

国・地域名

UAE

人口・経済発展状況等 <small>〔参考：日本〕</small> ●人口：1億2,671万4千人（2017年11月確定値、総務省統計局） ●実質GDP成長率：1.7%（2017年度、内閣府） ●1人あたりGDP（名目）：3万8,440ドル（2017年度、IMF）	・人口	1,014 万人	2017年(推定値)、国際通貨基金(IMF)(2018年3月)	市場規模 (2017年、ユーロモニター) <small>〔参考：日本〕</small> ●生鮮食品：96,350.2百万ドル●加工食品：177,968.1百万ドル●アルコール飲料：84,547.7百万ドル●ソフトドリンク：64,477.5百万ドル ●ホットドリンク：7,598.5百万ドル●健康ウェルネス飲食品(*)：50,688.7百万ドル●外食フードサービス：197,938.0百万ドル●小売・流通業(**)：294,945.6百万ドル	・生鮮食品	7,282.1 百万ドル	・健康ウェルネス飲食品 (*左記カテゴリーと重複)	1,743.2 百万ドル
	・実質GDP成長率	0.5 %	2017年(推定値)、国際通貨基金(IMF)(2018年3月)		・加工食品	5,368.2 百万ドル	・外食フードサービス	14,381.4 百万ドル
	・1人あたりのGDP(名目)	3万7,226 ドル	2017年(推定値)、国際通貨基金(IMF)(2018年3月)		・アルコール飲料	8,984.7 百万ドル	・小売・流通業 (**店舗型、食料雑貨店に限る、税抜き)	16,789.0 百万ドル
	・在留邦人	4,073 人	外務省「海外在留邦人数調査統計」平成30年要約版		・ソフトドリンク	4,620.1 百万ドル	※ 小売額。ホットドリンクはコーヒー、茶など。	
	・訪日外客数	7,106 人	2017年、日本政府観光局(JNTO)		・ホットドリンク	886.1 百万ドル		
	・日本食レストラン数	196 店	2016年、ジェトロ・ドバイ事務所調べ					
日本からの農林水産物輸出状況 <small>(平成29年農林水産物・食品の輸出実績、農林水産省)</small>	17位 65億円 うち農産物57億円(87.9%)、林産物1億円(1.5%)、水産物7億円(10.6%) 輸出額の多い品目： 清涼飲料水、菓子(米菓を除く)、配合調製飼料、魚等缶詰、ソース混合調味料、牛肉							
味覚、嗜好上の特徴	・一般的に保守的。生ものや新しいものに手を出さないため、食べ方の紹介やハラールであることの明記などで警戒心を解く必要あり。味覚的には濃い味、甘いもの、油っこいものを好む。本物の日本の味を知らない人が多い。 ・米菓については、しょうゆ味などの塩味菓子は馴染みが薄く、甘味菓子が一般的であるため、体重過多の傾向にある社会事情を踏まえた製品の投入やマーケティングとともに、ターゲット層の国籍別人口比率を勘案した味付けなどの製品の現地化が重要。 ・健康志向のオーガニック商品やグルテンフリー等のアレルギー対応商品が徐々に普及し始めている。							
制度的制約	・牛肉：輸出が可能。ただし、輸出するためにはハラール要件を満たす必要がある。UAE向けのハラール認証を受けた日本国内の食肉処理施設は4施設。 ・豚肉：ドバイ酋長国に輸出可能。鶏肉は解禁に向けて協議中。 ・加工食品：肉および肉製品や肉エキス等動物由来成分を含むものはハラール対応（ハラール証明書の添付）または植物性原料への代替などが必要。 ・果物、野菜、コメ、製茶は植物検疫証明書の添付で輸出が可能（輸入許可証を取得し、許可条件を満たすもののみ輸出可能）。 ・水産物：天然・養殖の別を示すこと。養殖である場合には、動物性飼料（陸上性動物等）を与えていない旨の証明書が必要（商工会議所発行のサイン証明〈衛生証明書の代替〉の様式変更〈2017年7月1日〉に伴い、本証明で代替可能）。 ・加工食品：商工会議所発行のサイン証明書(衛生証明書の代替)の添付が必要。 <原発関連規制> 【すべての食品、飼料】福島県産以外の食品はすべて放射性物質検査の対象から除外となったため、証明書など関連書類は不要（福島県産以外の農産物という証明の「産地証明」も不要）。							
商流・物流・商習慣	・食品輸入の際には、日本の公的機関発行の衛生証明書が求められているが、商工会議所のサイン証明で代替（2017年7月1日から新様式の適用開始）。 ・UAE国内の物流・小売は当地資本の販売代理店等を通じて販売する必要がある。代理店は商業代理店法で保護されており、契約の解除は非常に困難であるため注意が必要。 ・UAEのカタールとの国交断絶（2017年6月）に伴い、UAEの港経由でのカタールへの輸出は停止状態。							
日本食普及状況等	・日本食レストランが相次いでオープン。年間およそ1,580万人が来訪する観光国。サウジ等のGCC域内の観光客も多く、周辺諸国へ波及効果も見込める。 ・日本産の水産物は、サイズ、質、安全・安心などの観点で、他国産より優位なので可能性あり（養殖はまち等）。 ・和洋菓子は日本ブランド品の引き合いが強い。スナック菓子類は低価格、濃い味、大袋などの商品に可能性あり。 ・日本産果物は価格が高く、供給が安定しない点が問題。日本ブランドの浸透には十分な説明と継続的な販売が重要。							