

자체-식품-2007-2

## **식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)**

2007 · 1

**한국보건산업진흥원**

KOREA HEALTH INDUSTRY DEVELOPMENT INSTITUTE

# 제 출 문

이 보고서를 한국보건산업진흥원 『식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)』 최종 보고서로 제출합니다.

2007. 1

한국보건산업진흥원

원장 이 용 홍

- 주관 연구 기관 : 한국보건산업진흥원
- 공동연구책임자 : 염용권 (의약산업단장)  
김성조 (식품산업단장)
- 참여 연구원 : 장경원 (통상협력팀)  
서화석 (통상협력팀)  
김수웅 (통상협력팀)  
조도현 (통상협력팀)  
신일기 (통상협력팀)  
이중근 (식품산업팀)  
박강용 (식품산업팀)

## 차 례

### 제1장 사업개요 / 1

- 1. 배경 및 필요성 ..... 1
- 2. 조사대상 및 방법 ..... 2
- 3. 기대효과 ..... 4

### 제2장 스페인 / 6

- 1. 스페인의 식품 시장 개요 ..... 6
- 2. 스페인의 식품 시장 동향 ..... 8
- 3. 스페인의 식품 수입관리제도 ..... 18
- 4. 스페인 식품분야 바이어 정보 ..... 27

### 제3장 우즈베키스탄 / 33

- 1. 우즈베키스탄의 식품 시장 개요 ..... 33
- 2. 우즈베키스탄의 식품 시장 동향 ..... 35
- 3. 우즈베키스탄의 식품 수입관리제도 ..... 38
- 4. 우즈베키스탄 식품분야 바이어 정보 ..... 45

### 제4장 헝가리 / 55

- 1. 헝가리의 식품 시장 개요 ..... 55
- 2. 헝가리의 식품 시장 동향 ..... 58
- 3. 헝가리의 식품 수입관리제도 ..... 79
- 4. 헝가리의 식품분야 바이어 정보 ..... 85

### 제5장 이집트 / 100

- 1. 이집트의 식품 시장 개요 ..... 100
- 2. 이집트의 식품 시장 동향 ..... 102
- 3. 이집트의 식품 수입관리제도 ..... 110
- 4. 이집트의 식품분야 바이어 정보 ..... 115

제6장 콜롬비아 / 130

1. 콜롬비아의 식품 시장 개요 .....	130
2. 콜롬비아 식품 시장 동향 .....	133
3. 콜롬비아 식품 수입관리제도 .....	141
4. 콜롬비아 식품분야 바이어 정보 .....	147

제7장 이탈리아 / 159

1. 이탈리아의 식품 시장 개요 .....	159
2. 이탈리아의 식품 시장 동향 .....	161
3. 이탈리아의 식품 수입관리제도 .....	173
4. 이탈리아의 식품분야 바이어 정보 .....	182

제8장 아일랜드 / 193

1. 아일랜드의 식품 시장 개요 .....	193
2. 아일랜드의 식품 시장 동향 .....	196
3. 아일랜드의 식품 수입관리제도 .....	205
4. 아일랜드의 의약품분야 바이어 정보 .....	216

제9장 스위스 / 226

1. 스위스의 식품 시장 개요 .....	226
2. 스위스의 식품 시장 동향 .....	229
3. 스위스의 식품 수입관리제도 .....	246
4. 스위스의 의약품분야 바이어 정보 .....	262

제10장 터키 / 273

1. 터키의 식품 시장 개요 .....	273
2. 터키의 식품 시장 동향 .....	276
3. 터키의 식품 수입관리제도 .....	286
4. 터키의 의약품분야 바이어 정보 .....	288

## 표차례

표 1-1	연차별 조사대상 식품분야 수출전략 28개 국가 .....	3
표 2-1	한국의 대 스페인 식품·음료제품 수출품목 .....	10
표 2-2	한국의 대 스페인 식품·음료제품 수입품목 .....	12
표 2-3	식품·음료 생 산분야별 종사업체 수 .....	15
표 2-4	스페인 식품·음료산업 부문별 생산량 .....	16
표 3-1	지역별 소비 지출 구조(일반 가족 평균, %) .....	35
표 4-1	헝가리의 식품 소비 구조 .....	59
표 4-2	헝가리 식품 교역 동향 (2005) .....	61
표 4-3	헝가리의 주요 식품 제조 현황(2004) .....	62
표 4-4	헝가리 식품 제조회사의 총 생산 현황 (2005) .....	63
표 4-5	주요 헝가리 식품 판매량 현황 .....	65
표 4-6	국가별 주요 유통점 진출 현황 (2005년 기준) .....	69
표 5-1	이집트 식품 산업 SWOT분석 .....	101
표 5-2	과거 3년간 한국식품의 이집트 수출 현황 .....	101
표 5-3	사회 계층에 따른 제품 수요 비중 .....	103
표 5-4	이집트 생산 주요 스낵 및 쿠키 현황 .....	104
표 5-5	외국산 스낵 브랜드 현황 .....	106
표 5-6	외국산 면류 브랜드 현황 .....	107
표 5-7	식품 관련 제품 관세율 .....	112
표 6-1	시장점유현황 (2005년 기준) .....	134
표 6-2	시장점유현황 (2005년 기준) .....	135
표 6-3	시장점유현황 (2005년 기준) .....	135
표 7-1	이탈리아의 차시장 동향 .....	160
표 7-2	최근 5년간 이탈리아 파스타 판매 동향 .....	162
표 7-3	최근 5년간 이탈리아 건조 파스타 (Dry Pasta) 판매 동향 .....	163

표 7-4	최근 5년간 이탈리아 신선 파스타 (Fresh Pasta) 판매 동향 .....	164
표 7-5	향후 5년간 이탈리아 파스타 판매 전망 .....	164
표 7-6	향후 5년간 건조파스타 (Dry Pasta) 판매 전망 .....	165
표 7-7	향후 5년간 신선 파스타 (Fresh Pasta) 판매 전망 .....	165
표 7-8	최근 3년간 이탈리아 파스타 생산 현황 .....	167
표 7-9	이탈리아 주요 파스타 생산 기업 현황 .....	168
표 7-10	주요 대형 슈퍼마켓 현황 .....	169
표 7-11	주요 대형 슈퍼마켓의 유통시장 점유율 현황 .....	169
표 7-12	최근 3년간 연도별 이탈리아의 파스타 품목 교역 현황 .....	171
표 7-13	이탈리아의 HS Code 1903 파스타 국가별 수입 현황 .....	171
표 7-14	이탈리아의 HS Code 1903 파스타 국가별 수출 현황 .....	172
표 8-1	아일랜드 세부 식품군별 수요 현황 .....	198
표 8-2	아일랜드 세부 식품군별 생산 현황 .....	200
표 8-3	아일랜드 기업별 식품 시장 점유율 .....	202
표 8-4	아일랜드 상표별 식품 시장 점유율 .....	203
표 8-5	아일랜드 주요 상품별 수출현황 .....	204
표 9-1	스위스 세부 식품군별 수요 현황 .....	231
표 9-2	스위스 식품군별 생산 현황 .....	233
표 9-3	스위스 기업별 식품 시장 점유율 .....	235
표 9-4	스위스 상표별 식품 시장 점유율 .....	237
표 9-5	스위스 주요 상품별 수출현황 .....	238
표 9-6	2003년 주요 상품별 국가별 수출현황 .....	239
표 9-7	스위스 최근 연도별 경제동향 .....	242
표 9-8	스위스 향후 경제전망 .....	243
표 9-9	연도별 스위스 및 주변국의 경제성장률 동향 .....	244
표 9-10	스위스의 품목별 수출입 현황 .....	245
표 9-11	한국과 스위스의 교역 현황 .....	246
표 10-1	터키 세부 식품군별 수요 현황 .....	278
표 10-2	터키 세부 식품군별 생산 현황 .....	280

표 10-3	터키 기업별 식품 시장 점유율 .....	282
표 10-4	터키 상표별 식품 시장 점유율 .....	284
표 10-5	터키 주요 상품별 수출현황 .....	285
표 10-6	터키 주요 상품별 수입현황 .....	287

## 그림차례

그림 7-1	수입 파스타 유통 경로도 .....	170
그림 8-1	2005년 세계 식품시장 (약 1조 4550억 달러) 대비 주요국 점유율 .....	194
그림 8-2	2005년 세계 주요국가의 식품시장 규모 및 성장률 .....	195
그림 8-3	아일랜드 식품시장 규모 및 성장률 .....	195
그림 8-4	2005년 세계 주요국가의 1인당 식품 소비금액 .....	197
그림 8-5	2005년 세계 주요국가의 식품 생산 현황 .....	199
그림 9-1	2005년 세계 식품시장 (약 1조 4550억 달러) 대비 주요국 점유율 .....	227
그림 9-2	2005년 세계 주요국가의 식품시장 규모 및 성장률 .....	228
그림 9-3	스위스 식품시장 규모 및 성장률 .....	228
그림 9-4	2005년 세계 주요국가의 1인당 식품 소비금액 .....	230
그림 9-5	2005년 세계 주요국가의 식품 생산 현황 .....	232
그림 9-6	스위스의 수입식품 통관검사 FFlow Chart .....	255
그림 10-1	2005년 세계 식품시장 (약 1조 4550억 달러) 대비 주요국 점유율 .....	274
그림 10-2	2005년 세계 주요국가의 식품시장 규모 및 성장률 .....	275
그림 10-3	터키 식품시장 규모 및 성장률 .....	275
그림 10-4	2005년 세계 주요국가의 1인당 식품 소비금액 .....	277
그림 10-5	2005년 세계 주요국가의 식품 생산 현황 .....	279
그림 10-6	터키 식품 수출입 현황 .....	286

# 제1장 사업개요

## 1. 배경 및 필요성

### 1.1 배경

- 식품산업을 포함한 보건산업(Health Industry)은 의료기술(MT), 정보통신기술(IT), 생명과학기술(BT), 나노기술(NT) 등 첨단기술이 융합된 고부가가치형 성장 산업으로서 미래의 국가경제 발전을 견인할 전략산업임
- 그러나, 아직 식품산업 관련 제품의 무역역조현상이 심하여 식품의 수출확대, 식품 산업체의 해외진출 등 수출촉진에 대한 요구가 절실함
- 그 동안 우리 나라 식품산업은 해외시장정보의 부재로 인하여, 해외시장개척 및 수출에 많은 어려움을 겪고 있는 실정임
- 따라서, 식품산업 분야의 무역 불균형을 해소하기 위하여 정부차원에서 경쟁력 있는 식품산업체를 발굴·육성·지원함과 동시에 해외시장에 대한 정보의 확보가 선행되어야 함

## 2 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

### 1.2 필요성

- 현재 식품산업의 수출 및 해외진출을 위해 정부의 각 부처 및 협회 등에서 지원하고 있으나, 수출·해외진출에 필요한 정보가 부족할 뿐만 아니라, 기관별로 산재되어 있어, 이에 대한 체계적인 수집과 분석·제공 등이 긴요한 실정임
- 식품산업체의 수출 및 해외진출을 체계적으로 지원하고 부적절한 형태의 중복 및 과잉진출을 방지하기 위해서는 해외시장동향, 제도규제 등 관련 수출입정보의 제공이 긴요함
- 또한, 현재 수출·해외진출에 관심이 있는 식품산업체의 자체적인 전략경영 활동과 해외 마케팅을 지원하는데 있어서, 대상국가의 주요 정보를 수집·분석·제공함은 식품의 수출촉진을 위해서 반드시 필요함

### 1.3 목적

- 본 보고서는 수출입 관련 정보를 효율적으로 수집하고, 식품산업체에서 필요한 정보를 우선적으로 제공하기 위하여, 정보의 우선 순위가 높은 수출전략국가 28개국을 중심으로 수출 및 해외진출에 필요한 기초자료를 제공함으로써
- 수출전략수립 및 식품의 수출증대, 국내 식품기업의 해외진출 지원 등에 기여함을 목적으로 함

## 2. 조사대상 및 방법

### 2.1 조사개요

- 국내 식품산업체의 수출·해외진출 관련 정보 제공을 위해 식품산업 분야의 우선 수출전략국가 28개국 중 9개국을 대상으로 대한무역투자진흥공사(KOTRA)에 조사 의뢰
  - KOTRA 해외무역관을 통해 9개 수출전략국가에 대한 수입관리제도, 시장정보,

수출입동향, 바이어정보 등을 수집

2.2 조사의뢰 내역

- 식품산업 수출전략국가 소재 9개 해외무역관을 통한 시장동향, 수입관리제도, 바이어 정보 등 조사

2.3 전략국가 선정

1) 식품산업 수출전략국가 28개국

- “식품산업 수출전략국가 28개국”은 정보 수집의 우선 순위로 활용하기 위하여, 최근 4개년간 교역량 및 증가율, 관련 협회 및 산업체 의견, 내부 전문가 의견 등을 가중 반영 계량화하여, 수출·해외진출 가능성이 높은 국가를 중심으로 선정

표 1-1 연차별 조사대상 식품분야 수출전략 28개 국가

구분	2004년도	2005년도	2006년도
조사대상 국가명	중국 미국 일본 러시아 베트남 독일 호주 태국 (8개국)	인도 인도네시아 캐나다 말레이시아 대만 영국 브라질 싱가포르 필리핀 홍콩 사우디아라비아 (11개국)	스페인 우즈베키스탄 헝가리 이집트 콜롬비아 이탈리아 아일랜드 스위스 터키 (9개국)

#### 4 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

### 2) 선정자료 및 방법

#### 가. 자료

- 수출전략국가 선정을 위한 전체 조사대상 76개 국가의 4개년도('00~'03년)의 평균 수출량 및 평균 수출증가율 자료
  - ▶ 가중치 40%(평균수출량: 20%, 평균증가율: 20%)
    - 자료원: 한국무역협회의 '00~'03년 식품분야 수출량(HS Code별)자료
- 식품산업 수출전략국가에 대한 순위도 점수
  - ▶ 식품산업 관련 협회 전문가 의견 : 가중치 30%
  - ▶ 진흥원 식품산업 전문가 의견 : 가중치 20%
  - ▶ 진흥원 수출통상팀 전문가 의견 : 가중치 10%

#### 나. 방법

- 선정 변수(4개년도 수출량 등)에 대해 가중치를 부여하고 점수화
- 식품산업 관련 협회 관계자, 전문가(산업별 전공자 및 수출통상팀)의 수출전략국가 순위도를 점수화
  - ※ 평균 수출증가율은 수출량 상위국가를 우선순위 4그룹(A, B, C, D)으로 분류하여 각 그룹별로 가중 점수화(A:20점, B:15점, C:10점, D:5점)
- 상기 선정 5개 변수(4개 연도 평균수출량, 평균 수출증가율 등)에서 산출된 가중점수들을 최종 합계하여 순위별로 선정

### 3. 기대효과

- 수출입관련 정보의 수집·분석·제공 및 공유에 따른 정보이용의 활성화를 통하여 향후 전략상품 및 수출대상지역의 발굴 등 국내 식품산업체의 해외진출 기반조성과 수출촉진에 기여
- 관련기관간의 수출입 정보 교환 및 공유에 따른 정보이용의 활성화
- 주기적인 통계생산 체계의 확립

- 정보수집 및 분석을 통한 전략상품 및 수출대상지역 발굴
- 국내 식품산업정보와 해외관련 산업체 정보교류의 활성화
- 국내 식품산업 관련 제품의 수출·해외진출 기반 조성, 이를 통한 수출촉진, 경제 활성화, 일자리 창출에 기여

## 제2장 스페인

### 1. 스페인의 식품 시장 개요

- 스페인은 전통적인 농업국가로 유럽 국가 중 농업비중이 가장 높은 나라 중 하나로, 소맥, 감귤류, 포도, 올리브 산업이 유명함
  - 또한 4면이 바다로 둘러싸여 있으며, 680 km 에 달하는 북부 대서양 해안에서는 근해어업 및 양식업, 남부 라스팔마스 섬을 기점으로 원양어업이 발달하였음
- '05년 현재 스페인 식품, 음료 시장은 매출액 규모로 유럽 5위에 랭크되고 있으며, 스페인 산업생산(Industrial Production)의 17%, 총 GDP의 7.24% 노동인구 14% 고용을 창출하며 스페인의 대표적 제조업 분야로 자리매김하고 있음
- 노동인구조사기관(EPA)에 따르면 2004년도에 농업, 목축업, 임업, 어업에 종사하는 국민은 총 114만6000명이고 그 중 108만6000명이 농업에 종사하며, 어업에는 총 6만 명이, 식품산업에는 45만 명이 종사함
- 스페인 농수산물 연간 수출액은 174억 유로 정도임
  - 이 중 156억 유로는 농업제품이며, 18억 유로 정도는 어업제품인데 반해 수입액은 매년 1156억 유로로 추산됨
  - 그 중 농업은 114억 유로, 어업은 36억에서 42억 유로 정도임
- 총 수출량의 78%가 유럽지역으로 수출되고 있으며, 반면 유럽지역에서 수입은 전

- 체의 약 56%를 차지하며 기후적 영향으로 스페인은 야채, 과일류를 많이 수확하고 있으며 수출에서도 높은 비중으로 1위를 차지함
- 수출액 중 85%~90%는 유럽 여러 국가로 수출되며, 수출 2위 품목은 와인과 주류이며 그 다음으로는 많이 수출되는 품목은 올리브유임
    - 스페인은 세계최대 올리브유 생산국가일 뿐만 아니라 가장 많은 양을 수출하는 나라임
  - 한편 수입 면에서 가장 많은 부분을 차지하는 것은 어패류, 주류, 유류제품으로. 2004년 식품류 총 구입량은 365억kg, 금액 기준 69조 유로로 구입액은 전년에 비해 2% 늘어난 것으로 나타남
  - 식품류 소비주체는 가정이 대부분을 차지하며 그 외 레스토랑, 학교 등이 차지함
  - 스페인 국민은 급여의 26%를 식품 구입에 소비하고 있으며, 식료품 구매는 40%이상이 슈퍼마켓을 이용하며 그 외 나머지는 식품점과 대형마켓을 이용하는 것으로 나타남
  - 최근 20년 사이 스페인에서는 식품소비 패턴에 많은 변화가 생김
    - 육류나 유류의 섭취가 늘어나고 있으며, 또한 인스턴트식품, 과자류, 케익류의 소비도 증가
    - 반면 쌀, 콩류, 야채류, 감자 등의 소비량은 점점 줄어들고 있어 정부에서도 국민의 소비패턴을 바꾸기 위해 많은 노력
  - 풍부한 자국 농산물, 수산물을 기반으로 주류, 제과·제빵, 축산, 음료 및 수산물 등 식품음료 가공 산업이 전반적으로 높은 수준을 구가하고 있으며, 유럽 1위의 관광대국민만큼 호텔 및 요식산업이 발달하였고 외식을 즐기는 국민성도 식품·음료산업 발전의 한 요인으로 작용하고 있음
    - 건강과 식품안전, 영양정보에 까다로운 현지 소비자의 요구증가 및 세계시장 진출과 더불어 스페인식품업계는 끊임없는 연구개발을 통해 기술력 강화, 프로모션, 제품 투자 등으로 품질 및 기술 수준을 높여가고 있음
  - 발달된 국내 제조기반 및 런던, 독일 등 인근 유럽국 대비 덜 개방된 식문화로, 현재까지는 아시아산 식품·음료문화가 본격적으로 소개되거나 수입되지는 않으나 최근 10년 사이 식품소비패턴에 소폭의 변화가 나타나고 있어, 육류나 유류의 섭취, 인스턴트 식품의 소비가 증가와 더불어 동양요소가 가미된 퓨전 풍 인스턴트가 등장하는가 하면 인삼제품이 첨가된 건강식품도 판매되고 있어 향후 아시아산 상품 시장의 가능성을 볼 수 있음
    - 최근 현지 고급 슈퍼체인인 산체스 로메로(Sanchez Romero)가 아시아 식품 코너

## 8 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

- 를 운영, 일본산 과자 및 국수류, 주류 및 중국산 소스를 판매하고 있으며, 대형백화점 El Corte Ingles 식품부는 중국산 간장류 등 아시아산 소스류를 취급하고 있음
- '05년 식품·음료부문 한-스페인 교역현황을 살펴보면, 한국의 대 스페인 수입은 총 1억 5,169만 4천불을 기록했으며, 반면 수출은 3,511만 불에 그쳐 한국의 수입이 수출을 약 4배 이상을 상회하고 있음
- 한국식품은 같은 아시아권인 일본산 및 중국산 대비 현재의 인지도가 거의 미미한 편이기 때문에 적극적인 홍보에 나설 필요가 있으며, 초기 시장인 만큼 소량주문이라도 가능한 바이어를 적극 발굴하여 지속적인 마케팅을 해나가야 함

## 2. 스페인의 식품 시장 동향

### 2.1 수요 동향

- 스페인 식품·음료제품 수입동향
  - '05년 기준 스페인 전체 식품산업 수출액은 13,492 백만 유로로 전년대비 2.93% 증가했으며, 수입은 21,933 백만 유로로 전년대비 9.53% 늘었음
  - 유럽국과의 교역비중이 높은 편으로, 전체 수출량의 78%, 수입량의 56%를 유럽지역이 차지하고 있음
  - 스페인의 수출 제 1 품목군은 야채, 과일류인데, 이는 농산물 재배에 유리한 기후조건을 보유하고 있기 때문임
  - 이 중 90% 이상은 인근 유럽국으로 수출되며, 제 2위 수출품은 와인 및 주류, 제 3위는 올리브유임
  - 특히, 스페인산 와인과 올리브유는 국제적인 명성을 얻고 있음
  - 한편 수입품목은 어패류 (4,190백만 유로), 과일류(1,294백만 유로), 곡물(1,899백만 유로), 씨앗류(1,120백만 유로) 등으로 어패류의 경우 아시아로부터, 과일, 곡물, 씨앗류의 경우 유럽 및 중남미 지역으로부터 주로 수입되고 있음
- 스페인 국내 소비동향
  - '05년 기준 스페인의 식품음료 소비량은 총 38,105 백만 킬로/리터/Unit, 금액 기준

으로 77,811 백만 유로를 보였음

- 소비자 군별로는 1위가 가정·개인으로 연간 56,175백만 유로가 소비되어 총 식품 음료소비의 72.19%를 차지했으며, 그 다음이 호텔·요식업계(20,160백만 유로, 25.91%), 기타 기관 (1,476백만 유로, 1.90%) 순임
- 스페인 1개 가정의 식품·음료 구매액은 연평균 6,106 유로, 1인당 소비액은 연간 1,307 유로였으며, 총 가계지출의 19.26%를 차지하였음
- 식음료품 구입 장소는 슈퍼마켓(42%), 식료품점(30%), 대형유통마켓(18%), 기타 (10%)순으로 집계되고 있음

○ 한-스페인 간 식품·음료전체 수출입 동향

- '05년 식품·음료부문 한-스페인 교역현황을 살펴보면, 한국의 대 스페인 수입이 총 1억 5,169만 4천불, 수출이 총 3,511만 불로, 수입이 수출을 약 4배 이상 상회하고 있음
- 최근 3년간 양국의 수출입 금액을 비교해 보면, 대 스페인 한국수출은 '03년 이래 매년 마이너스 50% 이상의 감소율을 보이고 있는 반면, 대 스페인 한국수입은 '04년을 기점으로 약 2배가 증가하고 있는 추세임
- 한국의 대 스페인 주요 수출품은 냉동어류, 수산가공품(깡통 및 생선묵류), 인삼 제품류, 초코렛 및 초코렛 과자류, 국수·라면류 등으로 냉동어류 및 수산가공품이 전체 수출의 절반 이상을 차지함
  - 과거 주요 수출 품목이었던 인삼제품이 연간 약 38만 불에 그치고 있는데, 이는 과거 식품으로 분류 통관되던 인삼제품이 의약품으로 분류되면서 수출이 크게 위축된 때문임
  - 반면, 한국의 대 스페인 주요 수입품은 올리브유, 돼지고기 등 식용설육, 포도주스 및 포도주 등 포도가공품, 캔디류, 냉동어류 및 어류 필렛트, 오렌지 등이 있음
  - 최근 국내의 웰빙 패턴의 확산으로 스페인산 올리브유 수입이 괄목할 수준으로 증가하여 전체 식음료 수입의 절반이상을 차지하고 있음
  - 또한 국내 삼겹살 소비 증가로 스페인산 돈육의 수입도 크게 늘어나고 있으며 스페인 포도생산 과잉과 농업보조금 등으로 인한 포도주스 원액 수출 단가의 하락으로 수입이 증가하고 있음

10 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

○ 한-스페인 간 식품·음료 품목별 주요 수출입 동향(표 2-1)

표 2-1 한국의 대 스페인 식품·음료제품 수출품목

(단위 : US\$ 천,%)

순위	품목 코드	품목명	2004년		2005년	
			금액	증가율	금액	증가율
	HS CODE	총계	38,747	-53.24	11,253	-70.96
1	303	냉동어류: 송어, 가자미, 서대, 넙치류 고등어, 곱상어, 농어, 갈치, 조기, 전갱이, 꽂치, 떡장어, 민어, 가오리, 기타	11,253	-23	15,732	39.8
2	307	갑오징어, 오징어, 문어 및 기타 연체동물류(냉동), 냉동 바지락	15,850	-20.8	8,467	-46.6
3	1604	조제 또는 저장처리한 꽂치(밀폐용기) 게맛의 생선묵, 기타 생선묵	6,211	-31.7	4,623	-25.6
4	1605	조제 및 저장 처리한 바지락, 골뱅이	2,619	82.6	2,244	-14.3
5	1806	초코렛 및 초코렛 과자	4	200	1,639	41,934.00
6	1902	국수, 라면, 기타 인스탄트면류	482	-2.8	763	58.5
7	1302	인삼엑스, 인삼엑스분, 인삼의 기타액즙과 엑스(백삼), 실한천, 분한천	461	-2.2	314	-31.9
8	1211	백삼분, 백삼 타브렛 및 캡슐	389	41.2	280	-27.9
9	306	세우류 및 계	387	-41.5	224	-42.1
10	1209	과중용의 종자·과실 및 포자 : 무종자	73	-58.6	125	73
11	2206	청주	71	-29.8	125	75.8
12	1905	파이, 케이크, 비스킷, 쿠키, 크래커, 기타	97	329	111	14.2
13	1704	추잉껌, 드롭프스, 기타 캔디류	76	139.6	89	17.9
14	2103	간장, 된장, 고추장, 기타 장류, 기타 소스	123	299.3	78	-36.5
15	508	산호, 연체동물·갑각류·극피동물의 껍데기, 오징어뼈와 그들의 분과 웨이스트	318	1	50	-84.4
16	709	표고버섯, 느타리버섯,팽이버섯의 버섯류, 단고추, 호박, 기타 채소	0	1	39	-
17	2208	소주	65	-38.7	39	-39.7
18	1102	곡분 (밀가루와 메슬린가루제외 )	10	151.8	36	268.8
19	1901	맥이엑스, 분, 조분, 전분, 맥이엑스 조제식료품, 쌀가루	4	1	21	433.4

순위	품목 코드	품목명	2004년		2005년	
			금액	증가율	금액	증가율
20	2106	인삼차(백삼차), 기타(로얄젤리, 벌꿀조제품 제외한것)	79	205.1	21	-73.4
21	1701	사탕수수당, 사탕무우당, 화학적 순수자당(고체)	59	740.4	18	-70.3
22	2202	물(가당향미, 광수와 탄산수포함), 비알코올성 음료(제 2009 과일주스와 채소주스 제외)	11	-85.7	14	24.8
23	2005	조제, 저장 처리한 기타 채소(설탕으로 저장한 과일, 견과류, 과일, 식물의 기타 부분, 초산처리한 것, 냉동한 것 제외) 제2006 물품 제외	10	-27.5	12	22.3
24	2201	물(광수와 탄산수포함/감미료나 향미첨가 안한 것), 얼음, 눈	1	-59.6	12	885.7
25	1008	메밀 .조 .카나리시드, 기타 곡물	16	-35.5	7	-57.6
26	1904	코운 칩, 기타 곡물, 곡물산품을 팽창 또는 볶아서 얻은 조제식료품	8	-35	6	-24.3
27	2105	아이스크림, 기타 빙과류	0	1	6	-
28	2009	과실주스(포도즙을 포함)와 채소주스(설탕 기타 감미료를 첨가한 것을 포함하며, 발효하지 아니하였거나 주정을 함유하지 아니한 것에 한함)	54	569.5	4	-93.1
29	1702	인조꿀	0	1	3	-
30	2204	포도주, 포도즙(포도 주스 제외) 제 2009호 것 제외	0	1	3	-
31	902	차류 : 녹차, 홍차, 기타 조	3	1	2	-9.7
32	1515	참기름	0	1	2	-
33	1601	소시지	0	1	1	-
34	602	기타 산식물(뿌리포함), 삼수, 접수, 버섯의 종균	0	1	0	-
35	704	배추(신선, 냉장한 것)	0	1	0	-
36	705	결구상치(신선, 냉장한 것)	2	1	0	-97.7
37	707	오이류(신선, 냉장한 것)	0	1	0	-
38	808	배(신선한 것)	0	1.00	0	-
39	2203	맥주	11	1808	0	-97.2

자료원 : 한국무역협회 국가의 품목별 수출입 통계자료 무역관 취합

12 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

표 2-2 한국의 대 스페인 식품·음료제품 수입품목

(단위 : US\$ 천,%)

순위	품목 코드	품목명	2004년		2005년	
			금액	증가율	금액	증가율
	HS Code	총계	75,877	10.63	151,695	199.92
1	1509	올리브유와 그 분획물	37,912	179.5	87,800	131.6
2	203	돼지고기 (신선·냉장 또는 냉동한 것) : 넓적다리살, 어깨살, 삼겹살 등	4,768	1	17,927	276
3	2009	포도주스, 사과주스	6,876	37.9	8,703	26.6
4	1704	드롭프스, 기타 캔디류, 기타 설탕과자 (코코아 함유한 것 제외)	6,936	-15.5	8,462	22
5	303	냉동어류: 가자미, 서대, 넙치류, 참다랑어, 고등어, 갈치, 기타, 볼락, 홍어, 민어, 가오리, 이빨고기, 기타, 냉동어란(명란제외)	4,300	72	6,387	48.5
6	1515	기타 비휘발성의 식물성 유지(호호바유를 포함한다)와 그 분획물(정제의 여부를 불문하며, 화학적으로 변성 가공한 것을 제외한다)	390	179.5	4,172	968.8
7	304	어류의 피레트 및 기타 어육(신선·냉장 또는 냉동한 것) : 참다랑어, 이빨고기, 기타 어류	2,686	2.7	3,047	13.4
8	2204	포도주 및 포도즙 (포도 주스 제외)	2,325	10.1	2,928	26
9	901	커피	1,543	12.6	1,361	-11.8
10	1302	인삼의 기타엑즙과 엑스, 분한천, 기타 한천, 로커스트두, 로커스트두씨, 구아의씨에서 얻은 점질물과 디크너	1,102	31.8	1,228	11.4
11	2005	조제, 저장 처리한 기타 채소: 올리브류 등	1,325	32.5	1,222	-7.7
12	206	식용설육 : 족, 돼지의 기타 식용설육(냉동한 것), 기타 식용설육 (면양, 산양, 말, 당나귀, 노새, 버새의 것)	155	1	1,212	679.6
13	2008	조제, 저장처리한 견과류, 종과류, 배 버찌등	1,626	-25.8	1,083	-33.4
14	2106	기타 조제식료품	230	-23.5	877	281.5
15	805	오렌지 (신선, 건조한 것)	0	1	785	-
16	2309	사료 : 개, 고양이용, 단미사료, 보조사료, 기타 사료첨가제, 기타 사료용조제품	652	32.7	623	-4.5
17	2202	물(착색가당향미,광수와 탄산수포함), 과즙음료	327	99.9	457	39.8

순위	품목 코드	품목명	2004년		2005년	
			금액	증가율	금액	증가율
18	1804	코코아 버터(지와 유 )	213	-49.6	384	80.2
19	2103	토마토소스, 마요네스, 기타 소스류	217	-24.1	253	16.5
20	1803	코코아 페이스트	293	-34.5	250	-14.6
21	1806	초콜렛, 초콜렛 과자 및 코코아조제품	100	-35.5	227	126.8
22	2101	인스턴트커피, 기타(설탕, 레몬 또는 대용물을 함유한 것을 제외한 것)	83	1670.9	183	121.9
23	1214	스위드, 멥골드, 사료용 근채류, 건초, 알팔파 클로우바등의 사료용식물	447	-54.6	182	-59.2
24	504	동물의 장, 위 (어류제외)	40	1	169	326.2
25	1510	기타 올리브유와 그 분획물	28	50.1	163	470.6
26	1503	리아드유	112	-27.6	158	41.3
27	602	기타 산식물(뿌리포함)삼수, 접수, 버섯의 종균	124	54.3	134	8.2
28	1805	코코아 분말(가당한 것 제외 )	171	-29	118	-30.9
29	910	샤프란	127	75.8	113	-11.3
30	2501	소금	106	137.8	111	5
31	2001	식초 또는 초산으로 조제 또는 저장 처리한 채소·과실·견과류와 기타 식용에 적합한 식물의 부분 : 양파, 토마토 등	88	59.6	104	18.6
32	2209	양조식초	32	267.2	101	218.5
33	1605	조제 또는 저장 처리한 갑각류, 연체동물, 기타 수생무척추동물 (조미오징어, 해삼, 골뱅이, 홍합 제외)	42	1	84	99.3
34	2002	조제, 저장 처리한 토마토 (식초나 초산으로 한 것 제외 )	12	-69	80	555.4
35	306	냉동새우, 게	98	30	72	-26.3
36	1516	동물성 또는 식물성유지와 그 분획물	3	-94.1	72	2124.6
37	1602	기타 조제 또는 저장 처리한 돼지의 넓적다리살, 그 절단육	54	1	69	28
38	1512	해바라기씨유 및 그 분획물	0	1	65	-
39	307	냉동갑오징어, 문어	7	-97.6	63	870.7
40	510	의약품제조용의 기타 동물성 생산품	0	1	47	-

14 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

순위	품목 코드	품목명	2004년		2005년	
			금액	증가율	금액	증가율
41	2401	잎담배, 담배부산물	19	-92.5	45	134
42	1601	소시지, 기타 육고기 조제식품	22	1	43	94.7
43	1905	비스킷, 쿠키, 크래커	87	19.9	37	-57.5
44	1604	조제, 저장 처리한 멸치	155	456	16	-89.8
45	402	밀크, 크림(농축 또는 가당할 것)	0	1	15	-
46	1212	로커스트두, 헤조류, 사탕무우, 사탕수수, 과실핵, 기타 식물성생산물(신선, 냉장, 냉동)	14	48.1	15	3.8
47	2208	포도주 또는 포도즙찌꺼기에서 얻은 증류수	14	-26.4	14	-3
48	2207	기타 주류	9	64.6	12	39.4
49	604	식물의 잎·가지·기타 부분, 풀, 이끼, 지의(꽃다발용, 장식용)	0	1	10	-
50	2007	감귤류 및 과실잼, 체리, 마아말레이드	6	475.7	8	33.4
51	1518	동, 식물성유지, 분획물(산화 등 화학적 변성됨), 비식용 동·식물성유지혼합물	0	1	2	-
52	406	치이즈, 커이드	0	1	1	-
53	1211	주로 향료용·의료용·살충용·살균용 기타 이와 유사한 용도에 적합한 식물 및 그 부분	1	-92	1	17.4
54	1520	글리세롤, 글리세롤수, 글리세롤페액	0	1	0	-
55	2402	시가·셔루트, 시가릴로 및 권련(담배 또는 담배대용물의 것)	0	1	0	-

자료원 : 한국무역협회 국가의 품목별 수출입 통계자료 무역관 취합

## 2.2 생산 동향

- '05년 현재 스페인 식품, 음료부문 국내회사는 총 31,824개사로, 스페인 총 기업수의 4.13%를 차지하고 있음
  - 31,824개사의 구성을 살펴보면 30,728개사(95.56%)는 50인 미만의 소형기업, 833개사(2.62%)는 중형기업임
  - 고용인 500명 이상의 대형기업은 총 68개사로 전체 식품, 음료업체수의 0.21%를 차지하고 있음

## 차지합

- 식품·음료 생산 분야별 중사업체수를 보면, 음료생산업체가 16%로 가장 많으며, 육류(14%), 유제품류(5%), 유류(5%), 어패류(3%), 가축사료류(2%), 제분류(2%), 기타(48%) 순임

표 2-3 식품·음료 생산분야별 중사업체 수

(단위 : 개사)

연도	식품, 음료	육류	어패류	과일류	유류	유제품	제분류	가축사료류	기타
2003	33,275	4,584	788	574	1,737	1,705	869	965	16,773
2004	32,586	4,534	799	1,365	1,541	1,688	839	922	15,296
2005	31,824	4,479	803	1,358	1,572	1,664	793	912	15,206

자료원 : 스페인식품산업협회(FIBA) '05년 보고서

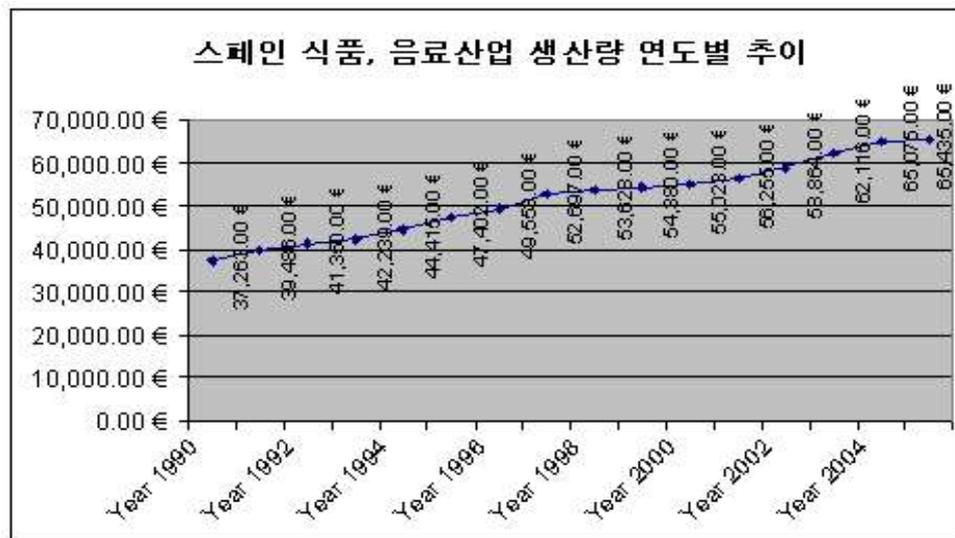
- '04년 기준 스페인 식품, 음료산업 생산액은 총 650억 7,500만 유로로 전년 대비 0.6% 증가했으며, 스페인 총 국민생산(GDP)의 7.24%를 차지했음
- 주요 생산품은 육류, 주류, 유제품 군으로 각각 총 생산액의 19.78%, 12.63%, 10.32%를 차지하고 있음
- 연도별 추이를 보면, '02년 588억 6,400만유로, '03년 621억 1,600백만 유로, '04년 650억 7,500만 유로로 매년 생산량이 증가하는 추세임

16 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

표 2-4 스페인 식품·음료산업 부문별 생산량

(단위 : 백만유로)

생산량	2002년	2003년	2004년
육류	11.581,00 €	12.294,00 €	12.870,00 €
어패류	2.858,00 €	3.054,00 €	2.962,00 €
과실류 및 채소류	4.160,00 €	4.635,00 €	5.018,00 €
유류	5.046,00 €	4.802,00 €	5.248,00 €
유산품류	6.413,00 €	6.498,00 €	6.713,00 €
제분류	2.000,00 €	2.057,00 €	2.455,00 €
기축사료	5.394,00 €	6.083,00 €	6.183,00 €
제과·제빵	4.190,00 €	4.622,00 €	4.788,00 €
설탕, 초콜렛 류	2.771,00 €	2.823,00 €	2.886,00 €
기타	2.848,00 €	3.302,00 €	3.336,00 €
주류	7.869,00 €	7.809,00 €	8.218,00 €
미네랄 워터	3.734,00 €	4.136,00 €	4.398,00 €
총계(Total)	58.864,00 €	62.116,00 €	65.075,00 €



자료원 : 스페인식품산업협회(FIBA) '05년 보고서

## 2.3 유통 구조

- 스페인 식품음료의 주요 구매처는 슈퍼마켓, 대형할인점, 백화점 및 현지 중소식품점 등임
  - 현지 주요 슈퍼마켓 체인으로는 Caprabo, Eroski, Sanchez Romero 가 있으며, 백화점은 현지 단독체인인 El Corte Ingles, 대형유통할인점은 다국적 체인인 Al Campo, Carrefour 등이 있음
- 수입 상품은 직수입보다 현지 대형 수입상을 통한 구매가 주류를 이루고 있으며, 대량구매가 가능한 대형할인점의 경우 현지 지명도가 높은 수입상을 통한 최저가격 구입을 최우선으로 삼고 있으므로, 따라서 현지 유통점에 제품을 공급하는 식음료제품 대형 수입상을 공략할 필요가 있음

## 2.4 경쟁 동향

- 스페인의 대한 주요 수출품목 : 올리브유, 육류, 주류, 과일과즙
  - 올리브유 : 현재 스페인의 대한 수출 1위 품목으로, 한국의 웰빙 열풍과 맞물려 식재료 및 화장품 원료로 수출되고 있음. 대한 연간 수출량은 약 9천만 불로, 연간 수출증가율 100% 이상 큰 폭으로 증가하고 있음
  - 육류 : 스페인의 유럽기준에 따른 위생적인 가공시설 및 가격경쟁력이 좋아 돈육, 특히 삼겹살 부위가 많이 수출되고 있음
  - 포도주 : 국제시장에서 프랑스, 이태리산보다 늦게 마케팅을 시작하여 비교적 한국에서 인지도가 낮은 편이었으나, 매년 20% 이상 꾸준한 증가율을 보이고 있음
  - 과일과즙 : 스페인은 유럽에서 가장 긴 일조량 및 건조한 기후로 전국적으로 포도 재배가 발달되어 있고 남부 발렌시아산 오렌지가 유명하며, 미국산 대비 가격경쟁력이 높은 것으로 나타나 포도즙, 오렌지과즙이 한국으로 수출되고 있음
- 한국의 대 스페인 주요 수출품목 : 수산물류(가공, 원료), 인삼
  - 인삼류 (인삼 분말, 엑기스) : 건강식품 및 의료제품으로 구입되어 현지에서 수입되고 있음
  - EU는 인삼제품을 의약품으로 분류할 것인지 건강식품으로 분류할 것인지에 대해

## 18 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

오랜 논란을 계속해 왔으나 현재까지는 명확한 규정이 없음

- 스페인의 경우 과거, 인삼제품을 건강식품으로 분류해 정부로부터 국내 판매권 (Permiso de Comercializacion) 허가를 받은 건강식품 수입상들이 인삼제품을 수입, 판매
- 94년 이후 인삼제품에 대한 분류 논란이 본격적으로 제기된 이후 스페인 정부는 의약품으로 분류하기 시작해 현재는 자체실험실을 보유한 회사로서 보건소비부에 인삼제품의 의약품 등록을 필하고 수입허가를 얻은 전문회사에 한해 수입을 허가 하며, 이 등록 및 허가과정은 상황에 따라 다르지만 각각 1~2년이 소요
- 마드리드 한국무역관이 관리하는 현지 3대 수입상을 접촉한 결과 1개 수입상만이 의약품으로 정식 등록해 직수입하고 있으며 나머지 2개 수입상은 2002년 사스 발생 이후 통관이 엄격해진 스페인 세관을 피해 건강식품으로 통관이 비교적 수월한 네덜란드와 이탈리아를 통해 간접 수입함
- 스페인 인삼제품 (HS CODE 1211.20) 류 수입은 중국산이 주종이며 2003년도 전체 수입시장에서 중국산이 총 181.000유로, 중량15.000kg, 95.76%시장점유율을 보이고, 2003년도 대한수입은 전혀 없는 것으로 집계됨
- 2002년도 중국수입은 385.000 유로, 총 시장점유율 52,45%를 보이고 있으며, 한국 으로부터 수입은 291.000유로로 39.64%를 차지함
- 수산물류 (냉동어류, 오징어, 조갯살류) : 대한 냉동어류, 오징어류, 조갯살류가 스페인 수산가공품 생산업체에 원자재 및 반가공 상태로 수출되고 있음

## 3. 스페인의 식품 수입관리제도

### 3.1 식품법 개요

- 스페인과 포르투갈로 수입되는 식품과 알콜음료는 유럽연합이 제정한 특별법을 제외하고는 다른 어떤 법에도 규제를 받지 않음 스페인과 포르투갈은 유럽연합 회원국으로서 연합 내 식품법과 관련된 기준과 규제사항을 준수한다. 유럽연합 내 적용할 법규가 없을 경우 각국 법을 적용함.

### 3.2 표시요건

- 유럽연합 내 조율을 통한 법규는 다음과 같은 사항에 적용
  - 일반표지요건
  - 영양표지요건
  - 제품-상세표지
  - 유전자 변형과 신식품 표지
- 다국어로 된 표지는 스페인과 포르투갈에 다 허용이 된다. 하지만 스페인어와 (또는) 포르투갈어도 표시되어야 하며 스티커 부착이 가능.
- 유럽연합의 표지 규정에 대해 보다 자세한 정보는 EU-25 FAIRS 보고서, E35162를 참조하거나 아래 홈페이지를 참조.  
<http://www.useu.be/agri/label.html>

### 3.3 포장과 용기 규정

- 유럽연합의 포장과 용기 규정을 적용.
- 보다 자세한 관련 정보는 아래 홈페이지를 참조.  
[www.useu.be/agri/packaging.html](http://www.useu.be/agri/packaging.html)

### 3.4 식품 첨가제 규정

- 유럽연합의 식품 첨가제 규정을 적용
- 보다 자세한 관련 정보는 아래 홈페이지를 참조  
[www.useu.be/agri/additive.html](http://www.useu.be/agri/additive.html)

### 3.5 살충제 및 기타 오염물질

- 유럽연합에서 현재 조율 중이다.
- 유럽연합에서 허용하는 최대 잔여물 수치와 기타 농업과정에서 수반되는 물질에

## 20 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

관한 목록은 아래 홈페이지를 참조

[http://ec.europa.eu/food/plant/protection/pesticides/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/plant/protection/pesticides/index_en.htm).

- 유럽연합의 목록에 포함되어 있지 않은 살충제는 스페인이나 포르투갈 관련 법규를 적용
- 따라서 수출업자는 유럽연합에서 허용하는 최대 잔여물 수치와 기타 농업 관련 물질 목록을 아래 홈페이지에서 참조
  - 스페인 농림산업부  
<http://www.mapa.es/es/agricultura/pags/fitos/registro/menu.asp>;
  - 포르투갈 농림산업부  
<http://www.dgpc.min-agricultura.pt>.
- 유럽연합의 살충제와 기타 오염물질 규정에 관한 보다 자세한 정보는 아래 홈페이지를 참조  
<http://www.useu.be/agri/pesticides.html>.

### 3.6 기타 규정 및 요건

- 유럽연합의 법규는 기타 규정 및 요건에도 적용된다. 여기에는 상품 조사, 등록 및 인증서도 포함
- 인증서에 관한 보다 자세한 정보는 아래 홈페이지를 참조
  - 식물 품목 관련 인증서 ... - <http://www.useu.be/agri/plantcertif.html>.
  - 동물 품목 관련 인증서 ... - <http://www.useu.be/agri/certification.html>.
  - 가공식품 관련 인증서 ... - <http://www.useu.be/agri/foodcertif.html>.

### 3.7 기타 세부적 표준

- 유럽연합의 기타 세부적 표준에 관한 보다 자세한 정보는 아래 홈페이지를 참조.

GMO's	<a href="http://www.useu.be/agri/GMOs.html">http://www.useu.be/agri/GMOs.html</a>
새로운식품	<a href="http://www.useu.be/agri/novelfood.html">http://www.useu.be/agri/novelfood.html</a>
식이요법 혹은 특수용도 식품	<a href="http://www.useu.be/agri/partnutr.html">http://www.useu.be/agri/partnutr.html</a>
와인, 맥주 알콜음료	<a href="http://www.useu.be/agri/wine.html">http://www.useu.be/agri/wine.html</a>
유기농식품	<a href="http://www.useu.be/agri/organic.html">http://www.useu.be/agri/organic.html</a>
Vertical Legislation (Breakfast Directives)	<a href="http://www.useu.be/agri/vertic.html">http://www.useu.be/agri/vertic.html</a>
쇠고기 표지	<a href="http://www.useu.be/agri/label.html">http://www.useu.be/agri/label.html</a>
계란표지	<a href="http://www.useu.be/agri/label.html">http://www.useu.be/agri/label.html</a>
냉동식품	<a href="http://www.useu.be/agri/frozen.html">http://www.useu.be/agri/frozen.html</a>
방사능조사식품	<a href="http://www.useu.be/agri/irradiation.html">http://www.useu.be/agri/irradiation.html</a>
과일 및 야채	<a href="http://www.useu.be/agri/Fruit-Veg.html">http://www.useu.be/agri/Fruit-Veg.html</a>
해산물	<a href="http://www.useu.be/agri/seafood2.html">http://www.useu.be/agri/seafood2.html</a>

### 3.8 상표 및 저작권법

- 스페인과 포르투갈은 산업재산권 보호를 위한 국제협약(파리조약)의 가맹국이며 국제상표등록과 허위상표사용을 방지하는 마드리드 협정 당사국임. 저작권법과 지적재산권법은 상표명과 저작권 보호문제를 다룸
- 유럽연합의 상표 및 저작권법에 관한 보다 자세한 정보는 지침89/104/ECC를 참조

### 3.9 수입 절차

- 이베리안 반도 시장 진입의 첫 단계
  - 이베리안 반도 시장에 상품 진출을 하려면 우선 현지 대표부와의(또는) 수입자/유통

## 22 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

업자를 선정. 이러한 관계를 통해서 상거래법과 비즈니스 실무, 판매거래처 및 시장 변화추이를 파악할 수 있고 최신 정보와 향후 지침을 얻게 되는 것이 장점임. 수입업자는 수입식품이 스페인이나 포르투갈로 들어올 때 해당 국가 수입식품에 대하여 우선적인 책임이 있음. 따라서 양국의 수입업자는 상대국 상품을 시장에 진출하는데 필요한 전반적인 절차를 안내해야함.

### ○ 필요한 서류

- 선박이나 항공기 화물을 통해서 스페인과 포르투갈로 수입되는 식품은 다음에 열거하는 서류를 구비해야 함.
  - 화물 인하증/항공 화물 수령증
  - 송장
  - 식물검역 인증서 그리고(또는) 건강 진단서(해당될 경우)
  - 제 6장 기타 규정 및 요건 참조

### ○ 수입 인증서

- 대부분의 식품은 포르투갈이나 스페인 당국에서 발행한 수입 인증서가 있어야 함. 그러나 스페인이나 포르투갈 수입업자와(또는) 사업 관련자는 이 수입 인증서를 취득할 수 있고 주목적은 관세 분류 용도임.

### ○ 임시 통관

- 임시적인 무관세 통관법에 따라 외국 상품도 이베리안 반도에 반입됨. 제조용, 임시보관 또는 임시 수입용으로 통관되는 상품은 임시 통관이 허용됨. 일반적으로 임시 통관되는 상품은 수입세금과 부가가치세 확보용으로 일정금액을 위탁해야 하며 해당 무역업자가 유럽연합지역으로 갈 때 돌려받음. 임시 수입용으로 들어오는 외국 상품은 24개월 동안 유럽연합지역에 남아 있을 수 있음.

### ○ 샘플 및 광고

- 스페인과 포르투갈은 유럽연합 회원국과 샘플
  - 광고 관련 수입 용이화 협약 회원국과 같이 제대로 표지가 부착된 무료샘플에는 관세를 부과하지 않음. 그러나 이 샘플도 다른 일반 수입상품과 같이 수입 서류를 구비해야 하며 관세 신고용으로 송장에 '판매용이 아닌 무료 샘플'이라고 적은 설명서를 반드시 첨부해야함.

### 3.10 식품관련 정부기관

#### ○ 포르투갈

- Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE)  
(Portuguese Food Safety and Economic Agency)
  - Av. Conde Valbom, 961050-070 LISBOA
  - 전 화 : 351-217983600
  - 팩 스 : 351-217983654
  - 전자우편 : [correio.asae@asae.pt](mailto:correio.asae@asae.pt)
  - 홈페이지 : [www.agenciaalimentar.pt](http://www.agenciaalimentar.pt)
- Direcção Geral de Protecção das Culturas  
(General Directorate for Crop Protection)
  - Estação Agronómica Nacional Quinta do Marquês 2780-155 OEIRAS
  - 전 화 : 351-214464073
  - 팩 스 : 351-214420616
  - 전자우편 : [info@dgpc.min-agricultura.pt](mailto:info@dgpc.min-agricultura.pt)
  - 홈페이지 : [www.dgpc.min-agricultura.pt](http://www.dgpc.min-agricultura.pt)
- Direcção Geral da Veterinária  
(General Directorate for Veterinary Services)
  - Lg. Academia Nacional das Belas Artes, 2 1249-105 LISBOA
  - 전 화 : 351-213239500
  - 팩 스 : 351-213239694
  - 전자우편 : [veterinaria@mail.telepac.pt](mailto:veterinaria@mail.telepac.pt)
  - 홈페이지 : [www.dgv.min-agricultura.pt](http://www.dgv.min-agricultura.pt)
- Direcção Geral da Saúde  
(General Directorate for Health)
  - Alameda D. Afonso Henriques, 45 1000 LISBOA
  - 전 화 : 351-218430500
  - 팩 스 : 351-218430530

24 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

- 홈페이지 : [www.dgsaude.pt](http://www.dgsaude.pt)

- Ministério da Agricultura Gabinete de Planeamento e Política Agro-Alimentar  
(Ministry of Agriculture)

- (Planning and Policy Cabinet for Agricultural Food Products)

- Rua Pd. António Vieira, 11099-073 LISBOA

- 전화 : 351-213819300

- 팩스 : 351-213873934

- 전자우편 : [gppaa@gppaa.min-agricultura.pt](mailto:gppaa@gppaa.min-agricultura.pt)

- 홈페이지 : <http://www.gppaa.min-agricultura.pt/>

- Direcção Geral da Alfandega

- (Customs General Directorate)

- Terreiro do Trigo 1100 Lisboa

- 전화 : 351-218861059

- 팩스 : 351-218883686

- 전자우편 : [dgaiec@dgaiec.min-financas.pt](mailto:dgaiec@dgaiec.min-financas.pt)

- 홈페이지 : [www.dgaiec.min-financas.pt](http://www.dgaiec.min-financas.pt)

- Direcção Geral da Alfandega e Dos Impostos Especiais sobre o Consumo

- (Customs and Special Taxation on Consumption General Directorate)

- Direcção de Serviços do Licenciamento (Import Certificates)

- R. Terreiro do Trigo Edif. Alfândega 1149-060 Lisboa

- 전화 : 351-218814262

- 팩스 : 351-218814261

- 전자우편 : [dsl@dgaiec.min-financas.pt](mailto:dsl@dgaiec.min-financas.pt)

- 홈페이지 : [www.dgaiec.min-financas.pt](http://www.dgaiec.min-financas.pt)

○ 스페인

MINISTRY OF PUBLIC HEALTH

Imported Foodstuffs, Infections and Compound Residues, Health

Certification, Port Inspection and EU Alerts

- Subdirección General de Sanidad Exterior

Ministerio de Sanidad y Consumo

- Paseo del Prado, 18 y 20 28014 Madrid
- 전화 : (34-91) 596-2038
- 팩 스 : (34-91) 596-2047
- 전자우편 : saniext@msc.es
- 홈페이지 : [http://www.msc.es/Diseno/informacionProfesional/profesional\\_anidad\\_exterior.htm](http://www.msc.es/Diseno/informacionProfesional/profesional_anidad_exterior.htm)

Food Safety Agency

- AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA (AES)

- Alcalá, 56 28071 Madrid
- 팩 스 : (34-91) 338-0375
- 전자우편 : comunicacionAesa@msc.es
- 홈페이지 : [www.aesa.msc.es](http://www.aesa.msc.es)

MINISTRY OF AGRICULTURE, FISHERIES AND FOOD

- Plant Health Unit, inspection and certification

- Subdirección General de Sanidad Vegetal Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación Avda. Ciudad de Barcelona, 6 28007 Madrid
- 전화 : (34-91) 347-8258
- 팩 스 : (34-91) 347-8263

- Animal Health Unit, inspection and certification

- Subdirección General de Sanidad Animal Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación Velázquez, 147 28002 Madrid
- 전화 : (34-91) 347-8295
- 팩 스 : (34-91) 347-8299

- Planting seeds and Nursery Products, governing several seed trade aspects such as import requirements, seed registration and certification, and the commercial seed catalog.

