

2024년 농식품 해외시장 품목조사

- 김치 -

(일본·미국·독일·캐나다)

2024.10.

1 개요

- 1 정의 및 유형
- 2 글로벌 시장규모
- 3 국내 수출현황

2 국가별 시장현황

- 1 일본
 - 1-1 시장규모
 - 1-2 수출입동향
 - 1-3 주요 브랜드 및 제품현황
 - 1-4 소비트렌드
 - 1-5 유통채널
 - 1-6 비관세장벽
- 2 미국
 - 2-1 시장규모
 - 2-2 수출입동향
 - 2-3 주요 브랜드 및 제품현황
 - 2-4 소비트렌드
 - 2-5 유통채널
 - 2-6 비관세장벽

3 독일

- 3-1 시장규모
- 3-2 수출입동향
- 3-3 주요 브랜드 및 제품현황
- 3-4 소비트렌드
- 3-5 유통채널
- 3-6 비관세장벽

4 캐나다

- 4-1 시장규모
- 4-2 수출입동향
- 4-3 주요 브랜드 및 제품현황
- 4-4 소비트렌드
- 4-5 유통채널
- 4-6 비관세장벽

3 시사점

- 1 국가별 시장비교 및 요약
- 2 진출방안
 - 2-1 국가별 시사점
 - 2-2 수출 성장 가능성
 - 2-3 시장 진출 전략

1. 개요

1.1 | 정의 및 유형

김치는 우리나라 전통 발효식품으로서, 식품공전 및 전통식품 표준규격에 따라 '절인 채소류에 양념을 혼합하여 발효한 것'을 의미한다.

식품공전상 김치류는 '배추 등 채소류를 주원료로 하여 절임, 양념혼합공정을 거쳐 그대로 또는 발효시켜 가공한 김치와 김치를 제조하기 위해 사용하는 김치속'을 일컫는다.¹⁾ 김치는 '배추 등 채소류를 주원료로 하여 절임, 양념혼합과정 등을 거쳐 그대로 또는 발효시킨 것이거나 이를 가공한 것', 김치속은 '식물성 원료에 고춧가루, 당류, 식염 등을 가하여 혼합한 것으로 채소류 등에 첨가, 혼합하여 김치를 만드는 데 사용하는 것'으로 각각 정의된다.

전통식품으로서의 김치류는 '채소류를 주원료로 하여 염수 혹은 소금으로 절인 다음 세척, 탈수 및 양념 혼합 후 그대로 혹은 발효·숙성하여 만든 것'을 일컫는다.²⁾ 김치의 종류는 △포기김치 △막김치 △보쌈김치 △백김치 등 총 38개에 달하며, 전통식품 표준규격에 정의된 김치 이외의 종류는 '기타 김치'로 분류된다.

<전통식품 표준규격상 김치 종류 및 정의>

구분	명칭	정의
1	포기김치	통배추 혹은 절단배추(2절 또는 4절)를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념 및 부원료를 혼합하여 만든 소를 배추 속에 넣고 발효·숙성한 것
2	막김치	배추를 적절한 크기로 절단하여 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하고 발효·숙성한 것으로, '맛김치'라고도 함
3	보쌈김치	통배추 혹은 절단배추를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 배추 속에 넣고 가로로 절단하여 가지런히 모은 후, 윗면에 어패류, 과일류, 육류 등을 더 첨가하고 절인 배추잎으로 감싸서 발효·숙성한 것
4	백김치	통배추 혹은 절단배추를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 고춧가루를 제외한 양념을 배추 속에 넣고 물을 넣어 발효·숙성한 것
5	총각김치	총각무를 통째로 혹은 절단하여 염수나 소금으로 절인 후 그대로 혹은 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하여 발효·숙성한 것
6	열무김치	열무를 통째로 혹은 절단하여 염수나 소금으로 절인 후 그대로 혹은 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하여 발효·숙성한 것
7	깍두기	무를 적절한 크기의 육면체로 절단하여 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하여 발효·숙성한 것
8	갯김치	갯을 통째로 혹은 절단하여 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하여 발효·숙성한 것
9	순무김치	순무를 절단하여 염수나 소금으로 절인 후 그대로 혹은 물로 씻고 탈수시킨

1) 식품의약품안전처 식품공전 제5.식품별 기준 및 규격 14-1.김치류

2) 국립농산물품질관리원 전통식품 표준규격 T020 김치류

		다음, 양념을 혼합하여 발효·숙성한 것
10	고들빼기김치	고들빼기를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하여 발효·숙성한 것
11	묵은지	통배추 혹은 절단배추(2절 또는 4절)를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 배추 속에 넣고 6개월 이상 발효·숙성한 것
12	파김치	쪽파를 주원료로 하여 염수 또는 멸치젓국으로 절인 후, 양념을 혼합하여 한데 묶어 발효·숙성한 것
13	섞박지	배추, 무를 넓적하게 절단하여 염수나 소금으로 절인 후, 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합한 것 또는 이를 섞어 발효·숙성한 것
14	동치미	무를 통째로 혹은 절단하여 소금으로 절인 후, 양념을 넣고 여기에 소금물을 부어서 발효·숙성한 것
15	나박김치	무를 얇파하고 네모지게 썰어서 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 후 고춧가루로 빨강게 물들인 다음 양념을 넣고 여기에 염수를 부어 발효·숙성한 것
16	깻잎김치	고춧가루 등을 이용하여 제조한 양념을 소금에 절인 깻잎 사이사이에 넣고 발효·숙성한 것
17	고구마김치	고구마 혹은 고구마줄기를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 발효·숙성한 것
18	부추김치	절인 부추를 고춧가루, 마늘 생강 등 양념과 혼합하여 버무려 만든 것
19	오이김치	절인 오이를 길게 잘라 칼집을 내어 안에 양념을 넣고 발효·숙성한 것
20	겉절이	배추를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려서 만든 것
21	양파김치	절인 양파를 주원료로 하여 양념을 혼합하여 발효·숙성한 것
22	민들레김치	민들레를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것
23	더덕김치	통 더덕에 칼집을 넣고 그 안에 소를 넣어 발효·숙성한 것
24	마늘김치	마늘 혹은 마늘잎을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 발효·숙성한 것
25	달래김치	절인 달래를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것
26	두릅김치	절인 두릅을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것
27	인삼김치	절인 인삼을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것
28	죽순김치	절인 죽순을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것
29	호박김치	절인 호박을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것
30	미나리김치	미나리를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것
31	냉이김치	절인 냉이를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것
32	시금치김치	시금치를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것
33	콩나물김치	데친 콩나물을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 발효·숙성한 것
34	쑥갓김치	쑥갓을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 발효·숙성한 것
35	가지김치	가지를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 발효·숙성한 것
36	도라지김치	도라지를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 발효·숙성한 것
37	고수김치	절인 고수를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것
38	기타 김치	채소 등을 주원료로 하여 양념을 혼합하여 발효·숙성한 것으로 위에 명시된 김치 이외의 김치

*출처: 국립농산물품질관리원 전통식품 표준규격 T020 김치류(2024.09.)

김치는 HSK 체계상 '기타 조제·보존처리한 채소(2005.90-1000)'로 분류할 수 있다.

<국가별 김치 HS코드>

국가명	HS코드	품목명
한국	2005.99-1000	기타 조제·보존처리한 채소 - 김치
일본	2005.99	기타 조제·보존처리한 채소
미국	2005.99	기타 조제·보존처리한 채소
독일	2005.99	기타 조제·보존처리한 채소
캐나다	2005.99	기타 조제·보존처리한 채소

*출처: 관세법령정보포털(<https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do>)(2024.09.)

■ 1.2 | 글로벌 시장규모

정보원에서 제공하지 않음

1.3 | 국내 수출현황

2023년 한국산 김치 수출액은 전년 대비 10.5% 증가한 약 1 억 5,560만 달러로, 2019년 이후 연평균 10.3% 증가했다.

주요 수출국은 일본(39.5%), 미국(25.7%), 네덜란드(4.7%) 순으로 집계되었다.

2023년 일본으로의 수출액은 전년 대비 0.8% 증가한 6,149만 달러로, 2019년 이후 연평균 2.7% 증가했다.

2023년 미국으로의 수출액은 전년 대비 37.4% 증가한 약 3,999만 달러로, 2019년 이후 연평균 28.2% 증가했다.

2023년 네덜란드로의 수출액은 전년 대비 14.8% 증가한 약 738만 달러로, 2019년 이후 연평균 21.4% 증가했다.

<한국산 김치 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	104,992.4	144,511.5	159,914.8	140,815.7	155,598.5	100.0	10.5	10.3
1 일본	55,184.4	71,099.1	80,124.3	60,995.8	61,490.5	39.5	0.8	2.7
2 미국	14,801.6	23,059.2	28,254.0	29,098.1	39,989.3	25.7	37.4	28.2
3 네덜란드	3,398.1	5,146.8	5,447.9	6,428.9	7,379.6	4.7	14.8	21.4
4 영국	3,322.3	3,802.3	5,501.3	5,309.2	6,151.9	4.0	15.9	16.7
5 호주	3,485.2	5,641.4	5,124.7	5,883.2	5,989.9	3.8	1.8	14.5
6 홍콩	4,952.7	7,755.7	7,718.4	7,270.3	5,812.4	3.7	-20.1	4.1
7 대만	4,781.0	5,870.6	6,912.7	5,490.1	5,520.7	3.5	0.6	3.7
8 캐나다	2,298.9	3,307.1	3,043.7	3,702.3	5,462.6	3.5	47.5	24.2
9 싱가포르	2,251.6	4,029.6	3,723.2	3,192.5	2,991.7	1.9	-6.3	7.4
10 말레이시아	1,576.8	2,253.6	2,342.1	2,188.4	1,925.1	1.2	-12.0	5.1
11 독일	543.8	1,190.2	1,657.8	1,282.8	1,703.4	1.1	32.8	33.0

*주: HS Code 2005.99-1000(조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소 기타-김치)

**출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)(2024.09.)

2. 국가별 시장현황

■ 2.1 | 일본

2023년 한국산 김치 수출액 규모 1위, 수요가 검증된 안정적 시장

2.1.1 시장규모

정보원에서 제공하지 않음

2.1.2 수출입동향

(1) 수출현황

2023년 일본의 김치 수출액은 전년 대비 4.9% 증가한 약 1,347만 달러로, 2019년 이후 증가하다가 2021년을 기점으로 감소하여 2023년 수출액은 2019년과 유사한 수준으로 집계되었다.

주요 수출국은 미국(51.9%), 홍콩(9.6%), 대만(7.7%) 순으로 집계되었다.

2023년 **미국**으로의 수출액은 전년 대비 10.8% 증가한 약 699만 달러로, 2019년 이후 연평균 4.5% 증가했다.

2023년 **홍콩**으로의 수출액은 전년 대비 3.1% 감소한 약 129만 달러로, 2019년 이후 연평균 4.1% 감소했다.

2023년 **대만**으로의 수출액은 전년 대비 5.7% 증가한 약 104만 달러로, 2019년 이후 연평균 5.2% 감소했다.

2023년 **한국**으로의 수출액은 전체 수출액의 6.8% 비중(4위)을 차지했다. 2023년 수출액은 전년 대비 5.5% 증가한 약 92만 달러로, 2019년 이후 연평균 2.7% 증가했다.

<일본 김치 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	13,481	13,617	14,935	12,845	13,470	100.0	4.9	0.0
1 미국	5,863	6,696	7,026	6,305	6,986	51.9	10.8	4.5
2 홍콩	1,529	1,834	1,934	1,332	1,291	9.6	-3.1	-4.1
3 대만	1,284	1,157	1,479	983	1,039	7.7	5.7	-5.2
4 한국	826	663	727	870	918	6.8	5.5	2.7
5 싱가포르	290	430	369	320	337	2.5	5.3	3.8
6 미크로네시아 연방	345	339	400	350	329	2.4	-6.0	-1.2
7 태국	135	246	213	338	307	2.3	-9.2	22.8
8 미국령 군소 제도	317	341	380	312	304	2.3	-2.6	-1.0
9 호주	488	475	366	325	300	2.2	-7.7	-11.5
10 중국	176	55	46	47	236	1.8	402.1	7.6

*주: HS Code 2005.99(조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소-기타)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.09.)

(2) 수입현황

2023년 일본의 김치 수입액은 전년 대비 6.0% 감소한 3억 6,761만 달러로, 2019년 이후 계속해서 증가하다가 2023년 수입액은 2019년과 유사한 수준으로 감소했다.

주요 수입국은 중국(71.2%), 한국(17.5%), 태국(4.3%) 순으로 집계되었다.

2023년 중국산 수입액은 전년 대비 7.2% 감소한 약 2억 6,190만 달러로, 2019년 이후 연평균 1.1% 감소했다.

2023년 한국산 수입액은 전체 수입액의 17.5% 비중(2위)을 차지했다. 2023년 수입액은 전년 대비 1.1% 증가한 약 6,429만 달러로, 2019년 이후 연평균 3.3% 증가했다.

2023년 태국산 김치 수입액은 전년 대비 7.8% 증가한 약 1,582만 달러로, 2019년 이후 연평균 2.1% 증가했다.

<일본 김치 수입현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	368,488	378,094	389,174	391,011	367,612	100.0	-6.0	-0.1
1 중국	273,743	269,683	271,644	282,279	261,899	71.2	-7.2	-1.1
2 한국	56,529	71,451	75,983	63,568	64,287	17.5	1.1	3.3
3 태국	14,552	13,007	14,950	14,671	15,822	4.3	7.8	2.1
4 미국	5,246	4,428	4,841	4,670	4,895	1.3	4.8	-1.7
5 네덜란드	1,828	3,134	3,189	3,574	3,811	1.0	6.6	20.2
6 베트남	3,107	2,742	3,466	4,799	3,117	0.8	-35.0	0.1
7 인도네시아	1,975	2,057	2,072	2,807	1,831	0.5	-34.8	-1.9
8 뉴질랜드	2,330	2,005	1,890	2,298	1,830	0.5	-20.4	-5.9
9 이탈리아	1,772	1,779	1,980	1,657	1,656	0.5	-0.1	-1.7
10 대만	1,413	1,276	1,544	1,812	1,373	0.4	-24.2	-0.7

*주: HS Code 2005.99(조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소-기타)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.09.)

2.1.3 주요 브랜드 및 제품현황

(1) 주요 브랜드

① Hoshiyama(ほし山)

	회사명	Hoshiyama	브랜드 국적	일본
	웹사이트	https://hoshiyama.ne.jp		
특징	- 1958년 설립된 일본의 한국식품 제조기업으로, 김치 외에도 된장·쌈장·고추장 등 한식 조미료와 삼계탕, 냉면, 소주 등을 수입하여 판매 - 배추김치, 깍두기, 오이소박이, 파김치, 동치미 등 다양한 종류의 김치를 판매하며, ‘매운맛-개운한 맛-달콤한 맛’ 등 매운맛 정도를 선택할 수 있음			
주요 제품				
	白菜キムチ (배추김치)		大根サイコロキムチ (깍두기)	
				
	きゅうりキムチ (오이소박이)		ニラキムチ (부추김치)	

*출처: 기업 홈페이지(2024.09.)

② Richouen(李朝園)

	회사명	李朝園	브랜드 국적	일본
	웹사이트	https://richouen.co.jp/		
특징	- 1990년 설립된 한국식품 제조·수입업체로, 김치, 냉면, 조미료 등 약 100종의 한국식품을 생산하고 약 400종의 제품을 한국에서 수입함 - 온라인 및 오프라인 소매 유통채널뿐만 아니라, 외식 프랜차이즈, 식품기업 등에 업무용 김치를 납품함 - 배추김치와 깍두기, 오이소박이, 부추김치, 참마김치, 셀러리 김치, 양배추 김치, 연근 김치 등 다양한 김치를 생산함			
주요 제품				
	辛口白菜キムチ (매운 배추김치)		大根キムチ (깍두기)	
				
	きゅうりキムチ (오이소박이)		ネギキムチ (파김치)	

*출처: 기업 홈페이지(2024.09.)

③ Toyoda Shouten(豊田商店)

 (株)豊田商店[®] TSURUHASHI OSAKA TOYODA SHOTEN SHOPPING SITE	회사명	豊田商店	브랜드 국적	일본
	웹사이트	www.toyoda-shouten.com		
특징	- 일본 오사카에 소재한 김치 제조기업으로, 배추김치, 총각김치, 깍두기, 오이소박이, 연근김치, 셀러리 김치, 참마 김치 등을 제조 및 판매함 - 아오모리현산 마늘과 아이치현·나가노현 배추 등 일본에서 생산된 재료를 이용하여 수제 김치를 제조함 - 홈페이지를 통해 김치를 이용한 요리의 레시피를 공유함			
주요 제품				
	白菜キムチ (배추김치)		れんこんキムチ (연근김치)	
				
	大根キムチ (깍두기)		チョンガキムチ (총각김치)	

*출처: 기업 홈페이지(2024.09.)

(2) 제품현황

일본 온라인 유통채널에서는 △배추김치 △깍두기 △총각김치 △파김치 등 다양한 종류의 김치가 판매되고 있다.

(유형별) 김치 유형별로는 배추김치(64.3%) > 깍두기(7.1%) > 오이소박이(5.1%) > 동치미(3.1%) 및 열무김치(3.1%) 순³⁾으로 높은 비중을 보이며, 부추김치(2.0%), 총각김치(2.0%), 파김치(2.0%), 양배추김치(1.0%) 등이 판매된다. 이 외에도 다양한 종류의 김치를 묶어 판매하는 세트 상품은 전체 판매 상품의 약 10.2% 가량을 차지한다.

(원산지별) 일본산(64.3%) 제품이 가장 많고, 뒤이어 한국산(34.7%)과 수입산(1.0%)이 판매되고 있다. 수입산의 경우 중국산 배추김치가 유일한 제품으로 확인된다.

(포장형태) 일반적으로 비닐 또는 레토르트 파우치, 플라스틱 용기에 담긴 형태로 판매된다.

일본 온라인 유통채널에서 김치는 100g당 평균 213.2엔에 판매된다.

원산지별 판매 단가는 100g당 일본산(245.0엔) > 한국산(159.1엔) > 수입산(43.8엔) 순으로 높은 가격을 형성하고 있다.

김치 종류별 판매 단가는 100g당 파김치(438.8엔) > 오이소박이(267.3엔) > 깍두기(242.4엔) > 배추김치(207.4엔) 순으로 집계되며, 이 외에도 양배추김치(441.0엔), 부추김치(419.3엔), 열무김치(193.2엔) 등이 판매되고 있으나 판매 비중은 높지 않은 편이다.

(일본산) 배추김치가 주를 이루고, 일부 깍두기, 오이소박이, 열무김치 등이 판매된다.

단독 상품 외에도 '배추김치, 깍두기, 파김치', '배추김치, 오이소박이, 열무김치' 등 다양한 김치를 소포장한 세트 상품이 판매된다.

자국산(일본산) 재료를 사용하고 현지에서 제조하여 신선함 및 안전성을 강조한 제품이 많으며, 첨가물을 사용하지 않은 제품임을 강조하거나, '수제 김치'로 표시하여 판매하는 제품이 많은 편이다.

3) 일본 온라인 유통채널(Rakuten)에서 판매 중인 김치 98개(세트상품 제외) 기준(2024.09.30.)

대체로 한국산 대비 매운맛이 덜한 편으로, '시원한 맛'이나 '개운한 맛'을 강조한 제품이 판매되고 있다. 소비자가 매운맛을 선택할 수 있도록 매운맛 정도를 표시하거나 매운맛 단계별로 맛볼 수 있는 샘플 제품을 판매하기도 한다. 현지 소비자는 한국산과 비교하여 일본산 김치의 단맛이 높은 것으로 평가하고 있다.

제품의 중량은 최소 200g의 일반 가정용 소포장 제품에서부터 최대 10kg의 업소용 제품까지 구성되어 다양한 수요를 충족하고 있으며, 평균 중량은 1.3kg 수준으로 나타난다.

<일본 온라인 유통채널에서 판매 중인 일본산 김치>

제품 사진			
제품유형	배추김치	배추김치	파김치
제품명	白菜キムチ	辛い白菜キムチ	ネギキムチ
브랜드	豊田商店	でりかおんどる	でりかおんどる
가격	1,318엔 / 1kg	2,300엔 / 1kg	518엔 / 150g
제품 사진			
제품유형	깍두기	오이소박이	김치세트
제품명	大根キムチ	きゅうりキムチ	キムチ3種セット
브랜드	豊田商店	李朝園	豊田商店
가격	719엔 / 500g	750엔 / 500g	1,753엔 / 550g

*출처: <https://item.rakuten.co.jp>(2024.09.)

(한국산) 배추김치, 깍두기, 열무김치, 총각김치 등이 판매되며, '한국 김치'라고 강조한 제품이나 '한국 재료를 사용'하여 만들었음을 강조하는 제품이 주를 이룬다.

배추김치의 비중이 높은 편이며, 일본산 대비 상대적으로 숙성된 제품('숙성김치(熟成キムチ)'이 판매되고 있다. 이는 신맛이 강한 김치를 선호하거나 한국 김치를 경험해 본 적이 있는 소비자가 주로 구매하는 것으로 나타난다.

포장에 '한국 김치(韓国キムチ)', '한국산 재료(韓国産材料)'를 강조하고 있으며, 로하스(LOHAS) 인증 또는 해썹(HACCP) 인증 취득한 제품이 다수 판매되고 있다. 또한, 배추, 마늘, 젓갈 등 주요 재료의 산지를 표시하는 것이 특징이다.

제품의 중량은 최소 400g에서 최대 10kg으로(평균 약 3kg), 일본산 대비 상대적으로 큰 중량에 판매된다.

<일본 온라인 유통채널에서 판매 중인 한국산 김치>

제품 사진			
제품유형	배추김치	배추김치	배추김치
제품명	白菜キムチ	凄旨キムチ	多福キムチ
브랜드	종가집	비비고	대상
가격	1,566엔 / 1kg	4,180엔 / 200g*12개	2,290엔 / 5kg
제품 사진			
제품유형	배추김치	열무김치	총각김치
제품명	白菜キムチ	ヨルムキムチ	チョンガクキムチ
브랜드	농협풍산김치	비비고	종가집
가격	6,580엔 / 5kg	756엔 / 450g	7,538엔 / 5kg

*출처: <https://item.rakuten.co.jp>(2024.09.)

2.1.4 소비트렌드

일본 소비자의 수요가 다양해지면서, 판매되는 김치의 숙성 정도와 매운맛 수준이 세분화되고 있다.

