

1. 일반 정보

■ 기본 품목 정보

○ 된장

○ HS Code: 2103901010

- 정의: 메주로 장을 담가서 장물을 떠내고 남은 건더기로 만든 장

- 된장은 간장과 함께 예로부터 전해진 우리나라의 조미식품(調味食品)으로 음식의 간을 맞추고 맛을 내는 데 기본이 되는 식품

- 된장은 크게 메주와 소금물을 부어 익혀 간장을 떠내고 남은 건더기에 소금을 넣어 만드는 것과, 간장을 떠내지 않고 만드는 것이 있음

2. 수출입 동향

1) 수출 동향

< 품목의 국가별 수출 실적 >

단위: kg, 천 달러

국가	2012 년		2013 년(1 월~11 월)		연간전년대비(%)
	중량(kg)	금액(\$)	중량(kg)	금액(\$)	
총계	3,619,373	6,231	3,288,186	6,122	8.5
미국	1,589,317	2,587	1,391,135	2,577	11.7
중국	407,302	755	323,752	644	-5.8
캐나다	197,443	327	179,767	289	-2.2
홍콩	46,264	137	77,827	254	142.2
일본	214,233	332	190,987	253	-14.4
호주	172,137	435	141,229	252	-34.4
필리핀	175,682	205	147,580	249	25.7
말레이시아	21,433	74	40,257	146	106.9
싱가포르	43,116	54	65,004	131	154.4
러시아	64,892	94	65,758	123	31.3

출처: KITA (2014. 1. 6)

○ 된장의 2013년 11월 까지의 수출액은 612만 2천 달러로 전년 대비 8.5% 증가한

것으로 집계

○ 된장의 주요 수출국에는 미국, 중국, 캐나다, 홍콩 등이 있음

○ 2013년 된장이 가장 많이 수출된 곳은 미국으로 257만 7천 달러를 기록하였으며, 이는
전년도 동기대비 11.7% 증가한 수치임

○ 그 뒤를 따라 2013년 기준으로 중국이 64만 4천 달러, 캐나다가 28만 9천 달러를 기록

2) 수입 동향

< 품목의 국가별 수입 실적 >

단위: kg, 천 달러

국가	2012 년		2013 년(1 월~11 월)		연간전년대비(%)
	중량(kg)	금액(\$)	중량(kg)	금액(\$)	
총계	4,070,957	5,207	3,938,596	4,672	-1.0
일본	2,856,206	2,544	2,848,071	2,738	21.5
중국	1,212,314	2,659	1,087,565	1,928	-21.8
태국	2,298	4	2,900	4	3,916.4
필리핀	20	0	14	0	41.0
미국	-	-	9	0	-
인도네시아	-	-	11	0	-
뉴질랜드	-	-	2	0	-
아르헨티나	-	-	6	0	-
싱가포르	1	0	11	0	833.3
호주	-	-	6	0	-

출처: KITA (2014. 1. 6)

○ 된장의 2013년 수입액은 467만 2천 달러로 전년 대비 1.0% 감소한 것으로 집계

○ 된장의 주요 수입국에는 일본, 중국, 태국 등 총 15개국이 있음

○ 2013년 된장을 가장 많이 수입한 곳은 일본으로 273만 8천 달러를 기록하였으며, 이는
전년도 동기대비 21.5% 증가한 수치임

○ 그 뒤를 따라 2013년 기준으로 중국이 192만 8천 달러, 태국이 4,418 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.

○ Awase miso는 미국에 American Soy Products Inc사를 세운 후, 두유 생산을 시작하였으며, 현재는 각종 된장 제품을 생산.

- 한국에서도 한국식 된장에 비해 덜 짜기 때문에 인기가 많은 편.

■ 수입동향

- 미국의 경우 된장은 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: 천 달러)

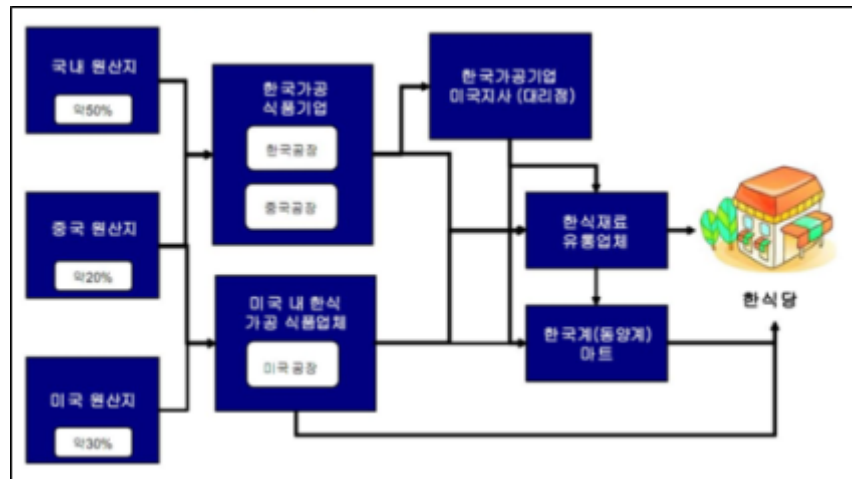
순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	646,864,287	358,359,603	708,754,573	372,380,520
1	Canada	167,676,724	54,818,998	189,150,030	59,024,710
2	Mexico	107,171,669	73,889,923	113,102,753	75,471,311
3	Italy	94,944,874	106,579,560	102,321,814	111,001,365
4	Thailand	58,624,844	34,653,961	66,733,585	35,768,308
5	Japan	42,458,841	7,430,927	43,317,850	7,498,430
6	China	33,316,116	25,149,701	38,374,243	26,873,230
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 (2014. 1. 10)

- 미국 기타 소스의 주요 수입국은 캐나다, 멕시코, 이탈리아 등이 있음
- 미국 기타 소스의 2012년 총 수입액은 708,754,573 달러이며, 총 수입량은 372,380,520 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
- 일부식당의 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 된장 가격

사진	가격	무게	원산지	제조사
	9.52 달러	3.3 Oz	한국	샘표
	3.2 달러	100g	한국	청정원
	8.97 달러	18 Oz	일본	Roland

출처: Amazon.com(2013. 1. 13)

■ 소비동향

- 주 소비계층은 대부분 한국 교민 및 일본인 소비자이고 시장규모는 연간 2천 5백만 달러로 추정됨. 된장 시장점유율은 한국산 30%, 교포 현지제조 20% 그리고 일본 미소된장이 50%인 것으로 나타났음
- 제품 개선 방향: 포장은 플라스틱 용기가 바람직하며 유통가능 기간도 표시해야 함. 한국계나 일본계 식당에 판매할 수 있고, 장기적으로는 제품 개발이 필요함. 특히 색깔을 바꾸고 냄새가 나지 않도록 해야 할 것임
- 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.

■ 관세율

<2013년 미국 기타 가공 소스 관세율>

21039020	품목명	소오스(어류로부터 조제되거나 얻은것)
	관세인하스케줄	K (무관세)
	기존 관세율	0
21039040	품목명	효모 엑스의 조제품(무알콜, 소스제외)
	관세인하스케줄	A (즉시철폐)
	기존 관세율	3.2
21039072	품목명	혼합조미료(add US note 3 to Ch. 21에 명시된것, gen. note 15)
	관세인하스케줄	D (5단계균등철폐)
	기존 관세율	7.5
21039074	품목명	혼합조미료(add US note 3 to Ch. 21에 명시된것, add. US note 8(a) to Ch.17에 해당하고 gen. note 150이외의 것)
	관세인하스케줄	D (5단계균등철폐)
	기존 관세율	7.5
21039078	품목명	혼합조미료(add US note 3 to Ch. 21에 명시된것, add. US note 8(a) to Ch.17 및 gen.note 150이외의 것)
	관세인하스케줄	G (10단계균등철폐)
	기존 관세율	30.5 센트/kg + 6.4%
21039080	품목명	혼합조미료(add US note 3 to Ch. 21에 명시된 것 이외)
	관세인하스케줄	A (즉시철폐)
	기존 관세율	6.4
21039090	품목명	소스와 그 조제품(기타)
	관세인하스케줄	A (즉시철폐)
	기존 관세율	6.4

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 4)

4. 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 된장은 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	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. 4)

- 중국 기타 소스의 주요 수입국은 대만, 미국, 일본 등이 있음

- 중국의 2012년 기타 소스의 총 수입액은 72,334,065 달러이며, 총 수입량은 24,307,934 kg임

- 그밖에 10대국에 포함된 국가는 일본, 필리핀, 나이지리아, 베냉 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.

○ 최근들어 MGR 기업들의 색다른 확장 방식에 이목이 집중되고 있음.

- 기업들은 더욱 세분화된 유통업체로 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. 13)

- 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 된장 가격

사진	가격	무게	원산지	제조사
	15.7 위안	300g	중국	制造商烟台欣和味达美食品有限公司
	11.8 위안	238g	중국	制造商鲁花酿造食品有限公司
	12 위안	450g	중국	制造商黑龙江省宝泉岭农垦宝泉酱业有限公司
	18 위안	1kg	중국	制造商鲁花酿造食品有限公司

출처: Amazon.com(2013. 1. 13)

■ 소비동향

- 교민들을 대상으로 팔리기 시작했던 제품들이 본토 외국인이 즐겨 찾는 음식으로 변하고 있음.
- 현지 고추장과 된장의 인지도 및 판매량은 높은 편이며, 맛이 독특하고 웰빙의 느낌을 주기 때문에 소비자들로부터 반응이 좋음.
- 중국 내 한국 드라마 방영이 증가하면서 중국 일반 가정에서도 한국 요리 및 식재료에 대한 관심이 확대되고 있음.
- 하지만 아직까지 된장과 고추장에 대한 수요는 중국 전통 식재료인 춘장에 가려져 있으며, 브랜드 및 제품 개발을 통한 차별화가 요구됨.

■ 관세율

<2013년 중국 기타 가공 소스 관세율>

HS 코드	품목명	관세율			
		MFN	아시아-태평양 무역 협정 세율	세금 추가 비율	통관 조건
210390	기타 가공 소스	21.0%	21.0%	21.0%	B

출처: KITA (2013. 6. 4)

5. 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

- (Sauces and Preparations Therefor, Nesoi; Mixed Condiments and Mixed)

<호주 소스류 수입 통계>

단위: 달러/nr,kg

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	222,430,779	n/a	260,278,561	n/a
1	New Zealand	25,062,853	-	38,231,837	-
2	Thailand	25,703,756	-	29,320,380	-
3	United States	25,782,431	-	28,415,216	-
4	Hong Kong	16,286,254	-	17,062,709	-
5	United Kingdom	13,068,748	-	14,289,660	-
6	Malaysia	12,667,705	-	13,810,800	-
7	China	9,324,921	-	13,152,502	-
8	Italy	11,442,121	-	12,974,120	-
9	New Zealand	10,259,704	1,812,707	11,387,279	2,392,995
10	Thailand	8,213,938	1,987,898	8,302,152	1,965,085

출처: Global Trade Atlas(2013. 8. 1)

- 주요 국가는 뉴질랜드, 태국, 미국, 홍콩 등으로 집계

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

■ 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. 13)

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

■ 가격동향

○ 호주에서 판매되고 있는 된장 가격

사진	가격	무게	원산지	제조사
	4.25 달러	500g	한국	청정원
	8.79 달러	450g	한국	종가집
	16.99 달러	500g	한국	맥된장
	4.49 달러	500g	한국	해찬들

출처: Hmart.com(2013. 1. 15)

■ 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 기타 가공 소스 관세율>

HS 코드	품목명	관세율
21039000	기타 가공 소스	Free

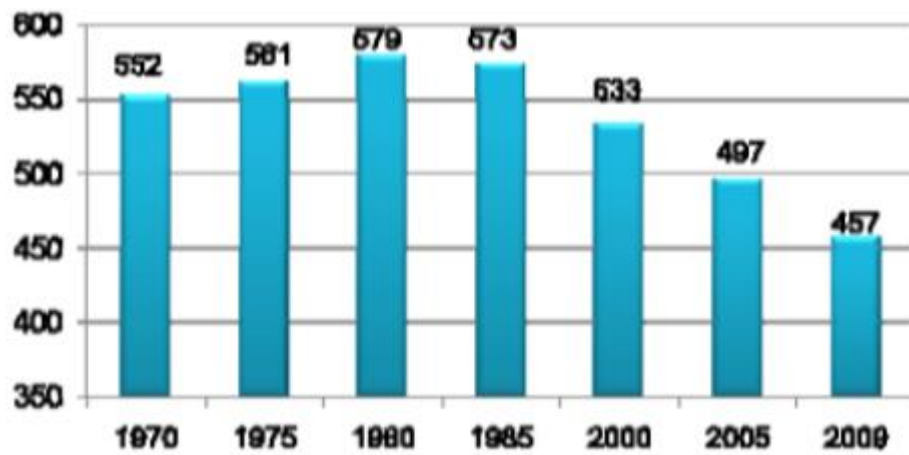
출처: 세계 HS 정보 시스템 (2013. 6. 4)

6. 일본 시장 동향

■ 생산동향

< 1970~2009년 일본 내 된장 생산량 >

(단위: 1,000톤)



출처: Masako Masi Soy report(2013. 1. 15)

- 일본의 된장 생산량은 1980년에 57만 9,000톤으로 정점을 찍고 점차 하락하여 2009년에는 45만 7,000톤 규모.

< 일본 주요 된장 생산업체 >

기업 명	시장 점유율
Marukome	20.3%
Hanamaruki	10.9%
Marusan-Ai	5.5%
Hikari Miso	7.2%
Miyasaka Jozo	3.8%
Fundokin	2.6%
Iwata Jozo	2.5%
Kanesa	1.9%
Ichibiki	2.8%
Yamajirushi Jozo	1.8%

출처: Masako Masi Soy report(2013. 1. 15)

- 일본 내 된장 시장은 1,250억 엔의 규모이며, 생산 기업은 중소기업을 포함하여 1,000여개가 있음.
- 주요 10개 기업은 전체의 60%를 차지하고 있음.
- 일본 내 인구감소와 노령화 추세, 다양한 소비추세, 그리고 더 간편한 형태의 식품을 찾는 일본 내의 추세 때문에 점차 감소하는 추세를 보임.

■ 수입동향

- 일본의 경우 된장은 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

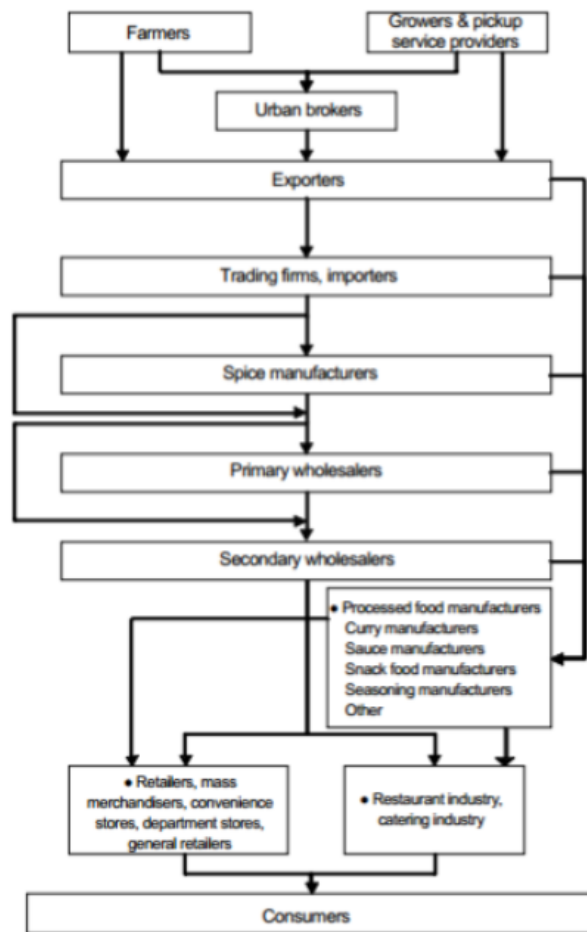
출처: Global Trade atlas(2014. 1. 8)

- 일본 기타 소스의 국가별 수입을 2012년 기준으로 살펴보면, 태국으로부터 7,114만 1천 달러 중국으로부터 4,228만 8천달러를 수입함..

- 그밖에 10대국에 포함된 국가는 호주, 한국, 뉴질랜드, 미국 등임.

■ 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

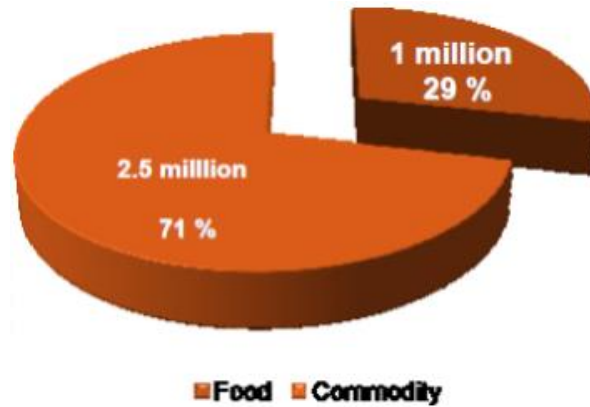
○ 일본에서 판매되고 있는 된장 가격

사진	가격	무게	원산지	제조사
	498 엔	750g	일본	メーカー名 ひとかり味噌
	598 엔	750g	일본	メーカー名 福山醸造
	467 엔	750g	미국	メーカー名 イチビキ
	1344 엔	3kg	일본	メーカー名 小玉醸造

출처: Amazon.com (2013. 1. 15)

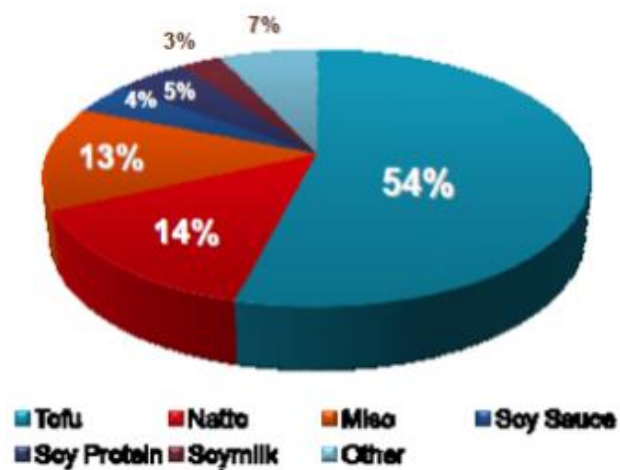
■ 소비동향

<일본 내 콩 소비량>



출처: Masako Masi Soy report (2013. 1. 15)

- 일본 내 콩 소비는 2009년 기준으로 350만 톤으로, 가공상품으로는 71%인 250만 톤 규모이며, 일반 가정 소비량은 29%인 100만 톤 규모.



출처: Masako Masi Soy report(2013. 1. 15)

- 가정 소비 중에서 13%는 된장으로 소비되며, 가장 큰 비중을 차지하는 간장은 54% 차지.

■ 관세율

<2013년 일본 기타 가공 소스 관세율>

HS 코드	품목명	관세율		
		기본세율	WTO	LDC
210390	기타 가공 소스	9.6%	7,2%	Free

출처: Global Trade Atlas(2013. 6. 4)