26 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

- Registro de Variedades Vegetales Ctra. de la Coruña, Km. 7,5 28040 Madrid
- 전화 : (34-91) 347-6908
- 팩스 : (34-91) 347-4168
- Pesticides, Registration and MRLS establishment:
  - Subdirección General de Medios de Producción Agrícola Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación Avda. Ciudad de Barcelona, 118 2007 Madrid
  - 전화 : (34-91) 347-8291;
  - 팩스 : (34-91) 347-8316
- EU Trademark Register
  - Office for Harmonization in the Internal Market Avenida Aguilera, 20 03080 Alicante
  - 전화 : (34 96) 513-9100
  - 팩스 : (34 96) 513-9173
- Registro Especial de Gestion Aduanera Direccion General de Aduanas Ministerio de Economia y Hacienda Guzman El Bueno, 132 28003 Madrid.
  - Registro General Sanitario de Alimentos Alcalá, 56 28071 Madrid
  - 전화 : (34) 91 338-0432
  - 팩스 : (34) 91 338-0932
  - 홈페이지 : <http://www.aesa.msc.es/aesa/web/AESA.jsp>

## 4. 스페인 식품분야 바이어 정보

1. KOIPE, S.A.	
담당자 / 직책	Mr. Antonio F. Herranz Fernández
전화번호	(+34) 943 461 200
팩스	(+34) 943464 679
홈페이지	n/a
이메일	n/a
업종	식품가공
설립연도	1954
직원수	529
연간 매출액	476.575.020.43 유로
취급 품목	유류 (식물성 기름)
관심 품목	콩기름
주소	Ps. Urumea, 23313, 20014 San Sebastián
주거래 기업	공개불가
공장 및 제조업체	생산, 수입, 판매
회사 연혁 및 정보	

2. EALSA RIANXEIRA, S.A	
담당자 / 직책	Mr. Jesús Manuel Alonso Escurrís
전화번호	(+34) 981 834 000
팩스	(+34) 981 844 551
홈페이지	n/a
이메일	n/a
업종	식품가공
설립연도	1958
직원수	932
연간 매출액	154.796.521,72 유로
취급 품목	어패류, 해초류 가공
관심 품목	해산물 (조개류)
주소	Cl. Bodion, s/n, Pol. Abanqueiro Municipio de Boi, 15930 Boiro (A Coruña)
주거래 기업	공개불가, 아시아산 제품 수입
공장 및 제조업체	가공공장 보유
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>수산업이 발달한 스페인 북부소재 수산물 가공식품 제조업체로, 일부 통조림 원료를 아시아에서 조달하고 있음</li> </ul>	

3. CALVO CONSERVAS, S.L.	
담당자 / 직책	Sra. Maria Luisa Calvo Pumpido
전화번호	(+34) 981 704 795
팩스	(+34) 981 756 279
홈페이지	n/a
이메일	n/a
업종	식품가공
설립연도	1997
직원수	464
연간 매출액	98.602.919,26
취급 품목	어패류 (해산물가공)
관심 품목	냉동 어류
주소	Cr. Coruña Finisterre, Km. 35, 15100 Carballo (A Coruña)
주거래 기업	공개불가
공장 및 제조업체	가공공장 보유
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 산업이 발달한 스페인 북부소재 수산물 가공식품 제조업체</li> <li>• 일부 통조림 원료를 아시아에서 조달하고 있음</li> </ul>	

4. Pescados Gracia	
담당자 / 직책	Ms. Ana Gracia / Director
전화번호	(+34) 94 426 3100
팩스	(+34) 94 449 4914
홈페이지	n/a
이메일	pescadogracia@infonegocio.com
업종	수산물 가공
설립연도	1967
직원수	38
연간 매출액	12,465,433 유로
취급 품목	Frozen & Fresh Fish
관심 품목	Frozen & Fresh Fish
주소	mercabilbao, puesto, 121, 123, 48970, Basauri, Viscaya, Spain
주거래 기업	공개불가
공장 및 제조업체	가공 공장 보유
회사 연혁 및 정보 • 90년대 한국과 거래경험이 있음	

5. Euronetuno Seafood	
담당자 / 직책	Mr. Patrick Lou / Asian Agent
전화번호	(+34) 956 292 450
팩스	(+34) 956 292 457
홈페이지	www.netuno.ind.br
이메일	emiliano@netunosl.com
업종	식품가공
설립연도	1989년
직원수	
연간매출액	
취급 품목	Frozen Fish
관심 품목	Frozen Fish
주소	Po. Ind. Las salinas del levante, calle doctor medinillas, 1, Puerto de santa maria, cadiz, spain
주거래 기업	공개불가
공장 및 제조업체	가공공장 보유, 생산 수출입
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 통조림 제조, 판매업체로 수산물 수입. 가공 통조림류를 제조하고 있으며, 국내 판매도 겸함</li> <li>• 본사는 브라질에 있으며, 캐나다 일본 러시아 스페인에 지사를 운영하고 있음</li> <li>• 고객 수는 약 4천여 명</li> </ul>	

6. Javimar Corp.	
담당자 / 직책	Mr. Javier Gonzalez Noya / Director
전화번호	(+34) 986 520 017
팩스	(+34) 986 520 643
홈페이지	www.javimarcorp.com
이메일	favio.export@jaavimarcorp.com
업종	식품가공
설립연도	
직원수	
연간매출액	
취급 품목	Frozen & Fresh Fish
관심 품목	Frozen & Fresh Fish
주소	Prolongacion Rua Nova, S/N, 36630, Cambados, Galicia, Spain
주거래 기업	공개불가
공장 및 제조업체	가공공장 보유
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공수산물 제조업체, 통조림 생산 전문</li> </ul>	

## 제3장 우즈베키스탄

### 1. 우즈베키스탄의 식품 시장 개요

- 우즈베키스탄은 중앙아시아에 소재하고 있으며 국토의 70% 이상이 사막으로 되어 있으나 농업이 발달되어 있는 농업국가로 햇살이 강하고 건조한 전형적인 사막기후이나 국토를 가로지르는 두 개의 강을 활용한 관개 설비가 잘 되어 있어 야채와 과일이 잘 자라며 또한 값이 싼 편임
- 축산업 기반도 상당하여 소, 양, 돼지 및 가금류 등이 사육되고 있으며 축산물 소비량도 상당 수준에 달함
- 우즈베키스탄 국민은 약 70종류 이상의 민족으로 구성되어 있으며 그중 인구 비중이 높은 민족은 다음과 같음
  - ① 슬라브 민족 (러시아, 우크라이나, 벨로루시)
  - ② 중앙아시아 민족 (우즈벡, 카자흐, 타지크, 키르기스, 위구르 등)
  - ③ 다른 아시아 민족 (타타르, 바쉬키리, 추와시와 등)
  - ④ 카프카즈 민족 (아르메니아, 아제르바이잔, 그루지야 등)
  - ⑤ 고려인 및 교민 등
- 슬라브인들의 경우 대부분이 기독교를 신봉하는 관계로 특별히 식품의 종류를 가리지 않으며 육류 중 소고기와 돼지고기, 닭고기, 생선 및 계란, 곡물 중 메밀, 밀,

- 야채 중 감자, 배추, 양파 등을 주로 소비하며 가공 식품 중에는 빵, 식용유, 소시지, 버터, 치즈, 우유, 당과류, 사탕 등을 많이 소비함
- 중앙아시아 민족 대부분은 무슬림으로 돼지고기 등 이슬람 성경인 “코란”에서 금하고 있는 동물이나 생선 종류를 먹지 않음
  - 이들은 또한 육류 중에 양고기, 소고기 및 닭고기를 많이 소비하며 계란도 많이 소비하는 편임
- 중앙아시아 민족들은 곡물류 중 쌀과 밀가루를 많이 소비하며 야채 중에는 감자 및 양파 그리고 가공 식품류로는 빵, 식용유, 소시지, 발효유 및 당과류를 많이 소비함
- 여타 아시아계 민족들도 60% 이상이 무슬림으로 돼지고기를 소비하지 않으나 오랜 소련 통치 영향으로 식품 소비 성향이 러시아 사람과 비슷한 면도 있음
- 카프카즈 민족은 기독교와 이슬람교 신봉자들이 섞여 있어 식품 소비 성향이 다양한 편임
- 고려인들의 경우 러시아, 우즈벱 그리고 한국 식품을 모두 소비하며 현지 한국 교민들의 경우 현지 식료품점과 타슈켄트에 있는 한국식품점에서 식료품을 구매함
- 우즈벱키스탄 현지인들은 민족에 관계없이 육류에 대한 선호도가 높은 편이며 양고기와 돼지고기 가격이 쇠고기보다 좀 더 높은 편임
  - 닭고기도 가격 수준이 높았으나 조류 독감의 영향으로 최근 가격이 약간 하락한 추세임
  - 계란 가격 또한 약간 하락하였으나 소비량은 예전보다 낮은 수준임
- 우즈벱키스탄은 조류 독감의 국내 전염을 예방하기 위하여 가금류 질병 관련 특별법을 제정, 터키, 러시아, 중국, 베트남 및 우크라이나 등지에서 산 가금류 혹은 가금류 육류와 관련 가공제품의 우즈벱키스탄 내 반입을 금지하고 있음
  - 민간 항공기의 경우 출발지에 관계없이 우즈벱에 도착할 경우 소독 과정을 거치며 항공기 승무원은 공중위생 전문가로부터 별도의 교육을 받음
- 우즈벱키스탄 소비자의 특성
  - 우즈벱키스탄은 구소련 공화국 중의 하나로 현재는 CIS회원국이며 공산주의 체제였던 구소련 시절에는 사회적으로 큰 계급차이가 없었으나, 체제 전환이후 현재에

는 빈부 격차가 심해져 2,600만 명이 넘는 전체 우즈베크 국민들 중 약 3-4% 정도가 최상류 층으로 고가 식품류 소비 계층이기도 함

- 전체 인구의 소비에 대한 우즈베크 통계청의 집계 결과는 다음과 같음

표 3-1 지역별 소비 지출 구조(일반 가족 평균, %)

연도	지역	총지출	소비 지출 구성				소비 외 지출
			식품	재화	용역	기타	
2005	우즈베크전체	100	52	18.5	13	0.5	16
	도시	100	50.5	18.3	15.5	0.4	15.3
	시골	100	53.7	19	10.2	0.5	16.6

## 2. 우즈베키스탄의 식품 시장 동향

### 2.1 수요 동향 및 생산 동향

- 우즈베크 현지인들은 1인당 연간 GDP가 2005년 기준 458불 정도로 최빈국에 속하여 구매력이 낮은 관계로 식품 구매 시 건강보다는 허기 해소를 우선적으로 고려하는 편임
  - 이에 따라 고기, 밀가루 및 우유 가공식품을 많이 구매하며 거의 대부분 외식보다는 집에서 식사를 해결하고 있음
- 우즈베키스탄은 전통적으로 여성이 가정에서 식사 준비를 하며 대부분 케익 및 잼 등 어느 음식이나 집에서 만들어 먹는 것이 보편화되어 있었으나 최근 여성들의 사회생활 진출이 활발해지면서 가공 식품 구매 비중이 점차 높아지고 있는 추세를 보이고 있음
- 이와 함께 해산물의 소비도 늘어나고 있으나 우즈베키스탄이 내륙국가인 탓으로 전량 수입에 의존하기 때문에 아직 해산물의 가격은 매우 높은 편임
- 우즈베크 현지 식품류 수입상들에 따르면 한국산 식품류 가격이 우즈베크인들의 구매력에 비해 매우 높은 수준으로 우즈베크 현지인들의 구매력을 감안한 저가 식품류를

수출하여 줄 것을 희망하고 있음

- 우즈벡 인구는 약 2,600만 여명으로 이중 1,200만 명이 17세 이하의 어린이들로 구성되어 있고 연금 수령 계층은 약 300만 명이며 생산 계층 인구는 650만명 정도로 추산되고 있으나 실업률이 매우 높아 실제 생산 활동에 종사하고 있는 인구는 이보다 훨씬 낮은 수준임
- 우즈벡 내 식품 관련 조합으로 다음 4가지가 있음
  - ① 식용유 및 버터 산업 연합
  - ② «우즈베키스탄 빵» 주식조합
  - ③ «우즈베키스탄 야채 및 포도주» 회사
  - ④ «우즈베키스탄 육류 및 유제품 산업» 연합
- 우즈벡 내 식품생산증가율이 최근 약간 낮아진 편이나 많은 중소 식품 가공업체들이 아직 생산 활동을 하고 있음
  - 이들 중 일부는 외국자본과의 합작 법인으로 다음과 같은 다양한 가공 식품을 생산하고 있음
  - 식용유, 버터, 소시지, 파스타, 생수, 치즈, 주스, 분유, 토마토 페이스트, 마요네즈, 잼, 건과류, 곡물, 맥주 및 음료수. 감귤류 및 버스 재배, 케첩, 과자류, 꿀 등

## 2.2 경쟁 동향 및 수입 동향

- 우즈베키스탄의 수도인 타슈켄트에는 고려인들을 비롯한 한국 교민들이 많아 한국인들을 위한 한국 식품점이 수 개 소재하고 있음
- 일반 시장에서도 김과 미역 등 한국 식품이 일부 판매되고 있으며 한국에서 원재료만 들여와 현지에서 포장 판매하는 경우도 있음
- 우즈베키스탄에서 수입하고 있는 식품류는 주로 러시아산 곡물류 및 치즈, 면류/마카로니 등 파스타, 과자류, 요구르트, 마요네즈, 주스 등이며 인근 카자흐스탄에서 밀가루, 사탕 및 과자 등이 수입되고 있음
  - 독일에서 치즈와 맥주, 발트해 국가들로부터 생선통조림, 체코에서 맥주, 이란에서 꿀, 아랍에미레이트 연합에서 초콜릿 등이 수입되고 있음

- 한국에서 수입 가능한 식품류 중 시장성이 있는 식품류는 다음과 같음
  - 냉동생선
  - 통조림한 생선
  - 해산물(게맛살, 미역, 김, 젓갈류)
  - 쌀
  - 분유
  - 연유
  - 가루 형태의 주스
  - 간장, 소스
  - 라면
  - 양념류 등
- 우즈베키스탄 식품 시장에 진출하려고 할 경우 먼저 현지 지사 설립 등의 방법을 통하여 현지 시장을 조사한 후 시장성이 유망한 자사 제품을 수출하는 것이 바람직하며, 또한 믿을 만한 현지 거래선을 발굴하여 적극적으로 시장을 개척토록 하여야 함
- 우즈베크의 경우 외환 통제가 심하여 수입상들이 수입 대금을 지불하는데 많은 어려움을 겪고 있어 대부분 위탁 판매 형식으로 수입을 원하고 있음
  - 즉, 물건을 먼저 받아 현지 시장에서 판매한 후 대금을 지불하는 형식임
  - 이러한 실정으로 인해 현지 물가 상승률 또한 높은 편임
- 우즈베키스탄 식품 가공분야에 대한 외국인 투자 진출 현황은 다음과 같음

투자법인	업체명	생산 제품	투자 규모	비 고
Vimm-Bill-Dann	"VBD Toshkent"	각종 유제품	\$740만 불	러시아
Zeromax Group	Coca-Cola Bottlers Uzbekistan Ltd.	음료수	\$1500만 불	미국
All Americas Inc.	Samarkand 차포장 공장	차(tea)	\$660만 불	미국
유럽 부흥개발은행	"Mehnat- pivo"	맥주	€280만	
StreamSite	"Inter-Sok"	주스	\$500만 불	영국

- 앞으로도 식품 분야에 대한 외국인투자는 더욱 증가될 것으로 예상됨

### 3. 우즈베키스탄의 식품 수입관리제도

- 우즈베키스탄 통계청에 따르면 2005년 중 대외무역규모는 2004년 대비 9.6% 증가된 미화 95억불로 이중 수출이 54.9억불, 수입이 49.1억불로 각각 나타나 2005년 대비 수출은 11.5%, 수입은 7.2% 각각 증가됨
- 우즈베키스탄의 주요 수출 품목은 면화, 금, 원유 및 천연가스, 자동차 등이며 주요 수입 품목은 기계설비류, 가정용품, 전기전자제품, 식품 등으로 나타나고 있음
- 우즈베키스탄에 수입되는 모든 식품은 우즈베키스탄의 품질 인증 마크를 반드시 획득하여야 함
  - 품질 인증을 받아야 하는 식품들은 다음과 같음

품 목 명	HS CODE
모든 종류의 육류제품	0201-:-0210*
생선, 연체동물, 갑각류와 다른 무척추동물	0301-:-0307*
우유, 계란 및 동물 관련 제품	0401-:-0406, 0407, 0408 (0408 11 200, 0408 19 200, 0408 91 200, 0408 99 200 - 제외하여), 0409
동물의 내장(모든 형태)	0504 00 000*
야채와 여러 가지 식용뿌리나 구근	0701-:-0714*
과일과 호두; 껍과 참외의 껍질과 뿌리	0801-:-0814*
커피, 차, 양념	0901-:-0910*
곡물	1001-:-1008 *
제분제품; 맥아, 전분, 이눌린, 밀가루 글루텐	1101-:-1109 00 000*
채유종자 및 열매; 기타 곡물 및 열매, 의약품용 식물, 기술 분야용 식물, 밀짚 등	1202
주스, 추출물; 펙틴화물, 한천, 식물보강제	1302
동물과 식물의 기름과 기름화물	1501 00-:-1522
고기, 생선, 연체동물, 무척추동물의 완성품	1601-:-1605
사탕과 사탕과자	1701-:-1704*
코코아와 과자류	1801-:-1806
곡물, 가루, 전분과 우유 완제품, 가루과자류	1901-:-1905
야채, 과일, 호두와 다른 식물의 완제품	2001-:-2009*
기타 식품	2101-:-2106
알콜성 및 무알콜성 음료, 식초	2201-:-2209
요리의 제품과 반제품	0201부터 2106까지 표시된 식용-유재료로 만 든 식품
담배와 그의 대체물	2401*, 2402-:-2403
식용소금	2501 00 100, 2501 00 91

\* 공급 업체가 신고 시 품질인증서를 제출해야 함

40 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

- 모든 수입 제품은 수입 신고 시 품질인증서를 제출하여야 하며, 수출입 국가 모두 제품공표 관련 상호 인정해야 함
- 식품 품질인증서 발급 기관은 표준화위원회로 모든 물건이나 장비를 검사한 후 우즈벡 현지표준 부합 여부를 판단한 후 인증서를 발급함
- 수입업체가 표준화위원회에 식품 관련 인증서 발급 신청을 하면 5~15일 정도 처리 기간이 소요되며 수출업체 또한 품질인증서 발급 신청이 가능함
- 내각 산하 소속 우즈벡 표준화위원회 연락처는 다음과 같음
  - 주소: Uzbekistan, Tashkent, Farabi st. 333A
  - 전화번호: (99871) 144-6601 - 대표
  - 전화번호 (99871) 114 37 83, 114 37 80 - 인증서 발급
  - E-mail: sertcenter@standart.uz
  - 담당자: Mr. Japparov, Rustam Ravshanovich - Director
- 인증서 발급 신청시 다음 서류를 제출하여야 함
  - 화물 운송장
  - 수입 면허
  - 물건 샘플
- 수입 통관 시 세관은 인증서의 진위 여부, 시효 만료 여부 및 기타 통관 서류 기재 내용을 확인함
- 우즈벡에 수입되는 식품은 겉면 포장에 반드시 우즈벡어로 표기되어야 함
- 우즈베키스탄으로 수입되는 모든 식품은 반드시 우즈베키스탄의 품질 인증 마크인 certification을 반드시 획득하여야 함

○ 수입 관세율은 다음과 같음

그룹	HS CODE	품 목 명	관세율(%)
01	0101-0106	산 동물	5
02	0201-0210	육류 및 육가공 제품	10
03	0301-0307	생선, 연체동물, 갑각류와 다른 무척추동물	5
04	0401, 0402, 0404-0406	우유 및 유제품	5
	0403, 0407-0410	요구르트, 기타 발효유 혹은 크림, 계란, 꿀과 기타 동물성 가공 식품	30
05	0501-0511	위에서 언급되지 않은 기타 동물성 가공 식품	10
06	0601-0604	산 나무와 기타 식물; 구근, 뿌리와 다른 식물의 부분; 절화 및 장식용 식물	30
07	0701-0714	야채와 식용의 식물뿌리	30
08	0801-0814	과일과 호두; 감귤류와 참외의 식용의 껍질	30
09	0901	커피	10
	0902	차	5
	0903-0910	마테차, 생강, 사프란, 심황, 백리향과 다른 양념	10
10	1001-1008	곡물	5
11	1101-1103	밀가루 및 밀호밀 곡물	30
	110100110, 110210	딱딱한 밀로 만든 밀가루, 호밀가루	5
	11031100, 10319100	미숙한 밀과 호밀의 가루	5
	1104-1106	다른 방법으로 가공된 곡물, 가공되지 않은 쌀, (1006에 들어가는 쌀 제외); 각종 곡물 종자, 감자가루, 마른 강낭콩의 가루	5
	1107-1109	맥아, 녹말, 밀가루 등	10
12	1201	대두	5
	1202	땅콩	30
	1203-1214	아마, 유채, 해바라기와 다른 채유종자 등	10

42 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

그룹	HS CODE	품 목 명	관세율(%)
13	1301-1302	셀락; 피치; 다른 주스, 추출물	10
14	1401-1404	튼 물건을 만들 수 있는 식물	10
15	1501-1519	식물과 동물에서 나온 기름과 그리스	5
	1520-1522	글리세린물과 글리세린 알칼리 등	10
16	1601-1605	고기 완제품, 연체동물, 갑각류와 다른 무척추동물	5
17	1701-1702 (170111100* 제외)	설탕 등	30
	1703	설탕에서 나온 당밀	10
	1704	설탕으로 만든 과자 (하얀 초콜릿 포함하여), 코코아가 없는 것	30
18	1801-1805	카카오콩, 카카오페이스트, 카카오버터, 카카오가루	10
	1806	초콜릿과 카카오를 포함하는 완제품	30
19	1901-1905 (190110000*, 190190990* 제외)	맥아추출물; 곡식, 녹말, 맥아추출물, 가루로 만든 완제품, 카카오를 포함하지 않은 완제품; 마카로니식품; 타피오카와 그의 대체물; 완성식품; 빵; 곡식가루로 만든 과자	30
20	2001-2009	야채, 과일, 호두와 다른 식물의 부분으로 만든 식품	30
21	2101	커피, 차 등	10
	2102	이스트, 미생물, 베이킹파우더 등	30
	2103-2106	소스 등	30
22	2201-2202	생수 등	30, 최소 15\$/l
	2203	맥아 맥주	30, 최소 0.3\$/l
	2204-2206	포도주 등	30, 최소 0.15\$/l
	2207-2208	도수 80% 이상 에틸 알콜 등	30, 최소 15\$/l
	2209	식초와 그의 대체물	30
2301-2308	비식용 기타 가루, 고기의 과일, 가죽 등	5	
2309	사료	30	

○ 수입품의 물품세(Excise tax)는 다음과 같음

그룹	제 품 명	HS CODE	세율(%)
02	가축의 고기	0202	20
	가금의 고기와 부산물	0207	70
047	버터밀크, 우유, 크림, 요구르트, 기타 발효유	0403	50
	치즈(탈지유로 만든 것)	0406	50
	계란	0407	20
	자연산 꿀	0409	10
08	사과, 배와 마르멜로	0808	100
09	커피	0901	20
	차	0902	10
10	쌀	1006(1006 10 제외)	20
	동물과 식물의 기름과 기름화물	1501-1517 (1501 00 110, 1502 00 100, 1503 00 110, 1503 00 300, 1505 00, 1507 10 100, 1507 90 100, 1508 10 100, 1508 90 100, 1511, 1512 11 100, 1512 19 100, 1513, 1514 11 100, 1514 19 100, 1514 91 100, 1514 99 100, 1515 19 100, 1515 21 100, 1515 29 100, 1515 30, 1515 50 110, 1515 50 910, 1515 90, 1516 20 제외)	15
	면실유 및 그 부산물	1512 21 - 1512 29	50
16	고기, 생선, 연체동물, 무척추동물의 완제품	1601, 1602 (1602 10 제외)	30
	철갑상어 알 및 그 대체물	160430	50
17	설탕	170191, 170199	30
	코코아가 없고 설탕으로 만든 과자 (하얀 초콜릿 포함)	1704 (170410 제외)	30
	껌	1704 10	70
18	초콜릿과 코코아를 포함하는 다른 식품	180620 - 180690	30

44 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

그룹	제 품 명	HS CODE	세율(%)
19	가루, 녹말, 우유와 곡식으로 만든 완제품 과 가루로 만든 과자	1901 - 1905 (1901 10 000, 1901 90 990* 제외)	20
	리스크	190540	40
	과일, 야채, 호두와 다른 식물부분을 가공 식품	2001 (2001 90 제외), 2002, 2004, 2005 (2005 10 제외), 2006 (2006 00 350, 2006 00 제외), 2007 (2007 10 101, 2007 10 911, 2007 10 991, 2007 99 제외)	30
21	야채와 과일 주스(파인애플과 감귤류 주 스 제외)	2009 (2009 11-2009 49, 2009 90 410, 2009 90 490, 2009 90 710, 2009 90 730, 2009 90 790 제외)	70%, 1당 최소 1불
	여러가지 식품	2101, 2103, 2104 (2104 20 001제 외), 2106	20
22	이스트	2102	50
	아이스크림과 다른 모양의 식용 아이스	2105 00	200
	생수 등	2201, 2202	100%, 최소 1불/l
	맥주	2203 00	70%, 최소 1불/l
	발포성의 와인 (삼페인 포함)	2204 10	70%**, 최소 6불/l
	기타 와인	2204 21, 2204 29, 2205	70%**, 최소 5불/l
	알코올성 음료(10% 이하)	2206 00, 2208 90	70%**, 최소 1불/l
	다른 포도주와 야채주(알콜성분 10-30%)	2206 00, 2208 90	70%**, 최소1.5불/l
	에틸알코올	2207	40%**
	기타 알콜성 음료(알콜 성분 30% 이하)	2208 (2208 20 120, 2208 20 620, 2208 60 제외)	73%**, 최소 2불/l
	코냑	2208 20 120, 2208 20 620	82%**, 최소14.5불/l
	술 (보드카)	2208 60	85%**, 최소3.5불/l
23	개와 고양이 사료(포장되지 않은 것)	2309 10	70

\* 유아용 이유식 생산 혼합물

\*\* 세관가격으로 정한 소비세

\*\*\* 수입용액생산용 제품 제외

## 4. 우즈베키스탄 식품분야 바이어 정보

1. ANGLESEY FOOD DARKHAN	
담당자/직책	Mr. Alisher Kamilovich Hashimov / 판매부과장
전화번호	(998-71) 133 72 37, 360 79 00, 108 50 31 - Alisher
팩스	(998-71) 120 63 25
홈페이지	<a href="http://www.korzinka.uz">http://www.korzinka.uz</a>
이메일	anglesey@sarkor.uz
업종	무역회사
설립연도	1996
직원수	58
연간 매출액	n.a.
취급품목	고기, 빵, 식물, 소세지, 기름, 버터, 치즈, 설탕, 주스, 우유 등
관심품목	
주소	100000, 86a, Pushkin str., Mirzo-Ulugbek r-n, Tashkent, Uzbekistan.
주거래 기업	러시아 업체, 헝가리 업체
공장 및 제조업체	없음
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 슈퍼마켓 체인으로 러시아와 헝가리에서 기름, 버터, 마카로니를 수입</li> </ul>	

2. ARDUS	
담당자/직책	Mr. Akhmedov Alisher / 판매부 과장
전화번호	(998-71) 132 21 31; 134 86 72, 189 26 31
팩스	(998-71) 134 10 28
홈페이지	www.ardus.uz
이메일	ardus@ishonch.uz ardus@dostlink.net
업종	무역회사
설립연도	1992
직원수	30
연간 매출액	n.a.
취급품목	소세지, 기름, 버터, 치즈, 설탕, 주스, 우유 등
관심품목	
주소	3, Amir Timur st., Tashkent, Uzbekistan
주거래 기업	러시아, 독일 업체들
공장 및 제조업체	없음
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 슈퍼마켓 수개 보유</li> <li>• 한국과 무역관계가 없음</li> </ul>	

3. TASHKENT UNIVERMAGI	
담당자/직책	Mr. Sharipov H.R / 부회장님
전화번호	(998-71) 133 62 88
팩스	(998-71) 133 76 37
홈페이지	-
이메일	-
업종	슈퍼마켓
설립연도	1964
직원수	400
연간 매출액	n.a.
취급품목	모든 식품
관심품목	
주소	17,Uzbekistansky avenue,Timur st., Tashkent, Uzbekistan
주거래 기업	러시아, 아랍에미레이트, 중국
공장 및 제조업체	없음
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 타슈켄트에서 가장 오래된 백화점</li> </ul>	

4. SPEIK	
담당자/직책	Mr. Vyacheslav Sorokin / 사장
전화번호	(998-71) 167 97 91, 167 64 72
팩스	(998-71) 199 84 57
홈페이지	-
이메일	gold_croft@yahoo.com
업종	무역회사
설립연도	2000
직원수	60
연간 매출액	n.a.
취급품목	소세지, 치즈, 버터, 설탕, 주스, 우유 등
관심품목	
주소	33a, Hujalik str., 70095, Tashkent, Uzbekistan
주거래 기업	러시아
공장 및 제조업체	없음
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국식품회사의 달러 회당</li> <li>• 한국과 무역관계 없음</li> </ul>	

5. BESH-YOG'OCH SAVDO	
담당자/직책	Mr. Mirhosil Nasirovich / 사장 Mr. Bahadir Safievich Karimov / 부사장
전화번호	(998-71) 144 47 07, 395 74 84, 395 60 20
팩스	(998-71) 144 47 07
홈페이지	-
이메일	-
업종	무역회사
설립연도	2004
직원수	40
연간 매출액	n.a.
취급품목	밀가루, 버터, 설탕, 우유 등
관심품목	
주소	165, Almazar, 100003, Tashkent, Uzbekistan
주거래 기업	러시아
공장 및 제조업체	없음
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국과 무역관계 없음</li> </ul>	

6. ANTRORAPIRA	
담당자/직책	Mrs. Babaeva Nasiba Julamanovna / 사장
전화번호	(998-71) 360 32 53, 158 59 84
팩스	-
홈페이지	-
이메일	-
업종	무역회사
설립연도	2005
직원수	7
연간 매출액	n.a.
취급품목	소세지, 치즈, 버터, 설탕, 주스, 우유 등
관심품목	
주소	Kari-Niyazova str., Tashkent, Uzbekistan
주거래 기업	현재 식품기업체
공장 및 제조업체	없음
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국과 무역관계 없음</li> </ul>	

7. PIKE INVEST	
담당자/직책	Mr. Mirzohid Mirahmedov / 사장
전화번호	(998-71) 144 88 53, 144 56 24, 128 03 60
팩스	144 41 84
홈페이지	-
이메일	-
업종	무역회사
설립연도	2003
직원수	10
연간 매출액	n.a.
취급품목	소세지, 치즈, 버터, 설탕, 주스, 우유 등
관심품목	
주소	Kari-Niyazova str., Tashkent, Uzbekistan
주거래 기업	카자흐스탄, 러시아
공장 및 제조업체	없음
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국과 무역관계가 없음</li> </ul>	

8. BAKKOLIK	
담당자/직책	Mr. Kabul Hamidovich / 사장
전화번호	(998-71) 191 10 47, 191 14 35
팩스	191 61 84
홈페이지	-
이메일	-
업종	무역회사
설립연도	1991
직원수	80
연간 매출액	n.a.
취급품목	고기, 소세지, 치즈, 버터, 설탕, 주스, 우유 등
관심품목	
주소	152, 2nd passage of Fargona Str., Tashkent
주거래 기업	
공장 및 제조업체	없음
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국과 무역관계가 없음</li> <li>• 위탁판매로만 계약서 체결 가능</li> </ul>	

9. Vneshservice ATD	
담당자/직책	Mr. Jumanov Abay Tuleevich / 사장
전화번호	(998-71) 162 57 18, 320 84 54
팩스	-
홈페이지	-
이메일	nuny@albatros.uz
업종	무역회사
설립연도	1992
직원수	6
연간 매출액	n.a.
취급품목	연유, 드라이 크림 및 해산물 등
관심품목	
주소	29-65, Chilanzar-5, Tashkent, Uzbekistan
주거래 기업	현재식품기업체
공장 및 제조업체	없음
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 여러 분야에서 주력하는 무역회사임</li> <li>• 연유, 드라이(dry) 크림, 분유, 생선 통조림 등 관련 한국업체와 합자회사 설립 예정</li> </ul>	

10. TOSHKENT TA'MINOT	
담당자/직책	Mr. Tohir Zoirovich / 사장대리 Mr. Nuritdin Nasretidinovich Suleumanov / 설립자
전화번호	(998-71) 133 24 98
팩스	133 24 98
홈페이지	-
이메일	-
업종	무역회사
설립연도	1998
직원수	6
연간 매출액	n.a.
취급품목	고기, 소세지, 치즈, 버터, 우유 등
관심품목	
주소	6, Movvarounahr, Mirabadskiy r-n, Tashkent, Uzbekistan
주거래 기업	벨라루시
공장 및 제조업체	없음
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1994년부터 타슈켄트시청 산하 기업이었으나 현재는 개인도매회사임</li> </ul>	

## 제4장 헝가리

### 1. 헝가리의 식품 시장 개요

- 헝가리 전략산업의 중요성으로 식품산업은 전통적으로 헝가리 경제에서 중요한 역할을 해옴
- 2004년 5월1일 헝가리는 EU의 회원국이 되면서, 헝가리 식품산업은 새로운 국면에 접어들게 되었으며, 외국산과 치열하게 경쟁하게 되었음
- 식음료 산업의 EU 25개국 총 규모는 약 6,700억 유로이며, 이 중 헝가리는 약 1.3%를 차지함
  - 생산규모에서 보면, 헝가리는 25개국 중 15번째이며, 신규 가입 10개국 중에서는 폴란드만이 규모가 크고 그리스나 룩셈브루크는 헝가리보다 규모가 작은 것으로 보임
- 헝가리 식품산업의 표준화부문에서는 1990년에 이르러서야 명문화되었으나, 유럽연합의 식품법은 헝가리의 표준화에 적절하게 지속적으로 적용되어왔고, 제조업체 및 유통업체는 동 법령을 준수에 익숙하게 됨
  - 치열한 경쟁에서 품질관리 및 개선 시스템은 헝가리 시장 내에서 품질보장 뿐 아니라 브랜드, 트레이드마크 및 지역적 마크 사용에도 영향을 미침
- 98년부터 식품당국은 식품 제조업체를 지원하여, 특히 HACCP 개발, 후에는

ISO9000을 적용할 수 있게 됨

- 이 과정에서 3750여개의 식품제조사가 보조금을 받음

○ 헝가리 식품산업은 최근 몇 년간 침체되어 있었지만, 2006년 1분기에는 조금 성장한 것으로 나타났음

○ 헝가리의 식품 시장은 경제성장에 따라 중산층이 소비주역으로 등장하면서 이들 중산층의 삶의 질 개선 추구로 웰빙 트렌드가 점차 확산됨

○ 아직 그 규모는 작지만 온천 등 그동안 몸에 빈 생활패턴과 대도시를 중심으로 한 바이오식품, 피트니스센터, 친환경제품 사용 등 중,상류층을 중심으로 서서히 관심 인구가 확대함

- 대표적인 웰니스 상품인 온천의 경우, 오랜 역사를 통해 알려져 대부분의 서유럽 관광객들은 관광보다는 휴식을 위해 헝가리를 찾고 있을 정도이며, 전국에 걸쳐 1300개의 온천이 있고 수도인 부다페스트에 만해도 크고 작은 목욕탕이 130여 곳이 있을 정도로 온천은 헝가리인들의 일상생활의 일부로 간주됨

○ 유기 농산물

- 전통적으로 농업국가인 헝가리는 다국적기업의 진출로 산업화를 이루어 농업의 비중이 약화되어 왔지만, 아직 총수출의 7.8%와 GDP의 약 4.3% 정도를 차지할 정도로 헝가리 경제에서 높은 비중을 차지함

- 헝가리에 바이오농업이 도입된 것은 1983년이나, 이 당시만해도 국내 수요는 일부 상류층에 한정되었고 '93년도에 국영 농지의 민영화 조치 및 '98년부터 정부차원의 보조금이 지급되기 시작하면서 관심이 증가함

- '04년 EU가입으로 보조금 혜택도 추가되고 독일 등 선진국가로부터의 고정 고객도 생겨나면서 급속히 증가함

- 현재 정부차원에서 전체 농지의 2.5%인 15만3천 헥타르에 150여 농가를 유기농 농산물 생산을 위해 특별 관리 및 지원을 하고 있고, 가축 사육에 있어서도 생태학적 요건에 맞추도록 지도하는 100여 농가에서 약 1만 1800 가축이 관리중임

- 하지만 헝가리의 유기 농산물은 아직 환경친화적인 청정제품이나 천연화장품류가 상당 부문 수입에 의존함

- 친환경농법이 최고 품질의 농산물을 생산하는 방법이며 자연과 환경을 보전하는

방법이란 인식이 널리 확산되어 있어, 부다페스트 시내의 큰 시장에서 유기 농산물 판매가 성업중임

- 또한, 소비자들도 환경을 파괴하지 않고 지속적으로 활용하는 방법으로 생산되는 즉, 친환경 농산물에 대해서는 그 품질과 수고를 인정하여 일반 농산물보다 20~50%의 더 높은 값을 주고 사겠다는 공감대가 폭넓게 형성돼 있음
- 유기농식품 시장 비중이 높은 국가인 오스트리아, 덴마크, 독일 등의 기업이 이미 헝가리 시장으로 진출하고 있고, 여타 업체들도 중부 및 동부 유럽국가에 가공공장을 설립할 움직임을 보이고 있는 등 관련기업의 진출이 두드러져 유기농 시장 규모도 크게 성장할 것으로 보임

#### ○ 피트니스센터

- 건강하면서 오래 사는데 대한 관심이 높아지면서 운동용품이나 피트니스 센터 등이 유망한 산업으로 급부상함
- 특히 젊은층을 중심으로 에어로빅, 스쿼시, 러닝머신이나 근육운동 등에 대한 관심이 급격히 증가
- 이에 따라 헝가리에는 현재 약 600여개의 피트니스센터가 있고, 연간 시장규모는 2천-2천4백만 불 규모로 관련업계는 추정하고 있으며, 장비의 대부분은 이태리, 독일제품이 주종으로 이루며, 일부 대만산이 시장을 점함
- 스포츠센터용 운동기구를 취급하는 업체에 따르면, 세계적인 제조업 불황 및 헝가리 경기침체에도 불구하고 운동용품 시장은 확대되고 있으며, 미국 시카고에 본사를 둔 '라이프 피트니스'는 동유럽을 겨냥해 헝가리에 새 공장을 지을 예정임

#### ○ 건강(보조)식품

- 헝가리는 의약품의 대체요법으로 활용되고 있는 아로마 오일과 비타민, 미네랄이 풍부하고 각종 약리성분이 함유된 허브 등 약용식품의 주 생산국이자 수출 국가임
- 정부지원이 줄어 농가의 반발을 사고 있긴 하지만 카밀레, 타임(Thyme) 등 약용식물의 경우 차(Tea)용도로 생산되어 국내에서 대부분이 소비되고 있음
- 비타민에 대한 수요는 지속 증가하여 한 연구기관이 발표한 자료에 따르면, 2004년도 시장규모가 약 4500만 불에 달했으며, 앞으로도 지속, 증가할 것으로 전망됨
- 최근에는 출산감소, 식습관 변화, 고령화 등으로 건강식품 및 보조식품에 대한 관심

이 더욱 커지고 있고, 젊은 직장인 및 부유층을 중심으로 금전적 수입보다는 여유로운 삶을 더욱 중시하는 문화가 확산중임

- 유기농산물과 에너지 효율을 높인 가전제품 사용, 운동 및 여가를 통한 건강추구 등 웰빙 문화가 중동구 일반 중산층에도 전파되고 있어 이의 활용을 통한 웰빙 마케팅이 필요함

## 2. 헝가리의 식품 시장 동향

### 2.1 수요 동향

- Euromonitor에 의하면 헝가리 가정의 식품소비 행태는 직접재배, 상점구입 및 외식으로 구분되며, 직접 재배하여 사용하는 식품량은 점차 감소추세에 있으며 2005년 기준으로 8% 수준에 그친 것으로 나타남
  - 반면 외식비율은 10%에서 13% 증가하였으며 이러한 추세는 향후에도 지속될 것으로 전망되며 대부분의 헝가리인들은 식품을 구입 후 소비하는 것으로 나타남
- 최근 헝가리 식품시장의 특징은 비록 고유음식과 식습관이 남아있지만, 건강음식에 대한 기호가 증가하고 있다는 것임
  - 가처분 소득의 증가에 따라 건강에 대한 관심도가 증가했기 때문으로 풀이되며, 노년층의 경우 고 영양식에 대한 수요가 늘고 있음
  - 반면 바쁜 라이프스타일을 영위하게 되면서 가공음식 및 패스트푸드 섭취율도 증가하고 있음
- 시리얼, 냉동식품, 아이스크림, 요구르트, 과일/채소, 스낵 및 알코올음료의 구매도 증가 추세로 나타남

표 4-1 헝가리의 식품 소비 구조

Food	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Meat, total/kg	58.1	60.9	60.5	70.2	67.5	72.3	68.6	68.8
Fish/kg	2.7	2.8	2.8	3	2.9	3.1	3.3	3.4
Milk and dairy products, excluding butter/kg	156.4	149.6	151.7	160.6	144.2	143.1	138.3	155.2
Eggs/piece	267	265	274	275	284	301	288	292
Fats/kg	36.1	36.2	34.2	39	37.4	39	39.2	39
Of which:								
butter/kg	1.2	1.1	0.9	0.9	1.2	1.1	1.3	1.1
edible oil, margarine/kg	15.4	16.3	13.5	18	17.8	17.6	18.7	19.5
Flour/kg	82.8	79.3	84.5	89.4	90.1	81.7	82	83.1
Rice/kg	5.2	4.8	5.9	4.7	5.2	6.1	6.3	6.1
Potato/kg	65.3	67.4	68	64	68.2	65.3	64.5	68
Sugar/kg	39.4	41.3	37.7	33.2	32.9	32.6	32.8	32.7
Beverages								
Coffee/kg	2.7	2	2.4	2.8	2.8	2.8	2.8	2.7
Wine/l	31.5	33.1	30.2	28.3	33.8	34.1	32.2	32.7
Beer/l	68.6	68.3	68	71.6	71	72.7	75.1	73.2
Spirits,	6.1	6.2	6.1	6.4	6.9	6.8	7.1	7.1

자료원 : Hungarian Statistical Office

- 상기 표에 의하면 헝가리 소비자의 식품섭취 패턴에 최근 몇 년 동안 주목할 만한 변화가 있었던 것으로 나타남
  - 돼지고기 소비량은 1990년에 39kg에서 현재 28.5%로 줄었지만, 저가의 고기 및 햄/소시지는 증가했음
  - 칠판조나 냉동 닭고기 제품은 최근 조류독감 영향 이전까지 가장 많이 증가함
- 생선 및 해산물에 대한 수요는 헝가리에서 낮지만, 1인당 1년에 3.4kg을 소비하는 것으로 나타나, 바다가 없는 내륙국가로서 어류에 대한 수요는 냉동어류에 대한

60 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

소비증가로 나타난 것을 볼 수 있음

- 비록 우유제품에 대한 총 소비량이 최근 몇 년간 감소했지만, 요구르트와 같이 접하기 쉬운 유제품은 무려 1인당 연간 152.2kg을 소비하는 것으로 나타났음
- 시리얼 소비는 최근 쌀로 만든 제품을 제외하고는 감소했음
  - 연간 1인당 소비량은 2005년 기준으로 7.5kg 이었음
- 냉장 채소류에 대한 소비수요는 고가격에도 불구하고, 증가하였음
  - 현재 소비상태로 보면 통조림 음식은 점차 냉동식품에 비해 향후 감소할 것으로 보임
  - 냉장 채소류에 대한 2005년 소비량은 1인당 3.8kg 이었음
- 현재 헝가리 식품산업에서 건강식품에 대한 관심은 소규모지만 증가추세에 있음
  - 증가하고 있는 중산층이 서구의 웰빙 추구 현상을 접하면서 자연스럽게 식품으로 옮겨간 것으로 보임
  - 이 경향은 특히 아침 시리얼과 스낵류에서 엿볼 수 있으며, Granola bar나, 견과류와 과일혼합물, 콩 및 밀 중심의 대용식이 인기가 확산되고 있음
- 또한 비타민 함유량이 높고 다이어트에 좋은 무가당 초콜릿, 저칼로리 소프트드링크 등의 소비도 증가하고 있음
- 헝가리 식음료 부분의 가계지출비율을 보면 2004년 38.4%에서 2005년 26%로 감소했지만 주택(26.5%)에 이어 두 번째로 높은 비율임
- 2005년 식품에 대한 지출은 1인당 월 62달러를 지출한 것으로 나타남
  - 한편, 수입에 대한 식품비지출은 서구 수준으로 감소하고 있음
- 헝가리 인구는 점차 감소 및 고령화되고 있어 고품질 음식과 간편한 음식 및 애완동물음식에 대한 수요가 증가하고 있는 것으로 보임
- 다음 표를 보면 음식류에 대한 2005년 수출 및 수입량이 증가한 것으로 나타남

표 4-2 헝가리 식품 교역 동향 (2005)

(at current prices, Million USD)

식품류	수입		수출	
	value in 2005	same period of the previous year = 100.0	value in 2005	same period of the previous year = 100.0
Food, beverages, tobacco total	2,592.3	116.7	3,772.2	113.5
Meat, meat preparations	312.6	154.6	860.0	103.3
Dairy products and eggs	233.7	139.9	167.1	120.0
Fish, crustaceans	50.6	115.0	8.0	112.9
Cereals, cereal preparations	220.2	98.2	737.7	131.9
Vegetables and fruit	456.2	113.0	740.3	101.1
Sugar, Honey and sugar preparations	87.8	126.3	229.3	141.5
Coffee, tea, cocoa and spices	264.7	109.7	151.0	107.2
Misc. eatable products	265.4	116.5	141.7	139.6
Beverages	171.6	111.3	140.9	109.4

자료원 : 헝가리통계청 (www.ksh.hu)

- 2006년 1월부터 4월 기간 중 총 식음료, 담배의 수입량은 9.4% 증가한 약 911백만 불이었으며, 반면 수출은 6% 증가한 12억에 그쳤음
  - 2006년 1~5월 기간 중 식품 소매 판매량은 49억불로 나타났으며, 2005년 동기는 12.3억불이었음
- 식품 판매량은 지속적으로 증가하고 있는데 2002년(10.8%) 증가량이 가장 높았고 2004년(2.8%) 증가율이 가장 낮았음

## 2.2 생산 동향

- 헝가리의 식품산업 민영화는 1997년에 이르러 완성되었으며 이전의 사회주의 체제하에서는 식품산업은 중앙 집중화되어 있었음
  - 1991년에 국영 식물식용류 회사가 독점체제에서 민영화되었지만 국가가 소유하는

62 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

회사도 다각적으로 민영화되었음

- 민영화이후 소규모 식품 가공업의 회사 수는 1996년까지 2배 가까이 증가하다 이후 소규모 회사 수는 감소하기 시작했다
- 현재 식품업계 투자자 비율의 구조를 보면 61.2%가 외국자본이며, 37.5%가 헝가리 자본으로 민영화되어 현재는 1.3%만이 국영기업임
- 식품 산업구조는 매우 집중화되어 있어 수산물가공, 식물성 식용류, stark 제품 및 담배 등 상위 3개사가 식품전부문의 생산을 견인하고 있음
- 2006년 6월 기준 식품관련 제조사는 8,665개사로 이 중 3,666개사가 유한회사이며 210개사가 상장되어 있으며, 107개사가 협력회사, 1,330개가 합자, 97개사가 general partnerships, 3176개사가 자영업자(sole proprietors)임
- 식품제조 산업의 매출은 2005년 4.4%까지 감소했지만, 2006년에는 약 0.8% 정도 증가했으며 같은 기간 중 헝가리 2006년 GDP는 4.6% 증가함
- 식품제조업은 현재 국내 판매에 77%를 치중, 이는 2005년 대비 3.5% 증가한 수치임
  - 반면 수출비중은 23%로 지난해 대비 3.9% 감소한 수치임

표 4-3 헝가리의 주요 식품 제조 현황(2004)

Name	Measure	Production (last year=100)	Volume index (last year=100)
		2004	2004
Beef, pork and mutton	tons	25,807	90,5
Salami	tons	858	95,7
Milk with a maximum of 6% fat	1000 liters	49,628	98,7
Cereal, vegetable and fruit flour	1000 tons	73	95,6
Fresh bread	tons	14,409	90,1
Refined sugar	tons	128,618	211,8
Beer	1000 liters	50,060	89,3
Soft drinks and other non-alcoholic beverages	1000 liters	50,848	84,6

자료원 : www.itd.hu

\* (ITDH Hungarian Investment and Trade-promotion Agency)

주 : 2005/2006 자료는 입수 불가함

표 4-4 헝가리 식품 제조회사의 총 생산 현황 (2005)

제조 분야	GROSS VALUE OF MANUFACTURING IN MILLION HUF
Proceeding, conserving of meat	233,615
Proceeding, conserving of poultry	177,881
Manufacturing food from meat and poultry	73,066
Proceeding fruits and vegetable	143,924
Proceeding milk	217,988
Proceeding milling industrial products (grain)	61,472
Manufacturing forage	137,697
Producing bread, noodles	95,507
Sugar production	68,405
Manufacturing sweets	84,709
Manufacturing distillated alcoholic drink	32,299
Manufacturing beer	88,820
Manufacturing beverages, soft drinks	118,859
Food industry, beverages total:	1,845,145

자료원 : www.ksh.hu

주: 1 USD = 216 HUF

## 2.3 유통 구조

- 헝가리는 1980년대 말 사회주의에서 시장경제로 체제전환 이후, 제조업을 비롯한 산업뿐만 아니라, 유통시장에서도 커다란 변화를 가져왔음
- TESCO 등 서유럽의 대형유통업체들의 진출은 2004년 헝가리의 EU가입과 더불어 양적으로나 질적으로 급속히 팽창을 가져왔으며, 중소형 유통점도 가히 혁명이라 할만큼 매우 빠른 속도로 증가추세에 있음
- 2005년도 소매 매출액 : 약 US\$282억으로 현지 유통체계는 시장개방 전의 중앙 분

배방식에서 벗어나 수입상 -> 도매상 -> 소매상(대형 유통점 포함)을 거치는 체계적인 유통채널이 형성됐으나, 서구 대형 유통업체가 현지 납품하는 수입상 겸 도매상을 장악해 시장을 지배하고 있는 상황임

- 헝가리 생산 농산물의 약 70%는 헝가리 식품가공회사에 의해 가공되고 있으며, 수입규모는 비교적 소규모인데 주로 해양어류, 육류 및 airy 제품, 커피, 차 및 코코아, 음료로 대부분이 몇몇 무역회사에 의해 수입됨
  - 대규모 백화점 혹은 할인점의 경우 직접 헝가리 농장 혹은 제조업체로부터 제품을 구매하기도 함
- 외국회사의 투자 진출로 소비재에 대한 유통 네트워크는 급속히 개선되고 있는데, 중소로컬상 특히 소규모의 개별 소매점들은 외국계 회사에게 설 자리를 잃고 있음
- 대부분의 소매 식품류는 할인점과 대형할인 매장에서 판매됨
  - 현재 헝가리에는 전국 434개의 할인점(discount store)이 있는데, 48개는 2005년에 설립
  - 이들 할인점은 시내에 위치하여 대형할인마트보다 소비자의 접근성에 초점을 맞추고 있으며, 전체 식품소매 업계의 비중이 2003년 13.2%, 2004년 14.5%에서, 2006년에는 16%로 증가하였음
  - 이들 할인점들은 매출패턴을 보면 고기, dairy product, 제빵류 및 음료 등에서 대부분의 매출을 올리고 있음
  - 한편 할인점 고유의 브랜드 제품들 역시 시장 점유율을 높여가고 있음
  - 이는 품질은 별반 차이가 없지만, 저가로 다른 유통채널점보다 많게는 50%까지 싸기 때문인 것으로 보이며, 이들 할인점은 전체 판매량에서 점점 이들 고유 브랜드 제품을 늘릴 계획인 것으로 나타남
- 주요 할인점으로는 Lidl이 있으며 헝가리 시장에 2004년 처음 도입되어 현재 51개의 지점이 있음
- 또한 Plus는 가장 큰 할인 체인으로 164개의 shop이 있으며, 이 중 7개는 2005년 오픈함
- Penny도 148개의 Outlet을 보유하고, Profi도 처음 4개에서 71개로 점포를 확대함
- 기타 대형할인점의 경우, Tesco가 53개, interspar 21개, Auchan 10개, cora 7개, CBA가 1개의 대형할인점을 보유하고 있음

- 이들 대형할인점은 시 외각 지역에 위치 소규모 할인점이 단기 유통제품에 치중하는 반면, 장기 저장이 가능한 식품류에서 높은 판매량을 기록하고 있음

표 4-5 주요 헝가리 식품 판매망 현황

1.	CBA Trading Corp.	CBA	Food stores, buying rroups
2.	TESCO	Tesco	Hypermarket
3.	Co-op Hungary	Co-op, Mini Maxi, Adu	Supermarket, Food stores, Cash & Carry
4.	Metro	Metro	Cash & Carry
5.	Louis Delhaize Provera	Cora t Match / Smatch Profi Alpha	Hypermarket Supermarket Soft discount Cash & Carry
6.	Real Hungaria	Real	Cash & Carry, Food stores
7.	Tengleman	Plus, Interfruct	Soft Discount, Cashes & Carry
8.	Auchan Group	Auchan	hypermarket
9.	Spar	Spar, Interspar Kaisers	Supermarket Hypermarket Supermarket
10.	Rewe	Penny Market	Soft discount
11.	Schwarz Group	Lidl	Discount store

자료원: PWC, www.pwc.org

- 현지 유통점은 하이퍼마켓(Hypermarket), 쇼핑몰(Shopping Mall), 체인점(Specialized Chain Store), 할인점(Discount shop), 일반소매점(Small Shop)등으로 구분됨

유형	하이퍼마켓	쇼핑몰	체인점	할인점	일반소매점
개수	91	64	63	434	166,700

자료원 : 헝가리 통계청(2005년말 기준)

- 하이퍼마켓(Hypermarket)
  - 현지에서 하이퍼마켓은 규모가 5,000-15,000 S/M로 5만~6만여 개의 품목을 취급

하고 있는 유통점을 의미하며, 현재 헝가리에는 91개의 하이퍼마켓이 영업 중에 있음

- 헝가리 진출 대표적 하이퍼마켓의 영업점 수는 다음과 같음

회사명	Tesco	Interspar	Auchan	Cora	CBA	합계
개수	53	21	10	7	1	92

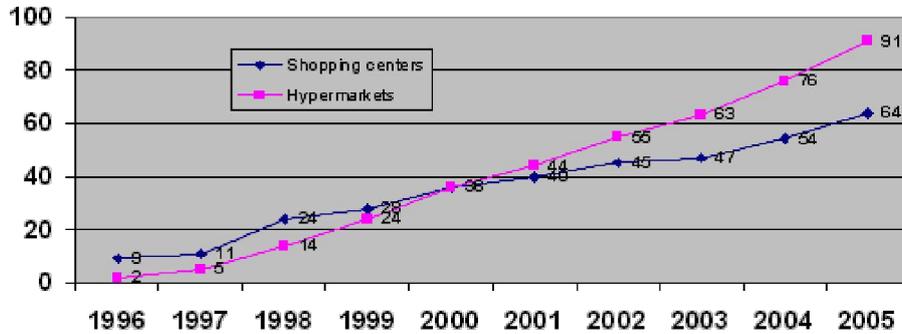
자료원 : 헝가리 통계청(2005년말 기준)

- 시장을 선도하는 마켓은 Tesco로 2005년도에 신규로 15개점을 새로 냈으며, 통상 인구 10만~15 만 명에 하이퍼마켓 또는 쇼핑몰이 들어서는 점을 고려 시 2~3년 내에 포화상태에 이를 것으로 전문가들은 예상함
- 하이퍼마켓의 주요 판매 품목은 크게 식음료와 일반소비재, 가전 등 2가지로 구분되며 유통 비중은 60:40으로 나타남
- 하이퍼마켓의 대부분인 약 80%는 대도시 근교에 위치하고 있으며, 나머지 20%는 지방에 위치해 있음
- 하이퍼마켓에서 판매하는 제품들의 경우, 식품이 대부분으로 70%가 헝가리산이며, 수입산은 30%에 불과하나 공산품의 취급 비중이 늘어나면서 수입산의 비중도 점진적으로 높아질 것으로 전망됨

○쇼핑몰(Shopping Malls)

- 한국의 백화점과 비슷한 개념으로, 하이퍼마켓이 보통 단층으로 이루어진데 비해 쇼핑몰은 2~8층으로 이루어져 있음(규모는 보통 7,000~100,000m<sup>2</sup>임)
- 1996년 하반기 들어 "Duna Plaza"와 "Polius Center" 2개가 최초로 설립됐으며 최근에는 대규모 쇼핑몰들이 대거 생겨나는 등 쇼핑몰(백화점) 전성기를 맞고 있음
- 헝가리에는 현재 64개의 쇼핑몰이 있으며 그 중 가장 규모가 큰 곳은 1997년 12월 오픈한 Mammut 쇼핑몰로 약 320개의 상점이 입주해 있음
- 쇼핑몰에는 일반 소비재(가전용품, 의류, 신발류, 화장품 등)를 중심으로 개별 업체들이 입주해 중고가의 제품을 판매하고 있으며 보통 시내 중심가에 위치하고 있음
- 쇼핑몰에는 슈퍼마켓 및 영화 상영관들이 입주해 있는 것이 특징임

년도별 대형유통점 증가율



자료원 : 헝가리 통계청(2005년말 기준)

○ 체인점(Specialized Chain Store)

- 전문 체인점들은 자체 스텝을 가지고 있거나 쇼핑몰 입점해 운영되고 있음
- 전자제품을 취급하는 Media Markt나 Saturn은 독일 Media Saturn GmbH사 소유로 1997년 헝가리 진출해 가전시장을 리드하고 있음

분 류	상점명
전자제품	Media Markt, Electroworld, Saturn, Elektropont(헝), Euronics(헝)
DIY	Praktiker, OBI, Baumax, Bricostore
가구류, 인테리어	IKEA, KIKA, DOMUS
스포츠용품	Hervis, Decathlon
의류, 언더웨어	C&A, Aranypok, Griff
신발류	Humanic, Horvath, Salamander

○ 할인점(Discount Shop)

- 할인점은 하이퍼마켓, 슈퍼마켓과 함께 현지 소비자들이 가장 많이 찾는 곳으로, 보통 가구 및 전자제품, 스포츠용품 등을 취급하고 있으며 규모도 다양함

회사명	lidl	Penny Markt	Plus	Profi	합계
개수	51	148	164	71	434

자료원 : ACNielsen

- 최근 들어서는 하이퍼마켓 소비자들을 대상으로 공격적인 마케팅을 전개하는 대규모 할인점들이 들어서고 있어 업체간 경쟁이 치열한 상황임

○ 일반 소매점(Small Shops)

- 외국 다국적 기업들의 대형 유통점 및 할인점 진출이 활발해지면서 일반 소매점들의 입지 및 여건이 점차 축소돼 가고 있으며, 단지 주유소와 함께 운영되는 24시간 편의점 등이 그나마 명맥을 유지하고 있는 상황임
- 24시간 편의점의 주요 취급 품목은 점포 위치의 특성상 자동차용품과 함께 일반 식료품, 잡지류 등으로 품목수는 다양하지 않은 편이며, 가격 또한 하이퍼마켓이나 일반 슈퍼와 비교할 때 1.5~2배 비싼 편임
- 2005년 말 기준, 소매점 수는 16만6700개로 1996년 말 1만5230개에 비해 5년 동안 약 10배 이상 증가했으며, 2005년 1년간 2만4900개가 새로 생기고 2만4400개가 문을 닫아 연간 500개 소매점이 증가함

○ 인터넷 쇼핑

- 헝가리에서 온라인 쇼핑은 초보단계이나, 2004년 EU가입 등으로 IT 인프라 확충되고 있어 서적, 컴퓨터, 가정용 전자제품을 중심으로 'DEPO'사 등 일부 업체가 있으나 미미한 수준임

○ 주요국별 유통점 진출 현황

- 1990년대 말부터 다국적 기업들의 현지 유통점 진출이 활발하게 이뤄지고 있으며, 주요 진출국가로는 이스라엘, 독일, 프랑스, 오스트리아, 영국 등임
- 이스라엘의 경우에는 주로 쇼핑몰(18개)을 중점으로 유통업 투자를 진행시켜 온 반면, 독일, 오스트리아, 프랑스 등은 하이퍼마켓, 쇼핑몰, 슈퍼마켓에 이르기까지 다양한 형태로 진출하고 있는 것이 특징임
- 2005년 말 기준 헝가리에서 가장 높은 매출액을 기록한 유통점은 영국계 하이퍼마켓인 'TESCO'로, 1989년도 진출한 이후 헝가리 전역에 현재 53개 매장을 가지고서 20억 달러의 매출을 기록한 바 있음
- 2005년 매출액 기준 유통점 TOP 15
  - 1위-CBA, 2위-TESCO, 3위-Co-op, 4위-METRO, 5위-REAL
  - 6위-SPAR, 7위-AUCHAN, 8위-PENNY-MARKET

