

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202312-01
품목 | 연근부각(Lotus Root Crisps)
HS CODE | 2005.99-9000
국가 | 독일(Germany)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 독일 제과 및 스낵 시장규모	06
2. 독일 스낵 시장규모	07
3. 독일 연근부각 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 글루텐프리 열풍으로 쌀과자 인기	11
2. '켈로그'와 '라이스핏' 브랜드 빈출	12
3. EU의 포장재 폐기물 규제 강화 이슈 고려 필요	13
4. '쌀'과 '통곡물' 주성분...트랜스지방, 나트륨, 설탕 함량 조절 필요	14

IV. 유통채널

1. 독일 연근부각 유통채널 점유율	16
2. 독일 연근부각 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 독일 연근부각 통관 및 검역 절차	26
2. 독일 연근부각 품질 인증	30
3. 독일 연근부각 라벨링	37
4. 독일 연근부각 성분 및 유해물질	41

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 나누코(Nanuko)	45
2. 리폼하우스(Reformhaus)	47
3. 로스만(Rossmann)	49

VII. 시사점

1. 시사점	52
--------	----

※ 참고문헌	54
--------	----



HS CODE : 2005.99-9000

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

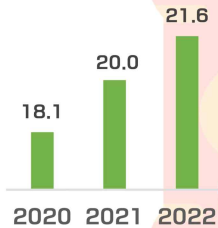
SUMMARY

독일 연근부각 시장

시장 현황

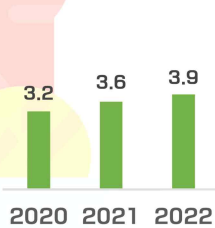
제과 및 스낵 시장규모

단위 : 십억 달러



스낵 시장규모

단위 : 십억 달러



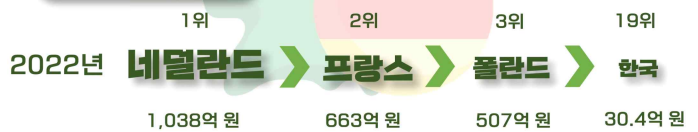
수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2005.99 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

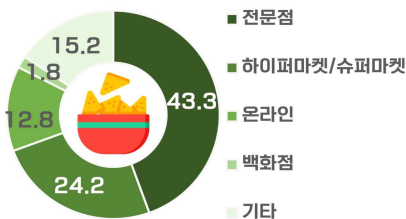
빅데이터 분석



* 독일 온라인 쇼핑몰 판매 쌀과자 제품 439건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

- 세금 (Tax)
 - 협정세율 0%
- 사전 준비 (Preparation)
 - EORI 발급
 - AEO 취득 가능
 - BTI 신청 가능

품질 인증

- BRCGS Food Safety
- HACCP
- ISO 22000

라벨링 유의사항

- 필수 표기사항 (Mandatory Labeling)
 - 독일어 표기 必, 제품명, 원재료명, 첨가물, 순종량, 보관방법, 원산지, 조리방법, 사업자 정보, 영양 정보, 유통기한 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

연근부각 수요 독일 내 건강 및 식습관 트렌드의 변화로 인해 연근부각과 같은 쌀로 만든 스낵 제품의 인기가 증가하는 추세임
 주요 트렌드 독일 내 소비자들 사이에서 비건, 글루텐프리, 저칼로리, 천연 재료 기반 스낵에 대한 관심이 높아지고 있음
 주요 타깃층 밀레니얼 세대와 Z세대 등 건강에 관심이 많은 소비자층이 연근부각 제품의 주요 타깃층이 될 수 있음

Point 02.

고객사 제품 피드백 가격이 비싼 편이나 성분을 고려했을 때는 합리적인 편임. 제품의 건강상의 이점을 강조하여 마케팅하는 것을 추천함
 추천 홍보방법 독일 내 음식, 건강, 웰니스 관련 인플루언서와 협력하는 소셜 미디어 마케팅 방법을 추천함
 추천 유통채널 슈퍼마켓, 건강식품 전문점, 대형마트, 아시아 마트, 편의점, 온라인 플랫폼 등 다양한 유통채널을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 독일 제과 및 스낵 시장규모
2. 독일 스낵 시장규모
3. 독일 연근부각 수입규모

1. 독일 제과 및 스낵 시장규모

독일 국가 일반 정보¹⁾

면적	35만 7,580km ²
인구	8,323만 명
GDP	4조 1,000억 달러
GDP (1인당)	4만 9,084달러

▶ 독일 제과 및 스낵 시장규모 29.0조 원, 연평균 5.2% 성장

2022년 기준 독일 제과 및 스낵 시장규모는 29.0조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균 5.2%의 시장 성장률을 기록함

▶ 독일 제과 및 스낵 시장규모, 향후 5년간 4.1%씩 성장 예상

독일 제과 및 스낵 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 4.1%씩 성장하여 2027년 35.8조 원을 기록할 것으로 예상됨. 최근 독일에서는 바쁜 일상 속 간편한 식사 및 스낵에 대한 선호도가 증가하고 있음. 또한, 건강에 대한 관심 증대로 향료, 감미료, 방부제 등 인공첨가물이 들어간 제품 대신 유기농 에너지바와 같이 건강에 좋은 스낵류의 수요가 증가하는 추세임²⁾³⁾

[표 2.1] 독일 제과 및 스낵 시장규모⁴⁾⁵⁾⁶⁾



자료: 스탯스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
- 2) 조사제품 '연근부각'은 간식용으로 섭취하는 연근 및 찹쌀로 제작된 스낵 제품임. 이에 고객사 제품의 기능을 기준으로 '스낵'의 시장규모와 상위시장인 '제과 및 스낵'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 모르도르인텔리전스(Mordor Intelligence), 「독일 스낵 바 시장 규모 및 점유율 분석 - 성장 동향 및 예측(2023-2028)」, 2022
- 4) 자료: 스탯스타(Statista), 「Confectionery & Snacks_Germany」, 2023.10
- 5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 6) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 독일 스낵 시장규모

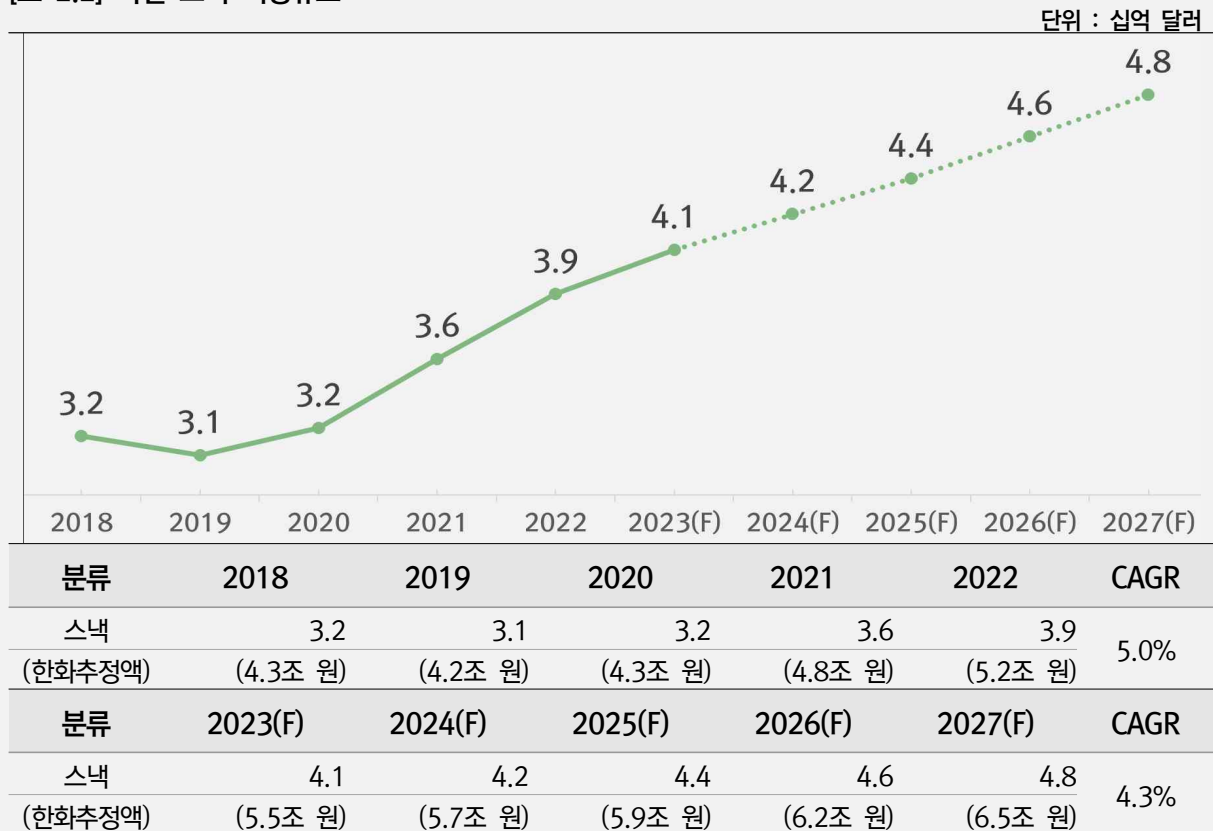
▶ 독일 스낵 시장규모 5.2조 원, 연평균 5.0% 성장

2022년 기준 독일 스낵 시장규모는 5.2조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률은 5.0%이나, 2019년에는 전년 대비 2.8% 감소했다가, 2021년과 2022년에는 전년 대비 각각 10.2%, 8.7% 증가하는 등 연도에 따른 편차가 큰 편임

▶ 독일 스낵 시장규모, 향후 5년간 4.3%씩 성장 예상

독일 스낵 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 4.3%씩 성장하여 2027년 6.5조 원을 기록할 것으로 예상됨. 독일을 포함한 유럽 스낵 시장은 대기업이 주도하고 있기 때문에 신규업체의 진입은 쉽지 않은 편임. 세계적으로 소비자의 건강한 음식에 대한 높은 관심이 스낵 시장으로까지 이어지고 있으며 저염, 유기농, 낮은 열량 등의 특징을 가진 스낵들이 인기를 끌고 있음⁸⁾

[표 2.2] 독일 스낵 시장규모⁹⁾¹⁰⁾



자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: KREI한국농촌경제연구원, 「유럽, 스낵(Savory Snack)시장 성장세」

