

2024 농식품 국가정보조사 나이지리아

2024.10.

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나이지리아 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

3 수출품목 및 소비트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비트렌드

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 (2024년 추정치)	236,747,130명, 전 세계 6위
민족구성 (2018 추정치)	하우사 30%, 요루바 15.5%, 이그보(Ibo) 15.2%, 풀라니 6%, Tiv 2.4%, Kanuri/Berberi 2.4%, Ibibio 1.8%, Ijaw/Izon 1.8%, 기타 24.9%
언어	영어(공식), 하우사어, 요루바어, 이그보어(이보), 풀라니어, 500개 이상의 추가 토착어
종교 (2018년 추정치)	무슬림 53.5%, 로마 가톨릭 10.6%, 기타 기독교 35.3%, 기타 0.6%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 40.4% (남성 48,856,606명/여성 46,770,810명) 15~64세: 56.2% (남성 66,897,900명/여성 66,187,584명) 65세 이상: 3.4% (2024년 추정) (남성 3,759,943명/여성 4,274,287명)
중위연령 (2024년 추정치)	전체: 19.3세, 전 세계 211위 남성: 19.1세 여성: 19.6세

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	\$1.275조 (2023년 추정치), 전 세계 26위 \$1.239조 (2022년 추정치) \$1.2조 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	2.86% (2023년 추정치), 전 세계 113위 3.25% (2022년 추정치) 3.65% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	\$5,700 (2023년 추정치), 전 세계 171위 \$5,700 (2022년 추정치) \$5,600 (2021년 추정치)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중 (2023년 추정치)	22.7%
주요 생산품 (2022년 추정치)	암, 카사바, 옥수수, 야자유수, 쌀, 타로, 바나나, 채소, 수수, 땅콩

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
나이지리아의 체결현황 ¹⁾	기체결(발효)	해당사항 없음
우리나라와의 체결현황 ²⁾	발효	해당사항 없음
	서명/타결	해당사항 없음
	협상 중	해당사항 없음
	재개·개시·여건조성	해당사항 없음

1) 2024.01. 기준

2) 2024.09. 기준

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

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

나이지리아 식품 시장은 2019년 1,382억 달러에서 연평균 7.4% 성장하여, 2023년 1,839억 달러로 증가했다.

육류

육류 시장규모는 2019년 272억 달러에서 연평균 7.2% 성장하여, 2023년 358억 달러로 증가했다. 2023년 육류 시장규모는 전체 식품 시장의 19.5%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2019년 263억 달러에서 연평균 6.9% 성장하여, 2023년 344억 달러로 증가했다. 2023년 베이커리 및 곡물류 시장규모는 전체 식품 시장의 18.7%를 차지했다.

채소류

채소류 시장규모는 2019년 174억 달러에서 연평균 8.0% 성장하여, 2023년 236억 달러로 증가했다. 2023년 채소류 시장규모는 전체 식품 시장의 12.9%를 차지했다.

<나이지리아 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	138.2	144.5	151.5	163.3	183.9	100.0	12.6	7.4
육류	27.2	28.4	29.7	32.0	35.8	19.5	12.0	7.2
베이커리 및 곡물류	26.3	27.9	29.6	30.4	34.4	18.7	13.1	6.9
채소류	17.4	18.2	19.1	20.8	23.6	12.9	13.5	8.0
낙농품	16.7	17.6	18.5	20.4	22.9	12.5	12.5	8.2
과일 및 견과류	14.3	15.0	15.7	17.6	19.8	10.8	13.0	8.5
수산물	11.4	11.9	12.5	13.8	15.8	8.6	14.0	8.5
편의식품	8.0	8.4	8.7	9.6	10.9	5.9	13.9	8.0
스낵류	6.2	5.9	5.9	6.3	6.7	3.6	6.0	1.9
유지류	3.9	4.0	4.2	4.5	5.0	2.7	12.3	6.8
스프레드 및 당류	3.2	3.3	3.5	3.8	4.2	2.3	12.5	7.2
소스 및 향신료	3.1	3.3	3.4	3.5	4.0	2.2	12.7	6.2
영유아식품	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	0.3	4.3	5.3
펫푸드	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	5.3	7.5

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 나이지리아의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 680달러에서 연평균 4.9% 증가한 약 822달러로 집계되었다.

육류

2023년 육류 소비액은 2019년 1인당 약 134달러에서 연평균 4.6% 증가한 약 160달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 19.5%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비액은 2019년 1인당 약 129달러에서 연평균 4.4% 증가한 약 154달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 18.7%를 차지했다.

채소류

2023년 채소류 소비액은 2019년 1인당 약 85달러에서 연평균 5.4% 증가한 약 106달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 12.8%를 차지했다.

<나이지리아 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	679.7	693.9	710.2	747.2	821.9	100.0	10.0	4.9
육류	133.5	136.4	139.3	146.3	160.1	19.5	9.4	4.6
베이커리 및 곡물류	129.4	134.0	138.7	139.2	153.8	18.7	10.5	4.4
채소류	85.4	87.4	89.3	95.3	105.6	12.8	10.9	5.4
낙농품	82.2	84.5	86.9	93.2	102.4	12.5	9.9	5.6
과일 및 견과류	70.4	72.1	73.8	80.3	88.6	10.8	10.3	5.9
수산물	55.9	57.2	58.5	63.3	70.5	8.6	11.4	6.0
편의식품	39.5	40.2	41.0	43.9	48.8	5.9	11.2	5.5
스낵류	30.5	28.2	27.8	28.8	29.9	3.6	3.5	-0.5
유지류	19.0	19.3	19.7	20.5	22.4	2.7	9.6	4.2
스프레드 및 당류	15.8	16.0	16.3	17.2	18.9	2.3	9.9	4.6
소스 및 향신료	15.4	15.8	16.1	16.2	17.8	2.2	9.9	3.6
영유아식품	1.9	2.0	2.0	2.1	2.1	0.3	1.4	2.9
펫푸드	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9	0.1	4.7	5.4

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 나이지리아의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 193kg에서 연평균 3.8% 감소한 약 165kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비량은 2019년 1인당 약 55kg에서 연평균 4.8% 감소한 약 45kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 27.3%를 차지했다.

채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 41kg에서 연평균 2.7% 감소한 약 37kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 22.3%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비량은 2019년 1인당 약 27kg에서 연평균 3.3% 감소한 약 24kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 14.5%를 차지했다.

<나이지리아 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	192.5	186.9	170.4	164.4	164.9	100.0	0.3	-3.8
베이커리 및 곡물류	54.7	53.3	48.6	44.9	45.0	27.3	0.2	-4.8
채소류	41.0	40.2	37.1	36.4	36.7	22.3	0.8	-2.7
낙농품	27.2	26.4	23.9	23.6	23.8	14.5	1.1	-3.3
육류	20.5	20.2	18.4	17.8	17.7	10.7	-0.6	-3.7
과일 및 견과류	19.1	18.4	16.6	16.5	16.5	10.0	-0.2	-3.6
편의식품	7.3	7.0	6.3	6.2	6.3	3.8	1.1	-3.8
스낵류	6.6	5.8	5.5	5.4	5.3	3.2	-1.1	-5.3
스프레드 및 당류	5.5	5.3	4.8	4.6	4.6	2.8	0.2	-4.2
소스 및 향신료	3.7	3.5	3.1	2.9	2.9	1.8	0.0	-5.6
수산물	3.3	3.2	2.9	2.8	2.9	1.7	0.7	-3.8
유지류	3.2	3.1	2.9	2.7	2.7	1.6	-0.7	-3.8
펫푸드	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.2	0.0	1.3
영유아식품	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.0	1.5

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

나이지리아 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 13.6% 성장하여, 2027년 3,062억 달러 규모에 달할 전망이다.

육류

육류 시장규모는 2023년 이후 연평균 14.3% 성장하여, 2027년 611억 달러 규모에 달할 전망이다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2023년 이후 연평균 13.5% 성장하여, 2027년 571억 달러 규모에 달할 전망이다.

채소류

채소류 시장규모는 2023년 이후 연평균 15.0% 성장하여, 2027년 413억 달러 규모에 달할 전망이다.

<나이지리아 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	183.9	208.3	238.8	273.5	306.2	100.0	12.0	13.6
육류	35.8	40.7	47.5	54.8	61.1	20.0	11.6	14.3
베이커리 및 곡물류	34.4	38.9	44.5	51.3	57.1	18.7	11.4	13.5
채소류	23.6	27.1	31.5	36.7	41.3	13.5	12.8	15.0
낙농품	22.9	25.8	29.3	33.2	37.0	12.1	11.6	12.7
과일 및 견과류	19.8	22.2	25.0	28.1	31.4	10.3	11.8	12.2
수산물	15.8	18.3	21.2	24.5	27.8	9.1	13.6	15.2
편의식품	10.9	12.4	14.2	16.1	18.2	5.9	13.1	13.6
스낵류	6.7	7.2	7.7	8.2	8.8	2.9	7.5	7.3
유지류	5.0	5.6	6.5	7.6	8.5	2.8	11.7	14.1
소스 및 향신료	4.0	4.6	5.3	6.1	7.0	2.3	14.4	15.0
스프레드 및 당류	4.2	4.8	5.4	6.2	7.0	2.3	12.9	13.4
영유아식품	0.5	0.5	0.5	0.6	0.6	0.2	5.4	5.3
펫푸드	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.1	8.0	7.8

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2023년 나이지리아의 식품 수출액은 약 24억 391만 달러로 전년 대비 37.1% 증가했다. 최근 5년간 수출액은 2019년 약 9억 4,649만 달러에서 연평균 26.2% 증가했다.

대한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 0.6%로, 수출 상위 26위에 위치한다. 2023년 수출액은 전년 대비 101.7% 증가한 약 1,562만 달러로 집계되었다. 한국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 7.7% 증가했다.

주요 수출국

네덜란드로의 식품 수출 비중은 11.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 5.5% 증가한 약 2억 8,186만 달러로 집계되었다. 네덜란드로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 22.4% 증가했다.

인도로의 식품 수출 비중은 11.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 90.3% 증가한 약 2억 7,758만 달러로 집계되었다. 인도로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 41.3% 증가했다.

이 밖에도, 베트남(11.0%), 중국(7.5%), 말레이시아(7.1%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<나이지리아 수출국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	946,486	997,420	1,566,454	1,753,133	2,403,913	100.0	37.1	26.2
1 네덜란드	125,681	145,518	208,373	267,269	281,862	11.7	5.5	22.4
2 인도	69,725	70,311	61,072	145,847	277,584	11.5	90.3	41.3
3 베트남	102,183	112,812	230,972	174,712	265,260	11.0	51.8	26.9
4 중국	56,113	119,166	165,100	152,500	179,403	7.5	17.6	33.7
5 말레이시아	18,328	22,917	129,475	85,722	170,410	7.1	98.8	74.6
6 파키스탄	669	11,020	20,626	6,754	146,803	6.1	2,073.6	284.9
7 독일	93,381	61,432	99,748	110,667	119,052	5.0	7.6	6.3
8 프랑스	156	18,930	76,689	70,006	96,278	4.0	37.5	N/A
9 일본	69,003	69,654	69,561	75,485	88,926	3.7	17.8	6.5
10 미국	22,712	30,814	61,432	51,801	86,753	3.6	67.5	39.8
:								
26 한국	11,593	2,241	4,733	7,743	15,620	0.6	101.7	7.7

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.5.2 수출품목

개요

2023년 수출액 기준 **코코아두, 참깨, 대두(기타), 캐슈너트(미탈각), 캐슈너트(탈각)** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

코코아두 수출 비중은 26.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 12.5% 증가한 약 6억 2,392만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 25.8% 증가했다.

참깨 수출 비중은 17.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 29.4% 증가한 약 4억 2,785만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 10.3% 증가했다.

대두(기타) 수출 비중은 8.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 815.9% 증가한 약 2억 255만 달러로 집계되었다.

캐슈너트(미탈각) 수출 비중은 7.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 18.2% 증가한 약 1억 8,540만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 26.2% 증가했다.

캐슈너트(탈각) 수출 비중은 5.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 185.9% 증가한 약 1억 4,206만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 40.4% 증가했다.

이 밖에도, **채유용 대두 가루(4.4%), 대두유 추출 유박(3.9%), 코코아 버터(2.7%)** 등을 수출했다.

<나이지리아 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	946,486	997,420	1,566,454	1,753,133	2,403,913	100.0	37.1	26.2
1 코코아두	248,809	279,499	564,118	554,710	623,918	26.0	12.5	25.8
2 참깨	288,653	287,112	284,695	330,547	427,851	17.8	29.4	10.3
3 대두(기타)	0	642	2,963	22,115	202,550	8.4	815.9	N/A
4 캐슈너트(미탈각)	73,104	90,172	139,799	156,845	185,403	7.7	18.2	26.2
5 캐슈너트(탈각)	36,524	17,451	43,341	49,694	142,064	5.9	185.9	40.4
6 채유용 대두 가루	530	1,198	0	181	106,795	4.4	58,902.8	276.8
7 대두유 추출 유박	0	16,912	68,022	67,677	94,864	3.9	40.2	N/A
8 코코아 버터	44,805	35,098	34,234	37,662	64,995	2.7	72.6	9.7
9 대두 종자	46	2,385	393	17,582	47,318	2.0	169.1	N/A
10 코코아 페이스트(탈지)	7,312	1,499	10,354	21,053	31,135	1.3	47.9	43.6

*주1: HS CODE(1801.00, 1207.40, 1201.90, 0801.31, 0801.32, 1208.10, 2304.00, 1804.00, 1201.10, 1803.20)

**주2: 'N/A'는 해당사항(또는 해당값) 없음을 의미

***출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2023년 나이지리아의 식품 수입액은 전년 대비 6.7% 감소한 약 60억 2,853만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 9.3% 증가했다.

對한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 0.1%로, 수입 상위 43위에 위치한다. 2023년 수입액은 전년 대비 32.1% 감소한 약 733만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 7.3% 감소했다.

주요 수입국

브라질에서의 식품 수입 비중은 18.6%로, 2023년 수입액은 전년 대비 19.8% 증가한 약 11억 2,101만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 20.3% 증가했다.

중국에서의 식품 수입 비중은 8.2%로, 2023년 수입액은 전년 대비 21.9% 증가한 약 4억 9,553만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 11.9% 증가했다.

이 밖에도, 폴란드(7.6%), 라트비아(7.1%), 캐나다(6.7%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<나이지리아 수입국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	4,219,822	6,896,447	6,950,299	6,460,426	6,028,533	100.0	-6.7	9.3
1 브라질	534,997	810,662	986,888	936,055	1,121,009	18.6	19.8	20.3
2 중국	316,578	481,349	354,098	406,445	495,532	8.2	21.9	11.9
3 폴란드	32,843	57,509	18,388	187,578	459,513	7.6	145.0	93.4
4 라트비아	88,699	276,881	273,894	297,099	425,585	7.1	43.2	48.0
5 캐나다	243,649	381,172	383,954	220,448	404,664	6.7	83.6	13.5
6 리투아니아	16,703	326,372	424,846	406,211	297,500	4.9	-26.8	105.4
7 미국	713,725	739,096	713,159	752,395	258,831	4.3	-65.6	-22.4
8 러시아	268,235	386,895	305,370	84,872	254,266	4.2	199.6	-1.3
9 말레이시아	177,224	283,280	319,556	341,021	252,752	4.2	-25.9	9.3
10 영국	175,516	296,012	187,517	314,382	204,264	3.4	-35.0	3.9
:								
43 한국	9,942	9,600	7,427	10,790	7,330	0.1	-32.1	-7.3

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)(2024.07.)

1.6.2 수입품목

개요

2023년 수입액 기준 **듀럼종 밀(기타)**, **사탕수수당(기타)**, **맥아 추출물(기타)**, **조제식료품**, **볶지않은 맥아** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

듀럼종 밀(기타) 수입 비중은 33.0%로, 2023년 수입액은 전년 대비 10.6% 감소한 약 19억 9,053만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 31.9% 증가했다.

사탕수수당(기타) 수입 비중은 14.5%로, 2023년 수입액은 전년 대비 5.4% 증가한 약 8억 7,418만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 17.2% 증가했다.

맥아 추출물(기타) 수입 비중은 4.2%로, 2023년 수입액은 전년 대비 8.9% 감소한 약 2억 5,406만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 9.0% 증가했다.

조제식료품 수입 비중은 3.0%로, 2023년 수입액은 전년 대비 1.6% 감소한 약 1억 8,356만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 9.4% 증가했다.

볶지않은 맥아 수입 비중은 2.7%로, 2023년 수입액은 전년 대비 39.4% 증가한 약 1억 6,313만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 16.0% 증가했다.

이 밖에도, **고체 우유(2.2%)**, **빵(기타)(2.0%)**, **무첨가 우유·크림(1.9%)** 등을 수입했다.

<나이지리아 수입품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	4,219,822	6,896,447	6,950,299	6,460,426	6,028,533	100.0	-6.7	9.3
1 듀럼종 밀(기타)	657,027	1,946,524	2,707,732	2,225,539	1,990,526	33.0	-10.6	31.9
2 사탕수수당(기타)	463,306	702,774	901,189	829,243	874,184	14.5	5.4	17.2
3 맥아 추출물(기타)	179,775	280,241	252,906	278,889	254,058	4.2	-8.9	9.0
4 조제식료품	128,096	291,376	195,451	186,578	183,555	3.0	-1.6	9.4
5 볶지않은 맥아	90,172	122,124	134,485	117,040	163,125	2.7	39.4	16.0
6 고체 우유	120,286	357,198	225,418	193,048	130,797	2.2	-32.2	2.1
7 빵(기타)	2,130	1,323	1,959	35,040	120,440	2.0	243.7	174.2
8 무첨가 우유·크림	190,864	399,475	232,718	148,037	119,060	2.0	-19.6	-11.1
9 조제·보존처리한 감자	477	2,195	1,812	6,200	117,448	1.9	1,794.3	296.1
10 팜유(기타)	65,389	116,520	187,603	134,063	115,794	1.9	-13.6	15.4

*주: HS CODE(1001.19, 1701.14, 1901.90, 2106.90, 1107.10, 0402.10, 1905.90, 0402.21, 2005.20, 1511.90)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.7 | 對나이지리아 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對나이지리아 수출액은 약 5,715만 달러로 2019년 약 4,418만 달러에서 연평균 6.6% 증가했다.

농산물

농산물 수출 비중은 63.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 43.6% 증가한 약 3,639만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 12.6%의 증가세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 36.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 5.1% 감소한 약 2,061만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 0.9%의 감소세를 보인다.

축산물

축산물 수출 비중은 0.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 41.4% 증가한 약 9만 달러로 2022년 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 13.8%의 증가세를 보인다.

임산물

임산물 수출 비중은 0.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 66.7% 감소한 약 5만 달러로 2022년 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 3.6%의 감소세를 보인다.

<한국산 對나이지리아 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	44,184	23,583	38,548	47,289	57,146	100.0	20.8	6.6
농산물	22,670	18,258	30,554	25,336	36,390	63.7	43.6	12.6
수산물	21,399	5,253	7,892	21,729	20,613	36.1	-5.1	-0.9
축산물	54	55	40	64	91	0.2	41.4	13.8
임산물	61	17	62	159	53	0.1	-66.7	-3.6

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 對나이지리아 주요 수출 품목은 수출액 기준 **혼합조미료, 조제식료품(기타), 포도당 시럽(과당 20% 미만), 기타 무알코올 음료, 에폭시화한 대두** 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '인스턴트 커피(85.2%↑)'과 '홍삼 추출물(41.7%↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

혼합조미료 수출 비중은 8.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 6.8% 증가한 약 507만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 9.2% 증가했다.

조제식료품(기타) 수출 비중은 6.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 145.4% 증가한 약 350만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 1.0% 감소했다.

포도당 시럽(과당 20%미만) 수출 비중은 1.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 23.1% 증가한 약 68만 달러로 집계되었다.

기타 무알코올 음료 수출 비중은 0.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 10.1% 증가한 약 35만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 11.0% 감소했다.

에폭시화한 대두 수출 비중은 0.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 425.6% 증가한 약 28만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 6.5% 감소했다.

<한국산 對나이지리아 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	44,184	23,583	38,548	47,289	57,146	100.0	20.8	6.6
1 혼합조미료	3,562	4,049	3,571	4,748	5,071	8.9	6.8	9.2
2 조제식료품(기타)	3,645	2,543	4,030	1,427	3,502	6.1	145.4	-1.0
3 포도당 시럽 (과당 20% 미만)	0	0	318	554	682	1.2	23.1	N/A
4 기타 무알코올 음료	549	332	986	313	345	0.6	10.1	-11.0
5 에폭시화한 대두	369	106	31	54	282	0.5	425.6	-6.5
6 라면	148	29	55	53	113	0.2	111.6	-6.5
7 스위트 비스킷	0	0	18	37	103	0.2	175.8	N/A
8 홍삼 추출물	24	0	45	45	99	0.2	119.4	41.7
9 인스턴트 커피	8	21	13	46	97	0.2	111.2	85.2
10 소주	44	35	28	10	58	0.1	475.2	7.2

*주1: HS CODE(2103.90-9030, 2106.90-9099, 1702.30-2000, 2202.99-9000, 1518.00-2000, 1902.30-1010, 1905.31-0000, 1302.19-1210, 2101.11-1000, 2208.90-4000)

**주2: 'N/A'는 해당사항(또는 해당값) 없음을 의미

***출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 나이지리아의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 5조 6,866억 나이지리아 나이라에서 연평균 13.5% 성장한 9조 4,346억 나이지리아 나이라로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 4조 9,197억 나이지리아 나이라에서 연평균 13.7% 성장한 8조 2,242억 나이지리아 나이라로, 전체 오프라인 유통채널에서 87.2%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점의 규모는 2019년 4,290억 나이지리아 나이라에서 연평균 11.6% 성장한 6,653억 나이지리아 나이라로, 전체 오프라인 유통채널에서 7.1%를 차지했다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 1,795억 나이지리아 나이라에서 연평균 19.8% 성장한 3,700억 나이지리아 나이라로, 전체 오프라인 유통채널에서 3.9%를 차지했다.

<나이지리아 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 십억 나이지리아 나이라, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	5,686.6	5,805.5	6,318.3	7,754.8	9,434.6	100.0	21.7	13.5
소규모 식료품점	4,919.7	5,032.8	5,441.5	6,731.7	8,224.2	87.2	22.2	13.7
전문판매점	429.0	419.9	476.5	549.9	665.3	7.1	21.0	11.6
슈퍼마켓	179.5	206.4	242.1	298.1	370.0	3.9	24.1	19.8
하이퍼마켓	100.1	89.5	93.6	100.4	92.6	1.0	-7.8	-1.9
포코트리테일러	32.2	29.3	33.7	38.0	41.0	0.4	7.9	6.2
편의점	24.4	26.0	29.2	35.1	39.7	0.4	13.1	12.9
할인점	1.8	1.7	1.7	1.6	1.8	0.0	12.5	0.0

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

**출처: 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

2023년 나이지리아의 오프라인 유통채널 매장 수는 2019년 64만 3,366개에서 연평균 2.1% 감소한 59만 2,169개로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점 매장 수는 2019년 63만 6,291개에서 연평균 2.1% 감소한 58만 5,205개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 98.8%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점 매장 수는 2019년 6,060개에서 연평균 0.2% 감소한 6,000개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 1.0%를 차지했다.

포코트리테일러

2023년 포코트리테일러 매장 수는 2019년 764개에서 연평균 2.5% 감소한 690개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 0.1%를 차지했다.

<나이지리아 오프라인 식품 유통채널 매장수(2019~2023)>

(단위: 개, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	643,366	595,216	593,183	588,537	592,169	100.0	0.6	-2.1
소규모 식료품점	636,291	588,696	586,341	581,709	585,205	98.8	0.6	-2.1
전문판매점	6,060	5,607	5,925	5,900	6,000	1.0	1.7	-0.2
포코트리테일러	764	669	676	669	690	0.1	3.1	-2.5
슈퍼마켓	151	154	159	177	191	0.0	7.9	6.1
편의점	62	53	45	47	51	0.0	8.5	-4.8
하이퍼마켓	31	31	31	30	27	0.0	-10.0	-3.4
할인점	7	6	6	5	5	0.0	0.0	-8.1

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

**출처: 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① Spar

Internationale Spar의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 1.1%로 집계되었다.

② Shoprite

Persianas Investment Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.9%로 집계되었다.

③ Marketsquare

Sundry Markets Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.5%로 집계되었다.

④ Addide Supermarket

Addide Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.4%로 집계되었다.

⑤ Grand Square

Grand Square Supermarkets의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.1%로 집계되었다.

<나이지리아 오프라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Spar	0.9	1.2	1.1	1.1	0.0	6.9
2 Shoprite	-	1.1	1.0	0.9	-10.0	N/A
3 Marketsquare	0.3	0.4	0.5	0.5	0.0	18.6
4 Addide Supermarket	0.4	0.5	0.5	0.4	-20.0	0.0
5 Grand Square	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0
6 Habib Yoghurt	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0
7 Game	0.4	0.3	0.2	-	N/A	N/A

*주: '-'은 정보원에서 제공하지 않음을 의미하며, 'N/A'는 해당사항(또는 해당값) 없음을 의미

**출처: 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터)

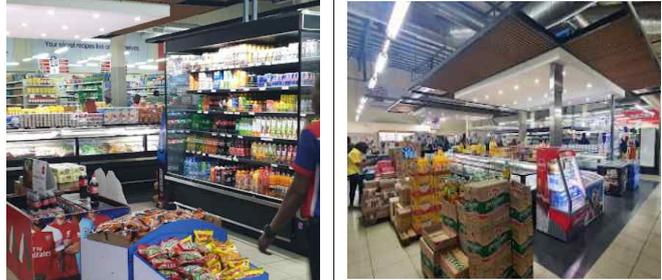
2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Spar	창립연도	1932년
	점유율	1.1%	브랜드 국적	네덜란드
	웹사이트	www.sparnigeria.com	매장 수	13개
	<ul style="list-style-type: none"> - Internationale Spar 산하 하이퍼마켓 브랜드 - 신선 농산물, 베이커리류 등 식료품과 각종 생활용품 등을 판매하며 컴퓨터 등 전자기기도 판매하고 있음 - 오프라인 매장과 함께 자체 온라인몰을 별도로 운영하는 옴니채널형 브랜드임 - 추천 레시피 조리 영상을 영상으로 공유하고 영상에 사용된 제품을 실제로 판매하는 등의 홍보 전략을 사용함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 나이지리아 Spar 홈페이지(www.sparnigeria.com), 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터)

	브랜드명	Shoprite	창립연도	1979년
	점유율	0.9%	브랜드 국적	남아프리카공화국
	웹사이트	www.shoprite.com.ng	매장 수	25개
	<ul style="list-style-type: none"> - Persianas Investment Ltd 산하 하이퍼마켓 브랜드 - 식료품과 함께 전자기기, 생활용품을 판매하며, 자체 온라인몰을 함께 운영하는 옴니채널형 브랜드임 - 주류, 신선 과일, 설탕과자류 등이 인기가 높으며, 한 달 단위로 진행되는 할인 프로모션을 소셜미디어, 자체 홈페이지 등에 게시함 - 자체적으로 연내 가장 큰 할인행사인 'Shoprite Red Carnival'을 실시함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 나이지리아 Shoprite 홈페이지(www.shoprite.com.ng), 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터)

	브랜드명	Marketsquare	창립연도	2015년
	점유율	0.5%	브랜드 국적	나이지리아
	웹사이트	www.marketsquareng.com	매장 수	15개
	<ul style="list-style-type: none"> - Sundry Markets Ltd 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 식료품 전반을 판매하며, 탄산음료, 인스턴트 라면, 맥주 등이 인기리에 판매되고 있음 - 옴니채널형 브랜드로, 배달지로 배송해주는 서비스 외에도 온라인으로 주문한 뒤 현장에서 수령할 수 있는 'pick up' 서비스를 제공함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 나이지리아 Marketsquare 홈페이지(www.marketsquareng.com), 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터)

	브랜드명	Addide Supermarket	창립연도	2008년
	점유율	0.4%	브랜드 국적	나이지리아
	웹사이트	www.addide.com	매장 수	30개
	<ul style="list-style-type: none"> - Addide Ltd 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 오프라인 매장 규모가 비교적 작으며, 자체 온라인몰을 함께 운영하는 옴니채널 브랜드임 - 온라인몰에서 판매하는 제품은 200여 개로 소수의 제품이 판매되고 있음 - 오프라인 매장에서는 주로 통조림, 탄산음료, 맥주 등의 가공식품을 판매함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 나이지리아 Addide Supermarket 홈페이지(www.addide.com), 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터)

	브랜드명	Grand Square	창립연도	1988년
	점유율	0.1%	브랜드 국적	나이지리아
	웹사이트	www.grandsquareng.com	매장 수	5개
	<ul style="list-style-type: none"> - Grand Square Supermarkets 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 신선 식품을 비롯하여 식료품, 생활용품을 판매함 - 나이지리아 토착 브랜드로, 독립기념일 행사 등 다양한 국경일 할인 프로모션을 실시함 - 2021년 자체 온라인몰을 출시했으며, 일부 지역에 한해 배송 서비스를 제공함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 나이지리아 Grand Square 홈페이지(www.grandsquare.com.ng), 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터)

■ 2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 나이지리아의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 35.2% 증가한 123억 나이지리아 나이로, 2019년 이후 연평균 41.1%의 증가세를 보인다.

<나이지리아 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 십억 나이지리아 나이로, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
3.1	4.9	6.8	9.1	12.3	35.2	41.1

*출처: 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 브랜드 점유율

① Jumia Marketplace

Jumia Technologies AG의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 42.3%로 집계되었다.

② Konga Marketplace

Zinox Group의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 14.6%로 집계되었다.

③ Jumia

Jumia Technologies AG의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 2.4%로 집계되었다.

④ Konga

Zinox Group의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 2.0%로 집계되었다.

⑤ Supermart.ng

Supermart Nigeria Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 1.3%로 집계되었다.

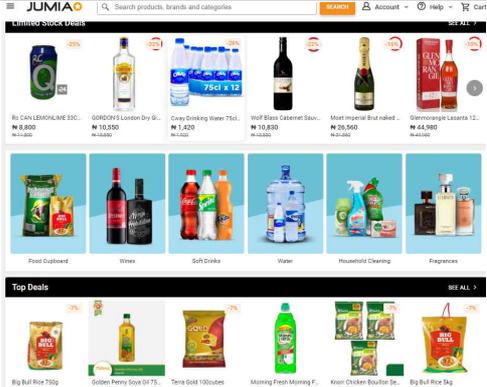
<나이지리아 온라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

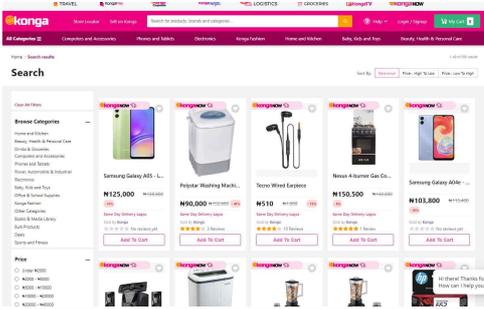
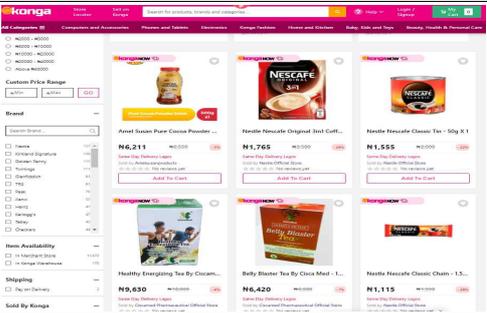
구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Jumia Marketplace	52.5	47.1	44.2	42.3	-4.3	-6.9
2 Konga Marketplace	15	15	14.6	14.6	0.0	-0.9
3 Jumia	2.6	2.3	2.5	2.4	-4.0	-2.6
4 Konga	2.8	2.4	2.3	2	-13.0	-10.6
5 Supermart.ng	1.2	1.2	1.3	1.3	0.0	2.7
6 Drinks.ng	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0

*출처: 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Jumia Marketplace	운영업체	Jumia Technologies AG
	점유율	42.3%	웹사이트	www.jumia.com.ng
<ul style="list-style-type: none"> - Jumia Technologies AG에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 신선식품은 판매되지 않으며 음료, 통조림 식품, 스낵류, 주류 등 가공식품이 주로 판매됨 - 특히 냉장 보관이 필요한 식품의 경우 제한적으로 일부 제품만이 판매되고 있음 - 식료품 이외에도 가전제품, 생활용품, 의류 등을 판매하고 있음 				
<p>사진</p>	 <p style="text-align: center;">사이트 화면</p>		 <p style="text-align: center;">사이트 내 인기상품 목록 화면</p>	

*출처 : 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터), 나이지리아 Jumia 홈페이지(www.jumia.com.ng)

	사이트명	Konga Marketplace	운영업체	Zinox Group
	점유율	14.6%	웹사이트	www.konga.com
<ul style="list-style-type: none"> - Zinox Group에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 신선 과채류, 수산물, 가금육, 육류, 유제품, 계란 등은 판매되고 있지 않으며, 가공식품의 경우 주로 음료, 주류가 판매되고 있음 - 오프라인 매장을 운영하는 옴니채널형 브랜드로, 나이지리아 전역에 28개 매장을 보유하고 있음 				
<p>사진</p>	 <p style="text-align: center;">사이트 화면</p>		 <p style="text-align: center;">사이트 내 음료 판매 페이지</p>	

*출처 : 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터), 나이지리아 Konga 홈페이지(www.konga.com)

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

나이지리아의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 9조 4,346억 나이지리아 나이라에서 연평균 0.8% 성장하여 2027년 9조 7,338억 나이지리아 나이라에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 8조 2,242억 나이지리아 나이라에서 연평균 0.7% 성장하여 2027년 8조 4,592억 나이지리아 나이라에 이를 것으로 전망된다.

전문판매점

전문판매점의 규모는 2023년 6,653억 나이지리아 나이라에서 연평균 0.6% 성장하여 2027년 6,827억 나이지리아 나이라에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 3,700억 나이지리아 나이라에서 연평균 2.5% 성장하여 2027년 4,079억 나이지리아 나이라에 이를 것으로 전망된다.

<나이지리아 오프라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 나이지리아 나이라, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (28)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	9,434.6	9,409.9	9,501.8	9,615.1	9,733.8	100.0	1.2	0.8
소규모 식료품점	8,224.2	8,206.0	8,279.3	8,368.0	8,459.2	86.9	1.1	0.7
전문판매점	665.3	660.4	666.4	674.3	682.7	7.0	1.2	0.6
슈퍼마켓	370.0	374.3	383.9	395.1	407.9	4.2	3.2	2.5
하이퍼마켓	92.6	87.4	89.0	92.3	96.0	1.0	4.0	0.9
포코트리테일러	41.0	41.1	41.9	42.7	43.5	0.4	1.9	1.5
편의점	39.7	39.0	39.7	41.0	42.6	0.4	3.9	1.8
할인점	1.8	1.7	1.7	1.8	1.8	0.0	0.0	0.0

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

**출처: 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

나이지리아의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 24.3% 성장하여, 2027년 294억 나이지리아 나이라에 이를 것으로 전망된다.

<나이지리아 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 나이지리아 나이라, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
12.3	15.2	19.0	23.9	29.4	23.0	24.3

**출처: 「Retail in Nigeria(2024.02.)」(유로모니터)

3

수출품목 및 소비트렌드

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 음료(수출상위 품목)

나이지리아의 인구 증가 및 젊은 소비자층의 확대로 음료 소비가 증가하고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯이스타(Statista)에 따르면 나이지리아의 음료 시장규모는 2023년 363억 달러로 2019년 이후 연평균 21% 성장했다.

한국산 음료의 對나이지리아 수출액은 2023년 약 35만 달러로 전년 대비 10.1% 증가했다. 나이지리아로 2014년부터 수출된 한국산 두유가 소화에 도움을 주는 음료로 알려지며 인기를 끌고 있고, 최근에는 밀키스(롯데칠성)가 부드럽고 달콤한 맛의 한국 음료로 현지 SNS상에서 소개되며 관심받고 있다.

나이지리아 정부는 자국민의 당뇨 및 비만 예방을 위해 2022년부터 무알코올, 탄산, 가당 음료에 리터당 10나이라의 세금을 부과하고 있다. 또한 최근 체중 관리를 위해 건강한 식생활을 실천하는 소비자가 증가하고 있어 주스, 스무디 등 건강한 음료가 주목받고 있다.

이에 맞춰 나이지리아 외식 프랜차이즈 So Fresh는 히비스커스로 만든 나이지리아의 전통 건강음료 Zobo를 출시했으며, 현지 음료 브랜드 Utterly Yum은 당근, 파인애플, 생강으로 만든 주스를 출시했다.

		
So Fresh의 Zobo	Utterly Yum의 당근, 파인애플, 생강 주스	100% 오렌지주스

*출처: Supermart

▶ 출처

Sweetened Beverage Tax: How policy may boost Nigeria's fight against non-communicable diseases, Premium Times

Soft drink sales rise 58% despite price hike – Report, Business Day

Stop your soft drinks addiction- swap to these 5 healthier alternatives, Pulse.ng

5 Popular Nigerian Food Trends in Recent Years, Twim Institute

Soft Drinks in Nigeria. Euromonitor

② 비스킷(수출상위 품목)

나이지리아에서는 달콤한 비스킷이 인기 간식으로 자리 잡고 있다. 글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 나이지리아의 비스킷 시장규모는 2023년 5,310억 나이라로 2019년 이후 연평균 14.6% 성장했다.

나이지리아에서 한국 드라마의 인기가 높아지며 한국 식품의 인지도가 높아지고 있다. 이에 한국산 비스킷의 나이지리아로의 수출액은 2023년 약 10만 달러로 전년 대비 175.8% 증가했다.

나이지리아에서 영양가가 높고, 보관 및 휴대가 용이한 비스킷 제품의 수요가 높으며 주로 어린이와 청소년이 소비하고 있다. 비스킷은 고급 식품보다는 누구나 손쉽게 소비할 수 있는 식품으로 인식되고 있으며, 특히 나이지리아의 중·저소득층 소비자는 가격 변화에 민감해 저가의 소용량 제품을 선호한다.

이에 현지 비스킷 시장에서는 가능한 저렴한 가격에 작은 용량의 비스킷 제품을 출시하고 있다. 나이지리아 스낵 브랜드 Newbisco는 86g의 비스킷 제품을 출시했으며, 나이지리아 시장에 진출한 영국 스낵 브랜드 Mcvitie's는 42g의 소포장 비스킷 제품을 출시했다. 또한 독일 스낵 브랜드 Bahlsen에서는 28g의 초콜릿 비스킷을 출시했다.

		
Newbisco 비스킷(86g)	Mcvitie's 비스킷(42g)	Bahlsen 비스킷(28g)

*출처: Supermart

▶ 출처

How this cookie company cracked the Nigerian market, How we made it in Africa
Biscuit Production Business In Nigeria (Everything To Know), Business Toks
How di love of Korean drama dey change lives for Nigeria, BBC
Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Nigeria, Euromonitor

③ 소주(수출상위 품목)

나이지리아의 중산층 인구가 증가하며 주류의 소비가 확대되고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯이스타(Statista)에 따르면 나이지리아의 증류주 시장규모는 2023년 3억 3,110만 달러로 2019년 이후 연평균 11.1% 성장했다.

나이지리아에서 한국 음식의 인지도가 높아지며 소주의 수요가 증가하고 있다. 이에 따라 한국 소주의 對나이지리아 수출액은 2023년 약 6만 달러로 전년 대비 475.2% 증가했으며 2019년 이후 연평균 7.2% 증가하는 추세를 보인다.

한국 소주는 주로 한국 콘텐츠와 비슷한 경험을 해보고 싶어 하는 한류 팬이 소비하고 있다. 나이지리아의 아시아 식료품점 및 온라인 쇼핑몰, 그리고 한식당에서 소주를 쉽게 찾아볼 수 있으며, 현지 온라인 주류 전문 유통채널에서는 한국 소주를 활용한 과일 맛 칵테일을 판매하고 있다.

이 외에도 나이지리아에서는 증류주와 주류 RTD(Ready-to-Drink) 제품의 인기가 증가하고 있다. 이에 MG Spirit에서는 파인애플 칵테일 맛 RTD 주류 음료를 출시했으며 Bacardi에서는 오렌지 맛 RTD 주류 음료를 출시했다.

		
한국산 소주	MG Spirit RTD 음료	Bacardi RTD 주류 음료

*출처: supermart.ng, bottleking

▶ 출처

My First Korean Grocery Shopping Experience in Abuja, Nigeria, Honorary Reporters
 Experiencing Korean Food in Lagos as a K-Drama Fan, Zikoko
 K-Pop - Soju, Watermelon, Lemon, Soda | Cocktails | 40% | 11|, drinks.ng
 Alcoholic Drinks in Nigeria, Euromonitor

■ 3.2 | 소비트렌드

① 인플레이션으로 저렴한 자체 브랜드 제품 선호도 증가

현지 매체 Niarametrics에 따르면 2024년 6월 나이지리아의 인플레이션율이 34.2%에 달해 고물가 현상이 지속되고 있는 것으로 나타났다. 이에 현지 소비자는 보다 저렴한 제품의 소비를 늘리고 있다.

글로벌 시장조사기관 NielsenIQ의 2023년 연구에 따르면 나이지리아 소비자의 60%가 인플레이션으로 인해 구매하는 브랜드를 바꾼 것으로 나타났다. 또한 63%의 나이지리아 소비자는 식료품 지출을 줄이기 위해 구매하는 제품의 개수를 줄이고 기존 선호하지 않던 브랜드의 제품도 구매하고 있다.

또한 더 낮은 가격으로 비슷한 품질의 제품을 구매할 수 있어 자체 브랜드 상품의 인기가 높아지고 있다. 이에 나이지리아의 할인 유통매장 Bokku에서는 자체 브랜드 초콜릿 음료 제품 Go-Vita!를 출시했다.



Bokku의 Go-Vita!

▶ 출처

'60% of consumers change brands over price hikes', Punch

Inflation: FMCG transaction volume in Nigeria declines by 17.4% in 2024 – Report, Nairametrics

② 건강한 식생활 추구

나이지리아는 전통적으로 신선한 재료를 사용한 건강한 식생활을 유지해 왔으나 도시화, 서구적 식습관의 도입으로 가공식품, 고지방 식품의 섭취가 증가해 왔다. 이에 나이지리아에서 심장병, 뇌졸중, 암, 당뇨 등 비전염성 질환으로 매년 1,750만 명의 사망자가 발생하고 있다.

비전염성 질환의 발병율을 낮추기 위해 나이지리아 정부는 2023년부터 식품 내 트랜스지방 함량을 식품 총 지방 함량의 2%로 규제하고 있다. 또한 사전포장식품의 지방 함량을 표기를 의무화해 식품 영양정보의 투명성을 높이고 있다. 이러한 규제 도입을 통해 나이지리아 정부는 소비자의 건강한 식품 선택을 장려하고 있다.

이처럼 나이지리아 소비자들의 건강, 웰빙에 대한 인식이 높아지며 더 건강한 식생활을 추구하고 있다. 현지 소비자는 가공식품과 패스트푸드의 섭취를 줄이고 신선하고 건강한 유기농 식품, 채소의 소비를 늘리고 있다.

이에 현지 식품 시장에서도 건강한 식품의 개발이 이어지고 있다. 나이지리아 마요네즈 브랜드 Jago는 저지방 마요네즈를 출시했으며, 나이지리아 시장에 진출한 미국 젤리 브랜드 Jell-O에서는 무지방 젤리를 출시했다.

	
Jago의 저지방 마요네즈	Jell-O의 무지방 젤리

▶ 출처

2023.09.04. 해외시장동향, [나이지리아] 트랜스지방 첨가요건 및 라벨 표시 규정을 강화한 식품 규정 2건 발표, 한국농수산물유통공사

Top Reasons Nigerian Consumers are Demanding Healthier Food Options, LinkedIn

Enacting Nigeria's trans-fat elimination policy could save \$520 million in healthcare costs- Report, Nairametrics

③ 식품 폐기물 절감 노력

나이지리아 가정에서 연간 약 2,500만 톤의 식품 폐기물이 발생하고 있으며 폐기물이 매립지로 향해 환경 오염을 유발하고 있다. 이에 나이지리아의 식품 폐기물 발생량을 감소시키기 위해 유통기한 임박 식품 소비를 활성화하고 있다.

나이지리아 스타트업 Eatnow는 유통기한이 임박했지만 섭취하기에 안전한 식품을 소비자와 연결해 주는 서비스를 개발했다. Eatnow에 접속하면 소비자는 근처 슈퍼마켓에서 판매하는 유통기한 임박 식품의 세부 정보, 유통기한, 가격을 확인할 수 있다. 또한 소비자는 제품을 최대 80% 할인된 가격으로 구매할 수 있어 Eatnow를 더 매력적으로 느끼고 있다. Eatnow는 2203년 나이지리아에서 20개 이상의 식료품점과 협력관계를 맺었으며 앞으로도 50개 이상의 협력 매장을 확보할 계획이다.

라고스 푸드뱅크(Lagos Food Bank)도 지역의 식품 생산 기업과 유통기업과 협력관계를 맺어 유통기한 임박 식품을 필요한 취약층 시민에게 전달하고 있다. 또한 지역 농부들과 협력해 잉여 생산 농산물을 수거해 필요한 소비자에게 전달하고 있다. 나이지리아 농부들은 보통 과잉 생산된 농산물을 폐기하고 있으나 라고스 푸드뱅크의 노력으로 식품 폐기물 발생을 방지하고 있다.

▶ 출처

10 African countries that waste the most food in 2024, Business Inside Africa

Eatnow.ng Unveils Initiative To Tackle Food Waste, Hunger Head-On, Independent

Sustainability in Action: How Eatnow.ng is Changing the Game in Nigeria's Food Consumption, This Day

Nigerian food bank directs surplus and unsellable goods to the vulnerable, VOA

Food Sourcing, Lagos Food Bank

④ 라고스 요식업계 푸드테크 도입

나이지리아 통계국(National Bureau of Statistics)의 자료에 따르면 라고스 주민들은 2019년 외식에 총 식비 중 34%인 20억 달러를 소비한 것으로 나타났다. 이처럼 외식 문화가 발달한 라고스의 외식업계에서 기술 혁신이 진행되고 있다. 다양한 푸드테크 기술의 도입으로 고객에게 더 차별화되고 편리한 서비스를 제공하고 있다.

나이지리아 IT 기업 TappyQR에서는 레스토랑, 카페, 바 등 외식 매장에서 사용할 수 있는 QR 주문 솔루션을 제공하고 있다. TappyQR을 사용해 디지털 메뉴를 생성할 수 있으며 소비자는 QR코드를 스캔해 메뉴 확인 후 주문까지 진행할 수 있다. 현지 외식 매장 경영자들은 간편하게 메뉴를 수정할 수 있고 소비자와 더 효율적으로 소통할 수 있어 TappyQR 서비스를 선호하고 있다.

식품 배달 시장에서도 새로운 푸드테크 스타트업이 등장하고 있다. Homemade by Eden Life는 나이지리아 IT 스타트업 Eden Life에서 출시한 식사 구독 서비스이다. 소비자는 Homemade 애플리케이션을 사용해 구독할 수 있는 음식의 영양 정보를 확인하고 자신이 설정한 건강 목표 달성을 위한 맞춤 제품을 선택할 수 있도록 도움 받는다. Homemade는 도시의 바쁜 소비자가 간편하게 다양한 식사를 배달받을 수 있도록 돕고 있으며 당뇨병 환자를 위한 특별 서비스, 식사 계획 상담 등 다양한 서비스를 제공하고 있다.



▶ 출처

Feeding The Future: Tech Innovations In Lagos' Culinary Sector, CNBC Africa

How Homemade by Eden Life is redefining the culinary experience in Lagos, Ventures

Generate more sales & increase customer engagement with our contactless QR solution, TappyQR

⑤ 간편한 라면 인기 증가

나이지리아에서 간편하고 저렴한 라면의 수요가 증가하고 있다. 세계라면협회(World Instant Noodles Association)에 의하면 2023년 나이지리아가 연간 라면 섭취량 30억 개를 기록해 전 세계 라면 섭취량 10위에 오른 것으로 나타났다.

나이지리아에서는 인도네시아 브랜드 인도미(Indomie)가 라면 시장을 선도하고 있다. 나이지리아의 밀레니얼 세대 소비자는 어린 시절부터 인도미 라면과 같이 자라왔기에 높은 브랜드 충성도를 보인다. 인도미는 저렴한 가격, 2분이라는 빠른 조리 시간을 내세워 나이지리아 라면 시장에서 큰 성공을 거두었다. 특히 빠르고 저렴하게 식사를 해결해야 하는 학생들을 중심으로 높은 인기를 얻었다.

나이지리아에서는 빠르고 간편하게 조리할 수 있는 라면 제품의 선호도가 높다. 이에 현지 라면 업계에서도 얇은 면발을 사용해 빠르게 조리가 완료되는 제품을 주로 출시하고 있다. 또한 닭고기를 기반으로 제조한 라면 제품이 주로 유통되고 있다.

이에 맞춰 나이지리아 라면 브랜드 Supreme은 얇은 면발을 사용한 닭고기 맛 라면을 출시했으며 또 다른 현지 라면 브랜드 Tasty Tom도 얇은 면발의 닭고기 맛 라면을 출시했다.

	
Tasty Tom 닭고기 맛 라면	Supreme 닭고기 맛 라면

▶ 출처

Nigeria now among top 10 global noodle consumers, Business Day

Nigerians buy more noodles as rice gets pricier, Business Day

'People eat two or three packets a day': how instant noodles took over the world, The Guardian

Demand for Indomie increases as prices drop, Daily Nigerian

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> 수출 품목에 대한 나이지리아의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악 수입이 금지된 일부 동물성 제품 파악 필수 	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 이내에 운송수단에 선적 완료 	국내 수출업체
제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> 수입 전, 수입업체는 나이지리아 식품의약품통제국 온라인 시스템에 수입식품 등록 제출서류: ①등록 신청서 ②제조 계약서 ③제조국 공증서류 ④제조증명서 및 자유판매증명서 ⑤시험분석 증명서 ⑥수입업체 법인증명서 ⑦상표 등록 증명서 등 제출 	나이지리아 수입업체
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> 수입업체는 화물 도착 전 지정은행을 통해 수입신고서 및 제반서류를 제출하며, 지정은행은 서류 검토 후 나이지리아 세관에 전송 제출서류: ①수입신고서 ②상업송장 ③보험서류 ④운송서류 ⑤포장명세서 ⑥가치 및 원산지 통합 증명서 ⑦위생증명서 등 	나이지리아 수입업체
수입검사	<ul style="list-style-type: none"> 선적 전 검사 제도를 철폐하고 목적지 검사 도입, 화물 도착 후 세관에 의한 수입검사 실시 서류 내용 및 수입품 위험도에 따라 통관채널 분류 <ul style="list-style-type: none"> - (녹색 레인) 신고 내용 확인 후 반출 - (황색 레인) 관세 납부 확인 후 스캔검사 실시 - (적색 레인) 서류심사 및 물품검사 실시 	나이지리아 수입업체
관세 납부 및 반출	<ul style="list-style-type: none"> 관세 납부 완료 후 물품 반출 가능 	나이지리아 수입업체

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 나이지리아 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 <ul style="list-style-type: none"> · 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 ● 나이지리아 세관은 일부 동물성 제품에 대해 수입금지 조치 <ul style="list-style-type: none"> · 수입금지 품목: △살아있는 가금류 및 냉동 가금육(HS Code 0105.1100~0105.9900, 0106.3100~0106.3900, 0207.1100~0207.3600, 0210.9900) △돼지고기 및 쇠고기(0201.1000~0204.5000, 0206.1000~0206.9000, 0210.1000~0210.2000) △새의 알(0407.0000) △정제된 식물성 유지류(1507.1000.00~1516.2000.29) △고형 사탕수수 또는 사탕무당, 화학적으로 순수한 자당(1701.91.1000~1701.99.9000) △코코아버터·분말·케이크(1802.00.0000~1803.20000, 1805.001000~1805.00.9000, 1806.10.0000~1806.20.0000, 1804.00.0000) △면류(1902.1100~1902.30.0000) △과일주스(2009.11.0012~2009.90.0099) △물(2201.1000~2201.90.00) △비알코올 음료(2202.10.00~2202.9000.99)
------------------------	---

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 <ul style="list-style-type: none"> · 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%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; padding: 5px;">· 서류 심사 후 수리</td> <td style="padding: 5px;">실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">· 현품 검사 후 수리</td> <td style="padding: 5px;">우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">· 자동 수리</td> <td style="padding: 5px;">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						

<p>수출검역</p>	<p>● 나이지리아 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역 신청 시 UNI-PASS를 통해 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: 20%;">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>축산물검역</td> <td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 수출 상대국의 검역요건 적합 여부를 검사함 · 수출식물검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출축산물검역의 경우 검역시행장으로 지정된 장소에서 진행됨 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음 	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)				
<p>운송수단 선적</p>	<p>● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함 				

②나이지리아 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 나이지리아 수입통관·검역 절차

<p>제품 등록</p>	<p>● 나이지리아 수입업체는 제품을 나이지리아 식품의약품통제국(NAFDA)에 등록해야 함</p> <ul style="list-style-type: none"> · 등록절차: 온라인 등록 신청 및 서류 제출 → 서류 검토 및 수입허가 발급 → 시험 성적서 제출 → 승인 심사 → 등록 통지서 발급 · 등록 신청 시 제출서류: ①등록 신청서(제품명, 브랜드명 포함) ②제조 계약서 ③제조국 공증서류 ④제조증명서 및 자유판매증명서 ⑤시험분석 증명서 ⑥수입업체 법인증명서 ⑦상표 등록 증명서 등
<p>수입신고</p>	<p>● 나이지리아 수입업체는 화물 도착 전 지정은행을 통해 수입신고서 및 제반서류를 제출해야 함</p> <ul style="list-style-type: none"> · 나이지리아 수입업체는 지정은행을 통해 180일간 유효한 수입신고서(e-Form "M")를 작성하고 제반서류와 함께 제출하며, 지정은행은 수입신고서의 완전성 및 정확성을 확인하여 나이지리아 세관에 전송함 · 수입신고서는 나이지리아 세관 등록 후 수입시 사용할 수 있음 · 수입신고시 제출서류에는 외환 송금 여부를 명확하게 표시해야 함 · 제출서류: ①수입신고서 ②상업송장 ③보험서류 ④운송서류 ⑤포장명세서 ⑥가치 및 원산지 통합 증명서(Combined Certificate of Value and Origin) ⑦위생증명서(필요시)

수입검사	<ul style="list-style-type: none"> ● 선적 전 검사 제도를 철폐하고 목적지 검사(Destination Inspection)를 도입, 화물 도착 후 세관에 의한 수입검사 실시 			
	<ul style="list-style-type: none"> · 서류 내용 및 수입품 위험도에 따라 통관채널을 분류하며, 유형별 검사 내용이 상이함 			
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="408 360 683 398">녹색 레인</td> <td data-bbox="683 360 1412 398">신고 내용 확인 후 반출통지서 발급</td> </tr> </table>	녹색 레인	신고 내용 확인 후 반출통지서 발급	
	녹색 레인	신고 내용 확인 후 반출통지서 발급		
<table border="1"> <tr> <td data-bbox="408 398 683 472">황색 레인</td> <td data-bbox="683 398 1412 472">관세 납부가 확인될 때까지 신고서류를 보관하며, 확인 후 스캔검사 실시</td> </tr> <tr> <td data-bbox="408 472 683 533">적색 레인</td> <td data-bbox="683 472 1412 533">서류심사 및 물품검사 실시</td> </tr> </table>	황색 레인	관세 납부가 확인될 때까지 신고서류를 보관하며, 확인 후 스캔검사 실시	적색 레인	서류심사 및 물품검사 실시
황색 레인	관세 납부가 확인될 때까지 신고서류를 보관하며, 확인 후 스캔검사 실시			
적색 레인	서류심사 및 물품검사 실시			
관세 납부 및 물품 반출	<ul style="list-style-type: none"> ● 나이지리아 수입업체는 관세 납부 완료 후 물품 반출 가능 · 통관 완료 후 수입업체는 지정은행에 △도착 전 평가 보고서(Pre-Arrival Assessment Report) △가치 및 원산지 통합 증명서 △시험성적서 △운송서류 △포장명세서 등 서류를 제출함 			

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

수출 가능 및 불가능한 품목은 유관기관 홈페이지에서 확인 가능

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

<https://trade.gov.ng/en/>

4.3.2 수출불가능품목

수출 가능 및 불가능한 품목은 유관기관 홈페이지에서 확인 가능

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

<https://trade.gov.ng/en/custom-pages/prohibited-items-list-during-import>

5.1 | 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원재료명 · 알레르기 유발물질	· 중량 · 업체 이름 및 주소 · 유통기한	· 영양성분 정보 · 보관 및 사용지침 · 등록번호
라벨 표기사항 (가이드)	표시 언어	· 공용어인 영어를 사용하여 주요 정보를 표시함	
	제품명	· 포장의 주표시면에 제품의 실제 특성을 나타내는 구체적인 명칭을 표시해야 함 · 제품의 특성을 나타내기 위해 건조, 농축, 재구성, 훈제, 오존 처리 등 처리 상태를 표시할 수 있음	
	원재료명	· 단일 성분으로 구성된 식품을 제외한 모든 식품에는 제조시 사용된 원재료명을 중량 기준 내림차순으로 나열해야 함 · '성분(Ingredient)' 또는 이와 유사한 단어를 사용하여 제목을 표시함 · 염수, 시럽, 브로드(broth) 등 물이 성분 일부를 구성하는 경우를 제외하고는 첨가된 물을 원재료와 함께 표시함	
	알레르기 유발물질	· △글루텐 함유 곡물 △수산물(갑각류, 가리비, 생선, 오징어 및 그 제품) △계란 및 그 제품 △땅콩 및 그 제품 △대두 및 그 제품 △우유 및 유제품 △견과류 및 그 제품 △글루타민산나트륨과 같은 조미료 △아황산염(10mg/kg 이상) △기타 규제기관이 정하는 물질을 함유한 식품에는 알레르기 경고를 표시해야 함	
	중량	· 미터법을 사용하여 표시하며, 고체 식품은 중량 또는 수량, 액체 식품은 부피, 반고체 및 점성 식품은 중량 또는 부피를 표시함 · 소비 전 폐기하는 액체로 포장한 식품에는 배수중량을 표시함 · 다중 소매 포장한 경우 외부 포장에 개별 단위의 수량과 순함량, 전체 중량을 표시함	
	업체 이름 및 주소	· 제조, 포장, 유통, 수입업체의 이름과 주소를 표시하며, 원산지 국가를 함께 표시함	
	유통기한	· 제품 성질에 따라 'Best Before', 'Best Quality Before', 'Use By', 'Expiry Date' 중 적절한 방식으로 유통기한을 표시함	
	영양성분 정보	· 제품 100g(ml) 또는 1회제공량 당 열량, 지방(포화지방 및 트랜스지방), 탄수화물, 당류, 단백질, 나트륨 및 기타 영양성분의 함량 정보를 표시해야 함	
	보관 및 사용지침	· 적절한 보관 및 사용방법을 표시해야 함	
	등록번호	· 나이지리아 식품의약품통제국 등록 번호	

*출처: Pre-Packaged Food (Labeling) Regulations 2022

5.1.2 라벨링 예시

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.2 | 인증제도

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

정보원에서 제공하지 않음