

2020

# 농식품 수출환경 변화대응 이슈조사

시장편





# Contents

2020 농식품수출환경 변화대응 이슈조사 | 시장편

## I. 글로벌 수출환경 변화

1. 코로나19 이후 주요국 농식품 온라인 시장현황 ..... 1
2. 미·중 무역갈등이 한국산 농식품의 對중 수출에 미치는 영향 분석 ..... 59
3. RCEP 체결에 따른 농식품 수출분야 전망 ..... 119

## II. 글로벌 시장 트렌드

1. 코로나19 이후 글로벌 트렌드 분석 및 한국 농식품 수출전망 ..... 157
2. (코로나19로 인한) 온라인 기반 농식품 소비 트렌드 조사 ..... 219
3. 생태계 환경변화에 따른 글로벌 식품시장 지속가능 트렌드 조사 ..... 261
4. 일본·동남아 시설원에 식품시장 현황조사 ..... 301
5. 글로벌 식품시장 인플루언서 활동사례 및 규제 동향 ..... 353
6. 글로벌 푸드테크 트렌드 - 생산, 유통, 제품 부문 ..... 375
7. 2020 글로벌 식품시장 트렌드 및 2021 전망 ..... 391

## III. 비관세장벽 이슈

1. 주요 수출국 및 품목의 불합리 교역조건 조사(UNCTAD) ..... 421
2. 농산물 비관세조치 현황분석 및 대응방안 ..... 497



# 코로나19 이후 주요국 농식품 온라인 시장현황

---

- I. 글로벌 온라인 시장현황
- II. 주요국 온라인 시장현황
- III. 결론



# 코로나19 이후 주요국 농식품 온라인 시장현황

- 중국, 미국, 동남아를 중심으로 -

## 1. 글로벌 온라인 식품 시장현황

- 전 세계 온라인 식품시장 규모 1,899억 달러(한화 약 220조 원, '19기준)
  - \* 코로나19 이후 시장 성장 가속화 전망, 2024년까지 연평균 25% 성장률로 6,633억 달러(한화 약 768조 원)에 달할 것
- 코로나19 이후 글로벌 온라인 식품시장 ① 품목 다양화 ② 고령 소비자층 유입 ③ 온·오프라인 융합 서비스 특징 대두

## 2. 주요국 온라인 시장현황

- 중국 온라인 식품시장 규모 3,065억 위안(한화 약 53조 원), 전년비 23.2% 증가('19기준)
  - \* 코로나19로 2020년 1분기 온라인 식품시장 규모 6% 증가, 안전한 식품 섭취에 대한 수요 증가하며 식품 부문의 온라인 구매율 65%로 확대
  - \* 소비자와의 실시간 소통을 통해 구매 결정, 라이브 스트리밍의 영향력 확대
- 미국 온라인 식품시장 규모 229억 달러(한화 약 35조 원), 전년비 21.7% 증가('19기준)
  - \* 온라인 식품 구매자의 14.4% 코로나로 온라인 구매 시작, 34.9% 식품구매량 증가
  - \* 커브사이드 픽업(Curbside pickup), D2C(Direct to Consumer) 등 새로운 유통방식 확대
- 동남아 온라인 식품시장 규모 36억 달러(한화 약 4조 원, '18기준), 베트남·인니·싱가포르 3개국 시장규모 약 4억 달러(한화 약 4,815억 원, '19기준)
  - \* 베트남, 코로나19 이후 온라인 구매 3.5배 증가, 장기보관식품 및 면역력 증진식품 수요 증가
  - \* 인니, 맛보다 건강과 안전을 중시하는 소비로 전환, 바이러스 감염 우려로 온라인 구매 증가
  - \* 싱가포르, 온라인 식품구매 및 배달 서비스 비중 확대, 2020년 6월 전자상거래 국가표준 발표

## 3. 결론

- 주요국 온라인 식품시장, 신속 배송 위한 물류 체계 재편 추세
- 소비자와의 실시간 소통 가능한 콘텐츠 마케팅 영향력 증가
- 온라인 전자상거래에 대한 국가별 기준 및 지침 마련되는 추세, 이에 대한 숙지 및 기준 준수 요구



# I 글로벌 온라인 식품 시장현황

■ 2019년 전 세계 온라인 식품 시장규모 1,898억 9,000만 달러(한화 약 219조 9,876억 원)로 집계<sup>1)</sup>

- 물류 기술 및 인프라의 발전과 더불어 온라인 식품구매에 대한 소비자 인식 변화로 최근 급격한 성장세에 직면
  - 온라인 식품구매의 편의성으로 수요가 증가하였으며, 전 세계 중산층 소비자의 구매력 증대는 온라인 식품시장 성장에 영향을 미침
- 전 세계 온라인 식품 시장규모는 전체 전자상거래 시장의 14.1% 차지, 2023년까지 22%로 확대 예상

■ 아시아 태평양 지역 온라인 식품시장 규모 전 세계 약 40% 차지

- 중국의 온라인 식품 시장규모는 세계 최대 수준, 전 세계 시장의 약 20% 차지
  - 콜드체인 개선 및 온·오프라인 결합 모델 도입 등으로 시장이 확장되면서 온라인 신선식품 시장은 더욱 성장 가능성을 지닌 영역으로 발전함
- 미국의 온라인 식품시장은 북미 지역 내 가장 큰 소비자 기반을 바탕으로 전 세계 시장의 15% 차지
  - 2019년 미국 소비자의 온라인 식품 구매액은 전년대비 14.0% 증가한 5,869억 2,000만 달러(한화 약 682조 8,814억 원)로 집계됨
    - 온라인을 통한 식음료 판매액은 전년대비 23.1% 증가하며 건강용품, 뷰티 및 헬스케어 제품 등 18.6%에 비해 높은 성장세를 보임

1) Online Grocery Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product Type (Fresh Produce, Breakfast & Dairy, Snacks & Beverages, Staples & Cooking Essentials), By Region, And Segment Forecasts, 2020-2027, Grand View Research(2020.04)

### ■ 코로나바이러스감염증-19(COVID-19) 이후 전 세계 온라인 식품시장의 성장 가속화 전망

- 2020년 전 세계 온라인 식음료 시장규모는 220억 달러(한화 약 25조 5,970억 원)에 달할 것으로 전망
  - 전년도 149억 달러(한화 약 17조 3,362억 원)에서 47.7% 증가한 수준, 코로나19로 인한 이동 제한으로 온라인 식품구매가 증가
- 전 세계 온라인 식품시장은 2024년까지 연평균 25.02%의 성장세를 기록하며 6,633억 3,000만 달러(한화 약 768조 4,678억 원) 규모로 성장 예상<sup>2)</sup>
- 온라인 식품 배달 서비스 시장은 2020년 1,113억 2,000만 달러(한화 약 129조 5,208억 원)에 달할 것
  - 2023년까지 연평균 11.51%의 성장률을 보이며 1,543억 4,000만 달러(한화 약 179조 5,746억 원) 규모로 확대될 전망

### ■ 코로나19 이후 글로벌 온라인 시장에서는 ① 품목 다양화, ② 고령 소비자층의 유입 ③ 온·오프라인 융합 서비스 등의 현상이 나타나고 있음

- 과거 가공식품 위주의 소비에서 신선식품으로 소비 품목이 다양화되는 추세
- 이동 제한과 더불어 상대적으로 치명률이 높은 고령층 소비자가 온라인 식품시장에 유입

- 
- 2020년 4월 미국 65세 이상 소비자의 온라인 식품 구입액 전년동기 대비 94% 증가(Kantar)
  - 2020년 3월 미국 내 56~74세 소비자의 71%, 코로나19가 쇼핑 장소 또는 소비 방식에 영향을 미쳤다고 응답(전월 대비 173.1% 증가)(First Insight)
  - 2020년 3월 미국 내 56~74세 소비자의 23%, 코로나19로 인해 온라인 쇼핑 사용률이 증가했다고 응답(전월 대비 187.5% 증가)(First Insight)
- 

- 온/오프라인 융합 서비스(옴니채널) 등이 각광받고 있음
  - 유통채널의 유형에 구애받지 않고 다양한 채널을 오가며 자유롭게 제품을 검색하고 주문하는 쇼핑방식이 확산되는 추세
  - 업계에서는 옴니채널을 구축하여 소비자가 채널 간 제약 없이 제품의 주문과 픽업 등을 이용할 수 있도록 함

---

2) Global Online Grocery Market: Insights & Forecast with Potential Impact of COVID-19 (2020-2024), CISION PR Newswire(2020.08)

# II 주요국 온라인 시장현황

## 1 중국

### 가. 온라인 시장규모

■ 2019년 중국 온라인 식품 시장규모 3,065억 위안(한화 약 52조 5,617억 원)으로 집계

- 이는 전년대비 23.2% 증가한 수준, 2014년 이후 연평균 성장률 31.3%에 달함

〈표 II-1-1〉 중국 온라인 식품 시장규모(2014~2019)

(단위: 10억 위안, %)

2014	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
78.4	116.1	156.7	197.4	248.8	306.5	23.2	31.3

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in China(2020), Euromonitor

- 2019년 이후 연평균 11.4%의 증가세를 보이며 2024년까지 5,264억 위안(한화 약 90조 2,723억 원) 규모로 확대될 것

〈표 II-1-2〉 중국 온라인 식품 시장규모 전망치(2019~2024)

(단위: 10억 위안, %)

2019	2020	2021	2022	2023	2024	전년비 (23/24)	연평균 (19/24)
306.5	353.9	404.1	451.7	494.1	526.4	15.5	11.4

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in China(2020), Euromonitor

■ 2019년 중국의 전체 전자상거래 시장규모 5조 781억 위안(한화 약 870조 8,434억 원), 이 중 식품 부문의 비중은 6.0%

- 자국 플랫폼 시장 4조 4,713억 위안(한화 약 766조 7,832억 원)으로 88.1%, 해외 플랫폼 시장 6,068억 위안(한화 약 104조 601억 원)으로 11.9% 차지

- 모바일 플랫폼 시장규모는 4조 1,641억 위안(한화 약 714조 1,015억 원)으로 전체의 82.0% 차지
- 전반적으로 온라인 시장 전체가 성장하는 양상이나, 특히 해외 플랫폼 시장과 모바일 플랫폼 시장규모가 급격히 증가
  - 2014년 전체 시장의 3.0%에 불과하던 해외 플랫폼 시장은 급속도로 성장하여 2019년 전체 온라인 시장의 11.9%를 차지함
  - 모바일 전자상거래 시장 비중은 2014년 30.0%에서 급격히 성장하여 2016년을 기점으로 일반 온라인 시장규모를 큰 폭으로 추월하였고, 2019년에는 전체 온라인 시장의 82.0%를 점유함

〈표 II-1-3〉 중국 온라인 시장 및 부분별 규모(2014~2019)

(단위: 10억 위안, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	비중	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
전체	1,171.5	1,797.0	2,354.1	3,123.9	4,004.8	5,078.1	100.0	15.5	11.4
- 국내	1,135.9	1,703.7	2,185.4	2,854.8	3,587.5	4,471.3	88.1	24.6	40.9
- 해외	35.6	93.9	168.7	269.1	417.4	606.8	11.9	45.4	103.2
- 모바일	351.4	970.4	1,812.7	2,499.1	3,243.9	4,164.1	82.0	28.4	85.5
- 일반	820.1	826.6	541.4	624.8	760.9	914.0	18.0	20.1	2.7

\* 출처: E-Commerce in China(2020), Euromonitor

- 전체 온라인 시장에서 식품 부문이 차지하는 비중은 2014년 이후 소폭의 감소세를 보이며 6%대를 유지
  - 온라인 식품 시장규모는 성장세이나, 전체 온라인 시장규모 역시 꾸준히 확대되고 있어 식품 부문의 비중은 일정 수준으로 유지됨

〈표 II-1-4〉 중국 온라인 시장 내 식품 부문 비중(2014~2019)

(단위: 10억 위안, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
전체	1,171.5	1,797.0	2,354.1	3,123.9	4,004.8	5,078.1	15.5	11.4
- 식품부문	78.4	116.1	156.7	197.4	248.8	306.5	23.2	31.3
- 비중	6.69	6.46	6.66	6.32	6.21	6.04	-	-

\* 출처: E-Commerce in China(2020), Euromonitor

## 나. 코로나19 이후 온라인 시장 변화

### ■ 코로나바이러스감염증-19(COVID-19)로 인해 2020년 1분기 중국의 온라인 식품시장 규모 6% 증가

- 동기간 전체 온라인 시장규모가 19% 감소했고, 오프라인 식품시장이 24% 감소한 것에 비해 괄목할만한 수준으로 평가
  - 후베이성을 중심으로 한 전국적인 봉쇄조치로 생필품 구매를 위한 수요가 온라인으로 집중되었으며, 이와 동시에 비교적 디지털 접근성이 높은 소비자의 성향이 코로나19 기간 동안 온라인 시장의 성장을 이끈 것으로 분석
  - 코로나 기간 동안 소형 식품소매업체가 급격히 온라인 시장으로 진입, 2020년 2월 1~2주 동안 타오바오에만 일 평균 3만 개사가 유입되면서 2월 타오바오 내 판매자 수는 전월대비 7배 증가함
- 식품 부문의 온라인 구매율은 65%로 집계되며 가장 높은 비중을 보임

〈표 II-1-5〉 2020년 중국의 품목별 온라인 구매 비중

순위	품목	비중	순위	품목	비중
1	식음료(무알코올 음료 포함)	65%	9	장난감, 게임 및 퍼즐류	16%
2	개인위생용품(화장지, 손세정제, 마스크 등)	63%	10	영화, 음악, 엔터테인먼트류	14%
3	가정 청소용품	46%	11	주류	13%
4	의류 및 패션 액세서리	33%	12	의약품	13%
5	화장품 및 미용도구	24%	13	취미, 예술 공예품	12%
6	서적 및 문구류	21%	14	운동기구 및 관련 장비	11%
7	전기전자제품	20%	15	펫푸드 및 관련 제품	9%
8	가구 및 관련 제품	17%	16	기타	3%

\* 출처: Share of respondents who increased online purchases during the coronavirus (COVID-19) pandemic in China as of May 30, 2020, by product type, statista

- 온라인 식품 판매는 전년 동기간 대비 33% 증가, 전체 온라인 판매의 약 3분의 1 차지
  - 특히 건강에 대한 염려 및 중요성이 증대됨에 따라 유제품, 채소, 계란 등 온라인을 통한 신선 농산물 구매 수요가 급격히 증가함

- Miss Fresh의 신선농산물 판매액 전년 동기간 대비 300% 증가
- Ding Dong의 신선식품 주문량은 80% 증가
- Alibaba의 Hema의 신선농산물 수요 3배가량 증가
- JD Fresh, 618 프로모션(6월 18일)을 통해 신선육류 및 채소, 과일을 판매하면서 매출액은 전년대비 800% 증가

- 코로나 위기 1단계 동안 소비자의 온라인 식품 구매(신선식품 포함)는 코로나 이전보다 60~80%가량 증가
- 신선식품 외에도 곡물류, 즉석조리식품, 포장식품 및 스낵류 등 장기간 보관이 가능한 식품에 대한 수요가 높게 나타남

품목	증가율	품목	증가율
즉석식품	98%	곡물류	62%
포장식품	88%	유제품	14%
스낵류	72%	음료 및 생수	11%, 6%

- 맥킨지에 따르면 코로나 이후 식품 소비자의 74%가 온라인으로 식품을 구입하며, 21%는 코로나 이전보다 더 많은 양의 식품을 구입하는 것으로 나타남

#### ■ 안전한 식품 섭취를 위해 온라인을 통한 신선식품 구매가 증가하고 있음

- 최근 중국의 젊은 세대들은 외식이나 배달 음식보다 직접 요리하는 것을 선호하는 경향을 보임
  - 식품 안전 관련 사고가 빈번하게 발생함에 따라 소비자는 직접 조리해 먹는 음식을 안전하다고 인식함
  - 이러한 경향은 특히 젊은 세대를 중심으로 확산되고 있으며, 이에 따라 온라인을 통해 고품질의 신선한 재료를 구매하는 비중이 확대됨
- 이러한 트렌드에 발맞추어 각 온라인 플랫폼에서는 신선식품 공급망 확보, 물류체계 개선 등 각 부문에서의 투자를 아끼지 않고 있음
  - Miss Fresh는 소량의 신선식품을 간단한 레시피와 함께 제공함으로써 소비자의 수요를 충족하고 있으며, 최종 소비지까지의 유통망과 고급 콜드체인 물류시스템을 구축해 최대 2시간 내 배달할 수 있는 체계를 갖추
  - JD.com은 신선식품 공급업체와의 협력을 통해 전 세계 2,000개 이상 파트너가 공급하는 신선식품을 자체 브랜드인 7Fresh를 통해 제공

■ 코로나19 이후 온라인 식품시장 성장세 가속화 전망, 소비자는 더욱 발전한 서비스 수준을 기대하게 될 것

- 맥킨지의 조사에 따르면 중국 소비자의 47%는 코로나19 이후 이전 이용하던 유통채널로 돌아가지 않을 것이라고 응답
  - 응답자의 18%는 온라인 스토어나 모바일 앱을 통해 제품을 구매할 것이라고 응답했으며, 다른 18%는 보다 나은 배달 서비스가 제공되는 스토어를 이용하겠다고 답변
- 소비자는 단순한 ‘온라인 식품구매’ 이상의 더욱 진화된 수준을 요구하게 될 것으로 예상
  - 온라인 소셜 네트워크를 활용한 고객관리 등 식품 유통 전 부문에 있어서 디지털화가 예상됨에 따라 옴니채널에 대한 중요성 증대 및 다양한 콘텐츠 마케팅의 영향력 제고될 것
- 공급체인의 민첩성과 탄력성이 중요한 과제로 대두됨에 따라 식품 배송을 위한 물류 인프라는 더욱 개선될 전망
  - 중국 소비자는 오프라인 유통채널보다 온라인을 통한 식품 구매가 더욱 안전하고 신선하다고 인식하기 시작함
    - 콜드체인에 대한 필요성이 확대되면서 업계에서는 장기 보관 및 운송 시 부패하기 쉬운 식품을 신선하게 유지하는 온도제어 공급망의 개발에 박차를 가할 것으로 전망됨
  - 중국의 온라인 유통채널은 다양한 제품 취급 및 신속한 배송을 위해 사물인터넷(IoT) 기술을 도입한 배송 프로세스의 디지털화를 도모함
    - Alibaba의 물류망인 차이나오(Cainiao)는 2022년까지 창고, 배송로봇, 알고리즘 기반의 관리 시스템 등 1억 개의 스마트 장치를 IoT 기술과 연계할 계획을 밝힘
  - 소비자에게 이르는 순간까지 농산물을 효율적이고 안전하게 운송하기 위해 전자상거래 기업의 혁신적인 물류 환경 개선이 눈에 띄게 나타남
    - 로봇으로 비접촉 배송을 제공하기도 하며, 효율성을 위해 공유매장, 공유 픽업 포인트 등의 새로운 모델이 시도되고 있음

■ 2020년 말까지 국경 간 전자상거래 시장규모는 1,640억 달러(한화 약 190조 8,140억 원)에 달할 것으로 전망

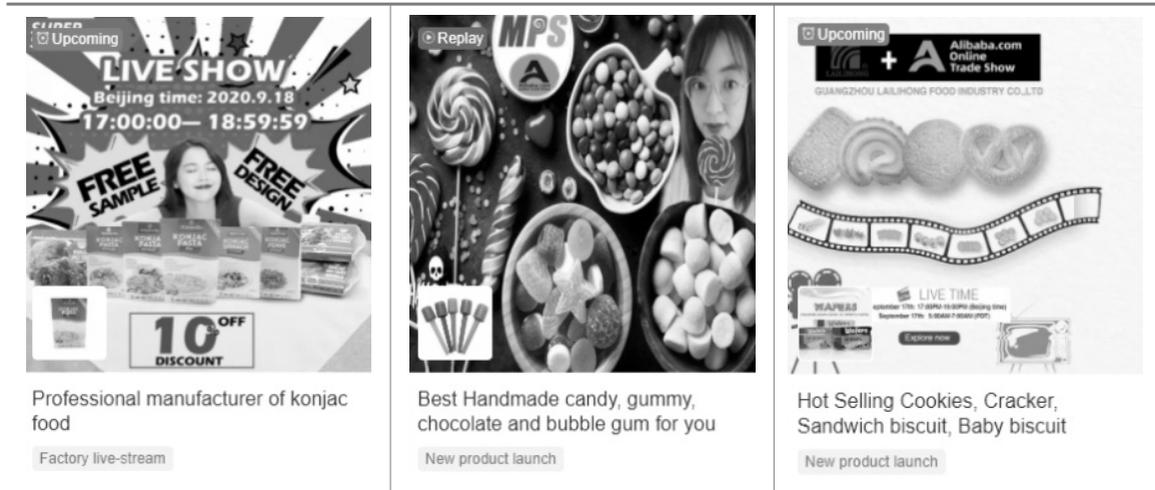
- 전체 전자상거래 시장규모 8,320억 달러(한화 약 968조 320억 원)의 약 20%를 차지할 것으로 예상됨
  - 2019년 9월 Alibaba가 중국 최대의 국경 간 전자상거래 플랫폼인 Kaola를 인수해 향후 중국의 국경 간 전자상거래 시장의 50% 이상을 차지할 것

## 다. 온라인 식품시장 이슈 및 트렌드

■ 소비자와의 실시간 소통을 통해 구매가 결정되며, 이러한 정보들은 문자에서 영상으로 전환되는 추세

- 중국 내 온라인 사용자의 30%가 매일 라이브 스트리밍을 시청하고, 50%는 라이브 스트리밍을 통해 제품을 구매함
  - 라이브 스트리밍은 홈쇼핑의 쇼호스트격인 주버(主播=BJ+쇼호스트)가 비디오 콘텐츠를 실시간으로 방송하는 방식으로, 시청자는 방송에서 제공하는 별도의 링크에 접속해 동영상을 시청하면서 제품을 구매할 수 있음
  - 라이브 스트리밍을 통해 판매되는 제품은 소비자의 최신 트렌드와 니즈에 부합하도록 선별된 제품이기 때문에 소비자의 호응도가 높으며, 판매 전환율이 높은 것이 특징임
  - 저렴한 가격과 경품이나 사은품 등의 이벤트 역시 소비자를 라이브 스트리밍으로 유인하는 방책 중 하나임
    - 라이브 스트리밍 호스트는 판매 제품의 브랜드나 기업과 협력하여 할인된 가격을 적용하거나 경품이나 사은품 등의 증정 제품을 제공함
  - 라이브 스트리밍 주요 플랫폼에는 Taobao, TikTok, Pinduoduo 등이 있음
- 라이브 스트리밍은 중국 내 온라인 시장에서 더욱 중요한 역할을 하게 될 것으로 전망됨
  - 라이브 스트리밍 호스트(판매자)와 시청자(구매자) 간 실시간 상호작용을 통해 제품에 대한 신뢰성을 제고할 뿐만 아니라 소비자가 보다 쉽게 구매를 결정할 수 있도록 적절한 맞춤형 정보를 제공함
  - 천진산업연구원에 따르면 2019년 중국의 라이브 스트리밍을 통한 매출액은 전년대비 114% 증가한 3,900억 위안(한화 약 66조 8,811억 원)으로, 2020년 6,000억 위안(한화 약 102조 8,940억 원)에 달할 것으로 예상

〈그림 II-1-1〉 알리바바 식품 라이브스트리밍



\* 출처: Alibaba

- TikTok과 같은 숏 비디오 플랫폼(short Video Platform)이 마케팅 수단으로 활용되고 있음
  - 10~20초 내외의 영상 콘텐츠를 통해 교류하는 문화가 확산되면서 2019년 6월 기준 중국의 숏 비디오 플랫폼 이용자 수 전년대비 32% 증가한 8억 2,000만 명 이상에 달하는 것으로 집계
    - 이는 중국의 모바일 인터넷 사용자 10명 중 평균 7.2명이 사용하는 수준
  - 이러한 추세에 부합하기 위해 대표적인 숏 비디오 플랫폼인 TikTok은 모든 사용자가 자사의 플랫폼을 통해 제품을 판매할 수 있도록 ‘마케팅 라벨’이라는 새로운 기능을 추가
    - 일반적인 소셜네트워크서비스에서는 제품 판매를 위해 특정 기준의 팔로워 수가 요구되었으나(최소 3,000명 등), TikTok은 이러한 제한을 제거함으로써 비디오 기반의 전자상거래 시장으로 전환 가능성이 엿보임
  - 코로나19로 오프라인 대면 마케팅에 제약이 발생하면서 더욱 많은 브랜드와 상품이 숏 비디오를 통해 마케팅을 진행할 것으로 예상됨
  - 소비자들은 짧은 시간을 투자해 제품에 대한 정보를 재미있게 얻을 수 있는 콘텐츠 마케팅에 더욱 관심을 보일 것으로 전망됨

■ **전문가의 의견보다 구매 후기와 같은 소비자의 실제 의견이 제품 선택에 중대한 영향을 미칠 것으로 예상됨**

- 식품 부문에서 숙련된 지식과 영향력을 가진 개인이나 조직(KOLs; Key Opinion Leaders)보다 소비자의 의견(KOCs; Key Opinion Consumers)이 제품 구매에 영향을 미침
  - 일반 소비자가 제품의 리뷰와 추천을 목적으로 제작한 동영상과 게시물이 소비자의 구매 결정에 더욱 영향력을 행사함
    - TikTok이나 Kwai, RED 등 소셜 어플리케이션의 활성화로 제품에 대한 후기를 쉽게 공유할 수 있는 환경이 조성됨
    - 자신과 유사한 조건에서 제품을 구매한 다른 소비자의 직접적인 평가나 조언을 얻고자 하는 경향으로 KOC의 영향력이 커지고 있음
  - 소비자들은 기존 KOL의 제품 후기 및 추천이 해당 브랜드나 기업으로부터 대가를 받고 있다고 생각하여 이들이 제공하는 정보를 신뢰하지 않는 편으로 KOL이 제공하는 제품 정보와 추천의 신뢰도가 떨어지고 있음

**라. 주요 판매제품<sup>3)</sup>**

■ **신선식품은 주로 과일류의 비중이 높게 나타나고, 구황작물(고구마, 감자 등), 일부 축산물의 판매 순위가 높음**

- 키위, 용과, 사과, 망고 등 다양한 신선 과일이 판매되고 있으며, 대부분은 중국산으로 확인됨
  - 오렌지, 코코넛, 망고스틴, 용과 등 일부 과일은 호주, 태국, 베트남 등에서 수입되어 판매됨
- 고구마, 감자, 옥수수 등 구황작물과 쇠고기 등도 상위권에 노출되어 판매되며, 모두 중국산으로 확인됨

3) 중국 내 온라인 식품 판매 비중이 높은 Alibaba, Tmall, JD.com에서 판매되는 120개 제품을 대상으로 상위 판매 품목을 선정하여 조사 진행(2020.09)

II. 주요국 온라인 시장현황 ◀◀◀

			
<p>突尼斯软籽石榴5斤装水果新鲜包邮四川会理无籽黑子甜红当季整箱(석류)</p>	<p>苹果水果新鲜当季整箱陕西渭南红苹果应季嘎啦丑苹果平果10斤装十(사과)</p>	<p>四川攀枝花凯特芒果新鲜10斤包邮当季水果大青整箱甜芒果应季批发(망고)</p>	<p>新鲜软柿子5斤水果当季甜小柿子应季整箱包邮10(감)</p>
<p>중국 본토</p>	<p>중국 본토</p>	<p>중국 본토</p>	<p>중국 본토</p>
<p>79.00위안/5kg</p>	<p>91.00위안/10kg</p>	<p>98.00위안/500g</p>	<p>89.00위안/5kg</p>
			
<p>오렌지</p>	<p>용과</p>	<p>옥수수</p>	<p>고구마</p>
<p>호주</p>	<p>베트남</p>	<p>중국</p>	<p>중국</p>
<p>83.00위안/2kg</p>	<p>35.90위안/4개</p>	<p>55.90위안/2kg</p>	<p>24.900위안/2.5kg</p>

■ 가공식품은 초콜릿 및 스낵류, 면류, 베이커리류, 육포와 건조과일, 커피 및 소스류 등이 주로 판매됨

- 스낵류와 베이커리류의 비중이 가장 높게 나타나며, 대부분 중국산으로 나타남

			
港荣蒸蛋糕(유유빵)	网红日式小圆饼干散装日本多口味海盐小圆饼零食小吃休闲食品整箱(비스킷)	三只松鼠_手撕面包(눈물빵)	豪士乳酸菌酸奶小口袋面包整箱小吃蒸蛋糕早餐网红糕点休闲零食(유산균 빵)
중국	중국 본토	중국 본토	중국 본토
37.90위안/1.21kg	40.00위안/1kg	75.00위안/1kg	129.80위안/680g

- 육포와 건조과일 및 견과류는 중국산이 주를 이루며, 일부 유제품(네덜란드산)과 인스턴트 면류(한국산)도 확인됨

			
干牛肉干风(육포)	韩国进口方便面三养火鸡面超辣鸡肉味拌面炒面(불닭볶음면)	散装无核空心(용간)	全脂有机纯牛奶(우유)
중국 본토	한국	중국 본토	네덜란드
35.44위안/250g	178.00위안/140g*40	29.00위안/500g	209.00위안/200ml*24

■ 수입식품은 스낵류, 주류(와인), 우유 및 유제품, 커피 및 차류 등이 주를 이룸

- 우유 및 유제품의 경우 독일, 뉴질랜드, 호주 등에서 수입되며, 스낵류는 태국, 인도네시아, 한국(쌀과자), 러시아, 일본, 벨기에 등 다양한 원산지의 제품이 판매됨

<p>德国牛奶 德亚全脂牛奶高钙早餐奶 (deya 전유)</p>	<p>安佳成人脱脂纯牛奶</p>	<p>德亚德国原装进口脱脂纯牛奶 (deya 탈지유)</p>	<p>blue milk powder</p>
<p>독일</p>	<p>뉴질랜드</p>	<p>독일</p>	<p>뉴질랜드</p>
<p>79.90위안/200ml*30개</p>	<p>99.90위안/250ml*24개</p>	<p>280.00위안/200ml*30개</p>	<p>59.00위안/kg</p>
<p>进口艾唯倪磨牙棒迪迪米饼干 婴儿手抓宝宝辅食零食无添加(쌀과자)</p>	<p>俄罗斯进口威化饼干大奶牛 夹心巧克力休闲食品网红零 食糖果小包装 (초콜릿)</p>	<p>印尼进口丽芝士nabati纳宝 帝奶酪威化饼干 (치즈 비스킷)</p>	<p>chocky泰国进口黄油威化饼 干北海道小犄劳系列零食 (버터 스낵)</p>
<p>한국</p>	<p>러시아</p>	<p>인도네시아</p>	<p>태국</p>
<p>80.00위안/30g</p>	<p>7.80위안/100g*10개</p>	<p>39.90위안/58g*10개</p>	<p>399.00위안/80g*12개</p>

■ 한국산 식품은 가공식품 위주로 유통, 유자차, 주류(소주), 커피, 소스류, 스낵류 등

- 비교적 다양한 품목군이 판매되고 있으며, 유자차와 인스턴트 면류, 고추장, 스낵류의 비중이 높음

			
<p>可莱美蟹味棒韩国模拟蟹肉蟹棒手撕蟹柳蟹肉棒无法呼吸蟹足棒即食(크레미)</p>	<p>韩国原装进口真露烧酒草莓味女士微醺果味酒13度4种口味(과일소주)</p>	<p>麦馨咖啡粉maxim(맥심커피)</p>	
<p>한국 99.00위안/270g</p>	<p>한국 89.00위안/360ml*4개</p>	<p>한국 120.00위안/12g*100개</p>	
			
<p>韩国进口三养炸酱面韩式杂酱御膳火鸡面速食拌面泡面(짜짜로니)</p>	<p>正宗韩国清淨园辣椒酱韩式辣酱烤肉石锅拌饭酱火锅辣炒年糕甜辣酱(고추장)</p>	<p>网红ZEK爆浆奶油芝士夹心鳕鱼肠(치즈소세지)</p>	<p>好丽友呀土豆番茄酱味(오감자)</p>
<p>한국 30.00위안/140g*5개</p>	<p>한국 15.00위안/500g</p>	<p>한국 169.00위안/kg</p>	<p>한국 6.00위안/70g</p>

## 마. 온라인 시장 관련 이슈 및 정책정보

- 2020년 3월 국가발전개혁위원회(国家发展改革委员会) 등 23개 부처는 공동으로 「소비의 양적·질적 발전 촉진을 통한 강대한 국내시장 구축에 관한 시행의견」을 발표함
  - 해당 정책은 ① 제품의 시장 공급 원활화 ② 상품 및 서비스 경쟁력 제고 ③ 독자 브랜드 구축 강화 ④ 수입상품 공급망 개선 등의 효과를 목적으로 추진됨
    - 소비환경 개선, 체제 메커니즘의 장애 제거, 소비 분야의 관리 수준 향상에 초점을 둔 19개의 정책적 행동조치에 대해 다루고 있음
    - 의견은 시장공급, 소비 업그레이드, 소비망, 소비 생태, 소비 능력, 소비환경 등 6대 분야에서의 소비 촉진과 규모 확대, 품질향상을 위한 방안을 마련함
  - 이 중에서도 ‘스마트+’ 방안은 소비 생태 시스템을 구축하고 차세대 정보 인프라 건설을 가속화하는 온·오프라인 융합 소비모델을 제시함

- 온라인과 오프라인 소매 쇼핑을 통합하는 새로운 모델을 구축해 새로운 소비형태와 패러다임을 추구하여 새로운 소비패턴의 발전을 장려하고자 함
- 또한 도시와 농촌의 융합 소비 네트워크를 건설해 빈곤지역에 인터넷 플랫폼을 구축하고 심층 빈곤지역의 특색 농산물 판매를 촉진하고자 함

**〈표 II-1-6〉 「소비의 양적·질적 발전 촉진을 통한 강대국 국내시장 구축에 관한 시행의견」**

**국내 시장공급의 최적화**

- 1) 국산 제품과 서비스의 경쟁력을 전반적으로 향상시킨다.
  - 서비스업의 표준체계를 신속히 정비하여 양로, 가사, 탁아, 문화, 관광, 스포츠, 건강 분야의 품질을 향상시킨다.
  - 소비재 분야에서는 프리미엄 브랜드를 발굴하고, 고품질 소비를 촉진한다. 창의디자인 센터 등 플랫폼을 구축을 지원하여 창의 디자인 인재를 육성한다.
  - 무역 가공 제조업체들은 자체 생산능력을 최대한 활용해 비즈니스 모델을 혁신하고 국내시장을 겨냥한 양질의 상품 공급을 늘릴 것을 권장한다. 소비재 분야의 인증, 인가, 검사, 검측 기술 서비스 능력을 향상시키고, 기업의 전반적인 품질을 제고한다.

(주관부처: 발전개혁위, 공업신식화부, 민정부, 상무부, 문화관광부, 위생건강위원회, 시장감독총국, 체육총국)
- 2) 자주 브랜드를 육성한다.
  - 문화적인 특색이 짙은 자국브랜드의 종류를 늘리고 품질을 높인다.
  - 중국의 농업 브랜드 목록을 재정비, 기준과 제도를 완벽히 정비하여 국제경쟁력을 갖추도록 한다.
  - 중국 브랜드의 날 활동을 비롯하여 국제포럼, 박람회, 체험행사 등을 개최한다.

(주관부처: 중앙선전부, 발전개혁위, 공업신식화부, 농업농촌부, 상무부, 문화관광부, 시장감독총국)
- 3) 수입품의 공급을 개선한다.
  - 상하이 국제수입박람회의 규모 확대를 세계 유명 브랜드가 중국 시장에서 신제품을 출시할 수 있도록 장려한다.
  - 국경 간 전자상거래 리스트와 정책을 잘 이행하여 전염병 검역기간 수입을 일시 중단한 지역의 상품 이외에 개인용도로 구매하는 물품에 대해서는 감독을 통해 상품 교환 통로를 더욱 원활하게 한다.
  - 온라인 마케팅 생태계를 최적화하여 온라인에서 국내 상품과 동일한 가격을 실현할 수 있도록 장려한다. 일용 소비재 수입에 대한 관세를 낮추고 소비세 징수 품목을 최적화한다.

(주관부처: 재무부·상무부·해관총서·세무총국·시장감독총국)
- 4) 면세업 정책을 더욱 보완한다.
  - 중국특화 면세업 발전을 위한 포괄적 경영계획을 강화한다.
  - 시내 면세점 건설을 위하여 토지·용자 등을 지원하고, 공항, 항만 면세점을 확대하며, 소득수준 향상과 소비 업그레이드에 따라 면세한도액과 면세품 종류 조정을 시의 적절히 검토한다.
  - 면세점에 일정 면적의 중국산 소비재 전용 코너를 설치하여, 국산 우수제품의 판매, 자체 브랜드 전시, 민족 전통문화 전파를 위한 중요한 플랫폼으로 조성한다.

(주관부처: 재무부·상무부·해관총서·세무총국)

## 2. 문화 관광 레저 소비의 품질 업그레이드

- 5) 풍부하고 특색 있는 문화 관광 상품을 개발한다.
- 중점 도시에 문화, 예술, 서점, 극장, 오락 등 융복합 쇼핑몰을 조성한다.
  - 국내외 관광객들의 수요에 부합하는 관광코스, 공연과 지역 민족적 특색을 갖춘 창의적인 관광 상품을 개발한다.
  - 중국 크루즈 관광 발전과 관광 시범구를 건설한다.  
(주관부처: 문화관광부, 발전개혁위, 건설부, 상무부)
- 6) 해외여행객의 중국관광 및 쇼핑환경을 개선한다.
- 각 지역·업종별로 모바일 애플리케이션(앱) 등의 운용을 장려하며 이를 통해 여행쇼핑 체험을 개선, 소비자 불만을 접수한다.
  - 스마트 관광지 서비스 수준을 높이고, 인터넷, 빅데이터, 클라우드 컴퓨팅, 인공지능 등 신기술을 활용한 관광지 서비스를 마련한다.
  - 국외 카드발급 회사 등과 협력하여 중국 유입 여행객이 중국내에서 모바일 지불 서비스를 사용할 수 있도록 한다.  
(주관부처: 문화관광부, 발전개혁위, 교육부, 재정부, 인적자원사회보장부, 상무부, 인민은행, 세무총국, 이민국)
- 7) 문화관광 홍보 보급 모델을 혁신한다.
- 해외 여행사들이 중국 관광 브랜드를 선전하고, 중국 관광 상품을 판매하는 모델을 수립한다.  
(주관부처: 문화관광부, 중앙선전부, 발전개혁위)

## 3. 도시와 농촌의 융합 소비 네트워크를 건설

- 8) 도시에 상권을 형성하여 소비의 중심을 만든다.
- 백화점 및 쇼핑몰 배치를 최적화하고, 물류혁신을 통해 유통 원가 절감, 마케팅을 통한 시너지 관리로 규모의 수익성을 높인다.
  - 지역 상권은 편의점·커뮤니티점 등을 통해 편리한 상권을 확대한다.  
(주관부처: 발전개혁위, 공업신식화부, 자연자원부, 건설부, 농업농촌부, 상무부, 문화관광부)
- 9) 도시와 농촌의 상업망 배치를 최적화한다.
- 대형 상업 소매업체를 중소도시에 유치한다. 체인점을 통해 현지 시장 수요에 맞춘 브랜드 상품 판매를 촉진한다.
  - 농촌 소비자에 적합한 상품 공급을 풍부하게 하고, 공급 루트를 정비해, 배송 시스템을 충분히 활용한다.
  - 빈곤지역에 인터넷 플랫폼을 구축하며 특히 심층빈곤지역의 특색 농산물 판매를 촉진한다.  
(주관부처: 상무부, 교통운수부, 농업농촌부, 시장감관총국, 자연자원부, 우정국, 빈곤퇴치반, 공급판매협력총사)
- 10) 소비 물류 인프라의 건설을 강화한다.
- 철도·도로·수로·항공의 수송 네트워크를 포괄하는 종합 물류센터 건설을 추진한다.
  - 농촌 물류 인프라 네트워크를 보완하여, 지역 특색 농산물의 가공, 포장 등 일체화 집배시설에 대한 지원을 확대한다.  
(주관부처: 교통운수부, 발전개혁위,公安부, 건설부, 농업농촌부, 상무부, 철도국, 민항국)

#### 4. '스마트+' 소비생태계 구축 가속화

- 11) 차세대 정보 인프라 구축을 가속화한다.
- 5G 네트워크 등의 정보 인프라 구축과 상용에 박차를 가한다.
  - '인터넷+'에 의해 공공 서비스를 농촌으로 확대 보급한다.  
(주관부처: 공업신식화부, 발전개혁위, 건설부, 농업농촌부, 광전총국)
- 12) 온라인 오프라인 통합과 같은 새로운 소비 패턴의 발전을 장려한다.
- '인터넷+'를 통해 온라인과 오프라인이 인터랙티브한 소비체험관을 건설하여 새로운 소비형태와 패러다임을 추구한다.  
(주관부처: 공업신식화부, 발전개혁위, 상무부, 문화관광부, 체육총국)
- 13) 녹색 스마트 제품 사용 확대를 지원한다.
- 친환경 제품, 서비스 표준 체계와 녹색 표시 인증 체계를 완비한다.
  - 현행 중앙재정 신에너지자동차 보급을 위한 보조금 정책과 인프라 건설 정책을 잘 이행하여, 각 지역에서 규정에 따라 지방 자금을 배정하도록 추진한다. 아울러 도시 대중교통에 신에너지자동차가 이용될 수 있도록 지원한다.
  - 스마트 가전제품의 소비 촉진을 통해 가정에서의 문화소비의 업그레이드를 도모한다.
  - 초고화질 디스플레이, AR,VR, 탈부착용 설비 등 신형 정보제품의 발전을 촉진한다.
  - 기업들이 사물인터넷, 빅데이터, 클라우드 컴퓨팅, 인공지능 등의 기술을 활용해 다양한 전자 제품의 스마트화 업그레이드를 추진할 것을 독려한다.
  - 자동차, 가전, 소비전자제품 등 영역에서 재활용 네트워크의 최적화를 가속화한다.
  - 자동차 폐기신고 혁신을 통해, 자동차의 폐기와 신고를 관리하는 시스템을 만들고, 향후 농기계의 폐기신고의 혁신을 도모한다.
  - 자동차 구매제한 지역들이 자동차 번호판 쿼터를 적절히 확대할 수 있도록 한다.  
(주관부처: 발전개혁위, 공업신식화부, 재정부, 생태환경부, 건설부, 교통운수부, 농업농촌부, 상무부, 시장감관총국, 광전총국)
- 14) "인터넷+사회서비스"소비 모델을 크게 발전시킨다.
- 교육, 의료건강, 양로, 탁아, 가사 서비스와 문화와 관광, 스포츠 등 소비를 온라인과 오프라인의 융합 발전을 통해 서비스 콘텐츠를 확장하고, 서비스의 커버면을 확대한다.
  - 온라인 교육과정 인증, 가정 의사 전자화계약 등 제도의 설립을 검토하고, 마을의 가상 양로원 발전을 지지한다.  
(주관부처: 발전개혁위, 교육부, 공업신식화부, 민정부, 건설부, 상무부, 문화관광부, 위생건강위, 체육총국)

#### 5. 개인의 소비력을 지속적으로 향상

- 15) 주력 소비계층의 소비 잠재력을 자극한다.
- 농촌경제 다변화를 추진하고 농민공, 고교 졸업자, 퇴역군인 등이 고향으로 돌아가 창업할 수 있도록 지원하여 새로운 농업경영 주체를 발굴한다.
  - 지속적으로 호적제도 개혁을 심화시키고, 도시의 안정된 취업 생활을 지원한다.  
(주관부처: 발전개혁위, 교육부, 공안부, 인적자원사회보장부, 농업농촌부)
- 16) 주민의 수입을 안정시키고 증가시킨다.
- 개인이 투자할 수 있는 재테크 상품을 다양화하고 규범화하여, 자본시장에서 재산증축의 전망을 안정시킨다. 개인투자자에 대한 채권 발행한도를 제한하는 등 금융제도를 보완한다.

## 6. 안심하고 소비할 수 있는 환경을 조성

17) 시장질서 감시를 강화한다.

- 반부당경쟁법 집행을 강화하고 공정 경쟁 시장 환경을 보호한다.
- 각종 지적 재산권 침해와 위조 상품 제조 등 위법 범죄 행위를 엄하게 단속한다.

(주관부처: 시장감독총국, 공안부, 상무부, 해관총서)

18) 소비분야 신용체계를 적극적으로 구축한다.

- 개인정보 보호제도와 소비 후 평가제도를 보완하여 온라인 소비환경을 대대적으로 최적화한다.
- 블록체인을 활용한 전국 신용정보 공유 플랫폼, 금융 신용정보 기반 데이터베이스 등을 충분히 운용하여 건전한 시스템을 수립한다.

(주관부처: 발전개혁위, 상무부, 인민은행, 시장감독총국)

19) 소비자의 권리 보호를 강화한다.

- 온라인과 오프라인을 결합한 소비자권리 서비스를 체계화하여 소비자 권익에 대한 행정보호를 강화한다.
- 제품 품질 문제에 대한 집중 모니터링과 대중의 관심이 집중된 중점 서비스 분야에 대하여 서비스 품질 모니터링을 강화한다.
- 소비자 불만 정보를 공시하고, 인터넷 방송, 방송, 전자게시판 등 다양한 형태로 불만 제품과 서비스 정보를 공개한다.

(주관부처: 시장감독총국). 끝.

\* 출처: 주 중국 대한민국 대사관

### ■ 코로나19 발생 이후 농림부는 물리적 접촉을 최소화한 농민 지원을 위해 생산에 필요한 물품을 온라인으로 확보 및 배송함

- 사료, 살충제 등 농작물 생산에 필요한 물품을 정부 차원에서 온라인으로 구매 후 각 농가에 배송하는 지원정책을 펼침
  - 산시성 양링구(楊陵)에서는 400톤 이상의 비료를 온라인으로 확보하여 40개 이상 농가에 공급함
- 온라인을 통해 농민에게 생산 및 기술 활용과 관련한 교육 및 정보를 제공함
  - 코로나19 위기 기간 동안 전문가들은 정기적으로 온라인 수업을 통해 생산에 대한 교육을 실시하였고, WeChat과 같은 소셜 미디어를 활용해 농업과 관련한 기술 지침을 배포함

■ 정부 당국의 주도하에 코로나 기간 동안 다양한 미디어 및 온라인 플랫폼은 농산물을 원활히 공급할 수 있도록 공공 서비스 플랫폼을 구축함

- 코로나19로 식품의 수요와 공급이 일치하지 않아 농산물 판매에 상당한 문제가 발생하면서 농식품 생산 및 판매를 연계하기 위한 조치가 취해짐
  - 중국 품질 농산물 개발 및 서비스협회는 Pinduoduo와의 협력으로 공공 서비스 연합을 구축하여 빈곤 지역 내 농산물 100억 위안(한화 약 1조 7,149억 원) 규모를 특별 구매함
  - 2020년 3월 17일까지 4,000개 이상의 공급 및 수요 정보가 플랫폼에 게시되어 공급(생산자)과 수요(구매자)를 연결하였고, 이를 통해 3억 3,580만 위안(한화 약 576억 원) 규모의 농산물(5만 350톤)이 판매됨
- 지방정부 역시 지역 내 농식품 거래 지원을 위해 온라인 서비스 플랫폼을 구축함
  - 베이징의 농산물 공급 및 수요 연결 플랫폼에서는 제품 공급에 대한 정보뿐만 아니라 농민의 생산 및 판매에 도움을 줄 수 있는 생산 및 장비 등과 관련한 정보를 제공함
  - 해당 플랫폼은 구축 10일 내 600개 이상의 제품 공급 정보가 게시되었고 이 중 45%(270개)는 거래가 성립된 것으로 나타남
- 중국 정부는 전자상거래 기업이 농산물 판매에 적극적으로 참여하도록 장려함
  - 조달, 물류, 마케팅 등 다양한 분야에 정부예산을 할당하였으며, 온라인 플랫폼에서의 상품 거래 활성화를 위해 소비자에게 쿠폰 지급 및 할인을 제공하는 등의 노력을 기울임
  - 최근 소비 트렌드에 부합하는 라이브 스트리밍 및 숏 비디오(short video) 등의 제작을 지원하여 매출에 긍정적인 영향을 미침
    - 유명 연예인이나 인플루언서가 영상 콘텐츠를 통해 온라인 플랫폼에서 판매되고 있는 농산물을 소개하는 형태로, 라이브 스트리밍을 통해 89만 위안(한화 약 1억 5,263만 원), 이후 100만 위안(한화 약 1억 7,149만 원) 규모의 매출을 올림
  - 중국 내 대표적인 온라인 플랫폼 기업은 코로나19로 인한 농민 피해 지원을 위해 다양한 방법으로 농산물 판매 활성화에 기여함
    - Alibaba는 농민 지원기금으로 10억 위안(한화 약 1,714억 9,000만 원)을 마련하여 40일 동안 온라인 플랫폼에서 11만 1,000톤의 농산물을 판매함

■ 2020년 6월 8일, 중국 상공회의소 미디어 쇼핑 전문위원회는 「비디오 라이브 쇼핑 운영 및 서비스 기본 규범」과 「온라인 쇼핑 서비스 시스템 평가지침」을 발표함

- 라이브 스트리밍을 통한 제품거래의 부작용을 근절하기 위한 것으로 실질적인 라이브 스트리밍 전자상거래 규제안에 해당
  - 해당 규제는 법적 강제성이 없으나, 라이브 스트리밍 진행 시의 용어 선택, 제품 품질 정보 제공, 프로모션 방법 등에서 당국의 '광고법'과 소비자 보호법을 준수할 것을 권고함
- 「비디오 라이브 쇼핑 운영 및 서비스 기본 규범」에서는 라이브 쇼핑(스트리밍)에 대한 정의, 행동강령, 관리감독 등에 다루고 있음
  - 라이브 스트리밍으로 판매되는 제품은 제품 품질, 규범 및 측정에 대한 국가법률 및 규정 요구사항을 충족해야 하며, 생산 및 판매 허가증, 제품 품질을 인증할 수 있는 자료를 보유해야 함을 명시함
  - 중국 광고법을 준수한 홍보 및 프로모션이 진행되어야 하며, '온라인 최저가(全网最低价)', '국가수준(国家级)', '최상급(最高级)', '최고(最佳)' 또는 이와 유사한 표현을 사용하는 것은 광고법 위반으로 적발됨
  - 라이브 스트리밍 진행자(주버)와 담당자를 대상으로 교육 이수뿐만 아니라 라이브 스트리밍 작업 및 운영과 관련한 인증 취득 및 관련 기관에의 등록이 요구됨
- 「온라인 쇼핑 서비스 시스템 평가지침」은 다음과 같은 내용을 규정함
  - 온라인 쇼핑산업의 기본 요구사항, 운영 원칙 및 관리, 사회감독, 평가지수 시스템, 평가수준 및 기업의 관리절차 제시
  - 제품 품질, 판매, 광고뿐만 아니라 인력 운영 등 새로운 평가 지표 소개
  - 소비자 권익보호, 투명성 제고를 위한 서비스 표준화 및 시스템 평가 지표 체계 및 등급 분류, 평가절차에 대한 상세정보 제공
    - 온라인 판매 서비스 평가 지표 항목은 판매 계약수와 계약 이행률을 기본으로 고객 불만 지수와 만족지수, 반품률을 포함함
    - 이는 서비스 표준화를 위해 고객 불만처리와 AS 서비스가 필수적으로 도입되어야 함을 의미함

## 2 미국

### 가. 온라인 시장규모

- 2019년 미국 온라인 식품시장 규모 229억 달러(한화 약 34조 7,887억 원)로 최근 5년간 연평균 24.9%의 성장률 기록

〈표 II-2-1〉 미국 온라인 식품 시장규모(2014~2019)

(단위: 10억 달러, %)

2014	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
7.5	9.1	11.9	14.9	18.8	22.9	21.7	24.9

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in the US(2020), Euromonitor

- 2019년 이후 연평균 16.7%의 성장세를 보이며 2024년 495억 달러(한화 약 57조 5,933억 원)에 달할 것으로 전망<sup>4)</sup>

〈표 II-2-2〉 미국 온라인 식품 시장규모 전망치(2019~2024)

(단위: 10억 달러, %)

2019	2020	2021	2022	2023	2024	전년비 (23/24)	연평균 (19/24)
22.9	27.2	31.9	37.0	43.0	49.5	18.6	16.7

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in the US(2020), Euromonitor

- 미국의 전체 온라인 시장, 자국 플랫폼 비중 98.5% 차지

- 2019년 자국 플랫폼 온라인 시장규모는 5,028억 달러(한화 약 585조 78억 원)로 전년대비 15.0% 증가
- 해외에 거점을 둔 온라인 플랫폼 시장규모는 780억 달러(한화 약 90조 7,530억 원)로 전체 온라인 시장의 1.5%에 불과
  - 그러나 해외 온라인 플랫폼 시장규모 지속적인 증가세로 2014년 이후 연평균 18.1%의 성장률을 기록하며 2배 이상 확대됨

4) 코로나19 영향은 집계에서 제외

- 이용자의 3분의 2 이상, 일반 PC를 활용해 온라인 시장 이용
  - PC 기반의 온라인 시장규모 전년대비 9.8% 증가한 3,536억 달러(한화 약 411조 4,136억 원), 전체 온라인 시장의 69.3% 차지
  - 모바일 기반의 온라인 시장규모 1,570억 달러(한화 약 182조 6,695억 원)로 전체 시장의 30.7% 차지, 최근 5년간 37.3%의 높은 성장세 기록

〈표 II-2-3〉 미국 온라인 시장 및 부문별 규모(2014~2019)

(단위: 10억 달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	비중	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
전체	245.4	285.3	330.3	382.7	444.4	510.6	100.0	14.9	15.8
- 국내	242.0	281.0	325.0	376.6	437.4	502.8	98.5	15.0	15.7
- 해외	3.4	4.3	5.3	6.1	7.0	7.8	1.5	11.4	18.1
- 모바일	32.2	49.9	70.4	93.8	122.3	157.0	30.7	28.4	37.3
- 일반	213.2	235.4	259.9	288.9	322.1	353.6	69.3	9.8	10.6

\* 출처: E-Commerce in the US(2020), Euromonitor

■ 온라인 식품시장 비중 4.5%로 최근 5년간 지속적 성장세

- 온라인 식품 시장규모 전년대비 21.7% 증가한 229억 달러(한화 약 26조 6,442억 원)로 최근 5년간 연평균 24.9%의 성장세
- 온라인 식품시장의 성장은 전체 전자상거래 시장 성장을 견인하는 원동력으로 부상
  - 온라인을 통한 식품구매는 식품의 배달 및 픽업서비스라는 거대한 잠재력을 바탕으로 전체 전자상거래 시장의 성장을 견인할 것으로 예상됨

〈표 II-2-4〉 미국 온라인 시장 내 식품 부문 비중(2014~2019)

(단위: 10억 달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
전체	245.4	285.3	330.3	382.7	444.4	510.6	14.9	15.8
- 식품부문	7.5	9.1	11.9	14.9	18.8	22.9	21.7	24.9
- 비중	3.1	3.2	3.6	3.9	4.2	4.5	-	-

\* 출처: E-Commerce in the US(2020), Euromonitor

■ 미국 온라인 식품 시장의 주요 플랫폼은 크게 Walmart와 Amazon으로 양분되어 있음

- 2019년 Walmart의 온라인 식품시장 비중 31.0%, Amazon 29.6%, Costco 5.9%, Target 2.4% 순으로 집계됨

Walmart	Amazon
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2019년 10월 식료품을 무제한으로 배달받을 수 있는 Delevery Unlimited 서비스 런칭</li> <li>- 월 98달러(한화 약 11만 4,023원) 또는 12.95달러(한화 약 1만 5,067원)의 수수료 지불 시 이용 가능</li> <li>- 전국 1,600개 매장에서 해당 서비스를 제공</li> <li>- Nuro社의 자율주행 소프트웨어와 하드웨어가 장착된 차량을 활용해 Walmart Neighborhood Market 배송 서비스 테스트를 시작</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2019년 4월, Whole Foods Market과의 협력을 통해 당일 배송 서비스인 Prime Now를 런칭, 미국 전역의 22개 대도시를 대상으로 제공</li> <li>• 2019년 10월, Amazon Fresh를 통해 Amazon Prime 회원에게 식료품을 2시간 내 배달해주는 서비스를 무료로 제공</li> <li>- 2020년 1월 기준 미국 전역 2,000개 이상의 지역에서 해당 서비스를 이용 가능</li> </ul>

나. 코로나19 이후 온라인 시장 변화

■ 코로나19 이후 온라인 플랫폼을 통한 식품 구매가 눈에 띄게 증가

- 미국의 식료품 컨설팅기업 Brick Meets Click에 따르면, 코로나19 이후 온라인 식품구매 고객 수 약 3배가량 증가

〈표 II-2-5〉 온라인 식품 구매 소비자 수 변화 추이

2019년 8월	2020년 3월	2020년 5월
1,310만 명	3,950만 명	4,300만 명

\* 출처: 2020 Changed the face of grocery retailing—likely forever, Digital Commerce(2020.08.20.)

- Coresight에 따르면 온라인 식품 구매자의 14.4%는 코로나로 온라인 식품구매를 시작했고, 34.9%는 구매량이 증가함
- 코로나 확산 이후 미국의 소비자는 ‘오프라인 매장 방문이 우려되어’ 온라인으로 식품을 구매하는 것으로 나타남

〈표 II-2-6〉 온라인을 통한 식품 구매 이유

답변	비중(%)
코로나19로 인해 오프라인 매장 방문이 우려되어서	54.4%
시간을 절약할 수 있어서	47.3%
오프라인 매장에서 줄을 서지 않아도 돼서	43.9%
24시간 매일 쇼핑할 수 있는 편리함 때문에	37.0%
코로나19로 오프라인 매장에 재고가 없어서	31.1%
온라인을 통한 제품 검색이 더욱 편리해서	26.5%
필요 없는 물품은 사지 않아도 돼서	23.9%
오프라인 식료품점에 방문하는 것을 좋아하지 않아서	22.1%
주차 혼잡을 피할 수 있어서	21.5%
날씨가 나빠도 식료품을 구매할 수 있어서	18.6%
코로나19로 인해 오프라인 매장을 방문할 수 없어서	15.2%
상품을 보충하는 것(장바구니 추가)이 쉽기 때문에	14.3%
비용을 절약할 수 있어서	14.0%
할인쿠폰 등을 적용할 수 있어서	13.2%
가격 투명성 때문에	10.6%
가장 신선한 상품을 받을 수 있어서	4.5%
기타	2.5%

\* 출처: 2020 Changed the face of grocery retailing—likely forever, Digital Commerce(2020.08.20.)

■ 전체 품목별 온라인 구매 비중에서 포장식품이 68.5% 차지

- 뒤이어 냉동식품(41.9%), 베이커리류(41.7%), 신선과일 및 채소류(39.1%), 신선 유제품, 축산 및 낙농품(38.9%) 순
  - 이 외에도 커피와 차류, 코코아를 제외한 무알코올 냉장음료 30.7%, 냉장 즉석식품 26.4%, 주류(알코올 음료) 12.5% 순으로 나타남

〈표 II-2-7〉 2020년 미국의 품목별 온라인 구매 비중

품목	비중(%)
포장식품	68.5%
화장지 및 위생용품	63.1%
청소용품	60.8%
냉동식품	41.9%
베이커리류	41.7%
신선 과일 및 채소류	39.1%
신선 유제품·축산 및 낙농품	38.9%
무알코올 냉장음료(커피, 차류, 코코아 제외)	30.7%
냉장 즉석식품	26.4%
주류(알코올 음료)	12.5%

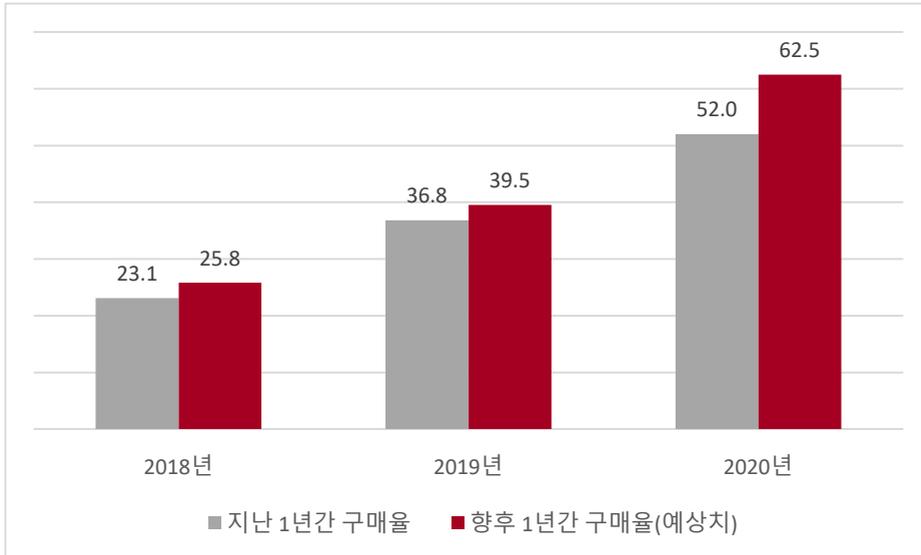
\* 출처: Online grocery sales to grow 40% in 2020, Supermarket News(2020.05.11)

■ 안전하고 편리하다는 장점으로 온라인 식품시장 성장 가속화

- 전국적 이동 제한 조치 및 상점의 폐점, 바이러스 확산 우려로 식품 구매패턴이 급격히 온라인으로 전환되었음
  - 가공식품에 국한되었던 온라인 구매 품목은 점차 신선식품으로 확대되는 추세, 코로나19를 계기로 완만한 성장세를 이어온 온라인 식품산업 성장에 가속이 붙을 것으로 예상
  - Bain&Company에 따르면 코로나 이전 식품 소매 판매에서 온라인의 비중은 3~4% 수준에 불과했으나, 코로나19 이후 10~15%로 대폭 성장하였으며 코로나 종식 이후에도 이러한 수준은 유지될 것으로 전망됨
- 소비자의 31%는 코로나19 종식 이후에도 온라인으로 제품을 구매할 것이라고 응답함
  - Coresight의 조사에 따르면 향후 12개월 동안 온라인으로 식품을 구매할 것이라고 응답한 소비자의 비중이 2019년에는 2.7%p 증가한 반면 2020년에는 10.5%p 증가함

〈표 II-2-8〉 향후 1년간 온라인 식품 구매 증가율 변화추이

(단위: %)



\* 출처: Online grocery sales to grow 40% in 2020, Supermarket News(2020,05.11)

- 당분간 사회적 거리두기와 식료품점 내 출입 인원 제한 등은 지속될 것으로 전망되어 온라인을 통한 식품구매는 현상 유지 또는 증가할 것으로 예상됨
  - 코로나19 이전과 같은 식품 구매방식에 한계가 발생하고, 온라인을 통해 식품을 구매하는 것에 익숙해진 소비자들은 향후 편리하고 안전한 온라인 식품 소비에 더욱 의존할 것으로 예상됨
  - 오프라인 매장에서의 바이러스 감염 위험, 체온측정 및 마스크 착용 등의 번거로움은 더욱이 소비자의 오프라인 매장 방문율을 낮출 것으로 보임

## 다. 온라인 식품시장 이슈 및 트렌드

### ■ 제조·유통과정이 짧고 이력이 투명하게 확인되는 로컬 식품 수요 증가 추세

- 코로나로 안전과 건강을 중시하는 소비패턴이 발생하면서 식품의 원산지와 유통경로가 중요해짐

- 소비자는 제조사가 제공하는 정보를 통해 자신이 구입하는 제품의 안전성을 확인하기를 희망

- 소비자의 94%, 공급망을 투명하게 공개하는 브랜드에 충성도가 더 높다(Natural Product Insider)
- 소비자의 78%, 공급망을 공개하는 브랜드를 더욱 신뢰한다(ROI)
- 자녀를 둔 밀레니얼 세대 여성 소비자의 86%, 유통경로가 투명한 제품에 더 많은 비용을 지불할 의사가 있다(ROI)

- 글로벌 공급망에 차질이 생기면서 비교적 공급이 원활한 로컬 브랜드로의 전환 발생
  - 유통 과정에서 불특정 다수의 접촉이 발생하고 장거리를 이동하는 식품에 거부감을 느낀 소비자들이 유통과정이 짧고 비교적 경로가 투명한 로컬 브랜드에 더욱 호감을 느끼는 것으로 나타남
  - Packaged Facts에 따르면 로컬식품 시장규모는 2014년 114억 달러(한화 약 13조 2,639억 원)에서 2019년 202억 달러(한화 약 23조 5,027억 원)로 성장한 것으로 추산
- 코로나19로 매출에 영향을 받은 로컬 브랜드와 소상공인을 지원하기 위해 로컬식품을 소비하는 '바이로컬(Buy Local)' 바람이 불고 있음
  - 팬데믹 상황에서 공생의 가치 실현이 주목받기 시작하면서 지역 비즈니스를 살리기 위한 로컬 제품 소비 움직임이 로컬식품의 수요를 부추김

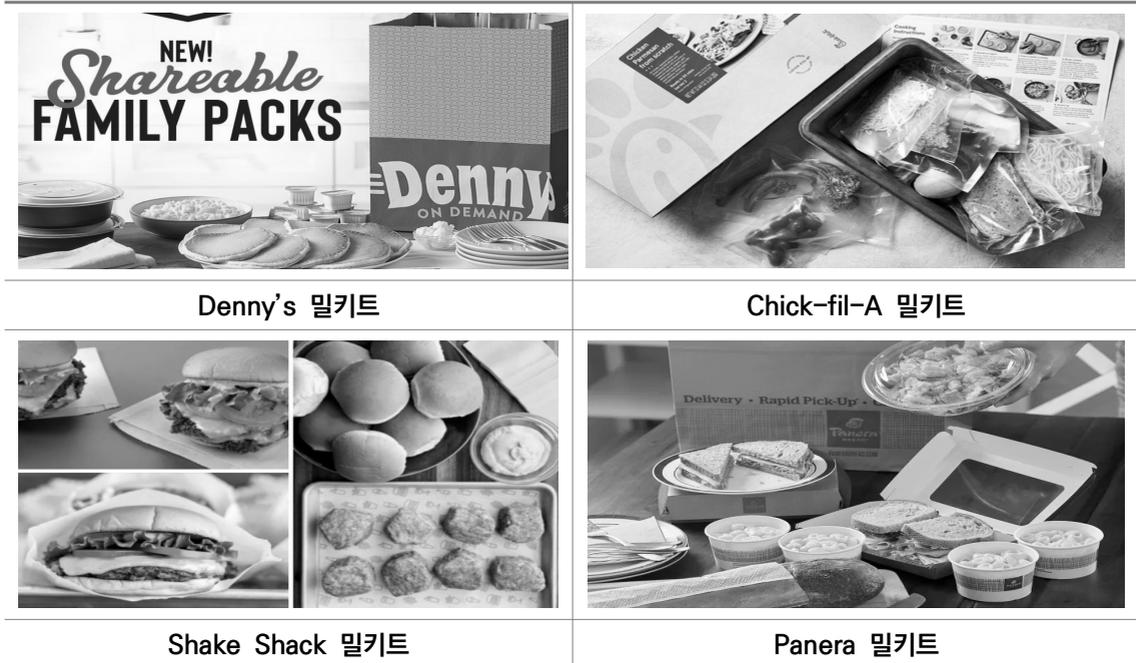
■ 미국 소비자의 54%가 코로나 이전보다 집에서 요리하는 비중이 늘었다고 응답, 이에 따른 밀키트 수요 증가

- 오프라인을 통한 식재료 구입에 한계가 발생하고, 가정에서 요리하는 시간이 늘어나면서 밀키트(meal kit) 수요 증가
  - 원하는 메뉴의 식재료를 직접 집으로 배달받아 조리할 수 있다는 장점으로, 밀키트 제품의 인기가 높아짐
    - 2020년 4월 11일 기준 한 달간 미국의 밀키트 매출액은 1억 달러(한화 약 1,163억 5,000만 원)로 전년동기 대비 400% 증가함
  - 이에 다양한 요식업체에서도 오프라인에서 판매하던 메뉴를 밀키트로 판매하기 시작함

- 패밀리 레스토랑인 Denny's에서는 집에서도 쉽게 조리할 수 있는 식재료와 레시피를 포함한 밀키트를 12.99달러(한화 약 1만 5,113원)에 판매
- 패스트푸드 체인점인 Chick-fil-A에서는 15.89달러(한화 약 1만 8,488원)에 밀키트 2개를 제공
- Shake Shack은 온라인 마켓 플레이스 Goldbelly와의 제휴를 통해 전국 배송이 가능한 Shack버거 밀키트를 출시
- 패스트 캐주얼 체인인 panera에서는 4인분의 건강한 식사메뉴를 29달러(한화 약 3만 3,741원)에 판매

- 소비자들은 일반적으로 판매되는 밀키트 제품보다 프랜차이즈에서 제공하는 밀키트 제품이 요리가 더 빠르고 쉽다는 의견을 제시함
  - 예를 들어, 밀키트 판매로 유명한 Blue Apron의 제품보다 프랜차이즈에서 제공하는 밀키트 제품은 이미 조리가 완료된 상태로 제공되기 때문에 채소를 손질하고 소스를 만들거나 파스타를 삶기 위해 물을 끓이지 않아도 된다는 점에서 소비자의 편의성을 더욱 높인 것으로 나타남
- 코로나 이후 뉴노멀 시대의 도래로 가정에 머무는 시간이 길어지고, 오프라인 매장 이용을 꺼리는 소비자의 행동 변화로 밀키트의 수요는 지속될 것으로 전망됨

〈그림 11-2-1〉 미국 요식업체의 밀키트 서비스



\* 출처: dayton247now.com, al.com, foodbusinessnews.net, eatthis.com

■ **요식업체 및 식품 판매 매장에서는 커브사이드 픽업(Curbside pickup) 시스템을 도입하는 추세**

- 커브사이드 픽업은 온라인으로 주문한 상품을 매장 밖에서 픽업할 수 있도록 한 시스템으로, 고객의 매장 출입을 최소화해 바이러스 감염 위험을 낮추려는 소매판매업체의 전략
  - Walmart뿐만 아니라 Target, Sam's Club, Publix, Kroger 등 다양한 식품 유통업체들은 커브사이드 픽업 서비스를 제공하고 있음

〈그림 II-2-2〉 커브사이드픽업 서비스



\* 출처(左): [www.businessinsider.com/amazon-curbside-pickup-at-whole-foods-and-walmart-compared](http://www.businessinsider.com/amazon-curbside-pickup-at-whole-foods-and-walmart-compared),  
 \* 출처(右): <https://retailtouchpoints.com/features/news-briefs/what-led-target-to-eliminate-curbside-pickup-offering>

■ **D2C(Direct-to-Consumer) 방식 유통 확대**

- 중간 유통상 없이 온라인을 통해 소비자에게 직접 제품을 판매하는 직거래 형식의 판매방식이 확대됨
  - 온라인과 오프라인 매장에서 재고 부족으로 제품을 구입하지 못하는 사례가 증가하자, 직거래 방식의 D2C 브랜드를 시도하는 소비자가 발생함
    - Yotpo에서 2020년 3월 실시한 설문조사 결과, 코로나19로 아마존 이용고객의 65%가 원하는 상품을 아무것도 구입하지 못했거나(32.75%), 일부 품목을 구입하지 못했다(32.25%)고 응답함
    - 설문 참가자의 40.55%가 필요한 상품이 매진됐을 경우 접해보지 못한 새로운 브랜드를 구입할 의사가 있는 것으로 나타남
- 2019년 미국의 D2C 시장규모는 142억 8,000만 달러(한화 약 16조 6,148억 원)로 전년대비 33.08% 증가함

- eMarketer는 2020년 D2C 시장규모를 177억 5,000만 달러(한화 약 20조 6,521억 원) 규모로, 2019년 대비 24.30%의 성장세를 기록할 것으로 전망하였으며, 2021년까지 D2C 시장은 211억 5,000만 달러(한화 약 24조 6,080억 원) 규모로 확대될 것으로 전망함

〈표 II-2-9〉 미국 D2C 시장규모(2017~2021)

(단위: 10억 달러, %)

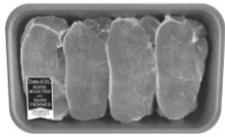
2017	2018	2019	2020 <sup>f</sup>	2021 <sup>f</sup>	연평균 증감률(17/21)
6.85	10.73	14.28	17.75	21.15	32.6

\* 주: 2020~2021년 규모는 전망치임

\* 출처: eMarketer(2020.03)

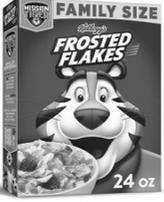
## 라. 주요 판매제품5)

■ 신선 과일, 채소, 육류 등 다양한 품목이 고루 판매됨

			
Bananas, each	Fresh Strawberries	Lemons, each	Romaine Lettuce Hearts
미국	미국	미국	미국(추정)
0.18 USD/개	3.84 USD/2 lb	0.48 USD/개	4.79 USD/6 ct
			
Tomatoes on the Vine	Burger Plant-Based Protein	Pork Center Cut Loin Chops Boneless	Pork Center Cut Loin Chops Boneless,
미국	미국	미국	미국
1.48 USD/ 1.4 lb	7.94 USD/0.75 lb	11.09 USD/2.7 lb	5.47 USD/1.3 lb

5) 미국 내 온라인 식품 판매 비중이 높은 Amazon, Walmart, Costco에서 판매되는 110개 제품을 대상으로 상위 판매 품목을 선정하여 조사 진행(2020.09)

■ 가공식품은 주로 스낵류와 음료류의 비중이 높고, 이 외에도 소스류나 향신료 등이 확인됨

			
<p>Peet's Coffee Dark Roast Variety Pack K-Cup Coffee Pods for Keurig Brewers, Variety Pack</p>	<p>SKITTLES, STARBURST, and LIFE SAVERS Gummies Halloween Candy Bag</p>	<p>Perrier L'Orange Flavored Carbonated Mineral Water</p>	<p>CELSIUS Grapefruit Melon Green Tea Non-Carbonated Fitness Drink, Zero Sugar</p>
<p>미국</p>	<p>미국</p>	<p>프랑스</p>	<p>미국</p>
<p>32.99 USD/40</p>	<p>14.74 USD/63.43 ounce</p>	<p>15.70 USD/8.45 Fl Oz*30</p>	<p>7.96 USD/12oz*4</p>
			
<p>RITZ Original Crackers</p>	<p>Kraft Original Flavor Mac and Cheese</p>	<p>Kellogg's Frosted Flakes, Breakfast Cereal, Original</p>	<p>Cheez-It, Baked Snack Cheese Crackers</p>
<p>미국</p>	<p>미국</p>	<p>미국</p>	<p>미국</p>
<p>2.68 USD/ 13.7 oz</p>	<p>4.50 USD/7.25 oz</p>	<p>3.64 USD/24 Oz</p>	<p>4.68 USD/ 12.1 Oz</p>

■ 수입식품은 음료류와 차류의 비중이 높게 나타나며, 면류와 즉석식품의 비중이 높은 것이 특징임

			
<p>GoGo squeeZ Applesauce, Apple Apple</p>	<p>Lavazza Super Crema Whole Bean Coffee Blend, Medium Espresso Roast</p>	<p>Red Bull Red Bull Energy Drink</p>	<p>Capri Sun Fruit Punch Flavored Juice Drink Blend</p>
<p>프랑스</p>	<p>이탈리아</p>	<p>오스트리아</p>	<p>독일</p>
<p>9.98 USD/3.2 oz*20</p>	<p>22.17 USD/2.2lb</p>	<p>9.69 USD/8.4 Fl Oz*6</p>	<p>6.48 USD/30팩</p>
			
<p>Knorr Rice Side Dish For Rich, Savoury Flavor Cheddar Broccoli</p>	<p>Knorr Rice Sides Chicken</p>	<p>Nissin Premium Teriyaki Beef Flavor Chow Mein Noodles</p>	<p>BUITONI Mixed Cheese Tortellini Refrigerated Pasta</p>
<p>독일</p>	<p>독일</p>	<p>일본</p>	<p>이탈리아</p>
<p>5.55 USD/5.7 Oz*6</p>	<p>1.00 USD/5.6 oz</p>	<p>11.29 USD/4 oz*12</p>	<p>8.49 USD/20 oz</p>

■ 한국식품은 전량 가공식품으로, 소스류, 커피 및 차류, 인스턴트 면류 등이 주를 이룸

			
<p>Natural Premium Sea Salt for Kimchi Brining: the Jewel of Sinan Island by Chung-Jung-One</p> <p>한국</p> <p>10.31 USD/ 2.2 LBS</p>	<p>Tae-kyung Korean Red Chili Pepper Flakes Powder Gochugaru</p> <p>한국</p> <p>9.93 USD/ 1 Lb</p>	<p>Bibigo, Sauce Korean BBQ</p> <p>한국</p> <p>5.72 USD/16.9 oz</p>	<p>Sempio Hot Pepper Paste (Gochujang)</p> <p>한국</p> <p>22.99 USD/6.1lb</p>
			
<p>DAMTUH Korean Mocha Gold Coffee Mix-Instant Coffee Mix Sticks Packets</p> <p>한국</p> <p>22.95 USD/2.65lb</p>	<p>Chong Jung Won Chinese Black Bean Paste</p> <p>한국</p> <p>5.35 USD/ 8.81fl oz</p>	<p>HIMALL NEW Magic Chicken Powder Seasoning</p> <p>한국</p> <p>7.98 USD/4.2oz</p>	<p>DAMTUH Korean Traditional Tea Corn Silk Tea - Caffeine-Free, 100% Pure Oriental Tea</p> <p>한국</p> <p>9.38 USD/50개</p>
			
<p>Paldo Gomtang Beef Bone Broth Ramen</p> <p>대한민국</p> <p>4.72 USD/3.6 oz*5</p>	<p>Paldo Kokomen Spicy Chicken Flavor Ramen</p> <p>대한민국</p> <p>10.90 USD/21.15 oz*2</p>	<p>Samyang 2X Spicy Hot Chicken Flavor Ramen_KOREAN SPICY NOODLE</p> <p>대한민국</p> <p>11.99 USD/140g*5</p>	<p>Samyang Jjajang Buldak Spicy Ramen Korean Black Bean Sauce Hot Chicken Stir-Fried Noodles with Wooden Chopsticks</p> <p>대한민국</p> <p>10.95 USD/4.94 Oz*2</p>

## 마. 온라인 시장 관련 이슈 및 정책정보

### ■ 온라인 플랫폼에서의 소비자 기만이 증가하자, 이를 보호하기 위한 조치를 취한 기업 및 브랜드에 대한 신뢰도가 증가함

- 코로나19 바이러스가 전 세계적으로 확산되면서 위기를 이용한 불공정 및 사기 거래가 증가하는 등 소비자를 기만하는 사례가 전 세계적으로 증가하고 있음
  - 2020년 1월부터 4월 중순까지 미 연방거래위원회에 보고된 코로나19 관련 소비자 사기 사례는 2만 2,000건 이상으로, 2,200만 달러(한화 약 225억 9,700만 원) 이상의 손실을 초래한 것으로 나타남
- OECD에 따르면 2020년 3월 미국 소비자를 대상으로 한 설문조사 결과, 응답자의 52%가 소비자 기만행위를 차단하는 기업의 제품을 구매하길 선호하는 것으로 나타남
  - 이에 일부 기업은 무료배송제공, 반품기간 연장 및 취소 수수료 면제 등 소비자 기만행위를 예방할 수 있는 소비자 정책을 변경하며 판매자의 책임을 다하고 있는 것으로 나타남

### ■ 미국 SNAP(보충영양 지원 프로그램) 식품 구매와 관련해 온라인으로도 제품을 구매할 수 있도록 조치하고 있음

- SNAP는 미국 내 저소득층의 식생활 향상을 위해 현금을 지원하는 보조금 형태의 공적부조를 의미함
  - 월 소득이 빈곤선 130% 이하이면서 세금, 보험, 연금 등을 제외한 월 순소득이 빈곤선 100% 이하인 가구를 대상으로 매월 식품 구매 보조를 위한 일정 금액을 지급함
- 코로나19로 대면 구매에 제약이 발생함에 따라 SNAP 온라인 파일럿이 운영되고 있음
  - SNAP 지원대상자가 소지한 카드를 통해 온라인으로 식품을 구매하면 해당 제품의 비용이 소매업체에 지급되는 Pay at Pick-up 방식 운영
    - 보조금으로는 식품에 대한 비용만 구입할 수 있으며 배송비나 기타 관련 비용은 지급되지 않을 수 있음
  - 현재 미국 내 45개 주에서 온라인을 통한 제품 구매가 가능하도록 조치를 취하고 있으며, 각 주별 SNAP 적용이 가능한 온라인 플랫폼은 다음과 같음

〈표 II-2-10〉 미국 SNAP 온라인 구매 파일럿을 운영 중인 주(州) 및 플랫폼 정보

No	주(州)명	온라인 플랫폼명	No	주(州)명	온라인 플랫폼명
1	앨라배마	Amazon, Walmart, Wright's Markets, Inc	24	뉴햄프셔	Amazon, Walmart, TheFreshGrocer, ShopRite
2	애리조나	Amazon, Walmart	25	뉴저지	Amazon, Walmart
3	캘리포니아	Amazon, Walmart	26	뉴멕시코	Amazon, Walmart, ShopRite
4	콜로라도	Amazon, Walmart	27	뉴욕	Amazon, Walmart
5	코네티컷	Amazon, Walmart	28	노스캐롤라이나	Amazon, Walmart
6	델라웨어	Amazon, Walmart, ShopRite	29	노스다코타	Amazon, Walmart
7	컬럼비아 특별구	Amazon, Walmart	30	오하이오	Amazon, Walmart
8	플로리다	Amazon, Walmart	31	오클라호마	Amazon, Walmart, TheFreshGrocer, ShopRite
9	조지아	Amazon, Walmart	32	오리건	Amazon, Walmart
10	아이다호	Amazon, Walmart	33	펜실베이니아	Amazon, Walmart
11	일리노이	Amazon, Walmart	34	로드아일랜드	Amazon, Walmart
12	인디애나	Amazon, Walmart	35	사우스캐롤라이나	Amazon, Walmart
13	아이오와	Amazon, Walmart	36	사우스다코타	Amazon, Walmart
14	캔자스	Amazon, Walmart	37	테네시	Amazon, Walmart
15	켄터키	Amazon, Walmart, ShopRite	38	텍사스	Amazon, Walmart
16	메릴랜드	Amazon, Walmart	39	유타	Amazon, Walmart
17	매사추세츠	Amazon, Walmart	40	버몬트	Amazon, Walmart
18	미시간	Amazon, Walmart	41	버지니아	Amazon, Walmart
19	미네소타	Amazon, Walmart	42	워싱턴	Amazon, Walmart
20	미시시피	Amazon, Walmart	43	웨스트버지니아	Amazon, Walmart
21	미주리	Amazon, Walmart	44	위스콘신	Amazon, Walmart
22	네브라스카	Amazon, Walmart	45	와이오밍	Amazon, Walmart
23	네바다	Amazon, Walmart			

\* 출처: USDA(<https://www.fns.usda.gov/snap/online-purchasing-pilot>)

### 3 동남아시아(베트남, 인도네시아, 싱가포르)

■ 2019년 동남아시아 전자상거래 시장규모 약 1,000억 달러(한화 약 116조 3,500억 원)로 집계

- 2018년 동남아시아 온라인 식품 시장규모 36억 3,000만 달러(한화 약 4조 2,653억 원)
- 2019년 베트남, 인도네시아, 싱가포르 3개국 온라인 식품 시장규모 4억 981만 달러(한화 약 4,815억 원)
  - 2018년 기준 베트남, 인도네시아, 싱가포르 3개국의 온라인 식품 시장규모는 동남아 전체의 약 8.7%를 차지하는 것으로 집계

〈표 II-3-1〉 동남아 3개국 온라인 식품 시장규모(2014~2019)

(단위: 10억 동, 10억 루피아, 백만 싱가포르달러, 천 달러, %)

국가		2014	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
베트남	현지화 (10억 동)	47.2	65.6	513.2	1,130.4	1,938.5	2,571.7	32.7	122.5
	USD (천 달러)	2,029.6	2,820.8	22,067.6	48,607.2	83,355.5	110,583.1	-	-
인도네시아	현지화 (10억 루피아)	570.9	896.0	1,164.8	1,537.5	2,075.7	2,874.8	38.5	38.2
	USD(천 달러)	38,821.2	60,928.0	79,206.4	104,550.0	141,147.6	195,486.4	-	-
싱가포르	현지화 (백만 SGD)	71.5	77.4	84.0	106.5	124.2	141.0	13.5	14.5
	USD (천 달러)	52,609.7	56,950.9	61,807.2	78,362.7	91,386.4	103,747.8	-	-
3개국 합계	USD(천 달러)	93,460.5	120,699.7	163,081.2	231,519.9	315,889.5	409,817.3	15.5	17.1

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Vietnam, Indonesia, Singapore(2020), Euromonitor

■ 베트남, 인도네시아, 싱가포르 3개국 온라인 식품 시장규모 2024년 14억 5,268만 800달러(한화 약 1조 6,902억 원) 전망

〈표 II-3-2〉 동남아 온라인 식품 시장규모 전망치(2019~2024)

(단위: 10억 동, 10억 루피아, 백만 싱가포르달러, 천 달러, %)

국가		2019	2020	2021	2022	2023	2024	전년비 (23/24)	연평균 (19/24)
베트남	현지화(10억 동)	2,571.7	3,200.5	3,775.6	4,506.1	5,235.0	6,145.2	17.4	19.0
	USD(천 달러)	110,583.1	137,621.5	162,350.8	193,762.3	225,105.0	264,243.6	-	-
인도네시아	현지화(10억 루피아)	2,874.8	4,203.0	5,950.5	8,117.4	10,625.5	12,852.2	21.0	34.9
	USD(천 달러)	195,486.4	285,804.0	404,634.0	551,983.2	722,534.0	873,949.6	-	-
싱가포르	현지화(백만 SGD)	141.0	158.9	177.3	196.2	214.4	231.4	7.9	10.4
	USD(천 달러)	103,747.8	215,955.4	240,962.2	266,648.5	291,383.5	314,487.6	-	-
3개국 합계		409,817.3	639,380.9	807,947.0	1,012,394.0	1,239,022.5	1,452,680.8	17.2	23.9

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Vietnam, Indonesia, Singapore(2020), Euromonitor

### 가. 베트남

■ 온라인 식품 시장규모 약 1억 1,058만 달러(한화 약 1,299억 원),전년대비 32.7% 증가, 2014년 이후 연평균 성장률 122.5% 기록

〈표 II-3-3〉 베트남 온라인 식품 시장규모(2014~2019)

(단위: 10억 동, 천 달러, %)

국가		2014	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
베트남	현지화 (10억 동)	47.2	65.6	513.2	1,130.4	1,938.5	2,571.7	32.7	122.5
	USD (천 달러)	2,029.6	2,820.8	22,067.6	48,607.2	83,355.5	110,583.1	-	-

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Vietnam(2020), Euromonitor

- 전체 전자상거래 시장 내 식품시장 비중 4.41%로 지속적 증가세

〈표 II-3-4〉 베트남 온라인 시장 내 식품 부문 비중(2014~2019)

(단위: 10억 동, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
전체	13,632.0	20,078.7	29,804.5	39,600.2	49,474.3	58,379.7	18.0	33.8
- 식품부문	47.2	65.6	513.2	1,130.4	1,938.5	2,571.7	32.7	122.5
- 비중	0.35	0.33	1.72	2.85	3.92	4.41	-	-

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Vietnam(2020), Euromonitor

- 국내 플랫폼 비중 81.0%, 국경 간 전자상거래 플랫폼 연평균 29.2%의 성장을 보이나 비중은 19.0% 수준에 불과
- 일반 PC를 통한 전자상거래 이용(53.0%)이 모바일(47.0%)보다 소폭 우세

〈표 II-3-5〉 베트남 온라인 시장 및 부분별 규모(2014~2019)

(단위: 10억 동, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	비중	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
전체	13,632.0	20,078.7	29,804.5	39,600.2	49,474.3	58,379.7	100.0	18.0	33.8
- 국내	10,551.2	15,721.6	23,575.4	31,601.0	39,826.8	47,287.6	81.0	18.7	35.0
- 해외	3,080.8	4,357.1	6,229.1	7,999.2	9,647.5	11,092.1	19.0	15.0	29.2
- 모바일	1,772.2	4,618.1	9,239.4	17,028.1	22,263.5	27,438.5	47.0	23.2	73.0
- 일반	11,859.8	15,460.6	20,565.1	22,572.1	27,210.8	30,941.2	53.0	13.7	21.1

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Vietnam(2020), Euromonitor

- 2024년 온라인 식품 시장규모 연평균 19.0% 증가해 2억 6,424만 3,600달러(한화 약 3,074억 4,743만 원)에 달할 것

〈표 II-3-6〉 베트남 온라인 식품 시장규모 전망치(2019~2024)

(단위: 10억 동, 천 달러, %)

국가		2019	2020	2021	2022	2023	2024	전년비 (23/24)	연평균 (19/24)
베트남	현지화 (10억 동)	2,571.7	3,200.5	3,775.6	4,506.1	5,235.0	6,145.2	17.4	19.0
	USD (천 달러)	110,583.1	137,621.5	162,350.8	193,762.3	225,105.0	264,243.6	-	-

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Vietnam(2020), Euromonitor

■ 베트남의 주요 온라인 플랫폼은 Shopee, Tiki, Lazada 등

〈표 II-3-7〉 베트남 온라인 플랫폼 순위(2020)

순위	플랫폼명	월방문자수(명)	
		2020년 1분기	2020년 2분기
1	Shopee VN	43,156,700	52,493,300
2	TiKi	23,990,000	21,147,600
3	Lazada VN	19,763,300	18,524,500
4	Sendo	17,596,700	14,550,800
5	Vetgia	1,863,300	1,534,900
6	Fado.vn	1,383,300	1,487,100
7	Vo So	217,800	225,300

\* 출처: <https://iprice.vn/insights/mapofecommerce/en/>

■ 코로나19로 인한 사회적 거리두기로 전통시장 방문율이 줄어들고 온라인을 통한 식품 구매율 증가

- Shopee에 따르면 온라인 플랫폼에서 한 달에 2번 이상 식품을 구매하는 소비자가 코로나 이전 대비 3.5배 증가
  - 베트남 통계청에 따르면 코로나 이전 대비 온라인 식품 구매율 약 7% 증가해 전 품목에서 가장 높은 성장률 기록
    - 베트남 소비자의 50%는 오프라인 식품 매장 방문 횟수를 줄인 반면, 25%는 온라인 식품 구매율이 높아졌다고 응답함
  - 특히 남성 및 농촌 거주 소비자층의 온라인을 통한 식품 구매율이 빠르게 증가, 온라인에서 식품을 구매하는 남성 소비자의 비중은 코로나19 유행 이전 대비 최대 4배가량 증가한 것으로 집계
- 코로나 기간 동안 냉동식품, 인스턴트 면류, 통조림과 같은 장기 보관 식품이나 면역력 증진을 위한 식품 수요가 증가

코로나19 이후 소비 증가품목		코로나19 이후 소비 감소품목
장기보관 가능한 편의식품	건강 및 면역체계 강화 제품	유제품 및 주류
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나 이후 인스턴트 면류 판매량 코로나 이전 대비 67% 증가</li> <li>• 냉동식품 40%, 멸균 소시지 19% 증가</li> <li>• 베트남 소비자의 45% 코로나19 이전보다 더 많은 식품을 비축하고 있다고 응답</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 비타민, 허브추출물, 프로바이오틱스 등 면역강화성분이 함유된 음료에 대한 베트남 소비자 관심 증가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적 거리두기로 인해 모임이 제한되면서 주류 소비 감소</li> <li>• 비교적 유통기한이 짧은 유제품 수요 감소</li> </ul>

- 온라인 시장으로 유입된 식품 소비자는 향후에도 온라인 플랫폼을 활용해 식품을 구입할 것으로 기대
  - Nielsen에 따르면 코로나19 이후 베트남 소비자의 60% 이상이 식품 배달 서비스와 온라인을 통한 식품구매를 정기적으로 이용할 것으로 예상
  - 베트남 고품질 상품 비즈니스 협회의 설문조사에 따르면 온라인으로 상품을 구매한 적 있는 베트남인의 98%는 앞으로도 온라인 쇼핑을 지속할 것으로 나타남

## 나. 인도네시아

- 온라인 식품시장 규모, 전년대비 38.5% 증가한 1억 9,549만달러(한화 약 2,297억 원)로 집계

〈표 II-3-8〉 인도네시아 온라인 식품 시장규모(2014~2019)

(단위: 10억 루피아, 천 달러, %)

국가	2014	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)	
인도네시아	현지화 (10억 루피아)	570.9	896.0	1,164.8	1,537.5	2,075.7	2,874.8	38.5	38.2
	USD (천 달러)	38,821.2	60,928.0	79,206.4	104,550.0	141,147.6	195,486.4	-	-

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Indonesia(2020), Euromonitor

■ 전자상거래 시장 성장률 최근 5년간 연평균 67.1% 증가, 온라인 식품시장 성장률 연평균 38.2% 수준

〈표 II-3-9〉 인도네시아 온라인 시장 내 식품 부문 비중(2014~2019)

(단위: 10억 루피아, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
전체	20,496.0	27,858.1	42,866.0	114,879.2	164,564.7	267,179.1	62.4	67.1
- 식품부문	570.9	896.0	1,164.8	1,537.5	2,075.7	2,874.8	38.5	38.2
- 비중	2.79	3.22	2.72	1.34	1.26	1.08	-	-

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Indonesia(2020), Euromonitor

- 국내 플랫폼 비중 83.8%로 우위를 점하며, 모바일을 통한 전자상거래 이용률(83.8%)이 일반(16.2%) 대비 월등히 높음

〈표 II-3-10〉 인도네시아 온라인 시장 및 부분별 규모(2014~2019)

(단위: 10억 루피아, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	비중	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
전체	20,496.0	27,858.1	42,866.0	114,879.2	164,564.7	267,179.1	100.0	62.4	67.1
- 국내	19,733.5	26,414.8	39,779.6	103,391.2	142,348.5	223,896.1	83.8	57.3	62.5
- 해외	763.1	1,443.3	3,086.4	11,487.9	22,216.2	43,283.0	16.2	94.8	124.3
- 모바일	5,124.2	9,750.3	22,761.8	83,207.0	133,864.3	223,855.5	83.8	67.2	112.8
- 일반	15,371.8	18,107.8	20,104.2	31,672.2	30,700.4	43,323.6	16.2	41.1	23.0

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Indonesia(2020), Euromonitor

■ 2024년까지 연평균 34.9%의 성장세로 8억 7,934만 9,600달러(한화 약 1조 168억 원)까지 확대 예상

- 풍부한 인구와 높은 스마트폰 사용률은 향후 온라인 시장의 성장 가능성 전망, 향후 5년간 아시아에서 가장 빠른 성장세 보일 것으로 예상

〈표 II-3-11〉 인도네시아 온라인 식품 시장규모 전망치(2019~2024)

(단위: 10억 루피아, 천 달러, %)

국가		2019	2020	2021	2022	2023	2024	전년비 (23/24)	연평균 (19/24)
인도네시아	현지화 (10억 루피아)	62,874.8	4,203.0	5,950.5	8,117.4	10,625.5	12,852.2	21.0	34.9
	USD (천 달러)	195,486.4	285,804.0	404,634.0	551,983.2	722,534.0	873,949.6	-	-

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Indonesia(2020), Euromonitor

■ Shopee의 트래픽 수가 가장 높으며, Tokopedia, Bukalapak 등이 활성화

〈표 II-3-12〉 인도네시아 온라인 플랫폼 순위(2020 1분기)

순위	플랫폼명	트래픽수 (백만 클릭수)	순위	플랫폼명	트래픽수 (백만 클릭수)
1	Shopee	71.53	6	JD.id	6.07
2	Tokopedia	69.80	7	Orami	5.64
3	Bukalapak	37.63	8	Bhinneka	4.45
4	Lazada Indonesia	24.4	9	Sociolla	3.05
5	Blibli	17.60	10	Zalora Indonesia	2.42

\* 출처: Top 10 e-commerce sites in Indonesia as of 1st quarter 2020, by montly traffic, Statista

■ 맛보다 건강이나 안전을 중시하는 소비로 전환

- 신선 식재료로 건강식을 직접 조리해 먹는 것을 전염병을 극복하는 방법이라고 인식
- 위생과 안전에 대한 우려로 외식 비중 감소한 반면 직접 조리해 먹는 비중이 늘어나면서 신선 농산물 소비가 확대된 것으로 분석
  - 칸타월드패널의 조사에 따르면, 인도네시아 소비자의 90%가 코로나 이후 건강한 식습관을 유지하려고 하고 있다고 응답했으며, 61%는 새로운 요리법을 시도해보려고 한다고 응답함
- 특히 균형 잡힌 식생활에 대한 중요성 대두로 신선 농산물 소비 증가

### ■ 이동 제한 및 바이러스 감염 우려로 온라인 식품 구매 증가

- 2020년 3월 소비자의 59%, 코로나바이러스로 인해 식품을 구매하기 위해 외출하는 것이 두렵다고 응답(McKinsey)
- 응답자의 94%는 코로나 상황에서 안전을 위해 보다 조심하겠다, 95%는 식품 구매 시 안전을 보장하기 위해 제조 과정에 보다 신경쓰겠다고 응답(McKinsey)
- 인도네시아 소비자의 절반 이상이 코로나바이러스 이후 온라인 플랫폼을 통한 식품 구매가 증가(Redseer)
- 소비자의 60%는 코로나19 이후에도 온라인을 통해 식료품을 구매할 것이라고 응답(Redseer)

- 인도네시아 온라인 전자상거래 플랫폼 Tokopedia는 신규 판매자의 유입 확대 위한 정책을 펼침
  - 의약품, 생활용품, 식료품 부문에서 새롭게 유입되는 판매자에게는 수수료를 인하하는 정책을 통해 신규 판매자의 유입을 도모하고 있음

### ■ 인도네시아는 2019년 11월 25일 전자상거래와 관련한 정부령(PP No 80 Tahun 2019) 발효

- 해당 법령은 급격히 성장하는 전자상거래 시장에 대한 법률적인 제도 및 장치를 보완하고자 제정됨
  - 본 법령은 '전자 시스템을 통한 교역(PMSE)'의 원리, 전자상거래 참여 주체의 정의, 외국인사업자, 전자상거래 메커니즘, 광고, 소비자 고지 정보, 지불결제, 분쟁 및 행정처분에 대한 내용 등을 포함함
    - 외국 전자상거래 관련 사업자라 하더라도 인도네시아에서의 거래실적 및 인도네시아 소비자 대상 판매 실적 등 인도네시아에서의 경제적 활동이 확인이 나타나는 경우는 인도네시아에 연락사무소 설치를 통해 사업을 영위해야 한다는 규정을 포함함

항목	세부내용
외국인 사업자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전자상거래 사업자에는 내외국인 모두를 포함함               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 외국인 사업자의 경우, 하기의 조건을 충족할 시 고정사업장을 인도네시아에 두고 있어야 함                   <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 인도네시아 관할지에 거주하는 소비자들을 대상으로 전자상거래 사업 활동을 영위하거나 전자상거래 활동에 적극 참여하고 있을 시</li> <li>(2) 거래물량, 거래가치, 적송품 규모, 해외사업자와 접촉하는 사람의 수 등의 기준을 충족할 경우</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 해당 조항에서 명시하는 세부 기준은 무역부 장관령을 통해 제정될 예정</li> <li>• 세부 기준을 충족하는 외국인 사업자는 인도네시아에 대표사무소 또는 지사 등의 사업장을 설치해야 함</li> </ul>
비즈니스 인허가	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전자상거래 관련 모든 사업 주체는 OSS(Online Single Submission) System을 통해 사업 허가를 받아야 하나 전자상거래 과정에서 직접적인 이득을 보지 않거나 전자상거래 활동 당사자 간의 계약 관계에 직접적으로 연관되지 않는 중계 서비스 종사자의 경우 전자상거래 비즈니스 사업 허가 면제</li> </ul>
기타 전자상거래 사업자의 준수 사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 모든 전자상거래 활동은 인도네시아의 법규에 부합해야 하며, 그렇지 못한 사업을 운영하는 주체에 대해서는 해당 사업이 철회될 수 있음</li> <li>• 전자상거래 활동과 관련된 모든 정보와 데이터들을 일정기간 동안 보관해야 할 의무가 있음               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 데이터와 정보는 구독자, 제안, 확인(지불 결제 확인 등), 배송 현황, 불만 및 분쟁, 전자 계약, 교역 상품/서비스의 종류 등의 내용을 포함함</li> <li>- 상기 데이터와 정보 중 금융 거래와 관련한 데이터와 정보는 10년 동안 보관되어야 하며, 금융거래와 관련되지 않은 데이터와 정보는 5년동안 보관되어야 할 의무를 준수해야 함</li> </ul> </li> </ul>
소비자 보호	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전자상거래 사업 당사자는 소비자 불만 접수 서비스를 제공할 의무가 있으며, 이를 위해서는 최소 하기의 사항을 보유해야 함               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 불만 고객의 주소, 전화번호 / 불만 제기 절차 / 불만 해결 절차 / 불만 해결 처리 능력이 있는 직원 활용 / 불만 해결에 소요되는 기간</li> </ul> </li> </ul>
전자상거래 광고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업자들은 판촉 활동을 위한 전자 광고를 할 수 있으며 전자 광고는 문자, 소리, 사진과 그림 또는 비디오의 형태로 제작이 가능함.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 그러나 전자상거래 광고의 내용에는 소비자 권리에 반하는 내용과 공정한 경쟁 체계를 무너뜨리는 내용을 포함할 수 없음</li> <li>- 전자상거래 광고에 대한 시행세칙은 추후 장관령을 통해 제정될 예정임.</li> </ul> </li> </ul>
지불결제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지불 결제 과정에서 사용되는 화폐는 인도네시아의 화폐 관련 법규(인도네시아에서 발생하는 모든 거래사항에 대해 사용해야 하는 화폐는 국가에서 정하는 일부 예외사항을 제외하고는 전부 루피아화일 것)에 부합해야 하며, 이로 인해 전자상거래 결제 화폐는 루피아화가 돼야 함               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지불 결제는 은행 서비스 및 전자 지갑 등 다른 전자 시스템 제공자를 통해 이행될 수 있음</li> </ul> </li> </ul>
교환, 환불 및 취소	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부령 2019년 제80호에서는 인도네시아를 상대로 영업 중인 국내외의 판매자와 전자상거래 플랫폼 사업자는 상품·서비스가 소비자에 인도된 시점에서 최소 2 근무일 내에 환불 또는 취소 절차가 완료되어야 함이 명시되었음               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품과 서비스의 고지 정보와 실제 배송 상품·서비스에 차이가 있을 경우, 상품·서비스에 하자가 있을 경우, 고지된 배송 기간과 실제 배송에 소요된 기간에 차이가 발생했을 경우, 상품·서비스의 유효기간이 만료됐을 경우, 해당 상품·서비스의 교환 또는 취소가 가능함</li> <li>- 상품 교환 및 반품에 소요되는 배송비용은 소비자의 과실이 없다고 판단되면 판매자 또는 전자상거래 플랫폼 사업자가 이를 지불해야 할 것임</li> </ul> </li> </ul>

## 다. 싱가포르

- 온라인 식품시장 규모 전년대비 13.5% 증가한 1억 374만 달러(한화 약 1,219억 원)로 집계

〈표 II-3-13〉 싱가포르 온라인 식품 시장규모(2014~2019)

(단위: 백만 싱가포르달러, 천 달러, %)

국가		2014	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
싱가포르	현지화 (백만 SGD)	71.5	77.4	84.0	106.5	124.2	141.0	13.5	14.5
	USD (천 달러)	52,609.7	56,950.9	61,807.2	78,362.7	91,386.4	103,747.8	-	-

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Singapore(2020), Euromonitor

- 온라인 식품시장 비중 2014년 5.82%에서 2019년 4.74%로 감소

〈표 II-3-14〉 싱가포르 온라인 시장 내 식품 부문 6비중(2014~2019)

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
전체	1,229.2	1,403.0	1,654.4	2,174.6	2,692.4	2,976.0	10.5	19.3
- 식품부문	71.5	77.4	84.0	106.5	124.2	141.0	13.5	14.5
- 비중	5.82	5.52	5.08	4.90	4.61	4.74	-	-

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Singapore(2020), Euromonitor

- 국내 플랫폼(63.3%) 시장과 모바일 시장(63.5%)이 국경 간 전자상거래 시장(36.7%) 및 일반 전자상거래 시장(36.5%)보다 약 2배가량 높은 비중 차지

〈표 II-3-15〉 싱가포르 온라인 시장 및 부분별 규모(2014~2019)

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019	비중	전년비 (18/19)	연평균 (14/19)
전체	1,229.2	1,403.0	1,654.4	2,174.6	2,692.4	2,976.0	100.0	10.5	19.3
- 국내	948.9	1,066.3	1,096.5	1,442.8	1,732.0	1,882.5	63.3	8.7	14.7
- 해외	280.3	336.7	557.9	731.8	960.4	1,093.4	36.7	13.8	31.3
- 모바일	517.5	702.6	905.8	1,249.6	1,618.1	1,889.7	63.5	16.8	29.6
- 일반	711.7	700.4	748.6	925	1,074.3	1,086.3	36.5	1.1	8.8

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Singapore(2020), Euromonitor

■ 2024년 온라인 식품시장 3억 1,449만 달러(한화 약 3,659억 원)로 동남아시아에서 가장 선진화된 온라인 식품시장으로 자리매김할 것

〈표 II-3-16〉 싱가포르 온라인 식품 시장규모 전망치(2019~2024)

(단위: 백만 싱가포르달러, 천 달러, %)

국가		2019	2020	2021	2022	2023	2024	전년비 (23/24)	연평균 (19/24)
싱가포르	현지화 (백만 SGD)	141.0	158.9	177.3	196.2	214.4	231.4	7.9	10.4
	USD (천 달러)	103,747.8	215,955.4	240,962.2	266,648.5	291,383.5	314,487.6	-	-

\* 출처: Food and Drink E-Commerce in Singapore(2020), Euromonitor

■ 2020년 2분기 싱가포르 Shopee 방문자 수는 1,088만 명으로 가장 높은 방문을 기록

〈표 II-3-17〉 싱가포르 온라인 플랫폼 순위(2020)

순위	플랫폼명	월방문자수(명)		증가율(%)
		2020년 1분기	2020년 2분기	
1	Shopee	5,963,300	10,879,900	82
2	Lazada	7,786,700	8,570,000	10
3	Qoo10	6,646,700	7,447,400	12
4	Amazon.sg	2,833,300	3,653,333	29
5	EZBuy	1,031,900	1,681,800	63

\* 출처: Is COVID-19 Fuelling Singapore's E-Commerce Boom?, The Asean Post(2020.09.18.)

■ 바이러스 전염 우려로 온라인 식품 구매 급격한 증가세

- Nielsen의 조사에 따르면 싱가포르 소비자의 70%가 코로나 발생 이후 식료품을 구매하기 위해 온라인 플랫폼을 활용

- 통조림, 구운 콩, 인스턴트 면류와 같은 장기 보관식품의 구매율이 증가했으며, 종합비타민제와 같은 건강보조식품의 구매율 역시 성장세
- 집에서 머무르는 동안 직접 요리를 하는 소비자들이 많아지면서 밀가루, 계란, 쌀 등의 기본 식재료 판매량이 증가하였으며, 냉동식품, 만두, 인스턴트 면류에 대한 소비자의 관심도 증가
- 코로나 기간동안 비교적 유통기한이 긴 식품에 대한 매출이 급격히 증가했지만, 과일이나 채소류, 육류 및 해산물과 같은 신선식품에 대한 수요도 크게 증가(Shopee)

- Grab, Deliveroo와 같은 배달 플랫폼을 통한 식품 배달 비중도 증가하고 있음

- 2020년 4월 Grab을 통한 버블티 주문량은 전월 대비 60% 증가
- 디저트 냉동 요구르트, 알코올 음료에 대한 수요가 두 배가량 증가
- 2020년 4월 22일 독립형 식음료 매장이 일시적으로 영업을 중단하면서 커피와 아침 식사류 및 패스트 푸드 주문량도 코로나 발생 이전 대비 50% 증가(Deliveroo)

### ■ 2020년 6월 전자상거래에 대한 새로운 지침 도입

- 엔터프라이즈 싱가포르(ESG)<sup>6)</sup>와 싱가포르표준위원회(SSC)는 전자상거래에 대한 최초의 국가표준(Technical Reference 76, TR76)을 발표
  - 해당 지침은 전자상거래 상 구매, 지불, 배송, 제품추적 및 반품을 포함한 과정과 고객 지원 사례를 포함하며, 주요 내용은 다음과 같음

항목	세부내용
정보제공	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전자상거래업체는 웹사이트와 함께 연락처에 반드시 판매 책임자를 명시해 사기행위와 질 낮은 판매자를 분별함</li> <li>• 광고 상품에 대해서는 정확한 표현과 정보를 제공</li> </ul>
가격표기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통관 수수료를 포함한 세금을 함께 명시하는 가격 표기 정책으로 소비자들에게 정확한 정보를 제공</li> <li>• 제품 반환 시의 요금과 추가할증료 등의 정보도 사전에 반드시 제공</li> </ul>
고객지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고객지원에 필요한 예상 소요시간과 근무시간의 명시를 의무화</li> </ul>

- 최근 싱가포르 내 전자상거래 관련 분쟁은 지속적 증가 추세로, 2020년 1/4분기 전자상거래 관련 피해 범주는 전년대비 두 배 이상 증가한 1,159건, 피해액은 약 3배 증가한 130만 싱가포르 달러(한화 약 11억 1,294만 원)로 집계됨
- 싱가포르는 해당 지침을 통해 동남아시아에서 가장 빠르게 성장하는 전자상거래 시장의 투명성을 개선하고 더 많은 중소기업이 온라인 시장으로 유입될 수 있도록 장려하며, 지속적으로 증가하는 전자상거래 관련 분쟁을 해소할 수 있는 기준으로 활용할 수 있는 기준이 될 것으로 기대하고 있음

6) 중소기업 정책을 책임지고 총괄하는 싱가포르의 정부부처

## 라. 동남아 3개국 주요 판매제품<sup>7)</sup>

■ 신선 과일과 채소류의 비중이 높으며, 육류의 판매도 이뤄짐

			
pepaya California	Mangga Harum Manis(망고)	The Korean Fuji apple	Le Korea
인도네시아	인도네시아	대한민국	대한민국
15.300IDR/개	16.900IDR/kg	66.250 VND/500g	79.900 VND/2 개
			
Pork Shoulder	Green Squash	Jute vegetables	Chicken Wings
베트남	원산지 미상	원산지 미상	원산지 미상
67.500 VND/500g	14.750 VND/개	24.500 VND/500g	45.500 VND/500g

■ 가공식품은 대부분 스낵류, 면류와 즉석식품도 판매됨

			
Cheddar Cheese Salty Snack	Cake Goute	Misura Yogurt Biscuits	Ichiban Tofu Noodles
미국	대한민국	이탈리아	일본
71.600 VND/187g	52,200 VND/288g	60,000 VND /200g	23.400 VND/220g

7) 동남아 3개국에서 온라인 식품 판매 비중이 높은 Chopp(베트남), 인도네시아(Tokopedia), Shopee(싱가포르) 등에서 판매되는 100개 제품을 대상으로 상위 판매 품목을 선정하여 조사 진행(2020.09)

■ 수입식품은 스낵류, 과일류, 면류 등 두루 판매, 원산지 일본, 미국, 뉴질랜드, 이탈리아, 한국 등 매우 다양

			
The Korean Fuji apple	Le Korea	New Zealand Green Apple	Paru Sapi Mentah (Beef Lungs)
대한민국	대한민국	뉴질랜드	호주
66.250 VND/500g	79.900 VND/2 개	45.500 VND/500g	45.000IDR/kg
			
Ayataka No Sugar Japanese Green Tea	Honey Butter Chips	Tea Bag Series- O'Thank you tea box	Hua Diao Chicken Instant Noodle
일본	대한민국	대한민국	대만
7.85 SGD/ 300ml*12	14.00 SGD/ 38g*4	42.70 SGD/ 1개	10.01 SGD/ 200g*3팩

■ 한국식품은 소스류와 인스턴트 면류 및 즉석식품 등이 주를 이룸

			
짜짜로니	K - Bunsik Tokpoki	까르보 불닭볶음면	불닭소스
삼양	삼양	삼양	삼양
한국	한국	한국	한국
35.000IDR/140g	28.800IDR/140g	12.900IDR/140g	107.010IDR/200g

## Ⅲ 결론

### ■ 한국산 농식품의 주요 수출국인 미국, 중국, 동남아국가의 온라인 시장 성장세는 향후 더욱 가속화될 전망

- 코로나19로 안전 및 위생에 대한 경각심이 증가하여 온라인을 통한 식품 구매는 더욱 확대될 것
  - 코로나19 종식 이후에도 온라인 식품 시장은 더욱 성장할 것으로 분석되며, 온라인 식품 구매의 편의성을 체험한 소비자들은 더욱 활발히 온라인을 이용할 것으로 예상

국가	2019년 온라인 식품시장 규모	시장규모 전망치	(연도)
전 세계	1,899억 달러(219조 9,876억 원)	6,633억 3,000만 달러 (한화 약 768조 4,678억 원)	(2024)
중국	3,065억 위안(52조 5,617억 원)	5,264억 위안(90조 2,723억 원)	(2024)
미국	229억 달러(34조 7,887억 원)	459억 달러(57조 5,933억 원)	(2024)
동남아국가	36억 3,000만 달러(4조 2,653억 원)*	-	-
동남아3개국	4억 981만 달러(4,815억 원)	14억 5,268만 달러(1조 6,902억 원)	(2024)
- 베트남	1억 1,058만 달러(1,229억 원)	2억 6,424만 달러(3,074억 원)	(2024)
- 인도네시아	1억 9,549만 달러(2,297억 원)	8억 7,934만 달러(1조 168억 원)	(2024)
- 싱가포르	1억 374만 달러(1,219억 원)	3억 1,449만 달러(3,659억 원)	(2024)

\* 동남아국가 온라인 식품시장 규모는 2018년 통계치를 기준으로 함

- 고령 소비자, 남성 및 농촌 소비자 등 이전 온라인을 통해 식품을 구매하지 않던 소비자의 유입이 증가하는 추세로, 특정 소비자층에 최적화된 인터페이스 개발과 상품 카테고리의 확장이 중요할 것으로 보임
- 소비자에게 안전하고 신선한 상품임을 강조하기 위해 제품 유통 이력을 제공해 투명성을 확보해야 함

■ 국가별 온라인 식품 시장에서는 신속한 식품 배송을 위한 체계를 재편하는 추세

- 물류 시스템의 개선 및 소비자 인식 변화로 온라인 신선식품 판매 확대 추세로 이에 대한 선행조사 필요
  - 국가별 주요 온라인 플랫폼에 한국산 신선 농식품의 입점 및 판매를 위해 각 플랫폼별 입점 절차와 조건, 유통방법에 대한 조사가 선행되어야 함
- 콜드체인 구축 등 온라인을 통한 신선식품 판매 기반을 마련하는 것이 중요할 것으로 보임
- 온·오프라인 채널을 유기적으로 통합한 옴니채널의 구축이 향후 핵심 과제로 떠오름
  - 소비자가 채널의 제약 없이 자유롭게 주문, 픽업, 서비스를 이용할 수 있도록 체계를 개편하는 것이 경쟁력 확보의 관건이 될 것

■ 소비자와의 실시간 소통이 가능하고 짧은 시간 내 제품에 대한 정보를 재미있게 얻을 수 있는 콘텐츠 마케팅의 영향력은 더욱 높아질 전망

- 오프라인 매장에서의 제품 비교 및 분석에 한계가 발생함에 따라 온라인을 통한 제품 홍보 영향력 증가세, 해외 주요 소셜미디어를 활용한 마케팅 방안 및 전략이 강구 필요

■ 온라인 전자상거래에 대한 국가별 기준 및 지침이 마련되는 추세로, 이에 대한 숙지 및 기준 준수가 요구됨

- 중국, 2020년 6월부터 ‘비디오 라이브 쇼핑 운영 및 서비스 기본 지침’을 통해 라이브 스트리밍에 대한 기준 제시
  - ‘온라인 쇼핑 서비스 시스템 평가지침’에서는 소비자 권익보호, 투명성 제고를 위한 서비스 표준화 및 시스템 평가 지표 체계 및 등급 분류, 평가절차에 대한 상세정보를 제공
- 미국 소비자는 소비자 기만 행위를 근절하는 조치를 취한 브랜드 및 기업에 높은 신뢰도와 선호도 보임
  - 배송기간, 반품조건 등에 대한 사전 고지를 명확히 하고, 무료배송 제공, 반품 기간 연장 및 취소 수수료 면제 등 소비자 기만행위를 예방할 수 있는 소비자 정책을 제시하는 것이 소비자의 마음을 사로잡을 수 있는 방안으로 제시됨
- 인도네시아와 싱가포르에서도 전자상거래와 관련한 법안 및 지침을 제공하고 있어 이에 대한 내용 숙지 및 기준 준수가 요구됨

## 〈참고문헌 및 참고사이트〉

1	lobal Food E-commerce Market, GlobeNewsWire(2020.07.08.)
2	Food and Beverage E-commerce Global Market Report 2020-30: COVID-19 Implications and Growth
3	The Impact of COVID-19 on Food&Beverage e-Commerce Market Growth, 2020-2030, PRNewswire (2020.06.17.)
4	Global Online Food Delivery Services Market(2020 to 2030) - COVID-19 Growth and Change, Businesswire(2020.05.11.)
5	In china's economic shock, online retail sales are prospering, Peterson Institute for International Economics(2020.04.22.)
6	China online fresh foods surge: JD expects COVID-19 sales momentum to persist after 618 promotion, Food Navigator-Asia.com(2020.06.22.)
7	How Chinese consumers are changing shopping habits in response to COVID-19, McKinsey& Company(2020.05.06.)
8	2020 Changed the face of grocery retailing-likely forever, Digital Commerce(2020.08.20.)
9	2020 Changed the face of grocery retailing-likely forever, Digital Commerce(2020.08.20.)
10	Online grocery sales to grow 40% in 2020, Supermarket News(2020.05.11)
11	3 Behavioral Trends That Will Reshape Our Post-Covid World, Havard Business Review(2020.05.26.)
12	How COVID-19 Has Impacted Consumer Food Habits, Food Manufacturing(2020.05.18.)
13	Chick-fil-A meal kits reviewed: What you need to know, Alabama.com(2019.03.06.)
14	Protecting online consumers during the COVID-19 crisis, OECD(2020.04.28.)
15	Supplement Nutrition Assistance Program
16	Online grocery sales in Asia to rocket; market share in SEA remains small, The Busienss Times (2019.07.05.)
17	Top 10 e-commerce sites in Indonesia as of 1st quarter 2020, by montly traffic, Statista
18	Is COVID-19 Fuelling Singapore's E-Commerce Boom?, The Asean Post(2020.09.18)
19	Covid-19 changes consumer buying behaviors in Vietnam, THOIDAI(2020.06.25.)
20	Value growth of food products due to coronavirus COVID-19 among urban citizens in Vietnam in 2020, STATISTA
21	HOW HAS COVID-19 IMPACTED VIETNAMESE CONSUMERS?, Nielsen(2020.02.20.)
22	Vietnamese favor healthy food and drinks due to pandemicTHOIDAI(2020.05.29.)
23	E-commerce in Vietnam strongly pushed during COVID-19, Vietnam Insider(2020.07.08.)
24	Online shopping blooms in Vietnam amid COVID-19 pandemic, XINHUANET(2020.07.26.)
25	COVID-19 shifts food trends in Southeast Asia, WARC(2020.06.12.)
26	Indonesia: COVID-19: Economic and Food Security Implications, reliefweb(2020.05.21.)
27	Online grocery shopping to drive e-commerce growth as PSBB reimpose, The Jakarta Post (2020.09.14.)
28	Survey: Food retail in Indonesia during the COVID-19 pandemic, Mackinse&Compnay(2020.04.14.)
29	How Indonesians shop in times of COVID-19, KrASIA(2020.04.15.)
30	New and lasting habits: Singapore's online shopping surge will persist after COVID-19, Food Navigator(2020.04.29.)
31	How Covid-19 is changing what Singaporeans shop for online, The Staright Times(2020.05.25.)
32	Singapore Introduces New Guidelines for E-commerce Transactions, ASEAN Briefing(2020.06.16.)
33	Food and Drink E-Commerce in Vietnam, Indonesia, Singapore(2020), Euromonitor
34	E-Commerce in the US(2020), Euromonitor
35	미국 보충영양 지원 프로그램(SNAP)의 구매 식품 제한과 관련 쟁점, 최슬기(2020)

36	싱가포르 전자상거래 간판해진다, 아시아경제(2020.06.30.)
37	COVID-19 관련 국가별 온라인 시장동향, 한국농수산식품유통공사
38	COVID-19의 산업별 지역별 영향, 딜로이트(2020.03)
39	중국의 뉴커머스 시대, 동영상 마케팅을 활용하라, 한국무역협회
40	코로나19 이후 글로벌 전자상거래 트렌드, 한국무역협회
41	주요국별 코로나19 대응 및 조치, 대외경제정책연구원
42	코로나19 사태의 주요국 경제에 대한 영향과 시사점, 대외경제정책연구원
43	코로나19 확산에 따른 농식품 소비분야 영향분석, 농촌경제연구원
44	코로나19가 바꾼 미국 소비 트렌드, KOTRA
45	코로나19로 가속화된 소비자 행동 변화, 삼일회계법인
46	코로나19로 인한 소비 트렌드의 변화와 기업의 대응, 중소기업연구원
47	코로나19로 인한 중국의 생산 소비 충격 분석 및 전망, 대외경제정책연구원
48	코로나19에 따른 소비재산업 영향분석, 삼정KPMG경제연구원
49	코로나19의 유통 소비재 산업 영향 대응 전략, 삼일회계법인
50	포스트코로나19 뉴노멀시대의 산업전략, 경기연구원



# 미·중 무역 갈등이 한국산 농식품의 對중 수출에 미치는 영향 분석

---

- I. 이슈현황
- II. 영향분석
- III. 결론



# 미·중 무역 갈등이 한국산 농식품의 對중 수출에 미치는 영향 분석

## 1. 이슈현황

- 미·중 관계, 2018년 초 무역전쟁으로 경색된 이후 갈등 해소되지 않은 채 긴장 고조 전망
  - \* 미국, 중국산 농식품 729개에 추가관세(10%→25%) 부과, 중국 역시 미국산 농식품 956개에 5~25%의 보복관세로 맞대응
  - \* 중국과 미국은 한국산 농식품의 주요 수출국으로, 이러한 추이가 지속될 경우 한국산 농식품 교역 환경에도 변화 예상

## 2. 영향분석

- 미·중 무역 갈등으로 최근 3년간 양국 교역규모 하향세
  - \* 특히 중국의 미국산 농식품 수입규모 감소 추세로, 2017년 이후 연평균 11.8% 감소
  - \* 미국산 농식품, 보복관세 부과로 중국시장 내 경쟁력 상실
  - \* 반면 동기간 중국의 한국산 농식품 수입액 연평균 10.7% 증가
- 미국산 농식품의 점유율 감소 시 한국산 신선 포도, 치즈, 조제분유의 수출 확대 가능성이 있을 것으로 판단
  - \* 한국산 포도 수입액('19) 전년대비 177.0% 증가, 치즈 158.3% 증가
  - \* 최근 중국산 조제분유 안전사고 재발에 따른 수입산 선호도 급증, 사드(THAAD) 이후 한국산 조제분유의 對중 수출 확대 위한 기회 될 것

## 3. 한국산 농식품의 경쟁력 확보 방안

- 한국산 농식품은 품질과 안전성 면에서 고평가되고 있어 경쟁력 강화를 통해 시장 확대가 가능할 것
  - \* (신선포도) 프리미엄 기준마련, 중국 내 유통지역 확대, 수출전략품목 선정을 통한 경쟁력 확보
  - \* (치즈) 소비층 및 유통루트 명확화, 다양한 제품군으로 소비자 니즈 부합, 소셜미디어의 적극적인 활용을 통한 인지도 제고
  - \* (조제분유) 시장규격 준수, 품질 및 안전성 강화, 서구권 수입브랜드와의 차별화 전략을 통한 경쟁력 확보



# I 이슈현황

## 1 미·중 무역 갈등 현황

- 2020년 6월, 중국은 미국산 농축산물의 수입 중단을 지시하며 양국 간 1차 무역합의 결과를 파기하려는 행보를 보임
  - 중국 정부는 6월 1일(현지시각) 자국 국영무역 기업에 미국산 콩, 돼지고기의 수입 중단을 지시함
    - 미국 타이슨푸드社의 가금육 역시 가공 공장에서 코로나19 집단감염이 발생했다는 사실을 이유로 수입이 중단됨
    - 미국산 옥수수과 면화의 반입도 보류되면서 미국과의 무역 갈등이 전면으로 치달는 양상을 보임
  - 중국은 2020년 1월부터 2021년 12월까지 미국산 농산물 320억 달러(한화 약 38조 4,960억 원)를 추가 수입하기로 함
    - 2020년 1단계 무역합의를 통해 중국은 미국산 상품 및 서비스를 수입하고, 미국은 對중국 추가 관세 부과를 철회하기로 합의함(2020.01)
      - 주요 수입 품목은 대두, 육류, 곡류, 면, 수산물 등으로, 중국은 2017년 미국산 농산물 수입액 241억 달러(한화 약 28조 9,923억 원)를 기준으로 2020년 125억 달러(한화 약 15조 375억 원), 2021년 195억 달러(한화 약 23조 4,585억 원)를 추가 수입하기로 합의함
      - 이에 중국은 2020년 미국산 농산물 366억 달러(한화 약 44조 298억 원), 2021년 436억 달러(한화 약 52조 4,508억 원)를 수입해야 함
  - 최근 중국의 행보는 2020년 1단계 무역합의를 준수하지 않는 것으로, 양국 간 무역 갈등이 더욱 첨예해질 것이라는 예측이 제기된 바 있음

〈표 1-1〉 중국의 對미 수입 확대 품목 리스트

(단위: 억 달러)

품 목	2017년 (A)	2020년 <sup>o</sup>		2021년 <sup>o</sup>		
		추가 수입액 (B)	연간 수입액 (A)+(B)	추가 수입액 (C)	연간 수입액 (A)+(C)	
상품	공산품(산업기계, 전기장비, 의약품, 항공기, 수송기계 등)	779	329	1,108	448	1,227
	농산품(대두, 옥류, 곡류, 면, 수산물, 기타)	241	125	366	195	436
	에너지(LNG, 원유, 정유제품, 석탄)	68	185	253	339	407
서비스	서비스(지재권이용료, 여행/관광, 금융/보험, 클라우드 등)	555	128	683	251	809
합 계		1,643	767	2,410	1,233	2,876

\* 출처: 한국무역협회(원출처: USTR, US BEA)

■ 6월 4일, 美무역대표부(USTR) 로버트 라이트하이저(Robert Lighthizer) 대표는 미·중 1단계 합의는 잘 지켜지고 있다며 양국 간 무역 갈등 심화에 대한 우려를 일축함

- 그는 “6월 1일부터 2일 양일에 걸쳐 중국이 1억 8,500만 달러(한화 약 2,225억 원) 규모의 미국산 콩을 수입했다”며 양국 간 무역합의는 순조롭게 이행되고 있다고 언급함
  - 클레테 윌렘스(Clete Willems) 전 백악관 무역협상 수석대표 역시 미·중 무역협정은 당분간 유지될 것이라고 전망하며 중국이 협정 이행에 좋은 성과를 내고 있다고 평가함
- 그러나 6월 22일(현지시각) 다시 백악관 고위 관계자로부터 미·중 1단계 무역합의가 폐기됐다는 주장이 제기되며 양국 정세에 긴장감이 고조됨
  - 피터 나바로(Peter Navarro) 무역제조업정책국장은 코로나 사태에 대한 중국의 책임론을 거론하며 미국 정부가 중국과의 1단계 무역합의를 파기하기로 했다고 언급함
  - 이는 6월 16일 미·중 고위급회담에서의 합의사항을 뒤집는 발언으로, 트럼프 미국 대통령이 피터 나바로 정책국장의 주장을 부인하며 진화에 나섬
  - 그러나 시시각각으로 급변하는 양국 간 정세로 미·중 무역합의 파기에 대한 우려는 꾸준히 제기되고 있음

■ 미국과 중국의 무역 갈등으로 인한 긴장이 지속됨에 따라 양국 간 무역체계 변화가 한국산 농식품 수출에 미치는 영향 분석이 요구됨

- 특히 중국과 미국은 한국산 농식품의 주요 수출국으로, 각각 한국산 농식품의 수출 상위 2위와 3위를 차지함
  - 2019년 한국산 농식품의 對중국 수출액은 8억 7,893만 달러(한화 약 1조 573억 원)로 전체 수출규모의 14.3%를 차지함
  - 미국으로의 수출 역시 전체의 12.0%에 달하는 7억 3,912만 달러(한화 약 8,891억 원) 수준으로 집계되어 양국 모두 한국산 농식품의 수출 의존도가 높은 국가로 나타남

〈표 1-2〉 2019년 한국산 농산물 수출현황

(단위: 톤, 천 달러, %)

