



2021 해외시장 맞춤형조사

No.		202202-14
품목		홍삼차(Red Ginseng Tea)
HS CODE		2106.90-3029
국가		사우디아라비아(Saudi Arabia)
구분		시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 사우디아라비아 차 시장규모	06
2. 사우디아라비아 과일/허브차 시장규모	07
3. 사우디아라비아 차 시장점유율	08
4. 사우디아라비아 홍삼차 수입규모	09
5. 한국 홍삼차 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 사우디아라비아 홍삼차, 홍삼차보다 인삼차 비중이 더 높아	13
2. 사우디아라비아 홍삼차 경쟁 브랜드, ‘립톤’이 1위	14
3. 사우디아라비아 홍삼차 패키징, 티백 포장에 가장 대중적	15
4. 사우디아라비아 홍삼차, ‘자연의’ ‘유기농’ 홍보문구 인기	16
5. 사우디아라비아 홍삼차 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 사우디아라비아 홍삼차 유통채널 비교	19
2. 사우디아라비아 홍삼차 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 사우디아라비아 홍삼차 주요 온라인 유통채널	25
2. 사우디아라비아 홍삼차 주요 오프라인 유통채널	31

VI. 진입장벽

1. 사우디아라비아 홍삼차 통관 및 검역 절차	40
2. 사우디아라비아 홍삼차 품질 인증	42
3. 사우디아라비아 홍삼차 라벨링	45
4. 사우디아라비아 홍삼차 성분 및 유해물질	50

VII. 수입·유통업체 인터뷰

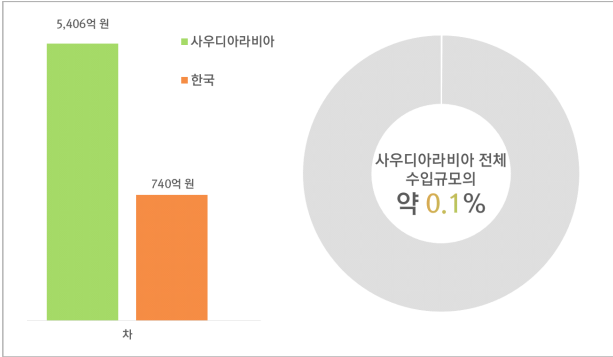
Interview ① 닥터뉴트리션(Dr. Nutrition)	55
Interview ② 알다와메디컬서비스(AL-DAWAA MEDICAL SERVICES CO. LTD)	57
Interview ③ 파워루트(Power Root)	59

VIII. 시사점

※ 참고문헌	63
--------	----

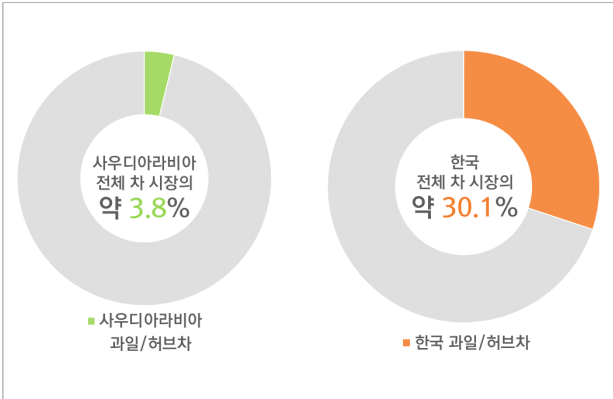
Summary

■ 수요 분석



	사우디아라비아	한국
차 시장규모	5,406억 원	2,452억 원
과일/허브차 시장규모	208억 원	740억 원
수입(출)액		점유율
사우디아라비아 對 한국 HS CODE 2106.90 기준 수입 현황	6억 원	0.1%
한국 對 사우디아라비아 HS CODE 2106.90-3029 기준 수출 현황	0.9억 원	0.1%

■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓	- 주요 기업 판다리테일 및 압둘라알오사임마켓 - 필수 업종으로 분류되어 코로나19 상황 속에서 매출이 증가
편의점	- 주요 기업 알마와리드 및 아라비안푸드서플라이스 - 거주지 인근의 편의점의 경우 접근성이 용이하여 코로나 상황 속에서도 매출이 증가함
온라인	- 주요 기업 아마존 및 아이허브 - 쇼핑 자체가 여가 활동으로 인식되어 발전이 늦었으나 코로나19 이후 온라인 소비시장이 전년 대비 204% 급성장함

■ 진입장벽

인증	2022년 7월 1일 이후 사우디아라비아 식품의약품(SFDA) 할랄 인증 취득 필수 사우디아라비아 표준청(SASO)의 적합성 평가 인증서 발급도 필수	홍삼차 수요 및 구매요인	- 인삼 수요는 있으나 홍삼차 형태는 현지에 없음 - 인삼은 음료가 아닌 건강기능식품으로 인식됨
라벨링	아랍어 기재 필수 사우디아라비아 식품의약품(SFDA)의 라벨 필수 표시 기준 참고	고객사 제품 피드백	- 가격 저렴하며 적합함 - 꿀, 레몬, 생강 등 단맛을 더 내거나 현지인 입맛에 맞게 개선 추천
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐	추천 유통 채널	- 할랄 인증 추천 - 건강기능식품이라면 약국에 납품 추천 - 일반 음료에 가까운 제품이라면 하이퍼마켓

■ 수입·유통업체 평가

■ 요약

Point 01.	- 사우디아라비아 과일/허브차 시장규모는 한국의 2.2배, 홍삼차가 포함된 HS CODE 2106.90 기준 사우디아라비아 수입액 중 對 한국 수입 비중은 0.1%인 것으로 나타남 - 홍삼차 제품의 주요 유통채널로 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점이 도출됨
Point 02.	- 사우디아라비아 홍삼차 진출을 위해 사우디아라비아 식품의약품 인증 및 HALAL 인증 취득이 필수임 - 현지에서 홍삼의 인지도 자체가 매우 낮은 편이며, 홍삼차 제품도 찾을 수 없었음 - 고객사 제품은 가격이 저렴하며, 꿀, 레몬, 생강 등과의 혼합 개발이 추천되었음

II. 시장규모

1. 사우디아라비아 차 시장규모
2. 사우디아라비아 과일/허브차 시장규모
3. 사우디아라비아 차 시장점유율
4. 사우디아라비아 홍삼차 수입규모
5. 한국 홍삼차 수출규모

1. 사우디아라비아 차 시장규모

사우디아라비아 국가 일반 정보¹⁾

면적	215만km ²
인구	3,546만 명
GDP	7,014억 달러
1인당 GDP	2만 180달러

▶ 사우디아라비아 차 시장규모 약 5,406억 원, 한국의 2.2배 규모

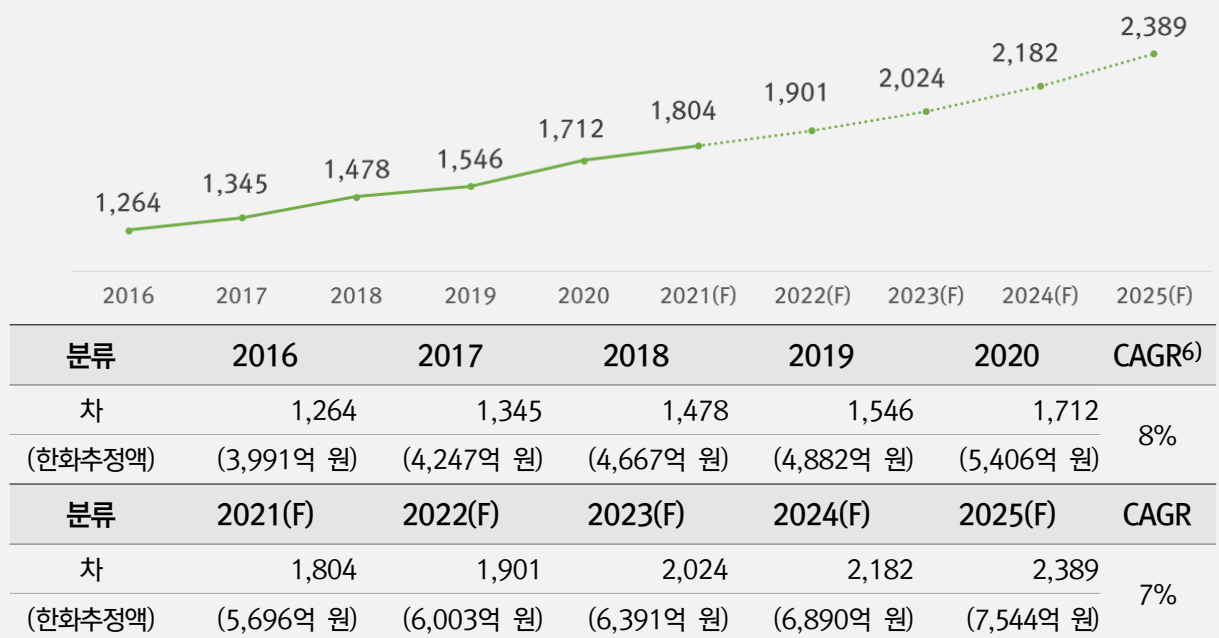
2020년 기준 사우디아라비아 차 시장규모는 약 5,406억 원으로, 약 2,452억 원을 기록한 한국 시장의 약 2.2배 규모임. 이슬람 교리상 술이 금지되어 차를 마시는 문화가 발달한 사우디에서 차 시장은 코로나19 여파에도 큰 영향 없이 꾸준히 성장해 지난 5년 (2016-2020년)간 연평균성장률 8%를 기록함

▶ 사우디아라비아 차 시장, 향후 5년간 연평균성장률 7% 전망

술을 금하는 이슬람 문화로 인해 차는 사우디아라비아에서 필수재로 여겨짐. 식음료 업계는 코로나19 상황에 대처하여 향후 공급과 유통을 안정적으로 유지하기 위한 전략을 실행하고 있기 때문에 성장세가 지속될 것으로 전망됨. 사우디아라비아 차 시장규모는 향후 5년 (2021-25년)간 연평균 7%씩 성장해 2025년에 약 7,544억 원 규모에 이를 것으로 예상됨²⁾³⁾

[표 2.1] 사우디아라비아 '차' 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 리알



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '홍삼차'는 홍삼과 대두단백 추출물이 융합된 액상차 제품임. 이에 제품의 종류(차)와 원료(홍삼)를 기준으로 '과일/허브차' 시장과 상위시장인 '차'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Saudi Arabia」, 2021.01.

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1리알=315.76원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 사우디아라비아 과일/허브차 시장규모

▶ 사우디아라비아 과일/허브차 시장규모 약 208억 원, 한국의 약 28% 수준

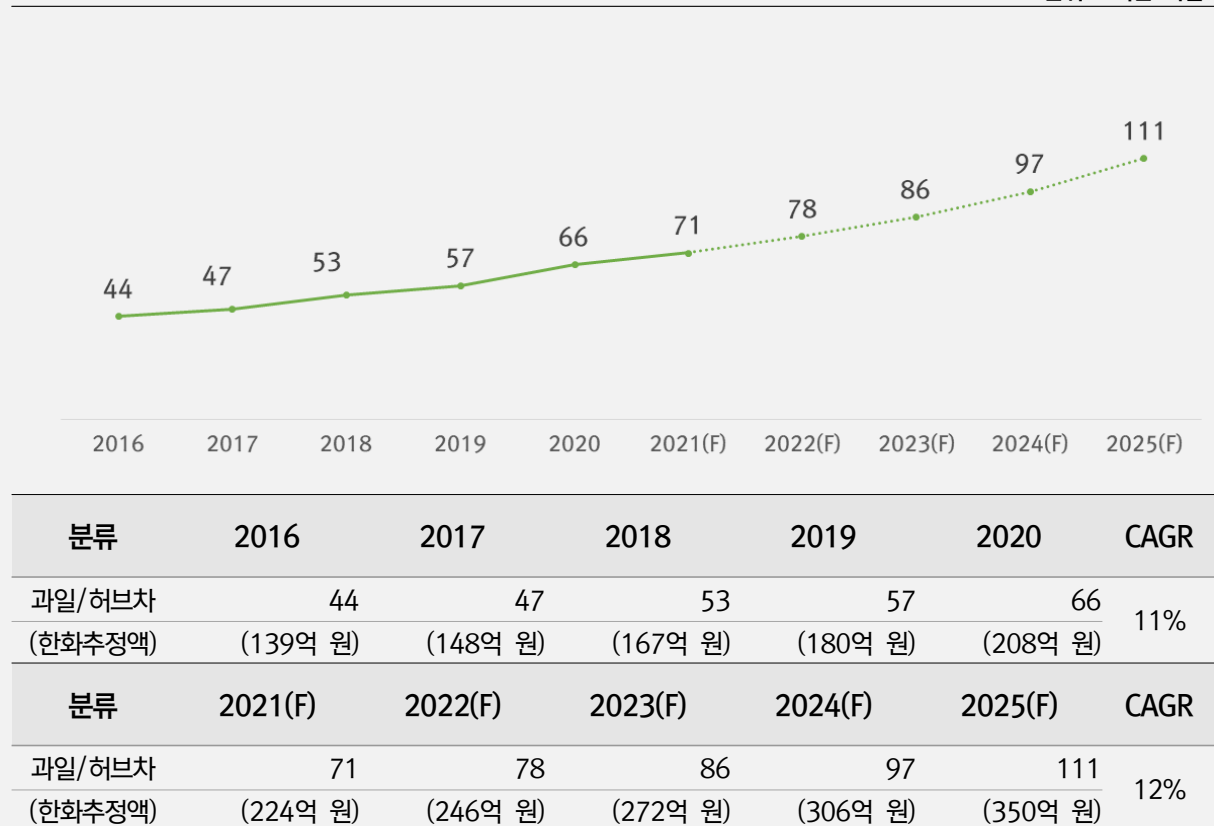
2020년 기준 사우디아라비아 과일/허브차 시장규모는 약 208억 원으로, 약 740억 원을 기록한 한국의 약 28% 수준인 것으로 확인됨. 지난 5년(2016~2020년)간 사우디아라비아 과일/허브차 시장은 전체 차 시장의 연간 성장률을 웃도는 성장세를 보이며, 연평균성장률 11%를 기록함

▶ 사우디아라비아 과일/허브차 시장, 5년간 연평균 12% 성장 예상

사우디아라비아 과일/허브차 시장은 향후 5년간 연평균 12%씩 성장해 2025년에 350억 원 규모에 이를 것으로 관측됨. 사우디아라비아에서도 건강과 웰빙에 대한 관심이 높아지면서 기능성 차, 슈퍼푸드가 함유된 차가 출시될 가능성이 커지고 있어 과일/허브차 시장의 미래가 밝은 편임⁷⁾

