

1. 일반 정보

■ 기본 품목 정보

○ 고추장

- 정의: 메주가루에 질게 지은 밥이나 떡가루, 또는 되게 썬 죽을 버무리고 고춧가루와 소금을 섞어서 만든 장.

-고추장은 재료와 만드는 법이 지방에 따라 다양하게 발달

○ HS Code: 2103901030

-재료나 만드는 법에 따라서는 보리고추장·수수고추장·무거리고추장·약고추장·팔고추장·고구마고추장이 있음

-지역에 따라서는 해남·순창·진주의 고추장이 유명하며, 특히 순창의 고추장이 유명함

- 보통 가을에 메주를 만들어 저장하였다가 봄에 담그거나, 더위가 한창인 8월에 만들어 8월 중순부터 10월 초순에 담금

2. 수출입 동향

1) 수출 동향

< 품목의 국가별 수출 실적 >

단위: kg, 달러

국가	2011 년		2012 년		연간전년대비	
	중량(kg)	금액(\$)	중량(kg)	금액(\$)	중량(%)	금액(\$)
총계	9,189,339.90	21,810,181	10,022,003.70	23,706,997	9.1	8.7
미국	3,488,824.60	6,496,785	3,898,920.70	8,113,484	11.8	24.9
일본	1,878,388.50	4,930,594	1,792,875.10	4,677,126	-4.6	-5.1
중국	1,011,805.50	3,637,342	953,907.40	3,033,617	-5.7	-16.6
호주	375,514.10	829,338	509,644.30	1,183,385	35.7	42.7
캐나다	331,809.30	681,819	464,392.80	1,064,367	40	56.1
필리핀	284,369.50	536,119	317,426.10	614,453	11.6	14.6
대만	314,274.80	653,375	314,399.20	593,009	0	-9.2
영국	146,629.90	347,167	137,252.80	371,797	-6.4	7.1
네덜란드	211,556.30	511,993	137,858	303,291	-34.8	-40.8
독일	60,731.30	134,296	103,821.80	296,572	71	120.8
싱가포르	93,009	218,317	130,126.60	278,461	39.9	27.6
홍콩	83,304.70	238,008	101,837.60	265,086	22.2	11.4

출처: KATI (2013. 2. 18)

○ 고추장의 2012년 수출액은 23,706,997 달러로 전년 대비 8.7% 증가한 것으로 집계

○ 고추장의 주요 수출국에는 미국, 일본, 중국 등 총 76개국이 있음

○ 2012년 고추장이 가장 많이 수출된 곳은 미국으로 8,113,484 달러를 기록하였으며,
이는 전년도 동기대비 24.9% 증가한 수치임

○ 그 뒤를 따라 2012년 기준으로 일본이 4,677,126 달러, 중국이 3,033,617 달러를 기록

2) 수입 동향

< 품목의 국가별 수입 실적 >

단위: kg, 달러

국가	2011 년		2012 년		연간전년대비	
	중량(kg)	금액(\$)	중량(kg)	금액(\$)	중량(%)	금액(\$)
총계	541,769	278,591	471,469	247,110	-13	-11.3
중국	541,754	278,390	471,446	246,860	-13	-11.3
미국	7	153	16	128	128.6	-16.3
일본	4	29	0	49	-100	69
뉴질랜드	2	9	4	41	100	355.6
이집트	0	0	1	16	0	0
대만	0	0	1	12	0	0
캐나다	1	6	1	4	0	-33.3
태국	1	4	0	0	-100	-100

출처: KATI (2013. 2. 18)

○ 고추장의 2012년 수입액은 247,110 달러로 전년 대비 11.3% 감소한 것으로 집계

○ 고추장의 주요 수입국에는 중국, 미국, 일본 등 총 8개국이 있음

○ 2012년 고추장을 가장 많이 수입한 곳은 중국으로 246,860 달러를 기록하였으며, 이는 전년도 동기대비 11.3% 감소한 수치임

○ 그 뒤를 따라 2012년 기준으로 미국이 128 달러, 일본이 49 달러임

3. 미국 시장 동향

■ 생산동향

○ 기꼬만(Kikkoman) 푸드는 일본 최대의 장류 회사로써, 미국 장류 시장 점유율의 50% 이상을 차지하고 있는 최대 경쟁사.

