

2018년 해외 이슈조사 보고서

UAE
육류제품
시장조사

1. 요약문	1
2. 생산 현황	5
가. 생산 규모	5
나. 생산품종 및 주요 생산지	7
다. 생산 이슈	9
3. 소비 현황	10
가. 소비 규모	10
나. 수출입규모	14
다. 소비 트렌드	22
라. 소비자 인터뷰 조사	24
4. 유통 현황	31
가. 전체 유통경로	31
나. 주요 유통채널 정보 및 유통 규모	33
다. 주요 유통매장 내 육류 판매현황 현지조사 ..	43
라. 현지조사 결과 분석	58
5. 관련 제도	108
가. 육류 관련 인증	108
나. 육류 제품 라벨링	117
다. 육류 수출 시 유의사항	121
6. 한국산 진출 현황	123
가. 수출 현황	123
나. 한국산 SWOT 분석	124
7. 한국산 수출 확대를 위한 제언	130
가. 對UAE 한국산 육류 수출 확대를 위한 4P 전략	130

1. 생산량

- 우육 및 가금육의 생산량은 전반적으로 비슷한 수준을 유지하는 것으로 조사되었으며, 우육은 16,000톤 가량, 가금육은 47,000톤 가량을 유지하고 있음

■ 우육 및 가금육 생산량 추이 ■

(단위: 천 톤)

	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년(예상)
가금육	N/A	N/A	N/A	46	47	47
우육	16	15	16	16	16	N/A

※ 출처: UAE 통계청(www.scad.gov.abudhabi)

- 주요 생산지역은 우육과 가금육 모두 알아인 지역인 것으로 조사됨. 우육의 경우 다른 주요 생산지인 아부다비, 알다프라 지역과 생산량에서 큰 차이가 나는 편이나, 계육의 경우 비교적 차이가 적은 것으로 조사됨

2. 소비 규모

- 육류 및 육류 제품에 대한 전반적인 소비 규모는 지속적으로 성장하고 있으며, 그 중 우육에 대한 성장률이 12.6%로 가장 높음

■ 우육, 가금육, 가공육 소비량 ■

(단위: 천 톤)

품목	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	연평균 성장률
가금육	242	262	322	342	357	8.1%
우육	59	59	80	109	107	12.6%
가공육 및 가공 해산물	205	222	239	259	281	8.1%

※ 출처: 캐나다 농업농산식품부(AGR)(www.agr.gc.ca), Index Mundi(www.indexmundi.com)

3. 소비 트렌드

- 급속한 도시화에 따라 소비자들의 생활 패턴이 다양해지고 있으며 현대식 식품과 다국적 식품에 대한 인기가 증가하고 있음
- 소득이 많은 부유한 지역에 거주하는 소비자들의 경우 탄수화물 기반의 식단에서 단백질 기반의 식단으로 변화하고 있어 육류 소비량의 증가가 예상됨
- 가금육 중에서는 0.8~1.3kg 사이즈의 계육이 선호도가 높으며, 일본, 중국, 이란식의 닭고기 요리를 위한 뼈 없는 계육의 수요가 증가함

4. 유통정보

- UAE에서 유통되는 육류 제품의 유통 경로는 수입·유통을 담당하는 업체를 거쳐 온라인 또는 오프라인 유통채널을 통해 소비자에게 도달함
- 온·오프라인 채널 간 식품 유통 규모를 살펴보면, 오프라인 채널을 통한 유통 규모가 압도적으로 큰 편이나 온라인 채널도 급속도로 성장하고 있음. 오프라인 채널의 경우 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓이 가장 일반적인 채널이며, 호텔·레스토랑·카페, 케이터링, 소형 정육점을 통해서도 판매가 되고 있음

■ 식품 유통채널 시장 규모 ■

(단위: 백만 달러)

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	연평균 성장률
오프라인 채널	44,405	48,256	52,333	55,170	5.6%
온라인 채널	650	866	1,149	1,538	24.0%

5. 현지조사 결과

■ 현지조사 결과 요약) ■

구분	용량(g)	가격(AED)	100g당 가격	부위(종)	패키지
신선 우육	615.0	31.20	4.85	-	플라스틱 접시
신선 계육	500	17.75	2.69	생닭	플라스틱 박스
냉동 우육	677	11.35	1.98	분쇄육	플라스틱 파우치

1) 요약 내용의 값은 해당 범주의 중간 값임. 최솟값과 최댓값의 편차가 클 경우, 평균값은 해석의 오류를 범할 수 있어 중간값을 제공함

구분	용량(g)	가격(AED)	100g당 가격	부위(종)	패키지
냉동 계육	900	16.75	1.83	가슴살	플라스틱 파우치
소시지 (우육)	454.0	12.50	2.77	-	박스/ 파우치
소시지 (계육)	340	6.75	1.53	-	플라스틱 파우치
생닭	1,100	16.01	1.54	-	플라스틱 파우치
기타 원산지 : 아일랜드, 프랑스, 요르단, 우크라이나, 덴마크					

6. 관련 제도

- UAE로 육류 제품을 수출하기 위해서는 제품 가공 과정 또는 가축의 도축 과정에 대한 할랄 인증이 필수적으로 요구되며, 필수 기재사항을 포함하는 검역증명서가 필요함
- 농림축산식품부 관계자에 따르면, 한-UAE 간 축산물에 대한 수출 검역 조건이 합의에 이르게 됨에 따라 한국산 제품의 수출이 용이해질 것으로 전망됨²⁾

2) 농축산신문, 국내축산물, UAE에 수출길 열려, 2018.01.19.

2

생산 현황

가. 생산 규모

(1) 연도별, 시기별 생산 규모 : 가금육(家禽肉)³⁾

■ 연도별 생산 규모 및 현황

- 2017년 UAE 가금육 생산량은 전년 보다 약 2% 증가한 47,000톤임
- UAE 국내 가금육 생산 공장 수 증가와 기존 공장의 생산 능력 증가에 따라 전체 생산량도 증가함
- 2018년 생산 규모는 전년과 비슷할 것으로 전망됨

■ 가금육 생산량 추이 : 연도별 2016-2018 ■

(단위: 톤)

	2016년	2017년	2018년(예상)
생산량	46,000	47,000	47,000

※ 출처: 미국 농무부(www.usda.gov), HS code:0207 기준

■ 시기별 생산 현황

- 계절에 관계없이 신선육과 냉동육이 보편적으로 공급되고 있음
- 여름에는 UAE를 방문하는 외국인 여행객 수가 감소하고 해외를 방문하는 UAE 자국민 수가 증가하여 UAE 국내 육류 소비량이 감소함
- 평균적으로 5월 초에 UAE 국내 육류 생산량의 약 10~20%를 냉동시키며, 9월~11월경 냉동육 판매를 시작함⁴⁾

3) 가금육(家禽肉): 닭, 칠면조, 오리, 거위 등을 일컬음

4) 미국 농무부, 「Poultry and Products Annual」 (2017)

(2) 연도별, 시기별 생산 규모 : 우육(牛肉)

■ 연도별 생산 규모 및 현황

- 2014년, 전년대비 우육 생산규모가 약 1,000톤 감소한 15,000톤을 기록하였으나 2015년에 2013년 수준으로 회복한 이후 16,000톤의 생산량을 꾸준히 유지하고 있음

■ 우육 5개년 생산량 추이⁵⁾ ■

(단위: 천 톤)

	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
생산량	16	15	16	16	16
전년대비 성장률	0.0%	-6.3%	6.7%	0.0%	0.0%

※ 출처: UAE 통계청(www.scad.gov.abudhabi), HS code:0201, 0202 기준

5) UAE 통계청, 「Livestock Statistics」 (2018)

나. 생산품종 및 주요 생산지

(1) 가금육 : 계육(雞肉)

■ 가금육 주요 생산지

- UAE 내 계육 주요 생산지는 알아인, 알다프라, 아부다비 지역이며, 알아인 지역에서 생산되는 계육 비율이 가장 높은 것으로 나타남
- UAE 내 22개의 가금육 생산업체가 있으며 이중 4개사가 전체 생산량의 약 50%가량을 차지함. 그 중 AL Rawda Foods사가 약 23%로 가장 높은 시장 점유율을 차지하고 있음

■ 2016년 주요 지역별 가축(닭) 생산 규모

(단위: 마리)

	아부다비 (Abu Dhabi Region)	알아인 (Al Ain Region)	알다프라 (Al Dhafra Region)
닭	15,678	57,649	44,043

※ 출처: UAE 통계청(www.scad.gov.abudhabi)

■ 생산방식

- UAE 국내에서 생산되는 모든 가금류는 이슬람식 도축법에 따라 생산되어야 함
- 도축과정에서 가금류를 기절시키지 않아야 하며 손으로 도축하는 것이 일반적인 방식임
- 이 과정에서 날개 또는 다리가 부러지거나 기타 상처를 입는 상황이 다수 발생하는데 이러한 품질 하락 문제로 국내 가금육 생산량의 약 15%가 감소함⁶⁾

■ 생산 관련 이슈

- 주요 사육지인 아부다비 지역에 거주하는 일부 소비자들은 직접 식용 닭을 기르기도 함

6) UAE 통계청, 「Livestock Statistics」 (2018)

- 하지만 대부분의 경우 사료 품질, 조명, 관리 등 사육 조건을 잘 갖추지 못하기 때문에 생산성이 높지 않음⁷⁾

(2) 우육

- 우육은 계속과 마찬가지로 알아인 지역에서 생산되는 비중이 가장 높음
- 전체 우육 생산량 중 암소의 비율이 약 76%로 수컷에 비교하여 아주 높았으며, 특히 생후 3년 이상 된 암소의 비중이 가장 높은 것으로 나타남

2017년 성별, 연령별, 지역별 가축(소) 생산 규모

(단위: 마리)

지역	수컷			암컷			총
	생후 3년 이하	생후 3년 이상	총	생후 3년 이하	생후 3년 이상	총	
아부다비 (Abu Dhabi Region)	399	1,293	1,692	1,483	4,004	5,487	7,179
알아인 (Al Ain Region)	1,883	6,096	7,979	6,964	18,857	25,821	33,800
알다프라 (Al Dhafra Region)	55	176	231	204	545	749	980
총 계	2,337	7,565	9,902	8,651	23,406	32,057	41,959

※ 출처: UAE 통계청(www.scad.gov.abudhabi)

7) Academic Journals, 「Production systems of village chickens in the Abu Dhabi Emirate, UAE」 (2017)

다. 생산 이슈

(1) 육류 생산 관련 이슈

■ 가축 질병

- 2017년, 저 병원성 조류 인플루엔자(AI) 및 닭 전염성 기관지염 바이러스 등 질병 문제가 발생하였고 그 결과 양계산업 전반에 경제적 손실이 발생함
- 조류 인플루엔자(AI)로 인해 UAE에서 가금류를 사육하고 있는 농가마다 사육 중인 닭의 약 10%가 폐사한 것으로 조사됨

■ UAE 정부 지원 부족

- 높은 사료 값, 가축 질병, 수입산 제품의 높은 가격 경쟁력 등의 다양한 요소로 인하여 UAE 국내 가금육 생산업체의 성장이 제한적인 것으로 나타남
- 특히, UAE 당국은 가금육 생산 업체에 대한 정부 보조금을 일체 지원하지 않기 때문에 정부 지원을 받으며 제품을 수출하는 사우디아라비아, 오만 등 주변 국가에 대항할 가격 경쟁력을 갖추지 못함
- UAE 당국이 보조금을 지원하지 않지만, 아부다비 지방정부는 약 25%~30%의 가축 사료비 지원금을 개별적으로 지원하고 있음⁸⁾

8) Poultry World, 「UAE poultry sector facing several challenges」 (2018)

3

소비 현황

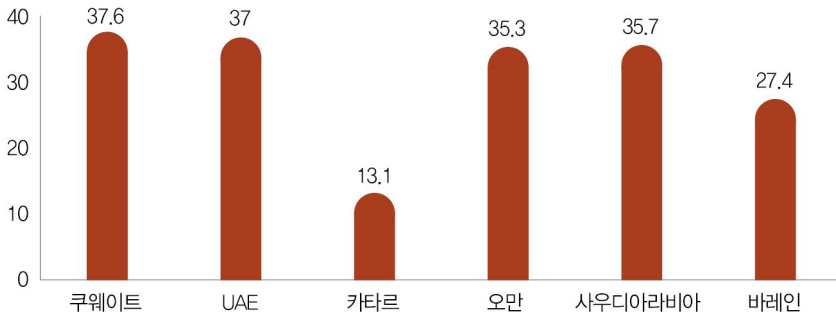
가. 소비 규모

(1) 육종별 소비 규모

- 걸프협력회의(GCC)⁹⁾ 회원국 가금육 소비 규모
 - 걸프협력회의(GCC) 회원국의 1인당 가금육 소비 규모는 1인당 우육 소비 규모에 비해 평균적으로 약 3~8배 더 많은 것으로 나타남
 - 2015년 UAE의 1인당 가금육 소비 규모는 약 37kg 인 것으로 나타남¹⁰⁾

2015년 걸프협력회의(GCC) 회원국, 1인당 가금육 소비 규모

(단위: kg)



※ 출처: 캐나다 농업농산식품부(AGR)(www.agr.gc.ca)

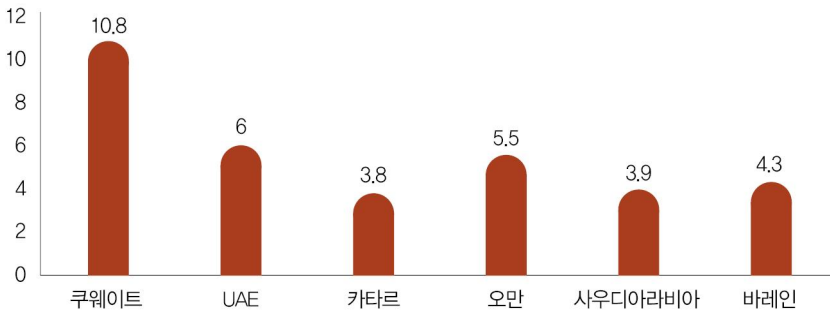
9) 걸프협력회의(Gulf Cooperation Council, GCC): 사우디아라비아, 쿠웨이트, UAE, 카타르, 오만, 바레인 등 6개국 정상들이 각국 간의 경제 및 안전 보장의 협력과 치안·국방면에서의 결속을 목적으로 구성한 협의체임
10) 캐나다 농업농산식품부(AGR), 「Sector Trend Analysis」 (2017.3)

■ 걸프협력회의(GCC) 회원국 우육 소비 규모

- 걸프협력회의 회원국 중 쿠웨이트의 1인당 우육 소비 규모가 약 10.8kg으로 가장 큼. UAE의 1인당 우육 소비 규모는 약 5.5kg으로 쿠웨이트에 이어 두 번째로 소비 규모가 큰 것으로 나타남
- 2019년 UAE의 1인당 육류 소비량은 지속적으로 증가하여 브라질, 아르헨티나, 오스트리아, 대만, 뉴질랜드, 포르투갈에 이은 7위의 소비량을 기록할 것으로 예측됨

■ 2015년 걸프협력회의(GCC) 회원국, 1인당 우육 소비 규모 ■

(단위: kg)



※ 출처: 캐나다 농업농산식품부(AGR)(www.agr.gc.ca)

■ 가금육 소비 규모

- 2017년 가금육 소비 규모는 전년 대비 약 4.4% 증가하였음
- 최근 UAE 내 인구 증가 현상과 걸프협력회의(GCC) 회원국을 경유하는 해외관광객이 증가함에 따라 가금육 소비가 증가하고 있음¹¹⁾

■ 가금육 5개년 소비량 ■

(단위: 천 톤)

품목	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	연평균 성장률
가금육	242	262	322	342	357	8.1%

※ 출처: 캐나다 농업농산식품부(AGR)(www.agr.gc.ca)

11) 미국 농무부, 「Poultry and Products Annual」 (2017)

■ 가금육 소비 규모 예상

- 2018년 소비 규모는 ①경제성장 ②외국인 근로자 증가 ③관광객 증가의 영향으로 호텔(Hotel), 레스토랑(Restaurant), 기관(Institutional) 부문으로 유입되는 소비자가 증가할 것으로 예상되며 가금육 소비 규모도 동반 성장할 것으로 전망됨
- 2018년 예상 소비 규모는 전년 대비 약 1만 톤 증가한 약 42만 9,000톤으로 예상됨
- 관광객 증가 : 두바이 공항은 유럽, 아시아, 아프리카 및 중동을 연결하는 주요 교통 허브로서 교통의 요충지임. 2012년부터 2020년까지 여행객수가 매년 5.7% 증가할 것으로 예상됨
- 외국인 근로자 유입 증가 : 2020년 세계박람회 개최가 예정되어 있어 대규모 인프라 투자가 진행 될 예정임. 두바이 정부에 따르면 4년간 약 500,000개의 새로운 일자리가 창출될 것으로 전망하고 있으며, 또한 농업부문에 대한 수입이 크게 증가될 것이라고 함¹²⁾

■ 우육 소비 규모

- UAE 국내 우육 소비량은 2014년 이후 지속적으로 증가하였으며, 이후 소폭 감소하였음¹³⁾
- 2018년 우육 소비량의 전망치는 2017년 대비 1,000톤 감소한 10만 6,000톤임

■ 우육 5개년 소비량 ■

(단위: 천 MT CWE¹⁴⁾)

품목	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	연평균 성장률
우육	59	59	80	109	107	12.6%

※ 출처: Index Mundi(www.indexmundi.com)

12) 미국 농무부, 「Poultry and Products Annual」 (2017)

13) Indexmundi, 「United Arab Emirates Beef and Veal Meat Imports by year, 1996-2018」 (2018)

14) Carcass-Weight Equivalent(CWE)는 정육, 뼈, 일부 내장 또는 지방을 모두 포함하는 지육 중량 기준을 의미함

- UAE 돈육 소비 규모는 확인되지 않음

(2) 가공육 소비 규모¹⁵⁾

- 가공육 및 가공해산물 소비 규모
 - UAE 내 가공육(가공한 고기로 만든 햄, 베이컨, 소시지 등을 포함) 및 가공해산물 소비액은 2012년 대비 연평균 약 8.1%씩 증가함

■ 소매점 가공육 및 가공 해산물 연도별 소비 규모

(단위: 만 달러)

품목	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	연평균 성장률
가공육 및 가공 해산물	205	222	239	259	281	8.1%

※ 출처: 캐나다 농업농산식품부(AGR)(www.agr.gc.ca)

15) 가공육만을 포함하는 현지 소비 규모를 확인 할 수 없어 가공 해산물을 포함한 시장 규모 정보를 제공함

나. 수출입규모

(1) 對 글로벌 UAE 육류 수출 규모

■ 對 글로벌 UAE 가금육 수출 규모

- UAE 가금육 수출 규모가 가장 큰 국가는 오만이나, 2016년 약 1,044만 9,000달러를 기록하며 2012년 대비 약 463만 달러 감소함
- 반면 브라질과 이라크의 경우 5년간 약 56%~59%의 연평균 성장률을 보임

■ 가금육 5개년 수출 규모 및 연평균 성장률 ■

(단위: 천 달러)

국가	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	연평균 성장률
오만	15,079	12,480	7,470	7,445	10,449	-9%
브라질	988	1,545	1,406	4,817	5,903	56%
아프가니스탄	10,827	15,709	4,420	3,186	5,224	-17%
이라크	823	1,018	2,545	335	5,204	59%
카타르	4,116	3,666	1,702	1,812	1,918	-17%
소말리아	0	1,334	634	1,105	1,567	6%
몰디브	416	318	1,183	922	1,114	28%
파키스탄	529	118	22	164	940	15%
예멘	61	133	81	770	674	82%
이란	7,130	5,073	10,147	670	473	-49%
총 계	49,580	61,750	44,093	31,540	36,691	

※ 출처: 국제무역센터(ITC)(www.trademap.org), HS Code:0207 기준

■ 對 글로벌 UAE 우육 수출 규모

- 2016년 파키스탄으로 수출하는 UAE 신선 및 냉장 우육 규모가 약 60만 5,000달러로 가장 크며, UAE 냉동 우육의 경우 오만으로 수출하는 규모가 약 183만 9,000달러로 가장 큰 것으로 나타남
- 2012년 카타르로 수출하던 UAE 냉동 우육 규모가 약 118만 달러로 두 번째로 높은 비중을 기록하였으나, 2016년 수출금액이 약 72만 3,000달러 감소하여 4% 점유율을 차지함

■ 신선 및 냉장 우육 5개년 수출 규모 및 연평균 성장률 ■

(단위: 천 달러)

국가	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	연평균 성장률
파키스탄	284	0	0	28	605	21%
오만	605	358	51	491	301	-16%
카타르	5	7	6	20	284	175%
아프가니스탄	83	5,732	3,486	879	213	27%
몰디브	57	228	104	55	141	25%
사우디아라비아	25	242	55	13	114	46%
자부티	27	0	4	88	46	14%
이라크	0	0	15	0	36	55%
아일랜드	0	0	0	0	30	-
탄자니아	58	31	0	4	25	-19%
총 계	1,580	7,232	4,926	2,291	1,880	

※ 출처: 국제무역센터(ITC)(www.trademap.org), HS Code:0201 기준

■ 냉동 우육 5개년 수출 규모 및 연평균 성장률

(단위: 천 달러)

국가	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	연평균 성장률
오만	821	1,899	1,741	1,411	1,839	22%
아프가니스탄	355	2,108	4,906	1,489	1,209	36%
투르크메니스탄	1,214	465	1,383	797	1,143	-1%
파키스탄	416	275	0	383	991	24%
이라크	355	197	78	251	855	25%
사우디아라비아	142	575	201	531	732	51%
에리트레아	77	250	273	0	540	63%
몰디브	478	553	967	295	509	2%
카타르	1,180	1,097	841	621	457	-21%
이란	1,151	596	644	804	306	-28%
총 계	9,134	12,294	15,970	9,254	9,721	

※ 출처: 국제무역센터(ITC)(www.trademap.org), HS Code:0202 기준

■ 돈육 수출 규모

- 2013년부터 UAE에서 돈육은 22개국에 수출되었으나 2017년에는 11개국에만 수출이 진행되었음
- 돈육 수출금액은 2013년부터 지속적으로 감소하고 있으며, 2013년과 비교하여 2017년에는 약 80%정도 감소하였음

HS code:0203 기준, 신선, 냉장 및 냉동 돈육 5개년 수출 규모 및 연평균 성장률

(단위: 천 달러)

국가	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	연평균 성장률
아르헨티나	813	248	275	206	108	-40%
오만	290	446	65	66	97	-24%
니제르	0	3	0	0	51	157%
세이셸	4	10	21	0	26	60%
요르단	0	0	0	0	12	-
바레인	274	18	4	0	11	-55%
사우디아라비아	0	1	21	3	10	115%
소말리아	2	31	56	35	6	32%
몰디브	1	23	26	26	3	32%
네덜란드	0	0	0	0	2	-
총 계	1,601	909	602	421	327	

※ 출처: 국제무역센터(ITC)(www.trademap.org), HS Code:0203 기준

(2) UAE 육류 수입 규모

■ 가금육 수입 규모

- 2017년 가금육 수입 규모는 2016년 대비 약 10% 감소한 37만 2,000톤임
- 2017년 브라질 부패 닭 파문으로 먹거리 안정성에 대한 불안이 증폭되며 2016년 대비 2017년 브라질산 가금육 수입금액이 약 9% 감소하였으나, 여전히 가금육 수입 시장 점유율 72%로 1위를 유지하고 있음
- 유럽에서 발생한 저 병원성 조류 인플루엔자(AI) 영향으로 유럽산 제품 수입 규모가 약 37% 감소하였으며 대체 제품으로 우크라이나, 터키, 아르헨티나 등의 국가 제품을 수입함
- 특히 터키와 뉴질랜드로부터의 수입 규모가 꾸준히 성장하고 있는 것으로 확인됨¹⁶⁾

16) 국제무역센터(ITC), 「List of supplying markets for a product imported by United Arab Emirates」 (2017)

HS code:0207 기준, 가금육 5개년 수입 규모 및 연평균 성장률

(단위: 천 달러)

국가	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	연평균 성장률
브라질	592,021	544,733	567,124	522,394	520,630	-3%
미국	94,030	83,681	53,398	63,900	50,957	-14%
사우디아라비아	33,307	32,447	42,068	67,345	47,522	9%
오만	26,764	28,060	29,532	29,790	20,406	-7%
우크라이나	0	217	3,335	867	18,947	344%
터키	3,983	7,801	11,491	11,584	15,340	40%
프랑스	37,090	29,165	28,273	21,415	14,959	-20%
태국	23,337	9,072	12,690	10,970	6,651	-27%
아르헨티나	4,812	5,463	25,727	11,569	6,602	8%
러시아	64	0	0	2,165	3,588	174%
총 계	84,2468	763,856	793,333	767,294	716,940	

※ 출처: 국제무역센터(ITC)(www.trademap.org), HS Code:0207 기준

■ 우육 수입 규모

- UAE 내 우육 수입 규모는 2014년 이후 꾸준히 증가하였으나 2017년 소폭 감소하였음
- 2017년 호주산 신선 및 냉장 우육 수입 규모는 약 5,885만 9,000달러를 기록하여 UAE의 우육 수입 국가 중 가장 높은 점유율을 차지함¹⁷⁾

17) Indexmundi, 「United Arab Emirates Beef and Veal Meat Imports by year, 1996-2018」 (2018)

HS code:0201 기준, 신선 및 냉장 우육 5개년 수입 규모 및 연평균 성장률

(단위: 천 달러)

국가	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	연평균 성장률
호주	53,886	62,456	64,947	63,126	58,859	2%
파키스탄	56,883	61,578	67,586	72,981	44,601	-6%
브라질	25,572	32,572	33,684	36,220	38,921	11%
뉴질랜드	18,174	20,885	21,997	22,014	23,297	6%
인도	35,006	35,215	34,797	31,229	22,222	-14%
남아프리카	0	806	10,732	17,721	21,768	200%
미국	24,412	27,585	28,574	25,839	19,651	-5%
네덜란드	2,097	2,702	2,780	2,880	3,135	11%
캐나다	1,488	1,770	2,034	2,979	3,092	20%
아일랜드	719	1,112	1,069	790	779	2%
총 계	220,860	250,017	270,967	281,018	239,664	

※ 출처: 국제무역센터(ITC)(www.trademap.org), HS Code:0201 기준

냉동 우육 5개년 수입 규모 및 연평균 성장률

(단위: 천 달러)

국가	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	연평균 성장률
인도	95,076	84,555	77,992	71,413	70,560	-7%
브라질	39,019	36,554	38,473	34,856	51,105	7%
미국	34,626	42,674	47,392	37,984	42,136	5%
파키스탄	5	297	0	224	21,517	-
쿠웨이트	288	941	1,603	195	4,309	97%
에티오피아	3,367	1,416	3,193	1,835	3,192	-1%
네덜란드	2,502	2,116	1,932	2,993	2,543	0%
뉴질랜드	1,745	1,044	2,142	1,226	2,068	4%
폴란드	15	13	72	1,036	1,836	233%
남아프리카	14	4	1,145	1,101	1,825	238%
총 계	196,273	194,679	204,330	182,098	220,662	