9) 자료: 스태티스타(Statista), 「Snack Food_Germany」, 2023.10

3. 독일 연근부각 수입규모

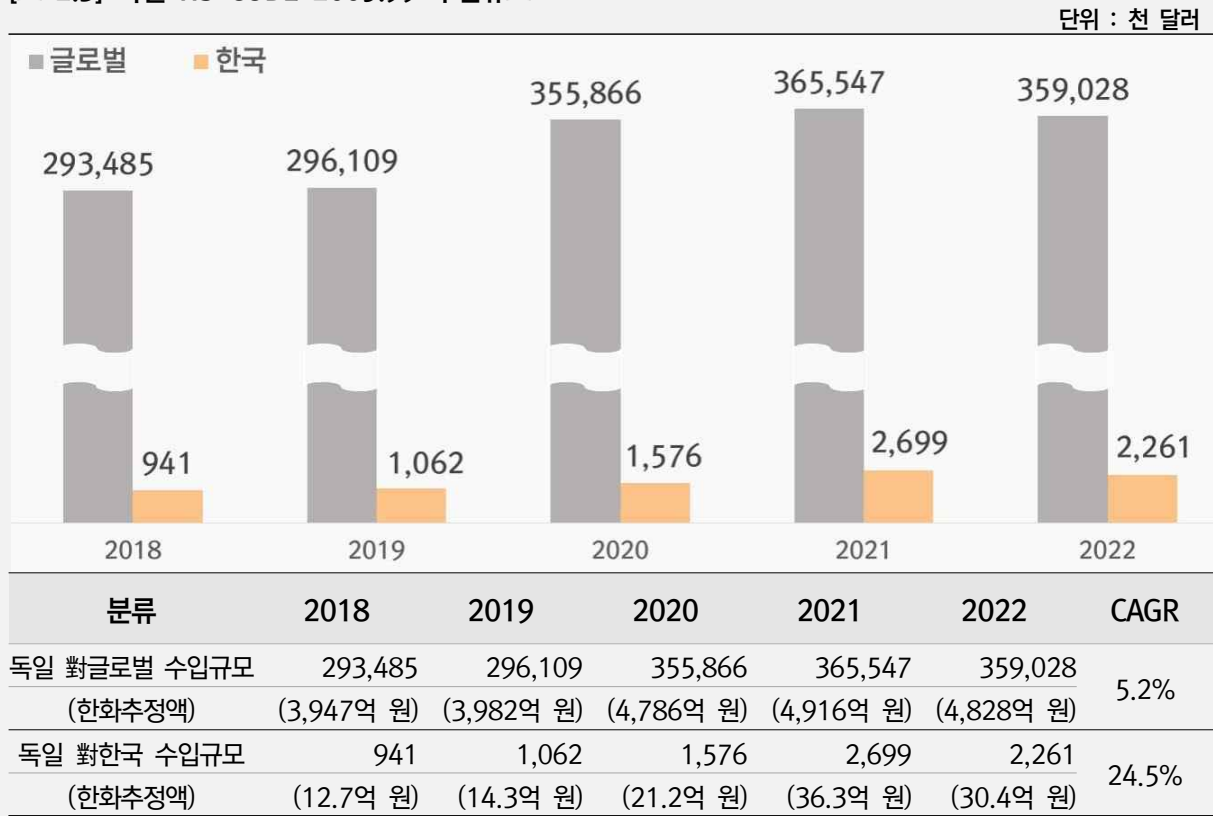
연근부각 HS CODE

해당 장에서 연근부각은 HS CODE 2005.99로 분류. HS CODE 제2005호의 품명은 조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소. HS CODE 2005.99-9000의 품명은 기타로 확인

▶ **2018-22년 독일 HS CODE 2005.99 對글로벌 연평균성장률 5.2%**
 독일 HS CODE 2005.99 품목인 연근부각의 對글로벌 수입규모는 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률 5.2%를 보이면서 2022년도에는 4,828억 원을 기록함. 한국산 조제 및 보존처리한 채소류는 한-EU FTA 협정세율의 적용을 받아 무관세로 수입 가능한 품목임¹⁾

▶ **독일 내 HS CODE 2005.99 품목 수입, 한국산 상위 19위**
 최근 5년(2018-22년)간 독일 내 연근부각의 對한국 수입규모 평균은 23.0억 원이며 2022년 기준 수입국 상위 19위를 차지함. 1위국 네덜란드(1,038억 원, 22%)는 연평균 11.2% 증가했고, 2위국 프랑스(663억 원, 14%)는 연평균성장률 6.4%를 기록함. 3위국 폴란드(507억 원, 10%)는 연평균 34.6% 증가함

[표 2.3] 독일 HS CODE 2005.99 수입규모¹²⁾¹³⁾



자료 : ITC(International Trade Centre)

10) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

11) 자료: 한국농수산물유통공사, 「2022년 농식품 주력국가 심층조사 - 독일」, 2022.08

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 글루텐프리 열풍으로 쌀과자 인기
2. '켈로그'와 '라이스핏' 브랜드 빈출
3. EU의 포장재 폐기물 규제 강화 이슈 고려 필요
4. '쌀'과 '통곡물' 주성분...트랜스지방, 나트륨, 설탕 함량 조절 필요

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 독일 온라인매장 입점 연근부각

- 데이터 수집 키워드 : 쌀과자(Reischips, Rice crisps, Rice crackers)
- 데이터 수집량 : 439건
- 데이터 수집원 : 독일 온라인 쇼핑몰 아마존 독일(Amazon.de)

▶ 독일 온라인매장 입점 연근부각 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 성분

항목	키워드 (국문/독일어)		빈도	키워드 (국문/독일어)		빈도
경쟁제품	쌀과자	Reiscracker	65	빵튀기	Gepufft	15
	빵	Brot	31	시리얼	Cereal	13
	단백질 칩	Protein	30	새우과자	Prawn	10
	떡	Rice Cake	25	크래커	Kräcker	7
	쿠키	Kekse	18	캐러멜 비스킷	Karamel	2
경쟁브랜드	켈로그	Kellogg's	38	도리메드	Dorimed	10
	워커스	Walkers	37	치지스	Cheesies	9
	레이스	Lay's	28	코로	KoRo	8
	라이스핏	Reis-fit	25	카오송	Khao Shong	5
	와사	Wasa	21	턱	Tuc	4
	펍오리지널	Pub Originals	10	비비고	Bibigo	2
패키징	팩	Pack	129	180g	180g	21
	바	Bar	20	1kg	1kg	20
	박스	Box	14	150g	150g	16
	100g	100g	49	40g	40g	12
	25g	25g	24	110g	110g	6
성분	계란	Ei	155	후추	Pfeffer	17
	쌀	Reis	142	치즈	Cheese	12
	소금	Salz	132	초콜릿	Chocolate	11
	우유	Milch	55	참깨	Sesamsamen	10
	감자	Kartoffel	39	토마토	Tomate	9
	타피오카전분	Tapioka	32	통곡물	Vollkorn	9
	파프리카	Paprika	31	올리브	Olive	8
	간장	Sojasauce	31	마시멜로	Marshmallow	4
	견과류	Nüsse	28	캐러멜	Karamell	2

1. 글루텐프리 열풍으로 쌀과자 인기

▶ 글루텐프리 열풍과 함께 ‘쌀과자’, ‘빵튀기’ 관련 키워드 빈출

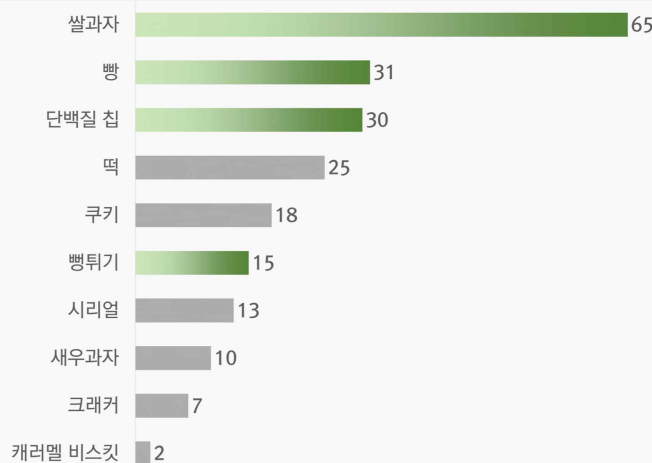
- 전 세계적으로 글루텐프리 트렌드가 확대되는 가운데, 올해 10월 독일 쾰른에서 개최된 국제 식품 전시회 ‘아누가(Anuga)’에서 밀가루를 대체할 수 있는 쌀로 만든 식품이 주목을 받음¹⁴⁾
- 이와 관련하여 경쟁제품 키워드로 ‘쌀과자’가 65건 도출되었으며, 밀가루가 아닌 다른 곡물을 사용한 ‘빵튀기’도 빈출됨

▶ 건강한 간식에 대한 수요 증가하며 ‘단백질 칩’도 빈출

- 건강에 대한 소비자 인식이 높아짐에 따라 단백질 함량을 높인 ‘단백질 칩’ 관련 키워드 30건 도출됨

쌀과자		단백질 칩		빵튀기	
					
제품명	쌀크래커 (Reis CRACKERS)	제품명	체다치즈스 (Cheddar Cheesies)	제품명	옥수수를입힌빵튀기 (Puffreis mit Mais dragiert)
브랜드	리소스코티(Riso Scotti)	브랜드	치즈스(Cheesies)	브랜드	프리지오아호이브라우저 (Frigeo Ahoj-Brause)
중량	200g	중량	20g x 12개	중량	100g
가격	4.89유로(6,952원) ¹⁵⁾	가격	15.99유로(22,733원)	가격	11.85유로(16,847원)

[표 3.1] 독일 판매 연근부각 경쟁제품 관련 키워드



자료: 독일 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘연근부각’ 관련 게시물 439건 분석

14) 자료: 동아일보, 「‘글루텐 프리’ 열풍 타고... 가루쌀 쓴 과자, 빵 뜬다.», 2023.10.18

15) 1유로=1,421.72원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. ‘켈로그’와 ‘라이스핏’ 브랜드 진출

▶ ‘켈로그’의 라이스바와 ‘라이스핏’의 라이스칩 진출

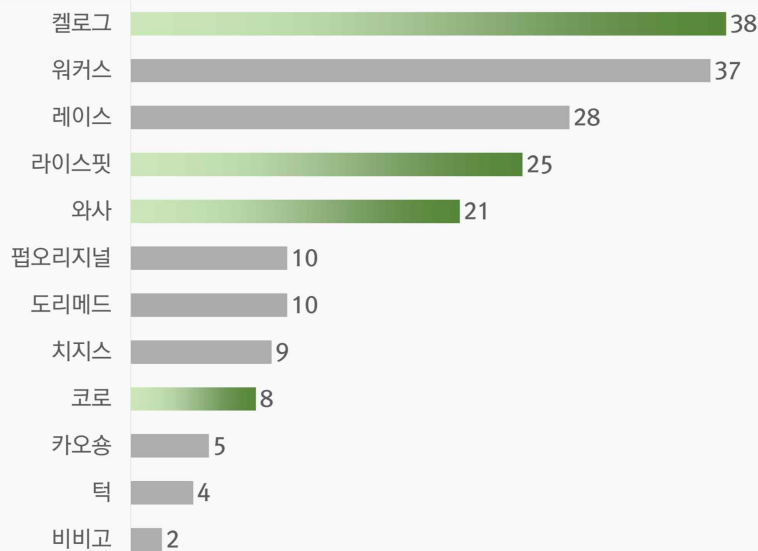
- 경쟁브랜드 분석 결과 ‘켈로그’ 관련 키워드 38건으로 진출됨
- 켈로그는 주로 쌀과 마시멜로를 주재료로 한 스낵바 제품을 판매하고 있는 것으로 확인됨
- 라이스칩 제품을 판매하는 ‘라이스핏’과 ‘와사’ 브랜드도 진출됨

▶ 대용량 스낵 판매 현지 브랜드 ‘코로’

- 경쟁브랜드로 ‘코로’가 진출 되었으며, 해당 브랜드는 대용량 스낵을 파는 독일 현지 브랜드로 확인됨
- 단백질 스낵과 쌀 빵튀기 등 건강한 스낵을 주로 판매함

켈로그		라이스핏		코로	
					
제품명	라이스크리스피스퀘어 (Rice Krispies Squares)	제품명	리스벨리스라이스크래커바비큐 (Risbellis Reis Cracker Barbecue)	제품명	라이스크래커커리 (Reiscracker Curry)
브랜드	켈로그(Kellogg's)	브랜드	라이스핏(Reis-fit)	브랜드	코로(KoRo)
중량	28g x 8개	중량	40g x 4개	중량	1kg
가격	9.99유로(14,203원)	가격	15.35유로(21,823원)	가격	16.60유로(23,601원)

