

2023 농식품 수출국가 정보조사 「이란」

2023.12.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對이란 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	87,590,873명, 전 세계 17위
민족구성 (정보없음 년 추정치)	페르시아인, 아제리인, 쿠르드족, 루르인, 발루치족, 아랍인, 투르크멘, 투르크족
언어	페르시아어, 아제르바이잔어, 기타 투르크어 방언, 쿠르드어, 길라키어 및 마잔데라니어, 루리어, 발로치어, 아랍어
종교 (2016년 추정치)	이슬람교 99.6%(시아 90~95%, 수니파 5~10%), 기타(조로아스터교, 유대인, 기독교) 0.3%, 불특정 0.2%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 23.51% (남성 10,533,573/여성 10,060,225) 15~64세: 69.82% (남성 31,140,117/여성 30,014,613) 65세 이상: 6.67% (남성 2,723,298/여성 3,119,047)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 31.7세, 전 세계 113위 남성: 31.5세 여성: 32세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$1.319조 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 18위 \$1.26조 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$1.219조 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	4.72% (2021년 추정치), 전 세계 97위 3.33% (2020년 추정치) -2.66% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$15,000 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 106위 \$14,400 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$14,100 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	9.6% (2016년 추정치)	농업 인구 비중	16.3% (2013년 추정치)
주요 생산품	밀, 사탕수수, 우유, 사탕무, 토마토, 보리, 감자, 오렌지, 가금류, 사과 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<이란의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

<우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

이란 식품 시장은 2018년 490억 달러에서 연평균 4.2% 성장하여 2022년 577억 달러로 집계되었다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2018년 103억 달러에서 연평균 4.4% 성장하여 2022년 123억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 21.3% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2018년 73억 달러에서 연평균 3.3% 성장하여, 2022년 84억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 14.5% 비중을 차지하고 있다.

육류

육류 시장규모는 2018년 66억 달러에서 연평균 3.3% 성장하여, 2022년 76억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 13.1% 비중을 차지하고 있다.

<이란 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	49.0	60.9	63.8	54.8	57.7	100.0	5.4	4.2
스낵류	10.3	12.8	13.3	11.5	12.3	21.3	6.9	4.4
베이커리 및 곡물류	7.3	9.2	9.8	8.4	8.4	14.5	0.2	3.3
육류	6.6	8.3	8.6	7.4	7.6	13.1	2.6	3.3
낙농품	5.6	7.0	7.4	6.3	6.7	11.6	6.2	4.4
채소류	5.1	6.3	6.6	5.7	6.0	10.3	4.9	4.3
과일 및 견과류	4.2	5.2	5.5	4.6	4.9	8.6	7.2	4.4
수산물	3.3	4.1	4.3	3.8	4.3	7.4	14.4	6.8
편의식품	2.3	2.9	3.0	2.6	2.8	4.8	7.4	4.2
유지류	1.4	1.7	1.8	1.5	1.5	2.6	3.4	2.6
소스 및 향신료	0.9	1.1	1.2	1.0	1.0	1.8	3.0	3.1
스프레드 및 당류	0.8	1.0	1.0	0.9	0.9	1.6	7.1	2.0
펫푸드	0.4	0.5	0.7	0.7	0.7	1.2	6.1	12.3
영유아식품	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7	1.1	4.8	3.3

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

이란의 1인당 식품 소비액은 2018년 약 598달러에서 연평균 2.9% 성장하여 2022년 약 671달러로 집계되었다.

스낵류

스낵류 소비액은 2018년 약 126달러에서 연평균 3.1% 성장하여 2022년 143달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 21.3% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비액은 2018년 약 89달러에서 연평균 2.0% 성장하여 2022년 약 97달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 14.5% 비중을 차지하고 있다.

육류

육류 소비액은 2018년 약 81달러에서 연평균 2.0% 성장하여 2022년 88달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.1% 비중을 차지하고 있다.

<이란 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	598.4	733.9	759.3	644.4	671.1	100.0	4.1	2.9
스낵류	126.4	154.5	158.7	135.4	143.0	21.3	5.6	3.1
베이커리 및 곡물류	89.7	111.4	116.1	98.2	97.3	14.5	-0.9	2.0
육류	81.2	99.7	102.9	86.8	88.0	13.1	1.4	2.0
낙농품	69.0	84.9	88.0	74.2	77.9	11.6	5.0	3.1
채소류	61.8	76.1	78.6	67.0	69.4	10.3	3.6	2.9
과일 및 견과류	50.9	62.7	64.9	54.2	57.5	8.6	6.0	3.1
수산물	40.3	49.6	51.2	44.3	50.0	7.5	13.0	5.6
편의식품	28.6	35.1	36.1	30.2	32.1	4.8	6.3	2.9
유지류	16.7	20.5	21.0	17.3	17.7	2.6	2.0	1.4
소스 및 향신료	11.2	13.7	14.2	11.7	12.0	1.8	2.3	1.8
스프레드 및 당류	10.3	12.3	12.3	10.0	10.6	1.6	6.3	0.7
펫푸드	5.4	6.5	8.2	7.8	8.2	1.2	4.8	10.7
영유아식품	7.0	7.0	7.2	7.3	7.5	1.1	2.3	1.9

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

이란의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 147kg에서 연평균 10.1% 감소하여 2022년 약 96kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 41kg에서 연평균 10.7% 감소하여 2022년 약 26kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 27.4% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비량은 2018년 약 23kg에서 연평균 9.6% 감소하여 2022년 약 15kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 16.4% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 22kg에서 연평균 9.5% 감소하여 2022년 약 14kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 15.4% 비중을 차지하고 있다.

<이란 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	147.2	123.6	111.1	98.1	96.3	100.0	-1.8	-10.1
베이커리 및 곡물류	41.5	34.9	31.6	27.8	26.4	27.4	-5.3	-10.7
낙농품	23.7	19.9	17.9	15.7	15.8	16.4	0.3	-9.6
채소류	22.1	19.0	16.9	15.0	14.8	15.4	-1.3	-9.5
스낵류	21.6	17.9	15.9	14.2	14.3	14.8	0.6	-9.9
과일 및 견과류	9.5	8.0	7.1	6.1	6.1	6.4	0.0	-10.4
육류	9.6	8.1	7.2	6.3	6.1	6.3	-3.3	-10.8
편의식품	6.1	5.1	4.5	3.9	4.0	4.1	1.3	-10.2
펫푸드	3.4	2.7	2.7	2.7	2.7	2.8	0.0	-5.8
스프레드 및 당류	3.1	2.5	2.2	1.8	1.9	1.9	1.1	-12.0
소스 및 향신료	2.9	2.4	2.2	1.9	1.8	1.9	-3.2	-11.2
수산물	2.0	1.7	1.6	1.4	1.4	1.4	-0.7	-9.6
유지류	1.4	1.2	1.1	0.9	0.9	0.9	-4.3	-11.0
영유아식품	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	3.7	0.9