순위	국가	수출물량	수출금액	비중	전년대비 증감률	
					물량	금액
총 계		3,237,284.8	6,148,281.1	100.0	5.0	2.7
1	일본	703,436.8	1,331,653.4	21.7	2.7	7.9
2	중국	537,871.7	878,927.8	14.3	7.6	6.8
3	미국	301,628.6	739,117.7	12.0	6.8	9.7
4	베트남	213,591.4	358,318.2	5.8	13.4	16.3
5	홍콩	198,726.8	326,218.4	5.3	△3.4	△6.6
6	대만	147,845.3	258,387.6	4.2	46.1	6.8
7	태국	61,323.2	188,132.7	3.1	6.8	9.2
8	러시아	103,905.8	163,656.3	2.7	5.9	△10
9	인도네시아	84,682.0	149,843.5	2.4	△13	△14.1
10	아랍에미리트	27,616.5	132,720.5	2.2	1.1	△31.1

\* 주: 2019년 한국산 농산물 수출실적 기준

\* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 미국과 중국의 갈등은 해소되지 않은 채 긴장 관계가 고조될 것으로 보이며, 이에 따라 각 국의 농식품 수입환경에도 변화가 예상됨
  - 이에 본 보고서에서는 미·중 무역 갈등에 따른 중국 내 미국산 농식품의 수입추이를 살펴보고, 이러한 변화가 한국 농식품의 중국시장 확대에 미칠 영향을 분석하고자 함

## 2 미·중 농식품 교역현황

### 가. 미국

■ 2019년 미국의 對중국 농식품 수출액은 118억 9,999달러(한화 약 14조 2,443억 원)로 전년대비 77.3% 증가함<sup>1)</sup>

- 중국으로 수출되는 농식품 중 대두(67.1%)와 돼지고기(7.2%)의 비중이 높게 나타남
  - 미국산 대두의 對중국 수출액은 79억 8,888만 달러(한화 약 9조 5,283억 원)로 전체 수출의 67.1%를 차지함
    - 양국 간 교역품목에 추가관세가 부과된 2018년의 對중국 대두 수출은 전년대비 74.5%의 급격한 감소세를 보임
    - 이후 2019년 대두 수출은 전년대비 156.1% 증가하며 반등세를 보였으나, 2017년 수출규모의 65.1% 수준으로 집계됨
  - 돼지고기 수출액은 2017년 2억 2,372만 달러(한화 약 2,668억 원)에서 2018년 1억 9,909만 달러(한화 약 2,375억 원)로 전년대비 약 16.1% 감소하였다가 다시 8억 5,563만 달러(한화 약 1조 205억 원)로 전년대비 329.8%의 급격한 증가세를 보임<sup>2)</sup>
    - 이는 중국 내 아프리카돼지열병(ASF)이 창궐해 내수 생산량이 감소한 까닭으로, 미국산 돼지고기에 62%의 보복관세가 부과됨에도 불구하고 중국 내 돼지고기 수요를 충당하기 위해 수입량이 증가한 것으로 나타남
  - 이 외에도 피스타치오(2.6%), 기타 조제식료품(2.1%), 기타 식용설육(2.0%), 수수 1.6%) 등이 주로 수출됨

1) 2019년 미국의 對중국 농식품(HS Code 02-24류 중 03류(수산물), 05류(기타 동물성 생식품), 23류(식품잔재물), 24류(펄린)를 제외한 실적 합산치) 수출액을 기준으로 함

2) HS Code 0203류 6개 품목(0203.21, 0203.29, 0203.22, 0203.11, 0203.12, 0203.19) 수출액 합산치 기준

〈표 1-3〉 미국의 對중국 주요 수출 농식품(2017~2019)

(단위: 천 달러, %)

HS Code	구분	2017	2018	2019	비중	전년비 (18/19)
	품목명					
	농식품 전체(신선 및 가공식품)	16,668,408	6,710,157	11,899,992	100.0	77.3
1201.90	대두 기타	12,231,603	3,119,229	7,988,877	67.1	156.1
0203.21	냉동 돼지고기(도체와 이분도체)	1,270	245	414,973	3.5	169276.7
0203.29	냉동 돼지고기 기타(삼겹살 등)	166,035	183,821	318,446	2.7	73.2
0802.51	피스타치오(미탈각)	37,924	56,342	312,386	2.6	454.4
2106.90	따로 분류되지 않은 조제식품 기타	154,282	225,819	255,230	2.1	13.0
0206.49	식용설육 기타(족 등)	250,637	130,509	242,006	2.0	85.4
1007.90	수수 기타	838,173	520,719	191,063	1.6	△63.3
0404.10	유장과 변성유장	234,851	174,161	110,556	0.9	△36.5
0802.12	아몬드(탈각)	74,893	98,369	106,936	0.9	8.7
0203.22	냉동 돼지고기 넓적다리살·어깨살과 이를 절단한 것 (뼈 있는 것)	69,454	14,756	86,365	0.7	485.3
2004.10	감자	83,681	90,973	82,476	0.7	△9.3
0809.29	체리 기타	121,646	81,847	71,691	0.6	△12.4
0802.11	아몬드(미탈각)	24,360	21,138	66,634	0.6	215.2
0202.30	냉동 쇠고기(뼈 없는 것)	22,728	49,723	65,234	0.5	31.2
1001.99	밀과 메슬린 기타	351,092	106,196	55,539	0.5	△47.7
1901.10	영유아·어린이용 조제식품	32,780	37,900	54,890	0.5	44.8
1005.90	옥수수 기타	151,883	58,922	54,290	0.5	△7.9
1702.11	건조 유당	42,454	50,904	42,110	0.4	△17.3
1202.41	기타 땅콩(미탈각)	29,354	13,018	39,046	0.3	199.9
2008.93	조제·보존처리한 크랜베리	45,481	54,732	38,387	0.3	△29.9
2204.21	포도주(2리터 이하 용기에 넣은 것)	67,582	47,160	37,479	0.3	△20.5
0802.21	헤이즐넛(미탈각)	2,023	16,069	34,008	0.3	111.6
0203.11	신선·냉장 돼지고기(도체와 이분도체)	0	0	33,875	0.3	-
0802.90	견과류 기타(잣, 은행 등)	36,012	11653	32,457	0.3	178.5
0406.10	신선치즈	30,674	25,685	26,507	0.2	3.2
1806.90	기타 초콜릿·코코아 조제품	20,376	22,798	23,403	0.2	2.7
2106.10	단백질계 조제식품(두부)	21,344	18,861	23,184	0.2	22.9
0402.10	밀크와 크림, 지방분 1.5% 이하의 것	67,956	40,450	23,161	0.2	△42.7
0805.10	오렌지	48,190	51,234	22,771	0.2	△55.6
2008.19	조제·보존처리한 견과류 기타	17,760	84,911	19,083	0.2	△77.5

\* 주1: 농식품 전체 수출실적은 HS Code 02~24류 중 03류, 05류, 23류, 24류를 제외한 실적 합산치 기준

\* 주2: 미국의 對중국 수출 농식품 중 사료용 식물, 파종용 종자·과실·포자 등 식용 외의 것은 제외함

\* 출처: ITC Trademap

■ 미국의 중국산 농식품 수입액은 35억 6,972만 달러(한화 약 4조 2,730억 원)로 전년대비 29.9% 감소함<sup>3)</sup>

- 미국이 수입하는 중국산 농식품은 특정 품목에 치우치지 않고 비교적 균등하게 수입됨
  - 수입비중이 가장 높은 품목은 식물성 수액과 추출물(HS Code 1302.19)로, 2019년 수입액은 2억 4,849만 달러(한화 약 2,964억 원)로 전체 수입의 7.0%를 차지함
  - 이 외에도 기타 조제식료품(6.9%), 조제·보존처리한 감귤류 과일(6.2%), 조제·보존처리한 견과류 기타(4.0%), 마늘(3.3%) 설탕과자 기타(3.1%) 등이 있음

〈표 1-4〉 미국의 중국산 농식품 주요 수입 품목(2017~2019)

(단위: 천 달러, %)

HS Code	구분 품목명	2017	2018	2019	비중	전년대비(18/19)
	농식품 전체(신선 및 가공식품)	4,549,149	5,095,788	3,569,718	100.0	△29.9
1302.19	식물성 수액과 추출물(인삼, 알로에 등)	210,737	228,311	248,485	7.0	8.8
2106.90	따로 분류되지 않은 조제식료품 기타	143,433	211,929	247,621	6.9	16.8
2008.30	조제·보존처리한 감귤류 과일(유자 등)	237,409	306,688	221,872	6.2	△27.7
2008.99	조제·보존처리한 견과류 기타	199,916	220,342	141,226	4.0	△35.9
0703.20	마늘	130,664	111,662	118,749	3.3	6.3
1704.90	설탕과자 기타(캔디류)	132,784	146,150	110,563	3.1	△24.3
2005.99	조제·보존처리한 채소기타(김치 등)	216,745	161,099	95,159	2.7	△40.9
0802.90	견과류 기타	64,146	78,374	85,150	2.4	8.6
2009.79	사과주스 기타	309,585	372,505	76,364	2.1	△79.5
0712.90	건조한 채소와 채소류의 혼합물	149,206	121,009	74,686	2.1	△38.3
0910.11	생강	69,353	69,975	66,923	1.9	△4.4
1902.19	파스타 기타(국수, 당면, 냉면 등)	71,986	75,441	60,961	1.7	△19.2
2103.90	소스류 기타(장류, 마요네즈 등)	66,615	70,826	58,478	1.6	△17.4
2101.20	차나 마테의 추출물	38,023	44,182	53,622	1.5	21.4
2008.70	조제·보존처리한 복숭아	69,601	80,993	53,197	1.5	△34.3
0904.21	건조 고추류	49,444	50,925	51,748	1.4	1.6
1901.90	맥아추출 조제식료품 기타	35,092	43,558	44,138	1.2	1.3

\* 주1: 농식품 전체 수입실적은 중국산 농식품 수입액(HS Code 02~24류 중 03류, 05류, 23류, 24류를 제외한 실적 합산치) 기준

\* 주2: 미국의 중국산 수입 농식품 중 수산물, 과일의 핵, 화훼류 등 식용 외의 것은 제외함

\* 출처: ITC Trademap

3) 2019년 미국의 중국산 농식품(HS Code 02~24류 중 03류(수산물), 05류(기타 동물성 생산품), 23류(식품잔재물), 24류(커피))를 제외한 실적 합산치) 수입액을 기준으로 함

■ 2018년 9월 27일부로 미국은 중국산 농식품 729개 품목에 추가 관세를 부과함

- 이는 중국의 對미 농식품 수출의 72%에 해당하는 것으로, 간장, 조분, 대두박, 채소주스, 기타과실음료 등이 이에 포함됨
  - 해당 품목에 2018년 10월부터 10%의 추가 관세가 부과되었으며, 2019년 5월 10일 이후 25%로 인상된 추가 관세가 적용됨

〈표 1-5〉 추가관세가 부과되는 주요 중국산 농식품의 수입추이(2017~2019)

(단위: 천 달러, %)

구분		2017	2018	2019	전년비(18/19)
HS Code	품목명				
2103.10-0000	간장	39,311	47,569	37,200	△21.8
1106.20-9000	과경분과 조분	35,593	49,699	28,189	△43.3
0106.11-0000	영장류	34,953	45,805	37,239	△18.7
2304.00-0000	대두박	33,039	28,876	2,653	△90.8
1804.00-0000	코코아버터	26,109	24,582	27,780	13.0
2009.89-2000	채소주스	21,752	24,498	9,998	△59.2
2202.99-9000	기타 과실음료	21,283	22,291	15,403	△30.9
0902.40-0000	홍차	20,648	19,441	19,266	△0.9
1905.90-1090	베이커리 제품	17,779	17,116	12,385	△27.6
0710.30-0000	시금치류(냉동)	16,677	17,280	16,741	△3.1
2302.50-0000	채두류의 박	15,970	9,982	848	△91.5
0712.90-1000	건조당근	14,632	16,027	14,770	△7.8
1704.10-0000	추잉검	14,140	12,225	7,631	△37.6
1702.90-9000	기타당류	10,905	13,654	1,998	△85.4
0813.30-0000	건조사과	10,337	12,031	7,300	△39.3
0502.10-0000	돼지털	9,094	7,665	7,190	△6.2
1905.90-1050	쌀과자	8,439	9,757	6,057	△37.9
1302.12-0000	감초엑스	7,118	11,714	4,847	△58.6
0712.31-1000	아가리쿠스속버섯(건조)	6,935	7,202	5,585	△22.5
0713.31-1000	종자용녹두	6,588	4,877	2,959	△39.3
0709.59-9000	기타버섯(신선)	5,926	6,761	6,198	△8.3

▶▶▶ 2020 농식품 수출환경 변화대응 이슈조사\_시장편

구분		2017	2018	2019	전년비(18/19)
HS Code	품목명				
0407.90-0000	기타신선란	5,619	5,771	5,535	△4.1
2005.99-2000	사우어크라우트	5,340	6,983	5,514	△21.0
1905.40-0000	러스크	5,409	8,603	9,193	6.9
0602.90-9090	기타산식물	5,186	6,972	8,938	28.2
1505.00-9000	올그리스	4,268	5,777	3,768	△34.8
0208.10-0000	토끼고기	3,967	3,323	2,690	△19.0
0904.12-0000	후추(분쇄한 것)	3,872	4,620	3,563	△22.9
2303.30-0000	양조박	3,791	4,318	3,862	△10.6
2005.40-0000	완두(기타조제)	3,721	3,838	3,278	△14.6
0813.40-9000	기타건조과실	3,387	13,111	11,116	△15.2
1302.20-0000	펙틴질	3,385	3,710	5,271	42.1
1515.50-0000	참기름	3,337	4,054	3,626	△10.6
2306.41-0000	유채씨유박	3,287	4,353	1,798	△58.7
0802.41-0000	밤(미탈각)	3,159	2,312	998	△56.8
2006.00-3000	생강뿌리(당절임)	3,036	2,856	1,996	△30.1

\* 주: 2017년 기준 미국의 중국산 수입액이 백만 달러 이상의 실적만 집계

\* 출처: 농촌경제연구원(2019.06), ITC Trademap

## 나. 중국

■ 2019년 중국의 對미국 농식품 수출액은 전년대비 21.9% 감소한 43억 6,614만 달러(한화 약 5조 2,263억 원)로 집계됨

- 주요 수출품목으로는 조제식료품(6.1%), 식물성 수액 및 추출물(5.3%), 건조채소(4.0%) 등으로 나타남
  - 이 외에도 조제·보존처리한 감귤류(3.8%), 설탕과자 기타(3.8%), 조제·보존처리한 채소류(2.7%) 및 견과류(2.6%), 마늘, 사과주스(각 2.6%) 등이 있음

〈표 1-6〉 중국의 對미국 주요 수출 농식품(2017~2019)

(단위: 천 달러, %)

HS Code	구분 품목명	2017	2018	2019	비중	전년대비(18/19)
	농식품 전체(신선 및 가공식품)	5,102,587	5,591,087	4,366,137	100.0	△21.9
2106.90	따로 분류되지 않은 조제식료품 기타	216,162	301,855	266,519	6.1	△11.7
1302.19	식물성 수액과 추출물 기타(인삼, 알로에 등)	198,897	229,824	233,277	5.3	1.5
0712.90	건조한 채소와 채소류의 혼합물	410,160	246,220	172,972	4.0	△29.7
2008.30	조제·보존처리한 감귤류 과실(유자 등)	178,931	247,988	167,403	3.8	△32.5
1704.90	설탕과자 기타(캔디류)	132,037	154,392	164,369	3.8	6.5
2005.99	조제·보존처리한 채소 기타(김치 등)	114,748	132,427	117,601	2.7	△11.2
2008.99	조제·보존처리한 견과류 기타	157,170	172,563	115,311	2.6	△33.2
0703.20	마늘	116,992	101,100	114,852	2.6	13.6
2009.79	사과주스 기타	293,964	313,862	113,902	2.6	△63.7
2106.10	단백질계 조제식료품(두부)	73,903	115,775	103,420	2.4	△10.7
1902.30	파스타 기타(라면, 인스턴트 면류 등)	92,559	106,273	89,735	2.1	△15.6
2103.90	소스류 기타(장류, 마요네즈 등)	71,169	79,526	75,184	1.7	△5.5
0802.90	견과류 기타	57,583	54,087	60,899	1.4	12.6
0910.11	생강	55,251	55,513	59,336	1.4	6.9
0813.40	건조과실 기타	33,984	54,635	50,799	1.2	△7.0
2008.19	조제·보존처리한 견과류 기타	54,192	64,165	49,354	1.1	△23.1

\* 주1: 농식품 전체 수출실적은 對미국 농식품 수출액(HS Code 02~24류 중 03류, 05류, 23류, 24류를 제외한 실적 합산치) 기준

\* 주2: 미국의 중국산 수입 농식품 중 수산물, 과실의 핵 등 식용 외의 것은 제외함

\* 출처: ITC Trademap

■ 2019년 중국은 111억 8,806만 달러(한화 약 13조 3,921억 원) 규모의 미국산 농식품을 수입함

- 대두의 비중이 59.8%로 가장 높으며, 뒤이어 돼지고기가 4.5%를 차지함
  - 대두 수입액은 전년대비 5.3% 감소한 66억 8,629만 달러(한화 약 7조 9,767억 원)로, 2017년 이후 줄곧 수입규모가 축소되는 추세임
  - 동년 돼지고기 수입액은 5억 655만 달러(한화 약 6,043억 원)<sup>4)</sup>로 전년대비 크게 반등(291.5% 증가)하였는데, 이는 중국 내 아프리카돼지열병으로 내수 공급량이 급격히 감소한 것에 기인함
- 2017년 이후 중국의 미국산 농식품 수입은 꾸준히 감소하는 양상임
  - 미국산 농식품 수입액은 2017년 197억 7,132만 달러(한화 약 23조 6,070억 원)에서 매년 감소하는 추세로, 미국과 중국의 무역 갈등이 전면전으로 확대된 2018년 수입액은 전년대비 38.5% 감소한 121억 5,286만 달러(한화 약 14조 5,105억 원)로 축소됨
  - 2019년에도 수입 감소세는 유지되어 전년대비 7.9% 감소한 111억 8,806만 달러(한화 약 13조 3,585억 원)의 미국산 농식품이 수입된 것으로 나타남
  - 2017년 이후 식용작물(곡물류, 두류 등)과 포도주 등의 수입규모가 크게 감소함
    - 수수 수입액은 최근 3년간 연평균 62.8% 감소하며 주요 수입품목 중 가장 큰 하향세를 보임
    - 이 외에도 식용설육(△44.0%), 밀과 메슬린(△37.0%), 유장과 변성유장(△35.5%), 포도주(△33.9%), 옥수수(△31.7%) 대두(△30.7%) 등의 최근 3년간 감소폭이 크게 나타남
  - 반면 견과류와 조제식품류의 수입규모는 양국 간 무역 갈등에도 불구하고 증가한 것으로 확인됨
    - 가장 큰 증가율을 보이는 품목은 헤이즐넛(270.3% ↑)과 기타음료(118.5% ↑), 아몬드(105.8% ↑)로 나타남
    - 냉동 쇠고기(87.9% ↑), 피스타치오(65.2% ↑), 설탕과자(60.0% ↑), 기타 조제식료품(37.9% ↑) 등 품목의 최근 3년간 연평균 수입액도 확대되고 있음

4) HS Code 0203류 6개 품목(0203.21, 0203.29, 0203.22, 0203.11, 0203.12, 0203.19) 수입액 합산치 기준

◀표 1-7&gt; 중국의 미국산 농식품 주요 수입 품목(2017~2019)

(단위: 천 달러, %)

HS Code	구분	2017	2018	2019	비중	전년비 (18/19)
	품목명					
	농식품 전체(신선 및 가공식품)	19,771,320	12,152,857	11,188,063	100.0	△7.9
1201.90	대두 기타	13,934,014	7,060,309	6,686,291	59.8	△5.3
2106.90	따로 분류되지 않은 조제식료품 기타	383,664	605,460	729,567	6.5	20.5
0802.51	피스타치오(미탈각)	175,161	302,520	478,014	4.3	58.0
0203.29	냉동 돼지고기 기타	167,924	76,983	395,739	3.5	414.1
0206.49	식용설육 기타(죽 등)	873,811	343,652	273,935	2.4	△20.3
1007.90	수수 기타	956,179	726,432	132,378	1.2	△81.8
0404.10	유장과 변성유장	280,379	205,408	116,611	1.0	△43.2
0203.22	냉동 돼지고기 넓적다리살·어깨살과 이를 절단한 것(뼈 있는 것)	117,672	52,354	110,809	1.0	111.7
0802.11	아몬드(미탈각)	24,595	39,480	104,154	0.9	163.8
1901.10	영유아·어린이용 조제 식료품	73,161	94,715	95,213	0.9	0.5
2004.10	감자	96,176	101,350	93,855	0.8	△7.4
0802.12	아몬드(탈각)	68,170	83,872	92,962	0.8	10.8
0809.29	체리(기타)	170,377	99,837	88,702	0.8	△11.2
2202.99	설탕·감미료·맛·향을 첨가한 물과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 기타	15,863	54,280	75,729	0.7	39.5
1005.90	옥수수 기타(사료용, 팝콘, 기타)	159,882	68,739	74,530	0.7	8.4
2008.19	조제·보존처리한 견과류 기타	39,325	108,320	67,185	0.6	△38.0
0202.30	냉동 쇠고기 뼈 없는 것	18,421	54,192	65,020	0.6	20.0
1702.11	건조 유당	55,546	53,979	50,738	0.5	△6.0
2008.93	조제·보존처리한 크랜베리	43,611	55,366	43,133	0.4	△22.1
0802.21	헤이즐넛 미탈각	3,006	11,549	41,209	0.4	256.8
1001.99	밀과 메슬린 기타(사료용, 제분용, 기타)	101,660	8,323	40,332	0.4	384.6
0805.10	오렌지	86,699	84,838	38,155	0.3	△55.0
1202.41	땅콩(미탈각)	46,928	51,731	35,676	0.3	△31.0
2204.21	포도주(2리터 이하 용기에 넣은 것)	75,607	69,616	33,039	0.3	△52.5
1704.90	설탕과자 기타(캔디류 등)	12,462	24,740	31,917	0.3	29.0

\* 주1: 농식품 전체 수입실적은 미국산 농식품 수입액(HS Code 02~24류 중 03류, 05류, 23류, 24류를 제외한 실적 합산치) 기준

\* 주2: 미국의 중국산 수입 농식품 중 수산물과 사료용 농산물 등 식용 외의 것은 제외함

\* 출처: ITC Trademap

■ 미국이 중국산 농식품 729개 품목에 추가 관세를 부과하자 중국은 미국산 수입 농식품 956개에 보복 관세를 부과함

- 중국은 2018년 4월 이후 총 다섯 차례에 걸쳐 미국산 농식품에 보복 관세를 부과하였음
  - 2019년 5월 미국이 중국산 수입 농식품의 관세를 기존 10%에서 25%로 인상하자 중국은 이에 대한 맞대응으로 2019년 6월부터 미국산 농식품 653개에 5~25%의 관세를 추가로 부과함
  - 미·중 무역 갈등에서 미국은 중국산에 대한 관세 부과 품목을 공산품에서 농산품으로 확대하였으며, 중국은 관세 부과 품목을 확대함과 동시에 관세율을 인상하는 조치를 취함

〈표 1-8〉 중국의 미국산 주요 농식품 보복 관세 부과 추이

(단위: 개, %)

품목	품목 수	232조 보복관세	301조 보복관세				최종적용세율
		('18.4.)	('18.7.)	('18.8.)	('18.9.)	('19.6.)	
햄	1	25%				25%	MFN+50%
돼지고기 등	6	25%	25%				MFN+50%
포도주, 냉동베리류	5	15%			25%		MFN+40%
과실건과류 에탄올	74	15%	25%				MFN+40%
냉동베리류	1	15%			10%	10%	MFN+35%
대두, 수수 등	201		25%				MFN+25%
조제 및 보존처리한 과실·건과류, 양장 등	224					25%	MFN+25%
원목, 면 등	10			25%			MFN+25%
인삼, 포도주	2	15%			5%		MFN+20%
생모피, 땅콩 등	38					20%	MFN+20%
인삼, 포도주, 냉동베리류 등	5	15%					MFN+15%
원목, 대두유 등	239					15%	MFN+15%
감자, 전분 등	128					10%	MFN+10%
소원피, 난백 등	22					5%	MFN+5%

(956)

\* 주: 보복관세 부과 농식품에는 원목, 면, 생모피, 소원피 등이 포함되어 있음

\* 출처: 농촌경제연구원(2019.06), 관세법령정보포털

# II

## 영향분석

### 1 중국의 미국산 농식품 수입현황 분석

■ 2019년 중국의 미국산 농식품 수입액<sup>5)</sup>은 111억 8,806만 달러(한화 약 13조 3,015억 원)로 집계됨

- 중국의 전체 농식품 수입액은 지속적으로 증가하는 반면, 미국산 농식품 수입은 연평균 11.8%의 감소세를 보임
  - 2018년부터 미·중 무역 갈등으로 미국산 농식품에 보복관세가 부과된 이후 2019년 중국의 미국산 농식품 수입액은 전년대비 8.3% 감소함
- 전체 농식품 수입 중 미국산은 9.5%를 차지함
  - 2015년 중국의 농식품 수입시장에서 미국산이 차지하는 비중은 20.1%에 달했으나, 이후 지속적으로 감소하여 2019년에는 9.5%까지 축소됨

〈표 II-1〉 중국의 농식품 수입규모 추이(2015~2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	연평균 (15/19)
전체 농식품 수입액	91,765,620	89,488,335	101,321,142	108,030,547	117,711,536	6.4
미국산 수입액	18,446,090	19,756,557	19,771,320	12,152,857	11,188,063	△11.8
미국산 수입비중	20.1	22.1	19.5	11.2	9.5	-

\* 주: 농식품 수입액 HS Code 02~24류 중 03류, 05류, 23류, 24류를 제외한 실적 합산치 기준  
 \* 출처: ITC Trademap

5) 신선 및 가공식품(HS Code 02~24류 중 03류(수산물), 05류(기타 동물성 생산물, 웨이스트류), 23류(식품잔재물), 24류(펄린)를 제외한 실적 합산치) 기준

- 대두와 돼지고기, 견과류를 제외하고 기타조제품, 유장, 영유아용 조제식료품, 감자, 음료 등이 주로 수입됨
  - 미국산 주요 농식품 중 한국산의 수출이 불가한 돼지고기와 수출량이 미미하거나 없는 대두 및 피스타치오 등의 견과류는 주요 품목에서 제외함
    - 2020년 기준 한국산 콩(대두류) 자급률은 25.4%로 수요의 대부분을 수입에 의존하고 있어 對세계 수출은 16만 2,000달러(한화 약 1억 9,257만 원), 17톤에 불과하며, 중국으로의 수출실적은 존재하지 않음(2019년 기준)
    - 돼지고기의 경우 중국의 「돼지열병예방 및 수입금지법」에 따라 2019년 9월 23일부로 한국산 돼지고기의 수입이 전면 금지됨
  - 중국에서 수입하는 미국산 농식품 중 ‘따로 분류되지 않은 조제식료품 기타’ 품목의 수입액은 7억 2,957만 달러(한화 약 8,776억 원)로 전체 수입의 6.5%를 차지하며 대두 다음으로 가장 높은 비중을 보임
    - 뒤이어 ‘유장과 변성유장’ 수입액은 1억 1,661만 달러(한화 약 1,402억 원), ‘영유아 및 어린이용 조제식료품’ 9,521만 달러(한화 약 1,145억 원), ‘감자’ 9,386만 달러(한화 약 1,129억 원)로 집계됨
    - ‘설탕·감미료·맛·향을 첨가한 물과, 알코올을 함유하지 않은 음료’의 수입액은 7,573만 달러(한화 약 911억 원)로 집계됨

〈표 II-2〉 미국산 주요 수입품목(2017~2019)

(단위: 천 달러, %)

HS Code	구분	2017	2018	2019	비중	관세율 <sup>1)</sup>
	품목명					
	미국산 농식품 수입액 전체	19,771,320	12,152,857	11,188,063	100.0	-
	주요 수입품목 합계 (대두, 돼지고기, 신선 견과류 제외)	1,075,794	1,373,234	1,336,987	12.0	-
2106.90	따로 분류되지 않은 조제식료품 기타	383,664	605,460	729,567	6.5	(12+25) 40
0404.10	유장과 변성유장	280,379	205,408	116,611	1.0	(6+25) 31
1901.10	영유아·어린이용 조제 식료품	73,161	94,715	95,213	0.9	(15+25) 40
2004.10	감자(조제 및 보존처리)	96,176	101,350	93,855	0.8	(5+25) 30

구분		2017	2018	2019	비중	관세율 <sup>1)</sup>
HS Code	품목명					
2202.99	설탕·감미료·맛·향을 첨가한 물과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 기타(과실주스 등)	15,863	54,280	75,729	0.7	(5+25) 30
2008.19	조제·보존처리한 견과류 기타	39,325	108,320	67,185	0.6	(5+25) 30
1702.11	건조 유당	55,546	53,979	50,738	0.5	(10+10) 20
2008.93	조제·보존처리한 크랜베리	43,611	55,366	43,133	0.4	(15+25) 40
2204.21	포도주(2리터 이하 용기에 넣은 것)	75,607	69,616	33,039	0.3	(15+25) 40
1704.90	설탕과자 기타(캔디류 등)	12,462	24,740	31,917	0.3	(10+20) 30

\* 주1: 미국산 관세율은 (MFN+보복관세율)의 합계치로 산정

\* 주2: 농식품 수입액 HS Code 02~24류 중 03류, 05류, 23류, 24류를 제외한 실적 합산치를 기준으로 함

\* 출처: ITC Trademap

■ 보복 관세가 부과되는 주요 품목<sup>6)</sup>의 수입 비중은 전체 미국산 농식품 수입의 79.9%에 달함<sup>7)</sup>

- 보복 관세가 부과되는 주요 품목의 수입은 줄어드는 양상으로, 2019년 수입액은 전년대비 12.4% 감소함
  - 2018년 수입액은 102억 600만 달러(한화 약 12조 2,778억 원)로 전년대비 43.2% 감소하였으며, 2019년에는 전년대비 12.4% 감소한 89억 3,600만 달러(한화 약 10조 7,500억 원) 규모로 축소됨

〈표 II-3〉 중국의 미국산 농식품 수입규모 추이(2017~2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	전년비(18/19)
미국산 농식품 수입액	19,771,320	12,152,857	11,188,063	△11.8
보복관세 부과 주요 품목 수입액	17,970,000	10,206,000	8,936,000	△12.4
보복관세 부과 주요 품목 수입비중	90.9	84.0	79.9	-

\* 주: 미국산 농식품 수입액은 HS Code 02~24류 중 03류, 05류, 23류, 24류를 제외한 실적 합산치를 기준으로 하며 보복 관세 부과품목 수입액은 보복관세가 부과되는 품목 중 2017년 수입액이 천 달러 이상인 품목을 기준으로 집계함

\* 출처: ITC Trademap

- 6) 중국에서 수입하는 미국산 농식품에 보복관세가 부과되기 시작한 시점은 2018년 4월 이후로, 2017년 수입액을 기준으로 주요 품목을 추출함
- 7) 중국의 보복관세 부과 농축산물 중 2017년 수입액이 천 달러 이상인 품목의 실적 집계

- 보복 관세가 부과되는 주요 품목<sup>8)9)</sup>은 대두, 수수, 돼지고기, 쇠고기, 과일 및 견과류 등으로, 전반적으로 수입이 감소하는 추세임
  - 총 25개의 주요 품목 중 18개(72%)의 수입이 전년대비 감소하였으나, 보복관세가 부과되었음에도 불구하고 7건(28%)은 수입이 증가함
    - 보복관세 부과 이후 변성 에틸알코올(△100.0%), 수수(△81%), 밀크와 크림(△65.6%), 포도(△63.8%), 포도주(△56.5%), 오렌지(△54.1%) 등의 수입규모가 줄어들음
    - 보복관세가 부과되었음에도 불구하고 수입이 증가한 품목(7건)은 수수(65.1%), 피스타치오(57.8%), 쇠고기(29.3%), 옥수수(8.7%), 아몬드(8.1%), 자두와 마카다미아(각 7.1%) 등으로 확인됨

〈표 II-4〉 보복 관세가 부과되는 주요 미국산 농식품의 수입추이(2017~2019)

(단위: %, 천 달러, %)

HS Code	구분 품목명	관세율		2017	2018	2019	전년비 (18/19)
		MFN	미국산				
1201.90-10	대두	3	28	13,959,000	7,065,000	6,686,000	△5.4
1007.90-00	수수	2	27	956,000	726,000	132,000	△81.8
0206.49-00	돼지고기	돼지고기 합계		1,160,000	473,000	781,000	65.1
0203.29-00		12	62	874,000	344,000	274,000	△20.3
0203.22-00		12	62	168,000	77,000	396,000	414.3
		12	62	118,000	52,000	111,000	113.5
2207.20-00	변성 에틸알코올(주정)	5	70	-	454,000	200	△100.0
0802.51-00	피스타치오	5	45	175,000	303,000	478,000	57.8
0404.10-00	유장	2	27	281,000	205,000	117,000	△42.9
0802.12-00	아몬드	아몬드 합계		93,000	124,000	134,000	8.1
0802.21-00		10	50	68,000	84,000	93,000	10.7
		10	50	25,000	40,000	41,000	2.5
1001.19-00	밀	밀 합계		391,000	113,000	67,000	△40.7
1001.99-00		65(1)	90(26)	289,000	105,000	27,000	△74.3
		65(1)	90(26)	102,000	8,000	40,000	400.0
0809.29-00	체리	10	50	170,000	100,000	89,000	△11.0
0805.10-00	오렌지	11	51	87,000	85,000	39,000	△54.1

8) 2017년 수입액 기준 1천 달러 이상 25개 품목 기준

9) 보복관세 부과 농식품 중 면화, 사료, 연초류, 식용으로 사용할 수 없는 잔재물(웨이스트) 등은 집계에서 제외함

HS Code	구분 품목명	관세율		2017	2018	2019	전년비 (18/19)
		MFN	미국산				
2204.21-00 2204.29-00 외 3개	포도주	포도주 합계		84,000	76,000	3,340	△56.5
		14	29	76,000	70,000	33,000	△52.9
		20	35	2,000	-	40	-
		14-30	29-45	6,000	6,000	N/A	-
1005.90-00	옥수수	65(1)	90(26)	160,000	69,000	75,000	8.7
0402.10-00 0402.21-00	밀크와 크림	밀크와 크림 합계		83,000	64,000	22,000	△65.6
		10	35	60,000	39,000	17,000	△56.4
		10	35	23,000	25,000	5,000	△80.0
0202.30-00 0201.30-00	쇠고기	쇠고기 합계		23,000	58,000	75,000	29.3
		12	37	18,000	54,000	65,000	20.4
		12	37	5,000	4,000	10,000	150.0
2008.93-00	크랜베리	15	40	44,000	55,000	43,000	△21.8
0806.10-00 0806.20-00	포도	포도 합계		72,000	47,000	17,000	△63.8
		13	53	52,000	32,000	6,000	△81.3
		10	50	20,000	15,000	11,000	△26.7
0406.20-00 0406.90-00	치즈	치즈 합계		46,000	47,000	34,000	△27.7
		12	33	24,000	24,000	10,000	△58.3
		12	33	22,000	23,000	24,000	4.3
0802.90-90	기타견과류	24	47	23,000	32,000	25,000	△21.9
0808.10-00	사과	10	50	45,000	29,000	24,000	△17.2
0802.32-00 0802.31-00	호두	호두 합계		30,000	26,000	14,000	△46.2
		20	60	18,000	19,000	13,000	△31.6
		25	65	12,000	7,000	1,000	△85.7
0809.40-00	자두	10	50	28,000	16,000	12,000	△25.0
0802.61-90	마카다미아	12	52	18,000	14,000	15,000	7.1
1211.20-10 외 2개	인삼류	인삼류 합계		14,000	14,000	15,000	7.1
		7.5	22.5	14,000	14,000	15,000	7.1
		20	30	-	-	-	-
0713.10-90	완두	5	30	22,000	6,000	5,000	△16.7
0811.90-90 0811.10-00 외 3개	냉동베리류	냉동베리류 합계		6,000	5,000	4,000	△20.0
		30	45	4,000	1,000	1,000	-
		30	45	2,000	4,000	3,000	△25.0
		25-30	40-45	-	-	-	-
주요품목 합계				17,970,000	10,206,000	8,936,000	△12.4

\* 주1: 중국의 보복관세 부과 농축산물 중 2017년 수입액이 천 달러 이상인 품목의 실적 집계  
 \* 주2: 관세율 중 괄호 안은 TRQ 이내의 물량에 부과되는 관세율, 괄호 밖은 TRQ 이 외 물량에 적용되는 관세율  
 \* 주3: 보복관세 부과 농식품 중 면0화, 사료, 연초류, 식용으로 사용할 수 없는 잔재물(웨이스트) 등은 집계에서 제외함  
 \* 출처: 농촌경제연구원(2019.06), ITC Trademap

## 2 미국산 농식품 대체 가능성 평가

### 가. 한국산 수입현황

- 2019년 중국의 한국산 농식품 수입액은 9억 5,232만 달러(한화 약 1조 1,320억 원)로 전년대비 5.3% 증가함
- 2017년 이후 중국의 한국산 농식품 수입규모는 지속적인 증가세를 보임
  - 특히 2017년 10월 한국과 중국의 사드(THAAD·고고도미사일방어체계) 배치로 경색된 양국 관계를 정상화하기로 합의한 이후 對중 수출 실적이 반등하기 시작해 지속적인 오름세를 보이고 있음
  - 전체 한국산 수입제품에서 농식품이 차지하는 비중은 매년 0.4~0.5% 수준으로 유지됨

〈표 II-5〉 중국의 한국산 농식품 수입규모 추이(2015~2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 (18/19)
한국산 전 품목 수입액	174,563,830	159,168,781	177,523,904	204,566,451	173,553,267	△15.2
한국산 농식품 수입액	710,886	828,927	776,484	882,811	952,323	5.4
농식품 수입비중	0.4	0.5	0.4	0.4	0.5	-

\* 주: 농식품 수입액은 HS Code 02~24류 중 03류, 05류, 23류, 24류를 제외한 실적 합산치를 기준으로 함

\* 출처: ITC Trademap

- 2019년 중국이 가장 많이 수입한 한국산 농식품은 파스타(13.1%)와 음료(10.5%)로 확인됨
  - 한국산 ‘파스타’ 수입액은 1억 2,460만 달러(한화 약 1,498억 원)로 전년대비 24.6% 증가하였으며, ‘알코올이 함유되지 않은 음료’의 수입은 전년대비 47.4% 증가한 9,967만 달러(한화 약 1,199억 원)로 집계됨
  - 이 외에도 맥주(10.9%), 자당(9.1%), 영유아 및 어린이용 맥아추출물 조제식료품(6.9%) 등의 수입 비중이 높게 나타남

〈표 II-6〉 중국의 한국산 농식품 수입 상위 품목(2017~2019)

(단위: 천 달러, %)

순위	품목(HS Code)	2017	2018	2019	비중	전년비 (18/19)
	한국산 농식품 수입액	776,484	882,811	952,323	100.0	5.4
1	파스타(1902.30)	106,608	100,031	124,597	13.1	24.6
2	알코올이 함유되지 않은 음료(2202.99)	53,576	67,616	99,668	10.5	47.4
3	맥주(2203.00)	49,834	91,133	83,584	8.8	△8.3
4	자당(1701.99)	101,255	87,350	76,344	8.0	△12.6
5	영유아 및 어린이용 맥아추출물 조제식료품(1901.10)	60,638	76,784	63,038	6.6	△17.9
6	조제식료품 기타(2106.90)	55,168	80,453	57,420	6.0	△28.6
7	조제·보존처리한 과실 및 견과류(2008.99)	47,966	52,077	47,414	5.0	△9.0
8	혼합과일주스(2009.90)	28,630	32,488	30,899	3.2	△4.9
9	소스류 기타(2103.90)	16,680	23,480	29,613	3.1	26.1
10	밀크와 크림(지방분 1% 이상 6% 이하의 것) (0401.20)	14,152	16,175	18,793	2.0	16.2

\* 주: 한국산 농식품 수입액은 HS Code 02~24류 중 03류, 05류, 23류, 24류를 제외한 실적 합산치를 기준으로 함

\* 출처: ITC Trademap

■ 미국산에 보복 관세가 부과되는 농식품<sup>10)</sup> 중 7개 품목은 한국산과 경합관계에 놓여 있음<sup>11)</sup>

- 변성 에틸알코올(주정)
  - 한국산 변성 에틸알코올의 2019년 수입액은 3,000달러(한화 약 360만 원)로 전체 수입에서 차지하는 비중은 매우 미미함
  - 수입산 변성 에틸알코올에 부과되는 기본 관세는 80%이며, 한국산의 경우 FTA 협정세율 적용으로 21%가 부과됨
    - 미국산에는 최혜국 관세 5%에 보복 관세 40%가 추가 부과되어 총 45%의 관세율이 적용됨
- 유장
  - 한국산 유장 수입액은 105만 달러(한화 약 12억 원)로 전년대비 12.9% 감소하였으며, 전체 수입에서 차지하는 비중은 0.2%에 불과함

10) 2017년 수입액이 천 달러 이상인 품목을 기준으로 함

11) 2019년 중국의 보복 관세가 부과되는 품목의 한국산 수입여부를 기준으로 함

- 기본 세율은 30%로, 한국산에는 FTA 협정세율 3.6%가 적용되며 미국산에는 보복 관세 25%가 추가되어 총 27%의 관세가 부과됨
- 밀크와 크림(설탕, 감미료 무첨가)
  - 2015년부터 2018년까지의 한국산 수입실적은 존재하지 않으며, 2019년 수입액은 3,000달러(한화 약 360만 원)로 집계됨
  - 기본 관세는 40%, 한국산은 최혜국관세 적용으로 10%가 적용되나, 미국산에는 최혜국 관세에 25%의 보복 관세가 부과되어 총 35%의 관세율이 적용됨
- 크랜베리
  - 한국산 수입액은 전년대비 50.0% 감소한 1,000달러(한화 약 120만 원) 수준에 그침
  - 기본 세율은 80%이며, 한국산은 FTA 협정세율인 6%, 미국산에는 최혜국 관세 15%에 보복 관세 25%가 부과된 40%의 세율이 적용됨
- 신선 포도
  - 한국산 신선 포도 수입액은 372만 달러(한화 약 44억 7,516만 원)로, 2018년 이후 177.0%의 증가세를 보임
    - 이는 2018년부터 본격적으로 수입된 한국산 샤인머스켓이 현지에서 좋은 반응을 이끌어내면서 전반적인 수입 규모가 증가한 것으로 나타남
  - 기본 세율은 80%, 한국산에는 FTA 협정세율 5.2%가 적용되며, 미국산에는 총 53%의 세율이 부과됨
- 치즈(가루/기타)
  - 한국산 가루 치즈의 2019년 수입액은 4,000달러(한화 약 481만 원)로 매우 낮은 비중에 불과하나, 기타 치즈 수입은 전년대비 158.3% 증가한 111만 달러(한화 약 13억 3,533만 원)를 기록함
  - 기타 치즈에는 체다, 가우더, 카망베르, 에멘탈 치즈 등이 포함되는데 중국의 치즈 상품 개발은 미비한 실정으로 뉴질랜드, 호주, 미국, 이탈리아 등 수입산의 수요가 높은 편이며, 중국 내 치즈 수요 증가에 따라 한국산 수입 역시 증가한 것으로 나타남<sup>12)</sup>
  - 가루 치즈와 기타 치즈의 기본세율은 각각 90%로 동일하며, 한국산에는 FTA 협정세율 7.2%가, 미국산은 33%의 세율이 부과됨

12) 농식품수출정보(KATI), [글로벌 식품동향중국 치즈시장의 부상, '마시는' 우유에서 '먹는' 우유로, 식품외식경영(2020.05.20.)

〈표 11-7〉 보복 관세가 부과되는 농식품 중 한국산 수입 현황

(단위: 천 달러, %)

HS Code	품목명	한국산 수입여부 (‘19)	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 (18/19)
1201.90-10	대두(누런콩)	×	-	-	-	-	-	-
1007.90-00	수수(기타)	×	-	-	-	-	-	-
0206.49-00	돼지고기(돼지간)	×	-	-	-	-	-	-
0203.29-00	돼지고기(기타)	×	-	-	-	-	-	-
0203.22-00	돼지고기(냉동 넓적다리살, 어깨살)	×	-	-	-	-	-	-
<b>2207.20-00</b>	<b>변성 에틸알코올(주정)</b>	○	<b>4,491</b>	<b>4,796</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>△40.0</b>
0802.51-00	피스타치오(미탈각)	×	1	1	0	0	0	-
<b>0404.10-00</b>	<b>유장</b>	○	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1,209</b>	<b>1,053</b>	<b>△12.9</b>
0802.12-00	아몬드(탈각)	×	54	5	0	0	0	-
0802.21-00	헤이즐넛(미탈각)	×	-	-	-	-	-	-
1001.19-00	밀(듀럼종 밀 기타)	×	-	-	-	-	-	-
1001.99-00	밀(기타)	×	-	-	-	-	-	-
0809.29-00	체리(기타)	×	-	-	-	-	-	-
0805.10-00	오렌지	×	2	3	1	0	0	-
2204.21-00	포도주(2리터 이하)	×	-	-	-	-	-	-
2204.29-00	포도주(기타)	×	-	-	-	-	-	-
1005.90-00	옥수수(기타)	×	-	-	-	-	-	-
0402.10-00	밀크와 크림(가루, 알갱이, 고체형태, 지방분 100분의 1.5 이하)	×	40	59	6	0	0	-
<b>0402.21-00</b>	<b>밀크와 크림(설탕, 감미료 무첨가)</b>	○	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>300.0</b>
0202.30-00	쇠고기(냉동, 뼈 없는 것)	×	-	-	-	-	-	-
0201.30-00	쇠고기(신선, 뼈 없는 것)	×	-	-	-	-	-	-
<b>2008.93-00</b>	<b>크랜베리</b>	○	<b>17</b>	<b>28</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>△50.0</b>
<b>0806.10-00</b>	<b>포도(신선)</b>	○	<b>138</b>	<b>131</b>	<b>88</b>	<b>1,342</b>	<b>3,718</b>	<b>177.0</b>
0806.20-00	포도(건조)	×	1	0	0	0	0	-
<b>0406.20-00</b>	<b>치즈(가루)</b>	○	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>400.0</b>
<b>0406.90-00</b>	<b>치즈(기타)</b>	○	<b>1</b>	<b>177</b>	<b>526</b>	<b>429</b>	<b>1,108</b>	<b>158.3</b>
0802.90-90	기타견과류	×	87	10	36	0	0	-
0808.10-00	사과	×	-	-	-	-	-	-
0802.32-00	호두(탈각)	×	28	0	0	0	0	-
0802.31-00	호두(미탈각)	×	1	0	0	0	0	-
0809.40-00	자두	×	-	-	-	-	-	-
0802.61-90	마카다미아(기타)	×	8	0	0	0	0	-
1211.20-10	인삼류(서양삼뿌리)	×	-	-	-	-	-	-
0713.10-90	완두(기타)	×	-	-	-	-	-	-
0811.90-90	냉동베리류(기타)	×	-	-	-	-	-	-
0811.10-00	냉동베리류(냉동딸기)	×	-	-	-	-	-	-

\* 주1: 중국의 보복 관세 부과 농축산물 중 2017년 수입액이 천 달러 이상인 품목의 실적 집계

\* 주2: 보복 관세 부과 농식품 중 면화, 사료, 연초류, 식용으로 사용할 수 없는 잔재물(웨이스트) 등은 집계에서 제외함

\* 출처: 농촌경제연구원(2019.06), ITC Trademap

〈표 II-8〉 주요 품목별 관세율 부과 현황

(단위: %)

HS Code	구분 품목명	기본 세율	미국산 관세율					한국산 관세율
			MFN	'18.4	'18.7	'19.5	최종 세율	
1201.90-10	대두(누런콩)	180	3	-	25	-	28	0
1007.90-00	수수(기타)	8	2	-	25	-	27	0
0206.49-00	돼지고기(돼지간)	70	12	25	25	-	62	4.8
0203.29-00	돼지고기(기타)	70	12	25	25	-	62	4.8
0203.22-00	돼지고기(냉동 넓적다리살, 어깨살)	70	12	25	25	-	62	4.8
<b>2207.20-00</b>	<b>변성 에틸알코올(주정)</b>	<b>80</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>25</b>	<b>-</b>	<b>45</b>	<b>21(FTA)</b>
0802.51-00	피스타치오(미탈각)	70	5	15	25	-	45	4
<b>0404.10-00</b>	<b>유장</b>	<b>30</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>25</b>	<b>-</b>	<b>27</b>	<b>3.6(FTA)</b>
0802.12-00	아몬드(탈각)	70	10	15	25	-	50	4
0802.21-00	헤이즐넛(미탈각)	70	10	15	25	-	50	17.5
1001.19-00	밀(듀럼종 밀 기타)	180	65(1)	-	25	-	25	-
1001.99-00	밀(기타)	180	65(1)	-	25	-	25	-
0809.29-00	체리(기타)	70	10	15	25	-	50	4
0805.10-00	오렌지	100	11	15	25	-	51	44
2204.21-00	포도주(2리터 이하)	180	14	15	-	25	54	5.6
2204.29-00	포도주(기타)	180	20	15	-	25	60	12
1005.90-00	옥수수(기타)	180	65(1)	-	25	-	25	-
0402.10-00	밀크와 크림(가루, 알갱이, 고체형태, 지방분 100분의 1.5 이하)	40	10	-	25	-	35	-
<b>0402.21-00</b>	<b>밀크와 크림(설탕, 감미료 무첨가)</b>	<b>40</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>25</b>	<b>-</b>	<b>35</b>	<b>10(MFN)</b>
0202.30-00	쇠고기(냉동, 뼈 없는 것)	70	12	-	25	-	37	7.2
0201.30-00	쇠고기(신선, 뼈 없는 것)	70	12	-	25	-	37	7.2
<b>2008.93-00</b>	<b>크랜베리</b>	<b>80</b>	<b>15</b>	<b>-</b>	<b>25</b>	<b>-</b>	<b>40</b>	<b>6(FTA)</b>
<b>0806.10-00</b>	<b>포도(신선)</b>	<b>80</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>25</b>	<b>-</b>	<b>53</b>	<b>5.2(FTA)</b>
0806.20-00	포도(건조)	80	10	15	25	-	50	4
<b>0406.20-00</b>	<b>치즈(가루)</b>	<b>90</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>25</b>	<b>-</b>	<b>37</b>	<b>7.2(FTA)</b>
<b>0406.90-00</b>	<b>치즈(기타)</b>	<b>90</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>25</b>	<b>-</b>	<b>37</b>	<b>7.2(FTA)</b>
0802.90-90	기타견과류	70	24	15	25	-	64	16.8
0808.10-00	사과	100	10	15	25	-	50	4
0802.32-00	호두(탈각)	70	20	15	25	-	60	12
0802.31-00	호두(미탈각)	70	25	15	25	-	65	17.5
0809.40-00	자두	70	10	15	25	-	50	4
0802.61-90	마카다미아(기타)	70	12	15	25	-	52	9.6
1211.20-10	인삼류(서양삼뿌리)	70	7.5	15	-	10	33	0
0713.10-90	완두(기타)	20	5	-	25	-	30	0
0811.90-90	냉동베리류(기타)	80	30	15	-	25	70	21
0811.10-00	냉동베리류(냉동딸기)	80	30	15	-	-	45	21

\*주1: 중국의 보복 관세 부과 농축산물 중 2017년 수입액이 천 달러 이상인 품목의 실적 집계

\*주2: 관세율 중 괄호 안은 TRQ 이내의 물량에 부과되는 관세율, 괄호 밖은 TRQ 이 외 물량에 적용되는 관세율

\*주3: 보복 관세 부과 농식품 중 면화, 사료, 연초류, 식용으로 사용할 수 없는 잔재물(웨이스트) 등은 집계에서 제외함

\*출처: 농촌경제연구원(2019.06), ITC Trademap

■ 보복 관세가 부과되는 미국산 농식품과 경합을 벌이는 한국산 품목 중 신선 포도와 기타 치즈의 중국 시장 확대 가능성이 높을 것으로 평가됨<sup>13)</sup>

- 경합품목 중 한국산 수입액이 백만 달러(한화 약 12억 원) 이상으로 집계된 품목은 ‘신선 포도’, ‘기타 치즈’, ‘유장’임
  - 2019년 한국산 신선 포도의 수입액은 372만 달러(한화 약 44억 7,516만 원)로 전체 7개 경합품목 중 가장 높은 수준을 보임
  - 동년 기타 치즈 품목의 수입액은 111만 달러(한화 약 13억 3,533만 원), 유장 105만 달러(한화 약 12억 6,315만 원)로 신선 포도의 뒤를 이음
- 전년대비 수출 증가 품목으로는 신선 포도, 가루 치즈, 기타 치즈가 있으며, 해당 품목 모두 전년대비 100% 이상의 수입 증가세를 보임
  - 한국산 신선 포도 수입은 전년대비 177.0% 증가하였으며, 가루 및 기타 치즈의 수입 증가율은 각 158.3%로 집계됨
  - 그러나 가루 치즈의 경우 2019년 수입 금액이 4,000달러(한화 약 481만 원)에 불과해 수출 확대 가능 품목에서 제외함

〈표 II-9〉 보복 관세 부과 품목 중 수출 확대 가능 품목 선정지표

(단위: 천 달러, %)

구분	품목	중국 전체 수입현황		한국산 수입현황			
		전체수입액 (2019)	수입증감율 (5년 평균)	수입액 (2019)	수입비중 (2019)	수입증감율 (2019)	관세율
미국산 보복관세 부과품목 중 한국산 경합품목	변성 에틸알코올	18,571	△47.1	3	0.0	△40.0	21(FTA)
	유장	589,162	3.6	1,053	0.2	△12.9	3.6(FTA)
	밀크와 크림	2,176,005	22.9	3	0.0	-	10(MFN)
	크랜베리	81,445	42.2	1	0.0	△50.0	6(FTA)
	포도(신선)	643,863	2.4	3,718	0.6	177.0	5.2(FTA)
	치즈(가루)	145,039	16.5	4	0.0	158.3	7.2(FTA)
	치즈(기타)	133,334	7.0	1,108	0.8	158.3	7.2(FTA)

13) 보복 관세가 부과되는 미국산 농식품 중 한국산과의 경합관계에 있는 품목은 총 7개로, 이 중 한국산 농식품의 수입규모와 증가율을 바탕으로 수출 확대 가능성이 있는 품목을 선정함

■ 미국산 주요 수입 농식품<sup>14)</sup> 중 5개 품목은 한국에서도 수입이 이뤄지고 있음

- 기타 조제식료품
  - 미국산 기타 조제식료품 수입액은 7억 2,957만 달러(한화 약 8,776억 원)로 전체 23.3%(수입 1위)를 차지함
  - 한국산 기타 조제식료품은 5,742만 달러(한화 약 690만 원)로 전체 수입의 1.8%(수입 13위)를 차지함
  - 미국산에는 총 40%의 세율이 부과되며 한국산에는 품목에 따라 최소 4%에서 최대 12%의 FTA 협정세율이 적용됨
- 영유아용 조제 식료품
  - 미국산 영유아용 조제 식료품의 수입액은 9,521만 달러(한화 약 1,145억 원)로 전체 수입의 1.8%(9위)를 차지하며, 한국산 수입액은 전체의 1.2%(10위)에 해당하는 6,304만 달러(한화 약 758억 원)로 집계됨
  - 적용세율은 미국산 40%, 한국산 15%임
- 기타 음료
  - 미국산 기타 음료 수입액은 7,573만 달러(한화 약 911억 원)로 전체 수입의 13.1%(3위)를 차지하며, 한국산은 17.3%(2위)에 달하는 9,967만 달러(한화 약 1,199억 원)로 집계됨
  - 미국산에는 보복관세 25%가 부과되어 총 30%의 세율이 적용되며, 한국산에는 FTA 협정세율 24.5%가 적용됨
- 조제 및 보존처리한 견과류
  - 미국산 조제 및 보존처리한 견과류 수입액은 6,719만 달러(한화 약 808억 원)로 전체 수입의 19.2%(3위)를 차지함
  - 한국산 조제 및 보존처리한 견과류의 수입비중은 3.9%(7위)로 1,363만 달러(한화 약 163억 원) 규모로 집계됨
  - 미국산에 부과되는 세율은 30%, 한국산에는 최소 4%에서 최대 12%의 FTA 협정세율이 부과됨

14) 대두, 돼지고기, 신선 견과류(피스타치오 등) 제외

- 설탕과자 기타
  - 미국산 설탕과자 기타 품목의 수입액은 3,192만 달러(한화 약 383억 원)로 집계되어 전체 수입의 11.4%(3위)에 해당함
  - 한국산 수입액은 1,327만 달러(한화 약 159억 원), 4.7%로 집계되었음
  - 미국산에 부과되는 세율은 30%이며, 한국산에는 FTA 협정세율 7%가 부과됨

〈표 II-10〉 미국산 및 한국산 농식품 수입현황 비교(2019)

(단위: 천 달러, %)

HS Code	구분 품목명	미국산			한국산		
		2019	비중	관세율 <sup>1)</sup>	2019	비중	관세율
2106.90	따로 분류되지 않은 조제 식료품 기타	729,567	23.3	(12+25) 40	57,420	1.8	18.4 (FTA)
0404.10	유장과 변성유장	116,611	19.5	(6+25) 31	-	-	3.6
1901.10	영유아·어린이용 조제 식료품	95,213	1.8	(15+25) 40	63,038	1.2	15 (FTA)
2004.10	감자(조제 및 보존처리)	93,855	61.7	(5+25) 30	-	-	5.2
2202.99	설탕·감미료·맛·향을 첨가한 물과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 기타(과실주스 등)	75,729	13.1	(5+25) 30	99,668	17.3	24.5 (FTA)
2008.19	조제·보존처리한 견과류	67,185	19.2	(5+25) 30	13,633	3.9	4~12 (FTA)
1702.11	건조 유당	50,738	65.6	(10+10) 20	-	-	4
2008.93	조제·보존처리한 크랜베리	43,133	53.0	(15+25) 40	1	0.0	6
2204.21	포도주(2리터 이하 용기에 넣은 것)	33,039	1.5	(15+25) 40	-	-	5.6
1704.90	설탕과자 기타	31,917	11.4	(10+20) 30	13,272	4.7	7 (FTA)

\* 주1: 미국산 관세율은 (MFN+보복관세율)의 합계치로 산정  
 \* 주2: HS코드 6자리 기준으로 집계하였으며, 수산물은 실적에서 제외함  
 \* 출처: ITC Trademap

■ 미국산 주요 수입 농식품 중 한국산의 확대 가능성이 판단되는 품목은 조제분유로 나타남<sup>15)</sup>

- 미국산 및 한국산 주요 수입 농식품 중 공통 품목에는 기타 조제식료품, 영유아용 조제식료품, 기타 음료가 있음
  - 미국산 수입 농식품 상위 10개 품목 중 기타 조제식료품(1위), 영유아 및 어린이용 조제식료품(3위), 기타 음료(5위)로 나타남
    - 미국산 기타 조제식료품은 전체 수입액의 23.3%를 차지하며, 최근 3년간 수입규모는 연평균 37.9%의 증가세를 보임
    - 영유아 및 어린이용 조제식료품은 전체 수입액의 1.8%를 차지하며, 수입액은 최근 3년간 평균 14.1% 증가하였음
    - 기타 음료의 경우 전체 수입액의 13.1%를 차지하고 있으며, 최근 3년간 연평균 118.5%의 높은 증가세를 보임
  - 한국산 수입 농식품 상위 10개 품목 중 기타조제식료품은 6위, 영유아 및 어린이용 조제식료품은 5위, 기타음료 2위로 나타남
    - 기타 조제식료품은 전체 수입의 1.8%를 차지하며 최근 3년간 2.0%의 성장세를 보임
    - 영유아 및 어린이용 조제품의 비중은 1.2%, 최근 3년간 연평균 증가율은 2.0%로 나타남
    - 기타음료의 경우 최근 3년간 연평균 36.4%의 증가세를 보이고 있으며, 전체 기타음료 수입에서 17.3%를 차지함

15) 중국으로 수입되는 미국산 농식품 상위 10개 품목(대두, 돼지고기, 신선 견과류 제외) 중에서 한국산이 수입되는 5개 품목을 먼저 추출한 뒤 한국산의 수입규모(수입 상위 품목 여부)를 살펴본 결과, 1) 기타음료 2) 조제분유 3) 기타 조제식료품이 경합관계에 있는 것으로 확인됨

〈표 II-11〉 수입 상위 10개 품목 중 수출 확대 유망품목 수입추이 및 비중

(단위 : 천 달러, %)

품목		구분	2017	2018	2019	연평균(17/19)
2106.90	따로 분류되지 않은 조제식료품 기타	전체 수입	1,835,969	2,717,012	3,125,061	30.5
		미국산	383,664	605,460	729,567	37.9
		(비중)	(20.9%)	(22.3%)	(23.3%)	(관세율 40%)
		한국산	55,168	80,453	57,420	2.0
		(비중)	(3.0%)	(3.0%)	(1.8%)	(관세율 18.4%)
1901.10	영유아·어린이용 조제 식료품 (조제분유)	전체 수입	4,071,606	4,888,489	5,330,787	14.4
		미국산	73,161	94,715	95,213	14.1
		(비중)	(1.8%)	(1.9%)	(1.8%)	(관세율 40%)
		한국산	60,638	76,784	63,038	2.0
		(비중)	(1.5%)	(1.6%)	(1.2%)	(관세율 15%)
2202.99	설탕·감미료·맛·향을 첨가한 물과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 기타(과실주스 등)	전체 수입	325,922	454,136	576,995	33.1
		미국산	15,863	54,280	75,729	118.5
		(비중)	(4.9%)	(12.0%)	(13.1%)	(관세율 30%)
		한국산	53,576	67,616	99,668	36.4
		(비중)	(16.4%)	(14.9%)	(17.3%)	(관세율 24.5%)

- 미국산 농식품에 대한 보복 관세 부과로 수출 확대 가능성이 가장 높은 한국산 농식품은 조제분유인 것으로 평가됨
  - 기타 조제식료품, 조제분유, 기타 음료의 수출 확대 가능성을 평가하기 위해 총 8개의 평가지표를 선정하고 각 항목별 점수를 환산함
  - 6개의 정량적 지표 평가에서는 기타 음료의 수출 확대 가능성이 가장 높게 나타났으며, 뒤이어 기타 조제식료품, 조제분유 순으로 확인됨<sup>16)</sup>
  - 그러나 중국 시장 확대 가능성을 도출하기 위해 각 '시장별 경쟁현황'과 '구체적인 품목 수출 가능 여부'에 가중치를 두고 평가함

16) 결과에 대한 객관성 확보를 위해 평가지표에 별도의 가중치를 부가하지 않았고, 각 지표별 수치를 점수로 환산하여 수출확대 유망성을 평가함

〈표 II-12〉 수입 상위 10개 품목 중 수출 확대 유망 품목 평가지표

평가지표	기타 조제식료품		조제분유		기타 음료	
	지표	환산 점수	지표	환산 점수	지표	환산 점수
수입시장규모('19)	\$3,125,061,000	3	\$5,330,787,000	5	\$576,995,000	1
수입증가율('17~'19)	30.5%	3	14.4%	1	33.1%	5
한국산 수입규모('19)	\$57,420,000	1	\$63,038,000	3	\$99,668,000	5
한국산 수입증가율('17~'19)	2.0%	1	2.0%	1	36.4%	5
한국산 수입비중('19)	1.8%	3	1.2%	1	17.3%	5
한국산 관세율('20)	18.4%	3	15.0%	5	24.5%	1
경쟁현황(자국산+수입산)	(정성평가)	1	(정성평가)	5	(정성평가)	1
구체적 품목 선정 가능성	(정성평가)	1	(정성평가)	5	(정성평가)	1
계		16		26		24

- (1순위) 조제분유의 수출 확대 가능성 평가 결과
  - 수입시장 규모와 시장 환경 부문에서 확대 가능성이 확인됨
    - 2019년 수입규모는 5억 3,308만 달러(한화 약 6,412억 원)로 평가대상 품목 중 가장 큰 수입시장을 형성하고 있음
  - 중국 소비자의 소득 증가와 더불어 중국산 조제분유의 안전사고가 연달아 발생하면서 수입 제품에 대한 선호도가 지속적으로 높아지는 추세임
    - 자국산 제품에 대한 신뢰도가 매우 낮은 수준으로, 수입산에 대한 소비자 선호도가 확대되고 있음
    - 특히 한국산은 안전성을 확보한 고품질의 제품으로 인식되고 있으며, 수입산을 선호하면서도 서양의 조제분유는 중국 영유아에게 적합하지 않을 것이라고 우려하는 소비자들의 니즈를 충족시킬 수 있을 것으로 평가됨
- (2순위) 기타 음료의 수출 확대 가능성 평가 결과
  - 수입시장 규모를 제외한 모든 평가 항목에서 가장 높은 가능성을 보임
    - 2017년부터 2019년까지 수입시장 성장세는 연평균 33.1%로, 한국산 수입규모 역시 9,967만 달러(한화 약 1,199억 원)에 달해 가장 높은 수준으로 나타남
  - 그러나 시장 내 로컬 브랜드의 점유율이 높고 다양한 경쟁국이 각축을 벌이는 상황이며, 해당 세번에 해당하는 제품의 범위가 광범위해 시장 확대 가능성이 있는 품목을 특정할 수 없다는 한계<sup>1)</sup>가 존재함

- (3순위) 기타 조제식료품의 수출 확대 가능성 평가 결과
  - 대부분의 평가 결과에서 중간 수준을 유지하였으나, 2019년 한국산 수입액이 5,742만 달러(한화 약 690억 원)로 가장 낮았고, 한국산의 수입증가율 역시 2.0%로 확인됨
  - 기타음료와 마찬가지로 해당 품목에 포함되는 제품이 매우 광범위하기 때문에 세부 품목을 특정할 수 없어 수출 확대 가능품목 선정에서 제외함

■ 미국산 농식품의 중국시장 점유율이 감소할 경우, 한국산 신선 포도, 기타 치즈, 조제분유의 수출 확대 가능성이 있을 것으로 판단됨

〈표 II-13〉 미국산 대체 가능 품목(수출확대 가능 품목) 선정

보복관세 부과 주요 농식품 중 한국산 경합품목 <sup>1)</sup>			미국산 수입상위 품목 중 한국산 경합품목 <sup>2)</sup>			한국산 수입상위 10개 품목 <sup>3)</sup>		
순위	HS Code	품목	순위	HS Code	품목	순위	HS Code	품목
1	2207.20-00	변성 에틸알코올(주정)	1	2106.90	조제식료품 기타	1	1902.30	파스타
2	0404.10-00	유장				2	2202.99	기타음료(과실주스)
3	0402.21-00	밀크와 크림(설탕, 감미료 무첨가)	2	1901.10	영유아·어린이용 조제식료품(조제분유)	3	2203.00	맥주
4	2008.93-00	크랜베리				4	1701.99	자당
5	0806.10-00	포도(신선)	3	2202.99	기타음료(과실주스)	5	1901.10	영유아·어린이용 조제식료품(조제분유)
6	0406.20-00	치즈(가루)				6	2106.90	조제식료품 기타
7	0406.90-00	치즈(기타)	4	2008.19	조제·보존처리한 견과류 기타	7	2008.99	조제·보존처리한 과일 및 견과류
						8	2009.90	혼합과일주스
						9	2103.90	소스류 기타
			5	1704.90	설탕과자 기타 (캔디류 등)	10	0401.20	밀크와 크림(지방분 1% 이상 6% 이하의 것)

▼	▼
포도(신선) & 치즈(기타)	영유아·어린이용 조제 식료품(조제분유)

\* 주1: 보복관세가 부과되는 주요 미국산 농식품 중 한국산이 수입되는 품목  
 \* 주2: 중국으로 수입되는 미국산 농식품 상위 10개 품목 중 한국산이 수입되는 품목  
 \* 주3: 중국으로 수입되는 한국산 농식품 상위 10개 품목

17) 기타 음료(HS Code 2202.99) 범주에 일반적인 음료(탄산음료, 과일 및 채소주스와 음료, 광천수, 탄산수 등)는 해당하지 않음

## 나. 품목별 경쟁국 수입현황

### ■ '신선 포도' 수입 증가세로, 주요 수입국 중 북반구 국가는 미국, 인도, 한국이 확인됨

- 2019년 중국의 신선 포도 수입액은 전년대비 9.8% 증가한 6억 4,386만 달러(한화 약 7,745억 원)로 집계됨
  - 주요 수입국은 칠레(38.5%), 호주(28.2%), 페루(24.7%) 등이며, 미국과 한국의 비중은 각각 0.9%, 0.6%를 차지함
  - 중국의 미국산 신선 포도 수입은 지속적으로 줄어드는 추세로, 최근 5년간 연평균 43.7%의 감소세를 보임
    - 특히 2018년 4월과 7월 두 차례에 걸쳐 미국산 신선 포도에 총 40%의 보복 관세가 부과되기 시작하면서 2019년 중국의 미국산 수입은 급격히 감소함
    - 동년 수입액은 전년대비 81.4% 감소한 603만 달러(한화 약 72억 원)로 집계됨
  - 한국산 신선 포도 수입액은 전년대비 177.0% 증가한 372만 달러(한화 약 44억 원)로 2018년부터 급격히 수입이 증가하기 시작함
    - 2018년부터 본격적으로 수출된 사인머스켓이 현지에서 좋은 반응을 이끌어내면서 수출이 증가한 것으로 나타남

〈표 II-14〉 중국의 신선 포도 수입현황(2015~2019)

(단위: 천 달러, %)

순위	국가명	2015	2016	2017	2018	2019	비중	증감율	
								전년비 (18/19)	연평균 (15/19)
	전체	586,056	628,860	590,149	586,198	643,863	100.0	9.8	2.4
1	칠레	229,147	282,291	221,635	267,699	248,098	38.5	△7.3	2.0
2	호주	48,555	101,871	130,445	140,426	181,768	28.2	29.4	39.1
3	페루	210,615	158,069	134,126	112,524	159,337	24.7	41.6	△6.7
4	남아프리카공화국	34,123	28,514	45,136	25,513	27,325	4.2	7.1	△5.4
5	인도	3,208	3,583	6,662	4,999	13,260	2.1	165.3	42.6
6	미국	60,144	54,317	51,903	32,430	6,032	0.9	△81.4	△43.7
7	이집트	-	-	102	1,265	4,071	0.6	221.8	-
8	대한민국	138	131	88	1,342	3,718	0.6	177.0	127.8
9	멕시코	125	59	44	-	203	0.0	-	12.9
10	스페인	-	-	-	-	37	0.0	-	-

\* 주: HS Code 0806.10-00 기준

\* 출처: ITC Trademap

- 4월의 수입비중이 연중 최고치로 기록되었으며, 자국산 포도가 생산되는 하반기에는 수입비중이 현저하게 낮아짐
  - 연간 전체 수입에서 4월의 수입비중은 32.0%로 연중 최고치로 나타나며, 7월부터 11월까지의 수입비중은 1% 미만의 수준으로 유지됨
  - 칠레, 호주, 페루 등 남반구에 위치한 국가로부터의 수입이 상반기에 집중되어 있으며, 한국산 포도의 경우 8월부터 수입되기 시작해 익년 1월까지 이어짐

〈표 II-15〉 중국의 신선 포도 월별 수입 비중(2019)

(단위: %)

순위	국가명	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
	전체	8.5	12.2	22.3	32.0	19.5	2.6	0.2	0.2	0.3	0.3	0.6	1.2
1	칠레	1.3	2.6	15.3	48.2	30.3	2.2	0.02	-	0.03	-	-	0.02
2	호주	0.4	4.8	23.8	37.1	27.1	6.3	0.3	-	0.1	-	-	-
3	페루	27.6	35.1	28.0	5.7	0.1	-	-	-	0.02	0.1	0.9	2.5
4	남아프리카공화국	16.4	15.8	38.0	24.1	3.8	-	-	-	-	-	-	2.0
5	인도	9.9	21.9	45.0	21.9	1.3	-	-	-	-	-	-	-
6	미국	8.5	-	-	-	-	-	-	4.4	21.3	23.0	23.4	19.4
7	이집트	-	2.4	42.7	14.4	-	-	12.4	19.9	2.0	0.6	0.9	4.6
8	대한민국	1.3	-	-	-	-	-	-	3.0	5.6	9.8	26.3	53.9
9	멕시코	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-
10	스페인	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-

\* 주: HS Code 0806.10-00 기준

\* 출처: ITC Trademap

- 2019년 수입단가는 kg당 2.55달러(한화 약 3,068원)로 집계되었으며, 주요 수입국 중 한국산 포도가 가장 고가에 유통됨
  - 한국산 신선 포도의 수입단가는 kg당 16.60달러(한화 약 1만 9,970원)로 주요 수입 상위 10개국 중 가장 높은 수준을 보임
    - 이는 한국산 포도의 對중국 수출품목이 단가가 높은 샤인머스캣과 거봉 등으로 이루어져있기 때문인 것으로 나타남
  - 뒤이어 미국산 포도의 경우 kg당 3.17달러(한화 약 3,814원), 호주산 3.11달러(한화 약 3,741원) 순으로 나타남
- 수입산 포도에 부과되는 관세율은 기본 80%이며, 최혜국세율(MFN) 적용 시 13%의 관세가 부과됨

- 대부분의 주요 수입국에서는 최혜국세율을 적용하고 있으며, 미국산의 경우 MFN 13%에 보복 관세 40%가 부과되어 총 53%의 세율이 적용됨
- 호주와 페루산 포도에는 FTA 협정세율 0%가 적용되어 무관세로 수입이 가능하며, 한국산 포도는 FTA 협정세율 5.2%를 적용하는 것이 유리함

〈표 II-16〉 중국의 신선 포도 수입국별 단가 및 관세율 현황(2019)

(단위: 톤, 달러/kg, %)

순위	국가명	수입물량('19)	수입단가('19)	관세율
	전체	252,294	2.55	기본세율 80%, MFN 13%
1	칠레	106,817	2.32	MFN 13%
2	호주	58,429	3.11	FTA 협정세율 0%
3	페루	65,669	2.43	FTA 협정세율 0%
4	남아프리카공화국	10,981	2.49	MFN 13%
5	인도	6,448	2.06	MFN 13%
6	미국	1,905	3.17	MFN 13%+보복관세 40%
7	이집트	1,727	2.36	MFN 13%
8	대한민국	224	16.60	FTA 협정세율 5.2%
9	멕시코	71	2.86	MFN 13%
10	스페인	17	2.18	MFN 13%

\* 주: HS Code 0806.10-00 기준

\* 출처: ITC Trademap, 관세법령정보포털

■ 기타 치즈 수입액은 1억 3,333만 달러(한화 약 1,603억 원)로 전년대비 9.5% 증가함

- 주요 수입국은 뉴질랜드(28.0%)와 호주(20.2%)임
  - 뉴질랜드산 기타치즈 수입액은 전년대비 18.9% 증가한 3,736만 달러(한화 약 449억 원)로, 최근 5년간 연평균 24.1%의 증가세를 보임
    - 반면 호주산 기타치즈 수입액은 전년대비 3.1% 감소한 2,691만 달러(한화 약 323억 원)로 2015년 이후 연평균 9.6%씩 감소하는 양상임
  - 아일랜드, 네덜란드, 영국 등에서의 기타 치즈 수입이 크게 증가함
    - 아일랜드산 기타 치즈 수입액은 전년대비 634.8% 증가한 631만 달러(한화 약 75억 원)로 집계되었으며, 네덜란드와 영국산 수입규모 역시 각각 31.9%와 21.5%의 증가세를 보임
  - 미국산 기타 치즈 수입액은 보복관세 부과에도 불구하고 전년대비 6.7% 증가한 2,418만 달러(한화 약 290억 원)로 집계됨

- 한국산 기타치즈의 수입액 역시 전년대비 158.3% 증가한 111만 달러(한화 약 13억 원)로 집계되었으나 아직까지 전체 수입에서 차지하는 비중은 0.8%에 불과한 것으로 나타남

〈표 II-17〉 중국의 기타 치즈 수입현황(2015~2019)

(단위: 천 달러, %)

순위	국가명	2015	2016	2017	2018	2019	비중	증감율	
								전년비 (18/19)	연평균 (15/19)
	전체	101,862	98,637	116,119	121,723	133,334	100.0	9.5	7.0
1	뉴질랜드	15,753	19,174	26,151	31,418	37,364	28.0	18.9	24.1
2	호주	40,360	38,698	35,480	27,770	26,912	20.2	△3.1	△9.6
3	미국	22,662	14,311	21,504	22,669	24,182	18.1	6.7	1.6
4	이탈리아	7,529	11,445	14,056	15,862	15,902	11.9	0.3	20.6
5	아일랜드	209	50	331	859	6,312	4.7	634.8	134.4
6	독일	3,568	4,282	6,596	4,928	4,657	3.5	△5.5	6.9
7	네덜란드	3,110	1,828	3,537	3,204	4,226	3.2	31.9	8.0
8	프랑스	3,845	4,096	3,640	3,069	3,223	2.4	5.0	△4.3
9	덴마크	1,018	621	963	1,787	1,829	1.4	2.4	15.8
10	영국	355	1,136	1,380	1,437	1,746	1.3	21.5	48.9
				∴					
13	대한민국	1	177	526	429	1,108	0.8	158.3	476.9

\* 주: HS Code 0406.90 기준

\* 출처: ITC Trademap

- 평균 수입단가는 kg당 4.71달러(한화 약 5,666원)로, 주요 수입국 중 한국산의 수입 단가가 가장 높은 수준을 보임
  - 한국산의 수입단가는 kg당 14.4달러(한화 약 1만 7,323원)로 평균 대비 약 3배가량 고가로 확인됨
    - 뒤이어 프랑스산 9.48달러(한화 약 1만 1,404원)/kg, 덴마크산 7.38달러(한화 약 8,878원)/kg, 이탈리아산 6.11달러(한화 약 7,350원)/kg 순으로 나타남
- 수입산 치즈에는 기본 세율 90%가 적용되며, 최혜국세율(MFN) 적용 시 관세율은 12%로 인하됨
  - 한국산 치즈에는 FTA 협정세율 7.2%가 적용되며, 뉴질랜드와 호주 역시 FTA 협정세율 적용이 가능함
    - 뉴질랜드산 치즈에는 무관세가 적용되며, 호주산에는 4.8%의 세율이 부과됨
  - 미국산 치즈에는 MFN 12%에 보복관세 25%가 추가되어 총 37%의 세율이 부과됨

〈표 II-18〉 중국의 기타 치즈 수입국별 단가 및 관세율 현황(2019)

(단위: 톤, 달러/kg, %)

순위	국가명	수입물량('19)	수입단가('19)	관세율('20)
	전체	28,297	4.71	기본세율 90%, MFN 12%
1	뉴질랜드	9,366	3.99	FTA 협정세율 0%
2	호주	5,681	4.74	FTA 협정세율 4.8%
3	미국	5,230	4.62	MFN 12%+보복관세 25%
4	이탈리아	2,603	6.11	MFN 12%
5	아일랜드	1,573	4.01	MFN 12%
6	독일	1,084	4.30	MFN 12%
7	네덜란드	750	5.64	MFN 12%
8	프랑스	340	9.48	MFN 12%
9	덴마크	248	7.38	MFN 12%
10	영국	349	5.00	MFN 12%
			⋮	
13	대한민국	77	14.4	FTA 협정세율 7.2%

\* 주: HS Code 0406.90 기준

\* 출처: ITC Trademap, 관세법령정보포털

■ 조제분유 수입액은 53억 3,079만 달러(한화 약 6조 3,980억 원)로 전년대비 9.0% 증가함

- 주요 수입국은 네덜란드(30.6%), 뉴질랜드(22.8%), 아일랜드(14.5%)임
  - 네덜란드산 조제분유 수입액은 전년도와 유사(0.8% 감소)한 16억 3,354만 달러(한화 약 1조 9,609억 원)로, 2015년 이후 연평균 19.1% 증가함
    - 뉴질랜드로부터의 수입액은 전년대비 39.2% 증가한 12억 1,433만 달러(한화 약 1조 4,574억 원)로 최근 5년간 연평균 57.9%의 높은 성장세를 보임
    - 아일랜드에서는 총 7억 7,381만 달러(한화 약 9,289억 원) 규모의 조제분유가 수입되었으며, 이는 전년대비 6.1%, 최근 5년간 연평균 17.2% 증가한 수준임
  - 한국산 조제분유 수입액은 6,304만 달러(한화 약 757억 원)로 전년대비 17.9% 감소하였으며, 최근 5년간 연평균 7.9%의 하락세를 나타냄
    - 2017년을 기점으로 한국산 조제분유 수입규모가 큰 폭으로 감소(△39.3%) 했는데, 이는 중국의 사드(THAAD·고고도 미사일 방어체계) 보복에 기인한 것으로 나타남
  - 미국산에는 보복관세가 부과됨에도 불구하고 최근 3년간 수입이 확대되고 있으며, 2019년에는 전년도와 유사(0.5% 증가)한 9,521만 달러(한화 약 1,143억 원)가 수입된 것으로 나타남

〈표 II-19〉 중국의 조제분유 수입현황(2015~2019)

(단위: 천 달러, %)

순위	국가명	2015	2016	2017	2018	2019	비중	증감율	
								전년비 (18/19)	연평균 (15/19)
	전체	2,517,935	3,071,719	4,071,606	4,888,489	5,330,787	100.0	9.0	20.6
1	네덜란드	812,006	1,022,926	1,167,893	1,647,407	1,633,544	30.6	△0.8	19.1
2	뉴질랜드	195,500	336,459	688,937	872,220	1,214,328	22.8	39.2	57.9
3	아일랜드	410,512	565,078	651,508	729,127	773,812	14.5	6.1	17.2
4	독일	301,734	335,685	426,129	495,914	414,816	7.8	△16.4	8.3
5	프랑스	131,539	133,874	404,548	354,832	382,012	7.2	7.7	30.5
6	덴마크	95,666	144,933	221,054	199,431	256,672	4.8	28.7	28.0
7	호주	150,887	166,771	193,749	167,642	240,964	4.5	43.7	12.4
8	스위스	41,535	69,516	94,703	96,757	98,612	1.8	1.9	24.1
9	미국	74,464	68,486	73,161	94,715	95,213	1.8	0.5	6.3
10	대한민국	87,433	99,885	60,638	76,784	63,038	1.2	△17.9	△7.9

\* 주: HS Code 1901.10 기준

\* 출처: ITC Trademap

- 평균 수입단가는 14.96달러(한화 약 1만 7,955원)/kg로 집계됨
  - 미국산이 kg당 20.13달러(한화 약 2만 4,160원)로 가장 고가에 수입되며, 호주산 18.13달러(한화 약 2만 1,760원)/kg, 뉴질랜드산 17.45달러(한화 약 2만 943원)/kg에 수입됨
  - 한국산은 kg당 10.78달러(한화 약 1만 2,938원)로 가격경쟁력을 확보하고 있음
- 수입 시 기본 세율 40%, 최혜국세율(MFN) 15%가 적용됨
  - 뉴질랜드, 호주, 스위스의 경우 FTA 협정세율이 0%이므로 무관세 수입이 가능하며, 한국산에는 최혜국세율 15%가 적용됨
  - 미국산에는 MFN 15%에 보복관세 25%가 부과되어 총 40%의 세율이 적용됨

〈표 II-20〉 중국의 조제분유 수입국별 단가 및 관세율 현황(2019)

(단위: 톤, 달러/kg, %)

순위	국가명	수입물량('19)	수입단가('19)	관세율
	전체	356,382	14.96	기본 40%, MFN 15%, 잠정 5%
1	네덜란드	111,017	14.71	MFN 15%
2	뉴질랜드	69,572	17.45	FTA 협정세율 0%
3	아일랜드	47,473	16.30	MFN 15%
4	독일	25,866	16.04	MFN 15%
5	프랑스	40,128	9.52	MFN 15%
6	덴마크	19,986	12.84	MFN 15%
7	호주	13,288	18.13	FTA 협정세율 0%
8	스위스	6,313	15.62	FTA 협정세율 0%
9	미국	4,729	20.13	MFN 15%+보복관세 25%
10	대한민국	5,846	10.78	MFN 15%

\* 주: HS Code 1901.10 기준

\* 출처: ITC Trademap, 관세법령정보포털

### 3 한국산 농식품의 시장확대 가능성 평가

#### 가. 중국의 신선 포도 시장현황

##### ■ 중국의 신선 포도 시장은 전 세계 시장규모의 37%에 달함

- 중국의 포도 시장규모는 213억 달러(한화 약 25조 5,463억 원)로 집계됨('18)
  - 최근 5년간 중국의 신선 포도 생산량은 1,000만 톤 내외 수준을 유지함
    - 2018년 중국의 전체 포도 생산량 중 신선 포도의 비중은 84.1%, 건포도 5.6%, 와인 제조용 포도 10.3%로 나타남
  - 포도 품질향상 및 공급시즌 확대를 위한 생산설비 투자에 기인해 중국 남부 지역의 포도 재배가 증가하는 추세임
    - 특히 샤인머스켓은 고가(高價)로 유통이 가능하여 생산이 크게 증가함

〈표 II-21〉 중국의 신선 포도 생산 및 유통현황(2015~2020)

(단위: ha, 톤)

구분	2017/2018	2018/2019	2019/2020
재배면적	703,330	705,000	708,000
총 공급량	10,741,800	10,162,000	11,050,000
- 생산량	10,500,000	9,900,000	10,800,000
- 수입량	241,800	262,000	250,000
총 유통량	10,741,800	10,162,000	11,050,000
- 국내 소비량(신선)	10,464,000	9,873,200	10,730,000
- 수출량	277,800	288,800	320,000

\* 주: 유통시작시점(market begin year)은 매년 6월을 기준으로 함

\* 출처: Fresh Deciduous Fruit Annual-China, USDA(2019.11.05.)

- 중국은 세계 최대 신선 포도 소비국으로, 연간 약 1,000만 톤가량을 소비함
  - 소득증대, 식문화의 변화, 마케팅 혁신, 콜드체인의 수준 향상 등의 요인으로 중국의 과일 소비량은 꾸준히 증가하고 있음
    - 일반적으로 소비자들은 안전하고 영양가가 있으며, 맛이 좋은 다양한 과일을 섭취하기 희망함

- 최근 소비자들은 ‘품질’, ‘특별함(specialty)’, ‘브랜드 상품’에 중점을 두는 것으로 나타남
- 수입산 포도 중에서는 씨 없는 포도가 새롭고 특별한 품종으로 인식되며 소비자들의 관심을 끌고 있음
  - 고소득층 소비자의 수요가 높으며, 2~3선 도시에서 수입산 과일 수요가 두드러지게 나타남
- 중국 소비자들은 최근 샤인머스켓을 포함한 씨 없는 청포도를 선호하기 시작함
  - ‘씨양인(香印, Xiangyin)’과 ‘메이꾸웨이(玫瑰, Meigui)’와 같은 중국산 품종은 대부분의 유통채널에서 쉽게 찾아볼 수 있으며, 수확 시기, 원산지, 품질등급에 따라 500g당 최소 3달러(한화 약 3,602원)에서 20달러(한화 약 2만 4,014원) 수준으로 유통됨
  - 일부 고급 유통채널에서는 한국산 샤인머스켓이 활발한 프로모션과 함께 유통되고 있으며 500g당 55달러(한화 약 6만 6,039원) 수준에 판매됨

■ 중국은 세계 2위 포도 수입국으로, 미국 다음으로 가장 많은 포도를 수입함(18)

- 2019년 6월부터 2020년 5월까지 중국의 신선 포도 수입은 25만 톤으로 전년동기대비 약 5% 감소함
  - 이는 자국산 포도의 생산물량 확대 및 품질 제고에 기인한 것으로 나타남

〈표 II-22〉 중국의 신선 포도 생산 및 공급량(2015~2020)

(단위: 천 톤)

구분	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20 (6월 누계)	2019/20 (12월 누계)
생산량	10,000	10,100	10,500	9,900	10,800	10,800
소비량	10,022	10,080	10,464	9,873	10,675	10,730
수입량	249	237	242	262	235	250
수출량	227	257	278	289	360	320

\* 주: 회계연도 기준(6월부터 익년 5월)

\* 출처: Fresh Deciduous Fruit Annual-China, USDA(2019.11.05.)

- 주요 수입국은 칠레, 호주, 페루, 미국, 남아프리카공화국 등임
  - 칠레산은 신선 포도 수입의 절반가량을 차지하고 있으며, 대부분 남반구 국가로부터의 수입이 주를 이룸
    - 호주와 페루산 포도 수입은 전년동기대비 각각 28%와 53% 증가함
  - 북반구 국가에서 가장 많은 수입이 이뤄지는 미국산은 최근 보복 관세 부과 이후 중국 시장 내 점유율이 급격하게 감소하고 있음
    - 미국산 신선 포도에 부과되는 보복 관세로 2019년 8월까지의 포도 수입은 전년동기대비 44% 감소함
    - 최근 중국 시장 내 씨 없는 포도 수요가 증가함에 따라 그동안 꾸준히 소비되었던 레드글로브(Red Globe) 품종은 크림슨(Crimson), 어텀로열(Autumn Royal), 톰슨(Thompson) 등으로 대체되고 있음
  - 중국의 2순위 포도 수입국은 인도, 대한민국, 이집트, 프랑스, 멕시코, 뉴질랜드 등으로 나타남
  - 최근 중국은 북반구 지역에서의 수입 확대를 위한 목적으로 스페인과 포르투갈에 포도시장을 개방함

■ 미·중 무역 갈등으로 미국산 신선 포도에 보복 관세가 부과되어 경쟁력을 상실하고 있음

- 중국은 미국산 농식품에 대해 총 세 차례 보복 관세를 부과함
  - 2018년 4월 미국산 신선 포도에 15%의 보복 관세가 부과되었으며, 2019년 6월 25%의 관세가 추가로 부과됨
    - 뒤이어 중국 정부는 2019년 9월 1일부로 미국산 신선 과일에 10%의 관세를 추가 부과하기로 해 총 63%의 세율이 적용됨
  - 주요 수입국인 칠레, 페루, 호주, 뉴질랜드산 포도에는 무관세가 적용되어 미국산 포도의 가격경쟁력은 점차 낮아지고 있는 실정임
  - 중국 내 수입 및 유통업체는 불확실한 교역환경에 대처하고, 이윤을 극대화 할 수 있는 공급처를 발굴하기 위해 타국 신선 포도 수입으로 전환하고 있음

■ 2019년 4월 1일부로 수입 농식품에 부과되는 부가세가 9%로 인하됨

- 2017년부터 중국 정부는 수입 농식품에 대한 부가세를 연속해서 인하하고 있음

- 내수소비 진작을 위해 중국 정부는 수입산 농식품에 부가세를 부과해왔는데, 2017년 13%에서 10%로 감축되었으며, 2019년 4월부터 9%로 재조정됨
- 부가세 감축이 신선 포도 교역에 미치는 영향은 제한적이거나, 중국 내 신선포도 수요 증가에 따라 수입 농식품의 부가세가 인하되고 있다는 점은 주목할 만 함

## 나. 중국의 치즈 시장현황

■ 중국의 치즈<sup>18)</sup> 시장규모는 전 세계 3위 수준으로, 2020년 128억 6,800만 달러(한화 약 15조 4,506억 원)에 달할 것으로 전망됨

- 중국의 치즈 시장은 꾸준히 성장하는 추세로, 2012년 이후 연평균 6.7%의 증가세를 보임
  - 2019년 시장규모는 전년대비 6.2% 증가한 114억 6,600만 달러(한화 약 13조 7,672억 원)로 집계됨
  - 2020년부터 2025년까지 5.3%의 연평균 성장세를 보일 것으로 기대됨

〈표 II-23〉 전 세계 치즈 시장 규모(2020<sup>f</sup>)

(단위 : 백만 달러)

순위	국가	시장규모
1	미국	28,641
2	러시아	13,276
3	중국	12,868
4	독일	10,740
5	이탈리아	10,251

\* 출처: STATISTA

〈표 II-24〉 중국 치즈 시장규모 추이 (2012~2020)

(단위 : 백만 달러)

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 <sup>f</sup>	증감율(19)	
									전년비 (18/19)	연평균 (12/19)
7,260	7,782	8,483	9,043	9,398	10,129	10,798	11,466	12,868	6.2	6.7

\* 주: 2020년 시장규모는 전망치이며, 코로나19로 인한 영향을 제외하고 집계한 수치임

\* 출처: STATISTA(2020.06)

18) 중국의 치즈 시장은 응고된 우유로 제조된 고체 치즈를 대상으로 하며 블루치즈, 코티지 치즈, 치즈스프레드, 크림치즈 등 모든 종류를 포괄함

- 치즈 소비량과 소비액 역시 지속적으로 증가하는 추세임
  - 2019년 연간 치즈 소비량은 59만 9,000톤으로 전년대비 2.8% 증가했으며, 2012년 이후 연평균 2.9%의 증가세를 보임
  - 1인당 연간 소비액 역시 증가하는 양상으로, 2019년 1인당 치즈 소비액은 전년대비 5.9% 증가한 7.96달러(한화 약 9,558원)로 집계됨
    - 이는 2012년 5.22달러(한화 약 6,268원) 수준에서 연평균 6.2%로 증가한 수준임

〈표 II-25〉 중국의 치즈 소비량 추이 (2012~2020)

(단위 : 천 톤, 달러)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 <sup>f</sup>	증감율(19)	
										전년비 (18/19)	연평균 (12/19)
연간 소비량	488.9	503.3	527.7	541.8	543.2	565.4	582.8	599.0	659.7	2.8	2.9
1인당 소비액	5.22	5.56	6.03	6.39	6.61	7.09	7.52	7.96	8.89	5.9	6.2

\* 주: 2020년 시장규모는 전망치이며, 코로나19로 인한 영향을 제외하고 집계한 수치임

\* 출처: STATISTA(2020.06)

- 2019년 평균가격은 19.14달러(한화 약 2만 2,981원)로 나타남
  - 이는 전년대비 3.3% 증가한 수준으로, 2012년 14.85달러(한화 약 1만 7,830원)에서 7년 만에 평균가격은 약 5달러(한화 약 6,000원)가 상승함

〈표 II-26〉 중국 치즈 평균가격 추이 (2012~2020)

(단위 : 달러)

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 <sup>f</sup>	증감율(19)	
									전년비 (18/19)	연평균 (12/19)
14.85	15.46	16.08	16.69	17.30	17.91	18.53	19.14	19.50	3.3	3.7

\* 주: 2020년 시장규모는 전망치이며, 코로나19로 인한 영향을 제외하고 집계한 수치임

\* 출처: STATISTA(2020.06)

■ 소득수준 향상에 따라 우유 소비가 치즈로 전환되는 양상임

- 경제성장과 서구화된 식단으로 치즈에 대한 인지도와 소비가 확산되기 시작함
  - 우유를 마시는 것 보다 치즈를 섭취하는 것이 더 많은 단백질과 칼슘을 섭취할 수 있다고 인식되기 시작하면서 치즈 소비가 증가하고 있음

- 중국의 치즈시장은 비교적 최근에 들어서야 개화되기 시작하였지만, 거대한 인구 규모 등 소비시장의 특징으로 미루어보아 향후 중국의 치즈시장 확대 가능성과 잠재력은 무궁무진한 것으로 평가됨
- 치즈 소비는 지요우허우(95后)<sup>19)</sup>가 주를 이루는 것으로 나타남
  - 이들 소비층은 약 2억 5천만 명에 달해 중국 내 치즈 수요를 급격히 견인하고 있음
  - 이와 더불어 젊은 세대의 서구화된 식습관으로 다양한 종류의 치즈 소비가 증가할 것으로 예상됨
- 특히 가공용 치즈 수요가 급격히 증가하면서 중국 치즈 시장의 성장을 견인할 것으로 전망됨
  - 고다, 모짜렐라, 체다 등의 치즈가 베이커리와 스낵류 제조에 활용되기 시작하면서 수요가 급격히 증가함
    - 미국유제품수출협의회(USDEC)에 따르면 중국에서 가장 많이 소비되는 치즈 유형은 ‘가공용 치즈’이며, 뒤이어 ‘기타 비지정 치즈’, ‘가공치즈 기타’ 순인 것으로 나타남
  - 맥도날드와 피자헛과 같은 패스트푸드 프랜차이즈가 확대되면서 가공용 치즈에 대한 수요는 계속 증가할 것으로 전망됨

#### ■ 소비 증가에 따라 수입 역시 점진적으로 증가하고 있음

- 중국의 치즈 수입은 13년간 연속 증가세를 보임
  - 중국의 치즈 생산량은 연간 약 2~4만 톤 수준으로, 자국 생산량만으로는 수요충당에 한계가 있어 수입이 꾸준히 증가하고 있음
    - 특히 가공용 치즈는 자국 내 생산량만으로 가파르게 증가하는 수요를 충족할 수 없기 때문에 3분의 1 가량은 수입물량으로 충당됨
- 주요 수입국은 뉴질랜드와 호주, 미국, 이탈리아 등이며, 특히 유럽에서의 수입 증가율이 높게 나타남
  - 유럽 국가로부터의 치즈 수입액은 최근 5년간 증가세를 보이는데, 아일랜드(134.4%), 영국(48.9%), 이탈리아(20.6%)의 수입 증가율이 높은 것으로 확인됨
  - 유럽에서 수입된 고다치즈와 체다치즈에 대한 선호도가 높으며, 모짜렐라 치즈와 파르미지아노 레지아노(파마산) 치즈, 그라다 파다노(Grada Padano) 치즈 등의 이탈리아 치즈의 소비가 가장 활발함

19) 1995년부터 1999년까지 출생자를 이르는 말

- 미·중 무역 갈등은 유럽 및 뉴질랜드산 치즈의 경쟁력을 제고함
  - 2018년 미국과 중국 간 무역 갈등이 빚어지면서 가공치즈, 입자상치즈(graded cheese)<sup>20)</sup>, 블루치즈(blue-veined cheese), 기타치즈 등 미국산 유제품에 25%의 보복 관세가 부과됨
  - 이에 따라 상대적으로 뉴질랜드 및 유럽산 치즈의 가격경쟁력이 높아지면서 경쟁우위를 확보하게 됨
    - 유럽산 수입치즈에는 최혜국 적용세율 12%가 부과되는 반면, 미국산에는 최혜국세율에 보복 관세가 부과되어 총 37%의 세율이 적용됨
    - 한국산 수입치즈에는 FTA 협정세율 7.2%가 적용되어 호주(0%)와 뉴질랜드(4.8%) 다음으로 낮은 관세율이 적용됨
- 한국산 치즈는 한-중 FTA 협정세율이 적용되어 2029년부터 무관세 수출이 가능함
  - 현재 한국산 치즈에 부과되는 FTA 협정세율은 매년 0.8%p씩 인하되고 있으며, 2029년에는 무관세가 적용됨

## 다. 중국의 조제분유 시장현황

- 2019년 중국의 영유아식품 시장규모는 715억 6,000만 달러(한화 약 85조 9,221억 원) 규모로 집계됨<sup>21)</sup>
- 영유아식품 시장규모는 연평균 6.1%의 증가세를 보이며 매년 성장하고 있음
  - 2019년 기준 중국의 영유아식품 소비량은 전년대비 2.3% 증가한 654만 4,000톤으로 집계되었으며, 1인당 연평균 소비량은 약 4.5kg으로 나타남
  - 1인당 영유아식품 소비액도 증가하는 추세로, 2019년 1인당 연간 10.94달러(한화 약 1만 3,156원)를 소비해 전년대비 3.4% 확대되었음
  - 중국 정부의 한자녀 정책 폐지로 신생아 수가 급격히 증가하면서 조제분유를 포함한 영유아식품 시장이 꾸준히 성장하는 양상임

20) 가루형태로 같은 치즈, 치즈분말

21) 영유아용 균질식품, 과채 기반의 영유아용 식품, 조제분유를 포함함

〈표 II-27〉 중국의 영유아식품 시장규모 추이 (2012~2020)

(단위 : 백만 달러, 천 톤, 달러)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 <sup>f</sup>	증감율(19)	
										전년비 (18/19)	연평균 (12/19)
시장규모	47,418	50,473	54,661	57,898	59,767	64,029	67,838	71,560	79,101	5.5	6.1
연간 소비량	5,589	5,714	5,952	6,073	6,047	6,256	5,409	6,544	6,616	21.0	2.3
1인당 소비액	4.0	4.1	4.2	4.3	4.3	4.4	4.5	4.5	4.6	-	1.7
1인당 소비액	8.48	8.83	9.18	9.53	9.88	10.23	10.58	10.94	11.14	3.4	3.7

\* 주: 2020년 시장규모는 전망치이며, 코로나19로 인한 영향을 제외하고 집계한 수치임

\* 출처: STATISTA(2020.06)

- 이 중 조제분유 시장규모는 약 150억 달러(한화 약 18조 원) 이상으로 추정됨<sup>22)</sup>
  - 자국산 브랜드의 비중은 절반 이하로, 전체 시장의 약 40%가량을 차지하는 것으로 나타남
    - 주요 조제분유 브랜드는 수입산의 비중이 더욱 높으며, 대표적으로 Nestle(13.5%), Danone(10.1%), Abbott(6.7%) 등이 시장을 주도함

■ 중국산 조제분유의 안전사고가 빈번히 발생하면서, 수입산에 대한 신뢰도와 선호도가 높은 것이 특징임

- 중국 내 조제분유 안전성에 대한 문제는 고질적으로 반복되고 있음
  - 2004년 가짜 분유가 유통되어 수십 명의 아이가 사망하고 수백 명이 대두증에 걸리는 사고가 발생한 이후 2008년에는 중국산 분유에서 멜라민이 검출되어 대규모 리콜이 진행된 바 있음
  - 2013년과 2016년에는 가짜 분유를 네덜란드와 미국산으로 속여 판매해 문제가 되었고, 최근(2020년 5월)에도 저질분유를 섭취한 아이들의 두개골이 기형적으로 커지거나 뼈의 변형이 발생하는 등의 성장 장애를 겪게 되어 조사가 진행됨
- 이에 따라 중국 소비자들은 안전성이 높은 수입 조제분유에 대해 높은 신뢰도를 보임
  - 중국 소비자들은 가격보다 분유의 품질과 성분을 중시하며, 특히 안전과 품질보증이 가능한 수입 브랜드의 수요가 높게 나타남

22) 중국의 전체 영유아식품 시장에서 조제분유 시장 비중은 매년 20~25% 수준으로, 2018년 시장비중(22%)을 적용해 2019년 시장규모를 추정함

- 이에 안전성과 품질이 보장된 수입산 조제분유는 중국 시장에서 훨씬 고가에 판매됨
  - 동일한 유럽산 조제분유(800g 기준)가 영국에서는 13달러(한화 약 1만 5,609원)에 판매되는 반면, 중국에서는 30달러(한화 약 3만 6,021원)에 판매됨
- 한국산 조제분유의 시장점유율은 약 1% 수준이지만, 소비자들 사이에서 철저한 안전관리에 기반한 고품질 분유로 인식되면서 현지에서 좋은 반응을 얻고 있는 것으로 나타남

■ 중국 정부는 시장진입 제한 및 엄격한 품질관리를 위해 영유아 조제분유 조제방법 등록관리방법에 대한 규정을 시행함

- 2018년 1월 1일부로 해당 규정이 시행됨에 따라 영유아 조제분유를 유통하기 위해서는 사전 등록이 필요하게 됨
  - 조제분유 생산 공장 하나당 3개의 브랜드, 총 9개 제품<sup>23)</sup>만 유통이 가능하며, 중국 정부기관의 공장직접심사를 거친 후 허가를 받아야 함
  - 이러한 조치로 시장 내 유통 가능한 브랜드가 크게 줄어들게 되면서 Feihe, Mengniu, Yili 등 자국산 브랜드의 시장 점유율 확산 조짐이 보임
  - 전문가들은 2015년 40% 수준이었던 중국산 브랜드의 시장 점유율이 2022년 53%까지 확대될 것이라고 전망함
    - 전반적인 시장규모는 7% 성장할 것으로 예측되었으며, 이 중 수입산 브랜드의 성장률은 4%에 그칠 것으로 예상되는 반면, 자국산 브랜드의 성장률은 11%에 달할 것으로 전망됨
    - 그러나 일각에서는 중국은 조제분유를 포함한 유제품의 생산에 적합한 환경이 아니기 때문에 호주와 같이 해외에서 생산하는 것이 더욱 유리하며, 특히 자국산 조제분유에 대한 소비자의 신뢰도가 낮기 때문에 이러한 전망은 다소 달성하기 힘들 것으로 평가함
- 또한 2019년 7월에는 영유아 조제분유 라벨링에 대한 문구사용규제를 강화하는 방침이 검토되었음
  - 해당 정책은 영유아 조제분유의 라벨링을 규정하는 것을 목적으로 설명서에 모호한 정보를 전달하는 문구의 사용을 금지하는 것을 골자로 함

23) 브랜드별 1~3단계 제품

- 구체적으로 라벨과 설명서에 질병의 예방, 치료 효능의 언급, 지능발달, 면역력 증가 등과 같이 기능성을 명시 및 암시하는 표현의 기재가 금지되며, 특정 성분을 강조하거나 허위, 과장한 내용을 기재할 수 없도록 함
- 업계에서는 이러한 당국의 움직임을 ‘지속적인 안전성 및 위생 논란으로 신뢰도를 잃은 자국산 분유를 보호하려는 목적’으로 해석함
  - 일각에서는 ‘이러한 규제는 수입산 뿐만 아니라 자국산에도 적용되기 때문에 시장 내 질서를 확립하는 순기능의 역할을 할 것’이며, 인증을 통과한 수입산 분유는 오히려 경쟁력을 갖추게 될 것으로 평가함

## 라. 품목별 시장확대 가능성 평가

### ■ 고품질이면서도 합리적인 가격의 한국산 샤인머스켓 시장 확대 가능성이 존재함

- 2015년 한국산 포도가 중국에 처음으로 수출되었으며, 특히 2018년부터 샤인머스켓의 수출량이 급격히 증가함
  - 한국산 샤인머스켓은 2017년부터 중국으로 수출되기 시작해 2018년부터 수출량이 확대됨
    - 기존의 對중국 주요 수출품종이었던 거봉이나 캠벨얼리 대비 4배 이상 높은 가격으로 수출되며 전체 수출의 90% 이상을 차지함
  - 특히 중국의 고급 과일 시장에서 샤인머스켓의 품질이 인정받기 시작하면서 한 송이(700g 기준)에 최소 3만 원에서 최대 9만 원에 판매됨
- 알의 크기가 크고 고당도인 포도일수록 고품질로 인식됨
  - 외관을 중시하는 소비패턴에 따라 중국 내 포도 재배농가에서는 품질보다 과실을 비대하게 재배하여 맛(당도)과 품질이 하락함
  - 한국산 샤인머스켓은 외관이 수려하고 식미와 향이 우수하며 씨가 없어 섭취가 간편하다는 장점 등이 부각되며 선호도가 급증함
- 한국산 샤인머스켓은 고품질이면서도 가격경쟁력을 보유하고 있어 경쟁력을 확보함
  - 프리미엄급의 일본산 샤인머스켓이 현지에서 유통되고 있으나 매우 고가에 판매되어 접근성이 떨어지고, 중국산은 재배 기술이나 경험부족으로 고품질의 샤인머스켓 생산에 한계가 있는 것으로 평가됨
    - 일본산 샤인머스켓은 송이 당 300위안(한화 약 29만 7,504원)으로 매우 높은 가격으로 판매됨

- 중국산 포도 중 가장 고가에 판매되는 품종은 운남성에서 생산된 샤인머스캣으로, kg당 최소 42위안(한화 약 6,981원)에서 최대 116위안(한화 약 1만 9,283원)에 판매됨

#### ■ 치즈 시장의 성장세와 더불어 식문화적 유사성으로 한국산 기타 치즈의 확대 가능성이 평가됨

- 유제품 부문에서 우유 소비가 치즈로 전환되는 추세로, 시장 확대 가능성이 예상됨
  - 경제성장과 더불어 특히 젊은 세대의 서구화된 식단으로 치즈에 대한 인지도와 소비가 확산되기 시작하였으며, 이에 따라 시장규모 역시 지속적으로 증가하는 양상임
  - 이와 더불어 기존의 우유 소비가 점차 치즈로 전환되고 있어 다양한 치즈 제품에 대한 수요가 증가함
- 중국의 치즈 소비는 특히 수입산에 대한 의존도가 높으며, 중국 소비자의 입맛과 유사한 한국산 치즈의 시장 확대 가능성이 엿보임
  - 중국산 치즈의 생산공정 및 품질관리에는 한계가 있어 자국 소비자의 입맛에 맞는 상품 개발이 부족한 상황으로 평가되고 있음
  - 수입산 치즈를 선호하는 소비자들은 가격보다 품질을 우선시하는 구매패턴을 보이며, 식감이나 향미 등에 더욱 가치를 두고 제품을 구매하는 것으로 나타남
- 품질과 안전성에 대한 신뢰도를 구축한 한국 식품 이미지로 중국 시장 확대가 가능할 것으로 평가됨
  - 뉴질랜드와 호주산 치즈가 수입산 치즈 시장을 점유하고 있지만, 중국과 식문화적 유사성이 높은 한국산 치즈의 시장확대 가능성은 충분히 존재하는 것으로 평가됨
  - 또한 중국 내 한국산 식품에 대한 품질 및 안전성에 대한 우호적인 이미지 형성으로 K-푸드의 신뢰도에 기반하여 시장확대가 가능할 것으로 보임

■ 한국산 조제분유는 안전성과 품질을 기반으로 아시아권 영유아의 특징에 부합하는 영양성분을 갖추었다는 것이 주요한 경쟁력이 될 것으로 보임

- 중국의 조제분유 시장 및 소비규모는 꾸준히 증가하는 추세로, 자녀를 위한 소비 확대는 시장의 성장을 더욱 견인할 것으로 예상됨
  - 2016년 중국의 한자녀 정책 폐지로 인해 신생아 수가 급격히 증가하면서 조제분유 시장의 성장세가 가속화되었고, 자녀에게 지출을 아끼지 않는 소비성향의 확산으로 조제분유 시장 및 소비규모는 꾸준히 증가하고 있음
- 자국산에 대한 신뢰도가 낮고 수입산을 선호하는 특징을 보임
  - 간헐적으로 중국산 조제분유의 안전사고가 발생하면서 수입산에 대한 선호도와 신뢰도가 높은 편으로 나타남
  - 품질과 안전성이 보장된 서구권 수입제품 및 브랜드 제품을 선호하며, 중국산 대비 고가임에도 불구하고 높은 수요를 보임
- 한국산은 고품질로 인식되어 시장 확대 가능성 존재하며, 아시아권 소비자의 니즈에 부합하는 제품으로 틈새시장 점유율 확보가 가능할 것으로 보임
  - 한국산의 시장 점유율은 약 1% 수준에 불과하나, 품질과 안전성 면에서 소비자의 높은 신뢰도를 확보하고 있음
    - 한국산 조제분유는 철저한 안전관리를 바탕으로 제조되는 고품질의 제품으로 인식됨
  - 중국과 서양 영유아의 신체적·영양학적 특징이 달라 서구권 브랜드의 제품 소비를 주저하는 소비자의 수요를 충족시킬 수 있을 것으로 보임
    - 이들은 중국 영유아의 특징에 맞는 조제분유 소비를 희망하기 때문에 자국산 제품의 안전성이 우려됨에도 불구하고 중국산 브랜드를 소비하는 특징을 보임
    - User Research Institute가 진행한 설문조사에 따르면 중국 소비자(응답자)의 55%가 '자국산 브랜드가 수입산보다 중국 소비자를 더욱 잘 이해하고 있다고 생각'한다고 응답한 바 있음

## III 결론

### 1 미·중 무역 갈등으로 인한 영향 전망

■ 2018년부터 시작된 미·중 무역 갈등은 해소되지 않은 채 현재까지 지속되고 있는 상황임

- 더 나아가 코로나19 이후 양국 간 언쟁으로 갈등은 더욱 고조됨
  - 신종코로나바이러스 감염증 확산 초기 도널드 트럼프 미국 대통령은 코로나 바이러스를 ‘우한폐렴’, ‘중국 바이러스’라고 지칭해 중국 측의 거센 항의를 받은 바 있음
  - 트럼프 대통령의 발언으로 인한 논란이 양국 간 신경전으로 비화했으며, 미·중 관계에 악영향을 미침
  - 최근(7월 26일, 현지시간 기준)에도 트럼프 대통령은 신종코로나바이러스 감염증을 재차 ‘중국 바이러스’라고 언급하며 파장을 일으킴
- 미국의 정치적 기조로 살펴볼 때 자국민의 생명과 안전 수호, 경제적 피해 최소화를 위해 교역 부문에서의 현상유지는 불가피할 것으로 전망됨
  - 코로나19와 더불어 미국과 중국의 긴장 관계가 전 세계적 공급망을 양극화하고 있고, 미국 내 부족한 공급량은 국가안보에 위협으로 작용할 수 있어 더욱 미국의 자국우선주의 정책기조가 심화될 가능성이 있음

■ 양국 간 무역 갈등이 심화된 이후 교역액은 축소되는 양상임

- 미국의 對중국 농식품 교역액은 최근 3년간 연평균 14.6%의 감소세를 보임
  - 對중국 수출액은 2017년 166억 6,840만 달러(한화 약 19조 8,471억 원)에서 연평균 15.5% 감소해 2019년 118억 9,999달러(한화 약 14조 1,693억 원)로 축소됨
  - 미국의 중국산 농식품 수입액은 2017년 45억 4,915만 달러(한화 약 5조 4,176억 원)에서 2019년 35억 6,972만 달러(한화 약 4조 2,512억 원)로 연평균 11.4% 감소함

- 중국의 미국산 농식품 교역액 역시 최근 3년간 연평균 20.9% 감소하고 있음
  - 중국의 對미국 농식품 수출액은 2017년 51억 259만 달러(한화 약 6조 757억 원) 수준에서 2019년 43억 6,614만 달러(한화 약 5조 1,988억 원)로 감소하며 연평균 7.5% 하락함
  - 미국산 농식품 수입액은 2017년 197억 7,132만 달러(한화 약 23조 5,417억 원)에서 2019년 111억 8,806만 달러(한화 약 13조 3,216억 원)로 감소함

**<표 III-1> 미국과 중국의 농식품 교역액 변화 추이(2018~2019)**

(단위 : 천 달러, %)

구분		2017	2018	2019	전년비 (18/19)	연평균 (17/19)
미국	수출액(A)	16,668,408	6,710,157	11,899,992	77.3	△15.5
	수입액(B)	4,549,149	5,095,788	3,569,718	△29.9	△11.4
	교역액(A+B)	21,217,557	11,805,945	15,469,710	31.0	△14.6
중국	수출액(C)	5,102,587	5,591,087	4,366,137	△21.9	△7.5
	수입액(D)	19,771,316	12,152,857	11,188,063	△7.9	△24.8
	교역액(C+D)	24,873,903	17,743,944	15,554,200	△12.3	△20.9

\* 주: HS Code 02~24류 중 03류(수산물), 05류(기타 동물성 생식품), 23류(식품잔재물), 24류(결련)를 제외한 실적 합산치를 기준으로 함

**■ 중국 수입 농식품 시장에서 미국산의 비중이 축소됨에 따라 한국산 농식품의 시장 확대 가능성이 존재하는 것으로 판단됨**

- 중국은 미국산 수입 농식품을 대체하기 위해 교역국을 확대하거나 타 수입산의 비중을 늘리는 움직임을 보임
  - 미·중 무역 갈등 발생 이전 중국 수입 농식품 시장에서 미국산의 비중은 20% 수준을 웃돌았으나 이후 지속적으로 감소하여 2019년에는 10% 이하로 축소됨
  - 중국은 불확실한 교역환경에 대응하고 지속적이고 안정적인 공급처를 발굴하기 위해 수입 국가를 전환 또는 확대하고 있음
  - 이에 중국 농식품 수입시장 내 한국산의 비중 확대 가능성 역시 열려 있는 것으로 평가됨
- 중국의 한국산 농식품 수입규모는 2017년 이후 연평균 10.7%의 성장세를 보임
  - 2017년 7억 7,648만 달러(한화 약 9,247억 원)에서 2019년 9억 5,232만 달러(한화 약 1조 1,341억 원)로 증가함
  - 특히 수입 상위 10개 품목 중 파스타(24.6% ↑), 음료(47.4% ↑), 소스류(26.1% ↑), 밀크와 크림(16.2% ↑) 등의 전년대비 증가율이 높게 나타남

## 2

**한국산 농식품의 중국시장 경쟁력 확보 방안**

■ **프리미엄 기준마련, 유통지역 확대, 전략품종 선정 등의 노력을 통해 한국산 신선 포도의 수출 경쟁력을 확보할 수 있을 것으로 보임**

- **샤인머스켓 선별기준 강화 및 프리미엄 기준 마련을 통한 제품 균등성과 품질 보장이 필요함**
  - 한국산 샤인머스켓은 중국 시장에서 인지도와 선호도가 높아 한국 포도의 對중국 수출을 견인하고 있는 품목임
    - 특히 최고 프리미엄 수준의 일본산 샤인머스켓과 유사한 고품질이면서도 상대적으로 가격경쟁력을 확보하고 있어 인기를 끌
  - 한국산 샤인머스켓에 대한 수요를 유지 및 확대하기 위해서는 제품 균등성과 품질 보장이 선행되어야 하며, 이를 위한 선별 강화 및 프리미엄 기준마련이 필요함
    - 신선 농산물의 경우 수출국 시장에서 상품의 균등성이 확보되지 않아 저평가되는 사례가 빈번히 발생함
    - 이에 균질한 상품을 제공할 수 있도록 선별기준을 강화하고, 더 나아가 점차 높아지는 중국 소비자의 니즈 충족을 위해 프리미엄 기준을 마련할 필요성이 제기됨
- **2선 도시로 유통을 확대하여 시장 범위를 확대할 수 있음**
  - 중국 1선 도시(북경, 상해, 광저우, 심천) 외 2선 도시(항저우, 난징, 충칭 등)에서도 수입산 고급 과일의 수요가 높게 나타남
    - 중국 2선 도시는 최근 지역개발 추세로 향후 발전 잠재력이 클 것으로 판단되는 직할시 급의 도시로, 특히 고소득층 소비자들의 수입 과일 소비가 활발하며 1선 도시에 비해 지역적 규모(면적)가 크기 때문에 중국 내 시장 범위를 확대할 수 있음
  - 다만 지역별 신선 과일에 대한 수급현황과 유통 과정상의 선도 유지 조건 등 지역적 특징이 상이할 수 있어 진출 시 유념해야 함
- **샤인머스켓에 버금가는 전략 품종 선정이 필요함**
  - 최근 중국에서는 씨 없는 포도가 새롭고 특별한 품종으로 인식되며 수요가 확대되었고, 샤인머스켓의 인기를 이어갈 새로운 전략품종 발굴이 필요함

- 레드글로브(미국산), 거봉 및 캠벨(한국산) 등 기존 중국의 포도 시장에서 주를 이루던 적포도의 비중이 점차 줄어드는 추세로, 최근 씨 없는 청포도의 인기가 지속되고 있음
- 당분간 샤인머스켓의 현지 수요 및 인기는 지속될 것으로 보이나, 중국 시장 내 트렌드 변화 및 소비자의 니즈 변동을 면밀히 관찰하여 이에 부합하는 새로운 품종의 제공을 통해 시장 점유율을 확대해야 함

■ 한국산 기타 치즈의 시장 확대를 위해 소비층의 명확화, 인지도 제고를 위한 활동이 수반되어야 할 것으로 보임

- 주요 소비층 및 유통루트의 명확한 선정을 통한 시장 확대 가능성이 존재함
  - 중국 내 주요 치즈 소비유형은 크게 업무용(B2B)과 일반 소비용(B2C)로 분류됨
    - 중국의 치즈 수요의 약 80%가량이 업무용에서 나타나며, 주로 베이커리 및 스낵류 부문, 레스토랑, 카페 등에서의 소비가 활발함
    - 일반 소비용 시장에서는 크게 어린이용 치즈와 젊은 층을 대상으로 소비되는데, 특히 어린이용 치즈의 시장 내 판매 점유율이 절반 이상을 차지하는 것으로 나타남
  - 따라서 한국산 치즈의 중국 시장 내 점유율 확대를 위해서는 유형별, 소비목적별 주 소비층을 명확히 설정하고 그에 맞는 진출 전략이 마련되어야 함
- 다양한 제품군으로 주요 소비층인 젊은 세대를 공략해야 함
  - 서구화된 식단에 익숙하고 새로운 식품 소비를 즐기는 젊은 소비자의 니즈에 부합할 수 있는 제품 개발 및 출시가 요구됨
  - 또한 수출 제품의 유형을 다양화하여 발전하는 시장 요구에 부합할 수 있어야 함
    - 기존의 슬라이스나 조각치즈 외에도 발라먹거나 짜먹는 치즈, 채 썬 치즈, 다양한 맛(과일 맛 등)을 가미한 치즈 등 유형의 다양화가 필요함
    - 이 외에도 치즈를 활용한 다양한 식품 개발(스낵, 음료 등)을 통해 시장 내 점유율 확대가 가능할 것으로 보임
- 아직까지 한국산 치즈의 비중은 미미한 수준이기 때문에 소셜미디어 등의 활용을 통한 인지도 제고 노력이 필요함
  - 중국 내 치즈 주요 소비층인 젊은 세대와의 교감을 위해 소셜미디어를 통한 제품 홍보 및 인지도 확대를 위한 활동이 요구됨

- 중국에서는 위챗, 웨이보와 같은 소셜미디어의 영향력이 높으며, 다수의 브랜드는 시장 트렌드 및 제품 반응 파악을 위해 이러한 소셜미디어를 적극적으로 활용하고 있음

■ **조제분유는 시장 내 규격 및 기준 준수가 우선되어야 하며, 차별화 전략을 통해 소비자의 신뢰도와 선호도를 제고해야 함**

- 철저한 품질 및 안전관리로 소비자의 신뢰를 구축함으로써 시장 내 점유율 확대가 가능할 것으로 판단됨
  - 중국 내 조제분유 안전사고는 빈번히 발생하는 이슈로, 소비자들이 특히 위생과 안전에 대해 크게 염려하는 품목 중 하나임
  - 이에 따라 보다 더 철저한 품질 및 안전관리를 통해 소비자의 신뢰를 구축해야 하며, 제품의 안전성을 입증할 수 있는 관련 인증 획득 등의 노력이 수반되어야 할 것으로 보임
- 한국산 조제분유는 중국 영유아의 신체 및 영양학적 특성에 부합하는 제품으로 인식될 수 있도록 홍보가 필요함
  - 자국산에 대한 신뢰도가 낮은 편으로, 안전성에 대한 우려가 존재하지만 중국 영유아의 신체적·영양학적 특징에 맞는 자국산 조제분유 소비를 희망하는 소비자를 대상으로 틈새시장이 존재하는 것으로 평가됨
  - 한국산은 품질과 안전성면에서 중국산 대비 고평가되고 있으며, 중국과 지리적, 문화적, 인종적 유사성을 바탕으로 시장 내 주력 수입브랜드(서구권)와는 차별화될 수 있는 가능성이 존재함
  - 이에 중국 영유아의 신체적 발달 특징에 부합하는 제품 특성을 적극적으로 홍보하여 시장 내 수요를 확대할 가능성이 존재함
- 온라인 플랫폼의 입지를 강화해 젊은 세대의 소비층을 공략할 수 있음
  - 최근 영유아 조제분유 주요 소비자는 온라인을 통한 제품 정보 수집 및 비교에 능숙하며 오프라인과 온라인을 넘나들며 제품을 구매하는 패턴을 보임
  - 이에 온라인 플랫폼을 활용한 적극적인 정보 제공 및 홍보 활동이 수반되어야 하며, 더 나아가 온·오프라인을 병행한 유통매장 입점을 통해 인지도 확산이 가능함

- 수입허가, 라벨링 등 수입 기준 및 규격 준수를 위한 철저한 준비가 필요함
  - 중국의 조제분유 조제방법 등록관리방법 규정에 따라 중국시장 진출을 위해서는 사전 허가가 필요하며, 1개 생산 공장 당 3개 브랜드까지만 허용되기 때문에 이러한 기준을 사전에 파악하고 준수해야 함
  - 또한 라벨링 문구 사용규제 등 영유아 조제분유와 관련한 규정 및 지침 개정이 예고되고 있어 시장 내 정책 환경 변화를 지속적으로 모니터링함으로써 시장 진입 시 리스크를 최소화할 수 있음
  - 중국 조제분유 시장 내 기준 강화가 비관세장벽으로 작용할 가능성도 존재하지만, 오히려 중국의 허가 및 인증을 통과한 수입산 분유에 대한 소비자 신뢰도 제고 및 경쟁력 확보가 가능할 것으로 판단됨

## 〈참고문헌 및 참고사이트〉

1	China asks state firms to halt purchases of U.S. soybeans, pork, sources say, CNBC (2020.06.01.)
2	China halts imports from Tyson Foods plant over coronavirus fears, CNN (2020.06.22.)
3	U.S.-China trade deal will hold for now, former Trump trade negotiator says, CNBC(2020.06.23.)
4	2019 Statistical Report on World Vitiviniculture, OIV(International Organisation of Vine and Wine Intergovernmental Organisation)
5	Fresh Deciduous Fruit Annual-China, USDA(2019.11.05.)
6	Fresh Apples, Grapes, and Pears: World Markets and Trade, USDA(2020.06)
7	미-중 1단계 무역합의 경과 및 우리 수출영향, 한국무역협회(2020.06.05.)
8	미-중 무역분쟁의 배경과 그 영향, 정보통신정책연구원(2018.08.22.)
9	미-중 무역전쟁 현황과 농식품 분야 파급영향, 한국농촌경제연구원(2019.06.14.)
10	작년 분유 中 수출 42% 급감...사드 보복 '불똥', 연합뉴스(2018.03.01.)
11	[글로벌 식품동향]중국 치즈시장의 부상, '마시는' 우유에서 '먹는' 우유로, 식품외식경영 (2020.05.20.)
12	ITC Trademap( <a href="http://www.trademap.org">www.trademap.org</a> )
13	농식품수출정보( <a href="http://www.kati.net">www.kati.net</a> )
14	농촌경제연구원( <a href="http://www.krei.re.kr">www.krei.re.kr</a> )
15	관세법령정보포털( <a href="https://unipass.customs.go.kr">https://unipass.customs.go.kr</a> )
16	STATISTA( <a href="http://www.statista.com">www.statista.com</a> )



# RCEP 체결에 따른 농식품 수출분야 전망

---

- I. 배경 및 현황
- II. 주요 내용 분석
- III. 시사점 및 전망



# RCEP 체결에 따른 농식품 수출분야 전망

## 1. 배경 및 현황

- RCEP(역내포괄적경제동반자협정), 한·중·일·ASEAN·호·뉴 15개국이 참여하는 다자간 자유무역협정
  - \* 2012년 11월 협상 개시 이후 2017년부터 실질 타결 목표가 설정되면서 협상 가속화, 2020년 11월 15일 15개국이 협정에 최종 서명
- 동아시아 지역의 경제통합으로 다자적 역내 교역장벽 제거를 통한 기대효과를 목적으로 추진

## 2. 주요 내용 분석

- 對협정국 대상 관세 점진적 철폐로 수출시장 확대 전망
- 886개 품목 개방, 일본과의 FTA 신규체결 제외 시 14개국 대상 추가 개방 품목 136개, 연간 농산물 수입액의 1% 수준
  - \* 특히 우리 민감품목 양허 제외 품목으로 설정해 국내 시장 보호, 일부 개방 품목의 관세 철폐 기간 충분히 확보해 국내 농식품 산업의 피해 최소화
- 협정국간 SPS 조치 운용을 위한 협력 강화 예정
  - \* 위생검역 부적격 발생 시 수출국에 재발 방지 대책 요구 가능하게 되어 수입식품의 안전성 강화 가능
- 협정국간 원산지 기준 통합 및 원산지 증명 절차 개선으로 우리 기업 수출환경 개선 기대

## 3. 시사점 및 전망

- 협정국간 추가 시장개방으로 한국산 농식품의 수출국 다변화 및 시장 확대 가능성 제고
- 원산지 기준 통합, 통관절차 및 표준 간소화 등으로 역내 거래비용 절감 효과 창출



# I 배경 및 현황

## 1 협정 개요

■ RCEP(Regional Comprehensive Economic Partnership, 역내포괄적경제동반자협정)은 한·중·일 및 ASEAN 10개국, 호주와 뉴질랜드가 참여하는 다자간 자유무역협정(FTA)

- 총 15개국이 최종 협정에 서명, 협정국의 총 무역 규모는 5조 4,000억 달러(한화 약 5,977조 원)로 전 세계 교역의 29% 차지
  - 협정국은 한국, 중국, 일본, 라오스, 미얀마, 캄보디아, 태국, 인도네시아, 필리핀, 말레이시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀, 브루나이, 호주 뉴질랜드로 총 15개국이 참여, 기존 협상에 참여하였던 인도는 최종적으로 협정문 타결에 미참여함
  - 회원국 인구 수 22억 6,000명으로 전 세계 인구의 30%에 달하며, 국내총생산(GDP) 규모 26조 3,000억 달러(한화 약 29,104조 원)로 전 세계 GDP의 30% 차지

		RCEP (15개국)				CPTPP (11개국)
		한국	중국	일본		캐나다
ASEAN (10개국)	라오스	캄보디아	인도네시아	말레이시아	베트남	멕시코
	미얀마	태국	필리핀	싱가포르	브루나이	칠레
				호주	뉴질랜드	페루

- 국가와 국가 간(양자 간) 이뤄지는 협상인 FTA와 달리 RCEP은 상품, 서비스 및 투자, 규범, 지적재산권 등에 대해 다자간 일괄타결을 원칙으로 하는 협상으로, FTA보다 개방 수준이 높은 것이 특징

■ RCEP의 주요 내용으로는 크게 ① 협정국 간 누적기준 활용 ② 통합 원산지 결정기준 설정 ③ 기체결 FTA 보완 등으로 구분

- 참여국 전역에서 재료를 조달 및 가공하여도 재료 누적이 인정되어 역내 생산 가치사슬 형성 및 역내 산업과의 연계 강화
  - 특혜 원산지 결정 기준은 ▲완전생산기준 ▲세번변경기준 및 부가가치기준 ▲완전공정기준으로 분류

<b>완전생산기준</b>	전적으로 당사국 영역에서 완전히 획득되거나 생산된 제품의 경우, 원산지 상품으로 인정
<b>세번변경기준 및 부가가치 기준</b>	품목별 특성에 따라 세번변경기준과 부가가치기준으로 적용 - 세번변경기준: 비원산지 재료를 사용하여 상품을 생산한 결과, 부속서4-가 또는 부속서 6-가의 세 번 변경을 거친 경우 원산지 상품으로 인정 - 부가가치기준 : 생산 과정에서 부속서 4-가 또는 부속서 6-가의 역내가치 포함 비율 충족 시 원산지 상품으로 인정
<b>완전공정기준</b>	원산지 재료로만 전적으로 당사국 영역에서 생산된 경우

- 신선농산물은 완전생산기준에 근접한 원산지 기준을 적용함
  - 화훼, 채소, 과실, 곡물류는 당사국에서 재배하고 수확한 농산물에 대해서 특혜관세 원산지 인정
  - 닭고기는 완전생산기준, 나머지 육류는 제3국산 생축을 수입해 도축한 경우도 원산지를 인정(도축국 기준)
- 가공농산물 중 민감한 품목을 원료로 사용하는 경우에는 상대적으로 엄격한 원산지 기준을 적용하기로 함
  - 제3국에서 수입한 인삼을 가공한 제품은 원산지 불인정
  - 제3국에서 수입한 과실, 견과류, 채소를 단순 가공하여 냉동하거나 염수 등에 저장 및 처리한 경우 원산지 불인정
- 누적기준은 ▲재료누적과 ▲공정누적으로 분류되며, ‘재료누적’은 타 당사국의 원부자재가 당사국 영역에서 상품에 결합된 경우, 상품에 결합이 일어난 당사국의 원산지 상품으로 간주하는 것을 의미함
  - 즉 RCEP 발효 시 협정국간 재료누적 기준이 적용되어 협정국에서 생산된 원재료를 수입해 한국에서 제조 및 가공한 후 RCEP 협정국으로 수출 할 경우 역내 원산지로 인정되어 특혜관세 혜택 적용 가능

- 참여국 간 FTA마다 각기 다른 원산지 기준을 통합 원산지 기준으로 통일하고 원산지 증명 절차를 개선하여 기업의 FTA 활용 편의성 제고
- 기체결된 FTA를 보완하는 기능으로, 기존 양자 간 FTA에서 합의되지 않은 부분을 보완
- 궁극적으로 RCEP은 동아시아 지역의 경제통합으로 동아시아 공동체 추진에 기여하고, 다자적 역내 교역 장벽을 효과적으로 제거하여 경제통합제 형성에 따른 활용도를 제고하기 위한 목적으로 추진
  - RCEP의 경제적 타당성 검토 결과, 체결 후 10년 경과 시 최대 1.76%의 실질 GDP 증가 및 194억 5,600만 달러(한화 약 21조 5,300억 원)의 후생 증대 효과 예상
  - 더 나아가 러시아, 미국, 멕시코 등을 포함한 FTAAP(Free Trade Area of the Asia-Pacific, 아시아태평양자유무역지대) 체결의 초석을 마련하는 역할을 할 것으로 기대
- RCEP 협정은 ASEAN 10개국 중 6개국과 비(非)ASEAN 5개국 중 3개국이 국내 의회 비준·동의 절차를 거치면 60일 후에 발효되며, 비준하지 않은 국가는 발효되지 않음
  - 즉, 베트남·태국·인도네시아·필리핀·말레이시아·캄보디아·라오스·미얀마·싱가포르·브루나이 중 6개국 이상과 한국·중국·일본·호주·뉴질랜드 중 3개국 이상에서 국내 의회 비준 및 동의 절차를 거쳐야 협정이 발효됨
  - 만일 ASEAN 6개국과 비ASEAN 3개국의 정족수를 채우지 못할 경우 RCEP 협정은 발효되지 않으며, 정족수를 충족했다고 하더라도 국내 의회의 비준 및 동의 절차를 거치지 않은 국가에서는 협정이 발효되지 않음

## 2 추진 경과

- 2011년 11월 ASEAN 정상회의에서 RCEP 구상(Framework) 채택 이후 총 31차례의 공식협상과 8차례의 장관회의, 4차례의 정상회의를 거쳐 인도를 제외한 15개국이 협정에 최종 서명함
  - 2012년 11월 RCEP 협상 개시 공식 선언 이후 2016년 5월 제1차 공식협상이 시작됨
    - 상품, 서비스, 투자, 경제기술협력, 지재산권, 경쟁, 법률제도, 전자상거래 등 8개의 작업반과 상품작업반 하의 원산지, 통관, SPS, STRACAP(TBT)과 서비스 작업반 하의 금융 및 통신 등 6개의 소작업반으로 분류하여 협상 진행
  - 2017년 미국의 TPP탈퇴 선언과 더불어 미·중 무역분쟁이 심화되며 이에 대한 대응방안으로 RCEP 협상 가속화
    - 본래 2015년 협상 타결을 목표로 하였으나, 협상을 주도하는 국가가 없고 협상 참여국 간 복잡한 이해관계가 얽혀 있어 협상 타결 시한이 연기됨
    - 2016년 12월까지 총 16차례의 공식협상과 6차례의 장관회의가 개최되었지만 이렇다 할 성과 없이 진행되었음
  - 2017년 11월 제1차 정상회의에서 RCEP의 실질 타결 목표가 설정되면서 RCEP 협상 가속화
    - 본 회의에서 'RCEP의 거대한 잠재력', '참여국 간 발전 수준을 고려한 유연성', '2018년 타결 목표 설정' 등의 내용을 담은 공동 성명이 채택됨
  - 2018년 11월 제2차 정상회의에서는 ▲통관 ▲정부조달 ▲경제기술협력 ▲중소기업 ▲제도규정 ▲위생 및 검역조치 ▲기술규제 및 적합성 평가 등 7개의 장에서 타결을 이뤄내 협상이 최종 단계에 진입한 것으로 평가
  - 2019년 11월 제3차 정상회의에서 인도를 제외한 15개국이 협정문 타결 및 대부분의 시장개방을 마무리하였음을 공식 선언하면서 2020년 정식 서명을 추진하기로 합의

〈표 I-1〉 RCEP 협정 서명 추진 경과

2020	11월	○ 제4차 RCEP 정상회의, 15개국 간 RCEP 협정 최종 서명
2019	11월	○ 제3차 정상회의, 인도 제외 15개국 간 협정문 타결 선언, 2020년 서명 추진 합의
2018	11월	○ 제2차 정상회의, 2019년 RCEP 타결 결의
2017	11월	○ 제1차 정상회의, 2018년 RCEP 실질타결 목표 설정
2016 2015 2014 2013	-	○ 총 16차 RCEP 공식협상 개최 ○ 총 2차 RCEP 회기간 장관회의 개최 ○ 총 4차 RCEP 장관회의 개최
2012	11월	○ 동아시아 정상회의 계기 RCEP 협상 개시 선언
2011	11월	○ ASEAN 정상회의 시 RCEP 구상(Framework) 채택 - ASEAN과 FTA를 체결한 6개국(한국, 중국, 일본, 호주, 뉴질랜드, 인도) 협상 개시 선언을 목표로 설정

## Ⅱ 주요 내용 분석

### 1 시장개방

#### 가. 수출국 개방 측면

- RCEP 체결 시 기존 FTA 대비 추가 양허 품목은 국가별로 상이하나 특히 주류와 과일의 관세가 점진적으로 철폐되어 수출시장 확대 전망
  - 베트남<sup>1)</sup> 대상 관세 철폐품목은 주류와 기타 농산가공품 등으로 10년에 걸쳐 점진적으로 관세 철폐 예정
  - 태국<sup>2)</sup>으로의 수출 시 딸기, 감, 면류 등의 관세 즉시 철폐
    - 10년 양허품목에는 과일주스, 초콜릿 등이 있으며, 마늘, 견과류, 고추류 등은 15년, 주류(브랜드, 맥주, 리큐르) 등은 20년에 걸쳐 관세가 철폐될 예정
  - 인도네시아<sup>3)</sup> 수출 시 인삼류, 배, 사과, 감, 포도 등의 관세가 즉시 철폐되며, 필리핀<sup>4)</sup> 소스류와 사료 등, 말레이시아<sup>5)</sup> 기타 육류의 관세가 즉시 철폐됨
  - 캄보디아<sup>6)</sup>, 치즈, 쇠고기, 돼지고기, 고구마 등의 관세 즉시 철폐, 라오스의 경우 곡류조제품(콘 플레이크, 기타 등), 미안마는 기타산동물, 면, 곡류 등 품목의 관세가 즉시 철폐됨
  - 싱가포르와 호주, 뉴질랜드, 브루나이는 기체결 FTA에서 농산물 100%가 개방될 예정

1) 한국산 농식품 수출 4위국, 수출비중 7.0%(2019년 수출실적 기준)  
2) 한국산 농식품 수출 6위국, 수출비중 4.2%(2019년 수출실적 기준)  
3) 한국산 농식품 수출 9위국, 수출비중 2.1%(2019년 수출실적 기준)  
4) 한국산 농식품 수출 11위국, 수출비중 1.6%(2019년 수출실적 기준)  
5) 한국산 농식품 수출 15위국, 수출비중 1.2%(2019년 수출실적 기준)  
6) 한국산 농식품 수출 16위국, 수출비중 1.1%(2019년 수출실적 기준)

- 현재 싱가포르, 호주, 뉴질랜드, 브루나이(ASEAN)와 체결한 양자 간 FTA에서의 양허품목은 각각 호주 839개, 뉴질랜드 1,000개, 싱가포르와 브루나이의 경우 일부 품목을 제외한 모든 품목이었으나, RCEP 발효 이후 농산물 전 품목의 관세 즉시 철폐 및 단계적 인하되어 시장 전면 개방 예정

구분	기체결 FTA 양허품목	RCEP 양허품목
싱가포르	농산물 100% (소주, 맥주 등 주류 6개 품목에 대해서만 실행 관세 부과)	농산물 100%
호주	839개 품목	농산물 100%
뉴질랜드	1,000개 품목	농산물 100%
브루나이	민감품목 40개, 초민감품목 13개, 양허제외품목 13개를 제외한 모든 상품 관세 철폐	농산물 100%

- 對일본 수출 시 막걸리와 소주는 향후 20년에 걸쳐 점진적으로 관세 철폐 예정<sup>7)</sup>
  - 그동안 일본으로 수출되는 소주에는 16%의 관세가, 막걸리 리터당 42.4엔(한화 약 449원)의 관세가 부과되었음

〈표 II-1〉 기존 FTA 대비 추가 양허 품목

양허유형		품 목	
ASEAN	베트남	10년	주류, 기타농산가공품 등
	태국	즉시 철폐	쌀, 감, 면류 등
		10년	과일주스, 초코렛 등
		15년	마늘, 견과류, 고추류 등
		20년	주류(브랜디, 맥주, 리큐르) 등
	인도네시아	즉시 철폐	인삼류, 배, 사과, 감, 포도 등
		10년	소스류, 면류, 고추류, 강낭콩, 파인애플, 쌀 등
		15년	음료, 마늘, 양배추, 레몬, 녹차 등
		20년	가금육류 등
	필리핀	즉시 철폐	소스류, 사료 등
		15년	맥주, 위스키, 돼지고기, 시금치, 기타과실, 땅콩 등
	말레이시아	즉시 철폐	기타육류

7) 일본과 중국의 경우 상대국 시장 대상 관세 양허 품목에 대한 구체적인 정보가 발표되지 않음

양허유형	품 목	
캄보디아	즉시 철폐	치즈, 쇠고기, 돼지고기, 고구마 등
	13년	과일주스, 사과, 송로, 참깨
	15년	딸기, 키위, 사과, 포도 등
	20년	닭고기, 자두, 수박, 파인애플, 양배추 등
라오스	즉시 철폐	곡류조제품(콘 플레이크, 기타) 등
	15년	자당(고체) 등
	20년	화초류(백합, 국화, 난, 카네이션, 장미 등), 양배추(신선), 올리브(일시저장), 잎담배 등
미얀마	즉시 철폐	기타산동물, 면, 곡류 등
	13년	물성유지, 박류, 식물성한약재 등
	20년	기타식물성유지, 유지가공품 등
싱가포르	-	※ 기체결 FTA에서 농산물 100% 개방
브루나이	-	※ 기체결 FTA에서 농산물 100% 개방
호주	-	※ 기체결 FTA에서 농산물 100% 개방
뉴질랜드	-	※ 기체결 FTA에서 농산물 100% 개방

\* 출처: 농림축산식품부 보도자료(2020.11.15.)

■ RCEP 협정체결로 베트남(기타조제농산물 및 주류), 태국(신선과실), 인도네시아(인삼류 및 신선과실), 미얀마(면류) 등 수출시장 개방되어 한국산 비중 확대 기대

- 베트남으로 관세가 즉각 철폐되는 기타 조제 농산품과 주류 중 특히 ▲아이스크림 및 빙과류 ▲식초 ▲소주·리큐르·발효주 등의 수출 확대가 기대됨
  - 베트남 내 한국산 기타 조제 농산품 수입 규모 대부분 증가하는 추세로, 특히 아이스크림과 식초, 수우프브로드의 점유율이 높게 나타남
    - 아이스크림 및 기타 빙과의 한국산 점유율은 31.6%로 태국(41.1%)의 뒤를 이으며, 전년 대비 증가율 역시 28.0%를 기록해 관세 철폐 시 즉각적인 시장 확대가 가능할 것으로 기대되는 품목임
    - 한국산 식초 점유율은 26.9%로 일본(34.2%)에 이어 두 번째로 큰 규모, 수입 역시 증가세(34.0% ↑)로 관세 철폐 시 시장 확대 기대
  - 탁주, 기타 곡물 및 과실 발효주, 약주, 청주의 한국산 비중은 24.4%, 소주와 리큐르의 한국산 수입 비중 17.1%로 관세 철폐 시 가격경쟁력을 바탕으로 시장 확대 가능할 것으로 보임

〈표 II-2〉 관세 즉시 철폐 품목 對베트남 수출현황(2018~2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	비중	전년비(18/19)
對베트남 농식품 수출액 전체(농축임)	447,437.6	513,983.2	100.0	14.9
기타조제농산품(169)	45,912.1	63,362.1	12.3	38.0
- 혼합조제식료품	34,073.3	49,144.7	9.6	44.2
- 아이스크림	5,505.6	6,574.2	1.3	19.4
- 기타조제식료품	4,033.8	4,609.8	0.9	14.3
- 식초	689.2	745.5	0.1	8.2
- 수우프브로드	411.4	616.1	0.1	49.8
- 기타빙과	181.5	440.6	0.1	142.7
- 차, 마태 조제품	372.2	267.9	0.1	△28.0
- 향미용조제품	77.8	240.2	0.0	208.6
- 치커리조제품	82.5	210.5	0.0	155.1
- 음료조제용 조제품	6.4	148.2	0.0	2,210.6
- 기타단백질농축물	181.7	89.1	0.0	△51.0
- 알로에조제품	3.8	77.8	0.0	1,926.5
- 유아용조제식료품	138.3	68.4	0.0	△50.5
- 두부	88.9	67.4	0.0	△24.2
- 오트밀	44.2	44.3	0.0	0.3
- 혼합주스	21.1	14.4	0.0	△31.7
- 맥아엑스	0.1	2.9	0.0	2,457.1

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

〈표 II-3〉 관세 즉시 철폐 품목 對베트남 수출현황(2018~2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	비중	전년비(18/19)
주류(157)	8,325.4	7,259.7	1.4	△12.8
- 소주	5,501.4	4,229.1	0.8	△23.1
- 리큐르	34.4	902.1	0.2	2,519.9
- 위스키	673.6	657.8	0.1	△2.3
- 탁주	622.4	577.7	0.1	△7.2
- 에틸알코올	535.3	249.4	0.0	△53.4
- 기타주	366.3	242.3	0.0	△33.9
- 기타곡물발효주	79.4	113.3	0.0	42.8
- 기타과실발효주	136.8	100.7	0.0	△26.4
- 약주	32.0	91.9	0.0	186.8
- 포도주	29.9	27.1	0.0	△9.3
- 맥주	288.5	25.1	0.0	△91.3
- 청주	8.2	16.8	0.0	104.6
- 기타발효주	16.2	15.8	0.0	△2.5
- 포도증류주	0.0	6.0	0.0	0.0
- 알코올합성조제품	1.0	2.8	0.0	186.8

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

〈표 II-4〉 베트남 관세 즉시 철폐 품목 수입현황(2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	HS Code	수입액 (19)	전년비 (18/19)	주요수입국	한국산 비중	한국산 증가율
기타조제농산품(169)						
- 아이스크림, 기타빙과	2105	21,699	11.0	태국(41.1%)	31.6	28.0
- 기타조제식료품	1901	422,763	14.0	싱가포르(24.2%), 태국(14.4%), 일본(11.5%)	3.0	39.0
- 식초	2209	2,927	23.0	일본(34.2%)	26.9	34.0
- 수우프브로드	2104	2,249	△5.0	일본(22.0%), 태국(20.9%)	18.3	34.0
- 향미용, 음료조제용 조제품, 기타단백질농축물, 알로에 조제품, 두부	2106	835,952	36.0	미국(33.2%), 싱가포르(24.7%)	3.5	22.0
- 차, 마태, 치커리조제품	2101	49,067	△20.0	말련(29.5%), 인도(17.8%), 중국(16.6%), 미국(15.6%)	1.5	10.0
- 혼합쥬스-계	2009.90	3,316	29.0	태국(21.7%), 미국(19.0%)	5.6	32.0
주류(157)						
- 탁주, 기타곡물발효주, 기타과실발효주, 약주, 청주	2206	3,680	22.0	일본(61.7%)	24.4	△38.0
- 에틸알코올	2207	37,500	16.0	미국(63.2%)	15.1	28.0
- 소주, 리큐르, 위스키, 기타주, 기타발효주, 포도증류주	2208	30,409	△23.0	프랑스(41.0%), 영국(28.7%)	17.1	7.0

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 태국 내 한국산 딸기 및 감 시장점유율 확대 예상
  - 한국산 딸기는 품질을 인정받아 수요가 확대되는 추세였으나 경쟁국산(호주산 관세 0%) 대비 가격경쟁력을 확보하지 못하는 실정이었음
    - RCEP 협정체결로 관세 철폐 시 높은 품질경쟁력과 함께 가격경쟁력을 확보하게 되어 시장 점유율 확대 예상
  - 태국의 한국산 신선감 수입비중 1.5%에 불과, 대부분 중국산(71.4%)으로 품질경쟁력을 갖춘 한국산 감의 관세 철폐 시 중국산 수요 한국산으로 전환 가능할 것으로 기대
    - 그동안 중국산 감은 물량과 가격경쟁력을 앞세워 태국 시장의 절대적인 비중을 차지하였으나 품질 및 안전성 문제가 지속적으로 대두되어 신뢰도가 높지 않은 수준이었음
    - 관세 철폐로 가격 인하 시 중국산 대비 품질이 월등히 좋은 한국산 감의 시장 확대 가능성 존재

〈표 II-5〉 관세 즉시 철폐 품목 對태국 수출현황(2018~2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	비중	전년비(18/19)
전체(농축임)	183,514.2	198,043.4	100.0	7.9
딸기	5,824.2	6,727.2	3.4	15.5
면류	20,780.9	21,325.6	10.8	2.6
감	509.1	636.4	0.3	25.5
- 단감(신선)	326.1	536.3	0.3	64.5
- 임산(건조)	183.0	100.1	0.1	△45.3

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

〈표 II-6〉 태국 관세 즉시 철폐 품목 수입현황(2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	HS Code	수입액(19)	전년비(18/19)	주요수입국	한국산 비중	한국산 증가율
딸기	0810.10	16,193	20.0	호주(38.9%), 일본(17.7%)	23.7	33.0
면류	1902.19	11,964	5.0	인니(33.4%), 이탈리아(28.5%), 일본(18.1%)	2.5	△9.0
	1902.20	906	30.0	태국(27.5%) 이탈리아(24.9%)	20.1	32.0
	1902.30	29,865	9.0	한국(75.1%)	75.1	14.0
감	0810.70	14,699	54.0	중국(71.4%) 일본(16.9%), 뉴질랜드(10.3%)	1.5	22.0
	0813.40	6,233	16.0	중국(42.9%), 인도네시아(31.8%), 미얀마(10.9%)	0.2	△63.0

\* 출처: ITC Trademap

- 對인도네시아 수출 감소세를 보이던 인삼류 수출 회복 및 배, 사과, 감, 포도 등 신선농산물 수출 확대 기대
  - 한국산의 비중이 높은 인삼류 관세 철폐 시 가격경쟁력 확보하게 되어 더욱 견고한 시장 입지 구축 가능할 것으로 기대
  - 배와 사과의 경우 현지 시장에서 중국산의 비중이 매우 높게 나타나, 관세 철폐로 한국산 배/사과 가격경쟁력 보유하게 되어 안전성과 품질경쟁력을 바탕으로 시장 진입 가능
  - 한국산의 비중이 높은 감 수요 더욱 증가할 것으로 예상되며, 포도의 경우 샤인머스켓 등 인기 품종의 가격경쟁력 확보로 시장 확대 전망

〈표 II-7〉 관세 즉시 철폐 품목 對인도네시아 수출현황(2018~2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	비중	전년비(18/19)
전체(농축임)	204,970.8	169,741.2	100.0	△17.2
인삼류(155)	609.0	457.0	0.3	△25.0
- 백삼분	25.2	0.0	0.0	△100.0
- 백삼정	32.3	32.0	0.0	△0.9
- 백삼조제품	31.4	71.8	0.0	128.7
- 홍삼	40.6	107.8	0.1	165.5
- 홍삼분	22.0	5.8	0.0	△73.6
- 홍삼정	193.5	50.0	0.0	△74.2
- 홍삼조제품	189.9	48.2	0.0	△74.6
- 인삼액즙	0.0	176.4	0.1	-
- 인삼음료	74.2	2.7	0.0	△96.4
배	662.2	714.8	0.4	7.9
사과	37.2	46.4	0.0	24.7
감	132.4	220.6	0.1	66.6
포도	103.2	94.0	0.1	△8.9

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

〈표 II-8〉 인도네시아 관세 즉시 철폐 품목 수입현황(2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	HS Code	수입액 (19)	전년비 (18/19)	주요수입국	한국산 비중	한국산 증가율	
인삼류	- 백삼분, 홍삼, 홍삼분	1211.20	167	△42.0	한국(73.7%), 중국(26.3%)	73.7	△48.0
	- 백삼정, 홍삼정, 인삼액즙	1302.19	25,914	1.0	중국(22.7%), 프랑스(13.2%)	0.6	△27.0
	- 백삼조제품, 홍삼조제품	2106.90	492,865	4.0	미국(18.5%), 말련(14.0%), 중국(13.0%)	9.5	△5.0
	- 인삼음료	2202.99	63,093	△10.0	말련(58.1%), 태국(22.2%)	12.4	△61.0
배	0808.30	236,337	△7.0	중국(90.3%)	0.3	△14.0	
사과	0808.10	341,624	△4.0	중국(75.7%), 미국(16.8%)	0	△6.0	
감	0810.70	733	139.0	한국(31.4%), 스페인(29.9%)	31.4	5.0	
포도	0806.10	372,594	20.0	중국(50.5%), 호주(26.3%)	0	△21.0	

\* 출처: ITC Trademap

- 對미얀마 관세 즉시 철폐 품목 중 면류와 멍쌀의 수출 확대 기대
  - 미얀마 수입 시장 내 국수, 라면 등 면류 한국산 비중 높은 품목, 한국 외 대부분 주요 수입국 ASEAN 국가(관세율 0%)로 관세 철폐 시(현재 15%) 가격경쟁력 보유해 시장 확대 가능할 것으로 예상
  - 멍쌀의 경우 전체 수입의 99.9% 한국산이 차지, 기본세율 5% 철폐 시 가격경쟁력 확보 가능

〈표 II-9〉 관세 즉시 철폐 품목 對미얀마 수출현황(2018~2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	비중	전년비(18/19)
전체(농축임)	15228.3	17576.1	100.0	15.4
면	2,283.4	3,369.2	19.2	47.6
- 국수	10.9	49.3	0.3	352.3
- 당면	9.4	20.6	0.1	119.1
- 냉면	2.9	0.1	0.0	△96.6
- 라면	2,108.2	2,995.4	17.0	42.1
- 인스탄트면	147.5	142.7	0.8	-3.3
- 기타파스타	4.5	160.9	0.9	3,475.6
- 조제하지 않은 파스타(스파게티, 마카로니 이외 기타/조란을 넣은 것)	0.0	0.2	0.0	-
- 조제하지 않은 파스타(조란을 넣은 것 이외 기타)	4.5	83.1	0.5	1746.7
- 속을 채운 파스타(조제한 것인지에 상관없다)	0.0	77.7	0.4	-
쌀	4.3	998.5	5.7	23,120.9
- 메현미(nonglutinous)	4.3	0.0	0.0	△100.0
- 찰현미(glutinous)	0.0	9.6	0.1	-
- 멍쌀(nonglutinous)	0.0	988.8	5.6	-
옥수수(분쇄물·조분)	0.0	0.2	0.0	-

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

〈표 II-10〉 미얀마 관세 즉시 철폐 품목 수입현황(2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	HS Code	수입액 (19)	증가율 (18/19)	주요수입국	한국산 비중	한국산 증가율
면류	- 국수, 당면, 냉면, 조제하지 않은 파스타 등	1,350	△11.0	태국(43.2%), 한국 (38.3%)	38.3	8.0
	- 라면, 인스턴트면	5,168	37.0	한국(40%), 태국 (20.3%), 인니(19.1%)	40.0	95.0
	- 조제하지 않은 파스타 (스파게티, 마카로니 이외 기타/조란을 넣은 것)	-	-	-	-	-
	- 속을 채운 파스타(조제한 것인지에 상관없다)	286	240.0	태국(55.9%), 싱가포르(11.2%)	28.0	-
쌀	- 쌀(메현미, 찰현미)	201	△92.0	일본(100%)	-	-
	- 멥쌀	1,013	12,575.0	한국 (99.9%), 이탈리아(0.2%)	99.9	-
옥수수	1103.13	182	△10.0	인도(100%)	-	-

\* 출처: ITC Trademap

■ RCEP 협정체결로 필리핀, 말레이시아, 캄보디아, 라오스 수출국 개방되나 관세 즉시 철폐 품목의 즉각적인 시장개방 효과 미미할 것으로 판단

- 필리핀 수출 시 관세가 즉시 철폐되는 소스류의 현지 수입 비중 높지 않은 편, 즉각적인 시장개방 효과 낮을 것으로 판단되나 점진적 확대 가능성 존재
  - 2019년 필리핀 간장 수입액 837만 5,000달러(한화 약 94억 원)로 전년 대비 8.0% 증가, 주요 수입국 싱가포르(33.9%)와 중국(24.7%)으로 양분되며, 한국산 간장 수입비중 6.9%로 전년 대비 수입액 75.0% 증가
  - 혼합조미료 및 기타 소스류 수입액 1억 3,761만 5,000달러(한화 약 1,537억 원)로 태국(38.0%)과 중국(31.6%)의 비중 높으며 한국산의 비중 2.0%에 불과

〈표 II-11〉 관세 즉시 철폐 품목 對필리핀 수출현황(2018~2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	비중	전년비(18/19)
전체(농축임)	130,345.6	133,312.4	100.0	2.3
소스류	11,720.1	12,543.3	9.41	7.0
- 간장	431.6	586.1	0.44	35.8
- 된장	474.9	735.4	0.55	54.9
- 춘장	63.6	20.0	0.02	△68.6
- 고추장	1,772.9	1,971.5	1.48	11.2
- 장류	522.1	1,287.3	0.97	146.6
- 겨자(2103.30-1000/2000)	44.1	17.4	0.01	△60.5
- 마요네스	145.8	191.8	0.14	31.6
- 인스턴트카레	74.1	72.0	0.05	△2.8
- 혼합조미료	3,184.8	3,188.1	2.39	0.1
- 기타소스제품	5,006.3	4,473.9	3.36	△10.6

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

〈표 II-12〉 필리핀 관세 즉시 철폐 품목 수입현황(2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	HS Code	수입액 (19)	전년비 (18/19)	주요수입국	한국산 비중	한국산 증가율
소스류	2103	152410	3.0	태국(34.4%), 중국(30.1%)	2.3	5.0
간장	2103.10	8,375	8.0	싱가포르(33.9%), 중국(24.7%)	6.9	75.0
혼합조미료/기타 소스제품	2103.90	137,615	2.0	태국(38.0%), 중국(31.6%)	2.0	△10.0
겨자 <sup>1)</sup>	2103.30	680	24	캐나다(32.4%), 미국(11.5%)	26.3	1,706.0

\* 주1: HS Code 2103.30(겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자) 기준, 한국산 수입액 179천 달러로 수출액과 차이 존재

\* 출처: ITC Trademap

- 말레이시아 관세 즉시 철폐 품목인 기타 육류의 시장 진입 시 할랄 인증에 대한 준비가 선행되어야 함
  - 말레이시아 수입시장 내 한국산 기타 육류 비중 매우 미미한 수준으로, 시장 진입을 위한 할랄 인증 획득이 요구되어 즉각적인 진입에 어려움 존재

〈표 II-13〉 관세 즉시 철폐 품목 對말레이시아 수출현황(2018~2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	비중	전년비(18/19)
전체(농축임)	114,311.5	108,975.9	100.0	△4.7
기타육류	41.8	115.1	0.11	175.4
소시지	35.5	98.0	0.09	176.1
육류수우프	5.4	12.4	0.01	129.6
기타육류	0.9	4.7	0.00	422.2

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

〈표 II-14〉 말레이시아 관세 즉시 철폐 품목 수입현황(2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	HS Code	수입액 (19)	전년비 (18/19)	주요수입국	한국산 비중	한국산 증가율
소시지	1601.00	1,365	△84.0	덴마크(63.1%), 중국(13.9%), 미국(11.5%)	-	-
육류수우프	2104.10	4,494	4.0	일본(34.6%), 태국(18.7%), 호주(13.6%)	1.1	59.0
기타육류	1602.90	5	△40.0	대만(100.0%)	-	-

\* 출처: ITC Trademap

- 對캄보디아 관세 즉시 철폐 품목 중 치즈와 고구마는 생산량이 많지 않아 수입에 의존하는 구조를 보이며, 쇠고기와 돼지고기는 캄보디아 내 수입 비중 높지 않아 즉각적인 시장개방 효과 미미할 것
  - 우리나라 치즈 생산량 3만 7,946톤(19)으로, 수출량 483.4톤에 불과<sup>8)</sup>해 수출보다 수입에 의존하는 시장 형성
    - 더욱이 전체 치즈 수출액 370만 2,700달러(한화 약 41억 원) 중 對캄보디아 수출액 2만 1,700달러(한화 약 2,424만 원)로 0.6%에 불과한 반면, 캄보디아 수입 치즈 시장 싱가포르, 덴마크, 호주 등의 비중이 매우 높음
  - 對캄보디아 관세 즉시 철폐 돼지고기 품목의 전체 수출액 549만 달러(한화 약 61억 원) 중 캄보디아로의 수출액 0.8%에 불과
    - 캄보디아의 주요 돼지고기 수입국 태국으로 수입 시장의 대부분 차지

8) 유제품별 생산 및 소비 실적(2019), 통계청

- 관세가 즉시 철폐되는 쇠고기 품목 전체 수출액 366만 2,300달러(한화 약 41억 원) 중 對캄보디아 수출액 9만 달러(한화 약 1억 원)로 2.5% 차지
  - 캄보디아의 쇠고기 주요 수입국은 호주 및 말레이시아로, 신선 냉장 쇠고기의 경우 호주산의 비중이 높고, 조제 쇠고기의 경우 말레이시아의 비중이 매우 높게 나타남
- 우리나라 신선 고구마 생산량 36만 8,324톤(19) 중 252톤(0.07%) 수출, 수입의존도 높은 구조 보임

〈표 II-15〉 관세 즉시 철폐 품목 對캄보디아 수출현황(2018~2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	비중	전년비(18/19)
전체(농축임)	89,194.6	101,960.7	100.0	14.3
치즈	16.6	21.7	0.02	30.7
쇠고기	78.8	90.1	0.09	14.3
- 신선 냉장	0.0	6.1	0.01	-
- 신선 냉장 기타	2.6	0.0	0.00	△100.0
- 쇠고기 조제 및폐용기에 넣은 것	3.8	0.7	0.00	△81.6
- 조제 및 밀폐용기에 넣은 것 외 기타	72.4	83.8	0.08	15.7
돼지고기	47.7	43.5	0.04	△8.8
- 북부살과 이를 절단한 것/염장·염수장·건조·훈제한 것	0.0	0.6	0.00	-
- 넓적다리살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것	3.9	0.0	0.00	△100.0
- 기타/혼합물 포함/밀폐용기에 넣은 것	19.0	16.6	0.02	△12.6
- 넓적다리살과 그 절단육/밀폐용기에 넣지 않은 것	5.5	0.0	0.00	△100.0
- 기타/혼합물 포함/밀폐용기에 넣지 않은 것	19.2	26.2	0.03	36.5
고구마	2.1	0.0	0.00	△100.0
- 신선	1.8	0.0	0.00	△100.0
- 건조	0.3	0.0	0.00	△100.0

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

〈표 II-16〉 캄보디아 관세 즉시 철폐 품목 수입현황(2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	HS Code	수입액 (19)	전년비 (18/19)	주요수입국	한국산 비중	한국산 증가율	
치즈	0406.10	40	△50.0	싱가포르(95.0%), 미국(2.5%)	-	-	
	0406.20	253	157.0	덴마크 (73.1%), 태국 (23.7%)	-	-	
	0406.30	37	58.0	호주(100%)	-	-	
쇠고기	- 신선 냉장	0201.30	1,767	213.0	호주 (79.2%), 인도(16.3%)	0.5	-
	- 신선 냉장 기타	0201.20	48	△70.0	호주 (97.9%), 프랑스(2.1%)	-	-
	- 쇠고기 조제	1602.50	29	△85.0	말련(79.3%)	-	-
돼지고기	- 복부살/절단육/염장 등	0210.12	1,648	141.0	태국(93.8%) 브라질(4.6%)	-	-
	- 넓적다리살/절단육	1602.41	325	50.0	태국(77.5%), 미국(8.9%), 일본(6.8%)	0.9	-
	- 기타/혼합물 포함	1602.49	539	26.0	태국(88.1%), 일본(4.5%), 말련(4.3%)	1.1	-
고구마	0714.20	10	22.0	중국(70%), 일본(30%)	-	-	

\* 출처: ITC Trademap

- 라오스 곡류 조제품 주요 수입국 베트남, 태국, 중국 등으로 ATIGA(ASEAN 국가 간 자유무역협정) 및 ASEAN-중국 FTA로 무관세 적용되어 한국산 관세 철폐 효과 크지 않을 것으로 예상
  - 곡류조제품<sup>9)</sup> 수출액 5,477만 7,100달러(한화 약 612억 원) 중 對라오스 수출액 1만 4,600달러(한화 약 1,631만 원)로 0.02%에 불과
- 라오스 수입시장 베트남과 태국이 대부분을 차지, ATIGA(Asean Trade In Goods Agreement)로 베트남 및 태국산 곡류조제품에 무관세 적용하여 한국산 관세 철폐 영향 크지 않을 것으로 예상<sup>10)</sup>

9) 곡류 조제품(팽창, 볶은 것/콘 플레이크, 콘 칩, 튀긴 쌀 이외 기타), 찌거나 삶은 쌀, 곡류제품

10) [https://www.laotradeportal.gov.la/kcfinder/upload/files/AHTN%202017-Sect\\_IV.pdf](https://www.laotradeportal.gov.la/kcfinder/upload/files/AHTN%202017-Sect_IV.pdf)

〈표 II-17〉 관세 즉시 철폐 품목 對라오스 수출현황(2018~2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	비중	전년비(18/19)
전체(농축임)	4,283.1	2,543.9	100.0	△40.6
곡류조제품	508.3	14.6	0.57	△97.1
- 곡류 조제품(팽창, 볶은 것/콘 플레이크, 콘 칩, 튀긴 쌀 이외 기타)	498.5	0.4	0.02	△99.9
- 찌거나 삶은 쌀	9.5	12.5	0.49	31.6
- 곡류제조품	0.3	1.7	0.07	466.7

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

〈표 II-18〉 라오스 관세 즉시 철폐 품목 수입현황(2019)

(단위: 천 달러, %)

구분	HS Code	수입액 (19)	전년비 (18/19)	주요수입국	한국산 비중	한국산 증가율
곡류 조제품 (팽창, 볶은 것/콘 플레이크, 콘 칩, 튀긴 쌀 이외 기타)	1904.10	76	△32.0	베트남(96.1%)	2.6	135.0
찌거나 삶은 쌀, 곡류제조품	1904.90	1,315	514.0	태국(96.2%), 중국 (3.7%)	-	-

\* 출처: ITC Trademap

## 나. 우리측 개방 측면

### ■ RCEP 최종 서명으로 농식품 886개 품목이 새로 개방

- 새롭게 FTA를 체결하는 일본을 제외하면 RCEP 협정 13개국 대상 추가 개방되는 품목은 136개에 불과
  - ASEAN 10개국 대상 130개 품목, 호주 2개, 중국 4개 품목이 추가로 개방되며 뉴질랜드의 경우 추가 개방 품목이 없음
  - 일본은 한국과의 FTA 미체결 국가로, 이번 RCEP 협정을 통해 총 750개 품목이 개방됨
- ASEAN 국가 대상으로는 ▲체다치즈 ▲키위 ▲유채유(기타) ▲초콜릿과 기타 조제식료품 등 4개 품목의 관세가 즉시 철폐됨

- 10년 내 점진적으로 관세가 철폐되는 품목은 총 54개이며, 15년 철폐 품목 62개, 20년 철폐 품목 10개로 구성

〈표 II-19〉 ASEAN 10개국 기존 FTA 대비 추가 양허품목

양허유형	품 목	
즉시 철폐 (4)	축산	체다 치즈
	과수·채소	키위
	기타	유채유(기타), 초콜릿과 기타조제식품
10년 철폐 (54)	식량	밤바라콩, 동부콩, 채두류, 캐슈넛 등
	축산	모짜렐라 치즈, 식용설육(냉장, 냉동) 등
	과수·채소	대추야자, 구아바, 망고스틴, 파파야, 두리안, 레몬, 체리
	기타	파인애플쥬스, 겨자유
15년 철폐 (62)	식량	전분글루, 덱스트린글루, 기타 글루
	축산	거위(냉장·냉동, 절단육), 기니아새(냉장·냉동, 절단육), 육즙
	과수·채소	크랜베리, 토란줄기, 과실류(기타 건조), 마태 및 차 조제품, 기타조제저장과실(살구, 체리)
	기타	맥주, 혼합조제식품, 국수, 인삼음료
20년 철폐 (10)	식량	강낭콩, 타피오카(냉동)
	축산	소식용설육(냉동), 거위(절단육), 기니아새(절단육), 녹용 전지(건조), 녹각, 녹용 전지 이외
	기타	잼

\* 출처: 농림축산식품부 보도자료(2020.11.15.)

- 중국산 덱스트린(변성전분)은 협정체결 즉시 관세가 철폐되며, 녹용전지(건조), 녹각, 녹용전지 이외 품목 등 3개 품목은 20년에 걸쳐 점진적으로 관세 철폐 예정
- 호주산 소시지 케이싱(돼지와 양) 2개 품목에 대해서는 20년 철폐 기준으로 시장이 개방됨

〈표 II-20〉 중국, 호주, 뉴질랜드 10개국 기존 FTA 대비 추가 양허품목

양허유형	품 목	
중국 (4)	즉시철폐(1)	덱스트린(변성전분)
	20년 철폐(2)	녹용 전지(건조), 녹각, 녹용 전지 이외
호주 (2)	20년 철폐(2)	소시지 케이싱(돼지, 양)
뉴질랜드 (-)	-	-

\* 출처: 농림축산식품부 보도자료(2020.11.15.)

- 일본에 개방되는 품목은 총 750개 중 수산물을 제외한 농축산물은 448개로, 이 중 사케와 맥주의 관세가 단계적으로 철폐될 예정
  - 현재 일본산 사케에 부과되는 관세율은 15%로, 향후 15년에 걸쳐, 일본산 맥주(관세율 15%)는 20년간 단계적으로 관세 철폐 예정
  - 일본농업신문에 따르면, 일본산 채소에 대한 對한국 수출 관세 철폐율을 49% 수준으로 유지했으나, 구체적인 품목에 대한 관세 철폐율은 아직까지 공식적으로 발표되지 않음

■ **특히 우리 농산물의 민감성을 반영한 민감품목은 양허 제외 품목으로 설정하여 국내 시장을 보호함**

- 핵심 민감품목인 쌀(513%), 고추(270%), 마늘(360%), 양파(135%), 사과(45%), 배(45%)와 수입액이 많은 바나나(30%), 파인애플(30%) 등은 양허제외 품목으로 설정하여 시장 보호
- 또한 일부 추가 개방 품목의 경우 기체결된 FTA 범위 내 품목으로 설정하고, 관세 철폐 기간을 충분히 확보해 국내 농식품 산업의 피해를 최소화
  - RCEP 협정의 양허품목은 이미 양자 간 FTA 체결로 특혜관세가 적용되는 품목을 우선으로 선정하여, 협정 발효 후 관세 인하 및 철폐로 인한 시장 영향은 크지 않을 것으로 예상
    - 예를 들어 ASEAN 국가의 유채유 품목은 RCEP 협정 발효 시 관세가 즉시 철폐되는 품목이나, 이미 한-ASEAN FTA 체결로 특혜관세(0%)가 적용되고 있음

■ **RCEP 협정 체결 즉시 관세가 철폐되는 품목의 경우, 이미 한-ASEAN FTA 체결로 무관세가 적용되는 품목이거나, 주요 수입국에 대한 의존도가 높아 시장개방 영향 미미할 것으로 평가되나, 중국산 텍스트린의 경우 시장 확대 가능성 존재**

- ASEAN 국가로부터의 체다 치즈 수입 시 관세 즉시 철폐되나, 주요 선진국의 수입 비중 높아 큰 영향 없을 것으로 판단
  - 기타 치즈 수입의존도 높은 품목으로, 품질 경쟁력을 보유한 뉴질랜드(44.6%) 및 미국(14.5%), 네덜란드(9.4%)로부터 대부분 수입
  - RCEP 협정국(싱가포르, 베트남)산 기타 치즈 수입 규모 집계되지 않으며, 관세가 철폐되어도 주요 수입국에 대한 의존도 높아 시장에 미치는 영향력 미미할 것으로 예상됨

〈표 II-21〉 대한민국 기타치즈 수입현황(2015~2019)

(단위: 천 달러, %)

국가	2015	2016	2017	2018	2019	비중	전년비(18/19)
전체	120,646	98,474	133,542	127,108	127,643	100.0	0.4
1 뉴질랜드	43,924	35,984	61,160	66,304	56,985	44.6	△14.1
2 미국	34,960	19,700	16,185	14,003	18,555	14.5	32.5
3 네덜란드	8,295	6,524	11,896	11,158	12,062	9.4	8.1
4 호주	10,368	9,222	14,130	12,343	8,407	6.6	△31.9
5 독일	8,796	11,649	12,178	6,170	7,880	6.2	27.7
27 싱가포르	23	32	18	0	0	-	-
28 베트남	0	0	0	0	0	-	-

\* 주: HS Code 0406.90 기준

\* 출처: ICT Trademap

- ASEAN산 키위에 대한 관세도 협정 체결 즉시 철폐되나, 뉴질랜드산 특정 브랜드에 대한 의존도 높고, 최근 한국산 키위(참다래)의 인지도도 높아지는 추세로, 관세 철폐로 인한 영향 크지 않을 것으로 예상

〈표 II-22〉 대한민국 키위 수입현황(2015~2019)

(단위: 천 달러, %)

국가	2015	2016	2017	2018	2019	비중	전년비(18/19)
전체	55,408	61,681	65,310	90,636	95,032	100.0	4.9
1 뉴질랜드	41,316	51,314	56,311	84,220	89,604	94.3	6.4
2 칠레	12,949	10,103	7,915	5,778	4,168	4.7	△27.9
3 이탈리아	1,070	179	953	526	1,259	1.3	139.4
4 미국	7	-	91	112	1	0.1	△99.1
5 프랑스	66	31	39	-	-	-	-

\* 주: HS Code 0810.50 기준

\* 출처: ICT Trademap

- 유채유의 경우 압도적인 규모(89.7%)로 수입되는 캐나다에 의존도 높고, 한-ASEAN FTA 체결로 이미 ASEAN 국가에서 수입되는 유채유에 무관세 적용되고 있어 RCEP 체결로 인한 관세 철폐 영향 없을 것으로 판단
  - 2020년 기준 캐나다산 유채유(조유 기준)에 한·캐나다 FTA 협정세율 적용되어 0.7%의 관세 부과되며, ASEAN 국가에서 수입되는 유채유의 경우 한·ASEAN FTA로 무관세 적용 가능

〈표 II-23〉 대한민국 유채유 수입현황(2015~2019)

(단위: 천 달러, %)

국가	2015	2016	2017	2018	2019	비중	전년비(18/19)
전체	82,392	99,804	118,611	108,077	123,726	100.0	14.5
1 캐나다	68,353	83,679	104,639	96,739	110,957	89.7	14.7
2 호주	10,955	14,267	12,230	9,446	11,228	9.1	18.9
3 말레이시아	-	61	338	688	562	0.5	△18.3
4 이탈리아	80	176	342	678	393	0.3	△42.0
5 스페인	426	5	1	60	162	0.1	170.0
7 태국	57	43	23	44	93	0.1	111.4
21 필리핀	0	0	0	0	0	0	-

\* 주: HS Code 1514 기준

\* 출처: ICT Trademap

- 초콜릿 조제품 미국산 수입 비중이 높으며, 한·ASEAN FTA 체결로 무관세 적용되는 품목이므로 RCEP 체결로 인한 시장개방 효과 크지 않을 것

〈표 II-24〉 대한민국 초콜릿과 기타조제품 수입현황(2015~2019)

(단위: 천 달러, %)

국가	2015	2016	2017	2018	2019	비중	전년비(18/19)
전체	310,535	338,395	324,088	329,217	327,670	100.0	△0.5
1 미국	84,958	79,407	81,265	92,225	90,535	27.6	△1.8
2 중국	33,755	60,665	39,614	33,232	29,804	9.1	△10.3
3 이탈리아	29,842	28,470	29,288	28,170	29,700	9.1	5.4
4 벨기에	23,142	23,726	26,197	29,154	27,691	8.5	△5.0
5 말레이시아	7,901	19,609	27,593	24,460	26,895	8.2	10.0
6 싱가포르	24,904	24,062	22,157	21,088	22,072	6.7	4.7
16 태국	1,093	1,206	1,882	2,528	2,925	0.9	15.7
19 인도네시아	3,144	2,913	2,473	2,877	2,288	0.7	△20.5
24 필리핀	775	381	351	562	939	0.3	67.1
26 베트남	404	615	772	978	762	0.2	△22.1

\* 주: HS Code 1806 기준

\* 출처: ICT Trademap

- 현재 중국산 덱스트린에 8%의 세율 적용(한·중 FTA), RCEP 체결로 관세 즉시 철폐되면, 중국산 덱스트린의 수입 확대 가능성 존재

- 한·ASEAN FTA 적용으로 무관세 수입 가능한 태국산 덱스트린 52.4% 차지, 이 외 독일(12.1%), 네덜란드(8.2%), 덴마크(7.0%), 미국(6.7%) 등 주요 수입국도 한·EU 및 한·미 FTA 체결로 무관세 수입 가능

〈표 II-25〉 대한민국 덱스트린(변성전분) 수입현황(2015~2019)

(단위: 천 달러, %)

국가	2015	2016	2017	2018	2019	비중	전년비 (18/19)
전체	100,568	95,119	93,668	104,594	103,107	100.0	△1.4
1 태국	49,894	48,208	50,534	56,730	54,064	52.4	△4.7
2 독일	8,950	11,943	9,457	11,179	12,523	12.1	12.0
3 네덜란드	8,057	7,778	9,547	10,334	8,424	8.2	△18.5
4 덴마크	2,806	4,359	5,003	5,229	7,255	7.0	38.7
5 미국	3,767	4,448	5,007	6,431	6,926	6.7	7.7
7 중국	15,108	4,815	3,532	3,646	2,881	2.8	△21.0

\* 주: HS Code 3505 기준

\* 출처: ICT Trademap

## 2 위생검역(SPS) 협력 강화

### ■ 협정국간 투명하고 합리적인 SPS 조치 운용을 위해 절차 요건을 구체화하고 정보교환 등의 협력이 강화될 예정

- 동식물위생검역조치(SPS; Sanitary and Phytosanitary Measures)는 동식물의 해충 또는 질병, 식품이나 사료의 특정 물질의 제한적 사용, 라벨링, 인증, 포장 요건에 대해 시행되는 조치를 의미
  - 해당 조치를 농산물의 수입을 제한하는 수단으로 사용하는 사례가 증가하면서 WTO 위생 및 검역 조치에 관한 협정(SPS협정)이 체결
  - 동 협정을 통해 각 국의 식품 안전성 검사 및 동식물 검역과 관련한 규정이 비관세장벽으로 사용되지 못하도록 하였으나, 여전히 국가별 상이한 검역요건 및 불충분한 정보 제공으로 비용적·시간적 비효율이 발생
- RCEP 협정서에서는 협정국 간 동등성·지역화 불인정 시 사유 제시, 수입위험분석 진행 상황 통지, 통보 강화 등 SPS 추진과 관련한 요건을 구체적으로 공유 및 교환하기로 함
- 또한 수입식품에서 위생검역과 관련한 중대한 부적격 발생 시 수출국에 재발 방지 대책을 요구하는 등 수입식품의 안전성을 강화할 수 있는 규정이 반영됨

### ■ 최근 5년간 RCEP 15개국에서 통보한 SPS 통보문은 총 1,475건, 이 중 한국산을 특정한 건은 8건으로 집계

- 한국산 농식품을 특정하여 SPS를 통보한 국가는 일본, 태국, 인도네시아, 필리핀, 호주 등 5개국
  - 2019년 아프리카돼지열병으로 태국, 인도네시아, 필리핀에서는 한국산 돼지 가축 및 돈육 제품에 대해 ‘동물 질병’ 및 ‘동물건강’ 보호를 목적으로 SPS 발행
    - 이 외에도 필리핀은 2015년 한국산 가축 및 축산물에 대해 ‘동물건강’ 보호를 목적으로 한 SPS를 통보한 바 있음
  - 일본의 경우 ‘화재마름병 예방’ 및 ‘식물건강’ 보호를 목적으로 2015년 한국산 화훼류에 SPS 통보, 호주는 2015년 한국산 배 생과실에 ‘식물질병’ 및 ‘식물건강’ 보호를 목적으로 SPS 통보, 2016년과 2017년 한국산 딸기 생과실에 대해 ‘식물질병 및 건강’ 보호, ‘규정의 발행 및 발효’를 위한 목적으로 SPS를 통보함

〈표 II-26〉 국가별 식품 부문 SPS 통보 현황(2015~2019)

국가	통보건수	한국산 대상	
		건수	품목
중국	419	-	-
일본	392	1	화훼류(2015)
베트남	37	-	-
태국	99	1	돼지가축(2019)
인도네시아	35	1	돼지가축(2019)
필리핀	188	2	가축 및 축산물(2015), 돈육제품(2019)
말레이시아	10	-	-
캄보디아	-	-	-
라오스	2	-	-
미얀마	-	-	-
싱가포르	10	-	-
브루나이	-	-	-
호주	181	3	배 사과실(2015), 딸기 사과실(2016), 딸기 사과실(2017)
뉴질랜드	102	-	-

\* 출처: WTO

■ RCEP 체결을 통해 협정국간 SPS에 대한 협력 강화가 예상되며, 이로써 국가별 상이한 검역요건 및 절차에 따른 비효율성 해소, 검역 강화에 따른 통관 지연, 수입제한 등의 비관세장벽 해소가 기대됨

- RCEP 협정국간 SPS 추진 관련 요건을 구체적으로 명시하기로 협의하여 검역 과정에서 발생하는 비효율 제거 가능할 것
  - 기존 수출 시 국가별 상이한 검역요건으로 수출업자의 사전 정보 파악 및 기준 준수에 애로 존재하였으나, 협정체결 후 SPS 검역과 관련한 구체적인 기준 명시될 것으로 기대되어 수출업체의 편의 제고될 것으로 예상

〈표 II-27〉 국가별 농식품 수입 검역 요건

중국	<ul style="list-style-type: none"> <li>라벨검역과 실험실검역(무작위 진행, 통상 5~10% 수준)으로 분류, 식물의 경우 검역대상 물품에 해당되어 식물검역 요구</li> <li>원산지국별 수입금지품목 지정하여 사전 유의 필요</li> </ul>	
일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입금지품목, 검사대상품목, 검사제외 품목으로 검역 진행</li> <li>수출국 정부가 발급하는 검사증명서 제출 필요</li> </ul>	
A S E A N	베트남	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출검역대상품목 : 축산 및 낙농품, 식물, 신선농산물</li> <li>수입검역 대상품목 : 13개 품목</li> <li>동물성 식품의 경우 제조시설 베트남 당국에 등록 필요, 수출국 식품위생증명서 필요</li> </ul>
	태국	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입금지/제한/비규제품목으로 분류하며, 원산지국별 관리하는 품목이 상이                     <ul style="list-style-type: none"> <li>수입금지품목 : 벼속 식물, 고무나무속 식물, 감귤속 및 감귤속 식물, 코코넛, 카사바, 흙, 유기질비료, 식물병해충, 면화속 식물, 수생양치류, 이끼</li> <li>수입제한품목 : accharum속 식물, 커피속 식물, 고구마, 면화속 식물, 담배, 옥수수, 카카오, 바나나속 식물, 감자, 땅콩, 파인애플, 차나무속 식물, 오일팜, 토마토, 파파야, Aleurites속 식물, 타로, 소맥, 대두, mung bean, 수수 및 난과 식물</li> </ul> </li> </ul>
	인도네시아	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입식품 인도네시아 식약청(BPOM) 등록 요구(수입업체 의무)</li> <li>밀가루, 조리용 팜유, 분유, 인스턴트 커피, 생수, 설탕, 백후추 등 품목 SNI 인증 필수</li> <li>육류, 신선농산물, 가공식품 등 품목별 상이한 검역제도 시행, 육류제품의 경우 할랄인증서 필요</li> </ul>
	필리핀	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입 가공식품은 식약청 제품 등록 필수(수입업체 의무)</li> <li>동물성 제품 동물산업국(BAI)에서 발행한 수의학검역허가증(VQC) 발급 필수</li> <li>식물성 제품 식물산업국(BPI)의 식물위생검역허가증 발급 필수</li> </ul>
	말레이시아	<ul style="list-style-type: none"> <li>식물성 제품은 유해성 「농작물 규정 법안」에 근거하여 검사</li> <li>동물성 제품은 「도축법」에 근거하여 검사, 할랄인증 필수로 이슬람개발부(JAKIM)에서 인정한 도살장에서 도살된 제품이어야 함</li> </ul>
	캄보디아	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입금지 품목 : 말, 버팔로, 칠면조, 거위, 고래 및 돌고래, 건조돼지껍질 등 252개 품목</li> <li>신선과일, 채소, 식물, 종자류의 경우 관세청의 관세 및 소비세 허가서와 농림수산부의 위생증명서 요구</li> </ul>
	라오스	<ul style="list-style-type: none"> <li>당국의 수입허가증 발급 필요</li> <li>수입규제제도 외 특별한 제한은 없으나, 식품 및 동식물 수입 시 검역허가 필요</li> </ul>
	미얀마	<ul style="list-style-type: none"> <li>허가증이나 라이선스를 취득한 후 미얀마 농무부로부터 수입증명서를 소유한 자에 한해 수입 허가</li> <li>「제행정법규 40/2004호 : 위생 검역 및 식물 검역」 지침 준수 필요</li> </ul>
	싱가포르	<ul style="list-style-type: none"> <li>육류 : 식품청이 승인한 국가 및 시설에서만 수입 가능</li> <li>신선농산물 : CODEX 잔류물질허용기준을 충족한 제품만 수입 가능</li> <li>가공식품 : 수출국 식품 당국의 적절한 감독 하에 제조된 식품 수입 가능</li> </ul>
	브루나이	<ul style="list-style-type: none"> <li>할랄식품 및 육고기류, 동식물, 쌀, 설탕, 소금 등은 특별수입 허가 대상품목</li> </ul>
호주	<ul style="list-style-type: none"> <li>위험 식품 중 검사를 요하는 식품과 감시 식품(Surveillance Food)을 대상으로 검역을 실시하며, 위험 식품과 감시 식품에 따라 검역방법이 상이</li> <li>특히 달걀 및 달걀제품, 씨앗 및 견과류, 유제품, 신선 과일 및 신선 채소, 신선 육류 제품에 대해서 엄격한 제재를 가하고 있음</li> </ul>	
뉴질랜드	<ul style="list-style-type: none"> <li>검역 시 제출된 서류를 기반으로 수입식품에 대한 시험을 실시함</li> <li>수입식품이 통관되기 전에 수입검사가 필요하다고 판단되는 식품에 샘플을 채취하여 검사를 진행함</li> <li>수입식품 검사를 통과한 제품에 한해 수입허가를 취득할 수 있으며, 검역이 승인된 물품에 대해서는 수입업체가 보관 및 라벨링 규정을 준수하였는지 확인함</li> </ul>	

### 3 원산지기준 통합

#### ▣ 협정국에 대한 원산지 기준 통합 및 원산지 증명 절차 개선을 통해 수출기업의 FTA 활용 편의성 제고

- 그동안 각 국가별 상이한 원산지 규정 및 통관절차 등으로 수출기업의 애로 존재
  - 각 국가별 원산지 증명을 위해 요구되는 서류에서부터 원산지 판정, 증명서 작성 및 발급 등에 대한 절차와 요구 조건이 각기 상이해 특혜관세 활용 시 원산지 증명을 받는 절차가 까다롭고(46.9%), 국가별로 원산지 규정을 파악하기 어려워(39.0%) 수출에 애로가 있는 것으로 나타남<sup>11)</sup>
  - 그동안 양자간 FTA에서는 ASEAN과 중국 수출의 경우 원산지 증명의 기관발급만 허용, 호주와 뉴질랜드의 경우 자율증명방식을 채택하고 있음

〈표 II-28〉 협정국별 원산지증명 방식

국가	FTA협정 체결	원산지증명			
		증명방식	발급자	증명서식	유효기간
중국	○	기관발급	세관 및 상의	통일서식	1년
일본	×	×	×	×	×
베트남	○(베트남) ○(ASEAN)	기관발급	세관 및 상의	통일서식	1년
태국	○(ASEAN)	기관발급	세관 및 상의	통일서식(AK)	1년
인도네시아	○(ASEAN)	기관발급	세관 및 상의	통일서식(AK)	1년
필리핀	○(ASEAN)	기관발급	세관 및 상의	통일서식(AK)	1년
말레이시아	○(ASEAN)	기관발급	세관 및 상의	통일서식(AK)	1년
캄보디아	○(ASEAN)	기관발급	세관 및 상의	통일서식(AK)	1년
라오스	○(ASEAN)	기관발급	세관 및 상의	통일서식(AK)	1년
미얀마	○(ASEAN)	기관발급	세관 및 상의	통일서식(AK)	1년
싱가포르	○(싱가포르) ○(ASEAN)	기관발급	세관, 상의, 자유무역관리원	별도서식	1년
브루나이	○(ASEAN)	기관발급	세관 및 상의	통일서식(AK)	1년
호주	○	자율증명방식	수출자/생산자	자율(권고서식)	2년
뉴질랜드	○	자율증명방식	수출자/생산자	송품장/권고서식	2년

\* 출처: Yes FTA(관세청 종합 솔루션)

11) FTA 무역리포트, 관세청(2020.03)

- RCEP 협정문에서는 협정국간 원산지 자율증명을 도입하여 원산지 증명 및 신고 절차를 간소화 할 예정으로, 원산지 규정과 증명, 표준 등이 통일되어 우리 기업 수출 환경 개선에 크게 기여할 것으로 기대
  - 다수의 양자간 FTA를 활용할 경우 FTA 별로 상이한 규정과 기준으로 비효율이 발생하나, RCEP 협정국 간 통일화된 원산지 기준이 마련될 경우 수출기업의 편의 증가 및 거래비용 감소 효과 가능
- 또한 협정국간 누적 기준을 적용, 특혜관세를 부여해 원산지 규정 충족의 범위가 넓어질 예정
  - 제품의 최종 생산자가 RCEP 참여국의 원재료를 사용할 경우, 그 원재료를 최종 생산자의 원산지 재료로 인정하여 특혜관세를 부여하는 재료누적 허용
  - 이는 기존의 FTA에 비해 역내 범위가 확대되어 원산지 규정의 충족이 용이해진다는 장점이 존재

# Ⅲ

## 시사점 및 전망

### ■ 협정국간 추가 시장개방으로 한국산 수출 유망 농식품의 수출국 다변화 및 시장 확대 가능할 것으로 예상

- (일본) 소주 및 막걸리에 대한 관세 점진 철폐 합의
  - 對일본 수출 시 소주 16%, 막걸리 리터당 42.4엔(한화 약 449원)의 관세가 부과되었으나, 향후 20년에 걸쳐 점진적으로 철폐되면서 수출 확대 기대
  - 2019년 소주와 막걸리의 수출금액은 각각 4,456만 달러(한화 약 493억 원), 648만 달러(한화 약 72억 원)
  - 특히 일본은 한국과의 FTA 미체결국가로, RCEP을 통한 신규 FTA체결 효과가 발생할 것으로 기대
- (인니) 사과·배(5%), 인삼류, 감, 포도 관세 즉시 철폐
  - 관세 철폐로 인한 가격경쟁력 제고로 현지 시장 접근성 개선 및 수출 확대 예상
    - 2019년 對인니 배 수출액 71만 5,000달러(한화 약 8억 원)로 전년대비 7.9% 증가, 사과 수출액 4만 6,000달러(한화 약 5,090만 원)로 전년대비 24.7% 증가 기록
- (태국) 기존 딸기에 부과되던 40%의 관세 즉시 철폐
  - 한국산 딸기는 태국 시장에서 고품질 및 프리미엄으로 수요가 높았으나, 경쟁국 대비 높은 관세율로 가격경쟁력이 미흡한 실정이었음
  - RCEP 타결 이후 40%의 관세가 즉시 철폐되면, 현지 시장 내 가격경쟁력 확보로 수출규모 더욱 확대될 것으로 전망
    - 2019년 對태국 딸기 수출액 673만 달러(한화 약 74억 원)로 집계
- 이 외에도 국가별 농식품에 대한 관세가 즉시 및 점진적 철폐되어 한국산 농식품의 수출시장 점유율 확대 기반 마련
  - 베트남(기타조제농산물 및 주류), 태국(딸기, 감), 인도네시아(신선 과일, 인삼류), 미얀마(면류 및 멍쌀)의 경우 한국산의 시장 확대 가능할 것으로 기대되나, 필리핀(소스류)와 말레이시아(기타육류)의 경우 경쟁국산 대비 경쟁력을 확보하고, 수입국에서 요구하는 기준요건 충족(할랄인증) 필요

■ 투명하고 합리적인 안전성 강화 기준 도입으로 수입식품의 안전성을 강화할 수 있을 것으로 예상

- WTO SPS 협정을 기초로 협정국간 SPS 조치 운용을 위한 절차 구체화 및 정보교환 등의 협력 강화 추진 예정
- 수입식품에서 위생검역과 관련한 중대한 부적격 발생 시 수출국에 재발 방지 대책을 요구하는 등의 규정을 포함하여 수입 농식품의 안전성 관리 및 규제 가능할 것으로 기대

■ 원산지 기준 통합, 통관절차 및 표준 간소화 등으로 역내 거래비용 절감 효과 창출

- 협정국간 원산지규정을 통합하여 관리함으로써 수출기업의 FTA 활용도 및 편의성을 제고할 수 있을 것으로 기대
  - 현재 협정 15개국 중 한국과 FTA를 체결한 국가는 총 6개국<sup>12)</sup>, 국가별로 다른 원산지 기준을 통일하고 원산지 증명 절차를 개선하여 통합 원산지 결정 기준을 설정함으로써 효율화 가능
    - 그간 ASEAN과 중국에 수출 시, 원산지 증명의 기관발급만 허용했으나, 원산지 자율 증명 도입을 통해 원산지 증명 및 신고절차 간소화
  - (참고) 신선농산물의 경우 역내 우회수입방지를 위한 완전생산기준(WO)를 적용, 처음부터 끝까지 한 국가에서 생산된 농식품에 해당하는 경우에만 해당 국가의 원산지 표시를 허가하기로 함
- 국가별 상이했던 통관절차를 통일하고 표준을 간소화함으로써 수출기업의 편의성 향상 및 거래비용 절감 가능할 것으로 예상
  - 양자 간 FTA에서 포함되어 있지 않은 통관 및 무역원활화 챕터 도입을 통한 신속 통관 절차 마련하여 기업편의성 제고
  - 특히 신선농산물 등 부패성 상품의 경우 6시간 내 반출하도록 규정해 수출국 시장 내 품질 경쟁력 강화 가능

12) 싱가포르, ASEAN, 호주, 중국, 베트남, 뉴질랜드

■ **우리 농식품 시장개방으로 인한 피해는 크지 않을 것으로 판단**

- 연간 300억 달러(한화 약 33조 원) 규모의 농산물 수입액 중 RCEP로 추가 개방되는 품목의 비중은 1%(3억 달러, 한화 약 3,320억 원) 수준
- 핵심 민감품목의 경우 양허 제외로 보호하고, 일부 개방 품목도 관세 인하폭을 최소화하거나 철폐 기간을 충분히 확보해 RCEP 체결로 인한 국내 농식품 산업의 피해 최소화
  - RCEP으로 개방되는 품목은 기체결 FTA 범위 내 품목으로 설정, 현재의 개방 수준을 유지해 보호하는 전략 채택
  - 전통적으로 민감성이 높은 쌀, 고추, 마늘, 양파, 사과, 배 등과 수입액이 큰 주요 민감품목인 바나나, 파인애플 등은 양허제외 대상에 포함

■ **이 외에도 최근 급격히 성장하는 전자상거래 시장 확대 추세를 반영, 역내 공통으로 적용되는 전자상거래 챕터 신규 도입하여 전자상거래 활성화 기반 마련**

- 기존 양자 간 FTA에 미포함된 전자상거래 부문의 챕터 도입을 통해 합의되지 않은 부문에 대한 보완을 진행하여 전자상거래를 통한 무역 활성화 기대

### 〈참고문헌 및 참고사이트〉

1	역내포괄적경제동반자협정(RCEP) 최종 서명, 농림축산식품부 보도자료(2020.11.15.)
2	역내포괄적경제동반자협정(RCEP) 15개국 간 “협정문 타결” 선언, 농림축산식품부 보도자료 (2019.11.04.)
3	세계 최대 FTA인 역내포괄적경제동반자협정(RCEP) 최종 서명, 산업통상자원부 보도자료 (2020.11.15.)
4	역내포괄적경제동반자협정(RCEP) 잠정 타결: 의미와 시사점, 대외경제정책연구원(2019.11.19.)
5	[‘메가 FTA’ RCEP 출범] ASEAN 수출시장 활짝 열렸다…철강·자동차부품 등 혜택 일본과 첫 FTA…"민감품목 제외, 시장 개방 충격 없을 것", 한국무역협회(2020.11.16.)
6	RCEP 협상 동향과 시사점, 한국농촌경제연구원
7	FRA 무역리포트, 관세청 종합 솔루션(2020.03)
8	한국 등 15개국, '세계 최대 FTA' RCEP 협정 서명, SBS 뉴스(2020.11.15.)
9	세계 최대 메가 FTA ‘RCEP’ 출범…농업부문 추가 개방 격랑 속으로, 농민신문(2020.11.16.)
10	[RCEP 체결] 韓·日, 83% 품목 관세철폐… 車 제외, 농산물 개방 최소화, 조선비즈(2020.11.15.)
11	[RCEP 체결] 15개국 원산지 기준 통합… 증명·신고절차 간소화, 조선비즈(2020.11.15.)
12	한국 등 15개국, '세계최대 FTA' RCEP 협정 서명(종합), 연합뉴스(2020.11.15.)
13	[RCEP 협정체결] 일본 맥주 20년 뒤 관세 완전 철폐...136개 품목 농산물 추가 개방, 경향신문 (2020.11.15.)
14	[RCEP서명] "일본산 수입과 민감 수산물 추가 개방 최소화", 연합뉴스(2020.11.15.)
15	‘세계최대 FTA’ 알선, 협상 개시 8년만에 최종 타결, 한겨레(2020.11.15.)
16	R C E P · 1 5 力 国 署 名 · 中 韓 与 初 E P A · 重 要 品 目 是 除 外, 日 本 農 業 新 聞(2020.11.16.)
17	"RCEP 통해 日수출규제에 효과적 대응…농업 최대한 보호", 한국무역협회(2019.11.07.)
18	[RCEP 타결] 농업분야 타격 우려…통상당국 "큰 영향 없을 것", 뉴스핌(2019.11.05.)
19	RCEP으로 낮아지는 무역장벽…수출길 '활짝', 농수산물은 '우려', 연합뉴스(2019.11.04.)
20	유명희 통상교섭본부장 "RCEP, 원산지 기준 하나면 역내 모두 수출", 파이낸셜뉴스(2019.11.11.)



# 코로나19 이후 글로벌 트렌드 분석 및 한국 농식품 수출전망

- I. 코로나19로 인한 글로벌 환경변화
- II. 농식품 시장 트렌드
- III. 결론
- IV. 코로나19 이후 농식품 수출현황
- V. 농식품 수출시장 전망



# 코로나19 이후 글로벌 트렌드 분석 및 한국 농식품 수출전망

## 1. 이슈현황

- 코로나19로 인한 '뉴노멀' 시대의 도래로 새로운 환경 및 기준에 대한 대응방안 마련이 요구됨
  - \* 코로나19는 코로나 병원체(SARS-CoV-2) 감염에 의한 호흡기 증후군으로, 전 세계적으로 확진자 및 사망자가 빠르게 증가하며 혼란을 겪고 있음
  - \* 코로나19 종식 이후 새로운 시대가 예상됨에 따라, 식품의 생산·유통·소비에 이르는 전 부문에서 새로운 기준이 마련될 것으로 예상됨

## 2. 영향전망

- (유통환경) 온라인 시장 확대 가속화, 생산 및 유통 과정 상 투명성·안전성 요구, 공급망과 배송모델의 변화 등이 예상됨
- (소비환경) 건강을 우선하고, 지속가능한 환경보전을 위한 식품소비가 성행할 것으로 전망됨
  - \* 이 외에도 안전한 식품 소비를 희망하는 소비자는 식품의 제조 과정을 중시하기 시작하고, 안심하고 섭취할 수 있는 현지 생산 제품을 선호할 것으로 보임
- (제도적 동향) 식품안전 및 위생부문의 안전성이 더욱 중요해지며 식량안보를 위한 자국 농식품산업의 보호 기조가 강화될 것임

## 3. 농식품 수출 분야 전망

- 코로나19는 전 세계 농식품 시장환경의 변화를 가속화할 것으로 전망되어, 이에 대한 다양한 대응방안 마련이 필요
  - \* 식품의 안전성 보장, 건강기능성 식품 수요 증대에 따른 대응방안이 마련되어야 하며, 본격적으로 시작된 비대면 유통의 인프라 및 시스템 마련과 활용에 집중해야 함
  - \* 또한 국가별 비관세장벽이 높아질 것으로 예상됨에 따라, 지속적인 관심과 면밀한 모니터링이 요구됨



# I 코로나19로 인한 글로벌 환경변화

## 1 코로나19 전파현황

■ 코로나19<sup>1)</sup>의 전 세계적 확산으로 이동이 제한되고 국경이 봉쇄되는 등의 조치가 취해짐

- 코로나19는 코로나 병원체(SARS-CoV-2) 감염에 의한 호흡기 증후군으로, 2019년 12월 중국 후베이성 우한시에서 처음 보고됨
  - 코로나19 병원체는 사람과 동물에 감염될 수 있는 코로나 병원체 중에서도 중증폐렴을 일으킬 수 있는 유형(SARS-CoV)에 속하며, 국내에서는 제1급감염병 신종감염병증후군으로 분류하고 있음
  - 현재까지 비말(침방울) 및 접촉을 통해 바이러스가 전파되는 것으로 알려짐
  - 코로나19 감염 시 발열, 인후통, 기침, 폐렴 등의 증상을 동반하며, 2020년 7월 7일 기준 전 세계 치명률(사망자/확진자)은 약 4.7% 수준인 것으로 나타남
- 2020년 3월 11일(스위스 현지시간) 세계보건기구(WHO)는 코로나19에 대해 전염병 최고 경보등급인 세계적 대유행, 팬데믹(Pandemic)<sup>2)</sup>을 선언함
  - 2019년 말 중국에서 처음 사례가 보고된 이후 전 세계로 급속도로 퍼지며 확진자 및 사망자가 빠르게 늘었고, 이에 세계보건기구는 새로운 전염병이 전 세계에 퍼진 것을 의미하는 팬데믹을 선언하기에 이룸
  - 팬데믹 선언 당시(2020년 3월 11일) 전 세계 약 12만 명에 달하는 코로나19 확진자가 발생한 것으로 집계됨
- 전 세계가 코로나19로 인해 혼란을 겪고 있으며 국가별로 비상사태를 선포하며 대응에 나서고 있음

1) 세계보건기구(WHO)에서는 신종 코로나바이러스(COVID-19)로 명명하였으나, 우리나라 정부에서 정한 공식명칭인 '코로나19(코로나바이러스 감염증-19)'을 따름

2) 세계적으로 감염병이 대유행하는 상태를 일컫으며, 세계보건기구가 선포하는 감염병 최고 경고 등급에 해당함(시사상식사전)

- 2020년 7월 7일 기준 전 세계 1,150만 명 이상이 코로나19 바이러스에 감염되었으며 53만 명 이상의 사망자가 발생한 것으로 집계됨<sup>3)</sup>
  - 미국은 293만 명 이상(사망자 13만 명 이상)으로 가장 많은 확진자가 발생하였으며, 브라질 162만 명 이상(사망자 6만 명 이상), 인도 697만 명 이상(사망자 1만9,000명 이상), 러시아 68만 명 이상(사망자 1만 명 이상) 등 국가별로 코로나19 감염 확진자가 발생하고 있음
- 국가별로는 코로나19 확산을 방지하기 위해 비상사태를 선포하며 입국 및 이동제한 조치 등을 실시함
  - 2020년 7월 7일 기준 120개국에서 입국을 금지하고 있으며, 7개국에서는 입국 후 시설격리 조치, 46개국에서는 검역강화 및 자가격리 권고 등의 제한 조치를 실시하고 있음

**〈표 1-1〉 코로나19 발생 현황 이후 일자별 추이**

2019.12.31	중국 우한시 보건위원회, 후베이성 우한 폐렴 사례 보고
2020.01.05	세계보건기구(WHO), 신종 질병 발생 발표
2020.01.08	원인불명의 폐렴, 신종 코로나바이러스에 의한 것으로 밝혀짐
2020.01.11	중국, 신종코로나 첫 사망자 보고
2020.01.20	국내 신종코로나 확진자 첫 발생
2020.01.23	중국 우한 도시봉쇄 조치
2020.01.30	세계보건기구, 신종코로나 공중보건비상사태 선포
2020.02.11	중국 내 신종코로나 확진자 1천명 이상 사망(누적)
2020.02.11	신종 코로나바이러스 감염증 코로나19(COVID-19)로 명명
2020.02.19	전 세계 코로나19 사망자 2,000명 이상 발생
2020.03.07	전 세계 코로나19 확진자 10만 명 이상 발생
2020.03.08	전 세계 100여 개국에서 코로나19 감염사례 보고
2020.03.11	세계보건기구, 코로나19 팬데믹 선언
2020.03.13	미국, 국가비상사태 선포
2020.03.19	전 세계 코로나19 확진자 20만 명 이상 발생
2020.03.22	전 세계 코로나19 확진자 30만 명 이상 발생
2020.03.24	전 세계 코로나19 확진자 40만 명 이상 발생
2020.03.28	전 세계 코로나19 확진자 60만 명 이상 발생
2020.03.29	전 세계 코로나19 사망자 3만 명 이상 발생

3) 대한민국 질병관리본부

2020.04.01	전 세계 코로나19 사망자 5만 명 이상 발생
2020.04.02	전 세계 코로나19 확진자 100만 명 이상 발생
2020.04.10	전 세계 코로나19 사망자 10만 명 이상 발생
2020.04.02	전 세계 코로나19 확진자 100만 명 이상 발생
2020.04.15	전 세계 코로나19 확진자 200만 명 이상 발생
2020.04.25	전 세계 코로나19 사망자 20만 명 이상 발생
2020.04.27	전 세계 코로나19 확진자 300만 명 이상 발생
2020.05.09	전 세계 코로나19 확진자 400만 명 이상 발생
2020.05.14	전 세계 코로나19 사망자 30만 명 이상 발생
2020.05.21	전 세계 코로나19 확진자 500만 명 이상 발생
2020.06.04	전 세계 코로나19 확진자 650만 명 이상 발생
2020.06.07	전 세계 코로나19 사망자 40만 명 이상 발생
2020.06.08	전 세계 코로나19 확진자 700만 명 이상 발생
2020.06.11	미국 내 코로나19 확진자 200만 명 이상 발생
2020.06.16	전 세계 코로나19 확진자 800만 명 이상 발생
2020.06.28	전 세계 코로나19 확진자 1,000만 명 이상, 사망자 50만 명 이상 발생
2020.07.03	전 세계 코로나19 확진자 1,100만 명 이상 발생

\* 출처 : 세계보건기구 홈페이지(www.who.int), 대한민국 질병관리본부(ncov.mohw.go.kr), 뉴욕타임스(www.nytimes.com)

■ **코로나19 감염을 막기 위한 인적·물적 자원의 이동제한은 국가 간 교역감소로 이어짐**

- 국가 간 국경봉쇄로 인적·물적자원 교류에 어려움이 발생하며 전 세계 교역량이 일시적이 감소하는 양상을 보임
  - 유엔무역개발회의(UNCTAD)는 코로나19로 인해 전 세계 무역규모가 감소하고 경기침체가 이어질 것으로 전망함
    - 전 세계 무역규모는 2020년 1분기에 3% 감소<sup>4)</sup>하였고, 2분기에는 더 큰 편차를 보이며 27%가량 급락할 것으로 예측됨<sup>5)</sup>
    - 자유시장상품가격지수(FMCPI)<sup>6)</sup>는 동년 3월 기준 전월보다 20.4%로 크게 하락하며 글로벌 경기 악화가 지속될 것으로 예측되고 있음
  - 전 세계 대부분 국가에서 출입국 및 물자의 이동을 제한함에 따라 2020년 3월 기준 항공 물동량은 전년동기대비 79만 2,000톤이 감소함<sup>7)</sup>

4) 2019년 4/4분기 실적 대비

5) 국제연합무역개발협회의회(unctad.org)

6) Free-market Commodity Price Index, 개발도상국의 주요 수출 원자재의 가격 흐름을 측정하는 지수

- 세계무역기구(WTO)는 2020년 전 세계 무역 규모가 13~32% 감소할 것으로 예상함

■ **전문가들은 코로나19 이후 포스트코로나 시대, 즉 이전과는 다른 새로운 환경이 조성될 것으로 예상함**

- 코로나19 이후 개인의 삶에서 더 나아가 사회·경제 전반의 모든 측면이 변화하고 있음
  - 전문가들은 향후 우리가 코로나19 이전의 일상으로 회귀하지 못할 것으로 전망함
    - 미래학자인 제이미 메츨(Jamie Matzl)은 '우리가 결코 코로나 이전의 일상으로 돌아가지 못할 것'이라고 언급하며 새로운 행동을 위한 시스템을 구축할 필요성을 역설함<sup>8)</sup>
- 이에 새롭게 조성되는 환경에 적응하기 위해 전문가들은 새로운 체계와 기준이 필요하다고 언급함

---

7) 국제연합통계위원회(unstats.un.org)

8) 세계미래보고서, 밀레니엄 프로젝트 글로벌 미래연구 싱크탱크(2020.06)

## 2 뉴노멀 시대의 대두

- 생산에서 소비에 이르는 전 단계에 새로운 가치를 정립할 필요성이 제기되며 뉴노멀 시대의 도래를 암시함
  - 뉴노멀(New Nomal)이란 시대의 변화에 따라 새롭게 떠오르는 기준이나 표준<sup>9)</sup>을 의미하는 것으로, 코로나19 확산을 계기로 식품 산업에서도 새로운 표준 마련이 요구되고 있음
    - 글로벌 리서치기관 DinarStandard는 코로나19 이후 전 세계 식품산업에 뉴노멀이 확립되기까지 18~36개월이 소요될 것으로 예측함
    - 2020년 3월 시장조사기관 닐슨(Nielsen)은 코로나19로 인해 다음과 같은 6가지 범위에서 소비자의 행동이 변화할 것으로 예측함
      - ▲건강관리 제품의 능동적 구매 ▲반응적 건강관리 ▲식품 저장 ▲검역의 일상화 ▲제한적 생활 ▲뉴노멀 생활
  - 새로운 시대가 예상됨에 따라 식품의 생산·유통·소비에 이르는 전 부문에서 새로운 기준이 마련될 것으로 예상됨
    - 대표적으로 ▲현지 생산기반 강화 ▲유통형태의 변화 ▲식품소비행태 변화 등 새로운 기준이 확립될 것으로 예측됨

<b>현지 생산기반 강화</b>	- 국가 간 교역 제한으로 인한 원재료 수급 차질이 발생하며, 제조기업은 현지 공급망 대체를 통해 지속적이고 안정적인 생산을 추진하고자 함 - 국가별 생산·가공 과정에서의 위생관리 및 오염방지를 위한 기술도입 및 규제강화가 예측됨
<b>유통형태의 변화</b>	- 비대면·비접촉 이슈가 부상하며 온라인 유통채널 이용률이 급증함 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 이에 수반되는 결제, 배송 등 관련 산업의 저변이 확대됨</li> <li>• 전 세계적으로 인터넷 및 모바일 보급률 증가로 인해 온라인 유통을 위한 기술 환경이 더욱 발전하고 신규 시장이 창출될 전망됨</li> </ul>
<b>식품소비행태 변화</b>	- 위생 및 건강에 대한 우려가 고조되며 전 세계 소비자의 식품 소비행태가 변화할 것으로 전망됨 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 면역력 증진 등 건강기능식품의 선호가 증가하고 위생, 안전요건이 강화될 것으로 예측됨</li> <li>• 지속가능성에 대한 인식 확산으로 친환경 소비가 더욱 증가할 것으로 예상됨</li> </ul>

9) 시사상식사전

- 소비자의 인식 및 수준 향상으로 식품의 생산에서 소비에 이르기까지 전 과정에서 가치 지향적 소비가 이루어질 것으로 예상됨
  - 과거 인간에게 식품은 '생존을 위해 필수로 섭취해야 하는 것'이었으나 경제발전에 따른 소득증대 및 국가 간 교역 확대 등으로 '자신의 만족을 위해 맛보고 즐기기 위한 하나의 수단'으로 역할이 확대됨
  - 코로나19로 인해 생존과 건강유지에 대한 불확실성이 제기된 현재 소비자는 건강을 유지 및 강화하면서도 안전한 식품을 소비하기를 기대하고 있음
  - 세계적으로 전염병이 유행하며 소비자들은 위생과 안전 부문에 더욱 가치를 두기 시작하였고, 더 나아가 식품의 생산·유통·소비 과정에서의 환경오염에 대한 우려 및 지속가능성에 대한 관심으로 확대됨<sup>10)</sup>

---

10) 「The Impact of Coronavirus in Megatrends」, Euromonitor(2020)

## II 농식품 시장 트렌드

### 1 유통환경 변화

#### 가. 온라인 시장 확대

■ ‘비대면(untact<sup>11)</sup>)’에 대한 필요성 증대로 온라인 식품소매시장 규모가 확대되고 있음

- 그 동안 사회구조의 변화 및 기술발전 등으로 온라인 시장은 지속적인 성장세를 보여 왔으나, 이번 코로나19 확산은 온라인 시장 성장의 기폭제 역할을 함
  - 전 세계적으로 1인가구가 증가하며 온라인을 통한 식품 구매가 보편화되었고, 인터넷 및 모바일 기술발전에 따라 온라인 식품시장의 규모는 지속적으로 성장해 왔음
    - 2017년 약 1,500억 달러(한화 약 180조 원) 규모를 보이던 전 세계 온라인 식품소매시장 규모는 2022년 3,300억 달러(한화 약 396조 원) 수준으로 두 배 이상 성장할 것으로 전망됨
  - 그러나 최근 코로나19 바이러스 확산 방지를 위해 외부 활동과 이동이 제한되면서 오프라인 매장 방문을 통한 식품 구매가 온라인으로 이전하였고, 이에 따라 온라인 식품 시장은 더욱 확대되고 있음
  - 이와 더불어 대면 구매에 대한 소비자의 불안심리가 확대되면서 온라인으로의 식품 구매 선호도는 더욱 높아질 것으로 예상됨
- 미국, 일본 중국 등 주요국뿐만 아니라 동남아시아, 중동 등 세계 각지에서의 온라인 식품 유통채널의 성장이 목격됨

11) 콘택트(Contact: 접촉하다)에서 부정의 의미인 언(un-)을 합성한 것으로, 기술의 발전을 통해 접촉 없이 물건을 구매하는 등의 새로운 소비 경향을 의미하는 신조어, 한경경제용어사전

<b>미국</b>	- 2020년 온라인 식품 판매액 전년대비 20% 이상 성장 예상됨
<b>중국</b>	- 2020년 코로나19 바이러스 확산 시기와 춘절기간 겹쳐 온라인 식품 판매 급격히 증가함
<b>일본</b>	- 코로나19바이러스 발병 이전 식품 구매 시 오프라인 유통채널을 주로 이용하던 50대 이상의 남성 소비자층에서도 온라인 식품 구매율이 증가함
<b>동남아시아</b>	- 2020년 5월까지 온라인 식품 판매율은 전년동기대비 96% 증가함
<b>사우디아라비아</b>	- 온라인 식품구매율, 코로나19 바이러스 발병 이전 6% 수준에서 발병 이후 55%로 크게 증가함 - 두바이의 온라인 식료품 유통채널인 벌크위즈(Bulkwhiz)의 2020년 3월 이후 식품 판매량은 전월대비 최소 70%에서 최대 100%까지 증가함

## 나. 주요국의 온라인 시장 확대 동향

### ■ 미국의 온라인 식품시장은 코로나19 이후 새롭게 유입되는 소비자로 인해 더욱 활성화될 것으로 보임

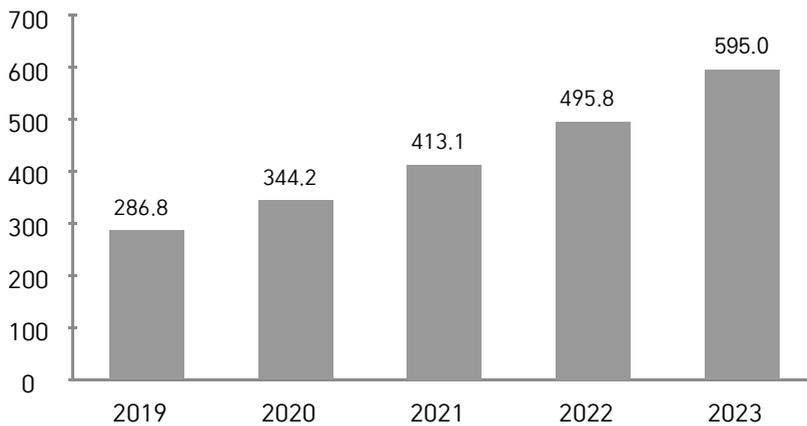
- 그동안 오프라인 유통채널이 강세를 보이던 미국 식품시장에서 본격적인 온라인 시장의 성장세가 나타남
  - 미국의 온라인 식품시장은 코로나19 이전부터 꾸준한 성장세를 보였으나, 전체 유통채널에서 차지하는 비중은 3~4%로 매우 일부에 불과하였음
    - 그러나 코로나19 발생 후 단기간 내 미국의 온라인 식품시장 비중은 10~15%로 급격하게 증가함
    - 코로나19 확산 기간 동안<sup>12)</sup> 미국 월마트의 온라인 식료품 구매 어플리케이션 설치율은 164% 증가한 것으로 나타났으며, 특히 밀가루(345%), 육류 및 해산물 통조림(315%), 프리미엄 초콜릿(313%) 등의 판매가 급증함
  - 미국 소비자의 약 79%가 코로나19 확산 이후 온라인을 통해 식품을 구매한 적이 있으며, 특히 절반 이상(56.7%)이 코로나19 이전보다 온라인을 통한 식품 구매빈도가 증가하였다고 응답함
    - 코로나19 바이러스가 본격적으로 확산되기 이전인 2020년 3월, 온라인에서 식품을 재구매할 의사가 있다고 밝힌 소비자의 비중은 47%로 집계됨
    - 이후 점점 상황이 심각해짐에 따라 소비자의 온라인 식품 구매의사는 50%(4월), 56.7%(5월)로 증가함

12) 2월 23일~3월 21일

- 2020년 미국의 온라인 식품시장규모는 344억 2,000만 달러(한화 약 41조 7,859억 원)에 달할 것으로 전망되며 오는 2023년에는 595억 달러(한화 약 72조 원)까지 성장할 것으로 예측됨

〈그림 II-1〉 미국 온라인 식품시장규모 전망(2019~2023)

(단위 : 억 달러)



\* 출처 : Statista

■ 중국에서는 코로나19 확산시기와 춘절이 겹치며 온라인을 통한 식품 구매율이 증가함

- 중국에서는 2020년 1월 코로나19 바이러스 확산이 가장 절정에 달했고, 동시에 중국 내 최대 명절인 춘절 기간이 겹쳐 온라인을 통한 식품 구매가 증가함
  - 중국 전자상거래 플랫폼의 일일평균사용자(DAU) 수가 춘절(2020년 1월 25일) 연휴를 기점으로 크게 증가함
    - 중국의 코로나19 발원지인 후베이성이 2020년 1월 23일부터 봉쇄되었고 다음날 24일부터 춘절 연휴가 시작되며 중국 소비자들의 온라인 식품 구매를 촉진한 것으로 분석됨
    - 2020년 춘절 기간 동안 중국 전자상거래 플랫폼 알리바바(Alibaba)의 슈퍼마켓 체인 헤마(Hema)의 평균 사용자 수는 295만 명을 기록하여 2019년 춘절 기간대비 127.5% 증가함

- 또한 동기간 중국의 온라인 신선식품 유통채널 덩동의 접속자 수는 전년대비 274.6% 증가한 147만 명으로 집계되었고, JD 다오지아(JD Daojia)의 접속자수 역시 전년대비 98.3% 증가한 147만 명으로 나타남
- 중국의 대표적 온라인 유통업체인 징둥(JD.com)은 춘절 기간 동안의 식품판매량이 전년동기대비 215% 증가한 1만 5,000톤에 달했다고 발표함

#### ■ 온라인 유통채널을 이용하는 일본 소비자의 연령층이 확대됨

- 50대 이상의 소비자층에서 온라인을 통한 식품구매율이 증가하였음
  - 미쓰이스미토모(Sumitomo Mitsui) 카드사에 따르면 코로나19 확산 이후 소비자들이 외출을 자제하며 오프라인 구매가 감소함
    - 슈퍼마켓 등 오프라인에서의 지출 건수는 전년동기대비 3.4% 감소한 반면, 결제액은 6.5% 증가한 것으로 나타나 방문 시 대량으로 구매하는 것으로 분석됨
  - 코로나19 감염을 우려한 50대 이상의 온라인 구매율이 크게 증가함
    - 2020년 1월 50대 이상 소비자의 온라인 구매율은 14.6%로 집계되었으나 코로나19 확산 이후 20.4%까지 크게 증가함
    - 반면 20대 소비자는 1월 24.0%에서 3월 26.9%로 증가하는 데 그쳐, 50대 이상 소비자의 온라인 구매 증가와 확연히 차이남

#### ■ 동남아시아의 온라인 유통시장은 코로나19 확산을 계기로 성장세가 가속화될 것으로 예측됨

- 코로나19의 확산으로 2020년 1월부터 5월까지의 동남아 국가의 온라인 구매율은 전년동기대비 96% 증가함
  - 싱가포르 통계청에 따르면 2020년 3월 싱가포르의 온라인 소매판매 규모는 전체의 8.5% 수준으로, 1월 5.8%, 2월 7.4%에서 꾸준히 증가하는 양상임
  - 베트남 온라인 유통시장 규모는 2019년 94억 달러(한화 약 11조 원)에서 2023년 173억 달러(한화 약 21조 원) 규모로 성장할 것으로 예상됨
    - 베트남 전자상거래협회(VECOM)는 온라인 구매에 관심이 없었던 신규 소비자들이 코로나19로 인해 새롭게 온라인 유통시장으로 유입되었다고 설명함
    - 코로나19 확산 이후 베트남 온라인 쇼핑몰 티키(Tiki)의 주문량은 분당 4,000건을 기록한 바 있으며, 2020년 3월 새롭게 출시한 배달서비스 그랩마트(GrabMart)는 출시된 지 2주 만에 주문이 91% 증가함

■ 중동 국가에서도 온라인 유통시장이 활성화되고 있음

- 사우디아라비아의 온라인 식품구매율은 코로나19 발병 이전 6% 수준에서 현재 55%까지 확대됨
  - 2020년 4월 기준 사우디아라비아 소비자 절반 이상(55%)이 온라인을 통해 식품을 구매한 것으로 나타나 코로나19 발병 이전 6%에 불과하였던 것에 비해 크게 성장함
    - 사우디아라비아의 전자상거래 플랫폼 빈다우드(BinDawood)사에 따르면 코로나19 발병 이후 평균 판매량이 200% 증가하였고, 특히 모바일 앱 설치는 약 400% 증가함
  - 두바이에 소재한 온라인 식료품 플랫폼 벌크위즈(Bulkwhiz)의 2020년 3월 온라인 판매량은 전월보다 70~100% 증가하였고 특히 통조림, 물 등 품목의 판매량이 증가함
  - 이 밖에도 UAE의 식품 배달 앱 나나다이렉트(Nana Direct)는 까르푸(Carrefour) 등 주요 유통업체에서 판매되는 식품을 대신 구매하여 가정으로 배송하는 서비스를 통해 매출이 급증하였다고 밝힘

■ 온라인을 통한 식품 구매는 코로나19의 지속여부와 관계없이 꾸준히 확대될 것으로 전망됨

- 전문가들은 향후 자유로운 대면교류가 가능한 상황이 오더라도 온라인을 통한 구매가 지속 및 확대될 것이라고 전망함
  - 코로나19를 계기로 온라인 구매의 편의성을 경험한 소비자가 확대되었으며, 신규 이용자의 유입은 온라인 식품 시장 성장에 기여할 것으로 평가됨
  - 특히 코로나19 종식으로 국가 간 물류 정체가 해소될 경우 국경 간 전자상거래가 더욱 활성화되어 시장이 급격히 성장할 여지가 있음

## 다. 생산·유통과정에서의 투명성 및 안전성 요구

### ■ 식품의 생산 및 유통과정에 대한 투명한 정보 공개가 제품의 신뢰성과 안전성을 확보하는 주요한 수단으로 작용함

- 자신이 섭취하는 식품이 어떻게 재배 및 생산되고 유통되는지에 대해 소비자들이 더욱 관심을 갖게 되면서 식품 전 과정에 이르는 투명성 확보가 중요한 요소로 떠오르고 있음
  - 이러한 중요성을 간파한 글로벌 식품 제조업체 네슬레(Nestle)는 IBM 블록체인 기술을 활용하여 유통이력추적정보시스템을 구축함
    - 제품 생산에 투입된 원재료의 출처 및 성분의 세부사항, 제품 생산위치 등의 정보를 QR코드 형식으로 포장에 인쇄하여 소비자에게 제공함
- 식품 구매환경에 대한 안전성을 요구하는 소비자가 증가함
  - 건강과 직결된 불안이 확산되면서 식품 구매처에서의 안전확보가 중요한 이슈로 대두됨
    - 이에 따라 온라인 식품 구매율이 증가하기 시작했고, 오프라인 유통채널을 방문한 소비자들도 역시 무인계산대 등을 이용하는 등 가급적 비접촉·비대면 소비를 희망함
  - 이러한 요구에 부응하기 위해 식품 제조업체뿐 아니라 유통업체에서는 매장 등 식품 구매환경에 대해서도 위생관리를 강화함
    - 월마트(Walmart)社は 매장 및 쇼핑카트를 매일 소독하고 있다고 안내하면서도, 비접촉구매를 위해 소비자에게 온라인 주문 및 배송, 모바일 결제 시스템을 이용할 것을 권장함
    - 웨그먼스(Wegmans)社は 신선농산물을 통한 바이러스 전파 우려가 제기되자 원물 상태로의 판매를 중단하고 모든 제품을 포장해 판매하고 있음

## 라. 공급망과 배송모델의 변화

### ■ 자유로운 식품 이동에 제약이 발생함에 따라 식품공급망을 재설계하려는 움직임이 보이고 있음

- 공급탄력성 향상을 위한 재고 저장의 중앙집중화 예상
  - 위기상황에 즉시 대응하여 식품 공급난을 해소하기 위해 중앙집중식 보관 인프라를 구축하는 등 식품공급망 전반에 걸쳐 공급망 개선을 위한 투자가 증가할 것으로 예상됨
  - 풀필먼트<sup>13)</sup>의 적용으로 식품이 공급되는 데 소요되는 시간의 단축뿐만 아니라 즉각적인 식품 공급을 통한 식량난 해소가 가능할 것으로 보임
- 전자상거래 플랫폼을 통한 신선농산물 거래 촉진
  - 전자상거래 플랫폼을 활용한 신선농산물의 거래가 확대될 것으로 보이며, 이는 생산농가의 규모와 관계없이 적용될 것으로 예상됨
    - 신선식품의 경우 유통기한 등의 이유로 전자상거래를 통한 유통에 제약이 존재하였음
    - 코로나19 상황과 같이 신선농산물 거래에 제약이 발생하게 될 경우, 축적된 분량은 손실로 이어지며 이에 따른 식량부족 및 가격상승의 문제가 발생함
    - 주문 즉시 공급이 가능한 시스템의 구축을 통해 전자상거래 플랫폼 상 신선농산물의 유통이 활성화 될 것으로 전망됨
- 공급망의 디지털화 예상
  - 농업 드론, 무인차량을 통한 배송 등 첨단기술의 개발 및 적용을 통해 비대면 배송뿐만 아니라 생산과 동시에 배송이 가능한 공급체인 형성될 것으로 전망됨

13) 풀필먼트(Fulfillment)란 물류센터 내 제품 입고, 검수, 포장, 배송 등 주문 처리과정을 일괄적으로 처리하는 물류 시스템을 의미하며, 전자상거래 플랫폼 아마존(Amazon)에서 처음 사용하기 시작함

## 2 소비트렌드 변화

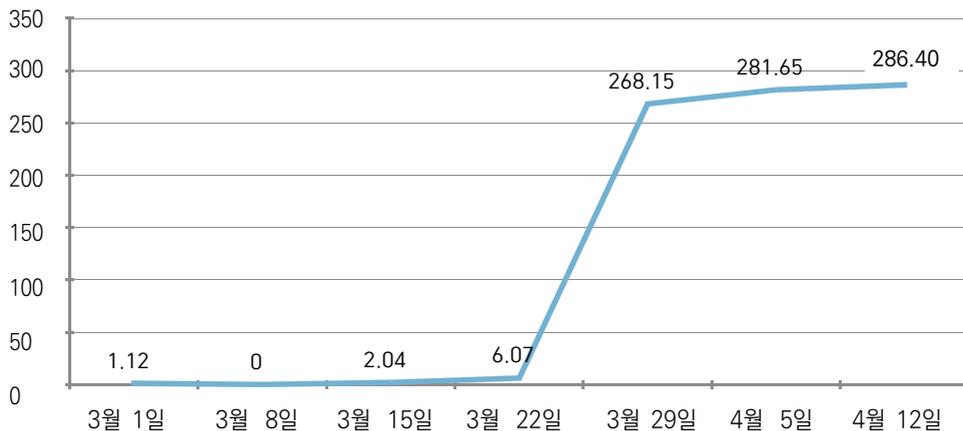
### 가. 외식의 감소, 배달·테이크아웃·가정 내 취사 증가

#### ■ 자가격리, 재택근무 등 이동의 제한으로 인해 음식 배달문화가 확산됨

- 미국에서는 WHO의 팬데믹선언<sup>14)</sup> 이후 한 달간 배달 또는 테이크아웃에 관한 데이터 생산량이 급증함
  - 미국의 생활정보 리뷰 플랫폼 옐프(Yelp) 자료에 따르면 3월 11일부터 배달 및 테이크아웃의 검색량이 증가하기 시작해 3월 22일에는 폭발적으로 증가함

〈그림 II-2〉 미국의 배달 및 테이크아웃 검색량 증가율(2020년 3~4월)

(단위 : %)



\* 주 : Yelp 홈페이지 또는 모바일 앱을 통해 배달 또는 테이크아웃 음식을 검색하거나 주문 옵션사항으로 선택한 소비자 데이터를 취합한 결과임

\* 출처 : 생활정보 리뷰 플랫폼 Yelp

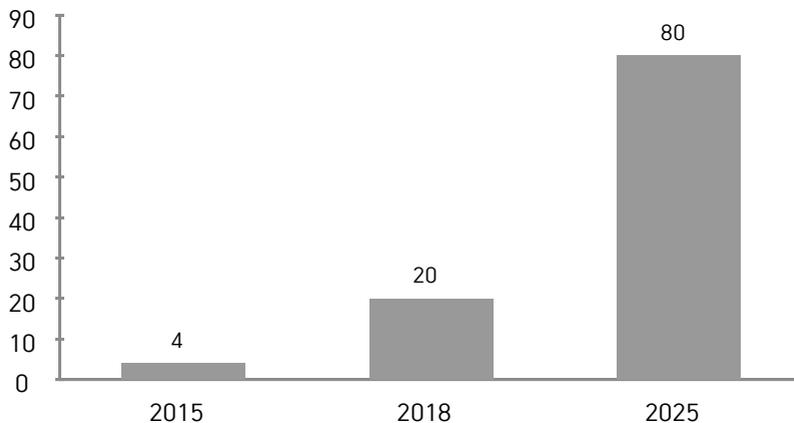
- 2020년 1월 말 코로나19 바이러스가 중국 내에서 본격적으로 확산됨에 따라 이동제한 및 검역조치가 시행되며 배달 서비스 이용이 증가함

14) 2020년 3월 11일

- 코로나19 확산 이후 중국의 온라인 음식 배달서비스 이용자 수는 약 3억 9,800만 명으로 집계되었으며 모바일 이용자 역시 약 3억 9,700만 명에 달함
- 중국의 배달서비스업체 메이투안(Meituan)에 따르면 신선농산물, 해산물, 육류 등 신선식품의 2월 20일까지의 주문량이 전년동기대비 2배 증가하였는데, 특히 해산물 주문이 4배 가까이 증가함
- 중국에서는 배달원과의 접촉마저 기피하며 지정된 위치에서 음식을 수령하는 비접촉식 음식배달이 확산되기도 함
- 동남아 국가의 온라인 음식 배달시장은 코로나19 확산을 계기로 고속 성장할 것으로 전망됨
  - 2020년 베트남의 음식 배달시장은 3,800만 달러(한화 약 461억 원) 규모를 기록할 것으로 예상됨
    - 베트남 소비자 72%가 음식 배달서비스를 이용해 본 적이 있으며 이 중 24%는 코로나19로 인해 처음으로 배달서비스를 이용한 신규 유입자로 나타남
  - 인도네시아에서 신선식품을 배달하는 쇼핑 서비스인 고푸드(GoFood)의 2020년 5월 매출은 전월동기 대비 10% 증가함

〈그림 II-3〉 동남아 6개국<sup>15)</sup> 온라인 음식 배달시장 규모(2015~2025)

(단위 : 억 달러)



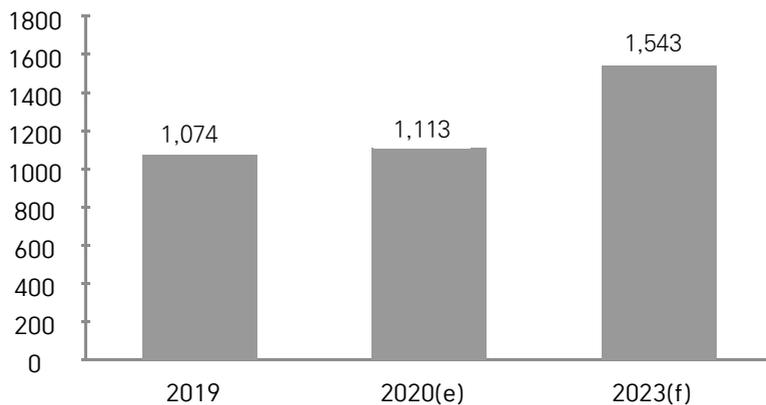
\* 출처 : Temasek

15) 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남

- 이 외에도 다양한 국가에서 음식 배달시장이 성장하고 있음
  - 2020년 영국의 음식 배달시장은 전년대비 11.5% 성장한 45억 2,800만 유로(한화 약 6조 원)에 달할 것으로 전망되며, 이용자 수 또한 2019년 집계된 총 2,250만 명보다 증가할 것으로 예측됨
  - 2020년 3월 기준 멕시코 소비자의 60%가 배달 앱을 통해 식사를 주문한 적이 있는 것으로 나타났으며, 주요 배송서비스 업체 Rappi는 앱을 통한 주문이 3배 증가했다고 발표함
- 2020년 전 세계 온라인 음식 배달 시장규모는 코로나19로 인해 전년대비 3.6% 성장한 1,113억 달러(한화 약 133조 원)에 달할 것으로 전망됨

〈그림 II-4〉 전 세계 온라인 음식 배달시장 규모(2019~2023)

(단위 : 억 달러)



\* 출처 : 리서치앤마켓(ResearchAndMarkets)

#### ■ 외식업계에서는 비대면 식품소비를 위해 테이크아웃 서비스를 도입함

- 일본의 외식업계는 코로나19로 인한 비대면 소비 니즈에 충족하기 위해 테이크아웃 서비스를 도입함
  - 마츠야푸드(Matsuyafoods)는 일부 매장의 단품 메뉴를 테이크아웃할 경우 15~25% 할인하는 이벤트를 진행하였으며, 회전초밥 체인점 하마스시(はま寿司)는 513개의 매장에서 테이크아웃 전용 상품을 출시함

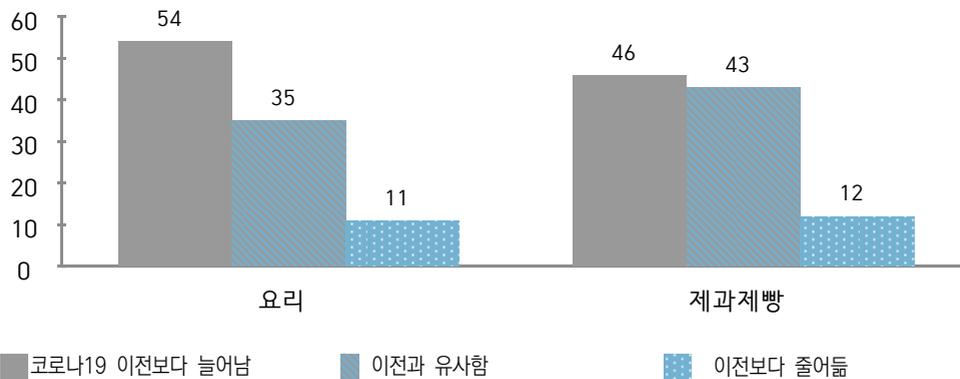
- 한국 역시 코로나19 바이러스 확산 방지를 위해 포장메뉴를 출시하여 선보임
  - S社, C社의 국내 주요 외식 프랜차이즈들은 매장에서의 식사를 대신할 수 있도록 매장 내 식사와 동일한 포장메뉴를 출시함

■ 이동제한 조치 및 감염 우려로 인해 소비자들은 외식을 줄이고 직접 음식을 요리해 소비하기 시작함

- 미국의 소비자 마케팅 업체 헌터(Hunter)에 따르면 코로나19 확산으로 미국 소비자의 절반 이상(54%)이 직접 요리를 하기 시작한 것으로 나타남
  - 이들은 비용 절감(58%), 건강한 음식 섭취(52%), 새로운 요리에 대한 관심(50%), 요리를 통한 휴식(50%) 등의 이유로 직접 요리를 한다고 응답함
    - 특히 51%의 소비자는 ‘코로나19 종식 이후에도 계속해서 요리를 할 계획’이라고 밝힘
  - 닐슨에 따르면 팬데믹이 선언된 2020년 3월 2~3주 사이에 트위터에 게재된 요리 관련 게시물은 71만 건으로 2주 전보다 60% 증가함

〈그림 II-5〉 코로나19 이후 가정 내 요리 및 제과제빵 빈도

(단위 : %)



\* 출처 : 헌터(HunterPR)

- 캐나다 통계청에 따르면, 코로나19로 인한 긴급사태 선포 후(3월) 캐나다의 밀가루 구매량이 전년동월대비 200% 이상 증가함

- 이는 외식 대신 가정에서 직접 취식을 하고자 하는 소비자가 증가하여 식재료로써 밀가루가 많이 소비되었기 때문인 것으로 분석됨
- 중국 역시 가정에서의 요리를 위한 식재료 판매가 110.5% 증가함
  - 정동닷컴에 의하면 2020년 2월 쌀, 밀가루, 식용유 등 기본 식재료의 판매가 전년동기대비 110.5% 급증하였고, 우유 및 유제품 판매 역시 86.5% 증가함

## 나. 건강을 우선하는 식품 소비

### ■ 건강 유지를 위한 면역력 강화 및 기능성 식품이 주목받고 있음

- 전염병이 확산되면서 면역력 증진을 위한 식품에 대한 관심이 높아짐
  - 코로나19의 확산이 정점에 달한 2020년 2월에서 3월동안 면역력 증강 식품에 대한 검색량은 전 세계적으로 27% 증가함
    - 특히 3월 중순 면역 시스템 강화를 위한 식품 성분에 대한 검색량은 전년동월대비 66% 증가한 것으로 나타남
  - 베트남 등 동남아시아에서도 건강한 음식, 특히 면역체계를 강화할 수 있는 제품의 수요가 급격히 증가하고 있음
    - 코로나19 종식 이후에도 소비자들은 건강 문제에 관심을 가지고 건강 유지에 도움이 되는 식품을 구매할 것이라고 전망함
  - 기능성 식품 및 식이보충제 전문 매체인 뉴트라(Nutra Ingredients) 면역력 증진을 위해서는 장 운동 활성화가 중요하며, 이에 따라 프로바이오틱스 시장이 성장할 것으로 전망함
    - 전 세계 프로바이오틱스 시장규모는 2019년 444억 달러(한화 약 54조 원) 수준에서 2024년 690억 달러(한화 약 84조 원)까지 연평균 7.4% 성장할 것으로 예측됨
  - 이 외에도 면역력 증진에 효과가 있는 발효식품 등이 주목받고 있음
    - 가디언(Guardian)지는 면역력 증진을 위한 장내 미생물의 생장 및 번식의 중요성을 설파하며 장내 유익균 증식을 돕는 발효식품으로 사워크라우트(sauerkraut)와 김치를 소개함
- 질병예방 및 건강개선에 효과가 있다고 알려진 기능성식품 또는 식품성분의 수요 역시 증가함

- 코로나19 확산으로 글로벌 기능성식품 시장규모는 전 세계 소비자의 수요를 촉진하며 지속적으로 성장할 것으로 보이며, 2023년 3,362억 달러(한화 약 408조 원)에 달할 것으로 예측됨
  - 프랑스 소비자의 34%는 면역체계 형성에 도움이 된다고 알려진 기능성식품 및 음료를 구매한 적이 있는 것으로 조사되었으며, 특히 45세에서 54세 사이 중장년층의 수요가 높게 나타남
  - 베트남 소비자들은 비타민C, D와 오메가3, 프로바이오틱스 등 성분을 함유한 기능성식품을 섭취하여 면역체계를 강화하고자 함

■ 안전한 식품 소비를 희망하는 소비자는 식품의 제조과정을 중시하기 시작함

- 건강하고 안전한 식품에 대한 수요가 늘면서 유기농식품의 소비가 확대되는 추세임
  - 유기농식품은 살충제 등 인체에 유해한 화학물질의 사용 없이 재배·제조되거나 일정한 관리체계 하에 사용되어 안전한 식품으로 인식됨
    - 이에 따라 전 세계적으로 유기농 식품은 건강하고 안전한 식품으로 인식되며 수요가 증가하고 있음
    - 미국의 대표적인 유기농식품업체인 Whole Foods Market은 코로나19 확산 이후 수요가 폭증하며 온라인 주문을 제한한 바 있으며, 영국의 Abel&Cole 또한 코로나19 이후 주문이 25% 가량 증가함
  - 전 세계적으로 질병에 대한 경각심이 높아지면서 유기농식품 시장이 성장함
    - 2000년 광우병(BSE) 유행 직후 유럽 전역에서 유기농식품에 대한 수요가 증가하였고, 2004년 급성호흡기증후군(SARS) 대유행 당시 아시아에서도 유기농식품의 수요가 증가한 바 있음
    - 이러한 흐름으로 코로나19 이후에도 유기농식품 수요가 지속될 것으로 보이며, 전 세계 유기농식품 시장규모는 2022년 3,276억 달러(한화 약 398조 원)에 달할 것으로 예측됨

■ 안심하고 섭취할 수 있는 현지 생산제품에 대한 수요가 증가함

- 생산 및 유통과정의 확인이 비교적 용이하며 신뢰할 수 있는 자국산 식품에 대한 선호도가 높아짐
  - 미국과 캐나다 소비자의 각각 15%, 14%가 코로나19 이전보다 현지 생산(또는 인접지역에서 생산)된 제품을 더 많이 구매하는 것으로 나타남

- 캐나다 소비자 중 일부는 출처가 명확해 신뢰할 수 있는 식품을 구매하기 위해 온라인을 통해 자국의 산지에서 생산된 농산물을 구매함
- 민텔(Mintel)에 따르면 사회적 거리두기 기간 동안 프랑스 소비자의 27%가 구입한 식품의 투명한 유통경로를 확인하기 위해 로컬 매장에서 식품을 구매하는 것으로 나타남
- 지역농업 활성화를 위해 자국산을 우선 구매하도록 유도하는 캠페인이 확산되며 자국산 선호 현상은 지속될 것으로 예상됨
  - 영국의 마크앤스펜서(Marks&Spencer)社は 2020년 4월 영국농민지원 캠페인의 일환으로 영국산 육류로만 구성된 패키지 제품의 온라인 배송서비스를 출시해 소비를 이끌어낸 바 있음

## 다. 비축을 위한 저장식품 소비증가

### ■ 이동 제한으로 인해 가정 내 식품을 비축하거나 코로나19 장기화에 대비한 저장식품이 인기를 끌고 있음

- 미국냉동식품연구소(AFFI)는 코로나19 이후 냉동식품의 판매량이 전년대비 30~35% 증가하였으며 특히 3월 중순 이후의 판매량은 94% 증가하였다고 발표함
  - 2020년 3월 첫 주까지의 판매 패턴은 전년도와 유사하였으나 3월 11일 세계보건기구의 팬데믹 선언 이후로 냉동식품 판매가 급증함
  - 냉동 육류는 전년대비 100%가 넘는 판매 증가율을 기록하였으며, 냉동주스를 포함한 냉동 음료류는 94.6%, 냉동피자는 94.2% 증가함
  - 2020년 1~3월까지의 판매 데이터를 누적한 결과 역시 냉동육류가 전년동기대비 63.5%로 가장 크게 증가하였고 냉동 가공 가금류(26.9%), 냉동 음료류(25.1%)가 그 뒤를 이음
- 팬데믹 선언 이후 PF창(PF Chang)社の 냉동식품의 매출액은 113% 증가하였으며, 가딘(Gardein) 62%, 베르톨리(Bertolli) 34%의 성장세를 보임

〈표 II-1〉 전년동기대비 냉동식품 판매 증가율(2020년 3월 기준)

(단위 : %)

구분	2019년 동기대비 판매 증가율	
	2020년 3월 한달 기준	2020년 1~3월 합계
냉동 제과제빵류	56.2	16.0
냉동 음료류	94.6	25.1
- 주스류	94.8	25.2
냉동 디저트류	33.6	13.9
- 아이스크림/셔벗	35.9	13.0
- 아이스크림류(Novelities)	31.2	15.6
- 디저트/토픽	27.8	12.3
냉동 과일 및 채소류	76.3	23.0
- 과일	69.3	24.1
- 감자/양파	81.3	24.7
- 일반 채소류	78.7	23.2
냉동 식사류	60.3	15.6
- 아침식사류	50.2	15.7
- 저녁식사류/메인요리(Entrees)	47.6	11.8
- 피자	94.2	24.5
냉동 육류/가금류/해산물	76.9	24.1
- 가공 가금류	84.5	26.9
- 육류	101.0	36.5
- 해산물	58.5	19.1
냉동 스낵류	82.2	22.3
- 애피타이저 또는 스낵들	82.3	22.5

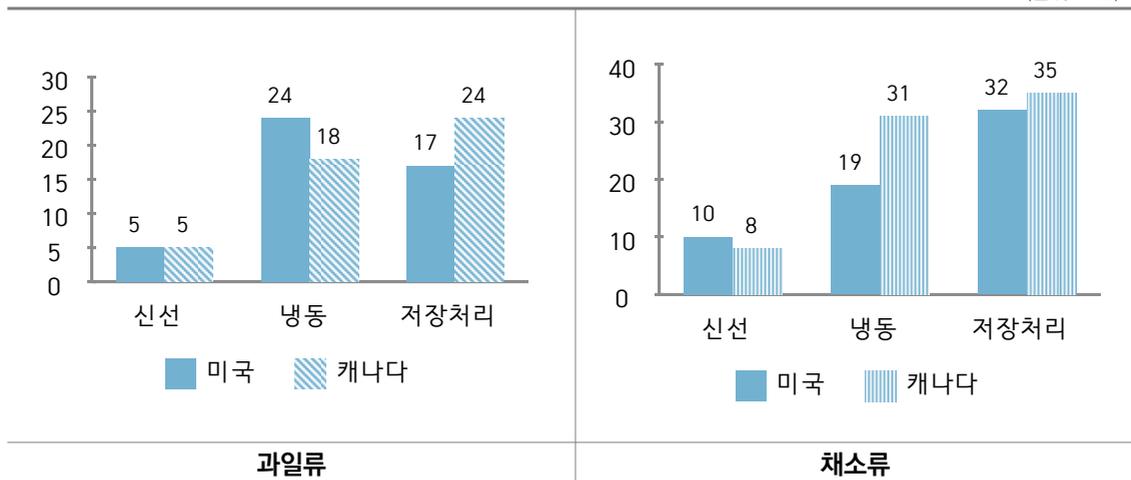
\* 출처 : 「Frozen Food Sales Amin COVID-19」, 미국 냉동식품협회(AFFI)

- 오프라인 매장폐쇄 등으로 식품이 원활히 공급되지 않자 비축 가능한 저장식품의 소비가 증가함
  - 이동제한 조치가 시행되고 자가 격리가 이루어지면서 가정에 비축할 수 있는 식품의 수요가 크게 증가함
    - 미국 냉동식품협회의 보고서(AFFI-210 Analytics)에 따르면 2020년 3월 한 달간 미국 소비자의 39%가 온라인을 통해 냉동식품을 주문하였음
    - ‘유통기한이 길기 때문’에 냉동식품을 구매했다는 답변이 60%로 가장 많은 비중을 차지했고, 뒤이어 ‘식품이 부족할 경우를 대비하기 위해(58%)’, ‘이동제한에 따른 비축용(51%)’ 등 코로나19로 인한 저장용 식품구매가 증가한 것으로 확인됨

- 이 외에도 '조리 준비가 용이하기 때문에(46%)', '빠른 조리과 정리가 가능해서 (36%)', '신선식품보다 안전하기 때문(33%)'과 같은 사유가 존재
- 2020년 4월 초까지 북미 지역의 신선채소 및 과일 판매는 전년동기대비 5~10% 그친 데 반해 냉동 및 저장처리한 제품은 27~35% 증가함

**<그림 11-6> 북미 지역 과일 및 채소류 판매액 증가율(2020년 4월 기준)**

(단위 : %)



\* 출처 : 닐슨(Nielsen)

- 코로나19가 지속될 경우를 대비하여 장기간 보관이 가능한 통조림 제품의 수요가 높아짐
  - 캐나다 농식품분석연구소(Agri-Food Analytics Lab)에 따르면 캐나다 내 통조림 수요가 급증하여 제품가격이 상승한 것으로 나타남<sup>16)</sup>
    - 특히 구운 콩 통조림(19%), 토마토 통조림(19%), 당근 통조림(14%), 통조림 수프(12%) 등의 제품 가격이 상승함
  - 미국 소비자들은 코로나19로 비상사태가 선포되고 일상생활로의 복귀가 불확실해지자 통조림, 냉동식품 등을 구매해 비축하기 시작함
    - 코로나 기간 동안 소비자들은 주 1회 이상 통조림(55%)이나 냉동식품(67%)을 섭취한 것으로 나타남
  - 미국 캠벨사는 코로나19로 인한 소비자의 수요 증가로 2020년 3분기 누적실적이 22억 4,000달러(한화 약 2조 6,741억 원)를 기록하였다고 발표함
    - 통조림 수프의 매출이 전년대비 60% 가량 증가하였으며, 파스타 소스(Prego)는

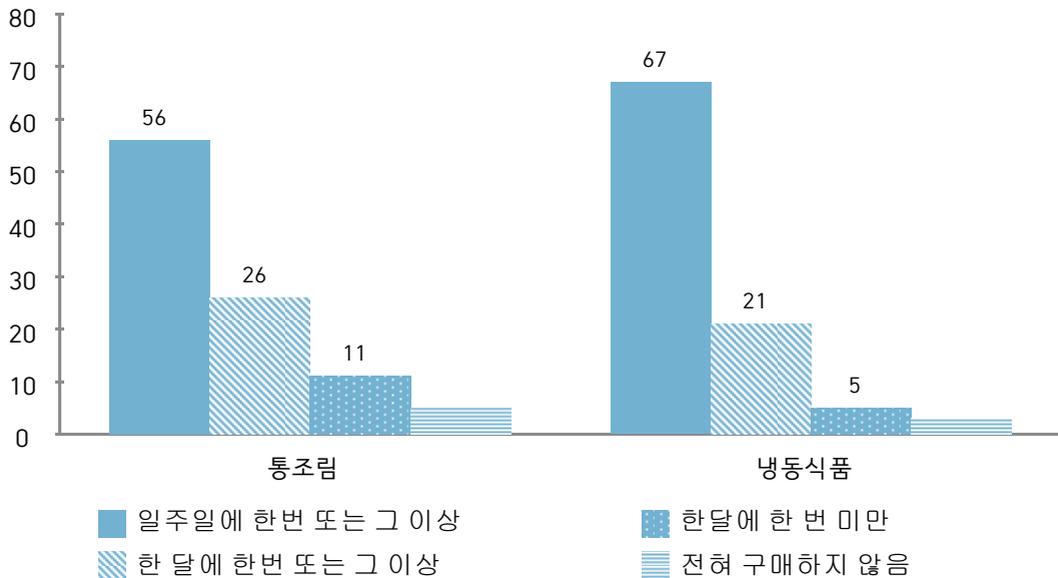
16) 2019년 12월 이후 2020년 4월까지 집계치 기준

약 50%, 크래커(Gold Fish)는 약 20% 증가함

- 캠벨사에 따르면 최근 유기농식품이나 자연주의 식품에 대한 소비자 선호가 높아지며 자사 실적이 다소 부진하였으나, 코로나19 확산을 계기로 장기보관이 가능하거나 다른 음식의 부재료로 활용할 수 있는 통조림 수프의 수요가 증가한 것으로 나타남

〈그림 II-7〉 통조림 및 냉동식품 구매빈도

(단위 : %)



\* 출처 : 유고브(YouGov)

- 일본에서도 냉동식품의 수요가 급격히 증가함
  - 일본 내 약 100명의 신규확진자가 발생한 3월 26일 냉동식품 판매량이 전주대비 약 1.5배 증가하였으며, 특히 도쿄는 2.6배, 가나가와 현(縣)은 1.9배 증가한 것으로 조사됨
  - 2020년 4월 1일에서 14일까지의 일본 로손편의점 판매 데이터를 집계한 결과 냉동 볶음밥, 냉동 만두(교자), 냉동 감자튀김, 냉동 새우볶음밥, 냉동 타코야끼, 냉동 인스턴트 우동 등의 판매량이 높게 나타남

〈그림 11-8〉 일본 편의점 상위 판매 냉동식품

		
냉동 새우볶음밥	냉동 인스턴트 우동	냉동 만두

\* 출처 : 일본 로손편의점(www.lawson.co.jp)

- 장기 저장이 가능한 식품을 구매하는 행태는 한동안 지속될 것으로 예측됨
  - 민텔(Mintel)에 따르면 코로나19가 빠른 속도로 확산되는 시기에 저장식품을 비축에 나섰던 소비자의 37%가 이후에도 장기 저장식품을 더 자주 구매할 것이라고 응답함
    - 특히 젊은 연령대의 소비자일수록 높은 응답률을 보였으며, 저장식품의 경우 대체적으로 간단한 조리과정을 거쳐 섭취할 수 있기 때문에 간편함을 이유로 저장식품을 선호한다고 응답함
  - 또한 위생 및 안전을 우려하여 코로나19 종식 이후에도 오프라인 쇼핑 횟수를 줄일 것으로 예상되며 저장이 가능한 식품의 수요 증가세가 지속될 것으로 예측함

## 라. 육류 대체품으로의 소비 이전

- 육가공품의 공급 중단으로 식물성 육류와 같은 대체육으로 소비가 이전함
  - 코로나19로 미국 내 주요 육가공공장의 가동이 중단되며 공급난이 발생함에 따라 식물성 육류와 같은 대체육이 대안으로 주목받고 있음
    - 대체육 생산업체인 비욘드미트(Beyond Meat)사의 2020년 1분기 순수익은 전년동기대비 141% 증가한 9억 9,000만 달러(한화 약 1조 원) 이상으로 집계됨
    - 2020년 4월 임파서블푸드(Impossible Foods)사는 대체육 수요 증가에 힘입어 미국 전역에 700여 개의 유통채널로 공급을 확대할 계획을 발표함
    - 중국의 그린먼데이(Green Monday)사에 의하면 코로나19의 영향으로 2020년 3월 이후 두 달 간 돼지고기 대체육인 옴니포크(Omniportk) 제품 판매량이 2배 이상 증가함

- 스페인의 대체육 생산업체 Heura社의 소매유통 비중은 코로나19 확산 이후 13.7% 확대됨
- 이와 더불어 지속가능한 환경보전을 위해 대체육 제품 및 식물성 식품의 수요가 증가하는 추세임
  - 식물성식품협회(PBFA, Plant Based Foods Association)는 코로나19 확산 이후 식물성 식품의 소매 판매액이 전년동기대비 약 90% 증가하였다고 발표함
    - 팬데믹 선언 이후 3월 2주의 식물성 육류 제품 판매는 전주대비 206.4% 증가함
    - 전 세계 식물성 단백질 시장은 2023년까지 143억 달러(한화 약 17조 원)에 달할 전망이며, 채식 식음료시장 또한 2015년 이후 매년 21%씩 성장하고 있음

### 3 제품 트렌드 변화

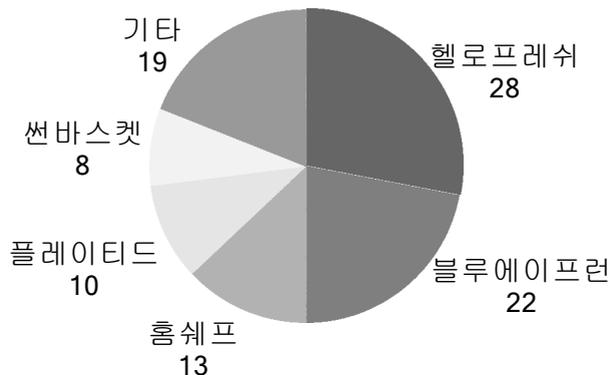
#### 가. 직접조리식품

##### ■ 가정에서 직접 조리하여 취식할 수 있는 밀키트 형식의 제품 판매가 증가함

- 가정에 머무르는 시간이 증가하면서 간편하게 조리할 수 있도록 구성된 밀키트 제품의 소비가 증가함
  - 식당 폐쇄 및 자가격리 조치로 인해 전체 식사의 10% 이상이 가정 내에서 이뤄지고 있으며, 요리 편의성과 비접촉에 대한 요구를 충족할 수 있는 밀키트 제품의 수요가 증가함
- 밀키트 제품을 소비자 집 앞까지 배송해주는 서비스가 인기를 끌고 있음
  - 2019년 기준 전 세계 밀키트 배달서비스 시장규모는 1억 6,600만 달러(한화 약 2,014억 원)로 집계되었으며, 코로나19로 인한 수요 증가로 2020년 시장규모는 더욱 성장할 것으로 전망됨

〈그림 II-9〉 미국의 주요 밀키트 업체 시장점유율(2018)

(단위 : %)



\* 출처 : Statista

- 독일에 본사를 둔 밀키트 제조업체 헬로프레쉬(HelloFresh)사의 2020년 1분기 전 세계 매출액은 전년대비 66.4% 증가한 6억 9,910만 유로(한화 약 9,538억 원)로 집계되었으며, 이 중 미국에서의 판매규모가 절반 이상을 차지함
  - 헬로프레쉬사의 밀키트 제품은 손님용, 소풍용 등 필요한 목적에 따라 메뉴를 선택할 수 있으며 채식 식단, 저칼로리 식단 등 소비자 기호를 고려한 다양한 제품군을 보유함
  - 또한 친환경 포장을 위해 재활용 가능한 상자 및 종이가방을 사용함

〈그림 II-10〉 헬로프레쉬사 밀키트 제품



\* 출처 : Foodnavigator 홈페이지(www.foodnavigator.com), CNBC 홈페이지(www.cnbc.com)

- 미국의 대표적인 밀키트 제조업체 블루에이프런(Blue Apron)사 또한 건강한 음식에 대한 소비자 선호 증가 추세와 코로나19로 인한 이동제한 등의 복합적인 원인으로 제품 수요가 급격히 증가한 것으로 나타남
  - 식품 위생 및 안전을 중시하는 소비자의 요구에 부응하기 위해 해당 제조사는 미국 식약청(FDA)의 식품안전현대화법을 준수하였으며 안전품질식품(SQF)의 식품안전코드 인증을 획득하였음을 강조함

〈그림 II-11〉 블루에이프런사 밀키트 제품



\* 출처 : Foodnavigator 홈페이지(www.foodnavigator.com), fortune 홈페이지(fortune.com)

- 온라인 기반의 밀키트 업체인 썬바스켓(Sun Basket)은 유기농 및 Non-GMO 위주의 재료를 사용하여 채식주의 및 글루텐프리 식단 등을 제공함
  - 미국 농무부 유기농인증(USDA Organic)을 취득한 농산물과 향생제를 사용하지 않은 축산물만을 사용하는 것으로 나타남

〈그림 II-12〉 썬바스켓社 밀키트 제품



\* 출처 : 썬바스켓 홈페이지(sunbasket.com), Foodnavigator 홈페이지(www.foodnavigator.com)

#### ■ 간편 조리가 가능한 인스턴트 면류 등 즉석식품의 수요 역시 증가함

- 블룸버그(Bloomberg)에 따르면 월마트의 인스턴트 면류 판매가 2월 23일에서 3월 21일까지 578% 증가한 것으로 집계됨
- 인도에서도 코로나19로 인해 약 22%의 소비자가 즉시 섭취할 수 있는 제품을 비축해두고 있으며, 그 중 인스턴트 면류의 수요가 높게 나타남
  - 인도 인스턴트 면류 시장의 절반가량을 점유하고 있는 것으로 추정되는 Maggi의 판매량은 코로나19 바이러스가 확산되기 이전보다 25% 증가함
  - 해당 기업의 제조 책임자는 수요증가에 부합하는 제품 생산을 위해 총 8개의 생산 공장을 가동하고 있다고 언급하며, '자사 제품의 간편성과 다양성은 요리를 못하는 사람이라도 쉽게 섭취가 가능하도록 해 가정 내 오래 머물러야 하는 요즘 시기에 인기를 끈 것 같다'고 자평함

〈그림 II-13〉 인도 Maggi社 인스턴트 면류 제품



\* 출처 : 매기 홈페이지(www.maggi.in)

- 코로나19 확산의 영향으로 한국의 라면 역시 해외 주요국으로의 수출이 확대되며 판매 호조세를 나타냄
  - 미국, 일본 등 해외 시장에서 코로나19 팬데믹의 영향으로 한국산 라면 사재기 현상이 발생함
    - 한국산 라면은 품질이 좋고 공급이 원활하다는 인식을 바탕으로 코로나19 상황에 대비하기 위한 필수 비상식품으로 여겨져 사재기 현상이 발생한 것으로 나타남
    - 2020년 1월부터 4월까지 한국산 라면 수출액은 1억 9,400만 달러(한화 약 2,378억 원)로, 전년동기대비 34.5% 증가함
    - 특히 코로나19가 가장 확산되었던 3월의 수출규모는 626억 원으로 전년대비 41.6% 증가함
    - 일본과 중국으로의 수출이 각각 76.3%, 63.2%로 급격하게 증가했고, 미국으로의 수출도 20.3% 증가하는 등 신기록이 이어지고 있음
  - 2020년 1분기 삼양식품의 영업이익은 전년대비 73% 증가한 267억 원으로, 동기간 매출액은 전년대비 29% 증가한 1,563억 원으로 집계됨
    - 그 중 1분기 해외 매출은 전년대비 79% 증가한 773억 원, 국내 매출은 15% 증가한 790억 원을 기록함
    - 불닭볶음면을 앞세운 수출이 전체 성장을 주도했는데, 2020년 2분기 베트남으로의 수출은 전년대비 94% 증가했으며, 영국 62%, 인도네시아 43%, 미국 11% 등 주요국에서의 수출 증가세가 이어짐

- 농심 역시 1분기 매출은 6,877억 원으로 전년동기대비 16.8% 증가함
  - 최근 영화에 등장하며 화제가 된 제품의 소비열풍에 더해 해외에서의 사재기 현상이 발생함에 따라 2월의 해외매출은 전년대비 120% 이상 증가한 150만 달러(한화 약 18억 원)를 기록함

〈그림 II-14〉 수출 호조세를 보이는 한국산 라면



\* 출처 : 삼양식품 홈페이지(www.samyangfoods.com), 농심 홈페이지(www.nongshim.com)

## 나. 건강증진식품

- **코로나19 감염을 예방하기 위해 면역력 강화에 도움이 되는 건강기능식품 및 관련 성분을 함유한 제품의 수요가 증가함**
  - 질병을 예방하고 통제하기 위해 면역력을 강화할 수 있는 식품에 대한 관심이 증가하고 있으며, 전문가들은 영양소가 풍부한 식단을 통해 면역체계를 강화할 수 있다고 조언함
    - 오메가3 지방산은 염증 억제에 탁월한 것으로 알려져 항염증 기능을 비롯한 면역 기능을 유지 및 개선하기 위한 오메가3 섭취가 권고되기도 함
    - 또한 장 건강이 면역력 증진과 관련있다는 보도가 이어지며 프로바이오틱스에 대한 관심이 증가함
      - 2020년 3월 한달 간 면역 및 프로바이오틱스에 관한 구글 검색량이 약 21,370건을 기록하며, 3월 이전 11개월간 월평균 검색량 3,940건에 비해 약 5배 이상 증가함
  - 소비자들은 면역력 강화에 효과가 있는 성분을 함유한 건강기능식품을 섭취하여 질병을 예방하고자 함

- 일본에서는 코로나19로 인한 면역력 강화제품 수요 증가에 힘입어 FANCL社의 비타민 보충제의 2020년 4월 판매량이 전년동기대비 218% 증가함
  - 뒤이어 골 추출물 및 강황 성분의 보충제 판매량이 88%, 프로폴리스 판매량이 78% 증가하였으며, 이러한 성분 모두 면역력 증강에 효과가 있다고 알려짐
  - FANCL社에 따르면 면역력 증강 외 스트레스 해소, 수면 질 개선, 눈 피로회복 등의 효과가 있는 제품의 판매가 증가함

〈그림 II-15〉 면역력 증강 건강기능식품

	
비타민 보충제	강황 성분 간기능 보충제

\* 출처 : FANCL 홈페이지(www.fancl.com)

- 면역력 강화를 위한 식품으로 발효음료인 콤부차(Kombucha), 엘더베리(Elderberry) 성분 역시 주목받고 있음
  - 중국에서 유래한 콤부차는 비타민D와 미네랄을 함유하고 있으며 프로바이오틱스를 생성하고 장내 유해균 증식을 억제할 수 있어 면역력 증강을 위한 식품으로 수요가 늘고 있음
  - 특히 발효과정에서 탄산 성분이 생성되어 청량감을 느낄 수 있어 탄산음료를 대체할 수 있는 건강음료로 각광받고 있음
    - 펩시社가 인수한 건강음료 브랜드 KeVita에서는 콤부차를 응용한 제품 라인을 구성하여 건강음료 시장에 진출한 바 있음
    - Humm Kombucha社는 무설탕 제품을 출시하였으며 프로바이오틱스 성분을 추가한 제품을 출시하여 건강음료 이미지를 굳히고 있음

〈그림 II-16〉 콤부차 음료제품

	
<p>KeVita社 콤부차 음료</p>	<p>Humm Kombucha社 무설탕 콤부차 음료</p>

\* 출처 : KeVita 홈페이지(www.kevita.com), Humm Kombucha 홈페이지(hummkombucha.com)

- 엘더베리는 신체 면역기능 조절에 관여하는 비타민 C, A 등과 항산화 성분이 풍부한 것으로 알려져 이전부터 시럽 형태로 가정에서 민간요법으로 섭취해 왔으며 코로나19로 인해 다시금 주목받고 있음
  - 최근에는 아동의 섭취 편의를 높이기 위한 젤리 형태의 제품이 출시되기도 함

〈그림 II-17〉 엘더베리 시럽 및 보충제

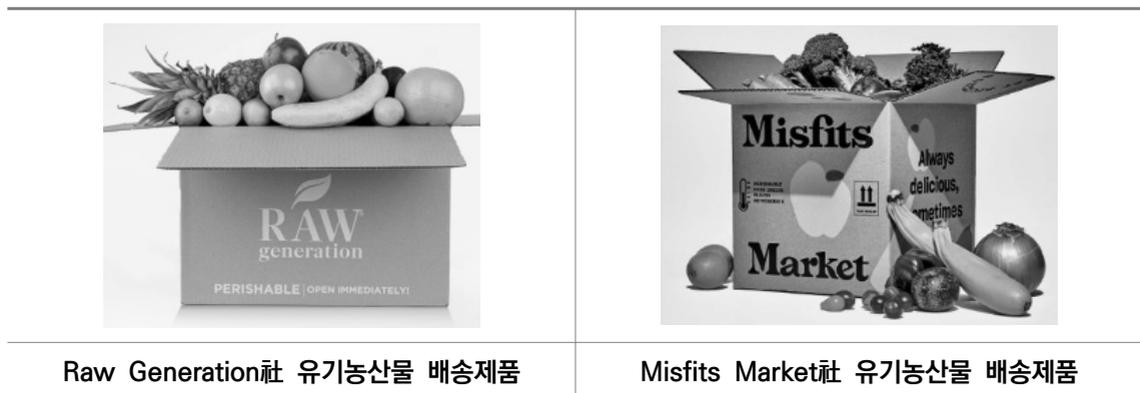
	
<p>California Gold Nutrition社 엘더베리 시럽</p>	<p>Nature's Way社 엘더베리 구미(Gummy)</p>

\* 출처 : 건강기능식품 전문 유통채널 iherb(www.iherb.com)

■ 안전한 식품에 대한 관심이 유기농 식품 수요 증가를 견인함

- 유기농 신선농산물 판매량이 증가하며 미국의 1분기 유기농 신선농산물 판매액은 18억 5,000만 달러(한화 약 2조 원)에 달한 것으로 나타남
  - 유기농 식품은 일반적으로 살충제 등 화학 물질을 사용하여 재배된 식품보다 폴리페놀 등 항산화 성분을 더 높은 것으로 알려짐
  - 유기농업협회(OTA)에 따르면 유기농 조미료 및 향신료 시장규모는 전년대비 23% 증가한 2019년 7억 7,800만 달러(한화 약 9,445억 원)로 빠른 속도로 성장하고 있음
    - 유기농 소스 브랜드 Otamot Foods社에서 출시한 유기농 스파이시 소스는 미국의 유기농 인증을 취득하였고, 2020년 6월 미국의 유기농 전문 유통업체 홀푸드마켓에 입점함
  - 최근에는 유기농 식품을 전문으로 배달하는 서비스가 등장하여 가정에 머무르는 소비자들에게 유기농산물 등 신선식품을 배송하고 있음
    - Raw Generation Produce Box는 미국 동부지역의 20개 주를 중심으로 유기농 인증 및 Non-GMO 농산물만을 생산하는 농장에서 공급받아 소비자에게 배송하고 있음
    - Misfits Market은 미국 내 26개 주에 유기농 인증 및 Non-GMO 농산물을 주로 배송하며 특히 유통과정에서 배제된 ‘못난이’ 농산물을 일반 농산물보다 약 40% 저렴한 가격에 판매하고 있음

〈그림 11-18〉 유기농산물 배송제품



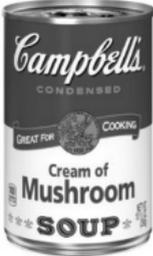
\* 출처 : Raw Generation社 홈페이지(www.rawgeneration.com), Misfits Market社 홈페이지(www.misfitsmarket.com)

## 다. 장기저장식품

### ■ 코로나19 확산 이후 통조림 등 장기저장이 가능한 식품의 수요가 증가함

- 통조림 제품은 보관성과 함께 신선식품 등에 비해 상대적으로 가격이 저렴하다는 장점으로 코로나19 이전부터 보관식품으로 소비되어 왔음
  - 2018년 미국 내 11개 종류의 통조림수프 판매량은 4억 4천만 캔 이상으로, 가정에서 간편적으로 비축해두는 보관식품으로 인식됨
- 뒤이어 참치 통조림의 판매량은 2억 8천여 개로 나타나며, 이 외에도 스파게티 통조림, 미트볼 통조림, 야채 통조림 등이 꾸준히 소비됨

〈그림 II-19〉 장기저장식품 중 인기식품

	
Campbell社 버섯크림수프 통조림	StarKist社 참치 통조림

\* 출처 : Campbell社 홈페이지([www.campbells.com](http://www.campbells.com)), StarKist社 홈페이지(<https://starkist.com/>)

- 장기보관이 가능한 통조림 중에서 특히 햄 통조림의 판매가 크게 증가함
  - 코로나19로 인한 이동 제한 초기에는 오래 보관할 수 있는 이점으로 햄 통조림의 판매가 증가하였으며, 미국의 육류 공급부족 사태와 경기 침체가 이어지며 상대적으로 저렴한 햄 통조림 제품의 판매가 촉진됨
  - 전 세계 120개국에서 판매되는 Tulip Pork Luncheon Meats 제품은 코로나19로 인해 판매량이 25% 증가할 것으로 예상됨
  - 브라질 대형 육류가공업체인 Marfrig社는 미국으로의 공급량이 전년대비 2배 증가한 3,500톤에 이를 것으로 예측함

- 이동 제한으로 저장을 위한 냉동식품이 증가한 가운데 다양한 소비자 기호를 충족할 수 있는 제품이 판매되고 있음
  - 코로나19로 인해 냉동식품의 전반적인 수요가 증가하며 유기농, 글루텐프리, 저탄수화물 등 다양한 기호를 충족시킬 수 있는 제품이 출시되고 있음
    - 미국의 전국냉동냉장식품협회(NFRFA)에 따르면 유기농 재료를 사용한 냉동식품은 총 냉동식품 판매량의 약 2.4%를 차지하며 최근 4년간 연평균 11.1% 증가함
    - 글루텐프리 냉동식품 또한 4년간 연평균 8.2% 증가하며 냉동식품의 하위 카테고리를 구성하고 있음
  - 글로벌 식품업체 네슬레에서 런칭한 Life Cuisine 브랜드는 저탄수화물, 고단백 등 현대인의 다양한 기호를 충족하는 제품을 주로 출시함

〈그림 II-20〉 글루텐프리, 유기농 냉동식품 예시

	
<p>Nestle社 글루텐프리 냉동피자</p>	<p>Beetnikfoods社 유기농 냉동미트볼</p>

\* 출처 : Nestle Life Cuisine 홈페이지(www.lifecuisine.com), Beetnikfoods社 홈페이지(www.beetnikfoods.com)

## 라. 대체육 · 식물성 육류

### ■ 지속가능성에 대한 트렌드와 육류 공급난이 맞물리며 대체육 및 식물성 육류 제품에 대한 수요가 증가함

- 미주 지역에서는 대형 육가공업체 직원의 코로나19 확진이 이어지며 육류 공급에 차질이 발생하자 대체육 제품 수요가 급증함
  - 미국에서는 코로나19 발생으로 20곳 이상의 육류가공시설이 폐쇄되며 2020년 4월 대비 5월 육류가격이 14% 상승하였으며 브라질, 우루과이 등 육류 수출에 큰 비중을 차지하는 국가에서도 육류가공시설이 폐쇄되며 육류 공급이 일시적으로 문제가 발생함
  - 대체육 및 식물성 육류 제조업체는 다양한 제품이 출시하고 있어 소비자의 선택 폭이 확대됨
    - 글로벌 대체육 브랜드 비욘드미트社의 2020년 1/4분기 매출액은 전년대비 141% 증가한 9,710만 달러(한화 약 1,179억 원)를 기록하였으며 2020년 4월에는 스타벅스와 제휴하여 중국의 약 4,000개 스타벅스 매장에 대체육 제품을 출시함
    - Impossible Foods社는 수요 증가로 인해 미국 전역 약 1,000개 매장으로 판매를 확대할 계획임을 밝혔으며, 최근에는 패스트푸드 업체 버거킹과의 제휴로 대체육 패티를 납품하고 있음
    - 홍콩의 그린먼데이社는 업계 최초로 대체육 통조림 제품을 출시한 바 있음
    - 영국의 Meatless Farm社는 고기의 맛과 식감을 재현하는 완두콩 대체육 제품을 출시한 바 있으며, 밀키트 제조사와 제휴하여 식물성 육류제품을 밀키트에 포함하여 판매하고 있음
  - 이 외에도 기존 육류가공품 생산업체에서도 대체육 제품을 출시하고 있는데, 브라질의 글로벌 육류가공업체 JBS社는 자체 스타트업 Planterra Foods를 통해 2020년 6월 완두콩 및 쌀 단백질, 발효 표고버섯 등을 사용한 식물성 대체육 브랜드 Ozo를 런칭하고 제품을 출시함

〈그림 II-21〉 대체육 제품 예시



비온드미트社 제품



Impossible Foods社 제품



그린먼데이社 제품



Meatless Farm社 제품

\* 출처 : 아마존, usatoday(www.usatoday.com), (greenmonday.org), (www.heurafoods.com)

## Ⅲ 코로나19에 따른 국가별 동향

### 1 제도적 동향

#### ■ 식품안전 및 위생부문에서도 안전에 대한 요구가 확대됨

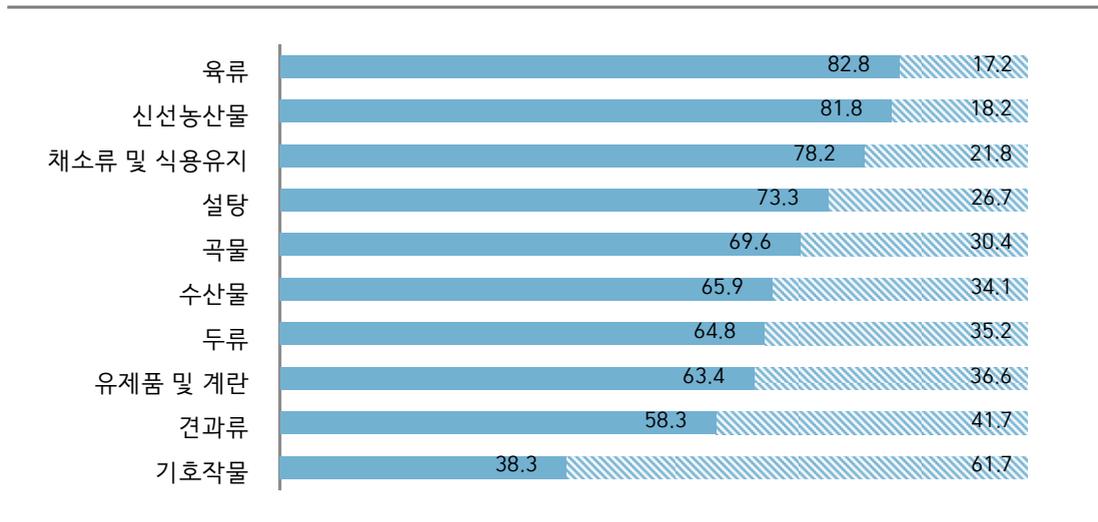
- 전 세계적으로 이루어지는 식품 수출입을 통한 위해요소의 유입 우려가 제기됨
  - 조류독감, 사스(SARS), 아프리카돼지열병 등 과거 전 세계적 전염병의 발병으로 인해 식품 안전성 문제가 제기되며 관련 식품의 수출입에 제한이 발생한 바 있음
  - 이번 코로나19 바이러스가 중국의 우한의 시장에서 최초 발생하였다는 견해가 지배적인 가운데, 전 세계적으로 유통되는 식품을 통해 코로나19 바이러스가 전파될 수 있다는 우려가 제기되고 있음
- 코로나19 확산을 계기로 공중보건 및 식품안전의 중요성이 제기됨
  - 세계보건기구(WHO)는 식품 위생관리 및 안전을 위해 식품 취급 시에 오염을 방지하기 위한 권고사항을 발표한 바 있음
  - 미국 식약청(FDA)은 코로나19 바이러스가 식품 또는 식품포장을 통해 전달되지 않는다는 견해를 유지하고 있으나 식품안전 모니터링의 중요성을 강조하며 식품 제조업체 및 유통업체의 위생안전 관리를 위한 지침을 발표한 바 있음
  - 또한 미국 내에서 생산된 식품 및 수입식품 모두에 대해 식품안전 기준을 위반한 경우 이전처럼 리콜 조치를 시행할 것이라고 언급함
  - 코로나19가 확산되는 동안 캐나다로 수입되는 식품은 캐나다식품안전법에 따라 라벨링, 포장, 등급평가, 리콜 등 식품안전 관련 요구사항을 준수해야함
  - 영국 식품기준청(FSA, Food Standards Agency)은 식품 제조업체를 대상으로 HACCP 원칙에 따라 위생관리 기준을 준수 및 유지할 것을 권고함

■ 식량 안보가 중요한 국가적 문제로 대두되며 여러 국가에서는 자국 농식품산업 보호 및 육성을 위한 정책을 발표함

- 코로나19 확산으로 농식품 교역 및 물류 운송에 차질이 발생함
  - 세계은행은 코로나19 확진자가 가장 많이 발생한 상위 50개국에 전 세계 식품수출의 약 66%를 차지하고 있어, 코로나19로 인한 피해의 심각성이 증가함에 따라 전 세계 식품 공급망에 차질이 발생할 것으로 예상함
  - 특히 육류의 경우 코로나19 피해가 심각한 50개국의 전 세계 수출비중이 82.8%를 차지하는 것으로 나타나 향후 공급에 영향이 미칠 것으로 전망됨

〈표 III-1〉 코로나19 피해 국가 50개국의 주요 품목별 수출비중

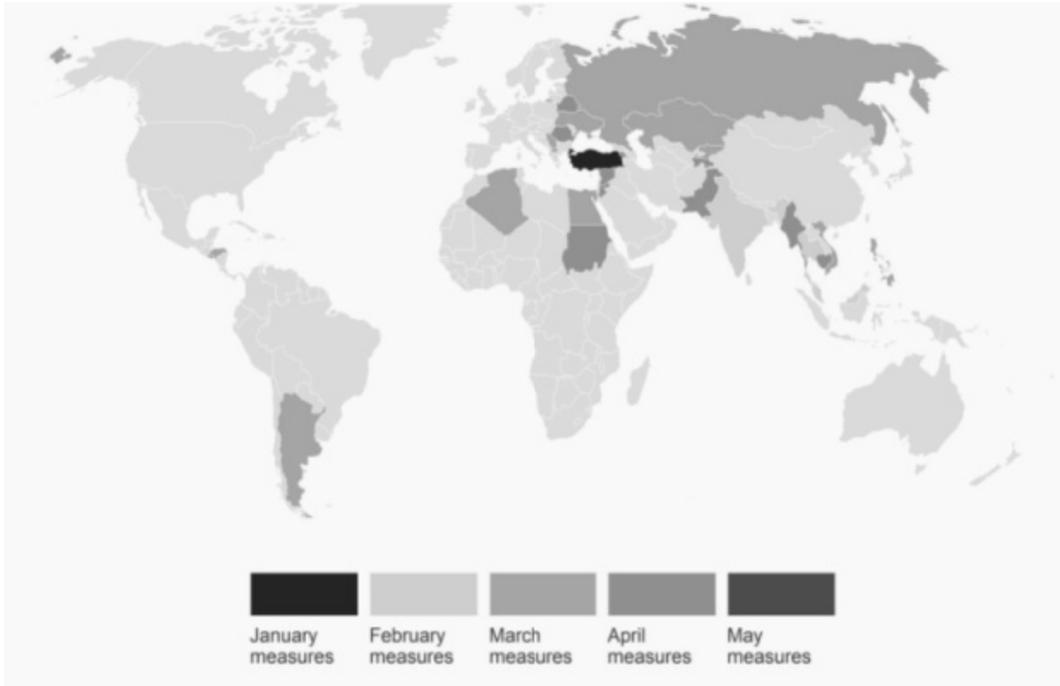
(단위 : %)



\* 출처 : 세계은행

- 주요 식량자원을 생산 및 수출하는 일부 국가에서는 코로나19 발생 이후 수출제한조치를 취함
  - 2020년 5월 29일 기준 27개국에서 농식품 수출제한 조치를 시행하고 있음
    - 코로나19로 인해 발생한 식자재 가격 상승 및 이에 따른 내수가격 안정화와 식량비축 등의 이유로 국가 간 식량 이동을 통제하려는 보호무역주의 기조가 확산됨

〈그림 III-1〉 국가별 농식품 수출제한 조치 현황(2020년 5월 29일 기준)



\* 출처 : Global Trade Alert

- 특히 쌀, 밀 등 곡물자원을 주로 수출하는 국가에서 수출제한 및 중단 조치를 실시함
  - 세계 1위의 쌀 수출국인 인도는 2020년 3월 25일부터 4월 17일까지 시행된 국경봉쇄 조치로 인해 수송이 어려워지자 쌀 수출을 중단함
  - 세계 3대 쌀 수출국인 베트남은 곡물 비축을 명목으로 2020년 3월 24일부터 쌀 수출을 전면 중단한 뒤 4월 10일부터 제한적으로 수출을 허용하였으며 5월부터는 수출 제한 조치를 완전히 해제하고 쌀 수출을 재개함
  - 캄보디아는 코로나19 확산으로 자국 내 쌀 수급에 차질이 발생할 것을 우려하여 2020년 4월 5일부터 5월 20일까지 쌀 수출을 금지한 바 있음
  - 러시아는 2020년 4월 26일부터 7월 1일까지 전 세계 밀 수출을 중단하기로 결정하였는데, 자국 내 식품산업 보호를 위한 수출할당물량을 4월부터 6월까지 충족하였으므로 밀, 호밀, 메슬린(소맥과 호밀), 옥수수 등 곡물 수출을 금지한다고 공표함

- 세계보건기구(WHO), 유엔식량농업기구(FAO), 세계무역기구(WTO)는 2020년 3월 31일 공동성명을 통해 식량의 수출제한 조치는 전 세계 식량 공급망을 위태롭게 할 것이라고 경고함
  - 수출 제한조치는 자국 내 식품 시장의 공급을 안정화시킬 수는 있으나 국제 식품 가격의 지속적인 상승으로 이어질 수 있음
  - 또한 일부 국가가 수출 제한조치를 부과할 경우 다른 국가 역시 이에 대응하는 조치를 취하게 되어 사태가 악화될 우려가 있음
- 식품의 수입의존도가 높은 국가에서는 자체적인 생산량 증대를 통해 공급안정을 도모함
  - 세계농업기구(FAO)는 코로나19 확산으로 인해 전 세계적 식량부족난이 발생할 수 있다고 우려하였으며, 세계은행은 세계 식량 공급에 차질이 생길 경우 특히 식품의 수입의존도가 높은 국가의 평균 식량가격은 최소 15.0%에서 25.9%까지 상승할 것으로 예측함
    - 인도네시아는 자체 농업 생산량의 부족분을 수입을 통해 보충해 왔으나 코로나19 확산으로 쌀, 마늘, 설탕, 옥수수 등 주요 식량 자원 수급에 어려움이 발생함
  - UAE에서 유통되는 식품의 80%가 수입산으로, 정부는 자국 내 농산물 생산량을 늘리기 위해 인공조명을 통한 기후제어 가능시설을 건설하는 등 지속적인 투자를 추진하고 있음
    - 현재 UAE의 실내농업(Indoor Farming) 수준은 도입 단계로, 주로 토마토를 생산하는 수준에 그침
    - UAE정부는 농업테크기업 4개사에 1억 달러를 투자하는 등의 노력을 통해 국내 식량 자급률을 증가시키고자 함
  - 대표적인 식품 수입국인 싱가포르의 식량자급률은 현재 10% 미만 수준임
    - 이에 싱가포르 정부는 식량 자급률을 2030년까지 30% 수준으로 확대해 식품공급망의 안정화를 도모하고자 하며, 이를 위해 도시형 농업육성을 추진할 것이라고 발표함

■ **코로나19로 인한 혼란은 전 세계 무역장벽을 강화하는 요소로 작용할 것으로 예측됨**

- 국가별 식량 보호주의(Food Protectionism)의 확대가 예상됨
  - 코로나19로 인한 이동제한, 인력부족 및 원재료 운송에의 차질 등으로 식품 생산 및 유통에 애로가 발생함
    - 식량 비축량이 충분함에도 불구하고, 현 상황의 지속 시 발생 가능한 식량 고갈 및 식품가격상승에 대비하기 위해 각 국은 자국에서 생산된 농식품 수출에 제한을 두기 시작하였으며, 이러한 현상은 더욱 심화될 가능성이 존재함

- 비관세장벽과 관련한 국가별 조치는 이전부터 증가하는 양상이었으나, 코로나19 이후 더욱 심화될 것으로 보임
  - 19세기 후반 이후 국제적으로 자유무역체제가 확립되며 국가 간 관세장벽은 낮아지고 있으나, 자국 산업을 보호하기 위한 위생검역조치 강화 및 기술장벽 등의 비관세장벽은 증가하고 있음
  - 국제연합무역개발회의(UNCTAD)에 따르면 2020년 6월 기준 전 세계 국가의 식품 위생 및 식물위생(SPS) 조치는 1만 6,865건, 무역기술장벽(TBT)은 7,262건 발생한 것으로 나타남<sup>17)</sup>

〈표 III-2〉 전 세계 비관세조치 현황(2020년 6월)

(단위 : 건)

구분	TBT	SPS	CTPM	QC	PC
전체 비관세조치 건수 <sup>1)</sup>	25,772	29,750	332	6,438	1,453
식품 대상 비관세조치 건수	7,262 (28.2%)	16,865 (56.7%)	10 (3.0%)	1,290 (20.0%)	1,097 (75.5%)
- 채소류	2,267	8,731	3	470	490
- 유지류	1,058	2,299	3	265	199
- 가공식품류	3,937	5,835	4	555	408

\* 주1: 전체 비관세조치 건수는 식품 외 품목의 조치 건수를 포함함

\* 주2: 위생 및 검역조치(SPS), 무역기술장벽(TBT), 우발적 무역보호조치(CTPM), 수량제한(QC), 가격통제(PC)

\* 출처 : UNCTAD TRAINS

- 2008년 세계금융위기 이후 불확실성이 높아짐에 따라 국가 간 무역분쟁 및 비관세조치가 증가하였으며, 코로나19의 장기화로 전 세계 교역이 침체될 경우 각국의 보호무역 기조는 더욱 강화될 것이라는 우려가 제기됨

17) SPS(Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measure, 식품동식물검역규제협정)는 생명 및 건강 보호를 위한 위생 및 검역조치를 의미하며, TBT(Technical Barriers to Trade, 무역기술장벽)는 상품 무역에 직간접적으로 영향을 미칠 수 있는 모든 기술규정, 표준 등을 적용하는 것을 의미함

## 2 주요 수출국 대응

### ■ 코로나19 확산으로 미국 내 자국물자 우선 우대정책(Buy America) 기조가 식품산업으로 확대될 것으로 전망됨

- 도널드 트럼프 대통령은 ‘미국우선주의(America First)’ 정책을 채택하며 보호무역주의로의 변화를 꾀함
  - 이러한 보호주의 기조는 식품산업으로 확대되어 자국의 농식품 산업 보호를 위한 조치를 취할 가능성이 있음

#### Buy America 조항

미국의 경기부양법안에 포함된 조항으로, 경기부양책 시행 시 예외의 경우를 제외하고 모든 공공사업에 미국산 제품 사용을 의무화하는 내용

- 미국 농무부는 미국 내 식품 유통을 위한 예산계획을 발표하며 자국산 제품 구매조건을 제시함
  - 2020년 5월 미국 농무부는 미국 전역에 식품을 공급하기 위해 4억 6,500만 달러(한화 약 5,638억 원)의 예산을 추가 투입하기로 함
    - 코로나19로 인해 생산 및 판매에 애로를 겪은 자국 내 농민을 보호하기 위해 자국산 농산물 및 가공식품을 구매할 계획임
- 이 외에도 육류 제품의 공급량 안정화를 위한 조치를 취하고 있음
  - 코로나19의 확산으로 인해 미국 내 육류 가공업체의 가동이 중단되며 육류 제품의 공급에 차질이 발생하자 미국 정부는 국방물자생산법을 발동하여 육류 생산시설을 주요 인프라시설로 지정하는 등 공급 안정화를 위한 방안을 내놓고 있음
    - 육류 가공시설의 근로자 사이에서 코로나19가 빠른 속도로 확산되며 시설 가동을 중단하거나 도축이 지연되는 등 육류 유통량이 크게 감소함

### ■ 중국은 경제회복을 위한 소비부양정책을 발표함

- 이로 인해 코로나19 확산기간 동안 억눌렸던 소비 활동이 회복되는 추세임
  - 중국 정부는 소비 회복을 위해 지난 4월 중국 내 50개 도시에서 사용 가능한 쿠폰(바우처)을 발행함
    - 중국 중태증권(Zhongtai Securities)에 따르면 쿠폰 1개의 가치는 8배의 소비를 진작하는 파급효과를 가지고 있는 것으로 측정됨
    - 항저우 시에서는 3억 2,000만 위안(한화 약 548억 원) 규모의 쿠폰을 발행하였고 이를 통해 34억 위안(한화 약 5,824억 원)의 소비를 이끌어낸 것으로 집계됨
    - 중국 내 소비 진작을 위한 쿠폰 발행으로 식용유, 곡물 등 식료품 구매가 19.2% 증가함

### ■ 일본에서는 안정적인 식량 공급을 위해 자국산으로의 전환이 중요하다는 인식이 확산되고 있음

- 식품 원재료 등 주로 수입에 의존하던 농식품의 공급을 자국산으로 전환하려는 행보를 보임
  - 일본 농림수산성은 2020년 3월 「식량농업농촌기본계획(食料·農業·農村基本計画)」을 통해 식량 자급률 향상을 위한 계획을 발표하였으며, 농업인 육성 및 스마트농업 도입 등을 위한 예산을 책정하였음
    - 2018년 기준 37% 수준의 식량자급률을 2030년 45%까지 향상하고 농식품 수출을 5조엔(한화 약 57조 원) 규모까지 확대하고자 함

## IV 농식품 수출현황

### ■ 2020년 1월부터 6월까지 한국산 농림축산식품의 수출액은 전년동기 대비 4.4% 증가함

- 전 세계 한국산 농림축산식품 수출액은 36억 935만 달러(한화 약 4조 3,449억 원)로 전년동기 대비 4.4% 증가함
  - 1위 수출국인 일본으로의 수출액은 전년 동기간 대비 3.9% 감소하며 6억 6,566만 달러(한화 약 8,013억 원)에 그침
  - 반면 對미국 수출액은 36.0% 증가하며 호조세가 지속되고 있으며, 對중국 수출액이 전년동기 대비 1.4% 증가하며 회복세를 보임
    - 對미국 수출액은 5억 5,862만 달러(한화 약 6,724억 원), 對중국 수출액은 5억 2,203만 달러(한화 약 6,284억 원)를 각각 기록함
  - 이 외에도 베트남, 홍콩, 대만 등 아세안 국가와 아랍에미리트 등으로 한국산 농림축산식품을 수출함
    - 특히 아세안 국가에서는 對싱가포르 수출액이 전년동기 대비 22.0% 증가한 7,974만 달러(한화 약 959억 원), 對태국 수출액은 13.5% 증가한 1억 1,207만 달러(한화 약 1,349억 원)를 기록함

〈표 IV-1〉 한국산 농림축산식품 주요 수출국(2020년 6월 누계)

(단위: 톤, 천 달러, %)

구분	2019년 6월		2020년 6월		전년비		비중		
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	
전체	1,984,319	3,456,983	1,979,693	3,609,354	△0.2	4.4	100.0	100.0	
1	일본	376,639	692,364	344,143	665,661	△8.6	△3.9	17.4	18.4
2	미국	158,731	410,832	197,975	558,627	24.7	36.0	10.0	15.5
3	중국	394,921	514,906	305,806	522,031	△22.6	1.4	15.4	14.5
4	베트남	198,000	237,866	223,422	226,902	12.8	△4.6	11.3	6.3
5	홍콩	102,605	186,932	95,665	182,593	△6.8	△2.3	4.8	5.1
6	대만	78,596	144,577	62,620	146,257	△20.3	1.2	3.2	4.1
7	UAE	18,942	116,190	14,844	118,503	△21.6	2.0	0.7	3.3
8	태국	36,128	98,745	62,055	112,074	71.8	13.5	3.1	3.1
9	인도네시아	51,311	91,783	115,366	85,577	124.8	△6.8	5.8	2.4
10	싱가포르	19,362	65,386	32,534	79,744	68.0	22.0	1.6	2.2

\* 주 : 2019년 1~6월, 2020년 1~6월 농산물, 축산물, 임산물 수출통계에 한함

\* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 한국산 가공식품이 주로 수출되었으며, 채소류 및 과일류 등 신선농산물도 수출상위 품목에 해당함
  - 기타조제 농산물 수출액이 5억 5,300달러(한화 약 6,657억 원)로 전체 수출품목 중 15.3%의 가장 큰 비중을 차지함
  - 뒤이어 면류가 3억 9,471만 달러(한화 약 4,751억 원) 수출되었으며 전년동기 대비 35.5%의 높은 증가율을 보임
    - 면류 중에서도 대표적으로 라면의 수출액이 전년동기 대비 37.4% 증가한 3억 207만 달러(한화 약 3,636억 원)로 집계됨
  - 이 외에도 과자류, 소스류 수출액이 각각 17.4%, 20.9% 증가한 것으로 나타나 코로나19의 영향으로 가정 내 머무르는 시간이 증가함에 따라 가공식품 수출액이 증가한 것으로 분석됨
  - 채소류의 경우 전년동기 대비 7.2% 증가한 2억 3,767만 달러(한화 약 2,861억 원) 수출된 반면, 과일류는 동기간 3.8% 감소한 1억 2,142만 달러(한화 약 1,461억 원) 수출됨
    - 채소류 중 김치의 수출액이 전년동기 대비 44.3%로 크게 증가한 것으로 나타났으며, 과일류 중에서는 유자의 수출액이 23.2% 증가함

〈표 IV-2〉 한국산 농림축산식품 주요 수출품목(2020년 6월 누계)

(단위: 톤, 천 달러, %)

구분	2019년 6월		2020년 6월		전년비		비중	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	1,984,319	3,456,983	1,979,693	3,609,354	△0.2	4.4	100.0	100.0
1 기타조제 농산품	259,341	515,036	249,398	552,999	△3.8	7.4	12.6	15.3
2 면류	95,750	291,359	128,286	394,713	34.0	35.5	6.5	10.9
3 과자류	63,654	208,781	67,055	245,068	5.3	17.4	3.4	6.8
4 채소류	98,917	221,710	76,070	237,672	△23.1	7.2	3.8	6.6
5 음료	234,527	215,708	212,705	195,837	△9.3	△9.2	10.7	5.4
6 주류	213,687	196,056	165,886	152,956	△22.4	△22.0	8.4	4.2
7 소스류	45,207	120,527	53,252	145,700	17.8	20.9	2.7	4.0
8 커피류	37,624	133,538	34,394	131,251	△8.6	△1.7	1.7	3.6
9 과실류	50,897	126,277	45,437	121,424	△10.7	△3.8	2.3	3.4
10 당류	163,299	91,761	183,034	99,268	12.1	8.2	9.2	2.8

\* 주1 : 2019년 1~6월, 2020년 1~6월 농산물, 축산물, 임산물 수출통계에 한함

\* 주2 : 연초류, 사료 등을 제외한 식품류에 한함

\* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

### ■ 한국산 농림축산식품의 수출 1위 국가인 일본으로의 수출은 전년대비 하락함

- 2020년 對일본 수출액은 6억 6,566만 달러(한화 약 8,014억 원)로 집계되어 전년동기 대비 3.9% 감소함
  - 채소류(14.1%), 기타조제 농산품(13.6%), 주류(9.7%) 등이 주로 수출된 가운데, 채소류와 기타조제 농산품의 수출액은 각각 2.7%, 2.0% 증가함
    - 對일본 수출 채소류의 절반 가량을 차지하는 파프리카 생산 및 수출이 감소(△12.3%)하였음에도 불구하고 김치(36.5%) 등의 수출이 증가한 것으로 집계됨
  - 면류의 경우 코로나19 확산으로 인해 일본 내 면류 수요가 증가하며 전년동기 대비 34.7% 증가한 약 3,483달러(한화 약 419억 원) 수출됨
    - 특히 라면, 인스턴트면 등의 수출액이 각각 52.3%, 56.9%로 크게 증가하며 전체 면류 수출액 증가를 견인함
  - 반면 과자류, 인삼류의 경우 수출물량은 감소(각각 △7.6%, △21.9%)하였으나 금액은 상승세(10.1%, 4.1%)를 보였고, 당류의 경우 수출물량은 전년동기 대비 증가(9.9%)하였으나 수출액은 소폭(△8.7%) 감소함

〈표 IV-3〉 한국산 농림축산식품 對일본 수출현황(2020년 6월 누계)

(단위: 톤, 천 달러, %)

구분	2019년 6월		2020년 6월		전년비		비중	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	376,639	692,364	344,143	665,661	△8.6	△3.9	100.0	100.0
1 채소류	32,052	91,162	30,648	93,587	△4.4	2.7	8.9	14.1
2 기타조제 농산품	73,462	88,906	68,882	90,660	△6.2	2.0	20.0	13.6
3 주류	79,786	74,309	74,374	64,784	△6.8	△12.8	21.6	9.7
4 과자류	29,251	41,462	27,026	45,643	△7.6	10.1	7.9	6.9
5 면류	7,502	25,864	10,652	34,829	42.0	34.7	3.1	5.2
6 코코아류	14,144	14,927	16,288	17,526	15.2	17.4	4.7	2.6
7 인삼류	341	15,715	266	16,363	△21.9	4.1	0.1	2.5
8 당류	8,966	16,968	9,850	15,487	9.9	△8.7	2.9	2.3
9 과실류	4,078	14,801	3,227	12,373	△20.9	△16.4	0.9	1.9
10 박류	41,388	15,411	25,138	10,646	△39.3	△30.9	7.3	1.6

\* 주1 : 2019년 1~6월, 2020년 1~6월 농산물, 축산물, 임산물 수출통계에 한함

\* 주2 : 연초류, 사료 등을 제외한 식품류에 한함

\* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

■ 한국산 농림축산식품의 對미국 수출은 물량과 금액 면에서 모두 증가세를 보임

- 2020년 1월부터 6월까지 한국산 농식품의 對미국 수출액은 5억 5,863만 달러(한화 약 6,725억 원), 총 20만 톤이 수출됨
  - 코로나19로 인해 기타조제 농산품, 면류, 과자류, 소스류 등의 가공식품뿐만 아니라 채소류, 과실류 등 신선품목의 수출 역시 증가함
  - 기타조제 농산품은 전년동기대비 수출물량(44.3%)과 금액(36.0%) 모두 증가하였고, 면류 수출 역시 각각 36.4%(물량), 49.3%(금액)의 증가세를 기록함
    - 對미국 수출 면류의 약 50%를 차지하는 라면의 수출액이 동기간 52.1% 증가하였고 인스턴트 면류가 146.6% 증가한 것이 면류 수출액 증가에 영향을 미친 것으로 분석됨
  - 이 외에도 가공식품 중 과자류, 소스류 수출액은 각각 31.3%, 26.6% 증가함
  - 2020년 6월까지 채소류 수출액은 전년동기대비 83.1%(물량), 72.9%(금액) 증가하였고, 과실류 또한 29.4%(물량), 14.2%(금액) 증가한 것으로 나타남

〈표 IV-4〉 한국산 농림축산식품 對미국 수출현황(2020년 6월 누계)

(단위: 톤, 천 달러, %)

구분	2019년 4월		2020년 4월		전년비		비중	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	158,731	410,832	197,975	558,627	24.7	36.0	100.0	100.0
1 기타조제 농산품	17,623	58,803	25,427	79,943	44.3	36.0	12.8	14.3
2 면류	17,432	48,688	23,780	72,694	36.4	49.3	12.0	13.0
3 과자류	10,296	45,306	13,510	59,509	31.2	31.3	6.8	10.7
4 음료	54,740	39,236	55,295	38,950	1.0	△0.7	27.9	7.0
5 채소류	6,449	20,378	11,811	35,234	83.1	72.9	6.0	6.3
6 소스류	9,849	26,646	11,332	33,746	15.1	26.6	5.7	6.0
7 주류	9,169	13,262	11,959	17,714	30.4	33.6	6.0	3.2
8 과실류	4,110	14,061	5,319	16,054	29.4	14.2	2.7	2.9
9 인삼류	606	9,879	533	10,567	△12.0	7.0	0.3	1.9
10 커피류	851	4,456	1,285	7,609	51.1	70.8	0.6	1.4

\* 주1 : 2019년 1~6월, 2020년 1~6월 농산물, 축산물, 임산물 수출통계에 한함

\* 주2 : 연초류, 사료 등을 제외한 식품류에 한함

\* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

### ■ 중국으로의 한국산 수출물량은 전년동기 대비 22.6% 감소한 반면, 수출액은 1.4% 소폭 증가함

- 보관이 용이하고 곧바로 섭취가 가능한 가공식품류의 수출규모가 크게 증가함
  - 면류, 소스류, 과자류, 인삼류의 수출액이 크게 증가한 것으로 나타남
    - 특히 면류는 對중국 수출량 2,949만 톤, 수출액 8,489만 달러(한화 약 1,022억 원)를 기록하며, 각각 58.1%, 50.9% 증가하여 물량 및 금액 부문 전체에서 큰 폭의 증가세를 보임
    - 소스류 수출규모 역시 크게 증가하였으며, 물량 기준 전년동기 대비 40.5% 증가한 1,177만 톤, 금액 기준 42.2% 증가한 2,900만 달러(한화 약 349억 원)로 집계됨
    - 과자류 역시 동기간 물량 기준 19.75%, 금액 기준 26.1% 증가하였으며, 건강증진식품으로 알려진 인삼류의 수출 또한 물량(48.1%), 금액(23.9%) 모두 증가세를 보임
  - 반면 장기간 보관이 어렵거나 기호식품에 포함되는 과실류, 낙농품, 주류 등 품목의 對중국 수출은 전년동기 대비 감소함

〈표 IV-5〉 한국산 농림축산식품 對중국 수출현황(2020년 6월 누계)

(단위: 톤, 천 달러, %)

구분	2019년 6월		2020년 6월		전년비		비중		
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	
전체	394,921	514,906	305,806	522,031	△22.6	1.4	100.0	100.0	
1	면류	18,656	56,269	29,489	84,886	58.1	50.9	9.6	16.3
2	기타조제농산품	16,700	55,537	18,760	65,899	12.3	18.7	6.1	12.6
3	과실류	15,862	45,186	12,955	40,636	△18.3	△10.1	4.2	7.8
4	낙농품	8,600	45,842	8,548	40,635	△0.6	△11.4	2.8	7.8
5	과자류	4,759	31,445	5,696	39,639	19.7	26.1	1.9	7.6
6	인삼류	705	28,966	1,044	35,896	48.1	23.9	0.3	6.9
7	음료	21,470	31,202	23,221	31,575	8.2	1.2	7.6	6.0
8	당류	60,666	25,319	70,037	30,212	15.4	19.3	22.9	5.8
9	주류	62,643	55,093	30,127	29,100	△51.9	△47.2	9.9	5.6
10	소스류	8,375	20,393	11,767	29,001	40.5	42.2	3.8	5.6

\* 주1 : 2019년 1~6월, 2020년 1~6월 농산물, 축산물, 임산물 수출통계에 한함

\* 주2 : 연초류, 사료 등을 제외한 식품류에 한함

\* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

### ■ 對아세안 한국산 수출액은 전년동기 대비 5.5% 증가한 7억 112만 달러(한화 약 8,441억 원)로 집계됨

- 특히 필리핀, 싱가포르, 말레이시아, 태국 등으로의 수출액이 증가함
  - 對필리핀 수출액은 7,645만 달러(한화 약 920억 원)로, 전년동기 대비 28.8% 증가하며 아세안 국가 중 가장 큰 폭의 증가세를 보임
  - 뒤이어 對싱가포르 수출액이 동기간 22.0% 증가하였으며 對말레이시아 21.5%, 對태국 13.5% 등으로 전반적으로 증가세를 보임
- 반면 對베트남, 對인도네시아, 對캄보디아 수출액은 각각 4.6%, 6.8%, 5.9% 감소함
  - 아세안 국가 중 수출 1위국인 베트남으로의 수출액은 전년동기 대비 4.6% 감소하며 2020년 6월까지 2억 2,690만 달러(한화 약 2,731억 원)를 기록함
  - 對인도네시아 수출액은 전년동기 대비 6.8% 감소하며 8,558만 달러(한화 약 1,030억 원), 對캄보디아 수출액은 전년동기 대비 5.9% 감소한 4,718만 달러(한화 약 568억 원)로 나타남

〈표 IV-6〉 한국산 농림축산식품 아세안 주요 수출국(2020년 6월 누계)

(단위: 톤, 천 달러, %)

구분	2019년 4월		2020년 4월		전년비		비중	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	413,323	664,711	553,643	701,116	33.9	5.5	100.0	100.0
1 베트남	198,000	237,866	223,422	226,902	12.8	△4.6	40.4	32.4
2 태국	36,128	98,745	62,055	112,074	71.8	13.5	11.2	16.0
3 인도네시아	51,311	91,783	115,366	85,577	124.8	△6.8	20.8	12.2
4 싱가포르	19,362	65,386	32,534	79,744	68.0	22.0	5.9	11.4
5 필리핀	32,854	59,380	38,307	76,455	16.6	28.8	6.9	10.9
6 말레이시아	29,796	50,142	38,879	60,910	30.5	21.5	7.0	8.7
7 캄보디아	41,530	50,133	38,001	47,182	△8.5	△5.9	6.9	6.7
8 미얀마	3,245	8,850	3,540	9,681	9.1	9.4	0.6	1.4
9 라오스	587	1,350	650	1,510	10.8	11.8	0.1	0.2
10 브루나이	511	1,076	889	1,080	73.9	0.3	0.2	0.2

\* 주 : 2019년 1~6월, 2020년 1~6월 농산물, 축산물, 임산물 수출통계에 한함

\* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

#### ■ 아세안 국가로의 수출 증가품목은 주로 가공식품 위주로 구성되어 있음

- 對아세안 수출상위 10개 품목 중 음료를 제외한 9개 품목의 수출액은 전년동기 대비 증가함
  - 기타조제 농산물은 아세안 국가로 1억 1,547만 달러(한화 약 1,390억 원) 수출되며 전체 16.5% 비중의 큰 비중을 차지함
  - 뒤이어 면류가 7,086만 달러(한화 약 853억 원) 수출되며 2019년 6월 누계 실적대비 13.6% 증가함
    - 對아세안 수출 면류의 약 83%를 차지하는 라면 수출액이 10.7% 증가하였고, 기타파스타 37.5%, 인스턴트 면류 18.0% 등 면류의 세부품목이 전반적으로 증가하며 전체 면류 수출액 상승을 이끈 것으로 나타남
  - 음료는 6,323만 달러(한화 약 761억 원) 수출되며 전체 수출액의 9.0%를 차지하였으나 전년동기 대비 9.0% 감소한 것으로 나타남
  - 채소류의 경우 전체 채소류의 66.9% 비중의 큰 비중을 차지하는 딸기가 2.0% 감소하였으나 김치가 76.9%로 크게 증가하며, 동기간 7.2% 증가한 3,691만 달러(한화 약 444억 원) 수출된 것으로 집계됨

〈표 IV-7〉 한국산 농림축산식품 對아세안 수출현황(2020년 6월 누계)

(단위: 톤, 천 달러, %)

구분	2019년 4월		2020년 4월		전년비		비중	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	413,323.1	664,711.3	553,643.2	701,115.8	33.9	5.5	100.0	100.0
1 기타조제 농산품	28,594	90,012	40,322	115,471	41.0	28.3	7.3	16.5
2 면류	18,986	62,362	21,204	70,869	11.7	13.6	3.8	10.1
3 음료	62,061	69,481	55,484	63,230	△10.6	△9.0	10.0	9.0
4 채소류	7,092	34,415	5,313	36,907	△25.1	7.2	1.0	5.3
5 커피류	13,941	34,849	13,163	34,939	△5.6	0.3	2.4	5.0
6 가금육류	24,662	26,485	23,634	27,006	△4.2	2.0	4.3	3.9
7 소스류	7,933	23,944	8,515	26,611	7.3	11.1	1.5	3.8
8 과자류	4,377	23,583	5,333	25,932	21.8	10.0	1.0	3.7
9 당류	44,755	19,959	57,215	25,529	27.8	27.9	10.3	3.6
10 주류	10,828	14,866	14,252	16,030	31.6	7.8	2.6	2.3

\* 주1 : 2019년 1~6월, 2020년 1~6월 농산물, 축산물, 임산물 수출통계에 한함

\* 주2 : 연초류, 사료 등을 제외한 식품류에 한함

\* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

## V

## 농식품 수출시장 전망

## ■ 코로나19는 전 세계 농식품 시장환경의 변화를 가속화하는 기폭제로 작용할 전망이다

- 이전부터 지속적으로 제기되었던 비대면 농식품 유통의 필요성이 더욱 강조됨
  - 인터넷이 보급되고 모바일 기기 이용인구가 증가하며 온라인 환경에서 농식품이 유통되어 왔음
  - 코로나19로 인해 물리적 제약이 발생하며 온라인, 비대면 농식품 시장이 급격히 성장하였으며 이러한 성장세는 코로나19 종식 이후에도 이어질 것으로 전망됨
  - 온라인 구매에 익숙하지 않았던 중장년층 등 신규 소비자가 유입되었으며 온라인 구매의 편리함을 경험한 소비자들이 계속해서 구매를 이어나갈 것으로 예측됨
  - 이에 기존에 구축한 오프라인 유통망에 디지털 기술 또는 비대면 마케팅을 결합함으로써 국가별 온라인 농식품 시장 진출 및 관련 마케팅 활동을 확대할 필요가 있음
  - 온라인을 통한 농식품 유통은 해외 소비자와 개별적으로 접촉하는 범위가 확대되므로 소비행태의 심층적인 분석 및 섬세한 접근방안이 요구됨
  - 온라인 유통시장 진입 외에도 중국의 라이브 스트리밍과 같이 새로운 형태의 비대면 마케팅 방안이 주목받고 있어 이를 참고할 필요가 있음
- 식품의 안전성을 보장할 수 있는 다양한 방안 마련 필요
  - 국가별로 국민소득이 증가하고 생활수준이 향상되며 건강하고 안전한 식품에 대한 요구가 증가하는 양상을 보여왔으며, 코로나19 확산으로 인해 생존의 문제가 대두되며 건강하고 안전한 식품의 수요가 높아짐
  - 질병 예방을 위한 면역력 강화식품과 유기농 규정에 따라 생산된 유기농식품이 주목받고 있으며, 건강한 식습관 형성에 관심이 증가함
  - 또한 전 세계 소비자 48%가 최소 12개월 동안은 코로나19가 일상생활에 계속 영향을 줄 것이라고 생각하는 것으로 나타나, 향후 건강하고 안전한 음식에 대한 수요가 지속될 것으로 보임

- 특히 안전한 식품 섭취를 위해 자국 내 생산 제품을 선호하는 소비패턴이 증가하는 양상으로 식품의 안전성을 보장할 수 있는 관련 인증의 취득이 주효할 것이며, 생산이력제공 시스템의 도입 등 안전성을 입증할 수 있는 다양한 마케팅적 방안이 강구되어야 함
- 면역체계 개선 및 건강증진을 식품의 수요가 상당기간 증가할 것으로 예상되어 관련 상품의 수출확대를 위한 방안 모색 필요
  - 주요 수출품목 중 인삼류의 수출 증가세가 둔보임에 따라 인지도 확대를 위한 홍보, 마케팅 활동과 관련제품 개발 등 수출호조세를 이어갈 수 있는 방안이 수반되어야 함
  - 또한 면역력 향상을 위한 식품으로 발효식품이 주목받고 있어, 한국산 발효식품의 글로벌 시장 진출을 꾀할 수 있음

#### ■ 국가별 비관세장벽 대응방안 마련이 필요

- 바이러스 확산에 따른 글로벌 경기침체로 인해 자국 산업 보호를 위한 국가별 조치가 증가할 것으로 전망됨
  - 코로나19 바이러스가 확산되며 생산 등 경제적 활동 중단, 교역량 감소 등으로 인해 전 세계 경제가 침체된 상황에서 공급망 국내화 및 보호주의 강화에 대한 우려가 제기됨
    - 주요 식량 자원 수출국은 수출 제한 조치를 통해 국가 간 식량 이동을 통제할 바 있으며, 식품 수입에 의존하는 국가는 자국 생산량을 증대하기 위한 정책을 잇달아 발표하며 자급률을 높이고자 함
  - 식량 안보의 중요성이 제기되며 국가별 비관세장벽이 높아질 것으로 예상됨에 따라 각 국가의 비관세장벽 유형을 면밀히 검토하고, 사전 대응방안을 마련해야 할 것으로 판단됨

## 〈참고문헌 및 참고사이트〉

1	세계미래보고서, 밀레니엄 프로젝트 글로벌 미래연구 싱크탱크(2020.06)
2	「The Impact of Coronavirus in Megatrends」, 유로모니터(2020)
3	‘Restricted Living’ Sparks Online Ramen Frenzy for Walmart, Bloomberg(2020.04.04.)
4	Consumption evolution: Further boom predicted for China’s fresh food e-commerce platforms post-COVID19, FOODNAVIGATOR(2020.05.25.)
5	COVID-19 and the risk to food supply chains: How to respond?(2020.05.29.), FAO
6	COVID-19: What’s Next for Food Supply Chains?, Publicis Sapient
7	How Gojek’s technology provides hope and a sense of normalcy amid the COVID-19 outbreak, Pulse(2020.05.27.)
8	「Frozen Food Sales Amin COVID-19」, 미국 냉동식품협회(AFFI)
9	Lockdown impact: Maggi sales shoot up 25% as consumers stockpile instant noodles, Business Today(2020.06.11.)
10	Immunity and holistic wellness: Innovating for the post-pandemic world, NUTRA Ingredients(2020.05.21.)
11	Sunshine vitamin: FANCL data reveals Vitamin D is most popular supplement during Covid-19, Food Navigator-asia(2020.06.16.)
12	Functional food and beverages persist during coronavirus, SmartBrief(2020.04.22.)
13	Organic produce sales higher than normal amid coronavirus outbreak, SupermarketNews(2020.04.16.)
14	Otamot Launches Nationally in Whole Foods Market Stores With Debut of Organic Spicy Sauce, Businesswire(2020.03.12.)
15	The Top-Selling Canned Foods in America, 24/7Wall(2020.02.27.)
16	From Spam to corned beef, sales of canned meat are booming, The Guam Daily Post(2020.06.22.)
17	Clean-label, plant-based and high-quality frozen foods drive sales gains, Supermarketnews(2020.06.03.)
18	The world’s largest meat seller embraces Plant-based proteins as pandemic demand surges, Forbes(2020.06.18.)
19	Gousto joins forces with Meatless Farm to offer more plant-based options in UK, FOODMEDIA(2020.01.21.)
20	JBS' plant-based Ozo comes to stores and e-commerce, FOODDIVE(2020.06.19.)

21	세계보건기구 홈페이지(www.who.int)
22	국제연합무역개발협의회(unctad.org)
23	국제연합통계위원회(unstats.un.org)
24	농식품수출정보(www.kati.net)
25	대한민국 질병관리본부(ncov.mohw.go.kr)
26	미국 백악관(www.whitehouse.gov)
27	영국식품기준청(www.food.gov.uk)
28	글로벌무역정보 Global Trade Alert(www.globaltradealert.org)
29	글로벌 시장조사기관 Euromonitor(www.euromonitor.com)
30	글로벌 시장조사기관 Nielsen(www.nielsen.com)
31	글로벌 시장조사기관 Statista(www.statista.com)
32	글로벌데이터(GlobalData)
33	글로벌 시장조사기관 ResearchAndMarkets(www.researchandmarkets.com)
34	글로벌 시장조사기관 Marketwatch(www.marketwatch.com)
35	글로벌 시장조사기관 Alliedmarketresearch(www.alliedmarketresearch.com)
36	글로벌 금융시장분석기관 Seeking Alpha(seekingalpha.com)
38	글로벌 데이터기업 YouGov
39	미국 시장조사기관 BCCResearch(www.bccresearch.com)
40	미국 시장조사기관(Forrester Research)
41	유럽경제정책연구소(vox.eu.org)
42	글로벌 식품 전문매체 Foodnavigator(www.foodnavigator.com)
43	식품소매채널 전문매체 Supermarket News(www.supermarketnews.com)
44	글로벌 비즈니스 전문매체 Forbes(www.forbes.com)
45	글로벌 식품 전문매체 Just Food(www.just-food.com)
46	글로벌 식품 전문매체(www.newfoodmagazine.com)
47	가디언(www.theguardian.com)
48	fortune 홈페이지(fortune.com)
49	비즈니스 전문매체 Fast Company(www.fastcompany.com)
50	식품산업 전문매체 Food Industry Executive(foodindustryexecutive.com)
51	식품산업 전문매체 Foodingredientsfirst(www.foodingredientsfirst.com)
52	디지털 마케팅 조사기관 Emarketer(www.emarketer.com)
53	뉴욕타임스(www.nytimes.com)
54	미국 경제금융 전문매체 CNBC(www.cnbc.com)
55	미국 현지매체 Click2houston(www.click2houston.com)
56	미국 현지매체 usatoday(www.usatoday.com)
57	미국 온라인매체 Insider(www.insider.com)
58	미국 온라인 법률 전문매체 Jurist (www.jurist.org)
59	북미 및 유럽 보도자료매체 Globenewswire (www.globenewswire.com)
60	미국 생활정보 리뷰 플랫폼 Yelp(www.yelpeconomiccoverage.com)

61	일본 현지매체 Mainichi(mainichi.jp)
62	일본 현지매체 ITmedia(www.itmedia.co.jp)
63	일본 닛케이신문 마케팅 전문매체 Xtrend(xtrend.nikkei.com)
64	일본 소매유통채널 전문매체 Diamond Rerail Review(diamond-rm.net)
65	일본 JiJi 통신사 뉴스(www.jiji.com)
66	중국 산업연구플랫폼 Qianzhan(www.qianzhan.com)
67	홍콩 사우스차이나모닝포스트(www.scmp.com)
68	중국 비즈니스 전문매체 China Briefing(www.china-briefing.com)
69	동남아시아 마케팅 업체 크리테오(Criteo)
70	싱가포르 현지매체 Straitstimes(www.straitstimes.com)
71	싱가포르 국영투자회사 테마섹(Temasek)
72	말레이시아 및 싱가포르 비즈니스 전문매체 Edgemarkets(www.theedgemarkets.com)
73	베트남 현지매체 VNExpress(vnexpress.net)
74	베트남 현지매체 Vietplus(vietnamplus.vn)
75	베트남 현지매체 Vietnambix (vietnambiz.vn)
76	중동 비즈니스 전문매체 Zawya( www.zawya.com)
77	유럽 온라인매체 Euobserver(euobserver.com)
78	캐나다 현지매체 Charlatan(charlatan.ca)
79	캐나다 현지매체 iheartRadio(www.iheartradio.ca)
80	건강기능식품 전문 유통채널 iherb(www.iherb.com)
81	일본 로손편의점 홈페이지(www.lawson.co.jp)
82	썬바스켓社 홈페이지(sunbasket.com)
83	매기社 홈페이지(www.maggi.in)
84	삼양식품社 홈페이지(www.samyangfoods.com)
85	농심社 홈페이지(www.nongshim.com)
86	FANCL社 홈페이지(www.fancl.com)
87	KeVita 홈페이지(www.kevita.com)
88	Humm Kombucha 홈페이지(hummkombucha.com)
89	Raw Generation社 홈페이지(www.rawgeneration.com)
90	Misfits Market社 홈페이지(www.misfitsmarket.com)
91	Campbell社 홈페이지(www.campbells.com)
92	StarKist社 홈페이지(starkist.com)
93	Nestle Life Cuisine 홈페이지(www.lifecuisine.com)
94	Betnikfoods社 홈페이지(www.beetnikfoods.com)
95	아마존 홈페이지(www.amazon.com)
96	Greenmonday社 홈페이지(greenmonday.org)
97	Heurafoods社 홈페이지(www.heurafoods.com)



## 온라인 기반 농식품 소비 트렌드 및 전망

---

- I. 온라인 식품 소비 현황
- II. 온라인 식품시장의 특징
- III. 한국 농식품 마케팅 추진현황
- IV. 결론



# 온라인 기반 농식품 소비 트렌드 및 전망

## 1. 온라인 식품 소비 현황

- 코로나19 확산으로 전 세계적으로 온라인을 통한 식품 구매 증가 추세
  - \* 코로나 이후에도 온라인을 통한 식품 구매행태 견고해져 지속적인 시장 성장세 예상

## 2. 온라인 식품시장의 특징

- 온라인 시장 내 신선식품, 1인용 가정간편식 및 밀키트 소비 증가
- 소비자 만족도 제고 및 경쟁력 확보 위해 O2O, 제3자 플랫폼 연계, 재고(창고)기반 플랫폼 등 다양한 운영방식 적용
- 식품 배송 이용자 전 세계적으로 확대, 소비자가 원하는 상품을 주기적으로 배송하는 식품 구독 서비스 수요 증가세
- 고령 및 남성 등 온라인 접근성이 낮았던 신규 소비자층 유입

## 3. 한국 농식품 마케팅 추진현황 및 발전방안

- 소비자 참여형 콘텐츠 인기 상향세, 권역별 다양한 온라인 채널 및 인플루언서를 활용한 홍보가 수출 확대의 주요 전략 될 것
- 즉각적인 배송 위한 물류 체계 구축 시도(중국 칭다오), 향후 콜드체인 확보 및 현지 유통업체와의 연계 통한 온라인 수출환경 개선 기대
- K-Food 구독박스 등 상품화를 통해 소비자 수요 충족 기대, 현지 배달업체와의 중장기적 협력관계 구축을 통한 지속적 한국 농식품 수출 확대 도모 필요
- 새롭게 유입된 고령 소비자의 관심사에 맞는 제품 마케팅 및 홍보 수단 마련 필요

## 4. 결론

- 코로나로 온라인을 통한 식품 소비는 더욱 일상적인 것이 되었고, 언택트 사회의 도래에 따라 온라인 소비는 더욱 확대될 것으로 예상
- 코로나19 상황에서 농식품 수출업체 지원을 위한 온라인 수출마케팅 박차, 향후 지속적 노력 통해 온라인 수출시장의 선제적 대응 가능할 것으로 기대

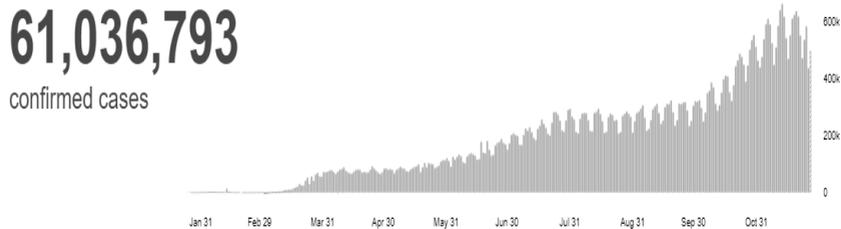


# I 온라인 식품 소비 현황

■ 코로나19 바이러스 감염증 확산은 전반적 소비심리 감소 및 가성비 중시라는 중요한 소비 트렌드를 야기함

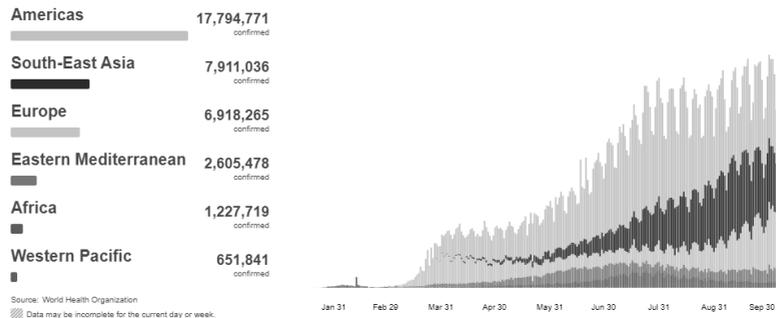
- 2020년 11월 기준, 전 세계 코로나19 바이러스 감염증 누적 확진자 수는 6,103만 6,793<sup>1)</sup>, 일일 확진자 수는 50만 2,267명<sup>2)</sup>으로 집계되며 지속적 상승세
  - 권역별 누적 확진자 수는 미주, 동남아시아, 유럽, 중동, 아프리카 순

〈그림 1-1〉 전 세계 코로나19 바이러스 감염증 누적 확진자 수 추이



\* 출처: WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard(검색일: 2020.11.28.)

〈그림 1-2〉 권역별 코로나19 바이러스 감염증 누적 확진자 수

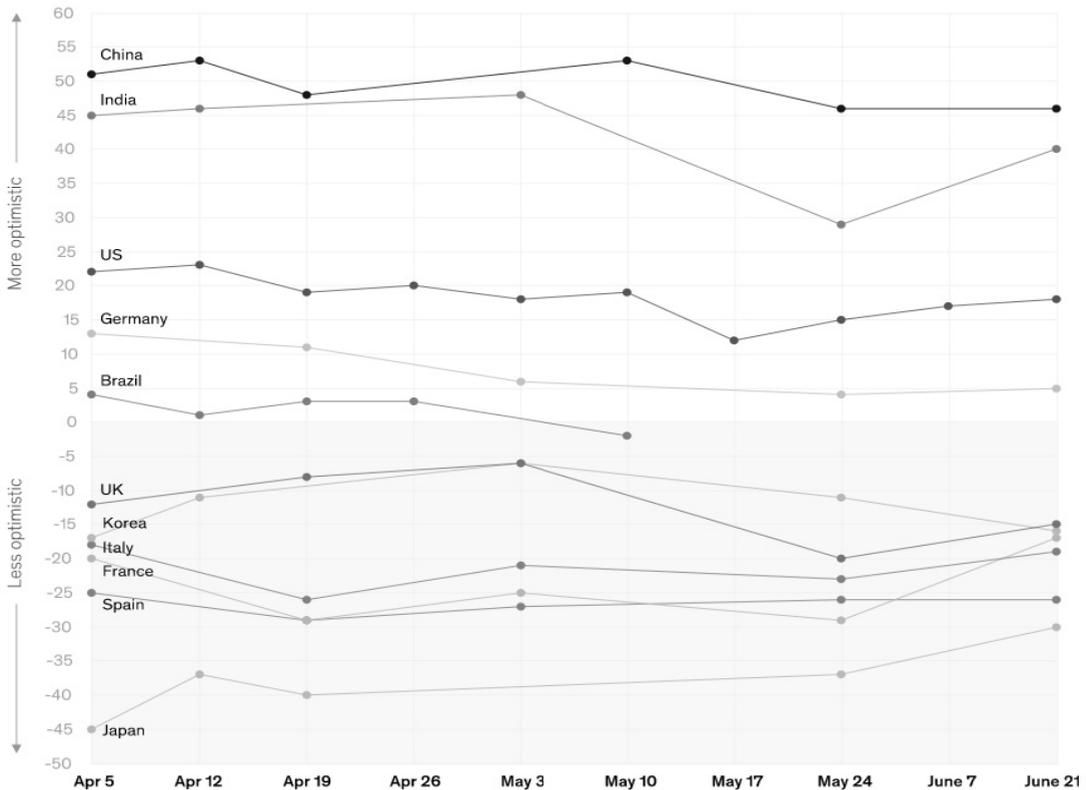


\* 출처: WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard(검색일: 2020.10.12.)

1) 2020년 11월 28일 기준  
2) 2020년 11월 28일 기준

- Mackinsey의 조사에 따르면<sup>3)</sup> 전 세계 소비자의 소비심리는 감소하는 추세로 코로나 이후 최소 4개월 동안 지출이 감소하고 더욱 저렴한 제품으로 소비가 전환됨
  - 경기 둔화 및 소득감소로 소비자들이 재정적 부담을 느끼게 되면서 지출 대비 효용을 극대화하려는 소비 양상이 나타남

〈그림 1-3〉 코로나19로 인한 국가별 소비심리 변동 추이



\* 출처: Consumer sentiment and behavior continue to reflect the uncertainty of the COVID-19 crisis, Mackinsey&Company(2020.07.08.)

3) 45개국 대상 설문조사

■ **코로나 이후(2020년 3월 기준) 전 세계적으로 식음료 부문의 예상 지출은 증가한 반면, 스낵 및 외식 부문에서는 전반적으로 감소**

- 맥킨지의 조사에 따르면 코로나19 이후 대부분 국가에서 식음료 부문의 지출이 증가할 것으로 예상된 바 있음
  - 2020년 4월 6일 조사 결과에 따르면 프랑스에서만 유일하게 코로나19 이전보다 식음료 부문의 지출이 감소할 것으로 예측되었으나, 이후(4/19) 바로 증가세로 전환
- 스낵류 구매 지출은 대부분 조사기간 동안 감소 예측
- 식당 방문을 통한 외식은 모든 국가에서 지출이 감소할 것으로 예측되었으며, 한국을 제외한 모든 국가에서 식품 테이크아웃이나 배달에 대한 지출이 감소할 것으로 예상
  - 배달문화가 발달한 한국만 유일하게 전 조사기간 동안 테이크아웃 및 배달을 통한 식품 소비 지출이 0~14% 증가할 것으로 예측
    - 농촌경제연구원의 조사에 따르면 코로나19 발생 이후 소비자<sup>4)</sup>의 81.0%는 외식 횟수가 감소한 반면, 배달 및 테이크아웃 횟수는 44.9% 증가

■ **코로나19 이후 온라인을 통한 식품구매 증가, 2020년 전 세계 온라인 식품시장 규모 1,985억 달러(한화 약 226조 2,900억 원)에 달할 것으로 전망**

- 이는 전년도 1,899억 달러(한화 약 216조 4,860억 원)에서 4.5% 증가한 수준
- 전 세계 온라인 식품시장 미국, 중국, 한국이 선도하며, 일본, 캐나다, 독일 등이 뒤따르고 있음
  - 2020년 미국 온라인 식품시장 규모 571억 달러(한화 약 65조 940억 원)로 전 세계 시장의 28.8% 점유할 것으로 예측
  - 중국은 세계에서 두 번째로 큰 온라인 식품시장을 형성하고 있으며, 2027년까지 연평균 20.5%의 성장률로 1,100억 달러(한화 약 125조 4,000억 원)까지 확대될 것으로 예상
  - 세계 3위 규모를 보이는 한국의 2019년 온라인 식음료 시장규모는 160억 달러(한화 약 18조 2,400억 원)로 집계된 바 있음
- 코로나19 이후 온라인을 통한 식품 구매행태 견고해져 2027년까지 연평균 15.7%의 성장률을 보이며 5,507억 달러(한화 약 627조 7,980억 원)로 확대 예상

4) 2020년 3월 11일~2020년 3월 16일까지 소비자 1,000명을 대상으로 조사 실시(농촌경제연구원)

## II

# 온라인 식품시장의 특징

### 1 신선 및 집콕 제품 수요 및 공급 증가

#### ■ 생활패턴의 현대화, 1인가구 증가 및 코로나19 영향으로 온라인 시장 내 신선식품 수요 확대

- 코로나19로 건강에 대한 염려와 중요성이 더욱 확산되며 신선식품을 통해 균형 잡힌 영양소를 섭취하려는 수요 확대
  - 캐나다에서 진행한 설문조사 결과, 응답자의 50% 이상이 코로나19 이후 탄수화물과 당류보다 신선한 채소와 육류를 섭취하고 있다고 응답
  - 독일에서는 코로나 발생 이후 2020년 4월까지 과일과 채소 소비량이 전년 동기 대비 100% 증가
- 사회적 거리두기 등의 조치와 더불어 바이러스 감염에 대한 우려로 오프라인 매장 방문을 기피하며 신선식품 소비도 온라인으로 전환
- 홈쿡(Home cook) 트렌드 확산으로, 집에서 요리하기 위한 식재료를 온라인으로 수급하며 온라인 신선식품 소비 확대
  - 중국 Havas China의 통계에 따르면 계란(70.9% ↑), 과일(56.1% ↑), 채소(37.6% ↑), 돼지고기(32.8% ↑) 등 온라인 플랫폼 검색 빈도 증가
  - 미국 America Gets Cooking의 조사에 따르면 응답자의 절반 이상(54%)이 코로나19로 이전보다 더 많이 요리하고 있는 것으로 나타나며, 우유, 계란 등 홈베이킹에 필요한 식재료의 수요가 증가
- 콜드체인의 개선 및 발달로 향후 온라인을 통한 신선식품 공급 및 소비는 더욱 확대될 것
  - 특히 온라인 유통 시 재배지에서 바로 소비자에게 농식품이 전달되어 유통 단계 감축을 통한 비효율 제거, 비용 절감, 신선도 제고 기대 가능

■ 1인용 가정간편식(HMR), 밀키트(Meal-kit) 등 집콕 제품 소비 증가세

- 비대면·비접촉 생활 패턴이 자리 잡으며 1인식 수요 확대
  - 1인식에 대한 수요는 1인 가구 증가에 따라 이전부터 꾸준히 성장해왔으나, 최근 코로나19로 인한 비대면·비접촉 생활패턴은 1인식 수요 확대에 기폭제 역할을 함
  - Whole Food Market의 설문조사에 따르면 계란, 유제품, 과일 및 채소와 같은 신선식품 부문에서도 소포장된 1인용 냉장식품에 대한 선호도가 증가하고 있는 것으로 나타남
  - 중국 배달앱인 메이투안에 따르면 2020년 3월 기준 1인식 이용자 수는 226.8% 증가했고, 1인식에 맞게 제품의 크기나 용량을 줄인 ‘소포장 식품’ 출시
  - 도시인구 및 소비자 구매력 증가로 1인용 가정간편식 시장은 더욱 확대될 것으로 예상
- 1인용 가정간편식은 간편하게 한 끼 식사가 가능하고, 먹고 난 뒤 음식물 쓰레기 처리가 간편(감소)해 선호도 증가
  - 2020년 전 세계 간편식 시장규모 5,083억 2,500만 달러(한화 약 573조 6,448억 원), 이 중 미국 시장 1,422억 6,400만 달러(한화 약 160조 5,449억 원)로 28.0% 차지
  - 1인당 연평균 가정간편식 소비량 11.8kg로 집계되었으며, 1회 평균 구입액은 5.8달러(한화 약 6,545원)로 나타남

〈그림 II-1〉 1인용 가정간편식(HMR)



\* 출처: www.evolfoods.com, www.preparedfoods.com

- 간단히 조리해 바로 섭취 가능한 밀키트 인기 상승하며 해외 주요 밀키트 브랜드의 상반기 매출액 모두 증가
  - 집에서 머무는 시간이 길어지고, 식재료의 공급이 어렵거나 요리에 자신이 없는 소비자들은 밀키트 제품에 높은 만족도를 보임
    - 미국의 밀키트 구매자의 62%는 남성으로, 여성에 비해 남성 소비자의 향후 밀키트 소비 의향이 더욱 높은 것으로 나타남
  - 조리 편의성과 비접촉에 대한 요구를 충족하는 밀키트는 소비자의 높은 만족을 이끌어내며 수요 증가세
    - 미국 밀키트 구매자 중 91%가 제품에 대해 매우 만족한다고 응답
    - 일본 밀키트 구매량 전년대비 50% 증가했는데, 이미 손질된 식재료를 요리하는 것이 식사 준비시간을 단축할 수 있어 인기가 있음

### 〈그림 11-2〉 1인용 밀키트

<p style="text-align: center;">MEAL KITS FOR ONE PERSON</p> <p style="text-align: center;"><b>Enjoy tasty meals for one person with America's #1 meal kit</b></p> <p>Though HelloFresh meal kits focus on couples, they're actually perfect for single people too. Recipes with two servings means you'll have plenty of delicious leftovers for the next day. Take them to work, reheat them for dinner, or share them with friends at a summer picnic. You can stretch out ingredients however suits you best, making our meal kits for singles an even better value.</p>	
<b>HelloFresh社의 1인용 밀키트 설명</b>	<b>Factor75社의 1인용 밀키트 메뉴구성</b>

\* 출처: www.hellofresh.com, urbantastebud.com

#### ■ 집콕제품 대부분 건강하고 간편한 한 끼 식사라는 컨셉트로 레시피를 공유하는 마케팅 진행

- 유튜브 등 영상을 통한 레시피 제공으로 소비자의 이해도를 높이고 관심을 끌
  - Lean Cuisine은 소비자가 취향별로 골라먹기 편한 형태의 간편식이라는 컨셉트로, 레시피를 제공하는 등의 영상을 유튜브에 게재
  - 이탈리아의 피자·파스타 간편식 브랜드인 Buitoni 역시 자체 유튜브 페이지를 통해 레시피 영상을 공유
  - Nestle의 자회사인 Maggi도 레시피 영상을 활발하게 업로드해 제품을 홍보하고 있음

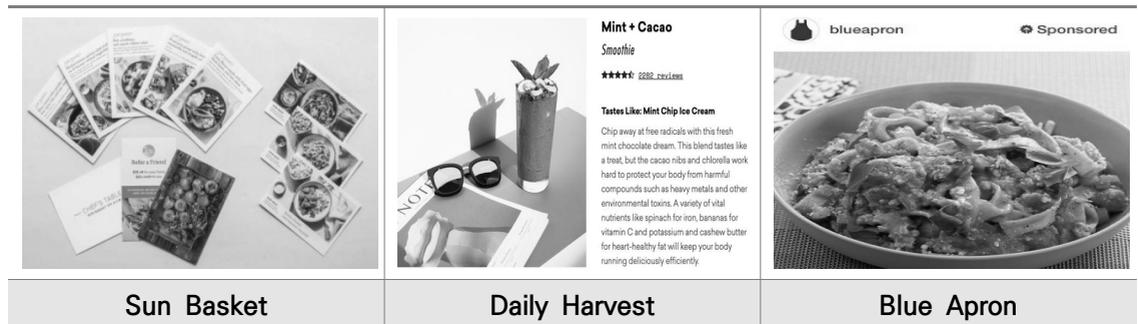
〈그림 11-3〉 밀키트 주요 브랜드의 온라인 레시피 영상



\* 출처: Youtube

- 밀키트 제품 내 레시피 카드를 동봉하기도 하며, 자체 SNS 계정이나 홈페이지에 레시피를 게재해 소비자가 쉽고 정확하게 제품을 조리할 수 있도록 함

〈그림 11-4〉 밀키트 주요 브랜드의 온라인 레시피 영상



\* 출처: 기업별 공식 홈페이지 및 SNS 계정

- Green Chef는 각 식재료를 구분하는 스티커를 부착해 소비자가 메뉴별 식재료를 헷갈리지 않도록 편의를 제공함
  - 소비자가 2개 이상의 메뉴를 주문할 경우, 각 식재료에 메뉴별 색깔이 구분된 스티커를 부착하여 혼동을 방지함

〈그림 11-5〉 스티커 색으로 구분한 메뉴별 식재료



\* 출처: Green Chef 공식 홈페이지

■ 지속가능성을 앞세운 기업 및 제품 마케팅을 통해 소비자 신뢰 확보

- 재활용이 가능한 포장재를 사용해 안전하면서도 환경을 생각하는 기업 및 제품 이미지 구축
  - 컵형태의 건강식을 판매하는 Daily Harvest는 재활용이 가능한 종이컵으로 포장된 제품으로 깨끗하면서도 친환경적인 상품임을 강조
  - 신선식품 판매업체인 Sun Basket은 재활용 포장재를 사용하고 있으며, 물품 수령 후 박스와 포장재의 배출 및 재사용 방법을 홈페이지를 통해 제공함

〈그림 11-6〉 간편식품 브랜드의 친환경 포장



\* 출처: 각 기업 공식 홈페이지

- Brecon Foods는 냉동식품이 더 적은 음식물쓰레기를 발생시킨다는 슬로건으로 지속가능한 환경 구축에 동참하는 메시지를 전달

〈그림 II-7〉 Brecon Foods社의 친환경 마케팅

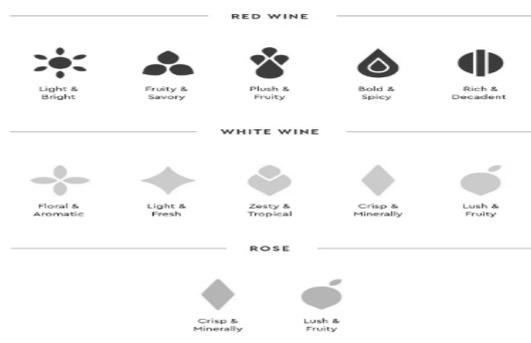
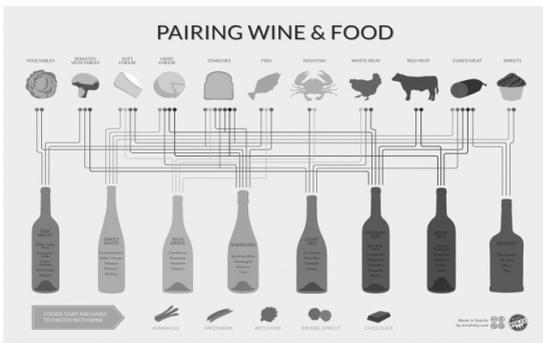


\* 출처: Brecon Foods 공식 홈페이지

■ 이 외에도 Door-to-Door 서비스, 와인 페어링 서비스, 푸드트럭 프로모션 등 소비자의 편의 제고를 위한 마케팅이 이뤄짐

- 이탈리아의 피자·파스타 간편식 브랜드인 Buitoni는 제품을 집까지 배송해주는 서비스를 제공함
- Blue Apron은 자사의 밀키트 메뉴와 어울리는 와인 유형을 소비자에게 추천해주는 서비스를 제공함

〈그림 II-8〉 Blue Apron의 와인 페어링 서비스



\* 출처: Blue Apron 공식 홈페이지

- Home Chef는 식자재 구독 서비스 외에도 저녁 시간대를 공략해 저녁 메뉴를 결정하지 못한 소비자를 위한 간편식을 푸드트럭으로 판매함

〈그림 11-9〉 Home Choe의 푸드트럭 프로모션



\* 출처: Kroger facebook, CBS Chicago

## 2 신규 플랫폼 확대

### ■ 온라인 식품시장의 확대에 따라 기존 시장을 선도하던 대형 온라인 식품 플랫폼 외에도 다양한 신규 플랫폼 확대 추세

- Amazon Fresh, Walmart Grocery 등 대형 플랫폼의 시장 내 비중은 여전히 견고한 수준
  - 아마존은 자회사인 아마존 프레시를, 월마트도 월마트 그로서리와 같은 별도의 플랫폼을 운영하며 식품 부문의 온라인 시장을 활성화 함
    - 아마존은 온라인 식료품 시장에서 가장 큰 점유율을 차지, 2019년 미국 아마존의 식음료 매출액 61억 3,000만 달러(한화 약 6조 8,748억 원)로 전체 미국 식품 전자상거래 매출의 23.7% 차지
    - 2020년 3월 월마트의 온라인 식료품 매출액 전년 동월대비 두배가량 증가한 9억 달러(한화 약 1조 94억 원)로 집계
- 급격하게 증가하는 온라인 식료품 수요에 발맞추어 주요 대형 유통업체 외에도 Instacart, shipt 등 다양한 온라인 식품 판매 플랫폼이 주목받고 있음
  - 미국의 식료품 배송 플랫폼인 Instacart는 2012년 설립된 이후 급격한 성장세를 기록하며 유니콘 기업(기업가치가 10억 달러 이상인 스타트업) 반열에 오름
  - Shipt는 2014년 설립된 이후 2017년 Target社에 인수된 식료품 배달 서비스 플랫폼으로, 코로나19 이후 2/4분기 주문량은 전년 동기간 대비 350% 이상 증가함
- 대부분의 플랫폼은 코로나19 이후 소비자의 주목을 받으며 새로운 온라인 유통채널로 부상하고 있음

〈표 II-1〉 글로벌 식료품 전자상거래 플랫폼 순위(2020.10)

순위	플랫폼명	국가	순위	플랫폼명	국가
1	tesco.com	미국	26	lidl.co.uk	영국
2	sainsburys.co.uk	영국	27	shoprite.com	미국
3	asda.com	영국	28	jedewoche-rabatte.de	독일
4	instacart.com	미국	29	satofull.jp	일본
5	kroger.com	미국	30	hy-vee.com	미국
6	woolworths.com.au	호주	31	wholefoodsmarket.com	미국
7	coles.com.au	호주	32	kaufland.de	독일
8	morrison.com	영국	33	pcoptimum.ca	캐나다
9	rewe.de	독일	34	esselunga.it	이탈리아
10	publix.com	미국	35	edeka.de	독일
11	ocado.com	영국	36	netto-online.de	독일
12	heb.com	미국	37	iemone.jp	일본
13	aldi.co.uk	영국	38	countdown.co.nz	뉴질랜드
14	shop.coles.com.au	호주	39	aldi.com.au	호주
15	iceland.co.uk	영국	40	delivery-status.com	미국
16	safeway.com	미국	41	shop.shoprite.com	미국
17	aldi-sued.de	독일	42	metro.de	독일
18	aldi.us	미국	43	shop.countdown.co.nz	뉴질랜드
19	waitrose.com	영국	44	coop.co.uk	영국
20	aldi-nord.de	독일	45	stopandshop.com	미국
21	lidl.it	이탈리아	46	harristeeter.com	미국
22	shop.rewe.de	독일	47	esselungaacssa.it	이탈리아
23	volution-24.com	이탈리아	48	shop.aeon.com	일본
24	williams-sonoma.com	미국	49	delhaize.be	벨기에
25	kaufldn.com	독일	50	lidl.nl	네덜란드

\* 주: 2020년 10월 1일 기준 방문자수 및 트래픽 기준

\* 출처: <https://www.similarweb.com/top-websites/category/food-and-drink/groceries/>

■ 온라인 식료품 플랫폼은 다양한 운영방식을 통해 소비자 만족도 제고 및 경쟁력 확보를 도모함

- 소비자는 온라인으로 제품을 주문하고, 오프라인 매장에서 배송이 이루어지는 온·오프라인 결합형 플랫폼(O2O)
  - 소비자는 온라인으로 식료품을 구매하고, 거주지역 내 오프라인 매장을 통해 배달 서비스를 실시해 소비자에게 신속하게 제품을 전달함
    - 미국의 Korger, 중국의 허마성셴(盒马生鲜), 옹후이마트(永辉超市) 등에서는 해당 플랫폼 방식의 운영을 통해 식품의 신선도 및 배송효율을 제고하며 소비자의 우호적인 평가를 이끌어 냄
- 소비자와 판매자를 연계하는 제3자 플랫폼 연계방식
  - 주문자가 온라인을 통해 인근에 위치한 제3자 플랫폼(식품 판매업체)을 검색 후 주문하는 방식으로, 주문 후 1시간 이내 배송이 가능함
  - 온라인 플랫폼은 주문자와 판매자(제3자 플랫폼)를 연결하는 기능을 하며 판매자는 포장 및 유통과 관련한 물류를 직접 처리하고, 온라인 플랫폼은 판매자로부터 판매요금의 일정 부분을 수수료로 청구함
    - 미국의 Peapod, 중국의 뚜어디엔(多点), 징둥도우자(京东到家) 등이 대표적인 제3자 플랫폼 연계방식의 온라인 식품 플랫폼임

〈그림 II-10〉 제3자 플랫폼 연계방식



\* 출처: <https://medium.com>.

- 창고에 제품을 확보해두고 제품을 신속히 배송하는 재고(창고)기반 플랫폼
  - 소비자와 가까운 곳에 위치한 소규모의 창고에 적재되어있는 상품을 소비자에게 배송, 주문 후 1시간 이내 배달이 완료되는 형식
- 인도의 Bigbasket, 중국의 메이르요우셴(每日优鲜), 덩둥마이차이(叮咚买菜) 등

〈그림 II-11〉 재고(창고) 기반 플랫폼 운영방식

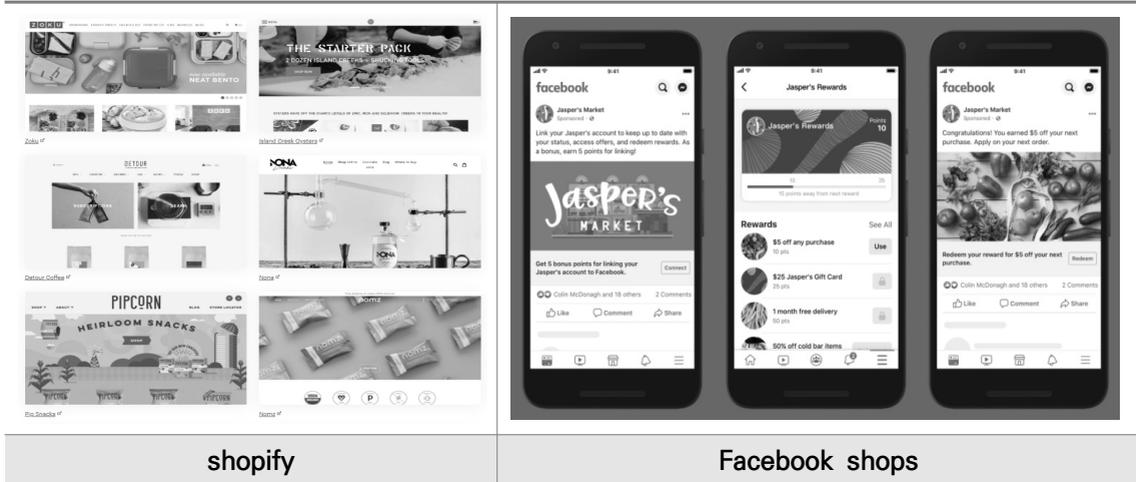


\* 출처: <https://medium.com>, <https://platum.kr/archives/145511>

■ 판매자에게 온라인 플랫폼 툴을 제공하는 새로운 플랫폼도 주목받고 있음

- 쇼피파이(Shopify)는 판매자가 직접 온라인 쇼핑 기능이 있는 웹사이트를 만들 수 있도록 지원하는 플랫폼임
  - 판매자가 제작한 홈페이지를 통해 제품 판매, 배송 및 관리가 가능하도록 소프트웨어를 구독하는 서비스를 제공
  - 기능에 따라 월 29달러(한화 약 3만 2,524원)에서부터 79달러(한화 약 8만 8,599원), 299달러(한화 약 33만 5,329원)에 구독하여 해당 서비스를 사용할 수 있음
- 페이스북 샵스(Facebook shops)는 페이스북 내 온라인 상점을 개설해 제품을 판매할 수 있도록 함
  - 온라인 상점에서 직접 결제가 되지 않고, 판매자의 개별 웹사이트를 통해 제품 구매가 이뤄진다는 점에서 제3자 플랫폼 연계방식과 유사함

〈그림 11-12〉 온라인 플랫폼 구축을 지원하는 쇼피파이 및 페이스북 샵스



\* 출처: www.shopify.com, www.about.fb.com

■ 소비자의 참여를 유도하는 콘텐츠를 제작하여 SNS를 통해 공유하는 마케팅이 활발히 이루어짐

- 챌린지 형식의 콘텐츠를 제작하여 소비자의 참여 유도
  - 바나나 생산 및 유통기업인 Chiquita는 과일에 부착되는 상표 스티커를 활용하여 #chiquitachallenge를 진행, 영상에 나오는 바나나의 행동을 따라한 뒤 SNS에 공유하는 형식의 챌린지를 제작해 소비자의 참여를 유도함
- SNS를 통해 이벤트에 참여한 소비자에게 경품을 증정하는 행사를 진행해 소비자의 관심을 끌
  - Del Monte는 할로윈데이를 맞아 자사의 SNS 계정을 통해 소비자에게 바나나 의상을 경품으로 제공하는 행사를 진행

### 〈그림 11-13〉 소비자의 참여를 유도하는 마케팅 방식



\* 출처: Chiquita 공식 SNS 계정, Del Monte Fresh 공식 SNS 계정

#### ■ 글로벌 주요 온라인 플랫폼

기업명	Deliveroo	
유형	배달대행	
홈페이지	<a href="https://deliveroo.com">https://deliveroo.com</a>	
서비스 국가	호주, 벨기에, 프랑스 독일, 홍콩, 이탈리아, 영국, 네덜란드, 싱가포르, 스페인 태국, UAE, 쿠웨이트, 아일랜드	
구독료	Deliveroo+ : 월 \$18.99로 무제한 배달서비스 이용	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공유주방 : 빅데이터를 기반으로 수요에 비해 공급이 부족한 요리나 레스토랑을 해당 지역에 조리시설을 설치해 고객의 만족도와 레스토랑의 이익 확대</li> <li>- 음식 배달서비스도 제공. 프랜차이즈 외 다이닝 식당도 확보</li> </ul>	

기업명	Uber Eats	
유형	음식 배달대행	
홈페이지	www.ubereats.com	
서비스 국가	북아메리카/남아메리카, 유럽, 동남아, 오세아니아 (45개국) 동북아의 경우 일본에서만 영업	
구독료	일반적으로 주문금액의 10%이며 식당 측에서 주문 최소금액을 정함	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- '누구나 배달원이 될 수 있다'는 점에서 경쟁력을 갖춤</li> <li>- 24시간 영업, 연중무휴</li> <li>- 코로나로 인해 북미권에서 일시적으로 배달 수수료 면제</li> <li>- 2019.10월 한국 시장에서 철수. 기존 배달 대행과 다른 다이닝 식당으로 차별화를 시도했으나 점유율 확보 실패</li> <li>- 최근 Postmates를 인수하며 기업 규모 확장</li> </ul>	

기업명	Just Eat Takeaway	
유형	음식/식료품 배달대행	
홈페이지	www.takeaway.com / www.just-eat.com (최근 M&A)	
서비스 국가	오세아니아, 오스트리아, 벨기에 불가리아, 프랑스, 이스라엘, 독일, 룩셈베르크, 네덜란드, 캐나다. 폴란드, 포르투갈, 로마니아, 스위스 영국, 베트남.	
구독료	주문 건당 금액의 10%-15% 사이의 배달비	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영국 Just Eat과 네덜란드 Takeaway의 합작기업으로, 최근 미국의 동종업계 GrubHub 합병(2020)</li> <li>- 국가별로 로컬브랜드를 운영하며, 일부 국가의 경우 비트코인으로 결제 가능</li> </ul>	

■ 북아메리카 주요 온라인 플랫폼

기업명	Instacart	
유형	식료품 배달서비스	
홈페이지	www.instacart.com	
서비스 국가	미국, 캐나다	
구독료	Instacart Express: \$99/per year (1시간 내로 배달) 주문 건당 \$3.99 주류의 경우 소정의 수수료 별도	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- "식료품계의 우버", 코로나 이후 점유율 48% 차지</li> <li>- On Demand 방식으로 1인 가구, 맞벌이 소비자 타겟팅</li> <li>- 집 근처 마트를 선택해 식료품을 주문하면 1~3시간 내 '쇼퍼'가 대신 쇼핑하여 집으로 배달하는 서비스 제공</li> <li>- 등록된 쇼퍼의 경력 확인 및 훈련 프로그램 제도로 신뢰 형성</li> <li>- 지역 유통업체와 상생관계로 Walmart, Costco 및 지역 마트와 협력</li> <li>- 팀은 100% 쇼퍼에게 수익으로 제공</li> </ul>	

기업명	Walmart Grocery	
유형	식료품 픽업/배달서비스	
홈페이지	www.walmart.com/grocery	
서비스 국가	미국	
구독료	Walmart+ 회원의 경우 무료 (\$98/per year or \$12.95/per month) 그 외 주문 건당 \$7.95-\$9.95(최소 주문액: \$30) \$10 추가로 2시간 이내 배송서비스 제공	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 내 점유율 38% (2위)</li> <li>- Click&amp;Collect(픽업): 온라인몰에서 상품을 주문하고 준비 가능 시간 이후 픽업 시간을 설정하면 직원이 차량까지 제품 배달</li> <li>- 카드 결제만 가능</li> <li>- 3시 이전의 주문 건은 당일 수령 가능하며 픽업의 경우 무료</li> <li>- 소정의 비용 지불하고 집으로 배달 가능. 자택 배달 시 Walmart 직원이 직접 배달</li> </ul>	

기업명	Shipt	
유형	식료품 픽업/배달서비스	
홈페이지	www.shipt.com	
서비스 국가	미국	
구독료	\$99 per year (최소 주문액 \$35) / \$14 per month (최소 주문액 \$35)	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Target사가 인수(2017), 미국 내 점유율 7%(3위)</li> <li>- 픽업 서비스를 이용할 경우 추가 비용 존재</li> </ul>	

기업명	Postmates	
유형	온라인주문/음식 배달대행	
홈페이지	https://postmates.com/	
서비스 국가	미국	
구독료	Postmate Plus Unlimited : 월 \$6.99 / \$9.99	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uber사가 인수(2020)</li> <li>- 7일간의 무료 체험 서비스를 제공하여 고객 유입 유도</li> <li>- 24시간 영업/연중무휴</li> <li>- 스타벅스, 쉿썬, 서브웨이 등 다수의 업체와 제휴하여 배달 대행 서비스를 제공. 제휴업체의 경우 \$3.99이며 그 외는 \$5.99</li> </ul>	

■ 중화권 주요 온라인 플랫폼

기업명	美团外卖(메이투안 와이마이)	
유형	음식 배달대행	
홈페이지	<a href="https://about.meituan.com/">https://about.meituan.com/</a>	
서비스 국가	중국 전역	
이용료	수수료 20%이며 시간 엄수제한을 위해 주문액의 1%추가 가능	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 음식 배달 이용고객에게 제공하는 홍바오(쿠폰)를 사용하려면 채팅방이나 SNS에 공유해야 가능 (고정 사용자 증가)</li> <li>- 위챗과 연동되어 편리한 플랫폼 구축</li> <li>- 빅데이터 기반의 맞춤 추천 제공, 주문량에 따라 할인 제공/ 할인식당 제공</li> </ul>	
기업명	饿了么(어러머)	
분야	음식 배달대행	
홈페이지	<a href="http://www.ele.me">www.ele.me</a>	
서비스 국가	중국 전역	
이용료	배달업체가 식당/제3자/전문 배달원 활용 여부 따라 비용 상이, 소액의 경우 추가 요금 없음 (ex. 커피 배달 시 3,000~4,000원 정도)	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 빅데이터를 활용한 "30분 내 배달 전략"(Everything in 30 min.)</li> <li>- 환경보호 차원에서 '먹을 수 있는 젓가락(보리, 녹차, 자색고구마맛)' 제공</li> <li>- 상하이 지역의 경우 드론을 이용한 항공 배달 시범 사업 추진 중</li> <li>- 일부 지역 편의점과 제휴로 24시간 서비스 제공</li> <li>- 알리바바 사의 Koubei와 협력관계</li> </ul>	

### ■ 남아메리카 주요 온라인 플랫폼

기업명	Rappi	
분야	식료품 배달대행	
홈페이지	www.rappi.com	
서비스 국가	콜롬비아(본사), 아르헨티나, 브라질, 칠레, 코스타리카, 에콰도르, 멕시코, 페루, 우루과이	
구독료	국가별 상이, RappiPrime 가입 시 배달료 무료	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- '30분 내 배달'이 모토이며 식당보다 식료품 배달 위주</li> <li>- 남미 유니콘 기업으로 2020년 상반기부터 스타트업 회사 중 'kiwibot'과 협력해 콜롬비아 메테진에서 로봇배달 서비스 시범운영</li> <li>- 식료품을 시중가보다 10% 더 저렴하게 공급</li> <li>- 'Rappicash' : 현금처럼 사용 가능한 포인트 충전 서비스 제공</li> <li>- 지인 추천 시 쿠폰 제공</li> </ul>	

### 3 구독 및 배송 서비스 확대

#### ■ 2019년 온라인 식품 배송 서비스 시장규모 944억 달러(한화 약 106조 원)로 집계

- 온라인 식품배달 시장에서 외식업체의 배달 규모가 580억 달러(한화 약 65조 원)로 가장 큰 비중 차지
  - 코로나19로 외식 수요가 음식 배달로 전환되며 시장규모 증가 추세
- 외식업체의 어플리케이션이나 웹사이트를 통한 주문 배달이 전체의 70%로 집계, 나머지 30%는 주문배달 어플리케이션 등 플랫폼을 통한 주문으로 나타남
  - DoorDash, GrubHub, UberEats 등 유명 배달 어플리케이션의 사용률이 전 세계 20개 주요 배달 어플리케이션 사용률의 40%에 달함
- 2023년까지 온라인 식품 배송 서비스 시장은 연평균 9.3% 성장세로 1,449억 달러(한화 약 163조 원)에 달할 것
  - 전 세계 음식 배달 모바일 어플리케이션 시장 2023년까지 연평균 성장률 27.9%를 기록하며 166억 달러(한화 약 19조 원)에 이를 것으로 예상

#### ■ 코로나19로 식품 배송 서비스 이용자는 전 세계적으로 확대

- 코로나19 바이러스 확산이 정점에 달한 2020년 4월, Amazon Fresh와 Whole Foods의 배달 서비스 이용자가 급증
- 2020년 2월 기준 일본의 식료품 배송 이용률은 전년 동기간 대비 12.4% 증가
  - 조리 및 가공식품 주문량 40% 증가, 냉동식품 25%, 쌀, 낫토, 두부 등 식재료 주문량 10% 이상 증가한 것으로 나타남
  - 특히 코로나19 바이러스에 취약한 어린 자녀와 노인의 부모를 모시는 가정에서의 온라인 배송 서비스 신규 유입이 증가함
  - 신규 가입자 수가 증가한 것 외에도 1인당 주문량이 증가한 것 역시 주목할만 한 변화로 여겨짐
- 코로나로 인한 영향 외에도 음식 배달 플랫폼에서 제공하는 저렴한 배송비와 가정에서의 요리 빈도 감소로 배달 서비스 이용자는 더욱 증가할 것으로 전망됨

■ 소비자가 원하는 상품을 주기적으로 배송하여 소비자의 번거로움이나 불편함을 해소하는 식품 구독 서비스의 수요 증가세

- 가정에서 고정적으로 소비되는 육류, 채소, 베이커리류 등 식재료에서부터 소비자의 기호에 맞는 식단(밀키트) 등 다양한 형태의 식품 구독 서비스가 제공됨
  - 전 세계 밀키트 구독 시장규모는 2027년까지 연평균 12.8%의 성장세로 192억 달러(한화 약 22조 원)에 달할 것으로 집계
  - 후발주자인 영국의 2017년 식음료 구독시장규모 1억 2,920만 파운드(한화 약 1,905억 원)로, 영국 인구의 6.5%가 식품 구독 서비스를 이용하는 것으로 집계된 바 있음
- 고객이 필요로 하거나 관심이 있을 만한 제품에 대한 정보를 주기적으로 제공하여 소비자의 편의성을 높이고, 동일한 유형의 제품을 일관성 있게 제공하는 서비스를 통해 고객만족 달성
- 코로나19로 식재료의 수급이 불확실한 상황에서 식품 구독은 소비자에게 예측 가능성과 편리함을 제공함으로써 더욱 많은 수요를 발생하도록 함

■ 상품성이 떨어지는 유기농산물을 격주 및 매주 배송하는 서비스를 통해 농가 소득에 기여

- 미국의 Mistits Market에서는 소비하는데 문제가 없지만 농산물의 외관 등으로 상품성이 떨어져 유통이 어려운 상품을 모아 구성된 농산물 박스의 구독 서비스를 제공
  - 소비자는 원하는 농산물을 12개에서 14개 종류까지 선택할 수 있고, 22달러(한화 약 2만 원)에서 35달러(한화 약 4만 원)에 받아볼 수 있음
  - 배송비는 4.5~5.5달러(한화 약 5,047원~6,168원)이며, 매주 또는 격주로 상품이 배송됨

〈그림 II-14〉 Mistits Market 유기농산물 구독박스

Choose your box size

	<p><b>Best Value</b></p> 
<p><b>Mischief</b> 12 types of produce 1-2 portions per type <b>\$22</b> /box \$35 at stores</p>	<p><b>Madness</b> 14 types of produce 2-4 portions per type <b>\$35</b> /box \$65 at stores</p>



\* 출처: [www.misfitsmarket.com](http://www.misfitsmarket.com)

▣ 채식주의자, 고령 소비자 등 특정 소비자의 요구를 충족하는 맞춤형 식품 구독 서비스 제공

- Purple Carrot은 채식주의자(비건)용 밀키트 구독 서비스 제공
  - 소비자가 원하는 메뉴로 선택 가능하며, 제품 내 레시피 카드가 첨부되어 소비자가 쉽게 조리할 수 있도록 도움
  - 모든 포장재는 재활용이 가능해 지속가능한 환경에 관심이 많은 비건 소비자의 요구를 충족함

〈그림 II-15〉 채식주의자용 밀키트 구독 서비스



**BUTTER ROASTED TOMATO GRATIN**  
with Farro & Garlic Breadcrumbs

<600 Calories, Soy-Free, Chef's Choice

30 Mins	520 Calories	View Recipe
------------	-----------------	-------------



**MUSHROOM CHEDDAR BLACK BEAN BURGERS**  
with Garlic Aioli & Carrot Fries

High-Protein, Chef's Choice

35 Mins	760 Calories	View Recipe
------------	-----------------	-------------

\* 출처: <https://www.purplecarrot.com/weekly-menu>

- 일본 Coop 생협에서는 고령 소비자를 대상으로 한 밀키트를 매일 가정에 전달하는 서비스를 제공
  - 쇼핑이나 직접 요리를 하는 것에 어려움이 있는 고령 소비자를 대상으로 영양사가 식단을 구성한 도시락을 주기적으로 배송
  - 칼로리, 염분, 영양적 균형을 맞춘 밀키트를 제공하여 고령 소비자가 적절한 영양소를 섭취할 수 있도록 함

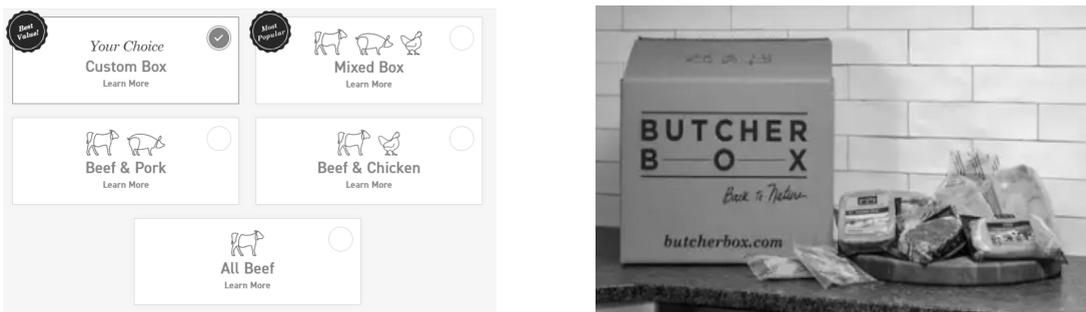
〈그림 11-16〉 고령 소비자를 위한 밀키트 구독 서비스



\* 출처: <https://www.coop-takuhai.jp/haisyoku/>

- Butcher Box는 무항생제·무호르몬제 축산물 구독 박스로 친환경 및 안전성을 고려하는 소비자 요구 충족
  - 소고기, 닭고기, 돼지고기 등 육류로 구성된 박스를 월 1회 배송하는 서비스로, 소비자는 자신이 원하는 축종으로 박스를 변경 및 구성할 수 있음
    - 커스텀(Custom), 믹스(Mixed), 소와 돼지, 돼지와 닭, 소고기 박스 등으로 구분되어 있으며, 기본적으로 정해진 박스 외 개별 추가도 가능함

〈그림 11-17〉 Butcher Box 육류 구독 서비스



\* 출처: [www.Butcher-Box.com](http://www.Butcher-Box.com)

## 4 신규 소비자층의 유입

■ 그동안 온라인 접근성이 낮았던 고령 소비자의 온라인 식품시장 유입이 눈에 띄게 증가함

- 일본, 50대 이상 소비자의 온라인 식품 구매율 증가
  - 2020년 3월 20대의 온라인 식품 구매율은 26.9%로 1월 대비 2.9%p 증가한 반면 50대 이상 소비자는 20.4%로 1월 대비 5.8%p 증가

〈표 II-2〉 일본 고령 소비자의 온라인 식품 구매율 변화(2020년 1월~3월)

연령대	온라인 식품 구매율		증가율
	2020년 1월	2020년 3월	
20대	24.0%	26.9%	2.9%p
50대	14.6%	20.4%	5.8%p

\* 출처: Mitsui Sumitomo

- NPD Group 조사에 따르면 미국 65세 이상 소비자의 6월 온라인 식품 주문량 428% 증가, 55세 이상 200% 증가
- 65세 이상의 캐나다인 10명 중 2명이 식료품과 같은 생활 필수 품목을 온라인으로 구매하는 것으로 집계
  - Environics Research의 조사에 따르면 코로나19로 인해 고령 소비자의 온라인 사용 기술이 크게 향상되면서 서비스 사용 증가
  - 65세 이상 소비자의 7%는 음식 배달 어플리케이션을 사용하며, 이 중 45%는 코로나로 인해 배달 어플 사용이 증가한 것으로 나타남
- IT 기술 사각지대에 있는 고령층의 온라인 식품시장 유입은 다른 연령층의 소비 확대보다 더욱 유의미한 결과로 평가

■ 전 세계 17개국 대상 소비자 설문조사 결과, 남성 소비자의 온라인 시장 유입이 여성보다 높은 것으로 나타남

- 남성 소비자의 온라인 식품 구매율은 코로나 이전보다 24% 증가, 여성 17%보다 높은 수준 기록
  - 전반적으로 남성의 온라인 쇼핑 할애 시간이 여성보다 높으며, 25세 이상 34세 이하 연령대에서 남녀의 격차가 가장 크게 나타남

〈표 II-3〉 코로나19 이후 전 세계 17개국 남녀 소비자의 온라인 쇼핑 시간 증가율

연령대	온라인 쇼핑 시간 증가율		남녀 증가율 격차
	여성 소비자	남성 소비자	
16~24세	44%	47%	남성 소비자 3%p ↑
25~34세	50%	55%	남성 소비자 5%p ↑
35~44세	48%	52%	남성 소비자 4%p ↑
45~54세	40%	44%	남성 소비자 4%p ↑
55~64세	33%	30%	여성 소비자 3%p ↑

\* 출처: Digital 2020, Hootsuite

■ 최근 스웨덴 맥도날드는 노인을 위한 해피밀(Happy Meal) 세트를 구성해 고령층 소비자의 관심을 끌

- 해피밀 시니어는 코로나19로 외출이 제한된 상황에서 손자 손녀를 만나기 어려워진 고령 소비자의 적적함을 반영해 고안된 캠페인
- 기존 메뉴에 손자, 손녀가 직접 그린 그림이나 편지를 첨부해 함께 배달하는 마케팅을 통해 소비자의 긍정적인 반응을 얻어냄

〈그림 II-18〉 스웨덴 맥도날드의 해피밀 시니어



\* 출처: [www.adsoftheworld.com/media/experiential/mcdonalds\\_happy\\_meal\\_senior](http://www.adsoftheworld.com/media/experiential/mcdonalds_happy_meal_senior)

■ 일본에서는 인터넷 사용에 미숙한 고령 소비자를 위해 전화나 팩스로 주문을 받아 제품을 배송해주는 서비스를 제공

- 소비자는 카탈로그를 보면서 원하는 제품의 이름과 번호를 전화나 팩스로 주문할 수 있도록 함
  - 이온몰(Aeon mall)은 제품 카탈로그를 보고 전화나 팩스로 주문할 수 있으며, 신선식품이나 생활용품을 다음날 배송하는 서비스를 제공함
  - 아피타샵(アピタネットスーパー)은 연간 4회 카탈로그를 소비자에게 발송하며, 소비자는 해당 카탈로그에서 판매하는 농산물과 냉동식품 등을 전화로 주문할 수 있음

■ 오프라인 매장 방문을 우려하는 고령 소비자를 대상으로 한 '시니어 아워(Senior Hour)'를 도입한 유통매장 눈길

- 미국 휴스턴의 식료품점인 Food Town은 코로나19로 인해 외출을 꺼리는 고령 소비자를 대상으로 '고령자 쇼핑시간'을 제공함
  - 65세 이상의 소비자들은 오전 7시부터 8시까지 고령자만 출입이 허용된 시간에 매장을 방문하여 식료품을 구매할 수 있음
- Walgreen도 오전 8시에서 9시까지 고령 소비자만 쇼핑이 가능하도록 하고, 매주 화요일은 온라인으로 쇼핑하는 55세 이상 소비자를 대상으로 최대 30%의 할인 혜택을 제공함

〈그림 II-19〉 고령층을 대상으로 한 쇼핑 서비스



\* 출처: <https://abc13.com/senior-hours-grocery-store-food-town-covid-19/6018637/>

# Ⅲ 한국 농식품 마케팅 추진현황

## 1 신선 및 집콕제품 수출 지원

- 국가별 파워 인플루언서를 활용해 한국 신선 및 집콕 제품 인지도 제고를 위한 마케팅 진행
  - 중국 남부권의 인기 요리 동영상인 ‘슬기로운 집콕생활(味筒乐-眉间乐)’에서는 슈퍼에서 구매할 수 있는 한국 식품을 활용한 조리법을 선보임
  - 장기보관이 가능한 라면 및 집밥에 활용할 수 있는 소스류 등 해외 수요 높은 품목에 대해 집중적으로 온라인 마케팅을 진행하여 긍정적인 성과 달성
    - 이 결과, aT에서 4월부터 진행한 주요 수출 10개국의 유력 바이어와의 K-푸드 온라인·모바일 수출상담회를 통해 3,000만 달러(한화 약 356억 원) 규모의 상담실적을 기록
  - 태국에서 진행된 ‘오감만족, Mad for K-food’ 행사는 소비자의 참여를 유도한 대표적인 온라인 마케팅 사례로 높이 평가됨
    - 현지 유명 연예인과 소비자들이 직접 SNS에 동시 접속해 ‘한국식품 ASMR 메뉴 맞추기’, ‘연예인과 대결하여 한국 복숭아 빨리 먹기’ 등 다양한 체험 콘텐츠를 진행해 글로벌 온라인 마케팅 트렌드에 부합하며 소비자의 관심을 이끌어 낸 우수사례로 판단됨
- 농식품 수출기업은 대부분 소규모 업체로 자체적 마케팅에 한계 존재, 국가 차원의 마케팅 지원 및 활성화 필요
  - 향후 온라인 마케팅의 영향력 더욱 확대 예상, 권역별 다양한 플랫폼 및 인플루언서 활용은 수출 확대에 주요 전략 될 것

## 2 (신규) 플랫폼 활용 판매·홍보 지원

### ■ 아마존을 중심으로 국가별 주요 플랫폼을 활용한 판매 및 홍보 지원

- 중국 주요 전자상거래 플랫폼에 한국 상품을 전용으로 판매하는 한국관을 개설해 K-푸드의 수출 확대를 도모함
  - 2020년 2월, 중국 인터넷 전자상거래 쇼핑몰인 '징동닷컴' 한국관에서는 코로나19로 인해 현지 물류 및 배송이 여의치 않은 상황에 신속하게 대응해 '홈코노미 품목'인 스낵류·장류·액상차 판촉을 펼쳐 15만 3,000달러(한화 약 1억 8,000만 원)의 매출 기록
  - 7월에도 허마센성 온라인몰에 국가관으로는 최초로 한국관을 개설해 신선버섯·장류 등 약 20여 개의 제품을 신규 입점시킨 바 있음

### ■ 현재 가공식품 위주의 플랫폼 입점을 신선식품으로 확대하기 위해 물류 인프라 조성 및 지원이 필요할 것으로 전망

- 전 세계 대부분의 주요 온라인 식품 플랫폼은 '주문 후 최소시간 내 배달 가능'함을 경쟁력으로 삼고 있음
  - 빠른 배송이 제품의 경쟁력으로 인식되는 시장환경의 변화로, 보관 인프라 구축 등 현지 시장에서의 신속 배송을 위한 체계 구축이 필요
- 즉각적인 신선식품 배송을 위해서는 콜드체인의 구축이 필수적이거나, 비교적 영세한 농식품 수출기업의 자체적 인프라 구축에는 한계 존재
- 한국식품 배송을 위한 현지 물류창고 임대 등의 지원을 통해 증가하는 한국산 신선식품 수요에 부응할 수 있을 것으로 기대
  - 또한 자체적인 물류 인프라를 구축하고 있는 한국 신선식품의 경쟁력 제고로 신선식품의 B2C 시장 확대 가능성 존재할 것으로 예상
  - 2020년 6월 싱가포르 온라인 유통채널 내 신선 과일 공급루트 조사<sup>5)</sup>에 따르면, 대부분의 유통채널에서는 신선과일을 수입 후 자사 창고에 보관, 소비자에게 유통하는 방식을 취함<sup>6)</sup>

5) 트레이드파트너스(2020.06)

- 1개소(Opentaste)에서는 주문 발생 후 각국 산지에서 상품을 직수입하여 물량 확보 후 소비자에게 유통하는 시스템을 병행하고 있는 것으로 나타남
  - 정부는 칭다오 물류센터에 소포장 배송시스템을 구축해 중국의 온라인 플랫폼에 한국산 농식품이 보다 쉽게 진출할 수 있는 온라인 수출환경을 구축함
    - 중국의 온라인 플랫폼(티몰)이 지정한 전문운영대행사를 통해 주문부터 결제, 배송, 재고관리, 고객관리 등 사후관리까지 일원화하여 효율성을 높임으로써 중소 수출업체를 지원함
  - 신선식품의 온라인 플랫폼 판매를 위한 콜드체인 확보, 현지 수입 및 유통업체와의 연계를 통한 판매 등 진출방안 마련으로 한국산 농식품 수출환경 더욱 개선될 것으로 기대
- **신생 온라인 플랫폼에 대한 정보를 수출기업에 선제적으로 제공하여 시장 점유율 확대 가능할 것으로 기대**
- 아마존, 이베이 등 주요 대형 플랫폼 외 새롭게 떠오르는 온라인 플랫폼 입점 관련 정보는 전무한 상황
    - 반면 주요 대형 온라인 플랫폼 외에도 다양한 신생 또는 기존 온라인 식품 유통 플랫폼의 규모가 확대되는 추세
  - 신규 온라인 플랫폼의 입점절차 등에 대한 정보제공으로 온라인을 통한 수출기업 지원 가능
  - 각 플랫폼별 입점 가능성 평가 및 적정 플랫폼을 추천하여 전 세계적으로 증가하는 온라인 식품 수요에 대응

6) Lazada, Fair Price, ISETAN 3개소 유선인터뷰 결과(2020.06)

### 3 구독 및 배송 서비스 연계 강화

#### ■ 가공식품 위주의 K-Food 구독박스 구성으로 한국 식품에 관심을 갖는 소비자의 수요 충족 가능할 것으로 기대

- 먹방으로 인기를 얻고 있는 제품으로 구독 박스를 구성, 주기적 배송을 지원하여 접근성이 높지 않은 한국 식품에 대한 수요 충족 기대
  - 스낵박스, 라면박스, 차(유자차 등) 박스 등 최근 온라인에서 이슈가 된 품목을 콘셉트별로 구성해 소비자에게 제공하거나, 다양한 한국식품으로 구성된 K-Food Trial Box로 한국식품을 먹어본 적 없지만 호기심을 갖는 소비자를 대상으로 한국식품을 먹어볼 수 있는 기회를 제공함으로써 인지도 제고 가능할 것으로 사료됨
  - 또한 앞서 언급된 소비자 챌린지 마케팅과 연계하여 K-Food Box를 섭취하는 영상을 공유하는 방식을 통해 홍보 가능할 것으로 판단됨

#### ■ 더욱 세분화되는 고객의 요구에 맞는 맞춤형 구독 서비스 런칭 필요

- 식품 구독 서비스는 단순히 소비자에게 편의성을 제공하는 것에서 더 나아가 전문성, 개인맞춤형 등의 소비요인이 존재
  - 소비자는 영양사나 셰프가 제조한 식품 구독 서비스를 통해 자신이 직접 만든 것 보다 전문적인 식품을 소비하기를 기대하기도 하며, 자신의 상황이나 필요에 맞는 식품을 구독함으로써 불필요한 번거로움을 줄이길 희망함
- 채식, 유기농, 친환경, 고령친화식품 등 다양한 소비자 요구에 맞는 식품 구독 서비스가 활성화되는 추세로, 이들의 수요에 부합할 수 있는 다양한 메뉴 개발이 요구됨

#### ■ 한국식품과 현지 온라인 배달을 연계한 홍보 및 수요 촉진 강화 가능성 존재

- 온라인 식품배달 시장이 급격히 성장하는 러시아에서 음식 배달 서비스와 K-음료를 연계한 마케팅 추진, 긍정적인 효과를 거둠
- 말레이시아와 태국에서는 배달앱 기업인 GRAB과의 협력을 통해 한국 농식품을 배달하고 인증하는 SNS 이벤트를 진행, 한국산 농식품의 홍보 및 인지도 제고에 기여
  - 태국에서는 약 300여 명의 배달 기사들이 이벤트 당첨 청취자에게 실시간으로 한국 식품을 배달하는 이벤트를 진행하여 큰 인기를 끌

〈그림 Ⅲ-1〉 태국에서 진행된 한국 농식품 배달 이벤트



\* 출처: aT(한국농수산물유통공사)

## 4 신규 소비자층 맞춤형 공략

### ■ 고령 소비자 증가에 따라 식품을 포함한 다양한 제품에서 시니어를 타겟으로 한 마케팅이 활발히 진행

- 고령 소비자를 대상으로 중년 광고모델을 기용하는 제품 광고 증가 추세
  - 고령 소비자들은 제품의 마케팅이 자신의 연령대를 타겟으로 하지 않는다는 것에 소외감을 느끼며, 중년 모델이 기용된 제품 광고를 선호하는 현상을 보임
- 여가와 운동, 건강 및 헬스케어, 여행 등 고령층의 관심 카테고리를 부각한 마케팅이 주를 이룸
- 온라인 소비 시 고령 소비자의 편의성을 고려해 단순하고 직관적으로 구성된 구매 프로세스를 구축함
- 혼합된 광고 채널을 사용하는 전략이 활발히 이루어짐
  - 소셜 및 온라인 광고뿐만 아니라 이메일 마케팅, 신문광고, 텔레비전 광고, 카탈로그 마케팅 등 다양한 채널에서의 광고를 병행해 고령 소비자의 인지도를 제고하고자 함

### ■ 신규 소비자층의 관심사에 맞는 제품 마케팅 및 홍보 수단 마련 필요

- 고령층과 같이 새롭게 유입된 소비자를 대상으로는 건강하고 안전한 전통적인 식품으로 홍보해야 함
  - 기존의 한국 식품이 트렌디하고 시도해보아야 할 이슈적 측면에서 마케팅이 되었었다면, 고령 소비자를 대상으로 한국 식품의 건강상 이점을 부각할 필요가 있을 것으로 판단됨
- 고령 소비자층의 수요에 맞는 다양한 제품 개발 필요
  - 은퇴 후 개인 시간을 누리길 희망하는 고령 소비자를 대상으로 한 간편식 실버푸드, 구매력을 보유한 소비자를 대상으로 한 프리미엄 식품 및 식재료, 건강에 대한 관심이 높은 소비자를 대상으로 한 건강기능식품 등 고령 소비자의 니즈를 반영하면서도 그들을 배려하는 세심한 제품 개발이 고령 소비자의 마음을 사로잡을 수 있을 것으로 기대됨

## IV 결론

- **코로나로 온라인 식품 소비는 더욱 일상적인 것이 되었고, 젊은 층 위주의 수요에서 점차 범위가 확대되는 양상**
  - 건강과 안전에 대한 요구가 확대됨과 동시에 언택트 사회에서 개인 위주의 생활 습관이 자리 잡으면서 온라인 소비는 더욱 확대될 것으로 예상
  - 코로나 이후 온라인의 편리성을 경험한 소비자들이 코로나 이전의 소비 패턴으로 회귀할 가능성은 낮은 것으로 전망
  - 이러한 소비행태의 변화로 온라인 식품시장에서도 다양한 변화가 이루어지고 있으며, 그 속도는 더욱 빨라지는 추세임
- **최근 온라인 식품시장의 특징은 얼마나 소비자에게 즉각적으로 반응하고 공감하는지에 성패가 달려있다고 볼 수 있음**
  - 집에서 온라인을 통해 다양한 경험을 중시하고 즐길거리를 찾는 소비자를 대상으로 참여형 콘텐츠의 인기가 확산되는 추세
    - 식품업계에서도 소비자의 참여를 유도하며 재미있는 경험을 선사하는 마케팅을 통해 소비자의 공감대를 확보
  - 식품 및 식료품 배송 플랫폼의 최대 강점은 '신속한 배달'로 인식되며, 소비자들은 배송료보다 얼마나 신선하고 신속하게 제품이 배달되는지를 플랫폼의 경쟁력으로 인식함
    - 이에 따라 다수의 온라인 식품 플랫폼은 물류 및 배송 인프라를 새롭게 구축하는 등의 투자를 통해 소비자의 기대에 부응하고자 함
  - 식품 구독 서비스 부문에서는 소비자 맞춤형 식단 및 제품 구성이 소비자의 요구를 충족하며 각광받고 있음
  - 비주류였던 고령 소비자의 온라인 시장 유입으로, 이들을 배려한 마케팅과 플랫폼 운영, 광고 방식이 활발히 추진

■ 코로나19 상황에서 농식품 수출업체를 지원하기 위해 다양한 온라인 수출마케팅이 추진되어 긍정적인 효과를 거둠

- 현지 소비자의 실시간 참여를 유도한 적극적인 온라인 마케팅이 추진되었다는 점은 매우 긍정적으로 평가됨
  - 향후 전 세계적으로 온라인 마케팅에 대한 영향력이 더욱 확대될 것으로 예상
    - 국가 차원의 온라인 마케팅을 통해 한국산 농식품의 인지도를 제고함과 더불어 기업 자체적 온라인 마케팅을 통해 실질적인 수출성과 창출이 가능할 것으로 예상
- 현지 배송체계 구축을 위한 보관시설 마련 및 배달업체와의 협력 등의 활성화를 통해 지속적으로 확대되는 온라인 수출 시장에 선제적인 대응이 가능할 것으로 보임
  - 현지 유명 배달업체와의 협력을 통한 한국산 농식품 배달 이벤트 추진 등 다양한 시도가 긍정적으로 평가
- 이 외에도 해외 시장 트렌드에 부합하는 제품 개발, 마케팅 방법론 구축이 필요할 것으로 판단되는 바 다양한 연구와 시도를 통해 발전시켜야 할 것으로 판단

## 〈참고문헌 및 참고사이트〉

1	WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard, WHO
2	Consumer sentiment and behavior continue to reflect the uncertainty of the COVID-19 crisis, Mackinsey&Company(2020.07.08.)
3	10 Best Meal Kits for Singles (or One Person) in 2020, urban tastebud
4	Hellofresh: The Perfect Meal Kit Delivery for One Person, HelloFresh
5	Amazon serves up grocery store deals for Prime Day, Supermarket News(2020.09.29.)
6	Online grocery sales to grow 40% in 2020, Supermarket News(2020.05.11.)
7	Good Eggs Survey Reveals 68% are Having Groceries Delivered, and that 81% of These Shoppers Will Continue to Do So Post-Pandemic, Perishable News.com(2020.10.02.)
8	Single-serve Packaging Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product, By Production Technology, Regional Outlook, Competitive Strategies, And Segment Forecasts, 2019 To 2027, Grand View Research(2020)
9	Global Food Packaging Market Analysis 2020-2027 by Type (Rigid, Flexible), Material (Paper, Plastic), Application (Bakery & Confectionery, Dairy Products) and Region, ResearchAndMarkets(2020.04.08.)
10	新型コロナの影響で高齢者の消費行動が大きく変化、ECモールや通販サイトの利用が急増, DIME(2020.05.16.)
11	Grocery delivery firms get lift as virus confines people to home, Kyodo News(2020.03.05.)
12	Older Americans devouring online food-ordering services during coronavirus, FOX Business (2020.08.13.)
13	COVID-19 has significantly increased the use of many technologies among older Canadians: poll, Yahoo Finance(2020.09.29.)
14	Report: Most important data on digital audiences during coronavirus, The Next Web(2020)
15	Coronavirus And Shopping Behavior: Men And Women React Differently, Forbes (2020.03.13.)
16	Fighting for Share in the \$16.6 Billion Delivery App Market, QSR(2019.06)
17	Amazon puts new food delivery customers on a waitlist, CNN Business(2020.04.13.)
18	Meal Kit Delivery Services Market Size Worth \$19.92 Billion By 2027: Grand View Research, Inc., PR Newswire(2020.06.04.)
19	Subscription Box Services Statistics 2019: The Most Subscribed-to Brands, Clutch (2019.09.30.)
20	Subscription Boxes Experience Growth Amidst Coronavirus, Digital Media Solutions (2020.04.27.)

21	McDonald's Happy Meal Senior, Ads of the World(2020.07.09.)
22	Marketing to Senior Australians? Here's Why(and How) You Should, WebAlive(2020.01.01.)
23	코로나19 위기, 농식품 온라인 수출로 극복한다, 농림축산식품부 보도자료(2020.03.17.)
24	중국 온라인 플랫폼 티몰(T-Mall)에 한국식품 국가관 개설, 중국 <광군제> 참여로 온라인 수출 활성화 박차 !!농림축산식품부 보도자료(2020.11.09)
25	포스트 코로나 시대, 식음료 소비행태 변화와 글로벌 시장 진출 전략, 한국무역협회(2020.08)
26	코로나19 확산에 따른 농식품 소비분야 영향분석, 농촌경제연구원(2020.05.20.)
27	[포스트코로나 트렌드] 중국 1인식사·건강식품 수요 증가, FOOD ICON(2020.07.15.)
28	"땡큐, 집콕" 식품 기업 47개사 1분기 실적 호조...매출 6% 늘어난 17조8400억, 식품음료신문 (2020.06.09.)
29	코로나19 에 집콕↑...식품업계 '때아닌 호황', SEN서울경제TV(2020.08.19.)
30	"싱글족을 잡아라"...코로나19 속에서 '1인용 식품' 인기, 연합뉴스(2020.06.16.)
31	포스트 코로나 시대, 1인용 음식이 뜬다, 일코노미뉴스(2020.06.10.)
32	코로나19 영향으로 中 신선식품 플랫폼 급성장, KOTRA 해외시장뉴스(2020.04.22.)
33	미국 유통업계의 화두, 온라인 장보기, KOTRA 해외시장뉴스(2020.05.19.)
34	해피밀은 노인의 것? 스웨덴 맥도날드의 실험, THE PR NEWS(2020.07.13.)
35	콜드체인시장, 오프라인 지고 '온라인' 뜬다, Kharn(2020.03.08.)
36	[세계로 가는 우리 농식품 공기업 시리즈 ③ 농축산식품] 모바일 상담회, 온라인 유통채널 늘려 코로나 위기에도 수출액 4.7% 증가, 중앙일보(2020.09.16.)
37	코로나19로 바뀐 소비...농식품 수출 비대면 마케팅 강화, 이데일리(2020.04.22.)
38	태국 'K-Food' 행사로 한국농식품 홍보, 무등일보(2020.09.08.)
39	경북도, 온라인 수출상담회로 농식품 수출길 넓힌다, 칠성고라이프(2020.09.16.)

# 생태계 환경변화에 따른 글로벌 식품시장 지속가능 트렌드조사

- I. 배경 및 현황
- II. 지속가능한 식품시장 현황
- III. 제도 및 규정
- IV. 시사점



# 생태계 환경변화에 따른 글로벌 식품시장 지속가능 트렌드 조사

## 1. 생태계 환경변화 현황

- 환경오염 및 생태계 환경변화에 따른 식품안보 및 환경보전에 대한 우려 확산, 소비자의 지속가능성에 대한 관심 제고
  - \* 탄소배출량 증가로 온실효과 발생하여 기후변화 초래, 식량 생산 불안정 등의 문제 발생함
  - \* 식품의 지속가능한 생산, 유통, 소비를 추구하는 소비자 증가

## 2. 식품 프로세스별 대응 현황

- (생산 및 가공) 친환경 농법, 제조 및 가공 시 식품 낭비되는 식품 감량 등으로 식품 생산의 지속가능성 제고
  - \* 오리농법, 천적농법, 복작, 윤작 등 친환경 농법으로 비료의 사용 절감, 농업부산물을 재활용하여 에너지 생산
  - \* 생산 시 낭비되는 식품을 감량하고, 식물 단백질·곤충 단백질·비주류 작물 등 친환경적인 원료로 새로운 식품 개발
- (유통 및 포장) 식품 유통 시 에너지 절약, 생분해 가능한 신(新)포장재 개발·포장 간소화로 식품의 유통이 환경에 미치는 영향 최소화
  - \* 유통거리 단축·유통구조 간소화를 통해 에너지 절약, 푸드 마일리지의 개념으로 단거리 유통에 대한 소비자의 인식 제고
  - \* 생분해 가능한 식물성 포장재·식용 가능한 포장재 등을 개발하고, 식품 포장을 간소화하여 환경 영향 최소화
- (판매 및 소비) 폐기되는 음식 감량, 식단 개선 등의 노력 확산
  - \* 가격 조정, 친환경 라벨 및 문구의 활용으로 판매 전 폐기되는 식품 감량
  - \* 음식물 쓰레기 배출 감량, 식단 개선으로 식품이 환경에 미치는 영향 최소화

## 3. 식품 프로세스별 정책 현황

- (생산 및 가공) 농약 사용·폐수 배출을 규제하고, 정책적으로 농업부산물의 재활용·지속가능한 신(新)식품 개발 지원
- (유통 및 포장) 운송수단의 온실가스 배출 규제, 배달 식품 일회용 플라스틱 사용 규제 등
- (판매 및 소비) 지속가능한 식품의 유통·판매를 제도적으로 지원, 음식물 쓰레기 감량 장려 정책 등

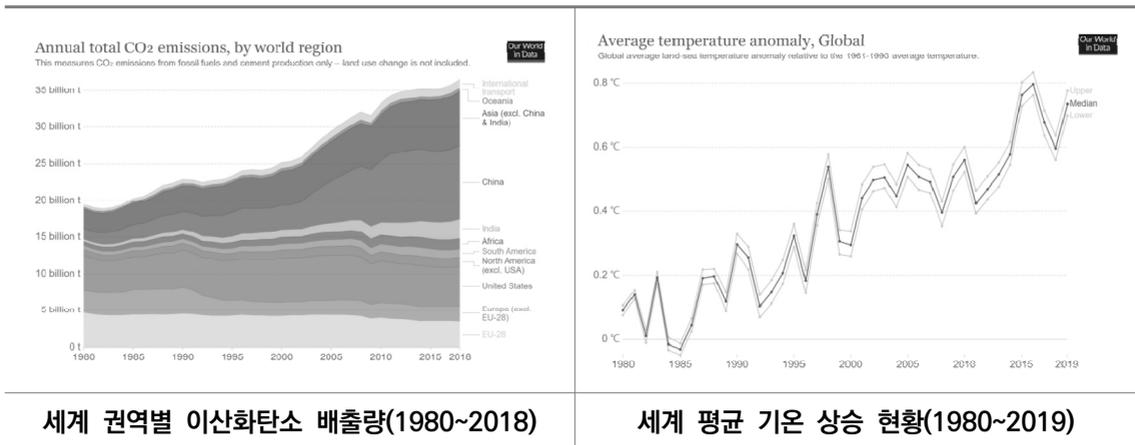


# I 배경 및 현황

■ 환경오염 심화로 건강, 환경보전, 지속가능성에 대한 세계적 인식 제고 및 식량 안보에 대한 우려 확산세

- 1980년대 이후 탄소배출량 증가로 인한 온실효과로 식량안보와 직결된 문제 발생
  - 탄소배출량 1980년 4억 4,704만 톤에서 2018년 12억 4,000만 톤으로 약 4배 증가, 대기 중 이산화탄소 농도 역시 1980년 338.75ppm에서 2018년 408.52ppm으로 증가하며 전 세계 평균 기온 약 1℃ 상승

〈그림 I -1〉 1980년 이후 환경변화 현황



\* 출처: ourworldindata.org

- 강수량 변화·습도 변화 등 환경 문제 발생하며 식량 생산 불안정 초래, 식료품 가격 상승 등 식량안보 우려 확산
  - 기후변화로 멕시코, 호주, 스페인 등 저위도 국가에서는 옥수수 및 밀 생산량 감소, 아프리카와 아시아의 고산지대, 남아프리카에서도 온난화로 주요 농작물 생산량 감소 추세
  - 공동사회·경제경로(SSPs)에 따르면 기후변화에 의한 곡물류 생산량 감소로 2050년까지 시리얼 가격이 1~29% 상승 전망

■ 식품의 생산과 소비가 환경에 영향을 미친다는 인식 확대로 지속가능한 식품시장에 대한 관심 증대

- 전 세계 온실가스 배출량의 21~37%가 식량의 생산, 유통, 소비로 인해 발생
  - 기후변화에 관한 정부간패널(IPCC)에 따르면 전 세계 온실가스 배출량의 9~14%가 농업과 축산업 폐기물로 인해 발생, 5~10%는 식품 판매 및 소비활동 부문에서 발생하는 것으로 나타남
- 생산에서 소비에 이르는 전 과정에서 탄소배출 및 에너지 낭비를 줄여 식품 소비가 환경에 미치는 영향을 최소화하기 위한 노력 확산 추세
- 지속가능한 제품은 2019년 전체 소비재 시장에서 16.1% 차지, 소비자의 인식 제고로 향후 꾸준한 성장 예상
  - 시장조사기관 NYU에 따르면 최근 5년간(15~19) 지속가능한 제품이 소비재 시장 성장의 54.7%에 기여, 일반 제품보다 평균 39.5% 높은 가격에 판매됨
  - 코로나19 유행 이후 지속가능한 제품에 대한 관심은 더욱 증가해 2020년 3월 둘째 주 기준 매출액 전주대비 약 56% 증가

■ 생산, 가공, 유통, 포장, 판매, 소비에 이르기까지 식품의 전 프로세스에서 지속가능성을 추구하는 동향 확산

- 지속 가능한 식품시장 형성을 위해 농축산업, 식품 제조 및 가공업, 운송업, 소매업 종사자와 소비자 간 긴밀한 협력이 이루어짐
  - 친환경적으로 농축산물을 재배하고, 식재료의 낭비를 최소화하며, 단거리 유통을 추구하는 등 식품 생산·유통·소비의 전 과정에 걸친 노력을 통해 식품 프로세스가 환경에 미치는 영향을 최소화하고자 함

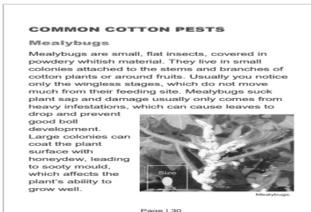
# II 지속가능한 식품시장 현황

## 1 생산 및 가공 부문

### 가. 친환경 농업

■ ① 친환경적 병충해 방제 ② 농약 및 화학비료 사용 최소화 ③ 농업 부산물 재활용 등의 방법으로 생산단계에서의 지속가능성 추구

- 일본, 미국, 영국 등에서는 병충해를 친환경적으로 방제하기 위해 오리나 곤충 등 생태계 먹이사슬을 활용

<p>일본</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 벼농사에 오리를 활용해 병충해 방제 및 잡초를 제거하며, 오리 배설물을 비료로 사용             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본은 지역 농가에 오리를 무상으로 대여하고, 오리농법으로 재배된 유기농 쌀 및 가공품(주먹밥 등)을 상품화하는 등의 방법을 통해 오리농법을 더욱 활성화하고자 함</li> </ul> </li> </ul>		
<p>미국 · 영국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 곤충의 먹이사슬을 활용한 천적농법으로 해충으로 인한 피해 예방             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 목화 농장에 무당벌레를 방사해 주요 병충해인 목화진딧물을 방제</li> </ul> </li> <li>• 영국의 농약행동망(Pesticide Action Network UK)은 무당벌레 및 기타 익충(益蟲)을 활용한 친환경 농법을 알리고자 가이드북을 제작             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 가이드북은 익충과 해충의 구분 방법, 실제 크기, 익충의 해충 방제 효과, 특징 등 천적 농법 활용을 위한 실용적인 정보를 제공</li> </ul> </li> </ul>		

영국 농약행동망의 가이드북(발체)

\* 출처: vermontrice.net, ekamo.com, aichikankyoushou.jp

- 미국, 캐나다, 영국, 호주 등에서는 윤작(輪作) 및 복작(複作) 농법을 통해 농약 및 화학비료의 사용을 최소화함

미국 · 캐나다 · 영국 · 호주	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일정 순서에 따라 여러 작물을 재배하는 윤작(輪作)을 통해 토질 개선 및 병충해 예방                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콩과(科) 작물은 토양의 고정질소<sup>1)</sup> 함량을 높이는 효과가 있는데, 콩과 작물을 재배한 후 질소 소요량이 높은 작물을 재배하면 비료의 사용을 줄일 수 있음</li> <li>- 미국에서는 콩과 작물과 옥수수를 번갈아가며 재배하며, 캐나다의 경우 카놀라, 밀, 옥수수, 콩과 작물을 순서대로 재배함</li> <li>- 병충해 방제를 위해 특정 순서대로 작물을 재배하기도 하는데, 캐나다는 감자 딱정벌레의 피해를 예방하고자 감자, 토마토, 가지, 후추, 파리를 재배한 후 밀 등의 비숙주(非宿主) 식물을 재배함</li> </ul> </li> <li>• 여러 작물을 동시에 재배하는 기술인 복작(複作)을 통해 화학비료와 농약의 사용을 줄임                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영국, 미국, 캐나다, 호주는 옥수수와 클로버, 콩과 작물을 복작함</li> <li>- 윤작에서 콩과 작물의 재배 후 옥수수를 재배하는 것과 같은 원리로, 양분 공급 및 토질 유지 목적으로 질소 소요량이 높은 작물(옥수수 등)과 질소 배출량이 높은 작물(두류, 클로버)을 함께 재배함</li> <li>- 미국의 경우 양파와 당근을 함께 재배하여 병충해를 방제하는데, 양파와 당근을 복작할 시, 양파가 당근의 주요 해충인 당근파리를 퇴치할 수 있음</li> <li>- 양배추와 민트, 양배추와 토마토, 토마토와 바질 등의 작물이 흔히 복작됨</li> </ul> </li> </ul>		
	미국 메릴랜드 주립대학 윤작(두류, 옥수수) 소개 인포그래픽	옥수수, 콩과 작물의 복작	당근, 양파의 복작

\* 출처: [blog.umd.edu](http://blog.umd.edu), [www.ecoliteracy.org](http://www.ecoliteracy.org), [farmersalmanac.com](http://farmersalmanac.com)

- 1) 작물이 토양에서 에너지원으로 활용할 수 있는 질소의 함량을 일컬음(작물이 질소 결핍 상태가 되면 생장이 더디므로, 질소 함량이 높은 토양이 비옥한 토양임)
- 2) 작물을 복작(複作)할 경우 작물 간 상호작용이 일어나 비료와 농약 없이도 영양분 공급, 병충해 방제가 가능함

- 농업 활동에 사용되는 자원 및 농업 부산물을 재활용하여 생산에 필요한 에너지 문제를 극복함

호주 · 영국 · 이탈리아	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 호주는 수자원 보존을 위해 재활용수를 농업에 활용함                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식수보존, 미래를 위한 가용 수자원 확보, 폐수에 의한 수질오염 예방을 목적으로 재활용수 활용 농업<sup>3)</sup>을 적극적으로 추진</li> <li>- 재활용수는 영양분 함량이 높아 비료의 사용 역시 줄일 수 있으나, 기생충 및 박테리아 존재 우려가 있어 생식으로 섭취하는 채소류 재배 시에는 사용이 지양됨</li> </ul> </li> <li>• 영국과 이탈리아는 친환경적 에너지 수급을 위해 농지 여유 공간에 태양광 패널을 설치하고, 농업 부산물을 활용하여 전기를 생산함                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영국은 태양광 패널을 설치하고, 농업 부산물의 혐기성소화<sup>4)</sup> 과정에서 생산되는 바이오가스<sup>5)</sup>로 전력을 생산하는 등 농업활동을 통한 친환경적 에너지 생산</li> <li>- 2019년 영국의 농업 및 농촌 정보 제공 플랫폼 'Countryside'에 따르면, 농업을 통해 친환경적으로 생산되는 전기의 양은 영국 전국 전기 수요량의 10%를 충족시킴</li> <li>- 이탈리아, 캐나다에서도 농업 부산물을 활용하여 전력을 생산함</li> </ul> </li> </ul>		
			
	재활용수를 활용하는 호주의 관개 시설	영국 농지에 설치된 태양광패널	농업부산물을 활용한 전기생산시설

\* 출처: sydneywater.com.au, countrysideonline.co.uk

3) 일반 가정집에서 배출되는 생활 폐수, 공업 폐수를 정화한 후 재사용하는 농업  
 4) 혐기 상태에서 미생물을 이용하여 폐수를 처리하는 기술  
 5) 미생물 등을 사용하여 생산된 수소, 메탄 등과 같은 가스 상태의 연료

## 나. 식품 낭비를 예방하는 생산 기술

■ ① 식품 생산 공정 효율화 소프트웨어 ② 신선식품 유통기한 연장기술 등을 개발하여 생산 공정에서 낭비되는 식품 최소화

- 신기술로 식품 생산 과정에서 발생하는 식품 폐기물을 줄임

<p>이스라엘</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생산 과정에서 낭비되는 음식물을 최소화할 수 있는 식품 제조공정 추적 소프트웨어 개발             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이스라엘의 소프트웨어 'Seebo'는 식품의 원료, 생산라인, 가공품에 대한 정보를 수집하고 식품이 효율적인 생산 공정을 거치고 있는지 확인함</li> <li>- 식품이 '낭비되거나 낭비될 가능성이 있는' 생산단계 식별이 가능해져 생산자는 식품 생산 공정을 개선할 수 있음</li> <li>- 네슬레(Nestle), 바릴라(Barilla), 몬델레즈(Mondelez) 등 기업이 Seebo를 도입</li> </ul> </li> </ul>
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="302 796 780 1068"> </div> <div data-bbox="813 796 1292 1068"> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div data-bbox="397 1094 684 1126">Seebo 생산 공정 분석 화면</div> <div data-bbox="877 1094 1225 1126">Seebo 식품 낭비 원인 분석 화면</div> </div>
<p>미국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 달걀 껍데기 추출 성분으로 식품 코팅기술 개발, 신선식품의 상품성 하락으로 인한 폐기를 감소 기대             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 브라운 대학은 달걀 껍데기 추출물인 '알부민'과 식물 추출물을 배합해 채소·과일 등 신선식품에 적용 가능한 식용 코팅을 개발</li> </ul> </li> <li>• 시장성이 떨어져 판매할 수 없는 달걀의 껍데기를 재활용함으로써 식품폐기물 최소화에 일조             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 기술로 코팅된 신선식품은 탈수 및 조기 성숙이 지연되어 왁스로 코팅한 것만큼 보존 기간이 길어지며, 상품성 하락으로 폐기 처리되는 낭비를 줄여 음식물 쓰레기 배출량 감축에 기여함</li> </ul> </li> </ul>
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="332 1387 753 1643"> </div> <div data-bbox="842 1387 1264 1643"> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div data-bbox="376 1665 703 1699">달걀 껍데기를 활용한 코팅 개발</div> <div data-bbox="877 1665 1225 1699">달걀 껍데기 코팅을 입힌 신선식품</div> </div>

\* 출처: bakeryandsnacks.com, foodnavigator.com, packaginginsights.com, news.rice.edu

## 다. 지속가능한 식품시장 조성을 위한 제품 개발

### ■ 환경보전을 위해 ① 비주류 작물로 생산된 식품, ② 육류대체식품 등 신제품 개발

- 환경에 미치는 영향이 적은 원료를 사용하여 신제품 출시

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>재배 시 환경에 미치는 영향이 적은 비주류 작물로 개발된 신제품 출시</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현재 세계 식량작물 공급원의 75%는 12가지 작물과 5가지 가축에 편중1), 대부분의 주요 식량작물은 질소비료 사용량이 많아 토질 저하 등의 환경 문제 야기</li> <li>- 이에 주목한 미국의 팝콘 제조사 Lil'Pops는 평소 소비율이 적은 비주류 작물인 수수를 원료로 하는 팝콘 제품을 출시</li> </ul> </li> <li>• <b>수수는 수분이용효율이 좋은 작물로 물이 부족한 상황에서도 재배가능하며, 공기 중 탄소를 정확히 재배 시 환경에 부담이 적음</b></li> </ul>			
미국			수수(작물) Lil'Pops社 수수로 만든 팝콘	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>가축 사육 시 발생하는 온실가스 감축 및 토지·담수의 과도한 사용을 방지하고자 식물 단백질이나 곤충 단백질을 기반으로 한 육류 대체 식품 출시</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국의 'Impossible Foods'와 'Beyond Meat'는 식물 기반 소시지, 햄버거 패티, 미트볼 등 식물단백질 기반 대체육을 제조 및 판매함</li> <li>- 영국의 식품 제조사 'Jimini's'는 곤충을 원료로 하는 파스타 면, 에너지바, 단백질바, 메뚜기, 거저리(밀웜), 귀뚜라미 조미스낵 등을 판매함</li> </ul> </li> </ul>			
미국 · 영국				
	식물 단백질 패티 버거	식물성 단백질 미트볼	코코아맛 메뚜기 튀김	곤충 원료의 파스타 면

\* 주1: 곡류 중에서는 쌀, 밀, 옥수수의 비중이 매우 크게 나타남

\* 출처: distilling.com, forcebrands.com, cnet.com, beyondmeat.com, jimini's.co.uk

■ 생태계 교란을 초래하는 침입종<sup>6)</sup>의 개체 수 감소 및 환경에 미치는 부정적 영향에 대한 홍보를 위해 침입종을 활용한 요리대회 및 사냥 시합 등 이벤트가 개최됨

- 미국의 환경보전기구 IAE<sup>7)</sup>는 침입종을 활용한 메뉴 개발 및 요리대회 개최, 플로리다 REEF<sup>8)</sup>에서는 쓸베감펍(Lionfish)<sup>9)</sup> 사냥 시합을 개최함
  - 생태계 교란을 야기하는 외래 침입종을 재료로 하는 요리대회의 2019년 우승메뉴는 황소개구리 튀김이었음
  - 쓸베감펍 사냥시합에서는 가장 많이 쓸베감펍을 잡은 사람이 우승하는 것으로 마지막에는 사냥한 쓸베감펍을 요리해 섭취함

〈그림 II-12〉 생태계 교란종 활용 식품



2019년 침입종 요리 콘테스트 우승 요리(황소개구리)

\* 출처: reef.org

〈그림 II-13〉 쓸베감펍 사냥 시합 및 활용 요리



쓸베감펍 사냥 시합

쓸베감펍 요리

\* 출처: reef.org, deeperblue.com, youobserver.com

6) 해당 서식처에 고유 출현종이 아닌 종 그룹으로 지역 생태계나 인류에 해를 끼치는 도입종을 의미(생태용어사전)  
 7) Institute for Applied Ecology  
 8) Reef Environmental Education Foundation  
 9) 인도·태평양에 서식하는 어류로, 대서양에 옮겨가 생태계 교란의 원인이 됨

## 2 유통 및 포장 부문

### 가. 유통의 지속가능성

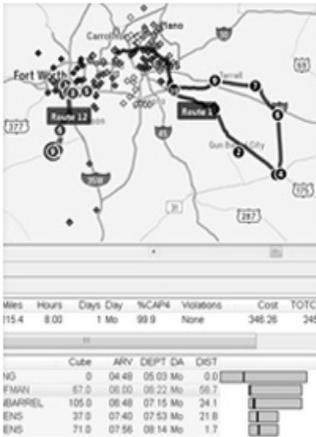
- ① 식품 보관 시 에너지 절약 ② 유통거리 단축을 통한 환경오염 감축 등의 노력으로 지속가능성 제고
  - 신기술을 도입해 식품 보관 및 보존에 소요되는 에너지를 절약함으로써 지속가능한 식품시장 환경을 구축하고자 함

미국	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 보관 창고에 LED, T5, T8 등 에너지 효율이 좋은 전구를<sup>10)</sup> 설치하여 전력 소모를 줄임                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국의 제3자 물류업체 Yusen Logistics는 2017년 캘리포니아주 카슨의 창고 전등을 LED로 교체하는 작업을 완료함</li> <li>- LED 전구는 에너지 효율이 높아 전기 사용량을 절감할 수 있을 뿐만 아니라, 장시간 사용하더라도 발열이 없어 냉동 창고에 설치하기 적합함</li> <li>- 전등이 교체된 창고의 면적은 48만 6,000제곱피트에 달하며, 한 해 전력 소모량이 65% 이상 감소할 것으로 기대됨</li> </ul> </li> <li>• 창고 내부의 전등에 움직임 감지 센서를 설치하여 움직임이 감지되지 않을 경우 전력이 소모되지 않는 방법을 도입해 에너지를 절약함                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 아틀랜타의 물류업체 Americold Logistics는 식품 보관창고에 움직임 감지 LED 센서등, 문이 빨리 닫히는 기술 등을 도입하여 에너지 손실을 최소화함</li> </ul> </li> </ul>	
		
	Yusen社 창고 내부의 LED 전등	Americold社 저전력 창고

\* 출처: yusen-logistics.com, americold.com

10) LED 전구나 T5, T8 형광전구를 사용할 경우 전력 소모량을 일반 전구의 1/3 수준으로 절감할 수 있음

- 식품 유통에 소요되는 거리를 단축하여 불필요한 낭비를 줄이고 환경오염의 최소화를 도모함

<p>미국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 유통 시 최단거리를 계산하는 기술을 활용해 유통 경로를 단축하여 운송비용 및 에너지 절감이 가능하며, 유통 과정에서 발생하는 환경오염 물질을 최소화함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국의 식품 소매업체 Ginsberg's Foods는 유통 소프트웨어 개발사인 TMW社의 'Appian DirectRoute' 시스템을 도입, 최적의 운송경로 선택을 통해 운송 비용 및 에너지 절감 가능</li> <li>- 배달되는 식품의 품질과 에너지 효율이 모두 제고되어, 환경과 소비자 양측에 이로운 변화로 평가됨</li> </ul> </li> </ul>																	
	 <table border="1" data-bbox="299 943 615 1090"> <thead> <tr> <th>Miles</th> <th>Hours</th> <th>Days</th> <th>City</th> <th>%CAPE</th> <th>Violations</th> <th>Cost</th> <th>TOTG</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>115.4</td> <td>8.00</td> <td>1 Mo</td> <td>99.9</td> <td>None</td> <td>348.26</td> <td>245</td> </tr> </tbody> </table>	Miles	Hours	Days	City	%CAPE	Violations	Cost	TOTG	115.4	8.00	1 Mo	99.9	None	348.26	245		
	Miles	Hours	Days	City	%CAPE	Violations	Cost	TOTG										
115.4	8.00	1 Mo	99.9	None	348.26	245												
<p>경로 비교 화면</p>	<p>경로 비교 화면(장거리)</p>	<p>경로 비교 화면(단거리)</p>																
<p>영국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 푸드 마일리지<sup>11)</sup>의 개념을 생성하여 장거리 유통이 환경에 미치는 영향을 알리고, 지역 농산물의 소비를 장려함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영국의 소기업 'Veggie Trumps'는 소비자가 자신이 구매한 식품의 푸드 마일리를 직접 확인할 수 있도록 '국제 푸드 마일리지 계산기' 서비스를 제공함</li> <li>- 소비자가 식품의 원산지, 본인의 위치, 식품의 종류를 입력하면 해당 식품의 푸드 마일리지(근사치)를 확인할 수 있음</li> <li>- 해당 사이트는 지역농산물(로컬식품)의 소비를 장려하며, 식품의 운송이 초래하는 환경오염에 대한 소비자의 인식을 높이고자 함</li> </ul> </li> </ul>																	

\* 출처: marketplace.geotab.com

11) 식품의 장거리 운송이 환경에 미치는 악영향을 운송 거리에 비례하여 수치화한 값임

- 농부와 소비자 간 직거래장터인 파머스마켓<sup>12)</sup> 등 유통 과정의 생략을 통한 효율화 및 지속가능성 도모
  - 파머스마켓(Farmer's Market)은 지역 내에서 생산된 농산물을 직거래 형식으로 판매하는 장터의 개념으로, 생산지에서 바로 판매지로 연결되기 때문에 유통과정에서 발생하는 불필요한 낭비를 제거할 수 있음
    - 미국은 로컬식품 소비 장려 및 파머스마켓 활성화를 위한 '파머스마켓 연합<sup>13)</sup>'을 형성하여 각 매장의 위치, 운영 시간 등을 소개함
    - 영국의 글로스터셔주의 파머스마켓 'Stroud Farmer's Market'은 지역 내 온라인 주문 및 배달 서비스를 제공하여 소비자의 접근성을 높임

〈그림 II-16〉 파머스마켓을 통한 단거리 유통 농식품 판매

	
<p>미국 파머스마켓 홈페이지 배너</p>	<p>영국 파머스마켓 온라인 서비스</p>

\* 출처: farmersmarketcoalition.org, fresh-n-local.co.uk

12) 농부가 직접 재배한 농산물을 출하하여 소비자에게 판매하는 시장

13) Farmer's Market Coalition (<https://farmersmarketcoalition.org>)

## 나. 포장의 지속가능성

■ ① 친환경 포장재 개발 ② 재활용 가능한 포장 디자인 ③ 식품 포장 최소화 및 무포장 식품 판매 등 포장 부문에서도 지속가능한 환경을 위한 다양한 시도가 추진됨

- 생분해 가능한 자연 유래 성분의 포장재나 환경오염 유발물질을 제거한 포장재가 사용되기 시작했고, 식용 가능한 포장 방법도 이목을 끌고 있음

<p>영국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>해조류 추출물을 활용하여 6주 내 생분해되는 휴대용 케첩 포장 개발</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식용 섭취가 가능하며 무취·무미로 내용물 본연의 맛을 변질시키지 않는다는 장점 보유</li> <li>- 매립할 시 자연적으로 생분해되어 퇴비로 활용 가능함</li> </ul> </li> </ul>  <p style="text-align: center;">해조류로 만들어져 6주 내에 생분해가 가능한 포장재</p>
<p>호주</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>옥수수 등 식물 기반 수지로 제조된 친환경 농산물 포장재를 사용함</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 'Drakes Supermarket'은 식물 유래 성분인 'Mater-Bi'로 제조한 친환경 포장재로 농산물을 수축 포장<sup>14)</sup>함</li> <li>- 100% 생분해가 가능하기 때문에 포장재는 매립하여 퇴비로 사용 가능</li> </ul> </li> </ul>
<p>미국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>대마 성분을 활용하여 플라스틱 유사 재질의 친환경 빨대 개발</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 친환경 빨대보다 분해력이 뛰어나 토지에 매립하지 않아도 모든 자연환경에서 생분해됨</li> <li>- 온·냉음료를 모두 섭취할 수 있고, 오랜 시간 사용해도 물러지지 않아 옥수수나 콩 추출 성분으로 제조된 기존 친환경 빨대의 단점 극복</li> </ul> </li> </ul>  <p style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>Drakes Supermarket의 친환경 오이 포장</span> <span>The Hemp Straw社 대마초 소재 빨대</span> </p>

\* 출처: marketplace.geotab.com, smartcompany.com.au, therealhempstraw.com

<p>뉴질랜드</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특수 비스킷으로 제조되어 식용 섭취할 수 있는 커피잔 개발             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 액체를 담아도 새지 않도록 특수 제작되어 따뜻한 음료를 담을 수 있고, 음료를 다 마신 후에는 컵까지 먹을 수 있어 획기적인 친환경 제품으로 평가됨</li> <li>- 뉴질랜드의 식용 컵 제조사 'Twice'가 개발한 제품으로 현재 에어 뉴질랜드와 제휴를 통해 기내용 커피잔으로 활용되고 있음</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>Twice社 식용 커피잔</p>	<p>에어 뉴질랜드에서 판매되는 식용 커피잔</p>
<p>미국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 우유 단백질과 감귤류 과실 추출물을 활용해 식용 가능한 비닐 포장 개발             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 농업연구청이 우유 단백질 유래 성분인 '카세인'과 감귤류 과실의 잔여물에서 추출한 '펙틴'을 소금 등 천연 유래 성분과 배합해 개발</li> <li>- 랩(주로 폴리염화비닐)보다 신축성이 떨어지나, 산소 차단력이 높아 식품 포장재로 적합하고, 분해력이 뛰어나 폐기 시에도 환경오염을 유발하지 않음</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>우유 소재의 식용 비닐 포장 개발</p>	<p>우유 단백질 소재로 생산된 포장재</p>
<p>아일랜드</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유제품 브랜드 Nomadic Dairy社は 자사 제품 포장의 플라스틱을 제거함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 요구르트 제품의 겉면 플라스틱을 제거하고, 뚜껑을 여닫을 수 있는 형태로 제품 포장 변경</li> <li>- 제품 내부의 비닐 소재 랩은 100% 재활용 가능한 호일로 교체, 기본 제공되는 일회용 손가락 역시 퇴비화 가능한 나무로 제조</li> <li>- 이로 인해 해당 기업의 연간 플라스틱 배출량 약 200톤 감소 전망</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>Nomadic Dairy社の 기존 포장</p>	<p>개선된 포장(플라스틱이 제거된 포장)</p>

\* 출처: twice.co.nz, bbc.com, science.ytn.co.kr, trendhunter.com, foodbev.com, trendhunter.com

14) 플라스틱 필름을 가열하여 제품에 씌우면 필름이 식으면서 줄어들어 제품에 밀착되는 방식

- 재활용 소재를 활용한 식품 포장재 사용이 확대되고 있으며, 더 나아가 포장 자체를 다른 용도로 재활용할 수 있도록 포장용기를 개발함

<p>미국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>식음료 제조업체 REBBL社은 음료 포장에 재활용 플라스틱을 사용함</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 모든 제품을 100% 재활용 플라스틱이나, 100% 재활용이 가능한 플라스틱으로 제조하며 포장재의 지속가능성 보장</li> <li>- 매년 약 2,000만 병의 플라스틱병을 재활용해 992톤의 이산화탄소 배출량 감축</li> </ul> </li> <li>• <b>100% 재활용 가능한 골판지 소재의 달걀 포장이 개발됨</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 뉴욕의 '플랫 인스티튜트' 대학 공모전에서 개발된 'Sunrise Valley' 달걀 포장은 100% 재활용 가능한 골판지로 제조</li> <li>- 포장의 점선을 따라 크기를 조절할 수 있어 소비자가 원하는 만큼만 구매 가능해 잠재적 음식물 낭비를 예방할 수 있다는 장점 보유</li> </ul> </li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div data-bbox="278 762 535 997"> </div> <div data-bbox="560 762 1294 997"> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div data-bbox="293 1024 516 1058"> <p>재활용 플라스틱 포장</p> </div> <div data-bbox="713 1024 1133 1058"> <p>재활용 가능한 골판지로 제작된 계란 포장</p> </div> </div>
<p>그리스</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>포장용기를 화분으로 활용할 수 있도록 만들어진 차(茶) 제품 출시</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 그리스의 차(茶) 브랜드 'Rhoeco'는 자사의 차 제품을 화분으로 사용할 수 있는 포장용기에 담아 판매</li> <li>- 컵 형태의 포장 하단에 씨앗이 부착되어 있으며, 소비자는 내용물 섭취 후 포장 용기에 씨앗을 심어 화분으로 재활용할 수 있음</li> </ul> </li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div data-bbox="278 1239 857 1528"> </div> <div data-bbox="877 1239 1294 1528"> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div data-bbox="465 1548 658 1582"> <p>Rhoeco社 차 포장</p> </div> <div data-bbox="966 1548 1203 1582"> <p>화분으로 재활용한 예시</p> </div> </div>

\* 출처: rebbl.co, ifworlddesignguide.com, rhoeco.com

• 식품 포장을 최소화하거나 일절 포장하지 않은 상태로 판매하는 매장 증가

• 특수 신소재를 활용하여 포장재 사용을 최소화함

- 유럽의 포장전문업체 Coveris社는 신소재 수지로 육류를 수축 포장하여 제품 포장에 사용되는 포장재를 최소화함
- 해당 소재는 신축성이 높아 적은 양으로도 제품을 포장할 수 있으며, 포장재로 배출되는 폐기물을 줄일 수 있음

• 스페인, 네덜란드, 스웨덴, 벨기에는 신선 농산물에 스티커 라벨을 부착하는 대신 레이저 마킹 사용해 쓰레기 최소화

- 스페인 기업 'Laser Food'는 레이저 기술을 사용하여 식품 표면에 글자와 그림을 새기는 방식으로 상표를 표기
- 레이저 마킹으로 라벨 스티커를 대체하면 스티커로 인한 쓰레기 감소 및 포장용기의 재활용이 용이해지는 장점 존재
- 해당 기술은 '자연적인 브랜딩(natural branding)'이라는 명칭으로, 스페인, 네덜란드, 스웨덴, 벨기에 등의 국가에서 활발하게 사용됨

유럽



Coveris社 'Nextrus Boneless Shrink Bags'



Laser Food社의 레이저 마킹 과일

• 독일의 식료품점 Unverpackt는 식품 포장재로 발생하는 폐기물을 최소화하고자 포장되지 않은 식품을 판매

- 소비자는 본인이 직접 포장용기를 준비해 와 필요한 만큼 식품을 담아감
- 요구르트, 잼 등의 식료품은 포장된 형태로 판매되기도 하는데, 소비자가 빈 포장용기를 반납할 시 현금급 지급



독일의 식료품점 Unverpackt



식료품점 내부

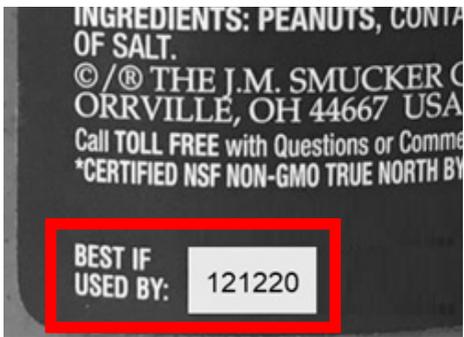
\* 출처: flexpackmag.com, cbc.ca, deutschland.de

■ 이 외에도 포장에 명료한 문구를 기재하여 식품이 유통기한 전에 폐기되는 것을 방지함

- 미국 식품의약국(FDA)은 유통기한이 지나지 않은 식품이 폐기되는 것을 방지하기 위해 유통기한 표기 방법을 개선함
  - 기존에 사용되던 문구로는 'Best By(가능한 ~까지 섭취)', 'Sell By(가능한 ~까지 판매)', 'Enjoy By(가능한 ~까지 섭취)' 등이 있는데, 소비자가 이를 유통기한으로 오인하여 식품을 조기에 폐기하는 사례가 자주 발생함
  - 유통기한이 지나지 않았음에도 폐기되는 식품을 줄이고자, FDA는 해당 문구를 'Best If Used By(~까지 섭취할 경우 최고의 품질)'로 변경함

기존 표기방식	개선된 표기방식
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Best by(가능한 ~까지 섭취)</li> <li>• Sell by(가능한 ~까지 판매)</li> <li>• Enjoy by(가능한 ~까지 섭취)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Best if used by(~까지 섭취할 경우 최고의 품질)</li> </ul>

〈그림 II-31〉 미국의 유통기한 표시 문구 개선

	
기존의 유통기한 문구	개선된 문구 'Best if used by'

\* 출처: dreamstime.com, usatoday.com, joyfulpublicspeaking.blogspot.com, atip=usa.com

3 판매 및 소비 부문

가. 판매(마케팅)의 지속가능성

- ① 유통기한에 따른 가격 조정, ② 재고 과잉 예방, ③ 친환경 마케팅을 통해 판매되지 못하고 폐기되는 식품을 줄임
  - 유통기한 잔여일수에 따라 가격을 인하하는 시스템 도입

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유통기한 잔여일수에 따라 판매하는 식품의 가격을 조정함                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 기업 Wasteless는 현지 식료품점에 유통기한 잔여일수에 따른 가격 책정 시스템을 제공하여 유통기한이 지나 폐기되는 식품을 줄임</li> <li>- 이탈리아, 스페인 등 국가에서 Wasteless 시스템을 도입하여 활용 중임</li> </ul> </li> <li>• Wasteless와 제휴한 이탈리아 신선 식료품 판매점은 12주 동안 식품 폐기물 배출량을 39% 줄임('2019.03)</li> <li>• 스페인의 일반 식료품점 역시 Wasteless 서비스를 사용하여 12주 동안 음식물 쓰레기 배출량을 32.7% 축소함('2018.03)</li> </ul>	
<p>미국</p>	 <p>미국의 Wasteless 시스템 도입</p>	 <p>네덜란드의 Wasteless 시스템 도입</p>
<p>영국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유통기한이 얼마 남지 않은 식품을 파격 할인하는 행사를 진행하여 음식물 쓰레기 배출량을 줄임                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영국의 식료품점 'Morrisons'는 유통기한이 5일 남은 신선농산물을 1kg당 1파운드(한화 약 1,480원)의 파격적인 가격에 판매함</li> <li>- 판매되는 식품은 식용에 적합한 품질인지 철저한 검수과정을 거치며, 모든 박스에는 'Too Good To Waste(버리기엔 너무 좋은 식품)'이라는 문구가 적혀있음</li> </ul> </li> </ul>	

\* 출처: thespoon.tech, pricer.com

- 재고 과잉으로 발생하는 음식물 쓰레기를 최소화함

미국 · 유럽	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국 물류기업 Slimstock은 식품의 수요 예측에 기반한 재고 관리 시스템 'Slim4'를 개발하여 식료품점의 음식물 낭비를 예방함                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 수요 예측 시 계절, 트렌드 등의 요인을 수렴하여 식료품의 재고 부족 및 과잉을 효과적으로 예방함</li> <li>- 예측에 따라 프로모션을 진행하여 운영 효율을 높일 수 있고, 결과적으로 음식물 쓰레기 배출량이 축소됨</li> <li>- Slimstock의 재고관리 시스템은 미국, 캐나다, 호주, 벨기에, 스웨덴, 스페인, 네덜란드를 포함한 19개 국가의 식료품점에서 사용됨</li> </ul> </li> </ul>
	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> </div> <div style="width: 45%;"> </div> </div>
	Slimstock社 식품 재고 관리 시스템                      Slimstock社 서비스 요약 이미지

\* 출처: slimstock.com

- 비인기 상품을 친환경적인 상품으로 마케팅하여 판매되지 못하고 폐기되는 식품을 줄임

영국	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 외양상 이유로 상품성이 떨어지는 농산물을 친환경 마케팅하여 판매함                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영국 식료품점 Morrisons는 크기가 작거나 모양이 일그러진 농산물을 못난이 농산물(Wonky Vegetable)로 상품화하여 저렴하게 판매함</li> <li>- Morrisons는 못난이 농산물의 소비가 식품 폐기물 감량, 농가 소득 증대, 지속가능한 농업으로 이어진다는 사실을 내세워 제품을 홍보함</li> </ul> </li> </ul>
	<p>Morrisons社 못난이 농산물 시리즈</p>

\* 출처: retailtechnovationhub.com

■ 식품 판매 시 ① 유기농라벨 ② 로컬식품라벨 ③ 탄소라벨을 부착하여 지속가능한 식품임을 알림

- 제품의 친환경적인 원료·유통·생산 과정 등을 알려 지속가능한 식품 소비를 추구하는 소비자의 이목을 끌

미국 · 유럽 · 캐나다 · 중국 · 일본 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품에 유기농 라벨을 부착하여 제품이 친환경적으로 재배되었고, 친환경적인 원재료로 생산되었음을 알림             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국의 USDA 유기농 인증, 유럽연합 공통 유기농 인증, 캐나다 유기농 인증, 중국 국가공인 유기농 인증(OGA), 일본 JAS 유기인증 등이 있음</li> </ul> </li> </ul>		
			
	미국 유기농 라벨	유럽연합 유기농 라벨	캐나다 유기농 라벨
			
미국 유기농 라벨 부착 제품	유럽 유기농 라벨 부착 제품	캐나다 유기농 라벨 부착 제품	
미국	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국의 (주) 정부는 주마다 상이한 로컬푸드 로고와 슬로건을 고안하여 지역 생산 농산물(가공식품 포함)에 부착하는 마케팅 전략을 펼침             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 식품이 단거리 유통된 지역 생산 농산물이라는 사실을 알림으로써 지속가능한 식품 소비를 추구하는 소비자의 구매를 유도함</li> <li>- 뉴저지 주의 Jersey Fresh, 유타 주의 Utah's Own, 조지아 주의 Georgia Grown 로고 등이 있음</li> </ul> </li> </ul>		
			
	뉴저지 주(州) 로고가 부착된 로컬푸드	유타 주(州) 로고가 부착된 로컬푸드	

\* 출처: grocer.coop, ec.europa.eu, cbc.ca, alimentarium.org, euap.hkbu.edu.hk, westpointnaturals.com, utahsown.org, ediblejersey.ediblecommunities.com, thepacker.com

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영국과 미국은 원료 생산, 식품 제조, 운송 과정에서 발생한 이산화탄소의 양을 알리는 탄소라벨<sup>15)</sup>을 도입함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영국의 비건 식품 제조사 'Quorn'은 2020년부터 판매되는 모든 제품에 탄소라벨을 부착하기 시작함</li> </ul> </li> <li>• 운영진은 '소비자가 식품 구매를 위해 영양분 함량 정보를 알아야 하듯, 이산화탄소 배출량 역시 알아야 한다'고 탄소라벨 도입 의도를 밝힘             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국의 샐러드 레스토랑 체인 'Just Salad' 역시 샐러드, 수프, 토스트 등 판매하는 모든 제품에 탄소라벨을 부착함</li> </ul> </li> </ul>						
<p>미국 · 영국</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="267 554 734 937">  </td> <td data-bbox="734 554 1311 937"> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="734 554 1016 937">  <p><b>AUTUMN CAESAR SALAD</b> 360 CAL     0.84kg CO<sub>2</sub>e</p> </td> <td data-bbox="1016 554 1311 937">  <p><b>BEYOND TEX MEX SALAD</b> 380 CAL     0.42kg CO<sub>2</sub>e</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="267 937 734 997"> <p>영국 Quorn社 탄소라벨링</p> </td> <td data-bbox="734 937 1311 997"> <p>미국 Just Salad社 탄소라벨링</p> </td> </tr> </table> </td> </tr> </table>		<table border="1"> <tr> <td data-bbox="734 554 1016 937">  <p><b>AUTUMN CAESAR SALAD</b> 360 CAL     0.84kg CO<sub>2</sub>e</p> </td> <td data-bbox="1016 554 1311 937">  <p><b>BEYOND TEX MEX SALAD</b> 380 CAL     0.42kg CO<sub>2</sub>e</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="267 937 734 997"> <p>영국 Quorn社 탄소라벨링</p> </td> <td data-bbox="734 937 1311 997"> <p>미국 Just Salad社 탄소라벨링</p> </td> </tr> </table>	 <p><b>AUTUMN CAESAR SALAD</b> 360 CAL     0.84kg CO<sub>2</sub>e</p>	 <p><b>BEYOND TEX MEX SALAD</b> 380 CAL     0.42kg CO<sub>2</sub>e</p>	<p>영국 Quorn社 탄소라벨링</p>	<p>미국 Just Salad社 탄소라벨링</p>
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="734 554 1016 937">  <p><b>AUTUMN CAESAR SALAD</b> 360 CAL     0.84kg CO<sub>2</sub>e</p> </td> <td data-bbox="1016 554 1311 937">  <p><b>BEYOND TEX MEX SALAD</b> 380 CAL     0.42kg CO<sub>2</sub>e</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="267 937 734 997"> <p>영국 Quorn社 탄소라벨링</p> </td> <td data-bbox="734 937 1311 997"> <p>미국 Just Salad社 탄소라벨링</p> </td> </tr> </table>	 <p><b>AUTUMN CAESAR SALAD</b> 360 CAL     0.84kg CO<sub>2</sub>e</p>	 <p><b>BEYOND TEX MEX SALAD</b> 380 CAL     0.42kg CO<sub>2</sub>e</p>	<p>영국 Quorn社 탄소라벨링</p>	<p>미국 Just Salad社 탄소라벨링</p>		
 <p><b>AUTUMN CAESAR SALAD</b> 360 CAL     0.84kg CO<sub>2</sub>e</p>	 <p><b>BEYOND TEX MEX SALAD</b> 380 CAL     0.42kg CO<sub>2</sub>e</p>						
<p>영국 Quorn社 탄소라벨링</p>	<p>미국 Just Salad社 탄소라벨링</p>						

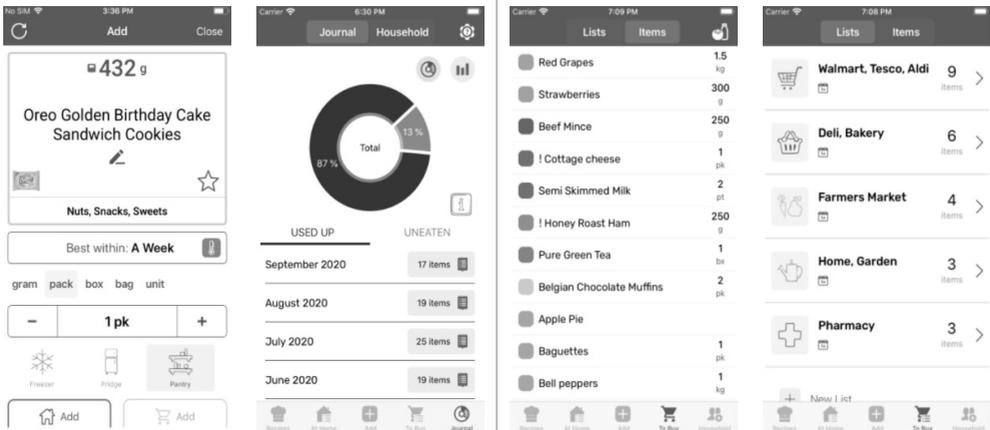
\* 출처: dailymail.co.uk, justsalad.com

15) 탄소라벨(Carbon Label)은 원료 채취에서부터 생산, 유통, 사용, 폐기 등 제품 생산의 전 과정에서 발생하는 이산화탄소 배출량을 제품에 표시하는 제도를 일컫음

## 나. 소비 과정의 지속가능성

### ■ ① 어플리케이션 개발 ② 캠페인 참여를 통해 소비 과정에서 배출되는 음식물 쓰레기를 감량함

- 생활 음식물 쓰레기를 줄이기 위한 어플리케이션이 개발됨

<p>불가리아</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반 가정집과 요식업체에서 사용가능한 식품 재고 관리, 유통기한 알림 어플리케이션을 개발함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스마트폰 어플리케이션 'CozZo'는 사용자에게 냉장고 상태에 따른 유통기한 정보를 제공하여 섭취 가능한 식품이 폐기되는 것을 방지함</li> </ul> </li> <li>• 유통기한 순으로 가장 빨리 섭취해야하는 식품에 대한 정보 역시 제공됨             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 냉장고 속 식품에 기반한 쇼핑 리스트 생성 기능이 있어, 어플리케이션 사용자가 꼭 필요한 식품만을 적당량 구매하도록 함</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>유통기한 알림 화면</p>	<p>식료품 쇼핑 리스트 화면</p>
<p>미국 · 폴란드 · 영국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국, 폴란드, 영국은 남은 음식 공유 어플리케이션을 통해 가정집에서 배출되는 음식물 쓰레기를 감량함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Olio는 온라인 이웃 커뮤니티를 형성하여 어플리케이션 사용자 간 남은 식품을 공유할 수 있도록 하는 플랫폼임</li> <li>- 사용자는 공유를 원하는 식품의 사진 및 설명을 게시할 수 있고, 해당 식품이 필요한 이웃이 게시자와 직접 연락을 취해 식품을 전달받음</li> <li>- 모든 식품 및 물품은 무료 공유되어 사용자는 음식물 쓰레기 감량에 기여하는 동시에 경제적 이익을 얻음</li> </ul> </li> </ul>	

\* 출처: cozzo.app

• 음식물 쓰레기를 줄이기 위한 캠페인이 전개됨

<p>영국 · 프랑스 · 호주 · 미국 등</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영국에서는 곧 버려질 식품을 5,000명에게 무상 제공하는 5,000명과 음식 나누기(Feeding the 5,000) 캠페인을 개최함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영국은 상처가 나거나 모양이 울퉁불퉁하여 식료품점으로 출하되지 못한 농산물을 조리하고, 일반인 5,000명에게 무상 제공하는 캠페인을 펼침</li> <li>- 해당 캠페인은 영국 런던에서 2009년 최초 개최되었고, 현재는 프랑스 파리, 네덜란드 암스테르담, 호주 시드니 등 세계 각국에서 개최됨</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>영국의 5,000명과 음식 나누기 캠페인</p>	<p>미국의 5,000명과 음식 나누기 캠페인</p>
<p>네덜란드</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네덜란드의 경우 녹색 교실 만들기(Green Office Movement) 캠페인의 일부로 지속가능한 식품 소비를 추구함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 캠페인은 식품의 소비를 포함하여 '참여하는 학교(대학)의 모든 활동과 환경'이 지속가능성에 기여하도록 하는 캠페인임</li> <li>- 해당 캠페인은 참여 대학을 대상으로 아래와 같은 지속가능한 식품 소비 활동을 권고함                 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 매주 월요일은 육류를 섭취하지 않기</li> <li>• 비건 요리 워크샵 개설</li> <li>• 비건 점심을 먹으며 대화하는 시간 갖기</li> <li>• 농부로부터 직접 전달받은 지역농산물 판매 활동 개시</li> <li>• 소셜 네트워킹 서비스에 비건 메뉴 레시피 게시</li> <li>• 'Vegucated' 혹은 'Cowspiracy' 등 지속가능성 관련 식품 다큐멘터리 시청</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	
<p>호주</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 호주 빅토리아주(州) 환경부 'Sustainability Victoria'는 지속가능한 식품 소비 방법으로서 '직접 재배하여 섭취하기'를 권고함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 빅토리아주 환경부는 채소를 직접 재배하여 섭취할 시의 장점으로서 저렴한 비용, 수자원 절약, 음식물 쓰레기 감량, 포장재의 미사용 등을 소개하며 다양한 채소류 재배 방법을 게시함</li> </ul> </li> </ul>	

\* 출처: feedbackglobal.org, ktsm.com

# III 제도 및 규정

## 1 생산 및 가공부문

- 농약 사용 및 폐수 배출을 규제하고, 지속가능성 관련 교육을 지원하여 농업이 환경에 미치는 영향을 최소화함
  - 미국 환경보호청(Environmental Protection Agency, EPA)의 농약프로그램부서(Office of Pesticide Programs, OPP)는 농약 사용을 규제하여 멸종위기 생물을 보호하고 식품안전을 보장함
    - 미국 환경보호청은 특정 농약(살충제)의 사용이 멸종위기에 처한 조류, 어류, 무척추 동물, 포유류, 식물에 미치는 영향을 '생태 위험 평가 프로세스<sup>16)</sup>'를 통해 평가하고 해당 농약의 사용을 허용 또는 불허함
    - 또한 식품 품질 보장 행동(FQPA<sup>17)</sup>)에 따라 식품에 잔류하는 살충제를 규제하고 소비자 안전을 보장함
  - 미국 환경보호청은 청정수법(Clean Water Act, CWA)에 따라 축산업 종사자가 농축산업 폐수를 정화하여 배출하도록 규제함
    - 환경보호청은 농축산업 폐수 배출 기준을 강화하여, 집약형 가축시설(CAFO<sup>18)</sup>)에서 국가오염물삭감시스템(NPDES<sup>19)</sup>)의 허가 없이 폐수를 배출하는 행위를 금지함
      - 국가오염물삭감시스템은 해당 정책에 대한 이해를 돕기 위해 환경보호청 홈페이지에 '집약형 가축시설의 폐수 처리 매뉴얼<sup>20)</sup>'을 공시함
  - 캐나다 정부는 농업 온실가스 프로그램(Agricultural Greenhouse Gases Program, AGGP)을 통해 농업 관련 종사자에게 지속가능성에 대한 교육을 지원함(2016~2021)

16) Overview of the Ecological Risk Assessment Process

17) Food Quality Protection Act

18) Concentrated Animal Feeding Operations

19) National Pollutant Discharge Elimination System, 특정 기업이나 단체에 기술적으로 달성 가능한 최소 오염물질 배출량을 지정하는 제도

20) NPDES Permit Writers' Manual for Concentrated Animal Feeding Operations

- 해당 프로그램은 농업 종사자의 '지속가능성'에 대한 이해도를 높이고 농업으로 인한 국가 온실가스 배출량을 줄이는 것을 목적으로 함
- 농민들이 지속가능성 제고를 위해 활용할 수 있는 다양한 농업기술에 대한 교육이 진행되며, 총 예산은 2,700만 캐나다 달러(한화 약 232억 328만 원)임
- 유럽연합은 2013년부터 농업 및 산림 활동으로 배출되는 온실가스의 양을 투명하게 공개하는 정책을 추진함
  - 쟁기질, 관개, 벌채 등의 농업 및 산림 활동이 산림, 토양 및 습지의 탄소 축적을 저해하여 온실가스를 대기로 방출시키는 효과가 있다는 사실이 과학적으로 증명됨
  - 이에 유럽연합은 온실가스 배출량 통계에 위의 활동을 반영하여 통계의 정확성과 대중의 지속가능성에 대한 인식을 제고함

#### ■ 바이오매스 에너지 생산 등 농업을 통해 에너지를 재활용함

- 유럽연합은 바이오매스 실행계획(Biomass Action Plan)을 통해 농업 및 축산업 폐기물의 재활용을 장려함
  - 해당 계획은 농업 폐기물을 바이오매스 에너지로 전환하여 재생 가능한 연료를 생성하고, 화석 연료의 사용을 절감하는 것을 목표로 함
  - 바이오매스 플랜트 건설 시 프로젝트 개발자, NGO, 공공기관과 연계를 제공하는 등 다양한 국가 지원을 받을 수 있도록 함
- 미국은 재생가능 에너지의 생산을 늘리고, 화석 연료의 사용을 줄이기 위해 바이오연료 시설 구축을 추진함
  - 미국 환경보호국은 2007년 에너지 독립 및 안보법(Energy Independence and Security Act)을 통해 에너지 안보 강화, 재생가능 에너지 생산 증대, 온실가스의 절감 등을 도모함
    - 환경보호국은 해당 정책의 추진방안으로 농업 부산물인 바이오연료를 활용한 연료 재활용 프로그램을 제시한 바 있음

■ 식품 생산이 환경에 미치는 영향을 최소화하고, 정부 차원에서 지속가능한 식품 개발을 지원함

- 유럽연합은 식품 생산업체에 오염자 부담 원칙<sup>21)</sup>을 적용하여 식품 생산으로 발생하는 환경오염을 경감함
  - 유럽연합은 대규모 육류, 유제품 및 식품 생산업을 비롯한 7개 산업분야<sup>22)</sup>에 오염자 부담 원칙을 적용함
    - 환경 피해를 일으킨 것으로 확인된 기업은 자사가 초래한 환경 피해에 대한 개선 조치를 취하고, 모든 관련 비용을 부담해야 함
  - 식품 생산업체의 환경에 대한 책임감을 제고하고 지속가능한 식품 생산 프로세스를 장려함
- 캐나다 정부는 2019년 지속가능한 식품 개발을 위해 1억 캐나다 달러(한화 약 859억 8,172만 원)의 예산을 투자함
  - 캐나다 연방 지속가능한 개발 전략(Federal Sustainable Development Strategy)을 통해 지속가능한 식품 개발비로 1억 캐나다 달러(한화 약 860억 원)의 예산을 투자함
  - 해당 예산은 2019년부터 향후 5년간 지속가능한 식품 개발을 위해 쓰일 예정임

21) 환경을 오염한 당사자가 공해 관계 비용을 부담하는 원칙

22) ① 에너지 산업, ② 금속 생산 및 가공, ③ 광물 산업, ④ 화학 공업, ⑤ 폐기물 관리, ⑥ 대규모 펄프, 종이 및 보드 생산, 섬유 염색 및 무두질, ⑦ 대규모 육류, 유제품 및 식품 생산

## 2 유통 및 포장부문

### ■ 식품 유통 시 배출되는 온실가스 및 대기오염물질의 양을 제한함

- 유럽연합은 식품 운송을 비롯하여 해상운송으로 배출되는 온실가스를 줄이기 위한 전략<sup>23)</sup>을 발표함
  - 해당 전략은 2030년까지 유럽연합의 온실가스 배출량을 1990년 배출량보다 40% 낮은 수준으로 줄이는 것을 목표로 함
  - 해당 목표의 실천을 위해 해상운송수단에 MRV(Measurement, Reporting and Verification) 시스템이 도입되었으며 운송으로 발생한 온실가스를 효과적으로 모니터링·보고·검증할 수 있음
  - 시장기반조치(MBM)<sup>24)</sup>, 배출권 거래제도(Marketable Permit)<sup>25)</sup>를 도입하여 효과적으로 온실가스 배출량을 감축함
- 유럽연합은 특정 대기오염 물질의 배출 한도에 대한 규정을 마련하여 농업, 에너지, 산업, 운송 등의 산업분야에서 배출되는 대기오염물질을 감축함
  - 해당 규정은 특정 대기오염물질에 대한 규정으로, 총 5가지 물질<sup>26)</sup>에 대한 규정임
  - 운송업, 농업, 에너지 산업을 비롯한 모든 관련 분야의 사업에 적용됨
  - 국가마다 2020년, 2030년까지 달성할 오염물질 배출 감축 목표를 설정하여 식품 분야를 비롯한 각종 산업의 지속가능성을 제고함

### ■ 비닐봉지, 일회용 플라스틱의 사용을 제한하는 등 포장재로 인한 환경오염을 줄이기 위한 정책이 발표됨

- 유럽연합은 2015년 비닐봉투(Plastic Carrier Bags) 사용량을 규제하기 위한 계획을 발표함
  - 해당 정책은 2018년 말부터 소비자에게 무상 비닐봉투를 제공하지 않도록 하며, 2016년부터 관련 정보 확산 및 소비자 인식 제고 캠페인을 시행함

23) EU strategy to reduce CO<sub>2</sub> emissions from shipping

24) Market Based Measures, 국제해운분야에서 경제적 인센티브를 활용하여 온실가스 배출량을 감축하는 정책

25) 오염의 배출 권한 한도를 정하여 해당 범위 내에서만 오염의 배출을 허가하는 제도로, 배출 허용량보다 실제 배출량이 적은 특정 기업이 제한 배출량을 초과한 타 기업에 배출량을 판매하여 소득을 얻는 형식임

26) ① 이산화황, ② 질소 산화물, ③ 비메탄 휘발성 유기 화합물, ④ 암모니아, ⑤ 미세먼지

- 2025년 말까지 비닐봉투 최대 소비량을 1인당 40개 수준으로 제한함
  - 이는 2010년 대비 약 80% 감소한 수치임
- 유럽연합은 2019년 일회용 플라스틱 금지법(Single-use plastics ban)을 발표하여 특정 일회용 제품의 생산을 금지하고, 플라스틱의 재활용률을 높임
  - 해당 법안은 2029년까지 플라스틱 병의 90%를 재활용하는 것을 목표로 함
    - 2025년 이후 생산되는 페트병은 최소 25%의 재활용 플라스틱을 함유하여야 하고 2030년 이후 생산되는 모든 플라스틱 병은 최소 30%의 재활용 플라스틱을 함유하여야 함
  - 아래의 8개 품목은 플라스틱 금지법에 의해 시장 내 사용이 제한되며, 아래 품목을 생산하는 기업은 오염자 부담 원칙에 따라 ① 해당 품목의 폐기 비용, ② 데이터 수집 비용 등을 부담하여야 함

#### 플라스틱 금지법의 규제를 받는 품목

- 
- 일회용 식기 도구(ナイフ·포크·숟가락·젓가락)
  - 일회용 접시
  - 일회용 빨대
  - 일회용 면봉
  - 일회용 음료 휘젓개
  - 플라스틱 재질의 풍선 막대
  - 발포 폴리스티렌으로 만든 식품 용기
  - 산소 분해성 플라스틱으로 만든 기타 제품
- 

- 시장에 출시되는 일회용 제품은 반드시 아래와 같은 정보를 명확하게 표기하여야 함

#### 시장에 출시되는 일회용 제품에 명시하여야 하는 정보

- 
- 적절하게 제품을 폐기하는 방법
  - 제품의 플라스틱 포함 여부
  - 제품이 폐기될 시 환경에 미치는 부정적 영향
- 

- 해당 법안은 2021년 7월 3일부터 발효되며, 플라스틱 병의 재활용률에 대한 법안은 2024년 7월 3일부터 적용됨

- 우리나라 환경부는 2018년 5월부터 실내 매장에서 일회용 컵의 사용을 금지하는 정책을 시행함
  - 환경부는 2018년 5월부터 커피점, 집단급식소를 비롯한 모든 식품접객업 내에서 합성수지 컵의 사용을 금지함
    - 2021년부터 '먹다 남은 음료'를 테이크아웃 컵에 제공하는 서비스 역시 금지되며, 2022년부터는 포장 판매 등의 이유로 불가피하게 사용된 일회용 컵에 '컵 보증금'을 부과하는 제도가 도입될 예정임
  - 종이컵의 경우 2021년부터 자판기를 제외한 모든 식품접객업에서 사용이 전면 금지될 예정임
- 대한민국 현행법상(2020) 대규모 점포와 슈퍼마켓에서 일회용 봉투 및 쇼핑백의 사용이 금지됨
  - 면적이 3,000㎡ 이상인 대규모 점포와 면적이 165㎡ 이상인 슈퍼마켓에서 일회용 봉투 및 쇼핑백의 사용이 금지됨
  - 제과점 및 기타 도·소매업 채널에서 일회용 봉투 및 쇼핑백의 무상제공이 금지됨
  - 2022년 사용금지 조치가 종합소매업·제과점으로 확장되고 음식점·주점업에서 무상제공이 금지되며 2030년까지 모든 업종에서 일회용 봉투 및 쇼핑백의 사용이 전면 금지될 예정임
- 한국은 2020년 소비자의 자발적 협약에 의한 일회용 식기 및 용기의 사용을 절감하기 시작하였으며 2021년부터 불가피한 경우에 한해 일회용품을 유상 제공할 예정임
  - 배달음식에 제공되는 일회용 식기·용기는 현행법상(2020년) 사용이 허용되나 소비자의 자발적 협약에 따라 감량을 시도 중임
    - 일회용 식기류는 2021년부터 사용이 금지되며, 불가피한 경우에 한해 유상 제공됨
    - 일회용 용기는 2021년부터 친환경 소재로 대체되며, 2030년부터는 다회용기를 사용해야 함

### 3 판매 및 소비부문

#### ■ 제품(식품)의 지속가능성에 대한 정보를 명확하게 전달하여 친환경 식품의 판매를 촉진함

- 유럽연합은 환경 친화적인 특징을 보유한 제품(식품 포함)의 유통·판매를 촉진하기 위해 녹색제품 단일시장화 계획(Building the Single Market for Green Products)을 발표함
  - 녹색제품 단일시장화 계획은 지속가능한 제품의 유통, 무역, 판매를 촉진하기 위해 제품의 ‘친환경적 특징’에 대한 공통 기준을 확립하고, 소비자에게 투명한 정보를 제공하는 것을 목표로 함
  - 유럽연합은 제품의 환경 친화적인 성질을 증명하는 지표로 제품 환경 발자국(Product Environmental Footprint, PEF)<sup>27)</sup>과 조직 환경 발자국(Organization Environmental Footprint, OEF)<sup>28)</sup>을 도입함
    - 명확한 지표의 도입으로 제품의 지속가능성에 대한 소비자의 이해도가 제고될 것으로 기대됨

#### ■ 식품 폐기물 감량, 지속가능한 식품 섭취를 제도적으로 장려함

- 미국, 캐나다, 멕시코는 음식물 쓰레기 감량 및 회수를 위한 북미 국가 계획을 수립함<sup>29)</sup>
  - 북미 환경협력 위원회(Commission for Environmental Cooperation, CEC)는 북미 전역의 정부 및 업계 이해관리자와 협력하여 미국, 캐나다, 멕시코 3개국의 식량 손실 및 폐기물 발생 원인에 대한 이해를 높임
    - 음식물 쓰레기 줄이기 캠페인에 대중의 참여를 유도하고, 관련 주제로 워크숍을 진행함
- 캐나다 정부는 대중이 쉽게 이해하고 따를 수 있는 ‘식품 가이드(Food Guide)’를 정부 홈페이지에 공시하여 가정에서 배출되는 음식물 쓰레기를 감량함
  - 캐나다 정부의 식품 가이드는 아래의 4가지 원칙에 기반하여 가정에서 배출되는 식품 폐기물을 절감하고자 함

27) 개별 제품 또는 서비스의 환경성적을 평가하는 지표

28) 조직에 초점을 맞춰 해당 조직에서 제공하는 제품·서비스와 관련된 모든 활동의 환경성적을 평가하는 지표

29) North American Initiative on Food Waste Reduction and Recovery

---

### 캐나다 정부 '식품 가이드'의 4가지 원칙

---

- 식재료 구매 전 무엇을 만들지 먼저 결정하고, 요리한 음식을 남김없이 섭취하기
  - 유통기한이 지나지 않은 식품을 버리는 일이 없도록 식품의 유통기한 라벨에 대한 이해도(best before 등의 문구에 대한 이해도) 높이기
  - 식재료를 구입하기보다 직접 소량 재배하여 섭취하기
  - 유통기한 내에 섭취할 수 없을 것 같은 식품은 지역 푸드뱅크(local food banks)에<sup>1)</sup> 기부하기
- 

\* 주1: 개인이나 식품관련업체로부터 먹을 수 있는 남은 음식을 받아 어려운 이웃에게 전달하는 기관

# IV

## 시사점

〈표Ⅳ-1〉 식품 프로세스별 지속가능성 현황 요약

구분	기업, 개인 실천 사례	정부제도
생산	농축산업 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 오리농법, 천적농법 등 생태계 먹이사슬을 활용하여 친환경적으로 병충해 방제</li> <li>• 윤작, 복작 등 작물 간 상성을 활용하여 농약과 비료의 사용 감량</li> <li>• 바이오매스 등 농업부산물을 활용하여 에너지 재활용 실천</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농약의 사용을 규제하여 멸종위기 생물을 보호하고 식품안전을 보장</li> <li>• 축산업 폐수를 정화 후 배출하도록 규제</li> <li>• 농업 관련 종사자에게 지속가능성 관련 교육 시행</li> <li>• 바이오매스 실행계획을 통해 농축산업 폐기물을 재생가능 에너지원으로 재활용</li> </ul>
	제조 및 가공 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 신(新)소프트웨어의 활용으로 식품 생산 공정 추적, 식품 낭비 예방</li> <li>• 신선식품 유통기한 연장 기술 개발</li> <li>• 수수로 만든 팝콘 등 식품 공급원 다양화를 위한 신제품 개발</li> <li>• 식물 단백질 기반 식품, 곤충 단백질 기반 식품 등 육류대체식품 개발</li> <li>• 침략적 외래종을 활용한 식품으로 생태계 교란에 대한 이해도 제고</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 생산 업체에 오염자 부담 원칙을 적용하여 지속가능한 식품 생산을 장려</li> <li>• 지속가능한 식품 개발에 예산 투자</li> </ul>
유통	운송 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 에너지 효율 제고로 식품 보존에 드는 에너지 절약</li> <li>• 최단거리 유통을 통해 식품 운송에 드는 에너지 절약</li> <li>• 푸드 마일리지의 개념 생성으로 단거리 유통, 지역 생산 농산물의 소비 장려</li> <li>• 지역농산물의 소비를 장려하기 위해 파머스마켓 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해상운송으로 배출되는 온실가스를 감량하기 위해 시장기반조치, 배출권 거래제도 도입</li> <li>• 운송업, 농업, 에너지 산업 등에 특정 대기오염물질의 배출 한도를 설정</li> </ul>
	포장 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 해조류 추출물, 식물 기반 수지 등 생분해 가능한 자연 유래 성분 포장재 사용</li> <li>• 쿠키로 만든 컵에 담긴 커피 등 포장까지 섭취할 수 있는 식품 개발</li> <li>• 재활용 가능한 소재 혹은 재활용된 소재로 식품 포장</li> <li>• 기존 포장에서 환경오염 유발 물질 제거</li> <li>• 무포장 식품 판매</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제도적으로 무상 비닐봉투 제공 금지, 비닐봉투 사용량 감축 계획 시행</li> <li>• 플라스틱 금지법을 발표하여 일회용 식기, 접시, 빨대 등 일회용품 사용 규제</li> </ul>
소비	판매 및 홍보 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 유통기한에 따른 가격 조정으로 식품 폐기물 최소화</li> <li>• 식품 수요를 예측하여 재고 관리 최적화</li> <li>• 비인기 식품을 친환경 마케팅하여 음식물 낭비 예방</li> <li>• 소리벨 등 친환경 라벨 및 문구의 활용으로 지속가능한 식품 홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 녹색제품 단일시장화 계획 등 제도적으로 친환경 식품, 제품의 판매와 유통 지원</li> </ul>
	소비 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 생활 음식물 쓰레기를 줄이기 위한 어플리케이션 개발</li> <li>• 음식물 쓰레기 줄이기 캠페인 전개</li> <li>• 학교 등 단체 식단 개선</li> <li>• 식품을 필요한 만큼 직접 재배하여 섭취</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국가기관 간 협력으로 음식물 낭비 예방 캠페인 등 시행</li> <li>• 국가차원의 식량 낭비 예방 가이드 제공</li> </ul>

■ 해외에서는 지속가능한 식품 프로세스를 위해 기업과 소비자, 정부가 유기적으로 연대함

- 환경오염 심화로 건강과 환경 보전에 대한 소비자의 관심이 증대되었고, 지속가능한 식품에 대한 수요가 발생함
  - 소비자의 지속가능성에 대한 인식이 제고되어 지속가능한 식품의 생산, 유통, 소비의 필요성이 대두됨
  - 생태계 환경변화가 식량안보에 미치는 영향이 알려지며 지속가능한 식품에 대한 수요는 꾸준히 증가할 전망
- 해외 농업 종사자 및 식품기업은 친환경적인 식품의 생산, 유통, 소비를 추구하며 지속가능한 식품시장을 형성함
  - 이에 농업 종사자는 농업이 환경에 미치는 영향을 최소화하고자 했으며, 식품기업은 폐기물을 감량하고 신제품을 개발하는 등의 방법으로 지속가능성에 기여함
- 소비자는 단순히 지속가능한 식품을 추구하는 것에서 더 나아가 음식물 쓰레기를 감량하는 등 환경을 고려하는 소비 패턴을 보임
  - 가정에서 배출되는 식품 폐기물을 감량하기 위한 어플리케이션이 개발되었으며, 일부 소비자는 음식물 쓰레기 감량 캠페인에 직접 참여함
- 해외 정부는 지속가능한 식품 시장 형성을 지원하고자 식품 프로세스의 전 과정을 아우르는 정책을 시행함
  - 농업 관련 정책으로 농약 사용 규제, 폐수 정화, 농업부산물의 재활용 관련 정책이 시행되고 있으며, 오염자 부담 원칙의 도입으로 식품 생산 기업의 지속가능성에 대한 책임감을 제고함
  - 유통 과정에서 배출되는 온실가스 및 특정 대기오염물질에 대한 규제를 시행하고, 일회용 포장재의 사용을 금지함으로써 식품 유통이 환경에 미치는 영향을 제한함
  - 제도적으로 지속가능한 식품의 판매, 홍보를 지원하고 정부 공식 홈페이지에 음식물 낭비를 예방할 수 있는 국민 행동 지침을 공시함

■ **지속가능한 식품 시장을 형성하기 위해서는 국내 소비자, 기업, 정부 간의 유기적인 협력이 요구됨**

- 식량안보와 지속가능성의 연관성에 대한 국내 소비자의 인식 제고 필요
  - 지속가능한 식품의 소비가 환경보전과 식량안보에 기여한다는 사실을 상기하며 식품 소비 시 책임감을 가짐이 바람직함
- 식품 생산 및 유통 기업의 식품 낭비·폐기물 생성 최소화, 지속가능한 신제품 및 포장 개발을 위한 꾸준한 노력이 요구됨
  - 특히 식품 포장재의 경우 단순 재활용 가능한 소재를 사용하는 것에서 더 나아가, 생분해가 가능한 포장재 혹은 식용 가능하여 폐기물이 생성되지 않는 포장재 등 해외 사례의 벤치마킹이 요구됨
- 정부는 기업과 소비자가 지속가능한 식품시장의 생성에 자발적으로 기여하도록 실용적인 제도를 마련해야 함
  - 농업 종사자, 식품 기업, 소비자에게 알맞은 교육을 제공하고, 사회의 일원이 지속가능성에 기여하였을 시 인센티브를 제공하는 등 식품의 생산, 유통, 소비를 포괄하는 친환경 정책 수립 필요

## 〈참고문헌 및 참고사이트〉

1	한국보건사회연구원(www.kihasa.re.kr)
2	유엔환경계획 UNEP(unep.or.kr)
3	세계자연기금 WWF(www.footprintnetwork.org)
4	영국 지속가능한 기술센터 Centre for SMART(www.centreforsmart.co.uk)
5	글로벌 식품산업 전문매체 Designer Daily(www.designer-daily.com)
6	글로벌 식품산업 전문매체 Packaging Insights(www.packaginginsights.com)
7	글로벌 식품산업 전문매체 Eatright(www.eatright.org)
8	글로벌 유통전문업체 Food Logistics(www.foodlogistics.com)
9	글로벌 환경전문매체 The Lancet Planetary Health(www.thelancet.com)
10	글로벌 식품산업 전문매체 Forbes(www.forbes.com)
11	글로벌 시장조사기관 MDPI(www.mdpi.com)
12	캐나다 토론토정부(www.toronto.ca)
13	글로벌 식품산업 전문매체 Hortidaily(www.hortidaily.com)
14	글로벌 정보공개 기관 Our World in Data(ourworldindata.org)
15	기후변화에 관한 정부간 패널 IPCC(www.ipcc.ch)
16	글로벌 시장조사기관 NYU(www.stern.nyu.edu)
17	글로벌 식품산업 전문매체 Food Dive(www.fooddive.com)
18	글로벌 농업전문매체 Ranch & Farm(bsranchandfarm.com)
19	글로벌 농업전문매체 Permaculture visions(permaculturevisions.com)
20	글로벌 농업전문매체 Agrivi(blog.avrivi.com)
21	충북 괴산군청 공식 블로그(blog.naver.com/organicexpo)
22	농업전문매체 Boundbrook Farm(www.vermontrice.net)
23	성주군농업기술센터(www.sj.go.kr)
24	세종 특별자치시 농업기술센터(www.sejong.go.kr/adtc)
25	한국경제(www.hankyung.com)
26	일본 야마가타현 농산물시장 홈페이지(ekamo.com/aigamo)
27	일본 아이치 환경상 홈페이지(aichikankyoushou.jp)
28	글로벌 식품산업 전문매체 eOrganic(eorganic.org)
29	영국 농약행동망 Pesticide Action Network UK(www.pan-uk.org)
30	해외 매체 Citizen Truth(citizentruth.org)
31	해외 매체 China Dialogue(chinadialogue.net)
32	글로벌 농업전문매체 One Soil Blog(blog.onesoil.ai)
33	캐나다 농업전문매체 Canoladigest(canoladigest.ca)
34	캐나다 과학저널 플랫폼 Canadian Science Publishing(cdnsciencepub.com)
35	캐나다 정부 농업페이지(www.arg.gc.ca)

36	글로벌 농업전문매체 Gardener's Path(gardenerspath.com)
37	미국 메릴랜드 주립대학 공식 블로그(blog.umd.edu)
38	미국 농업전문매체 Backyardboss(www.backyardboss.net)
39	글로벌 농업전문매체 Ecoliteracy(www.almanac.com)
40	호주 수도공사 Hunter Water(www.hunterwater.com.au)
41	영국 농업전문매체 Countryside(www.countrysideonline.co.uk)
42	유럽연합 집행위원회(ec.europa.eu)
43	호주 수도기업 Sydney Water(www.sydneywater.com)
44	글로벌 식품산업 전문매체 Food Navigator(www.foodnavigator.com)
45	글로벌 식품산업 전문매체 Bakery and Snacks(www.bakeryandsnacks.com)
46	미국 라이스 대학교 뉴스(news.rice.edu)
47	글로벌 온라인쇼핑몰 Amazon(www.amazon.com)
48	글로벌 구직플랫폼 Forcebrands(forcebrands.com)
49	글로벌 식음료매체 Distiller(distilling.com)
50	글로벌 농업전문매체(www.cropquest.com)
51	글로벌 기술/미디어 리뷰 플랫폼 Cnet(www.cnet.com)
52	미국 비영리 민간법인 방송국 PBS(www.pbs.org/independentlens)
53	미국 환경보전기구 IAE(appliedeco.org)
54	미국 식품유통전문업체 Yusen Logistics(www.yusen-logistics.com)
55	미국 식품유통전문업체 Americold Logistics(www.americold.com)
56	미국 유통전문업체 Ginsberg(ginsbergs.com)
57	영국 푸드마일 공식 홈페이지(www.foodmiles.com)
58	미국 파머스마켓 연합(farmersmarketcoalition.org)
59	영국 파머스마켓 Rosemary and Porkbelly(rosemaryandporkbelly.co.uk)
60	영국 파머스마켓 Fresh-n-Local(fresh-n-local.co.uk)
61	글로벌 트렌드 플랫폼 TRENDHUNTER(www.trendhunter.com)
62	한국 매체 뉴스펭귄(www.newspenguin.com)
63	글로벌 식품전문매체 Foodbev(www.foodbev.com)
64	대마초 성분 빨대 제조사 The Hemp Straw(therealhempstraw.com)
65	글로벌 환경전문매체 Mr Green Eco Solutions(mrgreeneco.com)
66	한국 매체 YTN사이언스(science.ytn.co.kr)
67	친환경 식품기업 Rhoeco(www.rhoeco.com)
68	글로벌 매체 BBC(www.bbc.com)
69	캐나다 매체 CBC(www.cbc.ca)
70	글로벌 식품전문매체 Foodbev Media(www.foodbev.com)

71	글로벌 식품전문매체 Dairy Reporter( <a href="http://www.dairyreporter.com">www.dairyreporter.com</a> )
72	독일 매체 Deutschland.de( <a href="http://www.deutschland.de">www.deutschland.de</a> )
73	한국 매체 KBS 뉴스( <a href="http://news.kbs.co.kr">news.kbs.co.kr</a> )
74	글로벌 매체 The Guardian( <a href="http://www.theguardian.com">www.theguardian.com</a> )
75	미국 매체 USA TODAY( <a href="http://www.usatoday.com">www.usatoday.com</a> )
76	해외 매체 Dreamstime( <a href="http://www.dreamstime.com">www.dreamstime.com</a> )
77	하버드 비즈니스 리뷰(hbr.org)
78	미국 기술전문매체 The Spoon( <a href="http://thespoon.tech">thespoon.tech</a> )
79	네덜란드 매체 PRICER( <a href="http://www.pricer.com">www.pricer.com</a> )
80	글로벌 식품폐기물 감량 기업 Wasteless( <a href="http://www.wasteless.com">www.wasteless.com</a> )
81	글로벌 물류기업 Slimstock( <a href="http://www.slimstock">www.slimstock</a> )
82	영국 식품소매업 Morrisons( <a href="http://groceries.morrisons.com">groceries.morrisons.com</a> )
83	글로벌 식품산업전문매체 RETAIL TECHNOLOGY INNOVATION HUB( <a href="http://retailtechinnovationhub.com">retailtechinnovationhub.com</a> )
84	미국 뉴저지주 로컬식품 홈페이지 Edible Jersey( <a href="http://ediblejersey.ediblecommunities.com">ediblejersey.ediblecommunities.com</a> )
85	미국 유타주 로컬식품 홈페이지 Utah's Best( <a href="http://utahs.best">utahs.best</a> )
86	글로벌 식품전문매체 ISN Global( <a href="http://www.isnglobal.com">www.isnglobal.com</a> )
87	미국 식품기업 Just Salad( <a href="http://www.justsalad.com">www.justsalad.com</a> )
88	글로벌 식품캠페인 Feed Back 공식 홈페이지( <a href="http://feedbackglobal.org">feedbackglobal.org</a> )
89	식품 폐기물 감량 앱 Cozzo 공식 홈페이지( <a href="http://cozzo.app">cozzo.app</a> )
90	식품 폐기물 감량 앱 Olio 공식 홈페이지( <a href="http://olioex.com">olioex.com</a> )
91	Green Office Movement 캠페인 공식 홈페이지( <a href="http://www.greenofficemovement.org">www.greenofficemovement.org</a> )
92	호주 빅토리아주 정부 홈페이지( <a href="http://www.sustainability.vic.gov.au">www.sustainability.vic.gov.au</a> )
93	유럽연합 정책 페이지 EUR-Lex( <a href="http://eur-lex.europa.eu">eur-lex.europa.eu</a> )
94	미국 환경보호청 EPA( <a href="http://www.epa.gov">www.epa.gov</a> )
95	캐나다 정부 공시 푸드 가이드 홈페이지( <a href="http://food-guide.canada.ca">food-guide.canada.ca</a> )
96	글로벌 기술전문매체 Alimentarium( <a href="http://www.alimentarium.org">www.alimentarium.org</a> )
97	미국 식품전문매체 Cooperative Grocer( <a href="http://www.grocer.coop">www.grocer.coop</a> )
98	영국 매체 Dailymail( <a href="http://www.dailymail.co.uk">www.dailymail.co.uk</a> )
99	영국 매체 Evening Standard( <a href="http://www.standard.co.uk">www.standard.co.uk</a> )
100	농식품수출정보( <a href="http://www.kati.net">www.kati.net</a> )

## 일본·동남아 시설원에 식품시장 현황조사

---

- I. 일본 시설원에 작물 시장현황
- II. 홍콩 시설원에 작물 시장현황
- III. 대만 시설원에 작물 시장현황
- IV. 베트남 시설원에 작물 시장현황



# I 일본 시설원예 작물 시장현황

## 1 시설원예 현황

### 가. 시설원예 규모

- 2018년 일본의 시설원예 규모는 총 5만 2,547ha로, 전년 대비 3.5% 감소함
  - 2009년 이후 연평균 4.3% 감소세로, 특히 비막이시설(△6.4%)과 유리실(△6.0%)의 면적이 크게 감소

〈표 1-1〉 일본 시설원예 실면적 현황(2009~2018)

(단위: ha, %)

구분	2009	2012	2014	2016	2018	비중	증감률	
							전년비(16/18)	연평균(09/18)
계	62,587	57,376	53,819	54,435	52,547	100.0	△3.5	△4.3
유리실	2,039	1,889	1,658	1,663	1,595	3.0	△4.1	△6.0
하우스	47,010	44,560	41,574	41,558	40,569	77.2	△2.4	△3.6
비막이시설	13,538	10,927	10,587	11,214	10,383	19.8	△7.4	△6.4

\* 주1: 일본 농림수산성은 2년마다 통계 자료를 작성함

\* 주2: 2009년까지 통계 조사를 통해 수집한 정보를 사용하였으며, 2012년부터 도도부현에서 얻은 정보를 토대로 추계함

\* 출처: 「원예용 시설의 설치 실면적 및 재배 총면적 추이」, 일본 농림수산성(2018)

- 구마모토, 홋카이도, 이바라키현의 시설원예 면적이 전국에서 가장 넓은 것으로 나타남
  - 구마모토현의 시설원예 면적은 4,059.6ha로 전국의 9.6% 차지, 홋카이도 3,308.0ha(7.8%), 이바라키현 3,171.1ha(7.5%) 순

〈표 1-2〉 지역별 시설원예 규모(2018)

(단위: ha)

순위	지역	설치면적	비중	순위	지역	설치면적	비중
	전국	42,164.3	100.0	6	지바	1,717.9	4.1
1	구마모토	4,059.6	9.6	7	도치기	1,597.1	3.8
2	홋카이도	3,308.0	7.8	8	미야자키	1,510.7	3.6
3	이바라키	3,171.1	7.5	9	시즈오카	1,393.9	3.3
4	아이치	2,665.6	6.3	10	고치	1,361.5	3.2
5	후쿠오카	2,012.3	4.8		기타	19,366.6	45.9

\* 주: 유리실·하우스만 집계

\* 출처: 「유리실 및 하우스 설치 실면적」, 일본 농림수산성(2018)

## 나. 시설원예 유형

■ 일본의 시설원예는 하우스의 비중이 77.2%로 가장 높고, 비막이시설(9.8%), 유리실(3.0%) 순

- 하우스<sup>1)</sup> 설치 면적은 4만 569ha로, 채소 재배용의 비중이 전체의 74.3% 차지
  - 구마모토현의 하우스 설치면적이 4,014.8ha로 가장 높으며, 이바라키현 3,147.3ha, 홋카이도 3,037.1ha순으로 집계
  - 하우스 피복재별 면적은 폴리올레핀 필름이 53.5%를 차지하며, 얇화비닐필름 37.4%, 경질플라스틱필름 6.2% 순

〈표 1-3〉 하우스 설치면적 추이(2009~2018)

(단위: ha, %)

구분	2009	2012	2014	2016	2018	비중	전년비 (16/18)	연평균 (09/18)
계	47,010	44,560	41,574	41,558	40,569	100.0	△2.4	△3.6
채소용	33,079	31,672	29,577	30,548	30,159	74.3	△1.3	△2.3
화훼용	6,649	6,227	5,638	5,750	5,242	12.9	△8.8	△5.8
과수용	7,282	6,661	6,359	5,260	5,168	12.7	△1.7	△8.2

\* 출처: 「원예용 시설의 설치 실면적 및 재배 연면적 추이」, 일본 농림수산성(2018)

1) '하우스'란 얇화비닐 필름, 폴리올레핀 필름, 경질 플라스틱 필름, 경질 플라스틱 판 등 유리 이외의 것으로 피복된 시설로, 그 안에서 재배되는 작물의 비배관리를 사람이 통상적인 작업 자세로 그 안에 들어간 채 할 수 있는 동고가 있는 것

〈표 1-4〉 지역별 하우스 설치 현황(2018)

(단위: ha, %)

순위	지역	설치 면적	비중	피복재별 현황									
				염화 비닐 필름	비중	폴리 올레핀 필름	비중	경질 플라스틱 필름	비중	경질 플라스틱판	비중	기타	비중
	전국	40,569.2	100.0	15,156.8	100.0	21,696.6	100.0	2,505.2	100.0	262.5	100.0	94.8	100.0
1	구마모토	4,014.8	9.9	1,813.8	12.0	2,082.2	9.6	117.4	4.7	0.0	0.0	0.1	0.1
2	이바라키	3,147.3	7.8	1,111.4	7.3	1,998.2	9.2	35.3	1.4	1.4	0.5	0.1	0.1
3	홋카이도	3,037.1	7.5	1,154.9	7.6	994.3	4.6	100.9	4.0	-	-	1.6	1.7
4	아이치	2,076.6	5.1	361.6	2.4	449.1	2.1	315.5	12.6	18.5	7.0	0.7	0.7
5	후쿠오카	1,967.2	4.8	708.2	4.7	1,089.2	5.0	82.9	3.3	10.0	3.8	0.0	0.0
6	지바	1,606.7	4.0	968.2	6.4	529.9	2.4	74.0	3.0	22.4	8.5	1.2	1.3
7	도치기	1,576.0	3.9	542.8	3.6	791.4	3.6	171.1	6.8	2.4	0.9	6.8	7.2
8	미야자키	1,448.4	3.6	813.0	5.4	572.8	2.6	46.6	1.9	3.4	1.3	1.3	1.4
9	고치	1,360.8	3.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	시즈오카	1,306.1	3.2	56.0	0.4	1,110.2	5.1	102.6	4.1	37.3	14.2	0.0	0.0

\* 출처: 「유리실 및 하우스 설치 실면적」, 일본 농림수산성(2018)

- 비막이시설<sup>2)</sup> 면적은 전년 대비 7.4% 감소한 1만 383ha로 채소용(48.4%)과 과수용(45.5%)의 비중이 유사하게 나타남

〈표 1-5〉 비막이시설 설치면적 추이(2009~2018)

(단위: ha, %)

구분	2009	2012	2014	2016	2018	비중	전년비 (16/18)	연평균 (09/18)
계	13,538	10,910	10,587	11,214	10,383	100.0	△7.4	△6.4
채소용	6,639	5,086	4,929	5,409	5,021	48.4	△7.2	△6.7
화훼용	1,190	687	851	872	642	6.2	△26.4	△14.3
과수용	5,709	5,138	4,808	4,934	4,720	45.5	△4.3	△4.6

\* 출처: 「원예용 시설의 설치 실면적 및 재배 연면적 추이」, 일본 농림수산성(2018)

- 2) 보온목적이 아닌 비로 인한 작물의 젖음 등을 방지함과 동시에 관개로 양수분의 흡수를 적정하게 조절하는 것을 목적으로, 노지재배 시 간이 파이프 하우스 또는 지주 겸용의 간이 우산형 프레임으로 작물의 상부만을 피복하는 시설

- 유리실<sup>3)</sup> 면적은 전년 대비 4.1% 감소한 1,595ha로, 화훼용(51.4%)의 비중이 가장 높으며 채소용 49.7%로 집계
  - 일본 정부의 저비용·고도환경제어 시설 구축 목표로 인해 비교적 설치 비용이 높은 유리실의 면적이 감소세인 것으로 분석됨

〈표 1-6〉 유리실 설치 실면적 추이(2009~2018)

(단위: ha, %)

구분	2009	2012	2014	2016	2018	비중	전년비 (16/18)	연평균 (09/18)
계	2,039	1,889	1,658	1,663	1,595	100.0	△4.1	△6.0
채소용	811	797	753	792	764	47.9	△3.5	△1.5
화훼용	1,096	962	862	840	820	51.4	△2.4	△7.0
과수용	131	130	43	31	11	0.7	△64.5	△46.2

\* 출처: 「원예용 시설의 설치 실면적 및 재배 연면적 추이」, 일본 농림수산성(2018)

〈표 1-7〉 지역별 유리실 설치 현황(2018)

(단위: ha)

순위	지역	계	비중	채소		화훼		과수	
				면적	비중	면적	비중	면적	비중
	전국	1,595.1	100.0	764.3	100.0	819.6	100.0	11.2	100.0
1	아이치	588.9	36.9	222.4	29.1	364.9	44.5	1.5	13.4
2	지바	111.2	7.0	54.7	7.2	56.1	6.8	0.4	3.6
3	시즈오카	87.8	5.5	73.6	9.6	14.1	1.7	0.1	0.9
4	가나가와	83.3	5.2	39.6	5.2	43.4	5.3	0.3	2.7
5	후쿠오카	81.9	5.1	54.1	7.1	27.3	3.3	0.5	4.5
6	군마	71.0	4.5	41.8	5.5	29.2	3.6	0.0	0.0
7	후쿠시마	48.5	3.0	38.5	5.0	10.0	1.2	0.0	0.0
8	구마모토	44.8	2.8	15.6	2.0	29.2	3.6	0.0	0.0
9	오이타	29.3	1.8	14.0	1.8	15.3	1.9	-	-
10	효고	27.9	1.7	9.7	1.3	18.1	2.2	0.1	0.9

\* 주1: -는 사실이 없음

\* 출처: 「유리실 및 하우스 설치 실면적」, 일본 농림수산성(2018)

3) 유리로 피복된 시설로서 그 안에서 재배되는 작물의 비배관리를 사람이 통상적인 작업 자세로 그 안에 들어간 채로 할 수 있는 동고가 있는 것

## 다. 국가지원 및 정책

### ■ 시설원의 생산성 제고, 환경제어, 경영구조 개선 및 에너지 비용 절약 등을 위한 차세대 시설원에 모델 구축

- 네덜란드의 시설원예를 롤모델로 ① 고급 환경제어 기술 도입 ② 고용 인력을 활용한 규모 확대 ③ 지역 에너지 활용을 통한 차세대 시설원에 모델을 도입함

고급 환경제어 기술 도입	시설원예의 수확량 증가를 위해 기후에 맞게 내후성을 높인 온실에서 ITC를 활용하여 여러 환경 요소를 복합적으로 제어함
고용 인력을 활용한 규모 확대	인력을 효율적으로 배치 및 활용하기 위해 고용 인력 육성, 효율적 생산 및 경영규모 확대
지역 에너지 활용	공장 등의 폐열, 목질계 바이오매스, 지열 등을 활용하여 화석연료에 대한 의존도를 낮춰 경영 안정화 도모

- 지역별 재배환경에 적합한 시설원예 환경 조성을 위해 전국 10개 지역을 거점으로 인프라를 구축하여 데이터를 수집함
  - 일본 정부는 차세대 시설원예 거점을 운영하며 확보한 데이터를 통해 시설원예의 전국적 확산을 목표로 함

시설원예 환경 개선을 위한 데이터 수집	하우스 내 환경, 작물의 생육, 연료 사용량 등의 데이터
경영수지 개선을 위한 데이터 수집	차세대 시설원예 농법을 통한 10a당 수량, 화석연료 저감률, 종사자 1인당 수익률 등의 데이터

- 이 외에도 나가사키현에 대규모 원예시설을 조성해 전국적인 시설원예 확대를 도모하고자 함

### ■ 「차세대 시설원예 확대 지원사업」을 통해 시설원예의 생산성 향상 및 규모 확대를 위한 종사자의 기술 습득 지원

- 시설원예 농가의 생산성 향상 및 경영규모 확대를 목표로 시설원예 기술을 교육하고 교부금과 연계해 비용을 지급함
  - 차세대 시설원예 거점 사업의 성과를 전국으로 공유해 전국의 시설원예 효율성을 높이고, 종사자들에 대한 관련 교육을 진행함

- 농지와 시설의 통합을 지원하고 일본 정부의 '강한 농업 만들기 교부금'과 연계하여 온실의 정비를 지원함으로써 관리비용을 절감할 수 있도록 함

■ 「스마트 그린하우스 전환」사업을 통해 데이터에 기반한 농업 체제 구축, 데이터 구동형 농업의 실천 및 보급 지원

- 여러 산지에서 수집된 데이터를 분석하여 생산성과 수익성을 향상할 수 있는 체제를 구축하는 사업으로, ① 환경 모니터링 장치 및 환경제어 장치의 설치, ② 기존 하우스의 개조를 통한 스마트 그린하우스로의 전환 등을 지원함
  - 이를 통해 시설원에 종사자들이 환경제어를 위한 기술을 습득할 수 있도록 하며 스마트 그린하우스 운영 데이터를 기반으로 노하우를 전수함

■ 시설원에 발전을 위한 다양한 예산이 배정되어 추진됨

- 2020년 '강한 농업·담당자 만들기 교부금'에는 296억 엔(한화 약 3,264억 원)의 예산이 책정됨
  - 생산지 기반 시설에 대한 정비를 보조하는 사업으로, 집출하 저장시설, 농산물 처리가공시설, 생산 기술 고도화 시설 등에 대한 인프라 구축을 지원함
  - ICT 로봇 기술 등 스마트 기술의 도입 및 활용을 위한 시설 정비를 지원하여 대규모 스마트 시설원에 추진이 가능하도록 함
- 교부금은 중앙정부에서 각 도도부현별에 지급하며, 이후 지방자치단체에서 시정촌과 농업인조직단체 등 사업주체에 지급함
- '산지 생산 기반 파워업 사업'의 2019년 예산은 348억 엔(한화 약 3,838억 원)이 배정됨
  - 시설원의 수익성 향상을 위해 고수익 작물 재배 체계로의 전환에 필요한 시설 정비, 기계 및 장비 임대 도입 등에 필요한 경비 등을 지원함
  - 생산기반 강화를 위해 기존 하우스를 신규 취농자 등에 상속하기 위한 재정비용, 기술 계승을 위한 실증 및 연수에 필요한 경비와 같은 항목도 보조 대상에 포함됨

■ 미래의 시설원에 생산성 향상과 규모 확대를 위해 인공지능 등 혁신적 기술 및 시스템의 개발 및 도입을 목표로 함

- 수확 예측 및 자동수확 등 AI와 로봇기술 등의 첨단 기술을 시설원에 인프라에 도입해 새로운 시스템을 구축하고자 함

## 2 주요 생산작물

### 가. 시설원예 농산물 생산현황

- 2018년 시설원예를 통한 작물 생산량은 전년 대비 7.8% 감소한 455만 9,894톤으로, 화훼류(59.3%), 채소류(38.7%), 과일류(2.0%) 순으로 집계

〈표 1-8〉 시설원예 작물 생산량 총계 추이(2009~2018)

(단위: 톤, %)

구분	2009	2012	2014	2016	2018	비중	증감률	
							전년비 (16/18)	연평균 (09/18)
계	6,030,971	5,404,398	5,053,373	4,945,211	4,559,894	100.0	△7.8	△6.8
채소	2,084,257	2,005,099	1,773,614	1,797,665	1,763,818	38.7	△1.9	△4.1
화훼	3,825,635	3,234,556	3,174,763	3,052,692	2,705,819	59.3	△11.4	△8.3
과수	121,078	164,743	104,996	94,854	90,257	2.0	△4.8	△7.1

\* 출처: 일본 농림수산성(2018)

- 시설원예를 통한 채소 생산량은 176만 3,818톤으로 토마토(31.9%), 오이(18.8%), 딸기(7.6%)의 비중이 높음

〈표 1-9〉 채소류 시설원예 생산량(2018)

(단위: 톤, %)

순위	품목	수확량	비중	순위	품목	수확량	비중
	합계	1,763,818	100.0	6	수박	79,480	4.5
1	토마토	561,877	31.9	7	멜론	70,663	4.0
2	오이	331,924	18.8	8	시금치	69,588	3.9
3	딸기	134,796	7.6	9	파	42,445	2.4
4	가지	111,729	6.3	10	부추	31,147	1.8
5	피망	83,200	4.7		기타	246,969	14.0

\* 출처: 일본 농림수산성(2018)

- 시설원예로 재배된 과일 생산량은 총 12만 1,913톤, 포도(26.0%), 기타 감귤류(21.0%), 밀감(15.2%) 순으로 집계

〈표 1-10〉 과일류 시설원예 생산량(2018)

(단위: 톤, %)

순위	품목	수확량	비중	순위	품목	수확량	비중
	합계	121,913	100.0	6	무화과	2,204	1.8
1	포도	31,656	26.0	7	앵두	2,037	1.7
2	기타 감귤류	25,550	21.0	8	감	810	0.7
3	온주 밀감	18,498	15.2	9	복숭아	606	0.5
4	배	4,516	3.7	10	비파	373	0.3
5	망고	2,701	2.2		기타	32,962	27.0

\* 출처: 일본 농림수산성(2018)

- 화훼류 생산량은 270만 5,879톤으로 국화(31.5%)와 분재류(17.5%)의 비중이 높게 나타남
  - 화훼 생산농가는 5.8만 가구, 총 생산액은 3,687억 엔(한화 약 3조 9,667억 원)으로 집계
  - 가장 많이 생산되는 품목은 절화 2,078억 엔(한화 약 2조 2,356억 원), 분재 971억 엔(한화 약 1조 447억 원), 모종 308억 엔(한화 약 3,314억 원), 꽃나무 206억 엔(한화 약 2,216억 원) 순

〈표 1-11〉 화훼류 시설원예 생산량(2018)

(단위: 톤, %)

순위	품목	수확량	비중	순위	품목	수확량	비중
	합계	2,705,879	100.0	4	카네이션	223,509	8.3
1	국화	852,762	31.5	5	스테티스	91,982	3.4
2	분재류	472,375	17.5	6	백합(꽃꽂이용)	87,479	3.2
3	장미	245,849	9.1	7	꽃도라지	79,543	2.9

\* 출처: 일본 농림수산성(2018)

## 나. 시설원에 농산물 유통현황

- 시설원에 농산물은 도매업자로부터 중간도매업자와 매매참가인을 통해 일반 소매점, 외식·가공 등 식품산업, 대량판매점 등의 유통채널을 거치는 것으로 나타남
  - 도매업자와 중간도매업자를 경유하는 농산물은 크게 채소가게 등 일반소매점, 대량판매점 등 대규모 소매점, 식품사업자에게 유통됨
    - 청과물의 경우 반수 이상인 66.3%가 대량판매점, 생협, 급식사업자 등 대규모 소매점을 통해 유통되고 있음
      - 그 외 일반 소매점이 18.2%, 가공업·외식 등 식품사업자는 15.5% 차지
    - 화훼의 경우 청과물에 비해 비교적 고른 분포를 보이는데, 일반 소매점의 비중이 45.9%로 가장 높음
      - 대규모 소매점의 비중은 30.4%, 가공업자 등은 23.7%로 집계됨
  - 매매참가인을 경유하는 농산물은 중간도매업자를 통한 것보다 더욱 다양한 유통채널에서 판매되고 있음
    - 청과물이 매매참가인을 통해 가장 많이 유통되는 채널은 채소가게 등 일반소매점으로, 63.2%의 비중을 차지함
      - 그 외 외식·급식 등 13.5%, 대량판매점 9.9%, 타 시장 도매업자 3.9%, 가공업자 2.7%, 기타 6.8% 순임
    - 화훼의 일반 소매점 유통 비율은 86.9%로 일반 소매점이라는 확고한 유통채널을 보유한 것으로 드러남
      - 일반 소매점을 제외하고는 대부분 유사한 수준이며, 가공업자의 비율이 0.6%로 특히 낮게 나타남

### 3 시설원에 작물 수입현황<sup>4)</sup>

■ 시설원에 주요 농산물 중 채소류<sup>5)</sup>의 수입액은 3억 5,966만 5,000달러(한화 약 4,181억 원)로 전년도와 보합세(△0.1%)

- 시설원예로 생산되는 주요 채소류의 수입은 단고추류(피망 포함)의 규모가 가장 크게 나타나 1억 2,871만 2,000달러(한화 약 1,496억 원)로 집계
  - 단고추류 수입액 중 75.4%는 한국산 파프리카로, 총 9,709만 6,000달러(한화 약 1,129억 원) 규모
  - 네덜란드와 뉴질랜드산 단고추류 수입 비중은 각각 13.6%와 10.3%이나 한국산 대비 높은 가격(kg당 4.0달러, 4.4달러)에 수입됨
- 시금치(냉동) 7,125만 8,000달러(한화 약 828억 원), 파 6,510만 4,000달러(한화 약 757억 원), 토마토 3,483만 8,000달러(한화 약 405억 원), 딸기 3,338만 3,000달러(한화 약 388억 원) 순
  - 냉동 시금치의 주요 수입국은 중국(90.1%)으로 한국산은 수입되지 않는 것으로 확인되며, 수입 파는 전량 중국산으로 나타남
  - 토마토의 주요 수입국은 한국(42.7%), 뉴질랜드(14.7%), 멕시코(13.0%), 딸기는 미국(80.4%)에서 주로 수입됨
- 이 중 한국산 수입 비중이 높은 품목은 토마토, 오이, 가지, 단고추류(파프리카)로 나타남
  - 품목별 한국산 비중은 토마토 42.7%, 오이 45.7%, 단고추류 75.4%이며 가지 수입은 전량 한국산에 의존

4) 일본의 시설원예 생산작물 수입 현황에 대한 통계 데이터는 존재하지 않으며, 일본에서 시설원예를 통해 생산된 주요 작물의 전체 수입량(시설원예생산작물+노지생산작물 등)을 바탕으로 작성함

5) 토마토, 오이, 딸기, 가지, 피망(단고추류), 수박, 멜론, 시금치(냉동), 파 등 9개 품목의 전체 수입 현황을 기준으로 함

〈표 1-12〉 채소류 품목별 수입 및 수입 상위 3개국 현황(2018~2019)

(단위: 톤, %, 천 달러, %, 달러/kg)

품목	국가	2018					2019				
		물량	비중	금액	비중	단가	물량	비중	금액	비중	단가
9개 품목 합계		199,297.2	-	385,776.0	-	1.9	189,062.4	-	359,665.0	-	1.9
토마토	계	9,198	100.0	34,169	100.0	3.7	9,378	100.0	34,838	100.0	3.7
	한국	4,807	52.3	13,917	40.7	2.9	5,011	53.4	14,873	42.7	3.0
	뉴질랜드	1,082	11.8	4,677	13.7	4.3	1,299	13.9	5,117	14.7	3.9
	멕시코	978	10.6	4,431	13.0	4.5	933	9.9	4,544	13.0	4.9
오이	계	13	100.0	75	100.0	5.8	37	100.0	138	100.0	3.7
	한국	5	38.5	21	28.0	4.2	22	59.5	63	45.7	2.9
	미국	7	53.8	51	68.0	7.3	9	24.3	58	42.0	6.4
	중국	1	7.7	3	4.0	3.0	5	13.5	14	10.1	2.8
딸기	계	3,281	100.0	33,575	100.0	10.2	3,189	100.0	33,383	100.0	10.5
	미국	3,042	92.7	29,880	89.0	9.8	2,759	86.5	26,846	80.4	9.7
	네덜란드	172	5.2	2,824	8.4	16.4	326	10.2	5,201	15.6	16.0
	멕시코	61	1.9	768	2.3	12.6	89	2.8	1,115	3.3	12.5
	한국(4위)	6	0.2	94	0.3	15.7	2	0.1	40	0.1	20.0
가지	계	44	100.0	114	100.0	2.6	74	100.0	158	100.0	2.1
	한국	39	88.6	83	72.8	2.1	74	100.0	158	100.0	2.1
	네덜란드	5	11.4	31	27.2	6.2	-	-	0	0.0	-
단고추류	계	40,557	100.0	135,699	100.0	3.3	43,005	100.0	128,712	100.0	3.0
	한국	31,892	78.6	96,851	71.4	3.0	35,446	82.4	97,096	75.4	2.7
	네덜란드	5,444	13.4	24,087	17.8	4.4	4,350	10.1	17,537	13.6	4.0
	뉴질랜드	3,075	7.6	14,070	10.4	4.6	3,040	7.1	13,272	10.3	4.4
수박	계	265	100.0	381	100.0	1.4	125	100.0	266	100.0	2.1
	호주	-	-	0	0.0	-	68	54.4	140	52.6	2.1
	한국	82	30.9	152	39.9	1.9	18	14.4	54	20.3	3.0
	멕시코	43	16.2	47	12.3	1.1	30	24.0	51	19.2	1.7
멜론	계	27,222	100.0	26,991	100.0	1.0	21,641	100.0	25,808	100.0	1.2
	멕시코	17,582	64.6	14,671	54.4	0.8	10,934	50.5	11,102	43.0	1.0
	온두라스	1,416	5.2	2,186	8.1	1.5	2,322	10.7	3,827	14.8	1.6
	미국	4,418	16.2	4,798	17.8	1.1	3,505	16.2	3,708	14.4	1.1
	한국(금액6위)	178	0.7	596	2.2	3.3	236	1.1	815	3.2	3.5
시금치 (냉동)	계	51,796	100.0	76,720	100.0	1.5	49,287	100.0	71,258	100.0	1.4
	중국	47,564	91.8	67,830	88.4	1.4	46,013	93.4	64,201	90.1	1.4
	이탈리아	859	1.7	2,127	2.8	2.5	1,070	2.2	2,587	3.6	2.4
	대만	1,316	2.5	2,958	3.9	2.2	772	1.6	1,692	2.4	2.2
파	계	66,921	100.0	78,052	100.0	1.2	62,326	100.0	65,104	100.0	1.0
	중국	66,898	100.0	78,028	100.0	1.2	62,319	100.0	65,090	100.0	1.0
	베트남	23	0.0	24	0.0	1.1	6	0.0	4	0.0	0.7
	대만	-	-	0	0.0	-	2	0.0	10	0.0	4.9
부추 (냉동)	계	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	중국	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	기타	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\* 주1: 부추는 전량 냉동으로 수입되며, 2015년 기준 2,047톤 중 98.8%인 2,022톤이 중국(2017년 자료)

\* 주2: -는 계산오류 혹은 수입량이 없음

\* 출처: ITC Trademap

■ 시설원에 주요 농산물 중 화훼류<sup>6)</sup> 수입액은 2억 4,704만 4,000달러(한화 약 2,872억 원)로 집계

- 국화 수입액이 1억 3,485만 4,000달러(한화 약 1,568억 원)로 가장 높으며, 카네이션 9,168만 3,000달러(한화 약 1,066억 원), 장미 1,784만 5,000달러(한화 약 207억 원), 백합 266만 2,000달러(한화 약 31억 원) 순
  - 품목별 주요 수입국은 국화→말레이시아(60.4%), 카네이션→콜롬비아(75.4%), 장미→케냐(49.6%)로 나타나며, 백합은 한국산 비중 81.0% 차지
- 백합 외 품목의 한국산 비중은 미미한 편으로 장미 4.4%, 국화 0.4%에 불과

〈표 1-13〉 화훼류 품목별 수입 및 수입 상위 3개국 현황(2018~2019)

(단위: 톤, %, 천 달러, %, 달러/kg)

품목	국가	2018					2019				
		물량	비중	금액	비중	단가	물량	비중	금액	비중	단가
4개 품목 합계		34,948.00	-	246,485.0	-	7.1	35,489.0	-	247,044.0	-	7.0
국화	계	21,539	100.0	127,048	100.0	5.9	22,592	100.0	134,854	100.0	6.0
	말레이시아	11,577	53.7	75,981	59.8	6.6	11,816	52.3	81,470	60.4	6.9
	베트남	4,905	22.8	23,705	18.7	4.8	5,930	26.2	27,834	20.6	4.7
	중국	4,390	20.4	23,243	18.3	5.3	4,569	20.2	23,674	17.6	5.2
	한국(금액5위)	155	0.7	873	0.7	5.6	108	0.5	520	0.4	4.8
장미	계	2,171	100.0	19,363	100.0	8.9	2,050	100.0	17,845	100.0	8.7
	케냐	837	38.6	9,288	48.0	11.1	807	39.4	8,848	49.6	11.0
	에티오피아	302	13.9	2,750	14.2	9.1	344	16.8	2,915	16.3	8.5
	한국	363	16.7	799	4.1	2.2	366	17.9	783	4.4	2.1
카네이션	계	10,356	100.0	96,081	100.0	9.3	10,189	100.0	91,683	100.0	9.0
	콜롬비아	7,028	67.9	71,323	74.2	10.1	7,008	68.8	69,122	75.4	9.9
	중국	2,025	19.6	14,605	15.2	7.2	2,050	20.1	13,828	15.1	6.7
	에콰도르	943	9.1	7,366	7.7	7.8	910	8.9	7,180	7.8	7.9
	한국(금액8위)	0	0.0	2	0.0	-	-	-	0	0.0	-
백합	계	882	100.0	3,993	100.0	4.5	658	100.0	2,662	100.0	4.0
	한국	768	87.1	3,285	82.3	4.3	581	88.3	2,155	81.0	3.7
	베트남	47	5.3	386	9.7	8.2	52	7.9	397	14.9	7.6
	대만	58	6.6	259	6.5	4.5	23	3.5	88	3.3	3.8

\* 주1: 4개 품목을 제외한 꽃은 모두 4.5억 송이 수입(2017)

\* 주2: 분재류는 수입이 없는 것으로 보임

\* 주3: -는 계산오류 혹은 수입량이 없음

\* 출처: ITC Trademap

6) 국화, 장미, 카네이션, 백합 4개 품목의 전체 수입 현황을 기준으로 함

■ 시설원에 주요 농산물 중 과일류<sup>7)</sup> 수입액은 2억 2,184만 1,000달러(한화 약 2,580억 원)

- 포도 수입액이 1억 3,101만 2,000달러(한화 약 1,523억 원)로 가장 높고, 앵두 3,954만 6,000달러(한화 약 460억 원), 망고 3,581만 7,000달러(한화 약 417억 원), 귤 1,422만 달러(한화 약 165억 원) 순
- 수입 과일류 중 한국산은 거의 없으며 귤 0.1%가 유일

〈표 1-14〉 과일류 품목별 수입 및 수입 상위 3개국 현황(2018~2019)

(단위: 톤, %, 천 달러, %, 달러/kg)

품목	국가	2018					2019				
		물량	비중	금액	비중	단가	물량	비중	금액	비중	단가
7개 품목 합계		56,151.5	-	193,896.0	-	3.5	65,819.1	-	221,841.0	-	3.4
포도	계	37,095	100.0	106,360	100.0	2.9	46,716	100.0	131,012	100.0	2.8
	미국	15,858	42.7	49,868	46.9	3.1	16,953	36.3	53,329	40.7	3.1
	호주	10,811	29.1	31,445	29.6	2.9	13,513	28.9	40,171	30.7	3.0
	칠레	9,165	24.7	19,894	18.7	2.2	13,444	28.8	27,487	21.0	2.0
귤	계	7,799	100.0	15,797	100.0	2.0	7,245	100.0	14,220	100.0	2.0
	호주	3,481	44.6	6,644	42.1	1.9	3,761	51.9	6,692	47.1	1.8
	미국	3,619	46.4	7,695	48.7	2.1	2,801	38.7	6,025	42.4	2.2
	이스라엘	578	7.4	1,095	6.9	1.9	583	8.0	1,163	8.2	2.0
	한국	0	0.0	2	0.0	-	0	0.0	18	0.1	-
망고	계	7,692	100.0	35,201	100.0	4.6	7,535	100.0	35,817	100.0	4.8
	멕시코	3,464	45.0	11,992	34.1	3.5	3,361	44.6	11,995	33.5	3.6
	태국	2,036	26.5	10,523	29.9	5.2	2,096	27.8	11,327	31.6	5.4
	페루	713	9.3	2,676	7.6	3.8	715	9.5	3,250	9.1	4.5
무화과	계	3.5	100.0	31	100.0	8.8	4.1	100.0	39	100.0	9.4
	미국	3.5	100.0	31	100.0	8.8	4.1	100.0	39	100.0	9.4
	멕시코	-	-	0	0.0	-	-	-	0	0.0	-
앵두	계	3,266	100.0	34,897	100.0	10.7	4,109	100.0	39,546	100.0	9.6
	미국	3,174	97.2	33,696	96.6	10.6	3,958	96.3	37,620	95.1	9.5
	칠레	35	1.1	534	1.5	15.3	51	1.2	760	1.9	14.9
	뉴질랜드	26	0.8	302	0.9	11.6	45	1.1	537	1.4	11.9
감	계	14	100.0	84	100.0	6.0	24	100.0	116	100.0	4.8
	미국	7	50.0	37	44.0	5.3	13	54.2	54	46.6	4.2
	뉴질랜드	8	57.1	47	56.0	5.9	11	45.8	62	53.4	5.6
	이스라엘	-	-	0	0.0	-	-	-	0	0.0	-
복숭아	계	282	100.0	1,526	100.0	5.4	186	100.0	1,091	100.0	5.9
	미국	282	100.0	1,526	100.0	5.4	186	100.0	1,091	100.0	5.9

\* 주1: -는 계산오류 혹은 수입량이 없음  
 \* 주2: 비파는 수입이 이루어지지 않거나 미미한 것으로 보임  
 \* 주3: 배의 경우 2015년 이후 수입실적 없음  
 \* 출처: ITC Trademap

7) 포도, 귤, 망고, 무화과, 앵두, 감, 복숭아 7개 품목의 전체 수입 현황을 기준으로 함

## 4 한국산 대체가능 작물 선정

- 일본의 주요 시설원에 생산작물 중 한국산의 對일본 수출 가능 품목 채소류 10개, 화훼류 4개, 과일류 4개로 집계
  - (채소류) 토마토, 오이, 딸기, 가지, 피망(단고추류 포함), 수박, 멜론, 시금치, 파, 부추 등 10개 품목 對일본 수출 가능
  - (화훼류) 국화, 장미, 카네이션, 백합 4개 품목 수출 가능, 스타티스와 꽃도라지는 검역협상 미타결로 수출 불가
  - (과일류) 포도, 감귤류, 감, 복숭아 4개 품목을 제외한 배, 망고, 무화과, 앵두, 비파 수출 불가
- 우리나라 시설원에 생산량이 확인되는 품목은 채소류 10개 품목에 불과
  - 파프리카를 포함한 단고추류 피망 수출액이 9,268만 6,000 달러(한화 약 1,035억 원)로 가장 큰 규모를 보이며, 토마토 수출액 1,426만 7,000달러(한화 약 159억 원)로 뒤를 이음
- 일본은 대체로 주요 농산물에 대한 자급률이 높은 편이며, 우리나라 대비 시설원예를 통한 농산물 생산이 비교적 활발하게 이뤄지는 편
  - 더욱이 자국산에 대한 선호도 매우 높은 시장 특징으로, 한국산 시설원예 대체 품목 선정에 한계 존재
  - 화훼류 및 과일 역시 일본산 대비 품질경쟁력 미비하고 일부 품목의 경우 로열티 문제 존재해 시장 확대 가능성 낮을 것으로 판단됨

〈표 1-15〉 품목별 對일본 수출가능여부, 국내 생산규모, 수출규모

(단위: 톤, 천본, 천분, 천 달러)

구분	품목	HS Code	수출 가능 여부	시설원에 생산량 (2018)	전체 생산량 (2019)	수출규모(천 달러)		
						(2017)	(2018)	(2019)
채소류	토마토	0702	○	388,657	-	11,011	13,255	14,267
	오이	0707	○	342,365	-	49	26	110
	딸기	0810.10	○	181,894	-	119	89	40
	가지	0709.30	○	16,985	-	77	107	225
	피망(단고추류)	0709.60	○	75,138	-	90,744	93,223	92,686
	수박	0807.11	○	400,091	-	108	148	54
	멜론	0807.19	○	35,236	-	964	649	841
	시금치	0709.70	○	42,868	-	-	-	-
	파	0703.90	○	76,630	-	-	-	-
	부추		○	49,204	-	-	-	-
화훼류	국화	0603.14	○	-	133,553천본	1,944	1,437	999
	장미	0603.11	○	-	104,517천본	1,859	1,576	1,622
	카네이션	0603.12	○	-	3,298천본	0	8	8
	스태티스	-	×	-	수출불가	수출불가	수출불가	수출불가
	백합	0603.15	○	-	17,170천본	8,206	6,896	6,026
	꽃도라지		×	-	수출불가	수출불가	수출불가	수출불가
과일류	포도	0806	○	-	166,159	0	0	18
	감귤류	0805	○	-	629,785	15	0	3
	배	-	×	-	수출불가	수출불가	수출불가	수출불가
	망고	-	×	-	수출불가	수출불가	수출불가	수출불가
	무화과	-	×	-	수출불가	수출불가	수출불가	수출불가
	앵두	-	×	-	수출불가	수출불가	수출불가	수출불가
	감	0810.70	○	-	258,874	0	0	0
	복숭아	-	○	-	210,345	0	0	0
	비파	0809.30	×	-	수출불가	수출불가	수출불가	수출불가

\* 주: 화훼류 생산량 천본/천분 기준, 과일류 생산량 톤 기준

\* 출처: 「2020 신선 농산물 수출검역 요건」, 농림축산검역본부, 통계청, ITC Trademap

## Ⅱ 홍콩 시설원에 작물 시장현황

### 1 시설원에 현황

#### 가. 시설원에 규모 및 유형

■ 홍콩의 시설원에 규모는 공식적으로 확인되지 않으며, 온실과 수경재배가 주를 이룸

- 온실<sup>8)</sup>은 가장 보편적인 시설원에 유형으로, 방울토마토, 파프리카, 오이, 멜론, 백합, 난초 등 다양한 원예 작물 재배에 적합
  - 온실 내부환경을 작물에 따라 적절하게 조성할 수 있도록 냉각판, 환기시설, 빛가리개, 관개시설, 안개조성시설(습도 조절) 등을 설치함
  - 시설의 설치에 따라 내부 환경을 자유롭게 조절할 수 있어 여름의 고온다습한 기후에서도 재배 가능한 열 내성이 강한 작물이 주로 재배됨

〈그림 Ⅱ-1〉 홍콩 온실 시설(Controlled Environment Greenhouse)



\* 출처: 홍콩 농업수산자원보존부(AFCD)

8) 방청도료(철재가 녹이 스는 것을 방지하기 위해 사용하는 페인트)를 칠한 철 소재의 뼈대에 피복재를 덮은 형태로, 피복재의 소재에 따라 폴리카보네이트(Polycarbonate), 폴리에틸렌(Polyethylene)으로 분류됨

- 수경재배시설<sup>9)</sup>은 온실 대비 보급률이 낮은 것으로 확인<sup>10)</sup>, 수경재배의 개선 및 생산작물 다양화를 위한 연구가 진행 중
  - 현재 홍콩의 수경재배연구소에서는 에너지 효율이 좋고 발열이 적은 LED를 활용한 작물 성장촉진 등의 실험을 진행하고 있으며, 연구 결과를 반영하여 수경재배 시설을 다각적으로 개선할 계획
  - 붉은 코마츠나, 물냉이, 번행초, 브로콜리 등의 잎채소가 수경재배시설을 통해 재배되며, 재배된 채소류는 무농약 프리미엄 상품으로 판매됨

〈그림 11-2〉 홍콩 수경 재배 시설(Controlled Environment Hydroponics)



\* 출처: 홍콩 농업수산자원보존부(AFCD)