[표 2.2] 사우디아라비아 '과일/허브차' 시장규모⁸⁾

단위 : 백만 리알



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Saudi Arabia」, 2021.01」

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 사우디아라비아 차 시장점유율

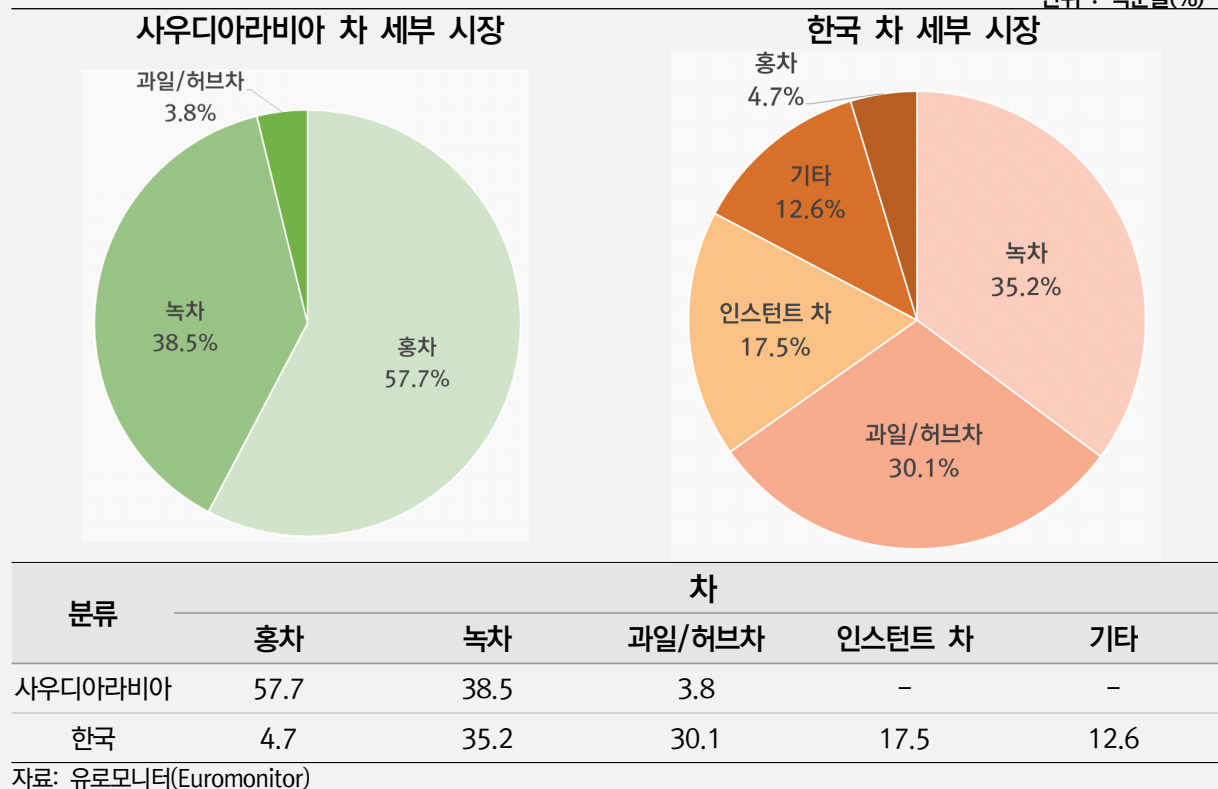
▶ 사우디아라비아, ‘과일/허브차’ 시장점유율 미미

사우디아라비아 차(약 5,406억 원) 세부 시장과 한국 차(약 2,452억 원) 세부 시장을 비교했을 때, 한국에서는 ‘녹차(35.2%)’에 이어 ‘과일/허브차(30.1%)’의 점유율이 가장 높은 것으로 확인됨. 반면, 사우디아라비아에서는 ‘홍차(57.7%)’와 ‘녹차(38.5%)’가 시장을 과점해 ‘과일/허브차(3.8%)’의 시장점유율은 미미한 것으로 나타남⁹⁾

사우디아라비아에서는 고온 건조한 대륙성 기후로 인해 수분 보충을 위한 음료 수요가 높은데, 최근 청년층이 건강한 생활 습관을 추구하며 음료 시장의 웰빙 트렌드를 주도하고 있음. 때문에 설탕이 함유된 이온음료나 탄산음료를 대체할 수 있는 건강음료로 홍삼차 제품의 진출이 유망할 것으로 판단됨

[표 2.3] 2020년 사우디아라비아, 한국 ‘차’ 시장점유율¹⁰⁾

단위 : 백분율(%)



9) 유로모니터상 사우디아라비아 차 시장(약 5,406억 원)과 한국 차 시장(약 2,452억 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

4. 사우디아라비아 홍삼차 수입규모

● HS CODE 2106.90

조사제품 '홍삼차'는 '따로 분류되지 않은 조제 식료품'으로 규정된 제2106호에 속하며, 그중 '기타'에 해당하는 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

▶ 사우디아라비아 HS CODE 2106.90 對글로벌 수입액, 약 8,837억 원

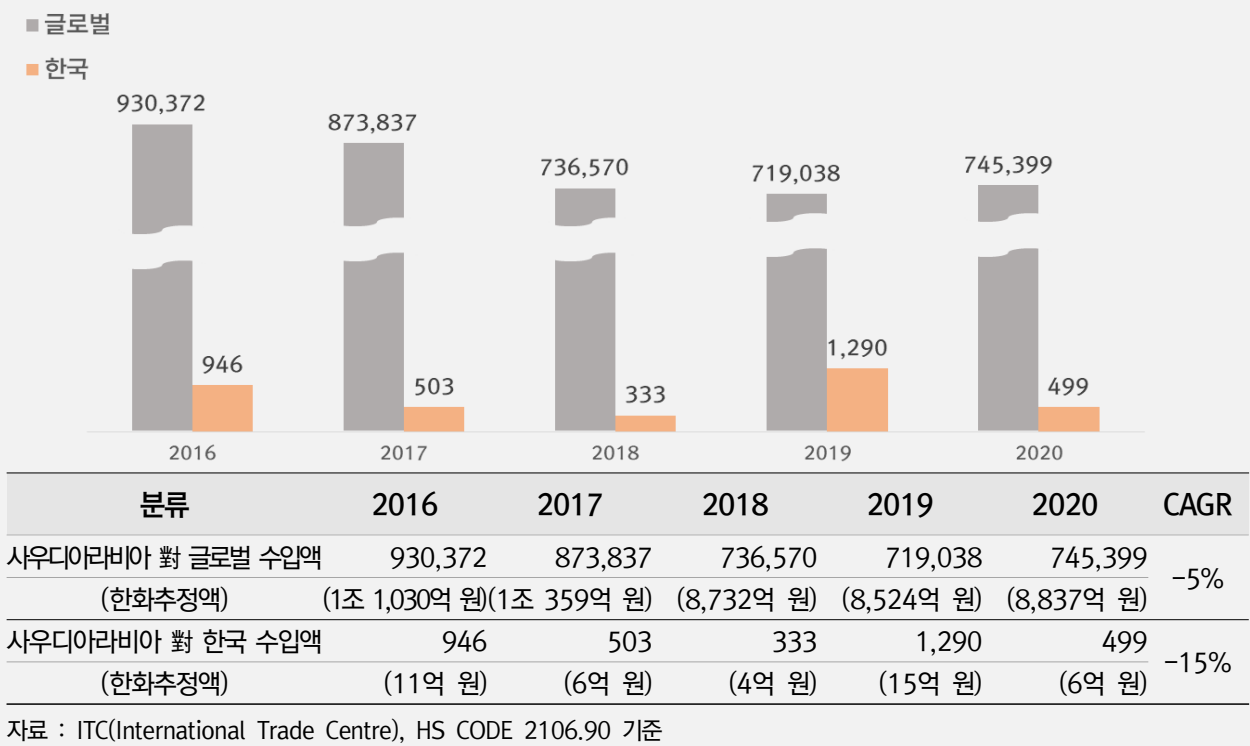
2020년 기준 사우디아라비아 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 약 8,837억 원을 기록함. 지난 4년(2016-19년)간 對글로벌 수입액은 지속적으로 감소하다 2020년 소폭 상승함. 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 5% 감소세로 집계됨

▶ 사우디아라비아 HS CODE 2106.90 수입액 중 한국산 점유율 미미

2020년 기준 사우디아라비아 HS CODE 2106.90 품목의 對한국 수입액은 약 6억 원으로 나타남. 이는 對글로벌 수입액의 0.07%로 39위를 기록함. 對글로벌 수입액 점유율을 기준으로 1위 아일랜드(약 3,064억 원, 35%), 2위 네덜란드(약 733억 원, 8%), 3위 덴마크(약 611억 원, 7%) 순으로 확인됨

[표 2.4] 사우디아라비아 HS CODE 2106.90 수입규모¹¹⁾¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



11) 자료: ITC(International Trade Centre)

12) 1달러=1,185.50원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 홍삼차 수출규모

HS CODE 2106.90-3029

조사제품 '홍삼차'에 해당하는
HS CODE 2106.90-3029
(홍삼차)의 한국 글로벌, 사우
디아라비아 수출규모를 통해
수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2106.90-3029 수출액, 지난 5년간 연평균성장률 26%

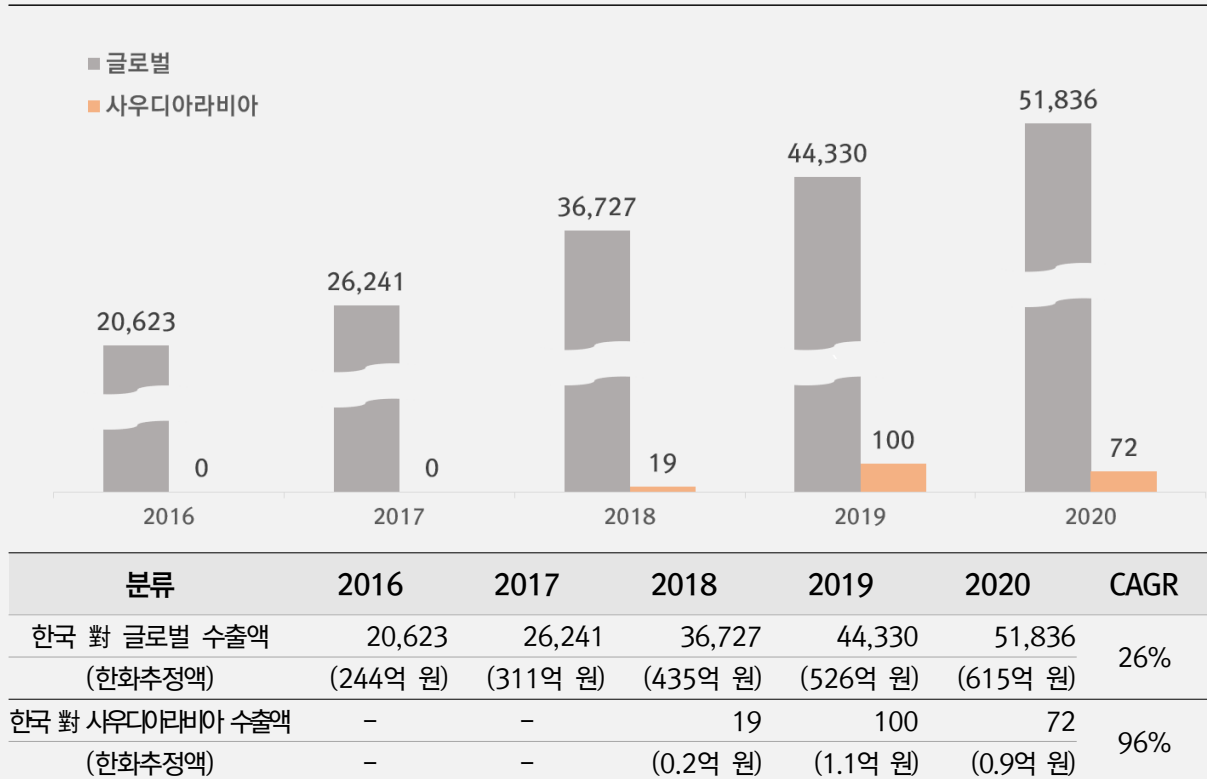
2020년 기준 한국 HS CODE 2106.90-3029 품목의 글로벌 수출액은 615억 원으로 집계됨. 지난 5년(2016-20년)간 글로벌 수출액은 매년 전년 대비 증가하며 연평균성장률 26%를 기록함

▶ 한국 HS CODE 2106.90-3029 수출액, 사우디아라비아 점유율 미미

2020년 기준 한국 HS CODE 2106.90-3029 품목의 사우디아라비아 수출액은 약 0.9억 원으로, 점유율 0.1%를 차지해 전체 19위를 기록함. 사우디아라비아 수출액은 2018년부터 집계되기 시작해 뚜렷한 증감 경향성이 없이 지난 3년(2018-20년)간 연평균성장률 96%를 기록함. 점유율 기준 1위 중국(약 204억 원, 33%), 2위 베트남(약 123억 원, 20%), 3위 미국(약 102억 원, 17%) 순으로 확인됨

[표 2.5] 한국 HS CODE 2106.90-3029 수출규모¹⁴⁾¹⁵⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2106.90-3029 기준

14) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 사우디아라비아 홍삼차, 홍삼차보다 인삼차 비중이 더 높아
2. 사우디아라비아 홍삼차 경쟁 브랜드, ‘립톤’이 1위
3. 사우디아라비아 홍삼차 패키징, 티백 포장인 가장 대중적
4. 사우디아라비아 홍삼차, ‘자연의’ ‘유기농’ 홍보문구 인기
5. 사우디아라비아 홍삼차 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 사우디아라비아 온라인매장 입점 홍삼차 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 허브차(شاي اعشاب)
- 데이터 수집량 : 285건
- 데이터 수집원 : 사우디아라비아 온라인매장

▶ 사우디아라비아 온라인매장 입점 홍삼차 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어/아랍어)		빈도	키워드 (국문/영어/아랍어)		빈도
경쟁 제품	생강차	زنجبيل والعسل	33	회향	الشمر	6
	인삼차	الشاي الجينسنغ	13	카다멈	الهال	5
	강황차	الكرم	7	우엉 뿌리	جذر الأرقطيون	2
	감초차	عرق السوس	7	고수	الكزبرة	2
경쟁 브랜드	립톤	ليبتون	32	라비나	Lavina	7
	트와이닝스	توينجز	15	오가닉 인디아	Organic India	4
	요기	يوجي تي	12	푸카	بوکا هيريس	2
	트웨티퍼스트 센추리	21st Century	9	정관장	هونغ سام وون	0
패키징	티백	tea bag	188	박스	box	95
	팩	pack	174	포	sachet	47
홍보문구	자연의	natural	133	아로마	aroma	57
	유기농	organic	125	생기 회복	refresh	49
	블렌드	blend	100	감기	cold	31
	중국	china	85	면역	immune	26
	체중 감량	weight loss	63	카페인 미함유	no caffeine	24

1. 사우디아라비아 홍삼차, 홍삼차보다 인삼차 비중이 더 높아

▶ 홍삼차 검색 시 ‘인삼차’ 비중이 높은 것으로 나타나

- ‘인삼차’는 13건 빈출되며 빈도수 2위를 기록함
- ‘홍삼차’는 거의 추출되지 않았으며, 인기 온라인몰 ‘홍삼차’ 키워드 검색 결과 농축액, 캡슐 형태의 홍삼 조제품만 판매되고 있는 것을 확인함

▶ ‘생강차’ 키워드 33건으로 빈출도 1위

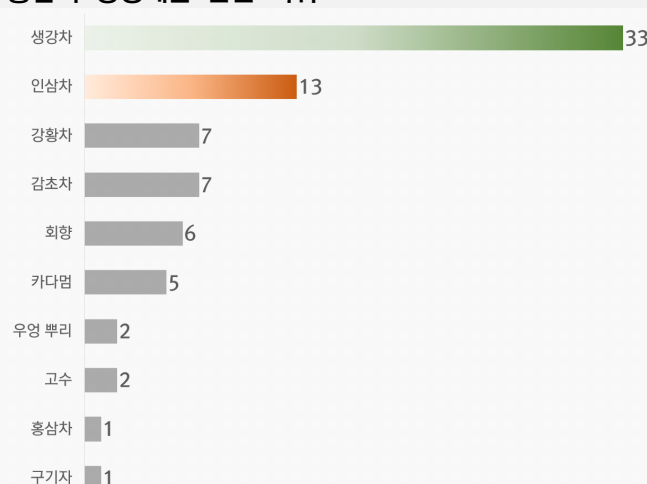
- 레몬이 들어간 종류가 가장 많으며 그 외에 꿀, 라임, 녹차, 시나몬 등이 들어간 종류가 다양하게 판매됨

▶ 홍삼 유사 약초의 활용 많은 편

- 강황, 감초, 회향(산미나리씨)등 인삼과 유사한 건강 효능을 지닌 약초를 원료로 하는 제품 다수

1위 생강차		2위 인삼차		3위 강황차	
					
제품명	레몬앤진저	제품명	인삼차(Ginseng Tea)	제품명	오가닉터머릭부스트
브랜드	트와이닝스 (Twinings)	브랜드	쓰리발레리나티 (3 Ballerina Tea)	브랜드	햄스테드티 (Hamstead Tea)
용량	1.8g*17개입	용량	18개입	용량	15개입
가격	28.49리알(8,996원) ¹⁶⁾	가격	33.87리알(10,695원)	가격	41.40리알(13,072원)

[표 3.1] 사우디아라비아 홍삼차 경쟁제품 관련 키워드



자료: 사우디아라비아 온라인매장 판매 제품 내 ‘홍삼차’ 관련 게시물 285건 분석

16) 1리알=315.76원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2. 사우디아라비아 홍삼차 경쟁 브랜드, ‘립톤’이 1위

