

2023 농식품 수출국가 정보조사 「독일」

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독일 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)	84,220,184명, 전 세계 18위
민족구성 (2020년 추정치)	독일인 86.3%, 터키인 1.8%, 폴란드인 1%, 시리아인 1%, 루마니아인 1%, 기타/무교/불특정 8.9%
언어	독일어, 소수언어(덴마크어, 프리시안어, 소르비안어, 루마니아어)
종교 (2021년 추정치)	로마 가톨릭 26%, 개신교 23.7%, 이슬람교 3.6%, 기타 4.8%, 무교 41.9%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 13.75% (남성 5,905,124/여성 5,673,727) 15~64세: 62.97% (남성 26,934,889/여성 26,097,401) 65세 이상: 23.28% (남성 8,784,872/여성 10,824,171)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 47.8세, 전 세계 4위 남성: 46.5세 여성: 49.1세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$4.424조 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 5위 \$4.311조 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$4.477조 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	2.63% (2021년 추정치), 전 세계 151위 -3.7% (2020년 추정치) 1.06% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$53,200 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 26위 \$51,800 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$53,900 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	0.7% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	1.4% (2016년 추정치)
주요 생산품	우유, 돼지고기, 밀, 소고기, 감자, 보리, 유채, 닭고기, 계란, 사탕무 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<독일의 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

독일 식품 시장은 2018년 1,892억 달러에서 연평균 4.7% 성장하여 2022년 2,276억 달러로 집계되었다.

육류

육류 시장규모는 2018년 349억 달러에서 연평균 4.7% 성장하여 2022년 419억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 18.4% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2018년 320억 달러에서 연평균 5.1% 성장하여, 2022년 390억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 17.2% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2018년 277억 달러에서 연평균 3.9% 성장하여, 2022년 322억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 14.2% 비중을 차지하고 있다.

<독일 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	189.2	184.6	194.4	213.9	227.6	100.0	6.4	4.7
육류	34.9	33.3	35.7	38.9	41.9	18.4	7.6	4.7
낙농품	32.0	31.3	32.9	36.4	39.0	17.2	7.2	5.1
베이커리 및 곡물류	27.7	26.9	28.2	31.1	32.2	14.2	3.6	3.9
채소류	23.8	23.2	24.4	27.0	28.9	12.7	7.2	4.9
과일 및 견과류	19.5	19.0	19.9	22.0	23.5	10.3	6.5	4.8
스낵류	17.6	17.2	18.1	20.0	21.6	9.5	7.9	5.2
편의식품	8.4	8.2	8.6	9.6	10.3	4.5	7.5	5.3
수산물	7.0	6.8	7.1	7.9	7.9	3.5	0.6	3.2
유지류	5.7	5.6	5.8	6.5	6.8	3.0	5.4	4.6
소스 및 향신료	5.3	5.1	5.3	5.9	6.3	2.8	7.0	4.4
펫푸드	4.2	4.8	5.1	5.2	5.5	2.4	7.2	7.3
스프레드 및 당류	2.3	2.2	2.2	2.4	2.5	1.1	5.0	2.7
영유아식품	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	0.5	0.0	1.7

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

독일의 1인당 식품 소비액은 2018년 2,277달러에서 연평균 4.5% 성장하여 2022년 2,713달러로 집계되었다.

육류

육류 소비액은 2018년 약 419달러에서 연평균 4.5% 성장하여 2022년 약 499달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 18.4% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비액은 2018년 약 385달러에서 연평균 4.8% 성장하여 2022년 약 465달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 17.2% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비액은 2018년 약 332달러에서 연평균 3.6% 성장하여 2022년 약 384달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 14.2% 비중을 차지하고 있다.

<독일 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	2,277.0	2,210.0	2,320.0	2,549.0	2,713.0	100.0	6.4	4.5
육류	419.4	398.2	425.5	464.1	499.6	18.4	7.6	4.5
낙농품	385.3	374.2	392.5	434.1	465.4	17.2	7.2	4.8
베이커리 및 곡물류	332.9	322.5	336.4	370.8	384.0	14.2	3.6	3.6
채소류	286.5	278.2	290.8	321.4	344.4	12.7	7.2	4.7
과일 및 견과류	234.1	227.3	237.7	262.7	279.9	10.3	6.5	4.6
스낵류	212.0	205.9	215.5	238.3	257.2	9.5	7.9	5.0
편의식품	100.7	98.2	103.1	114.3	122.9	4.5	7.5	5.1
수산물	83.8	81.3	84.8	93.5	94.2	3.5	0.7	3.0
유지류	68.5	66.6	69.7	77.1	81.3	3.0	5.5	4.4
소스 및 향신료	63.6	61.4	63.8	70.0	74.8	2.8	6.8	4.1
펫푸드	50.1	57.7	61.1	61.3	65.8	2.4	7.3	7.0
스프레드 및 당류	27.3	26.0	26.6	28.7	30.2	1.1	5.2	2.6
영유아식품	12.3	12.3	12.4	13.0	13.0	0.5	-0.2	1.3

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

독일의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 597kg에서 연평균 0.6% 성장하여 2022년 약 611kg으로 집계되었다.

낙농품

낙농품 소비량은 2018년 약 144kg에서 연평균 1.2% 성장하여 2022년 약 151kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 24.8% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 134kg에서 연평균 0.9% 성장하여 2022년 약 139kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 22.8% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 107kg에서 연평균 0.7% 감소하여 2022년 약 104kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 17.1% 비중을 차지하고 있다.

<독일 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	597.6	596.0	604.7	605.9	611.7	100.0	1.0	0.6
낙농품	144.6	145.1	148.1	149.0	151.7	24.8	1.8	1.2
채소류	134.6	134.5	136.1	137.0	139.4	22.8	1.8	0.9
베이커리 및 곡물류	107.5	106.2	106.8	106.4	104.6	17.1	-1.7	-0.7
과일 및 견과류	62.3	61.2	61.9	61.8	62.6	10.2	1.3	0.1
육류	46.2	45.6	47.4	47.4	48.3	7.9	2.0	1.2
스낵류	27.4	27.7	28.3	28.6	29.3	4.8	2.3	1.7
편의식품	18.3	18.3	18.7	18.8	19.2	3.1	1.9	1.2
펫푸드	18.6	19.4	19.3	18.6	18.9	3.1	1.8	0.4
소스 및 향신료	13.0	12.9	13.1	13.1	13.2	2.2	1.1	0.3
유지류	10.1	10.1	10.3	10.4	10.3	1.7	-1.2	0.4
스프레드 및 당류	7.8	7.8	7.8	7.7	7.6	1.2	-1.8	-0.9
수산물	6.2	6.1	6.1	6.1	5.7	0.9	-5.6	-2.0
영유아식품	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	0.2	-2.7	0.0

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

독일 식품 시장은 2022년 이후 연평균 4.1% 성장하여 2026년 2,668억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 4.2% 성장하여 2026년 494억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2022년 이후 연평균 5.4% 성장하여 2026년 482억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2022년 이후 연평균 2.8% 성장하여 2026년 360억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<독일 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	227.6	238.1	247.4	257.2	266.8	100.0	3.7	4.1
육류	41.9	44.1	45.9	47.8	49.4	18.5	3.5	4.2
낙농품	39.0	41.2	43.4	45.8	48.2	18.1	5.2	5.4
베이커리 및 곡물류	32.2	33.3	34.1	35.0	36.0	13.5	2.8	2.8
채소류	28.9	30.2	31.3	32.5	33.7	12.6	3.5	3.9
과일 및 견과류	23.5	24.4	25.3	26.2	27.1	10.2	3.5	3.6
스낵류	21.6	22.7	23.6	24.6	25.6	9.6	3.9	4.4
편의식품	10.3	10.8	11.2	11.7	12.1	4.5	3.6	4.0
수산물	7.9	8.2	8.4	8.7	8.9	3.3	3.1	3.1
유지류	6.8	7.2	7.4	7.7	8.0	3.0	3.9	4.2
소스 및 향신료	6.3	6.5	6.7	6.9	7.2	2.7	3.8	3.4
펫푸드	5.5	5.7	5.9	6.0	6.1	2.3	2.3	2.7
스프레드 및 당류	2.5	2.7	2.8	2.9	3.0	1.1	4.1	4.6
영유아식품	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	0.6	6.5	7.8

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 독일의 식품 수출액은 약 967억 2,479만 달러로 2021년 대비 3.7% 증가하였다. 또한, 2018년 약 847억 69만 달러에서 연평균 3.4% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 0.7% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 6억 8,507만 달러로 2021년 대비 11.0% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 2.6% 감소하는 추세를 보인다.

주요 수출국

네덜란드로의 식품 수출액은 15.2%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 146억 5,643만 달러로 2021년 대비 3.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 6.2% 증가하는 추세를 보인다.

