국외출장 결과보고서

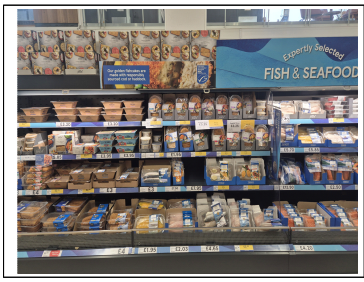
<table>
<tr><td>구 분</td><td colspan="7">내 역</td></tr>
<tr><td rowspan="2">출장자</td><td>소속</td><td colspan="2" rowspan="2">수산연구본부</td><td>성명</td><td>김명수</td><td>직급</td><td>전문연구원</td></tr>
<tr><td>성명</td><td>원은송</td><td>직급</td><td>전문연구원</td></tr>
<tr><td>출장목적
(중복선택
가능)</td><td colspan="7">■ 현지조사(현장, 전문가 회의) □ 국제행사 주최 ■ 국제행사 참가
□ 국제회의(정부대표단) 참석 □ 세미나, 교육, 훈련 □ 기타 ( )</td></tr>
<tr><td>관련사업
(예산항목)</td><td colspan="7">「해외시장분석사업」(정부대행사업)
(사업기간 : 2025.01.01. ~ 2025.12.31.)</td></tr>
<tr><td>출장기간</td><td colspan="3">2025.09.28. ~ 2025.10.04.</td><td>출장지</td><td colspan="3">영국(런던)</td></tr>
<tr><td rowspan="11">출장일정</td><td>일자</td><td colspan="2">방문지</td><td colspan="3">주요업무*</td><td>항공편</td></tr>
<tr><td>09.28(일)</td><td colspan="2">부산(08:05) → 인천(10:55) → 런던(17:20)</td><td colspan="3">항공 이동</td><td>KE1404,
KE907</td></tr>
<tr><td rowspan="2">09.29(월)</td><td colspan="2">오전 : TESCO, Waitrose, M&S, Sainsbury's</td><td colspan="3">현지 유통채널 조사</td><td rowspan="2">차량 이동</td></tr>
<tr><td colspan="2">오후 : New England Seafood International Ltd</td><td colspan="3">현지 수산식품 수입업체 면담 조사</td></tr>
<tr><td rowspan="2">09.30(화)</td><td colspan="2">오전 : Street Food Business Expo, The Tinned Fish Market</td><td colspan="3" rowspan="2">박람회 참석 및 현지 업체 면담</td><td rowspan="2">대중교통</td></tr>
<tr><td colspan="2">오후 : Responsible Packaging Expo, Join Tak</td></tr>
<tr><td rowspan="2">10.1(수)</td><td colspan="2">오전 : Restaurants & Take aways Expo, Wiser Foods UK</td><td colspan="3">박람회 참석 및 현지 업체 면담</td><td rowspan="2">대중교통</td></tr>
<tr><td colspan="2">오후 : True World Foods</td><td colspan="3">한국산 수산식품 수입업체 면담 조사</td></tr>
<tr><td rowspan="2">10.02(목)</td><td colspan="2">오전 : H-mart, Oseyo, Seoul plaza</td><td colspan="3">한인 마트 및 한국 식품 유통 조사</td><td rowspan="2">차량 이동</td></tr>
<tr><td colspan="2">오후 : KOTRA 런던 무역관</td><td colspan="3">KOTRA 면담</td></tr>
<tr><td rowspan="2">10.03(금)</td><td colspan="2">오전 : 수산시장(빌링스게이트)</td><td colspan="3">영국 수산물 시장 및 유통 동향 조사</td><td>차량 이동</td></tr>
<tr><td colspan="2">런던(19:35) → 인천(+1, 17:10) → 부산(18:20)</td><td colspan="3">항공 이동</td><td>KE908,
KE1405</td></tr>
<tr><td>출장성과</td><td colspan="7">○ 출장목적 달성 정도
- 영국 수산물 및 수산식품 소비 현황 조사 및 한국산 수산식품 수출 확대 가능성 검토
○ 주요 성과
- 영국 내 수산물 소비 동향 분석 및 한국산 수산물 수출경쟁력 조사
- 한국산 수산식품 수출 확대를 위한 사전 준비사항 조사</td></tr>
<tr><td>향후계획</td><td colspan="7">○ 출장 성과 공유 계획
- '해외시장분석사업' 결과물로 제출
○ 정책화 등 활용 계획
- 영국 수산물 시장 동향, 한국산 수산물 수출 확대 전략, 애로사항 등 해양수산부 정책 지원 시 활용</td></tr>
<tr><td>참고 등
특이사항
(건의사항)</td><td colspan="7">없음</td></tr>
</table>

* 주요업무 수행 결과 별지 작성 후 첨부

주요 업무내용 (계획( ), 결과(√))