▶ 한국 홍삼차 브랜드 진출 사례 적음

- 키워드 분석 결과, ‘정관장’은 빈도수 0건을 기록함
- 온라인몰 조사 결과, ‘홍삼차’ 판매는 거의 이루어지지 않으며, ‘정관장’은 홍삼 농축액을 중심으로 홍삼 조제품 판매가 이루어짐

▶ ‘허브차’ 경쟁브랜드 1위 립톤

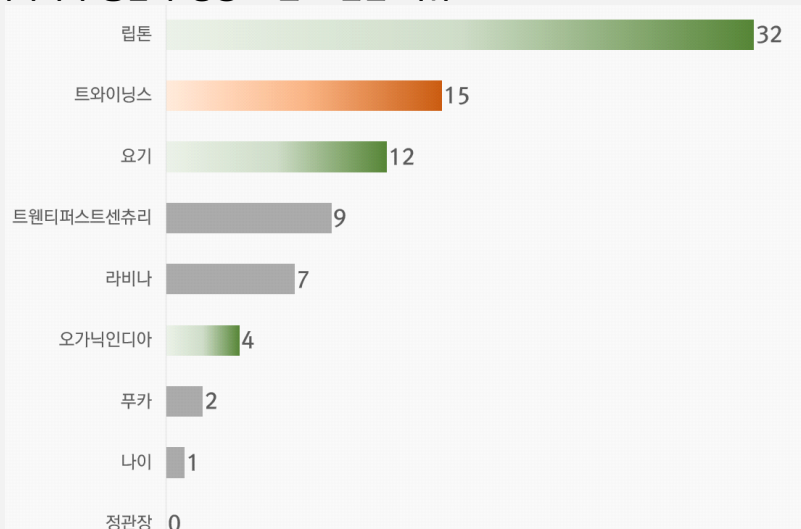
- ‘허브차’ 키워드 분석 결과 립톤이 32건으로 1위를 차지
- 대체로 가격대가 저렴하며 다양한 종류의 허브차가 판매되고 있음

▶ 미국 브랜드 위주로 ‘홍삼차’, ‘인삼차’ 판매

- ‘홍삼차’, ‘인삼차’의 주요 브랜드는 프린스오브피스(Prince of Peace), 쓰리발레리나티(3 Ballerina Tea)로 모두 미국 브랜드임
- 프린스오브피스 브랜드 제품은 한국에서 제조되었으며, 제품명에 ‘Korean(한국산)’을 넣어 한국산 인삼을 원료를 사용한 점을 강조함

1위 립톤		2위 트와이닝스		(-) 정관장	
					
제품명	그린티진저앤허니	제품명	진저앤라임	제품명	코리안진생티
용량	1.4g*25포	용량	3g*20포	용량	2g*10포*10박스
가격	6.70리얄(2,116원)	가격	23.65리얄(7,468원)	가격	112.00리얄(35,365원)

[표 3.2] 사우디아라비아 홍삼차 경쟁 브랜드 관련 키워드



자료: 사우디아라비아 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼차’ 관련 게시물 285건 분석

3. 사우디아라비아 홍삼차 패키징, 티백 포장에 가장 대중적

▶ 허브차, ‘티백’ 패키징이 가장 보편적

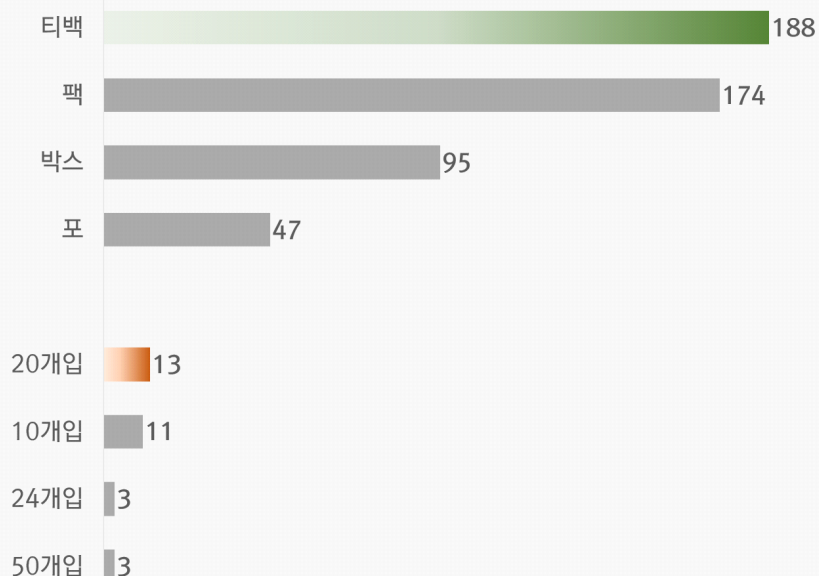
- ‘티백’ 키워드는 188건 빈출되어 허브차에 가장 자주 사용되는 패키징이며, 한 박스에 10개입, 20개입씩 담겨 판매되는 것으로 조사됨
- ‘포’ 키워드는 47건으로 ‘허브차’ 제품 포장으로는 잘 사용되지 않는 것으로 나타남

▶ 포장 용량은 대용량보다는 소용량이 많아

- ‘20개입’, ‘10개입’ 키워드가 대용량 제품인 ‘24개입’, ‘50개입’ 보다 많이 빈출되어 소용량 제품에 대한 선호도가 더 높을 것으로 판단됨

1위 티백		3위 박스		4위 포	
					
제품명	진저허벌인퓨전	제품명	디톡스헬스클렌징포물러	제품명	카라티
브랜드	라비나 (Lavina)	브랜드	요기 (Yogi)	브랜드	알리티 (Alitea)
용량	2g*20개입	용량	1.8g*16개입	용량	25g*25개입
가격	14.15리알(4,468원)	가격	47.00리알(14,841원)	가격	54.46리알(17,196원)

[표 3.3] 사우디아라비아 홍삼차 패키징 관련 키워드



자료: 사우디아라비아 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼차’ 관련 게시물 285건 분석

4. 사우디아라비아 홍삼차, ‘자연의’ ‘유기농’ 홍보문구 인기

▶ ‘자연의’, ‘유기농’ 키워드 전체 빈도 순위 1위

- ‘자연의’, ‘유기농’ 키워드 빈도는 각각 133건, 125건 빈출되어 전체 키워드 순위 1,2위로, 천연 성분에 대한 소비자 선호도를 반영함

▶ ‘체중감량’ 등 다이어트와 관련된 홍보문구 높게 빈출

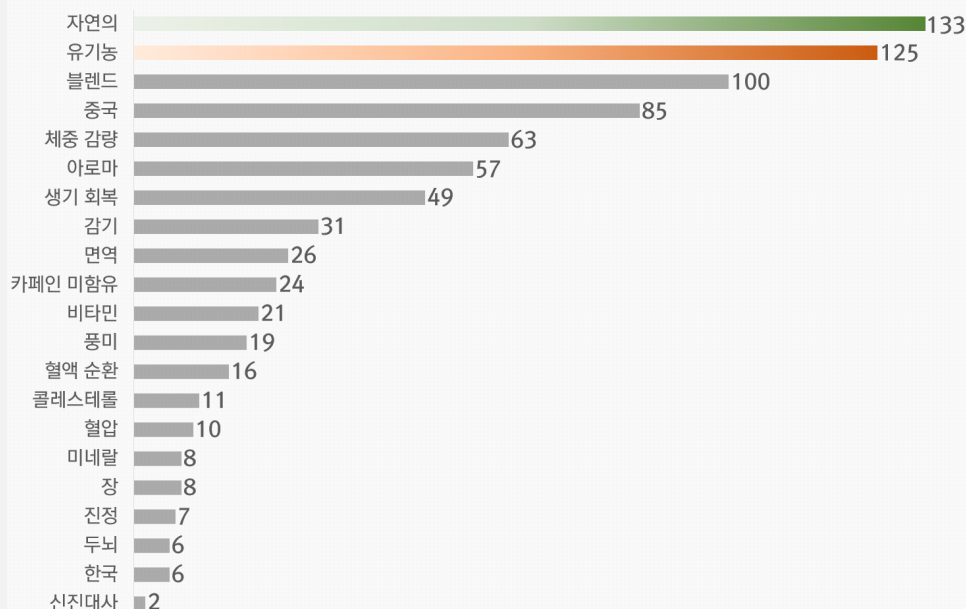
- ‘체중 감량’ 키워드가 63건 빈출되어 ‘허브차’ 홍보문구 상위 키워드로 나타남

▶ ‘블렌드’, ‘아로마’와 같은 차의 맛과 향에 관련된 키워드 다수

- ‘블렌드’가 100건, ‘아로마’가 57건 빈출되어 다양한 재료가 블렌딩된 제품과 향이 깊은 제품에 대한 선호도가 높다고 분석됨

1위 자연의		2위 유기농		3위 블렌드	
					
제품명	퓨어캐모마일	제품명	털시슬립	제품명	인퓨조체리앤시나몬
브랜드	트와이닝스 (Twinings)	브랜드	오가닉인디아 (Organic India)	브랜드	트와이닝스 (Twinings)
용량	3g*20개입	용량	1.8g*18개입	용량	3g*20개입
가격	23.65리알(7,468원)	가격	77.00리알(24,314원)	가격	23.65리알(7,468원)

[표 3.4] 사우디아라비아 홍삼차 홍보문구 관련 키워드



자료: 사우디아라비아 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼차’ 관련 게시물 635건 분석

5. 사우디아라비아 홍삼차 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 자연에서 얻은 재료로 만든 홍삼차

- 홍보문구 1위인 '자연' 키워드를 활용하여 자연에서 얻은 건강한 재료인 홍삼을 성분으로 하는 건강차로 홍보

▶ 컨셉 ② _ 물에 타먹는 간편한 포 형태의 차

- 포(sachet)에 들어있는 제품으로 휴대와 보관이 편리하고 간편하게 음용할 수 있는 장점 강조
- 홍삼의 주 효능 활력 증진 및 생기 회복을 홍보문구로 활용

▶ 컨셉 ③ _ 카페인 섭취에 민감한 소비자들을 위한 홍삼차

- 제품 홍보문구 상위 키워드 '카페인 미함유'를 활용하여 카페인이 들어있지 않은 한국식 건강차로 홍보

경쟁제품	포장	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	박스	자연	44건	[자연]에서 얻은 천연재료 홍삼을 한 [박스]로 담은 건강한 홍삼차
(-)	포	향	19건	홍삼의 깊은 [향]을 잘 느낄 수 있는 [포]에 담긴 홍삼차
홍삼	(-)	면역	10건	[면역력] 및 혈액순환 개선에 탁월한 [홍삼]차
(-)	포	생기 회복	10건	물에 타먹는 간편한 [포] 형태로 [생기 회복]
(-)	포	카페인 미함유	9건	[카페인] 걱정 없이 하루 한 [포]로 건강을 챙길 수 있는 홍삼차

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁브랜드/효능/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 사우디아라비아 홍삼차 유통채널 비교
2. 사우디아라비아 홍삼차 유통채널 특징

1. 사우디아라비아 홍삼차 유통채널 비교

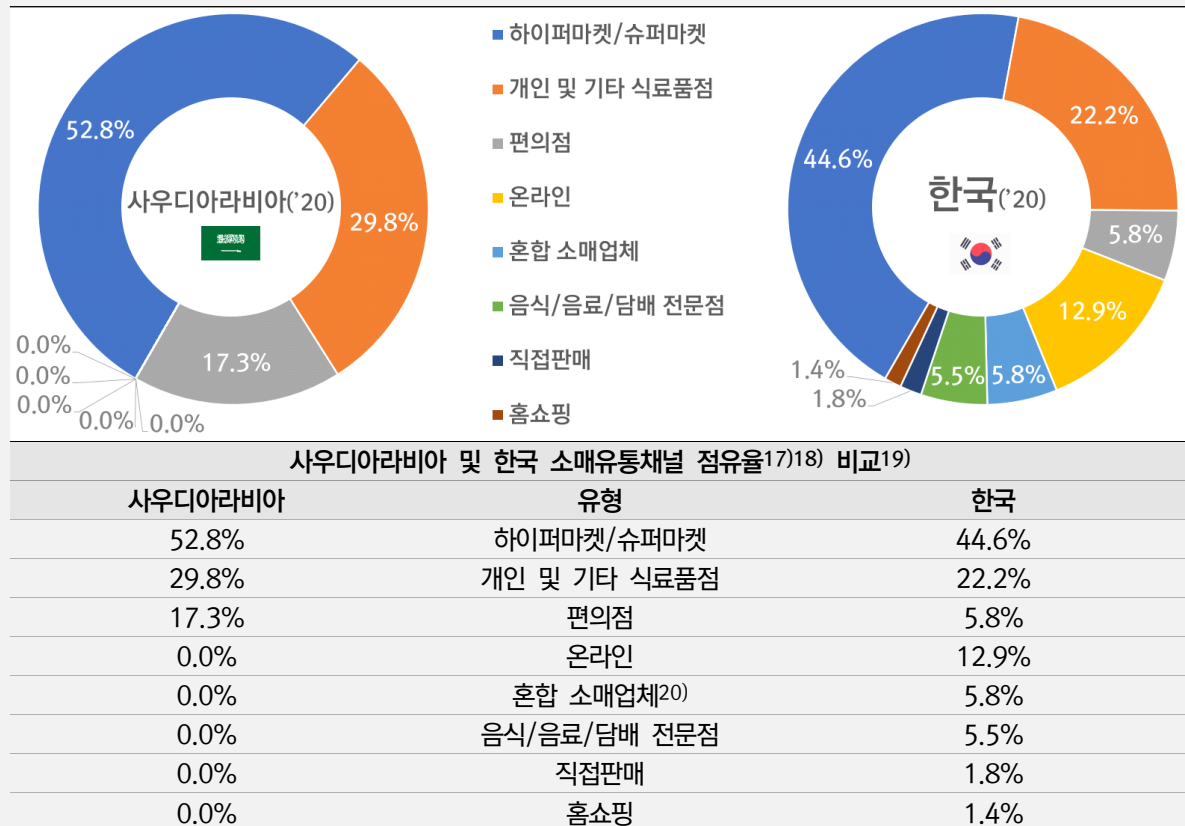
▶ 사우디아라비아 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, 차 유통 절반 이상 차지하는 주요 채널

2020년 사우디아라비아 ‘홍삼차’ 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 52.8%를 점유하며 절반 이상을 차지함. 한국의 경우 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 사우디아라비아보다 8.2%p 낮은 44.6%를 보이며 1위를 차지함. 다음으로 ‘개인 및 기타 식료품점’은 사우디아라비아에서 29.8%로 2위를 차지했으며, 한국에서는 7.6%p 낮은 22.2%를 차지하며 역시 2위를 차지함. ‘편의점’은 사우디아라비아에서 17.3%를 점유한 것으로 나타남. ‘온라인’, ‘혼합 소매업체’, ‘음식/음료/담배 전문점’, ‘직접판매’, ‘홈쇼핑’의 경우 한국에선 도합 약 27.4%를 차지했으나, 사우디아라비아에서는 확인되지 않았음

▶ 사우디아라비아 홍삼차 온라인 판매 이뤄지지 않아

2020년 사우디아라비아 ‘차’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 0%로 나타남. 반대로 한국은 12.9%를 차지하며 3위 유통채널로 조사되었음

[표 4.1] 사우디아라비아 홍삼차 소매유통채널 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

17) 2020년 기준, 사우디아라비아 및 한국 ‘차(Tea)’ 유통채널 점유율임

18) ‘홍삼차’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘차(Tea)’의 정보를 확인함

19) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

20) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 사우디아라비아 홍삼차 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

▶ 사우디아라비아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 판다리테일

사우디아라비아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 판다리테일(Panda Retail), 압둘라알오사임마켓(Abdullah Al-Othaim Markets) 등이 있음. 판다리테일은 2020년 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 582억 200만 리알(약 18조 3,779억 원²¹⁾)의 21.5%를 점유했으며, 산하에 하이퍼판다(Hyper Panda) 등의 브랜드를 보유함. 압둘라알오사임마켓은 전체의 11.3%를 차지했으며, 산하에 알오사임(Al Othaim) 1개 브랜드를 보유함