프랑스로의 식품 수출액은 8.2% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 79억 6,936만 달러로 2021년 대비 0.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 1.3% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 이탈리아(7.4%), 폴란드(7.3%), 오스트리아(6.6%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<독일 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	84,700,691	82,908,860	84,369,917	93,295,352	96,724,795	100.0	3.7	3.4
1 네덜란드	11,533,657	11,091,444	11,840,149	14,226,863	14,656,435	15.2	3.0	6.2
2 프랑스	7,563,742	7,192,633	7,185,889	7,929,808	7,969,366	8.2	0.5	1.3
3 이탈리아	6,893,170	6,448,681	5,921,253	6,742,652	7,185,009	7.4	6.6	1.0
4 폴란드	5,374,511	5,172,223	5,448,725	6,506,652	7,023,668	7.3	7.9	6.9
5 오스트리아	5,763,488	5,613,645	5,711,076	6,257,469	6,365,782	6.6	1.7	2.5
6 영국	5,537,158	5,238,425	5,573,341	4,721,521	4,740,496	4.9	0.4	-3.8
7 벨기에	3,861,212	3,617,703	3,754,155	4,640,533	4,594,734	4.8	-1.0	4.4
8 스페인	3,304,992	3,233,062	3,095,613	3,511,887	3,531,665	3.7	0.6	1.7
9 덴마크	3,109,328	3,040,331	3,086,015	3,377,190	3,514,378	3.6	4.1	3.1
10 스위스	2,493,217	2,422,414	2,667,849	3,036,222	3,049,212	3.2	0.4	5.2
:								
23 대한민국	761,098	799,861	734,697	617,310	685,078	0.7	11.0	-2.6

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준으로 **조제식료품, 빵 기타, 치즈 기타, 초콜릿 기타, 신선치즈** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

조제식료품 수출액은 4.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 47억 4,398만 달러로 2021년 대비 2.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 6.6% 증가하는 추세를 보인다.

빵 기타 수출액은 3.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 32억 4,550만 달러로 2021년 대비 4.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 3.6% 증가하는 추세를 보인다.

치즈 기타 수출액은 3.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 31억 1,637만 달러로 2021년 대비 11.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 7.7% 증가하는 추세를 보인다.

초콜릿 기타 수출액은 2.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 23억 5,256만 달러로 2021년 대비 0.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 1.6% 증가하는 추세를 보인다.

신선 치즈 수출액은 2.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 23억 2,300만 달러로 2021년 대비 20.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 8.8% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **신선 돼지고기(2.3%), 밀 기타(2.3%), 볶은 커피(2.0%)** 등을 수출하였다.

<독일 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	84,700,691	82,908,860	84,369,917	93,295,352	96,724,795	100.0	3.7	3.4
1 조제식료품	3,669,496	3,724,378	4,054,000	4,626,007	4,743,981	4.9	2.6	6.6
2 빵 기타	2,813,534	2,756,173	2,912,346	3,107,440	3,245,500	3.4	4.4	3.6
3 치즈 기타	2,319,561	2,318,448	2,457,402	2,789,780	3,116,374	3.2	11.7	7.7
4 초콜릿 기타	2,210,656	2,148,689	2,140,446	2,338,512	2,352,562	2.4	0.6	1.6
5 신선 치즈	1,659,657	1,671,212	1,728,847	1,924,322	2,323,008	2.4	20.7	8.8
6 신선 돼지고기	2,193,404	2,295,827	2,225,873	2,278,124	2,193,357	2.3	-3.7	0.0
7 밀 기타	1,143,015	1,237,936	2,076,812	1,970,762	2,193,146	2.3	11.3	17.7
8 볶은 커피	1,439,112	1,388,573	1,558,827	1,751,526	1,925,051	2.0	9.9	7.5
9 설탕과자 기타	1,230,553	1,241,033	1,313,764	1,577,242	1,724,487	1.8	9.3	8.8
10 속이 빈 초콜릿	1,097,866	1,311,919	1,321,643	1,419,792	1,415,914	1.5	-0.3	6.6

*주: HS CODE(2106.90, 1905.90, 0406.90, 1806.90, 0406.10, 0203.19, 1001.99, 0901.21, 1704.90, 1806.32)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 독일의 식품 수입액은 약 1,172억 5,726만 달러로, 2021년 대비 5.0% 증가하였다. 또한, 2018년 약 994억 3,939만 달러에서 연평균 4.2% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 0.1% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 8,999만 달러로 2021년 대비 2.9% 증가하였다. 또한, 2018년 약 4,087만 달러에서 연평균 21.8% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

네덜란드에서의 식품 수입액은 17.7%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 207억 7,385만 달러로 2021년 대비 0.7% 감소하였다. 그러나 2018년 약 192억 2,789만 달러에서 연평균 2.0% 증가하는 추세를 보인다.

폴란드에서의 식품 수입액은 8.6% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 100억 4,315만 달러로 2021년 대비 11.1% 증가하였다. 또한, 2018년 약 69억 5,525만 달러에서 연평균 9.6% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 이탈리아(7.9%), 프랑스(6.7%), 스페인(5.9%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<독일 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	99,439,397	96,184,446	101,236,249	111,646,665	117,257,263	100.0	5.0	4.2
1 네덜란드	19,227,892	18,488,699	19,151,521	20,914,124	20,773,850	17.7	-0.7	2.0
2 폴란드	6,955,250	7,048,846	8,010,296	9,039,597	10,043,159	8.6	11.1	9.6
3 이탈리아	7,968,773	7,613,265	8,343,544	9,649,264	9,251,125	7.9	-4.1	3.8
4 프랑스	7,477,917	7,175,010	7,091,612	7,726,055	7,868,540	6.7	1.8	1.3
5 스페인	6,545,995	6,248,096	7,053,789	7,453,431	6,943,324	5.9	-6.8	1.5
6 오스트리아	4,359,305	4,413,437	4,681,939	5,348,939	5,683,134	4.8	6.2	6.9
7 벨기에	4,881,933	4,870,747	4,862,282	5,463,700	5,651,698	4.8	3.4	3.7
8 브라질	3,194,070	2,755,007	3,057,836	3,816,862	4,593,943	3.9	20.4	9.5
9 덴마크	3,399,339	3,359,386	3,188,423	3,399,268	3,517,817	3.0	3.5	0.9
10 미국	3,124,351	3,128,332	3,022,051	2,837,728	3,340,883	2.8	17.7	1.7
:								
70 대한민국	40,877	46,161	61,031	87,483	89,997	0.1	2.9	21.8

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 **볶지 않은 커피, 유채(저에루크산), 치즈와 커드, 조제식료품, 대두 기타** 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

볶지 않은 커피 수입액은 4.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 47억 2,968만 달러로 2021년 대비 45.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 14.1% 증가하는 추세를 보인다.

유채(저에루크산) 수입액은 3.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 42억 9,353만 달러로 2021년 대비 28.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 15.3% 증가하는 추세를 보인다.

치즈와 커드 수입액은 3.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 41억 731만 달러로 2021년 대비 1.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 3.6% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 수입액은 2.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 22억 9,957만 달러로 2021년 대비 2.1% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 6.8% 증가하는 추세를 보인다.

대두 기타 수입액은 1.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 21억 9,030만 달러로 2021년 대비 12.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.3% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **빵 기타(1.8%), 포도주(2ℓ 이하)(1.6%), 신선 냉장 쇠고기(1.3%)** 등을 수입하였다.

<독일 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	99,439,397	96,184,446	101,236,249	111,646,665	117,257,263	100.0	5.0	4.2
1 볶지 않은 커피	2,791,865	2,549,476	2,736,605	3,241,264	4,729,684	4.0	45.9	14.1
2 유채(저에루크산)	2,429,043	2,402,332	2,572,024	3,341,927	4,293,538	3.7	28.5	15.3
3 치즈와 커드	3,567,948	3,546,069	3,709,011	4,045,010	4,107,315	3.5	1.5	3.6
4 조제식료품	1,766,190	1,773,936	2,024,275	2,349,725	2,299,578	2.0	-2.1	6.8
5 대두 기타	1,481,106	1,401,523	1,570,183	1,942,747	2,190,308	1.9	12.7	10.3
6 빵 기타	1,602,581	1,692,254	1,752,475	2,029,860	2,103,063	1.8	3.6	7.0
7 포도주(2ℓ 이하)	1,931,333	1,868,198	1,954,682	2,243,341	1,836,574	1.6	-18.1	-1.2
8 신선 냉장 쇠고기	1,438,913	1,364,741	1,326,188	1,502,538	1,564,214	1.3	4.1	2.1
9 신선 토마토	1,499,794	1,426,777	1,559,667	1,726,238	1,552,753	1.3	-10.0	0.9
10 우유	1,008,726	855,462	1,011,386	1,154,978	1,458,947	1.2	26.3	9.7

*주: HS CODE(0901.11, 1205.10, 0406.90, 2106.90, 120190, 1905.90, 2204.21, 0201.30, 0702.00, 0401.20)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對 독일 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 9,375만 달러로 2018년 약 6,739만 달러에서 연평균 8.6% 증가하였다.

