



No. 2022-89

품목 커피 원두(Coffee bean)

HS CODE 0901.21.0000

국가 아랍에미리트(UAE)



CONTENTS

I

시장 현황 및 전망

3

1. 시장 규모
2. 수출입 통계

II

트렌드

11

1. 소비 트렌드

III

유통

16

1. 유통구조
2. 주요 유통채널 분석

IV

바이어 인터뷰

29

1. 바이어 인터뷰

V

시사점

34

1. 수출 확대 방안

I

시장 현황 및 전망



01 시장 규모

아랍에미리트 커피 시장 규모

2021년 아랍에미리트 커피 시장 규모는 소매 판매액 기준 전년 대비 2.5% 증가한 9억 3,120만 디르함(한화 약 3,225억 원)을 기록함. 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 8.6%를 기록함

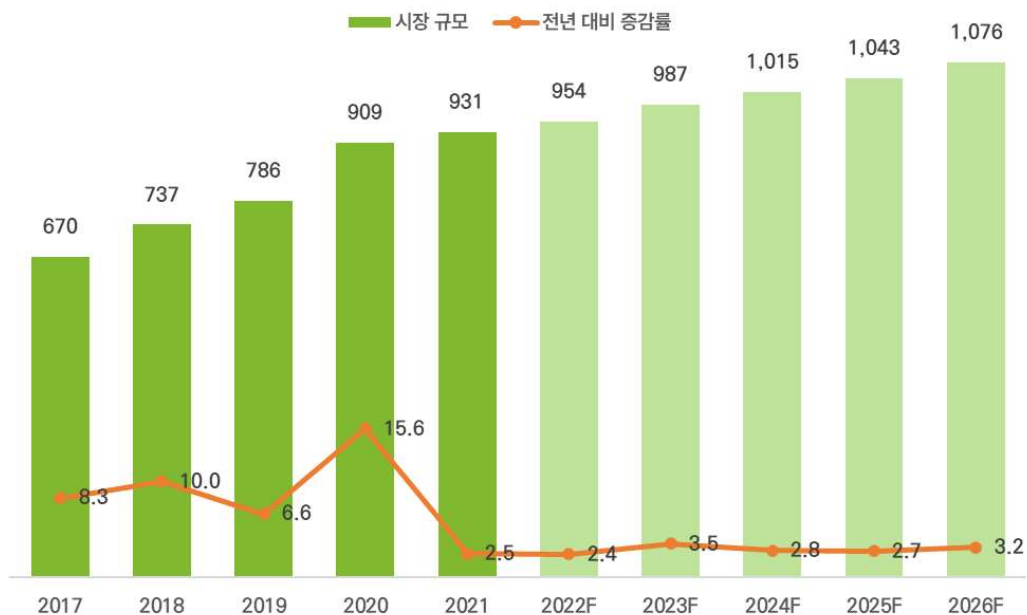
향후 5년간(2022-2026년) 시장 규모는 연평균 성장률 3.1%를 기록하며 지속 성장하여 2026년에는 10억 7,600만 디르함(약 3,762억 원)에 달할 것으로 전망됨



그림 1

아랍에미리트 커피 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 백만 디르함, %)



자료: Euromonitor International

아랍에미리트 커피는 크게 프레스시 커피(Fresh Coffee)¹⁾, 인스턴트 커피(Instant Coffee)²⁾로 분류할 수 있음

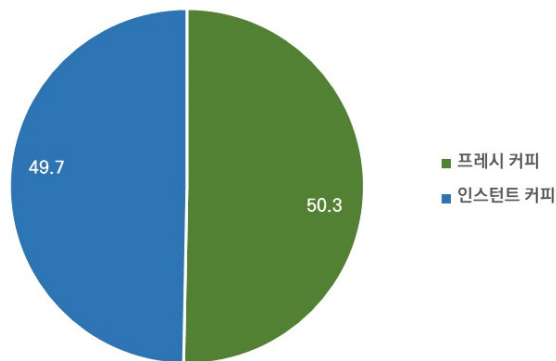
- 2022년 기준, 아랍에미리트 커피 시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 커피 유형은 프레스시 커피로 전체 시장의 50.3%를 차지함
- 인스턴트 커피는 전체 시장의 49.7%를 차지함
- 프레스시 커피의 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 10.4%로 인스턴트 커피(7.0%) 대비 빠르게 성장함



그림 2

아랍에미리트 커피 시장 세부 유형별 점유율 현황(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International



표 1

아랍에미리트 커피 시장 세부 유형별 시장 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 백만 디르함, %)

유형	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
프레스시 커피	3.9	351	383	438	459	10.4
인스턴트 커피	361	387	403	471	473	7.0
전체	670	737	786	909	931	8.6

자료: Euromonitor International

1) 갓 볶은 원두(Fresh Coffee Beans)와 원두를 분쇄하여 만든 커피(Fresh Ground Coffee)를 포함함

2) 향미가 첨가된 동결 건조 알갱이, 분말, 일반 또는 디카페인, 표준 또는 인스턴트 커피 믹스를 포함한 모든 유형의 인스턴트 커피

아랍에미리트 커피 원두 시장 규모

지원 기업의 품목은 커피 원두³⁾에 속하므로, 해당 시장의 시장 규모를 조사함

2021년 아랍에미리트 커피 원두 시장 규모는 소매 판매액 기준 전년 대비 3.8% 증가한 3,030만 디르함(약 106억 원)을 기록함. 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 7.8%를 기록함