▶ 사우디아라비아 슈퍼마켓, 코로나19에도 불구하고 매출 증가²²⁾

사우디아라비아에서 2020년 3월부터 6월까지 약 4개월간 지속된 락다운 당시 대형 쇼핑물에 입점한 슈퍼마켓 또는 하이퍼마켓은 매출이 줄었으나 주거지 인근 소형 슈퍼마켓은 꾸준히 매출이 증가해 전체 매출액은 증가함. 이는 매장 규모 축소 및 전략적 위치 선정 등의 정책 시행으로 소비자들의 접근성을 고려했기 때문에 가능했다고 평가받음. 또한, 다수의 슈퍼마켓 업체가 가격에 민감해진 소비자 성향을 반영하여 일주일 단위 특별 프로모션 진행 등 다양한 소비자 유인책을 실시하였음

[표 4.2] 사우디아라비아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²³⁾	산하 주요 브랜드
1	판다리테일 (Panda Retail)	21.5%	하이퍼판다(Hyper Panda), 판다슈퍼마켓(Panda Supermarket)
2	압둘라알오사임마켓 (Abdullah Al-Othaim Markets)	11.3%	알오사임 (Al Othaim)
3	빈다우드홀딩 (Bin Dawood Holding)	9.8%	다뉴브(Danube), 빈다우드(Bin Dawood)
4	사우디하이퍼마켓 (Saudi Hypermarket)	3.3%	까르푸 (Carrefour)
5	사우디마케팅 (Saudi Marketing)	2.9%	팜슈퍼스토어 (Farm Superstores)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

21) 1사우디아라비아 리알=315.76원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

22) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Saudi Arabia Country Report」, 2021.03

23) 사우디아라비아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 드럭스토어



사진자료: 카와뉴스

▶ 사우디아라비아 주요 드럭스토어 업체, 알나디메디컬

사우디아라비아 주요 드럭스토어 업체 알나디메디컬(Al Nahdi Medical)은 2020년 사우디아라비아 드럭스토어 전체 매출액 342억 1,100만 리알 (약 10조 8,025억 원)의 22.9%를 점유했으며, 산하에 알나디 (Al Nahdi) 1개 브랜드를 보유함. 알다와메디컬서비스(Al Dawaa Medical Services)는 2020년 전체 매출액의 15.4%를 점유했으며, 산하에 알다와(Al Dawaa) 1개 브랜드를 보유함

▶ 건강 관리 트렌드 확산으로 드럭스토어 업계 매출 증대²⁴⁾²⁵⁾

사우디아라비아는 인구 및 만성질환 증가, 정부 차원의 강력한 건강 보호 정책 추진 등 다양한 이유로 중동 지역에서 규모가 가장 큰 의약품 시장이었음. 특히, 코로나19 이후 건강과 웰빙에 대한 관심이 폭발적으로 증가하였고, 이와 함께 체력보조제 및 기타 건강보조식품에 대한 수요가 증가함. 이에 더해, 카림나우(Careem Now)와 같은 즉시 배송 서비스로 인해 온라인몰 이용이 더욱 증가함

[표 4.3] 사우디아라비아 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ²⁶⁾	산하 주요 브랜드
1	알나디메디컬 (Al Nahdi Medical)	22.9%	알나디 (Al Nahdi)
2	알다와메디컬서비스 (Al Dawaa Medical Services)	15.4%	알다와 (Al Dawaa)
3	유나이티드파마수티컬 (United Pharmaceuticals)	5.1%	유나이티드 (United)
4	아라비안아우드 (Arabian Oud)	2.9%	아라비안아우드 (Arabian Oud)
5	엠에이치알샤야 (M H Alshaya)	2.6%	부츠(Boots), 배스앤바디웍스(Bath & Body Works)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

24) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Saudi Arabia Country Report, 2021.03

25) 유로모니터(Euromonitor), 「Digestive Remedies in Saudi Arabia Country Report, 2021.03

26) 사우디아라비아 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 편의점

▶ 사우디아라비아 주요 편의점 업체, 알마와리드

사우디아라비아 주요 편의점 업체 알마와리드(Al Mawarid)는 2020년 사우디아라비아 편의점 전체 매출액 28억 7,980만 리알(약 9,093억 원)의 10.6%를 점유했으며, 산하에 미드(Meed) 1개 브랜드를 보유함. 다음으로 아라비안푸드서플라이스(Arabian Food Supplies)는 전체의 9.2%를 점유했으며, 산하에 에이에프에스(AFS)를 보유함

▶ 코로나 이후 편의점 업계 성장 기회 얻어27)

사우디아라비아의 소비자들은 더운 기후 특성상 야외활동을 즐기는 경우가 거의 없으며, 대부분 실내에서 쇼핑과 여가활동을 동시에 즐기려는 패턴을 보여왔음. 그러나 코로나19 이후 사람이 많이 몰리는 대형 쇼핑몰의 이용자가 감소하며, 쇼핑몰 내에 입점한 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 매출 또한 감소했음. 반면, 거주지역 인근의 슈퍼마켓과 편의점은 접근성 면에서 경쟁력을 가진 것으로 평가됨

[표 4.4] 사우디아라비아 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20)28)	산하 주요 브랜드
1	알마와리드 (Al Mawarid)	10.6%	미드 (Meed)
2	아라비안푸드서플라이스 (Arabian Food Supplies)	9.2%	에이에프에스 (AFS)
3	압둘라알오사임마켓 (Abdullah Al-Othaim Markets)	4.8%	알오사임코너 (Al-Othaim Corner)
4	사우디마케팅 (Saudi Marketing)	2.0%	팜미니마켓 (Farm Mini Markets)
5	엘리멘테이션카우치타드 (Alimentation Couche-Tard)	1.6%	써클케이 (Circle K)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Saudi Arabia Country Report, 2021.03

28) 사우디아라비아 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

4) 온라인

▶ 사우디아라비아 주요 온라인 유통채널, 아마존 및 남시

사우디아라비아 주요 온라인 유통채널 아마존(Amazon)은 2019년 순매출액 1억 2,300만 달러(약 1,458억 원)를 달성했으며, 해당 매출액 중 식료품 및 퍼스널 케어 카테고리의 점유율은 11%로 집계됨. 남시(Namshi)는 2019년 순매출액 1억 2,000만 달러(약 1,422억 원²⁹⁾)를 달성했으며, 식료품 및 퍼스널 케어 카테고리는 매출액의 5%를 점유한 것으로 나타남

▶ 코로나19가 불러온 변화, 온라인 식품시장의 다양한 형태³⁰⁾³¹⁾

코로나19 이전까지는 식료품을 비롯한 다양한 품목의 사우디아라비아 온라인 소비시장은 경제 규모 대비 더디게 발전함. 이는 쇼핑 행위가 사회적 교류 행위로 자리 잡아 가족이나 친구 단위의 오프라인 쇼핑이 전형적인 구매 형태였기 때문임. 그러나 락다운으로 인해 이와 같은 교류 형태가 불가능해졌고, 결과적으로 2020년 사우디아라비아 내 식료품의 온라인 소비시장이 전년 대비 약 204% 성장함. 특히, 온라인 유통채널의 주요 품목이 과거에는 식품 배달 서비스였다면, 코로나19 이후에는 식료품 배송으로 변화했다는 점을 주목할만함. 사우디아라비아의 인터넷 사용률은 95.7%에 육박하며, SNS나 스마트폰 사용에 익숙한 청년층 증가와 여성의 사회 진출 등 여러 조건을 종합해보면, 사우디아라비아 온라인 소비시장의 규모는 계속해서 증가할 것으로 예상됨

[표 4.5] 사우디아라비아 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	순매출액('19)	식료품 및 퍼스널케어 매출액 점유('19)
1	아마존 (Amazon)	1억 2,300만 달러 (약 1,458억 원)	11%
2	남시 (Namshi)	1억 2,000만 달러 (약 1,422억 원)	5%
3	아이허브 (iHerb)	4,100만 달러 (약 486억 원)	95%

자료: 스탯이스타(Statista)

29) 1달러=1,185.50원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

30) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in the US Country Report」, 2021.03

31) 스탯이스타(Statista), 「eCommerce in Saudi Arabia ecommerceDB Country Report」, 2021.01

V. 온·오프라인 유통채널

1. 사우디아라비아 홍삼차 주요 온라인 유통채널
2. 사우디아라비아 홍삼차 주요 오프라인 유통채널

1. 사우디아라비아 홍삼차 주요 온라인 유통채널 ① 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.sa		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	680만 회	
		매출('19)	1억 2,300만 달러(약 1,458억 원 ³²⁾)	
	운영방식	온라인마켓		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	프린스오브피스(Prince of Peace), 트와이닝스(Twinings)	
		해외 판매	해외배송 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	시간대별 및 카테고리별 특별 할인 이벤트, 기프트카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 (sell.amazon.sa) - 'Register Now' 클릭 - 계정 생성 - 계정 타입 설정 (개인이 아닌 비즈니스 계정 생성 시 필수로 기입해야 하는 정보 있음) - 등록 시 필요한 정보 ① 유효한 Iqma ID³³⁾ ② 소유자의 이름이 적힌 비즈니스트레이드라이센스 ③ 회사용 이메일 혹은 아마존 고객 계정 - 등록 절차 이후 승인이 되면, 공급자 포털인 'Seller Central'에 접근 가능		

자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 아마존(Amazon)

32) 1달러=1,185.50원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

33) 사우디아라비아 체류허가증으로, 이까미라고 읽음

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 영어 지원

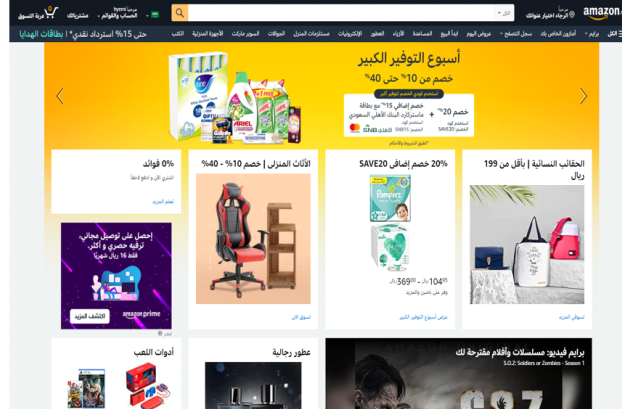
아랍어 외 공식 언어로
영어이용가능

2. COD 결제

신용카드나 기프트
카드를 통한 결제 외에도
현금을 통한 결제를
가능하게 하여 더 많은
소비자가 이용가능

3. 구매내역

구매한 내역과 검색 내역
확인 가능하며 해당
카테고리 내 추천상품
제공



4. 아마존 프라임

연회비 지불을 통한 빠른
배송과 무료 영화, 음악
제공

5. 국제배송

사우디아라비아 이외
국가에서도 구매가능

아랍어 및 영어로 페이지 언어 지원
Souq.com 인수 이후 고객 정보 자동 이관

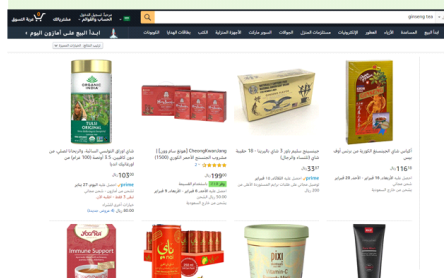
온라인몰 UI ②

Amazon - 제품 구매 페이지

'홍삼차' 제품 검색 결과

'홍삼차' 제품 관련 검색결과 노출

브랜드, 카테고리별로 세분화 분류 기능 제공



'홍삼차' 제품 구매 페이지

RTD제품은 없으며 인삼이 함유된 차 취급

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon)

사진 자료: 아마존(Amazon)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ³⁵⁾	용량	이미지
1	인삼차	프린스오브피스 (Prince of Peace)	파낙스진생티백 (Panax Ginseng Tea Bag) *인삼	미국	116.18리알 (약 3만 6,685원)	2g * 100개입	
2	허브차	21세기헬스케어 (21st Century Health Care)	허니레몬허벌슬리밍티 (Honey Lemon Herbal Slimming Tea) *레몬, 꿀 *글루텐프리, 카페인프리	미국	44.64리알 (약 1만 4,096원)	2g * 24개입	
3	허브차	셀레스티알시즈닝 (Celestial Seasoning)	허벌티샘플러 (Herbal Tea Sampler) *카페인프리 *레몬, 페퍼민트, 카모마일	미국	38.00리알 (약 1만 9,999원)	1.66g * 18개입	
4	허브차	시크릿오브티 (Secrets of Tea)	갯슬리퍼슬립에이드티 (Get Sleepy Sleep Aid Tea) *카페인프리, 유기농 *카모마일, 로즈힙, 라벤더	미국	77.16리알 (약 3만 6,628원)	2.3g * 20개입	
5	허브차	트와이닝스 (Twinings)	허벌티티백 (Herbal Tea Tea Bags) *딸기, 망고, 로즈힙	영국	23.65리알 (약 7,468원)	4.1g * 20개입	
6	허브차	바하 (Baja)	애플앤시나몬티 (Apple and Cinnamon Tea) *사과, 시나몬	사우디아라비아	22.60리알 (약 7,136원)	125g	
7	허브차	오가닉인디아 (Organic India)	툴시루스리프티 (Tulsi Loose Leaf Tea) *Non-GMO, 카페인프리 *바질	인도	103.00리알 (약 3만 2,523원)	100g	

자료: 아마존(Amazon) 허브차 조사

사진 자료: 아마존(Amazon) 허브차 조사

34) 조사일(2022.01.26) 기준 아마존(Amazon) 허브차 조사

35) 1리알 = 315.76원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 아이허브

기업 기본 정보	기업명	아이허브(iHerb)		
	홈페이지	sa.iherb.com		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	203만 회	
		매출('19)	4,100만 달러(약 486억 원)	
	운영방식	온라인마켓		

매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	일화(Ilhwa), 요기(Yogi) 등
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보			
	400달러 이상 구매 시 무료 배송, 특별 할인 이벤트, 슈퍼딜 등 다양한 프로모션 상시 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 (sa.iherb.com/info/vendors) - ‘Partnering with iHerb’ 클릭
		① 필수 입력 정보 (회사명, 브랜드명, 이름, 회사 이메일, 휴대전화번호, 회사 홈페이지, 입점 카테고리) ② 필수 첨부파일 (가격, 세일즈덱(Sales Deck), 최소 광고 가격(MAP)) - 위의 초기 등록 절차 이후 필요한 기타 제출 정보는 해당 공급자 등록 페이지 좌측 ‘Be prepared to submit later’ 부분에서 확인 가능 - 아이허브(iHerb)측에서 공급 제안 검토 후 추후 과정 진행

자료: 아이허브(iHerb), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 아이허브(iHerb)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 국제배송
미국, 한국, 홍콩에 위치한 물류 센터를 통해 전세계 185개국의 주문을 처리함

2. 다양한 카테고리
건강보조식품, 식료품 등의 분류 이외에도 코셔 인증, 키토나 비건 등 다양한 카테고리별 검색 가능

3. 제품 관련 정보
소비자가 검색한 제품의 키워드와 관련된 정보 및 기타 간단한 가이드라인 큐레이션 제공 중



4. 체험 서비스
제품을 체험한 후 리뷰를 작성하면 1\$에 구매 가능한 제도 운영 중

5. 자체 인증 제도
아이허브를 통해서만 판매되는 제품 및 아이허브 자체 기준을 통과했다는 표시 등 자체 인증 제도 운영 중

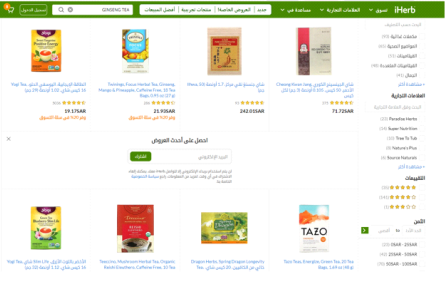
비건, 코셔, 유기농 등 다양한 카테고리의 제품 취급
미국을 포함한 약 185개국으로 배송 가능

온라인몰 UI ②

iHerb - 제품 구매 페이지

‘홍삼차’ 제품 검색 결과

‘홍삼차’ 제품 관련 검색결과 노출
성분, 브랜드별로 세분화 분류 기능 제공



‘홍삼차’ 제품 구매 페이지
할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 브랜드별, 후기 개수별 정렬 가능
나이대별, 제품 구성별, 할인율별 검색 가능

자료: 아이허브(iHerb)

