

I. 농업 및 농식품 수출입 현황

1. 농업 현황

- 2020년 아랍에미리트의 농업GDP는 121억 680만 디르함(한화 약 3조 7,818억 원)으로 최근 5년 간 연평균 4.4% 성장함
- 2019년 아랍에미리트의 농작물과 채소류 생산량 및 생산액은 전년 대비 증가한 반면, 과일류는 생산량은 소폭 감소하고 생산액이 증가하는 양상을 보임
- 2019년 아랍에미리트에서 생산된 축산물 중 닭고기를 제외한 달걀, 종란, 우유 생산액이 모두 전년 대비 감소함

2. 수출입 현황

- 2019년 아랍에미리트의 농식품 수출액은 100억 406만 7,000달러(한화 약 11조 4,787억 원)로 전년 대비 2.4%, 2015년 이후 연평균 17.3%로 지속적인 성장세를 보이고 있으며, 주요 수출국에는 이라크, 사우디아라비아, 오만 등이 있고, 최근 5년 간 한국으로의 수출액 연평균 성장률은 50.4%를 기록함
- 2020년 상위 수출 품목에 저에크루산 유채유와 그 분획물, 사탕수수당이나 사탕무당, 화학적으로 순수한 자당, 밀크와 크림 등이 있음
- 2019년 아랍에미리트의 농식품 수입액은 100억 5,088만 2,000달러(한화 약 11조 4,067억 원)로 최근 5년간 연평균 2.7%의 완만한 오름세를 보임. 2019년 아랍에미리트는 인도, 미국, 사우디아라비아, 프랑스 등 다양한 국가에서 농식품을 수입하고 있으며, 한국산 농식품 수입이 최근 5년 간 연평균 49.5%로 크게 확대되었음
- 2020년 아랍에미리트의 상위 수입 품목에 정미, 기타 조제 식료품, 고체형 밀크와 크림 등이 있음
- 한국으로의 수출액 3,635만 달러(한화 약 417억 원)로 전체 수출의 0.4%에 불과하나, 수출규모 2018년 대비 464.0%, 최근 5년간 연평균 50.4%의 높은 성장세 보이며, 2020년 6,126만 달러, 2021년 7,697만 달러로 꾸준히

증가세를 보이고 있음

II. 농식품 시장 현황

1. 시장 개요

- 2020년 아랍에미리트 전체 식음료 시장규모 257억 8,000만 달러(한화 약 29조 5,800억 원)로 전년 대비 9.2% 증가했으며, 신선식품 시장과 가공식품 시장이 전체 식품 시장 내에서 비슷한 비중을 보임
- 2020년 1인당 GDP는 3만 7,479달러(한화 약 4,300만 3,565원)로 전년 대비 감소한 반면, 2020년 1인당 연간 식품 소비액은 2,606.58달러(한화 약 299만 790원)로 집계되어 전년 대비 증가
- 2020년 아랍에미리트 1인당 식품 및 음료 소비량은 2019년 소비량 대비 약 7.0% 증가

2. 2022 시장 환경 변화

- 아랍에미리트의 식품 시장 트렌드는 면역력 증진과 건강식품, 로컬 유기농 농산물, 지속 가능한 소비 등이 있으며 이에 따라 다양한 건강식품 및 건강보조식품, 식물성 단백질 식품이 이슈 품목으로 떠오르고 있음

3. 농식품 관련 정책동향

- 아랍에미리트의 농식품 개발 관련 주요 정책으로는 농업 스마트시티 건설 및 농업 정보 디지털 플랫폼 구축 등이 있음
- 아랍에미리트의 농식품 관련 주요 투자 및 협력에는 농업 교육 과정 개설 양해각서(MOU), 지속 가능한 농업과 식량안전을 위한 협력, 주요 5개 농업 분야에서의 민간 투자 지원이 있음
- 아랍에미리트의 농식품 관련 주요 규제로는 지속 가능성과 생산성 향상을 위한 농업 규제와 관련 기관으로부터 지원금을 받는 농가에 대한 의무 규제가 있음

III. 농식품 유통 현황

1. 유통 현황 및 특징

- 2020년 아랍에미리트 오프라인 식품시장 규모는 186억 2,000만 달러(약 21조 3,646억 원)로 전년 대비 10.2% 증가하였으며, 현대식 유통채널이 85.5%의 비중을 차지하는 반면, 전통식 유통채널은 2019년 대비 3.6% 하락함
- 2020년 아랍에미리트 온라인 식품시장 규모는 11.2억 달러(약 1조 2,851억 원)로 전년 대비 273.3% 급증함

2. 오프라인 유통채널 현황

- 현대식 유통채널에는 다국적 체인형 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이 큰 비중을 차지하고 주요 도시를 기반으로 성장하고 있으며, 전통식 유통채널은 소규모 개인 소매 매장으로 도심 외 지역의 식품 유통을 담당하고 있음

3. 온라인 유통채널 현황

- 2020년 온라인 식품시장 규모는 스마트폰 및 인터넷 발달과 코로나19 사태로 인해 11.2억 달러(약 1조 2,851억 원)로 전년 대비 273.3% 증가했으며, 소셜미디어를 통한 브랜드의 직접 판매 방식이 새로운 트렌드로 떠오름

IV. 농식품 심층조사

1. 수출 주력품목

- 담배류(필련)를 제외한 농식품 수출 1위 품목은 2020년 혼합조제 식료품 2위가 라면이었으나, 2021년 라면이 1위품목으로 1082만 7000달러로 집계됨. 아랍에미리트의 한국 라면시장은 전년대비 113.1% 증가했으며, 2022년 또한 증가세를 보이고 있음
- 아랍에미리트 소비자들은 한국드라마에 나오는 음식과 식료품에 대한 다양한 관심을 보이고 있으며, 한국라면은 K-Food를 대표하는 상품임과 동시에 주력상품으로 꾸준한 성장세를 보이고 있음

2. 품목별 진출전략

- 코로나19로 인해서 물리적인 제약이 발생하면서 온라인, 비대면 농식품 시장이 급격하게 성장했으며, 이러한 성장세는 코로나19가 종식된 이후에도 계속될 것으로 예상됨
- 아랍에미리트 현지 시장에서 한국 문화 콘텐츠에 대한 확산에 따라 한국 식품에 대한 관심이 증가하고 있으나 여전히 한국 농산물에 대한 아랍에미리트 소비자의 인지도 미흡하며 그렇기 때문에 한국이라는 국가 브랜드 이미지를 활용한 경쟁력 있는 마케팅이 필요함

V. 농식품 수출 프로세스

1. 수출 프로세스

- 아랍에미리트로 식품 수출 시, FIRS나 ZAD에서 수입식품을 사전 등록해야 하며, 육류의 경우 할랄 인증을 필수적으로 취득해야 함. 이후 온라인이나 정식 통관 브로커를 통해 관련 서류 제출 및 세관 신고를 진행하고 관세를 납부함. 필요한 경우 관련 기관에서 위험도에 따른 식품 관능검사가 진행될 수 있음. 관세 납부와 물품검사가 완료되면 물품 반출 확인서를 발급하여 수입 식품을 반출함

2. 수입제도

- 아랍에미리트는 식품의 위험도에 따라 분류하여 검역을 진행함. 육류 등 식품위생이 강조되는 고위험 식품은 추가검사가 진행될 확률이 매우 높음. 가공식품은 저위험 식품에서 고위험 식품까지 다양하게 분포하고 있으므로 수출하고자 하는 품목의 분류를 파악하여 검역절차를 준비해야 함
- 아랍에미리트로 식품 수입 시 라벨 내 모든 정보는 아랍어로 표기되어야 하고, 가공식품은 영양정보를 반드시 포함해야 함. 비가공 신선 식품의 경우 필수 기재 정보가 가공식품과 다르기 때문에 확인이 필요함

3. 비관세장벽 관련 이슈 및 현황

- 2021년 1월부터부터 2022년 6월까지 WTO에 통보된 아랍에미리트의 무역기술조치 (Technical Barriers to Trade, TBT)는 총 23건임
- 동기간 통보된 위생 및 식물위생 조치(Sanitary and Phytosanitary Measures, SPS)는 총 71건으로, 고병원성 조류인플루엔자(HPAI) 발생에 따른 특정 국가별 조류 및 가금제품의 잠정 수입금지 조치에 대한 68건으로 가장 많은 비중을 보임