

2023 농식품 수출국가 정보조사 「호주」

2023.12.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對호주 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 | 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	26,461,166명, 전 세계 54위
민족구성	미국인 33%, 호주인 29.9%, 아일랜드인 9.5%, 스코틀랜드인 8.6%, 중국인 5.5%, 이탈리아인 4.4%, 독일인 4%, 인도인 3.1%, 호주 원주민 2.9%, 그리스인 1.7%, 불특정 4.7%
언어	영어 72%, 중국어 2.7%, 아랍어 1.4%, 베트남어 1.3%, 광둥어 1.2%, 기타 15.7%, 불특정 5.7%
종교 (2021년 추정치)	로마 가톨릭 20%, 개신교 18.1%, 기타 기독교 3.5%, 이슬람교 3.2%, 힌두교 2.7%, 불교 2.4%, 정교 2.3%, 기타 2.1%, 무교 38.4%, 불특정 7.3%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 18.43% (남성 2,515,636/여성 2,359,859) 15~64세: 64.89% (남성 8,602,204/여성 8,568,004) 65세 이상: 16.69% (남성 2,034,383/여성 2,381,080)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 37.5세, 전 세계 70위 남성: 36.5세 여성: 38.5세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$1.279조 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 20위 \$1.251조 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$1.251조 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	2.24% (2021년 추정치), 전 세계 158위 -0.05% (2020년 추정치) 2.17% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$49,800 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 30위 \$48,700 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$49,400 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	3.6% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	3.6% (2009년 추정치)
주요 생산품	사탕수수, 밀, 보리, 우유, 유채, 쇠고기, 목화, 포도, 가금류, 감자 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<호주의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
뉴질랜드, 싱가포르, 미국, 칠레, ASEAN-뉴질랜드, 태국, 말레이시아, 한국, 일본, 중국, CPTPP, 홍콩, 페루, 인도네시아, PACER plus, RCEP, 영국, 인도	EU, GCC, UAE, PA	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

<우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
한-호주 FTA RCEP	해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

호주 식품 시장은 2018년 697억 달러에서 연평균 4.6% 성장하여 2022년 835억 달러로 집계되었다.

육류

육류 시장규모는 2018년 138억 달러에서 연평균 4.9% 성장하여 2022년 167억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 20.0% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2018년 131억 달러에서 연평균 4.8% 성장하여, 2022년 158억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 18.9% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2018년 96억 달러에서 연평균 4.9% 성장하여, 2022년 116억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 13.9% 비중을 차지하고 있다.

<호주 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	69.7	67.9	68.7	79.1	83.5	100.0	5.5	4.6
육류	13.8	13.4	13.7	15.7	16.7	20.0	6.8	4.9
스낵류	13.1	12.8	12.9	14.9	15.8	18.9	6.0	4.8
낙농품	9.6	9.4	9.5	11.0	11.6	13.9	6.1	4.9
베이커리 및 곡물류	7.5	7.3	7.3	8.5	8.8	10.5	3.7	4.0
채소류	7.0	6.8	6.9	8.0	8.5	10.1	6.0	4.9
과일 및 견과류	5.8	5.6	5.7	6.6	6.9	8.3	5.3	4.8
수산물	3.1	3.0	3.1	3.5	3.6	4.3	4.3	3.7
편의식품	2.9	2.8	2.9	3.3	3.6	4.3	6.6	5.3
펫푸드	2.6	2.6	2.7	2.8	2.8	3.4	2.2	2.5
유지류	1.6	1.6	1.6	1.9	1.9	2.3	1.6	3.8
소스 및 향신료	1.5	1.5	1.5	1.7	1.8	2.2	5.8	4.8
스프레드 및 당류	0.8	0.8	0.8	0.9	1.0	1.2	4.3	3.7
영유아식품	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	0.6	4.4	4.8

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

호주의 1인당 식품 소비액은 2018년 2,800달러에서 연평균 3.4% 성장하여 2022년 3,203달러로 집계되었다.

육류

육류 소비액은 2018년 약 554달러에서 연평균 3.7% 성장하여 2022년 약 642달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 20.0% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 소비액은 2018년 약 527달러에서 연평균 3.6% 성장하여 2022년 607달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 19.0% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비액은 2018년 약 386달러에서 연평균 3.7% 성장하여 2022년 약 446달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.9% 비중을 차지하고 있다.

<호주 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	2,800.0	2,694.0	2,693.0	3,068.0	3,203.0	100.0	4.4	3.4
육류	554.9	532.3	535.5	608.0	642.1	20.0	5.6	3.7
스낵류	527.2	506.1	504.4	579.1	607.0	19.0	4.8	3.6
낙농품	386.1	371.3	370.4	425.3	446.3	13.9	4.9	3.7
베이커리 및 곡물류	300.8	288.0	286.3	327.9	336.2	10.5	2.5	2.8
채소류	280.4	269.4	268.8	309.0	324.2	10.1	4.9	3.7
과일 및 견과류	231.2	222.4	222.1	255.6	266.0	8.3	4.1	3.6
수산물	125.1	120.3	120.1	134.1	138.6	4.3	3.4	2.6
편의식품	116.4	112.3	112.4	129.6	136.4	4.3	5.2	4.0
펫푸드	102.7	103.0	103.7	107.4	108.4	3.4	0.9	1.4
유지류	65.6	62.9	62.7	72.0	72.7	2.3	0.9	2.6
소스 및 향신료	60.5	58.1	57.9	66.5	69.9	2.2	5.1	3.7
스프레드 및 당류	33.7	32.0	31.7	36.1	37.3	1.2	3.3	2.6
영유아식품	15.7	16.1	16.6	17.5	18.1	0.6	3.9	3.7

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

호주의 1인당 식품 소비량은 2022년 약 566kg으로 집계되었다.

낙농품

낙농품 소비량은 2018년 약 140kg에서 연평균 0.3% 성장하여 2022년 약 142kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 25.1% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 96kg에서 연평균 0.2% 감소하여 2022년 약 95kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 16.8% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 77kg에서 연평균 0.8% 감소하여 2022년 약 75kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 13.2% 비중을 차지하고 있다.

<호주 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	566.7	570.2	562.9	564.0	566.9	100.0	0.5	0.0
낙농품	140.7	141.5	140.2	140.8	142.4	25.1	1.1	0.3
채소류	96.0	96.0	94.3	94.5	95.3	16.8	0.9	-0.2
베이커리 및 곡물류	77.3	77.4	76.1	76.0	75.0	13.2	-1.3	-0.8
육류	52.6	54.0	54.4	55.5	56.8	10.0	2.3	2.0
과일 및 견과류	55.8	54.5	52.9	52.5	52.4	9.2	-0.1	-1.5
스낵류	51.1	51.3	50.6	50.6	51.1	9.0	0.8	0.0
펫푸드	39.8	41.9	41.4	41.0	41.1	7.2	0.0	0.8
편의식품	14.6	14.7	14.6	14.7	14.8	2.6	1.2	0.4
유지류	12.4	12.4	12.2	12.1	11.7	2.1	-3.9	-1.6
소스 및 향신료	9.7	9.7	9.6	9.6	9.7	1.7	0.9	0.1
스프레드 및 당류	8.9	9.0	8.9	8.9	8.8	1.5	-1.1	-0.5
수산물	6.6	6.6	6.6	6.6	6.6	1.2	-0.6	0.0
영유아식품	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	0.2	2.5	1.9

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

호주 식품 시장은 2022년 이후 연평균 4.9% 성장하여 2026년 1,012억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 6.1% 성장하여 2026년 212억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2022년 이후 연평균 4.9% 성장하여 2026년 192억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2022년 이후 연평균 5.1% 성장하여 2026년 142억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<호주 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	83.5	87.7	92.1	96.6	101.2	100.0	4.8	4.9
육류	16.7	17.8	19.0	20.1	21.2	20.9	5.5	6.1
스낵류	15.8	16.6	17.4	18.3	19.2	19.0	5.0	4.9
낙농품	11.6	12.2	12.9	13.5	14.2	14.0	4.9	5.1
채소류	8.5	8.9	9.3	9.8	10.3	10.1	5.0	5.0
베이커리 및 곡물류	8.8	9.1	9.4	9.8	10.1	10.0	3.6	3.6
과일 및 견과류	6.9	7.2	7.5	7.9	8.2	8.1	4.3	4.2
편의식품	3.6	3.7	4.0	4.2	4.4	4.3	5.1	5.2
수산물	3.6	3.8	3.9	4.1	4.3	4.2	3.9	4.2
펫푸드	2.8	3.0	3.1	3.2	3.3	3.2	3.5	3.8
유지류	1.9	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2	4.2	4.1
소스 및 향신료	1.8	1.9	2.0	2.1	2.2	2.2	5.2	5.1
스프레드 및 당류	1.0	1.0	1.1	1.1	1.2	1.2	5.4	5.0
영유아식품	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6	0.5	3.8	4.0

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 호주의 식품 수출액은 약 530억 2,824만 달러로 2021년 대비 19.3% 증가하였다. 또한, 2018년 약 359억 877만 달러에서 연평균 10.2% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 6.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 33억 3,899만 달러로 2021년 대비 27.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 13.1% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출액은 20.0%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 105억 8,177만 달러로 2021년 대비 13.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 5.0% 증가하는 추세를 보인다.

일본으로의 식품 수출액은 8.7% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 46억 3,782만 달러로 2021년 대비 19.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 5.5% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 미국(7.6%), 대한민국(6.3%), 베트남(6.0%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<호주 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	35,908,777	34,019,281	31,418,751	44,440,631	53,028,247	100.0	19.3	10.2
1 중국	8,704,749	10,115,459	8,511,308	9,363,683	10,581,775	20.0	13.0	5.0
2 일본	3,740,514	3,562,889	3,350,952	3,890,183	4,637,828	8.7	19.2	5.5
3 미국	3,067,110	3,293,758	3,111,825	3,593,223	4,048,501	7.6	12.7	7.2
4 대한민국	2,041,803	2,005,092	2,027,657	2,612,713	3,338,994	6.3	27.8	13.1
5 베트남	1,318,065	1,188,071	1,230,131	2,537,885	3,163,628	6.0	24.7	24.5
6 인도네시아	1,717,259	1,496,943	1,278,293	2,957,250	3,129,504	5.9	5.8	16.2
7 필리핀	714,390	856,759	557,769	1,212,180	1,828,357	3.4	50.8	26.5
8 뉴질랜드	1,329,497	1,219,754	1,248,640	1,478,067	1,595,998	3.0	8.0	4.7
9 아랍에미리트	620,137	505,334	471,345	764,415	1,429,164	2.7	87.0	23.2
10 사우디아라비아	275,809	282,699	365,949	1,155,380	1,313,487	2.5	13.7	47.7

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준으로 **밀 기타, 유채(저에루크산), 냉동 쇠고기, 냉장 쇠고기, 보리 기타** 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

밀 기타 수출액은 18.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 100억 3,657만 달러로 2021년 대비 41.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 34.9% 증가하는 추세를 보인다.

유채(저에루크산) 수출액은 9.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 48억 2,808만 달러로 2021년 대비 123.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 51.1% 증가하는 추세를 보인다.

