

2012
해외콘텐츠시장 동향조사
(하반기-5권)

koCCA



제7장 **중동·아프리카 지역 콘텐츠시장 진출방안**

제1절 중동·아프리카 지역 콘텐츠시장 개요 3

 1. 중동·아프리카 지역 콘텐츠시장 개요 3

 2. 사우디아라비아 콘텐츠시장 개요 7

 3. 이란 콘텐츠시장 개요 10

 4. 아랍에미리트 콘텐츠시장 개요 12

 5. 이집트 콘텐츠시장 개요 15

제2절 사우디아라비아 19

 1. 국가 개요 19

 (1) 경제동향 및 전망19

 (2) 정치외교동향21

 (3) 한국과의 주요이슈21

 2. 무역 정보 23

 (1) 관세/수입규제23

 (2) 통관절차 및 세이프가드24

 (3) 무역협정 체결현황25

 (4) 지식재산권 보호26

 (5) 서비스 및 투자 장벽27

 3. 정책 동향 28

 (1) 정책 개요28

(2) 경쟁정책	34
4. 비즈니스 정보	35
(1) 시장특성	35
(2) 물가 정보	36
(3) 주요 전시회	37
5. 콘텐츠시장 이슈 동향	38
(1) 아랍 애니메이션의 출현	38
(2) 사우디아라비아 방송시장 현황	38
(3) 사우디 비디오게임 개발 산업의 부상	39
(4) 사우디아라비아 게임 이용 현황	39
(5) 사우디 정부, 저작권 보호를 위한 규제에 적극 지원	40
(6) 카림 다우드, 디지털 콘텐츠 배급의 다각화 제시	41
(7) STC의 LTE 네트워크 확장	41
6. 진출시장 분류 및 시사점	42
(1) 진출시장 분류결과	42
(2) 진출전략 및 유망분야	43
제3절 이란	45
1. 국가 개요	45
(1) 경제동향 및 전망	45
(2) 정치외교동향	47
(3) 한국과의 주요이슈	47
2. 무역 정보	48
(1) 관세/수입규제	48
(2) 통관절차 및 세이프가드	49
(3) 무역협정 체결현황	50
(4) 지식재산권 보호	50



(5) 서비스 및 투자 장벽	51
3. 정책 동향	53
(1) 정책 개요	53
4. 비즈니스 정보	56
(1) 시장특성	56
(2) 물가 정보	58
(3) 주요 전시회	59
5. 콘텐츠시장 이슈 동향	60
(1) 지속적인 검열에도 불구하고 번영하는 이란 영화시장	60
(2) 이란 방송 서비스 현황	60
(3) 유럽에서 환영받고 있는 이란 컴퓨터 게임들	61
(4) 이란의 팝 음악 혁명	62
(5) 이란 인터넷 서비스 현황	62
(6) 이란, '심슨가족' 캐릭터 인형 판매 금지	64
6. 진출시장 분류 및 시사점	64
(1) 진출시장 분류결과	64
(2) 진출전략 및 유망분야	66
제4절 아랍에미리트(UAE)	67
1. 국가 개요	67
(1) 경제동향 및 전망	67
(2) 정치외교동향	69
(3) 한국과의 주요이슈	69
2. 무역 정보	70
(1) 관세/수입규제	70
(2) 통관절차 및 세이프가드	71
(3) 무역협정 체결현황	72

(4) 지식재산권 보호	73
(5) 서비스 및 투자 장벽	75
3. 정책 동향	76
(1) 정책 개요	76
4. 비즈니스 정보	81
(1) 시장특성	81
(2) 물가 정보	82
(3) 주요 전시회	84
5. 콘텐츠시장 이슈 동향	86
(1) 아랍에미리트 영화시장 동향	86
(2) 나와프 아자나히 감독이 바라본 아랍에미리트 영화시장	86
(3) 이매지네이션 아부 다비, 엠파이어 인터내셔널과 배급 계약 체결	87
(4) 아랍에미리트 애니메이션 Freej의 국제적 성공	87
(5) 아랍에미리트 방송시장 현황 및 전망	88
(6) 아랍에미리트의 온라인 음악 판매	89
(7) 유튜브, 아랍에미리트 도메인에 광고 게재 허가	90
(8) 에티살랏, VoIP 서비스 개시	90
6. 진출시장 분류 및 시사점	91
(1) 진출시장 분류결과	91
(2) 진출전략 및 유망분야	92
제5절 이집트	93
1. 국가 개요	93
(1) 경제동향 및 전망	93
(2) 정치외교동향	95
(3) 한국과의 주요이슈	95
2. 무역 정보	97



(1) 관세/수입규제	97
(2) 통관절차 및 세이프가드	99
(3) 무역협정 체결현황	99
(4) 지식재산권 보호	101
(5) 서비스 및 투자 장벽	102
3. 정책 동향	103
(1) 정책 개요	103
(2) 경쟁정책	109
4. 비즈니스 정보	110
(1) 시장특성	110
(2) 물가 정보	111
(3) 주요 전시회	112
5. 콘텐츠시장 이슈 동향	113
(1) 2011년 이집트 영화시장의 침체	113
(2) 영화 <이익>, 이집트 영화 최초로 디지털 상영 개봉	114
(3) 이집트혁명에 관한 다큐멘터리 영화, 이탈리아 극장에서 상영	114
(4) 이집트 방송 서비스 현황	115
(5) 이집트 게임시장 현황	116
(6) 이집트 브로드밴드시장 현황	116
6. 진출시장 분류 및 시사점	117
(1) 진출시장 분류결과	117
(2) 진출전략 및 유망분야	119

표 목차

[표 VII-1] 2007~2016년 중동·아프리카 지역 분야별 콘텐츠시장 규모	3
[표 VII-2] 2007~2016년 중동·아프리카 지역 국가별 콘텐츠시장 규모	6
[표 VII-3] 2007~2016년 중동·아프리카 지역 매출 형태별 콘텐츠시장 규모	6
[표 VII-4] 2011년 사우디아라비아 경제 및 콘텐츠시장 지표	8
[표 VII-5] 2007~2016년 사우디아라비아 콘텐츠시장 규모	8
[표 VII-6] 2011년 이란 경제 및 콘텐츠시장 지표	10
[표 VII-7] 2007~2016년 이란 콘텐츠시장 규모	11
[표 VII-8] 2011년 아랍에미리트 경제 및 콘텐츠시장 지표	13
[표 VII-9] 2007~2016년 아랍에미리트 콘텐츠시장 규모	13
[표 VII-10] 2007~2011년 아랍에미리트 콘텐츠시장 수출 규모	15
[표 VII-11] 2011년 이집트 경제 및 콘텐츠시장 지표	15
[표 VII-12] 2007~2016년 이집트 콘텐츠시장 규모	16
[표 VII-13] 2007~2011년 이집트 콘텐츠시장 수출 규모	17
[표 VII-14] 사우디아라비아 수입규제품목	24
[표 VII-15] 사우디아라비아 통관서류 및 유의사항	25
[표 VII-16] 사우디아라비아 지적재산권 보호법	26
[표 VII-17] 사우디아라비아 투자제한 및 금지 업종	28
[표 VII-18] 2007~2016년 사우디아라비아 물가상승률 변동 추이	36
[표 VII-19] 사우디아라비아 주요 품목 물가 정보	36
[표 VII-20] 이란 외국인 투자 혜택	52
[표 VII-21] 2007~2016년 이란 물가상승률 변동 추이	58
[표 VII-22] 이란 주요 품목 물가 정보	58
[표 VII-23] 이란 Top 10 웹사이트	63
[표 VII-24] 아랍에미리트 수입 무관세 혜택 품목	71
[표 VII-25] 아랍에미리트 지적재산권 현황	74



[표 VII-26] 2007-2016년 아랍에미리트 물가상승률 변동 추이	82
[표 VII-27] 아랍에미리트 주요 품목 물가 정보	83
[표 VII-28] 이집트 수입규제 및 관리품목	98
[표 VII-29] 이집트 무역협정 체결현황	100
[표 VII-30] 이집트 지식재산권 분류	102
[표 VII-31] 이집트 통신 시장 라이선스 현황	107
[표 VII-32] 2007~2016년 이집트 물가상승률 변동 추이	111
[표 VII-33] 이집트 주요 품목 물가 정보	111

그림 목차

[그림 VII-1] 2011년 세계 권역별 콘텐츠시장 점유율	3
[그림 VII-2] 2011년 중동·아프리카 국가별 콘텐츠시장 성장률	5
[그림 VII-3] 2012~2016년 사우디아라비아 콘텐츠시장 연평균 성장률 상위 5개 분야 ...	9
[그림 VII-4] 2012~2016년 이란 콘텐츠시장 연평균 성장률 상위 5개 분야	12
[그림 VII-5] 2012~2016년 아랍에미리트 콘텐츠시장 연평균 성장률 상위 5개 분야 ...	14
[그림 VII-6] 2012~2016년 이집트 콘텐츠시장 연평균 성장률 상위 5개 분야	17
[그림 VII-7] 2007~2016년 사우디아라비아 GDP 규모 및 경제성장률	21
[그림 VII-8] 사우디아라비아 시장 평가 모형	42
[그림 VII-9] 2007~2016년 이란 GDP 규모 및 경제성장률	46
[그림 VII-10] 이란 시장 평가 모형	65
[그림 VII-11] 2007~2016년 아랍에미리트 GDP 규모 및 경제성장률	68
[그림 VII-12] 아랍에미리트 시장 평가 모형	91
[그림 VII-13] 2007~2016년 이집트 GDP 규모 및 경제성장률	94
[그림 VII-14] 이집트 시장 평가 모형	118

제 7 장 중동아프리카 지역 콘텐츠시장 진출방안

- 
- 제1절 중동아프리카 지역 콘텐츠시장 개요
 - 제2절 사우디아라비아
 - 제3절 이란
 - 제4절 아랍에미리트(UAE)
 - 제5절 이집트

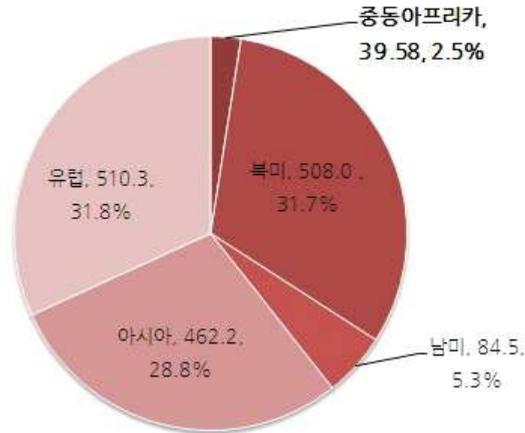
제1절 중동·아프리카 지역 콘텐츠시장 개요

1. 중동·아프리카 지역 콘텐츠시장 개요

중동·아프리카 지역은 국가 수와 인구수, 시장 규모에 비해 콘텐츠시장 규모가 매우 작은 편이다. 2011년 중동·아프리카 지역의 콘텐츠시장규모는 396억 달러로 세계 콘텐츠시장에서의 점유율은 2.5%이며 우리나라와 비슷한 시장규모이다. 그러나 중동·아프리카 시장은 향후 5년간 연평균 10.6%의 고성장을 기록하며 2016년에는 656억 달러의 시장규모를 갖추게 될 전망이며 세계 콘텐츠시장에서의 점유율도 3.1%로 증가할 것으로 보인다.

[그림 VII-1] 2011년 세계 권역별 콘텐츠시장 점유율

(단위: 십억 달러)



※ 출처: MPAA, PWC(2012), FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

[표 VII-1] 2007~2016년 중동·아프리카 지역 분야별 콘텐츠시장 규모¹⁾

(단위: 십억 달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011P	2012	2013	2014	2015	2016	2012~2016 CAGR
영화	0.59	0.61	0.65	0.66	0.68	0.71	0.74	0.77	0.80	0.82	3.8
애니메이션	0.09	0.09	0.10	0.10	0.11	0.12	0.13	0.14	0.14	0.15	6.3

1) 영화, 방송, 게임, 출판, 지식정보콘텐츠시장 규모에는 각 분야별 광고시장 통계치가 합산되어 있으며 이 금액은 광고 분야에도 포함되어 있음. 따라서 전체 합계에는 중복되는 부분을 제외한 금액만을 반영함

구분	2007	2008	2009	2010	2011P	2012	2013	2014	2015	2016	2012~2016 CAGR
방송	5.98	6.75	6.68	7.61	7.72	8.29	8.87	9.48	9.99	10.61	6.6
게임	0.40	0.46	0.50	0.54	0.57	0.61	0.64	0.67	0.71	0.74	5.3
음악	0.53	0.52	0.50	0.47	0.46	0.46	0.47	0.48	0.50	0.52	2.3
출판	8.03	8.66	7.71	7.74	7.44	7.47	7.58	7.75	7.95	8.19	2.0
만화	0.02	0.02	0.02	0.03	0.04	0.04	0.05	0.05	0.05	0.06	9.7
광고	8.11	9.22	7.90	8.45	7.17	8.75	8.45	8.35	9.28	10.64	8.6
지식정보	6.83	8.42	10.54	13.07	22.20	25.94	29.73	33.60	38.31	43.41	14.4
캐릭터 ³⁾	1.04	1.09	1.15	1.16	1.18	1.21	1.24	1.28	1.33	1.38	3.3
전체	22.63	25.74	26.95	30.51	39.58	44.09	48.79	53.69	59.37	65.60	10.6

※ 출처: MPAA, PWC(2012), FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

최근 4년 동안의 성장추세를 살펴보면, 중동·아프리카권은 꾸준한 성장세를 기록하고 있으며 2011년 성장률은 30%에 육박한다. 4.7%의 성장률을 기록했던 2009년을 제외하면 해마다 두 자릿수의 빠른 성장을 거듭해 왔으며 2011년은 최근 4년 중 가장 큰 폭의 성장세를 이뤄냈다. 분야별로는 지식정보 콘텐츠 분야가 시장규모 222억 달러로 압도적이며 방송, 출판, 광고시장이 각각 70억 달러 이상의 시장을 형성하며 그 뒤를 따르고 있다. 11억 달러의 캐릭터시장을 제외한 나머지 분야들은 모두 시장규모가 7억 달러 미만이다.

최근 4년 동안 음악, 출판, 광고 등 일부 분야는 하락세를 경험하기도 했는데 특히, 음악은 2007년 이래 4년 연속 마이너스 성장을 기록하고 있다. 그 결과 상기 3개 분야는 2007년에 비해 2011년 시장 규모가 감소했으며 그 중에서도 음악시장이 가장 큰 폭의 하락폭을 기록했다. 지식정보 콘텐츠 분야는 가장 빠르게 성장해 온 분야로 2007년 68억 달러이던 시장규모가 4년 만에 200억 달러를 돌파하며 세 배 이상 증가했다. 2007년만 해도 80억 달러의 광고, 출판시장에 이어 3위를 차지하고 있던 지식정보 콘텐츠 분야는 2009년 130억 달러까지 성장하며 콘텐츠시장의 최대 분야로 자리매김했다.

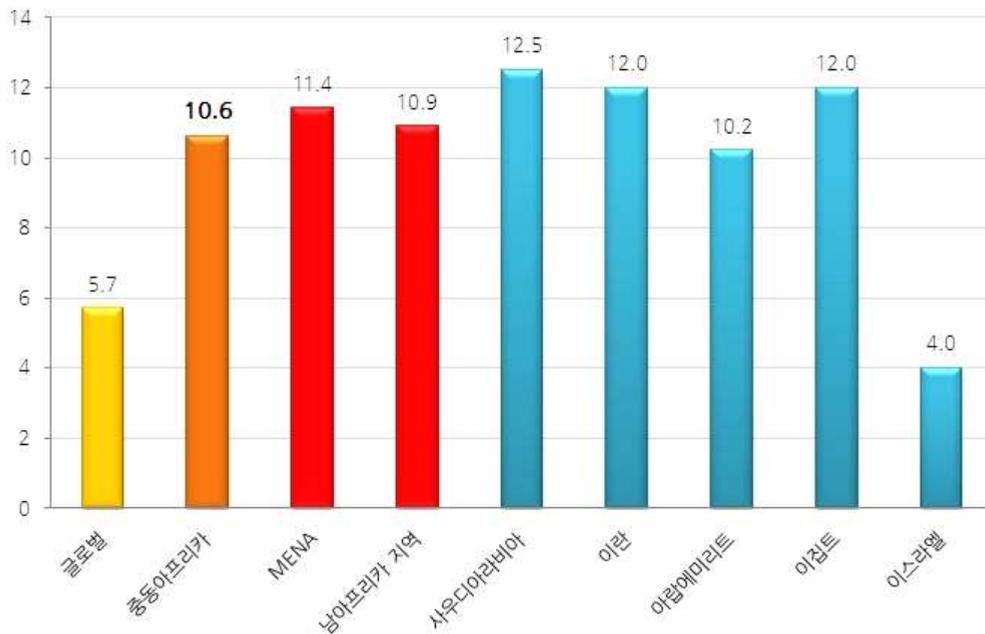
중동·아프리카 콘텐츠시장에서 2012년 이후 5년간 가장 높은 성장세를 기록하는 분야는 인터넷 접속이 포함된 지식정보콘텐츠 분야로 절대적인 시장규모와 빠른 성장으로 이 지역 콘텐츠시장 발전의 견인차 역할을 할 것으로 기대된다. 지식정보콘텐츠시장의 2012~2016년 연평균 성장률은 14.4%로 콘텐츠시장 분야 중 유일하게 두 자릿수의 성장이 예상되며 중동·아프리카 콘텐츠시장의 향후 5년간 성장 속도보다 빠르게 성장하는 유일한 분야가 될 것이다. 그 다음으로는 만화가

- 2) 애니메이션과 만화의 시장규모는 각각 영화, 방송, 출판시장 규모에도 포함되어 있음. 따라서 전체 합계에는 중복되는 부분을 제외한 금액만을 반영함
- 3) 캐릭터시장의 경우 엔터테인먼트, 패션, 스포츠, 대학 등의 프로퍼티와 로고 등을 라이선싱한 상품의 소비 시장규모는 이 보고서의 전체 콘텐츠시장 규모에는 포함되지 않음

9.7%의 성장을 기록할 것으로 전망되나 아직은 시장규모가 작아서 큰 의미는 없다. 그 밖에 광고, 방송, 애니메이션, 게임 등의 분야도 연평균 5% 이상의 성장을 할 것으로 예상된다. 캐릭터, 영화, 음악 출판 등은 모두 4% 미만의 저성장이 예상되며 그 중에서도 출판과 음악은 2% 대의 성장률이 전망된다.

[그림 VII-2] 2011년 중동·아프리카 국가별 콘텐츠시장 성장률

(단위: %)



* 출처: MPAA, PWC(2012), FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

중동과 북아프리카 지역의 콘텐츠시장은 중동·아프리카 지역 콘텐츠시장의 60% 이상을 점유하고 있다. 중동·아프리카 지역에서 가장 큰 콘텐츠시장을 기록하고 있는 국가는 사우디아라비아로 중동·아프리카 콘텐츠시장의 약 13%를 점유하고 있으며 향후 5년간 성장 속도에서도 가장 빠를 것으로 분석된다. 이란, 이스라엘, 아랍에미리트, 이집트 등이 그 다음으로 시장규모가 크며 이란, 이집트는 사우디와 더불어 12% 대의 고성장이 기대된다. 통계가 집계되는 MENA(중동 및 북아프리카) 5개국 중 4% 성장률이 예상되는 이스라엘을 제외하고 나머지 4개국은 향후 5년간 10% 이상의 고성장을 이어갈 것으로 전망된다.

[표 VII-2] 2007~2016년 중동·아프리카 지역 국가별 콘텐츠시장 규모

(단위: 십억 달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011P	2012	2013	2014	2015	2016	2012~2016 CAGR
사우디아라비아	23	29	31	36	54	61	68	76	86	96	12.5
이란	2.0	2.5	2.7	3.1	4.6	5.2	5.8	6.5	7.3	8.2	12.0
이스라엘	3.8	3.9	3.8	3.9	3.9	4.0	4.2	4.4	4.6	4.7	4.0
아랍에미리트	1.7	2.1	2.2	2.5	3.6	4.0	4.4	4.8	5.4	5.9	10.2
이집트	1.1	1.3	1.4	1.6	2.3	2.6	2.9	3.2	3.6	4.0	12.0
MENA ⁴⁾	11.5	14.1	15.1	17.3	25.4	28.5	31.7	35.0	39.1	43.6	11.4
남아프리카 지역	7.3	7.8	8.0	9.3	10.3	11.6	12.9	14.3	15.8	17.2	10.9
중동·아프리카 합계	22.6	25.7	26.9	30.5	39.6	44.1	48.8	53.7	59.4	65.6	10.6

※ 출처: MPAA, PWC(2012), FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

남아프리카 지역은 MENA 지역의 절반에도 미치지 못하는 시장규모를 기록하고 있다. 이 지역 시장의 대부분을 차지하는 국가는 남아프리카공화국이다. 남아프리카 지역의 콘텐츠시장규모는 향후 5년간 10.9%의 연평균 성장률을 기록할 것으로 전망되며 2011년 103억 달러에서 2016년 172억 달러로 규모가 확대될 전망이다.

[표 VII-3] 2007~2016년 중동·아프리카 지역 매출 형태별 콘텐츠시장 규모

(단위: 십억 달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011P	2012	2013	2014	2015	2016	2012~2016 CAGR
인터넷 접속	4.6	6.1	8.4	10.9	20.0	23.7	27.4	31.2	35.8	40.7	15.2
성장률 (%)	27.8	32.9	37.1	29.8	83.4	18.3	15.6	13.7	14.7	13.9	
광고	8.1	9.4	8.2	9.0	8.6	9.0	9.5	10.2	10.8	11.6	6.3
성장률 (%)	12.6	15.4	-12.5	9.4	-4.5	4.7	6.4	7.3	6.1	6.9	
소비 지출	9.9	10.2	10.3	10.6	11.0	11.4	11.8	12.3	12.8	13.3	3.9
성장률 (%)	5.2	3.4	1.0	2.7	3.4	3.9	3.7	3.8	3.9	4.1	
합계	22.6	25.7	26.9	30.5	39.6	44.1	48.8	53.7	59.4	65.6	10.6
성장률 (%)	13.5	13.8	4.7	13.2	29.7	11.4	10.7	10.0	10.6	10.5	

※ 출처: MPAA, PWC(2012), FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

4) MENA(Middle East and North Africa) : 중동 및 북아프리카 지역. 알제리, 바레인, 이집트, 요르단, 쿠웨이트, 레바논, 모로코, 리비아, 오멘, 카타르, 사우디아라비아, 시리아, 아랍에미리트 등

시장규모는 작지만 중동·아프리카 지역은 EMEA⁵⁾ 지역 중 콘텐츠시장의 성장이 가장 빠른 지역이라고 할 수 있다. 향후 5년간 서유럽의 콘텐츠시장이 3.1%, 중·동유럽의 콘텐츠시장은 8.1%, 중동·아프리카 지역의 콘텐츠시장은 10.6%의 연평균 성장률을 기록할 전망이다.

중동·아프리카 지역의 콘텐츠시장을 견인하는 분야는 단연 인터넷 접속 분야로 이 지역 인터넷 접속시장은 2011년 83.4%의 폭발적인 성장을 기록했으며, 지난 4년 동안 꾸준히 매년 20%가 넘는 성장을 유지해 왔다. 그 결과 매출형태별 콘텐츠시장규모에서 2007년 46억 달러로 가장 작았던 시장규모가 2011년 200억 달러로 네 배 이상 증가하며 가장 큰 시장으로 성장했다. 이것은 중동 및 아프리카 국가들에서 브로드밴드 및 모바일 인프라 정책이 성과를 나타내고 있음을 보여준다. 중동·아프리카 지역의 인터넷 접속 시장은 향후 5년간 15.2%의 연평균 성장을 이어나가 2016년에는 2011년보다 두 배 이상 증가한 시장규모를 갖출 것으로 분석된다. 최근 4년보다 성장 속도는 다소 둔화된 것이기는 하나 전 세계 지역 중 인터넷 접속시장의 확대가 가장 빠르게 진행될 것으로 예상된다.

중동·아프리카 지역의 광고시장은 최근 4년 동안 성장과 하락을 거듭하며 2011년 86억 달러를 기록했으며 향후에는 안정적인 성장세를 이어나갈 것으로 분석된다. 향후 5년간 광고시장의 연평균 성장률은 6.3%로 이 지역 전체 콘텐츠시장 평균 성장률보다 4% 이상 낮으나 세계 평균과 비교하면 여전히 높은 수준이다. 소비지출 분야는 지난 4년 동안 꾸준한 성장세를 유지해 왔으나 성장속도는 낮은 편이어서 2010년 인터넷 접속 분야에 시장 1위 자리를 내어주었으며 2011년에 두 분야 간 시장 격차는 두 배가량 벌어졌다. 향후 5년 동안 소비지출 분야의 연평균 성장률은 3.9%로 매출 형태별 시장 중 가장 더딘 성장을 이어갈 것이다.

2. 사우디아라비아 콘텐츠시장 개요

올 해 처음으로 조사범위에 포함된 사우디아라비아는 중동·아프리카 지역 중 남아프리카 공화국 다음으로 시장규모가 큰 국가이다. 아직은 우리나라의 14% 정도에 불과한 시장이지만 성장률은 전 세계 최고 수준이라고 할 수 있다. 2011년 사우디아라비아의 콘텐츠시장 성장률은 48.3%로 전 세계 최고 수준을 기록했으며 100% 가까이 성장한 인터넷 접속 분야의 영향이 절대적으로 컸다.

5) EMEA는 유럽, 중동, 아프리카 권역을 의미함

[표 VII-4] 2011년 사우디아라비아 경제 및 콘텐츠시장 지표

구 분	산업 규모 (백만 달러)	점유율 (%)
GDP 규모	577,595	
사우디아라비아 콘텐츠시장 규모	5,362	
사우디아라비아 GDP 중 콘텐츠시장 비중		0.93
글로벌 콘텐츠시장규모	1,604,583	
글로벌 콘텐츠시장에서 사우디아라비아 비중		0.33
중동·아프리카 지역 콘텐츠시장 규모	39,580	
중동·아프리카 지역 콘텐츠시장에서 사우디아라비아 비중		13.5
중위연령 ⁶⁾ (세)	21.6세 / 남성 22.9세, 여성 20.0	

※ 출처: World Bank, PWC(2012), CIA

사우디아라비아에서 콘텐츠시장은 빠르게 성장하고 있지만 여전히 GDP 대비 산업 비중이 1% 미만으로 향후 성장 잠재력이 높게 평가되는 지역 중 하나이다. 2012년 이후 사우디아라비아의 콘텐츠시장은 연평균 12.5%의 성장이 예상되며 2016년 시장규모는 96억 4천만 달러로 2007년 대비 네 배 이상 성장할 것으로 전망된다.

[표 VII-5] 2007~2016년 사우디아라비아 콘텐츠시장 규모⁷⁾

(단위: 백만 달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011P	2012	2013	2014	2015	2016	2012~2016 CAGR
영화	13	13	13	13	14	15	16	16	16	18	5.6
애니메이션 ⁸⁾	4	5	5	5	5	6	6	6	7	7	6.3
방송	595	709	655	734	630	774	815	816	858	859	6.7
게임	47	52	57	65	68	74	80	84	89	92	6.2
음악	25	23	22	20	21	21	21	23	25	27	5.2
출판	851	947	806	801	727	714	708	708	713	722	-0.1
만화	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	5.9
광고	837	1,020	827	901	749	834	889	919	955	1,009	6.2
지식정보	872	1,180	1,573	1,970	3,807	4,387	4,954	5,516	6,210	6,976	12.9
캐릭터 ⁹⁾	45	47	65	69	74	79	83	87	91	95	5.1
전체	2,338	2,880	3,125	3,616	5,362	6,074	6,815	7,591	8,555	9,640	12.5

※ 출처: MPAA, PWC(2012), FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

6) Median age: 전체 국민을 나이순으로 나열했을 때 중간에 해당하는 연령. 인구의 노령화를 논하는 수치로써 전체 인구에 대한 노령인구의 비율을 나타내기도 함

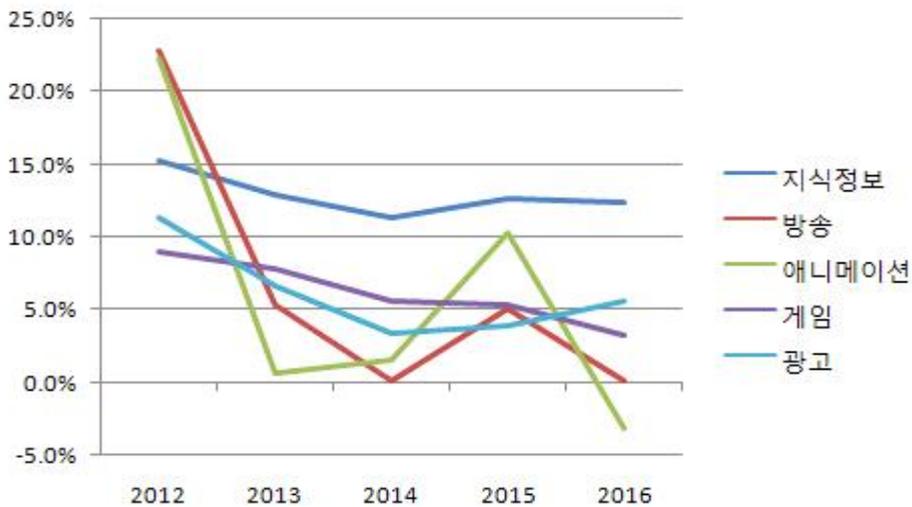
7) 영화, 방송, 게임, 출판, 지식정보콘텐츠시장 규모에는 각 분야별 광고시장 통계치가 합산되어 있으며 이 금액은 광고 분야에도 포함되어 있음. 따라서 국가별 집계에는 중복되는 부분을 제외한 금액만을 반영함

사우디아라비아는 종교 및 정치적인 문제로 콘텐츠 유통이 크게 제한되어 있으며 특히 상업 영화 상영권이 존재하지 않아 영화 분야에 있어서 상영권 매출이 전무한 국가이기도 하다. 이러한 이유로 콘텐츠시장에서 소비자의 직접적인 지출보다는 인터넷 접속, 광고 등 간접적인 매출 비중이 높은 국가이기도 하다.

사우디아라비아에서는 지식정보 콘텐츠시장규모가 38억 달러로 절대적인 비중을 차지하고 있으며 광고와 출판이 7억 달러 이상의 시장을 형성하며 그 뒤를 따르고 있다. 사우디아라비아의 콘텐츠시장은 지난 4년 동안 지속적인 성장세를 유지해 왔음에도 불구하고 음악, 출판, 광고 분야는 오히려 4년 전에 비해 시장규모가 감소했다. 2007년 지식정보, 광고, 출판은 모두 8억 달러로 비슷한 시장규모를 갖추고 있었으나 지식정보 분야만 지속적인 성장세를 유지하면서 4년 전에 비해 2011년에는 네 배 이상 시장규모가 증가했다.

향후 5년간 분야별 시장에 있어서도 인터넷 접속이 포함된 지식정보콘텐츠 분야가 연평균 12.9% 성장하면서 사우디아라비아 전체 콘텐츠시장의 성장을 견인할 전망이다. 이 밖에 방송, 애니메이션, 게임, 광고 분야도 6% 이상의 연평균 성장을 이어갈 것으로 전망된다.

[그림 VII-3] 2012~2016년 사우디아라비아 콘텐츠시장 연평균 성장률 상위 5개 분야



※ 출처: MPA, PWC(2012), FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

- 8) 애니메이션과 만화의 시장규모는 각각 영화, 방송, 출판시장 규모에도 포함되어 있음. 따라서 국가별 집계에는 중복되는 부분을 제외한 금액만을 반영함
- 9) 캐릭터 시장의 경우 엔터테인먼트, 패션, 스포츠, 대학 등의 프로퍼티와 로고 등을 라이선싱한 상품의 소비 시장 규모는 이 보고서의 전체 콘텐츠시장규모에는 포함되지 않음

사우디아라비아의 만화시장 규모는 매우 작으며 영화시장은 홈비디오 시장 위주로 형성되어 있다. 지식정보콘텐츠 분야와 출판시장을 제외한 나머지 분야들은 향후 5년간 연평균 성장률이 모두 5~6%로 예상된다. 출판시장은 사우디아라비아의 콘텐츠시장 분야 중 향후 5년간 유일하게 마이너스 성장이 전망된다.

3. 이란 콘텐츠시장 개요

이란의 콘텐츠시장은 MENA 지역에서 사우디아라비아 다음으로 큰 시장이다. 2011년 이란 콘텐츠시장은 47.7% 성장하여 46억 달러를 기록했으며 이것은 88.8%의 성장을 기록한 인터넷 접속시장의 영향이 컸다. 향후 5년간 이란 콘텐츠시장의 연평균 성장률은 12.0%로 전망되어 이 지역에서는 사우디아라비아 다음으로 빠른 성장이 기대되고 있다. 2016년 예상 시장규모는 81억 5,700만 달러로 5년 만에 두 배 가까운 성장을 기록할 것이다.

[표 VII-6] 2011년 이란 경제 및 콘텐츠시장 지표

구 분	산업 규모 (백만 달러)	점유율 (%)
GDP 규모	482,445	
이란 콘텐츠시장 규모	4,625	
이란 GDP 중 콘텐츠시장 비중		0.96
글로벌 콘텐츠시장규모	1,604,583	
글로벌 콘텐츠시장에서 이란 비중		0.29
중동·아프리카 지역 콘텐츠시장 규모	39,580	
중동·아프리카 지역 콘텐츠시장에서 이란 비중		11.7
중위연령 ¹⁰⁾ (세)	21.6세 / 남성 22.9세, 여성 20.0	

※ 출처: World Bank, PWC(2012), CIA

중동·아프리카는 전반적으로 콘텐츠시장이 빠르게 성장하고는 있으나 아직 충분한 발전이 이뤄지지 않은 시장이다. 이란에서 콘텐츠시장이 전체 GDP에서 차지하는 비중은 1% 미만이며 글로벌 콘텐츠시장에서 이란이 차지하는 비중은 0.3%에 불과하다.

10) Median age: 전체 국민을 나이순으로 나열했을 때 중간에 해당하는 연령. 인구의 노령화를 논하는 수치로써 전체 인구에 대한 노령인구의 비율을 나타내기도 함

[표 VII-7] 2007~2016년 이란 콘텐츠시장 규모¹¹⁾

(단위: 백만 달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011P	2012	2013	2014	2015	2016	2012~2016 CAGR
영화	14	14	15	15	16	17	19	19	21	26	9.7
애니메이션 ¹²⁾	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	6.5
방송	273	293	292	312	300	298	292	320	349	371	4.4
게임	19	21	22	25	28	31	33	33	36	38	6.5
음악	13	12	12	11	11	11	11	12	13	14	5.1
출판	711	794	666	660	592	578	571	568	570	574	-0.6
만화	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	6.7
광고	554	674	549	574	506	516	529	575	626	666	5.7
지식정보	755	1,015	1,340	1,669	3,152	3,632	4,105	4,580	5,179	5,849	13.2
캐릭터 ¹³⁾	22	23	32	32	32	32	33	34	35	36	2.3
전체	2,050	2,515	2,717	3,131	4,625	5,218	5,832	6,472	7,266	8,157	12.0

※ 출처: MPAA, PWC(2012), FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

이란은 지식정보 콘텐츠시장규모가 31억 달러로 절대적인 비중을 차지하고 있으며 출판과 광고가 각각 6억 달러, 5억 달러의 시장을 형성하며 그 뒤를 따르고 있다. 이란의 콘텐츠시장은 지난 4년 동안 지속적인 성장세를 유지해 왔음에도 불구하고 음악, 출판, 광고 분야는 오히려 4년 전에 비해 시장규모가 감소했고, 애니메이션, 만화 분야는 정체돼 있다. 지식정보 분야는 최근 4년 동안 가장 빠르게 성장해 왔으며 2011년에는 4년 전에 비해 시장규모가 네 배 이상 성장한 것으로 나타났다.

분야별로는 다른 신흥시장과 마찬가지로 이란에서도 인터넷 접속이 포함된 지식정보 콘텐츠시장이 향후 가장 빠른 성장세를 보일 것으로 전망된다. 향후 5년간 이 분야의 연평균 성장률은 13.2%이며 2016년 시장규모는 58억 달러까지 확대될 것으로 기대되고 있다. 지식정보 콘텐츠를 제외한 나머지 분야들은 향후 5년 동안 모두 한 자릿수의 성장이 전망된다. 지식정보 콘텐츠 다음으로 영화 분야도 9.7%의 고성장을 기록할 것으로 분석되며, 만화, 게임, 애니메이션 분야는 6% 이상의 성장을 기록할 전망이다. 만화, 애니메이션 분야는 시장규모가 미미하여 성장률로

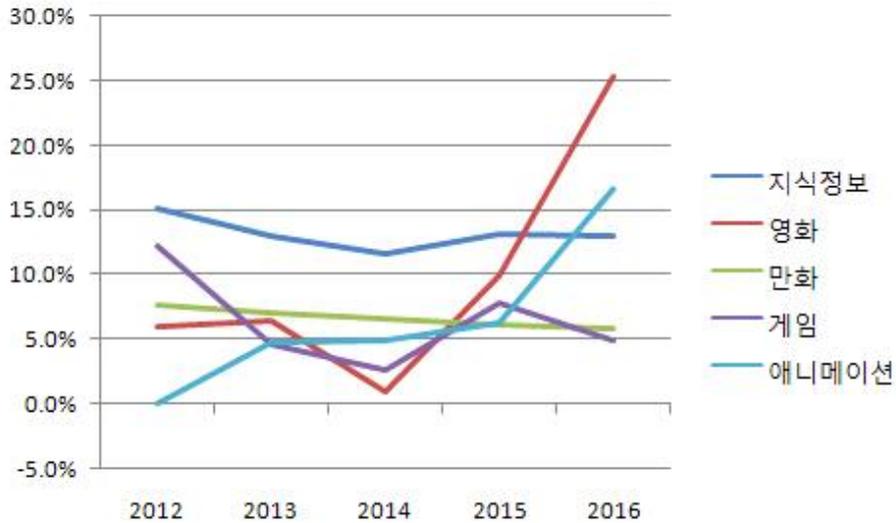
11) 영화, 방송, 게임, 출판, 지식정보콘텐츠시장 규모에는 각 분야별 광고시장 통계치가 합산되어 있으며 이 금액은 광고 분야에도 포함되어 있음. 따라서 국가별 집계에는 중복되는 부분을 제외한 금액만을 반영함

12) 애니메이션과 만화의 시장규모는 각각 영화, 방송, 출판시장 규모에도 포함되어 있음. 따라서 국가별 집계에는 중복되는 부분을 제외한 금액만을 반영함

13) 캐릭터 시장의 경우 엔터테인먼트, 패션, 스포츠, 대학 등의 프로퍼티와 로고 등을 라이선싱한 상품의 소비 시장 규모는 이 보고서의 전체 콘텐츠시장 규모에는 포함되지 않음

시장을 판단하는 것은 아직 무의미하다.

[그림 VII-4] 2012~2016년 이란 콘텐츠시장 연평균 성장률 상위 5개 분야



※ 출처: MPAА, PWC(2012), FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

2012년 이후 5년간 이란 콘텐츠시장에서 광고와 음악 분야는 5% 이상의 성장을 기록할 것으로 전망되며 두 분야 모두 2014년 이후의 성장세가 두드러질 것으로 예상된다. 방송 분야는 2012년 이후 연평균 4.4%의 성장, 캐릭터는 2.4%로 비교적 낮은 성장률이 전망되며 출판 분야는 이란 콘텐츠 분야 중 유일하게 마이너스 성장이 예상된다.

4. 아랍에미리트 콘텐츠시장 개요

아랍에미리트는 MENA 지역에서 사우디아라비아, 이란, 이스라엘 다음으로 큰 콘텐츠시장을 보유하고 있다. 아랍에미리트의 인구수가 약 530만 명인 것을 감안한다면 1인당 콘텐츠시장규모는 이 지역에서 가장 크다고 할 수 있다. 2011년 아랍에미리트 콘텐츠시장규모는 전년 대비 45.4% 성장하여 36억 달러를 기록했으며 지역 내 다른 국가들과 마찬가지로 아랍에미리트의 콘텐츠시장은 인터넷 접속 분야의 성장에 의해 견인되고 있다.

[표 VII-8] 2011년 아랍에미리트 경제 및 콘텐츠시장 지표

구 분	산업 규모 (백만 달러)	점유율 (%)
GDP 규모	360,136	
UAE 콘텐츠시장 규모	3,634	
UAE GDP 중 콘텐츠시장 비중		1.0
글로벌 콘텐츠시장규모	1,604,583	
글로벌 콘텐츠시장에서 UAE 비중		0.23
중동·아프리카 지역 콘텐츠시장 규모	39,580	
중동·아프리카 지역 콘텐츠시장에서 UAE 비중		9.2
중위연령 ¹⁴⁾ (세)	30.2세 / 남성 32.1세, 여성 24.8	

※ 출처: World Bank, PWC(2012), CIA

아랍에미리트 콘텐츠시장의 향후 5년간 연평균 성장률은 10.2%이며 2016년 시장규모는 59억 달러를 기록할 것으로 전망된다. GDP 대비 콘텐츠시장 비중은 1%로 MENA 국가 중 높은 편이다.