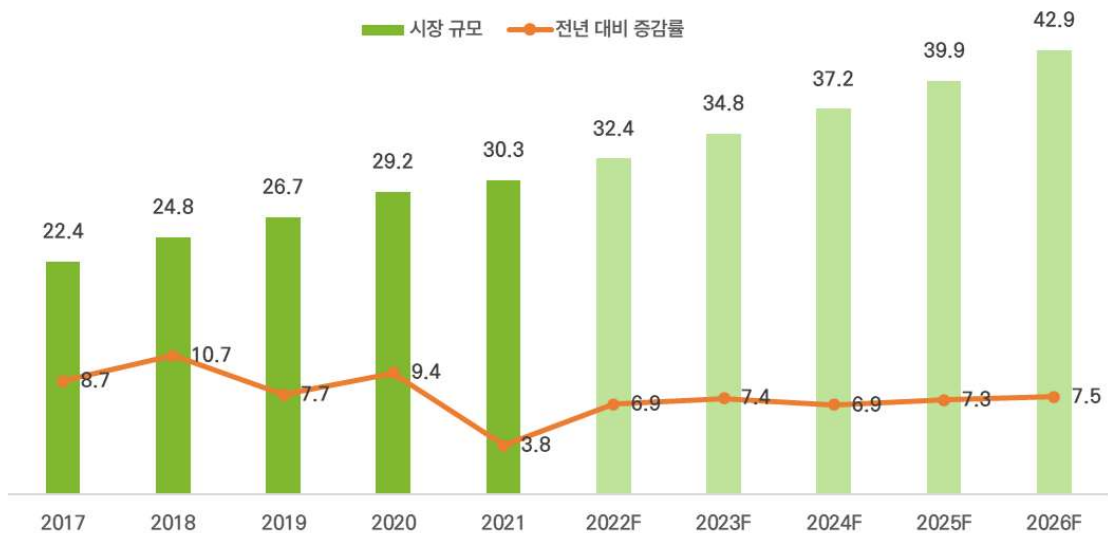
향후 5년간(2022-2026년) 시장 규모는 연평균 성장률 7.3%를 기록하며 지속 성장하여 2026년에는 4,290만 디르함(약 150억 원)에 달할 것으로 전망됨



그림 3

아랍에미리트 커피 원두 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 백만 디르함, %)



자료: Euromonitor International

3) 포장되어 판매 되는 모든 유형의 프레스 커피 원두를 포함함

02 수출입 통계

조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 0901

- 커피(볶았는지, 카페인을 제거했는지에 상관없다), 커피의 껍데기와 껍질, 커피를 함유한 커피 대용물(커피의 포함비율은 상관없다)

HS CODE 0901.21

- 카페인을 제거하지 않은 것

HS CODE 0901.21.0000

- 카페인을 제거하지 않은 것

국가별 HS CODE

- 글로벌: 0901.21
- 아랍에미리트: 0901.21
- 한국: 0901.21.0000

글로벌 커피 원두 수입 규모

2021년 글로벌 커피 원두(HS CODE 0901.21) 수입 규모는 127억 4,541만 2,000달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 5.0% 증가함

- 2021년 프랑스는 22억 3,660만 1,000달러를 수입하여 전체 수입 규모의 약 17.5%를 차지함
- 이어서 미국(11.7%), 독일(6.5%), 네덜란드(5.5%), 캐나다(4.8%) 순으로 높은 비중을 차지하였으며, 아랍에미리트는 30위 수입국으로 전체 수입 규모의 약 0.7%를 차지함



표 2 글로벌 커피 원두 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

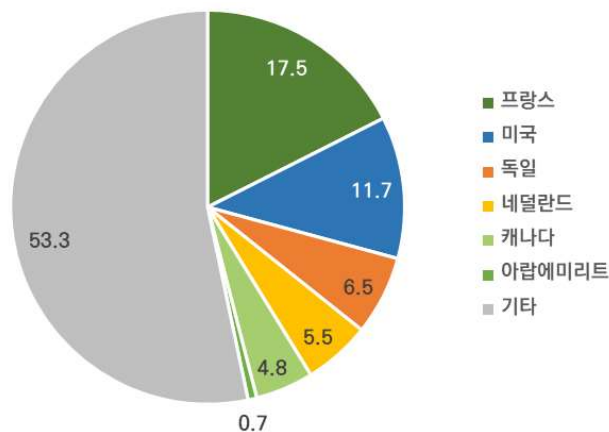
국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	10,500,768	10,496,838	10,557,056	11,166,560	12,745,412	5.0
1 프랑스	1,977,919	2,040,158	1,991,656	2,074,244	2,236,601	3.1
2 미국	949,543	876,348	1,011,581	1,053,779	1,485,707	11.8
3 독일	586,796	612,766	638,484	754,337	829,441	9.0
4 네덜란드	612,940	665,683	604,674	649,618	702,251	3.5
5 캐나다	540,337	530,598	538,723	555,301	607,010	3.0
30 아랍에미리트	54,284	57,886	57,959	69,092	91,027	13.8
기타	5,778,949	5,713,399	5,713,979	6,010,189	6,793,375	4.1

자료: ITC World Trademap



그림 4 글로벌 커피 원두 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

아랍에미리트 커피 원두 수입 규모

2021년 아랍에미리트의 커피 원두(HS CODE 0901.21) 국가별 수입 규모는 對네덜란드 수입액이 2,442만 달러로 전체 수입 규모의 26.8%를 차지함

- 이어서 스위스(22.8%), 이탈리아(15.7%), 영국(10.4%), 말레이시아(4.1%) 순으로 높게 나타남

2021년 對한국 수입 규모는 2,000달러를 기록하였으며, 전체 수입국 중 76위를 기록함



표 3

아랍에미리트 커피 원두 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	54,284	57,886	57,959	69,092	91,027	13.8
1 네덜란드	12,915	6,514	5,134	9,592	24,420	17.3
2 스위스	13,459	14,995	15,035	19,300	20,724	11.4
3 이탈리아	12,207	12,505	12,666	12,841	14,253	3.9
4 영국	3,161	5,270	5,625	8,638	9,502	31.7
5 말레이시아	3,479	5,331	6,496	4,640	3,749	1.9
76 한국	1	3	-	27	2	18.9
기타	9,062	13,268	13,003	14,054	18,377	19.3

