

‘무첨가(Free From)’ 식품 전성시대

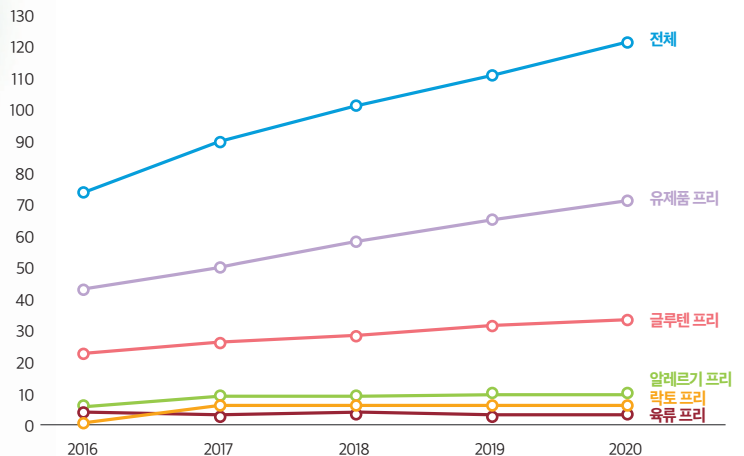
UAE 소비자, 무첨가 식품

지난해를 기점으로 UAE 내 ‘무첨가(Free from)’ 식품의 수요가 크게 증가했다. 유로 모니터에 따르면, 2020년 무첨가 식품의 판매실적은 전년도 대비 10% 증가한 120.1백만 디르함(3천 3백만 달러)을 기록했다. UAE 무첨가 식품시장은 향후 2025년까지 연평균 성장률 10%로 꾸준히 성장할 것으로 예측되며, 제품범주와 소비규모 또한 더욱 확대될 것으로 전망된다. 이밖에도 무첨가 식품 중 유제품이 함유되지 않은(Dairy-Free) 우유 품목이 전체 수요의 58%를 차지했으며 글루텐 프리(Gluten-Free) 제품의 수요가 그 뒤를 따르고 있다.



UAE 무첨가(Free from) 식품시장 성장 추이

단위 : 백만 디르함(AED)



자료 유로모니터, 'Free From in the United Arab Emirates', 2021

동물성유제품 NO, 식물성유제품 OK

비건식품 소비 트렌드 확산에 따라 식품 구매리스트에서 가능한 동물성 원료가 첨가된 제품을 제외하고 이를 대체할 만한 제품을 찾으려는 현지 소비자들 사이에서 늘고 있다. 그 중 콩, 아몬드, 코코넛, 귀리 등 식물성 재료를 사용한 우유제품이 많은 인기를 끌고 있다. 구체적으로 다국적 식음료 기업인 다논(Danone)의 알프로(Alpro) 비건우유가 현지 시장점유율 1위를 차지하고 있고 람 순(Lam Soon)의 소이프레시(Soyfresh) 제품도 수요가 높다. 우유와 더불어 현지 식탁에서 빼놓을 수 없는 치즈 또한 기존의 동물성 제품에서 식물성 원료로 만든 비건제품으로 대체하는 소비자들 사이에서 증가하고 있다.

최근 현지 조사전문기관 YouGov가 실시한 설문조사에 따르면, 지난 한 해 동안 기존 섭취하던 유제품을 유제품 대체식품으로 바꿨다는 응답자가 전체 응답자의 약 50%에 달했다. 현재 UAE에서는 기존 우유 대체품과 유제품 대체식품의 수요가 전반적으로 증가하고 있기 때문에 향후 꾸준한 인기를 끌 것으로 예상되고 있다.

전 세계적으로 플렉시테리언리즘(Flexitarianism)¹ 트렌드가 밀레니얼 세대를 중심으로 확대되고 있으며 UAE 인구의 약 46%가 밀레니얼 세대라는 점에서 UAE 소비자들은 점점 더 비건 친화적인 소비성향을 보일 것으로 예측된다. UAE에서 증가하고 있는 식물기반 식품에 대한 수요를 충족시키기 위해 식

물기반 식품업체 업필드(Upfield)에서는 100% 비건 및 알레르기 프리(Allergy-Free) 치즈 라인인 바이오라이프(Violife)를 출시했다. 바이오라이프(Violife) 식물성 치즈는 유제품, 방부제, 유당, 글루텐, 견과류, 대두를 포함하지 않고 코코넛오일을 베이스로 만들어진 제품으로 이를 활용한 다양한 레시피도 함께 소개하고 있다.

1 플렉시테리언리즘(Flexitarianism) : 육류 및 생선을 모두 섭취하는 채식주의의 경향

UAE 현지 유통중인 유제품 대체식품



⊙ 알프로(Alpro) 브랜드의 전문가용 비건 우유 제품

⊙ 바이오라이프(Violife) 브랜드의 다양한 비건 치즈 제품군



락토프리(Lactofree), 글루텐 프리(Gluten-Free) 확대

푸드 인톨러런스 네트워크(Food Intolerance Network)의 자료에 의하면 중동지역 인구의 60~80%가 유제품 섭취 후 소화불량 증상이 나타나는 유당불내증을 겪고 있다고 한다. 현지 모든 주요 대형 유통매장 및 리테일 체인에서는 락토프리 제품군이 매대를 채우고 있으며 향후 유통망 확대를 통해 락토프리 관련제품의 수요는 더욱 증가할 것으로 보인다.

유당불내증과 마찬가지로 글루텐 과민증에 대한 우려로 인해 현지 소비자들의 글루텐 프리 식품 구매도 증가하고 있다. 차와 같이 곁들여 먹는 비스킷, 주식인 빵과 그 재료인 밀가루, 파스타 등을 구매할 때 글루텐 포함 여부를 따지는 소비자들이 늘어났다. 이에 식품업계에서는 통밀, 메밀, 퀴노아, 채소 등 건강에 좋은 재료를 추가하는 등 제품라인을 다양화, 세분화하고 있다.

UAE 현지 유통중인
'OO-Free' 제품

코이타 (KOITA)
락토즈 프리 우유



네슬레
(Nestle)사
락토프리
유아용
조제분유
S-26



모던베이커리
(Modern Bakery)
글루텐프리
아라빅 브레드



오간 (Organ)사
글루텐프리
파스타 제품



자료 ① <https://www.koita.com> ② <https://www.dubaistore.com>
③ <https://nextbuy.ae/product> ④ <https://www.carrefouruae.com>

Key Point

UAE 소비자들의 식품 소비는 주로 실생활 먹거리 구매에서 보다 건강한 옵션을 찾는 소비자들이 늘어나는 변화를 보이고 있으며 이러한 추세는 지속될 것으로 보인다. UAE는 식품의 90%를 수입하고 있으며 특히 건강과 관련있는 제품들은 비교적 고가의 유럽·미주산 제품들이 많다. UAE 진출을 원하는 한국 수출업체들은 먼저 현지에 진출해 있는 유럽·미주산 경쟁제품에 대한 파악이 필요할 것이며 사전 시장조사를 통해 현지 소비자들의 니즈를 분석하는 것이 선행되어야 한다. 또한 UAE는 인도, 필리핀, 유럽국 등 다양한 국적을 가지고 있는 인종들이 거주하는 특성상 최초·최고를 추구하는 성향을 보이고 있다. 국제적 트렌드 허브로 서구의 최신 식품 트렌드에 빠르게 노출된다는 점에 주목하여 한국 수출업체들은 이를 염두해 최신 정보를 발 빠르게 수집할 수 있도록 노력을 기울일 필요가 있다.