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

이란 식품 시장은 2022년 이후 연평균 10.0% 성장하여 2026년 845억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2022년 이후 연평균 9.6% 성장하여 2026년 17.8억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2022년 이후 연평균 8.4% 성장하여 2026년 116억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 10.1% 성장하여 2026년 111억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<이란 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	57.7	63.3	69.5	76.7	84.5	100.0	10.2	10.0
스낵류	12.3	13.4	14.5	16.1	17.8	21.0	10.5	9.6
베이커리 및 곡물류	8.4	9.0	9.8	10.7	11.6	13.7	8.6	8.4
육류	7.6	8.3	9.2	10.1	11.1	13.2	10.1	10.1
낙농품	6.7	7.3	8.1	8.8	9.6	11.3	9.0	9.4
채소류	6.0	6.5	7.1	7.9	8.6	10.2	9.7	9.6
수산물	4.3	5.1	6.0	7.1	8.4	9.9	18.2	18.1
과일 및 견과류	4.9	5.4	5.9	6.4	7.0	8.2	8.7	9.0
편의식품	2.8	3.0	3.3	3.5	3.7	4.4	6.9	7.8
유지류	1.5	1.7	1.8	2.0	2.2	2.6	9.0	9.3
소스 및 향신료	1.0	1.2	1.3	1.4	1.6	1.9	11.3	11.1
스프레드 및 당류	0.9	1.0	1.1	1.2	1.4	1.6	9.8	10.4
펫푸드	0.7	0.8	0.8	0.9	1.0	1.2	8.7	9.3
영유아식품	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.9	2.9	2.6

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2021년 이란의 식품 수출액은 약 51억 482만 달러로 2020년 대비 14.8% 감소하였다. 그리고 2017년 약 60억 4,028만 달러에서 연평균 4.1% 감소하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 0.0% 비중을 차지하며, 2021년 수출액은 약 78만 달러로 2020년 대비 36.0% 감소하였다. 그리고 2017년 이후 연평균 32.9% 감소하는 추세를 보인다.

주요 수출국

이라크로의 식품 수출액은 28.8%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2021년 수출액은 약 14억 7,148만 달러로 2020년 대비 13.8% 감소하였다. 그리고 2017년 이후 연평균 9.1% 감소하는 추세를 보인다.

아랍에미리트로의 식품 수출액은 9.5% 비중을 차지하며, 2021년 수출액은 약 4억 8,369만 달러로 2020년 대비 5.6% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 6.2% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 파키스탄(8.7%), 아프가니스탄(8.4%), 러시아(6.6%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<이란 식품 수출국 현황(2017~2021)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY (20/21)	CAGR (17/22)
전체	6,040,289	6,032,800	5,595,408	5,993,015	5,104,828	100.0	-14.8	-4.1
1 이라크	2,157,560	2,557,529	1,967,935	1,706,864	1,471,485	28.8	-13.8	-9.1
2 아랍에미리트	379,656	433,608	488,549	457,909	483,697	9.5	5.6	6.2
3 파키스탄	346,098	407,554	264,513	401,324	442,300	8.7	10.2	6.3
4 아프가니스탄	726,495	773,596	613,870	730,667	427,787	8.4	-41.5	-12.4
5 러시아	185,777	213,911	369,297	419,036	334,717	6.6	-20.1	15.9
6 인도	160,015	175,538	184,935	268,207	292,991	5.7	9.2	16.3
7 중국	23,491	25,493	211,950	560,492	286,679	5.6	-48.9	86.9
8 튀르키예	207,656	156,290	212,863	250,573	209,371	4.1	-16.4	0.2
9 독일	247,554	126,833	126,900	166,028	159,322	3.1	-4.0	-10.4
10 카자흐스탄	101,628	65,216	66,991	116,455	88,167	1.7	-24.3	-3.5
:								
73 대한민국	3,892	4,423	1,657	1,233	789	0.0	-36.0	-32.9

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2021년 수출액 기준으로 **피스타치오(미탈각)**, **신선 토마토**, **대추야자**, **신선 사과**, **피스타치오(탈각)** 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

피스타치오(미탈각) 수출액은 13.6% 비중을 차지하며, 2021년 약 6억 9,604만 달러로 2020년 대비 38.3% 감소하였다. 그리고 2017년 이후 연평균 6.3% 감소하는 추세를 보인다.

신선 토마토 수출액은 7.5% 비중을 차지하며, 2021년 약 3억 8,429만 달러로 2020년 대비 7.0% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 25.6% 증가하는 추세를 보인다.

대추야자 수출액은 6.0% 비중을 차지하며, 2021년 약 3억 523만 달러로 2020년 대비 2.9% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 5.1% 증가하는 추세를 보인다.

신선 사과 수출액은 5.5% 비중을 차지하며, 2021년 약 2억 7,894만 달러로 2020년 대비 14.6% 감소하였다. 그러나 2017년 이후 연평균 2.1% 증가하는 추세를 보인다.

피스타치오(탈각) 수출액은 4.3% 비중을 차지하며, 2021년 약 2억 1,838만 달러로 2020년 대비 10.0% 감소하였다. 그리고 2017년 이후 연평균 5.5% 감소하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **신선 수박(4.1%)**, **건조 포도(3.7%)**, **사프란(3.0%)** 등을 수출하였다.

<이란 식품 수입품목 현황(2017~2021)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY (20/21)	CAGR (17/22)
전체	6,040,289	6,032,800	5,595,408	5,993,015	5,104,828	100.0	-14.8	-4.1
1 피스타치오(미탈각)	901,236	326,044	729,753	1,128,637	696,043	13.6	-38.3	-6.3
2 신선 토마토	154,400	244,739	259,562	359,020	384,294	7.5	7.0	25.6
3 대추야자	250,492	338,348	212,751	296,516	305,230	6.0	2.9	5.1
4 신선 사과	256,210	229,160	365,292	326,655	278,946	5.5	-14.6	2.1
5 피스타치오(탈각)	273,808	135,838	251,600	242,562	218,385	4.3	-10.0	-5.5
6 신선 수박	149,749	157,988	179,098	156,807	208,584	4.1	33.0	8.6
7 건조 포도	152,709	152,938	165,734	233,898	187,951	3.7	-19.6	5.3
8 사프란	325,650	351,127	297,172	190,150	154,318	3.0	-18.8	-17.0
9 설탕과자 기타	158,399	203,202	128,882	144,120	121,335	2.4	-15.8	-6.4
10 고체 밀크와 크림	102,036	53,481	10,850	59,714	118,786	2.3	98.9	3.9

*주: HS CODE(0802.51, 0702.00, 0804.10, 0808.10, 0802.52, 0807.11, 0806.20, 0910.20, 1704.90, 0402.10)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2021년 이란의 식품 수입액은 약 167억 9,639만 달러로, 2020년 대비 55.9% 증가하였다. 또한, 2017년 약 106억 4,405만 달러에서 연평균 12.1% 증가하였다.