※ 출처: 국제무역센터(ITC)(www.trademap.org), HS Code:0202 기준

■ 돈육 수입 규모

- 이슬람 국가에서는 돼지고기는 ‘하람¹⁸⁾’으로 금지되어 있기 때문에 무슬림은 돼지고기를 먹지 않음. 하지만 UAE를 여행하는 해외여행객들과 UAE에 거주하고 있는 외국인 거주자들은 돈육을 소비하기 때문에 일부 국가로부터의 돈육 수입이 진행되고 있음
- 돈육 및 돈육 가공제품의 경우 일반적으로는 UAE에 수입이 금지되어 있음. 하지만 두바이와 아부다비에 한하여 해당 토후국이 요구하는 자료를 충족할 경우 일부 수입이 허가됨. 그렇기 때문에 돈육 및 돈육 가공제품은 반드시 필요 요구조건¹⁹⁾을 충족하여 두바이와 아부다비 지역을 통해 수입되어야 함²⁰⁾
- 브라질에서 UAE로 수입되고 있는 신선, 냉장 및 냉동 돈육의 수입금액은 2013년부터 증가하는 추세이며 연평균 성장률은 5%임
- 특히 아일랜드산 돈육 수입 금액이 연평균 384%의 성장률을 보이며 가장 높은 성장률을 보이고 있음
- 돈육의 경우, 우육 또는 계육의 2017년 총 수입금액과 비교하여 확연히 적은 것을 확인할 수 있음²¹⁾

18) 하람이란 ‘금지된 것’이라는 뜻으로, 돼지고기와 술이 이에 속함

19) 식품 운반을 위해 허가된 운송수단 리스트, 허가 신청서, 창고 또는 주방의 도면 등 각 토후국과 두바이 및 아부다비 정부가 돈육의 판매와 사용을 위해 요구하는 서류

20) 캐나다 식품 검역소 (CFIA), 「11.7.3 United Arab Emirates」, (2017)

21) 국제무역센터(ITC), 「List of importing markets for a product imported by United Arab Emirates」, (2017)

■ HS code:0203 기준, 신선, 냉장 및 냉동 돈육 5개년 수입 규모 및 연평균 성장률 ■

(단위: 천 달러)

국가	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	연평균 성장률
브라질	15,657	17,627	13,511	19,267	19,113	5%
스페인	4,510	4,921	4,528	4,064	4,356	-1%
캐나다	3,289	2,916	2,202	1,842	2,636	-5%
독일	638	1,322	2,475	2,931	2,463	40%
아일랜드	4	1,072	1,941	1,121	2,189	384%
네덜란드	3,238	3,279	3,011	1,823	1,637	-16%
영국	2,216	2,574	2,543	1,557	1,450	-10%
미국	1,938	2,106	2,126	2,199	987	-16%
케냐	1,544	1,391	957	917	978	-11%
벨기에	1,026	1,013	919	736	722	-8%
총 계	35,598	42,693	36,412	38,270	38,914	

※ 출처: 국제무역센터(ITC)(www.trademap.org), HS Code:0203 기준

다. 소비 트렌드

(1) 육류소비 관련 이슈

- 걸프협력회의(GCC) 회원국 육류 소비 트렌드
 - 걸프협력회의(GCC) 회원국은 석유와 가스 생산을 통해 타 중동국가들보다 높은 생활수준을 유지하고 있으며, 최근 급속한 도시화로 인하여 소비자의 생활양식이 다양해지고 현대식 식품에 대한 인기가 높아져 다국적 식품 시장이 활성화됨
 - 더불어 부유한 지역 주민들의 소비 패턴이 탄수화물 기반 식단에서 단백질 기반 식단으로 변화하여 육류에 대한 수요가 증가하였음²²⁾
- 육종별 소비자 선호도
 - 가금육 중 계육 선호도가 가장 높으며, 최근 중국, 일본, 이란식 요리에 사용되는 뼈 없는 계육 수요가 점차 증가하고 있는 추세임

UAE 닭고기 활용 일본, 이란, 중국식 요리 종류

		
가라아케(Karaage)(일본)	닭고기, 양고기 케밥 (Kabab Bakhtyari)(이란)	사천식 칠리 닭요리 (Sichuan Chilli chicken)(중국)

※ 출처: EC21 Research&Consulting

22) 캐나다 농업농산식품부(AGR), 「Sector Trend Analysis」 (2017.3)

- 일반적으로 호텔 및 소매업체로 유통되는 수입산 가금육 비중이 가장 높고, 특히 케이터링업체에서는 비교적 가격이 저렴한 다리 부위의 선호도가 높으며, 일반 가정에서는 0.8~1.3kg 사이즈 계육 수요가 높은 것으로 나타남²³⁾

■ 육종별 유통 및 판매 이슈

- 현대적 유통채널인 슈퍼마켓 체인의 확산이 더딘 개발도상국에서는 전통적인 독립 소매업체가 주요한 판매처임
- 대형 식품매장에서는 국내산, 수입산 제품이 모두 판매되고 있는데 반해, 대부분의 소매업체에는 수입산 제품을 주로 판매하고 있음
- 시중에 유통되고 있는 수입산 제품으로는 0.9~1.5kg 사이즈의 냉동제품이 주를 이룸. 1~1.2kg 사이즈의 제품이 65%로 가장 많이 판매되고 있으며, 1.3~1.5kg이 35%를 차지함
- 시중에 판매되고 있는 닭 한 마리 소매가격은 보통 kg당 약 2.00~2.70달러(한화 약 2,200~3,000원)²⁴⁾이며, 제품 브랜드에 따라 3.80~4.90달러(한화 약 4,200~5,400원)에 판매되기도 함²⁵⁾

■ 규제 이슈

- 2017년 UAE 기후변화환경부(MOCCAE)가 할랄 인증 권한을 에미리트 표준측량청(ESMA)에 위임하였기 때문에 UAE에서 판매되는 수입제품은 도축 전 가축의 기질을 금지하는 GSO²⁶⁾ 표준을 준수해야하며 UAE 시장으로 육류를 수출하고자 하는 수출업체들은 할랄 인증의 재획득이 필요함

■ 국제 이슈 : 브라질산 부패 육류 사건

- 2017년 3월, 브라질의 글로벌 식품업체인 BRF S.A.社를 포함한 대형 육가공 업체들이 부패한 고기를 불법 유통했다는 사실이 보도된 후, UAE 당국은 브라질산 소고기 및 닭고기 수입을 일부 중단함²⁷⁾

23) 캐나다 농업농산식품부(AGR), 「Sector Trend Analysis」 (2017.3)

24) 환율 기준: USD 1 = KRW 1,117.70, 2018.09.21. KEB하나은행

25) 미국 농무부, 「Poultry and Products Annual」 (2017)

26) GSO는 걸프협력기구(GCC) 및 예멘으로 이루어진 7개국의 표준기관이 모인 기구임

27) 미국 농무부, 「Poultry and Products Annual」 (2017)


라. 소비자 인터뷰 조사

(1) 인터뷰 조사 결과 요약 및 특이사항


- 인터뷰를 진행한 6개社 UAE 수입유통업체 및 정육점 모두 수입산 육류를 취급하고 있으며, 특히 가격이 저렴한 브라질산 계육과 품질이 뛰어난 호주산 우육에 대한 선호도가 높은 것으로 확인됨
- UAE 현지 소비자들은 육류제품 품질과 판매매장 서비스에 따라 구매를 결정하는 성향이 높으며 수입유통업체의 경우 육류제품 품질을 가장 많이 고려하는 것으로 확인됨
- 9월에서 3월까지 육류제품 판매량이 가장 많은 것으로 나타났으며, 판매하고 있는 육류제품 비중은 계육 약 50%, 우육 약 25%, 양육 약 25%로 계육 비중이 가장 높은 것으로 확인됨
- 육류제품 수입유통업체의 제품 납품처는 호텔, 레스토랑, 정육점, 정부기관 등 UAE 내 다양한 육류제품 도소매 업체와 외식산업체로 구성되어 있음
- UAE 육류제품 수입유통업체 Fantco社는 2017년 발생한 브라질 부패 육류 이슈를 알고 있었지만 해당 사건이 UAE 현지 소비자가 구매를 결정하는 행위에 큰 영향을 미치지 않았다고 함
- 아부다비 지역에 위치한 수출입유통업체인 AL KHALLI Group of Companies社는 판매하고 있는 제품 중 약 80%를 호주, 덴마크, 브라질, 스페인 등에서 수입하고 있음. 당사는 수입 과정에서 예상치 못한 날씨 이변 등 부득이한 이유로 배송이 지연되는 것이 수입 과정에서 겪는 가장 큰 애로사항이라고 밝힘

(2) 업체별 인터뷰 조사 결과

■ AL KHALLI Group of Companies

기업명	AL KHALLI Group of Companies	
홈페이지	alkhalilmeats.com	
취급제품	닭고기, 소고기, 양고기 등 육류제품	
업태	수출입유통업체	
연락처	971 2 6731039	
소재지	아부다비(Abu Dhabi) / Mina Warehouse Area, No.340A, Mina Zayed Abu Dhabi, UAE	
담당자	Ibrahim (Purchasing Manager)	
인터뷰	<p>1) 취급 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 닭고기 약 50%, 소고기 약 25%, 양고기 약 25% - 냉장, 냉동 육류 취급 <p>2) 주요 수입국: 호주, 덴마크, 브라질, 스페인 등</p> <ul style="list-style-type: none"> - 취급 품목 중 약 80%는 수입산 제품이며, 나머지 20%는 국내산 제품임 - 수입산 닭고기 중 약 10%는 브라질산이며 매달 5컨테이너의 물량을 수입하고 있음 - 브라질산 닭고기 취급 비중이 높은 이유는 가격이 저렴하기 때문에 소비자 수요가 높음 <p>3) 구매 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> - 소비자 주 구매 요인: 가격 및 품질 - 바이어 주 구매 요인: 품질 <p>4) 납품처: 주로 현지 소매점, 정육점, 호텔, 레스토랑, 정부기관에 납품 중</p> <ul style="list-style-type: none"> - 가끔 팔레스타인 등 주변국가에 재수출하기도 함 <p>5) 수입 시 애로사항: 배송연기에 따른 문제 발생</p> <ul style="list-style-type: none"> - 예상치 못한 날씨 등 부득이한 이유로 인하여 배송이 연기되는 문제가 가끔 발생함 	


■ The Butcher shop and Grill

기업명	The Butcher shop and Grill	
홈페이지	butchershoparabia.com	
취급제품	육류제품	
업태	정육점(남아프리카 프랜차이즈 매장)	
연락처	971 4 428 1375	
소재지	두바이(Dubai) / Marina walk, Dubai Marina, Dubai	
담당자	Alaa (Manager)	
인터뷰	<p>1) 취급 제품: 닭고기, 소고기 등 육류 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 부위별로 잘린 육류 제품만 취급하고 있음 - 주로 냉장 소고기를 판매함. 닭고기는 냉장, 냉동제품 모두 취급하고 있음 <p>2) 주요 수입국: 남아프리카, 호주, 브라질</p> <ul style="list-style-type: none"> - 당사는 남아프리카 정육점 프랜차이즈이기 때문에 주로 남아프리카에서 제품을 수입하고 있음 - 그 외, 소고기는 호주산 제품, 닭고기는 100% 브라질산 제품을 취급하고 있음 - 브라질산 닭고기 취급 이유: 현지 자체 생산만으로는 소비자의 높은 수요를 충족하기 어렵기 때문에 저렴한 브라질산 제품을 취급하고 있음 - 하지만 국내산 닭고기 품질이 더 우수함 <p>3) 구매 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> - 소비자 주 구매 요인: 품질(특히 원산지) - 바이어 주 구매 요인: 가격 및 품질, 품질에 따라 제품을 A, B, C 등급으로 나누며 당사는 주로 A등급 제품만 취급하고 있음 	


■ Thoms UN

기업명	Thoms UN (Thomsun Group)	
홈페이지	www.thomsun.com	
취급제품	육류제품	
업태	수입유통업체	
연락처	971 4 2626261	
소재지	두바이(Dubai) / Salah Al Din Street, Hor Al Anz, Deira - Dubai - United Arab Emirates	
담당자	Thomas (Sales Manager)	
인터뷰	<p>1) 취급 제품: 육류제품 - 냉동제품만 취급하고 있음</p> <p>2) 주요 수입국: 브라질, 호주, 유럽, 인도 - 주로 브라질에서 닭고기와 소고기를 수입하고 있음 - 브라질산 닭고기와 인도산 소고기 가격이 저렴하기 때문에 소비자 선호도가 높음</p> <p>3) 성수기: 9월~3월 말 - 주로 1분기와 3분기에 제품을 수입하고 있음</p> <p>4) 선호 부위 - 소고기: 선호하는 부위는 납품업체마다 다름. 다리부위 선호도는 낮은 편임 - 닭고기: 모든 부위 선호도가 일정함</p> <p>5) 수입 시 애로사항: 없음</p> <p>6) 브라질 부패 육류 이슈 - 해당이슈에 대해 인지하지 못했으며 당사의 매출에도 영향을 미치지 않았음</p>	

■ Fantco

기업명	Fantco (Faisal Al Nusif Trading Co. L.L.C)	
홈페이지	www.fantco.com	
취급제품	육류제품	
업태	수입유통업체	
연락처	971 4 3391149	
소재지	두바이(Dubai) / Street 5 A, Al Qouz industrial area III, Behind Volkswagen Car showroom, Near Al Noor Metro Station, Dubai, UAE	
담당자	Radish (Sales Manager)	
인터뷰	<p>1) 취급 제품: 닭고기, 소고기</p> <p>2) 주요 수입국: 브라질, 네덜란드, 호주, 미국 등</p> <ul style="list-style-type: none"> - 닭고기: 브라질산 닭고기 가격이 저렴하기 때문에 수입하는 비중이 가장 높으며 일부는 아르헨티나, 우크라이나에서 수입하고 있음 - 소고기: 미국산 소고기 가격이 저렴하기 때문에 수입하는 비중이 높으며 그 외 호주, 네덜란드에서도 수입하고 있음 <p>3) 성수기: 9월~3월</p> <ul style="list-style-type: none"> - 5월~7월에는 수입량이 적음 <p>4) 구매 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> - 소비자 주 구매 요인: 가격 및 할랄 제품. 원산지에 대해 크게 고려하지 않음 <p>5) 선호 부위 : 일반 소비자들이 크게 선호하는 특정부위 없음</p> <p>5) 수입 시 애로사항: 없음</p> <p>6) 브라질 부패 육류 이슈</p> <ul style="list-style-type: none"> - 해당 이슈에 대해서 인지하고 있었으나 이 사건이 소비자 수요에 영향을 미치지 않은 것으로 사료됨. UAE 소비자들은 이러한 이슈에 민감하지 않으며 구매결정에 가격이 가장 큰 요소이기 때문에 브라질산 제품에 대한 수요가 여전히 높은 편임 	

■ Elfab

기업명	Elfab	
홈페이지	elfabco.com	
취급제품	육류제품	
업태	수입유통업체	
연락처	971 4 8857575	
소재지	두바이(Dubai) / DIP, Jebel Ali, Dubai United Arab Emirates	
담당자	Atif (Marketing Manager)	
인터뷰	<p>1) 취급 제품: 닭고기, 소고기 등 육류 제품 - 냉장고기만 판매. 냉장고기는 장기간 보관은 어렵지만, 품질이 훨씬 뛰어나기 때문에 고객들의 선호도가 높음</p> <p>2) 주요 수입국: 미국, 브라질, 호주 등</p> <p>3) 구매 요인 - 소비자 주 구매 요인: 서비스 - 바이어 주 구매 요인: 고객 선호도가 가장 큰 영향을 미침 - 당사는 고객 중심으로 운영되고 있음. 고객이 필요를 느끼는 제품을 제공하기 위해 노력함. 또한 다양한 수요를 충족시키기 위해 세계 여러 국가에서 높은 품질의 제품을 수입하여 제공하고 있음</p> <p>4) 납품지역: UAE 전 지역</p>	

■ AL Danah Meats Supply Factory

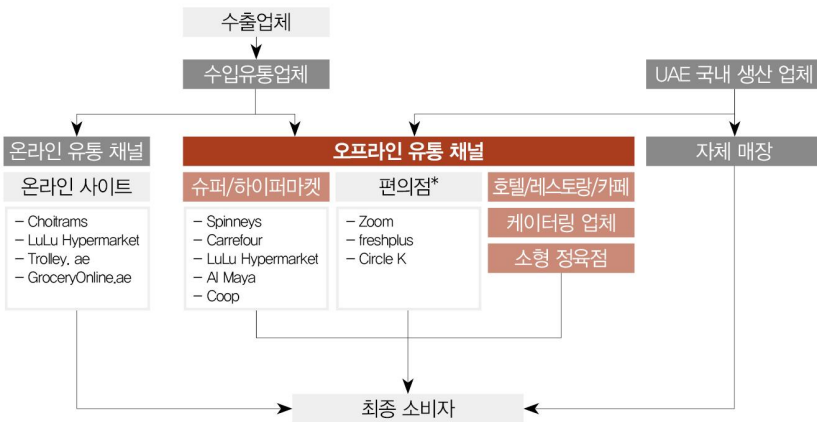
기업명	AL Danah Meats Supply Factory
취급제품	육류제품
업태	수입유통업체
연락처	971 6 5389 026
소재지	샤르자(Sharjah) / Sharjah, UAE.
담당자	Roy Peter (Production Manager)
인터뷰	<p>1) 취급 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 닭고기 약 50%, 소고기 약 25%, 양고기 약 25% - 냉장, 냉동 육류 취급 <p>2) 주요 수입국: 호주, 브라질</p> <ul style="list-style-type: none"> - 닭고기: 브라질산 (가격이 상대적으로 저렴함) - 소고기: 호주산 (품질이 뛰어남) - 브라질산 제품의 경우 닭고기는 가격경쟁력이 높지만 타 육류는 저렴하지 않아 가격경쟁력은 닭고기만 우수함 <p>3) 구매 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> - 소비자 주 구매 요인: 품질 및 서비스 (배송서비스) - 바이어 주 구매 요인: 품질 <p>4) 납품처: 주로 현지 레스토랑 및 호텔에 제품을 유통하고 있음</p> <p>5) 수입 시 애로사항: 서류부문</p> <ul style="list-style-type: none"> - 제품을 수입할 때 필요한 서류를 구비하는 것이 가장 복잡하고 어려운 부분임

4

유통 현황

가. 전체 유통경로

| 육류 현지 유통구조도 |



* 편의점의 경우 육류 가공 식품에 한하여 유통됨
 ** 자재매장은 생산 가공업체에서 운영하는 매장이나 어떤 업체에서 소유하는지는 확인되지 않음

※ 출처: 미국 농무부(www.usda.gov), EC21 Research&Consulting

(1) 육종별(계육/우육/돈육) 유통 경로

- UAE 유통 시장은 중동 지역 유통 부문의 선두 주자로서 유통매장 면적을 기준으로 할 때 GCC국가에서 차지하는 비중이 45%에 달함. 대규모 신규 유통 매장이 지속적으로 추가 개설 될 것으로 예상됨
- UAE 내에서 육류의 유통 과정은 수입·유통을 담당하는 총판을 중심으로 이루어짐

- 총판이 중심이 되어 온·오프라인 매장으로 각각 유통되며, 온라인 유통 채널로는 식자재 전문 온라인매장, 일반 B2B, B2C 온라인 매장이 있음. 오프라인 유통채널로는 대형마트와 재래시장이 있음
- 2015년 기준으로 UAE에서 유통되는 우육의 유통채널은 호텔·레스토랑·카페 (HORECA), 현대적인 유통채널, 소형 정육점 3가지로 구분되며, 각각 56%, 35%, 9%의 유통 점유율을 기록함²⁸⁾
- 수입 계육 유통경로는 우육, 돈육의 수입·유통경로와 비슷한 구조를 가지고 있으나, UAE 국내 계육 생산업체들은 대부분 영업체계가 잘 구축되어 있기 때문에 중간 유통업체를 거치지 않고 직접 소매업체, 호텔, 케이터링 업체 및 자체 매장에 계육을 유통하는 구조를 갖추고 있음²⁹⁾

28) Bord Bia, The meat market in the UAE, 2015.05.22.

29) 미국 농무부, 「Poultry and Products Annual」 (2017)

나. 주요 유통채널 정보 및 유통 규모

(1) 도매 채널 정보

- UAE에서 도축장(Abattoir)은 축산기업이 자체적으로 운영하는 경우와 지방 정부에서 운영하는 2가지 형태가 있음. 규모가 큰 축산기업들의 경우 자체적으로 도축하여 가공하기도 하나, 시에서 운영하는 도축장을 통해 염소와 같은 소형 가축부터 소와 같은 대형 가축까지 할랄 방법을 통한 도축을 하고 있음
- 각 주정부는 도축장을 관리하는 부서를 두고 있으며, 해당 부서를 통해서 새로운 도축장의 건설, 시설 관리 등의 행정업무를 처리하고 있음
- 해당 도축장은 일반 소비자들도 쉽게 이용할 수 있도록 도축 서비스를 제공하고 있음
- 두바이 정부는 2018년 4월 Lisaili 도축장(Abattoir)을 완공하였다고 밝힘. 해당 도축장은 15,000평방미터의 규모로 건립되었으며 온실가스 저감, 식품 안전 기준 등 국제적인 기준에 맞춰 건립되었다고 함³⁰⁾

(2) 오프라인 유통 채널

- 오프라인 유통 채널 동향³¹⁾
 - 2014년을 기준으로 UAE에는 현대적인 유통업체 및 전통적인 유통업체가 약 9,663개 있으며, 현대적인 유통업체는 편의점, 할인매장, 주유소·호텔에 딸린 식료품점, 하이퍼마켓·슈퍼마켓 등을 포함하고 있음. 전통적인 유통채널은 주로 담배·술·식료품 전문 판매 업체들로 이루어져 있으며 대체로 규모가 작음
 - 식품의 오프라인 유통채널 시장규모는 2016년 기준 551억 7,000만 달러를 기록하였으며, 2013년 444억 500만 달러를 기록한 이후 4년간 연평균 5.6%의 성장률을 기록함

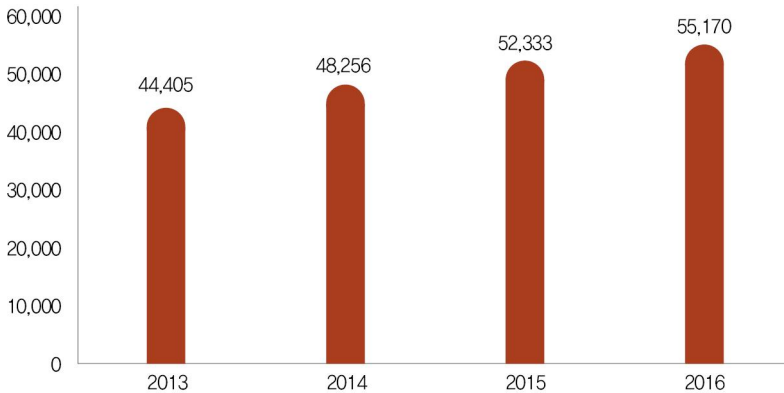
30) ConstructionWeekOnline, Dubai completes multi-species Lisaili Abattoir, 2018.04.01.

31) 캐나다 농업농산식품부(AGR), 「Grocery Retail Trends in the United Arab Emirates」 (2016)

- 현대식 소매업체는 재래식 소매업체와 비교하여 더 다양한 제품군을 보유하고 있으며, 대체로 규모가 크고 이동이 편리한 곳에 위치하고 있기 때문에 소비자들의 선호도가 높은 편임

■ UAE 오프라인 유통채널 시장 규모, 2013-2016 ■

(단위: 백만 달러)



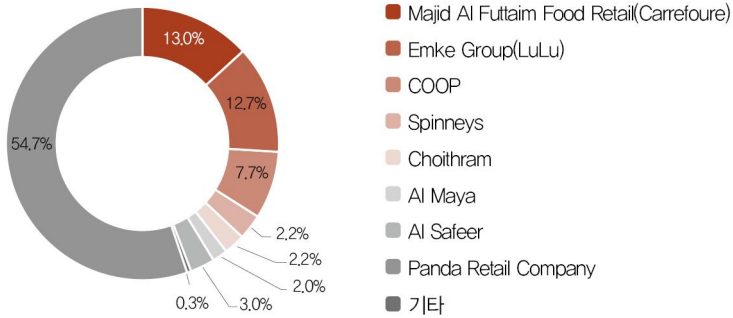
※ 출처: Euromonitor(www.euromonitor.com)

■ 슈퍼마켓/하이퍼마켓

- 합작 투자회사인 Majid Al Futtaim Hypermarket은 Carrefour를 운영하면서 2015년 기준 시장 점유율의 13.0%를 차지하고 있으며, LuLu마트를 운영하고 있는 Emke Group이 12.7%로 비슷한 점유율을 차지하고 있음³²⁾
- 소매 채널에서 상위 점유율을 보유하고 있는 Spinneys의 경우 프랑스 브랜드이지만 다양한 수입제품을 저렴한 가격에 UAE 소비자들에게 선보이며 UAE 소매 시장에 안정적으로 자리매김 하였음

32) 캐나다 농업농산식품부(AGR), 「Grocery Retail Trends in the United Arab Emirates」 (2016)

UAE 소매시장 점유율, 2015년



※ 출처: IGD(www.igd.com)

- UAE 인기 식품 유통업체 매장 5개를 선정하여 매출액 및 성장률을 분석한 결과, Emke Group社의 LuLu 하이퍼마켓 매출액이 2015년 기준 약 10억 2,200만 달러로 연평균 22.6%의 높은 성장률을 기록함

UAE 점유율 인기 5개 식품 유통업체 매장 5개년 매출액 및 성장률

(단위: US\$ million)

기업명	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	연평균 성장률
LuLu Hypermarket	776.7	901	1,020.20	1,164.60	1,438.10	22.6%
Carrefour	656.5	757.6	827.2	933.8	1,022.80	13.0%
Spinneys	665.4	725.9	433.2	438	447.8	-5.9%
Choithram	315.7	376.6	372.1	379.5	393.4	4.9%
AI Maya	159.7	231.5	265.6	286.1	307.6	6.5%

※ 출처: 캐나다농업농산식품부(AGR)(www.agr.gc.ca)

UAE 대표 대형마트 정보 - ① Lulu Hypermarket

1	설립년	2004년	
2	본사	아부다비	
3	매출액	1,438만 달러(2015년 기준)	
4	점포수	138개(2016년 기준)	
5	판매 점포 위치	 	
6	매장 특징	<p>Lulu hypermarket은 UAE 내 48개의 매장(전 세계 127개)을 운영 중에 있음. 현지에서 수요가 많은 식료품, 건강·미용 제품을 PB 상품³³⁾으로 제조 및 생산하여 판매함. 기타 한국산 제품으로는 주로 삼성을 비롯한 전자상품이 다수 입점해 있으며, 식품은 CJ 제일제당의 Bibigo 만두 제품을 확인할 수 있음</p>	

※ 출처: Lulu Hypermarket(www.luluhypermarket.com)

UAE 대표 대형마트 정보 - ② Carrefour

1	설립년	1995년	
2	본사	아부다비	
3	매출액	1,022만 달러(2016년 기준)	
4	점포수	47개(2016년 UAE 기준)	
5	매장 전경	 	
6	매장 특징	<p>Carrefour는 다양한 프로모션을 통해 고객을 유치함. Dubai에 위치한 Carrefour 매장은 라마단(Ramadan)기간³⁴⁾ 동안 다양한 마케팅으로 소비자의 눈길을 끄</p> <p>기도 시간표(Prayer timing)를 배치하여 불편함을 해소하기도 함. 최근 급성장하고 있는 건강식품에 대한 수요 증가에 발맞춰 관련 상품을 판매하고 있으며, 지역 사회의 농장들과도 협약을 맺고 있음</p>	