- 간장, 조미료, 음료, 토마토 가공품, 와인 등 다수의 식료품을 생산하며, 간장의 종류가 매우 다양하여 미국시장 내에서 제품 경쟁력이 탁월.

- 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 상태.

- 미소뿐만 아니라 간장류도 마찬가지로 세계 점유율 1위를 차지하고 있으며, 미국 전역 어느 매장에서나 구매할 수 있을 정도로 유통채널 또한 다각화됨.

- 온라인 마켓에서 한국 식품들은 현저한 확장세를 보이고 있음. 아마존에서 판매되는 한국 기업 식품 가운데 농심 브랜드만 70여 가지, 샘표 브랜드만 40여 가지 이상임.

- 샘표는 된장 고추장 등 장류를 포함, 깻잎 통조림, 콩자반, 홍초, 칼국수 외에도 심지어 안동 찜닭 소스, 제주 갈치조림 소스, 목포 낙지볶음 소스까지 선보여 미국 시장에서의 판매활로를 활발히 개척하고 있음.

- 이 밖에도 CJ의 햇반과 다시다, 순창 찰고추장, 신송 고춧가루 등이 판매 중이며, 한식의 대표 주자 가운데 하나인 김치는 소비자 리뷰에서 별 5개 만점 중 별 4개 반을 받는 등 성공적으로 연착륙함

■ 수입동향

- 미국의 경우 고추장은 개별 HS Code로 구분하지 않음.
- 때문에 상위 코드인 HS 210390 (기타 소스 및 소스의 조제품)을 기준으로 하며, 이는 마요네즈, 드레싱, 된장, 고추장 등을 포함.

○ HS Code: 210390

- (기타 소스 및 소스의 조제품)

< 기타 소스 및 소스의 조제품, 주요 수입국 >

단위: 달러, kg

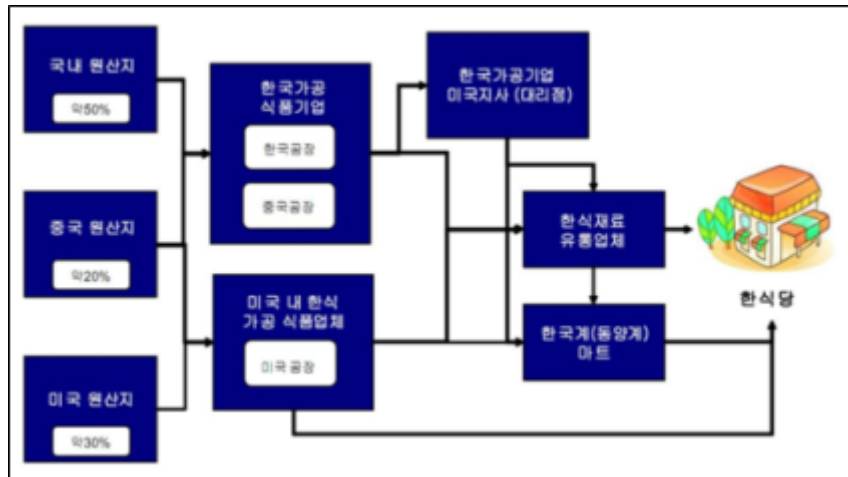
순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	646,848,130	358,352,069	708,754,402	372,409,307
1	Canada	167,676,724	54,818,998	189,150,030	59,024,710
2	Mexico	107,171,669	73,889,923	113,102,753	75,471,311
3	Italy	94,944,874	106,579,560	102,293,049	110,996,417
4	Thailand	58,624,844	34,653,961	66,733,585	35,768,308
5	Japan	42,458,841	7,430,927	43,276,509	7,492,146
6	China	33,316,116	25,149,701	38,387,362	26,876,091
7	Korea South	12,549,790	5,501,699	15,109,169	6,078,520
8	Hong Kong	11,366,699	7,298,409	13,070,351	6,863,809
9	Philippines	9,415,987	5,820,131	11,659,652	6,182,414
10	Dominican Republic	12,411,719	6,967,136	10,944,324	6,188,739

