

# 2019년 해외시장 맞춤조사



- No. 1912-16
- 품목 : 기능성음료(Functional Beverage)
- 국가 : 아랍에미리트(U.A.E)
- 구분 : 시장분석형

# Content

## I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 아랍에미리트 기능성음료 시장규모	5
2. 아랍에미리트 기능성음료 수출입 시장규모	6
3. 아랍에미리트 기능성음료 소비 시장규모	7

## II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. U.A.E 언론매체, 생활 속에서 실천할 수 있는 혈당 조절 방안 소개	17
2. U.A.E 인기 건강 음료로 ‘차(Tea)’ 또는 ‘단백질 음료’ 多	18
3. 허브 추출물로 제조한 혈당 조절 기능 보조제 판매되고 있어	19
4. 보조제 구매 시, 제품 유형이 중요 구매 고려 요소로 나타나	20

## III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	22
1. 아랍에미리트 기능성음료 유통구조	23
2. 아랍에미리트 기능성음료 주요 유통업체	24
3. 아랍에미리트 기능성음료 B2C 소매채널	26

## IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 아랍에미리트 기능성음료 인증 취득	48
2. 아랍에미리트 기능성음료 업체·제품 등록	52
3. 아랍에미리트 기능성음료 라벨 심의	53
4. 아랍에미리트 기능성음료 서류 준비	57
5. 아랍에미리트 기능성음료 세금 납부	58
6. 아랍에미리트 기능성음료 검역 심사	59

## V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	62
Interview ① 썸베이파머시(Thumbay Pharmacy)	64
Interview ② 시티파머시(City Pharmacy)	66
Interview ③ 슈퍼케어(Super Care)	68
Interview ④ 아스터파머시(Aster Pharmacy)	70
Interview ⑤ 노보헬스케어(Novo Healthcare)	71



# I . Market Size

## SUMMARY

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



# Market Size

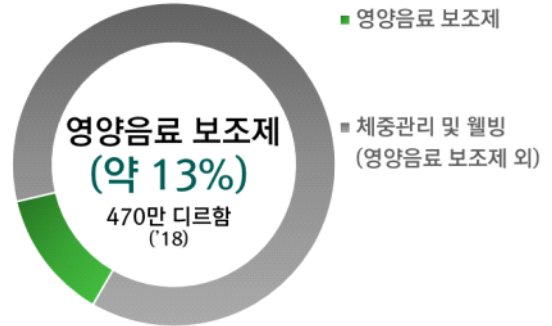
(시장규모)

## 아랍에미리트 (U.A.E)

### 기능성음료 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 기능(당 수치 완화), 제품의 품목(기능성음료)

- 아랍에미리트 체중관리 및 웰빙<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 3,700만 디르함 ('18)
- 아랍에미리트 영양음료 보조제<sup>2)</sup> 시장규모  
..... **470만 디르함 ('18)**

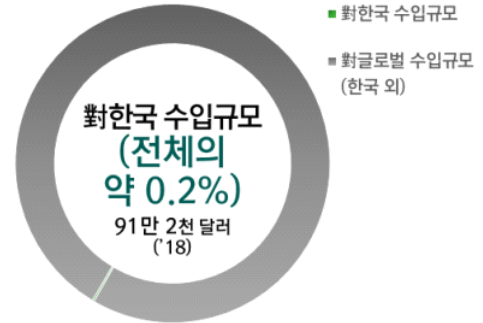


(\*) Euromonitor International

### 기능성음료 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(기능성음료)

- HS 2106.90<sup>3)</sup>  
아랍에미리트 對 글로벌 '따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품' 수입규모  
..... 5억 487만 8천 달러 ('18)
- HS 2106.90  
아랍에미리트 對 한국 '따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품' 수입규모  
..... **91만 2천 달러 ('18)**



(\*) International Trade Centre

### 기능성음료 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '기능성음료'는 당 수치 완화 기능을 보유하며, 아이스플랜트(채소) 100%로 만들어진 기능성음료임. 이에 잠재 소비시장규모 확인을 위해 '당뇨병 유병률'과 '기능성음료 소비량', '채소 음료를 포함한 주스 소비량'을 확인함

- |  |   |
|--|---|
| <p>① 아랍에미리트 당뇨병 유병률 ('19)</p> <p>아랍에미리트 당뇨병 유병률 ..... 19%</p> <p>② 아랍에미리트 강화음료 및 기능성음료 소비량 ('16-'20)</p> <p>2016년 ..... 2억 9,300만 달러</p> <p>2017년 ..... 3억 1,800만 달러</p> <p>2018년 ..... 3억 4,400만 달러</p> <p>2019년 ..... 3억 7,300만 달러</p> <p>2020년 ..... 4억 300만 달러</p> | <p>③ 아랍에미리트 주스 소비량 ('18)</p> <p>주스(전체) ..... 4억 4,700만 리터 (100%)</p> <p>주스(과즙 24% 이하) ..... 1억 8,200만 리터 (41%)</p> <p>과즙 100% 주스 ..... 1억 6,500만 리터 (37%)</p> <p>넥타 ..... 9,400만 리터 (21%)</p> <p>코코넛 워터 및 플랜트 워터 ..... 600만 리터 (1%)</p> |
|--|---|

(\*) Khaleej Times, Statista, Euromonitor

1) 체중관리 및 웰빙(Weight Management and Wellbeing): 식사대용식품, 비만방지용 일반의약품, 체중감량용 차, 체중감량용 보조제 등을 포함함

2) 영양음료 보조제(Supplement Nutrition Drinks): 식사를 대체할 수 있는 다이어트 강화제로서의 음료이나 식사대용식품 범주 안에는 포함되지 않음. 영양 부족 방지용 영양 보충제이며 당뇨치료용 영양음료를 포함함

3) HS CODE 2106.90: 해당 코드는 따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품을 지칭함. 기능성음료 품목을 반영하여 지표로 선정함

## 1. 아랍에미리트 기능성음료 시장규모

### 아랍에미리트 일반 정보<sup>6)</sup>

면적	83,600 km <sup>2</sup>
인구	10억 75만 명
GDP	4,058억 달러
GDP (1인당)	3만 7,750달러

조사 시장: 조사 제품 ‘기능성음료’는 아이스플랜트(채소)를 활용한 음료를 환과 함께 음용할 수 있도록 만든 혈당조절 및 다이어트 보조용 기능성음료임. 이에 제품의 기능(당 수치 완화)과 품목(기능성음료)을 기준으로 ‘체중관리 및 웰빙’ 시장과 ‘영양음료 보조제’ 시장을 조사함

#### ▶ 2014-2018년, 아랍에미리트 ‘체중관리 및 웰빙’ 시장 연평균성장률 11%

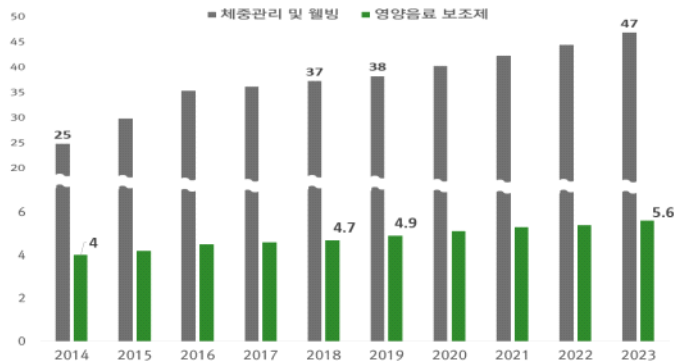
2018년 기준, 아랍에미리트의 ‘체중관리 및 웰빙’ 시장규모는 3,700만 디르함으로 집계되었으며 과거 5년(2014-2018년)간 연평균 11%씩 증가함. 2018년 기준 ‘영양음료 보조제’ 시장규모는 470만 디르함으로 과거 5년간 연평균 4%씩 증가함. ‘체중관리 및 웰빙’ 시장과 ‘영양음료 보조제’ 시장은 2014년 이후 매년 증가세를 기록하고 있음

#### ▶ 2019-2023년, 아랍에미리트 ‘영양음료 보조제’ 시장 연평균성장률 3% 예상

2019년 ‘영양음료 보조제’ 시장규모는 490만 디르함으로 추산되며, 향후 5년(2019-2023년)간 연평균성장률은 3%로 예상됨. 2019년 ‘체중관리 및 웰빙’ 시장규모는 3,800만 디르함으로 추산되며, 향후 5년간 성장률은 5%로 예상됨

[표 1.1] ‘체중관리 및 웰빙’, ‘영양음료 보조제’ 시장규모<sup>4)5)</sup>

단위: 백만 디르함



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목	체중관리 및 웰빙 (79억 원)	30 (95억 원)	35 (111억 원)	36 (114억 원)	37 (117억 원)	11%
해당 품목	영양음료 보조제 (12.7억 원)	4.2 (13.3억 원)	4.5 (14.3억 원)	4.6 (14.6억 원)	4.7 (14.9억 원)	4%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 품목	체중관리 및 웰빙 (121억 원)	40 (127억 원)	42 (133억 원)	44 (140억 원)	47 (149억 원)	5%
해당 품목	영양음료 보조제 (15.5억 원)	5.1 (16.2억 원)	5.3 (16.8억 원)	5.4 (17.1억 원)	5.6 (17.8억 원)	3%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 1디르함=317.19원 (2020.01.23., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

5) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

6) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

## 2. 아랍에미리트 기능성음료 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: 해당 코드는 '따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품'을 지칭함.  
기능성음료 품목을 반영하여 지표로 선정함

### ▶ 2014-2018년, 아랍에미리트 對글로벌 수입액 연평균성장률 1%

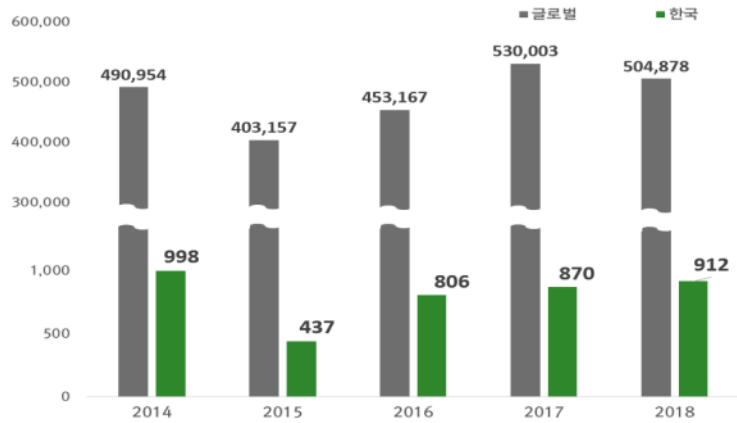
아랍에미리트 HS CODE 2106.90 품목 對글로벌 수입액은 2014-2018년간 연평균 1%씩 성장하여 2018년 5억 487만 8천 달러를 기록함. 해당 품목의 수입액은 2014년 이후 증감을 반복함. 수입금액 기준 1위 국가는 미국으로 2018년 1억 5,145만 달러를 기록하였으며, 이는 전체 수입금액의 30%에 해당함

### ▶ 2018년 아랍에미리트 對한국 수입액 91만 2천 달러

2018년 아랍에미리트 HS CODE 2106.90 품목 對한국 수입액은 91만 2천 달러임. 2015년 전년대비 56% 감소한 후 2016년부터 증가세를 지속하여, 지난 5년간 연평균 2%의 감소세를 기록함. 한국은 HS CODE 2106.90 품목 수입금액 기준 35위 국가이며, 對한국 수입액은 전체 수입액의 0.2%를 차지함

[표 1.2] HS CODE 2106.90 수입규모<sup>7)8)</sup>

단위: 천 달러



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* ('14-'18)
아랍에미리트 對글로벌 수입액	490,954 (5,720억 원)	403,157 (4,697억 원)	453,167 (5,280억 원)	530,003 (6,175억 원)	504,878 (5,882억 원)	1%
아랍에미리트 對한국 수입액	998 (12억 원)	437 (5억 원)	806 (9억 원)	870 (10억 원)	912 (11억 원)	-2%

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2106.90 기준

7) 1달러=1,165.10원 (2020.01.23., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

8) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

### 3. 아랍에미리트 기능성음료 소비 시장규모

#### 1) 아랍에미리트 당뇨병 유병률

조사 제품 '기능성음료'는 당 수치 완화 기능을 보유하며, 아이스플랜트(채소) 100%로 만들어진 기능성음료임. 이에 잠재 소비시장규모 확인을 위해 '당뇨병 유병률'과 '기능성음료 소비량', '채소 음료를 포함한 주스 소비량'을 확인함

#### ▶ 2019년 아랍에미리트 당뇨병 유병률<sup>9)</sup> 약 19%

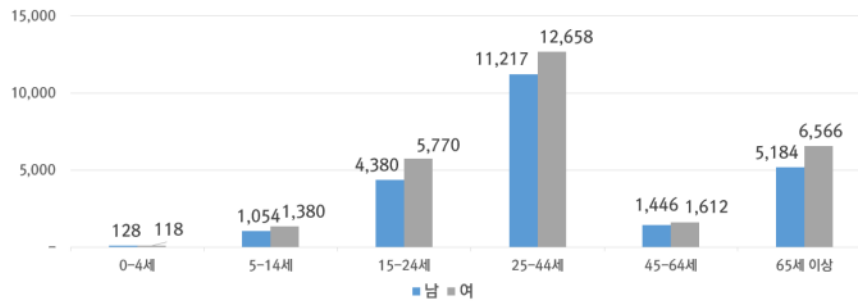
아랍에미리트 현지 언론 칼리즈 타임스(Khaleej Times)에 따르면,<sup>10)</sup> 2019년 아랍에미리트 인구의 약 19%가 당뇨병을 보유한 것으로 확인되며, 이는 당뇨병 유병률 기준 전 세계 상위 10위 안에 속하는 수치임. 또한 2020년까지 아랍에미리트 20-79세 내국인과 국외 거주자의 약 32%가 당뇨병 또는 전(前)당뇨병을 보유하게 될 것으로 전망됨

#### ▶ 2018년 두바이 당뇨병 외래환자<sup>11)</sup> 내원횟수 5만 1,513번

2018년 두바이 당뇨병으로 인한 외래환자의 내원횟수는 5만 1,513번이며 25-44세의 내원횟수가 2만 3,875번(46.3%)으로 가장 높은 것으로 확인됨. 그 다음으로 65세 이상 인구의 내원횟수가 1만 1,750번(22.8%)으로 2위를 차지함. 여성 내원횟수는 2만 8,104번(54.6%)으로 남성보다 높은 것으로 확인됨<sup>12)</sup>