농산물

농산물 수출액은 77.8% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 7,294만 달러로 2021년 대비 8.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.0%의 증가세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 17.7% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1,655만 달러로 2021년 대비 39.1% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 6.1%의 증가세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 3.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 284만 달러로 2021년 대비 57.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 9.7%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 1.5% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 141만 달러로 2021년 대비 59.6% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 14.1%의 감소세를 보이고 있다.

<한국산 對독일 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	67,391	68,550	71,518	99,794	93,753	100	-6.1	8.6
농산물	49,759	52,635	57,061	67,312	72,944	77.8	8.4	10.0
수산물	13,072	11,395	11,239	27,179	16,551	17.7	-39.1	6.1
축산물	1,963	2,026	1,345	1,812	2,846	3.0	57.1	9.7
임산물	2,597	2,494	1,873	3,492	1,412	1.5	-59.6	-14.1

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

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

수출 성장률이 높은 품목에는 '소스 조제품 기타'와 '기타 무알콜 음료' 등이 있으며, 2022년 '소스 조제품 기타'는 최근 5년간 연평균 성장률 34.8%를 기록했다. '기타 무알콜 음료' 역시 같은 기간 동안 연평균 26.9%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

라면 수출액은 11.8%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,104만 달러로 2021년 대비 16.4% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 16.7% 증가하는 추세를 보인다.

조제품 기타 수출액은 2.9%의 비중을 차지하며, 2022년 약 276만 달러로 2021년 대비 7.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 13.3% 증가하는 추세를 보인다.

조미 김 수출액은 9.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 872만 달러로 2021년 대비 25.8% 감소하였다.

속을 채운 파스타 수출액은 2.5%의 비중을 차지하며, 2022년 약 235만 달러로 2021년 대비 2.8% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 13.8% 증가하는 추세를 보인다.

베이커리 제품 수출액은 2.4%의 비중을 차지하며, 2022년 약 224만 달러로 2021년 대비 21.4% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 12.4% 증가하는 추세를 보인다.

<한국산 對독일 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	67,391	68,550	71,518	99,794	93,753	100.0	-6.1	8.6
1 라면	5,947	6,265	10,249	13,221	11,048	11.8	-16.4	16.7
2 조제품 기타	1,679	3,031	4,066	2,582	2,764	2.9	7.1	13.3
3 조미 김	N/A	1,883	6,906	11,755	8,725	9.3	-25.8	N/A
4 속을 채운 파스타	1,403	1,739	1,759	2,418	2,351	2.5	-2.8	13.8
5 베이커리 제품	1,401	1,979	1,880	2,849	2,240	2.4	-21.4	12.4
6 기타 무알콜 음료	664	517	465	1,620	1,724	1.8	6.4	26.9
7 미조리 국수	634	738	830	1,730	1,430	1.5	-17.4	22.6
8 김치	602	544	1,190	1,658	1,283	1.4	-22.6	20.8
9 소스 조제품 기타	289	402	628	1,001	956	1.0	-4.5	34.8
10 큰노타리버섯	1,042	698	576	875	949	1.0	8.5	-2.3

*주: HS CODE(1902.30-1010, 2008.99-5010, 2106.90-9099, 1902.20-0000, 1905.90-1090, 2202.99-9000, 1902.19-1000, 2005.99-1000, 2103.90-9090, 0709.59-4010)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 독일 오프라인 유통채널 규모

개요

독일의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 2,210억 5,600만 유로에서 연평균 2.3% 성장하여 2022년 2,419억 6,000만 유로로 집계되었다.

할인점

할인점의 규모는 2018년 769억 2,000만 유로에서 연평균 3.1% 성장하여 2022년 867억 7,500만 유로로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 35.9% 비중을 차지하고 있다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 651억 9,300만 유로에서 연평균 4.4% 성장하여 2022년 774억 3,300만 유로로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 32.0% 비중을 차지하고 있다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2018년 358억 1,100만 유로에서 연평균 0.7% 성장하여 2022년 368억 9,000만 유로로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 15.2% 비중을 차지하고 있다.

<독일 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 유로, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	221,056	225,393	240,597	242,236	241,960	100.0	-0.1	2.3
할인점	76,920	78,036	83,740	84,850	86,775	35.9	2.3	3.1
슈퍼마켓	65,193	67,821	76,620	78,873	77,433	32.0	-1.8	4.4
하이퍼마켓	35,811	36,234	39,522	37,827	36,890	15.2	-2.5	0.7
전문 판매점	20,154	20,177	20,351	20,015	19,265	8.0	-3.7	-1.1
포코트리테일러	12,855	13,060	10,523	11,016	12,217	5.0	10.9	-1.3
소규모 식품점	9,412	9,334	9,304	9,095	8,770	3.6	-3.6	-1.8
편의점	710	732	538	560	610	0.3	8.9	-3.8

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

*출처: 「Retail in Germany」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장수

개요

독일의 오프라인 유통채널의 매장 수는 2018년 10만 6,671개에서 연평균 0.7% 감소하여 2022년 10만 3,916개로 집계되었다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 3만 1,846개에서 연평균 1.4% 감소하여 2022년 30,155개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 29.0%를 차지하고 있다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점 매장 수는 2018년 2만 7,190개에서 연평균 1.0% 감소하여 2022년 2만 6,160개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 25.2%를 차지하고 있다.

할인점

할인점 매장 수는 2018년 1만 6,077개에서 연평균 0.2% 증가하여 2022년 1만 6,192개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 15.6%를 차지하고 있다.

<독일 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	106,671	105,988	104,718	104,193	103,916	100.0	-0.3	-0.7
전문 판매점	31,846	31,287	30,484	30,290	30,155	29.0	-0.4	-1.4
소규모 식료품점	27,190	26,922	26,372	26,245	26,160	25.2	-0.3	-1.0
할인점	16,077	16,135	16,164	16,185	16,192	15.6	0.0	0.2
포코트리테일러	14,530	14,511	14,503	14,465	14,481	13.9	0.1	-0.1
슈퍼마켓	14,250	14,301	14,358	14,247	14,182	13.6	-0.5	-0.1
하이퍼마켓	1,726	1,727	1,730	1,659	1,651	1.6	-0.5	-1.1
편의점	1,052	1,105	1,107	1,102	1,095	1.1	-0.6	1.0

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

*출처: 「Retail in Germany」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

①Edeka

Edezk Zentrale AG & Co KG 소속으로, 2022년 14.4%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.0% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 2.2% 증가하였다.

②Rewe

Rewe Group 소속으로, 2022년 13.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.1% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 2.0% 증가하였다.

③Aldi

Aldi Group 소속으로, 2022년 13.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 3.0% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 0.5% 증가하였다.

④Lidl

Schwarz Beteiligungs GmbH 소속으로, 2022년 9.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.1% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 2.1% 증가하였다.

⑤Kaufland

Schwarz Beteiligungs GmbH 소속으로, 2022년 7.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.6% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 5.1% 증가하였다.

<독일 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Edeka	13.5	14.2	14.7	14.4	-2.0	2.2
2 Rewe	13.1	14.1	14.2	13.9	-2.1	2.0
3 Aldi	13.6	13.3	13.4	13.8	3.0	0.5
4 Lidl	9.2	9.4	9.6	9.8	2.1	2.1
5 Kaufland	6.8	7.1	7.7	7.9	2.6	5.1
6 Netto Marken-Discount	6.0	6.0	6.1	6.2	1.6	1.1
7 Penny Market	3.4	3.3	3.3	3.5	6.1	1.0
8 Norma	1.5	1.5	1.6	1.6	0.0	2.2
9 Marktkauf	1.4	1.4	1.5	1.5	0.0	2.3
10 E-Center	1.3	1.3	1.3	1.5	15.4	4.9

*출처: 「Retail in Germany」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Edeka	창립연도	1907년
	점유율	14.4%	브랜드 국적	독일
	웹사이트	edeka.de	매장 수	6,827개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Edezk Zentrale AG & Co KG 산하의 브랜드 - Aldi, Lidl 브랜드에 비해 가격이 비쌈 - 소수 매장에 한해 24시간 영업하며 독일 내에 7개의 지역별 회사가 각자 운영 중 - 다양한 PB제품을 공급하며 한국 식품 매대를 별도로 분리해놓는 매장이 있음 - 각 국가의 지역 농가와 직접 협력하여 농산물을 공급받아 판매 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*주 : 「[파리지사]이슈조사 2023 최종본」(한국농수산물유통공사), p47