사진 자료: 아이허브(iHerb)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	인삼차	일화 (Ilhwa)	퓨어컨센트레이티드진생티 (Pure Concentrated Ginseng Tea) *인삼농축액	한국	242.01리알 (약 7만 6,101원)	50g	
2	홍삼차	정관장 (CheongKwan Jang)	코리안레드진생티 (Korean Red Ginseng Tea) *홍삼농축액, 글루코즈	한국	71.72리알 (약 2만 2,646원)	150g	
3	인삼차	YS에코비팜 (YS Eco Bee Farm)	진생허니 (Ginseng Honey) *인삼농축액, 꿀	한국	35.45리알 (약 1만 1,194원)	311g	
4	인삼차	트와이닝스 (Twinings)	포커스허벌티진생 (Focus Herbal Tea Ginseng) *카페인프리 *인삼농축액, 사과, 파인애플	영국	21.93리알 (약 6,925원)	1.5g * 18개입	
5	홍삼차	정관장 (CheongKwan Jang)	마일드코리안레드진생엑스트랙트 (Mild Korean Red Ginseng Extract) *홍삼농축액, 글루코즈	한국	224.21리알 (약 7만 797원)	100g	
6	허브차	요기 (Yogi)	스위트탠저린포지티브에너지 (Sweet Tangerine Positive Energy) *인삼농축액, 레몬글라스 *Non-GMO, 유기농	독일	19.17리알 (약 6,053원)	29g	
7	허브차	드래곤허브 (Dragon Herbs)	스프링드래곤롱지비티티 (Spring Dragon Longevity Tea) *카페인프리 *지노스테마, 나한과추출물	미국	40.37리알 (약 1만 2,747원)	2g * 20개입	

자료: 아이허브(iHerb) 허브차 조사

사진 자료: 아이허브(iHerb) 허브차 조사

36) 조사일(2022. 01.26) 기준 아이허브(iHerb) 허브차 조사

2. 사우디아라비아 홍삼차 주요 오프라인 유통채널 ① 타미미마켓

기업 기본 정보	기업명	타미미마켓(Tamimi Market)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.tamimimarkets.com	
	위치	리야드(Riyahd)	
	규모	매출액('20)	6억 6,200만 달러(약 7,848억 원)
		기타 규모	• 매장 수('21): 약 20개
	기업 요약	• 1953년 건설업으로 시작한 타미미그룹(Tamimi Group)의 자회사 • 1979년 슈퍼마켓 시장에 뛰어들어 이후 미국의 식품 유통업체 세이프웨이(Safeway)와 제휴하여 사우디아라비아 내의 외국인 고객에게 인기를 끄	
소비자 정보	타깃 소비자	성별	여성
		연령대	20-40대
		직업	직장인·주부
		소득수준	중산층
방문매장 정보	영업시간	00:00~24:00	
	주소	King Abdulaziz branch Road, Al-Ysmeen, Riyadh 13325	
	상권	주택가에 위치하며 인근에 패스트푸드점, 식당, 화장품 가게가 있어 유동인구 많음	
	VMD	취급 브랜드	라스알카이마(Ras Al Khaima), 알디아파(Al Diafa)
		진열 방식	카테고리별 진열
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	- 등록 방법 - 및 - 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
		• 문의사항 연락처 - 전화번호: +966-80-0303-0010 - 이메일: ecare@tamimimarkets.com	

자료: 타미미마켓(Tamimi Market)

사진 자료: 타미미마켓(Tamimi Market)

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품



타미미마켓 현지조사 결과 홍삼차는 찾아볼 수 없었음. 또한 플라스틱 파우치에 담긴 액상형 차 또한 찾아볼 수 없었음. 대부분 제품은 티백형 또는 분말형 인스턴트 차로 확인되었음. 차 제품끼리 모여 제조사별로 진열되어 있었으며 모두 상온 매대에서 판매 중인 것으로 확인되었음

자료: 타미미마켓(Tamimi Market) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 타미미마켓(Tamimi Market) 현지 매장 방문 조사

입점 제품 리스트						
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	이미지
1	티백 차	라스알카이마 (Ras Al Khaima)	샤이아크다르 (شاي أخضر) *녹차	아랍에미리트	19.70리얄 (약 6,220원)	
2	티백 차	라스알카이마 (Ras Al Khaima)	알샤이알아스와드알인지리쥬 (الشاي الأسود الإنجليزي) *잉글리시 블랙티	아랍에미리트	16.45리얄 (약 5,194원)	
3	티백 차	라스알카이마 (Ras Al Khaima)	샤이알힐 (شاي الهيل) *카다멈차	아랍에미리트	18.75리얄 (약 5,921원)	
4	티백 차	알디아파 (Al Diafa)	알잔자빌이살 (الزنجبيل عسل) *생강꿀차	스페인	18.95리얄 (약 5,984원)	
5	티백 차	알디아파 (Al Diafa)	샤이알바분즈왈안순 (شاي البابونج واليانسون) *캐모마일아니스차	스페인	18.95리얄 (약 5,984원)	

자료: 타미미마켓(Tamimi Market) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 타미미마켓(Tamimi Market) 현지 매장 방문 조사

② 빈다우드

기업 기본 정보	기업명	빈다우드(Bin Dawood)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	bindawood.com	
	위치	제다(Jeddah)	
	규모	매출액('20)	51억 5,650만 리알(약 1조 6,282억 원) ³⁷⁾
기업 요약		기타 규모	• 매장 수('21): 27개
		1984년 설립되었으며, 2021년 포브스 중동 100대 기업 선정 2001년 다뉴브(Danube) 인수 후 현재 빈다우드홀딩(Bin Dawood Holding) 전체에서 76개 매장 운영 중 - 빈다우드(Bin Dawood)와 다뉴브(Danube) 모두 별도의 어플 운영 중이며 다뉴브(Danube) 어플은 2019년 디지털 어워드 수상	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 차(茶)류, 건강보조식품, 화장품, 가전제품 등	
	선호 제품	• 신선도 높은 제품, 다양한 국가의 수입 식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록 (www.bindawoodholding.com/our-suppliers) - 공급자 정보 (기업 이름, 기업 주소, 기업 홈페이지, 브랜드명, 이메일 주소, 담당자명 등) - 아래의 네 가지 유형 중 하나 선택 (사우디아라비아 내 제조사 / 해외 제조사의 사우디아라비아 법인 사우디아라비아 내 제조사의 유통업체 / 해외 제조사의 유통업체) - 사우디아라비아 내 물류 센터 보유 여부 체크 - 만약 보유하고 있다면 사우디아라비아 내 서비스 제공 가능 지역 체크 - 제조사가 아닌 경우 제조사와의 관계를 설명할 것 - 사우디아라비아 내에서 유통 권리 취득 여부 체크 - 유선 연락을 통한 문의 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +966-92-0023-246 (사우디아라비아 이외, 08:00~17:00 / 일~목)	

자료: 빈다우드홀딩(Bin Dawood Holding)

사진 자료: 빈다우드홀딩(Bin Dawood Holding)

37) 빈다우드홀딩(Bin Dawood Holding) 2020년 통합 매출액임

③ 에이에프에스

기업 기본 정보	기업명	에이에프에스(AFS)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	afs-sa.com	
	위치	제다(Jeddah)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 약 80개	
	기업 요약	- 식품 소매유통 외에도 케이터링 서비스 및 외식업체(ex. 온더보더(On the Border), 칠리스(Chili's) 등)와 같은 다양한 산업군에서 사업을 펼치고 있음 - 아라비안푸드서플라이스에서 식품 소매유통 부문은 1980년대 설립됨 - 제다(Jeddah), 리야드(Riyadh), 알코바르(Al Khobar)에 위치한 아라비안푸드서플라이스의 물류 센터로부터 물품을 조달함	
매장정보	입점 가능 품목	신선식품, 즉석식품, 건조식품, 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품 등	
	선호 제품	가격 경쟁력이 있는 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 문의 - 홈페이지 상단 우측의 'Contact Us' 클릭 - 이름, 이메일, 제목, 내용 작성 후 'Send' 클릭 - 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +966-12-6630-000	

자료: 에이에프에스(AFS)

사진 자료: 에이에프에스(AFS)

④ 알오사임코너

기업 기본 정보	기업명	알오사임코너(Al Othaim Corner)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	othaimmarkets.com			
	위치	리야드(Riyadh)			
	규모	매출액('20)	88억 1,150만 리알(약 2조 7,895억 원) ³⁸⁾		
		기타 규모	• 매장 수('21): 37개		
기업 요약	• 사우디아라비아의 대표 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업 압둘라알오사임(Abdullah Al-Othaim)에서 운영하는 미니 슈퍼마켓형 편의점 브랜드임 • 보통 자정 또는 새벽 01시 45분까지 운영함				

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 건조식품, 베이커리류, 음료류, 스낵류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 현지산 상품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 및 기타 정보 - 이메일: wecare@othaimmarkets.com - 전화번호: +966-92-0000-702 - 보통 현지 제품을 취급하나 해외 제품 직수입을 진행하기도 함
-------------	---------------------	---

자료: 알오사임(Al Othaim)

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

38) 압둘라알오사임마켓(Abdullah Al-Othaim Markets) 2020년 통합 매출액임

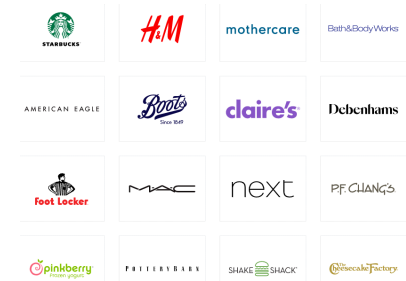
⑤ 알나디

기업 기본 정보	기업명	알나디(Al Nahdi)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	nahdi.sa	
	위치	제다(Jeddah)	
	규모	매출액('20) 78억 3,432만 리알(약 2조 4,738억 원) 기타 규모 - 매장 수('21): 약 1,100개 - 직원 수('21): 약 550명	
	기업 요약	- 홈페이지를 통해 각종 질병 관리 방법에 대한 전문가 조언 서비스 제공 중 - 오라클리테일클라우드서비스(Oracle Retail Cloud Services)나 자사 어플 런칭 등을 통해 꾸준히 디지털 전환 진행 중 - 각종 건강 관련 캠페인을 종합한 '사회적 지속(Social Sustainability)' 캠페인을 진행하고 있으며, 걸프 지역 CSR 프로그램 어워드 수상 - 치과, 피부과 외에도 두피 케어 등 각종 퍼스널케어 서비스 제공 중	
매장정보	입점 가능 품목	의약품, 건강기능 및 건강보조식품, 유기농식품, 시리얼류, 스낵류, 이유식 등	
	선호 제품	좋은 품질의 가격 경쟁력이 있는 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록 (www.nahdi.sa/en/contact-us) - 홈페이지 기입 정보 - 공급자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일) 'Inquiry Subject'에서 'Sales/Vendors' 클릭 - 입점 관련 문의 작성 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +966-12-6535-353	

자료: 알나디(Al Nahdi), 유로모니터(Euromonitor), 로이터(Reuters)

사진 자료: 에이엠이인포(AME Info), 비헨스(Behance)

⑥ 엠에이치알샤야

기업 기본 정보	기업명	엠에이치알샤야(M H Alshaya)			
	기업구분	프랜차이즈(유통)			
	홈페이지	www.alshaya.com			
	위치	쿠웨이트(Kuwait)			
	규모	매출액('20)	126억 7,000만 달러(약 15조 165억 원) ³⁹⁾		
		기타 규모	• 매장 수('21): 35개 ⁴⁰⁾		
기업 요약	• 1890년 쿠웨이트에서 설립됨 • 현재 사우디아라비아 내에서 스타벅스(Starbucks), 에이치앤엠(H&M), 부츠(Boots), 맥(MAC) 등 다양한 브랜드를 운영하고 있음				
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 신선식품, 소스류, 건강보조식품, 패션잡화류, 화장품류, 의류 등			
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품			
	매장 전경	 41) 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: central.procurement@alshaya.com			

자료: 엠에이치알샤야(M H Alshaya)

사진 자료: 엠에이치알샤야(M H Alshaya), 걸프뉴스(Gulf News)

39) MH알샤야(M H Alshaya) 2020년 통합 매출액임

40) 사우디아라비아 내 부츠(Boots) 매장 기준임

41) 현재 사우디아라비아 내에서 운영 중인 브랜드 중 일부

VI. 진입장벽

1. 사우디아라비아 홍삼차 통관 및 검역 절차
2. 사우디아라비아 홍삼차 품질 인증
3. 사우디아라비아 홍삼차 라벨링
4. 사우디아라비아 홍삼차 성분 및 유해물질

1. 사우디아라비아 홍삼차 통관 및 검역 절차⁴²⁾

▶ 사우디아라비아 홍삼차 수출 시, 수입 절차 요건

사우디아라비아로 수입하는 모든 식품은 식품의약품국(Saudi Food&Drug Authority, SFDA)이 규정하고 있는 수입 조건과 절차에 따라야 함. 절차에 따라 식품의약품국의 승인을 받기 전에는 판매와 유통이 금지됨. 수출용 라벨 작성 시에는 신체가 과도하게 노출된 사진이나 이슬람에 반하는 내용을 포함하지 않도록 주의가 필요함. 또한, 통과 절차는 근무일 기준 5일이 소요됨. 금, 토요일이 휴무이며, 세관 업무시간은 오전 8시부터 오후 2시 30분까지임

[표 6.1] 사우디아라비아 홍삼차 통관 검역 절차



자료: 관세청, 사우디아라비아 관세청, 사우디아라비아 식품의약품국(SFDA)

42) 본 보고서에서 제공되는 정보는 국가 상황에 따라 변동될 수 있으니 최신 내용을 확인하시기 바랍니다.

[표 6.2] 사우디아라비아 식품 수입 요건

사우디아라비아 식품 수입 조건 및 요구사항 (Conditions & Requirements for Importing Food to Saudi Arabia)		
수입 식품 일반 요구사항	동물성 식품	- 수출국의 잔류물질 감시 계획 : SFDA 요건에 따라 금지되거나 통제된 화학 물질, 항생제, 호르몬 및 기타 오염물질의 잔류물을 효과적으로 관리하는 계획을 수립해야 하며 KSA로 수출되는 특정 식품에 해당함 - 식품 추적 시스템 : 식품 유통 전 단계에 걸쳐 특정 식품의 추적이 가능한 시스템을 갖춰야 함 - 할랄 도축자 위탁 인증서 : 사우디아라비아로 수출되는 모든 육류는 사우디 식품의약국 할랄 센터에서 지정한 인증 할랄 기관에서 할랄 도축자 위탁 인증서를 발급받아 제출해야 함 - 할랄 인증서 : 사우디 식품의약국 할랄 센터에서 지정한 인증 할랄 기관에서 발급받은 할랄 인증서를 제출해야 함 - 위생증명서 : 동물성 식품은 수출국 관할 당국에서 발급받은 위생 증명서를 첨부해야 함
	식물성 식품	- 수출국의 잔류물질 감시 계획 : SFDA는 수출국의 중앙 관할 당국에 식물성 식품 제조 과정의 특정 화학 물질 사용 또는 제한, 구성 성분(GMO 성분 등) 또는 수확 후, 처리 방법에 관한 공식적인 보증을 요구할 수 있음 - 가공 과일, 채소, 곡물에 대한 인증서 : 신선 과일, 채소 및 곡물 수입 시 필요한 수출국 관할 당국의 공식 식물위생 증명서가 제출되어야 함
수입 절차	동물성 식품	- 승인 국가 목록 : SFDA는 관련 정보 및 국제기관이 발행하는 기타 정보를 활용하여 동물성 식품 및 기타 제품의 수출을 승인하는 국가 목록을 작성함. 해당 목록에 포함되지 않은 수출국의 경우 SFDA는 수입자의 요청에 따라 수입 건 별로 식품의 수입을 허가할 수 있음 - 승인 시설 목록 : 수출국의 인증된 통제 당국에서 식품 수출을 허가한 식품 시설에 한하여 해당 식품 시설의 소비자용 소매 식품 수입을 허가받을 수 있음. SFDA의 승인을 받지 못한 식품 시설은 수입자의 요청에 따라 수입 건 별로 식품의 수입 허가를 신청할 경우, 승인을 받을 수 있음 - 수입 허가 : 가공류와 그 제품, 어류 및 수산물, 식용란 및 그 제품은 SFDA가 승인한 수입 허가 절차와 지침에 따라 사우디아라비아 무역청에서 수입 허가를 발행함
	식물성 식품	SFDA는 식물 유래 식품과 그 제품 가공하는 시설에 특정 조건을 충족하도록 요구할 수 있으며, 일부 시설의 수입만 허용할 수 있음