[표 VII-9] 2007~2016년 아랍에미리트 콘텐츠시장 규모¹⁵⁾

(단위: 백만 달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011P	2012	2013	2014	2015	2016	2012~2016 CAGR
영화	32	32	33	35	37	38	37	39	42	43	3.0
애니메이션 ¹⁶⁾	6	6	6	7	7	7	7	8	9	9	5.7
방송	558	651	620	670	626	667	670	724	787	819	5.6
게임	33	36	39	44	47	51	54	57	60	62	5.6
음악	21	21	20	19	18	19	19	20	22	23	5.0
출판	585	651	550	545	492	481	476	474	475	479	-0.5
만화	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	5.6
광고	668	814	692	735	645	660	675	723	777	816	4.8
지식정보	607	818	1,087	1,358	2,601	2,993	3,377	3,758	4,232	4,756	12.8
캐릭터 ¹⁷⁾	44	46	66	68	70	73	76	78	81	85	3.9
전체	1,716	2,072	2,204	2,500	3,634	4,035	4,438	4,845	5,352	5,911	10.2

※ 출처: MPAA, PWC(2012), FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

14) Median age: 전체 국민을 나이순으로 나열했을 때 중간에 해당하는 연령. 인구의 노령화를 논하는 수치로써 전체 인구에 대한 노령인구의 비율을 나타내기도 함

15) 영화, 방송, 게임, 출판, 지식정보콘텐츠시장 규모에는 각 분야별 광고시장 통계치가 합산되어 있으며 이 금액은 광고 분야에도 포함되어 있음. 따라서 국가별 집계에는 중복되는 부분을 제외한 금액만을 반영함

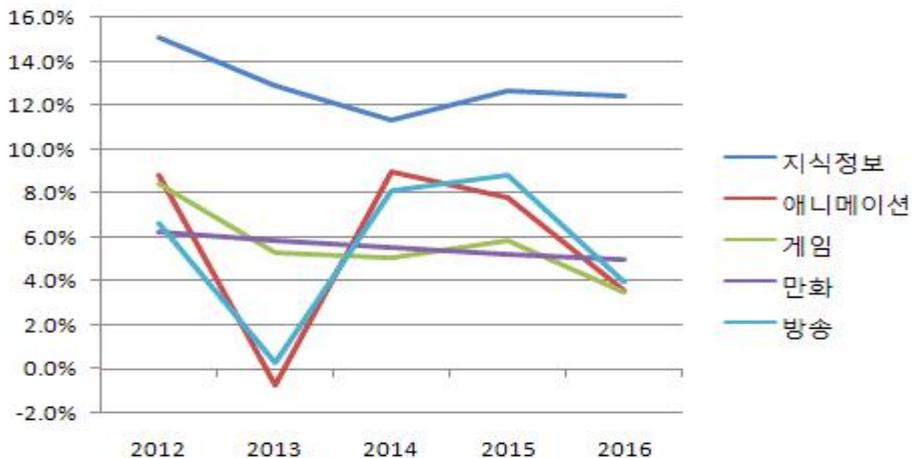
16) 애니메이션과 만화의 시장규모는 각각 영화, 방송, 출판시장 규모에도 포함되어 있음. 따라서 국가별 집계에는 중복되는 부분을 제외한 금액만을 반영함

아랍에미리트는 지식정보 콘텐츠시장규모가 26억 달러로 절대적인 비중을 차지하고 있으며 광고와 방송이 모두 6억 달러 이상의 시장을 갖추며 그 뒤를 따르고 있다. 아랍에미리트의 콘텐츠 시장은 지난 4년 동안 지속적인 성장세를 유지해 왔음에도 불구하고 음악, 출판, 광고 분야는 오히려 4년 전에 비해 시장규모가 감소했다. 음악 분야의 경우 2007년 이래 지속적으로 하락하고 있으며 출판 분야는 2008년부터 3년 연속 하락세다. 지식정보 분야는 최근 4년 동안 가장 빠르게 성장해 왔으며 2011년에는 4년 전에 비해 시장규모가 네 배 이상 증가한 것으로 나타났다.

단순히 콘텐츠시장규모를 떠나서 아랍에미리트는 MENA 지역의 콘텐츠시장에서 아주 중요한 위치를 차지하고 있다. 아랍에미리트는 중동 지역의 무역과 각종 서비스 산업의 중심지로, IT와 콘텐츠 관련 전시회들이 자주 개최되고 있다. 종교 및 정치적인 이유로 폐쇄된 아랍 지역에서 가장 개방된 시장으로 아랍에미리트는 많은 산업 분야에서 아랍 진출의 교두보가 되고 있다.

향후 5년간 아랍에미리트 콘텐츠시장 중에서 가장 큰 성장세를 기록할 것으로 전망되는 분야는 인터넷 접속시장이 포함되어 있는 지식정보 콘텐츠 분야이다. 지식정보 콘텐츠 분야의 향후 5년간 연평균 성장률은 12.8%로 콘텐츠시장 분야 중에서는 유일하게 두 자릿수의 성장이 기대된다. 지식정보 콘텐츠를 제외한 나머지 분야들의 향후 5년간 평균 성장률은 모두 6%이하이며 출판 시장은 유일하게 마이너스 성장이 전망된다.

[그림 VII-5] 2012~2016년 아랍에미리트 콘텐츠시장 연평균 성장률 상위 5개 분야



* 출처: MPAA, PWC(2012), FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

17) 캐릭터 시장의 경우 엔터테인먼트, 패션, 스포츠, 대학 등의 프롭러티와 로고 등을 라이선싱한 상품의 소비 시장 규모는 이 보고서의 전체 콘텐츠시장 규모에는 포함되지 않음

[표 VII-10] 2007~2011년 아랍에미리트 콘텐츠시장 수출 규모

(단위: 천 달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011
수출규모	36	100	-	335	1,402

※ 출처: 한국콘텐츠진흥원

2011년 우리나라의 대아랍에미리트 콘텐츠 수출규모는 140만 달러였으며 출판 관련 콘텐츠의 수출 비중이 절대적이다. 중동·아프리카 지역에서 우리나라 콘텐츠 수출이 이뤄지고 있는 국가는 남아프리카공화국, 이집트, 아랍에미리트 등이며 이 중 대아랍에미리트 수출규모가 가장 크다.

5. 이집트 콘텐츠시장 개요

2011년 이집트 콘텐츠시장규모는 전년대비 46.1% 성장하여 22억 달러를 기록했으며 이 같은 성장의 배경에는 90% 가까이 증대된 인터넷 접속 분야의 영향이 컸다. 이집트는 MENA 지역 국가 중 비교적 큰 인구수와 정치적 안정 등을 바탕으로 성장성이 큰 국가로 분류되어 왔으나 2011년 이후 정치적인 불안 상황으로 인해 경제 여건은 상당히 위축되어 있는 상태이다.

[표 VII-11] 2011년 이집트 경제 및 콘텐츠시장 지표

구분	산업 규모 (백만 달러)	점유율 (%)
GDP 규모	360,136	
이집트 콘텐츠시장 규모	2,274	
이집트 GDP 중 콘텐츠시장 비중		0.96
글로벌 콘텐츠시장규모	1,604,583	
글로벌 콘텐츠시장에서 이집트 비중		0.14
중동·아프리카 콘텐츠시장 규모	39,580	
중동·아프리카 콘텐츠시장에서 이집트 비중		5.7
중위연령 ¹⁸⁾ (세)	24.0세 / 남성 23.8세, 여성 24.3	

※ 출처: World Bank, PWC(2012), CIA

18) Median age: 전체 국민을 나이순으로 나열했을 때 중간에 해당하는 연령. 인구의 노령화를 논하는 수치로써 전체 인구에 대한 노령인구의 비율을 나타내기도 함

향후 5년 동안 이집트의 콘텐츠시장은 연평균 12%의 고성장을 유지할 것으로 전망되며 2016년 시장규모는 40억 달러를 돌파할 것으로 분석된다.

[표 VII-12] 2007~2016년 이집트 콘텐츠시장 규모¹⁹⁾

(단위: 백만 달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011P	2012	2013	2014	2015	2016	2012~2016 CAGR
영화	17	17	18	17	17	19	23	25	27	28	10.1
애니메이션 ²⁰⁾	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	6.6
방송	309	339	332	357	328	338	334	364	395	419	5.1
게임	25	27	30	34	38	41	42	45	48	49	5.5
음악	13	13	13	12	11	12	13	14	14	15	5.8
출판	356	397	337	335	302	298	296	297	300	302	0.0
만화	†	†	†	†	1	1	1	1	1	2	8.8
광고	409	491	416	436	374	393	392	426	464	485	5.4
지식정보	391	515	672	831	1,577	1,816	2,049	2,283	2,572	2,891	12.9
캐릭터 ²¹⁾	25	26	36	37	38	40	41	43	45	48	4.4
전체	1,054	1,279	1,366	1,557	2,274	2,595	2,900	3,218	3,613	4,013	12.0

※ 출처: MPAA, PWC(2012), FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

이집트는 지식정보 콘텐츠시장규모가 15억 달러로 절대적인 비중을 차지하고 있으며 광고, 방송, 출판이 각각 3억 달러 이상의 시장을 갖추며 그 뒤를 따르고 있다. 이집트의 콘텐츠시장은 지난 4년 동안 지속적인 성장세를 유지해 왔음에도 불구하고 음악, 출판, 광고 분야는 오히려 4년 전에 비해 시장규모가 감소했고, 영화, 애니메이션, 만화 분야는 4년 동안 성장이 정체된 모습을 보여 왔다. 지식정보 분야는 최근 4년 동안 가장 빠르게 성장해 온 분야로 2011년에는 4년 전에 비해 시장규모가 네 배 이상 증가한 것으로 나타났다.

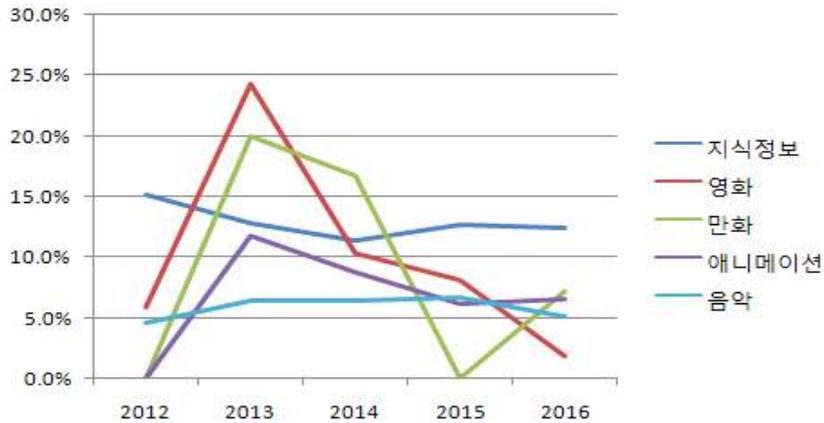
향후 5년간 이집트 콘텐츠시장 중에서 가장 큰 성장세를 기록할 것으로 전망되는 분야는 인터넷 접속 시장이 포함되어 있는 지식정보 콘텐츠와 영화 분야이다. 두 분야의 향후 5년간 연평균 성장률은 각각 12.9%, 10.1%로 고성장을 이어갈 것으로 전망되며 나머지 분야는 모두 한 자릿수의 성장이 예상된다. 상기 두 분야 다음으로 만화, 애니메이션, 음악 분야의 성장률이 클 것으로 예상되지만 만화와 애니메이션은 성장률을 논의하기엔 시장규모가 여전히 작은 수준이다.

19) 영화, 방송, 게임, 출판, 지식정보콘텐츠시장 규모에는 각 분야별 광고시장 통계치가 합산되어 있으며 이 금액은 광고 분야에도 포함되어 있음. 따라서 국가별 집계에는 중복되는 부분을 제외한 금액만을 반영함

20) 애니메이션과 만화의 시장규모는 각각 영화, 방송, 출판시장 규모에도 포함되어 있음. 따라서 국가별 집계에는 중복되는 부분을 제외한 금액만을 반영함

21) 캐릭터 시장의 경우 엔터테인먼트, 패션, 스포츠, 대학 등의 프롭티와 로고 등을 라이선싱한 상품의 소비 시장 규모는 이 보고서의 전체 콘텐츠시장 규모에는 포함되지 않음

[그림 VII-6] 2012~2016년 이집트 콘텐츠시장 연평균 성장률 상위 5개 분야



※ 출처: MPAА, PWC(2012), FCC, EPM, OECD, IFPI, ICV2, The Numbers

게임, 광고, 방송 분야도 5% 이상의 연평균 성장률을 기록할 것으로 전망되고 있으며 캐릭터 분야 역시 4.4%의 연평균 성장률을 기록하며 안정된 성장을 이어갈 것으로 예상된다. 가장 성장이 저조할 것으로 예상되는 출판 분야는 매년 소폭의 하락과 성장을 반복하면서 정체 상태에 머물 것으로 전망된다.

[표 VII-13] 2007~2011년 이집트 콘텐츠시장 수출 규모

(단위: 천 달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011
수출규모	424	355	-	707	1,051

※ 출처: 한국콘텐츠진흥원

2011년 우리나라의 대이집트 콘텐츠 수출규모는 105만 달러를 기록했으며 출판 관련 콘텐츠의 수출 비중이 절대적이다.

제2절 사우디아라비아

1. 국가 개요

(1) 경제동향 및 전망

1) GDP 규모	5,775억 9,500만 달러 (세계 20위) / 1인당 GDP : 21,768 달러				
2) 경제성장률	6.8 %	3) 실업률	5.4 %	4) 물가상승률	5.0 %
5) 콘텐츠시장 규모	53억 6,200만 달러 / 전년대비 성장률 : 48.3% * GDP대비 콘텐츠시장 비중 : 0.9%				
6) 통화	Saudi Arabian Riyal (SAR) 1 SAR = KRW 308.62 (2012 년 5월 31일 기준) US\$ 1 = 3.75 SAR (2012 년 6월 기준)				
7) 외채	792억 달러(2008), 724억 달러(2009), 850억 달러(2010), 1,059억 달러(2011)				
8) 외환보유고	4,451억 달러(2010), 5,402억 달러(2011)				
9) 산업구조	〈산업별 GDP에서 차지하는 비중 (2010 년 기준)〉 광업 47.8%, 제조업 10.0%, 금융·부동산 7.9%, 도소매유통업 5.4%, 건설업 4.3%, 수송·통신 3.6%, 농림수산업 2.5%, 전력, 가스 및 수질 처리 0.9%				
10) 무역규모	○ 총교역량(2010) : 3,580억 6백만 달러 (전년대비 24.4% 증가) - 수출: 2,511억 4,300만 달러 (전년대비 30.6% 증가) - 수입: 1,068억 6,300만 달러 (전년대비 11.8% 증가) * 무역수지(흑자) : 1442억 8천만 달러 (전년대비 흑자규모 49.2% 증가) ○ 주요 교역국(2010) - 수출국 : 일본(14.4%), 미국(13.2%), 중국(11.9%), 한국 (9.8%), 인도 (7.6%) - 수입국 : 미국(13.2%), 중국(11.7%), 독일(7.7%), 일본 (7.5%), 한국 (4.4%)				
11) 주요 교역품목	○ 수출품목 : 광물성연료 (85.8%), 석유화학제품 (8.7%), 식료품 (1.2%), 금속류 (0.8%), 기계장비부품 (0.4%) ○ 수입품목 : 기계/장비/부품 (24.7%), 수송 장비 및 부품 (18.4%), 금속류 (12.4%) 식품 및 농축산물 (15.8%), 화학제품 (12.3%) * 2010년 기준				

※ 출처: IMF, 코트라, 외교통상부

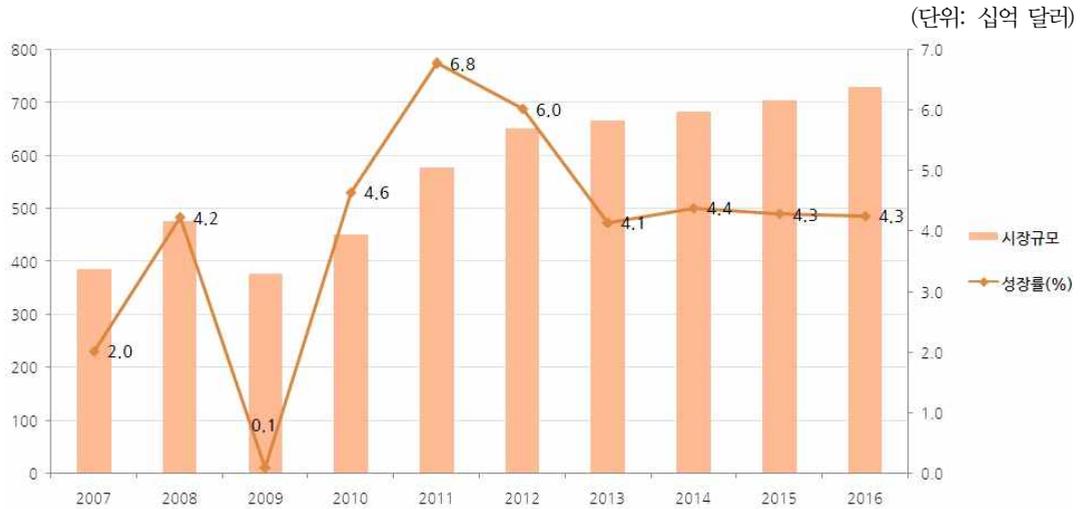
사우디아라비아는 전 세계 석유의 20% 가량이 매장되어 있는 세계 최대 석유 보유국이자 수출국이다. 2008년 금융위기 이후 지속된 고유가로 사우디는 빠른 속도로 엄청난 오일 머니를 축적하게

되면서 세계 경제가 둔화세를 보이던 2008년에는 4.2%의 경제 성장을 기록했다. 2009년은 다소 경제 성장이 둔화되는 모습을 보이기도 했으나 2010년부터 다시 회복세로 돌아섰다. 2011년에는 중동 사태로 일일 150만 배럴에 달하던 리비아의 원유 생산이 중단되자 사우디는 국제 유가 안정을 위해 원유 생산량을 늘렸다. 그 결과 2011년 사우디는 원유 수출액 최고치 달성과 더불어 6.8%의 높은 경제 성장률로 GDP 규모가 5조 달러를 넘어섰다. 이란 등 중동 국가의 자원 정책에 따라 오일 시장의 변화 가능성은 다분하며 글로벌 시장의 불안정한 정세가 지속되면서 국제 유가 상승세도 계속되는 상황에서 2012년에도 사우디는 높은 성장세를 이어나갈 것으로 분석된다. 2012년 사우디의 GDP 성장률은 6.0%로 전년도 성장률보다 2% 가량 증가할 전망이다. 향후 5년 동안 성장률은 4.6%로 추정된다. 사우디는 1970년대 1, 2차 오일쇼크로 천문학적인 오일머니를 벌어들였으나 비계획적이고 비효율적인 예산 집행으로 모두 탕진했으며 80년대 중반부터 90년대 말까지 초저유가 시대를 거치면서 극심한 재정난에 시달려야 했다. 최근의 고도성장은 2003년 이후 국제 유가가 다시 상승하면서 과거 실패의 경험을 반복하지 않으려는 국가적 노력의 결실이라고 할 수 있다.

최근 사우디 정부가 추진하는 경제 정책의 핵심은 “석유산업의 고부가가치화와 기존 산업의 다변화전략”으로 요약할 수 있다. 석유산업의 고부가가치화는 원유 수출 위주의 단순 산업에서 원유 정제 및 후공정을 통해 제품의 부가가치를 향상시키고 이를 수출하거나 자국 내 2차 산업과 연계하여 또 다른 2차 생산품으로 만들어 내는 풀공정의 석유산업 구조를 만들어 내는 것이다. 기존 산업의 다변화 정책은 오일산업 일변도에서 탈피해 도로항만 등과 같은 사회간접시설, 발전, 담수, 화학 및 제조 등과 같은 기간산업, 의료, 금융, 관광, IT/정보통신산업 등과 같은 신성장산업과 태양광 등 신재생에너지 산업을 집중 육성하고 교육투자확대 및 시설개선, 글로벌 대학 유치 등을 통한 인력자원 개발에 투자를 확대한다는 내용을 담고 있다.

리비아 사태 안정화에 따른 원유 생산 감소, 세계 경기 둔화에 따른 국제 석유 수요 감소 등 여전히 경제 성장의 부정적 요인이 존재하나 이란의 호르무즈 해협 봉쇄 위협에 대해 국제 사회가 이란의 원유수출에 제재를 가하고 있어 국제 유가는 전년보다 높은 수치를 기록하고 있으며 이란 제재가 계속될 경우 사우디는 다시 원유 증산에 나설 것으로 보여 사우디 경제에 청신호로 작용하고 있다. 또, 일자리 창출을 포함한 대규모 정부 프로젝트 추진, 평균 3.4%에 달하는 인구 증가율로 인한 소비 규모 확대 등은 내수 경기 활성화를 유도하고 있다.

[그림 VII-7] 2007-2016년 사우디아라비아 GDP 규모 및 경제성장률



※ 출처: IMF, 코트라, 외교통상부

(2) 정치외교동향

1) 건국(독립)일	○ 1926 압둘 아지즈 이븐사우드, 히자즈(Hijaz) 왕국 선포 ○ 독립일 : 1927.5.20 / ○ 국경일 : 9.23(왕국선포일)
2) 정부형태	이슬람교군주국(정교일치의 국왕중심제)
3) 주요 인사	○ 국왕 : 압둘라 (Custodian of the Two Holy Mosques King, Abdullah bin Abdul Aziz Al-Saud) / 총리 역할까지 담당 ○ 외교장관 : 사우드 알 파이잘(Prince Saud Al-Faisal)
4) 의회제도	국왕자문위원회(Consultative Council, 국왕임명위원 120명, 임기 4년)가 유사한 역할 담당
5) 주요 가입국제기구	UN(45.10), ILO, FAO, UNESCO, WHO, IFC, IDA, IMF, IMO, ICAO, OPEC, 비동맹, 아랍연맹

※ 출처: 코트라, 외교통상부

(3) 한국과의 주요이슈

2011년 한-사우디 간 교역은 전년대비 40%가 증가하여 사상 최대인 439억 달러를 기록했으며 수출입 실적 모두 사상 최대액을 달성했다. 글로벌 경제 회복과 사우디 내수경기 호황, 정부 차원의 적극적 투자로 우리나라의 대사우디 수출은 전년대비 52.8% 증가한 69억 달러를 기록했고 국제 유가 상승의 영향으로 수입액은 전년대비 37.8% 증가한 369억 달러를 기록했다. 국제 유가의

상승, 리비아 사태에 따른 원유 생산량 증가 등은 양국 간 교역의 호재로 작용했으며 특히 우리나라는 2010년 사상 최초로 100억 달러를 돌파한 대사우디 프로젝트를 계기로 산업기계, 중전기 등 수출이 본격적으로 이뤄지기 시작했다. 2011년에도 사상 최대 규모인 165억 9천만 달러의 프로젝트를 수주함에 따라 관련 제품의 수출 증가는 계속될 전망이다. 사우디는 아랍에미리트에 이어 중동 지역 제 2의 수출대상국이며 주요 수출 품목은 승용차, 화학기계, 건설중장비, 철강, 중후관 등이 있다. 대사우디 무역수지 적자규모는 300억 달러에 달하는 이 같은 교역 불균형은 대사우디 수입품목에서 원유, 나프타, LPG 등 에너지 자원의 비중이 높고 고유가에 그 원인을 찾을 수 있다.

사우디에서는 한국 상품에 대한 인지도는 매우 높은 편으로 품질 면에서 유럽, 미국, 일본 등 선진시장 제품과 비교해서 같거나 약간 낮은 수준으로 인식되고 있으며 선진시장에 비해 가격경쟁력은 높은 것으로 평가된다. 2002년 월드컵 등으로 한국에 대한 인지도도 상당히 높은 수준이며 특히, IT, 자동차, 조선 분야 선진국으로 인식되고 있다.

1) 주요 협정	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경제 및 기술협력협정 (1975.1) ○ 문화협정 (1975.8) ○ 항공협정 (1984.1) ○ 감천항 개발차관 협정 (1984.10) ○ 항공운수소득면제 협정 (1991.7) ○ 교육교류약정 (1997) ○ 투자협정 (2003.2) ○ 고등교육협력MOU (2007) ○ 이종과세방지협정 (2008.12) ○ 원자력협력협정 (2011)
2) 무역규모	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전체 교역량(2011) : 439억 37백만 달러 (전년대비 40% 증가) - 대사우디 수출 : 69억 6,400만 달러 (전년대비 52.8% 증가) - 대사우디 수입 : 369억 7,300만(전년대비 37.9% 증가) * 무역수지(적자) : - 300억 달러 (전년대비 적자규모 34.8% 증가)
3) 투자거래	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우리나라의 대 사우디 투자: 2011년 12월 기준, 298건, US\$37,149만(투자 기준) ○ 사우디의 대한 투자: 2009년 말 기준 45건, US\$5억1900만(신고 기준)
4) 주요 거래 품목	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출 : 수송기계, 철장제품, 직물, 섬유제품, 가전제품, 자동차, 산업기계, 전자제품, 중전기, 고무제품 등 ○ 수입 : 원유, 석유화학제품, 나프타, LPG, 정밀화학제품, 비철금속제품, 수산물, 요업제품, 플라스틱 제품 등
5) 교민수	2,821명 * 2011년 기준

※ 출처: 코트라, 외교통상부

2. 무역 정보

(1) 관세/수입규제

사우디의 관세 제도는 HS기준에 따른 종가세 제도로 통상 관세율은 무관세, 5%, 12%, 20% 등으로 구분된다. 쌀, 설탕, 의약품 등 기본 생필품과 개발프로젝트용 기자재는 무관세, 일반상품은 5%, 자국에서도 생산되어 수입품과의 경쟁이 예상되는 플라스틱 제품, 목공제품, 세제 등은 12~20%의 관세를 부과하고 있다. 자국 산업 보호를 위해 자국에서 생산되어 성장이 예상되는 품목에는 12%, 국내 제조 상품과 경쟁 관계에 있는 유치산업 보호품목은 20%의 관세를 적용하고 있다. 20% 관세율이 적용되는 품목은 시멘트, 계란, 윤활유, 철망, 카펫, 펜스, 철관 및 황산 등이다. 그 밖에 대추야자는 40%, 담배는 100%의 고관세를 부과 중이다.

사우디 정부는 2008년 4월부터 물가안정을 위하여 식료품, 생활용품, 건축 자재 등 총 180개 품목에 대한 관세율을 6~25%에서 0~5%로 3년 동안 한시적으로 인하했다. 2009년 6월에는 상기 품목을 포함 총 851개 품목에 대한 관세를 인하 또는 면제한 바 있다. 2010년 12월에는 화학제품, 향수류, 샴푸, 치약, 면도크림, 살충제, 플라스틱 제품 등 총 122개 품목에 대한 관세율을 종전 7.6~25%에서 5.5~6%로 인하했다. 건축자재 수급난과 가격급등 완화를 위해 잠정 면제해오던 외국산 철근과 시멘트에 대해서 수입관세 5%를 재부과하고 있다.

한편, 걸프지역 국가나 아랍국가에서 40% 이상의 가치가 부가된 상품의 경우 국산품으로 인정하여 관세가 면제된다. 사우디의 평균 관세율은 10%로서 개도국 평균관세율 15~20%와 비교할 때 낮은 수준으로 평가된다. 그러나 관세행정시스템의 미비 등으로 최저관세, 관세부과 가격산정, 관세 환급에서 불합리한 상황이 발생하기도 하므로 주의해야 한다.

수입품목에 대해 관세를 적용하고 일부 품목의 경우 수입 시 허가를 받거나 수입을 금지하는 경우는 있으나 수량을 제한하는 규제는 거의 없다. 특정제품을 수입하는 경우 수입이 금지되거나 관계부처의 승인 또는 검열을 받아야 하는 경우가 있으며 확인이 필요하다. 종교, 안전과 관련된 일부 상품은 수입이 금지되는데, 알코올, 비의료용 약품, 이슬람 종교 관련 물품, 이슬람 정신에 반하는 물품(돼지고기) 등 70여 개 품목이 이에 해당하며 이스라엘과 직접 무역도 금지되어 있다.

[표 VII-14] 사우디아라비아 수입규제품목

구분	세부내용
수입금지	주류, 돼지고기, 음란물, 마약, 무기, 아스베스토
관련부처 특별승인 요구	<ul style="list-style-type: none"> - 식물종자, 가축, 책·잡지, 오디오 및 동영상물, 의약품, 화학품, 향료 등 알코올 제품, 무선장비 등 - 중고차 : 2009.6월부터 환경보호, 교통사고 예방 등을 위하여 5년 이상 된 중고차 수입을 금지함 5년 이상 지난 승용차, 버스 및 경트럭(Light truck)의 수입 전면 금지 및 10년 이상 된 대형트럭(Heavy truck) 수입 금지 2010.8월부터는 학생보호차원에서 제조한지 10년 이상 된 노후 스쿨버스 사용 금지 - 2011.6월 110~127V의 전압만을 사용하는 제품 수입과 자국 내 제조 금지 (2012.5.22일부로 시행) 향후 25년에 걸쳐 자국 공급 전압을 230V, 400V로 통일한다는 정부 방침에 따른 규제안
수입 검열	미디어제품

※ 출처: 코트라, 외교통상부

비관세 장벽으로는 관세부과 가격산정, 관세환급, 선적 전 검사제도 등이 있다. 일반적으로 관세는 송장 기준으로 산정되는데 사우디는 국내가격이나 국내제조업자가 상의한 가격 등을 근거로 최저 수입가를 정하고 이에 근거해 관세를 부과하는 경우가 있으며 세관원 경험에 따라 금액에 책정되기도 한다. 관세환급절차 역시 복잡하고 환급이 지연되는 일이 빈번히 발생한다. 또한, 수입제품을 포함, 국내 유통되는 모든 공산품에 대해 사우디 표준청(SASO)이 정한 기준에 부합할 것을 요구하고 있다. 2010년 9월부터 면세로 통관되는 각종 공사용 기자재의 불법유통과 밀수행위 방지를 위해 사우디는 외국계기업의 공사용 기자재를 통관할 경우 리야드 소재 사우디 관세청 본청의 사전승인을 받도록 하고 있다.

(2) 통관절차 및 세이프가드

사우디로의 수입 시 관세와 통관 수수료 외 별도의 부담금은 없다. 부가세 등 세금이 없기 때문에 수입 상품에 대해서도 관세 이외의 세금 부과도 않는다. 사우디의 통관절차는 복잡하고 불투명하며 요구되는 서식도 많다. 에이전트를 통하지 않은 경우에는 문제 발생 시 상당한 어려움이 있으므로 견실한 에이전트를 확보하는 것이 매우 중요하다. 그밖에 이슬람이 금기시하는 디자인이 포함된 소비재 물품의 경우, 통관이 까다롭고 주류 성분, 돼지고기 및 그 기름 성분이 포함되어 있다고 여겨지는 식품의 통관은 불가하다. 또한, 수입품의 통관 시 수출국 공인기관이 발행한 원산지증명서를 첨부하도록 하고 있다.

[표 VII-15] 사우디아라비아 통관서류 및 유의사항

필요서류	<ul style="list-style-type: none"> - 원산지 증명서, Invoice(상공회의소 인증), 선하증권(B/L) 또는 항공운송장(AWB) - 위생검사서(사우디식약청<SFDA> 인증서, 단, 의약품, 식품인 경우에만 해당), 보험증명서(CIF의 경우), 수입검사 인증서(사우디표준청<SASO> 적합 인증서), 유전자 변형 식품의 경우 GE 마크
통관시 유의사항	<ul style="list-style-type: none"> - 주류, 돈육 및 그 성분을 함유한 제품은 통관 불가 품목이므로 식품, 의약품을 수출할 경우 등 성분이 포함되었는지 여부를 사전에 철저한 확인 필요 - 라벨 부착은 유의를 요하는 분야로서 특히 식품류, 개인 위생기류, 의약품 라벨은 사우디표준청(SASO)의 요구 조건을 충족하도록 세심한 관심 요망 - 손목시계, 액세서리 등은 샘플이라도 과세 통관시키는 경우가 많으며, 샘플이 많은 경우 통관이 어려움 - 관계 법령을 위반하여 불공정 수출업자로 등록될 경우 1년 이상 수출입 절차가 까다롭게 적용되므로 사소한 사안이라도 유의 필요

※ 출처: 코트라, 외교통상부

(3) 무역협정 체결현황

1981년 결성된 중동산유국 지역공동협력체 GCC (Gulf Cooperation Council: 걸프협력회의)는 안보협력을 목적으로 걸프만(아라비아반도) 연안 6개국, 사우디아라비아, 아랍에미리트, 쿠웨이트, 오만, 카타르, 바레인 등이 참여하고 있다. 2001년 12월, 제22차 정상회의에서 공동시장출범 등 경제 통합 로드맵이 완성되었으며 2007년 12월, 카타르 도하 제28차 최고이사회의에서 6개국 정상들은 2008년 1월 단일시장 출범과 2010년 통화단일화(경제통합)의 당초 일정을 재확인했다. 2008년 1월 1일부로 역내 공동시장을 출범시켰으나 2010년 1월 1일부로 출범예정이던 단일통화시장은 오만 등 일부국가 불참 선언과 GCC 중앙은행 소재지 선정을 둘러싼 회원국 간 마찰 및 불협화음으로 지연되고 있는 상황이다. GCC 단일 통화위원회 및 GCC 중앙은행의 소재지는 사우디의 리야드로 결정된 바 있다.

GCC는 1983년부터 거주·이전·민간부문 근로·자본의 이동·고용 등 5개 경제활동 분야에서 비차별적 대우(내국민 대우)원칙에 합의하고 시행했는데 이것은 GCC 공동시장의 시초라 할 수 있다. 2001년 제시된 경제통합 로드맵에 명시된 주요 분야는 다음과 같다. ▷ 거주와 이전 ▷ 개인 및 정부 부문에서의 근로 ▷ 연금 및 사회복지 ▷ 모든 전문직종에서의 고용 ▷ 모든 경제·투자·서비스 활동 분야에서의 고용 ▷ 부동산 소유 ▷ 자본의 이동 ▷ 주식 소유 및 회사의 설립 ▷ 교육, 보건 및 사회 서비스

2003년 제2차 이라크 전쟁 이후 고유가 상황이 고착화되면서 세계 각국에서는 에너지 자원 확보와 정치적 영향력 확대 차원에서 중동국가들과의 협력 필요성이 대두되었다. 또한, GCC 국가들도 제2차 이라크 전쟁을 계기로 경제 통합의 중요성에 대한 인식을 공유하면서 장기적인 경제성장 기반 구축과 석유 의존적인 산업구조 개선을 위한 대책의 일환으로 FTA를 추진하고 있다.

GCC 국가들이 FTA를 추진하고 있는 이유는 EU, 중국, 인도 등과 경제협력을 강화하여 중동 지역에서 미국의 지배적 입지를 약화시키려는 정치적 의도가 다분하게 작용하고 있는 것으로 분석된다. 또한 FTA 체결을 통해 국제질서에 적극 참여한다는 이미지를 부각하여 절대 권력의 왕정체제 유지 및 인권 문제나 민주화 문제 등으로 인한 대외적인 부정적 인식을 상쇄하려는 의도도 숨어있는 것으로 보인다.

GCC 국가들보다는 상대국들이 GCC와의 FTA에 보다 적극적이며 GCC가 추진하는 FTA는 협상 전 포괄적 협정을 우선 체결하는 방식을 취하고 있다. 중국, EU와의 FTA에서는 포괄적 협정을 먼저 체결하고 상품, 서비스 분야 FTA는 포괄협정의 틀에 따라 보다 간략한 절차로 협상을 진행했다. 포괄적 협정에는 에너지협력을 포함 경제협력에 관한 내용이 포함되는 것이 일반적이는데 EU, 중국, 인도와의 포괄적 협정에는 에너지 협력에 관한 내용이 모두 포함됐다.

(4) 지식재산권 보호

[표 VII-16] 사우디아라비아 지적재산권 보호법

구분 (담당기관)	주요내용
특허권 (KACST ²²⁾)	<ul style="list-style-type: none"> - 1989.1.17 특허법 제정 (KACST내에 특허이사회 설치) - 2004.7.17 특허법 개정(신 특허법) / 신 특허법은 TRIPS 협정 규정에 적합할 뿐만 아니라 산업디자인, 집적회로 디자인, 물변종에 관한 특허 사항이 포함됨 - 2004.12.26. 신 특허법에 따른 특허법 시행령 제정 - 특허법 위반 시 SAR 10만 이내 벌금 부과 및 재범 시 두 배 부과 - 특허 유효기간 : 15년, 5년간 연장 가능(구 특허법) /20년 (신 특허법)
상표법 (상공부)	<ul style="list-style-type: none"> - 상표신청비 : SAR1,000 - 상표등록비 : SAR 3,000 - 등록갱신비 : SAR 3,000 - 등록변경비 : SAR1,000 - 등록갱신연체료(6개월 이내) : SAR 1,000
저작권법 (문화정보부)	- 별도 수수료 없음

* 출처: 코트라, 외교통상부

최근 사우디는 지적재산권을 보호하기 위하여 상표법, 특허법, 저작권법 등 관계법령을 제정, 시행하는 등 지적재산권 보호에 힘쓰고 있으며 미국 통상대표부(USTR)는 2010년 2월 사우디를 미국의 스페셜 301조에 의해 지식재산권 관찰대상국에서 제외했다. 사우디는 시장, 공항, 항구 등에 특별감시팀을 배치하여 지적재산권을 침해하는 불법복제품(CD, 비디오, 인쇄물)의 밀수를 철저히 단속하고 있다. 지적재산권 위반에 관한 인식개선 캠페인을 진행하고 2008년에는 젯다에서 제1회 아랍소비자 및 브랜드 보호 포럼을 개최하기도 했다. 특허절차를 간소화하고 소요시간을

22) KACST : King Abdulaziz City for Science and Technology

단축하기 위하여 특허담당 시험관을 15명에서 80명으로 증원하여 훈련을 강화하고 있으며 다른 국가의 특허기관이 발행한 시험검사서를 활용하도록 하고 있다.

(5) 서비스 및 투자 장벽

2005년 12월, 사우디는 WTO 가입과 더불어 다수의 부문에서 상당한 개방을 약속한 바 있으며 이에 따라 외국인투자 지분 상한이 50% 미만으로 제한되었던 보험, 금융, 통신 등 서비스 분야에서 지분제한이 완화되었다. 2010년 9월 기준 주요 업종의 외국인투자 지분 제한은 보험업 60%, 금융업 70%, 통신서비스업 70%, 도소매업 75% 이다. 보험업은 외국인 지분제한요건과 함께 최소자본금요건(보험회사 1억 리얄, 재보험회사 2억 리얄, 두 가지를 모두 취급하는 경우 3억 리얄)도 충족해야 한다.

사우디는 외국인 투자유치를 통해 탈석유산업 구조로의 전환과 고용창출을 목적으로 WTO 가입 이후 외국인투자법을 정비하는 등 외자유치를 적극 추진하고 있다. 사우디는 2000년 4월, 외국인투자법을 전면 개정하고 투자청(SAGIA)을 설립하여 투자허가 및 투자유치 관련조직을 일원화했다. 종전의 외국인투자법이 국가발전에 부합되는 기술이전 분야를 중심으로 제한적인 외국인 투자만을 허용했다면 개정 외국인 투자법은 일부 투자금지업종을 제외한 모든 분야에 대해 외국인 투자를 허용하고 있다. 개정법은 외국인 투자자들에게 외환송금의 자유를 허용하고 합작기업에 대해서도 외국인 투자자와 외국인 근로자에 대한 스폰서²³⁾ 역할을 허용했다.

한편, 사우디아라비아는 모든 외국인 투자에 대해 투자청 산하 투자지원센터를 통해 SAGIA에 서류를 제출하여 심의를 받도록 하고 있다. 2002년 6월 24일에는 시행규정을 제정하여 외국인 투자 지원활동도 적극 추진하고 있다. 개정된 외국인 투자법은 외국인 투자자에 대한 혜택, 인센티브, 보증 등에 있어서 내국인 투자자와 동일한 대우를 약속하고 있다. 종전에는 국가발전계획에 부합하고 기술 이전을 촉진하는 분야를 중심으로 제한적으로 외국인 투자를 허가했으나 현재는 투자 금지 업종을 제외한 모든 분야에 대해 외국인 투자를 개방했다.

한편, 외국인투자법 제 3조에 의거, 최고 경제위원회의 결정에 따라 투자청에서 매년 외국인 투자 금지업종을 발표하고 있는데, 원유생산부문, 군사부문, 유통부문, 수송부문과 이슬람 정서를 침해하는 부문 등에 대해서는 외국인 투자를 금지하고 있다. 2007년 3월 사우디 최고경제회의(SEC)는 그 동안 금지했던 유통·도소매 등 서비스 업종 일부 분야를 개방했는데 새로 개방된 분야는 다음과 같다.

- 유통서비스, 도매 및 소매서비스(의약소매서비스, 개인계약서비스 포함), Commercial Agencies

23) 사우디 내 모든 외국인은 사우디 거주를 위해서 법적인 스폰서가 필요함

- 영화필름 및 비디오 유통업
- 통신서비스 전 분야
- 도시 간 열차여객 수송업, 항공수송업, 위성송신 서비스

[표 VII-17] 사우디아라비아 투자제한 및 금지 업종

구분	세부사항
투자 제한 분야	보험 <ul style="list-style-type: none"> - 외국 보험 회사의 진출 및 직접 영업 허용 - 상업성 국내 보험 회사(주식회사, 조합, 법인 또는 외국합작) 설립 허용 및 외국인 자본 60%까지 허용 - 2005.12 기준 현존 외국보험회사들에게 3년 내 사우디 기업 또는 외국 기업 지사로 전환을 허용
	금융 <ul style="list-style-type: none"> - 국내법인, 주식회사 또는 국제은행의 지점형태의 상업은행 설립을 허용 - 금융 분야 합작기업의 외국인 자산보유한도를 60%까지 확대 - 단 금융서비스는 상업은행만 허용하며 자산관리와 자문서비스는 비상업 금융기관에게도 허용함
	통신 <ul style="list-style-type: none"> - 2008년 말까지 기초통신 및 부가가치 통신서비스를 포함하는 통신 분야 외국지분비율 70%까지 확대. - 공공통신서비스는 주식회사만이 가능
	유통 <ul style="list-style-type: none"> - 상품유통분야의 일부 규제는 유지하되 2009년부터 단계적으로 규제 철폐시행
투자 금지 분야	제조업 <ul style="list-style-type: none"> - 석유탐사, 생산(광산업분야(국제산업코드 5115+883)에 관련된 서비스는 제외) - 군사장비, 기기 및 유니폼 제조 - 민간 폭발물 제조
	서비스 <ul style="list-style-type: none"> - 군사부문 Catering - Security 및 탐정 서비스 - 메카 및 메디나지역 부동산 투자 - 어업 등 - 부동산 브로커 - 시청각 및 미디어 서비스 - 인쇄 및 출판(단, 일부는 예외적으로 허용) - 조산원 간호원 물리치료사, 진료보조원 서비스 - 육로수송 서비스(도시 간 철도여객서비스 제외) - 국내 고용사무소를 포함한 신규모집 및 고용서비스 - 성지순례(Hajj and Umrah) 관련 관광 안내 및 가이드 서비스

※ 출처: 코트라, 외교통상부

3. 정책 동향

(1) 정책 개요

① 국가 ICT 발전 계획

(National Communications and Information Technology Plan, NCIT Plan)

2001년 3월, 사우디아라비아 정부는 자국의 ICT 분야의 장기 발전 계획인 국가 ICT 발전 계획(NCIT Plan)을 발표했다. 이 계획은 2001년부터 2020년까지의 사우디아라비아 ICT 분야의 비전과 발전 방향을 제시하는 것으로, 2001년부터 2020년까지의 장기 계획을 기반으로 하여 2001년부터

2005년까지 5개년 중기 ICT 발전 계획을 함께 발표했다. 2005년을 기점으로 모든 프로젝트가 완료되었으며, 이후 중기 개발 전략이 발표된 바는 없다.

사우디아라비아 정부는 ICT 분야의 미래 비전을 통해 ICT 기반의 정보 사회와 디지털 경제 구현, 견고한 정보 산업 형성 등을 제시하고, ICT 미래 비전 실현을 위해 필요한 핵심 추진 요소와 지원 요소를 규정했다. 핵심 추진 요소는 ICT 활용의 최적화와 ICT 산업 개발이며, 지원 요소는 ICT 분야의 규제, 인프라 구축, 인적 자원 양성, 디지털 격차 해소이다.

사우디아라비아 정부는 또한 정보사회와 디지털 경제의 구현이라는 장기적인 비전을 기반으로 ICT 분야의 7개 세부 발전 목표를 제시했다.

1) 서비스 및 생산성 영역

- 모든 분야의 생산성 증대
- 기업, 사회, 헬스 분야의 전자 정부 서비스 보급
- ICT 활용 최적화를 통한 재택근무의 활성화

2) 규제 영역

- 투명하고 발전을 장려하며 투자를 촉진할 수 있는 ICT 분야의 규제 및 정책

3) 정보산업 혁신 및 개발 영역

- 과학적인 연구, 혁신, 전략적 개발, 국내외 협력을 통한 국내외에서 경쟁력을 갖춘 건실한 정보 산업의 구축

4) 교육 영역

- 교육 등의 분야에 ICT 최대 활용

5) 디지털 격차 완화 영역

- 국가 및 사회 모든 분야에서 ICT를 쉽고 효율적으로 이용 가능하도록 지원
- 디지털 격차의 해소

6) 이슬람 문화 및 아랍어 영역

- 아랍어를 지원하는 ICT의 활용을 통해 이슬람 정신과 애국심을 고양하고, 아랍어의 사용 장려

7) 인적 자원 개발 영역

- 국가의 인재 양성과 해외 전문가 유입을 통해 다양한 ICT 분야의 유능한 인적 자원의 확보

② 제9차 개발 계획 2010~2014 (Ninth Development Plan)

사우디아라비아는 정부 주도로 5년 단위의 국가 개발 계획을 수립하고 있으며, 현재는 제9차 개발 계획(Ninth Development Plan)으로 2010년부터 2014년까지 수행되며, 이 계획에 대한 구체적인 실행은 통신정보기술위원회(CITC)가 주로 담당한다.

▷ 제9차 개발 계획 ICT 분야 주요 목적

- 1) ICT 분야의 규제 완화 및 특정 ICT 분야에서의 규제 강화를 위한 노력의 지속
- 2) 사우디아라비아 전역에 브로드밴드 네트워크 보급
- 3) 모든 학교, 대학, 정부 기관 및 시민 기관에 브로드밴드 및 초고속 인터넷 서비스 제공
- 4) 필수적인 ICT 서비스 제공을 위한 보편적 서비스 기금(Universal Service Fund, USF)의 활용
- 5) 주파수 대역의 효율적인 활용
- 6) ICT 장비 및 설비 승인 절차의 개발과 장비 표준의 업데이트를 지속
- 7) 정보기술 산업 분야에서 외국인들의 직접적인 투자를 이끌어 낼 수 있는 인센티브 제공
- 8) 각 기업 내에서 IT 활용의 장려 및 IT의 이용 능력의 향상

③ 인터넷 IPv6 배치를 위한 인프라 구축

2010년 4월, 사우디아라비아 통신정보기술위원회는 정부부처의 웹사이트 주소 체계를 IPv6로 하는 인프라를 구축했다. 이로 인해 IPv6의 이용자는 통신정보기술위원회에서 제공하는 인터넷 서비스에 접근할 수 있으며, 사우디아라비아의 'sa.' 도메인 등록 서비스를 포함한 웹사이트 필터링 서비스까지 제공받을 수 있다.

통신정보기술위원회 PR실의 Sultan bin Mohammed Al-Malik 실장은 IPv4의 유한성을 극복하기 위해 IPv6로의 이동이 필요하다는 점을 강조했다.

④ 통신 규제

사우디아라비아의 통신시장은 WTO 가입을 위한 정부의 노력으로 1999년부터 자유화가 추진되어 ISP(1999년), VSAT²³⁾(2003년), 데이터/이동통신(2004년), 유선전화(2007년) 순으로 진행되었다.

▷ 통신시장의 자유화 과정

- 1998년 : 국영 통신사 Saudi Telecom(STC) 설립
- 1999년 : ISP 분야의 자유화
- 2001년 : 통신법(Telecom Act) 제정 및 독립 규제기관 통신정보기술위원회(CITC) 설립
- 2002년 : STC의 지분 20% 매각 및 STC의 지분 30% IPO
- 2003년 : VSAT 분야의 자유화
- 2004년 : 데이터 및 이동통신 분야의 자유화 및 제2이동통신 사업자 면허 경매
- 2005년 : 제2이동통신 사업자 서비스 개시

23) VSAT(Very Small Aperture Terminal)은 초소형 안테나를 사용하는 지상의 송수신국(지구국)임

- 2007년 : 제3이동통신 사업자 면허 경매 및 유선전화 서비스 분야 자유화
- 2008년 : 제3이동통신 사업자 서비스 개시

통신정보기술위원회는 통신시장의 자유화를 위해 1) 라이선스 정책 일원화를 위한 기술 중립적 규제틀 마련, 2) 업계·역무 간 진입장벽의 철폐, 3) 외국자본의 지분 소유를 15%까지 허용, 4) 완전 경쟁체제 도입을 위한 탈규제 추진의 4가지 과제를 추진한다.

통신시장 자유화 과정에서 2001년 통신법(Telecommunications Act)이 제정되었으며, 2002년에는 통신조례(Telecommunications Bylaw)가 발표되었고, 이 외에도 통신시장에 적용되는 주요 법규는 전자거래법(e-Transactions Act), 전자범죄예방법(Anti e-Crimes Act) 등이 있다.

▷ 통신법

- 2001년 6월 통신법(Telecommunications Act)이 제정되었으며, 이듬해인 2002년 7월 통신법 관련 세부 조항들이 담긴 통신조례(Telecommunications Bylaw)가 제정됨
- 주요 내용
 - 1) 합리적인 가격으로 통신 서비스 제공
 - 2) 합리적인 가격으로 사업자들에게 공공 통신 네트워크, 장비 및 인프라 제공
 - 3) 모든 통신 분야에서 공정한 경쟁 촉진
 - 4) 주파수 사용의 효과적이고 체계적인 이용
 - 5) 국가 통신 번호 정책의 효과적인 시행
 - 6) 모든 절차상의 투명성 확보
 - 7) 사업자의 비차별적 대우
 - 8) 공공의 이익 보호, 이용자의 이익 보호, 정보 보호
 - 9) 통신 분야의 발전 도모

▷ 통신법 및 통신조례

- 1) 통신 라이선스 발급
 - 단일 서비스 라이선스인 ‘Individual License’와 복수 서비스 라이선스인 ‘Class License’로 구분
 - 라이선스 유효기간은 최대 25년임
- 2) 경쟁 규칙
 - 통신정보기술위원회의 경쟁 촉진 의무 명시
 - 매출 기준으로 시장점유율이 40% 이상일 경우 지배적 사업자로 규정되며, 시장 지위를 남용했을 경우 통신정보기술위원회가 강력 대응

- 시장의 합병에 대한 규제
- 3) 보편적 접속 및 보편적 서비스 정책
 - 기본적인 통신 서비스는 보편적 접속과 보편적 서비스로 제공되어야 함
 - 사업자들의 보편적 접속과 보편적 서비스 의무 명시
 - 보편적 접속과 보편적 서비스를 위한 지원 정책
- 4) 주파수 관리 정책
 - 통신정보기술위원회가 국가 주파수 계획(National Frequency Spectrum Plan, NFSP)을 수립
 - 국가 주파수 계획은 주파수 할당, 사용용도, 기술적 표준 등을 명시
 - 통신정보기술위원회는 소비자 보호, 주파수의 효율적 사용 등의 이유로 주파수 라이선스 수를 제한함

▷ 전자거래법 및 전자범죄예방법

- 1) 전자거래법(e-Transactions Act)은 2007년 3월 제정되었으며, 전자상거래에 대한 합법적인 프레임워크를 제공하고, 전자 상거래의 통제 및 규제를 주목적으로 함. 이 법에서는 전자 상거래 및 전자 서명에 대한 전반적인 내용들을 조항으로, 특히 전자 서명은 친필 서명과 동등한 효력과 법적인 효력을 발휘 할 수 있다고 규정함
- 2) 전자범죄예방법(Anti e-Crimes Act)은 2007년 3월 제정되었으며, 인터넷 및 IT 이용의 보편화로 발생하는 남용 행위 방지를 주요 목적으로 함

▷ 안티스팸 정책

- 정부는 스팸 관련 규제를 입법화하기 위해 2009년 2월 안티스팸 규제 프레임워크(Anti-SPAM Regulatory Policy Framework)를 발표함. 안티 스팸 규제 프레임워크 적용대상은 자국 내의 모든 개인, 조직, 기업이며, 해외에서 사우디아라비아로 스팸메일을 발송하는 개인, 조직, 기업도 포함됨
- 안티스팸 정책의 주요 내용
 - 1) 불필요한 상업성 혹은 그와 유사한 메시지의 발송 금지
 - 2) 상업적인 메시지의 경우 유효한 연락처 정보를 명시
 - 3) 메시지의 콘텐츠는 진실성, 정확성, 완성도를 갖추어야 함
 - 4) 상업적 메시지는 간단하고 신속해야하며, 무료여야 함
 - 5) 주소 추출 소프트웨어(Address-harvesting software)의 사용 금지
 - 6) 주소 추출 소프트웨어를 이용하여 생산된 전자 주소 리스트 이용 금지
 - 7) 안티스팸 규제 위반 시 벌금 부과

▷ 인터넷 규제

- 사우디아라비아는 킹 압둘아지즈 과학기술 도시(King Abdulaziz City for Science and Technology, KACST)가 인터넷 검열 및 통제를 일임하고 있으며, 정부는 인터넷 통제를 위한 인프라에 지속적으로 투자함
- 정부는 주로 음란물 사이트와 같은 반 이슬람, 반사회 콘텐츠를 담고 있는 사이트만을 차단하고 있다고 밝히고 있으나, 실질적으로는 반정부 사이트를 비롯한 음악 사이트 및 영화 사이트를 차단함. 그러나 실질적으로 모든 사이트의 접속을 차단하는 것이 불가능하기 때문에 대다수의 국민들은 우회적으로 다양한 사이트에 접속하고 있음

⑤ 방송 규제

방송시장 규제의 근간은 자국의 체제 유지에 초점을 맞추고 있으며, 이에 따라 사우디아라비아의 방송 규제는 세계적으로도 매우 심한 편이다.

사우디아라비아는 이집트의 Abdal-Nasir 전 대통령이 주도한 반 사우드 아랍민족주의를 전파하던 방송에 대응하기 위해 1962년 TV 방송 도입을 결정하였으며, 1965년 수도인 Riyadh와 Jeddah에서 공식적으로 방송을 개시했고, 1991년에는 CNN의 걸프전 생중계를 계기로 아랍권에서의 반 사우드 여론을 무마시키기 위해 위성 TV 분야에도 적극적으로 투자를 시작했다. 이와 같은 투자는 사우디아라비아가 범 아랍권 위성 TV 강국으로 성장하는 계기를 제공했으나, 국내 종교인들의 심한 반대에 부딪혀 영국 런던에 설립되어 운영되고 있다.

▷ 방송 규제

- 사우디아라비아의 모든 방송 및 언론, 콘텐츠 및 출판물 등은 정부 당국의 엄격한 규제를 받으며, 규제의 기준은 사회의 도덕적 프레임워크인 코란(Koran) 경전과 이슬람교의 전통적 관습 또는 규범을 담고 있는 수나(Sunna)임. 사우디아라비아에는 미디어 사전 검열이 표면적으로는 존재하고 있지 않으나 실질적으로는 여러 가지 규제에 의해 통제되고 있으며, 정부 체제나 황실 및 종교에 대한 비판과 비도덕적, 비사회적, 음란물에 대해서 엄격하게 규제함
- 사우디아라비아에서는 국영 방송사인 BSKSA의 사장을 문화정보부(MOCI) 장관이 겸임하며, BSKSA 외의 다른 민영 방송사의 운영을 금지함. 단, 주 사우디 미군과 국영 에너지 기업인 ARAMCO가 한정된 지역 내에서 예외적으로 비국영 채널을 운영함
- 사우디아라비아는 1990년대 위성 TV의 도입으로 정부의 언론 및 방송 통제가 어려워지자 1994년 128호 법령을 선포했으며, 공식적으로 각 가정의 위성 TV 시청을 금지하고 있으나, 실제로는 사우디아라비아 내에서 위성 수신 장비뿐만 아니라 위성 접시의 구매도 가능해 대부분 국민들이 위성 TV를 시청하고 있음

▷ 미디어 자유화 압력

- 1990년대, 종교적인 내용이나 왕가의 동정 등을 담은 지상파 공영 방송인 BSKSA와는 달리, 정부로부터 통제되지 않은 정보를 포함한 리얼리티쇼, 영화 및 드라마 등을 방영하는 위성 TV의 도입으로 사우디아라비아 사회는 젊은 층을 중심으로 개방적으로 변하기 시작함
- 2003년부터는 방송에서 금기시되던 여성, 연애 등과 같은 주제들이 허용되기 시작하며, 젊은 층과 사회단체들을 중심으로 방송과 미디어의 자유에 대한 여론이 형성됨
- 그러나 2009년 5월, 문화정보부(MOCI)의 Abdul Aziz bin Muhiyuddin Khoja 장관이 방송은 물론 인터넷 신문 규제에 대한 입법을 준비하고 있다고 발표했으며, 이 규제는 문화정보부로부터 라이선스를 부여받은 인터넷 신문 사업자만이 사우디아라비아 내에서 운영될 수 있다는 내용을 골자로 함

⑥ 디지털 방송 전환

사우디아라비아는 현재 지상파 아날로그 방송을 DVB-T방식의 디지털 방송으로 전환 중에 있으며, 아날로그 방송 서비스의 종료일은 아직 결정되지 않은 상태이다.

특히, 성공적인 디지털 전환을 위해 HD 콘텐츠 제작시설을 구축하고 기존 SD 시설에 대한 업그레이드를 진행하고 있으며, HD 제작용 장비를 구매하고 있다.

오빗(Orbit)은 BBC, 디즈니, 타임워너 및 ESPN 등 유럽과 미국 방송 채널들을 중심으로 서비스를 제공하고 있으며, 최근 시청자가 감소하는 경향을 나타내고 있다.

(2) 경쟁정책

사우디아라비아 시장은 중동의 거점시장으로서 거의 전 세계 제품이 진출해 있으므로 제품 간 경쟁이 매우 심한 편이다. 또한 이슬람 중주국이라는 특성 때문에 사우디의 기후, 전통, 취향 등에 맞는 제품이 판매에 성공할 수 있다.

사우디아라비아는 각 분야에 자국인 우대 제도를 시행하고 있다. 공사 수주, 세제, 상사 분쟁 등에 있어서 사우디인과 외국인과의 차별이 보이지 않게 존재하고 있다. 행정 처리에 있어서도 담당자가 자의적으로 처리하는 경우가 많고 그 과정이 불투명하여 공사 수주 및 투자 등을 어렵게 하고 있다.

4. 비즈니스 정보

(1) 시장특성

아라비아 반도에 위치한 사우디아라비아는 국토 면적 2,149,690km²로 세계에서 13번째로 크며 아라비아 반도의 4/5 가량을 차지하고 있는 국가이다. 사우디아라비아의 전체 인구수는 2,653만 명이며 외국인의 비중이 높은 편이다. 사우디 인구 중 70% 가량인 1,830만 명이 사우디인이며 나머지 30%에 해당하는 823만 명은 외국인인 것으로 집계된다. 또 여성보다는 남성 인구수가 다소 높는데 사우디의 성비는 57(남자) : 43(여자)이다. 사우디의 연평균 인구 증가율은 3%로 내외로 빠른 편이며 인구의 60% 이상이 30세 이하인 피라미드 형 인구 구조를 갖추고 있다. 사우디는 국토 면적뿐만 아니라 경제 규모에서도 중동 지역 최대 국가이며 1인당 GDP는 2만 1,768달러로 세계 40위권에 속하고 중동 지역에서는 카타르, 아랍에미리트에 이어 세 번째로 높다.

사우디아라비아는 석유·가스 산업이 전체 산업 생산의 55.8%(전체 GDP의 47.8%)를 차지하고 있으며 석유 등 광물 자원 의존도가 매우 높다. 국제 유가 상승으로 전체 산업생산에서 원유가 차지하는 비중도 높아지고 있는데 2010년 기준 석유 산업의 비중은 55.8%에 이른다. 제조업은 전체 산업 생산에서 11.7%, GDP의 10%로 비교적 비중이 적은 편이며 석유화학, 철강 등이 주를 이룬다. 최근 사우디 정부가 석유화학산업 육성 정책을 적극 추진하면서 관련 산업 규모가 확대되는 추세다.

사우디는 리야드, 까심, 타북 등 북부지역 시장(전체 시장의 30%)과 제다, 메카, 메디나를 중심으로 한 서부지역 시장(20%), 담맘, 주베일 등 동부지역 시장(15%)으로 크게 구분된다. 각 도시별로 발달 산업이나 시장 특성이 차이가 나므로 시장진출 전에 어느 도시부터 먼저 접근할 것인지 검토해야 한다. 리야드는 인구가 제일 많고 행정수도라는 점에서 다양한 품목에 대한 시장 수요가 존재하며 제다는 소매제품과 자동차 관련 제품의 수요가 높다. 담맘은 오일·가스 플랜트 기자재, 건설 관련 시장이 잘 발달해 있으므로 기계 플랜트 관련 제품은 담맘을 중심으로 개최되는 전시회에 참가하고 마케팅을 집중하는 것이 성공 가능성을 높이는데 도움이 된다.

사우디는 자국시장과 자국민 보호를 위해 외국인의 국내 비즈니스 활동 및 공공부문 입찰참가를 제한하고 있다. 따라서 직접 공급 물품이 아닌 경우나 현지에서 대규모 마케팅이나 입찰참가가 필요한 경우에는 현지 에이전트를 확보하는 것이 필수적이다. 또한 이슬람문화권인 사우디는 라마단과 같은 종교적 사유 등으로 비즈니스가 정지되는 기간이 많으므로 업무 처리가 계획대로 진행되지 못하는 상황이 비일비재하다. 또한 현지 공공기관 발주처의 경우 통상 벤더등록에만 2년의 시간이 걸리기도 하므로 현지 업체나 담당자와 꾸준한 관계 유지와 관리는 비즈니스 성패를 결정짓는 요인으로 꼽을 수 있다.

(2) 물가 정보

[표 VII-18] 2007-2016년 사우디아라비아 물가상승률 변동 추이

(단위: %)

연도	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
물가상승률	4.12	9.87	5.06	5.35	4.98	4.77	4.41	4.11	4.02	3.99

※ 출처: IMF, 코트라, 외교통상부

2005년까지 사우디는 1% 미만의 낮은 물가상승률을 장기간 유지해 왔으나 2006년부터 달러화에 연동(Peg)되어 있는 현지화 가치가 달러가치 하락과 더불어 크게 떨어지면서 수입물가 상승, 풍부한 유동성, 투자유입 확대, 통화량 증대 등으로 물가가 크게 상승했다. 특히 국제유가 상승으로 원자재 및 건설자재 가격이 동반 상승하면서 2008년에는 10%에 육박하는 높은 인플레이션을 기록했다. 2009년부터는 세계금융위기 한파로 물가가 다소 안정세로 돌아서는 모습이다.

[표 VII-19] 사우디아라비아 주요 품목 물가 정보

(단위: 사우디 리얄)

구분	세부내역	물가정보 (SR)
교통비	도심 1시간 주차료	없음
	시내버스 기본요금	3
	택시 기본요금	5
	무연휘발유 1L	0.65
통신비	시내전화 요금 (3분)	0.45
	국제전화 요금 (3분, 한국으로 걸 때)	9.6
	휴대전화 요금 (월표준 1분)	0.45
	인터넷 월이용료 (ADSL 기준)	300
주거비	아파트 월임차료 (150sm, semi-furnished, 외국인주거 컴파운드급)	12,500
의료비	의료보험료 (4인가족, 초과제외 Full Cover, 1년)	9,000
	병원진료비 (몸살감기 내과초진, 의료보험 미가입 시)	300
	병원진료비 (몸살감기 내과초진, 의료보험 가입 시)	30
임금	대졸 초임 (중상급 대졸, 영어구사, 외국인회사 초임 월급여)	5,000
	생산직 초임 (학력무관 월급여 초임)	3,000
	매니저급 급여 (인사담당 5년 경력 과장급 월급여)	12,000

구분	세부내역	물가정보 (SR)
교육	외국인학교 초등 1년 수업료 (중상급)	55,780
	외국인학교 중등 1년 수업료 (중상급)	57,700
	외국인학교 고등 1년 수업료 (중상급)	63,250
식료품	계란 12개	8
	우유 500ml	4
	식용유 (콘 오일) 1.5L	18
	생수 1.5L	2
	말보로 라이트 1갑	7
	맥도날드 빅맥	18
	김치찌개 1인분	60
	쌀 2KG	18
	쇠고기 등심 1KG	40

※ 출처: 코트라

(3) 주요 전시회

□ 사우디, 제다에서 열리는 유러피안 필름 페스티벌 주최

2011년 4월, 독일 영화사 마이클 지커릭(Michael Zickerick) 박사가 제다(Jeddah)에서 열린 유러피안 필름 페스티벌(European Film Festival)에서 사우디 영화감독 맘도 살렘(Mamdouh Salem)과 인터뷰했다. 제5회 유러피안 필름 페스티벌은 사우디아라비아 제다의 이탈리아문화센터(Italian Cultural Centre)에서 개최되었으며, 사우디는 처음으로 이 영화제에 참여했다.

이 영화제는 사우디에 파견된 유럽 영화관과 대표단에 의해 조직되었고, 창작과 제작 면에서 다양한 전문가들이 정보를 교환하고 대화할 수 있는 장을 마련해 주는데 그 목적을 두고 있다. 2011년에는 이탈리아, 스페인, 영국, 독일, 터키, 스위스, 프랑스, 아일랜드의 8개국에 9편의 영화와 1편의 사우디 영화가 출품되었다.

이번 영화제에 참여한 사우디 작품은 맘도 살렘 감독의 다큐멘터리 "Jeddah: Crossroads of Cultures and Civilisations"이다. 이 영화는 서로 다른 국가와 문화에서 온 5명의 캐릭터들이 어떻게 제다에서 함께 살아가는가에 관한 이야기이다.

살렘 감독은 유러피안 필름 페스티벌이 유럽의 영화에 대한 경험과 친숙해지는 기회를 제공하며 해당 분야에 오랜 경험을 축적할 수 있는 좋은 기회가 될 것이라고 말했다.

그러나 사우디아라비아는 최근까지 상업 영화가 상영될 수 있는 극장이 운영되고 있지 않다.

5. 콘텐츠시장 이슈 동향

(1) 아랍 애니메이션의 출현

2011년 2월, 사우디 애니메이션 비디오 제작자인 Malik Nejer가 유튜브 채널에 그의 작품을 게시했고, 이 작품은 같은 해 10월 사우디 내 시청률 4위의 유튜브 채널이 되었다. 그는 트위터에도 8만 명 이상의 팔로워를 보유하고 있으며, 젊은 동료 Saudis의 투자를 받아 애니메이션 비디오 회사인 AD 프로덕션을 설립하고, 상업적 작품 및 기타 프로젝트의 제작을 포함하는 사업으로 확장하고 있다.

예전 아랍에서는 애니메이션을 수익이 나고, 세대를 뛰어넘는 장르라기보다는 아이들의 놀이 공간으로 간주했다. 이러한 아랍 애니메이션의 성공은 최근의 일이지만, 오리지널 아랍 콘텐츠에 대한 요구가 이 분야에의 더 많은 투자를 부추기고 있다.

온라인 아랍 창작물은 또한 초고속 인터넷과 모바일의 보급, 적정 가격의 인터넷과 휴대 전화 서비스, 전통적 미디어에 대한 규제, 3억 명의 아랍 청년층 대부분이 기술 사용에 능숙하다는 점 등에 의해 활발한 제작이 이루어져 왔다.

한편, Nejer의 성공에는 영화를 금지하고, 성차별을 하며, 뉴스 미디어에 검열을 시행하는 사우디아라비아의 이슬람 문화가 일조했다. 이러한 규제가 사우디에서 유튜브가 더욱 성공할 수 있는 기반을 만들어주기 때문이다. 중동과 북아프리카 지역에서의 일일 유튜브 비디오 조회 수는 1억 건 이상에 달한다.

(2) 사우디아라비아 방송시장 현황

사우디아라비아는 국영 지상파 방송과 무료 위성방송을 중심으로 방송 서비스 시장이 형성되어 있으며, 방송시장 점유율은 지상파 방송이 3%, 위성방송이 97%를 차지한다. 사우디아라비아의 지상파 국영 방송사는 영화, 드라마, 리얼리티쇼와 같은 엔터테인먼트 프로그램의 편성이 금지되어 있어 해당 장르가 허용되는 위성 방송의 시장 점유율이 월등히 높다. 사우디아라비아의 방송서비스 사업자로 지상파 방송시장을 독점하고 있는 국영 사업자 BSKSA(Broadcasting Service of the Kingdom of Saudi Arabia)와 위성방송 사업자인 MBC(Middle East Broadcasting Center), ART(Arab Radio and Television Network) 및 오빗(Orbit) 등이 있다.

사우디아라비아의 유료방송시장은 위성방송을 중심으로 형성되어 있으며, 위성방송 보급률은 2010년 약 95%이다.²⁵⁾ 특히, 최대 위성방송 사업자인 MBC는 1991년 사우디아라비아의 자본으로

25) 출처: NHK 세계의 방송 2011

영국 런던에 설립된 아랍권 최초의 무료 민영 위성방송 사업자이며, 1991년 종합편성 채널인 MBC1을 개국하여 범 아랍권 국가들을 대상으로 방송을 제공했고, 사우디아라비아에서는 1994년부터 방송을 시작했다. MBC는 2001년 본사를 런던에서 두바이(Dubai)로 옮겼으며, 중동 지역에서 가장 많은 시청자를 확보하고 있는 방송사업자로, 사우디아라비아에서 MBC의 채널이 차지하는 시청 점유율은 약 40%에 이른다.

MBC는 무료 채널인 MBC1, MBC2, MBC3, MBC4, 알 아라비아(Al Arabiya), MBC 액션(MBC Action), MBC 페르시아(MBC Persia) 및 MBC MAX가 있으며, 유료 채널은 PPV(Pay-per-View) 드라마 전문 채널인 MBC+드라마(MBC+ Drama)가 있다. MBC 계열 채널 중 가장 높은 시청 점유율을 차지하고 있는 MBC1은 1991년 개국한 종합 편성 채널로 아랍어 뉴스, 드라마 및 TV 쇼 등 다양한 장르의 콘텐츠를 제공하고 있고, 알아라비아(Al Arabiya)는 2003년 개국한 24시간 뉴스 전문 채널로 카타르 기반의 범 아랍권 뉴스 채널인 알자지라(Al Jazeera)에 대항하기 위해 설립되었다. MBC2는 2002년 개국하였으며 영화, 해외드라마 전문 채널로 유럽, 미주 및 아시아권의 콘텐츠를 제공한다.

사우디아라비아는 미디어의 사전 검열이 표면적으로는 존재하지 않으나 실질적인 방송시장은 정부의 엄격한 규제에 의하여 국영사업자인 BSKSA가 지상파 방송을 독점하며, 다양한 콘텐츠를 강점으로 내세운 위성방송시장의 성장은 지속될 것으로 보인다. 특히, MBC의 시청점유율 증가 추세로 보았을 때, 전체 방송 서비스 시장에서 MBC가 차지하는 비중은 더욱 확대될 것으로 전망된다.

(3) 사우디 비디오게임 개발 산업의 부상

최근까지 게임 개발은 일본, 미국, 영국에 있는 스튜디오들에 의해 주도되어 왔으나, 이제 비디오 게임 개발은 전 세계로 그 지평도를 넓혀가고 있으며, 사우디아라비아도 곧 게임 개발 지평도에서 주요한 위치를 점할 것으로 기대된다.

그 예로 최근 최초의 멀티-플랫폼 AAA 게임이 서구 사회를 겨냥하여 사우디에서 개발되고 있다. Trail of Ibn Battuta가 2011년 하반기에 출시되었고, 개발사인 세마포(Semaphore)는 문화적 측면에서 게임 플레이어들이 중동의 역사에 대해 알게 되기를 원했다. 이 게임은 액션 어드벤처 게임으로 탐험적 요소와 퍼즐 풀이, 커버 기반의 슈팅, 난투전, 드라이빙 시퀀스들을 포함한다.

(4) 사우디아라비아 게임 이용 현황

사우디아라비아에서는 1,154명의 이용자를 대상으로 조사한 결과, 65.3%가 온라인게임을 해 본 경험이 있다고 밝혔다. 이 수치는 이집트 이용자 조사에서 나타난 온라인게임 이용자 비율

39.7%, 요르단 이용자 조사에서 나타난 온라인게임 이용자비율 52.1%보다 높은 것으로, 사우디아라비아에서 온라인게임의 인기가 많다는 것을 방증하는 증거로 볼 수 있다. 온라인게임 이용자들 중에서 유료 결제를 하는지에 대한 질문에는 대다수에 해당하는 87.1%의 이용자들이 무료로 게임을 즐긴다고 답했다. 12.9%의 이용자들이 유료 결제를 이용하는 것으로 나타났는데, 3.2%는 정액제 방식을 이용하고 6.6%는 게임 내 아이템, 업그레이드와 같은 부분 유료화를 이용하고, 정액제와 부분 유료화를 모두 이용한다는 이용자는 3.1%였다. 유료 결제 이용자들을 대상으로 지난 1년간의 결제 금액을 조사한 결과, 32%에 해당하는 이용자들이 100리얄(26.7달러) 미만을 지불했다고 밝혔다. 이것을 월 평균 결제 금액으로 산출하면 약 8.3리얄(2.2달러) 가량이다. 100리얄~300리얄(80.1달러) 사이가 28.9%, 301~500리얄(133.5달러) 사이가 13.4%로 나타났고, 금액이 높아질수록 비율이 낮아지는 경향을 보였다.

이러한 조사 결과에서 중간값을 취해(예를 들어 100~300리얄 구간의 중간값은 200리얄) 전체 지불 이용자들의 연간 평균 지불 금액을 산출한 결과 414.4리얄(112달러)로 나타났고, 이를 월간 평균 결제 금액으로 환산하면 34.5리얄(9.3달러)이다.

2010년 말 기준으로 사우디아라비아의 인터넷 보급률은 42%로 전체 인터넷 이용자는 1,140만 명에 달한다. 보통 온라인게임 이용자는 인터넷 이용자의 65.3%로 산출되는데, 사우디아라비아의 온라인게임 이용자는 약 745만 명으로 전체 인구의 27.4%에 달할 것으로 추정된다. 여기에서 유료 결제 이용자 비율을 곱하면 사우디아라비아에서 유료 결제를 하는 온라인게임 이용자는 95만 8천명에 달한다. 이들이 지난 1년 간 온라인게임 지출에 평균 110.5달러를 소비했다면 2010년 기준으로 사우디아라비아의 연간 온라인 게임소비 매출액은 1억 585만 달러에 달하는 것으로 추산된다.

(5) 사우디 정부, 저작권 보호를 위한 규제에 적극 지원

저작권 보호 및 규제에 관한 국제저작권협회(IIPA) 2012 보고서에 따르면, 사우디아라비아 내 도서, 음악 및 음원의 저작권 침해에 관한 규제에 있어서 퍼블리셔들은 지난 2년간 공격적인 규제 프로그램을 취해왔고, 정부의 적극적인 지원을 받아 왔다. 이러한 규제의 일환으로 퍼블리셔들의 요청 하에 갖은 불시 단속들이 행해졌다. 2010년에는 서점에 대해 55건의 불시 단속이 행해졌으며, 900권 이상의 저작권 침해 도서들을 적발했다.

서점에 대한 이러한 단속은 사우디아라비아 시장 내 저작권 침해율이 90%가 넘는 음악 및 음원 산업과 거의 100%에 달하는 온라인 저작권 침해 분야를 포함하여 모든 분야로 확장될 필요가 있다. 그러나 VRC와 BOG에 의해 도입된 주요한 처벌 형식의 제재 없이, 불시 단속 횟수 증가만으로는 사우디아라비아 시장 내 주요한 변화를 가져오지 못할 것으로 보인다.

(6) 카림 다우드, 디지털 콘텐츠 배급의 다각화 제시

2011년 4월, 사우디 텔레콤(STC), 사우디 리서치 마케팅 그룹(SRMG), 올 아시아 네트워크(ASTRO)의 조인트 벤처이자 선도적 디지털 콘텐츠 제공업체인 Intigral의 CEO 카림 다우드(Karim Daoud)는 미디어미(mediaME)와의 인터뷰에서 사우디 지역의 엔터테인먼트, 서비스, 정보 및 교육 분야에서의 디지털 콘텐츠에 관한 전망을 제시했다.

다우드는 Intigral이 콘텐츠 소유주들에게 그들의 콘텐츠가 모바일, PC, 태블릿, TV 스크린을 포함한 모든 기기에서 소비되도록 돕는 배급 및 마케팅 파트너가 될 수 있다고 제안하고, 현재의 수익 모델은 주로 정액제와 소액결제를 기반으로 하지만, 새로운 광고 기반의 모델이 서서히 증가하고 있다고 말했다.

Intigral은 현재 채널 및 비디오 콘텐츠에 관한 국내외 모든 메이저 저작권 소유주들과 계약을 맺은 상태이며, 향후 몇 달 간 50~150개 채널로 확장함에 따라 더욱 많은 파트너들을 추가할 예정이다. 모바일 분야에 있어서 Intigral은 건강, 종교, 시, 스포츠, 뉴스, 파이낸스, 유틸리티 등 모든 범주를 아우르는 사우디아라비아 내 200개 이상의 지역 콘텐츠 제공업체들과 계약을 맺은 상태이다. 또한 게이밍, 소셜네트워크, 음악 등과 같은 새로운 범주들에서도 지역 내 모든 콘텐츠 개발업체 및 제작업체들과 제휴를 계획하고 있다. 저작권 소유주들과의 비즈니스 모델은 주로 수익 분배이지만, 선불제 라이선싱 요금을 고려하는 경우가 있을 수도 있다.

(7) STC의 LTE 네트워크 확장

2011년 11월 29일, 사우디아라비아 국영통신사업자 STC(Saudi Telecom Company)가 200개의 LTE(Long Term Evolution) 기지국을 새롭게 구축하여 네트워크를 확장했다.

STC는 2011년 9월 14일 리야드(Riyadh), 제다(Jeddah), 담맘(Dammam), 주바이(Jubail), 알코바르(Al Khobar), 알 아사(Al Ahsa)에서 LTE 서비스를 개시했고, 11월 새롭게 구축한 마카(Makkah), 마디나(Madinah), 아바(Abha), 카미스 무샤이트(Kamis Mushayt), 다란(Dhahran)의 5개 도시까지 총 11개의 도시에 LTE 네트워크 서비스를 제공하게 되었다. 또한 STC는 기지국 200개 구축으로 인해 사우디아라비아 지역에 약 600개 이상의 LTE 기지국을 보유하게 되었다. 사우디아라비아는 2011년 9월 LTE 서비스를 상용화하였으며, 이동통신 사업자 모빌리(Mobily), 자인(Zain), STC가 비슷한 시기에 서비스를 개시했다.

세계 셀룰러 정보서비스(World Cellular Information Service, WCIS) 정보에 따르면, 현재 사우디아라비아 이동통신 시장 점유율은 STC가 39.8%, 모빌리가 39.79%로 우열을 가리기 힘든 것으로 분석되었다. 사우디아라비아에는 현재 주요 이동통신 사업자들이 LTE 네트워크 서비스를 제공하고 있어 안정적인 LTE 네트워크 시장이 형성되고 있는 것으로 보이며, 향후 지속적인 성장을

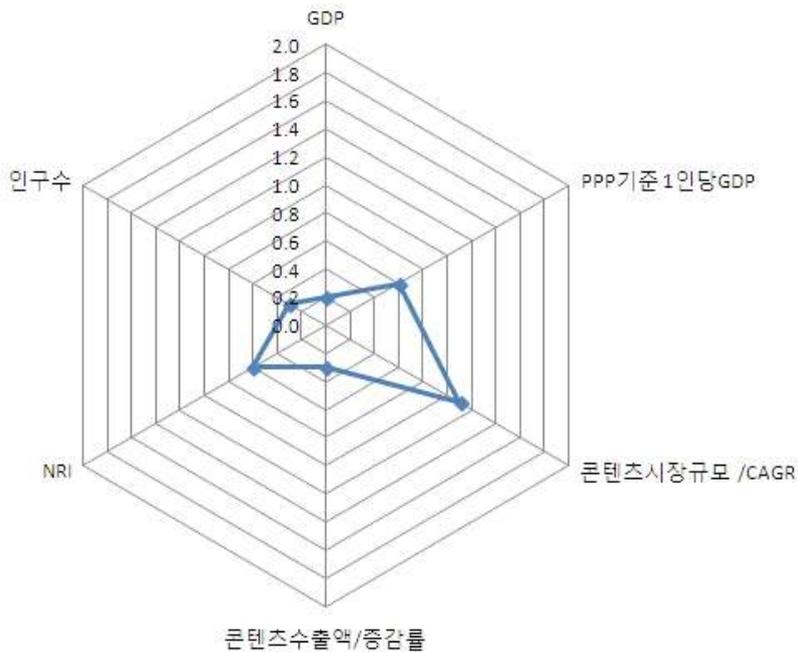
지속할 것으로 전망된다.

6. 진출시장 분류 및 시사점

(1) 진출시장 분류결과

사우디아라비아는 6가지 분류 기준에 따른 시장 평가 결과 총점 3.1점을 획득하였으며 잠재시장으로 분류된다. 잠재시장으로 분류되는 시장에는 사우디아라비아 외에도 아랍에미리트, 터키, 남아프리카공화국, 이집트, 이란 등 중동아프리카 국가들이 다수 포함되어 있으며 동유럽의 폴란드와 아시아의 인도네시아도 잠재시장에 속한다. 사우디아라비아는 1인당 GDP가 2만 달러 이상으로 잠재시장 중 아랍에미리트를 제외하면 가장 높은 수준이며 인터넷 인프라도 비교적 발달한 것으로 평가된다.

[그림 VII-8] 사우디아라비아 시장 평가 모형



항목	GDP	PPP기준 1인당 GDP	콘텐츠시장규모 /CAGR	콘텐츠수출액 /증감률	NRI	인구수	합계
점수	0.2	0.6	1.1	0.3	0.6	0.3	3.1

구분		연도					2007-2011 CAGR(%)
		2007	2008	2009	2010	2011	
콘텐츠 소비환경 지수	인구수 (천 명)	25,504	26,167	26,809	27,448	28,083	2.44
	GDP (십억 달러)	384.9	476.3	376.7	455.9	597.1	11.60
	구매력평가(PPP) 기준 1인당 GDP (달러)	15,434.1	18,470.7	14,129.5	16,541.1	21,196.3	8.25
시장경쟁력 평가지수	콘텐츠시장 규모 (백만 달러)	2,300	2,900	3,100	3,600	5,400	23.78
	콘텐츠산업 국가별 수출액 현황 (천 달러)	-	-	-	-	-	-
	NRI 지수	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2007-2011 CAGR(%)
		4.07	4.28	4.30	4.44	4.62	3.22

(2) 진출전략 및 유망분야

사우디아라비아는 문화적, 종교적, 지역적 특성으로 한류 형성이 어려우며 한류 관심층은 일부 젊은 층에 국한되어 있어 콘텐츠 비즈니스가 활성화되기 어려운 조건이다. 예를 들어, 사우디아라비아에는 상업 영화 상영관이 전무하며 보수적 이슬람 국가 특성상 다양한 검열이 존재한다. 또한, 인터넷 보급이 시작된 지도 얼마 되지 않았고 속도 또한 느려 콘텐츠 유통채널이 매우 제한되어 있다. 사우디에서는 생일축하나 메모를 적기위한 카드도 유통되지 않는 국가로 캐릭터 산업의 기반이 매우 약하다. 전 세계적으로 일본의 만화와 애니메이션, 캐릭터 등이 오랜 시장 역사를 갖추고 인지도를 구축하고 있는 것과는 달리 사우디에서는 일본 만가의 인지도는 저조한 편이다.

사우디 지상파방송을 통한 한국 콘텐츠 방송건수는 아직 없으며 향후에도 한국 콘텐츠가 방영되기는 어려울 것으로 보인다. 또 사우디에서는 공식적인 음반 제작이 불가하며, 공교육 과정에도 음악이나 미술은 포함되지 않다. 음반 산업 자체가 없기 때문에 최근 한류의 근간이 되고 있는 K-pop의 공식적 현지 진출은 없었으며 향후에도 불가능하다. 위성TV를 통해 한국 드라마나 K-pop 등 한류 콘텐츠를 접하는 것은 어렵지 않으나 공중파에서는 다루지 않기 때문에 대중화는 어려운 실정이다.

게임 분야 통계를 보면 사우디 남성들은 게임 등을 즐기지 않으며 일부 여성들이 캐릭터 위주의 게임을 하고 있는 것으로 파악되나 정확한 집계는 어려우며 사우디 내에는 기본적으로 PC방이 없다. 가정에 인터넷이 설치되기 시작한 것도 불과 몇 년 되지 않았으며 발전 속도가 느린 관계로 한국의 온라인게임 진출을 기대하기는 어려운 실정이다.

