



이집트, 진공 밀봉기계 유망
한국산 가격경쟁력 높아 시장 진입 가능

이집트에서 포장 산업은 초입에 들어섰고, 세계시장에서 이 분야의 경쟁력을 갖추기 위해 정부 및 관련 기업들은 경쟁력을 배양하는 단계인 것으로 나타났다.

이집트의 포장 및 랩 제품 시장들은 거의 90%가 수입에 의존하고, 10%를 국내에서 생산하고 있다.

플라스틱 혹은 열가소성 물질로 만들어진 진공 포장기계들은 일반적인 보관 제품보다 3~5배 더 오래 보관할 수 있고, 신선하게 보관할 수 있는 장점이 있다.

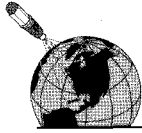
포장 기계는 이집트의 로컬 생산이 거의 전무

한 형태이며 1백% 가까이 수입에 의존하고 있다. 제한적으로 HI-TECH 라는 이집트 회사에서 랩 기계가 제한적으로 생산되고 있으나, 품질이 매우 좋지 않은 것으로 평가되고 있다.

밀봉과 랩 기계의 수요는 매우 커서 로컬 시장에서 수입 브랜드간의 경쟁력이 매우 크다.

독일과 이탈리아, 스페인은 이 분야의 시장 선도 국가이며, 독일제품은 품질 뿐만 아니라 가격도 매우 높아 좋은 품질에 적당한 가격의 제품인 이탈리아 제품 수요가 매우 높은 실정이다.

한편 이집트 시장에서 한국 진공밀봉기계 제품의 가격 수준은 타 경쟁국에 비해 적절한 수준으로 판단되므로 시장 진입에 타 제품에 비해 수월할 것으로 판단된다. 한편 가격 중시 시장인 점을 감안, 초반시장 진입 시 품질보다는 가격에 중심을 두고 접근할 필요가 있으며, 중장기적으로는



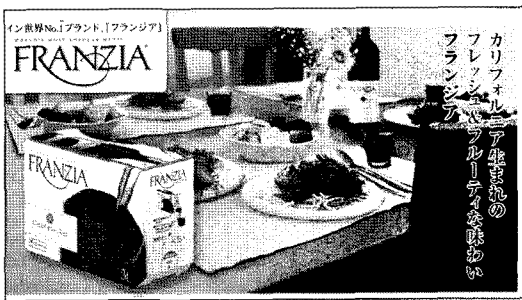
품질 중심의 틈새 시장을 공략하는 것도 방법일 수 있다.

日, 팩소주보다 팩와인 인기 대용량 와인, 특히 호응 높아

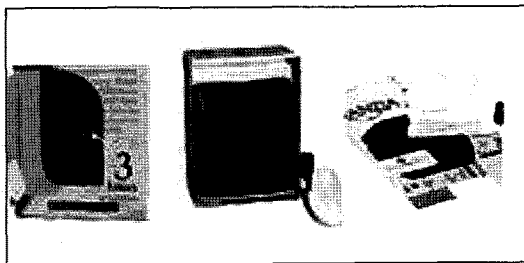
구두 한 켄레가 들어갈 만한 크기(가로 10cm, 세로 10cm, 두께 25cm)의 상자에 포장된 박스형 와인이 인기를 끌고 있다.

일명 상자와인, 박스와인 등 다양한 이름으로 불리고 있는 이 제품의 용량은 3l로 통상 병에 담긴 와인과 비교하면 4배가량 큰 사이즈에 해당된다.

미국 캘리포니아의 상자 와인인 Franzia를 수



▲ 상자 와인의 간판 상품인 Franzia 와인 광고 이미지



▲ 쉽게 따르고 마신 후 폐기하기 용이하게 돼 있는 내부구조

입·판매는 메르시안측에 따르면 2008년에는 60만 상자 규모의 매출 실적을 올렸으며, 이는 전년비 약 23% 증가한 수치이다.

이는 일본 국내 와인 소비량이 크게 증가하고 있지 않은 상황임을 감안하면 순조로운 판매 실적이라고 메르시안 와인 영업본부 담당자는 전하고 있다.

일본의 유명 인터넷 쇼핑몰인 라쿠텐(www.rakuten.co.jp)에서 와인 판매를 담당하는 담당자에 따르면 상자 와인의 판매에 소비자들의 수요가 반응하는 것을 느낄 수 있다고 하고, 이들 제품을 취급하는 점포가 증가하고 있을 뿐 아니라 상자 와인 전문 취급점까지 있을 정도로 밝히고 있다.

상자 와인이 최근 급격하게 관심을 받고 있는 가장 큰 이유 중 하나는 와인 초보자에게 다가서기 쉽다는 것이다. 형태가 주는 편리함 때문에 와인 초보자에게 어렵지 않게 다가선다는 설명인데 그 이유는 와인을 따르는 입구를 별도의 와인 오프너 없이 손쉽게 열 수 있다는 것이다.

또한 플라스틱 소재로 만들어진 와인 주입구의 꼭지를 수도꼭지처럼 잠그는 동작만으로 와인의 맛을 떨어뜨리는 요인인 공기를 차단할 수 있는 것이 장점이다.

이런 기능 덕분에 매일 조금씩 마시는 것이 가능하고 1개월 정도 신선도를 유지할 수 있다는 것이 판매측의 설명이다.

따라서 한번 마개를 열면 다 마셔야하는 부담감, 병을 분리수거해야 하는 번거로움이 없으며 상자 와인은 그대로 쓰레기통에 버릴 수 있다는 점이 바쁜 일상에 시달리는 일본인 특히 주부들

에게 주목을 받고 있다.

가격대는 전통적인 와인병에 담겨있는 Franzia는 수퍼에서 약 2천3백엔(약 3만5천 원)인데 비해 동일 브랜드의 상자 와인은 31들이 1박스에 2천~3천엔으로 용량용 감안할 때 보틀 와인에 비해 가격적인 메리트가 크게 느껴진다.

메르시안에서 실시한 설문 조사에 따르면, 구입자의 연령층은 30~40대로 여성이 비율이 높고 주부 등이 자택에서 편하게 마시는 목적으로 구입하는 것이 높게 나타났다.

상자 와인이 처음 선보인 것은 1970년대 후반으로 알려지고 있는데, 미국과 유럽, 호주 등지에서 와인 소비량이 증가하면서 파티나 피크닉의 경우 와인 수요에 맞추기 위해 일시적인 인기를 끌었던 적이 있다.

일본에서 판매되는 상자와인은 아직까지는 해외의 상자 와인을 수입, 유통하는 형태가 대부분이다.

2008년 들어 메르시안이 일본내 전용 공장을 마련하고 수입한 Franzia 와인을 일본에서 상자에 포장해 출시하는 형태로 전환하기 시작하면서 판매가 호조를 보이는 상황이다.

특히 국내 판매로 전환하면서 상자의 구조를 와인 마개를 와인이 새는 일이 없게 개량하는 등 세세한 개선이 이뤄진 것도 판매 증가에 도움이 된 것으로 보인다.

일본 국내 주류 소비량은 연간 약 87억 6천만 l에 달하며(07년도 기준) 이중 와인 소비량은 25만 l로 전체 소비량의 3% 미만에 그치고 있어 생각보다 일본의 와인 소비는 크다고 할

수 없는 상황에서 계속해서 매진 행렬을 이어가는 상자 와인 판매는 본격적인 행락철에 접어드는 봄철을 맞아 더욱 판매가 증가할 것으로 예상된다.

인도, 물류시장 급성장 식품가공, 골드체인, 통합물류 유망

글로벌 컨설팅사인 프로스 앤 설리반은 인도 물류시장 규모가 2014년에는 1천2백4억 달러에 달할 것으로 전망했다.

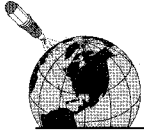
제조업 및 수출입 확대가 물류시장에 새로운 기회를 열어가고 있으며, 인도의 고도성장지속으로 물류시장 전망이 매우 밝은 것으로 나타났다.

인도물류시장은 매출액기준으로 2009년 7백52억 달러로 인도 GDP의 6.2%를 차지하고 있으며 수송분야가 물류시장전체의 62%로 인도 전체산업을 위한 주요 기반역할을 하고 있으며 농업관련 물류가 물류매출액의 50% 정도를 차지하고 있는 것이 특징인데 이는 농산물의 대규모 저장과 수송활동때문인 것으로 나타났다.

FMCG, 제약품, 식품가공부문이 웨어하우징 비중이 높기 때문에 통합물류파크 수요가 크게 늘어나고 있다.

인도제조업체와 물류업체들은 농촌의 인프라 연결상태가 매우 열악하기 때문에 크게 어려움을 겪고 있다고 토로하고 있다.

특히 FMCG, 식품가공, 제약, 내구소비재산



업은 농촌지역의 시장잠재력이 높고, 시장비중이 높아지고 있지만, 농촌지역의 수송연계망 문제로 물류비용과 적시 딜리버리 등에서 크게 어려움을 겪고 있다.

FMCG, 식품가공산업은 소요원자재를 농촌지역에서 많이 구매하기 때문에 소싱분야에서도 열악한 인프라 때문에 타격을 받고 있다. 화물전용철도 건설, 내륙수로 개발, 전국고속도로 건설 확대 등으로 대부분의 산업이 구매 및 판매시장으로 접근도가 개선되고 있으나, 개선 진척도가 늦어 이 때문에 농촌지역에서 전문물류서비스 시장기회가 발생하고 있으며, 물류의 아웃소싱활동 비중도 높아지고 있다.

인도는 세계 2위의 과일 및 채소생산국이지만 생산량의 2%만이 가공돼, 저장과 운반과정에서 손실액이 무려 Rs 5천5백억에 달하고 있어 인도 정부는 콜드저장웨어하우징과 물류분야 육성을 서두르고 있다. 인도정부는 농산물 유통저장과정에서 손실을 줄이고, 농민 산지출하가격, 도소매 가격차이를 축소하고, 농장단계에서부터 보관 및 저장설비를 갖추게 하는데 관심이 높은 것으로 나타났다.

인도는 콜드스토리지 설비용량이 2천3백만 톤이며, 이중 75~80%가 감자저장용으로만 사용중으로 나머지 약 10%는 정상적으로 가동되지 않고 있어 과일, 채소, 기타 식품저장 설비가 부족하다.

인도정부는 10개의 메가푸드파크(식품가공, 콜드저장, 물류시설)를 기설치, 5개를 추가할 예정이며 콜드스토리지, 콜드룸(농산물 및 관련분야 보존 및 저장을 위한 팜 프리 쿨러 등), 식품, 농산

물가공 유니트 최초 설치 및 확장에 대해서는 서비스 전액 면제, 수입관세를 5% 로 낮춰 적용할 계획이다.

또한 냉장 밴이나 트럭 제작을 위해 소요되는 냉장유니트 수입시 관세전액이 면제되며 농산물 및 관련 서비스 보관, 저장, 가공용 장비에 대해 국세인 센트럴 물품세가 면제되고 식품, 농산물 저장, 웨어하우징아우징에 서비스세도 면제된다.

이집트, 유제품 포장용기 진출 유망
가격보다는 고품질 상품으로 진출해야



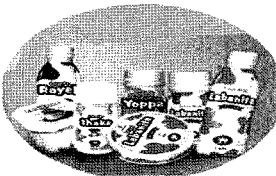

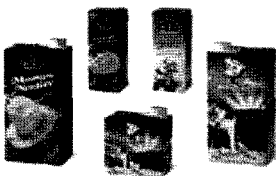
2008년 통계에 따르면 수입 포장용기는 총 3백 68만7백69달러에 달하고 있어 이집트에 유제품, 특히 우유 포장용기의 로컬 생산이 전무한 것으로 나타났다.

식품 생산라인은 28개 이상이나, 그 중 이집트 Juhayna 기업은 중동 최대 식품기업 중 하나이며, 새로운 분야의 생산라인 확대하고자 하고 있다.

Juhayna 기업은 두 곳의 자회사가 있는데, 하나는 이집트 전역에 상품을 유통하는 업체가 있고, 다른 곳은 유제품 및 과일, 유기 비료 등을 제공하는 회사이다.

Juhayna 그룹은 1983년에 설립됐으며, 50여 개의 생산라인과 6개 공장의 L.E 12억의 가치가 있다.

현재 이 업체는 이집트 시장의 약 30%를 점유하고, 상점, 호텔 및 기내식으로 식품조달을 하며, 나머지 70%는 Enjoy, Labinita, Beity, Greenland

브랜드명	제품
Juhayna	
Enjoy	
Labanita	
Greenland	
Beity	

▲ 유제품 브랜드별 제품

와 같은 브랜드가 점유하고 있다.

Juhayna 기업의 대표, Mr. Safwan Thabet 는 일반적으로 알려진 포장용기 회사(Tetra

Pak, Combibloc) 이외에 유제품 포장용기 공 장의 어떤 곳이라도 수입할 수 있다고 판단하고 있다.



그는 “포장용기 생산공장의 조건은 고품질이
어야 하며, 가격이 다소 높더라도 현 공급자들보
다 경쟁적이어야 하는데 일반적으로 한국 제품
은 이 조건들을 만족시키므로, 이집트 바이어들
은 한국 기업으로부터 수입할 의사를 보이고 있
다”고 전했다.

특히 “한국 기업이 이집트 시장에서 성공하기
위해서는 포장전시회에 참여할 것을 추천하며,
이집트의 잠재고객들과 공장을 방문하는 것이
좋은 것”이라고 밝혔다.

한편 위생법에 따르면, 유제품 포장용기는 깨끗하고, 내구성이 있어야 하며 보관조건을 따라야 하고 오염물질로부터 보호돼야 한다. 몇몇 국가에서는 상공회의소에서 공증을 요구하기도 한다.

포장용기 증명서는 원산지, Commercial Invoice, Bill of landing, Packing list, 보험증명서가 요구된다.

이집트 시장의 포장된 상품의 수요가 증가하고 있어, 시장을 만족시키기 위해 더 많은 공급자가 요구되는 실정이므로, 기업이 진출하기에 매우 유리한 상황이다.

캐나다, 중국산 목재포장 규제 강화 목재포장 위생 증명서 요청 미리 대비

캐나다 식품, 해충, 식물 검시기관인 Canadian Food Inspection Agency(이하 CFIA)는 오래전부터 수입 컨테이너 내 목재포장(나무상자, 파렛트, 깔판 등)에 기생하는 침

투성 해충에 대한 검역에 많은 신경을 써오고 있다.

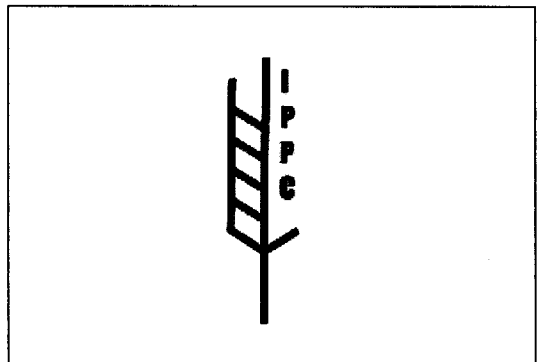
CFIA의 철저한 해충 검역은 목재포장 재료가 해충이 서식할 가능성이 높은 가공되지 않은 생나무에서 비롯된다는 사실에 기인한 캐나다 숲과 생태계 보호를 위한 조치이다.

캐나다는 2002년 3월 120개 나라가 합의한 “International Phytosanitary Measure 15(ISPM No. 15)” 국제 무역용 목재포장 규제 가이드라인을 따르고 있다.

캐나다 수입통관 시 요즘 가장 문제가 되는 규제대상 해충은 Asian Long Honred Beetle(아시아산 긴 뿔 딱정벌레), Asian Gypsy Moth(아시아 매미 나방), Emerald Ash Borer(에메랄드 빛 초록색 나무 좀), Brown Spruce Long Horn Beetle(갈색 가문비나무 긴 뿔 딱정벌레)을 꼽을 수 있다.

이런 해충은 중국, 일본, 한국, 러시아 그리고 유럽에서 들어오는 배, 화물, 컨테이너에서 주로 발견된다.

2009년 9월 1일, CFIA는 캐나다로 들어



▲ International Plant Protection Convention(IPPC) 마크

오는 모든 중국산 목재포장에 대한 규제 강화했다.

중국에서 들어오는 목재포장의 잦은 캐나다 규정 불이행에 따라 CFIA는 중국 패키징 회사에서 자체 발급된 열처리 식물위생 증명서(Phytosanitary Certificates)를 인정하지 않기로 결정했다.

캐나다 정부는 중국에서 들어오는 목재포장에 대해 국제소독처리마크인 International Plant Protection Convention(IPPC) 마크만을 유일한 증명방식으로 채택하고 있다.

이에 따라 중국에서 들어오는 모든 목재포장은 단순열처리 증명서가 아닌 IPPC 마크를 꼭 부착하고 있어야 한다.

미국을 제외한 다른 나라에서 캐나다로 반입되는 목재포장은 목재포장 규제인 D-98-08(<http://www.inspection.gc.ca/english/plaveg/protect/dir/d-98-08e.shtml>) 규정 준수 요하며 대표적 준수사항으로는 목재포장은 해충 유입방지를 위해 최소 56°C에서 30분 이상 열처리되거나 훈증소독(Fumigated)돼야 한다.

처리과정이나 처리 결과는 수출국가의 공식 검역기관(National Plant Protection Organization(NPPO))에 보증받아야 하며 한국의 경우 국립식물검역원, 중국의 경우 농림부 산하 Plant Protection and Plant Quarantine Division이 이에 해당된다.

한편 중국을 제외한 국가로부터 들어오는 목재포장의 경우(한국 포함) 이런 마크를 대신하기 위해서는 상기 언급한 기준의 열처리 혹은 훈증소독 처리과정을 사용했다는 식물위생 증명서

를 부착해야 한다.

미국과 캐나다는 상대방 국가의 해충규제가 충분한 것으로 의견을 일치하고, 미국과 캐나다만을 오가는 목재포장에 대한 규제는 실시하지 않기로 동의했다.

한편, 캐나다나 미국에서 다른 제 3국으로 이동되었던 목재포장의 재반입은 일반적 위생 처리와 규제 적용을 요하고 있으며, 또한 미국을 경유하는 수입제품의 목재포장 역시 일반적 규제(D-98-08)가 적용된다.

캐나다 국경감시대(Canada Border Services Agency)는 주요 항구에 도착하는 컨테이너에 대해 화물적출(Destuffing) 작업 등을 통한 목재포장 검사를 실시하고 있다.

목재포장을 포함하는 선적물은 도착지나 물품 검시시설로 보내져 검시를 받게 되며, 검시 후 캐나다 반입 여부가 결정된다.

캐나다 목재포장 규정에 부합되지 않는 화물은 캐나다 반입이 금지되며 수입업자 책임 하에 캐나다에서 추방될 것을 명령 받게 된다.

추방 명령을 받기 전 목재포장은 해충 리스크 경감을 위한 소독처리과정을 겪을 수 있으며, 이에 대한 모든 비용 부담은 수입업자가 책임지게 된다.

이는 단순히 혹시 있을지 모르는 해충의 캐나다 침입을 방지하기 위한 목적으로 본 조치 후 캐나다 수입통관 규정을 이행한 것으로 간주하지는 않는다.

모든 목재포장 화물은 캐나다에 들어오기 전 ISPM No.15 국제 무역용 목재포장 규제 가이드라인을 준수해야 한다. 