자료: 사우디아라비아 식품의약국(SFDA)

2. 사우디아라비아 홍삼차 품질 인증

▶ 사우디아라비아로 수출 시, 사우디아라비아 적합 인증서 必

사우디아라비아 식품의약국은 2019년 할랄 센터(Halal Center)를 설립해 외국 할랄 인증기관을 승인한 것을 시작으로 할랄 규제 시스템을 도입함. 우유 및 유제품, 기름 및 지방, 제과류, 냉장 및 냉동식품은 2022년 1월 1일부터, 상온 유통기한이 긴 제품은 2022년 7월 1일부터 할랄 인증을 의무적으로 취득해야 함. 또한, 사우디아라비아 내 유통되는 모든 제품은 사우디 표준청(SASO)을 통해 제품 적합성 평가 인증서 및 제품 출하 적합성 판단을 위한 선적 인증서 발급이 필수임. 수입업자는 자신이 수입한 모든 제품에 SASO로부터 받은 로고를 반드시 부착해야 하며, 제품을 수입한 공장 목록을 SASO에 제공해야 함. 그 외 제품에 관해 의무적으로 받아야 하는 인증은 없으며, 고객사 기인증 외의 글로벌 인증을 추가적으로 받아 활용할 수 있음

[표 6.3] 사우디아라비아 할랄 인증

인증명	취득 정보	
사우디아라비아 할랄 인증	기관	사우디아라비아 식품의약국(SFDA) 산하 할랄 센터(Halal Center)
	비용	3,000리알(약 947,280원)
	적용품목	육류 및 육류 기반 제품(현행 기준)
	취득절차	- 할랄 인증 신청서와 기업명, 관련 정보를 할랄 센터 이메일로 제출 - 신청자의 서류와 수수료 지불 증명서 수취 후, 할랄 센터가 신청자의 자격 평가 후 답변 - 자격이 있는 신청자의 경우, 할랄 센터가 검사 비용을 포함한 계약서 전달 - 감사팀이 시설의 할랄 표준 및 계측 준수 여부를 확인하기 위해 신청자의 시설 방문 - 할랄 결정 위원회에서 신청자의 할랄 인증서 발급
	필요서류	- 원산지 국가의 수출증명서, 자유판매증명서, 수입증명서 - 회사 프로필 및 회사용 품질 메뉴얼 - 위치 지도 및 공장 배치도 - 제품 라벨 및 최종 제품 양식

자료: 사우디아라비아 식품의약국(SFDA)

[표 6.3] 사우디아라비아 할랄 인증

인증명	취득 정보	
사우디아라비아 할랄 인증	필요서류	• GSO 표준을 기반으로 하는 공인 연구소(ISO 17025)의 실험 보고서 • 세계적으로 적용할 수 있고 사우디아라비아 식품의약국에서 인정하는 제품 안전 관리 시스템 또는 GMP 인증서, 국제적으로 인정받는 품질 관리 시스템을 사용한다는 문서화 된 증거 • 할랄 시스템의 제조 공정 및 장비에 대한 간략한 설명 • 원재료 및 포장 재료가 할랄이라는 공급자의 증명서(적용되는 경우) • 원재료 및 최종 제품에 대한 세부사항 목록 • 제조업체에서 발행한 제품 구성 및 원재료 농도 보고서

자료: 사우디아라비아 식품의약국(SFDA)

[표 6.4] 사우디아라비아 해외 시설 등록

인증명	취득 정보	
사우디아라비아 해외 시설 등록	취지	• 모든 식품 관련 수출업체, 도축장 및 공장의 등록 및 인증 절차를 간편하게 만들기 위하여 도입
	기관	• 사우디아라비아 식품의약국(SFDA)
	적용품목	• 육류, 닭고기, 생선 및 기타 모든 식품
	취득절차	• 사우디아라비아 식품의약국(SFDA) 전자 시스템(E-Service)에서 개인 계정 생성 • 계정 활성화 • 해외 시설 등록 - 해외 시설 관련 정보, 본사 주소, 공식 감독관 정보, 사업 영역, 위생 관련 정보 입력 • 필요서류 온라인 제출 • 이메일로 결과 전송(승인 또는 거부)
	필요서류	• 수출업체 - 등록 증명서(보건당국 발급), 공업 증명서(산업통상자원부 발급) • 사우디아라비아 현지 수입업체 - 상업 증명서, 인증 레터 • 사우디아라비아 통관 브로커 - 통관 라이선스, 인증 레터

자료: 사우디아라비아 식품의약국(SFDA)

[표 6.5] 사우디아라비아 SASO 표준 적합성 인증

인증명	취득 정보	
사우디아라비아 표준 적합성 인증	인증기관	• 사우디아라비아 표준화공단(SASO, Saudi Arabian Standards, Metrology and Quality Organization) • 전자 인증 플랫폼 SABER 시스템으로 신청
	등록 주체	• 사우디아라비아 내 모든 소비재의 수입업체 및 현지 제조사
	절차	• 검사 신청 • HS CODE와 사우디아라비아 기준에 따른 규제 상품 및 비규제 상품으로 구분 • 서류 심사 단계 • 규격 인증서 발행
	제출 서류	• 검사 신청서(RFI : Request for Inspection) : 희망 검사 장소, 일시, 기타 사항을 기재 • 공인된 실험실 혹은 국제 실험실 인증협회(ILAC : International Laboratory Accreditation Corporation)로부터 인증된 실험실에서 발행한 테스트 결과 또는 인증서(Certificate) • 상업 송장(Commercial Invoice) 또는 Pro-forma invoice/ Contract Sheet • 패킹 리스트(Packing List) • DOC (Declaration of Conformity): 검사 물품의 해당 규격을 신고한 문서-당사 양식 • GOST-R, CE 등 Product Standard Certificate (요청 시)
	검사 항목	• 신고 규격 정확성 • 제출 테스트 결과 보고서 • 인증서 유효기간 • 표준 규격에 따른 테스트 항목 적합성 • 물품 검사: 서류 명시 규격과의 일치 여부 • 수량 검사 • 샘플 채취

자료: 사우디아라비아 식품의약국(SFDA)

3. 사우디아라비아 홍삼차 라벨링

[표 6.6] 사우디아라비아 홍삼차 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	• 아랍어로 표기해야 하며, 외국어 병기 가능함 • 외국어로 기재된 정보는 아랍어로도 기재해야 함
	2. 제품명	• 제품명은 식품의 일반적인 특성이 아니라 구체적인 실제 특성을 나타내야 함 • 걸프 표준에서 식품에 대한 이름을 설정한 경우에는 그중에 하나를 사용해야 하며, 다른 경우에는 사우디아라비아 법률에 따라 규정된 이름을 사용해야 함 • 소비자를 오해하도록 하거나 혼동을 주지 않는 적절한 설명을 사용하여 일반적인 이름을 사용해야 함. 이를 방지하기 위해 단어 또는 문구를 추가할 수 있음 • 소비자가 일반적으로 예상하는 성분이 아니라 다른 대체 성분을 사용한 경우에는 원재료명 또는 제품명 옆에 추가해야 함
	3. 원재료명	• 단일 성분 식품을 제외한 모든 식품은 제조 시 사용한 모든 성분의 목록을 중량의 내림차순으로 표기해야 함 • 성분 자체가 두 개 이상의 성분으로 만들어진 복합 성분의 경우, 성분 목록에 그 자체로 표시할 수 있음. 단, 괄호 안에 해당 성분 목록을 내림차순으로 표기해야 함 • 원재료 목록의 제목 또는 머리글은 '성분(Ingredient)'이라는 단어를 포함해야 함 • 식품첨가물 목록 및 해당 숫자 코드(국제분류시스템 또는 유럽 색인)와 그 기능을 포함해야 함 • 식품 또는 식품 구성요소 중 하나라도 동물 유래 성분을 포함한 경우에는 그 동물의 출처를 표기해야 함 • 첨가물이 식품에서 기술적인 기능을 수행하기 충분한 양 또는 중요한 양을 차지하는 경우에는 원재료 목록에 포함해야 함 • 기술적 기능을 달성하는 데 필요한 수준보다 적은 양을 사용한 경우에는 원재료 목록에 포함하지 않아도 됨 • 식품에 사용된 색소, 희석제는 반드시 일반적인 명칭, 색소 색인 번호, 용매 희석제 이름, 생산일과 유통기한, 염료 순도, '무알콜'이라는 문구, '식용 색소 사용'이라는 문구를 표시해야 함

자료: 사우디아라비아 식품의약국(SFDA), 세계무역기구(WTO)

[표 6.6] 사우디아라비아 홍삼차 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	4. 영양성분표	- 직접 섭취 또는 가열 후 섭취가 가능한 사전포장 식품은 제품 라벨에 영양성분표를 표시해야 함 - 사전포장 식품의 영양성분표 반드시 탄수화물, 지방, 단백질, 식이섬유, 열량에 대한 정보를 포함해야 함 - 원재료에 비타민, 무기염, 또는 기타 식이 성분을 포함하는 경우, 각 성분의 값을 별도로 표기해야 함 - 모든 영양 정보 및 내용량은 100g(ml) 미만인 경우, 중량 백분율로 표기하고, 이외의 경우에는 제조업체에서 명시한 식품 제공량을 표기할 것 - 열량 값은 kcal로, 이외의 영양 정보는 g, mg, µg- IU와 같은 국제단위로 표기할 것 - 식품 포장에 작성하는 모든 영양 및 건강 강조표시는 정확하고 오해의 소지가 없어야 함
	5. 내용량	- 포장 시점의 실제 중량은 미터법으로 표기해야 함 - 액체 식품은 부피로, 고체 식품은 중량으로, 반고체 및 점성 식품은 부피 또는 중량으로 표기해야 함 - 액체 매체와 함께 포장된 식품은 미터법으로 식품의 배출 중량도 표기해야 함. 해당 요구사항에서 액체 매체는 물, 설탕 및 소금의 수용액, 과일 및 채소 통조림의 과일 및 채소 주스, 식초의 단독 형태 또는 이들을 조합한 형태를 의미함 - 생산 과정에서 안전상의 이유로 필요한 경우 또는 내용물의 안전을 위해 필요한 경우에는 규격 용량의 90%를 필요로 함
	6. 업체 이름 및 주소	- 포장업체가 제조업체와 다른 경우에는 포장업체 또는 제조업체의 이름과 주소를 표시해야 함 - 유통업체, 수입업체, 수출업체, 또는 판매업체의 이름을 기재할 수 있음
	7. 원산지	- 식품의 원산지 또는 제조업체와 생산업체를 표기해야 함 - 식품이 기타 국가에서 가공을 거쳐 본질이 달라질 가능성이 있는 경우, 가공 과정이 이루어진 국가를 원산지로 표기해야 함 - 제품 포장의 '한국산(Made in Korea)'과 제품 성분의 원산지가 다른 경우 문제가 될 수 있으므로, 제조회사에 따른 원산지 기준을 명확히 하고 관련 증빙을 준비하는 것을 권장함

자료: 사우디아라비아 식품의약국(SFDA), 세계무역기구(WTO)

[표 6.6] 사우디아라비아 홍삼차 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	8. 생산 일자 및 유통기한	- 유통기한이 1개월을 초과하지 않은 제품은 생산 일자를 선택적으로 표기할 수 있음 - 유통기한이 3개월 미만인 식품은 ‘일-월-연도’를 표기할 것 - 유통기한이 3개월 이상인 식품은 ‘월-연도’ 또는 ‘일-월-연도’를 표기하고, 월과 연도로만 표기하는 경우 유통기한은 해당 달의 말일까지로 계산됨 - 유통기한을 ‘만료일’, ‘-까지 소비해야 합니다.’, ‘생산일로부터 -까지 유효합니다.’ 등으로 표현할 수 있음 - 모든 날짜는 제품의 생산자가 포장 또는 라벨 원본에 지워지지 않는 잉크로 양각, 인쇄, 스탬프를 이용하여 표시해야 함 - 생산 일자와 유통기간에 스티커를 추가하는 것은 허용되지 않음 - 같은 포장에 두 개 이상의 생산 일자와 유통기한을 표기하거나 두 날짜 중 어느 것도 삭제, 변경, 변조해서는 안 됨 - 제품 포장을 개봉하였을 때 유통기한에 영향을 미치는 경우, 포장을 개봉한 후 지정된 유통기한 동안 제품이 사용되어야 함을 표시해야 함
	9. 보관 및 사용 방법	- 라벨에 식품의 보관 조건과 관련된 특정 요구사항에 따라 최소한의 품질유지기한이 달라지는 경우, 그 보관 조건을 표기해야 함 - 식품의 올바르게 건전한 사용을 보장하는 데 필요한 방법이 있는 경우에는 라벨에 사용 지침을 표기해야 함
	10. 표시 기준	- 포장 식품의 라벨은 제품 용기에서 제거되지 않도록 부착해야 함 - 라벨에 표시하는 문구는 일반적인 구매 및 사용 조건에 따라 명확하게 볼 수 있고 쉽게 읽을 수 있는 방식으로 표기해야 함 - 용기가 포장지로 덮여있는 경우, 포장지에 필요한 정보를 표기하거나 포장을 통해 쉽게 읽을 수 있어야 하며 정보가 포장지에 가려지지 않아야 함 - 제품명과 내용량은 같은 시야 내에서 눈에 잘 보이는 위치에 표기해야 함 - 불법적이거나 승인되지 않은 명명법, 용어, 그림 등을 사용하지 않아야 함 - 라벨이 식품과 접촉하는 경우, 라벨은 화학 물질 등을 포함하지 않아야 하며 잉크가 어떤 식으로든 스며들거나 새지 않아야 함 - 신체 노출이 과도한 그림 또는 사진이나 이슬람에 반하는 내용을 포함하는 라벨은 통관에서 문제가 발생할 수 있음

자료: 사우디아라비아 식품의약국(SFDA), 세계무역기구(WTO)

▶ 사우디아라비아 홍삼차 라벨 샘플



[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]	[뒷면 라벨링]
[앞면 - 영어] ① AHMAD TEA London ② GREEN TEA 3 HERBAL TEABAGS ③ 100 + 3 Teabags GREEN TEA ④ Free 3 Herbal Teabags Inside		[앞면 - 한국어] ① 아흐마드 차 런던 ② 녹차 3 허브 티백 ③ 100 + 3 티백 녹차 ④ 무료 허브 티백 3개 증정
[뒷면 - 아랍어] ① شاي أخضر. تخمر لمدة ٣ إلى ٥ دقائق تفظ في مكان بارد وجاف، محكم السد ② تم الانتاج و اسطة شاي أحمد - رأس الخيمة الإمارت العربية المتحدة ③ المسترد : المملكة العربية السعودية. شركة التموين العربي التجية - ص. ب : ٠٠٤١ ، جدة - ١٣٤١٢		[뒷면 - 한국어] ① 3~5분간 우려 드세요. 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요 ② 아흐마드 차 제작 - 라스 알카이마 (아랍 에미리트) ③ 수입국 : 사우디아라비아 왕국, 아라비아 무역 용품, 우편번호 1400, 제다 21431

[뒷면 - 영어]

- ① Importer : Kingdom of Saudi Arabia. Arabian trading Supplies, PO Box 1400, Jeddah 21431
- ② 100 x 2g Teabags
- ③ Brew for 3-5 minutes. Please store in a cool dry place in an airtight container
- ④ Nutrition Facts
- 103 servings per container
 - serving size 1 teabag (makes 7 fl oz (200ml) prepared)

	Amount per serving	% DV
Calories	4	-
Total fat	0g	0%
Sodium	0g	0%
Total Carbohydrate	0.4g	0%
Protein	0g	-

Not a significant source of calories from fat, saturated fat, trans fat, cholesterol, dietary fiber, and sugar

[뒷면 - 한국어]

- ① 수입국 : 사우디아라비아 왕국, 아라비아 무역 용품, 우편번호 1400, 제다 21431
- ② 2g 티백 100개입
- ③ 3~5분간 우려 드세요. 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요
- ④ 영양 정보
- 한 상자당 103회 제공
 - 1회 제공량 티백 1개 (준비된 물 200ml에)

	제공량 당	% DV
열량	4	-
총 지방	0g	0%
나트륨	0g	0%
총 탄수화물	0.4g	0%
단백질	0g	-

지방, 포화 지방, 트랜스 지방, 콜레스테롤, 식이섬유 및 설탕의 중요한 열량 공급원이 아닙니다.

