

UAE, 사우디, 쿠웨이트

2005. 12

aT 농수산물유통공사

머 리 말

그동안 열사의 사막으로만 알려졌던 중동지역이 이라크戰 이후 Oil Money 유입으로 인한 소득 증대 및 유소년층 인구 증가로 신흥경제 4국인 BRICs 지역 못지않은 중요 신흥시장으로 부각되고 있습니다.

이러한 중동 지역의 소득 증가 및 인구 증가는 농식품의 소비 증가로 이어질 것으로 예상되어 한국 농식품의 진출 가능성을 더욱 밝게 하고 있습니다. 이 가능성을 한국 농식품의 중동 진출 및 확대라는 성과로 일구어내는데 도움이 되고자 중동 3개국 농산물무역 핸드북을 발간하게 되었습니다.

본 핸드북은 중동의 중심 국가인 UAE, 사우디아라비아, 쿠웨이트의 시장구조 및 농식품 수출입동향, 한국식품 유통동향 등 우리 수출업체의 중동 진출에 도움이 되는 내용을 담았습니다. 또한 우리와는 다른 중동지역의 관습 및 생활습관, 종교 관련 주의사항 등을 정리하여 문화적 차이로 인한 시행 착오를 예방할 수 있도록 하였습니다.

한국의 농식품 수출에서 중동 지역이 차지하는 비중은 5.6%로 작은 편이나, 시장 잠재력은 매우 큼니다. 이러한 가능성을 현실로 만들기 위해서는 끊임없는 노력과 관심이 필요할 것입니다. 저희 aT는 개별기업이 독자적으로 추진하기 힘든 틈새시장 진출 여건 조사 및 정보 제공을 위해 앞으로도 최선을 다하겠습니다.

2005.12.

aT 농수산물유통공사
정보서비스센터 본부장 박감춘

차 례

I. 중동에 대한 이해

1. 지역 구분	1
2. 중동 지역 주요 경제 공동체	4
3. 중동 경제의 꽃 - GCC	6
4. GCC의 FTA 추진 현황 및 전망	11

II. 아랍에미리트(UAE)

1. 개황	17
가. 일반 개황	17
나. 경제 동향	18
2. 농업 현황	22
가. 농업 개황	22
나. 농업 생산	23
3. 시장 특성 및 소매시장 구조	26
가. 시장 특성	26
나. 소매시장 구조	29
4. 농식품 수입 및 한국산 농식품 수입 동향	35
가. 농식품 수입 규모	35
나. 한국 식품 수입 동향	36

5. 주요 수출 유망품목	43
가. 인삼	43
나. 간장	45
다. 고추장	47
라. 배	48
6. 한국 농산물 진출 여건	50
가. 한국식품 유통동향	50
나. 한국산 진출 제약요인	50
다. 한국산 농산물 진출방안	51
7. 관세 및 수입관련 제도	58
가. 수출입 제도	58
나. 관세 및 통관 제도	61
다. 비관세장벽	62
8. 바이어 리스트	64
가. 인삼제품	64
나. 주요 대형 식품매장	65
다. 한국 식품업체	67

Ⅲ. 사우디아라비아

1. 개황	68
가. 일반 개황	68
나. 경제 동향	69

2. 농업 현황	74
가. 농업 개황	74
나. 농업 생산	77
3. 시장 특성 및 소매시장 구조	81
가. 시장 특성	81
나. 소매 시장 구조	86
4. 농식품 수입 및 한국산 농식품 수입 동향	92
가. 농식품 수입 규모	92
나. 한국 식품 수입 동향	93
5. 주요 수출 유망품목	98
가. 인삼	98
나. 간장	101
다. 배	102
6. 한국 농식품 유통동향 및 진출 여건	105
가. 한국식품 유통동향	105
나. 품목별 유통 동향 및 수출 확대 방안	109
7. 관세 및 수입관련 제도	117
가. 수출입제도	117
나. 관세 및 통관 제도	120
다. 라벨링 및 식품 관련 규정	122
8. 바이어 리스트	128
가. 인삼제품	128
나. 간장제품	129
다. 배	130

IV. 쿠웨이트

1. 개황	132
가. 일반 개황	132
나. 경제 동향	133
2. 농업현황	138
가. 농업 개황	138
나. 농업 생산	139
3. 시장 특성 및 구조	142
가. 시장 특성	142
나. 시장 구조	144
4. 농식품 수입 및 한국산 농식품 수입 동향	147
가. 농식품 수입 규모	147
나. 한국 식품 수입 동향	148
5. 수출유망품목(인삼)	154
가. 시장 규모 및 특성	154
나. 수입관세율	155
다. 유통경로	155
라. 효과적인 현지시장 진출방안	155
마. 바람직한 바이어 접촉 방법	156
6. 한국 농식품 유통동향 및 진출 여건	157
가. 한국 식품 유통 동향	157
나. 품목별 유통 동향 및 수출 확대 방안	157

7. 무역 관련 제도	162
가. 수출입 제도	162
나. 관세제도	164
다. 통관제도	165
라. 무역서식	166
8. 바이어 리스트(인삼제품 관련)	170

V. 중동여행 참고자료

1. 일반 사항	174
2. 국별 유의사항	178
3. 이슬람의 관습	183
4. 생활 습관 관련 유의사항	192
5. 종교적 유의사항	203

VI. 중동지역 바이어 리스트

I. 중동에 대한 이해

1. 지역 구분

가. 이슬람권, 중동지역 및 아랍지역의 차이

□ 아랍지역

- 아랍세계란 아랍어를 국어로 사용하고 이슬람을 국교로 정한 나라들의 집합체를 의미하며 아랍연맹에 속해 있는 22개국이 이 세계를 구성하고 있으며 이들 국가는 언어적, 정치적으로 결속되어 있음
- 아랍세계의 국가에는 아프리카 북부의 리비아, 모로코, 알제리, 튀니지, 이집트와, 아랍권 최대 면적국가인 수단, 지중해 연안의 요르단, 시리아, 레바논, 이라크, 아라비아 반도의 사우디아라비아, 예멘, 카타르, 쿠웨이트, 바레인, 아랍에미리트(UAE), 오만 등이 포함됨

□ 중동지역

- 중동이란 유럽중심의 시각에서 정해진 지정학적 개념으로 그 기원을 살펴보면 1902년 미 해군제독 알프레드 마한이 페르시아만 주변 지역을 처음으로 중동이라 칭한 데서 비롯되었으며 1930년대 후반 영국의 중동사령부가 이집트로 이전하면서 이집트도 중동지역에 포함됨

- 중동은 다수가 이슬람교를 믿고 문화적, 역사적, 지리적으로 아랍지역과 밀접한 관계를 가지고 있는 지역을 의미하며 아랍지역 외에 터키, 이란, 아프카니스탄 등도 중동에 속한다는 의견도 있음

□ 이슬람권

- 이슬람세계란 이슬람을 국교로 정한 나라와 무슬림이 다수파를 차지하고 있는 모든 나라의 집합을 의미하며 현재 이슬람 기구 소속 56개 국가 약 13억 인구가 포함 되어 있음
- 이슬람 세계는 중동 세계를 포함하여 동남아 지역과 동유럽 일부 및 아프리카 지역에 분포되어 있으며, 이들 국가들은 경제적으로 일부 산유국을 제외하고 거의 대부분 빈국에 속하며, 정치적으로 거의 대부분 제3세계 민족주의 이념을 내세움
- 이슬람 세계 국가로는 중동지역, 구소련에서 독립한 중앙아시아 이슬람국가, 말레이시아, 인도네시아, 아프리카의 이슬람국가 등이 포함됨. 전 세계 인구 중 이슬람권이 차지하는 비중은 1/5로 13억 명에 이르고 있으며, 140여 개국에 널리 분포되어 있음

나. 중동지역 세부구분

□ 걸프연안 및 아라비아 반도

- 홍해, 아라비아해, 페르시아만 등에 의해 둘러싸여 있는 지역으로 사우디아라비아, 예멘, 쿠웨이트, 이라크, 카타르,

바레인, 아랍에미리트(UAE), 오만 및 이란이 이 지역에 속하며 세계 원유매장량의 2/3 이상이 이 지역에 매장되어 있음

□ 비옥한 초승달(Fertile Crescent) 지역

- 이 지역은 지중해 연안지역인 북쪽의 아나톨리아 산맥(터키 중부지역)으로부터 아랍사막 북쪽까지 초승달 모양으로 형성된 비옥한 땅을 지칭
- 이라크, 시리아, 레바논, 이스라엘, 팔레스타인 지역과 이란 남서쪽 및 요르단 일부가 이에 포함되며, 때때로 이집트 북부 나일강 지대가 초승달 형태를 강조하기 위하여 포함되기도 함
- BC. 8,300년경 관개농업이 시작되었고, 고대문명의 발상지로 메소포타미아, 그리스, 로마 문명의 유산이 그대로 간직되어 있음

□ 마그레브(Maghreb) 지역

- 마그레브는 아랍어의 ‘해지는 장소’ 즉 서쪽에서 유래한 명칭이며, 북서아프리카의 아랍지역이 이 지역에 속함
- 일반적으로 좁은 범위의 마그레브 지역은 모로코, 알제리, 튀니지이며 넓은 범위의 마그레브는 모르타니아와 리비아가 포함됨
- 이 지역에는 아랍인 외에 약 5천만 베르베르족이 거주하고 있으며, 1989년에는 유럽공동체와 유사한 지역공동체인 마그레브 연방(Maghreb Union)이 창설됨

2. 중동 지역 주요 경제 공동체

가. AFTA(Arab Free Trade Area)

- ☐ 아랍국간의 교역과 투자를 늘려 각 국가간 경제적 편차를 해소하고 균형 발전을 이루기 위한 목적으로 1997년에 아랍연맹 경제위원회의 결의에 따라 출범한 관세 동맹적 성격의 지역적 결합체로 아랍연맹 22개국 중 유예된 5개국 (알제리, 모리타니, 지부티, 코모로스, 소말리아)을 제외한 17개국이 참여
- ☐ 회원국 : 바레인, 이집트, 이라크, 요르단, 쿠웨이트, 레바논, 리비아, 모로코, 오만, 팔레스타인, 카타르, 사우디아라비아, 수단, 시리아, 튀니지, UAE, 예멘
- ☐ 주요활동
 - 1998년부터 매년 10%씩 관세인하를 추진하였고, 2005년 1월1일 이후 관세를 폐지
 - AFTA의 포괄범위는 관세철폐, 수량제한금지, 반덤핑·상쇄관세, 원산지규제, 관세평가·세관수속, 투자, 서비스, 기준·인증(MRA), 위생식품검역, 정부조달, 지적재산권, 경쟁, 분쟁해결 등으로 예외조항이나 인적이동과 같은 부분을 제외하고 전반적으로 포괄하고 있음

나. AMU(아랍 마그립 연합 : Arab Maghreb Union)

- 1989년 발족한 AMU회원국(알제리, 리비아, 모리타니, 모로코, 튀니지)은 최근 공동시장(Common Market)으로 추진중임
- 미국과 EU는 마그립 공동시장이 형성되면 자국기업이 직접 투자하는 데 긍정적인 영향을 미칠 것이라 평가하고, 튀니지, 모로코, 알제리가 공동시장의 형성을 주도해 줄 것을 촉구하고 있음
- 모로코와 튀니지는 이미 EU와 준회원국 협정을 체결하였으며, 2010년까지 자유무역지대를 형성할 계획이며 미국도 모로코, 튀니지, 알제리와 경제협력 강화를 모색중임
- 한편, 요르단과 예멘 같은 ACC¹⁾ 국가들은 걸프전 때 이라크를 지지했고 ACC 국가 중 이집트만 정치적 이익을 위해 다국적군 편에 섰음. 리비아와 AMU 국가들과 이란은 서방에 대항하여 걸프전 때 이라크를 지지. 상기의 경제협력 기구들은 경제적 연합체라기보다 정치적 연합체 성격이 강함

1) ACC(Arab Cooperation Council : 요르단, 이라크, 이집트, 예멘 / 1989년 설립)

3. 중동 경제의 꽃 - GCC

가. GCC(Gulf Cooperation Council: 걸프협력이사회) 개관

- 창설일자 : 1981년 5월 25일
- 회원국 : 사우디아라비아, 쿠웨이트, 아랍에미리트, 바레인, 오만, 카타르
- 1979년 이란의 회교혁명, 1980년 이란-이라크 전쟁발발 등 걸프지역의 전반적인 정치, 외교적 위기 상황에 공동 대응하기 위해 창설했으며 6개 회원국간 ‘연합체적 단일 정치구조(Confederal Structure)’ 구축을 궁극적 목표로 지향하고 있음
 - 걸프지역 안보위협에 대한 집단 안보체제 구축
 - 걸프지역 경제통합을 통한 경제발전 및 공동이익 추구
 - 아랍 보수왕정국가간의 체제유지를 위한 대내외 공조 체제 유지
- 한편, GCC 국가들은 장기적인 경제 성장 기반 구축과 함께 단일 품목(원유)에 대한 높은 의존도에 기반한 대외 취약적 경제구조 극복을 위해 역내 경제 협력 강화도 병행 추진함
- 경제 협력 방안
 - 1983년 3월부터 FTA단계인 역내자유무역조치를 실시함 (역내 관세철폐, 여행 제한 철폐)
 - 2003년 1월부터 EU와의 협상을 추진하기 위해 관세동맹을 실시하고 있으며 2006년 완전 시행을 목표로 하고 있음 (사우디아라비아를 제외하고 역외 관세를 5%로 통일)

- 또한 2005년까지 단일 통화에 대한 기초체계를 구축하고 2007년까지 단일통화위원회를 설치하여 2010년에는 단일 통화를 도입하는 것을 계획하고 있음
- 그러나 경제통합계획은 국가마다 상이한 발전 전략의 채택과 산업의 피해에 따른 우려, 단일 통화 도입으로 인한 경제 주권 상실과 경제 충격에 대한 대응책 미비 등으로 원활하게 이루어지지 못하고 있음
- 주변국과의 관계
 - 산유국으로 구성된 GCC의 유가강세에 따른 경제성장에 힘입어 주변 비산유국(이집트, 요르단, 레바논, 시리아)의 對GCC 수출증가, 투자유입 증대, 해외근로자들로부터의 송금증가 및 관광산업 활성화 등 혜택이 큼
 - 특히, 예멘은 이미 GCC 산하 4개 위원회에 가입하고 있으며 협의를 진행 중이고, 이라크는 아직까지 정정이 안정되는 시기에 협의가 진행될 전망이다

나. GCC 조직 체계

□ 최고 이사회(Supreme Council)

- 연 1~2회 개최되는 정상회담으로 의장은 알파벳 순서에 따른 순환제
- 주요 기능
 - GCC 최고정책의 입안 및 지침 설정
 - 각료이사회의 권고, 연구 및 협의결과를 심의, 승인
 - 여타 국가 및 국제기구와의 협력 문제 협의

□ 각료 이사회(Ministerial Council)

- 회원국 외무장관 및 분야별 각료로 구성되며, 의장은 6개월 단위로 알파벳 순서로 순환
- 주요 기능
 - 모든 분야에 있어서 회원국간 협력 증진 문제 협의, 검토
 - 회원국 사기업 활동 조정, 회원국 상공회의소 협력 발전, 회원국간 인력 이동 촉진
 - 기술위원회 또는 특별위원회 설치 및 활동 임부 부여
 - 검토 결과를 최고이사회에 권고, 상정 및 보고서 제출

□ 사무국(리야드 소재)

- 사무총장, 사무차장 3명(정치, 경제, 군사) 및 일반직원 으로 구성
- 주요기능
 - GCC 공동사업 및 통합과 관련된 협력 및 협의 준비
 - 최고이사회와 각료이사회 합의사항 이행
 - 각료이사회 준비와 의제 설정
 - 임시 각료회의 개최 요청
 - 기타 최고이사회와 각료이사회에서 부여하는 임무 수행

다. GCC의 경제 및 교역 규모

- 2004년 총 GDP는 사우디아라비아가 2,500억 달러로 전 세계 23위를 차지해 GCC 회원국 중에서 가장 큰 것으로 나타남
 - 다음으로 아랍에미리트와 쿠웨이트가 50위권에 들었으며 오만과 카타르는 70위권, 바레인은 90위권에 기록됨

- GCC 회원국의 GDP 합계는 4,147억 달러로 우리 GDP의 61%에 해당됨

〈회원국별 GDP²⁾〉

(단위 : 억 달러)

국 가	사우디	UAE	쿠웨이트	오만	카타르	바레인
금 액	2,505	709	417	216	204	96
순 위	23위	51위	57위	73위	74위	96위

자 료 : World Development Indicator

- 국별 교역 규모를 살펴보면 사우디아라비아의 교역 금액이 1,572억 달러로 가장 크게 나타났으며 다음으로 아랍에미리트가 1,412억 달러를 기록해 두 번째로 교역 규모가 큼
- 아랍에미리트를 제외한 나머지 국가는 무역수지 흑자를 기록한 반면, 아랍에미리트는 72억 달러의 무역수지 적자를 나타냄
- 역내 교역 현황을 보면, 수출 면에서 오만의 역내 수출 비중이 9.3%로 높게 나타났으며 다음으로 바레인, 아랍에미리트, 카타르 등의 순임
- 수입 면에서는 바레인의 역내 수입비중이 49.9%로 매우 높게 나타났으며 오만의 경우도 25.2%로 다소 높은 비중을 차지했음
- 역내 교역비중은 바레인이 20.3%로 가장 높고 오만이 15.3%, 카타르가 7.9%, 아랍에미리트가 4.9%, 사우디아라비아가 4.8%, 쿠웨이트가 4.3%의 순으로 나타남

2) 2004년 기준

〈GCC 회원국의 교역 현황3〉

(단위 : 백만달러, %)

	총 수 출	총 수 입	총 교 역	수지
	역내수출(비중)	역내수입(비중)	역내교역(비중)	
사우디아라비아	112,504	44,745	157,249	67,759
	5,479(4.9)	2,015(4.5)	7,512(4.8)	
아랍에미리트	66,983	74,267	141,250	-7,284
	3,431(5.1)	3,445(4.6)	6,876(4.9)	
쿠웨이트	25,513	12,983	38,496	12,530
	459(1.8)	1,197(9.2)	1,656(4.3)	
카타르	18,546	6,052	24,598	12,494
	952(5.1)	1,002(16.6)	1,954(7.9)	
오 만	12,840	7,704	20,544	5,136
	1,195(9.3)	1,940(25.2)	3,135(15.3)	
바레인	13,524	5,883	19,407	7,642
	1,015(7.5)	2,933(49.9)	3,948(20.3)	

자 료 : IMF 통계

〈GCC 회원국의 식품 수입규모〉

(단위 : 천 달러)

	2001년	2002년	2003년	2004년
바레인	517,145	558,714	525,156	545,470
쿠웨이트	1,195,559	841,140	975,701	1,093,396
오만	1,287,655	1,257,024	1,146,595	1,168,534
카타르	418,768	480,957	501,168	447,993
사우디아라비아	4,707,465	5,276,621	6,025,127	6,203,141
UAE	3,123,286	3,500,022	3,901,993	4,825,206

자 료 : FAO 통계

3) 2004년 기준

4. GCC의 FTA 추진 현황 및 전망

가. 개황

- 중동지역 FTA 관련 가장 영향력 있는 단체는 GCC(사우디아라비아, 쿠웨이트, UAE, 카타르, 오만, 바레인 등 현재 6개국/ 예멘, 이라크 가입 논의중)이며, AFTA가 2005년 초 역내 관세폐지를 했으나 회원국의 산업발달이 저조한 관계로 현재로서는 역내 교역수준은 미미한 실정임
- 각 회원국들의 경제력, 대외(미국, EU, 인도, 중국 등) 교섭력이나 시장 매력도 또한 산유국으로만 구성되어 있는 GCC가 영향력이 큼. AMU(Arab Maghreb Union)는 현재 활동이 미약하고, 이외의 기타 단체 ACC나 ACM 등은 유명무실한 실정임
- GCC국가들은 미국, 중국 및 인도 등에 FTA 체결을 위한 사절단을 파견하는 등 지역블록의 형태로 FTA 체결에 박차를 가하고 있지만, 미국의 경우 각국에 대한 개별적인 접근방식으로 FTA를 추진하고 있음. 미국은 2004년 9월 바레인과 FTA를 체결했고 2005년 1월 1일부로 발효될 예정이었으나, GCC 회원국간 이견으로 현재 일시 유보 상태에 있음 특히, 사우디는 바레인에 무관세로 수입된 미국제품이 자국에 재판매될 것을 우려하고 있음
- 미국에 비해 EU와는 진척상황이 느린 편으로 상호 FTA 체결을 위한 EU측의 전제조건이 까다롭기 때문임. EU는 각 개별국이 아닌 GCC라는 한 블록과의 FTA 체결을 희망 하긴 하나 이로 인해 이를 위한 사전 조건으로 GCC 블록내

관세공동체, 단일시장, 단일통화권 등을 연차적으로 시행할 것을 요구하고 있음

- 이와 관련해 GCC국들은 2003년 1월에 이미 역내국간 통관 및 관세단일화를 시행했으며 2단계인 단일시장 형성과 3단계인 단일 화폐시장 설립 등은 각기 2007년 및 2010년을 시한으로 일정을 제시한 바 있음
- GCC는 회원국간 문화적 경제적 정서적 편차가 많지 않고 화폐시장도 안정된 양상으로 인해 2단계 단일시장은 2005년에 형성했으며 3단계 단일 화폐시장은 2007년으로 당초 일정보다 2년씩을 앞당길 것을 예측됨. 이에 따라 EU측에서 요구한 GCC국간 최종 단일화폐시장이 완성되는 2007년에는 EU와의 FTA도 공식 체결이 될 수 있을 것임
- 중국의 경우도 GCC와는 비즈니스 밀접도가 더욱 강해지면서 FTA 체결도 가시적임. 특히 중국의 경우는 자국 에너지정책과 맞물리면서 에너지의 주요 수입원이라 할 수 있는 GCC지역에 빈번히 통상사절단을 급파하고 원유사업에도 진입하는 등 정책적으로 통상을 강화하고 있어서 FTA에 대한 논의도 활발히 진행되고 있음
- 특히 중동, 아프리카의 물류거점을 지향하는 두바이에 현재 공정중인 차이나타운이 완공(2007년)되는 시점에서 FTA의 효과는 더욱 위세를 보일 것임. 하지만, 우리나라의 경우 중동국가와의 FTA는 중장기과제로 선정되어 있는 실정임

나. GCC의 FTA 추진 현황

□ EU

- 1989년 EU-GCC협력 협정에서 FTA 협상을 약속하였으며 2001년 7월 EU 이사회는 GCC의 관세 동맹 설립을 조건으로 FTA협상 추진을 승인하였음
- 2002년 3월 협상이 개시되어 2002년에 5차례, 2003년 두 차례, 그리고 2004년 1월 마지막 협상을 개최했음
- 2004년 5월 제14차 EU-GCC 공동이사회에서 발표된 공동선언문에서 양측은 상품교역의 대부분이 FTA에 포함될 것을 밝혔으며 EU는 인권, 이민문제 등도 추가되어야 한다고 제안하여 조만간 이에 대한 추가 협상이 재개될 예정임
- EU는 그동안 GCC와의 FTA 체결에 소극적이었으나 최근 EU를 중심으로 하는 새로운 역내 다자협력 체제를 모색하는 과정에서 아랍권과의 관계 개선 및 정치적인 협력 증진을 위해 적극적인 자세를 취함
- 정치적 이익 외에 세계 최대 서비스 수출국인 EU는 GCC로의 서비스 시장 진출을 염두에 두고 있으며 세계 최대 에너지 수출지역인 GCC로부터 석유 및 천연가스의 안정적 공급을 기대함
- 석유화학산업과 알루미늄산업에 비교 우위를 점하고 있는 GCC는 이들 산업에 대한 국제 경쟁력 제고를 기대함

□ 미국

- 2004년 9월 바레인과 미국 FTA 체결
 - 현재 아랍에미리트와 오만 등이 미국과 협상 중이며 쿠웨이트, 카타르 등도 조만간 협상을 추진할 예정임
 - EU와 GCC 지역에서의 주도권 확보를 위해 경쟁적으로 FTA 추진

□ 인도

- 2004년 8월 GCC와 인도는 FTA 전단계인 Framework Agreement(기본협정)을 체결했으며, 2006년 1월 개최예정인 인도-GCC간 경제회의를 계기로 FTA 협상이 개시될 예정

□ EFTA

- 2003년 1월 14일, EFTA와 GCC는 Joint Committee(공동 위원회)를 개최하고 FTA 체결을 논의하기 위한 Sub-Committee(소위원회)를 설치하기로 결정했음

□ 중국

- 2005년 7월 6일 GCC의장인 쿠웨이트 수상과 중국의 원자바오 총리는 중국-GCC FTA 협상을 조기에 개시하는 데 합의하였음
- 중국은 최근 석유소비 급증(매년 원유 수입이 증가추세이며 2004년에도 13%의 증가율 기록)과 중동산 원유에 대한 높은 의존도(전체 원유 수입중 45% 차지)등의 이유로 원유공급을 안정적으로 확보하기 위해 GCC와 FTA를 추진함

- 중국은 원유 확보 외에 공산품과 통신, 건설 등 서비스 수출 시장확대를 위해서도 중동 지역 진출을 강화하고 있음

다. 향후 전망

□ GCC 지역 내 미국의 FTA 확대

- 중동국가에 대한 미국의 FTA는 이스라엘과 아랍국가 간 분쟁을 통제하고, 아랍국가에 대한 미국의 영향력을 증대하기 위한 정치적 고려가 FTA 체결에 강하게 작용하고 있음
- 2000년 10월 미국과 요르단이 FTA를 체결하고 2001년 12월 발효하였으며 주요 내용은 거의 모든 상품거래 및 서비스교역에 대한 관세 및 비관세장벽을 10년 내에 점진적으로 제거한다는 것임. 요르단의 경우, FTA 효과로 對美 수출액이 2000년 7300만 달러에서 2003년 6억 7천만 달러로 증가하고, 경제성장률도 대폭 증가함
- GCC국가 중 현재 사우디를 제외한 UAE, 카타르, 쿠웨이트, 오만 등도 개별적인 FTA 체결준비가 완료된 상황이며, 특히 오만의 경우 2004년 7월 FTA체결을 위한 전 단계라 할 수 있는 Framework Agreement(기본협정)을 체결했고 최종 FTA는 2005년 말에 추진하는 일정임

□ 인도와의 FTA 추진

- GCC지역과 가장 지리적으로 근접하고 비즈니스 차원에서도 밀접한 관계를 가지고 있는 인도와의 FTA도

역시 체결 가능성이 큼. 인도와도 2004년 8월 FTA의
전단계인 Framework Agreement(기본협정)을 이미 맺었고,
2006년 1월에 ‘제 2차 India-GCC 산업컨퍼런스’에서 심화
협의를 예정임

- 현실적으로 인도와는 장애물이 없고 GCC지역에 거주
하는 주요 외국 인력의 70% 정도(250만 명)가 인도인
들이어서 특별한 거부감이 없어 2007년경에는 FTA가
추진이 될 수 있을 것으로 예상됨

□ 단일 통화 발행

- GCC가 2010년에 단일 통화를 발행하게 될 것이며 통화
명은 ‘GULF DINAR’나 ‘RIYAL’이 될 것으로 알 아사프
(AL-ASSAF) 사우디 재무장관이 발표하였음
- 예정대로 GCC 단일통화가 발행되면 GDP 4천억 달러
및 세계 원유 매장량의 45%를 보유하고 있는 경제
블록의 통화로서 EU 통화 다음으로 강력한 힘을 가지게
될 것이고, 역내간 교역 증진 효과와 원유 자원에 의존
하고 있는 각 국가 경제의 다변화에 크게 기여할 것으로
예상됨
- 현재 달러에 의존하고 있는 원유 및 가스자원의 가격은
GCC 단일통화로서 책정되면, 아랍 국가뿐만 아니라 전체
이슬람 국가은행들의 보유 통화로서 역할을 수행할 것임

Ⅱ. 아랍에미리트

1. 개황

가. 일반 개황

□ 자연지리 및 경제

- 국토면적 : 83,600km²(남한의 4/5 배)
- 인 구 : 440만명(증가율: 1.58%, 외국인 인구: 1,576,472명)
- 기 후 : 고온 다습 아열대성기후 및 사막성기후
(최고 53℃)
- 시 간 대 : 한국보다 5시간 늦음
- G D P : 981억 달러(2005년 기준)
- 1인당 GDP : 20,960달러(2005년 기준)

□ 행 정

- 공식국명 : 아랍에미리트 연합국(United Arab Emirates)
- 수 도 : 아부다비(Abu Dhabi)
- 행정조직 : 7개의 에미리트가 모인 국가
 - 각 에미리트는 자치정부와 같이 독자적 관할구역과
역내 관할권 행사
 - 아부다비(1,127,000명), 두바이(858,000명), 샤르자(491,000
명), 아즈만(161,000명), 라스 알 카이마(165,000명), 푸자
이라(92,000명), 움물 까이와인(44,000명)

□ 정 치

- 정부형태 : 7개 에미리트 연합(연방 대통령제)
- 대 통 령 : 셰이크 칼리파 빈 자예드 알 나하얀(2004.11.5
8대 대통령에 취임/임기 5년)
(H.H.Shaikh Khalifa Bin Zayed Al-Nahayan)

□ 사회·문화

- 민 족 : 아랍인(33.5%), 서남아인(63%), 기타(3.5%)
- 언 어 : 아랍어(공용어), 영어(상용어)
- 종 교 : 이슬람교(수니파 70%, 시아파 30%), 외국인 노동
자는 종교 다양

□ 한국과의 관계

- 국교수립 : 1980년 6월 18일 수교 수립
- 협정체결 : 항공협정, 투자보장협정, 이중과세방지협약
(2003. 9)
- 취항도시: 두바이

나. 경제 동향

1) UAE 경제 현황 및 전망

〈주요 경제 지표〉

	단위	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
GDP	십억 달러	69.546	71.711	80.425	93.082	98.099
1인당 GDP	달러	19,938	19,102	19,902	21,409	20,960
GDP 성장율	%	3.5	1.9	7.0	3.6	4.5
경상수지	십억 달러	6.543	3.529	6.856	13.242	16.627
인플레이션	%	2.8	3.1	2.8	3.4	2.1

자 료 : IMF 통계

- UAE 경제는 매년 6%~7%대의 경제 성장률을 지속할 것으로 예상됨. 2004년도 UAE 경제 성장률이 7.5%에 이르고 있으며 이러한 기조는 향후 수년간 지속될 것으로 판단됨. 최근 지속되는 고유가로 인하여 UAE의 석유 판매 수익은 더욱 증가할 것으로 예상되며 이에 따라 UAE 정부의 경제개발 투자도 더욱 늘어날 것으로 보임
- 중화학공업(석유, 전력 등 에너지)분야에 대한 집중 투자가 이뤄질 것으로 보이며 UAE 정부의 탈석유화 정책으로 인한 제조업 육성으로 식·음료 등 기초 산업에 대한 투자도 상당 부분 이루어질 것으로 보임
- UAE 정부는 석유 고유가정책과 함께 올해도 지속될 것으로 보이는 달러화 약세로 인해 UAE 국내외유휴자금의 해외투자진출이 더욱 늘어날 것으로 전망하고 있음
- 해외 투자와 더불어 UAE 내수 부문에 대한 투자도 대폭 늘어날 것으로 보이는데 특히, 현재 거품으로까지 불리는 부동산 투자 열풍과 함께 두바이 경전철, 도로망건설, 국제항 신축 등 신규 대형 사회 인프라 프로젝트와 맞물려 당분간 내수투자도 상당한 특수를 누릴 것으로 예상됨
- 한편, 현재는 UAE 경제 성장의 견인차 역할을 하고 있는 석유 판매가 반대로 UAE 경제경장에 제동을 거는 고삐로 작용할 수 있다는 우려의 목소리도 나오고 있음. 지금의 초고공 고유가 행진을 기초로 한 UAE 개발 정책은 유가가 폭락하거나 예년 수준을 회복할 경우엔 경제 전반에 걸친 거품 붕괴 현상을 촉발할 수 있으므로

UAE 정부가 좀 더 신중한 정책 수립에 임해야 한다는
전문가들의 지적이 이어지고 있음

2) 두바이(Dubai)의 급부상⁴⁾

- 두바이가 중동지역의 비즈니스 및 관광의 허브로 급부상
 - 1985년에 자유무역지대를 조성하는 등 오랜 기간 중동 지역 허브를 지향한 노력을 경주해 왔음
 - 최근에는 중동의 중계 무역항을 넘어서 산업 및 관광의 세계적 거점을 추구
 - 높이 800m의 세계 최고층 빌딩, 파리 시 크기의 인공 섬을 건설 중이며, 각종 스포츠 및 쇼핑 이벤트를 개최 하여 세계의 주목을 받고 있음
- 국내에서도 두바이에 대한 관심이 크게 높아지고 있음
 - 2005년 5월 1일 서울-두바이간 직항 노선(에미리트 항공)이 개설되었고, 언론의 ‘두바이’ 관련 보도 건수도 급증
 - 종합일간지 ‘두바이’ 검색건수 : 681건('02) → 1,198건('03) → 1,465건('04) → 725건('05.1~4)
- 두바이는 세계 3대 산유국인 UAE의 경제 수도
 - 두바이는 UAE(아랍에미리트)내 7개 토후국 중 하나로 면적은 3,885Km(서울의 약 6.4배), 인구는 120만 명에 불과 하지만, GDP는 UAE 전체 GDP의 25%를 차지
 - UAE는 세계 3위의 산유국(매장량 982억 배럴)이면서 세계 4위의 가스 보유국(매장량 204조 입방피트)

4) 삼성경제연구소 『두바이, 세계로 열린 중동의 허브』

- 대부분의 자원이 아부다비에 집중되어 있고 두바이는
부존자원이 빈약
- 두바이는 GDP 중 非 석유부문의 비중이 93%에 달할
정도로 석유에 대한 의존도가 낮음(2003년)

□ 석유자원 고갈에 대비하여 허브화 전략을 채택

- 두바이의 발전은 脫석유경제 정책과 지리적 이점의
활용에 기인
- 1996년 두바이 정부는 2011년까지 석유의존 경제구조
에서 완전 탈피하는 것을 목표로 하는 장기 계획을 수립
- 두바이는 걸프지역에서 대형 선박이 정박할 수 있는
유일한 지역이며, 유럽과 아시아 태평양의 중간에 위치
하고 있어 발전잠재력이 큼

■ 두바이 에미리트 경제개발계획

- 명 칭 : Dubai Strategic Development Plan(1996~2000) Into The
21st Century
- 주요목표 :
 - 석유의존 경제구조로부터 완전 탈피
 - 2011년까지 GDP 중 비석유 산업의 구성비율을 100%로 확대
 - 자본집약적 산업을 육성하여 외국 노동력의 유입을 억제
 - 민간분야 투자여건 개선, 교통 통신 등 사회간접자본에 대한
투자 확대, 각종 경제통계 체계화 등을 추진
- 두바이는 걸프지역에서 대형 선박이 정박할 수 있는 유일한
지역이며, 유럽과 아시아·태평양의 중간에 위치하고 있어 발전
잠재력이 큼

2. 농업 현황

가. 농업 개황

☐ 농경지 규모

- UAE 국토의 대부분은 저지대 사막평원이며 동북부의 오만과의 국경지역은 산악지대로 농업에 이용하기에는 부적합함
- 그러나 UAE 정부의 보조금 지급을 통한 농업 장려와 관개지 조성을 통해 농경지는 증가 추세에 있음. 현재 UAE의 농경지 면적은 전 국토의 3%인 266천 ha임

☐ 농지 면적 변화

(단위 : 1000ha)

	1985년	1990년	1995년	2002년
총 면적	8,360	8,360	8,360	8,360
국토 면적	8,360	8,360	8,360	8,360
농경지 면적	35	55	83	266
경지	26	35	43	75
다년생 작물 재배지	9	20	40	191
영구 목초지	8,325	8,305	8,277	8,094

자 료 : FAO 통계

□ 농업 인구 변화

(단위 : 천 명)

	2000년	2001년	2002년	2003년
총인구	2,820	2,879	2,937	2,995
- 남	1,846	1,880	1,914	1,947
- 여	973	998	1,023	1,048
농촌 거주인구	434	439	444	447
도시 거주 인구	2,386	2,439	2,493	2,548
농업 인구	137	133	130	126
비 농업 인구	2,682	2,745	2,807	2,869
경제 활동인구	1,531	1,565	1,600	1,634
남	1,315	1,339	1,363	1,387
여	216	226	236	247
농업 경제 활동 인구	75	73	71	69
남	75	73	71	69
여	-	-	-	-

자 료 : FAO 통계

나. 농업 생산

□ 곡물 생산량

(단위 : 톤)

품목	2001년	2002년	2003년	2004년
밀	159	116	15	120
감자	11,496	10,046	7,094	7,094

자 료 : FAO 통계

□ 과일 생산량

(단위 : 톤)

품목	2001년	2002년	2003년	2004년
바나나	133	131	171	171
레몬,라임	16,195	15,321	11,269	11,269
감귤	5,748	5,934	4,915	4,915
포도	61	48	23	50
수박	5,631	6,699	2,266	3,000
멜론	12,461	12,329	4,685	7,000
무화과	506	509	312	510
망고	9,137	9,318	4,255	4,255
대추야자	757,601	757,601	757,601	760,000
기타 신선 과일	5,147	6,116	4,840	4,840
기타 과일 주스	7,200	9,600	13,200	13,200

자 료 : FAO 통계

□ 채소 생산량

(단위 : 톤)