[표 3.2] 독일 판매 연근부각 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 독일 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘연근부각’ 관련 게시물 439건 분석

3. EU의 포장재 폐기물 규제 강화 이슈 고려 필요

▶ 여러 개를 묶어서 판매하는 ‘팩’ 패키징 빈출...EU의 포장재 폐기물 관리 규제 강화 이슈도 고려해야

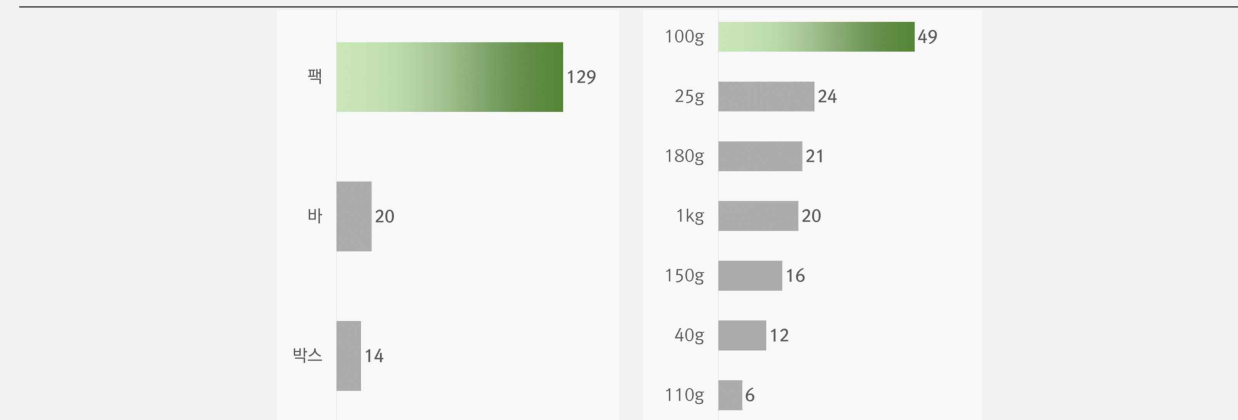
- 현지에서 판매 중인 제품 패키징 확인 결과 여러 개를 묶어서 판매하는 ‘팩’ 관련 키워드가 129건 도출됨
- EU가 2030년부터 재사용 및 재활용 가능한 포장재만 판매 및 사용이 가능하게 할 방침을 발표함에 따라 제품 수출 시 이를 고려한 패키징 방법을 고안할 필요 있음¹⁶⁾

▶ 100g대 용량이 다수로 확인

- 제품 용량 관련 키워드 확인 결과 ‘100g’이 49건으로 빈출됨
- ‘180g’과 ‘150g’ 등 100g대 소용량 제품이 다수 확인됨

팩, 180g		100g		150g	
					
제품명	테이스티스낵시슬트 (Tasty Snacks Sea Salt)	제품명	바이오글루텐프리메밀와플 (Bio glutenfrei Buchweizen Waffeln)	제품명	빈빈라이스크래커 (Bin Bin Reiscracker)
브랜드	와사(Wasa)	브랜드	오가닉네이처스엘레먼트 (Organic Nature's Element)	브랜드	파마이파이(Pamai Pai)
중량	180g x 5개	중량	100g x 6개	중량	150g x 2개
가격	19.96유로(28,378원)	가격	14.95유로(21,255원)	가격	9.99달러(14,203원)

[표 3.3] 독일 판매 연근부각 패키징 관련 키워드



자료: 독일 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘연근부각’ 관련 게시물 439건 분석

16) 자료: KOTRA 해외시장뉴스, 「유럽연합, 포장 및 포장재 폐기물 관리 규제 강화 추진」, 2022.12.19

4. ‘쌀’과 ‘통곡물’ 주성분…트랜스지방, 나트륨, 설탕 함량 조절 필요

▶ ‘쌀’과 ‘통곡물’을 주성분으로 한 스낵 빈출

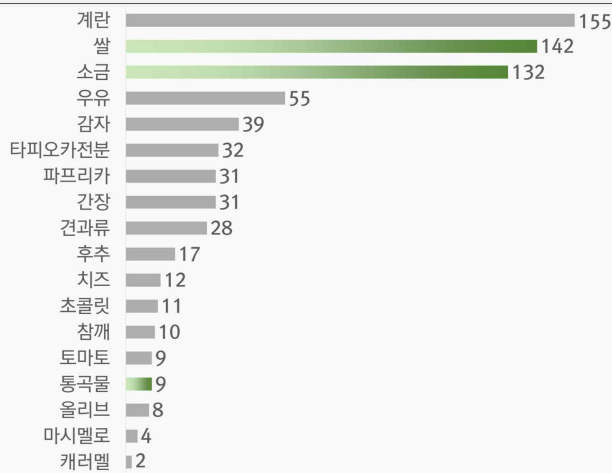
- 글루텐프리 제품에 관한 관심이 증가함에 따라 ‘쌀’과 ‘통곡물’ 등 밀가루를 배제한 성분이 다수 도출됨
- ‘쌀’ 관련 키워드 142건, ‘통곡물’ 관련 키워드 9건 확인됨

▶ 트랜스지방과 나트륨, 설탕 함량 규제 고려한 성분 배합 필요

- 성분 관련 키워드 중 ‘소금’이 132건으로 빈출 되었으며, 소금의 짭짤한 맛을 내세운 제품도 다수 확인됨
- 하지만 2021년부터 EU에서 트랜스지방과 나트륨 함량을 100g당 2g으로 규제하고, 영유아용 음료에 설탕 첨가를 금지함에 따라 독일 진출을 위해서는 이를 고려한 성분 배합이 주효할 전망이다¹⁷⁾

쌀		소금		통곡물	
					
제품명	라이스크래커마늘&후추 (Reis Cracker Garlic & Black Pepper)	제품명	베이كد바이트솔티드 (Baked Bites Salted)	제품명	크리스피바이오라이스칩 (Knusprige BIO Reis Chips)
브랜드	라이스헝거(Reishunger)	브랜드	턱(Tuc)	브랜드	라이스헝거(Reishunger)
중량	100g x 4개	중량	110g x 6개	중량	50g x 8개
가격	11.96유로(17,004원)	가격	11.34유로(16,122원)	가격	15.49유로(22,022원)

[표 3.4] 독일 판매 연근부각 성분 관련 키워드



자료: 독일 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘연근부각’ 관련 게시물 439건 분석

17) 자료: KOTRA 해외시장뉴스, 「독일, 2021년 트랜스지방·나트륨·설탕 함량 규제 강화」, 2021.02.08

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



1. 독일 연근부각 유통채널 점유율
2. 독일 연근부각 주요 유통채널

1. 독일 연근부각 유통채널 점유율

▶ 독일 내 식품 유통채널, 각 ‘전문점’을 통해 활발히 진행

2021년 독일에서 연근부각을 비롯한 식품의 소매유통채널 중 비교적 좁은 범주의 상품을 취급하는 ‘전문점’을 통한 유통이 43.3%로 가장 높은 비중을 차지함. 한국의 경우 해당 채널의 점유율은 파악할 수 없음. 이어서, 독일 내 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 두 번째로 높은 24.2%의 점유율을 보이는 채널임. 2022년 기준 한국은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 17.3%의 비중을 보임. 이어서 ‘온라인’의 경우 한국은 48.8%로 가장 높은 점유율을 보이지만, 독일은 12.8%의 점유율로 3위 유통채널인 것으로 나타남. 이외에도 백화점을 통해 한국은 17.8%, 독일은 1.8%의 유통이 이루어졌음을 확인함

[표 4.1] 독일 및 한국 연근부각 소매유통채널 점유율 비교



독일 및 한국 연근부각 소매유통채널 점유율 비교¹⁸⁾¹⁹⁾²⁰⁾²¹⁾

독일	유형	한국
43.3%	전문점	(-)
24.2%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	17.3%
12.8%	온라인	48.8%
1.8%	백화점	17.8%
15.2%	기타 ²²⁾	16.2%

자료: 스탯티스타(Statista)

18) ‘연근부각’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 상위 카테고리인 한국의 ‘식품’ 및 독일의 ‘일반 소매’ 정보를 확인함

19) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Retail revenue distribution in Germany from 2000 to 2021, by sales channel」, 2023.01

20) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Distribution of retail sales in South Korea in 2022, by channel」, 2023.02

21) 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

22) 기타는 할인점, 편의점을 포함함

2. 독일 연근부각 주요 유통채널 ① 에데카



기업 기본 정보	기업명	에데카(Edeka)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.edeka.de		
	위치	베를린(Berlin) 외		
	규모	매출액('22) • 662억 유로(94조 1,179억 원 ²³⁾ 기타 규모 • 매장 수('23): 6,051개 • 직원 수('23): 35만 명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 에데카 마켓(Market), 센터(Center), 익스프레스(Express) 등 다양한 형태의 매장 운영 • 약 3,700개의 공급업체 보유, 각 매장별 현지 공급업체와 계약 체결 • 에데카24(EDEKA24) 홈페이지를 통해 온라인 서비스 제공 • 독일 내 7개의 지역별 회사로 나누어 운영 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 소스류, 스낵류, 생활용품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.edeka.de) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 왼쪽 하단의 'Kontakt' 클릭 - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(회사명, 담당자명, 이메일 주소, 연락처 등) ② 문의 내용 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: info@edeka.de - 전화번호: +49-800-335-5211 		

자료: 에데카(Edeka)

사진 자료: 드림스타임(Dreamstime), 에데카(Edeka), 옥타라이트(Oktalite)

23) 1유로=1,421.72원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 독일 연근부각 주요 유통채널 ② 레베




기업 기본 정보	기업명	레베(Rewe)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.rewe.de	
	위치	베를린(Berlin) 외	
	규모	매출액('22)	• 848억 유로(120조 5,619억 원)
기타 규모		<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('23): 3,700개 • 직원 수('23): 38만 4,000명²⁴⁾ 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1926년 설립됨 • 레베(Rewe) 그룹의 자회사로, 이외에 레베시티(Rewe City), 레베센터(Rewe Center) 등 다양한 형태의 매장 운영 중 • 자사 유기농 브랜드 레베비오(Rewe Bio) 보유 • 상하이, 방콕, 홍콩 등 지역 구매 관리 본부를 통해 다양한 아시아 식품 수입 		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 유제품, 면류, 차(茶)류, 음료류, 소스류, 유아용품, 주방용품 등	
	선호 제품	• 유기농 식품, 신선식품, 패키징 형태의 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: bewerbung@rewe-group.com - 전화번호: +49-221-177-39-777 / +49-221-149-0 	

자료: 레베(Rewe)

사진 자료: 리테일디테일이유(RetailDetail EU), 레베(Rewe)

24) 레베그룹(Rewe Group) 리테일 부문 전체 직원 수


2. 독일 연근부각 주요 유통채널 ③ 카우플란드


기업 기본 정보	기업명	카우플란드(Kaufland)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.kaufland.de		
	위치	네카르줄름(Neckarsulm) 외		
	규모	매출액('22)		• 318억 유로(45조 2,107억 원)
		기타 규모		• 매장 수('23): 750개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1984년 첫 매장을 연 독일의 대형 슈퍼마켓 체인으로 크로아티아, 체코, 폴란드, 루마니아 등의 국가에서도 운영 중 • 일상 생활에 필요한 식품 및 상품 3만 개의 품목을 판매함 • 2020년 리얼(Real)의 온라인 상점을 인수하여 2021년부터 온라인 플랫폼도 운영 중 			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 유제품, 면류, 차(茶)류, 음료류, 소스류, 유아용품, 주방용품 등		
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 제품, 신제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 (unternehmen.kaufland.de) <ul style="list-style-type: none"> - Über Kaufland의 'Lieferanten'을 클릭 - 'Geschäftspartner werden'의 'Jetzt bewerben' 클릭 - 페이지 하단 문의 양식 작성 (beschaffung.schwarz/geschaeftspartner) - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 담당자 정보(담당자 주소, 담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소 등) ② 회사 정보(회사 이름, 창립 연도, 우편 주소, 전화번호, 등록 국가, 웹사이트 등) ③ 서비스 및 상품 정보 - 'Absenden' 클릭하여 제출 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: service@kaufland.de - 전화번호: +49-71-32 / +49-94-00 		

