

2024 농식품 국가정보조사 남아프리카공화국

2024.10.

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 남아프리카공화국 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)	60,442,647명, 전 세계 25위
민족구성 (2021년 추정치)	흑인 아프리카인 80.9%, 유색인종 8.8%, 백인 7.8%, 인도/아시아인 2.6%
언어 (2018년 추정치)	줄루어 25.3%, 코사어 14.8%, 아프리카언어 12.2%, 페디어 10.1%, 츠와나어 9.1%, 영어 8.1%, 소토어 7.9%, 총가어 3.6%, 스와티어 2.8%, 벤다어 2.5%, 은데벨레어 1.6%, 기타 2%
종교 (2015년 추정치)	기독교 86%, 조상신앙, 부족신앙, 유심론적 신앙 또는 기타 아프리카 전통 종교 5.4%, 이슬람교 1.9%, 기타 1.5%, 특별히 믿지 않는 종교 5.2%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 27.2% (남성 8,227,690명/여성 8,194,392명) 15~64세: 65.3% (남성 19,524,873명/여성 19,947,839명) 65세 이상: 7.5% (2024년 추정) (남성 1,911,825명/여성 2,636,028명)
중위연령 (2024년 추정치)	전체: 30.4세, 전 세계 136위 남성: 30.1세 여성: 30.6세

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	\$862.98십억 (2023년 추정치), 전 세계 33위 \$857.82십억 (2022년 추정치) \$841.739십억 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	0.6% (2023년 추정치), 전 세계 178위 1.91% (2022년 추정치) 4.70% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	\$14,300 (2023년 추정치), 전 세계 126위 \$14,300 (2022년 추정치) \$14,200 (2021년 추정치)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중 (2023년 추정치)	2.5%
주요 생산품 (2022년 추정치)	사탕수수, 옥수수, 우유, 감자, 밀, 포도, 닭고기, 오렌지, 사과, 대두

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
남아프리카공화국 과의 체결현황 ¹⁾	기체결(발효)	EU
우리나라와의 체결현황 ²⁾	발효	해당사항 없음
	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

남아프리카공화국 식품 시장은 2019년 245억 달러에서 연평균 3.2% 성장하여, 2023년 278억 달러로 증가했다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2019년 44억 달러에서 연평균 2.9% 성장하여, 2023년 49억 달러로 증가했다. 2023년 스낵류 시장규모는 전체 식품 시장의 17.6%를 차지했다.

육류

육류 시장규모는 2019년 40억 달러에서 연평균 3.6% 성장하여, 2023년 46억 달러로 증가했다. 2023년 육류 시장규모는 전체 식품 시장의 16.5%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2019년 36억 달러에서 연평균 2.3% 성장하여, 2023년 40억 달러로 증가했다. 2023년 베이커리 및 곡물류 시장규모는 전체 식품 시장의 14.3%를 차지했다.

<남아프리카공화국 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	24.5	22.7	24.7	26.1	27.8	100.0	6.7	3.2
스낵류	4.4	3.9	4.3	4.5	4.9	17.6	7.7	2.9
육류	4.0	3.7	4.0	4.3	4.6	16.5	7.5	3.6
베이커리 및 곡물류	3.6	3.4	3.7	3.7	4.0	14.3	6.1	2.3
낙농품	2.7	2.5	2.8	3.0	3.1	11.1	4.4	3.0
채소류	2.5	2.4	2.6	2.7	2.9	10.5	6.6	3.5
과일 및 견과류	2.1	1.9	2.1	2.2	2.4	8.5	5.4	3.0
수산물	1.7	1.5	1.7	1.7	1.9	6.6	6.9	2.9
편의식품	1.2	1.1	1.2	1.2	1.3	4.7	5.6	2.6
영유아식품	0.6	0.6	0.7	0.7	0.8	2.7	5.6	5.7
유지류	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6	2.1	9.4	2.8
스프레드 및 당류	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6	2.0	5.8	1.9
소스 및 향신료	0.5	0.4	0.5	0.5	0.5	1.8	4.1	2.6
펫푸드	0.3	0.3	0.4	0.4	0.5	1.6	12.5	12.6

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 남아프리카공화국의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 422달러에서 연평균 2.2% 증가한 약 461달러로 집계되었다.

스낵류

2023년 스낵류 소비액은 2019년 1인당 약 75달러에서 연평균 1.9% 증가한 약 81달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 17.6%를 차지했다.

육류

2023년 육류 소비액은 2019년 1인당 약 69달러에서 연평균 2.6% 증가한 약 76달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 16.5%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비액은 2019년 1인당 약 63달러에서 연평균 1.3% 증가한 약 66달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 14.3%를 차지했다.

<남아프리카공화국 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	422.3	386.4	415.5	435.4	460.5	100.0	5.8	2.2
스낵류	75.0	67.0	71.8	75.8	81.0	17.6	6.9	1.9
육류	68.5	62.6	67.2	71.1	75.9	16.5	6.6	2.6
베이커리 및 곡물류	62.5	57.4	62.0	62.4	65.7	14.3	5.4	1.3
낙농품	47.1	43.2	46.4	49.3	51.0	11.1	3.6	2.0
채소류	43.8	40.0	43.0	45.7	48.3	10.5	5.7	2.5
과일 및 견과류	36.1	33.0	35.5	37.4	39.1	8.5	4.5	2.0
수산물	28.4	25.9	27.8	29.0	30.7	6.7	6.0	1.9
편의식품	20.2	18.4	19.7	20.7	21.7	4.7	4.4	1.7
영유아식품	10.3	10.5	11.3	11.8	12.5	2.7	5.8	5.1
유지류	9.0	8.2	8.7	8.9	9.6	2.1	7.9	1.7
스프레드 및 당류	8.8	7.8	8.1	8.6	9.1	2.0	5.3	0.9
소스 및 향신료	7.9	7.2	7.8	8.1	8.5	1.8	3.9	1.7
펫푸드	4.8	5.2	6.1	6.6	7.5	1.6	12.7	11.7

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 남아프리카공화국의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 129kg에서 연평균 0.3% 감소한 약 127kg으로 집계되었다.

채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 28kg에서 연평균 0.2% 감소한 약 28kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 22.0%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비량은 2019년 1인당 약 26kg에서 연평균 1.3% 감소한 약 25kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 19.6%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비량은 2019년 이후 보험세를 유지하여 1인당 약 18kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 13.9%를 차지했다.

<남아프리카공화국 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	128.6	127.1	126.8	125.6	127.0	100.0	1.1	-0.3
채소류	28.2	27.6	27.6	27.7	28.0	22.0	1.0	-0.2
베이커리 및 곡물류	26.3	26.1	25.9	24.7	24.9	19.6	0.7	-1.3
낙농품	17.7	17.6	17.5	17.6	17.7	13.9	0.5	0.0
과일 및 견과류	16.3	16.0	15.9	15.9	15.9	12.5	-0.1	-0.7
스낵류	13.2	12.9	12.6	12.6	12.8	10.1	2.1	-0.8
육류	10.2	10.2	10.3	10.3	10.4	8.2	1.8	0.7
편의식품	4.3	4.2	4.1	4.1	4.1	3.2	0.0	-1.1
펫푸드	2.9	3.2	3.6	3.7	3.9	3.1	7.4	8.1
스프레드 및 당류	3.2	3.0	2.9	2.9	2.9	2.3	1.0	-2.3
소스 및 향신료	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.5	-0.5	-1.3
유지류	1.8	1.8	1.8	1.7	1.8	1.4	2.3	-1.1
수산물	1.7	1.7	1.7	1.6	1.7	1.3	0.6	-0.4
영유아식품	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	0.9	3.8	3.0

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

남아프리카공화국 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 7.7% 성장하여, 2027년 374억 달러 규모에 달할 전망이다.

육류

육류 시장규모는 2023년 이후 연평균 9.6% 성장하여, 2027년 66억 달러 규모에 달할 전망이다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2023년 이후 연평균 7.4% 성장하여, 2027년 65억 달러 규모에 달할 전망이다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2023년 이후 연평균 8.4% 성장하여, 2027년 55억 달러 규모에 달할 전망이다.