냉동 쇠고기 수출액은 8.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 42억 5,964만 달러로 2021년 대비 13.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 3.6% 증가하는 추세를 보인다.

냉장 쇠고기 수출액은 5.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 26억 9,646만 달러로 2021년 대비 6.8% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 2.0% 증가하는 추세를 보인다.

보리 기타 수출액은 4.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 23억 2,370만 달러로 2021년 대비 17.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 14.1% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **절단한 양고기(2.9%), 포도주(2ℓ 이하)(2.0%), 수수 기타(1.5%)** 등을 수출하였다.

<호주 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	35,908,777	34,019,281	31,418,751	44,440,631	53,028,247	100.0	19.3	10.2
1 밀 기타	3,028,659	2,513,816	2,710,166	7,097,704	10,036,573	18.9	41.4	34.9
2 유채(저에루크산)	927,314	669,779	786,927	2,157,781	4,828,089	9.1	123.8	51.1
3 냉동 쇠고기	3,694,760	4,468,083	3,749,032	3,750,481	4,259,645	8.0	13.6	3.6
4 냉장 쇠고기	2,492,495	2,630,413	2,669,019	2,892,798	2,696,460	5.1	-6.8	2.0
5 보리 기타	1,371,855	726,624	913,124	1,983,793	2,323,705	4.4	17.1	14.1
6 절단한 양고기	1,177,708	1,418,754	1,208,444	1,518,543	1,548,001	2.9	1.9	7.1
7 포도주(2ℓ 이하)	1,684,267	1,661,766	1,633,763	1,211,388	1,077,080	2.0	-11.1	-10.6
8 수수 기타	111,736	28,484	52,435	499,808	793,880	1.5	58.8	63.3
9 우유	346,720	336,760	394,565	648,061	790,612	1.5	22.0	22.9
10 렌즈콩	174,484	211,295	372,895	536,150	766,150	1.4	42.9	44.8

*주: HS CODE(1001.99, 1205.10, 0202.30, 0201.30, 1003.90, 0204.42, 2204.21, 1007.90, 0402.10, 0713.40)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 호주의 식품 수입액은 약 171억 9,528만 달러로, 2021년 대비 9.3% 증가하였다. 또한, 2018년 약 145억 9,933만 달러에서 연평균 4.2% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 1.2% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 2억 664만 달러로 2021년 대비 16.0% 증가하였다. 또한, 2018년 약 1억 4,876만 달러에서 연평균 8.6% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

뉴질랜드에서의 식품 수입액은 13.1%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 22억 5,663만 달러로 2021년 대비 1.0% 감소하였다. 그리고 2018년 약 27억 8,876만 달러에서 연평균 5.2% 감소하는 추세를 보인다.

미국에서의 식품 수입액은 9.3% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 16억 345만 달러로 2021년 대비 4.9% 증가하였다. 또한, 2018년 약 15억 7,144만 달러에서 연평균 0.5% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 중국(7.4%), 태국(6.1%), 이탈리아(4.6%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<호주 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	14,599,332	15,001,320	15,188,862	15,725,077	17,195,283	100.0	9.3	4.2
1 뉴질랜드	2,788,769	2,703,489	2,520,006	2,279,623	2,256,632	13.1	-1.0	-5.2
2 미국	1,571,443	1,619,651	1,619,941	1,529,276	1,603,457	9.3	4.9	0.5
3 중국	926,611	927,205	957,555	1,070,209	1,267,764	7.4	18.5	8.2
4 태국	850,981	846,957	881,607	860,684	1,053,292	6.1	22.4	5.5
5 이탈리아	645,350	660,378	702,541	738,145	787,524	4.6	6.7	5.1
6 프랑스	609,074	583,692	577,570	723,870	742,397	4.3	2.6	5.1
7 싱가포르	445,219	656,703	628,377	695,352	670,946	3.9	-3.5	10.8
8 네덜란드	528,874	547,505	603,737	668,596	663,328	3.9	-0.8	5.8
9 말레이시아	431,398	421,621	423,288	525,031	623,274	3.6	18.7	9.6
10 영국	584,193	601,695	543,808	543,352	617,595	3.6	13.7	1.4
:								
23 대한민국	148,760	143,386	163,117	178,175	206,644	1.2	16.0	8.6

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 **조제식료품, 빵 기타, 냉장 돼지고기, 볶지 않은 커피, 대두유 추출 유박** 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

조제식료품 수입액은 9.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 15억 5,364만 달러로 2021년 대비 0.2% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 8.5% 증가하는 추세를 보인다.

빵 기타 수입액은 3.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 5억 9,687만 달러로 2021년 대비 5.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 7.4% 증가하는 추세를 보인다.

냉장 돼지고기 수입액은 3.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 5억 2,224만 달러로 2021년 대비 0.6% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 4.8% 증가하는 추세를 보인다.

볶지 않은 커피 수입액은 2.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 4억 7,711만 달러로 2021년 대비 41.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 13.5% 증가하는 추세를 보인다.

대두유 추출 유박 수입액은 2.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 4억 2,061만 달러로 2021년 대비 45.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 7.7% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **위스키류(2.2%), 소스 기타(2.2%), 치즈와 커드(2.0%)** 등을 수입하였다.

<호주 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	14,599,332	15,001,320	15,188,862	15,725,077	17,195,283	100.0	9.3	4.2
1 조제식료품	1,122,181	1,459,633	1,397,965	1,556,710	1,553,649	9.0	-0.2	8.5
2 빵 기타	449,415	488,920	496,921	564,975	596,871	3.5	5.6	7.4
3 냉장 돼지고기	432,459	558,352	473,493	525,333	522,240	3.0	-0.6	4.8
4 볶지 않은 커피	287,262	276,874	264,963	337,105	477,113	2.8	41.5	13.5
5 대두유 추출 유박	312,691	308,941	328,383	290,027	420,618	2.4	45.0	7.7
6 위스키류	310,844	341,401	296,169	294,301	382,073	2.2	29.8	5.3
7 소스 기타	315,512	315,532	348,018	357,483	379,221	2.2	6.1	4.7
8 치즈와 커드	353,203	343,113	302,052	326,784	341,062	2.0	4.4	-0.9
9 포도주(2% 이하)	347,926	318,686	305,304	341,886	334,337	1.9	-2.2	-1.0
10 감미료가 첨가된 물	216,136	209,842	208,685	263,448	275,472	1.6	4.6	6.3

*주: HS CODE(2106.90, 1905.90, 0203.29, 0901.11, 2304.00, 2208.30, 2103.90, 0406.90, 2204.21, 2202.10)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對호주 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 22억 2,382만 달러로 2018년 약 1억 6,493만 달러에서 연평균 7.9% 증가하였다.

농산물

농산물 수출액은 82.7% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1억 8,501만 달러로 2021년 대비 15.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 8.3%의 증가세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 13.2% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 2,949만 달러로 2021년 대비 10.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 15.0%의 증가세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 3.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 743만 달러로 2021년 대비 18.8% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 10.2%의 감소세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 0.8% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 188만 달러로 2021년 대비 0.6% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 3.7%의 감소세를 보이고 있다.

<한국산 對호주 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	164,936	161,222	189,350	195,166	223,824	100	14.7	7.9
농산물	134,463	131,462	156,210	160,410	185,011	82.7	15.3	8.3
수산물	16,851	18,426	22,970	26,627	29,495	13.2	10.8	15.0
축산물	11,428	8,714	8,354	6,252	7,430	3.3	18.8	-10.2
임산물	2,194	2,621	1,816	1,878	1,888	0.8	0.6	-3.7

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **라면, 조미 김, 인스턴트 커피, 베이커리 제품, 조제품 기타** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '김치'와 '소스 조제품 기타' 등이 있으며, 2022년 '김치'는 최근 5년간 연평균 성장률 17.3%를 기록했다. '소스 조제품 기타' 역시 같은 기간 동안 연평균 16.6%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

라면 수출액은 11.9%의 비중을 차지하며, 2022년 약 2,673만 달러로 2021년 대비 28.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 9.2% 증가하는 추세를 보인다.

조미 김 수출액은 8.1%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,808만 달러로 2021년 대비 22.6% 증가하였다.

인스턴트 커피 수출액은 4.7%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,054만 달러로 2021년 대비 36.7% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 0.8% 감소하는 추세를 보인다.

베이커리 제품 수출액은 4.5%의 비중을 차지하며, 2022년 약 997만 달러로 2021년 대비 2.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 5.0% 증가하는 추세를 보인다.

조제품 기타 수출액은 3.7%의 비중을 차지하며, 2022년 약 831만 달러로 2021년 대비 9.4% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 11.7% 감소하는 추세를 보인다.

<한국산 對호주 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	164,936	161,222	189,350	195,166	223,824	100.0	14.7	7.9
1 라면	18,823	19,160	21,344	20,773	26,735	11.9	28.7	9.2
2 조미 김	N/A	2,902	12,710	14,743	18,080	8.1	22.6	N/A
3 인스턴트 커피	10,904	14,685	11,441	7,712	10,545	4.7	36.7	-0.8
4 베이커리 제품	8,202	8,641	9,759	9,762	9,972	4.5	2.2	5.0
5 조제품 기타	13,706	5,174	12,519	7,604	8,319	3.7	9.4	-11.7
6 콘 플레이크	6,596	6,586	5,507	8,075	7,696	3.4	-4.7	3.9
7 소스 조제품 기타	3,937	4,663	5,477	6,378	7,282	3.3	14.2	16.6
8 기타 무알콜 음료	6,061	6,022	6,272	6,047	6,273	2.8	3.7	0.9
9 김치	3,113	3,485	5,641	5,125	5,883	2.6	14.8	17.3
10 큰스타리버섯	3,531	3,975	3,943	4,414	4,859	2.2	10.1	8.3

*주: HS CODE(1902.30-1010, 2008.99-5010, 2101.11-1000, 1905.90-1090, 2106.90-9099, 1904.10-1000, 2103.90-9090, 2202.99-9000, 2005.99-1000, 0709.59-4010)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 호주 오프라인 유통채널 규모

개요

호주의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 1,494억 1,700만 호주 달러에서 연평균 3.3% 성장하여 2022년 1,699억 9,860만 호주 달러로 집계되었다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 899억 2,800만 호주 달러에서 연평균 2.9% 성장하여 2022년 1,009억 6,200만 호주 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 59.4% 비중을 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2018년 182억 200만 호주 달러에서 연평균 5.0% 성장하여 2022년 220억 8,700만 호주 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 13.0% 비중을 차지하고 있다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2018년 120억 4,300만 호주 달러에서 연평균 0.6% 성장하여 2022년 123억 5,400만 호주 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 7.3% 비중을 차지하고 있다.

<호주 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 호주 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	149,417	154,089	166,618	162,958	169,986	100.0	4.3	3.3
슈퍼마켓	89,928	92,618	100,312	96,986	100,962	59.4	4.1	2.9
전문 판매점	18,202	18,412	21,652	20,765	22,087	13.0	6.4	5.0
하이퍼마켓	12,043	12,089	12,167	12,430	12,354	7.3	-0.6	0.6
할인점	9,200	9,739	10,810	10,686	10,517	6.2	-1.6	3.4
포코트리테일러	8,083	8,833	7,735	8,075	9,189	5.4	13.8	3.3
소규모 식료품점	7,032	7,113	8,365	8,022	8,533	5.0	6.4	5.0
편의점	3,057	3,071	2,966	3,127	3,258	1.9	4.2	1.6
창고형 매장	1,872	2,216	2,612	2,868	3,086	1.8	7.6	13.3

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Australia」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장수

개요

호주의 오프라인 유통채널의 매장 수는 2018년 2만 9,808개에서 연평균 0.5% 증가하여 2022년 3만 429개로 집계되었다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 9,269개에서 연평균 1% 증가하여 2022년 9,661개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 31.7%를 차지하고 있다.

소규모 식료품점

소규모 식료품 매장 수는 2018년 9,105개에서 연평균 1.1% 증가하여 2022년 9,508개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 31.2%를 차지하고 있다.

포코트리테일러

포코트리테일러 매장 수는 2018년 5,231개에서 연평균 0.9% 증가하여 2022년 5,414개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 17.8%를 차지하고 있다.

<호주 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	29,808	29,700	30,292	30,123	30,429	100.0	1.0	0.5
전문 판매점	9,269	9,181	9,481	9,623	9,661	31.7	0.4	1.0
소규모 식료품점	9,105	9,019	9,313	9,395	9,508	31.2	1.2	1.1
포코트리테일러	5,231	5,268	5,315	5,297	5,414	17.8	2.2	0.9
슈퍼마켓	4,181	4,198	4,154	3,805	3,862	12.7	1.5	-2.0
편의점	778	770	772	797	777	2.6	-2.5	0.0
하이퍼마켓	720	710	669	611	603	2.0	-1.3	-4.3
할인점	514	543	576	582	591	1.9	1.5	3.6
창고형 매장	10	11	12	13	13	0.0	0.0	6.8

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Australia」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

①Woolworths

Woolworths Group Ltd 소속으로, 2022년 25.0%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.7% 감소하였으며, 2019년 대비 0.7% 감소하였다.

②Coles

Coles Group Ltd 소속으로, 2022년 20.3%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 4.2% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 1.0% 증가하였다.

③Aldi

Aldi group 소속으로, 2022년 6.2%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 6.1% 감소하였으며, 2019년 대비 연평균 0.5% 감소하였다.

④IGA

Metcash Ltd 소속으로, 2022년 5.7%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 3.4% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 0.6% 증가하였다.

⑤BWS

Woolworths Group Ltd 소속으로, 2022년 4.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 6.8% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 0.8% 증가하였다.

<호주 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Woolworths	25.5	24.7	25.7	25.0	-2.7	-0.7
2 Coles	19.7	20.6	21.2	20.3	-4.2	1.0
3 Aldi	6.3	6.5	6.6	6.2	-6.1	-0.5
4 IGA	5.6	5.2	5.9	5.7	-3.4	0.6
5 BWS	4.0	3.9	4.4	4.1	-6.8	0.8
6 Kmart	4.2	3.9	4.1	3.9	-4.9	-2.4
7 Big W	2.0	2.1	2.4	2.3	-4.2	4.8
8 Metcash Liquor	1.6	1.5	1.9	1.9	0.0	5.9
9 Costco	1.4	1.6	1.8	1.8	0.0	8.7
10 Liquorland	1.6	1.6	1.7	1.7	0.0	2.0

*출처: 「Retail in Australia」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Woolworths	창립연도	1924년
	점유율	25.0%	브랜드 국적	호주
	웹사이트	woolworths.com.au	매장 수	1,085개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Woolworths Group Ltd 산하의 브랜드 - 로컬 식료품 소비에 대한 관심도 및 충성도가 높은 고객 특성을 바탕으로 성장 - 2022년 연말까지 생활필수품 300개 제품의 가격을 동결하여 고객들의 소비를 높임 - 다양한 품목의 신선 농산물·육류를 공급하는 것이 특징이며 현지 농가로부터 공급받는 신선 식품은 전체 판매 품목의 96%를 차지하며 육류의 경우 100%임 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*「2022 수출기업 맞춤형 조사_호주 탁주 시장분석형」(한국농수산물유통공사), p21

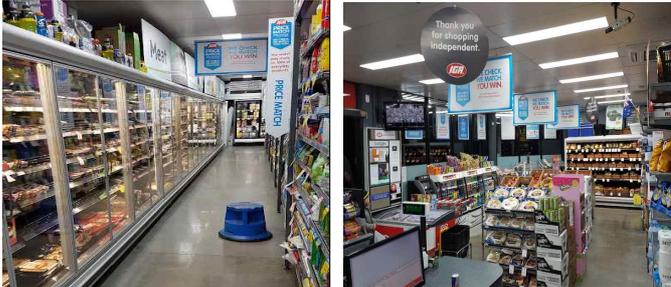
*출처 : 「Retail in Australia」(유로모니터), 호주 Woolworths 홈페이지(woolworths.com.au), 호주 woolworths 소셜 미디어 계정

	브랜드명	Coles	창립연도	1914년
	점유율	20.3%	브랜드 국적	호주
	웹사이트	coles.com.au	매장 수	835개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Coles Group Ltd 산하의 브랜드 - 호주산 제품들을 저렴하게 제공하여 로컬 식료품 소비를 촉진함 - 유기농·비건 제품·글루텐 프리 제품 등 선호 식습관에 따른 식료품을 제공 - 밤 11시 혹은 자정까지 늦게 영업하며, 셀프 계산대를 제공함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Australia」(유로모니터), 호주 Coles 홈페이지(coles.com.au), 호주 Coles 소셜미디어 계정

	브랜드명	Aldi	창립연도	1961년
	점유율	6.2%	브랜드 국적	독일
	웹사이트	aldi.com.au	매장 수	591개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓/하이퍼마켓 브랜드로, Aldi group 산하의 브랜드 - 호주 내 식료품점 중 가장 저렴한 가격대로 독일·유럽발 식료품을 주로 공급 - Special Buys라는 품목으로 매주 수요일, 토요일에 할인 품목을 제공 - 호주 내 매장들의 지속적인 리뉴얼 및 셀프 계산대 증설로 구매 시 편의 제공 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Australia」(유로모니터), 호주 Aldi 홈페이지(aldi.com.au), 호주 Aldi 소셜미디어 계정

	브랜드명	IGA	창립연도	1926년
	점유율	5.7%	브랜드 국적	미국
	웹사이트	iga.com.au	매장 수	1,341개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Metcash Ltd 산하의 브랜드 - 브랜드는 Metcash Ltd에 귀속되어 있으나 매장들은 독립적으로 소유·운영됨 - 로컬푸드 사업으로 Community Co라는 식품 판매 채널을 운영함 - 자체 PB Black&Gold를 통해 호주 지역 농산물·육류 제품을 저렴하게 판매 - 호주는 슈퍼마켓 내에서 주류 판매가 금지되어있지만 IGA는 주류 소매면허를 보유하여 주류를 판매하고 있음 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Australia」(유로모니터), 호주 IGA 홈페이지(iga.com.au), 호주 IGA 소셜미디어 계정

	브랜드명	BWS	창립연도	2001년
	점유율	4.1%	브랜드 국적	호주
	웹사이트	bws.com.au	매장 수	1,417개
	<ul style="list-style-type: none"> - 주류 전문 슈퍼마켓 브랜드로, Woolworths Group Ltd 산하의 브랜드 - 주류 소매면허를 보유하고 있는 브랜드로, 맥주·와인·증류주와 곁들일 수 있는 과자류·건조식품 등의 가공식품을 판매 - 한국 소주와 막걸리 등이 입점하여 판매 중에 있음 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Australia」(유로모니터), 호주 BWS 홈페이지(bws.com.au), 호주 BWS 소셜미디어 계정

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 호주의 식품 온라인 시장 규모는 77억 4,100만 규모로 전년 대비 13.6% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 23.4% 성장했다.

<호주 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 호주 달러, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
3,334	3,893	5,421	6,814	7,741	13.6	23.4

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Australia」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① Woolworths

Woolworths Group Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 8.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 23.9% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 19.9% 증가하였다.

② Coles Group Online

Coles Group Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 4.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 20.0% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 8.1% 증가하였다.

③ eBay Marketplace

eBay Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 2.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 31.6% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 22.6% 감소하였다.

④ Officeworks

Wesfarmers Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 1.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 5.6% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 5.9% 증가하였다.

⑤ Amazon Marketplace

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 1.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 24.0% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 9.9% 감소하였다.

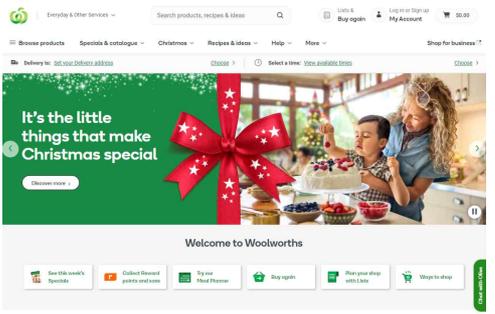
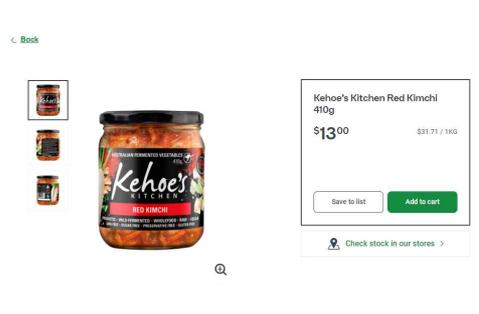
<호주 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

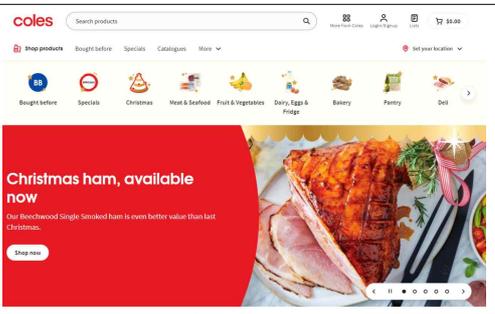
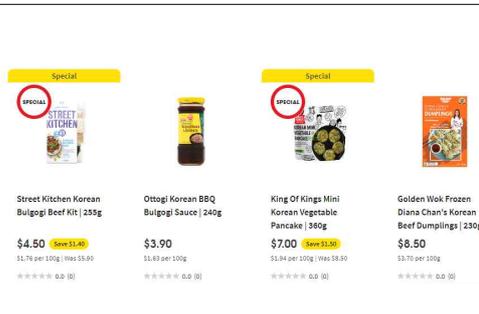
구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Woolworths	5.1	5.1	7.1	8.8	23.9	19.9
2 Coles Group Online	3.8	3.3	4.0	4.8	20.0	8.1
3 eBay Marketplace	5.6	5.2	3.8	2.6	-31.6	-22.6
4 Officeworks	1.6	1.8	1.8	1.9	5.6	5.9
5 Amazon Marketplace	2.6	2.5	2.5	1.9	-24.0	-9.9
6 Catch.com.au	1.3	1.4	1.7	1.5	-11.8	4.9
7 Dan Murphy's	1.1	1.0	1.1	1.5	36.4	10.9
8 Big W	0.4	0.8	0.9	1.2	33.3	44.2
9 Kmart	0.3	0.7	1.0	1.1	10.0	54.2