- 9위-HONIKER, 10위-CORA, 11위-PLUS, 12위-MATCH
- 13위- IKEA, 14위-KIKA, 15위-MEDIA MARKT

표 4-6 국가별 주요 유통점 진출 현황 (2005년 기준)

국가명	유통점명	진출연도	취급품목	매장수	비고
이스라엘	Mamut 쇼핑몰	1997	소비재·식품류	1	103,000m <sup>2</sup> /320개점입주
	Campona 쇼핑몰	1999	"	1	87,000m <sup>2</sup> /160개점 입주
	Duna Plaza 쇼핑몰	1997	"	16	10만m <sup>2</sup> /190개점입주
	Duna Plaza 쇼핑몰 외에 15개의 Plaza 진출				
독 일	Metro 하이퍼마켓	1994	소비재·식품류	11	U\$13억/매출액(2004)
	Lurdy Haz 쇼핑몰	1998	"	1	31,000m <sup>2</sup> /143개점 입주
	MOM Park "	2001	"	1	30,500m <sup>2</sup> /72개점 입주
	Media Markt체인점	1997	가전제품	6	
	Saturn체인점	1995	"	5	
프랑스	CORA 하이퍼마켓	1995	소비재·식품류	5	U\$5.5억/매출액(2004)
	AUCHAN "	1995	"	4	U\$9.1억/매출액(2004)
	Match 하이퍼마켓	2003	식품류	5	U\$3.5억/매출액(2004)
영 국	Tesco 하이퍼마켓	1989	소비재·식품류	53	U\$20억/매출액(2004)
	Electroworld체인점	2003	가전제품	6	
오스트리아	Arkad 쇼핑몰	2002	소비재·식품류	2	45,000m <sup>2</sup> /170개점 입주
	Interspar 하이퍼마켓	1990	"	21	U\$9.2억/매출액(2004)
	KIKA체인점	1991	가구·목재품류	2	U\$4200만/매출액(2004)
스웨덴	IKEA체인점	1990	"	2	U\$9600만/매출액(2004)
캐나다-헝가리	Westend City쇼핑몰	1999	소비재·식품류	1	94,000/412개점 입주

## ○ 유통시장 진출전략

## - 대형 유통점 진출 전략

- 현지 대형 유통점에 제품을 공급하기는 생각처럼 쉽지 않은 것으로 보이므로, 대형 유통업체들은 본사에 구매를 전담하는 구매부서가 별도로 설치돼 있고,

각 점포에서 필요로 하는 품목 및 수량을 취합해 일괄 구매방식을 취함

- 구매부서는 현지 벤더들이나 해외 구매사무소를 통해 대량의 제품을 구매해 물류센터에 보관 후 물품관리시스템을 통해 각 체인점으로 물품을 공급하고 있음

- 이외의 대다수 중소형 유통업체들은 해외로부터 직수입도 하지만, 국내 공급업체와의 거래를 선호하는 경향을 보이는데, 이는 국내업체들이 물류창고를 가지고 딜리버리 및 반품의 용이성, 애프터 서비스가 가능하고 수입 절차를 밟지 않아도 되는 등의 장점에 기인함

- 무역관에서 대형 유통점 방문 및 구매담당자 면담 결과에 따르면, 한국상품 구매에 대한 제약은 전혀 없으며 언제라도 가격이 맞을 경우 구매가 가능하다는 입장이나, 현지 로컬 납품업체를 통해서 이뤄져야 한다고 함

- 그러나 유통업체 대부분이 납품업체간 경쟁을 이유로 현지 로컬 납품업체에 대한 정보제공을 꺼려하고 있어 신중한 접근을 통해 구매의사를 타진하는 것이 바람직함

○ 현지 대형 유통점 진출 방법

- 첫째, 우선 현지에 보세창고를 갖춘 업체와의 제휴 혹은 별도 회사를 설립해 직접 로컬 납품업체들과 경쟁하는 방법

- 로컬 납품업체로 진출하기 위해서는, 현지 관심업체 발굴을 통해 조인트로 진출하는 것이 바람직하며 보세창고 설립을 통한 유통채널 확보는 필수적임

- 보세창고 설립 및 운영, 현지인 고용, 사무실 운영 등을 위해서는 많은 자본이 투입되어야 하며 만일 제품 소싱이 경쟁력 있게 이뤄지지 않는 한 실패할 확률이 높다는 것이 단점임

- 반면, 헝가리는 물류 분배기지로서 인프라 등이 여타 중·동구권 국가에 비해 잘 갖춰져 있고 이 분야에 대한 발전도 눈부시게 이뤄지고 있어 인근국 유통시장 진출도 더 수월하다는 장점이 있음

- 둘째, 현지 납품업체를 대상으로 간접적으로 제품을 공급하는 방법

- 로컬 납품업체 공략을 위해서는 일단 소싱된 제품 소개를 통해 가격 경쟁력을 최우선으로 접근해야 하나, 기존 공급업체간 경쟁이 치열하고 단타에

끝날 확률도 높아 지속적인 제품 공급이 어려울 수 있음

- 그러나 대량 수출이 가능하며 직접 로컬 납품업체로 현지에 진출하는 것에 비해 비용부담이 없다는 것이 장점으로 들 수 있음
- 로컬 공급업체는 제품 수입 시 통관 및 운송 등 제반절차를 모두 책임지고 있어 실질적으로 수입상 역할을 하고 있다고 평가할 수 있으며, 대형 유통점 공략을 위해서는 현지 구매 시스템상 로컬 공급업체를 공략하는 것이 정확한 방법임

## 2.4 경쟁 동향

- 헝가리의 식품 수입량은 적은 규모인데, 이는 헝가리의 식품 가공 산업이 기존 진출한 외국계 회사에 의해 매우 발달되어 있기 때문임
- 헝가리 식품산업은 헝가리 국민의 소득증가와 함께 EU 역내에서의 경쟁이 치열함에도 불구하고 계속 성장할 것으로 보임
- 헝가리 식품 산업은 대부분 외국계 회사에 의해 견인되고 있음
  - 1990년 민영화 이후 나타난 현상으로, 외국계 회사는 각각 FMCG 회사가 헝가리에서 공장을 운영하고 있음
  - 이들 외국계 회사에 의해 헝가리 제조의 시장 세분화가 이루어졌음
- Meat and Poultry Industry
  - 전통적으로 돼지고기소비는 헝가리에서 매우 높은 편이지만 최근 10년간 닭고기 수요가 증가함
    - 이는 헝가리 시장에서 돼지고기 가격이 닭고기 등 조류보다 비싸게 되었기 때문인 것도 있지만 최근 닭고기가 상대적으로 건강에 좋다고 인식되었기 때문인 것으로 풀이됨
  - 헝가리의 육류 및 닭고기(조류) 시장은 그간 많은 제조사들의 경쟁 속에서 시장구조의 변화가 있어 왔음
    - 현재 이 부문의 마켓리더는 salami(이탈리아 소세지류) 제조사인 Pick사와 ham, sausage류 제조사인 Delhus사임
    - 이들 두 회사는 2007년 1월 1일부로 Pick사의 주도하에 합병 예정이며, 이

로써 헝가리 시장 내에서 약 30%의 시장점유율을 보일 것으로 예상되고  
연간 매출액은 약 600억 HUF로 전망됨

- 두 번째로 큰 제조사는 Carnex Rt.지만, 현재 계열사인 Falcotrade가 올해 부도가  
나면서 금융상태에 문제가 있는 것으로 향후 전망이 불투명한 상태임
- 한편 Csabahs Kft는 Debreceni Hs Rt사와 합병하였는데, 헝가리 시장에서 전통적  
인 헝가리 소세지(dry sausage)를 생산해 왔음
- Kometa사는 ham 제조분야에서 잘 알려진 회사이며, 최근에는 Gyulai 사의 dry  
sausage가 인기를 얻고 있음
- 최근 헝가리 시장내 경향은 대형 슈퍼마켓, 하이퍼 마켓에서도 직접 수입판매 하면  
서 경쟁이 더욱 치열해 지고 있음
  - 슈퍼마켓 체인인 Spar가 이 부분에 공장을 운영 자체 브랜드 제품을 판매  
하기 시작하자 다른 대형 할인점들도 같은 방식으로 시장에 참여함
- 한편, 육류 시장에서는 블랙마켓의 점유율도 약 20~25% 정도인 것으로 추정됨

○POULTRY

- 닭고기류 시장은 조류독감영향으로 소비가 급감한 바 있음
  - 헝가리 업계에서는 조류독감의 영향으로 약 180억 HUF 상당의 손실이 있  
던 것으로 보고 있으며, 65만 마리가 도살된 것으로 추산함
  - 조류독감 영향으로 수요가 급감하자, 관련 업계의 도산으로 이어졌으며 수  
출도 12~15% 정도 감소한 것으로 나타남
  - 일본 및 프랑스는 헝가리 주요 수출품인 “푸아그라”(거위간)의 일본, 프랑  
스 수입 금지된 바 있음
- 헝가리 양계 식품산업은 2004년 EU 가입에 따라 저가의 체코, 슬로바키아 및 독일  
제품의 수입 경쟁을 위해 가격을 인하하면서 어려움에 처해 왔음
  - 헝가리 전체 양계 식품 산업의 매출은 약, 2500억 HUF로 이중 1,000억  
HUF는 거위, 오리가 차지하고 있음
- 동 부문 마켓리더는 국영기업인 Babolna Rt 이었으나, 민영화 조치 이후 재정상  
어려움에 처해 있음
- 양계 식품류 중 인기 있는 제품은 닭/칠면조 가슴살, 간, 페이스트 등 가공식품임

## ○ Dairy Products and Milk

- 헝가리 유제품은 99.4% 이상이 젖소우유로 만들어지며, 헝가리 국민의 연간 1인당 우유소비량은 약 150리터임
- Mizo사와 Sole사의 합병회사인 Sole-Mizo Corp사가 시장의 마켓리더가 되었으며, 전체 시장의 약 31%를 점유하고 연간 600억 HUF의 매출을 올리고 있음
- 두 번째로 큰 회사는 Friesland Hungaria사로 약 25%의 시장 점유율을 차지하고 있으며, 동 회사는 Milli milk, yoghurt, Oke cream, Complettta coffer milk powder 와 헝가리 전통의 단맛 음료인 'turo rudi'를 생산함
- Danone Hungaria사는 yoghurt 판매에서 독보적인 존재로 특히fruit-yoghurt부문에서는 약 55%의 시장을 장악하고 있음
- 2004년 EU 가입이후 헝가리 시장에는 슬로베니아, 슬로바키아 및 폴란드의 저가 우유 수입이 증가하고 있으며, 이들 수입제품이 약 30%를 점하는 것으로 나타남
- 우유를 제조 판매부문에서는 Milli (Friezland), Mizo, Sole, and Bakonytej 등이 시장을 선도하고 있으며, 대형할인점의 OEM 제품 생산도 증가하고 있음
- Cheese, margarine 식품판매도 증가되고 있으며, 동 부문 인기브랜드는 Pannonia, Trappista, Medve, Ovari, Edami 등임

## ○ Ice cream

- 헝가리 아이스크림 시장에서는 Cone 형태가 인기가 있으며, 판매량의 59%를 차지함
  - 동 부문 마켓리더는 Algida (Unilever), Family Frost (Schloler), McFreese (McDonalds) 등임
  - 한편, Tesco, Plus의 대형할인점 브랜드 아이스크림 판매도 증가추세에 있음
- 헝가리의 아이스크림 소비는 연간 1인당 3.5 liter로 EU 평균 2.5 liter보다 높은 편임
- 소스 등 양념류, 통조림, mustard, mayonnaise 부문의 선두는 Unilever와 헝가리 로컬사인 Hungarian Globus Rt 임
- Confectionery industry
- 외국 거대기업인 Chio-Wolf, Nestle가 활동하고 있으며 그 외 중소기업의 헝가리 로컬사가 경쟁하고 있음

○Candies, dragee, caramel

- 동 부문의 마켓리더는 Danone사에 매각된 Gyori Keksz이며, Sweet Point, Stollwerk, Ferrero (Tic-Tac)순임
  - 헝가리의 연간 시장규모는 약 9,000 톤으로 추산되지만 웰빙 트렌드에 따라 지속적으로 감소하고 있는 추세임

○Chocolate, chocolate bars

- 헝가리의 연간 초콜릿 수요는 약 6만 톤임
  - Chocolate bar 형태가 가장 큰 시장 점유율을 보이는데, 저가 제품의 수입이 급증하고 있으며, 50센트 이하의 소매가로 판매되고 있음
  - 동 부문의 마켓리더는 Nestle, Kraft Foods, Stollwerk임
  - 선물용 고가제품의 경우, Ferrero와 로컬기업인 Szamos Marcipan사 제품이 우위를 점하고 있음
  - 크리스마스 등 Seasonal chocolate 품목은 Sweet Point 제품임
  - 헝가리 특산품인 'Cherry bonbon'도 지속적으로 판매가 증가하고 있음

○Snacks

- 스낵류 시장은 과당류 시장보다 빠르게 성장하고 있으며, 연간 수요는 약 12,000톤으로 추정됨
  - 50% 이상이 콘플레이크류의 아침 대용식품이며, 33%는 소위 grain-bar류로서 이 부문에서는 Cerbona가 마켓리더로서 약 37%를 점유함
  - Chips과 Salty snack류에서는 Chio-Wolf사가 마켓리더임
  - 헝가리 시장의 전체 매출의 75%는 외국 다국적기업 제품에서 비롯되며, 이들 제품이 수출입 교역의 20%를 차지함

○Pasta시장에서는 Gyermely사가 마켓리더이며 이탈리아 제품의 수요도 증가하고 있음

○알콜류 부문에서는 Hungarian palinka(한국의 소주와 비슷)가 인기가 있지만 외국산 제품과의 경쟁이 치열함

○식품별 제조사 현황 (웹사이트가 있는 회사 기준)

- Meat industry
  - Csabahús Kft. : [www.csabahus.hu](http://www.csabahus.hu)

- Debreceni Hús Rt. : [www.debrecenihusrt.hu](http://www.debrecenihusrt.hu)
  - Délhús Rt. : [www.delhus.hu](http://www.delhus.hu)
  - Gyulai Húskombinát Rt. : [www.gyulahus.hu](http://www.gyulahus.hu)
  - HERZ Szalámigyár Rt. : [www.herz.hu](http://www.herz.hu)
  - Kaiser Food Kft. : [www.kaiser.hu](http://www.kaiser.hu)
  - KOMETA'99 Kft. : [www.kometa.hu](http://www.kometa.hu)
  - PALATIN Kft. : [www.kozep.hu/palatin](http://www.kozep.hu/palatin)
  - Pápai Hús Rt. : [www.papaihus.hu](http://www.papaihus.hu)
  - PICK Szeged Rt. : [www.pick.hu](http://www.pick.hu)
  - Szole Meat Kft. : [www.szolemeat.hu](http://www.szolemeat.hu)
  - Wiesbauer-Dunahús Kft. : [www.wiesbauer.at/magyar.hu](http://www.wiesbauer.at/magyar.hu)
- Poultry industry
- Bábolna Baromfi Győr Feldolgozó Kft. : [www.pannonbaromfigyar.hu](http://www.pannonbaromfigyar.hu)
  - Bábolna Rt. : [www.babolnart.hu](http://www.babolnart.hu)
  - EFEF Kft. : [www.efef.hu](http://www.efef.hu)
  - Her-Csi Hús Kft. : [www.hercsihus.hu](http://www.hercsihus.hu)
  - Hungerit Rt. : [www.hungerit.hu](http://www.hungerit.hu)
  - Kiskunhalasi Baromfifeldolgozó Rt. : [www.hunent.hu](http://www.hunent.hu)
  - Merián Orosháza Rt. : [www.merian.hu](http://www.merian.hu)
  - Pannon Baromfi Kft. : [www.baromfi.gyor.hu](http://www.baromfi.gyor.hu)
  - Pesti Baromfifeldolgozó Rt. : [www.pestbaromfifeldolgozo.hu](http://www.pestbaromfifeldolgozo.hu)
  - Taravis Kft. : [www.taravis.hu](http://www.taravis.hu)
- Dairy industry
- Danone Kft. : [www.danone.com](http://www.danone.com)
  - Északtej Tejipari Rt. : [www.eszaktej.rt.hu](http://www.eszaktej.rt.hu)
  - MIZO Baranyatej Rt. : [www.mizo.hu](http://www.mizo.hu)
  - Nutricia Magyarország Kft. : [www.nutricia.hu](http://www.nutricia.hu)
  - Óvártej Kereskedelmi Rt. : [www.ovartej.hu](http://www.ovartej.hu)

- Pannontej Tejtermékgyártó és Kereskedelmi Kft. : [www.sajtok.hu](http://www.sajtok.hu)
- Ice cream production
  - Unilever Magyarország Kft. : [www.unilever.hu](http://www.unilever.hu)
  - Kiwi-Co Rt. : [www.kiwico.hu](http://www.kiwico.hu)
- Canning and preserving industry
  - Csépany és Társa Kft. : [www.csepanymatra.hu](http://www.csepanymatra.hu)
  - Deko-Food Rt. : [www.debrecen.com/dekofood](http://www.debrecen.com/dekofood)
  - Dél-Nyírség Kft. : [www.del-nyirseghu](http://www.del-nyirseghu)
  - Domi Tisztított Fokhagyma Kft. : [www.domifokhagyma.hu](http://www.domifokhagyma.hu)
  - Fish and Food Kft. : [www.extra.hu/fishfood](http://www.extra.hu/fishfood)
  - Globus Konzervipari Rt. : [www.globus.hu](http://www.globus.hu)
  - Marillen Gyümölcsfeldolgozó Kft. : [www.marillen.hu](http://www.marillen.hu)
  - Pacific Óceán Tartósítóiipari Kft. : [www.pacific.hu](http://www.pacific.hu)
  - Vitamór Kft. : <http://free.netcop.hu/vitamor>
- Deep freezing industry
  - Arvit Hűtőipari Rt. : [www.arvit.hu](http://www.arvit.hu)
  - Bakos Hűtőipari Rt. : [www.bakos.hu](http://www.bakos.hu)
  - Mirsa Pest Megyei Hűtőipari Rt. : [www.mirsa.hu](http://www.mirsa.hu)
- Spices and dried products
  - Behina József : [www.behina.hu](http://www.behina.hu)
  - Gilan Trading Kft. : [www.gilan.hu](http://www.gilan.hu)
  - Kerry Hungária Kft. : [www.kerry-ingredients.co.uk](http://www.kerry-ingredients.co.uk)
  - Mezőker Zöldségszárítmány Termelő és Kereskedelmi Kft. : [www.mezoker.com](http://www.mezoker.com)
  - Rubin Szegedi Paprikafeldolgozó Kft. : [www.tiszanet.hu/rubin](http://www.tiszanet.hu/rubin)
- Milling industry
  - Alföldi Gabonaipari Rt. : [www.alfoldigabona.hu](http://www.alfoldigabona.hu)
  - Cornexi Élelmiszeripari Rt. : [www.cornexi.hu](http://www.cornexi.hu)

- Fortunate Kereskedelmi Kft : [www.fortunat.hu](http://www.fortunat.hu)
- Gabona Rt. : [www.gabona.hu](http://www.gabona.hu)
- Szabolcs Gabona Cégcsoport : [www.szabolcs-gabona.hu](http://www.szabolcs-gabona.hu)
- Vincze Staudt Élelmiszeripari Kft. : [www.vinczekft@matavnet.hu](mailto:www.vinczekft@matavnet.hu)
- Bakery industry
  - Fornetti Kft. : [www.fornetti.hu](http://www.fornetti.hu)
  - Pécsi Sütőipari Rt. : [www.pecsisuto.hu](http://www.pecsisuto.hu)
- Sugar producers
  - Agrana Magyarország Kft. : [www.agrana.hu](http://www.agrana.hu)
- Confectionary industry
  - Chio-Wolf Magyarország Kft. : [www.chio-wolf.hu](http://www.chio-wolf.hu)
  - Fortunate Kft. : [www.fortunate.hu](http://www.fortunate.hu)
  - Inwest Kft. : [www.inwest.hu](http://www.inwest.hu)
  - Nestlé Hungária Kft. : [www.nestle.hu](http://www.nestle.hu)
  - Szamos Marcipán Kft. : <http://www.szamos.hu>
  - Tutti Élelmiszeripari Kft. : [www.tutti.hu](http://www.tutti.hu)
  - Karamell Sütő- és Édesipari Rt. : [www.datanet.hu/karamell](http://www.datanet.hu/karamell)
- Honey production
  - FABI Bt. : [www.fabimez.hu](http://www.fabimez.hu)
  - Hungaroteam Kft. : [www.tarpa.de](http://www.tarpa.de)
  - Mecseki Bioméz Marketing Szövetkezet : [www.tar.hu/biomeheszet](http://www.tar.hu/biomeheszet)
- Pasta production
  - Barnetto Élelmiszeripari Bt. : [www.extra.hu/barnetto](http://www.extra.hu/barnetto)
  - Cerbona Rt. : [www.cerbona.hu](http://www.cerbona.hu)
  - Mary-Ker Kft. : [www.mary-ker.hu](http://www.mary-ker.hu)
  - Soós Tésztaipari Kft. : [www.soosteszta.hu](http://www.soosteszta.hu)
  - Vincze & Társa Bt. : [www.vinczeteszta.hu](http://www.vinczeteszta.hu)
- Distilleries
  - Campona Kft. : [www.campona-ital.hu](http://www.campona-ital.hu)

- Hungaroteam Kft. : [www.tarpa.de](http://www.tarpa.de)
  - Kokoferm Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. : [www.campona-ital.hu](http://www.campona-ital.hu)
  - Miskolci Likőrgyár Rt. : [www.milikor.ini.hu](http://www.milikor.ini.hu)
  - Pannon Likőr Kft. : [www.pannonlikor.hu](http://www.pannonlikor.hu)
  - Zwack Unicum Rt. : [www.zwackunicum.hu](http://www.zwackunicum.hu)
- Wine producers
- Boranal Borászati és Kereskedelmi Kft. : [www.boranal.hu](http://www.boranal.hu)
  - Degenfeld Bt. : [www.grofdegenfeld.com](http://www.grofdegenfeld.com)
  - Disznókő Szőlőbirtok és Pincészet Rt. : [www.disznoko.com](http://www.disznoko.com)
  - Egervin Borgazdaság Rt. : [www.egervin.hu](http://www.egervin.hu)
  - Kecel-Borker Kft. : [www.borker.hu](http://www.borker.hu)
  - Kute Termelő és Kereskedelmi Kft. : [www.kute.hu](http://www.kute.hu)
  - Liszt Pincészet : [www.lisztwein.hu](http://www.lisztwein.hu)
  - Nyakashegy Kft. : [www.nyakas.hu](http://www.nyakas.hu)
  - Öregbaglas Rt. : [www.oregbaglas.hu](http://www.oregbaglas.hu)
  - Pannon Tokaj Kft. : [www.pannontokaj.hu](http://www.pannontokaj.hu)
  - Somogyi Pincészet : [www.somogyipince.hu](http://www.somogyipince.hu)
  - Szigetvin Kft. : [www.szigetvin.hu](http://www.szigetvin.hu)
  - Szőlőskert Rt. Nagyréde : [www.szoloskert.hu](http://www.szoloskert.hu)
  - Tokaj-Hétszőlő Szőlőtermesztési és Borászati Rt. : [www.tokaj.com](http://www.tokaj.com)
  - Tokaj.hu Kft. : [www.tokaj.hu](http://www.tokaj.hu)
  - Tokaji Kereskedőház Rt. : [www.crownstates-tokaji.com](http://www.crownstates-tokaji.com)
  - Varga Pincészet : [www.vargabor.com](http://www.vargabor.com)
  - Vinárium Borgazdasági Rt. : [www.vinarium.hu](http://www.vinarium.hu)
- Beer and malt production
- Borsodi Sörgyár Rt. : [www.borsodi.hu](http://www.borsodi.hu)
  - Brau Union Hungária Sörgyárak Rt. : [www.brau.hu](http://www.brau.hu)
  - Dreher Sörgyárak Rt. : [www.dreher.hu](http://www.dreher.hu)

- Pécsi Sörfőzde Rt. : [www.peccisor.hu](http://www.peccisor.hu)
- Soft drink and mineral water producers
  - BUSZESZ Rt. : [www.buszesz.com](http://www.buszesz.com)
  - Coca-Cola Beverages Kft. : [www.cocacola.hu](http://www.cocacola.hu)
  - Döhler-Hungária Kft. : [www.doehler.com](http://www.doehler.com)
  - ELMA Rt. : [www.extra.hu](http://www.extra.hu)
  - Family-Drink Kft. : [www.kozep.hu/family-drink/](http://www.kozep.hu/family-drink/)
  - Fonyódi Ásványvíz Kft. : [www.fonyodi.hu](http://www.fonyodi.hu)
  - Kékkúti Ásványvíz Rt. : [www.kekkuti.hu](http://www.kekkuti.hu)
  - Ráthonyi Kft. : [www.rathonyi.hu](http://www.rathonyi.hu)
  - Sió Eckes Kft : [www.sioeckes.hu](http://www.sioeckes.hu)

자료원 : [www.efosz.hu](http://www.efosz.hu)(Federation of Hungarian Food Manufacturers)

### 3. 헝가리의 식품 수입관리제도

- EU 편입과 함께 EU 공통규정을 준수함
- 수입식품 제품에 대한 등록의무는 없으며 수입업자는 식품의 안전에 대한 책임이 있음
- 수입업자는 하기와 같은 서류를 구비해야함
  - ① 수출업자등록증
  - ② 수입업자의 제품 테스트 결과 증명서
  - ③ 헝가리 시험소의 테스트 결과 증명서
  - ④ 헝가리 식품검역소 테스트 결과 증명서
    - : 헝가리 식품검사 당국은 수입업자에 의해 수입되는 제품을 국내산 제품 제조와 유통과 동일하게 관리함
  - ⑤ 식품관리 법규는 Order No 43/2002 (V.14.) FVM-EuM-GM 임
- 수입 전반에 관한 절차는 수입업자에 의해서 행해지며, 수입업자와의 의사소통이 원활치 않을 시 문제가 발생할 수도 있음

- 수출업자는 구비서류, 식품검사결과 및 식품첨가물 정보, 포장방법 등에 대해 수입업자에게 주지시켜야 함
- 수출입절차관련 주요 정보는 홈페이지 상에서도 확인 가능함
  - 홈페이지 주소 :  
[http://ec.europa.eu/food/international/trade/interpretation\\_imports.pdf](http://ec.europa.eu/food/international/trade/interpretation_imports.pdf)
- 검역절차 일반
  - 동물성 원료가 아닌 식품 검역
    - 동물성 원료가 아닌 식품을 수입 시에는 관계식품 법령 또는 EU에서 정하는 조건의 준수 의무는 수입업자가 져야 함
    - 즉, 수입시점부터 식품의 유통에서부터 수입업자의 책임이 있음
    - 식품 위생은 별도로 하고 수입관리 제도는 첨가물, 식품과 접촉된 물질, 식품원료 오염 등 안전문제 전반을 다룸
    - 헝가리의 주 검역당국은 Food and Veterinary Office임
  - 동물성 원료가 아닌 식품 검역
    - 동물성 원료인 식품을 수입 시에는 Directive 97/78/EC 법령을 준수해야함
    - 동물성 원료인 식품은 세관 검역당국에 제출되어 수입관리를 받아야 하며, 세관 도착 전 관할 검역당국에 사전 통지되어야 함
    - 세관의 검역당국은 식품이 수입, 승인된 국가 및 지역에서 수출된 상품인지 여부를 판별 수입제한 조치 여부를 결정함
    - 수입절차는 EU 규정(Commission Regulation (EC) No 136/2004)에 따름
    - 동 규정은 Article 14 of Regulation (EC) No 882/2004 규정에 의거 동물성 원료 식품의 식품위생 및 동물의 건강상태와는 별도로 식품 첨가물, 식품과 접촉된 물질, 식품방사성 처리여부를 관리함
- 식품 수입관련 기관
  - Animal Health, Meat Inspection, and Import Certificates:  
담당기관 : Ministry of Agriculture and Rural Development  
담당자 : Dr. Miklos Suth  
직책 : Head of Veterinary and Food Control Department

주 소 : Kossuth ter 11. Budapest V.

전 화 : [36] 1-301-4135

팩 스 : [36] 1-301-46-69

- Hungarian Food Codex

담당기관 : Ministry of Agriculture and Rural Development

직 책 : Head of the Hungarian Committee of the CODEX

담 당 자 : Dr. Endre Racz

주 소 : Kossuth ter 11. Budapest V.

전 화 : 36 1 301-4383

팩 스 : 36 1 301-4808

○ 수입관세(Import duties)

- 모든 EU 역내의 식품수입 관세는 동일하게 부과됨

• 역내관세에 대한 관세율은 사이트에서 조회가 가능함

• EU 관세율 사이트:

[http://europa.eu.int/comm/taxation\\_customs/dds/cgi-bin/tarchap?Lang=EN](http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/dds/cgi-bin/tarchap?Lang=EN)

- EU 집행위는 각국 국경의 세관에서 산동물, 동물가공식품 및 냉동식품에 대해 특정한 장소에 검역소를 두도록 규정하고 있음

- 모든 수입물품은 부가가치세를 납부해야 하며, 수입품 중 주류는 수입업자 라이선스와 재정보증이 필요함

82 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

○ 주요 식품 수입관세 현황

HS Code	상품내역	관세율
PREPARATIONS OF MEAT, OF FISH OR OF CRUSTACEANS		
1601 - 1601 00 10	Sausages and similar products, of meat, meat offal or blood; Of liver	15.4%
- 1601 00 91	Other	Third country duty : 149.4 EUR / 100kg Non preferential tariff quota :747 EUR/1000kg
1602 - 1602 10	Other prepared or preserved meat, meat offal or blood - Homogenized preparations	16.6%
- 1602 20	- Of liver of any animal	10.2% (goose, duck liver)16% (other)
- 1602 31	- Of poultry of heading 0105	8.5%
- 1602 4110	- Ham of domestic swine	Third country duty : 156.8 EUR / 100kg Non preferential tariff quota :784 EUR/1000kg
- 1602 4190	- of other swine	10.9 %
- 16024210	- Shoulders and cuts thereof of domesticswine	Third country duty : 129.3 EUR / 100kg Non preferential tariff quota :646 EUR/1000kg
- 16024290	- of other	10.9 %
1602 49 11	Loins (excluding collars) and parts thereof, including mixtures of loins or hams of domestic swine	Third country duty : 156.8 EUR/100kg
		Non preferential tariff quota :784 EUR/1000kg
- 1602 50	- Of bovine animals	
1602 50 10	Uncooked; mixtures of cooked meat or offal and uncooked meat or offal	Third country duty : 303.4 EUR/100kg Entry into free circulation (prior surveillance)
1602 50 31	other	16.6%
- 1602 90	- Other, including preparations of blood of any animal	16.6 % (of blood) 10.9% (other)

HS Code	상품내역	관세율
1604	Prepared or preserved fish; caviar and caviar substitutes prepared from fish eggs	
- 1604 11	- Fish, whole or in pieces, but not minced	5.5%
- 1604 20	- Other prepared or preserved fish	20% (surimi), 5.5% - Salmon, 7% - Trout 25% Of sardines, bonito, mackerel, 24% Of tunas, skipjack
- 1604 30	- Caviar and caviar substitutes	20%
1605	Crustaceans, mollusks and other aquatic invertebrates, prepared or preserved	
160510	Crab	8%
160520	Shrimps and prawns	20%
16053010	Lobster meat, cooked, for the manufacture of lobster butter or of lobster pastes, pts, soups or sauces	0%
16053090	Other lobster	20%
160540	Other crustaceans	20%
SUGARS AND SUGAR CONFECTIONERY		
1704	Sugar confectionery (including white chocolate), not containing cocoa	-
- 1704 10	- Chewing gum, whether or not sugar-coated	
17041011	Containing less than 60by weight of sucrose (including invert sugar expressed as sucrose)	6.2% + 27.1 EUR / 100kg MAX 17.9 %
17041091	Containing or more by weight of sucrose (including invert sugar expressed as sucrose)	6.3% + 30.9 EUR / 100kg MAX 18.2 %
- 1704 90	- Other	6.2% + 27.1 EUR / 100kg MAX 17.9 %
PREPARATIONS OF CEREALS, FLOUR		
1902	Pasta, whether or not cooked or stuffed	11%
1905	Bread, pastry, cakes, biscuits and other bakers' ware	
1905 10	Crisp bread	5.8% + 13 EUR / 100kg

84 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

HS Code	상품내역	관세율
1905 31 11	Sweet biscuits, Completely or partially coated or covered with chocolate, In immediate packings of a net content not exceeding	9% + EA(1) MAX 24.2% +ADSZ(1) Composition of goods (additional duty)
1905 31 19	Other sweet biscuits	9% + EA(1) MAX 24.2% +ADSZ(1) Composition of goods (additional duty)
PREPARATIONS OF VEGETABLES, FRUIT, NUTS		
2001	Vegetables, fruit, nuts and other edible parts of plants, prepared or preserved by vinegar or acetic acid	0 17.6% depending on which vegetable is it made of
2002	Tomatoes prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid	14.4%
2007	Jams, fruit jellies, marmalades, fruit or nut pure and fruit or nut pastes,	From tropical fruits: 15%, Other: 24%, With more than 13% sugar content: 24% + 4.2 EUR / 100kg
Drinks, beverages, juices and alcoholic drink		
2009	Fruit juices	16% - 33.6%, but depends on fruit, size of packing, concentration etc
2203	Beer made from malt	0%
2204	Wine of fresh grapes	Champaigne, bottled wine: 32 Euro / hl
2209	Vinegar and substitutes for vinegar obtained from acetic acid	6.4 Euro / hl if less than 2l packing, 4.8 Eur /hl if more than 2l packing

## 4. 헝가리의 식품분야 바이어 정보

1. Food Export Co., Ltd.	
담당자/직책	Attila Nagygallér {Mr.}/ executive director
전화	(+36-79) 52 01 20
팩스	(+36-79) 52 01 21
홈페이지	www.food-export.hu
이메일	info@food-export.hu
업종	Limited liability company Representation and foreign trade clearance of food industrial companies; import of foodstuff
설립년도	2000
직원수	No data
연간매출액	1,000,000 USD
취급품목	Foodstuff
관심품목	Foodstuff
주소	6500 Baja, Szegedi út 1.
주거래 기업	PAN GROUP S.A.
공장 및 제조업체	No
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요수출국 : 루마니아, 보스니아, 크로아티아, 슬로베니아</li> <li>• 주요 수입국 : 루마니아</li> </ul>	

2. Fruit trade	
담당자/직책	Tibor Bartha {Mr.} / C.e.o.
전화	(+36-42) 59 56 07
팩스	(+36-42) 48 00 07
홈페이지	www.fruit.hu (out of order)
이메일	No
업종	Limited liability company Export and domestic trade of canned products; import of foodstuff
설립년도	1994
직원수	3
연간매출액	1,000,000 USD
취급품목	Canned food
관심품목	Canned food
주소	4551 Nyíregyháza, Friss u. 1/b
주거래 기업	No data
공장 및 제조업체	No
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요수출국 : 러시아, 카자흐스탄, 크로아티아, 독일, 슬로베니아, 오스트리아</li> <li>• 주요 수입국 : 이태리, 캐나다</li> </ul>	

3. Hampex Kft.	
담당자/직책	Mr. Gyorgy Karpati / commercial manager
전화	(+36-1) 315 01 48
팩스	(+36-1) 315 05 51
홈페이지	No
이메일	hampex@t-online.hu
업종	Limited liability company
설립년도	1994
직원수	11
연간매출액	4,100,000 USD
취급품목	Meat, frozen fish
관심품목	Meat, frozen fish
주소	1023 Budapest, Török u. 8. Mail address : 1277 Budapest, Pf. 32
주거래 기업	Compania DG Commedgio Libre De Colon S.A.
공장 및 제조업체	No
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 수출국 : 미국, 영국, UAE, 폴란드, 덴마크, 슬로바키아, 이태리, 스페인</li> <li>• 주요 수입국 : 캐나다, 미국, 덴마크, 오스트리아, 아프리카, 독일, 스페인, 칠레, 이태리</li> </ul>	

4. Innovuscoop Kft.	
담당자/직책	Mr. Karoly Habi/executive director
전화	+36-1) 250 32 08
팩스	(+36-1) 454 15 77
홈페이지	No
이메일	habigroup@starkingnet.hu
업종	Limited liability company Export, import, wholesale trade of foodstuffs and agricultural products; venture organizing; renewing, buying, installation of Lucerne drying equipment; sale of wet leftovers form apple pressing
설립년도	1990
직원수	4
연간매출액	900,000 USD
취급품목	foodstuff
관심품목	foodstuff
주소	1037 Budapest, Bokor u. 2-4.
주거래 기업	BELL FLAVOR & FRAGRANCES Ltd.
공장 및 제조업체	Micotech mashroom cultivating subsidiary
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 수출국 : 독일, 스위스, 프랑스</li> <li>• 주요 수입국 : 네델란드, 독일, 루마니아, 슬로바키아</li> </ul>	

5. Seafood Trade Kft.	
담당자/직책	Mr. Szabolcs Bolcs/C.e.o.
전화	(+36-34) 58 64 92
팩스	(+36-34) 58 64 94
홈페이지	www.seafoodtrade.hu
이메일	info@seafoodtrade.hu
업종	Limited liability company Import and wholesale of quick-frozen food products (fish, chips, fruit and vegetable, meat, poultry)
설립년도	2002
직원수	35
연간매출액	3,700,000 USD
취급품목	quick-frozen food products
관심품목	quick-frozen food products
주소	2890 Tata, Országgyűlés tér 3.
주거래 기업	Agrárfrost
공장 및 제조업체	No
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 수입국가 : 독일, 네델란드, 룩셈부르크, 에스토니아, 스페인, 슬로바키아, 이태리</li> </ul>	

6. IWINEX Kft.	
담당자/직책	Mr. Istvan Novak/executive director
전화	(+36-79) 36 31 22
팩스	(+36-79) 56 36 91
홈페이지	www.iwinex.hu, www.sunvita.hu
이메일	iwinex@iwinex.hu
업종	Limited liability company Production, export and import of food industrial products
설립년도	1995
직원수	20
연간매출액	1,100,000 USD
취급품목	canned vegetables, fruits and with sweet industry products Export of wine
관심품목	Canned vegetables
주소	6346 Sükösd, Dózsa György út 168. Mailaddress : 6346 Sükösd, Pf. 19
주거래 기업	
공장 및 제조업체	Yes: chilled and non chilled desserts, fruit bar
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 수출국가 : 폴란드, 프랑스, 체코, 러시아</li> <li>• 주요 수입국가 : 폴란드, 독일, 이태리</li> </ul>	

7. Agrocorp Rt.	
담당자/직책	Mr. Gyorgy Alpari/President
전화	(+36-1) 455 08 52
팩스	(+36-1) 455 08 51
홈페이지	No
이메일	No
업종	Public limited company Retail and wholesale trade, export and import of foodstuff
설립년도	1985/1992
직원수	28
연간매출액	1,500,000 USD
취급품목	Meat (horse, turkey), vegetables, fruit, gardening products
관심품목	Meat (horse,turkey), vegetables, fruit
주소	1093 Budapest, Közraktár u. 12/b. Mailaddress : 1461 Budapest, Pf. 52
주거래 기업	N/A
공장 및 제조업체	No
회사 연혁 및 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특기사항 없음</li> </ul>

8. CoSeCo Kft.	
담당자/직책	György Szigeti {Mr.}/executive director
전화	(+36-1) 200 92 43
팩스	(+36-1) 392 75 76
홈페이지	-
이메일	coseco@mail.inext.hu
업종	Limited liability company Foreign manufacturers' representative, import (mainly soft furnishing, canned fruit and fruit concentrates)
설립년도	1993
직원수	2
연간매출액	100,000 USD
취급품목	Canned fruit, fruti concentrate Home textile
관심품목	Canned fruit, fruti concentrate
주소	1023 Budapest, Frankel Leó út 106-108. II/22
주거래 기업	MURTRA S.A. Granollers, FETEXSA Bocairent, PIELSA Agullent, Llovera S.A. Agullent, BELPLA S.A. Bocairent from Spain F-lli Ciaramelli Prato from Italy BOKARPET S.A. Larisza, VIEMOL S.A. Kilkisz., Poulitzsidisz Thessaloniki, Chrisztodulu Agria Trias, FILIPPOS S.A. Veria from Greece
공장 및 제조업체	no
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 중규모의 수입상으로 외국 회사의 에이전트 대행</li> </ul>	

9. DEB-TRADE Kft.	
담당자/직책	Vilmos Pap {Mr.}/managing director
전화	(+36-52) 52 28 11
팩스	(+36-52) 34 75 61
홈페이지	www.deb-trade.hu
이메일	info@deb-trade.hu
업종	Limited liability company Import and wholesale trade of foodstuff
설립년도	1999
직원수	20
연간매출액	3,400,000 USD
취급품목	Snack, microwave popcorn, cheving gum, drink-powder, nuts, chocolate bar
관심품목	Snack
주소	4002 Debrecen, Balmazújvárosi út 10.
주거래 기업	Bisca (Danmark) biscuit, cracker Rupa cereal bars Carla coconut bar, sweets Feel-Free chewing gum Kendy drink powder
공장 및 제조업체	No
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 수출국 : 크로아티아, 세르비아몬테네그로, 사이프러스, 우크라이나</li> <li>• 주요수입국 : 미국, EU 일부</li> </ul>	

94 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

10. Delforg Kft.	
담당자/직책	Mr. Andras Kis/commercial director
전화	(+36-24) 47 88 70
팩스	(+36-24) 53 61 26
홈페이지	www.delforg.hu
이메일	delforg.kis@invitel.hu
업종	Limited liability company Importation and domestic trade of refrigerated sea-fish
설립년도	1992
직원수	52
연간매출액	10,000,000 USD
취급품목	Seafish
관심품목	Seafish
주소	2330 Dunaharaszti, Fő út 270. Mailaddress : 2331 Dunaharaszti, Pf. 116
주거래 기업	N/A
공장 및 제조업체	No
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 수출국 : 루마니아</li> <li>• 주요수입국 : 미국, 아르헨티나, 폴란드, 노르웨이</li> </ul>	

11. UB MERCHANTS Kft.	
담당자/직책	Andor Botos {Mr.}/C.e.o.
전화	(+36-26) 53 05 40
팩스	(+36-26) 53 05 41
홈페이지	www.ubm.hu
이메일	ubm@ubm.hu
업종	Limited liability company Import of Soya, sunflower grouts and fish meal, export of cereals and oil seeds; import of maize-gluten, MCP, Soya oil, other vegetable oils, enzymes and amino-acids
설립년도	1996
직원수	25
연간매출액	14,000,000 USD
취급품목	soya grouts, sunflower grouts and fish meal
관심품목	soya grouts, sunflower grouts and fish meal
주소	2085 Pilisvörösvár, Fő út 130.
주거래 기업	André Schreiner AG. (Zug/Switzerland)
공장 및 제조업체	No
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 수출국 : 서부유럽 및 동유럽 일부 국가</li> <li>• 주요 수입국 : 네델란드, 브라질, 페루, 미국</li> </ul>	

12. Siker Kft.	
담당자/직책	Zsolt Szabó {Mr.}/Foreign trade mgr.
전화	(+36-84) 55 00 70
팩스	(+36-84) 35 03 08
홈페이지	-
이메일	szabo.zsolt67@t-online.hu
업종	Wholesale trade of foodstuffs, exportation importation
설립년도	1991
직원수	12
연간매출액	13,500,000 USD
취급품목	foodstuff
관심품목	foodstuff
주소	8600 Siófok, Hársfa u. 41. Mailaddress : 8600 Siófok, Ribizke u. 17.
주거래 기업	BAUER KG., Neuburg Milch Werk GmbH., WOERLE GmbH., NORD MILCH GROZETTE
공장 및 제조업체	no
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 수출국 : 독일, 세르비아, 보스니아</li> <li>• 주요 수입국 : 독일, 벨기에, 오스트리아, 네델란드, 이태리</li> </ul>	

13. PANNON FROST Kft.	
담당자/직책	Marcel Benjamins {Mr.}/c.e.o.
전화	(+36-27) 31 63 93
팩스	(+36-27) 31 64 19
홈페이지	www.aviko.hu
이메일	info@aviko.hu
업종	Joint venture, trading company Importation and wholesale trade of refrigerated products
설립년도	1997
직원수	6
연간매출액	13,500,000 USD
취급품목	refrigerated products
관심품목	refrigerated products
주소	2600 Vác, Csányi krt. 45. Mailaddress : 2601 Vác, Pf. 261
주거래 기업	Helmlink export BV. (Holland)
공장 및 제조업체	no
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 수입국 : 폴란드, 네델란드, 독일</li> </ul>	

14. elmszer Kereskedelmi Kft.	
담당자/직책	Sándor Balogh {Mr.}/managing director
전화	(+36-83) 31 50 87
팩스	(+36-83) 31 59 49
홈페이지	www.tengerkincse.hu
이메일	season@t-online.hu
업종	Limited liability company Import, wholesale trade company
설립년도	1994
직원수	15
연간매출액	1,800,000 USD
취급품목	refrigerated sea fish, shells, fiddlers
관심품목	refrigerated sea fish, shells, fiddlers
주소	8360 Keszthely, Arany János u. 24.
주거래 기업	No data
공장 및 제조업체	no
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 수출국 : 폴란드</li> <li>• 주요 수입국 : 유럽, 남아프리카 및 극동 지역</li> </ul>	

15. BUKLIN Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.	
담당자/직책	Ryszard Buliszak /general manager
전화	(+36-1) 387 60 87
팩스	(+36-1) 388 15 50
홈페이지	www.buklin.hu
이메일	postmaster@buklin.t-online.net
업종	Limited liability company Export, import, trading company
설립년도	1990
직원수	6
연간매출액	4,000,000 USD
취급품목	Cereals, base materials, quick-frozen goods, aroma
관심품목	Cereals, base materials, quick-frozen goods, aroma
주소	1034 Budapest, Tímár u. 34.
주거래 기업	RSCHEL Ltd., USABILWINCO A/S. (Denmark), ESPRESSO AG. (Austria), EFF (England), ASTRO Vlasim, ELPRO
공장 및 제조업체	no
<b>회사 연혁 및 정보</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 수출국 : 폴란드, 슬로바키아, 덴마크, 루마니아</li> <li>• 주요 수입국 : 폴란드, 슬로바키아, 체코, 루마니아</li> </ul>	

- 자료원 : 1. 유로모니터, 2005  
 2. 헝가리 통계청 자료  
 3. 헝가리 무역투자진흥청 자료  
 4. 헝가리 농산부 자료  
 5. PWC 웹사이트 자료  
 6. 식품분야별 협회 웹페이지 자료  
 7. 기타 무역관 자료

## 제5장 이집트

### 1. 이집트의 식품 시장 개요

- 이집트 식품 산업은 나일강 주변의 우수한 농작물 재배 기후조건, 낮은 임금, 유럽과 걸프만 지역에 접해져 있는 지리적 이점으로 잠재력을 가지고 있는 것으로 평가되고 있으며 정부의 육성책으로 최근 더욱 활기를 띠고 있음
- 현재 이집트의 식품가공 연간 생산액은 38억불, 과거 10년간 성장률은 연간 22%로 집계되고 있는데 연간 120만의 신생아 탄생, 중산층 직업여성의 증가에 따라 각종 간편식 및 인스턴트 식품의 소비증가가 가공 식품의 수요를 견인하는 요인이 되고 있음
- 식품 수요의 증가에도 불구하고 1인당 연 평균 소득이 1,100불 내외로 구매력이 낮기 때문에 일반서민의 경우 수입품을 구매할 여력이 없어 수입품은 일부 고소득층을 대상으로 한 다국적 기업 브랜드가 유통되고 있음
- 이집트 유통구조는 아직 대형 소매체인점이 활성화 되지 않아 대부분의 가공 식품이 재래 시장을 통해 유통되고 있고 이는 식품 유통 과정상 품질이나 식품 위생에서 문제를 발생시키는 요인으로 작용하고 있음

표 5-1 이집트 식품 산업 SWOT분석

강점	약점
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연간 다양한 농산물 생산 가능</li> <li>• 과일 및 채소류 수출 안정적 증가</li> <li>• 지리적으로 걸프지역 및 유럽지역 인근 위치</li> <li>• 고급인력 증가, 저임금 노동력 확보 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 혁신적 제품 부족으로 신규제품 출시 한계</li> <li>• 원재료 공급자와 식품 제조자간의 불규칙한 supply chain 형성</li> <li>• 영세 제조업체 위주로 규모의 경제달성 어려움</li> <li>• 낙후된 유통망</li> </ul>
기회	위협
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품가공 연구나 판매 거점으로서의 잠재성</li> <li>• 과일, 채소 가공식품의 경쟁력 확보</li> <li>• 유기농 제품의 유럽 진출 가능성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국, 인도 등의 관련 산업 발전</li> <li>• 인근지역의 정치적 불안정성</li> </ul>

○ 전반적으로 이집트는 일반 서민층의 낮은 구매력, 낮은 임금을 통한 저가 국내 제품의 유통, 유명 외국기업과의 브랜드 제휴를 통한 국내 생산 제품의 유통, 한국 식품과는 전혀 다른 현지인의 식성 등을 고려할 때 식품가공 완제품의 진출 가능성은 희박한 상황임

- 특히, 김치 및 김 등 한국 전통식품의 경우 작년 이집트로의 수출이 전무하였으며 각종 조미료, 간장 등의 수출도 극히 미미한 것으로 나타났음 (아래표 참조)

- 반면, 식품 가공용 기계 또는 포장기계의 경우 관련 산업 발전으로 진출이 유망할 것으로 보임

○ HS Code 14/17/18의 수출 실적은 아예 나타나지 않고 있음

표 5-2 과거 3년간 한국식품의 이집트 수출 현황

(단위 : US\$ 천)

HS Code	품목	2004	2005	2006.8월 까지
13	검, 식물성 액즙과 엑기스	0	33	33
15	동물성 유지, 조제 식용지	60	19	12
16	육류, 어류 기타 조제품	115	42	24
17	당류와 설탕과자	0	0	0
19	곡물, 밀크 조제품, 베이커리 제품	25	22	18
20	채소, 과일 건과류 조제품	0	0	0
21	각종 조제식품	20	0	31

자료원 : kotis

## 2. 이집트의 식품 시장 동향

### 2.1 수요 동향

- 이집트 식품 시장 연간 규모는 38억불로 매년 7% 이상의 성장이 예상되나, 1인당 국민 소득이 1,100불로 구매력이 낮아 수입산 식품을 접하기는 어려워 수입산 수요자는 경제적 능력이 있는 고소득층이나 이집트 거주 외국인에 한정되어 있음
- 한국 전통식품
  - 한국의 아시아권 주력 수출 상품인 김, 김치 등의 한국 전통식품은 이집트 현지인들이 거의 알지 못하고 있고, 식성 또한 크게 달라 현지 거주 한국인을 제외하고는 수요층이 전혀 형성되어 있지 않으며, 현지 거주 한국인도 정기적 수입보다는 비정기적으로 한국 방문 시 이들 제품을 항공을 통해 조달하고 있음
- 일반 스낵, 캔디
  - 일반 스낵이나 캔디의 경우 두터운 수요층이 형성되어 있는데 품질 대비 가격이 저렴한 이집트 생산 제품이 주를 이루고 있음
  - 스낵류의 경우 학교에 인접한 소형 상점이나 클럽, 대학가 주변에서 많이 팔리며 어린이, 청소년, 대학생이 주요 소비자임
  - 캔디의 경우 전 연령과 사회계층에서 애호되고 있는데 각종 파티, 약혼식, 어머니의 날, 어린이의 날, 생일 파티 등 일상적으로 소비되고 있음
- 면 류
  - 이집트인들이 즐겨 먹고 있는 Shereya라고 불리는 면류로 저렴한 가격으로 인기가 많은 제품임
  - 한국산 라면의 경우 가격이 높고 이집트인들이 한국음식에 대해 전혀 알지 못하기 때문에 이집트인 수요층은 전혀 형성되어 있지 않음
- 이집트는 이슬람 교리가 사회전반을 지배하고 있어 술을 마실 기회가 없기 때문에 일반인들의 음료수 및 과자에 대한 수요가 높은 편이며 특히, 당도가 높은 음식을 좋아하여 과자의 소비가 다른 국가에 비해 상대적으로 많은 편임
- 이집트의 과자 점유율은 종류와 타겟 소비자 계층에 따라 다양하게 나뉘는데 대체

로 소득이 높은 상류층은 수입산을 선호하고 있으나 구매력이 빈약한 중산층이나 서민층은 선택의 여지없이 자국산 과자를 구매하고 있음

- 이집트산 과자는 수입산에 비해 품질이 다소 떨어지며 단맛과 짠맛이 강하게 나타나는 특징을 보이고 있음

표 5-3 사회 계층에 따른 제품 수요 비중

	국내 제조품에 대한 수요(%)			수입산에 대한 수요(%)		
	상위	중위	하위	상위	중위	하위
쿠키	30	80	100	70	20	0
캔디	60	80	100	40	20	0
스낵 / 크래커	60	80	100	40	20	0

자료원 : 무역관 자체조사

## 2.2 생산 동향

- 이집트 내 식품 가공품 생산액은 연간 38억불, 제조업체는 약 1,500개사로 민간 기업이 전체의 95% 비율을 차지하고 있으며, 이집트 식품 가공 산업은 제조업 생산액의 15%, 고용 인력의 20% (25만명)를 차지할 정도로 이집트 경제에 차지하는 비중이 큼
- 이집트의 경우 식품가공용 원료가격이 낮고 품질이 좋은 농산물이 사계절 공급되어 정부차원에서 경작지 개발 및 확대 정책을 펼침에 따라 다양한 야채 및 과일 재배가 가능하여 이집트 식품산업은 설탕, 식용 오일, 시리얼 및 일부낙농제품을 제외하고 자체 생산하고 있으며 품질도 국제규격에 근접해가고 있는 것으로 평가되고 있음
- 이와 함께 이집트 식품 가공업체는 외국 다국적 기업과의 제휴 또는 라이선스를 통한 제분, 제빵, 야채 및 육류 가공, 음료, 파스타, 낙농제품, 식용유, 비스킷, 과자류에 대한 현지 제조도 활발하게 진행되고 있으며 유통의 현대화가 진행됨에 따라 대형 유통업체들의 까다로운 요구가 식품의 가격 및 품질 경쟁력 향상을 초래하는 역할을 하고 있음
- 현지 식품가공분야의 대형업체로는 Berzi, BimBim, Halwani, Faragallah, Farm Frites, Kato Aromatic, Kuwait Food Company, Montana, Vitrac, Cadbury, Kent,

King M, lays, Cheetos, bake rolls, Sima.가 있음

- 다국적 식품 가공업체들 이집트 진출도 활발한데 이들의 경우 이집트를 기반으로 인근 걸프 연안 국가를 대상으로 활동하고 있으며 진출 업체로는 Nestle, Heinz, Kellogs, Cadbury, Pioneer Hi-bred, Unilever. 등이 있음
- 한편, 이집트는 식품 내수시장 뿐만 아니라 인접한 EU로 수출 시장을 개척하고 있음
  - 현재, 이집트 식품 수출의 주 수요자는 EU로 전체 수출의 20%는 EU가 차지하고 있음
  - 특히, EU 수입이 많은 가공 과일, 건조 야채류의 수출 확대를 꾀하고 있음
- 스낵, 쿠키, 캔디
  - 이집트 내에는 다양한 종류의 스낵류와 캔디가 생산되고 있어 자국 수요의 95%를 자체 생산에 의해 충당하고 있음
  - 스낵 및 캔디의 대표적인 제조업체로는 Cadbury (BimBim), Sima, Honey Well, Edita, King M, Mongini, Arabian Danish, Alex Snacks, Golden foods, Arabian Danish Food Industries, Kamel Bakry for Food stuff, ICC (Port Said Company), Melouky, El-Horreya 가 있으며 대형 생산업체외에 중소형태의 많은 공장들이 운영되고 있음

표 5-4 이집트 생산 주요 스낵 및 쿠키 현황

제조사 명	브랜드명	종류	품질
Cadbury	Eclair, Jiola, Trebor	Hard & soft candies	아주 우수
Honey Well	Honey Well (Sub Brand : Espresso, Fredo, Honey Scotch, Mr Toffee)	Toffee, hard & soft candies	가격 대비 좋음
Sima Egypt	Sima (Sub Brand : Crystal, Bon Bon, S&S, GArden, Butter Scotch, Coco Star)	Toffee, hard & soft candies	가격 대비 좋음
King M	King M	Cookies	가격 대비 좋은 수준

자료원 : 무역관 자체 조사

- 일부 제과업체들은 리비아, K.S.A, 레바논, 아랍에미리트, 쿠웨이트와 같은 아랍국과 아프리카 국가들에 연간 약 20만 불 가량을 수출하고 있음
- 면 류
  - 한국의 라면과 같은 인스턴트 면을 생산하는 이집트 업체는 없으나 이집트 전통 면의 일종인 'Shereya'의 경우 다수의 제조업체가 있으며 이들의 경우 이집트 전체 수요의 95%를 자체 충당하고 있음
  - 이집트 면류를 생산하는 주요 업체는 Masreya for Macaroni & Starch, Bony Macaroni Factory, Dahab Macaroni Factory, Hana Food, Milano Macaroni Factory, Napoli Macaroni, Toshka Macaroni, Sweet Factories 등임

### 2.3 유통 구조

- 이집트 식품 가공품 유통망의 특징은 대형 체인점이 거의 없어 대부분 재래시장을 통해 유통된다는 점으로 이는 식품의 품질과 위생에 대한 문제점 및 식품 가공품이 국제규격에 미달하는 부작용을 초래하고 있음
- 수입산 제품의 경우 일반 재래시장을 통한 유통은 가격적 제약으로 외국 브랜드가 진출하기에는 현실적 장벽이 너무 높은 편으로 한국산 가공식품의 진출은 까르푸와 같은 대형 유통 체인을 통해 공급하는 것이 바람직 함
- 전반적으로, 현지인들의 기호와 입맛이 우리나라와는 너무 다르고 우리나라 식품의 인지도도 매우 낮은 편이어서 인지도를 높이기 위해서는 많은 마케팅 활동과 홍보비용의 지출이 불가피 할 것으로 보임
- 이집트의 스낵 및 캔디 시장의 경우 특정한 몇몇 브랜드가 전체 시장을 장악하고 있으나 소비자들의 기호가 끊임없이 변하고 있어 잦은 신제품 출시와 개발이 요구되는 까다로운 시장으로 전반적인 상품의 질이 낮고 종류도 단순하여 저렴하고도 특징있는 제품을 출시하는 편이 바람직함
- 이집트 시장은 가격이 중요한 요소로 작용하기 때문에 가격이 구매의 우선 요건으로 작용하고, 식품 가공 산업의 진출은 완제품 형태보다 현지 생산라인을 구입이나 현지에 공장을 세우는 투자 형식으로 진출하는 방법을 고려해야 함
- 한국 전통식품의 경우 일부 한국인이 운영하는 식당에서 소량 수입하여 한국식당

