

국외출장 결과보고서

구 분	내 역					
출장자	소속	수산정책사업본부	성명	양이석	직급	전문연구원
			성명	강효슬	직급	전문연구원
출장목적 (중복선택 가능)	☒ 현지조사(현장, 전문가 회의) ☐ 국제행사 주최 ☐ 국제행사 참가 ☐ 국제회의(정부대표단) 참석 ☐ 세미나, 교육, 훈련 ☐ 기타 ()					
관련사업 (예산항목)	「해외시장분석센터운영 사업」(정부대행사업) (사업기간 : 2025.01.01. ~ 2025.12.31.)					
출장기간	2025. 04. 27. ~ 2025. 05. 04.			출장지	UAE(두바이, 아부다비)	
출장일정	일자	방문지	주요업무*		항공편	
	04.27(일)	부산(10:40) → 인천(13:25) → 두바이(18:55)	항공 이동		KE1408, KE951	
	04.28(월)	오전 : aT 두바이지사	aT 면담조사, 수산물 수입업체 면담조사		차량 이동	
		오후 : Chef Middle East				
	04.29(화)	오전 : Waterfront Market	현지 유통채널 조사 주요 한국마트 면담조사, 현지 유통채널 조사, 해외홍보관 조사		차량 이동	
		오후 : 1004 Gourmet, Carrefour, KOREA 360				
	04.30(수)	오전 : KOTRA	KOTRA 면담조사 이동		차량 이동	
		오후 : 두바이 → 아부다비				
	05.01(목)	오전 : Mina Zayed Fish market	현지 유통채널 조사 주요 한국마트 면담조사		차량 이동	
		오후 : Madang				
	05.02(금)	오전 : 아부다비 → 두바이	차량 이동 식품 수입업체 면담조사		차량 이동	
		오후 : Wisk				
05.03(토), 05.04(일)	오전 : Wemart	현지 유통채널 조사, 항공 이동		대중교통 KE952, KE1405		
	오후 : Waitrose, Lulu 두바이(20:55) → 인천(+1 17:10) → 부산(18:20)					
출장성과	○ 출장목적 달성 정도 - UAE 내 수산물 유통·소비 현황 조사 및 한국산 진출 가능성 검토 ○ 주요 성과 - UAE 수산물 유통 및 소비 트렌드 분석 - 한국산 수산물 유통 현황 및 인증 관련 수출 애로사항 도출					
향후계획	○ 출장 성과 공유 계획 - 본부 내 면담 내용 공유 예정 - 'UAE 수산식품 소비 특성 및 수출 확대방안' 보고서에 활용 예정 ○ 정책화 등 활용 계획 - 한국산 수출 동향 및 수출 애로사항(인증 등)관련 부처 정책지원 내용으로 활용					
참고 등 특이사항 (건의사항)	없음					