*출처: 「Retail in Australia」(유로모니터)

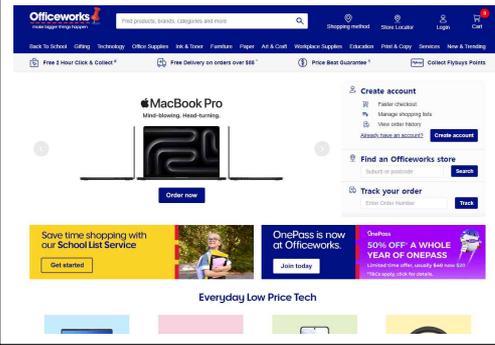
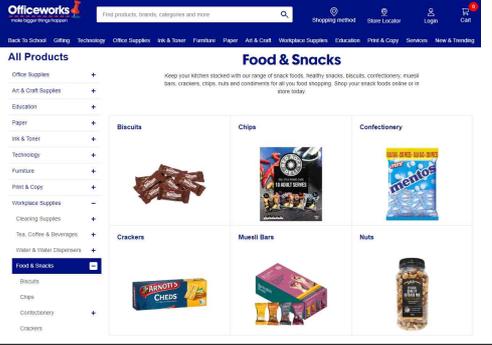
2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	woolworths	운영업체	Woolworths Group Ltd
	점유율	8.8%	웹사이트	woolworths.com.au
	<ul style="list-style-type: none"> - 호주·뉴질랜드의 식료품 B2C 전자상거래 플랫폼 - 식료품을 중점적으로 취급하고 있으며 코로나19 기간 동안 급격한 성장을 이룸 - 취급 식료품 중 4.13%의 식품이 한국 제조 및 수출 상품 - 키워드 검색 시 한국 음식을 활용한 현지 업체의 상품이 대다수를 이루며 Woolworths의 경우 한국에서 제조하고 현지 브랜딩을 이용하는 김치 제품 판매 			
사진				
	사이트 화면		현지 브랜드로 판매되는 김치	

*출처 : 「Retail in Australia」(Euromonitor), 호주 Woolworths 홈페이지(woolworths.com.au), 호주 Woolworths 소셜 미디어 계정

	사이트명	colesgroup	운영업체	Coles Group Ltd
	점유율	4,8%	웹사이트	colesgroup.com.au
	<ul style="list-style-type: none"> - 호주·뉴질랜드의 식료품 B2C 전자상거래 플랫폼 - 신선 식품을 비롯한 다양한 형태의 식료품을 판매 - 취급 식료품 중 6.86%가 한국 제조 및 수출 상품 - 키워드 검색 시 냉동 즉석섭취 식품, 소스류, 라면 등의 가공식품이 가장 많이 판매되며, 김치의 경우는 중국산 혹은 호주에서 제조된 제품들이 분포함 			
사진				
	사이트 화면		오뚜기의 불고기 소스·한국의 냉동만두 제품	

*출처 : 「Retail in Australia」(Euromonitor), 호주 Colesgroup Online 홈페이지(colesgroup.com.au), 호주 Coles 소셜 미디어 계정

	사이트명	officeworks	운영업체	Wesfarmers Ltd
	점유율	1.9%	웹사이트	officeworks.com.au
<ul style="list-style-type: none"> - 호주의 B2C 전자상거래 플랫폼 - 사무용품을 주로 취급하는 회사이며 실제 오프라인 매장도 보유함 - Workplace Supplies에서 각종 음료, 분말 형태의 차·커피류, 과자류 그리고 견과류 등의 가공식품 구입 가능 - 픽업 서비스는 무료로 제공하며 AUD \$55 이상의 구매는 무료 배송을 제공함 				
사진				
	사이트 화면		음식·과자류 카테고리의 취급품	

*출처 : 「Retail in Australia」(Euromonitor), 호주 officeworks 홈페이지(officeworks.com.au), 호주 Officeworks 소셜 미디어 계정

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

호주의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 1,699억 8,600만 호주 달러에서 연평균 1.7% 성장하여 2026년에는 1,826억 6,000만 호주 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 1,009억 6,200만 호주 달러에서 연평균 2.6% 성장하여 2026년 1,120억 4,500만 호주 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2022년 220억 8,700만 호주 달러에서 연평균 0.8% 감소하여 2026년 214억 9,300만 호주 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2022년 123억 5,400만 호주 달러에서 연평균 0.3% 성장하여 2026년 125억 100만 호주 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<호주 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 호주 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	169,986	173,283	176,462	179,577	182,660	100.0	1.7	1.8
슈퍼마켓	100,962	103,722	106,471	109,235	112,045	61.3	2.6	2.6
전문 판매점	22,087	21,964	21,820	21,665	21,493	11.8	-0.8	-0.7
하이퍼마켓	12,354	12,417	12,458	12,486	12,501	6.8	0.1	0.3
할인점	10,517	10,854	11,159	11,430	11,724	6.4	2.6	2.8
포코트리테일러	9,189	9,334	9,472	9,604	9,738	5.3	1.4	1.5
소규모 식료품점	8,533	8,485	8,429	8,368	8,303	4.5	-0.8	-0.7
창고형 매장	3,086	3,203	3,316	3,430	3,479	1.9	1.4	3.0
편의점	3,258	3,304	3,336	3,359	3,376	1.8	0.5	0.9

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Australia」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

호주의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 7.2%로 성장하여, 2026년 102억 2,800만 호주 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<호주 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 호주 달러, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
7,741	8,369	9,028	9,667	10,228	5.8	7.2

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Australia」(유로모니터)

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

호주 식품 유통구조	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 규모 - 온라인 유통채널 규모 - 식품 유통구조 <ul style="list-style-type: none"> · 수입농식품의 유통경로
호주 온·오프라인 식품 유통채널	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 슈퍼마켓: ①Woolworths ②Coles ③ALDI ④Metcash · 편의점: ①Lucky 7 ②7-Eleven ③City convenience, EzyMart · 전통적: ①퀸 빅토리아 마켓 ②애들레이드 센트럴마켓 ③프리맨틀 마켓 - 온라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 전자상거래 · 온라인 쇼핑몰: ①eBay Australia ②Amazon Australia ③Woolworths ④Coles Online

2.4.2 품목보고서

호주 가공식품 유통정보 (2023.03)	<p>[탁주]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 호주 주류 유통채널 구조 - 호주 가공식품의 주요 유통채널 <ul style="list-style-type: none"> · 하이퍼/슈퍼마켓: ①울워스 ②콜스 · 한인마트: ①하나로마트 ②케이티마트 · 온라인: ①아마존 ②이베이
호주 건강기능식품 유통정보	
호주 신선식품 유통정보 (2023.03)	<p>[새송이버섯]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 호주 식품 유통채널 구조 - 호주 신선식품의 주요 유통채널 <ul style="list-style-type: none"> · 하이퍼/슈퍼마켓: ①울워스 ②콜스 · 한인마트: ①하나로마트 ②케이티마트 · 온라인: ①아마존 ②이베이

2.4.3 해외지사 발간 보고서

호주	
----	--

3

수출품목 및 소비 트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 소스류(수출상위 품목)

시장현황

최근 호주에서 간편하게 사용할 수 있는 BBQ 소스, 쿠킹 소스, 가루형 조미료 제품의 수요가 증가하고 있다.

2021년 호주의 천연 정제형 조미료 육수 수입 규모는 약 3억 5,700만 달러로 최근 5년간 연평균 5.5% 꾸준히 성장 중이며, 호주 소스, 드레싱, 조미료 시장 규모는 5년간(2022년~2026년) 연평균 2.9% 성장하여 2026년에는 34억 1,160만 호주달러에 이를 것으로 전망된다.

Euromonitor International에 따르면, 호주에서 아시안 음식의 인기가 높아지면서 간장, 굴 소스, 피쉬 소스 등의 아시안 소스 인기도 높아져 슈퍼마켓, 식료품점 등에서 아시안 소스 제품 카테고리를 확장하는 추세이다.

또한, 호주 내 한식의 인지도 및 인기 상승에 따라 현지 기업들은 고추장 등 매운 소스 제품을 생산하기 시작했다. 예를 들어, 딩고 소스(Dingo Sauce Co)는 고추장에 간장, 참기름, 식초, 설탕 등을 넣어 제조한 한국식 소스를 출시했으며, 해당 제품은 현지 슈퍼마켓, 식료품점, 온라인 소스 전문점에서 판매되고 있다.

시사점

호주 시장에서 아시안 및 한식 소스에 대한 수요가 지속해서 증가함에 따라 호주 식문화에 맞춰 현지화한 한국 소스의 호주 시장 진출 기회가 확대될 것으로 전망된다.

		
Ottogi Bulgogi Sauce & Marinade	Ottogi Gochujang	Ajnumma Korean Japchae Sauce

*출처: KATI

▶ 출처

2023 수출기업 맞춤형 조사 - 천연 조미료, 한국농수산물유통공사

② 밀키트(현지시장 이슈품목)

시장현황

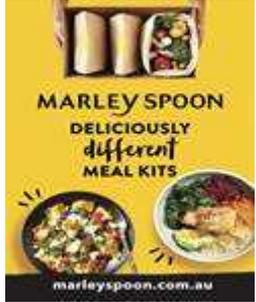
호주 밀키트 시장은 2021년 기준 약 2억 달러 규모로 추정되며, 2020년 대비 약 40% 성장한 것으로 나타났다. 이는 편리성과 건강성을 중시하는 소비자들이 증가함에 따른 것으로 분석된다.

호주 밀키트 시장의 주요 소비층은 20~40대 젊은 층인 것으로 조사됐다. 이들은 주로 집에서 요리하는 데 시간과 노력을 많이 들이고 싶지 않아 밀키트를 선호한다. 건강한 식사를 원하는 소비자들도 밀키트를 통해 신선한 식재료로 간편하게 식사를 즐길 수 있으므로 밀키트를 찾고 있다.

호주 밀키트 시장은 지속적인 성장세를 기록할 것으로 전망된다. 특히, 최근에는 코로나19 이후 집에서 요리하는 소비자들이 증가하고 있어, 밀키트의 수요는 더욱 늘어날 것으로 예상된다.

시사점

코로나19 팬데믹 이후 소비자들의 구매 성향은 식자재에서 가정간편식, 밀키트, 냉동식품 등으로 확대되었으며 온라인 유통채널이 빠르게 성장하였다. 또한, 건강식품 및 채식 등 대체식품에 대한 수요가 증가하고 있어 변화한 트렌드 파악을 통한 현지 시장 진출전략 수립이 필요하다.

	
HelloFresh社 밀키트	Marley Spoon社 광고

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Food Box Mate survey reveals Australia's best meal kits, Food&Beverage
 해외 시장 동향 2021년 호주 시장 트렌드 2021.12.30

③ 차(茶)(현지시장 이슈품목)

시장현황

호주 차 시장은 최근 몇 년 동안 성장세를 보이고 있다. 2023년 기준 호주인의 차 소비량은 약 11잔으로, 2016년 대비 18% 증가했다. 또한, 14~17세 연령층은 커피보다 차를 마실 가능성이 더 높다.

이러한 성장은 다양한 요인에 기인한다. 우선, 건강에 대한 관심이 높아지면서 허브차, 기능성차 등 건강에 좋은 차에 대한 수요가 증가하고 있다. 또한, 프리미엄 차, 유기농 및 공정 무역 차, 원산지가 명확한 차 등 고품질 및 유기농 차에 대한 수요도 증가하고 있다.

또한, 전문 차 카페, 다양한 차 종류, 새로운 차 경험, 음식 메뉴에 차 사용 등 차를 즐기는 새로운 방법이 등장하고 있다. 이러한 차를 즐기는 다양한 방법으로 차에 대한 관심이 높아지고 있다.

시사점

호주 차 시장은 아직 초기 단계이지만, 다양한 트렌드가 나타나면서 성장세를 보이고 있다. 최근에는 마음 챙김, 경험적 브랜딩, 친환경 브랜드 등 차와 관련된 문화적 추세도 나타나고 있어, 차를 단순히 음료가 아닌, 일상생활에서의 경험이나 가치와 연결하는 소비자들이 늘어나고 있다.

		
Hadong Matcha	Korea Brown Rice Green Tea	Nokchawon Organic Green Tea

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Australian Tea Market Report 2023, IBIS World
Australian Bureau of Statistics 2023

④ 식용유(현미유)(현지시장 이슈품목)

시장현황

호주 기타 식용유 시장 규모는 2020년 기준 약 994억 원으로 최근 5년간 연평균 8% 성장률을 기록하는 등 꾸준히 성장해 오고 있다. 그중 올리브유의 점유율은 57%로 가장 높고 그 뒤를 이어 카놀라유(23%), 콩기름(10%) 등이 차지하고 있다.

2021년에는 전년 대비 1% 성장하며 2020년과 비슷한 시장 규모를 유지하다, 이후 4년(2022-25년)간 상승곡선을 이룰 것으로 전망된다. 향후 5년(2021-25년)간 연평균 성장률 6%를 기록하여 2025년 기준 약 1,259억 원의 시장 규모를 달성할 것으로 예상된다.

호주 기타 식용유 시장은 향후 5년간 연평균 6% 성장할 것으로 전망되며 이는 ①건강에 대한 관심 증가, ②가정 내 조리 트렌드의 지속, ③유기농 식용유에 대한 수요 증가 등이 주요 요인 보인다.

시사점

호주 기타 식용유 시장 내 유기농 식용유의 점유율은 10%에 불과하지만, 향후 성장 가능성이 높다. 건강에 대한 관심 증가와 유기농 식품에 대한 인식 제고, 코로나 이후 가정 내 조리가 증가 등으로 인해 유기농 식용유에 대한 수요가 증가할 것으로 예상된다.

		
Ottogi bean 100% cooking oi	Soybean Oil Cooking Oil	HAEPYO Vegetable Oils

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2022. 07. 01 2021 호주 현미유 보고서(시장분석형) 한국농수산물유통공사

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 식물성 대체 식품 수요 증가

이슈배경

호주에서 식물 기반 식품이 빠르게 인기를 얻고 있다. 건강, 경제적 및 환경적 이유로 인하여 3분의 1의 호주인은 육류 섭취를 제한하고 있다. 2018-19년 이후 슈퍼마켓과 식품 소매업체의 유제품 및 육류 대체품 판매가 약 30% 증가했으며, 이러한 추세는 지속될 것으로 예상된다.

이슈내용

호주 통계청은 2020~21년 호주 슈퍼마켓 및 기타 식품 소매업체에서 판매된 유제품 및 육류 대체품이 14% 증가했다는 통계를 발표했다.

콩, 귀리, 아몬드 등 식물성 우유는 지속가능성에 대한 관심이 높은 밀레니얼과 Z세에게 인기를 이끌고 있다. 특히, 콩·귀리로 제조한 식물성 우유가 지속가능성 측면에서 우수하다는 인식이 확산되며, 식물성 우유에 대한 수요가 더욱 증가하고 있다.

GLNC는 호주에서 식물 기반 식단과 제품의 인기 증가에 대한 포괄적인 업계 보고서를 발표했다. 해당 보고서는 식물 기반 공간에서의 최근 제품 개발에 대한 심층 분석을 제공하며, 고기, 우유, 유제품 대체품, 조리된 식사 등 네 가지 주요 카테고리에 초점을 맞추고 있다. 동 보고서에 따르면, 식물 기반 육류 대체품은 2015년 이후 호주에서 5배 증가하였다. 더불어 식물 기반 우유와 대체 유제품도 주목할 만한 성장률을 보였고, 식물 기반 우유는 2020년 이후 거의 60% 증가했다.

시사점

식물 기반 식사로의 이동은 식품 산업을 변화시키고 있다. 이에 따라 제조업체들은 호주 소비자들의 변화하는 선호도를 충족시키기 위해 더 많은 식물 기반 제품을 개발에 힘쓰고 있다. 이러한 추세는 건강, 경제 및 환경에 대한 인식 증가와 함께 식물 기반 식품에 대한 수요를 더욱 확대할 것으로 예상된다.

▶ 출처

Australia's Appetite for Plant-Based Foods on Rise, Mirage

Soy and oat milk are winners for both the environment and human health, The Canberra Times

② 밀레니엄 세대, 음주 문화 변화에 따른 무알콜 맥주 인기

이슈배경

호주에서 무알콜 맥주 산업이 급속도로 성장하고 있다. Dan Murphy's와 BWS의 모회사인 Endeavour Group에 따르면, 지난 12개월 동안 10명 중 1명의 고객이 저알코올 또는 무알콜 제품을 구매했다고 보고했다.

이슈내용

호주의 무알콜 맥주 시장은 연간 9.16% 성장하여 올해 약 2억 8,900만 달러의 수익을 기록할 것으로 예상된다. 알코올 소비량은 50년 이상 최저 수준인 9.4리터를 기록했다. 18~44세 호주인은 45세 이상보다 무알콜 및 저알콜 맥주를 2배 더 많이 소비하고 있다.

호주에서 무알콜 맥주의 인기는 밀레니얼 세대의 음주 습관 변화에서 기인한다. 해당 세대는 알코올 섭취를 줄이고 있지만, 전체 알코올 소비자의 78%는 여전히 알코올 함량이 높은 알콜 맥주를 마시고 있다.

시드니 국제 컨벤션 센터의 대규모 맥주 축제에서도 무알콜 맥주의 인기가 두드러졌다. 특히, Heaps Normal과 Free Time 같은 무알콜 크래프트 맥주 브랜드가 크게 주목받고 있으며, 이들은 맥아당 부정 효모를 사용해 복잡한 설당을 발효하지 않아 알코올 함량을 낮추고 있다. 또한, BentSpoke Brewing Co.는 전통적으로 발효된 맥주에서 알코올을 제거하는 특수 장비를 사용한다고 알려져 있다.

시사점

호주의 무알코올 맥주 시장 성장은 밀레니얼 세대의 음주 습관 변화와 밀접하게 연관되어 있다. 호주의 무알코올 맥주 시장은 전문성과 기술력을 갖춘 기업에게 새로운 기회가 될 것이다.

▶ 출처

Booze-free beer booming as Millennials moderate their drinking, The Sydney Morning Herald
2023. 10. 18. 해외시장 동향, 호주 호주인의 변화하는 음주 트렌드, 한국농수산물유통공사

③ 스낵 소비 트렌드

이슈배경

호주의 스낵 시장은 97.6%가 오프라인 소매점을 통한 판매를 기록하고 있으며, 자판기와 온라인 판매는 2.4%를 차지한다. 주요 판매 채널로는 식료품점, 아시안 마트, 슈퍼마켓, 할인 매장, 주유소 매장, 편의점 등이 있다.

다국적 기업과 현지 브랜드가 높은 시장 점유율을 차지하고 있으며, 대표적인 브랜드로는 PepsiCo, ANZ의 다양한 스낵 제품과 1865년부터 호주 식품 제조 산업을 이끌어 온 Arnotts가 있다. 한편, 한국산 스낵의 경우, 주로 한인 마트와 아시안마트에서 판매되며, Coles, Woolworths, Costco 등의 대형 슈퍼마켓에서도 인기를 끌고 있다.

이슈내용

현재 호주의 주요 스낵류 생산업체는 'ESG' 경영에 주력하고 있다. ESG는 환경, 사회, 지배구조의 약자로 기업경영에서 지속가능성을 달성하기 위한 핵심 요소이며, 호주 기업은 다양한 방법을 통해 ESG 경영을 실천하고 있음을 호주 소비자에게 홍보하고 있다.

호주에서 가장 큰 과자 회사이자 두 번째로 큰 스낵류 공급회사인 Arnotts(창업주 William Arnott)는 다양한 제품을 생산하고 있으며, 지역 사회 발전을 위해 호주산 원재료 구매에 5억 달러 이상을 투자하고 있다.

The Vege Chip Co는 식물성 글루텐 프리 칩을 생산하는 시장의 선두주자이다. Snack Brands Australia는 환경친화적이고 지속 가능한 제조 방식을 통해 스낵류 제품을 생산하고 있다.

시사점

호주 과자 및 스낵 제조업체들은 지역 공동체에 환원하고 환경을 위한 지속 가능한 식품 시스템을 구축하는 데 앞장서고 있다. 건강한 식습관을 중요시하는 호주 소비자들의 수요를 반영하여 글루텐 프리 및 식물성 제품 개발에 집중하고 있으며, 이러한 추세는 코로나 이후 간편하게 먹을 수 있는 스낵에 대한 수요 증가와 맞물려 호주 스낵 시장의 성장을 견인할 것으로 예상된다.

▶ 출처

2023. 7. 29. 해외시장 동향, 호주, 스낵 소비 트렌드, 한국농수산물유통공사

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
<p>품목별 수입요건 파악</p>	<p>· 수출 품목에 대한 호주의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악</p>	<p>국내 수출업체</p>
<p>수출신고 및 운송수단 선적</p>	<p>· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료</p>	<p>국내 수출업체</p>
<p>수입허가 취득</p>	<p>· 일부 품목 수입 시 호주 농수산업부에 온라인으로 수입허가 신청 · 대상품목: 신선 과일 및 채소, 우유, 달걀, 육류 또는 그 밖의 동물성 제품이 함유된 식품 · 수입허가 승인 시 '수입허가번호'가 발급되며, 신청에서 발급까지 약 2~3주가 소요됨</p>	<p>호주 수입업체</p>
<p>수입신고</p>	<p>· 호주 ICS시스템을 통해 수입신고서 및 제반서류 제출 · 제출서류: ①선하증권 ②상업송장 ③원산지증명서 ④포장명세서 ⑤수출수입업자 정보 ⑥위생증명서(필요 시) 등</p>	<p>호주 수입업체</p>
<p>수입검사</p>	<p>· 물품 위험도에 따라 검사내용이 상이함 - ①감시식품: 저위험식품, 라벨검사 및 육안검사가 진행되며 전체 화물의 5%에 대해 검사 실시 - ②위험식품: 고위험식품, 일차적으로 전량 검사하며 샘플검사를 실시함, 추후 이상 없이 수입되는 사례가 누적될 경우 검사 비율이 낮아짐</p>	<p>호주 수입업체</p>
<p>관세 납부 및 반출</p>	<p>· 관세 납부 후 물품 반출 가능</p>	<p>호주 수입업체</p>

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 호주의 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
원산지 증명서 발급	<ul style="list-style-type: none"> ● 호주 수출 시 한-호주 FTA 또는 RCEP 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · FTA 관세율, RCEP 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 자율발급할 수 있으며, 수출업체 또는 생산업체가 자율적으로 발급함 · RCEP 활용 시 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 함

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <p style="text-align: center;"><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함 	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	<ul style="list-style-type: none"> ● 호주와의 합의된 요건이 있거나 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 호주로 △양파(가공용) 및 고추류(파프리카 포함), △딸기 등 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><수출검역 신청 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;">식물검역</td> <td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td> </tr> </table>	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)				
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						

	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="386 192 566 358">축산물검역</td> <td data-bbox="566 192 1436 358"> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음 	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
<p>운송수단 선적</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함 		

②호주 수입제도 및 통관·검역 절차

▶호주 수입통관·검역 절차

<p>수입허가 취득</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수입허가증 필요 여부 확인 후 필요 시 수입허가증 발급 필요 · 신선 과일 및 채소, 우유, 달걀, 육류 또는 그 밖의 동물성 제품이 함유된 식품 품목은 수입허가증 발급 대상임 · 신선 과채류 및 식품류는 수입허가 절차가 필수적이거나, 가공 식품의 경우, 수입허가증을 요구하는 경우는 드물 · 수입업체는 수입허가증이 필요한 경우 관련 서류를 작성하여 호주 관세청 및 호주 농수산임업부에 제출함 · 수입허가증 신청은 수입업체의 책임으로 진행되며, 발급기간은 신청 후 약 2-3주가량 소요됨. · 수입허가증은 온라인 신청 및 발급이 가능하며, 제품 도착 전까지 수입허가번호 (Import Permit Number)를 발급받아야 함 	
<p>수입신고</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수입신고는 호주 통관화물관리시스템인 ICS(Integrated Cargo System)를 이용하여 전자적으로 진행 · 호주 ICS를 통해 수입신고를 하고자 하는 수입자는 우선 Form B319(Client Registration Form)을 작성하여 ICS에 client로 등록해야 함 <p style="text-align: center;"><호주 수입신고 제출서류></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td> ①선하증권/항공화물운송장 ②상업송장 ③원산지 증명서 ④포장명세서 ⑤수출/수입업자 정보 ⑥위생증명서 ⑦수입허가서 </td> </tr> </table>	①선하증권/항공화물운송장 ②상업송장 ③원산지 증명서 ④포장명세서 ⑤수출/수입업자 정보 ⑥위생증명서 ⑦수입허가서
①선하증권/항공화물운송장 ②상업송장 ③원산지 증명서 ④포장명세서 ⑤수출/수입업자 정보 ⑥위생증명서 ⑦수입허가서		
<p>수입검역</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 호주는 위험 식품과 감시 식품으로 구분하여, 유형에 따라 검역방법 상이 · 검역청 검사관리 시스템(AIMS)을 통해 전달받은 수입신고 서류 및 검역 지시사항을 토대로 육안검사 및 라벨링 검사 등의 기본 검사를 시행함 · 수입식품 검사체계에 따라 녹색 신고(Green line), 적색 신고(Red line), 황색 신고(Amber line) 등으로 식품 분류 ● 호주로 수입되는 모든 신선과일, 채소류 및 그 외의 위험이 있다고 판단된 식품류는 수입허가제도의적용대상이 되어 호주 농수산임업부(DAFF)의 위해관리분석 시행 	

<호주 신고 분류에 따른 검사체계>	
녹색라인 (Green line)	· 추가적 검사 없이 통관 가능한 품목으로 수입자 혹은 대행업체가 관세 및 제세를 납부하고 수입신고 수리서를 수령할 수 있음
적색라인 (Red line)	· 품목분류의 오류나 검역 대상 물품이 적절한 검역을 받지 않은 경우, 또는 송품장 내역의 가격과 실제 가격이 상이한 경우 등 추가적 심사가 필요한 품목으로 정밀한 검사가 추가적으로 이루어짐
황색라인 (Amber line)	· 위장 수입물품이나 마약 및 관세 포탈의 우려가 있는 물품, 제한 물품 또는 수입금지와 같은 경우로 의심되는 경우

· 수입업자는 적색신고 라인으로 분류된 샘플링 또는 정밀검사가 요구되는 품목을 호주 농수산물입부(DAFF)에 수입식품검사신청서를 제출하여 검사를 신청함

· 검역 시 제출 서류는 다음과 같음

<검역 시 제출 서류>

①검역 신고서
②검사 신고서
③검사관리 시스템(AIMS)을 통해 전달받은 수입신고 서류
④수입식품 검사 신청서

· 위험 식품 중 검사를 요하는 식품과 감시 식품(Surveillance Food)을 대상으로 검역을 실시하며 식품 분류에 따라 검역 방식이 상이함

<식품 분류에 따른 검역 사항>	
위험 식품	<ul style="list-style-type: none"> · 위험 식품으로 분류된 식품들은 일차적으로 전량 검사되며, 5개의 화물이 연속적으로 통과되면 검사율 25%로, 이후 화물 20개가 연속으로 통과되면 검사율이 5%로 낮아짐 · 검사를 통과하지 못한 화물은 수입이 제한되며 100% 검사 대상으로 지정되며 해당 제품은 재수출되거나 폐기 처리됨 · 수입식품관리법 관련 사항 준수 여부에 대한 육안검사 시행 · 라벨링과 성분 요건의 식품 기준 규정(FSC) 준수 여부를 검사 · 필요 시, 분석 목적의 식품 샘플 채취 · 유제품, 과일·견과류·씨앗·채소, 육류, 가공식품, 해산물, 미역, 향신료와 조미료 등 총 38개의 식품 유형에 대한 검사 진행
감시 식품	<ul style="list-style-type: none"> · 위험률이 낮은 식품들은 감시 식품으로 분류되며, 감시 식품으로 분류된 화물 중 5%가 검사 대상이 됨 · 감시 식품 또한, 검사를 통과하지 못하면 생산업체나 수입업체의 규정 준수 이력이 정립될 때까지 전량 검사 대상으로 지정됨 · 이는 화물이 5번 연속 통과되기 전까지 유지되며, 이후 검사율은 5%로 돌아감 · 라벨링 검사, 육안 검사, 미생물 검사, 화학 검사, 알레르기 항원 검사 등의 검사가 이루어짐

관세납부 및 물품 반출

- **관세 및 제세 납부 후 물품 반출 가능**
- 관세 및 제세를 세관에 납부한 후 수입물품을 인수할 수 있음
- 통관 시 필요 서류가 모두 구비되어 있는 경우, 수입신고 이후 물품 반출까지 최소 15시간(공휴일 제외)이 소요되며, 물품에 따라 다소간의 차이가 발생할 수 있음

4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡 류 : 백미, 보리, 밀, 수수, 콩, 강낭콩, 팥, 녹두 - 과실류 : 배(하동, 상주, 나주, 진주), 단감, 가공 밤, 파프리카, 포도 - 채소류 : 양파(가공용), 고추류(파프리카 포함), 딸기 - 종자류 : 고추, 무, 배추, 상추, 수박, 시금치, 양배추, 오이, 참외, 파, 호박 - 버섯류 : 표고, 느타리, 팽이, 영지, 새송이, 만가닥, 목이, 흰목이 - 절화류 : 장미, 심비디움, 팔레놉시스 - 화훼류 기타 : 선인장(접목선인장), 심비디움, 포인세티아, 시클라멘, 아이비
-----	--

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡 류 : 옥수수 - 과실류 : 사과, 감귤, 밤, 복숭아, 자두, 살구, 참다래 - 채소류 : 토마토, 메론(참외), 브로콜리, 무, 당근, 배추, 양배추, 오이, 호박, 수박, 가지, 고구마, 감자, 수삼 - 버섯류 : 느티만가닥버섯(<i>Hypsizygus marmoreus</i>) - 절화류 : 백합, 국화, 카네이션, 난초, 튤립, 글라디올러스 - 화훼류 기타(재배매체 포함) : 철쭉속, 장미, 카네이션, 난초, 국화, 튤립, 글라디올러스, 백합 <p>*양국이 합의한 수출 요건이 없는 품목의 경우 수출 가능여부가 변경될 수 있으므로 아래 호주 농업수자원부 홈페이지에서 품목별로 수출 가능여부 확인 필요</p>
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 영양 정보 · 함유량(%) 표기 · 제품명 · 제품 반환 정보	· 알레르겐 성분 · 날짜 표시 · 원재료 · 식품첨가물	· 사용기준 및 보관방법 · 원산지
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	· 라벨은 영어로 작성되어야 함	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> 호주·뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)에서 규정하고 있는 제품명 또는 식품의 본질을 나타낼 수 있는 이름으로 할 것 제품명은 오해의 소지가 있거나 잘못된 정보를 제공해서는 안 됨 	
	로트 번호	<ul style="list-style-type: none"> 로트 번호는 제품의 리콜 시 활용 목적으로 작성할 것 아이스크림이나 대용량 패키지 안에 포함된 소포장 제품에 대한 로트 번호 표기는 생략 가능 	
	표기 문구	<ul style="list-style-type: none"> 제품의 섭취 시 건강과 관련하여 소비자가 알아야 하는 내용 등 경고 표기 필수 분명하고 영구적으로 작성되어야 하며, 배경색과 대비되는 색상으로 작성할 것 특정 성분을 포함하는 경우 과잉 섭취가 완화제 효과를 가질 수 있다는 권고문 필요 	
	성분 목록	<ul style="list-style-type: none"> 원료명은 일반명이나 원료의 본질을 알 수 있는 형태의 또는 규정에서 정하고 있는 이름으로 할 것 제품에 사용된 식품첨가물을 포함해 함량의 크기에 따라 내림차순으로 원료 정보를 나열해야 함 알레르기를 유발하는 성분 10가지에 대해 포장재에 라벨링 박스 안에 표기해야 함. 굵은 글자로 명료한 영어 단어로 표기해야 함 식품첨가물(비타민, 미네랄 포함)을 표시해야 하며, 효소와 향미료는 구체적 성분명 없이 '효소', '향미료 및 기타'로 표기 식품 원료의 실제 함량 또는 최소 함량을 퍼센트 형태로 정보를 제공해야 함 	
	보관 방법	<ul style="list-style-type: none"> 제품의 안전과 건강상의 문제가 일어나지 않을 수 있도록 하는 내용의 사용법 또는 보관방법을 표기해야 함 제품의 안전과 건강상의 문제가 일어나지 않을 수 있도록 하는 내용의 사용법 또는 보관방법을 표기할 것 식품이 유통기한까지 보관되도록 하기 위한 특정 보관 조건이 필요한 경우 해당 조건 표기할 것 	
	유통기한	· 'Best-Before' 또는 'Use-By'로 표기해야 함	

		<ul style="list-style-type: none"> 유통기한 또는 사용기한이 적용일로부터 3개월 이상인 경우 일, 월, 연도 순으로 표기
	영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> 건강강조표시가 아닌 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 탄수화물, 당, 나트륨 정보를 표기해야 함 제품의 평균 1회 섭취량(g 또는 ml)과 제품의 섭취 횟수를 표기해야 함 제품의 1회 제공량과 총 제공횟수 및 해당 제공량 당 에너지 함량을 표기해야 함(kj 또는 kcal) 트랜스 지방, 다중 및 단일 불포화 지방산이 있는 경우 반드시 표기해야 함
	원산지	<ul style="list-style-type: none"> 육류, 청과, 빵과 같은 주 식품(Priority Food)은 다음과 같은 사항을 표기해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - Grown in(청과류 등의 신선식품) - Product of(주요 원료 원산지 및 생산 공정 국가) - Made in(가공식품 생산국) - Packed in(제품 포장 국가) 조미료, 제과류, 스낵류, 주류 등 기호식품(Non-priority Food)은 'Made In'와 같은 문구를 사용하여 원산지를 표기해야 함 수입 가공식품의 경우, 호주산 재료 비율을 나타내는 막대그래프와 원산국을 나타내는 글 상자를 이용해야 함. 혹은, 글 상자를 이용하여 원산지와 호주산 성분의 비율을 표시해야 함 특정 국가에서 재배 또는 생산, 제조, 포장되지 않았음에도 그렇다는 것을 암시하거나 표기하는 경우 불법임 제품이 생산된 나라를 표시해야 하며 식품에 호주산 재료가 함유된 경우, 그 비율을 명시하고 막대그래프를 이용하여 표시해야 함
기타	<ul style="list-style-type: none"> 유전자 기술을 사용하여 생산한 식품이나 방사선 조사 식품에 관한 정보가 있다면 이를 반드시 표기해야 함 질병, 장애 또는 특정 상태에 대한 예방, 진단, 치료 혹은 완화의 의미가 있는 문구 표기는 불가능함 	

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

즉석식품류

라벨링 사진



표기항목		표기내용					
제품명	Tuna and Vegetable Juk	참치 야채죽					
원재료	<p>Ingredients</p> <p>Purified Water Rice, Tuna, Onion, Glutinous rice, Sesame oil, Carrot, Thickening agent1400, Palm oil, Sugar, Wheat gluten, Canola oil, Corn starch, Sunflower oil, Seaweed powder, Flavour enhancer621, Salt, Shiitake mushroom, Radish powder, Glucose, Coconut oil, Red bell pepper, Bonito powder, Flavour enhancer635, Yeast extract, Anticioxidant270, Acidity regulator330, Flavour enhancer627, Emulsifier440, Artificial beef flavour</p>	<p>재료</p> <p>정제수, 쌀, 참치, 양파, 찹쌀, 참기름, 당근, 증점제 1400, 팜유, 설탕, 밀글루텐, 카놀라유, 옥수수전분, 해바라기유, 미역가루, 향미증진제621, 소금, 표고버섯, 무가루, 글루코스, 코코넛유, 고추, 가다랑어가루, 향미증진제635, 효모추출물, 향산화제270, 산도조절제330, 향미증진제627, 유효제440, 인공소고기향</p>					
순중량	NET WT : 500g	순중량 : 500g					
수입업체	Imported by GFEX Pty Ltd 87 Egerton st. Silverwater NSW 2128 Tel : 0431053770	GFEX Pty Ltd 수입 87 Egerton st. Silverwater NSW 2128 전화 : 0431053770					
제조업체	Manufactured by Bonworld CO.,Ltd B/D 3F, 31, Yangcheon-ro 75-gil, Gangseo-gu, Seoul,Korea Tel :02-326-5404	Bonworld CO.,Ltd에 의해 제조됨 서울특별시 강서구 양천로 75길 31 지하 3층 전화 : 02-326-5404					
보관기간	Best before/Batch code PRINTED ON PACKAGE	유통기한/배치코드 포장지에 인쇄됨					
영양성분	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">PRODUCT OF S KOREA</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Contain Wheat, Milk, Soybean, Fish(Tuna)</td> </tr> </table>	PRODUCT OF S KOREA	Contain Wheat, Milk, Soybean, Fish(Tuna)	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">대한민국 제품</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">밀, 우유, 대두, 생선(참치) 포함</td> </tr> </table>		대한민국 제품	밀, 우유, 대두, 생선(참치) 포함
PRODUCT OF S KOREA							
Contain Wheat, Milk, Soybean, Fish(Tuna)							
대한민국 제품							
밀, 우유, 대두, 생선(참치) 포함							
조리법	①HEATING DIRECTIONS BOILING WATER PUT UNOPENED POUCH IN BOILING WATER FOR 5MINUTES, OPEN AND SERVE	①가열 방식: 개봉되지 않은 파우치를 끓는 물에 넣고 5분동안 데운 뒤 열어서 섭취					

	② MICROWAVE OPEN AND POUR INTO A MICROWAVE-SAFE CONTAINER COVER WITH FLASTIC WRAP AND HEAT FOR 3 MINUTES	② 전자레인지 방식: 전자레인지용 용기에 제품을 부어 덮개를 씌운 뒤 약 3분간 데워서 섭취																																																																		
영양성분표	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Nutrition Information</th> <th>Serving Per Package</th> <th>about 2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>Serving size</td> <td>250g</td> </tr> <tr> <td></td> <td>/Serve</td> <td>100g</td> </tr> <tr> <td>Energy</td> <td>630kJ</td> <td>252kJ</td> </tr> <tr> <td>Protein</td> <td>2.5g</td> <td>1.0g</td> </tr> <tr> <td>Total fat</td> <td>2.5g</td> <td>1.0g</td> </tr> <tr> <td>Saturated</td> <td>0.5g</td> <td>0.2g</td> </tr> <tr> <td>Carbohydrate</td> <td>31.0g</td> <td>12.4g</td> </tr> <tr> <td>Sugar</td> <td>2.0g</td> <td>0.8g</td> </tr> <tr> <td>Dietary Fiber</td> <td>2.0g</td> <td>0.8g</td> </tr> <tr> <td>Sodium</td> <td>350mg</td> <td>140mg</td> </tr> </tbody> </table>	Nutrition Information	Serving Per Package	about 2		Serving size	250g		/Serve	100g	Energy	630kJ	252kJ	Protein	2.5g	1.0g	Total fat	2.5g	1.0g	Saturated	0.5g	0.2g	Carbohydrate	31.0g	12.4g	Sugar	2.0g	0.8g	Dietary Fiber	2.0g	0.8g	Sodium	350mg	140mg	<table border="1"> <thead> <tr> <th>영양정보</th> <th>패키지당 제공량</th> <th>약 2회분</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>총 제공량 :</td> <td>250g</td> </tr> <tr> <td></td> <td>/1회</td> <td>100g</td> </tr> <tr> <td>열량</td> <td>630kJ</td> <td>252kJ</td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>2.5g</td> <td>1.0g</td> </tr> <tr> <td>총 지방</td> <td>2.5g</td> <td>1.0g</td> </tr> <tr> <td>포화지방</td> <td>0.5g</td> <td>0.2g</td> </tr> <tr> <td>탄수화물</td> <td>31.0g</td> <td>12.4g</td> </tr> <tr> <td>당</td> <td>2.0g</td> <td>0.8g</td> </tr> <tr> <td>식이섬유</td> <td>2.0g</td> <td>0.8g</td> </tr> <tr> <td>염분</td> <td>350mg</td> <td>140mg</td> </tr> </tbody> </table>	영양정보	패키지당 제공량	약 2회분		총 제공량 :	250g		/1회	100g	열량	630kJ	252kJ	단백질	2.5g	1.0g	총 지방	2.5g	1.0g	포화지방	0.5g	0.2g	탄수화물	31.0g	12.4g	당	2.0g	0.8g	식이섬유	2.0g	0.8g	염분	350mg	140mg
	Nutrition Information	Serving Per Package	about 2																																																																	
		Serving size	250g																																																																	
		/Serve	100g																																																																	
	Energy	630kJ	252kJ																																																																	
	Protein	2.5g	1.0g																																																																	
	Total fat	2.5g	1.0g																																																																	
	Saturated	0.5g	0.2g																																																																	
	Carbohydrate	31.0g	12.4g																																																																	
	Sugar	2.0g	0.8g																																																																	
	Dietary Fiber	2.0g	0.8g																																																																	
	Sodium	350mg	140mg																																																																	
	영양정보	패키지당 제공량	약 2회분																																																																	
		총 제공량 :	250g																																																																	
	/1회	100g																																																																		
열량	630kJ	252kJ																																																																		
단백질	2.5g	1.0g																																																																		
총 지방	2.5g	1.0g																																																																		
포화지방	0.5g	0.2g																																																																		
탄수화물	31.0g	12.4g																																																																		
당	2.0g	0.8g																																																																		
식이섬유	2.0g	0.8g																																																																		
염분	350mg	140mg																																																																		

5.2 | 인증제도

5.3 | 통관거부사례

5.3.1 최근 통관거부사례

월별 통관거부사례

2022년 호주의 한국산 통관거부사례는 총 7건으로 집계되어, 2021년 12건 대비 5건(42%) 감소한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 8% 증가하였다.

2022년 전체 수입산 통관거부사례는 총 166건으로 집계되어, 2021년 181건 대비 15건(8%) 감소한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 7% 감소하였다.

<월별 통관거부사례 동향(2022)>

(단위: 건, %)

구분	한국산 불합격 건수						전체 수입산 불합격 건수					
	연도			전년비(B/C)		연평균 (A/C)	연도			전년비(B/C)		연평균 (A/C)
	'20(A)	'21(B)	'22(C)	건수	증감률		'20(A)	'21(B)	'22(C)	건수	증감률	
1월	0	2	1	-1	-50	0	10	19	15	-4	-21	22
2월	0	0	0	0	0	0	17	5	17	12	240	0
3월	0	0	0	0	0	0	10	12	14	2	17	18
4월	2	0	2	2	0	0	14	11	15	4	36	4
5월	0	1	0	-1	-100	0	18	18	13	-5	-28	-15
6월	0	1	1	0	0	0	14	24	9	-15	-63	-20
7월	0	1	0	-1	-100	0	16	18	11	-7	-39	-17
8월	0	1	1	0	0	0	14	15	14	-1	-7	0
9월	0	1	1	0	0	0	27	27	32	5	19	9
10월	1	4	0	-4	-100	-100	19	12	9	-3	-25	-31
11월	1	1	0	-1	-100	-100	12	15	9	-6	-40	-13
12월	2	0	1	1	0	-29	22	5	8	3	60	-40
합계	6	12	7	-5	-42	8	193	181	166	-15	-8	-7

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

한국산 통관거부 상위품목

2022년 연간, 호주에서 가장 많은 문제사유가 확인된 한국산 통관거부 품목은 해조류(57%)로, 주로 기준치 이상의 아이오딘 성분이 검출되어 성분 부적합문제로 통관거부되었다.

두번째로 많은 문제사유가 확인된 품목은 산채류(29%)로, 모두 수입이 허용되지 않은 식물 성분이 문제가 되어 성분 부적합문제로 통관거부되었다.

<한국산 통관거부 상위품목 분석(2022)>

(단위: 건)

거부사유	주요 통관거부 품목		
	해조류	산채류	면류
라벨링/포장	0	0	0
성분부적합	4	2	0
위생	0	0	0
서류미비	0	0	1
잔류농약 검출	0	0	0
기타	0	0	0

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

한국산 통관거부 문제사유

2022년 연간 한국산 통관거부 문제사유는 총 7건으로 전년 동기 대비 절반 수준으로 감소했으며, 지난 3년간 호주에서 통관거부된 한국산 식품의 주요 문제사유는 모두 성분 부적합문제에 의해 발생하였다.

2022년 연간 성분 부적합 사유로 인한 한국산 식품의 통관거부 발생 건수는 총 6건으로 전체 사례의 85.7%를 차지하며, 2020년부터 해당 문제가 꾸준히 발생하였다.

성분 부적합 문제의 경우, 한국산 해조류 제품에서 기준치 이상의 요오드 성분이 검출되거나 수입이 허용되지 않은 고사리 성분이 확인되었다. 특히, 한국산 해조류의 요오드 검출 문제는 매년 발생하는 성분 부적합문제 유형으로, 한국 식품 수출 기업은 '호주 뉴질랜드 식품 기준 코드(Australia New Zealand Food Standards Code)'를 통해 관련 기준을 확인하고 수출을 준비할 수 있도록 해야 한다.

<한국산 통관거부 문제사유별 건수(2022)>

(단위: 건, %)

거부사유	2020년 연간		2021년 연간		2022년 연간		전년비(21/22)	
	건수	비율	건수	비율	건수	비율	건수	증감률
라벨링/포장	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
성분부적합	4	66.7	11	91.7	6	85.7	-5	54.5
위생	2	33.3	1	8.3	0	0.0	-1	0.0
서류미비	0	0.0	0	0.0	1	14.3	1	0.0
잔류농약 검출	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
기타	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
합계	6	100.0	12	100.0	7	100.0	-5	58.3

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[라벨링]

한국 식품 수출 시 주의해야 하는 포장 전면(FOP)의 영양 라벨 표시 기준 종합 (2)

포장 전면(FOP, Front of Package) 영양 라벨 표시 규정은 국가마다 표시 대상 영양 성분의 종류, 표시 방식 및 의무 적용 여부가 상이하므로 호주로 식품 수출 시 상세 요구사항에 유의해야 한다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98758

[라벨링]

한국 식품 수출 시 식품 알레르기 표시 기준 주의

2023년 1월부터 7월까지 공시된 호주와 뉴질랜드의 식품 리콜 사례를 분석한 결과, 식품 알레르기 유발 물질을 표기하지 않아 리콜된 한국산 과자류 제품의 사례가 다수 확인되었다. 이에 호주로 식품 수출 시 식품 알레르기 표시 기준에 유의해야 한다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98652

[규정·제도]

온라인 판매 식품까지 건강 스타 등급 제도 확대 적용 계획 발표

2023년 7월 28일 호주와 뉴질랜드의 식품 규제 및 정책 문제를 논의하는 식품장관회의(FMM)에서 온라인으로 판매되는 식품에 「건강 스타 등급(Health Star Rating) 표시 제도」의 사용을 승인했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98540

[규정·제도]

이매패류 및 이매패류 제품 수입요건 변경 공지(2023년 11월 9일부터)

호주 농림수산부(DAFF)는 이매패류 및 이매패류 제품 수입업자 등을 대상으로 해당 제품 관련 수입 요건의 변경 사항을 공지했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98541

[규정·제도]**동물성 원료 및 식품의 표준 수입 허가의 유효기간을 5년으로 연장하는 공고 발표**

호주 농림수산부(DAFF)는 동물성 원료 및 동물성 식품의 수입에 대한 '표준 수입 허가(standard import permits)'의 유효기간을 기존 2년에서 5년으로 연장한다고 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98506

[규정·제도]**건강기능식품 등 저위험 의약품에 사용할 수 있는 원료 기준을 수정하기 위해 '허용 원료 결정사항'의 변경 제안**

호주 연방의료제품청(TGA)은 건강기능식품을 저위험 의약품으로 분류하여 관리하며, 해당 의약품에 사용할 수 있는 원료와 원료의 사용 기준은 '허용 원료 결정사항(Permissible Ingredients Determination)'을 통해 지속적으로 심의하여 업데이트했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=98350&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=2&srchGubun

[규정·제도]**식품 수입업자의 의무를 강조한 신규 식품 수입 요건 발효(2023년 8월 1일부터)**

뉴질랜드 일차산업부(MPI)는 뉴질랜드로 식품을 수입 시 수입업자의 강화된 역할과 책임을 명시한 「등록된 식품 수입업자 및 판매용 수입 식품의 요건(Requirements for Registered Food Importers and Imported Food for Sale)」이 2023년 8월 1일부터 발효되었음을 공지했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98313

[규정·제도]**한국산 참외와 멜론의 수입 요건 발표 (2023년 12월부터 수입 시작)**

2023년 6월 호주 농림수산부(Department of Agriculture, Fisheries and Forestry, 이하 농림부)와 한국과 검역 협상을 마치고 한국에서 온실 재배된 신선 참외와 멜론의 수입을 허용한다고 밝혔다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98312

[라벨링]**수입산 알코올음료 대상 임신 경고 라벨의 의무 부착(2023년 8월 1일부터)**

호주 농림수산부는 2023년 7월 31일부로 포장되거나 개별 용기에 담긴 알코올음료의 임신 경고 라벨 적용 전환 기간이 만료되었음을 고시했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98276

[규정·제도]**농수산물 수입검역 절차 간소화를 위해 온라인 시스템(생물 보안 포털) 도입**

호주 농림수산부는 수입 검역절차 간소화를 위한 새로운 디지털 서비스 모델을 개발하고, 생물 보안 포털(Biosecurity Portal)을 통해 수입업체들이 온라인으로 검역 당국과 수입 관련 업무를 진행할 수 있게 했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97878&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]**조리된 가공육에 대한 수입 요건 업데이트**

호주 농림수산부는 수입 검역절차 간소화를 위한 새로운 디지털 서비스 모델을 개발하고, 생물 보안 포털(Biosecurity Portal)을 통해 수입업체들이 온라인으로 검역 당국과 수입 관련 업무를 진행할 수 있게 했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97878&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[라벨링]**골판지 소재 알코올 음료 외부 포장에 단일 색상의 임신 경고 라벨링 허용**

호주 뉴질랜드 식품기준청(FSANZ)은 뉴질랜드 양조협회(Brewers Association of New Zealand)의 신청을 받아들여 골판지 소재의 알코올음료 외부 포장에 한해 임신 경고 라벨의 색상을 알코올음료 포장지와 대비되는 단일 색상으로 표시할 수 있게 했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97856

[기타]**[탄소 배출이 없는 쇠고기 생산 목표 설정 및 판매 개시]**

호주는 2030년까지 탄소중립의 목표를 달성하기 위한 노력의 일환으로 탄소 배출량이 0인 쇠고기에 기후 활성화 로고를 부착하고, 오프라인 매장과 온라인에서 판매하기 시작했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97697&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[위생·안전]**곡류, 육류, 과실류 등의 화학물질 최대 잔류 한도(MRL) 변경사항 발표(관보 No. APVMA8)**

호주 농약동물용의약품청(APVMA)은 호주 뉴질랜드 식품 표준 코드의 별첨 20번(Schedule 20) 최대 잔류 한도(MRL)을 개정하여 관보(No. APVMA 8)에 게시했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97664

[위생·안전]**아몬드, 포도, 감귤류 등 다양한 식품의 최대 잔류허용기준(MRL) 개정 제안**

2023년 3월 21일, 호주 농약동물용의약품청은 여러 식품의 MRL에 대한 호주 뉴질랜드 식품기준코드 별표 20의 개정을 제안했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97443&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[라벨링]**알코올 음료에 에너지 함량 정보 표시를 요구하는 식품 표준 코드 개정 제안**

호주·뉴질랜드 식품표준청은 ABV가 0.5% 이상 함유된 알코올 음료의 라벨에 에너지 함량 정보 표시를 요구하기 위해 호주·뉴질랜드 식품 표준코드(Food Standard Code)를 개정할 것을 제안했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96959&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**2023년 5월 1일부터 적용되는 식물 검역 증명서 수입국 승인 요건 발표**

호주는 코로나19 피크(peak) 기간 동안 시행한 임시 정책 및 ISPM12를 준수하지 않은 식물 검역증명서 사본의 제출을 중단하고, 2023년 5월 1일부터 식물 기반 식품 수입

시 요구되는 식물 검역증명서의 승인 요건을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96954&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]

25kg 초과 또는 25kg 이하로 포장된 식용 버섯 분말의 수입 조건 변경 공고

2022년 12월 1일, 호주 농림수산부는 식용 버섯 분말(powdered mushroom)의 수입 조건이 더 이상 건조 버섯(dried mushroom) 품목의 수입 조건에 포함되지 않는다고 밝혔다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96688

[규정·제도]

통조림 및 밀폐 포장 식품에 대한 수입 요구사항 발표(2022년 11월 3일 발효)

2022년 11월 3일 호주 검역 검사국(BICON)은 통조림 및 팩 형태의 멸균 식품에 대한 수입 요구사항 및 안전 조건을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96527

[비조리 즉석 섭취(RTE) 베리 및 석류 제품에 식품안전관리 증명서 제출 요구]

호주 농림수산부(DAFF)는 2022년 11월 9일부터 신선, 냉장 또는 냉동 상태의 비조리 즉석 섭취(RTE) 베리 및 석류 제품은 수입 시 식품 안전 관리 증명서를 제출해야 한다고 밝혔다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96465&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[절인 과일 및 야채, 해조류 제품에 대한 수입 요구사항 발표]

호주 검역검사국(BICON)은 절인 (pickled) 과일 및 야채, 해조류 제품을 '양념장' 또는 '10kg 미만의 개인적 용도', '10kg 이상의 판매 용도'로 분류하여 각각의 수입 요구사항을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96465&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[면류 제품에 적용되는 수입 요구사항 발표(2022년 11월 10일 발효)]

호주 검역검사국(BICON(Australian Biosecurity Import Conditions))은 식물성 원료(plant-based)에서 유래된 면과 달걀 성분이 10% 미만 포함된 면류 제품에 적용되는 「수입 요구사항(Import requirement)」을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96468

[2가지 가공보조제(효소)성분을 허용된 가공보조제 목록에 추가]

호주 뉴질랜드 식품 기준위원회는 GM 트리코더마 리세이(*Trichoderma reesei*)에서 유래한 세린 엔도펩티다제(Serine endopeptidase) 효소와 키모신(Chymosin) 가공보조제(효소)의 식품 표준(Food Standards)을 변경했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96400&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

6 요약

6.1 보고서 소개

호주의 식품시장은 2022년 약 835억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 5.5% 증가했다.

호주의 식품 수입액은 약 172억 달러로, 뉴질랜드·미국·중국 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 23위를 차지했다. 주요 수입품은 ①조제식품 ②빵 기타 ③냉장 돼지고기로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 2억 2,382만 달러로 전년 대비 14.7% 증가했으며, 주요 수출품목은 ①라면 ②조미 김 ③인스턴트 커피다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 96%, 온라인 유통채널은 4%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①Woolworths ②Coles ③Aldi, 온라인 유통채널의 경우 ①Woolworths ②Coles Group Online ③eBay Marketplace으로 나타났다.

그래프로 보는 호주 식품시장

