



2007. 2. 23.

이집트의 식품 시장 동향

목차

1. 이집트의 식품 시장 개요
2. 이집트의 식품 시장 동향

내용문의

한국보건산업진흥원 수출통상팀

(02-2194-7453, shinilgi@khidi.or.kr)

□ 이집트의 식품 시장개요

- 이집트 식품 산업은 나일강 주변의 우수한 농작물 재배 기후조건, 낮은 임금, 유럽과 걸프만 지역에 접해져 있는 지리적 이점으로 잠재력을 가지고 있는 것으로 평가되고 있으며 정부의 육성책으로 최근 더욱 활기를 띄고 있음
- 현재 이집트의 식품가공 연간 생산액은 38억불, 과거 10년간 성장률은 연간 22%로 집계되고 있는데 연간 120만의 신생아 탄생, 중산층 직업여성의 증가에 따라 각종 간편식 및 인스턴트 식품의 소비증가가 가공 식품의 수요를 견인하는 요인이 되고 있음
- 식품 수요의 증가에도 불구하고 1인당 연 평균 소득이 1,100불 내외로 구매력이 낮기 때문에 일반서민의 경우 수입품을 구매할 여력이 없어 수입품은 일부 고소득층을 대상으로 한 다국적 기업 브랜드가 유통되고 있음
- 이집트 유통구조는 아직 대형 소매체인점이 활성화 되지 않아 대부분의 가공 식품이 재래 시장을 통해 유통되고 있고 이는 식품 유통 과정상 품질이나 식품 위생에서 문제를 발생시키는 요인으로 작용하고 있음

이집트 식품 산업 SWOT분석

강점	약점
• 연간 다양한 농산물 생산 가능 • 과일 및 채소류 수출 안정적 증가 • 지리적으로 걸프지역 및 유럽지역 인근 위치 • 고급인력 증가, 저임금 노동력 확보 가능	• 혁신적 제품 부족으로 신규제품 출시 한계 • 원재료 공급자와 식품 제조자간의 불규칙한 supply chain 형성 • 영세 제조업체 위주로 규모의 경제달성어려움 • 낙후된 유통망
기회	위협
• 식품가공 연구나 판매 거점으로서의 잠재성 • 과일, 채소 가공식품의 경쟁력 확보 • 유기농 제품의 유럽 진출 가능성	• 중국, 인도 등의 관련 산업 발전 • 인근지역의 정치적 불안정성

- 전반적으로 이집트는 일반 서민층의 낮은 구매력, 낮은 임금을 통한 저가 국내 제품의 유통, 유명 외국기업과의 브랜드 제휴를 통한 국내 생산 제품의 유통, 한국 식품과는 전혀 다른 현지인의 식성 등을 고려할 때 식품가공 완제품의 진출 가능성은 희박한 상황임
- 특히, 김치 및 김 등 한국 전통식품의 경우 작년 이집트로의 수출이 전무하였으며 각종 조미료, 간장 등의 수출도 극히 미미한 것으로 나타났음 (아래표 참조)
- 반면, 식품 가공용 기계 또는 포장기계의 경우 관련 산업 발전으로 진출이 유망할 것으로 보임
- HS Code 14/17/18의 수출 실적은 아예 나타나지 않고 있음

과거 3년간 한국식품의 이집트 수출 현황

(단위 : US\$ 천)

HS Code	품목	2004	2005	2006.8월 까지
13	검, 식물성 액즙과 엑기스	0	33	33
15	동물성 유지, 조제 식용지	60	19	12
16	육류, 어류 기타 조제품	115	42	24
17	당류와 설탕과자	0	0	0
19	곡물, 밀크 조제품, 베이커리 제품	25	22	18
20	채소, 과일, 견과류 조제품	0	0	0
21	각종 조제식료품	20	0	31

자료원 : kotis

□ 이집트의 식품 시장 동향

○ 수요 동향

- 이집트 식품 시장 연간 규모는 38억불로 매년 7% 이상의 성장이 예상되나, 1인당 국민 소득이 1,100불로 구매력이 낮아 수입산 식품을 접하기는 어려워 수입산 수요자는 경제적 능력이 있는 고소득층이나 이집트 거주 외국인에 한정되어 있음
- 한국 전통식품
 - 한국의 아시아권 주력 수출 상품인 김, 김치 등의 한국 전통식품은 이집트 현지인들이 거의 알지 못하고 있고, 식성 또한 크게 달라 현지 거주 한국인을 제외하고는 수요층이 전혀 형성되어 있지 않으며, 현지 거주 한국인도 정기적 수입보다는 비정기적으로 한국 방문 시 이들 제품을 항공을 통해 조달하고 있음
- 일반 스낵, 캔디
 - 일반 스낵이나 캔디의 경우 두터운 수요층이 형성되어 있는데 품질 대비 가격이 저렴한 이집트 생산 제품이 주를 이루고 있음
 - 스낵류의 경우 학교에 인접한 소형 상점이나 클럽, 대학가 주변에서 많

- 이 팔리며 어린이, 청소년, 대학생이 주요 소비자임
- 캔디의 경우 전 연령과 사회계층에서 애호되고 있는데 각종 파티, 약혼식, 어머니의 날, 어린이의 날, 생일 파티 등 일상적으로 소비되고 있음
- 면 류
- 이집트인들이 즐겨 먹고 있는 Shereya라고 불리는 면류로 저렴한 가격으로 인기가 많은 제품임
 - 한국산 라면의 경우 가격이 높고 이집트인들이 한국음식에 대해 전혀 알지 못하기 때문에 이집트인 수요층은 전혀 형성되어 있지 않음
- 이집트는 이슬람 교리가 사회전반을 지배하고 있어 술을 마실 기회가 없기 때문에 일반인들의 음료수 및 과자에 대한 수요가 높은 편이며 특히, 당도가 높은 음식을 좋아하여 과자의 소비가 다른 국가에 비해 상대적으로 많은 편임
- 이집트의 과자 점유율은 종류와 타겟 소비자 계층에 따라 다양하게 나뉘는데 대체로 소득이 높은 상류층은 수입산을 선호하고 있으나 구매력이 빈약한 중산층이나 서민층은 선택의 여지없이 자국산 과자를 구매하고 있음
- 이집트산 과자는 수입산에 비해 품질이 다소 떨어지며 단맛과 짭맛이 강하게 나타나는 특징을 보이고 있음

사회 계층에 따른 제품 수요 비중

	국내 제조품에 대한 수요(%)			수입산에 대한 수요(%)		
	상위	중위	하위	상위	중위	하위
쿠키	30	80	100	70	20	0
캔디	60	80	100	40	20	0
스낵 / 크래커	60	80	100	40	20	0

자료원 : 무역관 자체조사

○ 생산 동향

- 이집트 내 식품 가공품 생산액은 연간 38억불, 제조업체는 약 1,500개사로 민

- 간 기업이 전체의 95% 비율을 차지하고 있으며, 이집트 식품 가공 산업은 제조업 생산액의 15%, 고용 인력의 20% (25만명)를 차지할 정도로 이집트 경제에 차지하는 비중이 큼
- 이집트의 경우 식품가공용 원료가격이 낮고 품질이 좋은 농산물이 사계절 공급되어 정부차원에서 경작지 개발 및 확대 정책을 펼침에 따라 다양한 야채 및 과일 재배가 가능하여 이집트 식품산업은 설탕, 식용 오일, 시리얼 및 일부 낙농제품을 제외하고 자체 생산하고 있으며 품질도 국제규격에 근접해가고 있는 것으로 평가되고 있음
 - 이와 함께 이집트 식품 가공업체는 외국 다국적 기업과의 제휴 또는 라이선스를 통한 제분, 제빵, 야채 및 육류 가공, 음료, 파스타, 낙농제품, 식용유, 비스킷, 과자류에 대한 현지 제조도 활발하게 진행되고 있으며 유통의 현대화가 진행됨에 따라 대형 유통업체들의 까다로운 요구가 식품의 가격 및 품질 경쟁력 향상을 초래하는 역할을 하고 있음
 - 현지 식품가공분야의 대형업체로는 Berzi, BimBim, Halwani, Faragallah, Farm Frites, Kato Aromatic, Kuwait Food Company, Montana, Vitrac, Cadbury, Kent, King M, lays, Cheetos, bake rolls, Sima.가 있음
 - 다국적 식품 가공업체들 이집트 진출도 활발한데 이들의 경우 이집트를 기반으로 인근 걸프 연안 국가를 대상으로 활동하고 있으며 진출 업체로는 Nestle, Heinz, Kellogs, Cadbury, Pioneer Hi-bred, Unilever. 등이 있음
 - 한편, 이집트는 식품 내수시장 뿐만 아니라 인접한 EU로 수출 시장을 개척하고 있음
 - 현재, 이집트 식품 수출의 주 수요자는 EU로 전체 수출의 20%는 EU가 차지하고 있음
 - 특히, EU 수입이 많은 가공 과일, 건조 야채류의 수출 확대를 꾀하고 있음
 - 스낵 ,쿠키, 캔디
 - 이집트 내에는 다양한 종류의 스낵류와 캔디가 생산되고 있어 자국 수요의 95%를 자체 생산에 의해 충당하고 있음
 - 스낵 및 캔디의 대표적인 제조업체로는 Cadbury (BimBim), Sima,

Honey Well, Edita, King M, Mongini, Arabian Danish, Alex Snacks, Golden foods, Arabian Danish Food Industries, Kamel Bakry for Food stuff, ICC (Port Said Company), Melouky, El-Horreya 가 있으며 대형 생산업체외에 중소형태의 많은 공장들이 운영되고 있음

이집트 생산 주요 스낵 및 쿠키 현황

제조사 명	브랜드명	종류	품질
Cadbury	Eclair, Jiola, Trebor	Hard & soft candies	아주 우수
Honey Well	Honey Well(Sub Brand : Espresso, Fredo, Honey Scotch, Mr Toffee)	Tofee, hard & soft candies	가격 대비 좋음
Sima Egypt	Sima (Sub Brand : Crystal, Bon Bon, S&S , GArden, Butter Scotch, Coco Star)	Tofee, hard & soft candies	가격 대비 좋음
King M	King M	Cookies	가격 대비 좋은 수준

자료원 : 무역관 자체 조사

- 일부 제과업체들은 리비아, K.S.A, 레바논, 아랍에미리트, 쿠웨이트와 같은 아랍국과 아프리카 국가들에 연간 약 20만 불 가량을 수출하고 있음
- 면 류
 - 한국의 라면과 같은 인스턴트 면을 생산하는 이집트 업체는 없으나 이집트 전통 면의 일종인 ‘Shereya’의 경우 다수의 제조업체가 있으며 이들의 경우 이집트 전체 수요의 95%를 자체 충당하고 있음
 - 이집트 면류를 생산하는 주요 업체는 Masreya for Macaroni & Starch, Bony Macaroni Factory, Dahab Macaroni Factory, Hana Food, Milano Macaroni Factory, Napoli Macaroni , Toshka Macaroni, Sweet Factories 등임

○ 유통 구조

- 이집트 식품 가공품 유통망의 특징은 대형 체인점이 거의 없어 대부분 재래시장을 통해 유통된다는 점으로 이는 식품의 품질과 위생에 대한 문제점 및 식품 가공품이 국제규격에 미달하는 부작용을 초래하고 있음
- 수입산 제품의 경우 일반 재래시장을 통한 유통은 가격적 제약으로 외국 브랜드가 진출하기에는 현실적 장벽이 너무 높은 편으로 한국산 가공식품의 진출은 까르푸와 같은 대형 유통 체인을 통해 공급하는 것이 바람직 함
- 전반적으로, 현지인들의 기호와 입맛이 우리나라와는 너무 다르고 우리나라 식품의 인지도도 매우 낮은 편이어서 인지도를 높이기 위해서는 많은 마케팅 활동과 홍보비용의 지출이 불가피 할 것으로 보임
- 이집트의 스낵 및 캔디 시장의 경우 특정한 몇몇 브랜드가 전체 시장을 장악하고 있으나 소비자들의 기호가 끊임없이 변하고 있어 잦은 신제품 출시와 개발이 요구되는 까다로운 시장으로 전반적인 상품의 질이 낮고 종류도 단순하여 저렴하고도 특징있는 제품을 출시하는 편이 바람직함
- 이집트 시장은 가격이 중요한 요소로 작용하기 때문에 가격이 구매의 우선 요건으로 작용하고, 식품 가공 산업의 진출은 완제품 형태보다 현지 생산라인을 구입이나 현지에 공장을 세우는 투자 형식으로 진출하는 방법을 고려해야 함
- 한국 전통식품의 경우 일부 한국인이 운영하는 식당에서 소량 수입하여 한국식당을 통해 유통하고 있으나 물량은 미미한 정도이며 이집트 현지 유통망을 통해 유통되는 경우는 없는 상황임

○ 경쟁 동향

- 이집트의 가공식품의 95% 가량은 자체 생산에 의해 조달되고 있어 이집트 시장 진출을 위해서는 수입산 뿐만 아니라 이집트 국내 생산업체와의 경쟁우위가 더욱 중요함
- 스낵류 수입산의 경우 터키, 말레이시아, 인도네시아, 태국 등으로부터 수입 유통되고 있는데 동남아산 스낵의 경우 주로 새우, 가재, 문어 등

해물을 원료로 제작되고 있으며 한국인 입맛에 비해 다소 짠 특징을 보이고 있음

- 면류는 주로 싱가포르, 중국 등 동남아로부터 수입되고 있음

외국산 스낵 브랜드 현황

Brand Name	Country
Kent	Turkey
Oriental, Double Decker	Malaysia
Elrio, Keebler, Frito Lay (Doritos), Arluy, American Candy	U.S.A
Miaow	India
Walker	Scotland
Gullol	Spain
Crich, Barilla, Galaxy	Italy
Devon	Malta
Merba	Holland
Tennessee	Germany
Macvit, United Biscuits	U.K.
Ballon	Thailand

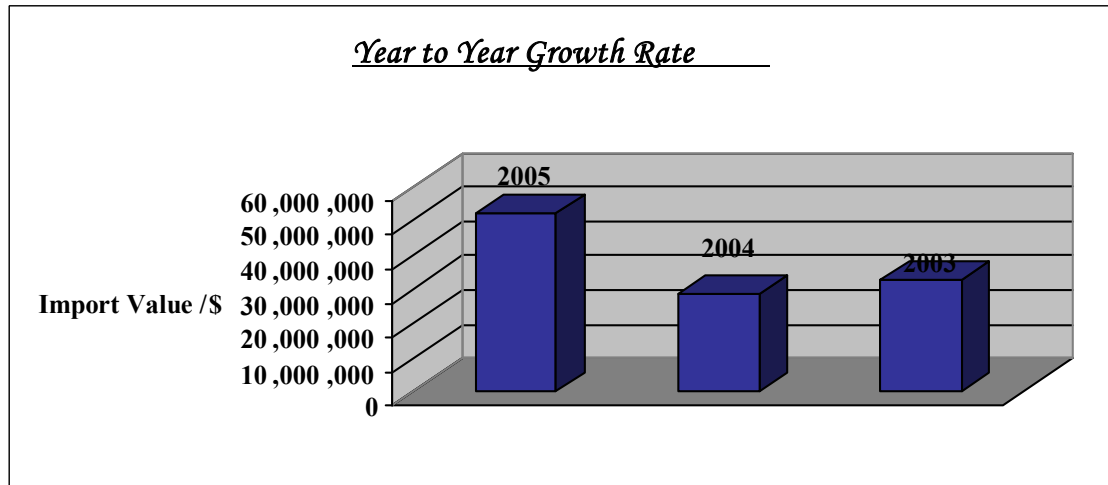
자료원 : 무역관 자체 조사

외국산 면류 브랜드 현황

Brand Name	Country
Koka, Lee Fan	Singapore
A1, Michi	Indonesia
Mr. Noodles	China
Fantastic	Thailand
Top Ramen	U.S.A

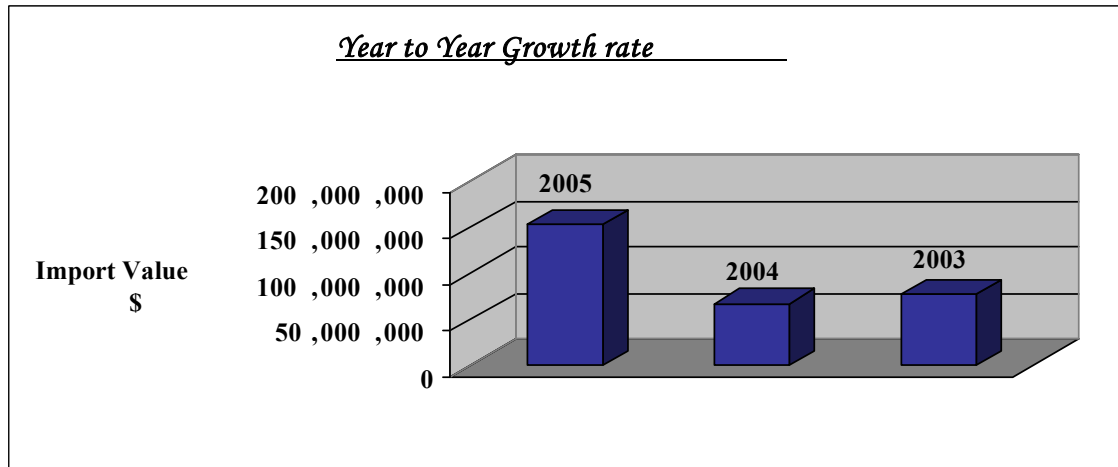
- 품목별, 연도별, 국별 수입 현황

HS CODE	16 (육류, 어류 등 조제품)		
YEAR	2005	2004	2003
TOTAL/\$	51,957,520	28,478,162	32,610,633



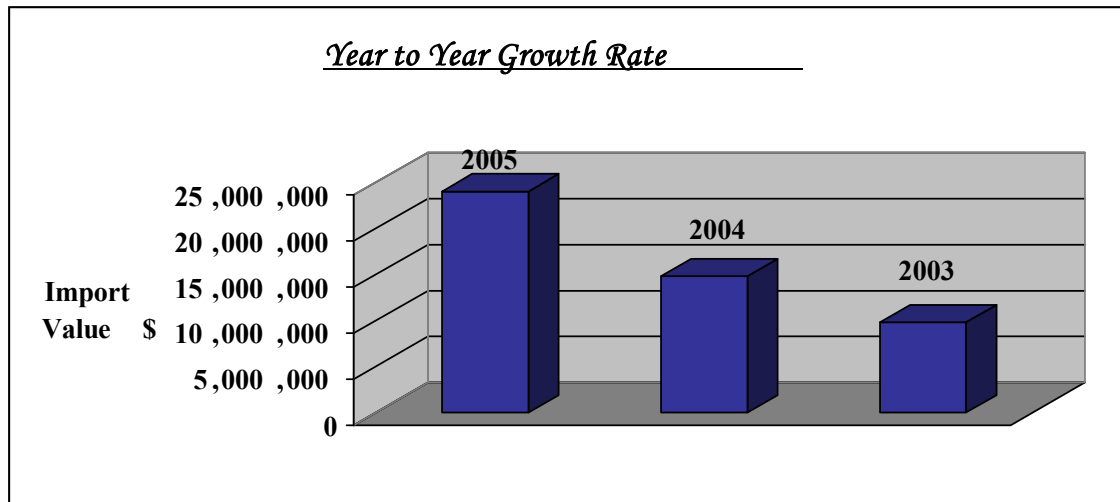
Top 10 Exporting Countries-2005	
COUNTRY	VALUE/\$
THAILAND	43,660,815
BRAZIL	4,179,159
SPAIN	783,999
UNITED ARAB EMIRATES	542,099
MOROCCO	478,522
JORDAN	358,697
DENMARK	282,052
SAUDI-ARABIA	260,090
ITALY	204,734
CUBA	175,315

HS CODE	17 (당류 및 사탕과자)		
YEAR	2005	2004	2003
TOTAL/\$	152,825,691	67,418,436	77,403,287



Top 10 Exporting Countries-2005	
COUNTRY	VALUE/\$
BRAZIL	120,515,407
ARGENTINA	8,478,833
GUATIMALA	6,920,418
EROUPE	5,211,101
ETHIOPIA	1,149,031
SUDAN	1,056,370
U.K	1,030,300
NETHERLANDS	876,095
GERMANY	859,015
AUSTRIA	790,996

HS CODE	1900 (곡물 및 베이커리 제품)		
YEAR	2005	2004	2003
TOTAL/\$	24,031,637	14,779,517	9,777,567



Top 10 Exporting Countries-2005	
COUNTRY	VALUE/\$
BELGUIM	4,575,929
NETHERLANDS	3,870,312
IRELEND	3,115,817
FRANCE	2,800,806
U.K	1,926,876
SWITZERLAND	1,617,974
K.S.A	1,518,894
U.S.A.	885,657
GERMANY	833,964
LEBANON	439,725

자료원 : 이집트 통계청