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

- 미국 기타 소스의 주요 수입국은 캐나다, 멕시코, 이탈리아 등이 있음
- 미국의 2012년 기타 소스의 총 수입량은 372,409,307 kg이며, 총 수입액은 708,754,402 kg임

■ 유통동향

○ 미국 내 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

○ 미국 내 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

- 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

■ 가격동향

○ 미국에서 판매되고 있는 고추장 가격

사진	가격	무게	원산지	제조사
	14.99 달러	500g	한국	청정원
	4 달러	125g	한국	청정원
	3.2 달러	1.6 Oz	한국	Annie Chun's, Inc
	29.99 달러	6.6 파운드	한국	샘표

출처: Amazon.com (2013.1.15)

■ 소비동향

- CJ 해찬들의 ‘애니천 고추장소스’가 출시 2년 만에 미국 메인스트림 유통채널 5000개 점포 입점.

- 미국 최대의 유기농, 천연식품 전문 매장으로 신뢰도가 높은 ‘홀 푸드 마켓(Whole Food’s Market)’, 중서부 대형 유통업체 ‘마이어(Meijer)’ 미국 유통순위 2위인 크로거(Kroger) 계열의 서부지역 최대 슈퍼마켓 ‘앨프스(Ralph’s)’ 등 미국 내 소비자들의 인지도와 신뢰도가 높은 주요 유통채널 입점에 성공, 고추장을 ‘세계인의 핫소스’로 도약시키기 위한 첫 단계가 성공적으로 이뤄졌다는 평가.

- 순한 맛으로 출시되어 재외동포뿐만 아니라 현지인들 사이에서도 다양한 요리에 적용시키는 등 다양한 소비가 이루어지고 있음.

- 미국 현지에서는 ‘푸드 & 와인’, ‘Cooking Light’, ‘SHAPE’ 등 식음료, 건강 관련 잡지들에 ‘바비큐요리에 잘 어울리는 매운 맛 소스’로 소개되었으며 미국 국영방송 PBS의 13부작 김치 다큐멘터리 ‘김치 연대기’에서 주인공 장조지 셰프가 해찬들 장류를 이용해 요리하는 등 소비를 늘리려는 다양한 시도 중.

■ 관세율

<2013년 미국 고추장 관세율>

21039090	품목명	소스와 그 조제품(기타)
	관세인하스케줄	A(즉시철폐)
	기준 관세율	6.4

출처: KITA (2013. 6. 5)

4. 일본 시장 동향

■ 생산동향

- 국내 제품을 수출하거나 일본 기업과 합작 투자하여 생산, 또는 일본 기업이 단독으로 생산하는 세 가지 경우로 나뉨.
- 일본 장류 생산 및 유통 기업인 Kikkoman은 Spicy Miso, Spicy Asiana Ketchup 등으로 고추장을 생산.
- 고추장 단품을 생산하는 것뿐만 아니라, 볶음이나 구이류 등 가공 식품류에 가미되어 생산.
- 하지만 대부분은 국내 기업으로부터 조달 받은 기술, 원재료로 국내 현지 법인에서 생산하는 경우가 일반적.

■ 수입동향

- 일본의 경우 고추장은 개별 HS Code로 구분하지 않음.
- 때문에 상위 코드인 HS 210390 (기타 소스 및 소스의 조제품)을 기준으로 하며, 이는 마요네즈, 드레싱, 된장, 고추장 등을 포함.

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

< 기타 소스 및 소스의 조제품, 주요 수입국 >

단위: 달러, kg

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	284,692,888	99,730,823	301,461,777	104,077,515
1	Thailand	71,686,803	27,091,806	71,141,490	25,407,129
2	China	38,313,405	22,313,323	42,288,200	22,886,640
3	New Zealand	39,328,704	15,278,559	40,102,058	16,163,621
4	United States	33,028,758	7,986,943	39,049,836	8,825,398
5	Australia	24,423,064	5,150,703	24,567,185	5,060,347
6	Korea South	15,368,393	4,877,489	17,141,814	5,535,862
7	Hong Kong	12,161,551	3,139,441	15,948,300	3,950,793
8	Italy	10,972,750	2,381,848	12,050,296	2,897,410
9	Belgium	4,352,423	1,233,459	6,139,842	1,957,928
10	Mexico	8,634,134	1,530,827	5,850,132	1,068,097

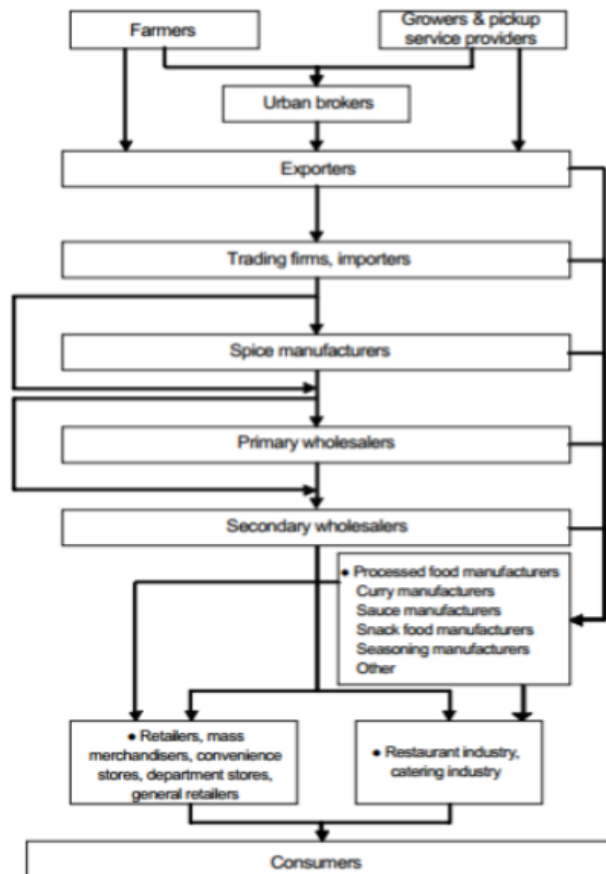
출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

- 일본의 기타 소스 및 소스의 조제품 주요 수입국은 태국, 중국, 뉴질랜드 등이 있음

- 일본의 2012년 기타 소스 및 소스의 조제품 총 수입액은 301,461,777 달러이며, 총 수입량은 104,077,515 kg임

■ 유통동향

< 일본의 소스 및 향신료의 유통 채널 >



출처: Fuji Seizai Research Data(2013. 1. 15)

- 일본에서 유통, 공급되는 대부분의 소스 및 향신료는 외국으로부터 수입되며, 수입된 재료들은 가정용, 산업용, 가공용 등으로 가공되어 유통됨.
- 본 도식은 카레 제품의 유통 채널을 나타내고 있으나, 다른 향신료도 같은 방식으로 유통됨.

- 일본의 소스 및 향신료 시장에서 S&B Foods가 40%를, House foods가 20%의 점유율을 보이고 있음.

- 뿐만 아니라 엄청난 수의 업체들이 관련 분야에 작은 규모로 구성되어 있음.

- 각각의 업체들은 중형과 소형으로, 끈끈한 연결고리를 형성하고 있음.