<남아프리카공화국 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	27.8	29.9	32.2	35.2	37.4	100.0	6.3	7.7
육류	4.6	5.0	5.5	6.2	6.6	17.7	7.1	9.6
스낵류	4.9	5.3	5.7	6.1	6.5	17.4	7.1	7.4
베이커리 및 곡물류	4.0	4.3	4.6	5.1	5.5	14.6	6.6	8.4
채소류	2.9	3.2	3.4	3.8	4.0	10.7	6.1	8.3
낙농품	3.1	3.3	3.5	3.8	4.0	10.6	5.0	6.6
과일 및 견과류	2.4	2.5	2.6	2.8	3.0	7.9	4.9	5.9
수산물	1.9	2.0	2.1	2.3	2.5	6.5	5.6	7.3
편의식품	1.3	1.4	1.5	1.5	1.6	4.3	5.2	5.3
영유아식품	0.8	0.8	0.8	0.9	0.9	2.4	4.7	4.7
유지류	0.6	0.6	0.7	0.8	0.8	2.2	7.8	9.4
펫푸드	0.5	0.5	0.6	0.7	0.8	2.0	11.8	14.0
스프레드 및 당류	0.6	0.6	0.6	0.7	0.7	1.9	7.5	7.0
소스 및 향신료	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6	1.7	5.1	5.0

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2023년 남아프리카공화국의 식품 수출액은 약 132억 7,961만 달러로 전년 대비 3.0% 증가했다. 최근 5년간 수출액은 2019년 약 98억 7,233만 달러에서 연평균 7.7% 증가했다.

對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 1.6%로, 수출 상위 19위에 위치한다. 2023년 수출액은 전년 대비 98.2% 증가한 약 2억 1,261만 달러로 집계되었다. 한국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 65.4% 증가했다.

주요 수출국

네덜란드로의 식품 수출 비중은 9.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 0.4% 감소한 약 13억 209만 달러로 집계되었다. 네덜란드로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 11.8% 증가했다.

영국으로의 식품 수출 비중은 6.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 4.2% 증가한 약 8억 7,908만 달러로 집계되었다. 영국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 4.5% 증가했다.

이 밖에도, 보츠와나(6.0%), 중국(5.9%), 나미비아(5.5%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<남아프리카공화국 수출국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	9,872,325	10,302,630	12,355,624	12,891,777	13,279,610	100.0	3.0	7.7
1 네덜란드	833,196	1,042,780	1,268,030	1,307,532	1,302,085	9.8	-0.4	11.8
2 영국	737,493	811,691	909,832	843,787	879,075	6.6	4.2	4.5
3 보츠와나	744,978	637,447	777,685	779,789	791,166	6.0	1.5	1.5
4 중국	556,922	622,408	1,016,865	693,077	782,568	5.9	12.9	8.9
5 나미비아	693,105	584,871	706,357	730,691	725,293	5.5	-0.7	1.1
6 모잠비크	561,030	508,058	537,625	618,456	699,254	5.3	13.1	5.7
7 짐바브웨	196,245	447,043	477,580	524,684	661,549	5.0	26.1	35.5
8 아랍에미리트	279,948	329,745	379,185	449,237	501,659	3.8	11.7	15.7
9 미국	361,085	385,307	544,777	532,013	498,231	3.8	-6.3	8.4
10 레소토	384,558	354,977	437,397	454,441	393,868	3.0	-13.3	0.6
:								
19 한국	28,385	141,295	118,894	107,261	212,609	1.6	98.2	65.4

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

1.5.2 수출품목

개요

2023년 수출액 기준 옥수수(기타), 신선·건조 오렌지, 신선 포도, 신선·건조 만다린, 신선 사과 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

옥수수(기타) 수출 비중은 8.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 3.4% 증가한 약 10억 9,632만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 44.1% 증가했다.

신선·건조 오렌지 수출 비중은 6.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 3.9% 증가한 약 7억 9,245만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 4.4% 증가했다.

신선 포도 수출 비중은 4.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 21.7% 감소한 약 5억 9,841만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 3.5% 증가했다.

신선·건조 만다린 수출 비중은 4.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 23.2% 증가한 약 5억 7,155만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 21.7% 증가했다.

신선 사과 수출 비중은 3.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 0.4% 감소한 약 4억 8,665만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 6.8% 증가했다.

이 밖에도, 포도주(2ℓ 이하)(3.3%), 신선·건조 레몬(2.7%), 대두(기타)(2.6%) 등을 수출했다.

<남아프리카공화국 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	9,872,325	10,302,630	12,355,624	12,891,777	13,279,610	100.0	3.0	7.7
1 옥수수(기타)	254,118	500,723	756,593	1,060,235	1,096,315	8.3	3.4	44.1
2 신선·건조 오렌지	667,053	797,863	808,620	762,669	792,448	6.0	3.9	4.4
3 신선 포도	521,161	520,219	708,536	764,288	598,409	4.5	-21.7	3.5
4 신선·건조 만다린	260,925	390,048	507,328	463,937	571,547	4.3	23.2	21.7
5 신선 사과	373,954	408,975	484,955	488,572	486,651	3.7	-0.4	6.8
6 포도주(2ℓ 이하)	461,305	424,573	503,375	469,218	432,551	3.3	-7.8	-1.6
7 신선·건조 레몬	282,157	375,755	347,833	357,271	362,018	2.7	1.3	6.4
8 대두(기타)	2,919	1,163	17,494	165,663	342,980	2.6	107.0	229.2
9 사탕수수당(기타)	288,639	222,403	146,006	190,916	326,044	2.5	70.8	3.1
10 신선 배	182,990	190,437	204,486	230,958	195,932	1.5	-15.2	1.7

*주: HS CODE(1005.90, 0805.10, 0806.10, 0805.21, 0808.10, 2204.21, 0805.50, 1201.90, 1701.14, 0808.30)

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

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2023년 남아프리카공화국의 식품 수입액은 전년 대비 4.2% 감소한 약 70억 4,914만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 2.2% 증가했다.

對한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 0.1%로, 수입 상위 54위에 위치한다. 2023년 수입액은 전년 대비 57.2% 감소한 약 954만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 10.8% 감소했다.

주요 수입국

태국에서의 식품 수입 비중은 8.4%로, 2023년 수입액은 전년 대비 21.1% 증가한 약 5억 9,321만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 5.8% 증가했다.

중국에서의 식품 수입 비중은 6.3%로, 2023년 수입액은 전년 대비 4.2% 증가한 약 4억 4,368만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 8.6% 증가했다.

이 밖에도, 인도네시아(6.1%), 브라질(5.8%), 에스와티니(5.6%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<남아프리카공화국 수입국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	6,464,312	5,991,698	6,914,862	7,359,905	7,049,139	100.0	-4.2	2.2
1 태국	473,274	442,665	466,445	489,892	593,207	8.4	21.1	5.8
2 중국	318,802	294,292	345,080	425,630	443,679	6.3	4.2	8.6
3 인도네시아	225,089	268,386	464,218	587,766	426,704	6.1	-27.4	17.3
4 브라질	324,551	321,002	362,503	415,281	406,488	5.8	-2.1	5.8
5 에스와티니	357,398	342,276	403,274	360,648	393,263	5.6	9.0	2.4
6 프랑스	229,216	189,800	270,397	302,389	330,844	4.7	9.4	9.6
7 폴란드	126,514	227,652	124,049	187,547	313,896	4.5	67.4	25.5
8 네덜란드	258,870	248,334	293,644	220,506	290,686	4.1	31.8	2.9
9 인도	219,953	267,663	244,951	222,336	267,825	3.8	20.5	5.0
10 미국	342,235	253,964	296,742	248,422	230,130	3.3	-7.4	-9.4
:								
54 한국	15,046	14,774	18,447	22,301	9,536	0.1	-57.2	-10.8

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

1.6.2 수입품목

개요

2023년 수입액 기준 **쌀(정미)**, **밀(기타)**, **팜유(기타)**, **사탕무당의 당**, **조제식료품** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

쌀(정미) 수입 비중은 8.8%로, 2023년 수입액은 전년 대비 32.9% 증가한 약 6억 2,119만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 9.7% 증가했다.

밀(기타) 수입 비중은 8.7%로, 2023년 수입액은 전년 대비 3.2% 감소한 약 6억 1,578만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 11.8% 증가했다.

