

2016

UAE 인삼 제품 시장 조사



농림축산식품부

Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



한국농수산물유통공사

Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

I. 국가 개요

1. UAE 국가 일반지표	3
2. UAE 주요 경제지표	4
3. 양국 주요 지표비교	4

II. UAE 건강보조식품 현황

1. UAE 건강보조식품 산업 현황	7
2. UAE 건강보조식품 소비 현황	13
3. UAE 건강보조식품 유통 현황	19
4. 주요 인기 건강보조식품	22

III. UAE 인삼 제품 시장 현황

1. UAE 인삼 제품 수입 현황	33
2. 인삼 제품 가격 및 유통 현황	36
3. 인삼 제품 소비자 조사결과	64



IV. UAE 인삼 제품 수입 제도

1. 통관, 검역 절차 및 유의사항	71
2. 라벨링	76
3. 수입 관련 제도	78

V. 한국 인삼 수출 확대 방안

1. 인삼 제품 수출 현황.....	83
2. 인삼 제품 수출시 고려사항.....	85
3. 인삼 제품 수출 확대 방안	86
4. 인삼 수출 확대를 위한 지원 방안	93

부록

1. 세계 국가별 인삼 수입량.....	97
2. 중동 지역 식품 박람회 및 행사	101
3. UAE 식품 수입 관련 지침서 목록	103
4. 현지 조사 개요	105



I. 국가 개요

- 1. UAE 국가 일반지표
- 2. UAE 주요 경제지표
- 3. 양국 주요 지표비교

1. UAE 국가 일반지표

일반	위치	걸프만 연안, 사우디아라비아 · 카타르 · 오만과 접경	
	면적	84천 km ² (한반도의 1/3)	
	기후	고온다습, 아열대성 기후 및 사막성 기후	
	인구	9.3백만 명('14)	
	수도	아부다비(Abu Dhabi)	
	민족	남아시아인(50%), 아랍 및 이란인(23%), 토후국인(19%)	
	언어	아랍어(공용어), 영어, 페르시아어, 힌디어, 우르두어	
	종교	이슬람교(76%; 수니파80%, 시아파 20%), 기독교(9%)	
	국기		아랍에미리트의 국기는 1971년 12월 2일에 제정되었다. 깃대 쪽으로 빨간색 세로 줄무늬와 초록색, 하얀색, 검정색으로 구성되어 있는 가로 줄무늬로 구성되어 있다. 초록색은 풍요로움을, 하얀색은 중립을, 검정색은 이슬람교의 예언자인 무함마드를, 빨간색은 단결을 의미한다.
정치	독립일	1971년 12월 2일(영국으로부터 독립)	
	교민 수	총 10,000여명(아부다비 약 4,700여명, 두바이 및 기타 토후국 5,300여명)	
	정치 체제	대통령 중심제	
	국가 원수	Khalifa bin Zayid Al-Nuhayyan 대통령('04. 11. 5.)	
	의회	단원제(연방평의회 40석)	
	주요 정당	-	
	국제기구 가입	UN, IMF, GCC, IBRD, IFC, OPEC, WHO, WTO 등	
경제	화폐 단위	Emirati Dirham (Dh)	
	회계 연도	1.1~12.31	
	산업 구조	('14) 제조업 59%, 서비스업 40%, 농업 1%	
	주요 수출품	('14) 원유, 천연가스, 재수출품, 건어물, 대추야자	
	주요 수입품	('14) 기계 및 운송장비, 화학제품, 식료품	
	주요 부존자원	석유, 천연가스	
	경제적 강점	석유 및 천연가스 등 에너지자원 풍부, 중개무역항	
	경제적 약점	석유에 편중된 산업구조, 노동 · 기술인력 부족	

2. UAE 주요 경제지표

구분	경제지표	단위	2012	2013	2014
국내 경제	GDP	억달러	3,734	3,872	3,995
	1인당 GDP	달러	42,591	42,875	42,944
	경제성장률	%	7.2	4.2	4.6
	재정수지/GDP	%	10.9	10.4	5.0
	소비자물가상승률	%	0.7	1.1	2.2
대외 거래	상품수출	백만달러	359,727	374,168	370,632
	상품수입	백만달러	218,047	229,959	239,798
	상품수지	백만달러	141,680	144,208	130,835
	서비스 수지	백만달러	-47,174	-49,286	-50,795
	자본수지	백만달러	N/A	N/A	N/A
	경상수지	백만달러	79,564	71,378	54,627
	외환보유액	백만달러	47,100	68,100	78,889
	환율(달러 당, 연중)	Dh	3.7	3.7	3.7
외채 현황	총 외채잔액	백만달러	142,219	170,978	176,057
	단기외채	백만달러	56,640	59,747	61,273
	총 외채잔액/GDP	%	38.2	42.5	41.7
	외채상환액/총수출	%	15.6	15.1	17.6

3. 양국 주요 지표비교¹⁾

구 분	GDP	1인당 GDP	인구수	면적
UAE	3,623 억 달러	4,639 달러	79,109천 명 ('15)	162,855천 ha (한반도의 7.5배)
한 국	13,371 억 달러	26,491 달러	50,293천 명 ('15)	9,747천 ha (남북한 21,788 천 ha)

1) 출처: 2016 세계국가편람, 한국수출입은행



Ⅱ. UAE 건강 보조식품 현황

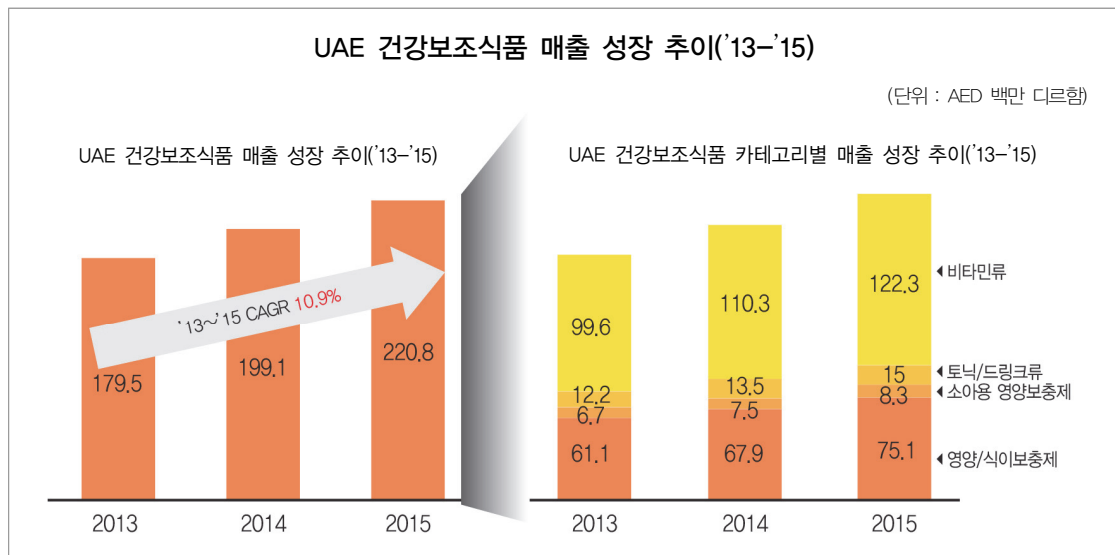
1. UAE 건강보조식품 산업 현황
2. UAE 건강보조식품 소비 현황
3. UAE 건강보조식품 유통 현황
4. 주요 인기 건강보조식품

1. UAE 건강보조식품 산업 현황

1 시장 동향

1) 전체 동향

- 글로벌 시장조사 기관 Euromonitor(2016)에 따르면, UAE의 건강보조식품 시장 규모는 '15년 기준 2억 2,080만 디르함(한화 약 686억 원)을 기록하였음. 최근 3년간 UAE의 건강보조식품 시장은 지속적으로 증가하였으며, '13년 1억 7,950억 디르함(한화 약 558억 원)에서 매년 10.9%의 연평균 성장률(CAGR)을 보임
- UAE의 건강보조식품 카테고리는 매출비중별로 크게 비타민류(Vitamins), 영양/식이보충제(Dietary Supplements), 토닉/드링크류(Tonics and Bottled Nutritive Drinks), 소아용 영양보충제(Paediatric Vitamins and Dietary Supplements)로 분류됨



출처 : Euromonitor (2016) 토대로 재구성

- 카테고리 중 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 품목은 비타민류로 '15년 약 55.4%를 차지하였으며, 그 뒤를 이어 영양/식이 보충제가 34.0%로 2위를 차지함
- 카테고리별 연평균 성장률은 비슷한 수준으로 나타나며, 그 중 가장 높은 성장률을 보이는 카테고리는 소아용 영양보충제(11.3%)임

■ UAE 건강보조식품 품목별 매출 성장 추이('13-'15)

(단위 : AED 백만 디르함)

품목	2013	2014	2015	CAGR ('13-'15)
영양/식이보충제	61.1	67.9	75.1	10.9%
소아용 영양보충제	6.7	7.5	8.3	11.3%
토닉/드링크류	12.2	13.5	15.0	10.9%
비타민류	99.6	110.3	122.3	10.8%
총 계	179.5	199.1	220.8	10.9%

출처 : Euromonitor (2016)

2) 비타민류 동향

- 비타민류는 Vitamin A, Vitamin B, Vitamin C 등의 단일 비타민 보충제와 여러 비타민을 합성한 멀티비타민으로 나뉨. '15년 기준으로 멀티비타민은 단일 비타민보다 약간 앞섰으며, 각각의 시장 규모는 6,310만 디르함(한화 약 196억원), 5,920만 디르함(한화 약 184억원)으로 나타남. 연평균 성장률 또한 멀티비타민이 11.5%, 단일비타민이 10.0%로, 멀티비타민이 앞서는 것으로 나타남
- 단일비타민 중 Vitamin A는 매출이 미미한 수준을 보이는데, 이는 Vitamin A의 주요 기능중 하나인 눈 건강과 관련된 건강보조식품(눈 건강 보조제)의 매출 성장이 정체된 것과 같은 패턴임
- Vitamin B는 '15년 기준 단일비타민 전체 매출의 대부분인 93.8% 비중을 차지하고 있으나, 최근 3년간 연평균 성장률은 9.8%로 평균(10.0%)에는 약간 못 미침
- 단일 비타민 중 가장 연평균 매출 성장률이 높은 품목은 Vitamin D 보충제로 최근 3년간 약 15.5%의 성장률을 나타냄. 햇빛이 강한 사막인 UAE 소비자는 자외선 차단제의 사용이 일상적이고, 특히 여성의 경우 전신을 가리는 이슬람 전통 의상을 착용해 Vitamin D가 결핍되기 쉬움. 현재 UAE 인구의 약 78%는 Vitamin D 결핍으로 나타남

3) 영양/식이보충제 동향

- '15년 기준 건강보조식품 카테고리 분류에서 영양/식이 보충제는 달맞이꽃유, 마늘, 인삼 등의 식물성 천연 보충제와 오메가3, 글루코사민과 같은 비(非)식물성 보충제로 분류됨
- 식물성 천연 보충제의 시장규모는 '13년 약 1,240만 디르함(한화 약 38억원) 에서 '15년 약 1,550만 디르함(한화 약 48억 원)으로 성장하였으며, 비 식물성 보충제는 동일 기간 4,870만 디르함(한화 약 150억 원)에서 5,960 디르함(한화 약 185억 원)으로 증가하며 연평균 10.6%의 성장률을 보임
- 이 중 식물성 보충제에서는 멀티 기능성 보충제가 약 630만 디르함(한화 약 19.5억원), 비 식물성 보충제에서는 미네랄 보충제가 약 2,020만 디르함(한화 약 62.7억원)으로 가장 높은 매출액을 기록함
- 식물성 천연 보충제인 인삼은 약 20만 디르함(한화 약 6,200만원) 규모로 집계되었으며, 전체 시장 규모는 상대적으로 작으나 최근 3년간 CAGR이 세부 카테고리에서 가장 높은 41.4%로 나타남. 식물성 보충제의 전체 평균 CAGR은 10.9%로, 이에 미치지 못하는 세부 카테고리는 에키네시아꽃(Echinacea, 0%), 눈건강보충제 (0%), 성요한 초목(St John's Wort, 6.1%) 등으로 조사됨
- 비 식물성 보충제에서 가장 높은 연평균 성장률을 보이는 품목은 코엔자임Q10과 프로바이오틱스로, 각각 22.5%, 15.5%의 CAGR 성장률을 나타냄

UAE 주요 식물성 천연 보충제 제품



4) 토닉/드링크류 및 소아용 영양 보충제 동향

- 토닉/드링크류의 시장규모는 '13년 1,220만 디르함(한화 약 37.9억원)에서 '15년 150만 디르함(한화 약 46.6억원)으로 증가하였으며, 최근 3년간 CAGR 10.9%의 성장률을 보임
- 소아용 영양 보충제는 약 830만 디르함(한화 약 25.7억원)을 기록하였으며, 최근 3년간 CAGR 11.3%의 성장률을 보이며 꾸준히 증가하고 있음

■ UAE 건강보조식품 분류별 매출 성장 추이('13-'15)

(단위 : AED 백만 디르함, %)

카테고리 분류	2013	2014	2015	CAGR ('13-'15)
비타민류	99.6	110.3	122.3	10.8%
- 멀티비타민	50.8	56.6	63.1	11.5%
- 단일비타민	48.9	53.7	59.2	10.0%
• Vitamin A	-	-	-	-
• Vitamin B	35.4	38.9	42.7	9.8%
• Vitamin C	5.0	5.3	5.6	5.8%
• Vitamin D	6.0	6.9	8.0	15.5%
• Vitamin E	1.5	1.7	1.8	9.5%
• 기타 단일 비타민	0.9	1.0	1.1	10.6%
영양/식이보충제	61.1	67.9	75.1	10.9%
- 식물성 천연 보충제	12.4	13.9	15.5	11.8%
• 멀티 기능성 식물성 천연 보충제	5.0	5.6	6.3	12.2%
• 에키네시아꽃(Echinacea)	0.1	0.1	0.1	0.0%
• 달맞이꽃유(油)	1.5	1.7	1.9	12.5%
• 마늘	0.7	0.8	0.9	13.4%
• 은행잎	0.9	1.0	1.1	10.6%
• 인삼	0.1	0.1	0.2	41.4%
• 성요한초목(St John's Wort)	1.6	1.7	1.8	6.1%
• 기타 식물성 천연 보충제	2.6	2.9	3.3	12.7%
- 비 식물성 보충제	48.7	54.0	59.6	10.6%
• 코엔자임Q10	0.2	0.3	0.3	22.5%
• 멀티 기능성 비 식물성 보충제	9.3	10.3	11.1	9.2%
• 눈건강 보충제	0.4	0.4	0.4	0.0%
• 오메가3	7.8	9.0	10.1	13.8%
• 글루코사민	0.8	0.9	1.0	11.8%
• 미네랄	16.5	18.0	20.2	10.6%
• 프로바이오틱스	0.6	0.7	0.8	15.5%
• 단백질 보충제	2.6	2.9	3.2	10.9%
• 기타 비 식물성 보충제	10.4	11.5	12.4	9.2%
토닉/드링크류	12.2	13.5	15.0	10.9%
소아용 영양보충제	6.7	7.5	8.3	11.3%
토닉/드링크류	12.2	13.5	15.0	10.9%
건강보조식품 전체	179.6	199.2	220.7	10.9%

출처: Euromonitor (2016)

2 기업 현황

1) 시장 점유율 상위 기업

- UAE의 건강보조식품 시장은 매우 분산되어 있으며, 다국적 기업인 Bayer, Pfizer 등의 주도 하에 일부 로컬기업이 진출해 경쟁하고 있는 시장임. '15년 기준으로 Bayer 社가 16.1%의 시장점유율로 1위를 차지하고 있으며, 뒤이어 Pfizer와 Meda가 각각 7.1%, 5.4%의 시장 점유율을 보임
- 시장 점유율 상위 20위권 기업에는 그 외 Now Foods, Otsuka, Vitabiotics, Novartis, Abbott등의 다국적 기업이 대다수를 차지하고 있으며, 이에 비해 로컬 기업의 점유율은 매우 낮은 것으로 나타남. UAE 로컬 기업 중 가장 높은 점유율을 보이는 기업은 Julphar Gulf Pharmaceuticals로, '15년 기준 2.5%의 시장 점유율 차지하고 있음

■ UAE 건강보조식품 주요 기업 시장 점유율 추이('13-'15)

(단위 : %)

순위	기업명	2013	2014	2015	CAGR ('13-'15)
1	Bayer Middle East FZE	15.9	16.0	16.1	0.6%
2	Pfizer Inc	7.0	7.0	7.1	0.7%
3	Meda AB	5.4	5.3	5.4	0.0%
4	Now Foods Inc	4.7	4.7	4.7	0.0%
5	Otsuka Holdings Co Ltd	3.4	3.4	3.4	0.0%
6	Julphar Gulf Pharmaceuticals	2.5	2.6	2.5	0.0%
7	Sanofi Gulf	2.4	2.4	2.5	2.1%
8	Vitabiotics Ltd	1.6	1.9	2.1	14.6%
9	Dr B Scheffler GmbH	2.1	1.9	1.8	-7.4%
10	21st Century Laboratories Inc	1.7	1.7	1.7	0.0%
11	Pokka Corp Pte Ltd	1.5	1.5	1.5	0.0%
12	Novartis Consumer Health SA	1.5	1.6	1.5	0.0%
13	WebberNaturals	1.3	1.4	1.4	3.8%
14	Abbott Laboratories Inc	1.4	1.3	1.4	0.0%
15	Forest Laboratories Inc	1.2	1.2	1.2	0.0%
16	General Nutrition Centers Inc	1.3	1.2	1.2	-3.9%
17	Puritan's Pride Inc	1.1	1.2	1.2	4.4%
18	Herron Pharmaceuticals Pty Ltd	1.1	0.9	1.1	0.0%
19	Nature's Way Products Inc	1.1	1.1	1.1	0.0%
20	Europharm	0.7	0.7	0.7	0.0%

출처 : Euromonitor (2016)

■ UAE 건강보조식품 주요 기업 및 제품 소개

① Bayer

로고		주요제품	
----	---	------	--

UAE 시장 점유율 1위 기업으로, 높은 소비자 인지도와 다양한 제품군으로 최근 3년('13-'15년)간 꾸준히 시장 점유율 1위를 고수하고 있음. 대표적인 제품인 Redoxon, Supradyn, Cal-C-Vita를 주력으로 인지도를 제고하고 있으며, 약국부터 드럭스토어, 대형 마트, 슈퍼마켓에 이르는 촘촘한 유통망을 구축하고 있어 소비자 접근성이 높음

② Pfizer

로고		주요제품	
----	--	------	---

UAE 건강보조식품 시장 점유율 2위(7.1%)를 차지하고 있으며, 대표 제품 Centrum의 브랜드 인지도가 매우 높음

③ Vitabiotics

로고		주요제품	
----	---	------	--

최근 3년간('13-'15) UAE 시장에서 가장 높은 연평균 성장률(14.6%)을 보이는 기업으로, 10대를 타깃으로 한 Wellteen, 여성층 타깃의 Wellwoman, 여성 노인층 타깃의 Wellwoman 50+ 등타깃을 세분화하며 시장을 공략하고 있음

2) 기업 경쟁 환경

- UAE의 건강보조식품 시장은 매우 치열한데, 이는 Vitabiotics, 21st Century Laboratories 등 기존에 진출한 다국적 기업들이 지속적으로 카테고리를 확장하며 영향력을 확대하고 있기 때문임. 이들 기업은 특히 최근에는 뼈건강, 멀티비타민, 10대 고객층 등으로 카테고리를 세분화하며 신제품을 런칭하고 있음
- 다국적 대기업의 경쟁과 시장 진출이 확대되며 소규모 기업은 매우 제한적인 성장에 머물렀는데, 이는 규모가 큰 다국적 기업들이 UAE 시장에 지속적으로 진출함과 동시에 자본규모가 작은 기업들의 시장 퇴출이 가속화되었기 때문임
- 건강기능식품 시장은 제품 자체의 마진은 높은 편이나, 운영비 지출이 많고 UAE정부의 관련 법규(특히 유통기한)가 엄격해 진출 직후 자금난을 겪는 해외 기업들이 많은 상황임. 또한 기업의 시장 퇴출이 빈번하게 일어나자 유통기업들도 진열 제품의 선정에 매우 신중해지고 있는 추세임

2. UAE 건강보조식품 소비 현황

1 건강보조식품 소비 동향

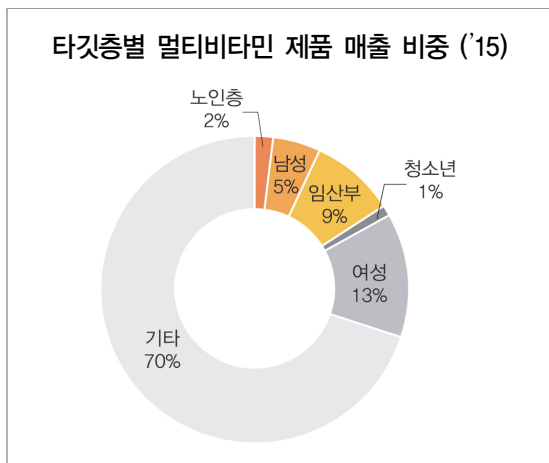
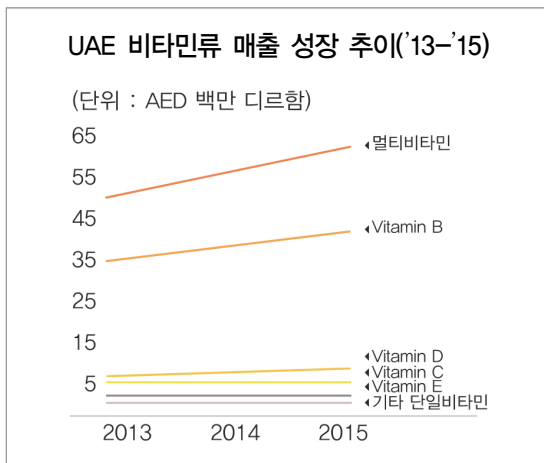
- UAE의 식단은 정제된 탄수화물과 지방 함유량이 높은 음식이 많으며, 외식업체 분포도가 높고 값이 저렴해 가정식보다는 외식에 의존하는 인구가 많음. 이로 인해 소비자는 패스트푸드를 비롯한 고열량, 고지방 식사를 섭취하게 되어 영양 균형 잡힌 식습관을 유지하기가 매우 어려움
- 또한 사막 기후인 UAE는 채소와 과일을 주로 수입에 의존하는데, 유통 과정에서 소요되는 시간이 길어 소비자는 영양소가 감소된 식품을 구입하게 되는 경우가 많음
- 이로 인해 UAE는 정부 주도 하에 건강에 대한 인식 개선을 위한 다양한 프로그램을 런칭하고 있으며, 다양한 이벤트를 후원하며 국민 건강을 증진시키고자 노력함. 대표적으로는 Abu Dhabi의 Alive! 행사, 쇼핑몰 Majid Al Futtaim의 “Feel the Beat” 캠페인이 있음
- 다양한 프로그램을 통해 건강에 대한 관심이 높아지며 건강보조식품에 대한 니즈가 증가하고 있으며, 특히 고지방·고열량 식이에서 부족한 영양소를 건강보조식품을 통해

보충하려는 경향이 강하게 나타남. 이에 따른 비타민류, 영양/식이 보충제의 소비 현황과 기능별 제품 소비 현황은 다음과 같음

2 카테고리별 소비 현황

1) 비타민류 소비 현황

- 비타민 시장은 최근 3년간 크게 성장해 10.8%를 연평균 성장률을 보였으며, 특히 멀티비타민의 성장이 두드러지게 나타남.
- 멀티비타민 카테고리에서는 점차 여성, 임산부, 남성 등으로 타깃층을 세분화하는 추세이며, 현재는 여성 소비자 타깃 제품과 임산부를 위한 제품의 매출 점유율이 각각 13.0%, 9.0%로 가장 높게 나타남
- 단일 비타민 중 가장 구매가 많은 제품은 Vitamin B 제품이며 가장 매출 성장률이 높은 제품은 Vitamin D로, 최근 3년('13-'15)간 15.5%의 연평균 성장률을 나타냄



세부 카테고리	2013	2014	2015	CAGR ('13-'15)
멀티비타민	50.8	56.6	63.1	11.5%
Vitamin A	0	0	0	0.0%
Vitamin B	35.4	38.9	42.7	9.8%
Vitamin C	5	5.3	5.6	5.8%
Vitamin D	6	6.9	8	15.5%
Vitamin E	1.5	1.7	1.8	9.5%
기타 단일 비타민	0.9	1	1.1	10.6%
비타민류 전체	99.6	110.3	122.3	10.8%

타깃층	시장 점유율
노인층	2.2%
남성	5.2%
임산부	8.5%
청소년	1.3%
여성	13.0%
기타	69.8%
전체	100.0%

출처 : Euromonitor (2016)

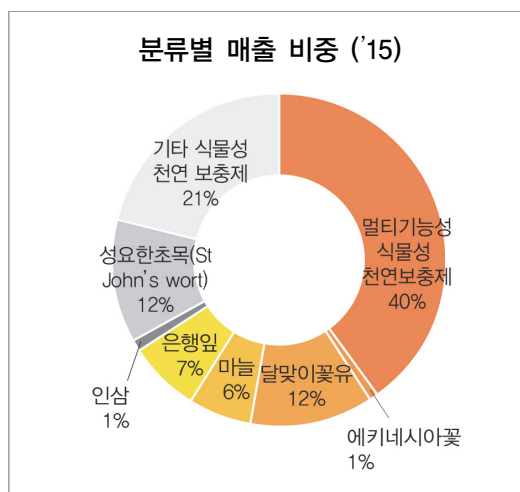
2) 영양/식이 보충제 소비 현황

- 영양/식이 보충제 중 식물성 천연 보충제에서 가장 매출 비중이 높은 제품은 다양한 원료를 사용한 멀티 기능성 보충제로 나타나며, 마늘과 인삼도 일부 비중을 차지함
- 멀티기능성 제품은 '15년 기준 전체 식물성 천연 보충제의 약 40%의 비중을 차지함. UAE소비자는 여러 가지의 보충제를 섭취하기 보다는 하나 알약에 다양한 기능이 합쳐진 제품을 섭취하는 것을 선호하며, 이를 더 경제적이라고 인식함. 멀티 기능성 제품 중 가장 인기 있는 제품은 여성을 타깃으로 한 제품이며, 머릿결, 손톱 강화, 피부 건강 등에 효과가 있는 제품이 선호도가 높게 나타남
- 마늘 제품은 UAE에서 심장 질환에 효과가 있다고 알려져 있으며, 최근 3년간 CAGR 13.4%의 성장률을 보였음. 심장 질환은 걸프 국가들의 조기 사망 원인의 45%를 차지할 만큼 비중이 크며, 의사들은 업무 스트레스와 고나트륨 · 고지방 식이를 주원인으로 지목함. 마늘이 심장 질환에 효과가 있다고 알려지며 관련 제품의 수요가 증가하고 있으며, 대다수 브랜드는 소비자 선호에 따라 무향 제품을 판매함
- 인삼 제품은 전체 시장 규모는 상대적으로 작으나 최근 3년간 CAGR이 전체 세부 카테고리에서 가장 높은 41.4%로 나타나며, 현지에서 천연 혈당조절제로 인지도가 높음. 또한 에너지 충전과 면역체계 강화에 효과가 있다고 인식되어 주로 스트레스가 많은 직업군과 당뇨 초기 환자의 수요가 높음

UAE 식물성 천연 보충제 분류별 매출 성장 추이('13-'15)

세부 카테고리	2013	2014	2015	CAGR ('13-'15)
멀티 기능성 식물성 천연 보충제	5.0	5.6	6.3	12.2%
에키네시아꽃(Echinacea)	0.1	0.1	0.1	0.0%
달맞이꽃유	1.5	1.7	1.9	12.5%
마늘	0.7	0.8	0.9	13.4%
은행잎	0.9	1.0	1.1	10.6%
인삼	0.1	0.1	0.2	41.4%
성요한초목(St John's Wort)	1.6	1.7	1.8	6.1%
기타 식물성 천연 보충제	2.6	2.9	3.3	12.7%
식물성 천연 보충제 전체	12.4	13.9	15.5	11.8%

출처 : Euromonitor (2016)

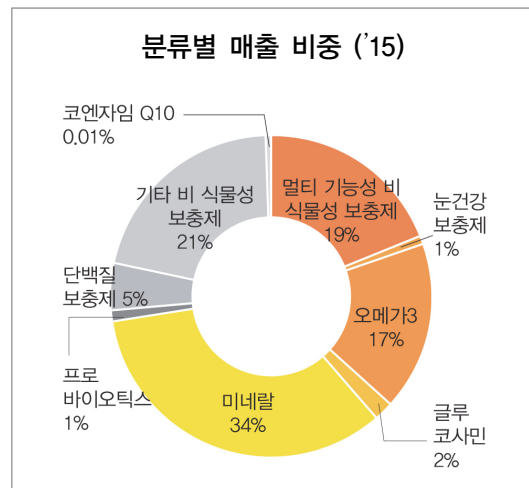


- 영양/식이 보충제 중 비 식물성 보충제에서 가장 매출 비중이 높은 제품은 미네랄 보충제로 나타나며, 최근 오메가 3와 프로바이오틱스에 대한 관심이 높아지고 있는 추세임
- 미네랄 보충제는 전체 비 식물성 보충제 매출의 약 34%를 차지하며, 대부분은 칼슘 보충제에 해당함, 현지 소비자는 Vitamin D 합성과 칼슘 섭취 부족을 보충하기 위해 구매하며, 특히 여성 노인층과 임산부의 수요가 높음. UAE소비자는 자신의 주변에서 골밀도와 관련한 질환을 앓고 있는 경우가 많아 결핍증의 심각성에 대한 인지도가 매우 높음
- 오메가3 제품은 심혈관질환 예방, 혈중 콜레스테롤 농도 저하, 눈 건강 등에 효과가 있다고 알려져 있으며, 최근 현지 언론에서 체중 감량 효과가 있다고 보도되며 수요가 증가함
- 정제당과 지방이 많은 식습관으로 인해 UAE소비자들은 프로바이오틱 제품에 대한 관심이 높으며, 대부분의 소비자들은 온라인에서 다양한 제품의 정보를 미리 확인한 뒤, 약국이나 전문점에서 상담을 거쳐 자신에게 맞는 제품인지를 확인한 후 구매함
- 또한 UAE 소비자는 프로바이오틱스 기능에 멀티비타민을 혼합한 제품에 대한 구매 의향이 높으며, 삼키기 쉬운(easy-to-swallow) 캡슐 형태를 선호함

UAE 비 식물성 보충제 분류별 매출 성장 추이('13-'15)

세부 카테고리	2013	2014	2015	CAGR ('13-'15)
코엔자임Q10	0.2	0.3	0.3	22.5%
멀티 기능성 비 식물성 보충제	9.3	10.3	11.1	9.2%
눈건강 보충제	0.4	0.4	0.4	0.0%
오메가3	7.8	9.0	10.1	13.8%
글루코사민	0.8	0.9	1.0	11.8%
미네랄	16.5	18	20.2	10.6%
프로바이오틱스	0.6	0.7	0.8	15.5%
단백질 보충제	2.6	2.9	3.2	10.9%
기타 비 식물성 보충제	10.4	11.5	12.4	9.2%
비 식물성 보충제 전체	48.7	54	59.6	10.6%

출처 : Euromonitor (2016)



3) 건강보조식품 기능별 소비 현황

- 결핍증 예방과 영양 보충을 위한 건강보조식품의 소비가 증가하였는데, 기능에 따른 건강보조식품의 카테고리별로는 '15년 기준 뼈 건강(Bone)기능성 제품이 20.5%, 일반 건강(General Health)기능성 제품이 20.1%의 점유율을 보임
- 매출비중 성장이 가장 높게 나타난 카테고리는 미용 기능성(Beauty) 제품이었는데, 특히 비타민류가 탈모 방지, 피부 미용, 손톱 강화 등에 효과가 있다고 인식하고 있으며, 체중 감량을 위한 차(茶)도 두 자릿수의 높은 성장을 기록함. 미용 기능성 제품은 최근 3년('13-'15)간 꾸준히 비중이 증가해 CAGR 6.2%의 성장률을 보임
- 또한 에너지 기능성(Energy)과 연골 강화(Joint)기능성 제품도 동일기간 각각 4.9%, 3.8%의 CAGR성장률을 보였음. 가장 성장이 저조한 카테고리는 눈 건강(Eye Health) 기능성 제품으로, 최근 3년간 매출 비중이 지속적으로 하락하는 추세를 나타냄

■ UAE 건강보조식품 기능별 매출 비중 추이('13-'15)

(단위 : %)

카테고리 분류	2013	2014	2015	CAGR ('13-'15)
미용 (Beauty)	4.7	5.0	5.3	6.2%
뼈건강 (Bone)	20.7	20.3	20.5	-0.5%
소화 (Digestive)	8.7	8.9	9.1	2.3%
에너지 (Energy)	6.0	6.5	6.6	4.9%
눈건강 (Eye Health)	0.7	0.6	0.6	-7.4%
일반 건강 (General Health)	20.6	20.3	20.1	-1.2%
심장 건강 (Heart Health)	4.9	5.1	5.2	3.0%
면역 체계 (Immune System)	7.2	7.1	7.1	-0.7%
연골 (Joint)	1.3	1.3	1.4	3.8%
기억력 (Memory Health)	4.6	4.4	4.6	0.0%
남성 건강 (Men's Health)	0.3	0.3	0.3	0.0%
우울증 (Mood/Relaxing)	0.8	0.9	0.8	0.0%
성기능 (Sexual Health)	1.7	1.7	1.7	0.0%
여성 건강 (Women's Health)	0.5	0.5	0.5	0.0%
기타 (Other Dietary Supplement Positioning)	17.6	17.2	16.3	-3.8%
전체	100	100	100	-

출처 : Euromonitor (2016)

- UAE 內 유통되는 건강기능식품(Over-the-counter healthcare products)은 대부분 다국적 기업이 생산한 제품으로, 현지 수입 유통상과 중간도매상을 거쳐 다양한 오프라인 및 온라인 채널에서 유통됨
- 이들 대부분은 DNP, Planet Nutrition과 같은 드러그 스토어, 전문점 또는 약국에서 구매가 이루어지며, 일부는 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓에서 구매가 이루어짐
- Canadean Intelligence(2015)²⁾에 따르면, UAE 內 Over-the counter Healthcare 제품 유통채널 중 드러그 스토어, 전문점 & 약국 채널이 전체 시장의 81.5%를 차지하며, 뒤이어 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 13.03%의 비중을 차지함
- DNP, Planet Nutrition, Holland & Barrett과 같은 건강보조식품 전문점은 계속해서 증가하고 있는 추세이며, 이는 건강보조식품을 처음 구매하는 소비자들이 약사나 전문가와 오프라인에서 충분한 상담을 거친 뒤 구매하는 것을 선호하기 때문임
- UAE 내 개인 약국은 체인형 대형 약국에 의해 설 자리를 잃어가고 있으며, 체인형 약국들은 대형 쇼핑몰 내에 입점하며 영향력을 확대하고 있음(Gulf News, 2015)
- 하이퍼마켓, 슈퍼마켓은 전체 건강보조식품 매출의 약 13%를 차지하며, 최근 3년('13-'15)간 유통채널 중 가장 높은 성장률을 보임. UAE 소비자는 이미 시도해 보았거나 익숙한 제품들의 경우 접근성이 높은 슈퍼마켓에서 구매하는 경우가 많으며, 특히 일주일치 장을 볼 때 함께 구매하는 경향이 있음
- 온라인 채널의 비중은 매우 미미하며, 정부의 규제로 인해 마케팅과 판촉활동 등이 제한적인 상황임

UAE 건강보조식품 유통채널별 매출 성장 추이('13-'15)

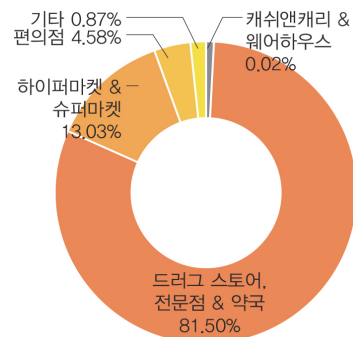
(단위 : USD)

채널	2013	2014	2015	CAGR ('13-'15)
드러그 스토어, 전문점 & 약국	208,428,000	223,752,000	232,418,000	5.6%
하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	32,954,000	35,614,000	37,158,000	6.2%
편의점	11,741,000	12,608,000	13,072,000	5.5%
캐쉬앤캐리 & 웨어하우스	60,000	65,000	69,000	7.2%
기타	2,311,000	2,394,000	2,458,000	3.1%
합계	255,494,000	274,433,000	285,175,000	5.6%

출처 : Euromonitor (2016)

분류별 매출 비중 ('15)

(단위 : % retail value)

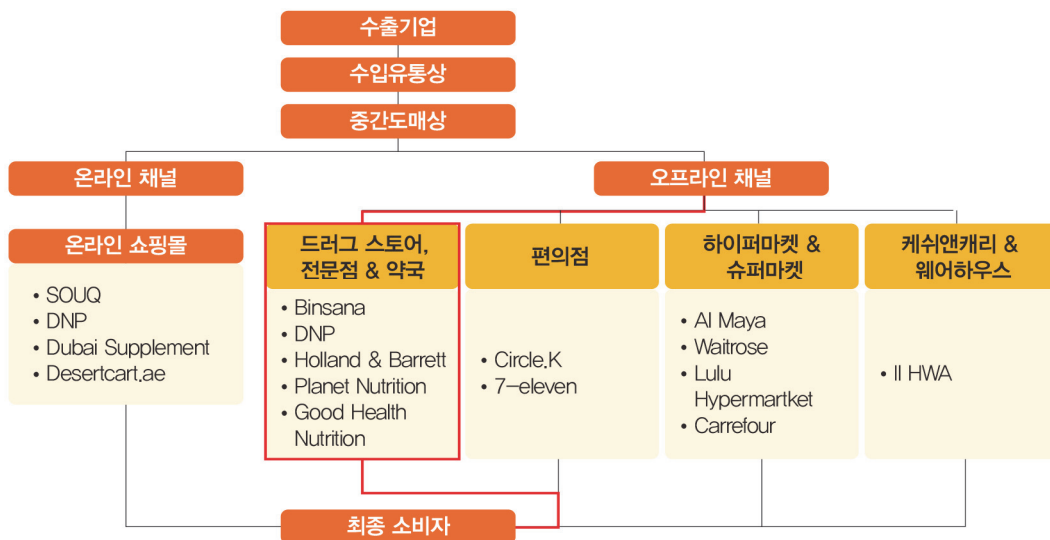


2) 한국 농수산물유통공사 2015 홍삼 제품 해외시장 맞춤조사 보고서 內 인용됨

3. UAE 건강보조식품 유통 현황

- UAE 內 유통되는 건강기능식품(Over-the-counter healthcare products)은 대부분 다국적 기업이 생산한 제품으로, 현지 수입 유통상과 중간도매상을 거쳐 다양한 오프라인 및 온라인 채널에서 유통됨
- 이들 대부분은 DNP, Binsina, Holland & Barrett과 같은 드러그 스토어, 전문점 또는 약국에서 구매가 이루어지며, 일부는 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓에서 구매가 이루어짐

■ UAE 건강보조식품 유통 구조

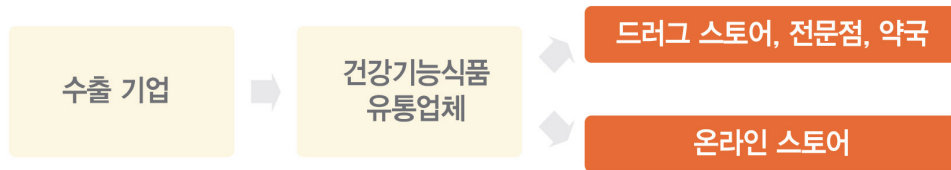


유통채널	정의	점유율
드러그 스토어, 전문점 & 약국	의사의 처방전 없이 구입할 수 있는 일반의약품 및 화장품, 건강보조식품, 음료 등 다양한 상품을 판매하는 매장으로, 약국에 잡화점이 합쳐진 형태의 상점을 의미함	81.50%
하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	잡화류 외의 가전제품과 같은 공산품도 판매하며, 가격이 저렴한 소매 혹은 소매 체인점임. 하이퍼마켓은 보통 2,300sqm 이상의 면적이며, 슈퍼마켓은 280-2,300sqm 사이의 매장임	13.03%
편의점	고객 편의를 위하여 24시간 문을 여는 상점으로, 식품과 잡화, 공산품 등을 판매하며 주로 도심에 위치함	4.58%
캐시앤캐리 & 웨어하우스	캐시앤캐리(Cash and Carry)란 식자재 도매 판매점을 일컬으며, 고객이 직접 점포로 와서 식당 운영에 필요한 식재료 및 부자재를 구매하는 형태의 유통 채널을 지칭함. 웨어하우스는 창고 내에서 대규모로 물품을 판매하는 형태의 유통 채널을 의미함	0.02%
기타	위 범주에 포함되지 않은 기타 유통채널을 지칭	0.87%

출처 : Canadean Intelligence, Over-the-counter Healthcare 2015 (한국 농수산식품유통공사, 2015 재인용); Euromonitor, 2016

- UAE 내 주요 건강보조 식품 유통 업체 현황은 아래 표와 같으며, 오프라인 드러그 스토어, 전문점, 약국과 온라인 쇼핑몰로 나뉨

■ UAE 주요 건강보조식품 유통업체 현황



No.	채널 유형	업체명	로고	특 징
1	드러그 스토어, 전문점 & 약국	Binsina		2017년까지 매장을 120개로 확장할 계획이 있으며, 인구 밀도가 높은 도심과 쇼핑물 내 입점 매장 증가를 목표로 하고 있음
2		DNP (Dr. Nutrition)		현재 750여 명의 영양사를 채용하고 있으며, 다이어트와 같은 식이조절을 희망하는 고객은 Dr. Nutrition 영양 사로부터 전문적인 조언과 제품에 대한 정보를 제공받을 수 있음
3		Life Pharmacy		대형 할인마트에 2018년 말까지 매장 수 300개 확장을 목표로 하고 있으며, 특히 Ras Al Khaimah, Fujairah와 같은 북부지역에 주로 확장하려는 움직임을 보임
4		Holland & Barrett		영국의 유명 건강보조식품 전문 유통기업으로, UAE 주요 도시인 아부다비와 두바이의 주요 쇼핑물 內 23 개의 매장을 운영하고 있음
5		Good Health Nutrition		UAE의 주요 대형마트와 쇼핑물 내 18개의 매장을 운영하고 있으며, 매장 내 영양사와 약사를 배치하고 고객에게 전문적인 조언을 제공함
6		Boots		영국의 유명 드러그 스토어로, 아부다비와 두바이의 쇼핑물을 중심으로 약 12개 매장을 운영하고 있음
7		Grand United Pharmacy		United Pharmacies Group 이 운영하는 유통 매장으로, 기업 본사가 위치한 두바이에 5개의 매장을 운영하고 있음
8	온라인 스토어	DNP		오프라인 Dr. Nutrition 매장을 기반으로 생겨난 온라인 쇼핑몰
9		SOUQ		중동지역 내 전자상거래가 가장 유명한 곳으로 꼽히는 온라인 쇼핑몰
10		Dubai Supplements		건강보조식품을 전문으로 판매하는 온라인 몰

출처 : Canadean Intelligence, Over-the-counter Healthcare 2015 (한국 농수산식품유통공사, 2015 재인용); Euromonitor, 2016

■ UAE 주요 드러그 스토어, 전문점 & 약국 기업정보

① Binsina

기업 정보	점포수 ('16)	71개
	특징	무역을 겸행하는 Al Khayyat로부터 투자를 받아 매장 내 세계적으로 유명한 브랜드를 런칭함
	홈페이지	www.akigroup.com
주요 판매 품목		의약품, 건강보조식품, 미용제품(스킨케어, 헤어 및 바디케어 등)
매장 전경		
주요 현황		1965년 두바이에 처음으로 인증 받은 약국으로, 건강 & 미용 (Health & Beauty) 분야에서 가장 유명함 - Al Khayya가 설립한 유명 제약회사 Alphamed 와 자매회사이며, Binsina가 주요 유통채널로 기능함. 특히 Nuxe, Bioderma와 같은 해외 제품을 다수 유통해 업계에서 지배적인 위치를 확보함

출처 : Canadean Intellegence, Over-the-counter Healthcare 2015 (한국 농수산식품유통공사, 2015 재인용), Google Image 검색

② Dr. Nutrition

기업 정보	점포수 ('16)	50개
	특징	대형 드러그 스토어로 각국에서 건강보조식품을 수입하여 판매하고 있으며, 친환경 제품을 판매하는 곳으로 유명함
	홈페이지	www.drnutrition.com
주요 판매 품목		건강기능식품, 천연 제품 및 화장품 (스킨케어, 헤어 및 바디케어 등)
매장 전경		
주요 현황		- 주로 천연 화장품과 체중 감량 제품, 다이어트 식품, 식이 보충제 등의 건강기능식품을 유통하고 있음 - UAE, 사우디 아라비아, 오만 등 중동 9개 국가에 분점을 두고 있으며, 중동 전체에 90여개 점포('16년 기준)를 보유함 40개 국가의 다양한 브랜드를 입점시키고, 총 7,000여개의 제품을 유통하고 있음

출처 : Canadean Intellegence, Over-the-counter Healthcare 2015 (한국 농수산식품유통공사, 2015 재인용), Google Image 검색

③ Life Pharmacy

기업 정보	점포수 ('16)	150개
	직원수	1,500명 ('15년 기준)
	특징	대형 쇼핑몰, 소비자의 이동이 많은 상점가에 매장을 입점하여 고객을 유입하는 앵커 스토어 형태의 매장
	홈페이지	www.life-me.com
주요 판매 품목		의약품, 화장품, 건강보조식품, 홈케어 제품 등
매장 전경		 
주요 현황		- Life Pharmacy는 24시간 운영하는 약국 중 가장 많은 매장을 보유하고 있으며, 150여개의 체인점과 1,500명 이상의 약사를 보유함 - 주로 드라이브 스루(Drive-thru)형태와 쇼핑몰 내 샵인샵(Shop-in-shop)의 형태로 매장을 확대하고 있으며, 이를 통해 편의성과 접근성을 증대함 - 또한 쇼핑몰이나 유동인구가 많은 지역에 주로 점포를 확장하면서 고객을 유인하는 앵커 스토어(anchor store)로 기능함

출처 : Canadean Intelligence, Over-the-counter Healthcare 2015 (한국 농수산식품유통공사, 2015 재인용), Google Image 검색

4. 주요 인기 건강보조식품

- 시장조사기관 Euromonitor에 따르면, '15년 기준 UAE의 기능별, 세부 타깃층별 주요 인기 건강보조식품(TOP3)과 브랜드 현황은 아래와 같음 (일부 카테고리는 상위 1개 혹은 2개 품목까지만 집계)
- 시장조사 보고서를 토대로 UAE 내 해당 기업의 공식 홈페이지, 온라인 건강보조식품 판매 사이트 및 가격비교 사이트를 조사하여 해당 제품의 가격과 용량을 비교하였음. 가격의 경우 판매 사이트별로 할인율이 상이해 소비자 정가(定價)를 기준으로 조사하였으며, 용량의 경우 건강보조식품은 g단위 용량보다는 섭취 기준으로 사용되는 tablet/capsule/gel을 기준으로 조사함. 또한 이를 토대로 tablet/capsule/gel 당 가격을 계산하여 품목 간 가격 비교가 용이하도록 하였음

1 기능별 주요 인기 건강보조 식품

■ 미용(Beauty) 기능성 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Perfectil	Pemea Plus	Hair, Skin & Nails
제조사	Vitabiotics Ltd	Arden Healthcare	Nature's Bounty
Tablet/Capsule 수	30 tablets	N/A	150 gels
가격 (AED)	130	N/A	140
Tablet/Capsule당 가격	4.3	N/A	0.9

■ 뼈 건강(Bone) 기능성 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Osteocare Calcium	Cal-C-Vita	Cal Mag Zinc +D
제조사	Vitabiotics Ltd	Bayer AG	21st Century Laboratories
Tablet/Capsule 수	90 tablets	10 tablets	90 tablets
가격 (AED)	130	20	265
Tablet/Capsule당 가격	1.4	2.0	2.9

■ 소화(Digestive)기능성 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Enzymedica Pro Bio	Ultimate Flora	Digestive Health Probiotic
제조사	Enzymedica, Inc	ReNew Life Formula Inc	Nature Made
Tablet/Capsule 수	90 capsules	60 capsules	90 capsules
가격 (AED)	310	400	330
Tablet/Capsule당 가격	3.4	6.7	3.7

■ 에너지(Energy) 기능성 제품 주요 인

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	My Favorite Multiple Energizer	Coenzyme Q10	Coenzyme Q10
제조사	Natrol, LLC	Webber Naturals	Holland & Barrett
Tablet/Capsule 수	60 tablets	45 gels	30 capsules
가격 (AED)	100	130	139
Tablet/Capsule당 가격	1.7	2.9	4.6

■ 눈 건강(Eye Health) 기능성 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지		-	-
제품명	Visionace		
제조사	Vitabiotics Ltd		
Tablet/Capsule 수	30 tablets		
가격 (AED)	170		
Tablet/Capsule당 가격	5.7		

■ 일반 건강(General Health) 기능성 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지			N/A
제품명	Puritans Pride Omega3-6-9	Omega 3-6-9	Revital
제조사	NBTY Inc	WN Pharmaceuticals Ltd	Geltec Ltd
Tablet/Capsule 수	120 gels	144 capsules	N/A
가격 (AED)	150	180	N/A
Tablet/Capsule당 가격	1.3	1.3	N/A

■ 심장 건강(Heart Health) 기능성 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지		N/A	
제품명	New Chapter Garlic Force	Deodorized Garlic	Garlic Complex
제조사	New Chapter, Inc	New Chapter, Inc	NBTY Inc
Tablet/Capsule 수	30 gels	N/A	N/A
가격 (AED)	240	N/A	N/A
Tablet/Capsule당 가격	8.0	N/A	N/A

■ 면역 체계(Immune System) 기능성 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Probiotics	Dyno-Mins Magnesium	Ginsana G115
제조사	Enzymedica, Inc	Nature's Plus	Ginsana SA
Tablet/Capsule 수	90 capsules	90 tablets	110 capsules
가격 (AED)	310	130	632
Tablet/Capsule당 가격	3.4	1.4	5.7

■ 연골(Joint) 기능성 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Ultra Glucosamine & Chondroitin	Flexamin	ArthriFlex Advntage
제조사	VitaBiotics Ltd	Nature's Bounty	21st Century Laboratories
Tablet/Capsule 수	60 tablets	60 tablets	180 tablets
가격 (AED)	274	550	440
Tablet/Capsule당 가격	4.6	9.2	2.4

■ 간 건강(Liver Health) 기능성 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지		-	-
제품명	Milk Thistle	-	-
제조사	Webber Naturals	-	-
Tablet/Capsule 수	N/A	-	-
가격 (AED)	N/A	-	-
Tablet/Capsule당 가격	N/A	-	-

■ 기억력(Memory Health) 개선 기능성 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Ginkor	Ginkgold	Ginkgo Biloba Extra Strength
제조사	Ipsen SA	Nature's Way	Webber Naturals
Tablet/Capsule 수	N/A	60 tablets	90 gels
가격 (AED)	N/A	230	190
Tablet/Capsule당 가격	N/A	3.8	2.1

■ 남성 건강(Men's Health) 기능성 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Your Life Multi Men	Every Man's One Daily Multi	Core Daily 1 Men
제조사	Nature's Bounty, Inc	New Chapter, Inc	Country Life, LLC
Tablet/Capsule 수	90 tablets	96 tablets	60 tablets
가격 (AED)	150	584	160
Tablet/Capsule당 가격	1.7	6.1	2.7

■ 향우울증(Mood/Relaxing) 기능성 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지		-	-
제품명	St John's Wort	-	-
제조사	WN Pharmaceuticals Ltd	-	-
Tablet/Capsule 수	N/A	-	-
가격 (AED)	N/A	-	-
Tablet/Capsule당 가격	N/A	-	-

■ 성기능(Sexual Health) 관련 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지			-
제품명	Ginsana	Vigormax	-
제조사	Soho Flordis International Pty Ltd	Natural Fervor, Inc	-
Tablet/Capsule 수	N/A	60 capsules	-
가격 (AED)	N/A	324	-
Tablet/Capsule당 가격	N/A	5.4	-

■ 여성 건강(Women's Health) 기능성 제품 주요 인기 브랜드 TOP3

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Your Life Multi Women	Every Woman's One Daily Multi	Country Plus 1 Daily Women
제조사	Nature's Bounty, Inc	New Chapter, Inc	Country Life, LLC
Tablet/Capsule 수	90 tablets	72 tablets	60 tablets
가격 (AED)	227	249	150
Tablet/Capsule당 가격	2.5	3.5	2.5

출처 : Euromonitor (2016), Holland & Barrett UAE 홈페이지, DesertCart.ae, UBay.ae, DubaiSupplements1.com

2 타깃층별 주요 인기 건강보조 식품

■ 타깃층별 영양 보충제 제품 주요 인기 브랜드 TOP3: 청소년(Teenagers)

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Gummy Bears	Centrum Junior	WellTeen
제조사	21st Century Laboratories Inc	Pfizer Inc	Vitabiotics Ltd
Tablet/Capsule 수	150 gels	30 tablets	30 tablets
가격 (AED)	120	312	120
Tablet/Capsule당 가격	0.8	10.4	4.0

■ 타깃층별 영양 보충제 제품 주요 인기 브랜드 TOP3: 여성(Women)

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Wellwoman	Multisure for Women	Eve Women's Multi
제조사	Vitabiotics Ltd	WN Pharmaceuticals Ltd	Now Foods Inc
Tablet/Capsule 수	90 capsules	80 capsules	90 gels
가격 (AED)	180	130	180
Tablet/Capsule당 가격	2.0	1.6	2.0

■ 타깃층별 영양 보충제 제품 주요 인기 브랜드 TOP3: 남성(Men)

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Wellman	Multisure Men	Adam Men's Multi
제조사	WN Pharmaceuticals Ltd	WN Pharmaceuticals Ltd	Now Foods Inc
Tablet/Capsule 수	30 tablets	80 capsules	90 capsules
가격 (AED)	130	160	160
Tablet/Capsule당 가격	4.3	2.0	1.8

■ 타깃층별 영양 보충제 제품 주요 인기 브랜드 TOP3: 노인층(Elderly)

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Centrum Silver	Multisure for Women 50+	Wellwomen 50+
제조사	Pfizer Inc	WN Pharmaceuticals Ltd	Vitabiotics Ltd
Tablet/Capsule 수	220 tablets	80 capsules	30 tablets
가격 (AED)	160	150	100
Tablet/Capsule당 가격	0.7	1.9	3.3

■ 타깃층별 영양 보충제 제품 주요 인기 브랜드 TOP3: 임산부(Pregnancy)

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Pregncare	Centrum Prenatal	Prenatal Multivitamin + DHA
제조사	Vitabiotics Ltd	Pfizer Inc	21st Century Laboratories Inc
Tablet/Capsule 수	75 tablets	28 tablets	120 tablets
가격 (AED)	190	130	250
Tablet/Capsule당 가격	2.5	4.6	2.1

■ 타깃층별 영양 보충제 제품 주요 인기 브랜드 TOP3: 기타(Others)

	1위	2위	3위
제품 이미지			-
제품명	Feroglobin B12	Stress B with Zinc	-
제조사	Vitabiotics Ltd	21st Century Laboratories Inc	-
Tablet/Capsule 수	30 capsules	132 capsules	-
가격 (AED)	80	120	-
Tablet/Capsule당 가격	2.7	0.9	-

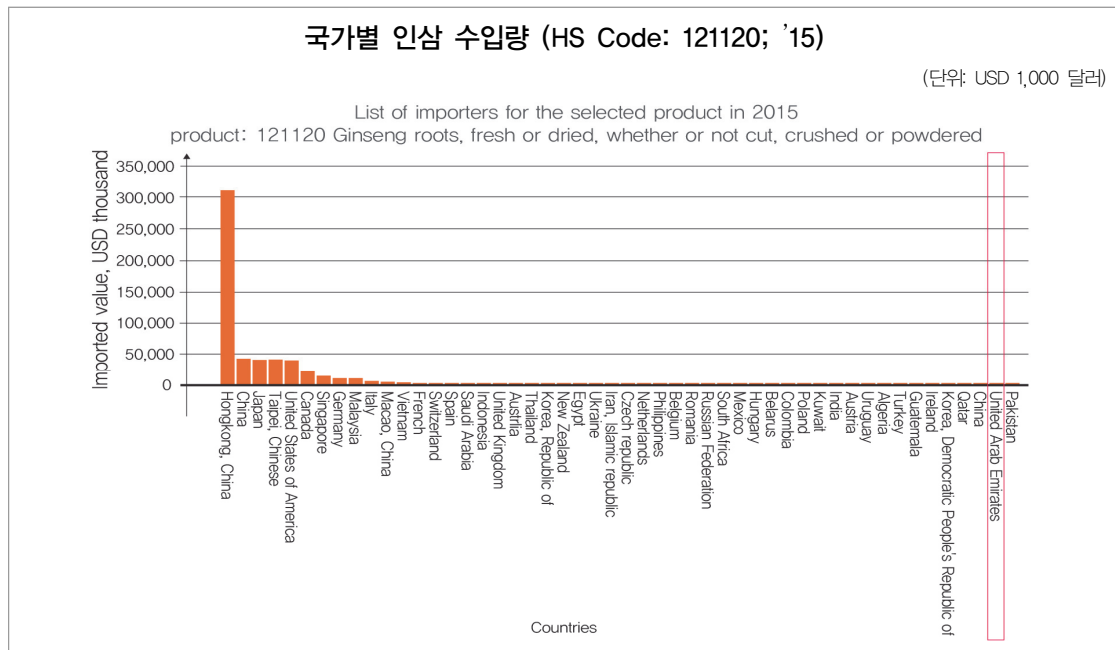


Ⅲ. UAE 인삼 제품 시장 현황

1. UAE 인삼 제품 수입 현황
2. 인삼 제품 가격 및 유통 현황
3. 인삼 제품 소비자 조사결과

1. UAE 인삼 제품 수입 현황³⁾

- UAE의 인삼 제품은 식품과 의약품으로 분류되며, 뿌리삼, 차류, 음료 등은 식품으로 취급되고 캡슐 및 타블렛 제품은 의약품으로 분류됨. 의약품의 경우 수입절차가 매우 까다로움
- UAE의 인삼(원물) 수입량은 세계 국가별 인삼 수입 순위 49위이며, 2015년 기준 수입액은 30,000USD, 수입량은 8톤으로 조사됨. 인삼 1톤당 수입 가격은 3,750,000USD로 조사됨⁴⁾
 - 참고: 현재 전 세계적으로 인삼을 가장 많이 수입하는 국가는 홍콩이며, 수입량은 310,728,000 USD, 무게는 3,374 톤을 수입해 세계 인삼수입량의 55.9%를 차지함. 한국의 인삼 수입 순위는 46위이며, 수입량은 41,000 USD, 무게는 8톤을 수입하였음

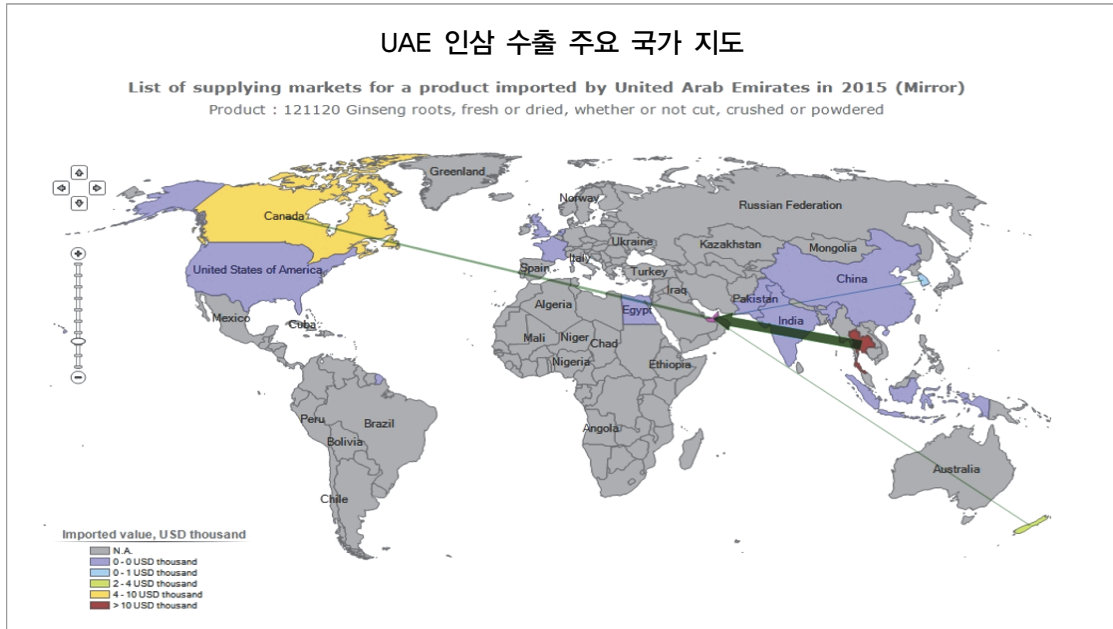


출처 : International Trade Centre

3) HS CODE 121120 : Ginseng roots, fresh or dried, whether or not cut, crushed or powdered; 국가별 인삼 수입량 관련 자료는 인삼 원물(121120)의 수입 자료임

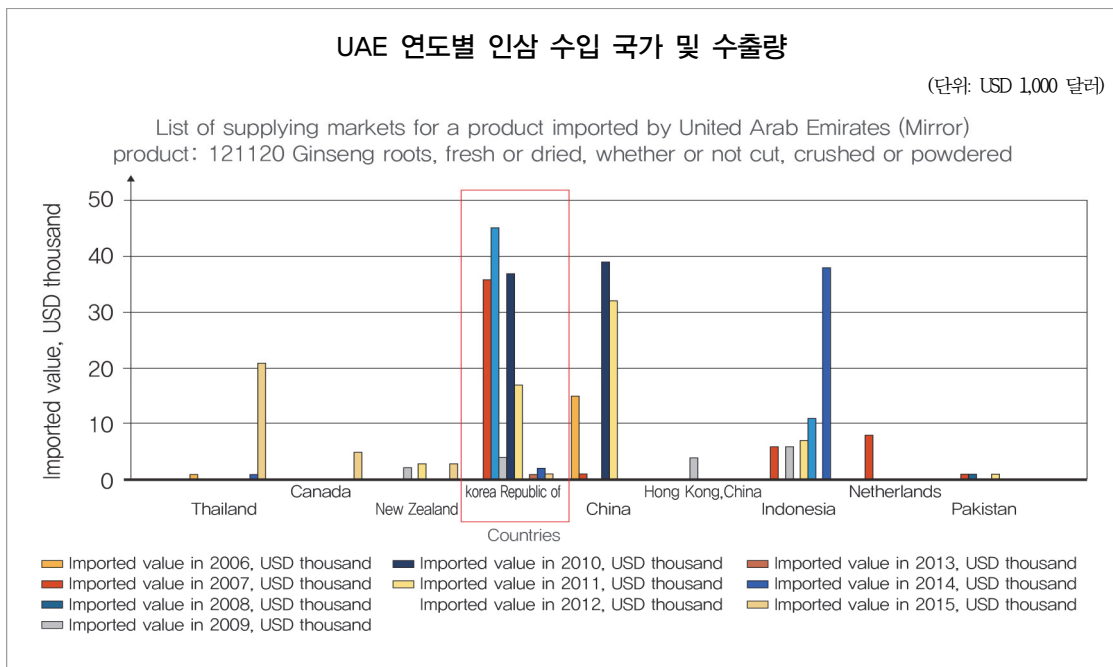
4) ITC(International Trade Centre) calculations based on UN COMTRADE statistics.(<http://www.intracen.org/>)

- UAE에 주로 인삼(원물)을 수출하는 국가들의 지리적 위치는 아래 지도와 같음



출처 : ITC(International Trade Centre) calculations based on UN COMTRADE statistics.(<http://www.intracen.org/>)

- UAE가 주로 인삼(원물)을 수입하는 국가들 연도별 수출량은 다음과 같음



출처 : ITC(International Trade Centre) calculations based on UN COMTRADE statistics.(<http://www.intracen.org/>)

- UAE의 최근 10개년 누적 인삼(원물)수입량은 979천 달러(USD 1,000)이며, 이 중 시리아에서의 수입량이 469천 달러로 가장 많으나, 2008년 이후 인삼을 수입한 기록은 없음. 시리아 다음으로 최근 10개년 누적 수입량이 가장 큰 국가는 한국이며, 누적 수입량은 143천 달러임

■ UAE 최근 10년간 인삼 수입 현황 ('06-'15)

(단위: USD 1,000 달러)(단위: USD 1,000 달러)

연번	수출국가	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	누적 수입량 (10년)
1	Thailand	1	0	0	0	0	0	0	0	1	21	23
2	Canada	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5
3	New Zealand	0	0	0	2	0	3	0	0	0	3	8
4	Korea, Republic of	0	36	45	4	37	17	0	1	2	1	143
5	China	15	1	0	0	39	32	0	0	0	0	87
6	Hong Kong, China	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	4
7	Indonesia	0	6	0	6	0	7	11	0	38	0	68
8	Netherlands	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0	8
9	Pakistan	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	3
10	Egypt	0	0	3	38	1	0	99	0	0	0	141
11	United Kingdom	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	9
12	United States of America	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	6
13	Sudan (North + South)	0	-	4	0	0	0	-	-	-	-	4
14	Yemen	0	0	0	1	0	0	0	0	0	-	1
15	Syrian Arab Republic	122	214	133	0	0	-	-	-	-	-	469
Total		138	266	186	55	77	60	119	7	41	30	979

출처 : ITC(International Trade Centre) calculations based on UN COMTRADE statistics.(<http://www.intracen.org/>)

- UAE의 최근 한국 인삼 제품 수입량은 2010년 이후, 감소하는 추세였다가 2014년 이후 급증하여, 2015년 기준 한국 인삼 수입량은 약 560,890 USD로 드러남
- 대 UAE 인삼 수출액은 2010년 이후, 감소하는 추세를 보였으며, 이는 세계적 경기침체에서 비롯된 UAE 경제 위기에 의한 것으로 분석됨
- 2014년에 수출액이 급증하여 약 61만 USD로 조사되어, 2013년 대비 약 143%의 증가율을 보였으나, 2014년 이후 약한 감소 추세를 보이고 있음
- 한국 인삼의 주요 수출 품목은 2015년도 기준, 백삼조제품과 인삼음료로 드러났으며, 각각 약 10만 USD, 약 38만 USD로 조사됨

■ UAE 연도별 한국 인삼 수출량

품목	2012년		2013년		2014년		2015년		2016년 10월	
	중량(kg)	금액(\$)	중량(kg)	금액(\$)	중량(kg)	금액(\$)	중량(kg)	금액(\$)	중량(kg)	금액(\$)
계	21,463	189,798	61,713	252,262	147,191	613,295	140,515	560,890	43,512	385,237
백삼분			8	950	15	1,900	8	1,085		
백삼정					16	6,172	3	596	3	530
백삼조제품	1,150	49,811	5,973	69,268	575	30,585	1,890	102,495	763	49,301
홍삼									116	3,960
홍삼정	128	8,200	19	5,034	22	4,090	234	18,252	80	34,367
홍삼조제품	824	19,530	1,491	32,222	12,706	150,617	3,378	54,838	931	22,883
인삼액즙					16	6,570				
인삼음료	19,361	112,257	54,213	144,424	133,841	413,361	135,001	383,216	41,609	270,187

출처 : KATI

2. 인삼 제품 가격 및 유통 현황

1 한국산 인삼 제품 가격 및 유통 현황

- 현지 매장 방문 결과, 인삼 제품은 약제형으로 주로 드러그 스토어, 전문점과 약국에서 유통되며, 일반 식품 시장에서 인삼제품을 찾기는 어려운 것으로 확인됨
- 다만 재래시장인 아시안 마켓에서 인삼차 및 중국 뿌리삼이 소량 유통되고 있는 것으로 파악됨

- UAE 현지에서 판매되고 있는 인삼이 포함된 건강 보조 식품 중 한국산 제품은 없으며, 한국산 인삼이 포함된 미국, 영국 제품은 일부 판매되고 있음. 또한, 한인마트에서 한국 인삼 제품을 일부 판매하고 있는 실정임
- 현지 유통채널인 Vita Vision과 Life Pharmacy에서는 미국 Solga사 및 Nature's Plus사, 영국 Holland & Barrett사에서 한국 인삼 추출물을 사용하여 제조한 제품을 판매하고 있음.
- 현지 한인마트를 통해 유통되고 있는 제품은 병음료 제품이 대다수를 차지함

■ 현지 유통채널 내 한국산 인삼이 포함된 제품 현황

No.	제품명	제품 사진	제조사	제조국	가격 (AED)	용량	단위당 가격(AED) ⁵⁾	판매처
1	Korean Ginseng Root Extract		Solgar	U.S.A	182	60 capsules	3.0	Vita Vision / Life Pharmacy
2	Korean Ginseng		Nature's Plus	U.S.A	204	30 tablets	6.8	Life Pharmacy
3	Korean Ginseng 500mg		Holland & Barrett	UK	229	200 capsules	1.1	Holland & Barrett

5) 단위당 가격은 캡슐/젤 형태의 경우 개당 가격을, 농축액은 ml당 가격, 포/정/병음료는 1회 분량을 기준으로 함

■ 현지 유통채널 내 한국산 인삼 제품 현황

No.	제품명	제품 사진	제조사	제조국	가격 (AED)	용량	단위당 가격(AED) ⁶⁾	판매처
4	Hanburi (인삼 한뿌리 10개들이 세트)		CJ	Korea, Republic of	130	10 bottles (개당 120ml)	13.0	My1004 한인마트
5	Hongsam Hanburi Energy Drink (홍삼 한뿌리 10개들이 세트)		CJ	Korea, Republic of	130	10 bottles (개당 120ml)	13.0	My1004 한인마트
6	Hanburi (인삼 한뿌리)		CJ	Korea, Republic of	13	120ml	13.0	My1004 한인마트
7	Premium Red Ginseng Gift Set (프리미엄 홍삼 선물세트)		CJ	Korea, Republic of	250	30 packs (of 40ml)	8.3	My1004 한인마트
8	Hongsam Six Plus (홍삼 식스플러스)		CJ	Korea, Republic of	350	2 bottles (개당 50g)	175.0	My1004 한인마트
9	Hanburi (홍삼 한뿌리)		CJ	Korea, Republic of	13	120ml	13.0	My1004 한인마트

출처 : 현지 매장 방문

6) 단위당 가격은 캡슐/젤 형태의 경우 개당 가격을, 농축액은 ml 당 가격, 포/정/병음료는 1회 분량을 기준으로 함

2 UAE 현지의 인삼 관련 경쟁 제품 가격 및 유통 현황

- UAE 현지에서 유통 중인 인삼 관련 경쟁 제품 (한국산 인삼이 포함되지 않은 제품)은 Ginsana G115, Pharmaton Capsules Ginseng G115, Siberian Ginseng 등 17가지 주요 제품이 있는 것으로 조사됨
 - 대부분은 인삼이 제품의 주요 구성성분인 제품들이며, Joy Max Energy & Stamina의 경우는 인삼이 구성성분 중 하나인 제품임
 - 인삼 제품은 Boots, Ultra Pharmacy, Vita Vision 등의 매장에서 판매되고 있었으며, 다국적 기업인 Holland & Barrett 매장에서는 다양한 종류의 인삼 제품을 구비하고 있었음.
 - 현지에서 유통되고 있는 인삼 제품의 원산지는 만주(Manchurian), Siberian(시베리안), Asia(아시아) 등으로 조사됨

■ 현지 유통채널 내 인삼 경쟁 제품 현황

No.	제품명	제품 사진	제조사	제조국	가격 (AED)	용량	단위당 가격(AED) ⁷⁾	판매처
1	Joy Max Energy & Stamina		Quantum Naturals	India	190	30 capsules	6.3	Boots
2	Ginseng Royal Jelly 1000mg		Natural Wealth	Serbia	220	40 capsules	5.5	Boots
3	Ginsana G115		Ginsana	Switzerland	55	30 capsules	1.8	United Pharmacy / Bin Sina Pharmacy
4	Ginseng 1000mg		Marnys	Spain	145	30 capsules	4.8	United Pharmacy / Bin Sina Pharmacy

출처 : 현지 매장 방문

7) 단위당 가격은 캡슐/젤 형태의 경우 개당 가격을, 농축액은 ml당 가격, 포/정/병음료는 1회 분량을 기준으로 함

■ 현지 유통채널 내 인삼 경쟁 제품 현황

No.	제품명	제품 사진	제조사	제조국	가격 (AED)	용량	단위당 가격(AED) ⁸⁾	판매처
5	Pharmaton Capsules Ginseng G115		Boehringer	Germany	148	100 capsules	1.5	United Pharmacy
6	Ginsavit Soft Capsule		Julphar	UAE	175	24 capsules	7.3	Bin Sina Pharmacy
7	Ginsavit Ginseng Extract		Julphar	UAE	54	24 capsules	2.3	United Pharmacy
8	Ginseng Complex		Holland & Barrett	UK	140	100 capsules	1.4	Holland & Barrett
9	Manchurian Ginseng		Holland & Barrett	UK	60	100 capsules	0.6	Holland & Barrett
10	Ultra Ginseng		Holland & Barrett	UK	80	60 capsules	1.3	Holland & Barrett
11	Siberian Ginseng		Holland & Barrett	UK	105	100 capsules	1.1	Holland & Barrett
12	Siberian Ginseng		Nature's Bounty	USA	80	60ml	1.3	Holland & Barrett
13	Ginseng Complex with Royal Jelly		Nature's Bounty	USA	220	75 capsules	2.9	Vita Vision

출처 : 현지 매장 방문

8) 단위당 가격은 캡슐/젤 형태의 경우 개당 가격을, 농축액은 ml당 가격, 포/정/병음료는 1회 분량을 기준으로 함

■ 현지 유통채널 내 인삼 경쟁 제품 현황

No.	제품명	제품 사진	제조사	제조국	가격 (AED)	용량	단위당 가격(AED) ⁹⁾	판매처
14	Ginseng Complex		Nature's Bounty	USA	145	75 capsules	1.9	Vita Vision
15	Ginseng & Royal Jelly		Nowfoods	USA	140	90 capsules	1.6	Bin Sina Pharmacy
16	Ultra Ginseng 500		Nature's Plus	USA	166	60 capsules	3.1	Life Pharmacy
17	Asian Ginseng		Herb Pharm	USA	84	30ml	2.8	Life Pharmacy

출처 : 현지 매장 방문

3 UAE 인삼 관련 제품 온라인 판매 현황¹⁰⁾

- UAE에서 판매되는 건강 기능 식품 관련 인삼제품은 크게 다음의 2가지 유형으로 구분되며, 현지에서 판매되는 제품은 대부분은 전자에 해당함
 - 인삼이 제품의 주요 구성성분인 제품
 - 인삼이 제품의 주요 구성성분이 아닌 구성성분 중 하나인 제품

9) 단위당 가격은 캡슐/젤 형태의 경우 개당 가격을, 농축액은 ml당 가격, 포/정/병음료는 1회 분량을 기준으로 함

10) 건강기능식품 온라인 쇼핑몰 : 1) Dr. nutrition(www.drnutrition.com/en) 2) SOUQ(www.uae.souq.com/aw-en)

3) Dubai Supplements (www.dubaissupplements1.com/en)에 Ginseng을 키워드로 검색되는 제품과 관련 제품을 구분하여 조사함. 각 쇼핑몰에서 동일한 제품은 1번만 표시함

- UAE에서 판매되는 인삼 관련 제품의 주요 제조사는 Swanson, KG(경기농협인삼연합사업단), Solgar이며, 캡슐 외 젤리, 초콜릿 등 다양한 제형의 제품을 판매하는 제조사는 KG임¹¹⁾
 - Swanson, Solgar의 제품은 인삼의 종류, 함량 등에 따라 다양한 제품을 판매함
 - 인삼 관련 제품의 제형에는 캡슐, 소프트젤, 젤리, 초콜릿, 차, 타블렛, 액체드롭 형태이며, Swanson, Solgar 등의 제조사는 주로 캡슐 제형의 제품을 판매함
 - KG를 제외하고 인삼 관련 건강기능 식품 제조사는 미국임
- UAE에서 판매되는 인삼 관련 제품은 주로 일반적인 건강보조제(General Supplements)로 구분해 놓았으며 그 외 에너지 보강(Boosts energy), 다이어트 효능(Diet), 남성건강(Male health) 등으로 구분해 놓음
- 판매처 'SOUQ' 사이트는 제품에 대한 정보와 함께 해당 소비자가 검색한 다른 제품을 제시하며, 'Dr.nutrition' 사이트는 검색된 제품과 관련된 제품을 구성하여 함께 제시해 줌. 따라서 인삼제품을 검색한 소비자의 타제품에 대한 관심도 및 경쟁제품을 확인할 수 있음.¹²⁾ Dubai supplements는 위의 해당정보를 제시하지 않음
- UAE 내 주요 건강보조식품 온라인 쇼핑몰인 Dr. Nutrition, SOUQ, Subai Supplements에서 유통되는 인삼 및 홍삼 관련 건강기능식품 제조사는 다음과 같이 조사됨

11) 온라인 쇼핑몰 3사에서 판매하는 제품의 제조사별 종류수를 나열한 것임. 따라서 3사외의 다른 곳에서 판매되는 해당 제조사의 다른 제품이 존재 할 수 있기 때문에 해석상 주의가 필요함. 판매되는 제품의 종류 수이지 판매순위는 아님. 해석상 주의가 필요함.

12) 관련된 제품의 종류가 많음 제품이 있고, 적은 제품이 있음. 관련된 제품이 있는 경우 상단에 제시되는 5개이내의 제품을 정리함

■ UAE 인삼(또는 홍삼)관련 건강기능식품 제조사

No.	제조사 ¹³⁾		제조국	제품제형	인삼관련 제품
1	Swanson		USA	capsule, tablet	5개 이상
2	Solgar		USA	capsule, tablet	5개 이상
3	KG (경기농협인삼 연합사업단)		KOREA, Republic of	Tea, Jelly, chocolate	5개미만
4	Natural Fervor		USA	capsule, tablet	2개 미만
5	Nature's Way		USA	capsule, tablet	2개 미만
6	Nature's Herbs		USA	capsule, tablet	2개 미만
7	Jenasol		USA	capsule, tablet	2개 미만
8	Now foods		USA	capsule, tablet	2개 미만
9	Nature's plus		USA	capsule, tablet	2개 미만
10	Natural Factors		USA/CANADA	capsule, tablet	2개 미만
11	Puritan's Pride		USA	capsule, tablet	2개 미만
12	Nature's Bounty		USA	capsule, tablet	2개 미만
13	Herb Pharm		USA	Drop(liquid)	2개 미만

13) 인삼(또는 홍삼)이 제품의 주요 성분인 제조사만 나열함

No.	제조사 ¹⁴⁾		제조국	제품제형	인삼관련 제품
1	Swanson		USA	capsule, tablet	5개 이상
2	Solgar		USA	capsule, tablet	5개 이상
3	KG (경기농협인삼 연합사업단)		KOREA, Republic of	Tea, Jelly, chocholate	5개미만
4	Natural Fervor		USA	capsule, tablet	2개 미만
5	Nature's Way		USA	capsule, tablet	2개 미만
6	Nature's Herbs		USA	capsule, tablet	2개 미만
7	Jenasol		USA	capsule, tablet	2개 미만
8	Now foods		USA	capsule, tablet	2개 미만
9	Nature's plus		USA	capsule, tablet	2개 미만
10	Natural Factors		USA/CANADA	capsule, tablet	2개 미만
11	Puritan's Pride		USA	capsule, tablet	2개 미만
12	Nature's Bounty		USA	capsule, tablet	2개 미만
13	Herb Pharm		USA	Drop(liquid)	2개 미만

출처 : Euromonitor (2016)

14) 인삼(또는 홍삼)이 제품의 주요 성분인 제조사만 나열함

- UAE 내 주요 건강보조식품 온라인 쇼핑몰인 Dr. Nutrition, SOUQ, Subai Supplements 에서 유통되는 인삼 및 홍삼 제품은 다음과 같이 조사됨

1) 홍삼차 골드 (KG)

- 홍삼차 골드 제품의 제조사는 KG, 제조국은 한국이며 사이트 상의 효능은 다이어트 ‘fat burner’ 제품으로 구분됨. 판매 가격은 110AED이며 단위당 가격은 0.73AED/g임
- 해당 제품과 함께 소비자가 검색한 제품은 주로 다이어트 관련 제품임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: SOUQ)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Red Ginseng Tea Gold
	제조사	KG (경기농협인삼연합사업단)
	제조국	Korea, Republic of
	인삼종류	Korean red ginseng
	제형	Solid (tea)
	주요 효능	Fat burner
	용량	150g (3gX50sachets)
	가격	110 AED
	단위당 가격	0.73 AED/g

〈Customer also viewed〉¹⁵⁾

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Detoxase 10 days total body reset	Acai Berry	Green Tea
제조사 (제조국)	Zuccari(Italy)	Natrol(USA)	Natrol(USA)
주요성분	Wasabi	Acai Extract	Green tea extracts
제형	Solid (tea)	Capsule	Capsule
주 효능	Diet and Weight Supplements: Appetite Control and Suppressants	Diet	Boosts energy
용량	30g(3gX10sachets)	60 capsules	60 capsules
가격	150 AED	75 AED	65 AED
단위당 가격	5 AED/g	1.25 AED/capsule	0.92 AED/capsule

출처 : SOUQ (www.uae.souq.com/aw-en)

15) 해당 인삼 제품에 관심이 있는 소비자가 검색한 관련 제품

2) SDP Korean Ginseng Root extract Vegicaps (Solgar)

- SDP Korean Ginseng Root extract Vegicaps의 제조사는 Solgar, 제조국은 미국이며 사이트 상의 효능은 다이어트 ‘General supplement’ 제품으로 구분됨. 판매 가격은 182AED이며 단위당 가격은 3.03AED/capsule임
- 해당 제품과 함께 소비자가 검색한 제품은 동일 회사의 다른 인삼 제품임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: SOUQ)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	SFP Korean Ginseng Root extract Vegicaps
	제조사	Solgar
	제조국	USA
	인삼종류	Korean Ginseng
	제형	Capsule
	주요 효능	General Health
	용량	60 calcules
	가격	182 AED
	단위당 가격	3.03 AED/capsule

〈Customer also viewed〉

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Full Potency Korean Ginseng Vegicaps	Siberian Ginseng (Root extract)	Eleuthero
제조사 (제조국)	Solgar (USA)	Solgar (USA)	Solgar (USA)
주요성분	Korean Ginseng	Siberian Ginseng	Siberian Ginseng
제형	Capsule	Capsule	Capsule
주 효능	General health	General health	promote physical performance
용량	50 capsules	60 capsules	100 capsules
가격	110 AED	111 AED	108 AED
단위당 가격	2.2 AED/capsule	1.85 AED/capsule	1.08 AED/capsule

출처 : SOUQ (www.uae.souq.com/aw-en)

3) Ginseng Complex (Puritans Pride)

- Ginseng Complex의 제조사는 Puritans Pride, 제조국은 미국이며 사이트 상의 효능은 'Support physical performance and immune function'으로 제시함. 판매 가격은 119AED이며 단위당 가격은 2.65AED/capsule임
- Ginseng Complex 제품과 함께 검색된 제품은 동일 회사의 제품이며 general health, cardiovascular health, diet등에 관련된 제품임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: SOUQ)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Ginseng Complex
	제조사	Puritans Pride
	제조국	USA
	인삼종류	Panax Ginseng Extracts
	제형	Capsule
	주요 효능	Support physical performance and immune function
	용량	75 capsules
	가격	199 AED
	단위당 가격	2,65 AED/capsule

〈Customer also viewed〉

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Bee Propolis	Odorless Garlic	Garcinia Max 1000
제조사 (제조국)	Puritans Pride(USA)	Puritans Pride(USA)	Puritans Pride(USA)
주요성분	Bee propolis	Garlic	Garcinia Cambogia
제형	Capsule	Capsule	capsule
주 효능	General Supplements	promotes heart and cardiovascular health and helps maintain cholesterol levels	Diet (Weight management)
용량	100 capsules	250 capsules	60 capsules
가격	199 AED	199 AED	199 AED
단위당 가격	1,99 AED/capsule	0,80 AED/capsule	3,32 AED/capsule

출처 : SOUQ (www.uae.souq.com/aw-en)

4) Ginseng Complex plus Royal Jelly (Nature's Bounty)

- Ginseng Complex plus Royal Jelly의 제조사는 Nature's Bounty, 제조국은 미국이며 사이트 상의 효능은 'General Wellness'으로 제시함. 판매 가격은 145 AED이며 단위당 가격은 1.92AED/capsule임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: SOUQ)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Ginseng Complex plus Royal Jelly
	제조사	Nature's Bounty
	제조국	USA
	인삼종류	Panax ginseng, Ginseng
	제형	Capsule
	주요 효능	General Wellness
	용량	75 Capsules
	가격	145 AED
	단위당 가격	1.92 AED/capsule

출처 : SOUQ (www.uae.souq.com/aw-en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)¹⁶⁾

5) American Ginseng (Nature's Plus)

- American Ginseng 의 제조사는 Nature's Plus, 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'Energy supplements'로 제시함. 판매 가격은 139AED이며 단위당 가격은 12.32 AED/capsule임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: SOUQ)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	American Ginseng
	제조사	Nature's Plus
	제조국	USA
	인삼종류	American Ginseng
	제형	Capsule
	주요 효능	Energy supplements
	용량	60 capsules
	가격	139 AED
	단위당 가격	2.32 AED/capsule

출처 : SOUQ (www.uae.souq.com/aw-en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)

16) 소비자가 함께 검색한 제품(customers also viewed)이 없는 것으로 확인됨

6) Eleuthero (Herb Pharm)

- Eleuthero의 제조사는 Herb Pharm, 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'Energy and vitality'로 제시함. 판매 가격은 74AED이며 단위당 가격은 2.61AED/capsule임
- 이와 함께 검색된 제품으로는 타 사의 인삼 제품과 MACA 제품이 있음

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: SOUQ)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Eleuthero
	제조사	Herb Pharm
	제조국	USA
	인삼종류	Siberian Ginseng
	제형	Drops(liquid)
	주요 효능	Energy and vitality
	용량	1oz (28.3g)
	가격	74 AED
	단위당 가격	2.61 AED/g

〈Customer also viewed〉

	1위	2위	3위
제품 이미지			-
제품명	Korean Ginseng	MACA powder	-
제조사 (제조국)	Nature's Plus(USA)	Herb Pharm(USA)	-
주요성분	Korean Ginseng	MACA	-
제형	Tablets	powder	-
주 효능	Energy supplements	woman health	-
용량	30 tablets	198g	-
가격	199 AED	99 AED	-
단위당 가격	6.6 AED/tablet	0.5 AED/g	-

출처 : SOUQ (www.uae.souq.com/aw-en)

7) Ultra Ginseng 500 (Nature's Plus)

- Ultra Ginseng 500의 제조사는 Nature's Plus, 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'Energy supplements'로 제시함. 판매 가격은 166AED이며 단위당 가격은 2.77 AED/capsule임
- 이와 함께 검색된 제품으로는 동일 제조사의 다른 인삼 제품임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: SOUQ)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Ultra Ginseng 500
	제조사	Nature's Plus
	제조국	USA
	인삼종류	Korean Ginseng
	제형	Tablets
	주요 효능	Energy supplements
	용량	60 tablets
	가격	166 AED
	단위당 가격	2,77 AED/tablet

〈Customer also viewed〉

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Korean Ginseng	Korean Ginseng	American Ginseng
제조사 (제조국)	Nature's Plus(USA)	Nature's Plus(USA)	Nature's Plus(USA)
주요성분	Korean Ginseng	Korean Ginseng	American Ginseng
제형	Tablets	Capsule	Capsule
주 효능	Energy supplements	Energy Supplements	Energy supplements
용량	30 tablets	60 capsules	60 capsules
가격	199 AED	155 AED	139 AED
단위당 가격	6,6 AED/tablet	2,6 AED/capsule	2,32 AED/capsule

출처 : SOUQ (www.uae.souq.com/aw-en)

8) Asian Ginseng (Herb Pharm)

- Asian Ginseng의 제조사는 Herb Pharm, 제조국은 미국이며 제시된 효능은 ‘Energy and vitality’로 제시함. 판매 가격은 84AED이며 단위당 가격은 3.0AED/capsule임
- 이와 함께 검색된 제품으로는 타 제조사의 인삼제품, CoQ10 제품 등이 있음

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: SOUQ)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Asian Ginseng
	제조사	Herb Pharm
	제조국	USA
	인삼종류	Panax Ginseng extracts
	제형	Drops(liquid)
	주요 효능	Energy and vitality
	용량	1oz (28.3g)
	가격	84AED
	단위당 가격	3.0 AED/g

〈Customer also viewed〉

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Korean Ginseng	Eleuthero	CoQ10
제조사 (제조국)	Nature's Plus(USA)	Herb farm(USA)	Now foods(USA)
주요성분	Korean Ginseng	Siberian Ginseng	CoQ10
제형	Capsule	Drops(liquid)	Softgel
주 효능	Energy Supplements	Energy and vitality	Cardiovascular health
용량	60 capsules	1oz (28.3g)	50 softgels
가격	155 AED	74 AED	199 AED
단위당 가격	2.6 AED/capsule	2.61 AED/g	3.98 AED/softgel

출처 : SOUQ (www.uae.souq.com/aw-en)

9) Honey Sliced Red Ginseng (KG)

- Honey Sliced Red Ginseng의 제조사는 KG, 제조국은 한국이며 제시된 효능은 'General wellness'로 제시함. 판매 가격은 195 AED이며 단위당 가격은 0.51 AED/g임
- 이와 함께 검색된 제품으로는 타 제조사의 인삼제품이 있음

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: SOUQ)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Honey Sliced Red Ginseng
	제조사	KG
	제조국	Korea, Republic of
	인삼종류	Korean Red Ginseng
	제형	Solid(Jelly)
	주요 효능	General Wellness
	용량	100g (20gX5)
	가격	195 AED
	단위당 가격	0,51 AED/g

〈Customer also viewed〉

	1위	2위	3위
제품 이미지			-
제품명	Korean Ginseng	Korean Ginseng	-
제조사 (제조국)	Nature's Plus(USA)	Nature's Plus(USA)	-
주요성분	Korean Ginseng	Korean Ginseng	-
제형	Tablets	Capsule	-
주 효능	Energy supplements	Energy Supplements	-
용량	30 tablets	60 capsules	-
가격	199 AED	155 AED	-
단위당 가격	6.6 AED/tablet	2.6 AED/capsule	-

출처 : SOUQ (www.uae.souq.com/aw-en)

10) Panax Ginseng (Natural Factoa)

- Panax Ginseng의 제조사는 Natural Factoa, 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'General Supplements'로 제시함. 판매 가격은 75AED이며 단위당 가격은 1.25 AED/g임
- 이와 함께 검색된 제품으로는 KG사의 인삼제품, ON, BeeAlive사의 Male health 관련 제품이 있음

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dr. Nutrition)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Panax Ginseng
	제조사	Natural Factors
	제조국	Canada
	인삼종류	Panax Ginseng
	제형	Softgel
	주요 효능	General supplements
	용량	60 softgels
	가격	75 AED
	단위당 가격	1.25AED/softgel

〈Customer also viewed〉

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Honeyed Red Ginseng	Opti-Men	Energy Serj
제조사 (제조국)	KG(Korea, Republic of)	ON (USA)	BeeAlive(USA)
주요성분	Korean Red Ginseng	Multivitamin	Royal Jelly
제형	Solid (Jelly)	Tables	Liquid
주 효능	Energy supplements	Male health	Male Health (Stemina and energy)
용량	220g	150 tablets	225mL(15mLX15vial)
가격	195 AED	119 AED	210 AED
단위당 가격	0.89 AED/g	0.79 AED/tablet	0.93 AED/mL

출처 : Dr. nutrition (www.drnutrition.com,en)

11) Honeyed Red Ginseng (KG)

- Honeyed Red Ginseng의 제조사는 KG, 제조국은 한국이며 제시된 효능은 ‘Energy Supplements’로 제시함. 판매 가격은 195AED이며 단위당 가격은 0.89AED/g임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: SOUQ)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Honeyed red ginseng
	제조사	KG
	제조국	Korea, Republic of
	인삼종류	Korean Red Ginseng
	제형	Jelly type(절인 홍삼 뿌리)
	주요 효능	Energy supplements
	용량	220g
	가격	195 AED
	단위당 가격	0.89 AED/g

출처 : SOUQ (www.uae.souq.com/aw-en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)¹⁷⁾

12) Red Ginseng Jelly (KG)

- Red Ginseng Jelly의 제조사는 KG, 제조국은 한국이며 제시된 효능은 ‘Energy Supplements’로 제시함. 판매 가격은 55AED이며 단위당 가격은 0.16AED/g임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: SOUQ)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Red Ginseng Jelly
	제조사	KG
	제조국	Korea, Republic of
	인삼종류	Korean Red Ginseng
	제형	Jelly
	주요 효능	Energy supplements
	용량	350g
	가격	55 AED
	단위당 가격	0.16 AED/g

출처 : SOUQ (www.uae.souq.com/aw-en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)

17) 소비자가 함께 검색한 제품(customers also viewed)이 없는 것으로 확인됨

13) Red Ginseng chocolate (KG)

- Red Ginseng chocolate의 제조사는 KG, 제조국은 한국이며 제시된 효능은 ‘Energy Supplements’로 제시함. 판매 가격은 33AED이며 단위당 가격은 0.13AED/g임
- 관련된 제품으로는 Male health 효능을 가진 제품이 대부분임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dr. Nutrition)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Red Ginseng chocolate
	제조사	KG
	제조국	Korea, Republic of
	인삼종류	Korean Red Ginseng
	제형	Chocolate
	주요 효능	Energy supplements
	용량	250g
	가격	33AED
	단위당 가격	0,13 AED/g

〈Customer also viewed〉

	1위	2위	3위
제품 이미지			
제품명	Opti-Men	Energy Serj	MACA Standard Extracts
제조사 (제조국)	ON (USA)	BeeAlive(USA)	Source Naturals (USA)
주요성분	Multivitamin	Royal Jelly	MACA
제형	Tables	Liquid	Tablet
주 효능	Male health	Male Health (Stemina and energy)	Male Health (Stemina and energy)
용량	150 tablets	225mL(15mLX15vial)	60 tablets
가격	119 AED	210 AED	100 AED
단위당 가격	0.79 AED/tablet	0.93 AED/mL	0.6 AED/tablet

출처 : Dr. nutrition (www.drnutrition.com,en)

14) Ginseng plus (Natural Fervor)

- Ginseng plus의 제조사는 Natural Fervor, 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'General supplements'로 제시함. 판매 가격은 100AED이며 단위당 가격은 1.67AED/capsule임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Ginseng plus
	제조사	Natural Fervor
	제조국	USA
	인삼종류	Panax Ginseng, Korean Ginseng
	제형	Capsules
	주요 효능	General supplements
	용량	60 capsules
	가격	100 AED
	단위당 가격	1.67 AED/capsule

출처 : Dubai Supplements (www.dubaissupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)¹⁸⁾

15) Korean Ginseng Root (Nature's Way)

- Korean Ginseng Root의 제조사는 Nature's Way, 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'Vitality Supplements'로 제시함. 판매 가격은 157AED이며 단위당 가격은 3.15AED/capsule임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Korean Ginseng Root
	제조사	Nature's Way
	제조국	USA
	인삼종류	Korean Ginseng
	제형	Capsules
	주요 효능	Vitality
	용량	50 capsules
	가격	157 AED
	단위당 가격	3.15 AED/capsule

출처 : Dubai Supplements (www.dubaissupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)

18) 소비자가 함께 검색한 제품(customers also viewed)이 없는 것으로 확인됨

16) American Ginseng (Swanson)

- American Ginseng의 제조사는 Swanson, 제조국은 미국이며 제시된 효능은 ‘General health : revitalization, destress’로 제시함. 판매 가격은 235 AED 이며 단위당 가격은 1.96AED/capsule임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	American Ginseng
	제조사	Swanson
	제조국	USA
	인삼종류	American ginseng
	제형	Capsules
	주요 효능	General health : revitalization, destress
	용량	120 casules
	가격	235 AED
	단위당 가격	1.96 AED/capsule

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)¹⁹⁾

17) Korean Ginseng Root (Nature's Herbs)

- Korean Ginseng Root의 제조사는 Nature's Herbs, 제조국은 미국이며 제시된 효능은 ‘General Supplements’로 제시함. 판매 가격은 281AED이며 단위당 가격은 5.22AED/capsule임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Korean Ginseng Root
	제조사	Nature's Herbs
	제조국	USA
	인삼종류	Panax Ginseng
	제형	Capsule
	주요 효능	General Supplements
	용량	50 capsules
	가격	281AED
	단위당 가격	5.22 AED/capsule

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)

19) 소비자가 함께 검색한 제품(customers also viewed)이 없는 것으로 확인됨

18) Korean Ginseng Root Extract (Solgar)

- Korean Ginseng Root Extract의 제조사는 Solgar, 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'General Supplements'로 제시함. 판매 가격은 230AED이며 단위당 가격은 3.83 AED/capsule임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Korean Ginseng Root Extract
	제조사	Solgar
	제조국	USA
	인삼종류	Korean Ginseng
	제형	Capsule
	주요 효능	General Supplements
	용량	60 capsules
	가격	230AED
	단위당 가격	3.83 AED/capsule

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)²⁰⁾

19) Dual ginseng plus (Swanson)

- Dual ginseng plus의 제조사는 Swanson, 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'General Supplements'로 제시함. 판매 가격은 95AED이며 단위당 가격은 1.58AED/capsule임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Dual ginseng plus
	제조사	Swanson
	제조국	USA
	인삼종류	American Ginseng, Korean Ginseng
	제형	Capsule
	주요 효능	General Supplements
	용량	60
	가격	95 AED
	단위당 가격	1.58 AED/capsule

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)

20) 소비자가 함께 검색한 제품(customers also viewed)이 없는 것으로 확인됨

20) Korean Ginseng (Jenasol)

- Korean Ginseng의 제조사는 Jenasol, 제조국은 미국이며 제시된 효능은 ‘General Supplements’로 제시함. 판매 가격은 121 AED이며 단위당 가격은 4.0AED/capsule 임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Korean Ginseng
	제조사	Jenasol
	제조국	USA
	인삼종류	Korean Ginseng
	제형	Capsule
	주요 효능	General Health
	용량	30 Capsules
	가격	121 AED
	단위당 가격	4.0 AED/capsule

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)²¹⁾

21) Full-Spectrum Korean Red ginseng Root (Swanson)

- Full-Spectrum Korean Red ginseng Root의 제조사는 Swanson 제조국은 미국이며 제시된 효능은 ‘General Supplements’로 제시함. 판매 가격은 96 AED 이며 단위당 가격은 1.6AED/capsule임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Full-Spectrum Korean Red ginseng Root
	제조사	Swanson
	제조국	USA
	인삼종류	Korean Red Ginseng
	제형	Capsule
	주요 효능	General Health
	용량	90 capsules
	가격	96AED
	단위당 가격	1.6 AED/capsule

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)

21) 소비자가 함께 검색한 제품(customers also viewed)이 없는 것으로 확인됨

22) Korean Ginseng (Swanson)

- Korean Ginseng의 제조사는 Swanson 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'General Supplements'로 제시함. 판매 가격은 132AED이며 단위당 가격은 0.44AED/capsule임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Korean Ginseng
	제조사	Swanson
	제조국	USA
	인삼종류	Korean Ginseng
	제형	Capsule
	주요 효능	General Supplement
	용량	300 capsule
	가격	132AED
	단위당 가격	0.44 AED/capsule

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)²²⁾

23) Panax Ginseng (Now foods)

- Panax Ginseng의 제조사는 Now foods 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'General Supplements'로 제시함. 판매 가격은 138AED이며 단위당 가격은 1.38AED/capsule임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Panax Ginseng
	제조사	Now foods
	제조국	USA
	인삼종류	Panax Ginseng
	제형	Capsule
	주요 효능	General Health
	용량	100 capsules
	가격	138 AED
	단위당 가격	1.38 AED/capsule

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)

22) 소비자가 함께 검색한 제품(customers also viewed)이 없는 것으로 확인됨

24) Red Panax Ginseng liquid Extract (Swanson)

- Red Panax Ginseng liquid Extract의 제조사는 Swanson 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'General Supplements'로 제시함. 판매 가격은 123AED이며 단위당 가격은 4.35AED/mL임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Red Panax Ginseng liquid Extract
	제조사	Swanson
	제조국	USA
	인삼종류	Panax Ginseng extract
	제형	Liquid
	주요 효능	General supplements
	용량	1oz (28.3g)
	가격	123 AED
	단위당 가격	4.35 AED/mL

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)²³⁾

25) Korean Ginseng Extended Release (Nature's plus)

- Korean Ginseng Extended Release의 제조사는 Nature's plus 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'General Supplements'로 제시함. 판매 가격은 287AED이며 단위당 가격은 9.6AED/tablet임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	Korean Ginseng Extended Release
	제조사	Nature's plus
	제조국	USA
	인삼종류	Korean Ginseng
	제형	Tablet
	주요 효능	General Supplements
	용량	30 tablets
	가격	287AED
	단위당 가격	9.6 AED/tablet

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)

23) 소비자가 함께 검색한 제품(customers also viewed)이 없는 것으로 확인됨

26) FP Korean Ginseng (Solgar)

- FP Korean Ginseng의 제조사는 Solgar 제조국은 미국이며 제시된 효능은 ‘General Supplements’로 제시함. 판매 가격은 172AED이며 단위당 가격은 3.44 AED/capsule임

■ 제품 정보

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 제품의 주요 성분
	제품명	FP Korean Ginseng
	제조사	Solgar
	제조국	USA
	인삼종류	Korean Ginseng
	제형	Capsule
	주요 효능	General Health
	용량	50 capsules
	가격	172 AED
	단위당 가격	3.44 AED/capsule

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)²⁴⁾

27) Triple Bee Complex Plus Korean Ginseng (Y.S. Eco)

- Triple Bee Complex Plus Korean Ginseng의 제조사는 Y.S. Eco 제조국은 미국이며 제시된 효능은 ‘General Supplements’로 제시함. 판매 가격은 177AED이며 단위당 가격은 1.97AED/capsule임

■ 제품 정보 (인삼이 구성 성분 중 하나인 제품)

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 주성분이 아닌 제품의 구성 성분 중 하나
	제품명	Triple Bee Complex Plus Korean Ginseng
	제조사	Y.S. Eco
	제조국	USA
	인삼종류	Royal Jelly, Bee Pollen, Bee Propolis, Korean Ginseng etc.
	제형	Capsule
	주요 효능	General Supplements
	용량	90 capsules
	가격	177 AED
	단위당 가격	1.97 AED/capsule

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)

24) 소비자가 함께 검색한 제품(customers also viewed)이 없는 것으로 확인됨

28) Men's Ultra Saw Palmetto Formula (GNC)

- Men's Ultra Saw Palmetto Formula의 제조사는 GNC 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'Male health: prostate function'로 제시함. 판매 가격은 440AED이며 단위당 가격은 3.67AED/softgel임

■ 제품 정보 (인삼이 구성 성분 중 하나인 제품)

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 주성분이 아닌 제품의 구성 성분 중 하나
	제품명	Men's Ultra Saw Palmetto Formula
	제조사	GNC
	제조국	USA
	인삼종류	Saw Palmetto berried, Zinc, Copper, Asian Ginseng etc.
	제형	Softgel
	주요 효능	Male health: prostate function
	용량	120 softgels
	가격	440 AED
	단위당 가격	3.67 AED/softgel

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)²⁵⁾

29) Damiana Male Potential (Planetary Herbals)

- Damiana Male Potential의 제조사는 Planetary Herbals 제조국은 미국이며 제시된 효능은 'Male Health'로 제시함. 판매 가격은 165AED이며 단위당 가격은 1.83AED/tablet임

■ 제품 정보 (인삼이 구성 성분 중 하나인 제품)

제품 사진	제품 정보 (판매처: Dubai Supplements)	
	구분	인삼 또는 홍삼이 주성분이 아닌 제품의 구성 성분 중 하나
	제품명	Damiana Male Potential
	제조사	Planetary Herbals
	제조국	USA
	인삼종류	Saw Palmetto berries, Asian Ginseng etc.
	제형	Tablet
	주요 효능	Male Health
	용량	90 tablets
	가격	165 AED
	단위당 가격	1.83 AED/tablet

출처 : Dubai Supplements (www.dubaisupplements1.com/en)

〈Customer also viewed〉 N/A (해당 없음)

25) 소비자가 함께 검색한 제품(customers also viewed)이 없는 것으로 확인됨

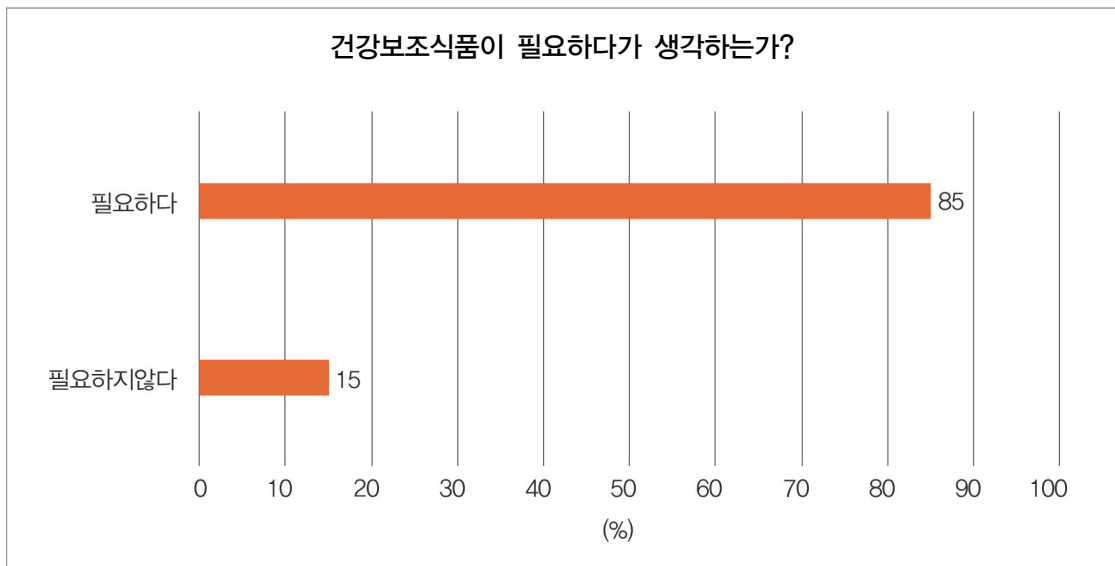
3. 인삼 제품 소비자 조사결과

1 인삼 제품 소비자 인식

- 인삼제품에 대한 현지 소비자의 인식에 대한 설문 조사 및 인터뷰를 시행하였음²⁶⁾

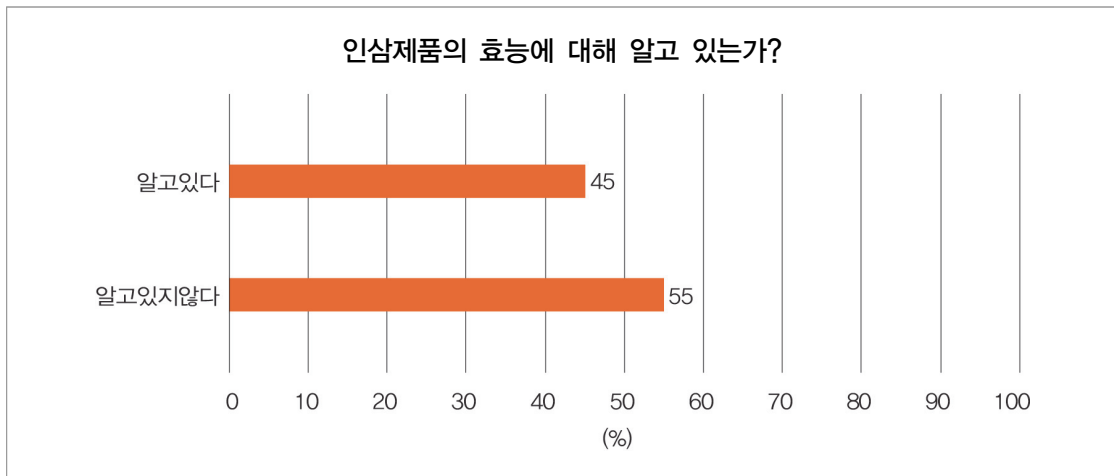
설문조사 대상 및 일시	인터뷰대상 및 일시
UAE 현지의 소비자 20명을 대상으로 설문 조사를 진행함 (2016년 10월 19일 ~ 10월 27일)	UAE 현지의 건강기능식품 수입업체, 도매업자, 소매업자 총 8인을 대상으로 인터뷰를 진행함 (2016년 10월 19일 ~ 10월 27일)

- 현지 인터뷰 및 설문조사의 결과, 소비자들의 대부분은 건강 보조식품이 필요하다고 인식하고 있었으나, 인삼 제품의 효능에 대해 알고 있지 않은 것으로 드러남
 - 건강보조식품이 필요하다고 생각하는지 설문한 결과, 패널의 85%가 “필요하다”라고 응답함



26) 부록의 현지조사개요 참조

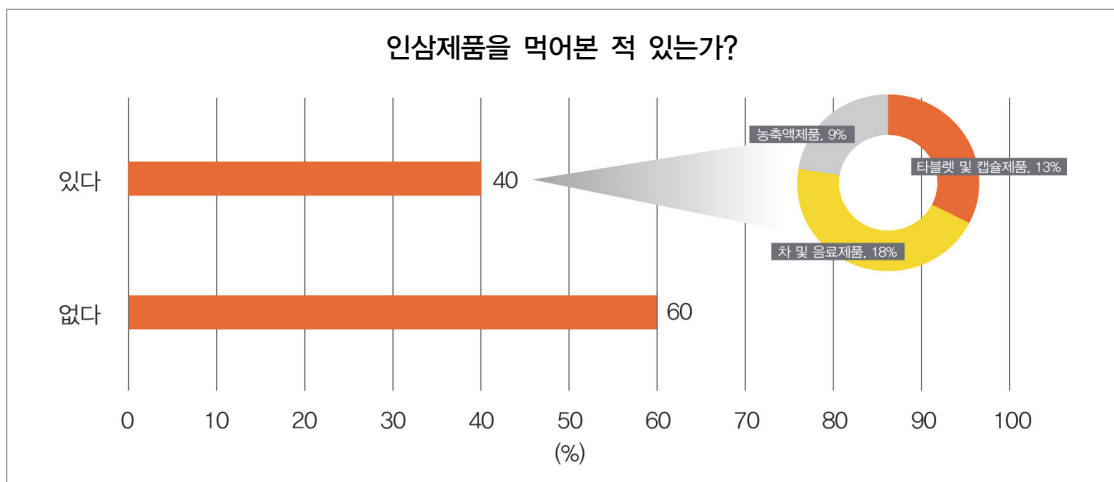
- 인삼의 효능에 대해 인지하고 있는지 설문한 결과, “알고 있다”가 45%, “알고 있지 않다”가 55%로 조사됨



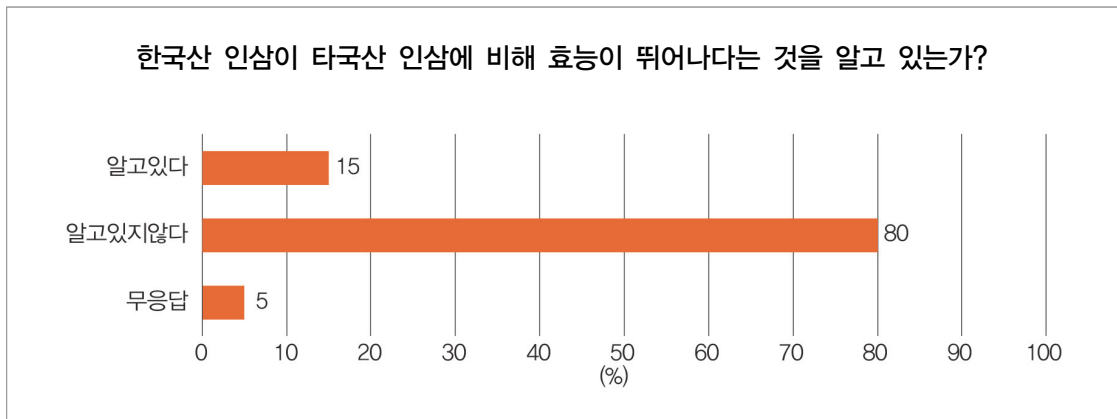
- UAE 시장에선 인삼제품의 효능이 잘 알려져 있지 않고 인지도가 높지 않기 때문에 고객들의 선호도는 미미하며, 잘 찾지 않고 있음. 대부분 지인이나 약사의 추천으로 인삼의 효능을 알게 됨 - 통합약국 도매상 및 Bin Sina약국 약사 인터뷰 중

- 소비자의 40%정도만 인삼 제품을 섭취한 경험이 있다고 응답하였으며, 그 중, 차 및 음료의 형태가 가장 많은 것으로 조사되었음.

- 인삼을 섭취해본 적이 있는지에 대한 설문에는 응답패널의 40%가 “있다”라고 대답하였으며, 섭취해본 제품으로는 차 및 음료제품이 18%, 타블렛 및 캡슐제품이 13%, 농축액제품이 9%로 나타나 섭취하기 편한 형태의 제품을 선호하는 것으로 판단됨



- 인삼 제품의 구매는 점차 증가하는 추세이며, 주로 스트레스 완화, 근력 강화, 정력 증강을 위해 구매함. 또한, 인삼 제품을 구매하는 소비자는 대부분 한 브랜드만 고집하는 경향이 있음
 - 최근, 인삼을 정기적으로 구매하거나 큰 박스로 구매해가는 고객들이 증가하고 있으며, 대부분의 사람들은 스포츠를 즐기는 사람임 - Holland&Barrett 근무 수입업자 및 Boots 약국 약사 인터뷰 중
 - 보통 인삼은 공부 및 일 때문에 집중력이 부족하거나 피로가 쌓인 학생 및 직장인이나 운동을 많이 하는 사람들이 많이 찾음 - Holland&Barrett 근무 수입업자 및 Bin Sina 근무 약사 인터뷰 중
 - 비타민, 미네랄이 혼합된 인삼제품을 추천하며, 대부분 복합 비타민을 선호함 - Bin Sina 근무 약사 인터뷰 중
 - 요즘에는 남자들이 정력을 증진시키기 위하여 인삼제품을 구매함 - Bin Sina 근무 약사 인터뷰 중
 - 처음에는 2-3개의 브랜드를 시도하지만 결국엔 한 가지 브랜드만 고집하여 그 브랜드가 품질일 경우에도 다른 브랜드를 사지 않으며, 제품마다 효과가 다르게 적용된다고 생각함 - Holland&Barrett 수입상 인터뷰 중
- UAE 인삼 제품 소비자들은 인삼의 원산지보다 함유량을 중시하며, 한국산 인삼이 우수하다는 것은 잘 모르고 있음.
 - 고객들은 제품에 들어간 인삼의 농도만을 고려하며 아직 다른 원산지에 관한 인식은 없음 - Vitavision 의약품 도매상 인터뷰 중
 - 고객들은 제품에 인삼이 얼마나 첨가되었는가를 중요하게 생각하며 중국산 인삼이 함유량이 높기 때문에 중국산을 선호함. 인삼의 효능이 다 같기 때문에 원산지를 중요하게 생각하지 않음. - Boots 약국 약사 인터뷰 중
 - 고객들은 인삼의 효능 때문에 제품을 선택하는 성향이 있으며, 한국산 인삼이 포함되어 있기 때문에 제품을 선택하는 것은 아님 - Boots 약국 약사 인터뷰 중
 - 한국산 인삼은 판매량이 저조하여 판매하지 않음. 지금은 UAE에서 잘 알려진 2개의 인삼 제품만 판매하고 있으며 판매량은 안정적인 편임. - Holland&Barrett 수입업자 인터뷰 중
 - 한국산 인삼 효능의 우월성에 대한 설문 조사 결과, “알고 있지 않다”가 80%로 나타났다. 따라서 한국산 인삼효능의 우수성에 대해서는 아직 인지도가 매우 떨어지는 것을 확인할 수 있음.



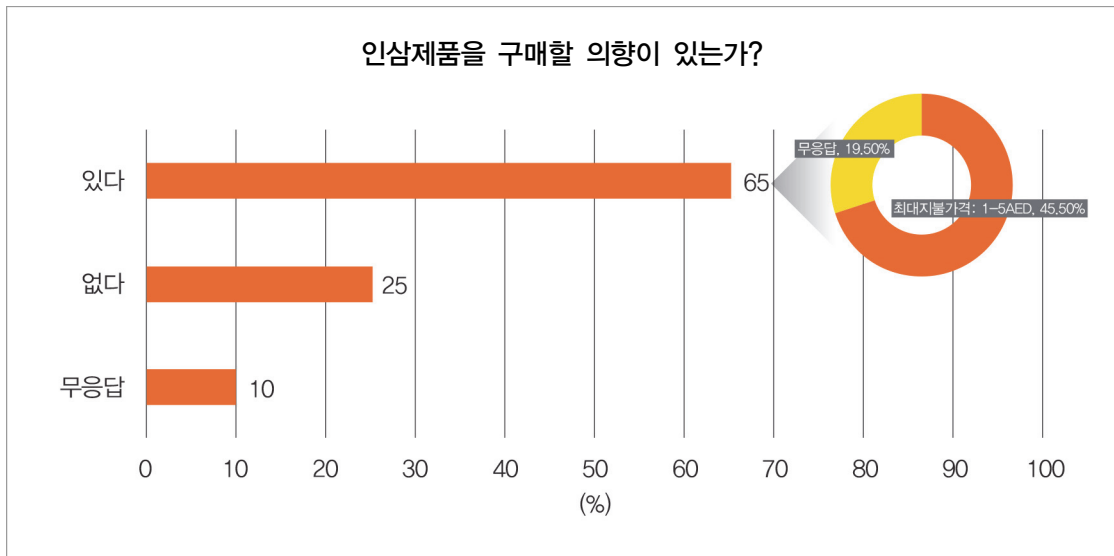
2 한국산 인삼 제품에 대한 소비자 반응 조사

- 한국산 인삼 제품에 대한 소비자의 기호를 조사하기 위해, 관능 평가를 실시함

관능평가 대상 및 일시	관능평가 대상 제품
UAE 현지의 소비자 20명을 대상으로 맛 테스트 후 평가를 진행함 (2016년 10월 19일 ~ 10월 27일)	

- 인삼을 직접적으로 샘플로 제시하고 이에 대한 외관, 향, 단맛, 쓴맛, 뒷맛, 전반적인 기호도의 항목으로 관능평가(5점척도)를 실시한 결과는 다음과 같음
 - 외관은 4.05점으로 매우 높은 기호도를 나타내었음. 또한 향과 쓴맛 항목은 각각 3.45점, 3.20점으로, 보통의 수준에서 긍정적인 기호도를 나타내는 것으로 판단됨
 - 하지만, 단맛의 경우 2.95점으로 보통의 수준에서 부정적인 기호도를 나타내었으며, 후미 또한 2.90점으로 매우 낮은 기호도를 나타내었음
 - 전반적인 기호도에서는 3.45점으로 보통의 수준에 머물러 있는 것으로 평가되었음. 이와 같은 결과는 중동지역의 식문화 특성상 단맛을 선호하는 특성이 강한데 이러한 부분이 영향을 미친 것으로 판단됨

- 마지막으로, 이러한 “인삼제품에 대해 구매의향이 있는가?”라는 질문에는 응답패널의 65%가 “있다”라고 답하였으며, 25%가 “없다”그리고 10%가 무응답으로 확인되었음



- 구매의향이 있는 패널들(65%에 해당)에게 이와 같은 인삼제품을 위해 지불 가능한 가격을 물어보았는데, 응답 패널의 45.5%가 1-5 AED(한화 약 310-1,550원)라고 답하였으며, 이를 제외한 나머지 19.5%는 무응답으로 답하여 확인불가 하였음
- 제시한 샘플은 한국 내에서 개당 500-600원 선의 가격으로 유통되고 있는 제품으로, 패널들은 이에 상응하거나 더 높은 가격으로 본 샘플에 대한 최대지불가격을 제시함
- 결과적으로, 한국산 인삼제품에 대한 인지도는 아직 미미하지만 매 의사 및 가격 지불 의사도 있는 것으로 판단되며, 현지소비자의 기호도 및 요구도를 고려하여 제품형태, 맛에 대한 보정 및 수정이 필요한 것으로 판단됨



IV. UAE 인삼 제품 수입 제도

1. 통관, 검역 절차 및 유의사항
2. 라벨링
3. 수입 관련 제도

1. 통관, 검역 절차 및 유의사항

1 통관 및 검역 행정 체계

1) 행정기관

- UAE에서 식품의 관리와 직, 간접적으로 관련된 행정기관은 각 자치체의 Food Control Department (식품관리부)와 중앙정부기관인 Ministry of Health(보건부), Ministry of Environment and Water Resources(환경수자원부), Emirates Authority for Standardization and Metrology(ESMA ; 표준측량청)이 있음
- UAE 內 최대도시인 아부다비와 두바이의 경우, 수입식품 관리와 관련한 1차적인 관할당국은 다음 기관이 담당함
 - 아부다비: Abu Dhabi Food Control Authority (ABFCA)
 - 두바이: Food Control Department (FCD)

2) 통관 관련 법 · 규정

- UAE 수입식품관리 및 통관과 관련한 법 및 규정은 아래와 같음
 - G.C.C (Gulf Corporation Council)
 - Common Customs Law of G.C.C States (G.C.C 국가 공통 관세법)
 - GCC Guide For Control On Imported Foods (G.C.C 수입식품 관리지침)
 - 아부다비
 - Food Law (식품법)
 - Food Importers Guide (식품수입자 안내서)
 - 두바이
 - Food Code 식품법
 - Import and Reexport Requirements for Food Stuff 식품수입 및 재수출 요건

2 UAE 수입식품 등록 및 통관 절차

- UAE의 일반적인 수입식품 등록 및 통관 절차는 다음과 같이 수입 전 절차와 통관 절차로 구분됨



1) 수입 전 절차

- 두바이시의 식품 수입 지침에 따르면, 식품 수입 전에는 기업 등록, 라벨승인 신청 및 취득, 수입식품 등록, 소비적합성 시험과 같은 절차가 선행되어야 함 (Dubai Municipality, Requirement prior to importing foodstuffs 제 1장 기재)
 - FIRS에 기업등록: 식품수입신청(Food import requests)과 검사로부터 반출까지 수입 진행상황을 점검할 수 있도록 두바이시청 홈페이지에서 제공하는 FIRS을 통해 등록
 - 두바이시청 홈페이지: [https://www.dm.gov.ae/wps/portal/home Municipality Business](https://www.dm.gov.ae/wps/portal/home_Municipality_Business) 의 Food Control 메뉴에서 관련 정보 취득 가능
 - 식품라벨 승인 취득: 식품 수입 전 모든 수입품목의 식품라벨에 승인을 취득해 통관 시 발생할 수 있는 거절사태를 미연에 방지함
 - 라벨 필수 기재 사항, 제품 샘플, 라벨 이미지 제출 여부 확인
 - 수입식품 등록: 수입 전 FIRS에서 수입식품 품목 등록을 완료해야 함

- 제품 등록 및 바코드 기반 분류체계 등록 필요
- 소비적합성 시험: 수입 전 두바이중앙식품시험소(Dubai Central Food Laboratory) 또는 국제 인정 시험소에서 수입 대상 식품의 소비적합성 성적서 취득이 권고됨
- 성적서가 없을 시 화물 도착 후 샘플을 채취하여 시험결과가 나올 때까지 화물 반출이 보류됨

2) 수입식품 통관 절차

- UAE 는 위험기반 식품 관리 체계를 구성하고 있는데, 이는 수입 식품으로부터 소비자들이 받을 잠재적 위험 및 전 세계 식품 공급에서 나타날 수 있는 새로운 위험에 대응하기 위한 것이며, 식품별 위생에 관련된 위험을 체계적으로 파악·분류하여 위험기반 식품관리체계를 적용하는데 목표를 두고 있음
- Abu Dhabi Food Control Authority의 Food Importers Guide에 따르면, 이 체계에서는 식품을 위험도에 따라 다음과 같이 고위험, 중위험, 저위험의 3등급의 범주로 구분함
- 고위험 식품은 주로 육류 제품이 해당하며, 유제품이나 버터 등을 함유한 아이스크림, 베이커리 제품, 치즈 등도 고위험 식품으로 분류됨

■ UAE 식품 위험도별 분류

유통채널	정의
고위험 식품	육류, 닭고기 및 수산물, 우유, 요거트 및 치즈, 아이스크림, 달걀 및 버터, 우유와 계란을 함유한 냉동 페이스트리 및 베이커리 제품, 유아용 식품, 특별규정식, 말린 견과나 견과로 만든 플레이크, 코코넛, 참깨, 타히니 및 땅콩버터, 자른 포장채소, 증류한 저산성 식품
중위험 식품	생수, 탄산음료, 주스 및 농축액, 신선과일 또는 포장과일, 냉동야채 및 과일, 코코아 및 초콜릿, 비스킷 및 사탕, 향신료 및 건조스프, 이스트 및 박테리아 배양물, 커피크림, 휘핑크림, 잼 및 젤리, 쌀, 밀가루와 전분, 튀김 및 조식용 시리얼, 산성식품
저위험 식품	커피 및 차, 설탕, 시럽 및 꿀, 탄산음료 농축액, 식품첨가물 및 향료 추출물, 기름, 지방, 마가린, 견과일 및 포장야채, 곡물 및 콩, 파스타, 스파게티 및 쿠스쿠스, 말린 허브, 소금 및 식초, 알코올 음료 및 희석 주류

- 통관 시 각 수입식품의 위생검사는 난이도별로 녹색, 황색, 적색의 세 가지로 구분되며, 가장 까다로운 적색 절차는 위생서류와 화물검사, 표본추출 및 분석이 모두 포함됨

■ UAE 난이도별 위생검사 절차

절차	정의
녹색절차	위생서류 검토
황색절차	위생서류 검토 및 화물 검사
적색절차	위생서류 검토, 화물 검사 및 표본추출 실험실 분석

- 식품 위험도 범주별 위생검사절차에 따른 식품화물검사의 수준과 빈도는 다음과 같음
 - 육류 제품이 주를 이루는 고위험 식품의 경우, 난이도가 가장 높은 적색절차의 빈도가 80-100%에 해당하며, 가장 위험도가 낮은 저위험식품은 위생서류만 검토하는 경우가 85-90%로 나타남

■ UAE 식품 화물검사의 수준 및 빈도

위험도 분류	적색절차 빈도	황색절차 빈도	녹색절차 빈도
고위험 식품	80-100%	0-10%	0-10%
중위험 식품	15-25%	15-25%	50-70%
저위험 식품	5-10%	0-5%	85-90%

3) 수입식품 통관 서류 및 증명서

- Abu Dhabi Food Control Authority의 식품수입자 안내서(Food Importers Guide) 제 2장에 따르면, 수입식품 화물 통관 시 필요한 서류와 증명서는 다음과 같음
 - 원산지국 또는 수출국 관할당국이 발행한 위생증명서
 - 냉장 및 냉동화물의 경우 컨테이너 운송과정 중 온도기록
 - 패킹리스트
 - 원산지증명서
 - 수입허가서 또는 상업면허
 - 세관신고서 또는 선하증권
 - 기타 추가적인 서류와 증명서
 - 라벨에 영양이나 건강 강조표시가 있는 경우 사실을 입증할 수 있는 증빙서류
 - 육류나 가금육의 경우 할랄도축 증명서. 육류성분이 포함된 식품의 경우 할랄인증서

4) 위생검사 절차

- UAE의 위생검사(Health Clearance) 절차는 다음과 같음
 - 세부 내용수입자 또는 통관대리인이 자동통관정보시스템을 이용하여 필요한 정보를 모두 기입하고 수입화물과 관련된 서류 제출
 - 통관원에 의해 제출된 정보와 관련서류 검증
 - 통관원에 의한 통관신고서 수락과 동시에 위생검사절차에 접근하고 완수할 수 있는 시스템으로 이동
 - 수입자 또는 통관대리인은 위생증명서와 수입식품화물 관련서류를 관할당국 식품검사원에게 제출
 - 식품검사원이 수입식품화물의 정보와 자료를 검증하면 위험도에 따른 범주별로 정해진 절차를 취함

5) 샘플 검사

- UAE 수입 식품의 샘플 검사 절차는 다음과 같음
 - 국경에서 권한이 있는 검사원이 식품안전관리의 목적을 위해 적색절차 red channel 로 분류되는 샘플을 채취함
 - 샘플채취는 하나의 품목에 대해서만 실시함
 - 샘플 크기는 반복분석을 할 수 있을 정도의 크기가 되어야 함

6) 기타 고려 사항

- Abu Dhabi Food Control Authority의 식품수입자 안내서(Food Importers Guide) 제 4장에 따른 식품 운송과 온도관리에 관련된 사항은 다음과 같음
 - 식품의 오염 방지를 위해 운송과정 중 적정한 온도가 유지되어야 함
 - 냉장식품: 섭씨 5도 미만
 - 냉동식품: 섭씨 영하 18도 이하
 - 기타식품: 인간의 건강에 미칠 수 있는 위험을 방지하기 위해 식품별로 적당한 온도 유지
 - 라벨링은 필수 기재 사항이 정확히 표시되어야 함

2. 라벨링

1 라벨링 근거 표준

- UAE의 라벨링 규제는 “UAE.S. GSO 9: Labeling of Prepackaged Foodstuffs(포장 식품의 라벨링)”을 근거표준으로 함
- 이와 관련된 유관 표준은 “UAE.S. GSO 2233: Requirements on nutritional labelling (영양정보 라벨링 요건)”, 할랄식품표준 “UAE.S. GSO 2055-1” 및 수입식품관리지침인 “GCC Guide For Control On Imported Foods”에 언급되고 있는 규정을 종합적으로 참고할 수 있음

2 라벨링 주요 요구 사항

- UAE 라벨링 규제의 준거표준인 “UAE.S. GSO 9: Labeling of Prepackaged Foodstuffs 포장식품의 라벨링”의 주요내용을 살펴보면 다음과 같음

1) 일반 요구사항

- 가공식품의 라벨에는 다른 식품과 혼동을 야기하거나 또는 다른 식품과 관련이 있다고 생각하도록 유도하기 위한 일체의 표현, 기술을 할 수 없음
- 포장식품의 라벨에는 식품의 특성과 관련하여 사실과 다른 인상을 만들어낼 수 있는 방식으로 기술할 수 없음
- 품질이나 유기농 제품처럼 특별한 로고를 사용하려면, 반드시 이 주장의 타당성을 입증할 증거를 제공해야 함
- 품질경영시스템 QMS과 관련된 구문, 로고 또는 상징은 쓸 수 없음

2) 필수 기재사항

- Dubai Municipality의 Food Code에 따르면, 식품포장에 규정된 아래의 정보를 포함한 라벨이 없는 경우, 수입, 판매, 탁송, 배달할 수 없음
 - 식품명

- 전성분 목록
 - 식품첨가물을 포함하여 중량, 비율 순으로 기재. 과민증을 유발하는 성분이나 재료 포함 시 표시
- 영양정보
 - 선택 사항이지만, 유아용이나 환자용과 같이 특별용도의 경우는 의무기재
- 내용량
 - 유동식품은 부피, 고형식품은 무게, 반고형 또는 점성식품은 무게 또는 부피로 표시
- 상호 및 주소
 - 제조자, (재)포장업체, 유통업체, 수입자, 수출자 또는 벤더
- 원산지국가
- 생산일자
- 유효기간
 - 3개월 미만인 것은 일-월-년의 순서로 표시하고 3개월을 초과 시 월-년의 순서로 표시
- 방사선처리식품
 - 전리방사선 이온화 방사선 처리된 식품은 라벨의 식품명과 가까운 곳에 이 사실을 기재. 성분의 경우에는 성분목록에 이 사실을 기재
- 표시언어는 아랍어가 기본이며 영어로 병기
 - 단, 호텔에만 공급될 경우 영어로만 표기해도 무방함

3) 기타 유의 사항

- 라벨링과 관련한 기타 유의사항은 다음과 같음
 - 제품의 식품첨가물 목록 또는 숫자코드 국제 분류 체제·ICS 또는 유럽 지수가 그 기능명칭과 함께 표시되어야 함
 - 걸프 표준에서 허용되는 식품첨가물에 대해서는 기능명칭이 특정 첨가물명 또는 국제번호 옆에 기재됨
 - 식품첨가제로 허용되는 향료의 경우, ‘natural(자연의)’, ‘natural identical(자연과 동일한)’, ‘artificial(인공)’ 향료로 기술될 수 있음

- 인공감미료나 인공영양제는 유아식품에서 허용되지 않음
- 상당한 양의 첨가물이 들어가 기술적 기능 작용을 하는 경우 성분목록에 포함되어야 함
- 첨가물이 기술적 기능을 성취할만한 수준 이하로 사용되는 경우에는 성분목록에 포함시킬 필요가 없음
- 동물성분을 포함하고 있는 경우 동물원천을 표시해야 함
- 중량이 100그램 또는 100ml 미만인 경우 모든 영양정보 또는 순 내용물은 비율로 표시함
- 필수기재사항의 면제: 최대표면 면적이 10제곱센티미터 미만인 경우 성분, 배치생산 번호, 유효기 간, 영양정보는 면제할 수 있음
- 라벨은 아랍어로 기술해야하며, 다른 언어로 정보를 제공하려면 아랍어 옆에 기재하며 동일한 정보를 담아야 함
- 라벨에는 추가문구도 가능하지만 필수기재사항과 상호 배치되어서는 안 되며, 약효나 치료와 관련된 문구는 허용하지 않음

3. 수입 관련 제도

1 할랄 인증 행정체계

- UAE의 할랄인증업무의 행정체계를 살펴보면, 정부 표준기관인 에미리트 표준 측량청 (Emirate Standardization and Metrology Authority)가 할랄인증기관으로서 할랄 업무를 총괄하며, 소속 부처인 환경 수자원부 (Ministry of Environment &Water) 장관이 표준 측량청의 이사회의장을 맡고 있음
- 이외에도 UAE 할랄제품시책(UAE Scheme for Halal Products) 에 따른 요건을 실행하도록 권한을 부여받은 세관이나 식품관리부 등 연방 및 지방정부 당국들이 행정 체계의 일부를 구성하고 있음

1) 환경 수자원부 (Ministry of Environment &Water)

- UAE 환경 수자원부는 녹색경제 실현을 위한 환경생태계 및 자연자원의 통합관리를 통한 지속발전을 관장하고 있으며, ‘지역 개발국’ 연방, 아부다비, 두바이, 북부지역,

동부지역, ‘농업·동물국’, ‘지원 사업국’ 인적자원, 금융자원, 법, 행정, 정보기술, ‘수 자원·자연보호국’, ‘환경국’ 등의 부서가 있음

- 환경 수자원부는 2014년 3월 31일까지 할랄인증 업무를 관장하였으며 2014년 4월 1일 표준 측량청으로 할랄 인증 업무를 이관하였음

2) 표준 측량청 (ESMA; Emirate Standardization and Metrology Authority)

- 법률 번호 28/2001에 의해 설립된 UAE의 유일한 표준측량기관으로, 환경 수자원부 산하 기관임
- 제품 및 품질의 신뢰도 구축과 안전, 위생, 환경보호 및 소비자 보호와 관련된 제품 및 시스템의 기술적 규제와 관련된 과업을 수행하고 있음
- 인적자원·금융 개발국, 인정국, 측량국, 표준국, 적합성업무국(Conformity Department) 등의 부서가 있으며, 적합성업무국에서 할랄 인증업무를 담당하고 있음
- 최고 의결기구로서 이사회가 있으며, 환경수자 원부장관이 이사회의장을 맡고 있음. 통상적인 사무는 사무총장이 관장하며, 2014년 4월 1일부터 할랄인증 사무를 개시하였음

3) 근거 규정

- UAE는 2014년 1월 각료회의 결의 No.10/2014를 통해 ‘UAE할랄제품시책 (UAE Scheme for Halal Products)’을 확정함으로써 할랄 식품의 기술적 요구사항, 적합성 평가기관에 대한 인정, 도축장에 대한 특별 요구조건 등을 제시하였음
- 또한 표준 측량청 이사회 결의 No.36/2014에 의거하여 ‘국가할랄마크(National Halal Mark)’ 운영기준을 마련하였고, 같은 해 ‘할랄인증기관에 대한 표준 UAE.S 2055-2’ 및 ‘할랄 인증기관의 인정기관에 대한 표준 UAE.S 2055-3’을 개정함으로써 세계적 수준의 할랄 인증 Certification 및 인정 Accreditation 플랫폼 창출을 위한 준비를 갖추



V. 한국 인삼 수출 확대 방안

1. 인삼 제품 수출 현황
2. 인삼 제품 수출시 고려사항
3. 인삼 제품 수출 확대 방안
4. 인삼 수출 확대를 위한 지원 방안

1. 인삼 제품 수출 현황

1 대 중동지역 인삼제품 수출현황

1) GCC 국가로의 인삼수출액은 2015년 기준 118만 달러 수준임

- GCC 인삼류 수출액은 2007년 35만 달러 수준에서 2012년 80만 달러 수준으로 2배 이상 성장하였음. 전체 인삼류 수출액에서 차지하는 비중은 2007년 0.38%에서 2012년 0.53%대로 증가하였으나 안정적 인삼수출 시장으로 자리매김하지는 못한 수준인 것으로 보고됨(농수산물수출지원정보, 2013).
- GCC수출액은 2012년 이후 전반적인 상승세를 보이고는 있지만 본격적인 수출시장으로서 안정화되었다고 보기에는 힘든 실정임. 결국, 중동 지역으로 인삼제품 수출은 개척단계에 있다고 평가하는 것이 적절할 것이라 판단됨.
- GCC국가 중 이란과 UAE로 수출이 편중되는 경향을 보이고 있으며 여타 GCC국가로의 수출은 미미한 상태에 머무르고 있음.
 - 2015년도 기준, 이란과 UAE 수출금액은 각각 약 47만 USD, 약 56만 USD로 나타나, 전체 약 118만 USD의 대부분을 차지함
 - 이러한 편중 경향은 시장 개척 과정에서 수출기업들이 GCC의 중심국가인 UAE를 거점으로 선택한 결과로 판단되며, 아울러 GCC 공동시장출범 이후 UAE를 채널로 하는 수출시장 진출은 더욱 용이해졌기 때문이라고 평가할 수 있음.

■ 대 GCC 한국 인삼 수출량

국가	2012년		2013년		2014년		2015년		2016.10월	
	중량 (kg)	금액 (\$)	중량 (kg)	금액 (\$)	중량 (kg)	금액 (\$)	중량 (kg)	금액 (\$)	중량 (kg)	금액 (\$)
UAE	21,463	189,798	61,713	252,262	147,191	613,295	140,515	560,890	43,512	385,237
이란	5	38	320	14,310	9,076	339,460	13,366	472,762	19,413	719,508
사우디	52,388	610,693	72,179	248,135	81,437	323,301	34,372	97,921	17,321	42,596
쿠웨이트	72	1,150	20	3,380	136	25,062	293	38,482	62	3,159
바레인	1,036	6,826	518	3,024	936	5,460	1,440	9,400	2,160	14,100
계	74,964	808,505	134,750	521,111	238,775	1,306,578	189,987	1,179,455	82,467	1,164,600

출처 : KATI

2 대 UAE 인삼제품 수출현황

- UAE의 최근 한국 인삼 제품 수입량은 2010년 이후, 감소하는 추세였다가 2014년 이후 급증하여, 2015년 기준 한국 인삼 수입량은 약 560,890 USD로 드러남
 - 대 UAE 인삼 수출액은 2010년 이후, 감소하는 추세를 보였으며, 이는 세계적 경기침체에서 비롯된 UAE 경제 위기에 의한 것으로 분석됨
 - 2014년에 수출액이 급증하여 약 61만 USD로 조사되어, 2013년 대비 약 143%의 증가율을 보였으나, 2014년 이후 약한 감소 추세를 보이고 있음
 - 한국 인삼의 주요 수출 품목은 2015년도 기준, 백삼조제품과 인삼음료로 드러났으며, 각각 약 10만 USD, 약 38만 USD로 조사됨

■ UAE 연도별 한국 인삼 수출량

품목	2012년		2013년		2014년		2015년		2016년 10월	
	중량 (kg)	금액 (\$)	중량 (kg)	금액 (\$)	중량 (kg)	금액 (\$)	중량 (kg)	금액 (\$)	중량 (kg)	금액 (\$)
계	21,463	189,798	61,713	252,262	147,191	613,295	140,515	560,890	43,512	385,237
백삼분			8	950	15	1,900	8	1,085		
백삼정					16	6,172	3	596	3	530
백삼조제품	1,150	49,811	5,973	69,268	575	30,585	1,890	102,495	763	49,301
홍삼									116	3,960
홍삼정	128	8,200	19	5,034	22	4,090	234	18,252	80	34,367
홍삼조제품	824	19,530	1,491	32,222	12,706	150,617	3,378	54,838	931	22,883
인삼액즙					16	6,570				
인삼음료	19,361	112,257	54,213	144,424	133,841	413,361	135,001	383,216	41,609	270,187

출처 : KATI

2. 인삼 제품 수출시 고려사항

- UAE의 인삼제품은 크게 식품과 의약품으로 분류되어 있음. 관습적으로 뿌리삼, 엑기스, 음료 등은 식품으로 분류 되며, 인삼성분이 들어간 타블렛 및 캡슐제품은 의약품으로 분류되어 수입됨.
- 의약품은 보건당국의 성분분석과 까다로운 등록절차를 거쳐 수입허가를 받아야 함.
 - 현지 수입업자들은 주로 뿌리삼, 엑기스, 음료 등의 식품 형태로 수입하기를 희망함.
 - 엑기스의 경우, 의약품 및 식품 구별에 대한 정확한 규정이 없어 제품에 포함된 인삼 농도에 따라 MOH(보건부)의 검토에 의해 식품 혹은 의약품으로 분류됨

■ 인삼 및 인삼 추출물 HS Code 및 관세율 정보

HS CODE	HS CODE	영문품명	관세율
12112000	인삼근	Ginseng roots	5%
13021920	인삼추출물	Ginseng extract	
21069094	식물, 과당, 꿀 등에서 추출한 성분으로 제조된 조제 식료품 및보조 식료품	Preparations often referred to as food supplements, based on extracts from plants, fruit concentrates, honey, fructose, etc.	

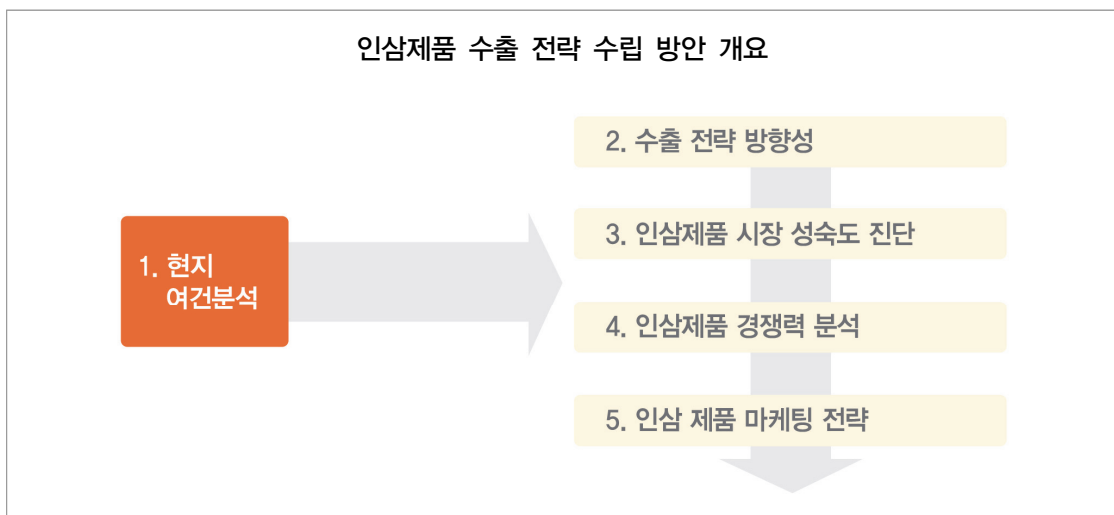
출처: Dubai Customs, 2013년

- 현지의 수출규정을 숙지하고 할랄 인증을 받는 것이 좋으며, 라벨링 및 포장도 현지의 규격에 맞출 필요가 있음
 - 제품 등록을 위해 포장재를 아랍어로 요구하는 경우가 일반적이며 샘플 제출을 위한 제품도 포장재를 새로 제작하여야 함. 실제 수출이 이루어지지 않는다면, 포장재 투자 비용에 대한 부담이 있음.
 - 또한, 제품 등록 및 할랄 인증 절차가 매우 복잡하고 시간이 많이 소요됨
 - 제품 등록을 위해 원산지 표시를 해야 하나, 인삼 제품의 경우, 국내에서의 원산지 증명이 어려움
 - 한국산 인삼 타블렛의 경우, 젤라틴에 돈육 성분이 포함되어 있고, 농축액 제품에는 추출과정에서 알코올 사용하여 할랄 인증 획득에 어려움을 겪고 있음.
 - 풍기 인삼 농협은 작년 할랄 인증을 취득하고 포장재를 전부 새로 제작하여 수출에 성공함. 이 때, 현지 바이어의 도움을 받는 것이 중요함. 풍기 인삼 농협 수출 담당관

3. 인삼 제품 수출 확대 방안

○ 전략 수립 방안 개요

- 한국산 인삼제품의 대 UAE 수출을 위한 전략적 방안은 다음과 같은 절차를 통해 도출함.
- 현지 시장 여건 및 한국산 인삼 제품에 대한 소비자의 태도를 분석한 후, 앤소프 매트릭스²⁷⁾를 통해 수출 전략 방향성을 수립함. 다음으로 UAE 식품 시장의 성숙도를 진단하고 SWOT 분석을 통해 한국산 인삼 제품의 경쟁력을 분석하며, 마케팅 전략을 위해 4p 전략을 도출함



1 현지 시장 여건 분석

- UAE 소비자들은 소득수준이 높기 때문에 구매력 또한 높고, 이는 건강 기능 식품의 구매에도 적용됨
- 현재 UAE에서는 비만문제로 건강에 대한 관심이 폭증하고 있음. 또한, 여성의 경우, 항상 차도르를 두르고 다니므로 비타민 D의 부족에 시달리고 있음.
- UAE 정부도 부족한 영양소를 건강보조식품을 통해 섭취하도록 다양한 캠페인 등을 통해 장려하고 있음.

27) 제품과 시장을 두 축으로 하여 특정 시장 상황에서 기업의 성장전략을 결정할 때 활용할 수 있는 도구

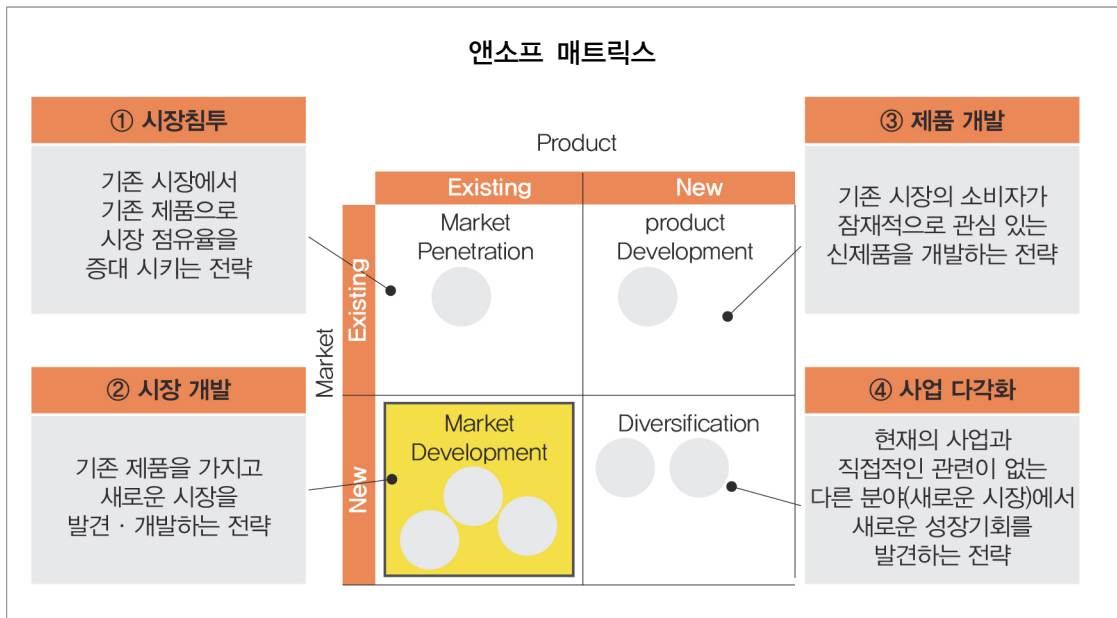
- 따라서, 건강보조식품에 대한 소비자의 관심이 빠르게 증대되고 있으며, 관련 시장 또한 급성장 중임
- UAE 시장은 인근 중동 시장으로의 교두보 역할을 할 수 있는 중요한 시장임
- 그러나, 할랄 인증 등 엄격한 식품 규제가 있으며, 현지 소비자들은 인삼의 효능에 대해 잘 알지 못하기 때문에 인삼이 포함된 제품을 구매하는 비율은 높지 않음
- 또한, 한국산 인삼의 우수성에 대해서도 인지도가 매우 낮음

■ 현지 시장의 기회요인 및 위협요인

기회요인	위협요인
• 높은 소득 수준에 따른 구매력 • 비만문제로 건강에 대한 관심 폭증하여 건강 기능 식품 시장이 빠르게 성장하고 있음 • 인근 시장으로의 확장 가능성	• 할랄인증 등 엄격한 식품 규제 • 외국제약업체의 선점 • 인삼의 효능에 대해 알지 못함 • 한국산 인삼의 우수성에 대한 인지도가 낮음

2 수출 전략 방향성

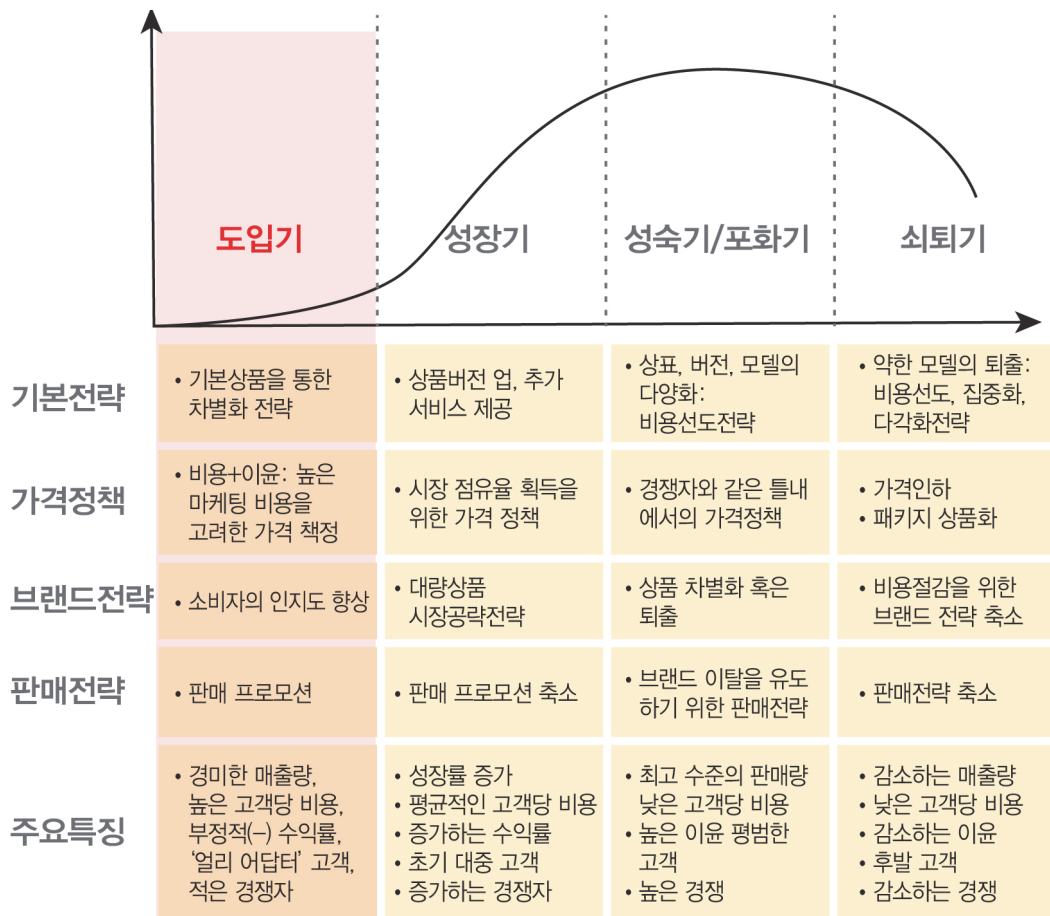
- 현재 UAE 시장의 한국 인삼 제품 수출량이 많지 않고 UAE 소비자들을 대상으로 한 현지 조사 결과 한국 인삼 제품에 대한 전반적인 인지도가 높지 않음을 감안할 때, 국내 수출업자들에게 UAE 시장은 신규 시장으로 정의됨.
- 또한, 제품을 새로 만들어야 하는 상황이 아니고 기존 제품을 통해서 UAE 시장을 공략할 것이기 때문에, 앤소프 매트릭스의 ‘시장개발(Market Development)’단계의 준비가 필요한 것으로 판단됨
- 기존 제품으로 신 시장을 개척한다는 것은 현지 시장의 소비자를 새로운 타겟 고객으로 정의하고 타겟 고객의 구매 결정 요인(key buying factor)인 맛, 기능, 가격 및 구매 접근성 등을 현지화 하는 것이 시장개발 전략에서 중요함. 특히 접근성이 높은 유통채널 확보와 브랜드 인지도 제고를 위한 마케팅 홍보활동이 준비되어야 함.
- 이를 위해 UAE 식음료 시장 및 건강보조식품의 시장 성숙도 및 한국 제품의 진입 수준을 파악하고, 기본적인 SWOT, STP 및 4P 등의 마케팅 전략수립을 마련해야 함.



3 인삼 제품 시장 성숙도 진단

- 현지 조사 결과, 현재 UAE의 건강보조식품 소비자들은 인삼 제품의 효능에 대해 잘 모르고 있으며, 종합 비타민에 포함된 성분 정도로 인지하고 있음
- 최근 인삼 제품의 효능에 대해 조금씩 알려지고 있으며, 일부 소비자가 인삼 제품을 찾고 있는 추세임
- 이러한 시장상황을 고려할 때, 현재 UAE의 인삼 제품 시장은 산업생명주기 (Industry Life Cycle) 상의 도입기에 있다고 판단되며, 이러한 상황에 맞는 전략을 고려해야 함.

산업 생명 주기에 따른 UAE 인삼제품 시장 성숙도 진단



4 인삼 제품의 경쟁력 분석

- 한국산 인삼 제품은 타국산에 비해, 뛰어난 효능 및 품질을 보유하고 있으나, UAE 현지 소비자 및 약사들도 이에 대해 인지하고 있지 않으며, 맛 및 제형에 대해 생소하다고 여기는 소비자가 다수 존재함
- 건강에 대한 관심이 폭증하고 구매력 있는 시장이지만 엄격한 할랄 인증을 획득해야 하는 것이 장애요인이 될 수 있음

■ 한국 인삼 제품 SWOT 분석

강점	• 인삼 제품 중 가장 우수한 품질: 한국산 인삼 제품은 타국산에 비해 뛰어난 효능 및 품질을 보유하고 있음 • 축적된 제품 가공기술: 한국의 제품 가공 기술은 중국 등 타 인삼 제품 제조국에 비해 뛰어남
약점	• 한국산 제품에 대한 낮은 인지도: 한국산 제품이 특별히 좋다고 생각하고 있지 않음 • UAE 사람들의 입에 맞지 않은 쓴 맛: UAE 소비자들은 단 맛을 선호하고 쓴 맛에 대한 거부감을 가지고 있음. • 중국산 제품에 비해 비싼 가격: 중국산 인삼이 저렴하기 때문에 중국산 인삼 제품의 경우 함유량이 높음. UAE 소비자들은 원산지 보다 함유량을 중시함 • 생소한 제형 (농축액, 파우치 등): UAE 소비자들은 인삼 제품을 대부분 타블렛 형태의 알약으로 섭취하기 때문에, 농축액 형태의 제형에 거부감을 가질 수 있음.
기회요인	• 높은 소득 수준에 따른 구매력: 소득 수준이 높아 구매력 있는 소비자가 다수 존재함 • 비만문제로 건강에 대한 관심 폭증하여 건강 기능 식품 시장이 빠르게 성장중임 • 인근 시장으로의 확장 가능성: 중동의 중심지에 있기 때문에, 인근 중동 지역으로의 확장이 용이함
위협요인	• 엄격한 할랄인증 규제: 할랄 인증 규제 및 절차가 복잡하고 까다롭기 때문에, 인삼 제품의 수출 및 통관에 시간과 비용이 많이 소요될 수 있음 • 외국제약업체의 선점: 현재 인삼 성분이 포함된 건강 보조 식품은 미국 및 유럽 등의 선진국의 기업이 선점하고 있는 상황임. • 인삼의 효능에 대해 알지 못함: 현지 소비자 뿐만 아니라, 약사들도 인삼의 효능에 대해 잘 알지 못하기 때문에, 인삼 제품에 대한 선호도가 낮음

○ SWOT 분석을 통한 기초 전략 도출

- 현재, UAE 건강 보조 식품 시장에서 인삼의 효능에 대한 인지도 자체가 없기 때문에, 한국산 인삼 제품 뿐만 아니라, 인삼 제품 자체에 대한 선호도가 취약한 실정임
- 따라서, UAE의 소비자들에게 인삼의 효능 (면역력 강화, 집중력 증대, 비타민 D 공급원, 스테미너 강화 등)에 대해 알리고 특히, 한국산 인삼이 다른 인삼보다 효능측면에서 뛰어나다는 것을 알려야 함

SWOT 분석을 통한 전략		
외부 환경	내부 역량	
	전략적 방향	
O • 높은 소득 수준에 따른 구매력 • 비만문제로 건강에 대한 관심 폭증하여 건강기능 식품 시장이 빠르게 성장하고 있음 • 인근 시장으로의 확장 가능성	S • 인삼 제품 중 가장 우수한 품질 • 축적된 제품 가공기술	W • 한국산 제품에 대한 낮은 인지도 • UAE 사람들의 입에 맞지 않은 쓴 맛 • 중국산 제품에 비해 비싼 가격 • 생소한 제형(농축액, 파우치 등)
	SO 전략 • 인삼의 효능과 타국산 인삼에 비해 효능이 뛰어난 것을 적극적으로 알려, 구매력 있고 건강에 관심 있는 소비자들의 구매를 유도함	WO 전략 • 한국산 제품의 인지도를 상승시키고, 단맛을 첨가하는 등, 맛을 현지화 함 • UAE 소비자들에게 익숙한 타블렛 형태의 제형으로 개발함
T • 엄격한 할랄 인증 규제 • 외국제약업체의 선점 • 인삼의 효능에 대해 알지 못함	ST 전략 • 한국산 인삼의 우수성을 알려 선점한 해외 제약 업체와 경쟁함 • 할랄 인증이 까다로우나, 필수로 획득해야 함	WT 전략 • 인삼의 효능에 대해 알리고, 한국산 제품의 인지도를 상승시키는 전략을 통해 경쟁력을 강화함

5 인삼 제품 마케팅 전략

- UAE 소비자들은 건강 보조 식품을 구매할 때, 약사 및 지인의 추천에 따라 구매하는 경향이 있음. 그러나 현재 약사 및 일반인들은 인삼의 효능에 대해 잘 모르고 있으며, 한국산 인삼의 우수성에 대해서도 잘 모르고 있는 상황임
- 따라서, 약사 및 인삼의 효능을 필요로 하는 소비자를 대상으로 마케팅 전략을 수립함

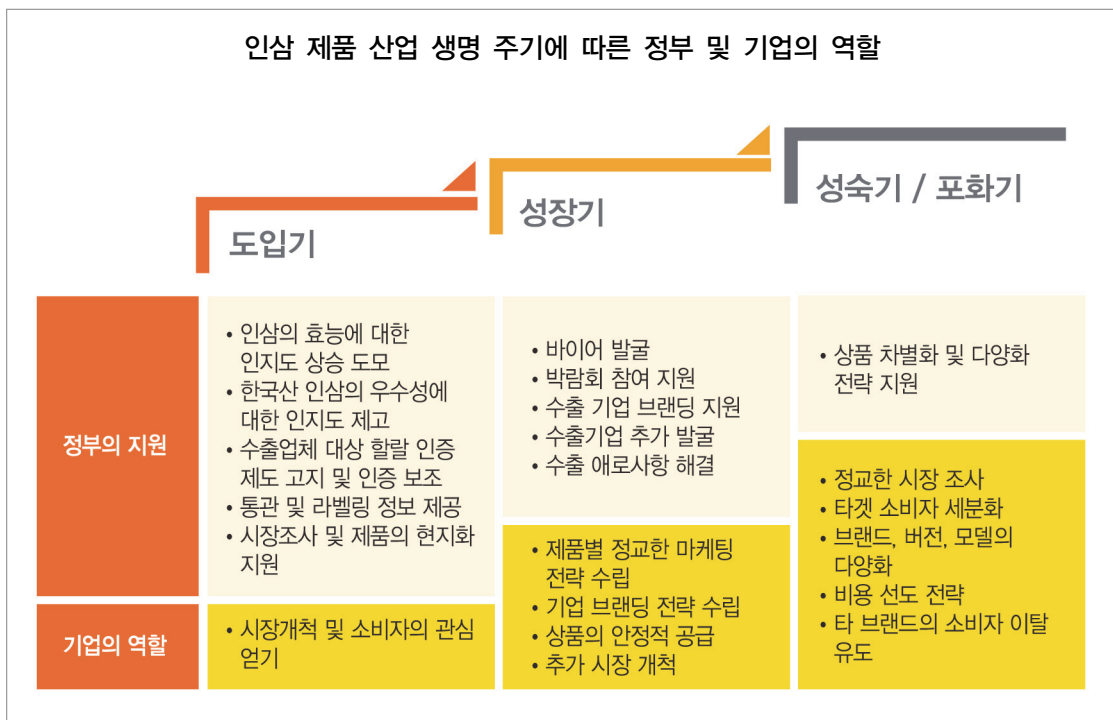
■ 한국 인삼 제품 마케팅 전략

타겟	• UAE 주요 약국의 약사 및 판매원: UAE의 건강식품 소비자들은 약사의 추천을 통해 제품을 구매하는 편임. 그러나 약사와 판매원들이 인삼의 효능에 대해 인지하지 못하고 있으며, 한국산 인삼의 우수성도 모르고 있음 • 일반 소비자: UAE의 건강식품 소비자들은 지인의 추천을 통해 제품을 구매하는 경우도 있기 때문에, 인삼의 주 효능을 필요로 하는 소비자를 공략할 필요가 있으며 그 대상은 다음과 같음 - 면역력 증대가 필요한 유아 및 노인 소비자 - 집중력 향상이 필요한 학생 및 직장인 - 스테미너 증가가 필요한 운동선수 및 남성
포지셔닝 전략	• 면역력 증대, 집중력 향상, 스테미너 증가에 좋은 우수한 한국산 인삼 • 타국산에 비해 효능이 뛰어난 한국산 인삼으로 포지셔닝
제품전략	맛 및 제형의 현지화 • UAE 소비자들은 쓴 맛에 대해 거부감이 있으며, 보통 타블렛 형태로 인삼 제품을 섭취해 왔음. 따라서, 농축액의 쓴 맛을 완화 시켜 현지화하거나 타 제품과 같이 타블렛 형태로 개발할 필요성이 있음. 이 경우, 인삼의 함유량에 따라 의약품으로 분류될 수도 있으므로 주의해야 함.
유통전략	약국 채널 공략 • 현재 UAE 소비자들은 건강 보조 식품을 대부분 약국에서 구매하는 것으로 조사됨. 또한, 약사의 추천에 따른 구매가 많기 때문에 약국에서의 판매를 확대하는 전략이 필요함
가격전략	중·고가전략 • UAE 소비자들의 높은 구매력은 건강에 좋다고 하면 가격이 비싸도 구매할 가능성이 있음 • 도입기의 시장이므로 마케팅 비용을 고려한 가격 책정이 필요함 • 한국산 인삼은 프리미엄이라는 이미지를 강조하여 높은 가격에 대한 value를 만들어야함
프로모션 전략	인삼의 효능 및 한국산 인삼의 우수성에 대한 인지도 상승 캠페인 • 현재 UAE 소비자뿐만 아니라, 약사들도 인삼의 효능과 한국산 인삼의 우수성에 대해 잘 모르고 있음 • 현지 인터뷰 결과, 수입상, 도매상, 소매상 모두 인삼의 효능에 대해 알리는 것이 우선이라고 지적했으며, 그 중에서도 특히 한국산 인삼의 우수성에 대해 알려야 한다고 지적함

4. 인삼 수출 확대를 위한 지원 방안

1 인삼 제품 수출 확대를 위한 단계적 로드맵

- 현재 UAE의 인삼 제품 산업은 산업 생명 주기의 도입기에 해당하는 단계이며, 인지도가 미미하고 판매량은 조금씩 증가하고 있는 실정임
- 산업 생명 주기의 각 단계에 따라 정책적 지원 방안이 달라지며, 현재의 단계에서는 인삼 제품 자체의 효능에 대해 알리는 지원이 필요함. 또한, 한국산 인삼의 우수성에 대해 알리고 할랄 인증을 받을 수 있도록 돕는 지원 등이 필요함
- 인삼 제품 산업 생명 주기의 각 단계에 따라 정책적 지원뿐만 아니라, 기업의 역할도 달라지며, 각 단계별 정부 및 기업의 역할 비중도 달라지게 됨. 각 단계별 세부 내용을 구분하면 다음과 같음





부 록

1. 세계 국가별 인삼 수입량
2. 중동 지역 식품 박람회 및 행사
3. UAE 식품 수입 관련 지침서 목록
4. 현지 조사 개요

1. 세계 국가별 인삼 수입량

1 세계 국가별 인삼 수입량

■ 국가별 인삼 수입량 ('15)

순위	수입국가	수입량 (금액)	무역 수지	수입량 (무게)	단위당 가격	Annual growth in value between 2011-2015	Annual growth in quantity between 2011-2015	Annual growth in value between 2014-2015	Share in world imports	Average distance of supplying countries
	(단위)	(USD thousand)	(USD thousand)	(Unit=tons)	(USD/unit)	(%)	(%)	(%)	(%)	(km)
	World	556,064	19,198	7,294	76,236	12	-5	8	100	8,459
1	Hong Kong, China	310,728	-264,083	3,374	92,095	24	13	29	55.9	10,221
2	China	42,342	91,714	696	60,836	-4	6	-5	7.6	6,580
3	Japan	40,615	-40,333	373	108,887	16	-11	-47	7.3	1,750
4	Taipei, Chinese	39,749	-22,673	710	55,985	1	-11	0	7.1	3,593
5	USA	38,789	17,161	484	80,143	11	-10	23	7.0	10,595
6	Canada	20,420	194,717	322	63,416	17	10	14	3.7	8,820
7	Singapore	14,008	-10,600	94	149,021	7	-37	-13	2.5	10,055
8	Germany	10,797	-9,498	115	93,887	5	-19	0	1.9	7,958
9	Malaysia	10,585	-9,763	272	38,915	14	4	25	1.9	4,090
10	Italy	6,636	-6,294	85	78,071	-14	-23	-33	1.2	6,809
11	Macao, China	4,625	-4,625	25	185,000			-27	0.8	
12	Viet Nam	3,785	-3,490	171	22,135	15		90	0.7	1,786
13	France	2,255	-763	29	77,759	-12	-34	3	0.4	7,922
14	Switzerland	1,382	-1,378	12	115,167	15	-18	44	0.2	7,899
15	Spain	1,334	-1,334	34	39,235	8	29	160	0.2	6,582

순위	수입국가	수입량 (금액)	무역 수지	수입량 (무게)	단위당 가격	Annual growth in value between 2011-2015	Annual growth in quantity between 2011-2015	Annual growth in value between 2014-2015	Share in world imports	Average distance of supplying countries
	(단위)	(USD thousand)	(USD thousand)	(Unit=tons)	(USD/unit)	(%)	(%)	(%)	(%)	(km)
	World	556,064	19,198	7,294	76,236	12	-5	8	100	8,459
16	Saudi Arabia	1,333	-1,333	103	12,942	18	-32	-15	0.2	1,395
17	Indonesia	1,019	-63	158	6,449	35	77	69	0.2	5,215
18	United Kingdom	753	-422	39	19,308	-50	-58	16	0.1	7,760
19	Australia	634	-634	8	79,250	18	9	6	0.1	8,908
20	Thailand	599	-484	23	26,043	5	-8	27	0.1	7,748
21	Korea, Republic of	399	84,492	15	26,600	5	-34	-19	0.1	1,989
22	New Zealand	281	-245	6	46,833	26	23	553	0.1	11,498
23	Egypt	278	-256	3	92,667	2	-51	99	0	4,813
24	Ukraine	234	-234	2	117,000	43	0	55	0	6,688
25	Iran, Islamic Republic of	215	-215	3	71,667	10	8	30	0	5,811
26	Czech Republic	202	-195	3	67,333	38	25	21	0	7,037
27	Netherlands	191	707	18	10,611	-22	-11	-27	0	6,167
28	Philippines	137	-137	8	17,125	42	64	-30	0	13,198
29	Belgium	132	-41	2	66,000	-54	-51	-65	0	8,050
30	Romania	125	-125	1	125,000	91	0	1983	0	1,689
31	Russian Federation	95	-95	1	95,000	57	0	-72	0	4,994
32	South Africa	87	-87	2	43,500	-4	-20	28	0	9,980
33	Mexico	85	-85	0		43			0	15,767
34	Hungary	84	-82	1	84,000	-30	-50	105	0	5,273
35	Belarus	79	-79	1	79,000	-24	0		0	6,822
36	Colombia	74	-74	1	74,000	44	-7	-57	0	7,864
37	Poland	74	-74	1	74,000	-7	-34	111	0	7,059
38	Kuwait	72	-72	10	7,200	224		211	0	5,947
39	India	66	-54	2	33,000	145	-10	-13	0	3,815

순위	수입국가	수입량 (금액)	무역 수지	수입량 (무게)	단위당 가격	Annual growth in value between 2011-2015	Annual growth in quantity between 2011-2015	Annual growth in value between 2014-2015	Share in world imports	Average distance of supplying countries
	(단위)	(USD thousand)	(USD thousand)	(Unit=tons)	(USD/unit)	(%)	(%)	(%)	(%)	(km)
	World	556,064	19,198	7,294	76,236	12	-5	8	100	8,459
40	Austria	66	-66	1	66,000	-22	-16	53	0	7,886
41	Uruguay	62	-62	4	15,500			32	0	14,297
42	Algeria	56	-56	8	7,000	51	28	1300	0	1,318
43	Turkey	55	-55	1	55,000	-9	-36	-66	0	7,194
44	Guatemala	49	-49	2	24,500	-20	-2	-37	0	13,412
45	Ireland	45	-42	3	15,000	-22	-21	-2	0	395
46	Korea, Democratic People's Republic of	41	4,660	8	5,125	-46	-36	-60	0	937
47	Qatar	41	-41	15	2,733	104	109	6	0	1,143
48	Ghana	41	-38	0		1			0	5,100
49	UAE	30	-1	8	3,750	-22		-27	0	6,922
50	Pakistan	27	1,392	20	1,350	-11	-20	-27	0	5,283
51	Norway	24	-24	0		-11			0	7,389
52	Haiti	24	-24	0		49		-64	0	2,915
53	Sweden	23	-23	2	11,500	0	19	229	0	1,902
54	Denmark	21	6	0		-46		-71	0	1,504
55	Greece	20	-20	1	20,000	-15	-31	-58	0	3,762
56	Argentina	19	-19	1	19,000	-35	-16		0	17,606
57	Lebanon	15	-15	0		29		200	0	10,265
58	Peru	13	-13	0		-15		18	0	5,823
59	Papua New Guinea	10	-10	0					0	5,187
60	Latvia	8	70	0		114		-74	0	6,899
61	Palestine, State of	8	-8	0					0	112
62	Macedonia, The Former Yugoslav Republic of	7	-2	0				-42	0	7,851
63	Slovenia	5	-4	0				-84	0	8,042
64	Malta	5	-5	0		146		14	0	2,219

순위	수입국가	수입량 (금액)	무역 수지	수입량 (무게)	단위당 가격	Annual growth in value between 2011-2015	Annual growth in quantity between 2011-2015	Annual growth in value between 2014-2015	Share in world imports	Average distance of supplying countries
	(단위)	(USD thousand)	(USD thousand)	(Unit=tons)	(USD/unit)	(%)	(%)	(%)	(%)	(km)
	World	556,064	19,198	7,294	76,236	12	-5	8	100	8,459
65	Iraq	5	-5	0					0	7,292
66	Lao People's Democratic Republic	4	-4	0				-64	0	3,139
67	Mongolia	4	-4	0		40		0	0	2,127
68	Nepal	3	-3	8	375			-100	0	871
69	Portugal	3	-3	0		-48		-81	0	1,511
70	Bulgaria	3	-3	0					0	6,424
71	Costa Rica	3	1	0		-29		76	0	3,428
72	Bolivia, Plurinational State of	3	-3	0				0	0	17,508
73	Cameroon	2	-2	1	2000	-16	-24		0	9,766
74	Cyprus	2	-2	0		23		0	0	3,346
75	Chile	2	-2	0		-45		0	0	16,584
76	Finland	2	-2	0		18		-90	0	2,087
77	Honduras	2	-2	0					0	2,837
78	Israel	2	149	0		-61		-60	0	2,530
79	Côte d'Ivoire	2	-2	0					0	4,571
80	Nicaragua	1	-1	0					0	329

출처 : ITC(International Trade Centre) calculations based on UN COMTRADE statistics,(<http://www.intracen.org/>)

2. 중동 지역 식품 박람회 및 행사

- UAE를 비롯한 중동 지역에는 다음 표와 같이 Gulfood, Foodes Saudi 등 다양한 식품 관련 박람회가 개최됨

■ 식품 박람회

전시회명	일시	관련 정보	규모 및 참관객
Gulfood	2016.02.26 -2016.03.02	• 두바이에서 개최되는 중동 최대의 바이어 전문 식품 박람회 • 걸프 지역의 주요 식품 관계자들이 대거 참여 • aT는 한국식품수출업체를 모집해 매년 Gulfood 박람회에 참가함	• Gulfood 2014의 경우 120여 개국의 4,500여개 업체가 참가 • Gulfood 2015에는 156개국 8,400여명의 바이어가 방문함
Gulfood Manufacturing	2016.11.07 -2016.11.09	• 중동, 아프리카, 인도 등을 권역으로 하는 식품 및 음료에 관한 기계/설비 및 공정 프로세스와 관련한 박람회 • 식재료의 가공 및 포장과 관련된 최신 기술을 선보임	• 세계적으로 150개국이 넘는 나라에서 1,500개이 기업, 26,000의 관람객이 모임
SEAFEX	2016.11.07 -2016.11.09	• Gulfood Manufacturing과 공동 개최하는 특정 식품과 관련된 박람회 (Specialty Food Festival)	• 29개국 183개의 기업이 참여 하며, 전체 관람객은 13,000명으로 추산
Yummex Middle East	2016.06.02 -2016.06.05	• 다양한 고객의 니즈를 충족하고 빠르게 변하는 FMCG 마켓의 트렌드를 집중적으로 조명하는 행사	• 코코아, 초콜릿, 초콜릿 관련 제품, 설탕 조제 식품 등의 가공업자 및 판매자
The Specialty Food Festival	2016.11.07 -2016.11.09	• 중동아시아와 아프리카의 식품 전문가, 평론가, 미식가들을 위한 행사 • 특정 식품 산업(Specialty food)의 최신 동향과 제품, 기술 등을 공유함	• 중동 전체의 수입자, 도소매업자, 공급업자, 호텔/레스토랑/케이터링 업체
Foodex Saudi	2016.11.21 -2016.11.24	• 젤다에서 개최되는 사우디의 대표적인 식품 박람회로, 사우디 아라비아 농림부의 후원자들을 기념하기 위해 열림 • 사우디에서 가장 큰 규모의 식품 박람회	• 2014년의 경우 400여개 브랜드 참여, 바이어 등 참관객 15,000명 추산

출처 : 한국농수산물유통공사(2016), UAE 할랄식품시장 진출 가이드

- 건강과 웰빙에 대한 관심이 높아짐에 따라 UAE 내 다양한 건강 관련 행사가 개최되고 있으며, '15년 개최된 주요 행사는 다음과 같음

■ UAE 건강·웰빙 관련 박람회/행사

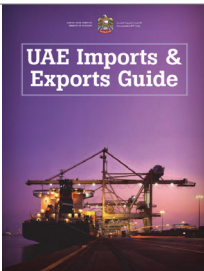
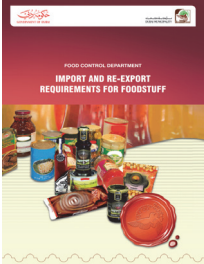
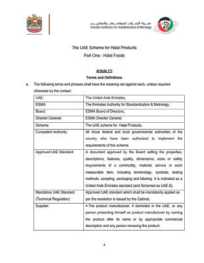
행사명	일시	관련 정보
Abu Dhabi Alive!	2015.11.12. -2015.11.14	• 매년 아부다비에서 개최되는 건강, 웰빙 관련 행사 중 최대 규모 • 건강보조식품, 운동기구 등 유관기업의 참여가 매우 활발하며, 행사 기간 동안 다양한 프로그램을 개최함 • 특히 참가객의 건강관리를 위해 다양한 스포츠 활동과 균형 잡힌 식습관 유지를 위한 세미나 등을 개최해 관람객의 호응이 매우 높음  [Abu Dhabi Alive! 행사 관련 사진]
Feel the Beat	2015.05 -2015.06	• UAE의 유통 대기업인 Majid Al Futtaim이 UAE보건복지부와 공동으로 개최한 건강 관련 이벤트로, '15년 5월부터 6월까지 자사 쇼핑몰 내에서 개최하였음 • 해당 이벤트에서는 심혈관질환 예방과 관련한 식습관과 운동의 중요성을 홍보하기 위해 다양한 IT기술을 접목함 • 특히 개인의 심장 박동소리를 녹음한 뒤 전문 DJ가 심장 박동 bpm에 맞춰 믹싱한 디지털 오디오 파일을 제공해 소비자에게 어필함  [Feel the Beat 행사 관련 사진]

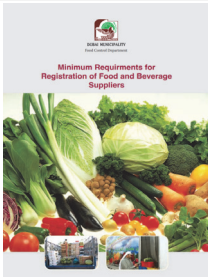
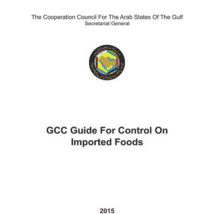
출처 : Euromonitor (2016), Google Image 검색

3. UAE 식품 수입 관련 지침서 목록

- 식품 수입 및 수출과 관련된 UAE 정부 발간 주요 지침서는 다음과 같음

■ UAE 정부 발간 식품 수출입 관련 주요 지침서

지침서	표지	발행 기관	링크
UAE Import & Exports Guide		UAE Ministry of Economy	www.economy.gov.ae
Import and Re-export Requirements for Foodstuff		Dubai Municipality	www.dm.gov.ae
Customer Guide		Dubai Customs	www.dubaicustoms.gov.ae
The UAE Scheme for Halal Products		Emirates Authority For Standardization & Methodology (EASM)	www.puntofocal.gov.ar
Food Additives		Dubai Municipality	www.dm.gov.ae

지침서	표지	발행 기관	링크
Halal Food		Dubai Municipality	www.dm.gov.ae
Food Transportation Guidelines		Dubai Municipality	www.dm.gov.ae
Minimum requirements for Registration of Food and Beverage Suppliers		Dubai Municipality	www.dm.gov.ae
Food Code		Dubai Municipality	www.dm.gov.ae
GCC Guide for Control on Imported Foods		The Cooperation Council For The Arab States Of The Gulf	

출처 : Dubai Municipality, The Cooperation Council For The Arab States Of The Gulf, UAE Ministry of Economy, Dubai Customs, Emirates Authority For Standardization & Methodology (EASME)

4. 현지 조사 개요

1 설문 조사 및 소비자 관능평가 개요

- 목적: 현지 소비자의 인삼 제품 및 한국산 인삼 제품에 대한 인식과 한국산 인삼제품의 맛에 대한 반응 조사
- 대상 : UAE 소비자 20인
- 일시 : 2016.10.19.~2016.10.27.
- 설문내용
 - 패널 일반 사항 (성별, 나이, 직업, 소득수준)
 - 인삼제품에 대한 일반적인 사항 (인지도, 효능, 섭취 유무, 구매 의향, 최대 지불가격)
 - 인삼제품에 대한 관능적 특성 항목(외관, 향, 단맛, 쓴맛, 후미, 전반적인 기호도)
 - ※ 관능적 특성 항목은 5점 척도로 평가하였음
- 조사 결과는 SPSS 18.0 Statistics Program을 사용하여 통계 처리하였으며, 질문 문항에 따라 빈도분석과 t-test를 실시함
- 조사 결과, 응답자 특성은 다음과 같음
 - 성별에 있어서는 남성의 비율이 55%, 여성의 비율이 45%로 비슷한 비율로 모집되었고, 나이에 있어서는 10대가 5%, 20대 25%, 30대 50%, 40대 15%, 50대 이상이 5%로, 20대에서 40대에 집중되었고 30대가 가장 많은 비율을 차지하였음
 - 직업은 학생과 주부가 각각 5%, 단순노동직 15%, 자영업 20%, 전문직 15%, 회사원 40%로 회사원의 비율이 가장 높게 나타났음
 - 한달 평균 임금에 대해서는 무보수가 15%, 0-10,000AED가 55%, 10,000-20,000AED와 20,000-30,000AED가 각각 10%, 30,000-40,000AED와 40,000-50,000AED가 각각 5%로 나타났음

항목		% (N)
성별	남자	55(11)
	여자	45(9)
	합 계	100(20)
나이	10대	5(1)
	20대	25(5)
	30대	50(10)
	40대	15(3)
	50대이상	5(1)
	합 계	100(20)
직업	학생	5(5)
	주부	5(5)
	단순노동직	15(3)
	자영업	20(4)
	전문직	15(3)
	회사원	40(8)
	합 계	100(20)
한달 평균 임금	무보수	15(3)
	0-10,000AED	55(11)
	10,000-20,000AED	10(2)
	20,000-30,000AED	10(2)
	30,000-40,000AED	5(1)
	40,000-50,000AED	5(1)
	합 계	100(20)

2 심층인터뷰 개요

- 목적 : UAE 인삼의 유통 및 판매 현황에 대한 전문가 그룹 심층조사를 통해 기초정보를 확보하고 한국 인삼 제품 수출 전략 수집의 기초자료로 활용하고자 함.
- 대상 : UAE 현지의 수입업체, 도매업자, 소매업자 총 8인. 이에 대한 상세내용은 아래의 표와 같음

UAE 현지 내 조사를 위한 카테고리 및 지역 정보

카테고리	조사 지역(명)	비 고
수입업체	UAE 현지(2)	Holland&Barrett, GMG group
도매업자	UAE 현지(2)	통합약국, Vitavision 의약품용 LLC
소매업자	UAE 현지(4)	Boots 약국, Bin Sina약국 2인, Life 약국

- 일시 : 2016.10.19.~2016.10.27.
- 설문내용 : 인터뷰 대상자의 카테고리별 설문항목은 다음과 같음.

UAE 현지 내 조사를 위한 설문정보

카테고리	설문항목
수입업체	• 인삼제품의 유통경로 • UAE 건강보조식품시장에서 인삼제품이 차지하는 비중 및 증감추세 • 한국산 인삼에 대한 인지도 및 선호도 • 한국산 인삼의 판매현황 • 통관 및 검역 시, 주의사항 및 애로사항
도매업자	• 인삼제품의 유통경로 • UAE 건강보조식품시장에서 인삼제품이 차지하는 비중 및 증감추세 • 한국산 인삼에 대한 인지도 및 선호도
소매업자	• 한국산 인삼제품의 판매 현황 • UAE 건강식품시장 내 한국산 인삼제품의 셀링 포인트 • 인삼제품에 대한 마케팅 및 프로모션 방안

UAE 인삼 제품 시장 조사

보고서 기획 및 작성 한국농수산물유통공사 아부다비 지사

발행연도 2016

발 행 처 한국농수산물유통공사
[58326] 전라남도 나주시 문화로 227
061-931-1114 <http://www.at.or.kr>

자료문의 aT 수출전략처 수출정보부
061-931-0872

-
- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보 www.kati.net에서도 보실 수 있습니다.
 - 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
 - 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.