을 통해 유통하고 있으나 물량은 미미한 정도이며 이집트 현지 유통망을 통해 유통되는 경우는 없는 상황임

## 2.4 경쟁 동향

- 이집트의 가공식품의 95% 가량은 자체 생산에 의해 조달되고 있어 이집트 시장 진출을 위해서는 수입산 뿐만 아니라 이집트 국내 생산업체와의 경쟁우위가 더욱 중요함
- 스낵류 수입산의 경우 터키, 말레이시아, 인도네시아, 태국 등으로부터 수입 유통되고 있는데 동남아산 스낵의 경우 주로 새우, 가재, 문어 등 해물을 원료로 제작되고 있으며 한국인 입맛에 비해 다소 짠 특징을 보이고 있음
  - 면류는 주로 싱가포르, 중국 등 동남아로부터 수입되고 있음

표 5-5 외국산 스낵 브랜드 현황

Brand Name	Country
Kent	Turkey
Oriental, Double Decker	Malaysia
Elrio, Keebler, Frito Lay (Doritos), Arluy, American Candy	U.S.A
Miaow	India
Walker	Scotland
Gullol	Spain
Crich, Barilla, Galaxy	Italy
Devon	Malta
Merba	Holland
Tennessee	Germany
Macvit, United Biscuits	U.K.
Ballon	Thailand

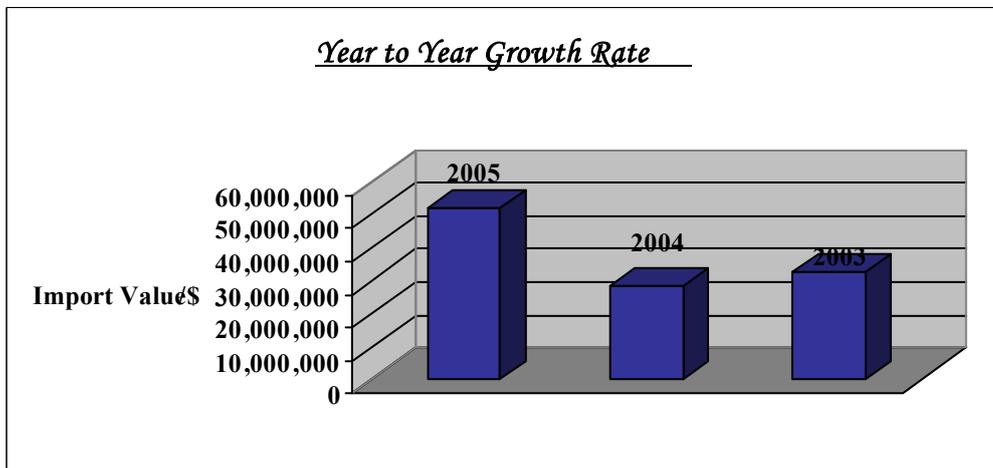
자료원 : 무역관 자체 조사

표 5-6 외국산 면류 브랜드 현황

Brand Name	Country
Koka, Lee Fan	Singapore
Al, Michi	Indonesia
Mr. Noodles	China
Fantastic	Thailand
Top Ramen	U.S.A

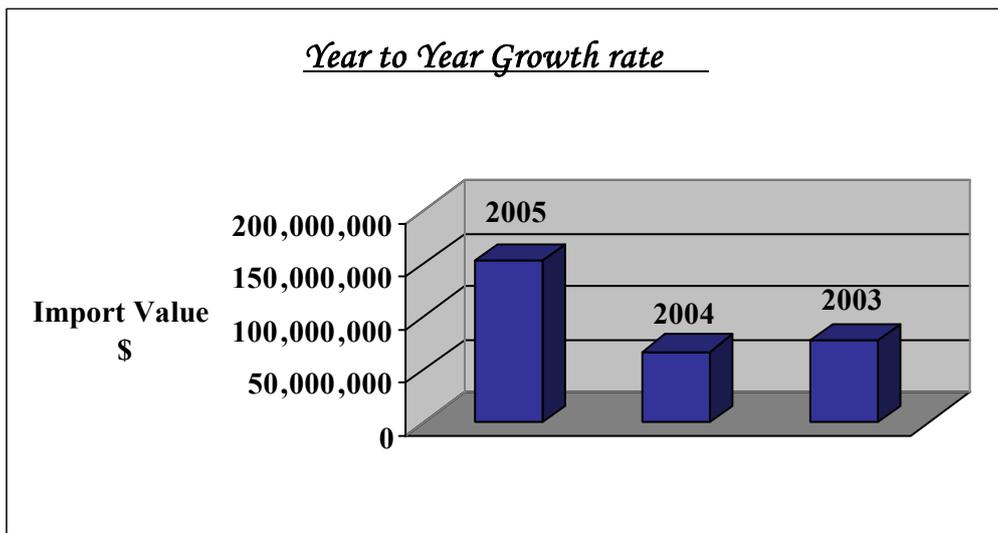
○ 품목별, 연도별, 국별 수입 현황

HS CODE	16 (육류, 어류 등 조제품)		
YEAR	2005	2004	2003
TOTAL/\$	51,957,520	28,478,162	32,610,633



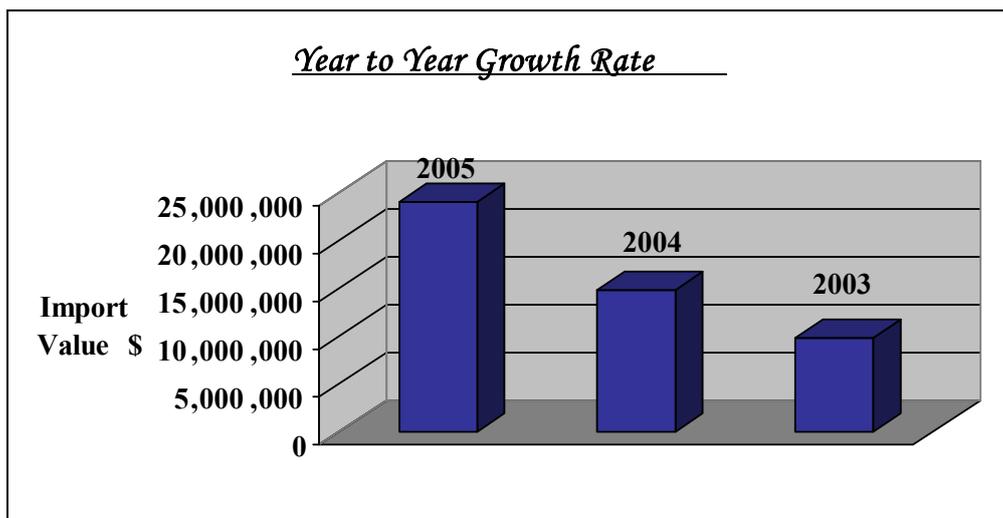
Top 10 Exporting Countries-2005	
COUNTRY	VALUE/\$
THAILAND	43,660,815
BRAZIL	4,179,159
SPAIN	783,999
UNITED ARAB EMIRATES	542,099
MOROCCO	478,522
JORDAN	358,697
DENMARK	282,052
SAUDI-ARABIA	260,090
ITALY	204,734
CUBA	175,315

HS CODE	17 (당류 및 사탕과자)		
YEAR	2005	2004	2003
TOTAL/\$	152,825,691	67,418,436	77,403,287



Top 10 Exporting Countries-2005	
COUNTRY	VALUE/\$
BRAZIL	120,515,407
ARGENTINA	8,478,833
GUATIMALA	6,920,418
EROUPE	5,211,101
ETHIOPIA	1,149,031
SUDAN	1,056,370
U.K	1,030,300
NETHERLANDS	876,095
GERMANY	859,015
AUSTRIA	790,996

HS CODE	1900 (곡물 및 베이커리 제품)		
YEAR	2005	2004	2003
TOTAL/\$	24,031,637	14,779,517	9,777,567



Top 10 Exporting Countries-2005	
COUNTRY	VALUE/\$
BELGUIM	4,575,929
NETHERLANDS	3,870,312
IRELEND	3,115,817
FRANCE	2,800,806
U.K	1,926,876
SWITZERLAND	1,617,974
K.S.A	1,518,894
U.S.A.	885,657
GERMANY	833,964
LEBANON	439,725

자료원 : 이집트 통계청

### 3. 이집트의 식품 수입관리제도

- 이집트의 경우 가공 포장 식품 수입에 별다른 제한 조치가 없으며, 식품을 수입하기 위해서는 정부로부터 식품 수입 허가증을 발급받아야 하며 샘플링을 통한 검역 절차를 거쳐야 하며 최소한 보존기한의 절반이 지나지 않아야 함 (예를 들어 유통기한이 2년인 제품의 경우 수입당시 최소 1년의 유통기한이 남아 있어야 수입이 가능함)
- 식품류 가운데 아래 품목은 수입이 금지되어 있음
  - ① 종교적 믿음(이슬람)에 민감하다고 생각되는 제품
  - ② 닭의 내장 및 다리
  - ③ 가금류의 간
- 아래의 제품은 일반 유통점에서 판매가 불가하며 지정된 장소에서 판매하여야 함
  - ① Wine (High custom tariff rate)
  - ② Beer (High custom tariff rate)

- ③ U.S. high quality beef (a maximum of 7% fat content on imported beef)
- ④ Turkey (modest quantities of processed turkey are imported)
- 도축된 가금류 및 고기류의 경우 밀봉이 완벽하게 되어 있어야 하며, 표기 내용이 지워지지 않도록 아래 내용을 아랍어로 기재하여야 함
  - ① Country of Origin
  - ② Name of product and trademark
  - ③ Name of slaughter-house
  - ④ Date of slaughtering
  - ⑤ Name and address of importer
- 이집트의 식품 관세율은 2%에서 32%까지 다양하게 부과되고 있는데, 국내에서 생산이 되는 가공식품의 경우, 국내산업 보호를 위해서 높은 관세율을 부과하고 있음
  - 제품별 관세율표상의 관세율이 낮다는 것은 그만큼 이집트 국내제품 경쟁이 강하다는 것을 의미한다고 해석할 수 있음
  - 이집트의 경우 관세 외에 10%의 판매세가 부과됨

표 5-7 식품 관련 제품 관세율

Hs code	description	rate
1701	Cane or beet sugar and chemically pure sucrose, in solid form. Raw sugar not containing added flavoring or coloring matter	2%
1701.11/12	Containing added flavoring or coloring matter Other:	12%
1701.91	- Chemically pure sucrose - Other	
1701.99.10	Other sugars, including chemically pure lactose, maltose, glucose and fructose, in solid form; sugar syrups not containing added flavoring or coloring matter; artificial honey, whether or not mixed with natural honey; caramel.	5%
1701.99.90		12%
1702	Lactose and lactose syrup:	
	Containing by weight 99% or more lactose, expressed as anhydrous lactose, calculated on the dry matter:	
	- Pharmacopoeial	
	- Other	
1702.11.10	Other:	2%
1702.11.90	- Pharmacopoeial	22%
	- Other	
1702.19.10	Maple sugar and maple syrup:	2%
1702.19.90	- Pharmacopoeial	22%
	- Other	
1702.20.10	Glucose and glucose syrup, not containing fructose or containing in the dry state less than 20% by weight of fructose:	2%
1702.20.90		32%
	- Pharmacopoeial	
	- Other	
1702.30.10	Glucose and glucose syrup, containing in the dry state at least 20% but less than 50% by weight of fructose excluding invert sugar:	2%
1702.30.90		22%
	- Pharmacopoeial	
	- Other	
1702.40.10	Chemically pure fructose	2%
1702.40.90	Other fructose and fructose syrup, containing in the dry state more than 50% by weight of fructose excluding invert sugar	22%
1702.50	Other, including invert sugar and other sugar syrup blends containing in the dry state 50% by weight of fructose:	5%
1702.60	- Chemically pure maltose	22%
	- Other	
1702.90.10	Molasses resulting from the extraction or refining of sugar	5%
1702.90.90	Sugar Confectionary (including white chocolate), not containing Cocoa	22%

Hs code	description	rate
1703		22%
1704		32%
1901	Malt extract; food preparation of flour, groats, meal, starch or malt extract, not containing cocoa or containing less than 40% by weight of cocoa calculated on a totally defatted basis, not elsewhere specified or included; food preparations of goods of heading No. 04.01 to 04.04, not containing cocoa or containing less than 5% by weight of cocoa calculated on a totally defatted basis, not elsewhere specified or included. Preparation for infant use, put up for retail sale: - Milk for sucking-infants, similar to mother-milk, and infant-milk, semi-fatty or curdle or therapeutic - Other	
1901.10.10	Mixes and doughs for the preparation of bakers' wares of heading No. 19.05 - Milk for sucking-infants, similar to mother-milk, and infant-milk, semi-fatty or crudle or therapeutic - Other	2%
1901.10.90	- Milk Substitutes for feeding sucking calves	5%
1920	- Nutriments for the patients of tumours, failure of digestive system, renal or hepatic	32%
1901.90.11	- Other	2%
1901.90.19	Pasta, whether or not cooked or stuffed (with meat or other substances) or otherwise prepared, such as spaghetti, macaroni, noodles, lasagne, gnocchi, ravioli, cannelloni; couscous, whether or not prepared.	5%
1901.90.20		5%
1901.90.91	Tapioca and substitutes therefore prepared from starch, in the form of flakes, grains, pearls, siftings or in similar forms.	5%
1901.9099	- From potatoes starch	22%
1902	- Other Prepared foods obtained by the swelling or roasting of cereals or cereal products (For example, corn flakes); cereals (other than maize (corn)) in grain form or in the form of flakes or other worked grains (except flour, groats and meal), pre-cooked or otherwise prepared, not elsewhere specified or included. Bread, pastry, cakes, biscuits and other bakers' wares, whether or not containing cocoa; communion wafers, empty cachets of a kind suitable for pharmaceutical use, sealing wafers, rice paper and similar products, except for: - Empty cachets for pharmaceutical use	32%
1903.10		12%
1903.90		5%

114 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

Hs code	description	rate
1904	Bread, pastry, cakes, biscuits and other bakers'wares, whether or not containing cocoa; communion wafers, empty cachets of a kind suitable for pharmaceutical use, sealing wafers, rice paper and similar products, except for: - Empty cachets for pharmaceutical use	32%
1905		32%
1905.90.10		2%

자료원 : Custom Tariff Annual Book

## 4. 이집트의 식품분야 바이어 정보

1. Class A for Trade & Agencies	
담당자/직책	Mr. Adham Zoheir Sadek (General Manager)
전화번호	(20-2) 403-6574
팩스	(20-2) 403-6574
휴대전화	(20-10) 540-3080
홈페이지	N/A
이메일	classatrading@hotmail.com
업종	Importer and Distributor
설립연도	N/A
직원 수	10
연간 매출액	N/A
취급품목	Biscuits and snacks
관심품목	Biscuits and snacks
주소	9, El-Nidal St., off El-Tayaran St., Nasr City, Cairo, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	싱가포르, 인도네시아
제조기업 유무	No
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Class A for trade &amp; agencies imports snacks mainly from Malaysia (Oriental, Double Decker). Importing from Malaysia as well as the Far East countries is better than importing from U.S.A because of its low shipping cost and the short shipping duration, which is very important in importing food to keep the expiration date.</li> <li>• The company is also distributor of nuts, dried fruits (almonds, nuts, pine nuts, apricot, paste, figs and prunes), mean while the company is concentrating in importing on the Far East countries specially Singapore and Indonesia.</li> <li>• Mr. Adham Zoheir Sadek mentioned that his company has a good experience in dealing and trading with the Far Eastern countries and he has the interest to trade with the Korean companies but this will be according the product and its prices, he added that the Korean products in the food stuff aren't widely expanded in Egypt and his company could deal with the Korean food industries which produce the food stuff which Class A company interested in.</li> </ul>	

2. Far Trading	
담당자/직책	Mrs. Amal Fahmy (Marketing Manager)
전화번호	(20-2) 270-1250
팩스	(20-2) 271-8948
휴대전화	(20-12) 392-3701
홈페이지	N/A
이메일	elfar@starnet.com.eg
업종	Importer, Trade and distribution
설립연도	1995
직원 수	50
연간 매출액	N/A
취급품목	Food Stuff
관심품목	Food Stuff
주소	20, Abu El-Attahia St., Ext. Abbass El-Akkad St., Nasr City, Cairo, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	노르웨이, 독일 등
제조기업 유무	No
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Far Trading company is an agent to many company working in many fields, working in tooth brushes, body care items, house requisities and food stuff, the company is importing from Norway, Germany, Italy, China, Switzerland and Spain., the company has five branches to market for the imported products.</li> <li>• Mrs. Amal Fahmy said that she is very interested to deal with the Korean company but it depends on the prices mainly as it has to compete with the Egyptian products which is very good in quality and price, adding that if they entered a joint venture with one of the Egyptian companies will enhance their opportunity in the Egyptian market.</li> </ul>	

3. FMCG	
담당자/직책	Mr. Youssef El-Gammal (Commercial Manager)
전화번호	(20-2) 761-4390
팩스	(20-2) 761-4816
휴대전화	(20-12) 310-2176
홈페이지	N/A
이메일	fmcg@soficom.com.eg / yelgammal@link.net
업종	Agent & Importer
설립연도	1995
직원 수	320
연간 매출액	N/A
취급품목	Biscuits and Confectionary
관심품목	Biscuits and Confectionary
주소	54, Michel Bakhoum St., Dokki, Giza, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	영국, 터어키
제조기업 유무	Yes
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• company is a trading and manufacturing company which is importing and exporting, the company is importing breakfast cereals, biscuits and confectionery.</li> <li>• The company is processing the poultry products which are frozen and which is ready for cook, also the company is processing and exporting the juices (mango, guava, orange, apricot and mixed fruits).</li> <li>• The company is importing from United Kingdom and Turkey.</li> <li>• The company has some brand names like NADYA (poultry products) and FAKAHETA (juices).</li> <li>• Mr. Youssef El-Gammel said that he is an agent for United Biscuits (U.K.), this company has very good reputation, so he will be interested to deal with the Korean company in case it has products of excellent quality and have competing products adding that the packaging of their products will gain them much chances in the Egyptian market.</li> </ul>	

4. Mufaddal Enterprises	
담당자/직책	Mr. Hamza Ali Seif (Deputy General Manager)
전화번호	(20-2) 579-9781
팩스	(20-2) 579-9784
휴대전화	N/A
홈페이지	www.habbahabba.com
이메일	hamzaali@link.net
업종	Importer & distributor
설립연도	2002
직원 수	15
연간 매출액	N/A
취급품목	foodstuffs: lentils, beans, spice, nuts & snacks
관심품목	foodstuffs: lentils, beans, spice, nuts & snacks
주소	Maarouf Tower, 33B, Ramsis St., Down Town, Cairo, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	N/A
제조기업 유무	Yes
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wahba Egypt for food industries was founded in ElObour City, Cairo, Egypt 2002 and draws upon its 25 years of experience in Turkey with associate offices in Egypt, United Kingdom, Sri Lanka, India, United Arab Emirates and Iraq as well as an extensive global network of agents and suppliers.</li> <li>• Across live continents, the mother company trades in pulses, legumes, dry fruits, spices, herbs, grains, oil seeds and tea, along the same lines came the decision to establish Wahba, pulses, legumes and grains manufacturing plant.</li> <li>• With a sophisticated processing system warranted by the participation of American and Turkish associates, rest reassured, Wahba is connectedwith ensuring the quality of each of the 30,000,000 grains or habbas found in every metric ton of raw material</li> <li>• Mr. Hamza said that he is interested to deal with Korea but first he wants to see some samples from the products, he also added that the price should be competitive. Mr. Hamza added that good advertising will be one of the main distribution channels which is a good reason which push the Korean company to choose good representative for them in the Egyptian market.</li> </ul>	

5. Middle East Trading-Ahmed Mahmoud Dahroug	
담당자/직책	Mr. Ahmed Dahroug (Owner)
전화번호	(20-2) 762-2650
팩스	(20-2) 761-1475
휴대전화	(20-12) 219-4117
홈페이지	N/A
이메일	met-dahroug@hotmail.com
업종	Agent & importer
설립연도	1977
직원 수	40
연간 매출액	N/A
취급품목	foodstuffs & confectionery of product Code
관심품목	foodstuffs & confectionery of product Code
주소	54, El-Ansar St., 11511B1B4E Dokki, Giza, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	스페인, 독일, 미국 등
제조기업 유무	No
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Middle East Trading company is a trading company which working on agencies and importing of food stuff and confectionery of product code.</li> <li>• The company is importing from Spain, Germany, United States, United Kingdom, Netherlands and Turkey.</li> <li>• Mr. Ahmed said that he is willing to meet the Korean company as he thinks that the Korean products will have very good prices and quality. Mr. Ahmed added that the main factors to penetrate the Egyptian market are: Brand Name, Packaging and price.</li> </ul>	

6. Integral Group	
담당자/직책	Mr. Khaled Hamdan (Import Manager)
전화번호	(20-3) 420-0237
팩스	(20-3) 425-2280
휴대전화	(20-12) 344-5018
홈페이지	N/A
이메일	azouzar@hotmail.com
업종	Importer & Distributor
설립연도	1994
직원 수	75
연간 매출액	N/A
취급품목	foodstuffs
관심품목	foodstuffs
주소	15th of May Sq., Smouha, Alexandria, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	이태리, 영국 등
제조기업 유무	No
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Integral company is an importer of food stuff like biscuits, rice and juices, also the company is a commercial agent for snacks &amp; pudding, pasta coffee, jam, vinegars, toffee &amp; drops, biscuit, rice,</li> <li>• coccus, harisa &amp; pasta, fish products, peeled tomato and crackers</li> <li>• The company is importing from Italy, United Kingdom, Tunisia, Pakistan and Switzerland.</li> <li>• Mr. Khaled Hamdan informed that the Korean food stuffs in Egypt aren't widely popular due to the way of eating to both Egyptian and Koreans but his company would like to try dealing and trading with Korean companies and products but the product and its price should be proper to the Egyptians.</li> </ul>	

7. G.M.A	
담당자/직책	Mr. Ahmed Mohamed Ali (Import Manager)
전화번호	(20-2) 401-8706
팩스	(20-2) 404-7067
휴대전화	(20-12) 290-4211
홈페이지	N/A
이메일	gmainsports@yahoo.co.uk
업종	Importer & Distributor
설립연도	2000
직원 수	50
연간 매출액	N/A
취급품목	foodstuffs
관심품목	foodstuffs
주소	4, Fattah Refaat St., 7th District, Nasr City, Cairo, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	스페인, 독일, 미국, 영국 등
제조기업 유무	No
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• G.M.A Trading company is a trading company which working on agencies and importing of food stuff and confectionery.</li> <li>• company is importing from Spain, Germany, United States, United Kingdom, Netherlands and Turkey.</li> <li>• company distributes their imports to supermarkets, hotels and restaurants.</li> <li>• Mr. Ahmed Mohamed mentioned that the proper market for the Korean food stuffs is the big and hyper supermarkets and the Korean food products should be reasonable in prices due to the hard competition from the Egyptian products which is good in prices and quality, he added that it's better to start with samples to check its marketability in the Egyptian market.</li> </ul>	

8. Arab Mashreq Trade	
담당자/직책	Mr. Ashour Mohamed
전화번호	(20-2) 457-7237
팩스	(20-2) 453-8657
휴대전화	(20-12) 312-6203
홈페이지	N/A
이메일	N/A
업종	Importer & Trader
설립연도	1987
직원 수	100
연간 매출액	N/A
취급품목	foodstuffs
관심품목	foodstuffs
주소	33, Ibrahim St., Roxy, Heliopolis, Cairo, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	터어키
제조기업 유무	No
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arab Mashreq Trade company is a trading company for importing and distributing the food stuffs and the household articles, the company is importer for all kind of food stuffs which are sold in supermarkets and the company is distributing for supermarkets.</li> <li>• The company is importing from Italy and Turkey.</li> <li>• Mr. Ashour Mohamed mentioned that the Korean food stuffs will a new product as it isn't widely sold in Egyptian supermarkets or markets as there aren't a lot of importer for the Korean food stuffs in Egypt but there is an opportunity for the Korean food stuffs but the most important factors for entering the Egyptian market is the flavor, the packaging and the price.</li> </ul>	

9. American Int'l AIC	
담당자/직책	Mr. Hatem Fahmy (Owner)
전화번호	(20-2) 703-1650
팩스	(20-2) 703-1651
휴대전화	(20-10) 666-6675
홈페이지	N/A
이메일	hatem36@starnet.com.eg
업종	Agent, Importer and distributor
설립연도	1999
직원 수	15
연간 매출액	N/A
취급품목	foodstuffs
관심품목	foodstuffs
주소	6, St. No.296, New Maadi, Maadi, Cairo, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	유럽
제조기업 유무	No
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• American Int'l (AIC) company is a trading company for importing, trading and distributing food stuffs; the company is importing cheese, cake, wooding, cracks and coffee.</li> <li>• The company is importing mainly from Europe (Italy, Germany, Switzerland, Turkey and Netherlands ), also USA.</li> <li>• The company hasn't import any far eastern food stuff due to unfamiliarity with the Egyptians.</li> <li>• Mr. Hatem Fahmy would like to introduce the Korean food stuffs for the Egyptian market but the Korean food should be familiar with the Egyptian cultures and their way of eating, he mentioned that the best way to introduce the Korean food stuffs is to distribute it and promote it in big and hyper supermarket as the imported food stuffs is always targeting a specific standard of living whose people are regularly visit the supermarkets.</li> </ul>	

10. Mecca Trading & Distribution	
담당자/직책	Mr. Saeed Hamam (General Manager)
전화번호	(20-2) 401-1927
팩스	(20-2) 402-0679
휴대전화	(20-12) 220-7330
홈페이지	N/A
이메일	saeedhamam@yahoo.com
업종	commercial agents
설립연도	1996
직원 수	19
연간 매출액	N/A
취급품목	foodstuffs
관심품목	foodstuffs
주소	34, Ahmed Hassan El-Zayat St., 7th District, Nasr City, Cairo, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	사우디 아라비아, 한국 등
제조기업 유무	No
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mecca trading and distribution company is a trading company for importing, trading and distributing food stuffs; the company is importing biscuits, nuts and chewing gum.</li> <li>• The company imports from Saudi Arabia, United Arab Emirates and South Korea.</li> <li>• The company clients are hotels, supermarkets, restaurants and companies.</li> <li>• Mr. Saeed Hamam mentioned that his company already dealing with a Korean food stuff manufacturer which is Spoot company and the company is importing chewing gum from it, he added that his company has the interest to continue in cooperation with the Korean food stuff manufacturer in the same products which is nuts, biscuits, gums and confectioneries.</li> </ul>	

11. Golden Foods	
담당자/직책	Mr. Reda Abd El-Aziz Mr. Sherif Sayed Mohamed (Maintenance Manager)
전화번호	(20-2) 833-2643 / 4 / 5
팩스	(20-2) 8332646, 760-2282
휴대전화	(20-12) 787-6032 / (20-10) 192-4776
홈페이지	www.goldenfoods.com.eg
이메일	goldenfoods@menanet.net
업종	Manufacturer & Exporter
설립연도	1994
직원 수	200
연간 매출액	N/A
취급품목	confectionery, snakes & all kinds of biscuits [cheese & filled biscuits], chocolate & ice cream
관심품목	Machines for making confectionery, snakes & all kinds of biscuits [cheese & filled biscuits], chocolate & ice cream and packaging
주소	3rd, Ind. Zone, Plot No. 45, St. No. 86, 6th of October, Giza, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	N/A
제조기업 유무	Yes
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Golden Foods Co. is one of the leading Egyptian companies in the production of chocolate, confectionery and sweets. The company produces more than 15 products varying from chocolate bars in different flavors to snacks and rice crisps as well as sweets (hard boiled candies &amp; toffees).</li> <li>• The company produces more than 15 products varying from chocolate bars in different flavors to snacks and rice crisps as well as sweets (hard boiled candies &amp; toffees).</li> <li>• The company exports to many countries in Africa and Asia which gives it exposure on other markets, the thing that adds to its experience and enhances its quality to meet different tastes in different markets together with a very high potential in meeting the different customer needs.</li> <li>• The machinery used is supplied from the leading companies in the field of chocolate and confectionery machines manufacturing located in Europe. The thing that ensures high production quality due to the long experience of these companies in the technology of producing these machines and technical assistance in food technology whenever needed.</li> <li>• The company exports to Saudi Arabia, Kuwait, Jordan, United Arab Emirates, Algeria and Taiwan.</li> </ul>	

12. King M Factory	
담당자/직책	Mr. Mohamed Abd El-Rahman Rady (Owner & General Manager)
전화번호	(20-2) 412-1017
팩스	(20-2) 412-0689
휴대전화	(20-10) 157-4980
홈페이지	<a href="http://www.kingm-egypt.com">http://www.kingm-egypt.com</a>
이메일	mradi@kingm-egypt.com / mord2005@yahoo.com
업종	Manufacturer
설립연도	1993
직원 수	50
연간 매출액	N/A
취급품목	all kinds of biscuits and cookies
관심품목	Machines for making biscuits and cookies and packaging
주소	Bldg. 259, 10th District, 2nd plot, Nasr City, cairo, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	N/A
제조기업 유무	Yes
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• King M is one of the biggest food stuffs manufacturer in Egypt, the company produces Cookies - Tortillas - Cakes - Healthy Foods - Pizza - Apple Pies and Waffles.</li> <li>• The company distribute its products to many districts like supermarkets, companies and hotels for example (NESTLE Egypt, TGI FRIDAYS, CHILI's Restaurant, HILTON HOTELS, SOFITEL HOTELS, PEPSI COLA, MERIDEAN HOTELS, APPLEBEES, METRO SUPERMARKETS, ALFA SUPERMARKETS, SCHOOLS &amp; UNIVERSITIES).</li> <li>• The company is already importing machines from Korea to produce their products from making machines, packaging machines and packing materials so the company has a good experience in dealing and trading with the Korean companies.</li> <li>• Mr. Mohamed Rady mentioned that his company is interested in dealing with Korean food stuff manufacturer and introduce the proper Korean food stuff to the Egyptian market through producing it in their factories and through going into cooperation with the Korean food manufacturer to exchange know-how, machines and all the production requisites.</li> </ul>	

13. Mass Food	
담당자/직책	Mr. Alaa ElBahay (Chairman)
전화번호	(20-2) 833-3001 ~ 5
팩스	(20-2) 833-3004
휴대전화	N/A
홈페이지	www.massfood.com
이메일	alaa@massfood.com
업종	Manufacturer
설립연도	1995
직원 수	210
연간 매출액	N/A
취급품목	Corn flaks, rice and peanuts
관심품목	Machines for making Corn flaks, rice and peanuts, packaging and packaging material
주소	3rd, Industrial zone, plot 43, 6th of October city, Giza, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
수입국가	N/A
제조기업 유무	Yes
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mass Food company is a food stuff manufacturer specialized in breakfast cereals and peanuts; the company is expanding and exporting their products to many countries like USA, Japan, Australia, as well as Saudi Arabia, Bahrain, Kuwait, Libya, Jordan, Syria, Lebanon and Tunisia.</li> <li>• The company brand names are Temmy's (corn flaks).</li> <li>• The company is considered to be the only player in the field of corn flaks in Egypt and it monopolized the market.</li> <li>• Mr. Alaa ElBahay already visited Korea once before to make some cooperation with the Korean food stuff manufacturers and to introduce new Korean food stuff to the Egyptian market, so he mentioned that he is interested in dealing with the Korean food stuff to produce new products in the Egyptian market.</li> </ul>	

14. Horreya Food Industries (Horreya 2000)	
담당자/직책	Mr. Mohamed Salah Haridy (Export Manager)
전화번호	(20-2) 577-1591
팩스	(20-2) 579-7115
휴대전화	(20-12) 362-3858
홈페이지	www.expolink.org/horreia2000
이메일	Horreia@hotmail.com
업종	Manufacturer
설립연도	1987
직원 수	500
연간 매출액	N/A
취급품목	Dried confectionery (chocolates, syrups, hard candies, delight, tuices, chewing gum and biscuit)
관심품목	Machines for making Dried confectionery and packaging, packaging material
주소	B2, Industrial zone, Plot No. E1, ElObour st., 10th of Ramadan, Sharkaya, Egypt.
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	N/A
제조기업 유무	Yes
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• With a capital 12,677,000.00 L.E divided into 12,677 shares and the net fixed asset 14,803,824.00 L.E and has projects under execution with 717,420.00 L.E spent. The Company exports its productions to most of the Arab countries, African &amp; Asian Countries, some of South African countries, Canada and presently targeting the U.S. and European markets. Machines used in production and packing are imported from Germany, Italy, Holland and Turkey. The raw material and some of the packing materials are imported from France, Italy, Switzerland, Srilanka, Ghana and Malaysia. The company workforce is between 430 and 500 divided between administration, marketing and production.</li> <li>• The company brand names are ACTION (biscuit), CHOCO HEND (Bonbon), HORREYA (syrup), AROSA (syrup), TOSHKA (chocolate), PRAKA (chocolate).</li> <li>• Mr. Mohamed Salah mentioned that he visited Korea before for making a mutual cooperation with the Korean food stuff manufacturers and to import machines for their production lines for producing their products and for packaging, so he mentioned that his company is interested to exchange the experience of food stuff production with the Korean manufacturers and Horreia 2000 can produce Korean food stuff with the cooperation of the Korean producers and exchange the help between the Korean and Egyptian companies to open the markets for each other.</li> </ul>	

15. Kamel Bakry for Foodstuffs (Cookie Man)	
담당자/직책	Engineer Mohamed Essam (Sales Manager)
전화번호	(02-3) 555-1030
팩스	(02-3) 555-1030
휴대전화	(02-10) 195-9055
홈페이지	www.cookieiman.com
이메일	cookeiman@link.net
업종	Manufacturer
설립연도	1986
직원 수	60
연간 매출액	N/A
취급품목	Cookies
관심품목	Machines for making cookies and packaging
주소	Cross Road Gamal Abd El-Nasser St. & Abu ElArab, Miami, Sidi Bishr, Alexandria, Alexandria, Egypt
주거래기업	
공장 및 제조업체	
주수입국가	N/A
제조기업 유무	Yes
<p>회사연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cookie Man company is one of the biggest confectionery producers in Egypt, the company produces cookies, biscuits, Danish and doughnuts, and distribute into the Egyptian local market, the company has a very good chain and distribution channels to distribute their products.</li> <li>• The company has a very ambitious and potential plan to expand in the future and tend to export their products to the Arab and Middle east countries.</li> <li>• The company brand name is COOKIE MAN.</li> <li>• Eng. Mohamed Essam mentioned that their company trend is to manufacturer and not importing but they would to exchange the know-how of making new products with the Korean food stuff manufacturers and they would like to make cooperation with the Korean companies to introduce new products to the Egyptian market.</li> </ul>	

## 제6장 콜롬비아

### 1. 콜롬비아의 식품 시장 개요

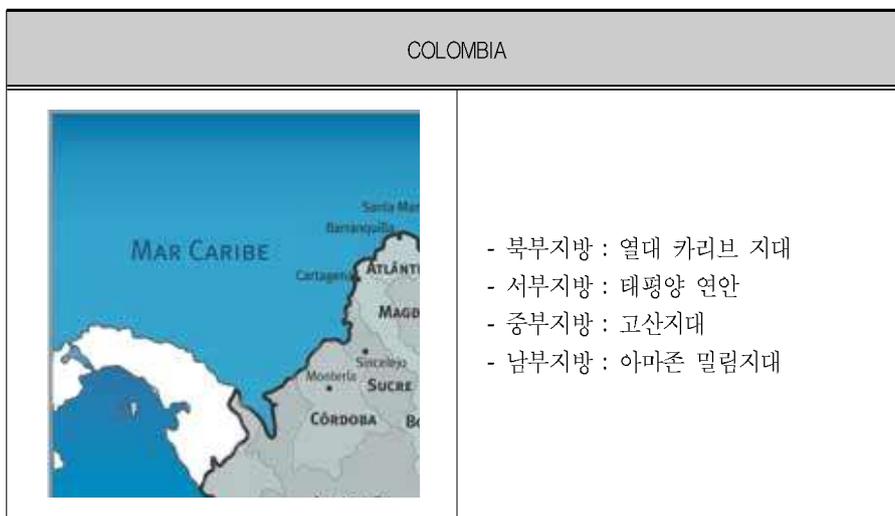
○ 개요

- 전년도 주재국 내 식품산업 관련 품목 판매량은 US\$ 97억불에 달함
- 판매량 기준 상위 3개 품목
  - 유가공업 (20.30%, US\$19.74억불)
  - 제당설비 (11.93%, US\$11.60억불)
  - 사 료 (11.82%, US\$11.49억불)



출처 : Revista la Nota Economica Agosto 2006

- 고산, 밀림 및 열대기후 및 다양한 자연여건의 혼재로 인해 천혜의 식품 산업 발달 입지를 갖추



- 특히 주재국 커피산업은 브라질, 베트남과 더불어 세계 3위권의 대규모 시장형성, 정부차원의 적극적인 지원 및 보조
  - 수출가격의 단일통제를 통한 4백만 명을 상회하는 커피산업 종사인구 소득 보장
  - 콜롬비아 커피조합을 중심으로 Juan Valdez(후안발데즈), Oma(오마) 등 자국산 커피

피 유통망 개설을 통한 브랜드화 도모

- 일부 국가 및 지역에서는 스타벅스 인지도 추월 (향후 수년 내 일본 및 한국 시장 진출 계획)
- 웰빙, 건강, 미용 등의 전 국민적인 관심 증대로 인한 천연 낙농업 및 유가공업 신장세가 두드러짐
  - 국내업체는 물론 Alpina, Nestle 등 외국기업의 진출로 인한 경쟁 심화
- 최근 식품을 활용한 바이오 연료정제 분야에 대한 연구가 활발해짐과 동시에 제당업 관련 투자 및 수요 또한 급증
- 기타 초콜렛, 제과, 향유, 유지, 곡류제분업, 사료업 등도 중요한 비중 차지
- 천혜의 입지여건에도 불구하고 일부 기초 농산물 공급에는 심각한 차질을 빚고 있음
  - 정부, 게릴라군의 오랜 반목으로 인해 종사인구 급감 및 불모지 증대
  - 일부 지역의 경우, 단위 산출량 및 농가소득에 도움이 되지 않는 기존 농작물을 포기, 게릴라, 마피아 세력의 묵인 하에 마약작물 재배
  - 따라서 전통적으로 소비비중이 높았던 옥수수, 밀, 콩 등의 농작물 공급이 급감하는 결과를 가져왔으며, 상당 부분을 수입에 의존
- 콜롬비아 관세청 (Direccion de Aduanas e Impuestos Nacionales : DIAN) 대외교역 보고서에 따르면 관련 품목의 수입치는 전년도 동기 대비 23.4%의 높은 증가율 기록

(단위 : US\$백만, %)

	2005년	2006년	증감율
Nutricious Products Manufacturing	419.7	517.7	23.4

출처 : 콜롬비아 관세청 DIAN

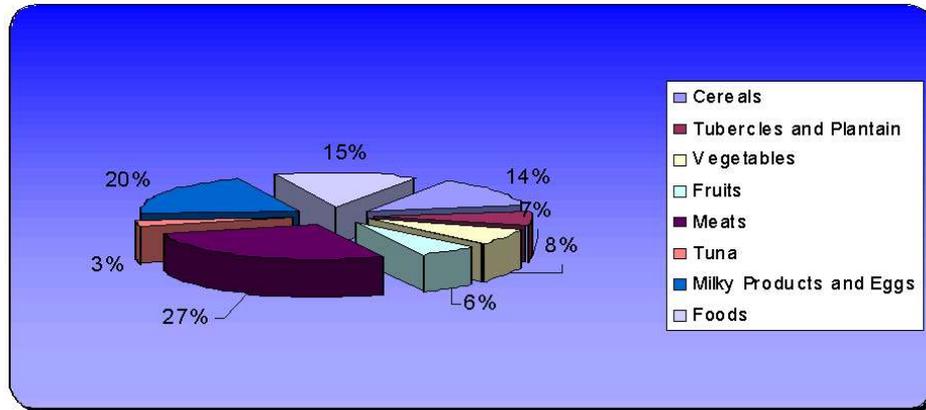
- 콜롬비아의 주류 시장은 최근 지속된 주류의 가격인하와 더불어 정부의 강력한 단속으로 인한 밀수감소, 소비자들의 취향 고급화로 인해 수입 주류를 다루는 일부 회사들은 막대한 이익을 올리고 있음
- 현재 콜롬비아 주류 시장은 호황을 맞고 있으며 특히 위스키의 수요가 증가가 눈에 띄게 증가
  - 콜롬비아의 위스키 수입은 지난 2000년 8만2천 개의 수입에서 작년인 2004년 24만 8천개로 200% 이상 증가
  - 메이커별로는 Johnnie Walker, Buchanan's, Old Parr 등이 압도적으로 많았음

- 이와 같은 판매 증가가 가능하게 된 원인으로는 관련 업계가 항상 골머리를 앓아 오던 밀수문제가 어느 정도 해결이 됐기 때문
  - 2000년 90%에 달했던 밀수비율이 최근 정부의 강력대응에 힘입어 50% 수준까지 떨어지고 있고, 동 기회를 최대한 활용하고자 하는 업계들의 발 빠른 마케팅 활동이 적중함
- 콜롬비아 정부의 알코올 밀수 근절을 위한 강화 정책을 이어갈 기조라 적어도 한동안은 관련 업계의 장밋빛 전망은 계속될 전망이다

## 2. 콜롬비아 식품 시장 동향

### 2.1 수요 동향

- 콜롬비아 보건복지부에 의하면 주재국 내 주요 식품수요는 아래와 같음
  - 곡류(백미, 옥수수, 밀가루 등)
  - 야채, 채소, 청과 및 과일류
  - 향유 및 유지류(천연향유, 마가린, 버터 등)
  - 육류(쇠고기, 닭고기, 돼지고기)
  - 유가공품(우유, 요구르트, 치즈 등) 및 계란류
  - 제당류(과립당)
  - 유아용 식품류(웰빙 추세를 반영한 이유식 등)
  - 기타 옥수수잎, 귀리잎, 냉동육류 등 가공식품류
- 연간 소득 US\$1,000 이상의 중산층 가정을 대상으로 소비성향 관련, 최근 콜롬비아 통계청(DANE) 조사 결과, 대부분의 가정이 전체 식료품 구입 예산의 53%를 곡류 및 채소류에, 27%를 육류제품에, 나머지 20%를 유가공품에 지출하고 있는 것으로 나타남



출처 : 콜롬비아 통계청 DANE

## 2.2 생산 동향

- 콜롬비아 내 대부분의 식품 수요는 자국내 생산품으로 조달하나, 옥수수, 밀 등의 일부 농작물의 경우 수입의존도가 높은 편임
- 전년도 대비 판매량 기준 급격한 신장세를 보인 품목은 다음과 같음
  - 유가공제품
    - 급격한 내수시장 증대에 힘입어 인근국 수출량이 급증함

표 6-1 시장점유현황 (2005년 기준)

업체명	판매량 (US\$ 백만)	시장 점유율 (%)
Colanta (콜롬비아)	453.2	22.96
Nestle (다국적)	388.8	19.70
Alpina (다국적)	266.8	13.52
Diary Partners(다국적)	101.0	5.12
Meals (다국적)	81.7	4.14
Pamalat (다국적)	72.2	3.66

## - 제당 관련 설비

- 제당업은 최근 국제 거래가 상승, 미래형 에타놀 공장설비 착수 등의 각종 호재로 인해 다시 활기를 띄고 있음
- 주재국 내 제당업체는 15개사를 넘지 않으며, C.I Azucares y mieles, Incauca, Manuelita, Providencia y riopaila 등의 일부 업체가 콜롬비아 전체 생산량의 63.11%를 차지하고 있음

표 6-2 시장점유현황 (2005년 기준)

업체명	판매량 (US\$ 백만)	시장 점유율 (%)
C.I Azucares	246.1	21.22
Incauca	147.6	12.73
Manuelita	132.8	11.45
Providencia	109.1	9.41
Riopaila	96.2	8.30

## - 가축 및 애완동물용 사료

- 대부분의 물량이 수입에 의존하고 있으나, 대부분의 수입경로가 특정국가에 한정되어 있음(환율변동에 민감)

표 6-3 시장점유현황 (2005년 기준)

업체명	판매량 (US\$ 백만)	시장 점유율 (%)
Italcol	166.4	14.49
Solla	145.4	12.66
Finca	81.2	7.07
Itacol de Occidente	77.7	6.77
Contegral Medellin	65.0	5.66
Purina	64.6	5.63

## - 기타 초콜렛 및 제과류 소비도 전년도 대비 5.7% 신장세를 보임

- Nacional de Chocolate, Casa lucker, Colombina, Adams & Kraft 등

## 2.3 유통 구조

- 대부분의 소비는 단위 구역별 상점, 하이퍼마켓, 백화점 등을 통해 이루어져왔으나, 1990년대 후반 이후, 식품 및 일반 소비재의 경우 실수요자 거주지 인근의 대형 유통망을 통한 공급이 일반화되는 추세임
- 주재국 노동인구에 일용직이 차지하는 비중이 높으며, 일반 사무직도 격주급제가 일반화되어 있어 대부분의 가정이 인근지 대형유통업체를 통한 다품종, 소량구매를 선호함
- 동 추세를 감안한 대형 다국적 유통업체의 잇따른 진출 및 국내업체간 합병, 인수 등으로 인해 급격한 유통경로 다변화 추세임
  - 다국적 유통업체 진출
    - Marko (네덜란드, 1995년)
    - Carrefour (프랑스, 1999년)
    - Casino (프랑스, 1999)
  - 국내 유통업체간 합병 및 인수, 신규 진입
    - Carulla & Vivero (2000)
    - Exito & Cadenalco (2001)
    - Olimpica (2002)
- 최근 Wall Mart의 콜롬비아 시장진출 발표와 함께 기존 유통망이 일제히 지점 확대에 나서고 있어, 유통경쟁은 한층 심화될 전망
- 콜롬비아 통계청(DANE : Departamento Administrativo Nacional de Estadística)의 최근 조사에 따르면 2005년도 기준, 대형유통망을 통한 총판매액은 50.29억불에 달하고 있으며, 식품 및 주류 판매는 전년도 대비 3.72%의 증가치를 보이고 있음
- 현재 자국 최대의 유통업체인 Exito의 경우 25개의 대형 창고를 보유하고 있으며, Carrefour, Alkosto (K-Tronix)가 각각 21개, 5개로 뒤를 잇고 있음



- 최근 일부 유통업체는 대형 고가 쇼핑센터 내 입점을 통해 일부 고가품목 소비자층의 수요도 반영하려는 추세를 보임 (고가품은 고급 쇼핑물, 저가 생활 소비재품은 동일 건물 내 대형 슈퍼마켓으로 유도 : 윈스톱 쇼핑)
- 소매상 유통구조



출처 : Fedesarrollo : El Nuevo Comercio Minorista en Colombia

## 2.4 경쟁 동향

- 최근 웰빙 열풍을 반영한 건강 및 천연, 유기식품 관련 관심 및 수요 급증으로 인한 새로운 경쟁 구도를 형성함(현대 콜롬비아 소비자는 건강한 식단구성을 위한 추가 비용 지불의사가 충분함)
- Alpina, Alianza Team, Nacional de Chocolates, Colombina y Meals 등의 가공 식품업체는 종래의 권장 영양소의 함유에서 한 발 나아가 미용, 건강증진 기능을 추가로 제공하는 기능성 웰빙식품 출시에 박차를 가하고 있음
  - Nacional de Chocolate
    - 칼슘, 철분, 비타민 함유 무당분 저지방 초콜렛 출시
    - 유분 함유 무당 초콜라틴 출시 (종전 제품 대비 칼로리 25% 감소)

- Incauca
  - 일반 제품 대비 50% 이상 저 칼로리 설탕 출시
- Meal de Colombia
  - 라이트 요거트, 라이트 아이스크림 출시
- 특히 저 지방(칼로리), 섬유질, 미네랄, 이온 음료 등이 젊은 층을 중심으로 각광 받고 있으며, 비타민과 영양소를 추가 함유한 유가공품, 발효식품은 전통적인 식단 구성에 많은 변화를 가져오고 있음
- 각종 다이어트 및 신진대사 활성화 식품은 물론, 질병 예방 건강보조식품 또한 장기적으로 시장수요가 클 것으로 전망
- 따라서 최근 콜롬비아 식품시장은 종래의 저가, 고품질 시장에서 벗어나 소비자의 웰빙 욕구의 반영 정도가 관건이 될 것으로 보임

## 2.5 수출 통계

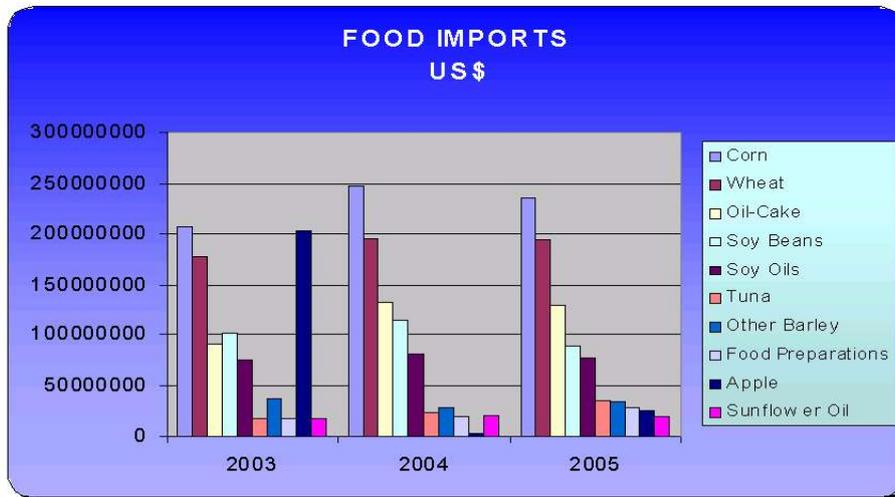
### 1) 주요 수입 통계

- 주재국은 식품산업과 관련하여 옥수수, 밀, 보리 및 참치 등을 다량 수입하고 있으며, 수입규모별 품목은 다음과 같음

(단위 : US\$백만)

	2003년	Sh%	2004년	Sh%	Vr%	2005년	Sh%	Vr%
Corn	207	1.59	247	1.58	19.32	235	1.19	-4.86
Wheat	178	1.37	194	1.24	8.99	193	0.97	-0.52
Oil-Cake	91	0.70	132	0.84	45.05	128	0.65	-3.03
Soy Beans	102	0.78	115	0.73	12.75	88	0.44	-23.48
Soy Oil	75	0.58	81	0.52	8.00	76	0.38	-6.17
Tuna	17	0.13	23	0.15	35.29	35	0.18	52.17
Others	37	0.28	28	0.18	-24.32	34	0.17	21.43
Total	13,026	100	15,649	100	20.14	19,799	100	26.52

출처: BACEX. Foreign Trade Ministry. Sh%: Share Vr% Variation



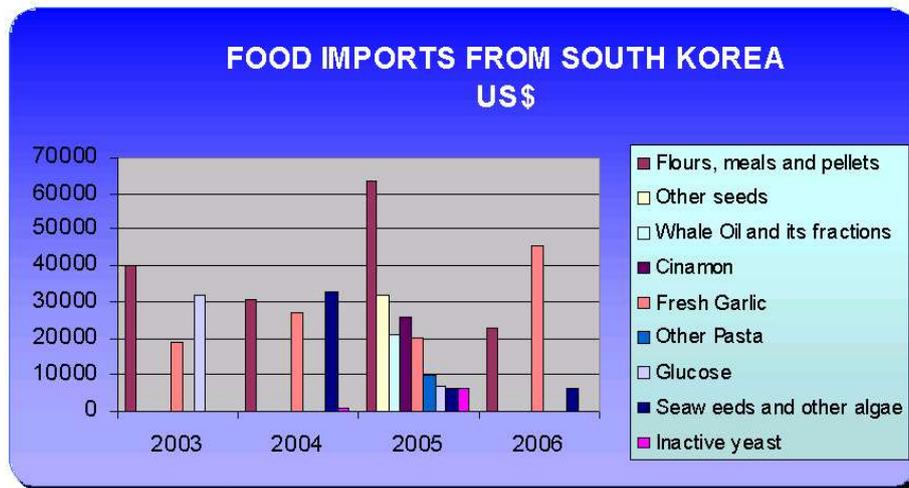
## 2) 한국-콜롬비아 수출통계

○ 콜롬비아는 2006년 현재 한국으로부터 주로 밀가루, 분말, 식물성 유지방, 계피, 마늘 등을 수입하고 있으며, 품목별 수입량은 아래 표와 같음

(단위 : US\$백만)

Country	2003	Sh%	2004	Sh%	Vr%	2005	Sh%	Vr%
Animal products	813819	0,30	837.915	0,23	2,96	602.973	0,12	-28,04
Flours, meals and pellets	40,090	0,01	30.940	0,01	-22,82	63.240	0,01	104,40
Other seeds	0	0,00	0	0,00	0	31.878	0,01	0
Whale Oil and its fractions	0	0,00	0	0,00	0	21.177	0,00	0
Cinamon	0	0,00	0	0,00	0	25.651	0,01	0
Fresh Garlic	19265	0,01	27.300	0,01	41,71	20.540	0,00	-24,76
Other Pasta	0	0,00	0	0,00	0	9.600	0,00	0
Total	268.658.184	100,00	370.915.728	100,00	38,06	506.151.900	100,00	36,46

출처: BACEX. Foreign Trade Ministry. Sh%: Share Vr% Variation



### 3) 품목별 수입관세 부과율

- 쇠고기, 양, 돼지, 가금류 등 육류 : 20 - 80% (일부품목 부가세 면제)
- 어류 및 갑각류 : 5 - 20% (일부품목 부가세 면제)
- 유제품 : 15 - 20% (일부품목 부가세 면제)
- 채소 및 야채류 : 5 - 15% (부가세 면제)
- 청과류 : 15% 고정 관세 (일부품목 부가세 면제)
- 곡류 : 5 - 70% (일부 옥수수 및 미곡류의 경우 특별관세 추가)
- 제분품 : 15 - 20% (일부품목 부가세 면제)
- 향유, 기름 및 유지제품 : 15 - 20% (부가세 16% 추가)
- 제당 및 제과제품 : 20%
- 일반적인 식료품목의 관세율은 20% 내외로 보는 것이 적당

### 4) 관련 기관

- Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural en Colombia
  - 기 관 명 : 콜롬비아 농업, 농지 개발부
  - 전 화 : +57-1-334-1199
  - 메 일 : secretariaprivda@minagricultura.gov.co

- 홈페이지 : [www.minagricultura.gov.co](http://www.minagricultura.gov.co)
- ICA (Instituto Colombiano Agropecuario)
  - 기관명 : 콜롬비아 농수산물 연구원
  - 전화 : +57-1-285-5520
  - 메일 : [info@ica.gov.co](mailto:info@ica.gov.co)
  - 홈페이지 : [www.ica.gov.co](http://www.ica.gov.co)
- INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos)
  - 기관명 : 콜롬비아 식품, 의약청
  - 전화 : +57-1-294-8700
  - 메일 : [invimalr@invima.gov.co](mailto:invimalr@invima.gov.co) / [invimagr@invima.gov.co](mailto:invimagr@invima.gov.co)
  - 홈페이지 : [www.invima.gov.co](http://www.invima.gov.co)

### 3. 콜롬비아 식품 수입관리제도

#### 3.1 식품법 및 수입 면허 요건

- 식품법 : 콜롬비아에서 식품과 인간의 건강을 다루는 기본적인 법률은 1979년 1월 24일의 법률 제9호임. 이 후에 만들어진 모든 법령 및 규정은 위에서 언급한 법에 바탕됨
- 수입 면허 : 콜롬비아 정부는 통상산업관광부(MOCIT: Ministry of Commerce, Industry and Tourism)를 통하여 수입을 통제함. 수출 장려 및 설탕 할당 자격 (CQE: sugar quota eligibility) 증명서 관리와 함께 수입 면허 발행 및 수출입 등록을 포함하여 콜롬비아 대외무역의 처리에 대한 모든 책임이 MOCIT에 이관되어 있음.
- 전부는 아니라고 해도 대부분의 농산물은 허가를 받거나 다른 정부 기관(즉, 농업부)의 승인을 받아야 하기 때문에 통관을 하기 위해서 MOCIT에 수입 등록을 해야 하며 콜롬비아에서 수입품에는 세 가지 범주가 있음.
- 자유(libre) 수입품 : 자유 수입품은 수입이 제한되어 있지 않고 MOCIT의 사전 승

인이 필요하지 않은 제품임 자유 수입 제품은 특별한 수출입 프로그램의 대상이 될 경우에만 MOCIT에 등록해야 하며 대다수의 수입 농산품은 공식적인 기관(농업부 또는 사회보장부/INVIMA)으로부터 인가 또는 허가를 받아야 하고 MOCIT에 수입 등록을 해야 함.

- 사전 면허(licencia previa) 수입품 : MOCIT의 승인 외에 농업부 또는 INVIMA에 수입 등록을 해야 하는 수입 제품.
- INVIMA : 사회보장부 산하 INVIMA에 수입 등록을 해야 하는 것은 소매 판매용 육류 및 식품과 같이 최종 소비자에게 돌아가기로 되어 있는 대부분의 제품에 적용됨(특히 소매 판매용 제품에 대해). 등록 과정은 때때로 복잡하고 비용이 많이 들 수 있지만, INVIMA는 수입을 금하는 데 이 과정을 사용하지 않음.
- ICA(Colombian Agricultural Institute: 콜롬비아 농업 연구소) : ICA는 위생 및 식물위생 문제에 대한 책임을 지는 농업부의 기관. ICA는 육류, 가공하지 않은 과일 및 야채, 애완동물 식품을 포함하는 동물 사료와 같이 위생 또는 식물 위생 등록이 필요한 제품에 대한 책임짐.
- 농업부/일반 : 수입 경쟁으로부터 지역 생산을 보호하거나 관세율 할당에 의해 수입을 규제하는 등, 비과학적인 이유로 수입을 규제하기 위해 수입 등록을 하는 제품. 여기에는 금지된 가금육류의 일부, 관세율 할당을 받는 제품(쇠고기, 옥수수, 수수류, 쌀 및 숨)과 같은 제품들이 포함.
- 금지(prohibida) 수입품: “금지 목록”에 올라 있는 수입품은 콜롬비아로 들어올 수 없음. 이 범주에는 식품 및 농산품이 포함되지 않음.

### 3.2 표지 요건

- 콜롬비아 정부(GOC: Government of Colombia)는 가공된 식품에 대해 원산 국가 표지를 요구. 하지만 GOC는 냉동 야채는 가공 식품으로 분류하지 않고, 그 때문에 원산 국가 표지를 요구하지 않음. 또한 가공하지 않은 과일 및 야채에도 원산 국가 표지를 요구하지 않음.
- GOC는 사회보장부를 통하여 통조림 식품 및 식품 원재료에 대한 표지 요건을 수립하는 2005년 2월 25일 의 결의안 0485를 공포. 이 규정은 2005년 9월 15일 부터

발효될 것. 표지에는 식품명, 성분 목록, 순질량 및 수분 제외 중량, 생산자 이름 및 주소, 원산 국가, 로트 식별, 날짜 표지 및 제품 보존 지침, 제품 사용 지침, 위생 등록 번호가 포함되어야 함. 이러한 요건은 국내와 수입의 통조림 식품 및 식품 원재료에 모두 적용. GOC 당국은 수입 제품에 스티커를 부착할 수 있지만, 스페인어로 된 원래 표지에 관한 정보를 포함해야 한다고 말함. 가장 중요한 정보는 로트 식별 번호와 유효일자.