*출처 : 「Retail in Germany」(유로모니터), 독일 Edeka 홈페이지(edeka.de), 독일 Edeka 소셜미디어 계정

	브랜드명	Rewe	창립연도	1926년
	점유율	13.9%	브랜드 국적	독일
	웹사이트	rewe.de	매장 수	3,493개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Rewe Group 산하의 브랜드 - 신선 채소·과일·낙농업 제품 등을 지역 농가로부터 공급받으며 해당 지역 공급 제품들이 지역에서 재배되었다는 라벨을 붙여 판매함 - 지역 구매관리분부를 통해 상하이, 방콕, 홍콩 등 다양한 아시아 식품 유통 - 대한민국의 비빔밥·김치 레시피를 비롯한 여러 조리법과 그와 관련된 식료품을 판매 품목으로 제공함 - 자사 유기농 브랜드 레베비오(Rewe Bio)를 운영 중임 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*주 : 「독일 석류 콜라겐 젤리 보고서(시장분석형)」(한국농수산물유통공사), p18

*출처 : 「Retail in Germany」(유로모니터), 독일 Rewe 홈페이지(rewe.de), 독일 Rewe 소셜미디어 계정

	브랜드명	Aldi	창립연도	1946년
	점유율	13.8%	브랜드 국적	독일
	웹사이트	aldi.de	매장 수	4,227개
	<ul style="list-style-type: none"> - Aldi Group 산하의 브랜드 - 독일 내에서 남·북부로 나뉜 두 개의 Aldi 브랜드가 있음 - 식료품 가격이 저렴한 축에 속하는 브랜드 - 유료 회원제를 통해 회원들에게 가격 할인을 진행하며 오프라인 매장이 영업하지 않는 일요일에는 온라인 쇼핑 서비스를 제공함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Germany」(유로모니터), 독일 Aldi 홈페이지(aldi.de), 독일 Aldi 소셜미디어 계정

	브랜드명	Lidl	창립연도	1973년
	점유율	9.8%	브랜드 국적	독일
	웹사이트	lidl.de	매장 수	3,255개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Schwarz Beteiligungs GmbH 산하의 브랜드 - 지역 농가의 신선 농산물을 대규모로 구입하여 판매함 - 배송비는 일반적으로 €5.95만 큼 수취하며 일요일에는 온라인 쇼핑 배송 업무가 이루어지지 않음 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Germany」(유로모니터), 브랜드 홈페이지(lidl.de), 독일 Lidl 소셜미디어 계정

	브랜드명	Kaufland	창립연도	1968년
	점유율	7.9%	브랜드 국적	독일
	웹사이트	kaufland.de	매장 수	746개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마켓 브랜드로, Schwarz Beteiligungs GmbH 산하의 브랜드 - 과일·채소·낙농업 제품을 신선하게 공급하는 것에 주력함 - 자체 PB 비건 귀리우유와 제빵 제품이 소비자단체 테스트에서 우수 점수를 기록 - 식물성 원료로 제조한 식료품의 가격을 할인하여 제공 - 다양한 세계 식품을 보유하고 있으며 한국식 PB 상품을 드물게 판매 중임 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*주: 「파리지사」이슈조사 2023 최종본, p49

*출처: 「Retail in Germany」(유로모니터), 독일 kaufland 홈페이지(kaufland.de), 독일 Kaufland 소셜미디어 계정

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 독일의 식품 온라인 시장 규모는 62억 8,200만 유로 규모로 전년 대비 18.7% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 29.0% 성장했다.

<독일 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 유로, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
2,270	2,606	4,438	5,290	6,282	18.7	29.0

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

*출처: 「Retail in Germany」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① Amazon Marketplace

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 18.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 0.5% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 7.5% 증가하였다.

② Amazon

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 13.3%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.2% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 0.5% 감소하였다.

③ eBay Marketplace

eBay Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 7.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 13.4% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 12.5% 감소하였다.

④ HelloFresh

HelloFresh SE에서 운영하는 사이트로, 2022년 1.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 10.0% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 30.1% 증가하였다.

⑤ Bofrost

Bofrost Dienstleistungs GmbH & Co KG에서 운영하는 사이트로, 2022년 0.9%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 4.0% 증가하였다.

<독일 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Amazon Marketplace	15.2	17.0	18.8	18.9	0.5	7.5
2 Amazon	13.5	13.3	13.6	13.3	-2.2	-0.5
3 eBay Marketplace	10.6	10.2	8.2	7.1	-13.4	-12.5
4 HelloFresh	0.5	0.8	1.0	1.1	10.0	30.1
5 Bofrost	0.8	1.0	0.9	0.9	0.0	4.0
6 HSE	-	-	0.8	0.8	0.0	N/A
7 AliExpress Marketplace	0.5	0.5	0.6	0.8	33.3	17.0
8 Lidl	0.7	0.6	0.7	0.8	14.3	4.6
9 HSE24	1.0	0.9	-	-	N/A	N/A

*출처: 「Retail in Germany」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	amazon	운영업체	Amazon.com Inc
	점유율	18.9%	웹사이트	amazon
<ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 B2C 전자상거래 플랫폼 - 가장 다양한 종류의 해외 식료품을 취급하며 유료 구독 서비스 가입 시 무료 배송 및 식료품 당일배송 서비스 이용 가능 - 한국 식료품의 경우 조미김·삼양 불닭 소스·라면이 상위 품목에 위치함 - 기프트 카드를 판매하여 충전된 금액만큼 결제할 수 있는 서비스 제공 				
사진				
	사이트 화면		상위 카테고리의 한국 제품들	

*출처 : 「Retail in Germany」(유로모니터), 독일 amazon 홈페이지(amazon.de), 독일 Amazon 소셜미디어 계정

	사이트명	hellofresh	운영업체	Hellofresh SE
	점유율	1.1%	웹사이트	hellofresh.de
<ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 식료품 배송 B2C 전자상거래 플랫폼 - 구독 시스템으로 운영되며 지불 비용에 따른 종류별 레시피와 식재료를 배송 - 유럽 배송 시 식품온도 관리 정책에 따라 신선도가 잘 유지되며 다양한 요리를 매주 시도할 수 있다는 것이 특징 - 헬로프레시의 해시태그를 이용한 소셜미디어 홍보를 진행하고 있음 - 섭취 인원, 선호 식사, 식습관에 따른 다양한 종류의 레시피를 매달 바꾸어 제공 				
사진				
	사이트 화면		소셜 미디어를 통한 마케팅	

*출처 : 「Retail in Germany」(유로모니터), 독일 hellofresh 홈페이지(hellofresh.de), 독일 Hellofresh 소셜미디어 계정

	사이트명	bofrost	운영업체	Bofrost Dienstleistungs GmbH & Co KG
	점유율	0.9%	웹사이트	bofrost.de
	<ul style="list-style-type: none"> - 유럽의 냉동식품 B2C 전자상거래 플랫폼 - 모든 상품이 냉동되어 배송되는 것이 특징 - Hellofresh와 다르게 유료 구독을 신청하지 않아도 개별 식재료를 냉동으로 구입할 수 있음 - 즉석섭취식품, 냉동육, 아이스크림 등의 다양한 식료품과 해당 식료품을 활용할 수 있는 레시피를 제공 			
사진				
	사이트 화면		냉동 팬케이크와 아이스크림을 이용한 레시피	

*출처 : 「Retail in Germany」(유로모니터), 독일 Bofrost 홈페이지(bofrost.de), 독일 Bofrost 소셜미디어 계정

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

독일의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 2,419억 6,000만 유로에서 연평균 0.3% 감소하여 2026년에는 2,392억 2,500만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

할인점

할인점의 규모는 2022년 867억 7,500만 유로에서 연평균 0.1% 성장하여 2026년 870억 5,500만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 774억 3,300만 유로에서 연평균 0.1% 감소하여 2026년 771억 7,300만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2022년 368억 9,000만 유로에서 연평균 1.2% 감소하여 2026년 351억 1,500만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

<독일 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 유로, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	241,960	238,875	238,482	238,850	239,225	100.0	0.2	-0.3
할인점	86,775	86,525	86,775	87,221	87,055	36.4	-0.2	0.1
슈퍼마켓	77,433	76,163	75,978	76,338	77,173	32.3	1.1	-0.1
하이퍼마켓	36,890	35,650	35,376	35,175	35,115	14.7	-0.2	-1.2
전문 판매점	19,265	18,845	18,605	18,415	18,265	7.6	-0.8	-1.3
포코트리테일러	12,217	12,487	12,654	12,681	12,658	5.3	-0.2	0.9
소규모 식료품점	8,770	8,585	8,470	8,395	8,335	3.5	-0.7	-1.3
편의점	610	620	624	625	624	0.3	-0.3	0.6

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

*출처: 「Retail in Germany」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

독일의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 4.0%로 성장하여, 2026년 73억 3,800만 유로에 이를 것으로 전망된다.