[뒷면 - 아랍어]

- ① شاي اخضر
- ② اشاي الاخضر من الصين
ريوسوالقرفة :
ريوبوس ٨٠٪ ، قرفة ٢٠٪ بابونع
شب الليمون :
بابونج ٩٠٪ ، عشب الليمون ١٠٪
الليمون والزنجبيل :
٢٠٪ عشب الليمون ، ٢٠٪ الليمون ، التفاح
٣٠٪ ، خبيرة ٢٠٪ ، قشر الليمون ٥٪ ،
٥٪ الليمون الطبيعي - نكهة الجير

[뒷면 - 한국어]

- ① 중국산 녹차
- ② 성분 : 녹차
루이보스 & 시나몬 :
루이보스 80%, 계피 20%,
캐모마일 & 레몬그라스 :
캐모마일 90%, 레몬그라스 10%,
레몬 & 진저 :
생강 20%, 레몬그라스 20%, 사과
30%, 히비스커스 20%, 레몬 껍질
5%, 천연 향료 5%

4. 사우디아라비아 홍삼차 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

사우디아라비아는 걸프협력회의(Gulf Cooperation Council, GCC) 가입 회원국으로 걸프협력회의 표준 기구(GCC Standardization Organization, GSO)에서 제정한 ‘GSO 2500/2019 식품에 사용이 허용되는 첨가물’에 따라 사용 가능한 첨가물 및 최대허용량을 규정하고 있음. 해당 규정에 언급된 첨가물만이 식품 내 사용이 허용되며, 해당 식품첨가물도 기준치에 따라 최대허용량을 초과하지 않도록 사용해야 함. 하기 표는 고객사 홍삼차에 적용되는 사우디아라비아의 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 규정 및 기준은 상기 규정에서 확인할 수 있음

[표 6.7] 홍삼차에 적용되는 사우디아라비아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	아세트산	Acetic acid	GMP	농축된 식물성 주스 ⁴³⁾
2	시트르산	Citric acid		
3	말산	Malic acid		
4	아황산염	Sulfites	50mg/kg	

자료: 사우디아라비아 식품의약품(SFDA)

43) 사우디아라비아 내 식품 분류 중 14.1.2.2 Vegetable juice와 14.1.2.4 Concentrates for vegetable juice에 해당하는 식품첨가물 기준임

▶ 유해물질

걸프 표준화 기구(Gulf Standardization Organization, GSO)은 식품 내 오염물질에 대하여 식품의 생산, 제조, 가공, 포장, 운송 등의 과정에서 식품에 의도적이지 않게 첨가된 모든 물질이라고 정의함. 또한, 식품에 포함된 오염물질은 식품의 품질 저하의 원인이 될 수 있고 인간의 건강에 위험을 가할 수 있다고 규정하고 있음. 이에 사우디아라비아 식품의약품국은 걸프 표준화 기구의 식품 내 오염물질 규정 및 기준을 준수하는 식품만을 자국 시장에서 유통하도록 하고 있음. 하기 표는 고객사 홍삼차에 적용될 것으로 예상하는 걸프 표준화 기구의 유해물질 규정을 분석한 결과 중 일부임. 전체 규정은 사우디아라비아 식품의약품국(SFDA) 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.8] 홍삼차에 적용되는 사우디아라비아 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	아플라톡신 토탈	Aflatoxins total	20 μ g/kg	일반 식품 ⁴⁴⁾
2	아크릴로나이트릴	Acrylonitrile	0.02mg/kg	
3	멜라민	Melamine	2.5mg/kg	
4	염화 비닐 단량체	Vinyl chloride monomer	0.01mg/kg	

자료: 사우디아라비아 식품의약품국(SFDA)

44) 특별한 규정에 속하지 않는 모든 식품을 지칭함

▶ 알레르겐

사우디아라비아 식품의약국(SFDA)은 특정 식품 섭취 시 알레르기 반응을 일으키는 소비자와 공공의 관심을 충족시키기 위하여 사우디아라비아 기준 2007/1 ‘사전포장 식품의 라벨링’을 통해 제품 라벨에 반드시 기재되어야 하는 성분을 규정함. 또한, 생명 공학을 통해 제품을 완성한 경우, 해당 기술이 알레르기 유발물질을 제품에 옮길 우려가 있으므로 그 사실을 라벨에 명확하게 표기해야 함. 하기 표는 사우디아라비아에서 식품 유통 시 제품 라벨에 반드시 표기해야 하는 알레르기 유발물질과 고객사 홍삼차의 원재료를 비교한 결과임

[표 6.9] 사우디아라비아 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상	홍삼차 해당 여부
1	의무	글루텐 함유 곡물	-
2	의무	천연 및 할로겐화 젤라틴 함유 제품	-
3	의무	달걀 및 그 제품	-
4	의무	생선 및 그 제품	-
5	의무	견과류, 땅콩, 대두 및 그 제품	V(분리대두)
6	의무	우유 및 그 제품	-
7	의무	10ppm 미만의 농도로 첨가된 아황산염	-
8	의무	셀러리와 그 제품	-
9	의무	겨자 및 그 제품	-
10	의무	참깨 및 그 제품	-
11	의무	조개 및 그 제품	-
12	의무	루빈 및 그 제품	-

자료: 사우디아라비아 식품의약국(SFDA)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 닥터뉴트리션(Dr. Nutrition)

Interview ② 알다와 메디컬 서비스(AL-DAWAA MEDICAL SERVICES CO. LTD)

Interview ③ 파워루트(Power Root)

사우디아라비아 (Saudi Arabia)

인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 수입·유통업체 ○
- 제조·유통업체 ○

닥터뉴트리션(Dr. Nutrition)

알다와메디컬서비스
(AL-DAWAA MEDICAL
SERVICES CO. LTD)

파워루트(Power Root)

업체 ▶

수입·유통업체

수입·유통업체

제조·유통업체

취급 ▶



인삼 추출물(캡슐)

한국 인삼 파우더(캡슐)

생강차

사진 자료: 닥터뉴트리션, 알다와메디컬서비스 및 가르푸 사우디아라비아 판매 페이지

사우디아라비아(Saudi Arabia)

수입·유통업체 인터뷰 요약

고객사	홍삼/홍삼차 수요	제품 피드백	인증 및 유통채널
닥터뉴트리션 (Dr. Nutrition) ----- 수입·유통업체	· 인삼 수요는 높지만 홍삼차는 잘 알려져있지 않음	· 가격 저렴한 편 · 아랍어로 라벨링이 필요함 · 현지화를 위해 사전 맛 테스트 제안	· 할랄 인증 취득 추천 · 약국이나 건강보조식품 매장에 주력할지, 슈퍼마켓에 유통 가능할지 맛 테스트로 제안
알다와메디컬서비스 (AL-DAWAA MEDICAL SERVICES CO. LTD) ----- 수입·유통업체	· 인삼은 건강보조제 형태로 소비되고 있어, 홍삼 또한 건강보조식품으로 인지 · 홍삼차 인지도 낮음	· 가격은 적합하나, 가정 내 음용상황을 고려할 때 개별 포장 불필요 · 현지 입맛에 맞는 꿀, 레몬, 생강 등의 부재료 추가 추천	· 할랄이 필수 인증은 아니나 매출에 도움이 될 것 · 인삼 드링크에 가까운 제품이라면 약국, 건강식품매장에, 음료수에 가까운 제품은 하이퍼마켓
파워루트 (Power Root) ----- 제조·유통업체	· 홍삼이 음료 형태로는 알려져있지 않음	· 가격은 적절함 · 개별 패키징으로 별도의 조리나 용기 없이 바로 섭취 가능한 장점 · 단맛을 좀 더 내거나 현지인 입맛에 맞게 개선 필요	· 할랄이 필수 인증은 아니나 매출에 도움이 될 것 · 음료수라면 하이퍼마켓과 소규모 상점 추천

(*) 현지 경쟁품 취급 수입유통업체 및 제조유통업체 3개사 인터뷰

Interview ① 닥터뉴트리션(Dr. Nutrition)

45)

닥터뉴트리션(Dr. Nutrition)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2001년에 설립되어
두바이에 위치한
수입유통업체
 - 전세계 다양한 국가에서
제품을 수입
 - 건강보조제, 슈퍼푸드 등
취급
 - 자사 오프라인 매장을
보유하고 있으며, 현지
약국과 건강식품
매장으로 납품하고 있음
 - 자사 온라인 홈페이지,
아마존(Amazon),
noon(Noon)사이트에서
판매 중

담당자 정보

Branch Manager



닥터뉴트리션(Dr. Nutrition) Branch Manager

Q. 사우디아라비아 내 음료 소비 트렌드는 어떤가요?

사우디아라비아 건강보조식품 매장에서 가장 인기있는 음료는 차와 커피입니다. 또한 허브 침출차도 인기가 있습니다.

Q. 사우디아라비아 내 홍삼차의 인지도 및 수요는 어떠한가요?

사우디아라비아에서 일반적으로 인삼 제품에 대한 수요는 높지만, 인삼차에 대한 광고, 홍보는 아직 없습니다. 보통 광고를 보고 소비자들이 건강보조식품을 구매하러 매장에 방문하는데, 두뇌 집중력에 대한 광고가 나오면 학생들이, 남성 정력에 대한 광고가 나오면 40대 이상의 남성들이 매장을 찾습니다. 사우디아라비아에서는 천연, 허브 제품을 선호하는 편으로, 인삼은 알려져 있지만, 홍삼차는 잘 알려져 있지 않습니다.

Q. 홍삼을 구매할 때 소비자들이 중요하게 보는 점은 무엇인가요?

현지에서 소비자들이 홍삼을 구매할 때는 건강상 이점과 가격을 중요하게 보는 편이고 그 다음으로 원산지를 따져봅니다. 인삼음료라면 세 번째로 맛을 중요하게 볼 것이라고 생각합니다.

Q. 현지에서 인기있는 홍삼차나 홍삼조제품은 무엇인가요?

솔가(Solgar) 브랜드에서 판매하는 한국 인삼 뿌리 추출물이 건강보조제로 인기가 있습니다. 원산지는 미국이며 유리병 용기에 60캡슐 용량 기준 195리알(약 61,573원⁴⁶⁾)입니다. 인지도가 높은 건강보조제 브랜드에서 나온 제품인데다 순수 인삼만 들어있어 인기가 높습니다.

45) 사진자료: 닥터뉴트리션(Dr. Nutrition)

46) 1리알=315.76원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 홍삼차 제품은 씹쌀하면서도 약간의 단맛이 있는 제품으로 1박스 10g 소포장 제품 30봉 기준 FOB가격이 한화 9,000원, 소매가는 1박스 15,000원입니다. 사우디아라비아에서 고객사 제품이 경쟁력이 있을까요?

가격은 경쟁력있는 편이며 개별 포장된 패키징도 차 제품으로 좋은 것 같습니다. 하지만 아랍어로 제품에 대한 정보가 라벨링되어 있어야 합니다. 또한 시장에서 적합한 맛을 찾기 위해서는 내부적으로 맛을 테스트 해봐야 알 것 같습니다.

Q. 고객사 제품은 사포닌과 단백질이 주된 성분이며, 면역력 증강, 콜레스테롤 감소, 혈액순환 개선, 두뇌활동 도움 등과 같은 효능이 있습니다. 이러한 효능이 있는 홍삼차라면 다소 쓴 맛이 있더라도 현지 소비자들에게 인기가 있을까요?

현지에서 소비자들이 약국이나 건강보조식품 매장에서 인삼을 구매한다면 건강상의 이점만 고려할 것입니다. 하지만 슈퍼에서 인삼차를 구매할 때에는 맛이 좋은 제품을 찾을 것입니다. 사우디아라비아 소비자들은 홍삼의 사포닌, 단백질과 같은 성분에 대해 잘 모르기 때문에 광고로 이 성분들의 이점을 홍보해야만 합니다.

Q. 고객사 제품은 GAP와 FSSC22000 인증을 취득하였습니다. 현지에서 홍삼차를 유통할 때 필요한 인증이 있나요?

할랄 인증은 사우디 식약청에서도 요구하고 있으며, 많은 소비자들이 할랄 인증을 중요하게 보기 때문에 이를 취득하는 것을 추천합니다.

Q. 홍삼차를 홍보하기에 효과적인 채널을 추천해 주세요.

사우디에서는 스냅챗과 틱톡이 많이 사용되고 있어 이 채널들을 통해 홍보하는 것이 효과적일 것입니다.

Q. 홍삼차 제품 수출 시, 가장 적절한 유통채널은 무엇인가요?

유통채널을 정하기 전에 내부적으로 맛 테스트를 먼저 거쳐야 합니다. 맛 테스트를 위해서 50여명 정도를 불러서 맛을 보는 절차가 반드시 필요합니다. 사람마다 맛에 대한 평가가 상대적이기 때문에 집단을 대상으로 테스트를 하고 쓴맛이 강한 제품들은 약국이나 건강보조식품 매장에만 집중해야 합니다. 그리고 홍삼차 맛이 사우디 현지인의 입맛에 맞다면 슈퍼마켓에서도 판매할 수 있습니다. 저희 매장 내에서 맛 테스트 그룹을 만드는데 도움을 드릴 수 있습니다.

Q. 고객사 홍삼차 제품을 취급할 의향이 있으신가요?

네, 귀하의 홍삼차 제품을 수입하는데 관심이 있으니, 연락 주시기 바랍니다.

Interview ② 알다와메디컬서비스

(AL-DAWAA MEDICAL SERVICES CO. LTD)

47)

알다와메디컬서비스
(AL-DAWAA MEDICAL
SERVICES CO. LTD)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1994년에 설립되어
코바르 지역에 위치한
수입유통업체
 - 전세계 다양한 국가에서
제품을 수입
 - 건강보조제, 슈퍼푸드 등
취급
 - 자사 홈페이지에서
제품을 판매 중

담당자 정보

Marketing Specialist



알다와메디컬서비스 (AL-DAWAA MEDICAL SERVICES CO. LTD) Marketing Specialist

Q. 사우디아라비아 내 음료 소비 트렌드는 어떤가요?

사우디아라비아에서는 아침이나 모임 등에서 차나 커피를 즐겨 마시기 때문에 이에 대한 수요가 높습니다. 몸이 아플 때에는 karak chai(카다멈과 사프란을 넣은 차 우유)를 마시고 순수한 꿀을 넣어서 먹기도 합니다. 사우디아라비아에서 차는 보통 대추야자나 음식과 함께 단맛으로 즐기며, 사우디아라비아 문화에서는 뜨거운 음료를 건강식품이라고 여기지 않습니다.

Q. 사우디아라비아 내 홍삼차의 인지도 및 수요는 어떠한가요?

사우디아라비아에서는 캡슐 형태의 인삼제품에 수요가 높지만, 인삼차/홍삼차에 대한 수요는 아직 없습니다. 인삼 제품은 45세 이상의 남성부터 집중력 강화를 원하는 학생, 피로감을 느끼는 직장인 등 다양하며 최근 코로나19로 여성 외에도 다양한 소비자층이 인삼 제품을 찾고 있습니다. 사우디 소비자들은 홍삼차를 잘 모르는데다, 현지에서는 홍삼을 차가 아닌 건강보조제로 생각합니다.

Q. 홍삼을 구매할 때 소비자층이 중요하게 보는 점은 무엇인가요?

사우디아라비아 소비자들은 캡슐 타입의 홍삼을 주로 소비합니다. 인삼/홍삼 제품을 구매할 때는 건강상 이점을 주로 고려하며, 그 다음으로 성분, 명확한 설명이 있는 패키징, 소용량, 원산지를 따져봅니다. 원산지로는 한국산이 좀 더 가치가 있습니다. 홍삼 구매 시 맛은 크게 중요하지 않으며 건강상 이점을 중시합니다.