- 추가 가공을 하지 않는 수입 가공 식품은 앞 절에서 언급한 표지 요건을 준수해야 함. 가공 식품에 대한 GOC 표지 요건은 성분 원산지의 문제는 다루지 않고 있음. 따라서 예를 들어 동일한 냉동 포장에 2개국 이상의 성분이 수입 식품 품목에 포함되어 있다면 표지에서는 가공업자의 이름 및 주소와 제품이 생산된 국가만을 식별해야 함. 수입 가공 식품에 대한 GOC의 제품 표지 요건에서는 수출업자 식별 정보가 포장의 특정 부분에 첨부될 것을 요구하지 않음.
- 수입 가공 제품에 대한 제품 표지 정보는 소매 판매 시점에 존재해야 함. 이 표지 정보에 대한 책임은 소매업자가 아닌 수입업자에게 있음. 콜롬비아의 많은 수입업자들은 제품이 콜롬비아로 들어오기 전에 수출 회사에서 이 정보를 해당 제품에 부착하도록 준비.
- 스페인어로 된 표지를 사용하여 선적한 가공 제품에 대해서는 적절한 경우 제품명, 수입업자의 이름과 주소, 생산자의 이름과 주소, 미터 단위로 나타낸 순질량, 성분 목록, 사회보장부(INVIMA) 등록 번호, 권장 보관/보존 방법 및 제품 유효 일자를 표시해.
- 기계적으로 뼈를 발라낸 닭고기와 같이 추가 가공을 해야 하는 수입품에는 원산 국가 표지가 있어야 함. 또한 GOC는 벌크포장 또는 소비자 포장된 가공하지 않은 수입 과일 및 채소에 대해서는 원산 국가 표지를 요구하지 않는다. GOC는 가공하지 않은 과일의 각각에 대해서는 원산 국가를 나타내는 스티커/표지를 요구하지 않음. 따라서 콜롬비아의 소비자들은 수입된 과일 및 채소의 원산지에 대해서 알고 있는 경우가 드물.
- 식품에 대한 표지: 체인점, 슈퍼마켓, 조제식품 판매점 등과 같은 (마케팅 대리점)에서 추가로 상품화를 하기 위하여 통조림을 하거나, 병조림을 하거나, 채우거나, 포장한 식품에는 이 결의안에 따라 표지를 붙여야 하고 최소한 다음 정보를

포함시켜야 함.

1. 이름
2. 성분 목록
3. 순질량
4. 생산자 또는 수입업자의 이름 및 주소
5. 원산 국가
6. 로트 식별
7. 유효일자
8. 보존 방법 또는 시스템

### 3.3 포장 및 용기 규정

- 사람이 소비하는 식품을 규제하는 INVIMA에서는 식품 포장 또는 용기에 대해 특별한 요구를 하지 않음. 애완동물 식품은 ICA(콜롬비아 농업 연구소)에서 규제하며, 포장 및 소비자 표시에 대한 사전 승인을 요구. 벌크 애완동물 식품의 판매는 허용되지 않음.

#### 1) 수입업자 등록, 수입 등록 및 수입 면허

- 콜롬비아의 모든 수입업자는 통상산업관광부(MOCIT: Ministry of Commerce, Industry and Tourism)에 등록. 콜롬비아의 기업에 판매를 하고자 하는 수출업자들은 콜롬비아의 수입업자가 통상산업관광부의 등록 과정을 완료하여 농산물을 수입할 법적 권한을 얻었는지를 확인. 일단 등록을 마치면 수입업자 또는 수입회사는 농산물을 수입할 법적 권한을 누림.
- 대부분의 수입 농산물에는 MOCIT에서 발행한 수입 등록 양식(30,000 페소 또는 약 13 달러)이 필요. 수입 등록 승인에는 약 이틀(업무일)이 걸림.

#### 2) 소매용 고가치 소비자 즉시 사용 식품

- 콜롬비아의 수입업자는 자신의 회사를 통상산업관광부에 등록. 이것은 모든 농산

물을 수입할 콜롬비아 정부의 인가를 회사에 부여.

- 제품은 국립 식약품 감독 연구소(National Institute for the Surveillance of Drugs and Food)인 INVIMA에 등록. 수출업자 또는 수입업자가 등록을 할 수 있음. INVIMA 등록에는 (a) 제조자가 열거된 제품을 제조한다는 내용의 제조자가 작성한 문서와 (b) 제품이 수출국에서 사람이 소비하도록 승인된다는 내용의 자유 판매 증명서가 있어야 함. 이 증명서는 수출국 정부(지역, 주 또는 연방) 보건 당국에서 발급. 필수 사항은 아니지만, 제조 과정에 대한 설명과 첨가물, 방부제 및 착색제 등의 성분 목록을 제출하는 경우에는 INVIMA 등록을 권장.
- INVIMA 등록은 신청자(수출업자 또는 수입업자)와 그 안에 명시된 제조자에 대해서만 유효. 수출업자가 콜롬비아의 수입업자를 바꾸고 싶을 때마다 다음과 같이 두 가지 가능성.
  - 수출업자가 INVIMA 등록에 대한 신청자인 경우, 변경 신청을 INVIMA에 제출 (83,533 페소 또는 약 36.32 달러의 비용).
  - 콜롬비아의 수입업자가 신청자인 경우, 수출업자는 자신의 새 수입업자를 명시하는 새 등록 과정을 개시. 그 후에는 합당하다고 생각할 때마다 수입업자를 변경 가능. 수출업자는 콜롬비아에 있는 자신의 법적 대표 또는 변호사를 통해 신청.
- 수입업자는 통상산업관광부에서 수입 등록 양식을 구매(30,000 페소 또는 약 13 달러의 비용).
- 수입업자는 허가를 받기 위해 작성한 MOCIT 양식을 INVIMA에 제시. 이 과정은 보통 약 48시간이 걸림.
- 수입업자는 작성한 MOCIT 양식과 INVIMA 허가를 ICA에 제시(식물 위생 허가 비용은 43,100 페소 또는 약 18.74 달러이며, 동물 제품에 대한 동물 위생 허가 비용은 27,000 페소 또는 약 11.74 달러이다). 그 다음에 ICA는 위생 허가를 발급한다. 이 과정은 보통 약 48시간이 걸림.
- 수입업자는 작성한 MOCIT 양식, INVIMA 허가 및 ICA 위생 허가를 통상산업관광부에 제시. 그러면 MOCIT는 수입 등록 또는 면허 승인을 발급할 것임. 이 과정은 보통 약 48시간이 걸림.
- 육류가 소매 포장으로 판매된다면, 표지를 붙여야 함. 표지는 스페인어로 되어 있어야 하며, 제품명, 수입업자의 이름과 주소, 생산자의 이름과 주소, 미터 단위로

나타낸 순질량, 성분 목록, INVIMA(사회보장부) 등록 번호, 권장 보관 방법 및 제품 유효 일자가 포함되어야 함. 이 정보는 포장에 스티커를 부착하여 제공할 수 있음.

### 3.4 식품관련 정부기관

Oscar Franco-Charry, Director General  
Dirección de Impuestos y Aduanas  
Nacionales (DIAN).  
(Customs and Tax Directorate)  
Carrera 8 No. 6-64, Piso 5  
Bogotá, Colombia  
전화: (57-1) 297-1220/341-7521/607-9999  
팩스: (57-1) 286-5789  
전자우편: dian@dian.gov.co  
웹사이트: www.dian.gov.co

Edgar Serrato, Coordinador  
Riesgos Zoonosarios  
ICA  
Calle 37 No. 8-43, Piso 4  
Bogotá, Colombia  
전화: (57-1) 288-4334  
팩스: (57-1) 288-4334  
전자우편: sanidad.animal@ica.gov.co  
웹사이트: www.ica.gov.co

Julio C. Aldana, Director General  
INVIMA  
Carrera 68 No. 17-21  
Bogotá, Colombia  
전화: (57-1) 294-8700 Ext. 3822/3885  
팩스: (57-1) 294-8700 Ext. 3896  
전자우편: Invimadg@invima.gov.co  
웹사이트: www.invima.gov.co

Jaime Cárdenas  
Inspección y Cuarentena Vegetal  
ICA  
Calle 37 No. 8-43, Piso 4  
Bogotá, Colombia  
전화: (57-1) 232-4709  
팩스: (57-1) 288-1753  
전자우편: sanidad.vegetal@ica.gov.co  
웹사이트: www.ica.gov.co

## 4. 콜롬비아 식품분야 바이어 정보

1. GELCO S.A.	
담당자/직책	Mr Carlos Camargo / Deputy Manager Mr Argemio Lopez / Sales Manager
전화번호	57(5) 3446444 - 3446597
팩스	57 (5) 3446261
홈페이지	www.gelco-s-a.com
이메일	ccamargo@gelco-s-a.com, alopez@gelco-s-a.com
업종	
설립연도	1966
직원수	205
연간매출액	(US\$ 2005): US\$ 248,224 (Hs Code: 0511.99.90.00)
취급품목	
관심품목	
주소	Cra. 42 # 2-100 Barranquilla, Colombia
주거래국가	South Korea
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

2. INSUALIM S.A.	
담당자/직책	Mr Carlos Andres E. Riviere / President
전화번호	57 (2) 6668787
팩스	57 (2) 6668777
홈페이지	www.insualim.com
이메일	gerenciaadministrativa@insualim.com
업종	
설립연도	1997
직원수	20
연간매출액	(US\$ 2005): US\$ 26.520 (Hs Code: 0703.20.90.00)
취급품목	
관심품목	
주소	Cll. 13 # 32-443 Acopi-Yumbo - Yumbo, Colombia
주거래국가	South Korea
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

3. COMERCIALIZADORA DÍAZ CASTAÑEDA LTDA	
담당자/직책	Mr Jose Antonio Diaz / Commercial Manager
전화번호	57 (1)4003049
팩스	57 (1)4003049
홈페이지	N/A
이메일	diazdicas@hotmail.com
업종	
설립연도	1990
직원수	20
연간매출액	(US\$ 2005): US\$ 30.770 (Hs Code: 0703.20.90.00)
취급품목	
관심품목	
주소	Cl 8A 86D-61, Bogota, Colombia
주거래국가	South Korea
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

4. PACIFIC SEA FOOD S.A	
담당자/직책	Mr Karl Heinz Heberle / General Manager
전화번호	57 (1) 5333592
팩스	57 (1) 2362362
홈페이지	www.pacificseafood.com.co
이메일	pacificseafood@cable.net.co
업종	
설립연도	1995
직원수	16
연간매출액	(US\$ 2005): US\$ 6.250 (Hs Code: 1212.20.00.00)
취급품목	
관심품목	
주소	Transv. 24 # 82-47 - Bogota, Colombia
주거래국가	South Korea
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

5. ROCSA COLOMBIA S.A.	
담당자/직책	Mr Carlos Alberto Yaipen / General Manager
전화번호	57 (1) 3172920
팩스	57 (1) 3175608
홈페이지	www.rocsacolombia.com
이메일	rocsacolombia@rocsa.com, cyaipen@attglobal.net
업종	
설립연도	1997
직원수	10
연간매출액	(US\$ 2005): US\$ 5,630 (Hs Code: 1702.90.90.00)
취급품목	
관심품목	
주소	Cll. 73 # 9-42 Ofc. 602 - Bogota, Colombia
주거래국가	South Korea
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

6. SEMILLAS ARROYAVE S.A.	
담당자/직책	Mr Luis Alberto Arroyave / General Manager Mr Alejandro Ocampo / Marketing Manager
전화번호	57 (1) 6690102
팩스	57 (1) 6690101
홈페이지	www.semillasarroyave.com.co
이메일	atencion@semillasarroyave.com.co, alejandro_ocampo@semillasarroyabe.com.co
설립연도	2001
직원수	30
연간매출액	(US\$ 2005): US\$ 31.878 (Hs Code: 1209.99.90.00)
취급품목	
관심품목	
주소	Cll. 162 # 36-52 Bogota, Colombia
주거래국가	South Korea
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

7. ALMACENES LA 14 S.A.	
담당자/직책	Ms Lelia Cardona de Echeverri / General Manager
전화번호	57 (2) 6651817
팩스	57 (2) 6651819
홈페이지	www.la14.com
이메일	servicioalcliente@la14.com
설립연도	1963
직원수	4500
연간매출액	(US\$ 2005): US\$ 9,600 (Hs Code: 1902.30.00)
취급품목	
관심품목	
주소	Cra. 1 Cl. 70 C.C. Calima P. 7 Cali, Colombia
주거래국가	South Korea
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

8. LABORATORIOS CHALVER DE COLOMBIA LTDA	
담당자/직책	Mr Jesus Emiro Chacon / President
전화번호	57 (1) 7245090
팩스	57 (1) 7246003
홈페이지	www.chalver.com.co
이메일	gerenciageneral@chalver.com
업종	
설립연도	1970
직원수	N/A
연간매출액	(US\$ 2005): US\$ 6.271
취급품목	
관심품목	
주소	Av. 68 # 37B-31 Sur B. La Alqueria - Bogota, Colombia
주거래국가	South Korea
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

9. AGRINAL COLOMBIA S.A.	
담당자/직책	Mr Manuel Garzon / General Manager
전화번호	57 (1) 8223900
팩스	57 (1) 8223900
홈페이지	N/A
이메일	maric@agrinal.com.co
업종	
설립연도	1957
직원수	212
연간매출액	(US\$ 2005): US\$ 63.240
취급품목	
관심품목	
주소	Km.3 Via Siberia Funza P.Ind. La Argelia - Funza, Colombia
주거래국가	South Korea
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

10. GLOBAL GARLIC S.A.	
담당자/직책	Mr Jose Absalon Zuluaga / General Manager
전화번호	57 (4) 3622401 - 3623323
팩스	57 (4) 3622402
홈페이지	N/A
이메일	globalg@epm.net.co
업종	
설립연도	N/A
직원수	25
연간매출액	(US\$ 2005): US\$ 2,900,000 (Hs Code: 1212.20.00.00)
취급품목	
관심품목	
주소	Central Mayorista Bloq. 2 Loc. 13 - Medellin, Colombia
주거래국가	China
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

11. AGRO S.A.	
담당자/직책	Mr Federico Gartner Caballero / General Manager
전화번호	57 (1) 7772411
팩스	57 (1) 7759786
홈페이지	www.agro.com.co
이메일	agro@agro.com.co
업종	
설립연도	1983
직원수	83
연간매출액	(US\$ 2005): US\$ 18.100 (Hs Code 1212.20.00.00)
취급품목	
관심품목	
주소	Cll. 12 # 5-42 Ent. 2 Zona Ind. Cazuca - Soacha, Colombia
주거래국가	Belgium
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

12. MESA HERMANOS Y CIA. S.C.S	
담당자/직책	Mr Jose Miguel Mesa Rey / General Manager
전화번호	57 (1) 3800800
팩스	57 (1) 2829060
홈페이지	www.mesa Hermanos.com
이메일	jomesa@colomsat.net.co
업종	
설립연도	1961
직원수	35
연간매출액	(US\$ 2005): US\$ 2.625 (Hs Code: 1212.20.00.00)
취급품목	
관심품목	
주소	Cll. 12 # 14-31 - Bogota, Colombia
주거래국가	China
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

## 제7장 이탈리아

### 1. 이탈리아의 식품 시장 개요

- 이탈리아의 파스타시장
  - 파스타는 이탈리아 고유의 식품으로 토마토 소스, 파마산 치즈를 양념으로 하여 버무려 먹으며 거의 모든 지역에서 즐겨 먹는 식품
  - 이탈리아 전 가정에서 소비하고 있다고 볼 수 있으며 일인당 연간 파스타 소비량은 약 21kg에 이르고 있음
  - 이탈리아에서 유통되는 파스타는 크게 건조 파스타(dry pasta)와 신선 파스타(fresh pasta)로 나누어 볼 수 있는데 건조 파스타의 판매량은 2005년 기준 1백1천만 톤으로 가신선 파스타에 비해 9배 이상 많음
    - 신선 파스타는 유통기간 90일 미만의 제품으로 건조시키지 않아 제품이 신선하고 가격이 비싼 편임
    - 건조 파스타의 경우 최근 5년간 유통량과 유통액 모두 소폭 감소(유통량 기준 3.2%감소)하고 있는 추세이며 신선파스타는 유통량 및 유통액 모두 증가(유통량 기준 11%증가)하고 있음
  - 이탈리아의 대표적인 파스타 생산업체로는 Barilla, De Cecco, Danone, La Molisana등이 있으며 시장점유율은 Barilla가 40%대로 가장 높음

- 파스타의 주요 유통경로는 식품 전문 소매점, 슈퍼마켓, 대형할인매장 등이 있으며 소비자들의 가정과의 인접성이 우수한 슈퍼마켓을 통한 유통이 비율이 가장 높은 가운데 최근 이탈리아 소비자들의 대형할인매장을 통한 상품구매의 비중이 전반적으로 높아지는 추세에 따라 대형 할인매장을 통한 유통이 점차 증가하고 있음

○ 이탈리아 차 시장

- 2005 현재 이탈리아 차시장 규모는 2억2000만유로 수준으로 전년대비 1.6% 성장했음
- 과일·허브차가 9억2000만유로, 일반홍차가 7억2000만 유로를 차지해 가장 높은 매출을 기록했으며 녹차의 경우 매출액은 1억6000만 유로였으나, 전년대비 성장률 14.6%를 기록해 전체 차시장의 성장세를 이끌어감

표 7-1 이탈리아의 차시장 동향

(단위 : 백만 유로)

	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
과일·허브차	75.7	79.1	81.5	82.8	87.5	91.5
일반홍차	70.3	70.4	71.7	71.3	71.9	72.1
기능성홍차	23.3	23.1	23.4	23.2	23.4	23.8
녹차	4.1	8.0	10.5	12.4	13.7	15.8
인스턴트 차	13.3	13.4	14.1	14.1	14.1	14.2
총계	186.6	194.4	201.2	203.7	210.7	217.3

(단위 : %)

	2004/2005 성장률	2000-05 연평균 성장률
녹차	14.6	30.8
과일·허브차	3.9	3.2
인스턴트 차	0.6	1.0
기능성홍차	0.6	-0.4
일반홍차	-0.6	-0.5
총계	1.6	1.5

자료원 : Euromonitor

## ○ 인삼 가공식품

- 한국산 인삼 제품의 경우, 이탈리아 내에서 높은 인지도를 기록하고 있으며, 관련업체의 의견을 종합해본 결과, 가장 뛰어난 품질의 제품으로 인식하고 있음
- 인삼(및 홍삼)의 효능 또한 많이 알려져 있으며, 간, 혈관, 당조절 기능 및 스트레스 감소 등의 효능으로 인해 최근 수요가 늘고 있음
- 인삼제품의 수입이 증가함에 따라, 세관은 보다 엄격한 위생확인서를 요구하고 있으며, 위생확인 서류가 미비한 제품에 대하여는 세관에서 직접 발급을 해주기도 하나, 상당한 시간이 소요될 수 있음
- 이탈리아 내 인삼제품은 슈퍼마켓, 약재상(herbal shop) 및 약국에서 판매되고 있음
- 한국 인삼 제품에 대한 이탈리아 바이어의 반응
  - 인삼 특유의 냄새를 제거한 가공식품에 대해 관심이 많았으며, 제품의 품질에 대한 이해도가 높았음
  - 인삼의 효능에 대하여는 일반적으로 인지하고 있으나, 쉽게 접하기 어렵다는 인식을 바꾸는 것이 관건임 (인삼제품 보다는 인삼가공제품 등이 경쟁력 있을 것으로 판단됨)

## 2. 이탈리아의 식품 시장 동향

### 2.1 수요 동향

- 이탈리아 대형할인매장 2003년 결산 Unioncamere의 조사에 의하면 2003년 대형매장의 사업액은 전년도의 65억 유로에 비해 15%가 증가한 대략 75억 유로임(총매출액의 22%)
- 12월에 들어서 대형매장의 매출 상태가 감소형상을 나타내고 있으며 그 외의 기간에는 남부지방이 중부와 북부 지방에 비해 더 강한 증가세를 나타냄
- 대형매장사업을 기간별로 살펴보면 2003년 초반기에는 8.6%가 증가했으며 식료품 분야+8.3%, 비식료품 분야 +8.9%의 증가를 가져옴
  - 9월과 10월에는 다른 시기에 비해 다소 미약한 증가로 식료품 6.8%, 비식료품 분야

7.8%의 증가

- 상반기 6개월 동안과 9월,10월을 비교해보면 상반기에 비해 후반기에는 전 지역에서 대형매장 사업이 약간의 감소세를 나타냄
- 북동부지방 7.8%에서 6.6%로 북서부지방 6.3%에서 5.5%로 중부지방 8.6%에서 7.35로 남부지방 11.8%에서 8.8%로 감소 현상을 나타냄
- 북부지방의 대형매장 사업은 타 유럽권의 나라들과 마찬가지로 이미 완전히 발달된 상태로 미약한 증가세를 나타내고 있으며, 중부지방은 새로운 대형 매장의 개장으로 긍정적인 결과(16.9%증가)를, 남부지방에서는 매우 좋은 결과를 나타냈으며 또한 이지역의 대형 매장 사업은 아직 미개발 상태로 향후 많은 발전의 여지를 안고 있음
- 가장 큰 증가세를 나타낸 주로는 캄파냐와 사르데냐로 상반기6개월 동안과 9월, 10월까지 각각 19.2%와 13.7%, 15.4%와 16.7%의 증가를 보임
- 이탈리아 파스타 판매동향
  - 이탈리아 파스타 판매 동향을 살펴보면 판매량 기준으로는 2004년을 제외하고는 매년 소폭 감소하여 2001~2005년 사이에는 전체적으로 약 2.1% 감소하였음
  - 금액기준으로는 2005년을 제외하고는 소폭의 증가세가 이루어지고 있어 2001~2005년 사이에는 전체적으로 4.8% 증가하였는데 이는 고가의 신선파스타(Fresh Pasta)의 판매가 증가하고 있기 때문으로 분석됨

표 7-2 최근 5년간 이탈리아 파스타 판매 동향

(단위 : 천 톤, 백만 유로, %)

	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
판매량 (증가율)	1301.83 -	1298.55 (-0.3)	1294.19 (-0.3)	1297.32 (0.2)	1274.67 (-1.7)
판매액 (증가율)	1909.47 -	1947.27 (2.0)	1982.13 (1.8)	2011.6 (1.5)	2001.56 (-0.5)

자료원 : Euromonitor

- 세부 품목별 판매 동향 : 건조 파스타 (Dry Pasta)
  - 파스타 판매를 세부 품목별로 살펴보면 건조 파스타 (Dry Pasta)의 경우

판매량 기준으로 최근 5년간 소폭의 감소세를 시현하고 있는 가운데 2001~2005년 사이에는 3.2%의 감소를 기록하였으나 판매액 기준으로는 제품 가격의 상승으로 인해 판매액 감소는 판매량의 감소폭보다는 작아 감소 폭이 2001~2005년 사이 0.8%를 기록

- 이는 소비자들의 취향의 고급화로 인해 신선 파스타 (Fresh Pasta)를 더욱 많이 선호하게 된 점과 전반적으로 과식을 하지 않고 다이어트에 관심을 갖는 소비자들이 증가한데 원인이 있는 것으로 분석됨
- 이탈리아 정식은 안티파스토-프리모피아토-세콘도피아토-돌체의 순서로 이루어지는데 안티파스토는 전채요리, 프리모피아티는 주로 파스타나 리조또, 세콘도 피아티는 생선이나 고기, 돌체는 후식에 해당됨
- 최근 다이어트와 건강에 신경쓰는 소비자들이 증가함에 따라 프리모피아토나 세콘도피아토 중 1개만 먹는 경우가 증가하고 있음
- 하지만 유통량 기준으로 여전히 건조 파스타의 비중은 압도적으로 높아 전체 파스타 판매량의 91%를 차지하고 있음

표 7-3 최근 5년간 이탈리아 건조 파스타 (Dry Pasta) 판매 동향

(단위 : 천 톤, 백만 유로, %)

	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
판매량 (증가율)	1,195.96 -	1,190 (-0.5)	1,183.46 (-0.5)	1,184.64 (0.1)	1,157.13 (-2.3)
판매액 (증가율)	1,358 -	1,365 (0.5)	1,370.05 (0.4)	1,382.38 (0.9)	1,346.95 (-2.6)

- 세부 품목별 판매 동향 : 신선 파스타 (Fresh Pasta)

- 신선 파스타 (Fresh Pasta)의 경우 판매량기준으로 최근 5년간 꾸준한 증가세를 기록하고 있는 가운데 2001~2005년 사이에는 11%의 성장세를 기록하였으며 판매액은 성장률이 더운 높아 2001~2005년 사이에 18.7%의 높은 성장률을 기록
- 신선 파스타 (Fresh Pasta)의 판매 증가는 이탈리아 소비자 기호의 고급화와 신선한 식재료를 공급할 수 있는 유통망의 발달에 원인이 있는 것을 분석됨

표 7-4 최근 5년간 이탈리아 신선 파스타 (Fresh Pasta) 판매 동향

(단위 : 천 톤, 백만 유로, %)

	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
판매량 (증가율)	105.87 -	108.55 (2.5)	110.73 (2.0)	112.68 (1.8)	117.54 (4.3)
판매액 (증가율)	551.47 -	582.27 (5.6)	612.08 (5.1)	629.22 (2.8)	654.61 (4.0)

자료원 : Euromonitor

## - 이탈리아 파스타 판매 전망

- 향후 5년간 이탈리아 파스타 판매량은 지속적으로 소폭의 감소세를 시현할 전망이나 상대적으로 신선파스타의 판매는 증가할 것으로 전망되어 판매액의 감소폭은 판매량의 감소폭보다는 작을 것으로 예상됨
- 이탈리아 파스타 소비의 감소는 전반적인 식사 관습의 단순화, 가구 구성원 숫자의 감소로 인한 정식 코스 요리량의 감소, 다양하고 간편한 조리 식품의 등장에 원인이 있는 것으로 분석

표 7-5 향후 5년간 이탈리아 파스타 판매 전망

(단위 : 천 톤, 백만 유로, %)

	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
판매량 (증가율)	1,259.23 -	1,229.39 (-2.4)	1,203.46 (-2.1)	1,180.99 (-1.9)	1,169.1 (-1.0)
판매액 (증가율)	2,000.82 -	1,966.03 (-1.7%)	1,945.41 (-1.0)	1,933.71 (-0.6)	1,941.97 (0.4)

자료원 : Euromonitor

## - 세부 품목별 판매 전망 : 건조 파스타 (Dry Pasta)

- 건조 파스타가 전체 파스타 감소를 주도해 나갈 것으로 분석되며 판매량, 판매액 모두 감소할 것으로 전망되며 감소폭도 지난 5년간의 감소폭 보다 더욱 커 판매량 기준으로 9.2%, 판매액 기준으로는 11% 감소할 것으로 예상됨

표 7-6 향후 5년간 건조파스타 (Dry Pasta) 판매 전망

(단위 : 천 톤, 백만 유로, %)

	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
판매량 (증가율)	1,136.54 -	1,102.16 (-3.0)	1,072.67 (-2.7)	1,046.93 (-2.4)	1,031.82 (-1.4)
판매액 (증가율)	1,318.39 -	1,267.63 (-3.9)	1,226.82 (-3.2)	1,192.7 (-2.8)	1,173.03 (-1.6)

자료원 : Euromonitor

- 세부 품목별 판매 전망 : 신선 파스타 (Fresh Pasta)
  - 전반적인 파스타 판매 감소에도 불구하고 신선 파스타는 향후 5년간 판매가 꾸준히 증가할 것으로 예상되나 판매 성장세는 지난 5년에 비해 다소 둔화될 것으로 전망됨

표 7-7 향후 5년간 신선 파스타 (Fresh Pasta) 판매 전망

(단위 : 천 톤, 백만 유로, %)

	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
판매량 (증가율)	122.69 -	127.23 (3.7)	130.79 (2.8)	134.06 (2.5)	137.28 (2.4)
판매액 (증가율)	682.43 -	698.4 (2.3)	718.59 (2.9)	741.01 (3.1)	768.94 (3.8)

자료원 : Euromonitor

- 소비자 구매 특징 : 일반 소비자
  - 이탈리아인들은 식료품 구입에 까다로운 편이며 대부분 유명 브랜드를 제품을 선호함
  - 소비자들은 거의 대부분 'Made in Italy' 식품을 구입하며 해외여행 시에도 자국산 파스타를 가지고 가는 경우도 있을 만큼 이탈리아에서는 독일, 프랑스에서 이미 성공을 거둔 노브랜드 저가 식료품이 크게 인기를 얻지 못하고 있으나 인지도가 높은 유명 대형슈퍼마켓에서 제조·판매하는 private label 제품의 브랜드는 전체 파스타 판매의 약 8~9% 정도를 차지하고 있는 것으로 조사됨

- 저가·저품질 식품은 국내 판매보다는 해외 수출용으로 제조되는데, 최근 저급품 수출업체들이 낮은 가격에 슈퍼마켓을 통해 판매를 시도하고 있으나 주목을 받지 못하였음

- 소비자 구매 특징 : 대량 구매처

- 레스토랑, 식료품 가공 산업, 호텔 등 대량 소비자들은 일반 소비자들보다는 가격요소에 민감하여 저가제품을 찾는 경향이 있음
- 이유는 완성된 음식을 먹는 고객들이 주방 또는 가공 과정에서 저가 재료를 사용했는지 잘 알지 못하기 때문으로 평균수준의 품질만 보증된다면 원가절감 차원에서 보편적으로 구매함

○ 이탈리아 차 시장

- 이탈리아 차 구입 관련 소비자 특성

- 이탈리아의 경우 차보다는 커피를 마시는 문화가 발달돼 전통적인 홍차에 대해서는 선호가 크지 않음
- 이탈리아 소비자들은 차는 주로 추운 계절에 마시는 것으로 인식하고 있으며 젊은 계층의 경우는 홍차를 즐겨 찾지 않음
- 또한 일반적으로 마시기 간편한 tea-bag 형태의 제품을 선호하며 홍차잎을 직접 우려 마시는 제품에 대한 선호는 매우 낮음
- 하지만 최근 웰빙에 대한 관심의 증가로 과일, 허브차와 특히 녹차에 대한 수요는 크게 증가하고 있음
- 과일, 허브차의 경우 2005년도 판매량 기준 전년대비 4% 성장하는 등 최근 5년간 꾸준한 성장세를 유지해오고 있는데, 이는 소비자들의 건강에 대한 관심과 과일, 허브차의 다양한 효능에 대한 지식이 증가했기 때문으로 분석됨
- 특히 녹차의 경우 항산화작용(antioxidant)이 알려지면서 이탈리아 소비자들로부터 큰 인기를 얻고 있어, 2005년도 판매량 기준 전년대비 15%성장을 기록했음
- 이 같은 성장에 힘입어 무카페인 녹차 등 다양한 녹차제품이 시장에 나오고 있으며 녹차 생산업체들도 적극적인 마케팅을 전개해나가고 있음

- 2005년 기준 pompadour사의 sir Winston 브랜드가 시장점유율 46%로 가장 높은 시장점유율을 기록하고 있으며 다음이 D&C사의 Twinings로 32%를 기록하고 있음
- 현재 이탈리아차 시장은 일반적 홍차제품에서 소비자들의 웰빙에 대한 관심이 커짐에 따라 과일, 허브차와 특히 녹차 시장으로 옮겨가고 있어 신규 시장 진출 기회가 커지고 있음
- 또한 녹차나 과일, 허브차의 경우 높은 브랜드 인지도가 바탕이 되어 하는 슈퍼마켓을 통한 유통비중이 높지 않고 전문차 유통점의 비중이 높아 신규시장 진출에 유리함

## 2.2 생산 동향

- 최근 3년간 이탈리아 파스타 생산 동향을 살펴보면 건조 파스타 (Dry Pasta)의 생산량은 연도별 다소 차이는 있으나, 약 3백만 톤 수준을 유지하고 있으며, 신선 파스타 (Fresh Pasta)의 생산량은 9만 톤 수준에서 10만 톤 수준까지 소폭 증가하였음

표 7-8 최근 3년간 이탈리아 파스타 생산 현황

(단위 : 천 톤, 백만 유로)

	품목	2003년	2004년	2005년
생산량	건조 파스타	3,007	2,952	3,088
	신선 파스타	93	94	104
	총계	3,100	3,046	3,192
생산액	건조 파스타	2,898	2,859	2,919
	신선 파스타	451	459	490
	총계	3,349	3,318	3,409

자료원 : 이탈리아 파스타 산업 협회(Unione Industriale Pastai Italiani)

- 이탈리아 소비자들은 유명 브랜드를 선호하는 편으로, 유명 기업 10개 미만이 전체 시장의 약 70%를 차지하고 있는 것으로 알려져 있음
- 이탈리아의 주요 파스타 생산 기업 현황은 아래 표와 같음

표 7-9 이탈리아 주요 파스타 생산 기업 현황

기업명	브랜드	비고
Barilla	Barilla, Voiello	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시장 점유율 42% 수준</li> <li>• 이탈리아 제1의 파스타 생산 기업으로 건조 파스타 및 신선 파스타 등 파스타 전 품목에 걸쳐 강점을 갖고 있음</li> <li>• 이탈리아 내 18개 사업장을 운영하고 있음</li> </ul>
De Cecco	De Cecco	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 점유율 10% 수준</li> <li>• 이탈리아 2위의 파스타 업체</li> </ul>
Danone	Agnesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시장점유율 6.5% 수준</li> <li>• 1989~92년 사이 Danone이 이탈리아의 몇몇 파스타 기업을 인수한 후 Agnesi 브랜드에 통합하여 사업을 추진</li> <li>• 이탈리아 3위 수준의 파스타 기업으로 건조 파스타 부문에서 선전하고 있음</li> </ul>
Nestle	Buitoni	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시장점유율 3% 수준</li> <li>• 1988년 Nestle가 이탈리아 Buitoni를 인수하였음</li> <li>• 신선 파스타 (Fresh pasta)가 중점품목</li> </ul>

자료원 : Euromonitor

## 2.3 유통 구조

### ○ 이탈리아 파스타 유통구조

- 이탈리아에서 파스타는 슈퍼마켓, 식품 전문 소매점, 대형할인매장 등을 통해 유통되고 있으며, 이 중 슈퍼마켓을 통해 유통되는 비중이 45% 정도를 차지하고 있음
- 파스타를 포함하여 식료품 유통부문에 있어 중요한 위치를 차지하고 있는 대표적인 이탈리아의 대형 슈퍼마켓의 현황은 아래와 같으며, 이들의 유통 시장 전체에서의 시장 점유율도 매우 높은 편임

표 7-10 주요 대형 슈퍼마켓 현황

(단위 : 백만 유로, 개, s/m)

기업명	매출액 (2003년)	매출액 (2002년)	매장 수	총 매장 면적
Coop Italia	9,700	9,652	1,281	1,153
Carrefour Italia	7,176	6,630	1,077	1,079
Conad	6,020	6,008	2,720	1,023
Auchan-La Rinascente	4,628	4,136	1,954	2,376
Esselunga	3,750	3,727	114	253

자료원 : Euromonitor

표 7-11 주요 대형 슈퍼마켓의 유통시장 점유율 현황

(단위 : %)

기업명	2001년	2002년	2003년
Coop Italia	3.5	3.5	3.4
Carrefour Italia	2.4	2.4	2.5
Conad	2.2	2.2	2.1
Esselunga	1.3	1.3	1.3
Auchan-La Rinascente	0.8	0.8	0.8
Pam	0.8	0.8	0.8
기타	89.4	89.3	89.1
총계	100	100	100

자료원 : Euromonitor

- 이들 대형 슈퍼마켓은 소비자들의 브랜드 인지도를 바탕으로 자사 브랜드로 private 제품을 만들어 판매하고 있는데, 이들 private 제품은 전체 파스타 판매액의 약 8~9%정도 차지하고 있는 것으로 조사됨
- 일반적으로 수입되는 파스타의 유통 경로는 다음 그림과 같음

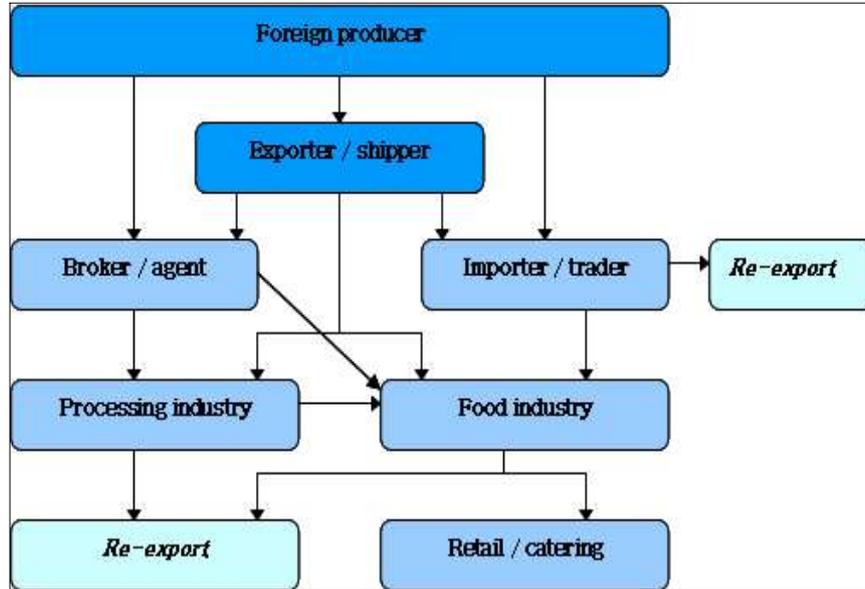


그림 7-1 수입 파스타 유통 경로도

○ 이탈리아 茶 유통구조

- 茶제품의 75.8%가 슈퍼마켓을 통해 유통되고 있으며 소형 식품점이 7.9%, 대형할인점이 6.7%, 자판기 2.0%, 기타 7.6%를 차지하고 있음
- 하지만 최근 급성장하고 있는 녹차와 허브, 과일차의 경우 기타 7.6%에 포함되는 전문茶 유통점이나 茶 체인판매점을 통해 유통되고 있어 일반 홍차와는 유통경로에 큰 차이가 있음

2.4 경쟁 동향

- 이탈리아 파스타 품목의 수출은 수입에 비해 월등히 많아 2005년 기준 수출은 수입의 38배나 많은 파스타 품목의 절대 수출국임

표 7-12 최근 3년간 연도별 이탈리아의 파스타 품목 교역 현황

(단위 : 백만 유로)

	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
수출	1,198.4	1,245.7	1,200.0	1,261.9	1,285.9
수입	14.2	18.7	23.0	30.0	34.6

- 이탈리아는 파스타 품목에 있어서는 종주국의 위치에 있기 때문에 수입은 지중해 요리인 쿠스쿠스나 타이 파스타 등 이탈리아의 주력 생산품목이 아닌 경우에 일부 하고 있는 정도임
  - 2005년 기준 수입액은 3천 4백만 유로 규모이며 국가별로는 그리스, 프랑스, 오스트리아, 스위스 등 지중해 국가나 인근 유럽선진국으로부터 수입하고 있음
  - 중국, 일본, 태국 등 연간 1백만 유로 규모 이하로 수입되는 국가는 유럽식 파스타가 아닌 라면, 냉면, 당면 등 아시아권 국수 요리가 수입되고 있기 때문

표 7-13 이탈리아의 HS Code 1903 파스타 국가별 수입 현황

(단위 : 백만 유로, %)

순위	국가명	수입액			점유율		
		2003년	2004년	2005년	2003년	2004년	2005년
	전체수입액	22.97	30.03	34.60	100.00	100.00	100.00
1	그리스	10.19	9.98	10.16	44.35	33.23	29.35
2	프랑스	3.10	4.26	7.01	13.49	14.19	20.25
3	오스트리아	2.51	3.33	3.94	10.94	11.09	11.39
4	스위스	0.04	0.17	2.85	0.17	0.55	8.24
5	독일	1.20	1.99	2.69	5.24	6.61	7.76
6	영국	1.37	2.14	2.24	5.97	7.13	6.48
7	중국	1.55	1.68	1.84	6.74	5.59	5.32
8	태국	1.01	3.58	1.11	4.40	11.93	3.20
9	일본	0.36	0.26	0.52	1.58	0.87	1.52
10	필리핀	0.19	0.23	0.44	0.83	0.77	1.28
11	스페인	0.12	0.14	0.33	0.54	0.48	0.96
12	베트남	0.13	1.05	0.23	0.57	3.51	0.67
13	네덜란드	0.14	0.39	0.17	0.62	1.30	0.50

자료원 : Eurostat

- 이탈리아는 파스타 품목의 수출은 2005년 기준 12억 9천 유로로 수입에 비해 38배나 많음
  - 주요 수출국은 독일, 프랑스, 영국, 미국 등 주요 구미 선진국으로 수출되고 있으며 거의 대부분 인근 유럽지역 국가로 수출하고 있음

표 7-14 이탈리아의 HS Code 1903 파스타 국가별 수출 현황

(단위 : 백만 유로, %)

순위	국가명	수입액			점유률		
		2003년	2004년	2005년	2003년	2004년	2005년
전체 수출액		1,200.02	1,261.94	1,285.93	100.00	100.00	100.00
1	독일	234.92	251.43	248.92	19.58	19.92	19.36
2	프랑스	171.23	182.40	179.45	14.27	14.45	13.96
3	영국	149.15	157.24	161.48	12.43	12.46	12.56
4	미국	133.80	133.79	147.48	11.15	10.60	11.47
5	일본	65.20	67.21	64.82	5.43	5.33	5.04
6	스페인	39.73	45.63	47.14	3.31	3.62	3.67
7	네덜란드	33.82	36.12	35.64	2.82	2.86	2.77
8	벨기에	28.58	31.65	32.05	2.38	2.51	2.49
9	스위스	29.43	32.96	31.53	2.45	2.61	2.45
10	스웨덴	31.02	31.67	29.66	2.59	2.51	2.31
11	오스트리아	21.66	24.70	24.44	1.81	1.96	1.90
12	캐나다	20.23	17.11	20.02	1.69	1.36	1.56
13	호주	14.17	15.14	15.39	1.18	1.20	1.20

자료원 : Eurostat

- 이상의 통계에서 알 수 있듯이 파스타의 경우, 이탈리아인들의 자국 식품에 강한 자부심으로 인해 다른 나라에서 생산된 제품은 거의 구매하지 않아 한국 파스타 제품의 현지 시장 진출 가능성은 극히 낮은 것으로 판단됨
  - 최근 중국 등 아시아인의 이탈리아 이민의 증가로 아시아인들이 소비하는 면류의 경우 약간의 가능성은 있다고도 볼 수 있으나, 시장이 작고 이미 이탈리아에 진출한 중국인들이 상권을 형성, 틈새를 뚫기 어려움

### 3. 이탈리아의 식품 수입관리제도

#### 3.1 식품법 개요

- 이탈리아의 식품 분야는 유럽 연합의 규칙 및 규정이 없는 제품은 제외하고 유럽 연합의 규칙과 규정을 따름. 이러한 예외를 제외하면 모든 EU 회원국에서 해당 국가의 규칙 및 규정에 따라 제조한 모든 제품은 다른 국가에서 다른 표준을 적용하는 경우에도 다른 모든 EU 국가에서 자유롭게 유통될 수 있음. EU 회원국에 들어올 때 표지가 이탈리아어로 되어 있어서 추가 검사 없이 이탈리아로 환적할 수 있고 인간 또는 동물의 건강에 위험을 일으키지 않는다면 수입 제품에도 동일하게 적용.
- 이탈리아 당국은 이탈리아 특유의 법과 법령을 통하여 식품 및 농업에 대한 EU 규칙(지침 및 결정)을 이행. 하지만 EU의 규칙과 이탈리아의 규칙이 아직 조화를 이루고 있지 못한 문제가 여전히 많이 있음. 이 경우에 규칙은 국가의 법 및 법령에 의해 공포. 식품 안전은 보건부의 일차적 책임. 식품 생산은 농업부의 일차적 책임. 경우에 따라서는 생산활동부(Ministry for Productive Activities: 표준, 표지 및 무역 진흥)와 재정경제부(Ministry of Economy and Finance: 관세 및 의무) 등, 이탈리아의 다른 부가 관련.
- 2003년 12월 13일, 유럽 이사회(European Council)는 이탈리아의 파르마(Parma)를 유럽식품안전청(European Food Safety Authority)의 상설 지역으로 선정. 이탈리아 정부는 국가식품안전청(National Food Safety Authority)을 설계하고 있는 과정에 있지만, 아직까지 최종 결정은 내려지지 않음.
- EU 규칙 및 규정에 대한 두 개의 예외가 특정 첨가물 제한과 관련이 있음(착색 및 변성 녹말 포함). 또한 공중 보건에 위험을 줄 수 있는 제품(즉, 균형을 잃은식이 제품)은 판매용으로 허가되지 않음. 이러한 경우에는 이탈리아의 규정을 준수해야함.
- 통조림 및/또는 냉동의 생선 제품, 육류 및 육류 기반의 제품, 우유, 저온 살균 크림, 연체동물 및 포도주와 같이 어떤 규정된 제품에 대해서는 위생증명서가 필요

(분석 증명서).

- 수입 허가서는 광천수, 육류 기반 제품, 통조림한 버섯, 연체동물 및 냉동 식품과 같이 EC/EU 규정에 기술된 특정 제품에만 필요함. 수입 허가서 요청은 대외무역부(Ministry of Foreign Trade)에 신청해야 함.
- 이탈리아에서 식품 및 영양에 대한 규정의 적용에 대한 감독은 일반적으로 보건부와 보건부의 중앙 및 지방 사무소가 맡으며 이러한 규정, 특히 위생법은 엄격하게 시행.

## 3.2 표지 요건

### 1) 일반 요건

- 식품 표지 및 성분 규정은 대부분 EU 내에서 조화. 이탈리아는 EU 표준이 아직 수립되지 않은 곳에서 자신의 국가 요건을 정함. 이러한 표준의 일부는 쇠고기, 야생고기, 가공한 육류 제품, 유제품, 냉동 식품, 해산물, 감귤류, 알콜음료, 스낵 식품 및 과자 제품의 수입에 방해.
- 표지와 관련된 두 개의 주요 규정은 이사회 규정 2000/104/EC와 이사회 지침 2000/13/EC + CORRIGENDUM임. 이탈리아의 표지 및 성분 관련 법률은 EU의 규칙 및 규정에 바탕을 두고 있음. 그럼에도 불구하고 이탈리아는 일부 식품에 대해 특별한 표지 및 성분 관련 규칙을 유지. 또한 이탈리아는 표지가 이탈리아어로 되어 있을 것을 요구. 많은 국제 기업들은 유럽 연합 전체에서 판매할 수 있도록 하기 위하여 다국어 표지를 제공.
- 이탈리아에는 식품 표지를 규제하는 두 개의 법이 있으며, 둘 다 EU 지침을 이행한다. 한 법령은 의무 규격과 관련이 있으며(지침 13/2000/EC의 효력을 발생시키는 법령 2003/181은 표지에 표시해야 할 상세 정보, 표시 요건 및 허용된 예외에 대한 지침을 제공한다), 다른 하나는 영양 표지 규격과 관련이 있음.
- 소매 판매용으로 이탈리아로 수입되는 모든 식품 및 음료 제품은 다음 정보를 제공해야 함.
  - 무역에서 흔히 사용되는 제품명
  - 법에서 정한 이름. 이것이 없는 경우에는 제품에 관한 간략한 설명.

- 중량을 기준으로 내림차순으로 정렬한 성분 및 식품 첨가물의 목록  
GMO, 포장용 가스, 감미료, 아스파탐, 폴리올, 키니네 및 카페인 성분에 대해서는 표지에 특별한 표시를 해야 한다.
- 정량 성분 표시(QUID)
  - 특정 성분 또는 성분의 범주는 다음과 같은 경우에 반드시 수량을 표시해야 한다.
  - 해당 식품을 판매할 때 사용하는 이름에 성분 또는 성분의 범주가 나타나는 경우
  - 소비자가 해당 이름과 성분 또는 성분의 범주를 혼히 관련짓는 경우
  - 성분 또는 성분의 범주가 말, 그림 또는 그래프로 표지에 강조되는 경우
  - 식품의 특성을 설명하고 해당 식품을 다른 비슷한 제품과 구분하는 데 성분 또는 성분의 범주가 필수적인 경우
- 모든 측정에 대한 미터 단위  
미터 단위로 표시한 공칭 순 함량 또는 중량: (그램, 리터, 킬로그램, 센티리터 등으로 나타낸 중량) 실제 함량이 표시된 수량과 일치한다는 것을 보장하기 위해 작은 “e”를 표지에 사용할 수 있다.
- 유효일자  
모든 포장에는 최소 보관 수명 기간이 나열되어 있어야 한다. 선호하는 용어는 “DD/MM/YY 전에 소비하는 것이 좋습니다”이다. 식품을 적절히 보관 및 준비한다면 소비의 시간 제한을 표시하는 것도 가능하다.
- 보관 조건  
모든 특수한 보관 조건 또는 사용 조건을 표시해야 한다. 필요에 따라 사용 지침을 제공해야 한다.
- 알코올 함량  
이것은 부피로 1.2% 이상의 알코올을 함유하는 음료에 요구된다.
- 유럽 연합 내에서 수립된 제조자, 포장자, 벤더, 수입자의 이름 또는 업체명과 주소
- 원산 국가

원산지에 관한 상세한 설명이 없을 경우 소비자가 오도될 수 있는 경우 원산지에 관한 상세 설명.

- 로트 표기

이사회 지침 89/396/EEC에서는 식품이 속하는 로트를 식별하는 표기를 식품에 할 것을 요구한다.

- 의도된 용도에 대한 지침

필요한 경우

- 방사선을 조사한 식품(7장 J절 참조) 또는 급속 냉동 식품(7장 H절 참조)에 대해 특별한 표시가 있는 적용한 처리 방법

## 2) 건강 강조표시

### ○ 영양 가치 표지 법령

- 표지 자체나 제품 광고에서 영양 함량 또는 이익에 관한 특별한 언급을 하지 않는다면 이탈리아와 다른 EU 국가에서 영양 표지는 의무적이 아님. 수출국 영양 표지(영양 성분 표시[Nutrition Fact])의 존재를 영양 강조표시와 동일하게 간주할 수 있고, 결과적으로 표지에 수출국 영양 표지를 나타내려면 이탈리아와 유럽의 표준 또한 따라서 영양 성분표를 작성해야 함. 이러한 문제를 피하기 위하여 많은 수입품은 수출국의 표지에서 영양 정보가 포함된 부분 위에 이탈리아어로 된 표지를 붙임

- 영양 표지를 제공하는 경우, 제공할 정보는 다음 순서에 따라 그룹 1 또는 그룹 2로 구성되어야 함.

▶ 그룹 1

- 에너지값
- 단백질, 탄수화물 및 지방의 양

▶ 그룹 2

- 에너지값
- 단백질, 탄수화물, 당류, 지방, 포화지방산, 섬유 및 나트륨의 양

- 에너지값 및 성분비는 100 그램당 또는 100 밀리리터당 특정 단위로 표시. 비타민

과 미네랄에 관한 정보는 일일권장량(RDA)의 비율로 표시.

- 표지 위에 나타내는 정보는 구매자가 쉽게 이해할 수 있는 용어를 사용하여 숫자를 정렬한 표 형식으로 표시하거나 공간이 허용하지 않는 경우에는 선형으로 표시.
- 영양 표지 규칙은 이사회 지침 90/496/EEC의 효력을 발생시키는 1993년 2월 16일의 법령 제77호에서 규정.

#### ○ 건강 강조표시

- 이탈리아 및 EU의 표지 지침에서는 식품에 치료 또는 예방 효과가 있다는 것을 명시적 또는 암시적으로 단언 또는 시사하는 의료 강조 표시는 금지. 소비자를 오도하지 않는 한도 내에서 제품에 일반적으로 유리한 효과가 있다는 내용의 다소 온화한 언급만이 허용. 건강 강조표시와 관련된 이탈리아의 표지 관련법은 특히 엄격할 수 있기 때문에 "건강" 식품, 체중 감소/다이어트 식품, 유아식품 및 비타민을 수출하는 미국의 수출업자는 이탈리아의 수입업자와 긴밀하게 협력해야 한다. 이탈리아의 법규는 위반에 대한 명령, 의무 및 형벌을 규정.

#### ○ 다이어트용 식품 법령

- 1992년 1월 27일 의 법령 제111호의 부록 I을 수정하는 2001년 4월 23일자의 법령으로, 이탈리아 보건부는 다음과 같이 부의 특정 법령의 대상이 될 특정 영양 습관에 대해 정해진 모든 식품을 정함.

- ① 신생아를 위한 제품 및 이유를 위한 제품
- ② 시리얼 제품 및 신생아용 제품
- ③ 체중 감소 다이어트를 위한 저지방 제품
- ④ 특정 의료 목적용 저지방 제품
- ⑤ 운동선수 및 격렬한 스포츠를 하는 사람들을 위한 제품

- 당뇨병에 걸린 사람들을 위한 제품에 대하여 특별한 규정을 만들 수도 있음. 2004년 5월 21일, 이탈리아는 "생리학적" 효과를 위한 건강 보조 식품으로 인식된 식물을 함유하는 제품에 대한 표지 적용과 관련된 이사회 지침 2002/46/CD를 채택 하였음. 그 외에도 2002년 7월 18일 자의 회람 제3호에 따라 수년 동안 "약초" 성분을 함유하고 있는 제품에 대한 검토가 진행되는 중임.

#### ○ 새로운 앨러지 표지

- 2003년 9월 29일, 이사회와 유럽 의회는 EU의 일반적인 식품 표지 지침(지침

2000/13/EC)에 대한 중요한 수정안을 채택. 소비자가 모든 알러지 유발 성분을 확인할 수 있도록 표지에 복합 성분의 모든 하위 성분을 열거하는 것이 의무적이 될 것.