<독일 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 유로, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
6,282	6,627	6,951	7,178	7,338	2.2	4.0

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

*출처: 「Retail in Germany」(유로모니터)

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

독일 식품 유통구조 (2022.08)	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 현황 및 특징 - 온라인 유통채널 현황 및 특징
독일 온·오프라인 식품 유통채널 (2022.08)	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 현대식 유통채널: ①Aldi süd ②Lidi, Netto · 편의점: ①SPAR express ②Rewe to go ③DB service store · 슈퍼마켓: ①Rewe ②Edeka ③tegut · 하이퍼마켓: ①Globus ②Norma ③Kaufland · 포코트리테일러: ①Rewe to go ②Spar express · 전통식: ①Kleinmarkthalle ②Wochenmarkt Winterfeldtplatz - 온라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 전자상거래: ①Amazon ②Otto ③eBay · 홈쇼핑: ①HSN ②HSE24 ③QVC

2.4.2 품목보고서

독일 가공식품 유통정보 (2023.01)	<p>[떡볶이]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 독일 식품 유통채널 구조 <ul style="list-style-type: none"> · 독일 식품 유통채널 현황 · 간편조리식품 산업 유통채널 비중 추이 - 독일 가공식품의 주요 유통채널 <ul style="list-style-type: none"> · 독일 아시안/한인마트 유통채널 현황 · 주요 유통채널: ①하이퍼/슈퍼마켓(에데카, 레베) · 온라인 주요 유통채널: ①아마존 ②브링마이스터
독일 건강기능식품 유통정보 (2023.09)	<p>[석류 콜라겐 젤리]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 독일 유통채널 점유율 - 독일 건강기능식품의 주요 유통채널 <ul style="list-style-type: none"> · 주요 유통채널: ①하이퍼/슈퍼마켓(에데카, 레베, 고아시아, 와이마트) · 온라인 주요 유통채널: ①브링마이스터 ②아마존
독일 신선식품 유통정보	

2.4.3 해외지사 발간 보고서

독일 비건 식품 시장 분석 (2022.09)	<ul style="list-style-type: none"> - 주요 3국 및 기타국의 소비동향 및 유통현황 분석 · 비건 식품 유통현황(유통경로 및 주요 유통채널, 유통 품목)
독일 대형유통매장 내 한국식품 판매 분석 (2023.11)	<ul style="list-style-type: none"> - 주요 유통채널 및 유통경로 · 주요 유통채널: ①EDEKA ②Kaufland ③Globus ④REWE · 대형유통매장 내 한국식품 유통 품목

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 대체육(현지시장 이슈품목)

시장현황

독일에서는 절반 이상(55%)의 소비자들이 육류 소비를 줄이며 플렉시테리언으로 분류되고 있으며, 비건 인구도 150만 명에 이르렀다. 식물 기반 식품의 인기가 상승하고 있는 것으로 나타나고, 2011년부터 2021년까지 독일에서의 육류 소비는 인당 연간 138파운드에서 121파운드로 감소했다.

2021년에는 이러한 제품의 매출이 32% 증가했고, 독일 내 생산도 17% 증가하여 대체육의 인기는 더욱 뚜렷해지고 있다.

또한, 2021년에 독일에서 출시된 제품 중 20%가 비건 제품이었다. 73%의 독일인들이 정기적으로 대체 단백질 제품을 소비하고 있으며, 이 중 58%는 잡식성 소비자이고 24%는 플렉시테리언이다. 독일의 식물 기반 육류 시장은 2022년부터 2032년까지 연평균 성장률(CAGR) 7.2%로 예측된다.

시사점

독일 시장에서 대체육은 높은 성장 잠재력을 가지고 있다. 소비자들이 육류 소비를 줄이고 플렉시테리언 및 비건 생활 방식을 채택함에 따라 식물 기반 육류 제품에 대한 수요가 증가하고 있다. 특히 젊은 소비자층을 중심으로 한 마케팅 전략과 환경 및 건강에 대한 인식을 강조하는 제품 개발이 중요할 것이다.

		
Rügenwalder Mühle Vegan Ham	BILLIE GREEN Vegan Salami	GREENFORCE Vegan Chorizo

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶자세한 내용은 하단 자료 참조

<https://vegconomist.com/market-and-trends/germany-flexitarian-vegan-population/>

② 간편조리식(수출상위 품목)

시장현황

독일의 간편조리식품 시장은 2023년부터 2033년까지 연평균 성장률(CAGR) 7.2%로 성장할 것으로 예상된다. 이는 빠르게 변화하는 현대 생활방식과 도시화에 따른 것으로, 사람들은 시간을 절약하면서 빠르고 편리하게 준비할 수 있는 식사 옵션을 찾고 있다. 독일의 간편조리식품 시장은 6.2%의 시장 점유율을 보이며, 독일 소비자들 바쁜 생활 속에서 빠르고 간단한 식사 옵션을 더욱 찾고 있음을 보여준다. 2023년 독일 영양 보고서에 따르면, 독일 소비자들은 식품 선택에 있어 환경 지속 가능성에 대해 큰 관심을 보이고 있다. 이 보고서는 식단의 중요한 변화를 나타내며, 육류의 일일 소비 감소와 식물 기반 대안의 소비 증가를 강조한다. 또한, 독일 소비자들은 식품의 재료와 환경 및 기후 친화적인 생산 방식에 대한 투명성을 중요하게 여기고 있다. 다수의 응답자(53%)가 적어도 한 번은 채식 또는 비건 대체 식품을 구매한 적이 있으며, 특히 14세에서 29세 사이의 젊은 연령층이 이러한 대체 식품을 일상 식단에 통합하는 경향이 있다. 또한, 소비자들은 지역적으로 조달된 제품에 대한 지지를 표현하고 있다

시사점

독일의 간편조리식품 시장은 지속 가능한 식생활과 건강한 식품 선택에 대한 소비자의 증가하는 의식에 힘입어 성장할 잠재력이 크다. 식물 기반의 대체 식품과 지역적으로 조달된 식재료를 사용한 제품 개발에 주목해야 한다. 또한, 소비자들이 투명성과 환경 지속 가능성에 중요성을 두고 있으므로, 이러한 요소들을 마케팅 전략에 포함시키는 것이 중요할 것이다.

		
MILRAM Vegan Casserole	Schär Lactose Free Margherita Pizza	IGLO Gluten Free Cream Spinach

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 자세한 내용은 하단 자료 참조

<https://www.globenewswire.com/en/news-release/2023/09/11/2740458/0/en/Challenges-and-Growth-Prospects-Navigating-the-Future-of-Convenience-Food-Market-Future-Market-Insights-Inc.html>

<https://vegconomist.com/studies-and-numbers/germanys-2023-nutrition-report-20-consume-meat-daily/>

③ 유산균 유제품(현지시장 이슈품목)

시장현황

독일의 프로바이오틱스(유산균) 시장은 2022년부터 2027년까지 연평균 성장률(CAGR) 3.4%로 성장할 것으로 예상된다. 이는 프로바이오틱스 요거트 및 요거트 음료와 같은 기능성 식품에 대한 수요 증가에 기인한다. 독일 소비자들은 당뇨병과 비만과 같은 건강 문제를 해결하기 위해 기능성 식품을 찾고 있으며, 이는 프로바이오틱스 시장의 성장을 촉진하고 있다. 2023년 글로벌 웰니스 트렌드 보고서에 따르면, 팬데믹 이후 소비자 가치에 극적인 변화가 일어나고 있다.

시사점

독일의 유산균 유제품 시장은 성장 잠재력을 가지고 있다. 이 시장은 소비자들의 건강 의식 증가와 기능성 식품에 대한 수요 증가에 힘입어 성장할 것으로 예상된다. 특히, 과학적으로 입증된 건강 혜택을 강조하고, 팬데믹 이후 변화하는 소비자 가치와 웰니스 산업의 동향을 반영하는 마케팅 전략이 중요할 것이며, 인플레이션으로 인한 소비자의 구매 행동을 고려하여 가격 전략을 수립하여야 하며, 고품질의 제품을 제공함으로써 시장에서의 경쟁력을 유지해야 할 것이다.

		
ANDECHSER Organic Yogurt	YAKULT Original	Müller Froop Yogurt

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 자세한 내용은 하단 자료 참조

<https://finance.yahoo.com/news/germany-probiotics-market-size-grow-080000975.html>

<https://www.globalwellnesssummit.com/press/press-releases/12-wellness-trends-for-2023/>

<https://www.dairybusiness.com/dairy-trends-to-watch-in-2023/>

④ 저칼로리 식품(현지시장 이슈품목)

시장현황

독일의 저칼로리 식품 시장은 2021년에 9억 달러로 평가되었으며, 2029년까지 14억 6,000만 달러에 이를 것으로 예상된다. 이는 2023년부터 2030년까지 연평균 성장률(CAGR) 6.3%에 해당하는 수치이다. 이 시장 성장은 비만 및 당뇨병 증가와 함께 건강한 생활을 추구하는 소비자들의 관심 증가에 의해 주도되고 있다.

