



No. 2022-131  
품목 콜라겐(Collagen)  
HS CODE 2106.90.9099  
국가 아랍에미리트(UAE)



# C.O.N.T.E.N.T.S

<b>I</b>	<b>시장 현황 및 전망</b>	3
	1. 시장 규모 2. 수출입 통계	
<b>II</b>	<b>트렌드</b>	11
	1. 소비 트렌드 2. 빅데이터 분석	
<b>III</b>	<b>유통</b>	18
	1. 유통구조 2. 주요 유통채널 분석	
<b>IV</b>	<b>통관 및 제도</b>	32
	1. 통관 및 검역 2. 인증 3. 라벨링 4. 위생요건	
<b>V</b>	<b>시사점</b>	44
	1. 수출 확대 방안	

# I

## 시장 현황 및 전망



# 01 시장 규모

## 아랍에미리트 건강보조식품 시장 규모

2021년 아랍에미리트 건강보조식품 시장 규모는 소매 판매액 기준 1억 4,210만 디르함(약 479억 원<sup>1)</sup>)을 기록함. 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 4.2%를 기록함  
- 코로나19 이후 건강 관리에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 건강보조식품 시장이 지속적으로 성장하고 있음

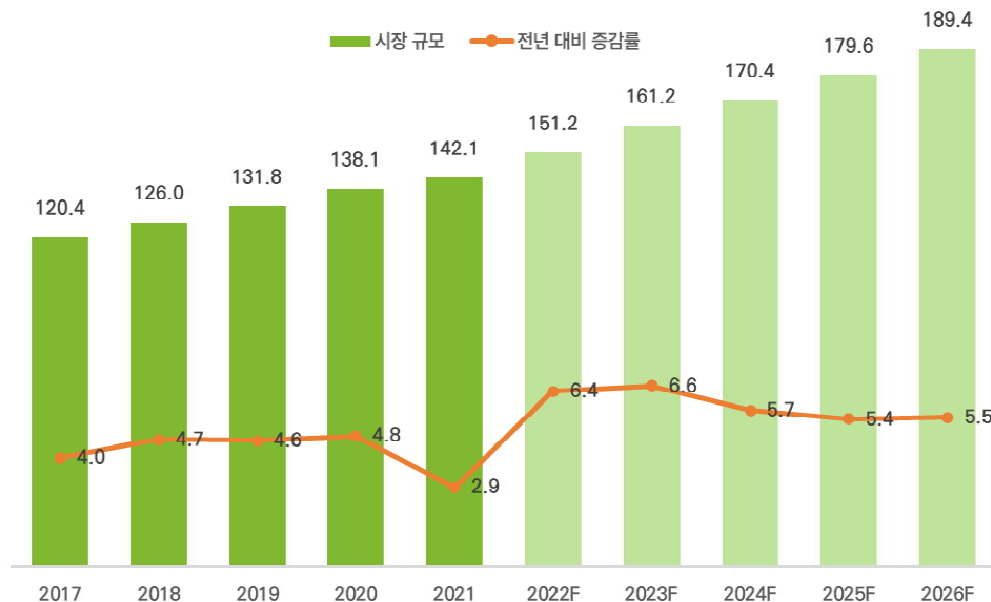
향후 5년간(2022-2026년) 건강보조식품 판매액은 연평균 성장률 5.5%를 기록하며 지속 성장하여 2026년에는 1억 8,940만 디르함(약 638억 원)에 이를 것으로 전망됨



그림 1

아랍에미리트 건강보조식품 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 백만 디르함, %)



자료: Euromonitor International

1) 1디르함=337.08원(2023년 1월 10일 하나은행 매매기준율 기준)

건강보조식품은 크게 약초 및 전통 건강보조식품과 비(非)약초 및 전통 건강보조식품으로 분류할 수 있음

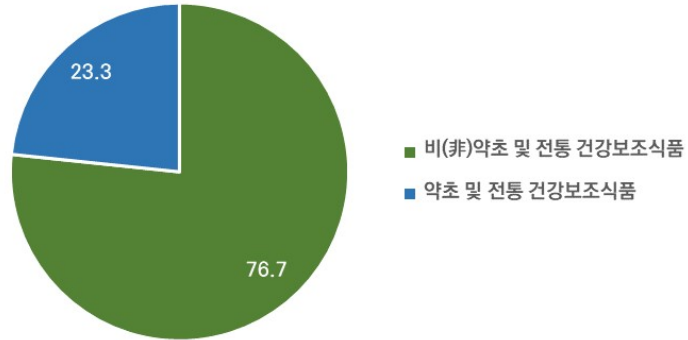
- 2022년 기준, 비(非)약초 및 전통 건강보조식품이 76.7%로 가장 큰 비중을 차지함



그림 2

아랍에미리트 건강보조식품 시장 세부 유형별 점유율 현황(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

## 아랍에미리트 비(非)약초 및 전통 건강보조식품 시장 규모

지원 기업의 제품은 콜라겐으로, 비(非)약초 및 전통 건강보조식품에 속하여 해당 시장 규모를 조사함

2021년 아랍에미리트 비(非)약초 및 전통 건강보조식품 시장 규모는 소매 판매액 기준 전년 대비 3.1% 증가한 1억 940만 디르함(약 369억 원)을 기록함. 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 4.1%를 기록함

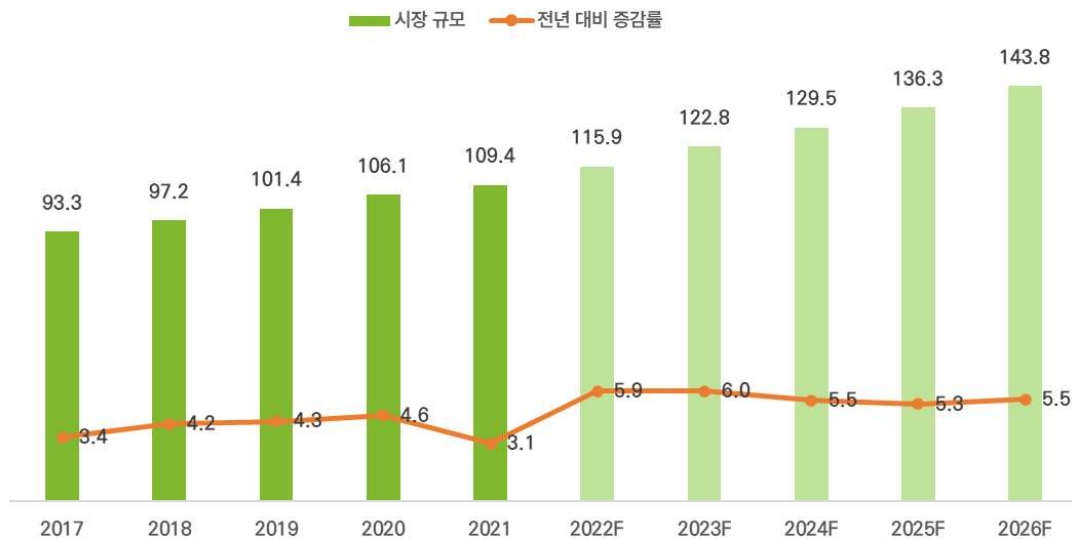
향후 5년간(2022-2026년) 비(非)약초 및 전통 건강보조식품 판매액은 연평균 성장률 5.5%를 기록하며 지속 성장하여 2026년에는 1억 4,380만 디르함(약 485억 원)에 이를 것으로 전망됨



그림 3

아랍에미리트 비(非)약초 및 전통 건강보조식품 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 백만 디르함, %)



자료: Euromonitor International

# 02 수출입 통계

## 조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 2106

- 따로 분류되지 않은 조제 식료품

HS CODE 2106.90

- 기타

HS CODE 2106.90.9099

- 기타

국가별 HS CODE

- 글로벌: 2106.90
- 아랍에미리트: 2106.90
- 한국: 2106.90.9099

## 글로벌 콜라겐 수입 규모

2021년 글로벌 콜라겐(HS CODE 2106.90) 수입 규모는 553억 4,788만 7,000달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 10.6% 증가함

- 2021년 미국은 71억 5,717만 달러를 수입하여 전체 수입 규모의 약 12.9%를 차지함
- 이어서 중국(7.4%), 독일(4.1%), 한국(3.9%), 네덜란드(3.8%) 순으로 높은 비중을 차지하였으며, 아랍에미리트는 27위 수입국으로 전체 수입 규모의 약 1.1%를 차지함