제3절 이란

1. 국가 개요

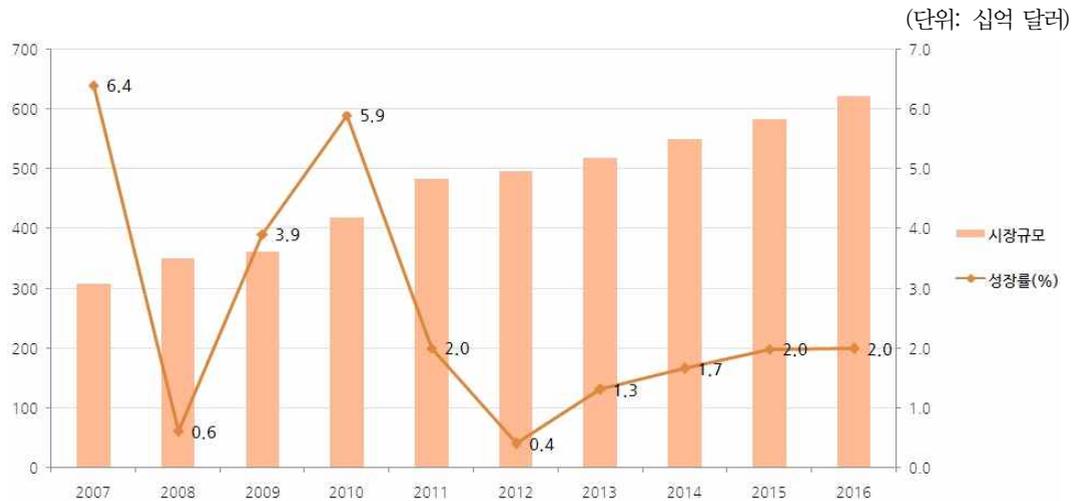
(1) 경제동향 및 전망

1) GDP 규모	4,824억 4,500만 달러(세계 196위) / 1인당 GDP : 6,117 달러				
2) 경제성장률	2.0 %	3) 실업률	15.1 %	4) 물가상승률	21.8 %
5) 콘텐츠시장 규모	46억 2,500만 달러 / 전년대비 성장률 : 47.7% * GDP대비 콘텐츠시장 비중 : 1.0%				
6) 통화	Iranian Rial(IR) US\$ 1 = 10,254Rial * 2010년 평균				
7) 부채	150억 달러(2011년), 144억 달러(2012년 전망)				
8) 외환보유고	799억 달러(2011년), 783억 달러(2012년 전망)				
9) 산업구조	〈산업 분야별 GDP에서 차지하는 비중〉 서비스업 46.9%, 석유가스산업 27.9%, 광공업 18.3%, 농림수산업 9.3%				
10) 무역규모	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2011년 실적 : 수출 998억 달러, 수입 593억 달러 ○ 2012년 전망 : 수출 903억 달러, 수입 592억 달러 ○ 주요 교역국 (2010년 기준) <ul style="list-style-type: none"> - 수출국 : 중국 (14.5%), 일본 (13.3%), 터키(7.7%), 이탈리아(6.6%), 한국(6.2%) - 수입국 : 중국 (14.3%), 독일(9.8%), U.A.E.(8.4%), 한국(5.9%), 러시아(5.4%) 				
11) 주요 교역품목	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출품목 : 석유가스, 플라스틱, 견과류, 소금, 농산물, 카펫, 철강 등 ○ 수입품목 : 자동차 및 부품, 휘발유, 산업기계, 전기전자 제품 등 				

※ 출처: IMF, 코트라, 외교통상부

2011년 이란의 GDP 규모는 4,824억 달러로 전년대비 2% 성장했으며 경제 규모로는 세계 26위의 시장이다. 이란의 경제 성장폭은 해마다 점차 줄어드는 추세인데 2000년대 상반기까지의 평균 경제성장률이 10%를 넘었던 반면 2007~2011년 사이 평균성장률은 3.8%에 불과했다. 고유가에 따른 석유 수입액 증가에도 불구하고 이란은 누적된 재정적자와 높은 인플레이션, 높은 실업률, 오일 머니에 대한 높은 의존도 등으로 경제 성장이 제약을 받아왔다. 최근 이란 정부는 심각한 재정 부담을 해소하기 위해 그 동안 시행해 오던 에너지/식료품 보조금을 철폐하는 법안을 통과시키기도 했다. 이 같은 정부의 정책 개혁에도 불구하고 고실업, 고물가 등 이란의 경제 구조가 안고 있는 고질적인 문제점들은 개선의 기미가 없어 경제 발전 속도는 계속 낮아질 것으로 전망된다.

[그림 VII-9] 2007-2016년 이란 GDP 규모 및 경제성장률



※ 출처: IMF, 코트라, 외교통상부

이란은 그 동안, 에너지 및 식료품에 대한 막대한 보조금 덕분에 국민들이 세계에서 가장 안정적인 경제생활을 누릴 수 있었지만 이로 인한 정부 재정부담 증대, 에너지 자원 낭비, 생산비효율화, 경제 왜곡 등의 부작용도 심각했다. 2009년 10월, 향후 5년 동안 에너지 및 식료품 보조금을 철폐하는 법안을 의회에서 가결하고 2010년 말부터 시행하고 있는데 그 결과 에너지 및 생필품 가격은 급격하게 인상되고 있다. 정부의 이 같은 노력에도 석유 의존적 경제구조와 비효율적인 경제운용은 개선되지 않고 있어 현재 당면한 고실업 및 고물가 해결에는 상당한 시간이 필요할 것으로 전망된다. 또, 이란의 핵 개발 의혹으로 서방 국가들이 잇달아 은행 거래를 중단하고 교역에도 차질이 생기면서 경제 성장이 더디게 진행되고 있다. 핵 문제 협상 교착으로 UN안보리와 미국, EU 등 서방 국가의 추가 경제제재 조치로 이란 경제의 고립화가 가속화되고 있어 향후 핵 문제 해결은 이란뿐만 아니라 글로벌 경제에 큰 영향을 미칠 것으로 분석된다.

이란은 중동국가 중에서도 석유, 천연가스, 금속, 비금속 등 천연광물자원이 풍부하며 광활한 영토와 7,500만 명의 인구를 보유한 중동의 강국으로 꼽힌다. 주요 천연자원 중, 원유는 매장량 세계 2위, 생산량 세계 4위이며 천연가스는 매장량 세계 2위, 생산량 세계 2위를 차지하고 있다. 또, 인근 국가들보다 비교적 교육열도 높고 문맹률은 15.1%로 상대적으로 낮은 편이고 인접국으로의 접근이 용이하다는 지리적 이점도 갖고 있어 세계 시장의 이목이 집중되는 곳이다. 그러나 역시 핵문제와 대량살상무기 및 테러리즘 등 정치적 이슈들이 부각되면서 국제사회에서 이란의 고립은 지속될 것으로 전망된다.

2) 무역규모	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전체 교역량 (2010년 기준) : 115억 37 백만 달러 (전년대비 18.5% 증가) - 수출 : 45억 97 백만 달러 (전년대비 15.2% 증가) - 수입 : 69억 40 백만 달러 (전년대비 20.8% 증가) * 무역수지(적자) : -23 억 43 백만 달러 (전년대비 33.6% 증가/적자규모 감소)
3) 주요 거래 품목	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출 : 선박해양구조물 및 부품, 철강판, 자동차 및 자동차 부품, 수송기계, 합성수지, 가전제품(냉장고, 칼라TV, 세탁기), 화학기계, 인쇄용지 등 ○ 수입 : 원유, LPG, 나프타, 석유화학제품 등
4) 교민수	405명 * 2011년 기준

※ 출처: 코트라, 외교통상부

2007년 3월에는 코트라와 이란 무역진흥청, 이란 투자진흥청이 상호 경제 협력을 위한 MOU를 체결했으며 동년 9월에는 한국에서 '페르시아 워크', 이란 수출상담회, 이란 투자설명회 등의 행사를 개최하고 전시공사(IIEC)와 코트라, 킨텍스 3자간 MOU를 체결한 바 있다. 또, 2007년 3월 상호 경제 협력 MOU 체결 시, 한-이란 투자 위원회 (IKRC : Iran-Korea Investment Committee)를 개설하고 양국의 투자 확대를 위해 투자 정보 공유 및 상대국 투자 시 적극적 협조를 약속했다. 그러나 핵문제와 관련하여 이란에 대한 국제사회의 제재가 강화되는 상황에서 외국인투자를 보호할 수 있는 투자법이 국제 수준에 미흡한 부분이 많아서 우리나라의 대이란 투자성과를 기대하기는 어려워 보인다.

2. 무역 정보

(1) 관세/수입규제

이란 정부는 지난 1990년부터 경제·사회 개발 5개년 계획을 수립하여 지나친 석유의존형 경제 구조를 탈피하기 위한 산업화 정책을 강력히 추진하고 있으며 자국 제조업 보호 및 육성정책 차원에서 관세 및 비관세 정책을 적극 활용하고 있다. 수입정책의 경우 국내생산을 목적으로 하는 반제품, 기계류, 부품, 원재료 등에 대해서는 4% 이내의 저관세 부과 또는 수입완화조치를 취하는 한편 완제품 및 자국 내 생산 가능한 품목, 사치성 소비재에 대해서는 100% 이상의 고관세를 적용하여 수입을 제한하고 있다.

포지티브 시스템에 의해 지정된 수입금지 품목은 무기류, 마약, 술, 도색출판물 등이며 이외 대부분의 품목이 조건부 승인 품목에 해당한다. 조건부 승인 품목은 상무부에 수입 신청을 하거나

광공업부 등 관계 부처의 수입허가를 얻어야 수입이 가능하다. 관계 부처가 수입허가를 결정할 때는 동종품목 국내 제조업체의 생산여부 및 생산량 등이 고려된다. 조건부 승인 품목 중 약 80%는 상무부에 수입 신청서만 제출하면 별도의 수입허가 절차는 필요 없으며 나머지 20%는 상무부에서 수입 신청서 접수 시 지정하는 관계부처의 수입허가도 획득하여야 한다. 광공업부 및 보건부의 수입허가절차는 매우 까다로우며 해당 부서에서는 건별로 수입허가 여부를 심사한다.

화장품, 시계, 보석, 의류, 전자제품 등 완제품 소비재는 고관세 제도로 수입을 제한하고 있다. 그러나 이들 제품들에 대한 시장 수요가 높아 이란 수입업체들은 두바이, 터키, 이란 남부의 키쉬 자유무역지대 등을 통해 편법 또는 불법으로 해당 제품들을 수입하고 있다. 편법 또는 불법적 경로를 통해 이란에 수입되는 물량은 이란 전체 수입량의 약 30%에 해당하며 한국산 안경테, 직물류, 가전제품 등도 자주 거래되는 밀수품목에 포함된다.

이란은 양자 간 또는 회원국 간 적용되는 특혜관세를 적용을 고려중에 있으나, 현재 관세율은 터키 등 9개 ECO 회원국을 제외한 모든 국가에 동일하게 적용하고 있다. 최근 파키스탄과 특혜 관세협정을 체결하고 합의된 품목에 대해서는 상호 표준관세율에서 19%씩 인하한 특혜 관세를 적용하기로 했다. 2008년 수입품 관세 결정 기관인 Article One Commission에서 채택한 관세인하 품목으로는 휴대 전화 완제품(25%→10%), 냉장고(41%→31%), LCD TV(46%→36%), 진공청소기(46%에서 31%), 기타 가전제품(51%→31%) 등이 있다.

이란 관세법은 수입품이 덤핑이나 부당한 혜택 하에 이란에 반입됨으로써 이란의 동종 산업에 피해를 줄 우려가 있다고 판단되는 경우, 반덤핑관세를 부과할 수 있게 되어 있다. 과거 수입된 수입가격과 Proforma Invoice상에 명시된 가격이 크게 차이가 날 경우 추정가격에 의한 반덤핑 관세를 부과하는 경우가 있어 반덤핑 관세 부과 투명성은 낮은 편이다. 이란의 수출품목에 차별적 조치를 취하는 국가에 대하여 이란 정부는 이에 상응한 조치를 취할 수 있으며 바이어의 탈세 조장, 국내 산업에 피해를 줄 목적으로 덤핑 또는 비정상적으로 수입품 가격이 인하되면 해당 상품에 대하여 관세인상 등 특별조치를 취할 수 있다. 관세 환급은 재수출용 원자재 및 부품 수입 시 가능하다. 수출 촉진을 목적으로 수입되는 기계류 등 일부 품목에 대해서는 관세를 면제하고 있으며 관세면제 대상 품목은 상무부가 관련 부서와 협의하여 결정한다.

(2) 통관절차 및 세이프가드

수입품은 검수관의 감정 및 평가 절차에 의해 철저히 검사되며 세관신고서에 신고 되지 않은 품목은 밀수로 간주된다. 수입승인을 받지 않은 품목을 수입한 경우에는 세관장 동의하에 CFR 가격 기준으로 5~25%의 벌금을 지불해야 통관이 가능하다. 수입품 검사는 P/I(Proforma Invoice), 원산지 증명서, 인스펙션 증명서, 상업송장 및 관련 여타 서류 등에 대한 검사를 통해 이루어진다. 세관에서 발행하는 Green Paper 뒷면에 통관이 완전히 종료되었음을 명시하는 특별 스탬프를

찍혀 있어야만 완전한 통관으로 간주된다. P/I 상의 금액과 상업송장상의 금액이 다르거나 중량 증명서상의 중량과 실제 중량 사이에 차이가 나는 경우, 그 차이가 조정될 때까지는 통관이 완료된 경우라도 Green Paper 뒷면에 최종확인 스탬프가 찍히지 않는다. 철강, 종이, Pipe 등은 수입 통관지의 제품 무게를 실측하여 송장에 명기된 중량과 비교하게 되는데 이란세관은 국제적 관례로 인정하고 있는 중량의 오차 범위(약 5% 내외)를 인정하지 않고 있으며 고중량 측정저울의 일반적인 오차 한계도 인정치 않으므로 유의해야 한다.

해외에서 이란으로 들어오는 제품의 샘플 및 카탈로그는 소액, 소량인 경우라도 통관수수료와 관세가 부과되며 통관에 소요되는 기간도 1~2주 정도로 비교적 길어서 현지 바이어와 수출상담시 장애 요인이 되고 있다. 샘플의 정식 통관 시 절차가 복잡하며 영어로 의사소통이 불가능한 세관직원이 많아 현지 에이전트의 도움 없이는 통관까지 많은 시간이 소요되거나 아예 통관 자체가 불가능한 경우도 있다. 정식 통관 시 지불하게 되는 예치금의 반환시점 역시 출국 후 6개월을 기다려야 하므로 많은 수입업체들이 예치금 환급을 포기하는 사례도 발생한다.

이란 수출시 선적 전 검사와 영사인증 필요 여부를 사전에 확인하는 것이 좋다. 이란 정부는 2001년도부터 선적 전 검사와 선적서류 영사인증을 선택사항으로 변경했으나 이란은행과 무역보험공사에서 수입자의 신용에 따라 자체 산정한 금액 이상 수입 시에는 수입자에게 선적 전 검사와 선적서류 영사인증을 요구하기 때문에 L/C 개설 전에 수입자와 상기 사항들을 협의하여야 한다. 수입자가 거래 은행으로부터 높은 신용등급을 부여받고 무역보험에 가입하지 않은 경우에는 선적 전 검사를 요구하지 않기도 한다.

(3) 무역협정 체결현황

이란은 WTO 미가입국이며 자유무역협정(FTA)을 체결한 국가는 없다. 아프가니스탄, 아제르바이잔, 카자흐스탄, 키르기스스탄, 파키스탄, 타지키스탄, 터키, 투르크메니스탄, 우즈베키스탄 등 주변 9개국과 ECO(Economic Cooperation Organization)라는 경제협력기구를 구성하고 있다.

(4) 지식재산권 보호

이란은 저작권법과 상표법을 통해 지식재산권을 보호하고 있으나 관련 법규는 아직 체계성을 갖추지 못한 실정이다. 컴퓨터 프로그램 등이 대량 불법 복사되어 시중에 유통되고 있으므로 위조가 손쉬운 아이디어 상품 등은 현지 시장 진출 시 신중을 기해야 한다. 최근 이란 정부는 자국 내에서 개발된 소프트웨어의 저작권을 보호하는 법을 제정했으나 대부분 이용 소프트웨어들이 수입산으로 아직까지는 큰 역할을 하지 못하고 있다.

(5) 서비스 및 투자 장벽

수입되는 화물 중 500t 이상, 외국 선사를 이용하기 위해서는 사전허가를 받아야 하고 화물주는 화물가격의 10%에 해당하는 금액을 상무부에 납부해야 한다. 상기 조항은 정부(국영기업 포함)화물, 민간화물 구별 없이 모두 동일하게 적용되며 육상, 항공화물도 중량 기준은 상이하나 동일한 제도가 있다. 이란 국영선사(IRISL)는 비정기 노선인 경우가 대부분이어서 직접 선적이 쉽지 않고 또한 사전에 화물을 담은 컨테이너 확보가 용이하지 않아 수출기업의 공장화물적체, 적기 생산 애로 등의 요인으로 작용하고 있다. 또, 이란 국영선사의 수송능력이 제한되어 있어 이란의 전체 해상 물동량 중 대다수가 외국선사에 의해 운송되고 있는 실정이므로 이란 정부 일각에서는 관련 제도 폐지론이 제기되고 있다.

이란에서 외국인 직접투자는 자본과 기술을 습득하기 위해서 뿐만 아니라 매년 약 80만 명에 달하는 신규 노동인력에게 제공할 고용의 창출을 위해서도 절대적으로 필요한 사항이며 이란 정부는 각종 인센티브를 제공하며 적극적으로 외국인 투자유치 확대를 꾀하고 있다. 특히 이란 정부는 외국인 투자환경 개선 조치 일환으로 2002년 5월 기존 외국인 투자 유치 및 보호법을 47년 만에 개정하여 외국인 투자분야 및 지분한도를 확대했다. 개정된 외국인 투자촉진 및 보호법에 따르면 외국인 투자지분 한도는 전체 산업부문의 25%, 개별 분야당 35%를 초과할 수 없으나 수출 목적의 외국인 투자는 100%로 상향 조정했다. 아울러 외국인의 투자 허용 분야도 현지인이 투자 가능한 모든 산업 분야로 확대했다. 개정 투자법 시행령에는 투자방식과 범위, 승인 방식, 외국인 투자 서비스 센터 업무범위, 외국인 자본 유입, 과실송금 등에 관련된 세부내용들이 포함되어 있다. 정부의 외국인 투자 장려 정책에도 불구하고 행정처리 시스템 미비와 외국인 투자자에 대한 세제 감면 및 혜택사항, 과실송금 보장 등 관련 법률 사항이 모호하여 외국인 투자 유치 성과는 크지 않은 것으로 평가된다.

이란은 전 사업 분야에서 외국인 투자를 적극 환영하고 있으며 특히 수입대체 사업, 석유화학, 석유, 가스개발, 사회간접 자본시설에 대한 외국인투자를 장려하고 있다. 석유·가스 분야는 외국인 투자가 금지되었다가 1996년 이후 Buy-Back 방식의 외국인 투자를 허용하고 있고 약 40여 개의 프로젝트를 국제 입찰 방식으로 추진하고 있다.

이란 투자 시 제약사항으로는 국산화의무, 수출연계의무, 투자허가지연, 과실송금 규제 등을 꼽을 수 있다. 이란은 국내산업보호와 수입대체산업 육성을 위해 국내 생산되는 제품에 대해서는 수입제한 정책 일환으로 현 외국인 투자허가 시 과도한 국산화 의무를 부과하고 있다. 유전개발 등 대규모 프로젝트의 경우 Buy-Back 또는 BOT 방식²⁷⁾으로 계약을 진행하며 현지 투자법인이 기자재를 수입할 때 필요한 외환을 수출을 통해 확보하도록 요구하고 있다. 최근 외국인 투자유치

27) Build-Own·Operate-Transfer. 도로·항만·교량 등의 인프라를 건조한 시공사가 일정기간동안 사업을 운영하면서 투자비를 회수한 뒤 발주처에 다시 넘겨주는 수주방식

강화를 위해 관련법을 개정하면서 복잡한 투자허가절차도 점차 개선되고 있다. 외국인 투자보호 및 촉진법은 투자원금 및 과실송금을 보장하도록 명시하고 있으나 투자원금 및 과실송금에 대한 행정규제(대차대조표 검사, 외국인 투자위원회에 통지 및 재경부장관 승인 등)가 여전히 적용되고 있다. 이에 정부는 자유무역지대 내의 외국은행 설립을 허용하는 등 외국인 투자 유치 활성화를 위한 행정규제 완화를 추진하면서 투자환경 안정화를 꾀하고 있다.

[표 VII-20] 이란 외국인 투자 혜택

투자 혜택	세부사항
조세(일반)감면제도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 내국인과 동일한 조세 감면제 적용 ○ 공장설립 시 테헤란 중심지에서 120km 이상, 이스파한에서 50km 이상 도심에서 떨어진 지역에 신규 공장을 설립하는 경우, 5년간 법인 소득세 면제 ○ 투자 장려업종 감면 : 테헤란 증권거래소 상장기업에 대해 과세 소득의 15%공제
특별 면세	<ul style="list-style-type: none"> ○ 자유무역지대 투자 시 20년간 소득세 전액 면제 ○ 석유화학 특별지역 투자 시 5년간 소득세 전액 면제
자유무역지역내 투자 시 Incentive	<ul style="list-style-type: none"> ○ Qeshm섬, Kish섬, Chabahar 항구 등 자유무역지대 투자 시 하기의 인센티브 제공 <ul style="list-style-type: none"> - 수입 원재료 및 시설재에 대한 관세 면제 - 투자 외국기업에 대해 20년간 내국세 면제, 투자 지분 100% 소유보장 - FZ에서 이란 본토로 반입되는 물품의 관세 면제(국내생산 부가가치 비율 한도 내에서 60% 이상) - 자본 및 임금에 대한 송장 보장, 100년간 장기 부지 임대 허용, 노동법 적용 완화 - 무비자 출입국 허용 등 각종 편의 제공, 외국은행 설립 허용

※ 출처: 코트라, 외교통상부

3. 정책 동향

(1) 정책 개요

① 디지털 방송 전환 계획

이란 정부는 2001년 7월 디지털 방송 기술 성능을 비교 평가하는 조직을 출범시킨 바 있으며, 2004년 1월 이란이슬람공화국방송(IRIB)이 DVB-T를 디지털 지상파 방송 표준 기술로 선정했으나, 아날로그 방송 종료 등이 포함된 디지털 방송 전환 계획은 보고되지 않았다. 2009년 11월 지상파 방송의 디지털 전환을 대비해 수도 테헤란 지역에 최초의 DVB-T 시험방송을 시작했고, 방송 시간은 오후 7시부터 자정까지 5시간으로 방송 프로그램은 대부분 다큐멘터리를 방영했다.

② IPTV 도입 계획

2011년 10월, 이란 정보통신기술부는 4년 내 IPTV를 통해 국영 방송 서비스를 제공할 것이며, 약 700만 명의 가입자 유치를 목표로 한다고 발표했다. 이란에서는 이란이슬람공화국방송이 방송 서비스를 독점하고 있는 상황이지만, 국민 대다수가 정부가 금지하고 있는 위성 서비스를 우회적인 방법으로 시청하고 있어 위성 사업자에게 시청점유율을 빼앗기고 있기 때문에 정부에서 IPTV 서비스를 도입하기로 결정했다. 그러나 미약한 브로드밴드 인프라, 방송 서비스 및 인터넷 속도 통제를 고려할 때 IPTV의 실질적인 도입은 실현되기 어렵다는 비판이 많으며, 정부는 이에 대해 구체적인 답변을 내놓지 못하고 있다.

2009년 10월, 이란이슬람공화국방송이 IPTV 시범 서비스를 진행했으나 이후 2개 사업자 모두 별다른 움직임을 보이지 않고 있다.

③ 통신 규제

▷ 통신시장 자유화

- 1999년 12월 제3차 5개년 경제계획을 승인한 이란 의회는 정부통신기술부에 신규 통신 사업자를 선정할 수 있는 권한을 부여하고, 외국인 투자 활성화를 위한 기반 마련과 공정한 경쟁 환경 조성을 위해 독립 통신규제기구 설립을 권고함
- 2007년 이란 최고지도자는 기간통신망의 국가 독점을 규정한 헌법 조항의 개정과 외국 기업의 권리를 법적으로 보장할 것을 촉구함. 이 같은 제도적 개선에 힘입어 현재 국영 기업을 인수하고자 하는 외국 기업은 현지 기업과 컨소시엄을 구성하고, 그 지분이 35%를 초과하지 않는 한 어떠한 차별도 받지 않으며 이란에서 거둔 수익을 자유롭게 국외로 송금할 수 있게 됨

- 독립 통신규제기구 설립에 관해서는 현재까지 구체적인 성과나 동향이 보고된 바 없음
- 2011년 12월 기준 이란 통신시장에는 1개의 유선 사업자와 3개의 이동통신 사업자, 약 1,200개의 인터넷 서비스 사업자(ISP)가 참여하고 있음
- 2010년 4월 이란 정부는 Tamin Telecom에게 2G와 3G 사업권을 판매하고 세 번째 이동통신사 라이선스를 발급한 적이 있으나 Tamin Telecom은 서비스 운영을 개시하지 않았고, 2010년 10월 통신규제위원회(Communication Regulation Agency, CRA)는 Tamin Telecom의 3G 라이선스 유효기간이 끝나는 2013년까지 다른 3G 라이선스를 발급하지 않을 계획이라고 발표한 바 있음
- 이후 2011년 11월 21일, 이란의 세 번째 이동통신 사업자로 선정된 Ritel의 라이선스는 새 라이선스가 아닌 Tamin Telecom으로부터 박탈한 라이선스일 가능성이 있음. 현재 이란에는 Ritel 외에도 MCI(Mobile Communication Company of Iran)와 남아공 이동통신사 MTN 등 총 2개의 이동통신 사업자가 서비스를 운영하고 있음

▷ 국영 통신 사업자 민영화

- 1997년 집권한 제5대 대통령인 개혁파의 Mohammad Khatami 대통령은 국영 통신 사업자 TCI(Telecommunication Company of Iran)의 시장 독점 종식과 민간(외국 기업 포함) 투자를 통한 통신 시장 활성화를 추진함. 이란 국영기업의 민영화 계획은 통신 분야에 국한되지 않고 전 분야에 걸쳐 추진되었으며, 해외 자본 유치를 주목적으로 하는 광범위한 경제자유화 계획을 마련함
- 이란 정부와 의회는 2001년 국영 기업의 민영화 추진을 위한 IPO(Iranian Privatization Organization)를 설립했고, 2008년 3월 기준 177개 국영 기업의 주식을 Teheran 증시에 상장하고 2009년 3월 기준 230개 국영 기업을 민영화함
- TCI 민영화 절차가 구체적으로 논의된 시기는 제4차 5개년 경제계획(2005~2010) 이후로서, 매각 가격 책정 및 증시 상장 등에 관한 책임이 IPO에 부여됨
- 2007년 3월 TCI 민영화 절차의 일환으로 통신인프라 부문을 Telecom Infrastructure Company로 분할하고 정보통신기술부 산하로 편입시켰으며, 같은 해 9월까지 TCI와 그 산하의 30개 지역 자회사를 민영화할 예정이라고 발표함. 그러나 TCI 민영화 일정은 이후 수차례 무산, 연기가 거듭되어 최종적으로 2009년 9월 전체 지분의 50%와 1주가 Etemad Mobin 컨소시엄에 매각됨. Etemad Mobin은 3개의 이란 기업으로 구성된 컨소시엄으로, 언론 보도에 따르면 이란혁명수비대법인(Iran Revolutionary Guard Corps)과 밀접한 관련이 있으며, TCI를 인수한 금액은 78억 달러임

▷ 인터넷 속도 규제

- 2006년 10월 이란 정부는 반정부 운동을 억압하고 서구문화의 파급을 차단하기 위해 인터넷 속도를 최대 128Kbps로 제한하는 조치를 시행하고, 국내의 모든 ISP의 인터넷 속도를 규정 속도로 제한함. 이것은 인터넷을 통해 외국 음악, 영화, TV 프로그램 등에 접하는 것을 차단하는 동시에, 반정부 단체가 정보를 업로드하거나 단체를 조직하는 것을 금지하기 위한 조치로서, 많은 반발을 야기하여 2006년 11월 정보통신기술부는 대학 등 학술기관, 연구시설, 기업, 산업단지과 공공도서관과 같은 문화시설 등은 속도제한 규제 대상에서 제외시키고 대신 의무적으로 검열 프로그램을 설치키로 함
- 2007년 9월에는 정보통신기술부와 문화혁명최고회의(Supreme Council of the Cultural Revolution)가 휴대전화를 통한 '부도덕한' 동영상 및 음성 메시지를 차단하기 위해 MMS를 규제하는 조치를 시행하고, 이를 위해 정보통신기술부는 MMS를 검열할 수 있는 장비를 구매함

④ 방송 규제

▷ 방송 규제

- 현 이란 정부는 이슬람 교리 및 최고 지도자, 정부에 대한 비판을 엄격히 금지하고 있으며, 독점 방송 사업자이자 규제기관인 이란이슬람공화국방송 회장은 보수파의 상징적 인물인 최고 지도자가 임명하고, 방송 내용을 감독하는 평의회도 입법, 사법, 행정부를 대표하는 6명의 위원으로 구성함
- 개혁파의 Mohammad Khatami 대통령이 집권한 1997~2005년 동안 Iran Media는 비교적 높은 수준의 언론자유를 누렸으나, 2005년 보수파가 집권한 이후 많은 개혁파 언론인들이 투옥되며 언론의 자유가 퇴보함
- 영국 BBC가 게재한 이란 국가프로필에 따르면 보수적 사법부가 진보 성향의 미디어를 억압하고 있음

▷ 위성 방송 수신 금지

- 이란이슬람공화국방송은 지상파 방송과 위성 방송을 송출하고 있으나 위성은 어디까지나 국내용 채널을 해외에 방영하기 위한 수단일 뿐, 일반 시청자의 위성 방송 수신은 법으로 금지되어 있음
- 이란은 수니파가 다수를 점하고 있는 다른 중동 국가와는 달리 시아파 국가로서 독자적인 문화를 갖고 있어 주변국 등을 대상으로 한 국제 방송에 적극적임
- 미국과 유럽 국가들은 이란 국민을 대상으로 페르시아어 방송국을 다수 운영하고 있는데, 이들은 주로 반정부 망명 인사들에 의한 전략 방송임. 가장 대표적인 대이란 방송은 미국의

VOA(Voice of America)와 2009년 1월 시작된 BBC의 페르시아어 방송임

- 이란 정부는 이들 방송을 ‘내정 간섭’, ‘문화적 침략’으로 규정하고 법으로 위성 방송 수신을 금지하는 동시에 전파 방해, 취재 금지 등의 조치를 취하고 있음. 2002년 개혁파 정권이 위성 방송 수신의 합법화를 추진했으나 헌법수호위의 반대로 무산되었음. 현 보수파 정권은 위성안테나를 단속하고 있고 현재 일반 위성안테나 설치에 문화이슬람지도부(Ministry of Culture and Islamic Guidance)의 허가가 필요함. 하지만 이 같은 단속에도 불구하고 전체 세대의 60%(600~800만 가구)가 위성 방송을 시청하고 있는 것으로 조사됨²⁸⁾

▷ 이란이슬람공화국방송의 방송 독점

- 이란은 민영 방송이 금지되어 있어 국영 방송사 이란이슬람공화국방송이 지상파 TV, 위성 TV, 라디오, 국제 방송에 이르기까지 모든 방송을 독점함
- 2005년 개혁파가 방송의 국가 독점에 반발해 두바이에서 이란으로의 방송을 시도했으나 실패로 끝남
- 이란이슬람공화국방송은 이란의 유일한 방송 사업자인 동시에 규제 기관이며, 콘텐츠 제작, 인재 양성, 방송 수신기 및 장비 제조, 광고 대행 등 방송의 가치사슬 전 영역에 걸쳐 다양한 사업을 수행하고 있어 사실상 이란 방송의 총체로 평가됨

4. 비즈니스 정보

(1) 시장특성

중동 페르시아만 동부와 카스피해 남부에 위치한 이란은 이라크, 터키, 아르메니아, 아제르바이잔, 투르크메니스탄, 아프가니스탄, 파키스탄 등 7개국과 국경을 맞대고 있다. 이란은 우라늄 농축 등 자주적 핵 기술 개발과 걸프만, 카스피해의 엄청난 자원을 앞세워 독자적인 위치를 구축하고 있다. 국제 사회는 이란의 핵 활동 반대 의사를 밝히며 우라늄 농축 중단을 요구하고 있으나 이란은 우라늄 농축 활동을 고수하고 있어 국제 사회와 마찰을 빚고 있다. 이란의 인구수는 7,800만 명으로 세계 18위이며 민족 구성에서는 페르시아인이 전체 인구의 50% 이상을 차지하고 있다. 인구 과반수가 페르시아인인 만큼 이란은 과거 페르시아 문명과 제국에 대한 자부심이 강하고 스스로를 지역 강국으로 인식하고 있다. 아프가니스탄, 파키스탄 서부, 타지키스탄 등 페르시아어 이용 지역 외에 아제르바이잔, 투르크메니스탄, 바레인 등 과거 페르시아 영토에 속했던 국가들까

28) NHK Data Book 세계의 방송 2010

지도 아직 자국 영향권으로 인식하는 경향이 강하다.

1979년 이슬람 혁명 이후 출산장려정책이 실시되면서 현재는 30세 이하의 젊은 세대 비중이 인구의 60%를 차지하는 젊은 인구구조를 가지고 있다. 이란의 국토 면적은 1,648,195km로 한반도의 7.5 배에 달하는 넓은 국토를 보유하고 있으며 풍부한 천연자원과 높은 교육 수준, 젊은 인구 구조로 성장 잠재력을 충분히 갖춘 지역이다. 이란은 원유, 천연가스 매장량 세계 2위로 석유, 가스로 대표되는 이란의 에너지 산업은 국영 기업에 의해 독점 운영되고 있다. 또 원유, 석유가스 유전 개발 및 이와 관련한 화학 플랜트나 댐, 담수 설비 등 대규모 건설 프로젝트도 활발하게 진행되고 있다. 이란 정부의 적극적인 산업화 의지와 중앙아시아 지역과 연계된 전략적 요충지라는 지리적 이점으로 이란은 중동의 핵심국으로 꼽히며 역내 산업화를 달성 할 수 있는 유일한 국가로 평가받고 있다. 실제로 인근 CIS 국가와의 교역량은 매년 증가하는 추세이다.

한편 이란은 높은 관세와 까다로운 수입 절차, 국경 감시 미비, 다양한 품목에 걸친 수입금지제도 등으로 밀수와 불법 거래가 성행하고 있다. 2008년 이란 보건부 발표에 따르면 매년 이란으로 유입되는 밀수제품 액수는 60억 달러에 달하는 것으로 나타났다. 제조업 발전이 늦은 이란은 자국산 제품을 보호하기 위한 조치로 수입 제품에 대해 높은 세금을 부과하고 있을 뿐만 아니라 비효율적, 관료적 행정 시스템으로 수입 승인을 받기 위한 절차도 까다로워 6개월에서 1년까지 걸리는 것이 일반적이다. 이란의 계층 구조는 전형적인 피라미드형으로 1% 미만의 부유층과 5% 내외의 중산층, 94%의 극빈층으로 극명하게 구분된다. 따라서 이란의 소비 시장은 제품 품질이나 브랜드보다는 가격을 우선시 하는 경향이 높다.

이란의 산업화율은 약 45%로 중동 제1의 산업국으로 꼽히고 있으나 산업수준은 단순조립형 제조업이 주를 이룬다. 품질보다는 생산량 증대에 초점을 둔 산업성장에 주력해 왔으나 향후 자국 산업의 경쟁력 회복 및 수출산업화를 위한 품질 고급화로 전략 방향을 전환할 것으로 전망된다. 산업 분야별로 GDP에서 차지하는 비중은 농림수산업이 9.3%, 석유가스산업 27.9%, 광공업 18.3%이고 서비스업이 46.9%이다. 이란 산업의 70%가 정부소유이거나 국영으로 운영되고 있기 때문에 효율성이나 생산성면에서 한계에 봉착해 있다. 정부는 이 같은 산업 비효율성과 생산성 저하를 극복하기 위해 국영기업 부문의 민간 이양을 중점 추진 사항으로 선정하고 공기업 민영화를 적극 추진해 왔으나 아직까지 괄목할만한 성과는 없는 것으로 평가된다.

또한, 석유의존적 산업구조 개선을 위한 수입대체산업 육성과 수출 증대를 적극 추진하고 있으며 기계류, 철강, 석유화학 부문 등에 대한 외국인 투자 유치에 적극 장려하고 있다. 이란은 자국 산업에 대한 투자재원을 대부분 원유수출이나 외국인 투자유치로 조달하고 있는데 2000년대 초반까지는 국제유가 상승으로 실질경제성장률 5~7%를 나타냈으나 2009년 아흐마디네자드 행정부가 집권한 이후에는 평균 4% 수준으로 저조한 상황이다.

(2) 물가 정보

[표 VII-21] 2007-2016년 이란 물가상승률 변동 추이

(단위: %)

연도	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
물가상승률	18.40	25.40	10.80	12.40	21.30	21.80	18.20	17.20	15.50	15.50

※ 출처: IMF, 외교통상부, 코트라

2007년 이란의 물가상승률은 18.4%였으며 2008년에는 25.5%까지 증가하여 당해년도 세계에서 다섯 번째로 높은 인플레이션을 기록했다. 이란은 전형적인 공급자 중심 시장으로 수요 공급의 원칙에 상관없이 신년 노루즈(매년 3월 21일)를 기해 제반 가격을 올리는 나쁜 관행으로 해마다 고공의 물가 상승을 초래했다. 최근 몇 년 동안은 부동산 가격이 극심하게 증가해 서민들의 생계를 위협하고 있으며 지속적인 인플레이션도 부추기고 있다. 2010년 말에는 정부의 재정적자 해소를 위한 방안으로 보조금 개혁을 단행했는데 에너지 및 식료품 보조금 철폐는 바로 물가에 반영되어 2011년에는 다시 20%를 상회하는 높은 인플레이션이 발생했으며 이 같은 고인플레이션 현상은 당분간 지속될 것으로 전망된다.

[표 VII-22] 이란 주요 품목 물가 정보

(단위: 이란리알화)

구분	세부내역	물가정보 (IRR)
교통비	도심 1시간 주차료	10,000
	지하철 기본요금 (1구간)	1,000
	시내버스 기본 요금	1,250
	택시 기본요금	2,000
	무연휘발유 1L	4,000
통신비	시내전화 요금 (3분)	40
	국제전화 요금 (3분, 한국으로 걸 때)	1,000
	휴대전화 요금 (월 표준 1분)	450
	인터넷 월이용료 (ADSL 기준/128K)	300,000
주거비	아파트 월임차료 (150sm, semi-furnished, 시내, 중상급)	20,000,000
의료비	의료보험료 (4인 가족, 초과제외 Full Cover, 1년)	9,600,000
	병원진료비 (국립병원, 몸살감기 내과초진)	20,000
	병원진료비 (민간병원, 몸살감기 내과초진)	30,000
임금	대졸 초임 (중상급 대졸, 영어구사, 외국인회사 초임 월급여)	6,000,000
	생산직 초임 (학력무관 월급여 초임)	4,000,000
	매니저급 급여 (인사담당 5년 경력 과장급 월급여)	10,000,000

구분	세부내역	물가정보 (IRR)
교육	외국인학교 초등 1년 수업료 (중상급)	20,000,000
	외국인학교 중등 1년 수업료 (중상급)	25,000,000
	외국인학교 고등 1년 수업료 (중상급)	30,000,000
식료품	계란 12개	15,000
	우유 500 ml	10,000
	식용유 1L	17,000
	생수 1L	3,000
	말보로 라이트 1갑	25,000
	햄버거	33,000
	김치찌개 1인분	180,000
	쌀 1KG	30,000
	쇠고기 등심 1KG	200,000

※ 출처: 코트라

(3) 주요 전시회

□ 애니메이션

제 7회 테헤란 국제 애니메이션 페스티벌(Tehran International Animation Festival)이 Institute for the Intellectual Development of Children & Young Adults의 주최 하에 2011년 3월 6~10일에 열렸다.

테헤란 국제 애니메이션 페스티벌은 애니메이션 작품들의 프레젠테이션을 통해 아티스트들에게 그들의 아이디어를 교환할 수 있는 기회를 제공하는 것을 목적으로 하며, 젊은 애니메이터들이 혁신적이고 창조적으로 작업할 수 있도록 잠재력을 발견하고 독려하며, 새로운 기술과 관점을 통해 능력을 개발하도록 하는데 의의를 두고 있다.

이번 페스티벌은 경쟁 부문, 비경쟁 부문, 특별 상영, 파노라마의 4개 섹션으로 구성되었다.

5. 콘텐츠시장 이슈 동향

(1) 지속적인 검열에도 불구하고 번영하는 이란 영화시장

1979년 이슬람 혁명 이후, 이란의 영화시장은 혼란스러운 정치적 상황과 엄격한 검열법에도 불구하고 번영해왔다. 논란이 많았던 이란의 대통령 선거가 급성장 중인 이란 영화시장에 관한 국제적 인식과 동시에 일어났을 때 정치와 영화 사이의 관계는 특히 두드러지게 나타났다.

많은 이란 영화들이 국제영화제들에서 경쟁해왔고, 몇몇은 권위 있는 상을 수상하기도 했다. 아쉬가르 파르하디(Asghar Farhadi) 감독의 “어바웃 엘리(About Elly)”는 2009년 트리베카 영화제(Tribeca Film Festival) 베스트 내러티브상(Best Narrative Feature)과 베를린 영화제(Berlin Film Festival) 최우수 감독상인 은곰상(Silver Bear for Best Director)을 포함, 많은 상을 수상했다. 쉬린 네샷(Shirin Neshat) 감독 역시 “남자 없는 여자(Women Without Men)”로 베니스 영화제(Venice Film Festival)의 최우수 감독상인 은사자상(Silver Lion for Best Director)을 수상했다.