Q. 현지에서 인기있는 홍삼차나 홍삼조제품은 무엇인가요?

마니스(Marnys) 브랜드의 한국 인삼 제품이 인기가 있습니다. 종이 박스 패키징에 30캡슐 용량 기준 70리알(약 22,103원)로 한국산 제품입니다. 가격 경쟁력과 약국 및 건강식품매장에서 취급하는 곳이 많아 인기가 있습니다.

Q. 고객사 홍삼차 제품은 씹쌀하면서도 약간의 단맛이 있는 제품으로 1박스 10g 소포장 제품 30봉 기준 FOB가격이 한화 9,000원, 소매가는 1박스 15,000원입니다. 사우디아라비아에서 고객사 제품이 경쟁력이 있을까요?

고객사 제품 가격은 저렴한 편입니다. 다만 개별 포장된 패키징은 굳이 필요하지 않습니다. 이러한 음료는 주로 집에서만 소비하고 외부에서 소비하지 않기 때문에 개별 포장보다는 병 패키징이 낫습니다. 사우디아라비아에서는 이러한 음료에 꿀을 첨가해서 마시거나 레몬, 생강, 카다멈과 같은 사우디 소비자 입맛에 맞게 재료를 넣어서 마십니다.

Q. 고객사 제품은 사포닌과 단백질이 주된 성분이며, 면역력 증강, 콜레스테롤 감소, 혈액순환 개선, 두뇌활동 도움 등과 같은 효능이 있습니다. 이러한 효능이 있는 홍삼차라면 다소 쓴 맛이 있더라도 현지 소비자들에게 인기가 있을까요?

사우디아라비아 소비자들은 맛에 구애받지 않고 건강상 이점을 위해서 고객사 제품을 구매할 것 같습니다.

Q. 고객사 제품은 GAP와 FSSC22000 인증을 취득하였습니다. 현지에서 홍삼차를 유통할 때 필요한 인증이 있나요?

한국산 제품이라면 할랄 인증도 고려해 볼 수 있습니다. 사우디에서는 할랄 인증이 소비자들 매우 중요하게 고려되는 요소는 아니지만, 할랄 인증이 있으면 판매에 도움이 될 수 있습니다. 패키징에 할랄 인증이 명시되어 있으면 여러 제품 중에서 할랄 인증이 표시된 제품을 선택할 가능성이 높습니다.

Q. 현지에서 홍삼차를 어떻게 홍보하면 좋을까요?

‘100% 한국 홍삼 추출물’, ‘천연 에너지원’, ‘면역 체계 향상’, ‘혈액순환’, ‘기억력을 강화하여 건강한 뇌 기능에 도움’, ‘폐경기 여성 건강’ 등과 ‘무설탕’, ‘인공 방부제 · 인공 향료 · 인공 색소 무첨가’ 등의 키워드를 추천합니다.

Q. 홍삼차를 홍보하기에 효과적인 채널을 추천해 주세요.

SNS와 디지털 광고, 온라인 노출 등으로 제품의 인지도를 높이고 약국, 건강식품매장으로 상품의 가격, 물량 등의 전략을 잘 세우는 것이 중요합니다.

Q. 홍삼차 제품 수출 시, 가장 적절한 유통채널은 무엇인가요?

순수 홍삼만 들어있는 음료의 경우, 일부 소비자들에게 부작용에 우려가 있어서 하이퍼마켓에서는 판매하기 적절하지 않습니다. 하지만 다른 차 향이 첨가되어 인삼보다는 차로 취급되는 제품은 하이퍼마켓에서 판매될 수 있습니다. 고객사 제품은 약국, 건강식품매장, 온라인과 일부 차 매장에서 유통하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 홍삼차 제품을 취급할 의향이 있으신가요?

사우디아라비아의 바이어들은 대면 회의로 신뢰를 확인하는 편입니다. 무역 박람회에서 만나거나 잠재 바이어와 연락해 대면 회의를 추진하는 것을 추천합니다.

Interview ③ 파워루트(Power Root)

48)

파워루트(Power Root)

- 유형: 제조유통업체
- 업체 특징:
 - 2012년에 설립되어
두바이에 위치한
알리카페(Alicafe)
제조유통업체
 - 전 세계에 지사를 두고
있으며 말레이시아가
주요 수입국
 - 주로 차, 커피를 취급
 - 아마존(Amazon),
눈(Noon)사이트로
제품을 판매 중

담당자 정보

National Sales Manager



파워루트(Power Root) National Sales Manager

Q. 사우디아라비아 내 음료 소비 트렌드는 어떤가요?

사우디아라비아에서는 karak chai tea가 가장 인기가 높습니다. 또한 생강차도 인기가 높습니다.

Q. 사우디아라비아 내 홍삼차의 인지도 및 수요는 어떠한가요?

사우디아라비아에서는 홍삼이 음료로는 알려져 있지 않습니다. 저희 브랜드에도 인삼 커피가 있긴 하지만 아랍에미레이트에만 판매하고 있고 사우디아라비아에는 판매하고 있지 않습니다.

Q. 홍삼을 구매할 때 소비자들이 중요하게 보는 점은 무엇인가요?

차의 경우, 소비자들은 대개 맛을 고려하지만 건강상의 이점 또한 고려하는 편입니다. 주로 소화와 감기 예방, 면역체계 향상 등을 중요하게 여깁니다.

Q. 현지에서 인기있는 홍삼차나 홍삼조제품은 무엇인가요?

홍삼차나 홍삼조제품은 없지만, 유사한 제품은 생강차가 있습니다. 알리티(Alitea)에서 나온 클래식 3in1 생강차입니다. 인스턴트 커피 스틱 형태로 말레이시아 제품이며, 20g짜리 30봉지 제품이 41.75리얄(약 13,183원)입니다. 가격과 맛, 그리고 가까운 매장에서 구매하기 쉬운 장점 때문에 소비자들에게 인기가 높습니다.

Q. 고객사 홍삼차 제품은 씹쌀하면서도 약간의 단맛이 있는 제품으로 1박스 10g 소포장 제품 30봉 기준 FOB가격이 한화 9,000원, 소매가는 1박스 15,000원입니다. 사우디아라비아에서 고객사 제품이 경쟁력이 있을까요?

고객사 제품 가격은 괜찮습니다. 개별 포장된 패키징이라 별도의 냄비, 차를 우리거나 조리하는 시간 필요 없이 바로 마실 수 있어 편리합니다. 일상적으로 음용하는 음료의 경우 쓴맛과 단맛의 균형이 맞아야 하는데 보통 사우디 소비자들은 허브차에 대추 아자를 곁들여 단맛을 추가해 마시는 편입니다. 고객사 제품이 너무 쓰지 않다면 괜찮을 것 같습니다. 홍차와 같이 어울릴 만한 부재료를 홍삼차에 활용해서 넣는 것도 좋을 것 같습니다.

Q. 고객사 제품은 사포닌과 단백질이 주된 성분이며, 면역력 증강, 콜레스테롤 감소, 혈액순환 개선, 두뇌활동 도움 등과 같은 효능이 있습니다. 이러한 효능이 있는 홍삼차라면 다소 쓴 맛이 있더라도 현지 소비자들에게 인기가 있을까요?

건강상 이점이 판매를 도울 수 있겠지만 맛 또한 적절해야 합니다. 너무 쓴 맛이거나 농도가 높은 농축액보다 소비자들의 입맛에 맞게 순화해야 합니다.

Q. 고객사 제품은 GAP와 FSSC22000 인증을 취득하였습니다. 현지에서 홍삼차를 유통할 때 필요한 인증이 있나요?

사실 소비자들은 인증을 크게 고려하지 않지만, 할랄 인증이 있다면 매출에 도움이 될 수 있습니다. 사우디아라비아 식품의약품(SFDA)에서 할랄 인증을 요구할 수도 있습니다.

Q. 현지에서 홍삼차를 어떻게 홍보하면 좋을까요?

홍삼차는 음료수라기 보다는 인삼으로 만든 드링크이므로 건강상 이점을 주로 패키징, 소셜미디어, 광고 문구와 오프라인 마케팅 배너에 강조하는 것을 추천합니다. 패키지도 지금보다 좀 더 개선되면 좋겠습니다.

Q. 홍삼차 제품 수출 시, 가장 적절한 유통채널은 무엇인가요?

일상적으로 마시는 온음료로 유통을 고려한다면 하이퍼마켓과 소규모상점이 가장 좋은 유통채널입니다. 이들은 사우디아라비아에서 40% 정도이며 온라인 채널도 추천할 만합니다.

VIII. 시사점

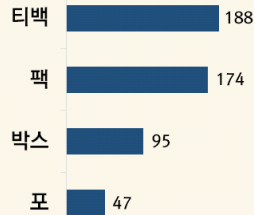
시장수요

사우디 차 시장, 향후 5년 연평균 8% 성장 전망



사우디아라비아의 차 시장 규모는 한국의 2.2배 규모로, 술을 금하는 이슬람 문화로 인해 다양한 무알콜 음료가 유통되고 있음. 이때문에 차는 생필품으로 여겨지며 향후 5년(2021~25년)간 연평균 8%의 성장률을 보일 것으로 예상됨. 그러나 전체 차 시장의 96% 이상이 녹차와 홍차로 나타났으며, 홍삼차를 포함하는 과일/허브차의 시장점유율은 3.8%로 미미한 편임

고온 건조한 대륙성 기후로 인해 수분 보충을 위한 음료 수요가 높은 편으로 최근 젊은 소비자들이 건강한 생활 습관을 추구하며 음료 시장의 웰빙 트렌드를 주도하고 있음. 이때문에 이온음료나 탄산음료를 대체할 수 있는 건강음료로 차 제품이 유망할 것이라 전망됨



사우디아라비아 온라인 쇼핑물
홍삼차 패키징 관련 키워드

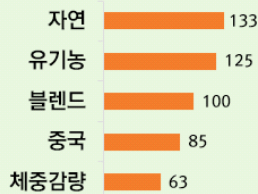
소비 특징 ①

홍삼차 패키징 주요 키워드, 티백 및 팩



온라인 쇼핑물 판매 제품 패키징 관련 키워드 분석 결과, 판매 중인 차 인기 제품의 주요 패키징 키워드로 티백, 팩 관련 키워드가 가장 많이 도출되는 것이 확인되어 고객사 제품과 같은 RTD 제품은 확인되지 않았음. 한편 용량 키워드로는 20개입 또는 10개입이 빈출되어 대용량보단 소용량 제품이 경쟁력 있을것이라 예상됨

사우디 현지 차 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과 개별 포장된 고객사 제품의 패키징에 대한 의견이 상반된 점을 확인할 수 있었음



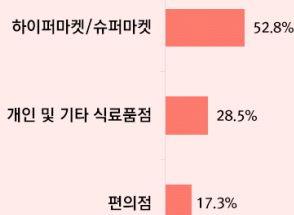
사우디아라비아 온라인 쇼핑물 홍삼차
홍보문구 관련 키워드

소비 특징 ②

홍삼차 홍보문구 주요 키워드, 자연, 유기농



온라인 쇼핑물 판매 제품 홍보문구 키워드 분석 결과, 판매 중인 인기 제품의 주요 홍보문구 키워드로 '자연', '유기농' 등이 빈출되어 현지 소비자들이 천연 성분 또는 재배 환경을 중요하게 생각한다는 것을 알 수 있었음. 반면 홍삼을 비롯한 성분 또는 원재료를 홍보문구 키워드로 활용하는 제품은 발견되지 않았음
그 외로는 '체중감량' 등 다이어트와 관련된 홍보문구와 '블렌드', '아로마' 등 차의 맛과 향과 관련된 키워드도 다수 확인되었음



사우디아라비아 홍삼차
유통채널 점유율

주요 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점



사우디아라비아 홍삼차 유통채널 점유율 조사 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 52.8%로 가장 많은 점유율을 나타냈으며, 개인 및 기타 식료품점이 29.8%, 편의점이 17.3%로 나타남. 온라인, 혼합 소매업체, 직접판매 등의 유통채널은 확인되지 않았음

사우디아라비아는 더운 날씨로 인해 여가 활동을 실내에서 즐기며, 중산층과 상류층은 대형 쇼핑몰에서 가족 또는 친구들과 쇼핑하는 것을 여가 생활 중 하나로 여겼음. 그러나 코로나19 이후 락다운 조치로 인해 대형마트의 매출은 크게 줄었으며, 주거지역 인근의 슈퍼마켓과 편의점 매출은 오히려 증가한 것으로 조사되었음. 한편 현지 차 수입·유통업체 담당자들은 고객사 제품이 인삼 성분을 포함한 건강기능제품이라면 드럭스토어 또는 약국에 납품하는 것을 추천한다고 답변함

- ▶ Point 01. 사우디아라비아 수출 위해
할랄 인증 및 적합 인증 필수

- ▶ Point 02. 사우디아라비아 수출 제품 라벨링,
사우디아라비아 식품의약품(SFDA)
기준 준수

진입장벽



홍삼차를 포함한 모든 수입 식품은 식품의약품(Saudi Food&Drug Authority, SFDA)이 규정하고 있는 수입 조건과 절차에 따라야 함. 또한 SFDA의 할랄 인증과 사우디 표준청(SASO)의 제품 적합성 평가 인증서 및 제품 출하 적합성 판단을 위한 선적 인증서 발급이 필수인 것으로 조사되었음. 한편 사우디아라비아로 수출하는 제품의 라벨링은 사우디아라비아 식품의약품(SFDA)의 라벨링 기준을 준수해야 하는 것으로 조사되었음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Saudi Arabia」, 2021.01
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Saudi Arabia Country Report」, 2021.03
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Saudi Arabia Country Report」, 2021.03
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Digestive Remedies in Saudi Arabia Country Report」, 2021.03
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce Saudi Arabia Country Report」, 2021.03
6. 스태티스타(Statista), 「eCommerce in Saudi Arabia ecommerceDB Country Report」, 2021.01
7. GCC Standardization Organization(GSO), 「GSO 9/2013 Labeling of Prepackaged Food Stuffs」, 2013
8. GCC Standardization Organization(GSO), 「GSO 2500/2015 Additives Permitted for Use in Food Stuff」, 2015
9. GCC Standardization Organization(GSO), 「GSO 1016/2015 Regulates Microbiological Criteria for Foodstuffs」, 2015
10. 사우디아라비아 식품의약품(SFDA), 「SFDA-FD 193/2018 General Standard for Contaminants&Toxins in Food」, 2018
11. 사우디아라비아 식품의약품(SFDA), 「SFDA-FD 2233/2018 Requirements of Nutritional Labeling」, 2018
12. 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country Report(Saudi Arabia)」, 2020
13. KATI농식품수출정보, 「UAE(중동) 인산 시장현황 조사」, 2021

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 아마존 사우디아라비아(Amazon) (amazon.sa)
5. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 카와뉴스(Kawa News) (www.kawa-news.com)
8. 아이허브(iHerb) (sa.iherb.com)
9. 알오사임(Al Othaim) (othaimmarkets.com)
10. 아르감(argaam) (www.argaam.com)
11. 빈다우드(Bin Dawood) (bindawood.com)
12. 빈다우드홀딩(Bin Dawood Holding) (bindawoodholding.com)
13. 알나디(Al Nahdi) (nahdi.sa)
14. 로이터(Reuters) (www.reuters.com)
15. 에이엠이인포(AME Info) (www.ameinfo.com)
16. 비헨스(Behance) (www.behance.com)
17. 엠에이치알샤야(M H Alshaya) (www.alshaya.com)
18. 걸프뉴스(Gulf News) (www.gulfnews.com)
19. 관세법령정보 포털 (www.unipass.customs.go.kr)
20. 통합 무역정보 서비스 (www.tradenavi.or.kr)
21. 사우디아라비아 식품의약품(SFDA, Saudi Food and Drug Authority) (www.sFDA.gov.sa)
22. 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS) (www.fas.usda.gov)
23. 세계무역기구(WTO) (www.wto.org)
24. 사우디아라비아 적합성 인증 전자 플랫폼(Saber) (saber.sa)
25. 한국건강기능식품협회(KHSA) (www.khsa.or.kr)
26. 까르푸(Carrefour) (www.carrefourksa.com)
27. 닥터뉴트리션(Dr. Nutrition) (www.drnutrition.com)
28. 알다와메디컬서비스(AL-DAWAA MEDICAL SERVICES CO. LTD) (www.al-dawaa.com)
29. 파워루트(Power Root) (www.powerroot.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2022.02.04

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea