

2021년 농식품 수출 국가조사보고서(우즈베키스탄)

요약

1. 농업 현황 및 수출입 현황

- 2020년 농업규모 535조 8,310억 습(한화 약 58조 8,195억 원), 연평균 19.2% 증가추세
 - 전체 가운데 농업 GDP의 점유율은 전년 대비 2.5%p 하락한 25.5%로, 연평균 4.6%의 감소세를 보임
- 2020년 농업 생산액은 248조 습(한화 약 27조 5,268억 원), 최근 5년간 지속적인 성장세
- 2020년 농식품 수출액 전년 대비 7.1% 증가한 15억 달러(한화 약 1조 7,835억 원)로 집계
- 2020년 농식품 수입액 전년 대비 27.8% 증가한 23억 달러(한화 약 2조 7,232억 원)
- 2020년 한국산 농식품의 對우즈베키스탄 수출액은 550만 6,300달러(한화 약 65억 1,945만 9,200 원)로 전년 대비 -7.7% 감소

2. 농식품 시장현황

(1) 시장개요

- 2020년 우즈베키스탄의 식품시장 규모는 71조 3,554억 습(한화 약 78조 9,472억 원)
 - 2016년 42억 7,528억 습(한화 약 47조 3,014억 원)을 기록한 이후 연평균 19.6%의 증가율을 보이며 지속적으로 성장하고 있음
- 2020년 인구수 3,390만 5,242명, 중위연령 27.8세로 젊은 세대의 비중이 높은 편
- 2020년 1인당 연평균 임금 10,401만 9,053습(한화 약 1,152만 원), 가구소득 8,096만 6,717습(한화 약 897만 원)으로 집계됨
- 전체 소비액 중 식음료 부문의 지출이 69.1%로 가장 큰 비중을 차지함
- 구소련시절 재래시장 중심의 전통시장이 점진적으로 변화하면서 2000년대 초반부터 러시아를 중심으로 소매시장에서 대형유통업체가 형성됨

(2) 포스트 코로나시대 시장환경 변화

- 코로나19 이후 전통적 유통채널의 방문률이 급격히 감소하였고, 이러한 추세는 향후 현대식 유통채널 성장의 기폭제로 작용할 것으로 예상
- 외출이 제한되자 온라인을 통한 식품 구매 및 배달 서비스의 수요가 크게 증가함
- 대표적 배달 서비스 플랫폼인 Express24는 코로나19 이후 한식, 양식, 중식, 카페 음식 등 다양한 음식을 배달하는 서비스를 제공
- Lebazar.uz, Arba.uz 등 온라인 플랫폼은 소비자 대신 장바구니에 담아 집까지 배달해주는 구매 대행 서비스를 제공, 코로나19 이후 이용자 수가 크게 증가한 것으로 나타남
- 음료 시장은 꾸준히 성장세, 2017~2020년까지 4년간 연평균 7.5%의 성장률을 보임
- 높은 출산율과 소득 수준의 증가로 영유아 식품 소비 증가 추세

(3) 농식품 관련 정책 동향

- 2019년 우즈베키스탄 정부는 ‘2020-2030 우즈베키스탄 농업발전전략’을 발표함
- 규제 완화 등 정부의 개입을 줄이고 민간 부문의 자율성을 높일 계획임
- 향후 모든 작물가격은 시장가격으로 전환 예정이며 밀과 면화 등의 정부 조달을 폐지함
- 이 외에도 농지 공급을 위한 공개 온라인 입찰을 도입하는 등 투명성을 높일 계획임
- 코로나19로 인한 식량 안보의 불안감이 증대되며 우즈베키스탄 대통령은 농업 생산량 및 국가 식량 비축량을 증대하도록 지시함

3. 농식품 유통현황

(1) 유통현황 및 특징

- 우즈베키스탄의 현대적 소매채널은 Korzinka, Makro와 같은 자국 기업들이 점유하고 있으며 전통적 채널은 재래시장 형태인 바자르(Bazaar)가 주로 운영되고 있음
- 현대적 식품소매채널은 2022년 9.5%까지 확대될 전망임
- 바자르는 전통 재래시장으로 우즈베키스탄 전국적으로 퍼져있으며 과일, 채소 등의 신선식품을 주로 취급

- 식품 소매시장 규모는 2016년 이후 연평균 14%의 성장률을 보이고 있으며, 2020년 기준 전년 대비 3.2%의 성장률을 기록한 것으로 추정
- 우즈베키스탄의 현대적 식품 소매채널의 비중은 2015년 4.4%, 2016년 5%, 2017년 6.3%를 차지하며 지속적인 성장세를 보이고 있음

(2) 주요 유통 채널 현황

- 현대식 유통채널은 백화점 및 대형 쇼핑몰, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓으로 구분됨
- SAMARQAND DARVOZA는 수도 타슈켄트에서 가장 인기 있는 종합 쇼핑몰 대형마트 및 영화관 및 오락실, 각종 음식점 등이 입점한 멀티플렉스형 유통채널임
- 전통식 유통채널은 여전히 영향력이 큰 식품 소매채널로, 대부분의 소비자가 매일 전통식 유통채널에서 식료품을 구매하는 것으로 나타남
- 2020년 총 소매매출은 2019년 대비 17.3% 증가해 194조 8천억 쉼에 달함.
- 2020년 온라인 식품시장 규모는 대략 9,400만 달러로 추정됨.
- 우즈베키스탄 전자상거래는 저개발상태이지만 빠르게 성장하고 있으며 모바일 전자상거래가 성장을 견인함

4. 농식품 수출 프로세스

- 우즈베키스탄의 농식품 수입통관 절차는 ①사전통지 → ②수입신고 → ③검역 및 검사 → ④관세납입 및 반출 순서로 진행
- 운송업자는 관세 영역(Customs territory)으로 물품 및 교통수단 반입 시 세관 당국에 통지
- 수입하려는 물품의 종류, 과세가격, 납부세액 등을 세관에 신고 필요
- 우즈베키스탄 관세청에서 요구한 기준에 맞는지 물품검사를 실시
- 서류검사 및 물품검사(검역)가 완료되면 관세 납부 필요
- 2019년 8월부터 식품시장 내의 불법, 저품질, 모조품 판매를 방지하고자 자국산 및 수입산 일부 식품에 의무적으로 라벨링 부착을 요구함
- 우즈베키스탄의 TBT/SPS 통보문 사례 확인되지 않음

1. 농업 및 농식품 수출입현황

가. 농업현황

(1) 농업규모

- 2020년 농업규모 535조 8,310억 습(한화 약 58조 8,195억 원)으로, 연평균 19.2%의 높은 증가율 기록
 - 전체 가운데 농업 GDP의 점유율은 전년 대비 2.5%p 하락한 25.5%로, 연평균 4.6%의 감소세를 보임

우즈베키스탄 농업 부문 국내총생산액(GDP) 및 비중(2016~2020)

(단위 : 십억 습, %)

구분		2016	2017	2018	2019	2020	전년비 (‘19/’20)	연평균 (‘16/’20)
GDP ¹⁾	전체	242,495.5	302,536.8	406,648.5	511,838.1	535,831.00	4.7	24.9
	농업 ²⁾	74,779.0	90,983.9	113,660.7	130,599.9	131,445.10	0.6	19.2
	비중	30.8	30.1	28.0	25.5	24.5	△8.7	△4.6

* 주1 : 당해년가격 기준 GDP

* 주2 : 농축임수산업 포함

* 출처 : 우즈베키스탄 통계청(The State Committee of the Republic of Uzbekistan on Statistics)

우즈베키스탄 농업 고용인구(2016~2020)

(단위 : 천 명, %)

구분	2016	2017 ²⁾	2018 ²⁾	2019 ²⁾	2020 ²⁾	전년비 (‘19/’20)	연평균 (‘16/’20)
전체 고용인구	13,298.4	13,433.7	13,246.1	13,464.4	13,239.60	▽1.7	▽0.1%
농업 ¹⁾ 고용인구(비중)	3,646.7(27.4)	3,641.4(27.1)	3,574.8(27.0)	3,553.4(26.4)	3,560	△0.6	▽1%

* 주1 : 농축임수산업 포함

* 주2 : 평균치

* 출처 : 우즈베키스탄 통계청(The State Committee of the Republic of Uzbekistan on Statistics)

- 농업 고용인구 356만 명, 전체 고용인구의 26.4% 차지하나 전체 고용시장에서 농업 종사자의 비중은 점차 감소하고 있음
- 농경지 면적은 330만 ha로, 전체 국토 면적의 7.4%에 해당, 이는 전년 대비 0.3% 감소한 수준으로 연평균 3%씩 농지면적 감소세
- 중앙아시아 중부에 위치해 건조한 사막성 기후가 나타나 대부분의 농사는 아랄해에 근접한 동부 지역에서 이뤄짐

우즈베키스탄 농지면적(2016~2020)

(단위 : 천 ha, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	전년비 (19/20)	연평균 (16/20)
농경지 면적	3,706.7	3,474.5	3,396.0	3,309.4	3,300	▽0.3	▽3%

* 출처 : 우즈베키스탄 통계청(The State Committee of the Republic of Uzbekistan on Statistics)

(2) 주요 생산 품목 및 규모

- 2020년 농업 생산액은 248조 습(한화 약 27조 5,268억 원)으로 최근 5년간 지속적인 성장세
 - 농산물 123조 습(한화 약 13조 8,797억 원)의 생산액을 창출했고 전년 대비 3.1% 하락해 최근 5년간 12% 하락함.
 - 축산물의 생산액 또한 연평균 9% 하락, 2020년 123조 습(한화 약 13조 1,204억 원) 달성

우즈베키스탄 농업 생산액(2016~2020)

(단위 : 십억 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	전년비 (19/20)	연평균 (16/20)
전체 생산액	38,4	28,9	23,2	24,5	24,8	1.2	▽10%
농산물	20,5	16,3	12,2	12,7	12,3	▽3.1	▽12%
축산물	17,9	12,7	11,0	11,8	12,5	5.9	▽9%

* 주 : 매매가 기준(in actual price)

* 출처 : 우즈베키스탄 통계청(The State Committee of the Republic of Uzbekistan on Statistics)

○ 채소류와 곡물의 생산이 많이 이뤄지고 있으며, 감자 또한 활발하게 재배됨

- 2020년 채소류 생산량은 10,459.5만 톤, 이 중 감자가 310만 톤으로 가장 많이 생산됨
- 감자의 뒤를 이어 당근, 토마토 순으로 생산량이 많은 것으로 나타나며 상위 3개 품목이 전체 채소류 생산의 약 59.5%를 차지함
- 곡물 생산량은 총 760만 톤이며 이 중 밀이 600만 톤으로 높은 비중을 차지하나 생산 규모 전년 대비 1.6%, 연평균 3%의 감소세를 보이고 있음
- 당근 생산량 280만 톤으로 단일 세부 품목 중 두 번째로 큰 규모를 보임
- 과일류 생산량 450만 톤 중 포도가 160만 톤으로 가장 많이 생산되었고 과일류 품목 대부분에서 생산량 증가가 나타남

우즈베키스탄 주요 농산물 생산량(2016~2020)

(단위 : 백만 톤)

구분		2016	2017	2018	2019	2020
곡물류	전체	8.2	8.3	7.3	6.5	7.4
	밀	7.0	6.9	6.1	5.4	6.1
	옥수수	0.4	0.5	0.4	0.4	0.4
	쌀	0.4	0.5	0.4	0.2	0.3
채소류	전체	13.0	13.0	12.7	13.3	13.6
	감자	2.8	2.8	2.9	3.1	3.1
	당근	2.1	2.2	2.2	2.8	2.8
	토마토	2.8	2.5	2.3	2.1	2.2
과일류	전체	4.0	4.2	4.2	4.3	4.4
	포도	1.5	1.6	1.6	1.6	1.6
	사과	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1
	살구	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5

* 출처 : 우즈베키스탄 통계청(The State Committee of the Republic of Uzbekistan on Statistics)

○ 2020년 육류(소고기, 양고기, 가금육)는 전년 대비 5.9% 증가한 119만 980톤 생산, 우유, 달걀 및 꿀 생산량도 증가세

- 육류 중 소고기 생산량이 958,000톤으로 가장 많았으며, 최근 5년간 생산량이 2%로 꾸준히 증가하고 있음
- 뒤이어 양과 염소 고기 및 가금류 고기 순으로 많이 생산됨
- 우유 생산량 1,000만 톤, 달걀 782만 5,000개, 꿀 1만 3,500톤으로 집계

우즈베키스탄 주요 축산물 생산량(2016~2020)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	전년비 (‘19/’20)	연평균 (‘16/’20)
전체(백만 달러)	17.9	12.7	11.0	11.8	12.5	5.9	▽9%
달걀(백만개)	6,152.5	6,332.7	7,459.3	7,771.2	7,825.0	0.7	6%
우유(백만톤)	9.7	10.0	10.5	10.7	11.0	2.8	3%
소고기(천톤)	873.6	835.0	1 050.3	938.3	958.2	2.1	2%
양고기(천톤)	205.7	179.8	177.5	173.0	176.7	2.1	▽4%
가금육(천톤)	57.5	57.5	58.7	63.6	64.9	2.0	3%
생선, 해산물(천톤)	65.3	83.9	91.0	121.7	144.1	18.4	22%
꿀(천톤)	12.1	11.7	12.6	13.0	13.5	3.8	9.5

* 출처 : 우즈베키스탄 통계청(The State Committee of the Republic of Uzbekistan on Statistics)

나. 수출입 현황

(1) 농식품 수출입규모

○ 2020년 농식품 수출액 전년 대비 7.1% 증가한 15억 달러 (한화 약 1조 7,835억 원)로 집계

- 러시아(22.7%)를 비롯한 키르기스스탄(18%), 카자흐스탄(16%), 아프카니스탄(9.3%)의 러시아 수출액은 전년 대비 33.3% 하락한 3억 4천만 달러(한화 약 4,042억 6,000만 원)로 집계되며 전체 수출액의 22.7% 차지
- 對키르기스스탄 수출액 2억 7천만 달러(한화 약 3,210억 3,000만 원)로 전년 대비 107.7%로 급증
- 對카자흐스탄 수출액은 전년 대비 33.3% 하락한 2억 4천만 달러(한화 약 2,853억 6,000만 원)로 집계

국가별 농식품 수출현황(2018~2020)

(하위항목 단위 : 백만 달러, %)

구분		2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('19/'20)
전체(십억 달러)		1.1	1.0	1.5	100	50	17%
1	러시아	240	400	340	22.7	▽15.0	19%
2	키르기스스탄	90	130	270	18.0	107.7	73%
3	카자흐스탄	170	250	240	16.0	▽4.0	19%
4	아프카니스탄	850	110	140	9.3	27.3	▽59%
5	중국	70	60	100	6.7	66.7	20%
6	파키스탄	22	82	80	5.3	▽2.4	91%
7	타지키스탄	6	33	58	3.9	75.8	211%
8	터키	5	6	22	1.5	266.7	110%
9	이라크	15	20	18	1.2	▽10.0	10%
10	투르크메니스탄	2	5	1.7	0.1	▽66.0	▽8%

* 출처 : ITC Trade Map

- ‘밀가루’ 수출액은 2억 186만 달러(한화 약 2,599억 1,540만 원)로 집계되며 전체 수출액의 14.6% 비중을 차지
- ‘건조 콩과 채소’ 수출액 전년 대비 7.8% 증가한 1억 9,450만 달러(한화 약 2,312억 6,050만 원)로 집계, ‘살구, 복숭아, 체리, 자두’가 수출액 1억 8,880만 달러(한화 약 2,235억 3,200만 원)로 전년 대비 -3.7의 증감을 기록
- ‘포도 및 건포도’ 1억 8,830만 달러(한화 약 2,238억 8,870만 원)로 전년대비 15.9% 감소, 이 외 신선 열매(-4.2%), 파, 마늘 및 이외 마늘류 신선채소(-49.5%), 참외, 수박 및 파파야(173.8%) 등

품목별 농식품 수출현황(2018~2020)

(단위 : 백만 달러, %)

구분		2018	2019	2020	비중 (‘20)	전년비 (‘19/‘20)	연평균 (‘18/‘20)
전체(십억 달러)		1.1	1.0	1.5	100	50	17%
1	밀가루	70	104	218,6	14.6	110.2	77%
2	건조 콩과채소	143	180	194,5	13.0	8.1	17%
3	복숭아, 살구, 체리, 자두	251	196	188,8	12.6	▽3.7	▽13%
4	포도 및 건포도	179	224	188,3	12.6	▽15.9	3%
5	신선 열매	43	69	68,0	4.5	▽1.4	26%
6	신선 토마토	46	69	66,1	4.4	▽4.2	20%
7	나무 및 살아 있는 식물	4	43	63,5	4.2	47.7	298%
8	건조 과일	35	41	50,3	3.4	22.7	20%
9	양파 및 마늘, 이외 양파과 채소	18	75	37,9	2.5	▽49.5	45%
10	참외, 수박, 파파야	6	13	35,6	2.4	173.8	144%

* 주1 : 주요 수출 농식품 중 사료, 담배 등은 제외함

* 주2 : HS CODE 6단위를 기준으로 함

* 출처 : ITC Trade Map

○ 2020년 농식품 수입액 전년 대비 27.8% 증가한 23억 달러(한화 약 2조 7,232억 원)

- 주요 수입국은 카자흐스탄산(38%), 러시아산(30%), 벨로루스산(3.6%) 순
- 카자흐스탄산 수입액은 8억 7,430만 달러(한화 약 1조 351억 7,120만 원)로 전년 대비 405% 증가
- 러시아산 농식품 수입액은 6억 8,940만 달러(한화 약 8,162억 4,960만 원)로 전년 대비 21.1% 감소
- 중국산 수입액 5,270만 달러(한화 약 623억 9,680만 원)로 전년 대비 43.2% 하락

국가별 농식품 수입현황(2018~2020)

(단위 : 백만 달러, %)

구분		2018	2019	2020	비중 (‘20)	전년비 (‘19/‘20)	연평균 (‘18/‘20)
전체(십억 달러)		1.6	1.8	2.3	100	27.8	20
1	카자흐스탄	213	173	874	38	405.2	103
2	러시아	368	445	689	30.0	54.8	37
3	벨로루스	9	11	82	3.6	645.5	202
4	중국	31	93	53	2.3	▽43.0	31
5	브라질	31	93	50	2.2	▽46.2	27
6	말레이시아	45	70	47	2.0	▽32.9	2
7	우크라이나	126	55	47	2.0	▽14.5	▽39
8	터키	34	120	38	1.7	▽68.3	6
9	라트비아	51	42	33	1.4	▽21.4	▽20
10	리투아니아	17	19	28	1.2	47.4	28

* 출처 : ITC Trade Map

○ 주요 수입 품목으로는 당류, 유지류를 포함한 가공식품이 대부분을 차지함

- ‘사탕수수당’ 수입액은 1억 9,302만 3,000달러(한화 약 2,187억 5,296만 원)로 전년대비 528.6% 증가하며 전체 농식품 수입액의 16.1% 차지
- 뒤이어 ‘기타 해바라기씨유·잇꽃유와 그 분획물’ 수입액 1억 6,304만 2,000달러(한화 약 1,847억 7,549만 원)로 전년 대비 37.1% 증가

- ‘오일 케이크 및 고체 유박’의 경우 전년 대비 6.1% 감소한 9,234만 1,000달러(한화 약 1,046억 6,852만 원), ‘밀가루나 메슬린 가루’는 20.3% 감소한 8,617만 1,000달러(한화 약 976억 7,482만 원)로 집계