■ 가격동향

○ 일본에서 판매되고 있는 고추장 가격

사진	가격	무게	원산지	제조사
	554 엔	1kg	한국	CJ Japan
	504 엔	270g	일본	ユウキ食品
	350 엔	500g	한국	CJ Japan
	660 엔	1kg	한국	メーカー名大象

출처: Amazon.com(2013. 1. 15)

■ 소비동향

- 일본인들 사이에서 매운 음식과 발효식품에 대한 붐이 일고 있어 한국산 고추장에 대한 관심이 크게 증가.
- 또한 고춧가루의 식욕증진, 다이어트효과, 면역력 증진의 효과 등이 퍼지면서 한국산 고추장에 대한 수요가 증가.
- 한국산 고추장은 아직 전국 슈퍼마켓 매장에서 쉽게 찾을 수 없는 상품이나 “고치장”이라는 고유명사로 일본인 사이에 서서히 알려짐.
- 일본에서 고추장을 사용한 대표적인 요리는 삼마(꽂치)고추장 찌개, 돼지삼겹살 고추장 무침, 방어고추장 찌개, 다랑어 땅콩무침(고추장 소스로 사용), 김치찌개, 스테미너 스프, 고등어 된장찌개 등.

■ 관세율

<2013년 일본 기타소스류 관세율>

HS 코드	품목명	관세율		
		일반	WTO	LDC
210390229	기타 가공 소스			
		14%	10.5%	무료

출처: WTO tariff data(2013. 1. 15)

5. 중국 시장 동향

■ 생산동향

- 중국 기업이 생산한 고추장이 내수 시장에서 약진하고 있으며, 현지 유통망을 이용하여 빠르게 자리 잡고 있음.
- 또한 교민 시장에서 검증된 품목만이 공식 유통망에 판매되기 때문에, 국내 기업은 아직까지 대규모로 진입하지 못하고 있음.
- 간장은 한국 수입제품의 점유율이 높지만 된장과 고추장은 현지 생산 제품이 주를 이루고 있음
- 또한 중국에서 생산되는 제품은 주로 저가에 판매되어 국내 기업이 진입하기 어려움.

■ 수입동향

- 중국의 경우 고추장은 개별 HS Code로 구분하지 않음.
- 때문에 상위 코드인 HS 210390 (기타 소스 및 소스의 조제품)을 기준으로 하며, 이는 마요네즈, 드레싱, 된장, 고추장 등을 포함.

○ HS Code: 210390

- (기타 소스 및 소스의 조제품)

< 기타 소스 및 소스의 조제품, 주요 수입국 >

단위: 달러, kg

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	81,430,613	25,011,982	72,334,065	24,307,934
1	Taiwan	10,660,518	3,443,108	11,759,472	4,145,186
2	United States	7,316,825	2,544,569	8,959,045	2,784,565
3	Japan	26,262,816	3,966,935	8,414,012	1,309,006
4	Thailand	7,215,275	4,989,422	8,091,699	4,803,068
5	Korea South	6,037,148	3,159,680	7,979,834	3,819,846
6	Malaysia	5,868,376	1,544,253	7,344,441	1,852,589
7	Hong Kong	5,500,709	2,071,242	5,565,735	1,903,822
8	Germany	2,086,851	433,809	2,042,141	435,474
9	Philippines	1,626,378	970,219	1,856,196	996,054
10	Australia	1,454,180	223,991	1,592,956	247,026

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

- 중국 기타 소스 및 소스의 조제품의 주요 수입국은 대만, 미국, 일본 등이 있음
- 중국의 2012년 기타 소스 및 소스의 조제품 총 수입액은 72,334,065 달러이며, 총 수입량은 24,307,934 kg임

■ 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. 15)

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

■ 가격동향

○ 중국에서 판매되고 있는 고추장 가격

사진	가격	무게	원산지	제조사
	35 위안	500g	한국	制造商大象食品株式会社 (제조상대상식품주식회사)
	16 위안	200g	한국	制造商大象食品株式会社 (제조상대상식품주식회사)
	48 위안	500g	한국	制造商善府公司 (제조상선부공사)
	33 위안	500g	한국	制造商善府公司 (제조상선부공사)