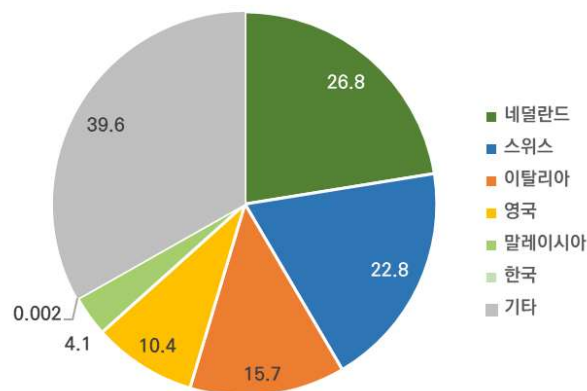
자료: ITC World Trademap



그림 5

아랍에미리트 커피 원두 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

한국 커피 원두 수출 규모

2021년 한국의 커피 원두(HS CODE 0901.21.0000) 수출 규모는 344만 7,000달러, 수출량은 609톤을 기록함

- 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 수출액의 경우 6.6%, 수출량은 23.1%를 기록함

2021년 한국의 對아랍에미리트 커피 원두 수출 규모는 1,500달러, 수출량은 0.1톤을 기록함



표 4

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

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
對 글로벌	수출액 (YoY)	2,673	4,021	2,931	2,639	3,447	6.6
		10.1	50.4	-27.1	-10.0	30.6	-
	수출량 (YoY)	265	255	408	448	609	23.1
		11.1	-3.7	60.0	9.7	36.1	-
對 아랍 에미리트	수출액 (YoY)	0.0	2.8	0.0	19.3	1.5	-
		-100.0	-	-100.0	-	-92.2	-
	수출량 (YoY)	0.0	0.1	0.0	0.2	0.1	-
		-100.0	-	-100.0	-	-50.0	-

자료: 농식품수출정보(KATI)

II

트렌드



01 소비 트렌드

커피 소비 트렌드

아랍에미리트 내 커피 전문점이 다수 오픈하면서 소비자들이 다양한 원두, 기법으로 만든 커피를 경험하게 됨. 이를 토대로 소비자의 기호가 세분화, 다양화되는 추세임

- 이에 따라 다양한 기호를 충족할 수 있는 스페셜티 커피가 인기를 얻고 있음. 일부 커피 매장들은 소매용 커피를 출시하여 판매채널을 확장하기도 함

커피 전문점 및 카페에서는 브랜드의 시그니처 커피를 선보이거나, 해외 유명 로스팅 회사의 원두를 수입해 소비자에게 다양한 커피 경험을 제공하고자 함

- 두바이 Night Jar 카페에는 시그니처 커피 및 스페셜 에디션 커피의 원두, 드립백 커피 등 다양한 제품을 판매 중임

가정에서도 커피 전문점의 커피 맛을 즐기고 싶어 하는 소비자가 늘어나고 있음

- 최근 아랍에미리트 소비자들 사이에서 핸드 드립으로 커피를 추출하여 마시는 방식이 확산되고 있음. 커피 전문점 및 카페에서 다양한 종류의 핸드 드립 관련 용품을 판매하고 있으며, 핸드 드립을 위한 프리미엄 원두 또한 대중화되고 있음
- 두바이에 본사를 두고 있는 Raw Coffee Company에서는 남미, 아프리카 등 다양한 산지의 원두를 직접 로스팅하여 판매 중임

커피 머신용 캡슐 커피 소비 또한 증가하고 있음

- 커피 머신 제조사뿐만 아니라 일부 커피 브랜드에서도 캡슐 커피를 출시하여 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓을 통해 판매하고 있음



그림 6

Night Jar 카페에서 판매 중인 커피 원두 제품



자료: Night Jar 홈페이지

아랍에미리트 프레스시 커피 시장의 기업별 시장점유율을 살펴보면, Nestle Middle East FZE가 2022년 기준 전체 시장의 26.3%를 차지하며 시장점유율 1위를 차지함

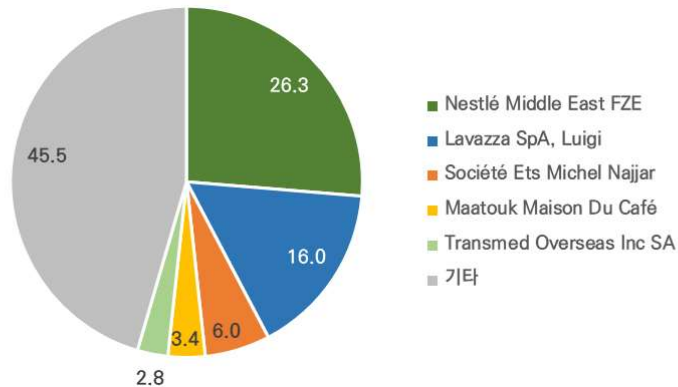
- 이어서 Lavazza Spa, Luigi가 16.0%, Societe Ets Michel Najjar가 6.0%, Maatouk Maison Du Cafe가 3.4%, Transmed Oversea Inc SA가 2.8%를 기록함



그림 7

아랍에미리트 프레스시 커피 기업별 시장점유율(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

아랍에미리트 프레스시 커피 시장의 브랜드별 시장점유율을 살펴보면, Lavazza Spa, Luigi사의 Lavazza가 전체 시장의 16.0%를 차지하며 시장점유율 1위를 차지함

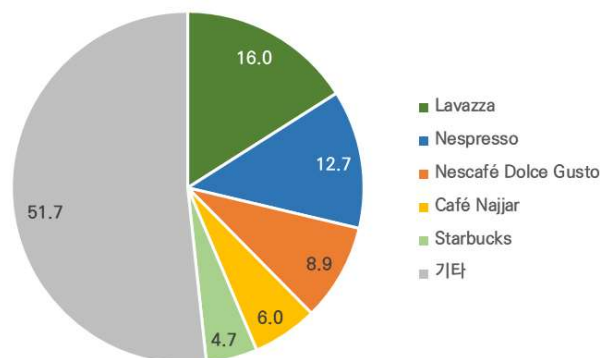
- Nestle Middle East FZE사의 Nespresso(12.7%)와 Nescafe Dolce Gusto(8.9%)가 각각 2, 3위를 차지함
- 이어서 Societe Ets Michel Najjar사의 Cafe Najjar가 6.0%, Nestle Middle East FZE사의 Starbucks가 4.7%를 차지함



그림 8

아랍에미리트 프레스시 커피 브랜드별 시장점유율(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

빅데이터 분석

1. 개요

UAE 내 웹트래픽 수가 높은 아마존에서 커피원두에 대한 분석을 진행함

- 분석의 단계는 데이터 수집, 데이터 정제, 데이터 분석 순임
- 수집 항목은 제품 소개란(성분, 홍보 문구), 소비자 반응(리뷰)이며 총 수집 건수는 제품 178건, 소비자 반응 5,106건임