품목별 농식품 수입현황(2018~2020)

(단위 : 천 달러, %)

구분		2018	2019	2020	비중 (’20)	전년비 (’19/’20)	연평균 (’18/’20)
전체(십억 달러)		1.6	1.8	2.3	100	27.8	20
1	밀	274,884	364,266	556,500	33.7	52.8	42%
2	설탕	336,606	265,687	240,000	14.5	▽9.7	▽16%
3	해바라기씨	126,766	181,439	221,500	13.4	22.1	32%
4	콩 껍묵	98,324	92,341	103,500	6.3	12.1	3%
5	살아있는 소	59,760	122,407	90,900	5.5	▽25.7	23%
6	밀가루	108,116	86,208	88,600	5.4	2.8	▽9%
7	초콜릿 제과품	28,772	52,112	67,300	4.1	29.1	53%
8	이외 조리식품	16,894	38,382	49,800	3.0	29.7	72%
9	맥아 추출물, 아동용 식품, 밀가루 기반 식품, 녹말, 유제품	25,410	41,297	46,800	2.8	13.3	36%
10	냉장 소고기	4,215	18,201	42.4	0.0	▽99.8	▽90%

* 주1 : 주요 수출 농식품 중 사료, 담배 등은 제외함

* 주2 : HS CODE 6단위를 기준으로 함

* 출처 : ITC Trade Map

(2) 한국의 對우즈베키스탄 농식품 수출현황

○ 2020년 한국산 농식품의 對우즈베키스탄 수출액은 550만 6,300달러(한화 약 65억 1,945만 9,200 원)로 전년 대비 -7.7% 감소

- 수출 상위품목은 커피크리머(20.6%)이 가장 큰 비중을 차지하며 라면(9.6%), 기타 조제품(8.2%), 옥수수전분(3.8%), 소스류(3.0%) 순으로 집계
- 커피크리머는 전년 대비 27.4% 감소한 113만 6,100달러(한화 약 13억 4,514만 2,400 원) 수출되었으며 팬데믹 영향으로 감소

- 라면 수출액은 52만 7,700달러(한화 약 6억 1,295만 6,800 원)로 전년 대비 63.8% 증가
- 기타 조제품은 20만 7,900달러(한화 2억 4,615만 원) 수출하며 전년 대비 1,33.9% 급증
- 옥수수전분(식품용) 수출액은 20만 9,000달러(한화 약 2억 3,690만 원)로 전년 대비 0.5% 감소한 반면 소스류 수출은 16만 2,900달러(한화 약 1억 9,287만 원) 수출하며 전년 대비 39.1% 증가

한국의 對우즈베키스탄 농식품 수출현황(2016~2020)

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	전년비 (‘19/‘20)	연평균 (‘16/‘20)
전체	3,699.3	2,958.8	3,283.1	5,962.7	5506.3	▽7.7	10

* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

한국의 對우즈베키스탄 수출상위 5개품목(2016~2020)

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 (‘20)	전년비 (‘19/‘20)	연평균 (‘16/‘20)
전체	3,699.3	2,958.8	3,283.1	5,962.7	5506.3	100	▽7.7	10
1 커피크리머	703.8	345.0	321.8	1,564.3	1136.1	20.6	▽27.4	13
2 라면	159.0	235.5	235.9	322.1	527.7	9.6	63.8	35
3 기타 조제품	11.7	98.5	18.9	233.2	452.5	8.2	94.0	149
4 옥수수전분(식품용)	320.1	364.7	284.0	209.0	207.9	3.8	▽0.5	▽10
5 소스류	74.2	91.5	112.9	117.1	162.9	3.0	39.1	7.3

* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

1인당 연간 식품 소비량(2017~2020)

(단위 : kg)

구분	2017	2018	2019	2020(추정치 ²⁾)
채소류 및 곡류	277.0	278.0	278.4	277~279
우유 및 유제품(단위 : L)	270.0	272.0	272.4	271~274
난류	215.0	217.0	216.0	215~217
과일류	145.2	150.0	148.8	147~149
감자	55.2	56.0	56.4	55~57
육류 및 육류 제품	43.2	43.0	43.2	42~44
설탕 및 당류	31.0	32.0	33.6	32~3
식물성 유지류	24.0	24.0	24.0	23~25

* 출처 : <http://new.cisstat.org/web/guest/cis-stat-home?iFrameId=43193>

(2) 소비인구 및 특성

○ 2020년 인구수 3,390만 5,242명, 중위연령 27.8세로 젊은 세대의 비중이 높은 편

- 25~54세 연령층이 전체 인구 중 최대 비중(42.19%) 차지하는 반면, 65세 이상의 연령층의 비중은 최소 수준(4.75%)
- 25세 미만의 연령층의 비중은 45.18%로 집계됨
- 남성 인구 수는 1,704만 5,188명으로 전체 인구의 50.27%, 여성 인구 수는 1,685만 9,954명으로 49.72% 차지

○ 2020년 1인당 연평균 임금 10,401만 9,053숨(한화 약 1,152만 원), 가구소득 8,096만 6,717숨(한화 약 897만 원)으로 집계됨

- 2019년 남성 근로자의 평균 임금이 여성 근로자보다 152.8% 높은 것으로 나타남
- 2019년 기준 남성 근로자의 평균 임금은 1억 1,590만 3,808숨(한화 약 1,275만 원)인 반면 여성 근로자의 평균 임금은 4,583만 8,545숨(한화 약 504만 원)에 불과

2) 2020년 수치가 우즈베키스탄 통계청에 업데이트되지 않았으나 근 5년간 수치변화가 거의 없음.

- 2019년 소득 수준이 가장 높은 연령층은 39~44세로, 2억 5,841만 2,480숨(한화 약 2,843만 원)으로 가장 소득 수준이 낮은 연령층인 16~21세의 연평균 임금보다 약 7.5배 더 높은 수준인 것으로 나타남

○ 전체 소비액 중 식음료 부문의 지출이 69.1%로 가장 큰 비중을 차지함

- 외식이 매우 저렴한 편이기 때문에 1인당 5달러(한화 약 5,850원)로 샐러드, 빵, 음료수, 메인 요리(플로브, 멧티 만두, 샤슬릭 케밥)를 맛볼 수 있음
- 고급 레스토랑에서는 1인당 약 10~15달러(한화 약 11,700~17,550원) 수준에 코스요리를 즐길 수 있음

나. 포스트 코로나 시대 시장환경 변화

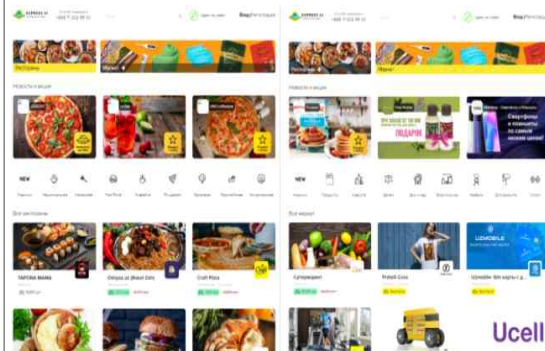
(1) 주요 트렌드

- 코로나19 이후 전통적 유통채널의 방문률이 급격히 감소하였고, 이러한 추세는 향후 현대식 유통채널 성장의 기폭제로 작용할 것으로 예상
 - 이동 제한 및 바이러스 확산 우려로 전통 재래시장 방문을 지양하는 사회적 분위기가 형성되어 코로나 종식 이후 전통적 유통채널의 소비로 회귀할지 여부는 미지수
 - 최근 현대식 유통채널의 소매 현대화 추세와 더불어 대형 유통채널 및 슈퍼마켓 등의 매장 확대 계획으로 코로나 이후 현대식 유통채널로의 식품 소비 전환 가능성 존재
- 외출이 제한되자 온라인을 통한 식품 구매 및 배달 서비스의 수요가 크게 증가함
 - 대표적 배달 서비스 플랫폼인 Express24는 코로나19 이후 한식, 양식, 중식, 카페 음식 등 다양한 음식을 배달하는 서비스를 제공
 - Lebazar.uz, Arba.uz 등 온라인 플랫폼은 소비자가 구매한 상품을 대신 장바구니에 담아 집까지 배달해주는 구매 대행 서비스를 제공하고 있는데 코로나19 이후 이용자 수가 크게 증가한 것으로 나타남

코로나19 이후 식품 유통환경 변화



우즈베키스탄 대형마트 내 무인 셀프계산대



Express24의 배달 서비스

* 출처 : Makro.uz, express24.uz

○ 식품 위생 및 안전성에 대한 중요성이 제고되며 비대면 결제 방식 도입

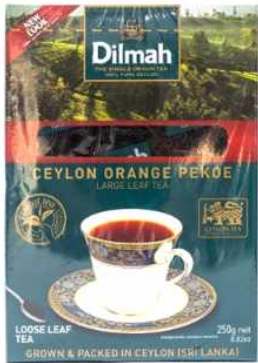
- 대형 유통채널에서는 비대면 결제를 도입하기 시작했는데, 우즈베키스탄의 대형 유통채널인 마르코(Makro)는 우즈베키스탄 최초로 고객이 직접 카드나 어플리케이션을 통해 결제할 수 있도록 셀프 계산대를 마련함

(2) 이슈품목

○ 음료 시장이 꾸준히 성장하는 추세로, 2017~2020년까지 4년간 연평균 7.5%의 성장률을 보임

- 전통적 차(茶) 소비국이나, 최근 인구증가와 기후변화, 해외문화 유입 등의 영향으로 과채음료, 탄산음료, 에너지음료, 커피 등의 제품이 인기를 끌고 있음
- 커피의 경우 젊은 사람이 많이 사는 타슈켄트(우즈베키스탄의 수도)를 중심으로 소비가 확산되는 추세임

우즈베키스탄인들이 즐겨 먹는 차

	
Dilmah 홍차 티백	AHMAD 녹차 티백

* 출처 : www.lebazar.uz

○ 높은 출산율과 소득 수준의 증가로 영유아 식품 소비 증가 추세

- 여성의 사회 참여가 증가하고, 출산율과 가계 소득의 증가로 영유아용 식품 시장 성장 예상
- 조제분유, 밀크와 크림, 영유아 및 어린이용 조제 식료품뿐만 아니라 영유아용 유기농 스낵류 등에 대한 수요 발생

우즈베키스탄에서 유통되는 영유아 식품

		
Nutrilak (Infaprim JSC)	Fruto Nyanya (Progress JSC)	Bolajon (Namangan Bolajon Savdo)

* 출처 : Gomart.uz, babymarket.uz, arba.uz

다. 농식품 관련 정책 동향

○ 2019년 우즈베키스탄 정부는 ‘2020-2030 우즈베키스탄 농업발전전략’을 발표함

- 해당 전략에서 우즈베키스탄 농업 발전을 위한 9가지 전략적 우선순위를 밝힘
- 구체적으로는 국민의 식량안보 보장, 농업환경 및 공급망 향상, 농업 투자매력도 향상, 천연자원의 합리적 사용 및 환경보호, 현대적 공공행정시스템의 개발 및 적용, 농업 지원을 위한 정부 예산 대각화, 농업 과학·교육·정보 및 컨설팅 서비스 시스템 개발, 농촌 개발, 산업통계시스템 개발 등의 내용을 제시함
- 특히 규제 완화 등 정부의 개입을 줄이고 민간 부문의 자율성을 높일 계획임
- 주요 생산품목인 밀의 생산과 가공, 판매 과정에서의 정부 규제를 단계적으로 철폐하고 원재료 및 기술 자원, 서비스 등을 제공하는 국영 기업은 민영화될 예정
- 2021년부터는 모든 작물 가격은 시장 가격으로 전환될 예정이며 밀과 면화 등의 정부 조달을 폐지함
- 이 외에도 농지 공급을 위한 공개 온라인 입찰을 도입하는 등 투명성을 높일 계획임

○ 코로나19로 인한 식량 안보의 불안감이 증대되며 우즈베키스탄 대통령은 농업 생산량 및 국가 식량 비축량을 증대하도록 지시함

- 2020년 4월 개최된 관계부처 회의에서 샤브카트 미르지요예프(Shavkat Mirziyoyev) 대통령은 각 주별 주지사와 관련 책임자에게 식량 안보 확보를 위한 대책 마련을 촉구함
- 밀 생산 할당량을 달성하도록 요구하는 등 이러한 지시에 대해 우즈베키스탄 현지에서는 정부의 시장 재개입 등을 이유로 반발하는 목소리가 커지고 있음

3. 농식품 유통 현황

가. 유통현황 및 특징

- 우즈베키스탄의 현대적 소매채널은 코르진카(Korzinka), 마르코(Makro)와 같은 자국 기업들이 점유하고 있으며 전통적 채널은 재래시장 형태인 바자르(Bazaar)가 주로 운영되고 있음
 - 최근 식품 소매채널에서 슈퍼마켓, 하이퍼마켓 등과 같은 현대적 채널이 수도인 타슈켄트를 중심으로 확대되고 있으나 아직까지 우즈베키스탄 소비자들은 식품 구매 시, 전통적 소매채널인 바자르를 선호하는 것으로 나타남
 - 주로 우즈베키스탄 현지 기업인 ‘코르진카’, ‘마르코’, ‘사마르칸트(Samarqand)’ 등의 업체가 사업을 영위하고 있으며 주요 타깃은 중산층 소비자인 것으로 나타남
 - 현대적 식품 소매채널은 2022년 9.5%까지 확대될 전망이다
 - 우즈베키스탄의 현대적 식품 소매채널의 비중은 2015년 4.4%, 2016년 5%, 2017년 6.3%를 차지하며 지속적인 성장세를 보이고 있음
 - 주로 수도인 타슈켄트를 중심으로 확대되고 있으며, 쾌적한 식품 쇼핑 환경, 다양한 수입품목 및 제품군 등을 판매하며 소비자들을 끌고 있음
 - 과거 우즈베키스탄의 식품 소매채널은 대형업체의 투자없이 주로 독자소매상 중심으로 확장했으며, 이에 따라 프랜차이즈 형태로 운영되는 업체의 수가 낮은 편임
- 바자르는 전통 재래시장으로 우즈베키스탄 전국적으로 퍼져있으며 과일, 채소 등의 신선식품을 주로 취급
 - 바자르는 현지 소비자들의 주요 식품 구매채널이며 농산물 직판장 같음
 - 바자르에서 판매되는 식품은 현대적 소매채널에 비해 비교적 저렴한 것으로 나타나며, 소비자들이 선호함

나. 주요 유통채널 현황

(1) 오프라인 유통채널

○ 현대식 유통채널은 백화점 및 대형 쇼핑몰, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓으로 구분됨

- 최근 현대적인 대형 쇼핑몰의 등장으로 백화점은 다소 구식으로 여겨짐
- ‘쑴(TsUM)’ 백화점은 가격대가 높은 편으로 현지 소비자들보다는 관광객의 방문 및 매출 비중이 높은 것으로 나타남
- ‘사마르칸트 다르보자(SAMARQAND DARVOZA)’는 현재 타슈켄트에서 가장 인기 있는 종합 쇼핑몰로 대형 슈퍼마켓과 고급브랜드, 영화관 및 오락실, 각종 음식점 등이 입점한 멀티플렉스형 유통채널임

매장명	Central department store in Tashkent(TsUM)	SAMARQAND DARVOZA
사진		
설립연도	1910년	2014년
매장수	1개	1개
홈페이지	www.tsum.ru	sdmall.uz

* 출처 : sputnikimages.com, tripadvisor.co.kr

- 슈퍼마켓은 제품의 진위성과 품질에 대한 신뢰 및 편의성에 대한 수요 증가로 소비자에게 인기를 얻고 있음
- ‘코르진카’는 지하철역과 가까운 곳에 위치해 접근성이 높으며 합리적인 가격에 고품질의 제품을 제공하는 것으로 유명함
- ‘마르코’ 브랜드 슈퍼마켓은 자체 베이커리와 나만의 샐러드 만들기 코너 등을 운영하여 타 슈퍼마켓들과 차별화를 꾀함

- ‘유빌레이즈니(Yubileyniy)’는 다양한 종류의 식음료 제품을 판매하며 시음, 시식 행사 등의 홍보 전략을 활용함

매장명	Makro (DARVOZA SAVDO)	Korzinka (Anglesey Food)	Yubileyniy
사진			
설립연도	2010년	1996년	2014년
매장수	50개	18개	—
홈페이지	makromarket.uz	www.korzinka.uz	www.facebook.com/yubileyniy

* 출처 : eurasianinvestor.com, 2gis.uz, kati.net

○ 하이퍼마켓은 보편화 초기단계에 있으며 쾌적하고 현대적인 쇼핑환경을 제공함

- ‘메가 플레넷(Mega Planet)’은 다양한 소매점과 영화관, 푸드 코트로 구성되었으며 평일 정오에 푸드 코트에서 점심을 먹는 직장인과 쇼핑하러 온 젊은 주부들로 붐빔
- 2020년에 우즈베키스탄 내 ‘카르푸(Carrefour)’ 1호점이 개장하였고, 2021년엔 3개로 확대될 예정

매장명	Carrefour (Carrefour SA)	Mega Planet
사진		
설립연도	2020년	2010년
매장수	1개	—
홈페이지	www.carrefouruzbekistan.com	www.mega-planet.uz

* 출처 : retaildetail.eu, youtube.com

○ 전통식 유통채널은 여전히 영향력이 큰 식품 소매채널로, 대부분의 소비자가 매일 전통식 유통채널에서 식료품을 구매하는 것으로 나타남

- 주택 단지나 버스 정류장 근처 등 접근성이 높으며, 전국 각지에 광범위하게 위치해 소비자들이 쉽게 이용할 수 있다는 장점이 있음
- 소비자의 소득 수준이 낮은 편으로 가격경쟁력을 보유한 재래시장이 여전히 선호되나, 최근 대형마트와 같은 현대식 유통채널로 소비자가 이동하는 추세
- 특히 비교적 구매력을 보유한 수도에서는 현대식 유통시장의 세력이 확대되고 있음

매장명	Legion (Premium Azia Trade 000)	Tashkent. Chorsu Bazaar
사진		

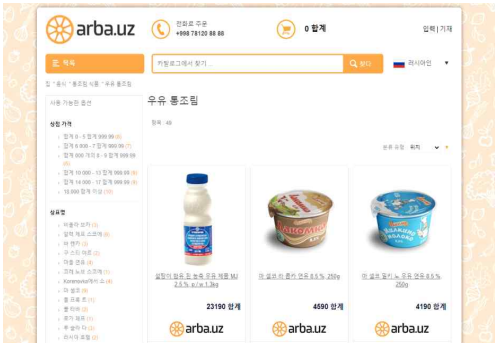
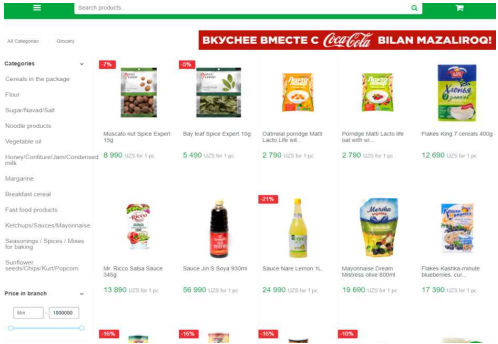
* 주 : 전통식 유통채널의 경우 매장별 점유율, 매출액에 대한 정보가 집계되지 않음
 * 출처 : yandex.com, gettyimages.com

(2) 온라인 유통채널

○ 2020년 총 소매매출은 2019년 대비 17.3% 증가해 194조 8천억 원에 달함.

- 2019년 온라인 식품시장 규모 약 8,000만 달러(한화 약 970억 원)을 근거로 지난해 온라인 식품시장 규모는 대략 9,400만 달러로 추정됨.
- 2018년 기준 전체 전자상거래 시장에서 식료품 구매가 차지하는 비중은 1.1%로 전년 대비 47.5% 증가한 63억 원(한화 약 8억 원) 규모로 나타남
- 주요 식품 온라인 유통채널은 ‘아르바(Arba)’와 ‘레바자르(LeBazar)’가 있음
- Arba는 우즈베키스탄에서 점유율이 가장 높고 대중적인 온라인 유통 플랫폼으로, 신선식품과 가공식품을 모두 아우르는 식품 전반에 대한 제품을 판매함

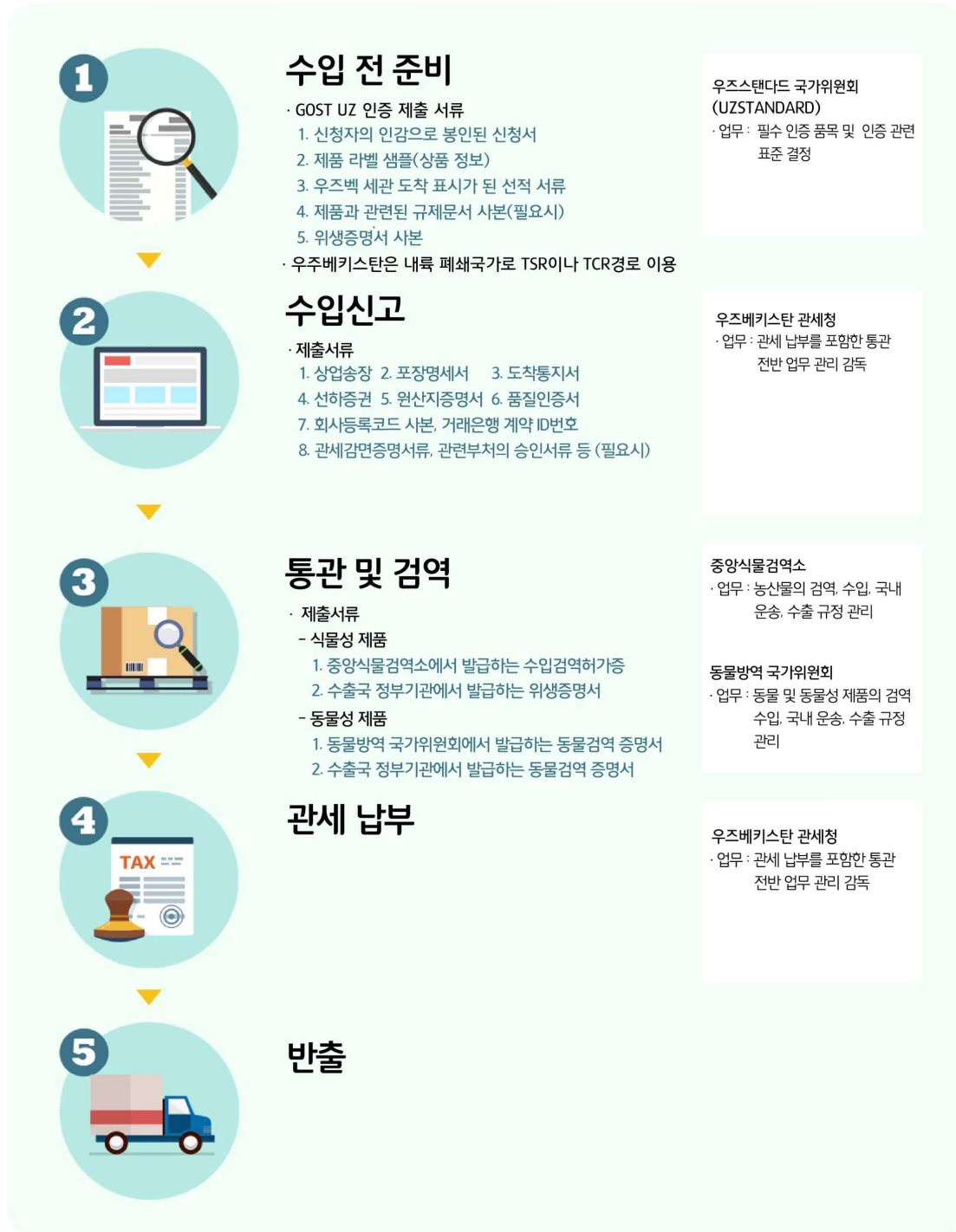
- ‘레바자르’는 최근 빠른 성장세를 보이는 온라인 쇼핑 플랫폼으로, 타슈켄트 지역을 위주로 식료품 및 비식료품을 판매하고 있음
- ‘아르바’는 제품 다양성, 강력한 프로모션 캠페인으로 온라인 판매를 주도함
- 우즈베키스탄 전자상거래는 저개발상태이지만 빠르게 성장하고 있으며 모바일 전자상거래가 성장을 견인함

채널명	Arba.uz	lebazar.uz
사진		
설립연도	2014년	2016년
홈페이지	Arba.uz	lebazar.uz

* 출처 : 해당업체 홈페이지

4. 농식품 수입 프로세스

가. 수입 프로세스



나. 수입제도

(1) 통관제도

- 우즈베키스탄의 농식품 수입통관 절차는 ①사전통지 → ②수입신고 → ③검역 및 검사 → ④관세납입 및 반출 순서로 진행
- 운송업자는 관세 영역(Customs territory)으로 물품 및 교통수단 반입 시 세관 당국에 통지
 - 예외적으로, 우즈베키스탄을 경유하는 선박 또는 항공기에 대해서는 적용되지 않으며 해당 수입 물품은 도착 전 30분 이내에 도착 통지(Notice of arrival)를 하여야 함
 - 세관 업무 시간 외에 물품이 도착하는 경우 세관 업무 개시일의 업무 개시 시간으로부터 30분 이내에 도착 통지 하여야 함
- 수입하려는 물품의 종류, 과세가격, 납부세액 등을 세관에 신고 필요
 - 통관은 필요한 모든 서류가 제출되고 세관 신고가 접수된 날로부터 3일(working days) 이내에 완료하는 것을 원칙으로 함
 - 상기에서 언급된 ‘3일’ 에는 다른 국가기관에서의 수입 물품에 관한 업무 처리 시간이 포함되지 않으므로, 다른 국가기관의 업무가 추가되는 경우 더 많은 시간이 소요될 수 있음
 - 관련 서류로는 수출국(재수출국 포함) 통관서류, 수입대금 결제서류, 관세납부 확인서, 세관 신고서, 운송 및 선적 서류(상업 송장 등), 원산지증명서(필요한 경우), 동, 식물 검역서(필요한 경우), 허가서(허가를 요하는 물품이 있는 경우) 등이 필요함
- 우즈베키스탄 관세청에서 요구한 기준에 맞는지 물품검사를 실시
 - 수입자가 수입신고를 하면 세관원은 세관 내 지정된 구역에서 물품 검사를 실시하나, 세관 이외의 장소(수입물품이 플랜트 설비, 귀금속 등 경우)에서 수행되기도 함
 - 물품 검사는 주로 도착 물품과 송장상 기재 물품과의 대조 작업으로 이루어짐