품목	2001년	2002년	2003년	2004년
양배추	28,398	29,892	14,323	15,000
상추	1,413	1,726	805	900
시금치	1,151	823	1,000	1,000
토마토	331,060	231,137	134,042	240,000
콜리플라워	12,541	12,524	5,528	10,000
호박	27,399	20,502	19,810	20,000
오이	23,981	25,883	11,307	15,000
가지	20,230	18,135	14,096	20,000
고추, 후추	4,344	5,263	5,448	5,448
양파, 파	34,346	13,229	15,944	15,944
콩,	2,679	2,226	1,064	1,200
당근	2,161	1,976	1,119	2,000
기타 신선 채소	59,803	140,626	150,000	150,000
수박	5,631	6,699	2,266	3,000
멜론	12,461	12,329	4,685	7,000

자 료 : FAO 통계

□ 가축 생산량

품목	단위	2001년	2002년	2003년	2004년
소	마리	101,795	107,444	113,082	115,000
양	마리	524,510	553,614	582,717	590,000
염소	마리	1,354,994	1,430,176	1,495,280	1,450,000
닭	1000마리	11,500	12,000	18,000	13,000
말	마리	370	370	380	380
낙타	마리	232,848	245,766	258,684	250,000

자 료 : FAO 통계

□ 축산물 생산량

(단위 :톤)

	2001년	2002년	2003년	2004년
소고기	8,135	9,208	9,500	9,750
양고기	14,220	17,100	7,200	9,000
염소고기	8,889	11,200	10,400	10,400
닭고기	28,128	28,584	41,028	30,000
낙타고기	13,851	14,618	15,386	15,386
우유	10,341	10,915	11,488	11,540
양젖	10,408	10,986	11,563	12,000
염소젖	31,359	33,099	34,839	35,000
낙타젖	35,328	37,288	39,248	39,350
버터	432	456	480	498

자 료 : FAO 통계

3. 시장 특성 및 소매시장 구조

가. 시장 특성

1) 시장 특성

- 세계 각국의 다양한 제품 전시장
 - 아랍에미리트는 자국내 제조업 기반이 거의 없어 석유/에너지 자원을 제외한 모든 물자를 수입에 의존하고 있음
 - 특히 식품의 경우, 대추야자를 빼고는 모두 수입에 의존하고 있는 실정임
 - 이런 이유로 아랍에미리트는 세계 각국 제품의 품질과 가격이 경쟁하는 상품 전시장이 되고 있음
- 재수출 위주의 중계무역시장
 - 아랍에미리트는 동서양을 잇는 지리적 이점과 잘 갖추어진 인프라, 개방정책 추진 등에 힘입어 중동, 서남아, 아프리카, CIS, 동구권 등 세계 각처에 재수출하는 물류센터이므로 아랍에미리트의 경제는 재수출 시장 여건에 따라 기복이 심함
- 저가품이 선호되는 철저한 가격시장
 - 재수출 시장은 대부분 저가품을 선호하는 지역이며, 현지에 진출해 있는 외국인들도 상품을 구매할 때 가격을 최우선적으로 고려함
 - 반면 전체 인구의 25%에 달하는 내국인들은 엄청난 부를 바탕으로 고가의 브랜드 제품 위주의 별도 소비층을 형성하고 있음

- 아랍에미리트에는 많은 외국인 독신자들이 거주하고 있으며, 이들은 스스로 음식조리가 어려워 간편한 가공식품을 선호함에 따라 가공식품의 매출이 큰 편임

○ 완전 개방시장

- 수출입에 대한 정부규제가 거의 없고, 법인 및 개인 소득세가 면세임. 또한, 수입품에는 일률적으로 5%의 관세를 부과하고 있음
- 예외적으로 술과 담배는 100%의 관세를 부과하며, 라이선스가 있어야 수입이 가능함

○ 지적재산권 보호가 미흡한 복제품시장

- 두바이에서 유통되는 많은 상품이 제조국가가 변경된 제품이거나 모조제품임
(예 : 한국산 안경테는 이태리제로, 중국산 분재는 일본산으로, 중국산 담요는 한국산으로 둔갑 빈발)

○ 국제원유가 변동에 민감한 시장

- 아랍에미리트의 경우, 원유부문이 정부 재정수입의 80%를 차지하기 때문에 국제 원유가격은 재정수입 및 공공부문 지출에 막대한 영향을 미쳐 국내경기는 물론 수입 수요에도 중요한 변수로 작용함

2) 시장현황

- 7개의 에미리트로 구성된 아랍에미리트는 남한보다 약간 작은 면적에 인구가 400여 만명에 불과하나, 수입 규모는 2003년 기준 296억 달러를 기록하여 중동·아프리카에서 가장 큰 시장임

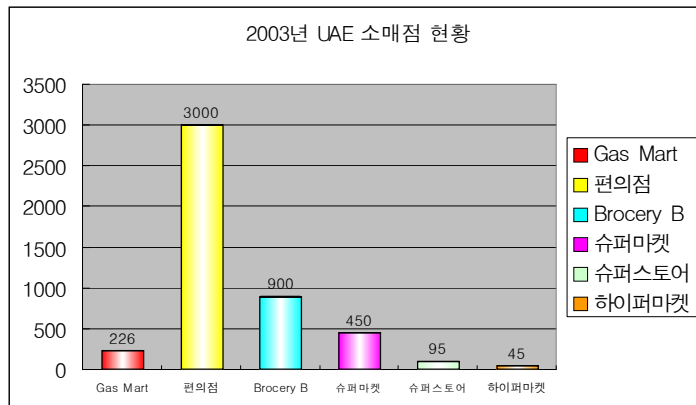
- 이는 아랍에미리트의 상업 중심지인 두바이가 재수출
기지 역할을 담당하고 있기 때문임
- 주요 재수출 시장은 이란을 비롯한 러시아 등의 CIS
국가, 사우디아라비아, 쿠웨이트, 바레인, 카타르, 오만
등의 인근 GCC 국가 및 북부·동부 아프리카임
- 이렇게 볼 때 두바이 수입상들의 마켓클레임(Market
claim)이 빈번히 발생하는 이유도 아랍에미리트 자체의
시장상황보다는 주변 국가들의 상황 악화에 연계되어
있다고 볼 수 있음
- 아랍에미리트는 중동·아프리카지역 국가 중 우리나라가
15억 달러 이상을 수출하는 유일한 시장으로 지난 93년
이후 사우디아라비아를 제치고 이 지역 최대 수출대상국
으로 부상했음
- 이러한 특수한 무역구조로 인해 아랍에미리트의 수입
시장 경기는 주요 재수출 시장여건 변화에 따른 민감한
반응을 보이고 있음
- 아랍에미리트가 이처럼 재수출의 중심지로 부상한 것은
잘 갖추어진 물류 시설과 중동 국가로서는 이례적인
자유스러운 분위기 및 사회제도 때문이며 또한, 페르시
아만 입구라는 전략적 요충지에 위치해 있다는 점도
무시할 수 없는 요인임
- 현재 아랍에미리트 인구 440만 명 중 150만 명은 외국인
이며, 아랍에미리트 전체 기업의 80%는 외국인이 투자한
회사이고, 두바이에만 70만 명의 외국인이 거주하고 있음

나. 소매시장 구조

1) 개황

- 10여 년 전부터 발전하기 시작한 아랍 에미리트의 소매 시장은 최근 큰 성장세를 나타내고 있으며 매년 많은 최신의 식품점들이 들어서고 있으며, 주요 식품점간의 경쟁은 더욱 치열해지고 있음. 새로운 식품점들은 규모나 다양성 면에서 서양의 모델을 따르고 있음
 - UAE의 연간 소매 시장 규모는 25억 달러⁵⁾
 - 소매판매액의 연간 성장률은 5~10%
- 소매점에서 팔린 식품의 75~80%는 완제 수입품들이었으며, 20~25%만이 국내에서 생산 가공된 제품이었음. 토마토소스나 케찹 생산에 사용되는 토마토나 냉동채소에 쓰이는 소량의 신선 채소를 제외하면, 식품 생산에 쓰이는 재료들은 거의 대부분 수입되었음. 최근 대추야자 가공 산업이 크게 발전하고 있음
- 하이퍼마켓이나 슈퍼스토어는 소매 부문의 새로운 모델로 등장함. 하이퍼마켓 체인점들은 장차 대형 마켓이 시장에서 강세를 나타낼 것을 암시하듯 급격한 성장세를 보이고 있음
- UAE에서 소매업은 인구의 75%가 집중해 있는 아부다비, 두바이, 샤자흐를 중심으로 발달했으며 이 지역의 소비자들은 작은 잡화점이나 편의점보다는 대형 마트에서 제품을 구매하는 경향이 강함. 그러나 교외 지역이나 개발이 덜 된 지역에서는 잡화점이나 편의점이 소매업의 중요한 역할을 하고 있음

5) 2004년 기준(USDA 보고서 인용)



- 하이퍼마켓, 슈퍼스토어 그리고 슈퍼마켓은 적은 점포 수에도 불구하고 소매 매출의 50%를 차지하며 작은 규모의 잡화점과 편의점이 나머지 50%를 차지함
- 매년 큰 성장세를 나타내는 UAE의 협동조합 매장들은 정부와 이 회사의 주식을 소유한 UAE 국민들로부터 큰 지지를 받고 있음. 특히 중하위 소득자들이 이러한 매장을 선호함. 이 매장들은 제한적 범위의 품목들을 저렴한 가격으로 지역 고객에게 공급함. 협동조합 매장의 시장 점유율은 15% 내외임
- 까르푸와 협동조합 매장을 제외하고 모든 주요 체인 매장들은 대부분의 식품을 수입함. 현재 가격 경쟁이 치열해져 각 업체가 독자적인 수출보다는 서로의 협력 하에 수출하는 것이 바람직함
- 새로운 식품 매장들은 요리된 제품, 인스턴트 식품, 배달 서비스, 카페테리아, 은행, 제과점, 세탁소, 약국,

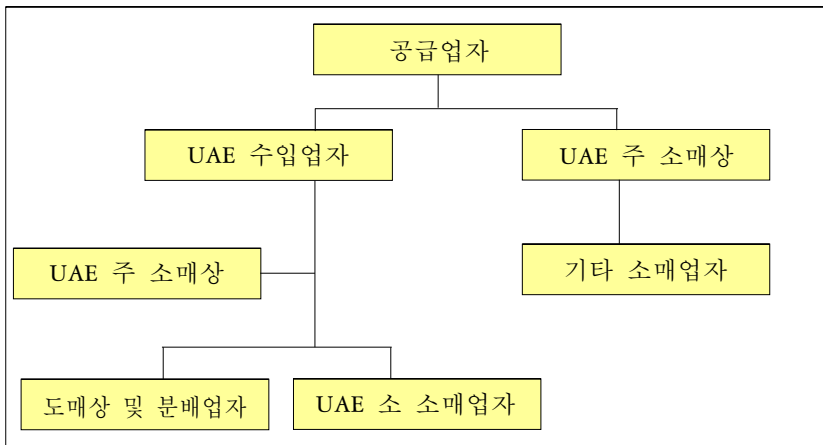
꽃집 등으로 사업 영역을 확대하고 있으며, 알콜 음료의
배급 및 소매는 일부 허가받은 업자들을 통해서만 가능함

2) 시장 진입시 고려사항

- 이 지역에서 유명한 식품 박람회에 참가
 - 특히 매 년마다 두바이에서 개최되는 The Gulf Food Show는 중동에서 가장 큰 식품 박람회이며 걸프지역의 주요 식품 관련자들이 대거 참여함. 현재 농수산물유통공사에서는 한국식품 수출업체를 인솔해 이 박람회에 참가하고 있음
- 지역 방문
 - 개별접촉은 사업 초기의 필수사항으로, 이 방법은 전 세계 잠재적인 식품 공급업자로부터 엄청난 양의 편지와 팩스 이메일을 받는 UAE의 식품 수입업자들과 지속적인 비즈니스 관계를 맺을 수 있는 가장 효율적인 방법임
- 시장 파악
 - 라벨링 규정 등 관련 규정 숙지 및 제품에 관심 있는 바이어와의 상담에 대비해 가격 및 마케팅 계획에 대한 준비 필요
- 소량 주문에 대한 대비 필요
 - 지역 특성상 일반적 관례보다 적은 양을 수입하길 원하는 수입업자가 많으므로 국내 다른 수출업자와 함께 선적하거나 여러 품목을 한꺼번에 선적하는 것이 바람직

- 한국식품에 대해 고품질인 것은 인정하나 가격 면에서 다소 비싼 면이 있으므로 이에 대한 설명 필요

3) 유통경로



- UAE의 도매상과 분배 시스템은 잘 갖추어진 편이며, 소매업자들은 주로 수입업자나 식품 제조업자부터 직접 식품 구입하지만, 일부 소매업자들은 많은 제품을 직접 수입하여, 다른 소매업자에게 직접 판매하기도 함

4) 주요 매장의 종류 및 성격

□ 대형마트

상호명	소유관계	판매액 (백만달러)	매장수	위치	물품 구매 형태
T. Choithram & Sons(TCS)	다국적기업	46	27	전 지역	수입업자, 지역 바이어, 유통업자
Consumer Coop	국내 기업	220	82	전 지역	직접 구매
Emirates Coop	국내 기업	50	5	두바이	직접 구매
Abu Dhabi Coop	국내 기업	55	10	아부다비	수입업자
Abela Stores	국내 기업	13	1	아부다비 샤자흐	수입업자, 국내 바이어, 도매업자
Emke Group	인도	400	28	전 지역	수입업자, 지역 바이어, 도매업자
Shop n Save	인도	75	42	전 지역	지역 바이어
Spinney`s Dubai	국내 지역	155	17	전 지역	지역 바이어
Al Maya Lal`s Group	영국/인도	45	14	전 지역	수입업자, 지역 바이어, 도매업자
Carrefour/MAF Hypermarkets	국내 지역	150	8	전 지역	지역에서 구매 수입업자
Lebanese Fruit Co.	UAE/ 레바논	7	4	샤자흐, 아부다비, 두바이	수입업자, 지역 바이어, 유통업자
Park n`Shop	인도	10	1	두바이	수입업자, 지역 바이어, 유통업자
Giant Supermarket	UAE(49)/ 인도(51)	22	11	전 지역	수입업자, 지역 바이어, 도매업자

□ 소형 매장 및 편의점

상호명	소유관계	판매액 (백만달러)	매장수	위치	물품 구매 형태
Emarat Gas Mart	국내 기업	40	65	전 지역	지역 바이어
Mordern Bakery & Supermarkets	국내 기업	11	4	전 지역	수입업자, 지역 바이어, 유통 업자
Emirates Petroleum Co.	국내 기업	60	160	두바이	직접 구매

4. 농식품 수입 및 한국산 농식품 수입 동향

가. 농식품 수입 규모

☐ 농식품 총 수입규모

(단위 : 천 달러)

	2001년	2002년	2003년	2004년
농림축산물	3,123,286	3,500,022	3,901,993	4,825,206

자 료 : FAO 통계

☐ 주요 농식품 수입규모

(단위 : 천 달러)

	2001년	2002년	2003년	2004년
곡 류	512,480	364,727	483,253	568,996
낙농제품	173,700	313,306	263,918	349,350
과일 채소	512,536	868,585	930,579	912,189
육 류	193,530	321,468	267,786	297,742
담 배	332,370	183,616	301,299	315,976
음 료	126,200	75,245	198,583	315,365
차 류	102,000	150,066	84,366	172,063

자 료 : FAO 통계

나. 한국 식품 수입 동향

1) 한국식품 수입 동향

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
농산물	21,274.99	82,106.32	21,957.73	82,414.96
축산물	27.34	184.71	8.15	56.69
임산물	325.82	256.03	160.09	127.41

자 료 : KATI 통계

2) 농산물 수입 동향

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2004년		2005년(10월까지)	
품 명	물 량	금 액	물 량	금 액
○ 곡류	0.32	1.14	0	0
• 밀	0.32	1.14	0	0
- 밀가루	0.32	1.14	0	0
○ 채유종실	0.09	0.14	0	0
• 기타 채유 종실	0.09	0.14	0	0
• 채유종자와 과실의 분, 조분	0.09	0.14	0	0
○ 과실류	4,889.80	2,991.62	5,262.59	4,037.95
• 배	4.86	14.87	3.00	10.38
- 배(신선)	3.36	9.61	3.00	10.38
- 배(기타 방법 조제)	1.50	5.26	0	0
• 포도	8.12	5.54	0	0
- 포도(기타조제방법)	8.12	5.54	0	0
• 단일과실조제품	4,845.76	2,910.81	5,252.22	3,974.98
과즙음료	4,845.76	2,910.81	5,252.22	3,974.98

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분 품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
- 기타과실	31.07	60.40	7.37	52.60
과실, 견과류 푸레	16.80	10.92	0	0
팝콘	6.15	43.94	7.37	52.60
과실 견과 기타	8.12	5.54	0	0
○ 기타곡실류	0	0	0.07	0.78
• 기타종자	0	0	0.07	0.78
- 파종용의 종자, 과실, 포자	0	0	0.07	0.78
○ 채소류	6.52	218.82	16.20	48.82
• 김치	0	0	10.20	22.79
- 김치(냉동하지 않은 것)	0	0	10.20	22.79
• 오이	5.22	208.85	0	0
- 오이류(식초, 초산 조제)	5.22	208.85	0	0
• 고추	0.57	4.15	0.91	4.90
- 고추류(건조, 파쇄)	0.57	4.15	0.91	4.90
• 채소종자	0.09	2.79	0	0
- 무종자	0.03	1.85	0	0
- 기타	0.06	0.94	0	0
• 기타채소	0.64	3.03	5.10	21.13
- 채소류(감자, 채두류, 시금치)	0.30	2.25	0	0
- 채소, 과실, 견과류 조제품	0	0	0.75	1.65
- 채소류 조제품(감자, 완두, 콩)	0.34	0.78	4.35	19.48
○ 유지가공품	64.00	69.81	0	0
• 쇼트닝	64.00	69.81	0	0
- 에폭시화한 대두	64.00	69.81	0	0
○ 사료	0.10	0.21	0	0
• 사료 첨가제	0.10	0.21	0	0
- 사료첨가제(항생물질, 비타민)	0.10	0.21	0	0

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
○ 기타 식물성 물질	0.45	0.88	0.62	1.19
• 텍스트린과 기타 변성전분	0.45	0.88	0.62	1.19
- 기타 변성 물질	0.45	0.88	0.62	1.19
○ 빵류제조용	4.38	12.67	7.81	25.96
• 베이커리 반죽	4.38	12.67	7.81	25.96
- 베이커리제품 제조용 혼합물	4.38	12.67	7.81	25.96
○ 소오스류	36.37	49.78	72.23	112.30
• 간장	17.13	9.32	57.70	80.40
- 간장	17.13	9.32	57.70	80.40
• 된장	3.46	2.52	6.21	6.58
- 된장	3.46	2.52	6.21	6.58
• 춘장	0	0	0.24	0.33
- 춘장	0	0	0.24	0.33
• 고추장	12.63	17.79	5.94	16.39
- 고추장	12.63	17.79	5.94	16.39
• 기타장	0	0	0.05	0.20
- 장류(간장, 된장, 춘장, 고추장)	0	0	0.05	0.20
• 혼합조미료	3.16	20.14	2.10	8.39
- 혼합조미료	3.16	20.14	2.10	8.39
○ 코코아류	36.00	67.90	46.33	113.07
• 초콜렛	36.00	67.90	46.33	113.07
- 초콜렛 및 초콜렛과자	36.00	67.90	20.33	59.30
- 초콜렛 및 초콜렛과자(블럭)	0	0	26.00	53.77
○ 차류	0.64	1.54	3.54	12.99
• 녹차	0.60	1.54	3.54	12.99
- 녹차(발효 않은 것)	0.60	1.54	3.54	12.99
- 녹차(기타)	0.60	1.54	0	0

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
○ 연초류	15,499.47	76,396.31	14,922.54	74,337.25
• 권련	15,499.47	76,396.31	14,922.54	74,337.25
- 필터담배	15,499.47	76,396.31	14,922.54	74,337.25
○ 인삼류	1.05	53.87	0.37	19.01
• 백삼정	0.67	32.88	0.37	19.01
- 인삼액즙, 인삼엑스	0.67	32.88	0.37	19.01
• 홍삼분	0.23	18.44	0	0
- 홍삼타브렛, 캡슐	0.23	18.44	0	0
• 홍삼조제품	0.15	2.55	0	0
- 홍삼차	0.15	2.55	0	0
○ 주류	24.95	18.84	59.19	55.85
• 맥주	18.33	9.91	0	0
- 맥주	18.33	9.91	0	0
• 에틸알코올	0	0	51.20	41.79
- 기타변성 않은 에틸알콜	0	0	51.20	41.79
• 위스키	0	0	0.01	0.32
- 스카치 위스키	0	0	0.01	0.32
• 소주	6.62	8.93	7.98	13.75
- 소주	6.62	8.93	7.98	13.75
○ 당류	0.20	0.17	0.08	0.06
• 기타당	0.20	0.17	0.08	0.06
- 당류(유당, 단풍당, 포도당, 과당)	0.20	0.17	0.08	0.06
○ 음료	153.71	118.71	604.88	451.20
• 물	113.48	83.10	177.26	136.85
- 광수와 탄산수	10.16	4.75	15.53	7.01
- 물(설탕, 감미료 향미 첨가)	103.32	78.35	3.31	3.11
- 물(설탕, 감미료, 향미 첨가한 것 이외)	0	0	158.42	126.73

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
• 기타음료	40.24	35.61	427.62	314.35
- 음료(설탕 감기료 첨가)	40.24	35.61	427.62	314.35
○ 과자류	413.26	1,509.00	864.97	2,749.36
• 검	263.99	814.51	741.12	2,124.74
- 추잉검	263.94	811.61	741.11	2,124.06
- 천연검(치클검 이외 기타)	0.05	2.90	0.01	0.68
• 캔디	45.26	267.00	45.81	277.69
- 드롭프스	7.66	58.54	5.65	48.17
- 캔디류	37.60	208.46	40.16	229.52
• 빵	12.63	37.91	9.02	27.15
- 파이와 케이크	12.69	37.91	9.02	27.15
• 비스킷	89.80	386.98	69.02	319.77
- 비스킷, 쿠키 및 크레커	89.11	385.67	69.02	319.77
- 스위트 비스킷	0.70	1.31	0	0
• 기타베이커리제품	1.58	2.60	0	0
- 베이커리, 성찬용 웨이퍼 등	1.58	2.60	0	0
○ 면류	143.35	594.69	87.81	406.89
• 국수	0.06	0.26	11.00	37.87
- 국수(조제하지 않은 파스타)	0.06	0.26	11.00	37.87
• 당면	0.23	0.35	0.18	0.43
- 당면(조제하지 않은 파스타)	0.23	0.35	0.18	0.43
• 라면	142.73	593.61	74.21	364.04
- 라면	142.73	593.61	74.21	364.04
• 인스탄트면	0.34	0.47	0.22	0.36
- 인스탄트면(라면 이외 기타)	0.34	0.47	0.22	0.36
• 기타 파스타	0	0	2.21	4.19
- 파스타(조제하지 않은 것)	0	0	2.21	4.19

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
○ 기타조제 농산물	0.37	0.24	8.49	42.28
• 수우프브로드	0	0	1.48	22.23
- 수우프	0	0	1.48	22.23
• 혼합조제식료품	0	0	0	0
- 균질화한 혼합조제식료품	0	0	0	0
• 기타빙과	0	0	5.63	19.08
- 빙과류(아이스크림 이외 기타)	0	0	5.63	19.08
• 식초	0.37	0.24	1.39	0.97
- 양조식초	0	0	1.35	0.94
- 식초 및 초산으로 만든 식초 대용품	0.37	0.24	0.04	0.03

자 료 : KATI 통계

3) 축산물 수입 동향

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
○ 기타 축산 부산물	1.71	52.58	0.80	24.27
• 꿀	0	0	0.76	21.68
- 천연꿀	0	0	0.76	21.68
• 로얄제리	1.71	52.58	0.04	2.59
- 조제품 기타	1.71	52.58	0.04	2.59
○ 낙농품	25.63	132.13	7.36	32.42
• 조제분유	25.63	132.13	7.36	32.42
- 조제분유(유아용/소매용)	25.63	132.13	7.36	32.42

자 료 : KATI 통계

4) 임산물 수입 동향

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분 품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
○ 합판	257.20	192.68	145.62	113.37
• 합판	257.20	192.68	145.62	113.37
- 합판(기타)	0	0	17.03	16.44
- 합판(양쪽면의 프라이가 침엽수)	257.20	192.68	128.60	96.93
○ 섬유판	34.75	22.28	0	0
• 섬유판	34.75	22.28	0	0
- 섬유판(0.8g 초과)	0.41	2.48	0	0
- 섬유판(밀도 0.5g 초과)	19.70	8.10	0	0
- 섬유판/마루판	14.64	11.70	0	0
○ 목탄	0	0	0.03	0.99
• 목탄	0	0	0.03	0.99
- 목탄(성형목탄)	0	0	0.03	0.99
○ 기타 목재	4.67	25.96	14.44	13.05
• 깔판류	0.65	5.79	0	0
- 목재 케이스, 상자	0.48	5.77	0	0
- 페렛, 박스페렛등	0.17	0.02	0	0
• 건축용 목제품	0	0	14.43	12.99
- 건축용 목제건구와 목공품	0	0	14.43	12.99
• 신변장식용품상자	0.15	0.40	0.01	0.06
- 목재의 조상 및 기타의 장식품	0	0	0.01	0.06
- 기타	0.15	0.40	0	0
• 이쭈시개	0.07	0.04	0	0
- 기타목제품(이쭈시개)	0.07	0.04	0	0
• 기타목제품	3.81	19.73	0	0
- 기타목제품(기타)	3.81	19.73	0	0
○ 수지류	28.00	13.72	0	0
• 수지류	28.00	13.72	0	0
- 로진	28.00	13.72	0	0

자 료 : KATI 통계

5. 주요 수출 유망품목

가. 인삼

1) 시장 규모 및 특성

- UAE의 인삼 시장의 규모는 약 50,000달러⁶⁾이며, 대부분 수입에 의존하고 있음
- 현재 UAE에서 인삼은 주로 건강에 관심을 갖고 있는 일부 계층에서 유통되고 있으며, 인삼 제품들 대부분이 유럽이나 미국의 제약회사에서 제조됨. 이는 잘 알려진 브랜드를 바탕으로 공격적인 마케팅을 실시한 결과로 여겨짐
- UAE에서 팔리고 있는 인삼 제품의 대부분은 캡슐 형태이며, 인삼 음료의 경우 최근 인기를 얻고 있음

〈UAE에서 유통되는 주요 인삼 캡슐 제품〉

브랜드	원산지	포장단위	가격(달러)	시장 점유율
Dynamism	스위스	30캡슐	12.26	15%
Energy Ginseng	벨기에	30캡슐	19.89	12%
Ginsana 115	스위스	30캡슐	10.89	10%
Mega dynavits	영국	30캡슐	19	8%
Pharmaton	스위스	30캡슐	9.12	8%

6) kotra 두바이 무역관 조사자료 참고

2) 유통 경로

- 제조업자 → 도매업자, 수입업자 → 소매업자
 - 여기서 도매업자나 수입업자는 약 60~70%의 이윤을 남기며, 이를 슈퍼마켓, 약국 등과 같이 소매상에 유통 시킴. 소매상의 경우, 약 30~40%의 이윤을 남김
- 제조업자 → 독점판매상
 - 이 경우, 일반적으로 독점판매상은 하이퍼마켓이나 건강식품점을 확보하고 있으며, 이를 중심으로 제품을 판매함
- 인삼제품은 주로 건강식품점, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 약국 등을 통해 판매되고 있음

3) 인삼 엑기스 제품 수입 규모 및 재수출

- UAE의 인삼 수입 규모는 4만5천 달러 정도로 한국, 영국 등에서 수입되고 있으며, 이 중 8천 달러 상당이 파키스탄으로 재수출 되고 있음

〈UAE의 인삼 엑기스 수입규모(2004년 기준)〉

(단위 : 달러)

수입국	한국	영국	미국	계
수입액	37,965	7,167	211	45,343

자 료 : Dubai External Trade Statistics Year 2004

나. 간장

1) 시장 규모 및 특성

- UAE의 간장 시장은 규모는 약 20만 달러로 전체 수입 소스 시장의 약 0.8%를 차지함
- UAE의 식품매장에서 판매되는 간장들은 대부분 요르단, 중국, 필리핀, 인도네시아 등지에서 수입된 것으로, 한국산 간장은 찾아보기 힘든 실정임
- 간장제품들은 150ml에서 1ℓ 까지 다양한 형태로 유통되고 있음
- 현재 필리핀에서 생산된 간장(1ℓ)이 0.80 달러로 가장 저렴하게 판매되고 있으며, 반면 일본산 간장은 같은 용량임에도 5.24 달러로 가장 비싸게 유통되고 있음
- 현재 UAE에는 수십 종의 간장이 유통되고 있으며, 이는 UAE에 거주하는 외국인들 대부분이 간장을 먹어본 적이 있는 아시아인이기 때문임

〈UAE에서 유통되는 주요 간장 제품〉

브랜드	용량	가격(달러)	원산지
Lauriat	1ℓ	1.36	필리핀
Five Star	1ℓ	0.80	필리핀
Silver Sean	1ℓ	0.95	필리핀
Jumbo	1ℓ	4.42	중국
Kikkomans	750ml	5.24	일본
UFC	750ml	1.15	필리핀
Indofood Soya Sauce	340ml	1.15	인도네시아
Blue Dragon	350ml	2	중국

2) 유통

- 제조업자 → 도매업자, 수입업자 → 소매업자
 - 여기서 도매업자나 수입업자는 약 60~70%의 이윤을 남기며 이를 슈퍼마켓, 약국 등과 같이 소매상에 유통시킴. 소매상의 경우, 약 30~40%의 이윤을 남김
- 제조업자 → 독점판매상
 - 주로 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓과 같은 대형체인 매장들이 주로 독점적으로 제품을 수입하고 있음

3) 소스류⁷⁾ 수입 및 재수출 규모

□ 소스류 수입 규모 : 총 27,349,086달러(2004년 기준)
(단위 : 달러)

국가명	미국	말레이시아	영국	이집트	독일
수입액	13,807,444	3,152,632	1,728,071	1,661,697	1,245,411
국가명	터키	프랑스	필리핀	호주	중국
수입액	832,124	776,924	531,523	513,016	504,586

□ 소스류 재수출 규모 : 3,536,703달러(2004년 기준)
(단위 : 달러)

재수출국	아프가니스탄	이란	파키스탄	리비아	이라크	쿠웨이트	카타르
수출액	926,802	399,530	354,943	272,760	188,776	177,905	147,731

7) HS 코드 : 2103

다. 고추장

1) 시장 규모 및 특성

- UAE는 전 세계 이민자들이 모여 사는 국제도시로 이민자들은 주로 출신국의 식품을 선호하는 경향이 강함. 한국의 경우, 이민 사회의 규모가 작아 한국 식품에 대한 수요 또한 작으며, 외국인들에게는 잘 알려져 있지 못한 실정임
- UAE에서 고추장은 그리 잘 알려진 식품은 아니라 일부 하이퍼마켓에 소량이 유통되고 있음. 그러나 한국산은 거의 찾아 볼 수가 없음

〈UAE에 유통되는 핫소스류〉

브랜드	용량	가격(달러)	원산지
Nado`s	250ml	1.62	남아프리카공화국
Americana	250ml	1.63	미국
King`s Eye	300ml	2.04	미국
Santana	300ml	2.11	멕시코

2) 유통

- 제조업자 → 도매업자, 수입업자 → 소매업자
 - 여기서 도매업자나 수입업자는 약 60~70%의 이윤을 남기며, 이를 슈퍼마켓, 약국 등과 같이 소매상에 유통 시킴. 소매상의 경우, 약 30~40%의 이윤을 남김

- 제조업자 → 독점판매상
 - 주로 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓과 같은 대형체인 매장이 주로 독점적으로 제품을 수입하고 있음

라. 배

1) 시장 규모 및 특성

- UAE에서 소비되는 배들은 주로 미국, 중국, 남미, 스페인 등에서 수입되고 있으며, 한국산 배는 소량만이 수입되고 있음
- 현재 UAE에서 소비되는 배들은 대부분 특별한 브랜드 없이 수입되고 있으며 소비자들도 브랜드에는 큰 관심이 없으며, 가격과 품질에 따라 상품 구매를 결정하는 경향이 강함
- 배는 주로 8월에서 10월 사이에 수입되고 있으며 이 기간에 배의 가격 또한 가장 저렴하며, 배의 가격은 원산지과 품질에 따라 킬로당 0.817달러에서 3.26달러 까지 다양함. 일반적으로 유럽이나 미국산 배가 중국이나 남미산 배보다 비쌌
- UAE에 수입되는 배의 종류로는 Bartlett, Anjou, Bosc, Comice, Yali 등이 있음

2) 유통 경로

- 포장업체 → 도매상(수입상) → 소매상
- 일반적으로 도매 수입업자는 배 수입시 약 50%의 이윤을 남기며, 소매상 역시 약 50%의 이윤을 남김

3) 배 수입 및 재수출 규모

□ 배 수입 규모 : 총 3,832,660달러(2004년 기준)

(단위 : 달러)

수입국	미국	중국	아르헨티나	남아공	스페인
수입액	1,190,367	1,068,900	603,746	460,681	247,291
수입국	칠레	호주	이란	네덜란드	영국
수입액	153,316	81,648	11,374	7,627	5,730

□ 배 재수출 규모 : 846,665달러(2004년 기준)

(단위 : 달러)

재수출국	쿠웨이트	카타르	사우디아라비아	오만	요르단
수출액	220,320	178,126	132,428	121,853	75,434
재수출국	예멘	레바논	리비아	바레인	지부티
수출액	40,272	21,256	19,657	12,384	10,923

6. 한국 농산물 진출 여건

가. 한국식품 유통동향

- 한국산을 취급하는 업체는 3개에 불과하며, 이들 업체는 전문 취급상이나 수입상은 아님
- 70년대 후반~80년대 초 월남 건설 기술자·중동 건설 기술자 및 현지 취업 가능 인력들이 아랍에미리트 정착 후 식품점 운영 및 수입, 유통의 주축이 됨
- 주요 수입 방법은 소량 다품목을 한 컨테이너에 채워서 수입
- 통관 시 유의사항으로는 아랍어 표기, 제조/유효기간 기재 의무화를 들 수 있음
- 현지 유통의 특징은 수입 후 아랍에미리트에서만 판매되지 않고 인접국가로 재 유통이 일반화되어 있다는 점이며, 한국식품의 주요 소비자는 중동지역 건설 근로현장 및 현지교민과 일부의 현지인임

나. 한국산 진출 제약요인

- 날씨가 더운 동 지역 수출 시 냉장 컨테이너 사용에 따른 물류비 증가
- 제조기일, 유효기한 표기 및 준수
 - 제조기일, 유효기한이 엄격히 표기 및 준수되어야 함
 - 까르푸에서 생산되는 포장 쌀조차도 모두 유효기간을 기재해야 함(모든 식품의 유효기간은 최장 2년 이내로 한정됨)

- 현지의 식품 유효기간은 최장 2년이며, 시청의 위생과 같은 공무원들의 정·비정기 단속 위반 시 다음 연도 사업 허가 불허(벌점 120점 이상시) 및 10,000 디르함(한화 약 3,500천원)의 벌금을 부과함
- 성분 및 유효기간 기재 의무화 및 현지 공무원들의 식품점 불시 단속
- 한국산 통조림은 유효기간이 4년으로 되어 있어 최장 식품 유통기한이 2년에 불과한 아랍에미리트에는 수입 및 판매 불가(2년으로 표기 시 수입 가능)
- 현지의 식품시장을 장악하고 있는 인도, 이란계 상인들과 경쟁이 되는 품목을 수입하면, 이들의 방어망이 워낙 견고하여 진출이 거의 불가능하다는 것이 한국인 수입자들의 의견임

다. 한국산 농산물 진출방안

1) 한국산 수출 확대 방안

- 한국 상품에 대한 효율적이고 지속적인 홍보를 통한 인지도 및 신뢰도 제고
 - 현지 수입 물품 중 50% 정도는 아랍에미리트에서 소비되고, 나머지는 주변국에서 소비되는 점을 고려하여 인접국의 컨셉에 맞는 제품의 현지 소비촉진 광고실시
 - 현지 대형마켓(예 : 두바이 까르푸)에서의 시식회 및 판촉 등을 통한 입맛들이기 사업을 통한 한국 상품 홍보 실시

- 효율적인 물류시스템 운용으로 물류비 부담 절감 및 가격 경쟁력 향상
- 아랍에미리트 지역에 수출하는 국내산 농수산물에 대한 의무 표기사항은 국내 수출업체의 사전 포장·인쇄
- 상권의 70%를 장악하고 있는 인도 상인들 취급 품목과의 경쟁은 현실적으로 많은 어려움이 있으므로 틈새시장을 공략할 수 있는 품목개발
- 수많은 호텔이 있고, 외식산업이 매우 발달해 있으므로 고급 음식재료 공급 모색
- 구매력이 매우 큰 현지 여성을 대상으로 한 기능성 식품 신규 진출 추진
 - 일부다처제에서 오는 스트레스를 쇼핑으로 해소하는 경우가 많음
- 경제적 계층별로 적합한 수출전략 구사
- 아랍에미리트를 비롯한 중동시장은 우리가 개척하여야 될 매우 유망한 식품시장으로 판단되지만, 조금하계 접근하여 일거에 대박을 터뜨리고자 하는 자세는 지양해야 할 것임
- 향후 지속적인 발전이 예상되는 시장이므로 시장진출을 위한 꾸준한 관심과 적극적인 노력 필요

