

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 1905-27
- 품목 : 즉석떡볶이(Tteok-bokki)
- 국가 : 아랍에미리트(U.A.E)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

| | |
|--------------------------|---|
| SUMMARY | 4 |
| 1. 아랍에미리트 즉석떡볶이 시장규모 | 5 |
| 2. 아랍에미리트 즉석떡볶이 수출입 시장규모 | 6 |
| 3. 아랍에미리트 즉석떡볶이 소비 시장규모 | 7 |

II. Market Trend (시장트렌드)

| | |
|-----------------------------------|----|
| SUMMARY | 10 |
| 1. 즉석식품 중 선호 제품 유형은 ‘컵 식품’ | 15 |
| 2. U.A.E 식문화 트렌드, ‘더 간편하고 더 건강하게’ | 16 |
| 3. ‘김치, 비빔밥, 라면’ 식품 선호도 증가 중 | 17 |
| 4. 야채 및 해산물 맛을 선호하는 U.A.E 소비자 | 18 |

III. Distribution Channel (유통채널)

| | |
|--------------------------|----|
| SUMMARY | 20 |
| 1. 아랍에미리트 즉석떡볶이 유통구조 | 21 |
| 2. 아랍에미리트 즉석떡볶이 주요 유통업체 | 22 |
| 3. 아랍에미리트 즉석떡볶이 B2C 소매채널 | 24 |

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

| | |
|--------------------------|----|
| SUMMARY | 45 |
| 1. 아랍에미리트 즉석떡볶이 인증 취득 | 46 |
| 2. 아랍에미리트 즉석떡볶이 업체·제품 등록 | 49 |
| 3. 아랍에미리트 즉석떡볶이 라벨 심의 | 50 |
| 4. 아랍에미리트 즉석떡볶이 서류 준비 | 54 |
| 5. 아랍에미리트 즉석떡볶이 세금 납부 | 55 |
| 6. 아랍에미리트 즉석떡볶이 검역 심사 | 56 |

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

| | |
|--|----|
| SUMMARY | 60 |
| Interview ① 큐케이오 아시아 마켓 (QKO Asian Market) | 61 |
| Interview ② 1004 고메 (1004 Gourmet) | 63 |
| Interview ③ 진 푸드스터프 서플라이 (Jin Foods Supply) | 65 |
| Interview ④ 에이 마트 슈퍼마켓 (A Mart Supermarket) | 66 |
| Interview ⑤ 두바이 자치체 (Municipality of Dubai) | 67 |

| | |
|--------|----|
| * 참고문헌 | 58 |
|--------|----|

I . Market Size

SUMMARY

1. 아랍에미리트 즉석떡볶이 시장규모
2. 아랍에미리트 즉석떡볶이 수출입 시장규모
3. 아랍에미리트 즉석떡볶이 소비자 규모

Market Size

(시장규모)

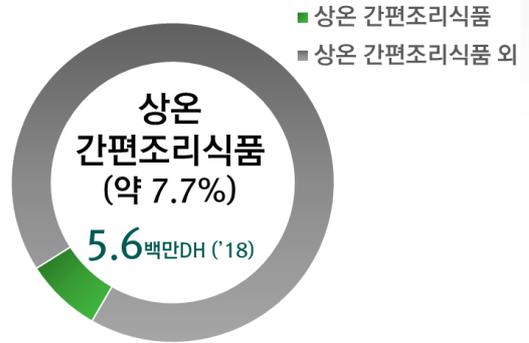
아랍에미리트 (U.A.E)

즉석떡볶이 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(간편조리식품), 보관형태(상온)

- 아랍에미리트 간편조리식품¹⁾ 시장 규모
..... 73.1백만 디르함 ('18)
- 아랍에미리트 상온 간편조리식품²⁾ 시장 규모
..... **5.6백만 디르함 ('18)**

(*) Euromonitor International

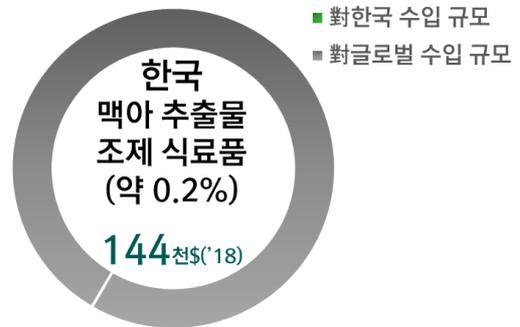


즉석떡볶이 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(맥아 추출물 조제 식료품)

- HS CODE 1901.90³⁾
아랍에미리트 對 글로벌 '맥아 추출물 조제 식료품' 수입 규모
..... 91,579천 달러 ('18)
- HS CODE 1901.90
아랍에미리트 對 한국 '맥아 추출물 조제 식료품' 수입 규모
..... **144천 달러 ('18)**

(*) International Trade Centre



즉석떡볶이 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품은 즉석 섭취 가능한 간편조리식품으로 떡볶이와 같은 간식(즉석 식품)을 즐겨 섭취하는 '젊은 여성 인구' 규모를 조사함. 즉석 식품의 잠재소비자 발굴을 위해 '아랍에미리트 인구 구성'과 이러한 인구 구성이 '간편조리식품 시장에 미치는 영향'을 확인함

① 10-20대 여성 규모('17)

| | |
|--------|-----------------|
| 전체 여성 | 259만 명 (100%) |
| 10-29세 | 약 82만 명 (31.7%) |
| 10-19세 | 약 37만 명 (14.2%) |
| 20-29세 | 약 46만 명 (17.6%) |

② 국적에 따른 인구 구성 ('18)

| | |
|--------|----------------|
| 전체 인구 | 954만 명 (100%) |
| 인도 | 262만 명 (27.5%) |
| 파키스탄 | 121만 명 (12.7%) |
| 아랍에미리트 | 110만 명 (11.5%) |

(*) WorldBank, Global Media Insight

1) 간편조리식품(Ready Meals): 상온, 냉동, 건조, 냉장보관형태의 모든 간편조리식품을 지칭함. 이 품목에 포함되는 식품은 대부분 재료를 추가할 필요가 없으며, 섭취 전 가열이 필요할 수 있음. 조사제품의 품목(간편조리식품), 보관형태(상온) 및 섭취방법(가열)이 이에 해당하여 지표로 선정함

2) 상온 간편조리식품(Shelf Stable Ready Meals): 간편조리식품의 하위 품목으로 육류, 가공류, 생선, 야채 등을 포함한 쌀, 국수류의 상온 보관 가능 식품을 지칭함. 조사제품의 원료(쌀), 보관형태(상온)가 이에 해당하여 지표로 선정함

3) HS CODE 1901.90: HS CODE 1901은 맥아 추출물(extract)과 고운 가루, 부순 알곡, 거친 가루, 전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품임. 조사제품의 원료(쌀)를 고려하여 이와 가장 근접한 HS CODE인 1901.90을 지표로 선정함

1. 아랍에미리트 즉석떡볶이 시장규모

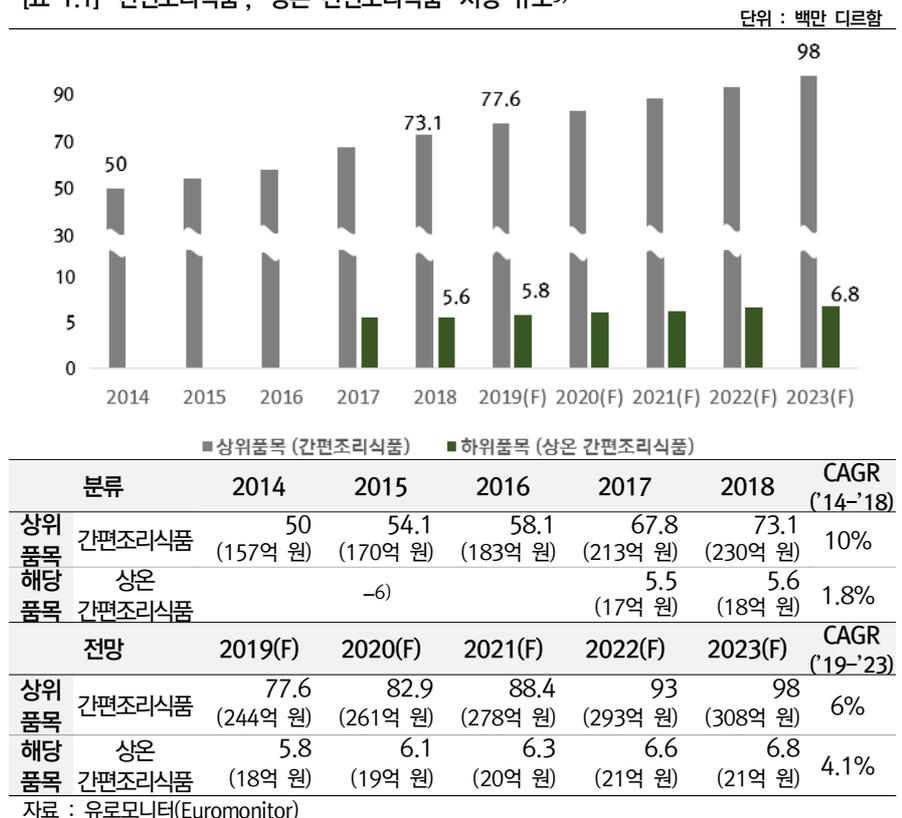
아랍에미리트 국가 일반 정보⁷⁾

| | |
|-----------|--------------------------|
| 면적 | 8만 3,600 km ² |
| 인구 | 954만 명 |
| GDP | 4,196억 달러 |
| GDP (1인당) | 41,476달러 |

조사 시장: 조사 제품 '즉석떡볶이'는 섭취 전 가열이 필요한 상온보관 간편조리식품 (Shelf Stable Ready Meals)임. 품목과 보관형태를 고려하여, '간편조리식품' 시장 및 '상온 간편조리식품' 시장규모를 조사함

- ▶ 아랍에미리트 '상온 간편조리식품' 시장, '14-'18년 연평균성장률(CAGR)⁴⁾ 1.8%
2018년 기준, 아랍에미리트의 '간편조리식품' 시장 규모는 7,310만 디르함으로 과거 5년 동안 평균적으로 10% 증가한 것으로 나타남. '상온 간편조리식품' 시장규모는 560만 디르함으로 최근 5개년(2014-2018년) 평균 1.8% 증가함
- ▶ 2019년 '상온 간편조리식품' 시장 580만 디르함 예상
2019년, '간편조리식품', '상온 간편조리식품' 시장 규모는 각각 7,760만 디르함, 580만 디르함으로 추산되며, 향후 5년(2019-2023년)간 두 시장의 성장률은 각각 6%와 4.1%로 예상됨

[표 1.1] '간편조리식품', '상온 간편조리식품' 시장 규모⁵⁾



4) 연평균성장률(CAGR): Compounded Annual Growth Rate
 5) 1디르함=314.69원 (2019.06.27., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
 6) 유로모니터 내 2014-2016년에 대한 데이터 없음
 7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr), 세계은행(www.worldbank.com)

2. 아랍에미리트 즉석떡볶이 수출입 시장규모

HS CODE 1901.90: 상온 보관형태의 즉석떡볶이는 ‘맥아 추출물과 고운 가루, 부순 알곡, 거친 가루, 전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품’으로 분류되며 이와 가장 근접한 HS CODE인 1901.90을 지표로 선정함

▶ 2014-2018년, 아랍에미리트 對글로벌 수입액 성장률 연평균 8%감소

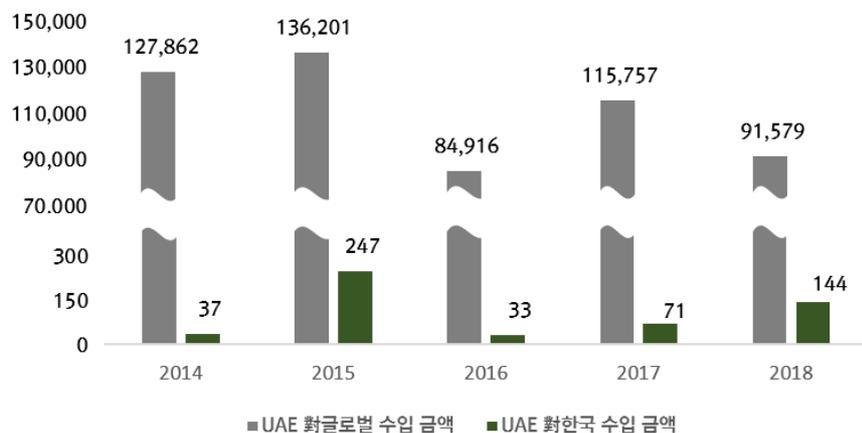
아랍에미리트 HS CODE 1901.90 품목의 對글로벌 수입액은 5년간 증가, 감소를 반복함. 2015-2016년 약 37.7% 감소하였다가 2016-2017년 약 36.3% 증가함. 2018년 수입액은 전년대비 약 21% 감소하며 9,157만 9,000달러를 기록함. 2014-2018년 아랍에미리트 글로벌 수입액 성장률은 연 평균 8%의 감소세를 보임

▶ 2018년 아랍에미리트 對한국 수입액 연평균성장률 40.5%

아랍에미리트 HS CODE 1901.90 품목의 對한국 수입액은 2014-2015년 약 7배 증가했으나, 2015-2016년 다시 약 10분의 1수준으로 감소함. 2016년 이후 對한국 수입액은 꾸준히 증가하여 2018년 14만 4,000달러를 기록해 아랍에미리트 HS CODE 1901.90 품목기준 수입 규모에서 25위를 차지함. 2014-2018년 對한국 수입액의 연평균성장률은 약 40.5%로 조사됨

[표 1.2] HS CODE 1901.90 수입 규모⁸⁾

단위 : 천 달러



| 분류 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR* ('14-'18) |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| 아랍에미리트 對글로벌 수입액 | 127,862 (1,995억 원) | 136,201 (2,125억 원) | 84,916 (1,325억 원) | 115,757 (1,806억 원) | 91,579 (1,429억 원) | -8% |
| 아랍에미리트 對한국 수입액 | 37 (5,772만 원) | 247 (3,853만 원) | 33 (5,148만 원) | 71 (1,108만 원) | 144 (2,247만 원) | 40.5% |

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1901.90 기준

3. 아랍에미리트 즉석떡볶이 소비 시장규모

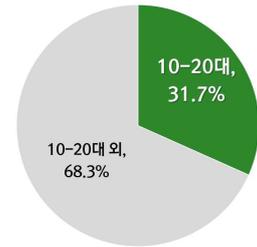
1) 아랍에미리트 10-20대 여성 규모

조사 제품은 즉석 섭취 가능한 간편조리식품으로 떡볶이와 같은 간식(즉석 식품)을 즐겨 섭취하는 '젊은 여성 인구' 규모를 조사함. 즉석 식품의 잠재소비자 발굴을 위해 '아랍에미리트 인구 구성'과 이러한 인구 구성이 '간편조리식품 시장에 미치는 영향'을 확인함

▶ 2017년. 아랍에미리트 10-20대, 전체 여성 인구의 31.7%

2017년 기준, 아랍에미리트 내 전체 여성 인구는 259만 4,000명, 10-20대 여성은 82만 2,226명(31.7%)으로 확인됨

2013년 대비 2017년, 10대는 12.2% 증가하였으나 20대는 9.4% 감소한 것으로 나타남



자료: 세계은행(WorldBank)

[표 1.3] 2017년 아랍에미리트 10-20대 여성 인구 규모

단위 : 천 명



| 분류 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 전체 여성 인구 | 2,347 | 2,401 | 2,460 | 2,525 | 2,594 |
| 10-29세 | 830 | 813 | 800 | 810 | 822 |
| 10-19세 | 326 | 328 | 333 | 350 | 366 |
| 20-29세 | 504 | 485 | 467 | 460 | 456 |

* 자료 : 세계은행(WorldBank)

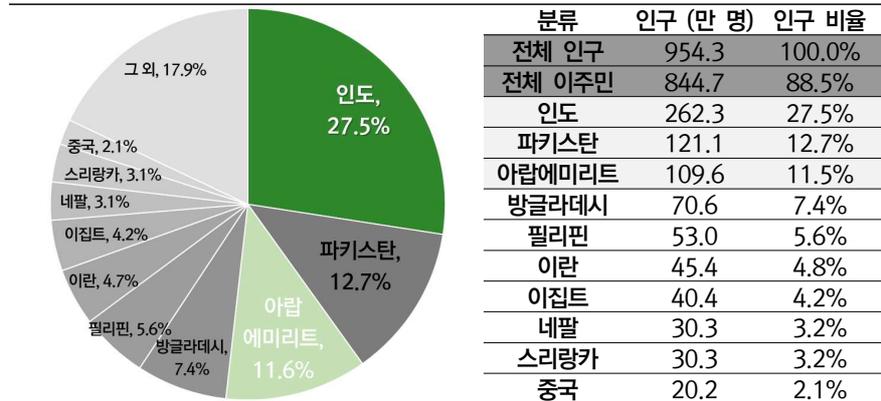
8) 1달러=1,560.1원 (2019.06.27., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 아랍에미리트 인구 구성 및 관련 간편조리식품 시장 현황