2. 제품 특성 주요 키워드 추출

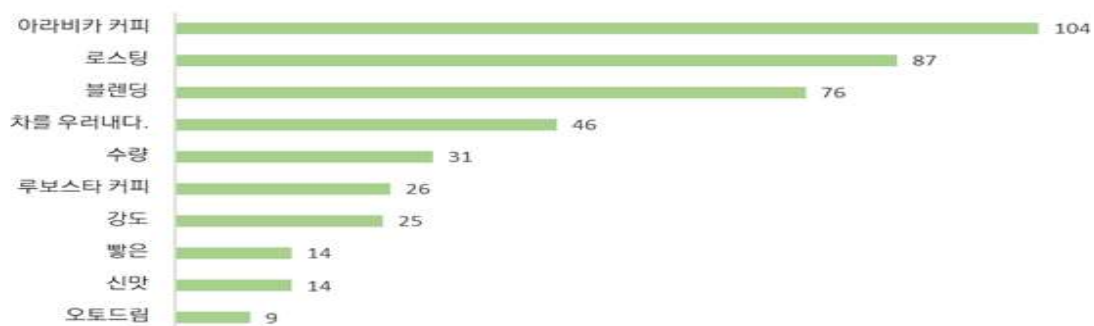
커피드립백 제품 소개 출현 단어빈도는 '아라비카산' 104건, '로스팅' 87건, '블렌딩' 76건 등이 출현함. 그 뒤로 '우려낸차', '수량', '루보스타 커피', '강도', '신맛', '뽕은', '오토드림' 이 출현함

UAE 내 아마존 쇼핑몰에서 원두커피 검색 시 원두로써 가장 많이 쓰이는 아라비카 원두와, 루보스타 원두를 많이 찾을 수 있으며, 커피의 맛에 관련된 단어도 출현함

 표 5 제품 특성 출현 단어 빈도

순위	출현 단어	출현 빈도
1	아라비카 커피	104
2	로스팅	87
3	블렌딩	76
4	차를 우려내다.	46
5	수량	31
6	루보스타 커피	26
7	강도	25
8	신맛	14
9	뽕은	14
10	오토드림	9

 그림 9 제품 특성 출현단어 빈도



3. 동시출현단어 분석

연관단어 출현 빈도는 아래 표와 같으며 커피원두 제품 소개 시 가장 높게 나타난 키워드는 아라비카 원두임. 그 뒤로는 로스팅, 특산품, 기술, 제조, 원두타입, 대량구매, 블렌딩, 커피머신, 오토드림이 도출됨. 원두를 추출 할 수 있는 기술 및 제품 관련된 단어가 빈번하게 출현하였음



표 6

제품 특성 연관단어 출현빈도

순위	연관단어	빈도
1	아라비카 원두	37
2	로스팅	31
3	특산품	27
4	우려내는 기술	24
5	제조	19
6	원두 타입	14
7	원두, 대량	13
8	블렌딩	10
9	커피머신	9

4. 리뷰 출현 단어 분석

커피원두 제품을 구매한 소비자들의 리뷰에선 원두보다는 커피머신의 언급이 가장 높았음. 원두의 상태, 원두 추출 방법, 커피머신의 주변기기가 도출됨. 커피를 카페에서 사서 먹지 않고 집에서 직접 추출하여 섭취하는 소비자가 많이 늘었음을 알 수 있음



표 7

소비자 반응 연관단어 키워드 빈도

순위	연관단어	빈도
1	커피 머신	84
2	원두 원산지	51
3	원두의 질	47
4	로스팅 정도	47
5	가격	27
6	아침	25
7	원두 가는 기구	15
8	포터필터	6

III

유통



01

유통구조

아랍에미리트 커피 유통구조

지원 기업 품목 커피 원두의 상위 카테고리인 커피의 유통채널을 분석함

아랍에미리트에서 커피는 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 소형 식료품점, 식음료·담배 전문점, 온라인 쇼핑몰 등을 통해 유통되고 있음

아랍에미리트에서 커피는 주로 하이퍼마켓을 통해 유통되고 있음. 2021년 기준, 하이퍼마켓의 유통 비중은 전체 유통채널의 40.6%를 차지함

- 이어서 슈퍼마켓(31.1%), 소형 식료품점(16.0%), 온라인 쇼핑몰(7.1%), 편의점(2.0%), 식음료·담배 전문점(1.0%) 순임
- 2021년 하이퍼마켓의 유통 비중은 2017년 대비 2.6%p 감소함
- 타 유통채널의 비중은 2017년 대비 비중이 모두 소폭 감소했으나, 온라인 쇼핑몰의 점유율은 6.8%p 상승함



표 8

아랍에미리트 커피 유통경로별 점유율

(단위: %)

유통채널	2017년	2021년	2017년 대비 증감률
하이퍼마켓	43.2	40.6	-2.6
슈퍼마켓	34.0	31.1	-2.9
소형 식료품점	18.6	16.0	-2.6
온라인 쇼핑몰	0.3	7.1	6.8
편의점	2.7	2.0	-0.7
식음료·담배 전문점	1.2	1.0	-0.2
총계	100	100	-

자료: Euromonitor International

02 주요 유통채널 분석

아랍에미리트 커피 유통채널

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

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

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

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

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

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



그림 10

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

(단위: 백만 달러)



자료: Euromonitor International

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

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

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

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

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

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

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

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

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



표 9

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

(단위: %, 개)