※ 출처: Carrefour UAE(www.carrefouruae.com)

33) PB상품 : Private Brand Product의 약자로 유통업체 브랜드로 상품을 판매하는 것을 뜻함

34) 이슬람력(曆)의 9번째 달로, 이슬람교에서 천사 가브리엘이 무함마드에게 코란을 가르친 신성한 달로 여김. 약 한 달가량 일출에서 일몰까지 의무적으로 단식함

UAE 대표 대형마트 정보 - ③ Spinneys

1	설립년	1924년	
2	본사	두바이	
3	매출액	447.8만 달러(2015년 기준)	
4	점포수	총 52개 매장 (두바이 34개, 아부다비 12개, 샤르자 2개, 아즈먼 1개, 라스알카이마 3개)	 
5	매장 전경		
6	매장 특징	Spinneys는 고품질의 농산품과 유기농 제품에 대한 마케팅에 적극적인 기업임. 또한 매장 내 유기농 제품의 취급 비율이 높음. 이에 신선하고 고품질의 식품만 취급하여 건강을 중시하는 고객이 타깃임	

※ 출처: Spinneys(www.spinneys-dubai.com)

UAE 대표 대형마트 정보 - ④ COOP

1	설립년	1980년	
2	본사	두바이	
3	매출액	N/A	
4	점포수	43개(2017년 기준)	 
5	매장 전경		
6	매장 특징	COOP(Abu Dhabi Co-Operative Society)는 UAE의 노동·복지부(Ministry of Labour and Social Affairs)에 의해 설립된 유통 회사임. 다국적 유통 업체인 SPAR와의 제휴를 통해 편의점, 하이퍼마켓 등 다양한 포맷과 채널을 이용하고 있음. 지역사회에 대한 기여를 우선으로 생각하여 지역 제품, 지역 채용 등의 노력을 기울이고 있음	


※ 출처: COOP(www.abudhabicoop.com)

UAE 대표 대형마트 정보 - ⑤ Al Maya

1	설립년	1982년	
2	본사	두바이	
3	매출액	307만 달러(2015년 기준)	
4	점포수	46개(2018년 기준)	
5	매장 전경	 	
6	매장 특징	<p>Almaya 그룹은 1970년대에 설립되어 두바이에 본사를 두고 있으며, UAE를 포함한 GCC 회원 국가에 여러 지점을 보유하고 있음. UAE에는 약 30여 개의 아웃렛과 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 등 다양한 규모의 마켓을 보유하고 있음</p>	

※ 출처: [almaya\(www.almaya.ae\)](http://almaya.com)

UAE 대표 대형마트 정보 - ⑥ Waitrose


1	설립년	2012년	
2	본사	아부다비	
3	매출액	N/A	
4	점포수	8개(2016년 기준)	
5	매장 전경	 	
6	매장 특징	<p>Waitrose는 UAE 내 9번째 지점을 설립하며 당초 목표인 20~25개 매장 확보를 위해 노력하고 있음. 고품질 가공식품 및 신선식품을 전문적으로 취급하며 일부 매장의 경우 할랄 인증을 취득한 제품만을 판매하고 있음</p>	

※ 출처: [Waitrose\(www.waitrose.com\)](http://waitrose.com)

■ 현대식 소매업체: 편의점


- UAE에서 편의점은 가장 빠르게 성장하는 유통채널로, 여성 노동자 증가, 도시화 등 편의점을 이용하는 인구가 증가함에 따라 주요 소비 유통채널로서 떠오르고 있음. 대형 유통채널을 통한 구매가 보편화되어 있는 편이지만 꾸준히 성장하고 있는 채널임

UAE 대표 편의점 정보 - ① ZOOM

1	설립년	1993년	
2	본사	두바이	
3	매출액	N/A	
4	점포수	153개 이상(2018년 기준)	
5	매장 특징	ZOOM은 UAE 정유·에너지업체인 ENOC의 편의점 체인으로, UAE의 최초 편의점 체인임. 현재 113개의 매장과 40개 이상의 지하철 매장을 보유하고 있는 ZOOM은 매장을 200개까지 확대할 계획을 보유하고 있으며, 사우디아라비아에서도 2018년까지 27개의 매장을 오픈할 계획을 보유하고 있음	

※ 출처: ENOC(www.enoc.com)

UAE 대표 편의점 정보 - ② freshplus

1	설립년	1981년	
2	본사	두바이	
3	매출액	N/A	
4	점포수	N/A	
5	매장 특징	freshplus는 UAE 석유 유통업체인 EMARAT의 유통 체인으로 UAE 최대 편의점 체인 중 하나임. 개별 매장인 freshplus뿐만 아니라 자사의 자동차 정비소와 연계한 Super MARKET도 같이 운영하는 등 UAE 내에 다수의 매장을 운영하고 있음	

※ 출처: EMARAT(emaratae)

(3) 온라인 채널

■ 온라인 시장 개요

- UAE의 인구는 약 960만 명으로 이 중 약 92% 이상이 인터넷을 사용하며 남성 사용자의 비율이 68%로 여성 사용자보다 많음. 또한 26세~35세 연령대의 인터넷 사용률이 전체 연령대 중 42%로 가장 높음
- UAE 내 식료품 및 잡화 총 소비액은 약 2,760만 달러이고, 이 중 식품에 사용되는 금액은 1인당 2,591달러이며 44.50달러는 온라인에서 소비됨
- UAE 온라인 소매점에서 판매되는 식품의 75%는 도매상을 통해 수입되고 있으며 점차 소매상의 직수입 비중도 증가하고 있음³⁵⁾

■ 온라인매장 동향: ① 오프라인 유통 기업들의 온라인 사업 진출

- 온라인 인프라 정비, 소비자 구매패턴의 변화, 온라인 구매에 대한 인식 개선 등의 이유로 온라인 시장규모가 소폭 성장하였으며, 오프라인 유통기업들이 판매 채널의 다각화를 위해 온라인 쇼핑물 사업 진출을 확대하고 있음³⁶⁾
- 하지만 소비자들의 온라인 결제 시스템에 대한 낮은 신뢰도, 배송오류 및 개인정보 도용 등에 대한 우려로 인하여, 온라인을 통한 판매규모는 전체 유통시장의 약 3%로 아직 미미한 수준임³⁷⁾

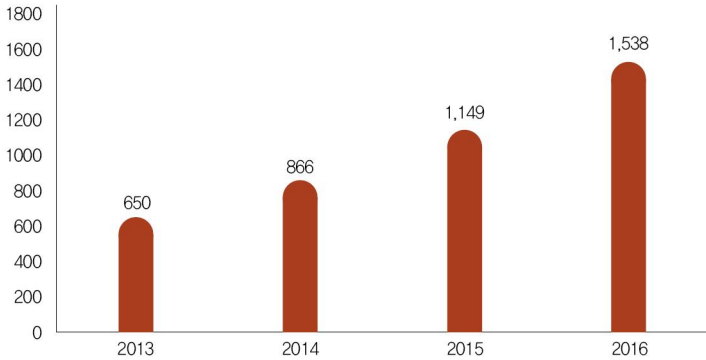
35) 캐나다 농업농산식품부(AGR), 「An Overview of E-Commerce Trends in the United Arab Emirates,」 (2017)

36) Euromonitor International, 「Retailing in the UAE」 (2015)

37) 캐나다 농업농산식품부(AGR), 「An Overview of E-Commerce Trends in the United Arab Emirates,」 (2017)

UAE 온라인 유통채널 시장 규모, 2013-2016

(단위: 백만 달러)



※ 출처: Euromonitor(www.euromonior.com)

■ 온라인매장 동향: ② 육류 전자상거래 유통 비중

- 식품의 온라인 유통 채널 이용률의 경우 전체 온라인 유통 시장이 점차 성장하고 있는 추세와 달리 매우 낮은 성장률을 보이고 있음. 2015년 기준 식품의 온라인 유통 규모는 전체 온라인 유통액의 0.62% 수준에 그쳤으며, 2020년까지 1%의 점유율을 넘어서지 못할 것으로 전망됨
- 식품의 성격상 직접 만져보고 판매자와 대화를 하는 방식을 통해 제품에 대한 신뢰도가 형성되기 때문임³⁸⁾

■ 온라인매장 동향: ③ 온라인 매장 규모 및 인기 온라인 식품매장 리스트


- UAE 내 인기 온라인 식품 매장 6개를 분석한 결과, 일부 식품 온라인 매장에서 신선육을 판매하고 있으나 대부분의 온라인 매장에서는 가공육만 판매하고 있는 것으로 확인되었음
- Trolley.ae는 신선육을 포함한 다양한 식품을 온라인을 통해 유통하는 대형업체로, 신선 소고기, 신선 닭고기, 신선 양고기, 해산물 등 다양한 제품군을 보유하고 있으나 냉동육은 판매하고 있지 않음

38) Euromonitor International, 「Retailing in the UAE」 (2015)

UAE 인기 온라인 식료품 매장 리스트

구분	기업명	웹사이트명	판매제품
1	Choithrams - full of goodness	www.choithrams.com	생활용품, 식음료, 유아용품, 전자기기 등
2	GroceryOnline.ae	groceryonline.ae	식음료, 화장품 등
3	Trolley.ae	Trolley.ae	생활용품, 식음료, 유아용품, 화장품 등
4	early bird	www.earlybird.ae	생활용품, 식음료, 전자기기, 펫용품 등
5	Souq Planet	www.souqplanet.ae	식음료 등
6	Geant online	www.geantonline.ae	식음료 등

UAE 온라인 식료품 스토어 - Trolley.ae

1	설립년	2011년	
2	본사	두바이	
3	매출액	N/A	
4	판매제품 (육류제품)		
		신선 우육	가공육
5	매장 특징	약 1만 개의 제품을 판매하고 있는 대형 온라인 식료품 유통매장으로 신선 소고기, 닭고기, 양고기 및 다양한 육가공식품을 판매하고 있음	

※ 출처: Trolley.ae(trolley.ae)

다. 주요 유통매장 내 육류 판매현황 현지조사

(1) Lulu

■ 매장 방문 현황 ■

방문 지점	매장 방문일
Al Wahdah Mall (AD), Al Khalidiyah Mall	2018.09.11.

매장 사진



- 해당 매장에서 조사된 제품은 신선 소고기·닭고기, 냉동 소고기·닭고기, 소고기 소시지로 총 107개의 제품이 확인되며, 돼지고기의 경우 해당 매장에서 판매되고 있지 않은 것으로 나타남
- 제품 분류 : 냉동 닭고기 49.5%
 - 매장 조사 결과 전체 제품 중 보관 방법을 기준으로 분류하였을 때, 냉동제품의 비율이 66.4%로 냉장제품에 비해 월등히 높은 것으로 나타남
 - 냉동제품 중에서는 닭고기가 49.5%로 가장 많았으며, 소고기는 7.4%로 판매 비중이 다소 낮음
 - 품목을 기준으로 분류하였을 때, 닭고기가 62.5%로 25.2%의 비율을 차지한 소고기에 비해 선호도가 높은 것으로 파악됨

- 육류가공제품의 경우 냉동제품의 비율이 비교적 높아 소고기와 닭고기 제품 중 특정 품목에만 치우친 구매가 이루어지지 않는 것으로 사료되나 매장별로 차이가 있을 수 있음

▣ LuLu 판매 제품별 분류 ▣

구분	냉장제품				냉동제품			
	소고기	닭고기	소고기 소시지	닭고기 소시지	소고기	닭고기	소고기 소시지	닭고기 소시지
제품 비율	17.8%	13.1%	2.8%	0.0%	7.5%	49.5%	3.7%	5.6%
	33.6%				66.4%			

■ 브랜드 : 자체브랜드(PB) 제품 61.7%

- 매장에서 판매되고 있는 제품을 분류 기준 없이 브랜드로만 살펴본 결과 자체브랜드(PB) 상품이 61.79%로 판매비중이 월등히 높은 것으로 나타났으며, 특히 신선·냉장 소고기의 비중이 가장 높았음
- 닭고기의 경우 Americana, Alsaffa 브랜드가 각각 약 6%로 가장 많은 제품이 판매되고 있는 것으로 나타났으며, 해당 매장에서는 약 20여 가지의 다양한 브랜드 제품이 취급되고 있는 것으로 확인됨

▣ LuLu 판매 브랜드 ▣

구분	닭고기	소고기
브랜드	Alafiya, AlAin, Alkabee, Alkahzana, Almarwa, Alsaffa, AlWatania, Alyoum, Americana, Aryaf, Doux, Farm Fresh, Frangsoul, Freshly Foods, Islami, Mayda, nat, Sadia 등	al Tamam, Alkabeer, Americana, Islami, Al Areesh, Americana, Islami

■ 원산지 : UAE 32.7%

- 제품의 품목을 나누지 않고 원산지를 살펴본 결과 자국산인 UAE 제품이 25%로 가장 많은 것으로 나타남
- 약 10여 개 국가의 육류제품을 취급하고 있으며 자국산인 UAE 제품 다음으로는 브라질산 제품이 28%로 가장 많이 판매되고 있음. 다만 상위 4개국인 UAE, 브라질, 호주, 사우디아라비아를 제외하면 기타 원산지간의 비율 차이는 크지 않으며, 다양한 국가의 제품을 판매하고 있는 것으로 나타남

■ Lulu 판매 제품 원산지 비율 ■

국가	비율	국가	비율
UAE	32.7%	뉴질랜드	2.8%
브라질	28.1%	프랑스	1.9%
호주	10.3%	남아프리카공화국	0.9%
사우디아라비아	9.4%	파키스탄	0.9%
오만	6.5%	네덜란드	0.9%
인도	5.6%		

(2) Carrefour

■ 매장 방문 현황 ■

방문 지점	매장 방문일
Marina Abu Dhabi	2018.09.08.~09.10.

매장 사진



- 해당 매장에서 조사된 제품은 신선 소고기·닭고기, 냉동 소고기·닭고기, 소고기 소시지로 총 71개의 제품이 확인되며, 한국산 제품은 판매되고 있지 않음
- 해당 매장에서는 돼지고기가 판매되고 있지 않은 것으로 나타났으며, 일부 냉장·냉동 양고기가 판매되고 있음
- 제품 분류 : 냉동 닭고기 40.8%
 - Carrefour 매장 조사 결과 전체 제품 중 보관 방법을 기준으로 분류하였을 때, 냉동 닭고기 제품의 비중이 냉장제품에 비해 더 높음
 - 냉동제품 중에서는 닭고기가 43.68%(소시지 포함)로 가장 많았으며, 소고기는 9.8%(소시지 포함)로 다소 작은 비중을 차지함
 - 다만, 소고기의 경우 냉동제품으로 구매하는 비율보다 냉장제품으로 구매하는 비율이 조금 더 높은 것으로 확인됨
 - 또한 육류 가공식품인 소시지가 차지하는 비율은 전체 육류 제품 중 11.4%인 것으로 조사됨. 소시지의 경우 냉동 닭고기 소시지의 제품 구비 비율이 냉동 소고기 소시지의 제품 수보다 많은 것으로 확인되어, 소비자 들로부터 많이 구매되고 있는 것으로 판단됨

Carrefour 판매 제품별 분류

구분	냉장제품				냉동제품			
	소고기	닭고기	소고기 소시지	닭고기 소시지	소고기	닭고기	소고기 소시지	닭고기 소시지
제품 비율	18.3%	22.5%	0.0%	0.0%	7.0%	40.8%	2.8%	8.6%
	40.8%				59.2%			

■ 브랜드 : 자체브랜드(PB) 제품 19.8%

- 매장에서 판매되고 있는 제품을 브랜드 별로 살펴본 결과 Carrefour 자체브랜드 (PB) 상품이 전체 브랜드 중에서 19.8%로 가장 많은 것으로 나타나며, 자체브랜드(PB) 품목의 대부분은 신선·냉장 소고기 제품인 것으로 파악됨
- 2번째로 많은 비율을 차지한 브랜드는 Sadia로 약10%의 비율을 차지하고 있으며, 브라질산 냉동 닭고기만을 판매하고 있음. 또한 본 매장에서는 자체 브랜드를 제외한 25여 개의 브랜드 제품을 취급하고 있음

Carrefour 판매 브랜드

구분	닭고기	소고기
브랜드	Admirals, Ajban, Fresh Farm, Al Ain, Al Ajban, Aal Youm, Alafiya, Alkhaleej Al Islami, Americana, Banvit, Sinoria, Seara, Sdia 등	Carrefour, Alkabeer, Al Kabeer, Freshly Foods 등

■ 원산지 : UAE 36.6%

- 제품의 품목을 나누지 않고 원산지를 살펴본 결과 UAE 자국산 제품이 36.6%로 가장 많은 것으로 나타났으며, 그 다음은 브라질이 29.5%로 많이 판매되고 있음
- UAE와 브라질을 제외한 기타 원산지간 제품 비율 차이는 크지 않으며 12개국에서 수입한 여러 품목의 육가공 제품을 판매하고 있는 것으로 확인됨

▣ Carrefour 판매 제품 원산지 비율 ▣

국가	비율	국가	비율
UAE	36.6%	호주	2.8%
브라질	29.6%	인도	2.8%
사우디아라비아	7.0%	요르단	2.8%
터키	4.3%	프랑스	1.4%
우크라이나	4.3%	파키스탄	1.4%
남아프리카공화국	2.8%	아일랜드	1.4%
뉴질랜드	2.8%		

(3) Spinneys

| 매장 방문 현황 |

방문 지점	매장 방문일
Corniche/Khalidiya	2018.09.15.

매장 사진



- 해당 매장에서 조사된 제품은 신선 소고기·닭고기, 냉동 소고기·닭고기, 소고기 소시지로 총 56개의 제품이 확인됨
- 돼지고기의 경우 해당 매장에서 판매되고 있지 않은 것으로 나타남. 전체 매장에서 돼지고기를 취급하지 않고 일부 매장에서만 돼지고기를 취급하는 카운터를 두고 있는 것으로 확인됨
- 제품 분류 : 신선 소고기 32.1%
 - 매장 조사 결과 전체 제품 중 보관 방법을 기준으로 분류하였을 때, 냉장제품의 비율이 냉동제품에 비해 더 높은 것으로 조사됨
 - 냉장제품 중에서는 소고기가 32.1%로 가장 많았으며, 닭고기가 28.6%로 조금 적었음
 - 품목을 기준으로 분류하였을 때, 닭고기가 55.4%로 37.5%의 비율을 차지한 소고기에 비해 많아 전반적으로 닭고기에 대한 선호도가 높은 것으로 파악됨

- 다만, 소고기의 경우 냉장제품으로 구매하는 비율이 월등히 높은 것으로 사료되나, 닭고기의 경우 냉장과 냉동제품의 비율에 큰 차이가 없었음. 따라서 닭고기의 경우 냉장과 냉동 중 특정 보관 방법의 제품에만 치우친 구매가 이루어지지는 않는 것으로 사료되나 매장별로 차이가 있을 수 있음

■ Spinneys 판매 제품별 분류 ■

구분	냉장제품			냉동제품		
	소고기	닭고기	소고기 소시지	닭고기 소시지	소고기	닭고기
제품 비율	32.1%	28.6%	12.5%	3.6%	0%	23.2%
	76.8%			33.2%		

■ 브랜드 : 자체브랜드(PB) 제품 58.9%

- 매장에서 판매되고 있는 제품을 분류 기준 없이 브랜드로만 살펴본 결과 자체브랜드(PB) 상품이 58.9%로 가장 많음
- 2번째로 많은 브랜드는 닭고기 전문 브랜드인 Sadia로 19.6%의 비율을 차지함
- 닭고기의 경우 다양한 브랜드의 제품이 판매되고 있는 것으로 확인되나, 소고기의 경우 자체브랜드(PB) 제품의 비율이 월등히 높은 것으로 나타남

■ Spinneys 판매 브랜드 ■

구분	닭고기	소고기
브랜드	Spinneys Food, Sadia, Savel, Al Ain, Seara, Tegel, Alkabeer,	Spinneys Food, Americana, Alkabeer

■ 원산지 : UAE 25%

- 제품의 품목을 나누지 않고 원산지를 살펴본 결과 자국산인 UAE 제품이 25%로 가장 많은 것으로 나타남. 그 다음은 브라질과 오만이 각각 21.4%, 17.8%을 기록하여 3개국의 제품이 약 60%를 차지하고 있음
- 다만 전반적으로 제품 원산지간의 비율 차이가 크지 않으며 다양한 국가의 제품을 납품받아 판매하고 있음

┃ Spinneys 판매 제품 원산지 비율 ┃

국가	비율	국가	비율
UAE	25.0%	뉴질랜드	12.5%
브라질	21.4%	네덜란드	3.6%
오만	17.8%	프랑스	1.8%
호주	16.1%	사우디아라비아	1.8%

(4) COOP

▣ 매장 방문 현황 ▣

방문 지점	매장 방문일
Abu Dhabi Mall Tourist Club	2018.09.07.~09.09.
매장 사진	
	

- 해당 매장에서 조사된 제품은 신선 소고기·닭고기, 냉동 소고기·닭고기, 소고기 소시지로 총 62개의 제품이 확인되며, 돼지고기의 경우 해당 매장에서 판매되고 있지 않은 것으로 나타남
- 제품 분류 : 냉동 닭고기 46.8%
 - 매장 조사 결과 전체 제품 중 보관 방법을 기준으로 분류하였을 때, 냉동제품의 비율이 69.4%로 냉장제품에 비해 월등히 높은 것으로 나타남
 - 냉동제품 중에서는 닭고기가 46.8%로 가장 많았으며, 소고기는 11.3%로 판매 비중이 비교적 낮음
 - 품목을 기준으로 분류하였을 때, 닭고기의 비율이 75.9%로 소고기에 비해 많은 것으로 보아 전반적으로 닭고기에 대한 선호도가 높은 것으로 파악됨
 - 육류가공 제품의 경우 냉동제품의 비율이 비교적 높은 편이며 특히 냉동 닭고기 소시지에 대한 판매가 비교적 높을 것으로 판단됨. 또한 해당 매장에서는 냉장 소시지 제품은 판매가 되고 있지 않으나, 매장별로 차이가 있을 것으로 사료됨

Coop 판매 제품별 분류

구분	냉장제품				냉동제품			
	소고기	닭고기	소고기 소시지	닭고기 소시지	소고기	닭고기	소고기 소시지	닭고기 소시지
제품 비율	11.3%	19.3%	0.0%	0.0%	11.3%	46.8%	1.6%	9.7%
	30.6%				69.4%			

■ 브랜드 : 자체브랜드(PB) 제품 13%

- 매장에서 판매되고 있는 제품을 분류 기준 없이 브랜드로만 살펴본 결과 자체브랜드(PB) 상품이 13%로 제품 수의 비율이 다른 브랜드에 비해서는 높은 편이나, 타 매장과 비교한다면 비교적 낮은 것으로 나타남
- 자체브랜드 상품의 대부분이 신선·냉장 소고기 제품이며, 닭고기의 경우 AlYoum와 Islami 브랜드 제품이 각각 10%의 비율을 차지하고 있어 가장 많은 제품이 확인됨

Coop 판매 브랜드

구분	닭고기	소고기
브랜드	Seara, Sadia, Qauliko, Prime, Perdix, Kabeer, Islami, Hilal, Fresh Foods, Emborg, Edam, Ajban, Al Khazna, Al Rawada, Alain, AlJouda, Alkabeer, AlWatania, AlYoum, Banvit 등	Kabeer, Islami, Alkabeer, Americana, COOP

■ 원산지 : 브라질 32.3%



- 제품의 품목을 나누지 않고 원산지를 살펴본 결과, 자국산인 UAE 제품의 비율이 높은 타 매장들과 달리 브라질산의 비율이 32.3%로 가장 높음
- 해당 매장에서 취급하고 있는 브라질산의 대부분은 냉동 닭고기 제품이며, 이외 냉동 소고기, 냉장 소고기, 냉동 닭고기 소시지를 일부 판매하고 있는 것으로 나타남
- 자국산인 UAE 제품의 비율은 25.8%이며, 하나의 품목에 치우쳐 있지 않고 다양한 품목의 제품을 취급하는 것으로 나타남. 또한, 해당 매장에서 제품 구성 비율이 높은 상위 3개국인 브라질, UAE, 사우디아라비아를 제외하면 전반적으로 원산지간의 비율 차이는 크지 않아, 다양한 국가의 제품을 유통·판매하고 있는 것으로 나타남

Coop 판매 제품 원산지 비율

국가	비율	국가	비율
브라질	32.3%	파키스탄	4.8%
UAE	25.8%	호주	3.2%
사우디아라비아	16.2%	덴마크	3.2%
터키	6.5%	우크라이나	3.2%
인도	4.8%		

(5) Al Maya

| 매장 방문 현황 |

방문 지점	매장 방문일
Electra Street, Tourist Club	2018.09.18
매장 사진	
	

- 해당 매장에서 조사된 제품은 신선 소고기·닭고기, 냉동 소고기·닭고기, 소고기 소시지로 총 37개의 제품이 확인되며, 한국산 제품은 판매되고 있지 않음. 돼지고기도 해당 매장에서 판매되고 있지 않은 것으로 나타남
- 제품 분류 : 냉동 닭고기 34.3%
 - Al Maya 매장 조사 결과 전체 제품 중 보관 방법을 기준으로 분류하였을 때, 냉동제품의 비중이 냉장제품에 비해 더 높음
 - 냉동제품 중에서는 닭고기가 42.6%(소시지 포함)로 가장 많았으며, 소고기는 14.3%(소시지 포함)로 다소 작은 비중을 차지함
 - 다만, 소고기의 경우 냉동제품으로 구매하는 비율보다 냉장제품으로 구매하는 비율이 월등히 높은 것으로 사료됨
 - 또한 육류 가공식품인 소시지가 차지하는 비율은 전체 육류 제품 중 14.3%인 것으로 조사됨. 소시지의 경우 소고기와 닭고기 중 특정 육류에만 치우친 구매가 이루어지지 않는 것으로 사료되나 매장별로 차이가 있을 수 있음

■ AI Maya 판매 제품별 분류 ■

구분	냉장제품				냉동제품			
	소고기	닭고기	소고기 소시지	닭고기 소시지	소고기	닭고기	소고기 소시지	닭고기 소시지
제품 비율	31.4%	11.4%	0%	0%	8.6%	34.3%	5.7%	8.6%
	42.9%				57.1%			

■ 브랜드 : 자체브랜드(PB) 제품 34.2%, Sadia 제품 14.2%

- 매장에서 판매되고 제품을 브랜드 별로 살펴본 결과 AI Maya社 자체브랜드(PB) 상품이 전체 브랜드 중에서 34.2%로 가장 많은 것으로 나타남. 또한 자체브랜드(PB) 품목으로는 냉장 소고기 제품이 약 91%로 가장 많이 판매되고 있음
- 2번째로 많은 비중을 차지한 브랜드는 Sadia로 14.2%의 비율을 차지하고 있으며, 주로 브라질산과 UAE 국내산 냉동 닭고기를 판매하고 있음

■ AI Maya 판매 브랜드 ■

구분	닭고기	소고기
브랜드	Saida, Doux, Natm, Alliz, Freshly Foods, Prime, Bellaves, Jaizra, Seara, Americana	AI maya, Alkabeer, AI Tamam, First Choice