▶ 2018년, 아랍에미리트 내 인도인 27.5%

2018년, 아랍에미리트 인터넷 마케팅 서비스 업체 글로벌 미디어 인사이트(Global Media Insight)에 따르면 아랍에미리트 내 총 인구의 88.5%가 이주민으로 구성되어 있으며 약 11.5%만 아랍인인 것으로 나타남. 이 중 인도인이 약 262만 명(27.5%)으로 이주민 중에서는 물론 전체 아랍에미리트 인구 중에서도 가장 비중이 높은 것으로 나타남

[표 1.4] 2018년 아랍에미리트 국적에 따른 인구 구성



* 자료 : 세계은행(WorldBank), 글로벌 미디어 인사이트(Global Media Insight)

▶ 2018년, 인도식 간편조리식품 인기

아랍에미리트 내 가장 인기 있는 냉동, 냉장 간편조리식품은 인도제품으로, 이는 인도인과 파키스탄인의 인구 구성 비율이 상대적으로 높기 때문임. 인기 인도식 간편조리식품인 비리야니(Biryani)는 쌀을 주요 원료로 활용한 음식으로, 주로 향신료에 고기(닭, 양)나 각종 해산물, 채소 등을 곁들여 먹는 인도음식임.⁹⁾



사진자료: 초이드람(Choithrams) 홈페이지

시중에 판매되는 비리야니 제품은 닭고기 비리야니, 채식 비리야니를 포함하여 다양한 재료로 만든 제품이 있음.¹⁰⁾ 2023년까지는 인구 비율이 크게 변동이 없을 것으로 예상되어 인도식 간편조리식품이 꾸준히 인기를 끌 것으로 예상됨¹¹⁾

9) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in the United Arab Emirates, Country Report」, 2018.11

10) 온라인매장 초이드람(Choithrams) 내 제품 확인

11) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in the United Arab Emirates, Country Report」, 2018.11

II. Market Trend

SUMMARY

1. 즉석식품 중 선호 제품 유형은 '컵 식품'
2. U.A.E 식문화 트렌드, '더 간편하고 더 건강하게'
3. '김치, 비빔밥, 라면' 식품 선호도 증가 중
4. 야채 및 해산물 맛을 선호하는 U.A.E 소비자



Market Trend

(시장 트렌드)

아랍에미리트 (U.A.E)

즉석식품 트렌드 예측



조리 과정 없이 바로 섭취할 수 있는 제품 선호
'냉동 및 레토르트 식품 대비 냉장식품 언급 성장률 높아'



즉석식품도 글루텐 프리, 유기농, 할랄 찾는 이 많아져
'맛 역시 해산물, 야채와 같이 건강한 맛 선호'

■ United Arab Emirates Issue ①

바쁜 현대인의 삶,

즉석식품 수요 증가로 이어져

'여성의 경제 활동 증가로 바쁜 삶 사는 현대인 증가'

■ United Arab Emirates Issue ②

건강에 대한 높은 관심,

건강한 재료 및 맛 선호

'간편하고 건강한 식사로 주목받는 포장 샐러드'



포장 샐러드도 배달시켜 먹는 소비자들
'봉지 라면보다 더 간편한 컵라면 선호'



아직까지 UAE 시장 내 한식 인지도는 낮은 편
'단 전년 대비 김치, 라면, 비빔밥 언급량 크게 성장'

■ United Arab Emirates Issue ③

즉석식품도 더 간편하게

식사할 수 있는 형태 선호

'RTC(Ready-to-Cook)보다 RTE(Ready-to-Eat) 선호'

■ United Arab Emirates Issue ④

한류 영향과 아시아계 인구 증가로

한식 수용도 높아질 전망

'남아시아계 인구가 UAE 전체 인구의 약 60% 차지'

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 요약

●

데이터 수집
소스원



(아랍에미리트 농식품 매체 16개)
아랍에미리트 온라인마켓 1개)

●

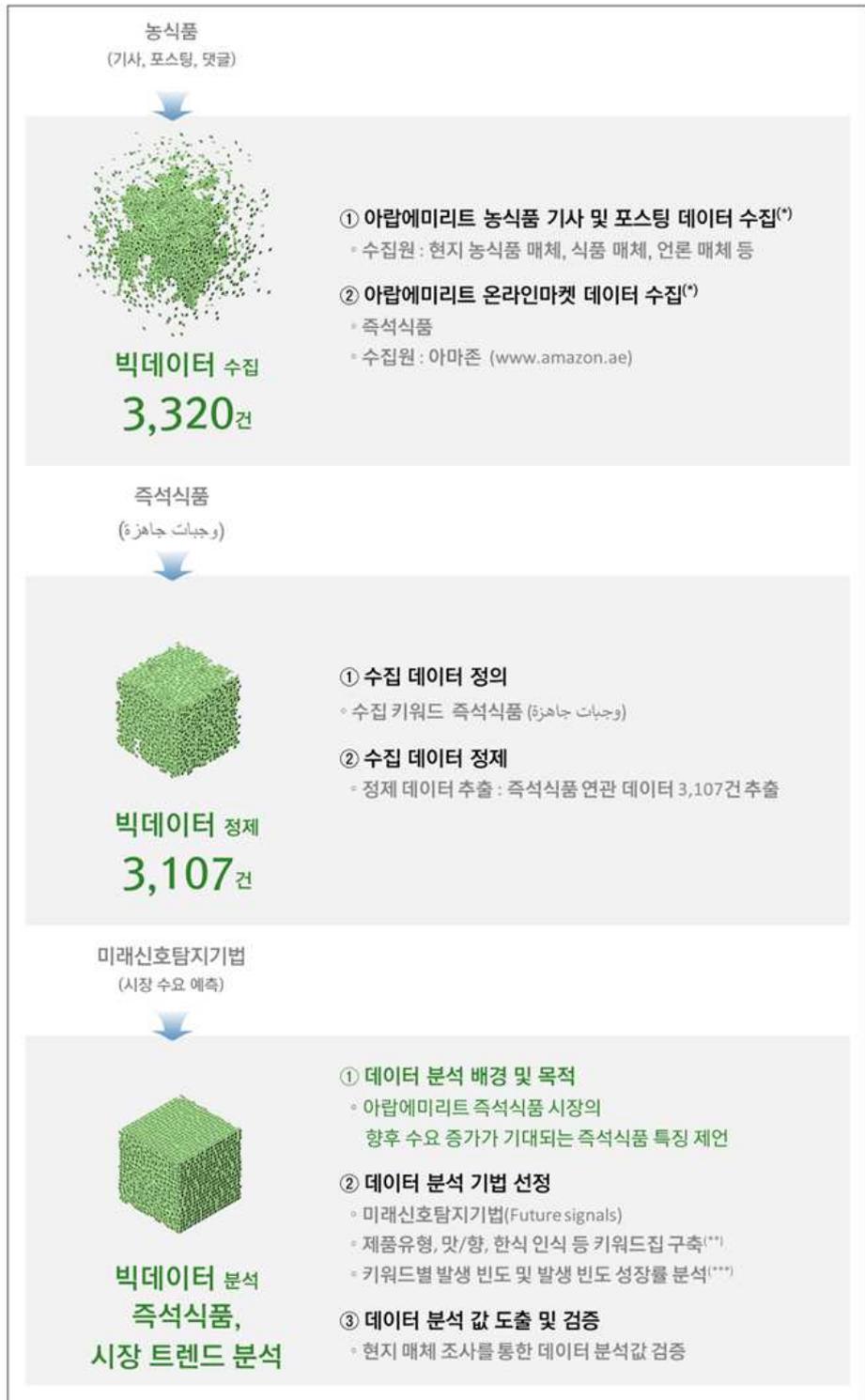
데이터 분류
키워드집



(아랍에미리트 즉석식품
연관 키워드집)

●

데이터 분석
미래신호탐지기법



1) 데이터 수집

○ 빅데이터 수집

- 아랍에미리트 농식품 매체, 잡지, 포스트

빅데이터 수집 기준

| | |
|--------|-----------------------|
| 데이터 수집 | |
| 수집 기간 | 18.01 - 19.06 |
| 수집 데이터 | 3,320건 |
| 데이터 정제 | |
| 정제 키워드 | 즉석식품 (وجبات جاهزة) |
| 정제 데이터 | 3,107건 |

[표 2.1] 아랍에미리트 매체 리스트

| 번호 | 매체명 | 홈페이지 | 비고 |
|----|------------------------|-----------------------------|------------|
| 01 | HHWT | www.havehalalwilltravel.com | 라이프스타일 매거진 |
| 02 | Gulf News | www.gulfnews.com.uae | 신문, 언론 매체 |
| 03 | Foodubai | www.foodubai.com | 농식품 매체 |
| 04 | FoodNavigator | www.foodnavigator.asia.com | 농식품 매체 |
| 05 | The National | www.thenational.ae | 신문, 언론 매체 |
| 06 | Khaleej Times | www.khaleejtimes.com | 신문, 언론 매체 |
| 07 | Al Bayan | www.albayan.ae | 신문, 언론 매체 |
| 08 | Emirates.com | www.emirates247.com | 신문, 언론 매체 |
| 09 | GulfToday | www.gulftoday.ae | 신문, 언론 매체 |
| 10 | Abu Dhabi World Online | www.adwonline.ae | 신문, 언론 매체 |
| 11 | Dubai Week | www.dubaiweek.ae | 신문, 언론 매체 |
| 12 | Friday Magazine | www.fridaymagazine.ae | 식품 매거진 |
| 13 | Emirates Business | www.emirates-business.ae | 비즈니스 매체 |
| 14 | Readme.ae | www.readme.ae | 신문, 언론 매체 |
| 15 | Health Magazine | www.healthmagazine.ae | 라이프스타일 매거진 |
| 16 | Cookpad | www.cookpad.com | 레시피 사이트 |
| 17 | Amazon | www.amazon.ae | 온라인 마켓 사이트 |

○ 빅데이터 분석 키워드집

- 아랍에미리트 즉석식품 시장 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 아랍에미리트 즉석식품 시장 관련 매체 리스트



현지 농식품 매체,
즉석식품 시장 트렌드



현지 식품 매거진,
식품 동향 및 전망



현지 비즈니스 매체,
즉석식품 시장 트렌드

| | | | | | |
|-------|-------------------|-------|--------------------|-------|------|
| 키워드 ① | 냉동식품 | 키워드 ① | 글루텐프리(Gluten-free) | 키워드 ① | 인스턴트 |
| 키워드 ② | RTE(Ready-to-Eat) | 키워드 ② | MSG | 키워드 ② | 간편함 |
| 키워드 ③ | 여성 | 키워드 ③ | 누들 | 키워드 ③ | 건강 |
| 키워드 ④ | 소득수준 | 키워드 ④ | 한국 | 키워드 ④ | 편리함 |

2) 데이터 분류

○ 빅데이터 분석 키워드집

- 아랍에미리트 즉석식품 빅데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 아랍에미리트 즉석식품 관련 분석 키워드

| 키워드 수립 근거 | | 분류 | 키워드 | | 수립 근거 ^(*) | | |
|-----------|-------------------|--------|--|--|----------------------|------|----|
| | | | 한국어 | 영어 / 아랍어 | 참여기업 | 경쟁기업 | 기타 |
| 참여 기업 | 한국 개발사 | 즉석 식품 | 라면 | Noodle / المعكرونة | | ○ | |
| | 사용 키워드 | | 미고랭 | Mi Goreng / مي غورنغ | | ○ | |
| 기타 | 시장 사전 조사 결과 기반 수립 | | 파스타 | Pasta / معكرونة | | ○ | |
| | | | 마카로니 | Macaroni / معكرونة | | ○ | |
| | | | 스프 | Soup / حساء | | ○ | |
| | | | 컵(형태) | Cup / كوب المعكرونة | ○ | | |
| | | | 파우치(형태) | Pouch / كيس | | ○ | |
| | | | 냉장 식품 | Chilled Ready Meals / وجبت جلفزة مبردة | | | ○ |
| | | | 냉동 피자 | Frozen Pizza / بيتزا مجمده | | | ○ |
| | | | 냉동 식품 | Frozen Ready Meals / وجبت جلفزة مجمدة | | | ○ |
| | | | 샐러드 | Prepared Salads / السلطة المعدة | | | ○ |
| 맛/향 | | | 치즈 맛 | Cheese / الجبن | ○ | | |
| | | 짜장 맛 | Jjajang / - | ○ | | | |
| | | 매운 맛 | Spicy / حار | ○ | | | |
| | | 단 맛 | Sweet / طعم حلو | ○ | | | |
| | | 신 맛 | Sour / حامض | | ○ | | |
| | | 짠 맛 | Salty / مالح | | ○ | | |
| | | 닭 | Chicken / دجاج | | ○ | | |
| | | 해산물 | Seafood / مأكولات بحرية | | ○ | | |
| | | 풍부한 맛 | Rich taste / طعم غني | | | ○ | |
| 인식 | | 간편 | Convenient / مناسب | ○ | | | |
| | | 전자레인지 | Microwave / الميكرويف | ○ | | | |
| | | 뜨거운 물 | Hot Water / الماء الساخن | | ○ | | |
| | | 오븐 | Oven / فرن | | ○ | | |
| | | GMO | GMO / GMO | | ○ | | |
| | | 설탕 | Sugar / السكر | | ○ | | |
| | | 건강 | Health / الصحة | | ○ | ○ | |
| | | 글루텐 프리 | Gluten free / خالي من الغلوتين | ○ | | | |
| 한식 | | 김치 | Kimchi / كيمتشي | | | ○ | |
| | | 비빔밥 | Bibimpap / بببببببب | | | ○ | |
| | | 김밥 | Gimbap / كيمباب | | | ○ | |
| | | 떡볶이 | Tteok-bokki / Tokpokki / الدوكبوكي | ○ | | | |
| | | 부침개 | Korean Pancake / البانكيك الكوري | | | ○ | |
| | | 라면 | Ramen / Ramion / الرامن الكوري | | | ○ | |
| | | 꽂배기 | Kwabagi / كواباجي | | | ○ | |
| | | 한국 치킨 | Korean Chicken / جاج على الطريقة الكورية | | | ○ | |
| | | 불닭 | Buldak / بولدك | | | ○ | |

3) 데이터 분석

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 아랍에미리트의 즉석식품 시장의 향후 수요를 예측하기 위함
- 향후 아랍에미리트 내 수요가 증가될 것이라고 예상되는 즉석식품 특징 제안

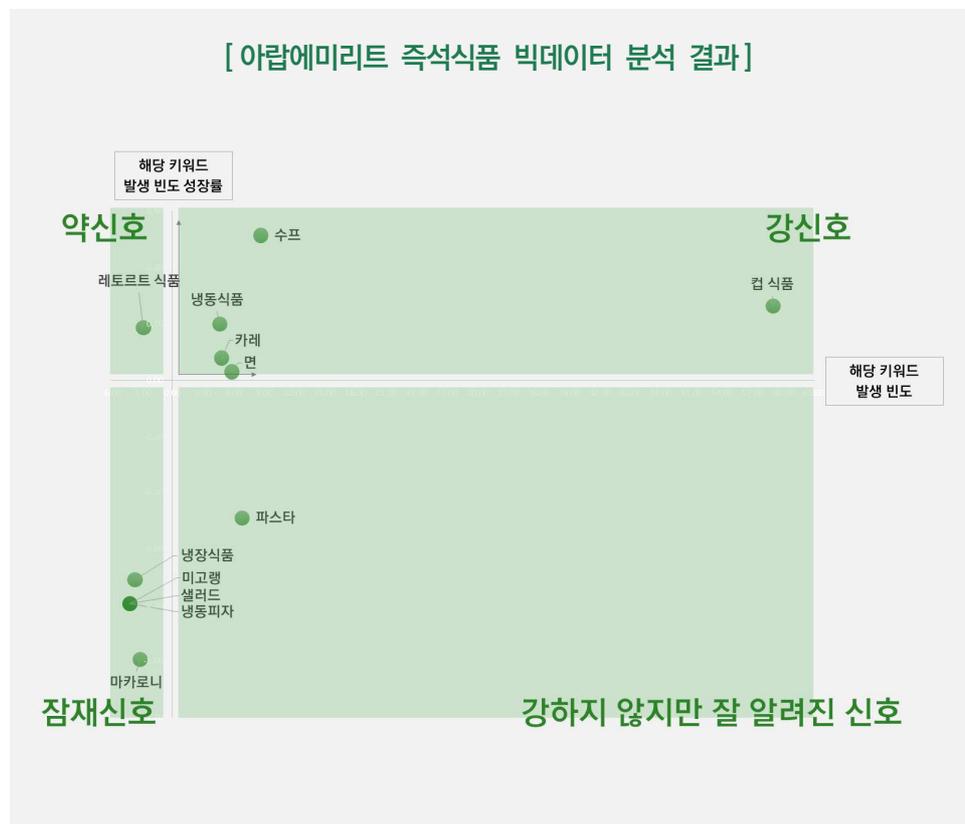
○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 미래신호탐지기법(Future Signals)
- 특정 키워드의 발생 점유율과 발생 증가율을 분석
(특정 키워드의 특정 기간 발생 빈도와 발생 점유율에 따른 향후 수요 예측)
- 아랍에미리트 내 ‘즉석식품’의 ‘최근 6개월’ 발생 빈도 및 증가율 분석