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

자료: Euromonitor International

주요 오프라인/온라인 유통업체: (1) 슈퍼마켓/하이퍼마켓

1. Carrefour

		개요 및 주요 이슈	- 1995년 아랍에미리트에 진출한 대표 식료품 유통업체 - 2021년 마켓플레이스의 도입과 함께 117개의 배송센터 운영을 시작하여 온라인 사업 확대 - 50만 개 이상의 식품 및 비식품 상품을 판매 중임. 까르푸 매장의 약 80%는 지역 상품들이며 지역 제조업자, 공급자 및 지역경제 활성화에 중점을 두고 운영하고 있음 - 현지 대형 유통매장 중 한국 식품 종류가 가장 다양하며, 인스턴트 라면류, 김치 및 김치 관련 스낵류, 소스류 등을 판매하고 있음
유통업체명	CARREFOUR HYPERMARKET UAE		
연락처	+971-42093377	본사 소재지	43 27th St, Port Saeed - Dubai
홈페이지	www.carrefouruae.com	매출액 및 종업원 수	약 2억 5,387만 달러 (약 1,300명)
입점 절차			
1) 홈페이지를 통한 직접 등록 - 온라인 폼 작성 및 등록 (www.carrefouruae.com/contact-us) - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 담당 바이어 전달 및 회신			
2) 특이사항 - 소요시간: 약 30일 - 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 - 별도 이메일을 통한 접수는 불가			

2. Lulu Hypermarket

		개요 및 주요 이슈	- 2000년 설립되었으며, 루루그룹인터내셔널 (LuLu Group International)이 소유한 하이퍼마켓 체인 - 약 22개국에 대형 슈퍼마켓을 보유, GCC국가 내 매장 210개 및 23개 쇼핑몰 운영 중 - 사우디아라비아 제다 지역에 사우디 여성 800명을 고용하여 여자의 경제적 참여를 독려함과 동시에, 여성 직원들만 있는 매장을 오픈하여 보수적인 사우디 여성들의 편안한 식품 쇼핑을 도와주고 있음 - 약 10만 개의 품목을 취급하고 있으며, 한국산 스낵용 김, 인스턴트 라면류, 김치, 만두 등을 판매 중
유통업체명	LULU HYPERMARKET (L.L.C.)		본사 소재지
연락처	+971-800-732-32		
홈페이지	www.luluhypermarket.com		
		매출액 및 종업원 수 입점 절차	Y-Tower Building, Al Nahyan Camp - Abu Dhabi 약 9,704만 달러 / 글로벌 총매출액은 106억 4,000만 달러(약 850명)
1) 이메일을 통한 직접 문의 - 사업제안서와 연락처 정보를 포함하여 자유 형식으로 신청서 작성 후 제품 담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등)			
2) 문의사항 연락처 - 담당자: Mr. Jayan(Purchase Manager) - 이메일: jayands@ae.lulumea.com			

3. West Zone

		개요 및 주요 이슈	- 2005년 설립되었으며, 아랍에미리트 내 150개 점포 보유 - West Zone, Yash, Praise, La Filipina, Pinoy, Nine 6개의 자체 브랜드를 보유하고 있음 - 신선도, 품질, 편의성에 중점을 둔 슈퍼마켓으로 지역 고객의 요구사항을 바탕으로 서비스를 제공하고자 함 - 월간, 국가기념일, 라마단, New Year 등 다양한 할인 행사 진행 - 2019년 1월, 경쟁사인 Giant Group의 Safestway를 인수함
유통업체명	WEST ZONE FRESH SUPER MARKET (L.L.C)		
연락처	+971-04-338-2727		
홈페이지	www.westzonefresh.com	본사 소재지 매출액 및 종업원 수	Culligan Water Co. Industrial Area Al Quoz- 2, DUBAI 약 3,268만 달러 / 약 1,000명
입점 절차			
1) 회사소개서 및 카탈로그를 수입 담당자 이메일 또는 공개 메일로 송부 - 홈페이지 하단 메뉴 VENDOR & SUPPLIER 클릭하여 온라인 폼 작성 및 등록 - 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 연락처, 이메일 주소, 회사명, 사업자등록증, 기업 종류, 입점 희망하는 제품, 현재 유통채널			
2) 입점 관련 담당자 정보 - 담당자: Mr. Shanu - 직책: Import Manger - 이메일: inventory@westzonefresh.com - 공개 메일: info@westzonefresh.com			
3) 벤더 리스트(식음료 브로커) - 벤더명: Bagason Group(식음료 브로커) - 홈페이지: bagason.com - 전화번호: +971-4-3394496 / 이메일: info@bagason.com - 기업소개: 웨스트 존 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동 지원			

4. Spinneys

		개요 및 주요 이슈	- 1961년에 설립되었으며, 아랍에미리트 회사인 Albwardy Investment가 100% 지분 소유 - 영국계 대형 유통업체로 아랍에미리트 내 51개(슈퍼마켓 30개, 편의점 21개) 점포 운영 - 고품질 및 유기농 제품 판매 비중이 높음 - 유럽산(영국산) 제품, 자체 브랜드(PB) 상품 등 프리미엄 제품군을 많이 보유하고 있으며 가격대가 상대적으로 높아 주 고객층이 고소득층인 미주 유럽계임 - 스피니스 자체 브랜드 제품을 2019년 7월부터 아랍에미리트 아마존 내에서 판매하기 시작함
유통업체명	SPINNEYS EGYPT		
연락처	+971-4-274-3333		
홈페이지	www.spinneys.com	본사 소재지 매출액 및 종업원 수 입점 절차	Meydan polo residence, Nad Al Sheba 1 - Dubai 약 7억 2,000만 달러 / 약 1,920명

1) 구매부와의 연락을 통한 등록

- 등록 시 필요한 일반적 정보
 - ① 공급자 정보
(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소)
 - ② 공급 제품 정보
(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)
 - ③ 참고자료
(회사소개서, 카탈로그 등)

2) 로컬 에이전트를 통한 등록

3) 구매부 연락 정보

- 연락처: +971-4-2743332

4) 벤더 리스트(식음료 브로커)

- 벤더명: Food Emporium
- 홈페이지: foodemporiumuae.com
- 전화번호: +971-4-8851111
- 기업 소개: 스피니스를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동 지원

주요 오프라인/온라인 유통업체: (2) 한인마트

1. Family K 마트

		개요 및 주요 이슈	- 2015년 K-Food & Asian Foodstuff import & Marketing으로 설립 - 2016년 Oud Metha에 첫 번째 지점을 오픈하면서 두바이 최고 한국 식료품 마트 중 하나로 성장 - 현재는 두바이 Al Barsha 1의 Al Khoory 빌딩 1층에 슈퍼마켓이 위치하고 있음
유통업체명	K-Food & Asian Foodstuff Import & Marketing		매장 위치
연락처	+971-4-397-0111	홈페이지	www.familyk.ae

온라인상 커피 판매 현황



lets be coffee 175g

AED 3.50 inc. VAT



ACE SNACK + MAXIM CO...

AED 9.00 inc. VAT



Maxim White-gold Coff...

AED 18.25 inc. VAT



2. 1004 Gourmet

	개요 및 주요 이슈	- 2008년 The Onyx Tower 1에 위치한 한국 음식 전문의 작은 식료품점에서 시작 - 매장은 2개로 각각 Onyx tower와 Nakheel Mall에 위치함 - 약 4만 5,000명의 가입 회원이 있는 온라인 쇼핑몰(1004gourmet.com)을 운영 중이며, 건설 현장에서 식자재 납품하는 도매 사업, 호텔 및 고급 식당 식자재 납품 사업을 운영 중 - 까르푸와 롤루 대형마트에 판매되는 한국 식품의 60~70%를 공급함 - 배달앱인 탈라밋(talabat)을 통해 식료품 배달 서비스를 제공 중	
유통업체명	1004 Gourmet (1004 GOURMET GENERAL TRADING L.L.C)	매장 위치	The Onyx Tower 1, P2 #R04-2 The Greens, Dubai, UAE
연락처	+971-4-882-9882	홈페이지	www.1004gourmet.com

온라인상 커피 판매 현황

 Sweet Americano 230g AED 12.00 - 1 + 	 Black Americano 230g AED 12.00 - 1 + 	 Maxim Mocha Gold Coffee Mix AED 90.00 - 1 + 	 KANU Dark Roast Sweet Americano 9g AED 18.00 - 1 + 
--	--	--	--

주요 오프라인/온라인 유통업체: (3) 온라인 쇼핑몰

1. Amazon UAE

		개요 및 주요 이슈	- 중동 최대의 오픈마켓 - 서비스 국가는 UAE, 사우디, 이집트 등임 - 영국, 미국, 중국 등으로부터 물품 구입이 가능함 - 2005년 Souq.com 설립 후 2017년 아마존이 5.8억 달러에 인수함 - 취급 품목은 의류, 가전제품, 도서, 생활용품, 화장품, 식품 등 다양함
유통업체명	Amazon UAE	본사 소재지	Aurora Tower, Office 1901, Dubai
연락처	+971-4573-2000	홈페이지	www.amazon.ae
입점 절차			

1) Amazon.ae 계정 등록

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

2) 필요 서류

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

3) 판매 절차: Fulfillment by Amazon 등록 시

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

4) 판매 절차: 일반판매자

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

2. Noon.com

		개요 및 주요 이슈	- 2016년 설립된 온라인 쇼핑몰 - 유통구조 및 배송 네트워크가 잘 구축되어 있으며, 두바이몰과 연계되어 있음 - 당일 배송 등 빠른 배송 서비스로 지속적인 성장 중임 - 취급 품목으로는 의류, 가전제품, 식료품 등이 있음
유통업체명	Noon.com	본사 소재지	Tower 2, Boulevard Plaza, Sheikh Mohammed bin Rashid Boulevard Burj Khalifa, Dubai
연락처	+971-8003-8888	홈페이지	www.noon.com
입점 절차			

1) 계정 등록

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

2) 필요 서류

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

3) 판매 절차: Noon Express 등록 시

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

4) 판매 절차: 일반판매자

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

IV

바이어 인터뷰



01

바이어 인터뷰

KAVA NURE LLC

1. 소개를 부탁드립니다

저는 코소보에서 온 베심 재셔(Besim Jasher) 라고 하며, KAVA NURE LLC의 판매 및 유통 관리자입니다. 에티오피아와 인도네시아에서 온 KAVA NURE 커피의 공식 유통업체이며, 지역 슈퍼마켓, 할인 센터, 다른 유통업자들에게 공급하고 있습니다

2. 다양한 종류의 제품 중에서 어떤 것이 가장 인기가 많고 그 이유는 무엇입니까?

매일 커피 원두 제품을 구매하는 고객들이 많기에, 저희의 판매 경험을 통해 중동에서 커피를 판매하는 것이 어렵지 않다는 것을 알게 되었습니다. 하지만 그들 모두가 스타벅스나 네스카페처럼 유명한 것은 아니지만, 에스프레소, 커피 플래닛, 다비도프, 카바누아르 커피 원두 등과 같은 다른 브랜드들이 주로 친숙합니다. 모든 브랜드에 다양한 종류의 커피가 있고 사람들의 선택을 알고 만족하게 해주기 때문에 각각 유명합니다. 해당 브랜드의 포장, 품질, 가격이 사람들에게 매우 잘 알려져 있습니다. 사람들은 이 커피 브랜드들에 대한 경험이 있고 좋은 브랜드라고 믿고 있습니다. 각각의 브랜드는 맛과 종류가 다르고, 고객이 다른 제품으로 쉽게 가지 못하게 하기 때문에 UAE 시장에서 경쟁이 치열합니다

3. 가격, 용량, 포장 등과 관련해 조사된 제품이 판매될 가능성이 있습니까?

네, 해당 제품은 쉽게 팔릴 수 있지만 기존 제품의 도전을 이겨내야 판매가 가능합니다. 기존 제품들은 UAE 시장의 맛, 품질 가격, 포장 경험이 있으며 고객을 잘 이해하고 있습니다. 다른 브랜드와 차별화하고 시장에서 부각시킬 수 있는 요소를 파악해야 합니다

또한, 판매 전에 고객의 마음에 다가가야 합니다. 고객의 마음을 사로잡고 고객의 관심을 구하면 판매량이 증가했습니다. 많은 전문가들이 시장에서 신제품을 다루는 방법과 그것들을 효과적으로 만들 수 있는 것이 무엇인지 알고 있듯, 이곳의 고객들은 쇼핑을 할 때 경제적인 가격의 품질을 주로 찾고 있기에 가격과 품질을 양립시켜야 합니다

4. 소비자들이 제품에서 가장 중요하게 생각하는 구매 요소는 무엇인가요?