독일에서는 2023년에 기후 친화적이고 지속 가능한 식품에 대한 수요가 증가하고 있으며, 이는 식품 생산, 포장, 물류, 재배자의 생활 조건에 이르기까지 모든 분야에 걸쳐 있다. 플렉시테리언(Flexitarianism)이 주류가 되고 있으며, 건강한 편의식품에 대한 수요도 증가하고 있다.

2023년 글로벌 웰니스 트렌드에 따르면, 소비자 가치가 팬데믹 이후 급격히 변화하고 있다. "자기중심"의 웰니스에서 과학과 해결책을 요구하는 방향으로 이동하고 있으며, 이는 웰니스 산업 전반에 영향을 미치고 있다.

시사점

독일의 저칼로리 식품 시장은 건강한 생활방식에 대한 소비자의 인식 증가로 인해 성장하고 있다. 독일 시장의 변화하는 소비자 가치와 웰니스 산업의 동향을 반영하여 저칼로리 식품을 통한 건강한 생활 방식의 추구를 지원하는 것이 핵심 전략이 될 것이다.



*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶자세한 내용은 하단 자료 참조

<https://finance.yahoo.com/news/low-calorie-food-market-expected-160000872.html>

<https://www.freshplaza.com/europe/article/9504665/sustainable-healthy-quick-important-german-trends-in-2023/>

<https://www.globalwellnesssummit.com/press/press-releases/12-wellness-trends-for-2023/>

⑤ 인스턴트 커피(수출상위 품목)

시장현황

독일 커피 시장은 2022년에 77억 9,000만 달러에 달했으며, 2030년까지 137억 9,000만 달러로 성장할 것으로 예상된다. 이는 2023년부터 2030년까지 연평균 성장률(CAGR) 4.2%에 해당하는 수치이다.

독일은 지속가능성을 커피 시장 진입의 전제 조건으로 여기며, 특히 스페셜티 커피의 수요가 증가하고 있다. 기술적 진보는 독일 커피 시장의 성장을 주도하고 있으며, 소비자의 변화하는 요구와 선호를 충족하는 혁신적인 제품과 솔루션을 제공하고 있다.

COVID-19 팬데믹은 독일의 커피 시장에 깊은 영향을 미쳤다. 많은 커피숍과 카페가 폐쇄되거나 제한된 용량으로 운영되면서 매출이 크게 감소했다. 그러나 이로 인해 가정에서의 커피 소비가 증가하였으며, 이는 인스턴트 커피를 포함한 커피 제품에 대한 수요 증가로 이어졌다.

시사점

독일 시장에서 인스턴트 커피의 수출 잠재력은 매우 높다. 현재 독일의 커피 시장은 성장 중이며, 특히 COVID-19로 인한 가정에서의 커피 소비 증가는 인스턴트 커피에 대한 수요를 더욱 높이고 있다. 한국 식품 수출 기업은 이러한 시장 동향을 활용하여 독일 시장에 인스턴트 커피를 성공적으로 수출할 수 있을 것이다.

		
JACOBS Instant Coffee	Krüger Cappuccino	NESCAFE Instant Coffee

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 자세한 내용은 하단 자료 참조

<https://www.giiresearch.com/report/dmin1272794-germany-coffee-market.html>

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 전문직 여성 증가로 인한 유아식 수요 증가

이슈배경

독일의 유아식 시장은 2021년 1억 980만 달러에서 2028년까지 1억 2,540만 달러로 성장할 것으로 예상된다. 이 시장의 성장은 여성 노동력의 증가와 부모의 의식 향상, 유아 관리에 대한 지출 증가로 인한 것이다. 출생률 감소는 시장 성장의 주요 장애물이지만, 독일에서는 여성의 노동 참여율이 높아짐에 따라 가계 소득이 증가하고, 유아식 지출이 증가할 것으로 예상된다.

이슈내용

독일에서는 전문직 여성의 수가 증가하는 등, 노동시장에 참여하는 여성의 소득 수준이 증가하고 있다. 이러한 현상은 유아식 시장의 성장에 영향을 미치고 있는 것으로 보인다. 특히, 경제적으로 여유있는 여성 노동자의 비율이 높아지며, 건강한 프리미엄 유아식 제품에 대한 수요 증가로 이어질 것이다. 특히, 2021년 8월 베를린 기반의 스타트업인 'I Love You Veggie Much'가 비건 유아식 'Fruhstucksbrei'를 출시하는 등 시장에 다양한 신제품이 등장하고 있다. 다논은 2022년에 새로운 유제품 및 식물 기반 조제분유를 출시하며, 유아식 시장에 새로운 옵션을 제공했다. 유아식 제품 유형별로는 말린 유아식, 조제분유, 준비된 유아식 등이 있으며, 특히 조제분유의 비중이 증가할 것으로 보인다. 또한, 유기농 유아식 부문은 부모들의 영양 및 건강에 대한 인식 증가로 성장할 것으로 예상된다. Bellamy's Organic, Bubs Organic 등이 성장을 주도할 것이다.

시사점

한국 식품 수출 기업은 독일 유아식 시장의 성장 동향을 주목해야 한다. 특히 전문직 여성의 증가와 가계 소득 상승은 유아식에 대한 수요 증가로 이어질 것이다. 또한, 유기농 및 비건 유아식 제품에 대한 수요가 증가하고 있으므로, 이러한 트렌드를 반영한 제품 개발과 마케팅 전략이 필요하다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조

<https://www.businessinsider.de/wirtschaft/56-liter-kaffee-jaehrlich-to-go-kaffeekonsum-ausser-haus-steigt-auf-rekordhoehe/>

<https://www.lifepr.de/pressemitteilung/lwenzahn-organics-gmbh/Die-groessten-Trends-der-Babynahrung-2023/boxid/935385>

② 팬데믹 종식 이후에도 꾸준한 커피 소비 증가

이슈배경

독일에서 커피 소비가 코로나 제한 해제 이후 급격히 증가하고 있다. 독일인은 하루에 평균 네 잔의 커피를 소비한다. 독일 커피협회는 "2023년 2분기 외식용 커피 소비량은 전년도 대비 11% 증가했다"고 밝혔다. "독일인들은 올해 상반기에 평균 56리터의 커피를 밖에서 소비했다"고 덧붙였다.

이슈내용

2022년 로스팅 커피의 판매량은 47만 9,700톤으로 사상 최고치를 기록했다. 특히 외식 시장에서의 커피 소비가 2022년 대비 45% 증가했으며, 이는 사람들이 다시 카페와 레스토랑을 이용하는 경향을 반영한다.

독일에서의 커피 소비 증가는 코로나 제한 해제에 따른 사회적 활동 재개와 밀접한 관련이 있다.

커피는 독일에서 가장 인기 있는 음료로, 미네랄 워터와 맥주를 제치고 1위를 차지했다. 사람들이 외출을 선호하면서 '외식 시장'에서 커피 소비가 크게 증가했다.

또한, 재택근무가 줄어들며 출근길이나 비즈니스 런치 중에 커피를 마시는 사람들이 늘었습니다. 이에 따라, 전체적인 커피 소비량이 증가했으며, 특히 홀빈 원두커피의 판매가 증가하고 있다. 이는 커피에 대한 소비자들의 품질에 대한 기대가 높아지고 있다는 것을 반영한다.

시사점

한국 식품 수출 기업은 독일 커피 시장의 이러한 성장 추세를 주목해야 한다. 특히 고품질의 원두 커피와 다양한 커피 관련 제품에 대한 수요가 높아지고 있으므로, 이를 고려한 전략적 시장 진출과 제품 개발이 필요하다. 또한, 외식 시장에서 커피 소비가 증가함에 따라 카페 및 레스토랑 대상의 B2B 마케팅 전략을 강화하는 것이 유리할 것이다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조

<https://www.tagesschau.de/wirtschaft/verbraucher/kaffeekonsum-deutschland-rekord-101.html>

<https://www.businessinsider.de/wirtschaft/56-liter-kaffee-jaehrlich-to-go-kaffeekonsum-ausser-haus-steigt-auf-rekordhoehe/>

③ 카카오 대체품으로 귀리에 주목

이슈배경

초콜릿은 많은 이들에게 사랑받는 간식이지만, 그 주요 성분인 카카오의 재배는 환경에 부정적인 영향을 미칩니다. 이에 따라 카카오를 사용하지 않은 새로운 초콜릿 대체품들이 개발되고 있다. 그 중 하나인 'Nocoa'는 귀리를 기반으로 한 혁신적인 제품이다.

