수출대상국 동향 및 전망(UAE)

< 작성자 : 유통홍보부 이동명 차장, 이동주 과장대리 >

❑ UAE 식품 산업 구조

○ (개요) UAE는 기후·환경적 제약으로 농축산물 **생산기반이 제한적**이며, **식품·축산물** 공급의 상당 부분을 **수입에 의존**하고 있음

- 높은 소득 수준과 외식 중심 소비 구조로 인해 식품 지출 규모가 높음
- 가정 내 소비뿐만 아니라 외식 지출 비중이 높아 전체 식품 소비 규모 확대 요인으로 작용

○ (특징) **외식 중심** 소비 구조와 높은 수입 의존도로 **프리미엄** 식품 수요가 확대되는 시장

- 관광객 및 고소득층을 중심으로 외식 소비 비중이 높음
- 고급 식재료 및 프리미엄 식품 소비 비중 확대

❑ 식품 수입 현황

○ (수입 국가) UAE는 **제한적인** 농업 **생산 여건**으로 인해 식품 수입 의존도가 매우 높은 국가

- 주요 수입국은 EU, 인도, 브라질, 미국, 사우디아라비아 등이며, UAE는 중동·북아프리카 지역의 식품 교역 허브 역할도 수행
- 식품의 약 **90%**를 해외 수입에 의존하는 것으로 파악됨

○ **(주요 수입품목)** 2024년 UAE의 주요 농식품 수입품목은 유제품, 소고기, 닭고기, 과일, 견과류, 베이커리류 등으로 구성됨

○ **(육류 수입구조)** **닭고기**와 **소고기**가 핵심 품목이며, 가격경쟁력이 높은 브라질산과 프리미엄 이미지를 가진 미국·호주산 등이 주요 시장을 형성하고 있음

- 닭고기는 가정 내 소비와 외식업체 식재료 수요가 모두 큰 품목으로 **브라질**산 비중이 높음

- 소고기는 냉장·냉동육, 고급 부위, 가공육 등으로 세분화되어 유통되며, 고급 외식시장에서는 **원산지**와 브랜드 이미지가 중요한 구매 요인으로 작용

○ **(시장 특징)** UAE 식품 수입시장은 내수 소비뿐만 아니라 **재수출·중계무역** 기능이 결합된 구조를 보임

- 두바이 항만·공항 인프라를 기반으로 중동, 북아프리카, 인도 및 동남아시아 지역으로 식품이 재수출되는 허브 기능을 수행

- 가격경쟁력, 안정적 공급, 할랄 인증, 유통기한, 냉장·냉동 물류 체계가 수입식품 시장 진입의 핵심 요소로 작용함

❑ 축산물 수급 현황

○ 주요 육류 공급은 **수입**에 **크게 의존**하고 있으나, 닭고기의 경우 최근 국내 생산량이 증가하면서 자급률이 완만하게 상승하는 추세. 반면 **소고기**는 소비 증가에도 불구하고 **생산 기반**이 **축소**되어 **수입 의존도**가 더욱 **확대**되는 구조로 나타남

〈 UAE 주요 육류 생산 및 소비 동향〉

(단위 : 톤)

구분		2021	2022	2023	2024	2025^{p}	연평균 증감률
소고기	생산량	19,000	18,000	18,000	18,000	18,000	−1.3%
	수입량	110,000	115,000	125,000	160,000	150,000	8.1%
	소비량	129,000	133,000	143,000	178,000	168,000	6.8%
	자급률	14.7%	13.5%	12.6%	10.1%	10.7%	−7.6%
닭고기	생산량	46,000	47,000	56,000	60,000	70,000	11.1%
	수입량	384,000	356,000	375,000	385,000	400,000	1.0%
	소비량	430,000	403,000	431,000	445,000	470,000	2.2%
	자급률	10.7%	11.7%	13.0%	13.5%	14.9%	8.6%

*자료 : 미국 농무부(USDA FAS : Foreign Agricultural Service), 2025년은 추정치

❑ 육류 소비 현황

○ (**개요**) 1인당 육류 소비량은 연간 **60kg 이상** 수준이며, 가금육 중심의 일상 소비와 적색육 중심의 외식·프리미엄 소비가 병존함