일본에서 판매되는 김치는 크게 △숙성 발효(熟成発酵) 김치 △저온 숙성(低温熟成) 김치 △아사즈케(浅漬け)⁴⁾ 김치로 구분되며, 한국산 김치는 숙성 김치에 해당한다.

숙성 발효 김치는 일반적인 발효 김치를 의미하며, 대부분의 한국산 김치가 숙성 발효 김치에 해당한다. 숙성 발효 김치는 김치 본래의 맛을 선호하는 소비자가 주로 구매하는 것으로 나타났다.

저온 숙성 김치는 저온에서 숙성하여 비교적 덜 발효된 김치로, 맛의 변화가 덜하여 일반적으로 선호되지만 판매제품이 다양하지 않은 편으로 나타났다. 대표적인 제품으로 일본 김치 제조업체 토카이츠케모노(東海漬物)의 '고쿠우마(こくうま)' 김치 등이 있다.

아사즈케 김치는 숙성 정도가 덜하여 신맛이 적고 배추 본래의 단맛과 양념의 맛을 즐길 수 있는 일종의 채소 절임으로, 김치에 익숙하지 않은 소비자가 쉽게 섭취할 수 있다.

<일본에서 판매되는 숙성 상태별 김치>

		
숙성 발효 김치	저온 숙성 김치	아사즈케 김치

*출처: www.amazon.co.jp(2024.09.)

일본 현지에서 판매되는 김치는 달콤한 맛에서부터 매운맛까지 소비자가 매운맛 수준을 선택할 수 있도록 다양한 선택지가 주어진다. 제품 포장이나 온라인 판매 페이지에 매운맛 정도를 표시하기도 한다.

4) 피클 등을 포함해 채소를 조미액에 절인 식품

<일본 온라인 유통채널의 김치 매운맛 표시 화면>



*출처: www.toyoda-shouten.com(2024.09.)

일본 김치 제조업체는 매운맛 김치, 숙성 김치 등 신제품을 새롭게 선보이고 있다.⁵⁾ 일본의 대표적인 김치 제조업체인 토카이츠키모노(東海漬物)는 2024년 9월 중국산 매운 고추 품종인 천응(天鷹) 고춧가루와 고추장 및 두반장을 이용한 매운 김치 제품을 출시했다. 또한, 김치 제조 및 수입·유통업체인 미야마(美山)의 김치 제품은 한국 제품과 비교 시 겉절이에 가까운 김치로, 2024년 10월 기존 제품보다 배추의 절임 상태를 강화한 제품을 출시했다.

<일본 제조업체의 김치 신제품>



토카이츠키모노의
뿌띠 매운 김치(プチ辛口キムチ)

미야마의
이치오시 프리미엄(いちおしプレミアム) 김치

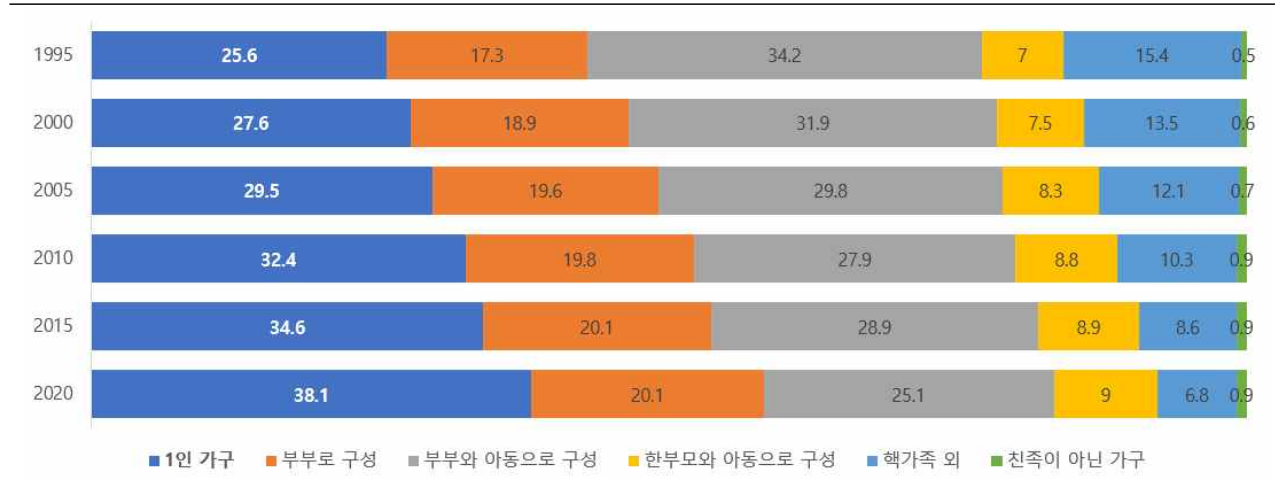
*출처: www.kyuchan.co.jp, https://news.nissyoku.co.jp(2024.09.)

5) [일본] 김치 신제품의 연이은 등장, 한국농수산식품유통공사

1인 가구가 증가하면서 소포장 제품의 수요가 높은 편으로 나타났다.

2020년 기준 일본의 1인 가구 비율은 전체 가구의 38.1%로, 부부 및 아동으로 구성된 가구(25.1%), 부부로 구성된 가구(20.1%), 한부모와 아동으로 구성된 가구(9.0%)보다 큰 비중을 차지했다.⁶⁾

<일본 가구 구성별 비율(1995~2020)>



*출처: 2020년 국세조사(2020年の国勢調査), 일본 총무성 통계국(総務省統計局)(2024.09.)

1인 가구 증가로 인해 1인 가구 맞춤형 100~200g 용량의 소포장·소용량 김치가 출시되었다. 간편하게 섭취 및 처리할 수 있도록 플라스틱 용기 또는 레토르트 파우치로 포장된 제품이 판매되고 있다.

<일본 소포장 김치>

		
소포장 깍두기(180g)	소포장 배추김치(100g×2팩)	소포장 배추김치(90g)

*출처: www.kyuchan.co.jp, www.amazon.co.jp(2024.09.)

6) 2020년 국세조사(2020年の国勢調査), 일본 총무성 통계국(総務省統計局)

2.1.5 유통채널

(1) 유통채널별 규모

2023년 일본 오프라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 2.6% 증가한 38조 6,824억 엔으로, 2019년 이후 연평균 1.0% 증가했다.

유통채널 유형별 비중은 슈퍼마켓(47.0%), 편의점(21.8%), 하이퍼마켓(16.5%) 순으로 집계되었다.

<일본 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 십억 엔, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	37,176.5	37,506.8	37,461.1	37,706.8	38,682.4	100.0	2.6	1.0
슈퍼마켓	16,474.7	17,532.1	17,509.4	17,674.3	18,168.7	47.0	2.8	2.5
편의점	8,247.5	7,845.0	7,978.4	8,145.9	8,431.1	21.8	3.5	0.6
하이퍼마켓	6,385.2	6,251.1	6,185.5	6,196.2	6,382.0	16.5	3.0	-0.01
소규모 식료품점	3,413.5	3,276.7	3,228.3	3,169.1	3,134.2	8.1	-1.1	-2.1
전문판매점	2,249.0	2,141.1	2,019.9	1,942.2	1,918.9	5.0	-1.2	-3.9
창고형 매장	406.7	460.8	539.7	579.1	647.6	1.7	11.8	12.3

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

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

2023년 일본 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 6.2% 증가한 2조 7,443억 엔으로, 2019년 이후 연평균 9.3% 증가했다.

<일본 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 십억 엔, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
1,925.2	2,198.0	2,456.3	2,583.9	2,744.3	6.2	9.3

*출처: 「Retail E-Commerce in Japan(2024.02.)」(유로모니터)

(2) 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	7 Eleven	브랜드 국적	일본
	웹사이트	www.sej.co.jp	매장 수	21,370
- 7-Eleven Japan Co Ltd 산하 편의점 브랜드 - ATM 및 외화 환전기를 설치하거나 매장 내 화장실을 고객이 무료로 이용할 수 있도록 서비스를 제공하는 다수의 점포 운영 - 식품 유형별로 같은 온도로 묶어 배송하는 서비스 운영 중 - 가나가와현과 홋카이도 지점 200여 곳에서 다이소 상품을 시범 판매 중				
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Japan(2024.02.)」(유로모니터), 7-Eleven 홈페이지

	브랜드명	AEON	브랜드 국적	일본
	웹사이트	www.aeon.co.jp	매장 수	1,930개
- Ministop(편의점) 등 다양한 식료품 유통채널을 운영 중인 AEON 그룹 산하 하이퍼마켓 브랜드 - 신선식품, 일회용품, 가전, 반려동물용품 등 다양한 판매 상품군 보유 - 단독 매장뿐만 아니라, 쇼핑몰 내부에 입점한 점포 형태로도 운영				
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Japan(2024.02.)」(유로모니터), Aeon 홈페이지

	브랜드명	Family mart	창립연도	1978년
	점유율	5.8%	브랜드 국적	일본
	웹사이트	www.family.co.jp	매장 수	16,562개
	- FamilyMart Co Ltd 산하의 편의점 브랜드 - 포인트 제도를 운영하고 있으며, 식당·약국·농협 등과 제휴한 일체형 점포를 운영하기도 함 - 일본 애니메이션 캐릭터와 제휴한 다양한 상품을 판매			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Japan(2024.02.)」(유로모니터), Family mart 홈페이지

	브랜드명	Lawson	창립연도	1939년
	점유율	4.4%	브랜드 국적	일본
	웹사이트	www.lawson.co.jp	매장 수	14,657개
	- Lawson Inc 산하의 편의점 브랜드 - 1인 가구를 타깃으로 다양한 맛과 종류의 간편식, 도시락 제품 판매 - 식료품뿐만 아니라, 일본 생활용품 브랜드인 '무인양품'의 제품을 시범 판매하는 등 생활용품 판매 확대 추세			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Japan(2024.02.)」(유로모니터), Lawson 홈페이지

	브랜드명	MaxValu	창립연도	1994년
	점유율	3.2%	브랜드 국적	일본
	웹사이트	www.maxvalu.co.jp	매장 수	665개
	- AEON 그룹 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 긴 영업시간이 특징으로, 24시간 영업 점포가 다수 운영 중 - 산지 농가에서 직배송한 '직판 신선 농산물'을 판매하며, 온라인 주문 후 오프라인으로 픽업하는 O2O 서비스, 온라인 애플리케이션을 통한 배송 서비스 등을 제공			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Japan(2024.02.)」(유로모니터), Maxvalu 홈페이지

(3) 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Rakuten Marketplace	운영업체	Rakuten Group Inc
	점유율	24.5%	웹사이트	www.rakuten.co.jp
	- 일본 최대의 종합 전자상거래 유통채널로, 신선 농수산물, 한국산 식품 등 다양한 식품을 판매 - 최근 무인·드론 배송 서비스를 시범 도입하는 등 무인 배송 서비스 확대 추진 - 입점 시 심사를 통과해야 하며, 등기부등본 등 각종 서류를 요구할 수 있음			
사진				
	사이트 화면		무인 배송 로봇과 드론	

*출처: 「Retail in Japan(2024.02.)」(유로모니터), Rakuten 홈페이지

	사이트명	Amazon	운영업체	Amazon.com Inc
	점유율	14.0%	웹사이트	www.amazon.co.jp
	 - 글로벌 B2C 전자상거래 플랫폼 - 식품의 경우 신선 농산물 취급 비중은 낮으며, 주로 가공식품 위주로 판매 - 제품 배송 시 발생하는 탄소 배출량을 감축하기 위해, 리어카를 부착한 전동 자전거를 이용한 원마일(1 Mile) 배송 서비스를 도입 - 로봇을 활용해 생산성을 높인 물류 창고를 2023년 8월에 완공 - 입점자 계정으로 사업자용 포털인 '셀러 센트럴'을 통해 입점 신청 필요			
사진				
	사이트 화면		리어카를 부착한 전동 자전거	

*출처: 「Retail in Japan(2024.02.)」(유로모니터), Amazon Japan 홈페이지

	사이트명 Co-op 운영업체 일본소비자협동조합(JCCU) 점유율 11.8% 웹사이트 http://goods.jccu.coop
 - 일본 생협 조합원이 생산한 제품을 판매하는 사이트로, 신선 농산물에 특화 - 신선식품 외에도 가공식품, 일용잡화, 의류, 가구, 침구, 가전 등을 판매 - 조합원이 생산한 농산물을 현지 생협에서 직배송하기 때문에 제품 선도 측면에서 소비자 신뢰도가 높음	
사진  사이트 화면 판매 중인 신선식품	

*출처: 「Retail in Japan(2024.02.)」(유로모니터), Co-op 홈페이지

2.1.6 비관세장벽

(1) 통관 및 검역절차

對일본 수출입통관 절차는 '수출신고 및 선·기적 → 적하목록 제출 → 수입신고 → 후생노동성 수입검사 → 세관심사 → 관세 납부 및 물품 반출' 순으로 진행된다.

- ①수출신고 및 선·기적: 국내 수출업체 및 그 대리인은 수출신고를 완료한 뒤 화물을 운송수단에 선적한다. 관세청 전자통관시스템(UNI-PASS)을 통해 전자문서 형태의 △수출신고서 △과세가격 결정자료 △선하증권(B/L) 사본 또는 항공화물운송장(AWB) 사본 △그 밖의 참고서류 등 제반서류를 제출하고 수출신고를 완료할 수 있다. 세관은 수출신고 과정에서 우범성이 있다고 인정되는 물품 등에 대해 수출검사를 실시할 수 있다. 신고 수리된 수출품에 대해 '수출신고수리필증'이 교부되며, 수출신고 수리일로부터 30일 이내에 화물을 운송수단에 선적·기적해야 한다.
- ②적하목록 제출: 컨테이너 해상운송을 통해 일본으로 수입되는 경우, 일본 수입업체 및 운송업체는 수출국 선적항 출발 24시간 전까지 일본 수출입항만정보처리시스템(NACCS)을 통해 적하목록을 제출해야 한다. 적하목록에는 선하증권(B/L)에 기초한 송하인, 수하인, 착하통지처 정보, 제품명, HS코드, 중량 등의 화물 정보와 컨테이너 정보 등이 포함된다.
- ③수입신고: 일본 수입업체는 NACCS를 통해 △수입신고서(관세양식 C-5020) △상업송장 △운송서류(B/L, AWB) △포장명세서 △원재료 및 제조공정 설명서 △기타 세관이 요구하는 서류 등을 제출해야 하며, 수입신고서 작성 시 △식품명 △수량 및 중량 △식품 생산 국가 △제조업체명 △수출업체명 △선적항 △가공공정 및 원재료 목록 등의 정보를 정확하게 작성해야 한다.
- ④후생노동성 수입검사: 일본 수입업체는 수입신고와 동시에 NACCS를 통해 일본 후생노동성 검역소에 수입검사를 신청한다. 후생노동성 검역소는 △제조기준 및 첨가물 사용기준 준수 여부 △유해물질 포함 등 위생기준 준수 여부 △식품 제조사의 이력 △검사명령 대상 여부 등을 심사하며, 수입검사가 필요하다고 인정되는 식품에 대해 △검사명령 △행정검사 △모니터링 검사 △지도검사 등을 실시한다. 검사 결과 이상이 없는 경우 수입업체에 수입신고필증을 교부한다. 2024년 3월, 일본 후생노동성은 대장균 오염 우려가 있는 특정 한국산 김치에 대해 검사명령을 통지한 바 있다.⁷⁾

7) 2024년 3월 28일부 일본 후생노동성 건생식 수발 0328 제1호 별첨1(www.mhlw.go.jp/content/11135200/001262)

<일본 수입식품 검사 유형>

유형	내용
검사명령	- 지도검사, 모니터링 검사, 일본 국내에서 실시되는 수거검사 결과 위반이 발생하거나, 위반 가능성이 높다고 인정되는 식품에 대해 실시하는 검사 - 검사명령 대상 식품을 수입하는 경우, 해당 품목을 수입할 때마다 수입검사 실시 - 검사 결과가 발표되기 전까지 일본 국내로 반출할 수 없으며, 검사비용은 수입업체가 부담
행정검사	- 일본으로 처음 수입되는 식품, 식품위생법을 위반한 식품, 운송 중 사고가 발생한 식품에 대해 실시되는 검사 - 검사 결과가 발표되기 전까지 일본 국내로 반출 불가
모니터링 검사	- 다양한 수입식품의 위생 현황을 폭넓게 감시하고, 필요에 따라 특정 식품 수입 시 검사를 강화하는 등 일본 후생노동성의 연간계획에 근거하여 실시하는 검사 - 검역소에서 실시하며, 검사 결과가 발표되기 전에 일본 국내로 반출 가능
지도검사	- 농약, 첨가물 등의 사용 정도, 동종의 식품에서 발생한 위반 사례를 근거로 수입업체가 자주적으로 위생 상태를 관리하도록 지도 - 검사 결과가 발표되기 전까지 일본 국내로 반출할 수 없으며, 검사비용은 수입업체가 부담

*출처: www.forth.go.jp/keneki/osaka/syokuhin-kanshi/hajimeteyunyuusarerukatahe.html(2024.09.)

⑤**세관심사:** 일본 수입업체는 NACCS를 통해 세관에 수입신고필증을 제출한 후 세관검사를 신청해야 한다. 세관은 수입업체가 수입신고시 제출한 서류 검토 후 수입식품의 위험도에 따라 △간이심사 △서류검사 △현물검사를 실시하며, 검사 결과 이상이 없는 경우, 관세납부고지서를 교부한다.

<일본 세관심사 방식>

유형	내용
간이심사	- 수입신고 후 즉시 일본 국내로 반출 가능
서류검사	- 서류검사 결과 이상이 없는 경우에 한해 수입이 허가됨
현물검사	- 고위험물품 및 위험도와 관계없이 무작위로 선정된 화물에 대해 검사 실시 - 현물검사 대상으로 지정된 화물에 대해 △샘플 검사 △부분지정 검사 △전량검사 실시 (샘플 검사) 화물의 일부를 샘플로 추출하여 검사 (부분지정 검사) 화물의 성질이나 수량 등을 확인해야 하는 경우, 수량 및 품질이 동일하게 포장된 화물의 일부를 검사 (전량 검사) 수입화물 전량을 검사

*출처: www.jetro.go.jp/world/qa/04A-020107.html(2024.09.)

⑥**관세 납부 및 반출:** 일본 수입업체는 NACCS 또는 은행·우체국 등의 금융기관을 통해 관세납부고지서상의 관세를 납부하고 보세구역에서 화물을 반출할 수 있다.

(2) 품질인증

對일본 수출 시 필수적으로 취득해야 하는 인증은 없으나, 품질 및 식품안전을 보장하는 인증을 취득할 수 있다.

① JAS 인증

인증기관	일본 농림수산성	
필수 여부	권장(유기농 제품 필수)	
목적	유기농산물 및 가공식품의 명칭 표시 혼란으로 인한 소비자의 제품 선택 피해를 방지	
취득절차	서류제출 → 서류검토 → 현장실시 및 시설조사 → 판정 → 인증 발급	
필요서류	신청자의 성명 또는 명칭 및 주소, 생산일정 관리 담당자의 성명·약력 등	

*출처: 2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드(한국농수산물유통공사)

② ISO 22000

인증기관	국제 표준화 기구(ISO)	
필수 여부	권장	
목적	식품 공급사슬 전반에 걸친 식품안전 보장	
취득절차	국가별 인증발급기관에 심사 신청 → 예비 심사(선택) → 문서 심사 → 현장심사 → 시정 조치 → 인증심의 및 인증서 발행 → 사후 심사(연 1회) → 갱신심사(3년 주기 1회)	

*출처: 2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드(한국농수산물유통공사)

③ FSSC 22000

인증기관	Foundation FSSC(Food Safety System Certification)	
필수 여부	권장	
목적	식품안전 및 품질경영시스템의 범용성 제고를 위해 국제규격 ISO 22000을 접목하여 도입	
취득절차	인증 심사 신청 → 예비 심사(선택) → 문서 심사 → 현장심사 → 시정 조치 → 인증심의 및 인증서 발행 → 사후 심사(연 1회) → 갱신심사(3년 주기 1회)	

*출처: 2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드(한국농수산물유통공사)

(3) 라벨링

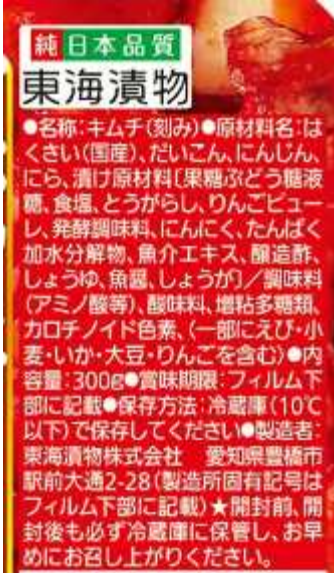
일본에서 유통·판매되는 모든 사전포장 식품은 일본 식품 라벨링 규정을 준수해야 한다.

주요 정보는 일본어로 표시되어야 하며, 배경색과 대조적인 색을 사용해 △식품명 △성분목록 △영양성분 정보 등을 눈에 잘 띄도록 표시해야 한다. 또한, 식품 라벨의 글씨는 8포인트 이상의 크기로 표시해야 한다. 단, 식품 라벨 면적이 150㎠ 이하인 경우 5.5포인트로 표시할 수 있으며, 면적이 30㎠ 이하인 경우 포장 제품의 성분목록, 내용량, 사업체 정보 표시 요건이 면제된다.