팜유(기타) 수입 비중은 6.5%로, 2023년 수입액은 전년 대비 30.0% 감소한 약 4억 5,810만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 14.5% 증가했다.

사탕무당의 당 수입 비중은 2.7%로, 2023년 수입액은 전년 대비 7.3% 증가한 약 1억 9,036만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 3.4% 증가했다.

조제식료품 수입 비중은 2.6%로, 2023년 수입액은 전년 대비 8.0% 감소한 약 1억 8,135만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 0.0% 증가했다.

이 밖에도, **해바라기씨유(조유)(2.3%)**, **위스키류(2.2%)**, **맥주(1.9%)** 등을 수입했다.

<남아프리카공화국 수입품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	6,464,312	5,991,698	6,914,862	7,359,905	7,049,139	100.0	-4.2	2.2
1 쌀(정미)	429,029	526,711	481,587	467,489	621,194	8.8	32.9	9.7
2 밀(기타)	394,582	492,809	463,353	636,238	615,778	8.7	-3.2	11.8
3 팜유(기타)	266,595	321,828	505,471	654,297	458,100	6.5	-30.0	14.5
4 사탕무당의 당	166,527	195,686	207,425	177,474	190,360	2.7	7.3	3.4
5 조제식료품	181,189	180,123	210,461	197,128	181,348	2.6	-8.0	0.0
6 해바라기씨유(조유)	162,002	150,354	84,447	258,309	163,909	2.3	-36.5	0.3
7 위스키류	170,248	107,016	145,228	171,048	151,815	2.2	-11.2	-2.8
8 맥주	242,513	112,333	143,398	126,591	132,187	1.9	4.4	-14.1
9 붉은 맥아	43,975	26,527	55,676	76,642	122,707	1.7	60.1	29.2
10 동물 내장	120,201	98,483	125,877	118,474	121,616	1.7	2.7	0.3

*주: HS CODE(1006.30, 1001.99, 1511.90, 1701.13, 2106.90, 1512.11, 2208.30, 2203.00, 1107.20, 0504.00)

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

1.7 | 對남아프리카공화국 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對남아프리카공화국 수출액은 약 1,505만 달러로 2019년 약 1,919만 달러에서 연평균 5.9% 감소했다.

농산물

농산물 수출 비중은 92.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 50.0% 감소한 약 1,398만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 4.8%의 감소세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 6.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 74.9% 감소한 약 92만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 10.8%의 감소세를 보인다.

임산물

임산물 수출 비중은 0.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 27.7% 감소한 약 12만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 34.5%의 감소세를 보인다.

축산물

축산물 수출 비중은 0.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 133.3% 증가한 약 4만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 9.2%의 감소세를 보인다.

<한국산 對남아프리카공화국 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	19,192	20,377	26,033	31,779	15,052	100.0	-52.6	-5.9
농산물	17,034	18,352	22,699	27,935	13,977	92.9	-50.0	-4.8
수산물	1,450	1,808	3,071	3,661	917	6.1	-74.9	-10.8
임산물	652	188	94	166	120	0.8	-27.7	-34.5
축산물	56	29	168	16	38	0.3	133.3	-9.2

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

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 對남아프리카공화국 주요 수출 품목은 수출액 기준 **라면, 커피 조제품(기타), 기타 무알코올 음료, 베이커리 제품, 소스 조제품(기타)** 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '기타 음료(225.4% ↑)'과 '라면(84.3% ↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

라면 수출 비중은 30.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 122.7% 증가한 약 453만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 84.3% 증가했다.

커피 조제품(기타) 수출 비중은 28.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 76.9% 감소한 약 429만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 23.6% 감소했다.

기타 무알코올 음료 수출 비중은 5.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 4.0% 증가한 약 87만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 1.9% 감소했다.

베이커리 제품 수출 비중은 2.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 4.1% 감소한 약 37만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 2.8% 감소했다.

소스 조제품(기타) 수출 비중은 2.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 9.5% 증가한 약 32만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 47.1% 증가했다.

<한국산 對남아프리카공화국 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	19,192	20,377	26,033	31,779	15,052	100.0	-52.6	-5.9
1 라면	393	1,049	3,098	2,034	4,530	30.1	122.7	84.3
2 커피 조제품(기타)	12,593	12,934	13,234	18,571	4,289	28.5	-76.9	-23.6
3 기타 무알코올 음료	942	567	827	840	873	5.8	4.0	-1.9
4 베이커리 제품	414	229	400	385	369	2.5	-4.1	-2.8
5 소스 조제품(기타)	68	135	123	292	320	2.1	9.5	47.1
6 조제식료품(기타)	221	385	531	595	298	2.0	-49.9	7.7
7 고추장	18	35	61	61	163	1.1	165.5	72.5
8 김치	12	485	28	11	96	0.6	784.4	67.3
9 조미김	26	115	124	187	96	0.6	-48.9	38.2
10 기타 음료	1	1	0	14	90	0.6	545.3	225.4

*주: HS CODE(1902.30-1010, 2101.12-9010, 2202.99-9000, 1905.90-1090, 2103.90-9090, 2106.90-9099, 2103.90-1030, 2005.99-1000, 2008.99-5010, 2202.10-9000)

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

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 남아프리카공화국 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 남아프리카공화국의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 6,016억 1,450만 랜드에서 연평균 5.2% 성장한 7,378억 2,670만 랜드로 집계되었다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 2,518억 2,080만 랜드에서 연평균 6.5% 성장한 3,240억 2,620만 랜드로, 전체 오프라인 유통채널에서 43.9%를 차지했다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 1,360억 8,520만 랜드에서 연평균 1.8% 성장한 1,462억 7,310만 랜드로, 전체 오프라인 유통채널에서 19.8%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점의 규모는 2019년 806억 3,380만 랜드에서 연평균 6.4% 성장한 1,034억 6,200만 랜드로, 전체 오프라인 유통채널에서 14.0%를 차지했다.

<남아프리카공화국 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 랜드, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	601,614.5	595,065.7	640,264.1	688,922.6	737,826.7	100.0	7.1	5.2
슈퍼마켓	251,820.8	268,441.1	282,712.2	301,273.9	324,026.2	43.9	7.6	6.5
소규모 식료품점	136,085.2	116,307.2	131,109.2	141,068.4	146,273.1	19.8	3.7	1.8
전문판매점	80,633.8	76,772.6	85,691.9	94,745.6	103,462.0	14.0	9.2	6.4
하이퍼마켓	39,474.2	40,296.5	41,246.6	42,678.1	45,518.2	6.2	6.7	3.6
할인점	26,617.4	28,314.7	30,978.7	36,782.7	41,797.1	5.7	13.6	11.9
편의점	29,631.8	31,036.7	33,110.1	34,474.3	35,909.5	4.9	4.2	4.9
창고형 매장	19,682.4	18,473.9	19,907.5	21,766.6	23,698.9	3.2	8.9	4.8
포코트리테일러	17,668.8	15,423.1	15,507.9	16,132.9	17,141.6	2.3	6.3	-0.8

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

**출처: 「Retail in South Africa(2024.02.)」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

2023년 남아프리카공화국의 오프라인 유통채널 매장 수는 2019년 10만 5,699개에서 연평균 0.1% 성장한 10만 6,078개로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점 매장 수는 2019년 9만 2,785개에서 성장한 9만 2,919개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 87.6%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점 매장 수는 2019년 4,511개에서 연평균 1.3% 성장한 4,756개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 4.5%를 차지했다.

포코트리테일러

2023년 포코트리테일러 매장 수는 2019년 3,820개에서 연평균 2.9% 감소한 3,402개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 3.2%를 차지했다.

<남아프리카공화국 오프라인 식품 유통채널 매장수(2019~2023)>

(단위: 개, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	105,699	104,941	105,103	105,735	106,078	100.0	0.3	0.1
소규모 식료품점	92,785	92,323	92,531	92,970	92,919	87.6	-0.1	0.0
전문판매점	4,511	4,388	4,397	4,530	4,756	4.5	5.0	1.3
포코트리테일러	3,820	3,628	3,481	3,387	3,402	3.2	0.4	-2.9
슈퍼마켓	2,927	2,933	2,971	3,025	3,070	2.9	1.5	1.2
편의점	920	921	954	970	1,008	1.0	3.9	2.3
할인점	535	548	573	664	735	0.7	10.7	8.3
하이퍼마켓	179	178	174	167	166	0.2	-0.6	-1.9
창고형 매장	22	22	22	22	22	0.0	0.0	0.0

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

**출처: 「Retail in South Africa(2024.02.)」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① Shoprite

Shoprite Holdings Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 11.5%로 집계되었다.

② Spar

Internationale Spar의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 8.6%로 집계되었다.

③ Pick 'n' Pay

Pick 'n' Pay Stores Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 7.6%로 집계되었다.

④ Checkers Supermarkets

Shoprite Holdings Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 7.4%로 집계되었다.

⑤ Woolworths

Woolworths Holdings Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 5.0%로 집계되었다.

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

(단위: %)

구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Shoprite	10.3	10.5	10.8	11.5	6.5	3.7
2 Spar	9.3	8.8	8.5	8.6	1.2	-2.6
3 Pick 'n' Pay	8.9	8.5	8.0	7.6	-5.0	-5.1
4 Checkers Supermarkets	6.4	6.5	6.8	7.4	8.8	5.0
5 Woolworths	5.2	5.1	5.0	5.0	0.0	-1.3
6 Boxer	3.5	3.5	3.9	4.2	7.7	6.3
7 Makro	3.1	3.1	3.2	3.2	0.0	1.1
8 KwikSpar	2.7	2.6	2.5	2.5	0.0	-2.5
9 Checkers Hyper	2.2	2.2	2.2	2.4	9.1	2.9
10 Game	2.1	1.8	1.6	1.5	-6.3	-10.6

*출처: 「Retail in South Africa(2024.02.)」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Shoprite	창립연도	1979년
	점유율	11.5%	브랜드 국적	남아프리카공화국
	웹사이트	shoprite.co.za	매장 수	536개
	- Shoprite Holdings Ltd 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 주로 흑인 저소득층·중산층 소비자를 상대로 가격경쟁력 위주의 전략 구사 - 자국산(남아프리카공화국) 식재료로만 만든 PB 'Home Grown'을 판매 - 지역 농가 및 기업들과 협력하여 제품 구색을 갖추며 일자리 창출			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

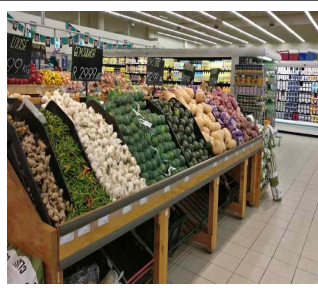
*출처 : 「Retail in South Africa(2024.02.)」(유로모니터), 남아프리카공화국 Shoprite 홈페이지(shoprite.co.za)

	브랜드명	Spar	창립연도	1932년
	점유율	8.6%	브랜드 국적	네덜란드
	웹사이트	spar.co.za	매장 수	379개
	- Internationale Spar Centrale BV 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 본사에서 직접 소작농들의 제품을 구입하여 경쟁에서 살아남을 수 있도록 하는 프로그램을 제공(SPAR food safety accreditation programme) - 자체 PB상품을 많이 판매하며 가격경쟁력을 전략으로 구사하는 브랜드 - 한국 식료품 판매대가 별도의 공간으로 마련되어 있음			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in South Africa(2024.02.)」(유로모니터), 남아프리카공화국 Spar 홈페이지(spar.co.za)

	브랜드명	Pick 'n' Pay	창립연도	1967년
	점유율	7.6%	브랜드 국적	남아프리카공화국
	웹사이트	pnp.co.za	매장 수	561개
	- Pick 'n' Pay Stores Ltd 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 남아공의 고소득층·중산층을 주소비층으로 하며 가격보다는 품질을 우선시함 - 가격경쟁력을 전략으로 취하는 Shoprite-SPAR 브랜드에 밀려 주력 제품을 주류, 의류 등으로 변경하는 추세 - 백인 거주지 위주로 매장이 위치해 있으며 여러 PB 브랜드가 있음			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in South Africa(2024.02.)」(유로모니터), 남아프리카공화국 pick 'n' pay 홈페이지(pnp.co.za)

	브랜드명	Checkers Supermarkets	창립연도	1956년
	점유율	7.4%	브랜드 국적	남아프리카공화국
	웹사이트	checkers.co.za	매장 수	239개
	- Shoprite Holdings Ltd 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 신선 식품을 주력 상품으로 취급하며 판매 품목 수도 다양한 편 - 주 고객층은 중산층 및 저소득층을 대상으로 함 - 현지 농가와의 협력을 통한 신선 농산물을 공급받아 판매			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in South Africa(2024.02.)」(유로모니터), 남아프리카공화국 Checkers 홈페이지(checkers.co.za)

	브랜드명	Woolworths	창립연도	1924년
	점유율	5.0%	브랜드 국적	호주
	웹사이트	woolworths.co.za	매장 수	195개
	- Woolworths Holdings Ltd(South Africa) 산하 하이퍼마켓 브랜드 - 매출 극대화를 위한 PB상품 판매에 주력하고 있음 - 고품질 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드 이미지를 구축하기 위한 고가 전략 구사 - 2020년 저소득층 고객을 잡기 위해 일부 제품의 가격을 인하한 바가 있음			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in South Africa(2024.02.)」(유로모니터), 남아프리카공화국 Woolworths 홈페이지(woolworths.co.za)

■ 2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 남아프리카공화국의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 20.4% 증가한 37억 6,050만 랜드로, 2019년 이후 연평균 41.2%의 증가세를 보인다.

<남아프리카공화국 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 랜드, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
945.8	1,832.3	2,570.3	3,123.7	3,760.5	20.4	41.2

*출처: 「Retail in South Africa(2024.02.)」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 브랜드 점유율

① Takealot Marketplace

Naspers Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 13.6%로 집계되었다.

② Takealot

Naspers Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 12.9%로 집계되었다.

③ Pick 'n' Pay

Pick 'n' Pay Stores Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 6.2%로 집계되었다.

④ Woolworths

Woolworths Holdings Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 4.4%로 집계되었다.

⑤ Checkers

(South Africa) Shoprite Holdings Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 4.0%로 집계되었다.

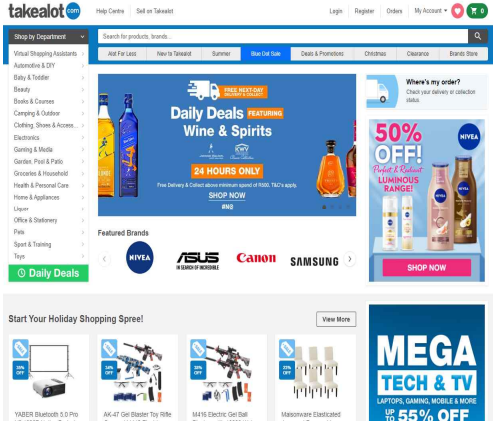
<남아프리카공화국 온라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

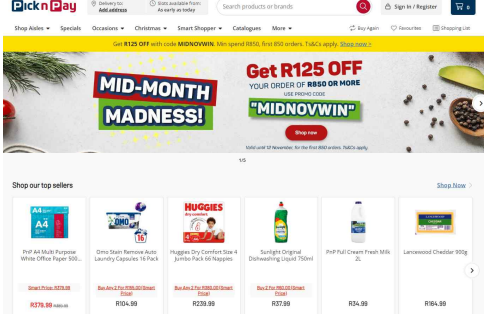
구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Takealot Marketplace	12.6	13.8	13.5	13.6	0.7	2.6
2 Takealot	15.7	14.5	13.2	12.9	-2.3	-6.3
3 Pick 'n' Pay	4.8	5.6	5.6	6.2	10.7	8.9
4 Woolworths	4.6	4.6	4.2	4.4	4.8	-1.5
5 Checkers	1.1	1.7	2.7	4.0	48.1	53.8
6 Makro	1.6	1.4	1.4	1.5	7.1	-2.1
7 Mr Price	1.5	1.4	1.2	1.1	-8.3	-9.8
8 Netflorist	0.7	0.7	0.6	0.7	16.7	0.0
9 Amazon Marketplace	0.6	0.5	0.5	0.5	0.0	-5.9

*출처: 「Retail in South Africa(2024.02.)」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Takealot	운영업체	Naspers Ltd
	점유율	13.6%	웹사이트	takealot.com
	- 남아프리카공화국의 B2C 전자상거래 플랫폼 - 식료품의 경우 가공식품을 주력으로 판매 - 한국 불닭볶음면 제품 구매 건수는 600건이 넘으며, 타 조미김, 떡, 고추장, 쌈장 등이 판매되고 있음 - 남아프리카의 소규모 사업을 증진하기 위한 프로모션의 일환으로 매주 특정 회사의 제품을 홍보하는 캠페인 실시(Blue dot sale Takealot Tuesday)			
	사진			
	사이트 화면	판매량이 높은 불닭볶음면		

*출처 : 「Retail in South Africa(2024.02.)」(유로모니터), Takealot 홈페이지(takealot.com)

	사이트명	Pick 'n' Pay	운영업체	Pick 'n' Pay Stored Ltd
	점유율	6.2%	웹사이트	pnp.co.za
	- 슈퍼마켓 브랜드 Pick 'n' Pay의 B2C 전자상거래 플랫폼 - 경쟁사인 Checkers와 달리 별도의 애플리케이션 설치 없이도 웹사이트 내 구매 가능 - 한국산 식료품은 취급하고 있지 않으며 아시아계열 식품들은 남아프리카공화국에서 가공되어 판매되는 식품이 대부분임(Mccain, Fry's) - 온라인 결제 이후 필요 시 익일 배송 및 픽업 서비스를 제공하고 있음			
	사진			
	사이트 화면	판매제품		

*출처 : 「Retail in South Africa(2024.02.)」(유로모니터), 남아프리카공화국 Pick 'n' Pay 홈페이지(pnp.co.za)

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

남아프리카공화국의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 7,378억 2,670만 랜드에서 연평균 1.1% 성장하여 2027년 7,717억 3,460만 랜드에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 3,240억 2,620만 랜드에서 연평균 1.6% 성장하여 2027년 3,449억 4,740만 랜드에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 1,462억 7,310만 랜드에서 연평균 0.3% 감소하여 2027년 1,444억 6,290만 랜드에 이를 것으로 전망된다.

전문판매점

전문판매점의 규모는 2023년 1,034억 6,200만 랜드에서 연평균 0.2% 성장하여 2027년 1,042억 7,040만 랜드에 이를 것으로 전망된다.

<남아프리카공화국 오프라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 랜드, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (28)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	737,826.7	745,016.7	752,461.7	762,140.7	771,734.6	100.0	1.3	1.1
슈퍼마켓	324,026.2	328,854.2	333,582.9	339,400.6	344,947.4	44.7	1.6	1.6
소규모 식료품점	146,273.1	145,580.0	145,162.4	144,834.9	144,462.9	18.7	-0.3	-0.3
전문판매점	103,462.0	103,745.0	103,888.1	104,090.6	104,270.4	13.5	0.2	0.2
하이퍼마켓	45,518.2	45,611.0	45,820.1	46,876.2	48,131.4	6.2	2.7	1.4
할인점	41,797.1	43,303.2	44,303.1	45,175.1	46,014.9	6.0	1.9	2.4
편의점	35,909.5	36,071.9	36,589.5	37,260.7	37,985.2	4.9	1.9	1.4
창고형 매장	23,698.9	24,608.9	25,677.9	26,859.9	28,084.1	3.6	4.6	4.3
포코트리테일러	17,141.6	17,242.5	17,437.7	17,642.7	17,838.2	2.4	1.1	1.0

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

**출처: 「Retail in South Africa(2024.02.)」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

남아프리카공화국의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 10.1% 성장하여, 2027년 55억 3,520만 랜드에 이를 것으로 전망된다.

<남아프리카공화국 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 랜드, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
3,760.5	4,189.0	4,713.9	5,289.9	5,535.2	4.6	10.1

*출처: 「Retail in South Africa(2024.02.)」(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 라면(수출상위 품목)

남아프리카공화국에서 면은 주식(主食)으로 소비되는 식품 중 하나로, 저렴하고 편리한 인스턴트 라면은 항상 가정에 구비되어 있다. 글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 남아프리카공화국의 라면 시장규모는 2023년 28억 5,120만 랜드로 2019년 이후 연평균 12.4% 성장했다.

남아프리카공화국에서는 한류의 영향으로 한국 라면의 수요가 높아지고 있으며, 이에 한국산 라면의 對남아프리카공화국 수출액은 2023년 약 453만 달러로 전년 대비 122.7% 증가하였고, 2019년 이후 연평균 84.3% 증가하는 추세를 보인다.

특히, 남아프리카공화국에서는 한국 식료품점을 방문하여 한국 라면을 직접 맛보는 것이 하나의 트렌드로 자리 잡았다. Centurion에 위치한 한국 식료품점 K-Mart에서는 무인 라면 조리기를 설치하여 현지 소비자들에게 주목받고 있으며 특히 틱톡(Tiktok)에서 K-Mart의 라면 조리기 후기를 남긴 게시물이 다수 공유되고 있다.

많은 남아프리카공화국 소비자는 식사 준비에 할애할 시간이 부족해 빠르고 편리하게 식사를 해결할 수 있는 인스턴트 라면을 선호하고 있다. 이에 남아프리카공화국 소매 유통기업 Woolworth는 자체 식품 브랜드 WoolworthsFood를 통해 2분 안에 조리할 수 있는 라면을 출시했다. 또한 현지에서 판매되는 인스턴트 라면 제품은 치즈, 카레, 닭고기, 소고기 등 대부분 맵지 않은 제품이 판매되고 있다. 이에 남아프리카공화국 시장에 진출한 글로벌 식품 브랜드 켈로그는 치즈 맛 라면을 출시했으며 호주 식품 브랜드 Fantastic은 치킨 맛 라면을 출시했다.

		
WoolworthsFood 치킨 맛 라면	한국산 매운 볶음라면	켈로그 치즈 맛 라면

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지, Woolworth, The Pantry

▶ 출처

The K-wave hits South Africa as appetite for K-content grows, Zawya

'15억 검은대륙 잡아라'...농심 이어 삼양식품도 아프리카 출사표, The Guru

[아프리카를 가다] ⑦ 남아공에 K푸드를...2대째 식료품 유통' 이달훈씨 부부, 연합뉴스

② 커피(수출상위 품목)

커피 전문 매체 Coffee Magazine에 따르면 남아프리카공화국 인구의 약 3분의 2가 하루를 커피 한잔과 함께 시작하는 것으로 나타났다. 글로벌 시장조사기관 스탯이스타(Statista)에 따르면 남아프리카공화국 커피 시장규모는 2023년 7억 4,000만 달러로 2019년 이후 연평균 3.3% 성장했다.

남아프리카공화국에서 K-푸드가 유행하며 한국 커피 또한 주목받고 있다. 이에 한국산 커피 조제품의 對남아프리카공화국 수출액은 2023년 약 429만 달러로 주요 수출 품목 중 2위에 자리 잡고 있다.

남아프리카공화국에서는 인스턴트 커피가 일상적인 음료로 자리 잡으며 높은 인기를 얻고 있다. 가정에서는 대용량 인스턴트 커피 제품을 주로 소비하고, 사무실이나 주말 개인용 커피 소비 시에는 고급스러운 스틱형 인스턴트 커피믹스가 주로 소비된다. 인스턴트 커피의 수요가 증가하자 현지 시장에 진출한 독일 커피 브랜드 Jacobs는 유리 용기에 담긴 인스턴트 커피를 출시했으며, 글로벌 커피 브랜드 네스카페(Nescafe)는 캔에 담긴 인스턴트 커피 Ricoffy를 출시했다.

또한 지속가능성이 남아프리카공화국 커피 시장에서 새로운 트렌드로 떠오르며 재활용 가능한 알루미늄 캡슐커피 제품의 선호도가 높아지고 있다. 이에 현지 시장에 진출한 이탈리아 커피 브랜드 illy는 디카페인 캡슐커피를 출시했으며, 영국 커피 브랜드 Espresso는 에스프레소 캡슐커피를 출시했다.

