

1. 일반 정보

■ 기본 품목 정보

○ 품명: 간장

○ 영명: Soy sauces

○ HS Code: 2103100000

○ 종류

- 양조 간장: 대두, 탈지대두, 맥류 또는 쌀 등을 제국하여 식염수 등을 섞어 발효·숙성시킨 후 그 여액을 가공한 것.

- 혼합 간장: 양조간장 원액과 산분해 간장 원액을 적정비율로 혼합하여 가공한 것, 산분해 간장 원액에 단백질 또는 탄수화물 원료를 가하여 발효, 숙성시킨 여액을 가공한 것, 또는 이 원액에 양조간장 원액이나 산분해 간장 원액 등을 적정비율로 혼합하여 가공한 것

- 산분해 간장: 단백질 또는 탄수화물을 함유한 원료를 산으로 가수 분해한 후 중화하여 얻은 여액을 가공한 것이나 산분해 간장 원액을 효소 처리한 후 얻은 여액을 가공한 것, 또는 이의 원액에 산분해 간장 원액을 적정비율로 혼합하여 가공한 것

- 재래한식간장: 한식메주를 주원료로 하여 식염수 등을 섞어 발효, 숙성시킨 후 그 여액을 가공한 것

- 개량한식간장: 개량메주를 주원료로 하여 식염수 등을 섞어 발효, 숙성시킨 후 그 여액을 가공한 것

2. 수출입 동향

1) 수출 동향

○ HS Code: 210310, Soy Sauce

<한국의 간장 수출 현황>

단위: 달러, kg

순 위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	11,686,899	10,296,778	12,039,554	10,021,887	13,864,192	11,124,076
1	United States	3,170,263	3,597,225	3,186,955	3,797,961	3,541,456	3,824,622
2	Russia	2,619,360	2,982,392	2,056,996	2,250,696	2,737,321	2,796,252
3	China	1,549,364	445,487	1,527,907	575,425	1,342,131	630,159
4	Australia	495,174	540,050	543,403	535,197	720,510	656,960
5	Kazakhstan	322,178	114,351	417,418	151,682	666,745	143,063
6	Philippines	661,301	220,090	870,631	360,318	567,301	314,588
7	Vietnam	56,633	25,765	263,374	58,127	422,195	73,236
8	Canada	372,758	369,886	231,344	271,883	345,642	373,582
9	Saudi Arabia	387,701	377,593	377,096	358,974	345,035	331,419
10	New Zealand	219,431	245,684	218,046	229,486	267,965	270,864

출처: Global Trade Atlas (2013. 5. 13)

○ 간장의 2012년 수출액은 13,864,192 달러이며, 수출량은 11,124,076 kg임

○ 간장의 주요 수출국에는 미국, 러시아, 중국, 호주 등이 있음

○ 2012년 간장이 가장 많이 수출된 곳은 미국으로 3,541,456 달러를

○ 그 뒤를 따라 2012년 기준으로 러시아가 2,737,321 달러, 중국이 1,342,131 달러를

기록

2) 수입 동향

○ HS Code: 210310, Soy Sauce

<한국의 간장 수입 현황>

단위: 달러, kg

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	5,061,553	3,727,016	6,126,452	4,118,195	6,450,248	4,586,760
1	Japan	2,828,078	1,234,361	3,601,702	1,467,262	3,453,304	1,431,627
2	China	991,960	867,969	1,056,763	870,795	1,180,182	964,183
3	Taiwan	599,994	1,104,561	767,095	1,248,663	1,061,447	1,622,371
4	United States	473,104	412,020	499,706	394,528	421,251	372,986
5	Indonesia	75,593	34,271	73,379	43,047	96,339	49,020
6	Hong Kong	135	13	21,160	9,075	79,764	35,638
7	Thailand	38,721	22,367	60,370	37,713	79,714	39,807
8	Philippines	20,982	22,986	26,927	27,214	40,685	40,802
9	Vietnam	14,664	14,900	17,192	19,801	36,908	30,241
10	Singapore	18,118	13,537	109	26	189	9

출처: Global Trade Atlas (2013. 5. 13)

○ 간장의 2012년 수입액은 6,450,248 달러이며, 수입량은 4,586,760 kg임

○ 간장의 주요 수입국에는 일본, 중국, 대만 등이 있음

○ 2012년 간장을 가장 많이 수입한 곳은 일본으로 3,453,304 달러를 기록하였으며,
수입량은 1,431,627 kg임

○ 그 뒤를 따라 2012년 기준으로 중국이 1,180,182 달러, 대만이 1,061,447 달러임

3. 러시아 시장 동향

■ 생산동향

- 러시아 식품시장에서는 '98년 8월 러시아 외환위기 이후 수입대체산업이 급속히 확대되고 있음
- 이와 같은 추세는 간장(콩 제품)에 있어서도 유사하게 나타나고 있음
- 오랜 전통과 기술을 간직하고 있는 아시아권 국가들과는 품질 면에서 차이가 나지만 러시아 업체들은 러시아산 콩을 사용하여 간장 및 다양한 제품들을 생산
- 러시아는 현재 자국 간장 (장류) 이 소량 생산되고 있으나, 수입산의 점유율이 월등하게 높음
- 러시아 시장 중 모스크바와 상트-페테르부르그가 간장 수요의 90%를 차지
- 러시아의 콩 생산량

구분	물량(톤)			
	2008	2009	2010	2011
Soybean	745,990	943,660	1,222,370	1,756,010

출처: FAOSTAT (2013. 1. 15)

- 간장 생산량은 미미한 편이어서 통계를 찾을 수가 없음

■ 수입동향

○ 러시아의 각종 소스 및 조미료 수입규모는 매년 증가하는 추세이며, 특히 연간 30~40%로 안정적으로 성장하고 있는 러시아 간장시장은 수입 산의 점유율이 월등하게 높은 실정으로 간장 수입금액은 대폭 증가하고 있음