<일본 식품 라벨링 요구사항>

항목	필수/권장	표시 방법
식품명	필수	- 식품의 속성을 나타낼 수 있는 일반적인 명칭이나 규정 명칭 사용 - 식품명에 특정 원재료가 언급되는 경우, 식품에 사용된 원재료와 일치해야 하며 주요 원재료가 2가지 이상인 경우, 식품명에 주요 원재료를 모두 표시
성분목록	필수	- 식품첨가물을 포함하여 식품에 사용된 원재료의 명칭을 중량을 기준으로 내림차순으로 표시 - 두 가지 이상의 원재료로 구성된 복합원재료가 사용된 경우, 괄호 안에 복합원재료를 구성하는 원재료의 명칭을 함께 표시 - 식품첨가물의 경우, 사용 용도 및 물질명을 함께 표시 - 가공보조제, 캐리오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 식품 첨가물은 표시 생략 가능
알레르기 유발물질	필수	- 필수 표시 대상 알레르기 유발물질: ①새우 ②계 ③밀 ④메밀 ⑤계란 ⑥어류 ⑦우유(유당 포함) ⑧땅콩 ⑨호두 - 원재료가 필수 표시 대상 알레르기 유발물질로 지정된 성분을 포함하는 경우, 원재료명 뒤에 괄호로 해당 알레르기 유발물질 표시
순중량	필수	- 중량은 'kg' 또는 'g', 부피는 '㎖' 또는 'ℓ'로 표시 - 충전액과 함께 포장된 식품의 경우 고형량 표시
식품업체 정보	필수	- 식품 라벨의 표시내용에 책임이 있는 업체의 명칭, 주소 표시 - 수입식품의 경우 수입업체의 명칭과 주소 표시
소비기한 및 상미기한	필수	- 상미기한 또는 소비기한을 연·월·일 순으로 표시 - 품질이 급속도로 저하될 수 있는 식품은 소비기한, 그 외의 식품의 경우 상미기한을 사용하여 기한을 표시 - 제조·가공한 날로부터 소비·상미기한이 3개월을 초과하는 경우 연·월로 표시
보관 및 섭취방법	필수	- 식품 보존방법의 기준이 정해진 경우, 해당 기준에 맞는 보존방법을 표시 - 별도 기준이 마련되지 않았더라도 식품을 적절하게 섭취하기 위한 보관 지침을 구체적으로 표시
영양성분	필수	- 100g·㎖ 또는 1회 섭취량을 기준으로 △총열량 △단백질 △지질 △탄수화물 △나트륨의 함량을 필수적으로 표시 - 나트륨의 경우, 나트륨 양에 2.54를 곱한 '식염상당량'으로 표시

<일본 김치 라벨 표시 예시>

	식품명	こくうま 熟うま辛キムチ
	성분목록	배추(국산), 무, 당근, 쪽파, 절임 채소 [액상과당, 소금, 고추, 사과퓨레, 발효 시즈닝, 마늘, 가수분해 단백질, 해산물 추출물, 식초, 간장, 피시소스, 생강, 향신료(아미노산 등), 산미료, 다당류 증점제, 카로티노이드
	알레르기 유발물질	새우, 밀, 오징어, 콩, 사과 함유
	순중량	300g
	식품업체 정보	제조업체명: 東海漬物 주소: 〒441-8142 愛知豊橋市尚度町北新町38
	소비·상미기한	별도 표시
	보관 및 섭취방법	개봉 전, 개봉 후에도 반드시 냉장보관
	영양성분	100g 당: 열량 52, 단백질 2.5g, 지방 0g, 탄수화물 11.1g, 식염 2.9g

(4) 수입제도 및 규정

일본 수입신고 간소화 제도를 이용하여 신속하게 수입통관을 완료할 수 있다.

<일본 수입식품 검사 유형>

유형	내용
사전신고제도	- 화물 도착 예정일 7일 전까지 사전에 도착지 관할 검역소에 수입신고 진행 - 사전 수입신고 심사 결과 수입검사 등의 필요하지 않다고 인정되는 식품은 도착 직후 수입신고필증이 곧바로 교부되어 신속하게 수입통관 가능
계획수입제도	- 수입 이력에 문제가 없는 동일한 품목을 반복하여 수입하는 경우, 해당 품목 수입 시 수입신고 의무 면제 - 단, 수입신고서에 수입계획 및 수입실적을 첨부하고 △매년 수입실적 보고 △1년간의 수입 계획서 △과거 3년간의 수입실적서(필요 시) 제출
수출국 검사기관의 검사 결과 제출	- 운송 중 변화할 우려가 없는 식품의 경우 수출국에서 발행한 시험성적서를 수입신고서에 첨부하여 지도검사 생략 - 시험성적서는 수출국의 공적검사기관에서 발행해야 함
동일 식품의 지속수입	- 운송 중 변화할 우려가 있는 품목을 제외하고 첫 회 수입 시 시험성적서를 수입신고서와 함께 제출 - 적합 판정을 받은 경우에 한해, 동일 품목을 반복해서 수입하는 경우 차회부터 일정 기간 지도검사 생략 - 단, 검사명령 등 별도 통지에 의해 검사대상으로 지정된 경우는 적용할 수 없음
수입식품 사전확인제도	- 후생노동성의 심사에 통과한 경우 유효기간 동안 지도검사 생략 - 수입식품 제조업체가 수출국 정부를 통해 별도로 후생노동성에 제도 이용을 신청해야 함
품목등록제도	- 수입식품의 식품위생법 준수 여부를 사전에 확인하여 해당 식품 및 식품의 제조·가공업자를 검역소에 등록 - 품목등록 시, 품목등록신청서, 시험성적서 등 제출 - 품목등록한 식품을 수입하는 경우 간략하게 수입신고서를 작성할 수 있음

*출처: www.mhlw.go.jp(2024.09.)

■ 2.2 | 미국

2023년 기준 3년간 한국산 김치 수출액 성장률 상위, 빠르게 성장 중인 유망 시장

2.2.1 시장규모

정보원에서 제공하지 않음

2.2.2 수출입동향

(1) 수출현황

2023년 미국의 김치 수출액은 전년 대비 7.6% 증가한 약 1억 428만 달러로, 2019년 이후 연평균 1.3% 증가했다.

주요 수출국은 캐나다(69.9%), 멕시코(7.1%), 일본(4.6%) 순으로 집계되었다.

2023년 캐나다로의 수출액은 전년 대비 5.3% 증가한 약 7,284만 달러로, 2019년 이후 연평균 0.9% 감소했다.

2023년 멕시코로의 수출액은 전년 대비 25.3% 증가한 약 743만 달러로, 2019년 이후 연평균 7.1% 증가했다.

2023년 일본으로의 수출액은 전년 대비 67.0% 증가한 약 483만 달러로, 2019년 이후 연평균 15.1% 증가했다.

2023년 한국으로의 수출액은 전체 수출액의 0.2% 비중(23위)을 차지했다. 2023년 수출액은 전년 대비 361.5% 증가한 약 18만 달러로, 2019년 이후 연평균 3.4% 감소했다.

<미국 김치 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	98,869	95,855	91,275	96,896	104,277	100.0	7.6	1.3
1 캐나다	75,458	72,499	63,094	69,180	72,838	69.9	5.3	-0.9
2 멕시코	5,651	6,114	6,632	5,930	7,430	7.1	25.3	7.1
3 일본	2,756	2,993	3,832	2,892	4,829	4.6	67.0	15.1
4 도미니카공화국	170	457	625	1,337	3,382	3.2	153.0	111.2
5 파나마	1,758	1,913	3,136	1,774	2,386	2.3	34.5	7.9
6 코스타리카	1,177	839	1,319	1,588	1,647	1.6	3.7	8.8
7 호주	1,797	1,038	901	1,238	1,376	1.3	11.1	-6.5
8 자메이카	678	1,000	920	1,452	1,121	1.1	-22.8	13.4
9 영국	481	1,500	1,127	428	989	0.9	131.1	19.7
10 과테말라	495	666	704	933	828	0.8	-11.3	13.7
:								
23 한국	207	89	86	39	180	0.2	361.5	-3.4

*주: HS Code 2005.99(조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소-기타)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.09.)

(2) 수입현황

2023년 미국의 김치 수입액은 전년 대비 17.4% 감소한 약 6억 8,337만 달러로, 2019년 이후 연평균 6.3% 증가했다.

주요 수입국은 중국(23.2%), 페루(21.0%), 멕시코(12.6%) 순으로 집계되었다.

2023년 중국산 수입액은 전년 대비 19.1% 감소한 1억 5,866만 달러로, 2019년 이후 연평균 13.3% 증가했다.

2023년 페루산 수입액은 전년 대비 30.8% 감소한 약 1억 4,361만 달러로, 2019년 이후 연평균 1.0% 증가했다.

2023년 멕시코산 김치 수입액은 전년 대비 1.8% 감소한 약 8,604만 달러로, 2019년 이후 연평균 16.2% 증가했다.

2023년 한국산 김치 수입액은 전체 수입액의 2.8% 비중(8위)을 차지했다. 2023년 수입액은 전년 대비 9.0% 감소한 약 1,884만 달러로, 2019년 이후 연평균 12.0% 증가했다.

<미국 김치 수입현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	535,089	621,538	685,704	826,821	683,365	100.0	-17.4	6.3
1 중국	96,453	159,423	159,253	196,127	158,663	23.2	-19.1	13.3
2 페루	137,934	131,457	153,009	207,575	143,606	21.0	-30.8	1.0
3 멕시코	47,267	51,022	69,826	87,643	86,036	12.6	-1.8	16.2
4 인도	39,684	48,577	52,264	54,243	45,883	6.7	-15.4	3.7
5 캐나다	38,962	39,900	41,794	34,463	30,128	4.4	-12.6	-6.2
6 스페인	25,412	24,798	27,578	37,803	27,576	4.0	-27.1	2.1
7 이탈리아	14,639	11,203	17,989	23,345	21,392	3.1	-8.4	9.9
8 한국	11,976	16,114	16,771	20,697	18,844	2.8	-9.0	12.0
9 그리스	5,249	11,813	12,328	13,830	17,418	2.5	25.9	35.0
10 네덜란드	9,996	10,290	13,722	17,208	15,299	2.2	-11.1	11.2

*주: HS Code 2005.99(조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소-기타)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.09.)

2.2.3 주요 브랜드 및 제품현황

(1) 주요 브랜드

① Lucky Foods

	회사명	Lucky Foods	브랜드 국적	한국
	웹사이트	https://luckyfood.com		
특징	- 2020년 설립된 아시안 식품 제조기업으로, 김치를 포함한 한국식 소스와 부침개 등 한국식품을 생산함 - 대표 제품인 '서울 김치'는 전체 사업의 약 3분의 2를 차지하며, 이 밖에도 MSG, GMO, 색소 및 방부제를 사용하지 않은 제품을 생산함 - 2023년 국내 식품기업인 대상이 인수함			
주요 제품				
	Lucky Seoul Original Kimchi		Lucky Seoul Vegan Kimchi	
				
	Lucky Seoul Vegan White Kimchi		Lucky Foods Seoul Kimchi, Authentic Korean Premium Fermented Napa Cabbage Kimchi	

*출처: 기업 홈페이지(2024.09.), '대상, 美 식품업체 '럭키푸드' 380억원에 인수... 미국 김치시장 공략', 조선비즈 (2023.06.19.), 2024 미국 김치 보고서(경쟁력분석형)

② Ocean's Halo

	회사명	Ocean's Halo	브랜드 국적	미국
	웹사이트	https://oceanshalo.com		
특징	- 미국 식품 제조기업으로 유기농 및 식물성 아시안 식품을 전문적으로 생산 - 식물성 재료로 제조한 유기농 김치 외에도 베트남 반미용 채소 절임, 한국식 바비큐 소스, 조미김, 쌀국수 육수, 찹쌀, 흑미, 라이스페이퍼 등을 생산함			
주요 제품				
	Ocean's Halo Organic Kimchi		Ocean's Halo Organic Banh Mi Veggies	

*출처: 기업 홈페이지, www.walmart.com(2024.09.)

③ Mother In Laws

	회사명	Mother In Laws	브랜드 국적	미국
	웹사이트	https://milkimchi.com		
특징	- 2009년 설립된 한국식품 전문 브랜드로, 한국식 수제 김치를 표방함 - 액젓 및 소고기 육수를 사용하고 전통 방식으로 재료 손질 및 김장, 발효를 거쳐 김치를 생산하며, 일반 김치 제품 외에도 식물성 재료로만 구성된 비건 김치, 짧은 기간 동안 저온 발효 과정을 거친 'Everyday Kimchi' 등을 판매함			
주요 제품				
	Mother In Laws Kimchi House Napa Cabbage Kimchi		Mother In Laws Everyday Kimchi	

*출처: 기업 홈페이지, www.walmart.com(2024.09.)

(2) 제품현황

미국 온라인 유통채널에서는 △배추김치 △볶음김치 △깍두기 △백김치 등이 판매되고 있다.

(유형별) 김치 유형별 판매 비중은 배추김치(67.6%) > 볶음김치(18.9%) > 깍두기(2.7%) 및 백김치(2.7%) 순으로 집계⁸⁾되었다. **배추김치**의 경우 한입 크기로 절단하여 유리병이나 캔, 파우치 등에 포장한 제품이 판매된다. 일부 대용량 제품이 판매되고 있으나 해당 제품 또한 한입 크기로 절단한 제품으로 확인된다. **볶음김치**는 한국산 및 현지 한국식품 제조업체에서 생산한 제품이 판매되며, 판매 제품 모두 금속 캔에 담긴 소용량 제품으로 확인된다. **깍두기**는 현지에서 생산된 비건 김치로, 유리병에 담겨 판매되고 있으며, **백김치**는 현지에서 생산된 비건 및 글루텐프리 김치로, 유리병에 담겨 판매되고 있다.

(원산지별) 미국산(56.8%)과 한국산(43.2%)으로 양분되며, 미국 현지에 소재한 식품 제조업체에서 생산한 제품 비중이 높다.

미국 온라인 유통채널에서 판매 중인 김치의 평균 단가는 100g당 5.51달러로 집계된다.

원산지별 판매 단가는 100g당 한국산(6.82달러) > 미국산(4.51달러) 순으로 한국산 김치의 단가가 높은 것으로 나타났다.

제품 유형별 판매 단가는 100g당 배추김치(6.14달러) > 볶음김치(4.50달러) > 깍두기(3.31달러) > 백김치(1.13달러) 순으로 집계되었다.

(미국산) 대부분 유리병에 포장된 배추김치 위주로 판매되고 있다.

아시아 식품 제조업체 또는 현지에 소재한 한국식품 제조업체에서 생산한 제품이 주로 판매되며, 현지 식품 제조업체에서 생산한 절인 채소(피클) 제품 일부가 '김치(Kimchi)'로 판매되기도 한다.

배추김치를 한입 크기로 썰어 유리병에 포장한 제품이 대부분으로, 이 외에도 캔 형태의 소포장 제품과 비닐 포장된 대용량 제품이 판매되고 있다. 유리병으로 포장한 제품은 일반적으로 14~18oz(약 400~510g) 단위로 판매되며, 금속 캔 제품은 5.64oz(약 160g), 비닐 포장된 대용량 제품은 56oz(약 1.5kg) 단위로 판매된다.

8) 미국 온라인 유통채널(Walmart)에서 판매 중인 김치 37개 기준(2024.10.08.)

비건 인증, USDA 유기농 인증, 글루텐프리 인증, Non-GMO 인증을 취득한 제품의 비중이 높은 편이며, 일부 제품은 케토 또는 코셔 김치로도 판매되고 있다. 인증을 취득한 제품은 제품 라벨에 인증 마크를 표시하고 있으며, '비건 김치(Vegan Kimchi)', '유기농 김치(Organic Kimchi)'로 판매한다. 특히, 비건 인증을 취득한 제품은 김치 제조 시 새우젓 등 동물성 성분을 사용하지 않은 제품으로 확인된다.

<미국 온라인 유통채널에서 판매 중인 미국산 김치>

제품 사진			
제품유형	배추김치	배추김치	깍두기
제품명	Lucky Seoul Original Kimchi	Ocean's Halo Organic Kimchi	Daikon Radish Kimchi
브랜드	Lucky Foods	Ocean's Halo	Simply Kimchi
가격	4.48달러 / 14oz	5.98달러 / 16oz	179.98달러 / 16oz
제품 사진			
제품유형	배추김치	배추김치	백김치
제품명	Vegan Napa Cabbage Kimchi	Gluten-Free Classic Kimchi	Lucky Seoul Vegan White Kimchi
브랜드	Mother In Laws	Cleveland Kitchen	Lucky Foods
가격	105.19달러 / 16oz*6병	5.99달러 / 16oz	4.48달러 / 14oz

*출처: www.walmart.com(2024.10.)

(한국산) 캔에 포장된 배추김치 및 볶음김치가 주로 판매됨

배추김치는 캔이나 유리병, 파우치 등으로 포장된 제품이 판매되며, 볶음김치는 캔 제품이 판매되고 있다.

미국산과 비교하여 소포장 제품이 대부분으로, 캔 제품은 5.64oz(약 160g), 유리병 제품은 7.58oz(약 215g), 파우치 제품은 80g 단위가 일반적인 것으로 확인된다.

일부 제품은 비건 및 글루텐프리 제품이며, 방부제를 첨가하지 않음을 강조하여 판매하고 있다.

<미국 온라인 유통채널에서 판매 중인 한국산 김치>

제품 사진			
제품유형	배추김치	배추김치	볶음김치
제품명	Canned Kimchi	Stable Kimchi Pouch	Stir Fried Kimchi Can Korean Kimchi
브랜드	Picky Wicky	종가집	동원 양반
가격	5.95달러 / 160g	19.79달러 / 2.8oz*8개	28.19달러 / 160g*4캔
제품 사진			
제품유형	배추김치	배추김치	볶음김치
제품명	Napa Cabbage Kimchi	Napa Cabbage Kimchi	Stir-Fried Kimchi
브랜드	수라상	모아	샘표
가격	26.77달러 / 7.58oz*2병	28.52달러 / 3.53oz*2개	24.30달러 / 5.64oz*3개

*출처: www.walmart.com(2024.10.)

2.2.4 소비트렌드

김치를 구매 및 섭취하는 소비자층이 확대되는 추세를 보인다.

과거 한국계 및 아시아계 소비자를 중심으로 섭취하였으나, 한국식품에 대한 관심이 증대되면서 소비자층이 확대되었다. K팝, K드라마 등 문화 콘텐츠에 대한 관심이 한국식품에 대한 관심으로 확장되었으며, 이에 대표적인 한국식품인 김치에 대한 관심이 증대되고 있다.

코로나19 팬데믹 이후 발효식품의 인기가 증가하면서 김치가 슈퍼푸드로 인식되고 있다. 시장조사기관 스프인스(SPINS)에 따르면 인기 발효식품으로서 김치의 매출 성장이 가파르게 성장하고 있다.⁹⁾

또한, 한국식품 전문 유통채널의 시장 확장으로 인해 한국식품에 대한 접근성이 향상되었으며, 이에 현지 소비자는 보다 간편하게 김치를 구매할 수 있게 되었다.

<미국 한인마트에서 판매되는 김치>

			
Harvest Whole Cabbage Kimchi	Ponytail Radish Kimchi (Chongkak Kimchi)	Sliced Kimchi	Canned Cabbage Kimchi

*출처: www.hmart.com(2024.10.)

비건·유기농·글루텐 프리 등 김치 소비자의 수요가 다양해지고 있다.

채식주의 소비자는 새우젓, 액젓 등을 사용하지 않은 비건 김치를 섭취한다. 식물성 재료를 사용한 김치에 대한 관심이 늘면서, 미국 식품 제조업체 럭키푸드(Lucky Foods)는 배추와 당근, 마늘 퓨레, 양파, 레몬그라스 등을 주 원료로 한 비건 김치(Vegan Kimchi)를 출시했다.

또한, 건강하고 안전한 식품에 대한 수요가 늘면서 유기농 김치, 글루텐 프리 김치, 無방부제 김치의 출시가 확대되고 있다.

9) '미국, 발효식품 유행 바로알기', 한국농수산물유통공사

<미국에서 판매되는 비건·유기농·글루텐 프리 김치>

			
비건 김치	유기농 김치	글루텐프리 김치	

*출처: www.hmart.com, www.walmart.com(2024.10.)

비닐이나 일회용 파우치 외에도 캔, 유리병, 플라스틱병 등 다양한 포장의 제품이 판매되고 있어, 소비자의 필요에 따라 적절한 제품을 선택할 수 있다.

비닐 또는 일회용 파우치 포장은 소포장 제품과 대용량 제품 등 다양한 용량의 제품으로 구성되어, 소비자는 원하는 용량의 제품을 구매할 수 있다.

캔 통조림 형태의 제품은 저장성을 강화하였을 뿐만 아니라, 상대적으로 소용량으로 포장되어 보관 및 휴대, 섭취 편의성을 높였다.

미국 현지에서 제조되는 김치 포장재는 유리병이 대부분으로, 라벨에 '유기농', '글루텐프리', '원재료' 등을 강조하고 있어 소비자는 건강 상의 이유로 또는 기호에 따라 원하는 제품을 구매할 수 있다.

이 외에도 플라스틱병으로 포장한 제품을 판매하고 있으나 비중이 크지 않은 것으로 나타났다.

<미국에서 판매되는 김치의 포장 형태>

			
일회용 파우치	캔 통조림	유리병	플라스틱병

*출처: www.hmart.com, www.walmart.com(2024.10.)

2.2.5 유통채널

(1) 유통채널별 규모

2023년 미국 오프라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 4.0% 증가한 1조 7,436억 80만 달러로, 2019년 이후 연평균 6.1% 증가했다.

유통채널별 유형별 비중은 슈퍼마켓(39.4%), 하이퍼마켓(28.1%), 창고형 매장(11.0%), 포코트리테일러(8.6%), 전문판매점(6.2%), 소규모 식료품점(2.7%), 할인점(2.2%), 편의점(1.8%) 순으로 집계되었다.

<미국 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	1,376,172.6	1,479,791.9	1,558,163.9	1,676,722.5	1,743,600.8	100.0	4.0	6.1
슈퍼마켓	543,615.3	594,410.9	607,804.4	658,069.1	686,182.9	39.4	4.3	6.0
하이퍼마켓	407,476.2	424,949.9	451,960.0	477,625.3	490,793.1	28.1	2.8	4.8
창고형 매장	132,126.6	146,988.6	163,093.7	181,182.2	192,172.0	11.0	6.1	9.8
포코트리테일러	112,218.5	118,296.6	127,678.4	141,293.6	150,039.9	8.6	6.2	7.5
전문판매점	86,732.0	95,883.6	101,456.5	104,530.6	107,762.4	6.2	3.1	5.6
소규모 식료품점	37,489.4	40,174.5	42,465.0	45,823.0	46,894.7	2.7	2.3	5.8
할인점	29,602.2	31,886.9	33,185.9	35,875.3	37,826.3	2.2	5.4	6.3
편의점	26,912.4	27,200.9	30,520.1	32,323.5	31,929.4	1.8	-1.2	4.4

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

**출처: 「Retail in US(2024.03.)」(유로모니터)

2023년 미국 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 12.0% 증가한 1,158억 7,200만 달러로, 2019년 이후 연평균 30.1% 증가했다.

<미국 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 달러, %)

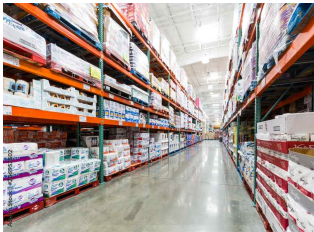
2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
40,455.2	76,210.2	90,064.0	103,417.7	115,872.0	12.0	30.1

*출처: 「Retail in US(2024.03.)」(유로모니터)

(2) 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Walmart Supercenter	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.walmart.com	매장 수	3,559개
	- Walmart Inc 산하 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 온라인 사이트를 운영하는 옴니채널 방식 도입 - 다양한 종류의 식료품뿐만 아니라 유아 및 스포츠용품, 타이어, 서적 등의 비식품 카테고리를 판매 - 현재 노스캐롤라이나와 아칸소 북서부 일부 지역에 드론 배송 서비스를 제공하고 있으며 점차 범위를 늘려나갈 계획임			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in the US(2024.03.)」(유로모니터), 미국 Walmart Supercenter 홈페이지(www.walmart.com)

	브랜드명	Costco	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.costco.com	매장 수	591개
	- Costco Wholesale Corp 산하 창고형 매장(warehouse club) 브랜드 - 식료품, 전자기기, 의류, 가구, 서적, 타이어 등 다양한 제품군 판매 - 다양한 브랜드의 제품을 보다 저렴한 가격에 대용량으로 판매 - 1국가 1카드, 마진을 15%, 회원제 운영을 3가지 원칙으로 함 - B2C 및 B2B 전자 상거래가 가능한 온라인 구매 사이트를 함께 운영함 - 특정 지역에 한해 2-Day Delivery 서비스를 운영함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

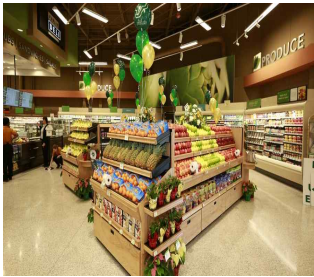
*출처: 「Retail in the the US(2024.03.)」(유로모니터), 미국 Costco 홈페이지(www.costco.com)

	브랜드명	Target	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.target.com	매장 수	1,561개
- Target Corp 산하 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 식료품과 가정용품, 전자제품, 유아용품 등의 비식료품을 판매함 - 미국 인구의 75%가 Target 매장에서 10마일 이내에 거주하고 있는 점을 활용하여 옴니채널형 방식으로 운영 중이며 특히 온라인 사업 부분의 공격적인 투자로, 온라인 매출액이 상승 추이를 보임 - 2017년 식료품 배달 스타트업 Shipt를 인수하여 당일 주문 당일 배송 서비스를 제공함				
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in the US(2024.03.)」(유로모니터), 미국 Target 홈페이지(www.target.com)

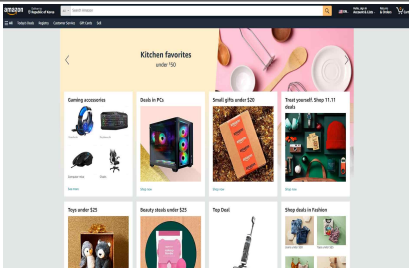
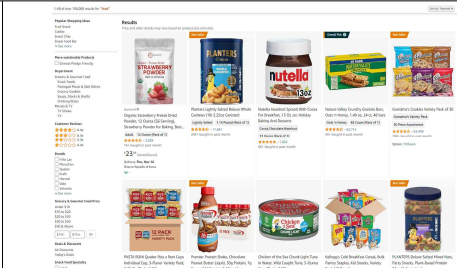
	브랜드명	Sam's Club	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.samsclub.com	매장 수	600개
- Walmart Inc 산하 창고형 매장(warehouse club) 브랜드 - 회원제로 운영되며 멤버십 가입 시 의료 및 자동차, 주택 관리 서비스 등을 제공함 - 프리미엄 품질 자체브랜드(PB)인 Member's Mark 출시 - 앱을 통한 온라인 구매가 가능한 옴니채널형 방식이며 앱 내 'Scan&Go' 기능으로 오프라인 매장 내에서도 대기하지 않고 바로 결제할 수 있음				
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in the US(2024.03.)」(유로모니터), 미국 Sam's Club 홈페이지(www.samsclub.com)

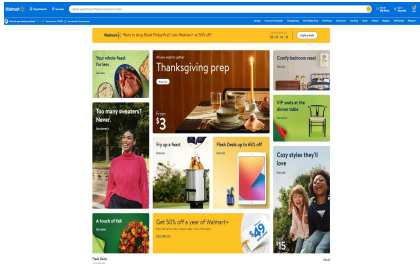
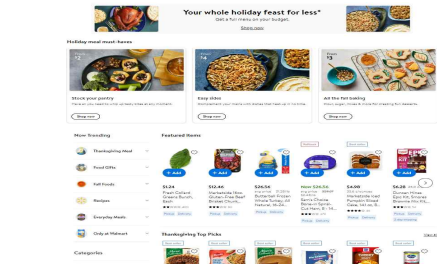
Publix	브랜드명	Publix	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.publix.com	매장 수	1,325개
- Publix Super Markets Inc 산하 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 신선식품, 가공식품, 건강보조식품 등 다양한 종류의 식료품과 유아용품, 생활용품 등을 판매 - 매장의 90%에 'Publix pharmacy'가 입점되어 있음				
매장 사진				
	외부 전경		매장 내 약국 매대	

*출처: 「Retail in the US(2024.03.)」(유로모니터), 미국 Publix 홈페이지(www.publix.com)

(3) 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Amazon Marketplace	운영업체	Amazon.com Inc
	웹사이트	www.amazon.com		
amazon	- Amazon.com Inc에서 운영하는 글로벌 B2C 전자상거래 플랫폼 - 2020년 신선슈퍼마켓 브랜드 아마존프레쉬(Amazon Fresh)를 오프라인 유통시장에 진출시켜 전역에 23개 매장을 보유하고 있음 - 친환경 식료품 전문 슈퍼마켓인 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 등 미국 전역에 600개의 오프라인 매장 또한 운영 - 현재 전 세계적으로 175개의 물류센터를 보유하고 있으며, 그 중 110여 개가 미국에 위치 - 지난 2013년 드론 배송 30분 서비스를 처음 발표한 이후 2022년 말, 캘리포니아 록퍼드에서 프라임 에어(Prime Air) 드론 배송 시작 계획을 발표 - 당일 배송, 매장 픽업, 아마존 키(Amazon Key, 집안 또는 자동차 안에 배달) 등 여러 방식을 운영하며 배달 경쟁력을 강조함			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in the US(2024.03.)」(유로모니터), 미국 Amazon 홈페이지(www.amazon.com)

	사이트명	Walmart	운영업체	Walmart Inc
	웹사이트	www.walmart.com		
	- Walmart Inc에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 시즌·각종 기념일·Flash deal 등 다양한 종류의 가격 프로모션을 진행함 - 다양한 종류의 식료품뿐만 아니라 유아 및 스포츠용품, 타이어, 서적 등의 비식품 카테고리들 또한 판매함 - 무료배송, 주유비 할인 등의 혜택 제공하는 'Walmart+' 멤버십 시행 - 현재 노스캐롤라이나와 아칸소 북서부 일부 지역에 드론 배송 서비스를 제공하고 있으며 점차 범위를 늘려나갈 계획임			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in the US(2024.03.)」(유로모니터), 미국 Walmart 홈페이지(www.walmart.com)

2.2.6 비관세장벽

(1) 통관 및 검역절차

對미국 수출입통관 절차는 '식품 시설 등록 → 수출신고 및 선·기적 → 원산지증명서 발급 → 수입자 보안신고 → 사전통지 제출 → 수입신고 → 수입검사 및 검역 → 관세 납부 및 물품 반출' 순으로 진행된다.

①**식품 시설 등록**: 미국에 식품을 수출하고자 하는 모든 해외 생산·가공·포장·보관시설은 미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration)에 식품 시설을 필수적으로 등록해야 한다. 미국 FDA 시스템(FIS, FDA Industry System)을 통해 온라인으로 식품 시설에 대한 정보를 제출하여 등록할 수 있으며, 미국 FDA는 제출된 정보의 적합성 등을 검증한 후 시설등록번호를 발급한다. 발급받은 시설등록번호는 2년간 유효하며, 매 짝수년도 10월~12월 중에 미국 FDA 시스템(FIS)을 통해 갱신해야 한다.

<미국 FDA 식품 시설등록 시 제출정보>

구분	내용
필수	- 시설명, 주소, 전화번호 - FDA가 인정하는 시설의 고유시설식별번호 - 등록시설의 비상연락정보(담당자명 및 전화번호) - 미국에 상주하는 대리인 정보(대리인명 및 전화번호) - 등록한 시설명 이외의 다른 상호명을 사용하는 경우 대체 상호명 - 제품 유형(식품·동물용 식품) - 시설 운영 담당자의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소
선택	- 연락 시 선호하는 시설의 주소 정보(시설명, 주소, 전화번호, 이메일 주소 등) - 등록 시설의 모회사가 있는 경우 모회사의 주소, 전화번호 등 - 시설이 계절에 따라 운영되는 경우, 운영 개시월과 종료월

*출처: www.fda.gov(2024.10.)

②**수출신고 및 선·기적**: 국내 수출업체 및 그 대리인은 수출신고를 완료한 뒤 화물을 운송수단에 선적한다. 관세청 전자통관시스템(UNI-PASS)을 통해 전자문서 형태의 △수출신고서 △과세가격 결정자료 △선하증권(B/L) 사본 또는 항공화물운송장(AWB) 사본 △그 밖의 참고서류 등 제반서류를 제출하고 수출신고를 완료할 수 있다. 세관은 수출신고 과정에서 우범성이 있다고 인정되는 물품 등에 대해 수출검사를 실시할 수 있다. 신고 수리된 수출품에 대해 '수출신고수리필증'이 교부되며, 수출신고 수리일로부터 30일 이내에 화물을 운송수단에 선적·기적해야 한다.

- ③**원산지증명서 발급:** 한-미 FTA 협정세율을 적용하기 위해서는 권고서식을 활용하여 수출업체 또는 생산업체가 자율적으로 원산지증명서를 발급해야 한다.¹⁰⁾
- ④**수입자 보안신고:** 해상운송을 통해 수입할 경우 미국 수입업체 및 운송업체는 미국 관세국경보호청(CBP, Customs and Border Protection)에 화물 선적 24시간 전까지 수입자 보안신고(Importer Security Filing)를 제출해야 한다. 미국 수입업체는 △제조사 및 공급자 △판매자 △구매자 △수취인 △컨테이너 적입장소 △적입업체 △수입자 번호 △수하인 번호 △원산지 △HS 코드 등 정보를 제출해야 하며, 운송업체는 △화물 적재 계획서 △컨테이너 상태 등 정보를 제출해야 한다.
- ⑤**사전통지 제출:** 미국 수입업체 및 운송업체는 미국 FDA의 식품 사전통지(PNSI, Prior Notice System Interface) 시스템¹¹⁾ 또는 관세국경보호청의 ACE(Automated Commercial Environment) 시스템을 통해 △수입식품 정보 △수입업체 정보 등을 제출하여 식품 수입 사실을 사전에 통지해야 한다. 이때 △미국 내 도착항 △수입업체 및 운송업체 정보 △제품정보 △수량 및 포장 정보 △식품의 통관거부 이력 △식품 제조업체 및 생산시설 등록번호 등을 제출해야 한다. 미국 FDA의 사전통지 시스템을 활용하는 경우 미국 도착 15일 전부터, 관세국경보호청의 시스템을 활용하는 경우 미국 도착 30일 전부터 신고할 수 있으며, 운송수단별 사전통지 제출기한을 준수해야 한다.

<운송수단별 식품 사전통지(PNSI) 제출기한>

유형	기한
도로운송	도착 2시간 전
철도운송	도착 4시간 전
해상운송	도착 8시간 전
항공운송	도착 4시간 전

*출처: 미국 연방관보 Title 21, Chapter I, Subchapter A, Part 1, Subpart 1

- ⑥**수입신고:** 미국 수입업체는 도착 후 15일 이내에 관세국경보호청에 제반서류를 제출하여 수입신고를 완료해야 한다. 미국 ABI(관세사 전용 인터페이스) 및 통관자동화시스템(AMS, Automated Manifest System)를 통해 △적하목록(CBP Form 7533) △수입신고서(CBP Form 3461) △통관권리증명서 △상업송장 △포장명세서 △기타 세관이 요구하는 서류를 제출해야 한다.
- ⑦**수입검사 및 검역:** 미국 FDA는 관련 요건 준수 여부 등 수입식품의 적합성을 판단하기 위해 △현장검사 △샘플검사 △라벨검사를 실시할 수 있다.

10) 원산지증명서 서식 조회: www.customs.go.kr/ftaportalkor/cm/cntnts/cntntsView.do?mi=3404&cntntslid=2782

11) www.access.fda.gov

<미국 FDA 식품 수입검사 내용>

구분	내용
현장검사	- △식품과 제출된 서류상의 정보의 일치 여부 △운송·보관 중 발생한 손상 △보관온도 △설치류 및 곤충의 침입 △식용색소 등 식품첨가물 요건 준수 여부 △서류상으로 의심되는 사항 및 관행의 발생 여부 등 검사 - 미국 FDA가 정기적으로 국경검문소, 창고, 냉장시설 및 컨테이너 등에서 실시 - 현장검사 결과 위반사항이 발견된 경우, 샘플검사가 진행될 수 있음
샘플검사	- 샘플검사 대상으로 선정된 경우 미국 FDA는 이를 통지하며, 수집된 샘플에 대해 공중보건기준의 충족 여부를 검토하기 위해 미국 FDA 실험실에 정밀분석 실시 - 미국 FDA는 정기적으로 수입식품의 샘플을 수집하며, 이외에도 현장검사 결과 위험 요소가 발견되었거나, 과거에 위반이 발생한 식품이거나 해당 식품의 생산·운송·수입업체가 과거 규정을 위반한 이력이 있는 경우 샘플검사 대상으로 선정될 수 있음 - 검사에 합격하기 전까지 미국 국내로 반출 불가
라벨검사	- △식품 라벨상의 정보와 실제 식품간의 일치 여부 △식품명·원산지 등 라벨링 규정의 표시 항목 및 요건 준수 여부 검사

*출처: 미국 FDA 홈페이지(www.fda.gov)

⑧관세 납부 및 반출: 미국 수입업체는 화물이 보세구역에 장치된 날로부터 10일 이내에 관세를 납부해야 하며, △납세신고서(Entry Summary, CBP Form 7501) △추정관세 산정의 근거가 되는 서류와 추정관세를 납부한 뒤 화물을 반출할 수 있다. 제출서류를 토대로 확정된 최종 관세액에서 과부족분이 발생하는 경우, 이를 1년 이내에 추가로 납부하거나 환급받을 수 있다.

(2) 품질인증

對미국 수출 시 필수적으로 취득해야 하는 인증은 없으나, 품질 및 식품안전을 보장하는 인증을 취득할 수 있음

① 글루텐 프리 인증

인증기관	Gluten-Free Certification Organization(GFCO)	Certified  Gluten-Free®
필수 여부	권장(민간인증)	
목적	글루텐 성분을 함유하지 않았음을 보장	
취득절차	제조공장 등록 → 인증기관 확인 → 인증 신청 → 신청서 검토 후 견적 → 견적승인 및 수수료 납부 → 공장실사 실시 → 감사보고서 수령 → 부적합 사항 시정 → 인증 결정	
필요서류	현재 제품 및 성분 목록, 조직도, 직업 세부설명, 구매 문서, 승인된 공급업체 목록, 글루텐에 대한 공급업체 명세서, 교육자료(직원 교육 기록), 검사 확인 문서, 글루텐 위험 분석, 포장/라벨 점검 문서, 전년 시정 조치 보고서	

*출처: 2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드(한국농수산식품유통공사)

② USDA 유기농 인증

인증기관	미국 농무부(USDA)	
필수 여부	권장	
목적	유기농법에 따라 식품이 생산되었음을 증명	
취득절차	USDA 공인인증기관 검색 → 인증신청서 접수 및 수수료 납부 → 서류심사 → 현장실사 실시 → 조사결과 종합 및 인증서 발급	
필요서류	신청인 정보, 제품 정보, 이전에 신청한 모든 유기인증제 정보, 최근 3년 간 재배 등에 사용한 화학물질 이력, 유기농 생산 또는 시스템 계획서	

*출처: 2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드(한국농수산물유통공사)

③ ISO 22000

인증기관	국제 표준화 기구(ISO)	
필수 여부	권장	
목적	식품 공급사슬 전반에 걸친 식품안전 보장	
취득절차	국가별 인증발급기관에 심사 신청 → 예비 심사(선택) → 문서 심사 → 현장심사 → 시정 조치 → 인증심의 및 인증서 발행 → 사후 심사(연 1회) → 갱신심사(3년 주기 1회)	

*출처: 2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드(한국농수산물유통공사)

④ FSSC 22000

인증기관	Foundation FSSC(Food Safety System Certification)	
필수 여부	권장	
목적	식품안전 및 품질경영시스템의 범용성 제고를 위해 국제규격 ISO 22000을 접목하여 도입	
취득절차	인증 심사 신청 → 예비 심사(선택) → 문서 심사 → 현장심사 → 시정 조치 → 인증심의 및 인증서 발행 → 사후 심사(연 1회) → 갱신심사(3년 주기 1회)	

*출처: 2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드(한국농수산물유통공사)

(3) 라벨링

미국에서 유통·판매되는 모든 사전포장식품은 미국 식품 라벨링 규정을 준수해야 한다.

제품 라벨에는 영어를 사용하여 △제품명 △순중량 △식품업체 정보 △성분 목록 등 필수 표시항목을 빠짐없이 표시해야 한다. 단, 외국어를 병기하는 경우 필수 표시사항을 모두 영어와 외국어로 표시해야 한다.

<미국 식품 라벨링 요구사항>

항목	필수/권장	표시 방법
제품명	필수	- 제품의 일반적인 명칭 사용 - 굵은 글씨체로, 일반적으로 라벨에 쓰인 가장 큰 단어 또는 그래픽의 절반 이상의 크기로 쓰여야 하며, 제품의 가장 하단과 평행으로 표시 - 활자 크기는 주표시면에 사용된 가장 큰 활자의 1/2 이상 - 외국어 표기일 경우, 영어 및 외국어 모두 표기
순중량	필수	- 주 표시면 하단 30% 구역에 표시 - 포장 용기의 중량을 제외한 실제 식품의 중량을 영미 파운드법으로 표시 - 미터 단위계 병기 가능 - 글자 크기는 세로와 가로 비율이 3:1을 넘을 수 없으며, 주 표시면의 크기에 따라 최소 폰트 높이 기준이 상이 - 고휘 식품은 'Net Weight'라는 단어가 반드시 포함해야 하며, 액상 식품은 'Net Contents' 또는 'Net' 등의 단어는 선택적으로 사용 가능
식품업체 정보	필수	- 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 이름을 표기 - 제조업체의 이름이나 주소가 없는 경우에는 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재 - 제조사, 포장업체 또는 유통업체 표기는 일반적으로 정확한 도로명 및 번호, 도시, 주, 우편번호(Zip 코드) 등의 정보를 모두 포함
성분 목록	필수	- 사용된 원재료의 중량을 기준으로 통상적인 명칭을 사용하여 내림차순으로 나열할 것 - 전체 제품 용량 및 무게의 2% 이하를 구성하는 성분명의 표기는 위 방식의 적용을 받지 않음 - 허가된 방부제 첨가 시 방부제의 통상 명칭 및 기능을 표기할 것 - 공인된 색소는 약어 또는 특정 이름 사용
알레르겐 정보	필수	- 주요 알레르기 유발물질(△우유 △계란 △어류 △갑각류 △견과류 △밀 △땅콩 △대두 △콩 △참깨)이 포함된 경우 해당 알레르기 유발물질의 포함 사실을 반드시 표시 - 눈에 잘 띄고 읽기 쉬워야 하며, 성분 목록의 문자 크기 이상으로 표시 - 성분 목록에 원재료명을 작성한 뒤 괄호 안에 알레르기 유발물질의 명칭을 표시 - 견과류, 어류, 갑각류는 정확한 종 표시
영양성분표	필수	- △열량 △총 지방(포화지방, 트랜스지방) △콜레스테롤 △나트륨 △총 탄수화물(식이섬유, 총 당류, 첨가당), △단백질 △비타민D △칼슘 △철분 등의 함량을 표시 - 1회 섭취량 및 1일 영양성분 기준치(%DV) 정보를 표시 - 식품 라벨의 면적에 따라 영양성분표 표시 위치가 상이함 - 영양성분표의 유형이 다양하므로 제품의 크기나 라벨의 면적에 따라 적절한 유형을 선택하여 표시 가능
원산지	필수	- 미 FDA는 원산지 표시를 요구하지 않으나, 미국 세관 및 관세국경 보호청은 원산지 표시를 요구 - 미국 내 유통업체의 명칭과 주소 근처에 영어로 표시할 것

<미국 김치 라벨 표시 예시>

	제품명	Lucky Seoul Original Kimchi																																																	
	순중량	14 oz (396g)																																																	
	식품업체 정보	Lucky Foods, LLC Tualatin, OR 97062																																																	
	성분 목록	배추, 고추, 당근, 마늘, 파, 설탕, 양파, 새우젓, 바다소금, 생강, 멸치 추출물																																																	
	알레르겐 정보	새우, 생선 함유																																																	
	영양성분표	<table><tr><td>열량</td><td>15kcal</td><td></td></tr><tr><td>총 지방</td><td>0g</td><td>0%</td></tr><tr><td>- 포화지방</td><td>0g</td><td>0%</td></tr><tr><td>- 트랜스지방</td><td>0g</td><td></td></tr><tr><td>콜레스테롤</td><td>0mg</td><td>0%</td></tr><tr><td>나트륨</td><td>3g</td><td>12%</td></tr><tr><td>총 탄수화물</td><td>1g</td><td>1%</td></tr><tr><td>- 식이섬유</td><td>1g</td><td>4%</td></tr><tr><td>- 총 당류</td><td>1g</td><td></td></tr><tr><td>첨가당 1g 포함</td><td></td><td>2%</td></tr><tr><td>단백질</td><td>1g</td><td></td></tr><tr><td>비타민D</td><td>0mcg</td><td>0%</td></tr><tr><td>칼슘</td><td>17mg</td><td>2%</td></tr><tr><td>철분</td><td>0mg</td><td>0%</td></tr><tr><td>칼륨</td><td>29mg</td><td>0%</td></tr><tr><td>비타민C</td><td>8mg</td><td>8%</td></tr></table>			열량	15kcal		총 지방	0g	0%	- 포화지방	0g	0%	- 트랜스지방	0g		콜레스테롤	0mg	0%	나트륨	3g	12%	총 탄수화물	1g	1%	- 식이섬유	1g	4%	- 총 당류	1g		첨가당 1g 포함		2%	단백질	1g		비타민D	0mcg	0%	칼슘	17mg	2%	철분	0mg	0%	칼륨	29mg	0%	비타민C	8mg
열량	15kcal																																																		
총 지방	0g	0%																																																	
- 포화지방	0g	0%																																																	
- 트랜스지방	0g																																																		
콜레스테롤	0mg	0%																																																	
나트륨	3g	12%																																																	
총 탄수화물	1g	1%																																																	
- 식이섬유	1g	4%																																																	
- 총 당류	1g																																																		
첨가당 1g 포함		2%																																																	
단백질	1g																																																		
비타민D	0mcg	0%																																																	
칼슘	17mg	2%																																																	
철분	0mg	0%																																																	
칼륨	29mg	0%																																																	
비타민C	8mg	8%																																																	
원산지	미국																																																		

(4) 수입제도 및 규정

미국 식품안전현대화법(FSMA, Food Safety Modernization Act)에 따라, 미국으로 수출하는 국내 생산업체는 식품안전계획을 수립해야 한다.

식품안전현대화법은 현대식 식품 제조공정을 수립해 식품 안전상에 위협으로 작용할 수 있는 잠재적인 문제를 예방하고 안전한 식품을 미국으로 공급하기 위해 제정된 법률로, 식품 생산업체에 각종 식품안전관리계획을 수립할 것을 요구하고 있다. 미국으로 수입되는 인간용 식품의 생산업체는 ①박테리아, 바이러스, 기생충 등 생물학적 위험요소 ②식품 알레르겐, 방사능 등 화학적 위험요소 ③이물질 등 물리적 위험요소를 분석하여 이를 통제하는 식품안전계획을 서면으로 수립해야 한다. 또한, 식품안전계획에는 △공정상 통제 △알레르기 통제 △세척통제 △공급망 관리 △리콜 계획 및 △시정조치 등이 포함된 예방통제 계획이 포함되어야 한다.

미국 수입업체는 식품 공급업체 검증 프로그램(Food Supplier Verification Program, FSVP)을 통해 해외 식품 공급업체의 안전성, 이력 등을 검증할 수 있다. 식품안전현대화법에 근거한 식품 공급업체 검증 프로그램에 따라, 미국 수입업체는 해외 식품 공급업체의 안전성, 이력 등을 검증할 의무가 발생한다. 이에 따라 미국 식품 수입업체는 검증 활동 계획에 따라 해외 식품 공급(제조)업체에 관련 서류, 식품 샘플 검사 결과서 등을 요구할 수 있다. 미국 수입업체는 해외 식품 공급업체에 대해 하기 항목을 검증해야 하며, 검증 결과 위반이 발생한 경우 해당 업체의 식품은 미국으로 수입할 수 없다.

<미국 수입업체의 해외 식품 공급업체 검증 항목>

- | | |
|-------------------------------|----------------------------|
| - 식품 위험 분석 | - 과거 이력 |
| - 식품의 미국 FDA 규정 준수 여부 | - 식품 보관 및 운송 관행 등 |
| - 식품안전 관련 생산공정, 절차, 프로세스 등 | - 식품 및 해외 공급업체의 안전성 검증을 위해 |
| - 과거에 발생한 문제에 대한 대응, 시정 조치 평가 | 필요한 기타 모든 사항 |

*출처: 미국 FDA 홈페이지(www.fda.gov)

미국 FDA는 수입식품 안전요건을 위반한 식품 및 업체를 적색 리스트(Red List)에 등재하여, '물리적 검사 없는 자동 통관 억류(DWPE, Detention Without Physical Examination)' 대상으로 지정하였다.¹²⁾

미국 FDA는 수입검사 결과에 따라, △유해 세균¹³⁾·농약 성분·중금속 성분 검출 △승인되지 않은 색소 및 식품첨가물 사용 △식품 라벨상의 정보와 실제 식품이 상이 △미국 FDA의 해외 식품 시설 실사 중 위반 사실이 적발된 경우 규정 위반 위험

12) 한국식품 미국 FDA 통관거부 대응 지침서(2022.08. 발간), 한국농수산물유통공사

13) 리스테리아, 살모넬라, 보툴리누스 균 등 식품에서 주로 번식하는 유해한 세균

수준이 높은 것으로 판단하여 해당 식품 또는 업체를 적색 리스트로 분류하고 있다. 적색 리스트에 등재된 수입식품 및 특정 업체의 제품은 미국 수입시 미국 세관에 자동으로 억류된다.

억류된 제품을 미국 내로 반출하기 위해서는 수입 식품이 규정 위반 사실이 없음을 증명하거나 위반사항을 재조정하는 절차를 통해 미국 FDA의 수입허가를 취득해야 한다. 미국 FDA의 수입허가를 취득했더라도, 적색 리스트에 등재된 경우 이후 발생하는 對미국 수출에도 '물리적 검사 없이 자동 통관 억류' 대상에서 해제되는 것은 아니며, 별도로 적색 리스트에서 해제할 것을 미국 FDA에 청원해야 한다.

미국 캘리포니아에서 유통·판매되는 식품은 주 정부의 식품안전 규제인 식수 안전 및 독성물질 관리법 제65호(Proposition 65)를 준수해야 한다.

동 규정에 따라 식품 등 소비재에 인체에 암을 유발할 수 있는 일정 농도의 화학물질, 중금속 등 유해물질이 함유된 경우, 제품 라벨에 이러한 사실을 알리는 경고 문구를 부착해야 한다. 해당 규정은 캘리포니아에서 사업을 운영하거나 캘리포니아에서 식품을 유통·판매하는 10인 이상의 기업에 적용되어, 사실상 캘리포니아에서 유통·판매되는 한국산 수입식품 또한 동 규정을 준수해야 한다.

2024년 9월 5일 기준 약 1,000여 개 물질이 유해물질로 지정되어, 해당 물질을 기준치 이상 함유한 경우 △식품 포장 △매장 내 선반 △온라인 판매 페이지 등에 경고 문구를 표시하여 소비자에게 '유해물질이 법적 안전 허용치 이상으로 포함되어 있음'을 경고해야 한다.

<미국 캘리포니아 Proposition 65 경고 문구>



*출처: <https://tetrainspection.com/california-proposition-65-prop-65>

■ 2.3 | 독일

현지 소비트렌드에 부합, 제품 수요 확대 가능성이 높은 시장

2.3.1 시장규모

정보원에서 제공하지 않음

2.3.2 수출입동향

(1) 수출현황

2023년 독일의 김치 수출액은 전년 대비 15.9% 증가한 약 1억 3,515만 달러로, 2019년 이후 연평균 6.7% 증가했다.

주요 수출국은 프랑스(13.3%), 호주(12.7%), 스위스(10.4%) 순으로 집계되었다.

2023년 프랑스로의 수출액은 전년 대비 39.3% 증가한 약 1,802만 달러로, 2019년 이후 연평균 15.5% 증가했다.

2023년 호주로의 수출액은 전년 대비 22.1% 증가한 약 1,715만 달러로, 2019년 이후 연평균 5.3% 증가했다.

2023년 스위스로의 수출액은 전년 대비 4.9% 증가한 약 1,409만 달러로, 2019년 이후 연평균 5.2% 증가했다.

2023년 한국으로의 수출액은 전체 수출액의 0.4% 비중(31위)을 차지했다. 2023년 수출액은 전년 대비 410.0% 증가한 약 51만 달러로, 2019년 이후 연평균 90.2% 증가했다.

<독일 김치 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체		104,190	103,745	115,396	116,584	135,145	100.0	15.9	6.7
1	프랑스	10,137	11,217	12,778	12,930	18,016	13.3	39.3	15.5
2	호주	13,939	12,268	13,625	14,051	17,151	12.7	22.1	5.3
3	스위스	11,506	13,055	14,833	13,431	14,088	10.4	4.9	5.2
4	네덜란드	6,886	7,435	11,538	12,186	13,822	10.2	13.4	19.0
5	폴란드	7,403	6,388	6,806	7,362	7,735	5.7	5.1	1.1
6	체코	4,306	5,242	5,977	5,817	6,936	5.1	19.2	12.7
7	스페인	3,413	3,746	4,138	4,939	5,103	3.8	3.3	10.6
8	덴마크	5,158	5,883	6,826	3,798	4,881	3.6	28.5	-1.4
9	벨기에	4,925	4,669	4,451	4,156	4,830	3.6	16.2	-0.5
10	이탈리아	3,494	3,415	3,434	4,710	4,759	3.5	1.0	8.0
:									
31	한국	39	75	56	100	510	0.4	410.0	90.2

*주: HS Code 2005.99(조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소-기타)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.09.)

(2) 수입현황

2023년 독일의 김치 수입액은 전년 대비 13.3% 증가한 약 4억 1,619만 달러로, 2019년 이후 연평균 8.9% 증가했다.

주요 수입국은 네덜란드(20.4%), 폴란드(14.8%), 프랑스(11.8%) 순으로 집계되었다.

2023년 네덜란드산 수입액은 전년 대비 9.6% 증가한 8,477만 달러로, 2019년 이후 연평균 9.3% 증가했다.

2023년 폴란드산 수입액은 전년 대비 62.9% 증가한 약 6,173만 달러로, 2019년 이후 연평균 43.8% 증가했다.

2023년 프랑스산 수입액은 전년 대비 0.2% 감소한 약 4,919만 달러로, 2019년 이후 연평균 2.0% 증가했다.

2023년 한국산 김치 수입액은 전체 수입액의 0.7% 비중(18위)을 차지했다. 2023년 수입액은 전년 대비 24.5% 증가한 약 284만 달러로, 2019년 이후 연평균 27.8% 증가했다.

<독일 김치 수입현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체		296,109	355,866	365,547	367,261	416,185	100.0	13.3	8.9
1	네덜란드	59,366	76,462	78,231	77,325	84,770	20.4	9.6	9.3
2	폴란드	14,421	28,092	30,228	37,893	61,725	14.8	62.9	43.8
3	프랑스	45,480	57,988	52,756	49,312	49,194	11.8	-0.2	2.0
4	이탈리아	30,229	33,918	35,933	32,362	39,207	9.4	21.2	6.7
5	튀르키예	24,011	30,222	28,249	31,315	38,763	9.3	23.8	12.7
6	그리스	24,574	24,093	24,526	23,291	24,208	5.8	3.9	-0.4
7	벨기에	23,870	25,886	23,458	26,561	19,774	4.8	-25.6	-4.6
8	호주	16,648	12,486	13,377	13,301	16,545	4.0	24.4	-0.2
9	스페인	8,861	7,943	11,440	11,332	14,392	3.5	27.0	12.9
10	헝그리	6,310	5,593	6,843	8,196	9,401	2.3	14.7	10.5
:									
18	한국	1,062	1,576	2,699	2,277	2,835	0.7	24.5	27.8

*주: HS Code 2005.99(조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소-기타)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.09.)

2.3.3 주요 브랜드 및 제품현황

(1) 주요 브랜드

① Fairment

	회사명	Fairment	브랜드 국적	독일
	웹사이트	https://shop.fairment.de		
특징	- 2015년 설립된 독일의 발효식품 제조기업으로, 김치 외에도 콤부차, 유기농 식초, 프로바이오틱스 건강기능식품 등을 생산함 - 김치는 사우어크라우트 등 발효 채소류와 함께 판매되고 있으며, 독일에서 생산된 식물성 재료로만 구성된 비건 김치이자 유기농 제품임 - 유기농 식품 유통채널 및 온라인 유통채널을 통해 김치를 판매하며, 홈페이지를 통해 김치 제조 레시피를 공유함			
주요 제품				
	Kultur Kimchi Vegan			

*출처: 기업 홈페이지(2024.09.)

② Biona

	회사명	Biona	브랜드 국적	영국
	웹사이트	https://biona.co.uk		
특징	- 유기농 제품을 전문적으로 생산하는 영국 기업으로, 화학물질·살충제·유전자 변형(GMO) 재료를 사용하지 않은 식품을 생산함 - 식물성 재료로만 제조한 유기농 김치를 생산하며, 비트 사우어크라우트, 콩 절임 등과 함께 판매됨			
주요 제품				
	Biona Organic Kimchi			

*출처: 기업 홈페이지(2024.09.)

③ Old Friends

	회사명	Old Friends	브랜드 국적	폴란드
	웹사이트	https://oldfriendskimchi.pl		
특징	- 폴란드의 김치 제조기업으로, 배추와 무, 고춧가루, 생강, 액젓 등을 사용한 한국식 김치 외에도 비트 김치, 당근 김치 등 현지인 입맛에 맞는 제품을 개발·출시함 - 홈페이지를 통해 김치의 역사와 건강 효능 등 설명을 제공함			
주요 제품				
	KIMCHI Classic Spicy Jar		KIMCHI Marchew Spicy Jar	
				
	KIMCHI Vegan Mild Doypack		KIMCHI Radish Spicy Jar	

*출처: 기업 홈페이지(2024.09.)

(2) 제품현황

독일 온라인 유통채널에는 △배추김치 △볶음김치 등이 판매된다.

(유형별) 배추김치의 비중이 90.9%에 달하고, 일부 볶음김치(9.1%)가 판매되고 있다¹⁴⁾. 볶음김치는 한국에서 수입한 제품이 유일한 것으로 나타난다. 유리병으로 포장된 제품의 비중이 높으며, 비건/유기농 인증, 글루텐 인증을 취득한 제품이 판매된다.

(원산지별) 수입산(63.3%) > 독일산(18.2%) 및 한국산(18.2%) 순으로 집계되며, 독일을 비롯한 유럽 일부 국가에 소재한 식품 제조업체에서 생산된 김치가 판매되고 있다.

독일 온라인 유통채널에서 판매 중인 김치의 평균 단가는 100g당 3.56유로로 집계되었다.

원산지별 판매 단가는 100g당 한국산(5.44유로) > 독일산(3.96유로) > 수입산(2.92유로) 순으로 집계되었으며, 한국을 제외한 수입산 원산지별 판매 단가는 100g당 영국산(4.08유로) > 일본산(3.72유로) > 체코산(3.10유로) > 미국산(2.40유로) > 폴란드산(2.00유로) 순으로 나타난다.

제품 유형별 판매 단가는 100g당 볶음김치(7.73유로)가 배추김치(3.15유로) 보다 약 두 배가량 높은 가격에 판매된다.

(독일산) 유리병에 담긴 배추김치가 주로 판매되고 있다.

한입 크기로 절단하여 발효 과정을 거치지 않은 제품이 판매된다. 액젓을 첨가한 일반 김치와 액젓을 첨가하지 않은 비건 김치가 판매되며, 판매 제품 모두 방부제를 첨가하지 않은 안전한 제품임을 강조하고 있다.

<독일 온라인 유통채널에서 판매되는 독일산 김치>

제품 사진		
제품유형	배추김치	배추김치
제품명	Freshly Pickled Chinese Cabbage Kim Chi	Kultur Kimchi Vegan
브랜드	Pamai Pai®	Fairment
가격	16.99유로 / 300g*2병	14.90유로 / 660g

*출처: www.amazon.de(2024.10.)

14) 독일 온라인 유통채널(Amazon)에서 판매 중인 김치 11개 기준(2024.10.08.)

(수입산) 폴란드, 체코, 영국, 일본 등에서 생산된 제품 위주로 판매된다.

독일 인근 유럽 국가에서 생산된 제품이 판매되는 한편, '한국 김치'로 표시한 일본산 제품과 원산지 미상 제품이 판매되고 있다.

수입산은 모두 배추김치로, 유리병 또는 플라스틱 용기(대용량) 제품이 판매된다. 유리병 제품은 170~350g 단위로 포장되었으며, 플라스틱 용기에 담긴 대용량 제품은 900g 단위로 포장되어 있다.

EU 유기농 인증이나 비건 인증, 글루텐프리 인증을 취득한 제품이 판매되고 있으며, 락토프리, 방부제 무첨가 등을 강조한 제품도 확인된다.

일부 제품은 포장에 매운맛(Spicy, Hot) 또는 순한맛(Mild) 여부를 표시하여 소비자가 선택할 수 있도록 했다.

<독일 온라인 유통채널에서 판매 중인 수입산 김치>

제품 사진			
제품유형	배추김치	배추김치	배추김치
제품명	Kimchi Vegan Spicy	Beavia Kimchi Mix	Biona Bio Kimchi
브랜드	Old Friends	Beavia	Biona Bio Kimchi
원산지	폴란드	체코	영국
가격	7.13유로 / 300g	37.37유로 / 350g*6개	14.29유로 / 350g
제품 사진			
제품유형	배추김치	배추김치	배추김치
제품명	Kimchi Classic Mild	REISHUNGER Kimchi	100% Natural Traditional Korean Kimchi
브랜드	Old Friends	REISHUNGER	Yutaka
원산지	폴란드	체코	일본
가격	14.66유로 / 900g	4.99유로 / 170g	7.99유로 / 215g

*출처: www.amazon.de(2024.10.)

(한국산) 금속 캔으로 포장한 배추김치 및 볶음김치가 판매되고 있다.

160g 단위로 포장한 제품이 판매되며, '한국 김치(Korean Kimchi)' 및 전통 방식으로 제조되었음을 강조하였다.

<독일 온라인 유통채널에서 판매되는 한국산 김치>

제품 사진		
제품유형	배추김치	볶음김치
제품명	Korean Kimchi	Fried Kimchi
브랜드	아줌마리퍼블릭	종가집
가격	6.49유로 / 160g	12.36유로 / 160g*4캔

*출처: www.amazon.de(2024.10.)

2.3.4 소비트렌드

김치에 대한 인지도 및 인기가 점차 확대되고 있으며, 판매채널이 다양해지면서 독일 소비자는 보다 쉽게 김치를 구매할 수 있다.

독일 소비자는 양배추 발효식품인 사우어크라우트(Sauerkraut)를 음식과 곁들여 먹으면서, 이와 유사한 발효 채소인 김치에 익숙함을 느끼는 것으로 나타났다.

독일 드럭스토어 dm(dm-drogerie markt)은 PB 브랜드인 dmBio를 통해 비건·유기농 김치 판매를 시작하였다. 해당 제품은 '채소를 발효한 한국 전통식품'으로 소개되었으며, '기분 좋게 매콤하고 상큼한 맛', '유기농 인증', '글루텐프리', '락토프리', '향료·착색제·방부제 무첨가' 등을 강조하고 있다.

<독일 드럭스토어 dm에서 판매하는 김치>



*출처: www.dm.de(2024.10.)

현지 발효식품 제조업체에서 김치를 생산하기 시작하는 등 김치 수요 및 시장이 확대되는 추세를 보인다. 독일 Complete Organics사는 현지에서 수확한 배추, 무 등을 이용해 유기농 배추김치, 무김치, 백김치, 오이소박이 등을 생산하고 있다. 또한, 독일 Fairment사는 김치를 생산할 뿐만 아니라 홈페이지를 통해 김치 레시피를 현지 소비자에게 공유하고 있다.

<독일 현지에서 제조한 김치>



*출처: www.completeorganics.de, www.amazon.de(2024.10.)

2.3.5 유통채널

(1) 유통채널별 규모

2023년 독일 오프라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 6.5% 증가한 2,711억 4,850만 유로로, 2019년 이후 연평균 4.7% 증가했다.

유통채널별 유형별 비중은 할인점(36.7%), 슈퍼마켓(32.0%), 하이퍼마켓(15.2%), 전문판매점(7.9%), 포코트리테일러(4.7%), 소규모 식료품점(3.3%), 편의점(0.2%) 순으로 집계되었다.

<독일 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 유로, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	225,392.6	240,597.1	242,235.8	254,526.5	271,148.5	100.0	6.5	4.7
할인점	78,035.5	83,739.8	84,850.0	91,305.0	99,510.0	36.7	9.0	6.3
슈퍼마켓	67,820.6	76,619.8	78,873.0	81,955.0	86,770.0	32.0	5.9	6.4
하이퍼마켓	36,234.3	39,521.9	37,827.0	39,065.0	41,270.0	15.2	5.6	3.3
전문판매점	20,176.5	20,351.4	20,015.0	20,585.0	21,375.0	7.9	3.8	1.5
포코트리테일러	13,060.4	10,522.5	11,016.0	12,180.0	12,685.0	4.7	4.1	-0.7
소규모 식료품점	9,333.5	9,304.2	9,095.0	8,825.0	8,905.0	3.3	0.9	-1.2
편의점	731.8	537.6	559.8	611.5	633.5	0.2	3.6	-3.5

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

**출처: 「Retail in Germany(2024.04.)」(유로모니터)

2023년 독일 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 8.2% 증가한 64억 1,460만 달러로, 2019년 이후 연평균 24.2% 증가했다.

<독일 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 유로, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
2,694.2	4,563.8	5,448.1	5,928.5	6,414.6	8.2	24.2

*출처: 「Retail in Germany(2024.04.)」(유로모니터)

(2) 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Edeka	브랜드 국적	독일
	웹사이트	edeka.de	매장 수	6,827개
- Edezk Zentrale AG & Co KG 산하의 슈퍼마켓 체인으로, Aldi, Lidl 등 타 유통체인 대비 상대적으로 높은 가격에 판매함 - 소수 매장에 한해 24시간 영업하며 독일 내에 7개의 지역별 회사가 각자 운영 중 - 다양한 PB제품을 공급하며 한국 식품 매대를 별도로 분리해 놓는 매장이 있음 - 각 국가의 지역 농가와 직접 협력하여 농산물을 공급받아 판매				
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Germany(2024.04.)」(유로모니터), 독일 Edeka 홈페이지(edeka.de)

	브랜드명	Aldi	브랜드 국적	독일
	웹사이트	aldi.de	매장 수	4,227개
- Aldi Group 산하의 유통체인으로, 독일 남부 및 북부 각각의 하위 브랜드를 보유 - 타 유통채널 대비 상대적으로 저렴한 가격대를 형성하고 있음 - 유료 회원제를 통해 회원들에게 가격 할인을 진행하며, 오프라인 매장이 영업하지 않는 일요일에는 온라인 쇼핑 서비스를 제공함				
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Germany(2024.04.)」(유로모니터), 독일 Aldi 홈페이지(aldi.de)

	브랜드명	Rewe	브랜드 국적	독일
	웹사이트	rewe.de	매장 수	3,493개
	- Rewe Group 산하의 슈퍼마켓 브랜드로, 신선 채소·과일·낙농업 제품 등을 지역 농가로부터 공급받으며 해당 지역 공급 제품들이 지역에서 재배되었다는 라벨을 붙여 판매함 - 지역 구매관리본부를 통해 상하이, 방콕, 홍콩 등 다양한 아시아 식품 유통 - 한국의 비빔밥·김치 레시피를 비롯한 여러 조리법과 그와 관련된 식료품을 판매 품목으로 제공함 - 자사 유기농 브랜드 레베비오(Rewe Bio)를 운영 중임			
매장 사진				
	외부 전경	내부 매대 전경		

*출처: 「Retail in Germany(2024.04.)」(유로모니터), 독일 Rewe 홈페이지(rewe.de)

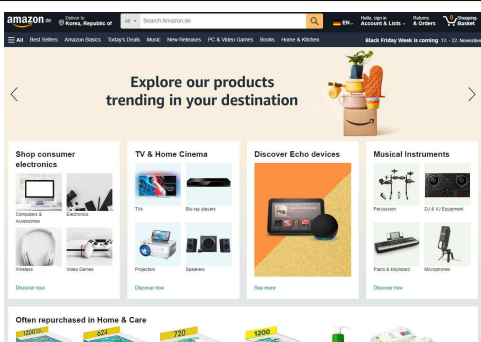
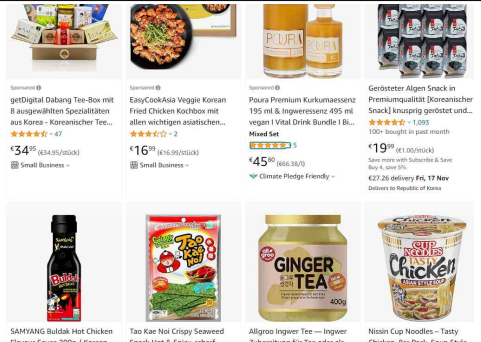
	브랜드명	Lidl	브랜드 국적	독일
	웹사이트	lidl.de	매장 수	3,255개
	- Schwarz Beteiligungs GmbH 산하의 슈퍼마켓 브랜드 - 지역 농가의 신선 농산물을 대규모로 구입하여 판매함 - 배송비는 일반적으로 €5.95를 수취하며 일요일에는 온라인 쇼핑 배송 업무가 이루어지지 않음			
매장 사진				
	외부 전경	내부 매대 전경		

*출처: 「Retail in Germany(2024.04.)」(유로모니터), 브랜드 홈페이지(lidl.de)

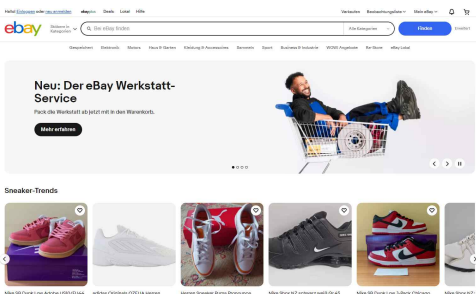
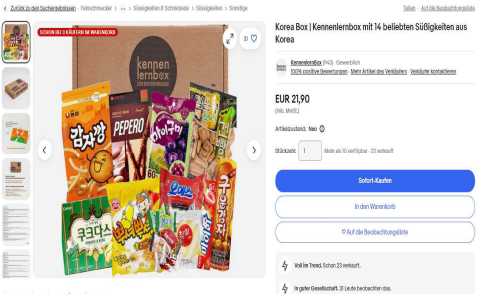
	브랜드명	Kaufland	브랜드 국적	독일
	웹사이트	kaufland.de	매장 수	746개
- Schwarz Beteiligungs GmbH 산하의 하이퍼마켓 브랜드 - 과일·채소·낙농업 제품을 신선하게 공급하는 것에 주력함 - 자체 PB 비건 귀리우유와 제빵 제품이 소비자단체 테스트에서 우수 점수를 기록 - 식물성 원료로 제조한 식료품의 가격을 할인하여 제공 - 다양한 세계 식품을 보유하고 있으며 한국식 PB 상품을 드물게 판매 중임				
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Germany(2024.04.)」(유로모니터), 독일 kaufland 홈페이지(kaufland.de)

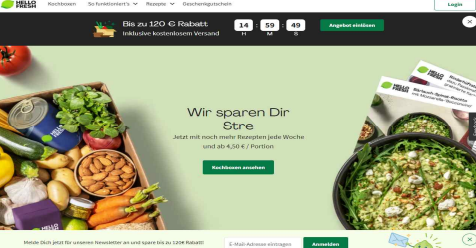
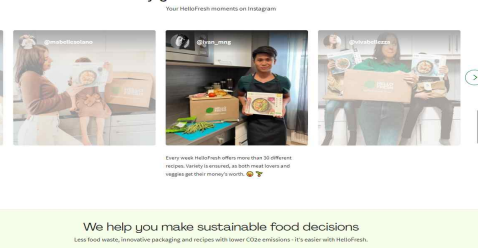
(3) 주요 온라인 유통채널

	사이트명	amazon	운영업체	Amazon.com Inc
	웹사이트	www.amazon.de		
	- 글로벌 B2C 전자상거래 플랫폼 - 가장 다양한 종류의 해외 식료품을 취급하며 유료 구독 서비스 가입 시 무료 - 배송 및 식료품 당일배송 서비스 이용 가능 - 한국 식료품의 경우 조미김·삼양 불닭 소스·라면이 상위 품목에 위치함 - 기프트 카드를 판매하여 충전된 금액만큼 결제할 수 있는 서비스 제공			
사진				
	사이트 화면		상위 카테고리의 한국 제품들	

*출처: 「Retail in Germany(2024.04.)」(유로모니터), 독일 amazon 홈페이지(amazon.de)

	사이트명	eBay	운영업체	eBay Inc
	웹사이트	www.ebay.de		
	- 글로벌 C2C, B2C 전자상거래 플랫폼으로, 독일에서는 주로 소비자간 거래, 중고거래를 위해 이용함 - 시장점유율을 확대하기 위해 광고 캠페인, 반품 처리, 결제 등 판매자 대상 서비스 개선에 주력하고 있으며, 2023년 2월부터 개인 판매 수수료를 면제하여 판매자 계정이 약 2배 증가함			
사진 				
	사이트 화면		한국 제품 판매 페이지	

*출처: 「Retail in Germany(2024.04.)」(유로모니터), 독일 eBay 홈페이지(ebay.de)

	사이트명	hellofresh	운영업체	Hellofresh SE
	웹사이트	hellofresh.de		
	- 글로벌 식료품 배송 B2C 전자상거래 플랫폼 - 구독 시스템으로 운영되며 지불 비용에 따른 종류별 레시피와 식재료를 배송 - 유럽 배송 시 식품온도 관리 정책에 따라 신선도가 잘 유지되며 다양한 요리를 매주 시도할 수 있다는 것이 특징 - 헬로프레시의 해시태그를 이용한 소셜미디어 홍보를 진행하고 있음 - 섭취 인원, 선호 식사, 식습관에 따른 다양한 종류의 레시피를 매달 바꾸어 제공			
사진				
	사이트 화면		소셜 미디어를 통한 마케팅	

*출처: 「Retail in Germany(2024.04.)」(유로모니터), 독일 hellofresh 홈페이지(hellofresh.de)

2.3.6 비관세장벽

(1) 통관 및 검역절차

對독일 수출입통관 절차는 '수출신고 및 선·기적 → 원산지증명서 발급 → 적하목록 사전제출 → 수입신고 → 수입검사 → 관세 납부 및 물품 반출' 순으로 진행된다.

- ①수출신고 및 선·기적: 국내 수출업체 및 그 대리인은 수출신고를 완료한 뒤 화물을 운송수단에 선적한다. 관세청 전자통관시스템(UNI-PASS)을 통해 전자문서 형태의 △수출신고서 △과세가격 결정자료 △선하증권(B/L) 사본 또는 항공화물운송장(AWB) 사본 △그 밖의 참고서류 등 제반서류를 제출하고 수출신고를 완료할 수 있다. 세관은 수출신고 과정에서 우범성이 있다고 인정되는 물품 등에 대해 수출검사를 실시할 수 있다. 신고 수리된 수출품에 대해 '수출신고수리필증'이 교부되며, 수출신고 수리일로부터 30일 이내에 화물을 운송수단에 선적·기적해야 한다.
- ②원산지증명서 발급: 한-EU FTA 협정세율을 적용하기 위해서는 수출업체가 원산지신고서 문안을 송품장, 인도증서 또는 기타 상업서류에 기재하여 사용할 수 있다. 건당 6,000유로를 초과하여 수출하는 경우 인증수출자에 한해 원산지증명서를 자율 발급할 수 있으며, 6,000유로 이하인 경우 수출업체가 서명한 원산지증명서를 자율적으로 발급할 수 있다.
- ③적하목록 사전제출: 독일 수입업체 및 운송업체는 운송수단별 제출기한을 준수하여 유럽연합 역내 첫 번째 도착지 세관에 적하목록(ENS, Entry Summary Declaration)을 유럽연합의 수입관리시스템 'ICS2(Import Control System 2)'을 통해 제출해야 한다. 세관에 제출해야 할 정보에는 △화물의 상세 정보 △화물 운송업체 정보 △송하인 및 수하인 정보 △선박·항공기의 운송 경로 및 정보 등이 포함된다.

<운송수단별 적하목록 제출기한>

유형	기한
중장거리 컨테이너 해상운송	선적 24시간 전
중장거리 벌크 해상운송	유럽 관세영역의 첫 번째 항구 도착 4시간 전
제3국에서 출발한 단거리(24시간) 해상운송	유럽 관세영역의 첫 번째 항구 도착 2시간 전
단거리 항공운송(4시간 미만)	항공기 이륙 전
중장거리 항공운송(4시간 이상)	유럽 관세영역의 첫 번째 공항 도착 4시간 전
제3국에서 출발한 단거리(2시간) 철도운송	유럽 관세영역의 첫 번째 세관 도착 1시간 전
그 외 철도운송	도착 2시간 전

*출처: Customs Formalities on Entry and Import into the European Union, European Commission(유럽연합 수입 관세 지침)(유럽연합위원회)(2024.10.)

- ④수입신고: 독일 수입업체는 도착 후 90일 이내에 세관에 수입신고서(SAD) 및

△수입신고서(SAD) △원산지증명서 △상업송장 △운송서류 △관세가격 신고서류
△기타 세관이 요구하는 서류 등 제반서류를 제출하여 수입신고를 실시해야 한다.

⑤수입검사: 독일 및 유럽연합 세관은 수입식품에 대해 △서류검사 △식별검사 △물리적 검사를 실시할 수 있다. 서류검사(Documentary Check)는 모든 수입식품에 대해 실시되는 검사로, 적하목록, 수입신고 과정에서 제출된 모든 서류의 적합 여부를 검사한다. 식별검사(Identity Check)는 제출된 서류상의 내용과 실제 수입물품을 교차 대조하는 검사로, 화물검사·컨테이너 봉인 확인·상품의 포장 확인 등을 통해 수입화물과 서류상 정보의 일치 여부를 검사한다. 물리적 검사(Physical Check)는 포장을 개봉하여 실제 제품에 대한 검사를 실시하며, 검사관이 관능평가 및 샘플검사를 실시할 수 있다.

⑥관세 납부 및 반출: 수입검사 후 독일 수입업체는 관세를 납부하고 보세구역에서 물품을 반출할 수 있다.

(2) 품질인증

對독일 수출 시 필수적으로 취득해야 하는 인증은 없으나, 품질 및 식품안전을 보장하는 인증을 취득할 수 있다.

① 비건 인증

인증기관	유럽채식협회 (EVU)	
필수 여부	권장	
목적	식물성 성분으로 생산된 제품임을 보장	
취득절차	인증신청 → 제안서 제공 → 제안서 승낙 → 현장심사 → 결과통보	
필요서류	기업정보 및 연간매출액, 인증 신청한 제품 수, 신청한 제품에 대한 전년도 판매 매출액, 신제품일 경우 향후 1년간 예상 매출액	

*출처: 2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드(한국농수산물유통공사)

② EU 유기농 인증(EURO-Leaf)

인증기관	농관원 지정 인증기관	
필수 여부	권장	
목적	유기농 방식으로 생산된 제품임을 보장	
취득절차	인증신청 → 서류심사 → 현장심사 → 결과 통보 → 사후관리	
필요서류	인증신청서, 인증품 제조·가공 및 취급계획서, 경영 관련 자료, 사업장의 경계면을 표시한 지도, 작업장의 구조와 용도를 적은 도면 등	

*출처: 2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드(한국농수산물유통공사)

③ ISO 22000

인증기관	국제 표준화 기구(ISO)	
필수 여부	권장	
목적	식품 공급사슬 전반에 걸친 식품안전 보장	
취득절차	국가별 인증발급기관에 심사 신청 → 예비 심사(선택) → 문서 심사 → 현장심사 → 시정 조치 → 인증심의 및 인증서 발행 → 사후 심사(연 1회) → 갱신심사(3년 주기 1회)	

*출처: 2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드(한국농수산물유통공사)

③ FSSC 22000

인증기관	Foundation FSSC(Food Safety System Certification)	
필수 여부	권장	
목적	식품안전 및 품질경영시스템의 범용성 제고를 위해 국제규격 ISO 22000을 접목하여 도입	
취득절차	인증 심사 신청 → 예비 심사(선택) → 문서 심사 → 현장심사 → 시정 조치 → 인증심의 및 인증서 발행 → 사후 심사(연 1회) → 갱신심사(3년 주기 1회)	

*출처: 2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드(한국농수산물유통공사)

(3) 라벨링

독일에서 유통·판매되는 모든 사전포장 식품은 유럽연합 식품 라벨링 규정을 준수해야 한다.

식품 라벨에는 △식품명 △성분목록 △알레르기 유발물질 등의 표시 항목을 빠짐없이 표시해야 한다. 식품 라벨의 글씨는 1.2mm 이상의 크기로 표시해야 하며, 식품 라벨 면적이 80cm² 미만인 경우, 0.9mm 이상의 글자로 표시할 수 있다.

<독일 식품 라벨링 요구사항>

항목	필수/권장	표시 방법															
식품명	필수	- 정식 명칭으로 기재하되, 필요한 경우 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용하여 표시 - 상표와 브랜드를 표시할 수 있으나, 식품명을 대체하여 표시할 수 없음															
성분목록	필수	- 원재료 및 식품첨가물을 중량 기준 내림차순으로 표시하며, 괄호 안에 백분율을 함께 표시 - 사용 비중이 2% 이하인 성분은 성분목록 뒤쪽에 일괄적으로 표시 가능 - 가공보조제, 캐리-오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 식품첨가물은 표시 생략 가능															
알레르기 유발물질	필수	- 알레르기 유발물질로 지정된 성분(①글루텐 함유 곡물 ②갑각류 ③난류 ④어류 ⑤땅콩 ⑥대두 ⑦유제품(유당 포함) ⑧견과류 ⑨셀러리 ⑩겨자 ⑪참깨 ⑫이산화황 및 아황산염(10mg/kg 이상) ⑬루핀 ⑭연체동물)을 포함하는 경우, 성분목록에 해당 물질을 굵은체, 기울임꼴 등으로 강조 표시하거나 경고 문구를 별도 표시 - 경고 문구 등 다른 성분들과 구분하여 강조할 때는 'Contains(함유)' 문구 뒤에 식품에 포함된 알레르기 유발물질 표시															
순중량	필수	- 중량은 'kg'또는 'g'으로 표시하며, 부피는 '㎖', 'cl', 'ℓ'로 표시															
보관 및 사용지침	필수	- 특정한 보관방법 및 사용지침 표시															
원산지	필수	- 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															
식품 사업자 정보	필수	- 식품에 대한 책임이 있는 회사의 명칭, 주소 등을 표시 - 수입식품의 경우 수입업체의 명칭과 주소를 표시															
영양성분	필수	- 100g 및 100㎖당 △열량 △지방 △포화지방 △탄수화물 △설탕 △단백질 △나트륨의 함량을 필수적으로 표시 - 영양성분 정보는 표 형식으로 작성되어야 하며, 표 형식으로 표시하기에 충분한 공간이 없는 경우 선형으로 표시 가능 - △불포화지방 △폴리올 △전분 △식이섬유 △비타민 △미네랄은 함량 정보를 선택적으로 표시 가능															
유통기한	필수	- 'Best before(유통기한)'과 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 표시 - 미생물학적으로 부패하기 쉬운 식품은 'Use by(소비기한)'과 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재															
로트 번호	필수	- '로트 번호(Lot number)' 표제를 작성한 뒤 로트번호 표시															
뉴트리 스코어 (Nutri-Score)	권장	- 열량, 설탕, 포화지방, 나트륨, 섬유질, 단백질 등의 영양성분 항목별 점수를 토대로 산출된 최종 점수에 따라 A~E등급 표시 <table><tr><td>A등급</td><td>B등급</td><td>C등급</td><td>D등급</td><td>E등급</td></tr><tr><td>-1</td><td>0~2</td><td>3~10</td><td>11~18</td><td>19 이상</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	A등급	B등급	C등급	D등급	E등급	-1	0~2	3~10	11~18	19 이상					
A등급	B등급	C등급	D등급	E등급													
-1	0~2	3~10	11~18	19 이상													

<독일 김치 라벨 표시 예시>

	제품명	Fairment Kultur Kimchi vegan (비건 김치)	
	성분목록	배추, 생강, 소금, 마늘, 파프리카, 고춧가루	
	알레르기 유발물질	없음	
	순중량	300g	
	식품 사업자 정보	제조업체명: Fairment	
	원산지	독일	
	영양성분	열량	102kJ (24kcal)
		지방	< 0.5g
		- 포화지방	< 0.1g
		탄수화물	
		- 당류	< 0.5g
		단백질	1.3g
		나트륨	2.2g
	보관 및 사용지침	2~7℃ 온도에서 보관	

(4) 수입제도 및 규정

독일에서 유통·판매되는 식품에 이상이 적발되는 경우, 유럽연합 식품 및 사료 신속 경보시스템(RASFF)을 통해 신속하게 유럽연합 회원국에 식품 관련 위험이 전파된다.

식품·사료 신속경보시스템(RASFF, Rapid Alert System for Food and Feed)은 유럽연합 회원국의 식품 관리 기관 간 공유하는 경보 시스템으로, 식품 위험에 신속하게 대응할 목적으로 유럽연합 차원에서 운영되고 있다. 유럽연합 회원국 내에서 식품에 대한 위험이 적발된 경우, 회원국의 식품 관리 기관은 RASFF 시스템을 통해 해당 식품 위험을 회원국 전체로 통지하며 회원국의 식품 관리 기관은 해당 위험에 대해 정보를 교환하고 효율적인 대응책을 수립할 수 있다. 유럽연합 회원국이 RASFF 시스템에 통지하는 식품 안전 관련 경보 유형은 △경보 통보 △정보 통보 △수입 거부 △RASFF 뉴스로 구분된다.

<유럽연합 RASFF 경보 유형>

유형	마크	내용
경보 통보 (RASFF ALERT)		심각한 건강상의 위험을 초래하는 식품 및 사료가 시장에 출시되어, 신속한 조치가 요구되는 경우 발행. 모든 유럽연합 회원국에게 위험이 발생한 식품이 시장에 출시되었는지 여부를 확인할 수 있는 정보를 제공하여 회원국은 적절한 조치를 취할 수 있음
정보 통보 (RASFF INFORMATION)		시장에 출시된 식품 및 사료에 위험이 발생하였으나, 그 위험도가 높지 않거나, 현재 시장에서 판매되고 있지 않는 등 후속 조치가 신속하게 요구되지 않는 경우 발행
통관 거부 (RASFF BORDER REJECTION)		국경통제소의 수입검사 과정에서 이상이 적발된 식품에 대해 발행. 해당 식품이 역내로 반입되는 것을 방지하기 위해 유럽연합의 모든 국경통제소에 통관 거부된 제품에 대한 정보 전송
RASFF 뉴스 (RASFF NEWS)		식품 안전에 관해 유럽연합 회원국 정부의 주의가 요구되는 식품에 대해 발행. 경고 통보, 정보 통보, 통관거부 알림으로 발행할 필요가 없는 경우 발행

*출처: [https://food.ec.europa.eu/safety/acn/acn-notifications_en\(2024.10.\)](https://food.ec.europa.eu/safety/acn/acn-notifications_en(2024.10.))

한국산 김치는 복합식품에 해당하여, 관련 수입 요건을 필수적으로 준수해야 한다.

복합식품(Composite Products)이란, 동물성 가공제품과 식물성 원료를 혼합한 식품으로, 동물성 가공제품에는 △가공 과정을 거친 식육 △우유 △계란 △수산물을 가공한 제품이 해당한다. △가공하지 않은 동물성 재료를 포함하거나 △혼합된 식물성 원료가 식품 가공에 필요한 기술적인 역할 또는 제품 특성을 더하는 역할만을 수행하는 경우 △식용 목적의 제품이 아닌 경우 복합식품으로 간주하지 않는다.

복합식품 수입 규정은 24개 제품군(HS Code 기준) 중 복합식품의 정의에 부합하는 식품에 적용된다.

<유럽연합 복합식품 수입 규정 적용 대상>

HS Code	품목명
1517	마가린, 동식물성·미생물성 지방 또는 이 류의 유지류 분획물로 만든 식용 혼합물이나 조제품
1518	동식물성·미생물성 지방과 분획물
1601.00	소시지나 기타 이와 유사한 물품
1602	기타 조제하거나 보존처리한 육·설육·피·곤충
1603.00	육·어류·갑각류·연체동물·기타 수생 무척추동물의 추출물과 즙
1604	조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어, 어란으로 조제한 캐비어 대용물
1605	조제하거나 보존처리한 갑각류·연체동물·기타 수생 무척추동물
1702	기타 당류(화학적으로 순수한 유당·맥아당·포도당·과당 포함), 인조꿀, 캐러멜당
1704	설탕과자(백색 초콜릿 포함, 코코아 함유한 것 제외)
1806	초콜릿과 코코아를 함유한 기타 조제 식료품
1901	맥아 추출물과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물의 조제 식료품
1902	파스타와 쿠스쿠스
1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품
1905	빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리 제품, 성찬용 웨이퍼·제약용 빈 캡슐·실링웨이퍼·라이스페이퍼 등
2001	식초나 초산으로 조제하거나 보존처리한 채소·과실·견과류와 기타 식용에 적합한 식물의 부분
2004	조제하거나 보존처리한 기타 채소(냉동한 것)
2005	조제하거나 보존처리한 기타 채소(냉동하지 않은 것)
2101	커피·차·마테의 추출물·에센스·농축물과 이를 이용한 조제품 등
2103	소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
2104	수프·브로드와 수프·브로드용 조제품, 균질화한 혼합 조제 식료품
2105.00	아이스크림과 기타 빙과류
2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
2202	설탕이나 기타 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물과 기타 알코올을 함유하지 않은 음료
2208	변성하지 않은 에틸알코올, 증류주·리큐르와 기타 주정음료

*출처: (EU) 2022/2292 제20조(2024.10.)

복합식품은 보관조건과 동물성 원료에 따라 3가지 유형으로 구분되며, 유형별 규정된 △생산국 △생산시설 △잔류물질 모니터링 계획 △증명서류 요건을 준수해야 한다. 김치의 경우, 사용된 젓갈 등 동물성 제품에 유의해야 할 필요가 있다.

<유럽연합 복합식품 유형 및 수입요건>

구분	비상온보관 복합식품	상온보관 복합식품	
		젤라틴·콜라겐·고도정제제품을 제외한 육류 제품 또는 초유 기반 제품 포함	젤라틴·콜라겐·고도정제제품을 제외한 육류 제품 또는 초유 기반 제품 미포함
생산국 ¹⁾	복합식품에 함유한 각 동물성 가공제품은 EU 수입 승인을 획득해야 함	초유 기반 제품 및/또는 육류 제품은 EU 수입 승인을 획득해야 함	육류 제품, 수산제품, 유제품, 계란 제품 중 최소 하나 이상이 EU 수입 승인을 획득해야 함 ²⁾
	- 한국산 △열처리 가금육 △수산제품 수출 가능 - 2021년 5월 20일부터 유럽연합 회원국 또는 수입이 승인된 국가의 생산시설에서 생산한 △우유 △계란 △별표를 함유한 상온보관 복합식품 수출 가능		
생산시설	- EU로 동물성 가공제품 수입이 허용된 국가의 승인 시설에서 생산되어야 함 - 한국 △열처리 가금육 △수산제품 △젤라틴·콜라겐 생산시설 승인		
잔류물질 모니터링 계획	- 복합식품에 포함된 각 동물성 가공제품에 대해 승인을 획득해야 함 - 한국산 가금류 및 양식 수산물에 대한 잔류물질 모니터링 계획 승인		
증명서류	정부 증명서		사설 증명서

1) 규정((EU) 2021/404) 또는 (EU) 2021/405)에 명시된 EU 수입 승인 국가

2) 젤라틴, 콜라겐, 고도정제제품이 포함된 복합식품 제외(해당 복합식품에 포함된 젤라틴, 콜라겐, 고도정제제품에 대해 승인 필요)

*출처: Import of Composite Products into the EU Questions & Answers (2023.11.07.), 유럽연합 집행위 (<https://food.ec.europa.eu>)(2024.10.)

■ 2.4 | 캐나다

현지 소비트렌드에 부합, 제품 수요 확대 가능성이 높은 시장

2.4.1 시장규모

정보원에서 제공하지 않음

2.4.2 수출입동향

(1) 수출현황

2023년 캐나다의 김치 수출액은 전년 대비 7.2% 감소한 3,389만 달러로, 2019년 이후 연평균 4.8% 감소했다.

주요 수출국은 미국(97.4%), 트리니다드 토바고(2.0%), 한국(0.4%) 순으로 집계되었다.

2023년 미국으로의 수출액은 전년 대비 5.3% 감소한 약 3,302만 달러로, 2019년 이후 연평균 4.8% 감소했다.

2023년 트리니다드 토바고로의 수출액은 전년 대비 47.7% 감소한 약 67만 달러로, 2019년 이후 연평균 6.0% 감소했다.

2023년 한국으로의 수출액은 전체 수입액의 0.4% 비중(3위)을 차지했다. 2023년 수출액은 전년 대비 50.0% 감소한 약 12만 달러로 집계되었다.

<캐나다 김치 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	41,292	41,885	43,939	36,530	33,890	100.0	-7.2	-4.8
1 미국	40,212	40,514	42,044	34,850	33,015	97.4	-5.3	-4.8
2 트리니다드 토바고	861	965	1,426	1,284	672	2.0	-47.7	-6.0
3 한국	0	0	39	246	123	0.4	-50.0	N/A
4 이스라엘	0	0	0	0	26	0.1	N/A	N/A
5 싱가포르	11	8	12	9	18	0.1	100.0	13.1
6 호주	26	33	31	41	16	0.0	-61.0	-11.4
7 말레이시아	0	0	0	5	7	0.0	40.0	N/A
8 영국	0	0	0	0	4	0.0	N/A	N/A
9 카메룬	0	0	0	0	3	0.0	N/A	N/A
10 프랑스	2	3	4	3	2	0.0	-33.3	0.0

*주1: HS Code 2005.99(조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소-기타)

**주2: '-'은 정보원에서 제공하지 않음을 의미하며, 'N/A'는 해당사항(또는 해당값) 없음을 의미

***출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.09.)

(2) 수입현황

2023년 캐나다의 김치 수입액은 전년 대비 0.1% 증가한 약 1억 2,731만 달러로, 2019년 이후 연평균 2.5% 증가했다.

주요 수입국은 미국(47.0%), 스페인(6.3%), 멕시코(6.0%) 순으로 집계되었다.

2023년 미국산 수입액은 전년 대비 4.2% 증가한 5,985만 달러로, 2019년 이후 연평균 1.6% 감소했다.

2023년 스페인산 수입액은 전년 대비 4.0% 증가한 약 804만 달러로, 2019년 이후 연평균 3.9% 증가했다.

2023년 멕시코산 수입액은 전년 대비 21.3% 증가한 약 766만 달러로, 2019년 이후 연평균 21.5% 증가했다.

2023년 한국산 수입액은 전체 수입액의 3.8% 비중(8위)을 차지했다. 2023년 수입액은 전년 대비 13.4% 증가한 약 478만 달러로, 2019년 이후 연평균 15.1% 증가했다.

<캐나다 김치 수입현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	115,527	119,426	112,870	127,186	127,307	100.0	0.1	2.5
1 미국	63,808	62,425	54,385	57,446	59,846	47.0	4.2	-1.6
2 스페인	6,907	6,323	6,155	7,733	8,039	6.3	4.0	3.9
3 멕시코	3,509	4,944	3,737	6,312	7,655	6.0	21.3	21.5
4 중국	5,327	6,544	5,400	8,654	6,204	4.9	-28.3	3.9
5 이탈리아	4,428	5,069	6,195	6,569	6,018	4.7	-8.4	8.0
6 페루	5,332	4,589	4,936	7,302	5,755	4.5	-21.2	1.9
7 인도	3,416	3,973	4,748	4,259	5,439	4.3	27.7	12.3
8 한국	2,722	3,705	3,662	4,217	4,781	3.8	13.4	15.1
9 튀르키예	2,021	1,817	2,091	2,178	2,600	2.0	19.4	6.5
10 태국	3,329	3,331	3,581	3,444	2,375	1.9	-31.0	-8.1

*주: HS Code 2005.99(조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소-기타)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.09.)

2.4.3 주요 브랜드 및 제품현황

(1) 주요 브랜드

① THE OWL'S

	회사명	The Famous Owl of Minerva	브랜드 국적	캐나다
	웹사이트	https://owlfamily.ca/		
특징	- 캐나다에 소재한 한식당 프랜차이즈로, 감자탕 등 한국 음식을 주로 판매 - 한식당에 필요한 김치를 공급하기 위해 김치 공장을 소유하고 있으며, 해당 공장에서 생산한 THE OWL'S 브랜드의 김치를 한인마트 등을 통해 판매하고 있음			
주요 제품				
	The Owl's Mat Kimchi			

*출처: 기업 홈페이지(2024.10.)

② Biona

	회사명	Biona	브랜드 국적	영국
	웹사이트	https://biona.co.uk		
특징	- 유기농 제품을 전문적으로 생산하는 영국 기업으로, 화학물질·살충제·유전자 변형(GMO) 재료를 사용하지 않은 식품을 생산함 - 식물성 재료로만 제조한 유기농 김치를 생산하며, 비트 사우어크라우트, 콩 절임 등과 함께 판매됨			
주요 제품				
	Biona Organic Kimchi			

*출처: 기업 홈페이지(2024.10.)

(2) 제품현황

캐나다 온라인 유통채널에서는 배추김치와 볶음김치 위주로 판매되고 있다.

(유형별) 배추김치의 비중이 83.3%에 달하며, 이 외 볶음김치(14.7%)가 판매된다.¹⁵⁾ 배추김치는 한국산뿐만 아니라 캐나다산 및 수입산이 판매되며, 캔이나 레토르트 파우치 등에 포장된 소용량 제품 외에도 플라스틱 용기에 담긴 대용량 제품이 다양하게 판매되고 있다. 볶음김치는 모두 한국산으로, 소용량 단위의 제품으로 판매된다.

(원산지별) 한국산(45.8%) > 캐나다산(33.3%) > 수입산(20.8%) 순으로 집계되었다.

캐나다 온라인 유통채널에서 판매 중인 김치의 평균 단가는 100g당 5.11캐나다달러로 집계되었다.

원산지별 판매 단가는 100g당 한국산(7.84캐나다달러) > 수입산(5.32캐나다달러) > 캐나다산(1.24캐나다달러) 순으로 나타나며, 한국산을 제외한 수입산 원산지별 판매 단가는 100g당 일본산(11.07캐나다달러) > 영국산(8.88캐나다달러) > 인도산(3.57캐나다달러) > 미국산(1.54캐나다달러) 순으로 집계되었다.

제품 유형별 판매 단가는 100g당 볶음김치(14.00캐나다달러)가 배추김치(3.34캐나다달러)보다 약 4배가량 비싼 가격에 판매되고 있다.

(캐나다산) 현지 한국식품 제조업체에서 생산한 배추김치가 판매된다.

판매 제품 모두 플라스틱 용기로 포장되었으며, 최소 400g에서 최대 1.5kg 단위로 판매되고 있다. 캐나다 현지에 소재한 한국식품 제조업체에서 생산된 김치가 아시아 식품 유통채널을 중심으로 판매된다.

인증을 취득한 제품은 확인되지 않으며, MGS 무첨가를 강조한 제품이 판매되고 있다.

15) 캐나다 온라인 유통채널(Amazon, T&T)에서 판매 중인 김치 24개 기준(2024.10.08.)

<캐나다 온라인 유통채널에서 판매되는 캐나다산 김치>

제품 사진		
제품유형	배추김치	배추김치
제품명	T&T Kimchi	The Owl's Mat Kimchi
브랜드	T&T	The Owl's
가격	7.97캐나다달러 / 1kg	7.69캐나다달러 / 450g
제품 사진		
제품유형	배추김치	배추김치
제품명	THE KIMCHI	1st Choice Mat Kimchi
브랜드	FOOD4U	Han-Ka
가격	10.97캐나다달러 / 1kg	6.49캐나다달러 / 454g

*출처: www.amazon.ca, www.tntsupermarket.com(2024.10.)

(수입산) 미국, 일본, 인도, 영국에서 생산된 김치 제품이 판매된다.

미국산 및 일본산은 '한국 김치'로 표시되어 판매되고 있다. 미국산은 현지에서 소재한 한국식품 제조업체에서 생산한 제품으로, '한국 전통 김치(Korean Traditional Kimchi)'로 판매되며, 일본 식품 제조업체가 생산한 제품은 '100% 한국 전통 김치(100% Natural Traditional Korean Kimchi)'로 표시하여 판매된다.

인도산 및 영국산 제품은 현지 채소 가공품 제조업체에서 생산한 제품으로, 식물성 성분만으로 제조하였거나 EU 유기농 인증을 획득한 것으로 나타난다.

수입산 김치는 플라스틱 용기나 유리병, 레토르트 파우치로 포장되어 있으며, 대용량 제품(500g 또는 1.88kg)은 주로 플라스틱 용기에 포장되어 판매된다.

<캐나다 온라인 유통채널에서 판매되는 수입산 김치>

제품 사진		
제품유형	배추김치	배추김치
제품명	Myungga Sliced Cabbage Kimchi	100% Natural Traditional Korean Kimchi
브랜드	초립동이	Yutaka
원산지	미국	일본
가격	9.89캐나다달러 / 500g	23.79캐나다달러 / 215g
제품 사진		
제품유형	배추김치	배추김치
제품명	Biona Organic Kimchi	Kimchi Fermented Nappa Cabbage
브랜드	Biona	Urban Platter
원산지	영국	인도
가격	31.09캐나다달러 / 350g	12.49캐나다달러 / 350g

*출처: www.amazon.ca, www.tntsupermarket.com(2024.10.)

(한국산) 국내 주요 브랜드의 배추김치 및 볶음김치 제품이 판매된다.

소용량(80g) 제품 및 대용량(1.2kg) 제품이 판매되는 가운데, 포장 형태는 플라스틱 용기나 레토르트 파우치, 캔 등으로 다양한 편이다. 배추김치는 80g에서 1.2kg까지 구성되어 있으며, 소용량 제품은 캔이나 파우치, 대용량 제품은 플라스틱 용기에 담겨 판매된다. 볶음김치는 80~160g 단위로, 상대적으로 적은 용량의 제품이 판매된다.

일부 제품은 비건 또는 글루텐프리 김치로 판매되고 있으며, 매운맛 정도(Hot-Medium-Mild)를 표시하여 판매하기도 한다.

<캐나다 온라인 유통채널에서 판매되는 한국산 김치>

제품 사진			
제품유형	배추김치	배추김치	배추김치
제품명	Shelf Stable Kimchi	Cut Cabbage Kimchi	Yangban Kimchi Can
브랜드	종가집	종가집	동원 양반
가격	66.05캐나다달러 / 80g*8팩	6.59캐나다달러 / 400g	51.80캐나다달러 / 160g*4개
제품 사진			
제품유형	배추김치	볶음김치	볶음김치
제품명	Korean Bottled Kimchi	Korean Stir Fried Kimchi	Canned Stir Fry Kimchi
브랜드	수라상	비비고	동원 양반
가격	11.85캐나다달러 / 215g	36.61캐나다달러 / 80g*5개	33.90캐나다달러 / 160g

*출처: www.amazon.ca, www.tntsupermarket.com(2024.10.)

2.4.5 유통채널

(1) 유통채널별 규모

2023년 캐나다 오프라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 5.1% 증가한 2,240억 6,750만 캐나다 달러로, 2019년 이후 연평균 4.8% 증가했다.

유통채널 유형별 비중은 슈퍼마켓(22.5%), 창고형 매장(17.4%), 하이퍼마켓(16.4%), 전문판매점(15.7%), 소규모 식료품점(12.5%), 할인점(12.1%), 포코트리테일러(2.6%), 편의점(0.9%) 순으로 집계되었다.

<캐나다 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 캐나다 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	185,470.8	192,650.5	201,133.2	213,158.7	224,067.5	100.0	5.1	4.8
슈퍼마켓	41,142.4	43,775.6	45,920.6	48,048.4	50,508.2	22.5	5.1	5.3
창고형 매장	25,750.5	27,063.2	30,505.5	35,221.5	38,996.3	17.4	10.7	10.9
하이퍼마켓	32,782.3	33,549.8	33,652.3	35,722.2	36,730.3	16.4	2.8	2.9
전문판매점	31,543.6	32,439.5	33,538.4	34,170.2	35,153.8	15.7	2.9	2.7
소규모 식료품점	25,726.4	26,266.6	26,765.7	27,207.3	27,918.5	12.5	2.6	2.1
할인점	21,877.2	23,430.5	24,250.5	25,308.8	27,081.0	12.1	7.0	5.5
포코트리테일러	5,164.5	4,573.7	4,962.0	5,625.6	5,774.9	2.6	2.7	2.8
편의점	1,484.0	1,551.7	1,538.3	1,854.7	1,904.6	0.9	2.7	6.4

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

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

2023년 캐나다 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 8.8% 증가한 72억 9,130만 달러로, 2019년 이후 연평균 72.9% 증가했다.

<캐나다 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 캐나다 달러, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
815.4	3,022.2	4,711.4	6,701.1	7,291.3	8.8	72.9

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

(2) 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Costco	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.costco.ca	매장 수	107개
	- 창고형 매장(warehouse club) 브랜드로, Costco Wholesale Corp 산하 브랜드 - 식료품, 전자기기, 의류, 가구, 서적, 타이어 등 다양한 제품군 판매 - 회원제로 운영되며, 온라인 구매 사이트 또한 운영 중인 옴니채널형 방식임 - 의류, 식료품, 유아 및 애완용품 등 다양한 카테고리의 제품을 다루는 자체브랜드(PB) '커클랜드 시그니처(Kirkland Signature)'를 출시함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

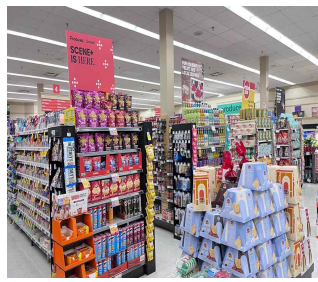
*출처: 「Retail in Canada(2024.02.)」(유로모니터), 캐나다 Costco 홈페이지(www.costco.ca)

	브랜드명	Walmart Supercenter	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.walmart.ca	매장 수	343개
	- 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드(대형할인 매장)로, Walmart Inc 산하 브랜드 - 온라인 구매 사이트 또한 운영 중인 옴니채널형 방식 - 다양한 종류의 식료품뿐만 아니라 유아 및 스포츠용품, 전자제품, 서적 등의 비식품 카테고리들 또한 판매함 - 진료소, 뷰티살롱, 약국 등의 여러 상점들이 입점되어 있음			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Canada(2024.02.)」(유로모니터), 캐나다 Walmart Supercenter 홈페이지(www.walmart.ca)

	브랜드명	Sobeys	브랜드 국적	캐나다
	웹사이트	www.sobeys.com	매장 수	240개
	- 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드로, Empire Co Ltd 산하 브랜드 - 신선·냉동·즉석·가공식품 등의 식료품과 스포츠 영양, 헤어, 바디, 스킨케어 제품 등 다양한 상품을 판매함 - 온라인 사이트 및 모바일 앱 또한 함께 운영 중인 옴니채널 방식이며, 이를 통해 식료품 배달 서비스 이용이 가능함 - 유기농 제품 및 동물 복지 인증 제품에 대한 선호도가 높은 편임			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Canada(2024.02.)」(유로모니터), 캐나다 Sobeys 홈페이지(www.sobeys.com)

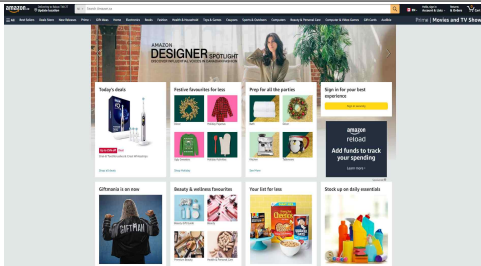
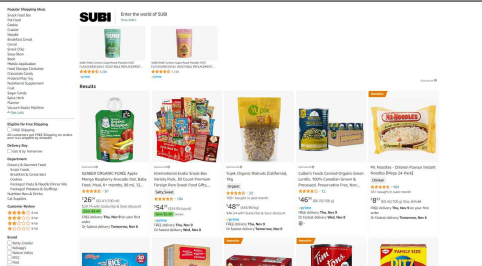
	브랜드명	Foodland	브랜드 국적	캐나다
	웹사이트	foodland.ca	매장 수	216개
	- Empire Co Ltd 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 베이커리, 델리, 신선 및 냉동 제품 등 다양한 식료품과 생활용품, 잡화 등 판매 - 사이트와 모바일 어플에서 프로모션 홍보물, 레시피 등의 정보를 제공받을 수 있음			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Canada(2024.02.)」(유로모니터), 캐나다 Foodland 홈페이지(foodland.ca)

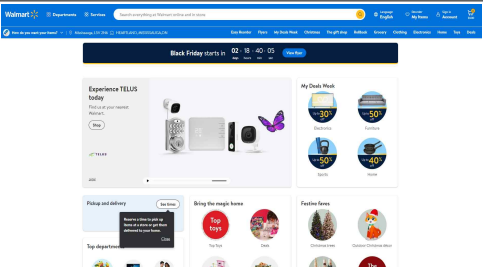
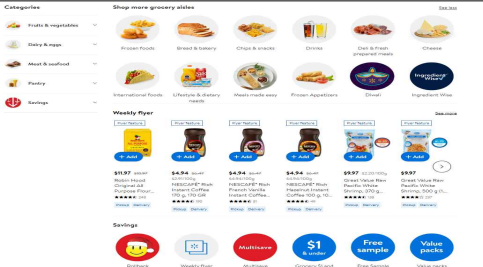
	브랜드명	Maxi	브랜드 국적	캐나다
	웹사이트	www.maxi.ca	매장 수	315개
- 슈퍼마켓 브랜드로, George Weston Ltd 산하 브랜드 - 토론토, 퀘벡주 등 동부 지역에서 주로 분포함 - 신선·냉동·즉석·가공식품 등의 식료품과 주방용품 등 다양한 상품을 판매함 - 할인상품을 진열하는 매대를 별도로 운영 중				
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	
				

*출처 : 「Retail in Canada(2024.02.)」(유로모니터), 캐나다 Maxi 홈페이지(www.maxi.ca)

(3) 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Amazon Marketplace	운영업체	Amazon.com Inc
	웹사이트	www.amazon.ca		
	- Amazon.com Inc에서 운영하는 글로벌 B2C 전자상거래 플랫폼 - 건조 및 포장, 냉동 등의 상태의 식료품, 의류, 전자제품, 서적 등의 상품을 판매함 - 오늘의 할인, 품목별 쿠폰 제공 등 다양한 프로모션 상시 진행 - 캐나다 전 지역에 46개의 물류센터를 운영하고 있음			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Canada(2024.02.)」(유로모니터), 캐나다 Amazon 홈페이지(www.amazon.ca)

	사이트명	Walmart.ca	운영업체	Walmart Inc
	웹사이트	www.walmart.ca		
	- Walmart Inc에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 다양한 종류의 식료품뿐만 아니라 유아 및 스포츠용품, 전자제품, 가구, 서적 등의 비식품 카테고리들 또한 판매함 - 시즌·각종 기념일·deal 등 다양한 종류의 가격 프로모션을 진행함			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Canada(2024.02.)」(유로모니터), 캐나다 Walmart.ca 홈페이지(www.walmart.ca)

2.4.6 비관세장벽

(1) 통관 및 검역절차

對캐나다 수출입통관 절차는 '수출신고 및 선·기적 → 원산지증명서 발급 → 수입신고 → 수입검사 및 검역 → 관세 납부 및 반출' 순으로 진행된다.

