

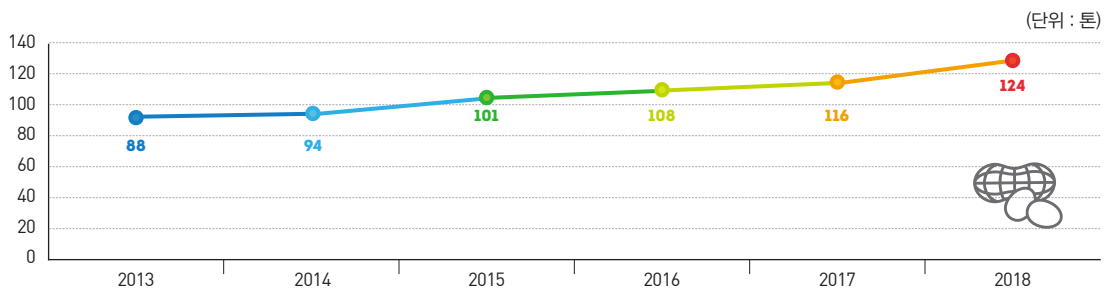
꾸준히 성장 중인 견과류 시장

지난해 UAE 내 견과류 판매량은 총 1억 2,400만으로 역대 최고치를 기록했다. 2012년 이후 견과류 시장은 연평균 약 7%로 꾸준히 성장하고 있으며, 2023년에는 1억 7,000만 규모의 시장으로 성장할 것으로 기대된다. UAE의 견과류 소비량은 계속해서 늘고 있는 반면 자체 견과류 생산량은 견과류 시장의 5%에도 미치지 못한다. 척박한 토양과 기후 탓에 한해 150t 정도의 아몬드와 소량의 기타 견과류만을 생산할 뿐 나머지는 전량 수입에 의존하고 있다. 주요 견과류 수입국으로는 인도, 브라질, 미국, 케냐 등이 있다.

| 중동의 인기 간식, 바클라바 |



| UAE 견과류 시장 규모 총 소비량 |



UAE 내에서 견과류 인기 요인 ①

한정된 생산량에도 불구하고 UAE에서 견과류의 소비가 증가하고 있는 이유로는 인근 중동 국가에서 유입된 이주민들의 영향을 첫 번째로 들 수 있다. UAE는 인구의 90%가 외국인이며, 그 중 절반 이상이 레바논, 요르단을 비롯한 인근 중동국가 및 인도, 파키스탄 등지에서 온 이주민이다. 이들 국가에서는 견과류가 풍부하게 생산돼 이를 활용한 음식이 발달해왔는데, 이러한 식문화가 UAE로의 이주와 함께 전파된 것이다. 실제로 다양한 견과류를 이용해 만든 바클라바(Baklava)는 원래 레바논, 이스라엘 등 지중해 쪽 중동국가의 전통음식이었으나 현재는 UAE에서 가장 인기 있는 견과류 간식으로 자리 잡았다.

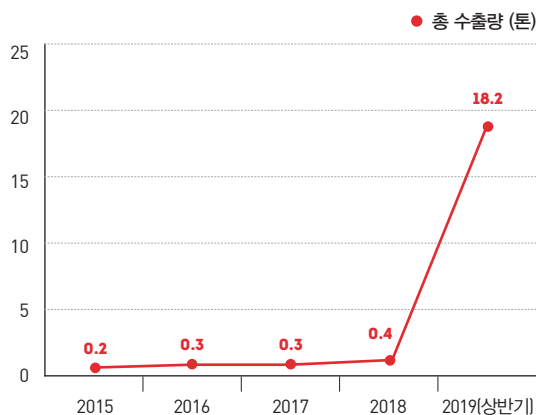
UAE 내에서 견과류 인기 요인 ②

UAE에서 견과류의 또 다른 인기 요인은 견과류의 건강상의 유익함이 널리 알려졌기 때문이다. 전체 국민의 3분의 1이 과체중 또는 비만이며 그중 절반 이상이 당뇨를 앓고 있을 정도로 많은 UAE 국민들이 건강에 대해 우려하고 있다. UAE의 전체 견과류 소비 중에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 아몬드는 철분, 칼슘, 폴리페놀이 풍부한 고단백 식품으로, 심장 질환의 위험을 줄이고 치매를 예방하며 체중 조절에 도움이 되는 것으로 알려져 있다. 또한 호두는 콜레스테롤을 낮춰주고 캐슈넛은 피부와 모발에 도움이 되는 등 다양한 견과류의 효능이 널리 알려짐에 따라 건강에 관심이 많은 UAE의 소비자들에게 큰 인기를 얻게 되었다.

한국산 견과류의 현재와 미래

UAE의 무더운 날씨와 생활양식에 따라, 소비자들은 주로 대형 쇼핑몰 안에 입점해있는 유통매장에서 식료품 구매를 한다. 이러한 쇼핑몰과 유통매장 내에는 항상 견과류 전문 매장 또는 가판대를 쉽게 볼 수 있는데 그 곳에서 한국산 견과류를 찾기는 쉬운 일이 아니다. 인근 중동 국가와 북아프리카, 남아메리카등지에서 싼 값에 대량으로 수입해오기 때문이다. 그러나 올해 한국산 견과류의 UAE 시장 진입은 주목해볼 만하다. 작년 한 해 한국산 견과류의 UAE 수출량은 0.4톤으로 현지 수요가 거의 없었지만 할 정도로 미미했으나, 올해는 상반기에만 이전의 총 수출량보다 많은 18톤을 기록했다. 그 중 대부분은 호두였는데, 작년 UAE의 총 호두 소비량이 700톤이었음을 감안하면 한 해만에 상당한 시장 점유율을 확보한 것으로 볼 수 있다.

| 한국산 견과류 UAE 수출량 |



중동인들의 최고의 간식, 견과류

중동에는 한국과 같은 길거리 음식 문화가 발달하지 않았는데, 기후의 영향으로 길거리에 유통인구가 적을 뿐만 아니라 이슬람 정서상 노상 취식을 즐기지 않기 때문이다. 반면 하루에 차를 적게는 2~3잔, 많게는 10잔까지 마실 정도로 차 문화가 발달한 중동에서는 차를 마실 때마다 앞서 소개한 바클라바, 대추야자(데이츠, Dates) 또는 아랍식 디저트인 카나페(Kanafeh) 등 아주 단 간식을 주로 먹는다. 하지만 최근에는 당뇨와 고혈압 등의 우려가 커짐에 따라 단 음식보다는 견과류를 더욱 즐기는 경향이 나타난다. 생견과류보다는 구운 후 소금 간이 된 견과류를 더욱 선호하며 그 중에서도 아몬드, 캐슈넛, 헤이즐넛, 피칸 등이 인기다. 또한 해바라기, 호박, 카다멈 씨앗 등도 중동인들이 좋아하고 즐기는 간식이다.

Key Point

한국산 견과류, 프리미엄 견과류 콘셉트로 시장 공략

- UAE를 비롯한 중동지역에서 견과류 소비의 증가는 일시적 유행이 아닌 지역 식문화의 확장과 건강에 대한 사회적 이슈와 더욱 관련이 있다. 이에 따라 급격한 소비량 감소가 없는 안정적인 시장으로서 견과류 소비량은 앞으로도 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 현재는 인근 중동국가 및 북아프리카, 남아메리카, 동남아시아 등 저가의 안정적인 견과류 공급지역이 많기 때문에 한국산 견과류가 UAE의 시장을 공략하기 어려운 점은 사실이다. 하지만 최근 브라질넛, 피칸 등 고유의 효능을 앞세워 인기를 끌기 시작한 품종들과 같이, 건강하고 안전한 먹거리로서 한국산 견과류만의 장점을 부각하여 시장을 공략할 필요가 있다. 예컨대 한국의 땅콩이나 재래종 밤 등은 어느 나라의 동원 품종과 비교해도 풍미와 감미가 뛰어나므로, 프리미엄 견과류를 콘셉트로 한 마케팅이 필요하다.

| 대형유통매장 내 견과류 가판대 |



출처 : www.euromonitor.com, www.fastachi.com, www.bonappetour.com