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

업무유형	☒ 현지조사(현장, 전문가 회의) ☐ 국제행사 주최 ☐ 국제행사 참가 ☐ 국제회의(정부대표단) 참석 ☐ 세미나, 교육, 훈련 ☐ 기타 ()
업무①	(4/28, 오전) aT 두바이지사 면담조사
수행계획	☐ UAE 수산물 소비 동향 및 한국산 수출 확대 방안
수행결과	☐ UAE 인구 구조 및 수산물 소비 동향 - UAE 인구는 약 10%가 자국민(에미라티)이며, 나머지 90%는 외국인으로 구성되어있음. 이 중 인도, 파키스탄, 방글라데시 출신이 약 60%를 차지하며, 그 외에도 필리핀, 중국, 러시아 등 다양한 국적의 이주민이 거주하고 있음 - UAE 국교인 이슬람의 경전 ‘코란’에 따르면 수산물은 일반적으로 섭취 가능한 할랄(Halal) 식품이며, 학파에 따라 수산물 부류에 따른 제한이 있기도 함. 다만, 수산물 자체는 할랄일 수 있지만 조리 방식이나 첨가된 성분 등에 따라 할람(Haram)이 될 수 있기에 주의가 필요함. 대체적으로 할랄이라는 이미지로 인해 할랄 인증 없이도 통관이 자유로운 것으로 보임 - 한편, 현지 내 수산물 소비는 프리미엄 소비와 대중적인 소비로 양분화되어 있는 모습을 보이고 있음. 소비력이 높은 자국민의 경우 고급 수산물에 대한 수요가 높게 나타나는 반면 그 외 높은 비중을 차지하고 있는 노동자 소비의 경우 대중적인 소비 또는 저가 수산물에 대한 수요가 높은 것으로 나타남 - 수산물 소비는 주로 호텔 및 레스토랑을 통한 외식 형태가 중심이며, 가정 내 소비는 Carrefour, LuLu 등 대형 유통마트를 통해 이뤄지고 있음. 대부분의 마트에는 손질 서비스가 제공되며, 주요 소비 어종으로는 지역 어종인 하무르(Hamour)와 연어, 새우, 돔 등이 있음 - 최근에는 카림(Careem), 탈라밧(Talabat), noon(Noon) 등의 온라인 플랫폼 기반 배달서비스로 수산식품도 원하는 장소로 30분 내 배송받을 수 있음 ☐ 한국산 수산물 수입 동향 - UAE 내 한국산 수산물의 수입 비중은 아직 작은 편이지만, 김, 킹크랩* 등의 프리미엄 품목을 중심으로 연평균 약 30%의 성장세를 보이고 있음. 이 외에도 어묵, 소금, 미역, 멸치, 굴, 뱀장어, 넙치, 오징어 등 일부 한민 수요로 수입되고 있음. 현지 내 한국산 수산물 중에서 인지도가 가장 높은 품목은 김이며, 의외로 바다향이 강한 감태에 대한 수요도 종종 있는 것으로 파악됨 * 킹크랩은 한국에서 러시아산을 수입하여 UAE로 수출되고있음 - 일반 대형마트에서는 한국산 수산물 취급이 드물지만, 중국계 슈퍼마켓인 Wemart에서는 킹크랩, 넙치 등 일부 품목이 활 상태로도 판매되고 있음 ☐ 한국산 수출 확대 방안 - UAE 수산물 시장은 B2B 유통이 중심이며, 공급자 중심의 시장 성격을 나타내고 있음. 즉, 소비자의 수요보다는 호텔, 수입업자의 수요에 따라 많은 변동을 보일 수 있는 시장임 - 한편, 바이어를 비롯 일반 소비자들의 한국산 수산물에 대한 일반적인 인지도는 낮은 편임. 이에 한국산 인지도 제고를 위한 마케팅 전략이 필요하며, 특히 인플루언서를 활용한 콘텐츠 기반 홍보가 효과적일 것으로 판단됨. 또한 단기적으로는 다품목을 한꺼번에 출시하기보다 전략 품목 중심의 선택과 집중, 한국식 식문화와의 연계가 중요할 것으로 사료됨. 예를 들어, 한국에서는 몸이 아플 때 전복죽을 먹는다는 문화적 요소를 소개하고, 현지 입맛에 맞는 가공 방식을 병행하는 것이 필요함. 또한 현지 셰프 대상 테스트 결과, 장어에 대한 반응이 긍정적이었으나 주로 일본에서 수입해 일식당으로 유통되고 있는 것으로 파악됨 - 이 외 추가적으로는 김보다 향이 진해 차별화된 재료인 감태 등도 테스트 품목으로 고려함