■ 원산지 : UAE 31.4%

- 제품의 품목을 나누지 않고 원산지를 살펴본 결과 UAE 국내산 제품이 31.4%로 가장 많은 것으로 나타남. 그 다음은 브라질이 28.6%를 기록하며 2개국의 제품이 약 60%가량을 차지하고 있음

- UAE와 브라질을 제외한 이외 원산지간의 비율 차이는 크지 않으며 다양한 국가의 제품을 판매하고 있는 것으로 확인됨

▮ AI Maya 판매 제품 원산지 비율 ▮

국가	비율	국가	비율
UAE	31.4%	프랑스	8.5%
브라질	28.6%	사우디아라비아	2.9%
파키스탄	14.3%	호주	2.9%
인도	11.4%		

라. 현지조사 결과 분석

(1) 신선 소고기

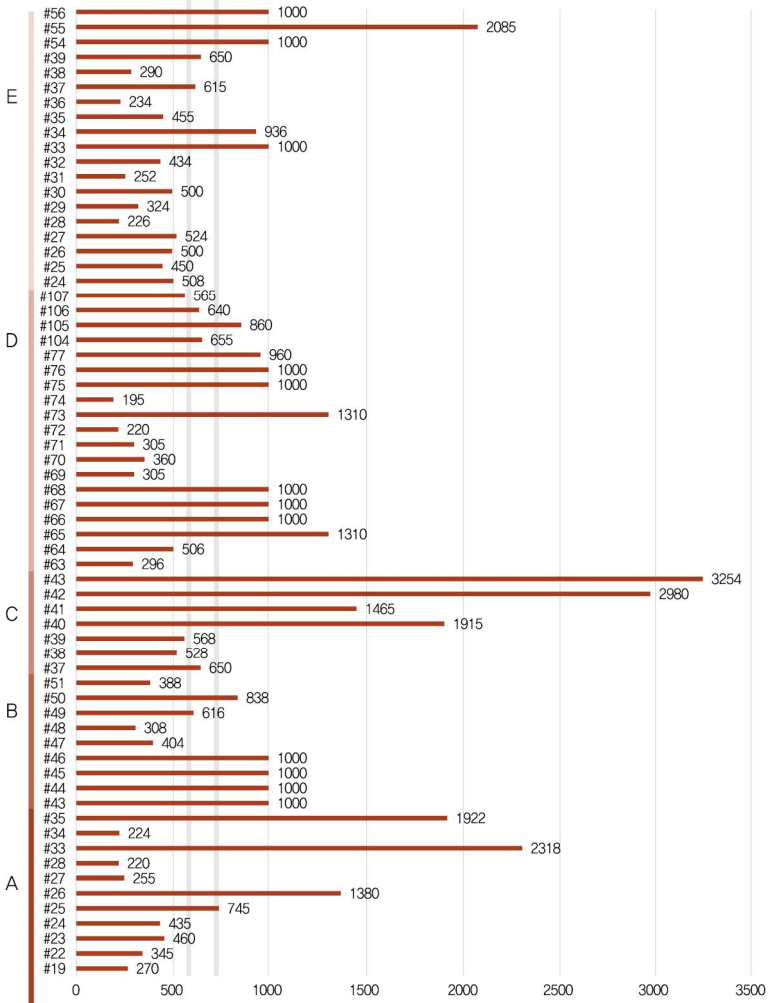
- UAE 현지에서 판매되고 있는 신선 소고기 65개 제품에 대한 분석 정보를 제공함
- 용량 분석: 평균 799.4g
 - 용량 분석 결과 평균적으로 799.4g의 제품이 판매되고 있는 것으로 확인됨
 - 최저 제품은 195g이었으며 최고 용량의 제품은 3.254kg으로 조사됨. 전체 65개의 신선 소고기 제품 중 1kg을 넘어가는 제품은 22개로 약 30%정도를 차지하나 2kg이 넘어가는 제품은 4개로 확인됨
 - 중간 값으로 제품 용량을 계산한 경우 615g이 중간 용량인 것으로 확인되어 평균 용량에 비해 약 180g 가량 차이가 났으며, 1근(600g)을 기준으로 제품이 판매되고 있는 것으로 판단됨
- 가격분석: 평균 57.5 디르함
 - 가격 분석 결과 신선 소고기 제품의 평균 가격은 57.50 디르함으로 조사됨
 - 최저 가격은 6.25 디르함이며, 최고 가격은 521.25 디르함으로 최소와 최고 가격 간의 편차가 많이 나는 것으로 확인됨. 이는 일부 대용량 제품과 수입산 고품질 제품의 가격이 비싸기 때문인 것으로 확인됨
 - 제품 가격의 중간 값은 31.20 디르함으로 평균 가격에 비해 26.3 디르함 가량 낮은 것으로 확인됨
- 100g당 가격분석: 평균 6.93 디르함
 - 단위(100g)당 가격을 분석한 결과 평균 6.93 디르함의 가격으로 판매되는 것으로 확인됨
 - 최저 가격은 1.99디르함이며 최고 가격은 25.00 디르함임. 최저 가격을 기록한 제품은 브라질산 소고기 제품이었으며, 최고 가격을 기록한 제품은 호주산 제품임. 일부 제품을 제외하면 대부분의 호주산 제품이 100g당 가격이 높은 것으로 조사됨

- 100g당 가격의 중간 값은 4.85 디르함으로 고가의 제품으로 인한 가격 평균 오류를 일부 수정하면 약 2 디르함 가량 낮아지는 것으로 확인됨
- 100g당 10.00 디르함을 고가격 제품이라고 할 때, Almaya Supermarket과 Carrefour의 경우 저렴한 제품으로 제품을 구성하고 있는 편이며, Spinneys가 비싼 제품으로 제품군을 구성하고 있는 것으로 확인됨

신선 소고기 용량 분석 결과

(단위: g)

중간 : 615.0g 평균 : 799.4g

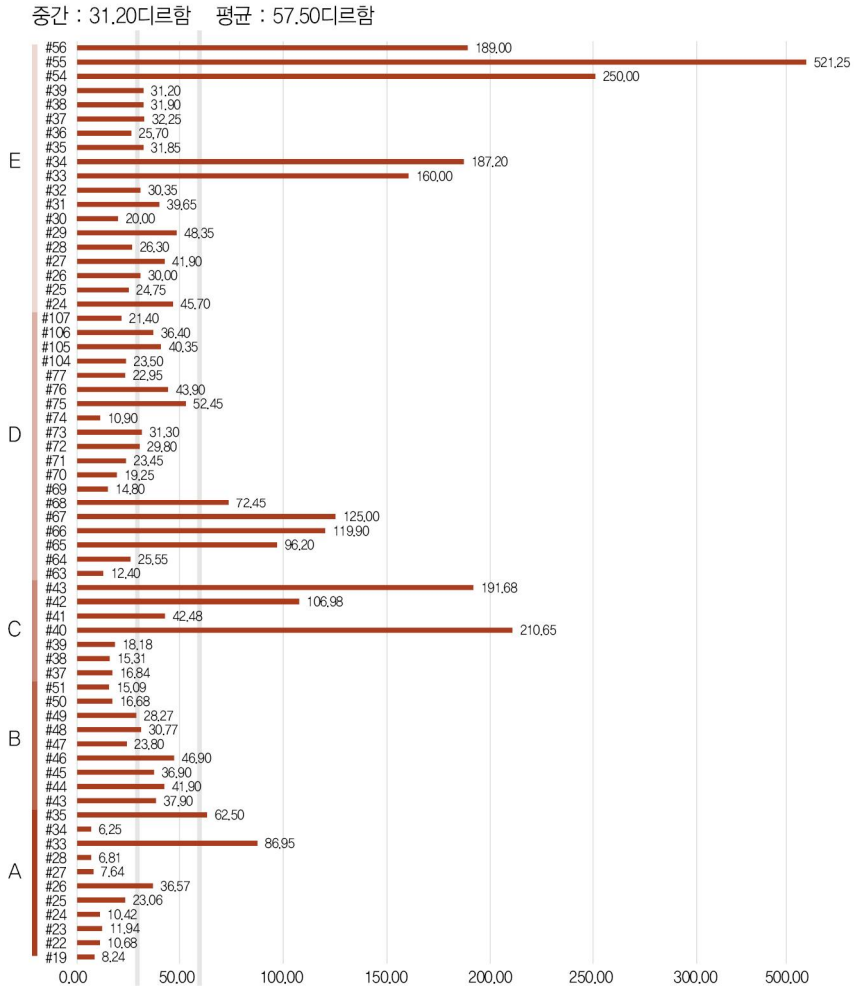


A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

신선 소고기 가격 현황

(단위: 디르함)



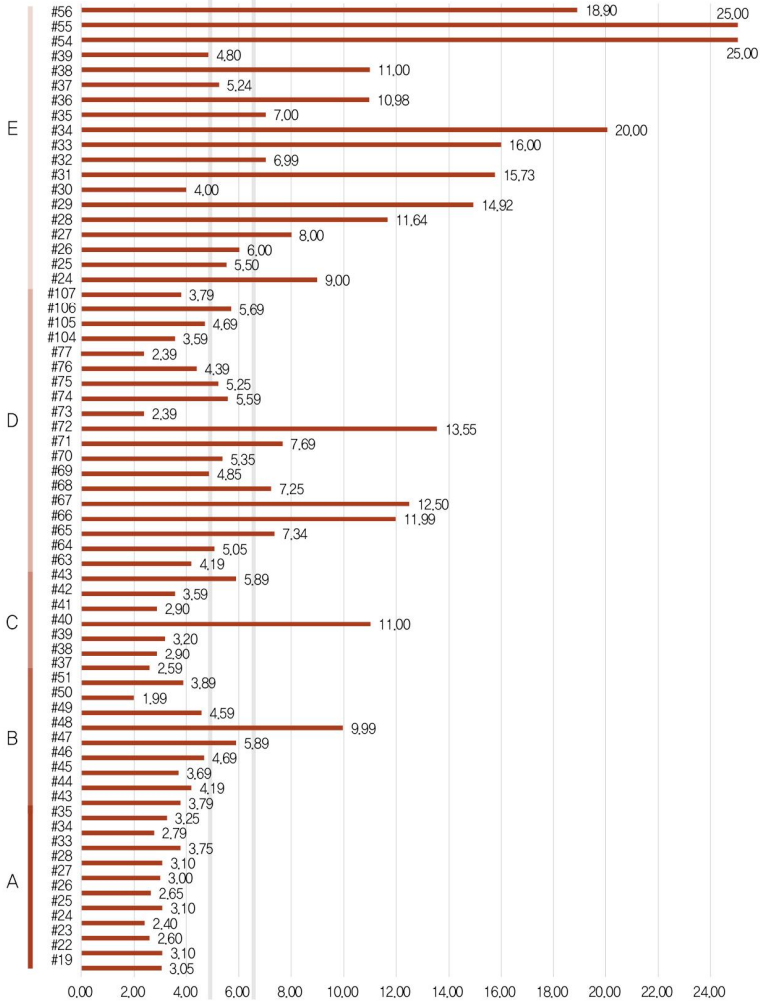
A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

신선 소고기 100g당 가격 현황

(단위: 디르함)

중간 : 4.85디르함 평균 : 6.93디르함



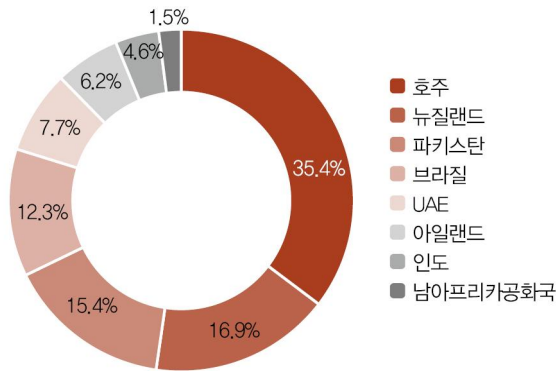
A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

■ 원산지 분석 : 호주산 35.4%

- 조사된 신선 소고기 제품의 원산지 분포를 살펴본 결과 호주산이 35.4%로 가장 많은 것으로 확인됨. 자국산인 UAE산의 경우 7.7%로 UAE에서 소고기를 수입하고 있는 원산지 중 5위를 차지하였음
- 전통적인 소고기 수출국인 브라질, 호주, 뉴질랜드가 대부분의 소고기 제품을 차지하고 있으나, 파키스탄이 15.4%로 3위를 차지한 점이 특이사항임

■ 신선 소고기 원산지 분포 현황 ■



■ 육우 종류 분석 : 소 84.6%

- 현지에서 판매되고 있는 소고기를 품종으로 분류한 결과 일반 소고기가 84.6%로 많았으며, 송아지 고기의 경우 15.4%의 비율을 차지하고 있어 일부인 것으로 확인됨. 암소고기의 경우 판매되고 있지 않은 것으로 나타남
- 세부 품종으로는 앵거스(Angus)³⁹⁾와 와규(Wagyu)⁴⁰⁾종의 경우 해당 품종임을 나타내고 있으나, 기타 품종의 경우 표기하고 있지 않아 어떤 육우 품종인지는 확인되지 않음

39) 앵거스(Angus)종: 영국의 스코틀랜드 원산의 육우임

40) 와규(和牛)종: 일본의 육용소종, 호주에서도 동일 품종 혹은 앵거스(Angus) 등과의 혼혈 품종을 활용하여 생산 및 수출·판매가 이루어지고 있어 호주산 또는 미국산 와규(Wagyu)도 많이 판매됨

- 패키지 분석 : 플라스틱 접시(35.4%), 플라스틱 박스(32.3%), 플라스틱 파우치(26.2%)
 - 신선 소고기 제품의 패키지로는 스티로폼 접시, 플라스틱 박스, 플라스틱 파우치 3가지 모두 사용되고 있음
 - 가장 많이 사용되고 있는 패키지 종류는 플라스틱 접시로 41.5%를 차지해 가장 많은 비율을 차지하고 있는 것으로 확인됨
 - 플라스틱 박스의 경우 32.3%로 적지 않은 제품이 해당 패키지를 활용하고 있었으며, 플라스틱 파우치의 경우 26.2%로 다른 패키지에 비해 활용도가 떨어지는 것으로 나타남
 - 패키지 외부에는 기본적으로 용량, 가격, 유통기한, 원산지를 표기하는 라벨링을 부착하고 있음. 제품의 부위와 소에 대한 간략한 설명을 추가적으로 담고 있기도 하는데 이러한 포장의 경우 유통 채널별로 다르게 나타나며, 플라스틱 파우치의 경우 접시나 박스 형태에 비해 비교적 자유롭게 내용을 담고 있음
 - Spinneys의 경우 'No Hormones Added'라는 문구를 표기하고 라벨에 소고기에 대한 자세한 설명이 다른 유통업체에 비해 비교적 잘 되어 있는 것으로 나타남

■ 신선 소고기 패키지 현황 ■

플라스틱 파우치	플라스틱 박스	스티로폼 접시
		

- 판매되고 있는 부위는 안심, 티본(T-Bone), 등심, 정강이, 꽃등심, 설도(Knuckle)를 판매하고 있는데, 어떤 부위인지 정확하게 설명하고 있지 않은 경우도 많은 것으로 나타남
- 제품의 가공 형태는 스테이크 형태와 간고기 형태인 제품이 대부분이었으며, 뼈가 있는지 없는지로 나뉘기도 하나 뼈가 포함된 제품이 많지는 않음. 그 외에 적은 수지만 큐브형태의 제품도 확인되어, 판매되는 형태는 다양하게 나타남
- 유통기한: 평균 3.1일
 - 신선 소고기 제품의 유통기한을 살펴본 결과 평균 3.1일로 확인됨. 최장 유통기한은 7일로 해당 제품을 제외한 대부분의 제품이 3~4일을 유통기한으로 두고 있음
 - 4일 이상의 유통기한을 지닌 제품은 모두 Spinneys에서 확인된 자체브랜드 제품임. 해당 매장의 경우 다른 매장들에 비해 전반적으로 유통기한을 소폭 길게 잡는 것으로 나타남

■ 신선 소고기 현지조사 결과(일부)⁴¹⁾

Product 55		Product 56		Product 57	
					
판매매장	Carrefour	판매매장	Carrefour	판매매장	Carrefour
상품명	Fresh minced beef	상품명	fresh beef cubes	상품명	fresh mince beef
중량	616	중량	838	중량	388
가격	28,27	가격	16,68	가격	15,09
100g당 가격	4,59	100g당 가격	1,99	100g당 가격	3,89
유통기한	2018/09/08	유통기한	2018/09/11	유통기한	2018/09/09
제조사명	Carrefour	제조사명	Carrefour	제조사명	Carrefour
육류 종류	육우	육류 종류	육우	육류 종류	육우
부위	-	부위	-	부위	-
인증	-	인증	-	인증	-
원산지	네덜란드	원산지	브라질	원산지	브라질
패키지	plastic sheet	패키지	plastic sheet	패키지	plastic sheet
냉장/냉동	냉장	냉장/냉동	냉장	냉장/냉동	냉장

41) 전체 조사 결과는 부록(각 매장별 현지조사 자료) 참고

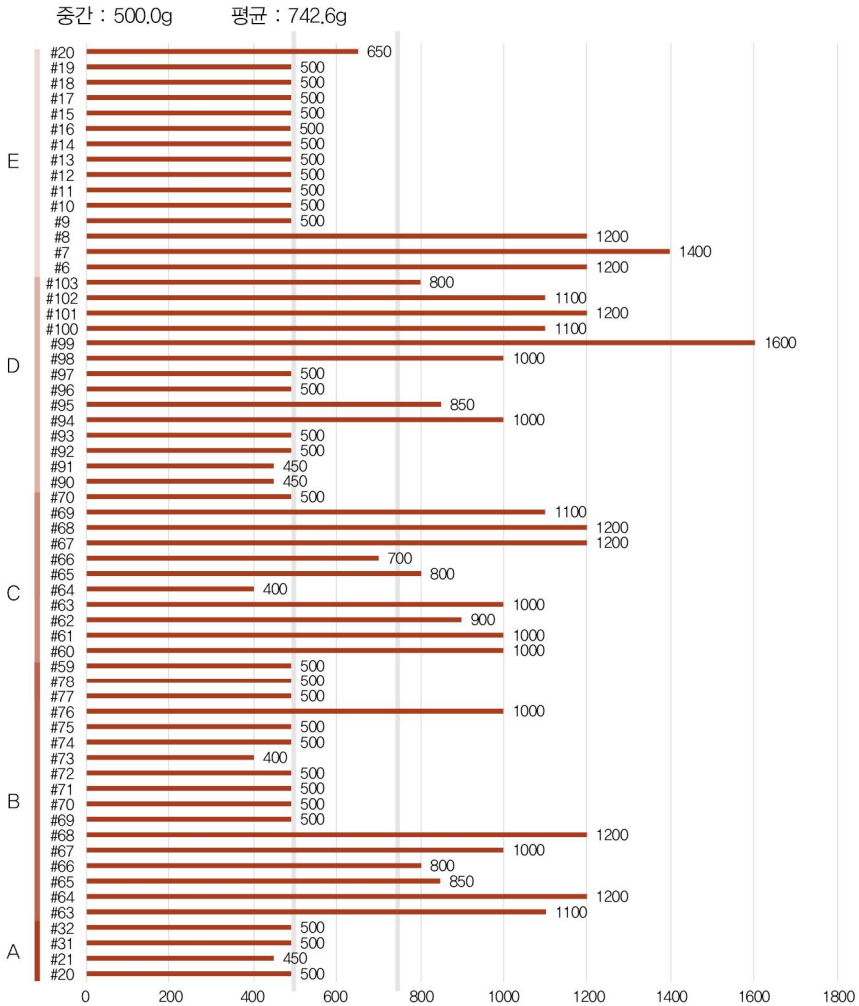
(2) 신선 닭고기

- UAE 현지에서 판매되고 있는 신선 닭고기 61개 제품에 대한 분석 정보를 제공함
- 용량 분석 : 평균 742.6g
 - 용량 분석 결과 평균적으로 742.6g의 제품이 판매되고 있는 것으로 확인됨
 - 최저 용량의 제품은 400g이었으며 최고 용량의 제품은 1.6kg으로 조사됨. 가장 많이 판매되고 있는 용량은 500g 제품으로 전체 제품 중에서 약 50% 제품이 500g으로 포장되어 판매되고 있음
 - 중간 값으로 제품 용량을 계산한 경우 500g 제품이 중간 용량인 것으로 확인되며, 중간 값은 평균 용량에 비해 약 242g 가량 차이가 남
- 가격분석: 평균 19.95 디르함
 - 가격 분석 결과 신선 닭고기 제품의 평균 가격은 19.95 디르함으로 조사됨
 - 최저 가격은 9.20 디르함이며, 최고 가격은 45.50 디르함으로 최소와 최고 가격 간의 편차가 많이 나는 것으로 확인됨. 전체 신선 닭고기 제품 중에서 약 60% 이상의 제품이 10 디르함 이상 20 디르함 미만의 가격대의 제품인 것으로 확인됨 .
 - 제품 가격의 중간 값은 17.75 디르함으로 평균 가격에 비해 2.20 디르함 가량 낮은 것으로 확인됨
- 100g당 가격분석: 평균 2.93 디르함
 - 단위(100g)당 가격을 분석한 결과 평균 2.93 디르함의 가격으로 판매되는 것으로 확인됨
 - 최저 가격은 1.32디르함이며 최고 가격은 3.90 디르함임. 최저 가격을 기록한 제품은 오만산 닭고기 제품이었으며, 최고 가격을 기록한 제품은 자국산인 UAE산 닭고기 제품임

- 신선 닭고기 원산지 중에서 가장 많은 비중을 차지하는 UAE산 닭고기의 100g당 평균 제품 가격은 2.68 디르함으로 전체 가격에 비해 낮은 것으로 확인됨
- 100g당 가격의 중간 값은 2.69 디르함으로 100g당 평균 가격과 유사한 것으로 나타남
- 100g당 5.00 디르함을 고가격 제품이라고 할 때, 신선 닭고기 항목에 대해서는 Spinneys가 비싼 제품으로 제품군을 구성하고 있는 것으로 확인됨

■ 신선 닭고기 용량 분석 결과 ■

(단위: g)

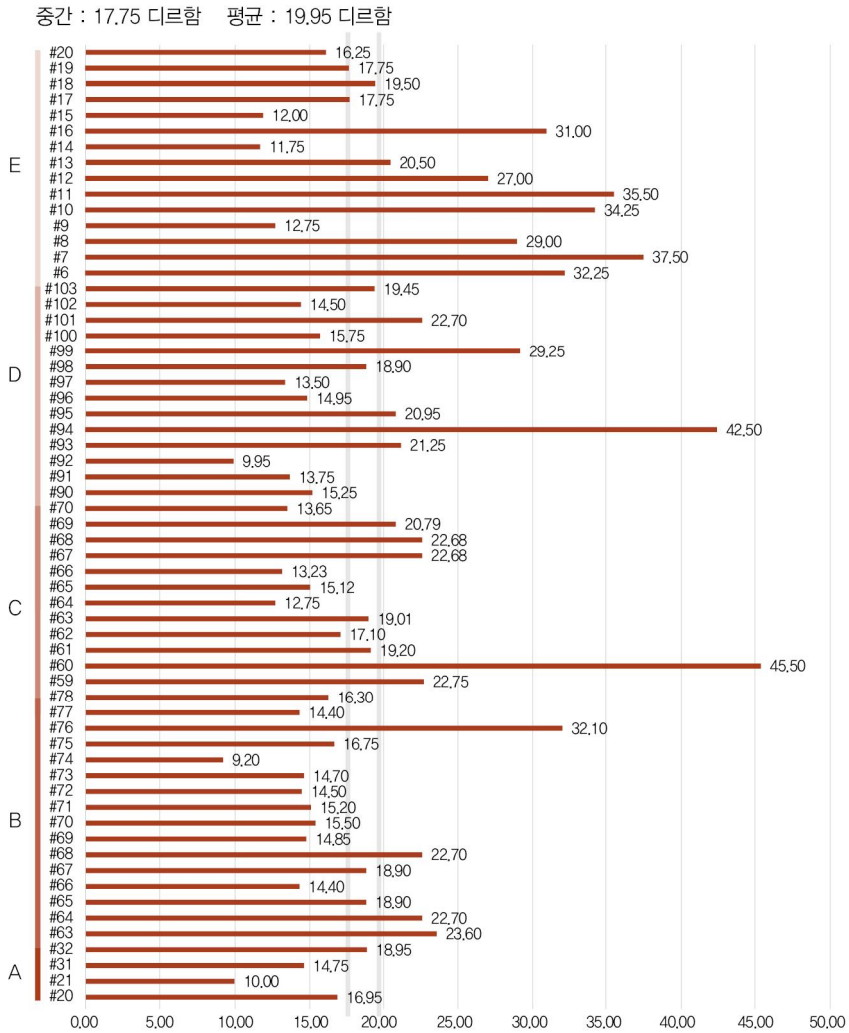


A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

신선 닭고기 가격 현황

(단위: 디르함)



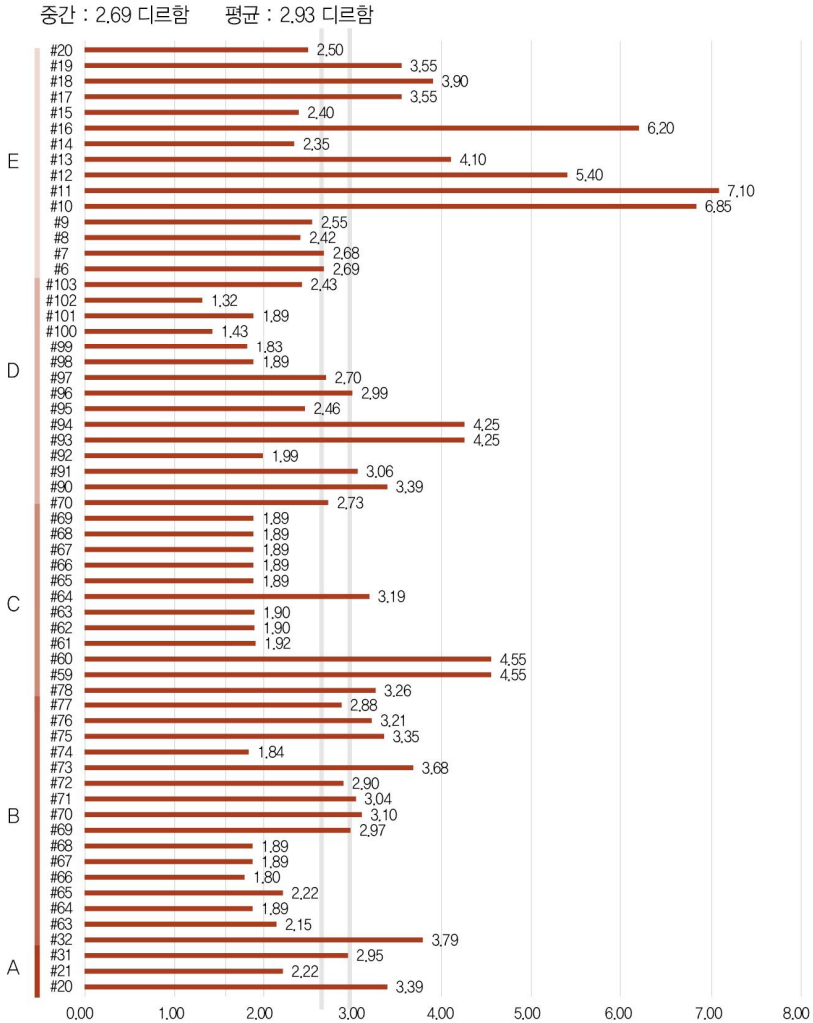
A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys

번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

신선 닭고기 100g당 가격 현황

(단위: 디르함)



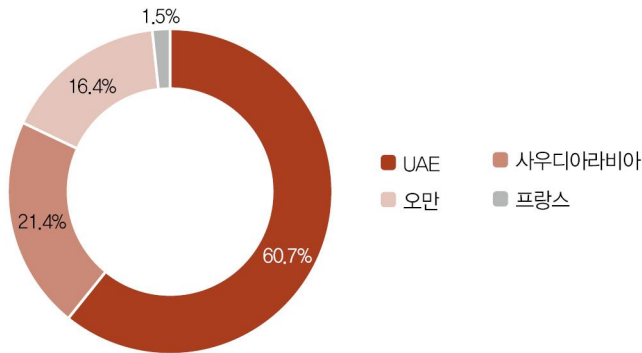
A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

■ 원산지 분석 : UAE산 60.7%

- 조사된 신선 닭고기 제품의 원산지 분포를 살펴본 결과 자국산인 UAE 제품이 60.7%로 가장 많았으며, 다음은 사우디아라비아산과 오만산 제품이 각각 21.35%와 16.4%를 차지하였음
- UAE 내 가금육 수입현황에 따르면 브라질과 미국이 대표적인 가금육 수입 국가이나 조사 매장에서는 브라질산과 미국산 신선 닭고기를 취급하고 있지 않은 것으로 나타남

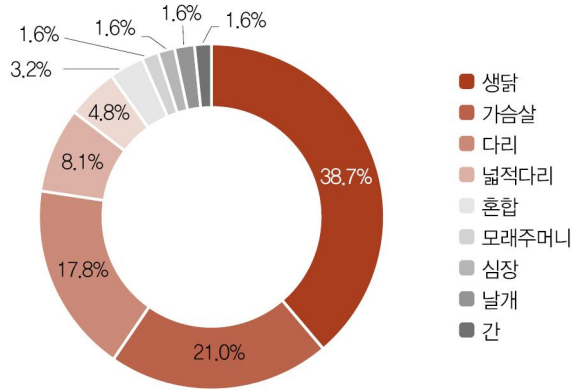
■ 신선 닭고기 원산지 분포 현황 ■



■ 닭고기 부위 분석 : 생닭(38.7%)

- 현지에서 판매되고 있는 닭고기를 부위별로 분류한 결과 생닭(닭 한 마리)이 38.7%로 가장 많은 비율을 차지하고 있으며, 가슴살과 다리가 각각 21.0%, 17.8%로 많은 비율을 차지하고 있음
- 모래주머니, 심장, 간과 같은 특수 부위도 적은 수지만 판매가 되고 있었음. 다만 날개 부위의 경우 1개 제품만 확인되어 현지에서 많이 찾지 않는 부위인 것으로 판단됨



■ 신선 닭고기 판매 부위 현황 ■



■ 패키지 분석 : 플라스틱 박스(62.3%), 플라스틱 시트(24.6%), 플라스틱 파우치(13.1%)

- 신선 닭고기 제품의 패키지로는 플라스틱 박스, 플라스틱 시트, 플라스틱 파우치 3가지가 사용되고 있음
- 가장 많이 사용되고 있는 패키지 종류는 플라스틱 박스로 62.3%를 차지해 다른 종류의 패키지와 비교하여 월등히 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 확인됨
- 플라스틱 시트의 경우 24.6%로 주로 생닭 제품에 활용되고 있으며, 가장 적은 활용도를 보이는 패키지는 플라스틱 파우치 패키지인 것으로 확인됨
- 패키지 외부에는 아랍어와 영어로 용량, 가격, 유통기한, 원산지를 표기하는 라벨을 부착하고 있음

신선 닭고기 패키지 현황

플라스틱 파우치	플라스틱 박스	플라스틱 접시
		

■ 유통기한: 평균 3.4일

- 신선 닭고기 제품의 유통기한을 살펴본 결과 평균 3.4일로 확인되며, 최장 유통기한은 7일인 것으로 나타남
- 4일 이상의 유통기한을 지닌 제품 중에서 66% 이상은 사우디아라비아산 신선 닭고기인 것으로 확인되었으며, 또한 오만산 닭고기 제품의 유통기한은 대부분 2일인 것으로 나타남

■ 신선 닭고기 현지조사 결과(일부)⁴²⁾

Product 67		Product 68		Product 69	
					
판매매장	Carrefour	판매매장	Carrefour	판매매장	Carrefour
상품명	Fresh Whole Chicken	상품명	Fresh Whole Chicken	상품명	Fresh Minced Chicken
중량	1000	중량	1200	중량	500
가격	18.9	가격	22.7	가격	14.85
100g당 가격	1.89	100g당 가격	1.89	100g당 가격	2.97
유통기한	2018/09/12	유통기한	2018/09/12	유통기한	2018/09/12
제조사명	Al Ajban	제조사명	Al Ain	제조사명	Al Khazna
육류 종류	닭	육류 종류	닭	육류 종류	닭
부위	-	부위	-	부위	-
인증	halal	인증	Al Ain farm, ISO 9001, HACCP	인증	halal
원산지	UAE	원산지	UAE	원산지	UAE
패키지	plastic sheet	패키지	plastic sheet	패키지	plastic box
냉장/냉동	냉장	냉장/냉동	냉장	냉장/냉동	냉장

42) 전체 조사 결과는 부록(각 매장별 현지조사 자료) 참고

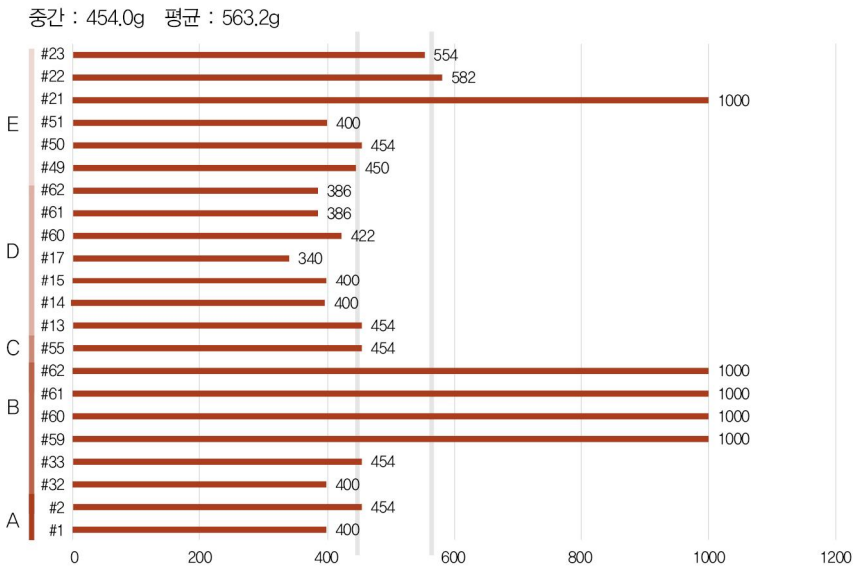
(3) 소고기 소시지

- UAE 현지에서 판매되고 있는 소고기 소시지 22개 제품에 대한 분석 정보를 제공함
- 소고기 소시지의 보관 방법은 냉장과 냉동 2가지로 분류되며, 냉장제품의 경우 45.5%로 54.5%인 냉동 소시지 제품에 비해 조금 더 적은 것으로 나타남. 두 가지 제품 간의 큰 차이는 없는 것으로 나타나 특정 보관 형태가 더 인기가 있거나 수요가 많지는 않은 것으로 판단됨
- 용량 분석 : 평균 563.2g
 - 용량 분석 결과 평균적으로 563.2g의 제품이 판매되고 있는 것으로 확인됨
 - 최저 제품은 340g이었고 최고 용량의 제품은 1kg이었으며 중간 값이 454g으로 제품별로 용량 편차가 큰 것으로 나타남. 다만, 1kg 제품과 400~500g 제품의 중간에 해당하는 중량의 제품은 없어 이에 큰 제품이나 비교적 적은 중량 제품이 판매되고 있음
 - 냉동제품의 경우 500g 이하의 중량으로만 구성되어 있어 대용량 제품을 판매하는 냉장제품과는 차이가 있었음
- 가격분석: 평균 17.92 디르함
 - 가격 분석 결과 신선 소고기 제품의 평균 가격은 17.92 디르함으로 조사됨
 - 최저 가격은 7.60 디르함이며, 최고 가격은 37.90 디르함으로 최소와 최고 가격 간의 편차가 크게 나는 것으로 확인됨. 제품 가격의 중간 값은 12.50 디르함으로 평균 가격에 비해 5.42 디르함 가량 낮은 것으로 확인됨
- 100g당 가격분석: 평균 3.09 디르함
 - 단위(100g)당 가격을 분석한 결과 평균 3.09 디르함의 가격으로 판매되는 것으로 확인됨

- 최저 가격은 2.24 디르함이며 최고 가격은 5.00 디르함임. 최저 가격을 기록한 제품은 UAE산 냉동 소고기 소시지 제품이었으며, 최고 가격을 기록한 제품은 UAE산 냉장제품임. 자국산 제품임에도 비싼 제품이 2개가 확인되었으나, 대부분 수입 제품에 비해 100g당 가격이 낮은 것으로 확인됨

■ 소고기 소시지 용량 분석 결과 ■

(단위: g)

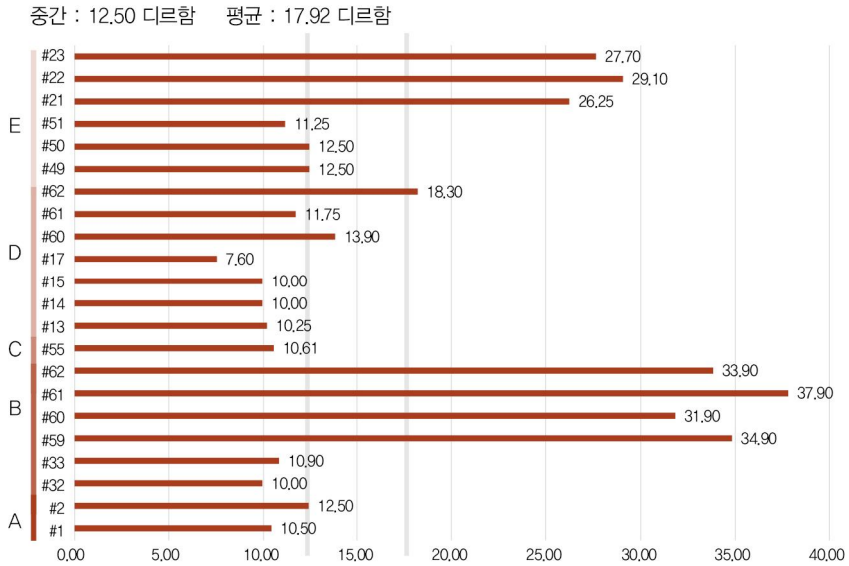


A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

|| 소고기 소시지 가격 현황 ||

(단위: 디르함)



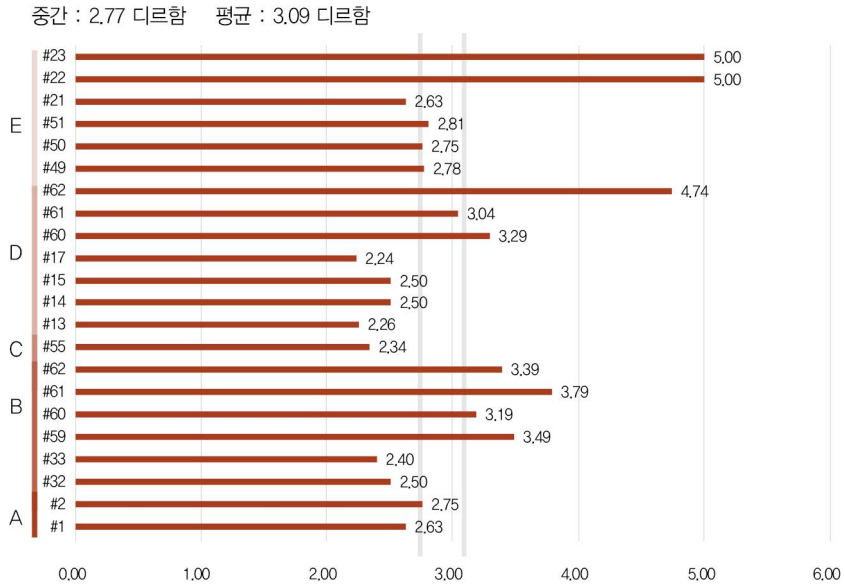
A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys

번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

|| 소고기 소시지 100g당 가격 현황 ||

(단위: 디르함)



A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys

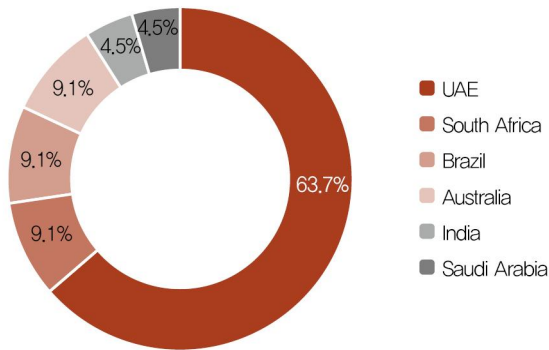
번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

■ 원산지 분석 : UAE산 63.7%

- 조사된 냉장 소고기 소시지 제품의 원산지 분포를 살펴본 결과 자국산인 UAE 제품이 63.7%로 가장 많은 것으로 확인됨. 남아프리카공화국산, 브라질, 호주산은 각각 9.1%로 많은 비율을 차지하고 있음
- 대부분의 매장들이 UAE 제품을 중심으로 다른 국가를 원산지로 하는 제품을 적은 비율로 판매하고 있는 것으로 확인되어 수입제품을 중심으로 판매하는 등의 특징적인 모습을 보이지는 않음

■ 냉장 소고기 소시지 원산지 분포 현황 ■



■ 패키지 분석 : 플라스틱 박스 36.4%, 플라스틱 파우치 36.4%, 플라스틱 접시 27.4%

- 소고기 소시지 제품의 패키지로는 플라스틱 박스와 플라스틱 접시 2가지가 사용되고 있음. 2 종류의 패키지가 동일한 비율로 사용되고 있음
- 특히 UAE 산 제품만 취급하고 있는 Spinneys 매장의 경우 플라스틱 박스 패키지만 활용하여 제품을 판매하고 있으며, 수입산 소고기 소시지를 취급하고 있는 Carrefour 매장은 플라스틱 접시만 사용하고 있는 것으로 확인됨
- 패키지 외부에는 기본적으로 용량, 가격, 유통기한, 원산지를 표기하는 라벨링과 할랄 인증마크를 부착하고 있음

냉장 소고기 소시지 패키지 현황

플라스틱 박스	플라스틱 접시	플라스틱 파우치
		

■ 소고기 소시지 현지조사 결과(일부)⁴³⁾

Product 1		Product 2		Product 33	
					
판매매장	Al-Maya	판매매장	Al-Maya	판매매장	Carrefour
상품명	Frozen Jumbo Franks	상품명	Frozen Beef Franks	상품명	Beef Sausage
중량	400	중량	454	중량	400
가격	10.5	가격	12.5	가격	10
100g당 가격	2.63	100g당 가격	2.75	100g당 가격	2.50
유통기한	2019/08/01	유통기한	2019/01/04	유통기한	2019/08/01
제조사명	Al Kabeer	제조사명	Al Kabeer	제조사명	Al Kabeer
육류 종류	육우	육류 종류	육우	육류 종류	육우
부위	-	부위	-	부위	-
인증	halal	인증	halal	인증	halal
원산지	UAE	원산지	UAE	원산지	UAE
패키지	plastic pouch	패키지	plastic pouch	패키지	plastic pouch
냉장/냉동	냉동	냉장/냉동	냉동	냉장/냉동	냉동

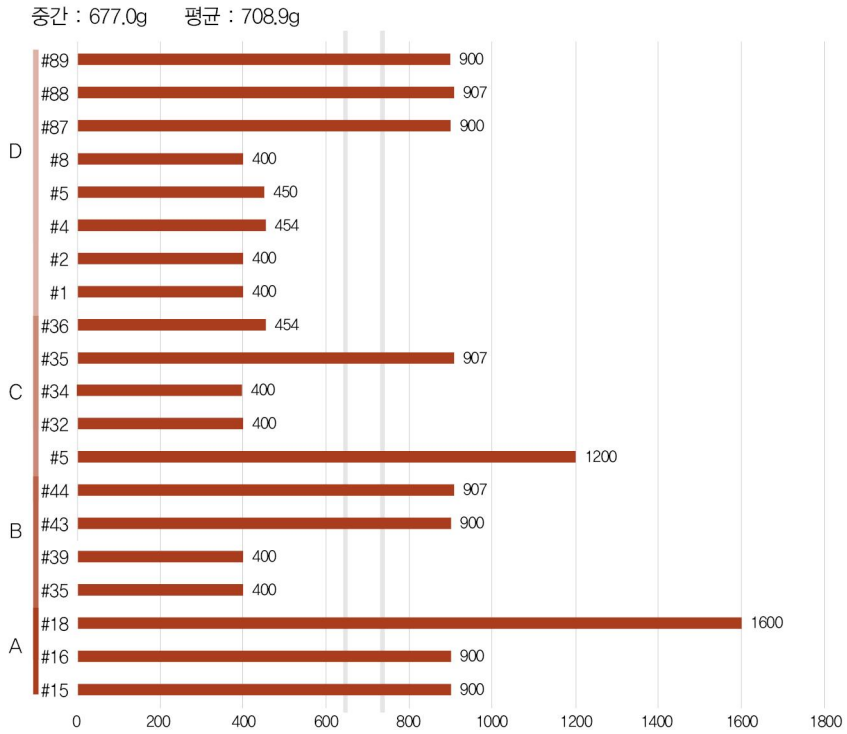
43) 전체 조사 결과는 부록(각 매장별 현지조사 자료) 참고

(4) 냉동 소고기

- UAE 현지에서 판매되고 있는 냉동 소고기 20개 제품에 대한 분석 정보를 제공함
- 용량 분석 : 평균 708.9g
 - 용량 분석 결과 평균적으로 708.9g의 제품이 판매되고 있는 것으로 확인됨. 최저 용량 제품은 400g이었으며 최고 용량의 제품은 1.6kg으로 조사됨
 - 현지유통매장에서 판매되는 냉동 소고기 제품은 400g대, 900g대, 1kg대로 구분가능하며, 전체 20개의 냉동 소고기 제품 중에서는 400g대 제품이 약 50%로 가장 많이 판매되고 있는 것으로 확인되었음
 - 중간 값으로 제품 용량을 계산한 경우 677g이 중간 용량으로 큰 차이가 나지는 않음
- 가격분석: 평균 13.28 디르함
 - 가격 분석 결과 제품의 냉동 소고기의 평균 가격은 13.28 디르함으로 조사됨
 - 최저 가격은 3.95 디르함이며, 최고 가격은 29.95 디르함으로 최소와 최고 가격 간의 편차가 많이 나는 것으로 확인됨
 - 제품 가격의 중간 값은 11.35 디르함으로 평균 가격에 비해 약 2 디르함 가량 낮은 것으로 확인됨
- 100g당 가격분석: 평균 1.91 디르함
 - 단위(100g)당 가격을 분석한 결과 평균 1.91 디르함의 가격으로 판매되는 것으로 확인됨
 - 최저 가격은 0.84 디르함이며 최고 가격은 3.33 디르함임. 최저 가격을 기록한 제품은 UAE산 냉동 소고기 제품이었으며, 최고 가격을 기록한 제품은 브라질산 제품임
 - 100g당 가격의 중간 값은 1.98 디르함인 것으로 나타나 단위당 가격이 제품별로 비교적 고르게 분포하고 있는 것으로 조사됨

냉동 소고기 용량 분석 결과

(단위: g)



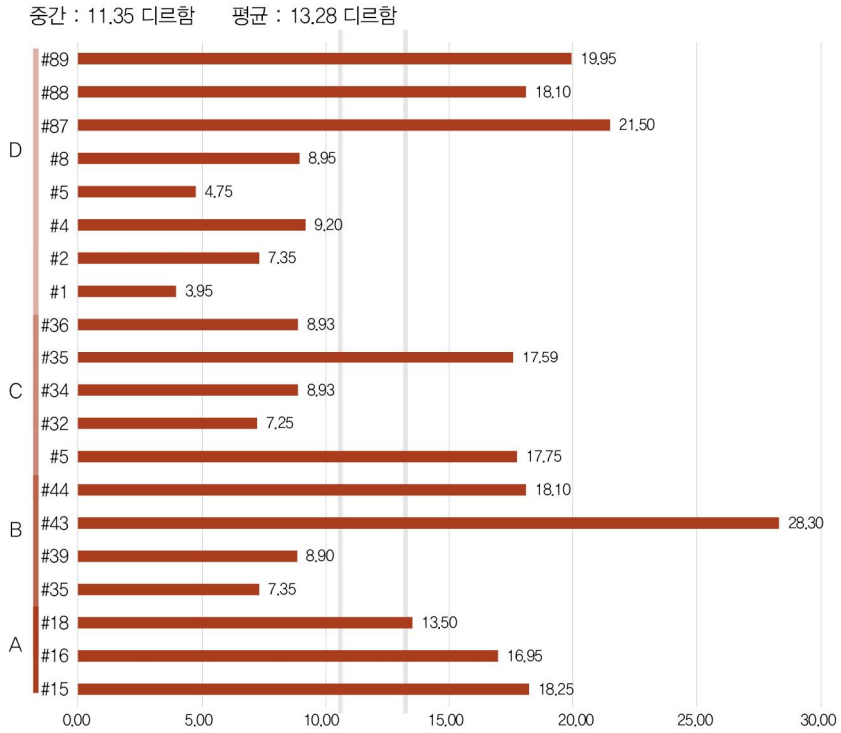
A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys

번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

▣ 냉동 소고기 가격 현황 ▣

(단위: 디르함)



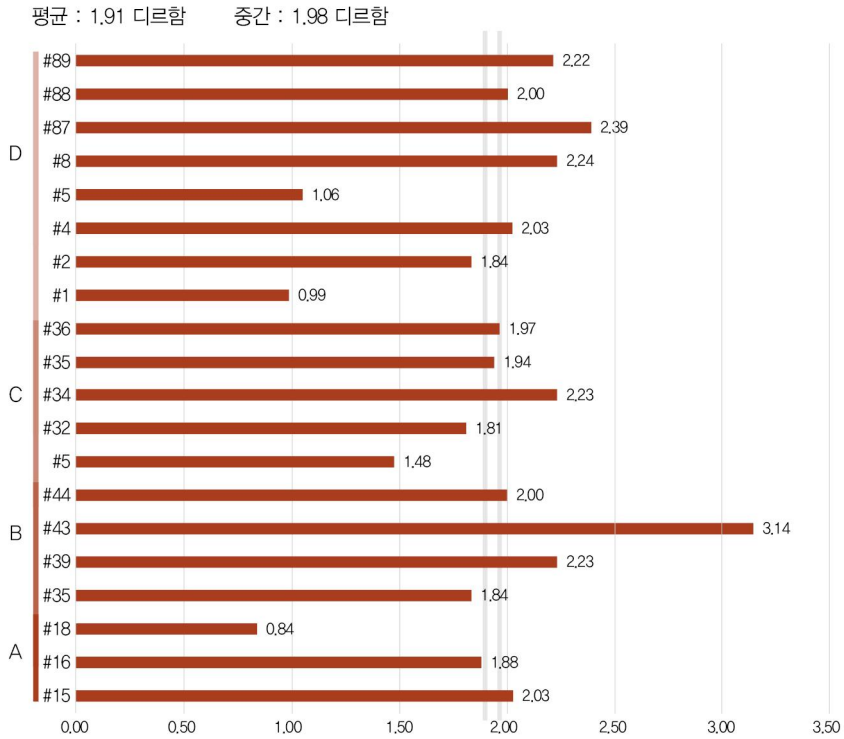
A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys

번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

냉동 소고기 100g당 가격 현황

(단위: 디르함)



A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys

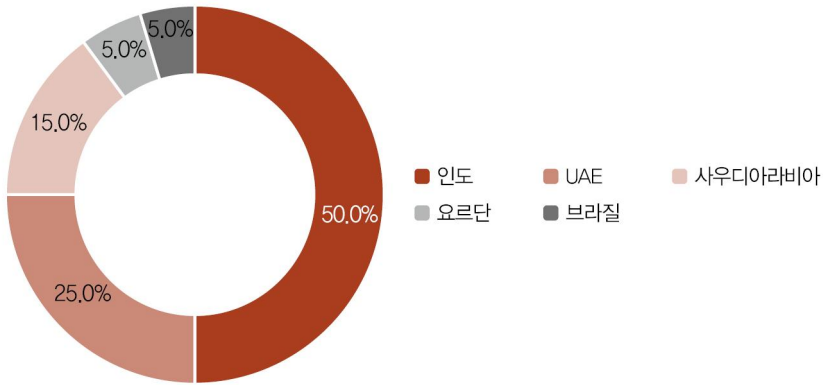
번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

■ 원산지 분석 : 인도산 50%

- 조사된 냉동 소고기 제품의 원산지 분포를 살펴본 결과 인도산이 50%로 가장 많은 것으로 확인됨. 인도산 다음으로는 자국산인 UAE산 제품이 25%로 많은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타남
- Lulu 매장에서 판매되고 있는 냉동 소고기의 약 50%는 인도산이었으며, 자국산인 UAE산의 제품 비중이 가장 낮은 것으로 나타남

■ 냉동 소고기 원산지 분포 현황 ■



■ 패키지 분석 : 플라스틱 파우치 100%

- 냉동 소고기 제품의 패키지로는 플라스틱 파우치만 사용되고 있는 것으로 확인됨
- 패키지 외부에는 기본적으로 용량, 가격, 유통기한, 원산지를 표기하는 라벨링과 할랄 인증마크를 부착하고 있음

■ 냉동 소고기 패키지 현황 ■

플라스틱 파우치(앞면, 뒷면)



- 육우 종류 분석 : 소 95.0%
 - 현지에서 판매되고 있는 냉동 소고기를 품종으로 분류한 결과 일반 소고기가 95.0%로 많았으며, 송아지 고기의 경우 5.0%의 비율로 일부 제품으로 판매되고 있음
- 냉동 소고기 부위 및 형태 분석 : 분쇄육 약 50%
 - 현지에서 판매되고 있는 냉동 소고기 형태를 분류한 결과 분쇄육이 약 50%로 판매 비중이 높았으며, 살코기⁴⁴⁾는 10%를 차지함. 그 외 판매되고 있는 냉동 소고기의 형태는 큐브 형태, 슬라이스 형태로 다양하게 나타남
- 유통기한: 평균 11.7개월
 - 냉동 소고기 제품의 유통기한을 살펴본 결과 평균 11.7개월로 확인됨. 최장 유통기한은 12개월로 일부 제품을 제외한 대부분의 제품이 12개월을 유통기한으로 두고 있음
 - 9개월 유통기한을 지닌 제품은 모두 냉동 분쇄육인 것으로 확인됨

44) 본문에서 살코기(Lean meat)는 기름기나 힘줄, 뼈 따위를 발라낸 순 살로 이루어진 고기를 의미함

■ 냉동 소고기 현지조사 결과(일부)⁴⁵⁾

Product 15		Product 16		Product 18	
					
판매매장	Al-Maya	판매매장	Al-Maya	판매매장	Al-Maya
상품명	Frozen veal	상품명	Frozen beef cubes	상품명	Frozen Beef Mince
중량	900	중량	900	중량	4*400
가격	18,25	가격	16,95	가격	13,5
100g당 가격	2,03	100g당 가격	1,88	100g당 가격	0,84
유통기한	2019/01/31	유통기한	2019/02/28	유통기한	2019/05/18
제조사명	Al-Tamam	제조사명	Al-Tamam	제조사명	First Choice
육류 종류	송아지	육류 종류	육우	육류 종류	육우
부위	-	부위	-	부위	-
인증	ISO 22000, HACCP	인증	ISO 22000, HACCP	인증	halal, HACCP
원산지	인도	원산지	인도	원산지	UAE
패키지	plastic pouch	패키지	plastic pouch	패키지	plastic pouch
냉장/냉동	냉동	냉장/냉동	냉동	냉장/냉동	냉동

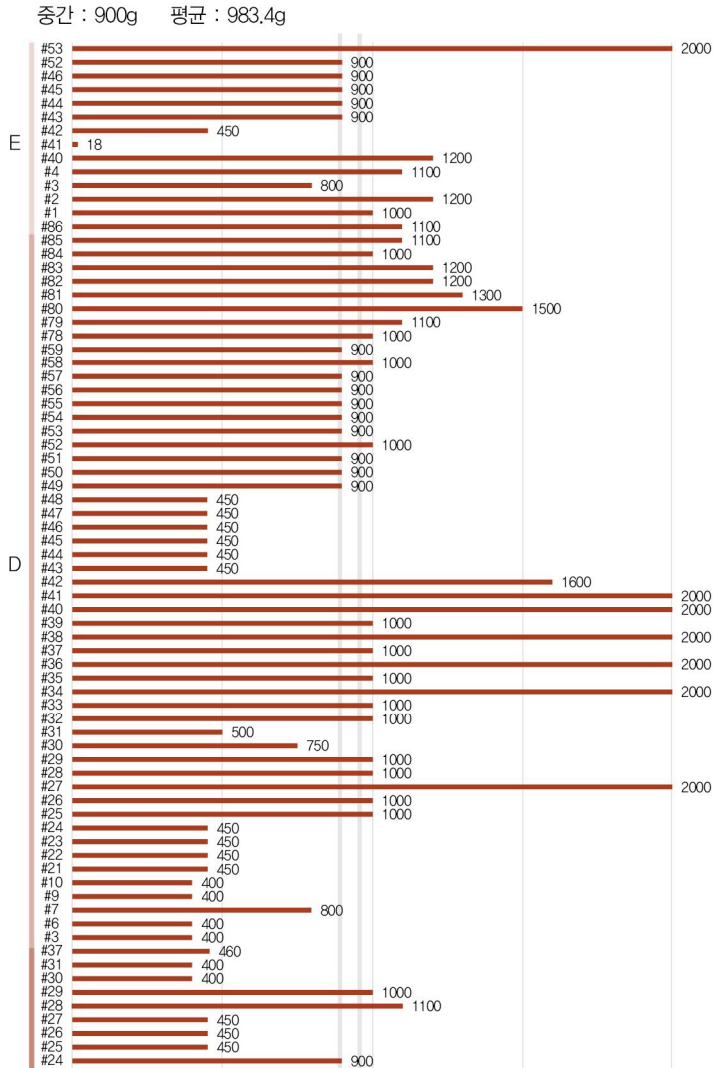
45) 전체 조사 결과는 부록(각 매장별 현지조사 자료) 참고

(5) 냉동 닭고기

- UAE 현지에서 판매되고 있는 냉동 닭고기 139개 제품에 대한 분석 정보를 제공함
- 용량 분석 : 평균 938.48g
 - 용량 분석 결과 평균적으로 938.48g의 제품이 판매되고 있는 것으로 확인됨
 - 최저 제품은 400g이었으며 최고 용량의 제품은 2kg으로 조사됨. 전체 139개의 냉동 닭고기 제품 중 1,000g을 넘어가는 제품은 67개로 약 49% 정도를 차지하며, 2,000g 이상의 제품은 약 8% 정도 인 것으로 확인됨
 - 중간 값으로 제품 용량을 계산한 경우 900g이 중간 용량인 것으로 확인되어 평균 용량에 비해 약 38g 가량 차이가 남
- 가격분석: 평균 17.23 디르함
 - 가격 분석 결과 신선 소고기 제품의 평균 가격은 17.23 디르함으로 조사됨
 - 최저 가격은 4.45 디르함이며, 최고 가격은 63.75 디르함으로 최소와 최고 가격 간의 편차가 많이 나는 것으로 확인됨. 이는 일부 대용량 제품과 수입산 고품질 제품의 가격이 비싸기 때문인 것으로 확인됨
 - 제품 가격의 중간 값은 16.75 디르함으로 평균 가격에 비해 0.58 디르함 가량 낮은 것으로 확인됨
- 100g당 가격분석: 평균 1.88 디르함
 - 단위(100g)당 가격을 분석한 결과 평균 1.83 디르함의 가격으로 판매되는 것으로 확인됨
 - 최저 가격은 0.77 디르함이며 최고 가격은 4.00 디르함임. 최저 가격과 최고 가격을 기록한 제품은 모두 브라질산 닭고기 제품으로, 브라질산 냉동 닭고기의 경우 제품이 다양한 가격으로 형성되어 있는 것으로 조사됨
 - 100g당 가격의 중간 값은 1.82 디르함으로 조사되어 제품 간의 가격 분포가 고르게 구성되어 있는 것으로 조사됨
- 100g당 3.00 디르함 이상의 가격을 분석한 결과, 약 64%이상이 브라질산 제품이었으며, 일부 오만산과 UAE산 제품이 해당 가격대로 형성되어 있는 것으로 확인됨

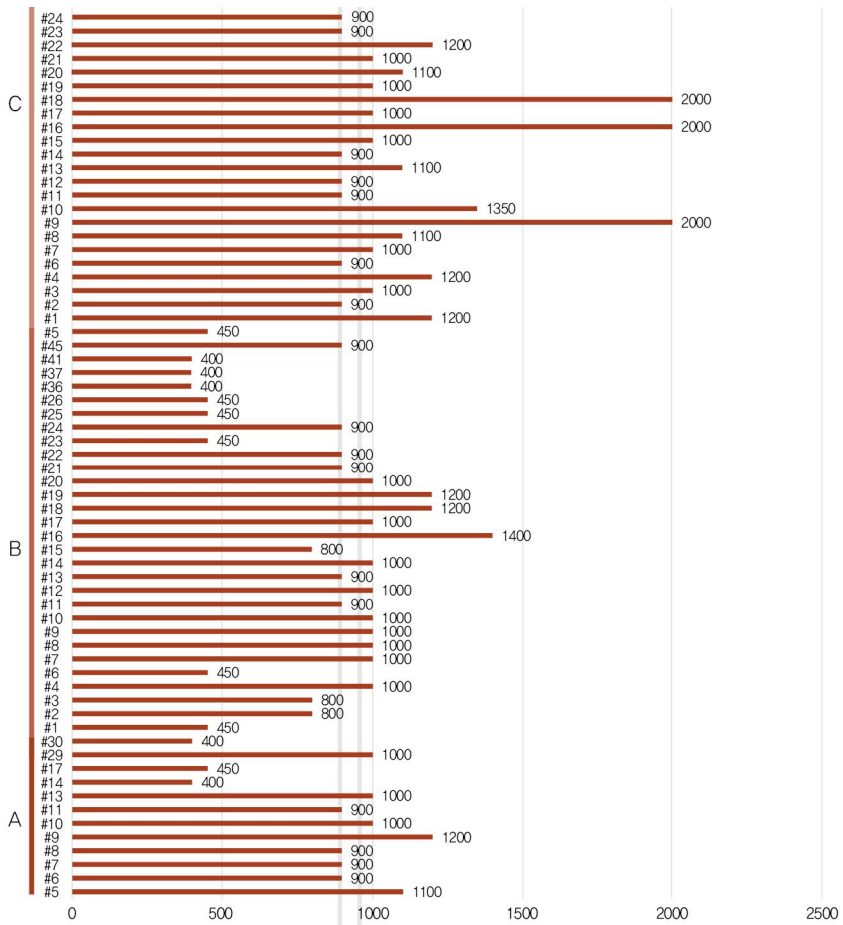
냉동 닭고기 용량 분석 결과

(단위: g)



A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)



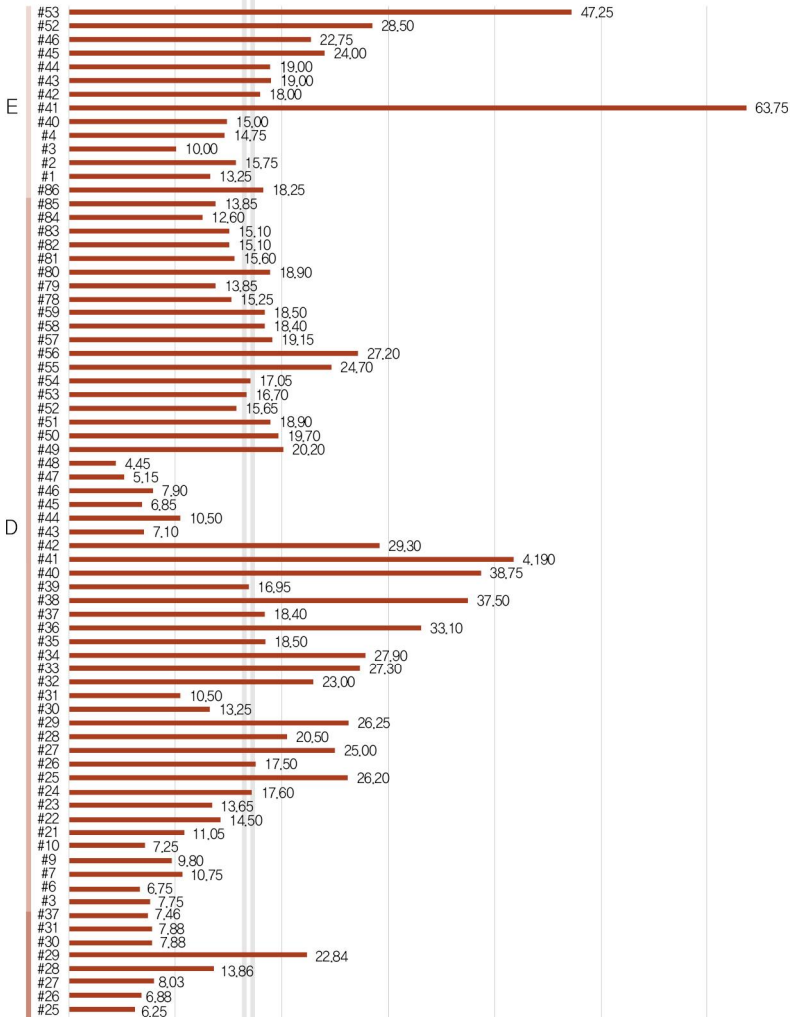
A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

▣ 냉동 닭고기 가격 현황 ▣

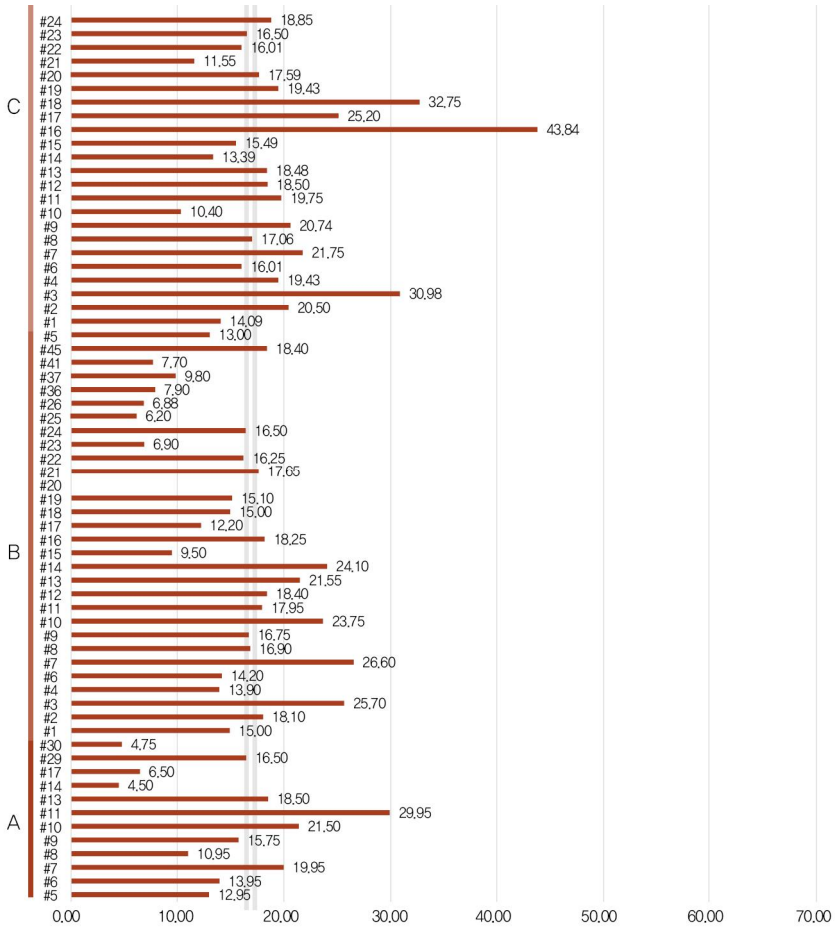
(단위: 디르함)

중간 : 16,75 디르함 평균 : 17,23 디르함



A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

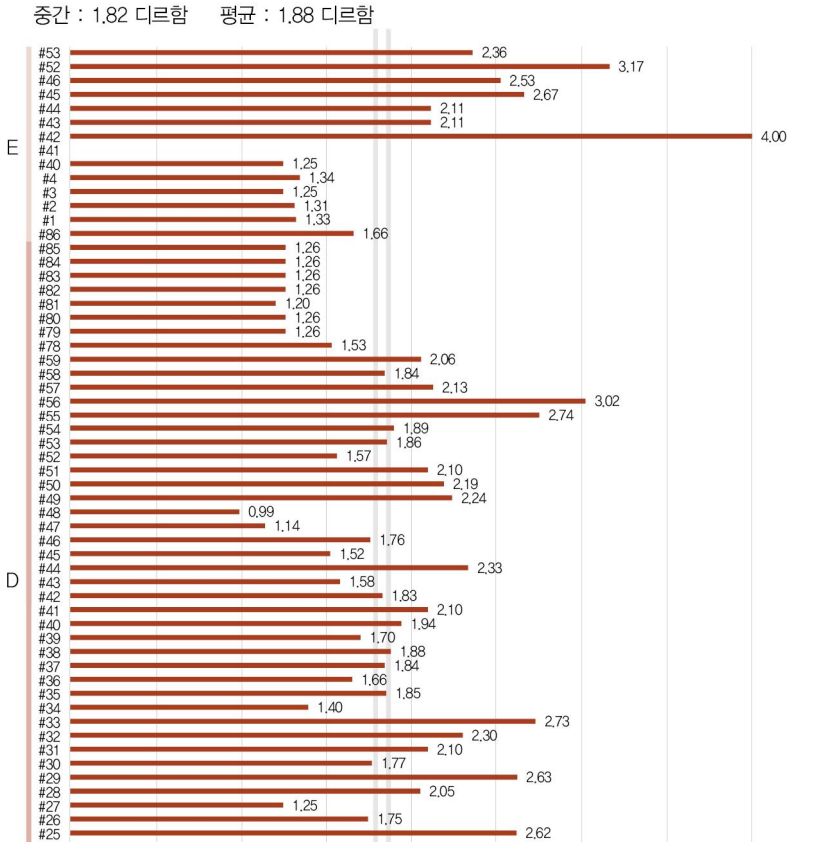


A : AI Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

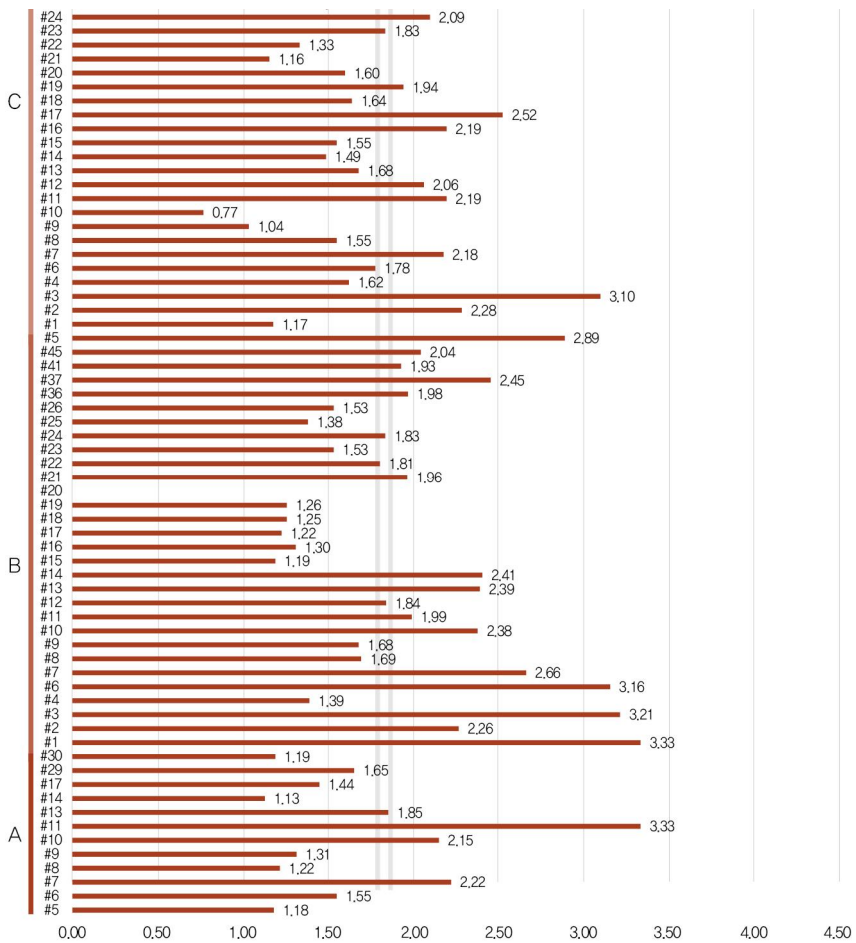
냉동 닭고기 100g당 가격 현황

(단위: 디르함)



A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)



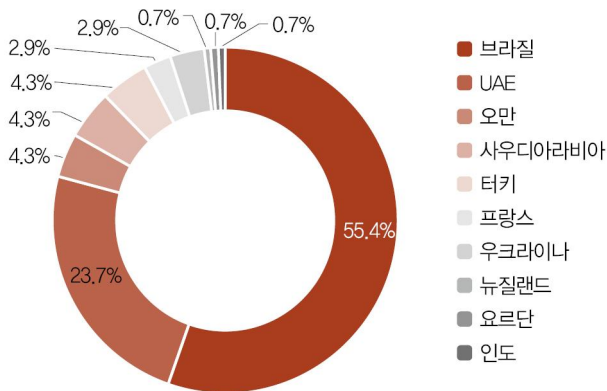
A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

■ 원산지 분석 : 브라질산 55.4%

- 조사된 냉장 닭고기 제품의 원산지 분포를 살펴본 결과 브라질산이 55.4%로 가장 많은 것으로 확인됨. 자국산인 UAE산의 경우 23.7%로 2위를 차지하였음
- UAE에서 닭고기를 많이 수입하는 상위 국가인 브라질, 사우디아라비아, 오만 닭고기 제품이 가장 큰 판매 비중을 차지하고 있으나, 마찬가지로 상위 국가인 미국의 제품은 판매되고 있지 않은 점이 특이사항임

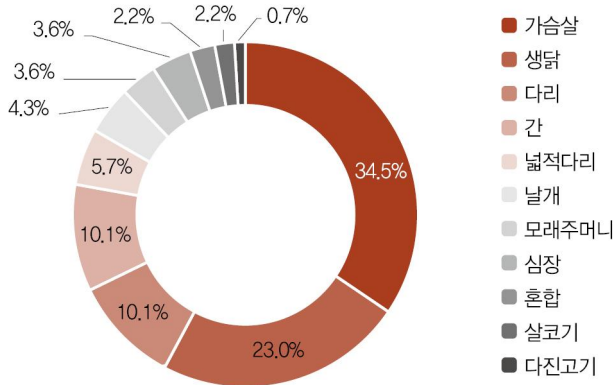
■ 냉동 닭고기 원산지 분포 현황 ■



■ 냉동 닭고기 부위 및 형태 분석




- 현지에서 판매되고 있는 냉동 닭고기를 부위별로 분류한 결과 닭 가슴살이 약 34.5%로 가장 많이 판매되고 있었으며, 그 다음은 생닭으로 23%를 차지하였음
- 가장 많이 판매되고 있는 닭 가슴살의 경우 자국산인 UAE산이 52.1%였으며, 브라질산이 33%로 두 국가의 점유율이 80% 이상을 차지하는 것으로 확인됨

■ 신선 닭고기 판매 부위 현황 ■



- 패키지 분석 : 플라스틱 파우치(77.4%), 플라스틱 박스(21.2%), 플라스틱 접시(1.4%)
 - 냉동 닭고기 제품의 패키지로는 플라스틱 접시, 플라스틱 박스, 플라스틱 파우치 3가지가 사용되고 있음
 - 가장 많이 사용되고 있는 패키지 종류는 플라스틱 파우치로 77.7%를 차지하였음
 - 플라스틱 접시의 경우 20.9%로 적지 않은 제품이 해당 패키지를 활용하고 있었으며, 플라스틱 박스의 경우 1.4%로 다른 패키지에 비해 활용도가 떨어지는 것으로 나타남
 - 특히 플라스틱 박스의 경우 브라질산 제품을 패키징 할 때만 활용하는 것으로 나타났으며, 뉴질랜드, 프랑스, 사우디아라비아, 터키, 요르단, 우크라이나산 제품은 모두 플라스틱 파우치에 포장되어 판매되고 있음
 - 패키지 외부에는 기본적으로 용량, 가격, 유통기한, 원산지를 표기하는 라벨링과 할랄 인증마크를 부착하고 있음

■ 냉동 닭고기 패키지 현황 ■

플라스틱 파우치	플라스틱 박스	스티로폼 접시
		

■ 유통기한: 평균 11.95개월

- 냉동 닭고기 제품의 유통기한을 살펴본 결과 1.5% 정도의 제품을 제외한 대부분의 제품의 유통기한이 12개월로 형성되어 있는 것을 확인함

■ 냉동 닭고기 현지조사 결과(일부)46)

Product 1		Product 2		Product 3	
					
판매매장	Carrefour	판매매장	Carrefour	판매매장	Carrefour
상품명	Frozen half breast	상품명	Frozen Breast Chicken	상품명	Frozen Breast Chicken
중량	450	중량	800	중량	800
가격	15	가격	18.1	가격	25.7
100g당 가격	3.33	100g당 가격	2.26	100g당 가격	3.21
유통기한	2019/01/31	유통기한	2019/10/14	유통기한	2019/03/02
제조사명	Sadia	제조사명	Fresh Farm	제조사명	Admirals
육류 종류	닭	육류 종류	닭	육류 종류	닭
부위	닭고기 가슴살	부위	닭고기 가슴살	부위	닭고기 가슴살
인증	halal	인증	halal	인증	halal
원산지	브라질	원산지	UAE	원산지	UAE
패키지	plastic box	패키지	plastic pouch	패키지	plastic pouch
냉장/냉동	냉동	냉장/냉동	냉동	냉장/냉동	냉동

46) 전체 조사 결과는 부록(각 매장별 현지조사 자료) 참고

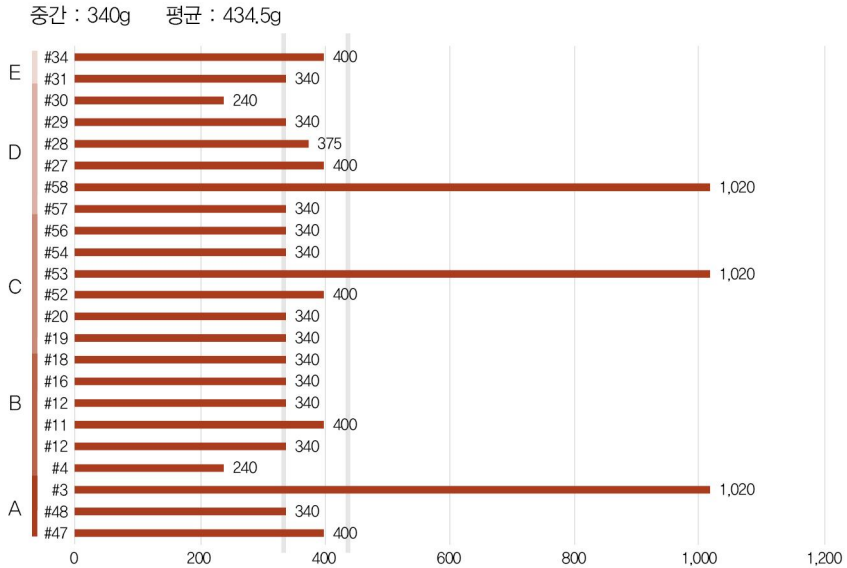
(6) 닭고기 소시지

- UAE 현지에서 판매되고 있는 닭고기 소시지 23개 제품에 대한 분석 정보를 제공함
- 소고기 소시지와는 달리 모두 냉동으로만 구성되어 있으며, 냉장제품은 없는 것으로 조사되었음
- 용량 분석 : 평균 434.57g
 - 용량 분석 결과 평균적으로 434.57g의 제품이 판매되고 있는 것으로 확인됨
 - 최저 제품은 240g이었으며 최고 용량의 제품은 1.02kg으로 조사됨. 전체 23개의 냉동 닭고기 소시지 제품 중 1,000g을 넘어가는 제품은 약 13% 정도를 차지하며, 대부분의 제품은 400g 이하의 용량으로 구성되어 있음
 - 중간 값으로 제품 용량을 계산한 경우 340g이 중간 용량인 것으로 확인되어 평균 용량에 비해 약 95g 가량 차이가 나는 것으로 확인됨
- 가격분석: 평균 7.27 디르함
 - 가격 분석 결과 제품의 냉동 닭고기 소시지 평균 가격은 7.27 디르함으로 조사됨
 - 최저 가격은 3.1 디르함이며, 최고 가격은 13.5 디르함으로 최소와 최고 가격 간의 편차가 소폭 나는 것으로 확인됨
 - 제품 가격의 중간 값은 6.75 디르함으로 평균 가격에 비해 1.50디르함 가량 낮은 것으로 확인됨
- 100g당 가격분석: 평균 1.86 디르함
 - 단위(100g)당 가격을 분석한 결과 평균 1.86 디르함의 가격으로 판매되는 것으로 확인됨
 - 최저 가격은 0.88 디르함이며 최고 가격은 3.88 디르함임. 최저 가격을 기록한 제품은 사우디아라비아산 제품이었으며, 최고 가격을 기록한 제품은 자국산인 UAE 제품임. 100g당 2.00 디르함 이상의 제품을 분석한 결과 모두 UAE산 제품으로 구성되어 있었으며, 5개의 조사매장에서 비슷한 비율로 해당 제품을 취급하고 있음

- 100g당 가격의 중간 값은 1.53 디르함으로 평균 가격과의 편차가 작은 것으로 나타남

▣ 냉동 닭고기 소시지 용량 분석 결과 ▣

(단위: g)

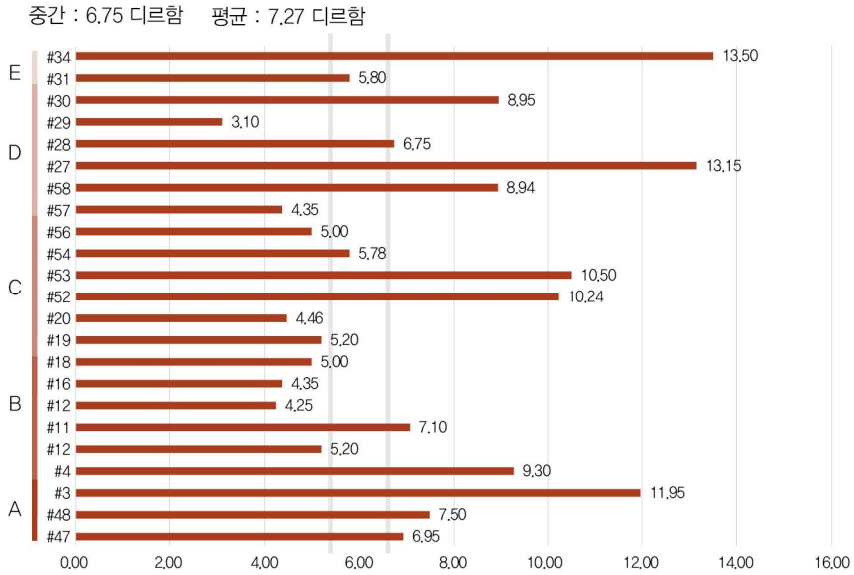


A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

냉동 닭고기 소시지 가격 현황

(단위: 디르함)

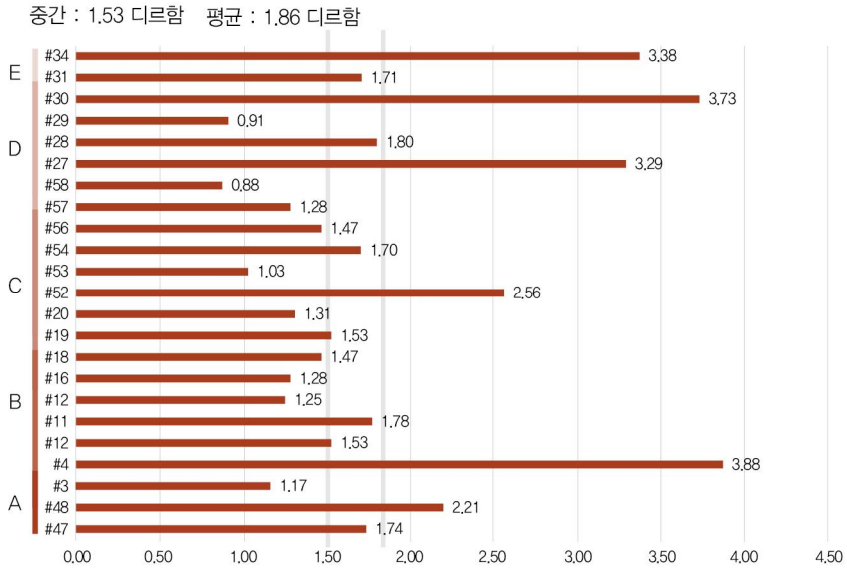


A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

■ 냉동 닭고기 소시지 100g당 가격 현황 ■

(단위: 디르함)



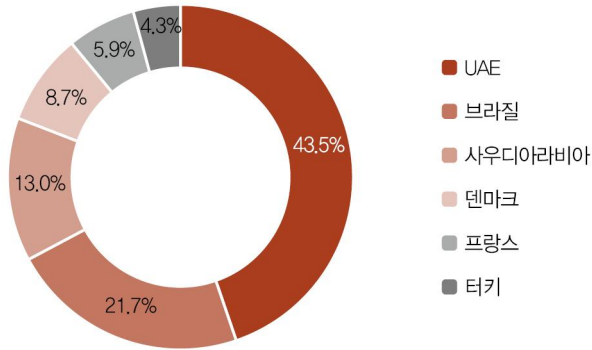
A : Al Maya, B : Carrefour, C : COOP, D : LuLu, E : Spinneys
 번호(#) : 각 매장별 현지조사 결과물 제품의 번호

※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018.09 현지조사)

■ 원산지 분석 : UAE산 43.5%

- 조사된 냉동 닭고기 소시지 제품의 원산지 분포를 살펴본 결과 UAE산이 43.5%로 가장 많은 것으로 확인됨. 다음으로는 브라질산이 21.7%로 UAE에서 냉장 닭고기 소시지를 수입하고 있는 원산지 중 2위를 차지하였음
- UAE에서 판매되고 있는 수입산 냉장 닭고기 소시지 제품의 원산지는 덴마크, 프랑스, 사우디아라비아, 터키, 우크라이나 등 여러 국가의 제품이 판매되고 있음

■ 냉동 닭고기 소시지 원산지 분포 현황 ■



- 패키지 분석 : 플라스틱 파우치(60.9%), 플라스틱 접시(26.1%), 플라스틱 박스(13.0%)
 - 냉동 닭고기 소시지 제품의 패키지로는 플라스틱 접시, 플라스틱 박스, 플라스틱 파우치 3가지가 사용되고 있음
 - 가장 많이 사용되고 있는 패키지 종류는 플라스틱 파우치로 60.9%를 차지 하였음
 - 플라스틱 접시의 경우 26.1%로 적지 않은 제품이 해당 패키지를 활용하고 있었으며, 플라스틱 박스의 경우 13%로 다른 패키지에 비해 활용도가 떨어지는 것으로 나타남
 - 특히 플라스틱 박스의 경우 UAE산 제품에만 활용되고 있음
 - 패키지 외부에는 기본적으로 용량, 가격, 유통기한, 원산지를 표기하는 라벨링과 할랄 인증마크를 부착하고 있음

■ 냉동 닭고기 소시지 패키지 현황 ■

플라스틱 파우치	플라스틱 박스	플라스틱 접시
 <p>DOUX Original 10 Chicken Franks cooked and frozen. 400g</p>	 <p>Sadia ساديا 10 chicken franks. 340g</p>	 <p>Barviti 2+1 FREE Chicken Franks. 340g x 3</p>

■ 유통기한: 12개월

- 냉동 닭고기 소시지 제품의 유통기한을 살펴본 결과 모든 제품의 유통기한이 12개월로 동일하게 판매되고 있는 것으로 확인됨

■ 닭고기 소시지 현지조사 결과(일부)47)

Product 3		Product 4		Product 12	
					
판매매장	Al-Maya	판매매장	Al-Maya	판매매장	Al-Maya
상품명	Frozen Chicken Franks	상품명	Frozen Chicken Franks	상품명	Frozen Chicken Franks
중량	400	중량	340	중량	3*340
가격	6.95	가격	7.5	가격	11.95
100g당 가격	1.74	100g당 가격	2.21	100g당 가격	1.17
유통기한	2019/05/03	유통기한	2019/05/16	유통기한	2019/07/03
제조사명	Doux	제조사명	Sadia	제조사명	Sadia
육류 종류	닭	육류 종류	닭	육류 종류	닭
부위	-	부위	-	부위	-
인증	halal	인증	halal	인증	halal
원산지	프랑스	원산지	UAE	원산지	UAE
패키지	plastic pouch	패키지	plastic pouch	패키지	plastic pouch
냉장/냉동	냉동	냉장/냉동	냉동	냉장/냉동	냉동

47) 전체 조사 결과는 부록(각 매장별 현지조사 자료) 참고

가. 육류 관련 인증

(1) 인증 구분: 필수 취득 인증, 선택 권장 인증

■ 필수인증 : 할랄인증서

- 2014년을 기점으로 UAE 표준 측량청(ESMA)⁴⁸⁾에서는 돈육을 제외한 육류 제품에 대한 할랄 상표 등록을 의무화 하였음. ESMA가 주관하는 할랄 인증 제도는 '할랄 제품 통제에 관한 UAE 시스템 (UAE System for the Control of Halal Products)'의 요구사항을 충족하는 제품·서비스·시설에 대해 국가 할랄 표시 사용을 허용하는 것임
- UAE의 수입자가 육류나 육류 성분이 포함된 제품을 수입하려면 통관 시 반드시 할랄인증서를 제출하여야 함
- 육류나 육류성분을 생산하는 도축장도 UAE 관할당국에 등록해야 하며 ESMA가 등록증명서를 발급함. 도축장에서 생산한 개별 육류에는 이슬람단체의 증명서뿐만 아니라 인장이 날인되어야 함

■ 필수인증: 검역증명서

- 국내 축산물을 UAE에 수출하기 위해서는 UAE와 대한민국 양국 간 합의된 공통 검역증명서가 필요하며, 신선육 및 열처리된 적색육 검역증명서와 열처리된 가금육 검역증명서는 상이하며, 두 가지 검역 증명서에는 아래의 내용을 기입해야 함⁴⁹⁾

① 신선 적색육, 가금육 및 열처리 적색육

- 수입, 수출업자 이름, 주소, 수출국가, 수입품 일련번호, 상품정보와 수량 기재

48) ESMA(Emirates Authority for Standardization & Metrology)는 2001년 국가표준화 기구로 설립되었음



49) 농림축산검역본부, 「축산물 UAE 수출 검역조건 및 절차」 (2018)

- 전염병이 발견되지 않은 농장에서 사육되었다는 내용과 도축일 3개월 이내에 구제역, 리프트게곡열이 발생하지 않았다는 증명
- 승인된 도축형식을 따랐으며, 도축 전/후에 검사를 완료하였음. 또한 도축된 제품은 도축 직후 섭씨 2도에서 최소 24시간 동안 보관되었다는 증명
- 통조림 적색육은 섭씨 70도 이상의 온도에서 30분 이상 처리되었으며, 조리육은 뼈와 지방이 제거되었고 섭씨 70도 이상의 온도에서 30분 이상 처리되었음. 또한 건조-염장육은 뼈를 제거하였으며 식용소금에 절여 완전 건조하였다는 내용이 담긴 문서
- HACCP 시스템을 준수하는 기관에서 생산하였다는 문서

② 열처리 가금육

- 수입, 수출업자 이름, 주소, 수출국가, 수입품 일련번호, 상품정보와 수량 기재
- 전염병이 발견되지 않은 농장에서 사육되었다는 내용과 도축일 3개월 이내에 조류독감이 발견되지 않았다는 증명
- 승인된 도축형식을 따랐으며, 도축 전/후에 검사를 완료하였다는 증명
- 가금육에서 병원체가 발견되지 않았으며 사람이 섭취해도 된다는 확인서
- 도축된 제품이 섭씨 70도 이상의 온도에서 3.6초 이상 또는 섭씨 74도에서 1초이상 처리되었다는 확인
- HACCP 시스템을 준수하는 기관에서 생산하였다는 문서

UAE 합의 공통 검역증명서 샘플

 대한민국 농림축산식품부 축산물(사료 등)검역증명서 Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, Republic of Korea [HEALTH CERTIFICATE OF ANIMAL PRODUCTS(FEEDSTUFF, etc.)]		
발행일자 : Date of issue :	검역증번호 : Certificate No.	
종 류 (Type of products)		
포장수량 및 포장형태 (Type and Number of packages)		
중 량 (Weight)	G/W : N/W :	KGs KGs
표 시 (Identification Marks)		
보내는 사람의 성명 및 주소 (Name & Address of consignor)		
받는 사람의 성명 및 주소 (Name & Address of consignee)		
선박 또는 항공기명 (Name of ship and flight)		
생 산 지 (Place of production)		
수출국 또는 수입국 (Country of export or import)		
선적지 및 선적 연월일 (Place & Date of shipping)		
도착항 및 도착 연월일 (Port & Date of arrival)		
검 사 결 과 (Results of inspection)		
비 고 (Remarks)		
위의 축산물(사료 등)은 대한민국 가축전염병예방법의 규정에 따라 검역을 마쳤음을 증명합니다. This is to certify that the above described animal products(feedstuff, etc.) was inspected or treated in accordance with the regulations in "Livestock Epidemic Prevention and Control Act" of the Republic of Korea.		
 대한민국 농림축산검역본부 Animal and Plant Quarantine Agency, REPUBLIC OF KOREA		
		성명 (Signature) 검역관 (QUARANTINE OFFICIAL)

■ **권장인증** : ISO 9001 또는 ISO 22000

- ISO 22000은 사업장에서 발생할 수 있는 식품위해요소를 사전에 예방·관리하는 자율적인 식품안전관리시스템이며, 식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격임. 본 인증은 식품공급사슬 전반에 걸친 식품안전을 보장하기 위해 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있으며 상호의사소통, 시스템 경영, 선행요건 프로그램(PRPs)을 규정하고 있음

(2) 인증 취득 절차: 소요시간, 소요비용, 주관기관, 준비 서류 등

■ **필수인증** : 할랄 인증⁵⁰⁾

■ 일반 식품의 할랄 식품 등록을 위해서는 UAE의 인증기관인 표준측량청(ESMA)이 지정한 지정인증기관을 통해 신청할 수 있음

- 신청은 표준측량청(ESMA)과 각 인증센터를 통해 온라인, Email, 우편 등의 방법을 통해서 진행하며 아래의 서류를 준비하여 제출해야 함

- 할랄 식품 등록 신청서
- 유효한 사업자등록증
- 자유판매 증명서
- 성분목록표
- 성분/원재료에 대한 할랄인증서 사본 또는 제품정보에 대한 문서 사본
- 제조 공정에 대한 정보와 생산 절차에 관한 정보
- 라벨 디자인
- 시험성적서(UAE.S GSO 표준에 따라 ISO 17025를 준수하는 시험기관에 의한)
- FSMS, GMP, GHP, QMS 실시 증명서
- 기타 센터에서 요구하는 서류

- 비용: 약 1,100 디르함

50) 할랄 인증 획득을 위한 제출 서류, 비용, 절차의 내용은 표준측량청(ESMA)에서 제공하는 내용을 참고함

- 연락처: halal@esma.gov.ae 또는 지정인증기관 홈페이지 참조
- 유효기간: 3년(시설 및 제품 동일)
- 유의사항: 표준측량청(ESMA)를 통해서도 신청이 가능하나 이 경우 해당 신청서를 검토한 후 다시 지정인증기관을 통해 신청하도록 하고 있어 해당 기관을 통하는 것이 신청에 용이함

▣ 지정인증기관 목록 ▣

구분	국가	기관명	인증범위
1	뉴질랜드	New Zealand Islamic Development Trust (NZIDT)	도축장, 식품
2	UAE	RACS Quality Certificates Issuing Services	식품, 화장품
3	독일	RACS Quality Certificates Issuing Services	도축장, 식품, 화장품
4	호주	Halal Certification Authority	도축장, 식품
5	독일	Halal Control GmbH	식품, 화장품
6	일본	Emirates Halal Center for Standards & Quality Certificate Corporation	도축장, 식품
7	호주	Supreme Islamic Council of Halal Meat in Australia (SICHMA)	도축장, 식품
8	영국	Halal Food Authority(HFA)	식품
9	스리랑카	Halal Accrediation Council(Guarantee)Limited	식품
10	영국	Halal Certification Europe (HCE)	식품
11	UAE	SGS Gulf LTD	도축장, 식품, 화장품
12	미국	Halal Transactions Inc.	도축장, 식품
13	일본	NPO Japan Halal Association	식품, 화장품
14	이탈리아	Halal International Authority (HIA)	도축장, 식품, 화장품
15	베트남	Halal Certification Agency	식품, 화장품
16	UAE	PRIME Certification and Inspection LLC	식품
17	크로아티아	Islamic Community in Croatia Center for Halal Quality Certification	도축장, 식품
18	일본	Japan Islamic Trust	도축장

구분	국가	기관명	인증범위
19	호주	Australian Halal Development and Accrediation (AHDAA)	도축장
20	오스트리아	IIDC Islamic Information Documentation and Certification GmbH	도축장, 식품
21	독일	IIDC Islamic Information Documentation and Certification GmbH	도축장, 식품
22	브라질	FAMBRAS Halal Certificacao LTDA	도축장, 식품, 화장품
23	네덜란드	Total Quality Halal Correct Certification, The Netherlands	도축장, 식품
24	미국	RACS LLC	도축장, 식품
25	이탈리아	Halal Italia Srl	도축장, 식품, 화장품
26	남아프리카공화국	South African National Halaal Authority	도축장, 식품
27	브라질	Islamic Dissemination Center for Latin America - CDIAL HALAL	도축장
28	러시아	LLC "Gulftic-ICSC Halal"	도축장, 식품
29	벨기에	Halal Food Council of Europe(HFCE)	도축장, 식품, 화장품
30	중국	Shandong Halal Certification Service	도축장, 식품, 화장품
31	네덜란드	Halal Quality Control	식품
32	인도	Halal Asia Services LLP	도축장, 식품
33	미국	Islamic Food and Nutrition Council of America	도축장, 식품
34	브라질	FIB Halal	도축장, 식품
35	태국	The Central Islamic Council of Thailand (CICOT)	식품
36	미국	ISWA Halal Certification Department	도축장, 식품, 화장품
37	스페인	Halal Food and Quality	도축장, 식품
38	브라질	SIIL Halal-Islamic Inspection Service	도축장, 식품
39	우크라이나	Halal Certification Center LLC	도축장, 식품
40	우크라이나	Limited Liability Compnay "Halal Global Ukraine" Certification Center	도축장, 식품
41	스페인	Halal Consulting S.L	도축장, 식품
42	필리핀	PRIME Certification & Inspection LLC Asia Pacific Inc	식품
43	UAE	TUV SUD Middle East L.L.C	도축장, 식품, 화장품

※ 출처: 표준측량청(halal.ae) / 2018년 11월 기준

- 절차는 아래에 따라 진행하며 생산 설비에 대한 할랄 신청의 경우 적합성 평가 과정에서 필수적으로 작업장에 대한 방문이 진행됨
 - 신청서 제출: 신청서와 함께 기관이 요구하고 있는 서류 제출
 - 신청서 검토: 기관은 해당 신청서의 적합성에 대해 검토한 후 신청자에게 비용 지불을 요청함. 요금을 지불하고 계약을 체결함
 - 적합성 평가: 제출된 테스트 보고서와 각종 자료에 대한 평가를 진행함
 - 부족한 서류에 대해서는 신청자에게 추가 서류를 요청하며, 보고서가 요구되는 표준에 부합하지 않은 경우 실험의 추가 실시를 위해 샘플 수취를 수행함
 - 인증 결정: 전체 평가 이후 인증을 결정하며 승인 또는 거부가 결정됨
거부 결정시에는 공식적인 거부 사유서를 전달 받게 됨
- UAE 할랄 마크를 사용하기 위해서는 표준측량청(ESMA)을 통해 추가적인 할랄 마크 사용 신청을 진행해야 함
 - 신청은 표준측량청(ESMA)과 지정인증기관을 통해 온라인으로 진행하며 아래의 서류를 준비하여 제출해야 함
 - 적절한 할랄 인증기관에 의해 발급된 할랄 인증서
 - 사업자 등록증 또는 수출·입 라이선스
 - 신청서
 - 소요기간: 135일
 - 절차: 온라인 신청 후 필요한 서류를 업로드 한 후 서류에 대한 검토 절차를 진행함
검토 결과에 따라 비용을 지불하면 사용 허가를 획득함
 - 유의사항: 한번에 1,000개의 제품을 등록 신청 할 수 있으며, 추가적인 서류 요청에 대한 적절한 행위가 6개월 이내에 수행되지 않으면 신청이 취소됨

■ 권장인증 : ISO 9001 또는 ISO 22000

- HACCP의 7원칙과 12절차는 다음과 같음 ① HACCP 준비 5단계: HACCP 팀 구성 ⇒ 제품설명서 작성 ⇒ 제품 사용용도 파악 ⇒ 공정흐름도 및 평면도 작성 ⇒ 공정흐름도, 평면도가 작업현장과 일치 하는지 확인, ② HACCP 7원칙(실행 단계): 위해요소분석(생물학적, 화학적, 물리적 위해요소) ⇒ 중요관리점 설정 ⇒ 중요관리점에 대한 한계기준 설정 ⇒ 중요관리점 관리를 위한 모니터링 체계 확립 ⇒ 개선조치 방법의 설정 ⇒ 검증 방법의 설정 ⇒ 문서화 및 기록 유지 방법의 설정
- 해당 인증의 유효기한은 3년이며, 유효기한이 만료된 후 3년마다 갱신이 필요함

나. 육류 제품 라벨링

(1) 기본 표시사항 및 용어의정

라벨 표시사항

구 분	필수 / 선택	구 분	필수 / 선택
1) 브랜드명	선택	8) 제품 바코드	선택
2) 제품/물품 명 ⁵¹⁾	필수	9) Lot 번호	선택
3) 식품원료 ⁵²⁾	필수	10) 아랍어 라벨 ⁵³⁾	필수
4) 제품별 생산일자 및 만료일자 ⁵⁴⁾	품목별 상이	11) 보관방법 ⁵⁵⁾	일부 유형 필수
5) 제조업체, 유통업체, 또는 수입업체	선택	12) 아나필락시스 ⁵⁶⁾ 유발 성분이 함유된 제품 표시	선택
6) 순중량 및 중량	선택	13) 섭취 방법 ⁵⁷⁾	일부 유형 필수
7) 원산지	필수	14) 영양성분 ⁵⁸⁾	일부 유형 필수

※ 출처: Flanders Investment&Trade(www.flandersinvestmentandtrade.com), 두바이 행정부 (www.dm.gov.ae)

- UAE 내 수입 가능한 육류 제품으로는 신선/냉동 우육 및 우육제품, 양고기 및 양고기 제품, 염소고기 및 염소고기 제품, 돈육 및 돈육 제품이 있으며, 대부분의 계육 및 계육제품도 수입이 가능하지만 2016년 5월 26일부로 미국 인디애나 주에서 생산된 신선/냉동 계육에 한해 수입을 제한하고 있음

51) 해당 물품에 대한 간단한 설명이 필요함

52) 내림차순 또는 중량/용량 순으로 기입

53) 라벨은 아랍어로 작성해야하며, 기존 라벨 위에 아랍어로 작성된 라벨 스티커를 부착하는 방법도 허용됨

54) 유효기간 기입이 필수가 아닌 제품은 제외

55) 특수한 보관 방법이 필요한 제품에 한하여 기재해야 함

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

57) 필요시 기재해야 함

58) 유아식품 등 일부 품목 제외

- 인디애나 주에서 생산된 계육 제품 중 열가공 공정⁵⁹⁾을 거친 제품에 한해서는 일부 수입이 허가 됨
- 모든 육류 제품의 종류(냉장, 냉동)를 명확하게 구분하기 위하여 보관 온도를 라벨에 표시해야 함
 - 예를 들어 냉동 육류의 경우“(-)℃ 또는 (-)℃ 이하의 온도에서 냉동 보관하십시오”, 냉장 육류의 경우“(-)℃와 (-)℃ 사이의 온도에서 냉장 보관하십시오”라고 명시해야 함
- 냉장 및 냉동 계육에는 미국에서 의무적으로 표기되어야 하는 표시사항 외, 다음과 같은 내용을 추가적으로 기입해야 함
 - 생산일자(도축일 또는 냉동일)와 유통기한: 유통기간이 3개월 이하인 제품의 경우 일/월/년 순으로 표시해야하며, 유통기간이 3개월 이상인 제품의 경우 일/월/년과 월/년 형식이 모두 허용됨. 또한 유통기간은 제품이 포장된 날짜로부터 계산되어야 함
 - 원산지 증명
 - 메트릭(Metric) 중량을 단위로 하는 용량 정보
 - 알코올성 물질, 동물성 지방, 젤라틴, 식품 첨가제 및 혈액 등의 물질이 포함된 제품의 경우 라벨에 해당 내역을 표기해야 함
- 통조림 제품의 경우 반드시 통조림 하단 또는 미리 인쇄된 라벨지에 생산 및 유통기한을 기입해야 함⁶⁰⁾

(2) 표기방식

- UAE에서 유통되는 식품의 라벨 표시사항은 아랍어 또는 아랍어와 영어로 표기해야 함
 - 아랍어로 작성된 라벨 스티커 부착은 필수가 아님

59) 70°C에서 최소 3.6초 또는 74°C에서 최소 1초 동안 열처리 되어진 계육 제품의 경우 일부 수입이 허가됨
 60) USDA, 「Export Requirements for United Arab Emirates,」 (2017)

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

(3) 유의사항

- 라벨은 소비자들이 쉽게 이해할 수 있도록 명확하게 기입되어야 함
- 표기되어있는 정보들은 식품의 특성에 관하여 오해의 여지가 없어야 함
- 돈육 및 돈육 제품은 할랄 인증이 요구되지 않음. 하지만 생산지, 유통기한 등 필수 표기사항과 돈육임을 나타내는 라벨을 제품에 부착해야 함⁶¹⁾

(4) 라벨 샘플

- 라벨 표기사례
 - ① 브랜드명: Seara
 - ② 제품명: Frozen Chicken Franks
 - ③ 식품원료: 대두 단백질, 설탕, 할랄 닭고기, 닭고기 껍질 등
 - ④ 생산일자(도축일자, 유효기간 등): 2018.01.22. ~ 2019.01.22.
 - ⑤ 제조업체: SEARA ALIMENTOS LTDA.
 - ⑥ 중량: 340g
 - ⑦ 원산지: 브라질
 - ⑧ 바코드
 - ⑨ 보관방법: 보관 온도 설명
 - ⑩ 영양성분: 100g당 지방 함유량 등
 - ⑪ 인증: 할랄

61) USDA, 「Export Requirements for United Arab Emirates.」, (2017)

라벨 작성 예시



※ 출처: EC21 Research&Consulting(2018,09 현지조사)

다. 육류 수출 시 유의사항

- UAE에 수입되는 육류제품의 경우 식품위생이 중요하기 때문에 위험도별로 분류되는 식품 분류법에 따라 고 위험 식품으로 분류됨
 - 고 위험 식품의 경우 적색절차로 분류되어 정밀검사가 실시될 가능성이 최소 80%로 매우 높은 편임. 적색절차는 위생 서류 및 화물 검사를 실시한 후, 무작위 샘플 채취를 통해 추가검사가 이루어짐
- UAE에서는 식품의 위생과 관련하여 운송 과정에서 적절한 온도를 유지할 것을 규정하고 있으며, 통관 시 이와 관련된 서류를 제출해야 함
 - 모든 식품은 방수 처리가 되어 있고 오염 방지를 위한 적절한 시스템을 갖춘 운반용기(컨테이너) 차량을 통해 운송되어야 함
 - 식품과 비식품은 따로 운송되어야 하며, 벌크 제품의 경우 해당 목적 전용 운송 수단으로만 운반되어야 함
 - 냉장식품은 (5)℃ 이하, 냉동식품은 (-18)℃ 또는 (-18)℃ 이하의 온도를 유지해야하며, 수출국의 세관 선을 지나는 순간부터 수입국의 세관 선을 통과하는 시점까지 모든 운송과정을 기록해야 함. 해당 기록은 약 1년간 보관되어야 함
- UAE에서는 특별한 보관이 필요한 수출제품에 한하여 보관방법 및 운송방법에 대해 기재해야 하며 또한 이를 각 토후국 지자체에 보고할 것을 요구함
- 2018년 1월 4일, 한·UAE 간 축산물 수출 검역 조건이 타결되었음
 - 수출 가능 품목은 신선 소고기, 양고기, 염소고기⁶²⁾, 가금육과 앞의 신선육을 열처리한 제품이며, 가공육의 예시로는 삼계탕, 소시지, 갈비탕 등이 있음
 - 품목별 주요 수출 조건은 ①신선 적색육과 열처리 가공된 적색육의 경우 3개월간 구제역 방역지역인 아닌 농장에서 유되어야 함 ②신선 가금육과 열처리 가공된 가금육은 3개월간 HAPI⁶³⁾ 방역지역이 아닌 농장에서 유래되어야 함⁶⁴⁾

62) 가금육을 제외한 소고기, 양고기, 염소고기 품목을 적색육(Red Meat)으로 분류함

63) 고병원성인플루엔자(HAPI)로 조류독감이라고 불림

- 수출 가능 품목에 대한 UAE 할랄 인증은 필수이며, 적색육을 수출하기 위해서는 UAE 할랄 인증과 UAE 기후변화 환경부 홈페이지에서 도축장 인증 승인을 받은 도축장에서 육류를 도축해야 함. 도축장 인증을 승인 받기 위해서는 온라인 신청서와 아래의 서류를 홈페이지에 제출해야 함
 - 도축장 시설 및 위치 정보
 - 도축 절차 요약(외양간→ 도축장→ 냉동→ 포장→ 저장→ 이동 절차를 모두 포함)
 - 건강 및 가축질병에 관한 자료
 - 수의사 및 도축장 인력 수
 - 도축장의 위생상태
 - HACCP 인증서
- 도축장 및 도살장 인증(할랄) 신청 요금은 15,000 디르함(약 4,650,000원)이며, 서류 검토 후 승인을 받기까지는 약 90일이 소요됨
- 또한 가공장의 경우에는 대한민국 농림축산 검역본부에 해당 작업장을 검역 시행장으로 신청하여 승인을 받아야함. 개별 작업장에 대한 UAE 측의 현지점검 등 후속절차를 원만히 진행하기 위하여 가공공장 승인 신청 시 대한민국 농림축산 검역본부와 협의 하에 진행됨
- 가공육 수출을 위한 UAE 내 작업장 승인은 불필요하나, 대한민국 농림축산 검역본부에 검역 시행장 지정을 신청해야 함
- 수출 전체 품목에 대해서는 UAE와 합의된 공통 검역 증명서와 할랄인증서를 함께 동봉하여 제출해야 함⁶⁵⁾⁶⁶⁾

64) HPAI 발생 농장으로부터 반경 25km 거리의 농장에서 유래되어야 함

65) 해당 증명서에 관해서는 '4장. 관련제도'에 자세히 서술되어 있음

66) 농림축산검역본부, 「축산물 UAE 수출 검역조건 및 절차」 (2018)

6

한국산 진출 현황

가. 수출 현황

(1) 한국산 수출 규모

- 한국산 신선 및 냉장, 냉동의 우육, 돈육, 계육의 수출 현황을 확인 한 결과, 거의 대부분의 항목이 현재 수출되지 않고 있는 것으로 확인됨
- 냉동 우육의 경우 2013년 5,000달러의 수출액을 기록한 이후 2016년 35,000달러까지 그 규모를 늘렸으나 2017년 다시 수출액을 기록하지 못함

■ 對UAE 한국산 육류 수출 현황 ■

(단위: 천 달러)

국가	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	연평균 증감률
신선 및 냉장 우육	0	0	0	0	0	-
냉동 우육	5	0	8	35	0	-
신선, 냉장 및 냉동 돈육	0	0	0	0	0	-
신선, 냉장 및 냉동 가금육	0	0	2	0	0	-
총 계	5	0	10	35	0	

※ 출처: 국제무역센터(ITC)(www.trademap.org), HS Code: 0201, 0202, 0203, 0207 기준

(2) 증감요인 분석

- UAE로의 육류 수출이 꾸준하게 이어지지 않고 수출이 되었다가 안 되었다가 하는 등 불규칙한 것으로 확인되었으며, 냉동 가금육과 냉동 우육만 수출이 되었던 것으로 나타남
- 수출 기업의 관점에서는 지속적으로 현지 판매가 가능한 현지 영업채널과의 거래가 아닌 단기적인 거래를 통하여 수출량이 지속되지 않은 것으로 파악됨

나. 한국산 SWOT 분석

(1) UAE 육류 유통 현황 요약

■ 현지조사 결과 요약⁶⁷⁾ ■

구분	용량(g)	가격(AED)	100g당 가격	부위(종)	패키지
신선 우육	615.0	31.20	4.85	-	플라스틱 접시
	주요 원산지 3개국 : 호주, 뉴질랜드, 파키스탄				
신선 계육	500	17.75	2.69	생닭	플라스틱 박스
	주요 원산지 3개국 : UAE, 사우디, 오만				
냉동 우육	677	11.35	1.98	분쇄육	플라스틱 파우치
	주요 원산지 3개국 : 인도, UAE, 사우디				
냉동 계육	900	16.75	1.83	가슴살	플라스틱 파우치
	주요 원산지 4개국 : 브라질, UAE, 오만, 사우디, 터키				
소시지 (우육)	454.0	12.50	2.77	-	박스 / 파우치
	주요 원산지 5개국 : UAE, 브라질, 남아공, 호주, 인도				
소시지 (계육)	340	6.75	1.53	-	플라스틱 파우치
	주요 원산지 3개국 : UAE, 브라질, 사우디				
생닭	1,100	16.01	1.54	-	플라스틱 파우치
	주요 원산지 3개국 : 브라질, UAE, 사우디				
기타 원산지: 아일랜드, 프랑스, 요르단, 우크라이나, 덴마크					

67) 요약 내용의 값은 해당 범주의 중간 값임. 최솟값과 최댓값의 편차가 클 경우, 평균값은 해석의 오류를 범할 수 있어 중간값을 제공함

- UAE에서 유통되는 육류의 현황을 살펴본 결과 계육의 경우 제품 간의 가격차이가 크게 나지 않았으나 우육의 경우 저가격 제품과 고가격 제품의 차이가 많이 나는 것을 확인 할 수 있었음
- 패키지의 경우 냉동 육류의 경우 플라스틱 파우치를 사용하는 모습을 보였으며, 냉동 우육의 경우 분쇄육을 주로 판매하고 있음. 계육의 경우 염통, 심장과 같이 다양한 부위를 판매하고 있었으며, 신선육의 경우 생닭이 가장 많고 냉동은 가슴살 제품이 많았음
- 유통되는 제품의 용량을 살펴봤을 때, 신선 및 냉동 우육, 신선 계육의 경우는 평균 700g선에서 유통되고 있음. 다만 냉동 계육의 경우 평균 1kg으로 비교적 대용량의 제품이 판매되고 있었으며, 생닭 제품의 경우 평균 1,057g으로 11호 사이즈의 닭이 가장 많이 확인됨. 가공육은 일반 육류에 비해 적은 500g이하를 평균으로 하여 판매되고 있음

(2) 한국산 육류 SWOT 분석

- 강점(Strength)
 - 한국산 육류제품은 뉴질랜드, 호주 등 고품질 프리미엄 육류와 비교하여 동등한 수준의 고품질 육류임
 - 한류를 앞세워 '한국'이라는 브랜드 이미지를 활용하여 마케팅이 가능함
 - 육류 제품은 PB 상품이 많아 대형 유통채널과의 거래가 가능하다면 장기적인 판로를 개척할 수 있으며, 유통업체의 브랜드 이미지를 이용하여 약점으로 작용하는 낮은 인지도를 극복할 수 있음
 - UAE 제품과 달리 직접적인 지원은 아니나 수출 육성을 위한 일환으로 다양한 사업 지원을 받고 있다는 점은 이를 전혀 받지 못하고 있는 UAE 제조사들에 비해 우위라고 할 수 있음

■ 약점(Weakness)

- 다른 제품들에 비해 브랜드 인지도가 떨어져, 국내 브랜드를 활용한 제품의 판매 및 홍보에 많은 비용 소요가 예상됨. 뿐만 아니라 이미 진출해 있는 브라질, 뉴질랜드, 호주 등의 경우 축산 강국으로 해당 국가에 많은 제품을 판매하고 있어 국가 인지도 면에서 경쟁력이 약하다고 할 수 있음
- UAE까지의 운송거리가 짧지 않아 물류비용 증가로 인한 가격 경쟁력 약화가 우려됨. 현지 생산 제품 혹은 인도, 파키스탄, 브라질과 같은 국가의 육류 제품은 저렴한 가격에 포지셔닝하고 있고, 뉴질랜드, 호주와 같은 국가의 제품이 고가에 포지셔닝하여 한국의 제품은 중간에 낀 가격적 포지션이 될 가능성이 높음
- 국내 할랄 인증을 획득한 도축 및 육가공 시설이 없어 돈육을 제외한 우육 및 가공육의 경우 현지 수입 및 판매가 어려움
- 현지에 한국산 육류 제품이 판매되고 있지 않아 UAE 수출 시 수출 개척 단계에 해당함. 해당 단계에서는 홍보·마케팅이 많은 중요도를 차지하는 데, 이를 수행하기 위해 과도한 비용이 발생하여 제품 가격 상승 우려가 있음

■ 기회(Opportunity)

- 한-UAE간 육류 수출 검역 조건에 대한 합의에 이룸에 따라 검역 절차 해결이 용이해 질 것으로 전망됨⁶⁸⁾
- 현재 판매되고 있는 육류의 원산지가 1~2개 국가에 편중되는 과점시장이 아니기 때문에 한국산 제품의 현지 진출 시 다른 원산지 제품에 대한 소비자의 거부감이 크지 않을 것으로 나타남
- AI(조류 인플루엔자)로 인한 조류 집단 폐사와 같은 문제로 수급 불균형 문제가 발생한 바 있으며, 향후에도 이러한 문제가 발생할 가능성이 있음
- UAE 정부는 축산업에 대해 보조금을 지급하는 등의 지원 사업을 하고 있지 않음. 이 때문에 현지 생산 육류가 무조건 저가격에 판매되지 않고, 이로 인하여 수입 육류들에게 기회가 많음

68) 본보고서 내 육류 수출 시 유의사항 내용 참조

- 전반적인 UAE의 소비 규모가 증가하고 있으며, 가금육에 대한 소비 규모 역시 꾸준히 증가하고 있음
- 한류의 아이콘으로 상징되어지는 BTS는 UAE 팬클럽 계정에 약 5만 명 이상의 회원 수를 보유하고 있어 한국 문화 콘텐츠 확산으로 인해 한식에 대한 관심도 제고될 가능성이 있음

■ 위협(Threatening)

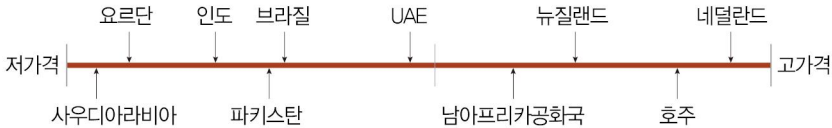
- UAE 수출을 위한 할랄 인증을 획득한 도축장 및 가공공장 설립 시, 국내 반대에 부딪혀 공장의 설립 자체가 불가능할 수 있는 가능성이 있음
- 국내 가축질병 발생 시 양국의 육류 수출 검역 조건 합의에 따라 수입이 금지될 가능성이 있음
- 돈육의 경우 현지 시장이 작고 유통 채널도 일부 매장으로 제한되기 때문에 판매에 어려움이 있음
- 시기에 따라 육류 소비량이 차이가 나며, 이로 인한 수출량 등락이 문제가 될 수 있음
- 육류 물류 과정에서 제품의 운송 지연에 따른 제품 손실 가능성이 높음
- 이미 뉴질랜드, 호주산의 제품이 고가 프리미엄 제품으로 자리 잡고 있어 한국산 육류도 동일한 고가 프리미엄 전략의 포지셔닝을 하는 데에 어려움이 있음
- 단발성 계약의 경우 꾸준한 유통처의 확보가 어려움. 대형 유통매장으로의 안정적인 진출을 위하여 입점기준에 충족할 만한 제품의 개발이나 PB 제품에 대한 제안 필요성이 있음
- 계육을 유통하는 경우 현지의 생산자들은 중간 유통업체를 거치지 않고 유통채널과 직접 거래하고 있음. 이 때문에 UAE로의 수출 시 유통업자와의 컨택에 어려움을 겪을 수 있음

(3) SWOT 분석 활용 및 극복방안

■ SO전략 : 고품질 고가격 정책

- 뉴질랜드나 호주산 제품 또는 와규(Wagyu)가 브랜드로서 소비자들에게 고품질의 좋은 제품이라는 점을 각인시켰듯이, 한국산 제품도 브랜드화 전략을 수행하여 고품질이라고 인식하도록 하는 노력이 필요함
- UAE에서 판매되고 있는 육류의 원산지가 뉴질랜드, 호주뿐만 아니라, 인도, 파키스탄, 사우디와 같이 다양한 국가로 이루어져 있는 점으로 보아 UAE 현지 소비자들은 원산지보다는 가격과 품질을 바탕으로 구매하는 것으로 판단됨. 따라서 앞선 고품질 브랜드로 인식시킬 수 있다면 충분한 경쟁력을 확보 할 수 있을 것으로 예상됨

■ 우육의 원산지별 가격 분포도⁶⁹⁾



※ 해당 그래프상의 원산지 분포 기준은 각 국가별 제품의 단위(100g)당 평균 가격을 기준으로 함

■ ST전략 : 대형 유통채널 공략

- 수출에 대해서 많은 지원을 하고 있는 정부와의 협업을 통해 가장 취약점으로 평가 받는 할랄 문제에 대한 해결이 시급함. 이를 해결함으로써, 위협 요인인 할랄 인증 부재로 인한 수입·통관 및 판매 불가에 대한 문제를 회피할 수 있음
- 중간 유통채널이 없는 계육의 경우 현지 대형 유통채널과 직접 접촉해야 하는데, 이때 현지 업체들이 다양한 국가의 다양한 제품을 판매하고 있다는 점을 생각한다면 오히려 유리한 면이 있을 수 있음. 또, 현지 유통업체들의 경우 PB

69) 본보고서 내 현지조사결과물 분석 자료 활용

상품으로 육류를 많이 구성하고 있는 데, 이러한 PB 상품의 제안 또는 직접적인 계약은 바이어와의 계약으로 판매의 지속성을 보장 받을 수 없다는 점을 상쇄함. 현지 유통업체로의 납품을 통해 지속적인 납품처를 보유할 수 있게 되어 꾸준한 수출을 할 수 있는 여건을 마련할 수 있음

- 다양한 원산지와 종류의 육류를 구비하고 있는 유통업체로서는 한국이라는 새로운 선택지를 소비자에게 제공할 수 있다는 장점으로 다가갈 수 있을 것임. 제품의 품질이 뉴질랜드의 제품과 같다는 점 역시 어필 하여 위협을 회피 할 수 있음

■ WO전략 : 물류비용 조정을 통한 유통마진 확보

- 공동 물류 등의 방법을 통해 물류비용 증가를 막고 가격 경쟁력을 확보하여 현지 제품과의 가격 경쟁을 할 수 있어야함. 기본적으로 저가격 정책을 통해 브라질, 파키스탄과 같은 국가의 제품과 경쟁하기 어려운 점이 있기 때문에 비용 감소를 통한 유통 마진 확보에 대한 노력이 필요함

7

한국산 수출 확대를 위한 제언

가. 對UAE 한국산 육류 수출 확대를 위한 4P 전략

(1) 삼계탕

■ 제품(Product)

- UAE의 경우 타 중동국가들보다 높은 생활수준을 유지하고 도시화를 통해 현대 식품에 대한 인기가 높아짐. 뿐만 아니라 다국적 식품에 대한 선호도가 높아지고 있는 편임. 계육 자체에 대해서는 일본, 중국의 뼈 없는 계육의 수요가 증가하고 있으나 여전히 뼈 있는 생닭 제품이 잘 판매되고 있고 가공 식품이라는 점에서 다르기 때문에 다국적 식품으로서의 수요가 있을 것으로 전망됨
- 삼계탕은 이러한 트렌드에 맞춰 완전한 동아시아의 이국적인 스프(soup)로서 판매가 가능한 제품임. 제품의 간이나 향, 맛 등에 대해서 일부 현지화가 필요하거나 수정이 필요할 수 있지만 아시아의 독특한 다국적인 입맛을 사로잡을 수 있을 것으로 보임. 또 삼계탕 그 자체로는 크게 강한 향신료가 들어가거나 하지 않기 때문에 크게 문제없을 것으로 보임

Ⅱ 유통채널별 계육 판매 현황 Ⅱ

구분	Al Maya	Carrefour	Coop	LuLu	Spinneys
총 계	19	61	47	85	31
계육	16	45	41	67	29
계육 가공식품(소시지)	3	6	6	6	2
계육 가공식품(스프) ⁷⁰⁾	-	10	-	12	-

70) 각 유통채널의 온라인매장을 통해 집계한 제품 개수임

- 스프형태의 계육 가공식품은 소시지에 비해 많이 구비되어 있음. Carrefour와 LuLu 모두 계육을 가공한 인스턴트 스프를 판매하고 있으나 글로벌 기업인 Knorr, Maggi(Nestle), Quaker의 제품만을 취급하고 있음. 따라서 해당 유통업체 공략 시 동종 제품은 아니지만 유사 제품으로의 제품 확장 전략을 제안하고 시장 진출에 도달 할 수 있을 것임
- 사용될 닭의 경우 11호(1,050~1,150g) 사이즈의 닭을 사용하는 것이 적정할 것으로 판단됨. 현지에서 판매되고 있는 생닭 제품의 경우 11호에 해당하는 평균 1kg 내외의 중량으로 판매되고 있기 때문에, 인기 수요 사이즈인 11호 사이즈의 닭을 사용하는 것이 현지 소비자들의 소비 습관에 적정할 것으로 판단됨. 물론, 해당 제품이 간편식으로 취급되어 용량이 변경될 여지는 있으나, 기본적인 현지 식습관과 소비습관을 생각하면 해당 용량이 최선임
- 다만, SWOT 분석에서도 언급한 대로 할랄 문제를 해결해야 하는 것이 문제임. 닭의 경우 할랄 도축을 실시한 재료를 사용하거나 하는 방식으로 할랄 인증의 획득이 가능할 수 있음
- 온라인 내 닭고기 스프의 용량은 18g의 컵 스프 제품을 제외하면 50g ~ 70g 정도로 구성되어 있음. 다만 해당 스프 제품은 가루형태의 제품으로 삼계탕 제품이 참조하기에는 무리가 있음

■ 가격(Price)

- 가격의 경우 현지 생닭의 평균 가격인 18.95 디르함(한화 약 5,850원)을 참조하여 설정해야 함. 삼계탕 제품이 단순 계육만 들어가는 것이 아니라 대추, 삼 등의 다양한 재료가 들어가는 만큼 이를 기본 소비자 가격으로 놓고 해당 가격과 유통마진, 운송비 등에 대해서 고려해야 함
- 생닭의 경우 우육에 비해 제품 가격의 편차가 크지 않은 편이고, 로컬 제품의 종류가 많아 기본적인 금액이 높지 않은 점에 대한 고려도 필요함

■ 유통처(Place)

- 유통처로는 현대적인 유통채널인 대형마트를 중심으로 개척해야 함. 전통적인 유통채널은 식료품에 대한 판매가 많지 않고, 담배와 같은 기호 식품의 판매가 많은 만큼, 현대적인 유통채널인 하이퍼마켓·슈퍼마켓을 공략하는 것이 유리함
- 계육은 현지에서 중간 유통상을 거치지 않고 판매되고 있기 때문에 계육을 취급하는 바이어 보다는 가공 식품을 취급하는 바이어를 통하여 삼계탕 제품을 유통해야 함

■ 홍보(Promotion)

- 제품의 홍보는 삼계탕이라는 음식에 대해 UAE 소비자들에게 인식을 시키는 것을 1순위로 하여 진행되어야 함. 삼계탕의 경우 한인마트를 통해서 일부 소량 판매가 되는 것으로 확인되나, 현지 유통채널을 통해서서는 전혀 판매되고 있지 않은 만큼 소비자들에게 제품과 요리를 인식시키는 데에 많은 노력이 필요함
- 홍보의 방법으로는 현지 시식 행사나 온라인 SNS를 통한 홍보가 해당 목적을 달성하는 데에 가장 적합한 채널로 판단됨. UAE에서 따뜻하고 배부르게 먹을 수 있는 식사를 하는 것이 새로운 트렌드로 떠오르는 만큼⁷¹⁾, 따뜻하고 배부른 한 끼 음식인 삼계탕 자체를 알리기 위한 홍보가 병행 된다면 제품의 판매에 도움이 될 것으로 판단됨
- 홍보의 예로 시즌마케팅이 있음. 삼계탕은 단순 닭고기 수프 보다는 한국의 대표적인 보양식임. UAE는 이슬람 국가로 라마단 기간 동안 금식을 하는 데, 이 시기가 끝난 이후 떨어진 영양을 보완해 줄 보양식으로서 시즌 마케팅을 하는 것도 하나의 방법이 될 수 있음

71) Spinneys, Hop on the trend train: How to embrace Hgge in the UAE, 2017.01.18.

(2) 육류(우육, 계육)⁷²⁾

■ 우육_생육, 냉장육, 냉동육

① 제품(Product)

- 수출 시 적합한 우육의 용량은 600~800g 선이 유효할 것으로 판단되며, 육류의 가공 형태는 스테이크나 분쇄육 형태가 가장 적합함

② 가격(Price)

- 우육의 가격은 냉동이냐 신선이냐에 따라 큰 차이가 나지만, 한국산 제품의 경우 인도, UAE의 냉동제품과 가격 경쟁이 어렵기 때문에 신선 우육으로 진출해야 함. 신선 우육의 가격은 고품질 고가격 전략을 사용한다고 상정하였을 때, 평균 가격인 6.93디르함에서 최고 수준인 20디르함 사이에서 물류비, 유통마진, 예상 판매량 등을 산정하여 설정해야 함

③ 유통(Place)

- 현대적인 유통채널을 통해 판매하는 것이 가장 주요할 것으로 판단되며, 수입 및 고품질 식품을 전문으로 판매하는 Spinneys와 같은 유통을 통해 판매하는 것이 가장 적절하다고 판단됨

④ 홍보(Promotion)

- 뉴질랜드, 호주, 와규(Wagyu)와 같은 원산지를 활용한 브랜딩 활동이 필요함. 한국이라는 국가 이미지를 육류 강국으로서 활용하는 데에는 한계가 있을 수 있으나, 일본의 와규(Wagyu)와 같이 해당 육우 품종의 고품질 브랜드 전략을 활용한다면 한국산 제품에도 고가격 프리미엄 전략을 사용하는 데에 많은 도움이 될 것임

■ 우육_가공육(소시지)

① 제품(Product)

- 우육 소시지는 500g 내외의 용량이 적정하나 아예 대용량인 1kg으로 판매하는 것도 가능함. 다만 냉동으로 판매할 경우 500g이하의 제품을 구성하는 것이 적절할 것으로 판단됨

72) 돈육은 현지 유통매장 내 판매되고 있지 않아, 진출제언 품목에서 제외함

② 가격(Price)

- 우육 소시지의 가격은 2.77디르함에서 3.09디르함 정도로 정하는 것이 적당할 것으로 판단됨. 5디르함 또는 이에 가까운 제품도 판매되고 있으나 해당 가격대의 경우 판매량 보장이 되지 않아 수익성 약화가 우려됨

③ 유통(Place)

- 유풀 가공식품을 취급하는 업체를 통해서 현대적인 유풀채널로 판매하는 것이 적절함

④ 홍보(Promotion)

- 우육 소시지의 경우 신선 식품과 달리 1+1 행사, 온·오프라인 매체 활용 제품 광고 등 다양한 방법이 활용 가능하며, SNS를 활용하여 소비자 관심을 제고하는 것도 효과적인 광고 방법이 될 수 있음

■ 계육_생육, 냉장육, 냉동육

① 제품(Product)

- 계육의 경우 적합한 용량으로는 우육과 동일한 600~800g이 적당할 것으로 보이거나 냉동 계육의 경우 이보다 좀 더 많은 900g 내외에서 형성되어도 판매에 적정할 것으로 판단됨. 부위의 경우 닭다리의 인기가 가장 많으나 생닭 형태 제품도 많이 판매되는 만큼 해당 두 가지 형태가 가장 적절하며, 생닭은 11호 사이즈의 닭이 소비자 선호 사이즈임

② 가격(Price)

- 계육의 가격의 경우 신선 계육이 냉동 계육에 비해 비싼 편이며 약 1디르함 가량 차이가 나는 것으로 확인되며, 신선 제품은 2.93디르함, 냉동은 1.88디르함 내외에서 선정하는 것이 적정할 것으로 사료됨. 다만, 두 품목 모두 최대 7디르함 또는 4디르함까지 최대 가격 여유가 있어 협상을 통한 적정 가격 설정이 필요함

③ 유풀(Place)

- 현대적인 유풀채널을 통해 판매하는 것이 가장 적절함. 다만, 현지 계육 업체들의 경우 유풀업체들과 직접적으로 연결관계를 가지는 경우가 많아 신규 채널을 확보하는 데에 어려움이 있을 수 있음

④ 홍보(Promotion)

- 계육의 경우 신선제품 특성상 일반적인 제품 광고에 어려움을 겪을 수 있어 제품 브랜드의 인지도 개선을 위한 광고를 적극적으로 하는 것이 제품을 알리는 데에 효과적일 것으로 사료됨

■ 계육_가공육(소시지)

① 제품(Product)

- 계육 소시지의 용량은 300~400g으로 구성하는 것이 가장 적절하나 우육 소시지와 동일하게 대용량으로 구성하고자 한다면 1kg이 적당함. 다만, 현지에서 냉동제품만 판매되고 있어 현지 진출 시 냉장제품은 판매가 어려울 것으로 판단됨

② 가격(Price)

- 계육 소시지는 가격이 낮은 제품과 높은 제품이 뚜렷하게 나뉘고 있어, 고가격 고품질 정책을 펼치기 위해서는 평균 가격인 1.86 디르함에서 3디르함 사이에서의 가격 결정이 필요함

③ 유통(Place)

- 계육과 같이 유통업체와의 직접적인 납품보다는 육가공식품을 취급하는 현지 수입·유통업체를 통하여 현대적인 유통채널로 납품하는 것이 용이할 것으로 판단됨

④ 홍보(Promotion)

- 계육 소시지의 경우 신선 식품과 달리 1+1 행사, 온·오프라인 매체 활용 제품 광고 등 다양한 방법이 활용 가능하며, SNS를 활용하여 소비자 관심도를 제고하는 것도 효과적인 광고 방법이 될 수 있음

[2018년 하반기 해외 이슈조사] UAE 육류제품 시장조사

보고서 기획 : 한국농수산물유통공사 두바이지사

발행 일 : 2018년 12월

발행 처 : 한국농수산물유통공사 수출정보부

주 소 : 전라남도 나주시 문화로 227

* 본 자료는 한국농수산물유통공사 KATI 농식품수출정보 홈페이지(www.kati.net)에서 보실 수 있습니다.

* 본 자료에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

* 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나, 무단전제 및 복사는 법에 저촉됩니다.