최근 많은 이란 영화들-이들 중 다수는 여성에 의해 제작됨-이 이란에서의 여성의 역할에 대해 논의하고, 정치, 종교, 문화가 깊은 관계를 맺고 있는 국가에서 여성인권이 어떻게 발전해왔는지 대해 논의한다. 듀크 대학에서 문학과 여성학 부교수이자 “추방된 우화 : 혁명 후 이란 영화(Displaced Allegories: Post-Revolutionary Iranian Cinema)”의 저자인 Negar Mottahedeh는 CNN과의 인터뷰에서 영화 문화는 종종 제약 속에서 번영해왔다고 말했다.

포스트-혁명기의 이란 영화는 지난 30년간 이란이라는 국가가 다루어왔던 중요한 이슈들에 대한 관심을 끌어냄으로써 국내외적으로 모두 인정을 받아왔다.

(2) 이란 방송 서비스 현황

이란 방송 서비스 시장은 국영 방송사업자인 IRIB(Islamic Republic of Iran Broadcasting)의 방송 독점이 헌법으로 보장되어 있으며, 최고지도자를 정점으로 정치, 경제 전반에 걸쳐 보수파의 영향력이 강해 민영방송의 시장 진입이나 언론의 자유와 같은 개혁은 기대하기 힘든 구조이다. 실제로 개혁파 대통령이 집권한 1997~2005년에 방송개혁을 위한 조치들이 몇 차례 시도되기도 했으나 실패로 끝났다. 따라서 향후 IRIB의 방송 독점, 이슬람과 보수파의 가치를 대변하는 현재 구조는 변화되기 어려울 것으로 전망된다.

2011년 12월 현재, 이란에는 IPTV, 케이블TV 등의 방송 플랫폼이 존재하지 않는다. 위성 TV는 송출되고 있으나 국내용 채널을 해외에 방영하기 위한 수단으로만 이용되고 있다. 이란 정부는 서구 문화의 유입과 미국과 유럽으로 망명한 반체제 인사들에 의한 대이란 전략방송 시청을 금지하

기 위해 내국인에 대한 위성 TV 시청을 금지하고 있다.

지상파 방송인 IRIB는 이란 방송서비스 시장을 독점하고 있는 국영 방송사업자로 8개의 지상파 TV 채널, 8개의 전국 라디오 채널, 6개의 국제방송 채널을 운영한다. 이란 정부는 1969년 민영 TV를 국영 TV에 통합한 이후 현재까지 민영 방송을 금지하고 있으며, 이란 헌법은 IRIB를 유일한 방송사업자로 규정하고 있다. IRIB는 방송서비스 외에 자회사 등을 통해 콘텐츠 제작, 인력 양성, 방송장비 개발 및 제조, 출판, 광고대행과 같은 방송 관련 사업을 전개하고 있다. IRIB가 2007년 가을 실시한 시청자조사에 따르면 이란 국민의 평균 TV 시청시간은 1일 4시간 8분이며, 가장 인기 있는 채널은 Channel 3이다.

IRIB는 위성 방송을 통해 TV와 라디오 국제방송을 송출하고 있으며, 국제 TV 채널은 5개, 라디오 채널은 1개이다. 이란은 시아파 국가로 페르시아어를 공용어로 사용하는 반면, 주변 중동 국가들은 아라비아어를 사용하며 수니파가 다수를 점유하고 있기 때문에 IRIB와 이란 정부는 해외 거주 이란인 및 페르시아어 사용자, 시아파 교도들을 대상으로 한 국제방송에 많은 노력을 기울이고 있다. IRIB가 국제방송을 운영하는 또 다른 이유는 이슬람과 이란의 입장, 문화를 적극 발신함으로써 해외의 '서구 편향적인 시선을 바로잡고 문화적 침략에 적극 대응'하기 위함이다.

IRIB 국제방송은 중동과 유럽, 북아프리카에서 시청 가능하며, 일부 TV 채널과 라디오 채널은 북미, 아시아, 오세아니아 등에서도 시청할 수 있다. 국제방송은 기본적으로 국내용 지상파 전국 채널과 수도권 채널을 동시 방영하고 있으며, 이란 내에서는 수신이 금지되어 있다. 그러나, 'NHK Data Book 세계의 방송 2010'에 따르면 전체 세대의 60%(600~800만 가구)가 위성 방송을 시청하고 있는 것으로 파악되고 있다.

(3) 유럽에서 환영받고 있는 이란 컴퓨터 게임들

이란의 컴퓨터 게임 제작사들이 쾰른(Cologne)에서 열린 유럽 게임산업페어인 Gamescom 2011에서 주목을 받았다. ISNA에 따르면, 유럽에서 온 방문객들과 참가자들이 이번 페어에서 선보인 이란의 컴퓨터 게임 콘텐츠들과 그 다양성에 현혹되었다.

Rasana Afzar, Espris Pouyanama, Institute for the Intellectual Development of Children and Young Adults를 포함한 몇몇 이란 기업들이 이번 페어에 참석했다. 이란 국립컴퓨터게임재단 (Iran National Foundation of Computer Games)의 후원을 받아 참석한 이 기업들은 Mir Mohanna, Hidden Treasure, Mountaineer, Black Gold, The story of the Island, The Heart of Simorgh, Dream Farm 등 7편의 게임을 선보였다.

이 게임들 중 몇몇은 고대 페르시아의 설화와 캐릭터로부터 영감을 받아 제작된 것이며, 전통적인 페르시아 음악과 현대의 모션 캡처 기술이 이 게임들에 더욱 자연스러운 장면을 제공하고 있다.

특히, 세계 최대 규모의 컴퓨터 게임 이벤트로 알려져 있는 Gamescom은 매년 독일의 쾰른 지방에서 개최되며, 세계 각국의 최신 컴퓨터 게임 기술을 전시한다.

(4) 이란의 팝 음악 혁명

이슬람 혁명에 의해 지난 30년간 거의 죽은 것과 다름없었던 이란의 팝 음악시장이 회복세에 있다. 2011년 9월 현재 정부의 규제에도 불구하고 이란의 아티스트들은 새 앨범을 내는데 분주하다. 그러나 몇몇 뮤지션들은 여전히 음악을 발매하기 위한 허가를 받기 위해 그들의 예술적 자유를 절충하는 것에 대해 불편함을 느끼고 있다.

(5) 이란 인터넷 서비스 현황

2010년 말 기준 이란의 인구 당 인터넷의 보급률은 13.0%로 매우 낮으며, 이러한 낮은 인터넷 보급률은 정부 중심 및 소규모의 민간 인터넷 서비스 사업자(Internet Service Provider, ISP)로 이루어진 인터넷 인프라 환경에 기인한다. 또한 이란 정부는 인터넷 콘텐츠의 통제를 위해 인터넷 속도에 의도적인 제한을 가하고 있다.

이란의 통신 서비스 시장은 정보통신기술부(Ministry of Information and Communications Technology, MICT)의 감독 하에 있으며, 유선전화, 이동통신 및 인터넷 등 모든 통신 분야 사업을 제공하는 독점 사업자 TCI(Telecommunication Company of Iran)의 자회사인 DCI(Data Communication Company of Iran)가 주도한다. 또한 DCI의 주도로 여러 민간 인터넷 서비스 사업자(ISP)가 있으며 이들에게 DCI가 높은 인터넷 이용료를 요구하고 있어 이것은 소비자에게 높은 인터넷 이용료를 부과하는 결과를 낳고 있다.

이란의 주요 웹서비스는 구글과 야후의 글로벌 웹사이트가 가장 높은 이용률을 나타내기는 했지만, 대부분은 이란의 자국 웹사이트를 중심으로 인터넷 서비스가 제공되고 있다. 한편, 이란 자국의 주요 웹사이트들은 주로 블로그 서비스 및 온라인 뉴스 서비스를 제공한다.

[표 VII-23] 이란 Top 10 웹사이트

순위	웹사이트명	웹사이트 주소
1	Google	www.google.com
2	Yahoo	www.yahoo.com
3	BLOGFA	www.blogfa.com
4	페이벤다	www.peyvandha.ir
5	MihanBlog	www.mihanblog.com
6	PersianBlog	www.persianblog.ir
7	버제쉬3	www.varzesh3.com
8	Wikipedia	www.wikipedia.org
9	Tabnak	www.tabnak.ir
10	Facebook	www.facebook.com

※ 출처: Alexa (2011,12)

이란의 인터넷 서비스는 자국의 블로그 서비스를 중심으로 발달되어 있는데, 블로그파 (BLOGFA)는 이란의 블로그 서비스 사이트로 개별 블로거들이 작성한 콘텐츠들을 제공하고, 미한 블로그(MihanBlog)는 뉴스, 저널리즘, 전자상거래, 비즈니스, 종교, 엔터테인먼트 및 의학 등 다양한 카테고리별로 블로그 서비스를 제공한다. 페르시아블로그(PersianBlog)도 미한블로그 (MihanBlog)와 유사한 블로그 서비스로 예술, 교육, 사진, 이란, 영화, 의료 및 종교 등 키워드별로 작성된 블로그 콘텐츠를 제공한다.

한편, 페이벤다(Peyvandha)는 이란의 온라인 뉴스 제공 사이트로 가족, 교육, 엔터테인먼트, 문화 및 종교 뉴스 등의 다양한 뉴스 서비스를 제공하고, 타브낙(Tabnak)은 이란의 온라인 뉴스 전문 웹사이트로 정치, 경제 및 종교 등을 중심으로 한 뉴스 서비스를 제공한다. 버제쉬 3(Varzesh3)는 스포츠 전문 웹사이트로 스포츠 뉴스 및 경기결과 등의 정보를 제공해주고 스포츠에 대한 토론방을 개설하였으며, 특히 영국의 프리미어리그(Premier League) 및 유럽의 축구경기 결과를 제공한다.

이란의 자체 검색 및 포털 사이트는 현재 존재하지 않으며, 이에 따라 검색 서비스는 주로 글로벌 사이트인 구글과 야후, 위키피디아 등을 이용한다. 그러나 향후 이란 정부가 추진하고 있는 프로젝트를 통해 국가 검색엔진 ‘야하크(Ya Haq)’의 이용이 가능해지면 글로벌 검색 서비스는 차단되고 ‘야하크(Ya Haq)’만이 이란의 유일한 검색 웹사이트가 될 것으로 전망된다. 이란 정부는 공식적으로는 페이스북과 트위터 등의 SNS를 차단하고 있으나, 일부 국민들이 다른 경로를 통해서 이러한 서비스를 이용하고 있는 것으로 보인다.

이란의 인터넷 서비스 시장은 이란 정부의 강력한 콘텐츠 규제 의지 및 환경 구축 등으로 인해 향후에는 자국의 인터넷 사이트들을 중심으로 시장이 형성될 것으로 전망된다. 다만 현실적으로 외부 해외 웹사이트를 차단하는 것은 불가능할 것으로 보여 내국인 전용 인트라넷과 외부와 접속이 가능한 인터넷이 공존할 것으로 예상된다.

(6) 이란, ‘심슨가족’ 캐릭터 인형 판매 금지

2012년 2월, 이란 정부 산하의 아동 및 청소년 지능발전연구소는 미국의 유명 TV 애니메이션 ‘심슨가족(The Simpsons)’ 캐릭터 인형을 블랙리스트에 포함시키고 이란 내 판매를 금지시켰다. 이것은 서방 문화의 영향력 확산을 막으려는 조치의 일환으로, 이 기관은 1996년에도 미국의 바비 인형을 ‘트로이의 목마’로 규정하고 블랙리스트에 포함시킨 적이 있었다. 실제로 이란 경찰은 2012년 1월 바비 인형을 판매하던 상점 수십 곳의 문을 닫게 만들었다. 아동 및 청소년 지능발전연구소의 한 관계자는 “우리는 국가가 심슨가족 캐릭터 인형을 수입하는 것을 바라지 않는다. 국가도 이런 외국 애니메이션을 보급시키길 원치 않는다” 고 밝혔다. 그러나 이 기관은 이 인형을 판매 금지 처분한 구체적인 이유에 대해서는 언급하지 않고 있다.

한편, 미국의 ‘슈퍼맨’과 ‘스파이더맨’ 캐릭터 인형은 블랙리스트에 포함되지 않았으며, 이란 내 인형 판매가 허용되고 있는데, 그 이유는 이 두 캐릭터가 필박자들에게 도움을 주기 때문이다. 이란 아동 및 청소년 지능발전연구소의 모하메드 호세인 파르주는 “그들(슈퍼맨과 스파이더맨)은 억압받는 사람들을 도와주는 긍정적인 이미지를 갖고 있다” 고 설명했다.

이란은 1979년 이슬람 혁명 이후 서방 문화의 침투를 막고자 책, 영화, 음악, 헤어스타일, 패션 등 여러 종류의 서방 문화를 금지해 왔다. 그러나 최근 젊은 층을 중심으로 서방 문화에 대한 높은 관심이 일어나고 있으며, 이란 국영 TV조차 일부 서구와 할리우드 영화를 매주 방영하고 있다.

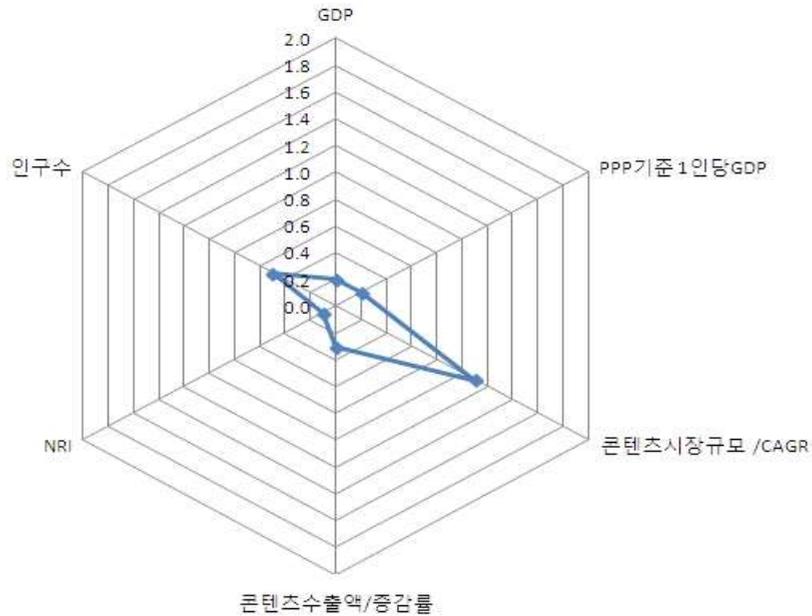
6. 진출시장 분류 및 시사점

(1) 진출시장 분류결과

이란을 포함하여 중동·아프리카 다수의 국가들이 진출시장 분류에서 잠재시장으로 분류되고 있는데 사우디아라비아, 아랍에미리트, 터키, 남아프리카공화국, 이집트 등이 이에 해당하며 아시아의 인도네시아와 동유럽의 폴란드도 잠재시장에 속한다. 6개 평가 기준에 따른 이란의 점수는 2.4점이며

잠재시장으로 분류되는 중동아프리카 6개국 중에서는 평가점수가 가장 낮다. 이란은 인구수에 비해 경제규모가 작은 편이지만 콘텐츠시장 성장률 측면에서는 높이 평가되는 지역이다. 그러나 콘텐츠의 주요 유통채널로 영향력이 커지고 있는 인터넷 인프라의 발전 속도는 매우 느린 편이다.

[그림 VII-10] 이란 시장 평가 모형



항목	GDP	PPP기준 1인당 GDP	콘텐츠시장규모 /CAGR	콘텐츠수출액 /증감률	NRI	인구수	합계
점수	0,2	0,2	1,1	0,3	0,1	0,5	2,4

구분		연도					2007-2011 CAGR(%)
		2007	2008	2009	2010	2011	
콘텐츠 소비환경 지수	인구수 (천 명)	71,435	72,289	73,137	73,974	74,799	1.16
	GDP (십억 달러)	307.4	350.6	360.6	419.1	482.4	11.93
	구매력평가(PPP) 기준 1인당 GDP (달러)	4,312.1	4,857.1	4,926.5	5,637.9	6,419.6	10.46
시장경쟁력 평가지수	콘텐츠시장 규모 (백만 달러)	2,000	2,500	2,700	3,100	4,600	23.15
	콘텐츠산업 국가별 수출액 현황 (천 달러)	-	-	-	-	-	-
	NRI 지수	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2007-2011 CAGR(%)
		N/A	N/A	N/A	3,41	3,36	N/A

(2) 진출전략 및 유망분야

이란은 이슬람이라는 종교적 배경과 핵보유 문제로 인한 서방 세계와의 마찰 등으로 사회적, 문화적으로 폐쇄성이 짙은 국가이다. 영화나 방송물 등 문화콘텐츠에 대한 검열이 까다로우며 특히 미국 제품에 대한 배타성이 높다. 1979년 이슬람 혁명 이후 이란은 서방 문화의 침투를 막기 위해 책, 영화, 음악, 헤어스타일, 패션 등 다 분야에서 서방 문화를 금지해 왔으며 2012년에는 미국의 대표적 TV 애니메이션 '심슨가족' 캐릭터 인형 판매를 금지하는 조치까지 시행하고 있다. 또한, 페이스북과 트위터 등의 SNS 채널을 공식적으로 차단하고 있으며 이란 내에서는 IPTV, 케이블TV를 포함, 민영방송이 존재하지 않는다.

이 같이 제한된 시장 환경에도 불구하고 이란인들은 다른 경로를 통해 해외 콘텐츠 및 서비스 등을 경험하고 있다. 한류 콘텐츠로는 '대장금'이 2007년 이란 방송국 채널3에서 방영돼 시청률 80%라는 대기록을 세우며 큰 인기를 얻었으며 그 뒤로도 '주몽'과 '동이' 역시 연달아 히트를 치면서 한국에 대한 인식도 높아졌다. 최근에는 K-pop에 열광하는 젊은이들이 늘어나고 있다.

한-이란 수교 50주년을 앞두고 양국 간 문화적 연결고리는 커지고 있으나 정치, 군사적 괴리로 콘텐츠 비즈니스의 가시적인 성과를 기대하기는 어려운 상황이다.

제4절 아랍에미리트(UAE)

1. 국가 개요

(1) 경제동향 및 전망

1) GDP 규모	3,601억 3,600만 달러(세계 28위) / 1인당 GDP : 67,767 달러				
2) 경제성장률	4.9 %	3) 실업률	4.0 %	4) 물가상승률	0.9 %
5) 콘텐츠시장 규모	36억 3,400만 달러 / 전년대비 성장률 : 45.4% * GDP대비 콘텐츠시장 비중 : 1.0%				
6) 통화	irham(AED) 1 AED = KRW 315.13 (2012년 5월 31일 기준) US\$ 1 = 3.67 AED (2012년 6월 기준)				
7) 부채	1,700억 달러 * 2012년 추정				
8) 외환보유고	595억 달러 * 2012년 추정				
9) 산업구조	〈산업별 GDP에서 차지하는 비중〉 광업(39%), 제조업(12%), 도소매업(10%), 건설업(8%), 부동산업(8%), 식당 및 호텔업(6%), 금융업(6%), 농업(6%), 기타 (5%)				
10) 무역규모	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2010년 기준 교역동향 <ul style="list-style-type: none"> - 수출 : 2,350억 달러 (전년대비 34.3% 증가) - 수입 : 1,700억 달러 (전년대비 21.4% 증가) - 무역수지(흑자) : 650억 달러 (전년대비 85.7% 증가) ○ 2012년 추정치 <ul style="list-style-type: none"> - 수출 : 2,810억 달러 / 수입: 2,190억 달러 ○ 주요 교역국 (2010년 기준) <ul style="list-style-type: none"> - 주요 수출국 : 인도 (29.8%), 이란 (12.7%), 이라크 (6.3%), 스위스 (6.0%), 사우디 (53.4%) - 주요 수입국 : 인도 (17.1%), 중국 (10.3%), 미국 (8.5%), 독일 (6.1%), 일본 (5.9%) 				
11) 주요 교역품목	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출품목 : 원유, 나프타, 가스, 알루미늄, 귀금속류, 차량, 기계류, 전기전자제품, 플라스틱 등 ○ 수입품목 : 귀금속류, 기계, 전자, 섬유, 자동차, 항공기, 의료기기, 의약품, 저가형 스마트폰, 플랜트 기자재류, 선박 등 				

※ 출처: IMF, 코트라, 외교통상부

2011년도 아랍에미리트 경제성장률은 4.9%이며 GDP 규모는 3,601억 달러를 기록했다. 2009~2010년 사이 아랍에미리트는 글로벌 금융위기로 경제 침체를 겪었으며 정부는 늘어난 재정 적자 부담을 해소하기 위해 국가 지출을 줄이는 긴축재정을 추진해 왔다. 인플레이션, 실업률 등 주요 경제 지표에서 아랍에미리트는 안정적인 경제 여건을 조성하고 있는데 2011년 기준 물가 상승률은 0.9%, 실업률은 4%로 나타났다. 2011년에는 재정 지출을 늘리는 등 정부 차원에서

실행된 경기 부양책이 시장 성장의 견인차 역할을 해 왔다면 2012년에는 정부 재정 지출 감소분을 민간 부분을 통해 창출해야 하는 상황이다. 2012년도 아랍에미리트의 경제 성장은 민간 투자 증대와 소비 활성화 정도에 따라 결정될 것으로 보이며 성장 속도는 전년보다는 둔화될 전망이다. 2012년도 GDP 성장률은 2.3%로 예상되며 향후 5년간 연평균 성장률은 3.1%로 이전 5년과 거의 비슷한 수준을 유지할 것으로 분석된다.

아랍에미리트의 2010년 수출액은 2,350억 달러로 전년대비 27% 증가했으며 수입은 1,700억 달러로 전년대비 13% 증가하며 아랍에미리트는 사상최대의 무역흑자를 기록했다. 국제유가 상승과 비석유부문의 수출 호조가 크게 작용한 것으로 분석된다. 아랍에미리트는 중동의 무역허브로서 재수출 비중이 약 70%에 달하며 2010년 세계 교역량 기준으로 아랍에미리트는 세계 19위 수출국, 세계 25위 수입국이다. 2010년 아랍에미리트의 주요 수입 대상국은 인도, 중국, 미국, 독일, 일본 등으로 인도는 귀금속 수출이 75%를 차지하고 있으며 미국, 독일 등 선진국은 기계류, 자동차, 항공기, 의료기기 및 의약품 수출 비중이 높다

[그림 VII-11] 2007-2016년 아랍에미리트 GDP 규모 및 경제성장률

(단위: 십억 달러)



※ 출처: IMF, 코트라, 외교통상부

(2) 정치외교동향

1) 건국(독립)일	1971.12.2 / 영국 통치로부터 독립
2) 정부형태	7개 에미리트로 구성된 연방 공화제 / 대통령 중심제
3) 주요 인사	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대통령 : 셰이크 칼리파 빈 자이드 알 나흐얀 (H.H. Sheikh Khalifa Bin Zayed Al-Nahyan) 취임일 : 2004.11.5, 8대 대통령에 취임 ○ 부통령 겸 총리 : 셰이크 무하마드 빈 라쉬드 알 막툼 (H.H. Sheikh Mohammed bin Rashid Al-Maktoum) ○ 외교장관 : 셰이크 압둘라 빈 자이드 알 나흐얀(Sheikh Abdullah Bin Zayed Al-Nahyan)
4) 의회제도	연방평의회(Federal National Council)가 유사기능 담당
6) 주요 가입국제기구	UN(71.12), ILO, FAO, UNESCO, IFC, WHO, IDA, OPEC, 비동맹, 이라프연맹

※ 출처: 코트라, 외교통상부

(3) 한국과의 주요이슈

1) 주요 협정	<ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 33%;">○ 투자보장협정 (2004.6) <li style="width: 33%;">○ 이중과세방지협정 (2005.3) <li style="width: 33%;">○ 군사협력협정(2007.5) <li style="width: 33%;">○ 문화협력협정 (2008.2) <li style="width: 33%;">○ 경제·무역·기술협력협정 (2008.4) <li style="width: 33%;">○ 원자력협정(2010.1) <li style="width: 33%;">○ 항공협정(2010.7) <li style="width: 33%;">○ 석유채굴권 체결협정(2011.3)
2) 무역규모	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출 : 72억 6,800만 달러 (전년대비 32.5% 증가) ○ 수입: 147억 5,900만 달러 (전년대비 21.3% 증가) * 무역수지(적자) : - 74억 9,200만 달러 (2011년 기준)
3) 투자거래	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대아랍에미리트 투자 (2011.12 누계 기준) : 777 건 (신고건수), 6억 8,004만 4천 달러 (투자금액) ○ 대한 투자 (2011.6 누계기준) : 총 30 건, 1억 2,146만 1천 달러 (신고금액)
4) 주요 거래 품목	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출 : 직물, 가전제품, 섬유, 자동차, 무선전화기, 전선, 선박, 철강 및 비합금강형강 등 ○ 수입 : 원유, 알루미늄, 나프타, LPG, 알루미늄과 스크랩 등
5) 교민수	5,607명 * 2011년 기준

※ 출처: 코트라, 외교통상부

2009년 12월 한국과 아랍에미리트는 원전개발 협약을 체결했으며 2011년 3월 이명박 대통령의 아랍에미리트 방문 당시 10억 배럴(약 976억 달러) 규모의 석유개발 협약을 체결했다. 개발이 진행될 구간의 면적은 11,560 평방 킬로미터로 아부다비에서 가장 큰 미개발 유전지역인 Tafula와 세계에서 가장 큰 해상유전인 Zakum을 포함하고 있다. 이 협약으로 우리나라는 향후 아부다비의

석유 생산량 중에서 하루 30만 배럴의 석유를 구매할 수 있는 권리를 획득했으며 아부다비는 우리나라의 석유저장고를 이용하고 우리나라가 비상시에 이 석유를 사용할 수 있도록 했다.

아랍에미리트는 2008년부터 사우디를 앞지르며 우리나라의 중동지역 최대 수출대상국으로 부상했다. 그 이유는 우리 건설업체들의 프로젝트 수주와 자동차, 전자제품 등의 수출 호조에 따른 것이며 중동지역 제 2위 수출대상국과의 수출액 격차가 점차 확대되고 있다. 2011년 대아랍에미리트 수출 규모는 52억 달러 수준으로 승용차, 무선전화기 및 자동차 부품이 강세이며 철강관 및 철강제품도 시장을 넓혀가고 있다. 내수시장이 살아나면서 2012년에도 아랍에미리트 시장에서 우리제품에 대한 수요는 계속해서 증가할 것으로 기대된다. 대아랍에미리트 수입 역시 빠르게 증가해 왔으며 국제 유가 급등 등으로 무역수지 적자 규모도 확대되고 있다. 우리나라의 대아랍에미리트 수입 제품군은 매우 제한적인데 원유, LPG, 나프타, 알루미늄 등 4대 품목의 수입 비중이 전체 수입액의 99% 차지하고 있다. 2009년도는 원유 등을 비롯하여 모든 품목에서 수입 감소가 두드러지게 나타났으나 2011년에는 천연가스를 제외한 모든 품목에서 증가세를 보였다.

2. 무역 정보

(1) 관세/수입규제

아랍에미리트는 기본적으로 개방적 시장경제 정책을 추구한다. 대부분의 수입품에 대해 5%의 관세를 부과하고 있으며 예외적으로 특정 품목에 대해 무관세 또는 고율의 관세를 부과한다. 왕실, 정부 및 외교관용으로 수입하는 상품, 병원, 자선단체 등에서 비영리 목적으로 수입하는 제품과 원산지가 GCC 국가²⁹⁾인 상품은 무관세가 적용되며 담배와 주류는 각각 100%와 50%의 특별 고관세가 적용된다. 기타 가축류·기본 식품류·약품류 등에 대해서도 관세를 면제하고 있다. 2001년 12월 오만에서 개최된 GCC 정상회의에서는 2003년부터 공동관세를 적용하는 관세동맹 출범에 합의했는데 이로 인해 아랍에미리트의 경우 관세율이 기존 4%에서 5%로 소폭 높아지는 결과를 가져왔다.

재수출용 수입물품에 대한 관세 환급을 받기 위해서는 BE(Bill of Entry)상에 재수출용 물품임을 기재하고 이미 부과된 관세액을 납부한 후 관세 환급 신청서를 양식(각 관세센터에 비치)에 따라 작성하여 관련 서류와 함께 신청하여야 한다. 또, BE에 기재된 날짜로부터 180일 내에 재수출하고 재수출한 날로부터 30일 이내에 관세 환급을 신청해야 한다.

29) 사우디, 오만, 카타르, 쿠웨이트, 바레인, 아랍에미리트

[표 VII-24] 아랍에미리트 수입 무관세 혜택 품목

구분	세부품목
주요 면세 제품	<ul style="list-style-type: none"> ○ 산 동물(말, 양, 염소, 가금류, 노새, 당나귀 등). ○ 생고기, 냉동고기, 염장고기, 내장류 (소과동물, 말, 노새, 당나귀), 산생선 ○ 냉동 또는 생 생선살(생선각 등 제외), 건조, 염장, 훈제된 생선 등 ○ (소, 양 등의) 가공하지 않은 원유, 가공유, 요구르트, 치즈 등, 조류의 알, 천연꿀 ○ 산식물, 야채 (감자, 토마토, 양파, 마늘, 파류식물, 양배추, 콜리플라워, 케일, 상추, 치커리 등) ○ 견과류, 과일, 향신료 (계피, 바닐라, 씨앗, 생강, 사프론 등) ○ 곡류(밀, 보리, 귀리, 옥수수, 쌀 등), 파종용 씨앗 ○ 음료용 생수, 소금, 수혈용 혈액, 법조항 No.30.01, 30.05, 30.06에 해당하지 않는 의약품) ○ 비료, 인쇄물(서적, 브로셔, 신문, 잡지 등) ○ 다이아몬드 원석 및 가공석(세팅되기 전 단계), 천연 및 양식 진주(세팅되기 전 단계) ○ 금, 은, 비합금 철강원자재 등
수입자에 따른 분류	<ul style="list-style-type: none"> ○ 아랍에미리트 내 각 에미리트 별 왕족용으로 수입되는 제품 연방정부 ○ 산하 각 부처와 에미리트 정부 부처에서 직접 수입하는 제품군대와 경찰용으로 수입되는 제품 ○ 외국외교관이 수입하는 제품 ○ 병원, 의료지원단, 자선단체, 국립 스포츠 클럽 등에서 비영리 목적으로 수입하는 제품 ○ 왕족에 의해서 면세 대상으로 지정된 회사에서 수입하는 물품
특별 사유에 따른 분류	<ul style="list-style-type: none"> ○ GCC국가에서 생산된 제품, 환적되는 제품, 무료 견본품, 광고를 위한 각종 카탈로그 등 문서류. ○ 전시회 등 공공 목적을 위한 35mm 상영물 또는 전시회에서 전시된 후 곧바로 반출되는 제품 ○ 국제 항공사들이 자사의 항공기 정비비용으로 수입하는 제품, 항공유 및 각종 윤활유

※ 출처: 코트라, 외교통상부

아랍에미리트는 자유무역을 추구하는 완전개방시장으로 특별한 수입규제나 관리제도가 거의 없다. 다만, 이스라엘 보이콧 정책에 따라 이스라엘에서 제조·생산된 물품 또는 이스라엘제 부품이 포함된 상품, 이스라엘 국기나 이스라엘이라는 문구가 들어간 제품의 수입이 금지되어 있다. 또, 환경보호, 국민보건 및 이슬람 교리와 관련하여 수입 금지품목을 지정하고 있는데 모든 종류의 마약류, 석면, 페타이어, 산업폐기물, 상아, 산 낙타, 이슬람에 반하는 저작물 등이 이에 해당된다.

모든 식품 및 의약품은 엄격한 보건성 검사를 받아야 하며 제품의 품질 뿐만 아니라 내용물, 포장 등도 그 대상이 된다. 제품 포장에는 반드시 제조년월일, 사용 유효기간, 내용물 설명서 등을 아랍어로 표기해야 하며 식품 및 의약품 관련 규정 위반 시에는 강한 제재가 부과된다. 특히, 돼지고기 함유 여부 등 성분 검사가 까다로우며 제조업체에서 영문으로 명기된 성분 분석표를 첨부시켜 샘플 테스트를 통과하여야만 수입이 가능하다.

(2) 통관절차 및 세이프가드

중동, 아프리카, CIS, 유럽을 연결하는 물류허브 중심지를 지향하고 있는 아랍에미리트는 투명하

고 편리한 통관절차를 기본 방침으로 채택하고 있으며 신속한 통관을 위해 온라인 통관수속도 허용하고 있다. 아랍에미리트는 수입 허가제를 실시하지 않고 있으며 국민건강, 국가보안, 도덕, 종교 및 안전 등과 관련하여 특정 품목에 대해서는 관련 당국으로부터의 수입승인이 필요하다. 수입 통관절차가 간단하고 투명하나 수입업자는 반드시 관세청으로부터 유효한 수입업자 코드를 획득하여야 하며 아랍에미리트에 등록된 회사만이 코드 부여 자격이 주어진다. 인증 수수료 지불에 관한 연방칙령에서는 수입물품 통관 시 상업송장 및 원산지 증명서에 해외주재 아랍에미리트 영사의 확인을 요구하는 경우가 많은데 이때는 시간이 많이 소요되고 수수료도 높아지므로 주의해야 한다.

아랍에미리트에서의 통관절차는 다음과 같다

- 1 단계 : 수입 물품 보세 구역 반입
- 2 단계 : Bill of Entry Form (B/E) 작성 및 제출
 - 부속서류 : Delivery Order(D.O), 선하증권, 선적내역서, 원산지 증명서, 수입상 라이선스 사본, 수입상의 위임장 등
- 3 단계 : 관세 납부 및 수입 물품 보관 장소 확인 (CIF 기준 5% 관세 부과)
- 4 단계 : 수입 물품 검사 및 확인 스탬프 날인
 - 수입품 검사소에 관련 서류를 제시하고 검사 일시를 지정 받음
 - 지정된 일시에 하주 또는 대리인 입회하여 수입 물품 검사 실시
 - 검사에서 이상이 없으면 B.E.에 "Cleared"라는 확인 스탬프 날인
 - 물품 검사 시 주요 점검사항 : 마약, 주류, 음란물(포르노 물품) Under Value, 원산지(이스라엘 보이콧 규정에 어긋나는지 여부) 확인
- 5 단계: 반출 확인서 및 운송 차량 통과증 발급
- 6 단계: 반출

통관과정에서 수입업자 등이 세관 내 보세창구나 부두에 출입하기 위해서는 ID나 Pass를 소지해야 한다. 개인의 경우, 출입허가를 받기 위해서는 B/E, 여권 사본, 신청서한 등을 제출하면 임시 Pass를 발급받을 수 있다. 아랍에미리트는 통관 시 UNDER VALUE에 대하여 비교적 관대한 편이나 최근에는 세관이 UNDER VALUE제품에 대하여 자체적으로 VALUE을 산정하여 세금을 부여하기도 한다.

(3) 무역협정 체결현황

1981년 결성된 중동산유국 지역공동협력체 GCC (Gulf Cooperation Council: 걸프협력회의)는

안보협력을 목적으로 걸프만(아라비아반도) 연안 6개국, 사우디아라비아, 아랍에미리트, 쿠웨이트, 오만, 카타르, 바레인 등이 참여하고 있다. 아랍에미리트는 대외 FTA 체결 시 단독 협상이 아닌 GCC 차원에서 공동협상 진행을 원칙으로 하고 있으며 현재 미국, EU 등과의 협정 체결 준비를 위해 의견 조율 중에 있다. 2008년 하반기에 GCC-EU 간 FTA 체결을 위한 고위급 회담이 개최되기도 했으나 2009년 5월 인권과 관세문제로 회담이 연기된 바 있다. 2009년 6월에는 EFTA(European Free Trade Association)와 FTA를 체결했고 우리나라와는 2009년 7월 3차 FTA 협상까지 진행했다. 2010년 3월, GCC는 자동차 관세철폐와 관련한 내부의견 조율이 필요하다는 이유로 협상을 잠정 중단했다.

GCC 국가 간 관세동맹은 2003년부터 실시되고 있으며 이들 국가들은 EU와 마찬가지로 관세동맹 공동체에서 경제 공동체로의 발전을 꾀하고 있다. 2008년 1월 1일부로 역내 공동시장이 출범되었으나 단일통화시장 실현은 각국의 이해관계로 합일점을 찾지 못한 채 난항을 겪고 있다. 2010년 아부다비에서 개최된 GCC 국가간 회의를 통해 경제공동체의 기본 성격에 대해서 각국 간 이해는 성립되었지만 아직 구체적인 협약이 체결되지는 않아 추후 경제공동체 성립과정에 관심을 갖고 지켜볼 필요가 있다.

GCC와 FTA 협정을 체결한 국가로는 레바논(2006.7), 시리아(2006년 최종문안 합의로 서명절차만 남은 상태), 싱가포르(2008.12.15), EFTA(2009.6.22/European Free Trade Association/스위스, 노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈타인 경제 공동체) 등이 있으며 EU, Mercusur, 일본, 중국, 한국, 호주, 뉴질랜드, 파키스탄, 인도, 터키, ASEAN, 요르단 등과는 협상을 진행 중이거나 협상을 위한 의견 교환절차를 밟고 있다.

(4) 지식재산권 보호

아랍에미리트는 지식재산권 보호를 위한 파리협약 및 WTO 지식재산권에 관한 협정(TRIPS)등 국제협약 서명국이자 세계지식재산권기구(WIPO) 회원국이다. 국내적으로도 지식재산권 보호를 위한 연방법(1992)을 제정하며 지식재산권 보호에 노력을 기울이고 있다. 특허출원이나 의장등록은 연방 경제부가 담당하고 있는데 아직까지는 관련 법규가 충분하지 못해 상표도용, 불법복제 등으로 인한 지식재산권 침해사례가 자주 발생한다. 2002년에는 저작권법, 상표법, 특허법을 개정하여 지식재산권 보호를 보다 강화하고 있다.

아랍에미리트에서는 위조 상품천국이라고 할 정도로 상표 및 원산지 위조가 많이 발생하는 지역이다. 위조상품이 난무하게 된 요인에는 아랍에미리트 정부의 피동적인 관리와 허술한 단속체계를 꼽을 수 있는데 관계 기관은 피해 당사자가 정확한 증거를 제시했을 때만 단속을 진행하며 단순히 포장할 때 국가명을 도용한 경우와 같은 원산지 위조는 단속 대상에서도 제외되는 경우가 대부분이다. 최근에는 영화, 게임 관련 해적판 단속을 강화하고 있으며 자동차 부품 등의 정품

사용 캠페인도 실시하고 있다. 아랍에미리트에 등록된 상표에 한해서는 피해자가 신고를 하면 관련 부처가 행정력을 동원해 단속하는 반면 특허나 의장 보호는 여전히 미흡하며 해당 업무를 담당하는 독립된 정부조직도 갖춰져 있지 않다. 특허출원은 국내출원과 GCC 출원으로 구분되는데 국내 심사의 경우는 방식심사, 실체심사를 거쳐 특허를 취득하고 공보에 게재한 후 이의신청(60일)을 거쳐 특허증이 교부한다. 모든 요구가 만족된 출원은 통보 후 3개월 이내에 특허가 부여되고 공고 요금을 지불해야 한다. 특허교부 결정이 게재되어 교부된 후에는 출원 내용이 일반에 공개된다. 공시일로부터 3개월 이내에 누구나 이의신청을 할 수 있으며 이의신청이 받아들여지면 특허가 취소되지만 그 이외의 경우 특허는 존속이 된다. 출원서류는 공시되며 실시의무는 특허교부로부터 3년이다.

[표 VII-25] 아랍에미리트 지적재산권 현황

구분	관련법 제정일	발표일	신청/등록기관	보장기간
상표권	1992 (법령 37/1992호)	1993.1.12	Ministry of Economy & Commerce (Trade Mark Section)	10년
저작권	1992 (법령 40/1992호)	1993.4.12 (규정 1994.9.1)	Ministry of Information & Culture	저자 일생 및 사후 50년
특허/의장/ 실용신안권	1992 (법령 44/1992호)	1993	Ministry of Finance & Industry	- 특허 : 20년 - 실용실안 : 10년 - 의 장 : 10년

※ 출처: 코트라, 외교통상부

※ 단, 응용 미술(applied art) 및 방송용 저작물은 인쇄 및 방송일로부터 각각 25년, 20년간 권리가 보장됨

상표권 침해가 발생할 경우, 경찰 상업범죄 담당 부서에서 원본과 위조 상표 간 대조, 확인 작업을 실시하며 상표권자는 민사상 소송 제기 및 소송 전 또는 소송 기간 중 위조제품에 대한 사전 압류 명령을 요청할 수 있다. 위조 상표가 포함된 포장, 라벨 등도 압류 요청이 가능하며 원고가 승소하게 되면 법원으로부터 위조제품 폐기와 경우에 따라 피해액에 대한 배상 명령을 받아낼 수 있다. 법원은 위조 상품 제조자에게 위조품 생산 중지 명령을 내리고 지역 신문에 재판 내역을 공지할 수 있다. 위조품 생산자는 판결에 따라 15일에서 6개월간 거래면허가 중지되며 이 기간 동안 아랍에미리트 내에서의 영업활동은 금지된다. 저작권법 침해의 경우, 일시적인 조치로서 법원은 관련 저작물의 생산, 발간, 게시 등을 규제하거나 저작물에 대한 상세 보고서 제출을 요구할 수 있으며 침해 내역에 따라 구속 또는 벌금을 부과한다. 특허 및 실용실안 등 공업소유권 침해 적발 시 해당 물품은 압수되며 구속 또는 5천 디르함 이상 10만 디르함 이하의 벌금이 부과되고 법원의 결정에 따라 공업소유권 침해 물품은 몰수 및 폐기 조치한다.

아랍에미리트는 제조업 기반이 매우 취약하며 상품 생산보다 수입 의존도가 현격히 높기 때문에

제 3국에서 반입된 모조 상품이나 상표권이 도용된 제품의 경우에는 상표 도용 제품을 확인하더라도 생산업체에 대한 법적 처벌에는 한계가 있다.