○ 빅데이터 분석 값 정의

- X축 : 키워드 발생 빈도 / - Y축 : 키워드 발생 빈도 성장률
- 일사분면(약신호) : 향후 부상할 것으로 예상되는 이슈
- 이사분면(강신호) : 다수가 인지하고 있는 중요한 이슈
- 삼사분면(잠재신호) : 인지도 및 증가율이 낮은 잠재 이슈
- 사사분면(강하지 않지만 잘 알려진 신호) : 인지하고 있으나, 증가율이 높지 않은 이슈

● 미래신호탐지기법
(Future Signals)



1. 즉석식품 중 선호 제품 유형은 ‘컵 식품’

RTE(Ready-to-Eat) 예시

① 포장 샐러드



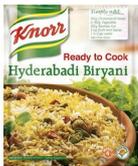
② 통조림 고기



RTC(Ready-to-Cook) 예시

① 비리야니

(Biryani, 인도식품)



② 라면



▶ 빠르게 성장하는 U.A.E의 즉석식품(RTE, RTC)¹²⁾ 시장

U.A.E 국민들의 삶이 더욱 바빠지면서 즉석식품 이용이 늘고 특히 여성의 경제 활동이 증가하면서 이러한 현상이 더욱 뚜렷해짐.¹³⁾ 주목할만한 점은 냉동식품 및 레토르트 식품 언급률이 빠르게 성장하고 있다는 점임. 수프, 카레, 면 키워드도 함께 성장하고 있어 해당 내용물의 즉석식품 수요가 높아진 것으로 보임

▶ 컵 즉석식품이 파우치 형태보다 프리미엄으로 인식돼

U.A.E 전체 인구의 약 60%를 차지하고 있는 남아시아 계열(인도, 파키스탄 등) 인구 수가 증가하면서 쌀과 면에 대한 수요 역시 증가함. 이에 따라 해당 내용물의 즉석식품이 괄목할만한 성장세를 보임. 특히 컵라면 선호도가 봉지 라면보다 더 높는데 이는 컵라면이 프리미엄으로 인식되는 분위기와 식사하기가 더 간편하다는 점에서 선호도가 높음¹⁴⁾

▶ U.A.E 즉석식품 제품 유형 관련 주요 키워드

① 냉동식품 ② 레토르트 식품 ③ 컵 식품

[표 2.4] U.A.E 즉석식품 제품 유형 연관 성장 이슈



자료 : U.A.E 즉석식품 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 3,107건 분석 (18. 01 - 19. 06)

12) 즉석 식품은 즉석에서 조리할 수 있는 제품(Ready-to-Cook, RTC)과 바로 섭취할 수 있는 제품(Ready-to-Eat, RTE)으로 구분할 수 있음

13) 자료: 푸드바이닷컴(Foodubai.com), 「Frozen and Ready-to-Eat Food is an Exponentially rising segment in UAE」, 2019.03.05

14) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in the United Arab Emirates」, 2018.11

2. U.A.E 식문화 트렌드, ‘더 간편하고 더 건강하게’

샐러드 배달 서비스 제공 업체 ‘Right Bite’



Right Bite - بايت

Burj Khalifa Area • Delivery

▶ U.A.E 소비자, 건강한 식단에 대한 높은 관심

2018년부터 5% 부가세(VAT) 적용으로 물가가 오르고 소비 심리는 위축되었으나 프리미엄 및 건강식품에 대한 니즈는 높은 수준으로 유지됨. 특히 밀레니얼 세대의 건강 관심도가 높아 이들을 대상으로 글루텐 프리(Gluten-free), 슈퍼푸드, 저칼로리 식품이 출시되고 있음.¹⁵⁾ 실제로 U.A.E 소비자의 과반이 한달에 한 번 이상은 유기농 식품을 구매하며 38%는 전년 대비 유기농 식품 구매가 증가했다고 응답함.¹⁶⁾ 이러한 웰빙 트렌드가 즉석식품 시장에도 반영된 것으로 보여짐

▶ 건강도 챙기면서 더욱 간편하게 먹을 수 있어 포장 샐러드 선호도 증가

‘뜨거운 물’, ‘전자레인지’, ‘번거로운’ 등의 키워드를 통해 즉석식품은 그 조리 과정이 다소 번거롭다는 인식이 있음. 최근 포장샐러드(Prepared salads)가 U.A.E 소비자들에게 인기를 끌고 있음. 이는 조리 과정 없이 바로 섭취할 수 있고 건강한 식단이라는 점이 장점으로 인식된 것으로 보임 또한 배달 서비스를 제공하는 샐러드 업체도 등장해 그 구매 경로가 확장되고 있음¹⁷⁾

▶ U.A.E 즉석식품 소비자 인식 관련 주요 키워드

- ① 건강한 재료 ② 편리성 추구

[표 2.5] U.A.E 즉석식품 인식 연관 중요 이슈



자료 : U.A.E 즉석식품 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 3,107건 분석 (18. 01 - 19. 06)

15) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Packaged Food in the United Arab Emirates」, 2018.12

16) 자료: 걸프뉴스(GulfNews), 「Survey shows UAE consumers buying more organic food」, 2018.09.19

17) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in the United Arab Emirates」, 2018.11

3. ‘김치, 비빔밥, 라면’ 식품 선호도 증가 중

▶ U.A.E 소비자에게 한식은 아직 인지도가 낮은 음식

U.A.E 온라인 마켓이나 식당 내에서 한식은 찾아보기 힘든 메뉴임. 실제로 한식과 관련해 강신호를 보이는 키워드는 나타나지 않아 한식 인지도가 높지 않다는 것을 알 수 있음. 떡볶이 언급량 역시 저조한 편임. 다만 작년부터 김치, 라면, 비빔밥의 언급량이 빠르게 증가함. 최근 유튜브 등 소셜 미디어를 통해 케이팝 뿐만 아니라 한국의 음식, 언어에도 관심 가지는 소비자가 점차 늘고 있음¹⁸⁾



출처: 글로벌 미디어 인사이트

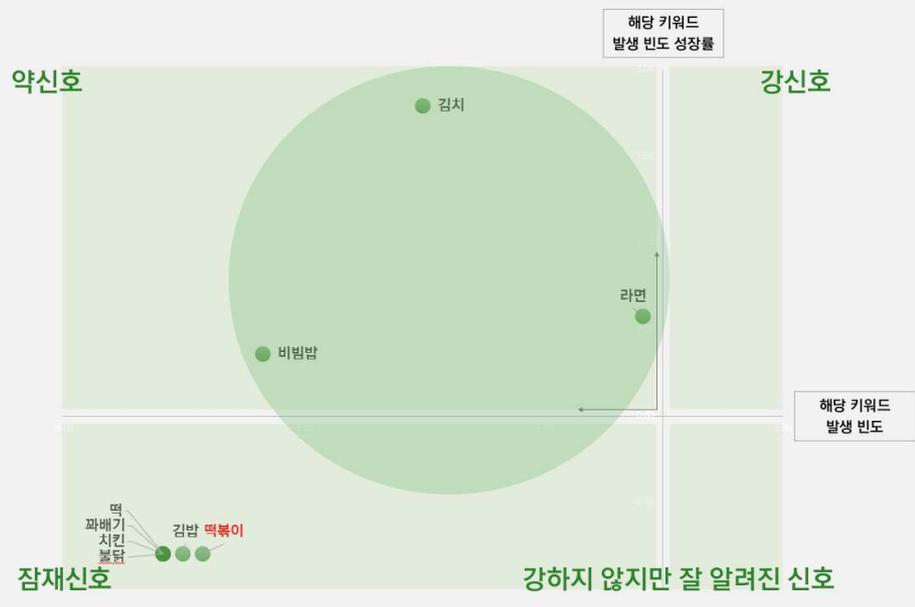
▶ 아시아계열 인구 증가로 한식 수용 가능성 높아져

U.A.E는 다양한 국적의 인구가 모여 살고 있어 인구 특성에 따라 식·음료 시장이 변화함. KPMG에서 발간한 ‘U.A.E 2018 식·음료 보고서’에서는 최근 아시아계열 인구가 증가하면서 한식 수용도가 증가할 것으로 예상함.¹⁹⁾ 방한 무슬림 관광객 대상으로 한 조사에 따르면 한국 음식 중 불고기, 비빔밥 다음으로 떡볶이 선호도가 가장 높게 나타남²⁰⁾

▶ U.A.E 시장 내 한식 관련 주요 키워드

- ① 김치 ② 라면 ③ 비빔밥

[표 2.6] U.A.E의 한식 관련 잠재 이슈



자료 : U.A.E 즉석식품 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 3,107건 분석 (18. 01 - 19. 06)

18) 자료: 더네셔널(The National), 「Why do people in the UAE love K-Pop so much?」, 2018.09.09

19) 자료: 케이피엠지(KPMG), 「UAE 2018 Food & Beverage report」, 2019.02

20) 자료: 한국관광공사, 「2018년 방한 무슬림 관광 실태 조사」, 2018.12

4. 야채 및 해산물 맛을 선호하는 U.A.E 소비자

▶ 즉석식품은 ‘야채’나 ‘해산물’과 같은 건강한 맛 선호

U.A.E는 채식에 더불어 최근 팔레오(Paleo)²¹⁾ 식단이 유행하고 있음. 이에 가공 식품을 지양하고 야채나 해산물을 선호하는 분위기임. 현지 식단뿐만 아니라 수프나 인스턴트 면 제품에 한해 선호하는 맛을 살펴본 결과 양파, 야채, 치킨, 새우 맛 제품 판매량이 주를 이룸.²²⁾ 실제 즉석식품 맛 관련 빅데이터 분석 결과, 야채, 해산물 키워드가 두드러지게 나타남

N사 해산물맛 라면



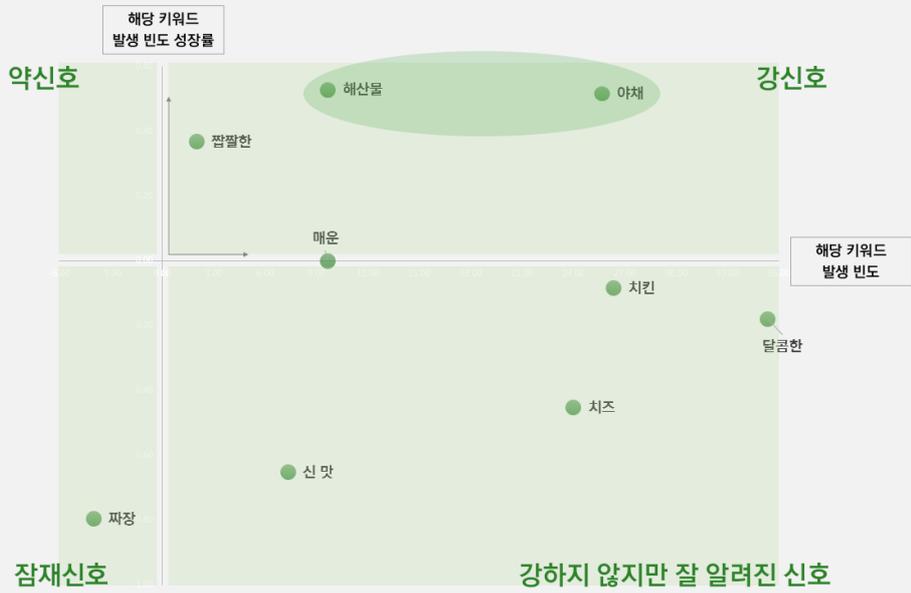
▶ U.A.E 시장 진출을 위해 다양한 맛 제품 출시

N사와 O사는 U.A.E 시장에서 자리 잡은 한국 브랜드 제품임. N사와 O사 라면은 제품 현지화를 위해 기존 맛 외에도 치킨, 새우, 해산물 등 더 다양한 맛을 출시해 선택 범위를 넓히고 있음²³⁾

▶ UAE 즉석식품 맛 관련 주요 키워드

- ① 야채, ② 해산물

[표 2.7] UAE 즉석식품 맛 관련 주요 키워드



자료 : U.A.E 즉석식품 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 3,107건 분석 (18. 01 - 19. 06)

N사 야채맛 라면



21) 원시시대의 식단이나 식습관을 의미. 주로 단백질이나 식이섬유가 풍부하고 가공하지 않은 신선한 식품 섭취. GMO(유전자변형농산물) 식품은 금지

22) 자료: 패스포트(Passport), 「2018 Analysis by Flavour: Soup and Instant Noodle」, 2019.07.12.

23) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in the United Arab Emirates」, 2018.11

III. Distribution Channel

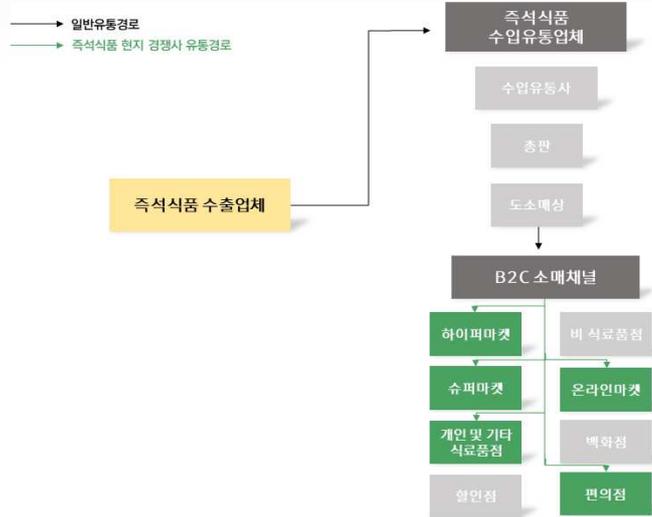
SUMMARY

1. 아랍에미리트 즉석떡볶이 유통구조
2. 아랍에미리트 즉석떡볶이 주요 유통업체
3. 아랍에미리트 즉석떡볶이 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



아랍에미리트 (UAE)

즉석식품²⁴⁾ 유통채널 현황

| 채널 유형 | 채널 분류 | 점유율 ²⁵⁾ | 주요 채널 ²⁶⁾ |
|-----------|-----------------------------|--------------------|---|
| B2C 소매 채널 | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 92.7% | 알 마야 슈퍼마켓(Al Maya Supermarket), 가르푸 마켓(Carrefour Market), 웨스트 존(West Zone), 바이 앤 세이브(Buy 'N' Save), 스피니스(Spinneys), 알 마디나 슈퍼마켓(Al Madina Supermarket), 초이트렘스(Choitrams), 웨이트로즈(Waitrose), 루루 슈퍼마켓(LuLu Supermarket), 메가마트(Megamart), 리프코(Lifco), 스파(Spar) |
| | 개인 및 기타 식료품점 ²⁷⁾ | 4.6% | 한아름 마트(Hanarum Mart), 1004 마트(1004 Mart), 큐코(QKO), 진 푸드(Jin foods), 신씨네(Shinsine) |
| | 편의점 | 2.5% | 줌(Zoom), 스피니스(Spinneys), 프레시 플러스(Fresh Plus), 올 데이 미니마트(All Day Minimart), 스파 익스프레스(Spar Express), 써클 케이(Circle K), 루루 익스프레스(LuLu Express), 투웨니포 세븐(24 Seven), 세븐일레븐(7-Eleven) |
| | 온라인마켓 | 0.2% | 소큐닷컴(Souq.com), 아마존(Amazon), 랜드마크숍스닷컴(LandmarkShops.com), 어웍닷컴(Awok.com), 눈닷컴(Noon.com), 남시(namshi) |

