

ドバイの食市場の概要

2017年8月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

ドバイ事務所

（ドバイ食品市場セミナー・禁無断転載）

目次

- I 中東概観
- II 食品市場
- III 食品規制
- IV ビジネスの現場

“ I 中東概観 ”

MENAとは？

- 中東・北アフリカ(Middle East and North Africa)の略。
- アラブ民族(トルコ、イラン等は除く)、イスラムをベースとする類似性。
- 持続的な成長が見込まれる、「新興地域」として注目される地域。

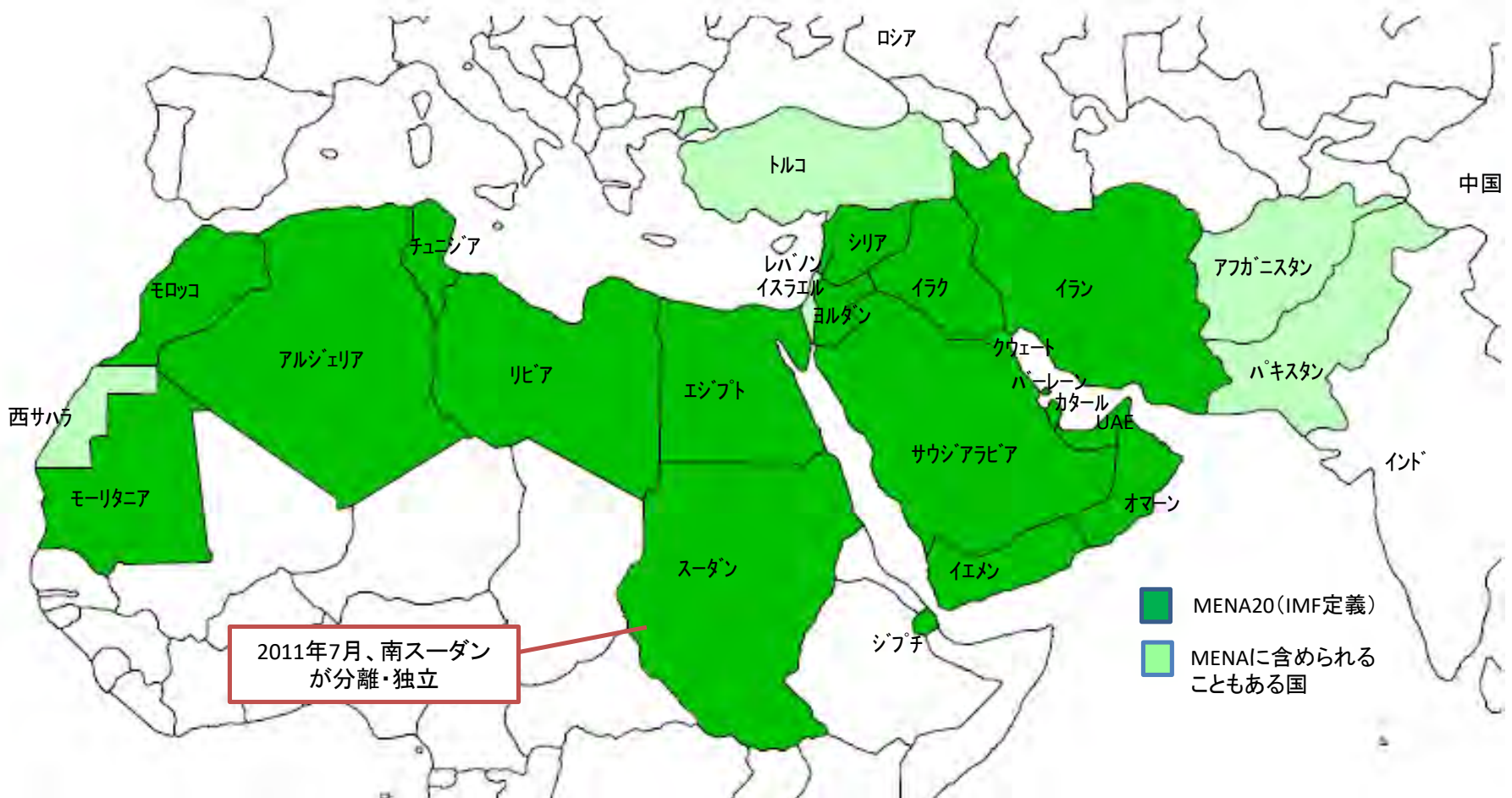
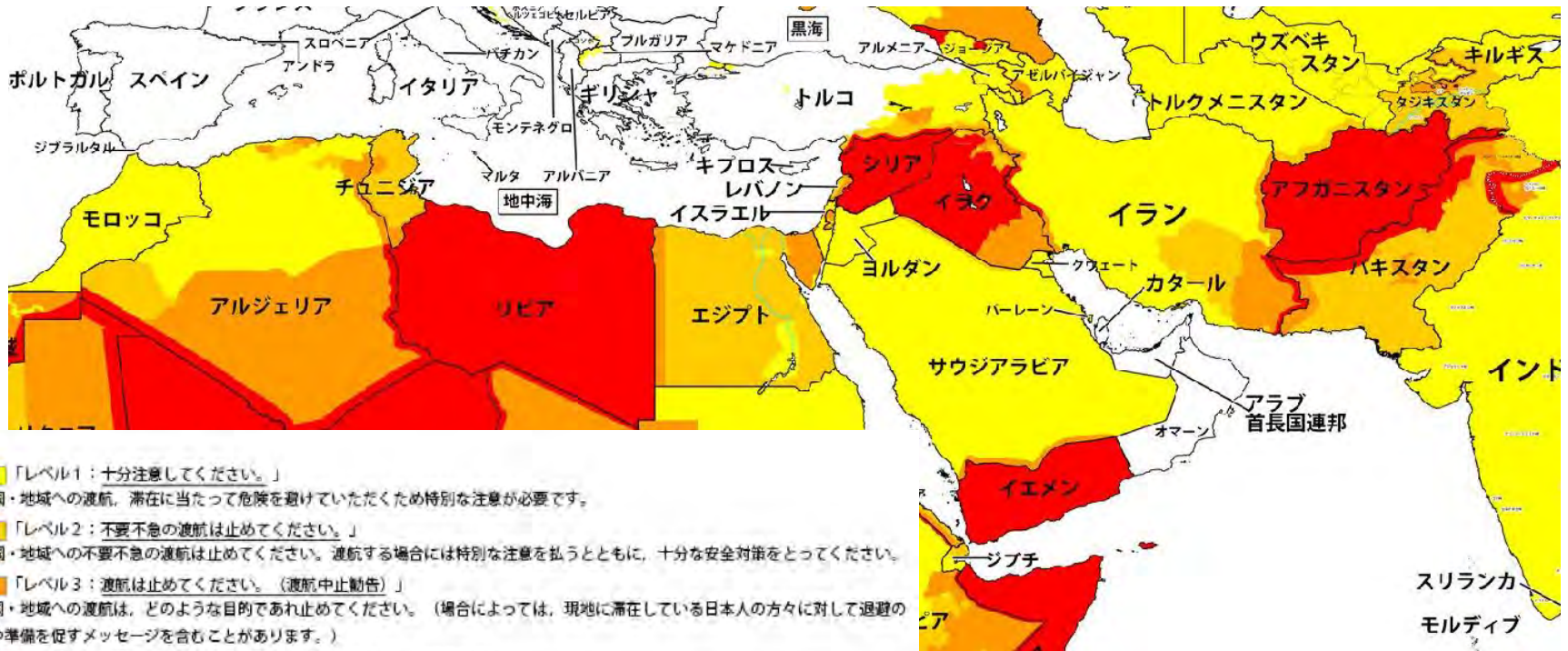


Image: ジェトロ作成

様々なリスクを想定した対応が必要

- ・2011年初からMENA地域で反政府・民主化運動「アラブの春」が吹き荒れ、チュニジア、エジプト、リビア等で長期独裁政権が崩壊。
- ・シリア情勢の混迷化、イエメンの内戦の長期化等、不安定な要素が目立つ。
- ・UAEでは目立った混乱もなく、安定ぶりが際立った結果、周辺諸国からヒト・企業・カネの流入が強まり、2009年のドバイショック後の経済回復が加速。
- ・2016年1月のサウジとイランの国交断絶、2017年6月のGCC内サウジ・UAE・バーレーンとカタールの国交断絶後もそれぞれの国では治安は安定している。

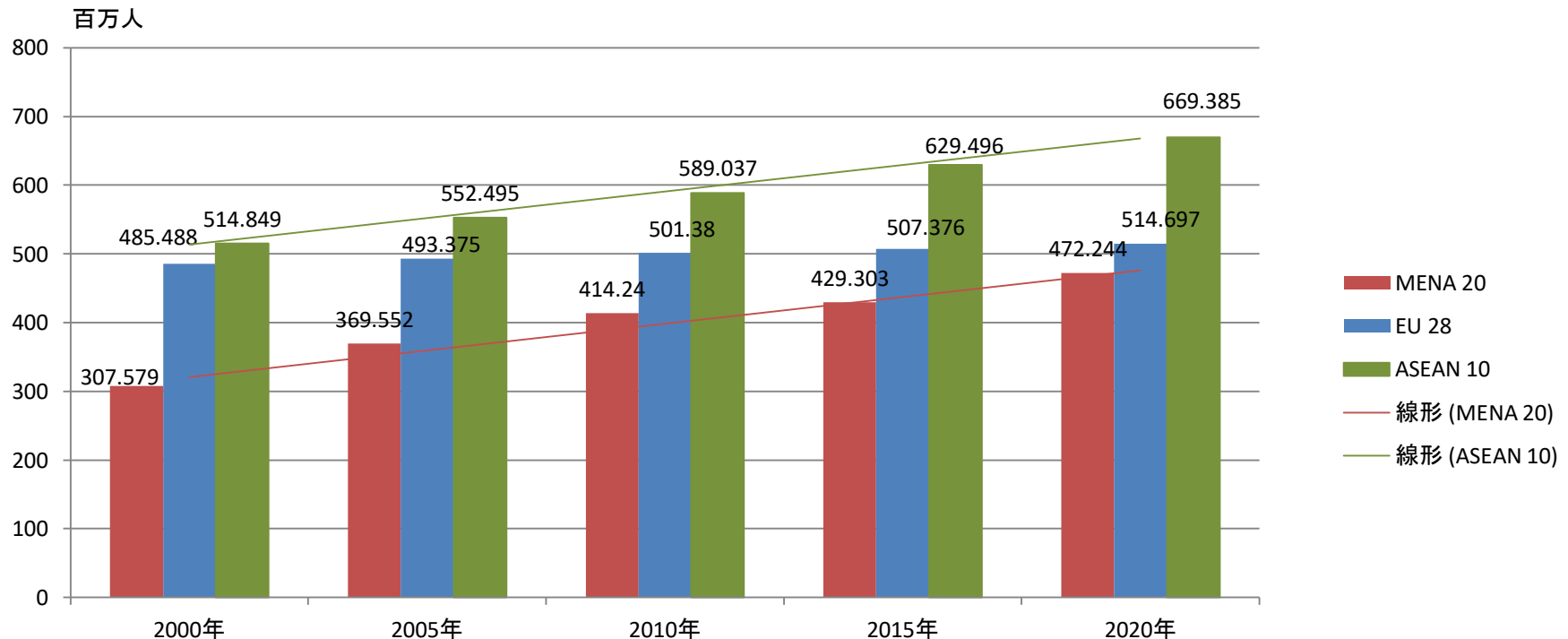


- 凡例：
- 「レベル1：十分注意してください。」
・その国・地域への渡航、滞在に当たって危険を避けていただくため特別な注意が必要です。
 - 「レベル2：不要不急の渡航は止めてください。」
・その国・地域への不要不急の渡航は止めてください。渡航する場合には特別な注意を払うとともに、十分な安全対策をとってください。
 - 「レベル3：渡航は止めてください。（渡航中止勧告）」
・その国・地域への渡航は、どのような目的であれ止めてください。（場合によっては、現地に滞在している日本人の方々に対して退避の可能性や準備を促すメッセージを含むことがあります。）
 - 「レベル4：退避してください。渡航は止めてください。（退避勧告）」
・その国・地域に滞在している方は滞在地から、安全な国・地域へ退避してください。この状況では、当然のことながら、どのような目的であれ新たな渡航は止めてください。

【出所】外務省海外安全ホームページ(2017年7月17日付)

MENA市場のポテンシャルー人口増加

- ・アジア諸国を抑え、世界トップクラスの人口増加を経験している市場。
- ・2000年からの20年で**53.5%**増加。EU(6.0%)はもとより、ASEAN(30.0%)も大きく上回る人口増加率。
- ・2020年時点で人口4億7千人超の見込み。



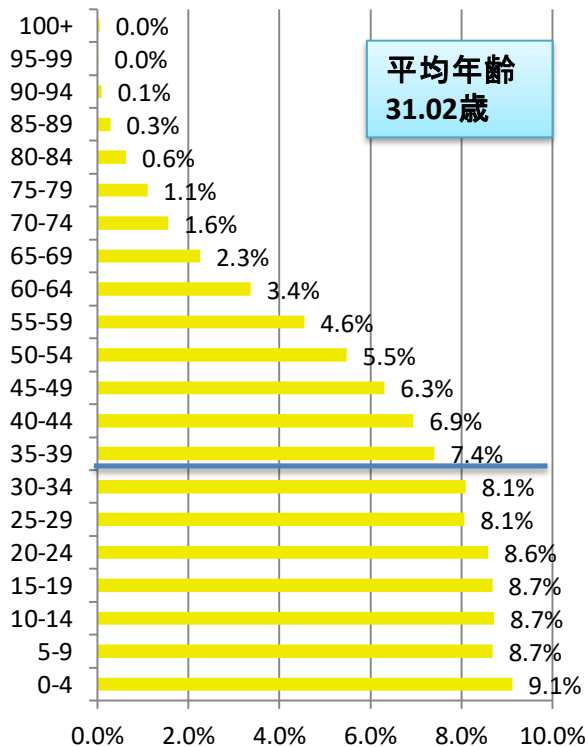
出所: IMF、World Economic Outlook Database, April 2016

注: MENA20の2000年はイラク、2015年以降は南スーダン、シリアを含まない

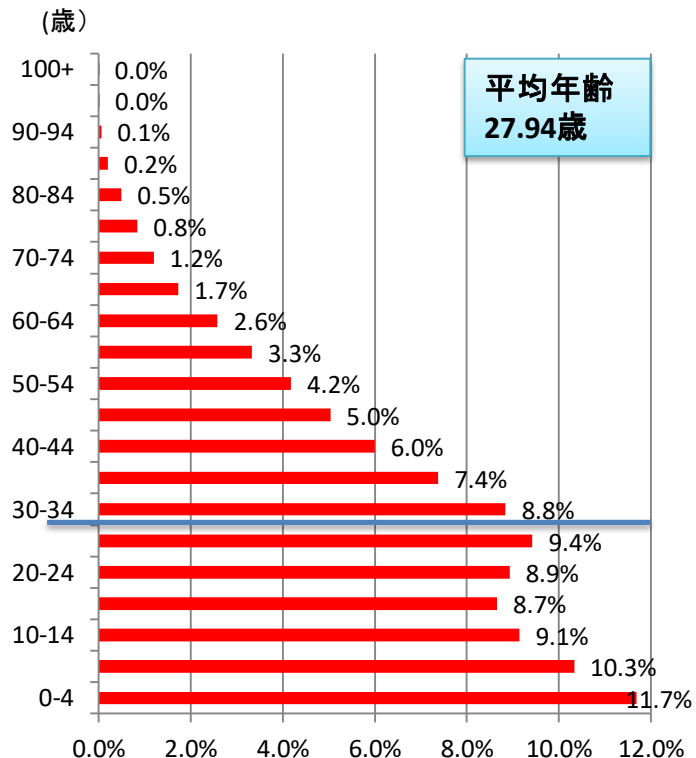
MENA市場のポテンシャルー 高い若年層比率

- 平均年齢27.94歳と、若年層が豊富なMENA地域の人口構成。
- 就労層人口のピークは2030年頃と予測され、その前後長期にわたり力強い消費が見込める地域。

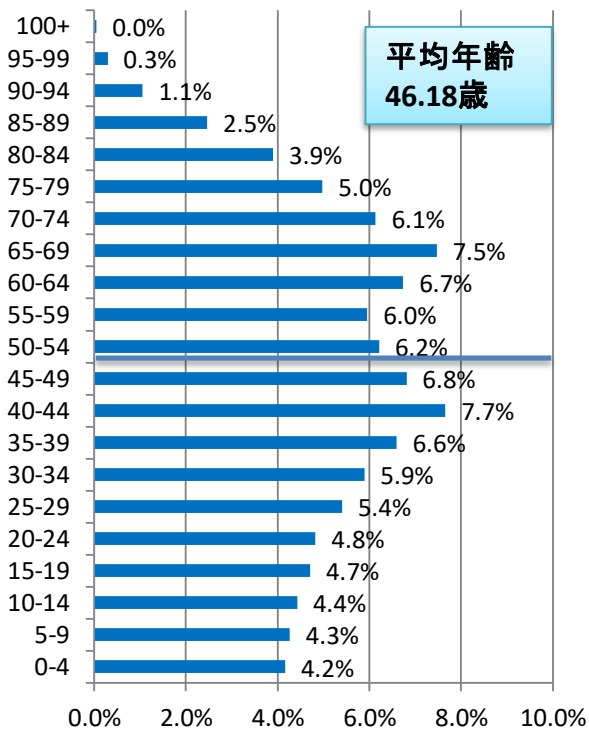
東南アジア地域の年齢別人口構成(2015年)



MENA20の年齢別人口構成(2015年)



日本の年齢別人口構成(2015年)



出所: World Prospects 2015 Revision Database UN

注: インドネシア、カンボジア、シンガポール、タイ、東ティモール、フィリピン、ブルネイ、ベトナム、マレーシア、ミャンマー、ラオス、

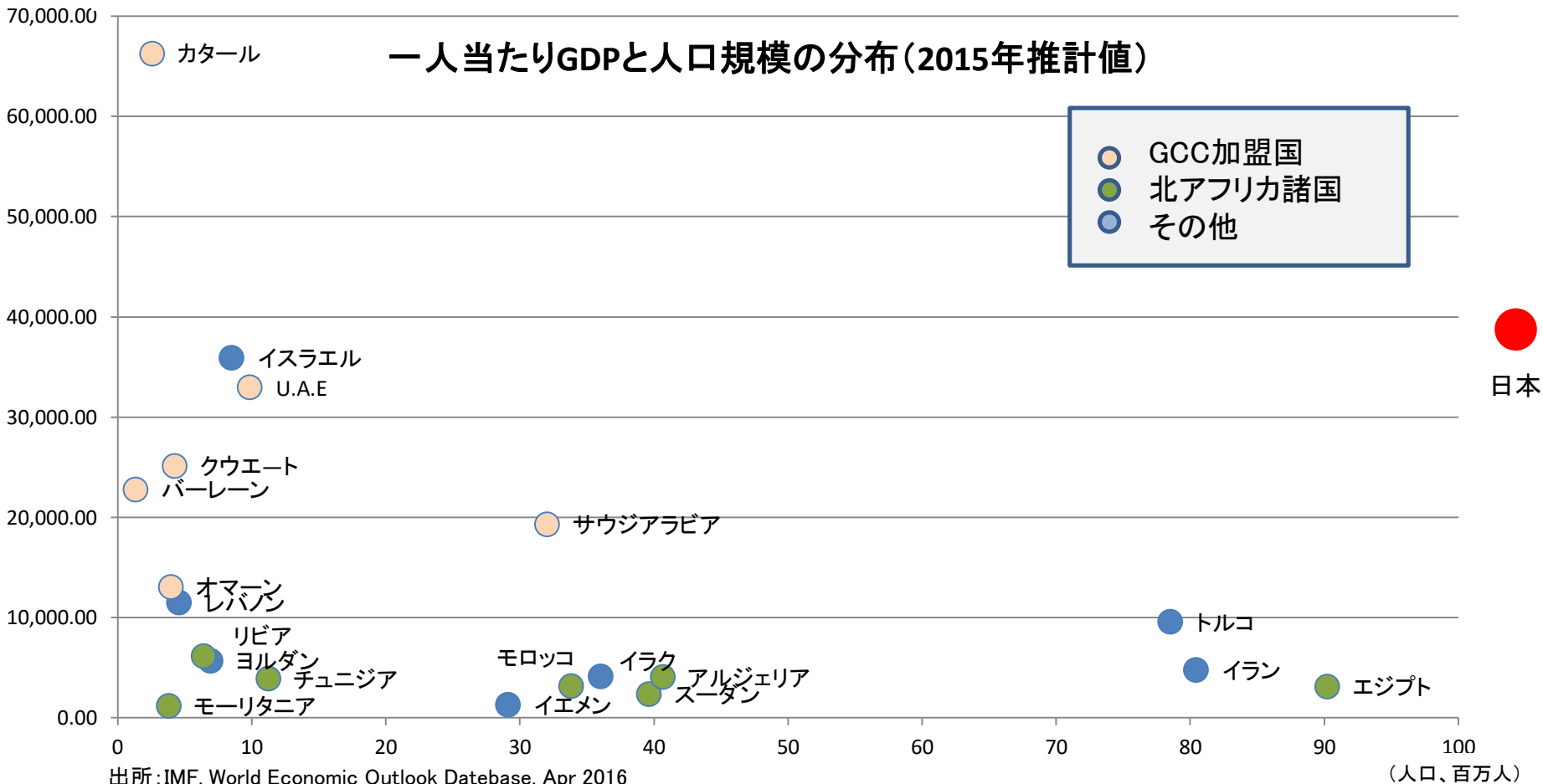
出所: World Prospects 2015 Revision Database UN

出所: World Prospects 2015 Revision Database UN

多様性にも留意する必要 購買力の増加と市場性

- 一人当たりGDPは、8ヶ国が1万ドル超。MENA総体では13,602ドルと、中国(8,240ドル)、タイ(5,939ドル)、インド(1,747ドル)のいずれも上回る。
- 購買力が高い湾岸諸国では、高級日本食の需要も強いが、対象となる人口は少ない。
- エジプト、イランなど人口大国で所得水準が低い国では、長期保存性のある食品が有望だが、輸出環境が未整備。

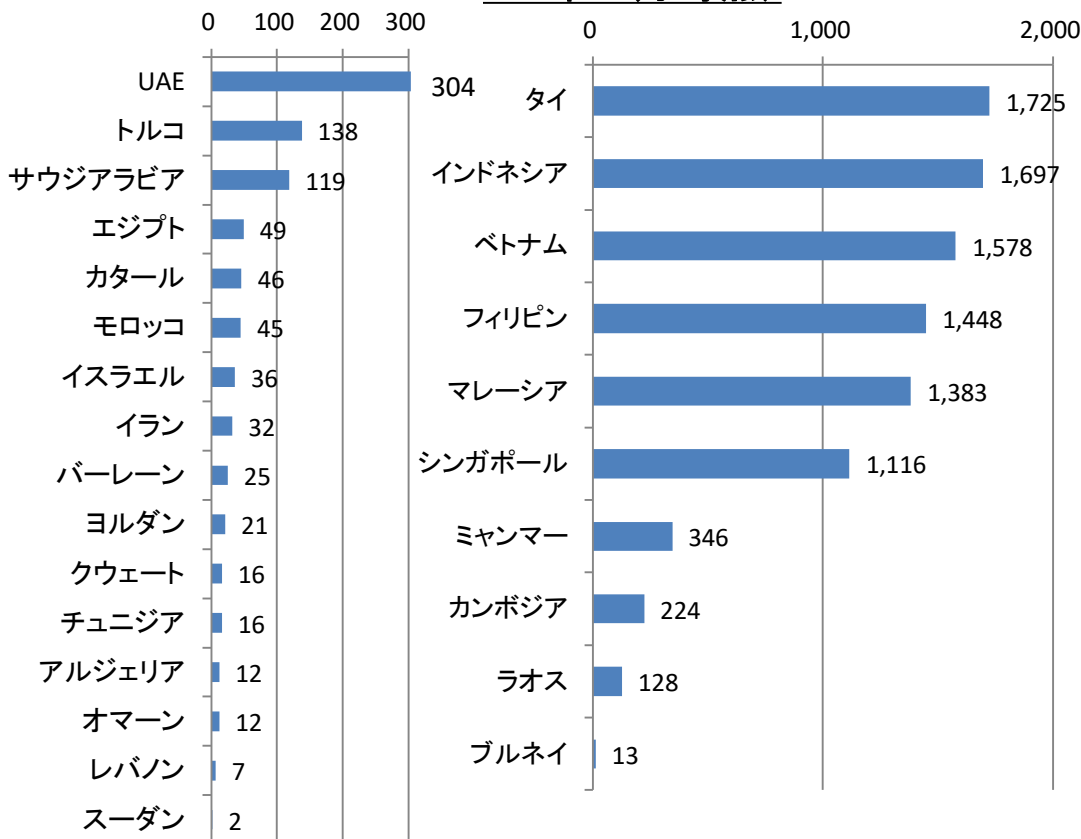
(一人当たりGDP、米ドル)



MENAと東南アジアの進出日系企業数の比較

- ・MENA地域への進出日系企業総数は約900社。アセアン進出企業の1割程度。
- ・MENA地域在留邦人総数は約1.2万人弱。在ASEANの15万人の1割未満。
- ・中東最大の日本人を有するUAEでもわずか3,700人（中国人は30万人、韓国人は1万人）。UAEの総人口は958万人：2015年IMF推計値

進出日系企業数(2015年10月時点)



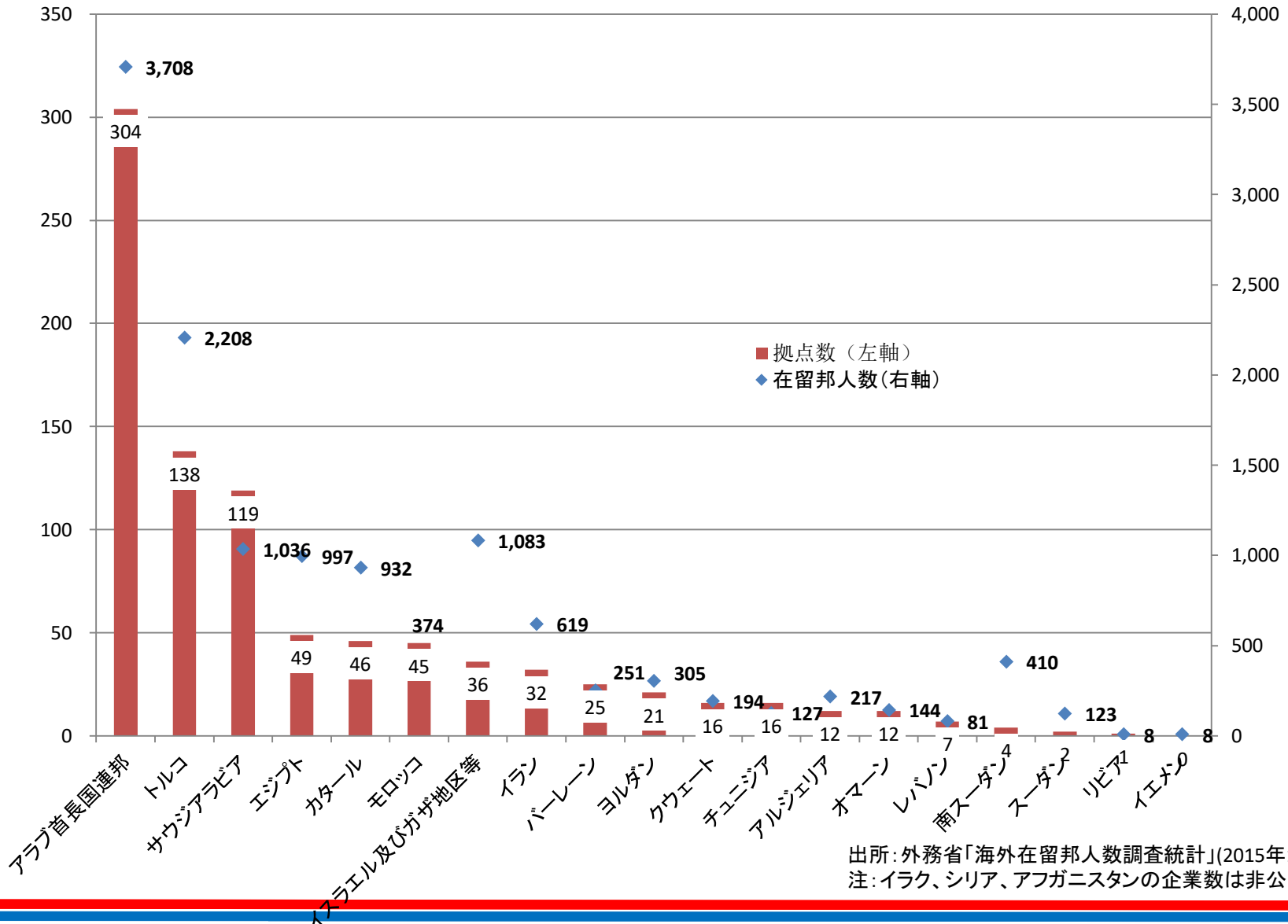
UAEの人口構成

国籍	人数(万人)
インド	260
パキスタン	130
UAE	95
バングラデシュ	90
フィリピン	50
イラン	50
ネパール	30
中国	30
英国	10
韓国	1
日本	0.37

MENAの日系企業数、邦人数

(日系企業数、社)

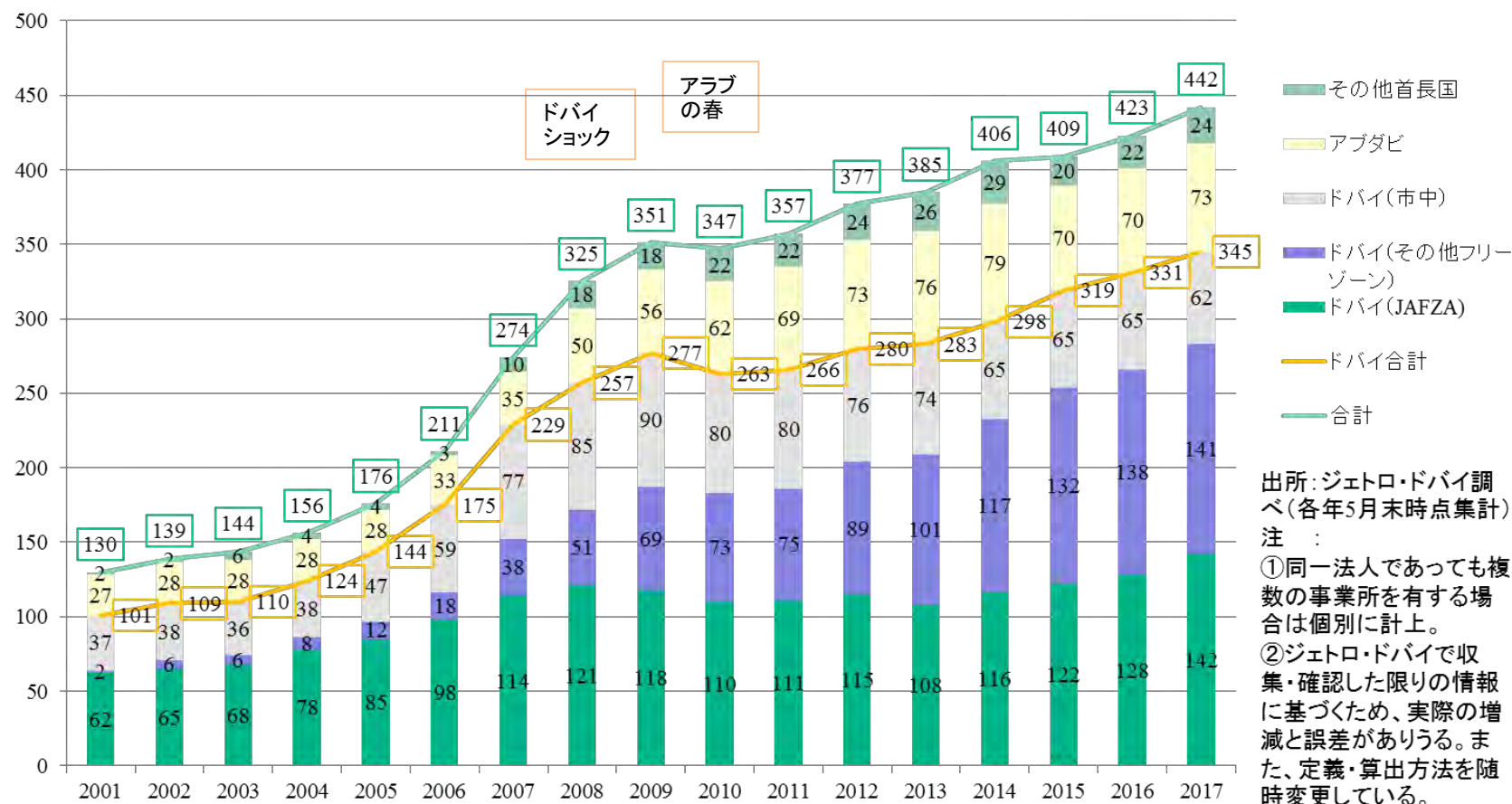
(邦人数、人)



出所: 外務省「海外在留邦人数調査統計」(2015年10月)
注: イラク、シリア、アフガニスタンの企業数は非公開

ドバイへの日本企業の新規進出は再び増加傾向

- ・MENA最大の日系企業の集積。ドバイ・ショックで進出は一時減少も、『アラブの春』の中でも安定性を保持したことで、ビジネス・ハブとして改めて脚光。
- ・MENA市場のポテンシャルを見込んで、2011年以降、過去最高を更新しつづけている。
- ・商社や製造業(食品以外)、サービス業など多様な業種が進出。



UAE概要

- **独立：1971年（1892年から英国の保護領）**
⇒政策や法律・規則等で英国の影響が強い国造り
- **政体：7つの首長国による連邦制**

図. UAE国旗



- **人口：958万人。うち自国民95万人程度（2015年IMF推計）。**
※ただし石油・経済開発は各首長国の権限。連邦政府は外交、軍事、通貨、金融等所管。
- **面積：8万3,600km²（北海道程度）**
※ドバイは3,885km²で埼玉県程度

<7首長国>

- ・アブダビ Abu Dhabi
- ・ドバイ Dubai
- ・シャルジャ Sharjah
- ・ウムム・アル・カイワイン Umm al-Quain
- ・フジャイラ Fujairah
- ・アジュマン Ajman
- ・ラス・アル・ハイマ Ras al-Khaimah

UAEの異なる首長国事情

- 圧倒的なアブダビの地位(原油生産の9割、国土の8割、GDPの6割、自国民の4割強)。
⇒ 首都とUAE大統領職はアブダビ(首長家はナヒヤーン家)。
- アブダビに次ぐドバイ(GDPの3割。ビジネス・ハブとしてMENA地域随一の地位を確立)。
⇒ ドバイ首長がUAE副大統領兼首相職を務める(首長家はマクトゥーム家)。
- 残り5つの北部首長国は1人当たりGDPも相対的に低い水準。財政的にアブダビに依存。

表 UAEのGDP、自国民人口、失業率(首長国別)

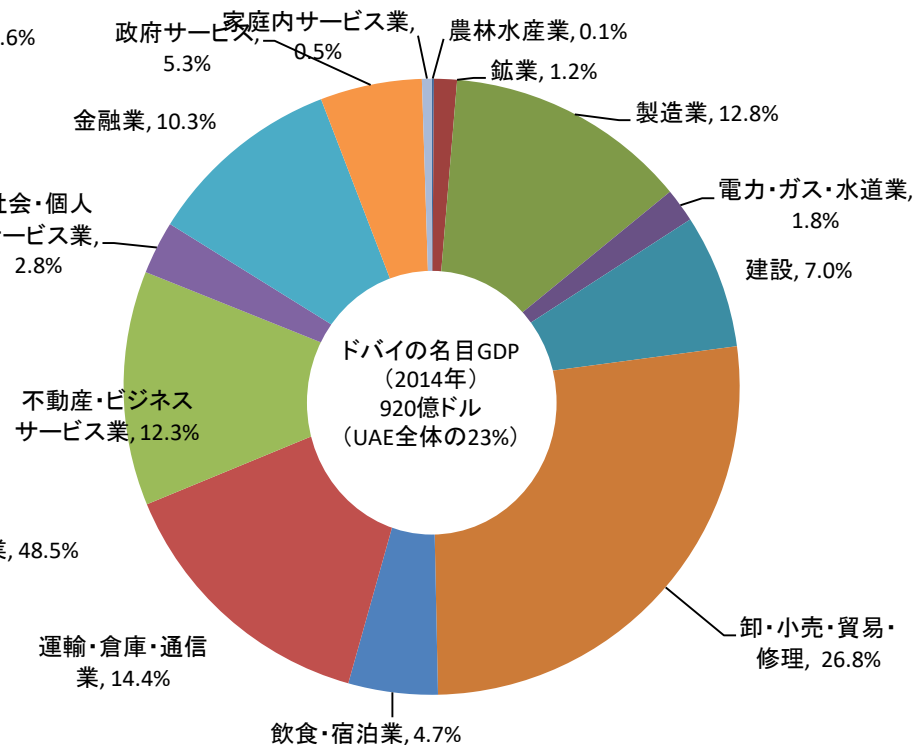
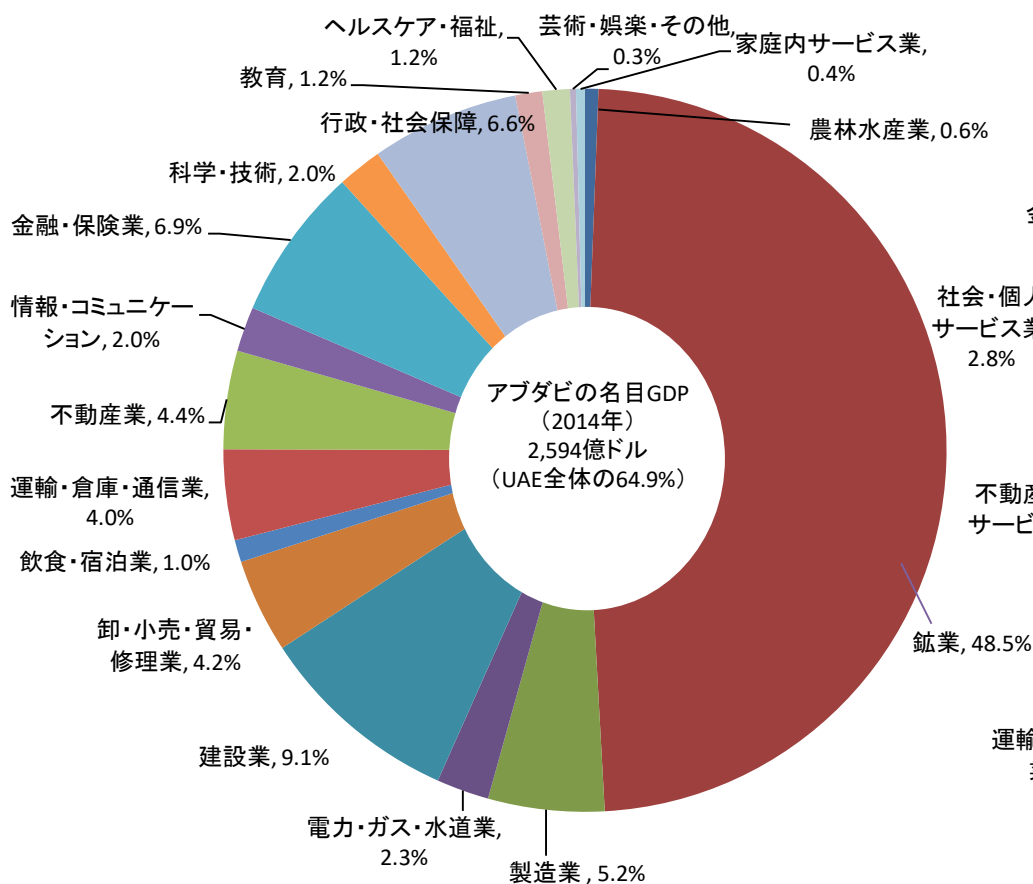
(単位:ドル、%、人)

支出項目	GDP			自国民人口	失業率
	金額(100万)	構成比	1人当たり		
全体	270,335	100.0	32,968	947,997	4.2
アブダビ	162,405	60.1	59,694	404,546	5.5
ドバイ	80,097	29.6	28,438	168,029	1.8
シャルジャ	16,595	6.1	10,506	153,365	4.2
アジュマン	3,781	1.4	9,137	42,186	4.5
ウンム・アル・カイワイン	630	0.2	7,045	17,482	4.2
ラス・アル・ハイマ	4,285	1.6	11,801	97,529	5.9
フジャイラ	2,541	0.9	11,715	64,860	7.5

【注】GDP指標は2009年暫定値。失業率は2009年。自国民人口は2010年央推定値。UAE中央統計局の公表する統計は一部の指標を除いて概して速報性に乏しく、現在同局ウェブサイトを確認できる最新値。

対照的なアブダビとドバイの経済構造

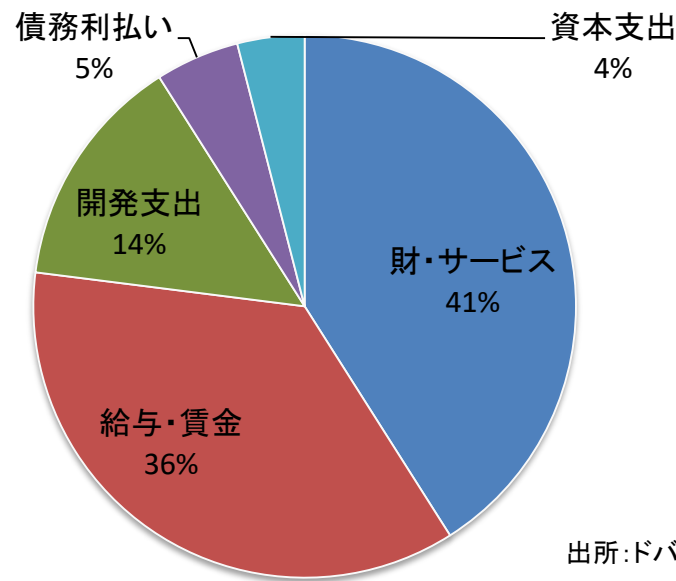
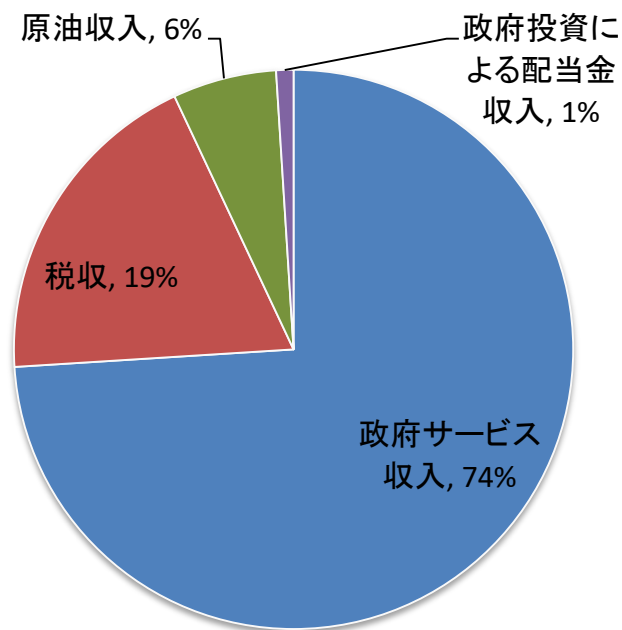
- アブダビは石油・ガス中心の経済構造。しかし、近年は安価な原料コストを活かした製造業育成や文化・観光振興等による産業多角化に注力している。
- ドバイは資源に乏しいことから、多様なフリーゾーン開設や港湾・空港開発等インフラ整備を大胆に推進し、非石油部門育成に成功。商業、物流、観光等のサービス業の比率が高い。



ドバイ政府の収入は各種の手数料

- ・ドバイの財源は、各種の手数料(企業のライセンス取得料・更新料、不動産売買やホテル宿泊の手数料、ビザ手数料等)や罰金からなる政府サービス収入に大きく依存。そのほか税収(関税や外国銀行法人税)、わずかながら産出する原油からの収入もあり。
- ・歳出は行政機関の整備・運営に要する費用や公的セクターの人件費が大半。
- ・2016年度(1～12月)予算は、歳入歳出ともに12%増で、いずれも461億DH(約1兆3,800億円)と2年連続で収支均衡。

表. ドバイの2016年度予算(【左】歳入、【右】歳出)

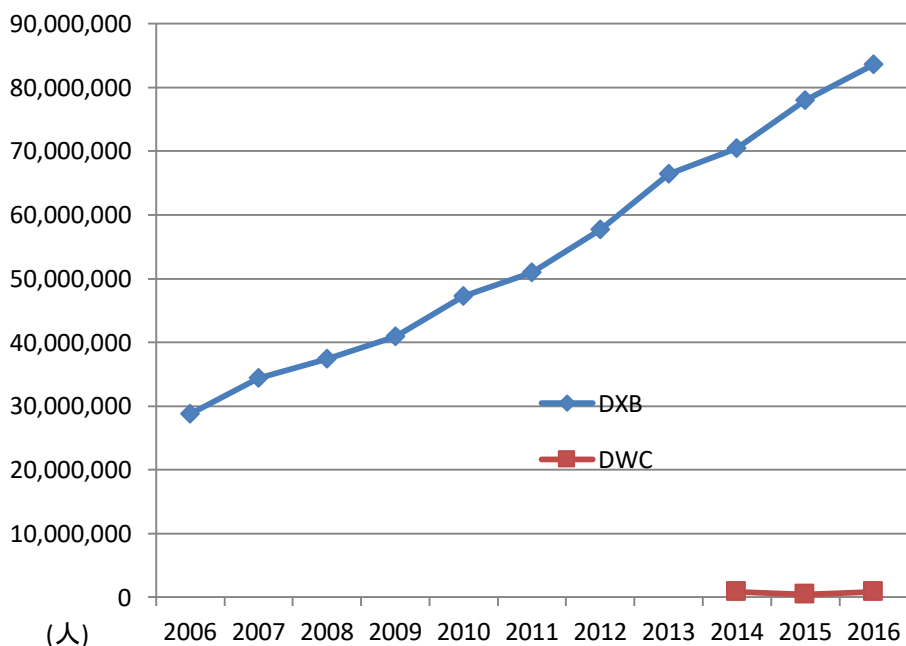


出所:ドバイ政府

ドバイ国際空港は3年連続国際旅客数世界第1位 アール・マクトゥーム国際空港も整備が進む

- ・ドバイ空港の旅客数は世界金融危機やドバイ・ショックなどを経ながらも、一貫して増加し、2016年は前年比7.2%増の8,365万人(3年連続で国際旅客数世界第1位)
- ・空港拡張で2020年にはドバイ空港の年間取扱能力は9,800万人となる予定。
- ・第2国際空港としてアール・マクトゥーム国際空港の整備も進んでおり、2017年に旅客ターミナル拡張工事が完成すると、取扱能力が600万人から2,600万人に拡大する。

ドバイ国際空港(DXB)とアール・マクトゥーム国際空港(DWC)の旅客数推移



【出所】ドバイ・エアポーツ社

【注】 数値はドバイ国際空港の利用者数であり、ドバイ入域者数ではない。

アール・マクトゥーム国際空港(DWC:ドバイ・ワールド・セントラル)

- ・ジェベルアリ港、ジェベルアリFZの背後地に建設中のSea & Airの複合物流都市(面積140km²=香港島の約2倍)。
- ・2010年6月に貨物便が、2013年10月に旅客便が開業。
- ・最終的には滑走路5本、年間1億6,000万人の旅客と1,200万トンの貨物を扱う「世界最大の空港」を目指す。
- ・2020年ドバイ万博はDWCエリアで開催予定。



再び相次ぐ大型プロジェクト計画

- 2012年半ば頃から、政府系企業等による大型開発プロジェクト構想が相次ぐ。
- 2016年後半以降、複数の施設が開業



ムハンマド・ビン・ラーシド (MBR) シティ

- ・現ドバイ首長の名前を冠した大型都市開発計画
- ・地区内にホテル100棟、世界最大の商業施設「Mall of the World」などが計画。



IMG ワールドオブアドベンチャー

- ・世界最大の屋内テーマパーク (150万平方フィート)
- ・恐竜やアメコミなどをテーマにした4つのゾーンからなる。
- ・2016年8月末開業



“ザ・タワー”(名称未発表)

- ・世界一高いビル・ブルジュハリファ(828m)よりも100m以上高いビルをドバイ・クリーク沿いに建設
- ・サウジアラビアで建設中のビル(約1000m)を抜き、再び世界一高いビルをドバイにもたらず計画。



ドバイパークス アンドリゾーツ

- ・250万平方フィートの敷地に、3つのテーマパーク(レゴランド、ボリウッドパーク、モーションゲート)、ホテルなどを開業。



ドバイウォーター キャナル

- ・クリークとアラビア海のための3kmを運河で接続。2016年11月開通。
- ・大規模ホテルや数百店舗のカフェ・レストランを開業し、一大観光地に。



ブルーウォーターズ・アイランド

- ・マリナ地区沖合の人工島開発計画
- ・世界最大の観覧車「Dubai-I」(高さ210m、1400人収容可)を核に、観光・商業・住居などの複合開発を計画。

写真、出所: エミレーツ24/7紙、アラビアン・ビジネスより抜粋

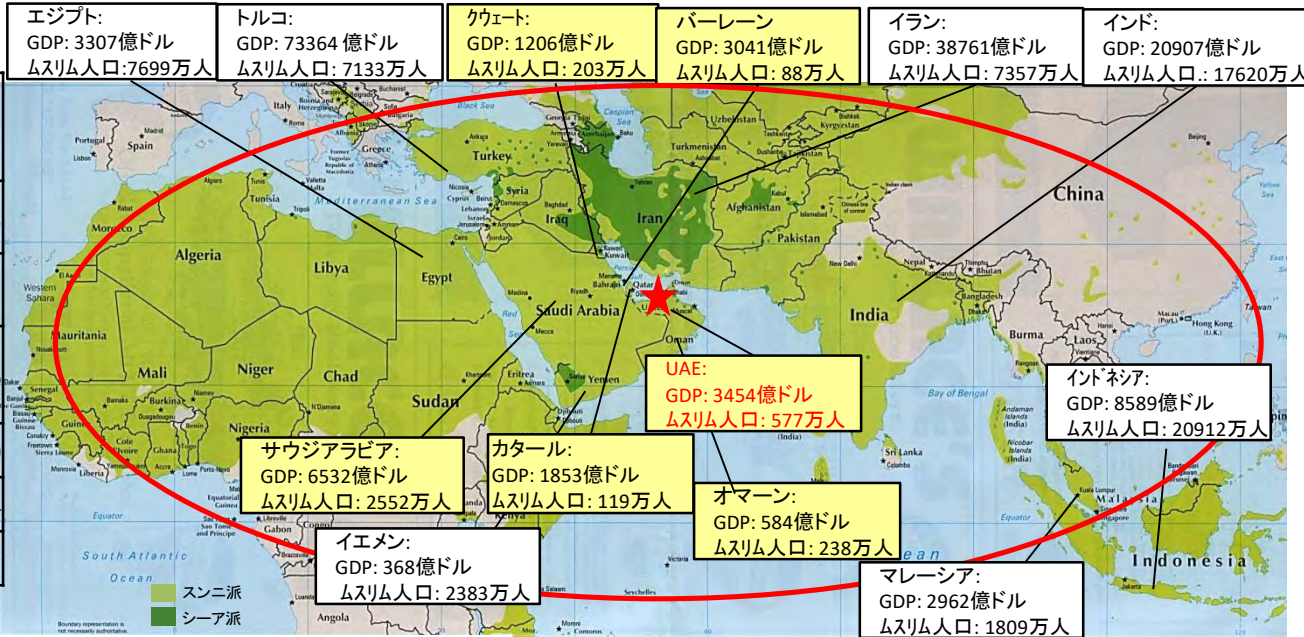
ドバイ 新興市場、イスラム市場への拠点として

- ・世界のムスリム人口は2010年で約16億人、全人口の23%を占める巨大マーケットであり、さらに2050年には約28億人に拡大すると見込まれる。
- ・ドバイはムスリムが多く住む中東北アフリカ、CIS諸国、南・東南アジアなどのエリアのほぼ中心に位置する地政学的優位性をもち、これらの地域との充実した交通・物流網を持つ。
- ・ドバイは、2013年に貿易、イスラム金融、ハラール食品、ファッション、教育、観光など様々な面で「イスラム経済のハブ」を目指すと発表。「ドバイ・イスラム経済開発センター(DIEDC)」設立。
- ・2016年にUAEはムスリムに人気の旅行先としてマレーシアに次ぎ2位に選ばれており、ショッピングに人気の都市ではドバイが1位となった。

ムスリムが多く住むエリア及び主要国の人口・GDP

地域別のムスリム人口 (単位: 百万人、%)

地域	2010	2030	2050	世界シェア	成長率(50/10年)
アジア太平洋	986	1,296	1,458	52.8	47.8
中東北アフリカ	317	439	552	20.0	74.1
サブサハラアフリカ	248	386	670	24.3	169.6
ヨーロッパ	43	58	71	2.6	63.0
南北アメリカ	3	11	10	0.4	197.4
合計	1,599	2,190	2,761	100.0	72.7



出所: PEW "The Future of World Religions", 2015

出所: IMF World Economic Outlook 2015, PEW Research 2010 data, The Future of World Religions Report 2015, Islam101.com, University of Texas at Austin Library注: GDPは2015年、ムスリム人口は2010年推計値

ドバイ ～ 周辺の新興市場の成長取り込みを図る

- アフリカや中央アジア、インドといった有望な新興市場へのゲートウェイとしての地位を確立することで、その成長をドバイの成長につなげる戦略。
- そのために、航空ネットワークを積極的に拡張するとともに、大規模会議や展示会開催を通じた人的ネットワークの集積も推進。日本企業にとっても活用の価値あり。

上：格安航空会社フライ・ドバイの路線網
～中東に加え、中央アジア、東アフリカ、インド等97都市に直行便が就航(うち、アフリカは12都市)。



アフリカ・グローバルビジネスフォーラムを2013年から開催
～2013年から3年連続で開催。2015年11月開催時には、アフリカ各国から国家元首10人、大臣74人が出席。参加者は5,400名以上。2015年からCISフォーラムも開催。

ドバイ商工会議所も新興市場
開拓を活発化
初の海外事務所を
2012年11月にアゼルバイ
ジャンに開設。エチオピア、
ガーナ、モザンビークにも開設した。
さらにナイジェリア、ウガンダ、アンゴ
ラにも開設予定。

出所：各社HP等



下：エミレーツ航空の路線網
～アフリカ路線は21都市週370便。

航空ネットワーク
拡張

人的ネットワーク構築

ドバイにアフリカの人、モノ、企業が集積

- サハラ以南アフリカ諸国からドバイへの来訪者数は約20万人(2015年)。2020年には150万人に増加見込み。
- UAEとアフリカ諸国との貿易額(石油関連輸出入除く)は、約281億ドル、UAEの貿易総額に占めるシェアは0.9ポイント増の9.6%(2014年)。
- ドバイ商工会議所の新入会企業のうち21.0%がアフリカ系企業(2015年)。

ドバイ博覧会2020年

①ドバイ博は2020年10月20日から2021年4月10日までの期間で、「心をつなぎ、未来を創る (Connecting Minds, Creating the Future)」をテーマに開催される。(2021年はUAE建国50周年)

②展示は3区分エリア

「オポチュニティー(機会)」

教育、雇用、新産業、ファイナンス、ガバナンスなど

「モビリティ(移動)」

輸送、観光、個人の移動、物流、デジタル接続など

「サステナビリティ(継続性)」

エコシステム、資源、サステナブルシティ、気候変動、グリーンエコノミーなど

③投資案件

2017年だけでも、47件・総額110億ディルハム(約3,300億円)の建設プロジェクトが予定。建設以外の分野でも98件・総額3億6,000万ディルハムの需要が見込まれる。

特に、ドバイ博に向けた契約全体のうちの20%、総額50億ディルハムの予算を中小企業に割り当てると宣言しており、中小企業がビジネスに参加しやすくするためのルールを設けている。

“Ⅱ 食品市場”

日本食を通じて日本のプレゼンスを高める

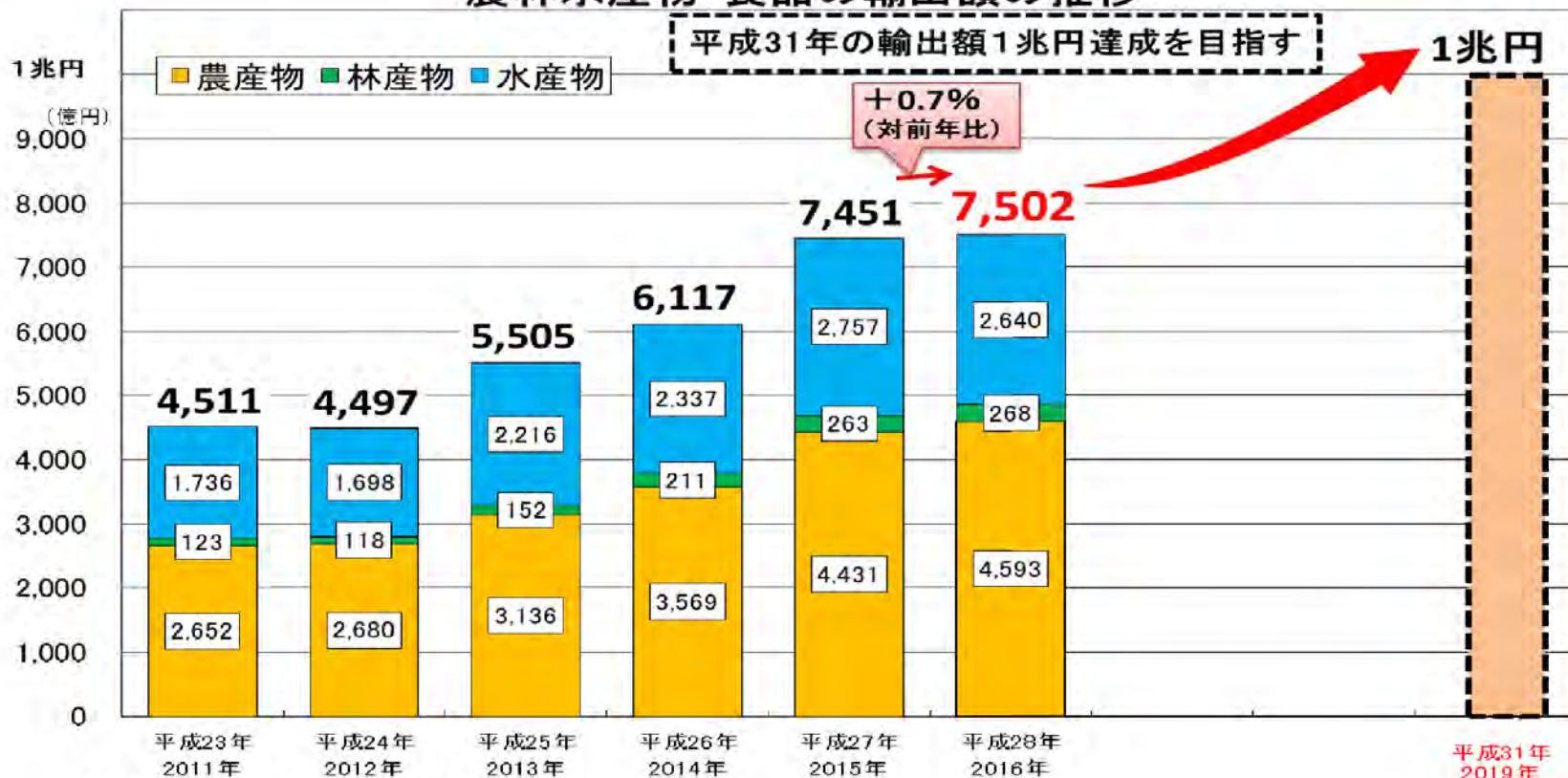
ドバイ市場の7つの魅力

- 1 中東のハブ市場(人が集まる)
- 2 域内他国への足掛かり(出会いの場がある)
- 3 日本ブランドの知名度(信頼がある)
- 4 参入障壁が低い(自由がある)
- 5 増え続ける人口・来訪者(将来性がある)
- 6 健康志向の高まりと日本食人気(強みを活かす機会がある)
- 7 食料自給技術への需要(技術を活かす機会がある)

日本から世界への食関連輸出状況

- 我が国の農林水産物・食品の輸出は、平成25年から4年連続で増加し、平成28年輸出実績は7,502億円。
- 平成32年の輸出額1兆円目標について、「未来への投資を実現する経済対策」(平成28年8月閣議決定)において、平成31年に1年前倒し。

農林水産物・食品の輸出額の推移



資料: 財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

日本から世界への食関連輸出状況(中東の位置)

(単位:億円)

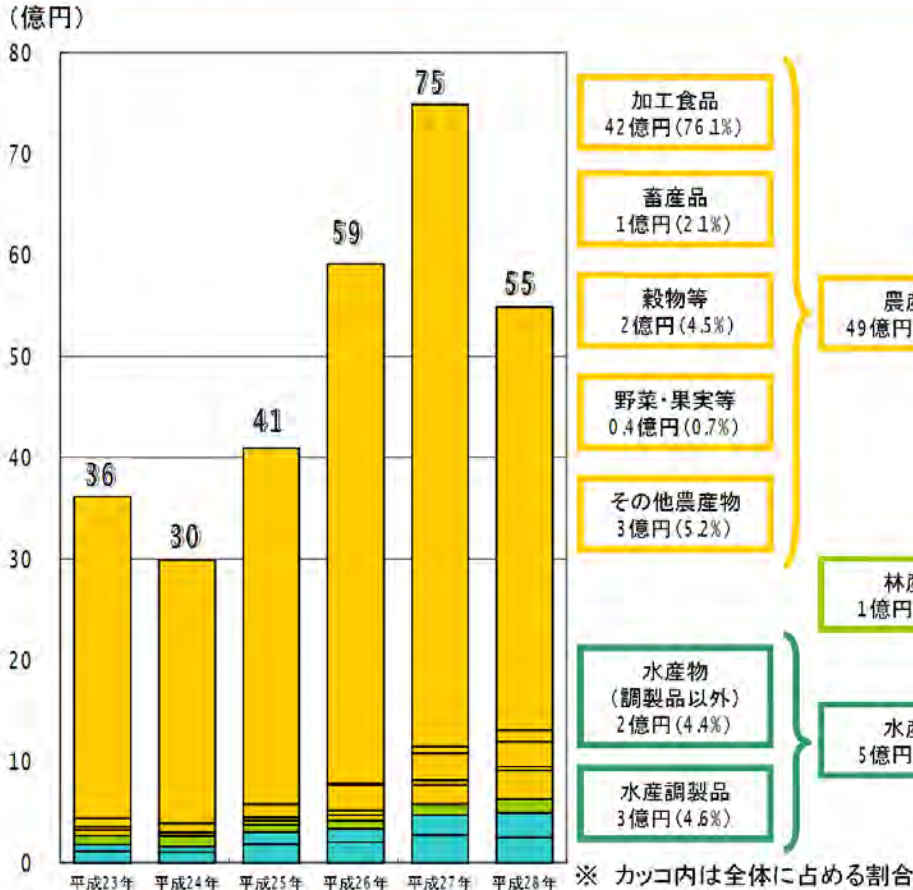
輸出先国・地域	平成27年 2015年	平成28年 2016年	増減率
世界	7,451	7,502	0.7%
アジア	5,474	5,539	1.2%
①香港(真珠、乾燥なまこ、たばこ)	1,794	1,853	3.3%
③台湾(たばこ、りんご、さんご)	952	931	▲2.2%
④中国(ホタテ貝、丸太、楳木等)	839	899	7.1%
⑤韓国(アルコール飲料、ホタテ貝、ソース混合調味料)	501	511	2.1%
ASEAN	1,198	1,177	▲1.8%
⑥タイ(豚の皮、かつお・まぐろ類、さば)	358	329	▲8.2%
⑦ベトナム(粉乳、まけ・ます、いか)	345	323	▲6.4%
⑧シンガポール(アルコール飲料、ソース混合調味料、牛肉)	223	234	4.8%
⑩フィリピン(合板、さば、製材)	95	115	21.3%
⑬マレーシア(いわし、アルコール飲料、ソース混合調味料)	83	73	▲12.1%
⑯インドネシア(さば、播種用の種等、さけ・ます)	64	61	▲4.3%
⑲カンボジア(牛肉、鶏肉、粉乳)	22	35	56.2%
中東	125	105	▲15.8%
⑱アラブ首長国連邦(清涼飲料水、菓子(果実除く)、配合飼料類)	75	55	▲26.8%
北米	1,168	1,149	▲1.6%
②米国(ぶり、アルコール飲料、ホタテ貝)	1,071	1,045	▲2.5%
⑫カナダ(アルコール飲料、ホタテ貝、ごま油)	81	83	2.3%
欧州	467	486	4.0%
EU	400	423	5.7%
⑪オランダ(ホタテ貝、アルコール飲料、魚油)	105	114	8.5%
⑭ドイツ(緑茶、ラノリン、ソース混合調味料)	66	67	0.6%
⑮フランス(アルコール飲料、ホタテ貝、醤油)	61	65	5.6%
⑰英国(ソース混合調味料、アルコール飲料、醤油)	66	61	▲7.0%
⑳イタリア(楡木等、レシチン等、真珠)	31	34	8.7%
ロシア	32	31	▲1.9%
大洋州	184	173	▲6.2%
⑨豪州(清涼飲料水、ソース混合調味料、アルコール飲料)	121	124	2.3%
ニュージーランド	27	20	▲27.8%
アフリカ	11%	122	7.9%
南米	45	34	▲24.8%

※「輸出先国・地域欄」において①～⑲を付した国は、輸出先上位20カ国。うち()内は主な輸出品目。

資料:財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

日本からUAEへの食関連輸出状況

- 平成28年のアラブ首長国連邦向け農林水産物・食品の輸出額は、55億円（世界第18位、対前年▲26.8%）。
- 上位品目は、清涼飲料水、菓子（米菓を除く）、配合調製飼料。



アラブ首長国連邦向け農林水産物・食品輸出上位10品目

	2011年 平成23年	2012年 平成24年	2013年 平成25年	2014年 平成26年	2015年 平成27年	2016年 平成28年
1	清涼飲料水 2,680百万円	清涼飲料水 2,092百万円	清涼飲料水 2,891百万円	清涼飲料水 4,343百万円	清涼飲料水 5,405百万円	清涼飲料水 3,133百万円
2	菓子(米菓を除く) 279百万円	菓子(米菓を除く) 267百万円	菓子(米菓を除く) 261百万円	菓子(米菓を除く) 383百万円	菓子(米菓を除く) 491百万円	菓子(米菓を除く) 436百万円
3	木炭 74百万円	木炭 67百万円	ソース混合調味料 94百万円	ソース混合調味料 108百万円	ソース混合調味料 135百万円	配合調製飼料 185百万円
4	ソース混合調味料 53百万円	ソース混合調味料 59百万円	ソース混合調味料(シーフード) 80百万円	ソース混合調味料(シーフード) 79百万円	ソース混合調味料(シーフード) 130百万円	ソース混合調味料 144百万円
5	キャビア及びその代用品 47百万円	キャビア及びその代用品 45百万円	アルコール飲料 58百万円	キャビア及びその代用品 61百万円	配合調製飼料 107百万円	配合調製飼料 142百万円
6	牛肉(凍肉(サーモール)) 47百万円	アルコール飲料 44百万円	キャビア及びその代用品 44百万円	木炭 49百万円	キャビア及びその代用品 85百万円	牛肉 113百万円
7	アルコール飲料 42百万円	キャビア及びその代用品 38百万円	木炭 38百万円	アルコール飲料 48百万円	牛肉 67百万円	アルコール飲料 91百万円
8	襦袢用の種等 33百万円	うどん・そばめん・そば 18百万円	かつお・まぐろ類 24百万円	かつお・まぐろ類 41百万円	木炭 66百万円	木炭 82百万円
9	米菓(あんぱん・せんべい) 23百万円	米菓(あんぱん・せんべい) 18百万円	ふり 23百万円	米菓(あんぱん・せんべい) 30百万円	かつお・まぐろ類 46百万円	キャビア及びその代用品 81百万円
10	たばこ 19百万円	たばこ 15百万円	たばこ 21百万円	ふり 28百万円	アルコール飲料 45百万円	かつお・まぐろ類 46百万円

※「ソース混合調味料」…ソース、たれ、ドレッシング、カレー調製品等。

資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

UAEの世界からの食関連輸入状況2015年①

(単位:1,000USD)

HS コード	品目	輸入総額	輸入総額に 占める割合
2	肉類	1,663,314	10.1%
3	魚介類	514,124	3.1%
4	酪農品	1,588,084	9.6%
5	動物性産品	4,342	0.0%
6	植木、盆栽等	58,732	0.4%
7	野菜類	1,232,615	7.5%
8	果物類	2,203,106	13.3%
9	コーヒー、お茶類	969,987	5.9%
10	穀物	1,491,594	9.0%
11	穀粉、加工穀物	117,100	0.7%
12	油料種子	1,096,008	6.6%
13	ガム類	37,987	0.2%
14	植物性産品	4,051	0.0%
15	動物又は植物性油脂	555,715	3.4%
16	肉、魚等の調製品	278,697	1.7%
17	菓子類	431,102	2.6%
18	ココア及びその調製品	499,369	3.0%
19	ベーカリー製品等	818,358	5.0%
20	野菜、果実等の調製品	583,930	3.5%
21	各種の調製食品	755,690	4.6%
22	炭酸飲料、お酒類	578,520	3.5%
23	食品残渣、調製飼料等	239,039	1.4%
24	たばこ類	773,284	4.7%
2501	食塩	17,615	0.1%
	合計	16,512,363	100.0%

出所:ITC(International Trade Center)

UAEの世界からの食関連輸入状況2015年②

(単位:1,000USD)

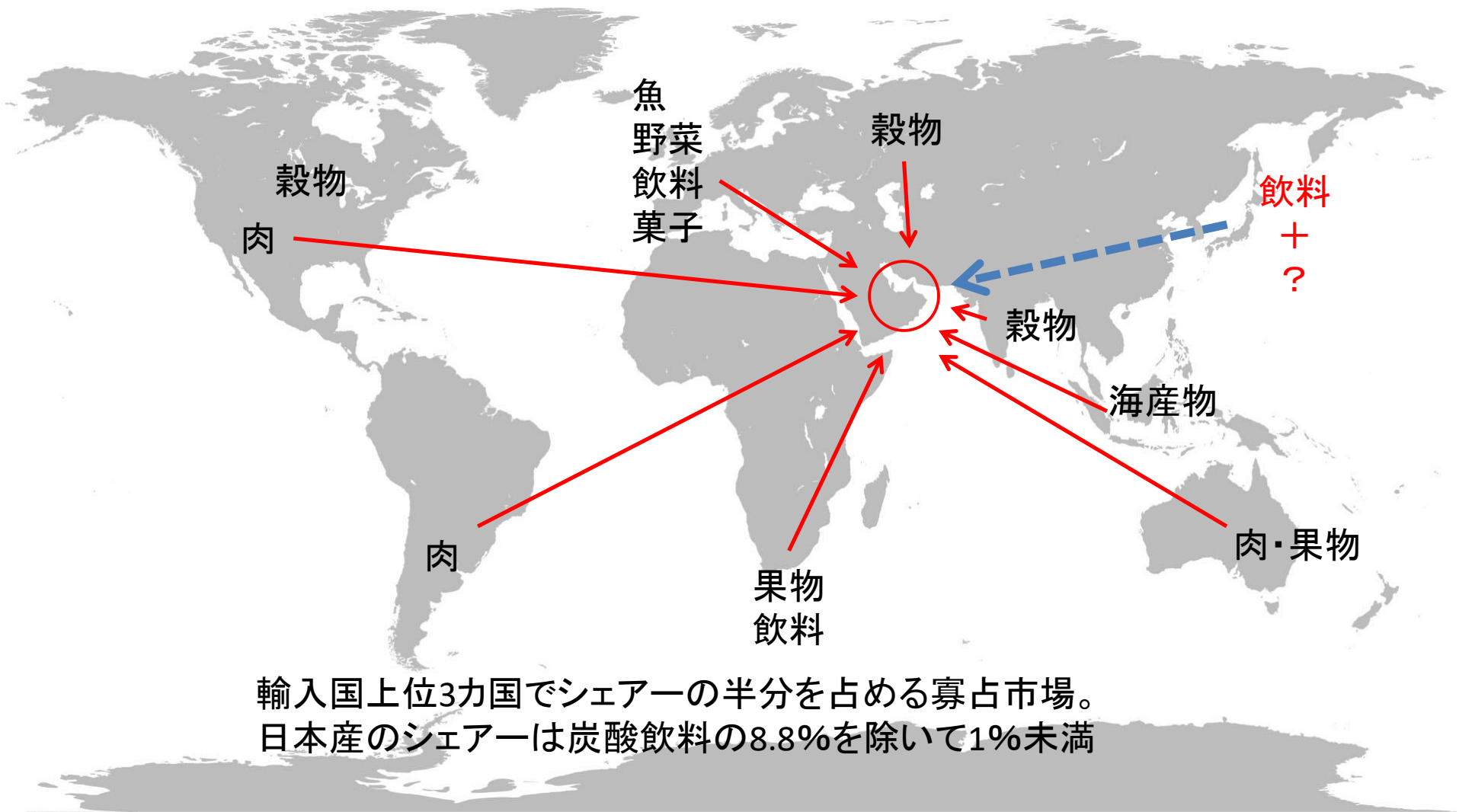
HSコード	品目	1位	輸入額	1位のシェア	2位	輸入額	2位のシェア	3位	輸入額	3位のシェア	日本からの輸入額	日本のシェア
2	肉類	ブラジル	655,610	39.4%	オーストラリア	247,900	14.9%	インド	193,580	11.6%	584	0.0%
3	魚介類	インド	140,980	27.4%	ノルウェー	46,625	9.1%	ベトナム	43,415	8.4%	2,887	0.6%
4	酪農品	NZランド	407,523	25.7%	サウジアラビア	351,395	22.1%	オランダ	143,638	9.0%	37	0.0%
5	動物性産品	アメリカ	841	19.4%	ブラジル	644	14.8%	メキシコ	354	8.2%	0	0.0%
6	植木、盆栽等	オランダ	16,475	28.1%	ケニア	9,414	16.0%	タイ	4,540	7.7%	48	0.1%
7	野菜類	カナダ	183,507	14.9%	インド	150,237	12.2%	中国	126,258	10.2%	329	0.0%
8	果物類	アメリカ	483,964	22.0%	インド	284,088	12.9%	南アフリカ	239,626	10.9%	115	0.0%
9	コーヒー、お茶類	FreeZone	333,815	34.4%	インド	128,246	13.2%	ベトナム	114,539	11.8%	435	0.0%
10	穀物	インド	784,832	52.6%	ロシア	143,527	9.6%	パキスタン	124,483	8.3%	36	0.0%
11	穀粉、加工穀物	インド	36,595	31.3%	FreeZone	26,228	22.4%	イギリス	7,303	6.2%	354	0.3%
12	油料種子	カナダ	259,840	23.7%	スペイン	183,227	16.7%	アメリカ	120,708	11.0%	402	0.0%
13	ガム類	インド	9,089	23.9%	トルクメニスタン	7,647	20.1%	レバノン	4,258	11.2%	22	0.1%
14	植物性産品	インド	1,450	35.8%	オマーン	1,110	27.4%	パキスタン	288	7.1%	1	0.0%
15	動物又は植物性油脂	インドネシア	174,436	31.4%	マレーシア	59,335	10.7%	オマーン	56,425	10.2%	491	0.1%
16	肉、魚等の調製品	タイ	83,747	30.0%	アメリカ	42,315	15.2%	サウジアラビア	28,730	10.3%	2,488	0.9%
17	菓子類	FreeZone	194,941	45.2%	インド	57,801	13.4%	トルコ	15,652	3.6%	486	0.1%
18	ココア及びその調製品	オランダ	52,087	10.4%	イタリア	45,652	9.1%	スイス	39,568	7.9%	354	0.1%
19	ベーカリー製品等	サウジアラビア	153,337	18.7%	アメリカ	59,012	7.2%	イギリス	56,046	6.8%	2,940	0.4%
20	野菜、果実等の調製品	サウジアラビア	93,011	15.9%	アメリカ	65,567	11.2%	オランダ	44,815	7.7%	526	0.1%
21	各種の調製食品	アメリカ	157,130	20.8%	エジプト	50,731	6.7%	トルコ	39,584	5.2%	3,068	0.4%
22	炭酸飲料、お酒類	フランス	117,555	20.3%	日本	51,079	8.8%	ドイツ	50,909	8.8%	←	←
23	食品残渣、調製飼料等	ブラジル	78,549	32.9%	アメリカ	41,512	17.4%	イギリス	12,666	5.3%	1,959	0.8%
24	たばこ類	ブルガリア	290,836	37.6%	ドイツ	82,382	10.7%	FreeZone	66,301	8.6%	0	0.0%
2501	食塩	オランダ	6,031	34.2%	インド	2,876	16.3%	サウジアラビア	2,762	15.7%	2	0.0%
	合計		4,716,181	28.6%		2,138,550	13.0%		1,536,448	9.3%		

出所:ITC(International Trade Center)

上位3位の寡占率:

50.8%

UAEには周辺国・世界から多種の食品が輸入されている



輸入国上位3カ国でシェアの半分を占める寡占市場。
日本産のシェアは炭酸飲料の8.8%を除いて1%未満

日本からUAEへの食関連輸出状況

HSコード	製品	2016年 金額(千円)	割合	2015年 金額(千円)	伸び率2016/2015
1	生きた動物	280	0.0%	1,042	0.27
2	肉類	113,069	2.1%	67,361	1.68
3	魚介類	171,772	3.2%	179,892	0.95
4	酪農品	2,004	0.0%	1,336	1.50
5	動物性生産品	4,306	0.1%	1,162	3.71
6	植木、盆栽等	6,813	0.1%	4,371	1.56
7	野菜類	7,911	0.1%	11,637	0.68
8	果物類	624	0.0%	1,231	0.51
9	コーヒー、お茶類	55,045	1.0%	51,371	1.07
10	穀物	9,392	0.2%	7,034	1.34
11	穀粉、加工穀物	15,965	0.3%	10,513	1.52
12	種子等	30,296	0.6%	19,713	1.54
13	ガム類	0	0.0%	0	-
14	植物性生産品	5,117	0.1%	2,260	2.26
15	動物性又は植物性油脂	15,443	0.3%	20,293	0.76
16	肉、魚等の調製品	252,606	4.7%	241,480	1.05
17	菓子類	362,685	6.8%	439,536	0.83
18	ココア及びその調製品	44,266	0.8%	10,627	4.17
19	ベーカリー製品等	399,009	7.5%	388,299	1.03
20	野菜、果実等の調製品	28,337	0.5%	30,060	0.94
21	各種の調製食料	363,878	6.8%	300,357	1.21
22	炭酸飲料、お酒類	3,246,534	61.0%	5,473,971	0.59
23	食品残留物、調製飼料等	184,587	3.5%	107,064	1.72
	合計	5,319,939	100.0%	7,369,568	0.72

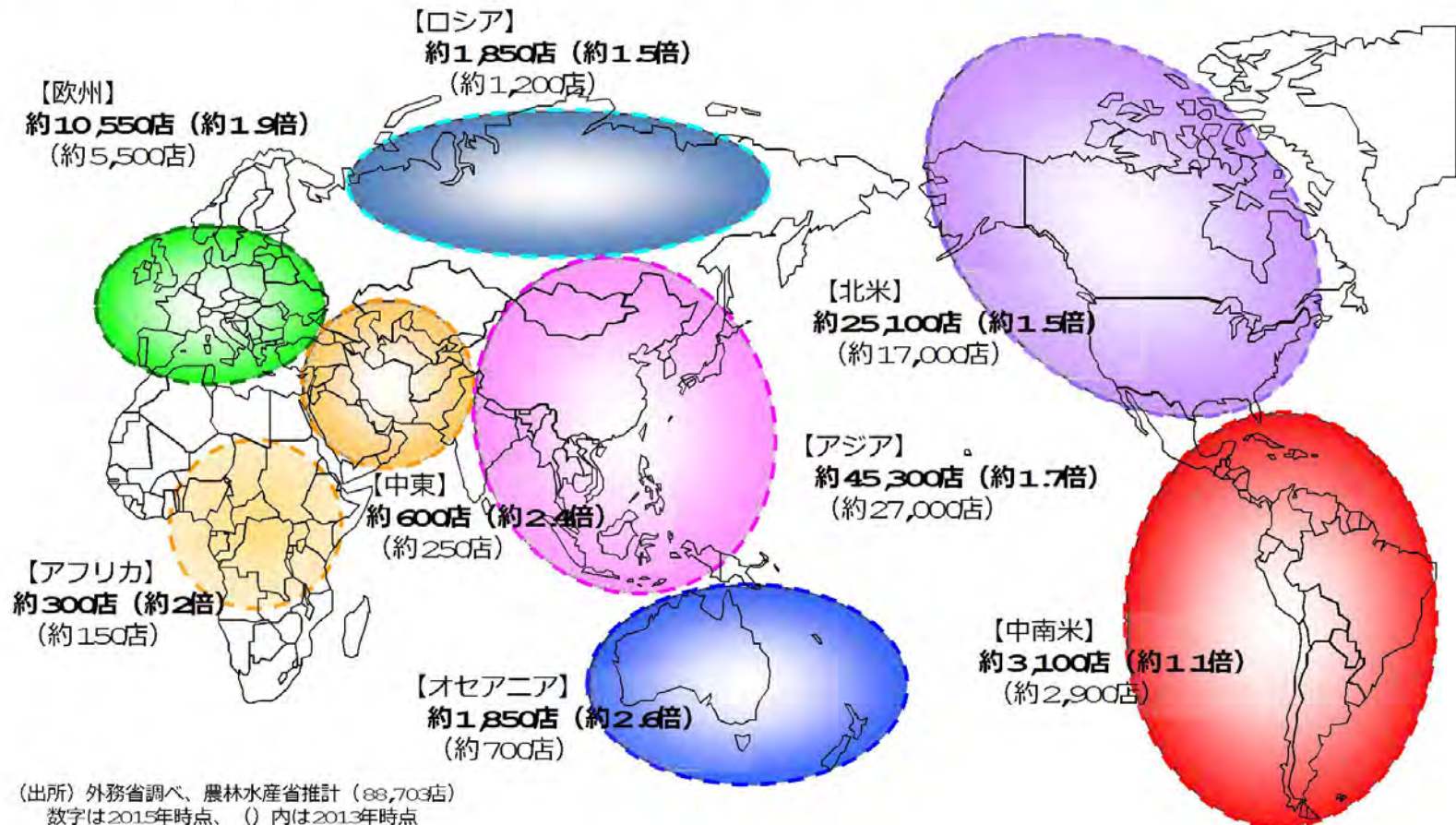
出所:財務省貿易統計をジェトロで加工・集計

日本食レストランの出店状況

海外における日本食レストランの数

MAFF

日本食レストランは約2.4万店(2006年)→約5.5万店(2013年)→約8.9万店(2015年)に増加。



日本食市場で日本のプレゼンスを高める

・UAEに日本食レストランは約200店舗。年平均10%程度の増加が見込まれる。味の良さやヘルシーなイメージで外食の選択肢として人気が高い。

日本食に対するドバイ在住者へのアンケート調査結果

好きな外国料理ランキング

順位	料理名	回答割合
1	中国料理	49.2%
2	インド料理	48.8%
3	イタリア料理	45.2%
4	日本料理	35.2%
5	タイ料理	27.4%
6	アメリカ料理	21.8%
7	メキシコ料理	16.6%
8	フランス料理	16.4%
9	韓国料理	6.2%
10	スペイン料理	6.2%

※対象者は好きな料理を3つ回答
(出身国料理を除く)

日本食を好きな理由

順位	理由	回答割合
1	健康に配慮	59.7%
2	味の良さ	56.8%
3	美容に配慮	31.3%
4	身近にある	30.7%
5	洗練されている・高級感	26.7%

※対象者は好きな理由を3つ回答

日本食品を買ったことがある、または日本料理店に行ったことがある人
77.8%

好きな日本食メニュー

順位	料理名	回答割合
1	寿司・刺身	51.2%
2	天ぷら	40.2%
3	焼き鳥	33.6%
4	カレーライス	30.8%
5	ラーメン	23.6%
6	そば	18.8%
7	うどん	17.2%
8	牛丼	15.6%
9	しゃぶしゃぶ	13.8%
10	とんかつ	13.4%

※対象者は好きな日本食を3つ回答

出所: ジェトロ調査(2014年)

医療機器 一人口増加による需要増、予防医療の必要性、 医療ハブ化、UAEの課題・目標に日本企業の技術を活かす

・偏った食事、運動不足などにより、肥満率の高さは世界でも高水準。今後の医療費の増大などを恐れるUAE政府は予防医療を強化。保健省も保健・予防省に改称。

アラブ人の食の好み

趣向	具体事例
濃い目	塩、こしょう、ショウガ、トマトベースのソース、チキンやビーフ、羊などのスープストック(マギーなど)、クミンなどの各種スパイス、油は、コーン油やオリーブ油、バター、Ghee(バターの一種)
肉	「サウジアラビア人はmeat lover」である(サウジアラビア最大のファーストフードチェーン企業Herfyのマーケティング・マネージャー)
多量	「量を出し惜しみすると、おいしくても人氣が続かない」(インターコンチホテルの常駐支配人)
甘いもの	油で揚げたあと、蜂蜜にくぐらせるお菓子が大好き。

出所: ジェトロ『サウジアラビアにおける食品市場調査(2010年3月)』

肥満率の高い国ランキング

順位	国	2014年	2008年
1	クック諸島	50.0%	改善 63.7%
2	パラオ	47.1%	48.9%
3	ナウル	45.1%	71.1%
8	カタール	41.0%	33.2%
11	クウェート	38.3%	42.0%
15	UAE	34.5%	悪化 32.7%
16	バーレーン	34.1%	32.9%
17	サウジアラビア	33.7%	33.0%
50	オマーン	26.5%	-
179	日本	3.5%	-

出所: The World Fact Book ,CIA

UAE人口の約2割が糖尿病
人口あたり罹患率は世界第14位

出所: The national

産業の多角化・高度化を目指す中東諸国に

日本を売り込む

ジェトロ・ドバイの重点支援産業とジャパンパビリオン出展展示会

食品・食品サービス

- Gulfood(年1回2月頃)
- ・約10万人が集まる中東最大の食品見本市
- ・2017年はジャパンパビリオンに44社・団体が出展
- ・新たに和牛専門ブースを設置



2017年Gulfood 出展成果

- ・44社・団体が出展
- ・約6億円(見込含)の成約
- ・成約のうち約1/4は和牛関連。続いて健康志向の食品が人気が高い。

医療機器

- ArabHealth(年1回1月頃)
- ・中東最大の医療機器関連見本市
- ・ジェトロは7回連続ジャパンパビリオンを出展
- ・2017年は20社出展



- ・商談件数合計は2,600件超を記録(4日間)
- ・日本製品に対する信頼が圧倒的
- ・他国展示会では大手企業に来場者が集中するが、本展示会では中小企業ブースにも多数の来場者が来訪

2017年ArabHealth 出展成果

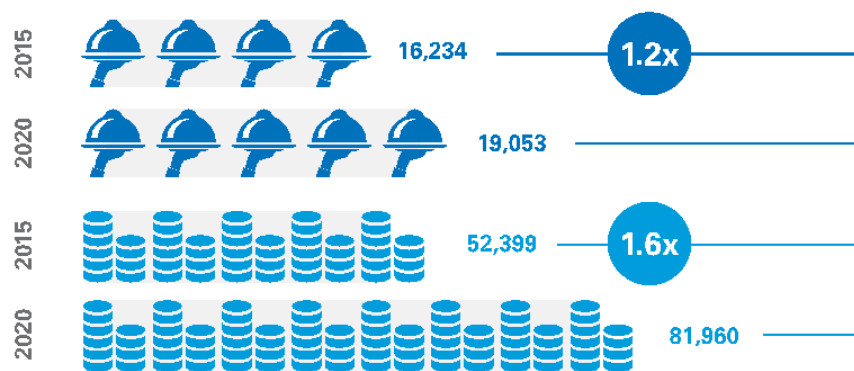
出所:筆者撮影等

ドバイ(UAE)の食のトレンド

- UAEの外出・飲料産業市場は2015年のAED52.4億(約1,570億円)規模から2020年にはAED82億(約2,460億円)へと1.6倍の力強い伸びを見せると予測されている。



The UAE's food & beverage market



Source: Euromonitor



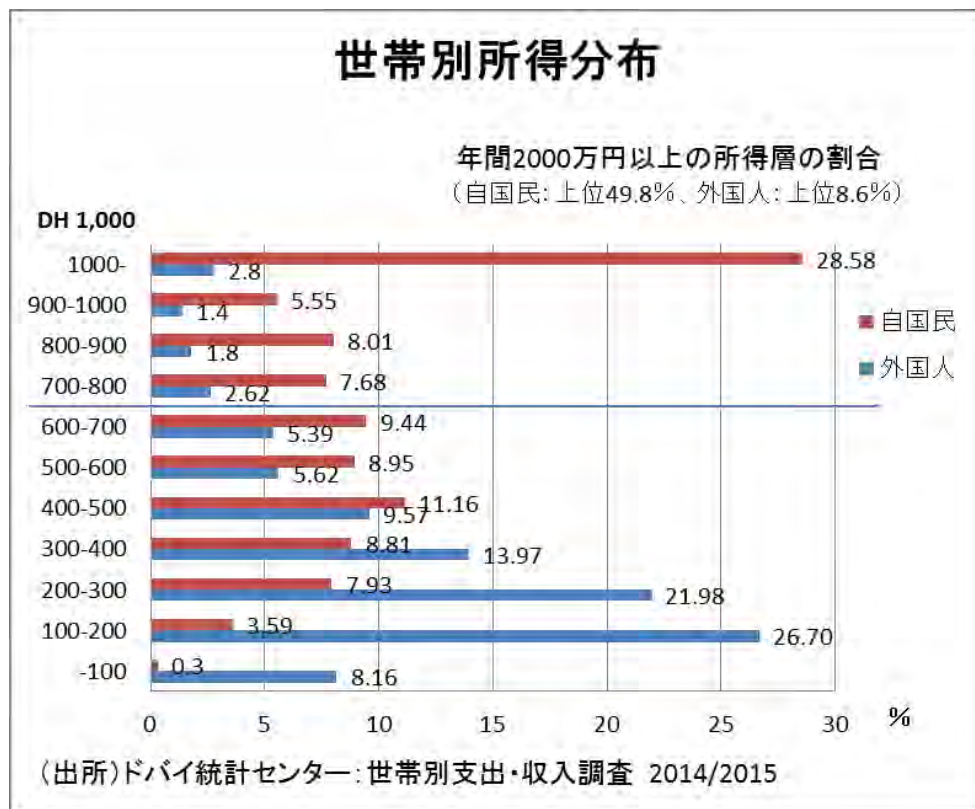
Source: 2016 UAE Food & Beverage Survey by KPMG

ドバイ(アラブ人)の消費行動の特徴

- 消費市場は小さいが、家計あたり消費支出額が大きいUAE人世帯
- 食品は、見た目と量を重視
 - パッケージを工夫して商品ブランド名をアピールすることが大事
 - アラビア語での素材等の説明が必須(英語は必須では無いが当然必要)
 - 大家族で食べるボリュームと価格のバランス
- 食品購入は保守的で質にこだわりが少ない
 - 未知のものを口にすることをためらう、ハラールでないと食べない
 - 西欧系スーパーには定番商品が多く並び、商品入れ替えは少ない
 - 普及には各国民の食生活に合わせた提案が重要
- 食事は家庭食はメイド、外食はレストランが中心
 - 家庭用食の買い物・料理はメイドまかせで、大人の夕食は外食も多い
- ファーストフードもファミリーに人気
 - ショッピングセンターのフードコートも人気

ドバイ首長国の世帯当たりの年間所得の状況

- ドバイ首長国の自国民世帯の50%、外国人世帯の8.6%は年間所得2,000万円以上
- UAE国民のうち、自国民世帯10%のうちの50% = 5% + 外国人世帯90%のうちの
高所得・中間層43%のうちの8.6% = 4%が高所得層。つまり、UAE国民の約1割が
日本産を購入できるターゲット層と推計。
- 外国人世帯とは、国民の約90%の外国人労働者のうち、マネージャークラスの高所得階層および中間層の約43%であり、労働キャンプなどのワーカー、シェアハウスなどの集合世帯は含まない



ドバイ首長国の一般世帯当たりの年間平均支出額の内訳(2014年)

- UAEドバイ首長国の世帯あたり支出に占める食品・飲料の割合は13.1%
- ホテル・レストランでの食事費用の4.2%を含めると、17%超
- UAE人世帯は非UAE人世帯よりも約2ポイント食費への支出が高い
- 逆にUAE人世帯はホテル・レストランでの支出は約1ポイント低い

(単位:AED)

	UAE人		非UAE人		全体	
	金額	割合 (%)	金額	割合 (%)	金額	割合 (%)
食品・飲料費	62,328	14.6	23,682	12.7	27,830	13.1
自家製食品費	37	0.0	—	—	4	0.0
レストラン・ホテル費	14,087	3.3	8,366	4.4	8,980	4.2
非食品・飲料への支出	349,221	82.1	155,047	82.9	175,890	82.7
総消費額	425,673	100.0	187,095	100.0	212,704	100
現金送金	5,492		15,829		14,719	
総支出額	431,165		202,923		227,423	
総収入額	866,890		337,392			

出所: Dubai Statistics Office “Annual Average Household Expenditure and Consumption by Expenditure Divisions - Emirate of Dubai

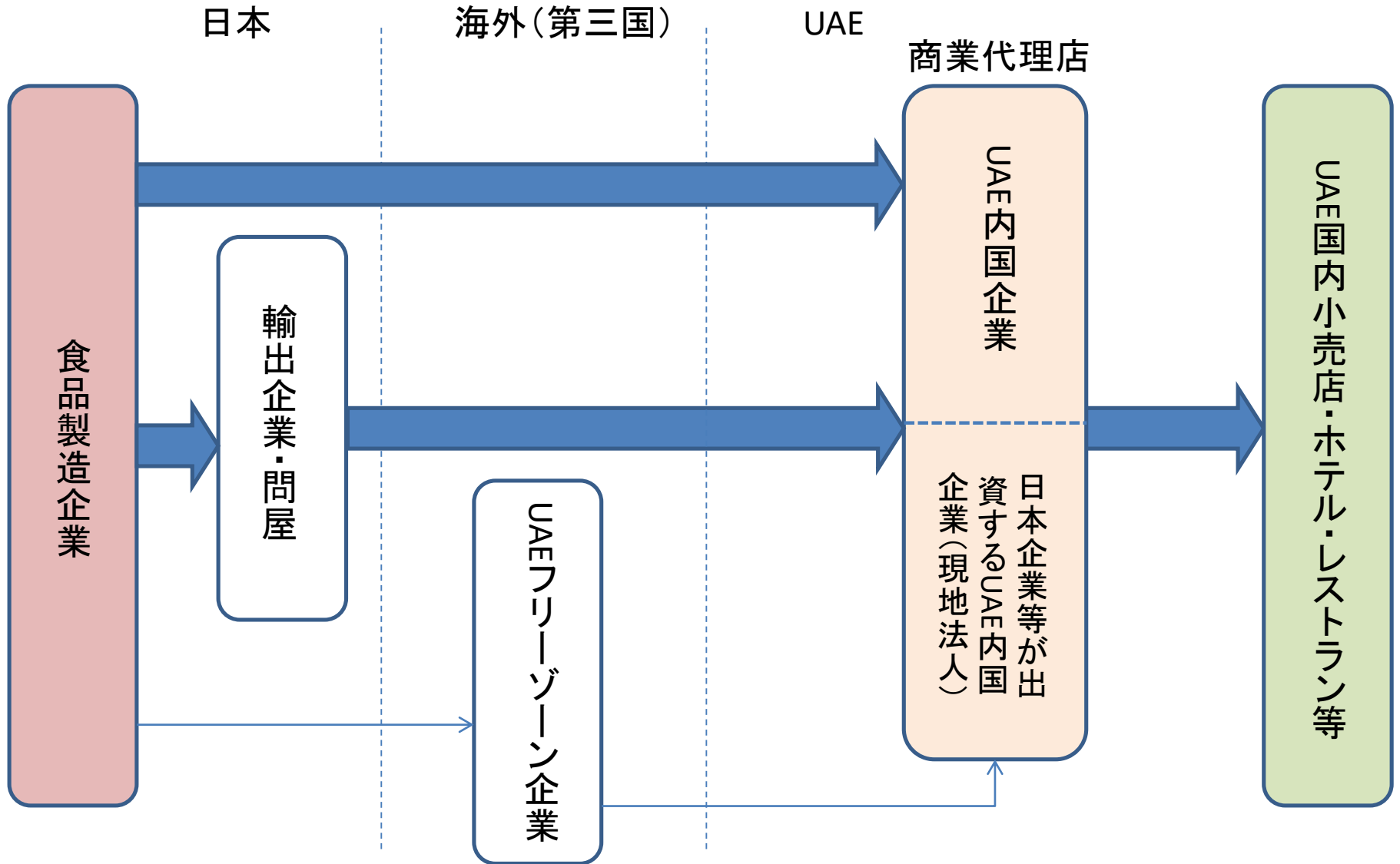
UAEの2014年食料雑貨売上上位10社

- UAEの大規模小売店舗のうち、メジャーなグループとして、インド系のルル、フランス系のカルフル、ブランドはイギリス系（現、エジプト系）のスピニーズ（高級店のウエイトローズ）などがある（2017年にCarrefourがGéantを買収）
- 上位10グループで約18%の市場を占有している
- 最近は、このような量販店においても、野菜などのオーガニック食品販売コーナーが目立つようになり、高所得層向けの高級食材が売れ始めている
- これらの店舗の他にもレストランと高級食材を併設したお店やオーガニック商品に特化した高級食材店など、特徴ある店舗が高所得層を惹きつけている

順位	店舗名	食料雑貨売上高 (USドル)	市場シェア	店舗数
1	Lulu Group	1,726,648,912	6.01%	47
2	Carrefour	1,172,411,016	4.08%	49
3	Spinneys	567,889,334	1.98%	46
4	Choithram	440,887,727	1.54%	31
5	Al Safeer	371,459,500	1.29%	18
6	Al Maya	332,410,969	1.16%	45
7	Abu Dhabi Co-op	244,173,542	0.85%	9
8	Fu-Com (Géant)	131,295,400	0.46%	6
9	LVMH	114,966,792	0.40%	18
10	John Lewis (Waitrose)	99,048,159	0.34%	7

出所: ジェトロロバイ調べ(2017年3月)

UAEの主な食品販売ルート



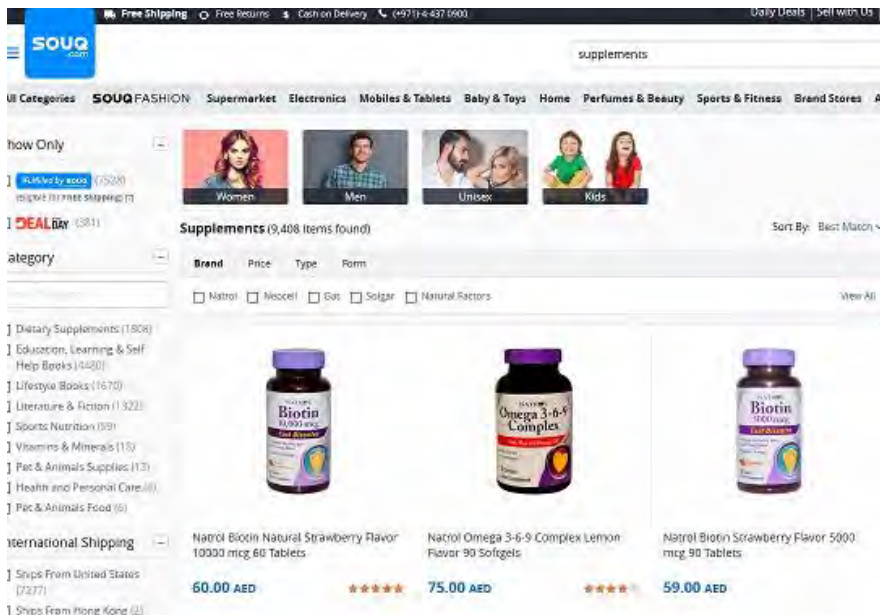
UAEの主な食品販売ルート(ネットビジネス)

2017年3月、アマゾン(米国)がドバイのSouq.com(2005年設立)を5億8千万米ドルで買収(出所:Wikipedia)するなど、ネットビジネスも伸びてきている。

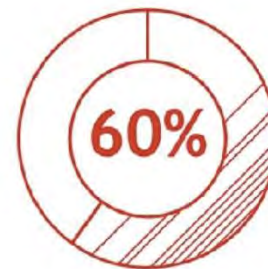
中東のネットビジネス(小売り総額に占めるEコマース市場の割合は0.56%:2014年)

- ・COD76%、Credit Card 24% (2014年)
- ・PayPal支払いが伸びている シェアは30%(VISAは44%) (2014年)
- ・ネットビジネスの有望市場はサウジ、UAE,エジプトの順

出所: Paul Kenny氏 (Pauldkenny)講演資料2017年、ジェトロ調べ



25 YEARS
OF AGE COMPRISE ABOUT



MENA POPULATION



INTERNET USER IN THE GCC ARE MAKING ONLINE PURCHASES



ONCE A
MONTH

YOUNG POPULATION WITH DEEP POCKETS

ドバイ(アラブ人)の食生活の特徴

- **ヘルシー(健康、安全)**
健康や安全を意識した商品(無添加、オーガニック等)
生鮮野菜の消費量は高い
- **ユニーク(独自性)**
保守的であり、新しい物を試そうとしない(魚などの生食系は難しい)
- **オーセンティシテイ(本物の味を知らない)**
本物の味の良さを知らない、フュージョンで満足
- **イージー(簡便)**
メイドが作るので、調理が簡単・便利な商品
- **リーズナブル(適正価格)**
安くて、多くて、味の濃い商品
- **サステイナブル(持続可能)**
一部の欧米人以外、全くと言っていいほど関心が無い。

ドバイの日本食レストランの特徴

- 日本食レストランの顧客は日本人・知日欧米人が主流で、アラブ人は未だ少数

業態	主な顧客	特徴
■ホテル内日本食レストラン		酒類がサーブされる。
伝統的高級店	高所得欧米・日本人	鮭に高級食材を多く使用し、日本産にこだわる店も少ない。
フュージョン高級店	高所得欧米・アラブ人・日本人	築地産の高級品や珍しい食材への需要が高い。フリーゾーン内の居酒屋風レストランが外国人に受けている。お酒の需要が高い。
日系大衆店	一般欧米・日本・アラブ人	品質・価格のバランスが良く、日本人等に安定的な需要があり、最近ではラーメン、牛丼等B級グルメも人気。
■ホテル外日本食レストラン		酒類はサーブされない。
フュージョン高級店	高所得欧米・観光客	高品質な食材や珍しい食材への需要が高い。モール内のレストランが観光客にも受けている。
日系大衆店	一般欧米・アジア・日本・アラブ人	手頃価格で幅広いメニューがあり、日本食が食べられるのが人気。食材は日本産は少ない。
アジア系大衆チェーン店	一般欧米、アジア、アラブ人	安価な現地産、アジア産の食材中心の日本食もどき。日本食専門では無いが、鮭を出すレストランも多く見かけるが、食材は日本産は無い。

ドバイの日本食材店舗・棚の特徴

- 日本人の他、知日派欧米・アラブ人に人気の日本食材

業態	主な顧客	特徴
日系小売店	居住日本人、周辺国の日本人等	2013年、1店舗オープン。有力な商談先候補である。ホテル納入用の業務販売商品向きの傾向。ネット販売。
インド、韓国系日本食小売店	日本料理シェフ、知日欧米人・アラブ人、日本人、韓国人等	従来から店舗があることが強みで、固定客が着いている。概して需要ロットが小さいので、販売価格が高い。
大規模小売店 Waitrose, Spinney's Carrefour, Choithram, Al Maya等	知日欧米・アラブ人、日本人、アジア人	どこも日本食品の棚があるが、スペースは限られている。供給体制、棚代、価格競争等から敷居が高い。
オーガニック系高級商品店舗 Organic Foods & Cafe	一般欧米人・アラブ人、日本人	多少価格が高くても、 <u>オーガニック</u> 、 <u>グルテンフリー</u> 等の特徴があれば、人気が出る可能性あり。

ドバイの食市場の特徴(7つの考慮ポイント)

- ①ターゲット(所得層と味覚、販売場所)
- ②商品(味・品質・量・価格の一致)
- ③スポンサー(地元人のビジネスの支援)
- ④ビジネス期間(ラマダン等宗教行事、酷暑)
- ⑤ハラール(コスト増加)
- ⑥原料調達(輸入ルート、コールドチェーン)
- ⑦人材確保(マネージャー、教育システム)

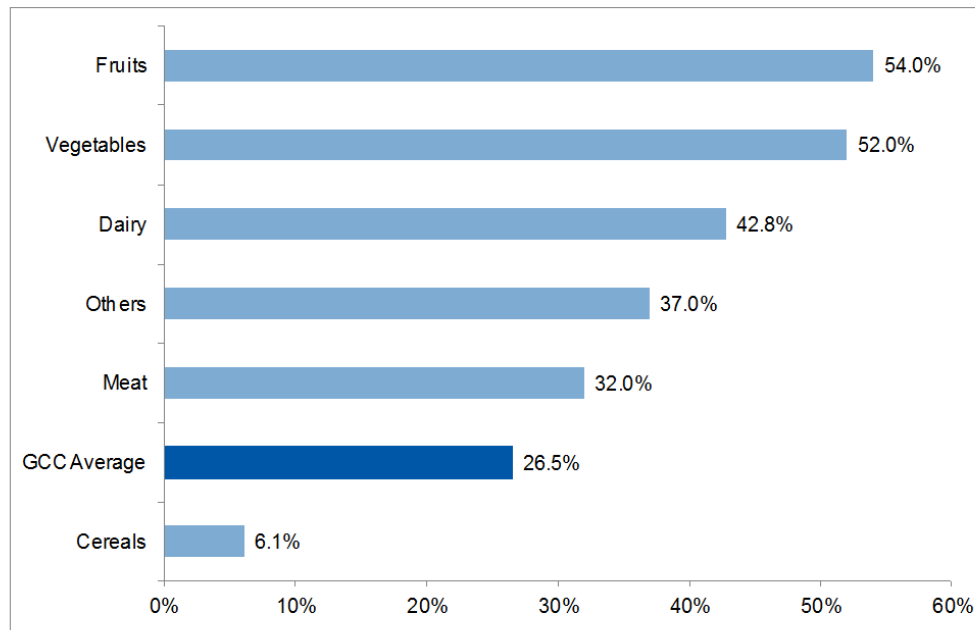
価格を超える“価値”を訴求出来れば、日本食市場は伸びる

GCCの種類別食料自給率

GCC全体の平均の種類別食料自給率

GCC全体の食のカテゴリ一別自給率(2012年)をみると、フルーツが最も高く約5割強、次いで野菜の約5割、乳製品の約4割、肉類は約3割となっており、食全体では26.5%の自給に止まっている。

Exhibit 30: Self-sufficiency Ratio in the GCC (2012)



Source: Arab Agricultural Statistics Yearbook, Alpen Capital

出所: "Arab Agricultural Statistics Yearbook"

UAEの諸外国との食品の貿易(2014年)

UAEの輸入先相手国は、インドが首位で10%、次いでブラジルの9%、3位の米国の7%など、上位10カ国で輸入全体の約半分の金額割合を占める。

輸出先相手国は、イランやイラクで30%を占めているなど、その地理的、歴史的つながりを反映した状況。(カタールへの輸出は停止中)

輸入相手国			輸出相手国		
国名	金額 (百万ドル)	割合(%)	国名	金額 (百万ドル)	割合(%)
インド	2,063.38	10.2	イラン	1,711.57	16.9
ブラジル	1,823.77	9.0	イラク	1,428.23	14.1
米国	1,495.97	7.4	オマーン	1,139.61	11.3
オーストラリア	806.79	4.0	アフガニスタン	440.99	4.4
サウジアラビア	784.07	3.9	サウジアラビア	383.47	3.8
ニュージーランド	718.49	3.5	シリア	270.26	2.7
韓国	629.53	3.1	カタール	232.57	2.3
フランス	606.49	3.0	ソマリア	199.63	2.0
オランダ	537.73	2.6	インド	186.62	1.8
中国	524.66	2.6	ベトナム	183.20	1.8
合計	20,324.80	100.0	合計	10,099.57	100.0

注: 上表はフリーゾーン(自由貿易地域)との輸入(5億7,986万ドル)・輸出(5億5,432万ドル)を除く
出所: WITS

UAEの国内農業生産と生鮮食品の消費

生産量は年によってかなり変動があるものの、トマトが野菜生産量全体の30～40%を占めるほか、キャベツ、キュウリ、ニンジンも多い。果物ではナツメヤシが大半を占め、マンゴやかんきつ類も多い。肉類では鳥肉の生産量が最も多い。

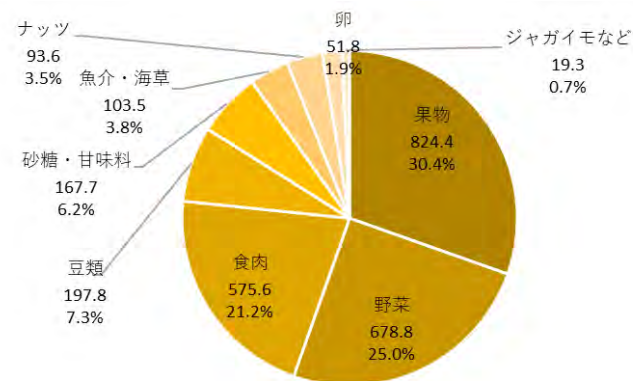
UAE国内農業生産

(単位:千トン)

	2011年	2012年	2013年	2014年
穀物	93.21	32.95	62.84	52.63
根菜・茎類(ジャガイモを含む)	9.50	9.60	10.00	10.06
豆類	2.23	2.23	NA	NA
野菜	153.96	155.60	119.17	133.99
トマト	58.67	35.47	33.13	62.72
スイカ	2.08	2.00	1.50	2.20
メロン	2.42	2.00	2.00	2.00
なす	11.38	10.7	5.18	9.76
カリフラワー	7.76	6.89	2.67	7.25
キャベツ	6.57	12.67	7.58	13.00
きゅうり・ガーキン	4.50	15.10	33.87	16.00
ニンジン	9.47	9.50	9.50	10.00
オクラ	0.82	1.60	1.60	1.67
その他の野菜	50.29	59.67	22.14	9.39
果実	262.79	229.81	250.09	263.74
ナツメヤシ	239.16	207.81	227.61	245.00
いちじく	0.40	0.80	0.80	0.84
ザクロ	0.12	0.12	0.13	0.11
ぶどう	0.05	0.06	0.06	0.06
マンゴ	10.60	8.00	8.00	6.68
バナナ	0.18	0.20	0.21	0.22
かんきつ類	10.65	10.83	10.83	10.83
その他の果物	1.63	1.99	2.45	0

生鮮食品の消費

(単位:千トン)



出所: "Arab Agricultural Statistics Yearbook – Vol 34 & Vol 35", Arab Organization for Agricultural Development (AOAD:アラブ農業開発機関)

UAEの1人当たり食品・飲料の消費額の内訳(2010～2012年)

- UAEの食品支出で最も多い項目は“肉類”で、鶏肉、羊、牛肉などの消費が高い
- 次に、パン・穀物、野菜、果物、そして暑い気候から飲料、特に炭酸飲料系の消費が高い
- 魚介類についても、一定の消費があるが、アラブ系の人たちは好きと嫌いの2派に分かれ、特に生魚は海外で経験して好きになった人以外には好まれていない

(単位:ドル)

	2010年	2011年	2012年	
	金額	金額	金額	割合(%)
食品	2,579.20	2,694.90	2,804.70	90.1
パン・穀物	402.2	421.6	441.7	14.2
肉類	633.4	663.2	690.9	22.2
魚介類	238.1	249.4	261.1	8.4
ミルク、酪農品	367.1	383.6	399.6	12.8
油脂	86.3	90.1	93.4	3.0
果物	283.8	297.7	312.3	10.0
野菜	331.8	346.1	358.7	11.5
砂糖・砂糖菓子	155.6	162.8	170.0	5.5
その他食品	81.0	80.4	76.9	2.5
飲料	279.3	292.9	306.8	9.9
コーヒー、茶、ココア	68.2	71.4	74.5	2.4
水、清涼飲料水、ジュース	211.1	221.6	232.2	7.5
食品・飲料消費支出額	2,858.50	2,987.80	3,111.50	100.0
アルコール飲料、たばこ	43.5	45.4	47.1	
総消費支出額	19,672.8	20,737.0	21,822.8	

出所: Euromonitor, 2013 – Agriculture and Agri-Food Canada, “Consumre Profile – United Arab Emirates” (May 2014)

GCCの新たな税金の導入(消費税、物品税)

①物品税(Excise Tax)

たばこ100%、エナジードリンク100%、炭酸飲料50%

(課税対象の定義は執筆時点では不明)

(2017年第4四半期から導入開始予定: サウジでは6月11日から開始
済みなるも、対象の定義はよく分からない)

②消費税(VAT: Value-Added Tax)

一律5%(課税対象の詳細は現時点では不明)

(2018年1月1日から導入開始予定)

UAEのエナジードリンクと炭酸飲料の市場規模は表1のとおりであり、年々購入量の伸びが見られる。1人当たり年間購入量を2016年でみると、UAEのエナジードリンクの購入量は5.3リットルで、日本の1.8倍、同炭酸飲料の購入量は41.7リットルで、日本の1.2倍といずれも日本を上廻っている。

UAEのエナジードリンク・炭酸飲料の市場規模

国名	カテゴリ	単位	2012	2013	2014	2015	2016
UAE	エナジードリンク	量(1000リットル)	41,186	44,063	46,735	49,748	52,712
		小売額(1000米国ドル)	247,499	264,319	278,416	292,299	309,043
		1人当たり年間購入量(リットル)	4.7	4.9	5.0	5.2	5.3
	炭酸飲料	量(1000リットル)	341,979	358,283	381,444	406,622	410,520
		小売額(1000米国ドル)	723,335	753,666	791,395	831,908	845,425
		1人当たり年間購入量(リットル)	39.0	39.7	41.0	42.4	41.7
日本(参考)	エナジードリンク	量(1000リットル)	277,984	299,490	324,114	353,619	367,218
		小売額(1000米国ドル)	2,124,876	2,244,141	2,419,656	2,524,420	2,578,090
		1人当たり年間購入量(リットル)	2.2	2.4	2.5	2.8	2.9
	炭酸飲料	量(1000リットル)	4,312,798	4,397,307	4,352,117	4,453,791	4,395,473
		小売額(1000米国ドル)	16,202,020	16,139,023	15,839,698	15,951,966	15,785,020
		1人当たり年間購入量(リットル)	33.8	34.5	34.2	35.1	34.6

(出所) ユーロモニター、IMF統計をもとにジェトロ作成

“Ⅲ食品規制”

UAEの主な輸入制度

規制制度の体系

■ 連邦政府

(気候変動環境省MoCCE)

(基準化計測庁ESMA)等

↓ 関係法令、GCC／連邦政府の方針、基準等

● 各首長国(食品安全部局)

↓ 具体的な運用方針、輸入食品の登録・輸入許可等

各首長国の輸入の現場(税関/食品検査官)

各首長国関係部局からの通知、指示等に基づき輸入検査を実施
サンプル検査等を実施

UAEの主な輸入制度

(例)ドバイ首長国の輸入手続き(輸入時の必要書類)

担当部署: Dubai Municipality Food Safety department

- ①B/L又はAWB(船荷証券、航空貨物運送状)
- ②D/O(配送指示書)
- ③Health Certificates(衛生証明書)
→Free Sales Certificates(FSC:自由販売証明書:厚労省)
又は“商工会議所のサイン証明”で代替(ドバイのみ)
- ④Packing List(パッキングリスト)
- ⑤(肉製品の場合) Halal Certificates(ハラール証明書)、
食肉衛生証明書(食肉衛生検査所:厚労省)、輸出検疫証明書(農水省)
- ⑥その他必要書類(必要に応じて)
例示: GMO-Free Certificates(遺伝子組換では無い食品)、Avian Flue-Free
Certificates(鳥インフルエンザ菌殺菌証明)等
- ⑦放射性物質検査証明書
5県は必須、それ以外は産地証明書(都道府県)

ドバイの主な輸入手続き(輸入前準備)

担当部署: Dubai Municipality Food Safety Department

1)食品登録(必須): Food Import and Re-export System (FIRS)

全ての食品はFIRSへの事前(輸入前)登録が必要。輸入ライセンス取得企業のみ可能。

2)食品ラベルの許可取得: Al Kifaf Center, Karama Center 等

①Label Registrationラベル登録

- ・全てのパッケージ商品には、個別パッケージにアラビア語で表記されたラベルが必要。
 - ・政府は輸入時の輸入トラブルを防止するため、FIRS登録後、ラベルの登録が必要。
- 登録内容は、バーコード、ブランド名、製造～賞味期限の期間、重量、食品のタイプ等

②Label Assessmentラベル評価

- ラベルに記載する原材料の詳細の評価(消費者保護の観点から、添加物や香料の詳細が求められる)
- ・ラベルの登録時、必要に応じて3)の受検指示有。
- ・果物、野菜等のラベル貼り付けができないものは個別ラベル不要。

※ホテル等業務用食品は個別商品へのラベル貼付不要(外箱への英語ラベルのみでよい)

3) 分析検査: Dubai Central Food Laboratory等

政府は、食品が食用として適しているという客観的な検査の受検を推奨。ただし、分析結果書類がない場合、ドバイ政府によるサンプル抜き取り検査が行われる場合があり、同検査結果が出る迄、自社の倉庫等で販売許可を保留される。

(以下、参考)

Offices for Food Item Registration: Working hours 07:30-14:30 (Ramadan 09:00-14:00)

- 1) Karama Municipality Center – Tel. +971-4-3374800 / 2) Dubai Flower Center – Tel. +971-4-2163485
- 3) EK Mega Terminal – Tel. +971-4-2163372 / 4) Jebel Ali Port Gate 3 – Tel. +971-4-8818675 ext. 218
- 5) Al Kifaf Center Tel. +971-800-900

2016年の日本からドバイ酋長国への輸入規制違反 1

No.	輸入規制違反内容	品目数	主な違反
1	放射性物質検査証明書が未提出(2016年は15都県、12月から5県)	12,734	12,734
2	衛生証明書(商工会議所サイン証明)の写しの提出	3,132	3,132
3	養殖魚のエサのハラール証明書が未提出	1,415	1,415
4	アラビア語が必須項目のラベルなし	300	300
5	アラビア語での原産国の表記なし	158	158
6	放射性物質検査証明書の規定項目を満たしていない	158	158
7	衛生証明書の未提出	144	144
8	製造日の表示なし	118	118
9	製造日がステッカーに表示	108	108
10	衛生証明書発給が認められていない機関からの提出	89	
11	ハラール証明書の写しの提出	80	80
12	特定出来ない原材料成分の混入	65	
13	個別包装のパッケージラベルなし	60	
14	ラベルの表記がアラビア語または英語で表示していない	60	
15	衛生証明書が記載規定に準拠していない	47	
16	食品に貼付するラベルが簡単に剥がせる状態	45	
17	検査機関の検査で食品基準に不適合	42	
18	製造日と賞味期限がステッカーに記載(直接袋に印字すること)	33	
19	正味重量が表示していない	29	
20	ハラール証明書が未提出	28	28
21	ハラール証明書が不適切	25	25
22	ステッカー関連でその他の理由	23	
23	商品名なし	23	
24	原産国の二重表示	22	
25	表示が禁止されたマーク、サイン、文字が記載	19	
26	個別包装商品の外袋に製造日と賞味期限記載なし	18	
27	許容されていない原材料成分の混入	18	
28	養殖魚のエサのハラール証明書が不十分な記載	17	
29	原産国の表記なし	15	
30	原材料成分の一部表示なし	14	
31	個別包装が不完全	12	

2016年の日本からドバイ酋長国への輸入規制違反 2

No.	輸入規制違反内容	品目数	主な違反
32	食品が検査官の査察に適さない状態	12	
33	ラベルの表示が明瞭でない	12	
34	生産日の二重表示	12	
35	正味重量がラベル表示と不適合	11	
36	賞味期限の表記なし	10	
37	賞味期限の二重表示	10	
38	GMOフリー表記食品のGMOフリー証明書が未提出	9	
39	原材料のアラビア語成分表記の誤訳	8	
40	食品の必要保存温度が未表示	8	
41	賞味期限ルールを超過している(輸入時に賞味期限が半分以上あること)	7	
42	原材料成分表示が不十分	7	
43	原材料成分の表記がアラビア語以外の外国語のみで表示	7	
44	製造日が先の日付が印字されている	6	
45	製造日と賞味期限が両方表示していない	6	
46	アラビア語のラベルの訳が間違ってる	4	
47	冷凍物が溶けている	4	
48	オーガニック食品のオーガニック証明書の未提出	4	
49	アラビア語の商品名が未表示	4	
50	賞味期限の期間の表示間違い	4	
51	輸入必要書類の不足	3	
52	賞味期限切れしている	2	
53	食品に異物が混入	2	
54	検査機関のさらなる追加検査が必要	2	
55	関係機関からの追加承認が必要	2	
56	賞味重量が間違っ表示	2	
57	商品のオリジナルの製造・賞味期限の日付がステッカーで隠されている	2	
58	商品のオリジナルの成分がステッカーで隠されている	2	
59	商品名が未表示	2	
60	製造日と賞味期限の表示方法が間違っている(日/月/年の順、平成年で表記)	2	
61	二つの異なるラベルを貼付	2	
62	サンプルの輸送方法が間違っている(1便1個、45kgまで)	1	
	総計	19,220	18,400

出所:ドバイ食品安全局

95.7%

UAE連邦政府の輸入関税表

The Unified Customs Tariff for GCC States 2017

<https://www.fca.gov.ae/en/HomeRightMenu/Pages/hscodedefinition.aspx?SelectedTab=5>

(全435ページ)GCC共通関税

課税のタイプ:

原則、例えば、牛肉で生鮮及び冷蔵は無税、冷凍は5%課税

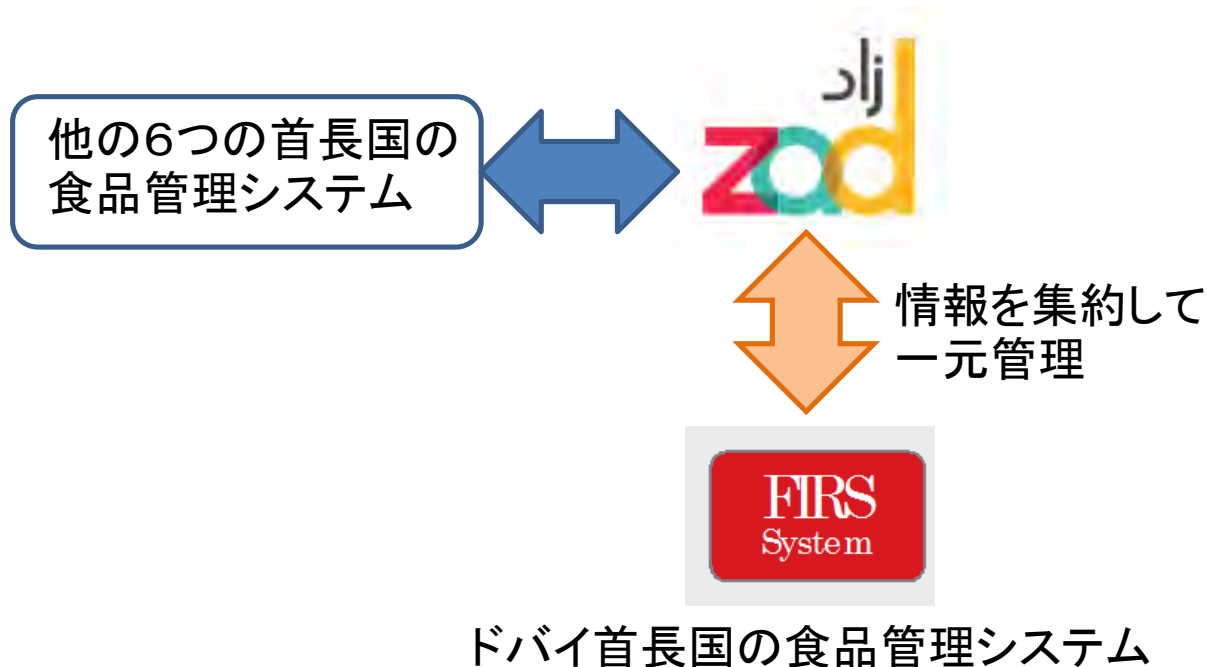
例外として、たとえば、馬肉は生鮮、冷蔵、冷凍ともに5%課税

麦類(ライ麦は5%課税)、大豆、米などの必需品は無税。小麦粉なども無税。

詳しくは、上記関税表で要確認。

UAEの食品登録・管理制度

気候変動環境省の食品管理のゲートウェイシステム



出所:各社HP等

UAEの主な輸入制度

食品表示

① 基本的表示事項(連邦法、首長国規則)：(下線部はアラビア語必須)

ブランド名、商品名、原材料、製造日、消費期限、製造業者、正味重量、原産国、製品バーコード、製品ロット番号、保存方法※、アレルギー成分※、使用方法※、栄養表示※(※印は必要に応じて記載)

② 栄養表示(首長国規則)：

離乳食、処方食で必須表示

③ アレルギー表示(首長国規則)：

ミルク類、卵、魚、甲殻類、ナッツ、ピーナッツ、小麦、大豆を含む場合、その旨表示
(政府資料より引用・仮訳)

(参考)ドバイ首長国政府担当部署の連絡先

Food Label Approval:

Al Kifaf Center Tel. +971-800-900 営業時間(07:30-14:30)

UAEの主な輸入制度

<日本からの輸入が制限されている食品>

- **ハラム食品** (全面禁止ではない)

ハラルでない畜肉および畜肉エキスを含む製品
(畜肉エキスを成分とするゼラチン、スープなどの加工品を含む)
アルコール類(アルコール、清酒、みりん等)を含む製品
⇒ イスラム法の観点から輸入制限

- **アルコール飲料** (全面輸入禁止ではないし、空港免税店で入国時に購入可)
特殊な輸入企業であるMMIやA/Eを荷受け人として輸入可能

- UAEで認められていない食品添加物や着色料を含む食品

- UAEの規定値を上回る食品添加物等を含む食品

- **放射線関連** (2016年11月13日～)

5指定県：福島、群馬、栃木、宮城、岩手は所定の放射性物質検査証明書の提出

5指定県以外：公的機関の産地証明又は所定の放射性物質検査証明書の提出

UAEの主な輸入制度

養殖魚(加工品を含む)に関する輸入規制

- 2013年8月28日より、養殖魚及び加工品に豚由来物質や、魚介類由来以外の動物由来物質を餌として与えていないことを証明する必要

養殖魚か天然魚か

養殖

天然

- ✓ 魚およびその加工品は海産物以外の動物性由来性物質を与えられていない旨の証明
- ✓ この証明は輸出国政府発行のものであること

✓ 養殖魚でないことの証明

魚介類は元来のハラル食品として認識されていたが、今回の規制変更は、肉及び肉製品以外にもハラル性を確認する必要性を認識し始めたことを意味

実態として、サクに加工した魚は証明書を求められていない模様。

UAEの主な輸入制度

自然発酵アルコールの含有量規制

- 食品中の自然発酵アルコールの残留濃度により、輸入が規制されている。
- 食品に添加された醸造アルコールを含む場合は濃度に関わらず輸入禁止。

(しかし、自然発酵アルコールと醸造アルコールの違いの区別は分析機器ではつかない)

Maximum Level of Alcohol Content in Foods.

Food Item	Alcohol
1. Non-alcoholic beer and non-alcoholic malt beverage	0.05% v/v
2. Energy drinks	0.05% v/v
3. Non-alcoholic carbonated ready to serve beverages	0.05% v/v
4. Grape juice	0.5% v/v
5. Grape fruit juice preserved by physical means	0.3% v/v
6. Mango juice and nectar	0.3% v/v
7. Mixed fruit juices	0.5% v/v
8. Mixed fruit nectar	0.3% v/v
9. Fruit drinks	0.03% v/v
10. Other fruit juices and nectar	0.3% v/v
11. Grape (wine) vinegar	1.0% v/v
12. Other vinegars	0.5% v/v
13. Fruit concentrates	0.5% v/v
14. Syrups and squashes (fruit based)	0.5% v/v
15. Syrup (synthetic)	0.1% v/v
16. Sauces and ketchups (all types)	0.5% v/w
17. Chocolates	0.02% v/w
18. Other foods	0.02% v/v

出所：UAEドバイ市政庁

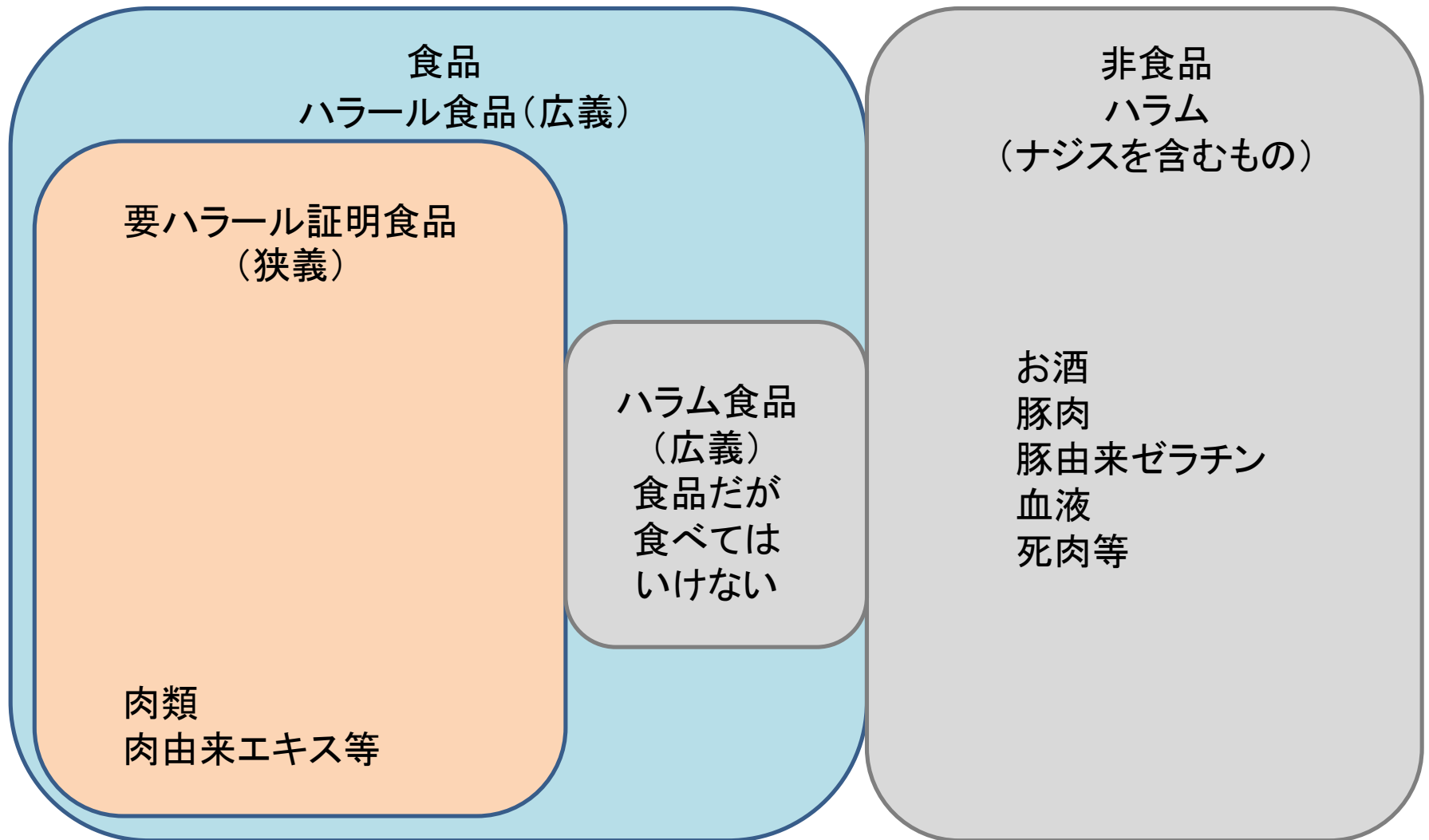
①食品の種類により許容濃度が異なるが、最高でも残留濃度は1.0%以下(ワインビネガー)

②醤油などのソース類は0.5%以下

③ノンアルコールビールは0.05%以下

④その他の食品は0.02%以下と、分析機器の検出限界値に等しい

GCCのハラール食品の簡便な概念図



中東と東南アジアのハラール食品に関する相違点

(参考)ハラールとハラール認証

- 東南アジア市場：ハラール（広義）とそうでないものが混在して流通
- 中東市場：ハラール（広義）であるもののみ流通

項目	東南アジア	中東
食品ハラール性確認	<ul style="list-style-type: none"> • <u>輸入時のハラール性の確認はしていないが、JAKIM等認証機関がハラールマークを管理</u> 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>輸入時のハラール性の確認は食品安全局が食品衛生と同時に行う</u>
小売市場	<ul style="list-style-type: none"> • ハラール食品とハラールでないものが市場に混在。 • ハラールコーナーのある小売店もある 	<ul style="list-style-type: none"> • マークの有無に関わらず、市場の食品はハラール。 • ハラールではないものは、輸入禁止、または特定売り場、特定店舗で販売
輸入制度	<ul style="list-style-type: none"> • 個別の商品ごとに認証団体で認証。 • 肉・肉製品以外はハラール認証取得せずとも（制度上は）輸入可能。 <p>→輸入制度、表示制度などと並存。</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>輸入する段階で群（ロット、輸入単位）としてハラールか否かの判断（書類審査、現物検査）を行うことが原則。</u> • 市場に流通する食品も、サンプリング分析検査を実施、アルコールや豚由来遺伝子がないかを確認。
一般的な消費者意識	<ul style="list-style-type: none"> • 加工食品などハラールでない可能性があるものは、マークや成分表示を確認して購入。 	<ul style="list-style-type: none"> • 国内市場にあるものは、特定売場を除き全てハラールなので、マークや成分表示の確認はしない。

出所: ジェトロ『日本産農林水産物・食品輸出に向けたハラール調査報告書』、海外事務所への聞き取りなど

【UAE】ハラール食品であるための条件

- UAEドバイ市政庁は、ハラール食品を「食べることを許されていないものを除くもの」（広義のハラール）と定めている。
- ハラールでないものを取扱う事業者は、政府担当者による審査・現地調査を受検その際、ハラールと非ハラール食品が完全に隔離されていることを証明する必要がある。

【ハラール食品であるための条件】

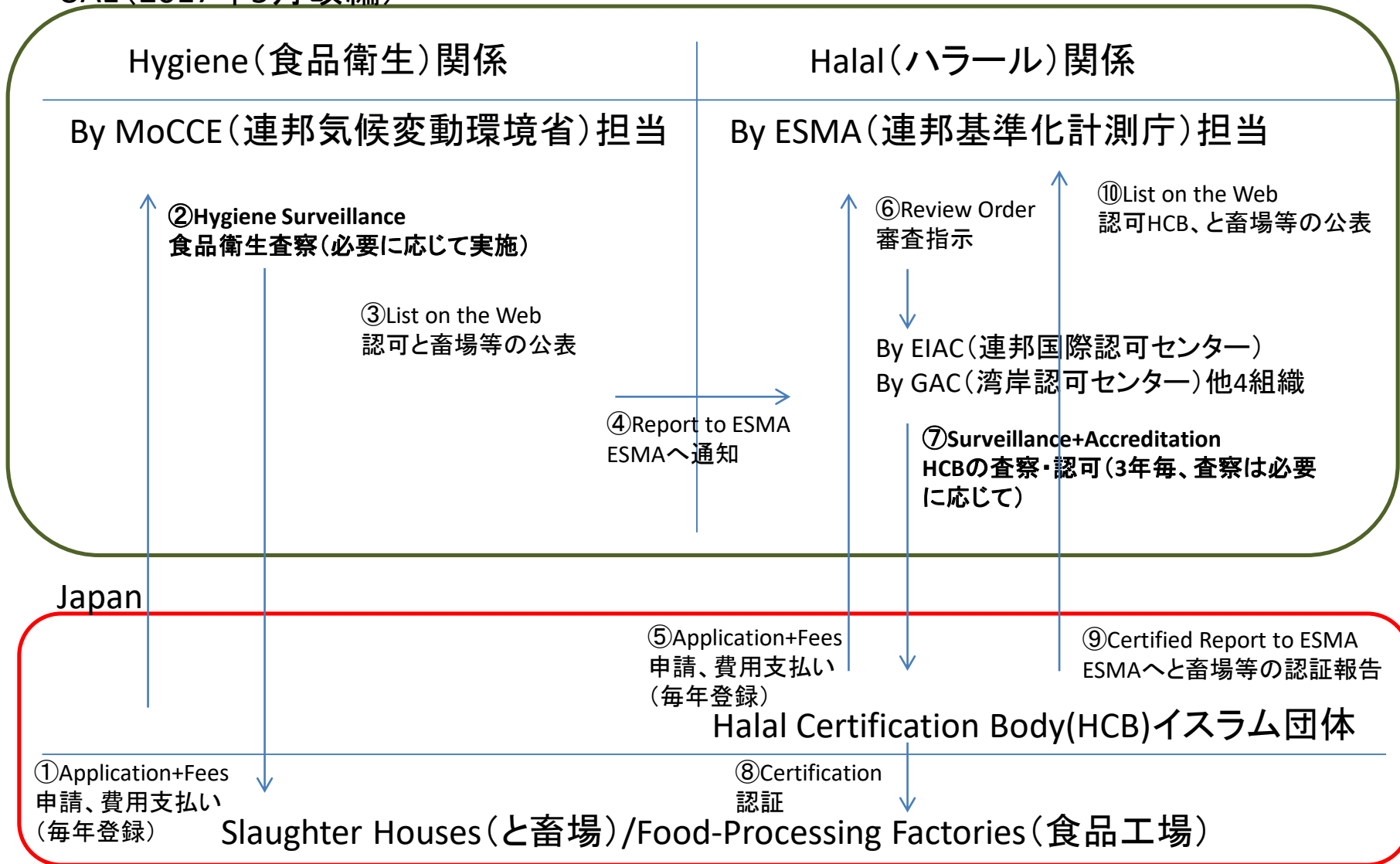
- ①肉および肉製品は、イスラーム法に基づいた、と畜がなされていること
- ②ハラールでないものを原材料として含んでいないこと
- ③ハラールでないものと調理、保管、生産、輸送段階において混合していないこと
- ④ハラールでないものと混ぜて陳列してはならない
- ⑤ハラールでないものを取り扱っている場合、ハラール食品に使用される調理器具や製造機械を、ハラールでないものを扱う機器と、完全に区別すること
- ⑥ハラールでないものを取り扱う事業者は、厳格な隔離措置が講じられない場合、ハラール食品の調理、保管、輸送を行ってはならない

出所：UAEドバイ市政庁

UAEのHalal認可 (Accreditation)、認証 (Certification)、食品衛生 (Hygiene)関係図

UAE (2017年5月改編)

2017年8月7日現在



UAE (GCC)のHalal認可 (Accreditation)をイスラム団体に出す組織(6団体)

List of Approved Halal Accreditation Bodies

1. The Dubai Accreditation Department (DAC)

(<http://www.dac.dm.ae/dac/major/home>)

現、EIAC(ドバイ政府組織)

2. GCC Accreditation Center (GAC)

(<http://www.gcc-accreditation.org/>)

サウジアラビア:リヤド(GCC組織)

3. ACCREDIA

(<http://www.accredia.it/>)

イタリア

4. The Joint Accreditation System of Australia and New Zealand (JAS-ANZ)

(<http://www.jas-anz.org/>)

オーストラリア+ニュージーランドのジョイント組織

5. Entidad Nacional de Acreditación (ENAC)

(<https://www.enac.es/web/english>)

スペイン

6. The American Association for Laboratory Accreditation (A2LA)

(<https://www.a2la.org/genweb/about.cfm>)

アメリカ

(<https://www.a2la.org/genweb/about.cfm>)

(<https://www.a2la.org/genweb/about.cfm>)

UAE (GCC)の認めたHalal認可 (Accreditation)をイスラム団体に出す組織の活動範囲



出所: 各社HP等

UAE向け輸出が出来る ハラル認証 (Certification)を出すことが認可 (Accreditation)されたイスラム団体

ESMAは認可 (Accreditation)申請・調整の窓口であり、実際の審査はEIAC (旧DAC)、GAC等が行っている。

LIST OF HALAL CERTIFICATION BODIES WITH ESMA

LIST OF HALAL CERTIFICATION BODIES WITH ESMA

Excel PDF Print

No.	Country	Certification Body	Status	Accredi
1	New Zealand	New Zealand Islamic Development Trust (NZIDT)	Registered	GAC
2	UAE	RACS Quality Certificates Issuing Services	Registered	GAC
3	The Netherlands	Halal Feed and Food Inspection Authority- HFFIA	Registered	GAC
4	Germany	RACS Quality Certificates Issuing Services	Registered	GAC
5	Australia	Halal Certification Authority	Registered	GAC
6	Germany	Halal Control GmbH	Registered	GAC
7	Australia	Islamic Coordinating Council of Victoria	Suspended	GAC
8	Japan	Emirates Halal Center for Standards & Quality Certificate Corporation	Registered	EIAC
9	Australia	Supreme Islamic Council of Halal Meat in Australia (SICHMA)	Registered	GAC
10	UK	Halal Food Authority (HFA)	Registered	GAC
11	SriLanka	Halal Accrediation Council (Guarantee) Limited	Registered	GAC
12	UK	Halal Certification Europe (HCE)	Registered	GAC
13	UAE	SGS Gulf LTD	Registered	GAC
14	USA	Halal Transactions Inc.	Registered	GAC
15	Japan	NPO Japan Halal Association	Registered	GAC
16	Italy	Halal International Authority (HIA)	Registered	GAC
17	Vietnam	Halal Certification Agency	Registered	GAC
18	UAE	PRIME Certification and Inspection LLC	Registered	EIAC
19	Ireland	Safety Horizon E.C.I Limited	Registered	EIAC
20	Croatia	Islamic Community in Croatia Center for Halal Quality Certification	Registered	EIAC
21	Japan	Japan Islamic Trust	Registered	EIAC
22	UAE	Gulftic Certification LLC	Registered	GAC
23	Australia	Australian Halal Development and Accrediation (AHDAA)	Registered	EIAC
24	Austria	IIDC Islamic Information Documentation and Certification GmbH,Austria	Registered	EIAC
25	Hungary	IIDC Islamic Information Documentation and Certification GmbH,Hungary	Registered	EIAC
26	Germany	IIDC Islamic Information Documentation and Certification GmbH,Germany	Registered	EIAC
27	Australia	Australian Federation of Islamic Councils inc.	Suspended	GAC
28	Brazil	FAMBRAS Halal Certificacao LTDA,Brazil	Registered	GAC
29	The Netherlands	Total Quality Halal Correct Certification, The Netherlands	Registered	GAC
30	USA	RACS Quality Certificates Issuing Services	Registered	

UAE向け輸出が認可されたと畜場

UNITED ARAB EMIRATES
MINISTRY OF CLIMATE CHANGE
& ENVIRONMENT



الإمارات العربية المتحدة
وزارة التغير المناخي
والبيئة

<p>نوع اللحوم المسموحة / ملاحظات Type of permitted meats / comments</p>	<p>المسالخ المعتمدة Approved slaughterhouses</p>	<p>الدولة Country</p>
<p><u>It is permitted to import red meats and poultry meats</u></p>	<p>See below the specific list for Pakistan</p>	<p>Pakistan</p>
<p>يسمح باستيراد اللحوم الحمراء يحظر استيراد لحوم الدواجن ما عدا المعامل حراريا</p> <p><u>It is permitted to import red meats</u> <u>It is prohibited to import poultry meats except heat treated meats</u></p>	<p>1. Nanshoku Meat Center of Habikino-city لحم الأبقار المبردة و المجمدة 2. Hokkaido livestock corporation لحم الأبقار المبردة و المجمدة 3. Sanda Shokuniku Kosha لحم الأبقار المبردة و المجمدة</p>	<p>اليابان Japan</p>

Updated list 09/July/2017.pdf

2017年6月に連邦気候変動環境省のと畜場の獣医公衆衛生(食品衛生)査察・審査が実施された。

中東食品市場での成功ステップ

■長く成功していくために**基礎**を創る

- ・定番商品で儲けるために、長く売れる**基礎商品**を創る(**地道な努力**)
- ・日本で**知名度**が高いものにアラブ人が感応する(**ブランドを重視**)
- ・アラブ人の引きがあるものが流行る(**アラブ人の選択商品**)

■ビジネスを継続させる**理念**がある

- ・商品を通して“日本の価値”を売り込むという理念(**価格を超える価値**)
- ・健康的な食品で“健康増進”への**社会貢献**(**健康食生活を提案**)
- ・相手に理解される**価格の商品**の投入(**普通**の生活感覚)

■人々の**愉しみ**を創りだしている

- ・気候や生活習慣、食慣習など地元にマッチした商品(**商品を見直す**)
- ・大家族向けに安くて品質の良いもの(**価格と品質、量がマッチした商品**)
- ・日本らしさを感じさせる商品(**日本への信頼を維持**)
- ・綺麗で親切なアラビア語・英語の食べ方解説付きパッケージ(**見た目が大切**)

トラブルにご注意！



クローズアップ

- ドバイ進出支援を行う企業の勧誘について！**ご注意ください！**
- 日本の外交政策に関する動画
- 熊本県熊本地方を震源とする地震への寄付金について **NEW**

検索で、“在ドバイ日本国総領事館”
又は、

<http://www.dubai.uae.emb-japan.go.jp/>

新着情報



ご案内 農林水産情報研究会

・ 農林水産物・食品の輸出に関わるサービス

農林水産情報研究会

農水産の今を読み、未来を拓く

農林水産情報研究会は、ジェトロが持つ農林水産・食品関係の豊富な情報とノウハウを、みなさまの活動にお役立ていただくための会員制度です。

会員の皆様へのお知らせ

- 「Food&Agriculture」は毎週月曜にメールマガジンをお送りします。
- 部署名、担当者など変更された場合もご連絡をお願いします。変更届のフォームをお送りします。
- メールマガジンの配信先アドレスの変更、IDおよびパスワードのお問い合わせ先：afa-m@jetro.go.jp

なお、メールアドレスのご登録は会員1口につきメールアドレス1件のみとなります。

Food & Agriculture

毎週月曜日配信、年50回

海外各国の農林水産物、食品に関わる貿易、産業、市場状況をお伝えする専門週刊誌。

サマリーを掲載したメールマガジンとウェブ上のデータベースからなる情報誌です。データベース上で過去記事の検索も可能です。

ジェトロの海外調査網を駆使し、収集した農林水産物および食品関連の情報を提供します。食品規制、ラベリング/表示規制、統計などの関連情報も含め、最新の動きを幅広く掲載して毎週お届けします。



Food & Agriculture 別冊

週刊情報誌でお伝えしきれない情報を印刷物でお届けします。

タイトルリスト（2012年度）

- 「英国における日本食及び日本酒に対する消費者意識調査」
- 「日本の食料輸出入統計(2011年)」
- 「中国・地方都市の日本産食品市場の現状と展望」ほか



【お問い合わせ】
農林水産情報研究会
(農林水産・食品部)

TEL : 03-3582-5019
E-mail : afa-m@jetro.go.jp

免責事項

1. 本資料等は日本からアラブ首長国連邦のうち、ドバイ首長国への食品輸出、販売等を行う実需者様への情報提供として作成したもので、2017年7月時点で把握できる最新の情報を基に作成していますが、執筆後に制度や情報が改訂・変更になって、本資料の内容と異なる場合もあり得ますので、ご留意下さい。
2. 本資料に記載内容の採否は読者の責任においてご判断下さい。ジェトロ・ドバイは、本資料記載内容に起因して読者に発生した損害・不利益等について、一切責任を負いません。
3. 実際の輸出・販売を行う際には、ドバイ首長国の関係機関、当地の実務を行っている企業などに照会されるなど、最新情報の確認をされることをお勧めいたします。
4. 本資料を無断で引用・転載することはご遠慮願います。転載する場合はジェトロ・ドバイまでご連絡頂き、許可を受けて下さい。

2017年8月 日本貿易振興機構(ジェトロ)ドバイ事務所

“IVビジネスの現場”

ドバイの街の概観



ドバイの新たな食のサービスのトレンド



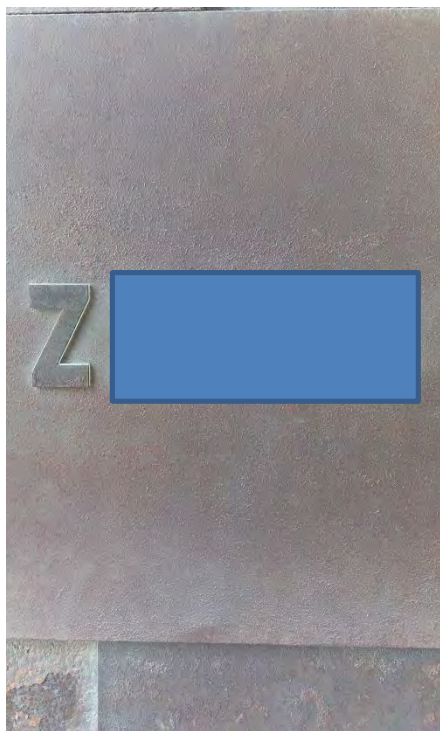
出所:筆者撮影等

伝統的日本食レストラン（ホテル内）



出所：筆者撮影等

フュージョン系日本食レストラン (DIFC内)



出所:筆者撮影等

ドバイ伝統料理レストラン：日本人が企画（モール内）



出所：筆者撮影等

大衆系日本食レストラン（路面店）



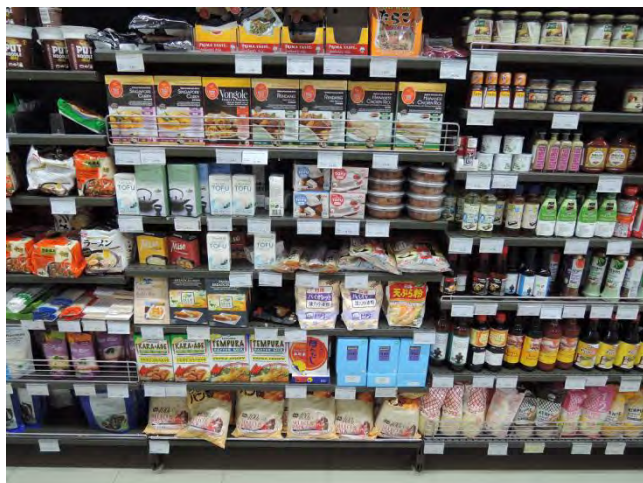
出所:筆者撮影等

日本式パン屋（路面店）



出所:筆者撮影等

大規模小売店舗の日本食の棚（モール内）



出所:筆者撮影等

日系の日本食材販売店（個店）



出所:筆者撮影等

非日系の日本食材販売店（個店）



出所: 筆者撮影等

非日系の日本の鮮魚・加工魚販売店（個店）



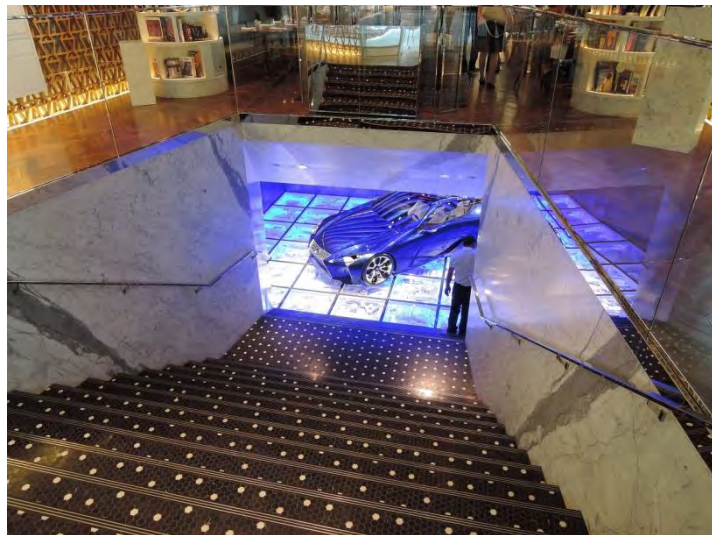
出所: 筆者撮影等

大規模小売店舗の日本産炭酸飲料販売棚（スーパー内）



出所:筆者撮影等

日本の車メーカーのカフェ店（DIFC内）



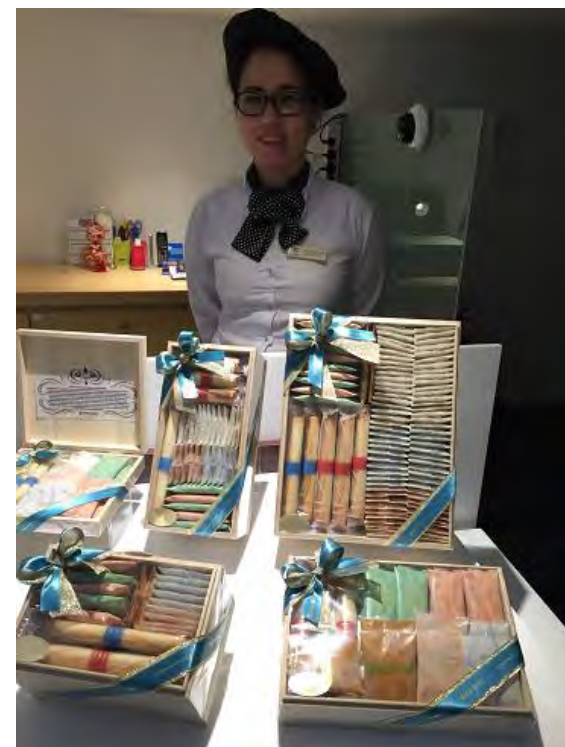
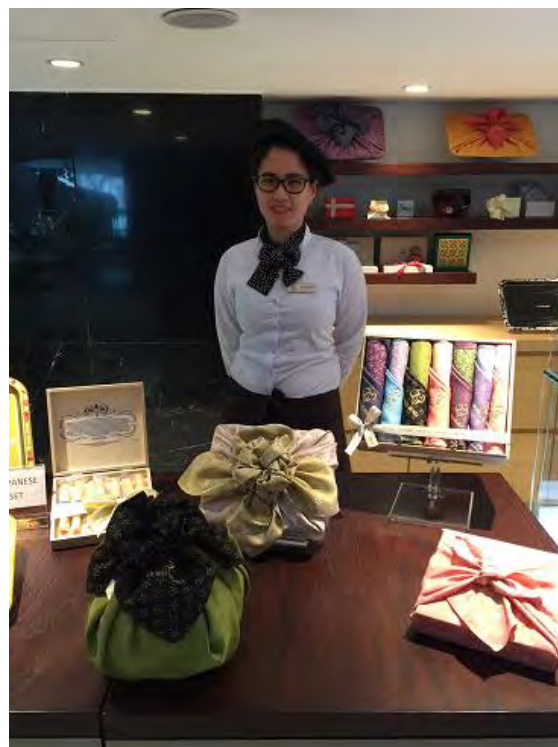
出所：筆者撮影等

日本のバイクメーカーのカフェ店 (路面店)



出所:筆者撮影等

日本のお菓子店（DIFC内）



出所：筆者撮影等

日本のお菓子店（モール内デパート）



出所：筆者撮影等

日本のブランド食品店（モール内）



出所：筆者撮影等

日本の大手コンビニ店（路面店）



出所：筆者撮影等

日本のお菓子店（住宅街小規模モール内）



出所：筆者撮影等

日本のカフェ店 (Citywalk)



出所:筆者撮影等

日本のお酒類を販売する特殊店舗（個店）



出所:筆者撮影等

非日系のスーパー（ドバイ郊外）



出所:筆者撮影等

非日系のスーパー（ドバイ市内）



出所：筆者撮影等

フードトラック (ドライブイン)



出所:筆者撮影等

شكرا لك
ありがとうございました