이슈내용

카카오 재배는 열대우림의 파괴와 높은 물 소비, 그리고 장거리 운송으로 인한 큰 탄소 발자국으로 인해 환경에 부정적인 영향을 미친다. 이러한 문제에 대응하기 위해 'Nocoa'라는 새로운 형태의 초콜릿 대체품이 개발되었다.

이 제품은 뮌헨에 위치한 Planet A Foods의 혁신적인 스타트업에 의해 만들어졌으며, 카카오 대신 발효된 귀리를 사용하여 진한 초콜릿 맛을 구현한다.

'Nocoa'의 가장 큰 특징은 카카오를 사용하지 않으면서도 초콜릿과 유사한 맛과 질감을 제공한다는 점이다. 귀리를 사용함으로써 지역적으로 재배가 가능하며, 식품 폐기물 감소에 기여하고 추가적인 농지가 필요 없는 지속 가능한 생산 방식을 채택하고 있다.

또한, 일반 초콜릿에 비해 CO2 배출량이 현저히 낮아 환경 보호에 기여한다. 이러한 점들은 'Nocoa'를 카카오 재배의 환경적 문제에 대한 유망한 대안으로 부각시키며, 지속 가능하고 건강한 식품 소비에 중요한 역할을 할 것으로 기대된다.

시사점

'Nocoa'와 같은 혁신적인 제품은 카카오 재배의 환경적 문제에 대한 대안을 제시하며, 모든 사람들이 즐길 수 있는 지속 가능하고 건강한 초콜릿을 만들고자 한다. 이러한 접근은 향후 식품 산업에서 중요한 역할을 할 것으로 예상되며, 환경 보호와 지속 가능한 식품 소비의 중요성을 강조한다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조

<https://www.foodnewsgermany.de/food-trends/schokolade-ohne-kakao-nachhaltig-naschen/>

<https://www.foodnewsgermany.de/food-trends/10-schokoladen-trends-denen-chocoholics-nicht-widerstehen-koennen/>

④ 새로운 유제품 감자우유

이슈배경

호엔하임 대학의 연구에 따르면, 독일 소비자들의 동물 복지에 대한 비판적 태도가 주요 구매 동기로 작용하고 있으며, 건강과 환경에 대한 고려도 중요한 역할을 한다. 2023년 2월, 독일에서 식물성 우유 대체품의 판매량은 2020년 2월 대비 85% 증가했으며, 전년도 매출액은 약 6억 1천만 유로에 달했다. 소야, 귀리, 아몬드 등으로 만든 식물성 우유 대체품이 슈퍼마켓의 표준 제품이 되었고, 다양한 식물성 음료에 감자우유가 새롭게 추가되었다.

이슈내용

식물 기반 음식은 최근 몇 년간 중요한 식품 트렌드로 자리 잡았다. 많은 소비자들이 알레르기, 불내증, 윤리적 이유로 동물성 식품을 피하고 있다.

감자우유는 견과류, 글루텐, 콩에 알레르기가 있는 사람들에게 유용한 대안이다. 이 새로운 식물성 우유 대체품은 크림이한 질감과 오메가-3 지방산이 풍부하며, 보다 적은 탄소 발자국을 남긴다.

감자우유는 무설탕 또는 바리스타용 식물성 우유 등 다양한 형태로 제공된다. 또한, 가정에서도 감자, 물, 소금, 바닐라 추출물과 아몬드를 사용해 간단히 만들 수 있다. 하지만 감자는 반드시 익혀야 하며, 솔라닌이라는 독성 물질을 포함하고 있어 가정에서 생산할 때 주의해야 한다.

시사점

감자우유의 출현은 식품 산업에 새로운 기회를 제공한다. 환경친화적이고 건강한 식품 대안에 관한 소비자의 관심이 높아지고 있으며, 이러한 트렌드는 식품 제조기업에게 새로운 제품 개발의 방향을 제시한다. 감자 우유는 맛, 건강, 환경 모두에서 장점을 가지고 있어, 다양한 식품에 활용될 수 있으며, 향후 식품 시장에서 중요한 역할을 할 것으로 예상된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조

<https://www.foodnewsgermany.de/food-trends/pflanzendrink-kartoffelmilch-die-trendige-milchalternative/>

<https://www.agrarheute.com/agrarheutecom/pflanzliche-alternativen-trend-deutsche-hafermilch-lieben-610824>

⑤ 냉동식품 시장 확대

이슈배경

독일 냉동식품 연구소(dtl)에 따르면, 2022년 독일인들은 역대 최고 수준의 냉동식품을 소비했다. 피자부터 아이스크림까지, 평균적으로 독일 시민 한 명당 50kg의 냉동식품을 섭취했다.

이슈내용

2022년 독일에서의 냉동식품 소비량은 전년 대비 3.6% 증가한 약 390만 톤으로, 이는 2019년 기록한 최고 매출보다도 2% 높은 수치이다. 인당 소비량은 47.7kg으로, 1.6kg 증가했다.

외식 시장에서는 냉동식품의 판매량이 약 15% 증가한 190만 톤 이상을 기록했다. 코로나19 조치 해제로 인해 해당 시장에서 뚜렷한 회복세가 관찰되었다.

시사점

독일에서의 냉동식품 소비 증가는 한국 식품업계에 중요한 시장 기회를 제시한다. 냉동식품은 점점 더 많은 가정과 외식 산업에서 중요한 역할을 하고 있으며, 시간 절약형 제품에 대한 수요 증가는 특히 주목할 만하다. 한국 식품 기업들은 이러한 트렌드를 반영하여, 다양하고 맛있는 냉동식품을 개발하고 마케팅 전략을 강화할 필요가 있다. 또한, 코로나19 이후 변화하는 소비 패턴을 고려한 제품 개발과 유통 전략이 중요하다.

▶자세한 내용은 하단 자료 참조

<https://www.spiegel.de/wirtschaft/service/deutsche-verspeisen-so-viel-tiefkuehlkost-wie-noch-nie-a-bad5d97f-bad2-4951-978a-447c133422b5>

<https://www.frankfurt-live.com/1923-2023—ndash-100-jahre-tiefk-uumlhlung-159651.html>

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 	독일 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 	독일 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 	독일 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 	독일 수입업체
▼		
관세 납부 및 반출	<ul style="list-style-type: none"> · 관세 납부 후 물품 반출 가능 	독일 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 <p style="text-align: center;"><동물유래 가공식품의 정의 및 예시></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <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> <ul style="list-style-type: none"> · 모든 식품에 사용된 동물유래 재료는 함유량에 관계없이 동일한 조건이 적용되며, 해당 식품의 보관 조건과 육류 함유 여부에 따라 규정 적용 조건을 달리함 <p style="text-align: center;"><한국산 복합식품의 유럽 수출조건></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <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> <ul style="list-style-type: none"> · 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"> ● 독일 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>● 독일로 규제 농식품을 수출하거나 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요</p> <p>· 독일 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>						

② 독일 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 독일 수입제도

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

▶ 독일 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="padding: 2px;">· 컨테이너 해상운송</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">선적 24시간 전</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">· 벌크 해상운송</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">도착 2시간 전</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">· 4시간 미만 항공운송</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">실제 이륙 시간까지</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">· 4시간 이상 항공운송</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">유럽연합 관세 영역의 첫 공항 도착 최소 4시간 전</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">· 철도 운송</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">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"> ● 독일 수입업체는 물품 도착 30일 전부터 세관에 도착 후 90일 이내에 수입신고 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;">① 수입신고서</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">② 상업 송장</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">③ 포장명세서</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">④ 특혜관세를 적용받을 경우 원산지증명서</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">⑤ 위생증명서 등 검사증명서(필요 시)</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">⑥ 관세가격신고서</td> </tr> </table>	① 수입신고서	② 상업 송장	③ 포장명세서	④ 특혜관세를 적용받을 경우 원산지증명서	⑤ 위생증명서 등 검사증명서(필요 시)	⑥ 관세가격신고서				
① 수입신고서											
② 상업 송장											
③ 포장명세서											
④ 특혜관세를 적용받을 경우 원산지증명서											
⑤ 위생증명서 등 검사증명서(필요 시)											
⑥ 관세가격신고서											

<p style="text-align: center;">수입검사</p>	<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;">· 서류검사</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - 제출된 서류의 진위 여부를 검사함 - 모든 수입식품에 대해 실시함 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">· 식별검사</td> <td> <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;">· 물리적 검사</td> <td> <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 						
<p style="text-align: center;">관세 납부 및 물품 반출</p>	<p>● 독일 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"> 독일어로 표기되어야 하며, 유럽연합의 타 가입국 언어를 비롯한 여러 언어의 병기도 가능함 스티커 형태의 현지어로 된 라벨 부착 가능함 	
	글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> 글자크기는 최소 1.2mm이어야 할 것 단, 제품 면적이 80cm²미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm 이상이어야 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 상표와 브랜드를 표기하는 것은 권장으나 상품명으로 사용해서는 안 됨 	
	용량	<ul style="list-style-type: none"> 리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g) 중 선택하여 적절한 단위와 함께 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 면의 경우 '면' 문자 다음에 괄호를 사용하여 면을 만든 재질인 밀가루, 메밀 등을 표기하도록 하며, 스프 및 조미료는 가장 일반적인 이름으로 표기 	
	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 	

		<ul style="list-style-type: none"> • 사전 미포장 또는 제3국 수입 유기식품의 유기인증 로고 사용은 선택적
	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, 갑각류, 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

김치류

라벨링 사진



표기항목	표기내용	
제품명	Kimchi Yangban	양반 김치
원재료	Chinakohl 75% Wasser Frühlingszwiebeln scharfe Peperoni Zucker Salz Knoblauch Ingwer Geschmacksverstärker: Mononatriumglutamat	배추 75% 물 파 고추 설탕 소금 마늘 생강 향미료: 글루타민산일나트륨
보관방법	Nachdem Öffnen kühl aufbewahren	개봉 후에는 서늘한 곳에 보관하십시오.
영양 성분	Nährwerte pro: 100g - Brennwert: 126kJ/ 30kcal - Fett: <0.5g - davon gesättigte Fettsäuren: <0.1g - Kohlenhydrate: 5.0g - davon Zucker: 3.0g - Eiweiß: 1.0g - Salz: 1.2g	100g 당 영양성분 - 열량: 126kJ/ 30kcal - 지방: <0.5g - 포화지방: <0.1g - 탄수화물: 5.0g - 당류: 3.0g - 단백질: 1.0g - 소금: 1.2g
수입업체 정보	Kneyenhop & Kluge GmbH & Co. KG Industriestraße 40-42, 28876 Oyten, Germany	크라이엔호프 & 클루게 GmbH & Co. KG 산업거리 40-42, 28876 오이텐, 독일
유통기한	2023.06.03	
원산지	한국	

가공식품류

라벨링 사진




표기항목	표기내용																																					
제품명	Tteock Korean Rice Pasta Stick Type	떡 한국산 쌀 파스타 면 타입																																				
유통기한	2022.10.6																																					
순 중량	400g																																					
제품 유형	Reis-Teigware, zu Stäbchen geformt, tiefgefroren	쌀 반죽, 조각형, 냉동식품																																				
재료	Reismehl 72%, Wasser, Salz	쌀 72%, 물, 소금																																				
알레르기 정보	Kann Weizen, Soja und Milch enthalten	밀, 콩 그리고 우유를 포함할 수 있음																																				
보관방법	<ul style="list-style-type: none"> - Kühlschrank 1 Tag - Gefrierfach bei -6°C : 1 Woche - Gefrierfach bei -12°C : 1 Monat - Gefrierfach bei -18°C : siehe Mindesthaltbarkeitsdatum - Nachdem Abtauen nicht wieder einfrieren 	<ul style="list-style-type: none"> - 냉장보관 1일 - -6°C의 냉동보관 : 1주일 - -12°C의 냉동보관 : 1달 - -18°C의 냉동보관 : 포장 날짜를 참조 - 해동 후 다시 냉동하지 말 것 																																				
수입업체 정보	Kreyenhop & Kluge GmbH & Co. KG Industriestraße 40-42, 28876 Oyten, Germany	크레이놈 앤 클루지 산업도로 40-42, 28876 오이텐 독일																																				
영양성분 정보	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Nährwertangabe</th> <th>pro 100g</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Brennwert</td> <td>223kcal</td> </tr> <tr> <td>Fett</td> <td>0.7g</td> </tr> <tr> <td>davon gesättigte Fettsäuren</td> <td>0.3g</td> </tr> <tr> <td>Kohlenhydrate</td> <td>50g</td> </tr> <tr> <td>davon Zucker</td> <td><0.5g</td> </tr> <tr> <td>Ballaststoff</td> <td>0.5g</td> </tr> <tr> <td>Eiweiß</td> <td>4.1g</td> </tr> <tr> <td>Salz</td> <td>0.86g</td> </tr> </tbody> </table>	Nährwertangabe	pro 100g	Brennwert	223kcal	Fett	0.7g	davon gesättigte Fettsäuren	0.3g	Kohlenhydrate	50g	davon Zucker	<0.5g	Ballaststoff	0.5g	Eiweiß	4.1g	Salz	0.86g	<table border="1"> <thead> <tr> <th>영양 정보</th> <th>100g당</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>열량</td> <td>223kcal</td> </tr> <tr> <td>지방</td> <td>0.7g</td> </tr> <tr> <td>포화 지방</td> <td>0.3g</td> </tr> <tr> <td>탄수화물</td> <td>50g</td> </tr> <tr> <td>그 중 설탕</td> <td><0.5g</td> </tr> <tr> <td>식이섬유</td> <td>0.5g</td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>4.1g</td> </tr> <tr> <td>소금</td> <td>0.86g</td> </tr> </tbody> </table>	영양 정보	100g당	열량	223kcal	지방	0.7g	포화 지방	0.3g	탄수화물	50g	그 중 설탕	<0.5g	식이섬유	0.5g	단백질	4.1g	소금	0.86g
Nährwertangabe	pro 100g																																					
Brennwert	223kcal																																					
Fett	0.7g																																					
davon gesättigte Fettsäuren	0.3g																																					
Kohlenhydrate	50g																																					
davon Zucker	<0.5g																																					
Ballaststoff	0.5g																																					
Eiweiß	4.1g																																					
Salz	0.86g																																					
영양 정보	100g당																																					
열량	223kcal																																					
지방	0.7g																																					
포화 지방	0.3g																																					
탄수화물	50g																																					
그 중 설탕	<0.5g																																					
식이섬유	0.5g																																					
단백질	4.1g																																					
소금	0.86g																																					
원산지	Hergestellt in Korea	한국산																																				

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 → 이익제기 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

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 농산품(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]

식품에 곤충이나 그 파생물 함유 시 포장 전면 라벨링을 의무화하는 법안 발의

독일 AFD 정당은 식품에 곤충이나 그 파생물을 함유할 경우 이와 관련된 사항을 포장 전면에 균일하고 투명하게 표시할 것을 요구하는 새로운 라벨 표시 법안을 발의했다.

▶ 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

[규정·제도]

당, 염분 및 지방 과다 함유 식품의 어린이 대상 광고를 제한하는 법률 초안 발표

2023년 2월 27일, 독일 연방식품농업부(BMEL)는 과량의 당, 염분 및 지방을 함유한 식품의 어린이 대상 광고를 제한하는 법안의 초안을 발표했다. 과량의 당, 염분 및 지방을 함유하는 식품은 광고의 종류, 내용 또는 구성에 따라 광고를 제한하는 법안을 제정하였다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97357

[규정·제도]

산업용 대마의 THC 함량 한계를 0.3%로 높이기로 결정

독일 연방정부는 독일 마약법에 허용된 '산업용 대마' 중 테트라하이드로칸나비놀(THC) 함량 한계 수준을 기존 0.2%에서 0.3%로 높이기로 결정했다. 이는 EU의 새로운 공동농업정책(CAP) 전략계획규정 (EU) 2021/2115 발효에 따라, 보조금의 일환인 '직접 지불 (direct payment)' 항목의 승인된 THC 함량이 0.3%로 증가했기 때문이다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97278&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[기타]

설탕의 대체재로 사용되는 에리스리톨 관련 안내 정보 게재

독일 소비자센터연방연합은 설탕 대체 감미료의 인기가 높아짐에 따라, 천연 성분 또는 건강한 성분으로 강조 표시되는 에리스리톨의 명확한 라벨링 기준을 정리하여 공고했다.

▶ 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

[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]**아зок시스트로빈을 포함한 4가지 농약 성분의 잔류한계 기준치 수정**

유럽식품안전청은 특정 식료품에 대한 아зок시스트로빈(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

독일 식품시장은 2022년 약 2,276억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 6.4% 증가했다.

독일의 식품 수입액은 약 1,173억 달러로, 네덜란드·폴란드·이탈리아 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 70위를 차지했다. 주요 수입품은 ①볶지 않은 커피 ②유채(저에크루산) ③치즈와 커드로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 9,375만 달러로 전년 대비 6.1% 감소했으며, 주요 수출품목은 ①라면 ②조제품 기타 ③속을 채운 파스타이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 97%, 온라인 유통채널은 3%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①Edeka ②Rewe ③Aldi, 온라인 유통채널의 경우 ①Amazon Marketplace ②Amazon ③eBay Marketplace로 나타났다.

그래프로 보는 독일 식품시장