[표 1.3] 2018년 두바이 연령별 당뇨병 외래환자 방문횟수<sup>13)</sup>

단위: 횟수



연령	전체	0-4세	5-14세	15-24세	25-44세	45-64세	65세 이상
전체	51,513 (100.0%)	246 (0.5%)	2,434 (4.7%)	10,150 (19.7%)	23,875 (46.3%)	3,058 (5.9%)	11,750 (22.8%)
남성	23,409 (45.4%)	128 (0.2%)	1,054 (2.0%)	4,380 (8.5%)	11,217 (21.8%)	1,446 (2.8%)	5,184 (10.1%)
여성	28,104 (54.6%)	118 (0.2%)	1,380 (2.7%)	5,770 (11.2%)	12,658 (24.6%)	1,612 (3.1%)	6,566 (12.7%)

자료: 두바이 보건청(Dubai Health Authority)

9) 유병률은 전체 인구 중 특정한 장애나 질병 또는 심리신체적 상태를 지니고 있는 사람들의 비율로서, 어느 시점 또는 어느 기간에 해당 장애나 질병, 심리신체적 상태를 지니고 있는 사람의 수를 전체 인구 수로 나누어 계산함

10) 칼리즈 타임스(Khaleej Times) (www.khaleejtimes.com), 「Diabetes cases skyrocket in U.A.E, 1 in 11 adults affected」, 2019.11.14

11) 입원 환자 외에 초진이나 통원 치료를 위해 병원을 방문하는 환자

12) 두바이 보건청(DHA: Dubai Health Authority), 「Dubai Annual Health Statistical Report 2018」, 2018

13) 인구수와 비율(%)은 반올림하여 작성한 수치로, 합산 시 전체 수 또는 전체 비율(%)이 미달, 초과할 수 있음



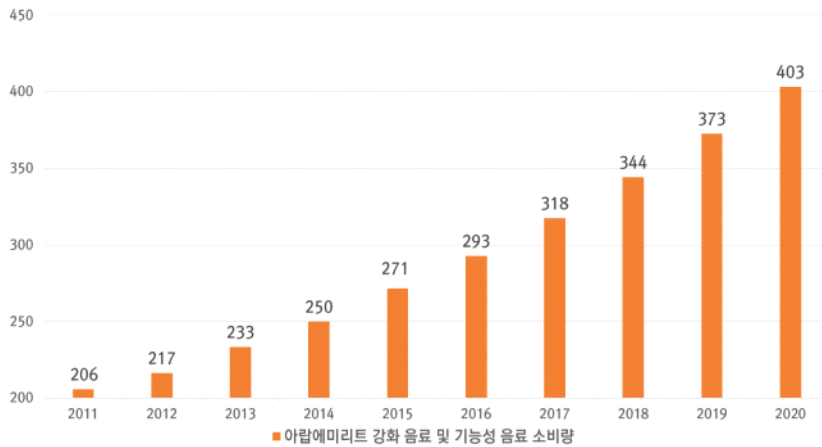
2) 아랍에미리트 기능성음료 소비량

▶ 2019년 아랍에미리트 강화 음료 및 기능성음료 소비량 3억 7,300만 달러

스태티스타에 따르면 아랍에미리트 강화 음료 및 기능성음료 소비량은 2011-2015년 간 연평균 7%씩 성장하여 2015년 2억 7,100만 달러를 기록함. 2012년 전년대비 5% 성장한 이후, 꾸준히 성장하였으며 특히 2015년 전년대비 9%의 높은 성장률을 보임. 2016-2020년 연평균성장률은 8%로 확인되며 2020년 4억 300만 달러를 기록할 것으로 전망됨

[표 1.4] '강화 음료 및 기능성음료' 소비량<sup>14)15)</sup>

단위: 백만 달러



분류	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR ('11-'15)
강화 음료 및 기능성음료	206 (2,398억 원)	217 (2,524억 원)	233 (2,718억 원)	250 (2,913억 원)	271 (3,162억 원)	7%
전망	2016(F)	2017(F)	2018(F)	2019(F)	2020(F)	CAGR ('16-'20)
강화 음료 및 기능성음료	293 (3,413억 원)	318 (3,700억 원)	344 (4,009억 원)	373 (4,340억 원)	403 (4,700억 원)	8%

자료 : 스태티스타(Statista)

14) 1디르함=317.19원 (2020.01.23., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

15) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

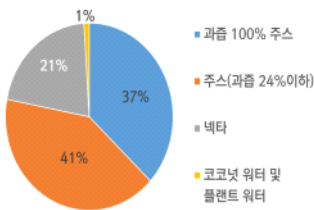


▶ 2014-2018년, 아랍에미리트 '주스'<sup>16)</sup> 소비량 연평균성장률 2%

3) 아랍에미리트 주스 소비량

아랍에미리트 '주스' 소비량은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 2%의 성장률을 기록하여, 2018년 4억 4,700만 리터를 기록함. 2018년 기준 '주스' 하위시장 중 '주스(과즙 24% 이하)<sup>17)</sup> 소비량이 1억 8,200만 리터로 전체 '주스' 소비량의 41%를 차지하며, '과즙 100% 주스'<sup>18)</sup> 소비량이 1억 6,500만 리터(37%)로 2위를 차지함. '넥타'<sup>19)</sup> 소비량은 9,400만 리터(21%)로 3위, '코코넛 워터 및 플랜트 워터'<sup>20)</sup> 소비량이 600만 리터(1%)로 4위를 차지함

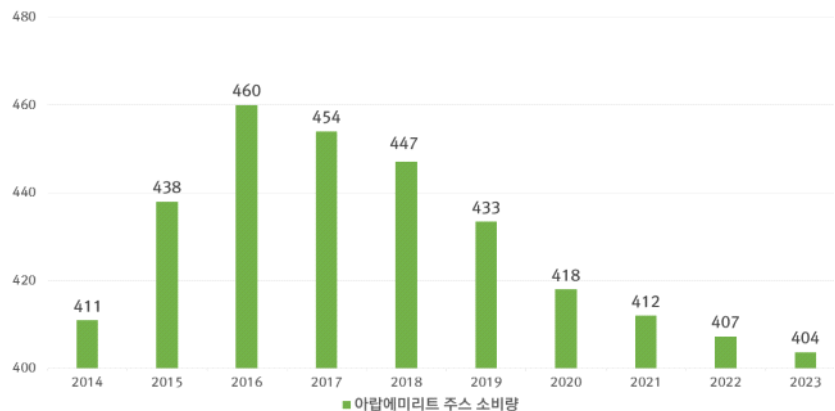
2018년 아랍에미리트 '주스' 소비량 점유율



유로모니터에 따르면,<sup>21)</sup> 아랍에미리트 경제의 불확실성으로 인해 '주스' 시장은 향후 5년(2019-2023년)간 감소세를 기록할 것으로 보임. 설탕이 첨가된 음료를 기피하는 경향이 강해지면서, 비교적 건강한 음료로 인식되는 '과즙 100% 주스'와 '코코넛 워터 및 플랜트 워터'는 높은 성장을 보일 것으로 전망됨

[표 1.5] '주스' 소비량<sup>22)</sup>

단위: 백만 리터(백만 L)



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
주스	411	438	460	454	447	2%
분류	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
주스	433	418	412	407	404	-2%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

16) 주스(Juice): 과일이나 채소로 만들어진 모든 종류의 포장된 주스를 포함함. 기계 처리 되거나, 정제 되거나, 신선한 형태의 과일채소 과육, 과실피를 포함함  
 17) 주스(과즙 24% 이하)(Juice Drinks (up to 24% Juice)): 신선한 과즙 또는 농축액 함량이 24%를 넘지 않는 주스  
 18) 과즙 100% 주스(100% Juice): 정제 여부에 상관없이 과일 농축액 100%로 이루어진 주스  
 19) 넥타(Nectar): 냉동 여부에 상관없이 과일 농축액 또는 저온 살균한 과실피 및 과일채소의 과육을 이용해 제조된 모든 주스를 포함하며, 설탕이나 물이 첨가될 수 있음  
 20) 코코넛 워터 및 플랜트 워터(Coconut and Other Plant Waters): 코코넛 또는 뿌리 식물/채소로부터 얻어진 액체로 제조된 포장 음료를 포함함  
 21) 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in the United Arab Emirates」, 2019.12  
 22) 원 데이터(단위: 백만 리터)는 모두 반올림함

## II. Market Trend

### SUMMARY

1. U.AE 언론매체, 생활 속에서 실천할 수 있는 혈당 조절 방안 소개
2. U.AE 인기 건강 음료로 '차(Tea)' 또는 '단백질 음료' 多
3. 허브 추출물로 제조한 혈당 조절 기능 보조제 판매되고 있어
4. 보조제 구매 시, 제품 유형이 중요 구매 고려 요소로 나타나

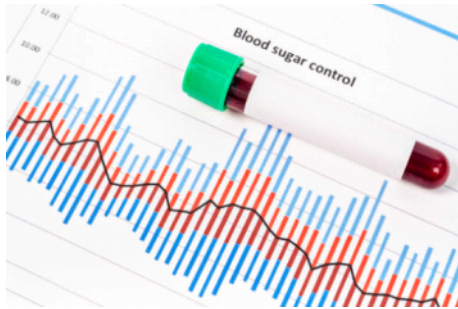


# Market Trend

(시장트렌드)

## 아랍에미리트 (U.A.E)

기능성음료<sup>23)</sup> 시장트렌드



설탕 함량이 높은 음료 소비 자제 권장  
'에너지 드링크, 탄산음료 등 소비 자제 권장'



기능성음료(Functional drink)로는 시장 크지 않은 편  
'기능성음료로 상품 검색 시 관련 제품 수가 현저히 적어'

### ■ U.A.E Issue ①

**U.A.E 언론매체,  
생활 속 혈당 조절 방안 소개**  
'일상 속 습관을 통해 혈당 조절 권장'

### ■ U.A.E Issue ②

**건강에 좋은 음료로  
차(Tea), 단백질 음료 제품 다수**  
'음료 성분과 관련해 단백질, 콜라겐, 마그네슘, 비타민 빈출'



혈당 조절 기능 제품으로 '보조제' 선호  
'보조제 외에 혈당 조절 관련 책, 기기 판매'



혈당 조절 보조제 구매자, 식욕 조절과 체중 감소 언급 多  
'식욕 조절과 체중 감소를 통해 혈당 수치 조절 효과 기대'

### ■ U.A.E Issue ③

**허브 추출물로 제조한  
보조제 제품 판매**  
'아이스 플랜트 제품의 진입 장벽 높지 않을 것으로 보여'

### ■ U.A.E Issue ④

**현지 소비자,  
'체중 조절' 효과 보조제 선호**  
'소비자, 보조제 구매 시 복용 편리(용이)성 중시'

23) 기능성음료(Functional drink)로 검색 시 관련 제품이 적어 건강 음료(Health drink)로 대체해 자료 수집함

## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

●  
**데이터 수집**  
 소스원  
  
 (U.A.E 매체 9개,  
 온라인쇼핑몰 7개)

●  
**데이터 분류**  
 키워드집  
 (기능성음료 연관 키워드집)

●  
**데이터 분석**  
 - 연관어 분석





1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.01
수집 데이터	9,367

데이터 정제

정제 키워드	건강 음료, 혈당 (Health drink, Blood sugar)
정제 데이터	4,839

○ 데이터 수집

- U.A.E 기능성음료 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] U.A.E 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Khaleej Times	www.khaleejtimes.com	언론매체
02	Gulf News	gulfnews.com	언론매체
03	Money Doctor	www.souqalmal.com	언론매체
04	U.A.E STYLE	www.w3newspapers.com	언론매체
05	AHLAN	www.ahlanlive.com	언론매체
06	The National	www.thenational.ae	언론매체
07	Healthpoint	www.healthpoint.ae	언론매체
08	Livehealthy	livehealthy.ae	언론매체
09	Manaroma online	www.manoramaonline.com	언론매체
10	Instashop	shop.instashop.ae	온라인 쇼핑몰
11	Carrefour	www.carrefourU.A.E.com	온라인 쇼핑몰
12	LuLu	www.luluhypermarket.com/en-ae	온라인 쇼핑몰
13	Noon	www.noon.com/uae-en	온라인 쇼핑몰
14	Desertcart	www.desertcart.ae	온라인 쇼핑몰
15	Amazon	www.amazon.ae	온라인 쇼핑몰
16	Iherb	ae.iherb.com	온라인 쇼핑몰

○ 데이터 분석 키워드집

- U.A.E 기능성음료 관련 매체 사전조사

[표 2.2] U.A.E 기능성음료 관련 매체 리스트

Khaleej Times		amazon.de Discover Prime		iHerb	
현지 언론 매체, 혈당 관련 이슈		현지 온라인 쇼핑몰, 혈당 관리 관련 인기 제품		현지 온라인 쇼핑몰, 혈당 관리 선호 제품 특성	
키워드 ①	예방	키워드 ①	차	키워드 ①	체중
키워드 ②	운동	키워드 ②	믹스	키워드 ②	식욕
키워드 ③	식사	키워드 ③	보조제	키워드 ③	소화
키워드 ④	마시다	키워드 ④	단백질	키워드 ④	에너지

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- U.A.E 기능성음료 관련 데이터 분석 키워드집<sup>24)</sup>

[표 2.3] U.A.E 기능성음료 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>		
			의미	해당국가 언어(영어)	참여기업	경쟁기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	혈당 조절 식품 이슈	설탕	Sugar			0
			체중	Weight			0
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립		일상생활	Lifestyle			0
			비만	Fat		0	
			예방	Prevent		0	
			마시다	Drink	0		
기능성음료		차	Tea	0			
		믹스	Mix		0		
		단백질	Protein			0	
		에너지	Energy			0	
		쉐이크	Shake			0	
혈당 조절 제품		보조제	Supplement			0	
		캡슐	Capsules		0	0	
		인슐린	Insulin			0	
		허브	Herbs	0			
		트랙커	Tracker			0	
보조제		체중	Weight	0	0		
		식욕	Appetit		0		
		소화	Digest			0	
		에너지	Energy		0		
		디톡스	Detox			0	

24) 분석 용이성을 위해 U.A.E 내 영어 기반 매체를 대상으로 키워드 분석함

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. U.A.E 언론매체 내 ‘건강 음료’ 관련 기사와 온라인 쇼핑몰 내 ‘혈당 조절 기능 식품’ 소비자 후기를 대상으로 분석함
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF(25)값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출
4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

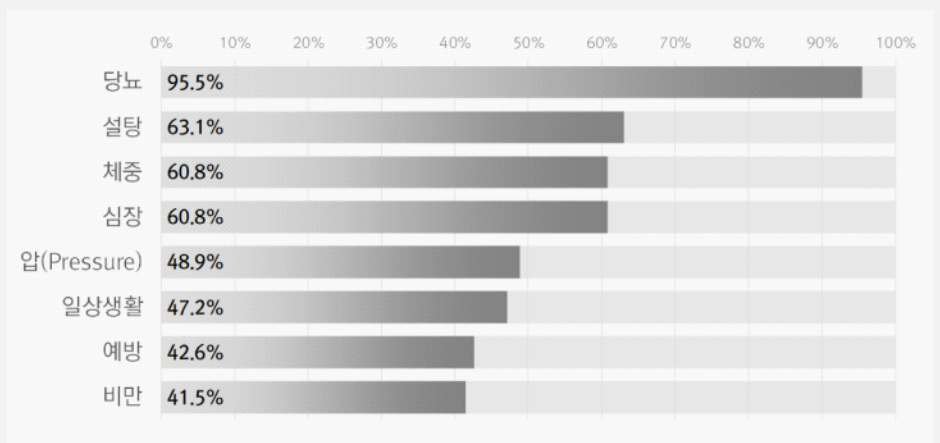
※ DF, Document Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래? .....	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●  
연관어 분석  
(Keyword Analytics)

[ DF 기준 데이터 분석 결과 요약 ]



25) TF-DF란 '문서 내 특정 키워드 출현 비율'과 '전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율'을 곱한 값을 의미함

3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. '혈당(Blood sugar)'를 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함  
(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래? .....	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●  
연관어 분석  
(Keyword Analytics)

[ TF 기준 데이터 분석 결과 요약 ]





## 1. U.A.E 언론매체, 생활 속에서 실천할 수 있는 혈당 조절 방안 소개

- ▶ 건강식품 관련 기사 중 ‘혈당(Blood Sugar)’ 언급 상대적으로 많은 편
- ▶ 혈당과 관련해 당뇨, 설탕, 체중 키워드 다수 빈출

U.A.E 언론매체 내 건강식품 관련 기사 중 ‘혈당’을 주제로 한 기사는 전체의 26.5%임. 혈당 외에는 설탕과 체중 키워드가 빈출되었으며, 이는 혈당 조절 식품 관련 기사에서도 동일하게 나타나는 키워드임. 설탕과 체중이 공통적으로 언급되는 이유는 설탕 첨가 음료 부가세 인상과 관련이 있으며<sup>26)</sup>, 설탕 소비 이슈가 혈당 수치에 대한 관심으로 이어짐

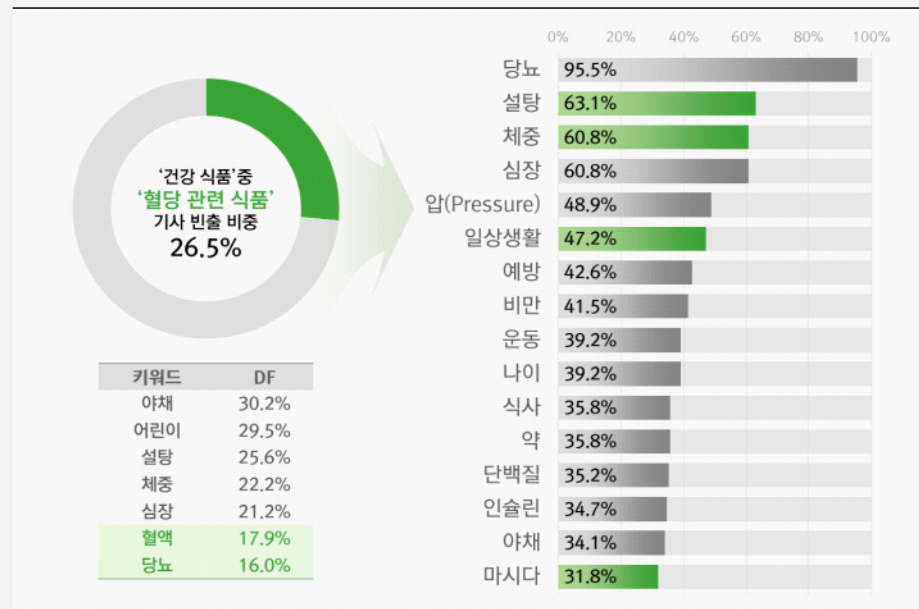
- ▶ 일상 속 습관을 통해 혈당 조절 건강 지킬 것을 권장

혈당 조절 식품과 관련해 ‘일상생활’, ‘예방’, ‘운동’, ‘식사’ 등의 키워드가 빈출한 점은 생활 속에서 쉽게 실천할 수 있는 당뇨 예방법이 소개되는 것과 관련이 있음. 특히 ‘마시다’라는 키워드를 통해 설탕 함량이 높은 음료(ex. 에너지 드링크, 탄산 음료 등) 소비를 자제할 것을 권장하는<sup>27)</sup> 글이 많은 것을 확인함

- ▶ U.A.E 언론매체 내 혈당 조절 식품 관련 이슈

- ① 체중 ② 일상생활 ③ 마시다

[표 2.4] U.A.E 언론매체 내 ‘혈당 조절 식품’ 주요 키워드



자료 : U.A.E 언론매체 내 ‘건강 식품(1,439건)’ 및 ‘혈당 조절 식품(398건)’ 관련 기사 분석 (18.01 - 20.01)

값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(DF)

26) 「Majority of UAE residents support new sugar tax」, 칼리지타임즈(KhaleejTimes), 2019.11.26

27) 「How these UAE residents kicked their sugar habit」, 라이브헬씨(LiveHealthy), 2019.12.24

## 2. U.A.E 인기 건강 음료로 ‘차(Tea)’ 또는 ‘단백질 음료’ 多

● 건강 음료 카테고리 내 판매되는 차(Tea) 제품



제품명	헌터스 고메 마카 파우더 (Hunter's Gourmet Maca Powder)
가격	31.80디르함 (한화 약 10,08528)
용량	150g
효능	피로 해소, 면역력 증가

출처: 아마존(www.amazon.ae)

● 단백질 보조제 음료



제품명	웨이 프로틴 아이솔레이트 음료 (Whey Protein Isolate drink)
가격	20디르함 (한화 약 6,342원)
용량	500ml

출처: noon(noon.com/U.A.E)

### ▶ U.A.E 인기 건강 음료로 ‘차(Tea)’ 최다 빈출

U.A.E 내 건강 음료(Health drink) 제품 특성을 살펴보기 위해 현지 온라인 쇼핑몰 총 3곳을 대상으로 데이터를 수집함. 해당 카테고리 내 상품명을 분석한 결과, 기능성음료와는 다소 거리가 있는 ‘차(Tea)’가 최다 빈출함. 기능성음료로 상품 검색 시 관련 제품이 매우 적었던 점과 건강 음료로도 차가 빈출했다는 점은 U.A.E 내 기능성음료 시장이 크게 형성되지 않은 것으로 볼 수 있음

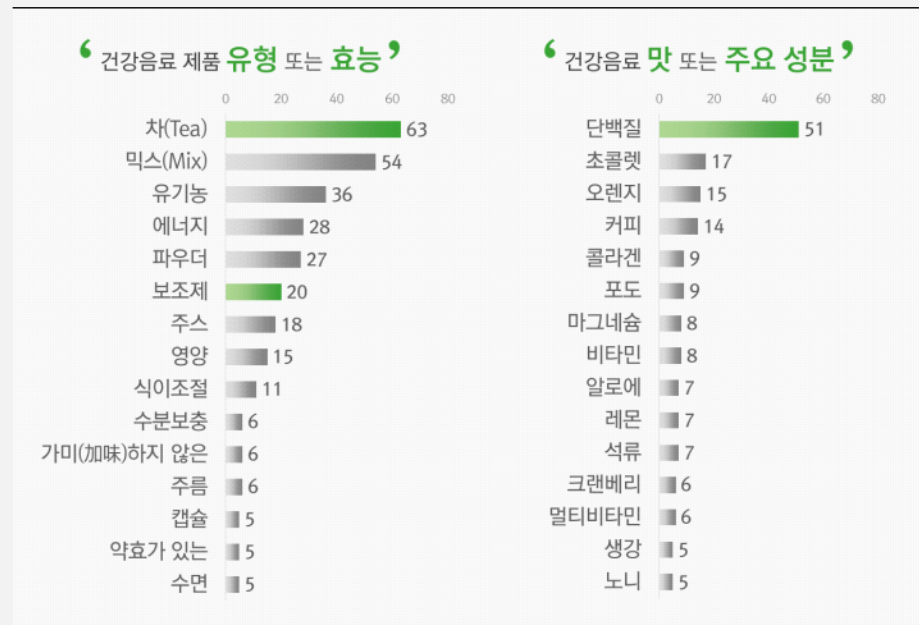
### ▶ 건강기능식품(음료 제조제)으로 단백질 보조제가 多

주목할 만한 점은 보조제(supplement) 키워드도 그 빈도가 높지는 않지만 순위권에 출현했다는 점임. 해당 카테고리 내에서는 단백질 보조제가 가장 많았으며, 이 밖에 ‘콜라겐’, ‘마그네슘’, ‘비타민’이 함유된 음료가 출현함. 특별히 혈당 조절에 좋은 성분이나 이를 홍보 키워드로 사용한 제품은 빈출하지 않음

### ▶ U.A.E 온라인 쇼핑몰 내 건강 음료 관련 주요 이슈

① 차(Tea) ② 보조제 ③ 단백질

[표 2.5] U.A.E 온라인 쇼핑몰 내 ‘건강 음료’ 주요 키워드



자료 : U.A.E 온라인 쇼핑몰 내 인기 ‘건강 음료’ 제품 321개 분석 (18.01 - 20.01)  
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

28) 1디르함= 317.13원 (2020.01.23, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### 3. 허브 추출물로 제조한 혈당 조절 기능 보조제 판매되고 있어

#### 혈당 조절 관련 제품, 트랙커



**제품명** 컨투어 넥스트 이지트 디에베트 테스트 키트 (Contour NEXT EZ Diabetes Testing Kit)

**제품 구성** 혈당측정기, 혈당스트립, 채혈기 등

**원산지** 미국

출처: 데저트카트(www.desertcart.ae)

#### 식물 추출 성분 이용 혈당 조절 제품



**제품명** 글루코케어 포 네추럴 블러드 글루코 헬스 (GlucoCare for Natural Blood Glucose Health)

**제조사** 히말라야 허벌 헬스케어 (Himalaya)

**제품 형태** 캡슐 형태

**용량** 136.08g (90일 섭취량)

**복용 방법** 1회당 2개 캡슐 복용

출처: 데저트카트(www.desertcart.ae)

#### ▶ 혈당 조절 관련 제품, ‘보조제’, ‘캡슐’ 형태 제품 선호

U.A.E에서 선호되는 혈당 조절 관련 제품을 확인하기 위하여 현지 온라인 쇼핑몰을 대상으로 제품 정보를 수집함. 제품의 상품명을 분석한 결과, 혈당 조절 관련 제품으로 ‘보조제’가 가장 선호되고 있으며, ‘캡슐’ 형태의 제품이 가장 보편적인 것으로 확인됨. 보조제 외 혈당 조절 관련 제품으로는 ‘책’ 또는 ‘트랙커(혈당 수치 모니터링 디바이스)’가 판매되고 있는 것으로 조사됨

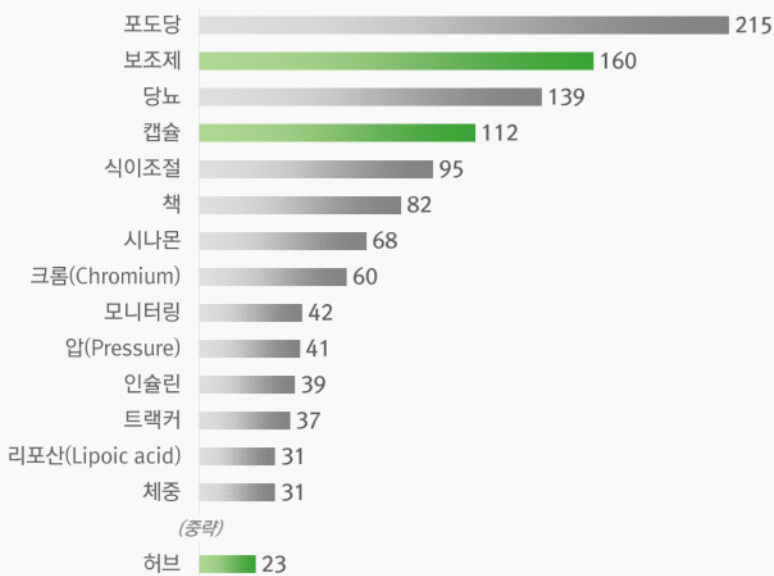
#### ▶ 식물로부터 혈당 조절에 도움이 되는 성분 추출 제품 판매

주요 성분 키워드로는 ‘포도당’, ‘크롬(Chrome)’, ‘인슐린’, ‘리포산(Lipoic acid)’ 등이 도출됨. 이 중 주목할 키워드는 ‘허브’로 식물에서 추출한 성분을 이용한 제품들이 현지에서 판매되고 있는 것을 알 수 있음. 허브 관련 제품의 상세 설명을 살펴본 결과, 지무네마(Gymnema), 인디언 스파란투스(Indian sphaeranthus) 등의 식물로부터 혈당 조절에 도움이 되는 성분을 추출해 제조했음을 홍보함. 아이스 플랜트도 허브 제품으로서 시장 진입 난이도가 크게 높지는 않을 것으로 보임

#### ▶ U.A.E 온라인 쇼핑몰 내 혈당 조절 기능 제품 관련 주요 이슈

- ① 보조제 ② 캡슐 ③ 허브

[표 2.6] U.A.E 온라인 쇼핑몰 내 ‘혈당 조절 기능 제품’ 주요 키워드



자료 : U.A.E 온라인 쇼핑몰 내 ‘혈당 조절 기능 식품’ 645개 분석 (18.01 - 20.01)  
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

#### 4. 보조제 구매 시, 제품 유형이 중요 구매 고려 요소로 나타나

##### 분석 대상 제품 정보



제품명	애플 사이더 비네거 (Apple Cider Vinegar)
제조사	뉴트리베인 (Nutrивein)
제품 형태	캡슐 형태

##### 분석 대상 제품 소비자 후기

“알약 형태로 섭취가 용이하며, 실제 체중 감소 효과도 있었다”

“해당 제품 복용 후 식욕이 사라지고, 에너지가 올라가는 느낌을 받았다.”

“해당 제품은 캡슐 형태로 되어 있어 식초 특유의 냄새나 맛이 나지 않아서 복용하기 쉽다. 복용 후 복통이 있었다는 일부 후기가 있었지만 내 경우에는 부작용 없이 혈당 조절 효과를 보았다”

출처: 아마존 (www.amazon.com)

##### ▶ 식욕 억제, 체중 감소를 통한 혈당 수치 감소, 연쇄 효과 기대

혈당 조절용 ‘보조제’의 구매 고려 요소를 확인하고자 최다 리뷰 제품 한 개를 선정해 소비자 후기를 분석함. 데이터 분석 결과, ‘효과’와 ‘유형’에 대한 평가가 가장 많은 것으로 나타남. 구체적으로 ‘체중’, ‘식욕’ 조절 효과에 대한 언급이 다수였으며, 대체로 그 효과에 대해 긍정적으로 평가하는 편임. ‘복통’이나 ‘복부 팽만’ 등의 일부 부작용을 느끼는 소비자도 있었으나 제품의 주요 기능(혈당 수치 조절 및 체중 감소)은 효과가 있는 것으로 나타남

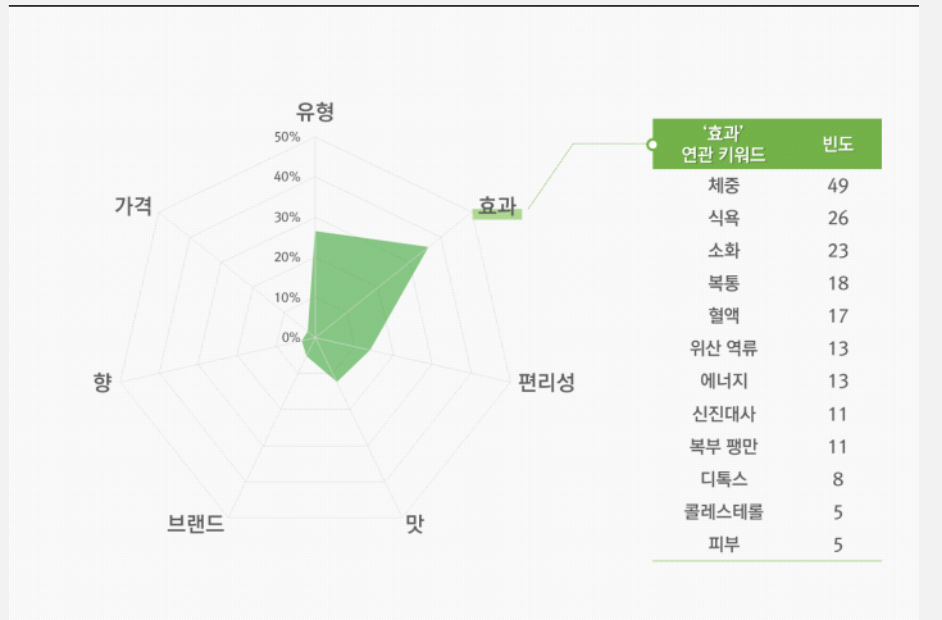
##### ▶ U.A.E 소비자, 제품 구매 시 제품 유형에 대한 고려 높은 편

주목할 만한 점은 제품 유형과 편리성에 대한 평가임. 소비자들은 해당 제품을 구매한 이유로 캡슐 형태가 지닌 장점을 주로 언급함. 캡슐 형태로 제조되어 식초 특유의 향과 맛이 나지 않고 캡슐 크기가 적당해 삼키기 쉽다고 평가함. 이에 따라 제품 개발 시 소비자들이 복용하기 쉽도록 제품 유형이나 크기에 대한 고려도 요구됨

##### ▶ U.A.E 보조제 구매 후기 주요 이슈

- ① 식욕 억제, 체중 감소 ② 제품 유형 ③ 복용 편리(용이)성

[표 2.7] U.A.E ‘보조제’ 주요 속성별 언급 비중



자료 : U.A.E 온라인 쇼핑몰 내 ‘보조제’ 구매 후기(2,036건) 분석  
 값 설명: 해당 키워드 포함 후기 수(DF)



### III. Distribution Channel

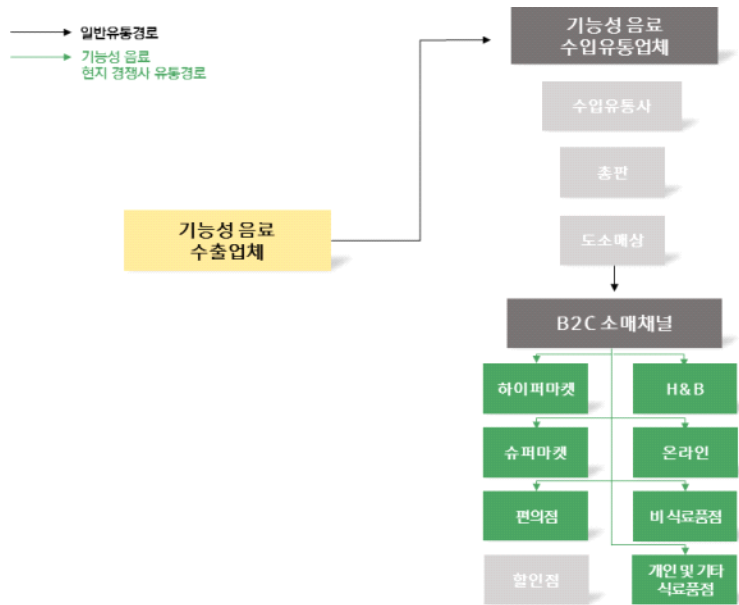
#### SUMMARY

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



# Distribution Channel

(유통채널)



## 아랍에미리트 (U.A.E)

기능성음료<sup>29)</sup> 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>30)</sup>	주요 채널 <sup>31)</sup>
B2C 소매 채널	H&B	62.7%	라이프파머시(LIFE Pharmacy), 애스터파머시(Asterpharmacy), 빈시나(Bin Sina), 알마나라파머시(Al Manara Pharmacy), 슈퍼케어파머시(Supercare Pharmacy)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	25.6%	알 마야(Al Maya), 까르푸(Carrefour), 웨스트 존(West Zone), 바이 엔 세이브(Buy 'N' Save), 스피니스(Spinneys), 알 마디나(Al Madina), 루루(LuLu)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>32)</sup>	4.8%	(-)
	온라인	4.7%	소쿠닷컴(Souq.com), 아마존(Amazon), 랜드마크숍스닷컴(LandmarkShops.com), 어웍닷컴(Awok.com)
	편의점	1.1%	줌(Zoom), 스파 익스프레스(Spar Express), 써클 케이(Circle K)
	비(非)식료품점	1.1%	(-)

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

29) '기능성음료'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '컨슈머헬스(Consumer Health)'의 정보를 확인함

30) 2019년 기준, 아랍에미리트 내 '컨슈머헬스(Consumer Health)'의 유통채널 점유율임

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

32) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

## 1. 아랍에미리트 기능성음료 유통구조

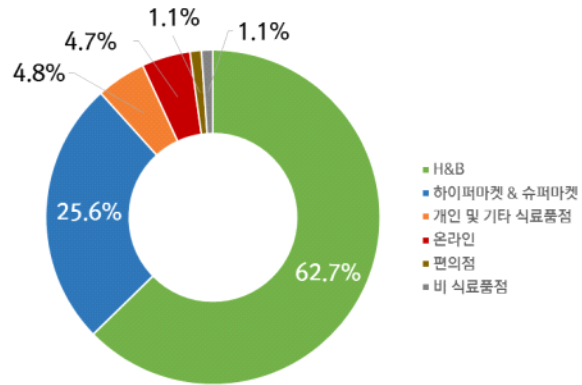
### ▶ 아랍에미리트 기능성음료 주요 채널

‘H&B(62.7%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(25.6%), 개인 및 기타 식료품점(4.8%)’

품목 구분 및 분류

품목	기능성음료
구분	기능성음료
범주	컨슈머헬스 (Consumer Health)

[표 3.1] 아랍에미리트 기능성음료 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 아랍에미리트 기능성음료 유통채널 현황

채널 유형	기능성음료 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	H&B	62.7%	알마나라파머시(Al Manara Pharmacy), 슈퍼케어파머시(Supercare Pharmacy), 라이프파머시(LIFE Pharmacy), 애스터파머시(Asterpharmacy), 빈시나(Bin Sina)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	25.6%	알 마야(Al Maya), 까르푸(Carrefour), 알 마디나(Al Madina) 웨스트 존(West Zone), 바이 앤 세이브(Buy 'N' Save), 스피니스(Spinneys), 루루(LuLu)
	개인 및 기타 식료품점	4.8%	(-)
	온라인	4.7%	소큐닷컴(Souq.com), 아마존(Amazon), 랜드마크숍스닷컴(LandmarkShops.com), 어웍닷컴(Awok.com)
	편의점	1.1%	줌(Zoom), 프레시 플러스(Fresh Plus), 스파 익스프레스(Spar Express), 써클 케이(Circle K)
	비(非)식료품점	1.1%	(-)

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

## 2. 아랍에미리트 기능성음료 주요 유통업체

### ▶ H&B, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적

추가로, 온라인 편의점에서 유사 제품 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 아랍에미리트 기능성음료 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>33)</sup> , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	라이프파머시 (LIFE Pharmacy)	H&B	약 6억 7,140만 달러 (약 7,822억 원)	애벗 뉴트리션 (Abbott Nutrition), 머슬 코어 (Muscle Core)	0
2	애스터파머시 (Asterpharmacy)	H&B	약 41억 2,149만 달러 (약 4조 8,019억 원)	애벗 뉴트리션 (Abbott Nutrition), 페디아슈어 (Pediasure), 볼레로(Bolero)	0
3	빈시나 (Bin Sina)	H&B	매장 수('17): 약 100개	애벗 뉴트리션 (Abbott Nutrition)	0
4	알마나라파머시 (Al Manara Pharmacy)	H&B	약 2억 3,260만 달러 (약 2,710억 원)	프로비타 (Provita)	0
5	슈퍼케어파머시 (Supercare Pharmacy)	H&B	매장 수('18): 약 50개	알로에 라이프 (Aloe Life)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

33) 1달러=1,165.10원 (2020.01.23., KEB 하나은행 매매기준율 기준)



순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 41억 7,940만 달러 (약 4조 8,694억 원)	알 아인(Al Ain), 다논(Danone), 알 라와비 (Al Rawabi), 야쿠르트 혼샤 (Yakult Honsha)	0
7	웨스트 존 (West Zone)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 3억 830만 달러 (약 3,592억 원)	알 라와비 (Al Rawabi), 더치 밀(Dutch Mill), 온켄(Onken)	0
8	루루 (LuLu)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 74억 달러 (약 8조 6,217억 원)	알 라와비 (Al Rawabi), 포카(Pokka)	0
9	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,328억 8,700만 달러 (약 271조 3,366억 원)	네슬레(Nestle), 닥터 셰프(Dr.Chef), 닥터 뉴트리션 (Dr.Nutrition)	0
10	줌 (Zoom)	편의점	약 210억 2,200만 달러 (약 24조 4927억 원)	비타민웰 (Vitamin Well)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 아랍에미리트 기능성음료 B2C 소매채널

#### 1) H&B



#### ① 라이프파머시(LIFE Pharmacy)

	기업명	라이프파머시(LIFE Pharmacy)	
	홈페이지	www.life-me.com	
	위치	두바이(Dubai)	
	규모	매출액('18)	약 6억 7,140만 달러 (약 7,822억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 약 150개 - 직원 수('18): 약 1,500명
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1996년 설립</li> <li>- 헬스앤웰니스스토어(Health and Wellness Store), 파머시, 하이퍼마켓 형태로 운영</li> <li>- 매장 방문자 매년 평균 약 1,000만 명</li> <li>- 2020년까지 300개의 매장 운영을 목표</li> <li>- 걸프협력회의(GCC)<sup>34</sup> 국가 중 최초로 헬스케어 하이퍼마켓 운영</li> <li>- 중동 국가 최초 드라이브스루(Drive-through) 드럭스토어 운영</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 1월 알자다프두바이(Al Jaddaf Dubai) 지점에 새로운 매장 오픈</li> <li>- 2020년 카르몰 내에 신규 매장 오픈</li> <li>- 2011년부터 2018년까지 슈퍼브랜드 달성</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	글루세나 리퀴드 (Glucerna Liquid)
		종류	당뇨 환자용 영양 음료
		용량	250ml
		원산지	미국

자료: 라이프파머시(LIFE Pharmacy) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진자료: 룰원프로틴(Ruleoneprotein), 두바이쇼핑가이드(Dubaishoppingguide),  
 쇼핑인포머(Shoppinginformer)

34) GCC(Gulf Cooperation Council): 바레인, 사우디아라비아, 아랍에미리트, 오만, 카타르, 쿠웨이트의 국제 경제 협력체

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 비타민, 건강식품, 식이보충제 등</li> <li>- 일반: 화장품, 유아용품, 운동기구 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강과 관련한 식품, 뷰티케어 제품</li> <li>- 가격 경쟁력이 있는 제품</li> <li>- 기존에 입점해 있지 않은 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 종류의 프로틴 셰이크 보유</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유선이나 이메일로 직접 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- U.A.E FDA 인증 필수</li> <li>- 문의사항 연락처 연락처: +971 4 561 0000 이메일: cpd@life-me.com</li> </ul>

자료: 라이프파머시(LIFE Pharmacy) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 애스터파머시(Asterpharmacy)

기업 기본 정보	기업명	애스터파머시(Asterpharmacy)	
	홈페이지	asterpharmacy.com	
	위치	두바이(Dubai)	
	규모	매출액('18)	약 41억 2,149만 달러 (약 4조 8,019억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수('18): 약 219개 <sup>35)</sup> - 직원 수('18): 약 1,521명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1989년 설립</li> <li>- 애스터 디엠 헬스케어(Aster DM Healthcare)의 자회사</li> <li>- 2010년 메드샵(Medshop)에서 애스터(Aster)로 상호 변경</li> <li>- 아랍에미리트, 쿠웨이트 등의 GCC 국가와 인도에서 운영</li> <li>- 온라인 몰을 통해 약 11,000개의 제품 배송서비스 제공</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 3월 헬스앤웰니스 부문 '두바이 서비스 엑셀런스 어워드(Dubai Service Excellence Awards)' 수상</li> <li>- 2019년 자체제작 브랜드 뉴트라트림(Nutra Trim)과 데마비이트(DermaBite) 출시</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	네프로 HP (Nepro HP)
		종류	단백질 영양 음료
		용량	220ml
		원산지	미국

자료: 애스터파머시(Asterpharmacy) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진자료: 애스터파머시(Asterpharmacy) 홈페이지

35) GCC국 매장 모두 포함한 수치

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 의약품, 건강식품, 식이보충제 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 생활용품, 위생용품, 청소용품, 화장품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질이 보증된 제품</li> <li>- 유럽, 미국을 포함한 선진국에서 제조한 제품</li> <li>- 글로벌 브랜드</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 단백질 셰이크 종류 보유</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지를 통한 직접 입점 문의</li> <li>- 홈페이지 Supplier 탭 클릭하여 해당 양식 작성 후 제출 (<a href="http://asterpharmacy.com/supplier/supplier-registration">asterpharmacy.com/supplier/supplier-registration</a>)</li> <li>- 등록 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 설립연도, 회사 주소, 회사 홈페이지, 이메일, 연락처, 물류 담당자, 회계 담당자, 회사 대표 등)</li> <li>② 회사 관련 내용 (공급 관련, 아랍에미리트 외 유통 채널, 사업자등록증, 무역업고유번호 등)</li> <li>③ 제품 정보 (제품명, 패키지, 내용물, 제조업체, 원산지, U.A.E 내 공급업체, 원가, 판매가, 제품 카탈로그 및 샘플 등)</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소요시간: 3개월 이하</li> <li>- 사업자등록증, 무역업고유번호부여증, 가격구조 서류의 경우 첨부 및 업로드 필수</li> <li>- 제품 승인 시, 벤더 등록을 위해 7,000 디르함(약 230만 원)을 U.A.E 정부에 지불 후 수출 자격을 얻을 수 있음</li> <li>- 문의사항 연락처: <a href="mailto:info@asterpharmacy.com">info@asterpharmacy.com</a></li> </ul>

자료: 애스터파머시(Asterpharmacy) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰





③ 빈시나(Bin Sina)

	기업명	빈시나(Bin Sina)		
	홈페이지	www.binsina.ae		
	위치	두바이(Dubai)		
	규모	기타 규모	매장 수('17): 약 100개	
기업 기본 정보	- 1965년 설립 - 알카이야트인베스트먼트(Al Khayat Investments)의 자회사 - 온라인 물을 통해 배송서비스 제공 - 약 1,500개 이상의 브랜드 입점 - 전화로 주문 시 제품 배송 서비스 제공			
기업 요약				
기업 최근 이슈	- 2019년 마리나 게이트 II(Marina Gate II) 빌딩에 입점 - 2018년 15개의 새로운 매장 오픈			
유사제품 정보		제품명	글루세나 (Glucerna)	
		종류	당뇨 환자용 영양 음료	
		용량	200ml	
		원산지	미국	

자료: 빈시나(Bin Sina) 홈페이지, 에이케이아이그룹(Akigroup), 유로모니터(Euromonitor)  
 사진자료: 에이케이아이그룹(Akigroup), 걸프비즈니스(Gulfbusiness)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 의약품, 건강식품, 식이보충제, 스낵류 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 화장품, 구강관리제품, 전자제품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고품질의 제품</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유선이나 이메일로 직접 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처 전화번호: +971(0)4 810 5555 이메일: Retail.inq@akigroup.com</li> </ul>

자료: 에이케이아그룹(Akigroup) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 알마나라파머시(Al Manara Pharmacy)

기업 기본 정보	기업명	알마나라파머시(Al Manara Pharmacy)	
	홈페이지	www.almanarapharmacy.com	
	위치	아부다비(Abu Dhabi)	
	규모	매출액('18)	약 2억 3,260만 달러 (약 2,710억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('18): 약 58개	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1988년 설립</li> <li>- 아부다비에 드럭스토어 컨셉의 매장을 최초로 도입</li> <li>- 아랍에미리트 내 7개 도시에서 운영</li> <li>- 4개의 사업부로 분리되어 운영</li> <li>- 인스타그램, 페이스북 등의 SNS를 통한 프로모션 진행</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 6월 아부다비 마리나 몰(Marina Mall)에 입점</li> <li>- 2018년 11월 쇼핑복합시설 알포르산빌리지(Al Forsan Village)에 입점</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	프로비타 콜라겐 (ProVita Collagen)
		종류	콜라겐 음료
		용량	5000mg
		원산지	아랍에미리트

자료: 알마나라파머시(Al Manara Pharmacy) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진자료: 걸프비즈니스(Gulf Business), 알마나라파머시(Al Manara Pharmacy) 홈페이지

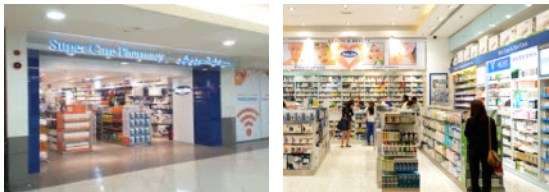

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강식품, 스낵류, 식이보충제, 간편식품 등</li> <li>- 일반: 화장품, 향수, 운동기구, 의료기기 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품 보증을 거친 제품</li> <li>- 기존에 입점 되어 있지 않은 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식이보충제가 Health 카테고리로 분류되어 있음</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유선이나 이메일로 직접 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처 전화번호: +971 02 6814644 이메일: deltamed@delta-uae.com</li> </ul>

자료: 알마나라파머시(Al Manara Pharmacy) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑤ 슈퍼케어파머시(Supercare Pharmacy)

	기업명	슈퍼케어파머시(Supercare Pharmacy)	
	홈페이지	www.super-care.ae	
	위치	두바이(Dubai)	
	규모	기타 규모	- 직원 수('18): 약 400명 - 매장 수('18): 약 50개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1978년 설립</li> <li>- 걸프마케팅그룹(GMC, Gulf Marketing Group)의 자회사</li> <li>- 매장에서 처방 서비스, 피부 진단 및 관리 서비스 제공</li> <li>- 다양한 언어 구사력과 전문 지식을 지닌 직원 고용</li> <li>- 파머시(Pharmacy), 뉴트리션센터(Nutrition Center), 슈퍼케어토탈웰니스(Supercare Total Wellness) 등 3가지 형태로 운영</li> <li>- 온라인 물을 통한 배송 서비스 제공</li> </ul>	
			
기업 최근 이슈		- 2019년 두바이 서머 서프라이즈(Dubai Summer Surprises) <sup>36)</sup> 기간 내 슈퍼케어 파머시를 포함한 GMG 아울렛 입점 매장 총 매출액, 전년대비 두 자릿수 증가	
유사제품 정보		제품명	알로에 골드 홀 리프 알로에 베라 주스 콘센트레이트 (Aloe Gold Whole Leaf Aloe Vera Juice Concentrate)
		종류	항노화 음료
		용량	946ml
		원산지	미국

자료: 슈퍼케어파머시(Supercare Pharmacy) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진자료: 슈퍼케어파머시(Supercare Pharmacy) 홈페이지, 두바이쇼핑가이드(Dubaishoppingguide), 두바이헬스케어가이드(Dubaihealthcareguide)

36) 두바이의 대표 쇼핑 페스티벌



입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강식품, 다이어트식품, 스낵류 등</li> <li>- 일반: 의료기기, 생활용품, 유아용품, 산모용품, 화장품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강관리 및 미용 제품</li> <li>- 글루텐프리 및 콜레스테롤 프리 제품</li> <li>- 비건(vegan) 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 뉴트리케어(Nutricare) 카테고리를 식이보충제, 비타민, 건강스낵, 스포츠뉴트리션으로 분류</li> </ul> </li> </ul>	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p style="text-align: center;"> <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록         </p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유선이나 이메일로 직접 입점 문의 (<a href="http://www.super-care.ae/contact-us-2">www.super-care.ae/contact-us-2</a>)</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> <p>특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소요시간: 일반적으로 45일 이상</li> <li>- 문의사항 연락처: +971 4 350 4400</li> <li>- 관련 담당자 연락처 이름: Sudhakaran 직함: Purchase Manager 이메일: <a href="mailto:sudhakaran@supercare.ae">sudhakaran@supercare.ae</a></li> </ul>

자료: 슈퍼케어파머시(Supercare Pharmacy) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 까르푸(Carrefour)

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)	
	홈페이지	www.carrefouruae.com	
	위치	두바이(Dubai)	
	규모	매출액('18)	약 41억 7,940만 달러 (약 4조 8,694억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 약 71개 - 직원 수('18): 약 9,200명	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1995년 아랍에미리트 시장 진출</li> <li>- 아랍에미리트 식료품 유통업계 중 1위</li> <li>- 마지드 알 푸타임(Majid Al Futtaim, MAF) 그룹이 소유</li> <li>- 현재 아랍에미리트 내 71개 매장 운영</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 8월 다양성과 포용력을 위한 관용서약(Tolerance Pledge) 캠페인 진행</li> <li>- 2019년 5월 라마단 기간에 약 2,730만 달러(약 324억 원) 이상을 투자하여 할인 프로모션 제공</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	프레시 라반 (Fresh Laban)
		종류	유산균 음료
		용량	500ml
		원산지	아랍에미리트

자료: 까르푸U.A.E(Carrefour U.A.E) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진자료: 걸프비즈니스(Gulf Business), 아이워너프로퍼티(Iwannaproperty), 까르푸U.A.E(Carrefour U.A.E)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 음료류, 가공식품, 즉석식품, 소스류, 식이보충제, 냉동식품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄 인증 제품</li> <li>- 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 까르푸의 입점료 폐지정책으로 인해 타 하이퍼마켓 대비 저렴한 가격 제공</li> <li>- 대부분의 제품은 로컬 에이전트를 통해 공급</li> <li>- 생산 및 제조 과정에서 돼지고기 성분이 포함될 가능성이 있을 경우, 제품에 표시 의무</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지를 통한 직접 입점 문의</li> <li>- 온라인 폼 작성 및 등록 (별도 이메일을 통한 접수는 불가) (www.carrefouruae.com/contact-us)</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소요시간: 약 30일</li> <li>- 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음</li> </ul>

자료: 까르푸 U.A.E(Carrefour U.A.E) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 웨스트 존(West Zone)

기업 기본 정보	기업명	웨스트 존(West Zone)		
	홈페이지	www.westzone.com		
	위치	두바이(Dubai)		
	규모	매출액('18)	약 3억 830만 달러 (약 3,592억 원)	
		기타 규모	매장 수('18): 약 31개 직원 수('18): 약 700명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2005년 설립</li> <li>- 아랍에미리트 내 31개 점포 보유</li> <li>- 웨스트존(West Zone), 야쉬(Yash), 프레이즈(Praise), 라필리피나(La Filipina), 피노이(Pinoy), 나인(Nine) 등 6개의 자체 브랜드 보유</li> <li>- 고품질 제품 및 편의성 제공에 주력</li> <li>- 지역 고객의 요구사항을 바탕으로 적극적인 서비스 제공</li> </ul>			
기업 최근 이슈	 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 1월 경쟁기업 자이언트 그룹(Giant Group)의 세이프스트웨이(Safestway) 인수</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	달라이트 프로바이오틱 드링크 (Delight Probiotic Drink)	
		종류	유산균 음료	
		용량	400ml	
		원산지	태국	

자료: 웨스트 존(West Zone) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 걸프뉴스(Gulf News)  
 사진자료: 두바이오에프더블유(Dubaiofw), 웨스트 존(West Zone) 홈페이지, 밸류카트(Valucart)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 즉석식품, 유제품, 스낵류, 육류, 냉동식품, 음료류 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 원예용품, 애완용품, 생활용품, 화장품, 잡지류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가격경쟁력 보유 제품(동종업계 대비 저렴한 가격으로 제품 제공)</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 웨스트 존은 아랍에미리트 내 돈육을 판매하는 일부 매장 중 하나</li> <li>- 돈육 및 돈육 첨가 제품은 반드시 (Pork) For Non Muslim 매대에서만 판매</li> <li>- 필리핀 수입식품 섹션 별도 구비</li> <li>- 자체 PB 브랜드 취급</li> </ul> </li> </ul>	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 및 이메일을 통한 직접 문의</li> <li>- 온라인 폼 작성 및 등록 (www.westzone.com/contact-us)</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보</li> <li>① 공급자 정보 (공급자이름, 직함, 사업자등록증, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가, 보유 유통채널 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 입점 관련 담당자 정보</li> <li>- 이름: Mr. Shanu</li> <li>- 직책: Import Manger</li> <li>- 이메일: inventory@westzonefresh.com</li> <li>- 공개메일: info@westzonefresh.com</li> </ul>
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Bagason Group (식음료 브로커)</li> <li>- 홈페이지 : bagason.com</li> <li>- 전화번호 : +971-4-3394496 / 이메일: info@bagason.com</li> <li>- 기업소개 : 웨스트 존을 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원</li> </ul>	

자료: 웨스트 존(West Zone) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰





③ 루루(LuLu)

기업 기본 정보	기업명	루루(LuLu)	
	홈페이지	www.luluhypermarket.com	
	위치	아부다비(Abu Dhabi)	
	규모	매출액('18)	약 74억 달러 (약 8조 6,217억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 약 174개 - 직원 수('18): 약 50,000명	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2000년 설립</li> <li>- 루루그룹인터네셔널(LuLu Group International)이 소유</li> <li>- 22개국에 대형 슈퍼마켓을 보유</li> <li>- 소매, 제조, 수출, 수입, 유통, 부동산, 레저 등 다양한 분야에서 사업 전개</li> </ul>		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 11월 에미레이트 NBD(Emirates NBD) 은행과 협업하여 '루루247 마스터 체크카드' 출시</li> <li>- 2019년 6월 아랍에미리트 아부다비의 알 리프(Al Reef) 섬에 매장 오픈</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	비타민 C 엑스트라 (Vitaene C Extra)
		종류	비타민 음료
		용량	120ml
		원산지	일본

자료: 루루마켓(LuLu market) 홈페이지, 루루마켓 온라인(LuLu Market Online), 유로모니터(Euromonitor) 사진자료: 루루마켓(LuLu Market) 홈페이지, 루루마켓 온라인(LuLu Market Online) 홈페이지

입점 및 협력 정보


입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 식이보충제, 즉석식품, 유제품, 제과, 육류, 냉동식품 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 위생용품, 생활용품, 화장품, 전자제품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 식품(유기농 인증보유)</li> <li>- 신선식품 및 과일의 경우, 현지 생산업체로부터 직매입 선호</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가공식품의 50-70% 해외 대형 공급업체로부터 직매입</li> <li>- 다양한 국적의 이민자 증가함에 따라 소비자를 위해 여러 국가의 제품 취급</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>등록 유형</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일을 통한 직접 문의</li> <li>- 사업제안서와 연락처 정보를 포함하여 자유 형식으로 신청서 작성 후 제품 담당자 메일로 송부</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>특이사항</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 담당자 정보 이름: Mr. Jayan 직함: Purchase Manager 이메일: jayands@ae.lulumea.com</li> </ul>	

자료: 루루마켓(LuLu Market) 홈페이지, 루루그룹인터내셔널(LuLu Group International), 크레센트제너럴트레이딩(Crescent General Trading), 프레시플라자(Freshplaza), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 온라인



① 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.ae		
	위치	두바이(Dubai)		
	규모	매출액(*18)	약 2,328억 8,700만 달러 <sup>37)</sup> (약 271조 3,366억 원)	
기업 요약	기타 규모	직원 수(*19): 약 3,600여 명		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3,000만 개 이상의 제품 보유</li> <li>- 한 달 평균 방문, 4,500만 건 이상</li> <li>- 아랍에미리트, 사우디아라비아, 쿠웨이트, 이집트, 카타르 등 중동 지역 배달 서비스 운영</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 6월 유료 멤버십 프로그램 출시</li> <li>- 2019년 5월 아마존 최초 아랍어 모바일 어플리케이션 및 웹사이트 출시</li> <li>- 2019년 도서 제품군에 주력할 것을 발표</li> <li>- 2018년 9월 두바이 남부에 대규모 서비스 센터 개설</li> <li>- 2017년 아랍 최대 전자상거래 플랫폼 스프(Soup) 인수 발표</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	골드 콜라겐 포르테 (Gold Collagen Forte)	
		종류	콜라겐 음료	
		용량	100ml	
		원산지	영국	

자료: 지엔씨(GNC) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 지엔씨 2018 연간보고서(GNC Annual Report 2018), 더내셔널(The National)  
 사진자료: 지엔씨(GNC) 홈페이지, 파코오피스(Parcoffice)

37) 아마존(Amazon) 통합 매출액

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• <b>입점 가능 품목</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 식이보충제, 즉석식품, 유제품, 냉동식품, 음료 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 위생용품, 생활용품, 애완용품, 의류, 전자제품 등</li> </ul> <p>• <b>선호 제품</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가장 인기 있는 카테고리는 미용, 건강, 유아용품 및 애완용품</li> <li>- 가장 인기 있는 제품은 생수, 세제, 휴지</li> </ul>	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p> <p>1. 홈페이지 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 Sell on Amazon 클릭</li> <li>- 아마존 판매자 계정 가입 및 온라인 폼 작성 및 등록</li> <li>- 판매자 계정 이후 승인 절차 필요</li> <li>- 아마존에 판매 수수료 지불, 제품 카테고리별 수수료 상이</li> <li>- 등록되지 않은 제품군은 별도의 승인 절차 필요</li> </ul> <p>2. 직접 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 판매자 등록 홈페이지 Contact Us 클릭</li> <li>- 온라인 폼 작성 및 제출</li> <li>- 홈페이지 가입 정보: 주요 제품 카테고리, 연간 예상 수익, 회사 및 연락처 정보, 담당자 정보 등</li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 아마존 판매자 계정은 주로 소매 기업으로 아마존이 재고 보관, 포장 및 배송을 담당함</li> <li>- 벤더를 통한 등록은 주로 대량 판매, 대형 제조업체, 유명 브랜드를 중심으로 아마존이 마케팅까지 담당함</li> </ul>

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

1) 편의점



① 줌(Zoom)

	기업명	줌(Zoom)	
	홈페이지	www.enoc.com	
	위치	두바이(Dubai)	
	규모	매출액('18)	약 210억 2,200만 달러 <sup>38)</sup> (약 24조 4927억 원)
기타 규모		매장 수('19): 약 235개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1994년 설립</li> <li>- 에녹(ENOC)<sup>39)</sup> 그룹의 자회사로, 아랍에미리트 최초의 편의점 체인</li> <li>- 2009년 에녹 그룹의 편의점 라인 줌(Zoom)으로 통합</li> <li>- 주로 주유소와 지하철 역사 내에 매장 위치</li> </ul>		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 편의점, 고급 식료품점, 슈퍼마켓 등 다양한 형태로 매장 운영</li> <li>- 인스타샵(Instashop)과 제휴하여 배송 서비스 제공</li> </ul>		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 4월 매장 내 모바일 결제시스템 에녹페이(ENOC Pay) 개시</li> <li>- 2019년 이달의 소매업체(Retailer of The Year) 수상</li> <li>- 2018년 에녹 주유소 내 매장 5개 오픈</li> <li>- 2019년 말까지 전체 매장 수 500개 목표</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	비타민웰안티옥시던트 (Vitamin Well Antioxidant)
		종류	항노화 음료
		용량	500ml
		원산지	스웨덴

자료: 에녹(ENOC) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 에녹 2017 연간보고서(ENOC Annual Report 2017), 걸프뉴스(Gulf News), 줌씨페이스북(ZoomC Facebook) 홈페이지  
 사진자료: 에녹(ENOC) 홈페이지, 델몬트아라비아(Delmontearabia)

38) 에녹(Enoc) 통합매출액  
 39) 아랍에미리트 국영 석유기업



입점 및 협력 정보

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 음료류, 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 캔디류, 유제품, 육류, 냉동식품 등</li> <li>- 일반: 화장품, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질이 뛰어난 상품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자체제작 식품 및 비식품 브랜드 보유</li> <li>- 다양한 수입산 식품 보유</li> </ul> </li> </ul>		
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<p>1. 에녹 기업 공급업체 포털에서 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기업 홈페이지 상단 Contractors &amp; Suppliers 클릭하여 입점 절차, 행동 강령 등 확인</li> <li>- Prospective Suppliers 눌러 포털 가입 (<a href="http://vendorregistration.enoc.com/Pages/Home.aspx">vendorregistration.enoc.com/Pages/Home.aspx</a>)</li> <li>- 가입 승인 후 포털 계정과 비밀번호 제공</li> <li>- 홈페이지 가입 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 회사 주소, 설립연도, 연매출, 기업 모기업, 담당자 이름, 직함, 연락처, 사업자등록증)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품 종류, 인증 취득 여부<sup>40</sup>), 제조시설 정보, 판매가 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>	
	<p><b>등록 조건</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① ENOC 공급자 행동강령 준수</li> <li>· 평가 기준 ② 모든 문서는 포털을 통해 온라인으로 제출</li> </ul>	
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: <a href="mailto:vendor.registration@enoc.com">vendor.registration@enoc.com</a></li> </ul>	
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>Aramtec (식음료 브로커)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : <a href="http://aramtec.com">aramtec.com</a></li> <li>- 전화번호 : +971-4-380-8444 / 이메일: <a href="mailto:aramtec@emirates.net.ae">aramtec@emirates.net.ae</a></li> <li>- 기업소개 : zoom 포함한 다양한 유통채널 납품 및 판매 활동지원</li> </ul> </li> </ul>		

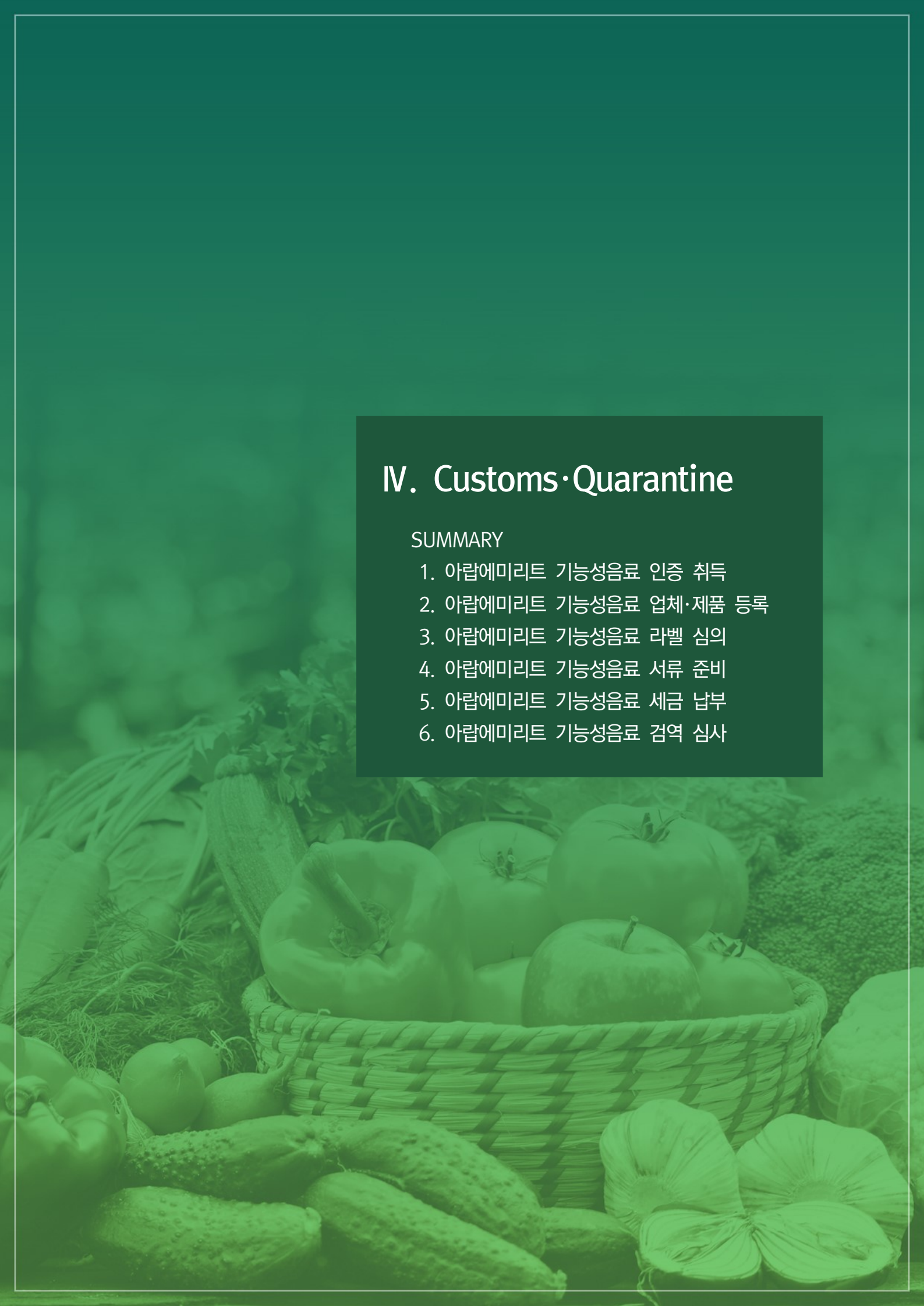
자료: 에녹(ENOC) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

40) ISO, HCCAP, OSHAS 등

## IV. Customs·Quarantine

### SUMMARY

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



# Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

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

## 1. 아랍에미리트 기능성음료 인증 취득

### 인증 취득

아랍에미리트로 제품 수출 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보 제공

### 기능성음료

기능성음료 품목은 건강보조식품으로 분류하여 건강보조식품에 해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 아랍에미리트 수입 식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

아랍에미리트로 기능성음료 제품 수출 시 반드시 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 육류 및 식물 유래 식품류의 경우 식품안전에 관한 인증인 HACCP 인증을 요구하는 등 식품 안전 인증을 요구하나 가공식품에 대해서는 별도의 식품 생산 안전에 관한 인증을 요구하지 않음

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

[표 4.1] 아랍에미리트 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 아랍에미리트 식품 인증 취득

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


자료 : 각 인증기관



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

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

[표 4.3] 아랍에미리트 할랄 인증 정보

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

자료 : 각 인증기관

▶ 비건 인증, 다양한 비건 인증 기관 존재

할랄 인증과 마찬가지로 비건(Vegan) 인증을 획득하는 것에 대하여 당국의 허가 등의 요구사항은 없음. 전 세계적으로 인증업무를 수행하는 기관부터 지역 기관까지 다양한 비건 인증기관이 있기 때문에 해당 인증기관을 통하여 획득할 수 있음

[표 4.4] 비건 인증 정보

인증명	발급 기관	인증 마크
Vegan	관련 협회 또는 인증 전문기관	 

비건 인증 절차

- a. 신청서 제출(기관 별로 제시하는 양식에 맞춰 신청서 제출)
  - 제품에 사용되는 원재료에 대한 정보
  - 가공 방법
  - 패키징 방법 등 각 기관이 서류 심사를 위해 요구하는 서류
- b. 서류 검사
- c. 샘플 제품에 대한 검사(기관별로 진행 여부 상이)
- d. 심사 결과에 따라 인증서 발급 여부 결정
- e. 인증 비용 납부
- f. 인증서 발급 완료

인증 발급 기간

- a. 7일 ~ 60일 (기관별로 상이)

비건 인증 기준<sup>41)</sup>

- 도축에 의해 생산된 원료를 포함하지 않을 것
- 오로지 방목 상태에서 생산된 계란만 사용 할 것
- 생산과정에서 상호 오염이 일어나지 않을 것
- GMO 원료를 사용하지 않을 것

자료 : 각 비건 인증기관

41) 각 기관별로 세부 요건이 상이하여 세부적인 비건 인증 기준의 경우 각 기관별로 별도의 확인이 필요함

## 2. 아랍에미리트 기능성음료 업체·제품 등록

### 사전 심사

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

### 업체·제품 등록

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

### 기능성음료

기능성음료 품목은 건강보조식품으로 분류하여 건강보조식품에 해당하는 정보를 제공함

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

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

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

[표 4.5] 아랍에미리트 사전 식품 등록 절차

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

자료 : 아부다비 농식품안전청(ADAFA), 두바이 행정부(DM)

### 3. 아랍에미리트 기능성음료 라벨 심의

#### ▶ 아랍에미리트 라벨 규정

[표 4.6] 아랍에미리트 라벨 관리 규정

●
<b>라벨 심의</b>
아랍에미리트로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공
●
<b>기능성음료</b>
기능성음료 품목은 건강보조식품으로 분류하여 건강보조식품에 해당하는 정보를 제공함

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

자료 : 두바이 행정부(DM), 아부다비 농식품안전청(ADFCA)

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

자료 : 두바이 행정부(DM), 아부다비 농식품안전청(ADFCA)

▶ 아랍에미리트 기능성음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

앞면(영어)

앞면(국문)

- ① 제품명 : Lean Body
- ② 제품 맛 : Vanilla
- ③ 용량 : 17 fl. oz.(500ml)
- ④ 제품 설명 : Protein shake  
Not a low calorie food

- ① 제품명 : 린 바디
- ② 제품 맛 : 바닐라
- ③ 용량 : 17 fl. oz.(500ml)
- ④ 제품 설명 : 단백질 셰이크  
저칼로리 식품 아님

뒷면(영어)

뒷면(국문)

- ① 영양성분표(Nutrition facts) :
- 1 serving per container
- Serving size 500ml
- Amount per serving calories 280
- Total fat 9g 12%
- Saturated fat 1g 5%
- Trans fat 0g
- Cholesterols 25mg 8%
- Sodium 400mg 19%
- Total Carbohydrate 9g 3%
- Dietary fiber 5g 18%
- Total sugar 0g
- Includes 0g added sugars 0%
- Protein 40g 80%

- ① 영양성분표 :
- 개 당 1회 분량
- 1회 제공량 500ml
- 1회 제공량 당 칼로리 280
- 총 지방 9g 12%
- 포화지방 1g 5%
- 트랜스지방 0g
- 콜레스테롤 25mg 8%
- 나트륨 400mg 19%
- 탄수화물 9g 3%
- 식이섬유 5g 18%
- 당류 0g
- 추가 당류 0g 0%
- 단백질 40g 80%



Vitamin D 2.5mcg

Calcium 400mg 30%

Iron 0mg 0%

Potassium 600mg 15%

The % Daily value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2000 calories a day is used for general nutrition advice

② 제조업체 : LABRADA NUTRITION

www.leanbody.com

1.800.832.9948

Houston, TX 77073, USA

③ 섭취방법: Shake well & Serve cold

④ 원료(Ingredientes) : Filtered

watwer,milk protein isolate

Less than 2% of:

Calcium caseinate, Whey protein concéntrate, Sunflower oil, Insulin, Cellulose gel, Cellulose gum, Natural flavors, Vitamin and mineral blend,

(Potassium phosphate, Potassium citrate, Magnesium phosphate,

Sodium ascorbate, Zinc sulfate,

Tocopherol acetate, Biotin, Vitamin A palmitate, niacinamide, phytonadione, Potassium iodide, D-calcium Pantothenate, Chromium, Chloride,

Copper sulfate,Cyanocobalamin, Sodium molybdate, Sodium selenite, Folic acid, Cholecalciferol, Pyridoxine 피리독신

Hydrochloride, Riboflavin, Thaimin, Mononitrate, Manganese sulfate, Soy lecithin, Sucralose, Salt, Acesulfame potassium

Contains :milk and soy(lecithin)

비타민 D 2.5mcg

칼슘 400mg 30%

철분 0mg 0%

칼륨 600mg 15%

일일 영양성분 기준치에 대한 비율은 일일 권장 칼로리인 2000칼로리를 기준으로 하였음

② 제조업체 : LABRADA NUTRITION

www.leanbody.com

1.800.832.9948

Houston, TX 77073, USA

③ 섭취방법: 잘 흔들어서 차게 마실 것

④ 원료 : 여과수, 분리 우유 단백질

2% 미만:

카세인 칼슘, 농축 유청단백질, 해바라기유, 인슐린, 셀룰로오스 젤, 셀룰로오스 검, 천연 향료, 비타민 및 미네랄 혼합,

(인산칼륨, 구연산칼륨, 인산마그네슘,

아스코르빈산 나트륨, 아연황산염,

초산 토코페롤, 비오틴, 비타민A 팔미테이트,

니아신아마이드, 피토나디온, 요오드화칼륨,

D-칼슘 판토테네이트, 크롬, 염화물,

황산구리, 비타민 B12, 몰리브덴산 나트륨,

아셀란 나트륨, 엽산, 콜레칼라페롤,

피리독신, 히드로콜로라이드, 비타민 B2,

타이민, 질산염, 망간황산염, 콩레시틴,

수크랄로스, 소금, 아세설팜칼륨

우유 및 콩(레시틴)이 들어있음

#### 4. 아랍에미리트 기능성음료 서류 준비

##### 서류 준비

아랍에미리트로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

##### 기능성음료

기능성음료 품목은 건강보조식품으로 분류하여 건강보조식품에 해당하는 정보를 제공함

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

아랍에미리트에 제품이 도착한 후 수입신고서를 제출하게 되며, 수입신고는 물품이 도착한 도착항의 토호국 관세청을 통해 진행함. 두바이와 아부다비의 경우 온라인을 통해서 수입신고를 진행 할 수 있으며, 오프라인을 통하여 서면으로도 진행 가능함. 수입신고 이후에는 관세 납부를 수행해야 하며, 물품에 대한 검사가 이루어지기 이전 관세를 납부해야 함

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

[표 4.7] 아랍에미리트 통관 서류

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

자료 : 아랍에미리트 연방관세청(FCA)

## 5. 아랍에미리트 기능성음료 세금 납부

### 세금 납부

아랍에미리트로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

### 기능성음료

기능성음료 품목은 건강보조식품으로 분류하여 건강보조식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 아랍에미리트 기능성음료 HS CODE 2106.90.93, 관세율 5% 적용
- ▶ 아랍에미리트, FTA 협정 미체결로 협정세율 '미적용'

기능성음료 수출 시 아랍에미리트에서는 HS CODE 2106(따로 분류되지 않은 조제 식료품)의 2106.90.9099 (기타) 세 번이 적용됨.<sup>42)</sup> 아랍에미리트 수출 시 기본 세율로 5%를 적용받으며 양국간 별도의 무역협정이 없어 기본 관세율이 적용됨. 관세 외에도 일부 품목을 제외한 식료품에는 기본적으로 5%의 부가가치세(VAT)가 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 283달러(약 33만 원)<sup>43)</sup> 소요
- 수입 서류 심사 기간은 12시간 소요
- 통관 비용은 678달러(약 79만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 54시간 소요

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

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2106.90.9099	기타	
아랍에미리트	2106.90.93	식물, 과일 농축물, 꿀, 과당을 기반으로 하여, 제조된 조제 식료품	
관세	기본관세율	5%	
	협정 세율	N/A	
VAT		5%	

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

42) 아랍에미리트 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2106.90 중 기능성음료에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 아랍에미리트 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 확인을 위해서는 아랍에미리트 연방관세청(FCA)으로 문의할 수 있음

43) 1달러=1,165.10달러 (2020.01.23., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 6. 아랍에미리트 기능성음료 검역 심사

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

[표 4.9] 아랍에미리트 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
건강보조식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	Sucrose Oligoesters, Type I Type II	10,000
		Alpha-amylase from Aspergillus Oryzae var.	GMP <sup>44)</sup>
	유해물질	Acrylonitrile	0.02

자료 : 유엔식량농업기구(FAO), KATI농식품수출정보

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

- ▶ GCC<sup>45)</sup> 식품첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

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

기능성음료

기능성음료 품목의 첨가물 규정은 KATI 식품첨가물 카테고리 분류 중 그 외 분류의 그 외 식품(식품첨가물, 건강보조식품 등)으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 4.10] 아랍에미리트 기능성음료 품목 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
산도조절제 등	인산염	Phosphates	5600	
산화방지제	토코페롤	Tocopherols	GMP	
팽창제	염화암모늄	Ammonium chloride	GMP	
착색료	카라멜색소 3호	Caramel colour class iii - ammonia process	50,000	
착색료	카민	Carmine	500	
유화제	자당지방산에스테르	Sucrose Esters of Fatty Acid	10,000	
유화제	수크로글리세라이드	Sucroglycerides	10,000	
착색료	리보클라빈	Riboflavins	300	
소포제, 유화제 등	폴리디메틸 실록산	Polydimethyl Siloxane	10	

자료 : KATI 농식품수출정보

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

## V. Expert Interview

### SUMMARY

Interview ① 썸베이파머시(Thumbay Pharmacy)

Interview ② 시티파머시(City Pharmacy)

Interview ③ 슈퍼케어(Super Care)

Interview ④ 아스터파머시(Aster Pharamcy)

Interview ⑤ 노보헬스케어(Novo Healthcare)



# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Customers



- 인터뷰 기업 : 썸베이파머시 (Thumbay Pharmacy) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Imran Masud (Product Manager)

### 건강보조식품의 수요는 증가하는 추세임

건강보조식품 대부분이 미국에서 수입된 알약과 가루 형태로, 혈당 조절과 비타민 D가 함유된 제품의 수요가 높은 편입니다.

### 다양한 타겟 고객을 갖춘 기능성음료

기능성음료는 환자, 운동선수, 영유아를 둔 부모들이 주 타겟입니다. 판매중인 기능성음료로는 당뇨 환자를 위한 혈당 조절 음료, 영유아 전용 영양 음료 등이 있습니다.

## Market Trend and Requirements



- 인터뷰 기업 : 시티파머시 (City Pharmacy) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Azid (Department Manager)

### 노화 방지 효능의 건강보조식품과 단백질 기능성음료가 유행함

젊은 여성들 사이에서는 콜라겐이 함유된 알약과 가루 형태의 건강보조식품이 트렌드로 자리매김해있으며, 운동선수 사이에서는 단백질이 함유된 기능성음료가 인기가 높습니다.

### 수출 시, 제품의 성분 테스트 절차를 거쳐야 함

토호국 시청으로부터 등록되어야 하며, 여러 차례 제품 테스트 절차를 거쳐야 합니다. 또한 기능성음료는 0.05% 이상의 알코올을 포함해서는 안 되며, 카페인 함유량에도 제한이 있습니다.

## Market Trend and Preference



- 인터뷰 기업 : 슈퍼케어 (Super Care) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Robin Varghese (Manger)

### 유기농 채소를 원재료로 한 제품 유행함

최근 유기농 채소를 원재료로 한 가루 형태의 기능성음료가 트렌드입니다. 해당 제품은 노화 방지 효능을 갖추고 있으며, 단백질 함유량이 높습니다.

### 다양한 효능을 갖춘 제품을 선호함

현지 소비자들은 다양한 효능을 갖춘 제품을 선호하는 경향이 있습니다. 혈당 조절과 노화 방지를 동시에 제공하는 제품을 판매한다면 현지에서 수요가 높을 것이라 예상됩니다. 다만 두 가지 효능을 입증할 수 있는 자료를 충분히 준비해야 할 것 같습니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Preference and Requirements



- 인터뷰 기업 : 아스터파머시  
(Aster Pharmacy)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Karim  
(Pharmacy Manager)

### 성별에 따라 선호하는 건강보조식품이 다름

여성들은 다이어트와 피부 개선의 효능이 있는 제품을 주로 구매하며, 남성들은 단백질과 아미노산이 풍부한 건강보조식품을 선호합니다.

### 수출 시, 제품 성분이 중요함

관련 지침서에 따르면, 카페인 함량은 100ml당 32g이하로 제한하며, 알코올 함량은 0.05% 이하로 규정합니다.

## Market Trend and Demand



- 인터뷰 기업 : 노보헬스케어  
(Novo Healthcare)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Sunilal  
(Doctor)

### 아이를 둔 부모와 여성들 사이에서 건강보조식품이 유행함

영유아를 기르는 부모는 아이의 비타민 결핍 문제를 해결하기 위해 관련 제품을 구매합니다. 여성들 사이에서는 에너지 보충과 체중 감량 등의 효능을 갖춘 기능성 음료가 트렌드로 자리매김해있습니다.

### 채소로 만든 기능성음료의 수요는 낮은 편임

현지 사람들은 집에서 채소를 갈아 주스를 만들거나, 면역력 강화 효능이 있는 원료 가루 형태의 건강보조식품을 구매해 물에 타 마시는 경향이 있습니다.

## Interview ① 썸베이파머시(Thumbay Pharmacy)

46)

썸베이파머시  
(Thumbay Pharmacy)

전문가 소속

썸베이파머시  
(Thumbay Pharmacy)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Imran Masud  
(Product manager)



썸베이파머시(Thumbay Pharmacy)

Product Manager, Mr. Imran Masud

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 1998년에 설립된 약국 형태의 소매업체로, 취급품목으로 유산균, 멀티비타민 등이 있습니다. 다양한 국가로부터 제품을 수입하고 있으며, 미국산 제품의 비중이 가장 높습니다.

**Q. 아랍에미리트 내 건강보조식품의 판매 현황이 어떻게 되나요?**

최근 건강보조식품의 수요가 증가하고 있습니다. 현지에서 판매되고 있는 제품 대부분은 미국에서 생산된 멀티비타민 제품으로 혈당 조절 기능이 있습니다. 또한 현지 사람들 대부분이 비타민 D 결핍 현상을 보이기 때문에, 비타민 D가 함유된 제품의 수요가 가장 많습니다.

**Q. 기능성음료에 대한 인식은 어떠한가요?**

현지에서 기능성음료에 대한 수요는 높지 않은 편입니다. 대부분의 현지 소비자들은 알약과 가루 형태의 건강보조식품을 섭취하기 때문에, 별도의 기능성음료를 구매하려는 소비자들은 많지 않습니다.

**Q. 아랍에미리트 내 채소로 만든 기능성음료의 수요는 어떤가요?**

아랍에미리트 내에도 채소를 원재료로 이용한 다양한 기능성음료가 판매되고 있으나, 해당 제품들은 주로 고기를 즐겨 먹지 않는 사람이나 채식주의자, 비건 사람들만 구매합니다.

46) 사진자료: 썸베이파머시(Thumbay Pharmacy) 홈페이지 (www.thumbaypharmacy.com)

### Q. 취급중인 기능성음료의 타깃 고객은 누구인가요?

저희 매장에서도 기능성음료를 다양하게 판매하고 있으며 그 중 혈당 조절 기능을 가진 제품도 있습니다. 해당 제품은 단백질 함량이 높아 당뇨병 환자뿐만 아니라 운동선수들도 많이 찾는 제품입니다. 이외에도 알약 형태의 건강보조식품을 섭취하지 못하는 영유아를 위한 영유아 전용 기능성음료의 인기가 높아지고 있는 추세입니다. 이러한 제품들은 아이들의 성장에 필요한 영양소를 첨가하여 어린 아이를 키우는 부모를 타깃으로 삼고 있습니다.

### Q. 알약과 함께 마시는 음료, 아랍에미리트 내 판매 시 수요가 있을까요?

아직 U.A.E에서 알약과 함께 마시는 음료는 판매하지 않는 것으로 알고 있습니다. 이러한 제품은 기존 시장에 판매되지 않았던 제품이기 때문에 현지 소비자들이 흥미로워 할 것으로 예상됩니다.

## Interview ② 시티파머시(City Pharmacy)

47)

● 시티파머시  
(City Pharmacy)

전문가 소속

시티파머시  
(City Pharmacy)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Azid  
(Department manager)



시티파머시(City Pharmacy)

Department Manager, Mr. Azid

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 1967년에 설립된 약국 형태의 소매업체로, 취급품목으로는 유산균, 멀티비타민, 건강보충제, 의약품 등이 있습니다. 주로 미국에서 수입한 건강보조식품을 취급하고 있습니다.

**Q. 아랍에미리트 내 기능성음료의 인지도가 어떻게 되나요?**

현지에서 판매되고 있는 건강보조식품 대부분이 알약과 가루 형태로 이루어져 있어서, 현지 소비자들 사이에서 기능성음료의 인지도는 굉장히 낮은 편입니다. 기능성음료로는 운동선수들이 섭취하는 단백질 음료와 혈당 조절, 당뇨병과 관련된 제품이 있는 것으로 알고 있습니다.

**Q. 최근 아랍에미리트 내 건강보조식품 트렌드가 어떻게 되나요?**

최근 젊은 여성들 사이에서 콜라겐이 함유된 노화 방지 건강보조식품이 트렌드로 자리매김해 있습니다. 해당 제품은 주로 알약과 가루 형태로 되어있습니다. 또한 운동선수 및 운동을 즐기는 소비자들 사이에서는 근육을 기르도록 도와주는 단백질 기능성음료가 인기가 높은 편입니다. 건강보조식품 브랜드로는 미국산 네이처메이드(Nature Made)와 퓨리탄즈프라이드(Puritan's Pride)가 유명합니다.

47) 사진자료: 시티파머시(City Pharmacy) 홈페이지 (www.citypharmacy.com)

### Q. 기능성음료 판매 시, 요구되는 인증이나 조건이 있나요?

모든 건강보조식품은 두바이 시청에 등록되어야 합니다. 기능성음료는 유효한 라벨을 사용해야 하며, 몇 차례 제품 테스트 절차를 거쳐야 하는 것으로 알고 있습니다. 또한 제품은 0.05% 이상의 알코올을 포함해서는 안되며, 과도한 카페인 함유도 금지되어 있습니다.



## Interview ③ 슈퍼케어(Super Care)

48)

슈퍼케어  
(Super Care)

전문가 소속

슈퍼케어  
(Super Care)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Robin Varghese  
(Manager)



### 슈퍼케어(Super Care)

## Manager, Mr. Robin Varghese

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 1980년에 설립된 약국 형태의 소매업체로, 유산균, 멀티비타민, 의약품, 건강보조식품 등을 전문으로 취급하고 있습니다. 주로 미국산 건강보조식품을 판매하고 있습니다.

**Q. 아랍에미리트 내 인기가 많은 건강보조식품에는 무엇이 있나요?**

현지 소비자들은 주로 알약과 가루 형태의 건강보조식품을 먹습니다. 유명 브랜드로는 소트루(Sotru)와 슈퍼푸드(Superfoods)가 있습니다. 해당 제품들은 유제품과 콩이 함유되어 있지 않으며, GMO프리, 글루텐프리입니다.

**Q. 기능성음료의 트렌드는 어떻게 되나요?**

유기농 채소를 원재료로 하여, 물에 타 먹을 수 있는 가루 형태의 기능성음료가 트렌드로 자리매김해있습니다. 해당 제품은 주로 노화 방지 효능을 갖추고 있으며, 단백질 함유량이 높아 운동을 자주 하는 소비자들이 선호합니다.

**Q. 취급중인 기능성음료의 주 고객은 누구인가요?**

기능성음료의 주 고객은 운동선수와 영유아를 기르는 부모, 임산부가 있습니다. 운동선수들은 고단백 음료를 주로 구매하며, 영유아를 기르는 부모와 임산부들에게는 면역력 강화 기능을 가진 기능성음료가 인기가 많습니다.

48) 사진자료: 슈퍼케어(Super Care) 홈페이지 (www.super-care.ae)

### Q. 기능성음료를 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

최근 현지 소비자들은 제품 구매 시 유기농, 비건 제품인지를 확인하는 경향이 있습니다. 따라서 A사의 취급 제품이 이와 관련이 있다면, 제품 포장 라벨에 해당 정보를 기재하는 것이 좋습니다.

### Q. 혈당 조절과 노화 방지 기능을 갖춘 제품, 판매 시 수요가 있을까요?

아랍에미리트 내에서 수요가 많을 것으로 생각합니다. 현지 사람들은 다양한 효능을 갖춘 제품을 선호하며, 현재 판매 중인 제품 중에는 혈당 조절과 노화 방지 기능을 동시에 갖춘 제품은 없는 것으로 알고 있습니다. 만약 효능이 입증된 제품이 출시된다면, 해당 제품은 소비자들의 선호도가 매우 높을 것으로 판단됩니다.

## Interview ④ 아스터파머시(Aster Pharmacy)

49)

아스터파머시  
(Aster Pharmacy)

전문가 소속

아스터파머시  
(Aster Pharmacy)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Karim  
(Pharmacy Manager)

**Aster**  
PHARMACY  
Much More Than Medicines



Country Life CoQ10 100 mg Vegan Capsules 60's



Country Life Vegan CoQ10 200 mg Softgels 30's

### 아스터파머시(Aster Pharmacy) Pharmacy Manager, Mr. Karim

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 1989년에 설립된 약국 형태의 소매업체입니다. 취급 품목으로는 화장품, 유아용품, 의약품, 멀티비타민, 유산균 등이 있습니다.

**Q. 아랍에미리트 내 건강보조식품의 판매 현황이 어떻게 되나요?**

판매 중인 제품 대부분이 알약과 가루 형태로 되어 있으며, 소비자들의 성별에 따라 제품 선호도가 상이합니다. 여성들은 다이어트와 피부 개선의 효능이 있는 제품을 주로 찾으며, 남성들은 단백질과 아미노산이 풍부한 건강보조식품을 주로 구매합니다. 유명 브랜드로는 비프로티파우더(B Protein Powder)과 에프티500(FT500)이 있습니다.

**Q. 기능성음료 제품 수출 시, 요구되는 조건 및 인증이 있나요?**

건강보조식품은 공중보건안전부서에서 관리하는 것으로 알고 있습니다. 이와 관련된 지침서에 따르면, 기능성음료는 100ml당 32mg 이하의 카페인을 함유하고 있어야 하며, 알코올 함량은 0.05% 이하를 기준으로 합니다.

**Q. 노화 방지와 혈당 조절의 기능을 갖춘 음료, 판매 시 수요가 있을까요?**

해당 제품은 현지 소비자들 사이에서 수요가 많을 것 같습니다. 현지 소비자들은 노화 방지와 혈당 조절의 중요성을 잘 알고 있습니다. 또한 기존 제품 대부분이 주사와 알약 형태로 되어 있어, 음료 형태의 제품은 신제품에 민감한 소비자들의 관심을 끌 것으로 판단됩니다. 하지만 최근 당국에서 혈당 조절 관련 제품 효능을 철저히 조사하고 있기에, 제품 효능을 충분히 입증할 수 있어야 합니다.

49) 사진자료: 아스터파머시(Aster Pharmacy) 홈페이지 (www.asterpharmacy.com)

## Interview ⑤ 노보헬스케어(Novo Healthcare)

50)

노보헬스케어  
(Novo Healthcare)

전문가 소속

노보헬스케어  
(Novo Healthcare)  
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Sunilal  
(Doctor)



노보헬스케어(Novo Healthcare)

Doctor, Mr. Sunilal

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 2016년에 설립되어 의약품, 멀티비타민, 유산균, 건강보조식품 등을 취급하고 있는 수입유통업체입니다. 아랍에미리트 내 약국, 병원 등으로 제품을 납품하고 있습니다.

**Q. 건강보조식품의 트렌드는 어떻게 되나요?**

최근 영유아를 둔 부모와 여성들 사이에서 건강보조식품이 유행하고 있습니다. 부모들 사이에서는 아이의 비타민 결핍 문제를 해결할 수 있는 제품이 유행하고 있으며, 여성 고객들은 주로 에너지 보충, 체중 감량 등의 효능을 갖춘 기능보조식품을 많이 찾습니다.

**Q. 아랍에미리트 내 채소로 만든 기능성음료의 수요는 어떠한가요?**

현지에서 채소를 원료로 한 기능성음료의 수요는 낮은 편입니다. 현지 소비자들은 이러한 제품을 구매하기보다 집에서 직접 채소를 갈아 주스를 만들거나, 스피라리나와 같이 면역력 강화 효능이 있는 식물의 원료 가루를 구매하여 물에 타 마시는 것을 선호합니다.

**Q. 아랍에미리트 내 수요가 많은 제품은 무엇인가요?**

기능성음료의 수요는 낮은 편이며, 현지 소비자들은 주로 알약과 가루 형태의 건강보조식품을 구매합니다. 수요가 많은 제품으로는 센트룸(Centrum)이 있으며, 일반적으로 비타민 C, E 등이 함유된 멀티비타민의 판매량이 높은 편입니다.

**Q. 알약과 함께 마시는 기능성음료, 판매 시 수요가 있을까요?**

현지에서 아직 유사 제품이 판매되고 있지 않아 소비자들의 호기심을 불러일으켜 이목을 끌 수 있을 것으로 생각됩니다. 물론 제품의 섭취 방법이나 형태보다 제품의 효능을 입증하는 것도 굉장히 중요합니다.

50) 사진자료: 노보헬스케어(Novo Healthcare) 홈페이지 (www.novohealthcare.com)

## [참고문헌]

### ■ 참고자료

1. 「Diabetes cases skyrocket in U.A.E, 1 in 11 adults affected」, 칼리즈 타임스(Khaleej Times), 2019.11.14.
2. 「Dubai Annual Health Statistical Report 2018」, 두바이 보건청(DHA: Dubai Health Authority), 2018.
3. 「Juice in the United Arab Emirates」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.12.
4. 「Majority of UAE residents support new sugar tax」, 칼리지타임즈(KhaleejTimes), 2019.11.26
5. 「How these UAE residents kicked their sugar habit」, 라이브헬씨(LiveHealthy), 2019.12.24
6. 에녹 연간보고서 2017(ENOC Annual Report 2017), 2017.

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. International Trade Center([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
3. 외교부([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
4. 칼리즈 타임스 ([www.khaleejtimes.com](http://www.khaleejtimes.com))
5. 두바이 보건청([www.dha.gov.ae](http://www.dha.gov.ae))
6. 스태티스타([www.statista.com](http://www.statista.com))
7. 아마존([www.amazon.com](http://www.amazon.com))
8. 데저트카트([www.desertcart.ae](http://www.desertcart.ae))
9. noon([noon.com/uae](http://noon.com/uae))
10. 라이프파머시(LIFE Pharmacy) 홈페이지 ([life-me.com](http://life-me.com))
11. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
12. 애스터파머시(Asterpharmacy) 홈페이지 ([asterpharmacy.com](http://asterpharmacy.com))
13. 빈시나(Bin Sina) 홈페이지 ([binsina.ae](http://binsina.ae))
14. 에이케이아이그룹(Akigroup) 홈페이지 ([www.akigroup.com](http://www.akigroup.com))
15. 맵미들이스트(Mepmiddleeast) 홈페이지 ([mepmiddleeast.com](http://mepmiddleeast.com))
16. 알마나라파머시(Al Manara Pharmacy) 홈페이지 ([almanarapharmacy.com](http://almanarapharmacy.com))
17. 슈퍼케어파머시(Supercare Pharmacy) 홈페이지 ([super-care.ae](http://super-care.ae))
18. 까르푸U.A.E(Carrefour U.A.E) 홈페이지 ([carrefouruae.com](http://carrefouruae.com))
19. 루루마켓(LuLu Market) 홈페이지 ([luluhypermarket.com](http://luluhypermarket.com))
20. 아마존(Amazon) 홈페이지 ([amazon.com](http://amazon.com))
21. 에녹(ENOC) 홈페이지 ([enoc.com](http://enoc.com))
22. 걸프뉴스(Gulft News) ([gulftnews.com](http://gulftnews.com))
23. 웨스트존(West Zone) 홈페이지 ([westzone.com](http://westzone.com))
24. 루루그룹인터내셔널(LuLu Group International) 홈페이지 ([lulugroupinternational.com](http://lulugroupinternational.com))
25. 크레센트제너럴트레이딩(Crescent General Trading) 홈페이지 ([crescentgeneraltrading.com](http://crescentgeneraltrading.com))
26. 프레스플라자(Freshplaza) 홈페이지 ([freshplaza.com](http://freshplaza.com))
27. 썸베이파머시(Thumbay Pharmacy) 홈페이지 ([www.thumbaypharmacy.com](http://www.thumbaypharmacy.com))
28. 시티파머시(City Pharmacy) 홈페이지 ([www.citypharmacy.com](http://www.citypharmacy.com))
29. 슈퍼케어(Super Care) 홈페이지 ([www.super-care.ae](http://www.super-care.ae))
30. 애스터파머시(Aster Pharmacy) 홈페이지 ([www.asterpharmacy.com](http://www.asterpharmacy.com))
31. 노보헬스케어(Novo Healthcare) 홈페이지 ([www.novohealthcare.com](http://www.novohealthcare.com))



사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사  
발 행 일 : 2020.02.07.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