- ①수출신고 및 선·기적: 국내 수출업체 및 그 대리인은 수출신고를 완료한 뒤 화물을 운송수단에 선적한다. 관세청 전자통관시스템(UNI-PASS)을 통해 전자문서 형태의 △수출신고서 △과세가격 결정자료 △선하증권(B/L) 사본 또는 항공화물운송장(AWB) 사본 △그 밖의 참고서류 등 제반서류를 제출하고 수출신고를 완료할 수 있다. 세관은 수출신고 과정에서 우범성이 있다고 인정되는 물품 등에 대해 수출검사를 실시할 수 있다. 신고 수리된 수출품에 대해 '수출신고수리필증'이 교부되며, 수출신고 수리일로부터 30일 이내에 화물을 운송수단에 선적·기적해야 한다.
- ②원산지증명서 발급: 한국산 김치 수출 시 한-캐나다 FTA 협정세율을 적용하기 위해서는 통일서식을 활용하여 수출업체 또는 생산업체가 자율적으로 원산지증명서를 발급할 수 있다.¹⁶⁾
- ③수입신고: 수입항 도착 후 캐나다 수입업체는 제반 서류를 구비하여 전자적 방식으로 수입신고를 실시한다. 일반적으로 수입신고 시 △수입신고서 △화물통제문서 △송장 △운송서류 △원산지증명서 △위생증명서 등을 제출하며, 송장의 경우 상업송장이나 캐나다 국경관리청(CBSA)에서 발행하는 세관송장을 활용할 수 있다. 세관송장(CI1 양식)에는 △공급업체 이름 및 주소 △배송일자 △수하인 이름 및 주소 △구매인 이름 및 주소 △환전국가 △원산지 국가 등의 정보가 포함되어야 한다.
- ④수입검사 및 검역: 캐나다 국경관리청에 의한 물품검사가 실시될 수 있으며, 수입식품에 대한 검역은 수입업체의 요건 충족 여부를 검사하는 방식으로 대체되었다. 캐나다 국경관리청은 제출된 서류 및 정보의 정확성과 완전성을 검토하여, 필요시 검사를 실시한다. 2019년 발효된 캐나다 식품안전규정(SFCR)에 의해 캐나다 수입업체가 자체적으로 수입식품의 안전성을 확인 및 보장해야 하며, 캐나다 식품검역청(CFIA)은 수입업체가 수립한 예방통제계획(PCP)을 검토하여 수입식품의 규정 준수 여부를 감독해야 한다. 캐나다로 최초로 수입하는 제품의 경우 캐나다 식품검역청의 검사가 실시될 수 있다.

16) 원산지증명서 서식 조회: www.customs.go.kr/ftaportalkor/cm/cntnts/cntntsView.do?mi=3404&cntntslid=2786

- ⑤ **관세 납부 및 반출:** 일반적으로 수입통관과 관세 납부가 동시에 이뤄지며, 수입업체는 온라인 송금이나 직불카드·신용카드, 수표 등을 이용해 관세를 납부할 수 있다. 또한, 면허를 보유한 통관업체가 통관본드(Customs Bond)를 이용하는 경우 통관 후 관세를 납부할 수 있다. 관세 및 통관 경비 외에도 상품 및 서비스세(GST) 5%가 적용되며, 관세 및 제세 납부 후 반출할 수 있다.

(2) 품질인증

對캐나다 수출 시 필수적으로 취득해야 하는 인증은 없으나, 품질 및 식품안전을 보장하는 인증을 취득할 수 있다.

① ISO 22000

인증기관	국제 표준화 기구(ISO)	
필수 여부	권장	
목적	식품 공급사슬 전반에 걸친 식품안전 보장	
취득절차	국가별 인증발급기관에 심사 신청 → 예비 심사(선택) → 문서 심사 → 현장심사 → 시정 조치 → 인증심의 및 인증서 발행 → 사후 심사(연 1회) → 갱신심사(3년 주기 1회)	

*출처: 2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드(한국농수산물유통공사)

② FSSC 22000

인증기관	Foundation FSSC(Food Safety System Certification)	
필수 여부	권장	
목적	식품안전 및 품질경영시스템의 범용성 제고를 위해 국제규격 ISO 22000을 접목하여 도입	
취득절차	인증 심사 신청 → 예비 심사(선택) → 문서 심사 → 현장심사 → 시정 조치 → 인증심의 및 인증서 발행 → 사후 심사(연 1회) → 갱신심사(3년 주기 1회)	

*출처: 2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드(한국농수산물유통공사)

(3) 라벨링

캐나다에서 유통·판매되는 모든 식품은 캐나다 식품 라벨링 규정을 준수해야 한다.

라벨의 주요 정보는 영어 및 프랑스어를 모두 사용하여 표시해야 하며, 제조·준비·생산·보관·포장·라벨링 업체 정보는 영어 또는 프랑스어 중 한 가지 언어로 표시할 수 있다. 또한, 주요 정보는 최소한 1.6mm 이상의 크기로 표시해야 한다.

<캐나다 식품 라벨링 요구사항>

항목	필수/권장	표시 방법
제품명	필수	- 제품의 주 표시면에 표시되어야 하며, 규정에서 정하는 일반적인 명칭 또는 잘 알려진 명칭 사용 - 최소한 1.6mm 이상의 크기로 표시
성분목록	필수	- 식품에 포함된 성분을 중량 비율 내림차순으로 표시
알레르기 정보	필수	- 주요 성분(계란, 우유, 생선, 갑각류, 연체동물, 대두, 견과류, 땅콩, 참깨, 겨자, 밀, 아황산염 등) 포함 여부 표시
식품 사업자 정보	필수	- 해당 식품을 제조·준비·생산·저장·포장한 업체의 이름 및 주소 표시
원산지	필수	- 수입식품의 경우 해당 제품이 수입되었음을 표기해야 하며, '~에 의해 수입된'(imported by/import' e par) 또는 '~를 위해 수입된'(imported for/import' e pour)과 같은 문구 병기
순중량	필수	- 주표시면에 영어 및 프랑스어로 병기 - 액체 식품은 ml, mL, ML, mℓ, L, l 단위로, 고체 식품은 g, kg 단위로 표시 - 소포장 식품은 개수와 함께 기재
유통기한	필수	- 유통기한이 90일 이하인 경우 날짜 및 보관방법을 표시해야 하며, 90일을 초과하는 경우 품질유지기한과 보관방법, 또는 포장날짜 및 유통기한을 표시
영양성분 정보	필수	- 열량, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 탄수화물, 섬유질, 당류, 단백질, 콜레스테롤, 나트륨, 칼륨, 칼슘, 철분 등의 함량 정보를 표 형식을 사용하여 표시
보관 및 사용방법	필수	- 적절한 보관 및 사용 지침을 표시

< 캐나다 김치 라벨 표시 예시 >

제품명	Ocean's Halo Organic Kimchi (유기농 김치)		
성분목록	양배추, 물, 사과 퓨레, 설탕, 파, 당근, 향신료, 마늘 분말, 양파 분말, 카놀라유, 바다소금, 고춧가루, 락트산		
알레르기 정보	없음		
식품 사업자 정보	제조업체명: Ocean's Halo		
원산지	미국		
순중량	16 oz (480ml)		
유통기한	별도표시		
영양성분 정보	열량	10	
	총 지방	0g	0%
	- 포화지방	0g	0%
	- 트랜스지방	0g	
	콜레스테롤	0mg	0%
	나트륨	135mg	6%
	총 탄수화물	2g	1%
	- 식이섬유	1g	4%
	- 총 당류	1g	
	- 첨가당 1g 포함		2%
	단백질	0g	
	비타민D	0mcg	0%
	칼슘	10mg	0%
	철분	0mg	0%
	칼륨	60mg	2%
보관 및 사용방법	개봉 후 냉장보관, 10일 이내에 섭취		

(4) 수입제도 및 규정

캐나다 식품안전규정(SFCR) 시행에 따라 캐나다 수입업체의 책임이 강화되었다.

2019년부터 시행된 캐나다 식품안전규정에 의해 캐나다 식품 수입업체에 수입 전 예방통제계획(PC) 수립 및 해외 공급업체의 규정 준수여부 확인 책임이 발생하였다. 예방통제계획은 식품과 관련한 위험을 예방 또는 완화하기 위해 취한 통제 조치를 설명한 서면자료로, 수입업체는 소비자 보호 및 식품안전 위험 관리에 관한 예방통제계획을 수립하고 자체적으로 식품안전 통제 조치를 실시해야 한다.

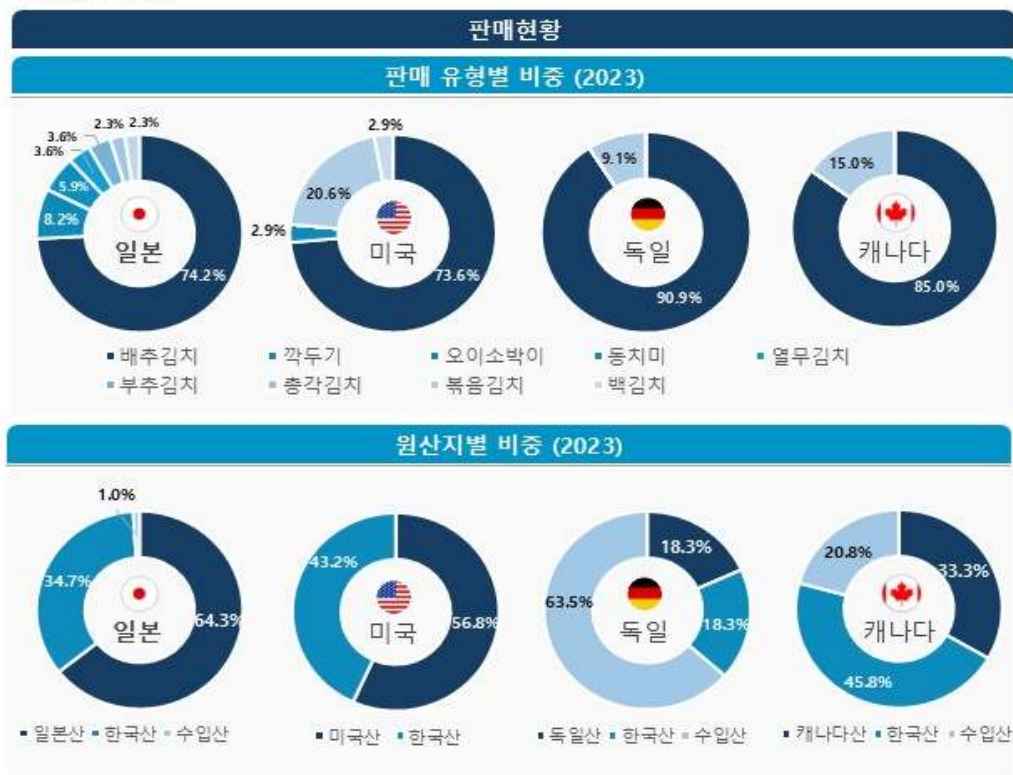
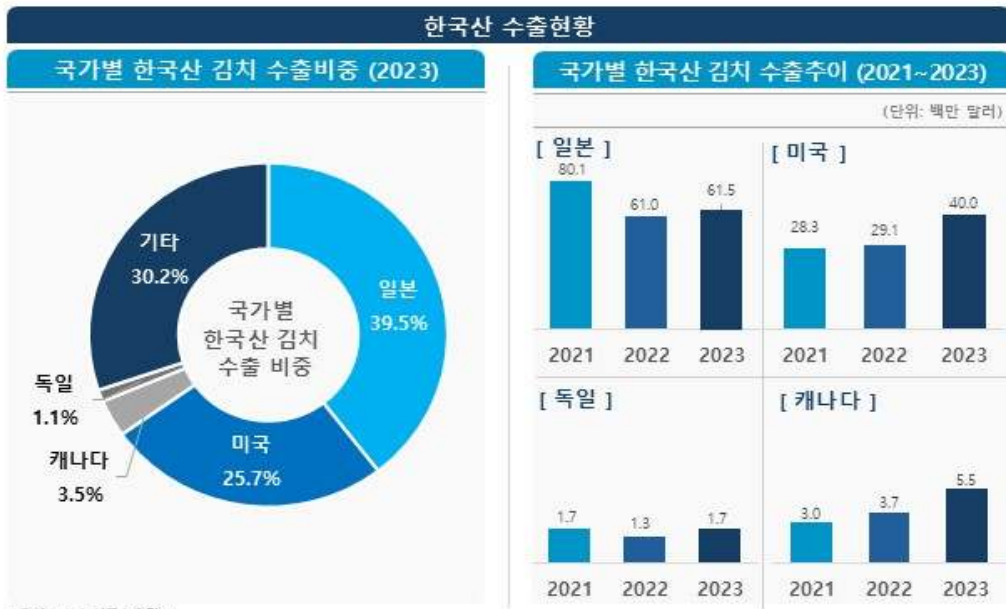
캐나다 수입업체의 수입식품 안전성 책임 강화로 인해 해외 공급업체에 식품안전 관련 정보 및 요건 준수가 요구된다. 캐나다 수입업체는 수입 전 해외 공급업체의 제조·준비·보관·포장·라벨링 사항이 캐나다 규정에 부합하는지 확인할 책임이 있으며, 이에 관한 내용은 예방통제계획에 포함되어야 한다. 수입식품의 공급 이력을 추적하기 위한 자료를 구비 및 보관해야 하며, 이를 위해 국내 수출업체에 제품에 관한 정보를 요구할 수 있다.

3. 시사점

3.1 국가별 시장비교 및 요약

일본·미국·독일·캐나다

국가별 김치 시장 요약



■ 3.2 진출방안

3.2.1 국가별 시사점

일본: 다양한 맛과 소포장 제품 선호

일본 시장에서는 김치의 숙성 상태와 매운맛 정도에 대한 다양한 선호가 존재한다.

일본 소비자들은 김치의 깊은 발효 맛을 선호하는 경향이 있어, 한국산 김치는 주로 숙성 발효 김치로 포지셔닝할 수 있다. 매운맛의 선택지가 넓어 소비자들이 자신에게 맞는 매운맛을 선택할 수 있도록 포장과 온라인 판매 페이지에서 매운맛 정보를 명확하게 제공하는 것이 중요하다. 1인 가구의 증가로 소포장 및 소용량 제품에 대한 수요가 늘고 있으며, 100~200g 소포장 제품은 간편함을 중시하는 일본 소비자에게 적합한 전략이다.

일본 김치 제조업체들은 현지 입맛에 맞춘 다양한 매운맛 제품을 선보이고 있어, 한국산 김치는 프리미엄 이미지와 건강 효능을 강조한 마케팅이 필요하다.

미국: 건강식 트렌드와 소비층 확대

미국 시장에서는 김치가 발효식품으로서의 건강 효능이 강조되며, 슈퍼푸드로 자리 잡고 있다.

기존의 한국계와 아시아계 소비층을 넘어 K-팝과 K-드라마를 통해 한국 문화에 관심을 가지는 새로운 소비층으로 김치의 수요가 확산되고 있다. 특히, 면역력 강화와 소화기 건강 등 건강 기능성을 중심으로 한 마케팅 메시지가 효과적이다.

미국에서는 다양한 형태의 포장 제품이 소비자의 라이프스타일에 맞게 판매되고 있으며, 캔 제품은 휴대성과 보관성을, 유리병 제품은 유기농 및 글루텐프리 라벨을 통해 건강 지향적인 소비자들에게 어필할 수 있다.

독일: 유기농 제품 선호와 프리미엄 김치 수요

독일은 발효식품과 유기농 제품에 대한 높은 신뢰도를 갖고 있는 시장으로, 김치의 건강식품으로서의 잠재력이 크다.

독일 소비자들은 전통적으로 사우어크라우트와 같은 발효식품을 즐겨 먹으며, 이와 유사한 김치의 맛과 건강 효능에 친숙하다. 유기농 인증과 무첨가, 글루텐프리 등 환경과 건강을 중시하는 소비자들을 겨냥한 마케팅이 효과적이며, 프리미엄 제품 라인업이 중요한 차별화 요소가 된다.

독일의 주요 드럭스토어 브랜드인 데엠(dm)은 비건 및 유기농 김치를 판매하며, 이는 프리미엄 시장에서의 성장 가능성을 보여준다.

캐나다: 건강 중심의 소비와 유기농 김치 선호

캐나다 시장에서는 한류와 건강식 트렌드의 영향으로 김치의 인기가 상승하고 있다.

팬데믹 이후 면역력 증진에 대한 관심이 높아지면서, 발효식품으로서의 김치가 건강한 식품으로 인식되고 있다. 유기농 제품에 대한 높은 선호도와 함께, 소포장 김치가 일상에서 쉽게 섭취할 수 있는 제품으로 자리 잡고 있다.

현지 매체와 온라인 플랫폼을 통해 김치와 김치를 활용한 다양한 요리법이 소개되면서, 김치의 활용도가 확대되고 있다. 김치볶음밥, 김치 피자 등 현지화된 레시피는 소비자에게 친숙한 접근을 제공하여 김치의 수요를 더욱 확대하고 있다.

3.2.2 수출시장의 성장 가능성 평가

발효식품에 대한 수요 증가와 장기적 성장 가능성

글로벌 소비자들이 장 건강과 면역력 강화에 대한 관심이 높아지면서 발효식품에 대한 수요가 증가하고 있다. 미국과 유럽 시장에서 김치는 건강한 발효식품으로 자리 잡고 있으며, 일본에서도 발효식품에 대한 관심이 꾸준히 이어지고 있어 한국산 김치의 성장 가능성이 높다.

미국·유럽 시장 중심의 수출 성장

한국산 김치의 수출은 미국과 유럽 시장에서 급격한 성장을 보이며, 미국 시장에서는 최근 5년간 연평균 28.2%의 성장률을 기록하고 있다. 특히, 유기농 및 비건 트렌드에 맞춘 마케팅 전략이 소비자들에게 긍정적으로 작용하며, 유럽 시장에서도 유통채널 확대에 의해 김치의 접근성이 크게 향상되고 있다. 독일의 유기농 슈퍼마켓과 협력하여 현지 소비자에게 신뢰를 줄 수 있는 전략이 중요하다.

현지화 및 품질 인증을 통한 시장 접근성 강화

각국의 소비자 요구를 반영한 현지화 전략과 품질 인증은 김치 수출 확대의 핵심 요인이다.

일본과 독일에서는 현지 소비자들이 선호하는 맛과 발효 정도를 반영한 맞춤형 제품을 제공하고, 미국과 캐나다에서는 유기농 인증을 강화해 신뢰도를 높여야 한다. 이러한

접근은 각 시장의 비관세 장벽을 완화하고, 시장 내 경쟁력을 강화할 수 있다.

3.2.3 시장 진출 전략

건강 지향 제품 포지셔닝

김치는 발효 과정에서 생성되는 프로바이오틱스와 소화 개선 효과 덕분에 건강을 중시하는 소비자들에게 매력적인 제품으로 인식된다. 미국과 독일 시장에서는 유기농 인증과 저염 옵션이 있는 김치에 대한 수요가 높으며, 특히 미국에서는 비건 인증을 받은 김치가 젊은 세대와 웰빙을 추구하는 소비자들에게 인기를 끌고 있다.

각국의 소비자 선호도에 맞춘 맞춤형 제품 개발이 필요하다. 예를 들어, 미국에서는 매운맛 비건 김치를 출시하여 발효와 건강의 균형을 맞추고, 일본에서는 저염 숙성 김치를 통해 저염 식품을 선호하는 소비자층을 공략할 수 있다.

디지털 마케팅 및 온라인 판매 강화

김치의 발효 특성과 면역력 강화 효과를 주요 마케팅 메시지로 활용하여 건강 지향 소비자들을 타겟으로 삼아야 한다. 미국과 일본 시장에서는 온라인 식품 구매가 활발히 이루어지고 있어, 인스타그램, 틱톡, 유튜브 등 소셜 미디어에서 김치 레시피와 조리법을 소개하는 콘텐츠로 소비자 접근성을 높일 수 있다.

긍정적인 소비자 리뷰와 UGC를 통해 신뢰도를 구축하고, 소비자들이 자발적으로 김치를 홍보하게 함으로써 브랜드 인지도를 높일 수 있다. 온라인 쇼핑몰에서 김치의 건강 효능과 품질을 강조한 설명을 제공해 소비자 구매 전환율을 높이고, 디지털 마케팅을 실제 판매로 연결하는 효과를 극대화해야 한다.

프리미엄 제품군 개발 및 현지 유통망 확대

고품질 발효식품에 대한 수요가 높아지고 있는 독일과 일본 시장에서는 프리미엄 제품군을 통해 소비자층을 공략해야 한다. 전통 발효 방식을 강조하고 고급스러운 포장을 적용한 제품은 현지의 고소득 소비자층에게 호소력이 있다.

안정적인 유통망 확보를 위해 현지 유통업체와의 전략적 협력을 강화해야 한다. 독일의 유기농 슈퍼마켓과 일본의 고급 식료품점과의 협력을 통해 프리미엄 김치를 공급함으로써 주요 소비자 접점을 확대하고, 김치의 고품질과 건강 효능을 직접적으로 전달할 수 있다.

품질 인증 및 규제 대응 전략

미국과 유럽 시장에서는 식품 안전성에 대한 기준이 높기 때문에, 각국의 품질 인증을 사전에 확보하는 것이 필수적이다. 미국 시장에서는 FDA 인증을, 유럽 시장에서는 유기농 인증과 같은 품질 인증을 통해 비관세 장벽을 낮추고, 제품의 신뢰성을 강화할 수 있다.

각국의 식품 규제와 인증 요건을 철저히 이해하고 준수하는 제품 개발이 중요하다. 일본에서는 저염 식품 규제를 준수한 제품을, 독일에서는 유기농 인증을 충족하는 제품을 제공함으로써 현지 시장에서의 경쟁력을 강화할 수 있다.