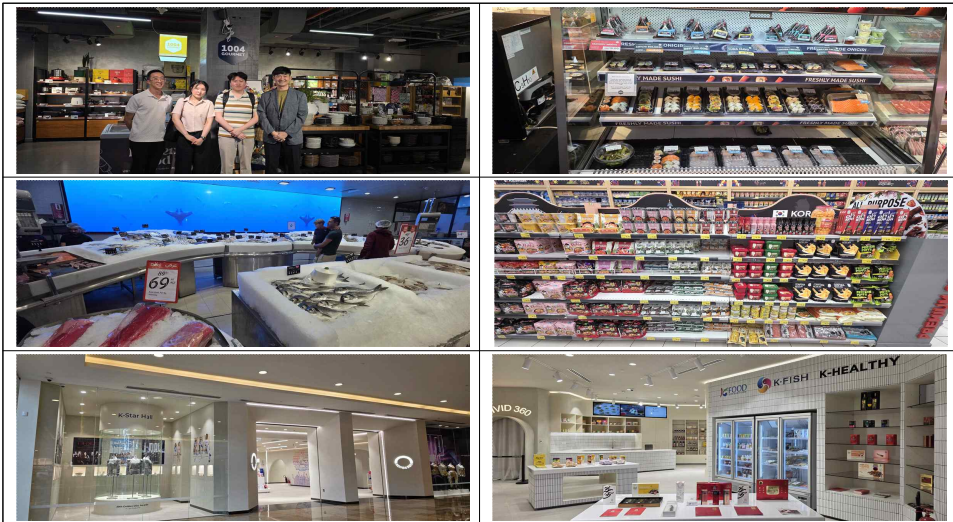
주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	수 있을 것으로 판단됨 - 아울러, 건강에 대한 관심도 점차 높아지고 있는 실정으로 글루텐 프리 제품, 해초샐러드, 해초면 등에 대한 관심도 보이는 것으로 조사됨 - 향후 한국산에 대한 이미지 구축 시 건강식, 친환경 등의 이미지 부각이 필요할 것으로 판단됨. 이러한 방법으로는 친환경 수산물 인증, 지속가능한 어업 인증 등이 있음  
업무②	(4/28, 오후) 수산물 수입업체(Chef Middle East) 면담조사
수행계획	□ 수산물 수입·소비 동향 파악 및 향후 수출 확대 방안 조사
수행결과	□ 수산물 수입 및 현지 소비 동향 - Chef Middle East는 미국에 모기업을 두고 있으며, UAE 내 호텔 및 레스토랑을 대상으로 식품을 공급하는 주요 납품업체임. 해당 업체의 수산물 취급 비중은 자국산이 약 15%, 수입산이 85%로 주로 인도, 일본 등지에서 수입하고 있음. 인도에서는 새우류, 일본에서는 고급 수산물을 중심으로 수입하여 일식당 및 파인다이닝 레스토랑에 납품 중임. 한편, 미국에서는 농어, 새우 등을 수입하고 있음 - 수산물 수입을 담당하고 있는 부서의 인력은 수입 담당 인력 12명(공항 2명, 항구 10명), 가공처리 40명, 판매 5명 등으로 구성되어 있음 - 한편, 작년부터 수요처(호텔)가 지속가능성 인증에 대한 수요를 보여 해당 인증(MSC, ASC 인증)을 보유한 수산물 거래처도 모색 중임 - 코로나19 이후 전반적인 물가 상승에도 불구하고, UAE는 여전히 높은 구매력을 보유한 시장이며 건강에 대한 관심 증가와 함께 수산물 소비도 확대되고 있음. 특히 에미라티 소비자들의 수요가 증가하는 추세임 □ 한국산 수입 동향 및 향후 수출 확대 방안 - 한국산 수산물의 시장 인지도는 여전히 낮은 편이며, 현재 주요 수입 품목은 냉동 킹크랩임. 과거에는 러시아로부터 직접 수입하였으나, 우크라이나 전쟁 이후 공급망이 변동되면서 한국을 통해 수입하는 사례가 늘고 있음 - 수산물 수입 시 주로 고려하는 요소는 신선도와 가격이며, 크기나 외관도 중요하지만 품질유지가 중요하게 평가됨. 특히, UAE는 기온이 높다보니 신선도를 유지하는 부분이 중요함 - 현재 UAE 시장 내 한국산 수산물 유통량은 많지 않으며, 바이어들 또한 한국에서 어떤 품목을 수입할 수 있는지 인지하지 못하는 경우가 많음. 따라서 제품 소개, 샘플 제공, 현지화된 마케팅 및 홍보활동 등을 통한 인지도 제고가 필요할 것으로 판단됨  
업무③	(4/29, 오전) 현지 유통채널(Waterfront Market 수산시장) 조사
수행계획	□ 수산시장 판매 동향 파악
수행결과	□ 두바이 수산시장(Waterfront Market) 판매 동향

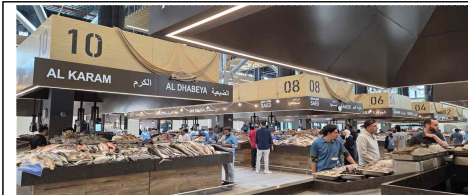
주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	- 두바이 Waterfront Market은 수산물, 채소, 육류 등 신선식품을 전문으로 판매하는 현대식 재래시장으로 기존의 Deira Fish Market을 대체하기 위해 2017년에 새롭게 조성됨. 시장은 알 칼리지로드와 아부하일 로드가 만나는 지점인 함리야 항구 근처 데이라 코르니쉬에 위치하고 있으며, 금요일 오후 12시 30분부터 오후 2시 30분을 제외한 24시간 연중무휴 운영하고 있음. 매일 자국산 및 수입산 수산물이 입고되며 주간에는 소매판매, 야간(오후 9시 이후)에는 도매 중심의 경매가 이루어지는 구조임 - 한편, 구매한 수산물은 소정의 비용을 지불하면 인근 손질 구역에서 바로 손질이 가능하며, 일부 매장에서는 조리 서비스도 함께 제공하고 있음. 조리 방식은 튀김, 구이, 찜, 커리 등으로 다양하며, 매운맛 강도나 향신료 종류를 고객이 직접 선택할 수 있도록 되어 있음 - 시장 내에는 어류, 갑각류, 패류 등 다양한 수산물이 선어 형태로 판매되며, 일부 품목은 수조에서 활 형태로 유통됨. 주요 유통 어종은 자국산은 하무르(Hamour), 굴, 갈치, 밀크피쉬 등이 있고, 수입산은 연어(노르웨이), 농어(칠레), 돔(터키), 새우(파키스탄, 오만) 등이 있음 - 한국산 수산물은 거의 유통되고 있지 않으며, 시장 내 유통 품목은 대부분 현지 또는 지리적으로 인접한 국가로부터 수입된 제품이 중심을 이룸. 이는 시장을 찾는 소비자들이 주로 대량 구매 및 가격 중심의 소비 성향을 보이기 때문이며, 상대적으로 가격이 높은 한국산과 일본산은 경쟁력이 낮은 상황임  
업무④	(4/29, 오후) 한인마트(1004 Gourmet), 유통마트(Carrefour) 및 해외홍보관(KOREA 360) 조사
수행계획	□ 수산물 수입 동향 및 한국산 관련 애로사항 □ 유통마트 판매동향 조사
수행결과	□ 수산물 수입 동향 및 한국산 관련 애로사항 - 1004 Gourmet는 한국 및 아시아 식품을 전문으로 취급하는 프리미엄 슈퍼마켓 체인으로, 두바이와 아부다비에 매장이 있고, 온라인 쇼핑몰도 함께 운영하고 있음. 주요 소비층은 18~40세의 구매력 있는 여성 고객으로 구성되어 있고, 코로나19 이후 비대면 소비와 배달 수요의 증가로 인해 온라인 및 배달 채널을 통한 소비가 꾸준히 증가하는 추세임. 1004 Gourmet는 슈퍼마켓 외에도 자체적으로 레스토랑을 운영하고 있는데, 외식업체로는 일본산 고급 수산물(방어, 돔, 우니, 키조개 등)이 주로 유통됨. 항공편을 통해 주로 수입하며, 품질이 좋고, 다양한 제품들이 있어 외식업체에서 선호하는 편임 - 한편, 현지에서 양식 어종을 유통하려면 할랄(Halal) 기준을 충족해야하며, 이를 위해 사료 성분, 동물성 부산물 또는 비할랄 처리 물질이 포함되지 않았음을 증명해야 함. 하지만 한국의 경우 이러한 증빙 문서 확보가 어려워 수입을 못하고 있는 상황임 □ 유통마트(Carrefour) 판매동향 - Carrefour는 프랑스 유통기업이 프랜차이즈 형태로 운영하는 글로벌 대형 유통체인으로, UAE에는 1995년 첫 매장을 오픈한 이후, 빠르게 확대되어 현재까지 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 형태의 매장을 100개 이상 운영하고 있으며, 시장 점유율 1위를 기록하고 있음 - Carrefour는 두바이, 아부다비, 샤르자 등 주요 도시에 대형 하이퍼마켓과 중형 슈퍼마켓을 운

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	영하고 있으며, 두바이몰, 에미레이츠몰 등 대형 쇼핑몰 내에도 다수 입점해있어 접근성이 높음. 취급 품목은 식품, 비식품, 의류, 전자제품 등 전 카테고리에 걸쳐 다양하게 구성되어 있으며, 수산물 코너에서는 하무르(Hamour), 농어, 연어, 새우, 돔 등을 중심으로 선어 형태로 유통되고 있음. 매장 내에는 고객 요청 시 수산물 손질을 제공하는 공간도 마련되어 있음 - 또한 수입 식품을 위한 별도 매대를 구성하여 한국, 일본, 필리핀 등 다양한 국가의 제품을 진열하고 있으며, 한국산 제품은 주로 라면, 떡볶이, 김 등이 유통되고 있음 □ 한류 연관산업 해외홍보관 운영 현황(KOREA 360) - 두바이 페스티벌시티몰 내 한류 연관산업 해외홍보관 'KOREA 360'을 지난 2월 28일부터 시범운영 시작, 4월 11일에 정식 개관하여 운영하고 있음 - 한류 연관산업 해외홍보관은 2022년 인도네시아에 처음 개관하였으며, 올해 문을 연 아랍에미리트 해외홍보관은 두바이의 핵심 상업지역인 페스티벌몰에 1,606㎡ 규모로 조성되었음 - KOREA 360은 해외 현지에서 K-콘텐츠와 한국문화를 체험하고 농수산물식품, 화장품, 디자인 상품 등 한류 연관산업 제품을 체험하고 구매할 수 있는 공간임. 대형 행사가 열리는 무대 공간 외 노래방, 사진 촬영관, 게임·웹툰 등 한국인이 즐기는 콘텐츠를 그대로 느낄 수 있는 체험공간 마련으로 현지인들에게 한류를 더욱 가깝게 느낄 수 있도록 구성되었음 - 중동은 한국 콘텐츠의 인기가 높고 한국 상품·서비스에 대한 구매 의향 또한 높게 나타나는 지역임. 관계자의 말에 따르면 세계 교통과 물류의 중심이자 중동시장의 핵심 지역인 두바이에 한류 상품 홍보의 거점이 만들어지면 중동시장을 개척하는 것을 넘어 세계 각국에서 찾아오는 관광객에게도 한류와 연관산업을 알릴 수 있을 것으로 판단됨 - 해외홍보관에는 김, 김자반, 전복, 어묵, 게맛살, 새우만두 등의 수산식품이 전시되어 있었으며, 상대적으로 인지도가 높은 김 제품 중심으로 홍보가 되고 있었음. 추후 한국산 수산식품에 대한 이해도가 낮은 현지인들을 위해 한국산 수산식품에 대한 정보가 수록된 카탈로그 등의 홍보물이 배치되면 좋을 것으로 판단됨
	
업무⑤	(4/30) KOTRA 두바이 무역관 면담조사
수행계획	□ 식품 소비 동향 및 현지 업체의 애로사항
수행결과	□ 식품 소비 동향 및 한류 관련 영향 - UAE는 세계적인 인플레이션 흐름과 마찬가지로 물가가 상승한 상황이나, 여전히 소비 여력이 높은 시장으로 평가됨. 자국 내 제조업 기반이 취약하기 때문에 다양한 소비재를 해외 수입에 의존하고 있으며, 이로 인해 소비자들이 수입산 제품에 대한 접근성이 높고, 새로운

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	제품을 수용하는 데 거부감이 적은 편임 - 최근에는 한류에 대한 현지 관심도 점차 확대되고 있음. 예를 들어, 일부 대학교에서는 한국 어학과가 신설되고 있으며, 한류 콘텐츠의 확산과 함께 한국 식품에 대한 관심도 함께 증가하고 있음. 특히 라면, 떡볶이 등의 소비가 늘어나는 등 한류가 식품 전반에도 영향을 미치고 있음 □ 현지 업체의 애로사항 - UAE는 다양한 산업 군에서 신규 유망 수출 대상국으로 인식되고 있으나, 현지 시장 및 수출 절차 등에 대한 정보가 부족하여 한국 수출업체 진입의 애로사항으로 작용하고 있음. 대부분의 수입은 현지 유통사가 대행하고 있으며, 토후국별로 요구되는 구비서류, 인증 절차, 통관 소요 시간 등이 상이하여 한국 기업 입장에서는 진입장벽이 높은 편임. - 또한 수출 관련 문의나 인증 절차 진행 시, 현지 행정기관으로의 직접 접촉이 쉽지 않으며, 응답이 지연되거나 연락이 원활하지 않은 경우가 많아 신속한 대응이 어려운 실정임. 이에 따라 업체에서는 사전 시장 정보 및 네트워크 확보 등이 중요한 편임 - 한편, 한국에서 컨테이너를 통해 수입 시 물류 이동에 많은 시간(통관 포함 1~2달 소요)이 소요된다는 단점이 있음. 이를 해결하기 위해 신선 식품을 항공 운송하는 경우도 있지만 이 또한 물류비 문제로 인해 수출량을 급격히 증가시키기에는 애로사항이 있음
	
업무⑥	(5/1, 오전) 현지 유통채널 (Mina Zayed Fish market 수산시장) 조사
수행계획	□ 수산시장 판매 동향 파악 □ 아부다비 수산시장(Mina Zayed Fish Market) 판매 동향
수행결과	- Mina Zayed Fish Makret은 1970년대부터 운영되어 온 전통 수산시장으로 UAE에서 오랜 역사와 더불어 지역 주민들에게 널리 알려진 수산 시장 중 하나임. 최근에는 리모델링을 통해 현대화되었으며, 수산물 판매대는 약 100개, 손질소 40개, 레스토랑 8곳 등으로 구성되어 있음 - 이 시장에서는 로컬 어선이 잡아온 어종과 수입산 수산물을 대상으로 매일 새벽 경매가 진행되며, 일반 소비자 대상 소매 판매는 아침 6시부터 오후 10시까지, 조리 서비스가 제공되는 식당은 오전 11시부터 밤 11시까지 운영됨 - Mina Zayed 역시 두바이의 Waterfront Fish market과 유사하게 고객이 직접 구매한 수산물을 현장에서 손질하거나 요리해주는 구조를 갖추고 있음. 손질 비용은 방법에 따라 상이하나, 약 3kg에 16AED 수준이며 소요시간은 약 15분 내외임 - 조리를 원하는 경우, 테이블 요금은 10~25AED, 조리 비용은 kg당 평균 15AED 수준으로 조리시간은 약 30분 정도임. 조리 방식은 구이, 튀김, 찜, 커리 등 다양하며, 양념은 매운맛, 허브, 마늘, 레몬, 칠리 등 다양한 옵션 중 선택 가능함
	  
업무⑦	(5/1, 오후) 주요 한국마트(Madang) 면담조사

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

수행계획	□ 한국식품 판매동향 및 수출 확대 방안
수행결과	□ 한국식품 판매 동향 - Madang은 아부다비에서 한국식품 유통매장과 한식당을 함께 운영하는 업체로, 매장 내에서는 일반 가공식품, 냉동 및 건조 수산물, 아이스크림, K-pop 관련 상품 등 다양한 한국 관련 제품을 판매하고 있음 - 아부다비는 두바이에 비해 거주 중인 한인 수가 상대적으로 적은 지역으로, Madang의 주요 고객층은 현지 아랍권 소비자가 약 50%, 필리핀계 소비자 20~30%, 한국인은 약 5% 수준임 - 판매 품목 중에서는 불닭볶음면 등 한국 라면류가 가장 높은 판매 비중을 차지하고 있으며, 그 뒤를 이어 한국식 아이스크림 제품의 수요도 증가 추세임 - 매장 내 한국 식문화에 관련된 요리 영상 등 홍보물을 상시 상영하여 한식에 대한 관심을 유도하고 소비로 이어지게끔 매장을 운영하고 있음 □ 한국산 수산물 판매동향 및 수출 확대 방안 - 한국산 수산물은 판매량이 많지 않은 편으로, 일부 한인 고객을 중심으로 냉동, 통조림, 건제품 형태로만 제한적으로 소비되고 있음. 다만, 김은 현지에서 인지도가 점차 확대되고 있는 품목으로 밥에 김을 싸먹거나 도시락김 형태로 스낵처럼 섭취하는 소비행태가 자리잡고 있음. 특히, 밥 반찬용 김이나 김가루 형태의 제품도 일부 판매되고 있는 상황임 - 아울러, 김을 활용한 삼각 김밥, 라면과 함께 먹을 수 있도록 밀키트에 김을 구성하는 등의 판매도 이루어지고 있음 - 전반적으로 한국산 수산물에 대한 인지도는 아직 매우 낮은 수준이며, 향후 수출 확대를 위해서는 소비자 대상 인지도 제고 활동이 선행되어야 함. 이에 따라 인플루언서 마케팅이나 현지 식문화와 연계한 콘텐츠 기반 홍보 전략을 통해 한국산 수산물의 이미지 형성과 수요 기반 확보가 필요할 것으로 판단됨    
업무⑧	(5/2, 오후) 식품 수입업체(Wisk) 면담조사
수행계획	□ 수산물 소비 및 수입동향
수행결과	□ 수산물 소비 및 수입동향 - UAE 내 수산물 소비는 대부분 호텔, 레스토랑 등 외식업체 중심으로 이루어지고 있으며, 선호 품목으로는 방어, 참다랑어, 성게알, 농어, 돔 등이 있음. UAE는 1인당 GDP가 높고 경제성장률이 높은 편으로 프리미엄 수산물에 대한 수요와 시장 성장 가능성이 높은 편임 - 최근에는 전 세계적으로 지속가능성에 대한 관심이 높아지고 있는 가운데, UAE 내 고급 호텔에서라도 MSC, ASC 인증 수산물에 대한 수요가 증가하고 있음. 그러나 현재 수입하고 있는 품목은 대부분 해당 인증을 보유하지 않아 고급 호텔 유통에는 제약이 있는 상황임 - 외식업체들이 주로 선호하는 프리미엄 수산물은 대부분 일본에서 항공으로 수입되고 있으며, 아침 항공편으로 도착한 상품이 오후에 바로 외식업체로 전달되고 있음. 일본산 수산물은

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	품질이 우수하고, 필요한 서류가 체계적으로 준비되어 있어 통관 시 애로사항은 거의 없음 □ 한국산 수산물 판매동향 및 수출 확대 방안 - 한국산 수산물은 아직 수입 경험이 없으며, 한국에서 어떤 품목을 수출할 수 있는지에 대한 인식이 아직 부족한 상황임. 수산물 수입 시, 가장 중요한 고려요소는 품질이며, 기존에 거래하지 않았던 차별화된 품목이 있을 경우, 수입을 긍정적으로 검토해볼 의사가 있음 - 관계자 말에 따르면 한국산 수산물 수출 확대를 위해서는 현지 주요 바이어인 호텔 셰프와의 지속적인 파트너 관계를 형성해야 함. 고급 수산물에 대한 수요와 공급이 끊임 없이 이루어진다면 수출 증대에 도움이 될 것으로 판단됨. 아울러, 경쟁이 심하지 않는 품목으로 시장을 공략할 필요도 있어 보임. 호텔 셰프는 다양한 식재료 관련 경험을 보유하고 있으며, 희귀성 있는 재료를 통해 고급 다이닝을 하길 원하므로 희귀성 있는 수산물로 시장을 공략하는 것도 하나의 방법임  
업무⑨	(5/3, 오전) 현지 유통채널(Wemart) 조사
수행계획	□ 유통마트 판매동향 조사 □ 유통마트 판매동향(Wemart)
수행결과	- Wemart는 두바이 드래곤 마트 트레이드 시티 내 소규모 상점으로 중국인 커뮤니티 대상 생필품 판매를 위해 윈저우 슈퍼마켓(Wenzhou Supermarket)으로 출발한 브랜드로, 이후 사업을 확장하여 2010년 두바이 인터내셔널 시티(International City)에 본격적으로 매장을 오픈하여 현재까지 꾸준히 성장하고 있음 - 현재 Wemart는 두바이에 3개, 아부다비에 1개 등 총 4개 매장을 UAE 내에 운영하고 있음. Wemart의 특징 중 하나는 타 마트에서는 보기 어려운 수산물 활어 수조를 보유하고 있다는 점이며, 이를 통해 보다 신선한 고급 수산물을 소비자에게 제공하고 있음. 활어 수산물은 호주산 랍스터, 한국산 넙치, 현지산 하무르(Hamour) 등이 있으며, 가격은 각각 1kg당 298AED, 198AED, 99AED임. 또한 수산물 구매 시, 현장에서 손질 서비스를 제공하는 공간도 별도로 마련되어 있어 고객 편의성을 높이고 있음   
업무⑩	(5/3, 오후) 현지 유통채널(Waitrose, Lulu) 조사
수행계획	□ 유통마트 판매동향 조사
수행결과	□ Waitrose 판매 동향 - Waitrose는 영국계 슈퍼마켓 체인으로, 주로 두바이와 아부다비의 고급 주거지역 및 쇼핑몰에 입점해있음. UAE 내 전체 마켓 점유율은 비교적 작지만, 프리미엄 식품 중심의 전략을 바탕으로 꾸준한 성장세를 보이고 있음 - 주요 판매 품목은 영국 및 유럽산 프리미엄 식품, 유기농 제품, 수입 과일 및 야채, 고급 정육 및 수산물 등이며 가격대는 타 마트 대비 높은 편임. 수산물은 주로 선어 형태로 판매되

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

며 연어, 농어, 대구, 돔, 새우, 캐비어 등 다양한 품목들이 진열되어 있음. 수산물은 UAE산 보다는 수입 수산물이 많은 편이며, 영국, 스코틀랜드, 이탈리아, 노르웨이 등 다양한 국가로부터 수입된 수산물이 판매되고 있음

- 주로 판매되는 품목은 노르웨이산 연어 필렛(131AED/1kg)과 스코틀랜드산 연어 필렛(152AED/1kg), 터키산 농어(59.75AED/1kg)이며, 이 외에도 그리스산 농어, 인도산 새우 등이 있음

□ LuLu Hypermarket 판매 동향

- LuLu Hypermarket은 인도계 유통 체인으로 식품, 생활용품, 화장품, 의류, 전자제품 등 다양한 제품을 취급하고 있음. 고품질 제품을 저렴한 가격대에 제공하는 전략으로 중동 전역에서 크게 성장하였으며, UAE 내에서는 Carrefour에 이어 두 번째로 높은 점유율을 보유하고 있음
- 수산물은 선어, 냉동, 건제품 등 다양한 제품이 판매되고 있으나, 선어 형태가 가장 많으며 매장 내에 별도의 손질 공간을 운영하고 있음. 취급 품목은 하무르(Hamour), 연어, 새우, 농어, 도미 등으로 UAE산과 수입산 모두 유통되고 있음