이곳 중동에서는 커피 원두가 다양하게 판매되고 있으며, 커피 시장에서 고객은 많은 선택을 할 수 있습니다. 이러한 다양한 옵션은 고객이 원하는 분야에서 제품을 구매하도록 유도합니다. 다른 점이 적은 제품을 출시하면 고객 측에선 구매 요소를 구매할 가능성이 줄어듭니다. 따라서 독특한 옵션을 주는 것은 고객의 의지대로 구매하도록 유도할 수 있습니다

하나의 제품에만 얽매어서는 안 되며, 이것이 모든 대형 브랜드와 대기업이 식품, 차량, 스마트폰, 가정용 또는 다른 범위 등에서 동일한 제품의 많은 종류를 보유하는 주요 이유일 것입니다. 거의 모든 제품들이 이런 방식으로 다양한 종류를 가지고 있고, 회사들은 규격, 맛, 색상, 포장, 디자인 등에서 다양한 방법으로 만들고 있다는 것을 볼 수 있습니다

5. 한국 기업이 수출할 때 주의할 점은 무엇인가요?

앞서 얘기한 것이 거의 모든 주의사항일 것입니다. 제품, 환경, 고객 행동, 정부 정책, 국제 규칙 및 규정, 포장, 맛, 품질 가격 요소 등에 집중해야 합니다. 기업은 수출하면서 해당 제품이 요건을 충족하는지, 다른 브랜드나 제품이 갖지 못한 특징을 채워줄 수 있는지, 제품의 기본 취지를 놓쳐서는 안 되는 것은 없는지 알아야 할 것입니다. 커피 원두는 매우 거대한 산업입니다.

많은 사람들이 매일 소비하고 있기 때문에 매우 많은 회사, 브랜드, 그리고 제품들이 초기 단계에서 경쟁할 준비가 되어 있습니다. 이러한 모든 도전에 대비해야 합니다. 날짜, 제조에서 포장, 선적 및 하역, 고객 통관, 건강 또는 기타 인증서에 이르기까지 모든 단계를 준비하고 품질, 포장, 손상 관리 등을 확인해야 합니다. 중동 규정에 따라야 하고, 해당 상품이 도착하기 전 이곳에 상품을 등록하셔야 합니다. 이러한 점을 주의하지 않는다면, 들인 모든 노력과 투자는 수익성을 주지 못할 것입니다

6. 당신이 추천하는 홍보 방법은 무엇입니까?

제품을 광고하는 것은 매우 오래되었지만 일상 생활에서 기술이 변화하고 있으며, 오늘날 가장 효과적인 방법은 전자 매체일 것 입니다. 인쇄 매체는 IT와 비교했을 때 효과적이지 않습니다. 초기에 사람들은 잡지, 신문, 배너를 통해 광고해 효과를 보았고, 거의 모든 대기업들은 마케팅을 위해 동일한 방법을 사용했습니다. 하지만 이제는 더욱 효과적인 소셜 미디어, 인터넷, 빌보드, 유명인사 고용, 콘서트 준비, 청소년들을 위한 간단한 행사 관리 등을 통해 홍보합니다

Al Azizah Foodstuff Co. LLC

1. 소개를 부탁드립니다.

제 이름은 프리실라 다티(Priscilla Nyathi) 입니다. 저는 영국 국적의 알 아지자 식품 회사(Al Azizah Foodstuff Co. LLC)의 최고 경영자입니다. 저희는 브라질, 독일, 베트남, 인도네시아, 에티오피아에서 커피 원두를 수입하고 UAE 현지 시장, 중동, 인도, 우즈베키스탄, 이집트, 조지아, 필리핀에 수출하고 있습니다

2. 가격, 용량, 포장 등과 관련해 조사된 제품이 판매될 가능성이 있습니까?

사람들이 커피 마시는 것을 좋아하기 때문에 비교적 쉽게 팔릴 것 같습니다. UAE는 다양한 감정, 관점, 신념, 취향, 특성을 가진 다양한 사람들로 구성된 다국적 사회입니다. 거의 모든 나라에는 커피를 사랑하고 매일 소비하는 사람들이 있죠. 여기 UAE 시장에서도 다양한 제품을 필요로 하는 다양한 사람들을 볼 수 있습니다. 품질이 좋고, 효과적인 포장과 경제적인 가격이 있다면 이곳 UAE에서 원두를 판매하는 것이 쉽다고 말할 수 있겠습니다

3. 소비자들이 제품에서 가장 중요하게 생각하는 구매 요소는 무엇인가요?

고객들은 항상 자신의 구매 욕구에 만족할 수 있는 제품을 찾습니다. 가장 영향력 있는 구매 요소는 고객이 제품을 구매하도록 유도하는 제품의 대체품입니다. 예를 들어, 고객들이 그들의 구매력에 없는 브랜드를 사고 싶다면, 그들은 같은 품질의 다른 것으로 마음을 돌리는데, 그것은 비록 그것이 원래와 일치하지 않지만 그들을 만족시킬 수 있는 기능이지만, 이 대체 제품은 그가 매우 좋아하는 또 다른 최고의 선택이 될 것입니다. 이러한 대체품은 고객의 삶에서 구매의 계기가 되는 요소이며, 새로운 비즈니스 기회도 창출합니다. 모든 신제품은 비즈니스에 중요한 기회이지만 동시에 가장 위험한 요소이기도 합니다. 만약 고객의 요구와 양립할 수 있다면, 분명히 성장할 것이고 그 제품은 시장에서 좋은 영향을 줄 것입니다. 그렇지 않으면 그 반대의 결과가 나올 것입니다

4. 한국 기업이 수출할 때 주의할 점은 무엇인가요?

커피 원두 등을 수출할 때 한국 기업들의 큰 주의사항은 제품과 UAE나 중동의 환경에 대해 알아야 한다는 것입니다. 사업 기회가 매우 좋은 이 시장에 적합한 제품이라면, 일반적인 소비자 요구사항에 따라 제품을 호환해야 하는데, 이는 모든 기업에게 큰 과제입니다. 귀하의 제품을 알고, 귀하의 고객을 아는 것은 수출하기 전에 해야 할 첫 번째 일입니다.