對대한민국 수입

2021년 대한민국에서의 식품 수입액은 약 402만 달러로 2020년 대비 7.8% 감소하였다. 그리고 2017년 약 1,937만 달러에서 연평균 32.5% 감소하는 추세를 보인다.

주요 수입국

아랍에미리트에서의 식품 수입액은 30.0%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2021년 수입액은 약 50억 4,129만 달러로 2020년 대비 188.4% 증가하였다. 또한, 2017년 약 11억 3,775만 달러에서 연평균 45.1% 증가하는 추세를 보인다.

튀르키예에서의 식품 수입액은 12.0% 비중을 차지하며, 2021년 수입액은 약 20억 1,819만 달러로 2020년 대비 7.2% 증가하였다. 또한, 2017년 약 4억 7,912만 달러에서 연평균 43.3% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 러시아(7.9%), 스위스(6.5%), 영국(6.1%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<이란 식품 수입국 현황(2017~2021)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY (20/21)	CAGR (17/21)
전체	10,644,052	10,787,453	12,794,699	10,775,982	16,796,394	100.0	55.9	12.1
1 아랍에미리트	1,137,756	1,015,102	1,320,945	1,747,752	5,041,294	30.0	188.4	45.1
2 튀르키예	479,129	622,232	2,333,807	1,882,555	2,018,196	12.0	7.2	43.3
3 러시아	305,210	667,686	857,411	730,089	1,333,475	7.9	82.6	44.6
4 스위스	1,394,940	1,378,778	650,189	594,800	1,097,824	6.5	84.6	-5.8
5 영국	953,699	857,913	899,560	908,563	1,028,758	6.1	13.2	1.9
6 이라크	189	61	4,352	2,118	968,315	5.8	45618.4	746.0
7 인도	1,070,116	1,641,866	2,153,519	1,232,308	827,344	4.9	-32.9	-6.2
8 네덜란드	799,153	772,108	804,015	714,585	702,548	4.2	-1.7	-3.2
9 브라질	573,593	436,773	550,303	308,623	524,948	3.1	70.1	-2.2
10 아르헨티나	94,260	126,612	232,432	157,855	453,935	2.7	187.6	48.1
:								
45 대한민국	19,379	8,282	5,111	4,367	4,028	0.0	-7.8	-32.5

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2021년 수입액 기준 옥수수 기타, 밀 기타, 대두 기타, 해바라기씨유(조유), 대두유 추출 유박 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

옥수수 기타 수입액은 20.2% 비중을 차지하며, 2021년 약 33억 9,400만 달러로 2020년 대비 34.9% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 20.1% 증가하는 추세를 보인다.

밀 기타 수입액은 14.8% 비중을 차지하며, 2021년 약 24억 8,650만 달러로 2020년 대비 172.6% 증가하였다.

대두 기타 수입액은 8.6% 비중을 차지하며, 2021년 약 14억 5,172만 달러로 2020년 대비 38.5% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 11.4% 증가하는 추세를 보인다.

해바라기씨유(조유) 수입액은 8.1% 비중을 차지하며, 2021년 약 13억 5,812만 달러로 2020년 대비 153.8% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 33.8% 증가하는 추세를 보인다.

대두유 추출 유박 수입액은 7.6% 비중을 차지하며, 2021년 약 12억 7,426만 달러로 2020년 대비 60.5% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 26.1% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **보리 기타(6.0%), 조유(4.2%), 사탕무당의 당(3.2%)** 등을 수입하였다.

<이란 식품 수입품목 현황(2017~2021)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY (20/21)	CAGR (17/21)
전체	10,644,052	10,787,453	12,794,699	10,775,982	16,796,394	100.0	55.9	12.1
1 옥수수 기타	1,632,588	2,107,882	2,240,246	2,516,843	3,394,001	20.2	34.9	20.1
2 밀 기타	0	0	147,083	912,145	2,486,503	14.8	172.6	N/A
3 대두 기타	943,342	1,161,100	934,273	1,048,350	1,451,727	8.6	38.5	11.4
4 해바라기씨유(조유)	423,797	521,917	549,490	535,175	1,358,126	8.1	153.8	33.8
5 대두유 추출 유박	503,259	651,244	993,351	793,939	1,274,266	7.6	60.5	26.1
6 보리 기타	518,438	602,631	1,015,424	465,227	1,004,731	6.0	116.0	18.0
7 조유	228,132	121,923	236,762	219,048	704,665	4.2	221.7	32.6
8 사탕무당의 당	414,743	102,654	642,346	370,605	545,061	3.2	47.1	7.1
9 팜유 기타	367,053	290,295	318,289	303,470	531,939	3.2	75.3	9.7
10 신선건조 바나나	544,409	355,151	310,807	255,313	401,992	2.4	57.5	-0.1

*주: HS CODE(1005.90, 1001.99, 1201.90, 1512.11, 2304.00, 1003.90, 1507.10, 1701.13, 1511.90, 0803.10)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對이란 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 67만 달러로 2018년 약 3,238만 달러에서 연평균 62.0% 감소하였다.

농산물

농산물 수출액은 84.2% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 57만 달러로 2021년 대비 63.4% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 59.7%의 감소세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 15.8% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 10만 달러로 2021년 대비 31.4% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 33.8%의 감소세를 보이고 있다.

축산물

2022년 축산물 수출은 발생하지 않았으며, 2021년 수출액은 15만 달러로 집계되었다.

수산물

2022년 수산물 수출은 발생하지 않았으며, 2018년 수출액은 847만 달러로 집계되었다.

<한국산 對이란 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	32,388	2,552	2,376	1,869	678	100	-63.7	-62.0
농산물	21,721	2,548	806	1,559	571	84.2	-63.4	-59.7
임산물	557	4	126	156	107	15.8	-31.4	-33.8
축산물	1,636	0	1,443	154	0	0.0	-100.0	-100.0
수산물	8,475	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **백삼조제품, 기타 무알콜 음료, 홍삼조제품, 젤라틴, 기타 음료** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '소스 조제품 기타'와 '라면' 등이 있으며, 2022년 '소스 조제품 기타'는 최근 5년간 연평균 성장률 57.9%를 기록했다. '라면' 역시 같은 기간 동안 연평균 49.4%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

백삼조제품 수출액은 29.7%의 비중을 차지하며, 2022년 약 20만 달러로 2021년 대비 58.8% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 16.4% 감소하는 추세를 보인다.

기타 무알콜 음료 수출액은 2021년 27만 달러로 2020년 대비 1.9% 증가하였다.

홍삼조제품 수출액은 2021년 18만 달러로 2020년 대비 1.6% 증가하였다.

젤라틴 수출액은 2021년 15만 달러로 2020년 대비 0.9% 감소하였다.

기타 음료 수출액은 2021년 9만 달러로 집계되었다.