업무유형	■ 현지조사(현장, 전문가 회의) □ 국제행사 주최 ■ 국제행사 참가 □ 국제회의(정부대표단) 참석 □ 세미나, 교육, 훈련 □ 기타 ( )
업무①	**(09.29 오전) 현지 유통채널 조사**
수행계획	□ **현지 주요 유통매장별 수산물 유통, 판매 현황 조사**
수행결과	□ **Waitrose** ○ 소비자에게 고급형 유통매장이라는 인식이 있음. 현재까지 신선 수산물 매대를 운영 중이며, 진열된 어종 대부분이 MSC 인증을 받음. 신선 수산물 운영 방식은 소비자가 주문하면 즉석에서 주문 사항에 맞추어 절단, 포장해 줌. 회원을 대상으로 금요일마다 20% 할인 행사(Fish Friday)를 진행함. ○ 냉장 즉석조리 제품 코너에서는 연어, 참치, 대구, 넙치, 홍합, 가리비, 새우 등 다양한 어종이 판매됨. 조리 방식은 주로 팬, 오븐을 이용하지만, 스테이크, 튀김 외에도 홍합찜, 토핑을 올린 가리비 등 조리법이 다양한 편임. ○ 냉동 수산물 코너에는 생선 튀김, 칵테일 새우 등 제품 종류가 제한적이었음. 소비자가 선호하는 수산식품은 냉동 형태보다는 신선 냉장 형태임을 확인할 수 있었음. ○ 지속가능성에 대한 인식을 반영하여 제품 패키지에 MSC, ASC 인증을 주로 활용하며 원산지 정보도 패키지에 드러나도록 표시함. 그 외에도 고단백, 저(포화)지방, 비타민D, 오메가-3 등 건강과 관련된 라벨을 활발하게 사용함.  □ **Tesco** ○ 대형 유통매장으로, 2023년 신선 수산물 매대 폐지 후 전 지점이 포장된 제품 중심으로 판매됨. 대형 유통매장의 강점을 살려 가격 인하, 프로모션 등을 다양하게 진행하고 있으며, 소비자에게 가성비 이미지로 인식됨. ○ 신선 수산물은 대부분 스킨팩 형태로 소포장하여 판매함. 주요 판매 어종은 대구, 해덕, 헤이크, 농어, 메기류, 고등어 등으로, 흰살 생선류가 다양하게 판매됨. 제품 형태는 필렛, 시즈닝이 첨가된 스테이크, 훈제, 튀김 등 다양한 편임. ○ 제품 패키지에 MSC 인증이 가장 많이 활용되며, 그다음으로 원산지, 영양성분(오메가-3)을 강조함. ○ 자체 브랜드 중 상위 버전인 'Tesco Finest'는 가정 내 식사를 겨냥하여 2인용 메인 요리, 사이드, 디저트, 음료 코너를 만들어 판매 중임. 이탈리아, 인도, 동아시아 요리 코너를 만들어 즉석조리(Ready to Cook) 제품을 다양하게 판매 중임. 또한, 식물성 제품 코너도 운영 중이며 콩으로 만든 참치 플레이크, 연어 슬라이스 제품을 판매하고 있음.

주요 업무내용 (계획( ), 결과(√))

<table>
<tr><td></td><td>






□ Marks & Spencer(M&S)
○ 영국 내 주요 유통채널 중 소비자에게 품질 만족도가 높은 편임.
○ 즉석조리 및 냉동 필렛·스테이크 제품이 균형 있게 진열되어 있음. 그러나 다른 유통채널에 비해 수산식품 다양성이 부족한 편임. 즉석조리 제품은 주로 연어, 대구류(대구, 해덕), 넙치를 활용한 튀김류가 대부분이었음.
○ 자체 브랜드 'M&S Collection'은 소비자에게 신뢰도가 높은 편이며, 제품 패키지에 지속가능한 어업, 영양 성분(오메가-3)을 강조하고 있음.

□ Sainsbury's
○ 코로나19로 인해 매장 내 신선 수산물 매대를 없애고 팩 포장 제품 중심 판매 구조로 전환함.
○ 대부분 대구, 농어, 연어를 가공한 제품이 판매되고 있었으며 오븐, 에어프라이어용 즉석조리 제품을 판매함.
○ ASC, MSC 등 지속가능성을 강조한 제품이 많았으며, 2인 가구 기준 한 끼 식사로 충분한 분량으로 포장하여 판매하고 있음.




□ 채널 특징 및 시사점
○ 신선 수산물을 판매하는 코너를 운영하는 곳이 거의 없으며, 대부분 포장된 제품으로 판매함. 냉동보다 냉장 제품에 대한 선호가 높았으며 소포장된 즉석조리 제품이 주요 판매 제품이었음.
○ 대부분 제품 패키지에 지속가능성과 건강 및 영양을 강조하고 있었으며, 원산지 정보를 전달할 수 있도록 원산지를 제품명 아래에 같이 표기하는 경우가 많았음.
○ 패키지 개발 시 소비자에게 환경보호, 건강상의 이점을 인식시킬 수 있도록 라벨을 제작할 필요가 있음. 그뿐만 아니라 환경친화적인 포장재를 활용하는 방법도 영국 소비자의 관심과 구매 욕구를 높일 수 있는 요인으로 판단됨.</td></tr>
<tr><td>업무②</td><td>(09.29 오후) 현지 수산식품 수입업체 면담</td></tr>
<tr><td>수행계획</td><td>□ 수산물 수입 동향 파악 및 한국산 수산물 수출 확대 방안 조사</td></tr>
</table>

주요 업무내용 (계획( ), 결과(√))

수행결과

□ **수산물 수입 및 유통 현황**

○ New England Seafood는 영국의 대형 유통채널 및 요식업에 수산 가공품을 공급하고 있음. 1991년 미국에서 랍스터를 수입하여 레스토랑에 판매하는 것으로 시작하여 1996년 영국 내 소매 채널을 확보하여 제품군을 다양화함. TESCO, Sainsbury's 등 대형마트에 자사 제품을 판매하고 있으며, 초밥 전문 일식당(JOII 등)에 참치, 연어 등을 납품하고 있음.