		
Jacobs 인스턴트 커피	illy 디카페인 캡슐커피	한국산 인스턴트 커피

*출처: Woolworth, Market Kokoro

▶ 출처

The Stats: Two thirds of South Africans start their day with some form of coffee, Coffee Magazine
What's brewing? The current state of SA's coffee industry. BMi Research

Innovative sustainability trends give South Africa's coffee industry a caffeine kick, BizCommunity
Coffee, Statista

지구 반대편 남아공에서도 'K-뷰티' 'K-푸드'가 확산한다고?, 한국 무역신문

③ 소스(수출상위 품목)

남아프리카공화국에서 빠르고 간편하게 음식을 조리할 수 있는 소스의 수요가 증가하고 있다. 글로벌 시장조사기관 스태티스타(Statista)에 따르면 남아프리카공화국 소스류 시장규모는 2023년 5억 1,112만 달러로 2019년 이후 연평균 2.7% 성장했다.

남아프리카공화국에서 K-콘텐츠의 인기로 한국식품의 인기가 증가하고 있으며 한식 소스의 인지도 또한 높아지고 있다. 이에 힘입어 한국산 소스 조제품의 對남아프리카공화국 수출액은 2023년 약 32만 달러로 전년 대비 9.5% 증가하였다. 또한 2019년 이후 수출액은 연평균 47.1% 증가하는 추세를 보인다.

한식 소스의 소비가 대중화되며 남아프리카공화국 내 한국 식료품점, 아시아 식료품점은 물론 현지 소매 유통 체인 Woolworth와 Checkers에서도 한국식 소스를 쉽게 찾아볼 수 있다.

남아프리카공화국에서는 조리에 사용되는 간편 소스 제품의 선호도가 높아지고 있다. 이에 현지 식품 기업 Royco는 분말 형태의 치즈 파스타 소스를 출시했으며 Denny는 알프레도 크림 파스타 소스를 출시했다.

 Royco 치즈 파스타 소스	 Denny의 크림 파스타 소스	 한국산 불고기 양념
--	---	---

*출처: Pick n Pay, Woolworth, Market Kokoro

▶ 출처

The K-wave hits South Africa as appetite for K-content grows, Zawya
Cape Town restaurants serving authentic tastes of South Korea, Capetown etc
Sauces, Dips and Condiments in South Africa, Euromonitor

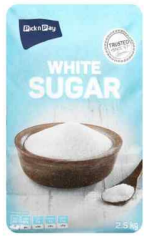
■ 3.2 | 소비트렌드

① 식품 인플레이션으로 식료품 소비 감소와 PB(자체브랜드) 상품 수요 증가

남아프리카공화국 통계청(Statistics South Africa)에 따르면 2024년 8월 남아프리카공화국 인플레이션율은 4.4%로 나타났으며, 식료품 물가는 인상을 이어가며 식품 인플레이션율이 상승하고 있다. 남아프리카공화국 소비자는 식료품 물가 상승에 대응해 식료품 소비를 줄이고 있다. 글로벌 컨설팅 기업 PwC에 따르면 2023년 남아프리카공화국 식품 유통 매장에서 1인당 판매된 식료품의 양이 3.2% 감소한 것으로 나타났고, 특히 간식, 주류 등 비필수적인 식료품의 소비가 감소하고 있다.

또한 자체 브랜드 상품의 인기도 높아지고 있다. 현지 매체 BizCommunity에 따르면 남아프리카공화국에서 자체 브랜드 상품의 2021년 5월 기준 연간 매출은 710억 랜드에 달했으며, 주요 소매 유통기업에서는 자체 브랜드 제품 매출이 두 자릿수 이상 성장한 것으로 나타났다. 현지 소비자는 유명 브랜드 제품과 비슷한 품질의 제품을 합리적인 가격에 구매할 수 있어 자체 브랜드 상품을 선호하고 있다. 이에 현지 유통 기업에서도 자체브랜드 상품군을 확대하고 있다.

남아프리카공화국 소매 유통기업 Pick n Pay는 자체 브랜드 PnP를 출시해 설탕, 소스, 유제품 등 다양한 식품을 판매하고 있으며, 또 다른 현지 소매 유통 기업 Woolworth ZA도 W Cafe, WoolworthsFood 등에서도 자체 브랜드를 출시해 라면, 커피, 스낵 등 다양한 식품을 판매하고 있다.

		
WoolworthsFood 초콜릿	PnP 백설탕	PnP 저지방 우유

*출처: Pick n Pay, Woolworth

▶ 출처

Most South African consumers expect to pay more for groceries in the next six months, sacrificing on comfort and luxury items due to economic strain, FA NEWS
 Grocery shopping is changing in South Africa, BusinessTech
 High inflation forces SA households to buy less food, says PwC, IOL
 The rise of private labelling in SA: An unprecedented opportunity for retailers, Biz Community
 Inflation dips below 4,5%, Stats.SA

② 건강세 영향으로 건강한 음료 선호도 증가

남아프리카공화국 통계청(Statistics South Africa)에 의하면 1997년부터 2018년까지 남아프리카공화국에서 비전염 질환으로 인한 사망자가 58% 증가한 것으로 나타났으며, 특히 과도한 설탕 섭취로 인한 비만, 당뇨가 주원인으로 지목되고 있다.

국민의 설탕 섭취량을 줄이기 위해 2017년부터 남아프리카공화국에서 설탕을 함유한 음료를 대상으로 11%의 건강세(Health Promotion Levy)를 부과하고 있다. 영국 매체 The Guardian에 따르면 남아프리카공화국에서 건강세가 시행되고 2년 후 설탕이 포함된 음료의 구매가 29% 감소했으며 이에 국민의 평균 칼로리 섭취량이 51% 감소한 것으로 나타났다.

설탕을 함유한 음료의 수요가 감소하자 현지 음료 시장에서 설탕을 사용하지 않거나 대체당을 사용한 건강한 음료가 주목받고 있다. 이에 남아프리카공화국 시장에 진출한 글로벌 음료 브랜드 코카콜라는 무설탕 콜라를 출시했으며, 현지 음료 브랜드 Energade에서는 무설탕 이온 음료를 출시했다.

		
Energade 무설탕 이온 음료	코카콜라 무설탕 콜라	몬스터 무설탕 에너지음료

*출처: Pick n Pay

▶ 출처

Diabetes is South Africa's second biggest killer disease: hiking the sugar tax would help, The Conversation

'The cost of dealing with disease is growing all the time': why experts think sugar taxes should be far higher, The Guardian

Soft Drinks in South Africa, Euromonitor

③ 남아프리카공화국의 다양한 제로웨이스트 실현 노력

남아프리카공화국 통계청(Statistics South Africa)에 따르면 연간 약 1,000만 톤의 식량이 버려지고 있는 것으로 집계되었으며 이에 식품 폐기물이 사회적 문제로 떠오르고 있다. 또한 글로벌 식품 기업 Kerry가 연구한 바에 의하면 남아프리카공화국 소비자의 91%가 식품 폐기에 대해 우려하고 있는 것으로 나타났다. 이에 식품 폐기물 발생을 최소화하기 위한 '제로웨이스트(Zero Waste)'가 새로운 트렌드로 떠오르고 있다.

남아프리카공화국의 소매 유통기업 Pick n Pay가 케이프타운에 제로웨이스트 매장을 개점하며 지속가능한 소비에 기여하고 있다. 이 매장은 유통기한이 임박한 식품을 식품 공유 단체인 FoodForward SA를 통해 약 2,750개 기관에 기부하여 식량 낭비를 줄이고 있다. 또한 유통기한이 지난 식품은 Farmer Angus 농장과 협력하여 퇴비와 동물 사료로 재활용함으로써 자원 순환에 기여하고 있다. 이러한 노력을 통해 해당 매장은 매주 평균 600kg의 식품 폐기물을 감축하고 있는 것으로 나타났다. 또한 협력 농장에서 생산한 식품을 매장에 판매함으로써 순환 경제를 실현하고 있다.

