

2023 농식품 수출국가 정보조사 「뉴질랜드」

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뉴질랜드 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)	5,109,702명, 전 세계 125위
민족구성 (2018년 추정치)	유럽인 64.1%, 마오리족 16.5%, 중국인 4.9%, 인도인 4.7%, 사모아인 3.9%, 통가족 1.8%, 쿡 아일랜드 마오리족 1.7%, 미국인 1.5%, 필리핀인 1.5%, 뉴질랜드인 1%, 기타 13.7%
언어	영어 95.4%, 마오리어 4%, 사모아어 2.2%, 중국어 2%, 힌디어 1.5%, 프랑스어 1.2%, 광동어 1.1%, 뉴질랜드 수화 0.5%, 기타 또는 미기재 17.2%
종교 (2018년 추정치)	기독교 37.3%, 힌두교 2.7%, 마오리교 1.3%, 이슬람교 1.3%, 불교 1.1%, 기타 종교 1.6%, 응답 반대 48.6%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 19.15% (남성 503,190/여성 475,527) 15~64세: 64.36% (남성 1,661,312/여성 1,627,304) 65세 이상: 16.49% (남성 394,339/여성 448,030)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 37.2세, 전 세계 72위 남성: 36.4세 여성: 37.9세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$219.839십억 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 64위 \$211.966십억 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$214.655십억 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	3.71% (년 추정치), 전 세계 127위 -1.25% (년 추정치) 2.19% (년 추정치)
1인당 실질GDP	\$42,900 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 42위 \$41,600 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$43,100 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	5.7% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	6.6% (2017년 추정치)
주요 생산품	우유, 쇠고기, 키위 과일, 사과, 감자, 양고기, 포도, 밀, 보리, 대파, 양파 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<뉴질랜드의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
(발효) 칠레-싱가포르, PACER plus, 호주, 아세안-호주, 홍콩, 말레이시아, 태국, 한국, P4, 중국, 싱가포르, CPTPP (서명 및 타결) RCEP, 중국 개선, 영국, ACTA, GCC, TPP	EU, PA, AANZFTA 개선, 인도, RBK	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-뉴질랜드 FTA RCEP	해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.11. 조회 기준

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

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

뉴질랜드 식품 시장은 2018년 110억 달러에서 연평균 5.5% 성장하여 2022년 136억 달러로 집계되었다.

육류

육류 시장규모는 2018년 20억 달러에서 연평균 5.7% 성장하여 2022년 25억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 18.4% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2018년 19억 달러에서 연평균 6.5% 성장하여, 2022년 24억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 17.5% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2018년 16억 달러에서 연평균 3.5% 성장하여, 2022년 19억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 13.7% 비중을 차지하고 있다.

<뉴질랜드 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	11.0	10.9	11.2	12.8	13.6	100.0	6.3	5.5
육류	2.0	2.0	2.0	2.3	2.5	18.4	7.7	5.7
스낵류	1.9	1.9	1.9	2.2	2.4	17.5	8.2	6.5
베이커리 및 곡물류	1.6	1.6	1.6	1.9	1.9	13.7	0.0	3.5
낙농품	1.3	1.3	1.3	1.5	1.6	12.0	7.2	5.6
채소류	1.1	1.1	1.1	1.3	1.4	10.2	7.8	6.0
과일 및 견과류	0.8	0.8	0.8	0.9	1.0	7.3	6.4	5.7
편의식품	0.7	0.7	0.7	0.8	0.9	6.6	8.4	6.5
펫푸드	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5	3.8	8.3	4.9
소스 및 향신료	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	3.5	9.3	6.2
수산물	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	3.3	4.7	5.0
유지류	0.3	0.2	0.2	0.3	0.3	2.1	3.6	3.8
스프레드 및 당류	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.9	9.1	4.7
영유아식품	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.8	0.0	2.4

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

뉴질랜드의 1인당 식품 소비액은 2018년 2,320달러에서 연평균 4.6% 성장하여 2022년 2,781달러로 집계되었다.

육류

육류 소비액은 2018년 423달러에서 연평균 4.9% 성장하여 2022년 약 512달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 18.4% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 소비액은 2018년 391달러에서 연평균 5.6% 성장하여 2022년 약 485달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 17.5% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비액은 2018년 약 342달러에서 연평균 2.6% 성장하여 2022년 379달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.6% 비중을 차지하고 있다.

<뉴질랜드 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	2,320.0	2,279.0	2,320.0	2,635.0	2,781.0	100.0	5.5	4.6
육류	423.0	414.5	419.5	478.6	512.7	18.4	7.1	4.9
스낵류	391.0	386.3	394.0	453.2	485.6	17.5	7.1	5.6
베이커리 및 곡물류	342.1	333.7	336.1	381.7	379.0	13.6	-0.7	2.6
낙농품	275.8	270.8	274.3	313.2	332.9	12.0	6.3	4.8
채소류	232.5	228.3	231.6	264.8	283.6	10.2	7.1	5.1
과일 및 견과류	168.7	165.8	168.3	192.6	204.3	7.3	6.1	4.9
편의식품	148.2	146.3	149.1	171.4	183.4	6.6	7.0	5.5
펫푸드	90.1	89.2	100.2	98.7	105.6	3.8	6.9	4.1
소스 및 향신료	77.8	76.5	77.7	88.9	95.3	3.4	7.2	5.2
수산물	77.5	76.0	76.9	87.8	92.2	3.3	5.0	4.4
유지류	51.7	50.4	50.7	57.6	59.6	2.1	3.6	3.6
스프레드 및 당류	20.6	20.1	20.3	23.1	23.9	0.9	3.4	3.9
영유아식품	21.5	21.4	21.5	23.0	23.0	0.8	0.0	1.7

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

뉴질랜드의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 455kg에서 연평균 0.2% 성장하여 2022년 459kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 90kg에서 연평균 1.8% 감소하여 2022년 84kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 18.3% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 78kg에서 연평균 0.8% 성장하여 2022년 81kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 17.6% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비량은 2018년 약 75kg에서 연평균 0.9% 성장하여 2022년 약 78kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 17.1% 비중을 차지하고 있다.

<뉴질랜드 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	455.7	457.7	458.7	461.6	459.0	100.0	-0.6	0.2
베이커리 및 곡물류	90.4	90.2	89.8	89.6	84.0	18.3	-6.3	-1.8
채소류	78.4	79.0	79.4	80.2	81.0	17.6	1.0	0.8
낙농품	75.8	76.4	77.0	77.7	78.6	17.1	1.1	0.9
스낵류	41.1	41.5	41.9	42.3	42.8	9.3	1.2	1.0
육류	40.6	41.2	41.6	42.1	42.7	9.3	1.3	1.2
과일 및 견과류	41.8	41.4	41.3	41.3	41.5	9.0	0.4	-0.2
펫푸드	33.0	33.2	32.7	33.1	33.4	7.3	1.0	0.3
편의식품	19.1	19.2	19.4	19.5	19.7	4.3	1.0	0.8
소스 및 향신료	13.3	13.5	13.6	13.7	13.9	3.0	1.1	1.0
유지류	10.5	10.4	10.4	10.4	10.1	2.2	-2.5	-1.0
스프레드 및 당류	6.8	6.8	6.9	6.9	6.7	1.5	-2.9	-0.4
수산물	3.7	3.6	3.6	3.6	3.6	0.8	-1.1	-0.9
영유아식품	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	0.3	-0.8	0.0

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

뉴질랜드 식품 시장은 2022년 이후 연평균 5.3% 성장하여 2026년 168억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 5.6% 성장하여 2026년 31억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2022년 이후 연평균 5.5% 성장하여 2026년 30억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2022년 이후 연평균 4.5% 성장하여 2026년 22억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<뉴질랜드 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	13.6	14.4	15.2	16.0	16.8	100.0	5.1	5.3
육류	2.5	2.7	2.8	3.0	3.1	18.6	5.1	5.6
스낵류	2.4	2.5	2.7	2.8	3.0	17.6	5.0	5.5
베이커리 및 곡물류	1.9	2.0	2.0	2.1	2.2	13.2	4.7	4.5
낙농품	1.6	1.7	1.9	2.0	2.1	12.6	7.1	6.8
채소류	1.4	1.5	1.6	1.6	1.7	10.3	5.5	5.5
과일 및 견과류	1.0	1.1	1.1	1.2	1.2	7.2	4.3	4.7
편의식품	0.9	0.9	1.0	1.1	1.1	6.6	5.7	5.4
펫푸드	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6	3.6	3.4	4.1
소스 및 향신료	0.5	0.5	0.5	0.6	0.6	3.5	5.5	5.4
수산물	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	3.2	3.8	4.7
유지류	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	2.0	3.1	3.3
스프레드 및 당류	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.8	0.0	3.9
영유아식품	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.8	8.3	4.3

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 뉴질랜드의 식품 수출액은 약 306억 8,102만 달러로 2021년 대비 4.4% 증가하였다. 또한, 2018년 약 245억 12만 달러에서 연평균 5.8% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 2.8% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 8억 7,073만 달러로 2021년 대비 20.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 11.4% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출액은 30.7%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 94억 1,832만 달러로 2021년 대비 8.7% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 11.5% 증가하는 추세를 보인다.

미국으로의 식품 수출액은 10.5% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 32억 2,540만 달러로 2021년 대비 6.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 6.8% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 호주(7.5%), 일본(5.4%), 인도네시아(3.6%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<뉴질랜드 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	24,500,120	25,392,982	26,069,304	29,400,087	30,681,021	100.0	4.4	5.8
1 중국	6,089,190	7,639,144	7,875,237	10,312,540	9,418,324	30.7	-8.7	11.5
2 미국	2,483,480	2,350,922	2,581,963	3,039,948	3,225,407	10.5	6.1	6.8
3 호주	2,494,190	2,374,669	2,394,820	2,269,370	2,303,673	7.5	1.5	-2.0
4 일본	1,417,922	1,421,064	1,554,367	1,604,809	1,649,713	5.4	2.8	3.9
5 인도네시아	488,911	521,071	577,274	719,855	1,095,713	3.6	52.2	22.4
6 대만	696,918	668,030	745,166	797,040	905,038	2.9	13.5	6.8
7 대한민국	565,484	548,371	590,477	721,628	870,738	2.8	20.7	11.4
8 말레이시아	576,066	586,106	591,319	583,054	753,863	2.5	29.3	7.0
9 태국	443,160	465,183	453,459	541,517	684,470	2.2	26.4	11.5
10 영국	802,134	704,080	760,220	724,024	678,505	2.2	-6.3	-4.1

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준으로 **우유, 냉동 쇠고기, 절단한 양고기, 키위, 버터** 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

우유 수출액은 17.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 54억 1,767만 달러로 2021년 대비 7.4% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 6.4% 증가하는 추세를 보인다.

냉동 쇠고기 수출액은 7.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 24억 451만 달러로 2021년 대비 9.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 9.0% 증가하는 추세를 보인다.

절단한 양고기 수출액은 5.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 17억 8,642만 달러로 2021년 대비 0.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 4.2% 증가하는 추세를 보인다.

키위 수출액은 5.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 16억 9,189만 달러로 2021년 대비 14.8% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 2.7% 증가하는 추세를 보인다.

버터 수출액은 5.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 16억 220만 달러로 2021년 대비 37.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 2.9% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **고체 밀크와 크림(4.6%), 버터 기타(3.9%), 맥아 추출물(3.5%)** 등을 수출하였다.

<뉴질랜드 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	24,500,120	25,392,982	26,069,304	29,400,087	30,681,021	100.0	4.4	5.8
1 우유	4,229,549	4,682,894	4,751,383	5,849,260	5,417,672	17.7	-7.4	6.4
2 냉동 쇠고기	1,703,325	1,841,725	1,897,139	2,195,900	2,404,517	7.8	9.5	9.0
3 절단한 양고기	1,513,388	1,570,690	1,579,668	1,769,843	1,786,429	5.8	0.9	4.2
4 키위	1,521,334	1,492,521	1,736,902	1,985,239	1,691,894	5.5	-14.8	2.7
5 버터	1,431,663	1,267,649	1,005,777	1,169,138	1,602,201	5.2	37.0	2.9
6 고체 밀크와 크림	730,657	904,388	1,026,061	1,064,432	1,426,413	4.6	34.0	18.2
7 버터 기타	1,164,346	1,022,983	881,245	845,310	1,203,445	3.9	42.4	0.8
8 맥아 추출물	916,601	1,109,997	1,147,474	966,423	1,079,230	3.5	11.7	4.2
9 포도주(2ℓ 이하)	921,155	931,297	927,914	1,016,131	1,033,200	3.4	1.7	2.9
10 치즈 기타	757,355	738,137	724,641	789,927	926,811	3.0	17.3	5.2

*주: HS CODE(0402.21, 0202.30, 0204.42, 0810.50, 0405.10, 0402.10, 0405.90, 1901.10, 2204.21, 0406.90)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 뉴질랜드의 식품 수입액은 약 63억 492만 달러로, 2021년 대비 9.1% 증가하였다. 또한, 2018년 약 51억 2,571만 달러에서 연평균 5.3% 증가하였다.

대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 1.1% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 6,886만 달러로 2021년 대비 10.2% 증가하였다. 또한, 2018년 약 4,197만 달러에서 연평균 13.2% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

호주에서의 식품 수입액은 28.3%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 17억 8,730만 달러로 2021년 대비 11.4% 증가하였다. 또한, 2018년 약 14억 9,807만 달러에서 연평균 4.5% 증가하는 추세를 보인다.

미국에서의 식품 수입액은 10.8% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 6억 7,778만 달러로 2021년 대비 4.3% 증가하였다. 또한, 2018년 약 5억 7,789만 달러에서 연평균 4.1% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 인도네시아(7.0%), 말레이시아(5.5%), 중국(5.5%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<뉴질랜드 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)	
전체	5,125,713	5,067,345	5,081,060	5,779,514	6,304,924	100.0	9.1	5.3	
1 호주	1,498,078	1,396,413	1,374,902	1,604,895	1,787,300	28.3	11.4	4.5	
2 미국	577,897	634,904	613,193	650,132	677,784	10.8	4.3	4.1	
3 인도네시아	226,626	246,440	298,373	365,430	443,498	7.0	21.4	18.3	
4 말레이시아	259,574	225,086	230,476	276,012	347,745	5.5	26.0	7.6	
5 중국	223,307	227,201	241,146	279,777	347,469	5.5	24.2	11.7	
6 태국	183,496	171,406	183,295	224,333	255,433	4.1	13.9	8.6	
7 아르헨티나	138,441	149,269	178,935	172,290	225,224	3.6	30.7	12.9	
8 독일	100,701	126,100	128,353	176,803	172,410	2.7	-2.5	14.4	
9 싱가포르	220,467	203,753	155,204	198,935	160,124	2.5	-19.5	-7.7	
10 네덜란드	183,583	138,914	144,401	171,809	151,025	2.4	-12.1	-4.8	
:									
19 대한민국	41,975	42,684	45,459	62,462	68,862	1.1	10.2	13.2	

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 **팜너트 추출 유박, 조제식료품, 대두유 추출 유박, 건조 유당, 박(양조, 증류)** 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

팜너트 추출 유박 수입액은 7.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 5억 3만 달러로 2021년 대비 36.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 13.0% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 수입액은 6.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 4억 3,092만 달러로 2021년 대비 2.6% 감소하였다. 그리고 2018년 이후 연평균 2.8% 감소하는 추세를 보인다.

대두유 추출 유박 수입액은 3.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 9,061만 달러로 2021년 대비 37.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 18.1% 증가하는 추세를 보인다.

건조 유당 수입액은 2.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 5,797만 달러로 2021년 대비 11.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 22.1% 증가하는 추세를 보인다.

박(양조, 증류) 수입액은 2.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 5,232만 달러로 2021년 대비 52.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 16.6% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **빵 기타(2.3%), 냉장 돼지고기(2.2%), 밀 기타(2.2%)** 등을 수입하였다.

<뉴질랜드 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	5,125,713	5,067,345	5,081,060	5,779,514	6,304,924	100.0	9.1	5.3
1 팜너트 추출 유박	306,455	246,756	317,627	365,780	500,033	7.9	36.7	13.0
2 조제식료품	482,758	430,909	398,663	442,380	430,928	6.8	-2.6	-2.8
3 대두유 추출 유박	97,822	114,671	124,862	138,820	190,612	3.0	37.3	18.1
4 건조 유당	71,163	121,238	129,593	141,608	157,978	2.5	11.6	22.1
5 박(양조, 증류)	82,394	70,918	88,163	99,683	152,329	2.4	52.8	16.6
6 빵 기타	123,407	125,316	128,812	147,640	145,289	2.3	-1.6	4.2
7 냉장 돼지고기	134,029	130,994	142,598	178,298	139,538	2.2	-21.7	1.0
8 밀 기타	105,520	74,505	83,028	113,358	137,491	2.2	21.3	6.8
9 밀 종자	53,667	49,445	39,863	52,386	114,054	1.8	117.7	20.7
10 초콜릿 기타	79,123	71,426	80,337	99,398	100,519	1.6	1.1	6.2

*주: HS CODE(2306.60, 2106.90, 2304.00, 1702.11, 2303.30, 1905.90, 0203.29, 1001.99, 1001.91, 1806.90)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對 뉴질랜드 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 5,007만 달러로 2018년 약 4,151만 달러에서 연평균 4.8% 증가하였다.

농산물

농산물 수출액은 72.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 3,605만 달러로 2021년 대비 0.7% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 9.9%의 증가세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 15.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 751만 달러로 2021년 대비 17.2% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 9.7%의 감소세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 11.8% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 589만 달러로 2021년 대비 14.4% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 4.2%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 1.2% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 60만 달러로 2021년 대비 36.9% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 1.9%의 증가세를 보이고 있다.

<한국산 對 뉴질랜드 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	41,513	39,049	42,675	53,225	50,070	100	-5.9	4.8
농산물	24,676	25,064	30,065	36,311	36,057	72.0	-0.7	9.9
축산물	11,273	7,966	5,799	9,068	7,511	15.0	-17.2	-9.7
수산물	5,001	5,469	5,966	6,883	5,894	11.8	-14.4	4.2
임산물	563	550	845	963	608	1.2	-36.9	1.9

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

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

수출 성장률이 높은 품목에는 '인스턴트 커피'와 '조제품 기타' 등이 있으며, 2022년 '인스턴트 커피'는 최근 5년간 연평균 성장률 201.0%를 기록했다. '조제품 기타' 역시 같은 기간 동안 연평균 69.4%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

젤라틴 수출액은 13.0%의 비중을 차지하며, 2022년 약 652만 달러로 2021년 대비 18.0% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 10.1% 감소하는 추세를 보인다.

라면 수출액은 12.5%의 비중을 차지하며, 2022년 약 627만 달러로 2021년 대비 13.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 9.7% 증가하는 추세를 보인다.

조미 김 수출액은 7.7%의 비중을 차지하며, 2022년 약 384만 달러로 2021년 대비 2.7% 증가하였다.

기타 무알콜 음료 수출액은 5.1%의 비중을 차지하며, 2022년 약 256만 달러로 2021년 대비 0.1% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 5.4% 증가하는 추세를 보인다.

베이커리 제품 수출액은 3.4%의 비중을 차지하며, 2022년 약 168만 달러로 2021년 대비 9.0% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 0.2% 증가하는 추세를 보인다.

<한국산 對뉴질랜드 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	41,513	39,049	42,675	53,225	50,070	100.0	-5.9	4.8
1 젤라틴	9,989	6,340	4,220	7,958	6,522	13.0	-18.0	-10.1
2 라면	4,334	4,404	4,959	5,514	6,276	12.5	13.8	9.7
3 조미 김	N/A	472	2,798	3,747	3,849	7.7	2.7	N/A
4 기타 무알콜 음료	2,081	2,346	1,928	2,569	2,567	5.1	-0.1	5.4
5 베이커리 제품	1,670	1,667	1,926	1,852	1,685	3.4	-9.0	0.2
6 김치	1,082	927	1,038	987	1,477	2.9	49.6	8.1
7 콘 플레이크	831	799	1,018	1,918	1,313	2.6	-31.5	12.1
8 소스 조제품 기타	407	403	567	725	971	1.9	34.0	24.3
9 인스턴트 커피	11	4	437	1,035	936	1.9	-9.6	201.0
10 조제품 기타	106	274	455	1,238	870	1.7	-29.7	69.4

*주: HS CODE(3503.00-1010, 1902.30-1010, 2008.99-5010, 2202.99-9000, 1905.90-1090, 2005.99-1000, 1904.10-1000, 2103.90-9090, 2101.11-1000, 2106.90-9099)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 뉴질랜드 오프라인 유통채널 규모

개요

뉴질랜드의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 256억 2,300만 뉴질랜드 달러에서 연평균 2.9% 성장하여 2022년 287억 7,900만 뉴질랜드 달러로 집계되었다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 172억 4,500만 뉴질랜드 달러에서 연평균 3.9% 성장하여 2022년 200억 8,500만 뉴질랜드 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 69.8% 비중을 차지하고 있다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2018년 16억 7,000만 뉴질랜드 달러에서 연평균 4.2% 성장하여 2022년 19억 6,600만 뉴질랜드 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 6.8% 비중을 차지하고 있다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2018년 19억 4,400만 뉴질랜드 달러에서 연평균 0.2% 감소하여 2022년 19억 2,600만 뉴질랜드 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 6.7% 비중을 차지하고 있다.

<뉴질랜드 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 뉴질랜드 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	25,623	26,546	28,211	28,163	28,779	100.0	2.2	2.9
슈퍼마켓	17,245	17,985	19,643	19,599	20,085	69.8	2.5	3.9
소규모 식료품점	1,670	1,745	1,781	1,953	1,966	6.8	0.6	4.2
하이퍼마켓	1,944	1,984	1,989	1,886	1,926	6.7	2.1	-0.2
전문 판매점	1,709	1,800	1,856	1,832	1,886	6.6	2.9	2.5
포코트리테일러	1,865	1,840	1,750	1,780	1,789	6.2	0.5	-1.0
편의점	1,190	1,193	1,192	1,113	1,128	3.9	1.3	-1.3

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

*출처: 「Retail in New Zealand」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장수

개요

뉴질랜드의 오프라인 유통채널 매장 수는 2018년 6,963개에서 연평균 1.2% 감소하여 2022년 6,627개로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품 매장 수는 2018년 2,997개에서 연평균 1.5% 감소하여 2022년 2,825개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 42.6%를 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 1,447개에서 연평균 0.6% 감소하여 2022년 1,415개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 21.4%를 차지하고 있다.

포코트리테일러

포코트리테일러 매장 수는 2018년 1,335개에서 연평균 2.4% 감소하여 2022년 1,210개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 18.3%를 차지하고 있다.

<뉴질랜드 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	6,963	6,916	6,779	6,689	6,627	100.0	-0.9	-1.2
소규모 식료품점	2,997	2,973	2,935	2,878	2,825	42.6	-1.8	-1.5
전문 판매점	1,447	1,431	1,414	1,414	1,415	21.4	0.1	-0.6
포코트리테일러	1,335	1,317	1,246	1,220	1,210	18.3	-0.8	-2.4
슈퍼마켓	613	627	630	644	648	9.8	0.6	1.4
편의점	458	455	438	418	414	6.2	-1.0	-2.5
하이퍼마켓	113	113	116	115	115	1.7	0.0	0.4

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

*출처: 「Retail in New Zealand」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① Countdown

Woolworths Group Ltd 소속으로, 2022년 22.0%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.7% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 0.5% 증가하였다.

② Pak'n Save

Foodstuffs(NZ) Ltd 소속으로, 2022년 21.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.9% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 0.9% 증가하였다.

③ New World

Foodstuffs(NZ) Ltd 소속으로, 2022년 13.3%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 0.7% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 1.0% 증가하였다.

④ The Warehouse

Warehouse Group Ltd, The 소속으로, 2022년 5.4%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 4% 감소하였다.

⑤ Four Square

Foodstuffs(NZ) Ltd 소속으로, 2022년 2.8%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 2.3% 감소하였다.

<뉴질랜드 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Countdown	21.7	21.8	22.6	22.0	-2.7	0.5
2 PAK'nSAVE	21.2	20.8	21.4	21.8	1.9	0.9
3 New World	12.9	12.6	13.4	13.3	-0.7	1.0
4 The Warehouse	6.1	5.8	5.4	5.4	0.0	-4.0
5 Four Square	3.0	2.9	2.8	2.8	0.0	-2.3
6 SuperValue	2.6	2.5	2.5	2.5	0.0	-1.3
7 Fresh Choice	2.0	1.9	1.9	1.9	0.0	-1.7
8 Liquorland	1.2	1.2	1.2	1.4	16.7	5.3
9 Z	1.5	1.4	1.4	1.4	0.0	-2.3
10 Kmart	1.4	1.3	1.3	1.3	0.0	-2.4

*출처: 「Retail in New Zealand」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Countdown	창립연도	1981년
	점유율	22.0%	브랜드 국적	뉴질랜드
	웹사이트	countdown.co.nz	매장 수	181개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Woolworths Group Ltd 산하의 브랜드 - 20,000여가지의 제품을 제공하며 Super Value와 Fresh Choice의 프랜차이즈 머천다이저를 수행 - 상품 구입 시에 픽업 및 배송 서비스를 제공함 - Onecard 서비스로 구매 금액의 일정 비중을 바우처로 적립하거나 유류비 할인에 선택적으로 사용할 수 있게 함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in New Zealand」(유로모니터), 뉴질랜드 Countdown 홈페이지(countdown.co.nz), 뉴질랜드 Countdown 소셜미디어 계정

	브랜드명	PAK'n SAVE	창립연도	1985년
	점유율	21.8%	브랜드 국적	뉴질랜드
	웹사이트	paknsave.co.nz	매장 수	58개
	<ul style="list-style-type: none"> - 창고형 슈퍼마켓 브랜드로, Foodstuffs(NZ) Ltd 산하의 브랜드 - 매장별로 평균 8,000여개의 제품을 판매 중 - 코로나 시기에 급증하는 온라인 서비스 수요에 대응하여, 모바일 주문 건에 대해 픽업 서비스와 식료품 배송을 제공 - 회원으로 가입해야만 이용할 수 있다는 특징이 있음 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in New Zealand」(유로모니터), 뉴질랜드 Pak'n save 홈페이지(paknsave.co.nz), 뉴질랜드 Pak'n'save 소셜미디어 계정

	브랜드명	New World	창립연도	1963년
	점유율	13.3%	브랜드 국적	뉴질랜드
	웹사이트	newworld.co.nz	매장 수	146개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Foodstuffs(NZ) Ltd 산하의 브랜드 - 미국식 풀서비스 형식의 점포를 운영 중임 - 크기는 다른 점포에 비해 작으나 작은 마을을 타겟으로 운영되기에 경쟁 업체가 적고 직원 수가 많아 다른 브랜드에 비해 제품이 비싼 편임 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in New Zealand」(유로모니터), 뉴질랜드 New World 홈페이지(newworld.co.nz)

	브랜드명	The Warehouse	창립연도	1982년
	점유율	5.4%	브랜드 국적	뉴질랜드
	웹사이트	thewarehouse.co.nz	매장 수	89개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Warehouse Group Ltd, The 산하의 브랜드 - 2023년 2월에 신선 농산물 시범판매를 진행했으며 6월에 판매 매장을 확대함 - 소비자들의 수요에 부응하여 배송, 픽업 서비스 등을 제공함 - 합리적인 가격에 제품을 판매하며 가공식품이 주로 판매됨 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in New Zealand」(유로모니터), 뉴질랜드 The Warehouse 홈페이지(thewarehouse.co.nz), 뉴질랜드 The Warehouse 소셜미디어 계정

	브랜드명	Four Square	창립연도	1924년
	점유율	2.8%	브랜드 국적	뉴질랜드
	웹사이트	foursquare.co.nz	매장 수	228개
	<ul style="list-style-type: none"> - 호주와 뉴질랜드의 슈퍼마켓 브랜드로, Foodstuffs(NZ) Ltd 산하의 브랜드 - 뉴질랜드 최초로 셀프 서비스 개념을 도입 - 소규모 식료품점의 형태로 운영되며 비교적 비싼 가격에 다양한 품목 제공 - 주차된 차량에 식료품을 싣는 것을 도와주는 것과 같은 고객 편의 서비스 제공 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in New Zealand」(유로모니터), 뉴질랜드 Four Square 홈페이지(foursquare.co.nz), 뉴질랜드 Four Square 소셜미디어 계정

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 뉴질랜드의 식품 온라인 시장 규모는 14억 3,700만 뉴질랜드 달러 규모로 전년 대비 8.5% 감소한 반면, 최근 5년간 연평균(CAGR) 19.0% 성장했다.

<뉴질랜드 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 뉴질랜드 달러, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
715	808	1,215	1,570	1,437	-8.5	19.0

*출처: 「Retail in New Zealand」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① Trade Me Marketplace

Trademe Group Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 19.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 0.5% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 0.7% 증가하였다.

② Countdown Online

Woolworths Group Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 16.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 17.4% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 23.4% 증가하였다.

③ Noel Leeming

Warehouse Group Ltd, The에서 운영하는 사이트로, 2022년 4.5%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 28.6% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 51.3% 증가하였다.

④ The Warehouse

Warehouse Group Ltd, The에서 운영하는 사이트로, 2022년 4.2%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 7.7% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 1.6% 증가하였다.

⑤ Fishpond

Fishpond Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 1.1%의 점유율을 차지하였다.

<뉴질랜드 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)


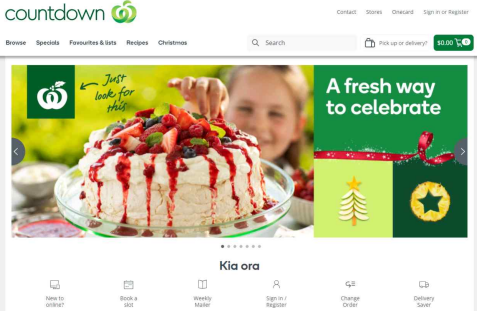
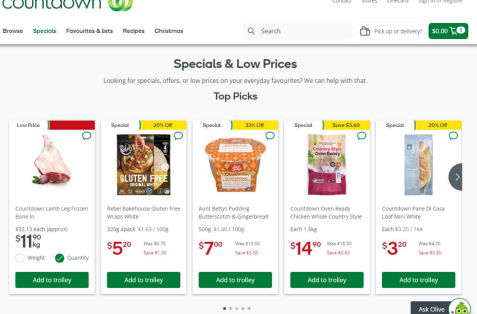
구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Trade Me Marketplace	19.5	20.0	19.8	19.9	0.5	0.7
2 Countdown Online	9.0	10.5	14.4	16.9	17.4	23.4
3 The Warehouse	4.0	3.9	3.9	4.2	7.7	1.6
4 Fishpond	1.1	1.1	1.1	1.1	0.0	0.0
5 Briscoes Homeware	0.9	0.9	0.9	1.0	11.1	3.6
6 Mighty Ape	0.8	0.8	0.8	0.8	0.0	0.0
7 HealthPost	0.9	0.8	0.8	0.7	-12.5	-8.0

*출처: 「Retail in New Zealand」(유로모니터)


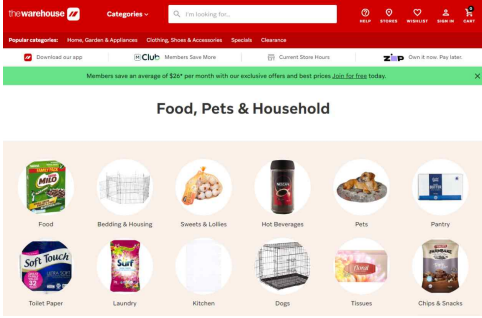
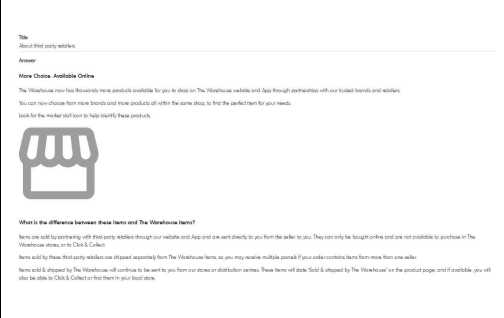
2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	trademe	운영업체	Trademe Group Ltd
	점유율	19.9%	웹사이트	trademe.co.nz
사진	<ul style="list-style-type: none"> - 호주·뉴질랜드에서 서비스를 제공하는 뉴질랜드의 B2C 전자상거래 플랫폼 - 한국 식료품의 경우 한끼를 간단하게 해결할 수 있는 '떡신' 브랜드의 떡볶이·라볶이 브랜드가 많이 판매되며 생강차, 인삼차 등이 상위 카테고리에 노출 - 1999년 3월 서비스를 개시했으며 생활용품, 의류, 가전제품 등 다양한 제품을 판매 			
				
	사이트 화면	상위 카테고리에 위치한 떡볶이·차		

*출처 : 「Retail in New Zealand」(Euromonitor), 뉴질랜드 Trademe 홈페이지(trademe.co.nz), 뉴질랜드 Trademe 소셜미디어 계정

	사이트명	countdown	운영업체	Woolworths Group Ltd
	점유율	16.9%	웹사이트	countdown.co.nz
사진	<ul style="list-style-type: none"> - 호주에 모기업을 둔 호주·뉴질랜드의 B2C 전자상거래 플랫폼 - 국가재난시에도 필수 업종으로 분류되어 픽업과 배달 서비스를 진행함 - 계절별로 수확되는 지역 농산물에 대한 프로모션을 진행하며 이는 해당 농산물을 활용한 레시피를 제공하거나 농산물 자체에 대한 할인의 형태 - 각종 할인 정보를 사이트 내에 따로 분류하여 구입 시에 소비자의 탐색 비용 절감 - 한국산 식료품은 라면, 고추장이 판매되고 있음 			
				
	사이트 화면	특별 할인 행사 등이 분류된 카테고리		

*출처 : 「Retail in New Zealand」(Euromonitor), 뉴질랜드 Countdown 홈페이지(countdown.co.nz), 뉴질랜드 Countdown 소셜미디어 계정

	사이트명	thewarehouse	운영업체	Warehouse Group Ltd, The
	점유율	4.2%	웹사이트	thewarehouse.co.nz
thewarehouse 	<ul style="list-style-type: none"> - 뉴질랜드의 B2C 전자상거래 플랫폼 - 아시아 계열 식료품 중에서는 중국 브랜드의 소스류가 주로 유통 중이며 한국 제품의 경우 신라면이 판매되고 있음 - 유료 회원제를 운영하여 특별 할인가와 배송비 절감 서비스를 제공 - 자사 제품 외에도 3자 판매를 허용하고 있어 온라인에서 더 다양한 제품을 선택 가능 			
사진				
	사이트 화면		3자 판매에 대한 사이트지침	

*출처 : 「Retail in New Zealand」(Euromonitor), 뉴질랜드 thewarehouse 홈페이지(thewarehouse.co.nz), thewarehouse 소셜미디어 계정

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

뉴질랜드의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 287억 7,900만 뉴질랜드 달러에서 연평균 1.5% 성장하여 2026년 305억 9,900만 뉴질랜드 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 200억 8,500만 뉴질랜드 달러에서 연평균 1.8% 성장하여 2026년 215억 4,100만 뉴질랜드 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2022년 19억 2,600만 뉴질랜드 달러에서 연평균 1.9% 성장하여 2026년 20억 7,700만 뉴질랜드 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2022년 19억 6,600만 뉴질랜드 달러에서 연평균 1.0% 성장하여 2026년 20억 4,500만 뉴질랜드 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<뉴질랜드 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 뉴질랜드 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	28,779	29,442	29,818	30,213	30,599	100.0	1.3	1.5
슈퍼마켓	20,085	20,632	20,929	21,239	21,541	70.4	1.4	1.8
하이퍼마켓	1,926	1,987	2,022	2,049	2,077	6.8	1.4	1.9
소규모 식료품점	1,966	1,992	2,008	2,026	2,045	6.7	0.9	1.0
전문 판매점	1,886	1,916	1,937	1,960	1,986	6.5	1.3	1.3
포코트리테일러	1,789	1,790	1,794	1,802	1,803	5.9	0.0	0.2
편의점	1,128	1,124	1,128	1,137	1,147	3.7	0.9	0.4

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

*출처: 「Retail in New Zealand」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

뉴질랜드의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 7.8%로 성장하여, 2026년 19억 4,100만 뉴질랜드 달러에 이를 것으로 전망한다.

<뉴질랜드 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 뉴질랜드 달러, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
1,437	1,556	1,705	1,829	1,941	6.1	7.8

*출처: 「Retail in New Zealand」(유로모니터)

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

뉴질랜드 식품 유통구조 (2021.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 규모 - 온라인 유통채널 규모 - 식품 유통구조 · 수입농식품의 유통경로
뉴질랜드 온·오프라인 식품 유통채널 (2021.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 전통적 유통채널 · 현대적 유통채널 · 슈퍼마켓: ①New World ②PAK'n'SAVE ③Countdown ④Four Square · 편의점 및 데어리(Dairy) - 온라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 이커머스 및 홈쇼핑: ①Walmart Canada ②Costco Canada ③T&T Supermarket Inc. ④Loblaws Companies Inc.

2.4.2 품목보고서

뉴질랜드 가공식품 유통정보	
뉴질랜드 건강기능식품 유통정보	
뉴질랜드 신선식품 유통정보	

2.4.3 해외지사 발간 보고서

뉴질랜드	
------	--

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 식물성 비건 식품(현지시장 이슈품목)

시장현황

식물성 식품 분야는 새로운 제품 변화에 대한 소비자의 수요를 충족시키기 위해 새로운 포맷과 기술을 도입하며 성장하고 있다. 특히 유제품 및 육류 대체품이 가장 빠른 속도로 기술이 발전하고 있으며, 이에 따라 시장 역시 급속히 증가하고 있다.

식물성 식품 소비자 수요는 증가하고 있다. 설문조사에 따르면, 소비자의 약 50%가 특정 식단 원칙을 따르고 있으며, 이 중 플렉시테리언과 육식을 지향하는 소비자가 각각 26%로 나타났으며, 17%가 채식주의자, 6%가 비건이라고 답했다.

뉴질랜드 및 호주 지역의 소비자 조사에 따르면, 슈퍼마켓에서 비건 식품 및 음료를 자주 구매하는 소비자가 42%에 달하며, 34%의 뉴질랜드인이 육류 섭취를 줄이고 있다고 알려져 있다.

시사점

뉴질랜드의 증가하는 플렉시테리언 및 비건 소비자들의 수요에 부응하기 위해 다양한 식물성 식품과 유제품 및 육류 대체품을 제공하는 것이 중요하며, 식물 자체를 활용한 제품이 이미 육류 대체품 중 하나로 소비되고 있음을 감안하여, 자연 상태의 식물을 활용한 제품 개발에 주목할 필요가 있다.

	
Mac's Shortbread Plant Based Shortbread Finger Biscuits	Greenfood Organic Vegan Pate - Piquant

*출처: www.thewarehouse.co.nz

▶ 출처

PLANT-BASED TRENDS FOR 2023, Supermarket News
Vegan Product Demand In Australia And New Zealand, Funalytics

② 제로-슈가 음료(현지시장 이슈품목)

시장현황

제로-슈가 음료 시장은 2023년에 약 3억 3,000만 달러로 평가되며, 2033년까지 약 1억 달러로 성장할 것으로 전망된다. 해당 음료들은 하나 이상의 대체 감미료를 사용하여 전통적인 음료의 단맛을 추구하기 위해 노력하고 있다. 당뇨병, 비만 등과 같은 건강 이슈들은 제로-슈가 음료 시장의 주요 원동력이다. 전 세계적으로 설탕 소비 감소를 위한 정부의 조치도 이 시장의 확장에 기여하고 있다.

시사점

뉴질랜드의 제로-슈가 음료 시장 진출 시 소비자의 브랜드 충성도를 고려하여, 인지도를 높이는 데 주력해야 한다. 정부의 건강한 식품 및 음료 지원 정책을 활용하여, 시장에서 경쟁 우위를 차지할 수 있다. 더불어, 제로-슈가 음료의 건강 혜택을 강조하고, 휴대성과 편의성을 고려한 제품 설계를 통해 뉴질랜드 시장에서 성공적인 진출을 기대할 수 있다.

	
Coca Cola Soft Drink Zero Sugar	Countdown Soft Drink Lemonade Zero Sugar

*출처: www.countdown.co.nz

▶ 출처

Sugar-free-beverages-on-the-rise, Supermarket News
The-consumer-trends-making-waves-in-2023, insideretail

③ 밀키트 식품(현지시장 이슈품목)

시장현황

뉴질랜드의 밀키트 전자상거래 시장은 2023년에 1,570만 달러에 이를 것으로 예측되며, 식품 전자상거래 시장의 4.2%를 차지할 것으로 보인다.

밀키트 시장은 연평균 성장률(CAGR) 12.1%로 성장하여 2027년 2,480만 달러의 시장 규모를 형성할 전망이다. 뉴질랜드 밀키트 소매 시장에서 온라인 거래의 비율은 현재 2.9%에서 2027년까지 5.3%로 증가할 것으로 보고 있다.

뉴질랜드의 경제 상황은 인플레이션으로 인해 소비자들은 필수품에 더 많은 지출을 하고 있으며, 가치를 중요시하는 소비 행태를 보이고 있다. 따라서 뉴질랜드 사람의 주요 구매 결정 요소는 '가성비'이다.

시사점

뉴질랜드의 밀키트 시장은 성장세를 보이고 있으며, 특히 온라인 시장의 성장이 두드러짐에 따라 온라인 판매 채널의 활용과 디지털 마케팅 전략 강화가 필요하다. 소비자들은 가성비를 중시하고 있으므로, 가격 대비 가치가 높은 제품으로 인식될 수 있도록 제품과 홍보 계획을 수립, 시장의 특성을 고려한, 현지 소비자의 취향과 요구에 부합하는 밀키트 제품을 제공함으로써 시장 점유율을 확대할 수 있을 것이다.

	
Old El Paso Gluten Free Soft Taco Kit	Countdown Ready To Eat Prepacked Meal Butter Chicken

*출처: <https://www.countdown.co.nz>

▶ 출처

Grocery market in New Zealand, EDCB

New-zealand-consumer-sentiment-series-3, BCG

④ 냉동식품(수출상위 품목)

시장현황

뉴질랜드의 냉동식품 전자상거래 시장은 2023년에 3,630만 달러에 이를 것으로 예측되며, 뉴질랜드 식품 전자상거래 시장의 9.7%를 차지할 것으로 보인다. 해당 시장은 2027년까지 연평균 성장률(CAGR) 14.1%로 성장하여 6,170만 달러의 시장 규모를 형성할 전망이다. 이는 뉴질랜드 냉동식품 소매 시장에서 온라인 거래의 비율이 현재 2.8%에서 2027년까지 5.2%로 증가할 것임을 시사한다.

뉴질랜드의 경기 침체에 따라 약 60%의 소비자들이 생활비 상승과 경제 전망에 매우 비관적이다. 충동적 구매를 줄이고, 할인 판매를 기다려 저렴하게 제품을 구매하고자 하는 경향이 확산되고 있다. 이에 따라 저렴한 가격에 품질이 좋으며 맛있다고 인식되는 냉동식품이 인기를 끌고 있다.

시사점

한국의 냉동식품 수출기업 뉴질랜드 시장 진출 시 고려할 중요한 요소는 첫째, 뉴질랜드의 냉동식품 시장의 성장세와 전자상거래 부문에서의 성장이며, 이에 맞춘 온라인 판매 채널의 활용과 디지털 마케팅 전략 강화 필요성이다. 둘째, 소비자들은 경제적 불확실성으로 인해 가격에 민감하게 반응하고 있으므로, 가격 경쟁력을 갖춘 제품 개발이 중요하다. 셋째, 소비자들은 브랜드 충성도가 높아, 브랜드 인지도를 높이고 충성 고객을 확보하는 전략이 필요하다.

	
Leanne's Kitchen Dumplings Pork & Prawn	Juicy Soup Dumplings Xiaolongbao Pork Buns

*출처: <https://www.countdown.co.nz>

▶ 출처

Grocery market in New Zealand, EDCB

The-consumer-trends-making-waves-in-2023, insideretail

⑤ 라면(수출상위 품목)

시장현황

시장 전문 조사기관인 유로모니터에 따르면, 2020년 기준 뉴질랜드 쌀, 파스타, 국수 등 면류의 매출액은 약 8% 성장하여 2억 6,600만 뉴질랜드 달러에 달하는 것으로 분석되었다. 해당 분야는 연평균 약 6%씩 성장하여 2027년 3억 5,300만 뉴질랜드달러 달성할 것으로 예측된다.

뉴질랜드의 라면 시장은 최근 2년간 큰 매출 성장을 기록하였다. 이는 팬데믹 이후 급격한 인플레이션에 따른 것으로 분석됐다. 뉴질랜드는 2023년 높은 인플레이션으로 인한 생활비 압박이 소비자 지출에 영향을 미쳤고, 소비자들이 외식을 줄이고 집에서 식사하는 경향이 커졌다. 이는 라면과 같은 저렴하고 편리한 식품에 대한 수요 증가로 이어진 것으로 보인다.

시사점

뉴질랜드 현지인들의 다양한 맛을 고려한 소비자들의 기호에 맞춘 맞춤형 제품을 제공함으로써 시장 점유율을 확대할 수 있다. 젊은 세대들의 관심을 끄는 챌린지와 이벤트를 통해 인지도를 높이고 가격에 민감한 소비자들을 위한 판촉 행사로 소비자와의 접점을 좁히기 위한 전략이 필요하다.

	
<p>Nissin Ramen Noodles Tokyo Shoyu Multipack</p>	<p>Ottogi Instant Noodles Spicy Jin Ramen Cup</p>

*출처: <https://www.countdown.co.nz>

▶ 출처

Rice-pasta-and-noodles-in-new-zealand, 유로모니터

Covid-19-caused-instant-rise-in-instant-noodle-sales, Supermarket News

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 뉴질랜드 소비자의 식사 트렌드 변화

이슈배경

HelloFresh 보고서에 따르면 뉴질랜드 소비자의 식사 습관은 저칼로리 식사, 국제적인 요리, 지속 가능한 식사, 클래식 레시피에 새로운 재료를 추가 등으로 변화하고 있다.

이슈내용

HelloFresh의 호주 및 뉴질랜드 상품 개발 이사인 Hannah Gilbert에 따르면, 뉴질랜드인들은 식사 시간에 '상호작용적'이고 '공동적'인 요리와 식사를 선호하고 있다. 이는 DIY 피자, 버거, 샐러드 등을 테이블에서 함께 만들어 먹는 컨셉으로, 완벽함보다는 함께하는 순간의 즐거움을 중시하는 경향이다.

2023년 Taste of the Nation 보고서에 따르면, 뉴질랜드인들은 특히 아시아 음식, 그 중에서도 한국 및 베트남 음식을 즐긴다. 이는 뉴질랜드가 호주보다 더 다양한 문화가 융합된 곳이라는 점과 관련이 있다..

또한, 생활비 상승으로 인해 많은 사람들이 식사 비용을 줄이려는 경향이 있으며, HelloFresh는 이를 위해 예산 친화적인 채식 요리와 시간 및 비용 효율적인 식사 옵션을 제공하고 있다

시사점

뉴질랜드의 식사 문화는 다양하고 풍부한 맛의 추구, 지속 가능한 식사 옵션에 대한 관심 증가, 그리고 전통 요리에 현대적인 요소를 추가하는 방향으로 발전하고 있다. 이러한 트렌드는 레스토랑과 식품 업계에 새로운 기회를 제공하며, 고객의 건강과 웰빙에 대한 관심을 반영하는 메뉴 개발이 중요해질 것이다.

▶ 출처

HelloFresh report shows Kiwi taste buds are changing, nzHerald.co.nz

② 배달 음식 시장 성장

이슈배경

뉴질랜드의 식사 배달 서비스 산업이 급성장 중이다. Order Meal의 주문 건수는 약 150만 건을 달성하였으며 점차 배달 주문의 중요성이 증가할 것으로 전망한다. Statista의 연구에 따르면, 2027년까지 뉴질랜드 온라인 음식 배달 시장은 약 10% 성장할 것으로 예상된다.

이슈내용

배달 주문이 식당 사업에서 중요한 역할을 있다. 코로나19 이후, 소비자들은 집에서 음식과 다양한 상품을 배달 주문하는 데 익숙해졌다. 특히 젊은 세대 사이에서 앱 사용이 인기를 끌고 있으며, 이 추세는 앞으로 더욱 강화될 것으로 보인다.

뉴질랜드 경제 연구소(NZIER)의 연구에 따르면, 음식 앱은 2019년 식당들의 수익에 약 6만 투자했다. Order Meal社は 2017년에 고객이 없었지만 현재는 뉴질랜드 전역의 600개 식당과 협력하며 150만 건의 주문을 처리했다. 해당 회사는 높은 커미션을 부과하지 않으며, 특별 프로모션을 진행하는 등 고객에게 저렴한 비용으로 고품질 서비스를 제공하고 있다. 식당에 온라인 주문 및 배달 서비스, 픽업 옵션, 테이블 예약, Eftpos, POS, 기프트 카드 등 다양한 디지털 서비스를 제공하고 있다.

시사점

식당 사업자들은 온라인 주문 및 배달 서비스를 활용하여 수익을 극대화하고, 변화하는 소비자 수요에 대응해야 한다. 특히 젊은 세대를 대상으로 한 마케팅 전략과 디지털 서비스의 통합이 중요하며, 이는 뉴질랜드 식당 산업의 경쟁력 강화에 기여할 것으로 보인다.

▶ 출처

'Kiwis' food spend up, shopping and consumption behaviours continue to evolve', VOXY
The dining experience Kiwis "love", nzHerald.co.nz

③ 무알콜 음료 인기 상승

이슈배경

뉴질랜드에서도 소비자들의 건강과 적당한 음주에 대한 관심이 높아짐에 따라, 저알콜 및 무알콜 음료 시장이 크게 성장하고 있다.

오클랜드 중심가에 위치한 'Zero Proof' 바와 가게는, 겉보기에는 다른 고급 주류 판매점과 다름없어 보인다. 그러나 이곳은 맥주, 와인, 스피릿 등 다양한 음료를 판매하면서도, 모든 제품이 알코올을 전혀 함유하지 않는다는 점에서 독특하다. 해당 업체는 오픈한 이후 꾸준한 인기로 계속 확장 중이다.

이슈내용

무알콜·저알콜 주류는 연중 내내 수요가 있고, 지난해 2월, 3월까지도 이런 추세는 계속되었으며, 많은 단골 고객을 확보하는 것이 안정적인 비즈니스를 위해 중요한 요소가 되고 있다.

뉴질랜드의 주류 시장 조사에 따르면, 알코올 음료의 소비를 줄이려는 소비자들이 늘어나고 있다. 이는 전 세계적인 경향을 반영하는 것으로, 특히 젊은 세대 사이에서 음주 습관의 변화가 두드러지게 나타나고 있다.

저알콜 및 무알콜 음료는 전통적인 알코올 음료와 유사한 맛을 제공하며, 소비자들에게 건강하고 책임감 있는 음주 선택권을 제공한다. 뉴질랜드의 많은 기업들이 해당 시장에 뛰어들고 있으며, 다양한 맛과 스타일의 제품들이 출시되고 있다.

시사점

이러한 추세는 뉴질랜드의 식음료 업계에 새로운 기회를 제공하고 있다. 특히 수출 시장에서도 무알콜 음료의 성장 잠재력이 크다고 평가된다.

▶ 출처

GLOBAL FOOD AND DRINK TRENDS FOR 2024, Supermarket News

Low- and no-alcohol in high spirits as consumer trends continue to drive growth, Just Drink

② 식물성 대체 식품 트렌드

이슈배경

뉴질랜드의 식품 및 음료 부문은 지속 가능한 농업과 혁신적인 식품 개발을 중심으로 빠르게 성장하고 있다. 건강 및 환경에 대한 인식 증가와 함께, 뉴질랜드의 식품 소비 트렌드에 중요한 변화가 나타나고 있다.

이슈내용

식물 기반 식품의 인기 증가, 장 건강을 지원하는 프로바이오틱 식품의 부상, 지속 가능하고 윤리적인 식품 생산 방식에 대한 관심 증가 등의 이슈는 뉴질랜드 식품 소비에 영향을 주고 있다.

건강, 환경적 우려, 제품 다양성 증가로 인해 식물 기반 식품 및 음료의 수요가 급증하고 있다. 장 건강에 대한 관심도 증가하고 있으며, 이에 따라 발효 식품의 소비가 증가하고 있다. 발효 식품 중 프로바이오틱스 식품이 인기를 끌고 있다.

자국의 농업 유산을 바탕으로 지속 가능하고 윤리적인 식품 생산 방식에 대한 관심이 커지고 있다. 이에 따라 지속 가능하고 윤리적인 식품을 소비하는 경향이 큰 것으로 조사됐다.

기술 발달로 인해 개인 맞춤형 영양이 더욱 주목받고 있다. 이는 뉴질랜드 식품 산업의 미래를 형성하는 중요한 요소로 작용할 것이다.

시사점

이러한 트렌드들은 뉴질랜드 식품 산업에 중대한 영향을 미치고 있으며, 한국 식품 수출 기업에는 뉴질랜드 시장 진출에 있어 중요한 기회가 될 수 있다. 특히 식물 기반 식품, 프로바이오틱 식품, 기능성 식품 및 개인 맞춤형 영양 제품에 대한 수요가 높아지고 있음에 주목할 필요가 있고, 뉴질랜드 소비자들의 건강 및 환경에 대한 관심을 반영한 제품 개발과 마케팅 전략을 고려해야 할 것이다.

▶ 출처

Nutrition Food Trends: A New Zealand Perspective, NZ Food Awards

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
<p>품목별 수입요건 파악</p>	<ul style="list-style-type: none"> 수출 품목에 대한 중국의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악 	<p>국내 수출업체</p>
<p>수출신고 및 운송수단 선적</p>	<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 	<p>국내 수출업체</p>
<p>수입업체 등록</p>	<ul style="list-style-type: none"> 식품 수입 전 뉴질랜드 수출입통관프로그램에 수입업체 등록 필수 유효기간은 1년이며, 뉴질랜드 거주 회사나 개인만이 취득 가능함 	<p>뉴질랜드 수입업체</p>
<p>수입신고</p>	<ul style="list-style-type: none"> B2BE 또는 EDI 시스템으로 세관에 수입신고서 및 제반서류 제출 제출서류: ①선하증권 또는 항공화물운송장 ②상업송장 ③포장명세서 ④보험서류 ⑤기타 검역 서류 등 	<p>뉴질랜드 수입업체</p>
<p>수입검사</p>	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고서 제출된 서류를 바탕으로 검사가 필요한 식품을 선정 검사 대상으로 선정된 식품에 뉴질랜드 식품검역국은 ①샘플검사 ②정밀검사를 진행함 검사 범위 및 횟수는 식품 수입업체의 과거 수입이력에 따라 상이함 또한, 관세청은 서류상의 내용을 토대로 창고나 항구에서 검역을 실시할 수 있음 	<p>뉴질랜드 수입업체</p>
<p>관세 납부 및 반출</p>	<ul style="list-style-type: none"> 관세 납부 후 물품 반출 가능 	<p>뉴질랜드 수입업체</p>

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

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

▶ 국내 수출통관 절차

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

	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="386 192 566 353">축산물검역</td> <td data-bbox="566 192 1436 353"> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음 	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
<p>운송수단 선적</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함 		

② 뉴질랜드 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 뉴질랜드 수입통관·검역 절차

<p>수입업체 등록 및 수입허가 취득</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 뉴질랜드 수입업체는 시스템에 수입업체 등록 필요 <ul style="list-style-type: none"> · 수출입통관프로그램(Joint Border Management System, JBMS)에 수입업체 등록 필요 · 수입업체는 뉴질랜드에 거주하는 개인 또는 회사만 해당되며 해당 자격은 1년간 유효 ● 또한, 일부 품목에 대해 수입허가 취득 필요 <ul style="list-style-type: none"> · 인체 건강이나 뉴질랜드 자연환경과 동식물 생태계에 미치는 영향이 크다고 판단되는 수입 금지품목으로 지정되거나 별도의 추가 규정을 적용받아 1차 산업부(MPI)로부터 수입 허가(Clearance)를 받아야 할 수 있음
<p>수입신고</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 뉴질랜드 수입업체는 B2BE(Business to Business e-Colutions) 웹사이트 또는 EDI(Electronic Data Interchange) 시스템을 통해 수입신고 진행 <ul style="list-style-type: none"> · B2BE를 통한 신고는 소규모 수입업체에게 적합하며, EDI는 규모가 크고, 수입 빈도가 높은 업체에게 적합함 · 수입 신고서는 제품이 도착하기 20일 전에 등록되어야 하며, 지연 방지를 위해 수입 브로커는 사전 등록 가능함 · 수입신고 시 수입신고서를 포함한 다음의 서류 제출 필요 <div style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: fit-content;"> <p><수입통관 시 제출 서류></p> <ul style="list-style-type: none"> ①선하증권 또는 항공화물운송장 ②상업송장 ③포장명세서 ④보험서류 ⑤기타 검역 서류 </div>
<p>수입검역</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수입신고 후 물품검사 및 검역이 진행 <ul style="list-style-type: none"> · 식품안전 통관이 필요한 경우, 수입업체가 1차 산업부의 Central Clearing House로 탁송품에 대한 정보를 보내야 하며 이후 식품을 검사, 샘플링 추출 및 시험이 식품검역국(FSO)에 의해 진행됨 · 이후, 식품 검역국에서 식품 검사, 샘플 추출 및 시험을 진행하며, 검사 범위 및 검사 횟수는 수입업체의 과거 이력에 따라 달라짐 · 또한, 관세청은 수입신고(Import entry)와 ECI에 기재된 내용을 토대로 창고나 수입 항구에서 검역을 실시할 수 있음 · 검역 대상 품목은 수입검역기준(Import Health Standard)에서 규정하는 절차와 방법에

	따라 진행되며, 모든 기준을 충족하는 품목에 대해서만 수입허가를 받을 수 있음
관세납부 및 물품 반출	<p>● 관세 및 제세 납부 후 물품 반출 가능</p> <ul style="list-style-type: none"> · 수입자 등에 의해 작성된 납세신고가 적합하다고 판단되는 경우 검사 생략(Paperless)으로 처리되고 화물인도지시서를 교부 후 반출됨 · 납세신고서가 처리되고 예정 관세액을 납부한 후 물품이 반출되며 이후 신고된 품목분류, 과세가격, 납부세액, FTA 원산지 증명 등에 대한 사후 심사가 진행됨 · 통관에 필요한 서류를 충족하여 수입허가를 받은 경우, 수입신고 이후부터 물품 반출까지 15시간(공휴일 제외) 이상이 소요됨

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡류 : 쌀(백미, 현미, 흑미), 찹쌀, 보리, 조, 밀, 옥수수, 콩, 수수 - 과실류 : 배(미국, 캐나다, 호주 배 수출단지에서 생산된 배 생과실), 포도(뉴질랜드 수출 선과장에 등록된 농가에서 생산된 포도) - 종자류 : 고추, 무, 배추, 상추, 수박, 시금치, 오이, 참외, 토마토, 파, 호박, 당근, 대파, 브로콜리 - 화훼류 기타 : 선인장묘
-----	--

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 과실류 : 감귤, 포도, 사과, 단감, 밤, 복숭아, 참다래, 살구, 자두 - 채소류 : 파프리카, 메론(참외), 딸기, 인삼, 브로콜리, 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 피망, 오이, 호박, 수박, 토마토, 가지, 고구마, 감자 - 버섯류 : 팽이, 새송이, 느타리, 만가닥, 표고, 송이, 양송이, 영지 - 절화류 : 백합, 장미, 국화, 심비디움, 팔레놉시스, 카네이션, 난초, 튜립 - 화훼류 기타(재배매체 포함) : 철쭉속, 선인장(접목선인장), 장미, 카네이션, 심비디움, 난초, 국화, 튜립, 글라디올러스, 백합
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항