- UAE의 1인당 육류 소비량은 가금육 33.2kg, **소고기 5.3kg**, 양·염소고기 10.1kg, 기타 할랄 육류 10kg 내외 수준(2022년 기준)
- 가금육은 가격 접근성과 조리 활용도가 높아 가정 소비와 대중 외식 전반에서 폭넓게 소비되고 있으며,
- 양·염소고기는 중동 식문화와 연계된 전통적 소비 기반을 보유
- **소고기** 전체 소비량은 상대적으로 적지만, 호텔·레스토랑·고급 외식 채널을 중심으로 **프리미엄 수요**가 **형성**되어 있음

○ **한우**는 대중 가격경쟁 시장보다는 고급 외식·프리미엄 유통채널 중심의 **차별화** 품목으로 접근하는 것이 적절할 것으로 판단

- 현지 육류시장은 닭고기 중심의 가격경쟁 시장과 **소고기**·양고기 중심의 **프리미엄 외식 시장**이 구분되는 구조
- 소고기 시장은 브라질·호주·미국산 등 수입산 중심으로 형성되어 있으며, **한우**는 가격경쟁보다는 품질·원산지·**프리미엄 이미지**를 강조하는 전략이 필요
- 진입 초기에는 호텔, 레스토랑 등 **프리미엄 유통채널**을 중심으로 시식·셰프 연계·바이어 대상 **홍보**가 효과적일 것으로 판단됨

❑ UAE 소고기 수입 현황

○ 전 세계 약 **40개** 국가로부터 소고기를 수입하고 있으며, 국내 소비의 상당 부분을 수입에 의존하고 있음

- 소고기 수입시장은 가격경쟁력을 기반으로 한 대량 공급형 시장과 고품질·프리미엄 시장이 병존하는 구조를 보임

○ **냉장** 소고기 **수입량**은 2019년 57,549톤에서 2023년 81,218톤으로 지속 증가하였으며, 파키스탄·브라질·호주·인도·미국 순으로 수입 비중이 높게 나타남(2023년 기준)

- 파키스탄은 지리적 인접성으로 냉장육 운송에 유리한 구조[1)]

- **일본·호주·미국**산은 수입량 대비 상대적으로 높은 단가를 보여, **프리미엄** 시장과 연계된 공급국으로 판단됨

<UAE 냉장 소고기 수입량 상위 10개 국가>

(단위 :톤)

순위	국가명	2019	2020	2021	2022	2023
1	파키스탄	26,993	33,440	35,764	40,485	46,296
2	브라질	10,791	10,867	10,166	12,208	12,033
3	호주	5,553	5,705	5,905	6,216	7,504
4	인도	4,897	3,584	5,167	6,261	7,460
5	남아프리카공화국	1,708	1,558	1,734	1,991	2,141
6	미국	2,339	1,776	1,928	1,951	2,116
7	뉴질랜드	2,635	2,513	2,551	2,123	1,964
8	콜롬비아	422	1,576	1,464	648	440
9	캐나다	258	168	362	336	325
10	네덜란드	143	192	192	185	272
			⋮			
26	일본	0.1	2	11	3	2
합 계		57,549	63,425	66,332	73,248	81,218

* 자료: WITS/UN Comtrade
** 주 : 본 자료는 국가별 수출입 실적 기준으로, 재수출·중계무역이 물량이 포함될 수 있어, USDA FAS 수급자료와 차이가 날 수 있음

1) 파키스탄 카라치항 ↔ UAE 푸자이라항 해상 운송 소요일 : 평균 2일
파키스탄 카라치항 ↔ UAE 제벨알리항 해상 운송 소요일 : 평균 2~4일

○ **냉동** 소고기 수입량은 **인도**와 **브라질**이 대부분을 차지하고 있으며, 냉장 소고기와 마찬가지로 가격경쟁력과 안정적 공급능력이 주요 경쟁 요인으로 작용함

- 인도산 43,287톤, 브라질산 38,801톤으로 두 국가가 주요 공급국으로 나타남(2023년 기준)
- **일본**산 냉동 소고기 수입량은 제한적이나, 2019년 24톤에서 2023년 126톤까지 증가

<UAE 냉동 소고기 수입량 상위 10개 국가>

(단위 :톤)

순위	국가명	2019	2020	2021	2022	2023
1	인도	28,692	28,469	31,223	40,784	43,287
2	브라질	131,671	34,984	38,218	43,799	38,801
3	호주	3,574	4,032	3,904	3,947	4,094
4	미국	4,715	3,815	3,534	4,459	2,490
5	사우디아라비아	2,527	2,250	873	1,238	1,215
6	남아프리카공화국	425	747	669	924	916
7	요르단	545	634	1,034	1,019	822
8	우루과이	26	22	105	509	785
9	파키스탄	366	102	126	67	643
10	쿠웨이트	71	556	957	453	639
			⋮			
15	일본	24	23	68	92	126
총 수입량		**175,112**	**77,661**	**83,190**	**99,923**	**95,715**

* 자료: WITS/UN Comtrade
** 주 : 본 자료는 국가별 수출입 실적 기준으로, 재수출·중계무역이 물량이 포함될 수 있어, USDA FAS 수급자료와 차이가 날 수 있음

○ UAE 소고기 시장은 가격 경쟁형 **대량 공급 시장**과 고가 **프리미엄 시장**으로 **구분**되는 양상을 보임

- 냉장육에서는 **일본산**이 109.38달러/kg로 가장 높은 단가를 기록했으며, 호주·미국·이탈리아 등도 상대적으로 높은 단가를 형성하고 있음
- 냉동육에서도 일본·미국·뉴질랜드 등이 높은 단가를 보이며 프리미엄 시장을 형성하고 있음

- 반면 파키스탄·브라질·인도산은 상대적으로 낮은 단가를 기반으로 대량 공급형 시장을 형성하고 있어, 시장 내 경쟁 구도가 이원화되어 있는 것으로 나타남

<2023년 기준, UAE 소고기 수입단가 상위 10개 국가>

(단위 : $/kg, 2023년 기준)

냉장육			냉동육		
순위	국가명	수입단가	순위	국가명	수입단가
1	일본	109.38	1	일본	45.09
2	스페인	22.75	2	미국	14.87
3	이탈리아	20.46	3	이탈리아	13.15
4	캐나다	17.26	4	프랑스	11.82
5	호주	16.86	5	뉴질랜드	10.19
6	네덜란드	16.77	6	아르헨티나	9.93
7	러시아	14.81	7	아일랜드	8.25
8	미국	14.48	8	요르단	7.10
9	우루과이	14.27	9	러시아	7.06
10	영국	13.71	10	캐나다	7.00
	⋮			⋮	
29	브라질	5.52	21	브라질	4.44
32	파키스탄	3.78	31	인도	2.58

* 자료: WITS/UN Comtrade
** 주 : 본 자료는 국가별 수출입 실적 기준으로, 재수출·중계무역이 물량이 포함될 수 있어, USDA FAS 수급자료와 차이가 날 수 있음

❑ UAE 소고기 소비시장 및 유통구조

○ 소고기 유통채널은 크게 **일반 대중형** 시장과 **프리미엄** 시장으로 **구분**

① 대형마트·일반 외식 중심의 가격 경쟁형 시장

② 호텔·고급 레스토랑·프리미엄 리테일 중심의 고급육 시장

- **일반** 유통시장에서는 **브라질·인도·파키스탄산** 등 가격 경쟁형 수입육 비중이 높은 편
- **프리미엄** 시장에서는 **일본·호주·미국산** 등을 중심으로 고급육 소비가 형성되어 있음

· 주요 유통채널 : Carrefour, Lulu Hypermarket, Spinneys, Waitrose 등

○ UAE는 외국인 거주자와 관광객 비중이 높아 **외식 중심**의 소비

구조가 **발달**한 시장임

- 호텔·레스토랑·케이터링(HORECA) 채널을 중심으로 소고기 소비가 활발함
- 스테이크하우스, BBQ, 일본식 야키니쿠 등 프리미엄 외식 수요도 지속 확대 추세
- 관광산업과 연계된 고급 호텔·리조트 중심의 프리미엄 육류 소비 비중이 높은 편

○ 지역별로도 소비 형태와 유통 구조에 차이가 나타남

- **두바이·아부다비** : 외국인 거주자 및 관광객 비중이 높아 프리미엄 외식·수입육 소비 비중이 높은 편
  · 주요 호텔·레스토랑 및 글로벌 유통채널 집중
- **샤르자·북부 지역** : 상대적으로 가격 민감도가 높아 대중형·가격 경쟁형 육류 소비 비중이 높음
  · 일반 외식업체 및 전통 유통시장 중심 소비 구조 형성

○ 최근에는 도시화와 소득 수준 향상에 따라 **프리미엄·브랜드육**에 대한 **관심**도 **확대**되는 추세

- 원산지, 품질 등급, 할랄 인증 등을 중시하는 소비 성향이 확대
- 온라인 신선식품 플랫폼과 프리미엄 정육점 등도 고급육 판매 채널로 활용되고 있음

❑ UAE 대상 프리미엄 소고기 수출국 마케팅 현황

○ **프리미엄** 소고기 시장은 **호주·미국·일본**산이 주도하고 있으며, 고급 호텔·레스토랑 및 프리미엄 유통채널 중심으로 소비가 이루어지고 있음

- **호주산**은 할랄 인증 기반의 안정적 공급 체계를 바탕으로 대형 유통채널과 HORECA(호텔·레스토랑·케이터링) 시장 중심의 유통망 구축

- **미국산**은 스테이크하우스 및 프리미엄 외식 채널 중심으로 유통되며, 고급 스테이크 이미지와 **곡물 비육(grain-fed) 마케팅**을 적극 활용
- **일본산** 와규는 '고베규' 등 프리미엄 브랜드 중심으로 고급 일식당 및 파인다이닝 채널에 유통

○ **일본**은 현지 셰프·외식업계 대상 마케팅과 **프리미엄 브랜드 전략**을 중심으로 시장 **인지도**를 **확대**하고 있음

- 셰프 대상 커팅·조리 교육 및 브랜드 스토리텔링을 통해 프리미엄 이미지를 강화
- SNS·인플루언서·미식 콘텐츠를 활용한 디지털 마케팅도 확대되는 추세

○ UAE **프리미엄 소고기 시장**에서는 **원산지·품질 등급·브랜드**에 대한 소비자 인식이 **중요한 요소**로 작용하고 있음

- 호텔·파인다이닝 채널에서는 **일본산 와규**와 **미국산 프라임급** 소고기가 대표적인 프리미엄 제품군으로 자리 잡고 있음
- 최근에는 고급 리테일 및 온라인 프리미엄 정육 플랫폼 중심으로 프리미엄 육류 판매도 확대되는 추세

❑ UAE 축산 정책 및 질병 관리 동향

○ UAE는 식량안보 강화를 위해 축산 및 식품 **공급망 다변화 정책**을 지속 **추진**하고 있음

- 기후·환경적 한계로 인해 자국 내 축산 생산 기반은 제한적인 수준
- 이에 따라 주요 축산물은 수입 의존도가 높은 구조를 유지
- 정부 차원에서 식량안보 강화를 위해 식품 공급망 다변화와 저장·물류 기반 확충을 추진

○ 수입 축산물에 대해 할랄 인증 및 검역 기준을 엄격하게 적용

- **할랄 인증**은 UAE 시장 진출을 위한 **필수 요소**로 작용함
- 수입 축산물은 기후변화환경부(MOCCAE) 및 지방정부 식품안전 기준에 따라 관리
- 주요 수출국들은 현지 할랄 인증기관 및 검역 체계와 연계한 공급망을 구축

❑ 최근 트렌드 현황

○ UAE는 관광산업과 외식산업 발달에 따라 **프리미엄 외식 중심**의 육류 소비가 **확대**되는 추세

- 두바이·아부다비를 중심으로 글로벌 미식 시장과 고급 외식 수요가 지속 증가
- 스테이크하우스, BBQ, 일본식 야키니쿠 등 프리미엄 육류 전문 외식업체도 확대되는 추세

○ 최근에는 **젊은 소비층**과 **외국인 거주자**를 중심으로 한류 문화 및 한국 음식에 대한 **관심**도 **증가**하고 있음

- K-콘텐츠 확산과 함께 한국식 BBQ 및 한식 레스토랑 인지도도 점차 확대되는 상황
- SNS 및 인플루언서 중심 콘텐츠 소비 증가로 프리미엄 한식 경험에 대한 관심이 높아지고 있음
- 현지 고급 유통채널과 프리미엄 레스토랑 중심으로 한국산 식재료 활용 사례도 점진적으로 확대되는 추세

❑ UAE 소고기 시장 요약 및 향후 전망

요 약
○ UAE는 기후 · 환경적 한계로 자국 내 축산 생산 기반이 제한적이며, 식품 및 축산물 수입 의존도가 높은 시장 – 소고기 생산량은 정체된 반면 소비량은 증가하고 있어, 수입 중심의 시장 구조가 지속 ○ UAE 소고기 시장은 가격 경쟁형 대량 공급 시장과 고가 프리미엄 시장이 병존하는 구조 – 인도 · 브라질 · 파키스탄산은 가격경쟁력을 기반으로 대중시장에 공급되고 있으며, 일본 · 호주 · 미국산은 호텔 · 고급 레스토랑 등 프리미엄 채널을 중심으로 유통 ○ 두바이 · 아부다비를 중심으로 관광산업과 외식산업이 발달하면서 프리미엄 육류 소비 기반이 확대되는 추세 – 원산지, 품질, 브랜드 이미지를 중시하는 소비 성향이 강화되고 있어 고급육 시장 진입 가능성이 존재

전 망
○ UAE 소고기 시장은 향후에도 수입산 중심 구조가 유지되며, 주요 수출국 간 경쟁이 지속 확대될 것으로 전망 – 소고기 자급률이 낮고 생산 기반 확대에 한계가 있어, 안정적 공급능력과 가격 · 품질 경쟁력이 중요한 요소로 작용할 것 ○ 프리미엄 외식 시장 성장에 따라 고급육 수요는 점진적으로 확대될 전망 – 특히 호텔, 파인다이닝, 스테이크하우스, 프리미엄 리테일 등 고급 채널을 중심으로 차별화된 고급육 수요가 지속될 것 ○ 한우는 가격경쟁보다는 품질 · 원산지 · 브랜드 이미지와 한식 문화 연계를 통한 프리미엄 전략이 필요 – 초기에는 시식 행사, 셰프 연계 메뉴 개발, 바이어 대상 홍보 등을 통해 한우의 품질과 한국 대표 프리미엄 소고기 이미지 구축 필요 ○ 다만, 일본 와규 · 미국산 · 호주산 등 기존 프리미엄 수입육의 인지도가 높아 단기 대량 수출보다는 고급 채널 진입 기반 마련이 우선 – 현지 할랄 인증, 냉장 · 냉동 물류체계, 유통 파트너 확보 등을 병행할 경우 중장기적으로 UAE 프리미엄 시장 내 한우 입지 확대가 가능할 것으로 전망

[별첨]

❑ UAE 국가 개황

○ (**구성**) 아라비아 반도 동부에 위치한 7개 토후국(에미리트)의 연합국가로, 각 토후국의 통치자들(아미르)로 구성된 연방최고위원회에서 대통령을 선출

- 관례적으로 아부다비의 통치자가 대통령, 두바이의 통치자가 총리를 맡고 있음

○ (**인구**) **약 1,100만 명**(2025년 추정치)

- 자국민(에미라티) 10~19%, 외국인(80% 이상)
  · 인도, 파키스탄 등 남아시아 출신 비율이 높으며, 다음으로 필리핀, 방글라데시 등 동남아시아 출신이 뒤를 이룸
  · 외국인 노동자 중심의 인구 구조로 인해 남성 비율이 높은 특징을 보임

○ (**종교**) 이슬람교 약 70~75%(수니파 중심), 외국인 근로자를 중심으로 다양한 종교 공존

- 외국인의 경우, 기독교, 힌두교 등 종교 활동이 허용됨
- 단, 이슬람에서 타 종교로 개종은 법적·사회적으로 제한적인 환경
  · 이슬람 : 약 75%, 기독교 : 12~13%, 힌두교 : 6~7%, 불교 : 3~4%, 기타 : 2~3%

○ (**연령**) 생산가능 연령층(15~64세)이 전체 인구의 80~85%로 매우 높은 비중을 차지

- 유소년층(0~14세)는 10~15%, 고령층(65세 이상)은 1~2% 수준으로 낮은 비중을 차지함

○ (**소득구조**) 2024년 기준, UAE의 1인당 GDP는 약 4만 9천 달러(USD) 수준으로, 중동 내에서도 높은 구매력 보유

- 자국민(에미라티)과 외국인 근로자 간 소득수준 차이로 인해 가격 중심 소비시장과 프리미엄 소비시장이 병존하는 구조
  · 저소득층 : 가격 중심 소비(저가 식품, 냉동육 중심)
  · 고소득층 : 품질 중심 소비(외식, 프리미엄 육류 중심)