남아프리카공화국 외식 업계에서도 제로웨이스트를 실천하는 레스토랑이 나타나고 있다. 남아프리카공화국 케이프타운에 위치한 식물성 초밥 레스토랑 Plushi에서는 식품 폐기물을 최소화할 수 있는 메뉴를 개발하고 재사용이 가능한 식품 용기를 사용해 폐기물 절감에 앞장서고 있다. 또한 선주문 시스템으로 필요한 만큼의 식재료를 구매하고 있으며 구매한 채소를 버리는 부분 없이 최대한 요리에 활용하고 있다. 불가피하게 발생하는 식품 폐기물은 퇴비로 재사용해 매장의 탄소 배출량을 줄이고 있다.



Pick n Pay 매장에서 판매되는
협력농장 Farmer Angus의 제품



Plushi의 식물성 초밥

▶ 출처

Pick n Pay pilots first zero-waste supermarket store, Pick n Pay Investor Relations

The rise of zero-waste restaurants, IOL

November 2023, Stats.sa

South Africa Sustainability Trends: Zero Wasting Consumer Behaviors Drive Market Growth, Yahoo Finance

A recent global study conducted by Kerry reveals that more than 30% of consumers are willing to switch to brands or products that offer better shelf life., Foodpro

④ 한류 인기 성장으로 한식 인지도 상승

2000년대 한국 드라마로 시작한 남아프리카공화국 내 한류 인기는 2010년대 K-POP이 등장하며 더욱 높아지고 있다. 한국국제문화교류진흥원의 '2022년 글로벌 한류 트렌드'에 따르면 남아공의 한류현황지수(한류의 현재 인기와 대중화 정도를 나타내는 지표)가 2021년 대비 10.2% 증가한 것으로 나타났다. 한국 콘텐츠에 대한 관심이 한국의 음식까지 확대되며 한식이 남아공에서 주목받고 있다.

남아프리카공화국 프리토리아(Pretoria)에서 개최된 'Discover the Streets of Seoul' 축제는 K-팝 공연과 함께 한국의 길거리 풍경을 재현하며 큰 인기를 얻었다. 해당 축제에서는 한국의 포장마차를 재현한 노점에서 떡볶이 같은 한국의 길거리 음식을 판매하였으며, 달고나 커피 챌린지 등 SNS에서 유행했던 한국 음식을 체험해 볼 수 있는 부스도 운영되었다. 2022년부터 매년 개최되어 온 이 축제는 올해 약 3,000명의 방문객을 기록하며 프리토리아 시민들에게 한국 문화를 알리는 데 크게 기여했다.

한식의 인기가 높아지며 현지 식품 브랜드에서 제조한 한국 식품도 판매되고 있다. 현지 식품 기업 Che Gourmet에서는 백김치, 배추김치 등 현지에서 제조한 김치 제품을 판매하고 있다. 또한 현지 슈퍼마켓 체인 Woolworths 자체 브랜드 WoolworthsFood를 통해 한국식 바비큐 소스와 한국식 냉동 미트볼 간편식품을 출시했다.

		
Che Gourmet에서 판매하는 김치	WoolworthsFood에서 출시한 한국식 냉동 미트볼	WoolworthsFood에서 출시한 한국식 바비큐 소스

▶ 출처

Hallyu Report: South Africa Boasts The Biggest Hallyu Scene In Africa With A Booming Interest In K-Pop And K-Dramas, Kpopmap

Korean Culture Festival brings Seoul to Pretoria, IOL

비보잉·K팝 공연에 들썩...남아공 한류 뜨겁네, 뉴시스

남아프리카 한국문화축제, 현지인 3천 명 열광...떡볶이와 K팝으로 한류 전파, 이코노믹 데일리

⑤ 암호화폐 결제 대중화

남아프리카공화국에서 암호화폐는 투자 목적의 자산을 뛰어넘어 새로운 결제 수단, 새로운 화폐로 사용되고 있다. 현지 기업들은 현금 의존도가 낮은 사회로 나아가고 더 많은 고객에게 편리한 결제 수단을 제공하기 위해 암호화폐 결제 방식을 채택하고 있다.

남아프리카공화국의 소매 유통기업 Pick n Pay가 암호화폐 결제 서비스를 도입하며 디지털 결제 시장을 확대하고 있다. 현지 매체 Techcentral에 따르면, 2023년 2월 서비스 초기 월 2만 5,000랜드에 불과했던 결제액이 1년 만에 월 100만 랜드를 돌파한 것으로 나타났다.

Pick n Pay는 Luno, VALR, Binance 등 다양한 암호화폐 기업과 협력하여 현재 1,500개 이상의 매장에서 암호화폐 결제 서비스를 제공하고 있다. 매장을 방문한 고객은 계산대에서 QR코드를 스캔하는 간단한 방식으로 암호화폐를 사용하여 결제를 완료할 수 있으며 한 번에 최대 1만 랜드까지 암호화폐로 결제가 가능하다.

이외에도 남아프리카공화국의 이커머스 플랫폼 Takealot.com, 케이프타운의 커피 원두 매장 Cape Coffee Beans, 차 전문 온라인 유통채널 The Tea Merchant 등 다양한 식품 유통채널에서 암호화폐를 사용한 결제 방식을 채택하고 있다.



Pick n Pay에서 암호화폐를 사용해 결제하는 모습

▶ 출처

Pick n Pay sees uptick in Bitcoin payments in stores, ITWeb

Luno and Pick n Pay revolutionise grocery payments, BizCommunity

Pick n Pay is doing R1-million/month in crypto transactions, TechCentral

Stores that accept cryptocurrency payments in South Africa, South Coast Herald

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 남아프리카공화국의 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
수입업자 등록	· 식품 수입 전 남아프리카공화국 조세청에 수입업자 등록 필요 · 등록 완료 시 세관번호가 교부됨	남아공 수입업체
수입허가 취득	· 수입제한 품목 수입 시 유관기관에 수입허가 취득 필요 · 대상품목: 낙농제품, 동물 및 동물성 수입품, 식물 및 식물성 수입품: - ①무역산업부: 낙농제품 - ②농림수산업부: 동물 및 동물성 수입품 - ③국립식물보호기구: 식물 및 식물성 수입품	남아공 수입업체
수입신고	· 남아프리카공화국 세관에 수입신고서 및 제반서류 제출해 수입신고 진행 · 화물 도착 후 7일 이내 완료해야 하며, 규제물품은 도착 1주 전 수입신고 필요	남아공 수입업체
수입검사	· 수입신고 후 서류검사 및 정밀검사 실시 - ①서류검사: 물품 위험도 구분 - ②정밀검사: 육안검사, 무작위 X-Ray 검사, 시료 채취 샘플검사 · 식품 유형별로 검사기관이 상이 - ①일반식품 보건부 산하 식품검사국 - ②농산물: 농림부 산하 품질관리국 - ③육류제품: 농림부 산하 수의검역소	남아공 수입업체
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 후 물품 반출	남아공 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	● 수출 품목에 대한 남아프리카공화국의 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
----------------	---

▶ 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> <table border="1"> <tr> <td>· 서류 심사 후 수리</td><td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td></tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td><td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td></tr> <tr> <td>· 자동 수리</td><td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td></tr> </table> · 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	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	● 남아프리카공화국과의 합의된 요건이 있거나, 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 남아프리카공화국으로 △사과 △배 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <수출검역 신청 시 제출 서류> <table border="1"> <tr> <td>식물검역</td><td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td></tr> <tr> <td>축산물검역</td><td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td></tr> </table> · 수출검역은 수출 상대국의 검역요건 적합 여부를 검사함	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)		
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)						

	· 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

② 남아프리카공화국 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 남아프리카공화국 수입통관·검역 절차

수입업체 등록	● 남아프리카공화국 수입업체는 수입업자 등록 및 세관번호 취득 필요 · 남아프리카공화국 조세청((SARS, Soututh African Revenue Service)에 DA1855)/DA1854A16) 등의 등록서류를 제출해야 함 · 신청부터 승인까지는 약 60근무일이 소요됨 · 남아프리카공화국 조세청은 승인이 완료된 수입업체에게 세관번호를 교부												
수입허가 취득	● 수입 제한 품목을 수입하는 남아프리카공화국 수입업체는 수입허가 취득 필요 · 수입 제한 품목에 대한 허가서 발급·물품별 표준인증 요건을 구비해야 함 · 남아프리카공화국 무역위원회(ITAC; International Trade Administration Commission of South Africa)를 통하여 수입규제/금지품목 여부를 확인해야 함 · 필요한 경우, ITAC 및 관련 기관에서 요구하는 수출입 허가 및 인증요건을 파악하여 수입허가를 ITAC에 신청함 · 농식품 품목별 수입허가 요건과 유관기관은 다음과 같음 <농식품 품목별 수입허가 요건> <table><tr><th>구분</th><th>수입허가 요건</th><th>관련기관</th></tr><tr><td>낙농제품</td><td>수입 허가</td><td>무역산업부 (Development of Trade and Industry)</td></tr><tr><td>동물 및 동물관련 제품 수입</td><td>수입허가 및 수의검역증명서</td><td>농림수산업부 (Department of Agriculture, Forestry and Fisheries)</td></tr><tr><td>식물 및 식물관련 제품 수입</td><td>수입허가 및 식물위생증명서</td><td>국립식물보호기구 (National Plant Protection Organization)</td></tr></table>	구분	수입허가 요건	관련기관	낙농제품	수입 허가	무역산업부 (Development of Trade and Industry)	동물 및 동물관련 제품 수입	수입허가 및 수의검역증명서	농림수산업부 (Department of Agriculture, Forestry and Fisheries)	식물 및 식물관련 제품 수입	수입허가 및 식물위생증명서	국립식물보호기구 (National Plant Protection Organization)
구분	수입허가 요건	관련기관											
낙농제품	수입 허가	무역산업부 (Development of Trade and Industry)											
동물 및 동물관련 제품 수입	수입허가 및 수의검역증명서	농림수산업부 (Department of Agriculture, Forestry and Fisheries)											
식물 및 식물관련 제품 수입	수입허가 및 식물위생증명서	국립식물보호기구 (National Plant Protection Organization)											
수입신고	● 남아프리카공화국 수입업체는 물품 도착 후 수입신고 진행 · 수입신고서는 서류, 디스크 저장본, CAPE 시스템11)을 통한 EDI12) 형식으로 제출할 수 있으며, EDI 등록 기업을 대상으로 전자통관을 진행함 · SAD 500의 경우 수입신고자의 서명이 기재된 원본 및 Notification Copy라고 표시된 사본을 준비해야 함 · 수입신고서 외에도 식품수입허가서, 식품보건증명서 및 식물위생증명서 또는 수의검역 증명서를 제출해야 함 · 수입규제 물품의 경우 상품 도착 1주 전까지 해당 세관에 물품 도착신고를 완료해야 하며, 통관 진행 전에 모든 수입관련 서류가 세관에 기 제출되어 있어야 함 · 수입신고 후에는 신고서 번호(Bill of Entry Number)가 발급되며 해당 날짜를 표시한 스탬프를 찍어줌												

수입검역	● 수입신고 후 서류검사 및 정밀검사 진행 · 수입신고서와 함께 제출된 각종 증명서는 해당 지역의 식품관리국, 수의사무국 또는 품질관리국 위험도 분류를 통해 수입신고 서류를 검사 · 수입화물은 육안검사나 무작위 X-Ray 검사를 실시하고 있으며 수입식품에 대한 정밀검사 결과, 실험실 수준의 정밀검사가 필요하다고 판단된 경우, 시료를 채취하여 시험분석을 실시할 수 있음 · 일반식품의 경우, 남아공 보건부의 해당지역 식품검사국에서 시험분석을 실시하며, 육류식품의 경우는 해당지역 수의검역소, 농산물의 경우 해당지역 품질관리국에서 실시 · 수입식품의 정밀검사에 따라 남아공으로의 반입에 문제가 없는 것으로 판정된 식품에 대해서는 즉시 검사증명서가 교부되며, 또한, 서류검사 결과 정밀검사가 불필요하다고 판정된 식품의 경우도 통관조치가 가능
관세납부 및 물품 반출	● 관세 및 제세 납부 후 물품 반출 가능 · 세관은 EDI를 통해 관세납부 사실을 통보받은 후 물품을 반출

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	- 과실류 : 사과, 배 - 종자류 : 고추, 당근, 대파, 무, 부추, 브로콜리, 상추, 양배추, 양파, 시금치, 치커리, 토마토, 피망, 호박 - 버섯류 : 식용 버섯 *상기 품목 외는 수출가능 여부가 공식 확인되지 않고 있으며, 수출실적 통계가 있는 품목도 없어 수출가능 여부는 품목별로 확인이 필요함
-----	--

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	- 복숭아종자(재식용): PRA 필요
-----	----------------------

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 제조·수입·유통사 정보 · 조리방법 · 성분 정보		· 저장 및 보관방법 · 순중량 · 원산지 · 제품생산코드		· 유통기한 · 기타 금지 문구 및 주의사항	
라벨 표기사항 (가이드)	제품명	· 제품명은 포장 전면에 최소 4mm 높이로 표기하며, 다음 조건에 따라 크기가 달라질 수 있음				
		포장 면적(mm ²)		규정 높이의 백분율(%)		
		5,000~7,999		50		
		8,000~11,999		70		
		12,000		85		
	제조·수입·유통사 정보	· 각 업체명과 해당 업체의 주소를 기입해야 함				
	섭취 및 조리 방법	· 적절한 조리법 및 섭취 방법이 필요하다고 판단될 경우 해당 내용을 포함				
	성분 목록	· 국제식품규격(codex)의 기준을 준수하는 성분 정보를 표기할 것				
	보관 방법	· 내용물이 변질될 위험이 높은 제품에 한해 저장 및 보관법 명시				
	순중량	· Trade Metrology Act, 1973 규정에 따른 SI-units 법으로 순중량 표기				
원산지	· 원산지 표기 식품의 라벨링에는 원산지를 다음과 같이 표기해야 함					
	- 원재료를 가공한 국가가 하나의 특정 국가인 경우 : 'Product of (국가명)' - 원재료의 원산지 국가와 가공 국가가 다를 경우 : 'Produced in (국가명)', 'Processed in (국가명)', 'Manufactured in (국가명)', 'Made in (국가명)' - 제품을 포장한 국가가 다를 경우 상기 가공 국가명과 함께 포장 국가도 표기 : 'Packed in (국가명)'					
제품생산코드	· 제품 생산정보에 대해 추적이 용이한 생산코드(batch code) 표기					
유통기한	· 제품의 용기 또는 라벨에 유통기한 표기가 없는 경우 제품의 수입·제조·판매·유통 등이 금지되며 다음과 같이 표기					
기타 금지문구 및 주의사항	- 유통기한 표기는 "best before", "use by", "sell by" 등으로 표기가 가능하며 약어표기는 "BB"를 제외하고는 허용되지 않음					
	- 여러 아이템이 하나의 포장에 함께 있는 경우, 모든 물품이 소비될 때까지 유통기한이 포장에 남아 있을 수 있도록 유통기한은 포장에 표기					
	- 표기는 "Day-Month-Year" 순으로 숫자로만 표기하며, 수입 물품의 유통기한이 "Day-Month Year"로 표시된 경우는 '월'은 영어로 '연도'는 숫자로 표기 가능하며, '연도'는 반드시 네 자리 모두를 표기해야 함					

	2) 개인적인 보건 종사자 혹은 한 명 이상으로 조직된 소비자 전문 상담 기관에 소속된 보건 종사자 3) 단체, 협회, 재단 및 기타 단체(종교 및 기타 동식물 관련 인증 기관 제외). 단 해당 기관이나 단체가 장관의 승인을 받은 경우 제외 4) 일반 개인들의 영양학적인 측면에 관한 보장성 문구나 사진 등. 다만 해당 문구나 마크 등에 대해 조사관의 요청에 2일 이내로 증빙자료를 보낼 수 있는 경우는 제외 5) "Health"나 "Healthy" 또는 비슷한 의미의 기타의 문구나 심볼 등 6) "wholesome" 혹은 "nutritious" 및 그와 비슷한 의미의 기타 문구 등 7) "치료" 및 의학적 효과를 의미하는 문구 8) 필수적 경고 문구가 표시된 포장 식품류의 경우 경고 문구를 영문 대문자 굵은 글씨체로 표기하는 것이 필수이며 해당 글씨는 높이 3.0mm 이상이어야 함
--	--

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.2 | 인증제도

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

정보원에서 제공하지 않음