**표 1** 글로벌 콜라겐 수입 규모 추이(2017-2021년)

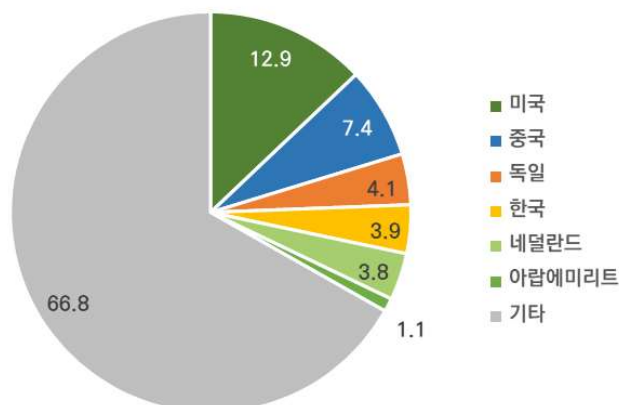
(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	37,028,393	43,798,315	46,130,368	49,169,142	55,347,887	10.6
1 미국	2,305,658	5,263,280	5,826,461	6,386,648	7,157,170	32.7
2 중국	1,835,969	2,717,012	3,122,560	3,835,344	4,070,764	22.0
3 독일	1,648,789	1,766,190	1,773,936	2,024,275	2,272,753	8.4
4 한국	1,174,692	1,380,331	1,710,688	1,913,551	2,166,919	16.5
5 네덜란드	1,300,937	1,525,987	1,552,659	1,780,066	2,101,822	12.7
27 아랍에미리트	530,003	504,878	481,529	552,435	596,537	3.0
기타	28,232,345	30,640,637	31,662,535	32,676,823	36,981,922	7.0

자료: ITC World Trademap

**그림 4** 글로벌 콜라겐 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap



## 아랍에미리트 콜라겐 수입 규모

2021년 아랍에미리트의 콜라겐(HS CODE 2106.90) 국가별 수입 규모는 對미국 수입액이 1억 2,673만 3,000달러로 전체 수입 규모의 21.2%를 차지함

- 그 외 인도(11.1%), 아일랜드(9.8%), 독일(6.2%), 영국(5.0%) 순으로 높게 나타남

2021년 對한국 수입 규모는 78만 5,000달러를 기록하였으며, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 -2.5%를 기록함



표 2

아랍에미리트 콜라겐 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	530,003	504,878	481,529	552,435	596,537	3.0
1 미국	152,818	151,451	139,460	149,529	126,733	-4.6
2 인도	19,434	25,654	30,311	43,104	66,163	35.8
3 아일랜드	73,033	51,674	55,219	52,006	58,462	-5.4
4 독일	22,962	30,073	28,283	30,136	37,115	12.8
5 영국	19,947	22,717	26,230	27,388	30,117	10.8
<b>42 한국</b>	<b>870</b>	<b>912</b>	<b>1,144</b>	<b>849</b>	<b>785</b>	<b>-2.5</b>
기타	240,939	222,397	200,882	249,423	277,162	3.6

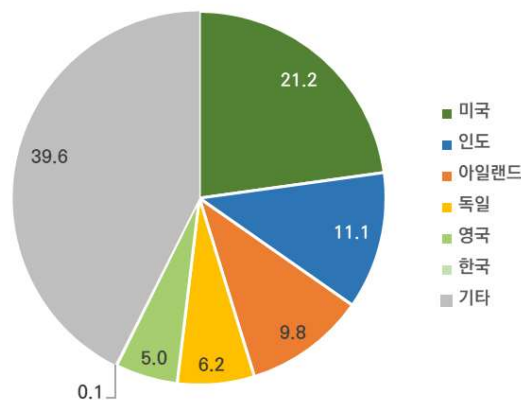
자료: ITC World Trademap



그림 5

아랍에미리트 콜라겐 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

## 한국 콜라겐 수출 규모

2021년 한국의 콜라겐(HS CODE 2106.90.9099) 수출 규모는 5억 2,983만 5,000달러, 수출량은 13만 9,529톤을 기록함

- 최근 5년간(2017-2021년) 수출액은 연평균 성장률 14.3%, 수출량은 연평균 성장률 -0.04%를 기록함

2021년 한국의 對아랍에미리트 콜라겐 수출 규모는 34만 4,000달러, 수출량은 52톤을 기록함

- 수출액은 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률 41.6%를 기록함

- 수출량은 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률 45.1%를 기록함



표 3

한국의 對글로벌 및 對아랍에미리트 콜라겐 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
對 글로벌	수출액 (YoY)	310,955 4.0	339,803 9.3	342,361 0.8	428,878 25.3	529,835 23.5	14.3 -
	수출량 (YoY)	139,729 3.4	144,126 3.1	141,040 -2.1	132,479 -6.1	139,529 5.3	-0.04 -
對 아랍 에미리트	수출액 (YoY)	86 -17.0	24 -71.5	155 536.1	259 66.9	344 32.9	41.6 -
	수출량 (YoY)	12 -47.1	3 -76.3	25 807.1	32 26.0	52 63.4	45.1 -

자료: 농식품수출정보(KATI)

# II

## 트렌드



# 01 소비 트렌드

## 건강식품에 대한 현지 소비 트렌드

아랍에미리트 식품 시장의 주요 트렌드는 건강에 좋은 식품 및 유기농 제품 수요 증가임. 건강 기능성 식품 및 유기농 제품 전용 판매 섹션을 만드는 슈퍼마켓과 식료품점이 점점 늘어나고 있음

- 아랍에미리트는 세계 평균 2배 수준의 비만을 보이는 국가로, 고칼로리 식사, 동물성 지방 중심의 섭취 습관 등에 따라 2형 당뇨병, 고혈압, 심장질환 등 건강 문제가 심각한 상황임
- 이에 따라 당뇨병과 셀리악병(Celiac disease) 등 특정 음식 과민증을 위한 제품들을 찾는 소비자가 증가하고 있으며, 슈퍼마켓은 이러한 수요를 반영하여 당뇨병 및 글루텐 프리 제품을 판매하고 있음

건강 트렌드와 소득 증가 등의 영향으로 건강 및 웰빙 제품 시장이 지속적인 성장세를 보임

- Euromonitor에 따르면, 2020년 소매 판매액 기준 건강 및 웰빙 제품 시장 규모는 20억 1,070만 달러로 최근 5년간(2016-2020년) 연평균 5.6% 증가한 것으로 나타남
- 세부 시장별 규모는 자연식(NH)이 10억 2,240만 달러로 전체의 50.8%를 차지함
- 그 외, 기능성/강화성(FF) 38.2%, 건강식(BFY) 7.7%, 유기농 1.7%, 무첨가 1.6% 순으로 높게 나타남. 최근 5년간 가장 높은 성장세를 나타낸 시장은 무첨가(12.8%)로, 전체 건강 및 웰빙 제품 평균(5.2%) 대비 약 2.3배 빠른 성장세를 나타냄



표 4

아랍에미리트 건강 및 웰빙 제품 시장 규모 추이(2016-2020년)

(단위: 백만 달러, %)

국가	2016	2017	2018	2019	2020	연평균 성장률
자연식 (Naturally Healthy, NH)	835.8	859.6	886.1	927.4	1,022.4	5.2
기능성, 강화성 (Fortified/Functional, FF)	620.1	675.2	755.2	738.2	767.4	5.5
건강식 (Better For you, BFY)	119.1	127.2	136.3	144.4	154.2	6.7
유기농(Organic)	22	24.4	27.7	31	34	11.5
무첨가(Free From)	20.2	24.2	26.2	29.5	32.7	12.8
합계	1,617.2	1,710.6	1,831.5	1,870.5	2,010.7	5.6

자료: Euromonitor International

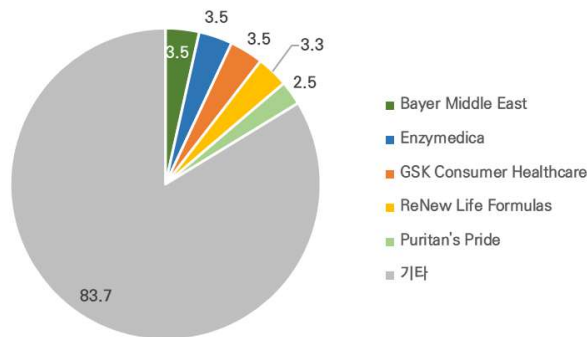
## 건강보조식품 시장점유율

콜라겐의 상위 시장인 아랍에미리트 건강보조식품 시장의 기업별 시장점유율을 살펴보면, 상위 3개 기업의 점유율이 전체 시장의 약 10.5%를 차지하는 고도로 세분화된 시장임  
 - Bayer Middle East, Enzymedica, GSK Consumer Healthcare가 각각 3.5%로 시장점유율 1위를 차지함



그림 6 아랍에미리트 건강보조식품 기업별 시장점유율(2022년)

(단위: %)



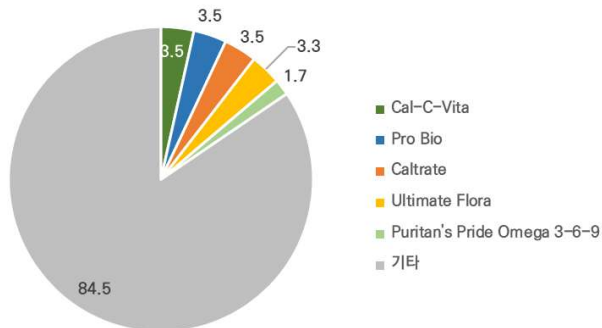
자료: Euromonitor International

아랍에미리트 건강보조식품 시장의 브랜드별 점유율을 살펴보면, Bayer Middle East사의 Cal-C-Vita, Enzymedica사의 Pro Bio, GSK Consumer Healthcare사의 Caltrate가 각각 3.5%의 비중을 차지하며 시장점유율 1위를 차지함



그림 7 아랍에미리트 건강보조식품 브랜드별 시장점유율(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

## 건강보조식품 제품 트렌드

- 코로나19로 인해 면역력과 건강에 대한 관심이 높아지면서 건강보조식품의 수요가 증가하고 있음
- 천연 재료, 과일, 채소 기반의 무설탕 건강보조식품에 대한 수요가 급증하고 있음
  - 품목별로는 면역력 증진에 도움을 주는 비타민에 대한 수요가 높은 편임. 아랍에미리트는 연중 일조량이 높으나 더운 날씨 때문에 실외활동이 적은 경우가 많아 건강보조식품을 통해 비타민D를 보충함

아랍에미리트 건강보조식품 시장의 기능별 점유율을 살펴보면, 뼈 건강을 기능으로 강조하는 제품이 전체 시장의 21.7%로 시장점유율 1위를 차지함

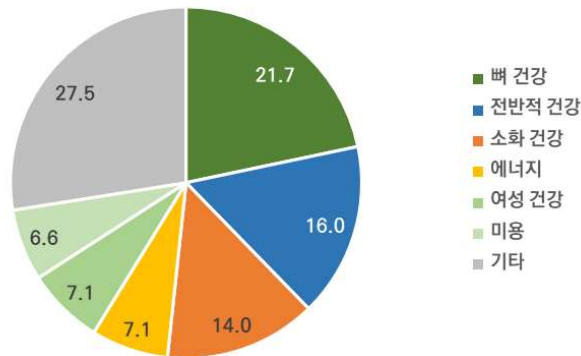
- 이어서 전반적 건강(16.0%), 소화 건강(14.0%), 에너지(7.1%), 여성 건강(7.1%), 미용(6.6%) 순으로 높은 비중을 차지함



그림 8

아랍에미리트 건강보조식품 기능별 시장점유율(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

# 02 빅데이터 분석

## 데이터 분석 개요

UAE 내 웹 트래픽 수가 높은 아마존에서 콜라겐(collagen)에 대한 분석을 진행함. 분석의 단계는 데이터 수집, 데이터 정제, 데이터 분석으로 진행하였고, 수집 항목은 제품 소개란(성분, 홍보문구), 소비자반응(리뷰)이며 총 수집 건수는 제품 253건, 소비자반응 13,499건임

## 데이터 분석

### 1. 제품 특성 주요 키워드 추출

콜라겐 제품 소개 출현 단어빈도는 피부 180건, 두피 155건, 건강 95건으로 나타났으며, 다른 단어들은 보충, 손, 발톱, 몸, 관절, 아름다움, 뼈, 주름 등이 출현함. UAE 아마존 쇼핑몰에서 콜라겐을 판매 중인 업체들은 피부 미용 및 영양 보충을 강조하고 있는 것으로 분석됨

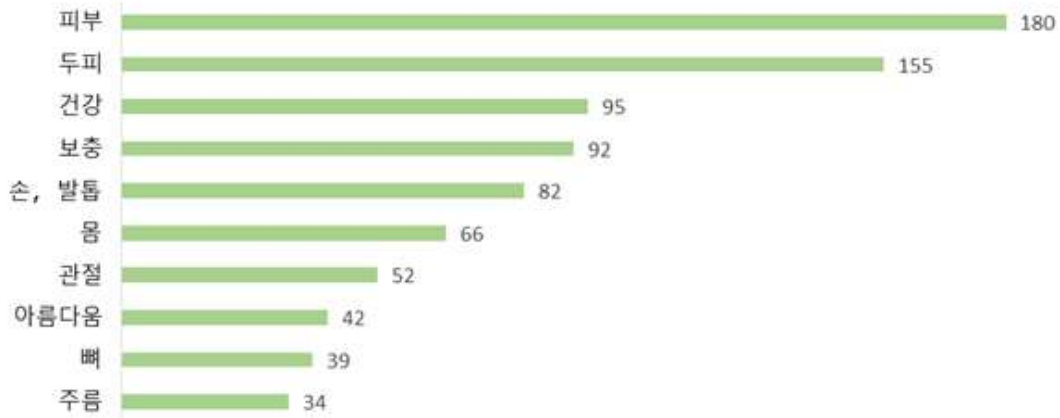


표 5

제품 특성 출현단어 빈도

순위	출현단어	출현빈도
1	피부	180
2	두피	155
3	건강	95
4	보충	92
5	손, 발톱	82
6	몸	66
7	관절	52
8	아름다움	42
9	뼈	39
10	주름	34

그림 9 제품 특성 출현단어 빈도



## 2. 동시출현단어 분석

동시출현단어 출현 빈도는 아래 표와 같음. 콜라겐 제품 소개 시 가장 높게 나타난 키워드는 두피 및 손톱이며, 이어서 피부, 이로운, 관절, 구성요소, 여자 및 남자, 보충, 액체, 분해가 그 뒤를 따름. 성별과 관계없이 콜라겐이 두피, 피부, 손톱 개선에 필요하며, 관절에도 효과가 있음을 강조하는 것으로 분석됨

표 6 제품 특성 연관단어 출현 빈도

순위	연관단어	빈도
1	두피, 손톱	45
2	피부	40
3	이로운	17
4	관절	15
5	구성 요소	12
6	여자, 남자	12
7	보충제	6
8	액체, 분해	6



### 3. 리뷰 출현단어 분석

콜라겐을 구매한 소비자들의 리뷰에서는 두피 및 손톱이 가장 높은 빈도로 도출됨. 이어서 피부, 성장, 무릎, 골수, 탈모, 개선, 촉감, 얼굴 등이 뒤따름. 콜라겐은 주로 두피, 손톱, 피부 개선에 많이 활용되나, 이와 더불어 관절에도 효과가 있어 소비자들의 관심이 높은 것으로 분석됨



표 7

소비자 반응 연관단어 키워드 빈도

순위	연관단어	빈도
1	두피, 손톱	534
2	피부	327
3	성장	182
4	무릎, 고통	146
5	골수	110
6	탈모	93
7	부작용	81
8	두피 개선	47
9	피부 촉감	42
10	얼굴 피부	34

# III

유통



# 01 유통구조


## 아랍에미리트 콜라겐 유통구조

지원 기업의 품목인 콜라겐의 상위 카테고리인 건강보조식품의 유통채널을 분석함

Euromonitor에 따르면, 건강보조식품은 드럭스토어, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 소형 식료품점, 온라인 쇼핑몰, 편의점, 기타 비식료품점 등을 통해 유통되고 있음

아랍에미리트의 건강보조식품은 주로 드럭스토어를 통해 유통되고 있음. 2022년 기준, 드럭스토어의 유통 비중은 전체 유통채널의 65.7%를 차지함

- 이어서 슈퍼마켓(13.4%), 하이퍼마켓(11.6%), 소형 식료품점(4.5%), 온라인 쇼핑몰(3.0%), 편의점(1.1%) 순임
- 드럭스토어의 유통 비중은 2017년 대비 7.0%p 증가함
- 다른 유통채널의 비중은 2017년 대비 모두 소폭 감소함

 표 8 아랍에미리트 건강보조식품 유통경로별 점유율

(단위: %)

유통채널	2017년	2022년	2017년 대비 증감률
드럭스토어	58.7	65.7	7.0
슈퍼마켓	13.7	13.4	-0.3
하이퍼마켓	12.1	11.6	-0.5
소형 식료품점	4.5	4.5	0.0
온라인 쇼핑몰	5.7	3.0	-2.7
편의점	1.3	1.1	-0.2
기타 비식료품점	4.0	0.7	-3.3
총계	100	100	-

자료: Euromonitor International

# 02 주요 유통채널 분석

## 아랍에미리트 콜라겐 유통채널

2021년 아랍에미리트 유통채널의 식료품 총 매출액은 227억 3,100만 달러로 최근 3년간(2019-2021년) 연평균 8.2% 증가함

- 유통채널은 크게 점포 소매와 무점포 소매로 분류할 수 있으며, 2021년 각각 전체 비중의 79.0%, 21.0%를 차지하고 있음
- 점포 소매는 현대식 유통채널과 전통식 유통채널로 나뉘며, 2021년 각각 오프라인 매출 비중의 85.1%, 14.9%를 차지함

2021년 오프라인 유통채널별 비중은 하이퍼마켓이 전체 유통 판매액의 46.2%를 차지하였으며, 그 외 슈퍼마켓(19.3%), 전통식 유통채널(11.8%), 편의점(1.7%) 순으로 높게 나타남

- 따라서, 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이 전체 식료품 유통채널의 65.5%를 차지하고 있음
- 최근 3년간 가장 높은 연평균 성장률을 기록한 오프라인 유통채널은 슈퍼마켓(5.1%), 하이퍼마켓(4.2%)임. 편의점(-0.6%)과 전통식 유통채널(-21.0%)은 모두 감소세를 기록함

온라인은 전체 유통채널 중 최근 3년간 가장 높은 성장률(36.7%)을 기록함

- 특히 2020년에는 코로나19의 영향으로 전년 대비 59.0%의 큰 폭의 성장세를 나타냄
- 2022년 온라인 유통채널 매출액은 전년 대비 19.3% 증가한 57억 500만 달러를 기록할 것으로 예상됨

그림 10 아랍에미리트 오프라인 유통업체별 식료품 매출액 추이(2019-2022년)

(단위: 백만 달러)



자료: Euromonitor International

아랍에미리트 유통채널은 대형 체인형 소매업체들을 중심으로 빠르게 늘어나고 있으며, 소비자 선호도가 증가하는 추세임

- 아랍에미리트 현대식 유통채널의 대다수를 차지하는 하이퍼마켓과 슈퍼마켓은 다국적 체인형 대형 소매업체들이 점령하고 있으며, 두바이와 아부다비 등 대형 도시를 기반으로 빠르게 확대되고 있음

도심 내 체인형 유통채널은 아랍에미리트의 낮은 기업세, 발전된 인프라, 비즈니스 방문객 및 관광객의 증가, 지식재산권 관련 법률 확립 등의 영향으로 빠르게 성장함

- 소규모의 독립형 전통 식료품점인 바칼라(Baqala)는 두바이 구도심과 북부지역(샤르자, 라스알카이마 토호국, 푸자이라 등)을 중심으로 분포되어 있음. 바칼라는 최소 주문액 제한 없이 전화로 주문을 받아 가정 내 배달 서비스를 제공하는 편리성이 있음

아랍에미리트 하이퍼마켓은 크게 까르푸(Carrefour)와 같은 외국 프랜차이즈, 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)과 같은 현지 프랜차이즈, 그리고 유니언 콕(Union Co-operative Society, Union Coop)과 같은 정부 설립의 협동조합 형태로 구성됨

Euromonitor에 따르면, 2021년 하이퍼마켓 업체별 시장 점유율은 Carrefour가 38.4%를 차지하여 1위를 기록함. 그 외, LuLu Hypermarket(26.6%), Union Co-operative society(17.1%), Abu Dhabi Cooperative society(5.2%), Sharjah Co-operative Society(3.5%) 등 순으로 높게 나타남

- UAE 까르푸는 굴지의 현지 기업 마지드알푸테임(Majid Al Futtaim)이 인수하여 운영하고 있으며, 14만㎡ 규모의 제벨알리 창고시설을 활용하여 산하에 까르푸 시티(Carrefour City)와 까르푸 슈퍼마켓(Carrefour supermarket) 체인을 보유 중
- 시장점유율 26.6%로 2위를 차지한 루루하이퍼마켓은 아랍에미리트와 주요 중동국가, 인도 및 말레이시아 등에 점포를 보유한 대형 유통업체임. 슈퍼마켓 체인인 루루센터(Lulu Center)를 운영하고 있으며, 2022년 7월 좀 더 신선한 제품을 콘셉트로 루루 익스프레스 슈퍼마켓(LuLu Express Supermarket)을 런칭하며 사세를 확장 중임
- 3위를 차지한 유니언 콕(Union COOP)은 1982년 5월 노동과 사회복지(Labour and Social Affairs) 장관 결의안에 따라 설립됨. 로컬 커뮤니티에 대한 봉사 및 에미리트 사회와 경제 부양을 목적으로 하며, 4개의 쇼핑몰을 비롯해 20여 개의 점포를 운영 중임. 산하에는 미니 콕(Mini Coop)과 콕 슈퍼마켓(Coop Supermarket) 체인을 보유하고 있음

슈퍼마켓의 경우, West Zone이 2021년 시장 점유율 18.7%, 점포 수 150개를 보유하여 1위를 차지함. West Zone Group의 산하 슈퍼마켓 체인 브랜드인 West zone supermarket은 10만㎡의 유통센터, 15만㎡의 매장 규모를 자랑하고 있으며 일평균 방문객 수는 3만 5,000명 이상임. 또한 수입 제품 비중이 30%에 달하며 2개의 자사 브랜드(PB)를 운영하고 있음

- 그 외, Al Maya Supermarket(13.2%), Carrefour Market(13.1%), Spinneys(9.8%) 순으로 높게 나타남

**표 9** 아랍에미리트 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 주요 업체별 점유율 및 점포 수 현황(2021년)

(단위: %, 개)

하이퍼마켓				슈퍼마켓			
순위	회사명	시장 점유율	점포 수	순위	회사명	시장 점유율	점포 수
1	Carrefour	38.4	100개 이상	1	West Zone	18.7	150개
2	Lulu Hypermarket	26.6	98개	2	Al Maya Supermarket	13.2	51개
3	Union Co-operative Society	17.1	23개	3	Carrefour Market	13.1	100개 이상
4	Abu Dhabi Cooperative Society	5.2	40개	4	Spinneys	9.8	51개
5	Sharjah Co-operative Society	3.5	35개	5	Al Madina Supermarket	9.6	49개

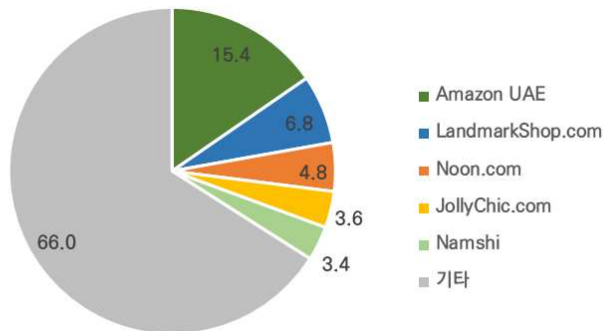
자료: Euromonitor International

2020년 아랍에미리트 전자상거래 시장의 주요 기업 점유율 현황은 다음과 같음

- Amazon UAE가 시장점유율 15.4%로 1위를 차지함
- 이어서 Landmark Shop(6.8%), Noon(4.8%)이 각각 2, 3위를 차지함

**그림 11** 아랍에미리트 주요 전자상거래 기업 시장점유율(2020년)


(단위: %)




자료: Euromonitor International

## 주요 오프라인/온라인 유통업체: (1) 드럭스토어

### 1. LIFE Pharmacy

		<b>개요 및 주요 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1996년에 설립되었으며, 중동 내 최초로 헬스케어 하이퍼마켓을 운영함</li> <li>- 일일 평균 방문객 수는 약 1,000만 명 수준에 달함</li> <li>- 일부 매장은 24시간 운영되고 있으며, 드라이브 스루 등 다양한 시도를 통해 편리한 서비스를 제공하고 있음</li> </ul>							
			<table border="1"> <tr> <td><b>유통업체명</b></td> <td>JVT LIFE PHARMACY LLC</td> <td rowspan="3"> <b>본사 소재지</b> </td> <td>71246 Dubai, United Arab Emirates</td> </tr> <tr> <td><b>연락처</b></td> <td>+971-4341000</td> <td rowspan="2"> <b>매출액 및 종업원 수</b> </td> <td rowspan="2">           약 2억 4,239만 달러(약 1,500명)         </td> </tr> <tr> <td><b>홈페이지</b></td> <td>www.life-me.com</td> </tr> </table>	<b>유통업체명</b>	JVT LIFE PHARMACY LLC	<b>본사 소재지</b>	71246 Dubai, United Arab Emirates	<b>연락처</b>	+971-4341000	<b>매출액 및 종업원 수</b>
<b>유통업체명</b>	JVT LIFE PHARMACY LLC	<b>본사 소재지</b>	71246 Dubai, United Arab Emirates							
<b>연락처</b>	+971-4341000		<b>매출액 및 종업원 수</b>	약 2억 4,239만 달러(약 1,500명)						
<b>홈페이지</b>	www.life-me.com									
<b>입점 절차</b>										
<p>1) 유선 연락 혹은 이메일을 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보           <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>- 담당 바이어 전달 및 회신</li> </ul> <p>2) 특이사항: UAE FDA 인증 필수</p> <p>3) 문의사항 연락처</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 연락처: +971-(0)4-561-0000</li> <li>- 이메일: cpd@life-me.com</li> </ul>										

## 2. Asterpharmacy


		<b>간략 소개 및 주요 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1989년 설립된 애스터 디엠 헬스케어 (Aster DM Healthcare)의 자회사</li> <li>- 2010년 애스터(Aster)로 상호를 변경함</li> <li>- 아랍에미리트, 쿠웨이트, 인도에 진출하여 매장을 운영 중임</li> <li>- 온라인몰을 통해 약 11,000개의 제품 배송 서비스를 제공 중</li> <li>- 2019년 자체 브랜드 뉴트라트림(Nutra Trim)과 더마바이트(DermaBite)를 런칭함</li> </ul>	
<b>유통업체명</b>	ASTER DM HEALTHCARE FZC		<b>본사 소재지</b>	Business Bay 33rd Floor, Tower D - AspectTower, Executive Tower at Bay Avenue Dubai, Dubai, United Arab Emirates
<b>연락처</b>	+971-44546001			약 6억 8,000만 달러(약 101명)
<b>홈페이지</b>	www.asterdmhealthcare.com	<b>매출액 및 종업원 수 입점 절차</b>		

- 1) 홈페이지를 통한 직접 입점 문의
  - 홈페이지 Supplier 탭 클릭하여 해당 양식 작성 후 제출 (asterpharmacy.com/supplier/supplier-registration)
  - 등록 시 필요한 일반적 정보
    - ① 공급자 정보  
(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소)
    - ② 회사 관련 내용  
(공급 관련, 아랍에미리트 외 유통채널 공급 내용, 사업자등록증, 무역업고유번호 등)
    - ③ 제품 정보  
(제품명, 패키지, 내용물, 제조업체, 원산지, UAE 내 공급업체, 원가, 판매가, 제품 카탈로그 및 샘플 등)
  - 담당 바이어 전달 및 회신
- 2) 특이사항
  - 소요시간: 3개월 이하
  - 사업자등록증, 무역업고유번호부여증, 가격구조 서류의 경우 첨부 및 업로드 필수
  - 제품 승인 시, 벤더 등록을 위해 7,000디르함(약 230만 원)을 UAE 정부에 지불 후 수출 자격을 얻을 수 있음
  - 문의 사항 연락처: info@asterpharmacy.com



### 3. BinSina

		<b>간략 소개 및 주요 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1965년에 설립된 알크하이아트인베스트먼트의(AI Khayat Investments)의 자회사</li> <li>- UAE 최초의 약국 체인이자 120개 이상의 매장 보유</li> <li>- 까르푸 매장에 입점해 있으며, 전화 주문 시 제품 배송 서비스 제공</li> </ul>
<b>유통업체명</b>	BinSina Pharmacy		
<b>연락처</b>	+971-800-246-7462	<b>홈페이지</b>	www.binsina.ae
<b>입점 절차</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 직접 문의: 유선이나 이메일로 직접 문의</li> <li>2) 벤더 등록             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로컬 에이전트 소싱</li> <li>- 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul> </li> <li>3) 등록 시 필요한 일반 정보             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소)</li> <li>② 회사 관련 내용(공급 관련, 아랍에미리트 외 유통채널 공급 내용, 사업자등록증, 무역업고유번호 등)</li> <li>③ 제품 정보(제품명, 패키지, 내용물, 제조업체, 원산지, UAE 내 공급업체, 원가, 판매가, 제품 카탈로그 및 샘플 등)</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 담당 바이어 전달 및 화신</li> </ul> </li> <li>4) 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 :+971(0)4 810 5555</li> <li>- 이메일: Retail.inq@akigroup.com</li> </ul> </li> </ol>			

## 주요 오프라인/온라인 유통업체: (2) 슈퍼마켓/하이퍼마켓

### 1. Carrefour

		<b>개요 및 주요 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1995년 아랍에미리트에 진출한 대표 식료품 유통업체</li> <li>- 2021년 마켓플레이스의 도입과 함께 117개의 배송센터 운영을 시작하여 온라인 사업 확대</li> <li>- 50만 개 이상의 식품 및 비식품 상품을 판매 중임. 까르푸 매장의 약 80%는 지역 상품들이며 지역 제조업자, 공급자 및 지역경제 활성화에 중점을 두고 운영하고 있음</li> <li>- 현지 대형 유통매장 중 한국 식품 종류가 가장 다양하며, 인스턴트 라면류, 김치 및 김치 관련 스낵류, 소스류 등을 판매하고 있음</li> </ul>
			<b>본사 소재지</b> 43 27th St, Port Saeed - Dubai
<b>유통업체명</b>	CARREFOUR HYPERMARKET UAE	<b>매출액 및 종업원 수</b>	약 2억 5,387만 달러 (약 1,300명)
<b>연락처</b>	+971-42093377	<b>입점 절차</b>	
<b>홈페이지</b>	www.carrefouruae.com		

#### 1) 홈페이지를 통한 직접 등록

- 온라인 폼 작성 및 등록  
(www.carrefouruae.com/contact-us)
- 등록 시 필요한 일반적 정보
  - ① 공급자 정보  
(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소)
  - ② 공급 제품 정보  
(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)
  - ③ 참고자료  
(회사소개서, 카탈로그 등)
- 담당 바이어 전달 및 회신

#### 2) 특이사항

- 소요시간: 약 30일
- 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음
- 별도 이메일을 통한 접수는 불가

## 2. Lulu Hypermarket

		<b>개요 및 주요 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2000년 설립되었으며, 루루그룹인터내셔널 (LuLu Group International)이 소유한 하이퍼마켓 체인</li> <li>- 약 22개국에 대형 슈퍼마켓을 보유, GCC국가 내 매장 210개 및 23개 쇼핑몰 운영 중</li> <li>- 사우디아라비아 제다 지역에 사우디 여성 800명을 고용하여 여자의 경제적 참여를 독려함과 동시에, 여성 직원들만 있는 매장을 오픈하여 보수적인 사우디 여성들의 편안한 식료품 쇼핑을 도와주고 있음</li> <li>- 약 10만 개의 품목을 취급하고 있으며, 한국산 스낵용 김, 인스턴트 라면류, 김치, 만두 등을 판매 중</li> </ul>
			<b>본사 소재지</b>
<b>유통업체명</b>	LULU HYPERMARKET (L.L.C.)	<b>매출액 및 종업원 수</b>	약 9,704만 달러 / 글로벌 총매출액은 106억 4,000만 달러(약 850명)
<b>연락처</b>	+971-800-732-32	<b>입점 절차</b>	
<b>홈페이지</b>	www.luluhypermarket.com		

## 1) 이메일을 통한 직접 문의

- 사업제안서와 연락처 정보를 포함하여 자유 형식으로 신청서 작성 후 제품 담당자 메일로 송부
- 등록 시 필요한 일반적 정보
  - ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)
  - ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)
  - ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등)

## 2) 문의사항 연락처

- 담당자: Mr. Jayan(Purchase Manager)
- 이메일: jayands@ae.lulumea.com

### 3. West Zone

		<b>개요 및 주요 이슈</b>	- 2005년 설립되었으며, 아랍에미리트 내 150개 점포 보유 - West Zone, Yash, Praise, La Filipina, Pinoy, Nine 6개의 자체 브랜드를 보유하고 있음 - 신선도, 품질, 편의성에 중점을 둔 슈퍼마켓으로 지역 고객의 요구사항을 바탕으로 서비스를 제공하고자 함 - 월간, 국가기념일, 라마단, New Year 등 다양한 할인 행사 진행 - 2019년 1월, 경쟁사인 Giant Group의 Safestway를 인수함
			<b>유통업체명</b> WEST ZONE FRESH SUPER MARKET (L.L.C)
<b>연락처</b>	+971-04-338-2727	<b>본사 소재지</b>	Culligan Water Co. Industrial Area Al Quoz- 2, DUBAI
<b>홈페이지</b>	www.westzonefresh.com	<b>매출액 및 종업원 수</b>	약 3,268만 달러 / 약 1,000명
<b>입점 절차</b>			

- 1) 회사소개서 및 카탈로그를 수입 담당자 이메일 또는 공개 메일로 송부
  - 홈페이지 하단 메뉴 VENDOR & SUPPLIER 클릭하여 온라인 폼 작성 및 등록
  - 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 연락처, 이메일 주소, 회사명, 사업자등록증, 기업 종류, 입점 희망하는 제품, 현재 유통채널
  
- 2) 입점 관련 담당자 정보
  - 담당자: Mr. Shanu
  - 직책: Import Manger
  - 이메일: inventory@westzonefresh.com
  - 공개 메일: info@westzonefresh.com
  
- 3) 벤더 리스트(식음료 브로커)
  - 벤더명: Bagason Group
  - 홈페이지: bagason.com
  - 전화번호: +971-4-3394496 / 이메일: info@bagason.com
  - 기업 소개: 웨스트 존 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동 지원

## 4. Spinneys

		<b>개요 및 주요 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1961년에 설립되었으며, 아랍에미리트 회사인 Albwardy Investment가 100% 지분 소유</li> <li>- 영국계 대형 유통업체로 아랍에미리트 내 51개(슈퍼마켓 30개, 편의점 21개) 점포 운영</li> <li>- 고품질 및 유기농 제품 판매 비중이 높음</li> <li>- 유럽산(영국산) 제품, 자체 브랜드(PB) 상품 등 프리미엄 제품군을 많이 보유하고 있으며, 가격대가 상대적으로 높아 주 고객층이 고소득층인 미주 유럽계임</li> <li>- 스피니스 자체 브랜드 제품을 2019년 7월부터 아랍에미리트 아마존 내에서 판매하기 시작함</li> </ul>
			<b>본사 소재지</b> Meydan polo residence, Nad Al Sheba 1 - Dubai
<b>유통업체명</b>	SPINNEYS EGYPT	<b>매출액 및 종업원 수</b> 입점 절차	약 7억 2,000만 달러 / 약 1,920명
<b>연락처</b>	+971-4-274-3333		
<b>홈페이지</b>	www.spinneys.com		

## 1) 구매부와의 연락을 통한 등록

- 등록 시 필요한 일반적 정보

## ① 공급자 정보

(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소)

## ② 공급 제품 정보

(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)

## ③ 참고자료

(회사소개서, 카탈로그 등)

## 2) 로컬 에이전트를 통한 등록

## 3) 구매부 연락 정보

- 연락처: +971-4-2743332

## 4) 벤더 리스트(식음료 브로커)

- 벤더명: Food Emporium

- 홈페이지: foodemporiumuae.com

- 전화번호: +971-4-8851111

- 기업 소개: 스피니스 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동 지원

## 주요 오프라인/온라인 유통업체: (3) 온라인 쇼핑몰

### 1. Amazon UAE

		<b>개요 및 주요 이슈</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중동 최대의 오픈마켓</li> <li>- 서비스 국가는 UAE, 사우디, 이집트 등임</li> <li>- 영국, 미국, 중국 등으로부터 물품 구입이 가능함</li> <li>- 2005년 Souq.com 설립 후 2017년 아마존이 5억 8,000만 달러에 인수함</li> <li>- 취급 품목은 의류, 가전제품, 도서, 생활용품, 화장품, 식품 등 다양함</li> </ul>	
<b>유통업체명</b>	Amazon UAE	<b>본사 소재지</b>	Aurora Tower, Office 1901, Dubai
<b>연락처</b>	+971-4573-2000	<b>홈페이지</b>	www.amazon.ae
<b>입점 절차</b>			

#### 1) Amazon.ae 계정 등록

- <https://sellercentral.amazon.ae> 사이트를 통해서 진행

#### 2) 필요 서류

- 개인: 신분증, 현지 은행계좌정보 등
- 사업자: 신분증, 현지 은행계좌정보, 사업자등록증, UAE 부가세등록증 등

#### 3) 판매 절차: Fulfillment by Amazon 등록 시

- 판매자는 Amazon.ae 주문처리 센터에 제품 입고
- Amazon.ae는 주문처리, 재고관리, 배송 대행
- 배송 후 발생하는 반품, 환불 등 CS에 대해서는 Amazon.ae에서 처리함

#### 4) 판매 절차: 일반판매자

- 제품 상세정보 및 발송지 주소 등록
- 주문 접수내용에 맞춰 판매자가 소비자에게 직접 배송
- 배송 후 발생하는 반품, 환불 등 CS에 대해서는 판매자가 직접 처리

## 2. Noon.com

		<b>개요 및 주요 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2016년 설립된 온라인 쇼핑몰</li> <li>- 유통구조 및 배송 네트워크가 잘 구축되어 있으며, 두바이몰과 연계되어 있음</li> <li>- 당일 배송 등 빠른 배송 서비스로 지속 성장 중임</li> <li>- 취급 품목으로는 의류, 가전제품, 식료품 등이 있음</li> </ul>
<b>유통업체명</b>	Noon.com	<b>본사 소재지</b>	Tower 2, Boulevard Plaza, Sheikh Mohammed bin Rashid Boulevard Burj Khalifa, Dubai
<b>연락처</b>	+971-8003-8888	<b>홈페이지</b>	www.noon.com
<b>입점 절차</b>			

### 1) 계정 등록

- <https://login.noon.partners/en/register> 사이트를 통해서 진행

### 2) 필요 서류

- 신분증, 현지 은행계좌정보, 사업자등록증, UAE 부가세 등록증 등

### 3) 판매 절차: Noon Express 등록 시

- 판매자는 Noon.com 주문처리 센터에 제품 입고
- Noon.com은 주문처리, 재고관리, 배송 대행

### 4) 판매 절차: 일반판매자

- 제품 상세정보 및 발송지 주소 등록
- 주문 접수 시 Noon.com은 판매자 발송지에서 제품 수취 혹은 판매자가 Noon.com의 배송센터로 물품 발송
- Noon.com은 최종소비자에게 물품 배송

# IV

## 통관 및 제도





# 01 통관 및 검역

## 한국 수출 통관 절차

### 출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

### 수출신고 서류 준비

- ① 정식 수출신고:
  - 목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출
- ② 목록통관:
  - 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
  - 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
  - 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음
- ③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간이한 방식으로 수출신고를 할 수 있음
  - FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출신고의 어려움을 해소할 수 있음
  - 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세 환급 등 혜택을 받을 수 있음

## 한국 수출 통관 절차도



### 서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음

- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

### 수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

### 수출신고

- 수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수
- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

### 세관 심사

- 위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐
- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상 일치 여부를 확인함
  - 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

### 선(기)적

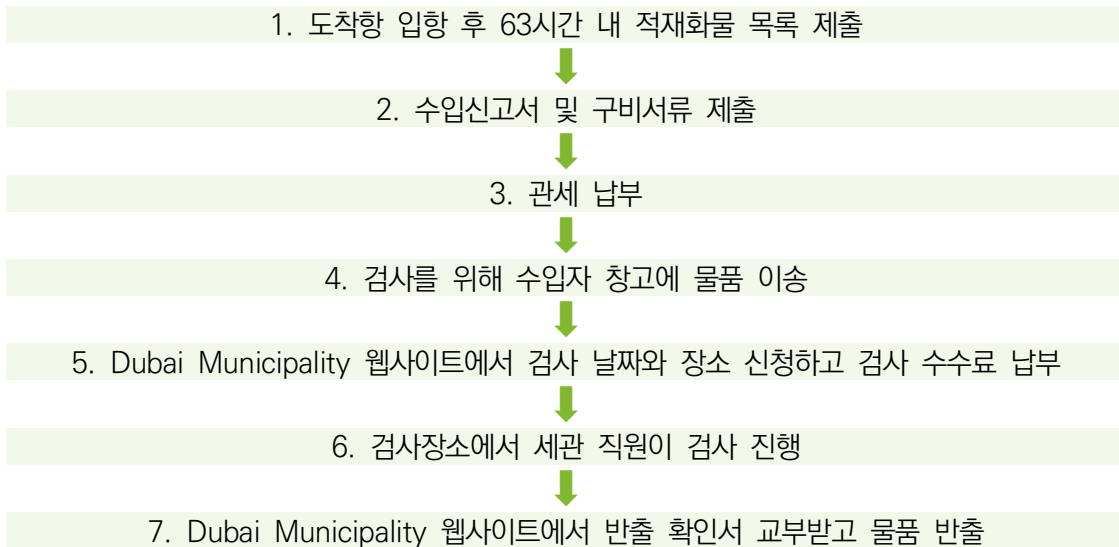
수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송 수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

## UAE 통관 절차

### 개요

수입 통관은 외국 물품을 UAE 내로 반입하기 위한 일련의 행위로, 수입신고, 물품 심사·검사, 관세 납부 또는 징수, 수입허가 등 일련의 절차를 의미함. 식품을 수입하는 경우에는 Dubai Municipality 웹사이트<sup>2)</sup>에서 식품 등록 및 라벨 평가를 수입 전에 완료해야 함

## UAE 수입 통관 절차도



2) Dubai Municipality  
<https://hub.dm.gov.ae/link/servicedetails?servicecode=2974>

## UAE 수입 통관 절차

### 적재화물 목록 제출

입항 시 선장은 적재화물 목록, 승객 목록, 해당 항구에서 하역할 물품 목록 등을 제출하여야 하며, 적재화물 목록에는 선박명, 선박 국적, 적재항, 적재화물 등이 기재되어야 함

### 수입신고서 및 구비서류 제출

모든 서류나 정보는 온라인으로 제출하며, 원본 서류는 물품 반출 전/후에 제출해야 함

〈수입신고 시 제출 서류〉

- 상업 송장
- 포장명세서(품목별 중량, 포장방법, HS CODE 포함)
- B/L
- 원산지증명서
- 수입 제한 물품 또는 면세품인 경우 수입허가서(Import Permit)
- 식품의 경우 건강 증명서(Original health certificate)

### 관세 납부

- ① 관세 납부 또는 담보 제공  
관세를 납부해야 물품 반출이 가능함. 관세를 납부하거나 관세액에 상당한 담보를 제공하고 물품을 반출할 수 있음
- ② 관세 면제  
UAE 본토로 반출하는 물품은 관세가 부과되며, FTZ로 반출하는 물품은 관세가 면제됨

Dubai  
Manicipality  
신청 후 물품  
검사

## ① 개요

물품 검사는 검사 장소로 이송하여 세관에서 실시하며, 현장에서 샘플 채취가 필요하다고 판단할 경우 샘플을 채취해서 검사를 진행해 육안 검사에 추가하여 전문기관을 통해 분석(시험)을 할 수 있음. 검사 결과 유해하거나 승인할 수 없다고 판단되는 경우 폐기 또는 재수출 명령을 내릴 수 있음

## ② 검사 소요기간

- 샘플을 채취하지 않는 경우: 1영업일
- 샘플을 채취하는 경우: 9영업일

## ③ 검사 비용

- 수입자 창고까지 운송비용: 50아랍에미리트 디르함
- Knowledge and Innovation: 20아랍에미리트 디르함
- 검사 비용은 화주가 부담함

## 〈Dubai Manicipality 신청 시 제출 서류〉

- 세관에 발급한 입국 신고서(Bill of Entry)
- Delivery Order(컨테이너로 수입된 경우 한정)
- 건강증명서
- 할랄 인증서
- GMO Free 인증서
- 유기농 인증서
- 조류독감 바이러스, 다이옥신, 중금속, 방사능 물질을 함유하고 있지 않다는 증명서
- 기타 건강, 영양 관련 증명서(필요한 경우)

반출 확인서  
교부

Dubai Manicipality 웹사이트에서 반출 확인서 교부받고 창고에서 물품을 반출함

# 02 인증

## Trade License 발급

### 1. 개요<sup>3)</sup>

외국 기업이 UAE로 물품을 수출입하기 위해서는 경제개발부(DED, Department of Economic Development)에서 Trade License를 발급받아야 함. Commercial or Trade License 또는 General Trade License를 발급받아 수출입을 비롯한 전반적인 무역거래를 할 수 있음. 라이선스를 발급받으면 UAE에 사무소를 설립하거나 UAE 국적의 대리점 또는 대리점을 임명하여 UAE 본토(FTZ가 아닌 구역)로 물품을 수출입할 수 있음. FTZ(Free Trade Zone)에 설립한 기업이 라이선스를 발급받으면 해당 FTZ로 물품을 수출입할 수 있음. 발급 기간은 3일~4주 소요됨



3) 경제개발부(DED):

[www.tamm.abudhabi/en/tamm-centers-services/department-of-economic-development](http://www.tamm.abudhabi/en/tamm-centers-services/department-of-economic-development)

## 2. 제출 서류

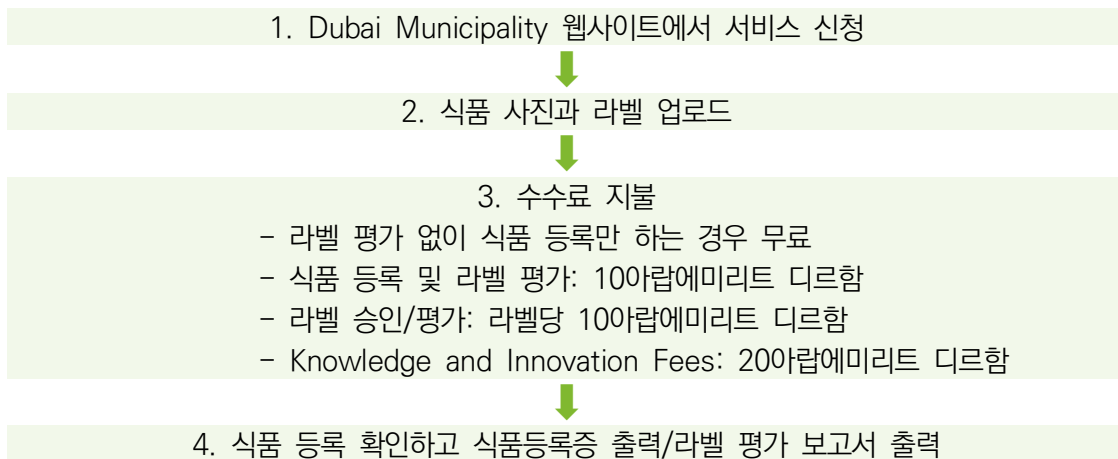
- ① Trade License 발급 신청서
  - ② Memorandum of Association(연합 각서)
  - ③ Company Name Approval(업체명 승인서)
  - ④ 업체 대표의 여권 사본
- 업체명 승인서는 기업이 업체명을 선택하면 DED에서 승인서를 송부함. 10월 1일~12월 31일 사이에 재등록을 해야 하며, 재등록 기간에 연장하지 않은 시설은 만료 시설, 등록하지 않은 시설로 간주됨

## 사전 식품 등록 및 라벨 승인

### 1. 개요

UAE로 식품을 수출하기 위해서는 수출하려는 식품을 Dubai Municipality를 통해 사전에 등록하고 라벨 승인/평가를 받아야 함. 식품 등록에 1영업일, 식품 라벨 평가에 5영업일이 소요됨

### 2. 식품 등록 및 라벨 승인 절차



### 3. 제출 서류

- ① 등록하거나 평가받을 식품 라벨
- ② 제품 사진

# 03 라벨링

## 라벨링

### ① 개요

UAE의 라벨링 요건은 모든 도매 및 소매 식품 품목에 적용됨. 식품 라벨링은 Standard UAE.S GSO 9:2017 'Labeling of Prepackaged Food Stuffs'를 따라야 함

### ② 언어

아랍어 또는 아랍어/영어로 표기해야 하며, 아랍어 스티커를 사용할 수 있음. 스티커 또한 사용 전에 라벨 평가를 받아야 함

### ③ 표기 사항

상품명, 원재료, 원산지, 보관환경/사용방법/영양정보(해당하는 경우)

### ④ 유통기한 표기

- 유통기한이 3개월 이하인 식품: 일/월/년
- 유통기한이 3개월 이상인 식품: 일/월/년 또는 월/년(월의 마지막 날이 만료 날짜로 간주됨)
- 월은 숫자 또는 문자로 표기 가능

### ⑤ 동물성 성분

동물성 지방 등 동물성 성분은 할랄 인증을 받은 동물성 성분을 사용해야 함. 돼지고기 지방은 비무슬림 제품과 소매점 지정 제한구간에서 판매하는 경우에만 사용 가능함. 돼지고기가 포함된 경우 라벨에 분명히 표기해야 함

### ⑥ 기타

- 라벨에 유기농 로고가 표기된 경우 이에 관한 공인기관의 인증서를 제출해야 함. 유기농 제품이라도 라벨에 유기농 표기를 하지 않는 경우에는 인증서를 제출할 필요가 없음
- 라벨에 'GMO Free'가 표기된 경우 원산지 증명서를 발급하는 관할 기관의 GMO Free 인증서를 제출해야 함



## 1) 기본 표시사항 및 용어 정의



표 10

아랍에미리트 식품 라벨 표시 사항

구분	필수/선택	구분	필수/선택
1) 브랜드명	선택	8) 제품 바코드	선택
2) 제품/물품명	필수	9) Lot 번호	선택
3) 식품 원료	필수	10) 아랍어 라벨	필수
4) 제품별 생산일자 및 만료 일자	품목별 상이	11) 보관방법	일부 유형 필수
5) 제조업체, 유통업체, 또는 수입업체	선택	12) 아나필락시스 유발 성분이 함유된 제품 표시	선택
6) 순중량 및 중량	선택	13) 섭취 방법	일부 유형 필수
7) 원산지	필수	14) 영양 성분	일부 유형 필수

주1. 제품/물품명의 경우, 해당 물품에 대한 간단한 설명이 필요함

주2. 식품 원료의 경우, 내림차순 또는 중량/용량 순으로 기입해야 함

주3. 아랍어 라벨의 경우 라벨은 아랍어로 작성해야 하며, 기존 라벨 위에 아랍어로 작성된 라벨 스티커를 부착하는 방법도 허용

주4. 제품별 생산일자 및 만료일자의 경우, 유효기간 기입이 필수가 아닌 제품은 제외

주5. 보관방법의 경우, 특수한 보관 방법이 필요한 제품에 한하여 기재해야 함

주6. 아나필락시스(Anaphylaxis): 항원-항체 면역 반응이 원인이 되어 발생하는 급격한 전신 반응

주7. 섭취 방법의 경우 필요 시 기재해야 함

주8. 영양성분의 경우 유아식품 등 일부 품목은 제외함

자료: aT농수산식품유통공사

## 2) 표기 방식

UAE에서 유통되는 식품의 라벨 표시사항은 아랍어 또는 아랍어와 영어로 표기해야 함

- 아랍어로 작성된 라벨 스티커 부착은 필수가 아님

삽입물(Inserts)을 사용하는 경우, 해당 원료의 생산일자 및 유통기한을 반드시 표기해야 하며 삽입물은 허가된 원료로만 사용 가능함

## 3) 유의사항

라벨은 소비자들이 쉽게 이해할 수 있도록 명확하게 기입되어야 함

표기되어 있는 정보들은 식품의 특성에 관하여 오해의 소지가 없어야 함

# 04 위생요건

## 식품 첨가물 규정

UAE의 식품 첨가물 규제는 걸프협력회의(GCC, Gulf Cooperation Council)의 규정을 따르고 있음

- KATI에서 콜라겐의 식품 첨가물 관련 규정을 검색한 결과, 총 8건의 물질과 관련 기준이 검색됨
- 자세한 아랍에미리트 식품 첨가물 규정은 KATI농식품수출정보(www.kati.net)에 접속하여 '식품 첨가물/유해물질 > 아랍에미리트(UAE) > 식품 유형 > 기타 식품류 > 기타 가공품'을 선택하여 관련 규정을 확인할 수 있음



표 11

기타 가공품에 적용되는 식품 첨가물 기준

물질명	식품 유형	사용기준
ammonium chloride	모든 식품	GMP
alpha-amylase from aspergillus oryzae var	모든 식품	GMP(밀가루개량제 기능에 한함)
alpha-amylase from bacillus stearothermophilus expressed in bacillus subtilis	모든 식품	GMP(밀가루개량제 기능에 한함)
Alpha Amylase from Bacillus Subtilis	모든 식품	GMP(밀가루개량제 기능에 한함)
cyclotetraglucose	모든 식품	GMP(운반제, 피막제 기능에 한함)
cyclotetraglucose syrup	모든 식품	GMP(운반제 기능에 한함)
carbohydrase from bacillus licheniformis	모든 식품	GMP(밀가루개량제 기능에 한함)
sodium erythorbate	모든 식품	GMP

자료: 농식품수출정보(KATI)

## 유해물질

KATI에서 콜라겐의 유해물질 관련 규정을 검색한 결과, 총 41건의 물질과 관련 기준이 검색됨  
 - 하기 표는 콜라겐에 적용되는 아랍에미리트 유해물질 중 일부이며, 자세한 규정은 KATI농식품수출정보(www.kati.net)에 접속하여 '식품 첨가물/유해물질 > 아랍에미리트(UAE) > 식품 유형 > 기타 식품류 > 기타 가공품'을 선택하여 관련 규정을 확인할 수 있음



표 12

기타 가공품에 적용되는 유해물질 기준

물질명	식품 유형	잔류허용기준	분류
Acrylonitrile	식품	0.02mg/kg	O
cyflumetofen	식품	0.01mg/kg	O
virginiamycin	식품	0.01mg/kg	V
melamine	식품	2.5mg/kg	O
241 Americium(241Am)	모든 식품	10Bq/kg	R
Co-60 감마선 (Cobalt 60)	모든 식품	1,000Bq/kg	R
134 Cesium(134 Cs)	모든 식품	1,000Bq/kg	R
144Cerium(144Ce)	모든 식품	1,000Bq/kg	R
192Ir(192 Iridium)	모든 식품	1,000Bq/kg	R
238 Plutonium(238 Pu)	모든 식품	10Bq/kg	R
239 Plutonium(239 Pu)	모든 식품	10Bq/kg	R
240 Plutonium(240 Pu)	모든 식품	10Bq/kg	R
Radioactivity 131 I	모든 식품	100Bq/kg	R
103 Rutherfordium(103Ru)	모든 식품	1,000Bq/kg	R
106 Rutherfordium(106Ru)	모든 식품	100Bq/kg	R
90 Strontium (90Sr)	모든 식품	100Bq/kg	R

\*유해 물질 분류: 방사능물질(R): Radioactive material, 동물용의약품(V): Veterinary medicine, 기타(O): Others

자료: 농식품수출정보(KATI)

V

시사점



## 01

## 수출 확대 방안

## 시장 여건

아랍에미리트의 최근 5년간(2017~2021년) 건강보조식품 시장 규모가 연평균 성장률 4.2% 성장을 기록하였으며, 향후 5년간(2022~2026년) 연평균 성장률 5.5%에 이를 것으로 전망되고 있음

건강보조식품에 대한 관심의 증가는 전 세계적인 트렌드이며, 코로나19가 이러한 트렌드를 가속화시킴. 국내의 경우 이전에는 주로 중년/고령층이 건강보조식품에 관심을 가지고 있었으나 최근에는 전 연령대로 확산되었으며, 연령대별·성별·기능별로 다양한 니즈에 부합하는 건강보조식품들이 인기를 끌고 있음

이와 같은 다양한 소비층을 대상으로 하는 건강보조식품에 대한 수요는 비단 국내에서만 아니라, 충분한 소득 수준과 구매력을 지닌 UAE 시장에서도 증가할 것으로 판단되며, 국내 건강기능식품 제조업체가 진출하기에 매력적인 시장으로 판단됨

## 수출 가능성 진단 및 전략

UAE의 건강보조식품기업별 시장점유율을 살펴보면 기타가 83.7%를 차지할 정도로 다양한 기업/업체들이 제품을 출시하고 있는 것으로 보이며, 시장지배력이 있는 특정 기업/업체가 존재하지 않는 상황이므로 한국의 업체가 진출할 수 있는 여지가 충분해 보임

건강보조식품 제품의 기능별 시장점유율의 경우 뼈건강, 전반적 건강, 소화 건강에 관련된 제품들이 약 50%를 점유하고 있으며, 여성 건강과 미용이 차지하는 비중은 15% 미만에 불과하므로, 해당 기능과 관련된 콜라겐 제품의 수요 확대 가능성도 커 보임

기능적 측면에서도 콜라겐, 비타민 C, 식이섬유가 함께 포함되어 있기 때문에, 여성의 미용을 전반적으로 책임진다는 측면을 강조해야 함

다만, UAE 소비자의 경우 종교적인 이유로 건강보조식품의 원료를 민감하게 확인할 가능성이 큼. 지원 기업 제품이 저분자 피쉬콜라겐이라는 점을 강조할 필요가 있음

최근 중동 지역에서의 K-POP, K-Culture에 대한 관심이 크게 증가하여, 한국 제품에 대해서도 우호적으로 받아들일 가능성이 큰 상황임. 한국의 제품이 기능적으로 우수하며 신뢰할 수 있다는 점을 UAE 소비자들이 받아들일 수 있는 분위기가 형성되어 있다고 판단됨. 지원 기업이 식약처 건강기능식품 인증을 획득했다면 이 부분을 강조해야 함

2021년 기준 UAE의 오프라인 유통채널 중 65.5%를 비중을 차지하는 하이퍼/슈퍼마켓과 최근 3년간 36.7% 성장률을 기록한 온라인 쇼핑물에 집중하여 제품을 유통시키는 것이 효율이라고 판단됨

특히, 건강보조식품의 경우 유통기간이 길고 운송 기간, 수단, 환경 등에 영향을 받지 않기 때문에, 온라인 거래에 매우 적합한 제품임. 따라서 온라인 채널 특성에 맞는 마케팅에 심혈을 기울여야 함. 온라인 쇼핑물의 경우 입소문에 의해 구매하는 경우가 많은 여성 소비자들이 제품 리뷰를 작성하고 커뮤니티를 형성할 수 있는 공간이므로, 모니터 요원, 블로거, 인플루언서, 유튜버 등의 구매 경험 및 후기가 공유될 수 있도록 판매 페이지를 구성하여 홍보하는 것이 효과적으로 보임

## 참고문헌



### □ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC World Trademap
3. 농식품수출정보(KATI)

## 수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023. 1

•본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.