<아랍에미레이트 농식품 진출여건>

1 시장 여건

❑ 전체 인구 중 80%의 높은 외국인 비중

○ UAE는 7개의 토후국으로 구성된 다인종국가로 전체 인구 중 외국인의 비중이 80%, 남성의 비율이 여성의 두 배인 68.7%로 특수한 인구구조를 가진 시장

- 일자리를 구하기 위해 아시아, 중동 등에서 젊은 노동력이 유입되면서 경제활동 인구가 꾸준히 늘고 있으며, 식품 소비량도 증가하고 있음

○ 크게 자국민을 포함한 아랍계(48.1%)와 남아시아계(35.7%)로 이분되어지며, 그 외 이란계(5.0%), 필린핀계(3.4%), 유럽/미국계(2.4%)등이 거주. UAE 자국민 및 현지에 정착한 다양한 인종의 식문화가 혼재해 있어 진출시 타깃 소비자층을 선정하고, 집중하여 공략하는 전략이 필요함

❑ 서남아, 중동 및 아프리카 국가들로의 재수출 허브

○ 지리적 이점과 인프라를 활용하여 서남아, 중동, 아프리카, CIS 등으로 재수출이 활발히 이루어지는 수출 허브 국가로 향후 여러 지역으로 수출이 이어질 수 있다는 점에서 기회 시장임

- 세계 150여 개국, 인근 14억 소비시장에 대한 공급기지 역할

❑ 소비자층은 자국민, 고소득층 외국인 및 비교적 낮은 소득의 외국인 노동자로 구분할 수 있으며, 구매력이 가장 큰 그룹은 UAE 국민이지만, 서구권에서 온 고소득 외국인 거주자들의 구매력 역시 큰 편임

❑ 이슬람교 및 할랄 인증에 대한 이해는 필수적임

○ 종교는 UAE 식문화 전반에 걸쳐 영향력을 끼치고 있으며, 할랄 율법에 따른 식품 가공공정, 돼지고기와 음주 금지 등 종교적 규정에 대한 기본적인 이해 없이는 UAE 식품시장 진입이 어려움. 특히, 할랄 인증은 현지 아랍계 소비자들의 식품 구매에 있어 가장 중요한 요인일 뿐만 아니라 UAE 표준측량청에서 할랄상표 등록을 의무화할 예정으로 향후 할랄 인증은 필수임

2 식품시장 특성

❑ 수입 의존형 식품 시장 형성

○ 자국에서 생산되는 농식품의 종류와 양이 매우 제한적이기 때문에 전체 소비하는 농식품의 80~90%를 수입에 의존함

- 세부 품목별 UAE 농식품 수입 규모를 살펴보면, 금액기준으로 곡물, 과실, 건과류, 인삼, 채소류 등이 상위에 포함되어 있음

○ 수입 식품 의존도가 높아 기 진출한 다국적 기업들이 식품 시장을 선점하고 있어 이들과의 경쟁을 위해서는 기존 시장에 없던 새롭고 차별적인 제품의 시장 진입이 필요함

❑ 상위소득계층은 유기농, 건강식품, 하위소득계층은 철저한 가격시장

○ 현지의 외국인 노동자들은 상품구매 시 가격을 최우선으로 고려하지만, UAE 자국민과 서구 문화권 소비자들은 고가격대의 유기농, 건강식품 등 프리미엄 제품을 소비 트렌드가 나타남. 또한 영양성분, 유기농, GMO 유무 등의 건강 관련 정보들을 철저히 확인하는 습관이 있음

❑ 식품시장 규모는 매년 확대되는 추세로 대형 유통채널 구입비중이 높음

○ 식품시장의 연평균 성장률은 8% 수준으로, 품목별로는 베이커리 및 시리얼 시장이 12억 달러 규모로 가장 크고, 낙농부문이 6억 달러, 제과류 3억 달러, 육류 및 해산물이 2억 달러 수준임

○ 주요 식품 소비액 중 대형 유통업체 판매액이 차지하는 비율은 68.2%로, 대부분 대형 유통채널을 통해서 소비가 이루어짐

❑ 식품구매에 있어 보수적 성향이 강해 브랜드 충성도가 높은 편임

○ 브랜드 로열티가 높아 브랜드를 쉽게 바꾸지 않으며, 새로운 제품을 쉽게 시도하려 하지 않는 편인데, 이는 이슬람 율법에 따라 제대로 가공된 음식인지(할랄)에 대한 신뢰가 부모님 세대나 커뮤니티 내에서 인정받은 제품으로부터 형성되기 때문임

3 품목별 수출여건

❑ 면 류

○ 간편식품에 대한 수요 증가로 즉석면 시장은 향후 지속적인 성장이 예측되며, 30개 이상의 다양한 브랜드들이 선점해 있음. Carrefour, Union Coop등 대형마트에서 소규모 슈퍼까지 대부분 판매되며, 판매중인 가공 식품 중 소스, 티백 차와 함께 매장 내에서 많은 면적을 차지함

○ UAE의 주요 라면 브랜드로 Indomie와 Maggi, KOKA등이 있으며, 봉지 라면 기준 평균 중량은 70g이며, 1봉당 1~1.5AED(0.27~0.41달러)정도임

○ 국내 라면 기업들의 현지화로 가장 활발하게 수출되고 있으며, 한인마트와 Carrefour, Choithram 등의 현지 대형 마켓에서 판매되고 있음

○ 아랍 문화권 소비자들은 Chicken, curry 맛을 선호하며, 서구 문화권 소비자들은 라면보다는 스파게티 등의 서구식 면요리를 즐김

▌한국의 대 UAE 라면 수출규모▐

(단위: 톤, 천불)

품목	2013년		2014년		연간전년대비(%)	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
라면	391	1,858	290	1,694	-25.67	-8.83

출처 : KATI 농수산식품수출지원정보, 2015년

▌라면 HS Code 및 관세율▐

HS CODE	국문품명	영문품명	관세율
190230	기타의 파스타	Other pasta	5%

출처 : Dubai Customs, 2013년

❑ 과실류

○ 과실 생산에 적합하지 않은 환경 탓에 세계 각지의 다양한 과실이 수입·유통되고 있어 제품 차별화가 어려운 시장임

- UAE 생산 신선품목은 대추야자·우유·야채·달걀·육류 등이며 자급률은 각각 100%, 83, 50, 38, 28에 이름

○ **(사과)** 사과는 가장 인기 있는 과일로 시장규모는 약 55톤, 4천만불

- 사과 수입량은 2011년 기준 14만톤, 1억 7천만달러 규모로 과실류 수입량 중 가장 큰 부분을 차지하고 있으나, 2002년 이후로 다양한 과일 수입으로 소비량이 감소함. 미국과 이란에서 전체 물량의 50%가 수입되고 있으며, 중국, 칠레, 남아공, 프랑스에서도 수입되고 있음

○ **(배)** 소비시장 규모는 약 6백만불, 9천톤 규모이며 아직까지 사과나 오렌지에 비해 소비가 적은 편이나, 현지 과실류 수입 동향을 고려할 때 호주 및 중국 배의 수입증가로 배의 인지도 확산 및 이국 과일에 대한 관심 증가로 소비가 증가하리라 예상됨

○ **(단감)** 아직까지는 잘 알려지지 않은 과일로 동양계 인구 및 소수 현지인들을 대상으로 판매되고 있음

○ 소비자들의 구매 요인은 맛과 품질로 특정 국가를 선호하는 경향은 보이지 않음. 원산지와 프리미엄여부에 따라 가격차이가 나타남.

- 프랑스 원산지의 Apple Green Large는 Kg당 42.95AED(11.69달러)이나, 미국산의 경우 15.95AED(4.43달러)임. 중국산 배 Pear Ya의 경우도 Kg당 7.95AED(2.16달러)로 저가이나, 이태리 배 Pear William는 36.50AED (9.94달러)로 높은 가격대를 형성하고 있음

○ 한국은 UAE로 딸기와 배를 10만 달러 이상으로 수출하였으며, 딸기의 경우 17만 달러, 배의 경우는 11만 달러 규모로 수출함

▌한국의 대 UAE 과실류 수출규모▐

(단위: 톤, 천불)

품목	2013년		2014년		연간전년대비(%)	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
사과	2	10	48	111	2,538	1,019
배	38	122	44	137	15.94	11.63
감	0	1	0	2	-57.88	14.9

출처 : KATI 농수산식품수출지원정보, 2015년

▌UAE 과실류 수입규모(2011)▐

HS CODE	수입량(M/T)	수입액(천$)
사과	149,763	169,536
배	23,486	26,095
딸기	7,968	11,492

출처 : Food and Agriculture Organization, 2011년

▌과실류 HS Code 및 관세율▐

HS CODE	국문품명	영문품명	관세율
08081000	사과	Apples	Free
08083000	배	Pears	
08101000	초본류 딸기	Strawberries	
08107000	감	Persimmons	

출처 : Dubai Customs, 2013년

❑ 김 치

○ 중동 식문화 뿐만 아니라 UAE 인구 구성의 60%를 차지하고 있는 인도, 파키스탄 등 남부 아시아 식문화에도 피클 사용이 일반적이기 때문에 인종별 식문화에 맞는 다양한 피클이 현지에서 유통되고 있음

○ 김치는 인지도가 낮으나 한국 문화를 접한 소수의 아랍문화권 소비자들이 시도하는 경향이 나타남. 대상 FNF의 종가집 김치가 UAE 시장에 진출했으며, 한인마트 위주로 유통되나, 대형유통 채널로도 진입 중

○ 중국산은 한국산 김치에 비해 원가가 상대적으로 저렴해서 마진이 많이 남고 라벨링이 잘 갖춰져 있어 통관 시 수월하다는 점 때문에 수입 업자들이 선호함

- 중국산 제품 포장이 한글로 쓰여 있는 등 한국제품처럼 팔리는 경우도 있으며 한인 마트에서 판매되기도 함

▌김치 HS Code 및 관세율▐

HS CODE	국문품명	영문품명	관세율
20059913	양념을 가진 야채와 콩과 식물	Vegetables and legumes with sauce	5%

출처 : Dubai Customs, 2013년

❑ 인 삼

○ 인삼 제품은 식품과 의약품으로 분류되며 분류기준은 명확하지 않음

- 관습적으로 뿌리삼, 엑기스, 음료 등은 식품으로 분류되며, 인삼성분이 들어간 타블렛 및 캡슐제품은 의약품으로 분류되어 수입됨. 의약품은 보건당국의 성분분석과 까다로운 등록절차를 거쳐 수입허가를 받아야 하므로 현지 수입업자들은 주로 뿌리삼, 엑기스, 음료 등의 식품형태로 수입하기를 희망함

○ 최근 홍삼제품의 효능이 소개되면서 인기 건강식품으로 부상하고 있음

○ 인삼제품은 가격과 종류에 따라 중국산과 유럽산과의 경쟁이 예상되는데, 식품으로 분류되는 뿌리삼과 엑기스류에 있어서는 저가로 유통되는 중국산, 의약품으로 분류되는 인삼 성분 캡슐, 타블렛 시장에서는 고가 유럽산과의 경쟁이 예상됨

○ 한국산 인삼제품은 돈육성분과 알코올 성분으로 수출상의 어려움 존재

- 타블렛 제품의 경우 젤라틴에 돈육성분이 포함되어 있고 엑기스 제품은 엑기스 추출과정에서 알코올을 사용하고 있어 할랄 인증관련 수입허가를 얻기 어려운 실정으로 수출확대에 장애요소로 작용하고 있음

▌한국의 대 UAE 인삼 드링크류 수출규모▐

(단위: Kg, 달러)

품목	2013년		2014년		연간전년대비(%)	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
인삼차	2,165	24,284	82.5	1,465	-96.19	-93.97
인삼음료	54,213	144,424	133,841	413,361	146.88	186.21

출처 : KATI 농수산식품수출지원정보, 2015

▌인삼 HS Code 및 관세율▐

HS CODE	국문품명	영문품명	관세율
12112000	인삼근	Ginseng roots	5%
13021920	인삼추출물	Ginseng extract	
21069094	식물, 과당, 꿀 등에서 추출한 성분으로 제조된 조제 식료품 및 보조 식료품	Preparations often referred to as food supplements, based on extracts from plants, fruit concentrates, honey, fructose, etc.	

출처 : Dubai Customs, 2013년

❑ 차 류

○ 사막 날씨에도 불구하고 커피와 차류 등 뜨겁게 마시는 음료에 대한 요구가 높은 편이며 건강, 미용 등 새로운 차류에 대한 관심을 보임

- 종교적 이유로 일부 장소를 제외하고는 알코올 음료의 유통이 금지돼 있어 대체 음료인 주스 및 차 등에 대한 수요가 높은 편임
- 중동 및 아프리카 지역의 차 소비량은 전 세계 차 소비량의 13.8%로 세계 2번째 시장. 두바이를 통한 중동·아프리카 지역으로의 재수출 비중도 큼

○ 인삼차와 유자차 등 한국산 차의 경우에는 아직까지는 일반 채널에서 유통되고 있지는 않으나, 한인마트 위주로 판매되고 있는 실정임

○ 특히 청(Jelly)형태의 유자차는 현지인에게는 차(tea)라기 보다는 잼으로 인식된다는 점을 개선하기 위해 음용 방법과 시음 행사 등을 통한 홍보가 필요함

○ 현지 소비자들은 낱개 포장 형태의 차와 커피를 즐기며, 인스턴트 커피는 스틱 커피 형태나 봉지 가루 커피, 차는 티백형태가 가장 일반적임

- UAE 소비자들은 병 포장 보다는 1회용 포장을 선호하기 때문에 현지에 맞는 포장 용기와 용량 재설정이 필요함

▌차류 HS Code 및 관세율▐

HS CODE	국문품명	영문품명	관세율
0902	차류	Tea, whether or not flavoured	5%
090210	녹차(발효하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3킬로그램 이하)	Green tea (not fermented) in immediate packings of a content not exceeding 3 kg	
090220	그 밖의 녹차 (발효하지 않은 것)	Other green tea (not fermented)	
090230	홍차와 부분 발효차(내용물의 무게가 3킬로그램 이하)	Black tea (fermented) and partly fermented tea, in immediate packings of a content not exceeding 3 kg	
090240	그 밖의 홍차(발효차)와 그 밖의 부분 발효차	Other black tea (fermented) and other partly fermented tea	
210120	차 또는 마태의 엑스·에센스와 농축물, 이들을 기제로 한 조제품과 차 또는 마태를 기제로 한 조제품	Extracts, essences and concentrates, of tea or mate, and preparations with a basis of these extracts, essences or concentrates or with a basis of tea or mate :	
20083000	감귤류 과실	Citrus fruit	

출처 : Dubai Customs, 2013년

4 진출여건

❑ 한국의 對 UAE 농식품 수출은 한정적, 소량이므로 발전 여지가 충분함

○ 한국산 농식품의 UAE 농식품 수출은 연초류, 과자류, 커피류가 수출 규모 상위를 차지했으며 이들 세 품목의 합계가 전체 對 UAE 농식품 수출의 96% 이상을 차지하고 있음

○ 특히 엄밀한 기준으로 보면 농식품에서 제외되는 연초류가 전체의 92% 이상 이므로 이를 제외하면 한국산 농식품의 對UAE 수출 실적은 매우 적은 수준이라고 볼 수 있음

❑ 투명하고 체계적으로 관리되는 통관

○ 중동 무역의 허브인 UAE에서의 수입 절차는 투명하고 체계적으로 관리되고 있는 것이 특징임. 세계 각지에서 오는 제품들을 매일 통관 처리를 해야하기 때문에 효율적인 절차를 통해 빠르게 진행시킴

❑ 라시드 항구와 제벨 알리 항구가 UAE 전체 항만 물동량의 80% 이상 처리하며, 총 물량의 80%는 주변국으로 재수출됨

○ 두바이 시내에 위치한 Rashid Port와 Jabel Ali Free Zoon 안에 위치한 Jebel Ali Port 등 2개의 항구가 있으며, 물량은 2012년 13,265천 TEU로 세계 9위를 차지

▌두바이 주요항구▐

항구명	설립연도	컨테이너 야적장(m2)	컨테이너 작업장(m2)	정박수
Rashid	1971	689,400	- Covered Storage: 22,305 - Open Storage: 40,315	35
Jebel Ali	1979	1,150,800	- Covered Stroage: 16,500 - Open Storage: 140,000	71

출처 : Dubai Ports Authority, 2012년

❑ UAE의 면세제도는 품목, 수입자 사용 신분 등에 따라 나뉘며, 곡류, 견과류 등 주요 농수산품이 면세품목에 포함되어 있음

○ 수입관세는 “GCC 통합 관세법 및 단일 관세(UCL)”에 따라 GCC국가(사우디아라비아, 오만, 카타르, 쿠웨이트, 바레인, UAE) 모두가 역외 공산품에 대해 공통 수입 관세 5%를 적용함. 그러나, 살아있는 동물, 신선과일 및 야채, 일부 품목의 해산물, 곡물, 밀가루, 차, 설탕, 향신료, 및 가공식품 등의 원료로 쓰이는 식물종자에는 세금을 부과하지 않음

○ 또한, UAE에서는 술과 담배에 한해 ‘No.(19) of 2002’ 개정조항에 따라 예외적으로 술 50%, 담배 100%의 수입관세를 적용하고 있음

❑ 자국 기업을 보호하기 위해 **수입품에 차등 관세 부과**

○ UAE는 현지기업을 지원하기 위해 수입품 중 가공제품에 차등 관세를 부과하고 있음. 1차 가공제품의 관세는 4.0%, 반 가공제품의 경우 4.9%, 완전 가공제품은 5.4%의 세율이 부과됨

❑ SWOT

Strength	Weakness
■ 신선, 가공식품의 품질 경쟁력 ■ 까다로운 위생기준으로 높은 안전성 ■ 유자차, 인삼가공품 등 기존 수입제품과 차별화 가능한 제품 보유 ■ 젊은 층을 중심으로 한국에 대한 관심이 증가하고 있음	■ 한국 기업들에게는 생소한 할랄 인증 ■ UAE 지역은 한국 식품에 대한 인지도가 낮아 보수적 성향의 무슬림 소비자들에게 신뢰 형성에 어려움 ■ 한국 기업들이 이슬람권 국가 및 사회에 대한 종교, 문화적 이해가 부족함
Opportunity	**Threat**
■ 식품 수요의 80%를 수입에 의존하며 식품 소비량이 지속적으로 증가하고 있음 ■ 아프리카 등 주변국으로의 재수출 허브 국가 ■ 무관세, 세금 면제 등 통관 조건이 다른 국가들보다 좋음 ■ UAE 자국민과 고소득층 외국인의 프리미엄 식품 시장 성장 중	■ 글로벌기업들이 이미 선점해있어 경쟁이 치열한 시장임 ■ 저가 글로벌 제품 및 중국산에 비해 가격 경쟁력이 낮고, 유럽/미국산에 비해서는 품질 경쟁력이 낮음 ■ 낮은 인지도로 일본, 중국 등의 동아시아권 제품들과 구분이 어려움

5 수출시 유의사항

❑ 수입·유통업자들은 대부분 인도계 이주자로 **인도의 비즈니스 문화에 대해 이해할 필요**성이 있음

○ 인도인들은 주로 이메일이나 전화를 통한 거래보다는 직접 만나는 대면 거래를 선호하기 때문에 이런 인도인들의 특성에 대한 이해 필요함

❑ **바이어 신용 조사의 어려움이 있음**

○ UAE는 법인세, 소득세가 없고 대부분이 비공개 개인기업이므로 재무제표 등 영업실적 관련 자료를 외부에 전혀 공개하지 않음.

- 우량 바이어들의 거래업체가 요구하면 은행 이용내역을 제공하는 예도 있으나, 이는 매우 드문 경우이며 UAE 현지의 전문 신용조사 회사도 탐문수사를 통해 바이어의 영업행태와 실적을 파악하고 있는 실정임

❑ 식품수입의 경우 돈육 함유여부를 확인하기 위한 성분검사가 철저하므로 **영문으로 된 성분분석표를 반드시 첨부해야 함**

○ UAE의 식품수입은 돈육 함유여부 검사가 관건임. 특히 영문으로 작성된 성분분석표를 반드시 첨부해야 샘플테스트를 통과하고 수입될 수 있음. 모든 수입식품은 표시 및 유통기한 규정 준수 여부를 확인하기 위해 육안검사를 거침. 화물은 무작위 시험분석을 거치며, 이유식 및 식용 오일은 100% 시료 채취됨

- 분석결과는 보통 5~10일 내에 나오며 일단 통과되면 국내식품처럼 무작위 샘플링절차를 밟음

○ 수입 거부된 제품은 수입업체의 선택에 따라 폐기되거나 30일 내에 원산국가로 재발송됨

❑ **인증** : 선진국의 인증서를 취득했을 경우 UAE 수출에 도움이 될 수 있으며 식료품의 경우 해당 기관(Ministry of Agriculture & Fisheries)의 승인이 있어야 함

❍ UAE에서 판매되거나 수입되는 모든 국내생산 상품과 수입상품은 UAE표준 도량형청(EASM : Emirates Authority for Standards & Metrology)이 승인한 공식 표준을 준수해야 함 (표준도량형청 : www.esma.ae)

❍ 식품은 아랍어 제품정보 표기 및 스티커 형태의 라벨 부착이 필요하며, 육류와 가금류 성분이 식품에 포함된 경우 지정된 이슬람 인증기관에서 발급하는 할랄 인증서가 필요함. 또한, 두바이 정부 웹사이트(www.dm.gov.ae)의 FIRS(Food Import & System) 프로그램에 식품정보를 등록하도록 규정함

❍ UAE 표준측량청은 2014년부터 모든 식품에 할랄상표 등록을 실시키로 하였으며, 할랄상표 부착 의무 위반시 할랄 인증을 취소할 예정임

- 수입식품의 할랄 인증은 공인된 이슬람 협회(약 30개 국가 내 60여개 이상)에서 발행되며 발행된 증명서는 UAE 대(영)사관, GCC 또는 무슬림 국가로부터 인증을 받아야 효력이 발생함