○ 서류검사 및 물품검사(검역)가 완료되면 관세 납부 필요

- 관세 등의 통관비용은 수입자 또는 관세 대리인을 통해 납부해야 함
- 물품 및 교통수단 반입 시 다음의 통관 비용 납부 필요
- 관세, 부가가치세(VAT) : 20%,
통관수수료 : 0.2%,
소비세(부과 대상 품목인 경우) : 5%~200 등 부과
- 수입관련 내국세의 경우, 세관신고서에 명시된 가격을 기준으로 20%~40%를 부과함
- CIS 국가간 역내 수출입 시 10%의 우대 관세율이, 기타 지역의 수출입 거래에서는 별도의 관세율이 적용됨

○ 관세 납부가 완료되면, 화물인도지시서를 통해 물품반출이 가능

- 수입물품이 검사대상이 아닌 경우, 수입자는 관세를 납부하고 통관이 완료되면 물품반출서를 발급받아 보세구역 등으로부터 물품을 반출할 수 있음

(2) 라벨링 규정

○ 2019년 8월부터 식품시장 내의 불법, 저품질, 모조품 판매를 방지하고자 자국산 및 수입산 일부 식품에 의무적으로 라벨링 부착을 요구함

- 주류, 음료, 비타민, 식품첨가물 등이 라벨링 의무 부착 품목에 해당됨
- 수입자가 세관에 라벨 제작 신청서를 제출하면 세관원은 수입업자의 이름, 세금 식별번호, 신청일, 신청 라벨 수 등을 기록하여 관세위원회에 신청서를 제출함
- 관세위원회는 2일 내로 식별(identification) 표시를 붙여 세관으로 다시 보내며, 세관 검사관은 신청서에 따라 상품에 식별 라벨을 부착함
- 상품 포장의 라벨은 판매 전까지 반드시 부착돼 있어야 하고, 라벨은 제3자에게 팔거나 양도할 수 없지만 세관에 반환할 수 있음
- 전시품, 연구, 시험 등의 비상업적 목적으로 수입되는 상품들은 라벨링 절차가 필요 없음

- 라벨은 열전달 스탬프가 부착된 특수 바코드 프린터에 의해 제작됨
- 상품 정보, 수량, 수입자, 세금식별번호 등을 포함하며, 반드시 현지어로 기재되어야 함
- 소비자 포장에 필요한 라벨은 다음과 같은 정보를 포함해야 함

-
- 제조일
 - 제조사의 보증 규정
 - 효과적이고 안전한 사용을 위한 방법 및 조건 명시
 - 서비스 유효기간 및 유효기간 만료 시 소비자가 취할 수 있는 사항에 대한 정보
 - 제조업체 주소, 소비자 보호 기관 정보
 - 안전한 사용 및 저장 방법
-

○ 우즈베키스탄으로 수입되는 물품 중 반드시 우즈베크어로 된 라벨링을 부착하도록 규정된 물품인 경우에는 검사단계가 엄격하므로 해당 물품이 라벨링 부착 대상 품목인지 여부에 관한 사전 조사가 필요함

- 제2류, 제4류 일부, 제7류 일부, 제8류 일부, 제1806호, 제19류 내지 제22류 등에 해당하는 식료품은 우즈베크어로 라벨링을 부착해야 하는 품목에 포함됨

주요 품목 식품 표기사항 예시

	필수 표기내용
	1. 제조일 : 2017년 06월 19일
	2. 사용방법 : 샌드위치, 샐러드 요리에 곁들여 드세요
	3. 유효기간 : 제조일 이후 0~10도는 9개월, 10~20도는 6개월
	4. 제조업체 주소 : maheev 주소 : 445037, 러시아, 사마라 지역, Togliatti, Avtozavodskiy 지구, Novy proezd, 3, 사무실. 95
	5. 소비자보호기관 : Rospotrebnadzor 전화 +7 (85557) 4-55-13 사이트 : rospotrebnadzor.ru
	6. 저장방법 : 개봉 후 냉장고에 보관

* 출처 : uz.openfoodfacts.org

다. 비관세장벽 관련 이슈 및 현황

- 우즈베키스탄의 TBT/SPS 통보문 사례 확인되지 않음
 - 우즈베키스탄은 현재 WTO 회원국이 아닌 옵저버 국가로, WTO에 TBT 통보문을 제공하지 않아 무역기술장벽에 대한 별도의 확인이 어려움
 - 수입 시 필수 인증이 요구되는 품목이 법으로 명시되어 있으며, 우즈베키스탄 표준청(Uzstandard)에서 국가 표준 인증 업무를 주관함
 - 우즈베키스탄 표준청(Uzstandard) 홈페이지 : www.standart.uz

〈주요 웹사이트 및 관련 법규〉

구분	웹 사이트
우즈베키스탄 통계청	https://stat.uz/ru/
우즈베키스탄 국립관세청	https://customs.uz/ru
우즈베키스탄 대외경제 및 투자부	https://mift.uz/ru
우즈베키스탄 종합정보포털	https://data.gov.uz/ru
농업신문	https://agrovesti.net
리뷰우즈 신문	https://review.uz
세계경제활동관측기관(OEC)	https://oec.world/en
Halyk파이낸스	https://halykfinance.kz/
스팟신문	https://www.spot.uz/ru/
가제타 신문	https://www.gazeta.uz/
트렌드 이코노미	https://trendeconomy.ru
유로모니터	www.euromonitor.com
연방 러시아 농산품수출발전 센터	https://aemcx.ru/
UPL신문	https://upl.uz/economy/
우즈베키스탄 투자유치청	https://invest.gov.uz/ru/investor-taxonomy/otrasli/
우즈벡신문	https://uznews.uz/