○ 미국, 노르웨이, 아이슬란드, 일본, 한국 등을 포함한 37개국에서 연어, 참치, 흰살 생선(대구, 헤이크)을 수입하고 있음. 다만, 지속가능성, 윤리적 생산 방식 및 노동 환경을 준수하는 업체의 제품만을 수입함. 그러므로 제품 수입을 결정하는 주요 요인은 MSC 인증 등 관련 인증 획득 여부임.

○ 2015년부터 소비지향적 판매 전략을 구상하기 위해 회사 내 관련 팀을 구성함. Leap, Wild Fish, Fish Said Fred 등 자사 브랜드를 만들어 소비자에게 '지속가능성, 고품질, 간편 조리'라는 메시지를 전달하고 있음.

□ **영국 내 수산물 소비 동향**

○ 영국의 1인당 수산물 소비량이 적은 편이며, 주로 육류 및 유제품으로 단백질을 섭취함. 수산물 조리법이 다양하지 않아 참치, 연어, 대구 등 소비 어종이 제한적임. 최근 TV쇼로 농어 조리법이 유명해지면서 레스토랑, 유통매장에 농어를 판매하는 경우가 늘어남.

○ 업체에서는 수산물을 활용한 조리법이 익숙하지 않은 소비자들을 위해 다양한 레시피를 제공하고 있으며, 탄소 배출 저감을 내세워 소비자에게 수산물 소비를 유도하고 있음.

□ **한국산 수산물 수입 애로사항**

○ 한국에서 수입하는 제품은 로인 형태 참치이며, 이는 대형 유통매장, 레스토랑에 판매됨. 다만, 어획량에 따라 가격 변동성이 커 대형 유통매장 판매에 어려움을 겪고 있음. 대형 유통매장은 공급의 일관성이 중요하며, 공급량 및 가격이 일정하게 유지되어야 함. 최근 참치의 높은 가격 변동성으로 인해 일정한 가격으로 납품하기가 어려운 상황임. 어선이 감소하는 상황에서 비용은 더욱 상승할 거라 가격 변동에 따른 고민이 있음.

○ 또한, 업체에서는 어획 방식, 파트너쉽 구축을 중요시하여 관계 구축을 위해 노력하는 편임. 파트너사에서도 공급자의 책임 및 역할을 고려하여 어선 관리에 더욱 힘써주었으면 함. MSC 인증 획득 외에도 윤리적 생산, 노동환경 등에 대한 관심이 필요함.

New England Seafood	○ 설립연도 : 1991년 ○ 주요 취급품목 : 수산물(참치, 연어, 대구 등) ○ 주요 사업 : 수산물 수입·가공·유통업체 - 자체 브랜드(Leap, Wild Fish, Fish Said Fred 등) 개발, 대형 유통채널, 레스토랑 등에 판매 - 미국, 노르웨이, 한국, 일본 등 37개국에서 수입 - MSC 인증 등 지속가능성을 강조한 마케팅





주요 업무내용 (계획( ), 결과(√))

<table>
<tr><td>업무③</td><td>(09.30-10.01) 박람회 참관 및 현지 업체 면담</td></tr>
<tr><td>수행계획</td><td>□ Street Food Business Expo, Responsible Packaging Expo, Restaurants&Takeaways Expo 참관</td></tr>
<tr><td>수행결과</td><td>□ 행사 개요
○ Street Food Business Expo는 스트리트푸드, 모바일 케이터링 대상 박람회로, 스트리트푸드 운영 핵심 장비·서비스 업체가 참여함. Responsible Packaging Expo는 종이, 단일 재질 필름 등 재활용 소재, 식물성 잉크, 라벨 및 패키지, ID/바코드 등 포장 관련 업체가 다수 참가함. Restaurants & Take aways Expo는 외식, 포장 관련 전시회로, 컨퍼런스·세미나 세션을 병행하여 현장 사례·규제 이슈·기술 트렌드를 공유함.
○ 올해 박람회 참가업체는 약 200개, 방문자는 약 15,000명에 달함. 포장 및 일회용기 업체, 친환경 특화 포장재 업체가 다수였으며, 주문 및 결제, 마케팅, 운영 관련 디지털 솔루션 업체도 많이 참가함. 지속가능성을 주제로 한 시상식도 개최함.

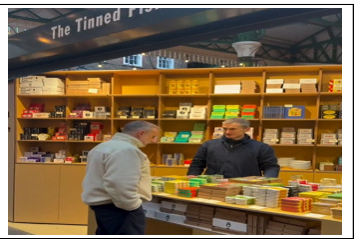
□ 시사점
○ 지속가능성에 대한 영국 소비자의 관심이 늘어남에 따라 다양한 친환경 포장재 및 포장 용기가 전시되어 있음. 특히 유럽에서는 환경친화적인 이미지와 더불어 원가 관리, 규제 리스크 대응 측면에서 친환경 포장재에 대한 선호도 증가하고 있음. 이에 따라 유럽 수출용 제품 개발 시 포장, 라벨 등에 지속 가능한 포장을 고려할 필요가 있음.
  </td></tr>
<tr><td>업무④</td><td>(09.30 오전) 현지 유통업체(The Tinned Fish Market) 조사</td></tr>
<tr><td>수행계획</td><td>□ 수산물 수입 동향, 소비 트렌드 파악</td></tr>
<tr><td>수행결과</td><td>□ 수산물 유통 동향
○ The Tinned Fish Market은 유럽 각국의 소규모 통조림 공장에서 생산한 프리미엄 수산 통조림을 선별하여 판매하는 유통업체임.
○ 런던 버러 마켓(스톨)과 온·오프라인 스토어를 병행 운영함. 마켓, 고급 소매 채널에 납품하고 온라인 구독 상품을 만들어 판매 중임.

□ 수산물 판매 전략 및 소비 변화
○ 제품은 소량 생산, 수작업, 시즌 한정 등 희소성을 전면에 내세우고, 화려한 색채의 패키지 디자인과 원산지, 어획 및 가공 과정, 레시피를 담은 스토리 카드를 동봉하여 판매함.
○ 온라인 홈페이지와 SNS를 통해 레시피를 꾸준히 업로드하며 '간편하지만 맛있고, 멋있는 한 끼 식사' 이미지를 강조함.
○ 구독 시스템과 선물 세트 및 기프트 카드로 초기 진입 장벽을 낮추고 재구매를 유도함. 또한, 희소성과 스토리텔링을 결합한 패키지로 높은 가격대임에도 불구하고 소비자의 가격 저항을 완화시킴.
○ 미디어·SNS에서 생선 통조림 레시피 노출이 증가하며 젊은 층에게도 관심이 확산되는 추세임. 또한, 대형 유통매장에도 생선 통조림 전용 코너가 확대되는 모습이 관찰됨.</td></tr>
</table>

주요 업무내용 (계획( ), 결과(√))

<table>
<tr><td></td><td>
□ 애로사항
○ 소량 생산, 계절 및 시즌 한정 제품 위주라 공급 변동성이 큼. 높은 가격대로 인해 대형 유통채널로의 진입, 확장에 제약이 있음.
○ 소비자에게 제공되어야 하는 필수 정보(원산지, 어획 방식, 영양성분 등)를 일관되게 라벨로 제작하는 작업이 쉽지 않음.
<table>
<tr><td>The Tinned Fish Market</td><td>○ 설립연도 : 2018년
○ 주요 취급품목 : 수산물 통조림(정어리, 멸치, 홍합, 고등어 등)
○ 주요 사업 : 유통 및 판매업체
- 지속가능한 프리미엄 통조림 판매
- 지속가능성 일본, 중국 등에서 수입 중</td></tr>
</table>




</td></tr>
<tr><td>업무⑤</td><td>(09.30 오후) 현지 업체(Jointak) 면담 조사</td></tr>
<tr><td>수행계획</td><td>□ 식품 포장재에 대한 소비자 인식 변화 파악</td></tr>
<tr><td>수행결과</td><td>
□ 영국 내 포장 트렌드
○ Jointak은 포장재, 라벨, 바코드/QR 등 포장 부자재를 설계·제조하는 기업임. 글로벌 생산 거점을 보유하고 있어 대량 주문, 빠른 납기가 가능함. 또한, QR 기반 이력 관리, 정품 인증이 가능한 라벨을 생산할 수 있음.
○ 전 세계적으로 일회용 플라스틱 감축 기조가 강해짐에 따라 스티로폼 등의 사용이 급격히 위축됨. 재활용 용이성을 높이기 위해 단일 재질로 된 포장재에 대한 선호가 높아지고 있으며 이와 함께 경량화 추세도 나타남.
○ 배달, 포장용 용기도 종이 트레이, 얇은 단일 재질의 파우치 등 재활용 친화 구조가 확산됨. rPET 등 재생원료를 활용한 투명 트레이도 많이 사용됨. 포장 재료 외에도 식물성 잉크, 수성 접착제 등 잉크 및 접착제도 환경 오염을 최소화할 수 있는 방식을 선택하는 비율이 증가함.
○ 또한, 라벨에는 분리배출 방법을 아이콘 또는 짧은 문장으로 명확히 표시하는 추세임.
○ 소비자는 '친환경 포장'을 선호하지만, 포장재 변경으로 인한 가격 상승 폭은 최소화되길 원함. 친환경 소재로 전환 시 단가 상승 가능성이 높지만, 주요 제품부터 단계적으로 전환하는 방식으로 업체의 비용 부담을 줄일 수 있음.

□ 시사점
○ 영국 시장에서 '친환경 포장'은 선택이 아니라 필수에 가까움. 한국산 수산식품 패키징 개발 시 분리배출이 쉬운 구조와 명확한 라벨 안내, 투명한 원산지 및 어획 정보를 제공하면 바이어와 소비자 모두 신뢰를 얻을 수 있을 것임.
○ 라벨 제작 시 제품 전면, 후면에 분리배출 안내를 그림 또는 한 줄 문구로 표준화하고, 이력정보 및 원산지는 QR코드로 소비자가 쉽게 확인할 수 있게 하면 구매 유도에 도움이 될 것이라 판단됨.
○ 포장 경량화를 통해 운송비 및 환경 부담도 동시에 절감할 수 있을 것임. 패키지에 '지속가능성 + 품질 + 간편함'을 강조해서 일관되게 표현하는 것도 효과적일 것임.
</td></tr>
</table>

주요 업무내용 (계획( ), 결과(√))

<table>
<tr><td></td><td>
<table>
<tr><td>Jointak</td><td>○ 설립연도 : 2020년
○ 주요 취급품목 : 패키징, 라벨 등
○ 주요 사업 : 포장재 생산업체</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>업무⑥</td><td>(10/1, 오전) Restaurants & Take away Expo 참관 및 수산식품 유통 업체(Wiser Foods) 면담</td></tr>
<tr><td>수행계획</td><td>□ 현지 유통 수산식품 파악 및 한국산 수산물 수출 확대를 위한 유망품목 조사</td></tr>
<tr><td>수행결과</td><td>
□ 영국 외식 산업 동향
○ 영국 소비자들은 식사 한 끼에 대해 중요하게 생각하는 편임. 가정 내 식사도 자주 하는 편이나 외식 문화도 발달해 있음.
○ 특히 런던은 세계에서 가장 다양한 음식이 공존한다는 도시로 평가받으며 약 70개국 이상의 음식을 즐길 수 있는 도시임.
○ 이는 영국의 과거 대영제국 시절 식민지와의 활발했던 교류가 영향을 주었을 것이라고 판단됨. 과거 인도, 파키스탄, 방글라데시 등 식민지를 거느렸던 영국은 이들과의 무역 및 인적 이동을 통해 다양한 식재료와 조리법을 받아들였음.
○ 대표적인 사례가 인도 커리(Curry)로 커리는 영국 식문화에 깊이 뿌리내려 현재는 가장 유명한 음식 중 하나로 꼽히고 있음.
○ 또한 영국은 다문화·다민족 국가로 다양한 이민자 커뮤니티가 존재하며, 각자의 음식과 문화를 공유하고 지역사회에 정착시키는 역할을 하면서 자연스럽게 다양한 음식의 식당들이 생겨났음.
○ 이처럼 다른 나라에 비해 새로운 문화와 음식에 대한 거부감이 적고 수용성이 높은 영국은 유럽 내에서 인지도가 낮은 우리나라 수산식품 수출 확대의 기회요인으로 작용할 수 있을 것으로 판단됨.
○ 영국은 연간 약 3천만 명 이상의 해외 관광객이 방문하는 관광지로 런던·에든버러·옥스퍼드 등 주요 관광도시에서는 다양한 국적의 방문객을 고려한 글로벌 메뉴 구성이 일반적이며, 고급 레스토랑뿐 아니라 스트리트푸드, 마켓, 카페에서도 다양한 세계 요리를 제공함.
○ 현재는 주로 주변국에서 수산물을 수입하고 있는 영국에서 우리나라 제품의 인지도를 늘리는 홍보·마케팅 사업이 진행된다면 현재 수준보다는 수출을 확대할 수 있을 것으로 판단됨.

□ 영국 수산물 수출입 및 유통 동향
○ Wiser Foods UK는 1998년 설립된 소규모 수산물 유통업체이며, 냉동제품이 주력 상품임. 본사(모회사)는 인도에 있으며 인도 본사의 유통·품질관리 노하우를 기반으로 영국 시장에 진출한 냉동식품·수산물 전문업체임.
○ 주요 제품으로는 냉동 새우, 오징어, 팡가시우스 필렛, 틸라피아, 갑오징어, 문어 등임. 영국 내 도매시장, 유통사, 리테일, 호텔·레스토랑·카페(HORECA) 채널을 중심으로 유통 및 판매하고 있음.
○ 모기업과의 직접적 공급 구조를 구축하고 있어 물류 및 안정적 공급 측면에서는 강점이 있으나 소규모로 운영하고 있기 때문에 사업 규모의 확장성이나 과도한 주문 물량에 대응하기에는 어려움이 있음. 호텔, 레스토랑 등 HORECA 쪽으로도 유통을 하고 있기 때문에 한국산 수산물을 해당 유통 경로를 통해 납품 및 판매할 가능성은 있음.
○ 한국 수산물을 영국으로 수출하기 위해서는 영국 식품 수입 규정 등을 철저하게 확인할 필요가 있음.
<table>
<tr><td>Wiser Foods UK</td><td>○ 설립연도 : 2018년
○ 주요 취급품목 : 수산물(새우, 오징어, 팡가시우스 등)
○ 주요 사업 : 수산물 전문 유통업체
- 영국 내 도매시장, 호텔 등의 채널 중심 공급망 운영
- 냉동 제품이 주력</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

주요 업무내용 (계획( ), 결과(√))

<table>
<tr><td></td><td> 


 </td></tr>
<tr><td>업무⑦</td><td>(10/1, 오후) 한국산 수산식품 수입업체(True world foods) 면담 조사</td></tr>
<tr><td>수행계획</td><td>□ 영국 수산물 시장 동향 및 한국산 수산물 수출 확대를 위한 유망품목 조사</td></tr>
<tr><td>수행결과</td><td>□ 현지 수입업체(True world foods) 조사
○ True world foods는 식품 수입·유통 회사로 한국, 일본, 미국, 중국 등에서 수산식품 뿐만 아니라 일반 식품 등을 수입해 영국에서 유통하고 있음.
○ 1994년 설립되었으며, 런던 지역에 유통되는 대부분의 한국산 수산물의 유통을 담당하고 있으며, 냉동 품목 포함 프리미엄 생선을 주로 취급하고 있음.
○ 런던을 기반으로 일식당, 고급 다이닝, 호텔 그리고 유럽 내 수산물업체에 다양한 고급 수산물을 판매하고 있음.
○ 특히 영국 전 지역에 있는 일식당(회, 초밥)에 프리미엄 수산물(활, 냉동)을 납품하고 있으며, 일본에서는 와규, 캐나다에서는 랍스터를 수입하여 영국에서 유통하고 있음.
○ 주로 유통 및 판매하고 있는 품목은 연어와 참치이며, 그 외 광어, 전복 등을 판매하고 있음. 내년 시즌에는 굴, 아나고, 피조개의 수입 및 유통을 계획하고 있음.
○ 한국산 수산식품 중 영국으로 수출 가능성이 있을 것으로 판단되는 품목은 전복(냉동), 굴(IQF, 하프셸), 아나고, 피조개(초밥용) 정도로 판단됨.
○ 한국산 수산식품 수출 제약 요인 중 하나는 유럽 및 영국의 까다로운 공장 등록 절차임.
○ 유럽으로 수산물을 수출하기 위해서는 유럽 수출용 공장 시설 등록이 필수이나, 한국 쪽 수출업체에서는 공장 등록을 위한 제반 비용(등록, 유지, 갱신 등) 및 관리에 대해 부담을 갖고 있는 것으로 판단됨.
○ 공장 등록 등 유럽으로 수출하기 위한 조건을 갖춘 한국 수출업체가 많지 않아 제품 대부분을 중국에서 수입 후 유통하고 있음. 따라서 정부나 기관 차원에서 한국 수출업체의 유럽 수출을 위한 조건을 갖출 수 있게 지원이 필요할 것으로 판단됨.
<table>
<tr><td>True world foods UK</td><td>○ 설립연도 : 1994년
○ 주요 취급품목 : 수산물(참치, 연어, 새우 및 갑각류 등)
○ 주요 사업 : 냉장, 수산식품 전반 수입 및 유통업체
- 수산물 외에도 다양한 식자재도 취급
- 주로 한국, 일본, 중국 등에서 수입 중</td></tr>
</table>




 </td></tr>
</table>

주요 업무내용 (계획( ), 결과(√))

	□ **영국 주요 식품 수입 규제** ○ 한국에서 영국으로 수산식품을 수출하기 위해서는 영국 정부에서 승인한 가공·처리시설에서 생산되어야 함. 또한 위생증명서나 어획증명서가 요구되는지 사전에 파악해야 함. ○ 특히 복합식품의 경우 영국에서 요구하는 복합식품 규정 및 요건을 준수해야 함. 복합식품은 동물성 유래 가공식품과 식물성 재료가 혼합된 식품을 의미하며, 동물성 유래 제품에는 육류, 수산물, 유제품 등이 포함됨. 영국으로 수입되는 복합식품의 경우 식품에 함유된 육류, 우유 및 유제품, 50% 이상의 동물 유래 원료는 영국에서 승인한 원산지에서 생산된 것으로 제조되어야 함. ○ 수입업체는 예상 수입세금 및 사전 등록, 인증, 라벨링 등에 대한 사전 검토가 필요하며, 수입 통관을 진행하는 수출입업자는 통관번호(EORI) 발급이 필수적임. EORI는 유럽연합 공동 세관 등록 번호로, 영국의 브렉시트로 인해 기존 EORI 번호를 발급받은 수입업자는 영국 국세청을 통해 신규 EORI 번호를 발급받아야 함. ○ 수입업체는 사전 통지 대상 식품을 수입하는 경우 화물 도착 30일 전부터 최소 1일 전까지 국경통제소(BCP)에 관련 서류 등을 제출해야 하며, 동물·식품·사료 수입 시스템(IPAFFS)을 통해 영국으로의 수입을 제반 서류와 함께 당국에 통지해야 함. ○ 운송업체는 수입국 도착 전 운송수단별 기한을 준수해 적하목록을 세관에 제출하고 수입업체는 물품 도착 30일 전부터 세관 도착 후 90일 이내에 수입신고를 완료해야 함.
업무⑧	**(10/2, 오전) 한인 마트(H-mart) 및 한국 식품 유통(Oseyo, Seoul Plaza) 조사**
수행계획	□ **한인 마트(H-mart) 면담 조사** □ **영국 내 한국산 수산식품 유통 동향 조사**
수행결과	□ **현지 한인마트(H-mart) 수입 및 유통 현황** ○ Hmart는 2011년 런던 뉴몰든(New Malden)에 설립된 아시안 식품 슈퍼마켓으로, 희창물산에서 운영하고 있음. ○ 런던 남서부에 있는 뉴몰든은 한인 커뮤니티가 가장 밀집해 있는 지역이며, 한국 식재료뿐만 아니라 중국, 일본 등 다양한 아시아 국가들의 식재료를 취급하고 있음. ○ 취급 품목으로는 아시아 식재료 전반(채소·냉동식품·가공식품·스낵 등) 외에도 신선 및 냉동 수산물을 포함하고 있으며 한국 브랜드와 자체 PB 제품을 병행하여 판매하고 있음. ○ 운영 초기부터 다양한 수산물 및 수산식품을 테스트했으나 판매 부진 시 대응이 어려워 구성이 축소되어 현재는 냉동 굴, 김·미역, 일부 가공품이 중심임. 테스트를 위해서는 소량, 다품목 수입이 가능해야 하는데, 한국에서는 수입이 어려워 주로 중국 협력사를 통해 수입하여 테스트 진행 중임. ○ 판매하는 제품들은 사우샘프턴 항구를 통해 수입하고 있으며 대부분 컨테이너를 통해 입항함. 도미·삼치는 프랑스, 스리랑카, 고등어는 영국산과 중국산, 전복은 호주·베트남 등에서 수입하고 있음. ○ 영국 소비자들의 수산물 소비는 피시앤칩스(대구·명태류) 중심으로 다소 제한되어 있으며, 한국산 수산물에 대한 인지도는 낮은 수준임. ○ 최근 중국계 대형마트의 런던 내 급속 확장으로 한인 유통망(서울플라자 등)이 경쟁 압박을 받고 있음. Hmart는 한국·중국계 고객들을 대상으로 다품목·소량 판매 전략 유지하고 있음. ○ 김, 미역, 반찬류(특히 해초샐러드)는 현지 소비도 증가세로, 건강식·샐러드 대체재로 인식되어 매출이 늘고 있음. □ **애로사항** ○ 영국은 브렉시트 이후에도 EU 공장 등록 제도를 유지하고 있어 한국산 수산물 수출 시 EU 공장 등록 및 정기 실사(2년 주기)가 필수임.

주요 업무내용 (계획( ), 결과(√))

○ 다만, 한국 내 수산가공업체 대부분 인증 비용 및 절차 부담으로 수출이 어려운 상황이기 때문에 Hmart에서는 공장 등록이 되어 있는 중국 공장에서 가공한 제품을 수입하고 있음.

○ 한국산 광어·전복 등 고급 어종의 수입은 EU 규제·항공 운송비·현지 소비 한계로 현재는 수입 및 판매를 줄이거나 중단한 상황이나, 한국산 전복은 가격 경쟁력 측면에서 호주·프랑스산 대비 유리하다고 판단하여 향후 시범적으로 수입하여 테스트 판매 계획 중임.

○ 정부 차원에서의 지원은 인증·검역 지원 및 물류비 보조가 시급하다고 판단됨.

○ 수산물의 경우 이미 한국-영국 간 교역 허용 품목이므로, 등록 공장 활성화가 수출 확대의 핵심 전제조건일 것으로 판단하고 있으며, 정부·지자체가 주도하여 초기 적자 리스크를 어느 정도는 감수하더라도 테스트 수출을 적극 추진할 필요가 있음.

○ 수출 확대를 위해서는 가공품 중심의 현지화 제품 개발과 Hmart 등 한인 유통망을 통한 소규모 판매 모델이 효과적일 것으로 판단됨.



□ **한국 식품 유통매장 현황**

< Oseyo >

○ 영국 Hmart 계열사인 Oseyo는 한국, 아시아 전문 유통매장으로, 런던 브리지, 윔블던 등 영국 내 핵심 상권과 맨체스터, 셰필드 등을 중심으로 대형·도심형 매장으로 운영됨. 2015년 토트넘 코트로드 1호점 개점 이후 빠르게 성장해 2025년 10월 기준 영국 전역 약 20개 점포를 운영 중이며, 그중 런던 시내 입점 비중이 높음.

○ 김 스낵, 참치캔, 냉동 수산물, 간편식 등 다양한 수산식품을 취급하고 있음. 간편식 중에는 미역국 제품이 가장 다양했는데, 생일, 출산 등으로 현지에서도 수요가 꾸준히 있다고 함.

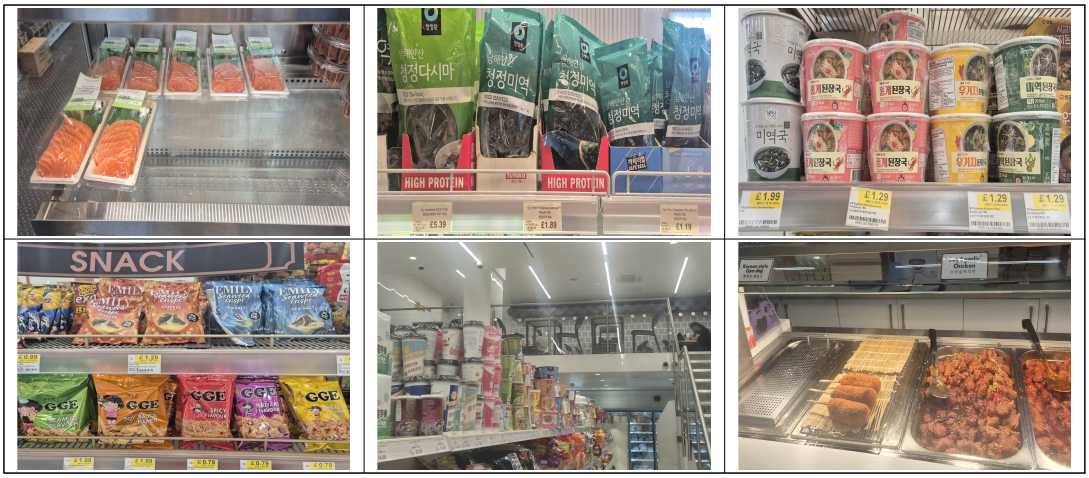
○ 영국 내 한식에 대한 관심 증가함에 따라 치킨, 핫도그 등 한국 음식을 매장에서 조리 및 판매함. 매장이 복층 형태라 구매한 음식은 2층에 마련된 식사 공간에서 먹을 수 있음. 식품 외에도 한국 조리도구, 생활용품 등 다양한 제품을 취급함.

< Seoul Plaza >

○ Seoul Plaza는 Korea Foods가 운영하는 유통매장 브랜드로, 영국 주요 도시에 지점을 두고 있음. 뉴몰든에 Korea Foods 본점(대형 매장)을 별도로 운영 중임. 한국 식품 외에도 중국, 일본, 태국 등 여러 아시아 식품을 종합적으로 판매함.

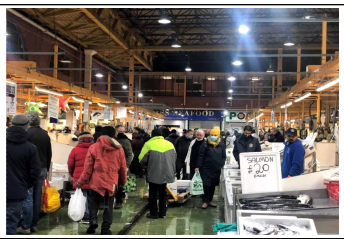
○ 냉동 오징어와 어묵류는 국, 전골용, 냉동 고등어 등 어류 제품은 구이용으로 가정에서 쉽게

주요 업무내용 (계획( ), 결과(√))

	조리하고 먹을 수 있는 형태로 판매함. 뿐만 아니라 미역, 다시마, 육수팩 등 여러 해조류 제품도 판매 중임. ○ 매장 입구에 즉석식품 코너를 배치하여 당일 생산한 김밥, 삼각김밥, 연어회, 해초 샐러드 등을 판매함. 김밥은 현지 물가를 고려하면 절반 가까이 저렴하게 판매되며, 건강식이라는 인식이 있어 소비자에게 가성비, 가심비를 두루 갖춘 제품으로 인정받음. 
업무⑨	**(10/2, 오후) KOTRA 런던무역관 면담 조사**
수행계획	□ **영국 수산물 수출입 및 현지 소비 동향 조사**
수행결과	□ **영국 수산물 수입 및 현지 소비 동향** ○ 영국 소비자들은 연어, 대구, 새우 제품에 대한 수입 및 소비 의존도가 높은 편임. 특히 연어는 건강식 단백질 공급원으로 인식되고 있는 가장 인기 품목임. ○ 영국에서 일식의 선호도는 높은 편이며, 가성비 초밥 체인점에서 프리미엄 시장까지 다양하게 형성되어 있음. 이 시장은 현지 런던 소비자(특히 고소득 직장인·비즈니스 고객)뿐 아니라 관광 수요까지 흡수하고 있음. ○ 런던 내 고급 초밥 레스토랑에서는 일본산 뿐만 아니라 점차 영국·아일랜드 어종(가자미류, 조개류, 갑오징어 등)도 사용하며 고부가가치화하고 있음. ○ 영국에서 수산물은 육류에 비해 선호도는 낮은 편이나, 수산물을 저지방 단백질, 오메가-3 공급원 등 긍정적으로 인식하고 있음. 특히 20~40대 고객층에게 연어, 참치 등 수산물은 다이어트·웰빙 측면에서 인기를 얻고 있으며 집밥뿐 아니라 샐러드·포케 등 포장 메뉴로도 인기를 얻고 있음. ○ 런던은 세계적으로 물가가 높은 도시에 속하기 때문에 런던 소비자들은 자주 많이 먹는 것보다 가끔 제대로 먹는 경향이 있음. 그래서 수산물도 일주일에 여러 번 싸게 먹는 것보다는 한번 먹되 고급스럽고 좋은 것을 선택하는 경향이 늘어나고 있음. ○ 또한 유럽 국가들에서 공통적으로 나타나는 특징인 지속가능성과 윤리성에 대한 관심 또한 높은 편임. MSC 인증 등 지속가능성 라벨이 붙은 수산물에 대한 지불 의향은 꾸준히 증가하고 있으며 친환경 포장 제품에 대한 관심도 증가하고 있음. ○ 한국산 수산물 수출 확대를 위해서는 현지에 진출해 있는 유통업체나 식당 공급망을 활용하는 방안이 있을 것으로 판단됨. 최근 한류 등의 영향으로 분식, 포장마차 등 다양한 식당들이 진출해 있음. 이러한 채널들과 연계 방안을 모색한다면 수출 확대에 도움이 될 것으로 판단됨.

주요 업무내용 (계획( ), 결과(√))

<table>
<tr><td></td><td>
<table>
<tr><td>KOTRA 런던 무역관</td><td>○ 설립연도 : 1971년
○ 주요 사업 : 한국 기업 진출 지원
- 수출기업의 해외진출 조기 정착 지원 및 해외시장 판로 확대 중점 지원</td><td>  </td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>업무⑩</td><td>(10.03 오전) 런던 수산시장 조사</td></tr>
<tr><td>수행계획</td><td>□ 런던 수산시장 내 수산물 판매 동향 조사</td></tr>
<tr><td>수행결과</td><td>
□ 수산물 판매 동향
○ Billingsgate는 런던을 대표하는 전통 수산 도매시장으로, 런던 내 유일한 수산 도매시장임. 화~토 새벽 시간대에 거래가 집중됨.
○ 주요 고객은 레스토랑, 초밥 전문점 등 요식업자와 개별 소매 판매업자임.
○ 거래되는 수산물은 활, 냉장, 냉동이 혼재되어 있으나, 거래 회전 속도가 빠른 편임. 새벽에 입하해서 오전 내 거래가 대부분 완료됨.
○ 규격 맞춤 및 신선도 관리를 통해 구매자에게 신뢰를 줌. 시장을 이용하는 상인에게는 동일 규격을 꾸준히 반복 공급할 수 있는지가 거래 지속의 핵심 사항이므로, 납품 시기별 편차 최소화가 요구됨.
○ 한편, 시장 내부에는 상인, 방문객용 카페테리아가 있어 새벽부터 오전 시간대에 수산물 요리를 제공함. 건물 상부에는 Billingsgate Seafood School이 있으며, 이곳에서는 조리 실습형 행사, 제품 설명회를 진행할 수 있음.
○ 따라서, Billingsgate는 유통 및 판매 업체에게 자사 제품 규격 및 공급 일관성과 신선도 관리 역량을 증명할 수 있는 테스트베드 역할을 할 수 있는 장소임.
○ 한국산 수산물을 홍보하기 위해 Billingsgate Seafood School을 활용해 런던 지역 셰프들을 대상으로 교육 및 프로모션을 진행하는 것도 좋은 전략일 것이라 판단됨.

</td></tr>
</table>

* 주요 업무 내용을 10개 내외로 작성
* 업무별 수행 결과는 각 700자 이내로 작성(관련 사진, 도표 필요시 추가)
* 보고서 총 분량은 10페이지 내외로 작성(필요시 조정)