<한국산 對이란 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	32,388	2,552	2,376	1,869	678	100.0	-63.7	-62.0
1 백삼조제품	413	167	485	490	202	29.7	-58.8	-16.4
2 기타 무알콜 음료	2,796	753	93	270	0	0.0	-100.0	N/A
3 홍삼조제품	91	0	69	183	0	0.0	-100.0	N/A
4 젤라틴	1,636	0	1,443	154	0	0.0	-100.0	N/A
5 기타 음료	15	N/A	N/A	97	0	0.0	-100.0	N/A
6 인삼추출물	N/A	0	28	66	0	0.0	-100.0	N/A

*주: HS CODE(2106.90-3019, 1302.19-1110, 2106.90-3029, 2202.10-9000, 2202.99-9000, 3503.00-1010)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 오프라인 유통채널 규모

개요

이란의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2016년 155억 2,740만 달러에서 연평균 18.8% 성장하여 2020년 309억 5,160만 달러로 집계되었다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2016년 106억 4,650만 달러에서 연평균 17.3% 성장하여 2020년 201억 7,620만 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 65.2% 비중을 차지하고 있다.

할인점

할인점의 규모는 2016년 24억 5,420만 달러에서 연평균 27.3% 성장하여 2020년 64억 4,990만 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 20.8% 비중을 차지하고 있다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2016년 15억 3,930만 달러에서 연평균 13.5% 성장하여 2020년 25억 5,780만 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 8.3% 비중을 차지하고 있다.

<이란 오프라인 유통채널 규모(2016~2020)>

(단위: 백만 달러, %)

일본	2016	2017	2018	2019	2020	비중 (20)	YoY (19/20)	CAGR (16/20)
전체	15,527.4	17,638.3	19,909.4	23,066.7	30,951.6	100.0	34.2	18.8
슈퍼마켓	10,646.5	11,964.9	13,390.2	15,314.9	20,176.2	65.2	31.7	17.3
할인점	2,454.2	3,003.4	3,580.6	4,381.6	6,449.9	20.8	47.2	27.3
하이퍼마켓	1,539.3	1,650.7	1,782.2	1,980.0	2,557.8	8.3	29.2	13.5
편의점	887.4	1,019.3	1,156.4	1,390.2	1,767.7	5.7	27.2	18.8

*출처: 유로모니터

2.1.2 오프라인 유통채널 매장수

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

개요

이란의 현대식 유통채널은 할인매장을 전문적으로 운영하는 기업과, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점을 동시에 운영하는 체인형 소매기업으로 구분된다.

체인형 소매기업

이란의 주요 체인형 소매업체들은 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 그리고 편의점을 동시에 운영 중이다. 주요 체인형 소매업체로는 하이퍼스타(Hyperstar), 샤르반드(Shahrvand), 레파(Refah) 등이 있다. 이들 업체는 다양한 형태의 소매점을 통해 소비자들에게 폭넓은 선택지를 제공하며, 이란 내 소매 시장에서 중요한 역할을 하고 있다

①슈퍼마켓

슈퍼마켓은 이란의 현대식 유통채널 중에서 가장 큰 규모를 차지한다. 이란히어(Iranhere)에 따르면, 슈퍼마켓의 인기 비결은 중간 규모의 매장으로 접근성을 강화하고, 할인매장에서는 판매하지 않는 신선식품 등 제품의 다양성을 제공하는 데 있다.

②하이퍼마켓

이란의 하이퍼마켓은 주로 도심 지역에 위치한다. 이란 내 하이퍼마켓은 대량 구매와 원스톱 쇼핑의 편리함을 방문 포인트로 내세우고 있지만, 1인 가구 및 맞벌이 부부 비율의 증가로 거리 편의성이 더 중요해지면서 하이퍼마켓 방문이 많지 않은 것으로 나타났다.

③편의점

이란의 편의점 시장은 아직 성장 단계에 있다. 체인형 편의점 매장이 주요 도시에 등장하고 있지만, 여전히 많은 소비자들이 개인이 운영하는 소규모 소매점을 더 많이 이용하는 것으로 나타난다. 한국의 편의점이 2017년 이란에 진출했으나, 2018년 미국의 금융 제재로 인해 철수하기도 했다.

<이란 주요 체인형 소매기업 브랜드>

		
레파(Refah)	하이퍼스타(Hyperstar)	샤르반드(Shahrvand)
하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점	하이퍼마켓, 편의점	하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점

*출처: 해당 브랜드 홈페이지

할인점

이란 내에서 할인매장은 현대식 유통채널의 높은 가격이라는 단점을 상쇄하는 할인율과 편의성을 갖추어 떠오르는 채널로 자리잡고 있다. 이란 내 주요 할인매장으로는 오폭쿠로시(Ofogh Koorosh), 칸보(Canbo), 하프트(Haft)가 있다고 리빙인테헤란(Livingintehran)에서 보고되었다. 오폭쿠로시는 온라인 스토어 운영을 통해 온·오프라인에서의 확장을 지속하고 있으며, 칸보와 하프트는 물품 대량 구매를 통해 가격 경쟁력을 확보하고 있다.

<이란 주요 할인점 브랜드>



2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

이란의 전자상거래 시장은 주로 현지 웹사이트를 통해 운영되며, 배달이 용이한 포장식품(가공식품)을 주로 판매한다. 미국 정부의 제재로 아마존, 이베이 등의 글로벌 온라인 마켓의 이란 진출이 금지되어, 이란 현지의 전자상거래 플랫폼이 시장의 대부분을 차지하고 있다.

현지 소비자들은 전자상거래를 통해 식료품을 구매할 때 특히 배달 및 포장에 용이한 포장식품(가공식품)을 선호한다. 신선식품의 경우, 신선도를 직접 확인하고 구매할 수 있는 거주 지역 인근의 오프라인 매장을 더 선호하는 경향이 있다. 또한, 오토바이를 이용한 배달 시스템이 잘 발달되어 있어, 주문한 물품을 수 시간 내에 받아볼 수 있는 효율적인 서비스를 제공하고 있다.

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

2.2.3 주요 온라인 유통채널

개요

이란의 주요 온라인 유통채널로는 Digikala, modiseh, persianbasket가 있으며, 글로벌 온라인 유통채널이 부재한 가운데 현지 브랜드가 주를 이루고 있다.

<이란 주요 온라인 유통채널 브랜드>

사진			
채널명	Digikala (Hamid Mohammadi)	modiseh (Golestan Business Group)	persianbasket (Mansoor Max Lofti)
설립연도	2006년	2015년	2015년
URL	www.digikala.com	www.modiseh.com	persianbasket.com

*출처: 해당 브랜드 홈페이지

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

2.3.2 온라인 유통채널 전망

전자상거래 채널은 현재 오프라인 유통채널에 비해 상대적으로 적은 비중을 차지하고 있지만, 인터넷과 스마트폰의 보급률 증가로 인해 빠르게 성장할 전망이다. 이러한 디지털 기술의 확산은 소비자들이 온라인으로 상품을 검색하고 구매하는 행태를 증가시키고, 전자상거래 채널의 이용을 더욱 편리하게 만들 것이다. 따라서, 이러한 추세는 전자상거래의 성장 잠재력을 높이는 중요한 요인으로 작용할 것으로 기대된다.