(5) 서비스 및 투자 장벽

아랍에미리트는 취약한 내수시장으로 인해 외국인투자를 장려하는 정책을 유지해 왔다. 미 달러화에 고정된 디르함(AED)의 안정성과 투자 후 과실획득 시 외환 송금의 편리성 등으로 중동지역 투자를 고려하는 글로벌 기업들에게 아랍에미리트는 상당히 경쟁력 있는 지역 중의 하나로 꼽힌다. 간편한 관세제도와 세금제도, 무역장벽 최소화 등도 투자 매력도를 높여주고 있다. 아랍에미리트에서는 일부 특정 분야를 제외하고는 대부분 개방되어 있으나 자유무역지대를 제외하고는 외국인의 지분 소유가 49%까지만 허용되며 경영권 행사는 어렵다. 정부가 수행하는 특별 프로젝트, 금융, 운송사업, 원유·가스 생산 및 정제산업, 부동산 등에 대해 외국인투자가 금지되어 있으며 자유무역지대 외의 지역에서 외국인이 기업을 설립하는 경우 아랍에미리트 상법상 회사 유형(총 8가지)에 따라 외국인 지분 제한이 다르게 설정되어 있다. 아랍에미리트에서 외국인이 설립할 수 있는 회사 유형은 LLC(유한책임회사), 지사, 연락사무소, 개인회사, 전문회사, 프리존 회사(자유무역 지역 내 회사, Free Zone Company), 오프쇼어 회사 등이 있다. 아랍에미리트에서 지사를 설립하기 위해서는 라이선스를 획득해야 하며 라이선스 획득 절차와 관련하여서는 두바이 경제개발부가 규제 및 관리를 담당하고 있다. 또, 아랍에미리트 법상 연락사무소는 본점과 아랍에미리트 내에 있는 고객 사이에서 연락업무, 거래알선, 기타 자사제품의 판촉 활동만 수행하며 직접적인 영업활동은 할 수 없게 되어 있으므로 회사명의로의 영업활동을 수행하기 위해서는 지사 또는 LLC 등 법인설립이 필요하다.

과거에는 작은 내수 시장과 외국인의 지분 소유 제한 등으로 글로벌 기업의 투자와 진출이 한정적이었는데 두바이를 중심으로 외국 기업을 유치하기 위한 각종 자유무역 지대를 개발하는 등 정부 차원의 지원이 이루어지고 물류, 교통, 사회 인프라가 여타 중동 국가에 비해 뛰어나다는 점이 강조되면서 자유무역지대를 중심으로 외국기업의 투자가 급속히 늘어나고 있다. 자유무역지대에서는 면허, 외국인 소유조건, 스폰서 지정, 자국민 고용조건 등 여러 가지 규제에 대한 예외를 인정하고 있다. 그 동안 자유무역지대는 두바이를 중심으로 발달해 왔는데 최근에는 아부다비 등 다른 에미리트들도 자유무역지대 확대를 추진 중이며 특히, 아부다비는 아부다비와 두바이의 사이 지역에 여의도 면적의 144 배에 달하는 약 417km² 규모의 KIZAD 산업단지를 조성 중이다.

자유무역지대의 주요 장점으로서는 ▷ 중동의 물류 중심지 ▷ 외환 통제 및 수입 규제 전무 ▷ 저렴한 전력□에너지 요금 ▷ 노사 안정화(노동조합 및 노동자들의 단체 행동 금지) ▷ 사회간접자본시설 (항만, 공항, 도로) 우수성 ▷ 정치적 안정 등을 꼽을 수 있다.

아랍에미리트는 2011년부터 투자유치를 본격적, 체계적으로 추진하기 위한 ‘Investment Map

Project'를 추진하고 있다. 이 프로젝트는 아랍에미리트의 투자매력과 투자인센티브, 7개 에미리트 별 투자 잠재력을 효과적이고 전략적으로 마케팅하기 위한 목적을 가지고 있으며 한국은 12개 최우선 투자유치협력대상국 중 하나로 선정되었다. 아랍에미리트는 제조업 약제로 원부자재, 중간재 확보가 용이하지 않으며 최근 정부 차원의 제조업 육성 정책으로 철강, 석유화학, 식음료 등 기초 산업에 대한 제조업이 유망 투자분야로 꼽힌다. 또, 중동, 아프리카, 서남아 지역을 연결하는 중계무역 중심지이자 유통 중심지라는 아랍에미리트의 지리적 입지를 활용할 수 있는 업종으로의 투자도 가능하다. 지역별로는 100% 외국인 지분 소유가 가능하고 각종 인프라가 잘 정비되어 있는 제벨 알리 자유 무역지대(JEBLE ALI FREE ZONE, 두바이 에미리트 소재)가 투자유망지로 각광받고 있다.

3. 정책 동향

(1) 정책 개요

① 두바이 기술·미디어 자유지대

(The Dubai Technology & Media Free Zone)

아랍에미리트의 ICT 산업을 주도하고 있는 두바이 정부는 1980년대 중반 이후 자유무역지대 조성을 추진해왔으며, 1990년대 후반부터는 세계 최고 수준의 정보산업 허브로 발돋움하고자 기술·미디어 자유지대(The Dubai Technology & Media Free Zone) 조성을 시작했다.

2000년 두바이 정부는 두바이 기술·미디어 자유지대법(The Dubai Technology & Media Free Zone Law)을 제정하여 기술·미디어 자유지대 조성을 본격화했으며, 동 법에 근거해 두바이 기술·미디어 자유지대청(Dubai Technology & Media Free Zone Authority, DTMFZA)을 설립하고, 이 기관이 운영, 감독, 규제 등 두바이 기술·미디어 자유지대를 총괄하도록 했다. 또한 두바이의 국영기업인 Dubai Holdings의 자회사 TECOM은 DTMFZA로부터 자유지대 내 사업자 관리와 같은 실질적인 비즈니스 운영 권한을 이양 받았다.

두바이 기술·미디어 자유지대는 2000년 인터넷 시티(Internet City)를 시작으로 2001년 미디어 시티(Media City), 2003년 지식마을(Knowledge Village)과 국제 미디어 제작 존(International Media Production Zone), 2005년 스튜디오 시티(Studio City) 등을 설립해 운영 중이다.

- ▷ 외국인 투자 및 기업 유치를 위한 두바이 기술·미디어 자유지대 우대사항
- 개인 소득세 및 법인세 100% 면제 (15년 혹은 50년 기간의 라이선스)

- 관세 면제
- 100% 외국인 소유권 보장
- 과실송금 100% 보장
- 디지털 미디어 시티 근무 외국인의 비자 취득 간소화
- 저렴한 디지털 음성 및 고속 데이터 서비스 제공 및 차세대 통신 인프라 구축
- 유통 및 신규 시장 개발을 위한 기회 제공
- 무제한 외국환 거래 및 진입 장벽 없음
- One-Stop 행정 서비스

② 디지털 방송 전환 계획

통신규제청(TRA)은 2013년까지 디지털 지상파 TV 방송(DTT) 시작을 위해 준비 중이며 790~862MHz 대역 및 174~230MHz(VHF TV) 대역을 유휴 주파수로 결정했다. 이로 인해, 통신규제청은 2012년 말까지 유휴 주파수 대역인 790~862MHz를 할당하겠다고 발표했으며, 이것은 LTE 등과 같은 모바일용으로 활용될 것으로 예상된다.

③ 통신 정책 전략 2006~2010

(General Policy for the Telecommunication Sector, GTP)

2005년 1월 구 아랍에미리트 통신최고위원회(Supreme Committee for Telecommunication)³⁰⁾가 2006년부터 2010년까지의 자국의 IT 및 통신 분야의 발전 방향을 담은 통신 정책 전략 2006~2010(General Policy for the Telecommunication Sector, GTP)를 발표했다.

동 전략의 목표는 통신 분야의 선순환 고리 형성을 통해 아랍에미리트를 중동 지역 및 글로벌 ICT 허브 국가로 발돋움시키는 것이다.

▷ ICT 분야와 관련된 아랍에미리트 정부의 4가지 목표

- 무역, 금융 서비스, 기술 서비스, 관광, 미디어, 교육, 제조, 교통, 헬스 분야 등을 포함한 비석유 부문 개발 및 첨단기술 적용 확대
- 경제 성장 촉진
- 아랍에미리트 국민의 경제활동 참여 증대
- 다양한 경제 인프라를 개발할 수 있는 전략 및 정책 개발

29) 아랍에미리트의 통신최고위원회는 아랍에미리트의 통신 분야 정책 수립을 담당하던 기관으로 2008년 폐지되고 통신규제청(TRA)으로 정책수립 권한이 이양됨

▷ 4가지 목표달성을 위한 5가지 정책 방향 및 전략

- 통신 분야 정책 및 규제 프레임워크 수립
- 신기술 개발 및 촉진
- 중동 지역 ICT 허브로 발돋움
- 인적 자원 개발
- R&D 강화

④ 통신 규제

아랍에미리트 통신 시장에 적용되는 법은 2003년 제정된 연방통신법(Federal Law by Decree No.3 of 2003-Telecom law)으로, 통신최고위원회(Supreme Committee for Telecommunication)와 통신규제청(Telecommunication Regulation Authority)의 통신 시장에서의 역할과 의무를 명시했으며, 기존 통신최고위원회는 대통령실, 부통령실, 각료회의(Council of Ministers)로부터 각각 1명씩과 두바이 수장(Ruler of the Emirate of Dubai)의 총 4명으로 구성되며 국가의 주요 통신 정책을 수립했다. 연방통신법은 2008년 개정으로 통신최고위원회의 정책수립 역할이 통신규제청 이사회로 이관되고 통신최고위원회는 폐지되었다.

1997년 'WTO 기본 통신 협정(WTO Basic Telecommunications Agreement)'을 계기로 전 세계의 통신 시장 자유화 움직임에도 불구하고, 아랍에미리트는 2007년까지 국영 통신 사업자 Etisalat의 독점이 지속되어왔다. 아랍에미리트는 2004년 Etisalat의 운영 구조 변화를 시작으로 2005년 통신 시장 개방을 본격화하였으며, 2007년 제2사업자 Du가 이동통신 서비스를 출시하며 아랍에미리트 통신 시장에 경쟁이 도입되었다.

▷ 연방통신법의 주요 내용

- 통신 분야 주관 기관 및 역할
- 통신 분야 재편 (Etisalat의 운영 구조 변화)
- 네트워크, 통신기기, 번호 정책
- 주파수 관리 및 할당 정책
- 통신 네트워크 운영 및 보호

아랍에미리트의 통신 라이선스는 개별 라이선스(Individual License)와 종별 라이선스(Class License) 2개로 구분되며 통신규제청이 라이선스를 발급한다. 라이선스 기간은 각 10년이며, 개별 라이선스는 주파수, 번호 등과 같이 자원 할당이 필요한 경우에, 종별 라이선스는 자원 할당과 감독의 필요성이 없는 경우, 공공 목적의 통신 서비스인 경우에 발급한다.

⑤ VoIP 규제

아랍에미리트는 VoIP 규제가 심한 국가로, 2006년 12월 통신규제청의 VoIP 규제 발표에 따르면, 통신 라이선스를 보유하고 있는 Etisalat과 Du만 VoIP 서비스 제공이 가능하다.

VoIP 사업자는 어떠한 통신 네트워크나 시스템 서비스도 전용통신망(Private Telecommunication Network)³¹⁾ 외로 확장하지 못하며, 어떠한 통신 네트워크, 시스템, 서비스도 전용통신망이 아닌 다른 통신 네트워크를 통해 접속할 수 없도록 할 의무가 있다. 그러나 VoIP에 대한 수요 증가와 규제 완화에 대한 목소리가 커지면서 정부가 VoIP를 이용한 국제전화 허용안을 검토 중에 있다.

▷ 불법 VoIP의 형태

- MSN Credit, Skype-Out과 같이 PC에서 전화를 걸어 유선전화 혹은 모바일 전화로 수신하는 것
- Net2Phone과 같이 휴대 전화에서 VoIP 이용
- Jajah와 같이 웹사이트를 이용해 전화 발신
- VoIP 게이트웨이 이용 및 아랍에미리트 거점을 둔 국제 WAN을 이용하는 해외 기업들의 VoIP 이용

⑥ 모바일 TV 라이선스

2009년 10월 아랍에미리트 통신규제청은 Gulf 지역 최초로 2010년부터 서비스 가능한 모바일 TV 라이선스를 발급했다.

통신규제청은 모바일 TV 서비스에 통신 사업자와 미디어 사업자 모두의 참여를 이끌어 내기 위해 노력했으며, Emirate Telecommunications Corporation 컨소시엄이 라이선스를 획득했다. 컨소시엄은 Etisalat, Du, Abu Dhabi Media Company(ADMC), Dubai Media Incorporated(DMI), Emirates Communications and Technologies Company, TECOM Investment, MBC 등으로 구성되었으며, 라이선스 비용은 1,700만 디람(4,600만 달러), 기간은 10년이다.

Etisalat과 Du는 2010년 4/4분기 중으로 최소 13개 채널로 구성된 패키지를 선보일 계획이다. 13개 기본 채널에는 Al Arabiya News Channel, BBC World, Star Plus, Dubai TV, MBC 등이 포함되며, EMTC는 모바일 TV 서비스 개시 6개월 전에 서비스 채널을 확정한다는 계획이다.

▷ 모바일 TV 서비스 추진 현황

- 2007년 6월 TRA는 DVB-H 모바일 TV 시범 라이선스를 발급하고, Dubai Media City(DMC)에서 DVB-H 모바일 TV 시범 서비스를 개시함

30) 전용통신망(Private Telecommunication Network)은 특정의 단체 또는 이용자가 자신만의 통신에 이용할 수 있는 독자적인 통신망을 구성할 수 있도록 통신사업자가 공중통신망의 일부를 제공하는 것임

- 2008년 말 TRA가 모바일 TV 라이선스를 발급할 예정이었으나, 경기불황 등의 이유로 모바일 TV 라이선스 발급 시기를 1년 가까이 늦춰 2009년 10월에 DVB-H 모바일 TV 라이선스를 최종 발급함
- 2010년 모바일 TV 상용 서비스 계획이 무산되고, 2011년 12월에도 상용 서비스가 개시되지 않음에 따라 아랍에미리트 내 모바일 TV 시장 형성 여부에 대한 우려의 목소리가 있음

⑦ 콘텐츠 규제

아랍에미리트의 주요 콘텐츠 규제기관은 국가미디어평의회(National Media Council)로, 라디오, TV 방송 및 신문, 잡지, 서적 등의 인쇄매체 발행에 종사하는 회사를 대상으로 라이선스 부여와 관련된 결정권을 보유하고 있다.

아랍에미리트는 엄격한 콘텐츠 규제 기준을 적용하고 있으나, 방송사 자체가 이슬람교의 기본원리 준수에 충실하고 있어 실제 규제당국과 문제가 발생할 가능성은 매우 적은 편이다. 아랍에미리트의 콘텐츠 규제기준에 따르면 음주, 도박 및 피부를 드러내는 여성의 복장을 포함하는 내용의 방송을 엄격하게 금지하고 있으나, 실제 다른 많은 국가들처럼 선전, 간접광고, 스폰서십 등과 관련된 규제는 하지 않고 있다.

콘텐츠 방송과 관련된 조례에 따르면 광고, 프로그램, 인쇄자료 등을 통해 전파되는 내용은 인간의 존엄과 타인의 기본적 권리를 존중하는 것이어야 하며, 방송되는 콘텐츠에는 1) 외설적인 내용과 포르노, 2) 폭력을 부당하게 중시하며, 3) 인종, 성, 종교, 국적 등에 입각한 증오를 불러일으키는 콘텐츠, 4) 아랍에미리트의 일반적인 사회적, 문화적, 종교적 가치관에 반하는 콘텐츠, 5) 범죄와 치안의 혼란을 불러일으키는 내용을 포함한 콘텐츠, 5) 당국이 규정하는 행동규범과 프로그램 제작기준에 위반되는 콘텐츠의 포함을 금지하고 있다.

⑧ 방송 규제

아랍에미리트 방송시장에 적용되는 기본법은 1980년에 채택된 미디어법이며, 이것은 영화, 뉴스, 출판, 방송 등 미디어 전반에 대해 규제한다. 아랍에미리트의 국영 방송과 민영 방송을 포함한 대부분의 방송사들은 미디어법에 의해 정부의 규제를 받고 있다.

미디어법은 기본적으로 표현의 자유를 보장하고 있으나 실질적으로는 규제가 강하고 미디어 콘텐츠에 대한 정치적 개입이 빈번히 이루어지고 있는 실정으로, 정부 및 이슬람에 대한 비판을 엄격히 제한한다. 아랍에미리트의 미디어 규제가 언론 및 표현의 자유를 침해한다는 비판 여론에 대응해 아랍에미리트는 미디어 자유화 정책을 시행하기 시작했으며 그 일환으로 2001년 Dubai Media City(DMC)를 설립했다.

▷ Dubai Media City(DMC)

- 1) 설립 취지 : 자유롭고 유연한 미디어 환경을 통해 두바이를 중동 및 글로벌 미디어 기지로 구축하기 위한 정책 전략의 일환으로 설립됨
- 2) 비전 : 두바이의 지식 기반 경제 성장 촉진을 위한 효율적이고 선도적인 서비스 제공자로 세계 수준의 미디어 산업을 구축하고자 함
- 3) 규모 : 영화, 음악, 방송, TV, 라디오, 레저 및 엔터테인먼트 외 뉴미디어, 마케팅, 서비스, 출판 등의 영역으로 구성되어 있으며 세계 45개국 1,200개 이상의 기업 진출
- 4) 우대사항
 - 50년간 개인 소득세 및 법인세 100% 면제
 - 관세 면제
 - 100% 외국인 소유권 보장
 - 과실송금 100% 보장
 - 디지털 미디어 시티 근무 외국인의 비자 취득 간소화
 - 저렴한 디지털 음성 및 고속 데이터 서비스 제공 및 차세대 통신 인프라 구축
 - 유통 및 신규 시장 개발을 위한 기회 제공

4. 비즈니스 정보

(1) 시장특성

아랍에미리트는 아부다비, 두바이, 샤자, 라스알카이마, 아즈만, 푸자이라, 움알콰인 등 7개의 에미리트가 모인 연방 국가로 인구수 530만 명, 국토 면적 83,600km²의 작은 국가이다. 아라비아반도, 사우디, 카타르, 오만 등과 접경하고 있으며 국토의 99%가 사막지대에 속한다. 각 에미리트는 준 독립국가처럼 독자적 관할 구역과 역내 관할권을 보유하고 있으며 연방정부는 대통령제를 취하나 에미리트는 왕정제를 고수하고 있다. 7개 에미리트 통치자로 구성된 최고의 연방통치기구 ‘최고통치자위원회’는 아랍에미리트의 대통령, 부통령을 선출할 뿐만 아니라 수상과 연방대법원 판사를 지명하는 권한을 가지고 있으며 사회, 경제, 정치 각 분야의 주요 사안을 결정하는 역할을 담당하고 있다.

아랍에미리트는 중동국 중에서 인구수나 면적으로 작은 편에 속하나 GDP 규모는 사우디아라비아, 이란에 이어 세 번째로 큰 경제 대국이며 1인당 GDP 규모는 7만 달러에 육박해 카타르(약 9만 달러/세계 2위) 다음으로 높다. 미국이나 일본, 유럽 선진국들의 1인당 GDP가 4~5만 달러임을 감안할 때, 서방 선진국들에 비해 경제 수준은 결코 뒤지지 않는다고 할 수 있다. 주요 자원

중 하나인 원유는 사우디아라비아, 이란에 이어 중동에서 세 번째로 생산량이 높다. 인구수가 적고 인구 구성에서 외국인 비중이 높아 내수 시장이 취약한 편이며 전체 인구의 20%를 차지하는 내국인을 중심으로 부의 편중 현상도 심한 편이다. 석유 등 천연자원이 경제 성장의 원동력으로 작용하고 있는 만큼 제조업 기반이 약해 이 분야만큼은 해외 의존도가 높다. 아랍에미리트 정부는 이 같은 산업 불균형을 해소하기 위해 석유, 가스 산업, IT, 전자 분야 등에 대한 투자를 늘리고 산업 다각화를 추구하여 현재는 제조업 비중이 20%까지 늘어났다.

아랍에미리트는 취약한 시장 구조를 개선하기 위한 전략의 일환으로 동서양을 잇는 지리적 이점을 적극 활용하여 세계 각국의 다양한 제품들을 수입하고 이를 다시 재수출하는 중계무역시장으로 입지를 다지고 있다. 아랍에미리트는 완전 개방 시장을 표방하고 있어 수출입에 대한 정부 규제가 거의 없고 법인세, 개인 소득세 등이 면제되며 5%의 일률관세가 적용되고 있다. 낮은 관세와 조세 정책으로 아랍에미리트는 지하경제가 없는 것으로 유명하며 밀수도 거의 없어 공정하고 안정적인 거래가 가능하기 때문에 중계무역지로 매력도는 매우 높다고 할 수 있다. 아랍에미리트로 세계 각국의 제품이 몰리면서 가격경쟁이 치열하며 재수출 시장 여건에 따라 경제 상황의 변화폭이 심하다. 품목별로 상권을 주도하는 바이어 국적이 상이한데 섬유와 하드웨어류는 인도인이, 자동차 부품과 기계류는 이란인인, 위성방송 수신기 등 전자제품류는 파키스탄인이, 귀금속류는 시리아, 레바논 등 아랍인이 주도하고 있다.

(2) 물가 정보

[표 VII-26] 2007-2016년 아랍에미리트 물가상승률 변동 추이

(단위: %)

연도	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
물가상승률	11.13	12.25	1.56	0.88	0.88	1.53	1.74	1.92	1.92	1.92

※ 출처: IMF, 외교통상부, 코트라

아랍에미리트는 국제 유가 폭등에 의한 유동성 증가, 지속적인 정부 지출 증가, 국제 원자재가격 상승, 낮은 이자율, 대규모 프로젝트에 따른 유입 인구 증가 등으로 2006년 이후 소비자 물가는 해마다 9% 이상의 높은 증가세를 보였으며 2008년에는 12%까지 치솟기도 했다. 2009년 이후 물가는 안정을 찾기 시작했으며 2010~2011년 2년 동안은 물가 변동이 거의 없었던 것으로 집계된다. 아랍에미리트는 환율을 미 달러화에 고정시키는 ‘달러 페그제’를 시행하고 있다. 소비재에 대한 수입의존도가 높기 때문에 미국 달러화 가치가 하락하게 되면 수입 상품 가격의 인상으로 이어져 전반적인 산업 물가가 상승하는 시장 구조를 가지고 있다.

[표 VII-27] 아랍에미리트 주요 품목 물가 정보

(단위: UAE 디르함)

구분	세부내역	물가정보 (AED)
교통비	도심 1시간 주차료 (통상적인 상가 주차비용 기준)	2.00
	지하철 기본요금 (1 구간)	2.30
	시내버스 기본요금	2.30
	택시 기본요금	10.00
	무연휘발유 1L	1.72
통신비	시내전화 요금 (3분)	무료
	국제전화 요금 (3분, 한국으로 걸 때)	7.5
	휴대전화 요금 (월표준 1분)	1.5
	인터넷 월이용료 (ADSL 기준, 2Mbps)	349
주거비	아파트 월임차료 (150sm, semi-furnished, 시내, 중상급)	7,500
의료비	의료보험료 (4인가족, 초과제외 Full Cover, 1년)	16,918
	병원진료비 (몸살감기 내과초진, 의료보험 미가입 시) * 의료보험 가입 시 무료	500
임금	대졸 초임 (중상급 대졸, 영어구사, 외국인회사 초임 월급여)	5,000
	생산직 초임 (학력무관 월급여 초임)	2,500
	매니저급 급여 (인사담당 5년 경력 과장급 월급여)	18,000
교육	외국인학교 초등 1년 수업료 (중상급)	58,000
	외국인학교 중등 1년 수업료 (중상급)	56,000
	외국인학교 고등 1년 수업료 (중상급)	64,000
식료품	계란 6개	3.50
	우유 500ml (자국산)	2.75
	식용유 1L (자국산)	10.25
	생수 1.5L (자국산)	1.30
	맥주 (하이네켄 1캔)	8.00
	말보로 라이트 1갑	7.00
	맥도날드 빅맥	19.00
	김치찌개 1인분	65.00
	쌀 1KG (인도산)	12.85
	쇠고기 등심 1KG (호주산)	63.90

※ 출처: 코트라

(3) 주요 전시회

□ ABU DHABI INTERNATIONAL BOOK FAIR OFFERS INSIGHT INTO THE ARAB BOOK INDUSTRY AT FRANKFURT BOOK FAIR

아부다비 문화유산국(The Abu Dhabi Authority for Culture and Heritage, ADACH)과 아부다비 국제도서전시회(Abu Dhabi International Book Fair, ADIBF)가 아랍지역의 출판시장을 발전시키기 위해 아랍의 도서산업과 잠재력에 초점을 두고 세계의 출판기업들에 이를 제공하는 프랑크푸르트 도서전시회(Frankfurt Book Fair)에 참석했다. ADACH와 ADIBF는 프랑크푸르트에서 제공하는 두 개의 세미나에 참석하여 아랍의 출판시장에 대한 특별한 통찰과 시장정보를 제공했다.

아랍에미리트 정부가 전략적으로 고등교육에 투자함에 따라 걸프지역에서의 학술 및 전문 출판사들의 사업 기회가 크게 증가했으며, ADACH와 ADIBF는 2011년 10월 12일 “MENA 지역에서의 학술 출판사들을 위한 사업 기회” 라는 세미나를 제공했다.

이 세미나는 참가자들이 ADIBF에서 그들의 회사에 열려있는 기회와 아랍시장에의 접근방법을 배울 수 있는 기회를 가질 수 있도록 했고, 아랍에미리트와 걸프협력회의(GCC) 내 교육 분야에 대한 통찰을 제공하여 교육 분야의 출판사들이 미래의 파트너들을 만나고 비즈니스를 할 수 있도록 하는 기회를 제공했다.

두 번째 세미나는 2011년 10월 13일 “MENA 지역 내 교육 출판사들의 성공스토리(Success Stories of Educational Publishers in the MENA Region)”라는 주제로 진행되었으며, 최고의 경험을 나눌 수 있는 시장의 리더와 전문가들을 초청했다. 이 세미나는 참가자들에게 중동 내 판매업에 대한 통찰력과 이 지역에서 성공한 기업들의 아이디어를 제공했으며, 아부다비 국제도서전시회 역시 걸프지역 내 교육시장에 대한 주요한 접근방법을 제시해 줄 예정이라고 밝혔다. 제 22회 아부다비 국제도서전시회는 2012년 3월 28일~4월 2일에 개최되었다.

□ Dubai World Game Expo 2011

제 4회 두바이 월드 게임 엑스포(Dubai World Game Expo - DWGE)가 두바이 문화예술국(Dubai Culture & Arts Authority)의 의장인 H.H. Sheikh Majid Bin Mohammed Bin Rashid Al Maktoum의 후원으로 개최되었다.

이번 엑스포는 11월 30일~12월 1일에는 비즈니스 관련자들에게, 12월 2일~3일에는 일반인들에게 공개되었으며, 엔터테인먼트 비디오게임, 온라인 게이밍, 모바일게임, 에듀테인먼트 및 인포테인먼트 소프트웨어, 게임 관련 하드웨어, 차세대 플랫폼을 포함한 다양한 컴퓨터 게임을 소개하는데 초점을 두었다. DWGE는 중동지역 내 B2B 및 일반대중에 초점을 둔 세계 최대 규모의 인터랙티

브 엔터테인먼트 산업 모임 중 하나이다.

세계 44개국 이상으로부터 수 천 명의 방문객들이 방문하는 DWGE는 엑스포, 네트워킹 이벤트, 코스프레쇼, 월드 사이버 게임(WCG)과의 협력 하에 열리는 월드 게임 챔피언십(WGC), 두바이 월드 게임 서밋(Dubai World Game Summit, DWGS)으로 구성된다. 또한 두바이 월드 게임 서밋은 업계에 대한 정보와 영감을 얻고, 네트워킹을 원하는 전문 게임개발사 및 퍼블리셔, 미디어 등이 모일 수 있는 장을 제공한다.

□ 두바이 국제 캐릭터 및 라이선싱 페어

“캐릭터 두바이”라고도 불리는 제 3회 두바이 국제 캐릭터 및 라이선싱 페어(The Dubai International Character & Licensing Fair)가 2011년 11월 30일~12월 3일에 개최됐다. 중동지역 내에서 매우 독특한 페어로 알려진 이번 페어에는 전 세계 250여 전문기업들과 약 1만 명의 업계 방문객 및 딜러들이 참석하여, 그들의 사업 지식과 전문 지식을 교환하고 상호작용하는 네트워킹의 시간을 가졌다.

□ 두바이정보통신 박람회 (GITEX/Gulf Information Technology Expo)

1981년 처음 개최되어 올해로 32주년을 맞이하는 두바이정보통신 박람회는 중동, 북아프리카 및 남아시아 지역으로 진출하려는 ICT 산업의 관문 역할을 하고 담당하고 있다. 144개국 13만 8천명의 ICT 분야 전문가와 77개국 IT 기업들이 참여하며 전 세계 IT 브랜드의 80% 가량을 접할 수 있는 MEASA 지역 최대 전시회로 평가된다. 이번 행사에 서울시는 중소기업 11개를 선정하여 부스비와 장치비 등을 지원했으며 주요 전시되는 품목은 IT솔루션과 차량용 위치추적기, 전자칠판, 로봇청소기 등이다. 이번 박람회에서 우리 기업은 287건의 상담을 통해 4,500만 달러의 수출상담 실적을 올렸으며 현장에서 즉석 계약 체결된 금액은 10만 7천 달러인 것으로 집계된다. 한편 2013년 행사는 내년 10월 20일부터 24일까지 개최된다.

- 개최기간 : 2012/10/14~18
- 개최도시 : 두바이
- 전시장 : 두바이 월드트레이드 센터
- 주최기관 : Dubai World Trade Centre
- 홈페이지 : <http://www.gitex.com/>

5. 콘텐츠시장 이슈 동향

(1) 아랍에미리트 영화시장 동향

아랍에미리트의 영화시장은 그 규모는 작으나 매년 큰 폭으로 성장해가고 있다. 2007년 아랍에미리트에서 제작된 장편영화는 단 한편에 불과했던 반면, 단편영화는 많이 제작되었다.

또한 아랍에미리트는 남아시아 영화와 텔레비전 시리즈 제작에 있어 인기 있는 로케이션 촬영지로 인도의 발리우드와 파키스탄의 롤리우드 제작진들이 즐겨 찾고 있다.

특히 두바이와 아부다비에서는 매년 국제영화제가 개최되고 있고, 두바이에는 아랍에미리트의 영화제작을 촉진하기 위한 스튜디오인 Studio City가 특별히 만들어졌다. 2009년에 개최된 제 6회 두바이 국제영화제에서는 아랍에미리트 감독인 Ali F. Mostafa가 연출한 〈City of Life〉가 처음 공개되었고, 2010년 4월 22일에는 아랍에미리트 영화관에서 정식 개봉을 하기도 했다. 〈City of Life〉는 아랍에미리트에서 개봉된 최초의 자국 영화이다.

극장을 찾는 관객 수가 꾸준히 증가하면서 2009년에는 마침내 1천만 관객을 돌파했고, 1인당 연간 관람 횟수 역시 2회를 초과했다. 이에 따라 2010년의 극장 전체매출액은 처음으로 1억 달러를 넘어섰으며, 10년 사이 9배에 가까운 성장을 기록했다.

(2) 나와프 아자나히 감독이 바라본 아랍에미리트 영화시장

아랍에미리트 감독 나와프 아자나히는 “아랍에미리트는 현재 영화시장이라 불릴 수 있는 주요 구성요소들이 빠져있고 준비도 아직 미숙하여, 영화시장이란 이름보다는 영화운동이란 표현이 더 적절하다고 본다”라고 말했다. 나와프는 영화제작자들이 취미활동이 아닌 진지한 전문가의 각도에서 영화를 다루고 제작, 마케팅 등과 같은 영화시장의 요소들에 전문 직업의식을 겸비하고 있다고 여겨 아랍에미리트와 걸프지역 영화의 미래에 대해 긍정적으로 표현했다.

2012년 6월 4일, 에미리트작가연합 주최 하에 아랍에미리트 아부다비에서 열린 영화운동 문서화 부재 문제에 관한 토론회에서 아자나히와 매스컴 대표가 만나 토론했고, 영화비평가 바샤르 이브라힘도 이 자리에 참석했다. 아자나히는 영화 〈과도의 길〉이 아랍에미리트 감독 알리 압둘이 감독한 첫 번째 아랍에미리트 장편영화임에도 불구하고 대중에게 정보전달이 안 됨과 관심을 끌지 못한 것에 대해서 매스컴이 특정 영화에만 관심을 두고 홍보한다고 비난했다. 반면, 많은 언론인들은 감독의 비난에 대해 반대 입장을 표명했는데, 아랍에미리트 영화관에서 최초영화에 대해 홍보활동을 벌일 때 언론은 국내·외 보도자료 배포를 통해 홍보활동을 벌였다고 반박했다.

또한, 아자나히는 디지털 혁명의 부정적인 영향에 대해 언급하며 많은 사람들이 디지털 카메라로

촬영하고 홈 비디오와 같은 것들을 제작하지만 이들의 작품은 영화적 언어와 영화에 필요한 기술적인 요인들이 부족한 경우가 많다고 비판했다. 그는 “이런 현상은 아랍에미리트와 걸프지역에 한정돼 있는 것이 아니라 전 세계에 존재하지만 아랍에미리트는 영화제작이 아직 미숙한 단계이기 때문에 이 지역에서 이런 현상이 뚜렷하게 나타나고 있다”고 말했다.

그는 또 4주 동안 극장에서 상영된 영화 〈구역 거주〉와 3주 동안 상영된 영화 〈바다의 그림자〉 같이 장래성이 있는 시도를 보고 아랍에미리트 영화는 지역적, 세계적으로 경쟁할 능력이 있다고 주장하고, “아랍에미리트는 전문화된 코스, 세미나, 협회로 인해 매년 90편에서 120편의 단편영화 가 제작되는 국가로 아랍권에서 최고의 생산성을 보여주고 있다”라고 말했다.

또한 아자나히는 아랍에미리트에서 걸프지역으로 전해지는 영화생산의 순환에 대해 언급했다. 그는 국내 젊은 에미리트 영화 제작자들이 그들의 영화를 상영하는 것을 기대하고 아랍과 국제영화제 참가를 시도하길 바란다고 전했다.

(3) 이매지네이션 아부 다비, 엠파이어 인터내셔널과 배급 계약 체결

이매지네이션 아부 다비(Imagenation Abu Dhabi)는 자사의 국내 제작 영화들을 MENA 전 지역 내 극장과 가정에 영화 및 DVD 배급을 위해 엠파이어 인터내셔널(Empire International)과 독점 계약을 체결했다.

이번 계약은 이매지네이션 아부 다비의 첫 번째 국내 제작 영화 두 편의 배급과 함께 시작될 예정이다. 두 편의 영화는 에미리트의 유명 영화감독 나와프 알 자나히(Nawaf Al-Janahi)가 성인이 되어가는 이야기를 담은 〈씨 쉐도우(Sea Shadow)〉와 호러 장르의 마스터로 알려진 토브 후퍼(Tobe Hooper)³²⁾ 감독의 아랍 판 호러 스릴러 〈진(Djinn)〉이다.

이번 파트너십은 엠파이어 인터내셔널에 이매지네이션 아부 다비의 자국 영화들에 관한 독점 배급권을 줄 예정이다. 배급의 범위는 중동과 북아프리카의 광범위한 지역으로 아랍에미리트, 레바논, 시리아, 요르단, 쿠웨이트, 바레인, 카타르, 오멘, 예멘, 서안지구와 가자(West Bank and Gaza), 이집트, 리비아, 수단, 에티오피아, 모로코, 튀니지, 모리타니, 알제리, 이란을 포함한다.

(4) 아랍에미리트 애니메이션 Freej의 국제적 성공

아랍에미리트의 3D 코미디 애니메이션 시리즈 Freej는 창작자 모하메드 하리브(Mohammed Harib)가 미국 유학 시절 생각했던 슈퍼 히어로에 관한 아이디어로부터 탄생했다. Freej는 4명의 에미리트 할머니로 구성된 팀에 관한 이야기이다. 이 애니메이션 시리즈는 2006년 두바이 텔레비

32) 텍사스 전기톱 연쇄살인사건 (The Texas Chain Saw Massacre), 폴터가이스트(Poltergeist)의 감독

전에서 처음 방영했으며, 2011년 10월 네 번째 시즌을 방영했다. Freej는 또한 2010년 타임 워너(Time Warner)의 일부로 TBS라고도 알려진 터너 브로드캐스팅 시스템(Turner Broadcasting System)의 자회사인 Cartoon Network Arabic에서 방영하기 시작했다.

하리브 감독은 한 인터뷰에서 이 시리즈는 지역색이 너무 짙어 기획 당시에는 이러한 국제적 성공을 생각지도 못했다고 말한 바 있다. 그는 또한 “아랍에미리트와 같이 국제화가 빠르게 진행되고 있고 전통적인 삶의 방식에 어떤 연결고리도 가지고 있지 않은 새로운 세대가 존재하는 지역에서는 문화에 대한 갈증이 특히 많이 있다” 고 덧붙였다.

(5) 아랍에미리트 방송시장 현황 및 전망

2011년 12월 기준, 아랍에미리트의 방송 플랫폼으로는 지상파 TV, 위성 TV, 케이블TV 및 IPTV가 있으며, 주요 사업자로써는 국영 지상파 TV 사업자인 ADMC(Abu Dhabi Media Company), DMI(Dubai Media Incorporated), 위성 TV 사업자인 MBC 그룹(Middle East Broadcasting Center), 케이블 및 IPTV 사업자인 에티살랏(Etisalat)과 듀(Du)가 있다.

ADMC는 아랍에미리트를 구성하는 7개 수장국 중 아부 다비(Abu Dhabi)가 운영하는 국영 지상파 방송사로 2007년 설립되었으며, 아부 다비 TV(Abu Dhabi TV)로 불리는 공식채널 아부 다비 알 오우라(Abu Dhabi Al Riyadiah Al-Oula)를 비롯해 아부 다비 알 리야디아(Abu Dhabi Al Riyadiya), 아부 다비 엠마랏(Abu Dhabi Emarat), 아부 다비 드라마(Abu Dhabi Drama), 내셔널 지오그래픽 아부 다비(National Geographic Channel Abu Dhabi) 등 5개의 TV 채널을 운영한다.

DMI는 아랍에미리트를 구성하는 7개 수장국 중 두바이가 운영하는 국영 지상파 방송사로 2003년 설립되었고, 두바이의 대표 채널인 두바이 TV(Dubai TV)를 비롯해 사마 두바이(Sama Dubai), 두바이 원(Dubai One), 두바이 스포츠(Dubai Sports), 두바이 레이싱(Dubai Racing), 놀 두바이(Noor Dubai) 등 6개의 TV 채널을 운영한다.

한편, 1991년 영국 런던에서 설립된 MBC 그룹은 아랍 지역 최초의 위성 민영 방송사로서, 10개의 TV 채널과 2개의 라디오 채널을 운영 중이며, 아랍 최초로 24시간 무료 위성 방송을 제공하고 있다. 현재 24시간 뉴스, 영화, 드라마, 여성 전용, 유아 엔터테인먼트 등 10개의 채널을 운영하고 있으며, 주요 채널로는 MBC 1, MBC 2, MBC 액션(MBC Action) 등이 있다.

아랍에미리트는 미국, 한국 등 외국 프로그램의 비중이 높은 편인데, 아랍에미리트의 시청 점유율은 위성 방송 사업자인 MBC 그룹이 가장 높으며, 그 뒤를 국영 방송사인 ADMC와 DMI가 잇고 있다. MBC 그룹이 방영하는 MBC 2는 아랍에미리트 전체 시청 점유율 1위이며, MBC 1과 MBC 액션은 각각 2위와 4위를 기록하고 있다.

주요 채널은 24시간 무료 영화를 상용하는 MBC 2 채널이며, 시청 점유율은 2010년 7.3%로

전체 아랍에미리트 방송 채널 중 가장 높은 시청 점유율을 기록했으며, 또 다른 영화 채널인 MBC 액션도 2.9%의 높은 시청 점유율을 기록했다. 또한, 엔터테인먼트 위주의 방송을 제공하는 MBC 1 채널도 전체 아랍에미리트 방송 채널 중 두 번째로 높은 4.2%의 시청 점유율을 기록했고, 아랍 아이돌(Arab Idol) 등을 상용하여 젊은 시청자 층을 효과적으로 공략함으로써 시청 점유율을 더욱 높이고 있다. MBC 4 채널은 ‘더 오피스(The Office),’ ‘하우스(House),’ ‘아메리칸 아이돌(American Idol),’ ‘아메리카 갓 탤런트(America's Got Talent)’ 등 서양 리얼리티 쇼 및 드라마를 상용함으로써 1.9%의 시청 점유율을 기록했다. 영화를 주로 상영하는 MBC 맥스 채널 역시 1.1%의 시청 점유율을 기록했다.

한편, 국영 방송사인 ADMC의 주요 채널은 아랍에미리트 상위 시청 점유율에 포함되지 않았다. ADMC의 대표 채널인 아부 다비 TV는 1969년 처음 개시된 이후 2008년 10월 새롭게 개편되었으며 쇼, 드라마, 영화, 게임쇼 등 엔터테인먼트 프로그램 위주로 편성되었으나, 낮은 시청 점유율을 기록했다. ADMC의 채널 중 상위 포진해 있는 채널의 시청 점유율은 아부 다비 알 오우라 2.2%, 아부다비 스포츠 1.2%, 내셔널 지오그래픽 1.8%이다.

아랍에미리트 제 2의 국영 지상파 방송사인 DMI의 주요 채널인 두바이 TV가 3.1%의 시청 점유율을 기록, 3위를 기록했으며, 기타 DMI의 주요 채널의 시청 점유율은 두바이 원 TV가 1.3%, 두바이 스포츠가 1%, 사마 두바이가 2.2%를 기록했다.

아랍에미리트는 두바이를 중심으로 인구가 급속하게 증가함에 따라 방송서비스의 수요가 더욱 증가할 전망이며, 또한 TRA가 2013년까지 지상파 디지털(DTT) 방송 시작을 위해 준비 중임에 따라 디지털 콘텐츠 및 디지털 방송 장비에 대한 시장도 확대될 것으로 전망된다.

(6) 아랍에미리트의 온라인 음악 판매

아랍에미리트는 스마트폰 보급률이 매우 높을 뿐 아니라 MENA 지역 내에서 태블릿이나 기타 스마트 기기에 대한 선호도가 높은 국가임에도 불구하고, 높은 인터넷 이용료와 느린 인터넷 속도, 온라인 구매에 대한 안전성 문제 등으로 인해 음악 구매의 디지털화가 매우 더디게 이루어지고 있다. 특히, 아랍에미리트의 디지털 음악시장 내 가장 큰 문제는 온라인 거래를 위한 인프라의 부족과 이를 핑계로 디지털 음악 비즈니스를 망설이고 있는 기업들이다.

2011년 9월, 버진 메가스토어(Virgin Megastore)가 아랍에미리트 내 세 번째 오프라인 주력상점을 두바이 몰에 신설했다. 당시 버진 측의 Nisreen Shocair는 디지털 음원 판매를 위한 온라인 서비스를 계획하고 있으나 아직 준비가 되지 않았다고 언급했다.

한편, EMI는 CD 배달의 어려움 등을 이유로 아랍에미리트 내 자사의 Souq.com 스토어를 철수했다.

현재 아랍에미리트에서 음악 구매자들은 대부분 아이팟, MP3, 휴대 전화, 노트북 컴퓨터, 태블릿

등으로 음악을 듣고 있으며, 또래 간 공유를 통해 불법적인 음악 소유가 매우 빈번하게 일어나고 있다. 이러한 상황에서 EMI나 버진 메가스토어 같은 대형 음악 판매자들이 온라인 결제의 어려움 등을 들어 디지털 음악 판매를 외면하고 있는 것은 이러한 불법 음악 배급을 부추기고 있는 셈이다.

(7) 유튜브, 아랍에미리트 도메인에 광고 게재 허가

2012년 5월, 유튜브가 자사의 아랍에미리트 도메인에 광고를 게재하기 위한 준비를 갖추고 있다. 유튜브는 인터넷 상에서 가장 광범위하게 이용되는 비디오 공유 사이트로, 이번 결정은 광고주들에게 중요한 기회가 될 전망이다.

구글 걸프(Google Gulf)의 지역 담당자 모하메드 무라드(Mohammad Murad)는 “지난달부터 시작했던 지역 도메인의 소유는 단지 첫 단계일 뿐이며, 우리는 현재 광고 게재를 실행하기 위해 선행되어야 하는 법적 단계들을 검토하고 있다” 고 밝혔다.

(8) 에티살랏, VoIP 서비스 개시

2012년 4월 19일, 아랍에미리트의 통신사업자 에티살랏이 2012년 2분기에 VoIP 서비스를 개시할 계획이라고 발표했다. 아랍에미리트에서는 에티살랏과 듀 2개 기업만이 VoIP 서비스 라이선스를 보유하고 있으나 통신망을 이용한 통화료 수익을 극대화하기 위해 2012년 4월까지 서비스를 개시하지 않았었다. 그러나 에티살랏은 2007년 듀의 이동통신 서비스 개시 이후 2006년 100%에서 2012년 3월 54%까지 감소한 시장점유율과 글로벌 VoIP 사업자 스카이프(Skype) 등의 아랍에미리트 시장 진출로 악화되고 있는 수익성을 강화하고자 VoIP 서비스 개시를 통한 가입자 기반 확보 전략에 나설 계획이다.

아랍에미리트는 원래 VoIP 라이선스를 보유한 에티살랏과 듀를 제외한 사업자의 VoIP 서비스 제공을 금지하고 있으나 스카이프가 비공식적으로 같은 서비스를 제공하고 있으며, 아랍에미리트의 VoIP 이용량 급증으로 금지정책이 실질적인 효력을 발휘하지 못하고 있는 실정이다. 아랍에미리트 내 VoIP 이용 인구의 4/5는 외국인으로 조사되었는데 그 이유는 저렴한 비용으로 국제전화 사용을 원하는 외국인이 VoIP 서비스를 이용하는 경향이 강하기 때문으로 분석된다.

아랍에미리트에서 VoIP 서비스 라이선스를 획득한 2개 통신사 중 하나인 에티살랏의 이번 VoIP 서비스 개시 계획 발표로 2012년 2분기 아랍에미리트에는 공식적으로 VoIP 시장이 개화할 것으로 전망된다. 이에 따라 VoIP 라이선스를 보유한 또 다른 통신사인 듀 또한 곧 VoIP 서비스를 개시해 가입자 유출 방어 전략을 펼칠 것으로 예상되며, VoIP 시장 선점을 위한 각축전이 전개될 것으로 보인다.

한편, 그 동안 스카이프가 비공식적으로 VoIP 서비스를 제공하고 있었기 때문에 신규 두 기업은

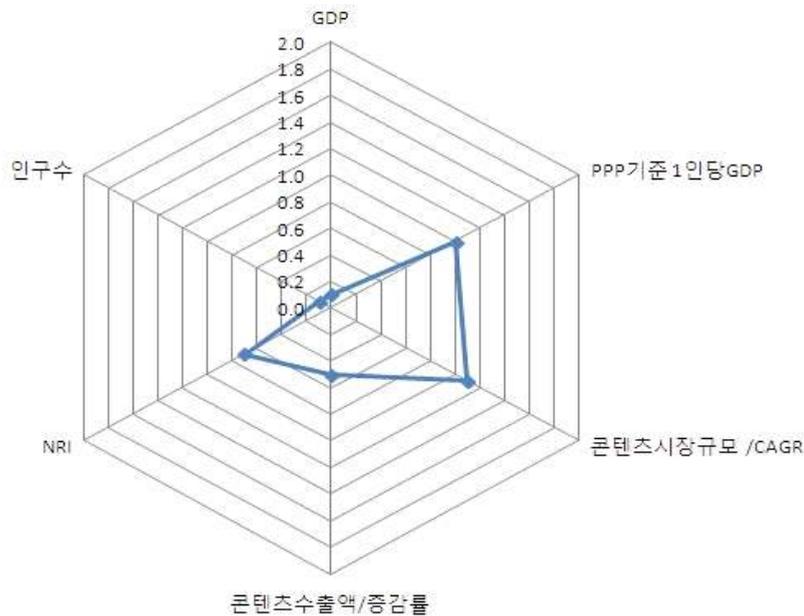
순조로운 시장 진입을 위해 스카이프의 서비스에 대항할 수 있는 차별화 전략을 구사해야 할 것이다. 마칩 아랍에미리트의 통신규제기관 통신규제청(Telecommunications Regulatory Authority, TRA) 역시 기존에는 지나치게 저렴한 가격정책을 지양했으나, 최근에는 가격적인 면에서도 규제를 완화하려 하고 있어 에티살랏이 저렴한 가격정책을 도입할 가능성이 높은 것으로 분석된다.

6. 진출시장 분류 및 시사점

(1) 진출시장 분류결과

아랍에미리트는 6가지 분류 기준에 따른 시장 평가 결과 총점 3.5점을 얻었으며 잠재시장으로 분류된다. 사우디아라비아, 터키, 남아프리카공화국, 이란, 이집트 등 다수의 중동아프리카 국가들 역시 잠재시장으로 분류되는데 아랍에미리트는 이들 국가 중 가장 높은 점수를 획득했다. 아랍에미리트는 인구수나 경제규모 등 양적 측면에서는 평가점수가 0.1점으로 가장 낮은 수준이지만 1인당 GDP는 6만 달러 이상으로 미국, 일본 및 유럽 선진 시장들보다도 훨씬 앞서고 있다. 또한, 인터넷 인프라도 중동아프리카 국가들 중 가장 발달한 지역이다.

[그림 VII-12] 아랍에미리트 시장 평가 모형



항목	GDP	PPP기준 1인당 GDP	콘텐츠시장규모 /CAGR	콘텐츠수출액 /증감률	NRI	인구수	합계
점수	0.1	1.0	1.1	0.5	0.7	0.1	3.5

구분		연도					2007-2011 CAGR(%)
		2007	2008	2009	2010	2011	
콘텐츠 소비환경 지수	인구수 (천 명)	5,406	6,207	6,939	7,512	7,891	9.92
	GDP (십억 달러)	257.9	314.5	259.7	283.9	342.0	7.31
	구매력평가(PPP) 기준 1인당 GDP (달러)	57,468.0	65,991.8	51,269.9	54,411.1	63,625.7	2.58
시장경쟁력 평가지수	콘텐츠시장 규모 (백만 달러)	1,700	2,100	2,200	2,500	3,600	20.63
	콘텐츠산업 국가별 수출액 현황 (천 달러)	36	100	-	335	1,402	149.81
	NRI 지수	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2007-2011 CAGR(%)
		4.55	4.76	4.85	4.80	4.77	

(2) 진출전략 및 유망분야

아랍에미리트에는 다양한 국적의 외국인이 거주하고 있으며 외국 문화에 대한 수용도가 높은 편이다. 아랍에미리트는 작은 내수시장의 한계를 극복하기 위해 일찍부터 개방정책을 취하며 중계무역의 중심지로 입지를 확고해 해왔다. 여기에 지리적 이점까지 더해 아랍에미리트는 중동아프리카 지역 진출의 관문 역할을 하고 있다. 아직 아랍에미리트에서 한류의 인지도는 중동 내 다른 국가들에 비해 낮으므로 한국 콘텐츠에 대한 현지인들의 접근을 보다 용이하게 하는 전략이 필요하다.

최근 아랍에미리트에서 개최된 영화제에 한국영화가 다수 초청받으면서 예술성으로 주목을 받고 있으나 아직까지는 미국과 아랍권 영화가 주류를 이루고 있다. 한국 방송콘텐츠도 일부 방영되고 있으나 미국, 이집트, 터키 드라마가 주로 방송되고 있고 음악 부문에서는 아랍국가출신 가수의 공연 활동이 활발한 편으로 아직 한국가수들의 공연활동은 미약한 편이다.

아랍에미리트는 콘솔게임 위주에서 인터넷 환경 개선으로 온라인게임 시장초기 단계로 접어들었다. 아랍 전통 문화기반의 게임이나 축구 등 스포츠 게임의 인기가 높으며 이슬람 종교문화 특성상 폭력이나 음란성이 높은 콘텐츠는 금지된다.

현재 자유무역지대인 두바이 Media City 내에 한국문화콘텐츠 상설전시관이 개설되어 한국 콘텐츠 상품에 대한 홍보와 판매활동이 지속적으로 이뤄질 것으로 기대된다.

이집트의 산업 구조를 살펴보면 서비스업의 비중이 50%로 가장 높으며 그 중에서도 관광 분야는 이집트의 최대 외화 수입 원천으로 GDP의 10% 이상을 차지하고 있다. 2011년에는 정권 퇴진의 큰 혼란을 겪으면서 관광 산업이 크게 위축되기도 했는데 바로 전해까지도 전 세계 관광객 1,500만 명이 이집트를 방문하여 130억 달러의 수입을 창출한 것으로 집계된다.

2011년 이집트는 18일간 지속된 장기간의 대규모 민주화 혁명을 거치면서 경제 상황도 크게 위축되었다. 2011년 이집트의 경제 성장률은 1.8%로 당초 성장 전망치 5.5%를 크게 밑돌았다. 이집트의 주요 수입원인 관광업이 큰 타격을 입었고 정세 불안으로 소비 위축, 각종 금융 거래 중지 등이 잇따르면서 이집트 경제는 마비되는 상태까지 경험했다. 1년이 지난 시점에서도 아직 정치적 사안들이 해결되지 않고 있어 올해까지는 다소 저조한 경제 상황이 이어질 것으로 예상된다. 2012년에는 전년도와 비슷한 수준의 성장세가 예상되며 2012년 6월 신규 정부가 수립되면서 이집트 경제도 다시 활기를 띠며 예전의 성장 속도를 회복할 것으로 전망된다.

[그림 VII-13] 2007~2016년 이집트 GDP 규모 및 경제성장률



※ 출처: IMF, 코트라, 외교통상부

(2) 정치외교동향

1) 건국(독립)일	o 1922. 2.22 (영국으로부터 독립) o 1953.6.1 8(공화국 선포일) / 국경일 : 7.23(혁명기념일)
2) 정부형태	공화제 / 대통령 중심제
3) 주요 인사	o 국가원수 : 후세인 탄타위(Hussein Tantawi, 군최고위원회 위원장) o 총 리 : 에삼 샤라프(Essam Sharaf) o 외교장관 : 모하메드 카멜 아마르(Mohamed Kamel Amr)
4) 의회제도	국민의회(People's Assembly) (454석, 임기 5년)
5) 주요 가입국제기구	UN(45.10), ILO, FAO, UNESCO, WHO, IFC, IDA, IMF, ICAO, 비동맹

※ 출처: 코트라, 외교통상부

(3) 한국과의 주요이슈

1970년대 중반 이후, 이집트는 친북 정책에서 탈피하여 한국과의 관계를 보다 중시하는 방향으로 전환하여 한국과 협력을 강화하는데 주력하고 있다. 한국의 경제발전 경험을 공유하고 우리 기업들의 이집트 투자진출 확대를 적극 추진 중이다. 그러나 양국 간 교역의 구조적인 문제와 과도정부 하의 정치적 불안정으로 안정적인 무역환경이 조성되기 위해서는 상당한 시간이 걸릴 것으로 분석된다. 최근 이집트 대규모 민주화 혁명 이후 대이집트 직접투자의 급격한 감소는 한국 기업의 참여를 더욱 필요로 하는 촉매제로 작용했다. 2011년 상반기(1~7월) 기준 우리나라의 대이집트 수출량은 10억 318만 달러였으며 수입량은 4억 6,036만 달러로 집계되었다. 2010년 한-이집트 교역 규모는 최대치를 달성했으며 2011년에는 이집트의 민주화 혁명으로 인한 경기 침체와 불안한 정세는 양국 간 교역관계도 위축시켜 2011년 상반기 수출입 실적은 전년 대비 10%, 13% 감소했다.

이집트는 한국의 대이집트 수출실적에 비해 투자 규모와 관심도가 떨어지고 있다면서 보다 적극적인 현지 투자를 촉구하고 있으며 투자유치에 관심을 보이는 분야는 사회간접자본시설, 정보통신, 자원개발, 석유화학, 자동차 산업 등이다. 아직까지는 이집트의 낮은 노동 생산성, 이집트 정부의 관료적 행정의 영향으로 우리기업의 투자진출은 부진한 편이다.

<p>1) 주요 협정</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 과학협력 양해각서 교환 (1979.5) ○ 문화· 과학· 기술협력 협정 서명 (1989.6) ○ 국교수립 합의 (1995.4.13) ○ 연구원간 협력약정 (1999.11발효) ○ 문화행사 교류 시행계획서 (2000.10발효) ○ 원자력 협정 (2002.6발효) ○ 특별무상원조 양해각서 (2005.9) ○ 항공협정 (1988.6 발효) ○ 한-이집트 이중과세방지협정 (1994.2) ○ 투자 보장협정, 무역협정 등 5개 협정 체결 (996.3.18) ○ 보건협력협정 (2000.5) ○ 차관700만불 공여협정 (2001.1) ○ 체육분야 협력양해각서 (2005.8 발효) ○ 청소년 교류양해각서 (2005.12 발효)
<p>2) 무역규모</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출 : 22억 4,044만 달러 (전년대비 46.6% 증가) ○ 수입 : 9억 3,756만 달러 (전년대비 102.5% 증가) * 무역수지(흑자): 13억 288만 달러 (전년대비 22.3% 증가)
<p>3) 투자거래</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우리나라의 진출 : 1억 7,672만 달러 (2010년 누계 기준) - 광업(1억 3,000만 달러), 제조업(2,800만 달러) ○ 이집트의 대한민국 내 유치 전무
<p>4) 주요 거래 품목</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출 : 자동차 및 부품, 합성수지, 일반기계, 석유화학제품, 가전제품, 전자부품, 철강제품, 무선통신기기, 타이어 등 ○ 수입 : 천연가스, 나프타, 천연섬유원료, 면사 등
<p>5) 교민수</p>	<p>995명</p>

※ 출처: 코트라, 외교통상부

2007년 8월, GS건설이 미쓰이와 컨소시엄을 이루어 연간 500만 톤 규모의 ERC 정유사업 EPC 계약을 체결했고, 2010년 2월에는 두산중공업이 이집트 정부와 아인 소크나(Ain Sokhna) 화력발전소(발전용량 1,300MW)의 보일러 기자재 공급 및 설치 공사 계약을 체결하는 등 플랜트 산업 분야에서 양국 간 교류와 협력이 강화되고 있다. 2011년 1월 이집트 카이로에서 개최된 제 1회 한-이집트 경제장관회의에서는 이집트의 신재생에너지, 원전, 지하철 등 인프라 사업과 플랜트, 자원개발 등에 대한 지원 방안을 협의하였으며 향후에는 원유, 천연가스, 알루미늄, 철광석, 석탄, 대리석 등 풍부한 이집트 천연자원의 공동 개발을 통한 협력 확대가 필요할 것으로 분석된다.

이집트 신차시장의 약 40%를 한국산 자동차가 점유하고 있으며 그 밖에 가전제품, 기계류 등에서 한국 제품이 강세다. 한국 제품에 대한 평가도 긍정적이어서 한국산 제품은 일본과 유럽국가와 비슷한 수준으로 인식되고 있으며 주요 수출품목에서는 현지 시장에서 인지도도 매우 높은 편이다.

2. 무역 정보

(1) 관세/수입규제

이집트는 시장개방정책과 WTO 자유무역협정에 따라 관세율을 인하하는 등 지속적으로 수입 개방 폭을 확대하고 있다. 연도별 관세 동향을 살펴보면 다음과 같다.

- 1992 자동차, 주류 등 일부 품목을 제외한 대다수 품목에 고관세 부과. 최고 관세율이 100%에 달함. 이 후 관세율은 해마다 인하되어서 1993년 80%, 1994년 70%, 1996년 55%, 1997년 50%, 1998년 43%까지 낮아짐
- 2002 의류 수입 금지 전면 해제, 의료용품, 산업용원부자재 등 67개 품목에 대한 관세 인하
- 2003 공업원료, 생필품, 일부전자제품, 디지털위성방송수신기 등 23개 품목의 관세 범위를 2~30% 수준으로 낮춤, 위성방송수신기는 43%에서 5%로 대폭 인하 단행
- 2004 6,500개에 달하는 품목의 평균관세를 40% 수준으로 인하
- 2007 1,114개 품목의 관세를 25%로 인하
- 2008 물가 억제 목적으로 주요 생필품, 가정용 가전제품, 의료용품 및 중간재 등 111개 품목에 대한 관세 면제 또는 2~30% 인하
- 2009 산업성장 촉진과 경기부양을 위한 단기 정책의 일환으로 중간재 및 자본재 250개 품목 관세를 기존 5~10%에서 0~5%대로 인하

이와 같이 관세 인하 정책에도 불구하고 이집트와 비슷한 시장규모 및 산업구조를 가진 다른 개도국에 비하여 관세율은 여전히 높은 수준인 것으로 평가된다. 특히, 완성의류 30%, 승용차의 경우 엔진 용량에 따라 40~135%, 화장품, 포도주, 위스키는 최고 3,000%까지 관세율이 부과되고 있어 서방시장으로부터 수입시장 자유화와 관세인하 압력을 지속적으로 받고 있다.

이집트는 1991년부터 수입업체, 도매 및 제조업체에 대해 판매세(부가가치세)를 부과하고 있으며 2001년 7월부터는 소매업 및 서비스업 분야까지 적용 범위를 확대했다. 판매세율은 최고 20% (화장품 등 사치성 내구소비재)에서 최저 5%(빵 등 생활필수품 및 중간재)이며 평균적으로 10%의 세율이 적용되며 통관 시 관세와 함께 부과된다. 승용차의 판매세는 평균세율보다 높은 수준으로 배기량을 기준으로 책정하고 있는데 1600cc 이하 15%, 1600~2000cc 30%, 2000cc 이상은 45%의 판매세가 부과된다. 이집트는 1986년 7월, 210개의 수입금지 품목을 지정하고 점진적으로 금지품목수를 줄여가고 있다. 이집트는 수출입관리법이 명시하고 있는 수입금지품목은 총 9개이며 101개 품목은 품질검사가 필요하다. 중고 제품의 경우 별도로 수입이 가능하다고 명시한 품목 이외는 수입이 허용되지 않고 있다.

관세청은 등록된 수입상의 원료, 중간재, 비내구성 소비재, 엔지니어링 제품의 샘플 통관 시 별도 수입허가를 요하지는 않지만 가액에 따라 관세를 부과한다. 수입된 샘플이 1년 이내에 재수출되거나 수입당시 재수출될 것을 서약할 경우 관세가 환급된다. 간단한 휴대 샘플은 통관이 용이하나 별도로 발송하는 것은 4~5일의 통관절차가 소요되고 잘못 전달되는 경우도 있다. 또, 공산품 품질관리 규정에 의하여 수입배터리와 타이어는 규격별 품질검사를 시행하고 있는데 품질검사용으로 필요한 수량 이상의 제출을 요구하고 있어 검사용으로 인한 손실이 과하다는 지적도 제기된다.

[표 VII-28] 이집트 수입규제 및 관리품목

구분	세부품목
수입금지 품목	<ul style="list-style-type: none"> ○ 이슬람 신념에 반하는 디자인이나 상표가 부착된 제품 ○ 닭고기 내장 및 다리, 가금류의 간, 유전자 조작 오일을 함유하고 있는 참치 ○ Oil Injection 펌프를 장착하지 않은 Two stroke Motor-bike ○ 모든 종류의 석면 및 석면으로 제작된 브레이크 패드 ○ DDT등 127개 종류의 화학제 : 농업용 살충제 및 살균제는 농업부 장관 허가를 받은 후 수입 가능 수입금지 살충제 및 화학제 내역은 별도 리스트로 관리 ○ 중고 제품 : 수입가능한 13개 품목 중고제품은 별도 리스트로 관리
수입가능 중고 품목	<ul style="list-style-type: none"> ○ 중고 생산 라인, 기계 및 부품 <ul style="list-style-type: none"> - 가정용 중고 전자제품 및 부품 수입불가, 컴퓨터 및 부품은 제조일부터 10년 이내의 제품만 수입 가능 - 환자용 침대 등 의료용 기계/장비/기구 는 복지부 장관 허가 후 의료용 목적으로 사용하는 경우 수입 가능 - 제조과정에서 오존층 파괴 물질이 사용되지 않는 품목이어야 함. ○ 차량 및 부품 <ul style="list-style-type: none"> - 중고 오토바이 수입금지 - 차량 부품은 특정품목만 제한적 수입가능 : Fenders, doors, engines, gearboxes, body parts, damper, differentials, rims, dashboard, springs 등 - 승용차 및 9톤 이하 화물차 : 제조 후 1년 이내 제품만 수입 가능 - 9톤 초과 화물차 및 특수목적용 차량 : 제조 후 5년 이내 제품만 수입 가능 - Road Tractor : 제조 후 7년 이내 제품만 수입 가능 - 도로 운행 목적이 아닌 차량, 크레인 차량, 콘크리트 펌프 차량은 연수에 상관없이 수입 가능 - 항공기 및 부품은 항공청(Civil Aviation Authority) 허가, 어업용 선박은 교통부 장관 허가. 관광·화물용 선박은 교통부 및 해양부장관의 허가를 얻어야 함 ○ Machines, equipment and sport gears, Containers ○ 무기류 : 내무부 장관 허가 필요 ○ 항공기용 타이어 및 튜브 : 이집트 공군이 구입하는 경우만 허용 ○ 철로용 Metal 스크랩 및 폐기물 : 철도 차량용 부품에 포함 불가능, 통관 전 사용할 예정인 철로가 철거되어야 하며 수출 당국으로부터 내용물의 위험성이 없다는 내용의 공식 인증이 있어야 함 ○ 합성 플라스틱 폐기물, 스크랩 : 환경부 허가 필요 ○ 자유무역지대(Free Zone) 프로젝트 용 자재 및 제품 : 투자청 허가 필요 ○ 폐지 및 폐잡지 : Ministry of Information 허가 필요 ○ 섬유를 사용한 밧줄 및 냅마 : Industrial Control Authority 허가 필요 ○ 예술품 : 문화부 허가 필요 ○ 금속 및 목재 기둥 및 지지대

구분	세부품목
품질 검사 대상 품목	<ul style="list-style-type: none"> ○ 의약품 및 의료기기, 화장품 : 별도 수입승인절차 및 엄격한 성분 안전성 검사 실시 ○ 일부 전기, 기계제품 : 국제공인 인증규격이나 품질검사 결과를 요구함 ○ 의료기기 : CE 마크가 없는 경우, 판매가 제약될 수 있음 ○ 품질 검사 대상품목은 수출입관리기관인 GOEIC의 검사를 거치고 검사수수료를 납부한 후 통관 가능

※ 출처: 코트라, 외교통상부

(2) 통관절차 및 세이프가드

이집트 세관은 관세가격 평가 시 일반적으로 송장에 기재된 CIF 가격을 기준으로 과세금액을 책정하며 일부 품목에서는 송장가격보다 10~30% 정도 높게 책정하는 경우도 있다. 이집트는 세계관세기구(WCO) 및 WTO의 회원국임에도 불구하고 관세과세가격 산출시 원칙적으로 당해 물품의 거래가격을 기초로 할 것을 규정하고 있는 WTO관세평가협정조항을 준수하고 있지 않다. 통관 검사 시 체계화된 시스템과 규정이 제대로 갖춰져 있지 않기 때문에 일선의 행정담당자들에 의한 자의적 해석에 좌우되는 경향이 커서 정책 수행의 일관성과 투명성이 확보되어 있지 않다. 바이어 평가, 상담용, 전시회 등으로 수입되는 견본품의 반입수량을 제한하거나 과도한 예치금을 부과하기도 하고 상사원 이삿짐 반입시 상품 가치가 없는 물품에 대해서도 관세를 부과하는 등 통관절차와 관련하여 여러 문제점들이 발생하고 있다. 수입품 검사 시 샘플검사를 원칙으로 하고 있으나 실제로는 세관은 전량검사를 실시하고 있어 통관경비 과다발생, 물품의 도난 및 파손, 세관원과의 부정거래 등을 유발시키고 있다.

통관을 하기 위해서는 선적서류, 수입상품과 관련된 서류, 수입허가증과 같은 수입관련 서류를 준비해 카이로 주재 관세청이나 각 항구 및 공항 관세청에 제출하여 관세액을 확정 받고 이를 납부해야 한다. 관세를 납부하면 세관에서 통관에 필요한 서류를 발급해 주며 이를 각 항구나 공항에 있는 통관관청에 제시하고 물품을 인수하면 된다. 통관을 위한 필수 선적서류로는 상업송장, B/L, 원산지증명서, Packing List이며 수입업자는 L/C 개설을 위해 통상 자금원과 Proforma Invoice를 거래은행에 제출해야 한다.

(3) 무역협정 체결현황

이집트는 유럽과 아시아, 아프리카를 잇는 전략적 요충지에 위치하여 지역 근접성 및 국제정치에 근거한 자유무역협정을 추진하고 있다. COMESA, GAFTA, 터키와의 협정은 지역 및 상호 전통에 근거한 자유무역협정이며 EU, EFTA는 국제 정치의 영향을 받은 협약 형태라고 할 수 있다. 협상

추진 시 이집트는 포괄적 협상보다는 단순 협상을 추진하고 있어 협상 시 투자, 환경, 노동 등을 제외한 공산품에 국한하고 있다. 이집트 정부는 1995년 WTO 가입 후 세계 교역 질서에 적극 참여하고 있으며 전 세계적으로 확산되고 있는 FTA에도 관심을 갖고 EU, 미국의 양대 시장을 비롯해 아랍권, 동남부 아프리카와도 FTA를 체결했다. 지정학적으로 이집트는 대서양과 인도양을 잇는 수에즈 운하 등 물류의 중심지에 있으며 대부분의 국가가 비행기로 3~4시간 거리에 있어 운송 및 물류이동에 비용 및 시간절약이 가능하다. 또한 민주화 혁명 이후, 수출 확대, 자국 산업 육성, 투자 유치 촉진 등을 위해 더욱 많은 교역 대상국과 자유무역 협정을 체결할 계획을 가지고 있어 향후 자유무역협정 체결국은 계속 증가할 것으로 예상되고 있다.

2001년에는 이집트-EU 파트너십을 체결하여 2004년 발효됨으로써 세계 양대 시장 중 하나인 EU와 사실상 자유무역협정을 체결한 셈이다. 이집트 공산품의 대EU 수출은 무관세로, EU의 대이집트 공산품 수출관세는 12년 동안 4단계에 걸쳐 철폐해 가고 있다. 양자 간 농산품에 대한 협상은 자국 농산품 보호 경향에 따라 아직까지 합의점을 찾지 못해 계속 협상이 진행 중이다. 미국, 이스라엘 등과도 부분적인 FTA인 QIZ 협정이 2005년부터 발효되었고 이로써 이스라엘산 원부자재 11.7% 초과 사용, 국내산 원부자재 35% 사용 규정을 충족하는 경우 미국으로 무관세 및 무쿼터 수출이 가능해졌다. 2007년 10월 이스라엘산 원부자재 조달 비율이 10.5%로 완화되었다.

인근 아프리카 및 아랍권과의 FTA 추진도 활발하게 이뤄지고 있다. 20개 회원국을 보유한 동남부 아프리카 공동시장(COMESA) 9개국과 상호 무관세 협약을 체결하였으며 아랍 18개 국가(GAFTA)와도 FTA 협상을 체결했다. 2007년에는 체결된 EFTA³³⁾와의 FTA는 수산물, 농산물, 공산품을 포괄하고 있으며 농산물은 이집트와 아이슬란드, 노르웨이, 스위스 개별 양자 협정 방식으로 이뤄졌다. 이집트가 EFTA로 수출할 경우 농수산물을 제외한 광산물 관세가 철폐되고 EFTA의 수출품에 대한 관세는 2020년까지 4개 품목군으로 구분되어 분류품목별로 점진적으로 철폐될 예정이다. 이집트-터키 FTA는 2007년 3월부터 발효되어 공산품의 대 터키 수출은 협상 발효 즉시 무관세 수출이, 터키의 대 이집트 수출관세는 4개 품목 군에 따라 단계적으로 관세 철폐가 이뤄졌다.

[표 VII-29] 이집트 무역협정 체결현황

구분	발효일	대상국가	세부내용
COMESA	1994.12.8	동남부 아프리카 20개국	- 11 개국 간 상호 무관세 적용
범 아랍권 (GAFTA)	1998.1.1	아랍리그 18개국	- 7 개 국가와 별도협정 체결 - 국가별 수입관세 및 면제 대상 상이
EU 파트너십	2004.6.1	EU 회원	- 이집트 대 EU 공산품 수출 : 무관세 적용 - EU 대 이집트 수출 : 2019년까지 4 개 품목군에 걸쳐 점진적 관세인하 및 철폐 - 농산품의 일부 쿼터 해제 및 관세인하 또는 철폐

33) 유럽자유무역연합: 스위스, 노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈타인

구분	발효일	대상국가	세부내용
QIZ	2005.1.1	미국, 이스라엘	- 이스라엘산 원부자재 10.5% 이상, 국내산 원부자재 35% 이상 사용 시 대미 수출품 무관세 적용
Agadir Agreement	2006.7.1	요르단, 튀니지, 모로코	- 농산물 관세 즉각 철폐
터키	2007.3.1	터키	- 대 터키 수출 : 발효 즉시 무관세 적용 - 대 이집트 수출 : EU-이집트 FTA에 근거해 4개 품목군에 따라 2020년까지 점진적 관세인하 및 철폐
EFTA	2007.8.1	스위스, 노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈타인	- 이집트 대 EFTA 수출 : 발효 즉시 무관세 적용 단, (16 개 품목은 제외됨) - EFTA 대 이집트 수출 : 2020년까지 4개 품목군에 따라 점진적 관세인하 및 철폐
Mercosur	2010.8.02 (서명/미 발효)	브라질, 아르헨티나, 파라과이, 우루과이	- 육류, 밀, 옥수수 등 : 즉시 관세면제 - 우유, 산업제품 : 4 년 내 관세면제 - 기타 협상 품목 : 8-10 년 후 관세면제

※ 출처: 코트라

(4) 지식재산권 보호

이집트는 특허, 상표, 저작권 관련 국제협약(TRIPs)에 가입해 있는 상태이나, 국내 법규 및 규정이 미비하고 법원의 최종판결까지 장기간 소요되는 등 실제적인 보호 정도는 매우 미흡한 수준이다. 미국은 이집트를 지식재산권 우선 감시 대상국(Watch List)으로 지정하고 지식재산권 준수를 요구하고 있으나 지적재산권 보호 장치에 대한 개선은 거의 진전이 없는 상황이다. 이로 인해 상표 도용 또는 지식재산권 침해 저작물이 상당수 유통되고 있는 것으로 추정되며 침해 사례 발생 시에도 법적 해결보다는 설득에 의한 해결이 주를 이루고 있다.

1992년 발표된 지식재산권 보호법은 컴퓨터 소프트웨어도 포함하는 등 적용대상 범위를 확대하였으며 1994년 3월에는 동법 개정을 통해 제품의 보호 기간을 20년에서 50년으로 연장했다. 2002년에는 지식재산권 강화를 위해 법규를 개정하였으며 컴퓨터 프로그램 관할권을 문화부에서 정보통신부로 이관했다. 2003년까지 의약품 특허는 보호 대상이었으나 2004년 미국과의 의약품 특허 침해로 인한 논란이 발생하자 국내 영세민을 위해 저가 의약품 공급이 필요하다는 이유로 복제 의약품을 허용하고 있다.

[표 VII-30] 이집트 지식재산권 분류

구분	세부품목
특허권	<ul style="list-style-type: none"> ○ 보호기간 : 기존 15년에서 법규 개정으로 20년으로 변경 ○ 법으로 특허권을 보호하고 있으나 특허침해에 대한 보호 장치가 미흡한 실정임 ○ 의약품은 특허 보유업체의 정보 및 마케팅에 대한 배타적 독점권을 인정함. 단, 연간 특허 등록비 미납 또는 등록 후 2년 이내 특허권이 사용되지 않는 경우 특허권 자동 소멸 * 이집트 특허청(http://www.egpto.eg.wipo.net)
저작권	<ul style="list-style-type: none"> ○ 보호기간 : 서적/컴퓨터 프로그램 저자 사후 50년. 영상/음향물 제작일로부터 50년, 예술품 창작일로부터 25년 ○ 저작권 침해 시 5천~1만 파운드의 벌금 또는 1년 이하의 징역형 선고 ○ 저작권 보호 규정에도 불구하고 해적판 컴퓨터 소프트웨어의 비중이 53%, 게임 소프트웨어는 90%가 해적판인 것으로 추정됨
상표권	<ul style="list-style-type: none"> ○ 보호기간 : 신청 후 10년. 보호기간 만료 마지막 연도 내에 연장 시 보호기간 10년 연장 ○ 등록비용 : 각 상표 신청서 50 이집트 파운드, 등록 수수료 60파운드, 출판 50파운드 ○ 상표권 연장 시에도 비용 동일 ○ 등록 후 소유권이 인정되며 상표권 획득 5년 이내에 이전 사용자가 이익을 제기하지 않으면 효력 지속 ○ 등록 후 5년간 사용실적이 없는 상황에서 제3자가 등록 무효신청을 제기할 경우 효력 상실
산업디자인	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2002년 법률 개정으로 반도체 설계 디자인도 지식재산권 보호 대상에 포함됨 ○ 보호기간 : 등록요구일로부터 10년, 보호기간 만료 마지막 연도 내 연장 시 5년간 추가 연장 ○ 등록비용 : 건 당 신청서 30 이집트 파운드, 관련 부속디자인이 있을 경우 건당 15 이집트 파운드, 등록수수료가 75 이집트 파운드, 연장 신청 시 75~100 이집트 파운드, 출판비 30파운드

※ 출처: 코트라, 외교통상부

(5) 서비스 및 투자 장벽

이집트는 여타 국가와 달리 통합투자촉진법에 외국인투자가 허용되는 분야를 한정하여 발표하는 포지티브 시스템을 시행하고 있다. 이 시스템에 따라 외국인투자가 허용되는 분야는 총 24개이며 이 중 서비스 분야는 호텔, 국제해운, 항공운송, 금융리스 등 매우 다양하다.

이집트는 1970년대 중반 이후 외국인 투자 문호를 개방하는 조치들을 취해오고 있다. 1997년에는 통합투자촉진법 시행으로 종전의 네거티브 시스템을 포지티브 시스템으로 전환했으며 2000년에는 투자촉진법을 개정하여 투자대상 분야를 기존 16개에서 24개로 확대했다. 2004년에는 여러 정부부처에 분산되어 있던 외국인투자업무를 '투자 및 자유구역청(GAFI)'이 전담하도록 해 업무를 대폭 간소화했다. 이 같은 제도적 정비에도 불구하고 투자허가 프로세스는 이전과 크게 개선되지 못하고 있는 것으로 나타나고 있다.

이집트는 투자허용분야를 법규상 명시하는 방법(포지티브 시스템)을 사용하고 있어 별도 투자금지품목을 명시하지 않고 있으며 원칙적으로 투자 허용 분야를 제외하고는 투자를 제한한다. 국가기

간산업 및 안보와 직결되는 산업의 경우, 투자청 승인 전 해당부처로부터 승인을 받아야만 투자가 가능하며 이스라엘과 근접한 시나이 반도에 투자할 경우, 이집트 보안당국의 사전승인을 받아야 한다. 투자청 승인 전 해당부처로부터 승인을 받아야 하는 투자진출 허용 분야는 다음과 같다. > 에너지집약 프로젝트 > 알루미늄 원료 > 메탈합금 프로젝트 > 담배산업 > 군수부문(국영 및 관련기업과의 합작은 가능) > 시나이반도 내 석유 및 천연가스 탐사 시추를 제외한 프로젝트

이집트는 외국인과 내국인을 동등하게 대우하는 것을 원칙으로 하고 있으며 100% 외국인 자본에 의한 기업 설립이 보장되어 있다. 또한 투자부의 설립과 투자청 조직을 보강해 불필요한 투자 절차와 서류를 없애고 한 곳에서 모든 투자절차를 처리할 수 있는 서비스를 시도하고 있다. 외국인 투자 형태는 주식회사, 유한책임회사, 지사, 연락사무소 등이 있다.

이집트에 지사를 설치하기 위해서는 투자청의 승인을 얻고 상업등기소에 반드시 등록해야 한다. 지사는 이집트 현지법인과 동일하게 취급되어 이집트 회사법규가 적용되며 납세, 사회보장, 노동법 적용 등 운영에 관한 사항 일체가 현지법에 따라 규율된다. 지사는 이집트 회계사가 감리한 재무제표를 매년 감독기관에 제출해야 하며 외국인 고용 인력 비중은 10% 이내 또는 외국인 인건비 비중이 전체 지급 임금의 20% 이내로 제한하는 의무도 부과된다. 또한, 이집트 내에서 발생한 영업이익의 32%를 법인세로 납부하고 순수이익의 10% 이상을 종업원에게 배분해야 한다는 규정도 있다. 연락사무소 설치 시 각 국가의 이집트대사관으로부터 영사확인을 받은 회사정관, 사무소 설치에 관한 이사회결의서, 책임자 임명에 관한 서류 등과 등록신청서를 등기소에 제출하고 등록해야 한다.

그 밖에 투자관련 규제사항으로 이집트 정부는 2000년 부품국산화율을 40%에서 45%로 상향조정하였으며 2011년 말에는 60%까지 증대시켜서 이집트 직접투자를 고려하는 기업들에게 부담으로 작용하고 있다. 이집트와 자유무역협정을 체결한 국가의 기업에게는 40~45%가 적용되며 투자 프로젝트 승인 시 국산원료사용 비율에 대한 심사도 이루어진다. 수출의무 부여와 관련하여 특별한 의무조항은 없으나 외국인 투자금지 분야에 대한 특별 허가 시 재투자 및 수출의무를 부여하고 있다.

3. 정책 동향

(1) 정책 개요

① 이집트 ICT 전략 2007~2010

2007년 5월 이집트 통신정보기술부는 ICT 산업 발전을 통해 세계 수준의 정보통신 강국으로 도약한

다는 목표 아래 이집트 ICT 전략 2007~2010(Egypt ICT Strategy 2007~2010) 정책을 발표했다. 이집트 ICT 전략 2007~2010은 ‘ICT 분야 재건(ICT Sector Restructuring)’, ‘ICT를 통한 국가 발전(ICT for Development)’, ‘ICT 산업 혁신 및 개발(Innovation and ICT Industry Development)’ 등 3개의 세부 프로젝트로 나뉘어 추진된다.

통신정보기술부는 동 정책 추진을 통해 2010년까지 ICT 관련 수출액을 11억 달러 규모로 확대하며, 5만 개의 ICT 관련 산업 신규 일자리를 창출할 계획이다.

▷ 이집트 ICT 전략 2007~2010 정책 세부 프로젝트 개요

1) ICT 분야 재건 사업(ICT Sector Restructuring)

- 최첨단 통신 인프라 구축 및 사업자 수출 지원 프로그램
- 우편 서비스 분야 개혁
- 정부 차원의 ICT 네트워크 및 서비스 이용 강화

2) ICT를 통한 국가 발전(ICT for Development)

- ICT를 통한 이집트 모든 국민 정보화 촉진
- ICT를 통한 교육 강화
- ICT를 이용한 국민 건강 증진
- e-Contents
- ICT를 이용한 전자정부 구축

3) ICT 산업 혁신 및 개발(Innovation and ICT Industry Development)

- 수출 주도형 IT 산업 개발
- 이집트 ICT 능력 개발
- ICT 연구, 개발
- ICT 관련 산업 투자 및 외국인 직접 투자 활성화

② 브로드밴드 정책

2009년 12월, 이집트 통신정보기술부(MCIT)는 브로드밴드 보급 확대 5개년 계획을 수립하고, 2014년까지 약 10억 달러의 자금을 투자해 이집트 브로드밴드 가구당 보급률을 20%까지 확대, 약 400만 가구가 이용할 수 있도록 한다는 계획을 발표했다.

통신정보기술부는 또한 통신 인프라 환경이 비슷한 지역을 권역별로 나누어 유무선 브로드밴드 네트워크를 선택적으로 구축하고, 사업 추진을 위해 외국인들의 기술 투자 및 자금 투자를 적극 유치할 계획이다.

이집트는 2008년 5월부터 구축을 시작한 유럽 인도 게이트웨이(Europe India Gateway, EIG) 등 다수의 국제 해저 광케이블이 통과하며, 이집트 내 광케이블 백본 인프라가 잘 구축되어 있는

등 네트워크 인프라 여건이 양호하고, 200여 개 ISP의 경쟁에 따라 이용 요금이 저렴해 브로드밴드 시장의 성장 가능성이 높다.

③ 이집트 교육 구상(Egyptian Education Initiative, EEI) 출범

이집트 통신정보기술부는 2천개 공립학교에 인프라를 구축하고, 이집트 대학 네트워크 인프라를 개선하는 이집트 교육 구상을 출범했다.

EEI는 이집트 정부와 세계경제포럼의 IT 회원 공동체, 여러 다국적 기업 사이의 민관 파트너십으로, 이집트의 전반적인 교육개혁 노력을 뒷받침해주고 목적을 달성하기 위한 협력적 파트너십에 대한 잠재력을 극대화시켜 준 것으로 평가된다.

④ ‘이집트 PC 2010-온라인 국가(Egypt PC 2010-Nation Online)’ 추진

이집트 PC 2010-온라인 국가는 통신정보기술부가 2002년부터 추진한 ‘1가정 1PC 보유(PC for Every Home)’와 ‘전 학생의 PC 보유(Computer for Every Student)’ 정책의 후속 프로그램으로 가정과 대학 부문에 PC 보급을 늘리는 것을 목표로 한다.

이 정책은 이집트 PC 보급률을 2008년 기준으로 10%까지 늘리는 데 성공하였으며, 2013년까지 17% 수준으로 확대할 전망이다.

정부는 농촌 지역과 빈곤 지역을 중심으로 시민들이 IT에 접근할 수 있도록 IT 클럽 네트워크를 청소년센터, 헬스클럽, 사원, 교회 등 이집트 전역에 걸쳐 설치해, 무료 인터넷 접속과 데이터 교환, 교육 및 훈련 서비스를 제공하고 있다.

⑤ 이집트 통신법 2003년 10호

(Egypt Telecommunication Regulation Law No.10 of 2003)

이집트의 모든 통신 사업자는 2003년 2월 국가통신규제청(NTRA)이 제정한 이집트 통신 규제법 2003년 10호를 따른다. 동 규제법은 규제기관인 국가통신규제청의 역할, 통신 사업자 라이선스 할당, 주파수 스펙트럼 할당 및 운영, 국영 사업자 Telecom Egypt 규제, 국가 안보 및 유사 시 통신 이용 방법, 규제 위반 시 처벌 등 총 6개 항목으로 분류되어 있다.

▷ 이집트 통신법 2003년 10호의 개요

1) 국가통신 규제청 역할

- 방송통신 사업자 라이선스 및 주파수 라이선스 할당 및 운영
- 국가 통신기술 및 장비 표준 제정
- 통신 사업자의 통신 규제 및 법령 이행 여부 감시

- 국가 통신 분야 예산 기획 및 집행
- 통신 사업자들에게 라이선스 연간 사용료 징수
- 소비자 권리 보호
- 2) 통신 사업자 라이선스 할당
 - 통신 사업자 라이선스 할당은 국가통신규제청이 통신 규제와 법령에 의거해 실시
 - 라이선스 종류, 기간 등의 상세 규정은 국가통신규제청 내 상임위원회의 회의를 거쳐 결정
- 3) 주파수 스펙트럼 할당 및 운영
 - 국가통신규제청은 국제통신위원회(ITU)의 국제 기준에 따라 주파수 스펙트럼 할당 계획을 수립
 - 방송통신 사업자는 주파수 할당 당시의 이용 용도와 다르게 주파수를 이용할 수 없음
 - 주파수를 할당받은 사업자는 3개월 이내 동 주파수 대역에서의 서비스 계획을 국가통신규제청에 제출
- 4) 국영 사업자 Telecom Egypt 규제
 - Telecom Egypt가 독점하고 있는 국제 전화 Gateway 네트워크의 타사업자 임대 시 과다 요금 징수 등 부당 행위 감시
 - Telecom Egypt의 통신 시장 독과점 방지를 위한 통신 사업자 라이선스 발급
- 5) 국가 안보 및 유사시 통신 이용 방법
 - 국가통신규제청은 국가 안보 및 유사시 통신 서비스를 위해 일정량의 주파수를 확보해야 함
 - 자연재해, 전쟁 등 국가 비상사태 시 모든 통신 주파수는 이집트 정부가 이용 가능함
- 6) 규제 위반 시 처벌
 - 방송통신 사업자들이 사전 고지 없이 방송통신 서비스를 중단하거나 방송통신 네트워크나 기지국을 훼손하는 경우 이집트 5만~10만 이집트 파운드(EGP)(£E)의 벌금 부과
 - 동 행위에 대한 고의성이 적발될 경우 6개월에서 5년의 징역에 처함

⑥ 이집트 통신 시장 자유화(Telecom Sector Liberalization)

이집트 국영 사업자인 Telecom Egypt의 통신 시장 독점이 심화됨에 따라 이집트 정부는 통신 산업 발전을 통한 국가 경제 재건을 목적으로 통신 시장 자유화 정책(Telecom Sector Liberalization)을 추진했다.

1998년, 이동통신 시장 자유화에 따라 Click GSM(현 Vodafone Egypt)이 라이선스를 할당받았으며, 같은 해 공중전화 시장 자유화를 통해 Menatel과 NilePhone이 라이선스를 할당받았다. 또한 1999년부터 2003년에 걸친 브로드밴드 시장 자유화에 따라 9개의 민영 인터넷 사업자(ISP)가 시장에 진입했다.

이집트 정부가 실시한 통신 시장 자유화에 따라 2004년 이후에는 다수의 ISP들이 시장에 진입하

여 경쟁이 심화되었으며, 저렴한 요금의 브로드밴드 서비스 이용이 가능해졌다. 이집트의 브로드밴드 월 이용 요금은 최저 5달러로 중국, 인도보다 낮은 수준이다.

2005년 12월, 국제전화 카드 시장과 VoIP 시장 자유화를 통해 대부분 통신 서비스 분야에서 Telecom Egypt의 독점은 막을 내렸지만, 유선전화와 국제전화 게이트웨이 서비스는 여전히 Telecom Egypt가 독점하고 있다.

[표 VII-31] 이집트 통신 시장 라이선스 현황

분류		라이선스 보유 사업자	
유선전화		Telecom Egypt	1개 사업자
국제전화 게이트웨이		Telecom Egypt	1개 사업자
이동통신		Mobinil, Vodafone Egypt, Etisalat Misr	3개 사업자
위성전화		Globalstar, Iridium, Thuraya	3개 사업자
공중전화		Telecom Egypt, Menatel, NilePhone	3개 사업자
브로드밴드	A Class	Nile Online, Link Egypt, TE Data, EGYNet	4개 사업자
	B Class	Batelco, EGYNet, Equant, Menanet, Noor, Raya Telecom, Soficom, Yalla	8개 사업자

※ 출처: 국가통신규제청

2007년 2월, 통신정보기술부와 국가통신규제청은 2007년 중반에 2개의 국제전화 게이트웨이 신규 라이선스 입찰을 실시하겠다고 발표했으며, 이동통신 사업자 Vodafone Egypt와 Etisalat이 동 라이선스에 관심을 표명했다. 같은 해 6월 통신정보기술부와 국가통신규제청은 라이선스 입찰을 2008년으로 연기한다고 발표하며 차후 실시될 입찰에서는 모든 통신 사업자들의 참여가 가능하다고 언급했다.

2011년 12월, Mobinil이 새로 라이선스를 신청했고, Vodafone은 Telecom Egypt가 제공하는 국제전화 게이트웨이를 사용하고 있으며, Etisalat은 이미 자체 게이트웨이를 보유하고 있다.

⑦ 이집트 방송법 - Anas el-Fiqqi 초안

이집트 정보부는 전 장관 Anas el-Fiqqi의 이름을 따 2008년 7월 방송법인 Anas al-Fikki 초안을 발표했다. 그러나 2011년 중동의 민주화 혁명과 더불어 Mubarak 대통령과 Anas al-Fikki 전 정보통신 장관 및 Osama el Sheik 국영 TV 라디오 회장은 모두 부패 혐의로 체포되었다.

2011년 12월, 이집트의 새 내각 선서 후 방송법 또한 바뀔 예정이며, 이 법안에는 방송 규제 기관인 국가시청각방송규제청(National Authority for Audiovisual Broadcasting Regulation, NAABR)의 설립과 담당 업무, 운영 방안 등의 내용이 명시되었다. 개정을 통해 법안이 통과되면,

기존 국가통신규제청이 담당하고 있던 방송 사업자, 방송 주파수 라이선스 할당 업무는 시청각방송 규제청으로 이관된다.

▷ al-Fikki 방송법 초안 개요

1) NAABR 설립 목적 및 담당 업무

- 방송시장, 사업자 규제 목적으로 설립됨
- 사업자 및 방송 주파수 라이선스 할당, 콘텐츠 규제, 방송 사업자 법률, 규제 이행 여부 감시 및 보편적 서비스 기금 운영

2) 재원 조달 및 방안

- 국가시청각방송규제청의 재원은 기본적으로 국고 지원으로 충당
- 방송 사업자 라이선스 및 주파수 라이선스 사용료, 국민 기부 등으로 일부 재원 확보

3) 상임 위원회 설립 및 역할

- 국가시청각방송규제청 내 최고 의결 기구로 상임위원회 설립
- 국가시청각방송규제청 내 중요 안건과 방송 사업자 및 방송 주파수 라이선스 할당 규정 등은 상임위원회의 회의를 거쳐 결정
- 상임위원회 위원은 국가시청각방송규제청 위원장과 9인의 각 정부 부처 장관 6인의 방송시장 실무진 등 총 16인으로 구성

4) 보편적 서비스 기금(Overall Service Fund)

- 방송 인프라 구축, 어린이 및 청소년 대상의 문화, 역사 교육 실시, 방송시장 연구 등을 목적으로 보편적 서비스 기금(Overall Service Fund) 설립
- 이 기금은 국가시청각방송규제청과 독립적으로 운영되며, 사업자 및 국민 기부를 통해 조달

5) 방송 콘텐츠 규제

- 이슬람 교리나 율법에 반하는 콘텐츠의 방영 엄격하게 금지
- 이슬람 분리 독립을 찬양하거나 지지하는 콘텐츠의 방영 엄격하게 금지
- 음란하거나 폭력적인 내용이 다수 포함된 콘텐츠의 방영 엄격하게 금지

6) 규제, 법 위반 시 처벌 규정

- 방송 사업자들이 사전 고지 없이 방송 서비스를 중단하거나, 방송 네트워크, 기지국, 방송 장비의 훼손 행위를 할 시 3개월 이하의 징역 또는 500~1,000 이집트 파운드의 벌금 부과
- 이러한 행위에 대해 고의성이 적발될 경우 2개월 이상 2년 이하의 징역 또는 1만~5만 이집트 파운드의 벌금 부과

▷ 방송법 초안의 문제점

- 1) 제19조에 의해 실시한 법률 초안 분석 결과, 감독 기관과 국립 시청각 방송 규제 기관은

정부에 의해 제어되는 것 등을 포함한 우려 사항을 발표했고, 주요 우려 사항은 다음과 같음

- 방송사 이외 방송 장비 거래 기업의 라이선스 취득
 - 최고 가격 입찰자 기준의 방송 라이선스 배분 행위가 공공의 이익과 배치
 - 제3의 유형의 방송으로서 지역 사회 방송 인식에 대한 실패
 - 방송 콘텐츠에 대한 과도한 제한
 - 소유권 집중 규제와 방송 분야의 경쟁 보장을 위한 프레임 워크의 규칙 제정실패
 - 법에 저촉되지 않는 인허가 등급 시스템 확보 실패
- 2) 제19조 및 인권 정보를 위한 아랍 네트워크는 국민의회에 초안을 제출하기 전에 이 문제를 수습하고 초안 법률을 이 영역의 국제 기준에 일치하도록 수정하기 위해 이집트 당국을 방문함

(2) 경쟁정책

이집트에서는 금융, 보험, 관광, 해운, 교통, 통신, 에너지 등 주요 국가산업이 국영기업에 의해 운영되고 있으나 1991년부터 2차에 걸쳐 이행되어온 IMF 개혁 프로그램에 따라 민영화 조치를 지속적으로 추진 중에 있다.

특히 2004년 7월에 출범한 Nazif 현 내각은 그 동안 민영화에서 보류되어 왔던 은행, 통신 보험 회사를 대거 매각대상에 올려놓고 있으며, 주요 국영기업들의 지분 매각도 활발하게 추진하고 있어 공기업 민영화를 통해 많은 외국인 투자유치 성과를 거두고 있다.

한편 이집트 정부는 ‘경쟁 보호 및 독점 금지법’ 및 동 시행령을 제정하여 2005년 8월부터 시행하고 있다. 다만, 2011년 들어 이집트 행정법원은 그간 민영화되었던 3개 회사 (Shebeen Al-Koum Spinning, Nasr Steam Boiler, Tanta Flax & Oil)에 대해 민영화과정에서 문제가 있었다는 이유로 국유화 조치 판결을 내렸고, 현 과도정부는 향후 민영화에 대해서는 신중을 기하겠다는 입장인으로서 당분간 민영화사업이 추진되기는 어려울 것으로 보인다.

4. 비즈니스 정보

(1) 시장특성

동북아프리카 지중해 연안에 위치한 이집트는 국토 면적 1,648,195(km²)로 세계에서 30번째로 큰 국가이며 한반도보다는 다섯 배가량 넓다. 이집트의 인구수는 약 8,400만 명으로 중동 아프리카 최대의 인구 보유국이며 연간 인구 증가율은 2% 수준이다. 이집트는 차기 신흥성장국으로 관심이 쏠리는 지역 중 하나로 30세 미만 인구 비중이 전체 인구의 63%를 차지하고 있어 2015년까지 주요 구매자 층을 형성하게 될 30~50대 인구가 급격히 증가할 것으로 분석된다. 2010년 기준 30~50대 인구 비중은 33%, 두 번째로 인구 비중이 높은 연령층인 20대는 21%이며 2015년에 30~50대 인구 비중은 36.6%까지 늘어날 전망이다. 빈부격차가 심해 국민 60%는 연소득 200 달러 이하의 저 소득층으로 구성되어 있어 전체 구매력은 약한 편이나 인구 상위 10%인 약 725만 명은 연 소득이 1만 달러가 넘어 품질과 브랜드 중심의 고가품 시장에 대한 수요가 있으며 탄탄한 구매력을 갖춘 시장도 형성되어 있다. 이집트의 공용어로는 아랍어가 사용되지만 상거래시에는 영어가 함께 사용되기도 한다.

이집트는 민주화 혁명 이후 경제 부문에서도 자본화와 자유화가 확산되고 있다. 대외교역에서는 민간 영역의 성장이 두드러지며 공공 기관의 민영화도 가속화되고 있다. 산업 구조에서는 풍부한 천연가스 자원을 보유하고 있는 반면 제조업 발달은 완만하여 수입 공산품에 대한 수요가 높다. 지속적인 물품 부족과 두터운 저소득층의 소비 구조로 품질보다는 가격이 중시되는 시장이며 정상적인 제품보다는 덤핑 물품이나 재고품 인기가 높다. 이 시장이 차기 신흥 시장으로 각광을 받은 이유로 두터운 소비 시장과 풍부한 노동력, 투자 안전성을 꼽을 수 있는데 이집트는 다른 중동 아프리카 국가들에 비해 정치적으로 안정성이 높은 지역으로 평가되고 있다. 유럽과 아시아, 아프리카를 잇는 요충 지대에 위치하고 있다는 지리적 이점도 중요한 매력 요소로 작용하고 있다.

이집트는 제조업 부문이 취약하여 섬유, 의류, 식품 등 일부 제품군을 제외하면 만성적인 물품 부족에 시달리고 있으며 그 결과 공급자 중심으로 시장이 형성되어 있다. 거대한 내수시장과 풍부한 노동력, 다양한 외화수입원, 천연가스의 보유 등 성장잠재력이 매우 높은 시장이며 투자여건 등에서도 다른 중동 아프리카 국가들보다 양호한 편이어서 향후 시장잠재력이 높게 평가되는 지역이다. 또한, 세금 등을 회피하기 위한 Under Value가 일반화되어 있으며 무역등록 및 공급선 확보를 위해 거래개시 전에 거의 모든 수입상이 에이전트를 요구하고 있다. 넓은 국토 중 5%에 해당하는 지역을 중심으로 인구의 95%가 밀집되어 작은 비용으로 효과적인 사후관리가 가능한 시장이다.

(2) 물가 정보

국제 원자재 가격 인상과 대규모 민주화 사태에 따른 현지화 평가절하가 맞물려 이집트는 최근 몇 년 간 두 자릿수의 높은 물가상승세를 기록했다. 2008~2009년 사이에는 월간 인플레이션이 30%를 상회하면서 주민폭동이 발생하기도 했다. 이집트 반정부 시위에 따른 노동계 파업 확산 가능성 등 경제민주화 욕구가 분출된 상황에서 높은 인플레이션은 정국 안정에 걸림돌로 작용할 수 있다는 우려를 낳고 있다.

[표 VII-32] 2007~2016년 이집트 물가상승률 변동 추이

(단위: %)

연도	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
물가상승률	10.95	11.70	16.24	11.70	11.07	9.46	12.15	11.69	9.63	8.25

※ 출처: IMF, 외교통상부, 코트라

[표 VII-33] 이집트 주요 품목 물가 정보

(단위: 이집트 파운드)

구분	세부내역	물가정보 (EGP)
교통비	도심 1시간 주차료	10
	지하철 기본요금 (1구간)	1
	마이크로 버스 기본 요금(거리에 따라 상이)	1.5
	일반 시내 버스	1
	대형 시내 버스(CTA)	2
	택시 기본요금 (평균)	2.5
	무연회발유 1L	1.85
통신비	시내전화 요금 (3분)	0.15
	국제전화 요금 (1분, 한국으로 걸 때)	12
	휴대전화 요금 (1분, 현지 통화)	2
	인터넷 월이용료 (ADSL 기준/속도에 따라 차이남)	35~150
주거비	아파트 월임차료 (150sm, semi-furnished, 시내, 중상급)	5,000
의료비	의료보험료(1년, international 보험사) * 외국인 기준	7,750~8,950
	의료보험료(1년, 현지 보험사) * 외국인 기준	2,300~3,000
	병원진료비 (의료보험 X, 몸살감기 내과초진) * 외국인 기준	200
임금	대졸 초임 (중상급 대졸, 영어구사, 외국인회사 초임 월급여)	2,500
	생산직 초임 (학력무관 월급여 초임)	500~700
	매니저급 급여 (인사담당 5년 경력 과장급 월급여)	10,000

구분	세부내역	물가정보 (EGP)
교육	외국인학교 초등 1년 수업료 (중상급)	101,000
	외국인학교 중등 1년 수업료 (중상급)	103,000
	외국인학교 고등 1년 수업료 (중상급)	104,000
식료품	계란 10개	11
	우유 1L	7.25
	식용유 1.5L	10
	생수 1L	2
	펄시콜라 1L	3.8
	말보로 레드 1갑	12
	맥도날드 빅맥	21.36
	김치찌개 1인분	50
	쌀 1KG	6
	쇠고기 등심 1KG	81

※ 출처: 코트라

(3) 주요 전시회

□ 카이로 국제도서전 (Cairo International Book Fair)

카이로 국제도서전은 이집트 수도 카이로에서 열리는 도서 전시회로 1969년부터 개최되고 있다. 매년 1월 마지막 주에 개최되어 2월 초까지 3주간 진행된다. 규모 면에서 중동 지역에서 가장 큰 전시회이며 독일 프랑크푸르트 도서전에 이어 국제 도서전으로는 세계에서 두 번째로 크다. 2011년 행사는 이집트 정권 교체 등으로 취소된 바 있으며 예정대로 진행되었다면 중동 17개국을 포함 29개국 630여명의 출판 관계자들이 참여할 계획이었다. 2010년도 참가자 규모는 180만 명에 달했다.

- 개최기간 : 2012/1/22~2/7
- 개최도시 : 카이로
- 전시장 : 카이로 국제 컨퍼런스 센터
- 주최기관 : 이집트 도서 위원회(General Egyptian Book Organization)
- 홈페이지 : <http://www.cairobookfair.org/>

5. 콘텐츠시장 이슈 동향

(1) 2011년 이집트 영화시장의 침체

2011년은 이집트 영화시장의 침체기였다. 2011년 1월 25일 혁명 이후, 대부분의 이집트 사람들은 영화관에서 영화를 보는 것보다 정치나 경제에 더욱 많은 관심을 보였다. 민주화 혁명이 일어나기 전까지만 하더라도 대부분의 젊은 이집트인들은 인기 있는 영화를 보면서 일상생활의 스트레스를 풀어왔으나 이집트혁명 이후에는 국가가 처하고 있는 현재 정치, 경제, 사회적인 문제들에 대한 관심이 더욱 커지면서 이집트사람들은 영화관에서 영화를 보는 것보다 정치 문제를 다루는 토크쇼를 보고자 하는 경향이 나타났다. 박스오피스 매출액은 정치적으로 형성된 불안과 5월까지 지속된 통행금지로 인해 2011년 최저치를 기록했다.

2010년 5월부터 7월까지 개봉영화 상황을 살펴보면 9편의 영화가 개봉되었다는 것은 2011년과 동일하다. 그러나 2010년과 2011년 사이의 흥행격차는 크게 다른 모습을 보인다. 2010년 상반기까지 순이익만 10억 파운드까지 올렸던 것과 비교해서 2011년도 전체 국내 박스오피스 매출액은 2억 파운드를 초과하지 못했다. 라마단과 더불어 무슬림들의 양대 축제라고 불리는 아드알아드하 축제기간(2011년 11월 6일~11월 8일)에 4편의 영화가 동시 개봉되었었는데 <엑스-라쥬>만 흥행에 성공했다. 반면, 2010년에 개봉되었던 영화 <블랙허니(عسلأسود)>의 입장권판매는 2011년 여름 시즌까지 개봉했던 9편의 영화를 모두 합친 것을 능가한다.

또 다른 흥행작으로는 아크람과이드(اکرمغريد)감독의 <두 번째 이산화탄소(ساممأكسيدالكربون)>가 있는데 이 영화는 예술적인 가치는 부족할지 몰라도 현실을 도피하고 싶은 순수한 형태를 제공하는 영화란 점에서 시대적 진정성이 있다는 비평가들의 평을 받은 작품이다. 현재 안정되지 않고 있는 이집트 사회에서 국가문화적분위기는 현실도피를 선호한다는 점이 비평가들의 분석이다.

박스오피스 매출액은 2010년과 비교해서 2011년도에는 약 50%밖에 미치지 못한 2억 23,18만 6,889파운드를 기록했다. 매출액은 2011년도 1월 25일 이후 급격한 감소를 보였다. 낮은 관객율과 박스오피스를 끌 수 있는 배우의 부재로 과거에 아프리카, 중동지역에서 가장 큰 영화시장으로 통했던 이집트의 이미지에 타격을 입었다. 관객 수에 있어서도 2010년에는 약 2천만 명이었는데 2011년에 와서는 약 천만 명으로 집계되었다. 이러한 점은 이집트의 영화시장 침체기의 정점이었던 1996년 이후에 처음으로 나타나는 현상이었다.

이집트에서는 주도적으로 미국 영화를 배급하는 이집트 배급사 UMP가 갑자기 주목을 받았다. 이례적으로 할리우드가 지금까지 우세하였던 자국영화를 뒤집는 기회를 잡았기 때문이다. 지금까지 박스 오피스의 80%는 자국영화였고 나머지 20%가 외국영화가 차지했었던 점과 비교하면 대단한 성과라 여겨진다. 개봉된 할리우드 영화를 살펴보면 <캐리비안의 해적>, <해리 포터>, <트와일라잇>이 각각 1, 2, 3위를 차지했다.

할리우드 개봉영화들은 2011년도에 매출액이 거의 3분의 1정도가 하락했으나 자국영화가 많은 타격을 받은 것에 비하면 좋은 성적이라 볼 수 있다. 2011년에 자국 영화들의 제작부진으로 인하여 많은 영화관들은 할리우드 영화로 만족을 해야만 했다. 할리우드 영화들은 전례에 비추어 백만 파운드 이상의 수익을 얻지 못 할 것으로 예상했는데 뜻밖에 3백 파운드에서 4백 파운드의 수익을 얻었다. 할리우드 영화는 영화관 매출 증가에 중요한 영향을 끼쳤다. 데일리 뉴스 이집트(the Daily News Egypt)의 조셉파힘(جوسابفاهم)기자는 “새로운 세기에 처음으로 이집트 사람들은 표준 이하의 영화를 만드는 자국영화보다 외국의 블록버스터 영화를 선택했다” 라고 평가했다.

이집트는 서양보다 이슬람문화의 지배를 받았다. 하지만 이집트 영화시장이 현재 상황을 극복할 수 있는 대안을 찾지 못한다면 이집트 영화시장은 미국의 영화시장이 될 수도 있다. 과거부터 이집트 정부는 자국 영화에 대해서 5%의 세금을 부과하는 반면 할리우드 영화에는 20%의 높은 수준의 세금을 부과해왔다. 또한 할리우드 영화는 쿼터제도에 의해서 한 영화가 10개 이상의 영화관에서 상영이 금지되어 있었다. 이집트는 할리우드 영화들로부터 자국영화를 지키는데 힘을 써왔다. 하지만 지금의 이집트 영화시장을 바라볼 때 자국영화를 지킬 수 있는 힘이 현재 이집트 영화시장에 남아있는지, 할리우드의 위협을 받아넘길 수 있을지 의문이다.

(2) 영화 <이익>, 이집트 영화 최초로 디지털 상영 개봉

그 동안 이집트 극장에서는 외국 영화만이 디지털로 상영되어왔다. 그러나 2012년 5월에 개봉한 아함마드 알사카와 아함마드 아지 주연의 영화 <이익(المصلحة)>은 외국 영화만이 디지털로 상영될 수 있다는 상식을 깬 최초의 이집트영화이다. 이번 시도는 이집트 영화에 디지털 도입의 가능성을 보여주었으며, 이집트 내 디지털 영화 제작에 관한 관심을 불러일으키고 있다.

산드라 나샤앗 감독의 영화 <이익>은 하난 튀르키, 살라하 압둘라, 제이나, 아함마드 사이드나, 야스민 라이시가 공동 주연했다.

실화를 바탕으로 제작된 이 영화는 배우 사카가 보안부에서 마약단속반으로 부서를 옮기는 경찰 하무자역을 맡았다. 하무자는 잠복근무 중 시나이에서 살해당한 여동생 야히야의 복수를 하기 위해 마약단속반으로 온다. 영화 <이익>은 그 동안 잘 알려지지 않았던 세상에 존재하는 마약 조직의 신랄한 모습을 보여주는 작품이다.

(3) 이집트혁명에 관한 다큐멘터리 영화, 이탈리아 극장에서 상영

2012년 1월은 이집트에서 혁명이 일어난 지 1주년이 되는 달이다. 1월 25일 혁명으로 많은 변화가 이집트에 있었고 사람들은 혁명의 날을 기억하기를 원했다. 이번 1월 달력에 25일을 기념일 처럼 표시하는 사람들도 늘고 있다. 이집트에서는 이러한 인기에 부응하여 혁명과 관련된 영화들도

제작되었다. 이집트영화 마케팅회사가 발표한 바에 따르면, 이 중 다큐멘터리 영화 <자유(التحرير)>가 이탈리아 극장에서 상영되었다.

영화 마케팅회사에 따르면, 영화 감독 스테파노 사보나(ستيفانو سافونا)는 이집트 혁명 기간에 벌어지고 있는 사건들에 대해서 많은 관심을 보여 왔고, 호스니 무바라크 전 대통령의 통치 아래 피로 물든 억압된 현장을 다큐멘터리로 만들기 위해 노력했다. 스테파노 사보나 감독은 이 다큐멘터리 영화를 통해 민주주의 항쟁자의 저항과 승리를 생생히 표현하고자 노력하고 있다.

(4) 이집트 방송 서비스 현황

CIMA(Center for International Media Assistance) 2011년 보고서에 따르면, 2009년 이집트의 TV 보급률은 93%로 아랍 지역에서 가장 높으며, 위성 TV 보급률은 43%, 케이블TV 보급률은 0.2%를 기록했다.

이집트는 아랍 지역의 주요 미디어 허브로서 다수의 콘텐츠 제작자와 소비층을 보유하고 있으며, 이에 따라 위성이 지배적인 플랫폼인 대부분의 아랍 지역과 달리 지상파 TV가 보편적인 시청 플랫폼으로 자리 잡고 있다. 반면, 케이블TV 시장의 발전은 더딘 편으로, 불법 시청이 일반화되어 있다. AAG(Arab Advisors Group)가 2010년 6월 발표한 설문조사에서는 유료 TV에 가입한 응답자(총 1,321명 조사) 중 12.8%가 서비스를 이웃과 공유하고 있으며, 서비스를 공유하는 응답자 중 61.9%는 적어도 3개 가구 이상과 공유하고 있다고 밝혔다.

국영 방송인 ERTU(Egyptian Radio & TV Union)는 지상파 및 위성 방송을 송출하며, 지상파는 2개의 전국 방송(Channel 1, Channel 2)과 6개의 지역 방송(Channel 3, Channel 4, Channel 5, Channel 6, Channel 7, Channel 8) 등 총 8개의 채널을 운영한다. 채널 1은 이집트의 뉴스, 영화, 드라마 등 아랍어 방송을 방영하며 채널 2는 외국 엔터테인먼트, 드라마, 쇼 등을 방영한다.

CNE(Cable News Egypt)는 이집트의 유일한 케이블TV 사업자로 ERTU가 남아공의 멀티초이스(Multichoice)와 조인트벤처 형태로 설립하였으며, 2010년 말 기준 이집트 전체 가구의 0.2%만이 케이블TV를 시청하고 있다.

이집트는 1998년 4월 아랍지역 최초로 방송위성 나일샷101(Nilesat101)을 발사했으며, 2000년 8월 제2의 방송위성 나일샷102(Nilesat102)를 발사했다. 이들 위성은 아랍 지역 미디어 대국인 이집트 외에도 아랍 각국의 TV, 라디오 방송에 이용되고 있으며, 2011년 7월 기준 이집트의 위성 TV 채널수는 370개를 기록했다.

2010년 주요 채널에 대한 시청 점유율 조사 중, 일일 시청 점유율에서는 알 하야(Al Hayah)가 12.9%로 1위를 차지했고, 그 뒤를 이어 파노라마 드라마(Panorama Drama)가 6.7%, 로타나 시네마(Rotana Cinema)가 6.5%를 기록했다. 프라임 타임 시청 점유율의 경우에는 알 하야가 13.8%로 1위, 파노라마 드라마가 7.6%로 2위, 로타나 시네마가 6.9%로 3위를 기록했다.

2010년 시청률 Top 10 프로그램에 대한 조사에서는 알 하야 채널의 프로그램 8개가 10위권 안에 속해 독보적인 위치를 보였으며, 1위 프로그램은 게임 쇼인 'Leabet Al Hayah'였다. 장르별로는 연속극이 6개 프로그램으로 가장 많았으며, 그 밖에 게임 쇼 및 코미디 쇼와 같은 엔터테인먼트 프로그램이 2개, 영화 프로그램이 2개로 나타났다. 이들 상위 10개 프로그램의 제작국은 모두 이집트로, 이집트 현지 프로그램에 대한 강한 선호도를 보여준다.

이집트는 중동 지역 내에서 TV 보급률이 가장 높을 뿐 아니라, 향후 경제성장과 소득 수준 향상이 예상되어 케이블TV와 위성 TV 등의 유료 TV 보급률이 상승할 것으로 전망된다.

(5) 이집트 게임시장 현황

중동의 시장조사 업체가 조사한 바에 따르면, 응답자 1,321명 중에서 39.7%에 해당하는 524명이 온라인게임을 즐긴다고 응답한 것으로 나타났다. 이것은 이집트 인터넷 이용자 5명 중 2명꼴로 온라인게임을 즐기는 것으로, 이 같은 수치는 이집트에서 온라인게임이 상당히 인기를 얻고 있다는 증거를 보여준다.

성별에 따라 살펴보면, 절반 이상의 여성들(50.4%)이 온라인게임을 즐긴다고 응답해 남성보다 여성의 게임 선호 비율이 더 높은 것으로 나타났다. 연령별로는 18세 미만에서 온라인게임 이용 비율이 가장 높고, 나이가 들어갈수록 줄어드는 것으로 나타났다. 다만 65세 이상에서 게임 이용 비율이 높아지는 추세다.

온라인게임 이용자들을 대상으로 결제 여부를 물어본 결과에서는 87%에 해당하는 이용자들이 무료로 게임을 즐긴다고 답했다. 단지 13%의 이용자들만이 결제를 한다고 답했는데, 4.6%는 정액제 방식으로 지불하며 4.4%는 게임 내 아이템이나 업그레이드와 같은 부분 유료화 결제를 하는 것으로 나타났으며 4.0%는 정액제와 부분 유료화를 모두 이용하는 것으로 나타났다.

성별과 나이에 따른 결제 이용자들의 비율을 보면, 남성이 여성보다 유료 결제를 하는 비율이 높고 18~24세 나이대의 결제 비율이 가장 높은 것으로 나타났다.

(6) 이집트 브로드밴드시장 현황

이집트 정보통신부(Ministry of Communications and Information Technology, MCIT)의 통계에 따르면 2010년 12월 이집트의 인터넷 이용자는 모두 2,300만 명이며 매년 꾸준히 증가하고 있다. 또한, ITU에 의하면, 이집트의 2010년 브로드밴드 보급률은 1.82%로 매우 낮은 수치지만, 이 역시 꾸준히 증가하는 추세에 있다.

이집트 정보통신부(MCIT)의 통계에 따르면 2011년 8월 이집트의 브로드밴드 이용자 점유율은 전체 인터넷 이용자 중 87%로, 인터넷 기술별 점유율을 살펴보면 DSL 방식이 전체의 38%인

반면, 모바일 인터넷 방식과 USB 모뎀 방식이 37%를 차지하고 있었으며, ISDN과 다이얼업 방식 이용자도 13%로 나타났다.

다이얼업 방식 이용자는 계속해서 감소하는 반면, 모바일과 USB 모뎀 이용자가 꾸준히 늘고 있으며, DSL 방식보다 인기가 많은 편이다. ITU에 의하면 이집트의 유선 브로드밴드 가격이 낮은 편임에도 불구하고 최근에는 USB 모뎀 방식이 인기를 얻으며 가입자 수 역시 2009년 43만 명에서 2010년 거의 두 배인 131만 명으로 늘어났다.

유선 브로드밴드 시장에서는 2009년 12월 텔레콤 이집트(Telecom Egypt)가 처음으로 FTTH를 출시했으나, 제공지역이 카이로(Cairo)와 알렉산드리아(Alexsandria)의 일부지역에 한정되어 있어 아직까지는 ADSL이 거의 유일한 접속방식이다. 2010년 12월 기준, ADSL 가입자의 57%가 다운로드 속도 최고 512Mbps 패키지(월 16달러)에 가입해 있으나 나머지는 여전히 이에 훨씬 못 미치는 속도를 제공받고 있는 것으로 나타났다.

2011년 모바일 브로드밴드에 대한 수요가 확대되고 젊은 층의 인터넷 이용률도 늘고 있어 향후 ADSL 기반의 시장에서 모바일 브로드밴드 중심으로 시장이 옮겨갈 것으로 보이며, 가입자도 점진적으로 확산될 전망이다. 2011년 8월부터 시작된 이집트샷의 위성 브로드밴드 서비스로 인해 고속 인터넷 서비스가 보급되지 않은 지역에서 많은 수요가 있을 것으로 예상되며, 인터넷 속도가 증가하면서 브로드밴드 관련 사업 및 인터넷을 필요로 하는 사업의 증가 및 확장이 기대된다.

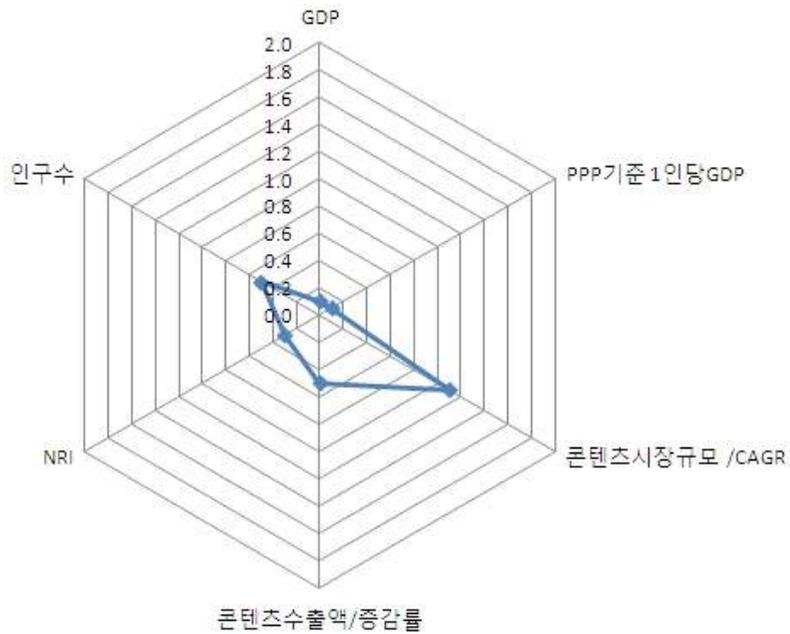
또한 이집트 반정부 혁명 기간 중 페이스북과 트위터를 통해 전 세계에 이집트의 현황을 알리고 공유하며 세력을 결집했던 경험을 바탕으로, SNS가 새로운 소통과 연대 수단으로 적극적으로 활용되면서 인터넷 이용이 더욱 활성화 될 것으로 기대된다.

6. 진출시장 분류 및 시사점

(1) 진출시장 분류결과

이집트는 진출시장 분류 평가에서 총점 2.6점으로 사우디아라비아, 아랍에미리트, 남아프리카공화국, 이란 등과 함께 분류된다. 이집트는 인구수는 약 8,400만 명으로 중동·아프리카 최대의 인구 보유국이지만 인구수에 비해 시장규모가 작고 1인당 GDP도 3천 달러로 매우 낮은 수준이다. 중동·아프리카는 콘텐츠시장이 발전 초기 단계로 시장 규모는 작은 편이나 빠른 성장이 기대되는 지역이며 이집트 역시 해마다 두 자릿수의 빠른 성장이 전망된다.

[그림 VII-14] 이집트 시장 평가 모형



항목	GDP	PPP기준 1인당 GDP	콘텐츠시장규모 /CAGR	콘텐츠수출액 /증감률	NRI	인구수	합계
점수	0.1	0.1	1.1	0.5	0.3	0.5	2.6

구분		연도					2007-2011 CAGR(%)
		2007	2008	2009	2010	2011	
콘텐츠 소비환경 지수	인구수 (천 명)	76,942	78,323	79,716	81,121	82,537	1.77
	GDP (십억 달러)	130.3	162.4	188.6	218.5	235.7	15.96
	구매력평가(PPP) 기준 1인당 GDP (달러)	1,771.0	2,160.0	2,452.6	2,775.9	2,931.8	13.43
시장경쟁력 평가지수	콘텐츠시장 규모 (백만 달러)	1,100	1,300	1,400	1,600	2,300	20.25
	콘텐츠산업 국가별 수출액 현황 (천 달러)	424	355	-	707	1,051	25.48
	NRI 지수	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2007-2011 CAGR(%)
3.74		3.76	3.67	3.76	3.77	0.20	

(2) 진출전략 및 유망분야

한국 드라마와 예능 프로그램, K-pop 등이 이미 이집트에 진출하여 큰 인기를 누리고 있기는 하나 한류 시장이 아직은 사업화로 이어질 만큼 성숙한 단계는 아니다.

한국의 대표 드라마들이 이집트뿐만 아니라 아랍 전역에 방송되어 큰 인기를 누렸으며 2008년에는 이집트 한류 위성방송 ‘코리아 TV Nile sat’이 개국하여 한국 드라마 및 예능/음악 프로그램을 방영 중이다. 동남아시아 등 아시아권에서 현지 대중문화 속으로 파고든 K-pop이 중동까지 세를 확장하고 있으며 유튜브, 페이스북 등 인터넷을 통해 신세대주축의 K-pop 팬덤도 형성되었다. 중동 지역 내에서 유명 한국 가수들의 인터넷 팬클럽의 활동은 이집트에서 가장 활발하다. 2011년 6월 카이로에서 개최된 제 1회 ‘K-pop 경연대회’에 30개 이상의 팀이 참가하여 K-pop에 대한 관심을 확인할 수 있었으나 한국어학과 학생 등 소수층에 국한되어 있다.

한국 드라마의 인기와 더불어 한국 영화에 대한 관심도 증가하고 있다. 2006년에는 ‘형사’가 한국영화 최초로 이집트에서 개봉되었으며 카이로 국제영화제에서도 한국 영화와 배우들이 수상하는 등 성과를 거두고 있으나 아직 인지도 자체는 낮은 편이다.

‘K-pop 경연대회’나 ‘한국어 말하기 대회’ 등에서 한국 상품이나 캐릭터, 애니메이션 등 한국 콘텐츠와 제품을 알리는 부대 행사가 함께 진행된다면 시너지효과를 기대해 볼 수 있으며 현지 주요 방송사들과 연계한 프로그램 및 행사 개최로 한국 문화의 노출 기회를 확대할 필요가 있다.

2012 해외콘텐츠시장 동향조사-하반기 5권

집필진

한국콘텐츠진흥원

감수 노준석(통계정보팀 팀장)

책임집필 김영수(통계정보팀 선임연구원), 신항우(엔터테인먼트아시아네트워크 대표)

연구지원 김상희(통계정보팀 연구원), 하태현(보조연구원)

외부조사기관

신항우(엔터테인먼트아시아네트워크 대표), 최정원(엔터테인먼트아시아네트워크 팀장)

박현정(엔터테인먼트아시아네트워크 팀장)

발행인 홍상표

발행일 2012년 12월 31일

발행처 한국콘텐츠진흥원

서울시 마포구 상암동 월드컵북로 400 문화콘텐츠센터 12층

ISBN: 978-89-6514-235-5 94600

가격 : 비매품

본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(<http://www.kocca.kr>)의 <콘텐츠지식/해외산업동향/해외심층정보>에 게재되는 보고서로 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀 주시기 바랍니다.

(문의) 통계정보팀 김영수 (02-3153-3018/splyskim@kocca.kr)

통계정보팀 김상희 (02-3153-3023/shkim@kocca.kr)