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

24) '즉석떡볶이'에 대한 세부 품목 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '즉석식품(Ready Meals)'의 정보를 확인함

25) 2018년 기준, 아랍에미리트 내 즉석식품의 유통채널 점유율임

26) 채널 분류에 따른 아랍에미리트 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

27) 개인 및 기타 식료품점의 경우 아시안 마트를 포함한 개인 식료품점을 뜻함

1. 아랍에미리트 즉석식품 유통구조

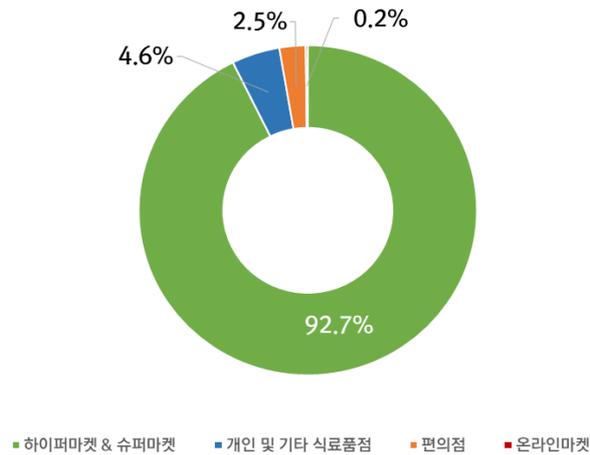
품목 구분 및 분류

| | |
|----|------------|
| 품목 | 즉석떡볶이 |
| 구분 | 즉석식품 |
| 범주 | Ready Meal |

▶ 아랍에미리트 즉석식품 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(92.7%), 개인 및 기타 식료품점(4.6%), 편의점(2.5%)

[표 3.1] 아랍에미리트 즉석식품 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 아랍에미리트 즉석식품 유통채널 현황

| 채널 유형 | 즉석식품 채널 분류 | | |
|-----------|--------------|-------|---|
| | 채널 유형 | 점유율 | 채널명 |
| B2C 소매 채널 | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 92.7% | 알 마야 슈퍼마켓(Al Maya Supermarket), 까르푸 마켓(Carrefour Market), 웨스트 존(West Zone), 바이 엔 세이브(Buy 'N' Save), 스피니스(Spinneys), 알 마디나 슈퍼마켓(Al Madina Supermarket), 초이트렘스(Choitrams), 웨이트로즈(Waitrose), 루루 슈퍼마켓(LuLu Supermarket), 메가마트(Megamart), 리프코(Lifco), 스파(Spar) |
| | 개인 및 기타 식료품점 | 4.6% | 한아름 마트(Hanarum Mart), 1004 마트(1004 Mart), 큐코(QKO), 진 푸드(Jin foods), 신씨네(Shinsine) |
| | 편의점 | 2.5% | 줌(Zoom), 스피니스(Spinneys), 프레시 플러스(Fresh Plus), 올 데이 미니마트(All Day Minimart), 스파 익스프레스(Spar Express), 씨클 케이(Circle K), 루루 익스프레스(LuLu Express), 투웨니포 세븐(24 Seven), 세븐일레븐(7-Eleven) |
| | 온라인마켓 | 0.2% | 소큐닷컴(Souq.com), 아마존(Amazon), 랜드마크숍스닷컴(LandmarkShops.com), 어웍닷컴(Awok.com), noon닷컴(Noon.com), 남시(namshi) |

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 아랍에미리트 즉석식품 주요 유통업체

▶ 아랍에미리트 즉석식품 취급 유통채널, 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이 대표적

[표 3.3] 아랍에미리트 즉석식품 취급 주요 유통업체

| 순번 | 기업명 | 기업구분 | 규모 (매출액) ²⁸⁾ | 입점브랜드 | 유사제품 취급경험 |
|----|-----------------------|--------------------|------------------------------------|---|--------------|
| 1 | 까르푸 (Carrefour) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 약 41억 7,940만 달러 (약 4조 9,338억 원) | 까르푸(Carrefour), 닥터 오텔커(Dr Oetker), 델몬트(Del Monte), 바라캣(Barakat), 아메리카나(Americana), 팁탑(TipTop), 스마트 골렛(Smart gourmet) | 0 |
| 2 | 알 마야 (Al Maya) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 약 4억 5,160만 달러 (약 5,331억 원) | 닥터 오텔커(Dr Oetker), 델몬트(Del Monte), 아메리카나(Americana), 사디아(Sadia), 마야스(Maya's), 와이와이(WaiWai), 올 사팍(Al Safwa) | 0 |
| 3 | 초이뜨람스 (Choithrams) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | (-) | 깃스(Gits), 테스코(Tesco), 올드 엘 파소 (Old El Paso), 고웰(Gowell), 칸티나(Cantina), 마부하이(Mabuhay) | 0 |
| 4 | 웨스트 존 (West Zone) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 약 3억 830만 달러 (약 3,640억 원) | 알 베이커(Al Baker), 맥케인(McCAIN), 네이처 벨리(Nature Valley), 메기(Maggi), 사디아(Sadia), 닥터 오텔카(Dr. OETKAR), 마리피(Maretti) | 0 |
| 5 | 스피니스 (Spinneys) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 약 2억 9,000만 달러 (약 3,424억 원) | 스피니스(Spinneys), 안토니 아마토(Antoni Amato), 바릴라(Barilla), 알리기(Arrighi), 부이토니(Buitoni), 갈데니아(Gardenia), 페리코(Ferico), 헤인즈(Heinz), 메기(Maggi), 판자니(Panzani) | 0 |

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

28) 1달러=1180.5원 (2019.07.08., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[표 3.4] 아랍에미리트 즉석식품 취급 주요 유통업체

| 순번 | 기업명 | 기업구분 | 규모 (매출액) ²⁹⁾ | 입점브랜드 | 유사제품 취급경험 |
|----|--------------------------|--------------------|-----------------------------|--|--------------|
| 6 | 루루 (LuLu) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 약 74억 달러 (약 8조 7,357억 원) | 루루(LuLu), 벌드스아이(BirdsEye), SK(에스케이), 가드레(GADRE), 에이미스 키친 (Amy's Kitchen), 아메리카나(Americana), 알 페즈(Al Fez), 아리아(Ariyam) 파스타리꼬(PastaRicco), 판자니(Panjani), 샘밀(Sam Mills), 데 세코(De Cecco) | 0 |
| 7 | 큐코 (QKO) | 아시안 마트 | (-) | B사, 올 그루(All Groo), 스시 토요(Sushi Toyo) | 0 |
| 8 | 천사마트 (1004 Mart) | 아시안 마트 | (-) | 매시리(Maesri), 엑스오(XO), C사, D사, 닛타야(Nittaya), E사, 마노라(MANORA) | 0 |
| 9 | 진 푸드 (Jin Food) | 아시안 마트 | (-) | J사, C사, D사, E사, F사, 왕(Wang), G사, H사 | 0 |
| 10 | 한아름 마트 (Hanarum Mart) | 아시안 마트 | (-) | C사, D사, E사, G사, I사 | 0 |

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

29) 1달러=1180.5원 (2019.07.08., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 아랍에미리트 즉석식품 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 까르푸(Carrefour)

| | | | |
|-------------|---|---------------------------------------|------------------------------------|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 까르푸(Carrefour) | |
| | 홈페이지 | www.carrefouruae.com | |
| | 위치 | 두바이(Dubai) | |
| | 규모 | 매출액('18) | 약 41억 7,940만 달러 (약 4조 9,338억 원) |
| 기업 요약 | 기타 규모 | 매장 수('18): 71개 직원 수('18): 약 9,200명 | |
| | <ul style="list-style-type: none"> - 1995년 아랍에미리트 까르푸 설립 - 아랍에미리트 식료품 유통업계 1위 - Majid Al Futtaim Retail 소유 - 현재 아랍에미리트 내 71개 매장 운영 | | |
| 기업 최근 이슈 | <p>기업 요약</p>   | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> - 전국 31개 까르푸에서는 일회용 비닐봉지의 사용량을 줄이고자 재사용이 가능한 에코백 판매를 시작함 - UAE 내 최초로 재사용 쇼핑백 판매 소매업체이며, 작년에 판매를 시작한 이래로 쇼핑백 구매 고객 수가 10배 가까이 증가한 것으로 나타남 - 접이식 캔버스 백을 구매하는 고객을 대상으로 이름이나 이니셜을 세길 수 있는 모노그램을 무료로 제공하고 있음 | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 판자니 라자냐 (PANZANI Lasagne) |
| | | 종류 | 즉석식품 |
| | | 용량 | 500g |
| | | 원산지 | 프랑스 |

자료: 까르푸UAE(Carrefour UAE) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 걸프비즈니스(Gulf Business), 아이워너프로퍼티(iwannaproperty), 까르푸UAE(Carrefour UAE)

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|--|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 면류, 스낵류, 음료류, 가공식품, 즉석식품, 소스류, 김치, 냉동류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄 인증 제품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 까르푸의 입점료 폐지정책으로 인해 타 하이퍼마켓 대비 가격이 저렴함 - 대부분의 제품은 로컬 에이전트를 통해 공급됨 - 생산 및 제조 과정에서 돼지고기 성분이 포함될 가능성이 있을 경우, 제품에 표시되어있음 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 폼 작성 및 등록 (별도 이메일을 통한 접속은 불가) (www.carrefouruae.com/contact-us) - 로컬 에이전트를 통한 등록 |
| | 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소) ② 관련 내용 (일반, 회사 관련, 전산 관련, 사후서비스 관련, 공급 관련) ③ 상세내용 (회사소개, 제품소개 외 자유기재) |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 한달 - 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 |

자료: 까르푸UAE(Carrefour UAE) 홈페이지



② 알 마야(Al Maya)

| | | | | |
|-------------|---|--|--|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 알 마야(Al Maya) | | |
| | 홈페이지 | www.almaya.ae | | |
| | 위치 | 두바이(Dubai) | | |
| | 규모 | 매출액('18) | 약 4억 5,160만 달러 (약 5,331억 원) | |
| | | 기타 규모 | 매장 수('18): 50개 이상 직원 수('18): 약 5,000명 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 1982년 설립 - 전 세계 약 30개국에 분포 - 약 5,000명의 직원 보유 - 아랍에미리트 내 약 50개 이상의 슈퍼마켓 운영중 - 백만 평방 피트가 넘는 물류창고를 보유함 | | | |
| 기업 최근 이슈 | | <p>- 호주의 슈퍼마켓 울월스(Woolworths)와 제휴를 맺음 이에, 아랍에미리트 전역에 호주산 소스, 조미료, 비스킷, 제과류, 통조림 과일 및 주스를 포함하여 약 90여 가지의 제품을 UAE에 출시함</p> | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 베게타 믹스 볼로네제 베이컨 파스타 (Vegeta Mix for Bolonese Baked Pasta) | |
| | | 종류 | 즉석식품 | |
| | | 용량 | 60g | |
| | | 원산지 | 크로아티아 | |

자료: 알 마야(Al Maya) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 하이두바이(HiDubai), 알 마야(Al Maya) 홈페이지

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|--|--|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선, 즉석식품, 유기농, 제과, 냉동, 다이어트, 유제품 등 - 일반: 가전용품, 생활용품, 위생용품 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄 식품 입점 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 돈육 및 돈육 첨가 제품은 반드시 (Pork) For Non Muslim 코너에서만 전시 *알 마야는 아랍에미리트 내 돈육을 판매하는 일부 매장 중 하나임 - 신선 및 가공식품, 24시간 무료 배송 서비스 - 일부 한국 브랜드 제품도 취급 - 필리핀 수입식품 섹션 별도 구비 - 호주 울월스 브랜드 제품 독점 유통 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일 또는 공개메일로 송부 |
| | 등록 정보 | ① 공급자 정보 (공급자이름, 주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> · 입점관련 담당자 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 이름: Mr. Anil - 직책: Purchase Manager (Import & Export) - 이메일: cwh@almayagroup.com - 공개메일: info@almaya.ae · 검토 소요시간: 약 한달(담당자 스케줄에 따라 달라질 수 있음) |

자료: 알 마야(Al Maya) 홈페이지, Dubai OFW 홈페이지, 유통업체 인터뷰

Choithrams

③ 초이프람스(Choithrams)

| | | | |
|-------------|--|---|--|
| | 기업명 | 초이프람스(Choithrams) | |
| | 홈페이지 | www.choithrams.com | |
| | 위치 | 두바이(Dubai) | |
| | 규모 | 기타 규모 | 매장 수('18): 39개 |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 1944년 아프리카 시에라 리온에서 작은 식료품 가게로 시작하여 1974년 아랍에미리트에 설립 - 식료품 분야뿐만 아니라 물류 및 유통 서비스도 제공함 - 오만과 바레인으로 비즈니스를 확장함 - 환경 친화적 식료품업체로 명성을 유지하기 위한 많은 노력을 지속적으로 하고 있음 - 오랜 역사와 경험을 내세운 전략을 통해 비즈니스를 함 - 2014년부터 아랍에미리트 내에 테스코(Tesco)의 제품을 독점으로 판매함 | |
| | |  | |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> - 아부다비(Abu Dhabi)에 위치한 초이프람스 팔콘(ChoithramsFalcon) 슈퍼마켓은 위생과 폐기물 관리 우수매장으로 아부다비 내 최고의 슈퍼마켓 상을 수상함 | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 깃스 레디 밀스 파니어 티카 마살라 (Gits Ready Meals Paneer Tikka Masala) |
| | | 종류 | 즉석식품 |
| | | 용량 | 285g |
| | | 원산지 | 인도 |

자료: 초이프람스(Choithrams) 홈페이지, 초이프람스(Choithrams) 그룹 홈페이지
 사진 자료: 초이프람스(Choithrams) 홈페이지, 농식품수출정보(Kati)

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|---|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선과채류, 소스류, 건강식품, 가공식품, 즉석식품, 음료류, 유제품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 좋고 위생적으로 우수한 제품 - 할랄 인증 제품 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 공개메일로 송부 - 로컬 에이전트를 통한 등록 |
| | 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> - 공개메일: life@choithrams.com - 과거 Future Consumer Limited 社와 소매 및 유통 파트너 관계를 맺은바와 같이 제조사와 직접 입점 논의가 이루어지기 보다는 유통벤더를 통한 입점을 선호함 |

자료: 초이프람스(Choithrams) 홈페이지



④ 웨스트 존(West Zone)

| | | | | |
|--|--|------------------|-------------------------------------|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 웨스트 존(West Zone) | | |
| | 홈페이지 | www.westzone.com | | |
| | 위치 | 두바이(Dubai) | | |
| | 규모 | 매출액('18) | 약 3억 830만 달러 (약 3,640억 원) | |
| | | 기타 규모 | 매장 수('18): 31개 직원 수('18): 약 700명 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 2005년 설립 - 아랍에미리트 내 31개의 점포 보유 - West Zone, Yash, Praise, La Filipina, Pinoy, Nine 6개의 자체 브랜드를 보유하고 있음 - 신선도, 품질, 편의성에 중점을 둔 슈퍼마켓으로 지역의 고객의 요구사항을 바탕으로 서비스를 제공하고자 함 | | | |
|  | | | | |
| 기업 최근 이슈 ³⁰⁾ | <ul style="list-style-type: none"> - 2019년 1월, 라이벌 Giant Group사의 Safestway를 인수함 - AL SHARHAN BUILDING에 새로운 점포를 추가로 오픈함 | | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 맥케인 프렌치 프라이스 (McCain french fries) | |
| | | 종류 | 즉석식품 | |
| | | 용량 | 2.5kg | |
| | | 원산지 | 캐나다 | |

자료: 웨스트 존(West Zone) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 걸프뉴스(GULF NEWS)
 사진 자료: 두바이오프더블유(Dubaiowf), 웨스트 존(West Zone) 홈페이지

30) 웨스트 존(West Zone) 홈페이지, 걸프뉴스(GULF NEWS)(gulfnews.com), 「UAE's Safestway supermarket brand sold」, 2019.01.21.