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

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

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

유제품류

라벨링 사진																																																																									
																																																																									
표기항목	표기내용																																																																								
제품명	Meadow Fresh Milk	메도우 프레시 우유																																																																							
원재료	Ingredients Fresh Milk	재료 신선 우유																																																																							
순중량	600ml																																																																								
제조업체	Meadow Fresh																																																																								
유통기한	별도 표기																																																																								
제조일자·제조코드	별도 표기																																																																								
영양성분표	Nutrition Information Servings per pack : 3 Serving size : 200ml		영양정보 팩당 제공량 수 : 3 제공량 : 200ml																																																																						
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Annual Averages</th> <th>Average Quantity per Serving</th> <th>% Daily Intake* (per Serving)</th> <th>Average Quantity per 100ml</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Energy</td> <td>540kJ</td> <td>6%</td> <td>270kJ</td> </tr> <tr> <td>Protein</td> <td>7.8g</td> <td>16%</td> <td>3.9g</td> </tr> <tr> <td>Fat.total</td> <td>6.6g</td> <td>9%</td> <td>3.3g</td> </tr> <tr> <td>- Saturated</td> <td>4.2g</td> <td>18%</td> <td>2.1g</td> </tr> <tr> <td>Carbohydrate</td> <td>9.4g</td> <td>3%</td> <td>4.7g</td> </tr> <tr> <td>- Sugars</td> <td>9.4g</td> <td>10%</td> <td>4.7g</td> </tr> <tr> <td>Sodium</td> <td>70mg</td> <td>3%</td> <td>35mg</td> </tr> <tr> <td>Calcium</td> <td>270g</td> <td>34%RDI**</td> <td>135mg</td> </tr> </tbody> </table>	Annual Averages	Average Quantity per Serving	% Daily Intake* (per Serving)	Average Quantity per 100ml	Energy	540kJ	6%	270kJ	Protein	7.8g	16%	3.9g	Fat.total	6.6g	9%	3.3g	- Saturated	4.2g	18%	2.1g	Carbohydrate	9.4g	3%	4.7g	- Sugars	9.4g	10%	4.7g	Sodium	70mg	3%	35mg	Calcium	270g	34%RDI**	135mg	<table border="1"> <thead> <tr> <th>연평균</th> <th>1회당 평균 제공량</th> <th>% 일일 권장섭취량* (1회당)</th> <th>100ml당 평균 제공량</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>열량</td> <td>540kJ</td> <td>6%</td> <td>270kJ</td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>7.8g</td> <td>16%</td> <td>3.9g</td> </tr> <tr> <td>지방</td> <td>6.6g</td> <td>9%</td> <td>3.3g</td> </tr> <tr> <td>- 포화지방</td> <td>4.2g</td> <td>18%</td> <td>2.1g</td> </tr> <tr> <td>탄수화물</td> <td>9.4g</td> <td>3%</td> <td>4.7g</td> </tr> <tr> <td>- 당</td> <td>9.4g</td> <td>10%</td> <td>4.7g</td> </tr> <tr> <td>나트륨</td> <td>70mg</td> <td>3%</td> <td>35mg</td> </tr> <tr> <td>칼슘</td> <td>270g</td> <td>34%RDI**</td> <td>135mg</td> </tr> </tbody> </table>	연평균	1회당 평균 제공량	% 일일 권장섭취량* (1회당)	100ml당 평균 제공량	열량	540kJ	6%	270kJ	단백질	7.8g	16%	3.9g	지방	6.6g	9%	3.3g	- 포화지방	4.2g	18%	2.1g	탄수화물	9.4g	3%	4.7g	- 당	9.4g	10%	4.7g	나트륨	70mg	3%	35mg	칼슘	270g	34%RDI**
Annual Averages	Average Quantity per Serving	% Daily Intake* (per Serving)	Average Quantity per 100ml																																																																						
Energy	540kJ	6%	270kJ																																																																						
Protein	7.8g	16%	3.9g																																																																						
Fat.total	6.6g	9%	3.3g																																																																						
- Saturated	4.2g	18%	2.1g																																																																						
Carbohydrate	9.4g	3%	4.7g																																																																						
- Sugars	9.4g	10%	4.7g																																																																						
Sodium	70mg	3%	35mg																																																																						
Calcium	270g	34%RDI**	135mg																																																																						
연평균	1회당 평균 제공량	% 일일 권장섭취량* (1회당)	100ml당 평균 제공량																																																																						
열량	540kJ	6%	270kJ																																																																						
단백질	7.8g	16%	3.9g																																																																						
지방	6.6g	9%	3.3g																																																																						
- 포화지방	4.2g	18%	2.1g																																																																						
탄수화물	9.4g	3%	4.7g																																																																						
- 당	9.4g	10%	4.7g																																																																						
나트륨	70mg	3%	35mg																																																																						
칼슘	270g	34%RDI**	135mg																																																																						
Milk nutrients naturally vary with the seasons. *based on an average adult diet of 8700kJ **Recommended Dietary Intake Use Original milk as part of a healthy diet.		우유의 영양성분은 계절에 따라 자연 변동합니다. *성인 권장 섭취량8700kJ 기준 비중입니다. **Recommended Dietary Intake(권장 섭취량 기준) 건강한 식습관을 위해 원유를 이용하세요.																																																																							

■ 5.2 | 인증제도

■ 5.3 | 통관거부사례

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[라벨링]

한국 식품 수출 시 식품 알레르기 표시 기준 주의

2023년 1월부터 7월까지 공시된 호주와 뉴질랜드의 식품 리콜 사례를 분석한 결과, 식품 알레르기 유발 물질을 표기하지 않아 리콜된 한국산 과자류 제품의 사례가 다수 확인되었다. 뉴질랜드로 식품 수출 시 식품 알레르기 표시에 주의할 필요가 있다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

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

[규정·제도]

뉴질랜드, 플라스틱 금지법의 2단계 금지 조치 시행 (2023년 7월 1일부터)

뉴질랜드 정부는 「폐기물 최소화법(플라스틱 및 관련 제품) 2022(Waste Minimization(Plastic and Related Products) Regulations 2022)」에 따라 플라스틱 금지법을 총 3단계로 나누어 시행한다. 2022년 10월에 1단계가 시행되었고, 2023년 7월 1일부터는 2단계 금지 조치가 시행되었다. 이에 따라 일회용 플라스틱 비닐, 플라스틱 빨대, 플라스틱 식기류 등이 금지 품목에 추가되었다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98116

[위생·안전]

'식품고시:농화학물의 최대잔류허용기준(MRLs)' 개정 발표

△트리클라벤다졸 △펄리마이신 등 농화학물의 최대잔류허용기준 개정안이 발표되었다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

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

[라벨링]

알코올 음료에 에너지 함량 정보 표시를 요구하는 식품 표준 코드 개정 제안

호주·뉴질랜드 식품표준청은 ABV가 0.5% 이상 함유된 알코올 음료의 라벨에 에너지 함량 정보 표시를 요구하기 위해 호주·뉴질랜드 식품 표준코드(Food Standard Code)를 개정할 것을 제안했다. 현행 규정에 따르면, ABV가 0.5% 이상 함유된 알코올 음료는 일반 포장식품에 적용되는 영양 정보 라벨 표시 요구사항에서 면제된다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

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

[라벨링]**연구팀, 알코올 음료 온라인 소매업체에 판매 페이지 내 경고 표시의무 부과 촉구**

현재 뉴질랜드 법은 온라인으로 판매되는 알코올음료의 필수 건강 정보 및 경고 표시를 의무로 규정하고 있지 않아 뉴질랜드 오클랜드 대학 연구팀은 알코올음료를 판매하는 온라인 소매업체가 판매 페이지에 해당 정보를 의무적으로 표시할 것을 촉구했다.

▶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

[기타]**검역 협상 타결에 따라 한국산 감귤류의 수입 허용**

2022년 12월 12일, 한국 농림축산검역본부는 뉴질랜드 검역본부와 한국산 감귤류(온주밀감, 한라봉, 천혜향 등)의 뉴질랜드 수출 검역 협상을 최종 타결했다고 밝혔다. 한국산 감귤류는 1999년에 뉴질랜드에 수입 허용을 요청하였으나, 2002년 제주도에서 감귤궤양병이 확산되면서 위험성 평가가 중단되었다. 이후 한국 농림축산검역본부는 한국산 감귤의 검역 안정성을 입증하는 추가 자료를 제출하는 등 꾸준한 노력을 전개하였고, 그 결과 수입 허용 요청 23년 만에 한국산 감귤의 뉴질랜드 수입을 허용하는 최종 검역 협상이 타결되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96862

[위생·안전]**달걀 식품의 IHS(Import Health Standard, 수입 위생 기준) 초안 발표**

뉴질랜드 MPI는 달걀 제품의 IHS 수정 초안을 발표하고, 2023년 2월 20일까지 의견을 모집한다고 공고했다.

▶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

[규정·제도]**뉴질랜드, 위험관리 시스템 요건을 포함한 수산물 제품의 가공 기준 개정안 공고**

2022년 12월, 뉴질랜드 식품산업청(Ministry of Primary Industries, MPI)은 동물 제품에 관한 규정 3개와 27개의 통지 사항을 통합하는 규제 재설계 프로젝트(regulatory redesign project)에 맞춰 《운영 코드 : 수산물 제품의 가공 기준(Operational Code : Processing of Seafood Products)》을 개정하는 초안(제54502호)을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96689

6 요약

6.1 보고서 소개

뉴질랜드의 식품시장은 2022년 약 136억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 6.3% 증가했다.

뉴질랜드의 식품 수입액은 약 63억 달러로, 호주·미국·인도네시아 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 19위를 차지했다. 주요 수입품은 ①팜너트 추출 유박 ②조제식품 ③건조 유당으로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 5,000만 달러로 전년 대비 5.9% 감소했으며, 주요 수출품목은 ①젤라틴 ②라면 ③조미 김이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 95%, 온라인 유통채널은 5%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①Countdown ②Pak'n Save ③New world, 온라인 유통채널의 경우 ①Trade Me Marketplace ②Countdown Online ③Noel Leeming으로 나타났다.

그래프로 보는 뉴질랜드 식품시장

