PAK'nSAVE

Foodstuffs (NZ) Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 21.9%로 집계되었다.

③ New World

Foodstuffs (NZ) Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 13.2%로 집계되었다.

④ The Warehouse

Warehouse Group Ltd, The의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 5.2%로 집계되었다.

⑤ Four Square

Foodstuffs (NZ) Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 2.7%로 집계되었다.

<뉴질랜드 오프라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

구분		2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1	Countdown	22.4	23.9	24.6	24.0	-2.4	2.3
2	PAK'nSAVE	21.3	20.9	21.0	21.9	4.3	0.9
3	New World	12.9	13.0	12.8	13.2	3.1	0.8
4	The Warehouse	5.9	5.3	5.6	5.2	-7.1	-4.1
5	Four Square	3.0	2.7	2.7	2.7	0.0	-3.5
6	SuperValue	2.5	2.4	2.6	2.5	-3.8	0.0
7	Fresh Choice	1.9	1.9	2.0	1.9	-5.0	0.0
8	Liquorland	1.2	1.2	1.4	1.4	0.0	5.3
9	Z	-	-	1.4	1.4	0.0	N/A
10	Mobil	1.3	1.3	1.2	1.2	0.0	-2.6

*출처: 「Retail in New Zealand(2024.03.)」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

countdown	브랜드명	Countdown	창립연도	1981년
	점유율	24.0%	브랜드 국적	뉴질랜드
	웹사이트	countdown.co.nz	매장 수	181개
	- Woolworths Group Ltd 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 20,000여 가지의 제품을 제공하며 Super Value와 Fresh Choice의 프랜차이즈 머천다이저를 수행 - 상품 구입 시 픽업 및 배송 서비스를 제공함 - One card 서비스로 구매 금액의 일정 비중을 바우처로 적립하거나 유류비 할인에 선택적으로 사용할 수 있게 함			
매장 사진				
	외부 전경	내부 매대 전경		

*출처: 「Retail in New Zealand(2024.03.)」(유로모니터), 뉴질랜드 Countdown 홈페이지(countdown.co.nz), 뉴질랜드 Countdown 소셜미디어 계정

PAKnSAVE	브랜드명	PAK'n SAVE	창립연도	1985년
	점유율	21.9%	브랜드 국적	뉴질랜드
	웹사이트	paknsave.co.nz	매장 수	58개
	- Foodstuffs(NZ) Ltd 산하 창고형 슈퍼마켓 브랜드 - 매장별로 평균 8,000여 개의 제품을 판매 중 - 코로나19 시기에 급증하는 온라인 서비스 수요에 대응하여 모바일 주문 건에 대해 픽업 서비스와 식료품 배송을 제공 - 회원으로 가입해야만 이용할 수 있다는 특징이 있음			
매장 사진				
	외부 전경	내부 매대 전경		

*출처: 「Retail in New Zealand(2024.03.)」(유로모니터), 뉴질랜드 Pak'n save 홈페이지(paknsave.co.nz), 뉴질랜드 Pak'n'save 소셜미디어 계정

NEW WORLD	브랜드명	New World	창립연도	1963년
	점유율	13.2%	브랜드 국적	뉴질랜드
	웹사이트	newworld.co.nz	매장 수	146개
	- Foodstuffs(NZ) Ltd 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 미국식 풀서비스 형식의 점포를 운영 중임 - 크기는 다른 점포에 비해 작으나 작은 마을을 타깃으로 운영되기에 경쟁 업체가 적고 직원 수가 많아 다른 브랜드에 비해 제품이 비싼 편임			
매장 사진				
	외부 전경	내부 매대 전경		

*출처: 「Retail in New Zealand(2024.03.)」(유로모니터), 뉴질랜드 New World 홈페이지(newworld.co.nz)

thewarehouse	브랜드명	The Warehouse	창립연도	1982년
	점유율	5.2%	브랜드 국적	뉴질랜드
	웹사이트	thewarehouse.co.nz	매장 수	89개
	- Warehouse Group Ltd, The 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 2023년 2월에 신선 농산물 시범 판매를 시작해 6월에 판매 매장을 확대함 - 소비자들의 수요에 부응하여 배송, 픽업 서비스 등을 제공함 - 합리적인 가격에 제품을 판매하며 가공식품이 주로 판매됨			
매장 사진				
	외부 전경	내부 매대 전경		

*출처: 「Retail in New Zealand(2024.03.)」(유로모니터), 뉴질랜드 The Warehouse 홈페이지(thewarehouse.co.nz), 뉴질랜드 The Warehouse 소셜미디어 계정

	브랜드명	Four Square	창립연도	1924년
	점유율	2.7%	브랜드 국적	뉴질랜드
	웹사이트	foursquare.co.nz	매장 수	228개
	- Foodstuffs(NZ) Ltd 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 뉴질랜드 최초로 셀프 서비스 개념을 도입 - 소규모 식료품점의 형태로 운영되며 비교적 비싼 가격에 다양한 품목 제공 - 주차된 차량에 식료품을 싣는 것을 도와주는 것과 같은 고객 편의 서비스 제공			
매장 사진				
	외부 전경	내부 매대 전경		

*출처: 「Retail in New Zealand(2024.03.)」(유로모니터), 뉴질랜드 Four Square 홈페이지(foursquare.co.nz), 뉴질랜드 Four Square 소셜미디어 계정

▌2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 뉴질랜드의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 8.0% 감소한 13억 3,910만 뉴질랜드 달러로, 2019년 이후 연평균 13.4%의 증가세를 보인다.

<뉴질랜드 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 뉴질랜드 달러, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
809.4	1,216.6	1,582.7	1,455.4	1,339.1	-8.0	13.4

*출처: 「Retail in New Zealand(2024.03.)」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 브랜드 점유율

① Trade Me Marketplace

Trademe Group Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 17.0%로 집계되었다.

② Countdown Online

Woolworths Group Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 16.4%로 집계되었다.

③ The Warehouse

Warehouse Group Ltd, The의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 4.2%로 집계되었다.

④ Fishpond

Fishpond Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 1.0%로 집계되었다.

⑤ Briscoes Homeware

Briscoe Group Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 1.0%로 집계되었다.

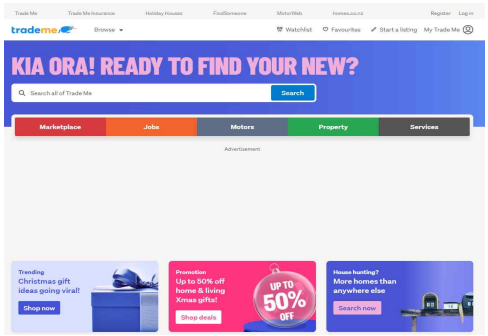
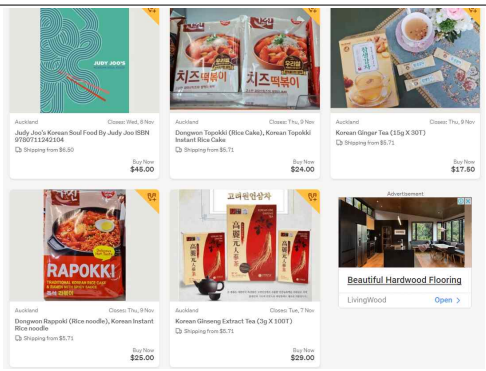
<뉴질랜드 온라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

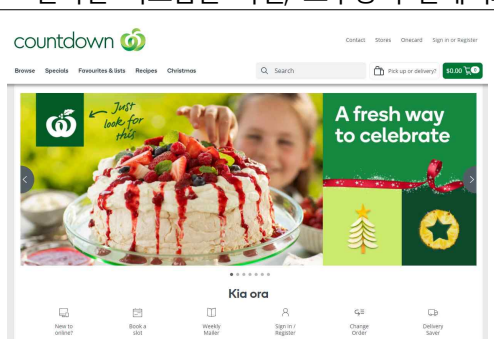
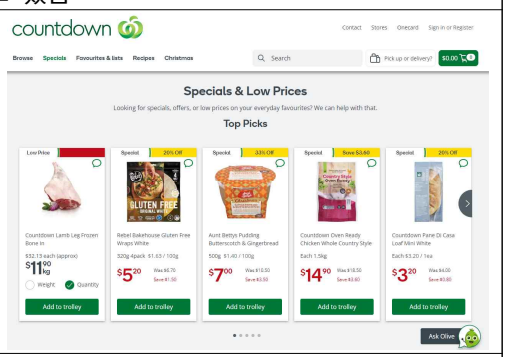
구분		2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1	Trade Me Marketplace	20.0	19.8	18.0	17.0	-5.6	-5.3
2	Countdown Online	10.5	14.4	16.2	16.4	1.2	16.0
3	The Warehouse	3.9	3.9	4.1	4.2	2.4	2.5
4	Fishpond	1.1	1.1	1.0	1.0	0.0	-3.1
5	Briscoes Homeware	0.9	0.9	1.0	1.0	0.0	3.6
6	Mighty Ape	0.8	0.8	0.7	0.7	0.0	-4.4
7	HealthPost	0.8	0.8	0.7	0.7	0.0	-4.4
8	Dick Smith	0.2	0.3	0.3	0.4	33.3	26.0
9	eBay Marketplace	0.6	0.5	0.4	0.3	-25.0	-20.6

*출처: 「Retail in New Zealand(2024.03.)」(유로모니터)

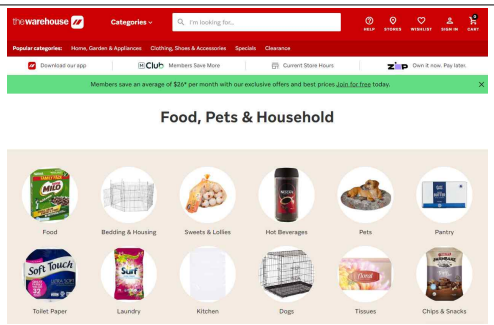
2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	trademe	운영업체	Trademe Group Ltd
	점유율	17.0%	웹사이트	trademe.co.nz
trademe	- 호주·뉴질랜드에서 서비스를 제공하는 뉴질랜드의 B2C 전자상거래 플랫폼 - 한국 식료품의 경우 떡볶이·라볶이 브랜드가 많이 판매되며 생강차, 인삼차 등이 상위 카테고리에 노출 - 1999년 3월 서비스를 개시했으며 생활용품, 의류, 가전제품 등 다양한 제품을 판매			
사진				
	사이트 화면		상위 카테고리에 위치한 떡볶이・차	

*출처: 「Retail in New Zealand(2024.03.)」(Euromonitor), 뉴질랜드 Trademe 홈페이지(trademe.co.nz), 뉴질랜드 Trademe 소셜미디어 계정

	사이트명	countdown	운영업체	Woolworths Group Ltd
	점유율	16.4%	웹사이트	countdown.co.nz
countdown	- 호주에 모기업을 둔 호주·뉴질랜드의 B2C 전자상거래 플랫폼 - 국가 재난 시에도 필수 업종으로 분류되어 픽업과 배달 서비스를 진행함 - 계절별로 수확되는 지역 농산물에 대한 프로모션을 진행하며, 이는 해당 농산물을 활용한 레시피를 제공하거나 농산물 자체에 대한 할인의 형태로 제공 - 각종 할인 정보를 사이트 내에 따로 분류하여 구입 시에 소비자의 탐색 비용 절감 - 한국산 식료품은 라면, 고추장이 판매되고 있음			
사진				
	사이트 화면		특별 할인 행사 등이 분류된 카테고리	

*출처: 「Retail in New Zealand(2024.03.)」(Euromonitor), 뉴질랜드 Countdown 홈페이지(countdown.co.nz), 뉴질랜드 Countdown 소셜미디어 계정

thewarehouse	사이트명	thewarehouse	운영업체	Warehouse Group Ltd, The
	점유율	4.2%	웹사이트	thewarehouse.co.nz
	- 뉴질랜드의 B2C 전자상거래 플랫폼 - 아시아 계열 식료품 중에서는 중국 브랜드의 소스류가 주로 유통되며, 한국 제품의 경우 신라면이 판매되고 있음 - 유료 회원제를 운영하여 특별 할인가와 배송비 절감 서비스를 제공 - 자사 제품 외에도 3자 판매를 허용하고 있어 온라인에서 더 다양한 제품을 선택 가능			
사진				
	사이트 화면		3자 판매에 대한 사이트지침	

*출처: 「Retail in New Zealand(2024.03.)」(Euromonitor), 뉴질랜드 thewarehouse 홈페이지(thewarehouse.co.nz), thewarehouse 소셜미디어 계정

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

뉴질랜드의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 310억 6,430만 뉴질랜드 달러에서 연평균 1.4% 성장하여 2027년 328억 5,510만 뉴질랜드 달러에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 219억 6,320만 뉴질랜드 달러에서 연평균 1.6% 성장하여 2027년 234억 3,000만 뉴질랜드 달러에 이를 것으로 전망된다.

전문판매점

전문판매점의 규모는 2023년 20억 2,410만 뉴질랜드 달러에서 연평균 0.7% 성장하여 2027년 20억 8,110만 뉴질랜드 달러에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 20억 3,600만 뉴질랜드 달러에서 연평균 0.3% 성장하여 2027년 20억 6,460만 뉴질랜드 달러에 이를 것으로 전망된다.

<뉴질랜드 오프라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 뉴질랜드 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (28)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	31,064.3	31,579.1	32,051.4	32,455.7	32,855.1	100.0	1.2	1.4
슈퍼마켓	21,963.2	22,413.3	22,793.9	23,099.7	23,430.0	71.3	1.4	1.6
전문판매점	2,024.1	2,033.4	2,049.4	2,064.0	2,081.1	6.3	0.8	0.7
소규모 식료품점	2,036.0	2,040.0	2,046.8	2,055.0	2,064.6	6.3	0.5	0.3
하이퍼마켓	1,988.5	2,017.0	2,043.2	2,068.2	2,053.6	6.3	-0.7	0.8
포코트리테일러	1,839.0	1,853.4	1,885.7	1,917.7	1,950.9	5.9	1.7	1.5
편의점	1,213.5	1,222.0	1,232.4	1,251.1	1,274.8	3.9	1.9	1.2

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점
**출처:「Retail in New Zealand(2024.03.)」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

뉴질랜드의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 8.0% 성장하여, 2027년 18억 2,020만 뉴질랜드 달러에 이를 것으로 전망된다.

<뉴질랜드 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 뉴질랜드 달러, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
1,339.1	1,479.2	1,597.1	1,711.1	1,820.2	6.4	8.0

*출처: 「Retail in New Zealand(2024.03.)」(유로모니터)

3 수출품목 및 소비트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 주류(수출상위 품목)

뉴질랜드에서 저알코올 주류의 인기가 성장하고, 새로운 주류 제품의 출시가 이어지며 시장이 확대되고 있다. 글로벌 시장조사기관 스태티스타(STATISTA(2024.07.))에 따르면 뉴질랜드 주류 시장규모는 2023년 4억 5,700만 달러로 2019년 이후 연평균 4% 성장했다.

K-팝, 한국 드라마 등 한류의 영향으로 뉴질랜드에서 한국 식품, 나아가 한국 주류에 대한 관심이 커지고 있다. 이에 한국산 소주의 對뉴질랜드 수출액은 2023년 약 52만 달러로 전년 대비 26% 증가했다. 한국 소주의 인지도가 높아지며 뉴질랜드의 Glorious Days라는 브랜드에서 전통 한국식 소주를 제조해 프리미엄 주류로 홍보하며 판매하고 있다. 이외 복분자주, 막걸리 같은 전통주까지 다양한 한국 주류가 뉴질랜드에서 판매되고 있다.

최근 뉴질랜드에서 책임 있는 음주문화가 성장하고 있어 저알코올, 무알코올 주류의 선호도가 높아지고 있다. 이에 뉴질랜드 와인 브랜드 Stoneleigh는 저알코올 화이트 와인을 출시했으며, 현지 주류 브랜드 Garage Project는 무알코올 맥주를 출시했다.

또한 데킬라(Tequila)를 기반으로 만든 칵테일 음료의 인기가 높아지고 있다. 이에 글로벌 데킬라 브랜드가 뉴질랜드에 진출하고 있으며 데킬라를 활용한 RTD(Ready-to-Drink) 주류의 인기도 증가하고 있다. 이에 프랑스 주류 기업 페르노리카의 데킬라 브랜드 Altos에서는 뉴질랜드에서 데킬라를 사용한 라임 마가리타 맛 RTD를 출시했다.

Stoneleigh 저알코올 와인	Altos 마가리타 RTD	현지 브랜드 소주

*출처: Woolworths, Liquor Legends, Super Liquor

▶출처
Pouring over trends, FMCG Business
An eye on market trends:The Beverage Menu, Barker's
오클랜드 첫 한식요리 경연대회...뉴질랜드인팀도 참가, YTN
The Best Korean Restaurants In Auckland, Urban List
Alcoholic Drinks, STATISTA(2024.07.)
Alcoholic Drinks in New Zealand, Euromonitor

② 라면(수출상위 품목)

뉴질랜드의 바쁜 현대 직장인과 학생을 주심으로 빠르고 간편한 라면의 수요가 증가하고 있다. 글로벌 시장조사기관 스태티스타(STATISTA(2024.07.))에 따르면 뉴질랜드의 라면 시장규모는 2023년 9,330만 뉴질랜드달러로 2019년 이후 연평균 4% 성장했다.

뉴질랜드에서는 한국의 불닭볶음면(삼양)이 SNS의 챌린지로 인지도가 높아졌고, 이외에도 한국 라면은 다양한 레시피에 활용하기 적합하다는 평을 받으며 긍정적으로 인식되고 있다. 한국산 라면의 對뉴질랜드 수출액은 2023년 753만 달러로 전년 대비 20% 증가했으며, 2019년 이후 연평균 14.3% 증가하는 추세를 보인다. 한국 라면은 아시아 식료품점은 물론 뉴질랜드의 주요 유통매장인 Foodstuff와 Woolworth에서 유통되고 있어 한국 교민 수가 적은 도시에서도 한국 라면을 쉽게 찾아볼 수 있다.

뉴질랜드에서는 간편하고 빨리 조리할 수 있는 라면 제품이 보편적으로 소비되고 있다. 이에 뉴질랜드 시장에 진출한 글로벌 라면 브랜드 매기(Maggi)에서는 2분 안에 조리가 완료되는 2분 라면(2 Minute Noodles)과 용기라면을 뉴질랜드에서 판매하고 있다.

또한 최근 건강에 대한 뉴질랜드 소비자의 인식이 높아지며 건강한 라면 제품의 출시가 이루어지고 있다. 뉴질랜드 시장에 진출한 싱가포르 라면 브랜드 Koka에서는 인공 조미료(MSG)를 사용하지 않은 카레 맛 라면을 출시했으며, 태국 라면 브랜드 Yumyum에서는 채소 라면을 출시했다.

2분 라면	Koka 카레 맛 라면	한국 불닭볶음면

*출처: Woolworth, Ken's

▶출처

The ultimate instant noodle guide for the end of the world, The Spinoff
[르포] 뉴질랜드 곳곳에 퍼진 신라면 매운맛… K팝 인기에 K푸드 성장, 뉴데일리경제
New Zealand Instant Noodles Market 2024, Strategy Helix

③ 소스(수출상위 품목)

뉴질랜드 외식업계의 성장으로 소스의 소비가 활발해지고 있다. 글로벌 시장조사기관 스태티스타(STATISTA(2024.07.))에 따르면 뉴질랜드 소스류 시장규모는 2023년 4억 9,159만 달러로 2019년 이후 연평균 7.7% 성장했다.

뉴질랜드에서 한국식 BBQ, 치킨 등 다양한 한국 요리의 수요가 증가하고 있으며 이를 판매하는 한식당 또한 현지 소비자에게 많은 인기를 얻고 있다. 뉴질랜드 시장에 진출한 글로벌 패스트푸드 프랜차이즈인 KFC 뉴질랜드에서는 한국식 BBQ 소스를 사용한 버거 메뉴를 출시해 현지 소비자에게 좋은 반응을 얻었다. 이처럼 한국 소스를 사용한 음식의 수요가 증가하며 한국산 소스류의 對뉴질랜드 수출액은 2023년 약 103만 달러로 전년 대비 5.6% 증가하였고, 2019년 이후 연평균 26.3% 증가하는 추세를 보인다.

한국 소스의 인기가 높아지며 해외 브랜드에서도 한국식 소스를 출시하고 있다. 뉴질랜드 시장에 진출한 글로벌 식품 브랜드 Heinz는 '한국 길거리 음식 소스(Korean Street Food Sauce)'를 현지 슈퍼마켓 Wooworth에서 판매하고 있다.

또한 레스토랑에서 판매하는 듯한 음식을 조리할 수 있는 프리미엄 간편 소스의 수요가 증가하고 있다. 이에 맞춰 뉴질랜드 식품 브랜드 Watties에서는 볶음 요리에 사용되는 데리야키 소스 제품을 출시했으며, 글로벌 식품 브랜드 매기(Maggi)에서는 멕시코식 나초 요리를 만들 수 있는 간편 소스를 출시했다.

한국산 닭강정 소스	Watties 데리야키 소스	Heinz 한국식 소스

*출처: Woolworth

▶출처

Have a taste: A South Korean offering of Kiwi favourites in Kirikiriroa, Waikato Times
Korean fried chicken: The 'secret sauce' behind Ko Ko Dak's success, ANZ News
KFC Double Down is back from today! With brand new Korean BBQ twist
Sauces, Dips and Condiments in New Zealand, Euromonitor

④ 김치(수출상위 품목)

뉴질랜드에서 발효식품이 장 건강 및 면역력 개선에 도움이 된다고 알려지고 있으며 김치 또한 대표적인 발효식품으로써 인지도가 높아지고 있다. 특히 한국의 김치는 한류의 영향으로 현지 소비자에게 많은 인기를 얻고 있으며 '맛있게 매운' 식품으로 인식되고 있다. 이에 한국산 김치의 對뉴질랜드 수출액은 2023년 약 163만 달러로 전년 대비 10.3% 증가했으며 2019년 이후 연평균 15.1% 증가해 왔다. 한국 김치는 한국 식료품점 및 현지 소매 유통채널에서 쉽게 찾아볼 수 있다.

김치의 인기가 높아지며 현지 기업에서도 직접 김치를 제조해 판매하고 있다. 현지 김치 브랜드는 현지 소비자의 입맛에 맞는 제품을 출시하고 있다. 이에 매운맛에 약한 현지 소비자를 고려해 고추를 사용하지 않은 김치 제품이나, 배추 대신 현지 소비자가 익숙하게 느끼는 콜리플라워를 김치로 만든 제품이 출시되었다.

또한 채식주의자 소비자도 섭취할 수 있는 비건 김치를 출시해 건강을 중요시하는 소비자의 욕구를 충족시킨다. 뉴질랜드 식품 브랜드 Be Nourished는 유기농 비건 김치를 출시했으며, 또 다른 현지 식품 브랜드 Good Bugs는 콜리플라워를 사용한 비건 김치를 출시했다.

한국산 김치	뉴질랜드산 유기농 비건김치	뉴질랜드산 콜리플라워 비건 김치

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지, Woolworth

▶출처

Are fermented foods like kombucha actually good for you?, RNZ
How to make kimchi, OrganicNZ
김치·닭발에 라면까지...뉴질랜드에 퍼지는 '한국의 매운맛', YTN

⑤ 음료(수출상위 품목)

뉴질랜드에서는 차 음료, 건강한 탄산음료 등 새로운 음료 제품이 출시되며 시장이 확대되고 있다. 글로벌 시장조사기관 스태티스타(STATISTA(2024.07.))에 따르면 뉴질랜드 음료 시장규모는 2023년 2억 6,000만 달러로 2019년 이후 연평균 5.2% 성장했다. 뉴질랜드에서 한류의 영향으로 한국 식품의 인기가 높아지며 한국 음료의 소비가 확대되고 있다. 국산 음료의 뉴질랜드로의 수출액은 2023년 약 228만 달러로 한국산 주요 수출 품목 중 4위에 올랐다.

뉴질랜드에서는 지속가능성과 건강을 고려해 천연 성분을 사용한 음료의 수요가 증가하고 있다. 망고, 키위, 패션프루트 등 현지에서 재배되는 과일 맛의 음료가 유행하고 있으며, 마누카 꿀, 로즈힙, 엘더플라워 등 건강에 이로운 재료를 추가한 음료가 관심을 얻고 있다. 현지 음료 브랜드 Pete's Natural은 뉴질랜드산 과일즙, 그리고 재활용 가능한 포장재를 사용해 환경에 끼치는 영향을 최소화한 천연 탄산음료를 출시했다.

뉴질랜드에서는 평균적으로 성인 1인이 일일 37 티스푼의 설탕을 섭취하고 있다. 이에 국민의 과다한 설탕 섭취량이 사회적 문제로 대두되며 식품에 설탕세를 부과해 국민의 설탕 섭취량을 줄여야 한다는 의견이 민간단체 및 의료 전문가를 중심으로 제시되고 있다. 이에 현지 기업들도 자사 음료 제품의 설탕 함유량을 줄이거나 무설탕, 저당 음료를 출시하는 등 건강을 고려한 음료 제품의 출시를 이어가고 있다. 현지 음료 브랜드 Ninety Nine는 99% 무설탕 레몬 음료를 출시했으며 미국 식품 브랜드 Ocean Spray는 저당 크랜베리 주스를 출시했다.

Ninety Nine 99% 무설탕 음료	Ocean Spray 저당 크랜베리 주스	Pete's Natural 천연 음료

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지, Woolworth

▶출처

3 trends driving New Zealand's F&B industry, FMCG Business
Pete's Naturals: Championing sustainability in New Zealand's soda market, NZ Business
Sugary Drinks, Toi Te Ora
Sugar tax: Why it might be time for New Zealand to make a move - The Front Page, NZ Herald
How We Are Helping Kiwis Consume Less Sugar: Our Progress, Coca Cola New Zealand
Soft Drinks in New Zealand, Euromonitor

3.2 | 소비트렌드

① Z세대 소비자 중심의 간식 문화 성장

뉴질랜드 젊은 세대는 전통적인 식사 패턴에서 벗어나 간편하고 건강한 간식을 즐기는 새로운 식문화를 선호하고 있다. 특히 Z세대는 바쁜 일상 속에서 간편하게 즐길 수 있는 건강 간식을 선호하며, 아침 식사 대신 간식을 섭취하거나 저녁 식사를 대체하여 심야에 간식을 즐기는 비율이 높은 편이다. 글로벌 식품 기업 몬델레즈에 따르면 뉴질랜드 Z세대의 40%가 아침 식사를 거르고 간식으로 하루를 시작하며, 약 절반은 저녁 대신 심야 간식을 섭취하는 것으로 나타났다.

뉴질랜드 Z세대는 바쁜 일상 속에서 간편하게 즐길 수 있는 간식을 선호하고 있다. 학업과 직업을 병행하는 Z세대에게 간식은 빠르게 에너지를 충전하고 활동적인 라이프스타일을 유지하는 데 필요한 식품이다. 특히 건강과 지속가능성에 대한 관심이 높아지면서 영양가 높고 환경친화적인 간식에 대한 관심이 증가하고 있다.

이에 현지 식품 시장에서도 건강한 간식, 친환경 간식의 개발을 이어가고 있다. 뉴질랜드 시장에 진출한 호주 식물성 식품 브랜드 Health Lab은 식물성 스낵바를 출시했으며, 일본 스낵 브랜드 Calbee는 구운 완두콩 칩을 출시했다. 또한 Ceres Organics에서는 치아씨드를 첨가한 유기농 현미 크래커를 출시했다.

Helath lab의 식물성 스낵바	Calbee 구운 완두콩 칩	Ceres Organics 현미 크래커

▶출처

No thanks to traditional meals, say Gen Z., RNZ

The changing face of New Zealand's snacking habits, The Feed

② 뉴질랜드 패스트푸드 체인, 인공지능 드라이브스루 도입

뉴질랜드 기업들은 인공지능(AI) 도입을 가속화하며 디지털 전환을 이끌고 있다. 2024년 뉴질랜드 IT기업 Datacom이 조사한 결과, 뉴질랜드 기업의 67%가 AI를 활용하고 있으며, 이는 전년 대비 19% 증가한 수치로 나타났다. 기업들은 AI를 통해 새로운 사업 기회를 창출하고, 업무 효율성을 높이며, 데이터 기반 의사결정을 실행하고 있다. 이러한 추세는 뉴질랜드 외식업계에도 확산되어 AI 기반 서비스가 도입되고 있다.

버거킹 뉴질랜드는 오클랜드 지역 4개 매장에 인공지능 드라이브스루 시스템을 도입하여 운영 중이다. 이 시스템은 마치 사람과 대화하듯 자연스러운 음성 인식 기능을 통해 소비자의 주문을 정확하게 처리하고 있다. 소비자는 인공지능 대화형 시스템(Conversational System)을 통해 메뉴 선택부터 맞춤 주문까지 편리하게 진행할 수 있다. 또한 인공지능은 실제 사람의 목소리를 학습하여 이질감 없는 서비스를 제공하고 있다.

실제 인공지능 드라이브스루를 체험한 소비자는 인공지능 대화형 시스템이 기대한 것 더 자연스러워 일반 직원과 인공지능 대화형 시스템의 차이를 크게 느끼지 못한다고 평했다. 버거킹 뉴질랜드는 앞으로도 직원들의 업무 환경을 개선하기 위해 인공지능 시스템의 도입을 확장할 계획으로 현장에 근무하는 직원들도 인공지능 시스템 도입에 긍정적인 반응을 보이고 있다.

버거킹 뉴질랜드의 인공지능 드라이브스루 키오스크

▶출처

Focus: Burger King trials Artificial Intelligence drive-thru system in four Auckland restaurants, The New Zealand Herald

AI Drive-Thru for Burger King, Restaurantandcafe

AI adoption surges among New Zealand businesses – report, ITBrief

③ 업사이클링 푸드

2023년 네덜란드 은행 Rabobank에서 실시한 조사에 따르면 매해 뉴질랜드에서 10만 톤 이상의 식품이 폐기된 것으로 나타났다. 이에 식품을 폐기하는 대신 재가공해 섭취할 수 있는 업사이클링 푸드가 주목받고 있다.

뉴질랜드에서 매년 생산되는 채소의 약 40%가 외형적인 이유로 버려지고 있는 가운데, 뉴질랜드 스타트업 EatKinda가 버려지는 콜리플라워를 활용한 아이스크림을 개발하여 주목받고 있다. EatKinda의 콜리플라워 아이스크림은 출시 이후 소비자들에게 큰 호응을 얻으며 현재 뉴질랜드 전역의 90여 개 매장에서 판매되고 있다. 국내 시장에서의 성공을 바탕으로 미국, 호주 등 해외 시장 진출도 적극적으로 추진하고 있다.

뉴질랜드에서 매년 약 5,000톤에서 7,000톤의 아보카도가 외형적인 기준에 미달하여 버려지고 있다. 이에 뉴질랜드 스타트업 Ovavo는 버려지는 아보카도를 활용하여 새로운 상품을 개발하고 있다. Ovavo는 버려지는 아보카도 과육을 아이스크림, 에너지바, 초콜릿 등 다양한 식품에 활용할 수 있는 동결건조 분말로 가공했다. 현재는 아보카도 껍질까지 활용하는 방안을 연구하며 뉴질랜드 업사이클링 푸드 시장 성장에 기여하고 있다.

EatKinda의 콜리플라워 아이스크림	Ovavo의 동결건조 아보카도 분말

▶출처

Riches in niches: Could cauliflower ice cream and tamarillo chocolate be our export future?, The Country
New Zealand company turns upcycled avocado into freeze-dried powder, NewsHub
Q&A with cauliflower-based ice cream brand EatKinda , FMCG Business
“World’s First” Cauliflower Ice Cream Launches at 90+ Woolworths Stores in New Zealand, Vegconomist
What We Waste, Love Food Hate Waste

④ 식료품 물가 상승으로 인한 소비행태 변화

뉴질랜드의 급격한 물가 상승으로 소비자들이 생활필수품 구매에도 어려움을 겪는 것으로 나타났다. 현지 매체 The Conversation의 조사 결과 2023년 3월 기준 가공식품과 음료는 10년 전보다 14% 비싸졌으며 신선 과일과 채소는 무려 45%나 가격이 급등한 것으로 나타났다. 이에 더 저렴한 식품과 브랜드를 찾는 소비자가 증가하고 있다.

뉴질랜드 통계청(StatsNZ)에서 실시한 가계경제 조사(Household Economic Survey)에 따르면 2023년 33%의 가정이 채소를 정기적으로 구매하고 있지 않다고 응답해 과거에 비해 신선한 채소를 소비하는 가정이 줄어든 것으로 나타났으며, 과일(39%), 육류(38%)도 비슷한 추세가 나타나고 있다. 신선식품 가격이 가공식품에 비해 훨씬 빠르게 오르고 있어 많은 소비자가 신선식품 대신 가공식품 소비로 눈을 돌리고 있다.

또한 글로벌 컨설팅 기업 EY에 따르면 38%의 뉴질랜드 소비자가 저렴한 자체 브랜드 제품을 구매하고 있는 것으로 나타났다. 현지 소비자는 과거 저렴한 제품은 품질도 낮을 것이라는 편견을 갖고 있었으나 현재는 65%의 소비자가 유명 브랜드 제품만큼 자체 브랜드 제품의 품질이 만족스럽다고 생각하고 있다. 이에 현지 소매 식품 유통기업 Foodstuffs는 Pams, Pams Finest, Pams Free Range 등 다양한 자체 브랜드를 출시해 빵, 육류, 농산물, 식료품을 포함한 3,000개의 제품을 판매하고 있다.

Foodstuffs의 자체 브랜드 Pams	Foodstuffs의 자체 브랜드 Pams Finest

▶출처

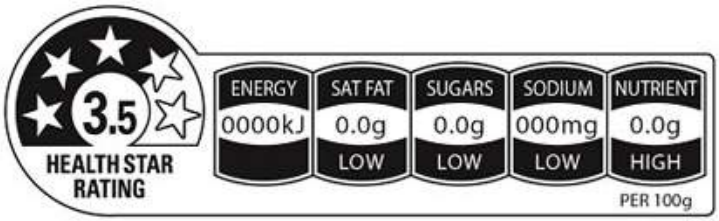
A third of households cut spending on fresh food, The Press
The Impact of Rising Food Prices on New Zealanders' Health, The Indian News
Little nourishment from these food trends, Farmers Weekly
The cost of eating healthy: NZ fruit and veg prices are going up way faster than processed food, The Conversation
How do brands redefine value in tough economic times?, EY

⑤ 소금 섭취량 감소를 위한 노력

과다한 소금 섭취로 인한 고혈압, 심장질환, 뇌졸중 등의 질환이 뉴질랜드의 주요 사망 원인 중 하나로 지목되었다. 뉴질랜드는 2025년까지 자국민의 소금 섭취량을 적정수준으로 줄이겠다고 선언하였지만, 아직 성인의 평균 소금 섭취량이 권장 섭취량 5g을 초과하는 8.5g으로 유지되고 있어 느린 진전을 보이고 있다.

오타고 대학과 오클랜드 대학의 연구진이 뉴질랜드 슈퍼마켓에서 판매되고 있는 가공식품 6,800개를 조사한 결과 3분의 2의 제품이 건강에 해로울 만큼인 양의 소금을 함유한 것으로 밝혀졌다. 이렇듯 가공식품에 포함된 '숨겨진 소금'에 대한 위험성이 알려지며 가공식품의 소금 함유량 규제를 요구하는 목소리가 커지고 있다.

뉴질랜드 뇌졸중 재단(Stroke Foundation)은 가공식품의 소금 함유량을 규제함으로써 국민의 건강이 개선될 것이라는 의견을 밝혔다. 특히 버거, 가공육, 통조림, 냉동식품 등 소금이 많이 함유된 제품의 규제가 필요하다고 피력했다. 뉴질랜드 소비자도 정부가 식품의 소금 함량을 규제하고 가공식품에 헬스 스타 영양 등급제(Health Star Rating)를 의무화할 것을 요구하고 있다.



Heaelth Star Rating 표시 예시

▶출처

Kiwi diet not worth its salt, newsroom
Global salt benchmarks could help save many Kiwi lives, Otago Daily News
Call for mandatory labelling of 'hidden killer' salt in processed food, RNZ
Salt and your heart, Heart Foundation

4 수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 뉴질랜드의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 **관련 요건을 사전에 파악**	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 **전자적으로 세관에 제반서류 제출** · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, **수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적** 완료	국내 수출업체
수입업체 등록	· 식품 수입 전 뉴질랜드 **무역단일창구(TSW) 시스템을 통해 수입업체 등록** 필수 · 뉴질랜드 거주 회사나 개인만이 취득 가능함	뉴질랜드 수입업체
수입신고	· B2BE 또는 EDI 시스템으로 **세관에 수입신고서 및 제반서류** 제출 · 제출서류: ①선하증권 또는 항공화물운송장 ②상업송장 ③포장명세서 ④보험서류 ⑤기타 검역 서류 등	뉴질랜드 수입업체
수입검사	· 수입신고시 제출된 서류를 바탕으로 **검사가 필요한 식품을 선정** · 검사 대상으로 선정된 식품에 뉴질랜드 식품검역국은 ①샘플검사 ②정밀검사를 진행함 · 검사 범위 및 횟수는 식품 수입업체의 과거 **수입이력에 따라 상이함** · 또한, 관세청은 서류상의 내용을 토대로 창고나 항구에서 검역을 실시할 수 있음	뉴질랜드 수입업체
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 후 물품 반출 가능	뉴질랜드 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

①국내 수출 통관 절차

▶수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	● **수출 품목에 대한 뉴질랜드의 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요** · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
원산지 증명서 발급	● **뉴질랜드 수출 시 한-뉴질랜드 FTA 또는 RCEP 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요** · FTA 관세율, RCEP 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 한-뉴질랜드 FTA 활용 시 협정이 정하는 방법 및 절차에 따라 수출자가 원산지를 확인하여 자율적으로 발급 가능 · RCEP 활용 시 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 함

▶국내 수출통관 절차

수출신고	● **수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수** · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <수출신고 수리 유형> · 서류 심사 후 수리 : 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인 · 현품 검사 후 수리 : 우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인 · 자동 수리 : 세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급 · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함
수출검역	● **뉴질랜드와의 합의된 요건이 있거나 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요** · 뉴질랜드로 △배, △포도 등 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <수출검역 신청 시 제출 서류> 식물검역 : ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)

	축산물검역: ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) · 수출검역은 수출 상대국의 검역요건 적합 여부를 검사함 · 수출식물검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출축산물검역의 경우 검역시행장으로 지정된 장소에서 진행됨 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음
운송수단 선적	● **수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요** · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

②뉴질랜드 수입제도 및 통관·검역 절차

▶뉴질랜드 수입통관·검역 절차

수입업체 등록 및 수입허가 취득	● **뉴질랜드 수입업체는 시스템에 수입업체 등록 필요** · 무역단일창구(Trade Single Window, TSW)에 수입업체 등록 필요 · 수입업체는 뉴질랜드에 거주하는 개인 또는 회사만 해당되며 해당 자격은 1년간 유효 ● **또한, 일부 품목에 대하 수입허가 취득 필요** · 인체 건강이나 뉴질랜드 자연환경과 동식물 생태계에 미치는 영향이 크다고 판단되는 수입 금지품목으로 지정되거나 별도의 추가 규정을 적용받아 1차 산업부(MPI)로부터 수입 허가를 받아야 할 수 있음
수입신고	● **뉴질랜드 수입업체는 B2BE(Business to Business e-Colutions) 웹사이트 또는 EDI(Electronic Data Interchange) 시스템을 통해 수입신고 진행** · B2BE를 통한 신고는 소규모 수입업체에게 적합하며, EDI는 규모가 크고, 수입 빈도가 높은 업체에게 적합함 · 수입 신고서는 제품이 도착하기 20일 전에 등록되어야 하며, 지연 방지를 위해 수입 브로커는 사전 등록 가능함 · 수입신고 시 수입신고서를 포함한 다음의 서류 제출 필요 <수입통관 시 제출 서류> ①선하증권 또는 항공화물운송장 ②상업송장 ③포장명세서 ④보험서류 ⑤기타 검역 서류
수입검역	● **수입신고 후 물품검사 및 검역이 진행** **https://www.mpi.govt.nz/dmsdocument/61807-Food-Notice-Requirements-for-Registered-Food-Importers-and-Imported-Food-for-Sale-effective-from-1-August-2024** · 식품안전 통관이 필요한 경우, 수입업체가 1차 산업부의 Central Clearing House로 탁송품에 대한 정보를 보내야 하며 이후 식품을 검사, 샘플링 추출 및 시험이 식품검역국(FSO)에 의해 진행됨 · 이후, 식품 검역국에서 식품 검사, 샘플 추출 및 시험을 진행하며, 검사 범위 및 검사 횟수는 수입업체의 과거 이력에 따라 달라짐

	· 또한, 관세청은 수입신고(Import entry)와 ECI에 기재된 내용을 토대로 창고나 수입 항구에서 검역을 실시할 수 있음 · 검역 대상 품목은 수입검역기준(Import Health Standard)에서 규정하는 절차와 방법에 따라 진행되며, 모든 기준을 충족하는 품목에 대해서만 수입허가를 받을 수 있음
관세납부 및 물품 반출	● **관세 및 제세 납부 후 물품 반출 가능** · 수입자 등에 의해 작성된 납세신고가 적합하다고 판단되는 경우 검사 생략(Paperless)으로 처리되고 화물인도지시서를 교부 후 반출됨 · 납세신고서가 처리되고 예정 관세액을 납부한 후 물품이 반출되며 이후 신고된 품목분류, 과세가격, 납부세액, FTA 원산지 증명 등에 대한 사후 심사가 진행됨 · 통관에 필요한 서류를 충족하여 수입허가를 받은 경우, 수입신고 이후부터 물품 반출까지 15시간(공휴일 제외) 이상이 소요됨

4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	- 곡 류 : 쌀(백미, 현미, 흑미), 찹쌀, 보리, 조, 밀, 옥수수, 콩, 수수 (콩, 수수는 발아가 되지 않도록 불활 처리해야 수출가능) - 과실류 : 배, 포도, 감귤(온주밀감, 만감류, 탄젤로류) - 종자류 : 고추, 수박, 참외, 오이, 호박, 토마토, 당근, 대파, 브로콜리, 양파, 청경채, 무, 배추, 상추, 시금치, 파 (고추, 수박, 참외, 오이, 호박, 토마토 등 특정 종자는 수입 요건이 있는 품목이므로 상세 내용은 농림축산검역본부 확인 필요) - 화훼류 기타 : 선인장묘

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	- 과실류 : 사과, 단감, 밤, 복숭아, 참다래, 살구, 자두 - 채소류 : 파프리카, 메론(참외), 딸기, 인삼, 브로콜리, 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 피망, 오이, 호박, 수박, 토마토, 가지, 고구마, 감자 - 버섯류 : 팽이, 새송이, 느타리, 만가닥, 표고, 송이, 양송이, 영지 - 절화류 : 백합, 장미, 국화, 심비디움, 팔레놉시스, 카네이션, 난초, 튤립 - 화훼류 기타(재배매체 포함) : 철쭉속, 선인장(접목선인장), 장미, 카네이션, 심비디움, 난초, 국화, 튤립, 글라디올러스, 백합

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5 비관세장벽

5.1 | 라벨링제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 성분목록 · 보관 방법	· 유통기한 · 영양 정보 · 원산지	· 알레르기 유발물질 · 기타
라벨 표기사항 (가이드)	표기 방법	• 라벨은 영어로 작성되어야 함 • 제품의 섭취 시 건강과 관련하여 소비자가 알아야 하는 내용 등 경고 표기 필수 • 분명하고 영구적으로 작성되어야 하며, 배경색과 대비되는 색상으로 작성할 것	
	제품명	• 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)에서 규정하고 있는 제품명 또는 식품의 본질을 나타낼 수 있는 이름으로 할 것 • 제품명은 오해의 소지가 있거나 잘못된 정보로 표시할 수 없음	
	성분 목록	• 원료명은 일반명이나 원료의 본질을 알 수 있는 형태의 또는 규정에서 정하고 있는 이름으로 할 것 • 제품에 사용된 식품첨가물을 포함해 함량의 크기에 따라 내림차순으로 원료 정보를 나열해야 함 • 알레르기를 유발하는 성분 10가지에 대해 포장재에 라벨링 박스 안에 표기해야 함. 굵은 글자로 명료한 영어 단어로 표기해야 함 • 식품첨가물(비타민, 미네랄 포함)을 표시해야 하며, 효소와 향미료는 구체적 성분명 없이 '효소', '향미료 및 기타'로 표기 • 식품 원료의 실제 함량 또는 최소 함량을 퍼센트 형태로 정보를 제공해야 함	
	보관 방법	• 제품의 안전과 건강상의 문제가 일어나지 않을 수 있도록 하는 내용의 사용법 또는 보관방법을 표기해야 함 • 제품의 안전과 건강상의 문제가 일어나지 않을 수 있도록 하는 내용의 사용법 또는 보관방법을 표기할 것 • 식품이 유통기한까지 보관되도록 하기 위한 특정 보관 조건이 필요한 경우 해당 조건 표기할 것	
	유통기한	• 'Best-Before' 또는 'Use-By'로 표기해야 함 • 유통기한 또는 사용기한이 적용일로부터 3개월 이상인 경우 일, 월, 연도 순으로 표기	
	영양 정보	• 건강강조표시가 아닌 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 탄수화물, 당, 나트륨 정보를 표기해야 함 • 제품의 평균 1회 섭취량(g 또는 ml)과 제품의 섭취 횟수를 표기해야 함 • 제품의 1회 제공량과 총 제공횟수 및 해당 제공량 당 에너지 함량을 표기해야 함(kj 또는 kcal)	

		• 트랜스 지방, 다중 및 단일 불포화 지방산이 있는 경우 반드시 표기해야 함
	원산지	• 육류, 청과, 빵과 같은 주 식품(Priority Food)은 다음과 같은 사항을 표기해야 함 - Grown in(청과류 등의 신선식품) - Product of(주요 원료 원산지 및 생산 공정 국가) - Made in(가공식품 생산국) - Packed in(제품 포장 국가) • 조미료, 제과류, 스낵류, 주류 등 기호식품(Non-priority Food)은 'Made In'와 같은 문구를 사용하여 원산지를 표기해야 함 • 수입 가공식품의 경우, 호주산 재료 비율을 나타내는 막대그래프와 원산국을 나타내는 글 상자를 이용해야 함. 혹은, 글 상자를 이용하여 원산지와 호주산 성분의 비율을 표시해야 함 • 특정 국가에서 재배 또는 생산, 제조, 포장되지 않았음에도 그렇다는 것을 암시하거나 표기하는 경우 불법임 • 제품이 생산된 나라를 표시해야 하며 식품에 호주산 재료가 함유된 경우, 그 비율을 명시하고 막대그래프를 이용하여 표시해야 함
	알레르기 유발물질	• 알레르기 유발물질로 지정된 원료를 함유하는 식품은 해당 사실을 반드시 표시 • 알레르기 유발물질: 계란, 어류, 갑각류, 연체동물, 나무견과류, 루핀, 우유, 땅콩, 참깨, 대두, 글루텐을 포함한 곡물, 10㎎/kg 이상의 아황산염 첨가물
	기타	• 유전자 기술을 사용하여 생산한 식품이나 방사선 조사 식품에 관한 정보가 있다면 이를 반드시 표기해야 함 • 질병, 장애 또는 특정 상태에 대한 예방, 진단, 치료 혹은 완화의 의미가 있는 문구 표기는 불가능함

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

유제품류

라벨링 사진

표기항목	표기내용	
제품명	Meadow Fresh Milk	메도우 프레시 우유
원재료	Ingredients Fresh Milk	재료 신선 우유
순중량	600ml	
제조업체	Meadow Fresh	
유통기한	별도 표기	
제조일자·제조코드	별도 표기	
영양성분표	Nutrition Information Servings per pack : 3 Serving size : 200ml	영양정보 팩당 제공량 수 : 3 제공량 : 200ml

Annual Averages	Average Quantity per Serving	% Daily Intake* (per Serving)	Average Quantity per 100ml
Energy	540kJ	6%	270kJ
Protein	7.8g	16%	3.9g
Fat.total	6.6g	9%	3.3g
- Saturated	4.2g	18%	2.1g
Carbohydrate	9.4g	3%	4.7g
- Sugars	9.4g	10%	4.7g
Sodium	70mg	3%	35mg
Calcium	270g	34%RDI**	135mg

Milk nutrients naturally vary with the seasons.
*based on an average adult diet of 8700kJ
**Recommended Dietary Intake
Use Original milk as part of a healthy diet.

연평균	1회당 평균 제공량	% 일일 권장섭취량* (1회당)	100ml당 평균 제공량
열량	540kJ	6%	270kJ
단백질	7.8g	16%	3.9g
지방	6.6g	9%	3.3g
- 포화지방	4.2g	18%	2.1g
탄수화물	9.4g	3%	4.7g
- 당	9.4g	10%	4.7g
나트륨	70mg	3%	35mg
칼슘	270g	34%RDI**	135mg

우유의 영양성분은 계절에 따라 자연 변동합니다.
*성인 권장 섭취량8700kJ 기준 비중입니다.
**Recommended Dietary Intake(권장 섭취량 기준)
건강한 식습관을 위해 원유를 이용하세요.

5.2 | 인증제도

정보원에서 제공하지 않음

5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

5.4 | 비관세장벽 이슈

[규정·제도]

유아용 조제분유에 대한 규제 요건 변경 (2024년 9월 13일 발효)

2024년 9월 13일, 호주뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)은 유아용 조제분유 제품에 대한 규제 요구사항을 변경하는 「P1028 – Infant Formula」를 승인했다. 이 개정안은 유아용 조제분유와 특수의료용 조제분유(SMPPi)를 구분하는 새로운 제품 카테고리, 구성 및 라벨링 요구사항을 도입했다. 변경 사항은 관보에 게재된 후 5년의 전환 기간을 거쳐 2029년 9월 13일 시행했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=101154&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%ED%98%B8%EC%A3%BC&page=1&srchGubun=427

[라벨링]

영양성분 계산기(NPC) 비디오가이드 발표

2024년 8월 27일, FSANZ는 영양성분 계산기(NPC, Nutrition Panel Calculator) 사용자를 위한 사용 방법 안내 영상을 발표했다. 향후 3개의 영상이 더 공개될 예정이며, 해당 영상은 4개의 시리즈 중 첫 번째 영상이다. 새로운 비디오 가이드에서는 재료 입력, 양 입력, 패널 생성 등 세 가지 간단한 단계로 영양정보표(NIP, Nutrition Information Panel)를 생성하는 방법을 설명했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=101109&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%ED%98%B8%EC%A3%BC&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]

호주-뉴질랜드 유아용 조제분유 공동 표준 탈퇴 결정

2024년 8월 5일, 뉴질랜드 식품안전부 장관 앤드류 호가드(Andrew Hoggard)는 뉴질랜드가 호주-뉴질랜드 유아용 조제분유 공동 표준(Australia New Zealand joint infant formula standard)에서 탈퇴한다고 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100837&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%ED%98%B8%EC%A3%BC&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]

식품기준청, 영아용 조제분유 표준 승인

2024년 6월 4일, 호주-뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)은 영아용 조제분유 표준(P1028)의 승인하고 이를 식품과 식량 문제를 담당하는 호주 및 뉴질랜드 장관으로 구성된 식품장관회의(FMM)에 통보했다. FMM은 식품기준청이 통보한 표준의 검토 여부를 60일 이내에 결정해야 하며, 별도의 검토 요청이 없을 경우 해당 표준은 5년의 전환 기간을 거쳐 발효될 예정이다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100516&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%ED%98%B8%EC%A3%BC&page=1&srchGubun=427

[라벨링]

건강 스타 등급 표시 시스템 의무화 검토

2024년 6월 6일, 호주와 뉴질랜드 정부는 소비자가 더 건강한 식품을 선택할 수 있도록 돕는 '건강 스타 등급(HSR: Health Star Rating)' 시스템의 도입이 미진함에 따라 이를 의무화하는 방안을 검토하겠다고 밝혔다. 2024년 5월 발표된 보고서에 따르면, 호주에서는 32%, 뉴질랜드에서는 30%의 제품만이 건강 스타 등급을 표시하고 있다. 1차 산업부(MPI)는 2025년 11월까지 전체 제품 중 70%가 건강 스타 등급 시스템을 사용하지 않을 경우 의무화 시행을 검토할 예정이다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100476&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%ED%98%B8%EC%A3%BC&page=1&srchGubun=427

[라벨링]

호주 및 뉴질랜드 한국 식품 수출 시 주의해야 하는 포장 전면(FOP) 기준 종합 (2)

포장 전면(FOP, Front of Package) 영양 라벨은 식품 포장의 앞면에 기호, 색상 코드, 기타 그래픽 형식을 사용하여 필수 영양소의 정보를 소비자가 한눈에 확인할 수 있도록 표시하는 라벨링 제도로, 국가마다 표시 대상 영양 성분의 종류, 표시 방식 및 의무 적용 여부가 다르다. 이에 한국의 주요 식품 수출 대상국 중 미국, 캐나다, 호주 및 뉴질랜드의 포장 전면(FOP) 영양 라벨링 제도 시행 현황을 정리하여 제공했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98758&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%ED%98%B8%EC%A3%BC&page=2&srchGubun=427

[라벨링]

한국 식품 수출 시 식품 알레르기 표시 기준 주의

2023년 1월부터 7월까지 공시된 호주와 뉴질랜드의 식품 리콜 사례를 분석한 결과,

식품 알레르기 유발물질을 표기하지 않아 리콜된 한국산 과자류 제품의 사례가 다수 확인되었다. 이에 호주로 식품 수출 시 식품 알레르기 표시 기준에 유의해야 한다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98652

[규정·제도]

뉴질랜드, 플라스틱 금지법의 2단계 금지 조치 시행 (2023년 7월 1일부터)

뉴질랜드 정부는 「폐기물 최소화법(플라스틱 및 관련 제품) 2022(Waste Minimization(Plastic and Related Products) Regulations 2022)」에 따라 플라스틱 금지법을 총 3단계로 나누어 시행한다. 2022년 10월에 1단계가 시행되었고, 2023년 7월 1일부터는 2단계 금지 조치가 시행되었다. 이에 따라 일회용 플라스틱 비닐, 플라스틱 빨대, 플라스틱 식기류 등이 금지 품목에 추가되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98116

[위생·안전]

'식품고시:농화학물의 최대잔류허용기준(MRLs)' 개정 발표

△트리클라벤다졸 △펄리마이신 등 농화학물의 최대잔류허용기준 개정안이 발표되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97443&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[라벨링]

알코올 음료에 에너지 함량 정보 표시를 요구하는 식품 표준 코드 개정 제안

호주·뉴질랜드 식품표준청은 ABV가 0.5% 이상 함유된 알코올 음료의 라벨에 에너지 함량 정보 표시를 요구하기 위해 호주·뉴질랜드 식품 표준코드(Food Standard Code)를 개정할 것을 제안했다. 현행 규정에 따르면, ABV가 0.5% 이상 함유된 알코올 음료는 일반 포장식품에 적용되는 영양 정보 라벨 표시 요구사항에서 면제된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96959&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[라벨링]

연구팀, 알코올 음료 온라인 소매업체에 판매 페이지 내 경고 표시의무 부과 촉구

현재 뉴질랜드 법은 온라인으로 판매되는 알코올음료의 필수 건강 정보 및 경고 표시를 의무로 규정하고 있지 않아 뉴질랜드 오클랜드 대학 연구팀은 알코올음료를 판매하는

온라인 소매업체가 판매 페이지에 해당 정보를 의무적으로 표시할 것을 촉구했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96921&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[기타]

검역 협상 타결에 따라 한국산 감귤류의 수입 허용

2022년 12월 12일, 한국 농림축산검역본부는 뉴질랜드 검역본부와 한국산 감귤류(온주밀감, 한라봉, 천혜향 등)의 뉴질랜드 수출 검역 협상을 최종 타결했다고 밝혔다. 한국산 감귤류는 1999년에 뉴질랜드에 수입 허용을 요청하였으나, 2002년 제주도에서 감귤궤양병이 확산되면서 위험성 평가가 중단되었다. 이후 한국 농림축산검역본부는 한국산 감귤의 검역 안정성을 입증하는 추가 자료를 제출하는 등 꾸준한 노력을 전개하였고, 그 결과 수입 허용 요청 23년 만에 한국산 감귤의 뉴질랜드 수입을 허용하는 최종 검역 협상이 타결되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96862

[위생·안전]

달걀 식품의 IHS(Import Health Standard, 수입 위생 기준) 초안 발표

뉴질랜드 MPI는 달걀 제품의 IHS 수정 초안을 발표하고, 2023년 2월 20일까지 의견을 모집했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96766&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[규정·제도]

뉴질랜드, 위험관리 시스템 요건을 포함한 수산물 제품의 가공 기준 개정안 공고

2022년 12월, 뉴질랜드 식품산업청(Ministry of Primary Industries, MPI)은 동물 제품에 관한 규정 3개와 27개의 통지 사항을 통합하는 규제 재설계 프로젝트(regulatory redesign project)에 맞춰 《운영 코드 : 수산물 제품의 가공 기준(Operational Code : Processing of Seafood Products)》을 개정하는 초안(제54502호)을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96689