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

이란 식품 유통구조 (2021.09)	- 이란 식품 유통채널 현황 및 특징
이란 온·오프라인 식품 유통채널 (2021.09)	- 오프라인 유통채널 유형 · 주요 유통채널: ①Tehran Grand Bazaar ②Isfahan Grand Bazaar · 현대식: ①오평쿠로시 ②칸보 ③하프트 · 소매업체: ①레파 ②하이퍼스타 ③샤르반드 - 온라인 유통채널 유형 · 주요 유통채널: ①Digikala ②modiseh ③persianbasket

2.4.2 품목보고서

이란 가공식품 유통정보	
이란 건강기능식품 유통정보	
이란 신선식품 유통정보	

2.4.3 해외지사 발간 보고서

이란	
----	--

3

수출품목 및 소비 트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 젤라틴(수출상위 품목)

시장현황

이란의 젤라틴 시장은 2012년부터 2022년까지 지속적인 성장세를 보여왔다. 특히 튀르키예산 젤라틴 수입은 55.7%의 높은 연평균 성장률을 기록했다.

이란 내 젤라틴 수입의 55.7%를 차지하는 튀르키예와 함께, 중국과 아랍에미리트도 각각 8.2% 및 6.7%의 시장 점유율을 기록했다. 중동 및 아프리카 지역의 젤라틴 시장은 2028년까지 지속적인 성장이 예상되며, 식품, 의약품, 화장품 산업 등 다양한 산업 분야에서의 수요 증가가 이를 뒷받침하고 있다.

또한, 이란을 포함한 중동 및 아프리카 지역에서는 식물 기반의 젤라틴 대체제에 관심이 증가하고 있으며, 여러 기업들이 비건 친화적이고 지속 가능한 옵션으로 이러한 대체제를 출시하고 있다. 이는 이란 시장으로 젤라틴 제품의 수출 전략에 중요한 고려 사항으로 작용할 수 있다.

시사점

이란의 젤라틴 시장의 지속적인 성장과 다양한 산업 분야에서의 수요 증가는 한국 기업들의 이란 시장 진출에 긍정적인 신호일 것이다. 특히, 식물 기반 젤라틴 대체제에 대한 증가하는 수요를 고려하여, 한국 기업들은 이란 시장의 특성과 소비자의 선호도에 맞춘 혁신적인 제품 개발과 마케팅 전략을 수립하는 것이 중요하다.

	
Farmand pure gelatin powder	Farmand formed gelatin powder

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2021년 이란 국가 심층조사 보고서

② 인삼류(수출상위 품목)

시장현황

팬데믹을 지나면서 건강과 면역력 강화에 관심이 높아지면서, 이란을 포함한 중동 및 아프리카 지역에서도 인삼에 대한 수요가 증가하고 있다. 이는 인삼이 질병 예방과 면역력에 좋다는 인식이 확산되면서 인삼이 함유된 건강보조식품, 식품 및 음료 가공, 개인 관리 제품, 제약 제품 등 인삼을 함유한 한국 제품이 주목받고 있다.

이란의 젊은 소비자들은 예방의학에 관심이 높으며, 질병 예방과 면역력 강화를 위해 인삼의 효능에 관심을 보이고 있다. 한국의 인삼이 함유된 식품을 찾아보고 인삼과 홍삼의 차이를 확인하고 있어 건강보조식품으로서 관련 제품 시장 확대가 예상된다.

시사점

이란은 중동 및 아프리카 지역 내에서 인삼에 대한 수요가 증가하고 있는 유망한 시장으로, 한국의 식품 수출기업에게 좋은 기회를 제공할 것으로 예상된다. 특히, 건강보조식품 및 개인관리 제품으로서의 인삼의 역할을 강조하며, 한국 인삼의 품질과 효능을 부각시키는 전략이 효과적일 것으로 보이며, 수출 확대를 기대할 수 있을 것이다.

	
Mooneme Red ginseng and multivitamin mineral tablets	Goldarucu Ginseng capsules

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2021년 이란 국가 심층조사 보고서

③ 즉석식품(해외지사 추천품목)

시장현황

미국의 무역 제재와 오일쇼크, 그리고 코로나19 확산 등으로 경제 성장 둔화와 인플레이션 압력이 높았으나, 무역제재 완화와 오일가격의 급등으로 인해 마이너스 성장에서 플러스 성장을 기대하고 있다.

이러한 경제 성장에 힘입어 이란 소비자들의 가처분 소득 증가, 팬데믹을 거치면서 생활 스타일의 변화, 편리성 등에 힘입어 즉석식품에 대한 수요는 증가할 것으로 예상된다.

또한, 젊은 소비자들의 바쁜 생활 속에서 간편하게 먹을 수 있고 시간 절약도 가능한 즉석식품은 매력적 선택지로 관련 상품의 시장확대를 견인할 것으로 전망된다.

시사점

이란의 즉석식품 시장은 성장 잠재력이 크지만, 현재 식품 가격 인플레이션과 대외 불안정성을 고려해야 한다. 이란 시장 진출 시 현지 소비자의 구매력 변화, 가격 민감도, 그리고 현지 식문화와 선호도에 맞는 제품 개발에 중점을 두어야 할 것이다. 또한, 지속적인 시장 동향 분석과 현지 경제 상황에 대한 면밀한 관찰이 필요하다.

	
Imee Cup noodles with curry spices and chicken	Farsi Food Port sausage

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2021년 이란 국가 심층조사 보고서

④ 음료(수출상위 품목)

시장현황

이란의 2023년 2분기 기준으로 소프트 드링크 부문에서 탄산음료가 가장 큰 부문을 차지하고 있으며, 핫 드링크 부문에서는 핫 커피가, 유제품 및 콩 음료 부문에서는 흰 우유가 각각 가장 높은 매출을 기록하고 있다.

이란의 음료 수입 면에서는 아랍에미리트(UAE)가 가장 큰 공급국으로, 전체 수입의 61%를 차지하고 있으며, 튀르키예 20%, 태국 9.8%가 그다음을 차지하고 있다.

이란 소비자들은 팬데믹 이후 건강에 대한 인식이 변하면서 무설탕 음료를 찾는 비중이 높아지고 있다. 또한, 식물성 단백질 유제품을 선호하면서 관련 제품의 매출이 증가하고 있으며 젊은 소비자들은 건강에 이로운 성분이 첨가되어있는 제품을 찾고 있어 시장 확대에 기여할 것으로 예상된다.

시사점

이란 음료 시장의 다양한 부문에 대한 깊은 이해와 현지 경제 상황에 대한 인식은 한국 기업이 이란 시장에 성공적으로 진출하는데 중요하다. 특히, 높은 인플레이션과 경제 변동성을 고려할 때, 가격 경쟁력과 현지 맛에 맞는 제품으로 도전하는 것이 유리한 위치를 확보하는 데 도움이 될 것이다.