자료: 카우플란드(Kaufland)

사진 자료: 카우플란드(Kaufland), 구글맵(Google Maps)

2. 독일 연근부각 주요 유통채널 ④ 로스만

기업 기본 정보	기업명	로스만(Rossmann)	
	기업구분	H&B(드럭스토어)	
	홈페이지	www.rossmann.de	
	위치	부르크베델(Burgwedel) 외	
	규모	매출액('22) • 121억 5,000만 유로(17조 2,739억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 2,263개 • 직원 수('22): 3만 8,300명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1972년 설립됨 • 독일에 본사를 두고 있는 유럽 최대 규모의 H&B 드럭스토어 브랜드 중 하나 • 폴란드, 헝가리, 체코, 터키, 알바니아, 덴마크 등 다양한 국가에 진출한 다국적 기업 • 28개에 달하는 로스만 자체 브랜드 보유 		

매장정보	입점 가능 품목	• 의약품, 의약외품, 향수, 화장품, 위생용품, 유아용품, 건강식품, 식료품 등
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 제품, 신제품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 및 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 입점 희망 품목, 업체명, 업체 소재지(국가) ② 담당자 정보(담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호) ③ 업종 특징, 제안서 및 카탈로그 첨부 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +49-800-76-77-62-66 - 이메일: kundenservice@rossmann.de
-------------	---------------------	--

자료: 로스만(Rossmann)

사진 자료: 로스만(Rossmann), 차이시히(Zeissig)

2. 독일 연근부각 주요 유통채널 ⑤ 데엠드로게리

기업 기본 정보	기업명	데엠드로게리(Dm-drogerie)		
	기업구분	H&B(드럭스토어)		
	홈페이지	www.dm.de		
	위치	카를스루에(Karlsruhe) 외		
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> 99억 2,000만 유로(14조 1,035억 원)²⁵⁾ 	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('22): 2,069개 직원 수('22): 4만 3,000명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1973년 독일에서 설립됨 독일 최대 규모의 H&B 드럭스토어 브랜드 2008년 에리히하쉬(Erich Harsch)가 디엠(DM)을 인수함 온라인 쇼핑몰에서 주문 후 픽업 서비스를 이용할 수 있음 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 의약품, 의약외품, 향수, 화장품, 위생용품, 유아용품, 건강식품, 식료품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 브랜드 신뢰도가 높은 제품, 고객 수요가 높은 제품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +49-800-965-8633 - 이메일: servicecenter@dm.de 		

자료: 데엠드로게리(Dm-drogerie)

사진 자료: 데엠드로게리(Dm-drogerie), 시티파크로스톡(CITTI-PARK Rostock)

25) 2021/22 회계연도 기준

2. 독일 연근부각 주요 유통채널 ⑥ 고아시아

기업 기본 정보	기업명	고아시아(Go Asia)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.goasia.net	
	위치	베를린(Berlin) 외	
	규모	기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> • 직원 수('22): 150명 • 매장 수('23): 31개 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2009년 설립된 아시아 식료품 전문점으로, 한국, 일본, 중국산 제품 판매 중 • 온라인몰을 통해 50유로(71,086원) 이상 구매 시 무료 배송 서비스 제공 중 • 다양한 아시아산 수산물 관련 제품 및 스낵 판매 중 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 아시아산 제품, 건강한 제품, 즉석식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: service@goasia.net - 전화번호: +49-30-3988-2855 	

자료: 고아시아(Go Asia)

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

2. 독일 연근부각 주요 유통채널 ⑦ 와이마트

기업 기본 정보	기업명	와이마트(Y-mart)	
	기업구분	아시아마트/한인마트	
	홈페이지	www.Y-mart.de	
	위치	프랑크푸르트암마인(Frankfurt a.M.)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 독일 내 대형 한인마트로, 매장이 깔끔하고 다량의 물건이 구비되어 있음 제품의 90% 이상이 한국 제품으로 이뤄진 한인마트이며, 한국 신제품도 다수 구비되어 있음 2021년 11월부터 70유로(99,520원) 이상 온라인몰 주문 시 배송/배달/픽업 서비스 제공 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 육류, 냉동식품, 스낵류, 반찬류, 식기, 서적 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 한국 식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) - 이메일: online@y-mart.de - 전화번호: +49-69-3003-899-0 - 팩스: +49-69-3003-899-29 	

자료: 와이마트(Y-mart)

사진 자료: 와이마트(Y-mart), 구글맵(Google Maps)

2. 독일 연근부각 주요 유통채널 ⑧ 덴스비오마트

기업 기본 정보	기업명	덴스비오마트(Denn's Biomarkt)	
	기업구분	전문점	
	홈페이지	www.biomarkt.de	
	위치	베를린(Berlin) 외	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 520개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 독일 Dennree GmbH에서 운영하는 유기농 슈퍼마켓 체인점 2003년 독일 바이에른주 게레츠리트에 첫 매장을 오픈함 독일 최대 규모의 유기농 전문점 6,000개 이상의 유기농 제품, 신선한 과일, 지역 베이커리, 치즈, 육류 및 화장품 등 유기농으로 생산된 식품만 판매함 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 신선식품, 유기 가공식품, 유기농 스낵류, 화장품, 일반 의약품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 웹사이트 또는 유선 연락을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) 웹사이트: 홈페이지 내 하단 'Kontakt' 클릭 전화번호: +49-9295-18-1818, +49-9295-18-8555 	

자료: 덴스비오마트(Denn's Biomarkt)

사진 자료: 덴스비오마트(Denn's Biomarkt), 구글맵(Google Maps)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



1. 독일 연근부각 통관 및 검역 절차
2. 독일 연근부각 품질 인증
3. 독일 연근부각 라벨링
4. 독일 연근부각 성분 및 유해물질

1. 독일 연근부각 통관 및 검역 절차²⁶⁾

▶ 독일 연근부각 수출 시 통관 절차별 주요사항

독일은 유럽연합(EU: European Union)의 회원국으로 한국과 한-EU FTA를 맺고 있음. 독일로 연근부각 수출 시, HS CODE는 2005.99-5090으로 FTA 협정세율인 0%가 적용됨. EU 식품 위생 규정, 라벨링, 통관 검역 등에 관한 규정이 강화 추세이므로 현지 긴급 검역, 통관 지연 등을 방지하기 위해 수출 전 철저한 규정 숙지와 준비가 필요함

[표 5.1] 독일 연근부각 통관 검역 절차



자료: 관세청, EU 법령포털(EUR-LEX)

26) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

▶ 독일 연근부각 수출 시, 세관등록번호(EORI) 발급 必

독일에 식품 수출 시, 수출입업자, 운송업체 또는 세관 대리인은 모두 유럽연합(EU) 공동의 세관등록번호(EORI Number: Economic Operators Registration and Identification Number)를 취득하여 사용해야 함. 한 EU 국가에서 발급된 등록번호는 EU 공통 등록번호로 다른 EU 국가에서도 사용 가능함. 독일은 EU 회원국으로 농식품 검역 시 EU의 식품위생 규정, 라벨링, 통관 검역 등에 관한 규정을 따름. 고객사가 직접 통관을 하려는 경우, 한국이 비EU 회원국이기 때문에 독일 세관 당국에 EORI 번호 할당을 요청해야 함

[표 5.2] 유럽연합 경제사업자 등록 및 식별번호(EORI)

번호명	EORI	발급 성격	EU 내 수출입업체 식별번호
양식	국가코드 2자리 + SIRET 번호	발급 기관	해당 국가 관세 당국 또는 유럽연합 관세 당국
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> 독일 관세청 사이트(www.tullverket.se)에서 web form을 통해 온라인으로 신청 가능 신청받은 서류를 심사하여 EORI 번호 발급 		
소요기간	<ul style="list-style-type: none"> 신청 완료 시점으로부터 최대 30일 EORI 번호는 EU 회원국 통합이기 때문에 EU 국가 중 어느 한 국가에서 발급받은 경우 그 번호가 계속 유효하며 중복신청이 불가함 		

자료: 유럽연합 집행위원회, 독일 관세청

▶ 독일 연근부각, 품목분류 사전심사 신청 가능

독일로 연근부각 수출 시, 해당 제품의 정확한 품목분류를 위해 품목분류 사전심사(BTI: Binding Tariff Information)를 진행할 수 있음. 해당 사전심사의 경우, 수입을 진행하는 과정에서 필수적으로 부과되는 심사는 아니며, 적정 관세부과, 기타 수입 관련 규제 파악 등을 위해 수입 물품의 정확한 관세율표상 분류를 세관 당국에 사전 신청하여 그 결정을 받는 제도임. 또한, 해당 결정은 EU 역내국에서 3년간 유효한 것으로 통용됨

[표 5.3] 독일 BTI 품목분류 사전심사

적용 규제	<ul style="list-style-type: none"> • (EU) No 952/2013 규정에 대한 추가 규정 ‘COMMISSION DELEGATED REGULATION (EU) 2016/341’
심사 기관	<ul style="list-style-type: none"> • 통관을 진행하고자 하는 국가의 세관 • 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우, 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가의 세관
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> • BTI 신청 서류(서면 또는 트레이드 포털 통해 신청) <ul style="list-style-type: none"> - 여러 개의 제품인 경우, 각각의 제품 타입별로 별도 신청 - 이미지, 샘플(가능한 경우)을 포함한 자세한 제품 정보 기재 - 제공되는 정보는 정확하고 완전한 정보일 것
비용	<ul style="list-style-type: none"> • 무료 (단, 번역, 전문가 자문 등이 진행되는 경우, 해당 비용은 신청자에게 청구)

자료: 유럽연합 집행위원회, 독일 관세청

▶ 독일 연근부각, 국내 수출업체 AEO 등록 시 통관 혜택 多

수출입안전관리 우수공인업체(AEO: Authorized Economic Operator)란 수출입기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속통관, 세관검사 면제 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 동시에, 사회 안전과 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사비율이 축소되고, 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해짐. 또한, 각종 관세조사의 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 독일의 경우 AEO 제도 시행국가로 우리 수출 물품이 상대국 수입통관 시 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.4] 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업	
적용 대상	수출업체, 수입업체, 관세사, 보세구역 운영인, 보세운송업자, 화물운송주선업자, 하역업자, 선박회사, 항공사	
AEO 혜택	세관 혜택	<ul style="list-style-type: none"> 수입검사를 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택 AEO 제도 시행 국가들과 상호인정약정(MRA: Mutual Recognition Arrangement)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음
	경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> 타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경 폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌 통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음 AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음
	비용 절감	<ul style="list-style-type: none"> 수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음 내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함
신청방법	1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출	
	2단계(공인심사): 서류 심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내)	
	3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급 조정, 공인취소 및 유보 결정	
	4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준 유지 점검(통관 적법성 포함)	