### 3.3 수입 절차

- 식품은 이탈리아의 법 및/또는 EU의 법에서 요구하는 규정을 준수. 제품은 이탈리아로 들어올 때 수입 관련 문서를 검사하여 조사. 샘플의 시험 및 관련 분석은 보건 당국 또는 실험실에서 수행. 수입 관련 문서 검사 또는 샘플 시험에서 특별한 문제가 일어나지 않는다면 항구에 도착하고 나서 48시간 내에 수입 작업이 완료되고 제품이 유통
- 숙련된 수입업자와 함께 일하는 것이 중요. 즉, 특정 제품의 수용성을 확인하기 위하여 대리인을 이탈리아 규제 당국과 함께 일하도록 만드는 것이 중요. 보건 지침의 해석이 항구마다 다를 수 있기 때문에 대리인이 통관장에서 보건 당국과 접촉하는 것도 권장
- 가장 엄격한 검사를 받는 식품 분야는 동물에서 파생된 제품(특히 육류), 약초 제품 및 다이어트 제품
- 이탈리아 세관의 사전 판정
  - 장기 계약에 서명하거나 상당한 가치의 화물을 보내기 전에, 수출국의 수출업자나 이탈리아의 수입업자가 먼저 해당 화물에 적용될 관세분류, 관세율 및 세금에 대한 공식적인 판정을 얻는 것이 현명. 이러한 요청은 이탈리아의 로마에 위치한 재무부의 관세청에 보내야 함. 요청서에서 제품, 제품을 구성하는 재료, 그리고 세관이 제품을 정확하게 분류하는 데 필요한 기타 세부사항을 설명해야 함. 세관이 구속력이 있는 결정을 내리지 않으려고 하는 동안에, 수입된 제품이 판정을 요청할 때 제공한 완전한 설명에 정확히 일치한다고 발견되면 사전 판정이 받아들여질 것임

### 3.4 식품관련 정부기관

- Ministero delle Politiche Agricole e Forestali(농업부)
  - Via XX Settembre 20 00187 Roma

- 전 화 : +39-06-46651
- www.politicheagricole.it
- Ministero delle Attivita' Produttive (생산활동부)(대외무역국)
  - Viale America 341 00144 Roma
  - 전 화 : 39-06-59931
  - 팩 스 : 39-06-5993-2203/2278
  - Dott.ssa Pascarelli (과일 및 채소 - 전화 39-06-59932175)
  - Dott. Perri (사료 곡물 - 전화. 39-06-5993-2471)
  - D.ssa Campaniello (육류, 유제품 - 전화. 39-06-5993-2204)
  - Dott.ssa Nicosia (지방 및 기름- 전화. 39-06-5993-2220)
- Ministero della Salute(보건부)
  - Direzione Generale per l'Igiene Alimenti e la Nutrizione Divisione VI . A Piazza Marconi, Palazzo Italia 00144 Roma
  - 전 화 : 39-06-5994
  - 팩 스 : 39-065994-3676
- 보건부의 국가 수입 당국
  - Piazzale Marconi 25 00144 Eur-Rome(보건부)
  - 사무국
    - 전화 39-06-5994-6948
    - 팩스 39-06-5994-3190
    - Dr. Romano Marabelli (사무국장)
    - Dott. Piergiuseppe Faccelli(검사, 인증, 검역 및 기타 담당-전화 39-06-5994-6613)
  - 열처리 제품 담당:
    - Dott.ssa Simonetta Bonati (동물 제품)
    - Dott.ssa Elvira Cecere (채소 제품)
    - Dott.ssa Marinella Collauto (식품 표지 및 표준)
    - Dott. Piergiuseppe Facelli (어업 제품 담당)

- Ministero delle Finanze(재무부)
  - Uff. Relazioni Internazionali (국제 사무국)
  - Viale dell'Aeronautica, 12200144 Roma
  - 전 화 : 39-06-592-5967 / 543-94256
  - 팩 스 : 39-06-591-2983
  - 홈페이지 : [www.finanze.it](http://www.finanze.it)
- Agenzia delle Dogane (세관)
  - 담당자: Mario Andrea Guaiana, Customs Agency Director
  - Via M. Carucci 71 00143 Roma
  - 전 화 : +39-06-50241
  - 팩 스 : +39-06-5024-3076
  - 전자우편 : [drd.roma.udr@ANTISPAMagenziadogane.it](mailto:drd.roma.udr@ANTISPAMagenziadogane.it)
  - 홈페이지 : [www.agenziadogane.it](http://www.agenziadogane.it)
- Ufficio Centrale Metrico (중앙 계량 사무소)
  - Commercio e dell'Artigianato (생산활동부)
  - Direzione Generale per l'armonizzazione e la Tutela del Mercato
  - Via Antonio Bosio 15 00161 Roma
  - 전 화 : 39 -06-8416825
  - 팩 스 : 39-06-8414194
- UNI
  - Ente Nazionale Italiana di Unificazione (이탈리아 표준국)
  - 식품 및 음료 위원회
  - Via Battistotti Sassi 11-b 20133 Milan
  - 전 화 : 39 02 700241
  - 팩 스 : 39-02-70106106
- ICE
  - tituto per il Commercio Estero (이탈리아 무역 위원회)
  - Via Liszt, 2100144 Roma

- 전 화 : 06 59921
- 홈페이지 : [www.ice.it](http://www.ice.it)
- 문서 및 출판물의 출처:
  - Sole 24 Ore Pirola S.P.A. Via Lomazzo 52 20514 Milano
  - 화 3902-3022-323

## 4. 이탈리아의 식품분야 바이어 정보

1. BARILLA G. E. R. FRATELLI, SpA	
담당자 / 직책	Dr. Guido Maria Barilla / President
전화번호	+39 0521 2621
팩스	+39 0521 270621
홈페이지	www.gruppobarilla.it
이메일	weblines@mail.barilla.it
업종	Producer of pasta
설립연도	1877
직원 수	7300
연간 매출액	2,475,000,000 €
취급 품목	Pasta
관심 품목	
주소	Via Mantova 166 - 43100 PARMA (PR)
주거래 기업	
공장 및 제조업체	27 factories and production facilities (15 are in Italy and 12 abroad) of which 9 mills, directly managed Brands: BARILLA, VOIELLO, MISKO, FILIZ
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 현재 매년 100여 개국에 1,400,000톤의 파스타를 수출하고 있음</li> </ul>	

2. F.LLI DE CECCO FILIPPO FARA S. MARTINO, SpA	
담당자 / 직책	Mr. Mario Aruffo
전화번호	+39 0872 9861
팩스	+39 0872 980426
홈페이지	www.dececco.it
이메일	dececco@dececco.it
업종	Producer of pasta
설립연도	1887
직원 수	400
연간 매출액	210,000,000 €
취급 품목	Pasta
관심 품목	
주소	Zona Industriale - 66015 FARA SAN MARTINO (CH)
주거래 기업	
공장 및 제조업체	Brands: DE CECCO
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 세몰리나를 원료로 한 파스타를 수출하고 있으며, 총 매출의 1/3이 이에 해당됨</li> </ul>	

3. DELVERDE, SpA	
담당자 / 직책	Dr. Nicola Pugliese
전화번호	+39 0872 9951
팩스	+39 0872 994000
홈페이지	www.delverde.it
이메일	info@delverde.it
업종	Producer of pasta
설립연도	1970
직원 수	210
연간 매출액	45,000,000 €
취급 품목	Pasta
관심 품목	
주소	Zona Industriale 1 - 66015 FARA SAN MARTINO (CH)
주거래 기업	
공장 및 제조업체	Brands: DEL VERDE
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 가장 기본적인 파스타에서부터 퓨전형태의 제품을 생산하며 통밀, 달걀, 토마토, 시금치 등을 이용함</li> <li>• 일반 파스타 제품 및 반조리 제품 등도 함께 취급하며 내용물이 첨가된 파스타 (라비올리, 토르텔리니 등)도 취급함</li> <li>• 보수적인 여타 기업과는 달리 싱글족 등에 대한 배려 등, 새로운 트렌드에 대한 마케팅을 펼치고 있음</li> </ul>	

4. FINI, SpA	
담당자 / 직책	mr. Bersani
전화번호	+39 059 259111
팩스	+39 059 259255
홈페이지	www.finimodena.it
이메일	mbersani@finomodena.it
업종	Producer of pasta
설립연도	1912
직원 수	220
연간 매출액	12,000,000€
취급 품목	pasta
관심 품목	
주소	Strada Albareto 211 - 41100 MODENA (MO)
주거래 기업	
공장 및 제조업체	Brands: Fini
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 에밀리아 로마냐 지방에서 널리 알려져 있는 제조업체로, 폭넓은 종류의 파스타 제품을 취급하고 있음</li> </ul>	

5. PASTIFICIO LUCIO GAROFALO, SpA	
담당자 / 직책	mr. Piero De Luca
전화번호	+39 081 8011002
팩스	+39 081 8012937
홈페이지	www.pastagarofalo.it
이메일	Piero.deluca@pastagarofalo.it
업종	Producer of pasta
설립연도	1935
직원 수	130
연간 매출액	30,000,000 €
취급 품목	Pasta
관심 품목	
주소	Via dei Pastai 42 - 80054 GRAGNANO (NA)
주거래 기업	
공장 및 제조업체	Brands: GAROFALO
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 이태리 남부지방에 그라나노시에 위치하고 있으며, 18세기 말에 해당 시청이 유일하게 부여한 파스타 제조허가를 받았던 것으로 알려져 있음</li> <li>• ISO 9002를 취득한 첫 이탈리아 파스타 제조업체임</li> <li>• 연간 90.000톤의 제품을 생산하며, 전 세계 30여 개국에 수출되고 있음</li> </ul>	

6. F. DIVELLA, SpA	
담당자 / 직책	Dr. Niccolò Bellanova
전화번호	+39 080 4779111
팩스	+39 080 4762056
홈페이지	www.divella.it
이메일	niccolo.bellanova@divella.it
업종	Producer of pasta
설립연도	1890
직원 수	226
연간 매출액	124,678,000 €
취급 품목	Pasta
관심 품목	
주소	Largo Domenico Divella 1 - 70018 RUTIGLIANO (BA)
주거래 기업	
공장 및 제조업체	Brands: DIVELLA
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지난 100여 년간 파스타를 제조해왔으며, 생산시설은 총 130,000 m<sup>2</sup>에 이릅니다</li> <li>• 연간 150,000톤의 제품을 생산함</li> </ul>	

7. PASTIFICIO LA MOLISANA, SpA	
담당자 / 직책	mr., Giovanni Bonaiuti
전화번호	+39 0874 4981
팩스	+39 0874 629584
홈페이지	www.lamolisana.it
이메일	gruggiero@lamolisana.it
업종	Producer of pasta
설립연도	1912
직원 수	81
연간 매출액	12,482,000 €
취급 품목	Pasta
관심 품목	
주소	Contrada Colle delle Api 100/A - 86100 CAMPOBASSO (CB)
주거래 기업	
공장 및 제조업체	Brands: LA MOLISANA
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1912년 설립되어 130여개의 제품군을 판매하고 있음</li> </ul>	

8. PASTIFICIO RANA, SpA	
담당자 / 직책	Dr. Rossana Zappa
전화번호	+39 045 8087311
팩스	+39 045 547317
홈페이지	www.rana.it
이메일	info@rana.it
업종	Producer of pasta and sauces
설립연도	1962
직원 수	500
연간 매출액	170,665,000 €
취급 품목	Pasta and sauces
관심 품목	
주소	Via Pacinotti 25 - 37057 SAN GIOVANNI LUPATOTO (VR)
주거래 기업	
공장 및 제조업체	Brands: RANA
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EU내 프레쉬 파스타를 제조하는 업체 중 가장 큰 규모를 자랑하고 있음</li> <li>• 생산기술에 대한 투자가 끊임없이 이뤄지고 있으며, 적극적인 마케팅을 펼치는 것 또한 성공요인으로 손꼽힘</li> </ul>	

9. PASTIFICIO PAGANI, SpA	
담당자 / 직책	mr. Marco Sartori
전화번호	+39 030 7703112
팩스	+39 030 7703032
홈페이지	www.pagani.it
이메일	gianfranco.chinotti@pagani.it
업종	Producer of pasta
설립연도	1969
직원 수	114
연간 매출액	39,889,000 €
취급 품목	Pasta
관심 품목	
주소	Via XXV Aprile 10/12 - 25038 ROVATO (BS)
주거래 기업	
공장 및 제조업체	Brands: PAGANI
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 매년 70.000톤의 제품을 전 세계에 판매하고 있으며, 총 3850만 유로의 매출을 기록하며, 이 중 반 정도가 국내에서 소비됨</li> <li>• 총 부지 60.000m<sup>2</sup> 중 공장규모는 17.000m<sup>2</sup>에 이르고, 15.000m<sup>2</sup> 크기의 창고를 보유하고 있음</li> <li>• 매일 420톤가량의 제품을 생산하며, 29대의 포장기기를 사용하고 있음</li> </ul>	

10. COLUSSI, SpA	
담당자 / 직책	Mr. Gianluca Pesce
전화번호	+39 075 80351
팩스	+39 075 8035204
홈페이지	www.colussigroup.it
이메일	Gianluca.pesce@colussigroup.it
업종	Producer of pasta, snack and rice
설립연도	1949
직원 수	1100
연간 매출액	260,000,000 €
취급 품목	Pasta, snack and rice
관심 품목	
주소	Via dei Mastri 1 Loc. Ferriera - 06089 TORGIANO (PG)
주거래 기업	
공장 및 제조업체	Brands: AGNESI, FESTAIOLA
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국에서 수확되는 밀을 주로 사용하며, 비타민 및 식이섬유가 풍부한 것으로 알려져 있음</li> </ul>	

11. ALIBERT, SpA	
담당자 / 직책	Mr. Giammichele Marengo
전화번호	+39 0422 6301
팩스	+39 0422 380277
홈페이지	www.alibert.it
이메일	infoitaly@alibert.it
업종	Producer of pasta
설립연도	1967
직원 수	57
연간 매출액	17,402,000 €
취급 품목	Pasta
관심 품목	
주소	Via F.lli Bandiera 30 - 31022 PREGANZIOL (TV)
주거래 기업	
공장 및 제조업체	Brands: ALIBERT, TUTTIGIORNI, CASA E CUCINA, CASA MIA, SEMPRE BUONI
<p>회사 연혁 및 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반 파스타 및 프레쉬 파스타, 내용물이 첨가된 파스타 (라비올리, 토르텔리니 등) 등 다양한 품목군을 취급하고 있음</li> </ul>	

## 제8장 아일랜드

### 1. 아일랜드의 식품 시장<sup>1)</sup> 개요

- 2005년 세계 식품시장 규모는 약 1조 4,550억 달러에 이르렀으며, 이 중에서 동유럽을 포함한 유럽 시장은 전체의 45%인 6,606억 달러에 달함
  - 미국의 식품시장 규모가 약 3,000억 달러로 세계에서 제일 크며, 다음으로 일본이 세계의 시장의 약 13%를 차지하고 있음
  - 유럽에서는 영국이 870억 달러로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이탈리아, 프랑스, 독일이 비슷한 규모로 세계 시장의 5.5% 내외를 나타냄
- 2005년 아일랜드의 식품시장은 세계 시장의 약 0.5%인 55억 달러(약 42억 유로)로 세계에서나 유럽에서도 작은 규모에 속 함
  - 아일랜드 인구는 400만 명 내외로 절대적인 시장이 크지 않으며, 일반 농수산물의 생산 및 소비가 높은 편임

1) 본 보고서의 식품 시장은 일반 농수산물을 제외한 가공 및 포장식품(Packaged Food)을 대상으로 하고 있으며, 본 보고서에 인용한 통계수치 및 자료는 기준 환율 및 세부 식품군 분류에 따라 다소 상이할 수 있음.

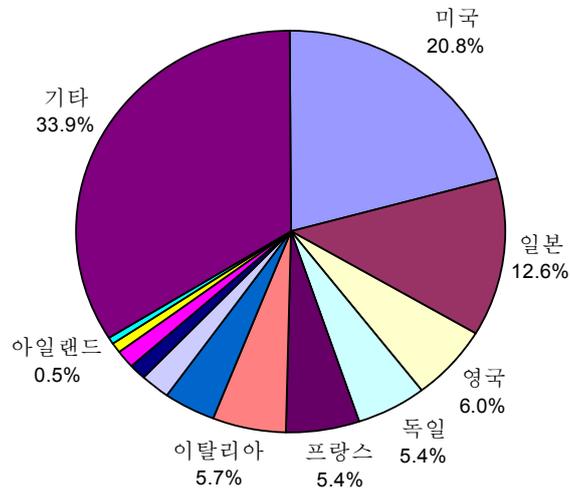


그림 8-1 2005년 세계 식품시장 (약 1조 4550억 달러) 대비 주요국 점유율

자료원: Euromonitor Internation 2006

- 2000/2005년 사이 아일랜드 식품시장은 5.7%의 성장률을 기록하였으며, 세계에서 가장 높은 성장률을 보인 국가 중 하나임
- 그러나 1990년대 말부터 아일랜드 식품 시장은 매우 높은 성장세를 유지하였으나, 2000년 이후에는 상대적으로 성장률이 둔화되고 있는 추세임
- 2000년대 들어서 시작된 경기 저하 및 인플레이션(연평균 3.9%)이 식품 시장에 점진적으로 영향을 미친 것으로 지적 됨

(단위: 십억 달러, %)

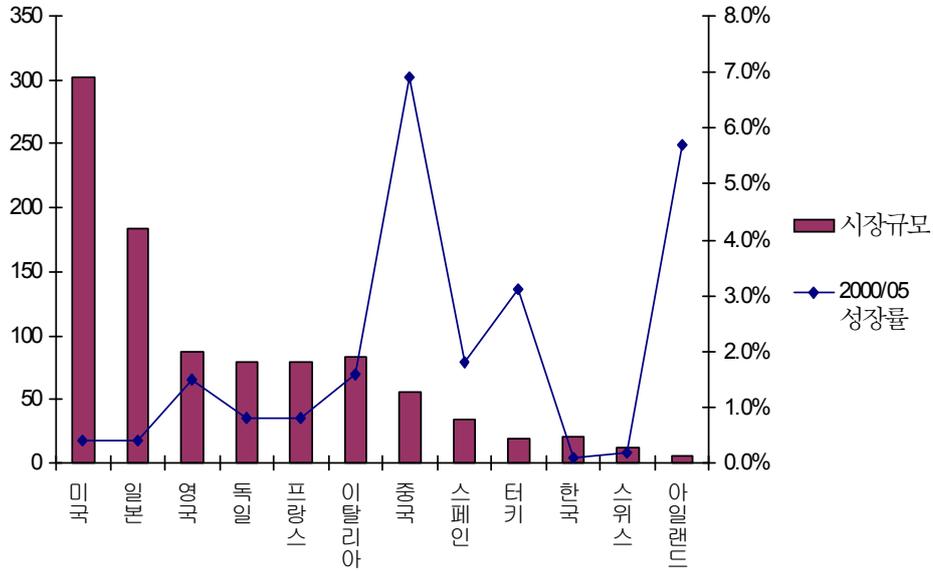


그림 8-2 2005년 세계 주요국가의 식품시장 규모 및 성장률

자료원: Euromonitor Internation 2006

(단위: 백만 유로, %)

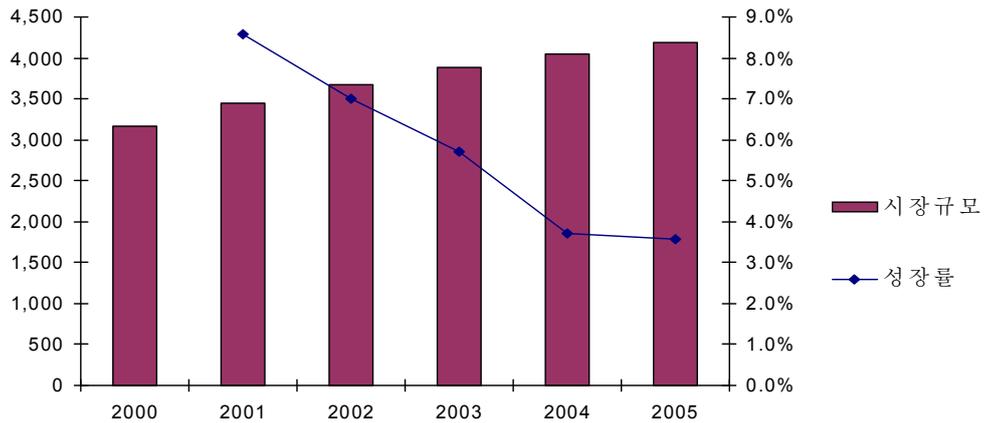


그림 8-3 아일랜드 식품시장 규모 및 성장률

자료원: Euromonitor Internation 2006

## 2. 아일랜드의 식품 시장 동향

### 2.1 수요 동향

- 2000/2005년 사이 아일랜드 식품산업의 빠른 성장은 아일랜드 인구 증가가 가장 큰 영향을 준 것으로 평가 됨
  - 2004년도 높은 출산율로 인한 인구 증가가 2004년도 한해 6만2천명에 이르러, 아일랜드 전체 인구가 4백만 명을 넘어섬
  - 또한 아일랜드 정부의 투자 및 외국기업 유치정책에 따라 외부로부터의 유입 인구도 계속해서 증가 함 (유럽대륙으로부터의 인구유입 및 높은 자연증가율로 인해 유럽전체에서 가장 높은 2.2%의 인구증가율을 보임)
- 아일랜드 인구 중 약 절반이 28세 이하의 젊은 연령층으로 이들은 일반 농수산물보다는 포장 가공 식품을 선호하는 경향을 보임
  - 여전히 신선한 일반 농산물 및 비가공 식품이 인기가 있으나, 생활양식 변화에 따라 점차 가공·포장 식품 소비가 늘어가는 추세 임
- 편리성이 아일랜드 소비자들이 식품을 선택하는 가장 중요한 요소로 지적되고 있으며, 편리하면서 건강에 도움이 되는 식품이 앞으로 더욱 각광을 받을 전망 임
  - 일반 농수산물에 비해 가공·포장 식품의 가격이 높으나, 편리성 때문에 젊은 근로계층뿐만 아니라 맞벌이 가정 등에서 선호되고 있음
  - 음식을 준비하는 시간이 없거나, 음식 준비 시간을 줄여 여가를 향유하려는 가정 또한 증가하고 있음
- 아일랜드 및 유럽연합은 비만 및 심장병 질환 예방을 위한 대대적인 캠페인을 벌이고 있으며, 이는 향후 식품 연구개발 방향에 큰 영향을 미칠 것으로 보임
  - 아일랜드 정부에 따르면, 아일랜드 국민의 39%가 과체중, 18%가 비만이며, 비만에 따라 연간 40억 유로의 관련 비용이 발생하는 것으로 조사 됨
  - 따라서 보다 엄격하게 식품 규제를 강화하고 있으며, 웰빙 식품의 소비가 늘어가고 있음
  - 특히, 가정의 어린이 식품 지출 비중이 큰 증가 추세에 있음

- 반면, 사탕 등과 같은 기회식품의 수요는 점차 감소할 것으로 예상 됨
- 2005년 아일랜드의 1인당 식품 소비금액은 약 1,400달러 수준으로 세계 및 유럽에서 상당히 높은 수준 임
- 유럽에서 영국, 이태리보다는 조금 적으며 독일, 프랑스보다는 높음

(단위: 달러)

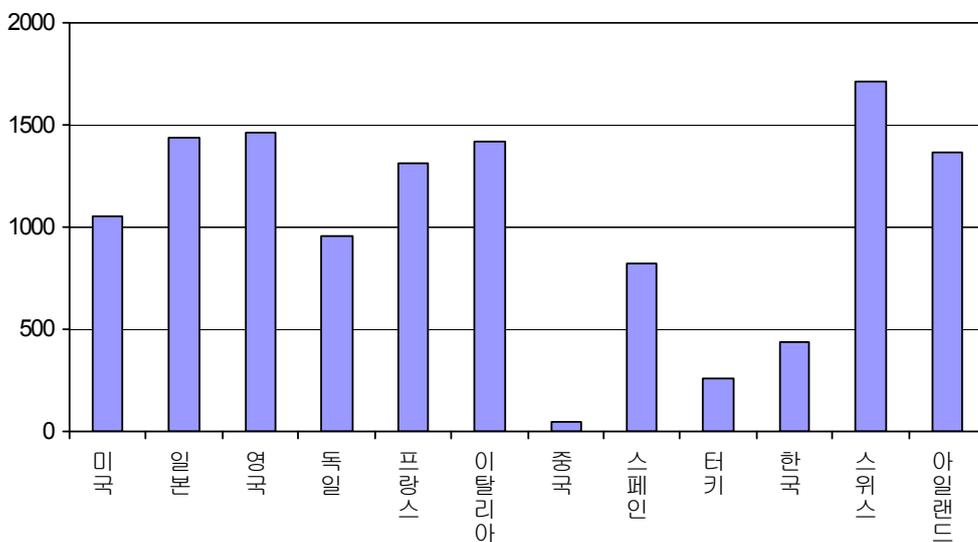


그림 8-4 2005년 세계 주요국가의 1인당 식품 소비금액

자료원: Euromonitor Internation 2006

- 세부 식품군별 수요를 살펴보면, 제빵류 식품이 아일랜드 전체 시장수요의 23%를 차지해 가장 큰 부분을 차지하고 있으며, 금액으로는 약 9억 6천만 유로에 달함
- 과자 및 스낵류가 두 번째 큰 규모로 약 7억 4천만 유로에 이르고 있으며, 우유 및 치즈 등을 비롯한 유제품류가 전체 시장의 13%인 5억 4천만 유로 규모를 보이고 있음
- 2000년에서 2005년 사이 과자 및 스낵류 중 초콜릿바 같은 상품 수요가 가장 빠른 26.7%의 성장률을 나타냈으며, 면 종류 상품과 유제품도 각각 12.2%와 10.3%의 성장세를 보임
- 일반 제품에 비해 25%에서 150%까지 가격이 높음에도 불구하고 환경 및 건강과

관련된 이유로 인해 무공해 식품 소비가 계속 증가하고 있으며, 무공해식품에 대한 전체 수요의 70%를 수입에 의존하고 있는 실정임

- 아일랜드의 기능성 식품 시장은 다른 서유럽국가들에 비해 상대적으로 덜 발달된 상태이나, 유제품과 식품용 유류 등에 영양소와 기능성 요소를 첨가 한 제품들의 수요가 크게 증가하고 있음

표 8-1 아일랜드 세부 식품군별 수요 현황

(단위: 백만 유로)

구분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
과자 및 스낵류	623.3	672.4	720.5	732.4	735.5	736.3
제빵류	712.7	767.1	822.5	869.8	916.9	955.2
아이스크림류	173.4	188.3	199.8	221.8	210.3	215.8
유제품류	328.5	366.9	408.4	453.0	496.1	536.8
식사대용품류	6.3	6.5	6.2	7.2	8.2	8.8
즉석식품류	127.2	146.0	153.5	162.5	169.2	176.6
스프류	37.5	41.5	46.2	51.3	55.1	58.0
파스타류	21.9	24.5	27.4	30.9	32.9	34.6
면류	22.0	24.9	28.5	32.0	36.3	39.2
캔 식품	112.1	112.8	113.7	115.0	115.0	115.6
냉동식품	330.4	361.4	367.6	373.0	369.8	368.9
건조식품	92.5	100.8	109.9	118.4	125.5	130.3
냉장식품	283.6	299.7	324.2	347.9	367.0	382.8
식품용 기름류	106.7	121.1	133.3	144.1	155.3	168.2
소스류	118.6	128.8	138.0	146.4	152.8	158.2
유아용 식품류	38.2	42.4	45.7	49.3	52.7	55.7
잼류	36.9	38.3	39.7	40.6	41.9	43.3
총	3,171.8	3,443.4	3,685.1	3,895.6	4,040.5	4,184.3

자료원: Euromonitor Internation 2006

## 2.2 생산 동향

- 2005년 아일랜드의 식품 생산은 약 91만 2천여 톤으로 매우 작은 규모임
  - 미국이 7천3백만 톤의 식품을 생산, 세계에서 가장 큰 부분을 차지하고 있으며, 다음으로 중국이 3천6백만 톤의 식품 생산량을 기록하고 있음
- 아일랜드의 식품 생산은 2000년 이후 연 4%의 성장을 보이고 있으며, 최근 들어 성장세가 둔화되고 있음
- 제빵류가 전체 식품 생산에서 가장 큰 부분을 차지하고 있으며, 2005년 생산량은 32만 여 톤에 이룸
  - 다음으로 유제품의 생산량이 17만 여 톤으로 두 번째로 많으며 연 평균 4%의 성장세를 나타냄

(단위: 천 톤)

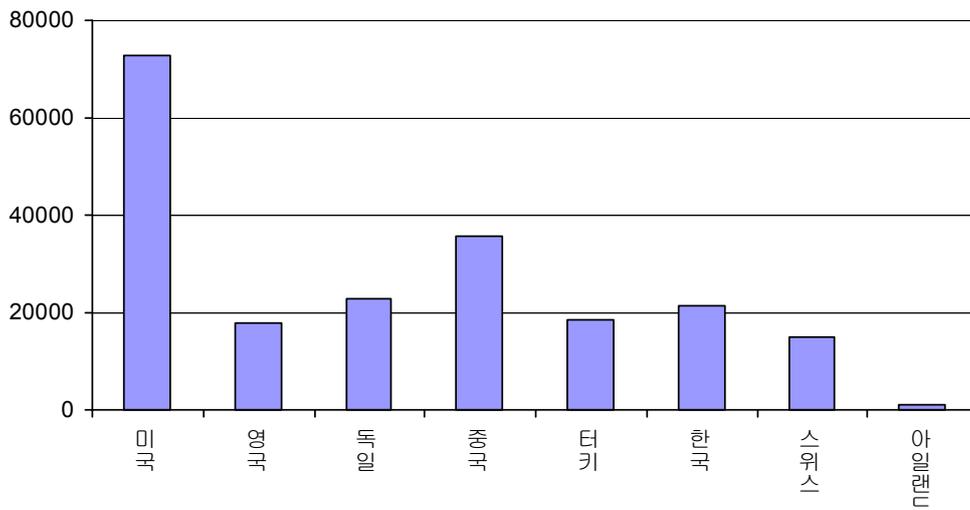


그림 8-5 2005년 세계 주요국가의 식품 생산 현황

자료원: Euromonitor Internation 2006

- 2000년 이후 가장 빠른 생산 성장률을 보인 식품군은 면류 제품으로 연 평균 10%가 넘는 성장세를 유지하고 있으며, 즉석식품과 스포류도 높은 성장률을 보임

표 8-2 아일랜드 세부 식품군별 생산 현황

(단위: 천 톤)

구분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
과자 및 스낵류	80.7	86.0	91.0	94.6	96.4	97.4
제빵류	254.1	268.1	283.3	297.7	311.3	321.4
아이스크림류(천 리터)	25,438.2	26,221.3	26,830.1	28,008.7	27,079.5	27,211.2
유제품류	141	147.3	152.8	158.5	164.8	170.2
식사대용품류	0.4	0.4	0.4	0.5	0.6	0.6
즉석식품류	17.2	19.4	19.9	20.7	21.3	22.2
스프류	6.7	7.5	8.4	9.3	9.9	10.3
파스타류	8.7	9.1	10	10.9	11.4	11.2
면류	2.9	3.1	3.4	4	4.6	5.1
캔 식품	37.3	37.7	38	38.5	38.5	38.6
냉동식품	69.5	75.4	76.4	77.9	78.9	79.9
건조식품	18.6	19.9	21.7	23.8	25.3	25.9
냉장식품	30.2	31.8	33.9	36.2	37.8	39.2
식품용 기름류	49.1	50.6	52.1	52.8	53.8	55.4
소스류	23	24.6	26.3	28.3	29.9	31
유아용 식품류	4.3	4.6	4.8	5	5.3	5.5
잼류	5.9	6	6.1	6.2	6.3	6.4
총	751.4	791.2	826.6	861.6	889.3	912.2

자료원: Euromonitor Internation 2006

## 2.3 유통 구조

- 아일랜드에서 가장 큰 식품 유통 채널은 대형 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓으로 2005년 전체 식품판매의 62%가 이 곳으로 통해 이루어 짐
  - 2000년 이후 연 4%의 매출 성장률을 기록하고 있으며 더욱 확대될 전망 임
  - 대표적인 슈퍼마켓으로는 테스코(Tesco), 리들(Lidl), 알디(Aldi) 등이 있음

- 대형 아울렛 매장도 급성장하고 있으며, 전체 판매의 5%를 점유하고 있음
- 나머지 부분은 편의점, 식품 전문점 등이 차지하고 있으며, 점차 통폐합 및 대형화 추세를 보임
- 1987년부터 시행된 도매가 이하로의 식품 판매를 금지한 식료품규제법(Groceries Order)이 2005년 11월부터 폐지됨에 따라 소규모 식품점 및 개인 판매점의 매출 점유율이 감소하고 있는 실정임

## 2.4 경쟁 동향

- 아일랜드의 식품 시장은 다른 유럽 국가들과 같이 경쟁이 매우 치열하며, 절대적으로 시장을 장악하고 있는 기업은 없음
  - 대형 다국적 기업들이 주요 시장에 많이 포진해 있으며, 10대 식품업체 중 케리 푸드(Kerry Foods), 글랜비아 푸드(Glanbia Foods), 테이토(Tayto)가 아일랜드 소유 기업임
- 전체 아일랜드 식품 시장의 8%내외를 차지하고 있는 유니레버(Unilever)가 가장 선도적인 기업으로 건조식품, 면, 식품용 기름 등의 시장에서 큰 부분을 점유하고 있음
  - 다음으로 캐드버리(Cadbury)와 마스터푸드(Masterfoods)가 7%와 4.5% 내외의 시장을 차지하고 있음

표 8-3 아일랜드 기업별 식품 시장 점유율

(단위: %)

기업	2001년	2002년	2003년	2004년
Unilever Bestfoods Ireland Ltd	7.8	7.8	8.2	7.7
Cadbury Ireland Ltd	8.1	7.7	7.5	7.1
Masterfoods Ireland Ltd	4.2	4.4	4.5	4.4
Nestl? Ireland Ltd	4.7	4.1	3.9	3.9
Kerry Foods Ltd	3.3	3.3	3.3	3.4
Glanbia Foods Ltd	2.9	2.9	2.9	2.8
Tayto Ltd	2.1	2	2.1	2.5
Brennan Bakeries Ltd, Joseph	2.7	2.6	2.5	2.4
Kellogg Co of Ireland Ltd	2.3	2.3	2.3	2.4
Green Isle Food Group	2.6	2.4	2.4	2.3
Dairygold Co-op Society Ltd	1.5	1.5	1.5	1.5
Walkers Snack Foods Ltd	1.0	1.3	1.4	1.3
Heinz Co (Ireland) Ltd, HJ	1.4	1.4	1.3	1.3
Irish Pride Bakeries Ltd	1.1	1.2	1.2	1.2
Jacob's Bakery Ltd, The	1.1	1.2	1.2	1.2
KP Foods Ltd	1.0	1.1	1.1	1.1
Danone Ireland Ltd	0.5	0.5	0.7	1.1
Kraft Foods Ireland Ltd	1.2	1.1	1.1	1.1
McVities Ireland Ltd	0.8	0.9	0.9	1.0
Golden Vale Plc	0.9	0.9	0.9	0.9

자료원: Euromonitor Internation 2006

- 아일랜드 기업으로는 2004년 케리 푸드가 가장 높은 3.4%의 시장 점유율을 기록하고 있으며, 글랜비아와 테이토는 각각 2.8%와 2.5% 임
  - 이들 아일랜드 기업들은 자국 브랜드라는 이점과 소비자 기호변화에 대한 신속한 대응을 통해 비교적 선전하고 있음
- 개별 상표 및 제품의 시장점유율을 살펴보면, 각종 소규모 전문 식품인 아티자날 (Artisanal) 제품이 전체 시장의 5.8%를 차지, 가장 높은 점유율을 나타냄

- 다음으로 냉동식품 및 즉석식품 상표인 케리 푸드의 데니(Denny)와 제빵류 제품인 브레란(Brennan's)이 각각 2.5% 내외의 시장을 차지하고 있음

표 8-4 아일랜드 상표별 식품 시장 점유율

(단위: %)

상표	기업	2001년	2002년	2003년	2004년
Artisanal	Artisanal	5.2	5.4	5.6	5.8
Denny	Kerry Foods Ltd	2.5	2.6	2.5	2.5
Brennan's	Brennan Bakeries Ltd, Joseph	2.6	2.5	2.4	2.4
Birds Eye	Unilever Bestfoods Ireland Ltd	2	2	1.9	1.8
Cadbury's Dairy Milk	Cadbury Ireland Ltd	1.5	1.5	1.6	1.6
Yoplait	Glanbia Foods Ltd	1.6	1.6	1.6	1.5
Tayto	Tayto Ltd	1.3	1.2	1.2	1.2
Irish Pride	Irish Pride Bakeries Ltd	1.1	1.1	1.1	1.2
Goodfellas	Green Isle Food Group	1.1	1	1	1
Walkers	Walkers Snack Foods Ltd	0.7	0.9	1	0.9
Donegal Catch	Green Isle Food Group	0.9	0.9	0.9	0.9
Cadbury's Roses	Cadbury Ireland Ltd	1	0.9	0.9	0.9
Knorr	Unilever Bestfoods Ireland Ltd	0.7	0.8	0.8	0.8
Magnum	Unilever Bestfoods Ireland Ltd	0.6	0.6	0.8	0.8
Mars	Masterfoods Ireland Ltd	0.6	0.6	0.7	0.7
McCain	McCain Foods Ltd	0.7	0.7	0.7	0.7
Heinz	Heinz Co (Ireland) Ltd, HJ	0.7	0.7	0.7	0.7
Golden Vale	Golden Vale Plc	0.6	0.7	0.7	0.7
Flora	Unilever Bestfoods Ireland Ltd	0.4	0.5	0.5	0.7
Cometto	Unilever Bestfoods Ireland Ltd	0.4	0.5	0.6	0.6
Avonmore	Glanbia Foods Ltd	0.6	0.6	0.6	0.6
HB	Unilever Bestfoods Ireland Ltd	0.6	0.6	0.7	0.6
John West	John West Foods Ltd	0.7	0.6	0.6	0.6
Batchelors	Batchelors Ltd	0.7	0.6	0.6	0.6
Dolmio	Masterfoods Ireland Ltd	0.5	0.5	0.6	0.6
KitKat	Nestl? Ireland Ltd	0.6	0.5	0.5	0.6
Avonmore	Glanbia Dairies Ltd	0.5	0.5	0.5	0.6
Sno	Dairygold Co-op Society Ltd	0.4	0.5	0.5	0.6
Roma	Roma Food Products Ltd	0.5	0.5	0.5	0.5
Pringles	Procter & Gamble Ireland Ltd	0.4	0.5	0.5	0.5

자료원: Euromonitor Internation 2006

## 2.5 수출 현황

- 아일랜드 식품 수출은 2000년부터 2002년까지 감소세를 보인 후 큰 성장세를 나타냄
  - 2003년, 2004년 연평균 30%에 이르는 성장률을 기록하며, 2004년 총수출 규모가 약 44억 6천만 달러에 이름
  - 식품산업은 아일랜드 전체 수출의 8.5%를 차지하는 주요 산업 중 하나 임
- 2004년 가장 수출 규모가 큰 품목은 즉석식품류로 전체 수출의 약 32%를 차지하고 있으며, 금액으로 13억 2천만 달러에 이름
  - 아일랜드는 네덜란드, 독일, 이탈리아에 이어 세계에서 네 번째로 큰 즉석식품 수출국이며, 2004년도에는 전년도에 비해 40%가 넘는 성장세를 보임
  - 두 번째로 큰 수출품목은 유아용 식품으로 약 6억 7천만 달러를 수출하였으며, 다음으로 버터와 치즈가 각각 약 4억 5천만 달러로 전체 수출의 10%씩을 차지하고 있음
- 주된 수출 대상국으로는 영국으로 전체 수출의 48%를 차지하고 있으며, 그 밖의 유럽 국가들에 30%를 수출하고 있음
  - 영국에 편중된 수출 지역을 점차 다양화하려는 노력을 하고 있으나, 경쟁이 치열한 유럽 대륙으로의 수출 확대에는 어려움을 겪고 있음

표 8-5 아일랜드 주요 상품별 수출현황

(단위: 백만 달러)

상품	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년
즉석 식품	1,034.4	693.3	748.0	860.2	1,323.2
유아용 식품	581.4	454.7	388.1	447.2	676.1
버터	322.9	293.9	285.8	396.2	446.1
치즈	259.6	337.0	317.6	329.5	445.2
식품 첨가물	215.9	131.6	160.3	180.3	352.3
초콜렛	202.2	196.7	217.6	256.2	276.3
제빵/제과류	182.5	178.1	165.6	158.4	163.1

자료원: Food and Agriculture Organisation of The United Nations

### 3. 아일랜드의 식품 수입관리제도

#### 3.1 식품법 개요

##### 1) EU 식품관련법

- 유럽위원회(EC)의 식품 안전성에 관한 백서에 제시된 식품 법률 개혁의 주요 부분은, 현재 규정 178/2002의 형태로 전개되고 있고 인용 표준으로서 자리 잡게 될 것이며, 다양한 측면에서 향후 유럽연합(EU) 식품법의 근간을 이루게 될 것임. 유럽 식품안전청(EFSA: European Food Safety Authority)의 설립과는 별도로, 새로운 식품 및 사료에 관한 긴급 정보시스템(RASFF: Rapid Alert System for Food and Feed)이 법률적 효력을 갖도록 할 것. 동 시스템은 아일랜드의 권위 있는 전문기관들과 유럽식품안전청(EFSA) 및 유럽위원회(EC)로 구성된 네트워크 내에서 인류와 동물의 건강이나 환경에 대한 직접적 그리고 간접적 위험과 관련하여 의무적인 통지 사항을 다루고 있음.
- 2002년 1월 28일자 유럽 의회 및 이사회 규정 (EC) No 178/2002 (OJ L31, p1, 1/02/2002): 일반 원칙 및 유럽 식품안전청 설립 및 식품 안전성 관련 사항의 처리 절차를 규정한 식품법 요건을 규정하고 있음.

##### 2) 식품관련법

- 아일랜드의 식품 및 의약품 판매법(Sale of Food & Drugs Acts) 1875-1936은 다음과 같이 구성되어 있음:
  - 식품 및 의약품 판매법, 1875년
  - 식품 및 의약품 판매법 (개정), 1879년 (62 & 63 Vict. c.51)
  - 식품 및 의약품 판매법 (개정), 1899년 (7 Edw. 7. c.21)
  - 마가린법, 1887년
  - 버터 및 마가린법, 1907년
  - 식품 및 의약품 판매법 (밀크), 1935년 (법 No. 3, 1935년)

- 식품 및 의약품 판매법 (밀크), 1936년 (법 No. 44, 1936년)
  - 식품 및 의약품 판매법 (밀크), 1935년 (제2장, 확정일자) 명령, 1936년 (S.I. No. 78, 1936년)
  - 식품 및 의약품 판매 (밀크 표본조사) 규정, 1936년 (S.I. No. 312, 1936년)
  - 식품 및 의약품 판매 (밀크 표본조사) (개정) 규정, 1941년 (S.I. No. 246, 1941년)
- 이러한 법률들은 불량식품과 부정식품으로부터 소비자 보호를 목적으로 함. 1875년 법률의 주요 부분은, 당해 국가 내에서 식료품을 판매하기 위하여 건강에 유해한 성분이나 또는 물질을 식료품에 첨가, 착색, 착색 또는 분말 처리하거나, 또는 판매하기 위하여 식료품 구매자가 식료품의 수요 대상 특성, 본질 및 품질에 연유하지 않은 편견을 갖도록 하는 등의 행위를 위법 사항으로 금지하고 있다. 동 법률은 또한 구매자로 하여금 그러한 구매자 편견을 갖도록 하여 수요 대상 식료품의 특성, 본질 및 품질에 의하지 않은 식료품을 판매하는 행위를 위법 행위로 금지하고 있음.
- 이러한 광범위한 위법 행위와 관련하여, 관련 법률들은 또한 밀크와 관련 제품들, 예를 들어, 크림과 버터에 대한 최소한의 위법 행위의 구성 요건을 규정하고 있음.
- 동 법에 가장 자주 인용되는 사항은 제6장으로, 여기서는 불량 식품의 판매를 위법 행위로 금지하고 있음.
- 식품 및 의약품 판매법이 여전히 기술적으로 현재도 적용되고 있지만, 동 법의 다수 조항들이 보다 개별적인 법률들에 의하여 대체되고 있음. 예를 들어, 동 법에서는 특정의 알코올음료(spirit drinks)에 대한 적합한 규격을 명시하였음. 그러나 이러한 기준들은 절대적 지침으로서 유럽연합(EU) 지침에 의하여 그 실효성을 잃고, 농업 및 식품 장관에 의하여 알코올음료 사양을 명시하고 있는 규정들에 의하여 국가 법률로 흡수되었음.
- 이와 유사하게, 이러한 법률들은 버터, 마가린 및 밀크 성분에 관한 규격을 설정하였다. 동 법률들은 또한 일부 표지 부착 요건도 규정하였음. 알코올음료의 경우와 마찬가지로, 관련 기준들은, 유럽연합(EU) 법률에 의하여, 일부의 경우 심지어 이전 법률이 공식적으로 폐기되기도 전에, 지나치게 대체되고 있는 실정임.

### 3) 수입식품관리법규

- 아일랜드의 동물 건강 및 공중 보건 요건으로 소과 동물 및 돼지의 공동체 내 거래에 영향을 주는 동물건강 문제에 관한 1964년 6월 26일자 이사회 지침 64/432/EC (OJ L121, p1977, 29/07/1964)은 여러 차례의 개정을 거쳐 현재 2001년 3월 30일자 위원회 결정 2001/298/EC (OJ L102, p63, 12/04/2001)이 시행되고 있음.
- 전술한 요건과 부합하지 않는 제품의 공동체 내 거래 또는 수입품과 관련하여 동물 건강 및 공중 보건 요건을 규정한 1992년 12월 17일자 이사회 지침 92/118/EEC (OJ L62, p49, 15/03/1993)은 부속서 A (I)에서 지침 89/662/EEC와, 병원균에 관한 지침 90/425/EEC를 인용함으로써 개별적인 공동체 법규에 명시되어 있음.
- 쇠고기 및 송아지 고기 분야의 수입 및 수출 허가 신청 법률에 관한 1995년 6월 26일자 위원회 규정 (EC) No 1445/95 (OJ L143, p35, 27/06/1995)이 있으며 달걀의 수입에 필요한 세부적인 조항을 설정하고 있는 1995년 6월 16일자 위원회 규정 (EC) No 1371/95 (OJ L133, p16, 17/06/1995) 등이 시행.
- 1996년 이래, 국경 검역소(BIPs: border inspection posts)에 관한 합의 목록을 통합하는 결정(Decision)이 착수. 제삼국으로부터 EC 내로 들어오는 제품 및 동물에 대하여 합의된 검역소(BIPs)에서 관계 당국에 의하여 반드시 수의 검역이 이루어져야 함. 매년, 각 검역소(BIP)는 담당 국가 기관과의 협조 하에 위원회의 수의 검역 전문가에 의한 검역이 이루어지고 있음. 주요 결정(Decision)이 수정됨에 따라 필요한 검역소(BIPs) 목록도 수정.
- 국경 검역소 목록 작성에 관한 2001년 12월 7일자 위원회 결정 2001/881/EC (OJ L326, p44, 11/12/2001)을 통하여, EC국가이외의 제3국으로부터 수입되는 동물 및 동물 제품에 대한 검역 사항과, 위원회의 전문가들이 수행하게 되는 검역 항목에 관한 세부적인 규정의 개정에 합의.

### 3.2 식품시장 개요

- 아일랜드 식품시장은 비교적 규모가 작으며 총 인구는 4백 2십만 명이 조금 넘는다. 2005년 1인당 실질 소득이 대략 26,110달러. 1991년 이후로 해마다 인구가 증가

하고 있으며 이는 이민을 떠났다 다시 귀국하는 인구와 새로운 이민자 유입으로 어우러진 경제적 붐을 주요 원인으로 들 수 있음. 인구의 3분의 1 이상이 수도인 더블린과 주변 외곽지역에 거주. 수도 다음으로 큰 도시는 십 5만 명이 거주하는 코크임. 타 선진국과 비교해서 상대적으로 많은 인구가 도시 이외의 지역에 거주하며 1960년대 중반 이후로 도시지역 인구성장이 빨라지고 있음.

- 아일랜드의 약 53 퍼센트에 달하는 인구가 35 세 미만. 그러나 최근 출산율이 1960-70년대 보다 낮은 수치를 기록하며 인구분포도는 변하고 있음. 약 80 %의 가정이 주택을 소유. 소비자 조사에 따르면 약 98 퍼센트의 가정에 냉장고와 (또는) 냉동고가 있으며 약 60%가 전자레인지 소유. 거의 모든 가정에 TV가 있으며 식품업체의 유용한 광고매체 역할.
- 아일랜드 소비자는 식품을 구입할 때 좀 더 나은 품질과 건강식품을 찾고 있음. 여성들이 시골지역에선 여전히 주요 구매자인 반면 도시지역 남성들은 매주 식품구매를 같이 하는 것으로 조사. 가정에서 식단 준비는 여전히 일반적이지만 냉장고에 준비된 인스턴트식품이 특히 점점 인기를 끌고 있음.
- 외식은 꾸준히 대중화되고 있으며 다양한 나라 음식을 제공하는 레스토랑이 넘쳐나고 있음. 음식은 일반적으로 아일랜드나 타 유럽연합 회원국에서 들어오는 신선한 재료들로 준비됨. 광대한 아일랜드 토산물에 대한 일반대중의 인식이 커지며 현재 아일랜드 음식을 선보이는 아일랜드 레스토랑이 인기를 끌고 있음. 아일랜드 음식 이사회는 아일랜드산 육류사용 요식업체 등록 제도를 도입. 아일랜드 소고기 생산업자들은 특히 남미 수입산 소고기를 반대했음. 외국산 소고기를 사용하는 유명 호텔과 식당은 공개적으로 주의. 현재 식품 서비스업계에서 판매하는 소고기의 원산지를 표시하도록 법으로 규정하고 있으며 이런 규제는 다른 육류로 확대될 방침임. 텍스멕스(TexMex) 레스토랑은 대안적 스타일의 외식으로 부상하고 있고 중국 및 아시아 음식이 많은 관심을 끌면서 대부분의 상점에선 다양한 종류의 중국 및 아시아 스타일의 소스와 식품을 구비하고 있음.
- 아일랜드 소비자는 양질의 제품과 신제품 구매를 마다하지 않으며 최근 즉석 요리용 냉동식품의 판매증가가 이를 대변하고 있음.

### 3.3 식품수출시 유의사항

- 아일랜드 소매업계는 음식소비에 있어서 세계적인 추세를 주시하고 있으며 참신한 아이디어 도입을 인지하고 있음. 상당수의 소매업계, 수입업계 및 유통업계가 국제 음식 쇼에 참가하며 새로운 제품을 발견하는 기회로 자주 활용.
- 소매업 단계에서 제품 홍보를 촉진하기 위해서는 수입업계와 소매업계는 적절한 판매시점 상품이 필요. 이를 기반으로 신제품은 소매업계 진출에 유리한 고지를 점령하게 됨.
- 서로 공통된 언어를 사용하고 있지만 아일랜드와 영국 소비자는 아주 상이함으로 수출업자는 입맛이 다르다는 점을 반드시 명심해야 함. 수출업자는 제품과 맛이 시장과 일치할 수 있도록 제품 수입업자의 자문을 반드시 구해야 함.
- 수출업자가 반드시 인지하고 있어야 하는 점은 유럽연합 내 식품에 대한 안전개념이 확연하고 점점 강해지고 있다는 것. 소비자들은 자신들이 구입해서 소비하고 있는 식품의 원산지와 음식물 내용을 알고자 함. 따라서 수입업자는 거래 중개인을 통하는 것보다 제조업자와 직거래를 선호. 즉 모든 생산단계에 걸쳐 품질기준을 준수하고자 하는 것임. 아일랜드 식품 안전청은 자국 내 모든 식품 안전문제를 감독하는 기관임. 홈페이지 주소는 [www.fsai.ie](http://www.fsai.ie) 임.
- 아일랜드는 표지와 재료표지에 대해 유럽연합 규제를 따름. 소비자 관련 사무국은 아일랜드 내 전반적인 표지 의무사항을 관리하며 유용한 정보는 다음 홈페이지 주소를 참조. [www.odca.ie/pdfs/labelling2004\\_leaflet.pdf](http://www.odca.ie/pdfs/labelling2004_leaflet.pdf)
- 아일랜드 세관은 자국으로 들어오는 모든 물품의 통관 절차를 담당. 식품과 농산물을 수출하는 무역업자들은 수입 허가증이 요구될 수 있다는 점을 유념하여야 하는데 이 허가증은 아일랜드 농림부에서 얻을 수 있음. 수입업자들은 이러한 의무사항 뿐만 아니라 식품 수입 시 유럽연합의 관세와 수입관세법의 적용을 받을 수 있다는 점을 인지. 부가가치세는 아일랜드 입국시 지불.
- 아일랜드는 상대적으로 규모가 작은 시장이기 때문에 소규모의 선적은 결국 소비자가 부담하게 됨. 수입업자들은 흔히 선적 물품을 통합하거나 영국이나 네덜란드 노트르담항을 통해 옮겨 적재.

### 3.4 시장 구조와 경향

- 아일랜드 식품시장의 가치는 연간 1백억에서 1백3십억 달러 규모에 이르며 주요 3업체가 시장을 점유하고 있음. 전체 판매량의 약 26%를 차지하는 테스코(Tesco)가 제일 큰 소매업자이며 다음으로 22~23%를 차지하는 던즈(Dunnes Stores)와 머스그레이브/수퍼밸류 체인(Musgrave/SuperValu chain)이 비슷한 시장 점유율을 보이는 것으로 알려져 있음. 테스코 아일랜드는 영국에 본사를 둔 테스코 그룹에 속함. 알디(Aldi)와 리들(Lidl)은 독일 소유의 슈퍼마켓으로 약 5년 전부터 아일랜드에서 영업을 하고 있으며 비교적 소규모 매장으로 주로 도시지역을 중심으로 한 전국 영업망을 가지고 있음. 이렇게 적은 규모로 시작을 했지만 단기간에 시장점유율이 6%에 이른 것으로 나타났음.
- 갈라/스파/센트라(Gala/Spar/Centra)로 이루어진 심볼 그룹은 독립된 소매업자. 즉, 식료품을 한 바이어로부터 공급 받아서 공동의 상호명 하에 개별 상점을 운영하지만 서로 독립이 되어 있음. 결과적으로 제조업자명이 아닌 각자의 상호명이 중요.
- 지난 몇 년간 주유소에 붙어있는 상점이 소매업계에서 점점 중요하게 부각. 이 상점들은 이 지역을 경유하거나 인근에 거주하는 소비자가 편리하게 이용할 수 있고 영업시간도 더 길며 일부 동네 조그만 가게의 역할을 상호보완하며 향후 소매업계를 대신할 수도 있음. 주로 독립적인 소유형태로 운영되는 이 방식은 심볼 그룹의 구매시설을 통하거나 직불 거래를 통해서 식품을 제공.
- 소매업자들은 보통 수입업자를 통해 수입식품규제를 처리. 많은 상점들은 다른 나라 소비시장 변화 추이를 모니터하며 스스로 신상품 아이템을 찾음. 그런 후 수입품의 실질구매와 유통은 알려진 수입업자나 유통업자에게 넘기게 됨.
- 다수의 수입업자는 규모가 작으며 소매무역을 담당. 이런 업체들은 아일랜드산 농산물 도매업자이며 (또는) 제조업자일 수도 있음. 비냉동 식품이나 냉장식품은 업체 내 유통망과 물류창고 시설을 갖추고 있음. 주요 과일류 및 야채류 수입업자와 유통업자는 포장 시설을 갖추고 있으며 이런 시설의 수요가 증가 추세. 포도주와 맥주 수입업자는 아일랜드산과 외국산 등 광범위한 제품을 취급하며 자국 내 대부분 지역에 유통망을 가지고 있음.

- 아일랜드 식품산업은 마케팅에 강함. 아일랜드 소비자들은 자국산 식품을 우선 구매하려고 하며 그 다음으로 품질과 가치를 고려하여 수입식품을 구매.
- 설문조사에 따르면 80 퍼센트가 넘는 가정 주부들이 상표 없는 상품을 매달 구매하는 것으로 나타났음. 이런 상품들은 1980년대 동안 90 퍼센트가 넘는 시장 침투율을 보이며 급속히 진출했고 특정 계층 구별 없이 폭 넓은 호감을 샀으며 특히 도시와 시골지역의 대가족 및 젊은 가족들 사이에서 인기가 있는 것으로 나타났남.

### 3.5 수입시장 유망식품

- 아침용 시리얼
- 쿠키 아일랜드에선 비스킷이라고 함
- 커피 특히 맛과 향이 가미된
- 스낵
- 애완동물용 식품
- 어류
- 과일 및 야채류
- 청량음료 및 과일주스
- 포도주 및 맥주
- 마요네즈를 제외한 소스 및 샐러드 드레싱
- 텍스멕스 같은 외국 음식

### 3.6 식품관련 정부기관

- 아일랜드의 식품안전청(FSAI: FOOD SAFETY AUTHORITY OF IRELAND)은 아일랜드 식품안전청법률(1998년) (이하 "동 법(The Act)"이라 칭함)에 따라 1999년 1월 1일에 독립적인 법정과학기구로서 공식 설립되었으며, 식품 안전 및 위생 분야에서 공중 보건과 소비자 이익 보호에 일조.

### 1) 식품안전청의 수행 업무

- 식품안전청의 주요 기능으로서, 당해 국가 내에서 소비, 공급, 판매 및 제조되는 모든 식품이 합리적인 범주 내에서 식품 안전 및 위생에 관한 최상의 기준을 충족하도록 다음과 같은 모든 합리적인 조치를 취하도록 하고 있음:
  - 다양한 국가 관련 기관들이 합의한 강화된 기준에 따른 협조를 통한 원만한 식품 안전 서비스 제공 체제 확립,
  - 판매되는 식품이 법률적 요건, 또는 해당되는 경우, 모범적 절차에 관한 인증 코드와 부합하도록 도모,
  - 식품 안전 문제와 관련한 규제 기관에 대한 자문 제공, 그리고
  - 식품 산업에서의 안전한 식품 제조를 장려하기 위한 관련 산업과 공조.
- 아일랜드의 식품안전청(FSAI)은 다음 사항들에 대하여 개별적인 책임을 맡음:
  - 새로운 식품의 적용 사항 처리
  - 신속경보시스템(Rapid Alerts System)의 조정
  - 식품 조사 설비(irradiation facilities) 승인.

### 2) 식품안전청의 구조 및 운영

- 식품안전청의 위원회
  - 본 위원회는 10인의 위원으로 구성되어 있으며, 동 위원들은 아동보건 장관 (Minister for Health and Children)이 임명. 동 위원회는 아일랜드의 식품안전청법률(1998년)에 따른 식품안전청의 역할을 주도적으로 수행.
- 과학위원회 (Scientific Committee)
  - 식품안전청은 동 위원회에 자문을 제공하는 15인 이내의 위원들로 구성된 과학위원회를 산하에 두고 있음. 동 법에 의하여, 하 과학적 자문과 특정 사안, 예를 들어, 유전자변형생물체(GMOs)와 새로운 식품, 광우병(BSE), 미생물학 등과 관련하여 전문성을 제공하기 위하여 위원회가 설립될 수 있음.
- 자문위원회 (Consultative Council)
  - 본 위원회는, 식품 제조 및 소비와 관련하여 아일랜드 내 주요 이해 관계자들을 대변하는 22인의 자문 위원으로 현재 구성되어 있다. 본 위원회는 식품 안전 문제에

관한 토의를 위하여 포럼으로 분기별 회합을 통하여 활동을 전개하고 있으며, 또한 아일랜드의 식품안전청(FSAI) 위원회에 관련 분야에서 자문을 제공할 수 있음.

○ 식품 안전 법률

- 아일랜드의 식품안전청법률(1998년)은 모든 식품 법률을 아일랜드의 식품안전청에 시행 책임을 이관. 동 식품 법률은 아일랜드의 식품안전청(FSAI)의 책임 사항을 동 법의 첫 번째 목록에 명시하고 있다. 동 목록은 아동보건 장관의 명령을 거쳐 주기적으로 개정.
- 식품안전청은 자체 권한으로 식품 법률을 집행할 수 있는 반면, 식품안전청은 공식 기관들과의 일련의 서비스 계약을 통하여 자체의 집행 기능을 관리. 이러한 서비스 계약서의 사본은 식품안전청의 홈페이지([www.fsai.ie](http://www.fsai.ie))를 통하여 참조. 이러한 서비스 계약서에는 관련 공공 기관들이 식품안전청과의 계약을 통하여 수입하게 되는 합의된 식품 안전 활동의 수준과 표준을 명시됨. FSAI 법률의 목적 상 공식 기관은 다음과 같음:

- 소비자 문제 감독관 (Director of Consumer Affairs),
- 보건 위원회 (health board),
- 지방 기관 (local authority),
- 해상청 (Marine Institute),
- 농업 및 식품 장관 (Minister for Agriculture and Food),
- 아동보건 장관 (Minister for Health and Children),
- 환경 장관 (Minister for the Environment) 및 지방 정부(Local Government),
- 통신, 해양 및 천연자원 장관 (Minister for Communications, Marine and Natural Resources),
- 아일랜드 방사선 보호청(Radiological Protection Institute),
- 주 시험소 (State Laboratory).

○ 수입허가

- Department of Agriculture and Food
- Agriculture House

214 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

- Kildare Street
- Dublin 2
- Tel: +353-1-607-2000
- Fax: +353-1-661-6263
- Website: [www.agriculture.gov.ie](http://www.agriculture.gov.ie)
- 관세에 관한 정보
  - Office of the Revenue Commissioners
  - Tariff Classification Unit
  - Government Building
  - St. Conlon's Road
  - Nenagh, Co. Tipperary
  - Tel: +353-67-33-533
  - Fax: +353-67-32-385
  - website: [www.revenue.ie](http://www.revenue.ie)
- 식품표지 정보
  - Office of the Director of Consumer Affairs
  - 4 Harcourt Road
  - Dublin 2
  - Tel: +353-1-402-5555
  - Fax: +353-1-402-5501
  - website: [www.odca.ie](http://www.odca.ie)
- 아일랜드 식품시장 정보
  - Bord Bia (Irish Food Board)
  - Clanwilliam Court
  - Lr. Mount Street
  - Dublin 2
  - Tel: +353-1-668-5155
  - Fax: +353-1-668-7521

- website: [www.bordbia.ie](http://www.bordbia.ie)
- 식품안전문제
  - Food Safety Authority of Ireland
  - Abbey Court
  - Lower Abbey Street
  - Dublin 1
  - Tel: +353-1-817-1300
  - Fax: +353-1-817-1301
  - Website: [www.fsai.ie](http://www.fsai.ie) (1864)

#### 4. 아일랜드의 의약품분야 바이어 정보

1. Benson Food Group	
담당자/직책	Mr. Thomas Cummins
전화번호	+ 01 4665022
팩스	+ 01 4526980
홈페이지	
이메일	bensonfoodproducts@oceanfree.net
업종	제조, 판매
설립연도	
직원수	4
연간매출액	2 백만 유로 (2000년)
취급품목	전통 소스
관심품목	
주소	Block 6 Unit A, Killinarden Enterprise Park, Tallaght, Dublin 24
주거래기업	
공장 및 제조업체	Tallaght, Dublin
회사연혁 및 회사정보 •아시안 소스 및 조미료 제조	

2. Dawn Fresh Foods	
담당자/직책	
전화번호	+ 353 52 31115
팩스	+ 353 52 31463
홈페이지	<a href="http://www.dawnfreshfoods.com/">http://www.dawnfreshfoods.com/</a>
이메일	sales@dawnfreshfoods.com
업종	제조, 수출
설립연도	1984
직원수	101-200
연간매출액	
취급품목	수프, 소스, 즉석식품
관심품목	
주소	
주거래기업	
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

3. DCC	
담당자/직책	Frank Fenn (Managing Director)
전화번호	+ 353 1 2799 400
팩스	+ 353 1 283 1017
홈페이지	<a href="http://www.dcc.ie/dcc/about_us/intro.html">http://www.dcc.ie/dcc/about_us/intro.html</a>
이메일	foods@dcc.ie
업종	판매, 마케팅
설립연도	1976
직원수	5,400
연간매출액	34.36억 유로 (2005)
취급품목	IT, 보건, 식음료, 친환경제품
관심품목	
주소	Brewery Rd, Stillorgan, Co. Dublin
주거래기업	
공장 및 제조업체	N/A
회사연혁 및 회사정보 •마케팅 및 유통 회사	

4. Horgans Delicatessen Supplies Ltd.	
담당자/직책	Michael Horgan (Managing Director)
전화번호	+ 353 25 41200
팩스	+ 353 25 24992
홈페이지	<a href="http://www.horgans.com/index.html">http://www.horgans.com/index.html</a>
이메일	info@horgans.com
업종	수입/수출, 판매, 마케팅, 유통
설립연도	1977
직원수	100
연간매출액	0.3억 파운드(2005)
취급품목	치즈, 가공육, 파스타
관심품목	
주소	Mitchelstown, Co. Cork
주거래기업	
공장 및 제조업체	Mitchelstown
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품박람회 등에 정기적으로 참여, 아일랜드 및 해외의 특화식품 취급</li> </ul>	

5. Jacob Fruitfield Food Group	
담당자/직책	Michael Carey (Chief Executive)
전화번호	+ 353 1 404 3700
팩스	+ 353 1 451 2823
홈페이지	<a href="http://www.jacobfruitfield.com/default.asp">http://www.jacobfruitfield.com/default.asp</a>
이메일	info@jacobfruitfield.com
업종	판매, 마케팅, 유통, 제조, 제품개발
설립연도	2004
직원수	500
연간매출액	1.05억 유로(2004)
취급품목	사탕과자, 음료
관심품목	
주소	Blessington Rd, Tallaght, Dublin 24
주거래기업	
공장 및 제조업체	Tallaght, Dublin
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nestle Ireland와 Groupe Danone의 합병에 따라 설립</li> </ul>	

6. John Daly Refrigerated Foods Ltd.	
담당자/직책	John Daley (Managing Director)
전화번호	+ 353 (0)91 798060
팩스	+ 353 (0)91 799125
홈페이지	<a href="http://www.johndalyfoods.com/">http://www.johndalyfoods.com/</a>
이메일	john@johndalyfoods.com
업종	판매 및 유통
설립연도	1992
직원수	11-50
연간매출액	5-10 백만 유로
취급품목	냉장 식음료
관심품목	
주소	Claregalway, Co. Galway
주거래기업	
공장 및 제조업체	
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•아일랜드시장에 신제품 출시를 위하여 국제협력 및 파트너링에 관심</li> </ul>	

7. Kepak Group	
담당자/직책	Mr John Horgan (Managing Director)
전화번호	+ 353 1 801 5000
팩스	+ 353 1 801 5001
홈페이지	<a href="http://www.kepak.com/group_profile/Default.asp">http://www.kepak.com/group_profile/Default.asp</a>
이메일	info@kepak.com
업종	육고기, 편이식품, 무역
설립연도	1981
직원수	2,166
연간매출액	5억 유로(매년)
취급품목	소고기, 양고기, 가공식품
관심품목	
주소	Clonee, Co. Meath, Ireland
주거래기업	
공장 및 제조업체	Glasnevin, Buchan, Cork and Kirkham
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agra Trading은 Kepak Group의 일부분으로 무역담당</li> </ul>	

8. Kerry Group PLC.	
담당자/직책	Frank Hayes (Director of Corporate Affairs)
전화번호	+ 353 66 7182304
팩스	+ 353 66 7182972
홈페이지	<a href="http://www.kerrygroup.com/">http://www.kerrygroup.com/</a>
이메일	corpaffairs@kerry.ie
업종	연구개발, 제조, 판매
설립연도	1972
직원수	20,000
연간매출액	40억 유로
취급품목	Food, Food Ingredients and Flavour Products
관심품목	
주소	Prince's Street, Tralee, Co. Kerry, Ireland
주거래기업	
공장 및 제조업체	30 Food 제조 Facilities across Ireland and UK
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 생약 및 의약품 원료를 취급하는 Kerry Bio-science를 설립함, 2002년 Mastertaste에 향료담당 부서 설립, Dublin과 영국증권시장에 상장, 시가총액 30억 유로 이상</li> </ul>	

9. McNally Foods Ltd.	
담당자/직책	
전화번호	+ 353 1295 6300
팩스	+ 353 1295 8334
홈페이지	<a href="http://www.mcnallyfoods.ie/about.htm">http://www.mcnallyfoods.ie/about.htm</a>
이메일	colin@mcnallyfoods.ie
업종	수입/수출, 유통
설립연도	1981
직원수	
연간매출액	
취급품목	냉동식품
관심품목	
주소	32 Spruce Avenue, Stillorgan Industrial Park, Stillorgan, Co. Dublin
주거래기업	
공장 및 제조업체	
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EU허가 제품의 세계시장 공급, Dublin과 North Wicklow지역의 식품서비스 제공</li> </ul>	

10. Unilever Ireland	
담당자/직책	
전화번호	+ 353 1 291 4000
팩스	
홈페이지	<a href="http://www.unilever.ie/">http://www.unilever.ie/</a>
이메일	See <a href="http://www.unilever.ie/resources/contactus.asp">http://www.unilever.ie/resources/contactus.asp</a>
업종	연구개발, 제조, 마케팅
설립연도	1930
직원수	600 in Ireland
연간매출액	39,672 million (Unilever Ltd in 2005)
취급품목	Food & Beverages, Home & Personal care, Foodservice
관심품목	
주소	Citywest, Dublin 24
주거래기업	
공장 및 제조업체	Inchicore, Dublin & Carrigaline, Co. Cork
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unilever Ltd 자회사, 아이스크림제조 선두주자, 세계에서 가장 큰 티팩 판매회사</li> </ul>	

## 제9장 스위스

### 1. 스위스의 식품 시장<sup>2)</sup> 개요

- 2005년 세계 식품시장 규모는 약 1조 4,550억 달러에 이르렀으며, 이 중에서 동유럽을 포함한 유럽 시장은 전체의 45%인 6,606억 달러에 달함
  - 미국의 식품시장 규모가 약 3,000억 달러로 세계에서 제일 크며, 다음으로 일본이 세계의 시장의 약 13%를 차지하고 있음
  - 유럽에서는 영국이 870억 달러로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이탈리아, 프랑스, 독일이 비슷한 규모로 세계 시장의 5.5% 내외를 나타냄
- 2005년 스위스의 식품시장은 126억 달러(약 96억 유로) 규모로 전 세계 시장의 약 0.9%를 차지하고 있음
  - 스위스 인구는 약 750만 명으로 상대적으로 인구대비 시장이 큰 편이며, 다른 서유럽 국가들과 같이 다양하면서 고도로 분화 및 발달되어 있음

2) 본 보고서의 식품 시장은 일반 농수산물을 제외한 가공 및 포장식품(Packaged Food)을 대상으로 하고 있으며, 본 보고서에 인용한 통계수치 및 자료는 기준 환율 및 세부 식품군 분류에 따라 다소 상이할 수 있음.

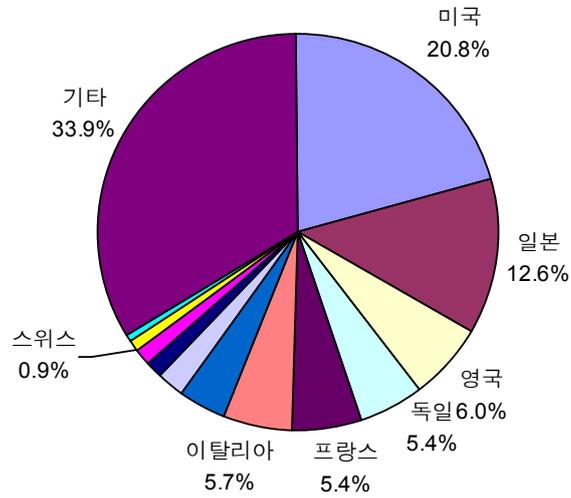


그림 9-1 2005년 세계 식품시장 (약 1조 4550억 달러) 대비 주요국 점유율

자료원: Euromonitor Internation 2006

- 2000년 이후 스위스 식품시장은 연평균 1%내외의 성장률을 기록하고 있으며, 안정화된 저성장을 계속하고 있음
- 스위스 식품 시장이 이미 성숙단계에 들어섰음을 입증하는 것으로 일정 수준 이후, 시장 규모가 현상유지 추세를 보임

(단위: 십억 달러, %)

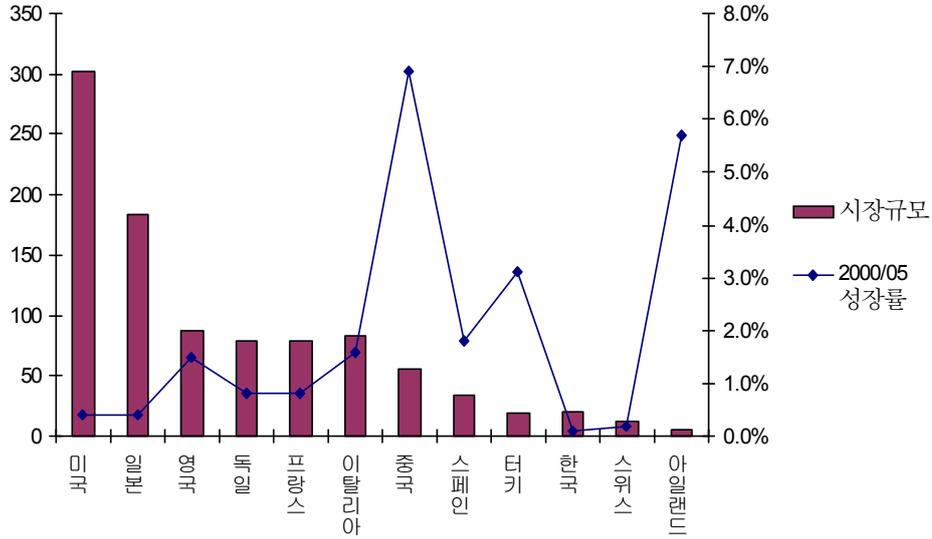


그림 9-2 2005년 세계 주요국가의 식품시장 규모 및 성장률

자료원: Euromonitor Internation 2006

(단위: 백만 스위스 프랑, %)

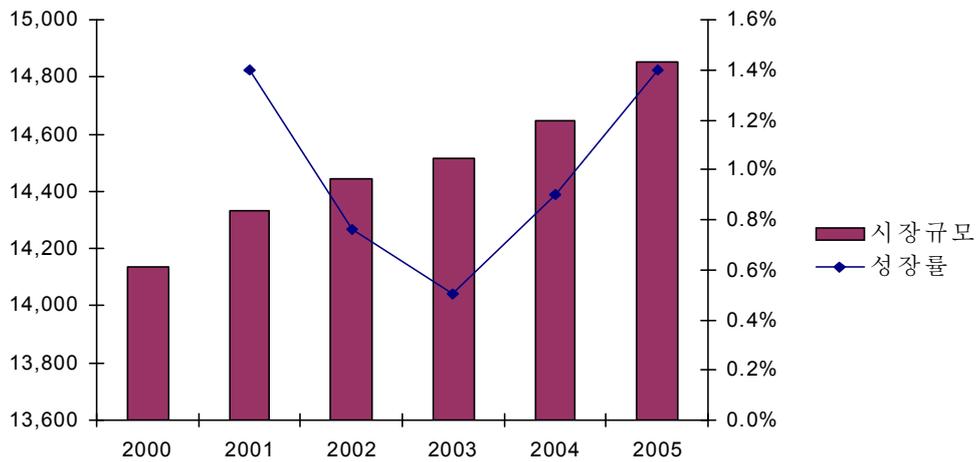


그림 9-3 스위스 식품시장 규모 및 성장률

자료원: Euromonitor Internation 2006

## 2. 스위스의 식품 시장 동향

### 2.1 수요 동향

- 스위스 국민이 식품을 선택하는 가장 중요한 기준은 편리성과 건강이며, 달라진 생활양식에 따라 새로운 수요 추세가 나타나고 있음
  - 조류독감이나 살모넬라와 같은 동물 질병으로 인하여 소비자들의 식품의 원산지과 가공 과정에 대한 관심이 점차 커져가고 있으며, 일반적으로 가공 식품은 너무 달거나, 짜거나, 지방 성분이 많은 것으로 인식하고 있음
  - 그럼에도 불구하고 작아지고 있는 가족 구성원 수와 바쁜 일상생활로 간편히 조리할 수 있는 편의 식품의 수요가 계속 증대되고 있음
  - 식품의 포장 및 중량도 더욱 작아지고 가벼워지는 경향을 보임
- 스위스는 상대적으로 서유럽에 비해 야채 및 과일 소비가 매우 적는데 향후 동 식품에 대한 수요가 가장 크게 증가할 것으로 전망 됨
  - 세계에서 가장 부유한 국가 중 하나임에도 불구하고, 야채 및 과일 영양 섭취가 부족하여 영양 불균형 사례가 나타나고 있음
  - 스위스 정부는 하루에 다섯 개의 과일 및 야채를 먹자는 'Five a Day' 운동을 전개하고 있음
  - 그러나 관련 수입 규제가 매우 까다로우며, 일부 열대성 식품 수입만이 자유로움

(단위: 달러)

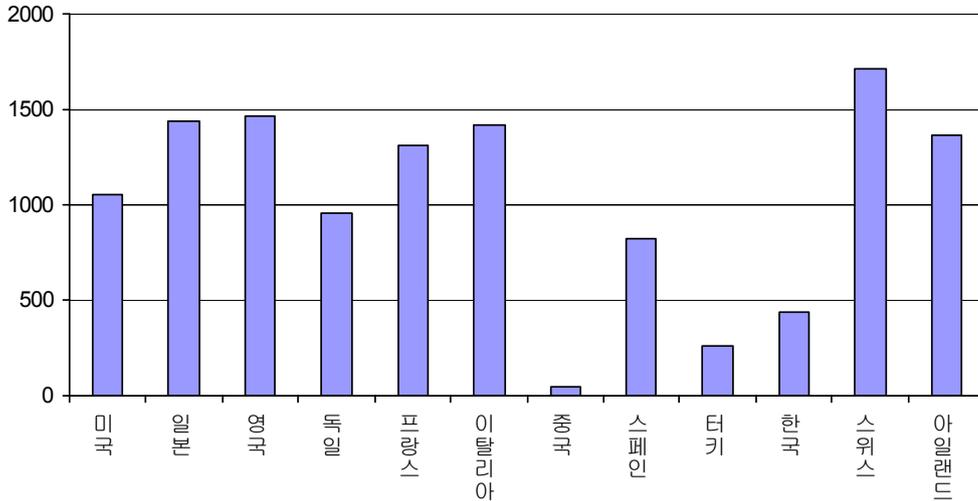


그림 9-4 2005년 세계 주요국가의 1인당 식품 소비금액

자료원: Euromonitor Internation 2006

- 2005년 1인당 식품소비가 약 1,700달러로 세계에서 제일 높은 수준이며 복합된 기능과 편리성, 고품질을 갖춘 상품들이 각광받고 있음
  - 세계에서 가장 물가가 비싼 10개 도시 중 스위스에만 4개 도시가 있을 정도로 물가 수준이 높음에도 불구하고 중저가 상품의 수요가 감소하고 있음
- 전체 스위스 캔 식품 중 3분의 1을 무공해 오가닉 식품이 차지할 정도로 그 수요가 매우 크며, 더욱 확대될 것으로 예상 됨
  - 소비자의 건강뿐만 아니라 환경에 대한 관심이 증대됨에 따라 유가공식품은 새로운 기회와 도전을 맞이할 것으로 보임
- 세부 식품군별 수요를 살펴보면, 우유, 치즈를 비롯한 유제품이 스위스 전체 시장 수요의 26%를 차지해 가장 큰 부분을 이루고 있으며, 금액으로는 약 40억 스위스 프랑에 달함
  - 제빵류가 두 번째 큰 규모로 약 31억 스위스 프랑에 이르고 있으며, 과자 및 스낵류가 전체 시장의 16%인 23억 8천만 스위스 프랑 규모를 보이고 있음

- 2000년에서 2005년 사이 즉석식품류 수요가 가장 빠른 23%의 성장률을 나타냈으며, 제빵류 상품과 과자 및 스낵도 각각 21%와 16%의 성장세를 보임

표 9-1 스위스 세부 식품군별 수요 현황

(단위: 백만 스위스 프랑)

구분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
과자 및 스낵류	2,338.9	2,376.6	2,336.6	2,295.6	2,340.5	2,386.8
제빵류	2,969.7	3,011.1	3,051.9	3,068.2	3,093.8	3,119.6
이이스크림류	448.6	471.9	460.3	495.0	478.8	500.9
유제품류	3,687.5	3,749.2	3,808.5	3,825.4	3,854.1	3,905.0
식사대용품류	7.5	7.5	7.4	7.4	7.5	7.6
즉석식품류	378.2	385.2	410.4	430.3	447.9	465.9
스프류	71.5	70.9	70.0	69.7	70.2	70.6
파스타류	288.2	290.8	302.8	313.2	321.4	328.9
면류	2.0	2.0	2.1	2.1	2.1	2.1
캔 식품	737.7	732.5	728.2	724.0	719.9	718.0
냉동식품	963.7	974.7	984.3	995.6	1,002.9	1,011.3
건조식품	340.0	339.9	341.6	343.9	347.5	350.0
냉장식품	1,396.6	1,408.7	1,446.8	1,479.8	1,508.2	1,548.9
식품용 기름	568.3	578.2	587.6	583.3	584.5	586.4
소스류	321.9	324.2	326.6	329.9	334.7	338.4
유이용식품	105.7	106.7	108.5	110.1	111.8	113.1
잼류	249.0	251.8	254.0	257.2	261.4	264.4
총	14,135.6	14,333.4	14,442.7	14,515.9	14,646.4	14,851.0

자료원: Euromonitor Internation 2006

## 2.2 생산 동향

○ 2005년 스위스의 식품 생산은 약 188만 여 톤으로 인구 및 시장에 비해 큰 편임

- 미국이 7천3백만 톤의 식품을 생산, 세계에서 가장 큰 부분을 차지하고 있으며, 다음으로 중국이 3천6백만 톤의 식품 생산량을 기록하고 있음
- 스위스의 식품 생산은 2000년 이후 연 1%의 성장을 보이고 있으며, 최근 들어 조금씩 성장세가 증대되고 있음
- 아이스크림을 제외하고 유제품이 전체 식품 생산에서 가장 큰 부분을 차지하고 있으며, 2005년 생산량은 76만 여 톤에 이룸
- 다음으로 제빵류 생산량이 42만 여 톤으로 두 번째로 많으며, 과자 및 스낵 생산량이 세 번째로 약 13만 톤에 달 함
- 2000년 이후 가장 빠른 생산 성장률을 보인 식품군은 즉석식품으로 연 평균 3%가 넘는 성장세를 유지하고 있으며, 아이스크림과 냉장식품도 높은 성장률을 보임

(단위: 천 톤)

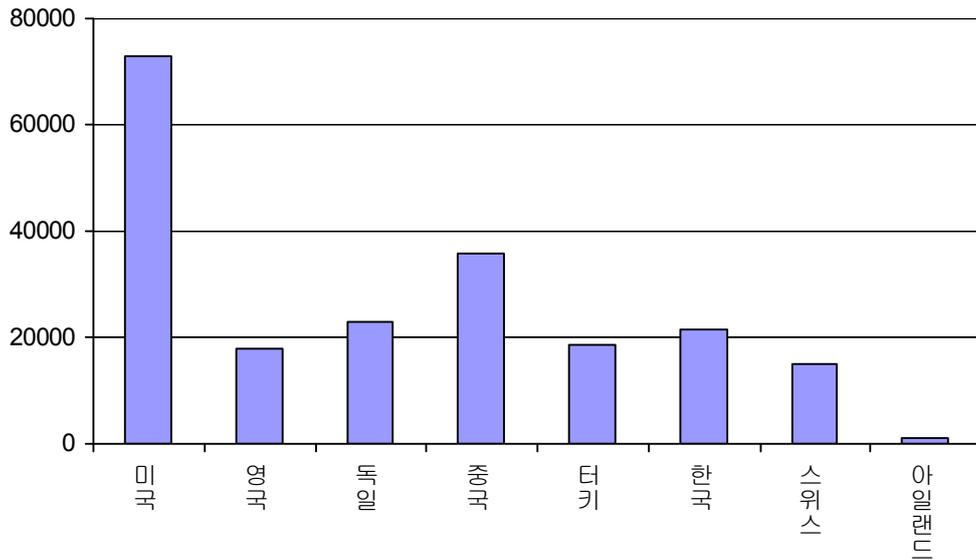


그림 9-5 2005년 세계 주요국가의 식품 생산 현황

자료원: Euromonitor Internation 2006

표 9-2 스위스 식품군별 생산 현황

(단위: 천 톤)

구분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
과자 및 스낵류	126.3	128.5	126	123.5	125.4	127.4
제빵류	405.4	410.2	414.6	416.7	419.6	423.1
아이스크림(천 리터)	36,647.0	38,518.0	37,466.0	40,158.0	38,825.8	40,565.7
유제품류	732.7	737.1	742.4	743.2	749.3	759.2
식사대용품류	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3
즉석식품류	24.2	24.5	25.5	26.3	27.4	28.4
스프류	2.8	2.7	2.7	2.7	2.7	2.7
파스타류	69.9	70.7	72.2	73.4	74.1	74.7
면류	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
캔 식품	94.6	93.7	92.8	92.1	91.4	90.6
냉동식품	117.7	119	120.2	121.6	122	122.4
건조식품	75.9	76.7	77.4	78	78.3	78.5
냉장식품	80.2	80.6	82.6	84.6	86.2	88.2
식품용 기름류	63.4	64.3	65.3	65.3	65.6	66.1
소스류	34.2	34.4	34.6	34.9	35	35.3
유아용 식품	4.9	5	5	5.1	5.2	5.2
잼류	28.8	29.2	29.6	29.9	30.3	30.7
총	1,816.60	1,833.70	1,844.30	1,852.30	1,863.90	1,884.90

자료원: Euromonitor Internation 2006

### 2.3 유통 구조

- 아일랜드에서 가장 큰 식품 유통 채널은 대형 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓으로 모든 국내의 상품 및 브랜드가 취급되고 있으며, 스위스 기업들이 시장을 지배하고 있음
- 가장 대표적인 스위스 슈퍼마켓은 미그로스(Migros)와 쿵(Coop)으로 전체 식품 판매의 46%를 차지하고 있음

- 그 밖에 본 아페티트(Bon Appetit), 픽페이(PickPay), 데너(Denner) 등이 7% 내외의 시장점유율을 나타내고 있음
- 외국계 기업으로는 프랑스의 까르푸(Carrefour)가 2000년 처음 스위스 시장에 진출했으며, 독일의 알디(Aldi)와 리들(Lidl)이 2006년 진입하였음

## 2.4 경쟁 동향

- 스위스의 식품 시장은 다른 유럽 국가들과 같이 매우 경쟁이 치열하며, 매우세분화되어 있음
  - 쿵(Coop)과 미그로스(Migros)가 가장 큰 판매망인 동시에 생산업체이며, 그 밖에 네슬레(Nestle), 유니레버(Unilever) 등이 주요 기업임
- 비교적 많은 수의 중소기업들이 특화된 상품으로 시장을 형성하고 있는데, 캄블리(Kambly), 베른리(Wernli), 리콜라(Ricola) 등이 비스킷 및 사탕 시장을 장악하고 있음
  - 2004년 스위스 식품 무역협회에 등록된 생산업체는 194개이고 이 중 8%의 기업만이 종업원 수가 500명 이상이며, 39%가 50명 미만 임

표 9-3 스위스 기업별 식품 시장 점유율

(단위: %)

기업	2001년	2002년	2003년	2004년
Coop Schweiz	5.6	5.8	6.1	6.3
Migros Genossenschaftsbund eG	5.4	5.5	5.6	5.6
Bischofszell Nahrungsmittel AG	4.4	4.5	4.6	4.7
Nestlé Suisse SA	4.3	4.2	4.2	4.2
Jowa AG	4.0	4.1	4.1	4.1
Elsa Estavayer Lait	3.0	3.0	3.2	3.2
Panofina AG	2.9	2.9	2.9	2.9
Emmi AG	1.5	1.5	2.6	2.7
Micarna SA	2.6	2.6	2.6	2.6
Chocolat Frey AG	2.4	2.4	2.3	2.4
Bell Gruppe	2.2	2.2	2.2	2.3
Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG	2.0	2.0	1.9	2.0
Midor AG	1.7	1.7	1.7	1.7
Frisco-Findus AG	1.4	1.4	1.5	1.5
Masterfoods Switzerland AG	1.5	1.4	1.4	1.4
Unilever Bestfoods Schweiz GmbH	1.3	1.3	1.4	1.4
Lusso Foods AG	-	-	1.3	1.3
Zweifel Pomy-Chips AG	0.7	0.8	0.8	1.1
Hero AG	0.9	1.0	0.9	0.9
Kambly SA	0.9	0.9	0.9	0.9

자료원: Euromonitor Internation 2006

- 스위스 식품 생산기업들의 시장 점유율은 큰 변동 없이 콥이 제일 높은 6.3%를 차지하고 있으며, 시장 점유율이 올라간 경우는 다른 기업을 인수합병 및 경쟁기업의 퇴출에 의한 결과임
  - 유제품 생산업체인 에미(Emmi)의 경우, 관련 시장 선도 기업이었던 Swiss Dairy

Food가 문을 닫으면서 시장 점유율이 급상승하였음

- 스위스 식품 시장의 특징 중 하나로 기업의 상품 홍보활동이나 가격 인하, 신제품 출시 등이 시장 점유율에 단기적이며, 제한적으로만 영향을 미치고 있음
- 개별 상표 및 제품의 시장점유율을 살펴보면, 각종 소규모 전문 식품인 아티자날 (Artisanal) 제품이 전체 시장의 6.3%를 차지, 가장 높은 점유율을 나타냄
  - 스위스 소비자들은 기존에 구매해왔던 상표에 대한 애착이 강하고 특히 자국상표를 선호 함
  - 한편, 상대적으로 가격이 저렴하고 품질이 우수한 수입품에 대한 수요도 늘어나고 있음

표 9-4 스위스 상표별 식품 시장 점유율

(단위: %)

상표	기업	2001년	2002년	2003년	2004년
Artisanal	Artisanal	6.3	6.3	6.3	6.3
Coop	Coop Schweiz	4.9	5	5.2	5.3
Migros	Migros Genossenschaftsbund eG	4.4	4.5	4.5	4.6
Migros	Bischofszell Nahrungsmittel AG	3.7	3.7	3.8	3.8
Jowa	Jowa AG	3.6	3.6	3.6	3.7
Mircana	Micarna SA	2.6	2.6	2.6	2.6
Coop	Panofina AG	2.6	2.6	2.6	2.6
Bell	Bell Gruppe	2.2	2.2	2.2	2.3
Emmi	Emmi AG	1.3	1.3	1.6	1.6
Frisco	Frisco-Findus AG	1.0	1.0	1.0	1.0
Lindt	Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG	0.9	0.9	0.8	0.8
Toni	Emmi AG	-	-	0.7	0.8
Hero	Hero AG	0.8	0.8	0.8	0.7
Migros	Elsa Estavayer Lait	0.6	0.6	0.6	0.6
Migros Milch	Elsa Estavayer Lait	0.7	0.6	0.6	0.6
Migros Milch UHT	Elsa Estavayer Lait	0.5	0.6	0.6	0.6
Knorr	Unilever Bestfoods Schweiz GmbH	0.6	0.6	0.6	0.6
JJ Blanc	Chocolat Frey AG	0.6	0.6	0.5	0.5
LC1	Nestlé Suisse SA	0.5	0.5	0.5	0.5
Cailler	Nestlé Suisse SA	0.6	0.5	0.5	0.5
Migros	Jowa AG	0.4	0.4	0.5	0.5
Excellence	Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG	0.5	0.5	0.4	0.4
Cremo Milch	Cr?mo SA	0.2	0.2	0.4	0.4
Floralp	Aargauer Zentralmolkerei (AZM)	0.4	0.4	0.4	0.4
Migros	Mifa AG	0.4	0.4	0.4	0.4
Anna's best	Bischofszell Nahrungsmittel AG	0.3	0.3	0.4	0.4
Optigal	Optigal SA	0.4	0.4	0.4	0.4
Thomy	Nestlé Suisse SA	0.4	0.4	0.4	0.4
Mahony	Chocolat Frey AG	0.4	0.4	0.4	0.4
Maggi	Nestlé Suisse SA	0.4	0.4	0.4	0.4

자료원: Euromonitor Internation 2006

## 2.5 수출 현황

- 스위스의 식품 수출은 2000년 이후, 꾸준한 성장세를 나타내고 있으며, 특히 2003년과 2004년 연평균 16% 이상 수출이 증가 함
  - 2004년 총 수출액은 16억 7천만 달러에 이르렀으며, 주요 수출지역은 프랑스, 독일, 영국 등의 서유럽 국가 임
- 2004년 수출 규모가 가장 큰 품목은 즉석 식품으로 전체 규모가 5억 9천만 달러에 이르고 있음
- 전통적으로 스위스는 우수한 품질의 초콜릿과 치즈의 생산국으로 유명하며, 네슬레를 비롯한 유아용 식품도 전 세계적으로 각광을 받고 있음
  - 초콜릿 수출은 2004년 총 금액이 약 4억 달러로 2000년 이후 가장 큰 성장세를 나타내고 있으며, 치즈 수출도 3억 7천만 달러에 이름
  - 그 밖에 제빵·제과류, 마카로니, 유아용 식품, 식용유 등이 주요 수출 품목을 이루고 있음
- 스위스는 유럽연합 가입국은 아니지만 유럽연합의 식품 관련 수입 규정을 따르고 있으며, 소비자 중심의 마케팅 활동이 매우 중요한 요소로 작용하고 있음

표 9-5 스위스 주요 상품별 수출현황

(단위: 백만 달러)

상품	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년
즉석 식품	340.3	366.0	402.6	512.1	591.1
초콜릿	252.0	307.9	287.8	320.0	399.0
치즈	284.0	296.4	305.6	332.8	370.8
제빵류	85.7	78.8	61.9	78.3	89.6
제과류	64.4	64.6	66.1	73.8	85.5
마카로니	34.5	37.0	35.7	42.1	50.4
유아용 식품	36.8	31.0	32.8	40.6	43.5
식품용 기름	22.5	20.5	28.5	32.5	40.0

자료원: Food and Agriculture Organisation of The United Nations

표 9-6 2003년 주요 상품별 국가별 수출현황

(단위: 천 달러, %)

유제품		
World	404,494.30	
EU(25)	313,495.60	77.5
United States	41,244.30	10.2
Canada	12,472.10	3.1
Japan	4,458.80	1.1
Thailand	2,993.90	0.7
Mexico	2,782.90	0.7
Singapore	2,602.00	0.6
South Africa	1,926.60	0.5
China	1,853.70	0.5
Algeria	1,825.00	0.5
씨리얼		
World	1,057.4	
EU(25)	1,012.2	95.7
Norway	24.4	2.3
Philippines	15.6	1.5
United States	2.6	0.2
Malaysia	1.5	0.1
Argentina	0.5	0.0
Australia	0.4	0.0
New Zealand	0.2	0.0
Ghana	0.0	0.0
Guatemala	0.0	0.0
고기 및 어류 즉석 식품		
World	1,389.30	
EU(25)	496.6	35.7
Oman	437.4	31.5
Saudi Arabia	184.9	13.3
Japan	132.1	9.5
Philippines	78.6	5.7
Hong Kong, China	22.7	1.6
Viet Nam	16.6	1.2
Chinese Taipei	9	0.6
Kazakhstan	3.1	0.2
UAE	2.6	0.2

야채 및 과일 즉석 식품		
World	116,172.90	
EU(25)	84,217.60	72.5
United States	8,704.50	7.5
Norway	3,847.30	3.3
Israel	3,644.50	3.1
Japan	3,351.50	2.9
Hong Kong, China	2,074.40	1.8
Canada	1,672.60	1.4
Saudi Arabia	1,217.40	1.0
Australia	677.90	0.6
Singapore	644.50	0.6
식품용 기름		
World	18,078.5	
EU(25)	7,310.0	40.4
Norway	3,604.5	19.9
United States	3,021.4	16.7
China	2,931.0	16.2
Australia	388.1	2.1
Israel	300.0	1.7
Turkey	114.1	0.6
Russian Fed	85.2	0.5
Brazil	73.3	0.4
Japan	65.7	0.4
제빵류		
World	330,878.2	
EU(25)	256,189.7	77.4
United States	27,608.8	8.3
Russian Fed	7,517.7	2.3
Algeria	6,275.6	1.9
Saudi Arabia	5,397.6	1.6
UAE	4,105.9	1.2
Japan	2,658.4	0.8
Malaysia	2,028.3	0.6
Chinese Taipei	1,653.1	0.5
Thailand	1,602.6	0.5

제과류		
World	82,089.8	
EU(25)	51,410.9	62.6
United States	13,976.8	17.0
Canada	2,344.4	2.9
Israel	1,643.6	2.0
Japan	1,601.0	2.0
Hong Kong, China	1,423.6	1.7
Korea Rep.	1,333.1	1.6
Philippines	982.9	1.2
Chinese Taipei	955.3	1.2
Saudi Arabia	783.6	1.0

자료원: Food and Agriculture Organisation of The United Nations

## 2.5 수출 동향

- 스위스의 국토면적은 41,285 km<sup>2</sup>으로 남한의 약 1/3이며 2005년 기준으로 국민 1인당 GDP가 49,277달러이고, 인구는 2005년 기준으로 744만 명.
- 온난성 기후를 지닌 스위스의 수도는 베른(Bern)이며, 주요도시는 Zurich, Geneva, Basle, Lausanne 등이 있음. 켈트족과 게르만족이 주류를 이루며 언어로는 독일어(64%), 프랑스어(20%), 이탈리아어(6%), 로망슈어(1%), 기타(9%) 순으로 사용.
- 우리나라와 스위스와의 주요협정은 1971년 9월에 투자보장협정, 1981년 4월에 이중과세방지협정, 1990년 8월에 정기항공운항협정 부속서 개정, 1999년 6월에 무역경제협정, 최근 2005년 12월에 한-EFTA FTA 정식서명을 하였음.

표 9-7 스위스 최근 연도별 경제동향

	단 위	2001	2002	2003	2004	2005
인 구	백만 명	7.19	7.21	7.23	7.39	7.44
GDP(명목)	십억 달러	250.6	276.7	323.3	359.0	366.5
1인당 GDP(명목)	달러	34,855	38,383	44,737	48,579	49,277
경제성장률	%	1.1	0.3	-0.3	2.1	1.8
실 업 률	%	1.7	2.5	3.7	3.9	3.8
소비자물가상승률	%	1.0	0.6	0.6	0.8	1.2
재정수지(GDP대비)	%	0.9	0.1	-1.5	-1.4	-1.5
수 출	십억 달러	78.2	84.1	97.4	114.3	121.5
수 입	십억 달러	76.8	79.1	91.8	106.3	114.7
경상수지	십억 달러	20.0	22.9	43.3	52.4	50.0
환율(연평균)	SwFr/ 달러	1.69	1.56	1.34	1.24	1.25

자료 : Global Insight. Online Analysis. May 2006

- 스위스는 EU에 가입하고 있지 않는 대신 EU와 다양한 양자간 협정을 맺음으로써 경제 분야를 비롯한 정치, 사회 등 제 분야의 협력을 강화해 오고 있음.
  - 스위스와 EU간에는 현재 80여개의 양자협정이 체결되어 있으며, 15개 공동위원회를 통해 협정들이 운영.
  - 1992년 EU와 유럽자유무역연합(European Free Trade Association ; EFTA)개발 연합국 간에 체결된 유럽경제지역(European Free Trade Association ; EEA) 협정이 스위스 국민투표에서 부결되자, 이로 인한 부정적 효과를 최소화하기 위해 스위스와 EU는 7개 분야에 대한 양자협정을 체결.

표 9-8 스위스 향후 경제전망

항목	단위	2006	2007	2008
경제성장률	%	2.3	1.7	1.8
소비자물가상승률	%	0.9	1.3	1.5
실업률	%	3.6	3.2	-
재정수지	%, GDP대비	-1.1	-0.9	-0.8
경상수지	%, GDP대비	13.9	13.5	12.3

자료 : Global Insight. Online Analysis. May 2006.EIU, Country Report, May 2006.

- 스위스 경제는 2003년 경기침체에서 벗어나 2004년 이후 경기회복세로 접어들고 있음. 그래서 2005년 1.8% 성장세를 보였고, EU지역 경제의 회복속도 보다 훨씬 빠른 것으로 알려져 있음.
- 그리고 대외부문이 경제성장을 주도한 2004년과는 달리 2005년은 투자를 중심으로 한 내수증대가 성장을 이끌었고, 2005년 스위스 경제는 설비투자 및 건설부문이 활성화되어 실질고정투자가 3.1% 증가함으로써 내수를 주도한 반면, 민간소비와 공공지출은 상대적으로 저조하였음.
- 또한, 최근 발표에 따르면 스위스 경제는 2006년 1/4분기에도 전기대비 0.9%(잠정치)의 성장을 기록하여 성장세가 유지.
- 스위스 경제는 세계경제의 안정적인 호조세 지속과 내수회복에 힘입어 2006년 2.1% 2007년 1.8% 성장할 것으로 예상.
  - 수출의 경우 신흥시장의 자본재 수요증대와 세계교역의 견실한 성장세에 힘입어 2006~2007년에 호조를 이루어 갈 것으로 보이며, 수입은 2006년에 재고투자 감소에 따라 하락했지만 2007년에는 내수확대에 따라 다시 증가세로 전환될 것으로 예상.

표 9-9 연도별 스위스 및 주변국의 경제성장률 동향

(단위 : %)

	2003	2004	2005				2006
			1/4	2/4	3/4	4/4	1/4 <sup>1)</sup>
EU -25	1.1	2.4	0.3	0.5	0.7	0.4	0.6
유로지역	0.7	2.1	0.3	0.4	0.7	0.3	0.6
독 일	-0.2	1.6	0.6	0.4	0.6	0.0	0.4
프랑스	0.8	2.3	0.3	0.1	0.7	0.4	0.5
이탈리아	0.3	1.2	-0.4	0.6	0.3	0.0	0.6
스페인	2.9	3.1	0.8	0.8	0.9	0.9	0.8
네덜란드	-0.1	1.7	-0.7	0.7	0.7	0.6	0.2
영 국	2.5	3.2	0.2	0.5	0.5	0.6	0.6
스위스	-0.3	2.1	0.5	0.9	0.9	0.7	0.9

자료 : Global Insight. Online Analysis. May 2006. Eurostat. Euro-indicators. June 2006.

주 : 1) 분기별 성장률은 전년 동기 대비이며, 2006년 1/4분기는 잠정치 임.

- 스위스의 대외 부문은 2006년 1/4분기에 기록적인 무역수지 흑자를 달성.
  - 2006년 1/4분기 무역수지는 28억 스위스 프랑(23억 달러)의 흑자를 기록함으로써, 2005년 2/4 분기에 29억 스위스 프랑으로 사상 최고의 흑자 폭을 기록한 다음으로 큰 폭의 흑자를 달성함.
  - 수출은 스위스 프랑의 약세와 해외수요의 증대로 전년대비 16.1%증가함.
- 또한, 스위스 기업들의 투자가 활발해지면서 자본재의 수입이 무려 167%나 급증하였으며, 소비재도 10.3%의 증가율을 기록함.

표 9-10 스위스의 품목별 수출입 현황

(단위 : 백만 스위스 프랑)

품목	1990	2004	2005
농산물 및 임산물	2,998	4,781	5,103
섬유, 의류, 신발	4,984	3,856	3,797
화 학 물	18,425	49,445	54,669
철 강	7,537	11,066	11,601
기계, 전자	25,527	33,479	34,815
운송기기	1,485	4,376	3,488
가구, 시계	13,330	24,195	27,105
수출 합계	88,257	141,735	151,456
농산물 및 임산물	8,095	10,435	10,904
섬유, 의류, 신발	8,806	8,619	8,758
화 학 물	10,624	29,467	32,667
철 강	9,025	11,492	12,262
기계, 전자	19,794	27,318	29,548
운송기기	10,230	13,567	13,380
가구, 시계	5,786	8,174	8,908
수입 합계	96,611	132,423	143,160

자료 : Swiss Federal Statistical Office(2006).

- 우리나라가 스위스에 식품을 수출 시 라벨표시는 식품의 명칭, 식품의 구성성분, 유효기간, 원산지, 식품 제조 시 유전자변형 기술의 적용여부 및 특수한, 혁신적인 기술공정의 적용여부를(예 : 방사선 요법) 표기.
- 표기사항에는 눈에 띄는 곳에 표기해야 하며, 읽기 수월하고 잘 지워지지 않는 글자로 표기. 그리고 최소 1개 이상의 공식 언어로 표기. 식품에 관한 정보가 오해의 소지가 없이 스위스의 소비자에게 충분히 전달되는 경우에 한해서만 다른 언어 표기가 허용.
- 그리고 원재료, 중간제품 및 반제품의 경우 정확한 표기가 이뤄져야 함. 즉, 이

246 식품산업 수입관리제도 및 해외시장 동향 (Ⅲ)

재료(원재료, 중간제품, 및 반제품)를 원료로 한 식품의 구성성분 및 라벨표시가 법적으로 전혀 하자가 없도록 하기 위해서임.

표 9-11 한국과 스위스의 교역 현황

(단위 : 백만 달러)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
수출	207	225	369	643	2,078	4,832	1,841	516	432	449	433	514	576
수입	608	868	1,472	2,252	2,323	1,523	1,146	975	850	1,001	1,442	1,211	1,168
무역수지	-401	-643	-1,103	-1,609	-245	3,309	695	-459	-418	-552	-1,009	-697	-592

자료 : Global Insight. Online Analysis. May 2006

- 스위스 온라인 식품시장을 보면 효율적인 시간활용 수단으로서 우체국택배를 이용하여 빠르게 소비자에게 배송됨으로 2006년 1분기 45% 매출 성장세.
- 또한, 온라인 식품시장의 변화 추이를 보면 2003년 5000건에서 2006년 1분기 기준 7500건으로 증가됐고, 매출액 또한 2003년 1400만 유로에서 2005년 3000만 유로로 높은 성장세를 지속.
  - 2006년 분기 매출액은 약 1000만 유로로 이러한 추세가 계속된다면 올해 매출은 4000만 유로를 훨씬 웃돌 것으로 추정.

### 3. 스위스의 식품 수입관리제도

#### 3.2. 스위스의 수입식품 검사기관

##### 1) 스위스 연방보건국(Bundesamt für Gesundheit ; BAG)

- 스위스 연방보건국(BAG)는 관세당국과 협력하여 수입식품검사를 주관하며 수입 식품의 스위스 내 유통 및 국내식품의 위생안전에 관한 업무도 담당한다.
- 식품 및 생활필수품에 관한 규정 (Lebensmittel und Gebrauchsgegenständeverordnung ; LGV)에 따라 식품 뿐 아니라 수입 및 국내제조 생활품에 의한 국민의

보건·안전에 관한 역할도 수행한다.

▶연락처

- 주소 : Mattenhofstrasse 5 3003 Berne

- E-mail : info@blw.admin.ch

- 전화 : +41-31-322-2511

- Fax : +41-31-322-2634

○ 2005년 11월 23일에 제정된 스위스연방정부의 식품 및 생활필수품에 관한 규정 (LGV)에서 지정하는 식품은 연방보건국의 허가 승인을 별도로 받을 필요가 없으며 이에 허용되는 식품 유형은 다음과 같음.

- 스위스 연방보건국의 승인 식품 유형

- 우유 및 유제품 (치즈 및 버터 포함)
- 식육 및 식육제품
- 어류제품
- 생 조개류, 극피류(echinoderm), 피낭류(tunicata) 및 바다 달팽이류
- 달팽이류 및 개구리류
- 난류 및 난류제품
- 꿀, 꽃가루 및 로얄 젤리
- 식용유지 및 이를 원료로 한 제품 (마가린 및 마요네즈 포함)
- 곡류 및 곡류제품, 제분류와 마찬가지로 콩류 (콩, 콩과자류, 밀가루 반죽류, 식물성 단백질을 원료로 한 제품)
- 푸딩 및 크림류
- 과일류, 채소류 및 이를 원료로 한 제품 (잼류 및 유사제품)
- 식용버섯 및 이스트
- 설탕류, 과자류 및 설탕제품, 당밀제품, 아이스크림류
- 코코아, 초코렛 및 다른 코코아제품
- 향신료, 소금, 식초, 겨자, 조미료, 수프류, 육즙, 부용(bouillon), 육즙 젤리 (aspic), 소스류
- 식수, 용수 및 광천수

- 무알코올 음료 (특히 차류, 약용차류, 커피류, 주스류, 시럽류, 레모네이드 종류)
  - 알코올음료 (특히 와인, 과일 및 과실주, 맥주, 양주)
  - 특수식품
- 스위스 식품법규에는 식품의 분류 및 명칭, 허용기준 마련, 추출가공식품 용도에 적합한 식용가축 구분이 포함되며 혼합 및 조리된 식품도 허용됨.
- 그러나 이 법규에 의해 분류되지 않는 식품은 연방보건국의 허가승인을 별도로 받아야 함.
- 스위스의 거주자나 사업자로 등록된 자에 한해서만 허가신청이 가능. 비거주자인 경우, 스위스에 법적 대리인을 통해 대리 신청이 가능하며 이때 법적 대리인은 관련 규정을 준수.
- 허가승인의 효력기간은 최고 10년이며 연장이 가능. 그러나 식품법규가 이미 분류된 식품을 재분류하거나 기간이 만료되기 전 재신청(연장)이 이뤄지지 않는 경우에는 효력이 상실됨.
- 이미 허가승인 받은 식품이 이와 관련된 요건을 더 이상 충족시키지 않을 경우, 연방보건국의 허가승인을 취소시킬 수 있음. 이는 예를 들면, 과학기술의 발달로 인해 건강에 유해하거나 소비자를 우롱하는 식품일 수 있다는 가능성이 발견되는 경우에 해당됨.
- 제 1항에 의거하여 허가 승인된 식품은 제 4조 제 3항에 따라 다른 최종식품의 구성성분으로 쓰일 수도 있는데. 이때 허가승인과 관련된 의무사항은 최종식품에 적용됨.
- 스위스 식품법규에 의해 분류되지 않는 식품의 허가승인을 받기 위한 절차는 다음과 같음.
- 연방보건국의 미 분류 식품의 허가승인 절차
    - 스위스 연방보건국은 식품의 구성성분, 용도 및 라벨표시를 평가기준으로 삼으며 식품 평가국제기준 및 외국의 입법사례를 고려.
    - 스위스 연방보건국의 허가승인 여부는 신청자가 직접 준비해서 제출한 증명서에 따라 좌우될 수도 있음. 증명서는 최신 과학기술수준에 부합해야

하며 해당 식품이 건강에 무해하고 용도에 맞는 성분으로 구성되어 있으며 제품에 표기된 특성이 모두 사실임을 입증해야 함. 스위스 연방보건국은 신청자와의 협의를 통해 비용을 신청자가 부담한다는 조건 하에 외부 전문가를 참고인으로 세우거나 기타 입증자료(예: 분석 보고서)를 추가적으로 요구할 수 있음.

- 연방보건국의 허가승인과 함께 식품의 명칭이 정해지고 승인번호가 주어짐.
- 연방보건국의 최근 승인된 식품의 목록을 일정기간 동안 인터넷과 스위스의 상용관보 Schweizer Handelsamtblatt지를 통해 공고함.

## 2) 스위스 기술규정 정보센터(switec)

- 스위스 기술규정정보센터는 현행 스위스의 공인검사기준의 제정과 시험분석센터 관리 및 업무조율의 역할을 전반적으로 수행.
- 외국으로부터 스위스로 수입되는 식품 등의 수출원산국 정부가 발행한 각종증명서의 검토 및 확인을 통해 BAG의 수입식품검사업무를 지원.

### ▶ 연락처

- 주소 : Brgerlistrasse29, 8400 Winterthur,
- E-mail : verkauf@snv.ch
- 전화 : +41-52-224- 5454
- Fax : +41-52-224-5474

## 3) 스위스 기술규정정보센터의 검사에 대한 일반기준

- 공인검사
  - 검사의 목적은 식품법의 준수여부, 동물보호 및 가축보건과 관련된 규정의 준수여부를 확인하는 데에 있으며, 공인검사는 적절한 빈도로 정기적으로 실시.
  - 스위스의 식품공인검사는 위해요소 기준으로 검사를 실시해야 하며 주의사항은 다음과 같음.
    - 확인된 위해 요소: 이러한 위해 요소는 식품, 식품관련업체, 식품의 활용,

또는 식품 안전성에 영향을 미칠 수 있는 전단계 작업, 업무, 성분, 제조 과정과 관련되어 있다

- 식품법 준수와 관련하여 책임담당자가 지금까지 보여준 행동
- 이미 실시되었던 자가 품질검사에 관한 신뢰도
- 업체의 사업규모
- 식품법의 위반사실 여부에 관한 정보
- 원산국의 관할기관에 의한 품질보증의 수용여부
- 허위 광고의 가능성 여부

- 관할 검사기관은 다음 사항에 관한 표본추출검사를 이행할 수 있다

- 식품 (중간제품, 반제품 및 완제품)
- 원재료
- 일차산품(가축, 식물, 미네랄 성분 및 식수)이나 일차산품의 생성과 관련된 재료
- 첨가물 및 가공보조물
- 생활필수품
- 장소 및 시설물 (운송수단, 기기, 장비 및 기타)
- 농경지로 사용되는 토지

○ 또한, 검사기관은 정밀 또는 무작위표본추출 방법을 통해 검사를 실시할 수 있으며 표본추출검사는 사료제품이나 식품에서, 또는 이들 제품(사료제품이나 식품)의 제조, 가공, 유통판매나 가축보건과 관련하여 중요한 의미를 가진 원료 (환경 재료도 포함)에서 특정한 양을 추출함으로써 이뤄짐.

- 자가품질검사 책임담당자는 식품 및 생활필수품에 관한 법적요건이 모든 과정 즉, 제조, 가공 및 유통판매 단계에서 준수될 수 있도록 해야 하며, 특히 건강보호, 소비자 보호 및 위생관리와 관련된 요건이 충족될 수 있도록 주의.

- 가장 중요한 자가 품질 검사항목에는 우수 관리기준 확보 (GHP: 우수 위생관리기준, GMP: 우수 제조관리기준), HACCP의 원칙(제 51조)에 따라 공정을 적용, 역추적성, 식품 및 생활필수품의 표본추출 및 분석.

- 역추적성(traceability)은 일반식품, 추출가공식품에 이용되는 실용축(實用畜:

animals for production) 및 식품가공 용도로 쓰이는 원료의 경우, 모든 제조, 가공 및 유통판매 단계에서 원료의 역추적이 가능하도록 해야 한다. 2005년 11월 23일 SR 916.022에 제정된, 일차산품에 관한 명령의 제 5조는 제외.

- 이와 유사한 역추적 시스템을 갖추지 않는 국가로부터 제품을 수입하게 될 경우, 해당 수입업자는 식품 안전상과 관련하여 그 어떠한 위해요소도 존재하지 않는다는 사실을 명백히 입증하기 위해 제품 원산지에 관한 역추적성이 최대한 가능토록 해야 한다. 잠재적 위해정도에 따라 책임 수위가 결정.
- 식품위해요소 중점관리기준(Hazard Analysis Critical Control Points: HACCP의 원칙)은 식품의 제조, 가공, 처리, 보관, 운송이나 판매업에 종사하는 자들은 특정한 생물학적, 화학적 및 물리적 위해요소를 지속적으로 감시하기 위해 하나, 또는 그 이상의 감시체도를 개발하고 이를 적용해야 함.
- 식품위해요소 중점관리기준의 감시체도는 다음 요소를 지님.
  - 위해요소 확인 및 평가. 이러한 위해요소를 사전에 방지하거나, 완전히 차단시키거나 또는 안심할 수 있는 수준까지 감소시켜야 함. (hazard analysis ; HA)
  - 검사를 반드시 필요로 하는 각 공정단계의 중점관리기준 확정. 이러한 중점관리기준을 통해 위해요소를 관리하게 되며 이는 즉, 위해요소를 사전에 예방하거나, 완전히 차단시키거나 또는 안심할 수 있는 수준까지 감소시키는 것을 의미. (critical control point(s) ; CCP)
  - 확인된 위해요소를 효율적으로 방지, 차단, 또는 감소시키길 수 있도록 검사가 실시되는 각 공정단계의 허용 기준치 설정
  - 중점관리기준을 효율적으로 통제하는 감시제도 결정 및 실행
  - 감시제도에 의해 특정한 중점관리기준에서 결함이 발견되는 경우를 대비, 해당 변경조치 결정.
  - HA관련문항 및 CCP관련문항의 준수여부를 가려내기 위한 점검제도 결정 정기적으로 점검해야 하며 생산과정 변경으로 인해 식품의 안전성이 위협될 수 있는 경우에는 반드시 점검을 실시.
  - HA관련문항 및 CCP관련문항의 규정 준수를 입증하는 문서의 작성 및 기

록 해당 사업장의 유형 및 규모에 부합해야 한다. 항상 최신 상태의 문서로 갱신해야 하며 일정한 기간 동안 보관

- 우수 관리기준을 위한 식품과학은 중요한 역할이 되어 줄 수 있으며 관련 기준서는 HACCP의 원칙을 바탕으로 한 것이어야 하며 스위스 연방보건국의 승인을 받아야 함
- 또한 자가 품질검사와 관련하여 행해진 모든 조치사항을 문서나 이와 동일한 효력을 지닌 방법에 의해 기록해야 하며 식품법규에서는 자가 품질검사의 유형 및 방법 뿐만 아니라 기록의 세부사항에 관한 기준도 세울 수 있음

### 3) 스위스 기술규정정보센터의 감시에 관한 일반기준

- 연방보건국은 주의 집행을 가시하며 검사기관의 자문을 받은 후 검사 관련 지시사항을 내릴 수 있다.
- 또한 연방보건국은 식품 표준서를 발행하며 표준서에는 식품 및 생활필수품에 대한 검사 및 평가 작업내용이 소개
- 표본추출검사 및 분석방법은 국제협약이나 또는 국제적인 인증기준 예를 들면, CEN(유럽표준화기구), ISO(국제표준화기구)이나 국제식품규격(Codex Alimentarius)의 공인기준을 따라야 함
- 공인 실험실이나 공인조사를 대신 수행하는 민간 실험실의 경우 반드시 유럽표준인 EN ISO/IEC 17025에 따라 평가 및 인가를 받아야 함
- 공인 감시관(Inspector) 및 공인감시를 대신 해주는 대리기관이 업무를 수행하기 위해서는 반드시 유럽표준인 EN ISO/IEC 17020에 따라 감시업무를 받아야 하고 운영되어야 함.
- 공인검사 임무수행자로 선정된 기관은 모든 검사단계에서 검사의 객관성, 품질 및 일관성을 보장해야 하며 각각의 분야별로 적합한 교육과정 수료해야 하며, 정기적으로 재교육을 받아야 함
- 또한 감시대상이 되는 사업장과는 독립적인 관계이어야 하며 행정절차와 관련하여 1968년 12월 20일에 제정된 SR 172.021 연방법의 제10조 제1항에 의거하여 퇴직사유가 적용

- 스위스 연방보건국 및 연방청은 해당 주 집행기관의 자문을 받으며 공동 작업을 통해 목축업 농업과 관련하여 장기간 검사계획을 세우고, 위해관리(risk management) 비상계획을 세움
- 비상계획은 특히 해당 관청 및 참여조직, 비상사태 시 해당 관청 및 참여조직의 업무내용, 해당 관청 및 참여조직 간의 정보교환 방법이 내포되어야 하며 필요한 경우에는 비상계획이 수정

### 3.3 스위스의 식품 수입 절차

- 스위스로 식품을 수입하는 경우, 연방보건국(BAG)에서 관리하고 있는 절차를 거쳐야 하는데 체계적인 서류검사와 상품검사의 절차가 공통규정에 따라 포함된다.
- 수입·통과신고
  - 식품수입업자는 식품수입에 대하여 스위스세관에 신고하고 세관은 이 사항을 해당 주정부의 관할기관에 통보.
  - 주정부는 BAG와 협력하여 전반적인 수입식품의 수입 및 통과절차를 진행한다.
  - 현재 스위스는 EU회원국은 아니지만 EU 비회원국에서 EU회원국으로 반입되는 식품이 스위스를 통과하는 경우라도 수입식품과 동일한 절차와 기준으로 검사함.
- 수입품 정보 제출
  - BAG의 요청이 있을 경우, 스위스세관을 통해 해당규정의 준수여부를 확인하기 위한 정보자료를 제출해야 함.
- 수입상품 검사
  - 수입상품검사는 통관절차 중에 시행되는 검사이며 BAG의 서류심사, 세관이 실시하는 표본추출검사 그리고 지정된 시험분석센터의 정밀검사가 이에 포함됨.
- BAG의 서류심사
  - 세관에서 검토하는 무역관련 상업서류이외에도 BAG가 필요하다고 판정한 식품안전 등에 관련된 각종 증명서류가 심사의 대상.
  - BAG는 서류심사의 결과에 따라 표본추출을 통한 정밀검사를 요청가능
  - BAG가 요구하는 증명서류로는 특정한 식품의 수입과 관련하여 해당수출국의 정

부기관이나 인증기관에서 해당식품이 스위스 식품법률제정에 부합한다는 사실을 증명하는 수출국정부의 “식품인증증명서”, 축산물의 안전을 수출국 정부가 보증하는 “축산물위생증명서” 등이 포함되며 이들 증명서에 포함될 내용은 다음과 같음

- 식품의 확인을 위해 반드시 필요한 표기사항
- 원산지 제조업체에 관한 표기
- 스위스 인수자의 성명 및 주소
- 수출국 증명서 발행자에 관한 표기
- 식육이나 식육가공품의 경우, 스위스 가축전염병 훈령(SR 916.401)에 의거 위해성분이 함유되지 않았다는 내용

○ 세관 표본추출검사

- 세관은 무작위로 표본추출방식을 통한 스위스 식품법률제정 관련규정을 준수하고 있는가를 확인.
- BAG는 관세당국과 협의 하에 특정식품에 대하여 표본추출검사를 요구.
- 세관은 샘플을 관할 주의 집행기관에 송부.
- BAG는 특정한 시험분석센터에서 정밀검사가 이루어지도록 지시할 수 있으며 해당 주의 집행기관과 합의하여 선정.

#### 4) 검사결과 통보

- 시험분석센터에서 정밀검사가 종료된 후, 스위스 세관은 정밀검사결과 등을 포함한 최종적인 표본추출검사의 결과를 취합하고 표본별로 “추출검사보고서”를 작성하여 BAG에 통보.

#### 5) 결과조치

- BAG의 최종결정에 따라 세관 또는 해당 주의 집행기관은 적절한 조치 취함
- 해당 주의 집행기관은 수입이 거절된 식품 중 인체에 유해하지 않은 서류미비 등의 경우는 반송처리하며, 유해한 식품의 경우, 압류·폐기 처분

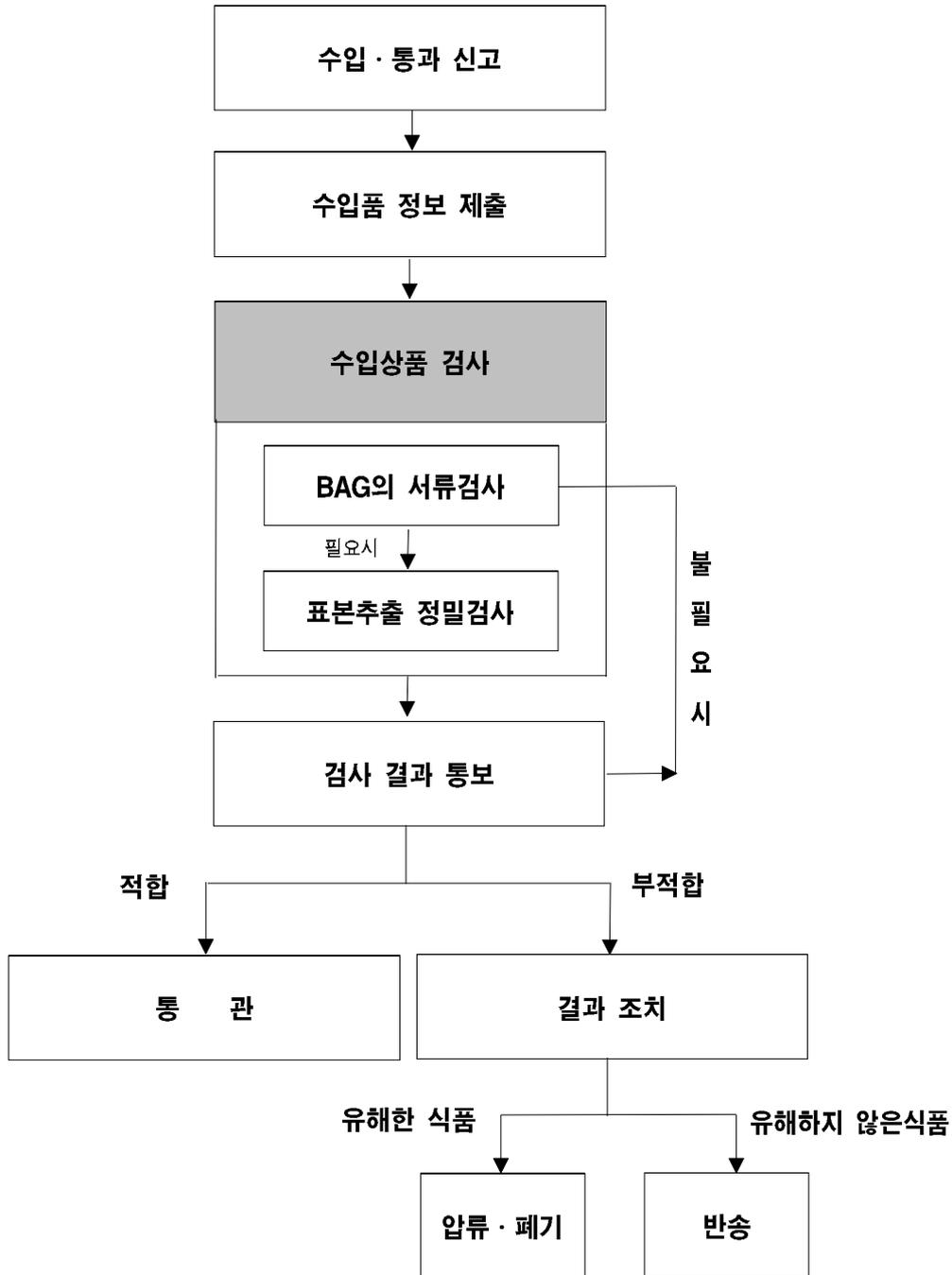


그림 9-6 스위스의 수입식품 통관검사 Flow Chart

### 3.4. 스위스의 식품관련 제도 및 법규

#### 1) 식품 및 생필품 (Lebensmittel und Gebrauchsgegenständeverordnung ; LGV)의 일반규정

- 스위스의 식품관련 일반요건으로는 음식물에 포함된 성분 및 미생물의 양은 인체건강에 무해해야 하며, 식품은 유통기한이 경과되어 상하거나 불순물로 오염되거나, 또는 기타 사유로 인해 제 값을 상실해서는 안됨.
- 원재료, 중간제품 및 반제품의 경우의 구성성분은 다음 조건을 충족시켜야 함. 즉, 적절한 처리나 가공공정을 밟아도 이러한 재료(원재료, 중간제품, 반제품)를 원료로 한 식품은 전혀 이상이 없는 결과물이어야 함.
- 사기행위는 금지되어 있으며 식품에 사용되는 명칭, 표기사항, 그림, 포장재료, 포장용기, 포장문구, 포장형태 및 광고 은 모두 사실에 입각. 즉, 식품 명칭을 가지고 교묘하게 자연산 원료, 원산지, 제조방식, 제품유형, 구성성분, 내용물 및 유효기간과 관련된 오해를 불러일으키는 행위는 금지.
- 주요 금지사항
  - 실제로 과학적으로 전혀 입증 안되었거나 지금까지 충분한 근거가 없는, 식품의 효능 및 특성에 관한 표기행위
  - 비교 가능한 다른 식품에서도 모두 동일한 특성이 나타남에도 불구하고 마치 이 식품만의 고유한 특성인 것처럼 표기하는 행위 아래 참조내용은 허용
  - 질병의 예방, 치료 및 완치 또는 다이어트 기능의 제품이라는 인식을 주거나 마치 그러한 특성을 지닌 것처럼 오해의 여지가 있는 참조내용 다음 참조내용은 허용된다: 국민보건(제 18조)의 목적을 위해 영양필수 또는 영양보조기능 성분으로 구성된 첨가물의 효능.
  - 치료약품 유형의 포장형태
  - 실제보다 더 우수한 품질을 가진 식품으로 착각하도록 하는 표기행위
  - 1997년 5월 28일에 제정된116 SR 910.126 GUB/GGA 명령이나 이와 유사한 주의 법률제정, 또는 스위스가 맺은 국제협약에 따라 보호 받는 제품의 명칭과 혼동되도록 하는 표기행위 및 포장형태

- 알코올 음료: 건강 관련 내용의 표기행위
- 허가취득 의무를 가진 제품의 경우: BAG의 허가승인을 연상케 하는 표기행위.
- EDI(Electronic Data Interchange)는 광고의 허용수위에 관한 규정을 세움.
- 알코올음료의 광고 및 판매 제한을 보면 16세 미만의 어린이나 청소년에게 금지되어 있고, 알코올 법률제정의 관련규정은 해당되지 않음. 또한, 알코올음료를 판매하는 곳에서는 무알코올 음료와 확실히 구분될 수 있도록 분리된 진열공간을 확보해야 하며, 판매소는 어린이 및 청소년에게 알코올음료를 판매하는 행위를 금지한다는 내용의 간판을 눈에 잘 띄는 곳에 설치해야 하며 간판 문구는 읽기 수월한 명백한 글자로 표기되어야 한다. 이때, 제 1항 및 알코올 법률 제정에 따라 알코올 구매 가능한 최소연령도 함께 명시되어야 함.
- 또한, 18세 미만의 청소년을 목표로 한, 알코올음료와 관련된 모든 광고행위는 금지된다. 특히 청소년층이 주로 모이는 장소 및 행사, 청소년층을 대상으로 발행된 간행물, 주로 청소년층이 사용하는 대상물, 청소년층에게 무료로 나눠주는 물건 등이 이에 속함.
- 식품을 제조, 가공, 처리, 보관, 운송, 판매, 수입 또는 수출하는 자는 해당 주 집행기관에 이를 신고해야 한다. 자선행사, 학교 축제 및 이와 유사한 행사에서 일시적으로 소규모로 판매하는 행위는 제외되며 사업장의 중요한 변동사항이나 사업장의 폐쇄는 반드시 신고해야 함.
- 사업장의 허가취득의무는 동물성 식품을 제조, 가공, 처리, 보관 또는 유통판매하는 사업장은 해당 주 집행기관의 허가를 취득해야 한다. 만약, 허가취득이 필요 없는 사업장의 경우로는 일차산품만을 취급하는 사업장, 운송 행위만 하는 사업장, 온도규정이 적용되지 않는 동물성 식품만을 보관하거나 유통 판매하는 사업장,
- 그리고, 동물성 식품을 소량으로만 제조, 가공, 처리 또는 보관하거나 직접 소비자에게 판매하는 사업장, 한정된 지역의 범위에서만 동물성 식품을 다른 소매상에 유통 판매하는 소매 사업, 동물성 식품을 직접 소비자에게 판매하는 상점, 식물성 제품뿐만 아니라 식육제품, 젤라틴, 콜라겐, 내장육(예: 위, 낭, 장), 지방 찌꺼기, 기타 동물성 지방, 어류 가공제품, 유제품 또는 난류제품의 식품만을 제조,

가공, 처리, 보관 또는 유통 판매하는 사업장, 양봉장의 제품만을 제조, 가공, 처리, 보관 또는 유통 판매하는 사업장들은 허가취득의 의무가 있음.

- 위에 해당 주의 집행기관은 허가를 내주기 이전에 사업장 현장에서 검사를 실시한다. 해당 업무분야와 관련하여 중요한 기준이 되는 식품법 관련 요건이 모두 충족되는 경우 주의 집행기관이 허가를 내주어야 함.
- 만약, 허가를 받은 사업장이 식품위생에 영향을 미칠 수 있는 변경공사를 시행하는 경우, 이를 해당 주의 집행기관에 신고해야 함.

## 2) 식품성분 및 첨가물 규정

- 내용물의 성분에 대해서 EDI(Electronic Data Interchange)는 건강에 유해하고 영양장애를 일으키는 성분에 관한 기준을 마련하며 아울러 성분의 최대 허용합량에 관한 규정을 세움.
- 첨가물 각각의 성분에 대해서 표시사항, 최대 허용합량 및 허용여부에 관한 규정을 세움.
- 가공 보조 물 에서 불가피하게 형성되는 부산물 또는 파생제품은 반드시 건강에 무해해야 하며 완제품 상태에서 어떠한 작용도 일으켜서는 안됨. 그리고 EDI는 가공 보조 물에 관한 평가기준을 마련할 수 있고, 아울러 성분의 최대 허용합량에 관한 규정을 세움.
- 알레르기 반응이나 원치 않는 반응을 불러일으키는 성분의 표기는 식품으로 혼합(오염)된 배경(고의성 여부)과는 무관하게 반드시 이뤄져야 함.
  - EDI의 역할은 각 성분의 명칭을 정하고, 표시기준을 세움.
- 영양필수 또는 영양보조 성분의 첨가물에 경우, 식품의 영양가 유지 및 개선, 또는 국민보건을 향상시키기 위한 목적으로 식품에 영양필수 또는 영양보조 성분(예: 비타민, 미네랄 성분)을 첨가해도 됨.
  - EDI의 역할은 허용되는 성분 및 성분의 최대 허용합량, 표시기준, 광고의 허용수위

## 3) 특수처리에 관한 식품규정

- 유효기간을 연장하고 위생/미생물의 안전성을 향상시키기 위한 목적으로, 식품

(해당 공정에 적합한 식품)을 생물학적, 화학적 또는 물리적 공정을 거치게 할 수 있음.

- 주의해야 할 사항은, 식품이 공정 이후에도 건강에 무해하고, 재료의 구성성분 및 식품의 물리학적, 생리학적 및 감각적 특성이 가능한 적게 변동될 수 있도록 공정을 적용해야 한다는 점.
- EDI는 다음 사항에 관한 기준을 마련:
  - 열처리, 냉각유지 및 냉동의 온도와 기본조건
  - 생물학적, 화학적 및 물리적 공정의 적용조건
- BAG의 허가승인이 반드시 필요한 공정에는 식품에 이온화 방사선 방법을 사용하고자 할 경우, 혁신적인 기술공정을 적용시킴으로써 해당 식품의 생리학적 특성이나 재료의 구성성분이 확연히 달라질 경우.
- 측정 및 검사 장비가 동원된 식품 방사선 요법은 다음 조건 하에서 이온화 방사선 요법으로 간주되지 않음.
  - 흡수선량(absorbed dose)이 중성자선을 사용한 검사장비: 0.01 Gy(그레이)값을 초과하지 않는 경우, 기타 장비로 0.5 Gy(그레이)값을 초과하지 않는 경우.
  - 최대 방사선 에너지량이 X-선 10 MeV, 중성자선 14 MeV, 그 밖의 경우 5 MeV.값을 초과하지 않는 경우.
- 최신 과학기술에 입각하여 건강을 위협할 가능성이 전혀 없다고 판단되는 경우에 BAG가 허가승인을 내준다. 허가의 효력기간은 최고 10년이며 연장이 가능하다. 그러나 기간이 만료되기 이전에 재신청(연장신청)이 이뤄지지 않을 경우에는 효력을 상실.
- BAG는 최근 승인된 식품의 목록을 일정기간 동안 인터넷과 스위스의 상용관보인 Schweizer Handelsamtblatt지를 통해 공고.

#### 4) GMO관련 규정 (GMO: genetically modified organism)

- 유전자 변형농산물(GMO)은 교잡이나 자연조합에 의해서 자연적으로 발생될 수 없는 변형된 유기물.
- GMO관련 허가취득의 의무로는 소비자 판매용으로 GMO를 함유하거나 GMO

로부터 추출된, 또는 GMO인 식품, 첨가물 및 가공 보조 물은 반드시 BAG의 허가승인을 받아야 함.

- 허가승인이 되는 경우에는 최신 과학기술에 입각하여 건강을 위협할 가능성이 전혀 없다고 판단될 경우와 GMO를 함유하거나 GMO로부터 추출된, 또는 GMO인 식품, 첨가물 및 가공보조물이 다음 법적 규정을 준수하는 경우임.
- 또한, GMO를 함유하거나 GMO인 식품, 첨가물 및 가공보조물의 경우, BAG가 방출규정을 고려하면서 허가절차를 감독 및 관리한다. 그리고 EDI가 허가절차 관련 규정을 마련.
- 허용 범위에는 제 22조 제1항에 따른 물질은 다음 상황에서 허가승인 받지 않아도 허용.
  - 물질이 소량으로만 존재하는 경우
  - 이러한 물질의 형성을 방지하기 위해 적절한 조치를 취했다는 사실이 입증되는 경우 그리고
  - 최신 과학기술이나 경험에 입각하여, GTG의 제 6~9조에 따른 원칙의 위반 가능성을 완전히 배제시킬 수 있는 경우.
- 관련문서 제출의무에는 GMO를 함유하거나 GMO로부터 추출된, 또는 GMO인 식품, 첨가물 및 가공 보조 물을 공급하는 자는 수요자한테 이러한 사실을 관련 문서를 통해 알려줄 의무가 있고 소비자에게 직접 공급하는 자는 이에 해당되지 않음.
- GMO를 함유하거나 GMO로부터 추출된, 또는 GMO인 식품, 첨가물 및 가공 보조 물을 수입하는 자는 관련문서를 요청해야 함.
- 문서가 필요 없는 경우에는 성분 중에 이 물질의 질량 퍼센트가 0.9 이상 넘지 않을 경우 그리고 이러한 물질이 성분에 형성되지 않도록 적절한 조치를 취했다는 사실이 증명될 경우.
- 혼합가능성 방지는 GMO를 함유하거나 GMO인 식품, 첨가물 및 가공 보조 물을 취급하는 자는 유전자 변형이 안된 유기물과의 원치 않는 혼합을 방지할 수 있도록 [우수제조관리기준 GMP(Good Manufacturing Practice)]을 가지고 규정을 세우고 대책을 마련해야 함.

## 5) 식품표시규정

- 포장 식품을 소비자에게 공급하는 자는 다음 사항을 반드시 표기해.
  - 식품의 명칭
  - 식품의 구성성분(원료)
  - 식품의 유효기간
  - 식품의 원산지
  - 식품 제조 시 유전자 변형 기술의 적용여부 및 특수한, 혁신적인 기술공정의 적용 여부(예: 방사선 요법)
  - 사용용도에 관한 정보.
- 식품의 라벨표시와 관련하여 EDI가 추가적인 표기사항을 지시할 수 있고 표기사항은 다음 조건을 충족.
  - 눈에 잘 띄는 곳에 표기
  - 읽기 수월하고 잘 지워지지 않는 글자로 표기.
- 최소 1개 이상의 공식 언어로 표기해야 함. 식품에 관한 정보가 오해의 소지 없이 스위스의 소비자에게 충분히 전달되는 경우에 한해서만 다른 언어 표기가 허용.
- EDI는 표기사항의 세부적인 나열순서에 관한 기준을 마련함. 아울러 예외적인 경우이나 포장형태, 포장재료 및 포장용기에 관한 규정을 세운음.
- 미 포장 식품 또는 식당, 병원시설, 기업 급식시설이나 이와 유사한 시설에서 공급되는 식품도 포장식품처럼 동일한 방식에 따라 정보가 전달되어야 함. 그리고 소비자에게 다른 방법을 통해서도 정보가 제대로 전달되는 경우에는 굳이 글자로 이뤄진 표기방식을 쓸 필요 없음.
- EDI는 반드시 글자로 표기해야 할 사항, 표기된 사항의 세부적인 나열순서 사항에 관한 기준을 마련.
- 원재료, 중간제품 및 반제품의 경우 정확한 표기가 이뤄져야 하는데 이 재(원재료, 중간제품 및 반제품)를 원료로 한 식품의 구성성분 및 라벨표시가 법적으로 전혀 하자가 없도록 하기 위해서임.
- 영양가 표기는 영양가 표시의 구성기준을 마련하여 특정한 식품에 한해서 영양가 표기에 관한 규정을 세움.

#### 4. 스위스의 의약품분야 바이어 정보

1. A-Chau Trading AG	
담당자/직책	
전화번호	+41 61 281 38 78
팩스	+41 61 281 38 97
홈페이지	
이메일	
업종	수입/수출
설립연도	
직원수	11-50
연간매출액	1-2.5백만 유로
취급품목	식품, 아시아 특산품
관심품목	
주소	Rheinfelderstr. 25 4127 Birsfelden Birsfelden Switzerland
주거래기업	
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

2. Cidial SA	
담당자/직책	
전화번호	+41 22 349 1300
팩스	+41 22 349 13 50
홈페이지	<a href="http://www.cidial.ch/">http://www.cidial.ch/</a>
이메일	cidial@cidial.ch
업종	수입 및 유통
설립연도	
직원수	1-10
연간매출액	1-2.5 백만유로
취급품목	바다식품/생선
관심품목	
주소	Autoroute Blanche 24, Case Postale 131, CH-1226 Geneve-Thonex
주거래기업	
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

3. Fideco Giger Cuisine	
담당자/직책	Herr P. Giger
전화번호	+41 (0) 31 9512323
팩스	+41 (0) 31 9511487
홈페이지	<a href="http://www.fideco.ch/de.aspx">http://www.fideco.ch/de.aspx</a>
이메일	fideco@fideco.ch
업종	수입 및 수출
설립연도	1904
직원수	40
연간매출액	
취급품목	생선, 가금류, 기타 식품
관심품목	
주소	Länggasse 11, 3280 Murten
주거래기업	
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

4. Frigaliment GmbH	
담당자/직책	
전화번호	071/744 32 33
팩스	071/744 62 08
홈페이지	<a href="http://www.frigaliment.ch/">http://www.frigaliment.ch/</a>
이메일	info@frigaliment.ch
업종	수입 및 유통
설립연도	
직원수	11-50
연간매출액	5-10 백만 유로
취급품목	냉동식품
관심품목	
주소	Industrial Rd 7, 9430 St. Margrethen
주거래기업	
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

5. Haco	
담당자/직책	Dr. Peter Speck (CEO)
전화번호	+41 (0)31 950 11 11
팩스	+41 (0)31 950 15 15
홈페이지	<a href="http://www.haco.ch/html/en/index.html">http://www.haco.ch/html/en/index.html</a>
이메일	contact@haco.ch
업종	수입/수출 및 유통
설립연도	1922
직원수	550
연간매출액	
취급품목	음료, 수프, 즉석식품, 스낵류
관심품목	
주소	Gumligen
주거래기업	
공장 및 제조업체	Gumligen and Schwarzenburg
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1000개 이상의 제품의 스위스 및 세계 각국 유통</li> </ul>	

6. Haecky	
담당자/직책	
전화번호	+41 61 716 81 81
팩스	+41 61 716 81 72
홈페이지	<a href="http://www.haecky.ch/">http://www.haecky.ch/</a>
이메일	haecky@haecky.ch
업종	수입/수출, 유통
설립연도	1920's
직원수	101-200
연간매출액	
취급품목	식음료
관심품목	
주소	Duggingerstrasse 15, Reinach, Switzerland
주거래기업	
공장 및 제조업체	
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 각국의 식음료제품의 스위스 시장 공급</li> </ul>	

7. Ibervia	
담당자/직책	
전화번호	+41 22 8000 529
팩스	+41 22 8000 549
홈페이지	<a href="http://www.ibervia.ch/base.htm">http://www.ibervia.ch/base.htm</a>
이메일	See <a href="http://www.ibervia.ch/base.htm">http://www.ibervia.ch/base.htm</a>
업종	수입 및 유통
설립연도	
직원수	1-10
연간매출액	백만 유로
취급품목	각국의 특화식품
관심품목	
주소	Rue du Conseil-General 14 1205 Geneve
주거래기업	
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

8. Label-one Selection	
담당자/직책	Philippe Lauber
전화번호	0800 522351
팩스	
홈페이지	<a href="http://shop.label-one.com/">http://shop.label-one.com/</a>
이메일	See <a href="http://shop.label-one.com/contact_us.php">http://shop.label-one.com/contact_us.php</a>
업종	수입, 유통
설립연도	
직원수	
연간매출액	
취급품목	국제식품
관심품목	
주소	
주거래기업	
공장 및 제조업체	
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 국제식품의 수입 및 온라인 판매</li> </ul>	

9. Company Montasell	
담당자/직책	
전화번호	+41 26 912 21 90
팩스	+41 26 912 17 87
홈페이지	www.soleil-vie.ch
이메일	info@soleil-vie.ch
업종	수입/수출, 판매
설립연도	Over 25 years ago
직원수	1-10
연간매출액	1-2.5 백만유로
취급품목	자연식품, 보충식품
관심품목	
주소	Mill of Trême, CP 26, CH 1635 Turn-of-Trême
주거래기업	
공장 및 제조업체	
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 환경친화제품 취급</li> </ul>	

10. R. C. Andreae Limited	
담당자/직책	Herr J. Valentin Andreae
전화번호	+41 (0) 61 706 98 98
팩스	+41 (0) 61 701 80 91
홈페이지	<a href="http://www.rca.ch/">http://www.rca.ch/</a>
이메일	info@rca.ch
업종	수입 및 유통
설립연도	1947
직원수	50
연간매출액	10-50백만 유로
취급품목	사탕과자
관심품목	
주소	General Guisan-Str. 17, CH-4153 Reinach/BL
주거래기업	
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

11. Trendgetranke	
담당자/직책	Mr. Daniel Buergi
전화번호	+41 (0)62 777 09 60
팩스	+41 (0)62 777 09 61
홈페이지	<a href="http://www.big-pump.ch/">http://www.big-pump.ch/</a>
이메일	dany@trendgetraenke.ch
업종	식품제조
설립연도	
직원수	
연간매출액	CHF 20,000
취급품목	음료수
관심품목	
주소	Logistics center, sea-valley route 60, CH-5705 Hallwil
주거래기업	
공장 및 제조업체	
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 유행되고 있는 주류/비주류음료/energy drinks/식품/사탕 등의 수입에 관심</li> </ul>	

## 제10장 터키

### 1. 터키의 식품 시장<sup>3)</sup> 개요

- 2005년 세계 식품시장 규모는 약 1조 4,550억 달러에 이르렀으며, 이 중에서 동유럽을 포함한 유럽 시장은 전체의 45%인 6,606억 달러에 달함
- 미국의 식품시장 규모가 약 3,000억 달러로 세계에서 제일 크며, 다음으로 일본이 세계의 시장의 약 13%를 차지하고 있음
- 유럽에서는 영국이 870억 달러로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이탈리아, 프랑스, 독일이 비슷한 규모로 세계 시장의 5.5% 내외를 나타냄

3) 본 보고서의 식품 시장은 일반 농수산물을 제외한 가공 및 포장식품(Packaged Food)을 대상으로 하고 있으며, 본 보고서에 인용한 통계수치 및 자료는 기준 환율 및 세부 식품군 분류에 따라 다소 상이할 수 있음.

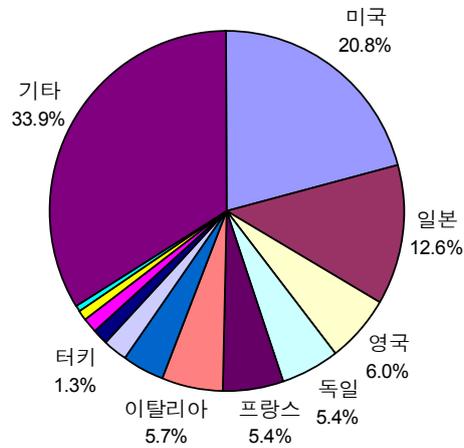


그림 10-1 2005년 세계 식품시장 (약 1조 4550억 달러) 대비 주요국 점유율

자료원: Euromonitor Internation 2006

- 2005년 터키의 식품시장은 세계 시장의 약 1.3%인 186억 달러(약 142억 유로) 규모임
  - 유럽의 영국, 독일, 프랑스의 약 4분의 1 크기이며, 한국보다는 조금 작음
- 2000-2005년 사이 터키의 식품시장은 연평균 3.1%의 성장률을 기록하였으며, 비교적 높은 성장세를 나타내고 있음

(단위: 십억 달러, %)

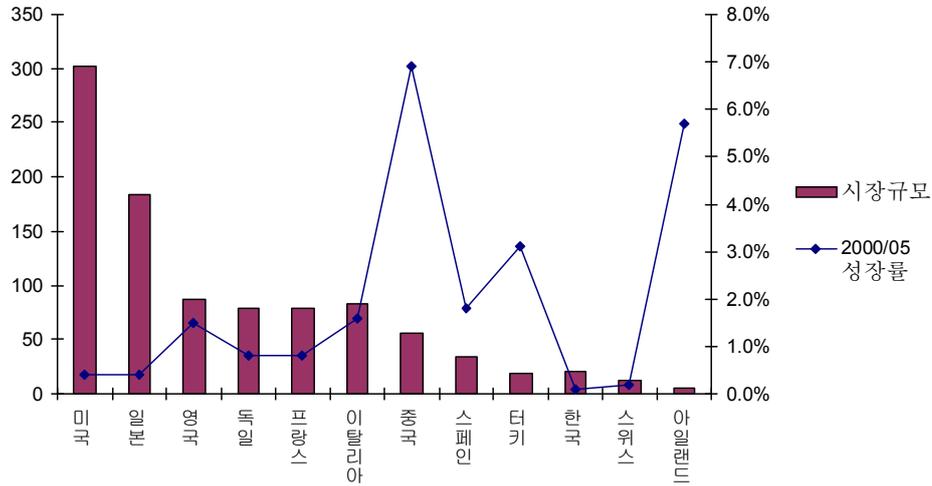


그림 10-2 2005년 세계 주요국가의 식품시장 규모 및 성장률

자료원: Euromonitor Internation 2006

(단위: 백만 달러, %)

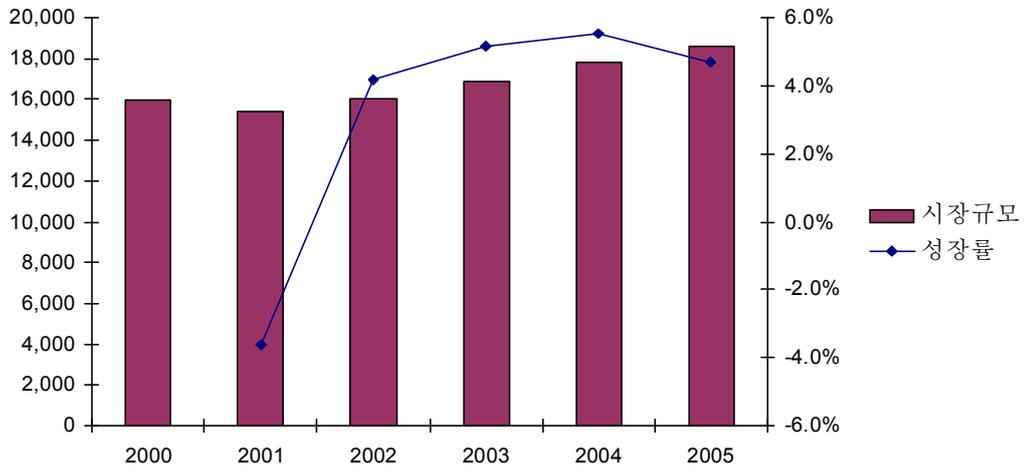


그림 10-3 터키 식품시장 규모 및 성장률

자료원: Euromonitor Internation 2006

- 시장규모에 있어 2001년에는 전년도에 비해 3.6% 줄어든 마이너스 성장을 기록하였는데, 경제위기에 따른 터키 리라(Lira)화의 가치 절하와 값싼 대체식품 소비 증가가 그 원인으로 지적 됨
- 2002년 이후에는 경기 회복과 가처분소득 증가에 따라 식품소비가 평균 5%의 성장세를 유지하고 있음

## 2. 터키의 식품 시장 동향

### 2.1 수요 동향

- 터키는 비가공 및 일반 식품을 선호하는 전통적인 성향을 가지고 있는 대표적인 국가로 향후 시장의 성장 잠재력이 큰 것으로 전망 됨
  - 주로 가정에서 조리한 음식을 좋아하며, 외식 비중이 다른 서구 유럽국가 들에 비해 낮은 편임
- 도시화 및 생활양식의 변화에 따라 식품 구매 성향이 점차 서구화되어 가고 있음
  - 터키의 젊은 세대의 인구가 점차 증가하고 있는데, 식품 편리성에 대해 보다 호의적인 성향을 가지고 있으며, 외식을 선호하는 경향을 보임
  - 여성의 노동시장 참여에 따른 가정 구조의 변화도 식품 소비성향에 큰 영향을 미치고 있음
- 2005년 터키의 1인당 식품 소비금액은 약 256달러 수준으로 서유럽 국가들에 비해 매우 낮은 수준이며, 관련 시장이 덜 발달되었다고 볼 수 있음
  - 그러나 2001년 225달러였던 것에 비교하면 꾸준한 성장세를 나타내고 있으며, 향후 세계에게 가장 빠르게 수요가 성장할 것으로 예상되는 국가 중에 하나 임
  - 2010년에는 전체 터키의 식품 수요가 220억 달러에 이를 것으로 예상되며, 이는 2005년에 비해 18%가 늘어난 수치 임

(단위: 달러)

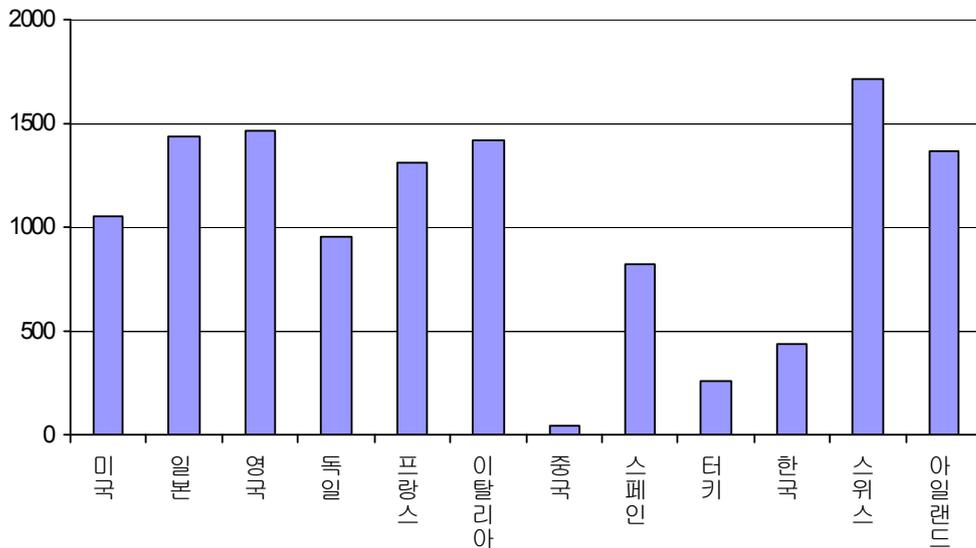


그림 10-4 2005년 세계 주요국가의 1인당 식품 소비금액

자료원: Euromonitor Internation 2006

- 고소득층을 중심으로 고가 및 고품질 식품에 대한 수요 또한 증가하고 있으며, 특히 기능성 식품에 대한 인식이 확산되어 가고 있음
  - 특히, 무설탕 저칼로리 과자류 및 유산균 음료의 수요가 크게 증가 추세 임
- 세부 식품군별 수요를 살펴보면, 제빵류 식품이 터키 전체 시장수요의 약 절반을 차지하고 있으며, 금액으로는 2005년 98억 달러에 달함
  - 제빵류 중 일반 빵의 비중이 85%에 이르고 있는데, 빵이 주된 일용 양식으로 터키 사람들에게 다른 식품에 비해 절대적 중요하기 때문임
  - 2001년 이후 연평균 3% 이상의 성장을 보이고 있으며, 일부 계층 및 지역에서 고급화 추세를 나타 냄
- 다음으로 큰 수요 품목은 식품용 유지류와 유제품류로 2005년 각각 그 규모가 36억 달러와 16억 달러에 이룸
- 기후적인 영향으로 인한 아이스크림의 수요가 유럽 국가들에 비해 상대적으로 높으며, 2005년 10% 가까이 증가됨

표 10-1 터키 세부 식품군별 수요 현황

(단위: 백만 달러)

구분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
과자 및 스낵류	1,095.2	1,078.5	1,106.8	1,177.7	1,301.2	1,402.2
제빵류	8,341.4	8,271.1	8,733.3	9,130.1	9,517.1	9,839.0
아이스크림류	178.3	165.5	177.0	190.0	208.6	225.8
유제품류	1,220.1	1,152.6	1,236.4	1,351.9	1,464.1	1,577.6
식사대용품류	-	-	-	-	-	-
즉석식품류	45.8	36.2	32.7	34.7	36.0	37.4
스프류	73.1	61.6	58.7	62.2	66.4	73.9
파스타류	162.2	153.8	156.9	165.2	175.1	183.3
면류	-	-	-	-	-	-
캔 식품	70.6	61.8	60.3	62.9	65.3	67.6
냉동식품	52.8	42.5	40.8	43.5	45.1	47.2
건조식품	644.1	540.7	512.7	540.4	562.0	587.7
냉장식품	200.1	146.9	137.8	143.6	159.4	174.7
식품용 기름류	3,213.8	3,034.0	3,126.1	3,263.2	3,451.8	3,608.6
소스류	439.1	423.3	429.1	448.4	471.2	504.0
유아용 식품류	119.6	115.8	108.6	118.6	133.5	152.7
잼류	391.8	355.4	363.0	388.0	413.3	436.6
총	15,967.0	15,388.1	16,031.9	16,858.2	17,792.8	18,623.8

자료원: Euromonitor Internation 2006

- 주목할 만한 품목으로는 유아용 식품을 들 수 있는데, 2005년 14%의 급성장을 타냄
  - 현재 터키 전체인구 7,200만 명중 유아용 식품 소비자 층인 5세 이하 어린이 수가 6백만 명에 이르는 것으로 추산되고 있으며, 여성의 사회참여 증가에 따라 그 수요가 더욱 늘어날 전망 임
  - 각 종 관련 광고 또한 증가하고 있으며, 새로운 브랜드와 제품 등의 출시가 늘어나고 있음

## 2.2 생산 동향

- 2005년 터키의 식품 생산량은 약 1,860만 톤으로 유럽의 독일보다는 작지만, 영국보다는 큰 규모임
  - 미국이 7천3백만 톤의 식품을 생산, 세계에서 가장 큰 부분을 차지하고 있으며, 다음으로 중국이 3천6백만 톤의 식품 생산량을 기록하고 있음
- 터키의 식품 생산은 2000년 이후 연 평균 3%의 성장을 보이고 있으며, 최근 들어 성장세가 둔화되고 있음

(단위: 천 톤)

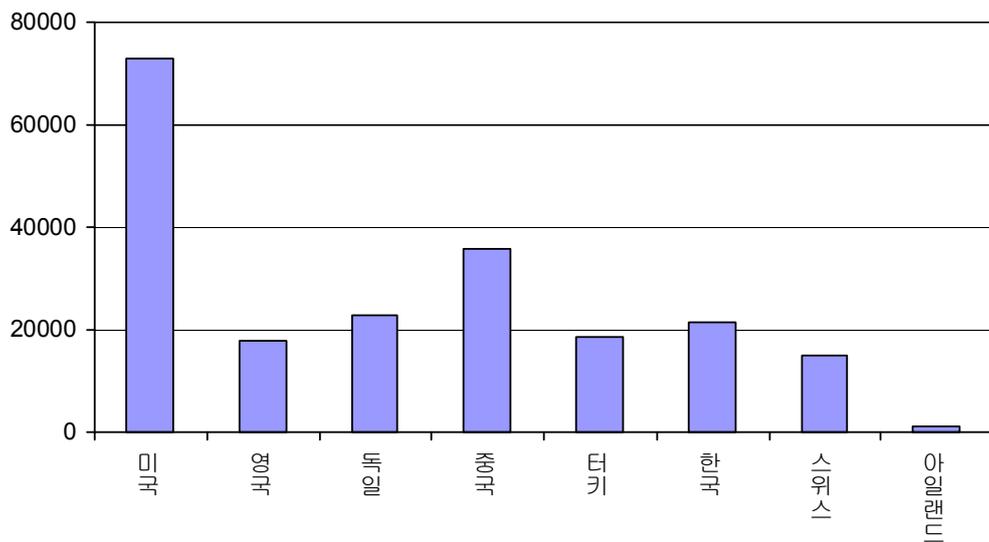


그림 10-5 2005년 세계 주요국가의 식품 생산 현황

- 수요가 많은 제빵류와 식품용 기름이 전체 식품 생산에서도 가장 큰 부분을 차지하고 있으며, 2005년 생산량은 각각 1000만 톤과 120만 톤에 이릅니다
- 2000년 이후 가장 빠른 생산 성장을 보인 품목은 스프루로 2005에는 12% 가까운 성장을 보임

표 10-2 터키 세부 식품군별 생산 현황

(단위: 천 톤)

구분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
과자 및 스낵류	151.5	154.9	161.3	169.5	181.3	193.1
제빵류	9,333.0	9,986.8	10,335.1	10,532.2	10,657.6	10,718.7
이이스크림(천 리터)	60,100.8	60,317.1	63,083.8	66,367.6	70,813.3	74,829.7
유제품류	-	-	-	-	-	-
식사대용품류	-	-	-	-	-	-
즉석식품류	8.6	7.7	7.5	7.6	7.8	7.9
스프류	12.8	9.3	9.0	9.5	10.1	11.3
파스타류	194.2	189.6	198.0	198.6	203.9	205.0
면류	-	-	-	-	-	-
캔 식품	41.7	37.1	35.8	36.4	36.8	37.0
냉동식품	12.8	11.6	12.0	12.2	12.5	12.8
건조식품	320.4	310.1	322.2	328.1	336.1	340.4
냉장식품	26.5	20.4	20.4	21.1	22.2	23.4
식품용 기름류	1,031.6	1,003.0	1,031.7	1,074.7	1,139.3	1,194.0
소스류	213.4	209.9	213.7	222.1	226.4	236.1
유이용 식품	15.8	17.7	14.5	15.1	16.0	17.3
잼류	74.5	68.8	70.1	74.3	78.3	81.7

자료원: Euromonitor Internation 2006

## 2.3 유통 구조

- 터키의 가장 큰 식품 유통 채널은 대형 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓으로 세계적 유통망을 갖고 있는 다국적 기업의 진출이 최근 늘어나고 있음
  - 대표적인 슈퍼마켓으로는 테스코(Tesco), 카푸르(Carrefour), 미그로스(Migros)와 트슨(AS Watson), 메트로(Metro) 등 임

- 최근 터키 식품시장의 성장 잠재력이 크다는 판단아래 각 기업들의 확장 및 투자가 급격히 늘어나고 있으며, 소비자의 이용 또한 증가하고 있음

## 2.4 경쟁 동향

- 터키의 식품 시장은 유럽 국가들과 마찬가지로 다국적 기업이 많이 진출해 있으며, 터키 국민들만의 식습관 및 기호 때문에 비교적 터키 자국 기업이 강세를 나타내고 있음
- 터키 식품시장 점유율이 제일 높은 기업은 터키 기업인 울커(Ülker Gıda Sanayi ve Ticaret AS)로 2004년 전체 시장의 약 8%를 차지 함
  - 2001년에 비해 2% 이상 시장점유율이 상승하였으며, 터키에서 가장 잘 알려진 종합 식품기업 임
  - 울커의 가장 큰 장점은 전국적인 판매망을 잘 구축하고 있다는 것이며, 좋은 재무상태를 바탕으로 광고 및 프로모션에 많은 투자를 하고 있음
  - 꾸준한 연구개발 및 신제품 출시도 성공요인으로 지적 됨

표 10-3 터키 기업별 식품 시장 점유율

(단위: %)

기업	2001년	2002년	2003년	2004년
Ülker Gıda Sanayi ve Ticaret AS	6.3	6.6	7.1	7.8
Unilever Tüketim Ürünleri Paz Ticaret AS	3.9	3.9	2.8	2.9
Marsa Kraft Jacobs Suchard Sabancı Gıda San AS	1.9	1.9	1.8	1.8
Eti Gıda Sanayii ve Ticaret AS	1.1	1.3	1.5	1.8
Pınar Süt Mamulleri Sanayi ve Ticaret AS	1.6	1.6	1.6	1.6
Tat Konserve Sanayii AS	0.7	0.6	1.5	1.5
Yudum Gıda Sanayi ve Tic AS	-	-	1.2	1.3
Nestlé Gıda Sanayii AS	1.9	2	2.1	1.3
Sütas AS	1	1	1.1	1.2
Unilever Sanayii ve Ticaret Türk AS	1	1	1	1.1
Besler Et ve Gıda Sanayii ve Ticaret AS	0.8	0.9	0.9	1
Kent Gıda Maddeleri Sanayii ve Ticaret AS	0.7	0.7	0.8	0.8
Trakya Yağlı Tohumlar Tarım Satış Birliği	0.7	0.7	0.7	0.7
Sagra Gıda Üretim Pazarlama ve Ticaret AS	0.7	0.7	0.7	0.7
Danone Tikvesli Gıda ve İçecek San ve Tic AS	0	0	0.5	0.7
Kırlangic Gıda Maddeleri San ve Ticaret AS	0.5	0.5	0.5	0.5
Tamek Gıda ve Konsantre Sanayi AS	0.5	0.5	0.5	0.5
Reis Tarımsal Ürünler San ve Tic AS	0.6	0.5	0.5	0.5
Dandy Gıda Sanayii ve Ticaret AS	0.3	0.4	0.4	0.4
Frito-Lay Gıda Sanayii ve Ticaret AS	0.4	0.3	0.3	0.4

자료원: Euromonitor Internation 2006

- 다국적 기업인 유니레버(Unilever)와 마사크라프트(MarsaKraft)가 오히려 다음으로 각각 3%와 2%의 시장 점유율을 나타내고 있음
- 유니레버의 경우, 2001에 비해 시장 점유율이 떨어졌지만, 꾸준한 판매 추세를 보이

- 고 있으며, 특히 알지다(Algida)의 아이스크림은 크게 성공한 것으로 평가 됨
- 네슬레의 경우, 2004년도에 전년대비 1% 가까이 시장점유율이 하락, 급격한 매출 부진을 겪음
  - 개별 상표 및 제품의 시장점유율을 살펴보면, 각 가정이나 소규모 식당 혹은 전문 기업에서 만드는 소량 생산 상품인 아티자날(Artisanal)이 전체 시장의 50% 이상을 차지하고 있음 즉 대량 생산의 빅 브랜드 상품이 시장에 진출할 수 있는 기회가 많은 것으로 전망 됨
  - 일반 상표로써는 과자 및 쿠키 상표인 율커가 2004년 5.3%의 시장을 차지, 가장 높은 시장점유율을 기록함
    - 다음으로 유제품 상표인 핀나르(Pinar), 비스킷 상표인 에티(Eti) 등이 1.5% 내외의 시장을 차지하고 있음

표 10-4 터키 상표별 식품 시장 점유율

(단위: %)

상표	기업	2001년	2002년	2003년	2004년
Artisanal	Artisanal	52.4	52.9	52.1	50.9
Ülker	Ülker Gıda Sanayi ve Ticaret AS	4.6	4.7	4.9	5.3
Pinar	Pinar Süt Mamülleri Sannayi ve Ticaret AS	1.5	1.5	1.5	1.6
Eti	Eti Gıda Sanayii ve Ticaret AS	0.9	1	1.3	1.5
Konili	Unilever Tüketim Urunleri Paz Ticaret AS	1.4	1.4	1.1	1.2
Sana	Unilever Tüketim Urunleri Paz Ticaret AS	0.7	0.7	1.2	1.2
Luna	Marsa Kraft Jacobs Suchard Sabanci Gıda San AS	1.2	1.2	1.1	1.1
Sutas	S?tas AS	1	1	1.1	1.1
Ülker	Besler Et ve Gıda Sanyayii ve Ticaret AS	0.8	0.9	0.9	1
Yudum	Yudum Gıda Sanayi ve Tic AS	-	-	1	1
Biryag	Trakya Yağlı Tohumlar Tarım Satsis Birliği	0.7	0.7	0.7	0.7
Tat	Tat Konserve Sanayii AS	0.7	0.6	0.6	0.6
Sek	Tat Konserve Sanayii AS	0	0	0.6	0.6
Ona	Marsa Kraft Jacobs Suchard Sabanci Gıda San AS	0.5	0.5	0.5	0.5
Kırlangic	Kırlangic Gıda Maddeleri San ve Ticaret AS	0.5	0.5	0.5	0.5
Tamek	Tamek Gıda ve Konsantre Sanayi AS	0.5	0.5	0.5	0.5
Reis	Reis Tarımsal Urunler San ve Tic AS	0.6	0.5	0.5	0.5
Becel	Unilever Tüketim Urunleri Paz Ticaret AS	0.4	0.4	0.4	0.4
Nestlé	Nestlé Gıda Sanayii AS	0.3	0.3	0.4	0.4
Sarelle	Sagra Gıda Üretim Pazarlama ve Ticaret AS	0.3	0.3	0.3	0.3
Hanimeller	Ülker Gıda Sanayi ve Ticaret AS	0.3	0.3	0.3	0.3
Orkide	Orkide AS	0.3	0.3	0.3	0.3
Tukas	Tukas Turgutlu Konserve San AS	0.2	0.3	0.3	0.3
Falim	Dandy Gıda Sanayii ve Ticaret AS	0.2	0.3	0.3	0.3
Danone	Danone Tikvesli Gıda ve İçecek San ve Tic AS	0	0	0.2	0.3
Kent	Kent Gıda Maddeleri Sanayii ve Ticaret AS	0.2	0.3	0.3	0.3
Cokokrem	Ülker Gıda Sanayi ve Ticaret AS	0.3	0.3	0.3	0.3
Tadim	Tadim Gıda Maddeleri Sanyayii ve Ticaret AS	0.3	0.3	0.3	0.3
Knorr	Unilever Sanayii ve Ticaret Türk AS	0.3	0.3	0.3	0.3
Sırma	Yudum Gıda Sanayi ve Tic AS	-	-	0.3	0.3

자료원: Euromonitor Internation 2006

## 2.5 수출 현황

- 터키의 식품 수출은 2002년 감소세를 보인 이후, 큰 성장세를 나타냄
  - 2003년, 2004년 연평균 40%에 이르는 성장률을 기록하며, 2004년 총수출 규모가 약 16억 6천만 달러에 이름
  - 터키는 중동 및 북아프리카에 대한 최대 식품 공급 국가로 식품 수출이 전체 터키 수출의 약 13%를 차지 함
- 2004년 가장 수출 규모가 큰 품목은 땅콩 등과 같은 견과류를 가공한 것으로 전체 규모가 3억 7천만 달러에 이르고 있으며, 터키는 세계 최대 견과류 수출국 임
- 터키는 또한 세계 다섯 번째로 큰 야채 및 과일 수출국으로 각 종 과일 및 야채를 이용한 가공 식품이 수출의 큰 부분을 차지 함
  - 2004년 무화과, 살구 등을 말린 건조식품 수출이 2억 8천만 달러, 그 밖의 가공 과일 수출이 약 1억 8천만 달러 이르렀으며, 급성장 추세를 나타 냄
- 이외에 제빵류와 즉석 식품, 초콜릿, 식용유, 절인 야채 등 보존식품 등이 주요 수출 품목을 이루고 있음

표 10-5 터키 주요 상품별 수출현황

(단위: 백만 달러)

상품	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년
가공 견과류	169.4	184.5	169.6	192.8	370.8
제빵류	85.8	98.0	115.0	173.4	213.7
즉석 식품	93.6	96.7	114.9	155.1	198.2
건조 과일	178.4	154.3	183.8	227.3	283.3
가공 과일	88.7	96.6	91.8	137.7	176.2
초콜릿	63.2	68.8	70.8	128.2	161.3
식품용 기름	29.1	132.6	43.3	162.0	166.0
보존 식품	67.9	81.2	79.4	98.0	123.0

자료원: Food and Agriculture Organisation of The United Nations

### 3. 터키의 식품 수입관리제도

#### 3.1 수입현황

- 터키는 세계에서 식량을 자급자족할 수 있는 몇 안 되는 국가 중의 하나로 식품 관련 생산물이 전체 GNP 중에서 40%이상을 차지하며, 수입보다 수출이 많은 순 수출국 임
- 2004년 터키의 총 식품수입 규모는 약 7억 달러로 전년도에 비해 20% 가까운 급성장을 기록함
- 가장 수입 규모가 큰 품목은 각 종 식용유로 전체 식품 수입의 25%를 차지하며, 금액으로는 2004년 3억 6천만 달러 이룸
  - 1인당 식용유 소비가 연간 16.5kg에 달 할 정도로 터키 국민의 식용유 소비가 많으며, 국내 생산이 부족하여 수입에 크게 의존하고 있음
- 즉석 식품과 제과류가 다음으로 수입 비중이 큰 제품으로 식생활의 서구화 및 생활양식의 변화에 따라 수요 및 수입이 꾸준히 증가 하고 있음

(단위: 백만 달러)<sup>4)</sup>

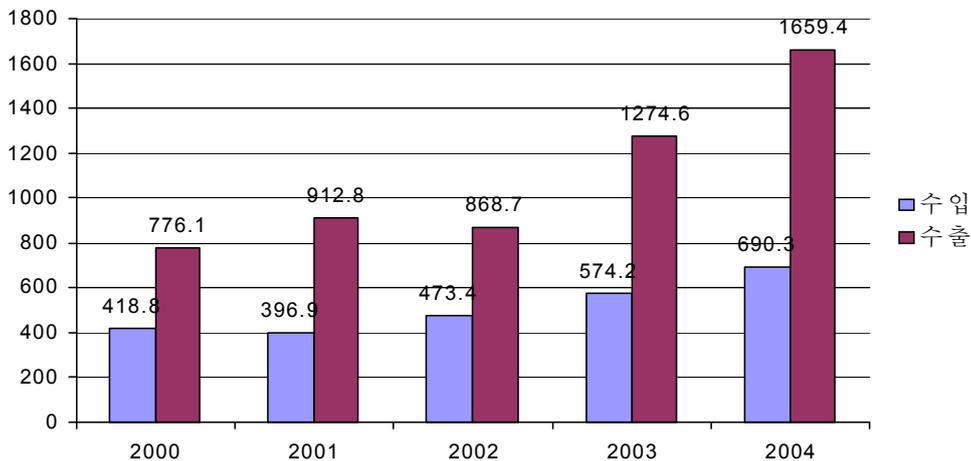


그림 10-6 터키 식품 수출입 현황

자료원: Food and Agriculture Organisation of The United Nations

4) UN 식품 및 농업기구 통계 자료 중 관련 제품별 수치를 수집, 가공한 것임을 참고

표 10-6 터키 주요 상품별 수입현황

(단위: 백만 달러)

상품	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년
제과류	115.6	84.3	78.9	95.4	144.9
즉석 식품	81.8	73.9	106.1	125.6	185.4
식품용 기름	221.4	238.7	288.5	353.2	360.0

자료원: Food and Agriculture Organisation of The United Nations

#### 4. 터키의 의약품분야 바이어 정보

1. DynaTurk	
담당자/직책	Vesile Oskay
전화번호	+90 212 659 77 35
팩스	+90 212 659 77 34
홈페이지	<a href="http://www.dynaturk.com/eng/index_eng.htm">http://www.dynaturk.com/eng/index_eng.htm</a>
이메일	info@dynaturk.com
업종	제조, 마케팅, 수출, 수입
설립연도	1990
직원수	100
연간매출액	0.1억 달러
취급품목	사탕과자, 음료, 유아식품
관심품목	
주소	Istoc 42 Ada no: 10, Mahmutbey, Istanbul, 552
주거래기업	
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

2. Egekim A.S	
담당자/직책	
전화번호	+90 232 464 0800
팩스	+90 232 464 0801
홈페이지	<a href="http://www.egekim.com/index.htm">http://www.egekim.com/index.htm</a>
이메일	egekim@egekim.com
업종	수입 및 판매
설립연도	1991
직원수	21-50
연간매출액	백만 터키리라 미만
취급품목	향료, 기름, 커피, 차, 유제품, 사탕과자
관심품목	
주소	Cumhuriyet Meydani Ataturk cad. No:174/1. Ekim Apt. K:7 D:14 Alsancak. 35220 Izmir
주거래기업	
공장 및 제조업체	Izmir and Istanbul
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품의 최대 수입/수출 회사 중 하나, 냉동식품 전문</li> </ul>	

3. ETI	
담당자/직책	
전화번호	+ 90 (212) 319 33 33
팩스	+ 90 (212) 325 22 58/60
홈페이지	<a href="http://www.etietieti.com/English/index.asp">http://www.etietieti.com/English/index.asp</a>
이메일	bilgi@etietieti.com
업종	제조, 수출
설립연도	1961
직원수	
연간매출액	
취급품목	사탕과자, 빵
관심품목	
주소	Gültepe Mah, Harman Cad, Ali Kaya Sok, Polat Plaza B Blok No: 2 Kat: 7-8 34394 1. Levent/Istanbul
주거래기업	
공장 및 제조업체	
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 구호활동에 사용되는 제품 공급, 약 150개의 상이한 제품 생산, 전세계 무역 네트워크 형성</li> </ul>	

4. Limeks Gıda ve Dayanıklı Tuk. Malz. San. ve Tic. Ltd. Sti.	
담당자/직책	
전화번호	+90 212 243 3668 / 245 2756
팩스	+90 212 245 2756 / 244 3543
홈페이지	<a href="http://www.limeks.com.tr/myweb2/index.htm">http://www.limeks.com.tr/myweb2/index.htm</a>
이메일	info@limeks.com.tr
업종	수입 및 수출
설립연도	1990
직원수	
연간매출액	
취급품목	식품, 가정용품, 화장품
관심품목	
주소	Rihtim Cad. Kilicalı Pasa Mescidi Sok. No.9/A Karaköy 80000 istanbul
주거래기업	
공장 및 제조업체	
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•아시아, 아프리카, 유럽, 러시아 등에 사업장 구축</li> </ul>	

5. Ozkaya Food Industry Ltd.	
담당자/직책	Onur Ozer
전화번호	324 239 0770
팩스	324 239 0777
홈페이지	<a href="http://ozkayaltd.com/">http://ozkayaltd.com/</a>
이메일	onur.ozer@ozkayagidaltd.com / info@ozkayaltd.com
업종	수입, 유통
설립연도	1992
직원수	
연간매출액	
취급품목	Asian Foods, Canned, Frozen, Fish/Meat/Poultry Foods
관심품목	
주소	Ýsmet Ýnöntü Bulvarý Kültür Mah. Barbur Apt. Kat:2 No:2, Mersin 33130, Turkey
주거래기업	
공장 및 제조업체	
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 최대 식품 수입/수출 회사, 냉동식품 전문</li> </ul>	

6. Selecta Satis Otomatlari Servis ve Tic. A.S	
담당자/직책	
전화번호	+90 212 252 3209
팩스	+90 212 293 6251
홈페이지	
이메일	
업종	생산 및 수입
설립연도	2000
직원수	11-20
연간매출액	백만 터키 리라 미만
취급품목	차, 커피
관심품목	
주소	Tophane Rihtim Cad. Yuva Sok. No:5. Kat:3 Karaköy. 80000 Istanbul
주거래기업	
공장 및 제조업체	
회사연혁 및 회사정보	

7. Ülker	
담당자/직책	Murat Ülker (Holding Executive)
전화번호	+90 212 567 15 67
팩스	+90 212 567 68 60
홈페이지	<a href="http://www.ulker.com.tr/ulkerportal/en/">http://www.ulker.com.tr/ulkerportal/en/</a>
이메일	See <a href="http://www.ulker.com.tr/ulkerportal/en/contact/">http://www.ulker.com.tr/ulkerportal/en/contact/</a>
업종	제조, R&D, 포장, 마케팅, Trade
설립연도	1944
직원수	
연간매출액	
취급품목	사탕과자의 제조 및 수출, 지방음식 관련 제품
관심품목	
주소	P.K. 366 Topkapi, Istanbul, Turkey
주거래기업	
공장 및 제조업체	Besler Gida
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 무역단(110개 국가에 Ülker제품판매 목적)/소비자단(마케팅, 판매, 유통)/연구개발/포장으로 별도의 그룹운영</li> </ul>	

8. Yasar	
담당자/직책	Selcuk Yasar (Chairman)
전화번호	+90 232 4822200
팩스	+90 232 4841789-4834659
홈페이지	<a href="http://www.yasar.com.tr/eng/">http://www.yasar.com.tr/eng/</a>
이메일	info@yasar.com.tr
업종	제조, 판매, 유통, 포장, 금융
설립연도	1968
직원수	6,500
연간매출액	YTL 8.4억 순수입 (2005)
취급품목	포장제품, 음료, 기능성 식품
관심품목	
주소	Sehit Fethi Bey Cad. No:120, 35210, izmir
주거래기업	
공장 및 제조업체	
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 터키의 3번째 큰 회사, Aegean Coast에서는 가장 큰 회사임. 미국화학회사(US Chemical Bank)가 40% 지분을 가지고 있는 Tütün Bank를 조정</li> </ul>	

9. Yilmaz Kimya Sanayi ve Ticaret AS	
담당자/직책	irfan Yilmaz (General Manager)
전화번호	+90 216 335 1 335
팩스	+90 216 335 9 335
홈페이지	<a href="http://www.yilmazkimya.com.tr/enindex.aspx">http://www.yilmazkimya.com.tr/enindex.aspx</a>
이메일	info@yilmazkimya.com.tr
업종	수입, 수출, 유통, 마케팅
설립연도	1982
직원수	
연간매출액	
취급품목	식품 및 의약품 원료
관심품목	
주소	inkilap Mah. O.Faik Atacan Cad. Siteyolu No:3, Umraniye, Istanbul 34768, Turkey
주거래기업	
공장 및 제조업체	Istanbul
<p>회사연혁 및 회사정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 화학 및 식품 첨가제</li> </ul>	