	
Rita Sparkling tea drink with lemon flavor	Newera Aloe vera drink with lemon mint nivera flavor

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2021년 이란 국가 심층조사 보고서

⑤ 건강기능 식품(현지시장 이슈품목)

시장현황

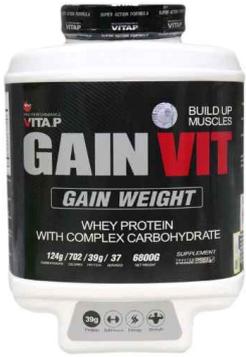
이란의 건강기능식품 및 비타민 시장은 건강에 대한 인식 증가, 면역력 증가, 유통망 확장 및 새로운 브랜드의 진입 등으로 성장하고 있다. 특히 스포츠 영양 및 체중 관리를 위한 단백질 사용이 증가하면서 건강 기능 식품 시장이 활성화되고 있다.

이란 소비자들은 면역력 증진을 위한 프로바이오틱스, 허브 보충제, 비타민 및 미네랄과 같은 제품을 찾고 있으며, 최근에는 인삼이 면역력 증진에 좋다는 인식이 확대되면서 인삼으로 만든 홍삼 제품에 관심을 갖는 소비자가 늘어나고 있다.

이란의 젊은 소비자들은 다이어트 및 건강을 위해 기능성 식품을 찾고 있으며, 특히 장 건강과 면역력 증진에 관심이 높아지면서 관련 제품의 시장 확대에 기여할 것으로 전망하고 있다.

시사점

이란 건강기능식품 시장은 젊은 층을 중심으로 건강과 웰빙에 관심이 높아지면서 관련 시장을 주도하는 것으로 보인다. 특히 장 건강, 다이어트, 면역력 증진에 관련된 제품에 관심이 많은 만큼 현지 소비자의 니즈를 반영한 경쟁력 있는 제품으로 현지 유통망을 통해 협력을 모색하는 것도 좋은 선택지가 될 것이다.

	
Nextil multivitamin plus lutein tablets	VITA.P Whey Protein Supplement

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2021년 이란 국가 심층조사 보고서

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 식료품 산업 전반적인 상승곡선

이슈배경

미국의 무역제재와 오일쇼크, 그리고 코로나(COVID19) 확산은 이란 리알화의 평가절하와 전반적인 물가 상승으로 이어져 전반적인 식료품 가격을 끌어올렸고, 빵을 주식으로 먹는 이란의 소비자들은 저렴한 빵을 찾거나 집에서 만들어 홈베이킹을 하며 외식보다 집에서 식사를 하는 횟수가 증가하였다. 그러나 팬데믹 종식과 무역제재 완화로 인해 경제의 활력이 돌면서 산업 전반에 훈풍이 불기 시작했다.

이슈내용

팬데믹 종식 미국의 무역제재 완화, 오일가격의 고공행진 등 경제가 안정화되면서 소비자 구매력이 증가하고 있으며, 이는 식료품 구매에도 긍정적인 영향을 미치고 있다.

이란의 식료품 시장에서는 건강식품, 유기농 제품, 수입 식품에 대한 수요가 특히 증가하고 있다. 이러한 추세는 건강과 웰빙에 대한 소비자 인식이 높아짐에 따라 이러한 제품군에 관심이 증가하고 있으며 특히 젊은 세대와 도시 소비자들 사이에서는 더 다양하고 혁신적인 식품 선택에 대한 요구가 커지고 있다. 이는 식료품 산업의 현대화와 다양화를 촉진하고 있으며, 이란 내에서 소비자의 기대와 요구를 충족시키기 위한 새로운 제품과 서비스로 인해 성장할 것으로 전망된다.

▶ 출처

2021년 이란 국가 심층조사 보고서

② 비만률 증가에 따라 건강에 좋은 식습관 관심

이슈배경

팬데믹을 지나면서 면역력과 예방의학에 대한 관심과 함께 비만률이 증가함에 따라 건강한 식단에 대한 인식과 관심이 높아지고 있다. 이는 특히 도시 지역 중산층에서 두드러지는 현상으로 건강에 좋은 식습관과 영양가 높은 식품에 대한 수요가 증가하고 있다.

이슈내용

이런 팬데믹을 지나면서 면역력과 질병 예방을 위한 식단으로 단백질이 풍부하고 풍부한 영양소가 들어 있는 식단을 찾는 소비자가 증가하면서 전통 빵과 곁들인 전통적인 아침식사 대신 양질의 단백질을 곁들인 과일과 채소를 위주로 구성된 식단을 선택하는 소비자들이 늘어나고 있다.

또한, 최근 통계자료에 따르면 비만 또는 과체중 인구가 증가하는 등 비만 문제가 증가하고 있다. 특히 비만율은 도시 지역에서 뚜렷한 증가세로 보이며 이런 보건 당국은 이런 문제에 적극적으로 대응하기 위해 국민건강 증진을 위한 교육 프로그램, 건강한 식습관 촉진 캠페인, 그리고 건강한 식품에 대한 올바른 정보 제공 등이 활발하게 이루어지고 있다.

이러한 사회 분위기 속에서 소비자들은 건강한 식습관과 균형 잡힌 식단에 관심이 높아지고 있으며, 칼로리가 낮고, 영양가가 높으며, 건강에 좋은 식품을 찾으면서 관련 수요를 견인할 것으로 예상된다.

▶ 출처

2021년 이란 국가 심층조사 보고서

③ 패스트푸드 산업 성장에 따라 식품 포장에 대한 친환경 관심 증가

이슈배경

소비자들은 패스트푸드 식품의 소비와 함께 환경 보호와 친환경 패스트푸드 포장재 제작에 대한 관심이 증가하고 있다. 이러한 수요에 부응하여 재활용 가능한 패스트푸드 포장재를 생산하는 기업에 대한 관심이 증가하고 있다.

이슈내용

이란의 Iranian Pack은 다양한 포장 서비스를 제공하며, 고급 원료 사용과 첨단 기술을 통해 고객의 요구를 만족시키고 있는데 특히, 패스트푸드 및 레스토랑 산업에서 활발한 활동을 보이며, 많은 대형 브랜드의 포장을 담당하고 있다. 또한, 위생적이고 재활용 가능한 피자 상자를 제공함으로써 환경보호에 기여하고 있다.

피자 상자와 카톤의 재활용 문제는 환경 오염, 상자 파손, 상자 청소의 어려움 등을 포함하는데, Iranian Pack은 이러한 문제들을 해결하고자 고객에게 재활용이 가능하고 위생적인 피자 상자를 제공한다. 세계적인 폐기물 처리 문제 해결에 기여하고자 식품 산업 및 레스토랑 포장재의 재활용 문제 해결에 중점을 두고 있다.