2) 품목별 유통 동향 및 수출 확대 방안

☐ 과실류

- 사과·배는 수출 가능성이 높으며 고급 잠재수요 및

호텔에서의 수요가 예상되므로 고소득층 및 호텔
시장공략 전략 구사

- 배는 현지에서 주로 시판되고 있는 서양 배(중국산, 칠레산)에 비해 한국산 배의 당도와 품질이 우위에 있으며, 한국산 배에 대한 이미지가 좋아 고소득층을 중심으로 한 선물용 및 호텔 고객을 타겟으로 전략적인 접근 시 시장 진출가능성이 매우 높음
- 사과는 중국산이 시장을 장악하고 있으며, 한국산은 품질은 양호하나, 가격이 비싸 향후 고소득층 공략을 통한 시장 진출이 가능할 것으로 판단됨
- 단감은 이란산 단감이 수입 판매되고 있으나, 품위는 한국산에 비해 많이 뒤떨어져 품질경쟁력이 있음
- 아랍에미리트는 과일, 채소류 등을 수입할 때 가격 및 물량을 확정하여 보통 1년 단위 계약을 함. 따라서 수출하고자 하는 물량에 대한 국내가격에 관계없이 지속적인 수출가능 및 신뢰도 구축이 요구됨

□ 가공식품(인삼류, 음료류, 주류, 과자류 등)

- 인삼류
 - 중동지역에서 고급 건강 보조식품으로 인식, 잠재 시장 개척을 위하여 한국산 인삼 인지도를 높일 수 있는 지속적인 홍보 및 이벤트 필요를 통한 시장 확대방안 추진이 필요한 것으로 사료됨
 - 중동지역에서는 인삼을 정력식품으로 인식하고 있는 경우가 있으며, 실제로 동 제품을 섭취한 경우 정력 증강 사례

- 비아그라 출현으로 인삼선호도가 다소 떨어지는 경향을 보이고 있음
- 인삼 특유의 향을 싫어하기 때문에 엑기스, 캡슐 등 인삼 가공 제품 수출가능
- 인삼류는 전문 수입상·취급상을 통하여 현지 유통 채널을 확보하여 현지 마케팅을 통한 판매유도 및 동일 아이템끼리 과당 경쟁방지로 수익성 제고
- 음료류
 - 땀을 많이 흘리는 무더운 기후의 영향으로 탄산음료, 우유 음료, 에너지 음료(건강음료)를 선호하며, 그 중 에너지음료로 분류되는 알로에 음료는 가능성이 있는 것으로 판단됨
 - 콜라, 세븐업 등 청량음료 및 Red Bull(호주산), 오로나민 C(일본산) 등 기능성 음료의 소비가 활발하여 인삼드링크 및 알로에음료의 확대 진출가능성이 있다고 판단됨
 - 현재 웅진식품의 알로에 및 매실음료가 현지시장에서 비교적 좋은 반응을 얻고 있음
- 차류
 - 커피, 녹차 등 다양한 종류의 차류가 세계 각지에서 수입되어 판매되고 있으며, 커피류는 브랜드를 보고 구매하는 경향이 짙어 네슬레, 스타벅스 등 유명 브랜드가 주도하고 있으며, 새로운 브랜드로의 시장 개척은 매우 어려울 것으로 판단됨
 - 현재는 네슬레사의 커피가 가장 인기가 있음
 - 유자차는 단 것을 좋아하는 현지인의 입맛과 맞물려 가능성이 있는 품목으로 판단됨

- 과자류
 - 현지 과자는 단맛이 강하도록 초코렛 코팅이나 크림, 꿀 등을 가미하고 있음
 - 중동지역 소비자들은 단맛이 강한 과자류를 매우 좋아하므로 현지 시장에 출시되고 있는 초코파이와 같이 현지인의 입맛에 맞는 과자류 수출시 가능성 있음
 - 특히 캔디류는 시장성이 있는 것으로 판단됨
- 라면, 국수, 만두 등의 파스타 제품
 - 일본, 중국, 동남아(필리핀, 싱가포르, 대만, 인도네시아)산 라면이 판매되고 있음. 한국산 라면은 맛과 품질 면에서 경쟁력이 있으나, 가격이 걸림돌임
- 장류
 - 간장은 일본의 스시문화와 맞물려 현지에 잘 알려져 있는 품목으로, 자연식품인 콩으로 제조된 천연식품으로 인식되어 인지도도 확산되어 있고 인기도 있음
- 게맛살
 - 프랑스산이 수입 판매되고 있으나, 한국산에 비해 품질이 많이 떨어짐

□ 화훼류 및 임산물

- 죽제품
 - 정교하고 아름다운 한국산 죽제품 수출시 무더운 날씨와 매치되어 구매력이 큰 현지여성 공략가능. 현재 수입판매중인 인도산, 중국산 죽제품은 품질이 매우 조악함

○ 분재

- 일본산 분재라 하여 현지 거주 유럽인들을 중심으로 소비되고 있으나, 중국산을 일본산으로 둔갑, 판매하고 있는 것으로 판단되며 품질은 한국산에 비해 매우 떨어짐
- 아울러 아랍에미리트의 화훼산업은 향후 많은 발전 가능성이 있을 것으로 판단되며, 현재 케냐, 남아공, 화란 등으로부터 생화를 수입하고 있음

3) 그 외 품목의 동향

□ 주류

- 이슬람교에서는 음주를 금하고 있어 주류시장 자체가 존재하지 않으나, 아랍에미리트의 경우, 아랍지역에서 유일하게 호텔에 한하여 음주가 가능하며 최근에는 술집이 많이 생겨나고 있음

□ 육류

- 현지의 식문화를 보면 생고기를 사다가 집에서 요리하기보다는 가공된 형태로 구입 후 집에서 간단히 조리하여 먹는 경향이 강하여 실제 생고기에 대한 현지 반응은 그리 적극적이지 않음
- 대형 유통매장(까르푸)에도 신선육코너는 매우 협소하며 판매 물량도 적어 실제로 신선육 판매 및 구입 비중이 매우 낮음을 보여주고 있음
- 대부분의 사람들은 종교적인 이유로 돼지고기는 섭취하지 않으며, 나머지 육류 및 낙농품에는 모두 의식을

거친 육류 제품이라는 표시인 “HALAL” 문구가 포장
지에 인쇄되어 출품

- 돼지고기는 일반 시중에서는 판매하지 않으며, 외국인
투숙 호텔에서만 제공되고 있음. 이는 비 이슬람
교도를 위한 것으로 메뉴에 별도표기가 있음

□ 유기농 제품

- 건강에 대한 관심의 증가로 유기농 재배식품 판매가
증가하는 추세를 보이고 있으며, 유기농 인증마크를
포장에 인쇄하기도 함

7. 관세 및 수입관련 제도

가. 수출입 제도

□ 수입관리제도 기본원칙

- 자유무역주의 표방으로 특별한 수입관리정책을 시행하고 있지 않음. 그러나 이슬람 율법에 위배되는 제품 수입은 금지. 이스라엘 보이코트 규정에 위배하는 상품에 대하여도 수입 금지
- GCC 관세단일화 논의에서는 저율관세 주장

□ 수입 금지 및 제한

- 국민보건 위생에 관한 모든 식품 및 의약품의 경우 보건부의 엄격한 검사(품질, 내용물, 포장 등)를 받아야 함. 따라서 포장에는 반드시 제조년월일, 사용 유효기간, 내용물 설명서 등을 아랍어로 명기해야 함
- 의약품도 식품과 같이 포장에 반드시 제조년월일, 유효기간, 성분, 사용처 등을 아랍어로 명기, 지워지지 않게 인쇄하여야 함. 스티커 등으로 인쇄에 대신하는 것은 인정치 않음
- 식품류의 경우, 돼지고기 함유 여부 등 성분 검사가 상당히 까다로움. 반드시 제조업체에서 영문으로 명기된 성분 분석표를 첨부시켜야 함. 엄격한 샘플테스트를 통과해야 수입이 가능하므로 한국 기업은 진출시 이를 고려해야 함

□ 무역관련 기관

- 경제부(Ministry of Economy & Commerce)
 - <http://www.uae.gov.ae/moec/>
- 아부다비상의(Abu Dhabi Chamber of Commerce & Industry)
 - P.O.Box 662, Abu Dhabi, UAE
 - (Tel) (971-2) 214000 (FAX) (971-2) 215867
 - E-mail : adcci@emirates.net.ae
 - www.adcci-uae.com
- 두바이 상공회의소(Dubai CCI)
 - P.O.Box 1457, Dubai, UAE
 - (Tel) (971-4) 280000 (FAX) (971-4) 288088
 - E-mail : dcciinfo@dcci.org
- 샤자 상공회의소(Sharjah CCI)
 - P.O.Box 580, Sharjah, UAE
 - (Tel) (971-6) 541444 (FAX) (971-6) 541119
 - <http://www.sharjah.gov.ae>

□ 무역서식

- 상업송장
 - 상업송장, 원산지증명서에 관해(불기항증명, 항로증명, 포장명세서 등 부수 서류도 동일)
 - 신용장에 의거한 필요매수는 사증신청을 접수
 - 바이어 또는 수취인의 이름(회사명)과 주소 또는 P.O. Box No.를 두 서류에 명기할 것
 - 서류 등에 제조업자명, 주소도 명기할 것

- 상업송장과 원산지증명의 매수는 같은 수이거나 상업 송장이 많은 형태로 제출. 위의 부수서류도 함께 제출 (단독으로는 사증을 만들 수 없음)
- 두 서류 모두 신청회사(출하주) 담당자 및 상공회의소의 자필서명을 미리 받아(고무스탬프는 안됨) 다음과 같은 이스라엘 보이코트 문장을 명기할 것. 문장의 예는 다음과 같음

The goods shipped are not of Israeli origin nor do they contain any Israeli materials.

They are not designated to visit any Israeli ports nor are they exported from Israel. They are of Korean origin.

We hereby certify that the goods are of absolute Korean origin and, that the carrier shall not call at any Israeli ports.

- 신청시에 모든 서류의 사본을 대사관용으로 첨부할 것
 - 제출회사명, 상업송장의 발행일(일 - 월 - 년), 품명 (상세한 품목이 아니라 총칭이라도 좋음), 수량 단위가 2종류 이상인 경우는 miscellaneous(mis.), 단위, 전체금액 (그때의 환율을 미화로 환산. 단, U\$의 기입은 불필요)
 - 용지는 해당 대사관에서 받고, 다음엔 복사해서 사용할 것. 정자체로 기입하고, 1건당 1란에 기록
 - 제출은 월말에서 다음달 10일까지이며, 우편도 가능
 - 사증신청 후 취소는 안 됨
- 원산지증명서
- 특혜관세제도를 인정하고 있지 않아서 원산지 증명 필요성이 상대적으로 적은 편이나 통관 시 원산지 증명서를 요구하고 있음

- 원산지 인정을 위한 가공도, 부가가치도 등에 대한 규정 없음
- 원산지 증명은 주재하는 UAE 대사관 등에서 인증 받음
- 구체적인 사항은 상업송장과 같음

나. 관세 및 통관 제도

□ 관세기준, 관세율

- 정부기관 수입물품, 과일·채소·육류 등 식품, 종교서적 등 일부품목은 무관세이며, 담배 및 주류를 제외한 대부분의 물품에 대해서는 CIF기준 4%의 관세 부과
- 현재 진행중에 있는 GCC 관세단일화작업이 이루어질 경우에는 UAE가 현재 여러 GCC국가에 비해 저관세를 부과하고 있음에 비추어 품목별 관세인상이 불가피해질 전망

□ 관세환급제도

- 재수출의 경우 관세환급이 가능. 재수출용 물품수입시 BE(Bill of Entry)상에 재수출용 물품임을 기재하고 산정된 관세를 일단 납부액을 납부하면 BE상의 날짜로부터 180일 이내에 재수출하면 관세를 환급받을 수 있음

□ 통관원칙

- 통관에서의 주된 검사내용은 이슬람 율법에 어긋나는 마약, 주류, 음란물 등. 원산지의 경우 이스라엘 보이콧 정책에 어긋나는지 여부

- 통관에 걸리는 소요시간은 통상 2~3일, 개인용 화물이나 소량화물일 경우 당일 통관 가능
- 금요일에는 휴무

□ 잠정통관

- 수입품 면세 잠정통관 가능. 자유무역지대에 유치될 수 있음. 자유무역지대에 유치는 매우 적은 비용부담만으로 가능

다. 비관세장벽

□ 수입 서류 요건 강화

- 1998년 2월부터 본국의 항만과 공항으로 들어오는 선하증권, 원산지증명서 등 모든 수입관련 서류에 대해 영사관의 공증을 받도록 하는 등 검사를 강화
- 이에 따라 그동안 선적서류만을 현지에 보내왔던 수출업체들은 반드시 서울에 소재한 주한아랍에미리트대사관의 영사과에서 관련 인지와 공증을 받아야만 현지에서 수출품을 통관 가능
- 주한아랍에미리트대사관측은 공증을 받지 않은 업체들의 경우 현지에 서류가 도착한 후 아랍에미리트 외무성에 위치한 영사과에서 확인을 받아야 하는 관계로 통관에 불필요한 시일이 소요
- 아랍에미리트는 각종 편법 수입을 방지하고 수입질서를 바로 잡기 위해 이 같은 조치를 취하고 있는 것으로

알려지고 있으나 이 같은 조치가 일종의 수입 장벽으로 작용

○ 공증수수료

- 상업송장 30만원
- 원산지증명서 2만 5천원
- 인보이스 복사본 2만 5천원
- 기타 각종증명서 2만 5천원~50만원

□ 수입품 표시의무

- 식료품의 경우에는 상표명과 생산일자, 유효기간, 원산지, 무게 등이 정확히 기록되어야 함
- 수입품 표시라벨은 아랍어와 영어가 병기되는 것이 원칙. 실제로는 영어표기만 있어도 통관

8. 바이어 리스트

가. 인삼제품

회 사 명	Sameera Health Food L.L.C
담 당 자	Mr. Zainal Kader
국 적	요르단
주 소	P.O. Box 64543
전 화	00971-4-2280600
핸 드 폰	00971-4-2239266
이 메 일	-
설립년도	1998년
관심품목	건강 식품
바이어 의견	인삼제품 중 인삼 음료에 관심이 많음

회 사 명	AAL Mir Trading Co.
담 당 자	Dr. Asghar Esmaeili
국 적	이집트
주 소	P.O. Box 7851
전 화	00971-4-2262825
핸 드 폰	-
이 메 일	admi@aalmir.com
설립년도	1980년
관심품목	식품, 잡화류,
바이어 의견	이 회사는 프랑스, 이탈리아, 오만, 한국 등에서 주로 수입하고 있으며 현재 인삼은 취급하고 있지는 않으나, 큰 관심을 보이고 있음

회 사 명	Ultimate Gulf International
담 당 자	Mr. Reza Latif
국 적	파키스탄
주 소	P.O. Box 33486, Dubai, U.A.E.
전 화	00971-5-3558688
핸 드 폰	00971-50-5524556
이 메 일	ugtc@yahoo.com
설립년도	1995
관심품목	건강식품
바이어 의견	현재 인삼을 취급하지는 않으나 큰 관심을 보이고 있음

나. 주요 대형 식품매장

매 장 명	Carrefour
담 당 자	Mr. Benoit Vaillant, 식품 구매팀
전화번호	009714-295-1600
팩스번호	009714-295-1601
이 메 일	address@mafgroup.ae
주 소	P.O. Box 60811, Dubai

매 장 명	Lulu
담 당 자	Mr. robert, 기획팀
전화번호	009714-298-8880
팩스번호	009714-298-8808
이 메 일	luludxb@emirates.net.ae
주 소	P.O. Box 60188, Dubai

매 장 명	Geant
담 당 자	Mr. Philip Murali
전화번호	-
팩스번호	-
이 메 일	contact@fu-com.com
주 소	P.O.Box 38323, Dubai

매 장 명	Union Co-operative
담 당 자	Mr. Sadak
전화번호	009714-333-1816
팩스번호	009714-320-1934
이 메 일	unionco@emirates.net.ae
주 소	P.O. Box 3861, Dubai

매 장 명	Spinneys
담 당 자	Ms. Tamara
전화번호	009714-355-5250
팩스번호	009714-355-5261
이 메 일	tamara@spinneys-dubai.com
주 소	P.O. Box 677, Dubai

매 장 명	Al Maya Sroup
담 당 자	Mr. Hairsh Adhisani
전화번호	009714-282-1555
팩스번호	009714-282-6660
이 메 일	e-ho@almayagroup.com
주 소	P.O. Box 677, Dubai

다. 한국 식품업체

매 장 명	서울선식
담 당 자	김대홍
전화번호	971-4-324-1552,324-3114
팩스번호	971-4-324-3908
핸 드 폰	971-50-654-3479
이 메 일	daehun@emirates.net.ae

매 장 명	Kim`s Mart
담 당 자	김상석
전화번호	971-4-336-4337
팩스번호	971-4-335-8063
핸 드 폰	971-50-481-5728
이 메 일	kimsmart@emirates.net.ae

매 장 명	한아름 아트
담 당 자	김철규
전화번호	971-4-336-8022
팩스번호	971-4-336-8033
핸 드 폰	971-50-659-3398
이 메 일	dubaihanarum@yahoo.co.kr

Ⅲ. 사우디아라비아

1. 개황

가. 일반 개황

□ 자연지리 및 경제

- 국토면적 : 215만km²(한반도의 약 10배)
- 인 구 : 26,217천명(증가율 : 2.31%, 외국인 인구 5,576천명, 2005년 기준)
- 기 후 : 대체로 고온 건조한 기후이며, 겨울에는 온화
가장 더운 달 : 7월(26~42℃)
가장 추운 달 : 1월(8~12℃)
- 시 간 대 : 한국보다 6시간 늦음
- G D P : 531억 달러(2005년 기준)
- 1인당 GDP : 10,795 달러(2005년 기준)

□ 행 정

- 공식국명 : 사우디아라비아 왕국(The Kingdom of Saudi Arabia)
- 수 도 : 리야드(Riyadh)
- 행정조직 : 13개의 지역(Mintaqat)로 구성

□ 정 치

- 정부형태 : 전제 군주제(정교일치)
- 지도자 : Fahad Ibn Abdul Aziz 국왕(1982년 즉위)

□ 사회·문화

- 민족: 아랍인(90%), 아프리카·아시아인(10%)
- 언어: 아랍어
- 종교: 이슬람교(수니파 90%, 시아파 10%)

□ 한국과의 관계

- 국교수립 : 1962년 10월 수교 수립
- 협정체결 : 경제 및 기술협정 체결(1975년), 문화협정(1975년), 항공협정(1984년), 교육교류약정(1997년), 투자보장협정(2002년)
- 취향도시: 없음

나. 경제 동향

1) 경제 구조의 특징

- 사우디는 아랍국가 중에서 GDP 규모가 가장 큰 아랍권의 경제 대국으로 전체 GDP에서 석유 부문이 차지하는 비중이 가장 큼. 따라서 사우디 경제는 국제 유가 및 원유 생산량의 변동에 민감하게 반응하는 특징을 보이고 있음
- 경제 구조에 있어서 사우디는 시장경제를 표방하고 있지만 공공부문 중심으로 경제가 운용되고 있으며

사우디 경제는 국·공영 기업 중심의 석유 부문에서 채굴한 원유의 대부분이 수출로 이어지고 수출로 획득한 외화수입이 모두 재정 수입의 원천이 되고 있음. 이러한 재정 자금을 토대로 정부는 70년부터 7차에 걸쳐 경제 개발 5개년 계획을 추진 중에 있음

2) 최근 경제 동향⁸⁾

- 사우디아라비아 경제는 70, 80년대 고유가로 인한 호황기를 맞았으나 이후 유가 안정에 따라 2000년대 초까지 정체기를 경험해 왔음. 2003년도 이후부터는 다시 유가가 상승함에 따라 경기 곡선이 상승한 바, 2004년도에 실질 경제성장률 5.3%를 기록(정부 발표)함으로써 과거 5년 동안의 평균 경제성장률 3.9%를 훨씬 상회하는 역동성을 보여주었음
- 2004년도 경제성장률 기여부문을 섹터별로 보면, 경제의 32% 비중을 차지하고 있는 오일분야에서 5.9%, 44%를 차지하고 있는 비 오일 민간분야에서 5.7%, 24%를 차지하고 있는 정부분야에서 3.8% 성장해 각 분야의 GDP 기여율은 1.89%, 2.51%, 0.90%로 나타난 바, 그간 경제 성장을 주도한 오일분야의 기여율이 감소한 것이 특징임
- 비 오일 민간분야에서는 산업분야가 6.4%, 건설분야가 7.5%, 전기, 가스, 용수 분야가 4.5%, 교통, 통신분야가 7.8%, 도소매, 식당 및 호텔분야가 4.9% 성장했음
- 소비자 물가상승률은 0.2%로 안정을 찾았으며 경상수지 흑자는 2003년의 1,052억 리얄 대비 대폭 상승한

8) 환율: 1 달러=3.75 리얄(2005.6.5일 현재, 고정환율)

1,932억 리얌이었음. 또한 비 오일분야 수출은 2003년 대비 23.8%가 증가한 510억 리얌로 전체 수출의 11.3%를 차지했음

3) 민간분야의 성장이 촉진된 배경⁹⁾

- 2004년 7월부터 발효된 자본시장법(Capital Market Law)을 통해 주식공모를 촉진한 것인데, 이 법에 의해 사우디아라비아 제2 이동통신 업체인 Itisalat와 NCCI(National CO. for Cooperative Insurance) 주식이 상장
- 2003년, 2004년 2년에 걸쳐 Standard & Poor's의 Long-Term Local Currency의 A 플러스 등급 및 Long-Term Foreign Currency의 A 등급 평가, 이어 Fitch가 국가 신용등급을 A로 평가
- 주식시장의 활황으로 연초 4,400이었던 주가지수가 12월 6일 7,900으로 상승
- 법인세법 개정, 광산법 개정, 천연가스 가격 책정 시행령, 중소기업에 대한 보증 프로그램 시행령, 전자정부 구성에 따른 민간분야 참가 시행령 등 신규 재정, 구조개혁이 지속적으로 추진
- 정부조달에 대한 민간분야의 활발한 참여로 총 계약건이 2,850건에 계약금액이 380억 리얌에 달함
- 결론적으로 사우디의 2005년 경제는 이와 같은 2004년도의 경제실적에 근거해 민간분야의 활동이 추진력을 보이고 2004년도 고유가로 인한 재정수입이 2005년도

9) 자료원 : SAUDI ECONOMIC SURVEY, VOL.38

각종 프로젝트 및 민간소비로 연결될 것이 확실함에 따라 또 다시 예외적인 호황기를 맞이할 것으로 전망됨

4) 경제 개혁 개방 정책

- 최근 국제 유가의 급상승으로 각종 지표상의 사우디의 경제는 연초 예상보다 좋을 것으로 예상되나 사우디는 최근 30년간 인구가 폭발적으로 증가했던 반면 산업이나 제조업 발전이 따르지 못하여 일인당 국민 소득은 매년 감소 추세에 있음
- 따라서 20년 전 26,000달러 수준이었던 일인당 국민 소득이 2003년도에는 8,309 달러 수준으로 감소했으며 실업률은 20%를 상회할 정도로 심각한 경제 문제로 대두되고 있음
- 정부는 이를 해소하기 위해 산업화(Industrialization) 정책과 자국민화(Saudization) 정책을 강력히 시행하고 있음. 산업화 정책의 일환으로 외자 및 민자 유치를 위한 투자청을 설립하고, 외국인 투자법을 개정했으며 통신 전력 분야의 민영화 등을 추진하고 있음. 또 Gas Initiative 프로젝트를 통해 향후 5년 내 가스 산업 분야에 대규모 외자를 유치함으로써 경제 활성화의 기반을 마련하기 위하여 노력하고 있음
- 이 같은 산업화 정책 추진을 통하여 경제 규모의 확대와 인력수요를 충족하는 한편, 자국민화 정책의 측면에서는 800만(인구의 1/3)이 넘는 외국인 고용 인력을 감축하기 위하여 사우디인 강제 고용비율 실시와 함께 외국인 취업 제한 업종을 점차 늘려가고 있음

〈경제 주요 지표〉

	단위	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
GDP	십억 달러	9.366	11.911	29.701	49.159	53.095
1인당 GDP	달러	8,775.305	8,733.474	9,614.475	10,662.940	10,795.281
GDP 성장률	%	0.5	0.1	7.2	3.6	3.9
경상수지	십억 달러	187.019	192.642	219.498	251.955	264.010
인플레이션	%	-0.8	-0.6	0.5	2.5	0.8

자 료 : IMF 통계

2. 농업 현황

가. 농업 개황

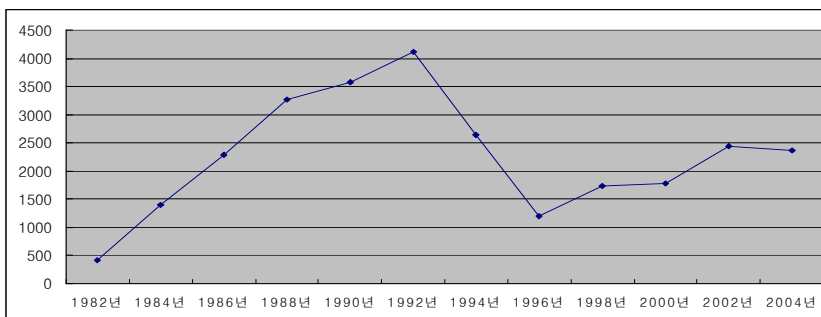
- 사우디정부는 1970년대 말부터 농업부문 개발을 주요 개발목표중의 하나로 선정하고, 농업용수 부족을 극복하기 위한 관개시설 등의 확충과 농민의 생산의욕을 고취하기 위한 각종 지원 정책과 보조금지급 등을 통해 농업의 증산 및 다양화에 노력을 기울여 왔음
- 이러한 농업 개발 프로그램의 성공적 수행에 힘입어 사우디 농업은 비석유 부문에서는 가장 중요하고 성공적인 산업이 되었으며 주요 곡물 생산국으로 부상하고 있음
- 특히 사우디는 제7차 경제개발 5개년 계획 기간인 1999~2004년 중 농업분야에 총 54억 달러를 투자해 괄목할만한 성장을 거둠. 이러한 다양한 지원에 의해 농업분야는 지난 30년간 연평균 8.2%의 고도성장을 달성하여, 총 GDP 기여율이 불변가격 기준으로 5.5%, 약 100억 달러 규모의 시장으로 성장함
- 농업 부문의 성장으로 일부 채소류, 닭, 과일, 육류 등의 평균 자급도가 50~85%에 이르고 있는데 구체적으로 닭 68%, 채소류 85%, 과일류 66%, 육류 46%의 자급도를 보이고 있음. 최근 사우디는 189만 톤의 채소와 194만 톤의 과일, 64만 톤의 육류를 생산하고 있음
- 축산 부문 관련, 사우디 가금류(닭고기 등) 소비량은 전 세계에서 10번째로 소비량의 25%는 전량 수입에

의존하고 있으며, 소 33만 1000마리(1999년 대비 18.2% 증가), 닭은 4억 5,400마리(1999년 대비 32.2% 증가), 양은 95만 마리(1999년 대비 1.4% 감소), 낙타(1999년 대비 0.3% 증가)를 사육하고 있음

- 사우디는 1992년 410만 톤의 밀을 생산, 세계 6위 밀 수출국이 된 바 있으나, 1993년 이후 긴축재정과 농업용수보존 정책에 따라 정부보조금을 대폭 삭감함에 따라 주요 곡물, 특히 밀의 생산량이 감소해 1996년에는 120만 톤을 감소되어 국내소비량 100만 톤에 훨씬 부족하여 부족분을 외국에서 수입했음. 그러나 1996년 이후 밀 생산량이 점차 증가해 2004년에는 235만 톤을 생산, 점진적인 증가 추세에 있음

〈사우디의 밀 생산량〉

(단위 : 천 톤)



- 사우디는 2004년 기준으로 전국 24개 담수공장에서 일일 5.72억 갤런의 담수를 생산, 세계 총 담수 생산량의 30%를 차지하며, 식수의 70%를 충당하고 있음. 그러나 농업용수로는 지하수만이 사용 가능함

- 사우디 정부는 농업관련 수자원의 안정적인 확보를 위해 향후 20억 달러를 투자할 예정으로 수자원 공급용 4,500km 파이프라인 설치, 하수 처리를 위한 22,000km 파이프라인 설치 등의 프로젝트가 5년 내 수행될 예정임

□ 농지 면적 변화

(단위 : 1000ha)

	1985년	1990년	1995년	2002년
총 면적	214,969	214,969	214,969	214,969
국토 면적	214,969	214,969	214,969	214,969
농경지 면적	2,625	3,481	3,785	3,794
경지	2,550	3,390	3,655	3,600
다년생 작물 재배지	75	91	130	194
영구 목초지	212,344	211,488	21,1184	211,175

자 료 : FAO 통계

- 한편 농업분야 종사자는 2004년 기준 65만 6,000명이며 자국민화율은 48%임

□ 농업 인구 변화

(단위 : 천 명)

	2000년	2001년	2002년	2003년
총인구	22,147	22,829	23,520	24,217
- 남	11,965	12,289	12,636	12,999
- 여	10,182	10,540	10,884	11,218
농촌 거주인구	3,064	3,055	3,056	3,055
도시 거주 인구	19,083	19,775	20,464	21,162

	2000년	2001년	2002년	2003년
농업 인구	2,179	2,093	2,008	1,925
비 농업 인구	19,968	20,736	21,511	22,292
경제 활동인구	7,420	7,683	7,962	8,254
남	6,075	6,238	6,413	6,596
여	1,345	1,445	1,549	1,658
농업 경제 활동 인구	730	704	680	656
남	665	641	618	596
여	65	63	61	60

자 료 : FAO 통계

나. 농업 생산

□ 곡물 생산량

(단위 : 톤)

품목	2001년	2002년	2003년	2004년
밀	2,081,870	2,436,443	2,524,278	2,358,000
보 리	230,527	137,679	138,055	138,432
옥 수 수	19,920	29,455	35,876	43,697
기 장	9,145	8,939	8,626	8,324
사탕수수	248,153	240,231	241,982	243,746
고 구 마	315,891	315,008	317,939	320,897
참 깨	2,241	2,819	2,497	2,212

자 료 : FAO 통계

□ 과일 생산량

(단위 : 톤)

품목	2001년	2002년	2003년	2004년
감귤	137,258	140,206	151,000	140,000
포도	91,786	92,520	96,979	101,653
수박	251,050	272,359	283,378	294,843
멜론	212,261	220,899	232,905	245,564
대추야자	817,887	829,540	884,088	900,540
포도 주스	1,445	2,415	7,408	7,408
감귤 주스	1,384	1,407	1,514	1,404
기타 신선 과일	163,134	178,546	180,000	180,000
기타 과일 주스	19,912	23,142	22,102	22,102

자 료 : FAO 통계

□ 채소 생산량

(단위 : 톤)

품목	2001년	2002년	2003년	2004년
토마토	395,957	409,286	424,381	440,033
호박	104,991	98,812	101,075	103,390
오이	165,521	176,496	179,605	182,769
가지	71,655	75,524	74,355	73,204
양파(건조)	93,257	86,388	91,622	97,173
당근	62,515	58,725	62,689	66,921
오クラ	40,868	45,833	48,000	46,000
기타 신선 채소	392,791	378,045	400,000	400,000

자 료 : FAO 통계

□ 가축 생산량

품목	단위	2001년	2002년	2003년	2004년
당나귀	마리 수	98,090	100,000	100,000	100,000
낙타	마리 수	255,296	252,663	260,000	260,000
소	마리 수	306,202	322,202	331,933	341,958
닭	1000마리	125,000	130,000	135,000	137,000
염소	마리 수	2,194,316	2,213,878	2,200,000	2,200,000
말	마리 수	3,000	3,000	3,000	3,000
양	마리 수	7,005,840	7,009,899	7,000,000	7,000,000
염소	마리 수	2,194,316	2,213,878	2,200,000	2,200,000

자 료 : FAO 통계

□ 축산물 생산량

(단위 :톤)

	2001년	2002년	2003년	2004년
소고기	21,640	21,870	22,275	22,800
양고기	76,000	75,600	76,000	76,000
염소 고기	22,400	22,300	22,500	22,500
닭고기	505,000	467,000	468,000	480,000
비둘기 고기	700	700	700	700
낙타 고기	39,920	40,500	41,250	41,300
계란	138,000	138,400	137,400	140,000
신선 우유	738,000	826,000	830,000	900,000
양 우유	80,000	82,000	82,500	82,500
염소 우유	75,500	76,500	76,500	76,500
낙타 우유	89,000	89,500	90,000	90,000
버터(우유)	3,480	2,800	2,920	2,920
버터(양)	1,800	1,845	1,856	1,856

자 료 : FAO 통계

■ 사우디, 농업 분야에 54억달러 투자

- 사우디는 제7차 경제개발 5개년 계획 기간인 1999~2004년 중 농업 분야에 총 54억달러를 투자해 괄목할만한 성장을 보임. 이 기간 중 농업 분야 연 평균 성장률은 2%를 기록했으며 GDP는 344억 리알에서 380억리알로 늘어 총 GDP 기여율이 불변가격 기준으로 5.5%에 달함
- 채소 경작지는 9만2000헥타르에서 11만6000헥타르로 26.1%, 과일 경작지는 18만헥타르에서 20만2000헥타르로 6.3% 증가
- 가축 수의 증감: 소는 29만7000마리에서 33만1000마리로 18.2% 증가, 닭은 3억4300만 마리에서 4억5400만 마리로 32.2% 증가, 낙타는 816만 마리에서 824만 마리로 0.3% 증가, 양은 105만 마리에서 95만 마리로 1.4% 감소, 염소는 560만마리에서 540만 마리로 5.4% 감소
- 2004년도 자급율 : 닭고기 64%, 어류 54%, 육류 37%, 채소 82.1%, 과일 60.1%
- 농업 자금 대부분은 동 기간 연평균 11억6000만리알로 6차 5개년 계획 기간 중의 2배에 해당하며 보조금 총액은 2억2900만리알로 연 평균 5000만리알임

자 료 : SAUDI ECONOMIC SURVEY, 농수산부, ARAB NEWS 등

3. 시장 특성 및 소매시장 구조

가. 시장 특성

1) 시장 특성

□ 시장접근의 제도적 장애

- 일반적으로 수입상품의 수입 및 국내유통경로는 여타 국가와 큰 차이가 없으나, 자국시장과 자국민 보호를 위해 외국기업의 직접적인 국내 비즈니스 활동을 제한하고 있음
- 따라서 유통부문에 있어서는 외국기업의 현지법인은 물론 지사 설치가 불가능하며, 이들 주재원의 현지 체제는 자국기업 에이전트(스폰서)의 고용원 신분으로서만이 가능한 현실임
- 이로 인해 조직적이고, 대규모 마케팅을 요하는 품목의 경우에는 현지 에이전트를 통할 수밖에 없음
- 이러한 관행에 따라 중소기업형 제품에까지 에이전트 계약요구가 빈번한데 이는 유통구조가 아직까지 전 근대적인 요소가 많아 실제로 시장진출에 도움이 되는 경우가 많음
- 그러나 에이전트 계약은 매우 조심스럽게 이루어져야 하는데 에이전트를 변경해야 하는 경우 이전 에이전트의 동의서를 필요로 하는 등 애로사항이 수반된다는 점에 유의해야 함

- 에이전트 선정 기준은 에이전트 사의 적극성, 현지 시장에서의 인적 네트워크, 마케팅 역량, 재무건실성 등이며, 큰 에이전트 사 보다는 해당 제품을 현지에서 의지를 가지고 마케팅을 전개할 수 있는 업체를 선정 하는 것이 바람직함
- 에이전트 선정은 일반 수출입거래를 진행해 본 후 현지 에이전트의 신용도에 대해 충분한 확신이 섰을 때 정식계약을 하는 것이 바람직함
- 참고로 사우디 수입상은 대부분 에이전트를 겸하고 있으며, 시장성이 있다고 판단되면 적극적으로 에이전트 계약을 요구하는 경우가 잦음
- 상기와 같은 시장접근의 장애는 2005년 사우디의 WTO가입으로 인해 개선의 여지가 있음

□ 다양한 구매계층

- 구매계층이 다양함으로 인해 고가품, 저가품 공히 수요기반을 달리 하고 있음. 중류층 이상 사우디인들은 고급브랜드의 제품을 선호하는가 하면 전인구의 1/3 이상인 외국인 노동자 및 사우디 저소득층은 저가품을 찾고 있음
- 이러한 현상은 사치품, 전자제품 등 일반상품뿐 아니라 기계 및 공구, 각종 산업용 자재에까지 확산되고 있는데 일반적으로 볼 때 사우디는 가격시장으로서의 성향이 강하므로 가격경쟁력 강화가 진출의 핵심이라 할 수 있음

- 아울러 순수 사우디인의 연평균 인구증가율은 2.9%, 인구의 50% 이상이 15-64세에 분포되어 있어, 향후 이들 젊은 세대를 대상으로 마케팅이 비즈니스 성공의 열쇠가 될 것으로 보임

□ 시즌의 중요성

- 시즌에 따라 비즈니스가 현저하게 달라지는데 이슬람 최대의 명절인 라마단(헤지라력 9번째달), 하지(12번째달)를 중심으로 정점을 맞게 됨
- 라마단은 우리나라의 명절과 유사하여 설빔을 한다든지, 가구를 바꾼다든지, 주방용품이나 전자제품을 새로 구입하는 등 소비자들의 구매 활동이 가장 왕성한 시기임
- 따라서 이곳 수입업자들은 이러한 명절대목을 보기 위해 보통 3~4개월 전부터 수입계약을 체결하게 되므로 시즌에 맞추어 수입업자와 접촉하는 것이 중요함
- 단, 라마단 기간 중에는 모든 사무실 및 상점의 영업시간이 단축되고 대부분의 대내외 비즈니스가 중단되므로 라마단 기간 전·후 기간에 비즈니스를 집중함이 바람직함
- 라마단과 하지는 태양력으로 결정되는 것이 아니고 헤지라력(태음력)으로 정해지는 것이므로 태양력을 기준으로 볼 때는 매년 그 시기가 10일씩 앞당겨짐
- 하지(성지순례월) 때는 전 세계로부터 200만 내외의