출처: Amazon.com (2013. 1. 15)

■ 소비동향

- 교민들을 대상으로 팔리기 시작했던 제품들이 본토 외국인이 즐겨 찾는 음식으로 변하고 있음.
- 고추에 다량 함유한 캡사이신이 다이어트에 효과가 있다는 것이 알려지면서 중국인들의 식탁에도 심심찮게 등장하는 식품이 됨.
- 또한 한류 열풍이 불면서 고추장으로 만든 떡볶이, 비빔밥 고추장 등 전용고추장들도 여세를 몰아 인기를 끌고 있음.
- 현지 고추장과 된장의 인지도 및 판매량은 높은 편이며, 맛이 독특하고 웰빙의 느낌을 주기 때문에 소비자들로부터 반응이 좋음.
- 하지만 충칭, 장시, 후난 등 매운 맛을 즐기는 소비자들에게 한국 고추장의 매운 맛이 부족하게 느껴짐.

■ 관세율

<2013년 중국의 기타 조미료 관세율>

HS 코드	품목명	관세율			
		MFN	아시아-태평양 무역 협정 세율	세금 추가 비율	통관 조건
2103909000	기타 조미료	21%	18.4%	17%	B

출처: KITA (2013. 6. 5)

6. 호주 시장 동향

■ 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. 13)

- 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.

■ 수입동향

○ 호주의 경우 고추장은 개별 HS Code로 구분하지 않음

- 때문에 상위 코드인 HS 210390 (기타 소스 및 소스의 조제품)을 기준으로 하며, 이는 마요네즈, 드레싱, 된장, 고추장 등을 포함

○ HS CODE: 210390

- 기타 소스류 (Sauces And Preparations Therefor, Nesoi; Mixed Condiments And Mixed Seasonings)

<호주의 기타소스류 수입 동향>

단위: 달러, kg

No.	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	Total	188,057,673	n/a	222,430,779	n/a	260,283,146	n/a
1	New Zealand	21,478,980	-	25,062,853	-	38,231,837	-
2	Thailand	18,727,019	-	25,703,756	-	29,320,380	-
3	United States	21,395,850	-	25,782,431	-	28,415,216	-
4	Hong Kong	15,515,112	-	16,286,254	-	17,062,709	-
5	United Kingdom	11,826,350	-	13,068,748	-	14,289,660	-
6	Malaysia	9,705,466	-	12,667,705	-	13,810,800	-
7	China	5,854,114	-	9,324,921	-	13,152,502	-
8	Italy	8,736,281	-	11,442,121	-	12,974,120	-
9	New Zealand	7,896,465	1,312,429	10,259,704	1,812,707	11,387,279	2,392,995
10	Thailand	6,525,376	1,779,118	8,213,938	1,987,898	8,302,152	1,965,085

출처: Global Trade Atlas (2013. 3. 20)

- 수입물량을 기준으로, 2011년 뉴질랜드로부터 수입된 기타소스류는 38,231,837 달러임

- 주요 국가는 태국, 미국, 홍콩 등으로 집계

- 국가별로는 뉴질랜드로부터 가장 많은 수입액을 기록하고 있으며, 이어서 태국이 29,320,380 달러로 2위, 미국이 28,415,216 달러로 3위.

■ 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	업체명	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. 13)

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

■ 가격동향

○ 호주에서 판매되고 있는 고추장 가격

사진	가격	무게	원산지	제조사
	5.99 달러	500g	한국	청정원
	4.19 달러	17.6 Oz	한국	해오름
	5.99 달러	500g	한국	해찬들
	9.49 달러	450g	한국	종가집

출처: Hmart.com(2013. 1. 13)

■ 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.

■ 관세율

<2013년 호주 고추장 관세율>

HS 코드	품목명	MFN		
		최소치	평균치	최대치
210390	기타 가공 소스	0.0%	0.0%	0.0%

출처: WTO tariff data (2013. 1. 13)