이란의 Iranian Pack과 같은 회사들의 활동은 환경보호와 지속 가능한 포장재 사용에 대한 중요성을 강조한다. 이는 친환경적인 포장재 제작과 재활용이 중요한 사회적 책임임을 보여주고 있으며 또한, 고품질의 포장재를 제공함으로써 패스트푸드 산업의 질을 향상시키고 소비자의 만족도를 높일 수 있다. 이러한 노력으로 이란에서 식품 포장재에 환경적, 경제적, 사회적으로 영향을 미치고 있다.

▶ 출처

تولید جعبه‌های پیتزای بهداشتی و قابل بازیافت در ایران پک, Iranian Students News Agency

④ 건강을 위한 통밀빵 권장

이슈배경

최근 이란에서는 건강한 식습관에 대한 관심이 증가하고 있으며, 이러한 추세 속에서 통밀빵에 대한 수요가 눈에 띄게 증가하고 있다. 전통적으로 밀가루와 빵이 주식으로 자리 잡고 있음에도 불구하고, 건강에 대한 인식 부족으로 인해 영양가가 낮은 백밀빵이 선호되어 왔다. 그러나 최근 이란 보건부와 식품안전 최고위원회의 통밀빵 품질 향상을 위한 노력에 힘입어, 통밀빵의 건강상 이점이 점점 더 널리 인지되고 있다.

이슈내용

최근 이란 보건부 및 식품안전 최고위원회가 통밀빵의 품질 향상을 위해 노력을 강화하면서 상황이 달라지기 시작했다. 이란의 연간 빵 소비량은 인당 약 117kg에 이르며, 이는 세계 평균보다 약 37% 높은 수치이다. 이러한 높은 빵 소비량을 고려할 때, 건강에 더 좋은 통밀빵으로의 전환은 국민건강에 긍정적인 영향을 미칠 것이 분명하다. 전국적으로 통밀빵 제조 공장의 설립이 활발하게 진행되고 있으며, 통밀빵 소비를 장려하기 위한 다양한 캠페인과 프로그램이 시행되고 있다.

이러한 건강한 빵에 대한 인식의 변화는 이란의 식문화에 중요한 변화를 가져오고 있다. 밀가루의 품질 향상, 통밀빵의 생산 및 소비 증가는 국민의 건강 증진뿐만 아니라 식문화의 개선에도 기여할 것으로 예상된다. 또한, 통밀빵의 소비 증가는 식단의 다양화와 영양적 가치를 향상시켜, 국민들의 전반적인 건강 수준 향상에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

이러한 건강한 빵에 대한 증가하는 관심은 향후 이란에서 건강에 대한 관심이 지속적으로 증대될 것임을 시사한다. 이는 단순히 식습관의 변화를 넘어서, 국가적 차원에서의 건강 및 영양 정책의 전환을 의미하며, 이란 사회 전반에 걸쳐 건강에 대한 인식과 중요성이 더욱 강조될 것으로 기대된다. 또한, 이러한 추세는 향후 이란 진출 국내기업들에게도 중요한 시사점을 제공하며, 건강한 식품에 대한 수요 증가를 예측하고 이에 대응하는 전략을 수립하는 데 도움이 될 것이다.

▶ 출처

اجرای برنامه تهیه نان کامل در سراسر کشور, Mehrnews

⑤ 프리미엄 해외 식품 전문 전자상거래 사이트 인기

이슈배경

최근 이란에서는 식품 전자상거래 사이트의 활성화가 눈에 띄게 증가하고 있으며, 특히 온라인 사이트를 통해서 외국의 프리미엄 식품에 대한 수요가 급증하고 있다. 이러한 추세를 대표하는 온라인 스토어 'khareji Baz'는 원산지 외국 식품을 제공하며, 건강과 웰빙을 중심으로 제품을 공급하고 있다는 점에서 주목받고 있다.

이슈내용

'khareji Baz'는 건강과 웰빙을 우선시하는 이란 소비자들의 새로운 니즈에 부합하는 다양한 외국 식품을 판매하고 있다. 이들 제품은 면역 체계 강화에 도움을 주는 것으로 알려져 있으며, 모든 연령대의 소비자들에게 인기를 얻고 있다. 이 온라인 스토어는 상품의 물리적 건강성, 원재료의 건강성, 그리고 합리적이고 경쟁력 있는 가격을 중요한 지표로 삼고 있다.

또한, 'khareji Baz'는 세계적으로 유명한 브랜드의 최상급 외국 식품을 제공하고 있다. 이들은 최상의 품질과 가격으로 제품을 공급하는 것을 목표로 하며, 이러한 제품군에는 비건 초콜릿을 비롯한 다양한 외국 식품이 포함되어 있다. 이러한 제품들은 체중 증가나 건강에 대한 우려가 있는 소비자들에게 특히 인기가 높다.

'khareji Baz'와 같은 온라인 스토어들은 이란 소비자들에게 외국 식품에 대한 접근성을 크게 높여주고 있다. 이들은 건강한 식생활과 품질 좋은 식품을 원하는 소비자들의 요구를 충족시키며, 편리하고 신뢰할 수 있는 쇼핑 환경을 제공한다. 이러한 활동은 이란 시장에서 건강한 식습관과 지속 가능한 소비문화를 장려하는 중요한 역할을 하고 있다. 이러한 변화는 이란의 소비문화에 새로운 패러다임을 제시하며, 향후 이란 소비자들의 구매 패턴과 건강에 대한 인식에 지속적인 영향을 미칠 것으로 예상된다.

▶ 출처

مواد غذایی خارجی را از کجا تهیه کنیم؟, khabar online

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 중국의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
선적 전 검사	· 선적 전 서류검사 및 보건의료교육부·표준산업연구소로 샘플 송부 후 샘플 검사 진행 · 이란으로 50만 리얄 이상의 식품을 수출하는 경우 선적 전 서류검사 진행 · 보건위생, 의약관련 품목을 수출하는 경우 보건의료교육부에서 샘플 검사 진행 필요 · 표준규격 필수 적용대상 품목 을 수출하는 경우 표준산업연구소에서 샘플 검사 진행 필요	이란 수입업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
할랄인증 취득	· 이란에서 유통·판매되는 육류제품은 할랄인증 취득 필요 · 이란의 ' 세계 할랄 기구(Halal World Institue) '에서 취득할 수 있으며, 일반식품에도 할랄인증 취득이 권장	이란 수입업체
수입코드 취득	· 식품 수입 전 이란 경제재정부에 수입코드 취득 필요 · 수입코드가 부착되지 않은 수입화물은 모두 통관이 거부됨	이란 수입업체
수입신고	· 화물 도착 후 제반서류를 제출해 수입신고 진행 · 제출서류: ①선하증권 또는 항공화물운송장 ②상업송장 ③신용장 또는 송금영수증 ④포장명세서 ⑤검사증명서 ⑥표준증명서 ⑦수입코드 복사본 또는 회사등록증	이란 수입업체
수입검사	· 실제 제품과 제출된 서류간의 일치 여부 검사	이란 수입업체
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 후 물품 반출 가능	이란 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 이란의 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
------------------------	---

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <p style="text-align: center;"><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함 	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	<ul style="list-style-type: none"> ● 이란 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><수출검역 신청 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;">식물검역</td> <td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td> </tr> <tr> <td>축산물검역</td> <td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)						

	선별한 후 재검역을 신청할 수 있음
운송수단 선적	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

② 이란 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 이란 수입통관·검역 절차

할랄인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> ● 이란에서 유통되는 모든 육류 제품은 할랄 인증을 취득해야 하며, 일반 식품에도 할랄 인증 취득이 권장 · 이란의 대표적인 할랄 인증기관으로는 할랄 문화 확대를 위해 2007년에 설립한 세계 할랄 기구(Halal World Institute)가 있으며, 국내에는 5개의 민간 할랄 인증기관이 있음 · 할랄 월드는 이슬람 회의소 연구정보센터(ICRIC)의 산하기관으로, 동 기관에서는 할랄에 대한 연구 및 국제회의 진행, 할랄 표준과 규칙 수립, 할랄 증명서 발급 등의 업무를 수행하고 있음
수입코드 취득	<ul style="list-style-type: none"> ● 이란 수입업체는 수입 시 이란 경제재정부에 수입승인 취득 후 이란 코드 발급 필요 · 경제재정부로부터 수입 승인 취득 시 '이란 코드'를 발급받음 · 이란 코드는 수입의 모든 절차를 코드화하고 체계적으로 관리하기 위하여 2009년부터 도입된 시스템으로, 코드가 부착되지 않은 제품은 통관이 거부되며 밀수품으로 간주함 · 검사 및 통관은 현지 신청으로는 받지 않으며 사전에 수입 승인을 반드시 받아야 함 · 수입업체는 원산지 국가의 인증서를 받거나 사전에 이란에 표본을 보내 이란표준산업연구소(ISIRI)의 허가를 받아 사전 수입 승인을 받아야 함
보건의료교육부 허가 취득	<ul style="list-style-type: none"> ● 이란 수입업체는 이란 보건의료교육부(Ministry of Health and Medical Education of Iran, MOHME)의 허가 취득 필요 · 제품의 표본을 사전에 보내 보건의료교육부의 위생과 안전에 관한 기준인 표준규격심사를 통과해야 식품 수입 허가를 받을 수 있음 · 해외에서 보내는 표본이 소량이어도 통관 수수료 및 관세를 부과하는 경우가 있음 · 또한, EMS를 통해 표본 송부 시 반송될 수도 있으므로 이에 대비할 필요가 있음
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 이란 수입업체는 물품 도착 후 수입신고 진행 · 수입신고시 수입신고서를 포함한 다음의 서류 제출 필요 <p style="text-align: center;"><수입통관 시 제출 서류></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ol style="list-style-type: none"> ①상업송장 ②선하증권 ③신용장 또는 송금영수증 ④검사증명서 ⑤포장명세서 ⑥표준 증명서 ⑦상업용 카드 복사본 또는 회사등록증 등 </div>

<p style="text-align: center;">수입검역</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수입신고 후 물품검사 및 검역이 진행 · 물품검역 및 물품검사는 제출서류와 제품의 부합 여부를 확인함 · 견적 송장과 상업 송장상의 금액에 차이가 있거나, 중량 증명서상의 중량과 실제 중량에 차이가 있는 경우에는 통관확인서(Green Paper)에 최종 확인 도장을 받지 못할 수도 있음
<p style="text-align: center;">관세납부 및 물품 반출</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 관세 및 제세 납부 후 물품 반출 가능 · 화물 검사 시행 후에 이관 관세청에 관세를 납부하면 통관확인서(Green paper)를 발급받을 수 있음 · 이후, 관세 납부영수증과 통관확인서를 제출하면 화물 반출을 허가받아 이관 시장에 제품을 유통할 수 있음

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡 류 : 곡류(백미), 과실류(배), 기타(건채소류) - 종자류 : 종자류(배추, 브로콜리, 오이, 양파, 양배추, 토마토) <p>*상기 품목 외는 수출가능 여부가 공식 확인되지 않고 있으며, 수출실적 통계가 있는 품목도 없어 수출가능 여부는 품목별로 확인이 필요함</p>
-----	--

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 브랜드명 · 영양성분 · 순중량	· 보관방법 · 생산일자 및 유통기한 · 제조·수입업체 · 검역 증명서 번호	· 이란 바코드 · 주의사항(선택) · 사용방법(선택)
라벨 표기사항 (가이드)	영양성분표	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자들이 이해할 수 있게 흰 바탕에 명확하게 기재 · 폰트는 굵은 글씨체를 사용하여 눈에 띄도록 배치 · 표의 상단에 크고 굵은 글씨로 상품명 기재 	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자가 제품의 특성을 이해하기 쉽도록 명확하게 작성 	
	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> · 글자는 페르시아어로, 생산일자 및 유통기한은 숫자로 표현 · 수출국의 언어로 작성된 라벨 위해 페르시아어 라벨 스티커 부착도 허용 · 페르시아어로 작성된 라벨 초안을 이란 식약청에 제출하여 승인받아야 함 	
	제조·수입업체	<ul style="list-style-type: none"> · 제조사명, 제조국, 수입업체명, 수입업체 주소·연락처 등을 표기 	
	순중량	<ul style="list-style-type: none"> · 국제적 단위인 미터법을 사용하여 표기 	
	경고문	<ul style="list-style-type: none"> · 보관 시 주의가 요구되거나 쉽게 변질될 우려가 있는 식품에 표기 	
	성분	<ul style="list-style-type: none"> · 성분 함유량이 가장 낮은 것부터 오름차순으로 표기 · 재료에 여러 성분이 배합되어 있을 경우 괄호를 사용하여 함량 표시 	
	검역 증명서 번호	<ul style="list-style-type: none"> · 이란 식품의약품 감독 관리국 로고와 검역증명서 번호를 함께 표기 · 예시: پروانه بهداشتی ورود (검역증명서 번호) 	
이란 바코드	<ul style="list-style-type: none"> · 이란 코드는 국제 상품 서비스 코드인 NIGP 규정을 따르고 있으며, 총 15개 자리의 숫자로 구성되어 있음 · 이란 코드 신청 시에는 이란 코드 관리센터에 신청서와 관련 서류 (운영허가증, 생산증명서, 사업자등록증)을 제출해야 함 		

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

■ 5.2 | 인증제도

■ 5.3 | 통관거부사례

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

6 요약

6.1 보고서 소개

이란의 식품시장은 2022년 약 577억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 5.4% 증가했다.

이란의 식품 수입액은 약 168억 달러로, 아랍에미레이트·튀르키예·러시아 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 45위를 차지했다. 주요 수입품은 ①옥수수 기타 ②대두 기타 ③밀 기타로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 68만 달러로 전년 대비 63.7% 감소했으며, 주요 수출품목은 ①백삼조제품 ②기타 무알콜 음료 ③홍삼조제품이다.