순례객이 일시에 몰려들어 메카와 메디나를 중심으로 왕성한 쇼핑을 하는데 중앙아시아 지역의 무슬림들은 대형 트럭 또는 트레일러를 몰고 와 현대판 캐러밴을 형성, 대량구매하고 있음

- 순례객들의 쇼핑은 주로 전자제품, 담요, 장신구 등 생활필품에서 각종 기념품까지 광범위한데 이들을 목표로 한 상품개발도 마케팅의 주요부분이 되고 있음

□ 상 권

- 리야드, 까심, 타북 등 중·북부 시장(35%), 제다, 메카, 메디나를 중심으로 한 서부지역 시장(35%), 아브하, 카미스, 타이프 등 예멘에 근접한 남부지역 시장(15%), 담맘, 주베이 등 동부지역 시장(15%)으로 대별됨
- 중·동부의 대표도시는 수도인 리야드이며 서부 및 남부지역의 대표 도시는 제다임. 한편 성지 순례객들의 불법체류 문제로 인해 사우디는 메카와 메디나 등 성지순례 장소 이외의 이동을 철저히 단속하고 있어 성지순례객 쇼핑장이 제다에서 메카로 한정되는 양상을 보이고 있음
- 따라서 순례자 선물용품과 관련이 있는 품목은 메카와 메디나에 본점이나 지점이 있는 바이어를 대상으로 해야 할 것임
- 최근에는 대부분의 상권이 제다에서 리야드로 이전 되는 추세
- * 대부분의 대형기업은 리야드에 본사를, 리야드·제다·담맘에 지사를 설치함

□ 식품 시장 여건

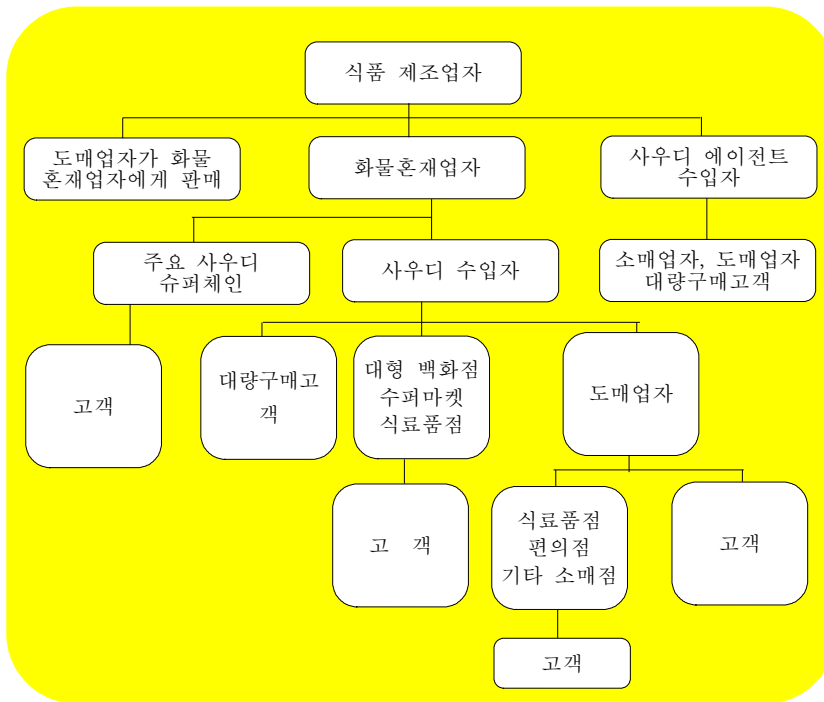
- 2004년 7월 기준 사우디의 인구는 2,621만으로 이들 중 78%가 사우디인이고 나머지는 2년 비자를 받아 사우디에서 일하고 있는 외국인 노동자들임. 사우디 인구는 1년에 2.31%라는 높은 인구 성장률로 인해 20년 이내에 현재의 두 배가 되리라 예상되고 있어 식품 시장의 확대와 동시에 양층화 된 시장 구조를 구축하고 있음
- 사우디에서 수입 농수산물식품 시장은 매년 7%씩 성장을 거듭하고 있으며 26억달러에 이르고 있음. 현재 사우디 식품 시장에서 주목할 점은 바이오테크 라벨링 규정 시행, 미국 상품에 대한 불매운동 그리고 엄격한 육류 수입 규정으로 인한 미국상품의 급격한 판매 감소 현상 등이며, 또한 현재 사우디 시장은 극동 아시아 국가들과 유럽으로부터의 식품 수입의 증가로 경쟁 또한 점점 더 치열해 지고 있음
- 사우디 소비자들은 새로운 식품에 대한 긍정적인 반응을 보이고 있으며 특히 인구 및 젊은 세대의 증가를 고려할 때, 사우디의 식품 수입량은 수 년 동안 계속될 것으로 예상됨
- 사우디의 슈퍼 내 여성을 위한 매장 수는 점차 증가하고 있으며, 슈퍼마켓에서의 쇼핑은 사우디 중산층 가정의 가장 기초적인 여가 활동 중 하나로 자리 잡고 있음. 현재 대부분의 슈퍼마켓은 어린이를 위한 큰 놀이시설을 갖추고 있음

- 소매점에서 팔리는 식품의 85%는 완제품의 형태로 수입됨

나. 소매 시장 구조

1) 유통 경로

- 외국의 경우 식품 생산자들은 주로 단독 에이전트 수입자, 사우디 도매업자, 생산국의 화물혼재업자에게 직접 물건을 판매하며 이들을 통해 사우디로 상품을 수출함
- 생산국의 화물혼재업자들은 주로 생산자나 도매업자로부터 물건을 구입하는데, 이들 중 일부는 전 중동 지역을 커버하기도 함. 이들은 주로 사우디 수입자나, 주요 대형 식품 매장 체인들에게 식품을 판매. 미국의 경우 10명의 화물혼재업자가 사우디로 수출되는 미국 식품의 80%를 공급하고 있는 실정



2) 소매 시장 구조

- 최근 사우디에는 대형 식품 매장(슈퍼마켓)이 급속도로 들어서고 있으며 2005년에는 이들 하이퍼마켓의 10여 개 이상의 지점들이 사우디 주요 도시에 들어설 예정임
- 이로 인해 사우디 내의 Al Azizi-Panda, Geant 그리고 Carrefour를 포함한 10여 개의 업체들 사이의 경쟁 심화가 예상되며, 주요 슈퍼마켓 체인에는 Tamimi Market, Al Azizi-Panda, Giant Store, Al Raya, Watani, Danub, Farm, Al Hamada, Al Sadhan Markets, Universal Marketing

Centers(Othaim), Marhaba Markets, Bin Dawoud and Star Supermarkets 등이 있음

- 이 모든 슈퍼마켓은 현대적 냉동 시설을 갖추고 있으며, 많은 수입 식품들을 취급하고 있으며, Tamimi Market과 Al Azizia-Panda의 경우 딸기, 사과, 셀러리, 상추와 같은 신선 채소와 과일을 미국으로부터 직접 수입하고 있음
- Tamimi Market, Geant, Carrefour를 제외한 사우디 내의 다른 슈퍼마켓 체인들은 모두 사우디 회사이나 Tamimi Market은 미국과의 합작회사이며, Geant, Carrefour는 프랑스와 합작회사임. 이 체인들은 대부분은 영국인이나 미국인에 의해 주로 관리되고 있음
- 최근 하이퍼마켓의 사우디 진입과 슈퍼마켓의 증가는 소매상인간의 경쟁을 촉발시켜, 각 업체는 보다 많은 고객 확보와 원가 절감 그리고 다양한 제품 확보를 위해 노력하고 있음
- 가격 경쟁력은 물론이고 유통과 광고 지원이 강조되고 있으며 특히 상품 구매 결정에 중대한 비중을 차지하는 여성에 대한 광고가 크게 중시되고 있음
- EU, 인도, 중국, 호주, 뉴질랜드 등 많은 나라들이 지역 수입업자와 거래를 통해 대형 매장에 납품하기 위해 열을 올리고 있으며, 공급업자들은 매력적인 신용 보증과 대량 구매 시 할인을 제시하고 있음
- 프랑스와 브라질의 경우, 냉동 가금류 거래에 금융지원과 가격 혜택을 제시하고 있으며, 호주와 뉴질랜드는 판매 촉진용 양고기를 사우디에 제공하고 있음

〈사우디 주요 슈퍼체인〉

이름	매장수	위치	구매형태
Al Azizia Panda	46	리야드, 젓다, 담맘, 다하란, 라스타누라, 주바일, 메카, 까셈	수입자 지역바이어
Universal Marketing (Al - Othaim)	30	리야드, 까셈, 하프랄바틴	수입자 지역바이어
Bin Dawoud Superstores	14	젓다, 메카	수입자 지역바이어
Geant Sores	12	담맘, 젓다, 카미스, 주바일	지역바이어
Tamimi Markets	11	리야드, 담맘, 알코바르	수입자 지역바이어
Al Raya	10	젓다, 메카, 메디나, 타이프	지역바이어
Farm Supermarket	7	담맘, 알코바르, 다란, 주발리	지역바이어
Omar Ali Balsharaf Supermarket	7	리야드	지역바이어
Star Supermarket	6	젓다, 안부	지역바이어
Arabian food Supplier	5	다란	수입자 지역바이어
Danube	5	젓다	수입자 지역바이어
Sarawat Supermarket	4	젓다, 메디나	지역바이어
Al Hamada Store	4	젓다	지역바이어
Marhaba	3	젓다	지역바이어
Halwani	3	리야드, 젓다	지역바이어
Al Sadhan	3	리야드	지역바이어
Sawary Superstore	3	젓다	지역바이어
Al-Salhiya Supermarket	3	하일	지역바이어
Astra Supermarket	2	타북	지역바이어
Al-Ghounam Supermarket	2	압하, 카미스	지역바이어
Euromache Superstore	1	리야드	지역바이어
Watani Supermarket	3	젓다, 메카	지역바이어
Max Discount Center	1	리야드	지역바이어
Ahmed Al-Ghamdi Supermarket	1	담맘	수입자, 지역바이어
Al-Mandarin Supermarket	1	메디나	지역바이어
Al-Owaida Supermarket	1	하일	지역바이어

3) 진입 전략 및 주의사항

- 사우디의 식품 시장은 매우 역동적이며 새로운 식품이 많이 유입되고 있음
 - 사우디 슈퍼마켓 매니저들은 경쟁이 치열한 사우디 시장에서 살아남기 위해서는 식품을 좋은 자리에 배열하는 것이 중요하다고 강조하고 있음
- 전문 판매 능력과 넓은 유통망을 가진 사우디 기업을 파트너로 선정
 - 사우디 정부는 국내 산업 보호를 위해 외국인의 법인 설립이 어렵고, 유통구조 또한 폐쇄적이며 외국인의 자체적인 유통망 확보가 어려우므로 현지의 능력 있는 스폰서나 에이전트를 만나는 것이 사업의 성패를 좌우함
- 가능하면 사우디를 직접 방문
 - 아랍인들의 정서상 서면이나 이메일보다는 직접 만나는 것이 중요하며 상호 신뢰를 쌓는 것이 기본이 됨
- 사우디아라비아 라벨링 규정 이해 및 숙지
 - 제품의 라벨에 신체의 일부가 노출된 여성의 사진이 있다면, 이 제품은 사우디로의 반입이 금지되며, 알콜이나 돼지고기가 들어간 제품 또한 사우디로의 반입이 금지됨
- 바이오테크 라벨링 규정 준수
 - 사우디아라비아에선 유전자 조작된 동물을 원료로 사용한 제품은 반입이 금지됨

4) 사우디 수입자들의 성향

- 에이전트 형태의 단독 수입자 : 사우디의 수입자들은 지명도 높은 회사와의 거래를 선호하며 대체로 단독 에이전트 계약을 요구함. 그들은 회사의 브랜드가 사우디 내에서 자리 잡는 데 도움 용의가 있으며 이러한 마케팅 및 판촉에 있어 수출 기업에 도움을 기대함
- 개인 라벨을 사용하는 수입업자 : 사우디의 수입업자들은 새 상품의 시장에 성공적으로 진입할 때, 수입자 고유의 라벨을 부착한다는 조건으로 상품의 시장 테스트를 실시하고자 하는 경향이 강하며, 미국처럼 개인 라벨은 사우디에서 일반적임
- 생산국 화물혼재업자의 서비스를 이용하는 수입자 : 이 부류의 수입자들은 생산국 화물혼재업자가 고용한 유통업자로부터 다양한 품목의 상품들을 주로 구매함
 - 여기에서 일하는 유통업자들은 사우디 수입자들에게 상품을 운송해 줄 뿐만 아니라, 2개 언어 라벨부착 작업, 컨테이너 선적 작업등의 업무를 대행하기도 함
 - 사우디아라비아는 한 컨테이너에 25개 이하의 품목만을 선적하도록 제한하고 있어 선적 시 주의가 필요하며, 라벨 위에 아랍어 번역 스티커를 붙이는 것은 노동력이 많이 소모되는 작업이므로 수입자도 제조업자도 이 작업을 피하고자하는 경향이 강함
- 슈퍼마켓 구매담당자 : 슈퍼마켓 매장 수의 증가는 많은 슈퍼마켓 체인들이 외국으로부터 식품을 직접 수입하는 것을 가능케 했으나 보통 체인들은 300여개의 식품을 직접 수입 판매하고 있으며 독점 에이전트 계약은 거의 맺지 않고 있음

4. 농식품 수입 및 한국산 농식품 수입 동향

가. 농식품 수입 규모

☐ 농식품 총 수입규모

(단위 : 천 달러)

	2001년	2002년	2003년	2004년
농림축산물	4,707,465	5,276,621	6,025,127	6,203,141

자 료 : FAO 통계

☐ 주요 농식품 수입규모

(단위 : 천 달러)

	2001년	2002년	2003년	2004년
음 료	86,222	92,880	72,038	111,224
곡 류	936,023	970,677	1,176,514	1,348,028
차 류	335,690	357,374	382,575	213,512
과일 채소	704,739	750,446	790,967	772,401
담 배	248,351	330,353	368,182	286,829
육 류	507,240	548,353	675,332	714,698
낙농제품	555,778	595,925	724,138	858,670
배	8,498	11,808	7,122	8,457
간 장	1,323	1,124	735	1,372

자 료 : FAO 통계

나. 한국 식품 수입 동향

1) 한국식품 수입 동향

(단위 : 톤, 천 달러)

품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
농산물	2,055.10	5,684.64	1,568.41	3,887.13
축산물	530.64	2,804.37	461.26	2,452.78
임산물	3,835.62	1,360.16	2.25	6.94

자 료 : KATI 통계

2) 농산물 수입 동향

(단위 : 톤, 천 달러)

품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
○ 곡류	0	0	10.52	27.50
• 밀	0	0	10.52	27.50
- 밀가루	0	0	10.52	27.50
○ 서류	3.34	13.93	0	0
• 감자	3.34	13.93	0	0
- 감자(분, 조분)	3.34	13.93	0	0
○ 전분	0	0	121.00	48.88
• 옥수수 전분	0	0	121.00	48.88
- 옥수수(전분)	0	0	121.00	48.88
○ 채소류	3.43	28.11	6.55	43.21
• 토마토	0	0	0	0
- 토마토 페이스트	0	0	0	0

(단위 : 톤, 천 달러)

품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
• 채소 종자	2.43	24.72	6.55	43.21
- 무종자	2.27	20	6.54	41.98
- 기타(채소종자)	0.16	4.72	0.01	1.23
• 기타 채소	1.01	3.39	0	0
- 채소, 과일, 견과류 조제품	1.01	3.39	0	0
○ 식물성 유지	0.35	4.10	15.12	18.24
• 대두유	0.35	4.10	15.12	18.24
- 대두유(조제, 정제유 이외 기타)	0	0	15.12	18.24
- 대두유 분획물(수소첨가, 에스텔화)	0.35	4.10	0	0
○ 기타 식물성 물질	13.40	21.95	172.60	108.74
• 텍스트린과 기타 변성전분	13.40	21.95	172.60	108.74
- 기타 변성전분	1.00	1.69	165.00	95.23
- 기타글루	12.40	20.26	7.60	13.51
○ 기타농산부산물	1.35	2.21	1.35	2.19
• 조물제품	1.35	2.21	1.35	2.19
- 조물재료 제품(매트류)	1.35	2.21	1.35	2.19
○ 빵류제조용	5.97	9.94	0	0
• 베이커리반죽	5.97	9.94	0	0
- 베이커리제품 제조용 혼합물	5.97	9.94	0	0
○ 소오스류	268.44	161.02	257.71	169.33
• 간장	267.84	158.96	253.00	161.87
- 간장(soya sauce)	267.84	158.96	253.00	161.87
• 된장	0	0	0.84	0.95
- 된장	0	0	0.84	0.95
• 춘장	0	0	0.15	0.13
- 춘장	0	0	0.15	0.13
• 고추장	0.60	2.07	1.09	2.18
- 고추장	0.60	2.07	1.09	2.18

(단위 : 톤, 천 달러)

품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
• 기타장	0	0	0.18	0.40
- 장류(간장, 된장, 춘장, 고추장 이외)	0	0	0.18	0.40
• 기타 소오스 제품	0	0	2.45	3.80
- 소오스, 소오스 제조용 조제품	0	0	2.45	3.80
○ 커피류	14.21	14.81	9.03	14.74
• 커피조제품	14.21	14.81	9.03	14.74
- 커피크리머	14.00	14.04	0	0
- 인스턴트커피	0.21	0.77	0.84	3.06
- 밀크대용물 함유 조제품	0	0	8.19	11.69
○ 차류	3.07	30.06	0	0
• 녹차	1.31	15.51	0	0
- 녹차(기타/발효 않은 것)	1.31	15.51	0	0
• 홍차	1.75	14.56	0	0
- 홍차와 부분발효차(기타)	1.75	14.56	0	0
○ 인삼류	96.72	165.27	63.78	154.36
• 백삼분	0.03	4.03	0.02	0.98
- 인삼분(백삼의 것)	0.03	4.03	0.02	0.98
• 백삼정	0.01	3.40	0.03	6.23
- 인삼엑스	0.01	3.40	0.03	6.23
• 백삼조제품	55.02	67.01	45.00	85.08
- 인삼차	38.72	50.04	21.60	39.38
- 백삼조제품(인삼차 이외 기타)	16.30	16.98	23.40	45.70
• 홍삼분	0.03	2.75	0.02	2.53
- 홍삼분	0.03	2.75	0.02	2.53
• 홍삼정	0.08	17.55	0.06	14.95
- 인삼류(홍삼엑스)	0.08	17.55	0.06	14.95
• 홍삼조제품	0.07	2.20	0.02	0.66
- 홍삼차	0.07	2.20	0.02	0.66

(단위 : 톤, 천 달러)

품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
• 인삼음료	41.48	68.34	18.64	43.93
- 인삼음료	41.48	68.34	18.64	43.93
○ 음료	27.11	28.72	0	0
• 물	11.33	14.37	0	0
- 물(광수, 탄산수, 얼음 눈 이외 기타)	0.03	0.02	0	0
- 물(설탕, 감미료, 향미 첨가)	11.30	14.35	0	0
• 기타음료	15.78	14.34	0	0
- 음료(설탕, 감미료 첨가한 물)	15.78	14.34	0	0
○ 과자류	1282.91	3791.17	659.76	2106.54
• 김	963.40	2594.15	378.87	1060.78
- 추잉김	963.40	2594.15	378.87	1060.78
• 캔디	3.23	13.68	0	0
- 드롭프스	3.23	13.68	0	0
• 빵	55.81	175.03	104.04	321.96
- 파이와 케이크	55.81	175.03	104.04	321.96
• 비스킷	245.17	989.78	173.69	717.07
- 비스킷, 쿠키 및 크레커	245.17	989.78	173.69	717.07
• 기타베이커리제품	15.31	18.53	3.17	6.73
- 베이커리 제품(식빵, 건빵, 비스킷)	15.31	18.53	3.17	6.73
○ 면류	289.94	1082.58	178.07	683.00
• 국수	16.20	55.56	15.71	33.16
- 국수(조제하지 않은 파스타)	16.20	55.56	15.71	33.16
• 라면	273.75	1027.02	162.36	649.83
- 라면	273.75	1027.02	162.36	649.83
○ 기타조제 농산물	43.68	324.57	72.92	510.39
• 유아용조제식료품	43.68	324.57	69.98	507.11
- 조제식료품기타(기타)	43.68	324.57	69.98	507.11
• 기타조제식료품	0	0	2.94	3.28
- 조제식료품(기타)	0	0	2.94	3.28

자 료 : KATI 통계

3) 축산물 수입 동향

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
○ 기타 축산물 부산물	0	0	0.13	0.50
• 로알제리	0	0	0.13	0.50
- 조제품 기타	0	0	0.13	0.50
○ 낙농품	530.64	2804.37	461.13	2452.28
• 조제분유	530.64	2804.37	461.13	2452.28
- 조제분유(유아용/소매용)	530.64	2804.37	461.13	2452.28

자 료 : KATI 통계

4) 임산물 수입 동향

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분 품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
○ 섬유관	3814.80	1286.52	0	0
• 섬유관	3814.80	1286.52	0	0
- 섬유관(밀도 0.8g초과)	649.47	190.94	0	0
- 섬유관(밀도 0.5g초과 0.8g이하)	1365.33	1095.58	0	0
○ 기타목재	3.76	9.11	2.25	6.94
• 목재틀	0.41	3.17	0	0
- 목재의 틀	0.41	3.17	0	0
• 건축용목제품	1.93	0.10	0	0
- 건축용목제건구와 목공품(기타)	1.93	0.10	0	0
• 신변장식용품상자	0.08	0.40	0	0
- 기타	0.08	0.40	0	0
• 이쑤시개	1.31	4.44	2.25	6.94
- 기타목제품(이쑤시개)	1.31	4.44	2.25	6.94
• 기타목제품	0.03	1.00	0	0
- 기타목제품(기타)	0.03	1.00	0	0
○ 기타임산물	17.06	64.53	0	0
• 벽지	17.06	64.53	0	0
- 갈포섬유제의 벽지류(기타)	17.06	64.53	0	0

자 료 : KATI 통계

5. 주요 수출 유망품목

가. 인삼

1) 시장규모 및 특성

- 현재 사우디아라비아에는 인삼 분말, 인삼 액, 인삼 캡슐, 인삼 정제, 인삼차, 인삼 음료 등 매우 다양한 형태의 인삼 제품이 공급되고 있으나, 제품에 대한 지식과 성장 기반 결여로 인해 이 제품이 시장에 그렇게 널리 알려져 있지는 못한 형편임
- 사우디아라비아에서 인삼 기반 제품이 성장할 수 있는 전망은 매우 밝다고 할 수 있지만, 제품에 대한 인지도는 아직 매우 미흡한 상태임. 적절한 방법을 통해 사람들이 이 우수한 제품의 건강 및 의학적 효능에 대해 인식하도록 만들 수 있다면, 인삼 제품에 대한 수요가 대폭 증가할 수 있을 것으로 사료됨
- 요즘 건강에 대한 사우디아라비아 국민의 관심이 매우 높아지고 있는 추세이기 때문에, 이 제품의 의학적 효능을 집중적으로 부각하여 사우디아라비아 시장에 보급해야 할 것임

2) 유통구조

- 사우디에서는 일반적으로 해당 제품이 건강 및 안전 관련 기준을 충족하고 있다는 전제 하에 관련 제품을 사우디아라비아 고객에 직접 판매할 수 있도록 허용하고 있지만, 대다수 기업들은 자사 제품에 대한 효과적인

판매 활동을 전개하거나 현지 사업을 촉진시키기 위해 현지 사우디 대리인을 선임하고 있는 실정임. 현지 대리인의 변경 및 계약 해지는 그 절차가 매우 복잡하므로 대리인 선임에 신중을 기해야 함

- 의료 제품 제조업자/수출업자는 독점 대리인이나 지역 내 유통업체 또는 대리인을 통해 판매 활동을 전개할 수 있으며 반드시 독점형태의 유통 방식을 선택해야 할 필요는 없음
- 사우디아라비아의 상사 대행 관련 규정이 대리인 및 유통 관계에 적용되고 있으며, 사우디 통상부는 물론 현지 상공회의소에 이 대리인 선임 계약 내용을 반드시 등록하도록 규정되어 있음
- 제품 공급 경로
 - 제조업자 → 대리인 → 유통업체 → 소매상
 - 제조업자 → 유통업체 → 소매상
 - 제조업자 → 소매상

3) 관련 무역 규제

- 사우디아라비아는 기본적으로 개방적인 경제 환경을 표방하고 있음. 표준 관세율은 5%이며, 대다수 기초 소비재에 대해서는 무관세 정책을 채택하고 있지만, 현지 생산 기반을 갖고 있는 "유아산업(Infant Industry)"을 지원하기 위해 특정 수입품에 대해서는 20%의 높은 관세율을 적용함
- 인삼 뿌리(H.S.Code: 1211.20) 제품은 현재 5% 관세율

적용 범주에 포함되어 있음. 사우디아라비아는 표준화된 통상 선적 절차뿐 아니라, 사우디아라비아 표준화기구(SASO)에 의해 운용되는 국제적합성인증프로그램(ICCPI)을 도입 및 시행하고 있음

- 이 프로그램은 현재 식품을 포함하는 각종 제품이 선적 전에 원산지 국가 실험실에서 제반 시험 과정을 거치도록 요구하고 있음. 수출업자는 사우디아라비아 측 수입업자를 통해 해당국 소재 SASO 사무소 및 ICCPI 관련 세부 기준에 대해 자세한 안내를 받아야 할 것으로 판단됨

4) 의약 및 건강 진료제품 등록

- 현행 규정에 의하면 보건부에 사전 등록되어 있지 않은 의약, 건강 진료 및 의약 제품은 사우디아라비아에 일체 반입할 수 없도록 금지되어 있음
- 신청국의 사우디아라비아 영사관에 의해 적법하게 인가된 소정 증명서를 첨부한 수입 신청 건에 대해서는 관련 샘플 및 제품 명세가 상호 일치하는지 여부를 확인하기 위해 보건부에서 신청서 내용에 대한 점검 및 샘플 분석 작업을 실시하고 있음
- 보건부에서 상기 작업 결과에 대해 만족하는 경우에만 제품을 시장에 출시할 수 있는 증명서를 발급해 주고 있음

나. 간장

1) 시장규모 및 특성

- 사우디의 수입 간장 중 80%는 인도네시아, 싱가포르, 미국 및 일본에서 들어오고 있으며 총 금액은 854천 달러 규모에 달하는 수준임
- 지난 3년간 수입 통계 자료를 보면, 수입 간장 소비율이 대폭상승하고 있는 것으로 나타나고 있으며 2004년도 수입 지표는 2003년에 비해 46% 증가한 1,069천 달러를 기록함
- 인도네시아에서 생산된 간장이 289천 달러 규모로 수입 시장의 27% 수준에 달하는 최대 시장 점유율을 기록하고 있으며, 싱가포르는 20만3천 달러 규모로 19%의 시장 점유율을, 그리고 미국과 일본이 각각 184천 달러 및 178천 달러 규모로 17%에 달하는 3번째 시장 점유율을 차지함

〈사우디의 간장 수입¹⁰⁾〉

(단위 : 천 달러)

국가	2003	2004	증감률	시장 점유율%
싱가포르	116	203	75	19
인도네시아	99	289	193	27
미국	249	184	-26	17
일본	89	178	99	17
기타	181	215	19	20
계	734	1069	46	100

자 료 : 기획부 산하 통계청

10) HS 코드 201310

2) 유통구조

- 식품 제조업자/수출업자는 독점 대리인이나, 지역 내 유통업체 또는 대리인을 통해 판매 활동을 전개할 수 있으며 반드시 독점 형태의 유통 방식을 선택해야 할 필요는 없음
- 사우디아라비아의 상사 대행 관련 규정이 대리인 및 유통 관계에 적용되고 있으며, 사우디 통상부는 물론 현지 상공회의소에 이 대리인 선임 계약 내용을 반드시 등록하도록 규정되어 있음
- 제품 공급 경로
 - 제조업자 → 대리인 → 유통업체 → 소매상
 - 제조업자 → 유통업체 → 소매상
 - 제조업자 → 소매상

3) 수입제한 및 관세

- 관세청에 의해 발간된 수입 관세 기준에 따라, 간장 (H.S.Code: 2103.10) 제품에 대해서는 5% 관세율을 부과하고 있음. 사우디아라비아 정부는 국가 산업 지원 육성 차원에서 상이한 제품에 대해 상이한 관세를 적용하고 있는 실정임

다. 배

1) 시장 규모 및 특성

- 2004년 총 신선배 수입 금액은 2003년에 비해 18% 감소한 5,858천 달러를 기록함. 중국에서 생산된 배가

1,159천 달러 규모로 수입 시장의 20% 수준에 달하는 최대 시장 점유율을 기록하고 있으며, 시리아는 1,142천 달러 규모로 19%에 달하는 두 번째 시장 점유율을, 그리고 미국이 94만 달러 규모로 16%에 달하는 세 번째 시장 점유율을 차지함

〈사우디의 배 수입¹¹⁾〉

(단위 : 천 달러)

국가	2002	2003	2004	증감률	시장 점유율%
시리아	7,741	2,924	1,142	-61	19
레바논	687	866	575	-34	10
중국	336	718	1,159	62	20
미국	969	949	940	-1	16
기타	1,921	1,656	2,042	23	35
계	11,654	7,113	5,858	-18	100

자 료 : 기획부 산하 통계청

2) 유통구조

- 사우디아라비아는 현재 유통업체를 이용하거나 직접 수입을 통해 과일을 조달하고 있는 형편임. 대부분은 대리인 제도나 판매 위탁 방식으로 사업상 거래가 수행되고 있으며, 또한 자국화 정책을 장려하기 위해 오직 자국민에 대해서만 이와 같은 사업 방식을 허용하고 있음

11) HS 코드 : 080820 햇배)

- 공급자들은 여러 국가에서 직접 제품을 수입한 후 현지 도매업자에게 이를 공급하고 있음. 무역 활동은 오직 사우디 국민만이 참여할 수 있도록 허용되고 있는 실정으로, 사우디 국민이 아닌 사람들은 과일 및 채소류에 대한 무역상 또는 소매상으로 일체 등록할 수 없음
- 제품 제조업자/수출업자는 대리인이나 지역 내 유통업체 또는 부대리인을 통해 판매 활동을 전개할 수 있음. 사우디아라비아의 상사 대행 관련 규정이 대리인 및 유통 관계에 적용되고 있으며, 사우디 통상부는 물론 현지 상공회의소에 이 대리인 선임 계약 내용을 반드시 등록하도록 규정되어 있음
- 제품 공급 경로
 - 제조업자 유통업체 소매상
 - 제조업자 소매상

3) 관련세금

- 대부분의 수입 제품, 특히 제과류, 통조림, 의류 및 가정용 장비, 화장품, 향수, 차량 및 차량용 예비 부품 등의 경우에는 CIF 가격 기준 5%의 관세율을 적용하고 있으나, 신선배(H.S.Code: 0808.2010)의 경우 신설 관세 규정에 따라 면세 품목으로 분류 등재되어 있음
- 그러나, 냉동 치킨, 가구, 플라스틱 제품, 전선 등과 같이 현지 생산 품목과 상호 유사한 수입 제품에 대해서는 12~20%의 관세율을 적용

6. 한국 농식품 유통동향 및 진출 여건

가. 한국식품 유통동향

1) 한국 식품점

□ 현황

- 현재 사우디 내 한국 식품점은 수도인 리야드에 한아름 슈퍼와 세화식품 두 곳이 있으며, 제다에 코리아나 슈퍼 한 곳이 있음
- 식품점에서는 잡곡, 밤, 식료품, 인삼제품(차, 캔디 등), 소금, 장류, 통조림, 김 등 다양한 품목을 판매하고 있으며 교민수의 감소로 판매 품목 및 판매량은 감소 추세에 있음
- 한아름 슈퍼의 경우 부산의 회창물산에서 식품을 공급받고 있으며, 소량 다품종의 식품을 한 컨테이너에 혼재해 주로 담뱃항을 통해 수입하고 있음
- 한국식품점의 주 고객층은 과거에는 한국인이었으나 교민 수의 감소로 현재에는 필리핀 및 동남아인, 일본인, 중국인 그리고 사우디 현지인들로 점차 바뀌고 있는 추세임
- 소면이나 냉면 등 면류 제품의 경우, 사우디 현지 식당에서 수요가 늘고 있음

□ 문제점

- 교민수의 감소로 전반적으로 판매량이 크게 줄어 영업에 어려움이 큼
- 까다로운 사우디의 라벨링 규정으로 인해 수입시 스티커 라벨링 작업을 이행해야 하며, 특히 냉동식품의 경우 스티커가 떨어져 문제가 되고 있음
- 인삼 제품 중 타블렛이나 액기스의 경우 의약품으로 분류되어 상품 등록에 6개월에서 1년이 걸리며 약 13,000달러에서 53,000달러 정도의 비용이 소요되어 인삼 제품 수입을 희망하는 업체들에게 큰 부담이 되고 있음
- 식품 경찰의 매장 단속이 심해 오전 중에는 성분 표시가 명확하지 않은 김치 등의 식품은 진열하지 못하고 있는 실정이며 단속이 심하지 않는 저녁 때 한시적으로 진열 판매하고 있음
- 사우디 내에서 한국 식품에 대한 인지도가 높지 않고 식습관이 달라 현지인들을 대상으로 식품을 판매하는 것은 아직까지는 어려운 실정임

〈사우디 내 한국 식품점 현황〉

	한아름 슈퍼	세화 식품	코리아나 슈퍼
개점연도	1978년	1989년	1978년
전화	966-1-293-2978	966-1-478-8906	966-2-660-2029
팩스	971-1-463-4076	966-1-473-2748	966-2-660-7430
주소	Hanarum, P.O.Box 8749 Riyadh 11492, K.S.A.	Zuhair Est. P.O.Box 2659 Riyadh 11461, K.S.A.	P.O.Box 53860, Jeddah 21593 K.S.A.
매장 규모	• 매장 : 80평 • 창고 : 640평	• 매장 : 15평 • 창고 : 90평	• 매장 : 25평 • 창고 : 170평
식품 공급업체	• 현지구매 : 특정공급업체는 없음 • 한국산공급업체 : 희창물산(부산소재)	• 제조 : 떡, 참기름 등 • 현지구매:야채류, 고기류 (특정 공급업체는 없음) • 한국산 수입:생선, 통조림 (해진인터네셔널에서 수입)	• 현지구매 :수시로 변동 • 한국산공급업체 : 리야드 세화식품 • 일제 품목 : 미 다요코 식품점에서 공급
식품 판매비중	• 한국산 : 90% • 타국산 : 10%	• 한국산 : 90% • 타국산 : 10%	• 한국산 : 90% • 타국산 : 10%

2) 수입업체

☐ Al-Rasheed Trading Est

- 독점 에이전트권 : 샘표, 해태, CJ 등
- 수입품목 : 간장, 라면, 음료, 인삼차, 인삼음료, 빵가루, 튀김가루, 참기름, 스낵류 장류 등
- 주요 유통경로 : 주로 현지 대형 유통업체인 Al-Azizi, Panda, Euromarch, Tamimi 등에 직접 식품을 납품하고 있음
- 홈페이지 : www.rasheedfoods.com

- 애로사항
 - 대형 매장에 물건 진입 시 품목당 1,000~10,000 리알의 입점비용을 지불해야 하므로 새로운 품목의 매장 진입이 점점 어려워지고 있음
 - 인삼 제품에 대한 수요는 증가하는데 인삼이 의약품으로 분류되어 상품 등록 시 등록 기간이 길고 많은 비용이 필요함
 - 초코파이 수입의 경우 여름에는 제품이 녹아 혹서기인 6월에서 8월의 경우 수입을 못하고 있는 실정임
- 사우디 시장에 대한 견해
 - 외국인 노동자들, 특히 필리핀인들의 수(현재 약 80만 명)가, 급속히 증가하고 있어 이들을 대상으로 한 식품 판매 계획 필요
 - 라면의 경우 대부분 가정부들이 봉지라면을 끓여 밥과 함께 조리하므로 컵라면보다는 봉지라면이 현지 소비자 취향에 더 적합하며, 동남아에서 생산된 라면은 대부분 현지 사우디인을 대상으로 생산한 제품이므로 한국업체들 또한 사우디인의 입맛에 맞춘 제품 생산이 필요함
 - 사우디에서 한국 식품 판촉행사를 기획한다면 현지인들은 많은 시간을 TV를 시청하며 보내므로 아랍 지역 사람들이 보는 유명 방송사를 통한 TV 광고가 가장 바람직한 것으로 생각됨
- 특이사항 : 사우디의 스폰서 제도로 인해 사장은 사우디인으로 되어 있으나, 실제로는 한국인이 경영하고 있음

□ Abazeer

- 유기농 제품 및 건강 보조 식품을 취급하는 사우디 업체로 본사는 제다에 있으며 사우디뿐만 아니라 바레인에도 제품을 공급하고 있음
- 프랑스, 이태리, 한국, 미국, 일본, 터키, 이집트, 인도 등에서 제품을 수입하고 있음
- 한국 제품으로는 15년 동안 I사에서 수입한 인삼차, 엑기스, 분말제품 등을 판매하고 있음

나. 품목별 유통 동향 및 수출 확대 방안

1) 인삼

□ 유통 동향

○ 인삼 음료 및 차

- 인삼 음료와 차의 경우 식품으로 분류되어 타블릿이나 엑기스에 비해 통관이 쉬워 한국 식품점이나 한국 식품 수입업체를 통해 비교적 널리 유통되고 있는 실정임
- 인삼 음료의 경우, 대부분 Oases Trading Est. Al-Rasheed Trading Est. 등을 통해 수입되는 한국산 제품들이 대부분이며, 이 제품들의 가격은 2리알대로 상당히 저렴한 가격에 소형 식료품점에서 유통되고 있음
- Albazeer 역시 한국산 인삼차를 수입하고 있으며, I社제품만을 취급하고 있음

○ 인삼 캡슐 및 엑기스

- 인삼 캡슐 및 엑기스 제품들은 의약품으로 분류되어 보건성에 허가가 필요하며 허가 취득을 위해서는 6개월에서 1년간의 기간과 5만 리얄(13,000달러)에서 20만 리얄(53,000달러) 가량의 비용이 소요되므로 시장 진입 자체가 어려운 실정임
- 현재 사우디 내에서는 Albazeer社가 I社에서 생산된 엑기스와 분말 제품을 수입, 판매하고 있으며 상담 시에도 20Ft 컨테이너 한 대분이 통관 준비 중에 있다고 밝힘
- Albazeer사의 AL-Haddad 사장에 의하면 인삼드링크는 식품으로, 캡슐은 의약품으로 분류되어 있는데 정부 관료들의 부패로 수입허가가 일관성 없게 이루어진다고 지적
- 미국회사인 GNC¹²⁾에서는 미국에서 생산된 인삼 엑기스 및 캡슐제품들이 Korean Ginseng이라는 이름으로 유통되고 있으며 가격 또한 상당한 고가에 거래되고 있음
- GNC 내의 90개 들이 인삼 캡슐의 가격은 140리얄에서 150리얄 정도로 원화로는 4만원 정도임

□ 한국 제품의 문제점

- 인삼차와 드링크를 제외한 대부분의 인삼제품들이 식품이 아닌 의약품으로 분류되어 수출시 보건성의 허가를 받아야 하며 이를 위해서는 엄청난 비용과

12) GNC(General Nutrition Center) : 미국계 건강식품 유통업체로 사우디 내에 15개의 판매점을 갖고 있으며, 두바이, 바레인, 쿠웨이트, 카타르 등에도 제품을 공급

시간이 필요해 개별 기업이 이를 수행하기에는 한계가 있음

- 미국 등 일부 국가에서는 자국에서 생산된 제품에 Korea Ginseng이라는 이름으로 제품을 판매하고 있어 인삼 종주국으로서 한국 고려 인삼의 차별화 방안이 요구됨
- 사우디 시장 내에서 인삼에 대한 인지도는 점차 높아지고 있으나 아직도 소비자의 50% 가량이 인삼에 대해 잘 모르고 있고 대형 슈퍼 등에서 손쉽게 구할 수 없어 구매동기 유발 미흡

□ 수출 확대 방안

- 인삼에 대한 관심이 많고 독점권을 전제로 수입 허가 등록을 추진해 주겠다는 수입업체들이 있는 점을 감안, 수입 허가 등록에 대한 지원 방안 마련 및 정부 차원의 수입허가 요건 완화 노력이 요구됨
- 미국에서 생산된 Korea Ginseng 이라는 상표의 제품이 현재 사우디 내에서 유통되고 있으므로 인삼 종주국으로서 한국 고려 인삼의 차별화 방안이 요구됨
- 사우디 내의 인삼제품에 대한 이미지 제고를 위해 대대적인 홍보가 필요하다 여겨지며 특히 TV 시청에 많은 시간을 소비하는 사우디인들의 습관을 고려할 때 인삼에 대한 TV 광고가 필요함
- 홍보 추진시 에너지를 고양시켜 주는 식품으로 인식시키고 인삼 드링크는 Red Bull, Power Horse 등과

같은 에너지 음료로서 접근하는 것도 좋을 것이라
판단됨

2) 음료

□ 유통 동향

○ 과일 음료

- 사우디는 자국 내에서 생산되는 많은 과일¹³⁾과 주변
국으로부터의 값싸고 품질 좋은 과일 유입으로 저가의
과일 주스가 사우디 내에서 생산되고 있음
- 소포장의 경우 대부분 1리알에 거래되고 있으며,
1리터의 대포장의 경우 6리알에 거래되는 등 대부
분의 제품이 저가에 거래되고 있음
- 대부분의 음료가 단순히 생과일을 간 형태의 과즙
음료만 유통되고 있으며, 과육이 씹히는 과립음료는
전무함

○ 에너지 음료

- 호주의 Red Bulls, Power Horse 그리고 사우디의
Bison 등이 사우디 시장에서 공격적인 마케팅을 전개
하고 있고, 사우디 소비자들의 건강에 대한 관심
또한 높아 소비량이 급속도로 증가할 것으로 예상
되며, 업체간 경쟁 또한 점점 치열해 지고 있음
- 에너지 음료의 판매 가격은 2 리알대로 과일주스
보다는 비싼 가격에 거래되고 있음
- 제다 식품 박람회에서 Bison은 부스에서 무료 시음

13) 포도, 감귤 등의 과일이 연간 130만 톤, 멜론, 수박 등의 과채소가 연간 50만
톤 규모로 생산

회를 가졌으며, 골프장, 공항 등 대형 공공시설에 전용 판매대를 설치하는 등 적극적으로 판촉 행사를 진행하고 있음

- 미국의 코카콜라도 에너지 음료들에게 빼앗긴 시장을 회복하기 위해 1.5리알대의 에너지음료를 시판할 계획에 있음
- 현재 한국의 비타 500도 소개되어 시장에서 유통되고 있으나 홍보가 이루어지지 않아 시장에 잘 알려져 있지 못한 실정임
- 타 에너지 음료의 가격대에 맞춘 2리알대의 한국산 인삼 드링크도 소규모 식료품점을 통해 유통되고 있으나 일부 제품은 인삼 맛만 가미한 제품으로 가격에 맞춰 생산된 제품이라는 인상을 주었음
- 인삼 캐릭터가 부착된 제품은 품질 양호

□ 한국 제품의 문제점

- 과일 주스 시장의 경우, 저가에 공급되는 제품이 대부분 이어서 가격 경쟁 면에서 열세를 피하지 못하며, 시장 진입 자체가 어려움
- 현재 사우디 시장에서 에너지 드링크가 선풍적인 인기를 끌고 있으나, 한국의 에너지 음료인 인삼 음료나 비타 500의 경우 홍보 및 판촉이 부족하여 판매량이 제한적임

□ 수출 확대 방안

- 과일 음료의 경우 현재 사우디 시장에서 유통되고

있는 과즙음료보다는 시장 내에서 거의 유통되지 않는 과육음료로 시장 진입을 시도하는 것도 바람직함

- 인삼드링크, 비타500의 경우 현재 사우디 내에서 선풍적인 인기를 끌고 있는 에너지 드링크로서 Red Bulls나 Power Horse 등 타 제품보다 월등히 좋은 맛과 품질을 갖고 있으나 홍보가 부족한 실정이므로 이 제품에 대한 적극적인 판촉 행사 등 홍보가 필요함
- 한국 음료가 현지 대형 유통 매장 진입시 유통업체 측에서 입점비를 요구하는 사례가 들고 있으므로 이에 대한 대책 마련이 필요함

3) 과일

□ 유통 동향

- 과일들은 주로 인도, 중국, 동남아 등의 아시아 국가들 뿐 아니라 유럽 미국 등에서 수입되고 있어 가격 및 품질 면에서 경쟁이 치열한 실정이며 사우디 내에서 생산되는 과일의 양 또한 상당함
- 대부분의 과일은 저가로 수입되어 저가로 팔리고 있으나 일부 고품질의 과일은 미국에서 항공으로 운송되어 Tamimi 등 미국과 합작한 대형 슈퍼마켓에서 비싼 가격에 팔리고 있기도 함
- 일례로 사우디 현지에서 생산된 딸기는 보통 킬로당 2리얄에 거래되는 반면 미국에서 항공 운송된 딸기의 경우 킬로당 40리얄에 거래되고 있음. 즉 과일 시장도 소비자에 따라 양층 분리 현상이 현저함

- 수입되거나 현지에서 생산된 과일은 대부분 리야드 외곽에 있는 과일 도매 시장으로 운송되며 그 곳에서 소매업체로 분배되어 소비자들에게 판매됨. 그러나 일부 대형 유통업체들은 과일을 직접 수입하거나 현지 농장에서 직거래 하는 경우도 늘어나고 있음
- 일부다처제의 풍습이 남아 가족수가 많으므로 Family Pack 형태의 포장도 많음

□ 한국 과일의 문제점

- 가격 경쟁력 : 사우디 시장에서 한국 과일의 가장 큰 문제점은 가격 경쟁력으로 저가로 수입되는 중국산 과일이나 현지 생산되는 저가의 과일들과의 경쟁은 상당히 힘든 실정임
- 긴 운송거리 : 사우디와 한국과의 지리적으로 멀리 떨어져 있어 유럽이나 인도 등 아시아 국가들에 비해 더 많은 운송비용을 부담해야 하며 운송 기간이 길어 과일의 품질 유지 또한 힘들게 함
- 경쟁국 제품의 품질 개선 : 한국산 과일의 주 경쟁 상대의 중국 과일의 품질이 점차 개선되고 있어, 사우디 시장에서 한국의 진입 여건을 점점 악화시키고 있음

□ 수출 확대 방안

- 인도 동남아 등지에서 수입되는 저가의 과일이 많아 가격 경쟁력을 앞세운 과일 수출은 어려움이 많으므로 유기농 재배 사과 배 등 고품질의 고가 과일 수출 정책이 필요함

- 미국에서 비행기로 운송되어 판매되는 과일처럼 부유층을 대상으로 한 고품질의 과일을 Tamimi 등 고급 매장에 전시 판매하는 전략이 필요
- 특히 국산 배의 경우 좋은 품질을 갖추고 있으므로 틈새시장 공략과 함께 홍보가 필요함

7. 관세 및 수입관련 제도

가. 수출입제도

1) 개황

- 원칙적으로 자유무역 체제이나 아직 WTO가 지향하고 있는 수준에는 크게 미흡하며, 자국산 제품이나 자국 기업인 보호를 위한 각종 지원제도가 남아있는 실정임
- 수입에 대해서는 종교상 또는 안보상으로 금지하는 품목과 통상 정책상 제한을 가하는 품목 이외에는 매우 자유로운 편이나 국내 판매 대리점이나 무역상사의 지사 활동, 계약 등에 대해선 보수적인 정책을 취해서, 사우디아라비아 국적인의 명의를 의해서만 허가를 받을 수 있음. 예외적으로 GCC 국가 국적인에 대해서는 일부 소매 행위 등 상행위를 할 수 있도록 허가해 주고 있음
- 수입품 전반에 해서는 비교적 엄격히 관리하는데 특히, 이슬람 율법에 위배되는 알콜류, 돼지고기, 주류제조 기구, 무기, 마약, 포르노 등은 수입이 엄격히 제한되며, 관리의 기준은 사우디 정부에서 정한 사우디공업표준 규격(SASO)임

2) 수입 금지 및 제한

- 담배류나 말, 홍콩에서 가공된 다이아몬드, 인조 진주 등은 수입 금지되며 이스라엘에 우호적인 기업의 제품 역시 수입이 금지됨

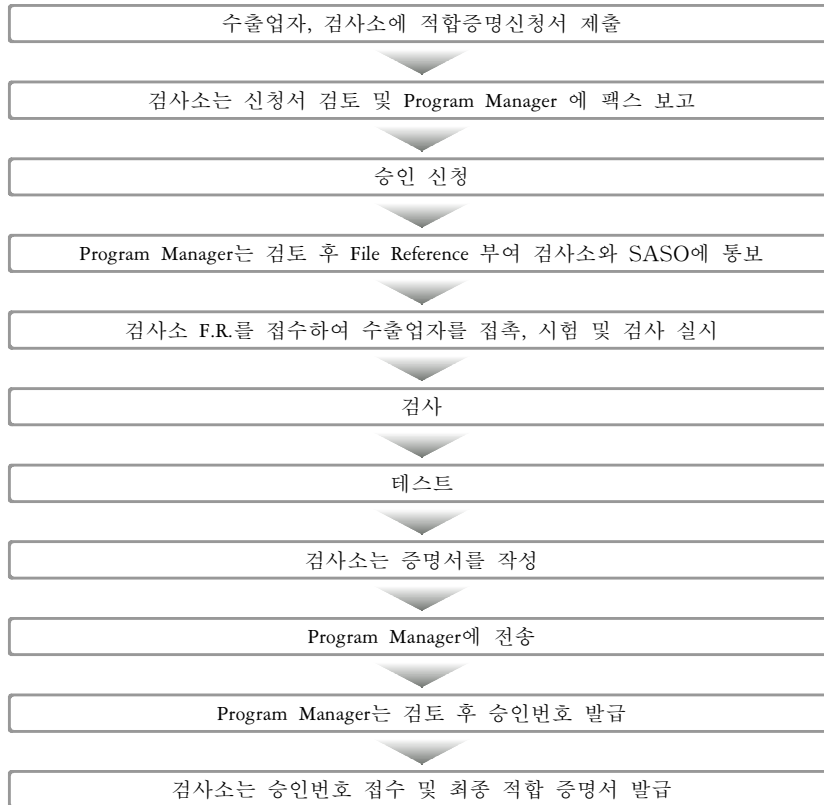
- 각종 출판물 및 영상물, 특히 종교관련 서적과 오디오 비디오테이프 등은 당국의 특별 수입허가가 필요하며, 위험성이 높은 13개 화학품목에 대해서는 사전에 수입 허가가 필요함
- 이슬람 교리에 위배되는 주류, 돈육, 의료 목적 외의 마약류, 주류, 치안 목적 이외의 총기, 탄환, 무기 등은 수입이 금지되고 있으며, 이에 대한 예외 조항 또한 법으로 규정, 제한함
- 의약품이나 건강용품 등의 수입에는 사우디 보건부(MOH)에서 규정한 별도의 절차가 요구되며 경우에 따라서는 6개월에서 1년 동안 절차를 밟아야 할 수도 있음. 한국산 인삼의 경우에도 까다로운 사우디 보건부 등록 허가 때문에 인삼 드링크와 인삼차 등 식품으로 분류된 제품 외에는 수입되지 못하고 있는 실정임
- 자국에서 생산되는 품목에 대해서는 수입을 제한하고 있으며, 20% 보호 관세를 부과하여 국내 산업을 보호하고 있음

3) 선적 전 검사제도(International Certification Program)

- 사우디로 수출하려면 사우디 표준청의 인증서를 부착해야만 하며, 1996년 1월부터 기존 제도를 다시 변경해 외국 시험 기관을 지정하여 검사를 대행하도록 하고 있음
- 한국에서는 KIMSCO를 시험기관으로 지정하여 대 사우디 수출 품목 중 76가지 품목군¹⁴⁾을 검사 대행하고 있음

14) 검사대상 품목은 수시로 변동되므로 www.iccp.com에 접속하여 확인 필요

○ 검사 절차



※ KIMSCO 서울 사무소
서울시 서소문동 57-10 정안빌딩 7층
(주) 고려 검정 공사
전화 : 02) 774-8201
홈페이지 : www.its-korea.co.kr
대표 : M.H.Yoo

나. 관세 및 통관 제도

1) 관세제도

- 사우디 정부는 현재 국내 생산 여부 및 수입 우선순위 등을 고려하여 0%, 5%, 12%, 20%, 100%의 5단계로 구분하여 조세를 부과하고 있음
- 자국에서 제조되거나 생산되는 품목이 전체 수요의 50% 이상을 차지하는 경우에는 20%의 관세율을 적용하고 있음. 그러나 공업용 원자재, 의약품, 기초식품류, 도서류, 정밀금속류 등은 여전히 무관세를 적용
- 1981년 11월 체결되어 1983년 3월 1일자로 발효된 GCC 통합경제협정에 따라 1983년 9월부터 GCC 회원국간에 관세를 철폐함과 동시에 지역에 수입되는 외국 상품에 대해서는 최소 4%에서 최고 20%까지의 수입 관세를 부과
- 관세 분류는 HS 방식을 채택하고 있으며 과세기준은 대부분이 종가세이며, 1988년 1월부터 관세가 대폭 인상되어 대부분의 공산품에 대하여는 12%, 시멘트 등 자국 생산능력이 있는 품목에 대해서는 20%의 고관세를 부과하고 있으며, 2004년 4월 철강에 대해서는 수입 축진을 위해 관세를 5%로 인하

2) 통관제도

☐ 통관 절차

- 통관 절차 : 상품도착 → 세관창고 하역 → 통관서류

제출 → 컴퓨터 등록

- FCL의 경우 : 샘플링 검사 → 관세부과 → 관세납부
→ 통관완료

- LCL의 경우 : 상품 검사 → 관세부과 → 관세납부
→ 통관완료

- 관세가 납부된 상품은 통관이 완료된 것으로 볼 수 있으나 세관 정부에서 필요한 경우 세관장의 지시 하에 재검사를 요구 받을 수 있음
- 소요 기간은 근무일 기준 약 5일이 소요되며, 세관 업무시간은 08:00~14:30이고, 목, 금요일은 휴무임

□ 통관 시 유의 사항

- 잦은 물품파손 및 분실 : 사우디 항만에서 일하는 근로자는 대부분이 대개 제3국출신이므로 이들은 물건을 소홀히 취급할 뿐 아니라 훔치는 사례 또한 많음
- 재 반출시 관세 환급 불가능 : 제도상으로는 재 반출 물품의 관세 환급제도가 있으나 실제로는 수입한 물품을 재 반출할 때 관세 환급을 거의 받을 수 없는 실정임
- 견본에도 관세 부과 : 손목시계, 악세사리 등은 견본이라 할지라도 과세 통관되는 사례가 허다하며 양이 많은 견본의 경우 통관에 어려움을 겪기도 함
- 종교 관행이 최상위 : 이슬람교에서 금기사항을 위반 하면 어떤 식으로든 제재를 가함. 돼지고기와 알콜이 포함된 식품이나 의약품은 물론 여성의 노출이 심한

그림이나 사진의 통관에 제재가 따르는 것은 종교적인 이유 때문임. 상품 디자인이나 무늬에 신을 모독하는 이미지가 포함돼 있을 경우에는 결과적으로 판매할 수 없음

- 최근 중고자동차는 수입 통제품목에 포함되어 엄격한 통관 기준 적용

다. 라벨링 및 식품 관련 규정

1) SASO(Saudi Arabia Standards Organization)

- 사우디아라비아는 UAE, 쿠웨이트, 바레인, 오만, 카타르 등의 국가들로 구성된 GCC(Gulf Cooperation Council)에서 가장 영향력 있는 국가로, 현재 GCC는 SASO(사우디아라비아 표준 규격 위원회)와 함께 통합 식품 표준을 만들고자 고심하고 있음
- SASO는 상품과 생산품, 측정과 시험 방법, 기상 기호와 용어, 제품 정의, 안전규정, 환경 평가 등의 국가 표준을 담당하고 있는 유일한 기관임
 - SASO가 표준을 제정
 - 통상부는 여러 항구에서 대부분의 가공 식품을 검사
 - 사우디 내무부 내의 환경관리부가 판매 직전의 식품을 식품 안전 기준에 근거해 검사를 실시
- SASO는 집행 기관이기보다는 자문기관으로서의 성격이 강하지만, 사우디 내의 제품의 품질과 표준을 관리하는 여러 다른 집행 기관들의 활동을 조정하기도 함
 - 1972년 설립된 이후로 SASO는 약 600개 품목과 검사

표준을 취급하고 있으며, 최근에는 새 제품에 대한 표준 제시를 위해 일하고 있음

- 사우디 표준은 주로 CODEX 영양 규정과 유럽과 미국의 것을 기초로 하고 있으나 지역적 특성을 고려해 이를 반영해 작성

2) 라벨링 관련 규정

☐ 일반 포장된 식품의 라벨링 규정

- 포장 식품에 대한 라벨링 규정은 Gulf Standard 9/1995임
- 포장된 식품의 라벨은 반드시 아랍어로 제작되거나, 아랍어 번역본을 부착하고 있어야 함. 기본적으로 라벨은 제품 이름, 포장자 이름, 원산지, 제조 국가, 원료 목록, 소비자 준수사항, 생산일, 유통 기한을 반드시 포함해야 함

☐ 유전자 변형(생명 공학) 관련 제품 라벨링 규정

- 2001년 12월 1일 사우디 무역부는 2000년 12월 11일에 제정된 유전자 조작 동물을 포함한 식품에 대한 라벨 규정을 부처 칙령으로 효력을 발휘

☐ 명확한 유전자 조작 제품 라벨 명시

- 만약 제품이 하나 이상의 유전자 조작 식물 성분을 포함하고 있다면 이 정보는 분명하게 라벨링에 표시되어 소비자가 알 수 있도록 해야 하며, 삼각형 안에 “유전자 조작 제품”이라고 기록

- 2개 언어로 라벨 작업 : 유전자 조작 관련 사항은 영어와 아랍어로 분명하게 쓰여 있어야 함

3) 그 외 규정

□ 유통 기간

- Saudi Arabian Standards Organization(SASO)는 수입 식품의 유통 기간(생산일, 유통기한)에 대해 규정함
- 1993년 사우디 정부는 702/1993 조치와 Gulf Standard No. 150/1993을 통해 특정 제품에 대한 생산일과 유통 기한은 완화되었으나 실제로 이 외의 제품에 대한 유통 기간 규제는 더욱 강화되었음

□ 유전자 변형 동물을 이용한 제품 금지

- No. 1666 무역부 칙령의 주된 특징 중 하나는 유전자 변형 동물을 이용한 제품의 사우디 수입을 즉각적이고 전적으로 금지한다는 것으로, 이 칙령은 동물 제품에 대한 전적인 수입 금지 이유를 제시하지는 않고 있음
- 이 결정은 모든 수입 식품에 할랄 제도가 적용된 것이고 이슬람에 의해 금지하는 폐지가 포함되지 않았다는 것을 보다 확실히 하기 위한 조치라고 생각됨

□ 보건 증명

- 사우디아라비아로 수출된 생명 공학 제품이나 유전자 조작 제품은 반드시 원산지 국가에서 식용임을 증명 받아야 함

- 이 증명서는 반드시 제품에 사용된 생명 공학 원료가 원산지에서 식용으로 사용되고 있다는 내용을 포함해야 함

□ 품질 기준

- 모든 생명 공학 제품은 사우디 정부가 정하는 법적 양심적 통제를 따라야 하며 사우디아라비아 세부 표준 사항을 반드시 준수해야 함
- 현지에서 생산된 식품들
 - 생명 공학 제품의 라벨링 규정은 현지 생산 식품에도 그대로 적용됨
- 이슬람 도축(할랄) 증명서
 - 사우디아라비아 표준 No. SSA 630/1998에 따르면 이슬람 도축(할랄) 증명서는 사우디로 들어오는 모든 육류와 가공류 제품에 부착되어야 함
 - 이 증명서는 사우디 대사관이 지명한 이슬람 기관에서 발행하고 있으며, 우리나라에서는 한남동의 이슬람사원에서 발행하고 있음
- 샘플 수입
 - 식품 박람회 전시 목적으로 사우디 수입업자에게 보내진 샘플의 경우 사우디 라벨링 유통 기한 규정에는 적용 받지 않으나, 항구 진입 검사에는 적용 받음
 - D.H.L이나 이와 유사한 방법으로 보내진 샘플에는 반드시 사업 송장이 첨부되어야 하며 이 제품은 판매되거나 상업적 가치를 가질 수 없음

■ 사우디, 유전자 변형식품 엄격 통제

- FAWAZ AL-ALAMI 사우디 상공 차관은 현재 사우디가 위생 안전 문제로 유전자 변형 식품의 수입을 1%로 제한하고 있고 동물 유전자 변형 식품은 수입을 금지하고 있으며 유전자 변형 식품의 표준을 결정하기 위한 위원회가 설립됐다고 밝힘
- 또한 전통적인 종자의 양도 충분한 만큼 유전자 변형 종자를 사용하지 않을 것이며 ICCP(INTERNATIONAL CONFORMITY CERTIFICATE PROGRAM)에 의해 증명서를 발급하는 74개 민간 연구소에 대한 설치 허가를 발급할 것이라고 발표함. 이 연구소에 대한 최종 허가는 국제적으로 알려진 연구 설비 검사 회사가 사우디에 지사를 개설한 후 동 연구소의 인력 및 장비 등을 검사한 의견을 반영해 발급하게 됨
- FAWAZ AL-ALAMI 차관은 유전자 변형 식품과 사우디 표준인 SASO(SAUDI ARABIAN STANDARD ORGNATION)과 연관된 주제인 식품 LABELING에 관해 사우디는 원칙적으로 소비자가 구매하려는 식품의 내용을 알 권리가 있다는 측면에서 접근하고 있다고 했으며 사우디에서는 민감성을 가지고 취급하고 있는 문제로서 SASO가 주관하는 국제 심포지엄에서 이 문제가 해결 되기를 바란다고 함
- 설립된 상기 위원회는 유전자 변형 식품 표준에 대한 초안을 90일 내에 작성하여 관련 국가들에 배포하고 관련 국가들이 검토 의견을 반영하여 SASO 이사회에 회부하며 최종적으로 GMO 수입 비중의 1% 초과 허용 여부에 대한 결정이 내려질 것임
- 한편 미국, 캐나다, 아르헨티나는 FOOD LABELING에 대해 반대 하는 입장을, 유럽, 호주, 뉴질랜드는 찬성하는 입장을 보이고 있다. 미국 통상대표부의 RICHARD WHITE 국장은 사우디를 직접 거명하면서 조만간 시행될 FOOD LABELING에 우려를 표명 하고 미국 등 유전자 변형 식품 수출국은 사우디에 이 식품이 안전하다는 정보를 제공할 수 있다고 언급

- 또한 사우디에서 추진 중인 FOOD LABELING 시스템은 정상적인 식품이 아님을 함축하는 상당한 부정적인 접근으로 미국 수출 회사들이 그러한 LABEL을 사용하지 않을 수도 있다고 함
- 한편 사우디 KING FAISAL 대학의 JAMIL M. AL-KHAYRI 박사는 LABEL의 정보가 경고적인 성격이 아닌 계몽적인 정보가 돼야 하며 유전자 변형 식품은 이미 안전성이 입증되었음을 강조하여 미국 측의 입장을 옹호하고 있음
- 아르헨티나의 경우 유전자 변형 식품은 과학적인 테스트를 통과해야만 상업적으로 허용되고 있기 때문에 LABEL이 불요하다는 입장을 보이고 있는데 아르헨티나는 세계 3위의 옥수수, 1위의 대두유, 9위의 옥수수유 수출국으로 대두의 99%, 옥수수의 50%의, 면화의 20%가 유전자 변형을 통해 생산되고 있음

자 료 : 사우디 상공부, SASO 등

8. 바이어 리스트

가. 인삼제품

회 사 명	Western for Trading and Contacting Est.
주 소	P.O. Box 550, Jeddah-21421
전 화	966-2-6421311/6436801
팩 스	966-2-6429695
이 메 일	-
담 당 자	Mr. M. Wheeb Sal Mahmoud
설립년도	1974년
관심품목	의료 건강 관련 제품

회 사 명	Medical & Pharmaceutical Services
주 소	P.O. Box 9584, Jeddah-21423
전 화	966-2-6700430/6716324 Ext.123
팩 스	966-2-6715470/6715472
이 메 일	bashirco@icc.net.sa
담 당 자	Mr. Iftekhar Anjun / Mr. Mahmoud Akil
설립년도	1981
관심품목	의학, 제약, 허브, 화장품, 건강식품, 유아식 등

회 사 명	Mohammed Bawazir for Trading
주 소	P.O.Box 16129, Jeddah-21464
전 화	966-2-6601160
팩 스	966-2-6656729
핸 드 폰	996-503004394
이 메 일	mbtksa2000@sps.net.sa
담 당 자	Mr. Zafar Yar Khan
설립년도	1988
관심품목	건강식품 및 스킨케어 제품

나. 간장제품

회 사 명	Mawarid Food Company
주 소	P.O.Box. 55722, Riyadh -11544
전 화	966-1-4778144 Ext.2085
팩 스	966-1-4761930, 4761130, 4777604
이 메 일	magboulhassan@mawarid-dt.com.sa
담 당 자	Mr. Magboul Hassan
설립년도	1989
관심품목	여러 가지 식료품

회 사 명	Ibn Madi Trading Est.
주 소	P.O.Box.3449, Jeddah - 21471
전 화	966-2-6872526 / 6896561 / 6876365
팩 스	966-2-6873170 / 6081825
이 메 일	ibnmadi@arabcircle.net.sa
담 당 자	Mr. Abdullah.O.Bin Madi
설립년도	1983
관심품목	식료품

회 사 명	Family Food Supply Co.
주 소	P.O.Box.4786, Riyadh-11412
전 화	966-1-2412813 / 2420416
팩 스	966-1-2414706
이 메 일	ffsco-riyadh@yahoo.com
담 당 자	Mr. Hussam Amoudi
설립년도	1955
관심품목	식료품과 소비품

회 사 명	Binzagr Co.
주 소	P.O.Box. 54, Jeddah-21411, Kingdom Saudi Arabia
전 화	966-2-6474388/6203554
팩 스	966-2-6475856
이 메 일	bzho@binzagr.com.sa
담 당 자	Mr. Ishteaque Ahmed
설립년도	1925
관심품목	식품, 잡화

다. 배

회 사 명	Mawarid Food Company
주 소	P.O.Box. 55722, Riyadh -11544
전 화	966-1-4778144 Ext.2085
팩 스	966-1-4761930, 4761130, 4777604
이 메 일	magboulhassan@mawarid-dt.com.sa
담 당 자	Mr. Magboul Hassan
설립년도	1989
관심품목	여러 가지 식료품

회 사 명	Al Batterjee Food–Stuff Plant
주 소	P.O.Box.10667, Jeddah-21443
전 화	966-2-6366999
팩 스	966-2-6377283
이 메 일	kowais@batterjee.com / kowais@arab.net.sa
담 당 자	Mr. Mohd. Abu Najela
설립년도	1998
관심품목	여러 과일

회 사 명	Savola Group
주 소	P.O.Box.3311, Riyadh - 11471
전 화	966-1-4803000 Ext.607
팩 스	966-1-4802000
이 메 일	hasanalkaf@savola.com
담 당 자	Mr. Hassan Al-Kaf / Mr. Ernie
설립년도	1978
관심품목	식료품, 야채, 과일, 가전제품 등

회 사 명	Al Marwa Food Suff
주 소	P.O.Box.13065, Jeddah-21493
전 화	966-2-6477579
팩 스	966-2-6486223
담 당 자	Mohd Ayman Nouri / Abdul Salam
설립년도	2001
관심품목	냉동 과일, 야채, 고기, 닭고기 등

Ⅳ. 쿠웨이트

1. 개황

가. 일반 개황

□ 자연지리 및 경제

- 국토면적 : 17,818km²(본토면적, 중립지역 2,590km²) 강원도 면적과 비슷
- 인 구 : 2,257,549명(외국인 1,291,354명 포함, 증가율 : 3.36%)
- 기 후
 - 하절기(4~10월)는 고온건조, 동절기(11월~3월)는 비교적 쾌적하며 모래폭풍 발생
 - 강우는 겨울철에 집중되나 연 강수량은 30~200mm로 적은 편
- 시 간 대 : 한국보다 6시간 늦음
- G D P : 52.756십억 달러(2005년 기준)
- 1인당 GDP : 19,288 달러(2005년 기준)

□ 행 정

- 공식국명 : 쿠웨이트(The State of Kuwait)
- 수 도 : 쿠웨이트 시티(Kuwait City)
- 행정조직 : 5개 주(하왈리, 파르와니아, 아흐마디, 자브라, 쿠웨이트시)

□ 정 치

- 정부형태 : 입헌 군주국
- 지도자 : Shaikh Jaber Al-Ahmed Al Sabah 국왕(1977. 21.31)
- 의회형태 : 1963년 개원. 의원 임기 4년. 정원 50명

□ 사회·문화

- 민족 : 아랍인, 아시아인
- 언어 : 아랍어 및 영어
- 종교 : 이슬람교 85%(수니파 70%, 시아파 30%), 기독교, 힌두교 및 기타 15%

□ 한국과의 관계

- 국교수립 : 1979년 6월 수교 수립
- 협정체결 : 항공협정(82), 문화협정(83), 경제기술협력 및 무역증진 협정(84), 항공운수 면세약정(85), 이중과세방지협약(98)
- 취항도시 : 없음

나. 경제 동향

1) 경제 여건 및 전망

- 정부 재정흑자 확대로 제 3차 경제개발계획(01/02-05/06) 기간 중에는 원유, 전력 담수, 정유능력 향상 등 투자확대 전망(공공부문 330억 달러 초과전망)

- 이라크 전쟁종료 이후 이라크 내 정세가 안정을 찾게 되고 석유수출이 정상화될 경우 주변지역에 대한 이라크의 경제적 영향력이 확대될 전망이며, 이 경우 인접국인 쿠웨이트의 무역교류 및 투자기회가 확대되어 경제 활성화
- 2005년 유가가 상승 기조를 유지한데다 미국 연합군들의 이라크 주둔 물자공급기지로서의 전쟁특수로 인해 민간 부문 경제활동이 강한 회복세 견지
- 걸프戰 이후 폐쇄되어 왔던 이라크와의 국경개방, 이라크의 유일한 해상출구인 걸프 만으로 통하는 기존항구의 재개통 등으로 인해 육로 및 해상진출의 중심지에 위치한 쿠웨이트가 중계무역기지로서의 기능이 활성화 되고 이에 따라 무역규모가 확대될 전망

〈주요 경제 지표〉

	단위	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
GDP	십억 달러	34.070	35.181	41.750	51.621	52.756
1인당 GDP	달러	14,748.97	14,537.76	16,430.36	19,533.91	19,288.23
GDP 성장율	%	0.6	-0.4	10.1	2.8	2.3
경상수지	십억 달러	8.333	4.249	7.567	14.858	15.594
인플레이션	%	1.7	1.4	1.2	1.7	1.6

자 료 : IMF 통계

2) 주요 부문별 현황

□ 재정수입 급증, 각종 대규모 프로젝트 발주 붐

- 6년 연속 재정흑자
 - 고유가에 힘입어 지난 6년간 지속적인 재정흑자 실현
 - 2005/2006 회계연도에도 260억 달러의 재정흑자 전망
- 안보위협 제거 및 재정수입 급증으로 투자 활발
 - 그동안 미뤄왔던 국가 기간산업용 대형 프로젝트 발주 중
 - 석유화학, 발전, 항만 등의 개보수 및 신증설 수요 다대

□ 외국인 투자여건 개선

- 01.4월 외국인 직접투자법(Foreign Direct Investment Law) 제정, 03. 2월부터 시행
 - 외국기업의 100% 단독투자 허용(과거 외국인의 최대 출자비율은 49%)
 - 법인소득세(최대 55%)의 10년간 면제
 - 자유로운 과실송금 및 정부의 외국투자기업 국유화 금지

□ 북부유전 개발 및 석유생산능력 확대추진

- 72년 석유산업 국유화이후 헌법상 국가 천연자원인 석유의 생산
 - (특히 석유개발)에 외국기업 직접 참여금지

- 정부 및 KOC(Kuwait Oil Co.)는 70억 달러 규모의 북부 유전개발계획
 - (일명 Kuwait Project)의 효율적 추진을 위해 외국 석유회사(콘소시엄 형태)의 생산 참여 허용 추진
 - 국회반대로 수년간 계속 지연, 정부의 석유생산능력 확대계획 추진지연

□ 경제개혁 추진

- 공기업의 민영화 적극화
 - 통신부문, Kuwait Airway, KPC 산하 기업, 주유소 등
- 공공요금의 현실화(정부보조금 삭감)
 - 전기 및 수도요금, 가솔린 가격 인상
- 부가가치세 등 제한적인 세제도입
- Kuwaitization(노동인력의 자국민화)의 적극 추진(실업 대책의 일환)

□ GCC 경제통합 참여동향

- 관세단일화 및 미화 고정환율제 시행
 - 자국통화의 외국통화 교환비율 결정방식을 종전의 통화바스켓 시스템에서 여타 GCC 회원국과 동일하게 미화 고정환율제로 전환
 - GCC내 5% 관세단일화 시행(03.9월)
- 2010년까지 GCC 단일통화 도입을 위한 노력에 적극 참여

□ 대외거래

○ 무역수지

- 수출의 95%를 석유에 의존하고 있으며, 제조업기반의 부재로 국내수요의 대부분을 수입에 의존
- 수출은 고유가에 힘입어 2002년 154억 달러, 2003년 218억 달러, 2004년에는 302억 달러로 전망되고 있음
- 수입 역시 2003년 이라크전 이후 자체수요 증가 및 전후복구물자 공급에 힘입어 지속 증가하고 있음 (2002년 81억 달러, 2003년 99억 달러, 2004년 109억 달러)

2. 농업 현황

가. 농업 개황

- 수자원 부족 및 건조 기후 등 악조건으로 인해 쿠웨이트에서 농업의 비중은 작은 편으로 국토의 약 1%만이 농경지로 이용되고 있는 실정임
- 쿠웨이트의 농업은 주로 북동부의 Abdali와 남부의 Wafra를 중심으로 이루어지며 온실이나 수경재배법을 이용해 토마토, 멜론, 딸기, 호박, 양파 등을 생산하고 있음
- 쿠웨이트 정부는 자국내 농수산업의 발전을 위해 1983년 Public Authority for Agricultural Affair and Fisheries(PAAAFR)를 설립해 농수산업의 발전을 도모하고 있음

□ 농지 면적 변화

(단위 : 1000ha)

	1985년	1990년	1995년	2002년
총 면적	1,782	1,782	1,782	1,782
국토 면적	1,782	1,782	1,782	1,782
농경지 면적	3	5	6	15
경지	3	4	5	13
다년생 작물 재배지	-	1	1	2
영구 목초지	1,779	1,777	1,776	1,767

자 료 : FAO 통계

- 한편 농업분야 종사자는 2004년 기준 1만 4,000명으로 전체 인구의 0.5%, 전체 노동인구의 1% 수준임

□ 농업 인구 변화

(단위 : 천명)

	2000년	2001년	2002년	2003년
총인구	2,247	2,353	2,443	2,521
- 남	1,357	1,420	1,473	1,518
- 여	889	933	970	1,003
농촌 거주인구	90	82	83	92
도시 거주 인구	2,157	2,272	2,360	2,429
농업 인구	25	26	26	27
비 농업 인구	2,222	2,328	2,417	2,494
경제 활동인구	1,194	1,254	1,304	1,349
남	913	955	990	1,020
여	281	298	314	329
농업 경제 활동 인구	13	14	14	14
남	13	13	14	14
여	0	0	0	0

자 료 : FAO 통계

나. 농업 생산

□ 곡물 생산량

(단위 : 톤)

품목	2001년	2002년	2003년	2004년
밀	3,064	7,268	5,095	5,000
보리	2,480	3,126	2,000	2,000
옥수수	436	800	800	800

자 료 : FAO 통계

□ 과일 생산량

(단위 : 톤)

품목	2001년	2002년	2003년	2004년
오렌지	11	21	22	22
레몬	7	10	10	10
딸기	563	468	550	550
포도	3	3	3	3
수박	441	924	1,000	1,000
멜론	1,400	1,450	1,500	1,500
무화과	0	0	0	0
대추	10,376	10,376	10,400	10,500
기타 신선 과일	610	610	610	610

자 료 : FAO 통계

□ 채소 생산량

(단위 : 톤)

품목	2001년	2002년	2003년	2004년
양배추	6,531	8,908	9,000	9,000
상추	6,630	6,304	6,400	6,400
시금치	1,168	1,123	1,200	1,200
토마토	41,140	35,127	36,000	36,000
컬리플라워	7,653	11,352	11,500	11,500
호박	5,100	5,300	4,900	5,000
오이	32,300	32,300	32,300	32,300
가지	15,940	15,940	16,000	16,000
고추	6,763	6,763	6,770	6,800
양파, 건조	4,948	3,727	3,800	3,800
마늘	448	448	450	450
콩	1,596	1,596	1,600	1,600
잠두	483	320	320	320
당근	2,238	2,142	2,150	2,250
오크라	2,400	2,400	2,400	2,500
기타 신선 채소	46,000	48,000	48,000	48,000

자 료 : FAO 통계

□ 가축 생산량

품목	단위	2001년	2002년	2003년	2004년
소	마리 수	20,333	24,970	25,000	25,000
양	마리 수	630,000	800,000	850,000	900,000
염소	마리 수	130,000	146,590	148,000	150,000
닭	1000마리	32,463	30,000	31,000	32,000
말	마리 수	1,200	1,200	1,200	1,200
낙타	마리 수	4,970	4,830	4,900	4,950

자 료 : FAO 통계

□ 축산물 생산량

(단위 :톤)

	2001년	2002년	2003년	2004년
소고기	1,760	2,240	1,920	2,000
양고기	30,750	37,000	36,900	36,900
염소고기	494	553	559	585
닭고기	42,182	36,770	38,000	42,000
낙타고기	560	490	490	490
소젖	39,591	40,000	42,000	40,000
양젖	134	136	136	136
염소젖	4,815	4,850	4,900	5,000

자 료 : FAO 통계

3. 시장 특성 및 구조

가. 시장 특성

1) 인구증가

- 유입인구, 출산인구 모두 증가
 - 걸프전 이후 중동지역의 정세 안정화와 고유가로 인한 중동 지역의 경제 활성화로 쿠웨이트로의 유입 인구 증가¹⁵⁾
 - 높은 출산율(3.44%, 2005년 추정치)로 인해 출산인구의 증가 및 유소년층의 비중 증가¹⁶⁾
- 이로 인해 시장의 규모는 전반적으로 커지고 있으며, 고가품을 선호하는 쿠웨이트 현지인과 저가품을 선호하는 외국인들로 인해 고가품 시장과 저가품 시장의 양극화는 점점 심해지고 있음
- 유소년층의 인구 비중의 증가로 유소년층이 새로운 소비 주체로 급성장하고 있음
- 외국인 노동자들의 유입이 증가하면서 이들을 대상으로 한 식품과 대형 슈퍼마켓의 수가 점차 증가하고 있음

2) 상권의 변화

- 전통적으로 쿠웨이트 지역의 상권은 팔레스타인인이 장악했으나 이라크가 쿠웨이트 침공 당시 이라크의 편을 들어 대부분의 팔레스타인인들이 추방당한 상태임

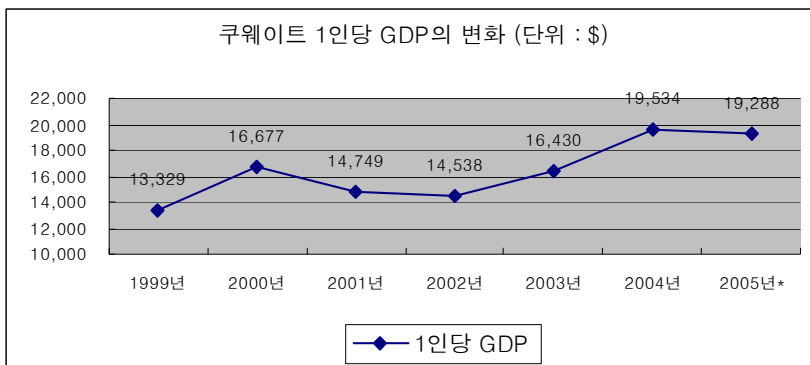
15) 230만 쿠웨이트 인구 중 130만 명이 외국인 임

16) 0세부터 14세의 인구가 현재 전 인구의 27.2% 차지

- 현재 쿠웨이트의 상권은 현지 쿠웨이트인들과 레바논 출신 사람들이 장악하고 있는 실정임

3) 고유가 및 재수출 시장 활성화로 인한 1인당 GDP 증가

- 고유가와 재수출 활성화로 많은 인구 유입에서 불구하고 1인당 GDP는 계속 증가하고 있는 추세임
 - 2004년 기준 쿠웨이트의 실질 GDP 성장률은 6.8%임
- 1인당 GDP 증가가 개인의 구매력 증가로 이어져 식품 구매 또한 증가할 것으로 보임



자 료 : IMF 국가별 통계

4) 재수출 시장의 활성화

- 미국의 이라크 침공 이후 중동 정세의 안정으로 이라크의 쿠웨이트 침공 이전의 물류 기지 기능을 일부 회복, 이란, 이라크, 중앙아시아로의 재수출 시장 활성화¹⁷⁾

17) 1KWD 는 약 3.2 달러임(2005년 기준)

5) 심장병 및 당뇨병의 증가로 건강에 대한 관심 증가

- 석유 발견 이후 소득의 증가로 인한 생활의 변화로 쿠웨이트에서는 비만¹⁸⁾이 사회적 문제로 이슈화되고 있음
- 특히, 비만에서 파생되는 심장병 및 당뇨병 등의 성인병 발병의 증가로 인해, 쿠웨이트는 제약회사 및 의사들에게 매력적인 시장으로 떠오르고 있음
- 이로 인해 다이어트식품, 건강식품 등이 크게 인기를 끌고 있음

나. 시장 구조

1) Co-op

- 정부에서 저소득층을 위해 운영하고 있는 소형 식료품점으로 마을마다 하나씩 위치하고 있으며 대부분 저가 제품만을 취급하고 있으며 환경 또한 열악함
- 주로 저가 제품만을 취급하고 있어 국산 농식품의 진입은 어려움

2) Sultan Center

- 쿠웨이트 최대의 대형 유통매장으로 주로 고품질의 고가품을 취급하고 있으며 전 세계의 수입물품도 취급. 수입은 주로 에이전트를 통해서 함

18) 비공식 집계에 의하면 쿠웨이트인의 약 70%가 비만임

- 종업원 수는 약 1,700명이며, 쿠웨이트 내에 8개의 매장을 확보하고 있고 예멘과 요르단에도 매장을 보유하고 있음
- Sultan Center의 물품 취급 결정자가 특정 품목의 수입을 에이전트에게 의뢰하면 에이전트는 그 품목에 대한 마케팅 리서치를 실시한 후 시장성이 검증되면 물품 수입
- 주 소 : P.O. Box 26567 Safat 13126 Kuwait
- 전화번호 : +965-805222
- 홈페이지 : www.sultan-center.com
- 이 메 일 : rkhalife@sultan-center.com

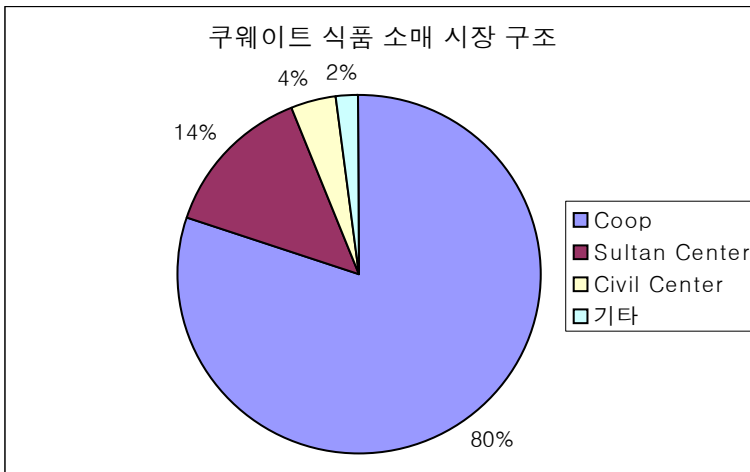
3) City Center

- 쿠웨이트에서 Sultan Center 다음의 식품 유통매장으로 중저가품을 주로 판매하고 있으며 전 세계에서 식품을 수입하고 있음
- 종업원 수는 600여 명이며, 쿠웨이트 내 매장 수는 3개나 더 늘릴 계획
- 주 소 : P.O. Box 28109 Safat 13142 Kuwait
- 전화번호 : +965-805222
- 홈페이지 : N/A
- 이 메 일 : citycenr2@qualitynet.net

4) Ambassador Door Supermarket Co.

- 쿠웨이트 내에서 거주하는 필리핀, 태국, 인도네시아인을 주 고객으로 하고 있으며, 대부분 아시아 국가들로부터 식품을 수입하고 있음

- 주 취급 품목은 라면, 소스, 음료 등이며, 한국 라면을 취급해 본 적도 있음
 - 면류 제품의 경우 한 달에 40ft짜리 3개 컨테이너 분량을 수입하고 있음
 - 인삼음료의 경우 태국에서 인삼 성분을 함유한 Magic 이라는 음료를 수입하고 있음
- 현재 쿠웨이트 내에 4개의 매장을 두고 있고, 쿠웨이트 내 아시아인의 증가로 매출은 증가추세에 있으며, 한국 식품에 대한 관심이 많음
- 주 소 : P.O. Box 29573 Safat Kuwait
- 전화번호 : +965-2427863
- 홈페이지 : N/A
- 이 메 일 : ambassadorma@hotmail.com



주) 쿠웨이트 내 매장 수를 바탕으로 점유율 분석

4. 농식품 수입 및 한국산 농식품 수입 동향

가. 농식품 수입 규모

□ 농식품 총 수입규모

(단위 : 천 달러)

	2001년	2002년	2003년	2004년
농림축산물	1,195,559	841,140	975,701	1,093,396

자 료 : FAO 통계

□ 주요 농식품 수입규모

(단위 : 천 달러)

	2001년	2002년	2003년	2004년
곡 류	146,130	118,362	130,305	163,617
차 류	100,678	46,030	50,241	62,935
과일 채소	285,299	136,008	136,776	144,984
육 류	131,913	68,655	101,501	133,479
낙농제품	158,102	96,554	99,427	91,900
담 배	43,013	44,024	59,038	57,415
음 료	21,375	15,135	29,874	26,074
배	1,946	1,202	816	1,269
간 장	182	-	-	-

자 료 : FAO 통계

나. 한국 식품 수입 동향

1) 한국식품 수입 동향

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
농산물	822.38	3,291.45	647.61	2,492.09
축산물	3.00	13.48	13.14	26.88
임산물	3.85	5.43	1.06	12.31

자 료 : KATI 통계

2) 농산물 수입 동향

(단위 : 톤, 천 달러)

품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
○ 곡류	262.02	1376.62	18.00	13.60
• 쌀	244.02	1363.29	0	0
- 멥쌀(nonglutinous)	244.02	1363.29	0	0
• 기타곡물	18.00	13.33	18.00	13.60
- 곡물(기타/분쇄물·조분)	18.00	13.33	18.00	13.60
○ 두류	0	0	26.28	48.07
• 대두	0	0	26.28	48.07
- 대두(채유 및 박용)	0	0	26.28	48.07
○ 과실류	5.00	11.40	166.98	127.14
• 배	5.00	11.40	0	0
- 배(신선)	5.00	11.40	0	0
• 단일과실조제품	0	0	165.00	111.54
- 과즙음료	0	0	165.00	111.54

(단위 : 톤, 천 달러)

품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
• 기타과실	0	0	1.98	15.60
- 팝콘(기타 방법 조제)	0	0	1.98	15.60
○ 채소류	134.43	359.83	19.22	36.58
• 김치	47.91	83.65	19.22	36.58
- 김치(냉동하지 않은 것)	47.91	83.65	19.22	36.58
• 고추	0.80	5.42	0	0
- 고추류(건조/파쇄 또는 분쇄한 것)	0.80	5.42	0	0
• 기타채소	85.72	270.76	0	0
- 기타채소(신선/냉장)	85.61	270.66	0	0
- 채소류 조제품	0	0.10	0	0
○ 식물성유지	0	0	32.75	67.21
• 참기름	0	0	32.75	67.21
- 참기름, 분획물	0	0	32.75	67.21
○ 사료	1.25	2.52	0	0
• 사료첨가제	1.25	2.52	0	0
- 사료첨가제	1.25	2.52	0	0
○ 소오스류	60.57	115.68	36.55	100.20
• 간장	1.41	1.24	8.97	42.78
- 간장(soya sauce)	1.41	1.24	8.97	42.78
• 된장	5.14	3.85	0	0
- 된장	5.14	3.85	0	0
• 춘장	0.56	0.44	0	0
- 춘장	0.56	0.44	0	0
• 고추장	4.88	5.99	27.59	57.41
- 고추장	4.88	5.99	27.59	57.41
• 겨자	0.02	0.04	0	0
- 겨자의 분, 조분	0.02	0.04	0	0

(단위 : 톤, 천 달러)

품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
• 혼합조미료	0.50	2.09	0	0
- 혼합조미료	0.50	2.09	0	0
• 기타소오스제품	48.06	102.03	0	0
- 소오스, 소오스 제조용	48.06	102.03	0	0
○ 향신료	0.10	0.21	0	0
• 커레이	0.10	0.21	0	0
- 커레이	0.10	0.21	0	0
○ 커피류	0	0	82.42	563.91
• 커피조제품	0	0	82.42	563.91
- 인스턴트커피	0	0	82.42	563.91
○ 코코아류	23.66	99.81	22.05	106.69
• 초코렛	23.66	99.81	22.05	106.69
- 초코렛(다른 것으로 속을 채운것)	12.17	52.98	4.66	19.70
- 초코렛(속을 채우지 않은 것)	1.66	6.86	10.15	56.86
- 초코렛 및 초코렛과자(무게 2kg 초과)	9.82	39.97	7.25	30.13
○ 연초류	6.27	41.62	0	0
• 권련	0.31	4.58	0	0
- 필터담배	0.31	4.58	0	0
• 기타권련	5.96	37.04	0	0
- 엽권련 및 권련류(엽권련, 권련 이외 기타)	5.96	37.04	0	0
○ 인삼류	1.60	87.67	1.57	115.60
• 백삼정	1.55	86.45	0.66	32.91
- 인삼액즙, 인삼엑스	1.55	86.45	0.66	32.91
• 홍삼분	0	0	0.60	38.40
- 홍삼분	0	0	0.60	38.40
• 홍삼조제품	0.04	1.21	0.32	44.30
- 홍삼조제품(홍삼차 이외 기타)	0.04	1.21	0.32	44.30

(단위 : 톤, 천 달러)

품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
○ 주류	2.60	1.10	0	0
• 맥주	2.60	1.10	0	0
- 맥주	2.60	1.10	0	0
○ 당류	0.03	0.08	0.65	24.00
• 포도당	0	0	0.65	24.00
- 포도당(과당 함유량 20%이상 50%미만)	0	0	0.65	24.00
• 캐러멜당	0.03	0.08	0	0
- 캐러멜당	0.03	0.08	0	0
○ 음료	120.32	425.68	0	0
• 기타음료	120.32	425.68	0	0
- 음료	120.32	425.68	0	0
○ 과자류	103.59	327.33	241.14	1289.10
• 감	76.44	204.99	104.04	291.75
- 추잉감	76.44	204.99	104.04	291.75
• 캔디	4.82	28.47	1.73	8.69
- 캔디류(드롭프스, 캐러멜 이외 기타)	4.82	28.47	1.73	8.69
• 기타설탕과자	3.57	28.83	3.05	20.19
- 설탕과자류	3.57	28.83	3.05	20.19
• 빵	14.78	46.51	9.14	28.75
- 파이와 케이크	14.78	46.51	9.14	28.75
• 비스킷	3.98	18.53	5.23	24.27
- 비스킷, 쿠키 및 크레커	3.98	18.53	5.23	24.27
• 기타베이커리제품	0	0	117.96	915.44
- 베이커리 제품	0	0	61.69	425.48
- 베이커리, 성찬용 웨이퍼 등	0	0	56.27	489.97
○ 면류	22.12	47.98	0	0
• 당면	0.30	0.63	0	0
- 당면	0.30	0.63	0	0

(단위 : 톤, 천 달러)

품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
• 라면	21.82	47.35	0	0
- 라면	21.82	47.35	0	0
○ 기타조제 농산품	78.83	393.92	0	0
• 기타조제식료품	0.48	0.73	0	0
- 조제식료품 기타(쌀가루의 것)	0.48	0.73	0	0
• 혼합주스	10.82	24.15	0	0
- 혼합주스(과실, 채소 이외의 것)	10.82	24.15	0	0
• 차, 마태 조제품	57.43	318.21	0	0
- 차, 마태 조제품(기타)	27.43	318.21	0	0
• 기타단백질농축물	10.10	50.83	0	0
- 기타 단백질계물질	10.10	50.83	0	0

자 료 : KATI 통계

3) 축산물 수입 동향

(단위 : 톤, 천 달러)

품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
○ 포유 가축 육류	0.10	0.55	0	0
• 쇠고기	0.10	0.55	0	0
- 쇠고기(냉동/뼈 없는것)	0.10	0.55	0	0
○ 기타 축산물 부산물	2.90	12.93	13.14	26.88
• 로얄제리	2.90	12.93	13.14	26.88
- 로얄제리, 벌꿀조제품	0	0	1.08	6.19
- 조제품 기타	2.90	12.93	12.06	20.69

자 료 : KATI 통계

4) 임산물 수입 동향

(단위 : 톤, 천 달러)

품 명	2004년		2005년(10월까지)	
	물 량	금 액	물 량	금 액
○ 파티클보드	3.32	3.86	0	0
• 파티클보드	3.32	3.86	0	0
- 기타목재의것(플라스틱라미네이트피복)	3.32	3.86	0	0
○ 기타목재	0.17	0.28	1.06	12.31
• 깔판류	0.13	0.18	0	0
- 목재 케이스, 상자, 크레이트, 드럼 등	0.13	0.18	0	0
• 건축용목제품	0	0	0.75	7.71
- 건축용목제건구와 목공품	0	0	0.45	6.00
- 건축용목제건구와 목공품(기타)	0	0	0.30	1.71
• 젓가락	0.04	0.10	0	0
- 젓가락(대나무 이외/기타)	0.04	0.10	0	0
• 신변장식용품상자	0	0	0.31	4.60
- 목재의 조상 및 기타의 장식품, 기타	0	0	0.01	0.04
- 담배 및 신변장식용품상자	0	0	0.31	4.57
• 수피류	0.37	1.28	0	0
- 코르크	0.37	1.28	0	0
- 코르크(응집/블록, 판, 쉬트, 스트립)	0.37	1.28	0	0

자 료 : KATI 통계

5. 수출유망품목(인삼)

가. 시장 규모 및 특성

□ 수요동향

- 주재국에서는 인삼 관련 제품이 폭 넓게 알려져 있지 않으나 일반소비자들의 건강에 대한 관심 증대로 수요가 점차 증가하고 있는 추세임. 주요 수요처는 약국, 병원 등임
 - 실제로 약국, 병원 등에서는 한국산 인삼제품 홍보 전단이 많이 배포되어 일반 소비자들의 관심을 끌고 있음
- 비타민제와 같이 Tabloid(알약) 형태는 의약품으로 간주되어 주재국 보건당국(Ministry of Health)으로부터 허가를 득해야 판매가 가능함
 - 등록 시 제품의 성분 표시를 아랍어로 해야 하며 제품에 아랍어 레벨을 부착해야 함
 - 주재국 보건당국으로부터 허가를 받으려면 현지 에이전트를 통해야 하는데 이를 위해선 적격 에이전트 선정이 중요함
- 인삼차 등은 식품으로 간주되어 별도의 등록 및 허가는 필요 없음
- 인삼 제품의 수입규모는 수입통계자료 부재로 정확히는 알 수 없으나 한국산이 수입되고 있음

□ 경쟁 동향

- 주재국시장에는 한국산과 태국, 중국산 등이 출시되고 있으나 소비자들이 선호하는 것은 품질이 우수한 한국산임
- 주재국에는 한국 인삼제품 생산회사들이 이미 2~3개사 소개된 것으로 알려지고 있음

나. 수입관세율

- 2003년 9.1일부터 GCC 공통관세율인 5%를 적용하고 있음.
- 관세 이외의 특별 규제는 없음

다. 유통경로

- 수입업자 → 도매상 → 최종소비자

라. 효과적인 현지시장 진출방안

□ 유망 에이전트 선정

- 현지 상거래는 에이전트를 통해 수행토록 되어 있으므로 전국적인 유통망을 보유하고 있거나 영향력이 큰 에이전트 선정이 매우 중요함

□ 소규모 주문에 적극 대응

- 여타 중동국의 바이어와 마찬가지로 비즈니스 초기 단계에는 소규모 주문으로 진행하다가 신뢰관계가 구축되면 대규모 주문으로 이어지는 경향이 있음

- 그러나 우리업체들의 경우에는 소규모 주문에 실망한 나머지 지속적인 관계 구축을 소홀히 하는 경향이 큼

마. 바람직한 바이어 접촉 방법

☐ 주요 통신수단

- 이메일도 폭넓게 사용되고 있지만 현지인들은 보수성이 강해 이메일보다는 바로 접할 수 있는 팩스를 선호하는 편임

☐ 거래계약

- 주요 거래 제의시는 말로하지 말고 반드시 문서를 남겨 두어야 클레임이 발생할 경우 효과적으로 대처할 수 있음
- 이들은 자기들 편의 위주로 생각하는 경향이 있기 때문에 접촉시 반드시 맺고 끊는 것을 정확히 해야 하는 냉정함이 필요함

☐ 회사 홈페이지 중요

- 카다로그도 중요하지만 회사 홈페이지가 있으면 바이어의 신뢰도를 더욱 높일 수 있으므로 홈페이지 제작이 필수적임

6. 한국 농식품 유통동향 및 진출 여건

가. 한국 식품 유통 동향

- 쿠웨이트의 인구는 230만(쿠웨이트인:90만명, 외국인:140만명)이고 교민 수는 450명으로 쿠웨이트 시장 자체는 작은 편임
- 현재 쿠웨이트로 수출되는 한국 농식품의 규모는 약 83만 달러 정도이나, 대부분 자이툰 부대로 운송되는 군수품들이고 실제로 쿠웨이트에서 유통되는 한국 농식품은 매우 미미한 실정임
- 현지 유통업체에서는 한국 식품을 볼 수 없는 실정이며, 쿠웨이트 시티에 있는 한국 식품점에서 라면, 차, 스낵류 등 일부 한국식품을 취급하고 있으나 주 고객은 일본인이 가장 많고 그 외 중국인 등임
- 과거 일부 업체에서 한국 농식품을 취급했으나 지속적이지 못하고 대부분 일시적이었음

나. 품목별 유통 동향 및 수출 확대 방안

1) 인삼

☐ 유통 동향

- 인삼 음료와 차의 경우 식품으로 분류되어 타블렛이나 엑기스 제품에 비해 통관이 쉬워 일부 한국 식료품점 등을 통해 유통되고 있으며, 엑기스나 타블렛 제품은 소량이 약국이나 병원에서 유통되고 있음

- 미국계 업체인 Forever Living Products Int'l에서 인삼 제품 판매에 관심을 보이고 있음
 - 업 체 명 : Forever Living Products Int'l
 - 전화번호 : 965-240-2015
 - 팩스번호 : 965-240-2016
 - 주 소 : 130 Dawliah Comm. Center Mezzanine Kuwait City
 - 홈페이지 : www.foreverliving.com
- 태국 식품점에서 태국산 인삼 제품을 취급하고 있으나 소량임
- 한국의 인삼차는 과립형이나 Sultan Center의 구매 담당자 의견에 따르면 게으른 쿠웨이트인들에게는 과립형보다는 침출형이 더 적합

☐ 수출 확대 전략

- 인삼의 효능에 대한 평가는 좋으나 인삼에 대한 소비자들의 인식이 부족한 실정이므로 인삼에 대한 전반적이고 대대적인 홍보가 필요
 - 인삼 홍보시에는 의약품으로서가 아니라 일반 식품으로 홍보하고 이를 위해 대형 유통업체와 연계하여 인삼 음료 또는 인삼차 등을 Energy Ginseng Tea와 같이 에너지 식품으로 소개
- 인삼이 아직까지는 중동에서 생소한 식품이므로 중동에 적합한 제품으로 가공하는 과정이 필요
 - 쿠웨이트인들 대부분이 점심을 간단한 간식으로 처리하므로 이를 겨냥한 쿠웨이트인들의 입맛에 맞는 인삼바의 시장 공급 시 수요가 창출이 가능

- 현재 쿠웨이트에서 비만으로 인한 당뇨 심장병이 사회적 이슈가 되므로 이러한 질병에 대한 인삼의 효능을 홍보하는 것도 필요함
- 인삼 수출시 식약청 검사를 받아야 하는데 이를 위해서는 긴 검사 기간과 많은 비용이 소요되므로 이에 대한 지원 및 대책이 필요

2) 음료

□ 유통 동향

- 사우디, 쿠웨이트, 이집트 등지에서 생산된 과일 주스가 지속적으로 판매되고 있으며 대부분이 과즙 주스로 과육 음료는 거의 전무함
- 호주나 미국 등지에서 생산된 에너지 음료가 적극적인 홍보에 힘입어 판매가 크게 증가하고 있으며 특히 젊은 층의 소비자들에게 인기가 있음
- 최근 커피가 인기가 끌면서 고급 커피가 매장에 판매되기 시작했으며 고급 커피점들도 쿠웨이트 시내에 들어서고 있음
- 얼마 전 정부로부터 시판을 허가받은 비알콜 음료도 최근 판매가 증가하고 있음

□ 수출 확대 전략

- 과일 음료의 경우 가격 경쟁에서 중동이나 동남아산 음료에 비해 매우 불리하므로 과일 음료의 쿠웨이트 시장 진입은 상당히 어려울 것으로 판단됨. 다만, 쿠웨

이트에 소개되지 않은 알로에 음료나 과육 음료는 틈새시장 개척 여지가 있을 것으로 보임

- 고급 커피 음료나 에너지 음료의 경우, 과일 음료에 비해 비싼 가격에 거래되고 있고 판매도 크게 증가하고 있어 국산 고급 커피나 에너지 음료의 경우 시장성이 있음
 - 단, 호주 및 미국에서 수입된 상품들과의 경쟁을 위해서는 대대적인 마케팅을 통한 브랜드 이미지 정착이 선행되어야 함
 - 쿠웨이트에서 유통되는 대표적인 에너지 음료로는 호주에서 생산된 Red-Bulls와 Power Horse가 있음
 - 인삼 음료의 경우 적극적인 홍보만 이루어진다면 쿠웨이트 내에서 에너지 음료로 큰 인기를 끌 수 있으리라 예상됨

3) 과일

□ 유통 동향

- 인도, 이란, 중동, 미국, 유럽 등 세계 다양한 국가로부터 과일이 수입되고 있어 가격 및 품질 경쟁이 치열한 실정이며, 중동, 동남아 등지에서 수입된 대부분의 과일들은 저가로 팔리고 있으며 품질은 그리 좋은 편은 아님
- 사과의 경우 현재 중국산과 미국산 사과가 시장을 점유하고 있으며 특히 중국산 사과의 경우 그 품질이 점점 향상되고 있어 향후 시장 점유율이 더 커질 것으로 예상됨

- 과일은 소비는 선물용 과일 수요의 증가로 핫지, 라마단 등 이슬람 명절 기간에 급속히 증가함
- 배의 경우 중국산 배가 대부분 시장을 점유하고 있으며 배의 가격은 저렴하나 품질은 아직까지 그리 좋은 편은 아님

□ 수출 확대 전략

- 저품질, 저가의 제품 전략으로는 중국, 인도 산의 과일과의 경쟁이 어려우므로 고품질 고가 전략을 통한 시장 접근이 필요함
- 쿠웨이트 시장에서 한국 식품에 대한 인지도가 상당히 낮으므로 대대적인 한국식품 홍보전이 필요함
- 쿠웨이트에서 현재 당뇨, 심장병 등 비만으로 인한 성인병이 사회적 이슈로 대두되고 있으므로 이와 연계해 이러한 질병의 치유 효과에 한국 과일이 효과가 있다는 이미지 정착을 위한 대대적인 홍보 전개시 한국 과일의 수요는 크게 증가하리라 봄
- 과일 홍보 시 가능하면 지속적인 판매망 확보를 위해 Sultan Center, 까르푸 등 대형 유통업체와 연계한 판촉이 효율적이며 중상류층을 대상으로 한 고품질의 제품 이미지 부각이 필요

7. 무역 관련 제도

가. 수출입 제도

- 1) 수출관리제도 : 수출품은 원유 및 원유 정제 제품으로
관련회사들은 모두 정부가 운영하고 있으며 특별한 수출
관리 제도는 없음
- 2) 수입허가 및 관리 : 현지기업 또는 외국 수출기업과
“상업적 Agency 계약”을 체결한 현지 개인 또는 기업들
만이 수입 주체가 될 수 있는바, 이들은 당국이 발급한
“수입허가서”를 보유해야 함
- 3) 상품 통관시 필요한 서류
 - 원산지 증명서 3부, 수입신고서, 화물인도지시서, 선적
서류(선하증권, 상업송장 3부, 포장명세서 3부, 원산지
증명서 3부), 이스라엘 보이콧각서, 수입허가서. 식품
및 의약품의 경우는 보건부 허가서, 자동차, 기계류 및
중장비의 경우 GCC 표준검사서 등
 - 모든 구비서류는 제조업체국가 주재 쿠웨이트 대사관
또는 쿠웨이트 공인기관에 의해 인증되어야 함
- 4) 통관 관련 애로사항 및 유의점
 - 통관소요기간 : 관계서류가 완벽히 구비되었을 경우,
물품 도착일로부터 최대 2주 소요
 - 물품을 위장하였거나 서류를 위조하였을 경우, 3년
이내의 구류형과 벌과금 동시 적용

- 이슬람 금기물품 수입금지 : 돈육, 주류, 포르노물 등 이슬람 풍속 저해물품 등
- 통관업체(쿠웨이트인이 대표)를 통한 통관
- 세관 검사 철저(세관측은 검사로 인한 지연, 손괴 등에 대해 책임지지 않음)
- 미, 영, 독일 등의 표준을 종합한 최소 품질 표준제도 시행
- 공사수행 외국업체가 시설자재 및 장비를 쿠웨이트 밖으로 반출코자 할 경우, “소득세 국장”(DIT)의 확인서 필요

5) 수입 금지 및 제한

- 의약품류의 수입은 사전에 관계당국의 등록 및 승인 필요
- 종교적 금기품인 알콜류 및 돼지고기류의 수입은 금지
- 1993년의 상공성 규정을 개정해 1995년 4월부터 석면 원료, 석면파이프, 석면슈트, 석면을 함유하고 있는 모든 제품에 대한 수입이 전면 금지
- 담배생산 금지 및 수입을 엄격히 제한하는 법령과 금연법이 95년 6월 24일부터 발효. 연구목적이 아닐 경우 쿠웨이트 내에서의 잎담배(tabacco) 및 제조담배(cigarettes)의 생산과 담배종자 및 묘목의 수입을 금지. 수입되는 제조담배, 잎담배, 담배종이, 기타 담배 제조 관련 원부자재는 보건성이 명시한 조건을 충족시켜야 함

- 통화당국과 통상산업부에 등록된 상인은 순도 18k 이상인 금은 자유로이 수입하거나 수출할 수 있으며 금 장식품의 경우에는 품질보증이 되어 있어야 수출입이 가능

나. 관세, 통관제도

1) 관세기준

- 쿠웨이트는 인접 육상 국경선과 영해로부터 6마일 이내에서 반입되는 각종 자재, 상품, 천연자원, 동식물 및 산업제조품 등에 관세부와 권한을 보유
- 관세장관 승인품목 또는 인정품, 재반출 조건(통상 6개월)의 견본전시용 상품, 고장으로 입항한 선박, 항공기의 수리용 부품, 국제 협약(외교 행낭)에 의해 반입된 물품, 운송 잘못으로 수입된 물품중 60일 이내 재반출품, 허가를 얻은 자선, 사회 기증품과 체육단체 기증품 등에 대해서는 관세 부과를 하지 않음
- “외국기업 소득세” 이외에 일체의 국내 조세 없음.(단, 사회보장 분담금, “쿠웨이트 과학진흥재단” 출연금은 조세로 분류되지 않음) 동 세금은 외국기업이 쿠웨이트에서 상업활동 결과 취득한 소득(배당이윤, 이자, 로얄티 등) 액수에 따라 일정한 세율을 적용, 징수

2) 관세율

- 과세 가격 기준은 CIF 가격이며 기본 관세율은 4%. 국내 생산 비중이 높은 산업 생산품의 보호를 위한 관세율은 15~50%

- 식품 및 생필품은 무관세
- 기타 수입품은 기본관세율 4% 적용
- 쿠웨이트 국내 생산품과 경쟁관계에 있는 수입물품에 대해서는 최고 25%의 보호관세 적용
- GCC 생산물품에 대해서는 대개 무관세
- 단순 국경 또는 해상을 통과할 때 통과세를 부과하고 있는데 최종 목적지가 아랍국일 경우 0.2%, 기타 국가일 경우 0.4%를 부과.

3) 관세 환급제도

- 일반적인 경우의 관세 환불 : 원산지로 반송시, 수입 통관이 불허되어 반송시, 수출입 당사자간의 분쟁으로 재수출시
- 1980년도에 개정된 관세법 규정에 의해 KD¹⁹⁾ 3,000 이상의 수출용 원부자재를 수입하여 제조된 상품의 수출에 관세 환급

다. 통관제도

1) 통관원칙

- 통관시 구비서류 : 원산지 증명서 3부, 수입신고서, 화물 인도지시서, 선적서류(선하증권, 상업송장 3부, 포장 명세서 3부, 원산지 증명서), 이스라엘 보이코트 각서,

19) 쿠웨이트 디나르(1KD=3,369원, 2006년 1월 기준)

수입허가서. 식품 및 의약품의 경우는 보건성 허가서,
자동차, 기계류 및 중장비의 경우 GCC 표준 검사서

- 물품을 위장하였거나 서류를 위조하였을 경우에는 3년
이내의 형과 벌과금을 동시에 적용
- 각 제조업체 주재국 상공회의소 또는 공업협회에서
인증한 후 쿠웨이트 공관 또는 아랍국가의 법적 확인을
필한 원산지증명서를 3부 제출해야 하는데 제품의 원산지
제조업체명, 제품의 생산보다 가공 부자재 또는 해외
노동력이 부가된 경우 국가별 생산 비중이 기입되어야 함

2) 잠정통관

- 수입품이 쿠웨이트의 규격표준에 합치하지 않을 경우
잠정통관과 3개월 동안의 임시보관이 허용

3) 화물포장박스 표시 의무

- 특별한 포장 조건은 요구하지 않고 있으며 수출 표준
규격일 경우 허용이 되고 있는데 수량, 포장마크와
상품의 수, 총 중량과 순중량, 등이 기재된 운송서류를
3부, 선박(항공기)명, 각 상품의 가격과 중량, 제조상품의
제조회사명과 국적이 기재된 상업 송장 3부를 작성

라. 무역서식

1) 상업송장 : 필요매수 + 대사관 제출용 1통

- 쿠웨이트 측 수입업자의 지정이 있는 경우는 필요. 제출
서류는 상업송장, 원산지 증명서 각 1통(대사관측 사본)과
여분

- 상업송장 및 원산지 증명서에는 다음과 같은 2가지의
선서문이 반드시 기재되어야 함.
 - We certify that the mentioned goods are not of Israeli
origin, have not been exported from Israel and do not
contain any Israeli material.
 - We certify that the contents of the products are manufactured
and produced by(제조회사명)
- 만일, 복수의 회사가 관련되어 있을 때는 병기. 외국산인
경우는 국명도 기록

2) 원산지증명서 : 필요매수 + 대사관 제출용 1통

- 쿠웨이트 측 수입업자의 지정이 있는 경우 필요

3) 기타 유의사항

- 기타 선적서류에도 어려운 점은 없으나, Customs Invoice
(영사송장)이 요구되는 경우도 있음
- 아랍국적 이외의 배, 또는 항공기사용인 경우는 이스라엘
불기항 증명이 필요

4) 수입허가증

- 제도는 있으나, 등록수입업자인 경우, 무조건적으로 교부

■ 쿠웨이트, L/C 거래시 유의사항

- 이라크전 이후 우리의 대 쿠웨이트 수출물량이 증가하면서 이와 함께 양국 업체간 크고 작은 무역 크레임도 빈번히 발생하고 있음. 이중 물품 수령후 대금을 지불하지 않는다는가, 대금만 수령하고 물품을 발송하지 않는 등의 악의적인 크레임은 비즈니스를 하는 당사자들의 양심에 달려 있는 것이어서 어쩔 수 없지만 L/C 서류를 꼼꼼히 체크하지 않아 우리업체가 당하는 불이익에 대해서는 집고 넘어갈 필요가 있어 L/C 거래시 유의사항을 살펴봐야 함
- 사례1 : 중소기업인 A사는 수입상 거래은행으로부터 L/C 하자를 이유로 페널티로서 추가비용 납부를 통보받았고, A사는 수출대금 수령을 위해 납부할 수 밖에 없었으나 수입상 거래은행이 트집 잡은 것은 원산지 증명서상에 수출업체가 제조업체라는 문구가 빠졌다는 것이었음. 물론 이 같은 조건은 L/C 조건에 분명히 명기돼 있었으나 A사는 이를 가볍게 여기고 서류 작성시 누락시킴
- 사례2 : 자동차부품을 취급하는 B사는 L/C 조건을 충족시키기 위해 많은 시간과 노력을 투입하는 고초를 겪어야 했고, 급기야 이런 식으로 할 수밖에 없다면 더 이상 거래하고 싶지 않다고 나름대로 결론지음. 이유인즉 모든 부품별 중량을 Packing List 상에 명기해야 한다는 것이었는데 자동차부품의 종류가 한두가지가 아닐 뿐더러 수량 또한 많다보니 서류작성에 곤욕을 치른 것임
- 상기 사례를 살펴보면, <사례1>은 L/C조건을 꼼꼼히 체크하지 않아 발생한 것이고, <사례2>는 L/C 조건 수정 요청 없이 곧이 곧대로 이행하다 보니 생긴 결과임. 바꿔 말하면, L/C 조건을 처음부터 꼼꼼히 체크했거나, 조건이 까다로우니 이행 전 수입상에게 수정 요청을 했다면 이 같은 일은 일어나지 않았다는 것임

- L/C 발행시 통상적으로 수입상이 수출상을 골탕먹이기 위해 L/C 조건을 까다롭게 요구하는 경우도 있지만 상기 사례의 경우는 수입상의 의도와는 관계없이 쿠웨이트 은행에서 요구하는 조건 들임
- 쿠웨이트 은행들은 전통적으로 거래절차가 까다로울 뿐만 아니라 고객마인드가 전혀 없어 고객이 자기 돈을 맡기고도 이자는 커녕 오히려 보관수수료를 내야 할 정도로 악명이 높으며, 최근 일련의 정부의 각종 경제개혁에도 불구하고 은행들의 구태의연한 업무 관행은 아직까지 바뀌지 않고 있어 많은 사람들로부터 불평 불만을 사고 있음
- 따라서 L/C를 수령하면 반드시 꼼꼼히 확인해 보고, 이행이 불가능할 정도로 까다로울 경우에는 즉시 수입상을 통해 수정 요청을 해야함. 수입상 입장에서는 본인이 요구한 조건이 아니기 때문에 순수히 받아들이며, 은행은 수입상의 요구가 있을시 별다른 이의 없이 수정을 하는 것임
- 즉 L/C를 통한 대금지불은 절차가 복잡하기 때문에 1만 달러 이하의 경우에는 L/C보다는 T/T로 할 것을 권하며, 아울러 L/C 조건시 결제일 단축을 위해서는 가급적 수출상의 거래은행과 관계가 있는 제3국 은행을 지정해 주는 것도 좋은 방법임

자 료 : kotra 쿠웨이트 무역관

8. 바이어 리스트(인삼제품 관련)

회 사 명	Al-Homaizi Grandsons
주 소	P.O. Box 315 Safat, Code 13004, Kuwait
전 화	965-484-7155 / 484-9081
팩 스	965-483-9846
이 메 일	souzan_zaki@hotmail.com
담 당 자	Dr. Souzan zaki
설립년도	1946
사업분야	무역 및 도매업

회 사 명	Abbas Ahmed Al-Shawaf & Bros.
주 소	P.O. Box 1902, Safat, Code 13020, Kuwait
전 화	965-471-6477(Ext. 168)
팩 스	965-474-9580
이 메 일	alshawaf@qualitynet.net
홈페이지	www.alshawaf.com
담 당 자	Dr. Vikin
설립년도	1946
사업분야	의료 기기 및 관련 제품 취급

회 사 명	Al-Razi Pharmaceutical & Medical Equipments Est.
주 소	P.O. Box 5849 Hawalli, code 32089, Kuwait
전 화	965-264-6012
팩 스	965-264-6012
이 메 일	raziphme@hotmail.com
담 당 자	Mr. Abdul Latif Al-Kharaza
설립년도	1977
사업분야	의료, 건강 관련 제품

회 사 명	Al-Wafa & Al-Salam Trading Est.
주 소	P.O. Box 16580 Qadisiya, Code 35856, Kuwait
전 화	965-246-0332
팩 스	965-240-1628
이 메 일	alwafalsalam@hotmail.com
담 당 자	Mr. Abdul Aziz Bahman
설립년도	1982
사업분야	식품

회 사 명	Al-Hafez Trading Est.
주 소	P.O.Box 2641, Safat, code 13027, Kuwait
전 화	965-242-5762
팩 스	965-241-6890
이 메 일	anwarht@aol.com
담 당 자	Mr. Anwar H. Behbehani
설립년도	1966
사업분야	무역

회 사 명	Al-Rashidi Medical Service Company
주 소	P.O.Box 7390, Fahaheel, Code 64004, Kuwait
전 화	965-392-4101
팩 스	965-392-4106
이 메 일	mamlab2000@hotmail.com
담 당 자	Mr. Mahmoud Mousa
설립년도	1996
사업분야	의료 건강 관련 제품

회 사 명	Ambassador Door Supermarket Co.
주 소	P.O.Box 29573 Safat Kuwait
전 화	965-242-7863
팩 스	965-242-7863
이 메 일	ambassadorma@hotmail.com
담 당 자	Mr. Mukhai Ali
설립년도	1986
사업분야	동양식품

회 사 명	Mohammed Naser Al Hajery & Sons Ltd.
주 소	P.O.Box 152 Safat 13002 Kuwait
전 화	965-483-1000
팩 스	965-483-4029
이 메 일	pharma@hajery.com
담 당 자	Dr. Hany
설립년도	1946
사업분야	의학 건강 관련 제품

회 사 명	Al-Sayer Group
주 소	P.O.Box 485, Safat, Code 13005, Kuwait
전 화	965-224-0400
팩 스	965-484-8610 / 481-6933
이 메 일	shashikumar@alsayer.org
홈페이지	www.alsayer.org
담 당 자	Mr. Shashi Kumar
설립년도	1954
사업분야	식품

회 사 명	Tabouk Pharmaceutical Co.
주 소	P.O.Box 2761 Safat Code 13028 Kuwait
전 화	965-242-5581/82
팩 스	965-242-5586
이 메 일	mohamad_al_sharkawi@hotmail.com
담 당 자	Dr. Mohammad Al- Sharkawi(Ext 103)
설립년도	1997
사업분야	의학 건강 관련 제품

회 사 명	Al- Batross Gen. Trading & Contracting
주 소	P.O.Box 826, Hawally, Code 32009, Kuwait
전 화	965-266-3039
팩 스	965-155-3038
이 메 일	albatrossco20@hotmail.com
담 당 자	Dr. Ayman Hasnain
설립년도	1998
사업분야	의료 건강 관련 제품

V. 중동여행 참고자료

1. 일반 사항

가. 비자

- 주한공관 또는 주한 명예영사에서 발급
- 미수교국인 시리아의 경우 경유국 주재 시리아대사관을 통해 비자발급
- 여권에 이스라엘 스탬프 날인시 비자발급 거부 국가
 - 이집트, 요르단을 제외한 대부분의 아랍국가(특히 레바논, 사우디아라비아, 수단, 시리아, UAE에서는 여권에 이스라엘 스탬프가 찍혀 있는 경우 비자발급이 되지 않기 때문에 이스라엘 입국 시에는 별지에 날인해 주도록 요청 필요

〈중동지역 국가 비자 취득 관련 특이사항〉

국 가	관 련 사 항
레바논	• 사전취득 필요
바레인	• 공항비자 가능
사우디아라비아	• 사전취득 필요 • 상용여권의 경우 사우디 측 스폰서에 사증발급 요청 → 사우디 외교부 경유 → 주한 사우디 대사관에서 발행
수단	• 원칙적으로 사전 취득 필요 단 공항에서 단수비자 취득 가능
시리아	• 관광목적 비자 불허
UAE	• 입국시 공항에서 30일간 체류 가능한 입국허가증 발행
오만	• 공항에서 단기 입국비자 취득이 가능하나 거부될 위험이 있는 바, 사전 취득이 안전 • 방문비자 최대 유효기간 1개월 • 1개월 이상은 거주비자 필요
요르단	• 공항비자 가능(단 체류기간 14일 이내) • 14일 이상 체류시 거주지 관할 경찰서의 연장허가 필요
이라크	• 이라크 입국 비자 불요 • 육로 입국시 국경에서 간단한 소지품 및 여권검사 실시
이란	• 관용여권을 제외한 일반여권 소지자의 경우, 여하한 경우에도 사전 비자 취득 필요 • 무비자 입국시 입국 불허
카타르	• 상용/방문/관광 비자는 공항에서 취득 가능(체재기간 3주로 1회 연장 가능)
쿠웨이트	• 입국시 공항비자 취득가능, 방문비자 1개월 체류가능 • 1개월 이상은 거주비자
리비아	• 사전취득 필요, 방문비자 30일 체류가능
알제리	• 사전취득 필요, 공항비자 불허
예멘	• 이민비자 불허, 공항비자 가능(1개월)

- 이스라엘에 기항한 실적이 있는 선박 및 선주에 대한 아랍 국가들의 제재여부
- 기항실적이 있는 제3국 선박 및 선주에 대해 제재를 실시하고 있는 국가
 - 레바논, 시리아, 수단
- 이스라엘에서의 직접 입항 또는 다음 목적지가 이스라엘인 경우에만 입항을 금지하는 국가
 - UAE, 예멘, 쿠웨이트, 사우디아라비아, 바레인
- 이스라엘로부터의 직접 입항은 허용하되, 차별화하여 심사를 엄격히 하고 있는 국가
 - 카타르
- 어떠한 제재도 실시하지 않고 있는 국가
 - 이집트, 모로코, 요르단, 오만, 알제리

나. 건강관리

- 예방접종
 - 레바논(파상풍, 장티푸스), 바레인(파상풍), 예멘(콜레라, 장티푸스), 이스라엘(파상풍) 등 권장
 - 예방접종 및 검역에 관한 문의처 : 국립인천공항검역소 (032-740-2700)
- 풍토병
 - 먼지바람이 심하고 햇볕이 강렬한 사막지역에서는 시력 보호, 안질환, 호흡기질환 및 파상풍에 유의
 - 수단(말라리아, 뇌막염, 황열병, 간디스토마), 오만(말라리아), 이라크(간질환, 황열병), 이집트(간디스토마) 유의

○ 식수관련

- 레바논, 수단, UAE, 요르단, 이집트 등 대다수의 중동국가에서는 물에 석회질이 섞여 있거나 기생충감염 위험이 있으므로 시판 생수 음용 필요

○ 말라리아

- 모기에 물리지 않도록 야간 외출이나 피부 노출 등에 주의하는 것이 가장 좋은 방법이며, 과로나 감기 등을 피하고 예방약(니바킨:Nivaquin)을 사전 복용
- 니바킨은 치료제로서도 사용되며, 예방을 위해서는 입국 7일 전부터 복용하고 잠복 후 발병에 대비, 한달 정도는 약을 갖춰 두는 것이 바람직함
- 말라리아는 특히 과로나 감기 등 몸에 이상이 생겼을 때 주로 발병하게 되므로, 야간에 모기에 물리지 않도록 조심하고, 과로나 스트레스 및 지나친 음주 등을 삼가는 한편, 항상 피부의 노출에 유의해야 함

다. 이슬람 관습 일반

- 일상생활은 태양력을 따르나, 금요일을 휴일로 하고 토요일이 한 주의 시작임
- 이슬람 종교행사는 태음력인 이슬람력으로 행해지기 때문에 라마단은 매년 11일씩 앞당겨짐
- 라마단 중에는 외국인도 낮 시간에는 공공장소에서의 흡연, 식음 등을 삼가
- 1일 5회의 예배시간에는 상점, 시장 등도 문을 닫으며, 예배 중 예배자 앞을 횡단하는 것은 큰 실례임

- 비무슬림으로서 모스크에 들어갔을 때에는 정숙한 태도가 요망됨(쿠웨이트에서는 출입금지)
- 사우디아라비아, 이란 등 일부 국가에서는 외국여성이라 하더라도 아바야(검정가운)를 착용하거나 스카프 등으로 대응하여야 하고, 바레인과 같은 예외적인 국가를 제외하고는 대부분의 이슬람 국가에서 여성들은 복장에 주의하여야 함. 남성의 경우에도 지나친 노출은 삼가야 함
- 돼지고기, 주류 등 이슬람에서 금지하고 있는 음식은 반입이 금지되어 있거나 무슬림 접대시 주의가 요망됨
- 현지인, 특히 여성의 사진촬영, 여성을 지나치게 바라보거나 여성을 화제로 삼는 것 등은 바람직하지 않음
- 이집트 등 일부를 제외하고 포교활동은 금지되어 있음

2. 국별 유의사항

가. 사우디아라비아

- 이슬람 국가로서 타종교 활동이 금지되어 있음.
 - 종교서적, 음란 퇴폐물, 마약, 주류 종류는 반입이 금지되어 있으므로 입국시 주의해야 하며 위반 시는 구속됨
 - 여성 여행객은 심한 노출을 금하고 있고 아바야(검정가운)을 착용토록 되어 있음.
- 우범지역 및 범죄유형
 - 사우디아라비아에는 인도, 파키스탄, 방글라데시, 필리핀, 수단, 이디오피아 등 제 3국인 580여 만명이 체류하고

- 있어, 제3국인에 의한 범죄가 종종 발생
- 주요 범죄유형은 부녀, 아동유괴와 부녀강간, 납치 및 감금 등
- 입국 후 주의사항
 - 외출 시는 반드시 여권소지
 - 메카주와 메니나주는 회교도만 출입허용
 - 하루에 5번 기도, 이 시간에는 모든 상점의 영업이 중지됨

나. 아랍에미리트

- UAE는 정세, 치안 상태가 비교적 안정된 지역으로 여행 위험지역, 테러그룹 및 우범지역 등 여행자 안전에 관한 특이 사항은 없음
- 단, 유전지대 등 국가안전과 관련된 보호지역을 출입하기 위해서는 별도의 출입허가를 받아야 함

다. 쿠웨이트

- 치안 정세 및 유의사항
 - 여행위험지역, 테러그룹, 우범지역 등 여행자의 안전에 관한 특이사항 없음
 - 음주, 돼지고기, 대금업, 도박은 금기사항
 - 상담시 여주인의 안부를 물을 수 없으며, 거리에서도 여인에 대한 사진 촬영 금지
 - 여성의 경우 옷차림이 정숙하여야 하며 어깨가 드러나는 옷은 삼가

- 체류 관련 사항
 - 방문비자의의 체류기간은 1개월이며(연장은 거의 불가)
장기 체류시 거주비자 취득(외국인 영주권 제도는 없음)
 - 노동허가는 스폰서(쿠웨이트인)가 사회노동부로부터 획득,
해당자에게 송부
 - 방문비자로 입국한 뒤 노동허가를 얻어 장기 체류시
다시 출국하여 취업비자로 변경

라. 카타르

- 치안 상태는 양호한 편이며 여행위험지역, 테러그룹, 우범 지역 등 안전에 관한 특이 사항은 없음
- 출입국 및 통관심사는 까다로운 편은 아니나 카타르의 공서양속에 반하는 품목에 대하여는 반입금지 및 제한 품목으로 지정하고 심사를 엄격하게 하고 있음

마. 바레인

- 치안관련 특별한 위험은 없음
- 1843년 영국과 우호조약 체결 후 1971년 독립까지 약 150년간 영국의 보호령 하에 있었기 때문에 모든 제도가 영국식
- 바레인에서는 자유롭게 옷을 입을 수 가 있으며 공공 장소에 남녀가 같이 참석가능
- 먼지가 많은 사막지역이므로 상처를 입었을 경우 파상풍에 주의해야 하며 병원에서 접종 가능

바. 오 만

- 정세, 치안상태는 양호하며 특별히 위험한 지역은 없으나 가능하면 단독으로 행동하는 것은 바람직하지 않음
- 2001년부터 아국인의 경우 공항에서 단기입국사증 취득이 가능하나 장시간 대기 및 불확실한 요소가 있으므로 가급적 사전비자 취득이 바람직함
- 인근 UAE 국경으로의 육로통행의 경우 오만 경찰의 도로 통행허가를 받아야 함
- 내륙지역 여행시는 말라리아 예방약 사용 권장

사. 예 맨

- 지형이 험준한 산악지대가 많으며 지방 방문도중 총기 위협을 통한 차량탈취, 인질 등의 사고가 빈번하게 발생하고 있어 주의 요망
- 총기위협을 통한 차량탈취, 인질사태가 빈번히 발생하고 있으므로 대도시 외곽지역을 방문할 때에는 세심한 경계 또는 무장 경비원의 대동 요망. 특히 정부와 부족간 갈등이 심한 사우디 국경지대인 마립, 짜다 지역 등은 빈번한 차량탈취 및 인질 사건으로 인해 여행이 제한

아. 이 란

- 치안상태
 - 정세와 치안상태는 양호한 편이며, 테러에 대한 위험도 거의 없음

- 남북한 공관 대치국가이므로 공관과의 연락 등 신변안전 조치에 유의 필요
- 특별한 우범지역이나 절도 등 범죄는 거의 없는 편이나, 간혹 줌도둑, 공항, 시내에서의 택시강도 사건 등이 발생되고 있어 주의가 요망됨
- 공항입국 수속
 - 공항 도착시 체류신고를 하여야 하며, 1부는 입국 시에 제출하고 나머지는 출국 시에 제출
 - 공항 도착부터 출국까지 여성은 둔부를 가릴 수 있는 외투 및 스카프 착용
 - 음란물 반입 금지
 - 회교사상 또는 “호메이니” 비방 발언 삼가
- 입국 시 허가된 초과 체류의 경우
 - 입국 시 허가된 기간 이상으로 체류할 필요가 있는 경우, 체류기간 만료 전에 이민국으로부터 체류기간 연장허가를 득하여야 하며, 허가 없이 초과 체류를 했을 경우에는 경찰에 신고한 후 약식재판을 받고 소정의 벌금을 부과하여야 출국 가능

3. 이슬람의 관습

가. 일반적 특성

- 모든 아랍인들은 국경과 사회 계급을 초월하는 기본적인 신념과 가치 공유
- 아랍사회는 보수적이며 사회 구성원으로부터 순종을 요구하기 때문에 사회적인 태도가 상대적으로 변함없이 유지
- 아랍사회는 특정 문화양식을 따르므로 이를 정확히 식별하고 개인행동과 구별하는 것이 중요
- 코란에 대한 절대 믿음
 - 아랍인들은 코란이 병을 고치는 신비한 힘이 있다고 믿으며, 기쁜 일이나 슬픈 일이 있어도 코란을 암송
- 공동체적인 유대성
 - 코란은 무슬림들의 공동 및 개인생활, 즉 정치, 경제, 사회, 종교, 법률 등 모든 생활영역의 근거가 되는 규정
 - 가족 다음으로 중요하게 여기는 것은 동일 집단 또는 종파에 속하는 종교적 공동체
 - 무슬림들은 단순히 종교적 측면에서만 결합되어 있는 것이 아니라, 생활의 모든 분야에서 공동체적인 유대성 보유
- 만민평등사상
 - 유일신 앞에서 인간은 모두 평등하다는 이슬람 계율에 따라 직위에 의한 귀천이 없다고 인식
 - 무슬림 상호간의 접촉은 자유롭게 이루어지고 있음

- 높은 지위에 있는 사람들은 항상 면담시간을 주고 매주 일정한 시간을 정하여 억울한 사람의 호소를 경청
- 무슬림의 인종적, 문화적 전통 및 자연환경 등이 다르다고 하여 이슬람의 본질이 달라지는 것은 아님
- 무슬림 상호간의 교우애
 - 이슬람교는 같은 신도이면 모두 친구로 여기며 인종, 국적, 또는 언어는 문제가 되지 않음
 - 인종과 언어가 다르다 하더라도 집단 예배시 기도를 올릴 때는 아랍어로 된 코란의 구절 몇 개를 읊어야 하기 때문에 상호간의 교우애가 돈독
 - 수니파와 시아파 간에는 근본적으로 서로 받아들일 수 없는 교리가 있지만, 양파 신자는 한 사원에서 함께 예배 가능
 - 하나의 염원을 실현하기 위한 순례를 통해 교우애 성장

나. 식생활

- 보통식사는 “매제스(mezzes)”로 시작
 - 빵은 모든 요리의 기본
 - 주요리는 보통 야채, 케밥, 고기, 쌀요리, 펠라페 등
 - 샐러드나 야채가 곁들여지며, 후식도 제공
 - 식사 전후에 손 씻는 물이 나옴
 - 공동의 음식을 엄지, 검지 및 약지를 이용하여 덜어먹음
 - 손가락을 빨아먹는 것은 식사를 즐기고 있다는 의미
- 생명의 위협을 받는다거나, 병을 고치기 위해서 또는 외국 여행을 할 경우에는 돼지고기를 제외하고 다른 고기는 취식 가능

- 코란에는 음주는 유일신에 대한 생각을 잊게 하여 예배를 소홀히 취급하게 된다고 언급하고 있어, 무슬림 국가의 일반 대중은 음주행위를 좋지 않게 생각
- 바다에서 잡히는 물고기는 먹으나, 비늘이 없는 해산물은 대체로 미 취식
- 무슬림은 전통적으로 오른손을 사용하여 음식을 먹으나 오늘날 대도시에서는 수저를 사용
- 주식은 밀이나 쌀이지만 이라크, 아라비아반도 및 북부 아프리카와 같은 건조한 사막지역에서는 밀과 쌀의 생산이 풍부하지 못하므로 야자수의 열매나 대추를 이용
- 양유로 만든 자연발효 요구르트와 빵, 쌀밥도 자주 먹으며, 남녀를 불문하고 약간 비대한 체형의 사람들을 미남 미녀로 간주
- 오른손 문화가 보편화 되어 있음
 - 오른손 : 악수할 때, 음식 먹을 때, 선물을 교환할 때
 - 왼 손 : 화장실에서 용변 후 씻을 때, 신발을 닦을 때, 코를 풀 때

다. 일부다처제 및 남녀 차별제도

- 남녀는 좋아하는 상대를 마음대로 선택할 수 없으며, 부모가 가문에서 본인의 소원을 고려하여 정해진 사람과 혼례
- 여성의 순결을 강조하며, 혼외 성관계는 금함
- 일부다처제는 코란의 허용 및 이슬람 포교 당시 전쟁으로

인한 남성의 희생에 따라 미망인과 자식의 부양문제 해결을 위해 권장

※ 코란에서는 네 명의 처를 모두 공평하게 대우하여야 하며, 그렇지 못할 경우에는 한 명으로 하라는 단서가 있음

- 우마이야 왕조시대부터 처와 후궁을 환관들의 보호 아래 두기 위해 여성을 격리하여 수용하는 동로마제국의 관습인 하렘제도를 도입하였으며, 지방 제후, 귀족 및 부호들에게로 확산
- 여성격리 관습에 따라 집안에서는 여성의 격리범위 한정 및 외출 시에는 얼굴, 머리, 목, 가슴, 손 등을 가림

라. 의식 구조

- 가족제일주의
 - 무슬림들은 가족에 대한 사랑을 최우선적인 사회적 가치로 인식하여 가족에 대한 깊은 애정과 충성심을 나타내며 가까운 친척에 대한 절대적인 신뢰감 보유
 - 가문의 명예와 명성을 유지하는 것을 의무로 여기며 명예 실추 행위는 철저히 금지
 - 가부장적 권위는 절대적이라고 할 수 있으며, 부모에 대한 자식들의 존경과 복종은 의무사항
 - 어머니의 활동은 가사와 육아에 국한되어 있으나, 일반적으로 가정 내에서 상당한 영향력을 가짐
 - 연장자에 대한 존경은 부모에 대한 효행과 더불어 사회 규범 중 으뜸 덕목으로 인식
 - 어떤 문제가 발생하더라도 타인이나 타 조직으로부터

자신을 보호해 줄 수 있는 유일한 사람은 가족 및 친척
뿐이라고 생각

○ 개인주의적 성향

- 국가나 사회에 대해서는 별로 관심을 갖지 않는 반면
개인이나 가족의 안녕과 복지에는 큰 관심
- 급속한 변화를 싫어하고 전통사회를 존중하고 타인의
비난, 모욕에 대해 민감하게 반응
- 배타적 성향이 강하고 자기 행위가 남에게 알려지는
것을 꺼리기 때문에 일반적으로 사생활 공개를 거부하는
습성
- 남의 비밀을 알려고 하지도 않으며 이미 알고 있는
비밀이 있다고 생각하더라도 철저히 지켜주는 것을 당연한
예의라고 생각
- 비밀은 상대방이 반드시 지켜줄 것으로 믿을 수 있을
때만 말하며, 알고 있는 비밀을 누설하는 것은 상대방의
신뢰를 저버리는 배신행위로 간주

○ 서두르지 않는 태도

- 아랍인들은 “신”이 하려고 하면 될 것이기 때문에 서두를
필요가 없다고 생각
- 성격이 느긋하고 매사에 서두르지 않고 의연히 대처하는
습성을 가지고 있으며, 미래에 닥쳐올 결과에 대해서도
별로 초조해 하지 않는 경향
- “조급하게 굴지 말라”는 코란의 계율에 따라 일을 서두
르는 것은 믿음이 없는 사람의 경박한 행위로 생각
- 우리가 “빨리빨리”라는 말을 자주 쓰듯이 아랍 사람들은
“천천히”라는 뜻을 가진 “슈와이슈와이”란 말을 자주 사용

- 서두르는 일은 자신에게 좋은 일, 자식의 결혼, 장례식 등
- 강한 운명론
 - 세상만사가 알라에 의해 창조되고 소멸되므로 모든 것이 알라의 의지에 달려있다고 생각되며, 자신의 내면이나 바깥에서 일어나는 모든 것은 우연히 이루어지는 것이 아니라 알라의 뜻에 기인한 것으로 간주
 - 인간의 생로병사는 누구도 거역할 수 없는 숙명으로 인식
 - 흔히 사용되는 “인 샤알라”라는 말은 알라가 인간에게 부여한 지혜로 최선을 다한 후 나머지는 알라의 뜻에 따른다는 의미
 - 상대방 인격과 체면을 존중하는 것을 바람직한 행동규범으로 생각하며 “아니오” 대신 “인 샤알라”로 대답하는 경우가 허다
 - “인 샤알라”라는 말은 확답을 주기 어려운 상황에 책임 회피 수단으로 남용하는 경우가 많으므로 주의가 요망되며, 진의 여부를 판단하기 위해서는 상대방의 표정, 태도 등에 대한 관찰이 필요
- 낯선 사람들에 대한 의심
 - 모르는 사람들에 대해 의심이 많으나 지속적인 접촉을 통해 일단 믿음을 확보하게 되면 철저히 신뢰하며, 설사 믿었던 사람이 기만했다 해도 의심하지 않는 경향
 - 무슬림들이 이방인을 쉽게 믿으려 하지 않는 이유는
 - 폭염, 사막폭풍, 가뭄 등 예측할 수 없는 자연환경 속에서 생활하고 있고 외세의 잦은 침략, 통치자의 횡포 등에 따른 미래에 대한 공포와 불안감 등이 작용하고 있는데 기인

- 자신이 믿었던 사람이 모르는 제3자를 소개하면 그 사람도 쉽게 신뢰
 - 처음 대하는 사람은 판단하기 어렵다고 생각하며 일정 기간 교류를 통해 신뢰가 쌓일 때까지는 의심
 - 아랍사회에서는 한번 과오를 범하게 되면 용서받을 수 있지만 그 사람에 대한 좋지 못한 인상은 장기간 지속
 - 외국인으로서 아랍 현지에서 생활할 때는 비난받을 소지가 있는 언행은 가급적 삼가는 것이 최선
- 강한 자부심
- 책임지고 있는 일이 잘못되면 매우 불명예스럽게 여김
 - 스스로가 타인에게 동정이나 도움을 청하려 하지 않으며 구차한 짓을 하기보다는 굶어 죽겠다는 우리의 선비 정신을 소유
 - 자존심이나 명예에 매우 민감하기 때문에 명예를 지키기 위해 생명을 걸며, 인색함은 멸시와 냉소의 대상
 - 자기의 불행이나 약점, 빈곤을 의식적으로 숨기려 하며 남의 동정을 받는 것을 매우 모욕적인 일로 간주
 - 정부간의 관계에 있어서도 “원조를 받는다”는 표현에 반발심 표출
 - 자신들의 전통과 관습을 이해해 주고 존중하는 외국인들을 좋아하며 쉽게 친분관계를 유지
 - 자부심과 아집이 강하기 때문에, 자존심이 상하게 되면 심한 반발을 초래할 수 있어 주의 요망
- 위엄과 예의중시
- 웃음은 침착성의 결여로 생각, 함부로 웃거나 들뜬 기분을 쾌락주의나 향락주의로 간주하며 솔직한 표현과 회로 애락의 감정 표현도 가급적 억제

- 처음 만나는 사람을 대할 때 상대방을 경계하면서 고상하며 느림한 태도를 보이려고 애를 쓰고, 복장이나 말에 신경을 쓰는 등 예의에 어긋나지 않도록 조심
 - 그러나 자기예찬이나 과장된 표현을 서슴치 않으며 때로는 자기능력 이상의 것을 약속하거나 자기주장을 강력하게 제시하는 경우도 허다
 - 종교, 사회생활 전반에 걸쳐 성실하고 헌신적이며, 충성스럽다는 사회적 평판을 받는 것을 영광으로 간주
- 단순하고 보수적이며 강한 인내심
- 무슬림들의 단순하고 보수적인 성격은 14세기 이전에 집대성한 코란이 현재까지 전혀 자구 수정 없이 이어온 불변성과 자연환경 등에 기인
 - 따라서 코란은 모든 일상생활에 있어 사고방식이나 행동의 제약요인으로 작용
 - 유목생활이나 상품거래 활동은 그 방법이 단순하고 변화를 요구하지 않으므로 무슬림들에게 급격한 변화를 싫어하게 만드는 원인을 제공
 - 무슬림들은 곤경에 처하더라도 끈질긴 인내로 잘 참고 견디며 용기와 희망을 잃지 않고 의연히 대처
- 외모에 대한 중시
- 아랍인들은 자존심이 대단하며, 외모를 매우 중시
 - 신분은 복장에서 행동까지 대중에 드러나는 개인의 모습에 따라 결정
 - 전문직이든 노동직이든 많은 사람들이 직장에서 정장을 착용
 - 노동직 종사자들은 직장에서 옷을 갈아입거나 더욱 의례적인 복장을 착용하기도 함

마. 생활 관습

○ 인사예절

- 고개를 숙여서 하는 인사나 큰절을 받을 수 있는 대상은 오직 알라밖에 없다고 믿고 있기 때문에 인사할 때는 누구에게도 절대로 고개를 숙이지 않는 것이 불문을
- 무슬림들 간에 인사를 할 때는
 - 먼저 인사를 하는 사람이 “앗 살람 알라이쿰”이라고 하면서
 - 받는 사람 입장에서는 “와 알라이쿰 앗 살람”이라고 대답
- 보통 악수를 즐겨하나, 비교적 친한 사람들이 만나면 악수대신 포옹하면서 얼굴에 입을 맞추는 행위를 하며, 남녀간에는 포옹을 삼가는 것이 관행
- 악수 후 오른손을 가슴에 얹는 것은 존경과 성의를 의미
- 이마, 코 또는 오른손 등과 입술을 맞추는 행위는 최대의 존경심 표시
- 인사시 통상 “박사” 또는 “교수”와 같은 적절한 직함을 사용
- 아랍인들은 인사하는 상대가 신체적 접촉을 피할 경우 상대방이 싫어한다거나 상대방이 신체접촉에 익숙하지 않다고 생각
- 외국인의 경우, 무슬림의 아내나 여자 식구들에 대한 안부를 묻지 않고 화제의 대상으로도 삼지 않는 것이 예의

○ 음식문화

- 무슬림들은 금지된 음식 외에는 모든 음식을 먹을 수

- 있으며, 금지 여부를 식별하기 어렵거나 의심스러운 것은 피하는 것이 상식
- 돼지는 불결한 짐승으로 간주하여 집돼지, 멧돼지를 불문하고 먹지 않으며, 돼지고기를 원료로 만든 햄이나 베이컨까지도 금기
 - 동물의 피, 뼈와 발굽도 식용으로 금지되고 있으며, 동물의 내장도 대부분 먹지 않는 것이 관행
 - 개고기는 일체 취식하지 않는데, 이는 무함마드가 개를 사자나 호랑이와 같은 야수로 분류, 취식을 금지한데 기인
 - 코란에서 아편, 대마초 등 마약류는 취하지 말 것을 권유하고 있으나 흡연율이 상당히 높으며, 여성의 경우 공공장소에서 흡연하지 않는 것으로 알려짐. 다수가 모인 장소에서 타인에게 담배를 권하는 풍습이 있음

4. 생활 습관 관련 유의사항

가. 생활 관습에 대한 정확한 이해

- 명예는 아랍세계에서 가장 중요시하는 가치
- 아랍인들의 자존심을 상하게 해서는 안되며, 종파, 종족별 풍습을 존중해 주는 것이 신변 안전의 필수 조건
- 아랍인은 외관을 중시하며, 인간적인 관계에 영향을 많이 받음
- 첫 만남 또는 일을 시작하기 전에 상대방의 사회적 지위, 직업, 학력, 연령 등을 알려고 함

- 모자의 형태에 따라 지방 및 교도 구분
 - 작고 둥근 모자 : 이슬람교도
 - 색깔이 있고 꼭 조인 터번 : 시크교도
 - 지방별 종교에 따른 모자가 약간씩 다름

나. 아랍인은 미개하고 불결하다는 선입견 배제

- 아랍인의 외관은 행동규범과 예의범절에 의해 격식을 갖추고 있으며, 사회적 규율에 매우 민감
- 불결한 복장, 만날 때마다 얼굴을 비비는 인사, 손으로 밥을 먹는 식사 풍습 등 현지의 독특한 생활 습관을 이해하는 노력 필요
- 과거 중동건설 현장에서 군대식으로 인력들을 관리해 온 방식을 버리고 인간적으로 대우하는 자세 필요

다. 현지인의 생활고 등을 이용한 돈벌이 행각 금지

- 생활이 어려워 소지품 및 골동품을 판매하는 주민이 있을 수 있으나, 골동품이나 문화, 예술품 수집행위 절대 금지
- 외화를 소지하고 있는 아랍인들을 상대로 환차익을 노리는 돈벌이 행위 금지

라. 여성에 대한 각별한 배려

- 아랍인 여성을 항상 정중히 대해야 함
 - 거리에서 함부로 말을 걸거나 아랍 여성과의 데이트 시도를 하지 말 것
 - 거리에서 아랍 여성을 쳐다보지 말 것

- 사람들 앞에서 여성에게 키스하거나 만지거나 애정을 표하는 행위 금물

마. 인사시 유의사항

- 만나거나 헤어질 때마다 악수를 하는 것이 보통이며 악수 시간이 길고 때론 악수하면서 상대방의 팔꿈치를 잡는 경우도 있음
- 악수 후에 오른손을 가슴에 대하는 행동을 통해 상대에 대한 존경을 표할 것
- 상대에 대해 극도의 존경심을 표하고 싶을 경우 이마, 코, 오른손에 가벼운 입맞춤을 할 것
- 악수시에는 항상 오른손 사용
- 여자가 악수를 청하기 전에 먼저 악수를 청하는 행위 금지
- 아랍남성의 포옹과 입맞춤에 대해 관대할 것(우정과 수용을 표하는 전통 인사법임)
- 그러나, 친밀감 없는 아랍인과 포옹하거나 입 맞추지 말 것
- 아랍인에게 왼손을 내밀지 말 것
- 확실히 알지 못하는 아랍어를 사용하여 인사말을 남용하지 말 것

바. 대화시 유의사항

- 지켜야 할 행동
 - 가벼운 주제나 농담으로 대화를 시작할 것

- 아랍인 리더가 이끌어 가는대로 대화하며, 동등한 입장에서 대화할 것
- 논쟁은 피할 것
- 대화하는 사람과 시선을 맞추는 것, 단 이성과의 대화 시에는 시선을 회피할 것
- 아랍인의 대부분의 대답은 간접적인 의미를 가지고 있으므로 대답 속에 포함된 이중적인 의미를 찾아낼 것
- 하지 말아야 할 행동
 - 조급함이나 적의를 보이지 말 것
 - 가족 구성원 중 여성에 대한 개인적인 질문을 하지 말 것
 - 정치를 주제로 하는 토론을 피할 것
 - 종교를 주제로 하는 토론이나 개종을 종용하지 말 것
 - 영어를 잘하지 못하는 아랍인에게 영어로 계속 말을 걸지 말 것
 - 질문에 대해 잘 모른다고 말하지 말 것(알아보겠다 또는 논의해보겠다 등으로 대답할 것)
 - 대화시 아랍인이 다가갈 때 뒤로 물러서지 말 것(아랍인의 사람들 간의 거리는 서방의 것보다 훨씬 짧기 때문에 뒤로 물러나는 만큼 계속 다가오게 될 것임)
 - 상대방으로부터 물러나거나 멀어지는 것은 상호 작용할 의사가 없음을 표시하는 것으로 해석되며 이는 상대방의 감정을 상하게 할 소지가 있음
- 대화시 피해야 할 주제
 - 미국-이스라엘 간의 관계에 대한 기사나 이야기
 - 비 무슬림의 상징으로 십자가 또는 기독교를 상징하는 물건, 인물

- 술이나 게임에 대한 광고
- 완전한 복장을 입지 않은 여자가 그려져 있는 광고
- 남녀가 포옹하고 있거나 키스하고 있거나 춤추는 그림
- 반이슬람 시위, 문구
- 무슬림 의복이나 이슬람에서의 여성의 지위에 대한 비판
- 무슬림을 대상으로 한 포교행위(기독교 등)

사. 식사에절

- 코란에 이슬람 사회에서 금지하는 음식물이 규정되어 있으며, 현지 주민 초대시 아래 음식을 절대 대접하지 말 것
 - 돼지고기, 피 등
 - 알라 이외의 이름으로 도살한 동물
 - 교통사고, 추락사, 총상 등 사고에 의해 죽은 동물
 - 맹수의 이빨이나 뿔에 찢려 죽은 동물
 - 비늘이 없는 뱀장어류, 게, 전복, 오징어, 조개류
- 음주행위는 마약성분이 있다고 하여 금지
- 오른손을 이용하여 음식물 취식
- 손으로 식사를 하기 때문에 식사 전후 손을 씻는 것이 관행
- 손으로 가슴을 몇 차례 쓰다듬는 행동 : “충분히 먹었습니다. 감사합니다” 라는 표현
- 커피, 차를 세 잔 이상 마시는 것은 예의에 어긋난다고 생각
 - 손님이 컵을 좌우로 흔들어 더 이상 마실 의사가 없음을 표시하지 않는 한 계속 잔을 채우게 됨

- 술 취한 모습을 보이지 말 것
- 라마단 기간 중 이슬람 신자의 가시거리 내에서 먹거나 마시거나 담배 피우지 말 것
- 목축업의 발달로 양, 산양, 염소, 닭 등을 주로 취식
- 우리의 호떡 같은 “난”이란 밀가루 빵을 주식으로 함
- 지정된 장소에서만 취식하도록 하며, 숙소에 음식물 보관시 독충 및 벌레가 모여들 수 있음

아. 손님 초대시 유의사항

- 아랍인은 손님을 최대한 귀한 존재로 간주하고 굉장한 비용과 희생을 치러서라도 가장 좋은 것을 접대
- 아랍인은 두 번 거절하는 것을 예의로 여김
 - 초대를 받았을 때 최소한 한 번 이상은 사양한 다음 초대에 응할 것
 - 초대시에는 상대방이 거절하더라도 적어도 세 번 이상 초대 의사를 전달하는 것이 중요
- 아랍 주인은 손님이 먼저 먹은 후에 먹기 시작하며 손님들이 모두 식사를 마치기 전에는 계속 먹는 것처럼 흥내 내어 상대방을 배려
- 손님으로서 지켜야 할 행동
 - 집에 초대될 경우 제시간에 도착해야 함
 - 집안에 들어갈 때는 신발을 벗어야 하며, 이는 주인에 대한 존경을 의미
 - 여성을 동반할 경우 초대된 여성은 주인여자가 활동하는 공간에서 별도로 대접을 받음

- ※ 가정 내 여성과 남성의 회합 장소는 분리되어 있으며,
여성이 함께하는 모임은 금지
- 음식을 먹을 때, 마실 때, 물건을 건네줄 때, 받을 때는
항상 오른손만 사용
 - 나온 음식은 접시를 채운 후 골고루 모두 먹음
 - 풍성한 식탁과 음식에 대한 칭찬을 아끼지 말 것
 - 후식을 먹은 후에는 바로 자리를 뜰 것(아랍인들은 식
전에 대화함)
 - 환대와 좋은 대화에 대한 충분한 감사를 표현하고 가능한
답례 초대 계획을 세울 것
- 손님으로서 하지 말아야 할 행동
- 선물에 대한 부담(선물할 때 사탕 등 아이들에게 줄 작은
선물준비)
 - 타인이 있는 공개된 장소에서 선물을 풀지 말 것
 - 소유물에 대한 칭찬을 하지 말 것(주인은 그것을 손님
에게 주어야 할 부담을 갖게 됨)
 - 식후에 오래 머무르지 말 것
- 주인으로서 지켜야 할 행동
- 손님이 돌아갈 때 문 밖까지 배웅할 것
 - 식당에서 대접할 경우 값을 지불하며, 집에서 대접할
경우 주인이 모두 부담
- 주인으로서 하지 말아야 할 행동
- 화가 났을 지라도 손님이 돌아갈 때까지 화난 기색을
보이지 말 것
 - 모자(터번)벗을 것을 요구하지 말 것

자. 아랍인과 일할 때 유의사항

- 지켜야 할 행동
 - 일을 시작하기 전 함께 일해야 할 아랍인과 진심어린 인사를 나눌 것
 - 아랍인의 체면을 존중하며 최대한 예의바르게 행동할 것
 - 인내심을 가질 것(아랍인은 느긋한 성격을 지녔음)
 - 아랍인 리더에게 진지하고 중요한 문제를 맡길 것
- 하지 말아야 할 행동
 - 확실한 지침을 필요로 할 때 아랍인을 비판하지 말 것, 개인적으로 지침을 주며 가능한 긍정적으로 이야기 할 것
 - 템포를 잃지 말 것
 - 다른 사람들 앞에서 과도한 칭찬을 하지 말 것
 - 아랍인이 모임 시간을 엄수할 것을 기대하지 말 것
- 근무시간
 - 대부분의 사무실이 아침 일찍 문을 열고 가장 더운 낮 시간에 잠시 문을 닫았다가 오후에 근무 재개
 - 예배시간엔 모든 활동이 중단됨

차. 주민 접촉시 일반적인 유의사항

- 비판은 아랍인의 자존심을 훼손하는 것
- 이성간 애정표현 금지
- 물건을 건넬 때는 반드시 오른손을 사용(왼손은 부정확한 손으로 간주)
- 발과 발바닥에 대한 아랍인의 사고를 존중할 것

- 실내외에서 앉을 때는 발바닥이 상대방을 향하거나, 다리를 꼬아 앉지 말 것. 가능하면 양반다리 형태로 앉는 것이 바람직
- 다른 사람의 발바닥을 가리키는 행동을 하지 말 것
- 발을 가구나 책상에 대지 말 것
- 손을 다른 사람의 무릎 위에 올리고 앉지 말 것
- 다른 사람의 물건에 대해 감탄하거나 칭찬하지 말 것
- 어린이의 머리를 쓰다듬거나 타인의 머리를 절대로 만지지 말 것
- OK 또는 엄지를 드는 태도는 음란을 뜻하므로 금지
- 물건을 함부로 빌려주지 말고, 만약 빌려줄 시에는 받을 생각을 말 것
- 사진 촬영시 유의사항
 - 사진을 찍기 전에 허락을 받을 것
 - 무슬림의 기도하는 모습을 찍지 말 것
 - 허락 없이 아랍여성의 사진을 찍지 말 것. 사진에 대해 남자 가족구성원의 허락을 받을 것
 - 해당 국가의 허락 없이 군경시설, 교량, 방비시설, 철도 시설, 터널, 고가철도, 국경지역, 공업단지, 공항, 항구 사진을 찍지 말 것

카. 접촉시 유의사항

- 연장자에 대한 대우
 - 악수하거나 존경받는 인사가 방안에 들어올 때는 일어서는 것이 예의

- 사람들이 많이 있는 방안에 들어갈 때에는 방안의 모든 사람들과 인사를 하며, 특히 연장자와 인사를 한 후에 앉는 것이 예의
- 일단의 많은 사람들과 만날 경우 당신에게 다가오는 사람이나 가장 연장자와 인사를 나눔으로써 그룹의 모든 사람들과 인사를 한 것으로 대신할 수 있음
- 아랍인은 자신보다 위치가 높거나 연장자에 대해 반박하는 것을 불경한 행동으로 간주
- 인사하거나 대화시 상대방과 매우 가까이 서서 하는 것이 바람직
- 타인의 사무실, 기타 시설에 방문할 경우 자신들이 베푸는 수준의 환대에 대한 관심을 기대
- 아랍인에 있어 프라이버시는 중요함
 - 타인의 거주시설을 들여다보는 것은 불법 침입과 같이 무례한 행위로 간주
 - 아랍인 주택 방문시 문 바깥 주거시설을 볼 수 없는 위치에 서서 기다리는 것이 관행
 - 주인으로부터 초대받지 않은 한 가능하면 주거시설 내부로 들어가는 것을 삼가야 함
- 아랍인은 협상시 예의바르고 사회적으로 올바른 행동을 하는 상대방에 큰 특혜 부여
- 아랍인은 상대방의 사업제의에 대해 상대방이 느낄 수치심을 고려, 명백한 “No” 표시를 하지 않으며 대신 심사숙고한다는 이미지를 주기 위해 노력
- ※ 아랍인은 빠른 속도의 서양 비즈니스 문화와 달리 아주

느린 페이스로 협상을 진행시키며 이는 연구하고 숙고하는 아랍문화 특유의 특성 때문

- 일반적으로 서양인에 비해 시간관념이 약한 편이며, 약속 시간에 늦었다고 시계를 보거나 재촉하는 행위는 무례한 것으로 간주
 - ※ 아랍인은 미래의 계획이 알라의 뜻에 따라 차질이 생기는 것을 당연시하며, 일주일 이상의 시간이 소요되는 약속을 잘 하지 않는 편임
- 열린 공간에서 사람들에 둘러싸이는 것을 편안하게 생각하며 폐쇄된 좁은 공간에 놓일 경우 협박을 받는다고거나 불편하게 생각
- 일일 기도나 금식 전 손과 얼굴 등을 씻으며, 술, 돼지, 개, 비신자 등 금기사항과 접촉 후에도 철저히 세척
- 타인 가정 방문시 선물을 가져가야 된다고는 생각지 않으며 손님을 맞는 주인이 선물을 제공해야 한다고 인식
- 손가락으로 아랍인을 가리키거나 부르지 말 것
- 벽에 기대거나 의자에 앉아서 몸을 구부리거나 주머니에 손을 넣는 행위를 삼갈 것

5. 종교적 유의사항

가. 아랍국가에서 활동은 이슬람교의 관습을 철저히 존중하는 데서 출발

- 여성의 순결과 연장자에 대한 공경심을 중시
- 종교지도자, 성지, 무덤에 대한 예의 중시
- 종교 문제로 다투거나 논쟁하지 말 것

나. 코란은 이슬람교인들의 최고, 최선의 것으로, 함부로 취급하지 말고, 신성시하는 모습을 보여주어야 함

- 코란은 다른 물건보다 항상 위에 놓아야 함

다. 알라 모독행위 삼가

- 알라를 직설적으로 모독하거나 알라를 모독하는 것으로 오해받을 수 있는 글씨나 문양 등이 들어있는 옷, 신발 등을 착용치 말 것(타종교 상징물이 외부로 표출되지 않도록 주의)

라. 모스크에 대한 경건한 자세 유지

- 이슬람 사원은 신성지역으로 최대한 예의준수
- 예배기간 중 음주, 식사, 흡연을 금지하고 예배시간을 철저히 준수
- 사원에서의 사진촬영 금지
- 비무슬림과 초대받지 않은 사람은 사원, 성지, 이슬람 학교 출입 금지

마. 샤리아법(율법) 준수

- 알라를 모욕하거나 아랍인들을 비하하는 발언은 금기사항
- 무슬림은 음식물을 알라의 선물로 간주하므로 밟거나 던지거나 깔고 앉는 등 함부로 다루는 행동은 금물
- 살인, 강도, 강간 등 흉악범은 극형으로 다스리므로 이에 대한 각별한 주의 요구
- 현지인들이 보는 데서 금기 음식을 먹거나 제공하는 행위 금물
 - 돼지고기와 관련제품(햄), 개고기, 오징어, 문어 등
 - 종교적 의식을 취하지 않고 도살된 고기
- 모든 음주행위, 도박 등 금지

VI. 중동지역 바이어 리스트

이 름	주 소	국가	전화/팩스/E-mail
Ali-Akbar Abbaspour	20th Km. of Tehran Rd. 54951 Saeed Abad	Iran	T : 98-411-6300605~8 F : 98-411-6300605~8 E : abbaspoor@sonra.net
Ahmed Selim	Ind. City, Beni Ghalib Assiut	Egypt	T : 20-88-4970006 E : usama71@aroob.com
Reza Sadeghizadeh	No.17,Golbang-e-Gharbi Alley, Tablighat-e-Eslami, Alley, Yazdbaf Jomhouri Blvd. 89187 Yazd	Iran	T : 98-351-5252048 F : 98-351-5222650 E : abronnan@yahoo.com
Khalid Mass	PO Box 2378 Abu Dhabi	UAE	T : 971-2-6731000 F : 971-2-6733549 E : foodco@foodco-uae.com
Ahmed El-Zayat	PO Box 88 Giza,Giza	Egypt	T : 20-2-3312300 F : 20-2-7607169 E : info@alahrambeveraes.com
Aleksander Nastaev	PO Box 19899 Dubai	UAE	T : 971-4-2674655 F : 971-4-2674654 E : savuae@yandex.rd
Akram Koultagi	PO Box 1600 Dubai	UAE	T : 971-4-2823145 F : 971-4-2823015 E : fajerest@emirates.net.ae
Essa Gurg	PO Box 49 Dubai	UAE	T : 971-4-3332040 F : 971-4-3332472 E : timtury@unilever.com
Ahmad Assarian	PO Box 17360 Jebel Ali	UAE	T : 971-4-8811343 F : 971-4-8811355 E : ahmadtea@emirates.net.ae

이 름	주 소	국가	전화/팩스/E-mail
Arif Majid	PO Box 10603 Dubai	UAE	T : 971-4-2666615 F : 971-4-2660811 E : aljadeed@emirates.net.ae
Rashid Humaid	PO Box 999 U.A.Q.	UAE	T : 971-6-7666344 F : 971-6-7667044 E : alredwan-company@hotmail.com
Dipesh Depala	PO Box 2630 Dubai	UAE	T : 971-4-3376435 F : 971-4-3348941 E : fareast@emirates.net.ae
Rashid Tahir	PO Box 29011 Dubai	UAE	T : 971-4-2224998 F : 971-4-2227929 E : whdania@emirates.net.ae
Kamrani	208th Part, 5th St., Sanat Blvd., 1st Phase, Toos Ind. Township, 91891 Mashhad	Iran	T : 98-511-5413623 F : 98-511-5413623 E : info@adish_macaron.com
Bassel Saad	373, Canal El-Mahmoudia, El-Hadra, Smouha, Alexandria	Egypt	T : 20-3-4212315 F : 20-3-4211069 E : corona_1919@hotmail.com
Ramsey Assal	PO Box 1579 Dubai	UAE	T : 971-4-2859841 F : 971-4-2858407 E : sales@mohebi.com
Bachir Assal	Basement, Inma' Project Property, Sainte Therese street, Hadath(Baabda)	Lebanon	T : 961-5-466872 F : 961-5-466875 E : allonecompany@hotmail.com
Ali-Asghar Hadizadeh-Kaffash	P.O.Box 167 46100 Amol	Iran	T : 98-121-3239298 F : 98-121-3232111 E : amolpakhsh@shomal.com
Adel El-Samra	PO Box 82 6th of October, Giza	Egypt	T : 20-2-8331852 F : 20-2-8331852 E : arabdanish@link.net

이름	주 소	국가	전화/팩스/E-mail
Yeghia Chirinian	PO Box 55160 Dubai	UAE	T : 971-4-2691768 F : 971-4-2665340 E : armadico@emirates.net.ae
Sabetian	P.O.Box 89175/588 89186 Yazd	Iran	T : 98-351-5257425 F : 98-351-5254671 E : arminmacaron@isiri.com
Ayman Shahin	PO Box 473 El-Sharq, Port Said	Egypt	T : 20-66-3355514 F : 20-66-3355516 E : ayman_a@bec-online.com
Ghasem Mehryar	P.O.Box 874 57169 Orumiyeh	Iran	T : 98-441-2773248 F : 98-441-2773250 E : info@azarshahdco.com
Mohammad-Ali Beygi	P.O.Box 51385-3395 51591 Tabriz	Iran	T : 98-411-6373640 F : 98-411-6373640 E : info@beygi.com
Shabbir Hussein	PO Box 1421 Dubai	UAE	T : 971-4-2260015 F : 971-4-2290139 E : bharmal@emirates.net.ae
Hamzi El-Hassan	Cereal building, Main street, Btrouratej(Koura)	Lebanon	T : 961-3-204312 E : cerealco@inco-tr.com.lb
Ranjan Perera	55, El-Masged El-Aqsa St., off Shehab St.; Near McDonalds, Mohandessin, Giza	Egypt	T : 20-2-3477471 F : 20-2-3477471 E : ccmcairo@internetegypt.com
	PO Box 5195 Dubai	UAE	T : 971-4-3987871 F : 971-4-3987872 E : ctbureau@emirates.net.ae
Tarek Kabil	4th, Ind. Zone, Plot No.1/4, St. No. 49, 6th of October, Giza	Egypt	T : 20-2-8330778 F : 20-2-8334970 E : chipsyfactory@hotmail.com
Rahim Motahar-Nejad	P.O.Box 13185-1465, 13916 Tehran	Iran	T : 98-21-44649838 F : 98-21-44654201 E : chocopars@tavana.net

이 름	주 소	국가	전화/팩스/E-mail
Navin Patel	PO Box 2937 Dubai	UAE	T : 971-4-2828456 F : 971-4-2822797 E : navin@cpdubai.com
Parviz Biuck	P.O.Box 51745-368, 51978 Tabriz	Iran	T : 98-411-4246077 F : 98-411-4246055 E : info@aidin.com
Mohamed Hussein	3, El-Maqrizy St., El-Mansheya, Down Town, Alexandria	Egypt	T : 20-3-4861335 F : 20-3-4816145 E : sales@dahab-biscuits.com
Mohamed Hussein	PO Box 1492 Moharram Bey,Alexandria	Egypt	T : 20-3-3608004 F : 20-3-3603724 E : sales@dahab-biscuits.com
Mohamad Dalbani	1st basement, Hassan Harb building, Sayyad street, Tahwitet El-Ghadir area, Bourj Brajneh(Baabda)	Lebanon	T : 961-1-473600 F : 961-1-307185 E : DALBANI@cyberia.net.lb
Abd Sallam	PO Box 11769, El-Matariya, Cairo	Egypt	T : 20-2-2989823 E : covertina@menanet.net
Omar El-Ahl	Gazaair Sq., El-Nasr St., New Maadi, Maadi, Cairo	Egypt	T : 20-2-5167982 F : 20-2-5167927 E : egyptfranchises@hotmail.com
Hossam Darwish	1st, Ind. Zone, Plot 57, 58 6th of October, Giza	Egypt	T : 20-2-8332010 F : 20-2-8332010 E : royal@tedata.net
Samir Thabet	PO Box 1470 Hadayek El-Qobba, Cairo	Egypt	T : 20-2-2820304 F : 20-2-2844132 E : expo@biscomisr.com.eg
Alaa El-Din Zahran	Shahrazad Towers, 5, Victor Emmanuel St., Moustafa Kamel, 21213 Ramleh, Alexandria	Egypt	T : 20-3-5462999 F : 20-3-5451624 E : egyptian@zahrangroup.com

이름	주 소	국가	전화/팩스/E-mail
El-Sayed El-Fendi	PO Box 125, 10th of Ramadan, Sharkeya	Egypt	T : 20-15-412661 F : 20-15-412665 E : sima@egypt.com
Magda El-Badrawy	1st, Ind. Zone, Plot 25; Block 9, 6th of October, Giza	Egypt	T : 20-2-8331713 F : 20-2-8331713 E : meringo@hotmail.com
Saeed Yoahah	PO Box 5721 Dubai	UAE	T : 971-4-3388333 F : 971-4-3382000 E : emfdu@emirates.net.ae
Frank Rosa	PO Box 80, 10th of Ramadan, Sharkeya	Egypt	T : 20-15-410061 F : 20-15-410062 E : fam-nut@onlinenetwork.com.eg
Mohamed El-Far	20, Abu El-Attahia St., Ext. Abbass El-Akkad St. Nasr City, Cairo	Egypt	T : 20-2-2701250 F : 20-2-2701250 E : elfar@starnet.com.eg
Hosna Rached	1st, Ind. Zone, Plot 3, Block 11 Borg El-Arab, Alexandria	Egypt	T : 20-3-4592194 F : 20-3-4592197 E : nashwa.mehanna@unilever.com
Tarek Abd El-Atty	1, Smouha St. Smouha, Alexandria	Egypt	T : 20-3-4207740 F : 20-3-4207740 E : fmcg@soficom.com
Mohammad-Reza Daftari-Fard	Ahmad Abad Village, Sardaran St., Mard Abad, 31897 Karaj	Iran	T : 98-262-2384347-8 F : 98-262-2384349 E : tatoomacaron@tatoomacaron.com
Karimloo	6th Flr., Apt.79, Vali-e-Asr Complex, Firoozeh Alley, Vali-Asr Ave. 15938 Tehran	Iran	T : 98-21-66496082-3 F : 98-21-66414910 E : karimloo@safineh.net
Bahram Haji-Karimloo	No.2, 6th floor, Vali-e Asr Bldg., Firouzeh Alley, Val i-e-Asr Ave. 15900 Tehran	Iran	T : 98-21-66464639 F : 98-21-66414910 E : galinco@hotmail.com
Mohamed Rozeika	3rd, Ind. Zone, Plot No. 45, St. No. 86, 6th of October, Giza	Egypt	T : 20-2-8332643 F : 20-2-8332643 E : goldenfoods@menanet.net

이 름	주 소	국가	전화/팩스/E-mail
Mohd Hussein	PO Box 1791 Sharjah	UAE	T : 971-6-5336677 F : 971-6-5331739 E : gle@emirates.net.ae
Seyyed-Ahmad Gerami	No.5, Golestan St., Ashrafi Esfahani Blvd., Sadeghieh Sq. 14768 Tehran	Iran	T : 98-21-44442500 F : 98-21-44410519 E : info@golestan.ir
Manoochehr Faridi	P.O.Box 19395/1437, 10000 Tehran	Iran	T : 98-21-22277740~1 F : 98-21-22259584 E : info@saffran-golnaz.com
Mohammad Rahimi-Saryazdi	4th km.Saryazd Rd. 89811 Ind. Township Mehriz	Iran	T : 98-352-5224001 F : 98-352-5224001 E : golshangroup@yahoo.com
Mohammad-Mahdi Gorji-Baradaran	No.12, Gorji Bldg., 18th Alley, Ahmad Ghasir St. 15148 Tehran	Iran	T : 98-21-88756480-4 F : 98-21-88731308 E : info@gorjico.com
Mehdi Joni	No.415, Tohid St. 91956 Mashhad	Iran	T : 98-511-7251259 F : 98-511-7264346 E : govvara@imamreza.net
Abbas Mobayen	PO Box 5052 Dubai	UAE	T : 971-4-2230893 F : 971-4-2265657 E : talatea@emirates.net.ae
Habib Maalouf	Habib Maalouf center, Industrial city, Bauchrieh(Metn)	Lebanon	T : 961-3-784684 F : 961-4-444430 E : camillemaalouf@hotmail.com
Ahmad Soleimanzadeh	6th Km. of Azar Shahr Rd., Khosrow Shahr Rd. 53619 Sardrud	Iran	T : 98-411-4203464 F : 98-411-4203399 E : haambiscuitco@yahoo.com
Kishor Aswani	PO Box 730 Dubai	UAE	T : 971-4-2262433, 2262384 F : 971-4-2263034 E : htc@emirates.net.ae
Adel Abd El-Latif	Ind. Zone, Plot 130 A/6 10th of Ramadan, Sharkeya	Egypt	T : 20-12-2153761 E : ceo@hifood-egypt.com

이름	주 소	국가	전화/팩스/E-mail
Hachem El-Koussa	8th floor, El-Koussa center, Saeb Salam avenue, Mazraa sector, Beirut	Lebanon	T : 961-1-653094 F : 961-1-653013 E : hmbmr@malco.com.lb
Mohammad-Mehdi Bana-Razavi	No. 1257, Betw. 27th & 25th Khaki St., Akhond Khorasani St. 91368 Mashhad	Iran	T : 98-511-8512959 F : 98-511-8517736 E : honameh@yahoo.com
Jamaledin Jalali	No.32-34, Farzan St., Vali-e-Asr Ave. 19687 Tehran	Iran	T : 98-21-88870132 F : 98-21-22020353 E : impiran@tavana.net
Gamal Abd El-Daien	Negmet Smouha Tower. In Front of 4th Tower May Sq., Apt.1 Smouha, Alexandria	Egypt	T : 20-3-4200237 F : 20-3-4252280 E : platypusist@exite.com
Prakash Menon	PO Box 5178 Sharjah	UAE	T : 971-6-5324565 F : 971-6-5324569 E : starcola@emirates.net.ae
Hameed Vanli	PO Box 61051 Jebel Ali	UAE	T : 971-4-8814159 F : 971-4-8817455 E : intersun@emirates.net.ae
Mohamed Hamada	PO Box 1047 Industrial Zone, Port Said	Egypt	T : 20-66-3727202 F : 20-66-3723095 E : icc.ps@bec.com.eg
Hany Berzi	2B, Ind. Zone, Area H3, El-Khartoum St. 10th of Ramadan, Sharkeya	Egypt	T : 20-15-361512 F : 20-15-361523 E : berzi@starnet.com.eg
Naser Mashreghi	No.16, Fallahi Blvd., Ahmad Abad Sq. 91891 Mashhad	Iran	T : 98-511-8445562 F : 98-511-8422077 E : tearose121@hotmail.com
Akbar Shanehzan	P.O.Box 51335-1814, 51978 Tabriz	Iran	T : 98-411-4247851-2 F : 98-411-4247854 E : iran-chocolate@neda.net
Sanjay Sethi	PO Box 17276 Jebel Ali	UAE	T : 971-4-8838590 F : 971-4-8838592 E : sherwood@emirates.net.ae

이 름	주 소	국가	전화/팩스/E-mail
Farnoush Ghazanfari	P.O.Box 91895-1134, 91891 Mashhad	Iran	T : 98-511-5413727-8 F : 98-511-5413727-8 E : irankayla@yahoo.com
Karimi	P.O.Box 13185/1463, 13716 Tehran	Iran	T : 98-21-66616885 F : 98-21-66628357 E : info@kayvan.com
Javad Mirzaie	Azadegan Blvd. 89169 Yazd	Iran	T : 98-351-7214101-5 F : 98-351-7214102 E : info@behnan.com
Mohammad-Reza Nakhai-Nasab-Zarandi	P.O.Box 76135-1161, 76100 Kerman	Iran	T : 98-341-50014-5 F : 98-341-49957 E : kerman.rad@kermoomnet
Mohammad-Ali Moosakhani	Betw. 9th & 10th St., Jey Ind. district, Airport Rd. 81000 Esfahan	Iran	T : 98-311-712019 F : 98-311-232019 E : info@khoei-co.com
Ali-Mohammad Rezaie-Moayed	P.O.Box 89165-1163, 89168 Yazd	Iran	T : 98-351-8220034 F : 98-351-8220034 E : info@roshd_co.com
Behrooz Sadeghi	P.O.Box 46135-747, 46100 Amol	Iran	T : 98-122-253206 F : 98-122-253206 E : info@komajsabaco.com
Rudy Daoud	4th floor, Chedid building, Sassine square, Achrafieh sector, Beirut	Lebanon	T : 961-1-200768 F : 961-4-821018 E : potager@hotmail.com
Hosna Rashid	1st, Ind. Zone, Block 9, Plot 11, New Borg El-Arab, Borg El-Arab, Alexandria	Egypt	T : 20-3-4593053 E : ayman.ali@unilever.com
Ali Gandour	Gandour factory building, Old Saida road Choucifate(Aley)	Lebanon	T : 961-5-433500 F : 961-5-430724 E : info@gandour.com.lb
Youssef Mansour	Moustafa Kamel St., El-Ras Soda, Sidi Bishr, Alexandria	Egypt	T : 20-3-5359099 F : 20-3-5345772 E : gezine.mohamed@mansourgroupp.com

이름	주 소	국가	전화/팩스/E-mail
Khalil Mansour	Km. 33, Alex./Cairo Desert Rd., beside Coca Cola Factory Alex./Cairo Road, Alexandria	Egypt	E : candyy@link.net
Paul Kennedy	PO Box 70 Dubai	UAE	T : 971-4-2095200 F : 971-4-2251632 E : ashav@mmi.co.ae
Ray Bremner	4th, Ind. Zone, Block 11, Borg El-Arab, Alexandria	Egypt	T : 20-3-4592194 F : 20-3-4592197 E : ray.bremner@unilever.com
Mohamed Gandour	Chafic Gandour Industrial Pool, Philimon, Wehbeh street, Kfarchima(Baabda)	Lebanon	T : 961-5-436888 F : 961-5-437129 E : master@dm.net.lb
Mohammad Jelodari	P.O.Box 89175/168 , 89179 Yazd	Iran	T : 98-351-5228112-3 F : 98-351-5253334 E : info@maykhosheyazd.com
Keshavarz	P.O.Box 11365/3346, 11456 Tehran	Iran	T : 98-21-66706009 F : 98-21-66708926 E : minoo.co@neda.net
Mohammad Zareic	3th Floor, MatlabKhan Passage, 36710 Damghan	Iran	T : 98-232-5213335 F : 98-232-5236910 E : info@zareico.com
Abbas Mellatkah	No. 454, 9th Andisheh St., Andisheh Blvd., 2nd phase, Toos Ind. Township 91891 Mashhad	Iran	T : 98-511-5413080-1 F : 98-511-5413080-1 E : info@mosamatea.com
Amir Mozaffari	Pasdar Alley, Western Kashef St. 44184 Lahijan	Iran	T : 98-141-220168 F : 98-141-220743 E : info@mozaffar-tea.com
Darian	P.O.Box 14875-147, 14916 Tehran	Iran	T : 98-21-44504039 F : 98-21-44504039 E : sales@namnik.com

이 름	주 소	국가	전화/팩스/E-mail
Mohammad-Hassan Solhdoust	Beg. of Asiace Highway, Qaem Sq. 91735 Mashhad	Iran	T : 98-511-6654002-8 F : 98-511-6658000 E : info@nanerazavi.com
Vallab Das	PO Box 222 Dubai	UAE	T : 971-4-3471616 F : 971-4-3472802 E : nfidxb@emirates.net.ae
Ali-Reza Nabizadeh-Moghaddam	1st floor, Morvarid Bldg., 22nd Southern Bozorgmehr, St., Sajjad Blvd. 91866 Mashhad	Iran	T : 98-511-7624100 F : 98-511-7626225 E : saffron@navidsaffron.com
Ali Salek-Najat	P.O.Box 51575/5449, 51591 Tabriz	Iran	T : 98-411-6372020-30 F : 98-411-6373637 E : info@nejati.com
Mohd Amili	PO Box 22187 Sharjah	UAE	T : 971-6-5433867 F : 971-6-5433364 E : hashget@emirates.net.ae
Shahrbanou Montakhab-Eghdami	Opp. of Pool, beginning of Imam Reza Blvd. 44145 Lahijan	Iran	T : 98-141-224915 F : 98-141-221745 E : customerservice@noosheen.com
Mohammad-Esmaeil Ghods	P.O.Box 13865-111, 13868 Tehran	Iran	T : 98-21-66806496-9 F : 98-21-66808807 E : pegagco@neda.net
Seyyed-Abdollah Mazloompour	P.O.Box 14195-187, 14197 Tehran	Iran	T : 98-21-66433564~5 F : 98-21-66433563 E : palapalco@dpimail.net
Seyyed-Mansoor Emami	8th Km. of Karaj Special Rd. 13185 Tehran	Iran	T : 98-21-91041 F : 98-21-66008434 E : pars_minoo@vessal.com
Ali Dohaie	P.O.Box 14395-465, 10000 Tehran	Iran	T : 98-21-22566045-6 F : 98-21-22566046 E : basemco@yahoo.com
Nehad El-Rashidi	178, Port Said St., El-Sayeda Zeinab Mounira, Cairo	Egypt	T : 20-2-3903472 F : 20-2-3903470 E : rashidi2@link.net

이름	주 소	국가	전화/팩스/E-mail
Naveen Patel	PO Box 2937 Dubai	UAE	T : 971-4-2858504, 2262544 F : 971-4-2263575 E : dubaicp@emirates.net.ae
Dipesh Depala	PO Box 17044 Jebel Ali	UAE	T : 971-4-8815211, 8816376 F : 971-4-8815404 E : fareast@emirates.net.ae
Hesham Zaazou	16, Abu El-Fawres St., 7th District off Tiaran st. Nasr City, Cairo	Egypt	T : 20-2-2623439 F : 20-2-2623841 E : rootsegypt@menanet.net
Mamdouh Khalil	Shabramant Rd., In Front of El-Masryeen for Alban Giza, Giza	Egypt	T : 20-2-3811171 F : 20-2-3810568 E : info@attoman-royal.com
El-Said El-Morshedy	Ind. Zone Badr City, Cairo	Egypt	T : 20-2-8640191 F : 20-2-8640192 E : info@elsafagrain.com
Seyyed-Mohammad-Hossein Emami	Azadi St., Kaveh Ind.Town 39131 Saveh	Iran	T : 98-256-2342710-15 F : 98-256-2342001 E : salemin@accir.com
Mayur Sampat	PO Box 22990 Dubai	UAE	T : 971-4-2218911 F : 971-4-2241162 E : sampat@emirates.net.ae
Fereidoun Darroudi	No.37, 6th St., Ettihad St., Ab Ali Rd. 16587 Tehran	Iran	T : 98-21-77333704 F : 98-21-77339352 E : chocolatema@parsonline.net
Nabil Fessikh	Cairo/Alex. Agri. Rd., beside Farouk Bridge, Tanta, Gharbeya	Egypt	T : 20-40-3290010 F : 20-40-3290010 E : heshamkamal@hotmail.com
Gholam-Hossein Shafeie	No.38, 3rd floor, 2nd Northern Bozorgmehr, Bozorgmehr Cross Rd., Sajjad Blvd. 91878 Mashhad	Iran	T : 98-511-7618747 F : 98-511-7613275 E : shafee@aftab.ss
Gholam-Reza Akhbaryeh	P.O.Box 134, 58135 Khoy	Iran	T : 98-461-2450900~5 F : 98-461-2450905 E : info@shahd_tootia.com

이 름	주 소	국가	전화/팩스/E-mail
Moustafa El-Koueri	Ind. Zone, Om Zeghio Rd. Dekheila, Alexandria	Egypt	T : 20-3-4401633 F : 20-3-4406852 E : elshamadan@hotmail.com
Ishak El-Sharawi	1St Industrial Zone., Plot 5, Block 130/29 El-Obour City. Cairo/Ismailia Road,Cairo	Egypt	T : 20-2-6100963 F : 20-2-6100963 E : sharawi@hotmail.com
Saleh El-Khayat	Public Free Zone, Port Said	Egypt	T : 20-66-3333224 F : 20-66-3333225 E : info@sikpacking.com
Younes Zhaleh	Shahid Salimi Ind. Township 53751 Mamaqan	Iran	T : 98-412-4328020-33 F : 98-412-4328034 E : asal@shirinasal.com
Faraydoun Eng	P.O.Box 15875-4639, 19119 Tehran	Iran	T : 98-21-22258051 F : 98-21-22271667 E : sto@neda.net
Nilesh Khimji	PO Box 53193 Dubai	UAE	T : 971-4-3389009 F : 971-4-3389357 E : sfic@emirates.net.ae
Antoine Fadel	1st floor, Super Jus building, Main road Ksara(Zahleh)	Lebanon	T : 961-8-820581 F : 961-8-806160 E : superjus@cyberia.net.lb
Mani Mobin	No.38, Tavanir St., Vali-e-Asr Ave. 14348 Tehran	Iran	T : 98-21-88791222 F : 98-21-88884948 E : talatea@hotmail.com
Gholamhossein Por-Haji	No.9, Mosalla Complex. Mosalla Blvd. 91000 Mashhad	Iran	T : 98-511-3659572 F : 98-511-3663156-7 E : info@talatea.com
Dr. Trivedi	PO Box 2415 Dubai	UAE	T : 971-4-3935208, 3936863 F : 971-4-3935536 E : teaboard@emirates.net.ae

이름	주 소	국가	전화/팩스/E-mail
Tim Hawkins	PO Box 6597 Sharjah	UAE	T : 971-6-5285195 F : 971-6-5280504 E : tiffany@iffco.com
Mohamed El-Helw	3rd, Ind. Zone 6th of October, Giza	Egypt	T : 20-2-8323141 F : 20-2-8323141 E : amir-aki@hotmail.com
Sajjad Ahmed	PO Box 6424 Dubai	UAE	T : 971-4-3382133 F : 971-4-3383099 E : info@unikaifoods.com
Abbas Ghaddar	Vega building, Main road Saida/Tyr Ghazieh(Saida)	Lebanon	T : 961-7-221876 F : 961-7-221874 E : vegaco@terra.net.lb
Rahim Banamolae	11th Km. of Karaj old Rd. 13884 Tehran	Iran	T : 98-21-66250307 F : 98-21-66250704 E : info@vitanaco.com
Gaber	3rd, Ind. Zone, New Borg El-Arab City; Block 1, Plot 3, Borg El-Arab, Alexandria	Egypt	T : 20-3-4593124 F : 20-3-4593125 E : contact@wala-factories.com
Yaqoub Abedi	PO Box 7949 Dubai	UAE	T : 971-4-2251241, 2251268 F : 971-4-2251226 E : yaqoubco@emirates.net.ae

자료문의처



전화 : (02)6300-1392~1398

팩스 : (02)6300-1609