자료: 관세청, 공인경제운영자(TW AEO)

2. 독일 연근부각 품질 인증

▶ 독일 연근부각, 유럽 식품안전청 식품안전관리제도 준수 필요

유럽 식품안전청 식품안전관리제도(European Food Safety Authority)는 EU의 식품안전기본법에 따른 식품 위생 기준, 라벨링 규정, 오염물질 허용 기준 등의 준수 여부를 확인하는 인증 제도임. 가공, 부분 가공, 비가공 등 모든 제품에 적용되며, 독일을 포함한 EU 역내국으로 수출 시 준수해야 하는 인증사항임

[표 5.5] 유럽 식품안전청 식품안전관리제도

	발행 및 검사기관	유럽 식품안전청 (EFSA: European Food Safety Authority)
	강제유무	필수
	제출 서류	인증 신청서
	비용	없음
	소요기간	없음
	절차	별도의 신청 절차는 없으나, 불시검사를 통해 EU 식품 관련 규칙 위반 시 수입거부 및 반송, 폐기될 수 있음

자료: 한국농수산물유통공사, 유럽 식품안전청(EFSA)

▶ 독일 연근부각, 필수 인증 無

독일로 연근부각 수출 시 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 다만, 식품 생산 안전 및 유기농 인증을 취득해 활용할 수 있음. 독일의 비건 공식 인증은 존재하지 않으나 과학적인 정보를 기반으로 오해를 불러일으키지 않는 한도 내에서 자율적으로 이에 관한 표기가 가능함. 독일 연방식품농업부(BMEL: Federal Ministry of Food and Agriculture)는 2025년까지 공공시설의 유기농 점유율을 20%까지 증가하는 등 친환경 장려 정책을 추진 중임. 또한, 유럽의 식품업체는 여러 민간 인증기관을 통해 비건과 유기농 로고를 부여받고 부착하는 상황이므로 관련 글로벌 인증 취득을 권장함

[표 5.6] 독일 연근부각 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	영국 소매업 협회 (BRC: British Retail Consortium Standard) 지정 인증기관	
비건 소사이어티 (The Vegan Society Trademark)	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	영국 비건 협회 (The Vegan Society) 또는 영국 비건 협회 한국 에이전트	
브이라벨 (V-Label)	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	유럽 채식주의 협회 브이라벨 공식 홈페이지	

자료: 각 인증기관

▶ **독일, ESG 경영 실천 식품인증**

유럽연합의 각종 환경 관련 규제가 강화되며, 식품기업의 ESG (환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)) 경영²⁷⁾에 대한 필요성이 증대함. 또한, ESG 경영을 실천하고 있음을 소비자에게 홍보하기 위한 식품인증을 취득하는 기업이 증가하고 있음. 대표적으로, 탄소저감라벨(Carbon Reduction Label), 공정무역 인증, 비콥 인증(B Corp) 등이 있음

[표 5.7] 독일 연근부각 인증 취득

탄소저감라벨	공정무역 인증	비콥(B Corp) 인증
		

자료: KATI농식품수출정보, 에코라벨 인덱스(Ecolabel Index), 페어트레이드 인터내셔널(Fairtrade International), 베네픽 코퍼레이션(Benefit Corporation)

27) 기업의 친환경 경영(E), 사회적 책임(S), 투명한 경영·지배구조(G)를 지향함으로써 지속가능한 발전을 추구하는 것

▶ 독일 뉴트리-스코어 사용 가능

독일은 유럽연합의 회원국으로 유럽연합의 농식품 수입 규정과 표준을 따르고 있으나, 독일이 국내에 추가로 적용하는 규정과 표준이 있음. 그 예시로는 뉴트리-스코어, 포장재 폐기물 재활용, 유럽연합 기준과 조화되지 않은(not yet harmonized) 특정 오염물질/제품 조합의 최대치가 있음. 뉴트리-스코어(Nutri-Score)는 프랑스에서 개발된 자발적인 추가 영양성분 표시 시스템으로, 소비자가 더 건강한 식료품을 구입할 수 있도록 도와줌. 제품 100g당 설탕, 지방, 섬유질, 단백질 등 성분을 종합하여 5단계의 점수를 부여함. 2020년 11월 6일부터 독일에서 판매되는 식품에는 뉴트리-스코어 시스템을 자율적으로 선택하여 사용할 수 있음²⁸⁾

[표 5.8] 뉴트리-스코어 사용 방법

목적	<ul style="list-style-type: none"> • (소비자) 영양정보에 대한 이해 촉진 및 정보에 입각한 제품 선택 장려 • (산업계) 보다 건강한 제품 제조 장려
표시 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자 식품 정보에 관한 규정 (EU) No 1169/2011에 따른 의무 영양표시 대상 식품 - 아로마 허브, 차, 커피, 효모 등 제외한 모든 가공식품
표시 제외 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자 식품 정보에 관한 규정 (EU) No 1169/2011 부록 5호에 규정된 의무 영양표시 대상 제외 식품 - 비가공식품(예: 신선채소, 꿀), 0~3세 영유아용 식품 등
표시 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 수직 버전이 기본이며 포장 전면 하단 1/3에 배치 • 로고 너비 = (포장 길이 + 포장 너비) / 10 • 로고 너비 최소 17mm, 최대 45mm

자료: 식품안전정보원 글로벌식품법령기준규격정보시스템

28) 독일 유로저널, 「독일, 건강한 식생활에 도움을 주는 뉴트리-스코어 기준 변경」, 2022.07.31

[표 5.8] 뉴트리-스코어 사용 방법

<p>등록 주체</p>	<ul style="list-style-type: none"> 식품 생산업자 또는 유통업자
<p>등록 방법</p>	<ul style="list-style-type: none"> 관련 사이트 (www.demarches-simplifiees.fr/commencer/ns_international_registration_procedure)를 통해 등록 후 무료 사용
<p>등급 부여 방법</p>	<ul style="list-style-type: none"> 제품 100mg 또는 100ml당 좋지 않은 성분과 좋은 성분의 각 항목별 점수를 토대로 산출된 최종점수에 따라 A~E등급 부여 좋지 않은 성분(0-40점) - 좋은 성분(0-15점) = 최종점수 A: -1 이하 / B: 0~2 / C: 3~10 / D: 11~18 / E: 19 이상 좋지 않은 성분: 열량(KJ), 설탕(g), 포화지방산(g), 나트륨(g) - 점수: 각 0-10점(총 40점) 좋은 성분: 과일·채소·콩류·견과류·과일껍질·특정오일(유채, 호두유, 올리브유)(%), 섬유질(g), 단백질(g) - 점수: 각 0-5점(총 15점)
<p>표시 형태</p>	 <p>The image shows five examples of the Nutri-Score logo, each consisting of a row of five colored circles labeled A, B, C, D, and E. The colors are: A (green), B (yellow-green), C (yellow), D (orange), and E (red). The first logo has 'A' highlighted in green. The second has 'B' highlighted in yellow-green. The third has 'C' highlighted in yellow. The fourth has 'D' highlighted in orange. The fifth has 'E' highlighted in red. Below the logos is a horizontal double-headed arrow with a green circle containing a '+' sign on the left and a red circle containing a '-' sign on the right, indicating the direction of the score scale.</p>

자료: 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템

▶ **독일 연근부각, 포장재 안정성 확인 권장**

EU는 플라스틱 쓰레기 문제를 해결하기 위해 대체가능한 소재가 있는 일회용 플라스틱의 시판을 금지하고 있음. 2019년 6월, Directive (EC) 2019/904 「환경을 위한 특정 플라스틱 제품 영향 저감에 관한 지침(이하 플라스틱 지침)」을 제정해 유럽 해변에서 가장 많이 발견되는 일회용 플라스틱 제품 상위 10개와 어구를 제한함. 각 규정은 순차적으로 적용되고 있으며, 유럽 내 식품유통업계는 단계적으로 대체 포장재를 개발해 사용하고 있음. 앞으로도 플라스틱 사용 규제가 강화될 것으로 보임에 따라, 환경문제 소지가 있는 제품의 일회용 플라스틱 용기에 대한 사용 제한 규정을 숙지해 대비할 필요가 있음

[표 5.9] 식품 포장재와 관련된 유럽 플라스틱 지침

규정	<ul style="list-style-type: none"> • Directive (EU) 2019/904
정의	<ul style="list-style-type: none"> • 플라스틱: 천연 폴리머를 제외한 첨가제나 Regulation (EC) No 1907/2006의 3조 5항에 정의된 폴리머로 구성된 재료 • 일회용 플라스틱 제품: 전체 또는 일부가 플라스틱으로 만들어지고 재활용을 위해 생산자에게 반품되어 수명이 다할 때까지 여러 차례 순환하도록 고안 또는 설계되지 않은 제품 • 어구: 어업 또는 양식업에 사용되어 해양 생물 자원을 포획하거나 그와 관련된 모든 장비 • 산화분해성 플라스틱: 산화를 통해 플라스틱 재료를 미세 조각으로 분해하거나 화학적 분해를 일으키는 첨가제를 포함하는 플라스틱 재료 • 생분해 플라스틱: 물리적, 생물학적 분해를 거쳐 최종적으로 이산화탄소, 바이오매스 및 물로 분해될 수 있는 플라스틱. 유럽 포장 표준에 따라 퇴비화 또는 혐기성 소화를 통해 회수될 수 있음
지침 지정 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 면봉 막대 • 식품 용기 • 음료 컵(뚜껑 포함) • 식기 도구, 접시, 빨대, 음료 젓는 막대 • 풍선, 풍선 막대 • 판매용 음료 용기(겉 포장지와 뚜껑 포함) • 담배꽂초 • 비닐봉지 • 포장물 및 포장지 • 물티슈, 위생용품

자료: EU 법령포털(EUR-LEX), 「Directive (EU) 2019/904」

[표 5.9] 유럽 플라스틱 포장재 규제 사항

규정 목록	<ul style="list-style-type: none"> • 제4조 일회용 플라스틱 소비 저감 • 제5조 시판(시장 출시) 제한 • 제6조 제품 요구사항 • 제7조 제품 표시 요건 • 제8조 생산자 책임 확대 • 제9조 분리수거 강화 • 제10조 소비자 인식 제고 조치
주요사항	<ul style="list-style-type: none"> • 회원국은 일회용 플라스틱, 산화분해성 플라스틱 소재의 제품을 시판하는 것이 금지됨 • 시장에 대체품이 나와 있는 제품들을 선별하여 시장 출시를 금지하고 있음 • 플라스틱 쓰레기를 줄이기 위해 소비자에게 정보를 제공하고 책임 있는 소비자 행동을 장려하도록 지정 품목에 대한 조치를 취해야 함 • 일회용 플라스틱 제품의 적절한 폐기물 관리 방법, 그 제품이 피해야 하는 폐기물 처리방법, 제품의 플라스틱 함유 여부, 해당 제품을 쓰레기로 버리거나 다른 부적합한 폐기물 처리방법을 사용하는 경우 자연환경에 미치는 부정적인 영향에 대해 소비자가 알 수 있도록 눈에 띄고 편안하게 읽을 수 있으며 지워지지 않도록 표시해야 함

자료: EU 법령포털(EUR-LEX), 「Directive (EU) 2019/904」

3. 독일 연근부각 라벨링²⁹⁾³⁰⁾

[표 5.10] 독일 연근부각 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> 상표와 브랜드는 표기할 수 있으나 상품명으로 사용 불가함 정식 명칭으로 기재하되, 필요한 경우 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용해야 함
	2. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> 원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 백분율과 함께 표시 면의 경우, ‘면’ 문자 다음에 괄호를 붙여 ‘밀가루’, ‘메밀’, ‘달걀가루’, ‘소금’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시 스프 및 조미료의 경우, ‘닭고기 추출물’, ‘간장’, ‘향신료’, ‘파’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시 완제품의 5% 이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재할 것 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기 알레르기 유발 성분은 강조해서 표기
	3. 첨가물	<ul style="list-style-type: none"> 가공보조제, 캐리-오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능함 중량 비율이 높은 순서대로 표시
	4. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> 무게 단위로 ‘킬로그램’ 또는 ‘그램’으로 표시 부피 단위는 ml(밀리리터), cl(센티리터), l(리터) 중 하나를 표시
	5. 보관방법	<ul style="list-style-type: none"> 제품이 특별한 보관 상태 또는 사용 상태를 요구할 때는 이러한 상태를 명시 필요한 경우 개봉 후 적절한 보관방법과 소비를 위한 제한 시간을 함께 기재
	6. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 최종 제품의 원산지와 최종 제품에 포함된 주요 성분의 원산지가 다른 경우에는 해당 주원료의 원산지를 기재하거나 ‘(주원료)는 (최종 제품의 원산지)에서 유래하지 않음’을 기재 위원회 실시 규칙(EU) 2018/775에 따라서 최종 제품의 원산지가 표기되어 있지 않고 원산지 국기 등이 패키지에 표시되어 있는 경우에는 규제 대상임
	7. 조리방법	<ul style="list-style-type: none"> 조리 예시가 없어서 적절한 식품의 사용이 불가능한 경우, 사용법을 명시하여 소비자들이 제품을 적절히 사용
	8. 사업자 정보	<ul style="list-style-type: none"> 식품 정보 제공에 책임이 있는 회사명을 기재하는 것이 원칙 만일 그 회사가 유럽연합 내에 설립된 것이 아니라면, 유럽연합 영내로 수입하는 수입업체를 기재

자료: EU 법령포털(EUX-LEX)

29) EU 전체의 지침 및 규정을 기반으로 하며, 모든 EU 회원국에게 적용됨

30) EU 법령포털(EUR-LEX), 「소비자에 대한 식품 정보 제공에 관한 규정」(EU) No 1169/2011

[표 5.10] 독일 연근부각 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	9. 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 의무 기재사항: 열량, 지방 함량, 포화지방 함량, 탄수화물 함량, 설탕 함량, 단백질 함량, 소금 함량 • 의무 기재사항은 포장지 겉면에 눈에 띄게 표로 만들어 한눈에 다 들어오도록 표시해야 함. 포장지 겉면에 충분한 공간이 없을 경우, 단순한 일직선의 형태로 영양 정보를 기재. 영양 정보는 제품 100g 또는 100ml를 기준으로 표시(예: 100g당 나트륨 1g). 영양 정보는 비율(%)로 표시할 수 있으며, 성인 일일 영양 권장량과 함께 표시 가능(권장 영양소 함량은 100g 또는 100ml 당, 또는 비율(%)로 표시) • 선택 기재사항: 불포화지방 함량, 폴리올 함량, 전분 함량, 식이섬유 함량, 비타민 또는 미네랄 함량 • 영양 정보는 100g 또는 100ml 기준으로 표기할 것
	10. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’를 기재 • 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’를 기재
	11. 알레르기 유발물질	<ul style="list-style-type: none"> • 명시된 성분 또는 가공보조제 또는 이들 성분에서 유래한 물질로, 식품 제조 또는 손질 과정에서 사용되고 어떠한 변형된 형태로든 완제품에 남아있다면 반드시 제품 성분 리스트에 포함 • 다른 성분들과 구분하여 강조할 때는 ‘Contains’라는 표현 다음에 알레르기 항원 인자 성분을 표기 • 유럽연합 표시대상 알레르기 유발물질: ①글루텐 함유 곡물, ②갑각류, ③난류, ④어류, ⑤땅콩, ⑥대두, ⑦대두, ⑧견과류, ⑨셀러리, ⑩겨자, ⑪참깨, ⑫이산화황 및 아황산염(10mg/kg 이상) ⑬루핀, ⑭연체동물
	12. 제조 번호 (Lot 번호)	<ul style="list-style-type: none"> • 동일한 조건에서 생산, 제조, 포장된 동일 식품군에 속한 판매 개체들의 총체로, 소비자가 사전포장 식품 원산지를 추적 가능 • 다른 라벨 문구들과 분명하게 구분되는 경우를 제외하고 L로 시작 • 단, 유통기한이 라벨에 표시된 경우 제조 번호는 의무 기재사항이 아님
	13. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 • 스티커 형태의 라벨 부착이 가능함 • 유럽연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능함
	14. 글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> • 글자 크기는 최소 1.2mm 이상이어야 함 • 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자 크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함

자료: EU 법령포털(EUX-LEX)

▶ 독일 연근부각 라벨 샘플



[뒷면 라벨링]

[뒷면 - 독일어, 영어, 중국어]

- ① 我是白白吃痛的脆片(纯正芥末味) 55g
- ② Lotus Root Chips(Mustard flavor) 55g - 79897
- ③ Lotuswurzel Chips mit Wasabi Geschmack 55g(mit Zucker und Süßstoff)
- ④ Zutaten: Lotuswurzel, Reisöl, Würzmischung[Weißzucker, Speisesalz, Mononatriumglutamat, Wasabipulver, Maltodextrin, SOJAsaucenpulver, Geschmacksverstärker (E639, E635, essbare Essenz)].
- ⑤ Lagerung: Kühl und trocken lagern. Vor Sonnenlicht sowie Wärme schützen.
- ⑥ Nettogewicht: 55g
- ⑦ Product of/ Produkt aus: China
- ⑧ Importer/Importeur: ORIENT MASTER GMBH, Kantstraße 101, 10627 Berlin, Deutschland

[뒷면- 국문]

- ① 괜히 과자를 먹는 게 아니다(순수 겨자 맛) 55g
- ② 연근칩(겨자 맛) 55g - 79597
- ③ 고추냉이 맛 연근칩 55g(설탕, 감미료 첨가)
- ④ 원재료명: 연근, 쌀기름, 조미료 혼합물[백설탕, 식염, 글루타민산나트륨, 와사비분말, 말토덱스트린, 간장 분말, 향미증진제(E639, E635, 식용유)].
- ⑤ 보관: 서늘하고 건조한 곳에 보관하십시오. 햇빛과 열로부터 보호하십시오.
- ⑥ 순중량: 55g
- ⑦ 제품 출처: 중국
- ⑧ 수입업체/수입업체: ORIENT MASTER GMBH, Kantstrasse 101, 10627 베를린, 독일

⑨ Tel: +49 30 39777-202

⑩ www.goasia.net

⑪ Best before/Mindestens halbar
bis: 30/11/2023

⑫

Nährwertangaben	pro 100g
Brennwert	2172 kJ/519 kcal
Fett	34.7g
- davon gesättigte Fettsäuren	6.36g
Kohlenhydrate	42g
- davon Zucker	4.36g
Eiweiß	6.36g
Salz	1.8 g

⑨ 전화: +49 30 39777-202

⑩ www.goasia.net

⑪ 유통기한: 2023년 11월 30일

⑫

영양성분표	100g당
열량	2172 kJ/519 kcal
지방	34.7g
- 그 중 포화 지방산	6.36g
탄수화물	42g
- 그 중 설탕	4.36g
단백질	6.36g
소금	1.8 g

4. 독일 연근부각 식품첨가물

▶ 식품첨가물

EU는 (EC) No. 1333/2008에 의해 식품첨가물 기준치를 규정하고 있음. ‘EUR-LEX’는 EU의 기존 조약, 현행 법령 및 유럽법원의 판례를 검색할 수 있는 사이트로, 식품별 첨가물 규정을 상세하게 공시함. EU의 식품첨가물 목록에 등재되어 있지 않은 첨가물은 EU 위원회의 사용허가를 받아 E-번호를 부여받은 후에만 사용이 가능함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 독일을 포함한 EU의 식품첨가물 기준의 일부이며, 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.11] 고객사 연근부각에 적용 가능한 독일 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품유형
1	아라비아 검 (아카시아 검)	Gum Arabic (Acacia gum)	GMP ³¹⁾ (미니캡 젤리에는 사용 불가)	감자, 곡물, 밀가루 및 전분 기반 스낵
2	아세설팜 칼륨	Acesulfame Potassium	350mg/L ormg/kg	
3	안식향산	Benzoic Acid	단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg	
4	칼슘 락테이트	Calcium Lactate	GMP	
5	아르곤	Argon	GMP	즉석섭취 세이보리 및 스낵
6	안식향산칼슘	Calcium Benzoate	단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg	
7	안식향산칼륨	Potassium Benzoate		
8	질소	Nitrogen	GMP	곡물 및 곡물 가공품
9	소르빈산칼륨	Potassium Sorbate	단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg	
10	사카린	Saccharin	단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg	

자료: KATI농식품수출정보

31) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ 유해물질

독일을 포함한 EU 회원국은 (EC) No. 2073/2005에 의하여 식품 중 미생물에 관하여 규정함. 또한, (EC) No. 1881/2006에 의해 식품 중 오염에 관하여 규정하고 있음. 이 규정들을 준수한 식품만이 EU의 식품 시장에서 유통 가능함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 독일 유해물질 규정 중 일부임. 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.12] 고객사 연근부각에 적용 가능한 독일 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품유형
1	비소	Arsenic(As)	0.25 mg/kg(wet weight)	익힌 쌀 및 현미
2	아크릴아마이드	Acrylamide	350µg/kg (과자, wafers: 얇고 바삭하게 구운 과자)	쌀웨이퍼
			400µg/kg (감자를 원료로 한 과자 제외)	감자스낵, 곡물스낵, 밀가루 또는 전분을 기반으로 한 스낵
			350µg/kg (Crispbread: 밀, 귀리를 원료로 한 얇은 비스킷)	비스킷
3	다이옥신과 폴리염화비페닐	Dioxins and PCBs	Sum of dioxins=0.75pg/g fat / Sum of dioxins and dioxin-like PCBs=1.25pg/g fat / Sum of PCB28, PCB52, PCB101, PCB138, PCB153, PCB180=40ng/g fat	식물성 유지
4	3-모노클로로프로판디올(3-MCPD) 및 3-MCPD 지방산 에스테르의 합, 3-MCPD로 표현	Sum of 3-monochloropropanediol(3-MCPD) and 3-MCPD fatty acid esters, expressed as 3-MCPD	750mg/kg(wet weight)	식물성 유지, 어류오일(어유) 및 기타 해산물오일, 영아용 식품 및 가공 곡물 기반 영유아용 식품 제조용

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

독일은 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대해 철저한 표기를 규정함. 특정 알레르기 유발물질은 반드시 라벨에 표기해야 함. 또한, 성분 대부분을 차지하는 비율 순서로 포장 라벨에 기록돼야 하며 소량이라도 반드시 표기해야 함. 알레르기 유발물질 보유 사실을 누락한 식품에 대해서는 경고 및 리콜 조치가 적용됨

[표 5.13] 독일 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 포함한 곡물
2	의무	갑각류
3	의무	계란
4	의무	어류
5	의무	땅콩
6	의무	대두
7	의무	우유(유당 포함)
8	의무	견과류
9	의무	셀러리
10	의무	겨자
11	의무	참깨
12	의무	이산화황
13	의무	루핀
14	의무	연체동물

자료: EU 법령포털(EUR-LEX)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 나누코(Nanuko)
2. 리폼하우스(Reformhaus)
3. 로스만(Rossmann)

Interview ①

32)

나누코(Nanuko) Owner

나누코
(Nanuko)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 라이허저 베르프스트르에 위치한 소매업체
 - 취급 품목: 스낵, 초밥, 소스, 페이스트, 채소, 냉동 제품, 청량음료 등
 - 온라인, 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Owner

Q. 독일 내 쌀 스낵이나 부각 제품에 대한 인지도 및 수요는 어느 정도인가요?

독일에서 부각의 인기는 제한적이며 독일 시장에서 판매되는 쌀 과자의 종류도 한정되어 있습니다. 이러한 스낵은 독일 소비자들 사이에서 인기가 높은 편은 아니지만, 분명한 수요가 있습니다. 또한, 현재 독일에서 글루텐프리 제품에 대한 트렌드가 증가하고 있기에 관련한 제품이 곧 더 많은 관심을 받을 수 있을 것입니다.

Q. 한국 부각과 비슷한 독일 전통 음식이 있나요?

독일 내 한국 부각과 가장 비슷한 음식은 독일식 감자전인 카토펠푸퍼(Kartoffelpuffer)입니다. 하지만 소비자들의 건강에 대한 인식이 높아지면서 해당 제품에 대한 수요는 제한적입니다. 최근 소비자들은 튀김 요리를 잘 먹지 않지만, 맛과 풍미를 위해 때때로 비슷한 제품을 섭취합니다.

Q. 연근부각 외에도 김, 미역, 다시마, 고추, 우엉, 서리태 콩 등의 원재료로 제조한 부각 제품이 독일에서 인기가 있을 것 같은지 이유와 함께 말씀해 주세요.

최근 독일 소비자들은 건강한 스낵에 관심을 두고 있어 건강상의 이점을 제공하는 스낵은 독일 시장에서 우위를 점할 수 있습니다. 특히 해조류에 대한 관심이 높으며, 이를 기반으로 한 스낵은 건강상의 이점으로 인해 인기를 얻을 것입니다.

Q. 만약 부각 제품을 추가로 개발한다면, 독일에서 인기가 있을 것 같은 채소를 언급하고 그 이유를 제시해 주세요.

독일에서는 케일, 브로콜리 등의 채소가 대중적이기 때문에 해당 채소로 만든 부각이 현지 시장에 쉽게 침투할 수 있을 것입니다. 현지 소비자들은 채소에 대한 인식이 높고 맛에 친숙합니다.

Q. 연근부각 제품을 독일로 수출할 경우, 유통채널을 추천하고 그 이유와 함께 추천해 주세요.

독일에서 쌀 스낵 제품에 적합한 유통채널은 슈퍼마켓, 대형마트, 건강식품 전문점, 온라인 마켓, 편의점 등입니다. 예를 들어, 건강식품 전문점에서는 전 세계의 이국적인 스낵을 판매하는 경우가 많으며, 소비자들은 새롭고 독특한 스낵을 찾기 위해 이러한 전문점을 자주 방문합니다. 또한, 온라인 마켓은 많은 소비자들이 편리하고 쉽게 접근할 수 있는 형태이기에 진출 시 유리한 점이 있습니다.

Q. 독일에서 연근부각 제품을 홍보하기에 가장 적합한 타깃층은 누구인가요?

독일은 유럽에서 비건 인구가 빠르게 증가하고 있는 국가 중 하나이며 플렉시테리언의 개념이 증가하고 있습니다. 이로 인해, 연근부각 제품은 채식주의자, 비건, 플렉시테리언 사이에서 인기 있는 선택이 될 수 있습니다. 비건 외에도 젊은 소비자들은 건강하고 영양가 높은 간식을 찾는 데 관심이 있습니다. 또한, 이러한 제품 수요는 도시 거주자들 사이에서 더 높습니다.

Q. 독일에서 연근부각 제품을 마케팅하기 위한 효과적인 전략과 방법을 제안해주세요.

독일에서 연근부각 제품을 성공적으로 판매하기 위한 마케팅 방법은 여러 가지가 있습니다. 첫째, 무엇보다도 글루텐프리, 비유전자변형식품, 저칼로리 등의 특징을 제품에 명확하게 표시하는 것이 건강에 관심이 많은 소비자들을 끌어들이는 데 큰 도움이 됩니다. 둘째, 소비자들 사이에서 브랜드 평판을 높이기 위해 방문객에게 무료로 샘플을 제공하는 식품 이벤트를 개최해야 합니다. 셋째, 최근에는 제품 홍보를 위해 소셜 미디어를 사용하는 것이 일반화되었으므로 연근부각 제품 홍보를 위해 디지털 마케팅을 사용하는 것이 좋습니다.

Interview ②

33)



리폼하우스
(Reformhaus)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1927년 설립
 - 쾰른에 위치한 소매업체
 - 취급 품목: 식료품, 영양 보충제, 천연 화장품, 개인 위생용품 등
 - 온라인, 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Sales Manager

리폼하우스(Reformhaus) Sales Manager

Q. 독일 내 쌀 스낵이나 부각 제품에 대한 인지도 및 수요는 어느 정도인가요?

독일에서는 건강 및 식습관 트렌드 변화로 인해 쌀로 만든 스낵이 인기를 얻고 있습니다. 건강에 민감한 소비자들은 고칼로리 스낵을 피하고 있으며, 쌀은 글루텐이 없고 지방 함량이 비교적 낮다는 점에서 소비자를 끌어들이고 있습니다. 또한, 비건 스낵에 대한 트렌드가 증가하고 있으며 소비자는 천연 재료를 찾고 있습니다. 이와 관련하여 독일 내 쌀 스낵의 인지도 및 수요는 증가하는 추세입니다.

Q. 한국 부각과 비슷한 독일 전통 음식이 있나요?

한국의 부각과 비슷한 독일 전통 음식은 튀긴 감자 요리인 브랏카르토피른(Bratkartoffeln)과 감자 부침 요리인 라이버닷치(Reiberdatschi)가 있습니다. 두 제품 모두 바삭하고 원재료를 튀긴다는 점에서 한국 부각과 비슷합니다.

Q. 연근부각 외에도 김, 미역, 다시마, 고추, 우엉, 서리태 콩 등의 원재료로 제조한 부각 제품이 독일에서 인기가 있을 것 같은지 이유와 함께 말씀해 주세요.

독일 내 미역, 김, 다시마 등 다른 원재료도 잘 알려져 있으므로 같은 브랜드에서 여러 제품을 출시하는 것은 이상적입니다. 현지 소비자에게 다양성을 제공하는 것이 좋습니다. 미역, 다시마, 미역의 인기는 단기간에 브랜드 신뢰도를 높이는 데 도움이 될 것입니다. 독일에서 제품을 출시할 때 맛과 건강 요소를 강조해야 합니다.

Q. 만약 부각 제품을 추가로 개발한다면, 독일에서 인기가 있을 것 같은 채소를 언급하고 그 이유를 제시해 주세요.

독일에서 인기 있는 채소로는 호박, 당근, 콜리플라워 등이 있습니다. 이러한 채소로 새로운 부각 제품 개발을 시도해 제품을 생산, 판매한다면 인기를 얻을 수도 있습니다.

Q. 연근부각 제품을 독일로 수출할 경우, 유통채널을 추천하고 그 이유와 함께 추천해 주세요.

전문점, 편의점, 소매 슈퍼마켓은 독일 시장에서 연근부각 제품을 판매하기에 가장 좋은 플랫폼입니다. 소비자가 일상적으로 이러한 상점을 매우 자주 방문하기 때문입니다. 이 외에도 독일에서 온라인 쇼핑 트렌드가 증가하고 있으므로 아마존과 같은 온라인 시장에서 연근부각을 판매하는 것이 효과적일 수 있습니다.

Q. 독일에서 연근부각 제품을 홍보하기에 가장 적합한 타깃층은 누구인가요?

건강에 관심이 있는 소비자들 사이에서는 건강한 스낵 소비가 더 높게 나타납니다. 독일 소비자들은 전반적으로 건강에 관한 관심이 높고, 특히 밀레니얼 세대와 Z세대 내 그러한 관심이 높습니다. 또한, 저칼로리 스낵에 대한 운동 애호가들의 소비가 급증하고 있습니다. 따라서 제품의 건강상의 이점과 칼로리가 낮다는 특징을 강조하여 홍보하는 것이 독일 내 건강에 관심이 있는 소비자들을 타깃하기 적합합니다.

Q. 독일에서 연근부각 제품을 마케팅하기 위한 효과적인 전략과 방법을 제안해 주세요.

연근부각 제품에 대한 마케팅 전략으로 4가지 정도가 있습니다. 첫째, 지역 슈퍼마켓, 편의점, 온라인 마켓 등과 협력하는 것이 제품의 가용성을 확대하는 데 도움이 될 것입니다. 둘째, 제품의 가격과 품질도 중요하므로 맛, 향, 성분 등을 소홀히 하지 않으면서 합리적인 가격으로 독일 시장에서 제품을 판매해야 합니다. 셋째, 적절한 포장과 라벨링도 중요한 측면입니다. 정확한 라벨링과 적절한 포장은 건강에 민감한 소비자를 포함한 모든 종류의 소비자를 확보하는 데 도움이 됩니다. 넷째, 식품 관련 유통업체와 도매업체가 참여하는 식품 이벤트에 참여해 제품을 소개할 기회를 가지는 것이 좋습니다.

Interview ③

34)



로스만(Rossmann) Manager

로스만 (Rossmann)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1972년 설립
 - 부르크베델에 위치한 소매업체
 - 취급 품목: 건강 제품, 식료품, 동물 제품, 가정용품, 스킨케어 및 향수, 메이크업 제품 등
 - 온라인, 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보 Manager

Q. 독일 내 쌀 스낵이나 부각 제품에 대한 인지도 및 수요는 어느 정도인가요?

독일에서 여러 브랜드가 쌀을 베이스로 한 다양한 스낵을 판매하고 있습니다. 독일 소비자들은 쌀 스낵의 맛을 잘 알고 있어 여러 브랜드가 독일 시장에서 좋은 성적을 거두고 있습니다. 쌀 스낵의 가장 큰 장점은 유당과 글루텐을 포함한 알레르기 유발 물질이 없다는 점입니다. 이는 건강 관점에서 제품이 대부분의 소비자들에게 적합하다는 것을 의미합니다. 또한, 쌀을 베이스로 한 스낵은 바삭바삭하고 맛이 좋아 소비자들에게 좋은 인상을 주고 있습니다. 전반적으로 독일 소비자들은 건강에 좋은 스낵, 특히 천연 재료로 만든 스낵을 높이 평가하고 있습니다.

Q. 연근부각 외에도 김, 미역, 다시마, 고추, 우엉, 서리태 콩 등의 원재료로 제조한 부각 제품이 독일에서 인기가 있을 것 같은지 이유와 함께 말씀해 주세요.

언급된 모든 제품은 독일 시장에서 인기가 있을 수 있습니다. 우선, 비건 제품이 증가하는 추세이며, 언급된 모든 제품은 건강 관점에서 볼 때 다른 재료들보다 더 건강한 옵션입니다. 또한, 제품의 맛과 관련하여 소비자에 따라 개인적인 취향 차이가 있을 수 있으므로 다양한 맛의 제품을 제공하는 것은 매우 좋습니다.

Q. 만약 부각 제품을 추가로 개발한다면, 독일에서 인기가 있을 것 같은 채소를 언급하고 그 이유를 제시해 주세요.

독일 소비자들은 양배추, 감자, 당근, 피망, 아스파라거스 등 다양한 채소를 좋아하므로 이런 재료들이 부각에 모두 적합할 것입니다. 소비자가 주로 고려하는 사항은 제품의 성분, 칼로리, 인증 등이므로, 위의 재료들을 사용한 제품이라면 더더욱 인기가 있을 것으로 예상합니다.

Q. 독일로 연근부각 제품을 수출할 경우, 유통채널을 추천하고 그 이유와 함께 추천해 주세요.

독일 내 연근부각 제품을 유통할 수 있는 다양한 유통채널이 있습니다. 예를 들어 온라인 플랫폼은 여러 브랜드를 이용할 수 있고 가격이 저렴하며 주문이 편리하기에 독일 소비자들 사이에서 인기가 높습니다. 슈퍼마켓, 아시안 마트, 전문점 또한 중요한 유통채널입니다. 수입업체가 제품을 지역 도매상에 공급하거나 때로는 슈퍼마켓이나 기타 소매 체인점에 직접 공급할 수도 있으며, 자체 온라인 매장을 운영하는 방법도 있습니다.

34) 사진 자료: 로스만(Rossmann)

Q. 독일에서 연근부각 제품을 홍보하기에 가장 적합한 타깃층은 누구인가요?

독일 내 연근부각 제품의 주요 소비자는 건강을 생각하는 소비자, 글루텐 과민증 소비자, 가족과 함께 간식을 자주 섭취하는 소비자, 칼로리를 걱정하는 소비자 등입니다. 또한, 전문직 종사자들은 활력을 유지하기 위해 간식 섭취하는 것을 좋아하기에 적합한 타깃층이 될 수 있습니다.

Q. 독일에서 연근부각 제품을 마케팅하기 위한 효과적인 전략과 방법을 제안해주세요.

독일 내 연근부각 제품을 마케팅하기 위한 목적으로 확고한 고객 기반을 보유하고 있는 슈퍼마켓, 대형마트, 전문점 등 현지 소매업체와 제휴를 맺는 것을 추천합니다. 이러한 협력이나 파트너십은 독일 내 연근부각 제품의 판매를 늘리는 데 매우 중요합니다. 또한, 연근부각 제품 홍보를 위해 현지 음식, 건강, 웰니스 관련 인플루언서와 협력하는 것도 좋은 방법입니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점



시장수요



독일 제과 및 스낵 시장규모는 향후 5년간 4.1%씩 증가할 것으로 전망되고, 스낵 시장규모는 향후 5년간 4.3%씩 증가할 것으로 전망됨. HS CODE 2005.99의 독일 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 5.2%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 지난 5년간 24.5%씩 증가함. 한편, 2022년 기준 독일의 연근부각 수입 국가들 중 수입규모 1위국인 네덜란드의 연평균성장률은 11.2%로 높은 성장세를 기록함

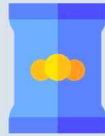
수입유통업체 인터뷰 결과, 독일에서는 건강 및 식습관 트렌드 변화로 인해 쌀로 만든 스낵이 인기를 얻고 있는 것으로 확인됨. 건강에 민감한 소비자들을 고칼로리 스낵을 피하고 있으며, 글루텐프리 제품인 쌀 스낵 제품을 찾고 있음. 이를 통해 독일 내 연근부각을 포함한 쌀 스낵 제품의 인지도 및 수요가 전반적으로 증가하는 추세임



독일 온라인 쇼핑물 연근부각 경쟁제품

소비 특징 ①

독일 연근부각 시장 내 쌀과자 인기 높음



독일 온라인 쇼핑물 판매 연근부각 경쟁제품 키워드 분석 결과, 쌀과자가 가장 인기가 많은 것으로 확인됨. 이어서 빵이나 떡, 쿠키, 뽕튀기 등의 제품들이 수요가 있는 것으로 파악됨. 독일 내 건강에 대한 소비자들의 인식이 높아짐에 따라 단백질 함량을 높인 단백질 칩 관련 키워드도 다수 도출됨

독일 연근부각 시장 내 주요 브랜드로는 켈로그, 워커스, 레이스, 라이스핏 순서대로 시장점유율이 높았음. 켈로그는 주로 쌀과 마시멜로를 주재료로 한 스낵바 제품을 판매하고 있는 것으로 확인됨



독일 온라인 쇼핑물 연근부각 성분

소비 특징 ②

'계란', '쌀' 등의 제품 성분 다수

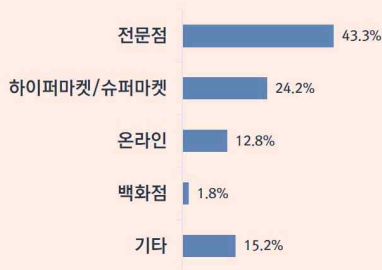


독일 온라인 쇼핑물 판매 연근부각 제품 성분 키워드 분석 결과, 계란 성분이 가장 많이 도출됨. 또한, 글루텐프리 제품에 대한 관심이 증가하면서 쌀이나 통곡물 등 밀가루를 배제한 성분이 다수 도출됨

독일 온라인 쇼핑물 판매 제품 패키징 키워드 분석 결과, 팩 관련 키워드가 가장 많이 도출됨. EU가 2030년부터 재사용 및 재활용 가능한 포장재만 판매 및 사용이 가능하게 할 방침을 발표함에 따라, 제품 수출 시 이를 고려한 패키징 방법을 고안할 필요가 있음. 또한, 제품의 중량과 관련하여 100g, 25g, 180g 등의 소용량 제품 키워드가 다수 확인됨



독일 연근부각 유통 비중



유통채널



독일 연근부각 유통채널 점유율 조사 결과 비교적 좁은 범주의 상품을 취급하는 전문점(43.3%)이 가장 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 하이퍼마켓/슈퍼마켓(24.2%), 온라인(12.8%), 백화점(1.8%), 할인점, 편의점 등이 포함된 기타(15.2%) 채널이 독일 내 연근부각의 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 독일 내 연근부각의 주요 유통채널은 편의점, 슈퍼마켓, 아시안 마트, 대형마트, 건강식품 전문점, 온라인 플랫폼 등 다양한 것으로 조사됨

진입장벽

- ▶ Point 1) EORI 번호 발급 **必**
- ▶ Point 2) BTI 신청 가능
- ▶ Point 3) 비건 및 유기농 인증 취득 권장



독일로 연근부각 제품 수출 시, FTA 협정세율에 따라 0%가 적용됨. 또한, 독일로 식품 수출 시, 수출입업자, 운송업체 또는 세관 대리인은 모두 유럽연합 공동의 세관등록번호(EORI)를 발급하여 사용해야 함. 또한, 연근부각 제품의 정확한 품목분류를 위해 품목분류 사전심사(BTI)를 신청하여 활용할 수 있음

품질 인증의 경우, ISO 22000, IFS, 비건 인증 등이 권장됨. 라벨의 경우, 반드시 독일어로 표기해야 하고, 유럽연합 가입국의 언어로도 추가 기재 가능함

수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 독일 소비자들 사이에서 건강에 대한 인식이 증가하며 쌀로 만든 스낵 제품에 대한 수요가 증가하고 있는 추세임. 따라서, 고객사 연근부각 제품의 건강한 성분 또는 효능 등의 셀링포인트를 강조하여 홍보하는 것이 독일 시장을 타겟하기에 적합한 것으로 확인됨

Point 02 제품 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품의 포장 및 크기는 합리적인 편이며 가격은 경쟁제품 대비 비싼 편이나 성분을 고려하면 합리적이라고 답변함. 또한, 독일 소비자들은 양배추, 감자, 당근, 피망, 아스파라거스 등 다양한 채소를 좋아하므로 해당 원재료를 기반으로 한 부각 제품을 개발하는 것을 추천함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 모르도르인텔리전스(Mordor Intelligence), 「독일 스낵 바 시장 규모 및 점유율 분석 - 성장 동향 및 예측 (2023-2028)」, 2022
3. 스태티스타(Statista), 「Confectionery & Snacks_Germany」, 2023.10
4. 스태티스타(Statista), 「Snack Food_Germany」, 2023.10
5. 한국농수산물유통공사, 「2022년 농식품 주력국가 심층조사 - 독일」, 2022.08
6. 한국농촌경제연구원, 「유럽, 스낵(Savory Snack)시장 성장세」
7. 동아일보, 「‘글루텐 프리’ 열풍 타고... 가루쌀 쓴 과자, 빵 뜬다」, 2023.10.18
8. KOTRA 해외시장뉴스, 「유럽연합, 포장 및 포장재 폐기물 관리 규제 강화 추진」, 2022.12.19
9. KOTRA 해외시장뉴스, 「독일, 2021년 트랜스지방·나트륨·설탕 함량 규제 강화」, 2021.02.08
10. 스태티스타(Statista), 「Retail revenue distribution in Germany from 2000 to 2021, by sales channel」, 2023.01
11. 스태티스타(Statista), 「Distribution of retail sales in South Korea in 2022, by channel」, 2023.02
12. EU 법령포털(EUR-LEX), 「REGULATION (EU) No 1169/2011 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL」, 2011
13. 한국농수산물유통공사, 「2020년 EU 식품 라벨링 제도」, 2020.11
14. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템, 「글로벌 식품안전 브리프 제3호」, 2021.08
15. 한국농수산물유통공사, 「2021 농식품 수출국가정보 독일」, 2021.12
16. 한국농수산물유통공사, 「2021 농식품 해외인증·등록정보 종합가이드」, 2021.12
17. 한국농수산물유통공사, 「2022년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황」, 2023.07
18. 한국농수산물유통공사, 「유럽 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망」, 2022.11
19. 한국농촌경제연구원, 「독일의 농식품 수입 규정과 표준」, 2022.12

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 아마존 독일(Amazon) (amazon.de)
4. KEB하나은행(www.kebhana.com)
5. 레베(REWE) (www.rewe.de)
6. 에데카(Edeka) (www.edeka.de)
7. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
8. 옥타라이트(Oktalite) (www.oktalite.com)
9. 리테일디테일이유(RetailDetail EU) (www.retaildetail.eu)
10. 카우플란드(Kaufland) (www.kaufland.de)
11. 구글맵(Google Maps) (www.google.com/maps)
12. 로스만(Rossmann) (www.rossmann.de)
13. 차이시히(Zeissig) (www.zeissig.de)
14. 데엠드로게리(Dm-drogerie) (www.dm.de)
15. 시티파크로스톡(CITTI-PARK Rostock) (www.citti-park-rostock.de)
16. 고아시아(Go Asia) (www.goasia.net)
17. 와이마트(Y-mart) (www.y-mart.de)
18. 관세청 (www.customs.go.kr)
19. EU 법령포털(EUR-LEX) (www.eur-lex.europa.eu)
20. 유럽연합 집행위원회(European Commission) (ec.europa.eu)
21. 영국 비건 소사이어티(Vegan Society) (www.vegansociety.com)
22. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
23. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
24. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
25. 독일 연방식품농업부(BMEL) (www.bmel.de)

26. 식품안전정보원 글로벌식품법령기준규격정보시스템 (foodlaw.foodinfo.or.kr)
27. 페어트레이드 인터내셔널(Fairtrade International) (www.fairtrade.net)
28. 베네피트 코퍼레이션(Benefit Corporation) (www.bcorporation.net/en-us)
29. 에코라벨 인덱스(Ecolabel Index) (www.ecolabelindex.com)
30. 나누코(Nanuko) (www.nanuko.de)
31. 리폼하우스(Reformhaus) (reformhaus.de)
32. 유럽 식품안전청(EFSA) (www.efsa.europa.eu)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.12.01

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea