

2023 농식품 수출국가 정보조사 「스페인」

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스페인 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)	47,222,613명, 전 세계 32위
민족구성 (2021년 추정치)	스페인인 84.8%, 모로코인 1.7%, 루마니아인 1.2%, 기타 12.3%
언어	스페인어 74%, 카탈루냐어 17%, 갈라시아어 7%, 바스크어 2%, 아라네 방언 5,000명 미만
종교 (2021년 추정치)	로마 가톨릭 58.2%, 무신론자 16.2%, 불가지론자 10.8%, 기타 2.7%, 무교 10.5%, 불특정 1.7%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 13.37% (남성 3,226,491/여성 3,087,271) 15~64세: 66.13% (남성 15,649,418/여성 15,577,164) 65세 이상: 20.5% (남성 4,169,949/여성 5,512,320)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 43.9세, 전 세계 18위 남성: 42.7세 여성: 45.1세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$1.798조 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 16위 \$1.704조 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$1.921조 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	5.52% (2021년 추정치), 전 세계 81위 -11.33% (2020년 추정치) 1.98% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$37,900 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 54위 \$36,000 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$40,800 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	2.6% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	4.2% (2009년 추정치)
주요 생산품	보리, 우유, 밀, 올리브, 포도, 토마토, 돼지고기, 옥수수, 오렌지, 사탕무 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<스페인의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
(EU) (발효) Western Balkans, 알제리, 안도라, CARIFORUM, 아르메니아, 아르제바이잔, SADC, Central America, 캐나다, 칠레, 콜롬비아, 에콰도르, 페루, ESA, West Africa, 이집트, 페로 제도, 피지, 조지아, 아이슬란드, 이스라엘, 이라크, 일본, 요르단, 카자흐스탄, 코소보, 레바논, 리히텐슈타인, ESA, 멕시코, 몰도바, 모로코, 노르웨이, 팔레스타인 당국, 파푸아뉴기니, 마다가스카, 사모아, 산마리노, 싱가포르, 솔로몬제도, 남아프리카, 한국, 스위스, 튀니지, 튀르키예, 우크라이나, 베트남, 영국 (서명 및 타결) Mercosur, 베냉, 토코, 부르키나파소, EAC, 카보베르데, 감비아, 기니, 기니비소, 아이티, 라이베리아, 말리, 모리타니, 니제르, 나이지리아, 세네갈, 시에라리온	호주, 중국, 인도네시아, 뉴질랜드, 필리핀	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-EU FTA	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

스페인 식품 시장은 2018년 1,012억 달러에서 연평균 4.7% 성장하여 2022년 1,216억 달러로 집계되었다.

육류

육류 시장규모는 2018년 220억 달러에서 연평균 4.7% 성장하여 2022년 265억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 21.8% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2018년 170억 달러에서 연평균 5.6% 성장하여, 2022년 211억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 17.3% 비중을 차지하고 있다.

수산물

수산물 시장규모는 2018년 133억 달러에서 연평균 3.6% 성장하여, 2022년 153억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 12.6% 비중을 차지하고 있다.

<스페인 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	101.2	98.6	104.9	115.5	121.6	100.0	5.3	4.7
육류	22.0	21.4	22.7	25.0	26.5	21.8	6.0	4.7
스낵류	17.0	16.6	17.7	19.6	21.1	17.3	7.7	5.6
수산물	13.3	12.9	13.8	15.2	15.3	12.6	1.1	3.6
낙농품	10.9	10.6	11.3	12.5	13.5	11.1	7.3	5.4
과일 및 견과류	11.1	10.7	11.4	12.6	13.3	10.9	5.7	4.6
채소류	10.1	9.8	10.5	11.5	12.2	10.0	6.0	4.8
베이커리 및 곡물류	6.9	6.7	7.1	7.8	7.9	6.5	0.3	3.2
편의식품	3.8	3.7	4.0	4.4	4.8	3.9	7.7	5.7
유지류	2.5	2.4	2.6	2.8	2.8	2.3	-0.4	3.2
펫푸드	1.4	1.6	1.6	1.7	1.9	1.6	13.1	8.9
스프레드 및 당류	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	0.9	4.6	2.8
소스 및 향신료	0.7	0.7	0.8	0.9	0.9	0.8	7.0	5.6
영유아식품	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	-2.0	-1.9

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

스페인의 1인당 식품 소비액은 2018년 2,168달러에서 연평균 4.7% 성장하여 2022년 2,603달러로 집계되었다.

육류

육류 소비액은 2018년 약 471달러에서 연평균 4.7% 성장하여 2022년 약 566달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 21.8% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 소비액은 2018년 약 363달러에서 연평균 5.5% 성장하여 2022년 약 451달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 17.3% 비중을 차지하고 있다.

수산물

수산물 소비액은 2018년 약 285달러에서 연평균 3.5% 성장하여 2022년 약 328달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 12.6% 비중을 차지하고 있다.

<스페인 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	2,168.0	2,111.0	2,244.0	2,471.0	2,603.0	100.0	5.3	4.7
육류	471.9	457.1	486.0	534.2	566.6	21.8	6.1	4.7
스낵류	363.8	354.6	379.0	418.9	451.4	17.3	7.8	5.5
수산물	285.5	276.9	294.7	324.4	328.2	12.6	1.2	3.5
낙농품	233.5	226.7	242.2	268.3	288.0	11.1	7.3	5.4
과일 및 견과류	237.0	229.6	244.1	268.5	283.8	10.9	5.7	4.6
채소류	216.4	210.0	223.5	246.1	260.9	10.0	6.0	4.8
베이커리 및 곡물류	148.1	143.4	152.3	167.4	168.1	6.5	0.4	3.2
편의식품	81.5	79.7	85.4	94.7	101.8	3.9	7.6	5.7
유지류	52.6	51.1	54.4	60.0	59.6	2.3	-0.6	3.2
펫푸드	28.9	34.5	34.1	35.9	40.6	1.6	13.3	8.9
스프레드 및 당류	21.7	20.5	21.3	23.0	24.1	0.9	4.7	2.6
소스 및 향신료	15.8	15.4	16.5	18.3	19.8	0.8	7.9	5.8
영유아식품	11.5	11.1	10.4	11.0	10.7	0.4	-2.8	-1.8

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

스페인의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 553kg에서 연평균 1.4% 성장하여 2022년 약 584kg으로 집계되었다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 117kg에서 연평균 0.9% 성장하여 2022년 약 121kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 20.8% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비량은 2018년 약 98kg에서 연평균 3.0% 성장하여 2022년 약 110kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 18.9% 비중을 차지하고 있다.

과일 및 견과류

과일 및 견과류 소비량은 2018년 약 98kg에서 연평균 0.1% 성장하여 2022년 약 98kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 16.9% 비중을 차지하고 있다.

<스페인 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	553.2	555.5	574.5	581.8	584.7	100.0	0.5	1.4
채소류	117.5	116.9	120.0	121.0	121.7	20.8	0.6	0.9
낙농품	98.2	99.9	105.1	108.2	110.3	18.9	1.9	3.0
과일 및 견과류	98.4	96.2	98.1	98.2	98.6	16.9	0.4	0.1
스낵류	70.0	71.8	75.7	77.7	79.6	13.6	2.4	3.3
베이커리 및 곡물류	48.8	49.3	51.3	52.1	49.8	8.5	-4.4	0.5
육류	45.3	45.5	47.4	48.1	48.2	8.2	0.2	1.6
편의식품	16.2	16.5	17.4	17.8	18.2	3.1	2.2	2.9
펫푸드	17.6	18.5	17.1	15.8	17.0	2.9	7.6	-0.9
수산물	15.8	15.8	16.5	16.7	15.9	2.7	-4.6	0.1
유지류	11.9	11.6	12.1	12.1	11.4	1.9	-5.9	-1.0
스프레드 및 당류	9.1	9.0	9.2	9.2	9.0	1.5	-2.2	-0.2
소스 및 향신료	3.5	3.7	3.9	4.0	4.1	0.7	3.0	3.9
영유아식품	0.9	0.9	0.8	0.9	0.8	0.1	-3.5	-2.6

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

스페인 식품 시장은 2022년 이후 연평균 3.7% 성장하여 2026년 1,408억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 4.2% 성장하여 2026년 313억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2022년 이후 연평균 4.0% 성장하여 2026년 246억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

수산물

수산물 시장규모는 2022년 이후 연평균 2.9% 성장하여 2026년 172억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<스페인 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	121.6	125.5	130.4	135.7	140.8	100.0	3.8	3.7
육류	26.5	27.5	28.7	30.0	31.3	22.2	4.2	4.2
스낵류	21.1	21.8	22.8	23.8	24.6	17.5	3.7	4.0
수산물	15.3	15.7	16.2	16.7	17.2	12.2	2.9	2.9
낙농품	13.5	14.1	14.9	15.8	16.7	11.9	5.8	5.6
과일 및 견과류	13.3	13.5	13.8	14.2	14.5	10.3	2.5	2.3
채소류	12.2	12.5	12.8	13.2	13.6	9.7	3.1	2.8
베이커리 및 곡물류	7.9	8.0	8.3	8.6	8.9	6.3	3.7	3.2
편의식품	4.8	4.9	5.1	5.3	5.5	3.9	3.4	3.6
유지류	2.8	2.8	2.9	3.0	3.1	2.2	3.0	2.8
펫푸드	1.9	2.0	2.1	2.2	2.4	1.7	5.4	5.6
스프레드 및 당류	1.1	1.2	1.2	1.2	1.3	0.9	3.2	3.2
소스 및 향신료	0.9	1.0	1.0	1.0	1.1	0.8	3.8	4.1
영유아식품	0.5	0.6	0.6	0.6	0.7	0.5	4.8	6.8

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 스페인의 식품 수출액은 약 660억 509만 달러로 2021년 대비 0.9% 감소하였다. 그러나 2018년 약 531억 5,713만 달러에서 연평균 5.6% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 1.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 8억 7,190만 달러로 2021년 대비 3.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 13.6% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

프랑스로의 식품 수출액은 15.6%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 103억 1,845만 달러로 2021년 대비 0.1% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 3.9% 증가하는 추세를 보인다.

독일로의 식품 수출액은 11.4% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 75억 2,875만 달러로 2021년 대비 8.2% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 3.3% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 포르투갈(9.0%), 이탈리아(8.6%), 영국(6.9%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<스페인 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	53,157,135	53,649,593	58,226,493	66,619,464	66,050,964	100.0	-0.9	5.6
1 프랑스	8,841,247	8,474,897	9,129,413	10,326,264	10,318,450	15.6	-0.1	3.9
2 독일	6,609,033	6,366,719	7,187,815	8,200,506	7,528,750	11.4	-8.2	3.3
3 포르투갈	4,605,186	4,516,055	4,640,166	5,367,954	5,969,623	9.0	11.2	6.7
4 이탈리아	4,666,276	4,686,974	4,669,251	5,358,504	5,699,706	8.6	6.4	5.1
5 영국	4,677,375	4,409,588	4,793,956	5,138,770	4,585,045	6.9	-10.8	-0.5
6 네덜란드	2,581,343	2,599,439	2,772,908	3,218,131	3,389,248	5.1	5.3	7.0
7 미국	2,145,501	2,196,676	2,305,713	2,787,612	3,111,498	4.7	11.6	9.7
8 중국	1,340,413	2,424,407	4,275,536	4,150,405	2,445,019	3.7	-41.1	16.2
9 폴란드	1,153,198	1,318,935	1,387,035	1,605,036	1,700,100	2.6	5.9	10.2
10 벨기에	1,268,800	1,216,850	1,310,981	1,485,216	1,608,036	2.4	8.3	6.1
:								
13 대한민국	524,468	500,859	493,389	839,801	871,905	1.3	3.8	13.6

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준으로 **냉동 돼지고기 기타, 엑스트라버진 올리브유, 신선 돼지고기, 포도주(2ℓ 이하), 고추류** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

냉동 돼지고기 기타 수출액은 4.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 30억 2,920만 달러로 2021년 대비 17.2% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 12.6% 증가하는 추세를 보인다.

엑스트라버진 올리브유 수출액은 4.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 28억 8,312만 달러로 집계되었다.

신선 돼지고기 수출액은 3.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 19억 9,512만 달러로 2021년 대비 21.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 6.4% 증가하는 추세를 보인다.

포도주(2ℓ 이하) 수출액은 3.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 19억 7,150만 달러로 2021년 대비 10.5% 감소하였다. 그리고 2018년 이후 연평균 1.2% 감소하는 추세를 보인다.

고추류 수출액은 2.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 14억 1,522만 달러로 2021년 대비 10.7% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 3.8% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **오렌지(1.9%), 빵 기타(1.8%), 올리브유 기타(1.7%)** 등을 수출하였다.

<스페인 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	53,157,135	53,649,593	58,226,493	66,619,464	66,050,964	100.0	-0.9	5.6
1 냉동 돼지고기 기타	1,887,264	2,480,157	3,494,819	3,658,322	3,029,203	4.6	-17.2	12.6
2 엑스트라버진 올리브유	0	0	0	0	2,883,126	4.4	N/A	N/A
3 신선 돼지고기	1,554,701	1,749,461	1,655,347	1,637,558	1,995,121	3.0	21.8	6.4
4 포도주(2ℓ 이하)	2,070,666	1,917,943	1,935,952	2,203,524	1,971,504	3.0	-10.5	-1.2
5 고추류	1,220,524	1,319,233	1,388,517	1,584,851	1,415,226	2.1	-10.7	3.8
6 오렌지	1,323,452	1,246,243	1,447,739	1,442,232	1,224,007	1.9	-15.1	-1.9
7 빵 기타	778,920	861,887	928,110	1,124,695	1,183,675	1.8	5.2	11.0
8 올리브유 기타	854,029	637,474	690,830	835,824	1,153,358	1.7	38.0	7.8
9 토마토	1,097,631	1,031,800	1,068,839	1,154,347	1,126,617	1.7	-2.4	0.7
10 조제식품	679,324	645,416	713,665	902,499	1,010,405	1.5	12.0	10.4

*주: HS CODE(0203.29, 1509.20, 0203.19, 2204.21, 0709.60, 0805.10, 1905.90, 1509.90, 0702.00, 2106.90)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 스페인의 식품 수입액은 약 491억 4,749만 달러로, 2021년 대비 17.7% 증가하였다. 또한, 2018년 약 363억 9,226만 달러에서 연평균 7.8% 증가하였다.

對대한민국 수입

2022년 대한민국에서의 식품 수입액은 약 1,175만 달러로 2021년 대비 35.9% 증가하였다. 그러나 2018년 약 1,608만 달러에서 연평균 7.5% 감소하는 추세를 보인다.

주요 수입국

프랑스에서의 식품 수입액은 13.2%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 65억 86만 달러로 2021년 대비 13.1% 증가하였다. 또한, 2018년 약 54억 6,292만 달러에서 연평균 4.4% 증가하는 추세를 보인다.

브라질에서의 식품 수입액은 8.4% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 41억 4,149만 달러로 2021년 대비 47.8% 증가하였다. 또한, 2018년 약 20억 206만 달러에서 연평균 19.9% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 독일(7.3%), 네덜란드(7.1%), 포르투갈(6.1%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<스페인 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)	
전체	36,392,269	35,327,680	34,866,845	41,773,907	49,147,498	100.0	17.7	7.8	
1 프랑스	5,462,928	5,143,200	5,030,179	5,746,838	6,500,861	13.2	13.1	4.4	
2 브라질	2,002,061	1,877,108	2,014,721	2,801,332	4,141,490	8.4	47.8	19.9	
3 독일	3,507,983	3,321,723	3,244,150	3,566,614	3,573,418	7.3	0.2	0.5	
4 네덜란드	2,607,975	2,700,950	2,528,389	3,127,146	3,488,392	7.1	11.6	7.5	
5 포르투갈	2,065,556	1,895,398	2,103,859	2,594,493	3,022,169	6.1	16.5	10.0	
6 이탈리아	1,710,785	1,725,642	1,694,443	2,175,731	2,414,092	4.9	11.0	9.0	
7 우크라이나	1,185,732	1,400,164	1,079,247	1,214,007	1,988,448	4.0	63.8	13.8	
8 미국	2,099,858	1,758,633	1,594,167	1,637,675	1,974,798	4.0	20.6	-1.5	
9 중국	800,916	862,005	1,001,939	1,372,005	1,861,177	3.8	35.7	23.5	
10 벨기에	1,038,718	1,120,263	1,164,366	1,566,420	1,732,782	3.5	10.6	13.6	
:									
93 우리나라	16,084	13,004	12,116	8,645	11,751	0.0	35.9	-7.5	

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 **옥수수 기타, 대두 기타, 밀 기타, 대두유 추출 유박, 해바라기씨유(조유)** 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

옥수수 기타 수입액은 7.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 35억 4,212만 달러로 2021년 대비 68.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 17.3% 증가하는 추세를 보인다.

대두 기타 수입액은 4.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 20억 5,668만 달러로 2021년 대비 1.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 11.2% 증가하는 추세를 보인다.

밀 기타 수입액은 3.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 15억 6,593만 달러로 2021년 대비 65.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 7.1% 증가하는 추세를 보인다.

대두유 추출 유박 수입액은 3.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 15억 1,351만 달러로 2021년 대비 14.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 14.3% 증가하는 추세를 보인다.

해바라기씨유(조유) 수입액은 2.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 10억 8,732만 달러로 2021년 대비 48.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 28.9% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **치즈와 커드(2.0%), 조제식료품(1.9%), 볶지 않은 커피(1.8%)** 등을 수입하였다.

<스페인 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	36,392,269	35,327,680	34,866,845	41,773,907	49,147,498	100.0	17.7	7.8
1 옥수수 기타	1,870,300	1,857,070	1,545,893	2,101,191	3,542,126	7.2	68.6	17.3
2 대두 기타	1,344,415	1,204,088	1,287,418	2,032,479	2,056,681	4.2	1.2	11.2
3 밀 기타	1,190,758	936,551	794,166	948,904	1,565,933	3.2	65.0	7.1
4 대두유 추출 유박	885,250	984,539	950,075	1,325,938	1,513,517	3.1	14.1	14.3
5 해바라기씨유(조유)	394,381	453,244	499,841	732,552	1,087,326	2.2	48.4	28.9
6 치즈와 커드	717,671	737,026	683,616	758,269	972,925	2.0	28.3	7.9
7 조제식료품	811,263	854,997	809,353	943,520	946,784	1.9	0.3	3.9
8 볶지 않은 커피	596,685	555,298	575,962	589,664	902,578	1.8	53.1	10.9
9 팜유 기타	793,688	198,318	335,606	947,584	786,375	1.6	-17.0	-0.2
10 빵 기타	539,786	574,400	494,859	607,527	669,735	1.4	10.2	5.5

*주: HS CODE(1005.90, 1201.90, 1001.99, 2304.00, 1512.11, 0406.90, 2106.90, 0901.11, 1511.90, 1905.90)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對스페인 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 5,565만 달러로 2018년 약 4,836만 달러에서 연평균 3.6% 증가하였다.

농산물

농산물 수출액은 52.6% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 2,928만 달러로 2021년 대비 32.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 4.5%의 증가세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 43.2% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 2,403만 달러로 2021년 대비 23.0% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 2.4%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 2.1% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 116만 달러로 2021년 대비 4.3% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 8.3%의 감소세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 2.1% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 116만 달러로 2021년 대비 32.5% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 38.9%의 증가세를 보이고 있다.

<한국산 對스페인 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	48,367	42,948	60,405	56,114	55,652	100	-0.8	3.6
농산물	24,575	20,250	14,352	22,035	29,282	52.6	32.9	4.5
수산물	21,826	20,701	39,732	31,232	24,036	43.2	-23.0	2.4
임산물	1,653	935	822	1,121	1,169	2.1	4.3	-8.3
축산물	313	1,061	5,499	1,726	1,165	2.1	-32.5	38.9

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **기타 무알콜 음료, 과실주스 음료, 조미 김, 조제식료품 기타, 라면** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '과실주스 음료'와 '고추장' 등이 있으며, 2022년 '과실주스 음료'는 최근 5년간 연평균 성장률 487.5%를 기록했다. '고추장' 역시 같은 기간 동안 연평균 29.8%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

기타 무알콜 음료 수출액은 2.5%의 비중을 차지하며, 2022년 약 136만 달러로 2021년 대비 19.6% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 5.4% 감소하는 추세를 보인다.

과실주스 음료 수출액은 1.9%의 비중을 차지하며, 2022년 약 107만 달러로 2021년 대비 98.2% 증가하였다. 또한, 연평균 성장률 1위를 차지하였다.

조미 김 수출액은 1.5%의 비중을 차지하며, 2022년 약 80만 달러로 2021년 대비 49.3% 감소하였다.

조제식료품 기타 수출액은 1.2%의 비중을 차지하며, 2022년 약 66만 달러로 2021년 대비 9.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 3.2% 증가하는 추세를 보인다.

라면 수출액은 0.5%의 비중을 차지하며, 2022년 약 28만 달러로 2021년 대비 27.3% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 11.9% 감소하는 추세를 보인다.

<한국산 對스페인 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	48,367	42,948	60,405	56,114	55,652	100.0	-0.8	3.6
1 기타 무알콜 음료	1,711	1,612	1,251	1,144	1,368	2.5	19.6	-5.4
2 과실주스 음료	1	0	102	541	1,073	1.9	98.2	487.5
3 조미 김	N/A	175	836	1,596	809	1.5	-49.3	N/A
4 조제식료품 기타	583	751	451	605	661	1.2	9.3	3.2
5 라면	476	445	261	393	286	0.5	-27.3	-11.9
6 큰타리버섯	171	365	98	243	259	0.5	6.6	11.0
7 베이커리 제품	356	385	177	259	217	0.4	-16.3	-11.6
8 팡이버섯	420	431	330	323	194	0.3	-39.9	-17.5
9 그 밖의 기타 파스타	N/A	N/A	N/A	1	163	0.3	16,200.0	N/A
10 고추장	32	52	37	39	91	0.2	129.7	29.8

*주: HS CODE(2202.99-9000, 2202.99-2000, 2008.99-5010, 2106.90-9099, 1902.30-1010, 0709.59-4010, 1905.90-1090, 0709.59-5000, 1902.30-9000, 2103.90-1030)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 스페인 오프라인 유통채널 규모

개요

스페인의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 1,053억 8,900만 유로에서 연평균 2.0% 성장하여 2022년 1,142억 4,600만 유로로 집계되었다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 582억 3,000만 유로에서 연평균 3.1% 성장하여 2022년 657억 200만 유로로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 57.5% 비중을 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2018년 175억 9,200만 유로에서 연평균 0.1% 감소하여 2022년 175억 4,100만 유로로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 15.4% 비중을 차지하고 있다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2018년 134억 4,700만 유로에서 연평균 0.1% 감소하여 2022년 133억 8,500만 유로로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 11.7% 비중을 차지하고 있다.

<스페인 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 유로, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	105,389	107,208	112,259	112,604	114,246	100.0	1.5	2.0
슈퍼마켓	58,230	59,919	63,574	64,000	65,702	57.5	2.7	3.1
전문 판매점	17,592	17,290	18,296	17,864	17,541	15.4	-1.8	-0.1
하이퍼마켓	13,447	13,572	12,789	12,923	13,385	11.7	3.6	-0.1
할인점	8,953	9,115	10,048	10,254	9,744	8.5	-5.0	2.1
소규모 식료품점	3,601	3,547	3,770	3,520	3,431	3.0	-2.5	-1.2
포코트리테일러	2,389	2,463	2,386	2,611	2,924	2.6	12.0	5.2
편의점	1,079	1,186	1,259	1,265	1,278	1.1	1.0	4.3
창고형 매장	98	118	137	168	242	0.2	44.4	25.4

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

*출처: 「Retail in Spain」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장수

개요

스페인의 오프라인 유통채널의 매장 수는 2018년 14만 6,834개에서 연평균 2.5% 감소하여 2022년에는 13만 2,801개로 집계되었다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 8만 8,160개에서 연평균 3.2% 감소하여 2022년 7만 7,279개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 58.2%를 차지하고 있다.

소규모 식료품점

소규모 식료품 매장 수는 2018년 2만 7,871개에서 연평균 3.4% 감소하여 2022년 2만 4,273개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 18.3%를 차지하고 있다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓 매장 수는 2018년 1만 5,444개에서 연평균 1.3% 증가하여 2022년 1만 6,265개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 12.2%를 차지하고 있다.

<스페인 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	146,834	144,940	139,609	136,143	132,801	100.0	-2.5	-2.5
전문 판매점	88,160	86,709	82,184	79,595	77,279	58.2	-2.9	-3.2
소규모 식료품점	27,871	27,117	25,837	24,860	24,273	18.3	-2.4	-3.4
슈퍼마켓	15,444	15,620	16,144	16,233	16,265	12.2	0.2	1.3
포코트리테일러	9,637	9,668	9,697	9,826	9,945	7.5	1.2	0.8
할인점	3,675	3,601	3,451	3,370	2,751	2.1	-18.4	-7.0
편의점	1,599	1,777	1,852	1,828	1,850	1.4	1.2	3.7
하이퍼마켓	446	445	441	428	434	0.3	1.4	-0.7
창고형 매장	2	3	3	3	4	0.0	33.3	18.9

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

*출처: 「Retail in Spain」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

①Mercadona

Mercadona SA 소속으로, 2022년 22.0%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.3% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 1.2% 증가하였다.

②Carrefour

Carrefour SA 소속으로, 2022년 6.0%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 3.4% 증가한 반면, 2019년 대비 연평균 2.6% 감소하였다.

③Lidl

Schwarz Beteiligungs GmbH 소속으로, 2022년 4.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 4.3% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 5.4% 증가하였다.

④Alcampo

Auchan Group SA 소속으로, 2022년 3.6%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 1.8% 감소하였다.

114246

⑤Consum

Consum Sociedad Cooperativa Ltda 소속으로, 2022년 2.8%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 2.5% 증가하였다.

<스페인 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Mercadona	21.2	21.1	21.5	22.0	2.3	1.2
2 Carrefour	6.5	5.6	5.8	6.0	3.4	-2.6
3 Lidl	4.1	4.3	4.6	4.8	4.3	5.4
4 Alcampo	3.8	3.6	3.6	3.6	0.0	-1.8
5 Consum	2.6	2.7	2.8	2.8	0.0	2.5
6 Dia	3.7	3.8	3.5	2.6	-25.7	-11.1
7 Carrefour Express	1.7	1.6	1.8	1.9	5.6	3.8
8 Eroski	1.8	1.8	1.6	1.6	0.0	-3.9
9 Aldi	1.0	1.2	1.3	1.4	7.7	11.9
10 Ahorramas	1.3	1.4	1.3	1.3	0.0	0.0

*출처: 「Retail in Spain」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Mercadona	창립연도	1977년
	점유율	22.0%	브랜드 국적	스페인
	웹사이트	mercadona.es	매장 수	1,630개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Mercadona SA 산하의 브랜드 - 스페인 내에서 가장 높은 점유율과 매장 수를 보유하고 있으며 규모가 큰 슈퍼마켓 매장이 대부분임 - 도심 내 점포가 많이 분포하고 있고 가격이 저렴하여 인기가 많음 - 매장 내 판매되는 식료품의 85%가 스페인이 원산지인 재료로 가공되었거나 스페인에서 생산된 식료품임 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*주 : 「[파리지사] 이슈조사 2023 최종본」(한국농수산물유통공사), p70

*출처 : 「Retail in Spain」(유로모니터), 스페인 Mercadona 홈페이지(mercadona.es), 스페인 mercadona 소셜미디어 계정

	브랜드명	Carrefour	창립연도	1958년
	점유율	6.0%	브랜드 국적	프랑스
	웹사이트	carrefour.es	매장 수	1,000개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마켓·슈퍼마켓 브랜드로, Carrefour SA 산하의 브랜드 - 묶음형 제품들을 저렴하게 유통함 - 관광객이 다수 모이는 점포에는 일본산 소스와 스시 재료를 판매함 - Carrefour Drive 시스템을 통해 미리 주문해둔 제품을 픽업할 수 있게 하는 서비스 제공 - 한국 제품의 경우 컵라면, 알로에 음료, 김 등이 유통 중임 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*주 : 「[파리지사] 이슈조사 2023 최종본」(한국농수산물유통공사), p69

*출처 : 「Retail in Spain」(유로모니터), 스페인 Carrefour 홈페이지(carrefour.es), 스페인 Carrefour 소셜미디어 계정

	브랜드명	Lidl	창립연도	1973년
	점유율	4.8%	브랜드 국적	독일
	웹사이트	lidl.es	매장 수	656개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마켓·슈퍼마켓 브랜드로, Schwarz Beteiligungs GmbH 산하의 브랜드 - 유럽 연합 내 다른 국가의 Lidl Plus 회원들도 앱 내에서 국가 변경을 통해 할인 식료품 및 여타 제품에 대한 혜택을 누릴 수 있음 - 스페인 내에 추가로 물류 공정을 확보하며 식료품의 빠른 배송과 가격 경쟁력을 확보함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Spain」(유로모니터), 브랜드 홈페이지(lidl.es), 스페인 Lidl 소셜미디어 계정

	브랜드명	Alcampo	창립연도	1981년
	점유율	3.6%	브랜드 국적	스페인
	웹사이트	compraonline.alcampo.es	매장 수	187개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마켓·슈퍼마켓 브랜드로, Auchan Group SA 산하의 브랜드 - 지정 기간 동안 구매금액 €100 이상에 대해 배송비 50% 감면 혜택을 제공하거나 가격 할인 등의 판촉 활동을 하고 있음 - 매장 내에 푸드코트를 운영하며 식료품의 취급 종류가 매우 다양함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Spain」(유로모니터), 스페인 Alcampo 홈페이지(compraonline.alcampo.es), Alcampo 소셜미디어 계정

	브랜드명	Consum	창립연도	1975년
	점유율	2.8%	브랜드 국적	스페인
	웹사이트	consum.es	매장 수	861개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Consum Sociedad Cooperativa Ltda 산하의 브랜드 - 스페인에서 가장 많이 소비되는 과일인 오렌지를 비롯하여 많은 농산물을 스페인 국내에서 구입하여 판매 - 회원제를 운영하며 회원들에게 일부 농산물과 식료품을 주기적으로 할인하는 혜택 제공 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Spain」(유로모니터), 스페인 Consum 홈페이지(consum.es), Consum 소셜미디어 계정

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 스페인의 식품 온라인 시장 규모는 30억 2,100만 유로 규모로 전년 대비 15.2% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 22.0% 성장했다.

<스페인 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 유로, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
1,364	1,580	2,323	2,624	3,021	15.2	22.0

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

*출처: 「Retail in Spain」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① Amazon.com Marketplace

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 18.4%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 8.9% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 6.2% 감소하였다.

② Amazon

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 12.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 10.0% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 7.8% 감소하였다.

③ El Corte Inglés

El Corte Inglés에서 운영하는 사이트로, 2022년 9.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 3.4% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 19.0% 증가하였다.

④ AliExpress Marketplace

Alibaba Group Holdings Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 7.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 11.8% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 5.3% 증가하였다.

⑤ Mercadona

Mercadona SA에서 운영하는 사이트로, 2022년 2.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 30.0% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 7.4% 증가하였다.

<스페인 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)


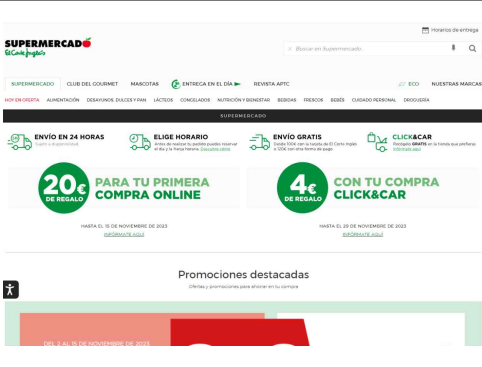
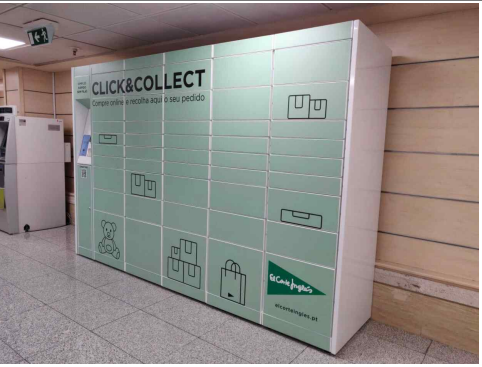
구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Amazon Marketplace	22.3	20.6	20.2	18.4	-8.9	-6.2
2 Amazon	16.1	14.5	14.0	12.6	-10.0	-7.8
3 El Corte Inglés	5.4	9.1	8.8	9.1	3.4	19.0
4 AliExpress Marketplace	6.5	6.1	6.8	7.6	11.8	5.3
5 Mercadona	2.1	1.6	2.0	2.6	30.0	7.4
6 eBay Marketplace	3.8	3.8	3.1	2.4	-22.6	-14.2
7 Carrefour	0.7	1.4	1.4	1.5	7.1	28.9
8 Vente-privee.com	1.6	1.3	1.3	1.3	0.0	-6.7
9 Eroski	0.8	0.9	0.9	0.9	0.0	4.0
10 Alcampo.es	0.7	0.7	0.7	0.7	0.0	0.0

*출처: 「Retail in Spain」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	amazon	운영업체	Amazon.com Inc
	점유율	12.6%	웹사이트	amazon.es
<ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 B2C 전자상거래 플랫폼 - 신선 채소 등의 식품은 찾기 어려우며 주로 초콜릿, 탄산음료 등의 가공식품을 판매 중 - 스페인 내 유명 식료품점 Dia와 협력하여 바르셀로나 지역 아마존 유료 구독자들에게 신선 식료품을 배송함 				
<p>사진</p>				
	사이트 화면		DIA와 Amazon의 식료품 배송 협업	

*출처 : 「Retail in Spain」(Euromonitor), 스페인 Amazon 홈페이지(amazon.es), 스페인 Amazon 소셜미디어 계정

	사이트명	El Corte Inglés	운영업체	El Corte Inglés SA
	점유율	9.1%	웹사이트	elcorteingles.es/supermercado
<ul style="list-style-type: none"> - 유럽 내에서 서비스를 제공하는 B2C 온라인 전자상거래 플랫폼 - Cool day control을 통해 배송되는 식품의 신선도를 보장함 - €30이상 구매시에 선택 매장의 주차장 지정 구역에서 구매한 물건을 수령 가능 - 친환경 소비를 위한 식료품 카테고리를 따로 부설하여 소비의 선택지를 제공 - 고메 식품 등 질 높은 식품을 유통함 				
<p>사진</p>				
	사이트 화면		지정 구역의 Click&Collect 픽업 사물함	

*주 : 「[202308-26] 스페인 굴청 보고서」(한국농수산물유통공사), p27

*출처 : 「Retail in Spain」(Euromonitor), 스페인 El Corte Inglés 홈페이지(elcorteingles.es/supermercado), 스페인 El Corte Inglés 소셜미디어 계정

	사이트명	mercadona	운영업체	Mercadona SAsg
	점유율	2.6%	웹사이트	mercadona.es
<ul style="list-style-type: none"> - 스페인의 유명 식료품점의 B2C 전자상거래 플랫폼 - 스페인 지역 농가와 협력하여 그들의 신선 농산물과 가공품을 유통하며 주력 식품은 신선식품임 - 스페인 국립연구위원회(CSIC)와 협력하여 공급하는 생선의 품질을 관리 - 온라인 배송 시 최소 구입 규모를 €50으로 제한하며 배송비는 €7.21 				
사진				
	사이트 화면		공식 홈페이지의 지역 농산물 홍보	

*주 : 「[202308-26] 스페인 굴청 보고서」(한국농수산물유통공사), p29

*출처 : 「Retail in Japan」(Euromonitor), 스페인 mercadona 홈페이지(mercadona.es), 스페인 Mercadona 소셜미디어 계정

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

스페인의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 1,142억 4,600만 유로에서 연평균 0.1% 감소하여 2026년에는 1,138억 2,200만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 657억 200만 유로에서 연평균 0.4% 감소하여 2026년 647억 1,400만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2022년 175억 4,100만 유로에서 연평균 1.3% 감소하여 2026년 166억 4,300만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2022년 133억 8,500만 유로에서 연평균 1.5% 성장하여 2026년

142억 2,200만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

<스페인 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 유로, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	114,246	115,065	115,027	114,512	113,822	100.0	-0.6	-0.1
슈퍼마켓	65,702	66,293	66,028	65,434	64,714	56.9	-1.1	-0.4
전문 판매점	17,541	17,286	17,048	16,835	16,643	14.6	-1.1	-1.3
하이퍼마켓	13,385	13,658	13,909	14,093	14,222	12.5	0.9	1.5
할인점	9,744	9,885	10,050	10,183	10,296	9.0	1.1	1.4
소규모 식료품점	3,431	3,370	3,314	3,263	3,220	2.8	-1.3	-1.6
포코트리테일러	2,924	2,966	2,983	2,996	3,005	2.6	0.3	0.7
편의점	1,278	1,300	1,321	1,333	1,344	1.2	0.8	1.3
창고형 매장	242	307	374	377	378	0.3	0.3	11.8

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

*출처: 「Retail in Spain」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

스페인의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 6.0%로 성장하여, 2026년 38억 1,100만 유로에 이를 것으로 예상된다.

<스페인 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 유로, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
3,021	3,234	3,450	3,656	3,811	4.2	6.0

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

*출처: 「Retail in Spain」(유로모니터)

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

스페인 식품 유통구조 (2022.08)	<ul style="list-style-type: none"> - 스페인 오프라인 유통채널 - 스페인 온라인 유통채널
스페인 온·오프라인 식품 유통채널 (2022.08)	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 현대식: ①Lidl ②Aldi ③Mere · 편의점: ①Supercor stop&go ②Eureka · 슈퍼마켓: ①Mercadona ②Lidl, Dia · 하이퍼마켓: ①Carrefour ②Eroski ③Alcampo · 포코트 리테일러: ①Supercor stop&go ②Carrefour express · 전통식: ①Mercado San Miguel ②Mercado de Abastos ③Mercado de La Boqueria - 온라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 전자상거래: ①Amazon ②Ali express ③eBay · 홈쇼핑: ①La Tienda en Casa ②Teletienda

2.4.2 품목보고서

스페인 가공식품 유통정보 (2023.10)	<p>[굴청]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 스페인 유통채널 점유율 - 스페인 신선식품의 주요 유통채널 분석 <ul style="list-style-type: none"> · 주요 유통채널: ①프리모르 ②드루니 ③아레날페르푸메리아스 ④에코아시아샵 ⑤올레마트 ⑥오리엔탈마켓 ⑦아마존스페인 ⑧엘코르테잉글레스 ⑨메르카도나
스페인 건강기능식품 유통정보	
스페인 신선식품 유통정보	

2.4.3 해외지사 발간 보고서

스페인 대형유통매장 내 한국식품 판매 분석 (2023.11)	<ul style="list-style-type: none"> - 주요 유통채널 및 유통경로 <ul style="list-style-type: none"> · 주요 유통채널: ①Carrefour ②Mercadona · 대형유통매장 내 한국식품 유통품목
---	--

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 발효식품(김치)(수출상위 품목)

시장현황

최근 스페인의 발효식품 시장은 눈에 띄는 성장세를 보이고 있다. 스페인 발효식품 시장이 성장함에 따라 한국 김치에 대한 관심이 커지고 있다.

건강에 대한 인식 증가와 천연 및 지속 가능한 성분에 대한 수요 증가, 그리고 식음료 산업의 확장은 발효식품 시장 성장의 주요 요인으로 보인다.

세계적인 미식의 중심지인 스페인에서 한국의 발효식품인 김치에 대한 관심이 점차 확산되고 있다. 이는 최근 스페인 방송에서 김치를 주제로 한 인기 요리 경연 프로그램이 높은 시청률을 기록한 사례에서도 명확하게 드러난다. 이러한 방송은 김치의 다양한 요리법과 창의적 활용 가능성을 대중에게 소개하며, 김치에 대한 인지도와 관심을 더욱 확산시켰다. 코로나19로 인한 장기화된 '집콕' 생활과 결합하여, 스페인에서는 김치와 같은 발효식품이 현지 음식과의 조화와 현지화를 통해 더욱 폭넓게 활용될 수 있는 잠재력을 가지고 있다. 이는 한국 기업들이 스페인 시장에 진출하기 위해 김치를 포함한 발효식품의 다양한 활용 방안을 모색하고, 이에 맞는 마케팅 전략을 개발하는 데 중요한 정보가 된다.

시사점

한국 기업들은 스페인 내 김치에 대한 올바른 이해와 인식을 높이기 위한 홍보 활동을 지속해서 전개해야 한다. 또한, 스페인의 식문화와 요구에 부합하는 현지화 전략이 요구된다.

	
Sempio Kimchi	Dongwon Yangban Conserva Kimchi

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Spain Fermentation Ingredients Market Analysis, Markwiderresearch
스페인에서 아시아 스타 식품은 한국 김치, 오마이뉴스

② 떡볶이(수출상위 품목)

시장현황

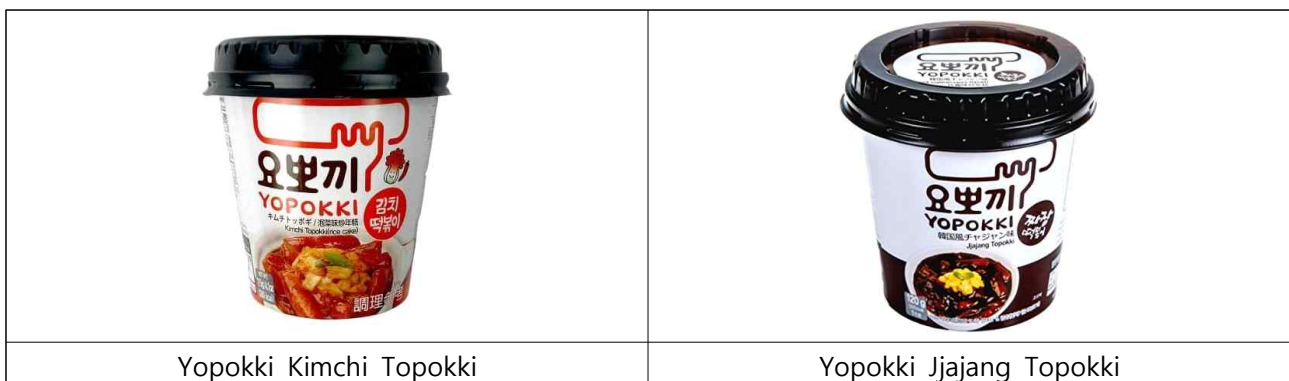
스페인에서는 최근 몇 년 동안 K-pop, K-drama, K-beauty 등 한국의 문화가 스페인에서 인기를 얻으면서, 떡볶이, 순대, 튀김 같은 한국의 길거리 음식도 관심을 받기 시작했다.

방탄소년단과 같은 K-pop 스타가 떡볶이를 먹는 모습을 SNS에 공유하면서 떡볶이에 대한 관심은 더욱 커졌다. 스페인 젊은 세대들은 빨강과 같은 강력한 색감과 자극적인 매운맛에 매료되고 있다. 이는 떡볶이를 맛본 스페인 사람들의 SNS 공유가 증가하는 것을 통해 알 수 있다.

이런 흐름에 스페인 대형 유통업체인 Mercadona, Alcampo, Lidl 등이 발 빠르게 대응하면서 집에서 간단히 조리하여 먹을 수 있는 떡볶이 재료 판매를 시작하였다. 또한, 바르셀로나, 마드리드 등에 떡볶이 전문점이 생길 정도로 스페인에서 하나의 트렌드로 자리 잡아가는 모양새이다.

시사점

이런 인기를 지속하기 위해서는 다양한 토핑을 이용한 간편식 신제품 출시 등이 필요해 보인다. 더불어, 더 맛있게 먹을 수 있는 레시피를 SNS를 통해 공유하는 등 현지 소비자 취향에 맞는 제품을 공급하고 K-콘텐츠를 접목한 다양한 이벤트를 현지 주요 유통 채널과 협업하는 전략이 필요하다.



*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 자세한 내용은 하단 자료 참조

Spain-instant-food-market, Actual Market Research

Grocery-delivery-quick-commerce, Statista

What is tteokbokki, the new gastro-Korean obsession?, Tapas

③ 냉동식품(수출상위 품목)

시장현황

스페인의 냉동식품 전자상거래 시장은 2023년에 1억 3,010만 달러에 달할 것으로 예측되며, 전체 식품 전자상거래 시장의 9.9% 비중을 차지한다. 2023년부터 2027년까지의 기간 동안 연평균 성장률(CAGR)은 7.4%의 성장세로 2027년 시장 규모는 약 1억 7,340만 달러에 이를 것으로 예상된다.

스페인의 젊은 세대, 특히 밀레니얼 세대는 요리를 부담스러운 일로 간주하는 경향이 있다. 이러한 트렌드는 냉동식품의 편리함과 가치를 강조하는 마케팅 전략에 영향을 미칠 수 있다.

또한, 맞춤형 경험을 즐기고, 브랜드에 대한 신뢰를 중시한다. 이러한 특성들은 온라인에서 브랜드와 상호작용하는 것을 선호하는 밀레니얼 세대에게 중요한 요소이다

시사점

스페인 젊은 세대의 소비 트렌드인 편의성과 가치를 강조하는 제품 개발과 브랜드 신뢰 구축에 중점을 둔 마케팅 전략이 중요하다. 소비자들이 선호하는 여가 활동과 맞춤형 경험에 초점을 맞춘 마케팅 활동과 온라인 상호작용을 강화함으로써, 변화하는 소비자 기호를 반영하고 스페인 시장에서의 성공 가능성을 높일 수 있을 것이다.

	
EL CORTE INGLES Traditional sautéed vegetables	LA COCINERA Puff pastry

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 자세한 내용은 하단 자료 참조

Grocery market in Spain, ECDB

Megatrends-in-spain, 유로모니터

④ Zero Sugar, 저칼로리 식품(현지시장 이슈품목)

시장현황

전 세계적으로, 제로슈거 식품 시장 규모는 2023년 192억 달러에서 매년 3.98%의 성장률로 2028년 233억 달러로 성장할 것으로 예상된다. 이러한 추세는 건강에 대한 관심 증가, 당뇨병 및 비만의 증가, 저칼로리 음료에 대한 수요 증가와 같은 요인에 기인한다.

스페인 정부는 비만 및 설탕 섭취의 건강 영향에 대한 우려를 해결하기 위해 2021년 1월 설탕 및 당분 음료에 대한 부가가치세(VAT)를 10%에서 21%로 인상했다. 유럽연합(EU) 내 음료 제조업체들은 2019년부터 2025년까지 소프트 드링크의 평균 첨가당을 10% 더 줄이기로 합의했다. 스페인은 이러한 약속을 이미 초과 달성했으며, 2021년까지 스페인 시장에서 당분이 줄어든 음료의 연평균 성장률(CAGR)은 4%로, 소매가치의 22%를 차지했다. 이는 소비자들이 점점 더 설탕 함량이 적고 칼로리가 낮은 음료를 선호하는 경향에 따른 것이다.

시사점

스페인 제로슈거 식품 시장은 소비자들의 건강 의식 증가와 정부의 설탕세 정책에 힘입어 성장하고 있다. 한국 식품 수출 기업은 저당 및 저칼로리 제품 개발에 중점을 두고, 혁신적인 제품군과 건강 지향적 마케팅 전략을 통해 스페인 시장에서의 경쟁력을 확보할 필요가 있다. 이러한 전략은 제로슈거 식품에 대한 지속 가능한 성장을 위한 핵심 요소로 작용할 것이다.

	
VALSOIA Zero sugar soya drink lactose-free	WEIDER Bcaa melon flavour zero sugar jelly bar

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶자세한 내용은 하단 자료 참조

Sugar-Free Food and Beverage Market Size & Share Analysis, Mordor Intelligence

Taxing-sugar-sweetened-drinks-whats-happening-in-spain, 유로모니터

Spain-non-sugar-sweetener-market, Bonafide research

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 스페인, 냉동식품 MZ세대 주요 소비층으로 부상하다.

이슈배경

스페인의 냉동식품 시장은 MZ세대 소비자들의 관심에 힘입어 지속해서 성장하고 있다. 해당 시장은 2026년까지 연간 0.8% 성장이 예상된다.

이슈내용

스페인의 MZ세대 소비자들은 편리함과 다양성을 중시하는 경향을 보인다. 이는 냉동식품의 다양한 제품 포트폴리오에 반영되어, 전통적인 냉동식품뿐만 아니라 새로운 맛과 건강을 고려한 제품에 대한 수요를 증가시키고 있다. 특히, 이들은 품질이 낮지 않으면서도 편리하게 섭취할 수 있는 제품을 선호한다. 이러한 소비 경향은 계약 케이터링 산업의 성장과도 맞물려, 유럽 전역의 냉동식품 시장에 긍정적인 영향을 미치고 있다.

스페인 내에서 General Mills Inc., Nestlé, Unilever, McCain Foods Limited와 같은 글로벌 기업들이 젊은 세대의 다양한 요구를 충족시키는 제품을 개발하고 있는 것으로 보고되었다. 또한, 한류의 영향으로 아시아 식품에 관한 관심 증가도 냉동식품 시장에 새로운 기회를 제공하고 있다. 이는 한국 식품 수출 기업에게 스페인 시장 진출 시 중요한 전략적 고려 사항이 될 수 있다.

이러한 소비 트렌드를 반영하여, 한국 수출업자들은 스페인 MZ세대가 선호하는 제품과 브랜드를 파악하고, 해당 시장에 적합한 냉동식품 제품을 개발 및 제공함으로써, 스페인 시장에서 성공적인 진출을 기대할 수 있습니다. 이는 곧 품질과 편리함을 동시에 제공하는 혁신적이고 다양한 냉동식품 제품으로 스페인 젊은 소비자들의 니즈를 충족시키는 것을 의미한다.

▶ 출처

Spain Frozen Food Industry Outlook 2022 – 2026, Report linker
Spain - Frozen Vegetable - Market Analysis, Indexbox.

② 새로운 맛을 경험하기 위해서 소스 사용 증가

이슈배경

스페인 사람들은 일반적으로 소스를 즐겨 소비하며, 대다수가 부드러운 맛의 소스를 선호한다. 발렌시아의 소스 제조사 Choví에 의한 연구에 따르면, 10명 중 6명이 부드러운 소스를 선호하며, 35%는 더욱 약한 맛의 소스를 선호하며 32%는 강한 소스도 다양한 맛의 변주가 있어야 한다고 응답했다.

이슈내용

소스 제조사 연구 보고서에 따르면 스페인 소비자 5명 중 1명이 팬데믹 이후 소스 사용을 늘렸다고 응답했으며 주말에 소스와 같은 양념을 맛보기에 가장 적합한 시간이라고 응답하였다. 응답자의 57% 이상은 맛을 더하기 위하여 소스를 뿌린다고 응답하였으며, 35%는 새로운 맛을 경험하기 위해 소스를 뿌린다고 응답했다.

스페인 지역마다 좋아하는 소스의 종류가 다른 것으로 조사됐다. 안달루시아(46%), 카나리아(41%), 카탈루냐(39%) 등에는 강한 소스를 선호하며, 갈리시아(33%), 아스투리아스(23%), 칸타브리아(23%) 등에서는 부드러운 소스를 좋아하는 것으로 조사되었다.

Choví의 새로운 제품인 Allioli Extra Suave는 소비자들이 원하는 맛의 강도를 선택할 수 있게 해주었고, 전통적인 Allioli의 레시피를 유지하면서 마늘의 강도를 줄였다.

한국 식품 산업에서도 소비자의 다양한 맛에 대한 선호도를 고려해야 한다. 부드러운 맛의 소스를 선호하는 소비자가 많은 만큼, 다양한 맛의 강도를 가진 소스 제품 개발에 주력할 필요가 있다. 이는 전통적인 맛과 현대적인 변화를 조화시키는 방법으로, 소비자들에게 새로운 맛의 경험을 제공할 수 있을 것이다.

▶ 출처

¿Cuáles son las diez grandes tendencias en alimentación?, BBVA
El 60% de los españoles prefiere las salsas poco intensas, ARAL

③ 식물성 기반 음료 대중화, 지속적인 시장 성장 기대

이슈배경

스페인의 식물성 음료 시장은 300백만 유로 이상의 매출을 기록하며 주목할 만한 성장을 이루고 있다. 인플레이션 경제로 전체 식품 소비가 감소하는 상황 속에서도 식물성 기반 식품의 가치와 수요는 25%까지 증가하고 있다.

콩, 귀리, 아몬드 등으로 만들어진 식물성 우유는 낮은 포화지방과 콜레스테롤, 필수 영양소가 풍부하여 건강한 식단으로 인식하는 경향이 확대되고 있다. 또한, 건강과 환경에 대한 인식 증가로 인하여 식물성 우유가 동물성 우유의 대체제로 빠르게 부상하고 있다.

이슈내용

식물성 음료는 알레르기나 유당불내증이 있는 이들에게 중요한 대안으로 작용하며, 채식주의자, 비건, 플렉시테리언 등에게 인기가 높은 것으로 조사됐다. 이에 발맞춰 식품기업들은 저렴한 가격대의 관련 식품을 출시하며, 식물성 기반 식품시장의 확장성은 높아지는 추세이다.

식물성 음료 시장 성장은 건강 및 환경에 대한 의식 증가와 함께 지속 가능한 발전을 대변하는 중요한 변화로 여겨지며, 앞으로도 지속될 것으로 예상된다.

스페인에서는 유럽 국가 중 채식주의자 비율이 높은 독일이나 영국에 비해 채식 소비 트렌드가 비교적 천천히 진행되고 있지만, 플렉시테리언의 증가세는 채식 기반으로 하는 소비자들의 수가 증가할 것임을 시사한다.

▶자세한 내용은 하단 자료 참

Aumenta-la-demanda-de-alimentos-plant-based-a-pesar-de-la-inflacion-en-espana, The Food Tech
Bebidas vegetales: qué son, cuántos tipos hay y cuál es su consumo en España, HULE MANTEL

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
복합식품 생산시설 등록	<ul style="list-style-type: none"> · 한국산 동물 유래 재료(수산물)가 사용된 복합식품 수출 시, 해당 재료의 생산·가공시설 등록 필요 · 국립수산물품질관리원에 생산·가공시설 등록 필요 	국내 수출업체
▼		
품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> · 수출 품목에 대한 중국의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악 	국내 수출업체
▼		
수출신고 및 운송수단 선적	<ul style="list-style-type: none"> · 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 	국내 수출업체
▼		
EORI 번호 발급	<ul style="list-style-type: none"> · 유럽연합에서 수입통관 진행 시 EORI 번호(통관고유번호) 발급 필수 · 유럽연합위원회 사이트를 통해 신청 가능 	스페인 수입업체
▼		
적하목록 사전제출	<ul style="list-style-type: none"> · 운송수단별 기한을 준수해 적하목록을 세관에 제출 · 제출정보: ①화물에 대한 정보 ②화물 운송인 및 송하인 정보 ③운송 및 운항 정보 	스페인 운송·수입 업체
▼		
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> · 물품 도착 30일 전~도착 후 90일 이내 수입신고 완료 필요 · SAD 양식의 수입신고서와 제반서류 제출 필요 · 제출서류: ①수입신고서 ②상업송장 ③포장명세서 ④특혜관세를 적용받을 경우 원산지증명서 ⑤위생증명서 등 검사증명서(필요 시) ⑥관세가격신고서 	스페인 수입업체
▼		
수입검사	<ul style="list-style-type: none"> · 수입식품에 대해 ①서류검사 ②식별검사 ③물리적검사 시행 <ul style="list-style-type: none"> - ①서류검사: 모든 수입식품에 대해 서류의 진위여부 검사 - ②식별검사: 제출서류의 세부사항과 실제 수입 물품을 교차 대조, 화물검사, 컨테이너 봉인확인, 상품 포장 확인 등 실시 - ③물리적검사: 포장을 개봉하고 제품을 검사하여 신고된 정보와 일치하는 제품인지를 검사 	스페인 수입업체
▼		
관세 납부 및 반출	<ul style="list-style-type: none"> · 관세 납부 후 물품 반출 가능 	스페인 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

<p style="text-align: center;">복합식품 수입 규정</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 유럽연합으로 복합식품을 수출하는 국내 수출기업은 복합식품에 요구되는 요건 준수 필요 · 복합식품(Composite)은 동물유래 재료를 포함한 동물유래 가공식품과 식물성 재료가 혼합된 식품을 뜻함 · ‘동물유래 재료’는 육류, 수산물, 젤라틴, 콜라겐, 유제품, 달걀, 꿀, 곤충을 일컬으며 ‘동물유래 가공식품’의 정의는 다음과 같음 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p style="text-align: center;"><동물유래 가공식품의 정의 및 예시></p> <ul style="list-style-type: none"> ① 육류, 우유, 계란을 포함한 알류, 꿀, 수산물 등의 동물유래 재료를 주성분으로 하는 가공식품(즉석 사골국물, 치즈, 난백분, 액젓 등) ② 식물성 재료가 사용되었으나 동물유래 재료의 특성을 바꾸지 않는 경우(올리브유에 절인 통조림 참치, 한약재가 들어간 레토르트 삼계탕) ③ 젤라틴, 콜라겐, 카제인 등 고도로 정제되었으나 원재료가 동물로부터 유래한 재료 </div> · 모든 식품에 사용된 동물유래 재료는 함유량에 관계없이 동일한 조건이 적용되며, 해당 식품의 보관 조건과 육류 함유 여부에 따라 규정 적용 조건을 달리함 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p style="text-align: center;"><한국산 복합식품의 유럽 수출조건></p> <ul style="list-style-type: none"> ① 육류를 함유한 한국산 식품은 원산지나 함유량에 상관없이 EU 수출이 불가함 ② 현재 한국산 수산물, 젤라틴, 콜라겐, 곤충만이 유럽연합으로 수출 가능 ③ 유제품, 달걀, 벌꿀 가공식품의 경우 유럽연합 회원국 또는 승인국의 승인 시설에서 생산된 재료를 사용해야 함 </div> · 새우젓을 사용한 김치 등은 대표적인 복합식품으로, 유럽연합 역내로 한국산 동물유래 재료가 사용된 복합식품을 수출하기 위해서는 해당 재료의 생산·가공시설 등록이 요구됨 · 2023년 11월 기준 유럽연합 역내로 수출할 수 있는 한국산 동물유래 재료는 수산물로, 한국산 수산물을 사용하는 복합식품 수출업체는 제품에 사용된 한국산 수산물의 생산·가공시설을 ‘국립수산물품질관리원’에 등록해야 함
<p style="text-align: center;">품목별 수입요건 파악</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 유럽연합의 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
<p style="text-align: center;">원산지증명서 발급</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 스페인 수출 시 한-EU FTA 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · FTA 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수

	· 대한상공회의소 및 세관을 통해 자율발급할 수 있으며, 수출업체 또는 생산업체가 자율적으로 발급함
--	---

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	<p>● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수</p> <p>· 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음</p> <p>· 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행</p> <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> <p>· 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함</p> <p>· 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함</p>	· 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	<p>● 스페인으로 규제 농식품을 수출하거나 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요</p> <p>· 스페인 수입업체의 요구가 있거나, △감귤 △토마토 종자 등 규제 농식품으로 지정된 식품을 수출하는 경우 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함</p> <p>· 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함</p> <p style="text-align: center;"><수출검역 신청 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%; text-align: center;">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> <tr> <td style="text-align: center;">축산물검역</td> <td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table> <p>· 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함</p> <p>· 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음</p>	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)	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 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)						
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)						
운송수단 선적	<p>● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요</p> <p>· 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함</p>						

②스페인 수입제도 및 통관·검역 절차

▶스페인 수입제도

개요	<ul style="list-style-type: none"> ● 스페인은 유럽연합 회원국으로, 기본적으로 모든 유럽연합의 지침, 규정 및 의무를 준수함 · 유럽연합은 관세동맹에도 해당되기 때문에 유럽연합 역내로 수입되는 동일한 상품에 동일한 세율이 적용됨
----	---

▶스페인 수입통관 및 검역 절차

EORI 번호 발급	<ul style="list-style-type: none"> ● 유럽연합에서 수입통관을 진행하는 수출입업자, 운송업체는 통관고유번호(EORI 번호) 발급 필수 · EORI 번호는 유럽연합 공동 세관등록번호로, 통관과 관련된 서류에는 EORI 번호를 의무적으로 사용해야 함 · 유럽연합 회원국 세관 당국에 등록된 EORI 번호는 전 유럽연합 회원국에서 공동으로 통용되므로 다른 회원국으로 수출입통관 진행 시 해당 회원국 세관에서 다시 통관고유번호를 발급받을 필요가 없음 · EORI 번호는 유럽연합 위원회 사이트를 통해 신청할 수 있으며, 사전에 EORI 번호가 유효한지 확인한 후 수입통관·검역 절차를 진행해야 함 →유럽연합 위원회 사이트 URL : ec.europa.eu 										
적하목록 사전제출	<ul style="list-style-type: none"> ● 운송업체는 수입국 도착 전 운송수단별 기한을 준수해 적하목록을 세관에 제출 · 화물에 대한 정보(물품 명세, 수량 및 중량, HS 코드, 컨테이너 번호, 위험품목 코드 등), 화물 운송인 및 송하인, 수하인의 정보, 운송 항로 및 운항 정보를 유럽연합 도착항의 관할 세관에 신고해야 함 <p style="text-align: center;"><유럽연합 운송수단별 적하목록 제출기한></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">· 컨테이너 해상운송</td> <td style="text-align: center;">선적 24시간 전</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">· 벌크 해상운송</td> <td style="text-align: center;">도착 2시간 전</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">· 4시간 미만 항공운송</td> <td style="text-align: center;">실제 이륙 시간까지</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">· 4시간 이상 항공운송</td> <td style="text-align: center;">유럽연합 관세 영역의 첫 공항 도착 최소 4시간 전</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">· 철도 운송</td> <td style="text-align: center;">도착 1시간 전</td> </tr> </table>	· 컨테이너 해상운송	선적 24시간 전	· 벌크 해상운송	도착 2시간 전	· 4시간 미만 항공운송	실제 이륙 시간까지	· 4시간 이상 항공운송	유럽연합 관세 영역의 첫 공항 도착 최소 4시간 전	· 철도 운송	도착 1시간 전
· 컨테이너 해상운송	선적 24시간 전										
· 벌크 해상운송	도착 2시간 전										
· 4시간 미만 항공운송	실제 이륙 시간까지										
· 4시간 이상 항공운송	유럽연합 관세 영역의 첫 공항 도착 최소 4시간 전										
· 철도 운송	도착 1시간 전										
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 스페인 수입업체는 물품 도착 30일 전부터 세관에 도착 후 90일 이내에 수입 신고 완료 필요 · 수입신고서 제출 시 SAD(Single Administrative Document) 양식을 사용해 세관이 요구하는 서류와 함께 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><유럽연합 수입신고 제출서류></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">①수입신고서</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">②상업 송장</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">③포장명세서</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">④특혜관세를 적용받을 경우 원산지증명서</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">⑤위생증명서 등 검사증명서(필요 시)</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">⑥관세가격신고서</td> </tr> </table>	①수입신고서	②상업 송장	③포장명세서	④특혜관세를 적용받을 경우 원산지증명서	⑤위생증명서 등 검사증명서(필요 시)	⑥관세가격신고서				
①수입신고서											
②상업 송장											
③포장명세서											
④특혜관세를 적용받을 경우 원산지증명서											
⑤위생증명서 등 검사증명서(필요 시)											
⑥관세가격신고서											

수입검사	<p>● 모든 수입식품은 무작위로 세관의 수입검사를 받을 수 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> · 단, 규정 (EU) 2019/1793에 고시된 식품을 유럽연합으로 수입하는 경우 수입검사 비중이 증가하거나 의무적으로 수입검사를 받아야 할 수 있음 · 수입검사 시 ①서류검사(Documentary check) ②제품검사(Identity check) ③물리적검사(Physical check)가 진행될 수 있음 <p style="text-align: center;"><유럽연합 식품 수입검사 종류></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; text-align: center; vertical-align: top;">· 서류검사</td> <td style="padding-left: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> - 제출된 서류의 진위 여부를 검사함 - 모든 수입식품에 대해 실시함 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: top;">· 식별검사</td> <td style="padding-left: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> - 제출서류의 세부사항과 실제 수입물품을 교차 대조하는 검사 - 화물검사, 컨테이너 봉인확인, 상품 포장 확인 등을 통해 상품이 서류 정보와 일치하는지를 검사함 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: top;">· 물리적 검사</td> <td style="padding-left: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> - 포장을 개봉하고 제품을 검사하여 신고된 정보와 일치하는 제품인지를 검사 - 검사관을 통한 관능평가 및 샘플검사가 진행될 수 있음 </td> </tr> </table>	· 서류검사	<ul style="list-style-type: none"> - 제출된 서류의 진위 여부를 검사함 - 모든 수입식품에 대해 실시함 	· 식별검사	<ul style="list-style-type: none"> - 제출서류의 세부사항과 실제 수입물품을 교차 대조하는 검사 - 화물검사, 컨테이너 봉인확인, 상품 포장 확인 등을 통해 상품이 서류 정보와 일치하는지를 검사함 	· 물리적 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 포장을 개봉하고 제품을 검사하여 신고된 정보와 일치하는 제품인지를 검사 - 검사관을 통한 관능평가 및 샘플검사가 진행될 수 있음
· 서류검사	<ul style="list-style-type: none"> - 제출된 서류의 진위 여부를 검사함 - 모든 수입식품에 대해 실시함 						
· 식별검사	<ul style="list-style-type: none"> - 제출서류의 세부사항과 실제 수입물품을 교차 대조하는 검사 - 화물검사, 컨테이너 봉인확인, 상품 포장 확인 등을 통해 상품이 서류 정보와 일치하는지를 검사함 						
· 물리적 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 포장을 개봉하고 제품을 검사하여 신고된 정보와 일치하는 제품인지를 검사 - 검사관을 통한 관능평가 및 샘플검사가 진행될 수 있음 						
관세 납부 및 물품 반출	<p>● 스페인 수입업체는 관세 납부 후 보세구역에서 물품을 반출</p> <ul style="list-style-type: none"> · 수입신고가 수리되고 수입검사 통과 시 관세 납부를 납부하고 보세구역에서 물품을 반출할 수 있음 						

4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡류 : 쌀(백미, 현미), 보리, 밀, 수수, 콩, 팥, 녹두, 옥수수 - 과실류 : 사과, 배, 감, 단감, 포도, 참다래, 밤, 감귤, 복숭아, 자두, 살구 - 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 파프리카, 피망, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 딸기, 토마토, 가지, 고구마 - 종자류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 가지, 파, 양파, 상추, 토마토 - 버섯류 : 송이, 표고, 느타리, 팽이, 영지, 새송이, 양송이, 만가닥 - 절화류 : 튤립, 글라디올러스, 백합, 장미, 카네이션, 난초, 국화 - 화훼류 기타 : 선인장(접목선인장), 심비디움, 난초, 백합, 글라디올러스, 철쭉속, 장미, 카네이션, 국화, 튤립
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 감자, 여주, 감귤 묘목 <p>*상기 품목 외는 수출가능 여부가 공식 확인되지 않고 있으며, 수출실적 통계가 있는 품목도 없어 수출가능 여부는 품목별로 확인이 필요함</p> <ul style="list-style-type: none"> - 제3국산 종자, 분재, in vitro 형태를 제외한 다음의 재식용 식물(34속 1종) <p>: Acacia Mill., Acer L., Albizia Durazz., Alnus Mill., Annona L., Bauhinia L., Berberis L., Betula L., Caesalpinia L., Cassia L., Castanea Mill., Cornus L., Corylus L., Crataegus L., Diospyros L., Fagus L., Ficus carica L., Fraxinus L., Hamamelis L., Jasminum L., Juglans L., Ligustrum L., Lonicera L., Malus Mill., Nerium L., Persea Mill., Populus L., Prunus L., Quercus L. Robinia L., Salix L., Sorbus L., Taxus L., Tilia L., Ulmus L.</p> <p>*상기 품목은 유럽위원회 시행 규정 (EU) 2018/2019에 따라 EU가 지정한 고위험 식물류로서, '19년 12월 14일부터 EU 내 수입금지</p>
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 성분 · 알러지 유발 성분표기 필수 · 용량	· 섭취기한(best before) 또는 최소보존일 (use by) · 보관조건 및/또는 사용조건 · 제조업체명과 주소 또는 · EU 내 수입업체명과 주소	· 원산지 · 사용방법 · 알코올 도수 · 영양성분
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 스페인어로 표기되어야 하며, 유럽연합의 타 가입국 언어를 비롯한 여러 언어의 병기도 가능함 스티커 형태의 라벨 부착 가능함 	
	글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> 글자크기는 최소 1.2mm이어야 할 것 단, 제품 면적이 80cm²미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 할 것 	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> 법적인 정식 명칭으로 기재하되 해당 관습적인 이름이 없는 경우 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용할 것 	
	용량	<ul style="list-style-type: none"> 리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기할 것 음료는 순중량으로 표기할 것 	
	원료명	<ul style="list-style-type: none"> 완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재할 것 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기할 것 원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 백분율과 함께 표기할 것 가공 보조제, 캐리-오버에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능 	
	유통기한	<ul style="list-style-type: none"> 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재할 것 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재할 것 유통기한 앞에 생산 추적 가능 번호인 Lot 번호를 대문자 L과 함께 표기할 것. 단, 유통기한이 표기되어있을 경우 이는 의무사항이 아님 	
	원산지	<ul style="list-style-type: none"> 원산지 국가명 또는 지역명 표기할 것 육류의 경우, 가축의 사육지와 도축장소 표기할 것 	
	기타 표시	<ul style="list-style-type: none"> 사용방법, 알코올도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기할 것 (알코올도수의 경우 1.2% 이상의 알코올 음료에 해당) 사용방법은 사용법이 명시되어있지 않아 소비가 어려울 경우 기재할 것 	
	유기농 로고	<ul style="list-style-type: none"> 유럽연합 유기인증 통합로고와 회원국 별로 독자적인 유기인증 로고를 함께 사용 가능함 통합로고의 상단 또는 하단에 인증기관의 코드번호와 원재료의 원산지를 함께 기재할 것 사전 미포장 또는 제3국 수입 유기식품은 유기인증 로고 사용은 선택적으로 가능함 	
	영양성분	<ul style="list-style-type: none"> 열량, 지방, 포화지방, 탄수화물, 당, 단백질, 나트륨은 필수 기재 불포화지방, 폴리올, 녹말, 식이섬유, 비타민 및 무기질은 선택 기재 매 100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준으로 표기할 것 	
알러지 유발 성분	<ul style="list-style-type: none"> 글루텐 함유 곡류, 감각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위품목 중 예외 있음) 		

5.1.2 라벨링 예시

과일잼류

라벨링 사진




표기항목	표기내용																																	
제품명	Mermelada De Naranja Dulce	달콤한 오렌지 마멀레이드																																
원재료	<ul style="list-style-type: none"> - Naranja - azúcar - gelificante: pectina de cítricos - corrector de acidez: acido citrico - antioxidante: acido ascorbico 	<ul style="list-style-type: none"> - 오렌지 - 설탕 - 겔화제 : 시트러스 펙틴 - 산도보정제 : 구연산 - 항산화제 : 아스코르브산 																																
유통기한	L3116 26-04-2025 09:09																																	
보관방법	Una vez abierto conservar refrigerado	개봉 후에는 냉장보관하세요																																
원산지	Producto de España	스페인산 제품																																
제조업체	Angel Camacho Alimentación, S.L.																																	
제조원	Avda. del Pilar, 6 – 41530. Moron de La frontera, Sevilla																																	
사업등록번호	C.I.F B-41024075																																	
영양성분	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Information Nutritional Por 100g</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Valor energetico</td> <td>952kJ 222Kcal</td> </tr> <tr> <td>Grasas</td> <td>0g</td> </tr> <tr> <td>de las cuales saturadas</td> <td>0g</td> </tr> <tr> <td>Hidratos de Carbono</td> <td>53g</td> </tr> <tr> <td>de los cuales azucares</td> <td>53g</td> </tr> <tr> <td>Proteinas</td> <td>0.7g</td> </tr> <tr> <td>Sal</td> <td>0g</td> </tr> </tbody> </table>	Information Nutritional Por 100g		Valor energetico	952kJ 222Kcal	Grasas	0g	de las cuales saturadas	0g	Hidratos de Carbono	53g	de los cuales azucares	53g	Proteinas	0.7g	Sal	0g	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">100g당 영양성분</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>총 열량</td> <td>952kJ 222Kcal</td> </tr> <tr> <td>지방</td> <td>0g</td> </tr> <tr> <td>그 중 포화지방</td> <td>0g</td> </tr> <tr> <td>탄수화물</td> <td>53g</td> </tr> <tr> <td>그 중 당류 함량</td> <td>53g</td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>0.7g</td> </tr> <tr> <td>나트륨</td> <td>0g</td> </tr> </tbody> </table>	100g당 영양성분		총 열량	952kJ 222Kcal	지방	0g	그 중 포화지방	0g	탄수화물	53g	그 중 당류 함량	53g	단백질	0.7g	나트륨	0g
Information Nutritional Por 100g																																		
Valor energetico	952kJ 222Kcal																																	
Grasas	0g																																	
de las cuales saturadas	0g																																	
Hidratos de Carbono	53g																																	
de los cuales azucares	53g																																	
Proteinas	0.7g																																	
Sal	0g																																	
100g당 영양성분																																		
총 열량	952kJ 222Kcal																																	
지방	0g																																	
그 중 포화지방	0g																																	
탄수화물	53g																																	
그 중 당류 함량	53g																																	
단백질	0.7g																																	
나트륨	0g																																	

5.2 | 인증제도

① 유럽채식협회(V-Label)



유럽채식협회 인증은 EU의 대표적인 채식 인증 제도로 유럽 회원국에서 통용됨. 유전자조작(GMO) 제품 및 양계장에서 생산된 달걀은 인증을 받을 수 없다. 인증은 1년간 유효하며 인증 만료 3개월 전에 서면으로 해지 통보를 하지 않는 경우 자동으로 연장된다.

인증명	유럽채식협회 (V-Label)	인증로고	
발행·검사기관	유럽채식협회 (EVU)	필수 여부	선택
목적	제품이 비건임을 증명하기 위한 인증		
취득절차	인증신청 → 제안서 제공 → 제안서 승낙 → 현장심사 → 결과통보		
필요서류	기업정보 및 연간매출액, 인증 신청한 제품 수, 신청한 제품에 대한 전년도 판매 매출액, 신제품일 경우 향후 1년간 예상 매출액		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

② 지리적표시(GI)


EU의 지리적 표시 인증은 농산물 및 가공식품의 품질을 유지하고 해당 제품의 고유한 명칭을 보호하기 위한 인증 제도로, 원산지 표시 보호(PDO), 지리적 표시 보호(PGI), 전통 특산물 보증(TSG)으로 나뉜다. 유럽연합 회원국과 동등성을 인정받은 역외국에서 통용될 수 있으며 한-EU FTA 협정에 따라 한국 지리적 표시(PGI)를 등록할 시 EU 내에서 지리적 표시(GI) 인증과 동등한 수준의 보호를 받는다. 각 인증 유형별로 신청 가능한 품목, 근거 규정, 자격 요건 등에 차이가 있으므로, 인증 취득 전에 취득요건을 확인해야 한다.

인증명	지리적표시(GI)	인증로고	원산지 표시 보호 (PDO)  지리적 표시 보호 (PGI) 
발행·검사기관	유럽연합 집행위원회	필수 여부	선택
목적	농산물 및 가공식품의 품질을 유지하고 해당 제품의 고유한 명칭을 보호하기 위한 인증		
취득절차	인증신청(국내 지리적 표시 관리기관) → 심사(국내 지리적 표시 관리기관) → 유럽위원회 승부 → 심사 및 관보 공개 → 이의제기 및 상호합의 → 지리적 표시 등록		
필요서류	출원서와 상품명세서		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

③ EU 유기농 인증


EU 내에서 생산된 모든 유기농 농산물 인증을 통일하기 위해 만들어진 인증은 올바르게 표시된 로고를 사용해야 한다. 유럽에서 생산된 미포장 유기농 식품 또는 제3국에서 수입된 유기농 제품들은 자발적으로 이 새로운 로고를 부착할 수 있다. 2015년 유럽연합과 한국은 유기농식품에 관한 동등성 인정 협정을 체결했다.

인증명	EU 유기농 인증(Euro-leaf)	인증로고	
발행·검사기관	농관원 지정 인증기관	필수 여부	선택
목적	EU 내에서 생산된 모든 유기농 농산물 인증을 통일하기 위해 만들어진 인증		
취득절차	인증신청 → 서류심사 → 현장심사 → 결과통보 → 사후관리		
필요서류	인증신청서, 인증품 제조·가공 및 취급계획서, 경영 관련 자료, 사업장의 경계면을 표시한 지도, 작업장의 구조와 용도를 적은 도면 등		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

④ Global Gap(우수 농산물 기준: Good Agricultural Practices)

Global Gap은 AF(농업 및 어업), CB(작물), FV(과일 및 채소) 세 가지로 구성되며, 농화학과 의약품 투입의 최소화 촉진 및 농장보증체계 채택을 활성화하려는 목적을 가진다. 유효인증기간은 1년이며, 따로 인증마크는 없다. 26개 대분류, 233개 세부 항목으로 구성된 가장 방대한 인증 기준을 보유하고 있다.


인증명	Global Gap (우수농산물 기준: Good Agricultural Practices)	인증로고	
발행·검사기관	FoodPLUS	필수 여부	권장
목적	농화학과 의약품 투입의 최소화 촉진 및 농장보증체계 채택을 활성화하려는 목적		
취득절차	인증신청 → 서류심사 → 현장심사 → 결과통보		
필요서류	인증신청서		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

⑤ BRC(British Retail Consortium) Global Food Standard

BRC 인증은 Global Food Standard, Storage and Distribution, Packaging 등 여러 가지 인증 체계를 운영 중임. BRC Food는 소비자 보호를 위해 식품제조업체의 안정성, 품질, 운영 기준을 규정하여 관리하기 위한 목적으로 개발됨. 이 인증은 유통망 내 가공 및 유통되는 모든 업체들의 제품을 이해하고, 식품 안전 위험을 식별하여 통제할


수 있는 시스템으로 활용되고 있음

인증명	BRC(British Retail Consortium) Global Food Standard	인증로고	
발행·검사기관	BRC	필수 여부	선택
목적	소비자 보호를 위해 식품제조업체의 안정성, 품질, 운영 기준을 규정하여 관리하기 위함		
취득절차	인증의뢰 → 현장심사 → 부적합 사항 시정 조치 → 인증 발급 → 사후심사		
필요서류	인증신청서		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

⑥ FSSC22000(Food Safety System Certification22000, 식품안전체계인증)

FSC22000 인증은 ISO22000을 기반으로 하여 더 빠르게 보급되었다. 위해요소분석 중점관리기준(HACCP)도 포함되어 있어, 품질과 안전을 동시에 만족시킬 수 있는 장점이 있다. 또한, 국내 심사원의 심사로 인한 비용 절감, 갱신 주기에 따른 차후 비용 절감 등 다른 인증에 비해 유리한 측면이 많아 식품업계에서 선호도가 높다.

인증명	FSSC22000	인증로고	
발행·검사기관	GFSI	필수 여부	선택
목적	식품안전을 보장하기 위한 인증		
취득절차	인증신청 → 1차 심사 → 2차 심사 → 부적합 사항 시정조치 → 인증발급		
필요서류	인증신청서		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

5.3 | 통관거부사례

5.3.1 최근 통관거부사례

월별 통관거부사례

2022년 EU의 한국산 통관거부사례는 총 13건으로 집계되어, 2021년 8건 대비 5건 (47%) 증가한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 47% 증가하였다.

2022년 전체 수입산 통관거부사례는 총 2,814건으로 집계되어, 2021년 2,943건 대비 129건(4%) 감소한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 9% 증가하였다.

<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	0	0	0	0	0	164	222	222	0	0	16
2월	1	1	3	2	200	73	153	184	233	49	27	23
3월	0	0	3	3	0	0	183	248	324	76	31	33
4월	2	0	2	2	0	0	120	203	239	36	18	41
5월	0	0	1	1	0	0	147	265	228	-37	-14	25
6월	0	1	1	0	0	0	137	262	217	-45	-17	26
7월	0	0	1	1	0	0	168	261	201	-60	-23	9
8월	0	2	0	-2	-100	0	233	236	219	-17	-7	-3
9월	0	3	0	-3	-100	0	204	228	222	-6	-3	4
10월	0	1	1	0	0	0	232	267	247	-20	-7	3
11월	1	0	1	1	0	0	326	263	239	-24	-9	-14
12월	2	0	0	0	0	-100	307	304	223	-81	-27	-15
합계	6	8	13	5	63	47	2,374	2,943	2,814	-129	-4	9

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

한국산 통관거부 상위품목

2022년 연간, EU에서 가장 많은 문제사유가 확인된 한국산 통관거부 품목은 면류(46%)로, 주로 미허가 물질인 에틸렌옥사이드, 2-클로로에탄올 성분이 검출되어 성분 부적합문제로 통관거부되었다.

두번째로 많은 문제사유가 확인된 품목은 기타조제 농산물(23%)로, 떡 제품은 라벨링 문제, 식품 보충제 제품은 서류미비문제, 즉석식품 제품은 잔류농약검출 문제가 확인된다.

<한국산 통관거부 상위품목 분석(2022)>

(단위: 건)

거부사유	주요 통관거부 품목			
	면류	기타 조제농산품	어류	해조류
라벨링/포장	0	1	0	0
성분부적합	6	0	0	2
위생	0	0	1	0
서류미비	0	1	0	0
잔류농약 검출	0	1	0	0
기타	0	0	1	0

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

한국산 통관거부 문제사유

2022년 연간 한국산 통관거부 문제사유는 총 13건으로 전년 동기 대비 162.5% 수준으로 증가하였다. 2022년 연간 한국산 식품의 통관거부 문제사유 건수는 성분 부적합 외 모두 전년 대비 증가하였으며, 2021년에는 발생하지 않았던 라벨링/포장 문제, 위생 문제, 서류미비 문제, 잔류농약 검출문제와 기타문제가 모두 발생하였다.

2022년 연간 성분 부적합으로 인한 한국산 통관거부 문제사유는 총 8건으로 전체 사례의 61.5%를 차지하며, 지난 3년간 성분부적합 문제로 인한 사례가 가장 많이 발생하였다.

성분 부적합 문제의 경우, 주로 면류 제품에서 에틸렌 옥사이드 및 2-클로로에탄올 성분이 검출되거나, 말린 미역 제품에서 아이오딘 성분이 과다 검출되어 문제가 되었으며, 해당 문제 사례는 매년 꾸준히 발생하고 있는 문제 사례로, 한국 수출 기업은 수출 전 성분 관련 규정을 꼼꼼히 확인해야 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	2	33.3	0	0.0	1	7.7	1	0.0
성분부적합	2	33.3	8	100.0	8	61.5	0	100.0
위생	1	16.7	0	0.0	1	7.7	1	0.0
서류미비	0	0.0	0	0.0	1	7.7	1	0.0
잔류농약 검출	0	0.0	0	0.0	1	7.7	1	0.0
기타	1	16.7	0	0.0	1	7.7	1	0.0
합계	6	100.0	8	100.0	13	100.0	5	162.5

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

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[라벨링]

식품보충제 수출 시 주의해야 하는 식품표시기준종합공고

유럽연합은 한국 건강 기능 식품의 주요 수출 대상국 중 하나이며, 유럽연합 회원국으로 수출된 한국산 식물성 식품보충제 제품은 기준치를 초과한 에틸렌옥사이드 성분이 검출되는 문제가 자주 발생하여 관련 검사 증명서를 제출해야 하는 수입 요건이 추가된 바 있다. 이처럼, 유럽연합으로 건강 기능 식품을 수출하고자 하는 한국 식품 기업은 유럽연합에서 규정하는 '식품보충제' 관련 규정에 주의해야 하며, 식품보충제의 성분 기준과 함께 라벨링 기준을 꼼꼼히 확인하여 수출 시 문제가 발생하지 않도록 주의가 요구된다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98782

[위생·안전]

식품 첨가물 아질산염 및 질산염 사용 기준 강화 (2023년 10월 29일 발효)

2023년 10월 9일, 유럽연합(EU) 집행위원회는 「(EU) 2023/2108」을 통해 유럽 의회 및 이사회의 규정 「(EC) No 1333/2008」의 부록 II 및 위원회 규정 「(EU) No 231/2012」의 부록을 개정하고 식품 첨가물인 아질산염(nitrites, E249-250) 및 질산염(nitrates, E251-252)의 사용 기준을 강화했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98777

[라벨링]

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

포장 전면(FOP, Front of Package) 영양 라벨 표시는 국가 대부분이 의무적으로 시행하는 식품 영양 정보 표시 기준과 함께 추가적으로 시행하는 식품 라벨링 제도로, 국가마다 표시 대상 영양 성분의 종류, 표시 방식 및 의무 적용 여부가 상이하다. 이에 한국 식품 기업이 식품 수출 시 주의해야 하는 주요 식품 수출 대상국의 포장 전면(FOP) 영양 라벨링 제도 시행 현황을 정리하여 제공한다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98755

[위생·안전]**특정 식품 내 니코틴 최대 잔류 함량 개정(2023년 9월 15일부터 적용)**

유럽연합위원회는 차, 장미 열매, 씨앗 향신료, 과일 향신료, 계피 내 니코틴 성분의 최대 잔류 함량을 수정하는 개정안 (EU) 2023/1536을 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98581

[규정·제도]**국경통제소에서 공식 통제가 면제되는 복합식품 목록 개정안 발표(2023년 9월 21일 발효)**

유럽연합(EU) 집행위원회는 위임규정 「(EU) 2021/630」의 '국경통제소(BCPs, Designated Border Control Posts)에서 공식 통제(official controls)가 면제되는 복합식품 목록'을 확대한 개정안 「(EU) 2023/1674」을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98539

[규정·제도]**2023년 7월부터 한국의 즉석 면류 제품 수입 시 에틸렌옥사이드 증명서 제출 의무 면제 (단, 수입 검사율은 20% 이상 유지)**

유럽연합은 2023년 6월 8일 「특정 제3국에서 수입되는 일부 품목의 공식 통제 및 비상조치를 일시적으로 강화하는 보완 규정」 (EU)2019/1793을 수정하는 (EU)2023/1110을 공식 관보로 발표했다. (EU)2023/1110에는 한국산 즉석 면류 제품에 적용되었던 에틸렌옥사이드 성분 관련 수입 규제 강화 조치를 완화하는 내용이 포함되었으며, 이에 따라 한국산 즉석 면류 제품은 에틸렌옥사이드 성분 증명서 제출 요건이 2023년 7월부터 면제된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98015

[규정·제도]**2023년 6월 29일부터 산림 벌채로 생산되는 식품의 수입을 규제하는 산림 전용 방지 규정 시행**

유럽연합은 2023년 6월 9일 산림 벌채로 생산된 제품의 유럽연합 내 판매와 수출입을 금지하는 《산림전용(轉用) 규제 법안(Regulation on Deforestation-free products)》을 공식 관보로 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98014

[위생·안전]**플라스틱 제조에 사용되는 '비스페놀A' 고위험 우려 물질로 분류**

2023년 3월, 유럽 사법재판소는 플라스틱 제품 제조에 사용되는 화학물질인 비스페놀 A(BPA, Bisphenol A)를 고위험 우려 물질로 분류하기로 최종 판결했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97770

[라벨링]**음료류의 식품 영양등급 표시제(뉴트리스코어) 조정안 발표**

뉴트리스코어(Nutri-Score, 식품 영양등급표시제 운영위원회는 음료류를 대상으로 현재 식품 기반 영양권장사항에 따라 등급을 책정하는 뉴트리스코어 알고리즘 조정안을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97661&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]**단백질 가수분해물로 제조된 영아 및 성장기용 조제식의 단백질 요건에 관한 위임규정 개정**

유럽연합 집행위원회는 단백질 가수분해물로 제조된 영아용 및 성장기용 조제식의 단백질 요건에 관한 위임규정(EU) 2016/127의 개정을 고시했다.

▶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

[기타]**유럽소비자기구, 식음료 제품을 포함한 모든 제품에 '탄소 중립' 강조 표시 금지 요구**

유럽소비자기구는 2023년 3월 9일 유럽연합을 대상으로 식음료 제품을 포함해 모든 제품에 '탄소 중립' 강조 표시의 사용을 금지할 것을 요구했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97418

[위생·안전]**특정 식품 내 비소(arsenic)의 최대 수준 개정 공고(규정(EU)2023/465)**

영아용 조제식, 성장기용 조제식, 영유아용 특수의료용도 조제식 및 유아 조제식 내 비소 최대수준이 개정되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97354&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[위생·안전]**특정 식품에 대한 아바멕틴(abamectin)의 최대 잔류 허용 수준 수정(규정 (EC)No 396/2005)**

△셀러리 △딸기 △껍질 있는 콩, 완두콩 △토마토 등 특정 품목의 아바멕틴 최대 잔류 허용 수준이 개정되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97354&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[위생·안전]**아족시스트로빈을 포함한 4가지 농약 성분의 잔류한계 기준치 수정**

유럽식품안전청은 특정 식료품에 대한 아족시스트로빈(azoxystrobin), 프로숄포카브(prosulfocarb), 세닥산(sedaxane), 발리페날레이트(valifenalate)의 잔류한계 기준치(MRL)를 수정하여 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97056&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[위생·안전]**특정 식품에 대한 사이로마진, 토프라메존, 트리플루미졸의 잔류한계 기준치 변경**

유럽연합 집행위원회는 특정 식품 내 사이로마진(Cyromazine), 토프라메존(Toprimezone), 트리플루미졸(Triflumizole) 성분의 잔류한계 기준치(MRL)를 개정하고 이에 따라 기존 규정의 부속서 I, III 및 V을 개정했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97007&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**베이커리 및 스낵 산업, EU의 새로운 포장 요건 준수를 위한 관리 정책 고안**

베이커리 및 스낵 제조업체는 유럽연합의 포장재 및 포장 폐기물 규정(PPWD) 최종 채택 시, 업계 영향력이 클 것으로 예상됨에 따라 이를 준수하는 포장 관리 정책을 준비하고 있다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96921&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**유기농 소금의 생산 기준을 추가한 규정 (EU) 2018/848의 수정 초안 공고**

유럽연합 위원회는 유기농 천일염(organic sea salt) 및 유기농 소금류(other organic salts)의 생산 기준을 추가한 규정 (EU)2018/848(유기농 제품의 유기농 생산 및 라벨링) 수정 초안을 공고하고, 2023년 1월 4일까지 수정 내용에 대한 의견을 접수할 예정이라고 밝혔다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96794

[위생·안전]**동물성 식품에 대한 과불화옥테인술폰산 성분 MRL 설정 공고**

유럽 식품안전국은 농약 성분인 포스맷(phosmet)의 위해성 평가가 불완전했기 때문에, 이로 인해 발생한 데이터 갭을 고려하여 일부 식품 품목에 적용되는 포스맷의 최대 잔류한계 기준치(MRL)를 수정한다고 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96766&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[위생·안전]**사과, 배 등 일부 품목의 포스맷 성분 MRL 수정 제안**

유럽 식품안전국은 식품 접촉 물질에 사용되는 과불화옥테인술폰산 성분(Perfluoroalkyl, PFASs)이 식품을 통해 인체에 노출되는 것을 방지하기 위해, 해당 성분의 식품 내 최대 잔류량에 대한 기준(MRL)을 설정하여 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96766&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[기타]**건강 위험을 줄이기 위한 에너지음료의 법적 프레임워크 요구**

과학자들은 건강 위험이 있는 에너지 음료의 활성 성분 최대치와 용량 크기를 규제하고, 라벨링을 개선하기 위해 법적 프레임워크 및 관련 인식 개선 프로그램의 활성화를 요구했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96687&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[규정·제도]**수산물 등에 적용되는 동물성 식품의 특정 위생 요건 수정 공고**

유럽연합 위원회는 《규정(EU) 2019/624》의 쌍각류 조개류(bivalve molluscs)에 관한 부분과 수산물, 알류, 일부 고정제 제품(highly refined products, 히알루론산, 키토산, 글루코사민 등)에 관한 동물성 식품의 특정 위생 요건 《규정(EC) 853/2004》의 부속서 III을 개정한 《규정(EU) 2022/2258》을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96546

[기타]**합성 살충제의 사용을 2025년까지 완전 중지하는 시민 안건이 법안 채택 요건 충족**

Initiative) 안건이 백만 명 이상의 서명을 받아 유럽위원회 및 의회 안건으로 채택되기 위한 요건(임계값)을 충족함. 해당 안건은 농경지의 합성 살충제의 사용을 2030년까지 80%, 2035년까지 100%로 점진적으로 폐지하고 생물 다양성을 복원하고자 했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96358&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

6 요약

6.1 보고서 소개

스페인 식품시장은 2022년 약 1216억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 5.3% 증가했다.

스페인의 식품 수입액은 약 491억 달러로, 프랑스·브라질·독일 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 93위를 차지했다. 주요 수입품은 ①옥수수 기타 ②대두 기타 ③밀 기타로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 5,565만 달러로 전년 대비 0.8% 감소했으며, 주요 수출품목은 ①기타 무알콜 음료 ②과실주스 음료 ③조미 김이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 98%, 온라인 유통채널은 2%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①Mercadona ②Carrefour ③Lidl, 온라인 유통채널의 경우 ①Amazon.com Marketplace ②Amazon.com ③El Corte Inglés로 나타났다.

그래프로 보는 스페인 식품시장