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|---|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 유기농, 신선, 즉석식품, 유제품, 제과, 육류, 냉동, 해산물, 향신료, 음료 등 - 일반: 유아용품, 원예용품, 애완용품, 생활용품, 화장품, 잡지 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 가격경쟁력 보유 제품(동종업계 대비 저렴한 가격으로 제품 제공) • 할인행사(주간, 월간, 국가기념일; Eid, New Year 등) • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 돈육 및 돈육 첨가 제품은 반드시 (Pork) For Non Muslim 코너에서만 전시 *웨스트 존은 아랍에미리트 내 돈육을 판매하는 일부 매장 중 하나임 - 필리핀 수입식품 섹션 별도 구비 - 자체 PB 브랜드 취급 - 프로모션 진행 (www.westzonefresh.com → promotions' space) | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | 회사소개서 및 카탈로그를 수입 담당자 이메일 또는 공개메일로 송부 온라인 폼 작성 및 등록 (www.westzonefresh.com → Supplier) |
| | 등록 정보 | ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일주소, 회사명, 회사등록번호, 업태, 연혁) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 기존 판매처 정보 (판매처 이름, 양, 가격 등) |
| | 특이사항 | · 입점관련 담당자 정보 - 이름: Mr. Shanu - 직책: Import Manger - 이메일: inventory@westzonefresh.com - 공개메일: info@westzonefresh.com |

자료: 웨스트 존(West Zone) 홈페이지, 웨스트 존 프레시(West Zone Fresh) 홈페이지, 유통업체 인터뷰



⑤ 스피니스(Spinneys)

| | | | | |
|-------------------------------|--|------------------------|--|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 스피니스(Spinneys) | | |
| | 홈페이지 | www.spinneys-dubai.com | | |
| | 위치 | 두바이(Dubai) | | |
| | 규모 | 매출액('18) | 약 2억 9,000만 달러 (약 3,424억 원) | |
| | | 기타 규모 | 매장 수('18): 51개 (슈퍼마켓 30개, 편의점 21개) | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 1961년 설립 - Albwardy Investment 100%의 지분 소유 - 영국계 대형유통업체로 아랍에미리트 내 51개(슈퍼마켓 30개, 편의점 21개)의 점포를 운영하고 있음 - 고품질 및 유기농 제품 취급 및 판매 비중이 높음 | | | |
| 기업 최근 이슈 ³¹⁾³²⁾ | <ul style="list-style-type: none"> - 2019년 6월, Ajman 지역에 14,000평방 피트의 신규 매장을 오픈함. 올해 연말까지 8개 매장을 추가 오픈 예정 - 스피니스 자체 브랜드 제품 2019년 7월부터 UAE 아마존 내 판매 시작 | | | |
| 입점 절차 및 협력 정보 | <p>Mr. Swarna (서비스 담당자)와 인터뷰 진행</p> <ul style="list-style-type: none"> - 제품 소개를 위해 구매부에 연락하길 권장함 - 구매부서 연락처를 안내함 | | | |
| 유사제품 정보 | | 제품명 | 닥터 외트커 피자 (DR. OETKER PIZZA ASSORTED) | |
| 종류 | | 즉석식품 | | |
| 용량 | | 335g | | |
| 원산지 | | 독일 | | |

자료: 알브워드디 인베스트먼트(Albwardy Investment), 스피니스 딜리버리(Spinneys delivery) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 아라비안 비즈니스(Arabian Business), 포스퀘어(Foursquare), 스피니스 딜리버리(Spinneys delivery) 홈페이지

31) 리테일앤레저 인터내셔널(Retail & Leisure International), 「Spinneys planning UAE expansion.」, 2019.06.21.

32) 에스엠이10X(SME10X), 「Spinneys products are now available on Amazon UAE.」, 2019.07.09.

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|---|--|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선과채류, 즉석식품, 소스류, 주류, 건강식품, 가공식품, 유아식품, 음료류, 유제품, 사료 등 - 일반: 생활용품, 뷰티용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 좋고 위생적으로 우수한 제품 - 바이오 유기농 제품 - 글루텐이 없는 제품 - 할랄 인증 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 가격이 비싸더라도 매장 이미지와 포지셔닝에 맞는 품질 우수 제품이 다수 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | <ul style="list-style-type: none"> - 구매부(+971-4-2743332)와 연락을 통한 등록 - 로컬 에이전트를 통한 등록 |
| | 준비 사항 | <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 기본 정보 (원산지, 품목, 브랜드 이름, 제품 이름) ③ 공급 제품 세부 정보 (제품 판매처, 제품 장점, 시장성, 주요 소비층) |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> - 주요 고객층이 건강을 중시하는 고객들임에 따라 신선하고 고품질 원료를 이용한 식품을 선호함 |

자료: 스피니스 딜리버리(Spinneys delivery) 홈페이지

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|--|--|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 유기농, 신선, 즉석식품, 유제품, 제과, 육류, 냉동, 해산물, 향신료, 음료 등 - 일반: 유아용품, 위생용품, 생활용품, 화장품, 전자제품, 휴대폰 등 - 100,000SKU(스톡 키팅 유닛) 취급 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 식품(유기농 인증보유) - 신선과일 및 식품의 경우, 현지 생산업체로부터 직매입 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 가공식품 50~70% 해외 대형 공급업체로부터 직매입 - 다양한 국적의 이민자 증가함에 따라 소비자를 위해 여러 국가의 제품 취급 | |
| | 등록 유형 | <input type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 밴더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | 공급업체 위탁판매 |
| | 밴더 정보 | 기업명: Crescent General Trading 담당자: Mr. Reji Koruth 직책: Divisional Head, FMCG Division 이메일: fmcg@nikai.com 연락처: +971 4 355 4242 납품 유통채널: 루루마켓, 스피니스, 알 마디나, 까르푸, 웨스트 존, 알 마야, 유니온 쿵, 초이뜨람스 |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> · 홈페이지 내 온라인 등록 방식 없음 · 단, 루루그룹인터내셔널 Contact us를 통한 입점 문의 가능 · 공개메일: headoffice@ae.lulumea.com |

자료: 루루마켓(LuLu market)홈페이지, 루루그룹인터내셔널(LuLu GROUP INTERNATIONAL), 크레센트제너럴트레이딩(Crescent General Trading) 홈페이지, 프레시플라자(Freshplaza) 홈페이지

2) 아시안 마트



유통채널 담당자 정보

| | |
|-----|-----------------|
| 이름 | Mr. Omar |
| 직책 | Store In-charge |
| 이메일 | omar@qko.me |

① 큐코(QKO)

| | | | |
|------------------|--|------------------------|------------------------------------|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 큐코(QKO) | |
| | 홈페이지 | www.qkoasianmarket.com | |
| | 위치 | 두바이(Dubai) | |
| | 규모 | 기타 규모 | 매장 수('18): 3개 |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 2015년 설립 - 현재 아랍에미리트 내 3개의 점포를 운영하고 있음 - 아시아 지역, 특히 일본, 한국, 태국 식품을 주로 취급 - 무슬림 고객들을 위해 할랄 인증을 보유한 제품을 우선적으로 취급함 | | |
| |  | | |
| 기업 최근 이슈 | - 2019년에 아부다비 지역에 새롭게 점포를 오픈할 예정임 | | |
| 입점 절차 및 협력 정보 | Mr. Omar (매장 담당자)와 인터뷰 진행 - Mr. Omar (매장 담당자)에게 거래제 의뢰서와 카탈로그를 송부해야 함 - 전달받은 자료를 내부 관계자들과 논의한 뒤, 개별 연락을 취함 | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 국떡컵볶이 (COOK-TOK RICE CUP ORIGINAL) |
| 종류 | | 즉석식품 | |
| 용량 | | 163g | |
| 원산지 | | 한국 | |

자료: 큐코(Qko) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 박스 박(Box Park), 큐코(Qko) 홈페이지

입점 및 협력 정보

| | | | |
|-------------|--|---|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 가공식품, 즉석식품, 소스류, 유제품 등 - 일반: 문구류 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 아시안 제품 | | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 | <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 로컬 에이전트를 통한 등록 | |
| | 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) | |
| | 특이사항 | 입점관련 담당자 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 이름: Mr. Omar - 직책: Manager - 이메일: omar@qko.me - 소요시간: 알 수 없음 (내부 관계자들과 논의 후, 개별 연락) | |

자료: 큐코(Qko) 홈페이지



② 천사마트(1004 Mart)

| | | | |
|----------|---|---|----------------------------|
| | 기업명 | 천사마트(1004 Mart) | |
| | 홈페이지 | www.1004gourmet.com | |
| | 위치 | 두바이(Dubai) | |
| | 규모 | 기타 규모 | 매장 수('18): 3개 |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 2008년 설립 - 까르푸, Choitrans, Al Maya와 같은 대형 슈퍼마켓과 Nobu, Zuma, Four Seasons와 같은 5성급 호텔 및 레스토랑에 제품을 납품함 - 3개의 도매 사업부를 보유함 | |
| | |  | |
| 기업 최근 이슈 | | <ul style="list-style-type: none"> - 2019년 2월 두바이에 점포를 새로 오픈함 - 다양한 레시피와 음식 요리법을 블로그와 SNS를 통해 공유하고 있으며, 취급 제품군을 식료품뿐만 아니라 생활용품으로 확장하고 있음 - 현재 여름 맞이 최대 80% 할인행사를 진행하고 있음 | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 어묵 떡볶이 (Fish Cake Topokki) |
| | | 종류 | 즉석식품 |
| | | 용량 | 366g |
| | | 원산지 | 한국 |

자료: 천사마트(1004 Mart)홈페이지, 스튜디오이엠(StudioEM), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 케이푸드 미들 이스트(KFood Middle East), 플레이스맵(PlacesMap), 천사마트(1004 Mart) 홈페이지

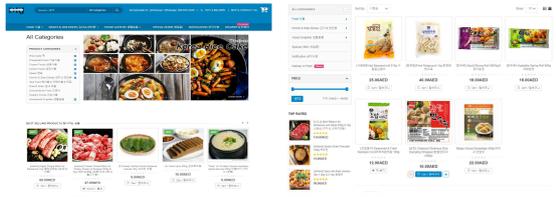
입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|--|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선, 소스, 제과, 음료, 즉석식품, 냉동, 유제품, 절임, 해산물, 육류 등 - 일반: 주방용품, 생활용품, 위생용품, 유아용품, 의료용품, 화장품 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 아시안 식품(한국, 일본, 태국, 대만, 중국) • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 제철과일의 경우 철에 따라 주 2회 일본, 한국으로부터 수입 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | 회사소개서 및 카탈로그를 수입/도매 담당자 이메일로 송부, 내부논의를 거쳐 적합한 제품인 경우 개별연락 진행 |
| | 등록 정보 | ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일주소, 회사명, 회사등록번호, 업태, 연혁) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 기타 정보 자유기재 |
| | 특이사항 | · 입점관련 담당자 정보 - 이름: Mr. Kwon - 직책: Manager Wholesale - 이메일: kwon@1004gourmet.com - 공개메일: info@my1004mart.com · 홈페이지 내 온라인 등록 방식 없음 |

자료: 천사마트(1004 Mart) 홈페이지, 유통업체 인터뷰



③ 진 푸드(Jin Food)

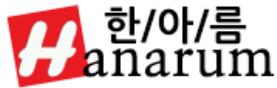
| | | | | | | | | | | |
|------------------------------|--|--|-----|-------------------------|----|------|----|------|-----|----|
| | 기업명 | 진 푸드(Jin Food) | | | | | | | | |
| | 홈페이지 | www.dkjfooduae.ae | | | | | | | | |
| | 위치 | 두바이(Dubai) | | | | | | | | |
| <p>기업 기본 정보</p> <p>기업 요약</p> | <ul style="list-style-type: none"> - 2012년 설립 - 아랍에미리트 내 유일한 떡집으로 알려져 있으며, 각종 반찬과 식재료 판매도 병행하는 한인 식료품점임 - 온라인을 통한 식료품 유통을 주로하고 있으며, 약 1,000여 종류의 다양한 제품을 취급하고 있음 - 음식 레시피를 소개한 뒤, 해당 식품에 들어간 재료들을 소개하고 판매하기도 함 - 식료품 외에 기타 생활용품도 판매하고 있으며, 아시안 식품이 아닌 한국 식품만을 취급하고 있음 |  | | | | | | | | |
| <p>기업 최근 이슈</p> | <p>- 도메인 변경으로 신용카드 네트워크 연결이 지연되어 당분간 카드 결제가 아닌 현금 결제만 가능함</p> | | | | | | | | | |
| <p>입점 제품 특징</p> | <ul style="list-style-type: none"> · 입점 가능 품목 - 냉동식품, 냉장식품, 육류, 어류, 면류, 소스류 등 - 주로 가공식품에 대한 구매가 많은 편임 - 현지인 보다 한인을 위한 식재료를 취급함 | | | | | | | | | |
| <p>유사제품 정보</p> |  | <table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>떡볶이 양념 (Tuckbogi sause)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>즉석식품</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>150g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>한국</td> </tr> </table> | 제품명 | 떡볶이 양념 (Tuckbogi sause) | 종류 | 즉석식품 | 용량 | 150g | 원산지 | 한국 |
| 제품명 | 떡볶이 양념 (Tuckbogi sause) | | | | | | | | | |
| 종류 | 즉석식품 | | | | | | | | | |
| 용량 | 150g | | | | | | | | | |
| 원산지 | 한국 | | | | | | | | | |

자료: 진 푸드(Jin Food) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 진 푸드(Jin Food) 홈페이지

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|---|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 떡, 가공식품, 즉석식품, 육류, 어류, 건강식품, 김치, 곡물류 등 - 일반: 생활용품 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 아시안 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 즉석식품의 경우 직접 조리 후 배달되기도 함 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 공개메일로 송부 - 로컬 에이전트를 통한 등록 |
| | 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> - 공개메일: life@choithrams.com |

자료: 진 푸드(Jin Food) 홈페이지



④ 한아름 마트(Hanarum Mart)

| | | | |
|----------|---|--|---|
| | 기업명 | 한아름 마트(Hanarum Mart) | |
| | 홈페이지 | hmart-uae.com | |
| | 위치 | 두바이(Dubai) | |
| | 규모 | 기타 규모 | 매장 수('19): 3개 |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 아랍에미리트 내 3개의 매장 보유 - 대량구매를 위한 소비자들과 유통기한이 임박한 제품을 저렴하게 구매하고자 하는 소비자들을 위한 서비스를 제공하고 있음 - 신규 제품에 대한 소싱이 많은 편이며, 기존 제품 중 매진된 품목의 재입고에 다소 시간이 걸림 - 주로 페이스북과 같은 SNS를 통하여 입고 제품에 대한 홍보를 진행함 | |
| | |   | |
| 기업 최근 이슈 | | <ul style="list-style-type: none"> - 2018년부터 부가가치세 5%가 부과되기 시작함 - C사의 홍초, C사의 스테이크 소스, S사의 인삼차, M사의 소스가 새롭게 런칭되면서 1+1 행사가 진행되고 있음 | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 초립동이 쌍팔년도 떡볶이 (ChoripDong 88 Rice Cake) |
| | | 종류 | 즉석식품 |
| | | 용량 | 560g |
| | | 원산지 | 한국 |

자료: 한아름 마트(Hanarum Mart)홈페이지, 한아름 마트(Hanarum Mart) 페이스북 페이지, 사진 자료: 한아름 마트(Hanarum Mart)홈페이지, 한아름 마트(Hanarum Mart) 페이스북 페이지

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|--|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 면, 쌀잡곡, 즉석식품, 김치, 스낵, 해산물, 육류, 신선, 소스, 냉동 등 - 일반: 주방용품, 전자제품, 생활용품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 제철과일은 철에 따라 한국에서 직수입 - 신선도가 중요시 되는 과채류의 경우 소비자로부터 미리 주문을 받은 후, 주변 국가에 발주하는 방식으로 진행됨 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 | 한아름 마트는 소매점으로 소량다품목을 한 컨테이너로 수입함. 신제품 제안에 대한 내용은 한아름 마트 공개메일을 통해 소개가능 |
| | 등록 정보 | ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일주소, 회사명, 회사등록번호, 업태, 연혁) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 기타 정보 자유기재 |
| | 특이사항 | · 기타 정보 - 공개메일: dubaihanarum@yahoo.co.kr |

자료: 자료: 한아름 마트(Hanarum Mart)홈페이지, 유통업체 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 아랍에미리트 즉석떡볶이 인증 취득
2. 아랍에미리트 즉석떡볶이 사전 심사
3. 아랍에미리트 즉석떡볶이 업체·제품 등록
4. 아랍에미리트 즉석떡볶이 라벨 심의
5. 아랍에미리트 즉석떡볶이 서류 준비
6. 아랍에미리트 즉석떡볶이 세금 납부
7. 아랍에미리트 즉석떡볶이 검역 심사

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

| 구분 | 내용 | 참조처 |
|-------------------|--|--|
| Step 01. 인증 취득 | <ul style="list-style-type: none"> 강제 인증 無 | (-) |
| Step 02. 사전 심사 | <ul style="list-style-type: none"> 사전 수입 허가 無 | (-) |
| Step 03. 업체·제품 등록 | <ul style="list-style-type: none"> 식품 등록 <ul style="list-style-type: none"> 아랍에미리트로 수입되는 식품 대상 라벨 심사와 함께 진행 | (*) 아랍에미리트 연방 식품 포털 <ul style="list-style-type: none"> 식품 등록 및 라벨 심사 문의처 : zad.gov.ae |
| Step 04. 라벨 심의 | <ul style="list-style-type: none"> 라벨 표기사항 <ul style="list-style-type: none"> 식품 등록 시 진행 아랍에미리트 표준 규정 준수 | (*) 아랍에미리트 연방 식품 포털 <ul style="list-style-type: none"> 문의처 : zad.gov.ae (*) 두바이 행정부 <ul style="list-style-type: none"> 문의처 : www.dm.gov.ae |
| Step 05. 서류 준비 | <ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 원산지 증명서 <ul style="list-style-type: none"> 이스라엘 원료 미포함에 대한 문구 기재 | (*) 아랍에미리트 연방관세청 <ul style="list-style-type: none"> 문의처 : www.fca.gov.ae |
| Step 06. 선적 및 운송 | <ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 | (-) |
| Step 07. 통관 신고 | <ul style="list-style-type: none"> 수입신고 <ul style="list-style-type: none"> 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 수입신고서, 상업송장 등 지역별 세관 통해 통관 진행 | (*) 아랍에미리트 연방관세청 <ul style="list-style-type: none"> 문의처 : www.fca.gov.ae (*) 두바이 세관 <ul style="list-style-type: none"> 문의처 : www.dubaicustoms.gov.ae |
| Step 08. 세금 납부 | <ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 <ul style="list-style-type: none"> 수입 신고 후 검사 전 세금 납부 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 관세율 5% VAT 5% 적용 | (*) 아랍에미리트 연방관세청 <ul style="list-style-type: none"> 문의처 : www.fca.gov.ae (*) 아랍에미리트 국세청 <ul style="list-style-type: none"> 문의처 : www.mof.gov.ae |
| Step 09. 검역 심사 | <ul style="list-style-type: none"> 서류 심사 제품 검사 <ul style="list-style-type: none"> Red, Yellow, Green으로 분류하여 물품 검사 및 서류 검사 차등 진행 | (*) 아랍에미리트 연방관세청 <ul style="list-style-type: none"> 문의처 : www.fca.gov.ae (*) 두바이 세관 <ul style="list-style-type: none"> 문의처 : www.dubaicustoms.gov.ae |

1. 아랍에미리트 즉석떡볶이 인증 취득

인증 취득

아랍에미리트로 제품 수입 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보 제공

즉석떡볶이

즉석떡볶이 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 아랍에미리트 수입 식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

아랍에미리트로 수출하고자 하는 즉석떡볶이 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 육류 및 식물 유래 식품류의 경우 식품 안전에 관한 인증인 HACCP 인증을 요구하는 등 식품 안전 인증을 요구하나 가공식품에 대해서는 별도의 식품 생산 안전에 관한 인증을 요구하지 않음

할랄 인증의 경우 모든 식품에 해당하는 인증은 아니며, 육류 제품 또는 동물성 원료를 포함하는 식품에만 필수적으로 받도록 강제됨. 따라서 육류를 포함하지 않은 즉석떡볶이 제품의 경우 할랄 인증은 선택적으로 취득 가능함

[표 4.1] 아랍에미리트 식품 인증 취득

| 인증명 | 인증 성격 | 강제 유무 | 발급 기관 | 인증 Mark |
|----------------------|-------------|-------|--------------------------------------|---|
| GMP | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | 지방식품의약품안전처 |  |
| HACCP | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | 식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원) |  |
| ISO 22000 | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | 정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관 |  |
| IFS | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | IFS 지정 인증기관 |  |
| BRCGS Food Safety | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | BRC 지정 인증기관 |  |
| FSSC 22000 | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | FSSC 지정 인증기관 |  |
| HALAL | 식품 생산 인증 | 선택 | 표준측량청(ESMA) 지정인증기관 |  |

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 아랍에미리트 식품 인증 취득

| | | 절차 | 기간 |
|-----------------|--|--|---------------|
| HACCP | | 서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증 | 40일 |
| | | 서류 | 비용 |
| | | 신청서, 식품안전관리인증계획서 등 | 20만원 |
| ISO 22000 | | 절차 | 기간 |
| | | 서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사 | - |
| | | 서류 | 비용 |
| | | 신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등 | - |
| IFS | | 절차 | 기간 |
| | | 인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급 | 약 24주 |
| | | 서류 | 비용 |
| | | 신청서 등 | 약 900-1,000만원 |
| BRC Food Safety | | 절차 | 기간 |
| | | 인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급 | - |
| | | 서류 | 비용 |
| | | 신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등 | 약 900-1,000만원 |
| FSSC 22000 | | 절차 | 기간 |
| | | 서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사 | - |
| | | 서류 | 비용 |
| | | 신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등 | 500-600만원 |

자료 : 각 인증기관

▶ 아랍에미리트 시장 진출 시 육류 제품, 동물성 원료 포함 제품 ‘할랄 인증 필수 적용’

할랄 인증은 아랍에미리트로 수출되는 모든 식품에 대해서 적용되지 않음. 육류(축산 및 가금육 모두 포함) 제품이거나 육류를 원료로 하여 제조되는 식품에 대해서는 할랄 인증을 필수로 부과하고 있어, 해당하는 경우 아랍에미리트 표준측량청(ESMA)이 정하는 바에 따라 할랄 인증을 획득하여 라벨에 표기해야함. 할랄 인증기관은 아랍에미리트 표준측량청이 전 세계적으로 지정한 인증기관을 통해 인증 획득 가능함

[표 4.3] 아랍에미리트 할랄 인증 정보

| 인증명 | 발급 기관 | 유효기간 | 인증 Mark |
|--|-------------------------------|------|---|
| HALAL | 아랍에미리트 표준측량청(ESMA) 지정 인증기관 | 3년 |  |
| 절차 | | | |
| a. 신청서 제출 b. 신청서 검토 - 신청서에 대한 적합성 검토 진행 후 비용 지불하여 인증 계약을 체결 c. 적합성 평가 - 제출된 시험 성적서와 각종 자료에 대한 평가를 진행하며, 부족한 경우 추가적인 서류 요청 - 표준에 부합하지 않는 경우 추가 실험을 위한 샘플 수취 및 시험 진행 d. 인증 결정 - 전체 평가 이후 인증 여부 결정 - 인증 거부 결정 시, 공식적인 사유서 전달 e. 할랄 마크 사용 신청 - 아랍에미리트 표준측량청(ESMA)를 통해 할랄 마크 사용 신청 진행 - 적합한 할랄 인증서, 수출입 라이선스, 신청서 제출 - 신청서 검토 결과에 따라 할랄 마크 사용 | | | |
| 필요 서류 | | | |
| a. 할랄 식품 등록 신청서 b. 유효한 사업자 등록증 c. 자유판매 증명서 d. 성분/원재료에 대한 할랄인증서 사본 또는 제품정보에 대한 문서의 사본 e. 제조 공정에 대한 정보와 생산 절차에 관한 정보 f. 라벨 디자인 g. 시험성적서(UAE.S GSO 표준에 따라 ISO 17025를 준수하는 시험기관에 의한 것) h. FSMS, GMO, GHP, QMS 증명서 i. 기타 인증기관에서 요구하는 서류 | | | |

자료 : 각 인증기관

2. 아랍에미리트 즉석떡볶이 업체·제품 등록

사전 심사

아랍에미리트로 제품 수입 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

업체·제품 등록

아랍에미리트로 제품 수입 시, 요구되는 업체 또는 제품 등록제도 정보 제공

즉석떡볶이

즉석떡볶이 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 아랍에미리트 식품 통관을 위해 사전 ‘식품 등록 필요’
- ▶ 식품 등록 시 라벨에 대한 ‘사전 심사 진행’

아랍에미리트로 수입되거나 동 지역에서 생산 및 판매되는 모든 식품은 모두 등록 절차를 거쳐야함. 아랍에미리트는 각 토후국 정부가 식품 안전에 관하여 각기 관할하고 식품 등록 절차도 개별 토후국의 등록 시스템을 이용하여 왔음. 그러나 2018년 2월 연방정부와 두바이 정부가 연방 식품 포털(ZAD)를 개설하여, 동 포털을 통하여 공통적으로 식품 등록 절차를 수행 할 수 있게 됨. 식품 등록 절차를 진행하며 식품 라벨에 대한 심사도 같이 진행됨

사람이 섭취하지 않는 과학적인 실험 목적의 식품 샘플, 개인적인 용도로 섭취하고자 하는 식품 제품의 경우 등록 대상에 해당하지 않음

[표 4.4] 아랍에미리트 사전 식품 등록 절차

| 적용 규제 | Federal Law No. 10 of 2015 on Food Safety Decree No. 239 of 2018 |
|-------|---|
| 등록 기관 | 아랍에미리트 연방 식품 포털 - Website : zad.gov.ae |
| 절차 | a. 온라인 수입 신청서 제출 - 바코드 번호, 원산지, 패키지 종류, 용량 또는 사이즈, 브랜드, 공장 주소 및 이름, 제품의 브랜드명, 식품 첨가물, 보관 온도, 원료 b. 서류 검토 및 기존 등록 여부 확인 c. 등록 여부 결정 |
| 필요 정보 | a. 식품 라벨의 사본(영어와 아랍어로 읽을 수 있도록 명확하게 작성된 것) b. 패키지의 형태를 분별할 수 있도록 찍힌 최종 제품의 사진 c. 건강에 관한 기능이 있는 제품의 경우, 원산지로부터 받은 해당 내용에 대한 증명 |

자료 : 아부다비 농식품안전청(ADAFCA), 두바이 행정부(DM)

3. 아랍에미리트 즉석떡볶이 라벨 심의

▶ 아랍에미리트 라벨 규정

[표 4.5] 아랍에미리트 라벨 관리 규정

| |
|--|
| ● |
| 라벨 심의 |
| 아랍에미리트로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공 |
| ● |
| 즉석떡볶이 |
| 즉석떡볶이 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함 |

| 적용 규제 | Federal Law No. 10 of 2015 on Food Safety | | | | | | | | | | |
|-------|--|--|-------|--|-----|---|----|-----------------------------|------|---|------|
| 세부 규정 | UAE.S. GSO 9:2013 Labeling of Prepackaged Food stuffs | | | | | | | | | | |
| 세부 내용 | 라벨 표기사항 (항목) | <ul style="list-style-type: none"> · 브랜드명 · 제품/물품명 · 식품원료 · 생산일자 및 만료일자 · 제조업체, 유통업체 또는 수입업체 · 순중량 및 중량 · 원산지 · 제품 바코드 · Lot 번호 · 아랍어 라벨 · 보관방법 · 과민성반응 유발 성분이 함유된 제품 표시(알레르기) · 섭취방법 · 영양성분 | | | | | | | | | |
| | 라벨 표기사항 (가이드) | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">표기 언어</td> <td>아랍어 또는 아랍어와 영어 병기 아랍어로 작성된 스티커 형태의 라벨 부착 가능</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">제품명</td> <td>등록된 명칭으로 표기 할 것 소비자가 제품의 특성을 이해하기 어려운 경우, 제품명과 함께 식품에 대한 추가 정보 표기 필요</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">그림</td> <td>돈육 사진 또는 돈육을 사용한 레시피의 부착 금지</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">보관방법</td> <td>개봉 후 특별한 보관 방법이 필요한 경우 해당 방법에 대해 기재할 것 모든 육류 제품 종류는 보관 온도에 대하여 명확하게 명시 할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">유통기한</td> <td>'일/월/년' 순으로 표기 할 것 유통기한이 3개월 이상인 경우 '월/년' 형식으로 표기 가능 예시: Best before 또는 Best before end 식용 소금, 흰 설탕, 베이커리 제품, 조미료 및 양념 등 정해진 식품의 경우 생산 날짜를 반드시 기입 지워지지 않는 잉크를 사용하여 도장을 찍거나 엠보싱(도드라진 형태) 형태로 인쇄 할 것</td> </tr> </table> | 표기 언어 | 아랍어 또는 아랍어와 영어 병기 아랍어로 작성된 스티커 형태의 라벨 부착 가능 | 제품명 | 등록된 명칭으로 표기 할 것 소비자가 제품의 특성을 이해하기 어려운 경우, 제품명과 함께 식품에 대한 추가 정보 표기 필요 | 그림 | 돈육 사진 또는 돈육을 사용한 레시피의 부착 금지 | 보관방법 | 개봉 후 특별한 보관 방법이 필요한 경우 해당 방법에 대해 기재할 것 모든 육류 제품 종류는 보관 온도에 대하여 명확하게 명시 할 것 | 유통기한 |
| 표기 언어 | 아랍어 또는 아랍어와 영어 병기 아랍어로 작성된 스티커 형태의 라벨 부착 가능 | | | | | | | | | | |
| 제품명 | 등록된 명칭으로 표기 할 것 소비자가 제품의 특성을 이해하기 어려운 경우, 제품명과 함께 식품에 대한 추가 정보 표기 필요 | | | | | | | | | | |
| 그림 | 돈육 사진 또는 돈육을 사용한 레시피의 부착 금지 | | | | | | | | | | |
| 보관방법 | 개봉 후 특별한 보관 방법이 필요한 경우 해당 방법에 대해 기재할 것 모든 육류 제품 종류는 보관 온도에 대하여 명확하게 명시 할 것 | | | | | | | | | | |
| 유통기한 | '일/월/년' 순으로 표기 할 것 유통기한이 3개월 이상인 경우 '월/년' 형식으로 표기 가능 예시: Best before 또는 Best before end 식용 소금, 흰 설탕, 베이커리 제품, 조미료 및 양념 등 정해진 식품의 경우 생산 날짜를 반드시 기입 지워지지 않는 잉크를 사용하여 도장을 찍거나 엠보싱(도드라진 형태) 형태로 인쇄 할 것 | | | | | | | | | | |

자료 : 두바이 행정부(DM), 아부다비 농식품안전청(ADFCA)

[표 4.6] 아랍에미리트 라벨 관리 규정

| | | | |
|-------|---------------|------|---|
| 세부 내용 | 라벨 표기사항 (가이드) | 원료정보 | <p>내림차순으로 기재할 것</p> <p>알레르기 유발 성분은 다른 성분과 구별하여 기입할 것</p> <p>돈육 또는 돈육을 원료로 사용한 제품은 반드시 '돈육'이 함유되어 있음 표기</p> |
| | | 원산지 | 제3국가에서 재가공 된 제품은 재가공이 실시 된 국가 필수 기입 |
| | | 중량 | 중량은 메트릭톤(M/T) 단위로 작성 |
| | | 영양성분 | <p>비타민, 무기질 등 기타 추가된 영양 성분의 경우 영양 성분 표기시 별도로 표기 할 것</p> <p>모든 영양성분은 그 함량이 100g, 100ml 이하이거나 또는 제조사에서 정해진 제공량이 있을 때 % 단위로 표기 할 것</p> <p>모든 단위는 국제 기준(gram, mg, ug, IU)을 활용하며, 칼로리 정보는 킬로칼로리 (kilocalories)를 기준으로 할 것</p> |
| | | 기타 | <p>건강에 관한 정보는 사실에 근거해야 하며, 해당 내용에 대하여 증명할 수 있을 것</p> <p>라벨을 제거한 경우 기존에 작성된 라벨은 깔끔하게 제거할 것</p> <p>라벨은 소비자들이 쉽게 이해할 수 있도록 명확하게 기입 될 것</p> <p>식품의 특성에 관하여 오해의 여지가 없어야 하며, 실제로 가지지 않은 효능이나 특성의 기입 금지</p> |

자료 : 두바이 행정부(DM), 아부다비 농식품안전청(ADFCA)

▶ 아랍에미리트 일반가공식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

앞면(영어/아랍어 병기)

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : TAMOOSH
- ② 맛 : CHILLI CHICKEN
- ③ 조리방법 : HEATING METHODS
MICROWAVE, OVEN, PAN(NON STICK)
SEE BACK FOR DETAILS
- ④ 용량 : NET WT. 400g
- ⑤ 할랄인증 : HALAL

- ① 브랜드명 : TAMOOSH
- ② 맛 : 칠리 치킨
- ③ 조리방법 : 가열 방법
전자렌지, 오븐, 팬(논 스틱)
자세한 사항은 뒷면 참조
- ④ 용량 : 순중량 400g
- ⑤ 할랄인증 : 할랄

뒷면(영어/아랍어 병기)

뒷면(국문)

- ① 조리방법 : HEATING GUIDE(FROM FROZEN) *Cooking appliances may vary; the below is only a guide
Microwave, Oven, Pan(non stick)
...이하 생략...
- ② 원료 : INGREDIENTS
Boneless Chicken, Rice, Tomato, Water, Soy Bean Extract, Salt, Caramel, Sugar, Wheat Flour, Sodium Benzoate(Preservative), Sunflower Oil, Garlic, Ginger, Modified Starch(Corn), Peas, Capsicum, Onion, Green Chilli, Red Chilli, White Pepper, Dextrin, Olive Oil, Hydrolyzed Vegetable Protein (Corn, Soy), East Extract, Turmeric, Celery.

- ① 조리방법 : 가열방법(냉동 상태) *요리 방법은 다양하며, 아래의 내용은 오로지 가이드입니다.
전자렌지, 오븐, 팬(논 스틱)
...이하 생략...
- ② 원료 : 원료
뼈 없는 닭, 쌀, 토마토, 물, 대두 추출물, 소금, 카라멜, 설탕, 밀가루, 벤조산나트륨(보존료), 해바라기유, 마늘, 생강, 고추, 양파, 청고추, 적고추, 흰후추, 텍스트린, 올리브유, 식물단백질 가수분해물(옥수수, 대두), 이스트 추출물, 터메릭, 셀러리.



① 유통기한 ② 제조사 정보

[옆면 라벨링]

뒷면(영어/아랍어 병기)

③ 알레르기 정보 : ALLERGENS: Contains Corn, Celery, Soy and Wheat. May contain traces of MILK & Nuts.
 ④ 영양성분 정보 : INDICATIVE VALUES PER 100G
 Energy: 133 kcal, Fat: 1.5g, Sat. Fat: 0.2g, Carbohydrates: 21.6g, Sugars: 3.5g, Protein: 7.9g, Sodium: 0.5g
 ⑤ 보관방법 : Storage Instructions
 To be stored at a temperature of below -18°C (0°F). Do not re-freeze once defrosted.

뒷면(국문)

③ 알레르기 정보 : 알레르기: 옥수수, 셀러리, 대두와 밀을 포함하고 있음. 우유와 견과류를 포함할 수 있음
 ④ 영양성분 정보 : 100g당 용량
 에너지: 133 kcal, 지방: 1.5g, 포화지방: 0.2g, 탄수화물: 21.6g, 설탕: 3.5g, 단백질: 7.9g, 나트륨: 0.5g
 ⑤ 보관방법 : 보관 방법
 -18°C (0°F)이하의 온도에서 보관할 것. 해동 후 다시 냉동 하지 말 것

옆면(영어/아랍어 병기)

① 유통기한 :
 10/02/2019
 09/02/2020
 ② 제조사 정보 :
 Produced by: Mohamed Aaty Maghrabi Wa Awladh Food Factory L.L.C.
 P.O. Box 33126, Dubai, UAE
 Email: care@mamfooco.com
 Website: www.tamoosh.com
 A HACCP, ISO2200 & BRC Certified Production Facility.
 ③ 원산지 : PRODUCT OF THE UNITED ARAB EMIRATES

옆면(국문)

① 유통기한 :
 제조일 : 10/02/2019
 유통기한 : 09/02/2020
 ② 제조사 정보 :
 제조자: Mohamed Aaty Maghrabi Wa Awladh Food Factory L.L.C.
 P.O. Box 33126, Dubai, UAE
 Email: care@mamfooco.com
 Website: www.tamoosh.com
 HACCP, ISO2200 & BRC 인증 제조시설.
 ③ 원산지 : 아랍에미리트(The United Arab Emirates) 제품

4. 아랍에미리트 즉석떡볶이 서류 준비

서류 준비

아랍에미리트로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

즉석떡볶이

즉석떡볶이 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 아랍에미리트 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 아랍에미리트 토호국 세관을 통하여 수입 통관 업무 진행

아랍에미리트에 제품이 도착한 후 수입신고서를 제출하게 되며, 수입신고는 물품이 도착한 도착항의 토호국 관세청을 통해 진행함. 두바이와 아부다비의 경우 온라인을 통해서 수입 신고를 진행 할 수 있으며, 오프라인을 통하여 서면으로도 진행 가능함. 수입 신고 이후에는 관세 납부를 수행해야 하며, 물품에 대한 검사가 이루어지기 이전에 관세납부를 해야함

원산지증명서는 기관 증명 방식으로 발급받아야 하며, 수출국에 주재하는 수입국 영사가 발급한 서류의 원본 또는 관련 스탬프가 찍힌 사본을 인정하기도 하여 확인이 필요함. 또한, 원산지 증명서에는 해당 제품이 이스라엘의 원료 또는 물품이 포함되어있지 않음을 확인하는 문구(we certify that the goods are neither of Israeli origin nor do they contain any Israeli materials)를 필수적으로 기입해야함

[표 4.7] 아랍에미리트 통관 서류

| 구분 | 서류명 | 발급기관 | |
|-------|------------------------|-----------------|-----|
| 일반 서류 | 수입신고서 | (-) | |
| | 선적 | 상업송장 | (-) |
| | | 포장 명세서 | (-) |
| | | 화물인도지시서 | (-) |
| | | 선하증권 / 항공운송장 | (-) |
| | 원산지 증명서 | 관세청 / 상공회의소 | |
| | 등록 서류 등 기타 수입에 요구되는 서류 | 아랍에미리트 연방식품포털 등 | |

자료 : 아랍에미리트 연방관세청(FCA)

5. 아랍에미리트 즉석떡볶이 세금 납부

세금 납부

아랍에미리트로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

즉석떡볶이

즉석떡볶이 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 아랍에미리트 즉석떡볶이 HS CODE 1901.90.90, 관세율 5% 적용
- ▶ 아랍에미리트, FTA 협정 미체결로 협정세율 '미적용'

즉석떡볶이의 경우 아랍에미리트에서는 HS CODE 1901.90 (기타)의 1901.90.90 (기타) 세번을 사용하여 수입됨.³³⁾ 아랍에미리트 수입 시 기본 세율로 5%를 적용받으며 별도의 무역협정이 없어 기본 관세율을 적용받음. 관세 외에도 VAT가 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 283달러(한화 약 33만 원)³⁴⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 12시간 소요
- 통관 비용은 678달러(한화 약 79만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 54시간 소요

[표 4.8] 한국·아랍에미리트 HS CODE 비교 및 아랍에미리트 수입 세율

| 구분 | HS CODE | 품목 분류 | 비고 |
|--------|--------------|---|------|
| 한국 | 1901 | 맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 40 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다], 제0401호부터 제0404호까지에 해당하는 물품의 조제 식료품 [코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 5 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다] | |
| | 1901.90 | 기타 | |
| | 1901.90.9091 | 쌀가루의 것 | |
| 아랍에미리트 | 1901.90.90 | 기타 | |
| 관세 | 기본관세율 | | 5.0% |
| | 협정 세율 | | N/A |
| VAT | | | 5% |

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 아랍에미리트 연방관세청(FCA), 아랍에미리트 국세청(FTA)

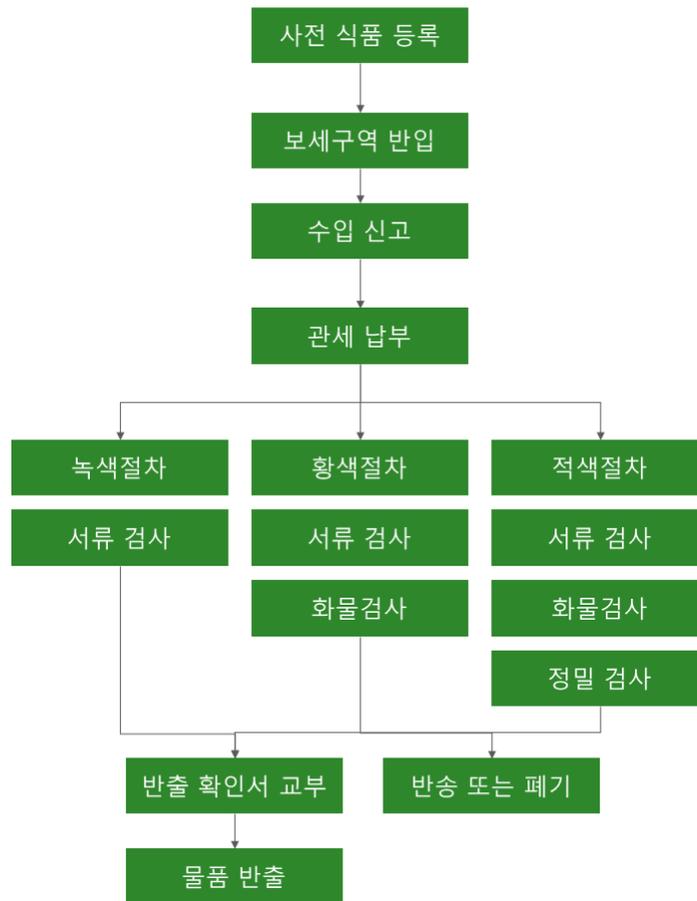
33) 아랍에미리트 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1901.90 중 즉석떡볶이에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 아랍에미리트 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 확인을 위해서는 아랍에미리트 연방관세청(FCA)으로 문의할 수 있음

34) 1달러=1,170.50달러 (2019.07.05., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 아랍에미리트 즉석떡볶이 검역 심사

- ▶ 아랍에미리트, 정해진 식품 위험도에 따라 서류 및 물품 검사 실시
- ▶ 도착 전 사전 수입 식품 등록 필요

[표 4.9] 아랍에미리트 통관 프로세스



| | 유형 | 명칭 | 최대 허용량 (mg/kg) |
|-----------------------------|-------|------------------------|----------------|
| 일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질 | 식품첨가물 | Allura red AC | 200 |
| | | Ascorbyl esters | 200 |
| | 유해물질 | Vunyl Chloride Monomer | 0.01 |

자료 : 유엔식량농업기구(FAO), KATI농식품수출정보

- ▶ GCC³⁵⁾ 식품첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

아랍에미리트로 제품 수입 시, 요구되는 식품 첨가물, 유해 물질에 관한 규정

즉석떡볶이

즉석떡볶이 품목의 첨가물 규정은 KATI 식품첨가물 카테고리 분류 중 즉석식품류의 즉석섭취·편의식품류로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 4.10] 아랍에미리트 즉석떡볶이 품목 첨가물 규정

| 기능 | 이름 | 영문이름 | 최대사용량(mg/kg) | 비고 |
|-------|-----------------|--|--------------------|----|
| 감미료 | 아세설팜칼륨 | acesulfame potassium | 350 | |
| 효소제 | 액화효소 | alpha-amylase | GMP ³⁶⁾ | |
| 팽창제 | 염화암모늄 | ammonium chloride | GMP | |
| 감미료 | 아스파탐 | aspartame | 500 | |
| 산화방지제 | 부틸레이티드 하이드록시톨루엔 | butylated hydroxy toluene (bht) | 200 | |
| 착색료 | 카라멜색소 3호 | caramel colour class iii - ammonia process | 10,000 | |
| 산화방지제 | 디라우릴치오 디프로피오네이트 | dilauryl thiodipropionate | 200 | |
| 감미료 | 네오탐 | neotame | 32 | |
| 감미료 | 사카린 | saccharin | 100 | |

자료 : KATI 농식품수출정보

35) 아랍에미리트의 경우 식품 첨가물에 관하여 걸프협력회의(GCC, Gulf Cooperation Council)의 규정을 따르고 있음

36) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 큐케이오 아시안 마켓
(QKO Asian Market)

Interview ② 1004 고메
(1004 Gourmet)

Interview ③ 진 푸드스터프 서플라이
(Jin Foods Supply)

Interview ④ 에이 마트 슈퍼마켓
(A Mart Supermarket)

Interview ⑤ 두바이 자치체
(Municipality of Dubai)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Certification



- 인터뷰 기업 : QKO Asian Market (아시아 마트)
- 인터뷰 담당자 : Mr. Bilal (Sales Manager)

즉석식품의 수요는 점차 증가하고 있는 추세

현재 UAE에서는 즉석식품의 수요가 빠르게 증가하고 있습니다. 주로 젊은 세대의 소비자들이 구매하는 편이며, 최근 들어 아랍인들과 무슬림인들의 즉석식품 수요 또한 늘어나고 있는 추세입니다.

매운 음식에 대한 선호도는 항상 높은 편, 할랄 인증이 중요

아랍인들은 매운 음식에 대한 거부감이 없으며, 오히려 즐겨먹는 편입니다. 제품을 구매할 때 제품이 할랄 식품인지 신경을 쓰는 편입니다. 아랍인들의 경우 할랄 인증이 없는 식품은 거의 구매하지 않습니다.

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 1004 Gourmet (아시아 마트)
- 인터뷰 담당자 : Mr. Saleem (Account Executives Manager)

할랄 공정을 거친 즉석식품의 선호도는 높은 편

한국식품을 찾기 위해 저희 마트를 찾는 아랍인과 무슬림인들이 점차 늘어나고 있습니다. 즉석식품과 매운 음식에 대한 수요는 높은 편이나, 공통적으로 할랄 공정을 거친 제품만 구매합니다. 할랄 인증이 없는 제품은 아시아인들에게만 수요가 있습니다.

즉석식품은 주로 아시아 마트에서 판매

즉석식품은 아시아 제품이 많기 때문에, 주로 아시아 제품을 취급하는 매장에서 판매합니다. 일반 소비자들은 오프라인 매장을 선호하며, 대량 주문을 하는 업체들은 온라인 매장을 선호합니다.

Certification and Consumers



- 인터뷰 기업 : Jin Foods Supply (아시아 마트)
- 인터뷰 담당자 : Mr. Singh (Sales Manager)

현지 소비자들은 할랄 제품만 구매

현지 소비자들, 특히 무슬림인들은 할랄 제품만 구매합니다. 저희는 할랄 인증이 없는 가공식품을 판매하다보니 가공식품의 판매량 자체가 높지 않으며, 주로 아시아인들만 가공식품을 구매를 합니다.

즉석식품과 더불어 한국 음식의 수요도 증가하고 있는 추세

즉석식품 자체를 취급하는 매장이 별로 없던 과거와 달리, 최근 UAE내에 가공식품 및 즉석식품을 판매하는 매장이 급격하게 증가했습니다. 특히, 매운 음식을 좋아하는 아랍인들에게 라면, 떡볶이와 같은 한국음식의 수요도 함께 증가했습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trends and Consumers



- 인터뷰 기업 : A Mart Supermarket (아시아 마트)
- 인터뷰 담당자 : Mr. Sanjeev (Supervisor)

즉석식품도 웰빙 트렌드에 맞춰가는 추세

최근 UAE 내 유기농과 웰빙식품에 대한 관심이 증가하면서, 즉석식품 및 가공 식품도 이러한 트렌드를 따른 제품이 출시되고 있습니다. 소비자들도 화학 보존료 등이 덜 첨가된 건강한 제품을 선호합니다.

즉석식품의 선호도는 직장인들과 학생들에게 항상 높은 편

간편하고 시간을 절약할 수 있는 즉석식품의 수요가 증가하고 있습니다. 두바이에 거주하는 바쁜 직장인들과 학생들이 특히 즉석식품을 많이 찾기 때문에, 즉석식품의 수요가 줄어드는 일은 없을 것입니다.

Entry Barriers and Certifications



- 인터뷰 기업 : 두바이 자치체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Amir (Business Helpdesk Staff)

동물성 재료가 첨가된 제품은 할랄 인증이 필수

현지 소비자들은 할랄 인증에 굉장히 민감합니다. 아시아인을 상대로만 판매하는 것이 아니라면 할랄 인증을 받는 것이 좋습니다. 만약 판매하는 제품에 동물성 재료가 극소량이라도 첨가되어 있다면 할랄 인증은 필수입니다.

동물성 재료를 사용하지 않았다면 보건복지부의 식품 인증서 필요

판매하는 제품에 동물성 재료가 포함되지 않아 할랄 인증이 필요없다면 건강안전인증이 필요합니다. 한국 제품의 경우, 보건복지부에서 발급한 영문으로 된 식품인증서가 통관과정에서 요구됩니다.

Interview ① 큐케이오 아시안 마켓 (QKO Asian Market)

큐케이오 아시안 마켓
(QKO Asian Market)

전문가 소속

큐케이오 아시안 마켓
(QKO Asian Market)
아시안 마트

전문가 정보

Mr. Bilal
(Sales Manager)



37)



QKO Asian Market

Mr. Bilal (Sales Manager)

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

큐케이오 아시안 마켓(QKO Asian Market)은 2015년에 설립된 아시안 마트입니다. 한국식품과 일본식품을 위주로 판매하고 있으며, 몇몇 태국 식품도 함께 판매하고 있습니다. 현재 3개의 매장을 보유하고 있는 상태이며, 본점은 두바이에, 나머지 매장은 각각 샤르자와 라스 알 카이마에 있습니다. 3개의 오프라인 매장 외에도 온라인 매장을 함께 운영하고 있습니다. 저희가 판매하는 식품 중 즉석식품이 가장 큰 비중을 차지하며, 즉석떡볶이도 그 중 하나입니다.

Q. 현재 U.A.E 내 즉석떡볶이 및 즉석식품의 수요가 있나요?

즉석떡볶이의 수요는 항상 있는 편입니다. 하지만 떡볶이의 판매율을 인스턴트 라면의 판매율과 비교했을 때 두드러지는 편은 아닙니다. 즉석식품 중에서는 라면, 떡볶이, 김치(통조림)의 수요가 높지만, 그 중에서도 라면의 수요가 가장 높습니다. UAE는 여전히 다른 국가들에 비해 즉석식품의 수요가 상대적으로 낮은 편이지만, 현재 빠르게 성장하고 있습니다.

37) 사진출처: 큐케이오아시안마켓(QKO Asianmarket) 홈페이지 (www.qkoasianmarket.com)

●
큐케이오 아시안 마켓
(QKO Asian Market)

전문가 소속

큐케이오 아시안 마켓
(QKO Asian Market)
아시안 마트

전문가 정보

Mr. Bilal
(Sales Manager)

Q. 현재 U.A.E 내 즉석식품을 구매하는 소비자들의 특징이 어떻게 되나요?

즉석식품의 소비자는 현지에 거주하는 아시아인들이 주를 이루지만, 최근 들어 20-30대의 아랍 무슬림 소비자들이 늘어나고 있는 추세입니다. 아무래도 젊은 세대가 기성세대보다 새로운 음식을 시도해보는 경향이 강하기 때문에 나타나는 현상이라고 봅니다.

Q. 현재 U.A.E 내 매운 음식에 대한 반응이 어떻게 되나요?

아랍인들은 평소에도 매운 음식을 즐겨먹기 때문에, 떡볶이처럼 매운 음식에 대한 거부감은 없습니다. 아랍에미리트에서 인스턴트 라면의 수요가 높았던 것도 이와 같은 사실 때문입니다. 오히려 아랍인들이 제품을 구매할 때 특정 제품이 할랄 식품인지를 가장 먼저 고려합니다. 할랄 인증을 받지 못한 제품이라면 아랍과 무슬림 소비자는 그 제품을 구매하지 않을 것입니다.

Interview ② 1004고메(1004 Gourmet)

1004 고메(1004 Gourmet)

전문가 소속

1004 고메
(1004 Gourmet)
아시아안 마트

전문가 정보

Mr. Saleem
(Account Executives
Manager)



1004 Gourmet

Mr. Saleem (Accounts Executive Manager)

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

1004 고메(1004 Gourmet)는 2008년 작은 소매점으로 시작해 현재의 대형마트로 성장했으며, 온라인 매장까지 운영하고 있습니다. 한국식품과 가정용품을 중점적으로 판매하고 있으며, 한국 외에도 중국과 태국으로부터 제품을 수입하여 판매하고 있습니다. 저희는 주로 신선 식품과 가공 식품을 수입한 후, 온·오프라인 매장을 통해 판매하고 있습니다.

Q. 현재 U.A.E 내 즉석떡볶이 및 즉석식품의 수요가 있나요?

즉석식품 중 가장 많이 팔리는 제품은 할랄 인증을 받은 신라면입니다. 그 외에 짜파게티와 치킨 돈가스도 많이 팔리는 제품들입니다. 소비자들이 많이 찾는 제품들은 공통적으로 할랄 공정을 거친 제품들입니다. 저희는 초반에 현지에서 거주하는 아시아인들을 대상으로 매장을 운영하였으나, 점차 무슬림과 아랍 고객들이 늘어나면서 그들의 입맛에 맞는 제품의 판매가 늘어나고 있습니다.

1004 고메(1004 Gourmet)

전문가 소속

1004 고메
(1004 Gourmet)
아시안 마트

전문가 정보

Mr. Saleem
(Account Executives
Manager)

Q. 현재 U.A.E 내 즉석식품을 구매하는 소비자들의 특징이 어떻게 되나요?

아랍 소비자들에게도 즉석식품과 매운 음식의 수요가 높은 편입니다. 직장인이나 학생인 소비자들은 간편하게 먹을 수 있는 즉석식품을 선호하는 것 같습니다. 재차 말씀드리지만, 무슬림인들은 할랄 인증이 된 제품만을 구매합니다. 그 외에 할랄 인증이 없는 제품들은 아시아인들이 주로 구매합니다.

Q. 즉석식품은 주로 어디서 판매하고 있나요?

즉석식품은 아시아 제품이 많기 때문에 아시안 마트에서 쉽게 찾아볼 수 있으며, 아시아 식품을 전문적으로 취급하는 매장에서는 즉석식품과 식선식품의 수요가 가장 높습니다. 일반 소비자들은 오프라인 매장을 이용하는 것을 선호하며, 구매한 제품을 매장 안에서 바로 시식하는 경우도 많습니다. 반면, 대량주문을 주로 하는 업체나 고객들의 경우 온라인 매장을 이용하여 주문하는 것을 선호합니다. 최근 들어 온라인 판매량이 늘어나고 있는 추세입니다.

Interview ③ 진 푸드스터프 서플라이 (Jin Foodstuff Supply)

진 푸드스터프 서플라이 (Jin Foodstuff Supply)

전문가 소속

진 푸드스터프 서플라이 (Jin Foodstuff Supply)
아시안 마트

전문가 정보

Mr. Singh
(Sales Manager)



Jin Foodstuff Supply

Mr. Singh (Sales Manager)

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

진 푸드스터프 서플라이(Jin Foodstuff Supply)는 도매와 케이터링 서비스를 전문으로 하는 온라인 업체입니다. 온라인 사이트를 통해 주문을 받고 제품을 제공합니다. 가공식품도 취급하고 있으나, 주로 신선식품과 완제품을 판매하고 있습니다.

Q. 현재 U.A.E 내 즉석떡볶이 제품의 수요는 어떻게 되나요?

저희 매장을 이용하는 주 고객층은 아시아인입니다. 떡볶이는 매장에서 조리된 상태의 떡볶이만 판매하고 있으며, 조리된 제품은 유통기한이 하루 정도로 짧다보니 수요가 낮은 편입니다. 대부분 매장에서 조리된 식품보다는 유통기한이 긴 가공식품의 수요가 더 높습니다.

Q. 현재 UAE 내 즉석떡볶이 제품의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

즉석 식품의 경우, 인스턴트 라면을 판매하고 있지만 할랄 인증이 된 제품이 아니라서 수요가 높지는 않습니다. 가공식품은 할랄 인증이 되지 않은 제품이 많으니 현지 소비자들 사이에서 가공식품의 판매율은 낮은 편입니다. 무슬림 고객들은 할랄 제품만 구매하며, 할랄 인증이 되지 않은 제품은 현지에 거주하는 아시아인들이 주로 구매합니다.

Q. 현재 U.A.E 내 즉석식품 시장 트렌드가 어떻게 되나요?

떡볶이와 라면 같은 즉석식품의 수요가 증가하고 있는 추세입니다. 현지 시장에서 즉석식품을 받아들이는 데에 시간이 조금 걸렸지만, 조금씩 수요가 올라가고 있습니다. 5년 전에 비하면 인스턴트 식품을 판매하는 매장도 눈에 띄게 늘어났습니다. 특히, 한국음식은 매운 음식을 즐겨먹는 아랍인들에게 인기가 많습니다.

사진출처: 아세안투데이 (www.aseantoday.com)

Interview ④ 에이 마트 슈퍼마켓 (A Mart Supermarket)

에이 마트 슈퍼마켓
(A Mart Supermarket)

전문가 소속

에이 마트 슈퍼마켓
(A Mart Supermarket)
아시아 마트

전문가 정보

Mr. Sanjeev
(Supervisor)



A Mart Supermarket

Mr. Sanjeev (Supervisor)

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

에이 마트 슈퍼마켓(A Mart Supermarket)은 식품과 더불어 가정용품과 가전제품까지 한국으로부터 직수입해 판매하는 아시아 마트입니다. 처음에 현지에서 거주하는 한국인들을 상대로 매장을 차렸으나, 최근 들어 아랍인과 무슬림인까지로 고객층을 확대했습니다. 매장 내에 약국과 패스트 푸드점까지 보유하고 있으며, 두바이에 하나의 매장만 운영 중에 있습니다.

Q. 현재 U.A.E 내 즉석떡볶이 및 즉석식품의 수요가 있나요?

한국 식품에 대한 수요가 증가하지 않는 한 즉석떡볶이의 수요는 크게 오르거나 내리지는 않을 것 같습니다. 5-8년 전과 비교했을 때 즉석식품의 수요는 많이 높아졌지만, 특별히 판매량이 높은 제품은 없으며 전반적으로 비슷합니다. 최근에는 유기농과 웰빙식품이 인기를 끌면서, 즉석식품도 그런 트렌드를 반영한 제품이 출시되고 있고, 보다 건강한 즉석식품에 대한 수요도 자연스럽게 오르고 있습니다.

Q. 현재 U.A.E 내 즉석식품 시장 트렌드가 어떻게 되나요?

즉석식품의 수요는 항상 있습니다. 두바이에는 바쁜 직장인들이 많이 거주하고 있기 때문에 간편하고 시간이 절약되는 즉석식품의 수요가 줄어드는 일은 없을 것입니다. 다만, 건강식품에 대한 관심도 함께 증가하고 있기에, 이전처럼 화학 보존료가 많이 첨가된 즉석식품은 상대적으로 건강한 즉석식품과 비교했을 때 경쟁력이 없을 것입니다.

Interview ④ 에이 마트 슈퍼마켓 (A Mart Supermarket)

●
에이 마트 슈퍼마켓
(A Mart Supermarket)

전문가 소속

에이 마트 슈퍼마켓
(A Mart Supermarket)
아시안 마트

전문가 정보

Mr. Sanjeev
(Supervisor)

Q. 즉석 떡볶이는 주로 어디서 판매하나요?

라면이나 건조 김처럼 인지도가 높은 한국 식품은 까르푸 등의 대형마트에서 구매할 수 있지만, 즉석 떡볶이는 UAE 내 한국 식료품점에 가야만 구매할 수 있습니다. 즉석 떡볶이는 바쁜 소비자들을 상대로 간편한 식사 용도로 제작된 것이기 때문에, 편의점에서 판매하는 것도 좋을 것 같습니다.

Interview ⑤ 두바이 자치체 (Municipality of Dubai Office)

●
두바이 자치체
(Municipality of Dubai Office)

전문가 소속

두바이 자치체
(Municipality of Dubai Office)

전문가 정보

Mr. Amir
(Business Helpdesk
Staff)



Municipality of Dubai Office

Mr. Amir (Business Helpdesk Staff)

Q. 기관 소개와 역할을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

두바이 자치체(Municipality of Dubai Office)는 두바이뿐만 아니라 UAE 전체를 상대로 운영되고 있으며, 음식의 수출·수입, 무역, 건설, 세금 등 다양한 산업에 관여하고 있습니다.

Q. UAE 내에서 판매되는 즉석떡볶이나 즉석식품에도 할랄 인증이 필요한가요?

판매하고자 하는 제품에 고기나 기타 동물성 원료가 포함되어있지 않다면, 할랄 인증은 필요 없습니다. 하지만 극소량이라도 고기나 기타 동물성 원료가 들어있다면 할랄 인증을 꼭 받아야합니다. 대다수의 현지 소비자들은 할랄 인증에 매우 민감합니다. 만약 현지에 거주하는 아시아인을 상대로만 제품을 판매할 예정이라면 할랄 인증이 필요 없겠지만, 현지 소비자들을 상대로도 판매하고 싶다면 할랄 인증은 필수적입니다.

Q. 할랄 인증 외에 하여 어떤 인증을 있으면 좋을까요?

동물성 재료를 사용하지 않은 제품이라면, 건강안전인증을 받아야합니다. 건강안전 인증은 미국의 식품의약국과 동일한 역할을 하는 원산지 국가의 식품안전 기관으로부터 받을 수 있는 인증으로, 한국의 경우 보건복지부가 이에 해당합니다. 제품의 통관과정에서 보건복지부의 식품 인증서가 필요합니다. UAE의 기관에서 발급하는 식품 인증은 따로 필요하지 않습니다. 단, 한국에서 발급받은 모든 문서는 영문으로 작성되어 있어야 합니다.

사진출처: 아세안투데이
(www.aseantoday.com)

[참고문헌]

■ 참고 문헌

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in the United Arab Emirates, Country Report」, 2018.11
2. 푸드바이닷컴(Foodubai.com), 「Frozen and Ready-to-Eat Food is an Exponentially rising segment in UAE」, 2019.03.05.
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in the United Arab Emirates」, 2018.11
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Packaged Food in the United Arab Emirates」, 2018.12
5. 걸프뉴스(GulfNews), 「Survey shows UAE consumers buying more organic food」, 2018.09.19.
6. 더네셔널(The National), 「Why do people in the UAE love K-Pop so much?」, 2018.09.09.
7. 케이피엠지(KPMG), 「UAE 2018 Food & Beverage report」, 2019.02
8. 한국관광공사, 「2018년 방한 무슬림 관광 실태 조사」, 2018.12
9. 패스포트(Passport), 「2018 Analysis by Flavour: Soup and Instant Noodle」, 2019.07.12.
10. 걸프뉴스(GULF NEWS)(gulfnews.com), 「UAE's Safestway supermarket brand sold」, 2019.01.21.
11. 리테일앤레저 인터내셔널(Retail & Leisure International), 「Spinneys planning UAE expansion」, 2019.06.21.
12. 에스엠이10X(SME10X), 「Spinneys products are now available on Amazon UAE」, 2019.07.09.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(www.potral.euromonitor.com)
2. 외교부(www.mofa.go.kr)
3. 세계은행(www.worldbank.com)
4. International Trade Centre(www.trademap.org)
5. 글로벌 미디어 인사이트(Global Media Insight)(www.globalmediainsight.com)
6. 관세법령정보포털(www.unipass.customes.go.kr)
7. 아부다비 농식품안전청(www.adfca.ae)
8. 두바이 행정부(DM)(www.dm.gov.ae)
9. 아랍에미리트 연방관세청(FCA)(www.fca.gov.ae)
10. 아랍에미리트 국제청(FTA)(www.mof.gov.ae)
11. 유엔식량농업기구(FAO)(www.fao.org)
12. 까르푸UAE(Carrefour UAE) 홈페이지 (www.carrefouruae.com)
13. 걸프비즈니스(Gulf Business) (www.gulfbusiness.com)
14. 아이워너프로퍼티(iwannaproperty) (www.iwannaproperty.com)
15. 알 마야(Al Maya) 홈페이지 (www.almaya.ae)
16. 하이두바이(HiDubai) (www.hidubai.com)
17. 초이뜨람스(Choithrams) 홈페이지 (www.choithrams.com)
18. 초이뜨람스(Choithrams) 그룹 홈페이지 (www.choithramsgroup.com)
19. 농식품수출정보(Kati) (www.kati.net)
20. 웨스트 존(West Zone) 홈페이지 (www.westzone.com)
21. 두바이오에프터블유(Dubaiofw) (dubaiofw.com)
22. 알브왈디 인베스트먼트(Albwardy Investment) (www.albwardy.com)
23. 스피니스 딜리버리(Spinneys delivery) (www.spinneysdelivery.com)
24. 큐코(Qko)홈페이지 (www.qkoasianmarket.com)
25. 박스 박(Box Park) (www.boxpark.ae)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

26. 천사마트(1004 Mart)홈페이지 (www.1004gourmet.com)
27. 스튜디오이엠(StudioEM) (www.studioem.net)
28. 케이푸드 미들 이스트(KFood Middle East) (www.kfoodme.com)
29. 플레이스맵(PlacesMap) (www.placesmap.net)
30. 진 푸드(Jin Food)홈페이지 (www.jinfooduae.com)
31. 한아름 마트(Hanarum Mart)홈페이지 (www.hmart-uae.com)
32. 한아름 마트(Hanarum Mart) 페이스북 페이지
33. 아세안투데이(Asean Today) (www.aseantoday.com)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사
발행일자 : 2019.07.21

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사 로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right
Reserved. Printed in Korea