○ 수입물량 기준, 간장(HS CODE: 210310, Soya Sauce)

< 러시아의 간장 수입 현황 >

단위: kg, 달러

No.	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	Total	17,250,827	15,387,976	20,149,134	16,546,046	23,913,166	21,007,975
1	Netherlands	9,106,878	4,344,998	12,831,210	6,327,885	13,643,973	7,024,399
2	China	2,792,463	2,889,666	2,334,776	2,799,717	3,763,291	4,116,379
3	Vietnam	1,392,021	3,455,443	1,444,073	3,361,449	2,152,544	4,986,140
4	United States	826,797	687,400	1,221,362	823,758	1,797,691	1,123,539
5	Korea South	1,269,515	3,104,237	1,147,808	2,738,158	1,420,038	3,168,203
6	United Kingdom	-	-	-	-	342,709	219,334
7	Japan	1,533,207	796,902	816,922	365,644	288,272	110,939
8	Germany	151,273	29,060	166,584	34,016	183,172	41,378
9	Sweden	125,659	43,463	109,177	37,487	167,319	57,520
10	Taiwan	24,014	23,776	2,136	2,784	99,063	139,207

출처: Global Trade Atlas (2013. 3. 28)

- 수입물량을 기준으로, 2012년 러시아로 수입된 간장은 23,913,166kg 임.
- 주요 국가는 네덜란드, 베트남, 한국, 중국 등이 있음
- 국가별로는 네덜란드로부터 가장 많은 물량의 간장 13,643,973 kg을 수입하고 있으며, 이어서 중국이 3,763,291 kg으로 2위, 베트남이 2,152,544 kg으로 3위.

유통동향

○ 광활한 영토로 인해 넓은 지역에 산재된 인구로 인해 낙후된 유통구조를 가지고 있음

- 러시아의 수입 농산물은 처음에는 각 도시의 대형농산물 도매판매회사로 수입된 후, 시내에 분산되어 있는 재래시장과 최근 급속도로 증가하고 있는 대형 할인판매점과 프로덕트 등의 일반 상점으로 공급되어 유통되고 있음

- 중간 유통단계를 장악하고 있는 재래 시장과 대형할인판매점과 일반 가게 프로덕트는 대형 수입업자들에게 물건을 공급 받거나 구매해서 일반 소비자에게 판매하고 있음

○ 러시아의 식품 유통

분류	세부 분류	내용	점유율
재래식 유통시장	키오스크	노점상, 한정된 식품군 (30종류 이하) 판매	11.55
	노천시장	일반 노천시장	13.7%
현대식 유통시장	슈퍼마켓 (대형마트, 하이퍼마켓 포함)	400~2500㎡의 매장규모. 70% 이상이 식품과 일용품으로 구성	23.3%
현대식 유통시장	할인점	300~900㎡의 매장규모. 1000~1400종류 정도의 상품 구비, 대중적 상품 취급, 가격을 낮게 책정	14.1%
현대식 유통시장	편의점	300㎡ 규모, 주택가나 주유소에 위치 24시간 영업하며 키오스크(kiosks) 역할을 대체함	37.4%

*자료기입일: 2013년 1월 15일

■ 유통동향

○ 대다수의 주요 대규모 식품 유통 (MGR: Mass grocery retail) 업체들은 Moscow와 St. Petersburg 지역에서 생겨났으며, 불과 몇 년 사이에 다른 지역으로 크게 확장.

○ 특히 서부 하이퍼마켓 체인들이 최근 Moscow와 St. Petersburg 이외의 지역으로 확장하고 있으며, 더불어 러시아계의 체인들도 도시 지역의 마켓에서 우위를 점하기 위해 더 빠르게 확장하고 있음.

○ 광고비용과 부동산가격이 치솟음에 따라 신규 점포와 브랜드를 개척하는데 어려움을 겪고 있으며, 때문에 대형 외국 계 기업들이 특히 인구밀도가 높은 Moscow와 St. Petersburg 시장에 진입할 때 막대한 투자를 요함.

○ 또한 러시아 사업자들은 물류와 유통 기술 분야에서 외국 계 기업들에 비해 뒤처지고 있음.

- 이에 대응하기 위해 러시아 유통 소매상들은 자가 상표의 이용을 늘리고, 재고를 공동 관리하는 등의 'Familiar Western Retail' 전략을 채택.

- 서부 지역의 식품 소매업자들은 'Familiar Western Retail' 전략의 일환으로 자가 상표 이용을 이윤 극대화의 방법으로 여김.

- 식품 시장에서 자가 상표는 고급스럽고, 고부가가치의 상품으로 인식됨.

○ 식품 유통업체 수

구 분	2008	2009	2010	2011
슈퍼마켓	2,415	2,425	2,430	2,440
하이퍼마켓	128	131	133	135
디스카운트 스토어	3,615	3,684	3,700	3,712
편의점	17,230	17,301	17,352	17,402
합 계	23,388	23,541	23,615	23,689

출처: Business Monitor Information (2013. 1. 15)

- 유통업체의 점포 규모는 점차 증가하고 있으나 그 수치가 크지 않음. 2011년은 전년 대비 0.4%의 증가

○ 식품 유통업체 매출

구 분	2008	2009	2010	2011
(화폐단위: 루블화, 백만)				
슈퍼마켓	267.24	348.77	383.64	431.60
하이퍼마켓	267.24	348.77	383.64	431.60
디스카운트 스토어	412.00	552.21	712.35	942.44
합계	1113.51	1453.19	1714.47	2091.48
(화폐단위: 미화, 백만)				
슈퍼마켓	17.46	17.38	20.37	24.40
하이퍼마켓	10.74	10.98	12.63	14.68
디스카운트 스토어	16.56	17.38	23.46	32.05
합계	44.77	45.74	56.46	71.12

출처: Business Monitor Information (2013. 1. 15)

- 점포 수와는 다르게 매출은 다소 큰 폭으로 증가세를 보이고 있음. 루블화 기준으로 전년(2010년)대비 약 19% 증가했으며, 미화 기준으로는 전년(2010년)대비 약 21% 증가.

■ 가격동향

○ 러시아에서 판매되고 있는 간장 가격

사진	가격	무게	원산지	제조사
	139.00루블	200g	네덜란드	Heinz
	229.00루블	250ml	네덜란드	Kikkoman
	279.00루블	250ml	네덜란드	Kikkoman
	219.00루블	150g	네덜란드	Kikkoman

	129.00루블	150ml	네덜란드	Kikkoman
	239.00루블	150ml	네덜란드	Kikkoman
	58.90루블	300g	한국	Sempio

출처: 7continent(2013. 1. 15)

■ 소비동향

○ 러시아 경제가 급속도로 발전하면서 건강에 대한 관심도 높아지고 있음

- 특히 2007년을 콩의 해로 정할 정도로 콩에 대한 선호도가 높아지다 보니 소금을 대신할 소스로 간장이 각광을 받고 있음

- 한국 기업인 샘표 간장은 러시아 진출 이후 누적판매량이 1,000만병을 기록, 현재

블라디보스톡에서부터 모스크바에 이르기까지 러시아 주요 60여개 도시 약 5,000여
매장에서 팔리고 있음

- 수프에 간장을 넣어서 먹는 광경이 이제는 낯설지 않는 모습이 되어있음

- 현지 시장에서 가장 많이 판매되고 있는 간장 브랜드는 네덜란드산 ‘키코만’과 ‘하인츠’
등

■ 관세율

<2013년 러시아 간장 관세율>

HS 코드	품목명	MFN		
		최소치	평균치	최대치
210310	간장(Soya sauce)	15.0%	15.0%	15.0%

출처: WTO tariff data (2013.1.15)

3. 미국 시장동향

■ 생산동향

- 2011년 전 세계의 7,500만 에이커 면적에서 30억 바구니의 콩을 생산.
- 산지 가격은 바구니 당 11.7 달러 수준이며, 톤당 430 달러.
- 2011년 기준으로 콩은 전 세계 유지작물의 56%를 차지하며 이중 33%는 미국 내에서 생산
- 미국은 12억 7,500만 바구니의 콩을 수출하였으며 전 세계 교역량의 37%를 차지.
- 미국의 콩 및 콩 관련 제품의 수출액은 215억 달러를 돌파하였으며, 이 중에서 중국이 104억 달러를 수입
- 멕시코는 16억으로 2위를 차지하며, 일본은 9억 5,400만, 인도네시아는 8억 5,900만 달러를 수입

■ 수출입 동향

○ 미국의 간장(HS Code: 210310) 수출은 2007년 이후 지속적으로 증가하고 있는데, 신장률은 거의 10% 대를 유지하고 있음. 2012년 수출은 44,041,000 달러로 전년 동기에 비해 14.9% 상승.

○ 무역수지는 지속적인 적자를 시현하고 있는데, 그 규모는 2012년 기준으로 24,812,000 달러.

○ 수입물량 기준, 간장(HS CODE: 210310, Soya Sauce)

< 미국의 간장 수출입 동향 >

(단위: 천 달러, %)

구 분	수 출		수 입		무역수지
	금 액	증가율	금 액	증가율	
2007	24,271	9.1	55,396	8.0	-31,125
2008	27,752	14.3	59,294	7.0	-31,542
2009	31,844	14.7	53,955	-9.0	-22,111
2010	35,135	10.3	61,732	14.4	-26,597
2011	38,339	9.1	68,731	11.3	-30,392
2012	44,041	14.9	68,862	0.2	-24,821

출처: KITA (2013. 5. 13)

■ 기타 소스 및 그 조제품 수출입 동향

○ HS Code: 210390, Sauces And Preparations Therefor, Nesoi: Mixed Condiments And Mixed Seasonings

< 미국 기타 소스 15대 수입국 >

(단위: 달러, kg)

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	564,743,821	331,935,663	646,848,130	358,352,069	708,754,402	372,409,307
1	Canada	140,834,036	47,797,160	167,676,724	54,818,998	189,150,030	59,024,710
2	Mexico	94,986,997	71,047,657	107,171,669	73,889,923	113,102,753	75,471,311
3	Italy	80,111,184	90,367,868	94,944,874	106,579,560	102,293,049	110,996,417
4	Thailand	52,018,326	34,081,467	58,624,844	34,653,961	66,733,585	35,768,308
5	Japan	39,707,765	7,427,140	42,458,841	7,430,927	43,276,509	7,492,146
6	China	28,837,534	23,962,494	33,316,116	25,149,701	38,387,362	26,876,091
7	Korea South	11,151,643	5,129,851	12,549,790	5,501,699	15,109,169	6,078,520
8	Hong Kong	10,544,263	6,774,359	11,366,699	7,298,409	13,070,351	6,863,809
9	Philippines	8,091,640	5,408,235	9,415,987	5,820,131	11,659,652	6,182,414
10	Dominican Republic	12,462,506	7,315,671	12,411,719	6,967,136	10,944,324	6,188,739
11	Australia	5,115,600	670,444	7,761,020	986,555	9,914,807	1,129,392
12	Jamaica	7,685,161	1,879,516	8,341,842	1,974,234	9,177,336	2,261,494
13	Taiwan	8,108,812	4,016,339	8,044,804	2,556,901	8,150,917	2,536,177
14	India	8,110,517	3,723,283	8,070,068	3,248,674	8,023,466	2,941,957
15	United Kingdom	4,117,933	2,491,844	5,452,048	1,874,894	7,806,212	2,709,566

출처: Global Trade Atlas (2013. 5. 13)

○ 미국의 경우 된장, 간장은 개별 HS CODE로 구분되지 않고 있기 때문에, 된장, 간장 등이 포함된 HS 210390(기타 소스 및 소스의 조제품)을 기준으로 통계를 작성하였는데, 여기에는 마요네즈, 드레싱, 된장, 고추장 등이 포함되고 있음

○ 미국 기타 소스의 국가별 수입을 2012년 기준으로 살펴보면, 캐나다가 189,150,030 달러로 가장 높음

○ 그 다음으로 멕시코가 113,102,753 달러로 2위, 이탈리아가 102,293,049 달러로 3위를 차지하였음. 한국은 15,109,169 달러로 7위.

○ 그밖에 10대국에 포함된 국가는 태국, 일본, 중국 등.

■ 수입동향

< 미국의 10대 간장 수입국 >

(단위: 달러, kg)

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	61,731,517	55,248,661	68,731,403	59,296,592	68,861,696	60,740,688
1	China	16,129,579	22,066,558	19,192,284	24,037,905	22,154,560	26,410,798
2	Hong Kong	14,855,437	10,540,107	15,379,739	9,917,704	13,610,037	8,835,612
3	Japan	9,804,542	3,924,716	9,031,926	3,833,939	8,961,457	3,829,494
4	Taiwan	6,452,219	5,732,774	10,145,824	8,507,055	7,405,621	7,808,873
5	Thailand	4,764,383	4,164,992	5,322,910	4,171,476	6,149,571	4,563,655
6	Korea South	3,035,021	3,312,724	3,269,026	3,638,307	3,405,378	3,472,528
7	Philippines	1,792,290	2,141,775	1,944,412	2,285,638	2,071,682	2,359,239
8	Canada	1,287,631	1,150,519	1,280,602	1,116,094	1,437,895	1,353,928
9	Indonesia	1,049,172	756,885	984,142	592,880	1,108,793	662,741
10	Singapore	975,387	503,666	699,289	340,033	769,161	471,325

출처: Global Trade Atlas (2013 5. 13)

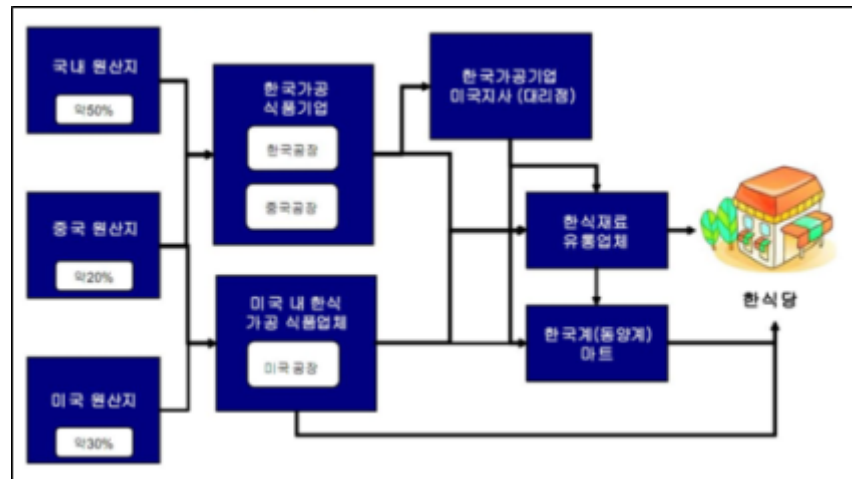
○ 2012년 미국의 간장 최대 수입국은 중국으로 수입액은 22,154,560 달러, 수입량은 26,410,798 기록함

○ 그 다음으로 홍콩이 22,154,560 달러로 2위를 차지하였고. 3위는 8,961,457 달러로 일본이 차지하였으며, 한국은 3,405,378 달러로 6위.

○ 그밖에 10대국에 포함된 국가는 대만, 태국, 필리핀, 캐나다, 인도네시아, 베트남 등.

■ 유통동향

○ 장류 (가공재료) 유통구조



- 미국 내 유통업계의 주요업체로는 SYSCO, US Foodservice, Performance Food Group, McLane Company, MBM Corporation 등 5개 기업이 700억 달러(2008년 기준) 이상의 매출을 기록하였음

○ 장류 (가공재료) 유통업자

- 미국의 식자재 유통채널은 크게 브로드라이너(Broadliners), 스페셜티 디스트리뷰터(Specialty distributor), 시스템 디스트리뷰터(Systems distributors) 등으로 구분됨

브로드라이너 (Broadliners)	미국 식자재 유통의 약 50%를 차지하는 대형업체로 식재료, 주방기기, 소모품 등 모든 것을 취급하며 SYSCO, US Foodservice, Gordon Food Service, Performance Food Group 등이 대표적임
스페셜티 디스트리뷰터 (Specialty distributor)	전체 유통의 33%정도를 차지하며, 특정 고객층에 특정품목 위주로 공급하는 업체로 Fresh Express, McLane Company, Vistar, Costco, Smart&Final 등이 대표적임
시스템 디스트리뷰터 (Systems distributors)	식자재 유통의 17% 정도를 차지하는데, 편의점, 병원, 호텔 등을 상대로 한 낮은 가격과 신속한 배달서비스를 제공하며 AmeriServe, Martin Brower, Golden State Foods, MBM 등이 대표적임