## 나. 국가지원 및 정책

### ■ 2014년 12월부터 「홍콩의 지속 가능한 농업 발전」 전략을 통해 시설원예를 지원하고 있음

- 홍콩 농업수산자원보존부(AFCD)는 채소마케팅협회(VMO)와 협력하여 시설원예와 수경재배를 지원함
  - VMO(Vegetable Marketing Organization)는 농작물 생산과 생산설비개발을 위한 자금 및 온실 구축 비용을 지원함
  - 또한 농업수산자원보존부와의 협업으로 시설재배를 통해 양질의 채소류를 생산하기 위해 다양한 시설원예 관련 연구를 진행하고 있음
    - 특히 수경재배 관련 연구가 활발히 진행 중이며, 수경 재배에 적합한 원예 품종을 발굴해 홍콩 농업 발전을 이룩하고자 함
- 홍콩 정부는 본 전략을 통해 농업의 현대화 및 농산물 자급률 제고를 도모하고자 함

9) 흙 대신 물과 수용성 배양액을 사용해 작물을 재배하는 것으로 단열재를 설치한 실내 공간에 수경재배 시설을 설치하며, 온습도, 빛, 배양액, 산소와 이산화탄소의 비율을 조절하여 작물의 성장에 가장 적합한 환경을 조성함

10) 정확한 비중과 보급률은 집계되지 않음

## 2 주요 생산작물

### 가. 시설원예 농산물 생산현황

- 시설원예를 통한 작물 생산량은 집계되지 않으며, 내수 소비되는 농산물은 대부분 수입산으로 총당
  - 국토와 농경지의 면적이 적어 농산물 생산량이 극미하기 때문에 대부분의 농산물을 수입에 의존
    - 2018년 홍콩산 채소가 홍콩의 당해 채소 소비량(전체)에서 차지하는 비중은 1.8%에 불과함
- 시설원예를 통한 대표적인 재배 작물은 (채소류) 토마토, 오이, 파프리카, 멜론, 딸기, (화훼류) 백합, 국화, 난초 등<sup>11)</sup>

채소류	토마토	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시설원예를 통한 대표적인 재배작물로, 온습도, 빛 등 작물의 생장에 유리한 환경 조성이 가능해 시설원예로 재배됨</li> <li>• (참고) 2018년 홍콩의 토마토 총 생산량(시설원예 포함) : 약 38톤</li> </ul>
	오이	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시설원예 재배 시 습도 조절이 가능하여 품질이 제고됨                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 오이는 습도에 약한 작물로, 지나치게 습하거나 건조한 환경에서는 생장에 어려움이 있으며, 습도가 높은 홍콩의 기후 특성을 극복하기 위해 시설원예를 통해 재배됨</li> </ul> </li> <li>• 일부 품종(White Bitter Cucumber)은 시설원예를 통해 병충해 방제 및 유기농 생산이 가능하다는 장점으로 재배됨</li> <li>• (참고) 2018년 홍콩의 오이 총 생산량(시설원예 포함) : 약 1,897톤</li> </ul>
	파프리카	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 병충해 방제를 통한 품질 제고를 목적으로 일부 시설을 통해 재배되나, 기후가 파프리카 재배에 적합하지 않고 시설재배 역시 보편화되지 않아 생산량은 미미하며 대부분의 수요는 수입에 의존</li> </ul>

11) 각 품목별 시설원예 재배량에 대한 공식적인 데이터는 확인되지 않음

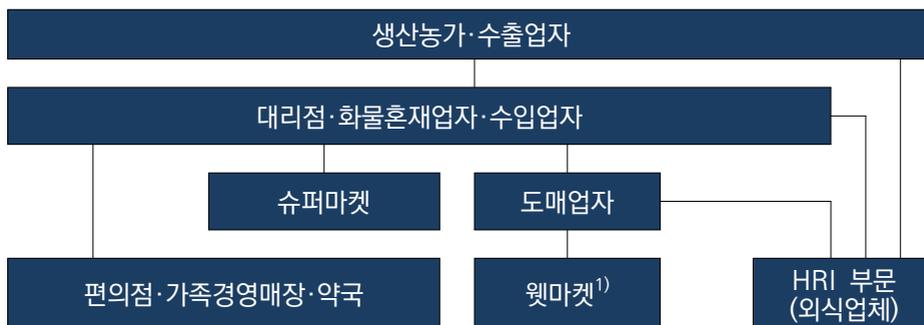
채소류	멜론	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생장환경조절(습도조절) 및 품질제고를 목적으로 시설원예를 통해 재배             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍콩의 습한 기후는 멜론의 생장을 저해할 우려가 있어 홍콩에서 생산되는 멜론은 대부분 시설원예를 통해 생산됨</li> </ul> </li> <li>• 연중생산을 통한 수익확보를 목적으로 시설원예로 재배하기도 함</li> </ul>
	딸기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보통 추운 기후에서 생장이 활발한 작물로, 시설재배를 통해 계절 및 기후에 영향을 받지 않아 연중생산을 목적으로 시설원예를 통해 재배됨</li> <li>• 생산량은 집계되지 않으나 극히 미미하며, 대량 생산보다는 딸기 따기 체험 등 체험형 농가가 주를 이룸</li> </ul>
화훼류	백합	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품질 제고 및 연중생산을 통한 수익 증대를 목적으로 시설원예를 통해 재배됨             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 백합은 시원한 기후(15~24℃)에서 가장 잘 자라며 주로 가을과 이른 봄에 노지 재배되었으나, 연중 생산하여 수익을 증대할 목적으로 시설 재배되기 시작</li> </ul> </li> </ul>
	국화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유기농 및 연중생산을 목적으로 시설 재배됨             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍콩에서 생산되는 국화는 주로 식용(다류 등 가공을 위한 재료)으로 활용되기 때문에 유기농 재배를 선호하는 편이며, 병충해 방제 등이 가능한 시설재배를 통해 유기농 국화를 생산함</li> <li>- 시설재배를 통한 연중생산으로 생산의 안정화 및 수익 증대를 도모함</li> </ul> </li> </ul>
	난초	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시설원예를 통한 재배가 확인되나 이 외 구체적인 정보는 확인되지 않으며, 주로 개인 소비용으로 일부 재배되는 것으로 나타남</li> </ul>

## 나. 시설원에 농산물 유통현황

### ■ 시설원에 농산물은 일반 농산물과 동일한 경로로 유통

- 생산농가·수입업체 > 유통업체(수입 유통업체) > 도소매 유통채널·외식업체 > 최종소비자의 구조를 보임

〈그림 II-3〉 홍콩 농식품 유통구조



\* 주: 신선육, 살아있는 생선, 기타 신선식품(과채류 등)을 판매하는 재래시장  
 \* 출처: aT 홍콩지사

### 시설원에 작물 수입현황<sup>12)</sup>

■ 2019년 시설원에 주요 농산물 중 채소류<sup>13)</sup> 수입액 1억 795만 8,000달러(한화 약 1,206억 원)로 집계, 파프리카의 경우 2018년 169만 7,000달러(한화 약 19억 원) 수입됨

- 딸기 수입액 5,937만 달러(한화 약 678억 원)로 전년 대비 7.4% 감소
  - 주요 수입국 일본(29.2%), 한국(28.7%), 미국(26.9%)로 상위 3개국 시장 점유율 높음
  - 일본산 딸기 수입단가 18.8달러(한화 약 21,477원)/kg로 최고가, 한국산 7.8달러(한화 약 8,911원)/kg, 미국산 7.3달러(한화 약 8,340원)/kg로 유사한 수준
- 토마토 수입액 전년 대비 1.4% 증가한 2,012만 9,000달러(한화 약 230억 원)로 가장 높은 비중 차지
  - 토마토 주요 수입국은 중국(54.9%), 네덜란드(26.2%)이며, 한국산 수입 비중은 0.4%에 불과
  - 네덜란드산 토마토 수입단가 kg당 6.2달러(한화 약 7,084원)로 가장 높은 수준, 뒤이어 한국 5.6달러(한화 약 6,399원)/kg, 태국 2.5달러(한화 약 2857원)/kg, 중국 0.5달러(한화 약 571원)/kg 순
- 멜론 수입액 전년 대비 12.0% 감소한 1,600만 달러(한화 약 183억 원)로 집계, 평균단가 1.7달러(한화 약 1,942원)/kg
  - 주요 수입국 온두라스(17.5%), 중국(9.1%), 멕시코(8.8%), 한국산 수입 비중 8.5%로 수입 상위 6위국에 위치
  - 한국산 수입단가 2.4달러(한화 약 2,742원)/kg로 최고 수준 기록, 온두라스 1.1달러(한화 약 1,257원)/kg, 멕시코 1.0달러(한화 약 1,142원)/kg, 중국 0.7달러(한화 약 780원)/kg 순
- 오이 수입액 1,245만 9,000달러(한화 약 142억 원)로 전년 대비 12.5% 감소

12) 홍콩의 시설원에 생산작물 수입 현황에 대한 통계 데이터는 존재하지 않으며, 홍콩에서 시설원예를 생산된 주요 작물의 전체 수입량을 바탕으로 작성함

13) 오이, 토마토, 멜론, 딸기, 파프리카를 기준으로 하며, 파프리카 수입통계는 2018년도(최신자료)를 기반으로 작성

- 주요 수입국 중국(83.5%), 일본(10.3%), 호주(1.4%) 순, 한국산 수입 비중 0.7%에 불과
- 오이 수입단가 일본산 kg당 6.9달러(한화 약 7,884원)로 가장 높은 수준, 뒤이어 한국산 4.6달러(한화 약 5,256원)/kg, 호주산 3.3달러(한화 약 3,771원)/kg 순
- 2018년(최신자료) 파프리카 수입액 전년 대비 24.9% 증가한 169만 7,000달러(한화 약 19억 원)
  - 주요 수입국 미국(37.5%), 캐나다(16.6%), 중국(14.1%)이며, 한국산 비중 8.2% 차지하며 수입 상위 4위에 위치

〈표 II-1〉 홍콩 시설원에 주요 품목별 수입 및 수입 상위 3개국 현황(2018~2019)

(단위: 톤, %, 천 달러, %, 달러/kg)

품목	국가	2018					2019				
		물량	비중	금액	비중	단가	물량	비중	금액	비중	단가
4개 품목 합계		84,130	-	116,368	-	-	71,515	-	107,958	-	-
딸기	계	7,399	100.0	64,082	100.0	8.7	6,618	100.0	59,370	100.0	9.0
	일본	1,036	14.0	19,614	30.6	18.9	922	13.9	17,349	29.2	18.8
	한국	2,106	28.5	16,760	26.2	8.0	2,186	33.0	17,030	28.7	7.8
	미국	2,622	35.4	18,534	28.9	7.1	2,178	32.9	15,993	26.9	7.3
토마토	계	25,648	100.0	19,858	100.0	0.8	23,449	100.0	20,129	100.0	0.9
	중국	24,194	94.3	12,492	62.9	0.5	21,801	93.0	11,041	54.9	0.5
	네덜란드	668	2.6	3,966	20.0	5.9	857	3.9	5,278	26.2	6.2
	태국	107	0.4	258	1.3	2.4	116	13.5	286	1.4	2.5
	한국(14)	20	0.1	152	0.8	7.6	14	12.1	79	0.4	5.6
멜론	계	11,369	100.0	18,187	100.0	1.6	9,627	100.0	16,000	100.0	1.7
	온두라스	2,497	22.0	2,691	14.8	1.1	2,650	27.5	2,796	17.5	1.1
	중국	2,693	23.7	3,142	17.3	1.2	2,095	21.8	1,449	9.1	0.7
	멕시코	2,103	18.5	2,236	12.3	1.1	1,473	15.3	1,402	8.8	1.0
	한국(6)	405	3.6	1,090	6.0	2.7	554	5.8	1,357	8.5	2.4
오이	계	39,714	100.0	14,241	100.0	0.4	31,821	100.0	12,459	100.0	0.4
	중국	39,307	99.0	12,512	87.9	0.3	31,428	98.8	10,402	83.5	0.3
	일본	176	0.4	972	6.8	5.5	187	0.6	1,285	10.3	6.9
	호주	58	0.1	152	1.1	2.6	52	0.2	169	1.4	3.3
	한국(7)	45	0.1	126	0.9	2.8	18	0.1	83	0.7	4.6
품목	국가	2017					2018				
		물량	비중	금액	비중	단가	물량	비중	금액	비중	단가
파프리카	계	-	-	1,359	100.0	-	-	-	1,697	100.0	-
	미국	-	-	356	26.2	-	-	-	636	37.5	-
	캐나다	-	-	303	22.3	-	-	-	281	16.6	-
	중국	-	-	195	14.3	-	-	-	239	14.1	-
	한국(4)	-	-	165	12.1	-	-	-	140	8.2	-

\* 출처: ITC Trademap

■ 화훼류<sup>14)</sup> 수입액 425만 6,000달러(한화 약 49억 원)로 전년 대비 32.3% 감소

- 국화 수입액 전체의 61.1% 차지, 전년 대비 39.7% 감소한 259만 9,000달러(한화 약 30억 원)로 집계
  - 주요 수입국 중국(48.6%)과 말레이시아(38.6%), 한국산 수입실적 확인되지 않음
- 난초(절화) 수입액 116만 9,000달러(한화 약 13억 원)로 전년 대비 37.7% 감소
  - 주요 수입국 대만(39.0%), 태국(31.7%), 네덜란드(20.9%)로, 한국산은 수입되지 않는 것으로 나타남
- 백합 수입액 전년 대비 364.8% 증가한 48만 8,000달러(한화 약 6억 원)
  - 주요 수입국 중국으로 전체 수입의 86.5% 차지하며, 네덜란드산 12.5%, 베트남산 0.8%로 집계

〈표 II-2〉 홍콩 화훼류 품목별 수입 및 수입 상위 3개국 현황(2018~2019)

(단위: 톤, %, 천 달러, %, 달러/kg)

품목	국가	2018					2019				
		물량	비중	금액	비중	단가	물량	비중	금액	비중	단가
3개 품목 합계		5,248	-	6,288	-	1.2	2,638	-	4,256	-	1.6
국화 (절화)	계	4,451	100.0	4,307	100.0	1.0	1,919	100.0	2,599	100.0	1.4
	중국	3,993	89.7	2,811	65.3	0.7	1,521	79.3	1,263	48.6	0.8
	말레이시아	396	8.9	1,165	27.0	2.9	337	17.6	1,004	38.6	3.0
	베트남	61	1.4	320	7.4	5.2	59	3.1	321	12.4	5.4
난초 (절화)	계	763	100.0	1,876	100.0	2.5	519	100.0	1,169	100.0	2.3
	대만	303	39.7	618	32.9	2.0	249	48.0	456	39.0	1.8
	태국	242	31.7	505	26.9	2.1	175	33.7	371	31.7	2.1
	네덜란드	150	19.7	450	24.0	3.0	70	13.5	244	20.9	3.5
백합 (절화)	계	34	100.0	105	100.0	3.1	200	100.0	488	100.0	2.4
	중국	14	41.2	34	32.4	2.4	184	92.0	422	86.5	2.3
	네덜란드	20	58.8	71	67.6	3.6	15	7.5	61	12.5	4.1
	베트남	-	-	0	-	-	0	-	4	0.8	-
품목	국가	2017					2018				
		물량	비중	금액	비중	단가	물량	비중	금액	비중	단가
난초 (분화)	계	-	-	1,462	100.0	-	-	-	1,186	100.0	-
	대만	-	-	1,297	88.7	-	-	-	1,077	90.8	-
	일본	-	-	120	8.2	-	-	-	101	8.5	-
	중국	-	-	41	2.8	-	-	-	7	0.6	-

\* 출처: ITC Trademap

14) 국화, 난초(분화 및 절화), 백합 수입통계 기준

#### 4 한국산 대체가능 작물 선정

- 주요 신선 농산물 중 對홍콩 수입이 금지된 품목은 존재하지 않으며, 특히 딸기와 멜론의 수출 규모 높게 나타남
  - 딸기 수출액 1,728만 2,400달러(한화 약 193억 원)로 전년 대비 소폭(1.0%) 감소하였으나, 멜론 수출액 137만 3,100달러(한화 약 15억 원)로 전년 대비 25.0% 증가
  - 화훼류 중에서는 백합의 수출액이 602만 6,000달러(한화 약 67억 원)로 높게 나타나며, 그 뒤를 국화(절화)가 99만 9,000달러(한화 약 11억 원)로 이음
- 홍콩은 대부분의 농산물을 수입에 의존하는 양상으로, 일부 지역에서 시설원예를 통해 작물을 생산하나 그 비중이 미미해 한국산 시설원예 채소와 화훼류의 시장 확대 가능성 존재
  - 우리나라에서 비교적 시설원예가 활발히 진행되고 있는 토마토, 파프리카의 수출 확대 역시 기대할 수 있을 것으로 판단되며, 국화(절화)와 난초(분화)의 수입 수요도 비교적 높게 나타나 시장진입 가능할 것으로 판단

〈표 II-3〉 품목별 對홍콩 수출가능여부, 국내 생산규모, 수출규모

(단위: 톤, 백만 원, 천 달러)

구분	품목	HS Code	수출 가능 여부	시설원에 생산량 (톤)	전체 생산액 (백만 원)	수출규모(천 달러)		
						(2017)	(2018)	(2019)
채소류	토마토	0702	○	358,580 (19)	-	76.8	168.9	126.7
	오이	0707	○	324,815 (19)	-	114.8	147.7	116.8
	파프리카	0709.60	○	75,138 (18)	-	154.8	147.7	116.8
	멜론	0807.19	○	35,236 (18)	-	1,257.8	1,098.7	1,373.1
	딸기	0810.10	○	233,291 (19)	-	17,349.5	17,448.9	17,282.4
화훼류	국화(절화)	0603.14	○	-	46,795 (19)	1,944	1,437	999
	난초(분화)	0602.90-1010	○	-	44,829 (19)	-	0.4	0.2
	백합(절화)	0603.15	○	-	11,525 (19)	8,206	6,896	6,026

\* 주: 화훼류 생산액 백만 원 기준

\* 출처: 「2020 신선 농산물 수출검역 요건」, 농림축산검역본부, 통계청, KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

# Ⅲ 대만 시설원에 작물 시장현황

## 1 시설원에 현황

### 가. 시설원에 규모 및 유형

■ 대만 시설원에 규모는 2013년(약 1만 6,000ha) 이후 집계되지 않으나 대만 행정원 농업위원회에 따르면 꾸준히 확대될 전망

- 시설원에 규모는 2005년 총 6,885ha에서 2013년 약 1만 6,000ha 수준으로 증가함 (최신자료)

〈표 Ⅲ-1〉 대만 시설원에 면적 추이(2005~2016)

(단위: ha)

구분	2005	2010	2013	2016 <sup>1)</sup>
계	6,885	11,099	16,006	9,952
화훼류	1,447	1,917	2,366	-
채소류	5,000	8,603	12,925	-
버섯류	438	579	715	-

\* 주1: 2016년 데이터의 경우 전체 시설원에 면적의 추정치임  
 \* 주2: 2005년, 2010년, 2013년 데이터는 대만 경제 연구소, 생명공학 산업 연구소의 추정치  
 \* 출처: 대만 경제 연구소, 생명공학 산업 연구소

- 2017년 시행된 대만 시설농업 진흥정책에 따르면 2017년 이후 5년간 대만의 시설원에 면적이 매년 약 400ha 증가할 전망
  - 대만 행정원 농업위원회에 따르면 2017년 대만 시설원에 면적은 1만 ha를 상회하며 매년 증가세를 보일 것으로 전망된 바 있음
  - 대만 시설농업 진흥정책은 매년 시설원에 면적을 400ha 확장하여 5년간 시설원에 면적을 총 2,000ha 확장하는 것을 목표로 함

〈표 III-2〉 대만 시설원예 규모 추정치(2016~2021)

(단위: ha, %)

2016	2017	2018	2019	2020 <sup>f</sup>	2021 <sup>f</sup>	전년비(20/21)	연평균(16/21)
9,952	10,352	10,752	11,152	11,552	11,952	3.5	3.7

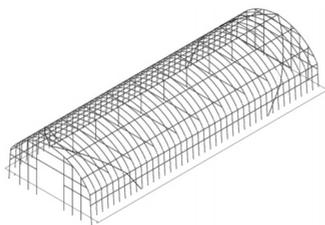
\* 주: 2016년 추정치 및 대만 시설농업 진흥정책의 목표치를 기반으로 한 추정치

- 대만은 시설원예를 활용하여 기후적 한계를 극복하고 농산물 생산을 안정화하고자 함
  - 노지재배 시 아열대성 기후로 인한 여름철 고온 피해와 겨울철 태풍 및 저온 피해를 입을 우려가 있어 대만 정부는 「시설농업 진흥정책」 등 시설원예 지원정책을 펼쳐 원예시설 회복을 위해 힘씀

■ ① 간이 플라스틱 온실 ② 강화형 수평 비계망실 ③ 결구형 철골 온실이 주를 이룸

- 간이 플라스틱 온실<sup>15)</sup>은 대만의 원예시설 중 가장 흔히 사용되는 유형으로, 연꽃·난초 등의 절화류, 포도·대추·파파야 등의 과일, 애호박·토마토 등의 채소 재배에 적합
  - 뼈대로 사용되는 철근이 얇아 내구성이 약한 것이 단점이나, 다양한 작물의 재배에 사용 가능한 점, 간편한 설치방식과 저렴한 비용 등의 장점을 보유하여 보급률이 높음
  - 높이에 따라 고, 중, 저 터널로 나뉘며, 절화류 재배 시 천장이 높은 온실을, 채소와 과일을 재배 시 중간 높이나 낮은 높이의 온실을 설치함

〈그림 III-1〉 대만 간이 플라스틱 온실



\* 출처: 평동현정부, agriharvest.tw

15) 간이 플라스틱 온실, 대만어로 簡易式塑膠布溫網室(Jiǎnyì shì sùjiāo bù wēn wǎng shì)이며, 지면에 아연을 도금한 철근 지지대를 삽입하고 상단을 비닐로 덮어 클립 등의 기구로 고정된 형태의 원예 시설을 의미

〈그림 Ⅲ-2〉 높이(규모)에 따른 간이 플라스틱 온실 구분

(단위: m, 높이×너비)

구분	높이(규모)	주요 작물
고	2.7~3.7×5	화훼류(연꽃, 난초)
중	1.8×4.2	과일류(포도, 대추, 파파야)
저	1.4~1.6×1.0~1.2	채소류(애호박, 토마토)

- 강화형 수평 비계망실<sup>16)</sup>은 파파야, 망고 등의 열대과일 및 멜론, 여주 등 박과작물, 난초 및 기타 화훼류 재배에 사용
  - 그물을 이용해 햇빛의 투과율을 조절하고 병충해를 예방하기 위한 목적의 수평형 망실하우스로 2017년 기준 면적이 약 1만 1,760ha, 대만 시설원에 면적의 총 34.6% 차지
  - 재배하는 작물에 따라 그물망의 높이, 조밀도, 색상 및 음영 등을 조절하여 작물의 성장에 적합한 환경을 조성하고 병충해를 예방함

〈그림 Ⅲ-3〉 대만의 강화 수평 비계 망실하우스



\* 출처: 평동현정부, 가오슝 농업위원회

- 결구형 철골 온실<sup>17)</sup>은 설치에 강철, 유리, 비닐 등이 사용되며 온도와 습도, 햇빛 투과율의 세밀한 조절이 가능함

16) 강화형 수평 비계망실, 대만어로 加強型水平棚架網室(Jiāqiáng xíng shuǐpíng péng jià wǎng shì)이며, 앵커를 땅에 박아 넣고, 아연 도금 파이프를 뼈대(모서리 기둥, 경사 기둥, 중앙 기둥)를 세운 후 수평으로 음영 그물을 설치한 원예시설임  
 17) 결구형 철골 온실, 대만어로 結構型鋼骨溫網室(Jiégòu xínggāng gǔ wēn wǎng shì)이며, 철근으로 온실 골격을 설계한 후 건설하는 형태로, 강철 지지대를 사용하여 고정 뼈대를 세운 후, 비닐이나 유리를 덮은 형태의 시설임

- 간이 플라스틱 온실의 단점을 개선한 형태로, 보급률은 비교적 낮으나 설치 시 파손 위험이 적어 시설 수명이 긴 편에 속함
  - 내부에 온·습도 조절기, 권양기 등의 장치를 추가 설치하기도 함

〈그림 III-4〉 대만의 결구형 철골 온실



\* 출처: Liberty Times Net, theme.coa.gov.tw, Facebook

- 지붕의 모양, 뼈대 설계 구조, 피복재에 따라 상이한 장단점을 보유하여 그에 맞는 작물을 선택 재배할 수 있음
  - 결구형 철골 온실의 경우 기타 원예시설 대비 설치 비용이 크므로, 난초 등 고부가가치 작물이 주로 재배됨

〈그림 III-5〉 결구형 철골 온실의 6가지 유형

구분	사진	규모		지붕	피복재	주요 작물
		경간	높이			
UTP		9, 6m 10, 4m 11, 4m	4m	돔형	비닐	-
UBP		5, 2m 6, 2m 6, 8m	3m	돔형	비닐	-

구분	사진	규모		지붕	피복재	주요 작물
		경간	높이			
VTP		8m	4m	좌우 대칭형	비닐	-
VBP		8, 2m 8, 6m	3m	좌우 대칭형	비닐	-
WTG		6, 4m 9, 6m	3m, 5m	좌우 대칭형	유리	호접란 등 난초, 기타 고부가가치 작물
SP		7, 5m	3m	단면 경사형	비닐	-

\* 출처: 대만 행정원농업위원회

## 나. 국가지원 및 정책

■ 대만 정부는 2017년 시설농업 진흥정책을 시행하여 국내 시설원예 산업을 지원하고 시설 면적을 확장하고자 함

- 2017년부터 총 5년간 진행되며 대만의 시설원예 면적을 총 2,000ha 확대하는 것을 목표로 함

- 시설 설치 보조금 지원, 업계 종사자 대출 지원, 시설원에 관리 시스템 개선, 관련 교육과정 개설 등 다각적으로 시설원에 산업을 지원함
- 궁극적인 목표는 시설원에 면적 확대를 통한 대만 내 식품 수급 안정화 및 농업 효율성 증대, 농민 소득 확대임
- 강화형 수평 비계 망실, 간이 플라스틱 온실, 결구형 철골 온실의 3가지 시설 유형 설치에 ha당 보조금을 지원함
  - 보조금 지원 비율은 최대 50%로 전체 시공 비용의 절반을 지원함
  - 면적대비 지원금이 가장 큰 시설 유형은 결구형 철골 온실이며, 강화형 수평 비계 망실에 대한 지원금이 가장 적음
    - (강화형 수평 비계 망실) 서부 지역의 경우 ha당 최대 100만 대만 달러(한화 약 4,039만 원)가, 동부·외딴 섬·원주민 지역의 경우 ha당 최대 120만 대만 달러(한화 약 4,847만 원)가 지원됨
    - (간이 플라스틱 온실) 서부 지역은 ha당 최대 325만 대만 달러(한화 약 1억 3,127만 원)가, 동부·외딴 섬·원주민 지역은 ha당 최대 390만 대만 달러(한화 약 1억 5,752만 원)가 지원됨
    - (결구형 철골 온실) 서부 지역의 ha당 최대 지원금은 650만 대만 달러(한화 약 2억 6,254만 원), 동부·외딴 섬·원주민 지역의 최대 지원금은 ha당 780만 대만 달러(한화 약 3억 1,504만 원)임

〈표 III-3〉 시설 유형별 ha당 지원금

(단위: 1ha 당 대만 달러)

구분	서부 지역	동부, 외딴 섬, 원주민 지역
강화형 수평 비계망실	최대 100만 대만 달러 (한화 약 4,039만 원)	최대 120만 대만 달러 (한화 약 4,847만 원)
간이 플라스틱 온실	최대 325만 대만 달러 (한화 약 1억 3,127만 원)	최대 390만 대만 달러 (한화 약 1억 5,752만 원)
결구형 철골 온실	최대 650만 대만 달러 (한화 약 2억 6,254만 원)	최대 780만 대만 달러 (한화 약 3억 1,504만 원)

\* 출처: 대만 농업 및 식품청

- 농민(농장주와 농부), 농업 관련 생산 및 영업 종사자, 농업 기업을 대상으로 저금리 대출을 지원함

- 농민, 생산 및 영업 종사자에게 부과되는 이자율이 가장 낮으며(1.29%), 농업 기업의 경우 비교적 높은 이자율(1.68%)에 대출을 받게 되나 최대 대출한도가 가장 높음
  - (농민) 농업 및 식품산업을 위한 대출 대상자로, 1.29%의 이자율에 ha당 최대 1,100만 대만 달러(한화 약 4억 4,429만 원)를 대출받을 수 있음
  - (생산 및 영업 종사자) 1.29%의 이자율에 농부 관리·생산·마케팅 팀 대상 대출을 받을 수 있으며 대출 최대한도는 1,200만 대만 달러(한화 약 4억 8,468만 원)임
  - (농업 기업) 1.68%의 이자율에 농부 조직·농업 기업 생산 및 마케팅 운영비, R&D 비용에 대한 대출을 받을 수 있고 한도는 최대 5,000만 대만 달러(한화 약 20억 1,950만 원)임

〈표 Ⅲ-4〉 대출유형별 최대 대출금액

(단위: %, 대만 달러)

대상	대출 유형	이자율	최대 대출 한도
농민	농업 및 식품산업 대출	1.29%	ha당 최대 1,100만 대만 달러 (한화 약 4억 4,429만 원)
생산 및 영업 종사자	농부 관리·생산·마케팅 팀 대출	1.29%	1,000만 대만 달러~1,200만 대만 달러 (한화 약 4억 390만 원~4억 8,468만 원)
농업 기업	농부 조직·농업 기업 생산 및 마케팅 운영, R&D 비용 대출	1.68%	5,000만 대만 달러 (한화 약 20억 1,950만 원)

\* 출처: 대만 행정원농업위원회

- 공공사업위원회와 협업하여 원예시설, 부품, 표기 방식을 표준화하여 산업의 효율성을 높임
  - 공공사업위원회는 정부와 협력하여 시설의 단위화, 조립 부품의 표준화, 도면 표기 방식 통일 등을 통해 시설 농업의 선진화를 이루고자 함
    - (시설 단위화) 최소 규모의 시설을 긴 방향 기준 20m로 설정하여 농부가 본인이 보유한 토지 면적에 맞게 시설을 건설할 수 있도록 함
    - (조립 부품 표준화) 시설 건설 시 필요한 조립 부품을 표준화하여 결구형 철근 온실의 6가지 유형에<sup>18)</sup> 맞도록 함
    - (도면 표기 방식 통일) 바람 저항력, 자재 기준, 시공 시 주의사항 등을 명확하게 표기하여 농민이 도면을 보고 시설의 견고함을 정확하게 이해할 수 있도록 함

18) UBP, UTP, VBP, SP, VTP, WTG

- 내무부의 관리 하에 온실 구조물 면허 발급 구조를 개선함
  - 내무부는 다양한 지역의 건설 기관에 온실 구조물 면허 발급을 지원하여 원예 시설 건설을 희망하는 농민이 해당 기관으로부터 도움을 받을 수 있도록 함
    - 시설 농업을 위한 구조 온실을 건설하기 위해서는 온실 구조물 면허가 필수적으로 요구되나, 기존 면허 신청 절차가 복잡하고 소요 시간이 길어 어려움이 있었음
    - 대만 행정원 농업위원회에서 고시한 6가지 유형의 결구형 철근 온실은 건설 허가 신청을 할 시 설계 감독에서 면제되는 등 심사 절차가 간소화되며, 지정 시간 내에 심사가 완료되도록 신청이 가능함
    - 특히 2016년 태풍 피해를 입은 지역(가오슝 및 7개 지방자치구)의 경우 7일 이내로 면허 발급 기한이 단축됨
- 농민대학에 시설재배와 관련된 교육과정을 개설할 예정임
  - 농민대학(農民學院)은 아래와 같이 시설재배 관련 교육과정을 개설하고자 함

**〈표 III-5〉 대만 농민대학 시설원에 관련 신규 개설 강좌**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시설 산업 및 재배 관리 고급과정</li> <li>• 수경 재배 관리 고급 과정</li> <li>• 채소 재배 관리 입문과정</li> <li>• 채소 재배 관리 입문과정</li> <li>• 시설 과일 및 채소 재배 기술 고급과정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 화훼 재배 관리 입문과정</li> <li>• 버섯 재배 관리 입문과정</li> <li>• 난초 재배 관리 고급과정</li> <li>• 유기농업 입문과정</li> <li>• 묘목 생산 및 관리 기술 입문과정</li> </ul>
---	--

- 필요에 따라 지역별로 상이한 분야에서 교육과정을 개설할 계획임
- 지역별 지방 자치 단체(동, 서, 남, 북으로 구분)와 협력하여 시설 건설, 시설 유지, 감리 등의 분야의 실기 훈련을 최소 4회 실시함
- 노동부와 협업하여 시설원에 전문기술 교육과정을 개설하고 관련 인력을 양성함
  - 노동부는 실무교육과 취업 준비 교육으로 구성된 시설 건축 관련 전문 인력 양성 교육을 시행함
    - (실무교육) 관련업계 입문자와 신규 기업을 대상으로 실무 입문 교육을 실시하고, 업계 재직자를 대상으로 실무 고급과정 교육을 실시함
    - (취업 준비 교육) 신입사원 또는 실업자를 대상으로 취업 준비 훈련을 제공하며, 고용업체는 연수를 마친 연수생을 고용할 수 있음

〈표 Ⅲ-6〉 대만 노동부 시설원에 전문기술 교육 과정

구분	과정	교육대상	관리기관	비고
실무교육	입문과정 (40시간)	업계(건설, 토목, 엔지니어링) 입문자 혹은 신규 기업	노동부	<ul style="list-style-type: none"> <li>교수진은 노동부, 학계, 농업위원회, 동일 산업의 직업훈련시스템 출신으로 구성</li> <li>장비 및 장소는 노동부 노동 개발기관 및 농업 협의회 농업연구소에서 제공</li> </ul>
	고급과정 (80시간)	업계 실무자		
취업 준비 교육	훈련과정 (160시간)	업계 신입사원 또는 실업자	노동부, 고용업체 공동 관리	

\* 출처: 대만 행정원농업위원회

- 또한 실업자를 고용하는 시설원에 관련 업체에 인센티브를 제공함
  - 실업 기간이 30일을 초과하는 실업자를 연속 30일·3개월 이상 고용하는 고용주는 공적 고용 서비스 기관에서 제공하는 인센티브를 받음
  - 고용된 직원의 직급에 따라 1인당 매달 8,000~12,000 대만 달러(한화 약 32만원~48만 원)를 지원하고, 최대 12개월간 지원금이 제공됨

## 2 주요 생산작물

### 가. 시설원에 농산물 생산현황

■ 시설원예로 재배되는 주요 작물은 (채소류) 가지, 애호박, 토마토, 멜론, (과일류) 파인애플, (화훼류) 난초, 국화 등

채소류	가지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대만의 기후에서 재배하기 적합하여 주로 노지 재배되는 작물이었으나, 병충해 방제를 목적으로 시설 재배하기 시작함</li> <li>• (참고) 2019년 대만의 가지 총 생산량(시설원예 포함) : 약 3만 4,874톤</li> </ul>
	애호박	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 병충해에 취약하고 대만에서 재배 시 여름철 고온피해를 입을 우려가 있어 과거 수입에 의존했으나, 기술의 발달로 대만에서도 재배가 가능한 신품종이 개발됨</li> <li>• 작물이 빗물에 의해 해충에 감염되는 것을 방지하고자 방우시설에서 재배하거나, 재배 기간을 조정하기 위해 온실 재배하는 경우가 주를 이룸</li> </ul>
	토마토	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대만 내 시설 재배되는 토마토는 주로 유기농 및 저농약 출하를 목적으로 하며, 외부 해충을 차단하는 유리온실 내에서 재배됨</li> <li>• 토양 매개 질병을 예방하고자 흙이 아닌 코코넛 껍질을 이용하여 재배하는 등 시설원예에 다양한 농업 기술을 접목함</li> <li>• (참고) 2019년 대만의 토마토 총 생산량(시설원예 포함) : 약 10만 4,794톤</li> </ul>
	멜론	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 멜론의 경우 생산 비용을 절감하기 위해 시설 재배됨                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시설 재배할 경우 관개 비용, 인건비 등 생산에 드는 비용을 크게 절감할 수 있어 경제적 목적으로 시설 재배하는 경우가 많음</li> <li>- 생장 환경을 조절하여 고품질의 멜론을 생산하는 것을 목적으로 시설재배하기도 함</li> </ul> </li> <li>• (참고) 2019년 대만의 멜론 총 생산량(시설원예 포함) : 약 2만 2,942톤</li> </ul>
과일류	파인애플	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 파인애플은 저온에서 재배될 경우 열매의 중량이 가벼워지거나 과실의 당도가 떨어지므로, 주로 온도 조절 및 작물 품질 제고를 목적으로 시설 재배됨                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시설원예를 통해 파인애플의 주요 품질 저해 요인인 직사광선, 저온 등의 요소를 제거하고, 양질의 작물을 재배하고자 함</li> </ul> </li> <li>• (참고) 2019년 대만의 파인애플 총 생산량(시설원예 포함) : 약 43만 1,084톤</li> </ul>

화훼류	난초	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대만의 주요 생산작물로, 대만 기후에서 생장이 유리하여 주로 노지 재배되었으나, 해외 시장 내 경쟁력 제고를 위해 시설재배되기 시작함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출 경쟁국인 네덜란드가 시설재배로 양질의 난초(호접란)를 생산 및 수출하기 시작하면서 대만도 네덜란드의 벤로형 온실<sup>19)</sup>을 통한 시설재배 시작</li> </ul> </li> <li>• 시설원예로 폭염 및 한파 피해 예방, 햇빛 조절, 병충해 방제 등이 가능해져 양질의 난을 생산함</li> <li>• (참고) 2019년 대만의 난초 총 생산량(시설원예 포함) : 약 8,065만 톤</li> </ul>
	국화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생산성 제고 및 병충해 방제 등 요인으로 시설재배 물량 증가세             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 초기에는 비로 인한 해충의 침투 등을 예방하는 목적으로 시설재배를 시작, 2010년 전후 고급 장비 도입을 통해 단수 증대에 주력</li> </ul> </li> <li>• 시설재배된 국화는 수출 검역 시 훈증률<sup>20)</sup> 감축 등의 이점이 있어 수출에 유리함</li> <li>• (참고) 2019년 대만의 국화 총 생산량(시설원예 포함) : 약 1억 8,422만 8,800송이</li> </ul>

## 나. 시설원에 농산물 유통현황

■ 대만 시설원에 농산물은 일반 신선농산물과 동일한 경로를 통해 유통되는 것으로 확인됨

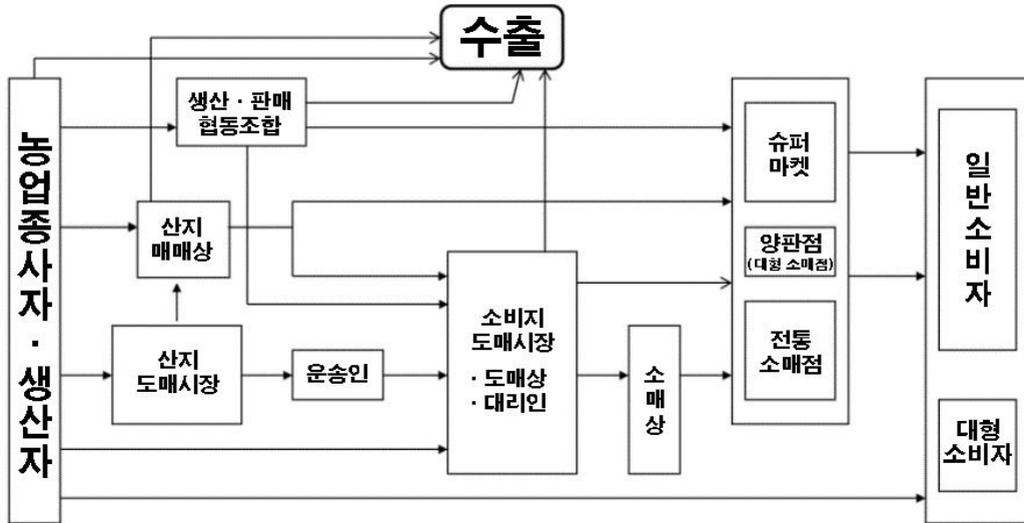
- 일반적으로 생산자 > 산지매매상·생산/판매 협동조합 > 도매시장 > 소매시장 > 일반소비자의 구조를 띠
  - 대형 소비자(온라인 쇼핑몰 등 개인 사업 운영자, 대량 구매 소비자)의 경우 유통과정에서 발생하는 비용을 절감하기 위해 생산자와 직거래로 농산품을 구매함
  - 원예 생산물의 대부분이(채소류, 과일류, 화훼류 등) 도매시장에서 경매나 흥정거래를 통해 판매되는 것으로 드러남
    - 채소류의 50%, 과일류의 50%, 화훼류의 80%가 도매시장에서 판매됨<sup>21)</sup>
  - 전자상거래의 발전으로 농산물이 온라인 유통채널을 통해 판매되는 비중이 점점 증가할 전망이다

19) WTG, 앞서 언급된 결구형 철골 온실의 일종

20) 화훼류 수출 시 훈증 처리하는 물량의 비중을 가리킴

21) 대만 농업과학 및 기술 결정 정보 플랫폼(農業科技決策資訊平台), 2019

〈그림 III-6〉 대만 농식품 유통구조



\* 출처: 대만 농업과학 및 기술 결정 정보 플랫폼(農業科技決策資訊平台)

### 3 시설원에 작물 수입현황

■ 2019년 시설원에 주요 작물인 멜론과 토마토의 수입액<sup>22)</sup>은 475만 6,000달러(한화 약 53억 원)로 집계

- 이 중 멜론 수입액이 371만 9,000달러(한화 약 42억 원)로, 주요 수입국은 미국(52.8%), 한국(23.7%), 온두라스(14.2%) 순
- 토마토 수입액 103만 7,000달러(한화 약 12억 원)로, 한국산 토마토 수입액 전체의 20.8%에 해당하는 21만 6,000달러(한화 약 2억 원)로 집계
  - 캐나다산 토마토 수입액 가장 높은 비중으로 전체의 71.6%에 달하는 74만 3,000달러(한화 약 8억 원)로 나타나며, 뉴질랜드산 토마토 수입액 6만 4,000달러(한화 약 7,149만 원)로 전체 수입의 6.2% 차지
- 애호박과 가지의 수입액은 공식적으로 집계되지 않음

〈표 Ⅲ-7〉 대만 채소류 품목별 수입 및 수입 상위 3개국 현황(2018~2019)

(단위: 톤, %, 천 달러, %, 달러/kg)

품목	국가	2018					2019				
		물량	비중	금액	비중	단가	물량	비중	금액	비중	단가
4개 품목 합계		3,304	-	4,461	-	3.4	3,758	-	4,756	-	2.3
멜론	계	3,176	100.0	3,743	100.0	1.2	3,461	100.0	3,719	100.0	1.1
	미국	2,243	70.6	2,039	54.5	0.9	2,518	72.8	1,964	52.8	0.8
	한국	278	8.8	562	15.0	2.0	520	15.0	881	23.7	1.7
	온두라스	626	19.7	847	22.6	1.4	384	11.1	527	14.2	1.4
토마토	계	128	100.0	718	100.0	5.6	297	100.0	1,037	100.0	3.5
	캐나다	97	75.8	572	79.7	5.9	137	46.1	743	71.6	5.4
	한국	9	7.0	18	2.5	2.0	139	46.8	216	20.8	1.6
	뉴질랜드	10	7.8	44	6.1	4.4	16	5.4	64	6.2	4.0

\* 출처: ITC Trademap

22) 시설원예로 재배된 작물의 수입규모가 별도로 집계되지 않아 품목 전체의 수입액 기준으로 집계

■ 2019년 시설원에 주요 작물인 파인애플의 전체 수입액은 169만 5,000달러(한화 약 19억 원)로 전량 필리핀에서 수입되는 것으로 나타남

〈표 III-8〉 대만 과일류 품목별 수입 및 수입 상위 3개국 현황(2018~2019)

(단위: 톤, %, 천 달러, %, 달러/kg)

품목	국가	2018					2019				
		물량	비중	금액	비중	단가	물량	비중	금액	비중	단가
파인애플	계	2,538	100.0	1,911	100.0	0.8	2,244	100.0	1,695	100.0	0.8
	필리핀	2,525	99.5	1,900	99.4	0.8	2,244	100.0	1,695	100.0	0.8
	말레이시아	-	-	-	-	-	0	-	0	-	-
	태국	10	0.4	9	0.5	0.9	0	-	0	-	-

\* 출처: ITC Trademap

■ 동년 난초와 국화의 수입액은 236만 6,000달러(한화 약 26억 원)로, 이 중 난초(절화)가 대부분을 차지

- 난초(절화) 수입액 208만 1,000달러(한화 약 23억 원)로, 대부분(96.3%) 태국에서 수입  
 - 뉴질랜드산 난초(절화) 수입액 1만 9,000달러(한화 약 2,122만 원)로 전체의 0.9% 차지하며, 네덜란드산 난초(절화) 수입액 1,000달러(한화 약 112만 원)에 불과
- 국화 수입액 22만 6,000달러(한화 약 3억 원)로, 베트남(81.9%), 일본(12.8%), 말레이시아(4.9%) 등에서 수입이 이뤄짐  
 - 베트남산 국화가 주를 이루고 있으며, 저렴한 가격경쟁력을 바탕으로 수입 시장의 대부분을 차지  
 - 고품질로 인식되는 일본산 국화 수입액은 2만 9,000달러(한화 약 3,239만 원)로 집계되며, 말레이시아산 국화 수입액 1만 1,000달러(한화 약 1,229만 원)로 나타남
- 난초(분화) 수입액 5만 9,000달러(한화 약 6,590만 원)로, 태국산(52.5%)과 한국산(42.4%)이 수입시장을 양분함  
 - 태국산 난초(분화) 수입액 3만 1,000달러(한화 약 3,463만 원), 한국산 2만 5,000달러(한화 약 2,793만 원)로 집계
- 대만은 시설원예를 포함해 화훼류의 재배가 활발히 이루어지고 있어, 일부 품목을 제외하고 화훼류의 수입 규모가 높지 않은 것이 특징

〈표 Ⅲ-9〉 대만 화훼류 품목별 수입 및 수입 상위 3개국 현황(2018~2019)

(단위: 톤, %, 천 달러, %, 달러/kg)

품목	국가	2018					2019				
		물량	비중	금액	비중	단가	물량	비중	금액	비중	단가
3개 품목 합계		916.7	-	2,256.0	-	2.5	919.2	-	2,366.0	-	2.5
난초 (절화)	계	428.0	100.0	1,985.0	100.0	4.6	436.0	100.0	2,081.0	100.0	4.8
	태국	427.0	99.8	1,967.0	99.1	4.6	432.0	99.1	2,005.0	96.3	4.6
	뉴질랜드	1.0	0.2	16.0	0.8	16.0	1.0	0.2	19.0	0.9	19.0
	네덜란드	-	-	2.0	0.1	-	-	-	1.0	0.0	-
국화	계	483.6	100.0	245.0	100.0	0.5	472.6	100.0	226.0	100.0	0.5
	베트남	462.2	95.6	179.0	73.1	0.4	463.8	98.1	185.0	81.9	0.4
	말레이시아	20.9	4.3	41.0	16.7	2.0	7.9	1.7	11.0	4.9	1.4
	일본	0.5	0.1	25.0	10.2	50.0	0.6	0.1	29.0	12.8	48.3
난초 (분화)	계	5.1	100.0	26.0	100.0	5.1	10.6	100.0	59.0	100.0	5.6
	태국	4.7	92.2	18.0	69.2	3.8	6.2	58.6	31.0	52.5	5.0
	한국	-	-	0.0	-	-	4.2	39.6	25.0	42.4	6.0
	에콰도르	-	-	0.0	-	-	0.1	0.9	1.0	1.7	8.7

\* 출처: ITC Trademap

## 4 한국산 대체가능 작물 선정

■ 대만은 시설원예를 통해 비교적 활발히 화훼류가 재배되고 있어, 채소류의 시장 진입이 유리할 것으로 판단

- 한국산 멜론의 對대만 수출액 136만 4,400달러(한화 약 15억 원)로, 시설재배를 통해 경쟁국산(미국 및 온두라스) 대비 품질경쟁력 확보 가능할 것으로 예상
- 토마토 역시 우리나라에서 시설원예를 통해 활발히 재배되는 품목, 對대만 수출 규모 크지 않으나 안정적인 물량 공급으로 시장 확대 가능성 존재

〈표 III-10〉 품목별 對대만 수출가능여부, 국내 생산규모, 수출규모

(단위: 톤, 백만 원, 천 달러)

구분	품목	HS Code	수출 가능 여부	시설원예 생산량 (톤)	전체 생산액 (백만 원)	수출규모(천 달러)		
						(2017)	(2018)	(2019)
채소류	토마토	0702	○	358,580 (19)	-	132.5	41.6	293.5
	(애)호박	0709.93	○	165,716 (19)	-	77.2	60.7	62.7
	가지	0709.30	○	16,985 (18)	-	-	0	0.3
	멜론	0807.19	○	35,236 (18)	-	1,175.7	820.3	1,364.4
화훼류	국화(절화)	0603.14	○	-	46,795	-	-	-
	난초 (심비디움, 난초)	0602.90-1010	○	-	44,829	10.0	65.2	26.6
과일류	파인애플	수출불가	수출불가	수출불가	수출불가	수출불가	수출불가	수출불가

\* 주1: 화훼류 생산액 백만 원 기준

\* 주2: 애호박 단일품목으로 생산량 및 수출규모 집계되지 않아 호박으로 집계

\* 출처: 「2020 신선 농산물 수출검역 요건」, 농림축산검역본부, 통계청, KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

## IV 베트남 시설원에 작물 시장현황

### 1 시설원에 현황

#### 가. 시설원에 규모 및 유형

- 베트남 시설원에 총 면적은 집계되지 않으나, 람동성에 대부분의 원에 시설이 집중되어 있는 것으로 확인됨
  - 2019년 람동성의 시설원에 면적은 5,700ha 이상으로, 화훼류가 주요 재배 작물인 것으로 나타남
    - 온실 면적 약 4,500ha, 망실(네트하우스) 면적 1,200ha 이상으로 추정
    - 특히 달랏 지역에 온실이 집중되어 있는 것으로 나타남
- 해외 기업의 지원으로 시설원에 분야가 꾸준히 발전할 전망이다
  - 일본의 농업용 온실 개발 및 생산 기업인 Watanabe Pipe는 2012년 베트남 지사를 설립함
    - 베트남 농부가 주 고객층이며, 고객의 필요에 따라(위치, 해당 지역의 기후, 재배 작물 등) 맞춤형 온실 설계 및 설치 서비스를 제공함
  - 이스라엘의 농업 기술 및 수경재배 시설 개발/생산 기업 Teshuva Agricultural Projects(TAP) 역시 베트남에 수경재배 시설 설치를 지원함
    - Teshuva Agricultural Project는 2015년 하노이와 푸콕 섬을 비롯한 베트남의 5개 지역에(베트남 남부 위주) 총 24~25ha에 달하는 면적의 수경 재배 시설을 설치함
    - 해당 시설(수경재배 시설)은 주로 잎채소류의 재배에 적합하지만, 토마토, 오이, 파프리카, 멜론 등의 작물 역시 재배가 가능함

■ 온실과 망실을 주력으로 한 시설원예가 이뤄지며, 최근 수경재배시설이 첨단 기술을 접목한 농업 기술로 주목

- 온실(Greenhouse)<sup>23)</sup>은 베트남에서 가장 흔히 볼 수 있는 유형, 과채 및 화훼류 등 다양한 농산물 재배에 적합
  - 베트남 전역의 정확한 면적은 집계되지 않으나, 온실이 가장 집중되어있는 람동성의 2019년 온실 총 면적 4,500ha 이상으로 집계
  - 재배하는 작물에 따라 자동 환기 시설 등 추가적인 시설을 설치하거나, 상이한 피복재를 사용하여 다양한 형태로 설치됨

채소류	• 해충의 침투 및 비로 인한 피해 예방, 간편한 설치 등의 장점을 보유한 비닐 터널형이 가장 보편적
과일류	• 온실에 환기구, 방충망, 햇빛 차단 피복재 등을 추가 설치
화훼류	• 고부가가치 화훼류 재배에 사용되는 온실에는 개폐 가능한 햇빛 차단막, 해충 방제를 위한 제습기, 자동 관개 시스템 등 설치

〈그림 IV-1〉 베트남 온실(Greenhouse) 시설



일반 채소 재배용 온실	난초 재배용 온실	재배 작물(잎채소류)
--------------	-----------	-------------

\* 출처: wpvn-green.com

- 망실(네트 하우스, Net House)<sup>24)25)</sup>은 상추·양배추 등 채소류 재배에 적합하며, 옥상 등에 소규모로 설치하여 난초나 관상용 화훼류를 재배하기도 함
  - 베트남 전역의 면적은 집계되지 않으나, 망실 시설 역시 람동성 달랏에 집중되어 있는 것이 확인되며, 람동성의 망실 면적은 2019년 기준 총 1,200ha 이상으로 집계됨
  - 병충해 방제를 주 목적으로, 작물과 주요 병충해에 따라 설치하는 방충망의 조밀도를 조절하여 농약의 사용을 절감하면서도 병충해 방제 가능

23) 티타늄, 쇠파이프 등으로 뼈대를 세우고 피복재를 덮어 작물 생장에 유리한 환경을 조성하는 시설원에 유형

24) 온실 시설과 유사한 형태로, 철근으로 뼈대를 세운 후 피복재로 방충망(네트)을 사용한 원예 시설

25) 철근 대신 나무 지지대를 사용하는 경우도 있으며(주로 비용 절감을 목적으로 나무 지지대를 사용함), 이 경우 철근을 뼈대로 하는 것보다 더 저렴하고 간편하게 설치가 가능함

- 어느 정도 강풍에 의한 피해를 예방하는 효과가 있음

〈그림 IV-2〉 베트남 망실(Net House) 시설



네트 하우스(나무 지지대)

네트 하우스(철근 지지대)

재배 작물(잎채소류)

\* 출처: bachnong.vn

- 수경재배시설(Hydroponics)<sup>26)</sup>은 실내나 하우스(온실, 망실)에 설치된 형태로 주로 잎채소류(상추, 양배추, 새싹채소 등) 재배에 활용
  - 해충, 토양매개 질병, 잡초 등 기존 노지재배 농업 문제점이 대부분 해결되며, 실내에서 배양액으로 재배하는 기술이므로 제품의 생산량 및 품질에 대한 예측이 가능해 추후 설치 면적이 더욱 확대될 전망

〈그림 IV-3〉 베트남 수경재배(Hydroponics) 시설



\* 출처: bachnong.vn

26) 흙 대신 물과 수용성 배양액을 사용하여 작물을 재배하는 농법

## 다. 국가지원 및 정책

■ 2017년 3월, 정부는 시설원예를 비롯한 첨단기술 농업 분야에 100조 동(한화 약 5조 229억 원)의 예산을 투자할 것이라고 밝힘

- 베트남 정부는 중앙은행(The State Bank of Vietnam, SBV)과 협업하여 첨단 기술 농업 관련 대출에 부여되는 이자율을 낮춤
  - 첨단기술 농업에 투자를 원하거나, 해당 분야에 종사하는 사람의 경우 일반 상업 이자율보다 0.5~1.5% 더 낮은 이자율로 대출을 받을 수 있음

■ 2018년부터 원예/농업 기술 박람회 HortEX를 개최함

- 초청 전문가가 시설원예 관련 주제의 세미나를 진행함
  - 온실에 자동 관개 시설·온도 및 습도 감지기 등 첨단 기술을 접목하여 원예시설의 효율을 높이는 법, 지속가능한 농업과 시설 재배의 연관성, 베트남 시설원예 분야의 투자 전망 등의 주제로 세미나가 진행됨
  - 해당 박람회에 참가한 농업 종사자가 전문가로부터 자문을 받거나 정보를 얻을 수 있음
- 농업 관련 종사자 간 만남의 장을 열어 다양한 기회를 제공함
  - 과채류 생산자, 화훼류 생산자, 농식품 무역 전문가, 식품 제조업자, 엔지니어, 투자자, 플로리스트, 도매업자, 소매업자, 유통업자, 농업 조합, 정부 관계자, 물류업자, 학생 등 다양한 농업 관계자들이 해당 박람회에 참여함
  - 업계 종사자에게 다양한 기회 제공함으로써 시설원예 발전 가능성을 높이고자 함

**2 주요 생산작물**

**가. 시설원에 농산물 생산현황**

■ 시설원예를 통해 생산되는 농산물은 (채소류) 토마토, 잎채소류, 멜론, 딸기, (화훼류) 국화, 카네이션, 난초, 장미 등이 있음

채소류	토마토	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 토마토는 베트남의 주요 소비 작물로, 연중생산을 통한 생산량 증대, 품질 제고를 목적으로 시설 재배됨</li> <li>- 온실 재배 시 온실 내부 온도 조절이 용이하여 토마토 재배에 적합한 환경을 조성할 수 있음(주간 온도 21~27℃, 야간 온도 16~18℃)</li> <li>- 온실 내 시설을 설치할 경우 정확한 양의 물을 일정한 간격으로 줄 수 있고, 방충망 등으로 병충해 방제가 가능하여 작물의 품질이 제고됨</li> </ul>
	잎채소류 (상추, 양배추)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상추·양배추(잎채소류)는 수경재배에 적합한 작물로 면적대비 생산성 제고, 물 절약(작물 재배에 사용되는 물의 양이 한정적)등의 요인으로 수경 재배되기 시작</li> <li>- 토지 대신 수용성 배양액을 사용하여 재배할 경우 면적대비 더 많은 양의 잎채소류를 생산할 수 있으며 농지에 관개하는 방식보다 작물 재배에 사용되는 물의 양이 절감됨(한정된 양의 물만 사용하기 때문에)</li> </ul>
	멜론	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 멜론은 고부가가치 작물 중 하나로, 온실 재배해도 수지가 맞는(온실 설치를 위해 드는 비용보다 더 큰 이익을 얻을 수 있는) 작물시설 재배할 경우 환기구에 방충망을 설치하여 곤충(해충)의 침입을 예방할 수 있어 재배가 용이함</li> <li>- 멜론은 대표적인 고부가가치 작물로, 노지 재배할 경우 병충해에 의한(제품의 품질 저하) 경제적 손실, 살충제 및 외부 환경(기후 등)에 의한 경제적 손실이 큼 &gt; 시설 재배하면 초기 비용(구조물 설치 등)을 투자하는 대신 추후 경제적 손실을 예방할 수 있다는 장점을 보유함</li> </ul>
	딸기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 딸기는 연중생산으로 수확량을 늘리고, 고품질의 작물을 생산하려는 목적으로 시설 재배</li> <li>- 온실 재배 시 열매에 곰팡이가 스는 등의 문제가 발생할 수 있으며, 곰팡이병 내성을 보유한 품종을(알비온, Albion 등) 재배함이 바람직함</li> <li>- 농약을 사용하는 대신 시설 재배하여 병충해를 방제하고, 유기농(고품질, 프리미엄) 작물을 생산하기도 함</li> </ul>

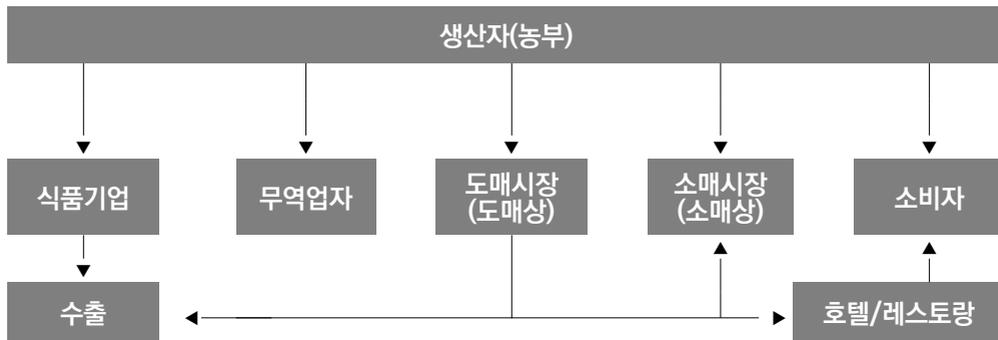
화훼류	국화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국화는 재배 시 기후에 의한 영향을 줄이려는 목적으로 시설 재배됨</li> <li>- 국화는 주로 선선한 기후에서 개화하나, 낮은 기온에 지나치게 장기간 노출될 경우 개화 시기가 늦어질 수 있음</li> </ul>
	카네이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 카네이션은 습도 및 온도 조절을 목적으로 시설 재배함</li> <li>- 낮은 기온에서 개화하는 것이 특징으로, 야간 기온에 꽃의 품질이 크게 좌우되므로 온도 조절을 목적으로 시설 재배하는 것으로 보임</li> </ul>
	장미	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 장미는 저온에 약해(겨울철 재배에 적합하지 않음) 겨울철 재배를 위해 온실 재배됨</li> <li>- 다른 화훼 품종과 함께 시설 재배되기 시작하였으나, 화훼류 중 단가가 낮은편에 속해 수익성이 낮고, 많은 시설 화훼농가가 장미를 대체할 고부가가치 화훼류를 재배하려는 동향을 보임</li> </ul>
	난초	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 난초는 온도에 예민할 뿐만 아니라, 햇빛의 양에도 쉽게 영향을 받기 때문에 시설 재배하여 외부 요소가 미치는 영향을 최소화함</li> <li>• 난초는 낮동안 약 21~26℃, 밤동안 10~16℃의 온도에서 재배되는 것이 가장 적합하며, 고품질 작물을 생산하기 위해서는 적절한 습도가 유지되는 환경에서 재배해야 함</li> <li>• 온실에 환풍구와 히터, 빛가림막을 설치하여 난초 재배에 적합한 환경을 만들</li> </ul>

## 나. 시설원에 농산물 유통현황

### ■ 시설원에 작물은 일반 신선 농산물과 동일한 경로로 유통되는 것으로 확인됨

- 베트남 원예작물은 생산자(농부) > 기업·도매시장·소매시장·호텔/레스토랑 > 소비자의 구조로 유통됨
  - 대부분이 로컬푸드 형태로 근거리 소비되는 것이 특징임
    - 농부가 직접 도소매업자를 통해 식품을 출하하며 식품 도소매점 주변에 거주하는 소비자가 이를 소비하는 형태임
    - 2017년 기준 청과류의 약 85%가 도매 채널로 출하됨(도매채널로 직접 출하 50%, 소규모 상인을 통해 도매채널로 출하된 물량이 약 35%)

〈그림 IV-4〉 베트남 신선농산물 유통구조



\* 출처: Michigan State University

### 3 시설원에 작물 수입현황

■ 베트남에서 시설원예가 소규모 이뤄지고 있는 주요 품목의 2018년(최신자료) 수입액은 567만 4,000달러(한화 약 63억 원)로, 이 중 딸기의 비중이 높게 나타남

- 딸기 수입액 341만 6,000달러(한화 약 38억 1,567만 원)로 이 중 99.4%에 달하는 339만 4,000달러(한화 약 37억 9,110만 원)가 한국에서 수입됨
- 멜론, 토마토, 잎채소류 수입은 전량 중국산에 의존하고 있는 것으로 나타남
  - 중국산 멜론 수입액 145만 8,000달러(한화 약 16억 원)로 집계되었으며, 토마토 수입액 75만 8,000달러(한화 약 8억 원)로 집계
  - 잎채소류 수입액은 4만 2,000달러(한화 약 4,691만 원)로 비교적 미미한 수준이나, 이 역시 전량 중국에서 수입되고 있음

〈표 IV-1〉 채소류 품목별 수입 및 수입 상위 3개국 현황(2017~2018)

(단위: 톤, %, 천 달러, %, 달러/kg)

품목	국가	2017					2018				
		물량	비중	금액	비중	단가	물량	비중	금액	비중	단가
4개 품목 합계		5,811	-	5,898	-	-	2,795	-	5,674	-	-
토마토	계	1,353	100.0	2,000	100.0	1.5	496	100.0	758	100.0	1.5
	중국	1,352	99.9	1,999	100.0	1.5	496	100.0	758	100.0	1.5
	미국	-	-	0	-	-	-	-	0	-	-
잎채소류	계	54	100.0	69	100.0	1.3	31	100.0	42	100.0	1.4
	중국	43	79.6	56	81.2	1.3	31	100.0	42	100.0	1.4
	프랑스	-	-	0	-	-	-	-	0	-	-
	태국	10	18.5	13	18.8	1.3	-	-	0	-	-
멜론	계	1,605	100.0	1,645	100.0	1.0	1,345	100.0	1,458	100.0	1.1
	중국	1,594	99.3	1,634	99.3	1.0	1,345	100.0	1,458	100.0	1.1
	호주	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	프랑스	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
딸기	계	570	100.0	2,184	100.0	3.8	923	100.0	3,416	100.0	3.7
	한국	568	99.6	2,176	99.6	3.8	917	99.3	3,394	99.4	3.7
	중국	2	0.4	9	0.4	4.5	6	0.7	22	0.6	3.7
	호주	-	-	0	0.0	-	-	-	0	0.0	-

\* 출처: ITC Trademap

■ 2018년 베트남의 주요 화훼류 수입액 1,421만 9,000달러(한화 약 159억 원)로 이 중 한국산의 수입액은 집계되지 않음

- 난초(절화) 수입액이 1,356만 5,000달러(한화 약 152억 원)로 주요 화훼류 수입의 대부분 차지하며, 난초(절화) 수입은 전량 태국산으로 나타남
- 뒤이어 장미(절화) 수입액 45만 2,000달러(한화 약 5억 원), 장미(분화) 수입액 15만 8,000달러(한화 약 2억 원)로 집계
  - 장미(절화)의 에콰도르산(96.2%)이 수입시장의 대부분을 차지하며, 장미(분화)의 경우 네덜란드(69.0%)와 중국(31.0%)의 비중이 높게 나타남
- 카네이션 수입액은 4만 4,000달러(한화 약 4,915만 원)로, 이 중 97.7%에 달하는 4만 3,000달러(한화 약 4,803만 원)가 중국에서 수입됨

〈표 IV-2〉 화훼류 품목별 수입 및 수입 상위 3개국 현황(2017~2018)

(단위: 톤, %, 천 달러, %, 달러/kg)

품목	국가	2017					2018				
		물량	비중	금액	비중	단가	물량	비중	금액	비중	단가
5개 품목 합계		993	-	13,299	-	13.4	1,085	-	14,219	-	13.1
난초 (절화)	계	937	100.0	12,951	100.0	13.8	986	100.0	13,565	100.0	13.8
	태국	937	100.0	12,950	100.0	13.8	986	100.0	13,565	100.0	13.8
	에콰도르	0	0.0	1	0.0	-	-	-	0	0.0	-
	일본	0	0.0	0	0.0	-	-	-	0	0.0	-
장미 (절화)	계	25	100.0	209	100.0	8.4	53	100.0	452	100.0	8.5
	에콰도르	22	88.0	185	88.5	8.4	51	96.2	435	96.2	8.5
	네덜란드	1	4.0	5	2.4	5.0	1	1.9	8	1.8	8.0
	중국	0	0.0	2	1.0	-	0	0.0	1	0.2	-
장미 (분화)	계	21	100.0	74	100.0	3.5	39	100.0	158	100.0	4.1
	네덜란드	1	4.8	2	2.7	2.0	27	69.2	109	69.0	4.0
	중국	13	61.9	46	62.2	3.5	12	30.8	49	31.0	4.1
	불가리아	7	33.3	26	35.1	3.7	-	-	0	0.0	-
카네이션 (절화)	계	10	100.0	63	100.0	6.3	7	100.0	44	100.0	6.3
	중국	10	100.0	63	100.0	6.3	7	100.0	43	97.7	6.1
	프랑스	-	-	0	0.0	-	0	0.0	1	2.3	-
	네덜란드	-	-	0	0.0	-	-	-	0	0.0	-
국화 (절화)	계	-	-	2	100.0	-	-	-	0	-	-
	한국	-	-	0	0.0	-	-	-	0	-	-
	중국	-	-	2	100.0	-	-	-	0	-	-

\* 출처: ITC Trademap

## 4 한국산 대체가능 작물 선정

■ 이미 베트남 수입시장에서 대부분(99.4%)을 차지하고 있는 딸기의 시장 확대 가능성이 엿보이며, 이 외에도 중국산에 의존도가 높은 토마토와 상추(잎채소류)의 수출 가능성이 예상됨

- 딸기의 경우 시설원예를 통해 연중 안정적인 공급 물량 확보하게 되면 베트남 내 존재하는 한국산 딸기 수요 총당하며 시장 더욱 확대할 수 있을 것으로 판단됨
- 한국산 멜론은 현재 베트남으로의 수출이 불가하며, 중국산에 의존도가 높은 토마토와 상추(잎채소류)에 대한 수요 전환 가능할 것으로 예상

〈표 IV-3〉 품목별 對베트남 수출가능여부, 국내 생산규모, 수출규모

(단위: 톤, 백만 원, 천 달러)

구분	품목	HS Code	수출 가능 여부	시설원예 생산량 (톤)	전체 생산액 (2019)	수출규모(천 달러)		
						(2017)	(2018)	(2019)
채소류	토마토	0702	○	358,580 (19)	-	77.3	209.8	229.6
	상추	070519	○	2,916 (19)	-	0	0	0
	딸기	0810.10	○	233,291 (19)	-	2,436.2	3,657.9	6,911.6
	양배추	0704.90	○	-	-	-	8.9	10.5
	멜론	수출불가	×	35,236	수출불가	수출불가	수출불가	수출불가
화훼류	국화(절화)	0603.14	○	-	46,795	-	-	-
	장미(절화)	0603.11	○	-	49,885	-	-	-
	난초(심비디움)	수출불가	×	×	수출불가	수출불가	수출불가	수출불가
	카네이션(절화)	0603.12	○	-	8,252	-	-	-

\* 주: 화훼류 생산생산액 백만 원 기준

\* 출처: 「2020 신선 농산물 수출검역 요건」, 농림축산검역본부, 통계청, KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

# 글로벌 식품시장 인플루언서 활동사례 및 규제 동향

---

- I. 개요
- II. 글로벌 인플루언서 마케팅 현황
- III. 국가별 규제동향
- IV. 시사점



# 글로벌 식품시장 활동사례 및 규제동향

## 1. 개요

- 인플루언서 소셜 마케팅 영향력 확대에 따라 전 세계적으로 인플루언서 광고 및 활동 관련 지침이 마련되는 추세
  - \* 전 세계 규제당국은 인플루언서 소셜 마케팅 광고에 대한 지침을 마련하여 허위광고, 잘못된 정보 제공 등 소비자 기만행위를 근절하고자 함

## 2. 글로벌 인플루언서 마케팅 현황

- 중국, 미국, 동남아 등 인플루언서를 활용한 식품 마케팅 확대
  - \* 중국, 인플루언서를 의미하는 왕홍의 콘텐츠에 등장한 식품 구매로 이어짐
  - \* 미국, 인플루언서의 SNS를 통한 제품 홍보가 주, 먹방 영향력 증가세
  - \* 인도네시아, 싱가포르, 말레이시아 등 동남아 국가에서는 라이브 스트리밍과 인스타그램을 활용한 식품 홍보 비중 높은 편

## 3. 국가별 규제동향

- 중국, 2020년 7월부터 라이브스트리밍에 대한 새로운 규제 적용
- 미국 FTC, 인플루언서를 대상으로 한 광고표시지침 도입
- 동남아 3개국 인플루언서 소셜 마케팅 관련 가이드라인 마련
  - \* 인도네시아, 인플루언서 마케팅 「인도네시아 광고윤리규정」 준수 필요, 라이브 스트리밍에 대한 규제 논의 추진 중
  - \* 싱가포르 광고표준기구(ASAS), 소셜미디어 상 마케팅 및 광고 관련 지침 제시
  - \* 말레이시아, 정부의 광고 및 홍보 가이드라인 준수 필요

## 4. 시사점

- 소비자 니즈에 부합해 영향력을 지닌 인플루언서 활용 마케팅의 효과는 더욱 확대될 것으로 예상
- 해외 시장에서 한국 농식품의 지속 가능한 판매환경 조성 위해 인플루언서 마케팅의 적절한 활용, 국가별 규제 정보의 선제적 파악 및 기준 준수 필요



# I 개요

## ■ 인플루언서 소셜 마케팅 영향력 확대에 따라 시장규모 급성장

- 소셜미디어 플랫폼을 활용한 인플루언서 마케팅은 새로운 디지털 마케팅 트렌드를 창출하며 영향력 확대
  - 미국 최대 인플루언서 마케팅 회사인 Mediakix 조사에 따르면, 소셜 인플루언서 마케팅 경제 규모는 가파르게 성장해 2020년 102억 6,500만 달러(한화 약 11조 3,450억 원)에 달할 것으로 예측된 바 있음
    - 이는 2015년 5억 110만 달러(한화 약 5,670억 원) 규모에서 약 20배가량 증가한 수준
- 공유와 소통을 통해 고객 만족 실현이 가능하고, 감정적 유대관계를 형성해 연예인보다 더 큰 영향력을 지닌 인플루언서 마케팅 더욱 활성화 예상
  - DMC미디어는 인플루언서 마케팅을 '잠재 고객과의 상호작용을 통해 홍보 효과뿐만 아니라 브랜드 인지도 및 신뢰도 확산에 지대한 영향을 미칠 수 있는 홍보 수단'으로 분석

## ■ 전 세계 규제당국은 인플루언서 소셜 마케팅 광고를 지속적으로 모니터링해 소비자 기만 광고 등을 규제하려는 움직임을 보임

- 소셜 미디어에서 인플루언서의 영향력이 확대됨에 따라 허위광고, 소비자기만, 잘못된 정보 제공 등에 대한 규제의 필요성이 대두됨
- 중국, 미국, 영국 및 동남아 등 세계 각국에서는 인플루언서에 대한 광고 지침을 마련해 활동에 대한 명확한 정의 및 가이드라인을 제공하는 추세

# II 글로벌 인플루언서 마케팅 현황

## 1 중국

### ■ 인플루언서를 의미하는 왕홍(網紅)의 SNS 홍보 및 라이브 스트리밍을 통한 제품 거래 활성화 추세

- 유명 왕홍의 SNS 채널에 등장한 제품의 인지도가 높아져 구매로 이어짐
  - 소비자들은 유명 왕홍이 먹거나 사용하는 제품에 높은 관심을 보이며, 콘텐츠에 연동되어 있는 사이트에서 바로 제품을 구매해 소비함

〈그림 1-1〉 중국 SNS 채널 내 식품 마케팅 현황

웨이보(微博)	샤오홍슈(小红书)
<p>왕홍의 계정이 온라인 식품 판매 사이트와 연동이 되어 있어 콘텐츠를 보고 빠르게 제품 구매가 가능하도록 함</p>	<p>왕홍의 게시물 속 등장한 제품을 어플을 통해 편하게 검색 및 구매가 가능하도록 하는 서비스를 제공함</p>
 <p>真正“100%鲜榨橙汁”的生产过程，好有趣！ 3.4万次观看 · 昨天</p>	 <p>晚餐分享   家常菜合集 3377</p> <p>贪口福的依酱 1.2万 Vlog my life 每天卖3万多是什么感受 开业一年多，每天卖三万多，每天都是不够卖 1793</p>

\* 출처: (左) <https://weibo.com/tv/show/1034:4558183503429638> (右) 샤오홍슈 홈페이지

- 왕홍이 진행하는 라이브 스트리밍은 방송을 시청하면서 동시에 상품 구매가 가능하다는 장점으로 작용
  - 15초 이내의 짧은 영상을 공유하는 숏폼 콘텐츠 채널인 틱톡(TikTok)에서는 영상의 제품을 누르면 구매 가능한 링크로 연동되어 구매를 유도함

〈그림 1-2〉 중국의 식품 라이브 스트리밍 및 SNS를 통한 판매 현황

징동닷컴 라이브 스트리밍	인플루언서 계정 내 연동된 판매사이트
	

\* 출처: (左) 징동닷컴 블로그 (右) 웨이보(/mianyangdanshen)

■ 중국 인플루언서의 한국 식품 홍보로 현지 판매 증가 추세

- 한국의 라면 제품은 왕홍을 활용한 마케팅으로 온라인에서 한 달 만에 약 180만 봉지 판매
  - 왕홍 식품으로 인식되고 있는 불닭볶음면은 타오바오 판매량 상위 10위권 내 안착하며 큰 인기를 누렸고, 제조사는 다양한 제품라인을 출시해 시장요구에 호응함

- 왕홍이 먹고 추천한 한국산 건조 과일도 소비자의 관심을 끌며 온라인 커머스 플랫폼에서 판매된 바 있음
  - 해당 제품은 한국의 한 시장에서만 판매되는 제품으로 중국에서는 유통되지 않았으나, 한국을 방문한 왕홍이 먹고 추천한 제품으로 인지도가 높아짐
  - 초기에는 한국을 방문하는 여행객에게 대리 구매를 요청하는 사례가 발생, 이후 한국산 건조 과일의 인기가 지속되자 해당 제품은 중국 온라인 플랫폼에서 정식으로 판매됨

〈그림 1-3〉 왕홍의 소개로 유명세를 얻은 한국산 식품의 온라인 판매현황

중국 온라인 플랫폼에서 판매되는 한국산 라면	중국 온라인 플랫폼에서 판매되는 한국산 건조과일

\* 출처: 타오바오(taobao.com)

- 중국 유명 왕홍인 리자琦(李佳琦)가 진행한 라이브 스트리밍에서는 약 1분 20초 만에 한국산 유자차 5만 여개가 판매되며 6억 원 이상의 매출을 올리기도 함

〈그림 1-4〉 중국 왕홍이 진행한 한국산 유자차 판매 라이브 스트리밍



\* 출처: 경향신문, 식품저널뉴스

- 다른 유명 왕홍인 탄차오인(谭乔尹Emma)의 SNS 쿠킹쇼를 통해 소개된 한국식품이 큰 주목을 받음
  - 탄차오인은 코로나19 시기에 걸맞는 ‘한국식품과 함께하는 슬기로운 집콕생활’이라는 주제로 한국 농식품을 활용한 요리법을 소개하는 쿠킹쇼를 진행, 시청자는 1억 4,000만 명에 달함

〈그림 1-5〉 중국 왕홍이 진행한 한국식품 라이브 스트리밍



\* 출처: aT(한국농수산물유통공사)

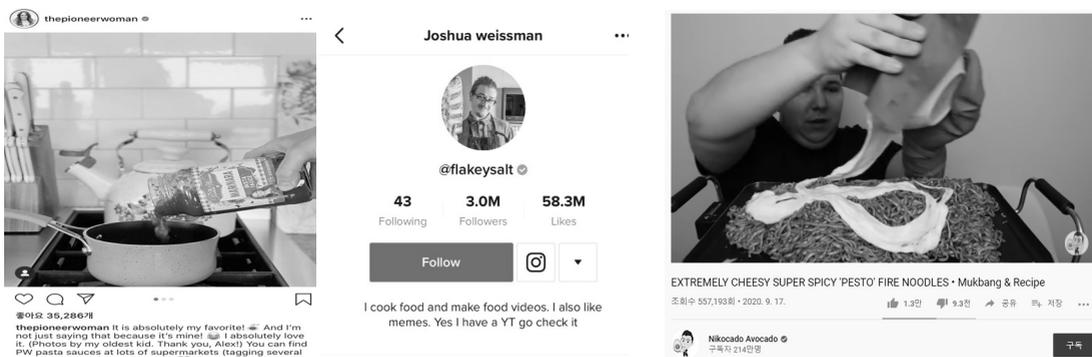
- 식품 관련 업체에 따르면 왕홍을 활용한 마케팅의 효과는 단기 매출뿐만 아니라 향후 제품 구매로 이어지는 고객 확보에 결정적인 영향을 미침
  - 라이브 스트리밍은 상품에 대한 실시간 소통과 공감 가능성이 가능하다는 장점을 바탕으로 왕홍 마케팅의 영향력이 확대되는 추세
  - 유아비빔면, 라면볶음밥 뿐만 아니라 우유, 유아차, 인삼 제품 등 대중국 수출 상위품목의 왕홍 마케팅이 한국산 농식품의 인지도 제고에 기여할 수 있을 것으로 기대됨

## 2 미국

### ■ 유명 인플루언서의 SNS를 통한 제품 홍보가 주를 이루며, 코로나19 이후 먹방의 영향력도 증가하는 추세

- 인플루언서들은 주로 인스타그램이나 유튜브를 통해 상품 및 브랜드를 태그하는 식으로 홍보하며, 제품을 구매할 수 있는 링크를 추가해 소비자의 구매를 유도함
  - 인플루언서가 직접 판매하는 브랜드의 제품이나, 코로나19 이후 건강함을 강조한 식재료 위주의 판매가 두드러짐
- 코로나19 이후 소비자들은 먹방에 더욱 관심을 보이기 시작, 집에서 따라할 수 있는 간단한 조리법에 대한 먹방 유행
  - 영국 신문 메트로는 '식당의 영업 중단으로 집에서 요리하는 비중이 늘면서 음식에 대한 갈망이 먹방 시청을 통해 분출되고 있다'고 분석
  - 캘스테이트 대학 에블린 서 박사는 '코로나19 일상에서 먹방은 음식으로 교감하는 창구가 된 것'으로 분석함

〈그림 1-6〉 미국 식품 관련 유명 인플루언서의 활동 현황

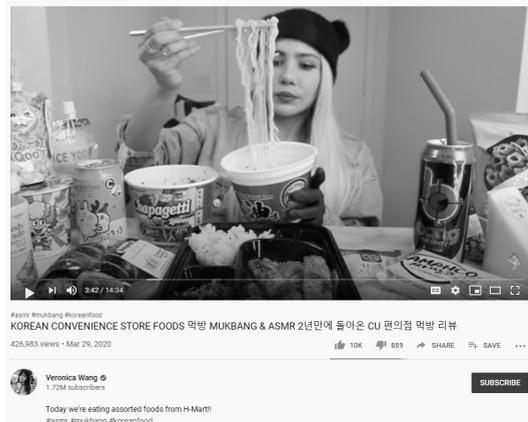
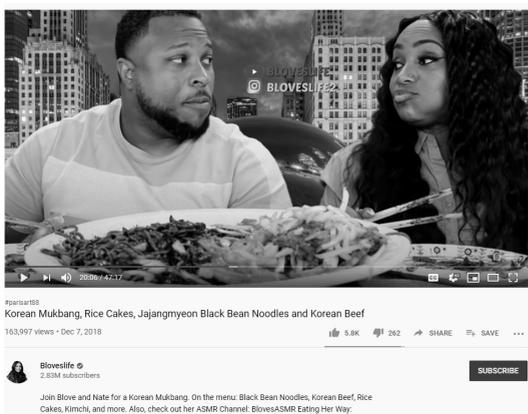


\* 출처 : @thepioneerwoman, @flakeysalt(인스타그램), 유튜브(Nikocado Avocado)

- 인플루언서를 통해 한국 식품 인지도 제고 추세로, 최근 한국 만두가 소비자의 이목을 끌
  - 미국의 인기 셰프이자 방송인인 조지 듀란(George Duran)이 최근 라디오 방송에서 부활절 특별 메뉴로 한국의 만두 제품을 추천하며 덤플링(dumpling)이 아닌 만두(Mandu)로 소개해 한국식 만두의 인지도가 높아짐

- 유명 인플루언서인 제레미 제이코보위츠(Jeremy Jacobowitz)도 자신의 인스타그램을 통해 다양한 한식 시식 콘텐츠를 게재하며 K-푸드를 홍보하고 있음
- 먹방 유튜버들의 한국식품 먹방으로 관심 및 인지도 증가
  - 구독자 283만 명을 보유한 Bloveslife는 한국의 짜장면, 떡, 한우, 김치 등의 먹방으로 28만 뷰를 기록, 구독자 172만 명의 Veronica Wang은 미국 현지 편의점에서 판매되는 한국식품의 먹방을 진행해 43만 뷰, 갈비라면, 떡볶이, 김말이 먹방으로 117만 뷰를 기록함

〈그림 1-7〉 미국 유명 인플루언서의 K-푸드 홍보 콘텐츠



\* 출처 : @brunchboys(인스타그램 및 유튜브), @Bloveslife(유튜브), @Veronica Wang(유튜브)

### 3 동남아 3개국(인도네시아, 싱가포르, 말레이시아)

#### ▣ 라이브 스트리밍과 인스타그램을 활용한 식품 홍보 비중이 높게 나타남

- 싱가포르에서는 shopavision, shopee, lazada 등에서 라이브 스트리밍을 통한 제품 구매가 빈번하며, 베트남에서는 facebook을 활용한 라이브 스트리밍 사용률이 높게 나타남
- 인도네시아, 태국 등에서는 인스타그램 등 SNS 계정을 활용한 식품 홍보가 활성화되어 있음
  - 주로 유명 인플루언서들이 자신의 게시글에 식품명이나 기업을 태그하는 방식으로 제품을 홍보함

#### ▣ 동남아 국가에서도 유명 인플루언서의 활동으로 한국 식품에 대한 반응이 더욱 확대되는 추세

〈그림 1-8〉 동남아시아 유명 인플루언서의 한국식품 마케팅 현황

싱가포르	인도네시아	태국
 <p>mindeeong • 싱가포르</p> <p>Singapore's first...</p> <p>좋아요 222개</p> <p>mindeeong October Instagram Giveaway</p>	 <p>devinahermawan • 싱가포르</p> <p>Neoguri, Chapagetti</p> <p>좋아요 1,162개</p> <p>devinahermawan Annyeong! Sekarang Nong Shim Neoguri dan Nong Shim Chapagetti sudah hadir di Indonesia secara official lagi! Dan dalam rangka K-Food Challenge dan Ambassador K-Food 2020 aku udah share resep Chapaguri yang pastinya meleleh emaknya. Langsung check on my YouTube ya untuk resepnya</p> <p>Kalian bisa mendapatkan kedua produk ini di supermarket atau e-commerce</p>	 <p>giftgiftsmile • 싱가포르</p> <p>Neoguri</p> <p>좋아요 133개</p> <p>giftgiftsmile 🍜 รับส่วนลดรับกับ "K-Food Super Sale" วันที่ 31 ต.ค. 63 เท่านั้น! รับส่วนลดสูงสุด 50% พร้อมเพิ่มแถมพิเศษ 10 ถึง 20%... (more text)</p>

\*출처 : @mindeeong, @devinahermawan, @giftgiftsmile(인스타그램)

## Ⅲ 국가별 규제동향

### 1 중국

#### ■ 라이브 스트리밍을 통한 제품 구매가 활성화되자 중국 정부는 2020년 7월부터 라이브 스트리밍에 대한 새로운 규제를 적용함

- 중국 상공회의소 미디어 쇼핑 전문위원회는 「비디오 라이브 쇼핑 운영 및 서비스 기본 규범<sup>1)</sup>」과 「온라인 쇼핑 서비스 시스템 평가지침<sup>2)</sup>」을 발표함
- 위조품 및 불량품 유통 방지를 위해 라이브 스트리밍에서 판매되는 제품은 국가의 품질 인증을 받아야 함
  - 라이브 스트리밍을 통해 판매되는 제품은 제품 품질, 규범 및 측정에 대한 국가법을 및 규정의 요구 사항을 충족해야 하며, 생산 및 판매 허가증, 제품 품질 인증 자료를 보유하고 있어야 함
  - 2018년 10월 부로 '식품안전 허가제도'가 도입되며 기존의 식품 품질을 증명하는 QS(Quality Safety) 인증은 식품생산허가등록제도(SC; Sheng Chan 허가제도)로 변경됨
    - SC 마크는 생산설비 및 관리 감독 책임 등 안전 식품을 생산할 수 있는 조건을 갖춘 기업만 생산을 허가하는 것으로 자국 기업에 한해 적용되나 수입 기업에도 요구되는 관행이 있어 발급이 권장됨

1) 视频直播购物运营和服务基本规范  
2) 网络购物诚信服务体系评价指南

〈표 II-1〉 중국 식품 품질증명(SC마크) 발급 절차 및 요건

감독 및 규제	중국식품의약품(CFDA)
발급절차	신청서 제출 》 서류 심사 》 현장 조사 》 SC허가번호 발급
제출서류	사업자등록증 사본, 식품위생허가증사본, 법인대표 신분증사본, 생산공장 전경사진, 식품생산공정도 등
비 용	2,200위안(한화 약 원)
소요기간	서류제출 이후 5일, 현장실사 이후 10일 이내

- 제품 광고 시 ‘최저가’, ‘최고 수준’ 등의 최상급 수식어 사용을 금지해 허위 및 과장 광고에 대한 규제를 가함

■ ‘음식 낭비를 막기 위한 캠페인’이 시행되며 인플루언서의 과도한 먹방을 자제할 수 있도록 하는 조치가 취해짐

- 시진핑 주석이 중국의 식량안보에 대해 위기의식을 가질 것을 강조하자 중국 전역에서 음식 낭비를 실천하려는 움직임 발생
  - 중국 관영매체는 인플루언서들의 과도한 먹방을 비판하며, 인기를 끌기 위한 과도한 먹방으로 음식 낭비 문제가 발생하고 있으며 이러한 트렌드에 대해 정부가 조치를 취할 것이라고 보도한 바 있음
- 소셜 미디어 플랫폼에서는 자체적으로 먹방에 대한 규제를 시행하여 ‘먹방쇼’, ‘라이브 먹방’ 등을 검색하면 ‘음식을 낭비하지 말고 적절히 먹자’는 내용의 경고문이 뜨도록 조치함

〈그림 II-1〉 음식 낭비를 방지하기 위한 먹방 규제 움직임

중국의 먹방을 비판하는 매체 보도자료	먹방에 게시되는 경고문구
<p>8月12日, 微博话题“大胃王吃播被批浪费严重”引发网友热议。据了解, 作为目前较火的网络直播形式, 吃播主播时常以挑战超出常人的食量来博取眼球, 吸引流量。其中, 不乏一些博主一人吃大量量的粮食后, 又偷偷将食物吐出等浪费现象存在。</p> <p>“平台坚决反对暴饮浪费, 并积极倡导勤俭节约。”12日晚, 抖音以及快手相关负责人向记者表示, 针对目前网络上吃播内容存在浪费粮食, 或是以假吃、催吐、宣扬量大多吃等方式博眼球的行为, 平台将进行严肃处理, 或给予删除作品、关停直播、封禁账号等处罚。</p>	

\* 출처: 这种直播, 将被严肃处理!, CCTV(2020.08.14.), Mukbang: Why is China clamping down on eating influencers? BBC(2020.08.20)

**2 미국**

■ 미국 연방통상위원회(Federal Trade Commission)는 인플루언서를 대상으로 한 광고표시지침을 도입함

- 2018년 FTC는 인플루언서에 후원 관계를 분명히 제시할 것을 요구하는 가이드라인을 발표, 광고성 게시물이 광고임을 명확히 밝히도록 함
  - 특정 대가를 받고 제품 정보를 게재할 경우 #AD, #sponsored 등과 같은 해시태그를 기재해 광고임을 명시해야 함
- 2019년 11월에는 ‘소셜미디어 인플루언서에 대한 공개 101’을 통해 해당 지침을 지속적으로 업데이트하고 있음

**〈표 II-2〉 소셜미디어 인플루언서 지침**

기본지침	
해시태그	<ul style="list-style-type: none"> <li>• #partner, #collab, #sp, 또는 #spon와 같이 유료 광고 및 홍보의 느낌이 나지 않는 모호한 해시태그 사용 금지</li> <li>• 인플루언서는 #sponsored, #paid, 또는 #ad와 같은 공개 해시태그를 콘텐츠의 제일 앞부분에 공개해야 함</li> </ul>
문구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Paid for by...”, “This product was given to me by...” 또는 “Sponsored by...”와 같은 문구를 사용해야 함</li> <li>• “This brand rocks!” “Thanks to...” “In partnership with...” 또는 “In collaboration with...” 와 같은 모호한 용어 사용 금지</li> </ul>
채널별 지침	
인스타그램	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2017년 3월, “Paid Partnership with” 태그를 도입하여 인플루언서의 홍보 콘텐츠를 쉽게 강조할 수 있도록 함</li> <li>• 광고임을 쉽게 알 수 있도록 콘텐츠의 시작 부분이나 더보기 버튼을 누르기 전에 #paid, #ad 또는 #sponsored와 같은 해시태그를 넣어야 함</li> <li>• #ambassador, #sp 또는 #spon과 같은 모호한 해시태그 사용 금지</li> <li>• 인스타그램 스토리 기능의 경우, 이미지에 대한 정보를 밝혀야 함</li> </ul>
페이스북	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘브랜드 콘텐츠 툴’을 도입해 인플루언서가 새로운 규칙을 쉽게 준수할 수 있도록 함</li> <li>• 인플루언서가 브랜드 콘텐츠 툴을 신청하고 페이스북이 허가하면 캠페인의 목적과 게시하는 콘텐츠 유형에 따라 적합한 태그를 지정할 수 있음</li> <li>• 인플루언서는 #paid나 #sponsored와 같은 해시태그를 작성하고 해당 브랜드를 태그하여 광고임을 알려야 함. 동 영상 콘텐츠라면 동영상 위에 글을 표시하거나 동영상에서 광고임을 말하는 등 명확히 공개해야 함</li> <li>• “video was made possible by...” 또는 “Thanks to...” 등의 모호한 문구는 사용이 금지됨</li> </ul>

〈표 II-3〉 소셜미디어 인플루언서 지침

채널별 지침	
유튜브	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유튜브는 제작자가 동영상 캠페인을 위해 선택적 텍스트 공개 문구를 추가할 수 있는 기능을 도입</li> <li>• 인플루언서는 본인의 영상에 대해 유료 프로모션임을 설정해야 함</li> <li>• "This video is sponsored by..."와 같은 명확한 문구를 사용해야 하고, "더보기" 란에 광고 및 홍보에 대한 정보를 추가해야 함</li> </ul>
트위터	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인플루언서는 #paid또는 #ad 등의 해시태그를 해당 트윗에 작성해야 함</li> <li>• 인플루언서는 이러한 해시태그와 함께 브랜드를 언급하고 태그를 지정해야 함</li> </ul>

\* 출처: Federal Trade Commission 및 각 채널별 정책

### 3 동남아 3개국(인도네시아, 싱가포르, 말레이시아)

#### 가. 인도네시아

##### ■ 인도네시아, 인도네시아 광고위원회(KPI)의 「인도네시아 광고윤리규정」 준수 필요

- 해당 규정에서는 다음과 같은 내용의 광고를 금지함

##### 〈표 II-4〉 인도네시아에서 금지되는 광고의 종류

- 
- 다른 종교, 이념, 개인 혹은 집단의 존엄성을 훼손하거나 비하하는 특정 종교, 이념, 개인 혹은 집단과 관련된 상업적 광고
  - 주류 또는 그와 유사한 중독성 물질에 대한 상업적 광고
  - 담배를 연상하게 하는 상업적 광고
  - 공중의 품위와 종교적 가치에 반하는 상업적 광고
  - 18세 미만 미성년자 착취 광고
- 

- 인도네시아에서 인플루언서 마케팅은 과세 대상 서비스로 간주되지만 세금 부과를 구체적으로 감독하는 규정은 별도로 없으며, 일반 세금인 소득세 23(PPh 23)을 적용 - 다만 관리회사가 별도로 존재하거나, 개인으로 활동하는 것으로 간주될 경우 광고주가 즉시 세금을 공제할 수 있는 소득세 21(PPH 21)이 적용되어 취사선택이 가능함

##### ■ 라이브 스트리밍 및 허가받지 않은 식품 취급 금지에 대한 논의가 진행되고 있어 향후 결과에 대한 귀추가 주목됨

- 2020년 5월 Ahmad M. Ramli 정보통신부의 포스트 및 정보 관리국장, 소셜 미디어의 스트리밍 콘텐츠를 허가가 필요한 방송기관으로 분류하겠다고 발표
- 식품의약국(BPOM), 인플루언서의 미허가 식품 취급을 금지할 것이라고 발표하며 인플루언서의 활동 규제를 고려하고 있다고 언급

## 나. 싱가포르

### ■ 싱가포르 광고표준기구(ASAS)는 2016년 Interactive Marketing Communication and Social Media에 대한 지침을 발표함

- 광고 표시에는 정확한 언어와 구문이 사용되어야 하며 전문 용어의 사용은 금지됨
- 광고 콘텐츠의 표시는 명확하고 눈에 띄어야 함
  - 영상 콘텐츠의 경우 광고임을 표시하는 사진이나 자막 등을 눈에 보일 수 있도록 명시해야 함
  - 글로 작성된 콘텐츠는 다음과 같이 광고임을 명시해야 하고, 음성 콘텐츠의 경우 녹음 내용에 광고임을 안내하는 문구가 포함되어야 함

〈표 11-5〉 텍스트 기반 콘텐츠의 광고 규정

길이 제한이 없는 콘텐츠의 경우	길이 제한이 있는 콘텐츠의 경우
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘This post was sponsored by...’</li> <li>• ‘This post was brought to you by...’</li> <li>• ‘This post was created in partnership with...’</li> <li>• ‘I would like to thank (client) for their invitation’</li> <li>• ‘The featured products were provided by...’</li> <li>• ‘We were a guest of...’</li> <li>• ‘This post includes affiliate links’</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘#adv’</li> <li>• ‘#sp’</li> <li>• ‘#sponsored’</li> <li>• ‘#endorsed’</li> </ul> <p>※ 제휴 링크는 기호를 사용하여 표시할 수 있으나 명확히 공개해야 함</p>

- 광고임을 표시해야 하는 경우는 다음과 같이 분류됨

〈표 11-6〉 광고 표시가 의무화되는 유형 분류

고지해야 하는 경우	고지할 필요가 없는 경우
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품이나 서비스를 언급하는 조건으로 콘텐츠에 비용을 지불한 경우</li> <li>• 제품이나 서비스를 홍보하기 위한 콘텐츠에 비용을 지불한 경우</li> <li>• 행사 등의 홍보에 대한 비용을 지불한 경우</li> <li>• 홍보 제품이나 서비스에 대해 언급한 콘텐츠인 경우</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소셜 미디어 플랫폼에 콘텐츠 활성화를 위해 비용을 지불하였고 플랫폼이 이를 표기했을 경우</li> <li>• 제품 또는 서비스 제공자가 자체 소셜 미디어 채널 또는 플랫폼을 이용하는 경우</li> <li>• 장려금 또는 금전적 이익이 없는 경우</li> </ul>

\* 지침원문 링크 : <https://asas.org.sg/socialmedia>

## 다. 말레이시아

### ■ 말레이시아 정부의 광고 및 홍보 가이드라인 준수 필요

- ASA Malaysia(Advertising Standards Authority Malaysia)에서 정한 Malaysian Code of Advertising Practice에서는 콘텐츠에 따라 광고에 대한 18개의 지침을 적용함
- 주요 내용으로는 말레이시아 내 시행되는 모든 광고의 표현이 적정하고 거짓이 없어야 하며 합법적이어야 한다고 명시
  - 이 외에도 아동·청소년 대상 광고 시, 주류 제품 광고 시 환경 관련한 검토 사항 등 광고 시행과 관련한 분야별 기본 가이드를 제공함

\* 지침원문 링크 : <https://www.asa.org.my/files/ASA-code-eng.pdf>

# IV

## 시사점

### ■ 인플루언서 마케팅은 최근 소비자 니즈에 부합하는 마케팅 방식으로 향후 영향력은 더욱 확대될 것으로 예상

- 영향력을 지닌 인플루언서를 활용한 마케팅은 최근 소비자의 니즈에 적합한 마케팅 방식으로 향후 그 효과는 더욱 확대될 것으로 전망
  - 최근 소비자는 영상 기반의 실시간 소통을 강점으로 하는 콘텐츠 마케팅을 친숙하게 받아들이며, 제품 구매 시 개인의 실제 의견을 더욱 중요하게 고려하는 경향을 보임
  - 기업 측면에서도 전통적인 마케팅 방법에 비해 비교적 적은 비용과 노력으로 인지도 제고 및 매출 상승 등의 성공사례가 발생하고 있어 매력적인 마케팅 방법으로 인식됨
- 해외시장에서 한국산 농식품의 긍정적인 이미지 형성 및 지속 가능한 판매환경 조성을 위해서는 인플루언서를 활용한 마케팅의 적절한 활용과 신중한 접근이 요구됨
  - 기업 및 제품의 상황에 맞는 인플루언서의 활용이 요구되며, 제품의 수출 및 판매 형태와 시기적·전략적 중요도, 인플루언서 마케팅을 통한 기대효과 등에 대한 객관적인 분석이 필요함
  - 라이브 스트리밍(생방송), 이커머스, 1인 미디어, SNS 채널을 통한 홍보 등 인플루언서를 활용한 마케팅에도 다양한 방법이 존재하기 때문에 기업 및 제품에 맞는 적절한 마케팅 방법에 대한 고민이 선행되어야 함

### ■ 온라인 식품 소비 증가, 인플루언서의 영향력 확대에 따라 관련 지침이 마련되는 추세, 온라인 마케팅 시 규제 정보의 선제적 파악 및 기준 준수 필요

- 주요 국가들은 허위 및 과대광고 등 소비자 기만 방지, 투명한 거래를 유도하기 위한 인플루언서의 광고 활동을 규제하려는 움직임을 보임
  - 한국산 농식품 주요 수출국인 중국, 미국, 동남아 국가에서는 인플루언서의 활동과 제품 광고를 구별하기 위한 다양한 지침 및 규제안을 제시하는 추세
- 영국, 일본, UAE, 호주 등 국가에서도 인플루언서 활동 관련 규제가 존재해 기준 준수 필요

영국	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영국 광고표준위원회(ASA)와 공정거래위원회(CMA), “Influencers’ guide to making clear that ads are ads” 발행</li> <li>• 특정 브랜드가 인플루언서에게 금전적 대가, 수수료, 상품 또는 서비스의 무료 제공, 무료 상품이나 서비스 또는 그 밖의 인센티브를 포함한 모든 게시물은 광고 규칙과 소비자보호법의 적용을 받아야 한다고 정의</li> <li>• 콘텐츠가 특정 제품이나 서비스를 홍보하고 제품이나 서비스를 판매하는 하이퍼링크나 할인 코드를 포함하는 제휴 광고도 마찬가지로 동일한 요건을 적용</li> <li>• 광고 콘텐츠는 인플루언서가 제품이나 서비스를 판매하기 위해 돈을 받고 있고, 그 게시물 자체가 광고라는 것을 소비자에게 분명하게 인식하게 해야 함</li> <li>• ASA와 CMA는 광고 게시물이 광고라는 것을 분명히 보여주는 표기(라벨)를 해야 한다고 규정. 예를 들어, Instagram 광고의 경우에 ‘광고’를 분명히 표기해야 하며, 해당 표기가 다른 해시 태그에 의해 은폐되지 않아야 함</li> </ul>
일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 바이럴 마케팅((バイラル・マーケティング) 또는 스텔스 마케팅(ステルスマーケティング)에 관하여 경품표시법(景品表示法)과 “인터넷 소비자거래와 관련된 광고표시에 관한 경품표시법상의 문제점 및 유의사항”에 의해서 규제</li> <li>• 이 지침은 바이럴 마케팅을 수행하는 사이트를 소문사이트(口コミサイト, 광고 사이트로 통칭)로 정의하고, 인플루언서가 운영하는 사이트 역시 추천상품에 대한 정보가 제공되는 경우 광고 사이트로 정의</li> <li>• 2012년에 본 지침을 개정하면서, 사업자가 소비자를 유인하는 수단으로 스스로 또는 제3자에게 의뢰하여 광고 사이트에 자신의 상품 등이 경쟁사업자보다 좋다고 소비자를 오인시킬 수 있는 정보 제공 행위가 경품표시법상 부당표시가 될 수 있음을 추가</li> <li>• 바이럴 마케팅으로 문제가 발생할 수 있다는 내용이 지침에 포함은 되어 있으나, 이런 광고나 표시방법 자체를 규제하는 규정은 존재하지 않으며, 바이럴 마케팅으로 소비자를 기만하는 광고를 하면 경범죄로 구료 또는 과태료 처분을 할 수 있는 수준임</li> </ul>
UAE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 3월 UAE 국가미디어위원회(National Media Council)는 브랜드 홍보를 통해 수익을 창출하는 인플루언서는 두 개의 라이선스를 보유해야 한다고 규정함</li> <li>• 인플루언서는 소셜미디어에 브랜드를 광고하거나 보증하는 콘텐츠를 게시할 수 있는 특별한 전자미디어 라이선스(e-media licence)가 필요하며, 이를 신청하기 전에 거래 라이선스(trade license)를 취득해야 함</li> <li>• 거래 라이선스는 유형, 권한, 지역에 따라 선택할 수 있고 전자미디어 라이선스 취득비는 15,000디르함(한화 약 471만 원)으로 설정</li> <li>• 이를 준수하지 않는 경우 소셜 미디어 계정과 웹사이트, 블로그 등이 정지되고 최대 5,000디르함(한화 약 157만 원)의 벌금이 부과됨</li> </ul>
호주	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 호주 정부는 세금이 투입되는 공공 부문의 정부 캠페인에서의 인플루언서 마케팅을 금지함</li> </ul>

## 〈참고문헌 및 참고사이트〉

1	인플루언서의 '뒷광고' 실태와 해외 주요국의 규율 사례, 한국콘텐츠진흥원(2020.09)
2	느닷없이 '먹방' 규제...시진핑 지시에 음식낭비 막기 입법(종합), 연합뉴스(2020.08)
3	한국식 먹방 미국서 떴다, 중앙일보(2020.08)
4	CJ '비비고 만두' 미국서 집밥 메뉴로 등극, 식품음료신문(2020.04)
5	인도네시아 인플루언서의 특성과 유형구분 및 관련 법규 현황, KOTRA(2020.09)
6	호주 정부의 인플루언서 마케팅 재검토와 UAE의 규제, 미디어빅데이터연구소(2020.03)
7	K-푸드로 '슬기로운 집콕생활'...언택트 마케팅 나서는 정부, 리얼푸드(2020.06)
8	왜, 지금 당장 인플루언서 플랫폼 마케팅을 해야 하는가?, 화장품 뷰티뉴스(2020.06)
9	인스타그램 인플루언서 광고에 대한 공정위의 첫 제재, 김앤장(2020.03)
10	커지는 인플루언서의 힘... '광고 아닌 듯 광고'는 어떻게?, Digital Today(2020.04)
11	China Influencer Industry: Live streaming sales hit record, CGTN(2020.04)
12	Mukbang: Why is China clamping down on eating influencers?, BBC(2020.08)
13	New restrictions on livestreaming planned for China, WARC(2020.08)
14	When China's top influencers speak, consumers listen, NIKKEI ASIA(2019.12)
15	FTC Rules for Influencers - Here are the Key Takeaways for Brands, GRIN(2020.08)
16	Disclosures 101 for Social Media Influencers, Federal Trade Ccmmission(2019.11)
17	Influencer Marketing: A Research Guide, LIBRARY OF CONGRESS
18	American Mukbang: Why We Love to Watch People Eat, THRILLIST(2020.02)
19	Amazon Live Community Policy, AMAZON LIVE
20	Branded Content on Instagram, INSTAGRAM
21	Branded Content Policies, FACEBOOK(2020.06)
22	Singapore Introduces New Guidelines for E-commerce Transactions, ASEAN BRIEFING (2020.06)
23	Indonesia's Law on E-Commerce: Clear Guidelines and Compliance by November 2021ASEAN BRIEFING(2020.01)
24	Malaysia affirms social media users exempt from licence rule, ALJAZEERA(2020.07)
25	Shopee introduces live streaming feature, THE STAR(2019.05)
26	Live streaming becomes a growing livelihood in Vietnam, VNEXPRESS(2020.01)
27	Graphics: The figures behind China's 'Clean Plate' campaign, CGTN(2020.08)

# 글로벌 푸드테크 트렌드

- 생산, 유통, 소비부문을 중심으로 -

---

- I. 배경현황
- II. 글로벌 푸드테크 사례
- III. 시사점



# 글로벌 푸드테크 트렌드 - 생산, 유통, 소비부문을 중심으로

## 1. 배경

- 푸드테크는 푸드(food)와 테크놀로지(technology)의 합성어로, 식품산업과 4차산업 기술의 결합을 의미
- 건강에 대한 관심 증대, 식량안보 문제의 재조명, 환경에 대한 인식 제고로 푸드테크가 주목받고 있음
  - \* 생산, 유통, 소비에 이르는 식품의 전 프로세스에 푸드테크 적용 사례 증가 추세

## 2. 글로벌 푸드테크 트렌드

- (생산) ① 농업 생산분야에 적용, ② 식품 가공공정 자동화, ③ 조리 과정 간소화 등
  - \* 수직농법으로 생산 효율 제고, 환경제어 농법으로 수입 농산물에 대한 의존도 낮춤
  - \* 가공, 포장 과정의 기계화로 생산성 증대, 제품 품질 균일화로 안전성 제고
  - \* 3D프린터 등의 기술로 식품의 조리/제조 과정 간소화
- (유통) ① 식품 유통(결제, 배송) 간소화, ② 사물인터넷과 로봇 등을 활용한 식품 유통
  - \* 오프라인 매장에 센서 기술 도입하여 결제 자동화, 인공지능 챗봇을 활용한 주문 및 배달 서비스 운영
  - \* 사물인터넷(IoT)을 활용한 운송 중 식품의 품질 유지, 무인 식품 배송 등
- (소비) ① 인공지능을 활용한 소비자 맞춤형 서비스 제공, ② 소비 단계에서 발생하는 음식물 쓰레기 감량 기술 등
  - \* 인공지능으로 소비자 맞춤형 정보(알레르기 항원 등) 제공, 맞춤형 레시피 제공
  - \* 인공지능으로 음식물 쓰레기 배출량 감지 및 예방책 제시, 공유경제 플랫폼으로 잉여 음식물 공유

## 3. 시사점

- ① 식량안보 개선, ② 생산 효율화, ③ 소비자 안전 보장, ④ 편의성 제고, ⑤ 지속가능성 제고를 위해 푸드테크 분야에 꾸준한 관심과 지원 필요



# I 배경

## ■ 푸드테크는 푸드(food)와 기술(technology)의 합성어로 식품의 생산, 유통 및 소비 공정과 4차산업 기술의 결합을 의미

- 신기술(정보통신기술, 인공지능, 사물인터넷, 빅데이터 등)의 도입으로 식품 산업 전반의 발전 도모, 식품 생산자·유통업자·소비자 편의 제고
- 더 나아가 ① 식량안보 개선, ② 식품 산업 효율화 및 부가가치 창출, ③ 지속가능성 제고 등의 의의가 있음

## ■ 건강에 대한 관심 증가, 식량안보 문제의 재조명, 환경에 대한 인식 제고로 푸드테크에 대한 전 세계적 관심 제고

- 식량안보의 중요성(일자리 창출, 빈곤 감소, 무역 증가 등)이 확산되며 안정적인 식품 공급을 위한 각종 기술 재조명
  - 세계 경제 포럼은 '신기술이 세계 식량 안보 강화에 도움이 될 수 있는 방법'이라는 제목의 기사를 발행하며 식품 생산량 제고를 위한 다양한 기술을 소개<sup>1)</sup>
- 코로나19로 언택트 트렌드가 부상하며 식품 유통에 무인 배달 등 신기술 도입
  - 미국 시장 조사기관 e-Marketer의 조사에 따르면 미국의 2020년 상반기 스마트폰 음식 배달 앱 이용자 수가 전년 동기 대비 25.2% 증가<sup>2)</sup>
  - 미국 캘리포니아 주는 2020년 7월부터 로봇을 활용한 식품 배달 시작
- 건강한 식단을 위한 최첨단 서비스 다수 출시
  - 영국의 스마트폰 어플리케이션 'Spoon Guru'는 식료품 구매 전 해당 식품의 영양 함량, 알레르기 항원, 글루텐 함량 등에 대한 정보를 검색할 수 있는 서비스 제공

1) World Economic Forum, How new technology could help to strengthen global food security(2018)

2) eMarketer, More Consumers Are Turning to Food Delivery Apps amid Indoor Dining Restrictions(2020)

- 지속가능한 식품시장 형성을 위한 기술(음식물 쓰레기를 줄이기 위한 기술 등) 도입 사례 증가
  - 영국 기업 'Winnow'는 인공지능 기술을 활용하여 식당 및 식품업체의 음식물 쓰레기 배출량을 데이터화하고 예방책을 제시
    - Winnow의 음식물 쓰레기 감량 시스템은 영국, 싱가포르, 두바이, 중국, 미국 등 다양한 국가에서 사용됨

■ 생산, 유통, 소비에 이르기까지 식품의 전 프로세스에 푸드테크 적용 확산

- 식품 생산공정 효율화, 지속가능한 농축산업 기술 확산, 유통 단축, 식품 낭비 감소 위한 다양한 기술 개발

# II 글로벌 푸드테크 사례

## 1 생산 및 가공 부문

■ ① 수직농법 ② 환경제어 농업(Controlled Environment Farming)을 통해 식량안보 제고 및 에너지 사용 절감

- 프랑스, 아랍에미리트는 푸드테크로 농업의 생산성과 지속가능성을 제고

<p>프랑스</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수직농법으로 작물 생산성 제고하며 재생가능 에너지를 활용             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수직농법은 수직농장에서 농작물을 재배하는 기술로, 좁은 면적에서 많은 양의 작물을 생산할 수 있어 작물의 생산성 제고 가능</li> <li>- 프랑스의 농업 스타트업 'Agricool'은 수직농업 시설에 100% 재생가능 에너지로 구동되는 LED 조명을 설치하여 농작물을 재배</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>수직농업 시설</p>	<p>프랑스 Agricool 시설</p>
<p>아랍에미리트</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 환경 제어 농업(CEA)으로 수입산 과일 수급 문제를 해결             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아랍에미리트는 덥고 건조한 기후로 신선 과일 및 채소 재배가 어려웠으나, PURE HARVEST社에서 환경제어농업 시설을 설치하여 이를 극복</li> <li>- 시기와 기후의 제약 없이 다양한 농작물 연중 생산 가능, 과거 수입에 의존하던 토마토 품종 6종 재배 성공</li> <li>- 태양열 에너지를 사용함으로써 자원(물, 에너지 등) 낭비 예방 가능</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>PURE HARVEST社 환경제어농업</p>	<p>PURE HARVEST社에서 생산된 토마토</p>

\* 출처: agfundnews.com, agritecture.com, kawa-news.com

■ ① 가공식품 제조시설의 압축공기 공급 자동화 ② 가공 및 포장 라인 기계화로 식품 생산 효율 제고

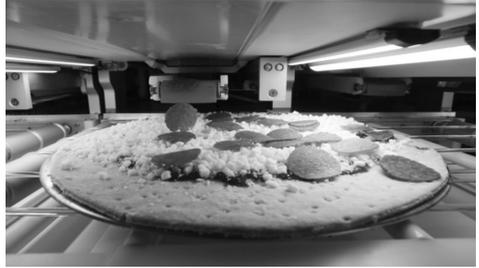
- 호주·뉴질랜드·이집트는 식품 생산공정의 기계화로 생산 효율 및 제품 안전성 제고

<p>호주 · 뉴질랜드</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>가공식품(포장식품) 제조 시 필수적인 압축공기 공급 공정을 기계화하여 제품 안전성 제고</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가공식품 제조 시 압축공기 공급은 제품의 이물 제거, 포장(봉지 벌림, 충전) 등에 필수적이며 뉴질랜드의 Tasti Food는 해당 공정을 기계화함</li> <li>- 도입된 기계는 자동 온도 조절 기능, 에너지 절감 기능이 탑재되어 있어 식품 취급에 사용되는 압축공기를 청결하게 유지</li> <li>- 오염된 압축공기에 의한 식품 변질 등 예방 가능해져 제품 품질 균일화, 식품 안전성이 보장됨</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>Tasti Food社 압축공기 공급 시설</p>	<p>압축공기 기계화로 생산된 제품</p>
<p>이집트</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>제품 가공, 포장 라인의 기계화를 통해 제품 생산성 증대</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이집트의 과자 제조업체 Future Foods社는 호주 식품가공기술 업체 TNA와 협업하여 프레첼 생산 시설(포장, 조미료 가공)을 자동화함</li> <li>- 해당 기술의 도입은 제품 생산성 제고(1분에 165봉지 생산), 조미료 품질 균일화, 사용되는 포장재 절약 등의 이점 보유</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>Future Foods社 프레첼</p>	<p>TNA社 제품 생산 기계화</p>

\* 출처: foodprocessing.com.au, potatobusiness.com

■ ① 3D 프린터를 활용한 제품 생산 ② 인공지능을 활용한 고객 맞춤형 제품 생산 등  
신기술로 식품 생산(조리) 과정 간소화

- 스페인, 미국은 사물인터넷(IoT)과 인공지능(AI)을 활용한 기술로 식품 조리 과정 간소화

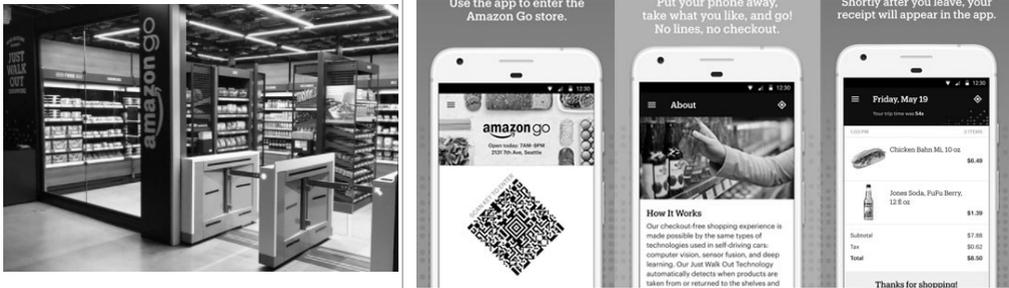
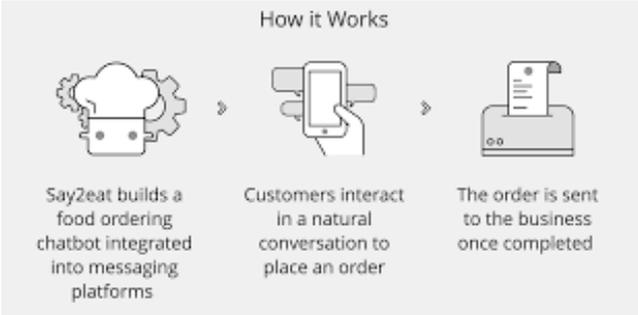
<p>스페인</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3D 프린터를 활용한 식품 조리 과정 간소화                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스페인의 Natural Machines社는 식품을 제조할 수 있는 3D 식품 프린터 ‘Foodini’를 개발</li> <li>- 캡슐 형태의 재료를 프린터에 삽입하면 원하는 식품을 제조할 수 있음</li> <li>- 해당 기술은 사물인터넷을 활용한 기술로, 프린터의 클라우드가 레시피 사이트에 연결되어 있어 프린터가 레시피를 따라 식품을 조리</li> </ul> </li> </ul>	
<p>Natural Machines社의 3D 식품 프린터 ‘Foodini’</p>		
<p>미국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인공지능 기술을 활용한 제품 다양화 및 생산 시간 단축                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국의 식품기술회사 Picnic社는 인공지능을 활용하여 피자를 생산함</li> <li>- 소비자가 피자를 주문하면 선택한 토핑 및 세부 주문 사항이 시스템으로 입력되며, 인공지능 기술이 주문을 인식하여 기계가 주문에 따라 피자를 생산</li> </ul> </li> </ul>	
<p>Picnic社 소비자 주문 화면</p>		<p>Picnic社 피자 생산 기계</p>

\* 출처: edition.cnn.com, seattletimes.com

## 2 유통 부문

### ■ ① 센서를 활용한 결제 자동화 ② 인공지능 챗봇의 도입으로 식품 구매 시 소비자 편의 증대

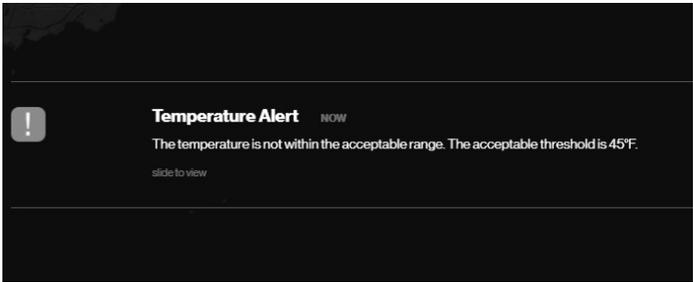
- 미국은 센서와 인공지능 챗봇으로 식품 유통을 간소화

<p>미국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오프라인 매장 제품에 센서를 부착하여 결제 자동화             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국은 2016년부터 결제가 자동화되는 오프라인 매장 'Amazon Go' 운영</li> <li>- 휴대폰에 Amazon Go 앱을 설치하고, 매장 입장 시 애플리케이션에서 제공되는 바코드를 스캔하면 휴대폰에 연동된 카드로 결제가 자동 진행됨</li> <li>- 판매되는 모든 제품에 센서가 부착되어있어, 제품을 집어 들면 스마트폰이 이를 자동 인식하는 원리</li> </ul> </li> </ul>	 <p>Amazon Go 전경</p> <p>Amazon Go 이용지침</p>
<p>미국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 레스토랑 공식 SNS에 인공지능을 활용한 채팅 챗봇 도입             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국의 스타트업 Say2eat은 식품 소매업체가 고객에게 더 나은 채팅 서비스를 제공할 수 있도록 페이스북 메신저, 아마존 에코, SMS로 연동되는 인공지능 챗봇을 개발</li> <li>- 소비자는 Say2eat 챗봇을 도입한 레스토랑에 문자, SNS 메시지를 통해 음식을 주문하여 배달 받거나 식사를 예약할 수 있음</li> </ul> </li> </ul>	 <p>Say2eat 소비자 화면</p> <p>Say2eat 서비스 소개 화면</p>

\* 출처: wxyz.com, techgenyz.com, chisw.com, d1icrevk0yorc9.cloudfront.net

■ ① 사물인터넷 기술 적용 운송수단 ② 로봇을 활용한 비접촉 배달을 통해 식품의 품질 유지 및 노동력 절감

- 미국은 운송수단에 사물인터넷 기술을 적용하고 무인 배달을 시도하는 등 식품 운송에 4차산업 기술을 적극 활용

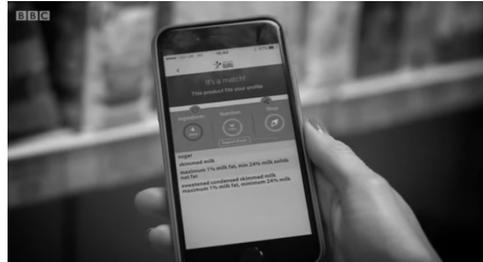
<p>미국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 운송수단에 사물인터넷 기술을 적용하여 운송되는 식품의 품질 보장                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국의 운송업체 Verizon은 사물인터넷을 적용한 운송수단으로 식품을 배송하는 서비스 제공</li> <li>- 온도 감지 센서, 열 감지 카메라가 설치되어있어 농축수산물 운송 시 자동으로 온도가 조절되어 식품의 신선도가 보장됨</li> <li>- 식품이 운송 중 적정 온도를 벗어날 경우 생산자에게 알림이 전송됨</li> </ul> </li> </ul>	 <p>A screenshot of a mobile notification from Verizon. It features a white exclamation mark icon on a dark background. The text reads: "Temperature Alert NOW", "The temperature is not within the acceptable range. The acceptable threshold is 45°F.", and "slide to view".</p>
	<p>Verizon社</p>	<p>식품 창고가 적정 온도를 벗어날 시 휴대폰으로 알림 전송</p>
<p>미국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도시 내에서 로봇을 활용한 무인 식품 배달 서비스 제공                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 캘리포니아주의 산호세에서는 2020년 7월부터 무인 배달 로봇이 식품을 배달함</li> <li>- 인공지능이 탑재되어있어 지형을 자동으로 인식하며, 장애물을 발견할 경우 경로를 자동 재탐색함</li> </ul> </li> <li>• 자율주행 식품 배달 차가 개발되어 추후 도입될 전망                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국의 Nuro社は 식품을 배달할 수 있는 자율주행차를 개발하여 2020년 10월 휴스턴, 텍사스, 피닉스, 애리조나 주에서 시범주행을 마침</li> </ul> </li> </ul>	 <p>Two side-by-side photographs. The left one shows a small, white, four-wheeled robot with "kiwi" written on its side, moving on a paved surface. The right one shows a white, two-wheeled autonomous delivery vehicle with its rear hatch open, parked on a street.</p>
	<p>식품 배달 로봇 'Kiwi'</p>	<p>자율주행 식품 배달 차 'Nuro'</p>

\* 출처: www.verizon.com, thespoon.tech

### 3 소비 부문

#### ■ ① 소비자 맞춤형 식품 검색 플랫폼 ② 소비자 맞춤형 레시피 추천 서비스를 통해 식품 소비 시 편의 증대

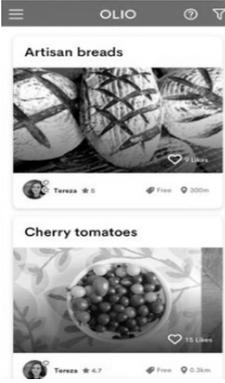
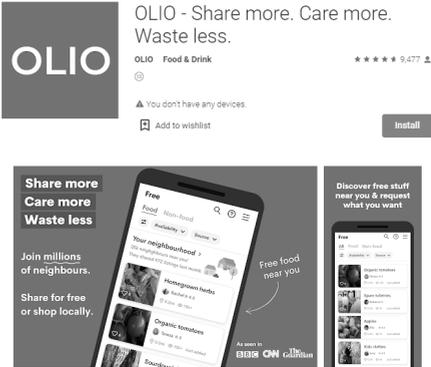
- 영국, 미국은 소비자 맞춤형 서비스를 통해 소비자 편의 증대

<p>영국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인공지능 검색 플랫폼을 통해 특정 식품의 알레르기성분 함유 정보 등 소비자 맞춤형 정보 제공             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영국에서 개발된 스마트폰 애플리케이션 Spoon Guru는 오프라인 매장에서 식품 구입 시 사용할 수 있는 인공지능 검색 서비스 제공</li> <li>- 소비자는 특정 식품을 검색하여 글루텐·유당·견과류·비건·저지방·저염 등 키워드에 해당하는 정보를 열람할 수 있음</li> <li>- 검색 결과에 대한 누적 데이터를 수집하여 소비자에게 정확한 정보 제공</li> </ul> </li> </ul>
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">Spoon Guru 검색 화면(예시)</p>
<p>미국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인공지능 챗봇을 활용한 ‘맞춤형 레시피 추천 서비스’ 개발             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국은 맞춤형 레시피 추천 서비스 ‘Kroger Chefbot’를 개발함</li> <li>- 사용자가 최대 3가지 재료의 사진을 찍어 Kroger 트위터 계정에 트윗하면 인공지능 로봇 (Kroger Chefbot)이 해당 재료를 활용한 레시피를 추천</li> <li>- 음식물 쓰레기를 감량할 수 있다는 이점 보유</li> </ul> </li> </ul>
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">  <div data-bbox="808 1370 1291 1632"> <p><b>Kroger Chefbot</b> @KrogerChefbot · 10월 2일</p> <p>So much food, so little time. Let's make something together:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Snap a pic of the food you have 📷</li> <li>2. Tweet your photo to me (@KrogerChefbot) 🐦</li> <li>3. I'll grind my gears and send back tasty recipes 🍴</li> </ol> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <p style="text-align: center;">Kroger Chefbot 소개 이미지</p> <p style="text-align: center;">Kroger Chefbot 트위터</p> </div>

\* 출처: prolificlondon.co.uk, apkpure.com, prenewswire.com, twitter.com/kroger

■ ① 인공지능 ② 스마트폰 애플리케이션을 활용하여 식품 소비 단계에서 발생하는 음식물 쓰레기를 감량함

- 네덜란드, 미국, 폴란드, 영국에서 음식물 쓰레기를 감량하기 위해 인공지능 기술이 적용된 애플리케이션을 개발

<p>네덜란드</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인공지능을 활용하여 개인이 배출하는 음식물쓰레기의 양을 절감             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 네덜란드의 기업 'Orbisk'는 음식물쓰레기 배출량을 줄이기 위해 인공지능을 활용한 주방 모니터링 서비스를 제공</li> <li>- 모니터에 버려지는 음식물쓰레기를 입력하면 인공지능이 이를 분석하여 적절한 예방책을 제시</li> </ul> </li> </ul>	
		
<p>미국 · 폴란드 · 영국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 스마트폰 어플리케이션 형태의 공유경제 플랫폼을 개발하여 소비 과정에서 발생하는 음식물쓰레기 감량             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국, 폴란드, 영국은 스마트폰 어플리케이션 'Olio'를 활용하여 사용자 간 남은 음식을 공유하고 음식물쓰레기 발생량을 줄임</li> </ul> </li> </ul>	
		
	<p>Olio 어플리케이션 화면</p>	<p>Olio 어플리케이션</p>

\* 출처: orbisk.com, olioex.com

# Ⅲ

## 시사점

〈표Ⅲ-1〉 식품 프로세스별 푸드테크 도입 현황 요약

구분	사례
생산	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농업에 푸드테크 기술 도입, 식량안보 제고 및 지속가능성 제고                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수직농법으로 작물 생산성 제고, 재생가능 에너지 사용</li> <li>- 환경제어 농법으로 수입산 과일 수급 문제 해결, 태양열 에너지 사용으로 에너지 절약</li> </ul> </li> <li>• 가공식품 제조 공정의 자동화로 식품 생산 효율 및 안전성 제고                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 압축공기 공급을 기계화하여 제품 품질 표준화</li> <li>- 제품의 가공 및 포장 공정을 기계화하여 생산성 증대</li> </ul> </li> <li>• 신기술을 활용한 식품 생산(조리) 과정 간소화                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3D 식품 프린터를 활용한 식품의 조리과정 간소화</li> <li>- 인공지능을 활용한 소비자 주문 입력, 제조 과정의 간소화</li> </ul> </li> </ul>
유통	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 유통 내 절차를(결제, 배송 등) 간소화하여 소비자 편의 제고                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 오프라인 매장에 센서 기술을 도입하여 제품 결제 자동화</li> <li>- 인공지능 챗봇을 활용한 주문 및 배달 서비스 제공</li> </ul> </li> <li>• 운송수단에 신기술(사물인터넷, 로봇 등) 도입                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사물인터넷 기술이 적용된 운송수단으로 운송 중 식품의 품질 유지</li> <li>- 로봇, 자율주행차 등을 활용한 무인 식품 배달 서비스 도입</li> </ul> </li> </ul>
소비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자 맞춤형 서비스를 제공하여 식품 소비 시 편의성 제고                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인공지능 검색 플랫폼을 통해 알레르기 항원 정보 등 소비자 맞춤형 정보 제공</li> <li>- 인공지능 챗봇을 활용한 맞춤형 레시피 추천 서비스 제공</li> </ul> </li> <li>• 인공지능, 스마트폰 어플리케이션으로 음식물 쓰레기 감량                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인공지능으로 개인이 배출하는 음식물 쓰레기의 양을 분석하고 예방책 제시</li> <li>- 공유경제 플랫폼(어플리케이션)을 통해 사용자 간 남은 음식물을 공유</li> </ul> </li> </ul>

■ 푸드테크의 도입으로 ① 식량안보 개선 ② 식품생산 효율화 ③ 소비자 안전 보장 ④ 편의성 증대 ⑤ 지속가능성 제고 기대

- 수직농법, 환경제어 농법 등으로 작물의 생산량을 확대하고 수입 농산물에 대한 의존도를 낮춤
- 제품 생산라인 기계화를 통해 생산되는 식품의 품질을 균일하게 하고, 소비자 맞춤 정보(알레르기 항원 정보 등)를 제공하여 소비자 안전 보장
- 센서를 설치한 유통매장의 운영, 인공지능 챗봇의 레시피 추천 등으로 제품 결제 및 식품 조리 시 편의 증대
- 음식물 쓰레기를 감량하는 각종 기술로(인공지능을 활용한 음식물 쓰레기 예방책 제시 등) 지속가능성 제고

■ 안정적인 식품시장 형성을 위해 푸드테크 분야에 꾸준한 관심과 지원이 요구됨

- 해외 식품 프로세스별(생산, 유통, 소비) 푸드테크 적용 사례를 벤치마킹하여 식품업계 수익 증대, 소비자·생산자의 편의 제고 가능할 것으로 기대

## 〈참고문헌 및 참고사이트〉

1	미국 농무부 국립 식량 농업 연구소(nifa.usda.gov)
2	국내 매체 식품외식경영(www.foodnews.news)
3	인도 식품전문매체 Food Service India(www.indiaretailing.com)
4	국내 매체 서울경제(www.sentv.co.kr)
5	글로벌 매체 EU-Startups(eu-startups.com)
6	글로벌 농업매체 AFN(agfundernews.com)
7	글로벌 농업매체 Agritecture(www.agritecture.com)
8	글로벌 매체 KAWA(kawa-news.com)
9	호주 식품전문매체 Food Processing AU(www.foodprocessing.com.au)
10	글로벌 식품매체 Confectionery Production(www.confectioneryproduction.com)
11	글로벌 매체 CNN(edition.cnn.com)
12	미국 현지매체 Seattle Times(www.seattletimes.com)
13	글로벌 기술전문매체 EMERJ(emerj.com)
14	글로벌 식품기술전문매체 The Spoon(thespoon.tech)
15	글로벌 식품폐기물 감량 기업 Wasteless(www.wateless.com)
16	미국 운송업체 Verizon 홈페이지(www.verizon.com)
17	네덜란드 음식물쓰레기 절감 솔루션 기업 Orbisk(orbisk.com)
18	식품 폐기물 감량 앱 Olio 공식 홈페이지(olioex.com)
19	글로벌 식품전문매체 Food Navigator(www.foodnavigator.com)
20	영국 매체 Prolific London(prolificlondon.co.uk)
21	영국 지속가능한 기술센터 Centre for SMART(www.centreforsmart.co.uk)
22	미국 유통전문업체 Ginsberg(ginsbergs.com)
23	글로벌 기술전문매체 Alimentarium(www.alimentarium.org)
24	글로벌 식품산업 전문매체 Eatright(www.eatright.org)
25	글로벌 매체 BBC(www.bbc.com)
26	글로벌 식품전문매체 Foodbev Media(www.foodbev.com)
27	식품 폐기물 감량 앱 Cozzo 공식 홈페이지(cozzo.app)
28	네덜란드 매체 PRICER(www.pricer.com)
29	글로벌 농업전문매체 Ecoliteracy(www.almanac.com)
30	글로벌 매체 PR Newswire(www.prenewswire.com)
31	영국 매체 The Grocer(www.thegrocer.co.uk)
32	글로벌 식품전문매체 Food Tank(foodtank.com)
33	글로벌 매체 Potatopro(www.potatopro.com)
34	글로벌 매체 Unite(www.unite.ai)
35	글로벌 식품전문매체 Packaging Europe(packagingeurope.com)

# 2020 글로벌 식품시장 트렌드 및 2021 전망

---

- I. 서론
- II. 2020년 시장환경 변화
- III. 2020년 글로벌 식품시장 분석
- IV. 2021년 글로벌 식품시장 이슈 전망



# 2020년 글로벌 식품시장 분석 및 2021년 이슈 전망

## 1. 2020년 시장환경 변화

- 코로나19로 전 세계 교역량 감소, 이상기후와 교역량 감소로 식량위기에 대한 우려 대두
  - \* 기상이변으로 인한 생산량 변동 및 코로나19의 장기화로 국제 곡물 및 육류 가격 급격히 변동

## 2. 2020년 글로벌 식품시장 분석

- 비축 가능한 가정용 소비 식품 수요 증가
  - \* 냉동식품 등 장기보관 가능 식품, 가정간편식·밀키트 및 스낵류 소비 증가
- Self Medication 관심 제고로, 건강기능식품 소비 확대
  - \* 스스로 자신의 건강을 관리하기 위해 필요한 영양소를 찾는 소비패턴 발생
- 지속가능한 소비, 친환경 포장재, 식물성 대체육류 성장 가속화
  - \* 비싸더라도 가치 있는 소비 추구, 지속가능한 친환경 제품 소비 확대
- 전자상거래 시장, 비대면 서비스 확대
- 전 세계 무역장벽 강화로 수입규제 증가

## 3. 2021년 글로벌 식품시장 이슈 전망

- 집에서도 해외의 음식을 즐길 수 있는 이국적 메뉴의 가정간편식 인기 예상
  - \* 이색적이면서 요리에 즐거움을 주는 가정간편식으로 진화 예상
- 면역력과 건강에 대한 관심으로 슈퍼푸드의 재주목
  - \* 한국산 신선농산물, 글로벌 슈퍼푸드 트렌드에 편승하여 마케팅 전략 수립 필요
- 새로운 유통채널로 라이브커머스 시대 도래
  - \* 진입장벽이 낮고, 이용률 급증, 해외마케팅에 중요한 수단으로 작용할 것
- 지속가능성에 주목한 가치소비 확산
  - \* 윤리적 가치에 집중하는 기업 선호도 제고, 소비자 신념 대변하는 제품 소비 확대 예상



# I 서론

## ■ 2020년 코로나19 팬데믹으로 전 세계 농식품 시장은 새로운 국면을 맞이함

- 국가 봉쇄, 인적·물적 교류의 중단으로 곡물 가격 급등, 식량안보의 중요성이 대두되는 등 글로벌 농식품 산업에 큰 영향을 미침
  - 2020년 11월 기준 전 세계 코로나19 누적 확진자 수는 6,000만 명을 넘었고, 전 세계 모든 국가는 마이너스 경제성장을 기록
- 코로나19로 기후 위기 등 환경에 대한 인식이 고조되며 식품산업에서도 지속 가능한 환경을 고려한 움직임이 강화되는 추세
- ‘비대면’이라는 메가트렌드는 식품의 유통 및 소비에도 적용되어 새로운 환경을 창출

## ■ 2021년은 인류가 슬기롭게 코로나19와 기후 위기를 극복하는 과정에서 한 단계 도약하는 해가 될 것으로 기대

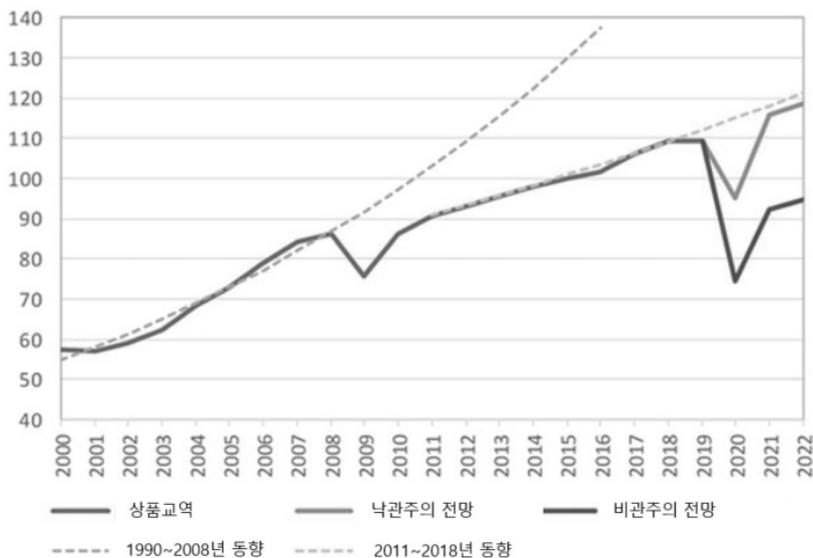
- 이에 코로나19 및 기후 위기에 대한 인식으로 변화한 2020년 식품시장을 살펴보고, 2021년 새롭게 부상할 이슈를 전망하고자 함

## Ⅱ 2020년 시장환경 변화

### ■ WTO 자료에 따르면, 우리나라 2분기 교역량은 지난해 같은 기간 동안 18.3% 감소

- 올해 1분기 한국의 교역량이 전년 동기 대비 1.8% 감소한 것에 비하면, 코로나19가 본격화된 4월 이후 교역량 감소가 확대된 것으로 분석
- 코로나19가 전 세계로 확산되면서 세계 교역량도 크게 감소
  - 2020년 2분기 세계 교역량은 지난해 같은 기간 동안 비교해 무려 21.1% 감소, 이는 2008년 글로벌 금융위기와 비슷한 수준
- WTO는 2020년 전체 교역량이 마이너스 성장(△9.2%)을 기록할 것으로 예측
  - 2020년 4분기 2차 유행이 현실화될 경우 교역량 전망은 더욱 부정적으로 수정될 전망

〈그림 II-1〉 2020년 전 세계 교역량 전망치

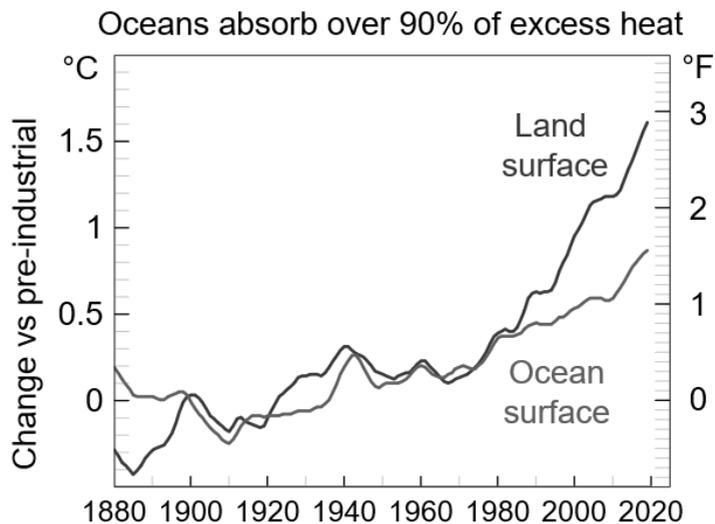


\* 출처 : WTO

■ 전 세계적으로 역대 최악의 한파와 폭염, 빈번한 산불, 물 부족, 생물 다양성 파괴, 해수면 상승 등 무수한 기상이변 발생

- 2018년 정부 간 기후변화협약체는 지구 평균기온이 1~2℃ 상승할 경우, 재난 대응체계를 초과하는 비상사태가 될 수 있다고 경고
  - 1980년 이후 바다의 온도가 급격히 상승, 해수면 상승에 대한 우려 제기
  - 코로나19와 같은 전염병 위기는 바로 식별 가능하기 때문에 즉각적인 대응이 가능함
  - 그러나 기후변화는 지구 조절 시스템이 붕괴하는 위기로, 가뭄과 해수면 상승은 작물 생산량을 급격하게 감소시키고, 물 부족 현상으로 인류 생존의 근간을 무너뜨릴 수 있는 위험성을 내포함

〈그림 II-2〉 1980년대 이후 해수면 상승 추이



\*출처 : Wikimedia.org

- 기후변화를 막으려는 가치소비가 확산되며 친환경 요소를 경쟁력으로 인식하는 기업이 증가하는 추세
  - 2019년 환경부의 설문에 따르면 응답 기업의 93.8%가 친환경 제품을 생산 및 유통하기 위한 노력이 고객과의 관계를 개선한 것으로 나타남
    - 또한 설문 기업의 89%는 환경을 고려한 생산활동이 직접적인 매출 증가로 이어졌다고 답변

■ 유엔식량농업기구(FAO)에 따르면, 곡물과 유지류 가격 큰 폭으로 상승한 반면 코로나19로 육류 가격 하락

- 이상기후와 교역량 감소로 곡물과 유지류 가격이 큰 폭으로 하락
  - 전 세계적 밀 생산은 이상기후로 작황이 좋지 않았고, 옥수수 생산 또한 감소함
    - 이와 더불어 브라질, 우크라이나의 곡물 및 유지류 수출물량이 줄어들며 남수단의 밀 가격은 60% 폭등, 인도, 미얀마 등에서도 감자, 콩 가격이 20% 이상 증가함
  - 국제 수요가 높은 유지류 역시 생산량이 적을 것으로 전망되어 가격이 상승함
- 기상이변으로 인한 생산량 변동 및 코로나19의 장기화로 2020년 하반기부터 곡물 가격이 급등한 것으로 분석
- 반면 코로나19에 취약한 육류가공업체의 폐쇄 및 중국의 독일산 돼지고기 수입금지 조치, 쇠고기와 가금육의 수요 감소로 육류 가격 하락

■ 유엔산하세계식량계획(WFP)는 2021년 올해보다 더욱 심한 식량 위기가 닥칠 것이라고 경고

- 예측할 수 없는 기후변화와 코로나19 여파로 식량 생산과 공급이 줄어들 것으로 전망
- 이에 따라 선진국들은 식량안보 차원에서 적극적으로 농산물 확보에 나설 것으로 예상
  - 이번 코로나19 확산 초기에 보여주었던 베트남, 러시아, 인도 등 일부 국가의 수출 중단 사태가 앞으로도 이어질 것으로 전망
- 식량 위기는 자연재해나 질병 위기보다 더 심각한 것으로, 앞으로 우리 식품산업에 큰 변화를 예고하고 있음

# III 2020년 글로벌 식품시장 분석

## 1 비축형 식품 수요 증가

### ■ 코로나19 초기 식품 생산에 차질이 발생하며 공급 부족 현상 대두

- 식품 공급 부족 문제는 소비자의 불안감을 증가시켰고, 비축형 식품에 대한 관심 제고로 이어짐
- 코로나19로 대부분의 산업은 생산과 소비활동이 위축되면서 시장규모 또는 매출실적이 감소하였지만, 식품산업은 라면, 통조림, 냉동식품 등의 비축형 식품의 소비 증가로 시장규모가 성장함

〈그림 III-1〉 코로나19 불안감으로 인한 식료품 사재기 현상



\* 출처 : Business insider, Los Angeles Time

### ■ 전염에 대한 두려움, 정부의 외출 자제 권고 및 매장 임시휴업 등으로 장기보관이 가능한 식품에 대한 관심 제고

- 특히, 맛도 있으면서 면역력 증진과 디저트와 관련된 식품의 인기가 높게 나타남

〈그림 III-2〉 맛과 건강을 강조한 비축형 식품



\* 출처 : 吉野家 홈페이지

- 그동안 편리성으로 소비되었던 냉동식품이 비축의 목적으로 구매가 이어지면서 큰 폭으로 시장 성장
  - 미국 NPD그룹에 따르면, 4월 한 달간 미국 소비자의 37%가 냉동 스낵을 구입했고, 프랑스는 전년 같은 기간 대비 냉동식품 판매량이 29% 증가
  - 디저트용 냉동식품은 코로나 이전 대비 구매율이 30% 이상 증가

■ 이러한 변화는 한국 식품 수출에 직접적 영향을 미침

- 라면 수출액은 2020년 10월 기준 역대 최고액인 4억 5,680만 달러(한화 약 5,048억 원) 달성
- 미국, 아세안, 중국, 일본으로의 수출 모두 전년 대비 50% 이상 높은 성장률 기록
- 이 같은 성장세는 코로나19로 인한 가정 내 식품 소비 증가와 더불어 라면이 비축형 식품의 역할도 담당한 것으로 평가

〈표 III-1〉 우리나라 라면 수출현황(2019~2020)

(단위 : 천 톤, 백만 달러, %)

품목	2019	2019.1.1.~9.30(A)		2020.1.1.~9.30(B)		증감률(B/A)	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
라면	467.0	97.7	335.2	136.1	456.8	39.3	36.3

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

## 2 가정간편식·밀키트 소비 증가

■ 코로나19의 영향으로 외식이 줄어들고 가정간편식(HMR, Home Meal Replacement)과 밀키트(Meal Kit)가 새로운 식문화로 자리 잡고 있음

- 가정간편식 및 밀키트 시장, 1인 가구의 증가와 편리성으로 꾸준히 성장하고 있었지만, 코로나19로 가정 내 식사가 증가하며 폭발적인 시장 성장세를 나타냄
  - 2019년 전 세계적 가정간편식 시장규모는 196조 원으로, 코로나19 이전 예측한 전망에 따르면 2022년 235조 원으로 시장 확대 예상되었으나, 코로나19로 이보다 더 큰 성장이 예측되고 있음
- 가정간편식이란 가정에서 식사를 대체할 수 있는 ‘완전하게 조리가 끝난 식품’ 또는 ‘간단한 가열만으로 할 수 있는 식품’을 의미
  - 식품공전에 따르면 가정간편식은 ▲ 즉석섭취식품 ▲ 신선편의식품 ▲ 즉석조리식품으로 구분
  - ▲ 즉석섭취식품은 가열, 조리과정 없이 섭취할 수 있는 도시락, 김밥, 햄버거, 샌드위치 등의 식품이며, ▲ 신선편의식품은 세척 및 절단 등의 간단한 가공을 거친 샐러드, 새싹채소 등의 식품을 의미
  - ▲ 즉석조리식품은 단순 가열 등의 조리과정을 거쳐 섭취하는 국, 탕, 수프 등의 식품이 포함

〈그림 III-3〉 가정간편식 유형



\* 출처 : 각 제품 홈페이지

- 우리나라 가정간편식 생산액은 2015년 1조 8,000억 원에서 2019년 3조 5,000억 원으로 4년 동안 2배 증가
  - 한국농촌경제연구원에 따르면, 2020년 가정간편식 시장규모 4조 원, 밀키트 시장은 1,000억 원에 이를 것으로 전망
  - 특허청이 2019년 기준 최근 5년 동안 가정간편식과 관련해 출원된 국제특허 240건을 분석한 결과, 일본이 63건으로 가장 많았고, 미국은 41건, 한국은 23건으로 전체 약 10% 비중으로 3위에 오른 것으로 나타남
  - 우리나라 가정간편식 특허출원은 연평균 7.3% 증가해 왔는데, 코로나19의 영향으로 올 상반기에만 32% 큰 폭으로 증가함

〈표 Ⅲ-2〉 연도별 가정간편식 생산실적

(단위 : 톤, 천 원)

유형	2015년		2017년		2019년	
	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액
즉석섭취식품	512,690	1,245,059,599	778,222	1,495,654,223	560,413	1,822,103,905
신선편의식품	33,235	82,114,575	41,165	137,159,581	52,395	165,744,585
즉석조리식품	305,361	559,129,273	311,678	1,005,090,720	471,897	1,530,581,488

\* 출처 : 한국농촌경제연구원

- 코로나19로 레스토랑에서 판매하는 메뉴를 밀키트 상품으로 제작해 서비스하는 사례가 증가하는 추세
  - 밀키트란 식사를 만들 수 있는 모든 편의가 갖춰져 배달되는 키트를 의미
    - 바로 섭취하거나, 전자레인지에 상품을 데워먹는 가정간편식과 달리 손질이 끝난 식재료와 양념이 포장된 상품으로, 소비자는 동봉된 레시피를 보고 조리하여 섭취함
    - 미국, 캐나다 등 전 세계 1,700개 이상의 레스토랑을 운영하는 글로벌 체인 Denny's도 코로나19로 거리두기와 집에 머무르는 소비자의 수요 충족을 위해 2020년 4월 밀키트 서비스를 런칭함

### 〈그림 III-4〉 글로벌 패밀리레스토랑 Denny's 밀키트 출시



- **Complete Breakfast Meal Kit:** serves 4-6 and includes bacon strips, eggs, milk, biscuits or English muffins, grapes, strawberries, assorted jelly packets and Signature Diner Blend Coffee with a variety of sweeteners.
- **Picnic Sandwich Meal Kit:** serves 4-6 and includes deli shaved turkey, deli shaved ham, swiss cheese, cheddar cheese, one loaf of 7-grain bread, green leaf lettuce, whole tomatoes, red onion, mayo and mustard packets
- **Chicken & Rice Dinner Meal Kit:** serves 4 and includes chicken breasts, swiss cheese, mushrooms, onions, brocco and whole grain rice packets
- **Slow-Cooked Pot Roast Meal Kit:** serves 6-8 and includes pot roast and gravy, broccoli, mashed potatoes, hoagie rolls and garlic spread
- **Apple Crisp Dessert Kit:** serves 4-6 and includes one oven-ready tray of apple crisp, a quart of vanilla ice cream and salted caramel sauce

\* 출처 : Denny's 홈페이지

- 이마트에 따르면 2020년 9월 1일부터 20일까지 밀키트 매출은 전년 동기 대비 3배 이상 증가
  - 특히 1인 가구의 경우에는 식재료를 사용하지 않고 버리는 경우가 많은데, 음식물 쓰레기 배출량을 줄여 친환경에 동참한다는 심리적 만족감을 제공하는 것도 밀키트 인기의 주요 요인으로 분석
- 최근에는 유기농 농가와 계약을 통해 신선하고 품질 좋은 식재료를 사용하거나, 하루에 필요한 영양소를 강조하는 등 밀키트 상품의 폭이 넓어지는 추세

### 〈그림 III-5〉 밀키트 구성



\* 출처 : Blue Apron 홈페이지

### 3 스낵 소비 증가

■ 코로나19로 가정 내에 머무르는 시간이 많아지면서, 집에서 간편하게 즐길 수 있는 스낵의 소비가 크게 증가

- 미국의 소비자데이터에 따르면, 스낵 판매는 코로나 이전 대비 50%가 증가, 구글 키워드 검색량은 83% 증가
- 우리나라 스낵 수출액도 전년 동기간 대비 18.5% 증가한 3억 7,640만 달러(한화 약 4,159억 원) 기록

〈표 III-3〉 우리나라 스낵 수출현황(2019~2020)

(단위 : 천 톤, 백만 달러, %)

품목	2019	2019.1.1.~9.30(A)		2020.1.1.~9.30(B)		증감률(B/A)	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
과자류	440.9	96.7	317.6	102.1	376.4	5.5	18.5

\*출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

■ 비대면 소비 확산으로 스낵 구독 서비스 인기 확대

- 구독 서비스는 소비자가 일정 금액을 지불하면 원하는 제품이나 서비스를 정기적으로 제공해 주는 유통 서비스를 의미
  - 소비자에게는 편의성과 폭넓은 선택권 비용 절감이라는 혜택을 줄 수 있고 기업은 1회성 판매에서 그치지 않고 고객을 구독자로 전환함에 따라 반복적이고 안정적인 수익확보가 가능하다는 점에서 구독 서비스 시장은 지속적으로 성장할 전망
- 미국이나 EU 등에서는 식품 구독 서비스가 보편화되어 있음
  - 코로나19로 해외 많은 국가에서는 온오프라인 유통채널 뿐만 아니라 식품업체까지 매출 증대를 위해 구독 스낵박스 서비스를 출시하고 있음

〈그림 III-6〉 편의성과 가성비를 갖춘 구독형 스낵박스



\* 출처 : Universal Yums, Fit Snack, Japan Crate, UrthBox 홈페이지

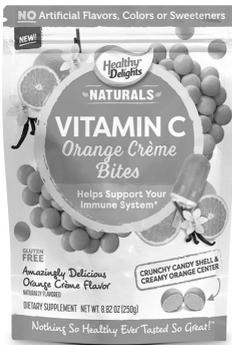
■ 건강에 대한 인식이 높아지면서 스낵의 영양정보에 대한 관심 제고 추세

- 일반적으로 설탕, 소금, 지방 등을 최소한으로 함유한 제품을 건강한 스낵으로 인식하였음
- 최근에는 영양학적으로 균형 잡힌 스낵과 자신의 가치와 신념에 부합하는 제품이 선호되고 있음
- 단순한 맛 또는 원료(유기농)를 차별화하는 수준을 넘어 다양한 소비자 니즈를 반영한 비건 스낵, 저칼로리(다이어트용) 스낵, 비타민 스낵 등이 인기를 얻고 있음

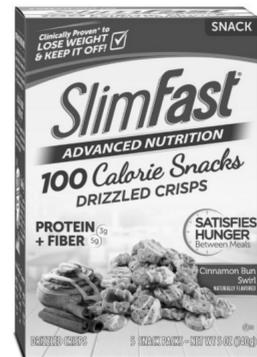
〈그림 Ⅲ-7〉 건강 스낵 종류



비건 스낵



비타민 스낵



저칼로리 스낵

\* 출처 : 각사 홈페이지

## 4 Self Medication에 관심 증대

### ■ 코로나19로 전 세계 건강기능식품 시장은 폭발적인 성장세를 맞이함

- 외부활동 제한으로 활동이 현격히 줄어들면서 비만, 당뇨, 고혈압 등 생활 습관성 질환의 발생이 높아지고 있기 때문
  - 코로나19가 장기화되면서 우울, 무기력 같은 문제뿐만 아니라, 불안감과 심한 스트레스로 인한 면역력 저하가 나타남에 따라 자가치료(Self Medication)가 확산되는 추세
  - 자가치료(Self Medication)란, 코로나19로 건강에 대한 우려와 면역에 대한 관심이 높아지면서 스스로 건강을 관리하기 위해 자신에게 필요한 영양 성분을 직접 찾아 챙긴다는 개념을 의미
- Hartman Group의 2020년 기능성식품 보고서에 따르면, 코로나19가 급속도로 확산 및 장기화되면서, 소비자의 31%는 이전보다 더 많은 건강기능식품을 구매한 것으로 나타남
  - IFIC(International Food Information Council)는 소비자들은 코로나19 이전보다 더욱 건강한 식품에 많은 관심을 보이고 있으며, 이러한 결과는 건강기능식품 소비로 이어졌다고 분석
  - 코로나19로 건강기능식품 시장의 성장은 가속화 될 것으로 기대, 2021년 1,625억 달러(한화 약 180조 원) 규모로 확대될 것으로 예측
- 한국건강기능식품협회에 따르면, 2020년 우리나라 건강기능식품 시장은 2016년 대비 40% 확대된 약 5조 원에 달할 것으로 예측
  - 우리나라의 경우 이전까지 건강기능식품은 40대 이상이 주 소비층이었지만, 코로나19로 젊은 층의 소비가 급격히 증가함
    - 주로 면역력 강화 및 염증 완화에 도움이 되는 프로폴리스, 오메가3, 유산균 등의 판매가 가장 높은 것으로 나타남
  - 특허청 자료에 따르면, 2020년 상반기 건강기능·건강보조식품에 대한 상표출원이 2015년 대비 60% 이상 증가
    - 이는 코로나19로 건강과 면역에 대한 관심이 높아진 이유로 풀이됨

〈표 III-4〉 연도별 건강기능·보조식품 상표 출원 추이

(단위: 건, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	2020. 6	계
건강기능, 건강보조식품	5,925	6,267	6,929	8,016	9,491	6,336	42,964
전년대비 증감률	-	5.8	10.6	15.7	18.4	-	-

\* 출처: 통계청

## 5 지속가능한 소비 대두

### ■ 기후위기로 촉발된 지속가능성에 인식은 미국과 EU 등 선진국 소비자들이 식품을 구매하는데 중요한 결정요인으로 작용

- 2020년 1월 국제결제은행(BIS)에서 Green Swan<sup>1)</sup>이 처음 등장하며 기후위기가 다시 주목받게 됨
  - 그린스완(Green Swan)은 기후변화가 초래하는 경제적 금융위기를 의미하는 것으로, 이상기후는 농작물의 생산량을 급속히 감소시키고 그 결과 소득이 줄어들면서 소비가 얼어붙고 결국 경제적 타격이 발생한다는 새로운 용어를 의미
- 소비자들은 지속가능한 환경보전을 위해 비싸더라도 가치소비를 추구하기 시작
  - 뉴욕대 지속가능비즈니스센터 Tensie Whelan 교수는 '지속가능성 전략을 추구하지 않는 기업은 도태될 것'이라고 예측
  - '소비자들의 10명 중 7명은 친환경 제품을 구매했고, 지속가능한 제품은 그렇지 않은 제품보다 무려 7.1배 성장했다'고 주장
- 기업들은 지속가능성에 대응하고자 제품생산과 기업 운영방식을 친환경적으로 전환하는 추세
  - 이는 지속가능성에 대한 문제가 제기되면서 소비자들이 가성비보다 가치소비에 더욱 높은 가치를 두기 때문인 것으로 분석
- 우리나라에서도 가격과 편의성을 포기하더라도 지속가능한 가치소비를 행하고자 하는 새로운 소비 트렌드가 부상
  - P&G의 조사에 따르면 소비자의 95% 이상이 환경문제에 대한 심각성을 인식하고 있으며, 응답자의 82%는 환경적으로 지속가능한 제품을 구매할 의향이 있는 것으로 나타남<sup>2)</sup>

1) 기후변화가 초래하는 경제 금융위기를 의미

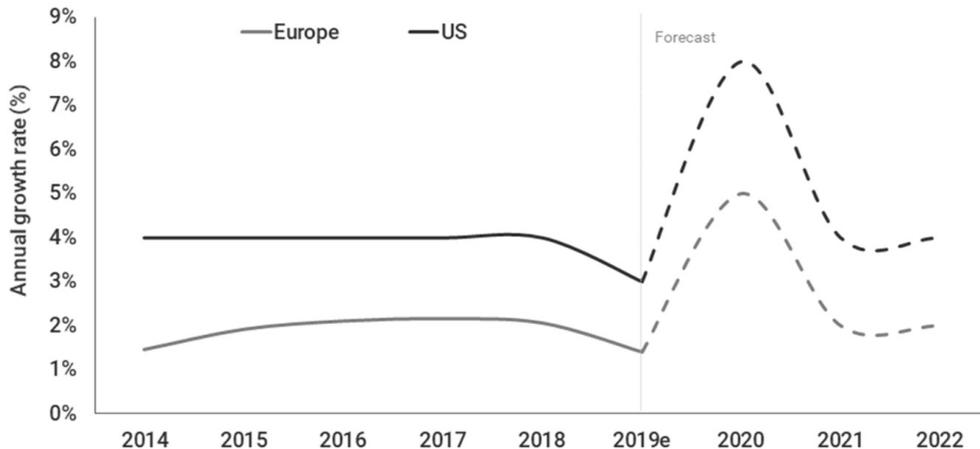
2) P&G, '지속가능성에 대한 인식과 실천 행태'조사 결과

## 6 친환경 포장재에 주목

### ■ 코로나19로 포장과 배달서비스가 증가하면서, 일회용품의 사용이 폭발적으로 증가

- 이는 소비자들이 포장재에 대해 심각한 문제가 있음을 인식하는 계기로 작용
  - 저렴하면서도 편리하고 내용물을 안전하게 보관할 수 있다는 장점으로 사용되어 온 일회용품이 기후위기에 직접적으로 영향을 준다는 인식이 확산되며 더 이상 일회용품의 편리성은 구매 요인으로 작용하지 않음

〈그림 III-8〉 유럽·미국의 일회용 플라스틱 포장재 연간 소비 증가율



\* 출처 : Wood Mackenzie Chemicals

- 세계 각국에서는 일회용 포장 용기의 사용을 줄이고 친환경적 소재로 포장재를 대체하기 위한 계획을 마련하는 추세
  - 독일은 2021년 7월부터, 일회용 플라스틱 사용을 전면 금지하기로 발표
  - 영국 WRAP는 플라스틱 사용을 줄이기 위해 불필요한 포장 제거, 친환경 포장재 개발, 플라스틱 포장재의 70% 재활용을 목표로 2025년까지 달성한다는 로드맵을 제시
- 기업 역시 이러한 추세에 발맞춰 포장재를 개선하기 위한 움직임을 보임
  - 다국적 식품기업 DANONE은 10억 유로(한화 1조 3,000억 원)를 친환경 포장재 개발에 투자할 계획이라고 밝혔고, UNILEVER는 2025년까지 플라스틱 사용량을 50% 줄이겠다고 선언

〈그림 III-9〉 전자상거래 과대 포장재



\* 출처 : Packhelp

- 소비자들 역시 기후위기와 지속가능한 생산 및 소비에 관심을 가지며 친환경 포장재에 주목  
- 또한 기업활동에서 환경에 대한 개선을 요구하는 목소리가 높아짐

〈그림 III-10〉 식품기업의 친환경 포장재



\* 출처 : trendhunter

## 7 식물성 대체육류(plant-based meat) 성장 가속화

- 식물성기반식품협회(PBFA)에 따르면, 식물성 원료를 기반으로 한 식품 판매가 미국 중서부 지역에서만 32% 증가
  - 식물성 대체육류란 동물성 고기를 대체할 대체품으로 주로 콩 등 곡류 단백질과 지방을 기반으로 제조되는 식품을 의미
  - IFIC 조사에 따르면 소비자들은 식물성 대체육류가 동물성 육류보다 건강하다고 인식함
  - 글로벌 투자은행 Barclays는 앞으로 수년 내 식물성 대체육류가 전체 육류시장의 10% 이상 점유할 것으로 전망
    - 유로모니터 역시 시장 성장세가 유지되면서 2023년에는 전 세계 식물성 대체육류 시장규모가 229억 달러(한화 25조 3,000억 원)에 달할 것으로 전망
  - 미국의 식물성 대체육류 생산기업 비욤드미트의 2020년 1분기 매출은 9,707만 달러(한화 1,075억 원)를 기록
    - 이는 전년 동기간 대비 2.5배 증가한 수준으로, 건강을 챙기려는 소비자의 수요 증가와 더불어 실제 육류 제품보다 장기간 보관이 가능한 식물성 대체육류의 소비가 늘어난데 기인한 것으로 분석됨

〈그림 III-11〉 식물성 대체육류 및 대체육류 매대



\* 출처: EATTHIS

■ 육가공공장의 폐쇄 및 근로자의 코로나19 확진 판정 등은 육류 안전성에 대한 불신을 야기하며 대체육에 대한 수요 증가

- 육가공공장 작업장의 높은 밀도와 낮은 온도는 코로나 바이러스 확산에 최적화된 환경으로 밝혀짐
  - 미국식량노동자국제연합(UFCW)에 따르면, 코로나19 확산으로 4~5월 미국 전역 육가공업체 종사자 30~50% 결근하였으며, 캔자스주에서만 2,896명의 육가공공장 근로자가 코로나19 확진 판정을 받은 것으로 나타남
  - 2020년 6월 기준 미국 내 20개의 육가공공장이 폐쇄되었고, 약 43만 8,000마리의 돼지가 도살됨
- 이러한 결과 소비자들은 육류 안전성에 대한 불신으로 대체육에 관심을 갖기 시작한 것으로 분석

## 8 코로나19가 앞당긴 디지털 전환, 전자상거래

### ■ 비대면 사회로의 전환은 경제 환경에서도 디지털 전환을 촉진

- 코로나19 환경에서 식품 소비활동은 온라인 쇼핑과 배달서비스 시장의 성장을 견인
  - 인터넷 검색패턴 조사 결과, 전 세계적으로 코로나19가 확산되는 시점에서 온라인쇼핑, 음식 배달, 온라인의사에 대한 검색이 급격히 증가

〈그림 III-12〉 온라인 쇼핑과 코로나19 구글 검색 추이



\* 출처 : Brookings

- 오프라인 매장의 임시폐쇄로 식품구매가 어려워지고, 대면접촉을 통한 전염의 위험을 줄이기 위해 전자상거래를 통한 소비로 전환
  - 특히 전자상거래를 이용하지 않았던 고령층이 대거 유입되었으며, 오프라인에서 주로 구매하던 신선식품류가 전자상거래를 통해 구매되는 등 전자상거래의 활용 범위가 크게 확대됨

- 글로벌이커머스 2020 보고서에 따르면, 2020년 글로벌 소매 판매는 감소하였지만, 전 세계 전자상거래 시장은 약 4조 580억 달러(한화 약 64조 900억 원) 규모로 성장 예상
- 우리나라 전자상거래 거래액은 14조 3,833억 원(2020.8월 기준)으로 전년 동월 대비 27.5% 증가
  - 특히 식품 거래액이 전년 동월 대비 83% 증가하면서 전체 상품군 중 가장 큰 폭의 성장률 기록
  - 가정 내 머무르는 시간이 많아지며 코로나19가 식품 소비패턴의 변화를 일으킨 것으로 분석

## 9 비대면 서비스 확대

### ■ 비대면 주문·배달·테이크아웃 등 비대면 소비 증가

- 온라인을 통해 주문부터 결제까지 할 수 있고, 식품을 포장, 픽업하는 비대면 서비스 활성화 추세
  - 전통적 오프라인 유통업체인 월마트, 패밀리레스토랑 Denny's도 비대면 Pick Up 서비스를 출시하며 환경 변화에 맞서고 있음

〈그림 III-13〉 오프라인 매장의 비대면 서비스 출시



\* 출처 : 월마트, Denny's 홈페이지

- 불편한 소통 대신 선택적 단절에 익숙한 MZ세대는 비대면 산업의 성장을 견인, 코로나19는 비대면 서비스를 안착시킴
  - 서울연구원에 따르면, 코로나19 상황에서 74.4%가 비대면 소비활동을 경험했으며, 주로 음식(54%), 쇼핑(37.2%)에 있어서 비대면 방식을 선호하는 것으로 조사됨
  - 또한 코로나19 종식 이후에도 비대면 소비활동을 80.1%는 지속할 것이라고 응답하며 비대면 서비스가 사회구조의 패러다임을 변화시키는 것으로 나타남

## 10 높아지는 무역장벽

### ■ 전 세계적 보호무역주의가 강화되는 추세로, 한국에 대한 수입 규제 역시 증가

- 한국무역협회에 따르면 2020년 상반기 한국에 대한 교역 상대국의 수입 규제 조사 개시 건수는 전년 동기간 대비 증가한 것으로 나타남
- 2008년 금융위기 이후 지속되어 온 저성장 기조와 코로나19로 인한 경제 회복 불확실성으로 자국 시장 및 산업 보호를 위해 무역장벽을 높이고 있는 것으로 분석됨
  - 대한무역투자진흥공사 '2020 글로벌 비관세동향 보고서'에 따르면 매년 신규 비관세장벽이 17%씩 증가하고 있고, 2019년 전 세계적으로 신규 비관세장벽이 5,244건에 이르는 것으로 나타남

### ■ 특히 식품산업에 적용되는 비관세조치 통보 건수는 전체 산업의 30% 이상 차지

- 매년 전 세계적 식품 통관거부 건수는 10,000건을 상회하는 수준, 한국 식품에 대한 통관거부 건수는 100건 이상으로 집계
  - 2017년 한국 가공식품의 통관거부가 높게 나타나는데, 이는 중국과의 사드갈등이 고조되면서 한국산 식품에 대한 중국의 통관거부가 급증했기 때문으로 분석
  - 이는 비관세조치가 언제든지 수입 규제로 활용될 수 있다는 것을 반증

〈표 III-5〉 연도별 식품 및 관련 제품 통관거부 추이

(단위: 건)

구분	2017		2018		2019	
	전 세계	한국	전 세계	한국	전 세계	한국
전체	15,590	579	10,482	185	10,803	159
가공식품	11,794	536	6,859	137	6,794	125
농산물	2822	43	3,100	48	3,386	34
축산물	974	0	523	0	623	0

\* 출처 : 트레이드파트너스 자체조사

## IV 2021년 글로벌 식품시장 이슈 전망

### 1 가정간편식의 진화, 이국적 메뉴 수요 확대

- 코로나19로 해외여행이 장기간 제한되면서, 집에서도 해외의 음식을 즐길 수 있는 가정간편식 메뉴가 인기를 끌 것
- 맛과 편의성을 강조한 가정간편식은 이색적이면서 요리에 즐거움을 주는 가정간편식으로 진화할 것으로 예상
  - 간단한 요리법으로 해외 음식을 맛볼 수 있고, 단조로운 일상 생활에서 잠시나마 벗어나도록 하는 이색적 가정간편식의 수요가 더욱 확대될 것으로 보임

〈표 IV-1〉 가정간편식의 진화

구분	1세대	2세대	3세대	4세대	5세대
시기	1980~1990	1990~2010	2010~2016	2017~2020	2021~
제품	3분 요리	즉석밥	국, 탕, 찌개	쉐프 협업	해외 음식
특징	편리성	편리성	다양성	프리미엄	즐거움

- 또한 기존 음식에 약간의 첨가로 이국적인 맛을 느낄 수 있는 소스(향신료)에 수요가 증가할 것으로 기대
  - 이러한 시장환경의 변화는 우리나라 소스류에 대한 수출에 긍정적 영향을 끼칠 것으로 예상되어 시장 니즈에 맞는 마케팅이 수반되어야 할 것으로 평가됨
  - 실제로 2020년 9월 기준 한국 장류 수출은 전년 동 기간 대비 30% 증가하였음

## 2 슈퍼푸드의 재등장

### ■ 2002년 미국 타임지를 통해 처음 소개된 슈퍼푸드에 대한 관심 제고 추세

- 슈퍼푸드란 몸에 필요한 영양성분을 풍부하게 함유한 웰빙 식품으로, 면역력을 강화하고 건강한 몸을 유지하는 데 도움이 되는 식품으로 정의
- 최근 코로나19로 건강과 면역이 중요해지며 슈퍼푸드에 대한 관심 증가
  - 올해 1~10월까지 농산물 판매 데이터에 따르면, 면역력 증진에 효과가 있는 것으로 알려진 퀴노아 판매량이 전년 동기간 대비 675% 급증
  - 미국의 경우 항산화 성분이 많은 슈퍼푸드에 대한 수요가 높게 나타남
- 이에 한국산 산양삼, 버섯, 유자, 토마토, 김 등 신선 농산물을 글로벌 슈퍼푸드 트렌드에 편승하여 마케팅 전략을 새롭게 수립할 필요성 대두

〈그림 IV-1〉 슈퍼푸드의 건강 마케팅



\* 출처 : Morgan Anderson

### 3 전자상거래의 진화, 라이브커머스의 성장세 주목

#### ▣ 라이브커머스, 가정 내 머무르는 시간이 늘어나면서 새로운 유통채널로 부상

- 라이브커머스(Live-Commerce)는 라이브스트리밍(Live-streaming)과 이커머스(e-Commerce)의 합성어로, 실시간 동영상 스트리밍을 통해 시청자들에게 제품을 소개하고 판매하는 방식
- 실시간 양방향 소통이 가능하며 홈쇼핑 등 기존 전자상거래에 비해 규제가 자유롭고 진입장벽도 낮아 접근성과 편의성이 높은 것이 특징임

〈표 IV-2〉 라이브 스트리밍



\* 출처 : Taobao

- 라이브커머스는 이용소비자의 증가추세와 더불어 진입비용 부담이 크지 않다는 장점으로 중소기업의 해외 마케팅에 좋은 수단으로 활용될 수 있음
  - 특히 2022년 중국 라이브커머스 거래 규모는 한화 486조 원으로 성장할 것으로 전망

4

## 개인의 신념으로 소비하는 가치소비 확산

### ■ 특히 식품산업에서 가치소비의 영향력이 크게 확대될 것으로 전망

- 채식주의자를 위한 비건제품, 윤리적 생산 및 재배, 환경보호라는 가치를 반영한 친환경 포장재 등 다양한 방식으로 가치소비가 이뤄지고 있음
- 소비자의 신념을 대신하는 가치 있는 스토리가 구매로 연결될 것으로 예상됨
- 코로나19와 기후위기로 전 지구적 공동의식이 높아지면서 이러한 가치소비는 더욱 확대될 것으로 전망

### ■ 윤리적 가치에 집중하는 기업에 대한 선호도 증가할 전망

- 이전까지 기업은 식품생산 시 원가절감으로 가격경쟁력을 확보하는 것이 가장 중요한 거래 요소로 인식됨
- 하지만, 소비자의 니즈가 친환경 및 지속가능으로 전환되는 추세로, 기업 전략의 재검토 필요성 제기
- 환경을 해치거나, 공정하지 않거나, 수익만을 목표로 하는 기업에 대해 소비자들은 불매로 응답할 것

# 주요 수출국 및 품목의 불합리 교역조건 조사(UNCTAD)

---

I. 서론

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황



# I 서론

## ■ 국가 간 자유무역협정 체결 확대로 관세장벽은 낮아지는 추세인 반면 비관세장벽이 실질적 무역장벽으로 대두

- 기술표준, 인증, 위생검역 등과 같은 비관세장벽이 무역장벽으로 활용되며 국가 간 교역에 절대적 영향을 미침
  - 비관세장벽은 관세와 다르게 탄력적인 운영이 가능하며, 자의성이 개입될 여지가 높음
  - 또한 종류와 형태가 광범위하고 복잡하며, 전 세계적으로 통일된 분류 기준이 마련되어 있지 않아 대응에 어려움 존재
- 2006년 UNCTAD(유엔무역개발회의), GNTB(Group of Eminent Persons on Non-tariff Barriers) 설립을 통해 비관세조치를 분류하고 정량화된 데이터베이스를 구축
  - UNCTAD의 비관세조치 분류체계는 WTO 비관세조치 통보문 DB보다 세분화되어 있으며, 각국의 최하부 세번(HS Code)까지 정보를 제공하여 유형별 상세한 분석이 가능
  - WTO 비관세조치 DB는 회원국이 제출하는 통보문에 의존하고 특정 시점에 발표 중인 조치만을 추출한다는 한계가 있는 반면, UNCTAD 비관세조치 통보문은 법령에 기반하여 정확성과 투명성을 담보

### UNCTAD 비관세조치와 WTO 통보문 DB 비교

구분	UNCTAD NTMs	WTO 통보문
데이터 수집 기준 및 방법	각 국가에서 제출한 국내 법령 기반	WTO 회원국이 제출하는 통보문 기반
대상 국가	91개국 (2020. 9. 13 현재)	모든 WTO 회원국
조치와 품목연계	각국의 최하부 세 번까지 제공	22개 산업분류 (HS 2단위)
비관세조치 분류체계	16개 분류 236개 하위분류	9개 분류
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내 법령에 기반해 정확성과 투명성 확보</li> <li>- 수집방식의 일원화</li> <li>- 제재 적용국가 분류</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 통보문의 불합리성에 대한 의견을 사전 제시 가능</li> </ul>
URL	<a href="https://trains.unctad.org/">https://trains.unctad.org/</a>	<a href="http://www.wto.org">www.wto.org</a>

- UNCTAD는 비관세조치를 총 3개 유형, 16개 코드로 분류 및 제시
  - 이 중 농식품에 가장 많이 부과되는 동식물 위생검역조치(SPS)와 기술무역장벽(TBT)은 '기술적 조치' 유형의 A와 B 코드에 해당

UNCTAD NTMs<sup>1)</sup> 분류체계

구분	코드	비관세조치 분류
기술적조치	A	동식물 위생검역조치 (SPS)
	B	기술무역장벽 (TBT)
	C	선적전 검사와 통관절차
비기술적조치	D	조건부 무역보호조치 (반덤핑, 상계관세, 세이프가드)
	E	수량제한조치
	F	가격통제조치
	G	금융조치
	H	경쟁관련조치
	I	무역관련 투자조치
	J	유통제한
	K	판매 후 서비스 제한
	L	보조금
	M	정보조달 제한
	N	지식재산권
	O	원산지규정
	수출관련조치	P

■ 전 세계적 비관세조치 증가 추세로, 한국산 농식품에 대한 비관세조치 역시 확대

- 2020년 10월 기준 UNCTAD 농식품 분야 SPS와 TBT 중 우리나라가 포함된 제재는 총 37개국, 1,216건으로 집계

1) Non-tariff measures, 비관세조치

## UNCTAD 농식품 분야 SPS, TBT 중 한국이 포함된 제재 건수

국가	국가별 합계	비관세조치별 건수		단계
		SPS	TBT	
1 미국	664	654	10	시행
2 뉴질랜드	178	178	-	시행
3 인도	53	53	-	시행
4 중국	43	39	4	시행
5 아랍에미리트	26	26	-	시행
6 파푸아뉴기니	19	19	-	시행
7 일본	18	10	8	시행
8 캐나다	16	16	-	시행
9 터키	16	16	-	시행
10 필리핀	15	13	2	시행
11 말레이시아	14	12	2	시행
12 도미니카	13	13	-	시행
13 그레나다	13	13	-	시행
14 러시아	12	9	3	시행
15 태국	11	10	1	시행
16 스위스	10	10	-	시행
17 안티쿠아바부다	9	9	-	시행
18 가이아나	9	8	1	시행
19 세네갈	9	9	-	시행
20 트리니다드토바고	9	9	-	시행
21 인도네시아	8	6	2	시행
22 브루나이	5	4	1	시행
23 홍콩	5	5	-	시행
24 자메이카	5	5	-	시행
25 키르기스스탄	5	5	-	시행
26 모리타니	5	5	-	시행
27 바베이도스	4	4	-	시행
28 카자흐스탄	4	4	-	시행
29 파키스탄	4	4	-	시행
30 바하마	3	3	-	시행
31 사우디아라비아	3	3	-	시행
32 바레인	2	1	1	시행
33 오만	2	2	-	시행
34 보츠와나	1	1	-	시행
35 코트디부아르	1	1	-	시행
36 모로코	1	1	-	시행
37 튀니지	1	1	-	시행
합계	1,216	1,181	35	

- UNCTAD 데이터베이스에서 한국만 지목하여 비관세조치를 시행한 제재 건수는 총 10개국, 111건으로 집계
  - 이 중 중국의 비관세조치(SPS, TBT)가 38건으로 가장 많았고, 뒤이어 미국(30건), 필리핀(9건), 뉴질랜드와 페루(각 7건) 순으로 나타남

UNCTAD 농식품 분야 SPS, TBT 중 한국만 지정한 제재 건수

국가	비관세조치 합계	비관세조치별 건수	
		SPS	TBT
1 중국	38	34	4
2 미국	30	30	0
3 필리핀	9	8	1
4 뉴질랜드	7	7	0
5 페루	7	7	0
6 에콰도르	6	6	0
7 말레이시아	5	5	0
8 브라질	5	5	0
9 스위스	2	2	0
10 태국	2	2	0
합계	111	106	5

■ 한국산 농식품에 대한 각국의 비관세조치 사례조사로 향후 무역 조치 불균형 현황 파악의 기초자료로 활용 기대

- 본 고에서는 UNCTAD 전 세계 비관세조치 데이터베이스에서 한국만 지목한 사례를 조사, 2020년 기준 발효 중인 모든 조치에 대해 제시함

# II 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황

## 1 미국

순번	01
제재 국가	미국
구분	SPS-A33
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	(g) 각각의 위탁물은 수확부터 수출까지 해충 침입으로부터 보호되어야 한다. 새로 수확한 과일은 포장창고로 옮겨 포장 대기 중에 방충망이나 플라스틱 방수포로 덮인 상자에 담아 포장한 후 운송을 위해 용기에 넣어야한다. 이러한 안전장치는 위탁품이 미국 항구에 도착할 때 그대로 유지되어 있어야한다.
제재 내용 (원문)	(g) Each consignment must be protected from pest infestation from harvest until export. Newly harvested fruit must be covered with insect-proof mesh or a plastic tarpaulin while moving to the packinghouse and awaiting packing. Fruit must be packed within 24 hours of harvesting in an enclosed container or vehicle or in insect-proof cartons or cartons covered with insect-proof mesh or plastic tarpaulin, and then placed in containers for shipment. These safeguards must be intact when the consignment arrives at the port in the United States.
제재 품목 (HS Code)	0807.19
대표 품목	멜론과 파파야
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-36 - Watermelon, squash, cucumber, and oriental melon from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	02
제재 국가	미국
구분	SPS-A83
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	(e) 식물위생 증명서. 고추의 각 위탁에는 대한민국 국민 안전처가 발행한 식물위생검사 증명서와 함께 다음과 같은 추가 선언을 첨부해야한다: "These peppers were grown in greenhouses in accordance with the conditions in 7 CFR 319.56-42 and were inspected and found free from <i>Agrotis segetum</i> , <i>Helicoverpa armigera</i> , <i>Helicoverpa assulta</i> , <i>Mamestra brassicae</i> , <i>Monilinia fructigena</i> , <i>Ostrinia furnacalis</i> , <i>Scirtothrips dorsalis</i> , <i>Spodoptera litura</i> , and <i>Thrips palmi</i> ."
제재 내용 (원문)	(e) Each consignment of peppers must be accompanied by a phytosanitary certificate of inspection issued by NPQS bearing the following additional declaration: "These peppers were grown in greenhouses in accordance with the conditions in 7 CFR 319.56-42 and were inspected and found free from <i>Agrotis segetum</i> , <i>Helicoverpa armigera</i> , <i>Helicoverpa assulta</i> , <i>Mamestra brassicae</i> , <i>Monilinia fructigena</i> , <i>Ostrinia furnacalis</i> , <i>Scirtothrips dorsalis</i> , <i>Spodoptera litura</i> , and <i>Thrips palmi</i> ."
제재 품목 (HS Code)	070960
대표 품목	고추
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-42 - Peppers from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀

순번	03
제재 국가	미국
구분	SPS-A61
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	<p>대한민국의 고추는 다음 조건에서만 미국으로 수입할 수 있으며, 본 서브파트의 기타 모든 해당 규정에 따라야한다.</p> <p>(a) 고추는 반드시 한국에서 NPQS에 의해 승인되고 등록된 방충온실에서 재배해야한다.</p> <p>(b) 온실은 이중 자체 폐쇄문을 설치해야 하며, 온실(이중 자체폐쇄문 제외)에 있는 환기구나 개구부는 0.6mm의 선별을 통해 해충이 온실 안으로 유입되는 것을 방지해야한다.</p> <p>(c) 온실은 NPQS가 재배기간 동안 매월 점검해 식물성 해충과 질병의 배제를 위한 식물성 위생 수칙을 채용하고, 스크린이 온전하게 유지되도록 해야 한다.</p>
제재 내용 (원문)	<p>Peppers (<i>Capsicum annuum</i> L. var. <i>annuum</i>) from the Republic of Korea may be imported into the continental United States only under the following conditions and in accordance with all other applicable provisions of this subpart:</p> <p>(a) The peppers must be grown in the Republic of Korea in insect-proof greenhouses approved by and registered with the National Plant Quarantine Service (NPQS).</p> <p>(b) The greenhouses must be equipped with double self-closing doors, and any vents or openings in the greenhouses (other than the double self-closing doors) must be covered with 0.6 mm screening in order to prevent the entry of pests into the greenhouse.</p> <p>(c) The greenhouses must be inspected monthly throughout the growing season by NPQS to ensure phytosanitary procedures are employed to exclude plant pests and diseases, and that the screens are intact.</p>
제재 품목 (HS Code)	070960
대표 품목	고추
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-42 - Peppers from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	04
제재 국가	미국
구분	SPS-A19
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	대한민국의 후추는 본 서브파트의 기타 모든 해당 규정에 따라 다음 조건에서만 미국으로 수입할 수 있다. (a) 후추는 대한민국에서 NPQS의 승인을 받아 국립식물검역원에 등록하여 재배해야 한다. (b) 온실은 이중 자체 폐쇄문을 구비해야 하며, 온실 내 통풍구 또는 개입부는 0.6mm의 선별을 통해 해충이 온실로 유입되는 것을 방지해야 한다. (c) 온실은 NPQS가 재배기간 동안 매월 점검해 식물성 해충과 질병의 배제를 위한 식물성 위생 수칙을 채용하고, 스크린이 온전하게 유지되도록 해야 한다.
제재 내용 (원문)	Peppers ( <i>Capsicum annuum</i> L. var. <i>annuum</i> ) from the Republic of Korea may be imported into the continental United States only under the following conditions and in accordance with all other applicable provisions of this subpart: (a) The peppers must be grown in the Republic of Korea in insect-proof greenhouses approved by and registered with the National Plant Quarantine Service (NPQS). (b) The greenhouses must be equipped with double self-closing doors, and any vents or openings in the greenhouses (other than the double self-closing doors) must be covered with 0.6 mm screening in order to prevent the entry of pests into the greenhouse. (c) The greenhouses must be inspected monthly throughout the growing season by NPQS to ensure phytosanitary procedures are employed to exclude plant pests and diseases, and that the screens are intact.
제재 품목 (HS Code)	09041
대표 품목	후추
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-42 - Peppers from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	05
제재 국가	미국
구분	SPS-A83
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	<p>대한민국의 포도는 본 서브파트의 기타 모든 해당 규정에 따라 다음 조건에서만 미국으로 수입할 수 있다. (a) 포도가 재배되는 밭은 재배철에 대한민국 국립식물보호단체(NPPO)에서 검사를 받아야 한다. NPPO는 헥타르당 250개의 포도밭을 검사하고, 잎과 줄기, 그리고 넝쿨의 열매를 세 세하게 검사할 것이다. (b) 검사 중에 <i>Conogethes punctiferalis</i>, <i>Eupoecilia ambiguella</i>, <i>Sparganothis pilleriana</i>, <i>Stathmopoda auriferella</i>, or <i>Monilinia fructigena</i> 등의 증거가 검출되면 즉시 해당분야의 수출이 거부된다. 덩굴의 육안검사에서 감염이 근절되었음을 확인할 때까지 수출이 취소된다. (c) 과일은 열매가 맺힐 때부터 수확할 때까지 포장되어 있어야 한다. (d) 각 위탁은 수출 전에 NPPO의 검사를 받아야한다. NPPO는 위탁에 있는 과일에서 <i>C.punctiferalis</i>, <i>E. ambiguella</i>, <i>S. pilleriana</i>, <i>S.auriferella</i>, <i>M.fructigena</i>, <i>Nippoptilia vitis</i>가 발견되지 않았다는 추가 선언과 함께 식물위생검사 증명서를 발급해야한다.</p>
제재 내용 (원문)	<p>Grapes (<i>Vitis</i> spp.) may be imported into the United States from the Republic of Korea only under the following conditions and in accordance with all other applicable provisions of this subpart:</p> <p>(a) The fields where the grapes are grown must be inspected during the growing season by the Republic of Korea's national plant protection organization (NPPO). The NPPO will inspect 250 grapevines per hectare, inspecting leaves, stems, and fruit of the vines.</p> <p>(b) If evidence of <i>Conogethes punctiferalis</i>, <i>Eupoecilia ambiguella</i>, <i>Sparganothis pilleriana</i>, <i>Stathmopoda auriferella</i>, or <i>Monilinia fructigena</i> is detected during inspection, the field will immediately be rejected, and exports from that field will be canceled until visual inspection of the vines shows that the infestation has been eradicated.</p> <p>(c) Fruit must be bagged from the time the fruit sets until harvest. (d) Each consignment must be inspected by the NPPO before export. For each consignment, the NPPO must issue a phytosanitary certificate with an additional declaration stating that the fruit in the consignment was found free of <i>C. punctiferalis</i>, <i>E. ambiguella</i>, <i>S. pilleriana</i>, <i>S. auriferella</i>, <i>M. fructigena</i>, and <i>Nippoptilia vitis</i>.</p>
제재 품목 (HS Code)	080610
대표 품목	신선한 포도
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-37 - Grapes from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	06
제재 국가	미국
구분	SPS-A83
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	(f) 각 위탁에는 반드시 NPPO에서 발행한 식물위생검사 증명서와 함께 다음과 같은 추가 선언을 첨부해야한다: "The regulated articles in this consignment were grown in registered greenhouse as specified by 7 CFR 319.56-36."
제재 내용 (원문)	(f) Each consignment must be accompanied by a phytosanitary certificate issued by NPPO, with the following additional declaration: "The regulated articles in this consignment were grown in registered greenhouses as specified by 7 CFR 319.56-36."
제재 품목 (HS Code)	080719
대표 품목	멜론과 파파야
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-36 - Watermelon, squash, cucumber, and oriental melon from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	07
제재 국가	미국
구분	SPS-A33
시행일	2011-10-12
제재 내용 (국문)	(c) 포장공장 절차. 토마토는 수확 후 24시간 이내에 해충 제외 포장 창고에서 포장해야한다. 미국에 토마토를 수출하기 위해 포장공장을 사용하는 기간 동안, 포장공장은 등록된 해충 제외 구조물의 토마토만 받을 수 있다. 대한민국 NPPO가 결정하고 APHIS가 동의한 로트당 무작위 과일 표본은 외부 해충 검사를 받아야하고, 과일은 잘라 내부의 해충이 드러나게 한다. 각 표본은 해충을 확인하기 충분한 크기여야한다. 손상되거나 병에 들었거나 감염된 과일은 수출 예정 상품에서 제거하고 분리되어야한다. 토마토는 생산 현장에서 포장 창고로 운송 중 그리고 포장 대기 중에 방충망, 스크린 또는 플라스틱 방수포로 보호되어야 한다. 토마토는 방충제 상자나 용기에 싸거나 방충망이나 플라스틱 방수포로 덮어서 미국으로 운반되어야한다. 이러한 안전장치는 미국에 토마토가 도착할 때까지 그대로 유지되어야하며, 그렇지 않을 시 미국 내로 위탁품이 들어갈 수 없다.
제재 내용 (원문)	(c) Packinghouse procedures. The tomatoes must be packed within 24 hours of harvest in a pest-exclusionary packinghouse. During the time the packinghouse is in use for exporting tomatoes to the United States, the packinghouse may only accept tomatoes from registered pest-exclusionary structures. A random sample of fruit per lot, as determined by the NPPO of the Republic of Korea and agreed to by APHIS, must be inspected for external pests and the fruit must be cut to reveal internal pests. Each sample must be of sufficient size in order to detect pest infestations. Any damaged, diseased, or infested fruit should be removed and separated from the commodity destined for export. The tomatoes must be safeguarded by an insect-proof mesh, screen, or plastic tarpaulin while in transit from the production site to the packinghouse and while awaiting packing. The tomatoes must be packed in insect-proof cartons or containers, or covered with insect-proof mesh or plastic tarpaulin, for transit to the United States. These safeguards must remain intact until the arrival of the tomatoes in the United States or the consignment will not be allowed to enter the United States.
제재 품목 (HS Code)	0702
대표 품목	토마토
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-52 - Tomatoes with stems from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	08
제재 국가	미국
구분	SPS-A61
시행일	2011-07-26
제재 내용 (국문)	대한민국 냉이는 다음 조건에서만 수입할 수 있다. (a) 뿌리가 있는 냉이는 대한민국 국립식물보호단체(NPO)에 등록된 해충이 없는 생산지에서 재배해야 한다. 재배지역은 반드시 NPPO의 샘플링 검사 및 현미경 검사를 통해 <i>Hemicymmyclophora koreana</i> , <i>Paratylenchus pandus</i> , <i>Rotylenchus orientalis</i> , <i>Rotylenchus pini</i> 와도 같은 해충이 없는 것으로 인증된 곳이어야 한다.
제재 내용 (원문)	Shepherd's purse ( <i>Capsella bursa-pastoris</i> (L.) Medick) with roots from the Republic of Korea may be imported only under the following conditions: (a) The shepherd's purse with roots must be grown in a pest-free place of production that is registered with the national plant protection organization (NPPO) of the Republic of Korea. Fields must be certified free of the quarantine nematodes <i>Hemicyclophora koreana</i> , <i>Paratylenchus pandus</i> , <i>Rotylenchus orientalis</i> , and <i>Rotylenchus pini</i> by sampling and microscopic inspection of the samples by the NPPO of the Republic of Korea. The sampling and inspection protocol must be preapproved by APHIS.
제재 품목 (HS Code)	070999
대표 품목	그 밖의 채소 (냉이)
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-51 - Shepherd's purse with roots from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	09
제재 국가	미국
구분	SPS-A83
시행일	2011-07-26
제재 내용 (국문)	(d) 냉이 뿌리가 있는 각 위탁물은 검역이 완료되었으며 병해충이 없다는 신고가 기재된 대한민국 NPPO의 식물위생검사 증명서와 함께 발송되어야한다. 추가적으로 7 CFR 319.56-51의 요구 조건에 따른 곳에서 재배되고 출하검사가 시행되었다는 내용 또한 기재 되어 있어야한다.
제재 내용 (원문)	(d) Each consignment of shepherd's purse with roots must be accompanied by a phytosanitary certificate of inspection issued by the NPPO of the Republic of Korea stating that the shipment has been inspected and found free of quarantine pests with an additional declaration stating that the shepherd's purse with roots has been produced and inspected in accordance with the requirements of 7 CFR 319.56-51.
제재 품목 (HS Code)	070999
대표 품목	그 밖의 채소 (냉이)
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-51 - Shepherd's purse with roots from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	10
제재 국가	미국
구분	SPS-A19
시행일	2017-01-01
제재 내용 (국문)	<p>(c) 대한민국 밀감. 이 금지법은 밀감에는 적용되지 않는다. 사쓰마 만다린 또는 스윙글로 알려진 밀감은 대한민국 제주도에 재배되며, 아래 (c)(4)에 명시된 것을 제외하고 미국의 어느 지역으로나 수입이 된다. 단, 다음과 같은 각각의 안정장치는 완전히 이행되어야 한다.</p> <p>(1) 포장 전에, 과일은 본 장의 305절에 따라 표면 멸균 처리를 받아야 한다.</p> <p>(2) 표면 살균 처리를 적용하고 과일을 포장한 포장공장은 대한민국 국립식물보호단체에 등록되어 있어야 한다.</p>
제재 내용 (원문)	<p>(c) Unshu oranges from the Republic of Korea. The prohibition does not apply to Unshu oranges (<i>Citrus reticulata</i> Blanco var. unshu, Swingle [<i>Citrus unshiu</i> Marcovitch, Tanaka]), also known as Satsuma mandarin, or the Unshu, sweet, and mandarin orange hybrids Shiranuhi [(<i>C. reticulata</i> ssp. unshiu x (<i>C. x sinensis</i>)) x <i>C. reticulata</i>] and Setoka [(<i>C. reticulata</i> ssp. unshiu x (<i>C. x sinensis</i>)) x <i>C. reticulata</i>] x <i>C. reticulata</i>] grown on Jeju (also translated as Cheju) Island, Republic of Korea, and imported under permit into any area of the United States except for those specified in paragraph (c)(4) of this section, Provided, that each of the following safeguards is fully carried out:</p> <p>(1) Before packing, the fruit shall be given a surface sterilization in accordance with part 305 of this chapter.</p> <p>(2) The packinghouse in which the surface sterilization treatment is applied and the fruit is packed must be registered with the national plant protection organization of the Republic of Korea.</p>
제재 품목 (HS Code)	080520
대표 품목	밀감
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.28 - Notice of quarantine.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	11
제재 국가	미국
구분	SPS-A59
시행일	1967-06-02
제재 내용 (국문)	<p>(c) 대한민국 밀감. 이 금지법은 밀감에는 적용되지 않는다. 사쓰마 만다린 또는 스윙글로 알려진 밀감은 대한민국 제주도에서 재배되며, 아래 (c)(4)에 명시된 것을 제외하고 미국의 어느 지역으로나 수입이 된다. 단, 다음과 같은 각각의 안정장치는 완전히 이행되어야한다.</p> <p>(1) 포장 전에, 과일은 본 장의 305절에 따라 표면 멸균 처리를 받아야한다.</p> <p>(2) 표면 살균 처리를 적용하고 과일을 포장한 포장공장은 대한민국 국립식물보호단체에 등록되어 있어야한다.</p>
제재 내용 (원문)	<p>(c) Unshu oranges from the Republic of Korea. The prohibition does not apply to Unshu oranges (<i>Citrus reticulata</i> Blanco var. unshu, Swingle [<i>Citrus unshiu</i> Marcovitch, Tanaka]), also known as Satsuma mandarin, grown on Cheju Island, Republic of Korea, and imported under permit into any area of the United States except for those specified in paragraph (c)(4) of this section, Provided, that each of the following safeguards is fully carried out:</p> <p>(1) Before packing, such oranges shall be given a surface sterilization in accordance with part 305 of this chapter.</p> <p>(2) The packinghouse in which the surface sterilization treatment is applied and the fruit is packed must be registered with the national plant protection organization of the Republic of Korea.</p>
제재 품목 (HS Code)	080520, 081190, 081290
대표 품목	밀감
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.28 - Notice of quarantine.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	12
제재 국가	미국
구분	SPS-A61
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	<p>수박, 스쿼시, 오이 및 참외는 본 항의 세부규정의 충족조건에 따라 대한민국에서 미국으로 수입할 수 있다. (a) 이 과일들은 대한민국 국립식물보호단체(NPPO)에 등록된 방충온실에서 재배해야 한다. (b) NPPO는 온실에서 식물 해충을 정기적으로 검사하고 감시해야 한다. NPPO는 과일을 포함한 온실과 식물을 2주 이내의 간격으로 수확 종료 시점까지 점검해야 한다. (c) NPPO는 10월 1일 부터 4월 30일까지 McPhail 덫 (또는 문제의 해충에 대해 승인된 단백질 미끼가 있는 유사한 종류의 덫)을 온실에 설치하고 유지해야 한다. 덫의 수는 다음과 같이 설정한다: 0.2헥타르 이하 온실의 덫 2개, 0.2~0.5헥타르 이하 온실의 덫 3개, 0.5헥타르 이상 온실의 덫 4개, 1헥타르 이상 온실의 경우 헥타르당 4개의 덫을 설치해야 한다. (d) NPPO는 2주에 한 번씩 모든 덫을 점검해야 한다. 만약 그 온실에 호박과일 파리 한마리가 잡히면 그 온실에서 재배되는 과일은 호박과일 파리가 근절 되었다는 사실이 밝혀질 때까지 등록 될 수 없다. (e) 과일은 12월 1일부터 4월 30일까지만 배송될 수 있다.</p>
제재 내용 (원문)	<p>Watermelon (<i>Citrullus lanatus</i>), squash (<i>Cucurbita maxima</i>), cucumber (<i>Cucumis sativus</i>), and oriental melon (<i>Cucumis melo</i>) may be imported into the United States from the Republic of Korea only in accordance with this paragraph and all other applicable provisions of this subpart:</p> <p>(a) The fruit must be grown in pest-proof greenhouses registered with the Republic of Korea's national plant protection organization (NPPO).</p> <p>(b) The NPPO must inspect and regularly monitor greenhouses for plant pests. The NPPO must inspect greenhouses and plants, including fruit, at intervals of no more than 2 weeks, from the time of fruit set until the end of harvest.</p> <p>(c) The NPPO must set and maintain McPhail traps (or a similar type with a protein bait that has been approved for the pests of concern) in greenhouses from October 1 to April 30. The number of traps must be set as follows: Two traps for greenhouses smaller than 0.2 hectare in size; three traps for greenhouses 0.2 to 0.5 hectare; four traps for greenhouses over 0.5 hectare and up to 1.0 hectare; and for greenhouses greater than 1 hectare, traps must be placed at a rate of four traps per hectare.</p> <p>(d) The NPPO must check all traps once every 2 weeks. If a single pumpkin fruit fly is captured, that greenhouse will lose its registration until trapping shows that the infestation has been eradicated.</p> <p>(e) The fruit may be shipped only from December 1 through April 30.</p>
제재 품목 (HS Code)	0707
대표 품목	오이
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-36 - Watermelon, squash, cucumber, and oriental melon from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	13
제재 국가	미국
구분	SPS-A69
시행일	2011-07-26
제재 내용 (국문)	(b) 뿌리가 있는 냉이는 흙이 없어야 합니다.
제재 내용 (원본)	(b) The shepherd's purse with roots must be free from soil.
제재 품목 (HS Code)	070999
대표 품목	그 밖의 채소 (냉이)
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-51 - Shepherd's purse with roots from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	14
제재 국가	미국
구분	SPS-A33
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	(g) 각 위탁은 수확부터 수출까지 병해충으로부터 보호되어야 한다. 새로 수확한 과일은 포장창고로 이동하여 포장 대기 중에 방충망이나 플라스틱 방수포 덮어야 한다. 과일은 수확 후 24시간 이내에 밀폐된 용기나 차량, 또는 방충망이나 플라스틱 방수포로 덮인 사장에 담아 포장한 후 운송을 위해 용기에 넣어야한다. 이러한 안정장치는 위탁품이 미국 항구에 도착할 때 그대로 유지되어 있어야 한다.
제재 내용 (원본)	(g) Each consignment must be protected from pest infestation from harvest until export. Newly harvested fruit must be covered with insect-proof mesh or a plastic tarpaulin while moving to the packinghouse and awaiting packing. Fruit must be packed within 24 hours of harvesting in an enclosed container or vehicle or in insect-proof cartons or cartons covered with insect-proof mesh or plastic tarpaulin, and then placed in containers for shipment. These safeguards must be intact when the consignment arrives at the port in the United States.
제재 품목 (HS Code)	080711
대표 품목	멜론과 파파야 (수박)
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-36 - Watermelon, squash, cucumber, and oriental melon from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	15
제재 국가	미국
구분	SPS-A61
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	<p>수박, 스쿼시, 오이 및 참외는 본 항의 세부규정에 충족조건에 따라 대한민국에서 미국으로 수입할 수 있다. (a) 이 과일들은 대한민국 국립식물보호단체(NPPO)에 등록된 방충온실에서 재배해야한다. (b) NPPO는 온실에서 식물 해충을 정기적으로 검사하고 감시해야한다. NPPO는 과일을 포함한 온실과 식물을 2주 이내의 간격으로 과일 수확 종료 시점까지 검사해야한다. (c) NPPO는 10월 1일 부터 4월 20일까지 온실에 McPhail 덫을 설치하고 유지해야한다. 덫의 수는 다음과 같이 설정한다: 0.2헥타르 이하 온실의 덫 2개, 0.2~0.5헥타르 이하 온실의 덫 3개, 0.5헥타르 이상 온실을 위한 덫 4개, 1헥타르 이상 온실의 경우 헥타르 당 4개의 덫을 설치해야한다. (d) NPPO는 2주에 한 번씩 모든 덫을 점검해야한다. 만약 그 온실에 호박과일 파리 한마리가 잡히면 그 온실에서 재배되는 과일은 호박과일 파리가 근절 되었다는 사실이 밝혀질 때까지 등록될 수 없다. (e) 과일은 12월 1일부터 4월 30일까지만 배송될 수 있다.</p>
제재 내용 (원문)	<p>Watermelon (<i>Citrullus lanatus</i>), squash (<i>Cucurbita maxima</i>), cucumber (<i>Cucumis sativus</i>), and oriental melon (<i>Cucumis melo</i>) may be imported into the United States from the Republic of Korea only in accordance with this paragraph and all other applicable provisions of this subpart:</p> <p>(a) The fruit must be grown in pest-proof greenhouses registered with the Republic of Korea's national plant protection organization (NPPO).</p> <p>(b) The NPPO must inspect and regularly monitor greenhouses for plant pests. The NPPO must inspect greenhouses and plants, including fruit, at intervals of no more than 2 weeks, from the time of fruit set until the end of harvest.</p> <p>(c) The NPPO must set and maintain McPhail traps (or a similar type with a protein bait that has been approved for the pests of concern) in greenhouses from October 1 to April 30. The number of traps must be set as follows: Two traps for greenhouses smaller than 0.2 hectare in size; three traps for greenhouses 0.2 to 0.5 hectare; four traps for greenhouses over 0.5 hectare and up to 1.0 hectare; and for greenhouses greater than 1 hectare, traps must be placed at a rate of four traps per hectare.</p> <p>(d) The NPPO must check all traps once every 2 weeks. If a single pumpkin fruit fly is captured, that greenhouse will lose its registration until trapping shows that the infestation has been eradicated.</p> <p>(e) The fruit may be shipped only from December 1 through April 30.</p>
제재 품목 (HS Code)	080719
대표 품목	멜론과 파파야
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-36 - Watermelon, squash, cucumber, and oriental melon from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀

순번	16
제재 국가	미국
구분	SPS-A83
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	<p>감은 본 절과 하위 절의 모든 해당 조항에 따라서만 대한민국에서 미국으로 수입할 수 있다.</p> <p>(a) 감을 재배하는 과수원은 생산자로서 재배 철과 수확 전에 다음 해충에 대한 검사를 한 번 이상 받아야한다: <i>Conogethes punctiferalis</i>, <i>Planococcus kraunhiae</i>, <i>Stathmopoda masinissa</i>, 그리고 <i>Tenuipalpus zhizhilashiviliae</i> 이다</p> <p>(b) 수확된 감은 반드시 대한민국 국립식물보호단체(NPPO)의 검사를 받아 (a)에 기재된 해충이 없는 것을 확인한 후 미국으로 수송할 수 있다</p> <p>(c) 감의 각 위탁에는 반드시 대한민국 NPPO가 발행한 식물 위생 증명서를 첨부하여 과일에 <i>Conogethes punctiferalis</i>, <i>Planococcus kraunhiae</i>, <i>Stathmopoda masinissa</i>와 <i>Tenuipalpus zhizhilashiviliae</i>가 없음을 명시하여야 한다.</p>
제재 내용 (원문)	<p>Persimmons (fruit) (<i>Disopyros khaki</i>) may be imported into the United States from the Republic of Korea only in accordance with this section and all other applicable provisions of this subpart.</p> <p>(a) The production site, which is an orchard, where the persimmons are grown must have been inspected at least once during the growing season and before harvest for the following pests: <i>Conogethes punctiferalis</i>, <i>Planococcus kraunhiae</i>, <i>Stathmopoda masinissa</i>, and <i>Tenuipalpus zhizhilashiviliae</i>.</p> <p>(b) After harvest, the persimmons must be inspected by the Republic of Korea's national plant protection organization (NPPO) and found free of the pests listed in paragraph (a) of this section before the persimmons may be shipped to the United States;</p> <p>(c) Each consignment of persimmons must be accompanied by a phytosanitary certificate issued by the Republic of Korea's NPPO stating that the fruit is free of <i>Conogethes punctiferalis</i>, <i>Planococcus kraunhiae</i>, <i>Stathmopoda masinissa</i>, and <i>Tenuipalpus zhizhilashiviliae</i>.</p>
제재 품목 (HS Code)	081070
대표 품목	그 밖의 과실 (감)
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-35 - Persimmons from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	17
제재 국가	미국
구분	SPS-A83
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	(f) 각 위탁은 반드시 NPO에서 발행한 식물 위생 검사 증명서와 함께 다음과 같은 추가 신고를 첨부해야한다 : "The regulated articles in this consignment were grown in registered greenhouse as specified by 7 CFR 319.56-36."
제재 내용 (원문)	(f) Each consignment must be accompanied by a phytosanitary certificate issued by NPPO, with the following additional declaration: "The regulated articles in this consignment were grown in registered greenhouses as specified by 7 CFR 319.56-36."
제재 품목 (HS Code)	070993
대표 품목	그 밖의 채소 (호박)
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-36 - Watermelon, squash, cucumber, and oriental melon from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	18
제재 국가	미국
구분	SPS-A33
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	(d) 고추는 수확 후 24시간 이내에 해충이 없는 포장창고에서 포장해야한다. 미국 고추 수출을 위해 포장창고를 사용하는 기간 동안, 포장창고는 오직 등록된 생산지의 고추만 받을 수 있다. 고추들은 생산 현장에서 포장 창고로 운송 중 그리고 포장 대기 중에 방충망이나 플라스틱 방수포로 보호되어야 한다. 미국으로 이동하기 위해 고추는 방충망이나 용기에 포장되거나 방충망이나 플라스틱 방수포로 덮여져야 한다. 이러한 안전장치는 위탁품이 미국 항구에 도착할 때까지 그대로 유지되어 있어야 한다.
제재 내용 (원문)	(d) The peppers must be packed within 24 hours of harvest in a pest-exclusionary packinghouse. During the time the packinghouse is in use for exporting peppers to the continental United States, the packinghouse can accept peppers only from registered approved production sites. The peppers must be safeguarded by an insect-proof mesh screen or plastic tarpaulin while in transit from the production site to the packinghouse and while awaiting packing. The peppers must be packed in insect-proof cartons or containers, or covered with insect-proof mesh or plastic tarpaulin, for transit to the continental United States. These safeguards must remain intact until the arrival of the peppers in the United States or the consignment will not be allowed to enter the United States.
제재 품목 (HS Code)	070960
대표 품목	그 밖의 채소 (고추)
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-42 - Peppers from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	19
제재 국가	미국
구분	SPS-A61
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	수박, 스쿼시, 오이 및 참외는 본 항의 세부규정에 충족조건에 따라 대한민국에서 미국으로 수입할 수 있다. (a) 이 과일들은 대한민국 국립식물보호단체(NPO)에 등록된 방충온실에서 재배해야 한다. (b) NPO는 온실에서 식물 해충을 정기적으로 검사하고 감시해야 한다. NPO는 과일을 포함한 온실과 식물을 2주 이내의 간격으로 과일 수확 종료 시점까지 검사해야 한다. (c) NPO는 10월 1일 부터 4월 20일까지 온실에 McPhail 덫을 설치하고 유지해야 한다. 덫의 수는 다음과 같이 설정한다: 0.2헥타르 이하 온실의 덫 2개, 0.2~0.5헥타르 이하 온실의 덫 3개, 0.5헥타르 이상 온실을 위한 덫 4개, 1헥타르 이상 온실의 경우 헥타르 당 4개의 덫을 설치해야 한다. (d) NPO는 2주에 한 번씩 모든 덫을 점검해야 한다. 만약 그 온실에 호박과일 파리 한마리가 잡히면 그 온실에서 재배되는 과일은 호박과일 파리가 근절 되었다는 사실이 밝혀질 때까지 등록될 수 없다. (e) 과일은 12월 1일부터 4월 30일까지만 배송될 수 있다.
제재 내용 (원문)	Watermelon ( <i>Citrullus lanatus</i> ), squash ( <i>Cucurbita maxima</i> ), cucumber ( <i>Cucumis sativus</i> ), and oriental melon ( <i>Cucumis melo</i> ) may be imported into the United States from the Republic of Korea only in accordance with this paragraph and all other applicable provisions of this subpart: (a) The fruit must be grown in pest-proof greenhouses registered with the Republic of Korea's national plant protection organization (NPPO). (b) The NPPO must inspect and regularly monitor greenhouses for plant pests. The NPPO must inspect greenhouses and plants, including fruit, at intervals of no more than 2 weeks, from the time of fruit set until the end of harvest. (c) The NPPO must set and maintain McPhail traps (or a similar type with a protein bait that has been approved for the pests of concern) in greenhouses from October 1 to April 30. The number of traps must be set as follows: Two traps for greenhouses smaller than 0.2 hectare in size; three traps for greenhouses 0.2 to 0.5 hectare; four traps for greenhouses over 0.5 hectare and up to 1.0 hectare; and for greenhouses greater than 1 hectare, traps must be placed at a rate of four traps per hectare. (d) The NPPO must check all traps once every 2 weeks. If a single pumpkin fruit fly is captured, that greenhouse will lose its registration until trapping shows that the infestation has been eradicated. (e) The fruit may be shipped only from December 1 through April 30.
제재 품목 (HS Code)	080711
대표 품목	멜론과 파파야 (수박)
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-36 - Watermelon, squash, cucumber, and oriental melon from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	20
제재 국가	미국
구분	SPS-A83
시행일	2011-10-12
제재 내용 (국문)	(e) 식물위생 검사 증명서. 토마토는 각 위탁에는 반드시 NPPO에서 발행한 식물위생검사 증명서와 함께 다음과 같은 추가 신고를 동반해야한다: "Tomatoes in this consignment were grown in pest-exclusionary structures in accordance with 7 CFR 319.56-52 and were inspected and found free from Bactrocera depressa, Heliocoverpa armigera, Heliocoverpa assulta, Mamestra brassicae, Ostrinia furnacalis, Scirtothrips dorsalis, and Thrips palmi."
제재 내용 (원문)	(e) Phytosanitary certificate. Each consignment of tomatoes must be accompanied by a phytosanitary certificate of inspection issued by the NPPO of the Republic of Korea bearing the following additional declaration: "Tomatoes in this consignment were grown in pest-exclusionary structures in accordance with 7 CFR 319.56-52 and were inspected and found free from Bactrocera depressa, Heliocoverpa armigera, Heliocoverpa assulta, Mamestra brassicae, Ostrinia furnacalis, Scirtothrips dorsalis, and Thrips palmi."
제재 품목 (HS Code)	0702
대표 품목	토마토
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-52 - Tomatoes with stems from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	21
제재 국가	미국
구분	SPS-A19
시행일	2011-07-26
제재 내용 (국문)	대한민국의 냉이는 다음 조건에서만 수입할 수 있다. (a) 부리가 있는 냉이는 대한민국 국립식물보호단체(NPPO)에 등록된 해충이 없는 생산지에서 재배해야한다. 이 재배지역은 Hemicymmyclophora koreana, Paratylenchus pandus, Rotylenchus orientalis, Rotylenchus pini와 같은 해충으로 인한 샘플링 검사 및 프로토콜을 AFPIS의 사전 승인을 받아서 검사해야 한다.
제재 내용 (원문)	Shepherd's purse ( <i>Capsella bursa-pastoris</i> (L.) Medick) with roots from the Republic of Korea may be imported only under the following conditions: (a) The shepherd's purse with roots must be grown in a pest-free place of production that is registered with the national plant protection organization (NPPO) of the Republic of Korea. Fields must be certified free of the quarantine nematodes <i>Hemicyclophora koreana</i> , <i>Paratylenchus pandus</i> , <i>Rotylenchus orientalis</i> , and <i>Rotylenchus pini</i> by sampling and microscopic inspection of the samples by the NPPO of the Republic of Korea. The sampling and inspection protocol must be preapproved by APHIS.
제재 품목 (HS Code)	070999
대표 품목	그 밖의 채소 (냉이)
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-51 - Shepherd's purse with roots from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	22
제재 국가	미국
구분	SPS-A83
시행일	1967-06-02
제재 내용 (국문)	(5) 일본에서 수입된 밀감은 반드시 7 CFR 319.28에 따라 포장되어 생산되었다는 추가 선언과 함께 일본 정부 농림부가 발행한 식물위생 증명서를 첨부해야 한다.
제재 내용 (원문)	(5) Unshu oranges imported from Japan must be accompanied by a phytosanitary certificate issued by the Japanese Government's Ministry of Agriculture, Forestry, and Fisheries with an additional declaration that the Unshu oranges were packed and produced in accordance with 7 CFR 319.28.
제재 품목 (HS Code)	080520, 081190, 081290
대표 품목	밀감
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.28 - Notice of quarantine.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	23
제재 국가	미국
구분	SPS-A19
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	<p>수박, 스쿼시, 오이 및 참외는 본 항의 세부규정에 충족조건에 따라 대한민국에서 미국으로 수입할 수 있다.</p> <p>(a) 이 과일들은 대한민국 국립식물보호단체(NPPO)에 등록된 방충온실에서 재배해야한다.</p> <p>(b) NPPO는 온실에서 식물 해충을 정기적으로 검사하고 감시해야 한다. NPPO는 과일을 포함한 온실과 식물을 2주 이내의 간격으로 과일 수확 종료 시점까지 검사해야 한다.</p> <p>(c) NPPO는 10월 1일 부터 4월 20일까지 온실에 McPhail 덫을 설치하고 유지해야한다. 덫의 수는 다음과 같이 설정한다: 0.2헥타르 이하 온실의 덫 2개, 0.2~0.5헥타르 이하 온실의 덫 3개, 0.5헥타르 이상 온실의 덫 4개, 1헥타르 이상 온실의 경우 헥타르당 4개의 덫을 설치해야한다.</p> <p>(d) NPO는 2주에 한 번씩 모든 덫을 점검해야한다. 만약 그 온실에 호박과일 파리 한마리가 잡히면 그 온실에서 재배되는 과일은 호박과일 파리가 근절 되었다는 사실이 밝혀질 때까지 등록 될 수 없다.</p> <p>(e) 과일은 12월 1일부터 4월 30일까지만 배송될 수 있다.</p>

순번	23
제재 내용 (원문)	<p>Watermelon (<i>Citrullus lanatus</i>), squash (<i>Cucurbita maxima</i>), cucumber (<i>Cucumis sativus</i>), and oriental melon (<i>Cucumis melo</i>) may be imported into the United States from the Republic of Korea only in accordance with this paragraph and all other applicable provisions of this subpart:</p> <p>(a) The fruit must be grown in pest-proof greenhouses registered with the Republic of Korea's national plant protection organization (NPPO).</p> <p>(b) The NPPO must inspect and regularly monitor greenhouses for plant pests. The NPPO must inspect greenhouses and plants, including fruit, at intervals of no more than 2 weeks, from the time of fruit set until the end of harvest.</p> <p>(c) The NPPO must set and maintain McPhail traps (or a similar type with a protein bait that has been approved for the pests of concern) in greenhouses from October 1 to April 30. The number of traps must be set as follows: Two traps for greenhouses smaller than 0.2 hectare in size; three traps for greenhouses 0.2 to 0.5 hectare; four traps for greenhouses over 0.5 hectare and up to 1.0 hectare; and for greenhouses greater than 1 hectare, traps must be placed at a rate of four traps per hectare.</p> <p>(d) The NPPO must check all traps once every 2 weeks. If a single pumpkin fruit fly is captured, that greenhouse will lose its registration until trapping shows that the infestation has been eradicated.</p> <p>(e) The fruit may be shipped only from December 1 through April 30.</p>
제재 품목 (HS Code)	0707, 070993, 080711, 080719
대표 품목	오이
제재공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제재공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제재공고명	§ 319.56-36 - Watermelon, squash, cucumber, and oriental melon from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	24
제재 국가	미국
구분	SPS-A852
시행일	2011-10-12
제재 내용 (국문)	(3) 각 병해충 트랩에 대한 배치 및 파리와일 포획 기록은 1년 이상 보관하고 매월 대한민국 NPPO에 제공된 기록서로 보관해야 한다. 대한민국의 NPPO가 요청할 시에 AFIS에서 그 기록을 열람할 수 있도록 해야 한다.
제재 내용 (원문)	(3) Records of trap placement, trap servicing, and fruit fly captures for each pest-exclusionary structure must be kept for at least 1 year and trapping records provided to the NPPO of the Republic of Korea each month. The NPPO of the Republic of Korea must make the records available to APHIS for review upon request.
제재 품목 (HS Code)	0702
대표 품목	토마토
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-52 - Tomatoes with stems from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	25
제재 국가	미국
구분	SPS-A33
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	(g) 각 위탁은 수확부터 수출까지 병해충 침입으로부터 보호되어야 한다. 새로 수확한 과일은 포장 창고로 이동하여 포장 대기 중에 플라스틱 방수포로 덮어야 한다. 과일은 수확 후 24시간 이내에 밀폐된 용기나 차량 또는 방충망이나 플라스틱 방수포로 덮인 상자에 담아 포장한 후 운송을 위해 용기에 넣어야 한다. 이러한 안전장치는 위탁품이 미국 항구에 도착할 때까지 그대로 유지되어야 한다.
제재 내용 (원문)	(g) Each consignment must be protected from pest infestation from harvest until export. Newly harvested fruit must be covered with insect-proof mesh or a plastic tarpaulin while moving to the packinghouse and awaiting packing. Fruit must be packed within 24 hours of harvesting in an enclosed container or vehicle or in insect-proof cartons or cartons covered with insect-proof mesh or plastic tarpaulin, and then placed in containers for shipment. These safeguards must be intact when the consignment arrives at the port in the United States.
제재 품목 (HS Code)	0707
대표 품목	오이
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-36 - Watermelon, squash, cucumber, and oriental melon from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	26
제재 국가	미국
구분	SPS-A33
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	(g) 각 위탁은 수확부터 수출까지 병해충 침입으로부터 보호되어야 한다. 새로 수확한 과일은 포장 창고로 이동할 때와 포장 대기 중에 플라스틱 방수포로 덮여져있어야 한다. 과일은 수확 후 24시간 이내에 밀폐된 용기나 차량 또는 방충망이나 플라스틱 방수포로 덮인 상자에 담아 포장한 후 운송을 위해 용기에 넣어야 한다. 이러한 안전장치는 위탁품이 미국 항구에 도착할 때까지 그대로 유지되어야 한다.
제재 내용 (원문)	(g) Each consignment must be protected from pest infestation from harvest until export. Newly harvested fruit must be covered with insect-proof mesh or a plastic tarpaulin while moving to the packinghouse and awaiting packing. Fruit must be packed within 24 hours of harvesting in an enclosed container or vehicle or in insect-proof cartons or cartons covered with insect-proof mesh or plastic tarpaulin, and then placed in containers for shipment. These safeguards must be intact when the consignment arrives at the port in the United States.
제재 품목 (HS Code)	070993
대표 품목	그 밖의 채소 (호박)
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-36 - Watermelon, squash, cucumber, and oriental melon from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	27
제재 국가	미국
구분	SPS-A83
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	(f) 각 위탁은 반드시 NPPO에서 발행한 식물성 인증서와 함께 다음과 같은 추가 선언을 첨부해야한다: "The regulated articles in this consignment were grown in registered greenhouse as specified by 7 CFR 319.56-36."
제재 내용 (원문)	(f) Each consignment must be accompanied by a phytosanitary certificate issued by NPPO, with the following additional declaration: "The regulated articles in this consignment were grown in registered greenhouses as specified by 7 CFR 319.56-36."
제재 품목 (HS Code)	0707
대표 품목	오이
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-36 - Watermelon, squash, cucumber, and oriental melon from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	28
제재 국가	미국
구분	SPS-A61
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	<p>수박, 스쿼시, 오이 및 참외는 본 항의 세부규정에 충족조건에 따라 대한민국에서 미국으로 수입할 수 있다.</p> <p>(a) 이 과일들은 대한민국 국립식물보호단체(NPPO)에 등록된 방충온실에서 재배해야한다.</p> <p>(b) NPPO는 온실에서 식물 해충을 정기적으로 검사하고 감시해야한다. NPPO는 과일을 포함한 온실과 식물을 2주 이내의 간격으로 과일 수확 종료 시점까지 점검해야한다.</p> <p>(c) NPPO는 10월 1일 부터 4월 30일까지 McPhail 덫 (또는 문제의 해충에 대해 승인된 단백질 미끼가 있는 유사한 종류의 덫)을 온실에 설치하고 유지해야한다. 덫의 수는 다음과 같이 설정한다: 0.2헥타르 이하 온실의 덫 2개, 0.2~0.5헥타르 이하 온실의 덫 3개, 0.5헥타르 이상 온실의 덫 4개, 1헥타르 이상 온실의 경우 헥타르당 4개의 덫을 설치해야한다.</p> <p>(d) NPO는 2주에 한 번씩 모든 덫을 점검해야한다. 만약 그 온실에 호박과일 파리 한마리가 잡히면 그 온실에서 재배되는 과일은 호박과일 파리가 근절 되었다는 사실이 밝혀질 때까지 등록 될 수 없다.</p> <p>(e) 과일은 12월 1일부터 4월 30일까지만 배송될 수 있다.</p>
제재 내용 (원문)	<p>Watermelon (<i>Citrullus lanatus</i>), squash (<i>Cucurbita maxima</i>), cucumber (<i>Cucumis sativus</i>), and oriental melon (<i>Cucumis melo</i>) may be imported into the United States from the Republic of Korea only in accordance with this paragraph and all other applicable provisions of this subpart:</p> <p>(a) The fruit must be grown in pest-proof greenhouses registered with the Republic of Korea's national plant protection organization (NPPO).</p> <p>(b) The NPPO must inspect and regularly monitor greenhouses for plant pests. The NPPO must inspect greenhouses and plants, including fruit, at intervals of no more than 2 weeks, from the time of fruit set until the end of harvest.</p> <p>(c) The NPPO must set and maintain McPhail traps (or a similar type with a protein bait that has been approved for the pests of concern) in greenhouses from October 1 to April 30. The number of traps must be set as follows: Two traps for greenhouses smaller than 0.2 hectare in size; three traps for greenhouses 0.2 to 0.5 hectare; four traps for greenhouses over 0.5 hectare and up to 1.0 hectare; and for greenhouses greater than 1 hectare, traps must be placed at a rate of four traps per hectare.</p> <p>(d) The NPPO must check all traps once every 2 weeks. If a single pumpkin fruit fly is captured, that greenhouse will lose its registration until trapping shows that the infestation has been eradicated.</p> <p>(e) The fruit may be shipped only from December 1 through April 30.</p>
제재 품목 (HS Code)	070993
대표 품목	그 밖의 채소 (호박)
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-36 - Watermelon, squash, cucumber, and oriental melon from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

순번	29
제재 국가	미국
구분	SPS-A83
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	(f) 각 위탁에는 반드시 NPPO에서 발행한 식물성 인증서와 함께 “The regulated articles in this consignment were grown in registered greenhouses as specified by 7 CFR 319.56-36.” 명시해야 한다.
제재 내용 (원문)	(f) Each consignment must be accompanied by a phytosanitary certificate issued by NPPO, with the following additional declaration: “The regulated articles in this consignment were grown in registered greenhouses as specified by 7 CFR 319.56-36.”
제재 품목 (HS Code)	080711
대표 품목	멜론과 파파야 (수박)
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-36 - Watermelon, squash, cucumber, and oriental melon from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	30
제재 국가	미국
구분	SPS-A61
시행일	2007-07-18
제재 내용 (국문)	<p>대한민국 포도는 서브파트의 해당 규정에 따라 대한민국에서 미국으로 수입할 수 있다.</p> <p>(a) 포도가 재배되는 밭은 재배 기간에 대한민국 국립식물보호단체(NPPO)에서 검사를 받아야한다. NPPO는 헥타르당 250개의 포도밭을 검사해야 하고, 잎과 줄기, 그리고 넝쿨의 열매를 세세하게 검사해야한다.</p> <p>(b) 검사 중에 <i>Conogethes punctiferalis</i>, <i>Eupoecilia ambiguella</i>, <i>Sparganothis pilleriana</i>, <i>Stathmopoda auriferella</i>, or <i>Monilinia fructigena</i>이 검출되면 즉시 수출이 거부된다. 또한 넝쿨 검사 중 감염이 발견될 시에도 수출이 취소된다.</p> <p>(c) 과일들은 수확이 될 때까지 과일자루에 포장되어 있어야한다.</p> <p>(d) 과일들은 수출 되기 전에 NPPO의 검사를 받아야한다. 검사를 마친 후 NPPO는 과일에서 <i>C.punctiferalis</i>, <i>E. ambiguella</i>, <i>S. pilleriana</i>, <i>S.auriferella</i>, <i>M.fructigena</i>, <i>Nippoptilia vitis</i>가 발견되지 않았다는 식물위생증명서를 발급해야 한다.</p>
제재 내용 (원문)	<p>Grapes (<i>Vitis</i> spp.) may be imported into the United States from the Republic of Korea only under the following conditions and in accordance with all other applicable provisions of this subpart:</p> <p>(a) The fields where the grapes are grown must be inspected during the growing season by the Republic of Korea's national plant protection organization (NPPO). The NPPO will inspect 250 grapevines per hectare, inspecting leaves, stems, and fruit of the vines.</p> <p>(b) If evidence of <i>Conogethes punctiferalis</i>, <i>Eupoecilia ambiguella</i>, <i>Sparganothis pilleriana</i>, <i>Stathmopoda auriferella</i>, or <i>Monilinia fructigena</i> is detected during inspection, the field will immediately be rejected, and exports from that field will be canceled until visual inspection of the vines shows that the infestation has been eradicated.</p> <p>(c) Fruit must be bagged from the time the fruit sets until harvest.</p>
제재 품목 (HS Code)	080610
대표 품목	포도
제제공고 (국문)	PART 319-해외 수입품 검역 수칙 및 가이드라인
제제공고 (원문)	PART 319-FOREIGN QUARANTINE NOTICES
제제공고명	§ 319.56-37 - Grapes from the Republic of Korea.
출처	<a href="https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf">https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2017-title7-vol5/pdf/CFR-2017-title7-vol5-part319.pdf</a>

## 2 중국

순번	01
제재 국가	중국
구분	SPS-A11
시행일	2005-04-01
제재 내용 (국문)	※ 제 1조: 북한에서 직간접적으로 가금류와 그 생산물을 수입하는 것은 금지된다.
제재 내용 (원문)	※ Article 1: It is forbidden to import poultry and its products directly or indirectly from North Korea.
제재 품목 (HS Code)	0105, 01063, 0207, 0208901000, 0208909010, 0208909090, 021099, 0407, 0410001000, 0505, 0511992010, 0511992090, 0511999010, 0511999090, 1506, 151610, 1518, 1601, 160210, 160220, 16023, 160290, 1603, 2301101900, 2937231100, 2937231900, 3001200010, 3001200090, 3001909091, 3001909099, 300210, 3002904010, 3002904090, 3002909011, 3002909019, 3101001990, 3101009010, 35021, 6201121000, 6201131000, 6201921000, 6201931000, 6202121000, 6202131000, 6202921000, 6202931000, 620342, 620343, 620349, 620462, 620463, 640391, 6701, 6702901010, 6702901090, 9404301010, 9404301090, 9404901010, 9404901090, 960390
대표 품목	가금류
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 486호
제제공고 (원문)	Announcement No. 486 of the Ministry of Agriculture, the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China
제제공고명	农业部、国家质量监督检验检疫总局公告第486号
출처	<a href="http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/g/200505/20050500093077.html">http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/g/200505/20050500093077.html</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	02
제재 국가	중국
구분	SPS-A64
시행일	2015-08-04
제재 내용 (국문)	제 6조 2항: 수입포도는 해충에 감염되지 않도록 따로 보관하여야한다.
제재 내용 (원본)	Article 6 section 2: imported grapes shall be stored separately to avoid being infected by pests.
제재 품목 (HS Code)	0806
대표 품목	포도
제재공고 (국문)	AQSIQ 공고 94호
제재공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Quarantine and Inspection Requirement for the Import of Syzygium Samarangense from Thailand, Banana from Sri Lanka, Grapes from South Korea, and Soybean from Ethiopia and Export of Litchi to South Korea(2015, No.94)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm</a>

순번	03
제재 국가	중국
구분	SPS-A82
시행일	2015-08-04
제재 내용 (국문)	제 6조 4항: 1) 남한의 검역 절차에 따라 현지 실험실 점검을 실시한다 2) QIA 또는 QIA 공인 작업자는 수출 포도 총량에 따라 샘플을 채취해야한다. 해상으로 출하되는 포도의 경우 총량의 2%가 샘플량으로 측정된다(600줄 이상). 항공 운송 포도의 경우 10% 이상이 샘플량으로 측정된다.
제재 내용 (원본)	Article 6 section 4: 1) In accordance with the South Korean inspection and quarantine procedure, on-site laboratory checks are to be applied. 2) QIA or QIA authorized personnel should sample exported grapes according to their total amount: for grapes that are shipped by sea, 2% will be sampled for each batch (no less than 600 string); for grapes transported by air, no less than 10% shall be sampled.
제재 품목 (HS Code)	0806
대표 품목	포도
제재공고 (국문)	AQSIQ 공고 94호
제재공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Quarantine and Inspection Requirement for the Import of Syzygium Samarangense from Thailand, Banana from Sri Lanka, Grapes from South Korea, and Soybean from Ethiopia and Export of Litchi to South Korea(2015, No.94)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm</a>

순번	04
제재 국가	중국
구분	SPS-A69
시행일	2015-08-04
제재 내용 (국문)	제 5조 1항: 출하 전 요건 1) 난초 식물에 대해서 효과적인 병해충 방역체계 및 대책을 수립하고, 추적 시스템을 구축하고, 관련 작업 기록을 보관해야 한다. 식재 과정에서; 중국 측에서 우려하는 유해해충에 대해서는 감시, 탐지 및 방제 조치를 취해야한다
제재 내용 (원문)	Article 5 section 1: Pre - shipment requirements: 1) orchid plants should establish effective pest control systems and measures, establish a traceability system, and keep relevant work records. In the process of planting: monitoring, detection and control measures shall be applied for harmful pests that are of concern to the Chinese side.
제재 품목 (HS Code)	0601200010, 060210, 0602909110, 0602909200
대표 품목	난초
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 131호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on Inspection and Quarantine Requirements for Imported Cymbidium Plants in Korea (2014, No. 131)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm</a>

순번	05
제재 국가	중국
구분	SPS-A83
시행일	2015-01-28
제재 내용 (국문)	제 5조 4항: 한국은 수출하기 전 제품의 2%를 샘플로 채취해야 한다. 식재 과정 중 그리고 입항 할 때 중국이 우려하는 유해 생물에 대한 실험실 검사를 실시해야한다. 만약, 이 과정에서 유해한 유기체가 발견되면 이 물품은 중국으로 수입되지 않는다. 검역검사에 합격한 제품에는 식물위생증명서를 발급하여 한다.
제재 내용 (원문)	Article 5 section 4: South Korea should sample 2% of the product before exporting. According to monitoring results, during planting and the intercept situation at the port of entry, laboratory testing shall be carried out to test for harmful organisms that are of concern to China. If harmful organisms are spotted, this batch of goods shall not be imported into China. For the batches that passed the quarantine examination, a phytosanitary certificate shall be issued.
제재 품목 (HS Code)	0601200010, 060210, 0602909110, 0602909200
대표 품목	난초
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 131호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on Inspection and Quarantine Requirements for Imported Cymbidium Plants in Korea (2014, No. 131)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	06
제재 국가	중국
구분	SPS-A859
시행일	2015-01-28
제재 내용 (국문)	제 5조 1항: 출하 전 요건 1) 난초 식물에 대해서 효과적인 병해충 방역체계 및 대책을 수립하고, 추적 시스템을 구축하고, 관련 작업 기록을 보관해야 한다. 식재 과정에서 중국 측에서 우려하는 유해해충에 대해서는 감시, 탐지 및 방제 조치를 취해야한다
제재 내용 (원문)	Article 5 section 1: Pre - shipment requirements: 1) orchid plants should establish effective pest control systems and measures, establish a traceability system, and keep relevant work records. In the process of planting: monitoring, detection and control measures shall be applied for harmful pests that are of concern to the Chinese side.
제재 품목 (HS Code)	0601200010, 060210, 0602909110, 0602909200
대표 품목	난초
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 131호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on Inspection and Quarantine Requirements for Imported Cymbidium Plants in Korea (2014, No. 131)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm</a>
순번	07
제재 국가	중국
구분	SPS-A859
시행일	2015-01-28
제재 내용 (국문)	제 5조 1항: 출하 전 요건 1) 난초 식물에 대해서 효과적인 병해충 방역체계 및 대책을 수립하고, 추적 시스템을 구축하고, 관련 작업 기록을 보관해야 한다. 식재 과정에서 중국 측에서 우려하는 유해해충에 대해서는 감시, 탐지 및 방제 조치를 취해야한다
제재 내용 (원문)	Article 5 section 1: Pre - shipment requirements: 1) orchid plants should establish effective pest control systems and measures, establish a traceability system, and keep relevant work records. In the process of planting: monitoring, detection and control measures shall be applied for harmful pests that are of concern to the Chinese side.
제재 품목 (HS Code)	0601200010, 060210, 0602909110, 0602909200
대표 품목	난초
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 131호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on Inspection and Quarantine Requirements for Imported Cymbidium Plants in Korea (2014, No. 131)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm</a>

순번	08
제재 국가	중국
구분	SPS-A86
시행일	2015-01-28
제재 내용 (국문)	제 6조 1항: 수입업자와 그 대리인은 중국의 법령과 조항에 따라 수입된 난초의 식물검역검사를 신청해야한다.
제재 내용 (원문)	Article 6 section 1: Importers and its agents shall, according to laws and regulations of China, apply for plant quarantine examination for imported Cymbidium.
제재 품목 (HS Code)	0601200010, 060210, 0602909110, 0602909200
대표 품목	난초
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 131호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on Inspection and Quarantine Requirements for Imported Cymbidium Plants in Korea (2014, No. 131)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm</a>

순번	09
제재 국가	중국
구분	SPS-A84
시행일	2015-01-28
제재 내용 (국문)	제 5조 1항: 식물의 재배과정은 한국 당국이 검사를 실시하여야 하며, 특히 2개의 병해충 조사는 실험실 검사를 포함하여 수출되기 3개월 전에 실시하여야 한다.
제재 내용 (원문)	Article 5 section 1: Inspection shall be carried out by the South Korean authorities in the plant growing process, especially, 2 pests surveys shall be carried out 3 months before export, including laboratory test.
제재 품목 (HS Code)	0601200010, 060210, 0602909110, 0602909200
대표 품목	난초
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 131호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on Inspection and Quarantine Requirements for Imported Cymbidium Plants in Korea (2014, No. 131)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	10
제재 국가	중국
구분	SPS-A852
시행일	2015-01-28
제재 내용 (국문)	제 5조 2항: 난초의 수출업자와 재배업자는 한국에 등록되어 있어야하며, 수출 전 AQSIQ에 최신화된 리스트 혹은 목록에 나타나야 한다. AQSIQ는 필요한 경우 한국의 등록관리시스템 및 재배기업에 대한 현장 평가를 실시할 수 있다.
제재 내용 (원문)	Article 5 section 2: The exporters and growers of Cymbidium shall be registered in South Korea, and an updated lists of qualified entities shall be provided to AQSIQ before exporting season. If necessary, AQSIQ may conduct on-site assessment of South Korea's registration management system and cultivation enterprises.
제재 품목 (HS Code)	0601200010, 060210, 0602909110, 0602909200
대표 품목	난초
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 131호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on Inspection and Quarantine Requirements for Imported Cymbidium Plants in Korea (2014, No. 131)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm</a>

순번	11
제재 국가	중국
구분	SPS-A33
시행일	2015-01-28
제재 내용 (국문)	제5조 3항: 수입된 난초의 해충의 침입을 방지하기 위해 해충 방제시설로 포장되어야 한다. 포장 재료는 중국의 식물위생 기준에 맞추어 깨끗하고 위생적이어야 한다.
제재 내용 (원문)	Article 5 section 3: The imported cymbidium should be packed in pest control facilities to prevent pest infestation. Packaging materials should be clean and sanitary, in line with China's phytosanitary requirements.
제재 품목 (HS Code)	0601200010, 060210, 0602909110, 0602909200
대표 품목	난초
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 131호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on Inspection and Quarantine Requirements for Imported Cymbidium Plants in Korea (2014, No. 131)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm</a>

순번	12
제재 국가	중국
구분	SPS-A11
시행일	2003-12-22
제재 내용 (국문)	I. 한국의 직간접적인 가금류와 이와 관련된 제품들의 수입은 금지되어 있다. 이미 항구에 도착한 제품은 반품 또는 폐기되어야한다.
제재 내용 (원문)	I. It is prohibited to import directly or indirectly poultry and poultry products from South Korea. Products already reached ports shall be returned or destroyed.
제재 품목 (HS Code)	0105, 01063, 0207, 0208901000, 0208909010, 0208909090, 021099, 0407, 0410001000, 0505, 0511992010, 0511992090, 0511999010, 0511999090, 1506, 151610, 1518, 1601, 160210, 160220, 16023, 160290, 1603, 2301101900, 2937231100, 2937231900, 3001200010, 3001200090, 3001909091, 3001909099, 300210, 3002904010, 3002904090, 3002909011, 3002909019, 3101001990, 3101009010, 35021, 6201121000, 6201131000, 6201921000, 6201931000, 6202121000, 6202131000, 6202921000, 6202931000, 620342, 620343, 620349, 620462, 620463, 640391, 6701, 6702901010, 6702901090, 9404301010, 9404301090, 9404901010, 9404901090, 960390
대표 품목	가금류
제재공고 (원문)	关于防止韩国禽流感传入我国的公告
출처	<a href="http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/g/200505/20050500093077.html">http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/g/200505/20050500093077.html</a>
순번	13
제재 국가	중국
구분	SPS-A11
시행일	2005-10-31
제재 내용 (국문)	1단락: 지금부터 상기 상표명의 절인 야채, 칠리 소스 혹은 BBQ 소스의 수입을 금지한다.
제재 내용 (원문)	Paragraph1: From now on, import of pickled vegetable, chilli sauce and BBQ sauce of the above-mentioned brand names shall be prohibited.
제재 품목 (HS Code)	2001, 2002, 2004, 200540, 200551, 200559, 200560, 200570, 200580, 200591, 200599, 2103909000
대표 품목	AQSIQ 공고 156호
제재공고 (국문)	Notice of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People 's Republic of China (2005, No. 156)
제재공고 (원문)	식초 및 케첩
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2005/200610/t20061027_315553.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2005/200610/t20061027_315553.htm</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	14
제재 국가	중국
구분	SPS-A852
시행일	2015-08-04
제재 내용 (국문)	제 4조: 한국에서 수입된 포도는 등록된 과수원 및 가공 공장에서 수입해야 한다. 등록 정보에는 수출품이 의정서의 관련 규정을 준수하지 않을 때 출처를 정확히 추적할 수 있도록 이름, 주소 및 식별 코드가 포함되어야 한다. 등록 목록은 한국 당국이 수출하기 전에 중국 품질관리검역총국 (AQSIQ)에 제공해야한다. 과수원, 포장 공장 리스트는 AQSIQ의 웹사이트에서 찾을 수 있다.
제재 내용 (원문)	Article 4: Imported grapes from South Korea must come from the registered orchards and processing plants. The registration information shall include the name, address and identification code so as to trace the source accurately when the exported goods do not comply with the relevant provisions of this Protocol. The registration list should be provided by the Korean authority to the Chinese General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) before the export season. Orchard, packing plant list can be found on the AQSIQ website.
제재 품목 (HS Code)	0806
대표 품목	포도
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 94호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Quarantine and Inspection Requirement for the Import of Syzygium Samarangense from Thailand, Banana from Sri Lanka, Grapes from South Korea, and Soybean from Ethiopia and Export of Litchi to South Korea(2015, No.94)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm</a>
순번	15
제재 국가	중국
구분	SPS-A84
시행일	2003-04-08
제재 내용 (국문)	제 2조: 출입국검사 및 검역기관은 수입한 목재포장에 대하여 불시점검 및 검역을 적용할 수 있다.
제재 내용 (원문)	Article 2..... ntry and exit inspection and quarantine institutions shall apply random inspection and quarantine on the imported wooden packaging.
제재 품목 (HS Code)	4415, 4416
제제공고 (국문)	나무로 만든 케이스 상자
제제공고 (원문)	Announcement No.5, 2002 of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine, State Forestry Administration, General Administration of Customs, Ministry of Foreign Trade and Economic Cooperation

순번	16
제재 국가	중국
구분	SPS-A11
시행일	2010-01-15
제재 내용 (국문)	제 1조: 한국에서 발급이 갈라진 동물과 그 동물과 관련된 제품의 직간접적 수입 금지
제재 내용 (원문)	Article 1: Prohibition on the importation of cloven-hoofed animals and their products directly or indirectly from South Korea.
제재 품목 (HS Code)	0102, 0103, 0104, 010613, 010619, 0201, 0202, 0203, 0204, 020610, 02062, 020630, 02064, 0206800010, 0206900010, 020860, 0208909010, 0208909090, 0209, 02101, 021020, 021099, 0401, 0402, 0403, 0404, 0405, 0406, 0502, 0504001100, 0504001200, 0504001300, 0504001400, 0504001900, 0504002100, 0504002900, 0504009000, 050610, 0506901110, 0506901190, 0506901910, 0506901990, 0506909031, 0506909039, 0506909091, 0506909099, 0507901000, 0507902000, 0507909000, 0510001010, 0510001090, 0510002010, 0510002020, 0510003000, 0510004000, 0510009010, 0510009090, 051110, 0511991010, 0511991090, 0511992010, 0511992090, 0511999010, 0511999090, 1501, 1502, 1503, 1505, 1506, 151610, 1517901001, 1517909001, 1518, 1522, 1601, 160210, 160220, 16024, 160250, 160290, 1603, 2937231100, 2937231900, 3001200010, 3001200090, 3001909091, 3001909099, 300210, 3002904010, 3002904090, 3002909011, 3002909019, 3101001990, 3101009010, 3503, 4101, 4102, 410330, 4103901100, 4103901900, 4103902100, 4103902900, 4103909010, 4103909090, 4104, 4105, 41062, 41063, 410691, 410692, 4107, 4112, 411310, 411320, 411390, 4114, 411510, 411520, 4201, 420211, 420221, 420231, 420291, 420310, 42032, 420330, 420340, 4205, 4206, 430130, 4301809010, 4301809090, 4301909010, 4301909090, 4302193000, 4302199010, 4302199090, 430220, 4302309010, 4302309090, 4303, 591110, 6403, 6404, 640510, 650699, 960190
대표 품목	살아있는 동물
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 7호
제제공고 (원문)	Notice of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) and Ministry of Agriculture on the Prevention of the Introduction of Foot - and - Mouth Disease from South Korea to China (2010, No.7)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2010/201001/t20100120_238731.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2010/201001/t20100120_238731.htm</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	17
제재 국가	중국
구분	SPS-A33
시행일	2015-12-17
제재 내용 (국문)	제 7조: 한국에서 수입되는 쌀의 포장 재료는 깨끗하고 새 것이어야 하며 중국의 식물위생 조건을 충족해야 한다.
제재 내용 (원문)	Article 7: Package materials of the imported rice from South Korea should be clean and new and comply with China's phytosanitary requirements.
제재 품목 (HS Code)	100620, 100630, 100640
대표 품목	쌀
제재공고 (국문)	AQSIQ 공고 149호
제재공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Inspection and Quarantine Requirements for Importing South Korean Rice (No. 149, 2015)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm</a>
순번	18
제재 국가	중국
구분	SPS-A82
시행일	2015-01-28
제재 내용 (국문)	제 5조 1항: 식물의 재배과정은 한국 당국이 검사를 실시하여야 하며, 특히 2개의 병해충 조사는 실험실 검사를 포함하여 수출되기 3개월 전에 실시하여야 한다. 제 5조 4항: 한국은 수출하기 전 제품의 2%를 샘플로 채취해야 한다. 식재 과정 중 그리고 입항 할 때 중국이 우려하는 유해 생물에 대한 실험실 검사를 실시해야한다. 만약, 이 과정에서 유해한 유기체가 발견되면 이 물품은 중국으로 수입되지 않는다. 검역검사에 합격한 제품에는 식물위생증명서를 발급하여 한다.
제재 내용 (원문)	Article 5 section 1: Inspection shall be carried out by the South Korean authorities in the plant growing process, especially, 2 pests surveys shall be carried out 3 months before export, including laboratory test. Article 5 section 4: South Korea should sample 2% of the product before exporting. According to monitoring results during planting and the intercept situation at the port of entry, laboratory tests shall be carried out to test for harmful organisms that are of concern to China. If harmful organisms are spotted, this batch of goods shall not be imported into China. For the batches that passed the quarantine examination, a phytosanitary certificate shall be issued.
제재 품목 (HS Code)	0601200010, 060210, 0602909110, 0602909200
대표 품목	난초
제재공고 (국문)	AQSIQ 공고 131호
제재공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on Inspection and Quarantine Requirements for Imported Cymbidium Plants in Korea (2014, No. 131)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2014/201412/t20141216_428536.htm</a>

순번	19
제재 국가	중국
구분	SPS-A84
시행일	2005-10-31
제재 내용 (국문)	제 2조: 모든 현지 검사 및 검역기관은 한국에서 수입되는 절임 야채, 칠리 소스, BBQ 소스 및 관련 제품에 대한 검사를 강화하여야 한다. 무자격 제품은 제품 반환 및 폐기 처리해야한다.
제재 내용 (원문)	Article 2: All the local inspection and quarantine institutions shall strengthen the inspection on pickled vegetable, chili sauce, BBQ sauce, and related products imported from ROK. The unqualified products shall be returned or destroyed by melting or burning.
제재 품목 (HS Code)	2001, 2002, 2004, 200540, 200551, 200559, 200560, 200570, 200580, 200591, 200599, 2103909000
대표 품목	식초 및 케찹
제재공고 (국문)	AQSIQ 공고 156호
제재공고 (원문)	Notice of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People 's Republic of China (2005, No. 156)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2005/200610/t20061027_315553.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2005/200610/t20061027_315553.htm</a>

순번	20
제재 국가	중국
구분	SPS-A86
시행일	2015-08-04
제재 내용 (국문)	제 6조 2항: 포장 과정에서 무작위 검역이 시행된다. 이 규정에는 두 가지 검역 요건이 있다. 두 가지 모두 의무사항이며, 하나는 중국 입항항에서 수행되며, 다른 하나는 수출국으로부터 수출 전에 수행된다는 점에 유의하여야한다.
제재 내용 (원문)	Article 6 section 2: During the packing process, random quarantine will be implemented. * There are two quarantine requirements in this regulation. Please note, both are mandatory, one is carried out at the port of entry in China, the other one is carried out by the exporting country before export.
제재 품목 (HS Code)	0806
대표 품목	포도
제재공고 (국문)	AQSIQ 공고 94호
제재공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Quarantine and Inspection Requirement for the Import of Syzygium Samarangense from Thailand, Banana from Sri Lanka, Grapes from South Korea, and Soybean from Ethiopia and Export of Litchi to South Korea(2015, No.94)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	21
제재 국가	중국
구분	SPS-A83
시행일	2015-08-04
제재 내용 (국문)	제 7조: 한국에서 수입된 포도에 대해서는 검사와 검역 조치를 취해야 한다.
제재 내용 (원문)	Article 7: Inspection and quarantine measures should be taken for imported grapes from South Korea.
제재 품목 (HS Code)	0806
대표 품목	포도
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 94호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Quarantine and Inspection Requirement for the Import of Syzygium Samarangense from Thailand, Banana from Sri Lanka, Grapes from South Korea, and Soybean from Ethiopia and Export of Litchi to South Korea(2015, No.94)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm</a>

순번	22
제재 국가	중국
구분	SPS-A84
시행일	2015-08-04
제재 내용 (국문)	제 7조: 한국에서 수입된 포도에 대해서는 검사와 검역 조치를 취해야 한다.
제재 내용 (원문)	Article 7: Inspection and quarantine measures should be taken for imported grapes from South Korea.
제재 품목 (HS Code)	0806
대표 품목	포도
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 94호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Quarantine and Inspection Requirement for the Import of Syzygium Samarangense from Thailand, Banana from Sri Lanka, Grapes from South Korea, and Soybean from Ethiopia and Export of Litchi to South Korea(2015, No.94)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm</a>

순번	23
제재 국가	중국
구분	SPS-A86
시행일	2015-08-04
제재 내용 (국문)	제 7조: 포장 과정에서 무작위 검역이 시행된다. 이 규정에는 두 가지 검역 요건이 있다. 두 가지 모두 의무사항이며, 하나는 중국 입항항에서 수행되며, 다른 하나는 수출국으로부터 수출 전에 수행된다는 점에 유의하여야한다.
제재 내용 (원문)	Article 7: Inspection and quarantine measures should be taken for imported grapes from South Korea. * There are two quarantine requirements in this regulation. Please note, both are mandatory, one is carried out at the port of entry in China, the other one is carried out by the exporting country before export.
제재 품목 (HS Code)	0806
대표 품목	포도
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 94호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Quarantine and Inspection Requirement for the Import of Syzygium Samarangense from Thailand, Banana from Sri Lanka, Grapes from South Korea, and Soybean from Ethiopia and Export of Litchi to South Korea(2015, No.94)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm</a>

순번	24
제재 국가	중국
구분	SPS-A69
시행일	2015-08-04
제재 내용 (국문)	제 6조 1항: 포도 재배 기간에는 중국 측이 우려하는 해충검역은 포획 또는 인공 조사 등의 방법으로 감시하고, 필요한 경우 약국관리 또는 생물학적 방제조치를 취해야한다. 재배자 또는 프로세서는 모니터링 및 적용 기록을 유지해야 한다. 화학물질의 사용은 AQSIQ에 신청해야한다.
제재 내용 (원문)	Article 6 section 1: 1. During the growing season of the grapes, quarantine pests that are of concern by the Chinese side shall be monitored by means of trapping or artificial investigation, and, if necessary, pharmacy control or biological control measures shall be taken. Growers or processors should maintain records of monitoring and application. The use of chemicals is subject to registration to AQSIQ.
제재 품목 (HS Code)	0806
대표 품목	포도
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 94호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Quarantine and Inspection Requirement for the Import of Syzygium Samarangense from Thailand, Banana from Sri Lanka, Grapes from South Korea, and Soybean from Ethiopia and Export of Litchi to South Korea(2015, No.94)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201509/t20150908_448709.htm</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번		25
제재 국가		중국
구분		SPS-A51
시행일		2003-04-08
제재 내용 (국문)		제 1조 기업들은 한국에서 수입되는 물품에 나무포장(침엽수로 제작된 것)을 사용하는 것을 피해야 한다. 목재포장(침엽수로 제작된 것)을 사용할 경우 열처리 심사가 적용되며, 한국 당국이 발급한 식물위생증명서가 제공되어야한다.
제재 내용 (원문)		Article 1 Enterprises should avoid using wooden packaging (made of coniferous trees) for goods imported from South Korea. If wooden packaging (made of coniferous trees) are used, hot treatment shall be applied, and a phytosanitary certificate issued by the South Korean authorities shall be provided.
제재 품목 (HS Code)		4415, 4416
대표 품목		나무로 만든 케이스 상자
제제공고 (국문)		2002년 품질관리, 검사 및 검역 총국, 주 산림청, 세관총국, 대외무역경제협력부 발표 제5호
제제공고 (원문)		Announcement No.5, 2002 of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine, State Forestry Administration, General Administration of Customs, Ministry of Foreign Trade and Economic Cooperation

순번		26
제재 국가		중국
구분		SPS-A86
시행일		2003-04-08
제재 내용 (국문)		제 2조: 출입국검사 및 검역기관은 수입된 목재 포장 물품에 대하여 불시 점검 및 검역을 적용할 수 있다.
제재 내용 (원문)		Article 2..... Entry and exit inspection and quarantine institutions shall apply random inspection and quarantine on the imported wooden packaging.
제재 품목 (HS Code)		4415, 4416
대표 품목		나무로 만든 케이스 상자
제제공고 (국문)		2002년 품질관리, 검사 및 검역 총국, 주 산림청, 세관총국, 대외무역경제협력부 발표 제5호
제제공고 (원문)		1Announcement No.5, 2002 of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine, State Forestry Administration, General Administration of Customs, Ministry of Foreign Trade and Economic Cooperation

순번	27
제재 국가	중국
구분	SPS-A83
시행일	2015-12-17
제재 내용 (국문)	제 6조: 중국으로 수입되는 쌀은 모두 훈증 소독을 하여 살아있는, 특히 집중 방역을 하고 있는 해충들이 쌀에 섞여 있지 않도록 한다. 중국에 진출할 시 훈증 소독증이 요구된다.
제재 내용 (원문)	Article 6: All batch of rice imported to China should be fumigated, to make sure that no live insects, especially quarantine pests are mixed in rice. A fumigation certificate is also required when entering into China.
제재 품목 (HS Code)	100620, 100630, 100640
대표 품목	쌀
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 149호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Inspection and Quarantine Requirements for Importing South Korean Rice (No. 149, 2015)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm</a>

순번	28
제재 국가	중국
구분	SPS-A19
시행일	2015-12-17
제재 내용 (국문)	제 2조: 한국 쌀의 가공업체와 창고는 중국 품질감동검역총국에 등록해야한다.
제재 내용 (원문)	Article 2: Processing firms and warehouses of rice from South Korea should be registered at China's General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine.
제재 품목 (HS Code)	100620, 100630, 100640
대표 품목	쌀
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 149호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Inspection and Quarantine Requirements for Importing South Korean Rice (No. 149, 2015)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	29
제재 국가	중국
구분	SPS-A852
시행일	2015-12-17
제재 내용 (국문)	제 7조: 수출업자의 이름과 주소, 쌀의 원산지 및 종류, 가공 공장의 이름과 주소는 포장에 중국어로 표기해야 한다.
제재 내용 (원문)	Article 7: Name and address of exporter, origin and type of the rice, the name and address of the processing factory should be labelled in Chinese on the package.
제재 품목 (HS Code)	100620, 100630, 100640
대표 품목	쌀
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 149호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Inspection and Quarantine Requirements for Importing South Korean Rice (No. 149, 2015)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm</a>

순번	30
제재 국가	중국
구분	SPS-A69
시행일	2015-12-17
제재 내용 (국문)	제 3조: 1) 한국으로부터 수입된 쌀은 다음과 같은 해충을 포함하면 안 된다: Trogoderma granarium, Oryzaephilus surinamensis (Linnaeus), Tribolium castaneum (Herst), Attagenus japonicas Reitter, Cephitinea colonella (Erschoff), Nemapogon granellus (Linnaeus), Sorghum halepense, Burkholderia ghumae 2) 한국으로부터 수입된 쌀은 흙이나, 쌀 껍질, 겨자 와 식물 찌꺼기, 그리고 잡초 씨앗과 함께 혼합되어서는 안 된다.
제재 내용 (원문)	Article 3: 1) Imported rice from South Korea cannot contain the following quarantine pests: Trogoderma granarium, Oryzaephilus surinamensis (Linnaeus), Tribolium castaneum (Herst), Attagenus japonicas Reitter, Cephitinea colonella (Erschoff), Nemapogon granellus (Linnaeus), Sorghum halepense, Burkholderia ghumae; 2) Imported rice from South Korea shall not have soil or mixed with weed seeds, rice husk, chaff and plant residues.
제재 품목 (HS Code)	100620, 100630, 100640
대표 품목	쌀
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 149호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Inspection and Quarantine Requirements for Importing South Korean Rice (No. 149, 2015)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm</a>

순번	31
제재 국가	중국
구분	SPS-A83
시행일	2015-12-17
제재 내용 (국문)	제 5조: 중국으로 수입되는 모든 쌀은 공식 <식물검역증명서>를 첨부하여 수입제품이 중국의 위생요건을 충족함을 증명하고 "This consignment of rice complies with 'The Requirements of Inspection and Quarantine on Korean Rice to be Exported to China' agreed on Oct 31, 2015 by Chinese side and Korean side."라고 명시해야 한다.
제재 내용 (원문)	Article 5: All batch of rice imported to China should be accompanied by an official <Plant Quarantine Certificate>, proving that the imported product meets the hygiene requirement of China and stating that "This consignment of rice complies with 'The Requirements of Inspection and Quarantine on Korean Rice to be Exported to China' agreed on Oct 31, 2015 by Chinese side and Korean side".
제재 품목 (HS Code)	100620, 100630, 100640
대표 품목	쌀
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 149호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Inspection and Quarantine Requirements for Importing South Korean Rice (No. 149, 2015)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm</a>

순번	32
제재 국가	중국
구분	SPS-A851
시행일	2015-12-17
제재 내용 (국문)	제 7조: 수출업자의 이름과 주소, 쌀의 원산지 및 종류, 가공 공장의 이름과 주소는 포장에 중국어로 표기해야 한다.
제재 내용 (원문)	Article 7: Name and address of exporter, origin and type of the rice, the name and address of the processing factory should be labelled in Chinese on the package.
제재 품목 (HS Code)	100620, 100630, 100640
대표 품목	쌀
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 149호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Inspection and Quarantine Requirements for Importing South Korean Rice (No. 149, 2015)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	33
제재 국가	중국
구분	SPS-A64
시행일	2015-12-17
제재 내용 (국문)	제 8조: 쌀 운송장비가 해충에 오염되면 안 된다.
제재 내용 (원문)	Article 8: Transportation equipment used for shipment of rice cannot be contaminated by quarantine pests
제재 품목 (HS Code)	100620, 100630, 100640
대표 품목	쌀
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 149호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Inspection and Quarantine Requirements for Importing South Korean Rice (No. 149, 2015)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm</a>

순번	34
제재 국가	중국
구분	SPS-A53
시행일	2015-12-17
제재 내용 (국문)	제 6조: 중국으로 수입되는 쌀은 모두 훈증 소독을 하여 살아있는, 특히 집중 방역을 하고 있는 해충들이 쌀에 섞여 있지 않도록 한다. 중국에 진출할 시 훈증 소독증이 요구된다.
제재 내용 (원문)	Article 6: All batch of rice imported to China should be fumigated, to make sure that no live insects, especially quarantine pests are mixed in rice. A fumigation certificate is also required when entering into China.
제재 품목 (HS Code)	100620, 100630, 100640
대표 품목	쌀
제제공고 (국문)	AQSIQ 공고 149호
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Inspection and Quarantine Requirements for Importing South Korean Rice (No. 149, 2015)
출처	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm">http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201512/t20151231_457548.htm</a>

순번	35
제재 국가	중국
구분	TBT-B31
시행일	2015-01-28
제재 내용 (국문)	제 5조 3항: 수입된 난초는 해충의 침입을 막기 위해 해충 방제시설에서 포장해야 한다. 포장 재료는 중국의 식물위생 요건에 맞춰 깨끗하고 위생적이어야 한다. 포장 라벨에는 재배 업체의 이름과 등록 번호 및 수출업체의 이름이 표시되어야 한다.
제재 내용 (원문)	Article 5 section 3: The imported cymbidium should be packed in pest control facilities to prevent pest infestation. Packaging materials should be clean and sanitary, in line with China's phytosanitary requirements. The packaging label should state the name of the plantation company and its registration number, as well as the name of the exporter.
제재 품목 (HS Code)	0601200010, 060210, 0602909110, 0602909200
대표 품목	난초 식물
제제공고 (국문)	국내 수입 난초 식물 검사 및 검역 요건에 관한 품질관리총국(AQSIQ) 발표 (2014, 131호)
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on Inspection and Quarantine Requirements for Imported Cymbidium Plants in Korea (2014, No. 131)

순번	36
제재 국가	중국
구분	TBT-B7
시행일	2015-12-17
제재 내용 (국문)	제 4조: 식품안전 요구사항: 한국에서 수입되는 쌀은 중국과 한국의 관련 법규에 부합하고 국가 식품 안전 요구 조건과 기준을 충족해야 한다.
제재 내용 (원문)	Article 4: Food safety requirements: Imported rice from South Korea should be in line with China and South Korea's relevant laws and regulations and meet the national food safety requirements and standards.
제재 품목 (HS Code)	100620, 100630, 100640
대표 품목	쌀
제제공고 (국문)	한국산 쌀 수입검사검역요건에 관한 품질관리총국(AQSIQ) 발표(2015년 제149호)
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Inspection and Quarantine Requirements for Importing South Korean Rice (No. 149, 2015)

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	37
제재 국가	중국
구분	TBT-B31
시행일	2015-08-04
제재 내용 (국문)	제 6조 2항: 수입 포도의 포장재료는 중국의 식물위생조건에 따라 깨끗하고 위생적이어야 한다. 상자에 환기구가 있는 경우 병해충 유입을 방지하기 위해 병해충 방제망으로 덮어야 한다. 2. 각 상자는 밀봉되어 고정 되어있어야 한다. 3. 각 상자는 과일 종류, 원산지 면적(주, 시 또는 군), 원산지, 과수원, 포장 공장 및 등록 번호를 영어로 표시해야 한다. 각 팔레트 화물은 중국어로 "중화인민공화국으로"라는 문구를 표시하여야 한다.
제재 내용 (원본)	Article 6 section 2: packaging materials of imported grapes should be clean and sanitary, in line with China's phytosanitary requirements. If the box has ventilation holes, it shall be covered with pest control mesh to prevent entry of pests. 2. Each box is affixed with a seal. 3. Each box should be labelled in English the fruit type, origin area (state, city or county), country of origin, orchard, packing plant and its registration number. Each pallet cargo shall be marked with the words "to the People's Republic of China" in Chinese.
제재 품목 (HS Code)	0806
대표 품목	포도
제제공고 (국문)	태국 시지움 사마랑엔스 수입 검역 요건에 관한 품질감독검역총국(AQSIQ) 발표, 스리랑카 바나나, 한국 포도, 에티오피아 콩 수출(2015, 94호)
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Quarantine and Inspection Requirement for the Import of Syzygium Samarangense from Thailand, Banana from Sri Lanka, Grapes from South Korea, and Soybean from Ethiopia and Export of Litchi to South Korea(2015, No.94)
순번	38
제재 국가	중국
구분	TBT-B31
시행일	2015-12-17
제재 내용 (국문)	제 7조: 수출업자의 이름과 주소, 쌀의 원산지 및 종류, 가공 공장의 이름과 주소는 포장에 중국어로 표기해야 한다.
제재 내용 (원본)	Article 7: Name and address of exporter, origin and type of the rice, the name and address of the processing factory should be labelled in Chinese on the package.
제재 품목 (HS Code)	100620, 100630, 100640
대표 품목	쌀
제제공고 (국문)	한국산 쌀 수입검사검역요건에 관한 품질관리총국(AQSIQ) 발표(2015년 제149호)
제제공고 (원문)	Announcement of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) on the Inspection and Quarantine Requirements for Importing South Korean Rice (No. 149, 2015)

### 3 말레이시아

순번	01
제재 국가	말레이시아
구분	SPS-A14
시행일	2013-11-20
제재 내용 (국문)	수입 허가 - 위탁 동물에는 말레이시아 검역 및 검사 서비스 부처 (MAQIS)에서 발급한 수입 허가서가 첨부되어야 하며, 이러한 동물을 말레이시아 주(들)로 수입할 수 있다.
제재 내용 (원문)	Import Permit - The consignment animals shall be accompanied by a valid import permit issued by Malaysian Quarantine and Inspection Services Department (MAQIS) permitting the importation of such animals into the State(s) of Malaysia.
제재 품목 (HS Code)	010121, 010129
대표 품목	살아있는 말
제제공고 (원문)	Kaedah-Kaedah Binatang 1962
제제공고명	Animals Rules, 1962
출처	<a href="http://www.maqis.gov.my/documents/20182/38720/Kaedah-kaedah+Binatang%2C+1962..pdf/c631724a-e430-4c86-bfa7-f32a2c62443d">http://www.maqis.gov.my/documents/20182/38720/Kaedah-kaedah+Binatang%2C+1962..pdf/c631724a-e430-4c86-bfa7-f32a2c62443d</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	02
제재 국가	말레이시아
구분	SPS-A82
시행일	2013-11-20
제재 내용 (국문)	동물의 위탁은 한국수의공단이 7일 이내에 수출 해당 말(각 말의 동종, 성별, 색상, 표시, 여권 번호, 원산지 전제의 성명 및 주소)의 내용을 포함한 수의사 건강증명서를 첨부하여 다음을 증명한다: 3.2. 글랜더로부터 자유롭다고 인증되지 않은 국가의 경우, 해당 국가의 말은 수출 1개월 전에 피부 내 추간판 검사를 통해 글랜더 검사를 받아야 한다. 3.6. 수출일 직전 1년 동안 국내에서 등가 감염성 빈혈 환자가 발생한 사례가 보고되지 않았으며, 수출 1개월 이내에 면역항암 검사(Coggin's Test)에 의해 등가 감염성 빈혈에 대해 음성으로 판정되었다. 3.7. 수출일 직전 1년 동안 국내에서 전염성 등신염 사례가 보고된 바 없으며, 말들은 세균 배양검사를 거쳐 수출 1개월 이내 전염성 등신염에 음성 판정을 받아 수출 당일에도 임상적으로 건강했다. 3.8. 이 말들은 선적 21일 전에 IFAT 또는 ELISA 테스트를 통해 트라이파노솜 테스트를 받았다.
제재 내용 (원문)	Veterinary Certification The consignment of animals shall be accompanied by a veterinary health certificate containing details of horses (breed, sex, colour, markings, passport number, name and address of premise of origin of each horse), issued within 7 days of export by Government Veterinary Authority Republic of Korea certifying that ; 3.2. In the case of countries not certified to be free from glanders the horses shall be tested for glanders with the intradermal palpebral mallien test one month prior to export. 3.6. No case of equine infectious anaemia have been reported to have occurred in the country during the period of one (1) year immediately preceding the date of export and the horse were tested and found negative for equine infectious anaemia by the immunodiffusion test (Coggin's Test) within one (1) month prior to export. 3.7. No case of contagious equine metritis have been reported to have occurred in the country during the period of one (1) year immediately preceding the date of export, and the horses were examined and tested by bacterial culture and found negative for contagious equine metritis, within one (1) month preceding export and were clinically healthy at the time of export. 3.8. The horses were tested for trypanosomes by IFAT or ELISA test within twenty-one (21) days prior to shipment.
제재 품목 (HS Code)	010121, 010129
대표 품목	살아있는 말
제제공고 (원문)	Kaedah-Kaedah Binatang 1962
제제공고명	Animals Rules, 1962
출처	<a href="http://www.maqis.gov.my/documents/20182/38720/Kaedah-kaedah+Binatang%2C+1962..pdf/c631724a-e430-4c86-bfa7-f32a2c62443d">http://www.maqis.gov.my/documents/20182/38720/Kaedah-kaedah+Binatang%2C+1962..pdf/c631724a-e430-4c86-bfa7-f32a2c62443d</a>

순번	03
제재 국가	말레이시아
구분	SPS-A83
시행일	2013-11-20
제재 내용 (국문)	<p>동물 기술서 - 말을 위탁 받을 시에 동물에 대한 설명을 포함하는 증명서를 첨부해야 한다. 수의사 증명서 - 동물의 위탁은 말의 세부 사항(품종, 성별, 색상, 표시, 여권 번호, 전제의 이름 및 주소)이 포함된 수의사 건강증명서를 첨부해야한다. 3.3. 베네수엘라, 동부, 서부, 세인트루이스 에킨 뇌염으로부터 안전하다는 인증을 받지 못한 국가의 경우, 선적 당일과 선적 전 3개월 동안 말들에게 동일한 뇌종양염의 징후가 나타나지 않았을 경우 출하가 가능하다. 3.4. 이 말들은 선적하기 전에 21일 동안 정부 승인 검역소에 보관되었다. 이 말들은 검역과 운송 중에 곤충 벡터로부터 보호되어 선적 장소로 이동되었다. 3.5. 수출 전 최근 6개월 동안 원산지 설정 및 승인된 검역소에서는 교살 사례가 보고되지 않았다. 한국수의과학진흥원이 인증한 각 말의 원산지는 수출 7일 이내에 발행한다. 3.1. 대한민국은 수출일 직전 2년간 아프리카 말병, 베네수엘라, 동서양, 세인트루이스 에킨 뇌염, 헨드라 바이러스, 글랜더스, 에킨 인플루엔자, 에킨 바이러스 동맥염에 노출되지 않았다. 3.9. 말들은 선적 15일 전까지 공식 승인된 백신을 사용하여 등 두뇌염 예방접종을 받았다. 3.10. 수출 당시 말들은 전염병에 대한 노출이 전혀 없었다. 3.11. 이 말들은 수출 48시간 이 전에 검사를 받아 건강하고, 전염병의 징후가 없어 여행에 적합한 것으로 밝혀졌다.</p>
제재 내용 (원본)	<p>Description of Animals - The consignment of animals shall be accompanied by a certificate containing a full description or identification of the animals. Veterinary Certification - The consignment of animals shall be accompanied by a veterinary health certificate containing details of horses ( breed, sex, colour, markings, passport number, name and address of premise. 3.3. In the case of countries not certified free from Venezuelan, Eastern, Western, St. Louis Equine Encephalomyelitis, the horses showed no signs of equine encephalomyelitis on the day of shipment and during the three (3) months prior to shipment. 3.4. The horses were kept in government approved quarantine station for twenty-one (21) days prior to shipment. The horses were protected from insect vectors during quarantine and transportation to the place of shipment. 3.5. No case of strangles has been reported in establishment of origin and approved quarantine station during the last six (6) months prior to export. of origin of each horse), issued within 7 days of export by Government Veterinary Authority Republic of Korea certifying that ; 3.1. Republic of Korea has been free from African Horse Sickness, Venezuelan, Eastern and Western, St. Louis Equine Encephalomyelitis, Hendra Virus, Glanders, Equine Influenza and Equine Viral Arteritis for the past two (2) years immediately preceding the date of export. 3.9. The horses were vaccinated against equine encephalomyelitis using an officially approved vaccine not less than fifteen (15) days prior to shipment. 3.10. The horses were free from any infectious or contagious disease at the time of export. 3.11. The horses have been examined within forty eight (48) hours prior to export and found to be healthy and free from signs of contagious and infectious diseases and fit for travel.</p>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	04
제재 국가	말레이시아
구분	SPS-A86
시행일	2013-11-20
제재 내용 (국문)	말레이시아의 검역 - 말은 추가 관찰 및/또는 질병 조사를 위해 14일 이상의 기간 동안 정부 검역소 또는 승인된 검역소 또는 시설에서 다른 동물과 격리되어 있어야 한다.
제재 내용 (원본)	Quarantine in Malaysia - The horse shall be kept in isolation from other animals in the government quarantine station or approved quarantine station or establishment for a period of not less than fourteen (14) days for further observation and/or disease investigation.
제재 품목 (HS Code)	010121, 010129
대표 품목	살아있는 말
제제공고 (원문)	Kaedah-Kaedah Binatang 1962
제제공고명	Animals Rules, 1962
출처	<a href="http://www.maqis.gov.my/documents/20182/38720/Kaedah-kaedah+Binatang%2C+1962..pdf/c631724a-e430-4c86-bfa7-f32a2c62443d">http://www.maqis.gov.my/documents/20182/38720/Kaedah-kaedah+Binatang%2C+1962..pdf/c631724a-e430-4c86-bfa7-f32a2c62443d</a>

순번	05
제재 국가	말레이시아
구분	SPS-A64
시행일	2013-11-20
제재 내용 (국문)	운송 및 착륙장 - 말의 위탁은 깨끗하고 소독된 밀폐된 부유물로 운송하거나 선박 또는 항공기로 말레이시아의 승인된 항구 또는 공항으로 직접 운반해야 한다.
제재 내용 (원본)	Transportation and Landing Place - The consignment of horses shall be transported in clean, disinfected and sealed floats or carried by ship or aircraft direct to the approved port or airport of disembarkation in Malaysia.
제재 품목 (HS Code)	010121, 010129
대표 품목	살아있는 말
제제공고 (원문)	Kaedah-Kaedah Binatang 1962
제제공고명	Animals Rules, 1962
출처	<a href="http://www.maqis.gov.my/documents/20182/38720/Kaedah-kaedah+Binatang%2C+1962..pdf/c631724a-e430-4c86-bfa7-f32a2c62443d">http://www.maqis.gov.my/documents/20182/38720/Kaedah-kaedah+Binatang%2C+1962..pdf/c631724a-e430-4c86-bfa7-f32a2c62443d</a>

## 4 스위스

순번	01
제재 국가	스위스
구분	SPS-A86
시행일	2015-01-04
제재 내용 (국문)	이 조례에 근거하여 식물, 식물자재 및 그 밖의 농산물의 수입을 식물위생상의 이유로 일시 금지할 수 있다. 이 조례의 부속문서는 스위스 및 해외의 식물위생 실정에 따라 수시로 개정한다.
제재 내용 (원문)	On the basis of this Ordinance, imports of plants, plant materials and other agricultural goods may be prohibited temporarily for phytosanitary reasons. The Annexes of this Ordinance are frequently revised according to the phytosanitary situation in Switzerland and abroad.
제재 품목 (HS Code)	0602
대표 품목	그 밖의 살아 있는 식물
제제공고 (원문)	Ordonnance de l'OFAG du 13 mars 2015 sur les mesures phytosanitaires à caractère temporaire (OMPT)
제제공고명	Ordinance of the FOAG of 13 March 2015 on temporary phytosanitary measures (RS 916.202.1)
출처	<a href="https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20150343/index.html">https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20150343/index.html</a>

순번	02
제재 국가	스위스
구분	SPS-A14
시행일	2015-01-04
제재 내용 (국문)	이 조례에 근거하여 식물, 식물자재 및 그 밖의 농산물의 수입을 식물위생상의 이유로 일시 금지할 수 있다. 이 조례의 부속문서는 스위스 및 해외의 식물위생 실정에 따라 수시로 개정한다.
제재 내용 (원문)	On the basis of this Ordinance, imports of plants, plant materials and other agricultural goods may be prohibited temporarily for phytosanitary reasons. The Annexes of this Ordinance are frequently revised according to the phytosanitary situation in Switzerland and abroad.
제재 품목 (HS Code)	0602
대표 품목	그 밖의 살아 있는 식물
제제공고 (원문)	Ordonnance de l'OFAG du 13 mars 2015 sur les mesures phytosanitaires à caractère temporaire (OMPT)
제제공고명	Ordinance of the FOAG of 13 March 2015 on temporary phytosanitary measures (RS 916.202.1)
출처	<a href="https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20150343/index.html">https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20150343/index.html</a>

**5 필리핀**

순번	01
제재 국가	필리핀
구분	SPS-A11
시행일	2010-08-01
제재 내용 (국문)	구제역 감지 동물, 대한민국에서 유래한 제품 및 부산물의 수입을 금지한다. MO 92 s2014는 다시 그렇게 했다. MO 98 s2014는 대한민국 충청북도로부터의 수입에 대해서도 동일한 조치를 취했다.
제재 내용 (원문)	Banning the importation of FMD-susceptible animals, their products and byproducts originating from the Republic of Korea. MO 92 s2014 did the same again. MO 98 s2014 did the same for imports from Chungcheongbuk-Do, Republic of Korea
제재 품목 (HS Code)	0101, 0102, 0103, 0104, 010614, 010619, 0201, 0202, 0203, 0204, 020610, 020621, 020622, 020629, 020630, 020680, 020690, 02084090, 0209, 021011, 021012, 021019, 021020, 02109920, 02109990, 0401, 0402, 0403, 0404, 0405, 0406, 0502, 0504, 0506, 05079090, 051110, 05119910, 1501, 1502, 1503, 151610, 15180012, 1601, 160210, 160220, 160241, 160242, 160249, 160250, 16029090, 1603, 170490, 19022010, 21041011, 21041019, 21042011, 21042019, 2105, 230110, 23091010, 23099090, 3501, 350220, 35030019, 35030041, 35030049, 4101, 4102, 410330, 410390, 4104, 4105, 410621, 410622, 410631, 410632, 410691, 410692, 4107, 4112, 4113, 4114, 4115, 4201, 420211, 420221, 420231, 420291, 4203, 4205, 4206, 430180, 430219, 4303, 43040020, 43040091, 43040099, 591110, 640320, 640420, 640510, 71179012, 71179022, 71179092, 93059110, 93059911, 93059991, 96019090
대표 품목	살아있는 동물
제제공고 (국문)	Temporary ban on the importation of FMD-susceptible animals, their products and byproducts originating from the Republic of Korea
제제공고 (원문)	TEMPORARY BAN ON THE IMPORTATION OF FMD-SUSCEPTIBLE ANIMALS, THEIR PRODUCTS AND BY-PRODUCTS ORIGINATING FROM THE REPUBLIC OF KOREA
출처	<a href="http://spsissuances.da.gov.ph/attachments/article/338/BAI%20Memorandum%20Order%20No.%201,%20Series%20of%202010.pdf">http://spsissuances.da.gov.ph/attachments/article/338/BAI%20Memorandum%20Order%20No.%201,%20Series%20of%202010.pdf</a>

순번	02
제재 국가	필리핀
구분	SPS-A82
시행일	2013-09-10
제재 내용 (국문)	도착했을 시, 수확 후 처리(위탁에 표시)에 사용되는 화학물질의 잔류물 분석에 대한 모니터링은 수출 기간 내내 국립농약분석연구소에서 실시해야 한다. 발견된 살충제 농도가 과일의 살충제 농약 수치에 대해 정한 기준에 해당하지 않을 경우 출하를 거부한다.
제재 내용 (원본)	Upon arrival, monitoring for residue analysis of chemicals used in post harvest treatment (to be indicated on the consignment) shall be conducted at the National Pesticide Analysis Laboratory, for the whole duration of the export. If the pesticide level found is not within the standards set for the pesticide level in fruits, the shipment shall be rejected.
제재 품목 (HS Code)	07096010
대표 품목	단고추 및 고추 (파프리카)
제제광고명	Bureau of Plant Industry - Expanding the coverage of DA Administrative Circular No. 1 series of 2013 "Rules and regulations governing the importation of fresh paprika (Capsicum annum L.) from Jeju Island, Republic of Korea into the Philippines" to include not only Jeju Island but t

순번	03
제재 국가	필리핀
구분	SPS-A19
시행일	2013-09-10
제재 내용 (국문)	필리핀 수출을 목적으로 하는 신선파프리카의 수출·생산지역 및 가공시설은 한국수산물검역검사원(QIA)에 등록하여야 한다. BPI에 공식 목록이 제공되어야 한다. 목록에 표시된 것만 필리핀으로 수출할 수 있도록 허용하고 BPI의 승인을 받아야 한다.
제재 내용 (원본)	Exporters, production areas, and processing facilities of fresh paprika intended for export to the Philippines shall be registered with the Korea Animal, Plant and Fisheries Quarantine and Inspection Agency (QIA). An official list shall be provided to BPI. Only those indicated in the list shall be allowed to export to the Philippines and approved by BPI.
제재 품목 (HS Code)	07096010
대표 품목	단고추 및 고추 (파프리카)
제제광고명	Bureau of Plant Industry - Expanding the coverage of DA Administrative Circular No. 1 series of 2013 "Rules and regulations governing the importation of fresh paprika (Capsicum annum L.) from Jeju Island, Republic of Korea into the Philippines" to include not only Jeju Island but t

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	04
제재 국가	필리핀
구분	SPS-A33
시행일	2013-09-10
제재 내용 (국문)	C 파프리카는 수출하기 전에 섭씨 18도 이하의 온도에서 보관해야 한다. 파프리카는 섭씨 10도 이하의 냉장 용기에 담아 필리핀으로 운반해야 한다. F 포장된 신선한 파프리카는 즉시 깨끗한 (소독된) 리퍼 밴에 적재되고 가능한 한 빨리 운반되어야 한다. 송합차는 한국QIA 담당자의 감독 하에 폐쇄 및 밀봉된다.
제재 내용 (원본)	C Paprika should be stored at temperatures 18 degrees C or below prior to export. Paprika should be transported to the Philippines in refrigerated containers at 10 degrees C or below. F Packed fresh paprika shall be immediately loaded in clean (disinfected) reefer vans and transported as soon as possible. The vans shall be closed and sealed under supervision of a Korea QIA officer.
제재 품목 (HS Code)	07096010
대표 품목	단고추 및 고추 (파프리카)
제제공고명	Bureau of Plant Industry - Expanding the coverage of DA Administrative Circular No. 1 series of 2013 "Rules and regulations governing the importation of fresh paprika (Capsicum anuum L.) from Jeju Island, Republic of Korea into the Philippines" to include not only Jeju Island but t

순번	05
제재 국가	필리핀
구분	SPS-A64
시행일	2013-09-10
제재 내용 (국문)	C 파프리카는 수출하기 전에 섭씨 18도 이하의 온도에서 보관해야 한다. 파프리카는 섭씨 10도 이하의 냉장 용기에 담아 필리핀으로 운반해야 한다. F 포장된 신선한 파프리카는 즉시 깨끗한 (소독된) 리퍼 밴에 적재되고 가능한 한 빨리 운반되어야 한다. 송합차는 한국QIA 담당자의 감독 하에 폐쇄 및 밀봉된다.
제재 내용 (원본)	C Paprika should be stored at temperatures 18 degrees C or below prior to export. Paprika should be transported to the Philippines in refrigerated containers at 10 degrees C or below. F Packed fresh paprika shall be immediately loaded in clean (disinfected) reefer vans and transported as soon as possible. The vans shall be closed and sealed under supervision of a Korea QIA officer.
제재 품목 (HS Code)	07096010
대표 품목	단고추 및 고추 (파프리카)
제제공고명	Bureau of Plant Industry - Expanding the coverage of DA Administrative Circular No. 1 series of 2013 "Rules and regulations governing the importation of fresh paprika (Capsicum anuum L.) from Jeju Island, Republic of Korea into the Philippines" to include not only Jeju Island but t
출처	

순번	06
제재 국가	필리핀
구분	SPS-A84
시행일	2013-09-10
제재 내용 (국문)	수출용 파프리카는 표준 600단위의 샘플 양으로 해충검사를 받아야하며, 1개의 검사장 당 1개의 파프리카가 검사된다.
제재 내용 (원본)	Paprika fruit for export should be inspected for pests and diseases by Korea QIA at a standard 600 unit sampling rate per inspection lot whereby one unit is one capsicum fruit.
제재 품목 (HS Code)	07096010
대표 품목	단고추 및 고추 (파프리카)
제제공고명	Bureau of Plant Industry - Expanding the coverage of DA Administrative Circular No. 1 series of 2013 "Rules and regulations governing the importation of fresh paprika (Capsicum annum L.) from Jeju Island, Republic of Korea into the Philippines" to include not only Jeju Island but t

순번	07
제재 국가	필리핀
구분	SPS-A83
시행일	2014-01-27
제재 내용 (국문)	항목 1 각주: OIE 육상 동물 건강법(2014년)의 제 10조 4항에 따라 열처리 제품이 허용된다. 단, 관할 당국은 동물위생 인증서와 더불어 (1) 제품의 온도와 가열 또는 저온 살균 기간, (2) 동물에서 나온 다른 생물들과의 접촉이 없다는 사실을 인증서에 포함시켜야 한다.
제재 내용 (원본)	Item 1 Footnote: Heat treated products are acceptable following Chap 10.4 of the OIE Terrestrial Animal Health Code (2014), provided that in addition to the Veterinary Health Certificate, the competent authority will include in the certification the following: (1) temperature and duration of heating or pasteurization of products, (2) there is no commingling of raw materials with any other materials of animal origin.
제재 품목 (HS Code)	0105, 01051110, 010631, 010632, 010633, 010639, 0207, 0407, 05119910
대표 품목	가금류
제제공고명	Temporary ban on the importation of domestic and wild birds and their products including poultry meat, day old chicks, eggs and semen originating from the Republic of Korea
출처	<a href="http://spsissuances.da.gov.ph/attachments/article/458/BAI%20Memorandum%20Order%20No.%2024%20Series%20of%202007.pdf">http://spsissuances.da.gov.ph/attachments/article/458/BAI%20Memorandum%20Order%20No.%2024%20Series%20of%202007.pdf</a>

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	08
제재 국가	필리핀
구분	SPS-A69
시행일	2014-01-27
제재 내용 (국문)	항목 1 각주: OIE 육상 동물 건강법(2014년)의 제 10조 4항에 따라 열처리 제품이 허용된다. 단, 관할 당국은 동물위생 인증서와 더불어 (1) 제품의 온도와 가열 또는 저온 살균 기간, (2) 동물에서 나온 다른 생물들과의 접촉이 없다는 사실을 인증서에 포함시켜야 한다.
제재 내용 (원본)	Item 1 Footnote: Heat treated products are acceptable following Chap 10.4 of the OIE Terrestrial Animal Health Code (2014), provided that in addition to the Veterinary Health Certificate, the competent authority will include in the certification the following: (1) temperature and duration of heating or pasteurization of products, (2) there is no commingling of raw materials with any other materials of animal origin.
제재 품목 (HS Code)	0105, 010631, 010632, 010633, 010639, 0407, 0408, 05119910, 05119990
대표 품목	가금류
제재공고명	Temporary ban on the importation of domestic and wild birds and their products including poultry meat, day old chicks, eggs and semen originating from the Republic of Korea
출처	<a href="http://spsissuances.da.gov.ph/attachments/article/458/BAI%20Memorandum%20Order%20No.%2024%20Series%20of%202007.pdf">http://spsissuances.da.gov.ph/attachments/article/458/BAI%20Memorandum%20Order%20No.%2024%20Series%20of%202007.pdf</a>
순번	09
제재 국가	필리핀
구분	TBT-B31
시행일	2013-10-09
제재 내용 (국문)	B3 모든 상자에는 등록된 온실의 추적이 가능하도록 온실/포장 주택 식별 코드(등록 번호), 생산 연도, 상품 코드, 지역 코드 및 농민의 개별 식별 코드가 라벨로 표시되어야 한다. E 위탁이 수출 전 검사를 만족스럽게 통과하면 상자 양쪽에 1. "필리핀을 위한", 2. Korea QIA에서 발급한 인증 코드, 3. 신선한 파프리카 소스(특정 농장/위치)를 밀봉하여 라벨을 붙여야 한다.
제재 내용 (원본)	B3 All boxes should be labeled with the greenhouse/packing house identity code (registration number), year of production, commodity code, area code, and farmer's individual identity code to allow trace back to the source farm or registered greenhouse. E If the consignment satisfactorily passes the pre-export inspection, each carton box shall be sealed and labeled with the following information conspicuously displayed on the 2 sides of the box: 1. "For the Philippines", 2. accreditation code issued by Korea QIA, and 3. source of fresh paprika (specific farm/location).
제재 품목 (HS Code)	07096010
대표 품목	파프리카
제재공고 (원문)	Expanding the coverage of DA Administrative Circular No. 1 series of 2013 "Rules and regulations governing the importation of fresh paprika (Capsicum annum L.) from Jeju Island, Republic of Korea into the Philippines" to include not only Jeju Island but t

## 6 브라질

순번	01
제재 국가	브라질
구분	SPS-A84
시행일	2010-07-30
제재 내용 (국문)	식물 위생 인증서 - 국가 식물보호 기구에서 발행한 CF - 원산지 국가의 ONPF, 표준 제 2조 항에 추가 선언이 표시됨. 수입되는 지점에서 식물 위생 검사; 샘플링 (제 3조)
제재 내용 (원본)	Certificado Fitosanitario - CF emitido por la Organización Nacional de Protección Fitosanitaria - ONPF del país de origen, con las declaraciones adicionales indicadas en el art. 2 9 de la norma. Inspección Fitosanitaria en el punto de ingreso al país; toma de muestras (art. 3 9).
제재 품목 (HS Code)	Semillas (Categoria 4, clase 3) de brócoli ( <i>Brassica oleracea</i> var. <i>italica</i> ), col ( <i>Brassica oleracea</i> var. <i>acephala</i> ), col chino ( <i>Brassica campestris</i> var. <i>pekinensis</i> ), col de bruselas ( <i>Brassica oleracea</i> var. <i>gemmifera</i> ), coliflor ( <i>Brassica oleracea</i> var. <i>botrytis</i> ), col rábano ( <i>Brassica oleracea</i> var. <i>gongylodes</i> ), repollo ( <i>Brassica oleracea</i> var. <i>capitata</i> ) y rabano ( <i>Raphanus sativus</i> ) producidas en COREA DEL SUR.

순번	02
제재 국가	브라질
구분	SPS-A83
시행일	2010-02-13
제재 내용 (국문)	포장 요건 (제 2조). 인증 요건 (제 3조). 증명 혹은 검사 요건 (제 5조).
제재 내용 (원본)	Requisitos de envasado (Art. 2). Requisito de certificación (Art. 3). Requisito de prueba o examen (Art. 5).
제재 품목 (HS Code)	Peras ( <i>Pyrus pyrifolia</i> ), Categoria 3, Clase 4 procedentes de COREA DEL SUR.

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	03
제재 국가	브라질
구분	SPS-A83
시행일	2010-02-13
제재 내용 (국문)	포장 요건 (제 2조). 인증 요건 (제 3조). 증명 혹은 검사 요건 (제 5조).
제재 내용 (원본)	Requisitos de envasado (Art. 2). Requisito de certificación (Art. 3). Requisito de prueba o exámen (Art. 5).
제재 품목 (HS Code)	Peras (Pyrus pyrifolia), Categoría 3, Clase 4 procedentes de COREA DEL SUR.

순번	04
제재 국가	브라질
구분	SPS-A33
시행일	2017-02-13
제재 내용 (국문)	포장 요건 (제 2조). 인증 요건 (제 3조). 증명 혹은 검사 요건 (제 5조).
제재 내용 (원본)	Requisitos de envasado (Art. 2). Requisito de certificación (Art. 3). Requisito de prueba o exámen (Art. 5).
제재 품목 (HS Code)	Peras (Pyrus pyrifolia), Categoría 3, Clase 4 procedentes de COREA DEL SUR.

순번	05
제재 국가	브라질
구분	SPS-A82
시행일	2017-02-13
제재 내용 (국문)	포장 요건 (제 2조). 인증 요건 (제 3조). 증명 혹은 검사 요건 (제 5조).
제재 내용 (원본)	Requisitos de envasado (Art. 2). Requisito de certificación (Art. 3). Requisito de prueba o exámen (Art. 5).
제재 품목 (HS Code)	Peras (Pyrus pyrifolia), Categoría 3, Clase 4 procedentes de COREA DEL SUR.

## 7 에콰도르

순번	01
제재 국가	에콰도르
구분	SPS-A82
시행일	2014-06-26
제재 내용 (국문)	수입품에 대한 식물 위생 요건. 수입품의 식물 위생 허가 (제 2.1조). 수출품의 식물 위생 증명서 (제 2.2조). 선적 전 처리 (제 2.2.1조). 포장(재료) 요건 (제 2.4조). 수입 지점에서 식물 위생 검사 (제 2.5조).
제재 내용 (원본)	Requisitos fitosanitarios de importación. Permiso fitosanitario de importación (art. 2.1). Certificado fitosanitario de exportación (art. 2.2). Tratamientos pre embarque (art. 2.2.1). Requisitos de embalaje (art. 2.4). Inspección fitosanitario en el punto de ingreso (art. 2.5).
제재 품목 (HS Code)	Semillas de pimienta para la siembra, procedentes de COREA DEL SUR.
순번	02
제재 국가	에콰도르
구분	SPS-A33
시행일	2014-06-26
제재 내용 (국문)	수입품에 대한 식물 위생 요건. 수입품의 식물 위생 허가 (제 2.1조). 수출품의 식물 위생 증명서 (제 2.2조). 선적 전 처리 (제 2.2.1조). 포장(재료) 요건 (제 2.4조). 수입 지점에서 식물 위생 검사 (제 2.5조).
제재 내용 (원본)	Requisitos fitosanitarios de importación. Permiso fitosanitario de importación (art. 2.1). Certificado fitosanitario de exportación (art. 2.2). Tratamientos pre embarque (art. 2.2.1). Requisitos de embalaje (art. 2.4). Inspección fitosanitario en el punto de ingreso (art. 2.5).
제재 품목 (HS Code)	Semillas de pimienta para la siembra, procedentes de COREA DEL SUR.
순번	03
제재 국가	에콰도르
구분	SPS-A53
시행일	2014-06-26
제재 내용 (국문)	수입품에 대한 식물 위생 요건. 수입품의 식물 위생 허가 (제 2.1조). 수출품의 식물 위생 증명서 (제 2.2조). 선적 전 처리 (제 2.2.1조). 포장(재료) 요건 (제 2.4조). 수입 지점에서 식물 위생 검사 (제 2.5조).
제재 내용 (원본)	Requisitos fitosanitarios de importación. Permiso fitosanitario de importación (art. 2.1). Certificado fitosanitario de exportación (art. 2.2). Tratamientos pre embarque (art. 2.2.1). Requisitos de embalaje (art. 2.4). Inspección fitosanitario en el punto de ingreso (art. 2.5).
제재 품목 (HS Code)	Semillas de pimienta para la siembra, procedentes de COREA DEL SUR.

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	04
제재 국가	에콰도르
구분	SPS-A51
시행일	2014-06-26
제재 내용 (국문)	수입품에 대한 식물 위생 요건. 수입품의 식물 위생 허가 (제 2.1조). 수출품의 식물 위생 증명서 (제 2.2조). 선적 전 처리 ( 제 2.2.1조). 포장(재료) 요건 (제 2.4조). 수입 지점에서 식물 위생 검사 (제 2.5조).
제재 내용 (원본)	Requisitos fitosanitarios de importación. Permiso fitosanitario de importación (art. 2.1). Certificado fitosanitario de exportación (art. 2.2). Tratamientos pre embarque (art. 2.2.1). Requisitos de embalaje (art. 2.4). Inspección fitosanitario en el punto de ingreso (art. 2.5).
제재 품목 (HS Code)	Semillas de pimienta para la siembra, procedentes de COREA DEL SUR.

순번	05
제재 국가	에콰도르
구분	SPS-A14
시행일	2014-06-26
제재 내용 (국문)	수입품에 대한 식물 위생 요건. 수입품의 식물 위생 허가 (제 2.1조). 수출품의 식물 위생 증명서 (제 2.2조). 선적 전 처리 ( 제 2.2.1조). 포장(재료) 요건 (제 2.4조). 수입 지점에서 식물 위생 검사 (제 2.5조).
제재 내용 (원본)	Requisitos fitosanitarios de importación. Permiso fitosanitario de importación (art. 2.1). Certificado fitosanitario de exportación (art. 2.2). Tratamientos pre embarque (art. 2.2.1). Requisitos de embalaje (art. 2.4). Inspección fitosanitario en el punto de ingreso (art. 2.5).
제재 품목 (HS Code)	Semillas de pimienta para la siembra, procedentes de COREA DEL SUR.

순번	06
제재 국가	에콰도르
구분	SPS-A14
시행일	2014-06-26
제재 내용 (국문)	수입품에 대한 식물 위생 요건. 수입품의 식물 위생 허가 (제 2.1조). 수출품의 식물 위생 증명서 (제 2.2조). 선적 전 처리 ( 제 2.2.1조). 포장(재료) 요건 (제 2.4조). 수입 지점에서 식물 위생 검사 (제 2.5조).
제재 내용 (원본)	Requisitos fitosanitarios de importación. Permiso fitosanitario de importación (art. 2.1). Certificado fitosanitario de exportación (art. 2.2). Tratamientos pre embarque (art. 2.2.1). Requisitos de embalaje (art. 2.4). Inspección fitosanitario en el punto de ingreso (art. 2.5).
제재 품목 (HS Code)	Semillas de pimienta para la siembra, procedentes de COREA DEL SUR.

## 8 뉴질랜드

순번	01
제재 국가	뉴질랜드
구분	SPS-A12
시행일	2016-03-01
제재 내용 (국문)	복어는 한국에서만 수입할 수 있다.
제재 내용 (원문)	Puffer fish can only be imported from Korea
제재 품목 (HS Code)	030289, 030389, 030549
대표 품목	신선한 어류 (복어)
제제공고 (국문)	법률 NZ - 식품법 2014
제제공고 (원문)	Legislation NZ - Food Act 2014

순번	02
제재 국가	뉴질랜드
구분	SPS-A41
시행일	2016-03-01
제재 내용 (국문)	테트로도톡신이 검출되지 않아야 한다.
제재 내용 (원문)	Tetrodotoxin not detected
제재 품목 (HS Code)	030289, 030389, 030549
대표 품목	신선한 어류 (복어)
제제공고 (국문)	법률 NZ - 식품법 2014
제제공고 (원문)	Legislation NZ - Food Act 2014

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	03
제재 국가	뉴질랜드
구분	SPS-A33
시행일	1999-07-29
제재 내용 (국문)	4.6 포장 - 신선한 과일/채소와 관련된 포장은 깨끗하고 토양 및 기타 오염물이 없어야 한다.
제재 내용 (원문)	4.6 PACKAGING - Packaging associated with fresh fruit/vegetables must be clean, free from soil and other contaminants.
제재 품목 (HS Code)	080610, 080830
대표 품목	포도
제제공고 (국문)	법률 NZ - 생물보안 법률 1993
제제공고 (원문)	Legislation NZ - Biosecurity Act 1993

순번	04
제재 국가	뉴질랜드
구분	SPS-A59
시행일	1999-07-29
제재 내용 (국문)	규제된 잡초 종자(로트 크기에 따라 최대 16개)와 살아있는 규제 해충(일반적으로 0개)의 허용 수준을 준수한다.
제재 내용 (원문)	Acceptance Level for regulated weed seeds (up to 16 depending on the lot size) and for live regulated pests (typically zero)
제재 품목 (HS Code)	080610, 080830
대표 품목	포도
제제공고 (국문)	법률 NZ - 생물보안 법률 1993
제제공고 (원문)	Legislation NZ - Biosecurity Act 1993

순번	05
제재 국가	뉴질랜드
구분	SPS-A59
시행일	2011-12-22
제재 내용 (국문)	'본 위탁 포도는 공식 보증 프로그램에 따라 Adoxophyes orana, Chrysomphalus dictyospermi, Conogethes punctiferalis, Drosophila suzukii, Monilinia fructigena, Stathmopoda auriferella, Tetranychus kanzawai, Thrips palmi 등에 효과적인 해충 방제 활동을 거쳤다.'
제재 내용 (원문)	'The table grapes in this consignment have undergone pest control activities that are effective against Adoxophyes orana, Chrysomphalus dictyospermi, Conogethes punctiferalis, Drosophila suzukii, Monilinia fructigena, Stathmopoda auriferella, Tetranychus kanzawai and Thrips palmi in accordance with the Official Assurance Programme'
제재 품목 (HS Code)	080610
대표 품목	포도
제제공고 (국문)	법률 NZ - 생물보안 법률 1993
제제공고 (원문)	Legislation NZ - Biosecurity Act 1993
순번	06
제재 국가	뉴질랜드
구분	SPS-A83
시행일	2016-03-01
제재 내용 (국문)	테트로도톡신이 검출되지 않도록 공인 인증서 또는 NZ 수입업자 보증인식이 필요하다.
제재 내용 (원문)	Either an official certificate or NZ importer assurance recognition is required that Tetrodotoxin is not detected
제재 품목 (HS Code)	030289, 030389, 030549
대표 품목	신선한 어류
제제공고 (국문)	법률 NZ - 식품법 2014
제제공고 (원문)	Legislation NZ - Food Act 2014

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀◀

순번	07
제재 국가	뉴질랜드
구분	SPS-A83
시행일	1999-07-29
제재 내용 (국문)	명시되지 않은 한, 수출국 국가 식물 보호 기관이 발행한 식물성 인증서는 뉴질랜드로 수출되는 신선한 과일/채소의 모든 위탁을 동반해야 한다. 1차 산업부 표준: 152.02: 2014년 11월 6일 뉴질랜드산 신선 과채류 수입 및 통관 식물위생시험소는 국제 식물위생시험 표준, 간행물 제12호 (2011) - 식물위생시험 가이드라인에 명시된 모든 정보를 포함해야 한다.
제재 내용 (원문)	Unless specified, a completed phytosanitary certificate issued by the exporting country's national plant protection organisation must accompany all consignments of fresh fruit/ vegetables exported to New Zealand. Ministry for Primary Industries Standard: 152.02: Importation and Clearance of Fresh Fruit and Vegetables into New Zealand 6 November 2014 The phytosanitary certificate shall contain all information as detailed in International Standard for Phytosanitary Measures, Publication No. 12 (2011) - Guidelines for Phytosanitary Certificates.
제재 품목 (HS Code)	080610, 080830
대표 품목	포도
제제공고 (국문)	법률 NZ - 생물보안 법률 1993
제제공고 (원문)	Legislation NZ - Biosecurity Act 1993

## 9 페루

순번	01
제재 국가	페루
구분	SPS-A14
시행일	2016-12-16
제재 내용 (국문)	인증 요건 (제 1조). 수입 허가 요건 (제 1조). 검사 요건 (제 1조)
제재 내용 (원본)	Requisito de certificación (art.1). Requisito de permiso para importar (art.1). Requisito de inspección (art.1)
제재 품목 (HS Code)	Tomate fruto fresco (Lycopersicon esculentum) de origen y procedencia COREA.

순번	02
제재 국가	페루
구분	SPS-A33
시행일	2013-08-15
제재 내용 (국문)	SENASA에서 발행한 수입품에 대한 식물 위생 허가. 식물 위생 증명서. 포장 요구 사항 :깨끗한 최초 사용 상자. 국가에 수입되는 지점에서 식물 위생 검사.
제재 내용 (원본)	Permiso Fitosanitario de Importación emitido por el SENASA. Certificado Fitosanitario. Requisitos de empaquetado: cajas nuevas, limpias y de primer uso. Inspección fitosanitaria en el punto de ingreso al país.
제재 품목 (HS Code)	Frutos frescos de pimiento y pera oriental de origen y procedencia COREA DEL SUR.

순번	03
제재 국가	페루
구분	SPS-A14
시행일	2013-08-15
제재 내용 (국문)	SENASA에서 발행한 수입품에 대한 식물 위생 허가. 식물 위생 증명서. 포장 요구 사항 :깨끗한 최초 사용 상자. 국가에 수입되는 지점에서 식물 위생 검사.
제재 내용 (원본)	Permiso Fitosanitario de Importación emitido por el SENASA. Certificado Fitosanitario. Requisitos de empaquetado: cajas nuevas, limpias y de primer uso. Inspección fitosanitaria en el punto de ingreso al país.
제재 품목 (HS Code)	Frutos frescos de pimiento y pera oriental de origen y procedencia COREA DEL SUR.

II. 한국산 농식품 지목 비관세조치 현황 ◀◀

순번	04
제재 국가	페루
구분	SPS-A84
시행일	2013-08-15
제재 내용 (국문)	SENASA에서 발행한 수입품에 대한 식물 위생 허가. 식물 위생 증명서. 포장 요구 사항 :깨끗한 최초 사용 상자. 국가에 수입되는 지점에서 식물 위생 검사.
제재 내용 (원본)	Permiso Fitosanitario de Importación emitido por el SENASA. Certificado Fitosanitario. Requisitos de empaquetado: cajas nuevas, limpias y de primer uso. Inspección fitosanitaria en el punto de ingreso al país.
제재 품목 (HS Code)	Frutos frescos de pimiento y pera oriental de origen y procedencia COREA DEL SUR.

순번	05
제재 국가	페루
구분	SPS-A83
시행일	2013-08-15
제재 내용 (국문)	SENASA에서 발행한 수입품에 대한 식물 위생 허가. 식물 위생 증명서. 포장 요구 사항 :깨끗한 최초 사용 상자. 국가에 수입되는 지점에서 식물 위생 검사.
제재 내용 (원본)	Permiso Fitosanitario de Importación emitido por el SENASA. Certificado Fitosanitario. Requisitos de empaquetado: cajas nuevas, limpias y de primer uso. Inspección fitosanitaria en el punto de ingreso al país.
제재 품목 (HS Code)	Frutos frescos de pimiento y pera oriental de origen y procedencia COREA DEL SUR.

순번	06
제재 국가	페루
구분	SPS-A84
시행일	2016-12-16
제재 내용 (국문)	인증 요건 (제 1조). 수입 허가 요건 (제 1조). 검사 요건 (제 1조)
제재 내용 (원본)	Requisito de certificación (art.1). Requisito de permiso para importar (art.1). Requisito de inspección (art.1)
제재 품목 (HS Code)	Tomate fruto fresco (Lycopersicon esculentum) de origen y procedencia COREA.

순번	07
제재 국가	페루
구분	SPS-A83
시행일	2016-12-16
제재 내용 (국문)	인증 요건 (제 1조). 수입 허가 요건 (제 1조). 검사 요건 (제 1조)
제재 내용 (원본)	Requisito de certificación (art.1). Requisito de permiso para importar (art.1). Requisito de inspección (art.1)
제재 품목 (HS Code)	Tomate fruto fresco (Lycopersicon esculentum) de origen y procedencia COREA.

## 10 태국

순번	01
제재 국가	태국
구분	SPS-A15
시행일	2009-02-25
제재 내용 (국문)	본 통지서에 기재된 국내 병해충 위험분석을 통과한 금지품목의 수입업자는 상업적 목적으로 농업부(DOA)에서 발급한 수입허가를 받아야 한다.
제재 내용 (원문)	Importers of prohibited articles passing the pest risk analysis listed with this notification from South Korea, for commercial purpose, shall obtain the import permit issued by Department of Agriculture (DOA).
제재 품목 (HS Code)	08051010, 080521, 080522, 080529, 080540, 080550, 080590, 080610, 080719, 080810, 080830, 080930, 081010, 081070, 12099190
대표 품목	감귤
제제공고 (국문)	농무부 고시 : 병해충 위험분석을 위해 전달된 금지품목
제제공고 (원문)	Notification of Department of Agriculture Re: Prohibited Articles passed for Pest Risk Analysis
순번	02
제재 국가	태국
구분	SPS-A83
시행일	2009-02-25
제재 내용 (국문)	병해충 위험분석을 통과한 금지품목의 국내 반입을 위해서는 국내 공인기관에서 발급하는 식물 위생증명서(PC)가 필요하다.
제재 내용 (원문)	For the importation of prohibited articles passing the pest risk analysis from South Korea, a phytosanitary certificate (PC) issued by authorized agency from South Korea is required.
제재 품목 (HS Code)	08051010, 080521, 080522, 080529, 080540, 080550, 080590, 080610, 080719, 080810, 080830, 080930, 081010, 081070, 12099190
대표 품목	감귤
제제공고 (국문)	농무부 고시 : 병해충 위험분석을 위해 전달된 금지품목
제제공고 (원문)	Notification of Department of Agriculture Re: Prohibited Articles passed for Pest Risk Analysis

# 농산물 비관세조치(WTO SPS) 현황분석 및 대응방안

---

- I. 글로벌 농식품 비관세조치(SPS) 현황
- II. 한국산 농식품 비관세조치 현황
- III. 제도 및 규정
- IV. 수출 확대를 위한 대응방안



# 농산물 비관세조치(WTO SPS) 현황분석 및 한국산 농산물 대응방안

## 1. 글로벌 농식품 비관세조치(SPS) 현황

- 건강과 환경에 대한 소비자 의식 수준 향상 및 시장환경 변화로 SPS 중요성 강화 추세
  - \* 최근 5년간 전 세계 SPS 7,688건 통보, 이 중 76% 식품 부문에 해당
  - \* SPS 통보 목적, 식품안전(49.1%)이 가장 큰 비중, 식물보호(17.4%), 동물건강보호(16.1%), 자국민보호(10.0%), 영토보호(7.5%) 순

## 2. 한국산 농식품 비관세조치 현황

- 한국산 대상 SPS 36건('16~'20.10.) 통보, 전 세계 통보문의 0.6% 수준
  - \* 축산물 47.2%, 신선농산물 44.4%로 양분화, 자국의 식물보호 및 동물건강을 목적으로 한국산 농식품에 SPS 조치 취함
- 한국산 농식품 통관거부 2,049건, 미국(42.5%), 중국(32.47%) 비중 높음
  - \* 통관거부 사유, 라벨링 규정 미준수(35.3%), 성분 기준치 초과(20.6%), 위생기준 미준수(12.6%) 등

## 3. 수출 확대를 위한 시사점 및 대응방안

- 농산물 시장 개방에 각국 위생검역 강화 추세, SPS 관련 국가별 규범 불일치 및 불명확성은 수출기업에 실질적 비관세장벽으로 작용
- (국가차원) 국가 간 합치된 지침 마련을 위한 협력 추진 필요성 제기
  - \* SPS 조치 모니터링 체계 구축 및 주기적 정보 확산 필요
- (기업차원) 수입국 기준·규격의 사전 정보 파악 및 국제적 통용 표준·기준 준수 요구
  - \* 기업 자체적 수입국의 비관세조치 현황 주기적 모니터링 노력 요구



# I 글로벌 농식품 비관세조치(SPS) 현황

## 1 배경

- SPS(Sanitary and Phytosanitary Measures; 위생검역조치)는 각국이 질병이나 오염물질과 관련해 규제함으로써 인간 및 동식물의 생명과 건강을 보호할 수 있도록 하는 조치를 의미
  - WTO 체제로의 전환(1994) 이후 자유무역주의 기조 확산에 따라 관세는 감소 및 철폐되어 옴
  - 반면, 무역장벽으로 작용하는 비관세장벽(Non-Tariff Barriers, NTBs)은 증가하는 추세
    - 최근 신보호무역주의의 확대로 비관세장벽의 건수와 유형이 다양화되고 있으며, 코로나19로 세계 경제가 더욱 악화될 것으로 전망됨에 따라 미국과 중국을 필두로 전 세계적 신보호무역주의 기조가 확대될 것으로 예상
  - WTO SPS 협정은 과학적 정당성과 근거를 가질 경우 국제기준보다 엄격한 검역을 인정하므로, 각국은 SPS 협정을 수입 규제 수단으로 활용 가능함
- 전 세계적 SPS 증가 추세로, 수출국의 동식물검역 수요에 부응하지 못할 경우 우리 농식품의 수출 증대에 한계 존재
  - 시장 개방으로 각국의 SPS 규제는 더욱 강화될 것으로 전망
    - 자유무역 체제에서 농산물 교역이 증가함에 따라 해외의 유해 병해충 및 오염 식품의 유입 가능성이 높아짐
    - 각국은 자국 및 자국민의 건강과 환경, 안전을 보장하기 위해 SPS를 더욱 강화하여 적용할 것으로 예상됨
  - 건강과 환경에 대한 소비자의 인식 수준 향상 및 시장환경의 변화로 SPS의 중요성이 강화되고 있음
    - 안전한 식품 섭취에 대한 소비자 기호의 변화와 더불어 산업화에 따른 신종 유해 물질의 출현, 유전자 변형 농산물(GMO)의 등장 등으로 SPS의 중요성이 확대됨

## 2 글로벌 SPS 현황

- 2016년 이후 최근 5년간 전 세계 국가에서 WTO에 통보한 SPS는 총 7,688건으로, 이 중 76%가 식품 부문에 해당
  - 글로벌 SPS(전 품목)는 2016년 1,388건에서 연평균 4.2%의 증가율로 2020년 10월 기준 1,638건으로 확대됨
  - 이 중 식품 부문의 SPS는 2016년 936건에서 2020년 10월 기준 1,267건으로 집계되어 연평균 7.9%의 증가율을 보임
  - 전체 SPS 통보문에서 식품 부문이 차지하는 비중도 매년 증가세로, 2016년 67% 수준에서 2020년 10월 77%로 5년 만에 약 10%p 증가

〈표 1-1〉 전 세계 SPS 통보 현황(2016~2020)

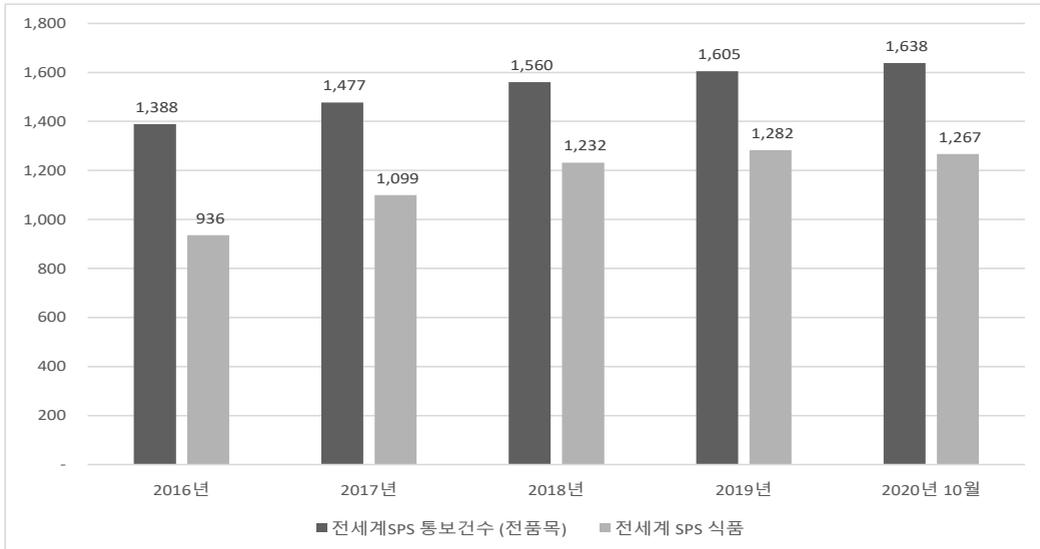
(단위: 건, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020(10월)	합계
전 품목 SPS 통보 건수	1,388	1,477	1,560	1,605	1,638	7,668
식품 부문 SPS 통보 건수	936	1,099	1,232	1,282	1,267	5,816
(식품 부문 비중)	67%	74%	79%	80%	77%	76%

\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

〈그림 1-1〉 전 세계 SPS 통보 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)



\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

■ 2016년 이후 식품 부문 SPS 중 브라질(12.2%)의 통보 건수가 가장 많았고, 미국(7.5%), 일본(6.6%), 페루(5.0%), 유럽연합(5.0%) 순으로 나타남

- 브라질의 식품 부문 SPS 통보문은 총 710건으로, 최근 5년간 SPS 통보문 발행 건수는 연평균 75.6%의 증가율 기록
  - 미국의 2016년 이후 SPS 통보 건수는 총 436건으로 연평균 16.3%로 감소, 일본의 SPS 통보문은 385건으로 최근 5년간 연평균 13.5% 증가
  - 페루와 유럽연합은 각각 290건(연평균  $\Delta$ 11.0%), 288건(연평균 8.1%  $\uparrow$ )을 통보한 것으로 집계됨
- 한국의 SPS 통보문 발행은 184건으로, 최근 5년간 전 세계 SPS 통보문의 3.2% 차지
- 식품 부문 SPS 통보 국가는 총 90개국으로, 선진국 16개국(17.8%), 신흥·개도국 74개국(82.2%)으로 구분
  - 선진국의 SPS 통보문은 총 1,971건(33.9%)으로 연평균 1.1% 감소한 반면, 신흥 및 개도국의 SPS 통보 건수는 총 3,845건, 연평균 13.4% 증가세

〈표 1-2〉 국가 유형별 SPS 통보 현황(2016~2020)

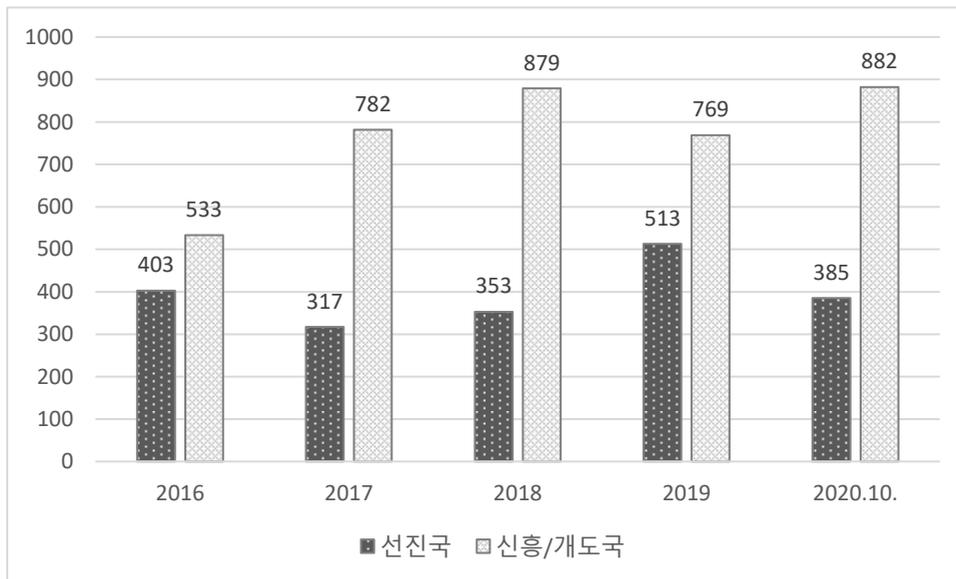
(단위: 건, %)

구분	국가 수	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	합계
식품 부문 SPS 통보 건수	90 (100.0%)	936 (100.0%)	1,099 (100.0%)	1,232 (100.0%)	1,282 (100.0%)	1,267 (100.0%)	5,816 (100.0%)
- 선진국	16 (17.8%)	403 (43.1%)	317 (28.8%)	353 (28.7%)	513 (40.0%)	385 (30.4%)	1,971 (33.9%)
- 신흥/개도국	74 (82.2%)	533 (56.9%)	782 (71.2%)	879 (71.3%)	769 (60.0%)	882 (69.6%)	3,845 (66.1%)

\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

〈그림 1-2〉 국가 유형별 SPS 통보 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)



\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

〈표 1-3〉 국가별 SPS 통보 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	합계
식품 부문 SPS 통보 건수	936 (100.0%)	1,099 (100.0%)	1,232 (100.0%)	1,282 (100.0%)	1,267 (100.0%)	5,816 (100.0%)
- 선진국	403 (43.1%)	317 (28.8%)	353 (28.7%)	513 (40.0%)	385 (30.4%)	1,971 (33.9%)
1 미국	121	73	74	109	59	436
2 일본	59	46	53	129	98	385
3 유럽연합	44	43	65	76	60	288
4 대만	65	32	36	55	56	244
5 대한민국	35	33	42	41	33	184
6 호주	36	41	29	43	26	175
7 뉴질랜드	20	14	23	22	27	106
8 캐나다	17	25	20	23	11	96
9 싱가포르	1	3	3	3	7	17
10 스위스	-	1	-	7	5	13
11 마카오	3	2	2	2	1	10
12 프랑스	2	1	1	1	1	6
13 홍콩	-	2	2	1	1	6
14 노르웨이	-	-	2	-	-	2
15 스페인	-	-	1	1	-	2
16 핀란드	-	1	-	-	-	1
- 신흥/개도국	533 (56.9%)	782 (71.2%)	879 (71.3%)	769 (60.0%)	882 (69.6%)	3,845 (66.1%)
1 브라질	28	110	154	152	266	710
2 페루	70	69	58	49	44	290
3 사우디아라비아	45	94	52	40	30	261
4 칠레	25	27	49	44	47	192
5 필리핀	29	55	29	25	30	168
6 UAE	26	54	24	21	27	152
7 태국	15	12	26	34	62	149
8 멕시코	20	35	45	31	11	142
9 인도	34	33	29	18	8	122
10 우간다	1	1	47	53	20	122
11 코스타리카	19	21	17	27	32	116
12 케냐	-	-	62	34	11	107
13 에콰도르	15	23	16	19	24	97
14 중국	2	9	40	19	23	93
15 러시아	17	17	9	10	23	76
16 탄자니아	-	1	-	26	44	71
17 콜롬비아	7	9	29	15	7	67
18 아르헨티나	16	8	15	14	8	61
19 쿠웨이트	7	13	5	6	29	60
20 우크라이나	14	-	9	6	25	54
21 카자흐스탄	7	1	3	24	18	53
22 터키	13	18	11	4	7	53
23 이집트	2	3	9	12	24	50
24 몬테네그로	-	-	37	-	-	37
25 모로코	3	9	2	10	7	31

▶▶▶ 2020 농식품 수출환경 변화대응 이슈조사\_시장편

구분	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	합계
26 니카라과	3	5	6	6	11	31
27 인도네시아	10	8	-	6	5	29
28 남아프리카공화국	6	7	6	4	5	28
29 바레인	7	15	1	3	1	27
30 GCC+예멘	-	-	10	11	5	26
31 오만	7	14	1	-	-	22
32 카타르	7	15	-	-	-	22
33 베트남	5	3	9	1	4	22
34 엘살바도르	5	5	6	3	2	21
35 우루과이	1	1	15	2	-	19
36 예멘	7	12	-	-	-	19
37 과테말라	5	1	4	7	1	18
38 마다가스카르	2	15	1	-	-	18
39 온두라스	2	1	7	3	2	15
40 알바니아	9	5	-	-	-	14
41 말라위	-	14	-	-	-	14
42 코트디부아르	-	13	-	-	-	13
43 스리랑카	6	-	-	5	2	13
44 도미니카공화국	6	2	3	1	-	12
45 나이지리아	-	-	12	-	-	12
46 몰도바	-	-	1	4	5	10
47 네팔	3	3	-	2	2	10
48 파나마	2	1	3	2	-	8
49 말레이시아	-	2	2	-	3	7
50 토고	2	3	1	1	-	7
51 가나	6	-	-	-	-	6
52 요르단	-	2	2	1	1	6
53 북마케도니아	-	-	-	6	-	6
54 파라과이	1	-	-	3	1	5
55 세이셸	-	2	2	-	1	5
56 아르메니아	-	-	4	-	-	4
57 키르기스스탄	4	-	-	-	-	4
58 모리셔스	-	3	1	-	-	4
59 모잠비크	-	3	1	-	-	4
60 아프가니스탄	3	-	-	-	-	3
61 부르키나파소	-	3	-	-	-	3
62 부룬디	2	-	1	-	-	3
63 에스와티니	-	-	-	3	-	3
64 미얀마	-	-	-	-	3	3
65 콩고공화국	2	-	-	-	-	2
66 기니아	2	-	-	-	-	2
67 라오스	-	1	1	-	-	2
68 튀니지	-	-	1	1	-	2
69 짐바브웨	2	-	-	-	-	2
70 볼리비아	-	-	-	1	-	1
71 중앙아프리카공화국	1	-	-	-	-	1
72 리베리아	-	-	1	-	-	1
73 르완다	-	1	-	-	-	1
74 감비아	-	-	-	-	1	1

\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

■ 식품 부문의 SPS는 ‘식품 안전’(49.1%)을 목적으로 가장 많이 통보됨

- ‘식품 안전’을 위한 SPS 통보문은 총 3,631건으로, 2016년부터 지속적으로 증가
- 뒤이어 ‘식물 보호’(17.4%), ‘동물건강 보호’(16.1%), ‘동식물 유해 및 질병으로부터 자국민 보호’(10.0%), ‘해충으로부터 영토 보호’(7.5%) 순으로 SPS가 통보됨
  - ‘식물 보호’를 위한 SPS 통보는 최근 5년간 200건 대를 유지하며 연평균 증가율 0.4%로 보합세
  - 반면 ‘동물건강 보호’, ‘동식물 유해 및 질병으로부터 자국민 보호’, ‘해충으로부터 영토 보호’ 목적의 SPS는 연평균 10% 이상의 높은 증가율 기록
    - ‘동물건강 보호’를 위한 SPS는 2016년 183건에서 연평균 12.4% 증가해 2020년 10월 기준 총 292건이 통보됨
    - ‘동식물 유해 및 질병으로부터 자국민 보호’를 위한 통보문은 2016년 106건에서 2020년 10월 기준 738건으로 증가, 연평균 증가율 19.6%로 SPS 통보목적 중 가장 높은 증가율 기록
    - ‘해충으로부터 영토 보호’ 목적의 SPS는 2016년 79건에서 2020년 10월 기준 130건으로 연평균 13.3% 증가

〈표 1-4〉 SPS 통보목적별 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)

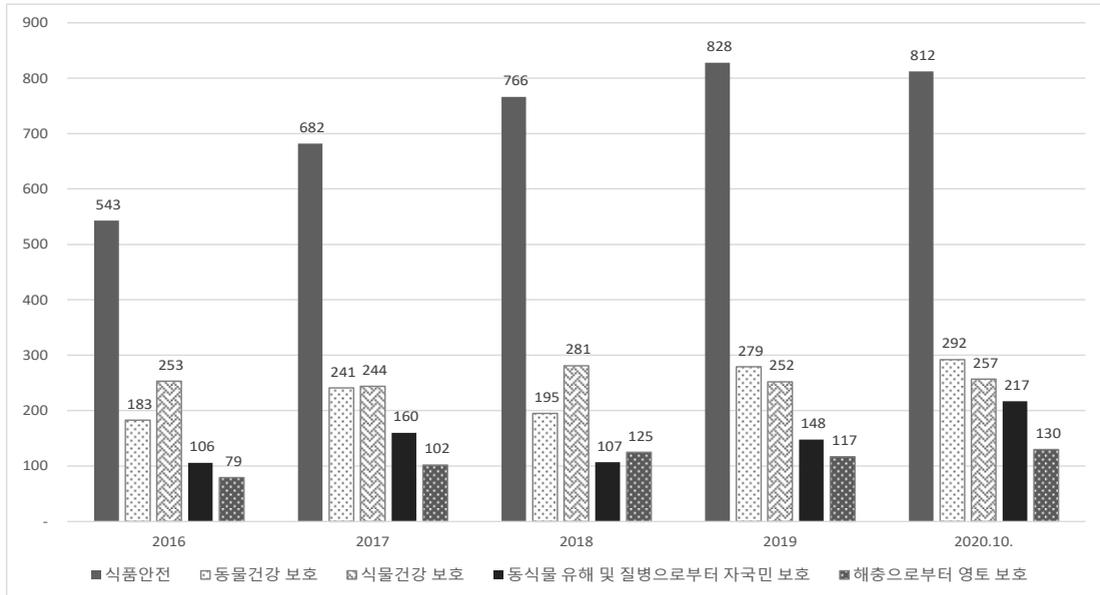
구분	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	합계	비중
식품 부문 SPS 통보 건수	936	1,099	1,232	1,282	1,267	5,816	-
목적별 SPS 통보 건수(계)	1,164	1,429	1,474	1,624	1,708	7,399	100.0
- 식품안전(Food Safety)	543	682	766	828	812	3,631	10.6
- 동물건강 보호(Animal Health)	183	241	195	279	292	1,190	12.4
- 식물건강 보호(Plant Protection)	253	244	281	252	257	1,287	0.4
- 동식물 유해 및 질병에서 자국민 보호 (Protect Humans from animal/ plant pest or disease)	106	160	107	148	217	738	19.6
- 해충으로부터의 영토 보호(Protect territory from other damage from pest)	79	102	125	117	130	553	13.3

\* 주: 식품 부문의 SPS는 총 5,816건이나, 국가별 통보목적 중복 집계하여 전체 통보 건수의 합을 초과함

\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

〈그림 1-3〉 SPS 통보목적별 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)



\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

■ 식품 전반에 대한 SPS가 전체 식품의 47.6%(2,767건), 단일 품목 중 HS Code 08류1), 06류2), 01류3), 12류4), 10류5)의 비중이 높음

- HS Code 08류에 대한 SPS는 총 427건으로, 최근 5년간 식품 부문 SPS 통보 건수의 7.3%를 차지함
- HS Code 06류에 대한 SPS는 전체 식품 대상 SPS의 6.9%에 해당하는 401건으로 집계
- 이 외에도 HS Code 01류 386건(6.6%), 12류 314건(5.4%), 02류 314건(5.4%) 순으로 나타남

- 1) 식용의 과실과 견과류, 감귤류·멜론의 껍질
- 2) 살아 있는 수목과 그 밖의 식물, 인경·뿌리와 이와 유사한 물품, 절화와 장식용 잎
- 3) 살아 있는 동물
- 4) 채유에 적합한 종자와 과실, 각종 종자와 과실, 공업용/의약용 식물, 짐과 사료용 식물
- 5) 곡물

〈표 1-5〉 품목별 SPS 통보 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	합계	비중
식품 부문 SPS 통보 건수	936	1,099	1,232	1,282	1,267	5,816	100.0
- 식품 전반	436	512	554	664	601	2,767	47.6
08 식용의 과실과 견과류, 감귤류·멜론의 껍질	75	67	78	126	81	427	7.3
06 살아 있는 수목과 그 밖의 식물, 인경·부리와 이와 유사한 물품, 절화와 장식용 잎	75	83	100	49	94	401	6.9
01 살아 있는 동물	60	101	96	68	61	386	6.6
12 채유에 적합한 종자와 과실, 각종 종자와 과실, 공업용·의약용 식물, 짚과 사료용 식물	53	61	59	56	85	314	5.4
02 육과 식용 설육	41	56	41	71	62	271	4.7
07 식용의 채소·부리·괴경	47	28	56	42	60	233	4.0
04 낙농품, 새의 알, 천연꿀, 다른류로 분류되지 않은 식용 동물성 생산품	35	26	66	55	41	223	3.8
10 곡물	24	46	47	28	47	192	3.3
21 각종 조제 식료품	18	17	24	20	45	124	2.1
09 커피·차·마테·향신료	6	5	31	23	24	89	1.5
22 음료·주류·식초	17	27	17	16	7	84	1.4
20 채소·과일·견과류나 식물의 그 밖의 부분의 조제품	8	25	11	19	7	70	1.2
15 동물성·식물성 지방과 기름 및 이들의 분해생산물, 조제한 식용 지방과 동물성/식물성 납	12	18	8	19	8	65	1.1
17 당류와 설탕과자	5	7	5	12	21	50	0.9
19 곡물·고운가루·전분·밀크의 조제품과 베이커리 제품	3	8	15	2	11	39	0.7
11 제분공업의 생산품과 맥아, 전분, 이눌린, 밀의 글루텐	13	3	7	3	4	30	0.5
16 육류·어류·갑각류·연체동물이나 그 밖의 수생 무척추동물의 조제품(수산물 제외)	2	2	9	7	6	26	0.4
13 락, 검·수지·그 밖의 식물성 수액과 추출물	3	6	2	0	0	11	0.2
14 식물성 편조물용 재료와 다른류로 분류되지 않은 식물성 생산품	1	0	2	1	2	6	0.1

\* 주1: 수산물(03류), 머리카락 등 (05류), (23류), (24류)은 제외

\* 주2: 16류의 경우 수산물(1603, 1604, 1605호)을 제외한 1601(소시지나 그 밖에 이와 유사한 물품(육·설육이나 피로 조제한 것으로 한정한다)과 이들 물품을 기본 재료로 한 조제 식료품), 1602(그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육이나 피)의 합계치

\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

## Ⅱ

# 한국산 농식품 비관세조치 현황

### 1 농식품 수출현황

■ 2020년 10월 기준 한국산 농식품 수출액 80억 3,288만 7,000달러(한화 약 8조 8,747억 원)로 전년 동기간 대비 2.2% 증가

- 주요 수출국 일본(20.3%), 중국(16.1%), 미국(15.4%)
  - 일본으로의 수출액 전년 동기간 대비 9.0% 감소한 16억 2,676만 5,000달러(한화 약 1조 7,972억 원)로 집계되었고, 對중국 수출 역시 전년 동기간 대비 3.0% 감소한 12억 9,001만 2,000달러(한화 약 1조 4,252억 원)로 나타남
  - 반면 미국으로의 수출은 전년 동기간 대비 29.8% 증가한 12억 3,738만 3,000달러(한화 약 1조 3,671억 원)로 집계
- 이 외 베트남(6.4%), 홍콩(4.3%), 태국(3.9%), 대만(3.5%) 등 주로 아시아 및 동남아시아 지역으로 주로 수출
  - 對베트남 수출액 전년 동기간 대비 5.9% 감소한 5억 1,312만 1,000달러(한화 약 5,669억 원)로 집계되었으나, 2016년 이후 연 수출 규모 꾸준한 증가세
  - 홍콩으로의 수출은 전년 동기간 대비 1.6% 증가한 3억 4,661만 5,000달러(한화 약 3,829억 원), 對태국 수출액 전년 동기간 대비 7.4% 감소한 3억 1,086만 6,000달러(한화 약 3,434억 원)로 집계
  - 대만 수출액 역시 전년 동기간 대비 4.6% 감소한 2억 8,359만 7,000달러(한화 약 3,133억 원)로, 2017년 이후 대만으로의 수출 규모 소폭의 하락세 유지
- 아랍에미리트는 수출 상위 10개국 중 유일한 중동 국가로, 2020년 10월 기준 수출액 전년 동기간 대비 88.1% 증가한 2억 4,191만 달러(한화 약 2,673억 원)로 집계

〈표 II-1〉 국가별 농식품 수출 현황(2016~2020)

(단위: 천 달러, 톤, %)

국가	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	전년비 (19/20)	비중
전체	8,592,560	9,153,446	9,300,263	9,531,159	8,032,887	2.2	100.0
1 일본	1,895,761	2,085,245	2,084,105	2,158,304	1,626,765	△9.0	20.3
2 중국	1,473,950	1,359,722	1,501,625	1,628,705	1,290,012	△3.0	16.1
3 미국	957,206	1,025,264	1,080,029	1,171,342	1,237,383	29.8	15.4
4 베트남	500,263	480,906	584,891	671,747	513,121	△5.9	6.4
5 홍콩	388,594	392,546	424,185	413,306	346,615	1.6	4.3
6 태국	295,055	422,248	409,142	399,228	310,866	△7.4	3.9
7 대만	331,976	376,797	369,500	366,862	283,597	△4.6	3.5
8 아랍에미리트	415,689	448,327	196,305	137,557	241,910	88.1	3.0
9 필리핀	167,202	166,917	162,133	157,217	175,655	40.3	2.2
10 인도네시아	170,413	194,076	227,184	197,674	172,976	4.3	2.2

\* 주: 농축임수산물 수출실적 기준

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

■ 전체 수출에서 라면(6.3%), 김·기타 조제품(각 4.3%), 기타 음료(2.8%) 등의 비중이 높게 나타남

- 한국산 라면 수출액 5억 420만 9,000달러(한화 약 5,572억 원)로 전년 동기간 대비 31.9% 증가
  - 2016년 이후 4년간 연평균 17.2% 증가율로 지속적인 성장곡선 유지
- 김 수출액은 전년 동기간 대비 930.6% 증가한 3억 4,661만 9,000달러(한화 약 3,830억 원)로 집계
  - 2016년 이후 수출 증가세였으나, 2019년 급격히 하락(△18.2%)한 이후 회복하는 조짐을 보임
- 기타 조제품 수출액 3억 4,371만 3,000달러(한화 약 3,800억 원)로 전년 동기간 대비 22.9% 증가
  - 기타 조제품 수출액 역시 최근 5년간 증가하는 양상으로, 2020년 연 수출액은 전년 대비 큰 폭으로 증가할 것으로 기대됨

- 알코올을 함유하지 않은 기타 음료 수출액은 전년 동기간 대비 2.5% 감소한 2억 2,326만 9,000달러(한화 약 2,468억 원)로 집계
- 이 외에도 건조 김(1.8%), 소스 및 소스 제조용 조제품(1.7%), 김치(1.5%) 등이 수출되며, 대부분 품목이 전년 동기간 대비 높은 증가율을 보임

〈표 II-2〉 품목별 농식품 수출 현황(2016~2020)

(단위: 천 달러, 톤, %)

국가	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	전년비 (19/20)	비중
전체	8,592,560	9,153,446	9,300,263	9,531,159	8,032,887	2.2	100.0
1 라면(1902.30-1010)	290,366	380,991	413,094	466,996	504,209	31.9	6.3
2 김(2008.99-5010)	236,899	300,341	333,338	272,740	346,619	930.6	4.3
3 조제품 기타 (2106.90-9099)	299,053	310,955	339,803	342,361	343,713	22.9	4.3
4 기타 음료 (알코올 미함유) (2202.99-9000)	0	223,790	271,855	269,564	223,269	△2.5	2.8
5 건조 김 식용 (1212.21-1010)	115,681	211,673	189,588	201,062	148,169	△17.6	1.8
6 소스, 소스제조용 조제품 (2103.90-9090)	85,497	105,214	109,610	125,276	134,901	32.3	1.7
7 김치(2005.99-1000)	78,900	81,393	97,456	104,992	119,086	36.4	1.5
8 커피엑스, 에센스와 농축물 (2101.11-1000)	102,012	110,199	107,856	123,273	113,906	14.3	1.4
9 자당(고체) (1701.99-0000)	168,086	167,124	139,864	119,382	108,493	16.8	1.4
10 베이커리 제품 (1905.90-1090)	80,644	76,006	80,182	88,254	97,498	36.0	1.2

\* 주: 필터담배, 수산물, 식품첨가물 등 제외

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

## 2 한국산 농식품 대상 SPS 통보 현황

■ 2016년부터 2020년 10월까지 한국산 농식품을 대상으로 WTO에 통보된 SPS는 총 36건으로, 전 세계 SPS 통보문의 0.6% 차지

- 2016년 이후 전 세계 식품 부문 SPS는 상승곡선을 그리나, 한국산 농식품을 특정하여 통보된 SPS는 증감을 반복하는 양상
- 2016년 6건에서 2018년 2건으로 축소되었다가, 2019년 급격히 증가하며 13건 기록, 2020년 10월 현재 총 11건의 SPS 통보

〈표 II-3〉 한국산 농식품 대상 SPS 통보 현황(2016~2020)

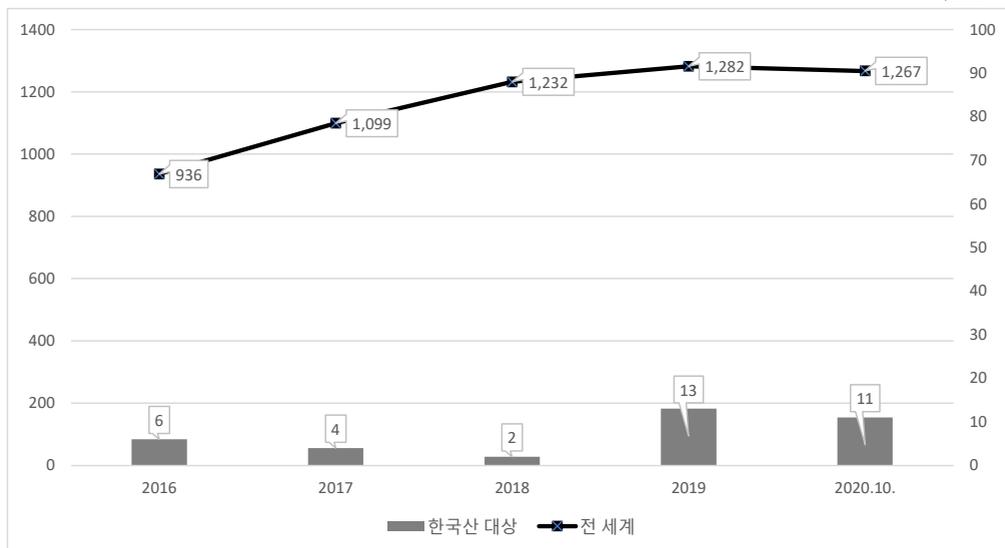
(단위: 건, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020(10월)	합계
식품 부문 SPS 통보 건수	936	1,099	1,232	1,282	1,267	5,816
한국산 대상 SPS 통보 건수	6	4	2	13	11	36
비중	0.6%	0.4%	0.2%	1.0%	0.9%	0.6%

\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

〈그림 II-1〉 한국산 농식품 대상 SPS 통보 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)



\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

- 2020년(10월 누계) 러시아를 시작으로 태국, 사우디, 미국, 뉴질랜드 등이 한국산 농식품을 특정하여 총 11건의 SPS 통보
  - 식품 안전과 동물건강, 식물 보호 등의 목적으로 한국산 신선 농산물 및 축산물과 유제품에 SPS를 통보함

〈표 II-4〉 2020년(10월 기준) 한국산 대상 SPS 통보 현황

(단위: 건, %)

구분	통보국가	통보일자	품목	통보사유
2020.10. (11건)	대만	2020.08.01	돈육 제품	식품 안전
	필리핀	2020.10.19	가축 또는 야생 돼지의 육류 및 육류 제품	동물건강
	브라질	2020.10.30	브로콜리, 케일, 중국 케일, 브뤼셀 콩나물, 콜리플라워의 씨앗, 양배추, 무 등	식물 보호
	캐나다	2020.09.21.	식품 전반	동물건강
	뉴질랜드	2020.07.07.	포도	식물 보호
	미국	2020.06.10.	신선 당근	식물 보호
	러시아	2020.05.25.	유제품	식품 안전
	사우디 아라비아	2020.02.11.	육제품	식품 안전
	태국	2020.03.19.	살아있는 가축 돼지 및 그 사체	동물건강
	태국	2020.09.15.	살아있는 가축 돼지 및 그 사체	동물건강
	러시아	2020.02.12.	살아있는 돼지, 돼지고기, 고기 및 식용 찌꺼기, 돼지 배아 및 멧돼지 정액	식품 안전, 동물건강, 동식물 유해 및 질병에서 자국민 보호

\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

- 2019년(연누적)에는 미국, 멕시코, 대만, 카자흐스탄 등에서 총 13건의 SPS가 통보됨
  - 돈육 제품, 살아있는 동물, 신선 농산물 등에 대한 통보문으로, 특히 2019년 국내에서 발생한 아프리카돼지열병으로 한국산 돈육 제품에 대한 위생검역조치가 강화된 것으로 분석됨
  - 대부분 축산물에 대한 SPS는 동물 건강을 목적으로 통보되었으며, 이 외 신선 버섯, 고추, 키위 등 농산물에 대해서는 식물 보호 및 식품 안전, 동식물 유해 및 질병으로부터 자국민과 영토를 보호하기 위한 목적으로 통보됨

〈표 II-5〉 2019년 한국산 대상 SPS 통보 현황

(단위: 건, %)

구분	통보국가	통보일자	품목	통보사유
2019 (13건)	캐나다	2019.10.01.	식품 전반	동물건강
	대만	2019.12.05.	신선 키위	식물 보호
	대만	2019.09.20	돈육 제품	식품 안전
	카자흐스탄	2019.11.07.	살아있는 돼지, 멧돼지 정자, 멧돼지 고기 및 그 가공 제품을 포함한 돼지고기, 가죽, 뼈 및 장의 원료, 민감한 동물 종에서 얻은 강모, 가금류 및 어류를 포함한 식물 및 동물 기원 동물용 사료 및 사료 첨가제, 열처리를 하지 않은 고양이와 개의 사료 첨가제(최소 20분 동안 70℃ 이상의 온도에서), 돼지, 제품 및 동물성 원료의 운송, 보관, 도축 및 절단에 사용되는 장비 돼지	식품 안전, 동물건강, 동식물 유해 및 질병에서 자국민 보호
	카자흐스탄	2019.04.05.	동물, 쇠고기, 돼지고기, 양고기, 우유 및 유제품	식품 안전, 동물건강
	멕시코	2019.11.18.	수입을 위한 식물 위생 조치	동식물 유해 및 질병에서 자국민 보호, 해충으로부터 영토 보호
	멕시코	2019.08.13.	신선 버섯	동식물 유해 및 질병에서 자국민 보호, 해충으로부터 영토 보호
	필리핀	2019.11.13.	야생 돼지 및 부산물	동물건강
	러시아	2019.10.28.	살아있는 돼지, 돼지고기, 고기 및 식용 찌꺼기 등	식품 안전, 동물건강, 동식물 유해 및 질병에서 자국민 보호
	사우디 아라비아	2019.10.15.	살아있는 새, 부화 알과 하루된 병아리	동물건강
	태국	2019.11.11.	살아있는 돼지와 그 사체	동물건강
	미국	2019.05.17.	고추	식물 보호
	미국	2019.10.08.	돈육 및 돈육 제품	동물건강

\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

- 2016년부터 2018년까지 한국산 농식품 대상 SPS 통보문은 총 12건으로, 대부분 신선 농산물에 대한 비중이 높음
  - 2018년에는 고추와 토마토에 대해 미국과 콜롬비아에서 식물 보호를 이유로 위생검역조치를 강화하였으며, 2017년에는 난초류와 신선 토마토, 딸기, 배 등에 대해 식물 보호를 목적으로 SPS를 통보함

- 2016년에는 총 6건의 한국산 농식품에 대해 SPS가 통보되었는데, ‘살아있는 동물’을 대상으로 한 사우디아라비아의 SPS 1건을 제외하고 모두 신선 농산물을 특정하여 통보문을 고시함

〈표 II-6〉 2016~2018년 한국산 대상 SPS 통보 현황

(단위: 건, %)

구분	통보국가	통보일자	품목	통보사유
2018 (2건)	미국	24/04/2018	고추	식물 보호
	콜롬비아	11/10/2018	토마토	식물 보호
2017 (4건)	미국	15/09/2017	난초류	식물 보호
	페루	11/01/2017	신선 토마토	식물 보호
	호주	24/01/2017	신선 딸기	식물 보호
	아르헨티나	15/12/2017	신선 아시아 배	식물 보호
2016 (6건)	미국	15/08/2016	난초과	식물 보호
	미국	15/08/2016	소 관련 제품	동물건강
	사우디아라비아	19/12/2016	살아있는 새, 부화 알과 하루된 병아리	동물건강
	대만	19/08/2016	신선 사과, 배	식물 보호, 해충으로부터 영토 보호
	대만	07/06/2016	신선 사과, 배	식물 보호, 해충으로부터 영토 보호
	호주	25/08/2016	신선 딸기	식물보호

\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

### 3 한국산 농식품 통관거부 현황

■ 2016년부터 2020년 10월까지 한국산 농식품의 통관거부 사례는 총 2,049건으로 집계

- 2017년을 기점으로 한국산 농식품 통관거부 건수 감소세, 2020년(10월 누계) 237개 품목의 통관이 거부된 것으로 나타남
  - 2016년 이후 2020년 10월까지 해외시장에서 한국산 농식품의 통관거부 발생 건수는 연평균 16.4%로 감소하고 있음

〈표 II-7〉 한국산 농식품 통관거부 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)

2016	2017	2018	2019	2020(10월)	합계
486	687	301	302	237	2,049

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

■ 최근 5년간 미국(42.5%)과 중국(32.7%)에서 가장 많이 통관이 거부된 것으로 나타남

- 한국산 농식품에 대한 미국의 통관거부는 총 871건으로, 매년 100건 이상의 통관이 거부되고 있음
- 중국의 통관거부는 총 669건으로, 2017년 399건에서 급격히 감소해 2020년(10월 누계)에는 23건만이 통관이 거부됨
- 이 외에도 대만(6.0%), 캐나다(5.5%), 일본(5.2%) 등 한국산 농식품 수출 규모가 큰 국가 위주로 통관거부 사례가 많이 발생함
  - 최근 5년간 대만의 한국산 농식품 대상 통관거부 건수는 123건, 캐나다 112건, 일본 107건으로 집계

〈표 II-8〉 한국산 농식품 국가별 통관거부 현황(2016~2020)

(단위: 천 달러, 톤, %)

국가	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	계	비중
전체	486	687	301	302	273	2,049	100.0
1 미국	244	211	158	128	130	871	42.5
2 중국	165	399	46	36	23	669	32.7
3 대만	30	37	23	24	9	123	6.0
4 캐나다	10	4	20	52	26	112	5.5
5 일본	25	19	22	19	22	107	5.2
6 필리핀	-	-	14	12	25	51	2.5
7 호주	-	6	5	19	14	44	2.1
8 독일	3	4	6	4	1	18	0.9
9 뉴질랜드	-	-	-	3	14	17	0.8
10 이탈리아	2	2	2	-	-	6	0.3
11 홍콩	1	-	2	2	1	6	0.3
12 영국	1	1	-	-	1	3	0.1
13 이스라엘	-	-	-	-	3	3	0.1
14 네덜란드	1	1	-	-	-	2	0.1
15 벨기에	-	-	1	-	1	2	0.1
16 스위스	1	-	-	1	-	2	0.1
17 싱가포르	-	-	-	1	1	2	0.1
18 유럽연합(EU)	2	-	-	-	-	2	0.1
19 프랑스	1	1	-	-	-	2	0.1
20 노르웨이	-	-	1	-	-	1	0.05
21 덴마크	-	1	-	-	-	1	0.05
22 라트비아	-	-	-	-	1	1	0.05
23 러시아	-	1	-	-	-	1	0.05
24 오스트리아	-	-	1	-	-	1	0.05
25 핀란드	-	-	-	-	1	1	0.05
26 폴란드	-	-	-	1	-	1	0.05

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

# Ⅲ 수출 확대를 위한 대응 방안

## 1 유형분석

### 가. 비관세조치(SPS) 유형분석

- 2016년 이후 한국산 농식품에 특정해 SPS 통보한 국가 총 15개국, 이 중 미국 7건(19.4%)으로 가장 많은 SPS 통보문 발행
  - 대만 5건(13.9%), 태국·러시아·사우디아라비아 각 3건(8.3%), 필리핀·멕시코·캐나다·호주·카자흐스탄 각 2건(5.6%) 순

〈표 Ⅲ-1〉 한국산 농식품 대상 국가별 SPS 통보 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)

순위	국가명	건수	비중	순위	국가명	건수	비중	순위	국가명	건수	비중
1	미국	7	19.4	6	필리핀	2	5.6	11	뉴질랜드	1	2.8
2	대만	5	13.7	7	멕시코	2	5.6	12	페루	1	2.8
3	태국	3	8.3	8	캐나다	2	5.6	13	아르헨티나	1	2.8
4	러시아	3	8.3	9	호주	2	5.6	14	콜롬비아	1	2.8
5	사우디아라비아	3	8.3	10	카자흐스탄	2	5.6	15	브라질	1	2.8

\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

- 품목별로는 전체 36건 중 축산물에 대한 SPS가 17건으로 47.2%를 차지하며 신선 농산물 16건(44.4%)으로 집계
  - 축산물 중에서는 돈육과 살아있는 동물, 축산물 전반에 대한 SPS가 각 5건, 뒤이어 우육과 유제품 각 1건으로 집계
  - 신선 농산물에서는 채소류가 9건으로 가장 많았고, 뒤이어 과일 5건, 화훼류(난초류) 2건 순으로 나타남
  - 품목을 특정하지 않고 식품 전반에 대해 통보된 SPS와 수입을 위한 SPS 조치 강화에 대한 통보문이 각 1건씩 집계됨

〈표 III-2〉 한국산 농식품 대상 품목별 SPS 통보 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)

구분	통보국가	건수	품목 통보사유
축산물 (17건)	돈육	5	돼지고기
	살아있는 동물	5	살아있는 돼지, 멧돼지, 가축돼지 등
	축산 전반	5	육제품, 가죽, 뼈, 장의 원료 등
	유제품	1	-
	우육	1	쇠고기
신선농산물 (16건)	채소류	9	딸기, 토마토, 고추, 버섯, 브로콜리, 당근
	과일류	5	사과, 배, 키위, 포도
	화훼류	2	난초류
식품 전반 (2건)	-	1	-
기타 (1건)	-	1	수입을 위한 식물위생조치

\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

- 한국산 농식품을 대상으로 통보된 SPS는 주로 통보국 내 ‘식물 보호’와 ‘동물건강’을 목적으로 함
  - 전체 46건(목적별 중복집계) 중 자국 내 ‘식물 보호’와 ‘동물건강’을 목적으로 한국산 농식품에 통보된 SPS가 각 15건으로 전체의 32.6%를 차지
  - 뒤이어 ‘식품 안전’ 8건(17.4%), ‘동식물 유해 및 질병으로부터 자국민 보호’ 6건(13.0%), ‘해충으로부터의 영토 보호’ 2건(4.3%) 순으로 나타남

〈표 III-3〉 한국산 농식품 대상 목적별 SPS 통보 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)

식물보호	동물건강	식품안전	자국민보호	영토보호
15건(32.6%)	15건(32.6%)	8건(17.4%)	6건(13.0%)	2건(4.3%)

\* 주: SPS 통보 사유 중복집계

\* 출처: WTO, 「SPS Notification Submission System Information Management」(2020.11)

## 나. 통관거부 유형분석

■ 2016년 이후 5년간 한국산 농식품(수산물 제외)의 전체 통관거부 사례 1,578건 중 농산물과 가공식품의 비중이 높음

- 농산물 통관거부 사례 총 1,518건으로, 최근 5년 합계의 96.2% 차지
  - 농산가공품 1,195건(78.7%), 신선 농산물 323건(21.3%)으로 구분
- 축산물과 임산물의 통관거부는 각각 40건(2.5%)과 20건(1.3%)으로 집계
  - 축산물은 가공 축산물의 통관거부 건수가 높은 반면, 임산물의 경우 신선 형태의 통관거부 사례가 대부분을 차지
- 전체 농식품 통관거부 건 중 가공식품(농축임)은 1,226건(77.7%), 신선식품 352건(22.3%)으로 가공식품의 통관거부 비중이 크게 나타남

〈표 Ⅲ-4〉 한국산 농식품 유형별 통관거부 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)

구분	농산물	축산물	임산물	합계	(수산물)
신선	323	10	19	352	471
가공	1,195	30	1	1,226	
합계	1,518	40	20	1,578	2,049 (농축임+수산물)

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

■ 수산물 포함 전체 2,049건 중 라벨링 기준을 충족하지 못해 통관이 거부된 사례가 724건으로 전체의 35.3% 차지

- 식품첨가물 기준치 미준수 및 유해 물질 포함 등 성분 기준 미준수로 인한 통관거부가 422건(20.6%)으로 뒤를 이음
- 미생물 기준치 위반 등 위생적 문제로 인한 통관거부가 259건(12.6%), 유통기한 초과 및 수입국 규정 위반 등 기타 사례가 197건(9.6%)으로 집계
- 이 외에도 잔류농약 기준치 초과 등 성분 문제, 통관서류 미비, 비위생적 시설에서 제조, 포장 불량 등의 문제로 통관이 거부됨

〈표 III-5〉 한국산 농식품 유형별 통관거부 현황(2016~2020)

(단위: 천 달러, 톤, %)

국가	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	계	비중
전체	486	687	301	302	237	2,049	100.0
1 라벨링	128	247	91	128	130	724	35.3
2 성분(식품첨가물 및 유해물질)	160	129	60	39	34	422	20.6
3 위생(미생물)	105	74	22	24	34	259	12.6
4 기타(유통기한, 규정미준수)	28	99	18	26	26	197	9.6
5 성분(잔류농약)	38	53	39	35	24	189	9.2
6 서류 미비	11	68	40	29	8	156	7.6
7 비위생적 제조	13	13	30	21	17	94	4.6
8 포장	3	4	1	0	0	8	0.4

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

■ 한국산 농식품의 통관거부가 가장 많이 발생하는 국가는 미국, 중국, 대만, 캐나다, 일본 등

- 2016년 이후 현재까지 미국에서 통관이 거부된 사례는 총 871건으로 가장 높은 수준으로 나타남
- 뒤이어 중국 669건, 대만 123건, 캐나다 112건, 일본 107건 순으로 집계

■ 미국에서 통관이 거부된 한국산 농식품 중 농축임산 가공식품의 비중이 54.4% (474건)로 가장 높은 비중 차지

- 뒤이어 수산물 24.3%(212건), 신선 농산물 21.1%(185건)로 집계

〈표 III-6〉 한국산 농식품 미국 통관거부 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)

국가	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	계	비중
전체	244	211	158	128	130	871	100.0
- 신선농산물(농축임)	32	53	39	28	33	185	21.2
- 가공식품(농축임)	155	111	73	54	81	474	54.4
- 수산물	57	47	46	46	16	212	24.3

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 신선 농산물 중에서는 ‘감’, ‘팽이버섯’, ‘무’의 통관거부가 가장 많이 발생
  - ‘신선 감’에 대한 통관거부 건수는 26건으로, 잔류농약 기준치 초과 등 성분에 대한 문제가 96%를 차지하며, 식품첨가물 및 유해 물질 기준치 위반이 1건으로 나타남
  - ‘팽이버섯’의 경우 미생물 기준치 초과 등 위생적인 사유로 총 10건이 통관 거부되었으며, 비위생적 시설에서 제조로 인한 통관거부가 9건으로 36% 차지
    - 이 외에도 잔류농약 기준치 위반 및 식품첨가물, 유해 물질 포함 등 성분으로 인한 통관거부가 각 3건으로 집계됨
  - ‘무’는 총 13건이 통관 거부되었으며, 잔류농약 기준치 초과 및 식품첨가물·유해 물질 포함 등 성분 기준치 위반에 대한 건이 69%를 차지함
  
- 가공식품은 ‘캔디류’, ‘알코올을 함유하지 않은 기타 음료’, ‘비스킷, 쿠키 및 크래커류’의 통관이 가장 많이 거부됨
  - ‘캔디류’의 통관거부 사유는 식품첨가물 및 유해 물질 등 성분 기준치 초과 54% 및 라벨링 기준 미준수 46%로 집계
  - ‘알코올을 함유하지 않은 기타 음료’의 통관거부 사유는 라벨링 기준 미준수(62%)가 가장 높은 비중을 차지, 뒤이어 성분 기준 위반(21%), 서류 미비(18%) 순
  - 통관이 거부된 한국산 ‘비스킷, 쿠키 및 크래커’의 88%는 라벨링 기준을 준수하지 않았기 때문으로 나타남

〈표 III-7〉 미국 통관거부 상위 3개 품목 및 사유(2016~2020)

(단위: 건, %)

구분	순위	품목	건수	사유	비중	
신선	1	감	26	25	성분(잔류농약)	96%
				1	성분(식품첨가물 및 유해물질)	4%
	2	팽이버섯	25	10	위생(미생물)	40%
				9	비위생적제조	36%
				3	성분(잔류농약)	12%
				3	성분(식품첨가물 및 유해물질)	12%
	3	무	13	5	성분(잔류농약)	38%
				4	성분(식품첨가물 및 유해물질)	31%
				3	라벨링	23%
				1	기타	8%
가공	1	캔디류	57	31	성분(식품첨가물 및 유해물질)	54%
				26	라벨링	46%
	2	기타음료 (알코올 미함유)	29	24	라벨링	62%
				8	성분(식품첨가물 및 유해물질)	21%
				7	서류미비	18%
	3	비스킷, 쿠키 및 크래커	41	36	라벨링	88%
				5	성분(식품첨가물 및 유해물질)	12%

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 가장 많이 통관이 거부된 주요 품목 중 ‘기타 음료’와 ‘비스킷, 쿠키 및 크래커’의 수출액이 높게 집계됨
  - ‘알코올을 함유하지 않은 기타 음료’의 수출액은 6,277만 2,400달러(한화 약 695억 2,043만 원)로 최근 5년간 유사한 수준으로 유지됨
  - ‘비스킷, 쿠키 및 크래커’ 수출액은 최근 5년간 연평균 3.8% 감소세로, 2020년 10월 기준 2,273만 3,400달러(한화 약 251억 7,724만 원)를 수출함
  - 뒤이어 ‘팽이버섯’ 534만 1,200달러(한화 약 59억 1,538만 원), ‘무’ 276만 8,800달러(한화 약 30억 6,645만 원), ‘캔디류’ 169만 300달러(한화 약 18억 7,201만 원) 순으로 나타남
    - ‘팽이버섯’ 수출액은 2016년 이후 연평균 6.3%의 감소세인 반면, ‘무’ 수출액은 연평균 32.5%의 높은 증가율을 보임
  - 2020년 10월 기준 ‘신선 감’ 수출액 5,000달러(한화 약 554만 원)로 매우 미미한 수준이나 2018년 이후 큰 증가 폭을 기록

〈표 Ⅲ-8〉 미국 통관거부 상위 3개 품목 수출현황(2016~2020)

(단위: 천 달러, %)

구분	순위	품목	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	연평균 증감률
신선	1	감	0.1	-	1.4	2.9	5.0	165.9
	2	팬이버섯	6,940.6	8,510.0	9,212.3	9,177.9	5,341.2	△6.3
	3	무	898.5	1,478.7	2,136.3	2,041.6	2,768.8	32.5
가공	1	캔디류	1,666.6	2,213.3	2,376.0	2,060.4	1,690.3	0.4
	2	기타음료 (알코올 미함유)	62,908.8	60,865.2	66,588.2	69,255.5	62,772.4	△0.1
	3	비스킷, 쿠키 및 크래커	26,594.6	25,888.2	30,965.8	27,234.6	22,733.4	△3.8

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

■ 중국에서 통관이 거부된 한국산 농식품 중 가공식품의 비중이 76.2%(510건)로 가장 높은 비중 차지

- 뒤이어 수산물 17.6%(118건), 신선 농산물 6.1%(41건)로 집계

〈표 Ⅲ-9〉 한국산 농식품 중국 통관거부 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)

국가	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	계	비중
전체	165	399	46	36	23	669	100.0
- 신선농산물(농축임)	24	13	1	3	0	41	6.1
- 가공식품(농축임)	113	330	33	16	18	510	76.2
- 수산물	28	56	12	17	5	118	17.6

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 신선 농산물 중 통관이 가장 많이 된 품목은 ‘양배추’, ‘옥수수(팝콘용)’, ‘신선 배’로 나타남
  - 양배추는 잔류농약 기준치 초과로 최근 5년간 총 11건이 통관 거부됨
  - 팝콘용 옥수수의 경우 6건 모두 라벨링 기준 미준수로, 신선 배의 경우 잔류농약 기준치 초과로 통관이 거부됨
- 가장 통관이 많이 거부된 가공식품은 ‘기타 조제 식료품’, ‘음료 조제용 조제품’, ‘스위트 비스킷’ 등

- 기타 조제 식료품의 통관거부 사유로는 라벨링(영문라벨 미제출) 22건(56.4%), 유통기한 초과 8건(20.5%), 미생물 기준치 초과로 인한 위생 기준 미준수 4건(10.3%) 등으로 나타남
- 음료 조제용 조제품의 경우 인증서류 미비 11건(36.7%), 식품첨가물 및 유해 물질 기준치 초과 10건(33.3%), 유통기한 초과 3건(13.3%) 순
- 스위트 비스킷은 미생물 기준치 초과(8건, 26.7%) 및 식품첨가물 및 유해 물질 등 성분 기준치 초과(7건, 24.1%), 라벨링 기준 미준수(6건, 20.7%)의 비중이 높게 나타남

〈표 III-10〉 중국 통관거부 상위 3개 품목 및 사유(2016~2020)

(단위: 건, %)

구분	순위	품목	건수	사유	비중	
신선	1	양배추	11	성분(잔류농약)	100.0	
	2	옥수수(팝콘용)	6	라벨링	100.0	
	3	배(신선)	6	성분(잔류농약)	100.0	
가공	1	조제식료품(기타)	39	22	라벨링/영문라벨 없음	56.4
				8	기타/유통기한 초과	20.5
				4	위생(미생물)	10.3
				3	성분(식품첨가물 및 유해물질)	7.7
				2	서류/인증서류 미비	5.1
	2	음료 조제용 조제품	30	11	서류/인증서류 미비	36.7
				10	성분(식품첨가물 및 유해물질)	33.3
				4	기타/유통기한 초과	13.3
				3	위생(미생물)	10.0
				2	라벨링/라벨 불합격	6.7
	3	스위트 비스킷	29	8	위생(미생물)	27.6
				7	성분(식품첨가물 및 유해물질)	24.1
				6	라벨링	20.7
				5	기타/유통기한 초과	17.2
				3	서류/인증서류 미비	10.3

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 가장 많이 통관이 거부된 주요 품목 중 ‘스위트 비스킷’, ‘기타 조제식료품’ 순으로 규모가 크게 나타남

- 2020년 10월 기준 '스위트 비스킷' 수출액 1,545만 9,600달러(한화 약 1,278억 7,151만 원)로 2016년 이후 연평균 26.8%의 감소율로 하락하는 추세
- '기타 조제식료품' 수출액은 최근 5년간 연평균 9.9% 증가해 2020년 10월 기준 383만 3,400달러(한화 약 42억 4,549만 원) 기록
- 이 외에도 '옥수수(팝콘용)' 12만 2,900달러(한화 약 1억 3,611만 원), '신선 배' 2만 1,200달러(한화 약 2,345만 원), '양배추' 1만 8,700달러(한화 약 2,071만 원) 등 수출되나 규모가 크지 않은 편
  - '옥수수(팝콘용)'와 '신선 배' 수출은 최근 5년간 각각 94.4%, 10.2% 증가한 반면, '양배추' 수출액은 연평균 15.8%의 감소세를 보임

〈표 Ⅲ-11〉 중국 통관거부 상위 3개 품목 수출현황(2016~2020)

(단위: 천 달러, %)

구분	순위	품목	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	연평균 증감률
신선	1	양배추	-	-	26.4	0	18.7	△15.8
	2	옥수수(팝콘용)	8.6	12.2	83.3	123.0	122.9	94.4
	3	배(신선)	14.4	4.3	18.4	9.8	21.2	10.2
가공	1	조제식료품(기타)	2,627.0	1,085.3	1,218.2	2,785.3	3,833.4	9.9
	2	음료 조제용 조제품	30.0	127.8	264.7	2.1	4.9	△36.4
	3	스위트 비스킷	50,995.2	25,925.4	22,121.2	17,113.8	15,459.6	△25.8

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

■ 대만에서 통관이 거부된 한국산 농식품 중 신선 농산물의 비중이 65.0%(80건)로 가장 높은 비중 차지

- 뒤이어 가공식품 27.6%(34건), 수산물 7.3%(9건)로 집계

〈표 Ⅲ-12〉 한국산 농식품 대만 통관거부 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)

국가	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	계	비중
전체	30	37	23	24	9	123	100.0
- 신선농산물(농축임)	1	32	19	20	8	80	65.0
- 가공식품(농축임)	23	4	3	3	1	34	27.6
- 수산물	6	1	1	1	0	9	7.3

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 신선 농산물의 통관거부 사유는 잔류농약 기준치 초과 등 성분 기준치 미준수의 비중이 높게 나타남
  - ‘배추’ 27건과 ‘양배추’ 14건이 잔류농약 기준치 초과로 통관이 거부되었으며, ‘신선 딸기’ 11건 역시 성분 기준치 초과로 통관 거부됨
- 가공 식품 중 통관거부가 가장 많이 된 품목은 ‘밀크와 크림’, ‘소스 및 소스 제조용 조제품’, ‘기타 커피조제품’으로 나타남
  - ‘밀크와 크림’ 및 ‘소스 및 소스 제조용 조제품’은 전량 성분기준치 위반으로, ‘기타 커피 조제품’은 라벨링 기준규격 미달로 통관이 거부됨

〈표 III-13〉 대만 통관거부 상위 3개 품목 및 사유(2016~2020)

(단위: 건, %)

구분	순위	품목	건수	사유	비중
신선	1	배추(신선, 냉장)	27	성분(잔류농약)	100.0
	2	양배추(신선, 냉장)	14	성분(잔류농약)	100.0
	3	초본류 딸기(신선)	11	성분(잔류농약)	100.0
가공	1	밀크, 크림	9	성분(식품첨가물 및 유해물질)	100.0
	2	소스, 소스 제조용 조제품	7	성분(식품첨가물 및 유해물질)	100.0
	3	커피조제품 기타	3	라벨링	100.0

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 가장 많이 통관이 거부된 주요 품목 중 ‘기타 커피 조제품’과 ‘소스 및 소스 제조용 조제품’의 수출액만 집계됨(2020년 10월 누적액 기준)
  - ‘기타 커피 조제품’ 수출액은 918만 4,500달러(한화 약 101억 7,183만 원)로 집계되어 2016년 이후 연평균 11.3%의 감소세를 보임
  - ‘소스 및 소스 제조용 조제품’ 수출액은 864만 4,900달러(한화 약 95억 7,423만 원)로 최근 5년간 연평균 16.9% 증가함
  - 2019년 수출실적 기준, ‘신선 배추’ 수출액 1,604만 6,500달러(한화 약 177억 7,150만 원), ‘양배추’ 773만 9,500달러(한화 약 85억 7,150만 원), ‘딸기’ 73만 8,700달러(한화 약 8억 1,811만 원)로 집계
    - 2016년부터 2019년까지 ‘배추’, ‘양배추’, ‘딸기’ 수출 규모 증가세로, 각각 연평균 23.8%, 17.0%, 12.0%의 증가율 기록

〈표 Ⅲ-14〉 대만 통관거부 상위 3개 품목 수출현황(2016~2020)

(단위: 천 달러, %)

구분	순위	품목	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	연평균 증감률
신선	1	배추(신선, 냉장)	8,454.4	11,802.2	11,293.2	16,046.5	0	23.8
	2	양배추(신선, 냉장)	4,830.6	2,895.8	1,923.6	7,739.5	0	17.0
	3	초본류 딸기(신선)	525.8	824.3	880.2	738.7	0	12.0
가공	1	밀크, 크림	-	-	-	-	-	-
	2	소스, 소스 제조용 조제품	4,629.5	5,578.3	5,920.6	6,998.1	8,644.9	16.9
	3	커피조제품 기타	14,815.2	16,777.2	16,745.5	13,344.1	9,184.5	△11.3

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

■ 캐나다에서 통관이 거부된 한국산 농식품 중 가공식품의 비중이 69.6%(78건)로 가장 높은 비중 차지

- 뒤이어 수산물 26.8%(30건), 신선 농산물 3.6%(4건)로 집계

〈표 Ⅲ-15〉 한국산 농식품 캐나다 통관거부 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)

국가	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	계	비중
전체	10	4	20	52	26	112	100.0
- 신선농산물(농축임)	2	0	0	1	1	4	3.6
- 가공식품(농축임)	4	4	16	51	3	78	69.6
- 수산물	4	0	4	0	22	30	26.8

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 신선 농산물의 경우 ‘팽이버섯’, ‘닭고기’, ‘기타 채소’ 등이 각 1건씩 통관 거부됨
  - ‘팽이버섯’은 미생물 기준치 초과, ‘닭고기’의 경우 캐나다 안전식품규정 미준수, ‘기타 채소’는 잔류농약 기준치 초과로 각각 통관이 거부되었음
- 가공식품 중에서는 ‘라면’의 통관거부 사례가 가장 많이 집계되었으며, 뒤이어 ‘기타 조제 식료품’, ‘속을 채운 파스타’ 순으로 나타남
  - 가공식품의 통관거부 상위 품목은 모두 라벨링 기준을 준수하지 않은 것으로 나타남

〈표 III-16〉 캐나다 통관거부 상위 3개 품목 및 사유(2016~2020)

(단위: 건, %)

구분	순위	품목	건수	사유	비중
신선	1	팽이버섯	1	위생(미생물)	100.0
	2	닭고기	1	기타 / 캐나다 안전식품규정(Safe Food for Canadians Regulations) 미준수	100.0
	3	기타채소	1	성분(잔류농약)	100.0
가공	1	라면	39	라벨링	100.0
	2	조제식료품(기타)	17	라벨링	100.0
	3	속을 채운 파스타	4	라벨링	100.0

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 가장 많이 통관이 거부된 주요 품목 중 '라면'의 수출액이 가장 높게 나타남
  - 2020년 10월 기준 '라면' 수출액 1,142만 1,400달러(한화 약 126억 4,920만 원)로 집계되며 최근 5년간 연평균 13.1%의 증가율 기록
  - '기타 조제 식료품' 수출액 263만 달러(한화 약 29억 1,273만 원), '속을 채운 파스타' 126만 6,700달러(한화 약 14억 387만 원)로 각각 연평균 18.5%, 10.5% 증가
  - 신선식품 중 '팽이버섯' 수출액 198만 3,500달러(한화 약 21억 9,673만 원)로 집계되었으며, '기타 채소' 115만 5,500달러(한화 약 12억 7,972만 원), '닭고기' 108만 5,400달러(한화 약 12억 208만 원)로 나타남

〈표 III-17〉 캐나다 통관거부 상위 3개 품목 수출현황(2016~2020)

(단위: 천 달러, %)

구분	순위	품목	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	연평균 증감률
신선	1	팽이버섯	1,828.5	1,967.7	2,267.3	2,643.5	1,983.5	2.1
	2	닭고기	-	-	0	1.2	1,085.4	-
	3	기타채소	899.7	1,008.0	1,342.6	1,152.8	1,155.5	6.5
가공	1	라면	6,973.4	9,498.5	8,945.3	10,003.0	11,421.4	13.1
	2	조제식료품(기타)	1,335.3	1,789.6	2,279.5	2,463.7	2,630.0	18.5
	3	속을 채운 파스타	849.1	1,066.4	1,216.9	1,351.4	1,266.7	10.5

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

■ 일본에서 통관이 거부된 한국산 농식품 중에서는 수산물의 비중이 51.4%(55건)로 가장 높은 비중 차지

- 뒤이어 가공식품 31.8%(34건), 신선 농산물 16.8%(18건)로 집계

〈표 Ⅲ-18〉 한국산 농식품 일본 통관거부 현황(2016~2020)

(단위: 건, %)

국가	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	계	비중
전체	25	19	22	19	22	107	100.0
- 신선농산물(농축임)	0	2	4	4	8	18	16.8
- 가공식품(농축임)	7	5	10	7	5	34	31.8
- 수산물	18	12	8	8	9	55	51.4

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 신선식품은 ‘기타 채소’, ‘아몬드’, ‘신선 쇠고기’의 통관거부 사례가 가장 많이 집계
  - ‘기타 채소’의 경우 잔류농약 기준치 미준수로 5건이 통관거부되었으며, ‘아몬드’의 경우 라벨링 기준 미준수, ‘신선 쇠고기’는 미생물 기준치 초과로 각각 통관이 거부됨
- 가공식품에서는 ‘와플과 웨이퍼’, ‘소스 및 소스 제조용 조제품’, ‘고추장’ 순으로 통관이 거부됨
  - ‘와플과 웨이퍼’는 식품첨가물 및 유해 물질 등 성분 기준치 초과로 총 4건이 통관 거부됨
  - ‘소스 및 소스 제조용 조제품’은 성분 기준치 초과(67%)와 라벨링 기준 미준수(33%)로 총 3건이 통관되지 못하였고, ‘고추장’은 성분 기준치 초과로 2건이 통관 거부됨

〈표 III-19〉 일본 통관거부 상위 3개 품목 및 사유(2016~2020)

(단위: 건, %)

구분	순위	품목	건수	사유	비중
신선	1	기타 채소 (신선 또는 냉장)	5	성분(잔류농약)	100.0
	2	아몬드 (탈각/신선, 건조)	3	라벨링	100.0
	3	쇠고기 (신선, 냉장/뼈 없는 것)	1	위생(미생물)	100.0
가공	1	와플과 웨이퍼	4	성분(식품첨가물 및 유해물질)	100.0
	2	소스, 소스 제조용 조제품	3	성분(식품첨가물 및 유해물질)	67%
				라벨링	33%
	3	고추장	2	성분(식품첨가물 및 유해물질)	100.0

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- 가장 많이 통관이 거부된 주요 품목 중 ‘소스 및 소스 제조용 조제품’의 수출 규모가 가장 크게 집계됨
  - 2020년 10월 누적액 기준 ‘소스 및 소스 제조용 조제품’ 수출액은 1,048만 3,500달러(한화 약 116억 1,048만 원)로 2016년 이후 연평균 2.7% 증가
  - ‘고추장’은 최근 5년간 7.4%의 증가율로 2020년 10월 449만 2,500달러(한화 약 49억 7,544만 원) 수출되었으며, ‘와플과 웨이퍼’ 수출액은 31만 4,800달러(한화 약 3억 4,864만 원)로 최근 5년간 연평균 4.7% 감소
  - 신선식품 중 ‘기타 채소’의 2020년 10월 수출액만 집계, 65만 2,000달러(한화 약 7억 2,209만 원)로 2016년 이후 연평균 9.3% 감소하는 추세
  - 2019년 기준 ‘아몬드’ 수출액은 6만 4,500달러(한화 약 7,143만 원)로 전년 대비 두 배가량 감소, 최근 5년간 21.3%의 감소율을 나타냄

〈표 Ⅲ-20〉 일본 통관거부 상위 3개 품목 수출현황(2016~2020)

(단위: 천 달러, %)

구분	순위	품목	2016	2017	2018	2019	2020 (10월)	연평균 증감률
신선	1	기타 채소 (신선 또는 냉장)	963.4	981.1	1,309.7	988.3	652.0	△9.3
	2	아몬드 (탈각/신선, 건조)	132.1	67.6	132.4	64.5	0	△21.3
	3	쇠고기 (신선, 냉장/뼈 없는 것)	-	-	-	-	-	-
가공	1	와플과 웨이퍼	380.9	385.4	616.3	503.6	314.8	△4.7
	2	소스, 소스 제조용 조제품	9,416.8	17,942.7	11,220.9	12,011.0	10,483.5	2.7
	3	고추장	3,376.0	3,609.6	4,551.9	4,410.4	4,492.5	7.4

\* 출처: KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

## 2 시사점 및 대응방안

### ■ 농산물 시장 개방에 따라 발생 가능한 피해를 미연에 방지하기 위해 각 국가는 위생검역을 강화하는 추세

- 수입 농산물을 통해 병해충 및 질병이 유입 및 확산될 경우 그 피해는 고스란히 자국민에게 돌아가기 때문임
  - WTO 회원국이 증가하고 수입이 없었던 지역으로부터 농산물 수입이 증가하면, 병해충 및 질병의 유입 위험도는 더욱 증가하게 됨
- 이러한 피해를 방지하기 위해 세계 각국에서는 동식물검역의 중요성이 증대, 향후 더욱 강화될 전망

### ■ SPS와 관련한 국가별 규범 불일치 및 불명확성이 존재해 수출기업에 실질적인 비관세장벽으로 작용

- 국가별 위생검역 법규의 불명확성, 국제 표준과의 불합치 가능성, 위해성 평가 관련 조항의 미비 등에 대한 문제 존재
  - SPS 조치가 취해지는 표준이나 지침, 권고의 근거에 대한 규정 불명확, 적절한 보호 수준에 관해서도 명확하게 규정되어 있지 않은 경우가 존재하며, 국가별로 이러한 기준 및 범위는 상이하게 나타남
- 국가 간 위생 기준 및 규격의 차이, 수입국에서 별도로 요구하는 기준치와 제반 사항 등은 실질적인 수입 규제로 작용
  - 한국과 수입국 간 위생 기준 및 규격의 차이, 수입국에서 요구하는 별도의 증명서나 과도한 서류 등은 수출기업에 비관세장벽으로 작용함

## 가. 국가 차원의 대응방안

### ■ 국가 간 합치된 지침 마련을 위한 협력 추진 필요성 제기

- 우리나라에서 문제없이 유통되는 품목도 수출국의 국내 법령에 의해 규제되기 때문에, 한국과 수입국 간 위생 기준 및 규격의 차이를 좁히는 노력이 필요
  - 국가 차원에서 SPS에 대응하기 위한 각종 서류와 형식, 절차를 통일해 비효율을 제거하고 비관세장벽에 대응 가능할 것으로 판단
- 최근 역내포괄적경제동반자협정(RCEP)<sup>6)</sup> 협정서에는 협정국간 투명하고 합리적인 SPS 조치 운용을 위해 절차 요건을 구체화하고 협력을 강화하는 내용이 포함됨
  - 해당 협정서에서는 협정국 간 동등성·지역화 불인정 시 사유 제시, 수입위험분석 진행 상황 통지, 통보 강화 등 SPS 추진과 관련한 요건을 구체적으로 공유 및 교환하기로 함
  - 협정국간 SPS에 대한 협력 강화로 국가별 상이한 검역요건 및 절차에 따른 비효율성 해소, 검역 강화에 따른 통관 지연, 수입제한 등의 비관세장벽 해소가 기대됨
  - 이러한 합의를 통해 비효율을 제거하고 역내무역을 활성화하고자 하는 국가 간 노력은 SPS를 통한 비관세조치에 대응할 수 있는 긍정적인 사례로 평가됨

### ■ SPS로 인해 발생하는 전 세계적 조치 현황 및 피해 사례를 모니터링할 수 있는 체계를 갖추어 주기적으로 전파

- SPS 조치로 인한 비관세장벽 추이 및 현황에 대한 정보를 제공해 관련자가 수입(희망)국의 동향을 사전에 파악할 수 있도록 함
- 주기적인 모니터링 및 정보의 전달로 국가별 비관세장벽에 대응할 수 있는 기회 마련 및 리스크 최소화 가능할 것으로 판단

6) 한국, 중국, 일본, ASEAN 10개국, 호주와 뉴질랜드가 참여하는 다자간 자유무역협정으로, 2020년 11월 15일 참가국 정상들이 협정에 서명함

## 나. 기업의 대응방안

### ■ 수입국에서 요구하는 기준 및 규격의 사전 정보 파악 및 기준 준수를 위한 체계적인 노력이 요구됨

- 최근 5년간 한국산 농식품에 통보된 SPS 조치는 총 36건으로, 축산물 47.2%, 신선농산물 44.4%로 양분화
  - 대부분의 국가에서 자국의 식물보호 및 동물건강을 목적으로 한국산 농식품에 SPS를 통보한 것으로 나타남
- 2016년부터 2020년 10월까지 한국산 농식품 통관거부 사례 1,578건으로 집계
  - 품목별로는 신선농산물 및 농산가공품의 비중이 96.2%로 주를 이루며, 축산물 2.5%, 임산물 1.3% 수준
  - 식품 유형별로는 가공식품의 비중이 77.2%, 신선식품 22.3%로 집계
- 수입국에서 요구하는 라벨링 규정, 성분 및 위생 등 안전성 기준을 사전에 면밀히 파악하고 생산단계에서부터의 준수가 요구됨
  - 한국산 농식품이 통관 거부되는 주요 사유는 라벨링 규정 미준수(35.3%)가 가장 큰 비중을 차지하며, 뒤이어 수입국에서 요구하는 성분 기준치 초과(20.6%), 위생기준 미준수(12.6%) 등으로 나타남
  - 이 외에도 잔류농약 허용치 초과(9.2%), 서류미비(7.6%) 비위생적 제조시설에서 제조(4.6%) 등의 사유가 존재함

### ■ 국제기준으로 통용되는 표준이나 기준, 규격을 준수 필요

- 각 수입국에서 요구하는 기준 및 요건을 모두 준수하는 것이 가장 이상적인 대응 방안이나, 실현에 한계 존재
  - 시간적, 비용적 측면에서 각 수입국이 요구하는 기준을 모두 준수하기에는 어려움이 존재하며, 수입국에서 보호무역으로 비관세조치를 취하는 경우에는 기업의 자체적인 대응이 불가능한 실정

- 미국, 일본, 호주 등 주요 국가는 모두 WTO SPS 협정 발효 후 국내법 개정을 통해 국제적 조화를 이루고자 함
    - 2000년에 제정된 미국의 식물보호법(Plant Protection Act of 2000, PPA), 1995년 12월에 나이른(Nairn) 보고서를 토대로 한 호주의 검역 정책 변화 등이 대표적인 사례이며, 일본의 경우에도 식물방역법 개정(1995년)을 통해 WTO 체제 이후 새로운 국제기준에 부합하고 효율적인 검역을 위해 검역대상인 검역유해병해충의 범위를 명확히 하고 있음
  - 이에 대부분 검역 선진국에서 따르고 있는 국제 표준을 준수하여 국가별 상이한 기준 및 규격에 대응하고, 비효율을 제거할 수 있을 것으로 판단
- 이 외에도 기업 자체적으로 수입국의 현지 정보 및 새로운 비관세조치 현황을 주기적으로 모니터링 및 분석하는 노력이 요구됨

## 〈참고문헌 및 참고사이트〉

1	WTO(www.wto.org)
2	ePing(www.epingalert.org)
3	농식품수출정보(www.kati.net)
4	농림축산식품부 SPS정보관리시스템 (https://www.koreasps.kr:444/cmerlInfoWtoSpsNoticeLi.do#)
5	해외 수입규제 및 비관세장벽 대응방안 연구, 법무법인광장(2017.09)
6	동식물검역 효율화 방안 및 WTO/SPS 협상전략 수립에 관한 연구, 한국농촌경제연구원 (2003.09)
7	SPS Notification Submissoin Systme Information Management System, WTO(2020)
8	World Economic Outlook : Global Manufacturing Downturn, Rising Trade Barriers, IMF(2019)
9	농업 수출과 비관세장벽, 글로벌 가치사슬 간 관계에 관한 연구, 박근호(2017)
10	한국의비관세조치현황분석:비관세조치식별DB구축을중심으로, 김종덕, 최보영, 엄준현, 정민철(2016)
11	한·중·일의 비관세장벽 완화를 위한 3국 협력방안 : 규제적 조치를 중심으로, 최보영, 방호경, 이보람, 유새별(2015)

2020

농식품 수출환경  
변화대응 이슈조사

시장편