두 번째로, 이 곳에서 제품을 수입하기 전에 UAE 법에 따라 두바이 관련기관에 등록해야 합니다. 등록하는 동안 제품, 제조업체, 유통업체, 원산지, 성분 등에 대한 모든 정보를 신고해야 합니다. 무슬림 국가인 만큼 할랄과 비할랄(하람) 제품과 재료에 주의해야 합니다. 건강 및 할랄 인증서는 필수입니다. 마지막으로, 시장의 흐름과 신제품으로 경쟁할 모든 브랜드를 잘 알아야 합니다

5. 당신이 추천하는 홍보 방법은 무엇입니까?

UAE에는 당신의 브랜드를 홍보하는 것을 도울 수 있는 많은 광고 및 인쇄 대행사들이 있습니다. 여기에서는 사람들이 홍보 목적으로 사용하는 많은 광고 기법을 찾을 수 있습니다. 인쇄 매체, 소셜 미디어, TV, 인터넷, 간판과 광고판, 브로셔, 그리고 거리 홍보 등이 가장 일반적인 방법입니다

V

시사점



01

수출 확대 방안

수출 가능성 진단 및 전략

2021년 아랍에미리트 커피 시장 규모는 소매 판매액 기준으로 전년 대비 2.5% 증가하였으며, 최근 5년간(2017~2021년) 연평균 성장률 8.6%를 기록하여 향후에도 지속적인 성장이 기대되는 상황임

최근 5년간(2017~2021년) 연평균 성장률을 커피 유형별로 살펴보았을 때, 프레스 커피의 성장률(10.4%)이 인스턴트 커피(7.0%)보다 3.4%p 높은 반면, 유형 구분 없이 시장이 성장하고 있는 것은 분명한 사실임. 이 중에서도 금속, 플라스틱, 종이 등 용기에 캡슐화된 캡슐 타입 커피 시장은 동 기간 연평균 성장률 10.6%를 기록하여 상대적으로 빠르게 확대되고 있음

아랍에미리트가 한국으로부터 수입하는 드립백 커피는 2020년(2만 7,000달러)을 제외하고는 1,000~3,000달러 수준에 불과하므로 연평균 성장률은 큰 의미가 없으며, 한국 커피 제품에 대한 시장 반응을 파악할 수 있는 수준이라고 볼 수 없음

즉, 아랍에미리트의 커피 시장을 점차 세분화하여 살펴보았을 때 커피 시장 전반, 인스턴트 커피 시장, 프레스 그라운드 커피 시장, 드립백 커피 시장이 모두 높은 성장률을 기록하고 있어 수출 여건은 좋다고 평가할 수 있음. 그러나 한국 인스턴트 커피에 대한 관심과 반응을 알기 어려운 상황이므로 지원 기업 제품의 마케팅 포지셔닝을 구체적으로 제시하는 것 역시 어려움

특히, 커피는 한국이 원산지가 아닐 뿐만 아니라 보고서에서 조사된 바와 같이 글로벌 기업들이 대거 진출하여 시장을 점유하고 있기 때문에 커피 제품의 주류들과 경쟁하는 것은 거의 불가능하며, 이들 제품과는 차별화된 점을 강조하여 니시 마켓(niche market)을 공략해야 함

- 다행스럽게도 드립백 커피 국가별 구입 비중(커피 원두 국가별 수입 비중)을 살펴보면 기타가 39.6%를 차지하여 기타에 속한 커피 제품들과 경쟁을 펼칠 수 있을 것이라고 판단됨

지원 기업 드립백 커피세트 제품의 경우 1박스 내에 세 가지 종류의 원두로 구성되어 있어, 다양한 원두를 편리하게 어디서나 즐길 수 있다는 점이 강점임

또한, 아랍에미리트 국민 소득 수준을 고려했을 때 고급화된 원두를 사용하고 있다는 점, 제품의 프리미엄을 부가시킬 수 있는 점이 부각되어야 함

- 현재 지원 기업 제품의 설명과 이미지를 확인해 본 결과 원두 재배 방법, 무역 방식(공정무역 등), 로스팅 방법, 패키지 등 어떠한 점이 프리미엄급인지 파악하기 어려우며, 홈페이지 역시 관련 정보를 찾을 수 없으므로 이를 보완해야 함

그간 아랍에미리트 음료 시장은 홍차와 밀크티, 탄산음료 등 당이 많이 포함되어 있는 음료가 주를 이루었음. 아랍에미리트 정부가 이러한 제품에 당세를 부과하고 전국적으로 저당 정책을 펼치고 있는 상황에서, 원두의 고유한 향과 맛을 즐길 수 있는 커피는 좋은 대체 음료가 될 수 있음. 따라서 설탕을 첨가하지 않고 원두의 고유한 향과 맛만으로도 어디서나 즐거운 시간을 보낼 수 있다는 점을 강조할 필요가 있음

아랍에미리트의 커피 유통경로별 점유율을 살펴보면 2021년 기준 오프라인 유통채널인 하이퍼마켓(40.6%)과 슈퍼마켓(31.1%)이 압도적인 비중을 차지하고 있음. 표면적으로는 커피 유통 비중이 큰 채널들을 공략하는 것이 합리적으로 보이나, 현재 한국 커피가 진출해 있는 수준과 예상되는 소비자의 관심 수준을 고려할 때, 오프라인 유통채널 진출을 위한 에너지와 비용을 소모하는 것은 적절치 않다고 판단됨

따라서, 온라인 유통채널(2021년 기준 커피 유통 점유율 7.1%)에 집중하여 판매하는 것이 비용 대비 효과적일 것으로 보이며, 기존에 마시던 음료 외 새로운 음료를 시도하고 전환 가능성이 큰 젊은 소비층을 고려한 다양한 비대면 마케팅을 시도하는 것이 필요함

참·고·문·헌



□ 참고 사이트

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

□ 참고 자료

1. KATI 농식품수출정보, “UAE, 커피시장 동향”, 2022. 6. 2.
2. Kotra 해외시장뉴스, “UAE 커피 시장동향”, 2020. 8. 2.

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022. 12

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