*자료기입일: 2013년 1월 15일

- 미국 내 대규모 프랜차이즈 업체들은 입찰형식을 통해 샘플자료를 받아 보고 구매처를 결정하며, 이를 가공하는 Central Kitchen을 두고 유통하고 있음

- 소규모 프랜차이즈 식당의 경우 식자재 전문 유통업체인 SYSCO, JFC, Aramark 등을 통해 반 가공된 형태로 구매하기도 함

- 일부 식당의 경우 구매담당자가 직접 Costco나 Restaurant Depot과 같은 식재료 도매 마트를 방문해서 구입하거나 농산물 도매시장, 일반 슈퍼마켓에서 구매하기도 함

○ 외국산 식재료 유통 및 공급 체계

- 외국산 식재료를 공급받는 대부분의 식당들은 직수입보다는 수입 도매업체와 현지 무역업체를 통해 구매함

- 예: JFC International은 일본 식재료 공급업체인데, 일반 체인 슈퍼마켓은 물론 일식재료

공급망을 통해 기꼬망 간장, 스시용 김 등을 대량으로 공급

- 대형 식재료 유통업체가 수입산을 공급받는 경우, 외국산 식재료를 생산자로부터 직접 공급 받는 경우가 대부분으로 중국, 남미에서 공급받는 물량이 가장 많음.

- 예: SYSCO의 경우, 입찰을 통하거나 해외업체들의 오퍼를 받아들여 수입함

- 소형 식재료 유통업체일수록 제품이 전문화되어 있어, 취급 품목 종류가 적고 부분적임

○ 한식당의 양념 및 주재료, 한국산 구입 비중

- 한식당들은 고추장, 된장, 간장 등 장류와 새우젓 등의 젓갈류, 그리고 고춧가루 등의 양념과 불고기·갈비 양념 등 가공된 양념의 약 50%는 한국산을 사용하고 나머지 50%는 중국산이나 미국산 또는 일본산을 사용하고 있음

- 한국산이 아닌 양념은 일본산 기꼬망 간장을 비롯하여 중국산 고춧가루 등이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 소금·후추 등은 미국산을 사용하고 있음

○ 미국 내 장류 유통업체

	홀 푸드 마켓(Whole Foods Market) 유기농매장으로 유명함. 미국 전역에 매장이 많음. 유기농이 아닌 것도 있지만 신선하고 좋은 물건만 팔기로 유명함. 가격은 일반 grocery shop보다 비싸지만 매니아층의 전폭적 지지로 꾸준한 인기를 얻고 있음.
	마이어(Meijer) 미국 하이퍼마켓 체인점으로 미시간 주의 그랜드 레피즈에 위치해 있음.슈퍼마켓 체인점으로 1934년에 지어진 마이어는 1962년의 현대 슈퍼센터 개념의 선구자로 신임을 얻고 있음. 온라인으로 주문해서 국제 배송이 가능하며, 한국도 가능 국가에 포함되어 있음.
	크로거(Kroger) 계열 = 슈퍼마켓 'RALPHS' 미국을 대표하는 슈퍼마켓 체인회사임. 2009년 기준 슈퍼마켓 체인 가운데 미국 1위, 할인점을 포함한 전체 유통업체 가운데 월마트에 이어 2위에 올라 있음. 미국 전역에 걸쳐 3000여 개의 점포를 가지고 있는데, 크로거라는 이름의 슈퍼마켓은 남부와 중서부 지역에서 주로 영업을 하고 있음. 이외에 각 지역별로 랍프스(Ralphs), 시티마켓(City market), 프라이스(Fry's), 베이커스(Baker's), 하이랜더(Hilander) 등의 슈퍼마켓을 경영하고 있음.
	H Mart 미국 동부에서 큰 규모의 유통망을 갖춘 아시안 마트임. 미국 동부와 서부에 많지는 않지만 지점을 가지고 있음.

○ 주요기업

- Kikkoman Foods Inc

- 기꼬만 푸드는 일본 최대의 장류 회사로써, 미국 장류 시장 점유율의 50% 이상을 차지하고 있는 최대 경쟁사임. 기꼬만 푸드는 “To fill the world with the joys of food by delivering wholehearted flavor” - “진심의 맛을 전달함으로써 세계를 음식의 기쁨으로 채운다” 라는 것을 모토로 삼고 영업활동을 하고 있는 회사임

1) 법인명: 기꼬망 (KIKKOMAN)

2) 설립일: 1917년 12월 7일

3) 자본금: 11,599 (단위: 백만엔)

4) 생산제품: 간장, 조미료, 음료, 토마토 가공품, 와인 등 다수의 식료품을 생산함. 간장의 종류가 매우 다양하여 미국시장 내에서 제품 경쟁력이 탁월함

- 일본의 미소 및 간장은 한국의 된장(soybean paste), 간장 보다 그 인지도가 몇 배 이상 높으며, 일본 장류 업계의 전폭적인 지지와 홍보로 미국에서 이미 그 입지를 굳힌 상태임. 미소 뿐만 아니라 간장류도 마찬가지로 세계 점유율 1위를 차지하고 있으며, 미국 전역 어느 매장에서나 구매할 수 있을 정도로 유통채널 또한 다각화되어 있음

- 타바스코(TABASCO)

- 타바스코의 제품은 처음 McIlhenny Company에서 만들어졌음. 1868년 Louisiana주 Avery island에 설립한 이 회사는 지금까지도 이곳에서 운영되고 있음. 140년이 넘는 세월동안 TABASCO®Brand Pepper Sauce이름으로 판매되어 오고 있으며 현재 22개 언어의 라벨로

160개국 이상에서 판매되고 있다. 전 세계적으로 가장 유명하고 인기 있는 pepper sauce임

	- 종류: Tabasco Original Red - 가격: 4.6\$ (12 Oz.) - 쓰임새 : pizza sauce, 서양인들이 가장 보편적으로 사용
---	--

- 야마사

- 1) 법인명: 야마사
- 2) 설립연도: 1645년
- 3) 특징: 100여년이 넘도록 미국에 간장을 수출해옴.
- 4) 제품: 간장, 데리야끼 소스



– 하인즈 그룹

우스타 소스의 명가

LEA & PERRINS WORCESTERSHIRE SAUCE

L&P 우스타 소스

- 원산지: 미국
- 유통기한: 24개월
- 용량: 591ml

•제품 특징

1835년 최초로 만들어진 이래 전세계 75개국에서 지금까지 사랑 받고 있는 오리지널 우스터 소스입니다.

풍부하고 부드러운 향을 내기 위해 18개월 동안 나무통에서 자연 숙성시키는 전통방식을 고수합니다.

3無, 1低: 콜레스테롤, 지방, 합성보존료가 전혀 없습니다.

나트륨이 일반 간장보다 80%가 적습니다.

※ 본 제품은 Costco에서 구입이 가능합니다.

– Awase miso

1) 법인명: Marusanai Co., Ltd

2) 연혁: 1952년 처음 Okazaki Jozo라는 회사를 세워 miso 된장을 만들기 시작했으나, 회사명을 바꾸고 joint venture 개념으로 미국에 American Soy Products Inc사를 세운 후, 두유 생산을 시작하였음. 이후 성장을 거듭하여 2007년에는 자본금이 8억 6,544만엔으로 확대되었음. 한국에서도 한국식 된장에 비해 덜 짜기 때문에 인기가 많은 편임.

3) 종류: soybean miso, rice miso, mixed (soybean+rice)

4) 가격: \$6.9 / 1kg

5) 쓰임새: 각종 된장국

■ 가격동향

○ 미국에서 판매되고 있는 간장 가격

사진	가격	무게	원산지	제조사
	8.85\$	3.38 Oz.	네덜란드	Kikkoman
	11.61\$	64 Oz.	네덜란드	Kikkoman
	9.99\$	8.45 Oz.	중국	Lee Kum Kee
	10.7\$	16.9 Oz.	중국	Pearl River Bridge
	7.2\$	3.5 Oz.	일본	Kishibori Shoyu

	7.35\$	20.3 Oz.	홍콩	Koon Chun
	2.0\$	5 Oz.	미국	Tabasco

출처: Amazon.com (2013. 1. 15)

■ 소비동향

- 2010년 미국 내 콩이 주 재료인 소스(간장, 된장) 산업은 6억 9,040만 달러를 기록하였으며, 2009년 6억 7,090만 달러에 비해 약 3%의 성장을 보임. 2005년부터 2010년 사이 연간 성장률 또한 3%.

- 이러한 추세를 감안할 때 2015년 관련 산업은 7억 8,090만 달러로 연간 성장률은 2.5%로 예상.

- 2010년 총 시장 규모는 8만 2,100톤이며 2009년 8만 1,000톤에 비해 1.3% 성장함. 2005년부터 2010년 사이 연간 성장률은 3%대를 기록.

- 이러한 추세를 비추어보면 미국 내 간장, 된장 소비량이 지속적으로 성장했으며 앞으로도 성장 가능성이 많음을 엿볼 수 있음.

- 주요 기업인 Kikkoman Corporation은 현재 32.9%의 시장점유율을 보유하고 있으며, 국내 기업의 미국 진출에 교두보 역할.

■ 관세율

HS Code: 21031000, 간장

관세인하스케줄	A (즉시철폐)
기존 관세율	3%

출처: KITA (2013. 5. 13)

5. 중국 시장 동향

■ 생산동향

- 2001-2010년 향신료 산업의 판매액은 277.33억 위안에서 1615.22억 위안으로 대폭 증가하여 향신료 산업은 식품산업에서 증가 폭이 가장 빠른 산업의 하나임.

- 2010년 후난성 간장 생산량은 318941톤에 달하고 2011년 1-4월 생산량은 101691톤으로 전년 동기대비 28.31% 증가함.

- 2010년 후베이성의 간장 생산량은 43364톤, 2011년 1-4월 생산량은 11,336톤으로 동기대비 7.96% 증가함.

- 2011년 1~7월까지 중국의 간장 생산량은 363.6만 톤이며 그 중 허난성 생산량은 30.8만 톤

- 2011년 1-7월 간장 생산량은 363.62만 톤으로 그 중 쓰촨성 생산량은 22.04만 톤에 달함

■ 수입동향

○ 수입물량 기준, 간장(HS CODE: 210310, Soya Sauce)

< 중국의 10대 간장 수입국 >

(단위: 달러, %)

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	15,841,387	9,054,889	13,427,500	8,547,479	14,197,001	8,361,762
1	Japan	9,025,000	3,977,787	4,570,946	1,858,438	4,512,680	1,724,960
2	Singapore	2,176,607	1,254,959	3,061,875	1,790,099	3,469,947	1,807,154
3	China	2,214,188	406,824	2,263,297	442,823	2,507,398	586,505
4	Taiwan	1,738,304	2,652,490	2,528,260	3,466,284	2,393,803	3,056,225
5	Korea South	378,218	444,752	484,504	547,215	811,708	814,929
6	United States	97,512	63,015	219,084	124,556	243,334	133,418
7	Hong Kong	97,720	189,200	171,323	241,026	136,702	181,951
8	Thailand	53,571	32,338	103,600	62,511	106,372	48,601
9	Malaysia	16,397	13,891	21,079	9,227	6,704	4,356
10	Germany	5,242	396	-	-	5,510	396

출처: Global Trade Atlas (2013. 5. 13)

○ 중국의 국가별 간장 수입을 2012년 기준으로 보면, 일본의 수입액은 4,512,680 달러, 수입량은 1,724,960 kg로 가장 높음

○ 그 다음으로 싱가포르가 3,469,947 달러로 2위를 차지, 3위는 2,507,398 달러로 타이완이 차지하였으며, 한국은 811,708 달러로 5위.

○ 그밖에 10대국에 포함된 국가는 타이완, 미국, 홍콩 등.

■ 유통동향

○ 중국은 아시아 태평양 지역에서 가장 가파른 성장세를 보이는 국가이며, 빠르게 진행되어가는 도시화와 세계 각국의 대규모 식품 유통 (MGR: Mass Grocery Retail) 기업들의 지속적인 투자 유치 추세를 볼 때, 지금보다 더 높은 성장을 보일 것으로 전망.

○ 지난 5년 동안 디스카운트 스토어 업태에 대한 소비자의 관심이 증가함에 따라 고속 성장함.

○ 중국에서 빠르게 진행되는 도시화는 유통업의 현대화 바람에 동력을 제공하는 주된 요소로 꼽힘.

- 중국의 농촌지역은 이와 같은 경제성장 추세와 정부의 농촌 살리기 정책 등에 힘입어 소득 수준이 상당한 수준으로 향상되었으며, 더불어 현대식 유통의 소비층으로 변모함.

- 게다가 중국은 이미 자국시장을 외국에 개방(그 예로, 외국계 기업이 자국 기업 주식을 100% 보유할 수 있음) 하였기에, 막대한 외국자본을 수혜 받기에 좋은 조건을 갖춘.

- 덕분에 대규모의 다국적 유통업체들은 중국시장에 막대한 투자를 진행할 수 있었음. 까르푸의 경우에는 25개의 하이퍼마켓을 개점했으며, 테스코는 현재 보유한 점포에 배가 되는 200개의 점포를 개점할 예정.

○ 최근 들어 MGR 기업들의 색다른 확장 방식에 이목이 집중되고 있음.

- 기업들은 더욱 세분화된 유통업태로 관심을 기울이고 있으며, 주요지역 이외의 지역으로

점차 확장하고 있는 추세.

- 주요 도시지역에서는 급격한 인구증가를 방지하고 재래식 유통업체를 보호하기 위한 방법으로 까다로운 법적 제제를 가하고 있으며, 이 때문에 신규 진출이 어려운 실정.

○ 중국의 식품 유통업체 매출

구 분	2009	2010	2011
(화폐단위: 위안화, 백만)			
슈퍼마켓	257.0	276.9	318.7
하이퍼마켓	244.4	291.9	316.5
디스카운트 스토어	3.7	3.6	4.0
편의점	27.0	24.7	30.6
합계	532.0	597.1	669.9
(화폐단위: 미화, 백만)			
슈퍼마켓	37.6	40.9	49.3
하이퍼마켓	35.8	43.1	49.0
디스카운트 스토어	0.5	0.5	0.6
편의점	3.9	3.6	4.7
합계	77.9	88.2	103.6

출처: Business Monitor Information(2013. 1. 14)

- 유통업체들의 매출은 다소 큰 폭으로 증가하고 있음. 위안화 기준으로 전년(2010년)대비 약 12% 증가했으며, 미화 기준으로는 전년(2010년)대비 약 17% 증가함.

■ 중국 가격동향

○ 중국에서 판매되고 있는 간장 가격

사진	가격	무게	원산지	제조사
	39.80 위안	1.8 L	일본	Kikkoman
	28.60 위안	500ml	중국	Wo contingent
	16.00 위안	1L	일본	Kikkoman
	24.00 위안	500ml	일본	Kikkoman
	16.80 위안	200ml	중국	BB

	24.50 위안	150ml	일본	Kikkoman
---	-------------	-------	----	----------

출처: Amazon.com(2013. 1. 14)

■ 중국 소비동향

- 후난성 1인당 연간 간장 소비량은 3kg이며 후난성 인구 6,568천 명 연간 소비량은 20.6만톤에 달함.
- 1인당 연간 간장 소비량이 3kg일 경우 후베이성 인구 5,724만 명의 간장 소비량은 17.2만 톤에 달함
- 최근 허난성 간장은 품질 저하로 생산량이 감소됨. 허난성은 인구가 많아 소비규모도 크기 때문에 타 지역 기업이 일정한 시장을 차지하고 있음
- 요식업과 가정소비가 주요 소비경로임

■ 관세율

<2013년 중국 간장 관세율>

HS 코드	품목명	관세율			
		MFN	아시아-태평양 무역 협정 세율	세금 추가 비율	통관조건
2103100000	간장 (Soya sauce)	28	15	17	B

출처: KITA (2013. 6. 3)

6. 호주 생산동향

■ 호주 생산동향

- 호주에서 콩은 호주 농업 종사자에게 중요한 작물로 취급되며, 2011년 호주 내 기름
감작물 시장에서 25억 달러 규모의 생산을 함.

- 콩 관련 산업은 지역 경제를 일으켜 세우고 있으며, 공급업과 유통, 제조업에 활기를
불어넣고 있음.

- 게다가 콩 관련 산업은 수익률이 높고 병충해의 위험이 적으며, 윤작이 가능하여 인기가
높음.

< 호주의 콩 수확량 >

(단위 : 1천 톤)

구분	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11
Queensland	11	21	52	16	6
NSW	21	14	48	47	30
Victoria	0	0	1	1	3
합 계	32	35	101	64	38

출처: 호주 통계청(2013. 1. 14)

- 07-08년에는 극심한 가뭄을 겪었고, 10/11은 홍수와 가뭄 등의 계절적인 영향으로
생산량이 저조함.

- 이러한 요인을 제외하고는 꾸준히 생산하고 있으며, 더 나아가 국내 콩 관련 제품 생산
및 자급자족에도 문제가 없음.

■ 호주 수입동향

○ 수입물량 기준, 간장(HS CODE: 210310, Soya Sauce)

< 호주 간장 수입 현황 >

단위: 달러, kg

No.	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	Total	22,691,197	10,801,483	26,059,901	11,648,745	28,210,527	12,914,914
1	Singapore	7,913,154	2,744,381	8,416,328	2,742,036	9,601,614	3,096,402
2	Japan	4,530,379	1,443,980	5,591,655	1,577,050	5,204,065	1,557,752
3	China	2,704,413	2,101,696	3,255,447	2,402,971	3,713,098	2,730,431
4	Indonesia	1,861,300	1,029,360	2,435,048	1,197,360	2,740,402	1,389,361
5	Hong Kong	2,082,847	1,352,672	2,108,439	1,321,660	2,558,716	1,741,393
6	Malaysia	1,224,443	562,115	1,473,540	669,054	1,441,095	588,065
7	Thailand	551,916	454,448	785,404	439,841	737,183	454,703
8	Korea South	450,306	481,884	508,107	543,426	640,746	718,071
9	Taiwan	516,987	275,369	584,631	381,648	619,431	290,847
10	Netherlands	479,946	88,655	448,462	79,904	484,449	76,688

출처: Global Trade Atlas (2013. 3. 20)

- 수입물량을 기준으로, 2012년 싱가포르로부터 수입된 간장은 12,914,914 kg 로 조사되었음

- 주요 국가는 싱가포르, 중국, 인도네시아, 일본 등으로 집계

- 국가별로는 싱가포르로부터 가장 많은 물량의 간장 3,096,402 kg을 수입하고 있으며, 이어서 일본이 1,557,752 kg로 2위로 조사

■ 호주 유통동향

○ 지난 십여 년 동안 호주 내 아시아 가공식품은 지속적인 성장을 하고 있으며, 호주에 거주하는 아시아인만을 대상으로 하지 않음.

- 비록 식품을 공급하는 유통채널은 별개로 구성되어있지만 결국 통합된 시장을 형성하고 있음.

○ 유통채널은 다음과 같음.

- 호주 소매점
- 아시아 식료품 매장
- 레스토랑 및 카페

○ 또한 이 외에도 대형도매상, 유통업체, 그리고 제조업체도 포함되어 있음.

- 대형 도매상과 제조업체가 있는 반면에, 산업은 또한 가족 소유의 조그마한 회사들로도 있음.

< 호주 내 주요 아시아 가공식품 제조업체 >

구 분	업체 명	제 품
1	Blue Lotus Foods	Soy food products
2	Cerebos Foods	Sauces
3	Chung Hing Foods	Soy food products
4	Eastern Foods	Pastes and condiments
5	Fortune Beancurd Manufacturing	Soy food products
6	Goodman Fielder	Pastes, sauces and ready-to-eat meals
7	Great Southern Foods	Fresh noodles
8	Hakka Pty Ltd Fishballs	Asian snacks
9	Harry Hee Noodles Manufacturing	Noodles
10	Kailis and France Foods	Ready-to-eat meals

출처: Bhaskaran, Lee and Momdjian (2013. 1. 14)

- 조사된 내용에 따르면 소스류, 콩 가공식품 제조업체가 주를 이루고 있음을 볼 수 있음.

■ 호주 가격동향

○ 호주에서 판매되고 있는 간장 가격

사진	가격	무게	원산지	제조사
	3.95\$	620ml	인도네시아	ABC
	3.99\$	500gm	홍콩	Amoy
	3.80\$	500ml	중국	Lee Kum Kee

	3.25\$	600ml	중국	Pearl River Bridge
	9.85\$	1800ml	일본	Shoda
	4.30\$	200ml	일본	Yamasa

출처: Amazon.com (2013. 1. 14)

■ 호주 소비동향

○ 호주 내 아시아 가공식품은 다음과 같은 주요 요인으로 지속적인 성장을 거듭하고 있음.

- 호주 소비자들은 새로운 음식에 열린 자세로 다가가며 새로운 시도를 좋아하는 성향이 짙음.

- 게다가 슈퍼마켓은 소비층을 막론하고 접근이 용이한 점이 있음.

- 또한 대다수의 아시아 식품군은 신선하며, 또는 아시아 제품에서만 찾아볼 수 있는 면류나 소스, 스낵 제품이 있음.

○ 추세

- 이러한 식품군은 웰빙을 추구하는 호주 소비자 특성과 접근성이 용이한 점포형태가 맞물려 성장이 지속되고 있음. 주요 상품은 쌀 조제품, 면류, 소스 그리고 일본 식품군임.

○ 새로운 맛과 향

- 새로운 맛과 향은 소비자에게 즐거움과 흥미를 유발함.

- 예를 들면 호주 소비자들에게 간장의 풍미는 새로운 형태이며, 소비자들은 기존 칠리소스 이외의 다양한 선택을 할 수 있게 되었음.

○ 브랜드

- 소비자들은 맛뿐만 아니라 때로는 식품의 안정성과 브랜드가 믿을만한지도 눈여겨보는 요소임.

- 서부 브랜드에 대한 믿음도 존재하지만 아시아 식품 브랜드도 점차 인지도가 향상되고 있으며, 이는 단지 호주에 거주하는 아시아계 소비자에게 국한되는 것이 아니며, 슈퍼마켓 선반에 아시아 제품들이 진열되는 것이 흔한 일이 되었음.

■ 호주 관세율

<2013년 호주 간장 관세율>

HS 코드	품목명	MFN		
		최소치	평균치	최대치
210310	간장(Soya sauce)	0.0%	0.0%	0.0%

출처: WTO tariff data (2013. 1. 14)