



노재선 교수  
서울대 농경제사회학부



5월호에 이어서

3. 해외 인삼시장 동향

가. 국가별 시장 동향 분석

(1) 생산 동향 분석

일본이 인삼생산은 북해도 남부로부터 큐슈의 후쿠오카현까지 일본 전역에 걸쳐 재배되고 있으며, 주요 재배지역은 나가노, 시마네, 후쿠오카현 등지이며 최근에는 면적과 생산량이 급감하고 있다.

중국의 인삼류 생산은 주로 동북3성인 길림성, 흑룡강성, 요녕성을 중심으로 주로 고려삼인 Panax Ginseng을 재배하고 있다. 인삼생산비는 1kg당 4,000~4,500원 정도로 추정되고 있으며, 최근의 생산량은 수삼기준으로 30,000~40,000톤 정도로 추정된다.

미국은 주로 위스콘신 지역에서 많이 생산되고 경영규모는 농가당 3ha 이상의 대규모로 경작되고 있으며

생산량은 1997년 기준 238만 파운드로 계속 증가추세를 보이고 있으며 생산비는 1kg당 7500~8500원 정도로 추정된다.

캐나다는 온타리오주 남서부와 브리티시 콜롬비아주에서 주로 재배되고 재배면적은 2001년 기준 7,116에이커 정도로 추정되고, 생산량은 2,438톤으로 북미산 인삼 최대생산국이며 생산비는 1kg당 9,000원~10,000원 정도로 추정된다.

(2) 유통 구조 분석

홍콩은 해외공급업자 → 수입상 → 유통업자 → 소매상 → 소비자의 전통적인 유통경로를 따르고 있으며 전통과 신용을 중시하는 동양적 상관행이 우세하여 소수 거상에 의해 유통경로가 지배되고 있고 수출입상과 도·소매상 역할이 혼재되어 있는 유통구조를 보이고 있다.

중국산 인삼의 경우 대부분 산지 가공공장을 통해 가공된 후 각지의 약재도매상을 통해 소매점으로 유통되고 있으며, 홍콩산은 광범위한 홍보 및 체계적인 판촉 활동 전개로 탄탄한 유통망을 구축하여 쉽게 구매할 수 있는 가장 대중적인 인삼 제품으로 자리 잡고 있다. 미국과 캐나다 화기삼은 시장이나 약국 등에서 벌크 단위로 유통되고 있다. 한국산 제품의 경우 홍콩을 통하여 중국 총대리점으로 공급되고 있다.

일본은 중국산 인삼을 주로 제약원료용으로 사용하고 있으며 일본제품의 대부분은 홍콩, 대만 등지로 수출되고 있다. 특징적인 것은 일본에서 유통되는 인삼제품의 대부분이 한국산인 것으로 파악되고 있다.

중국산 인삼의 경우 대부분 산지 가공공장을 통해 가공된 후 각지의 약재도매상을 통해 소매점으로 유통되고 있으며, 홍콩산은 광범위한 홍보 및 체계적인 판촉 활동 전개로 탄탄한 유통망을 구축하여 쉽게 구매할 수 있는 가장 대중적인 인삼제품으로 자리 잡고 있다. 미국과 캐나다 화기삼은 시장이나 약국 등에서 벌크 단위로 유통되고 있다. 한국산 제품의 경우 홍콩을 통하여 중국 총대리점으로 공급되고 있다.

미국삼은 홍콩, 중국 등지로 수출되며, 미국 내의 유통량은 전체 생산량의 5% 미만에 불과하다. 수입제품의 경우 보조건강식품 제조업체에서 원료를 수입하기도 하고, 소비자용 완제품으로 수입된 제품은 중개업체를 통해 분배되거나 동양계 시장의 경우 대형 유통업체에서 직접 수입하기도 한다.

캐나다에서 인삼은 중국인, 한국인, 동남아인을 대상으로 판매되고 있으며, 그 이외에는 거래가 거의 이루어지지 않고 있는 실정이다.

(3) 소비 동향 분석

홍콩은 뿌리삼을 선호하고 뿌리삼의 대부분은 화기삼 위주이나, 선물용이나 건강에 관심이 높은 계층에서는 고려인삼이 선호되고 있다. 일본은 88올림픽 이후 소비가 늘어나기 시작했고, 엑기스 종류가 인기가 있으며 50대 이후의 중장년층이 주 소비 계층이다. 중국은 연령이 높을수록 뿌리삼을 선호하고 젊은층은 값싸고 복용이 편리한 인삼제품을 선호하는 경향으로 서양삼의 경우 차나 음식 등과 같이 먹을 수 있게 다양한 제품이 개발되어 서양삼의 수요가 계속 증가하고 있는 추세이다. 미국에서 인삼은 약초 전문점에서 뿌리 자체로 판매되거나, 건강보조식품으로 사용되기도 하고 일반식품, 음료류, 화장품의 첨가물로도 사용되고 있으며 최근 허브류에 대한 소비가 증가 추세에 있다. 캐나다에서 인삼은 코리안 진생이라는 인식이 얼마 전까지도 소비자들에게 널리 퍼져 있었으나 이제는 가격이 저렴하고 고혈압에도 좋다고 하는 캐나다산 인삼을 오히려 더 찾는 경향이 늘고 있는 추세이다.

나. 국가별 인삼의 수출입 동향 분석

(1) 주요 수출국

한국의 주요 수출 대상 국가는 홍콩, 일본 대만으로 전체 수출금액의 약 80%를 차지하고 2002년 5500억

원 정도가 수출되었고, 수입액은 백삼제품을 중심으로 397여만 달러에 달한다. 중국은 화교가 거주하는 약 40개국에 대해 수출하고 있고, 수출량은 증가하고 있으나 수출단가가 하락해 금액기준으로는 하락하는 현상을 보이고 있으며, 수입시장은 미국과 캐나다가 시장을 양분하고 있는 실정이다. 미국은 소비자 지향적인 인삼가공 제품에 주력하고 있고, 홍콩과 유럽 등지로 수출하고 있으며, 주요 수입 대상국은 중국, 홍콩으로 2001년 기준 전체 수입실적의 73% 이상을 점하고 있다. 캐나다는 생산량의 90%가 수출되고 있으며, 국가별로는 대부분이 홍콩 및 중국으로 수출되고 있고 일반시중에서 인기를 끌고 있는 드링크류는 연간 20만병 정도가 수입되고 있으며, 이중 약 15만병을 한국산으로 보고 있다.

(2) 주요 수입국

홍콩은 세계 최대의 인삼집산지로 연간 1.5억불 상당의 인삼을 수입하고 있고 주요 수입 인삼제품은 뿌리삼으로써 한국과 중국으로부터는 홍삼, 그리고 미국과 캐나다로부터는 화기삼을 수입하고 있다. 일본의 수입 규모는 연간 20억엔을 상회하고 있으며, 소량의 미국 뿌리삼을 제외하고는 대부분이 중국과 한국으로부터 수입하고 있으며, '01년 기준 일본 인삼류 수입시장에서 한국은 46%, 중국은 52%를 각각 점하고 있다.

다. 수출부진 원인 및 대책

수출 부진 원인은 첫째, 한국산 인삼의 품질은 세계적이거나 중국삼과 화기삼에 비해 가격이 너무 비싸다. 실례로 고려인삼이 중국삼보다 14배, 미국 화기삼보다 4배 가량 비싸다. 둘째, 홍삼위주의 수출전략으로 다른 제품에 대한 수출전략 부진하다. 셋째, 생산업체의 영세성으로 인해 시장개척과 효율적인 국제마케팅 전략

의 수립 및 운용능력이 미흡한 실정이다. 넷째, 홍콩 등의 동남아 시장에서 고려인삼의 상표와 의장을 도용한 위조품이 성행하고 있다.

이에 대한 대책으로는 첫째, 상품차별화가 필요하다. 품질을 인정받는 6년근 홍삼의 경우 기존의 고가격 전략을 고수하는 것이 바람직하나 저년근 상품 시장의 개척을 위해서는 다양한 가공상품의 개발뿐만 아니라 생산비용 및 유통비용을 절감하는 방안을 병용하여야 한다. 둘째, 국가의 지원을 기반으로 한 적극적인 마케팅이 필요하다. 한국인삼공사의 경우 매년 해외 주요 수출지역에 대형 홍보간판 설치 등 홍보를 위주로 한 마케팅을 하고 있다. 그러나 홍삼을 포함한 고려삼의 수출증대를 위하여서는 동남아시아 시장을 우선 대상으로 인삼의 약리작용, 건강증진 효과 등을 알리는 프로그램을 포함한 해외 인삼박람회를 열어 그 지역의 소비자와 건강식품 취급자들에게 적극적으로 접근할 필요가 있다. 동시에 고려인삼 해외전시판매장의 설치를 확충하여 현지 침투 마케팅을 확대하여야 한다. 지금은 담배인삼공사의 경우 해외지사를 운영하고 있고, 농협의 경우 홍콩에 중앙회의 지원으로 아웃소싱을 상설매장을 운영하고 있으며, 개성인삼조합의 경우는 회원조합 자체에서 판매계약을 한 상설매장을 싱가포르에 가지고 있는 실정이다. 셋째, 현지 신문 등 언론매체에

【표 7. 태국의 인삼수입】 (단위:바트/1바트=30원)

구분	2001	2002	2003.1~9
중 국	47,502	503,367	689,456
한 국	120,798	651,847	656,627
대 만	31,982	0	0
미 국	460,875	336,463	132,913
합 계	661,157	1,521,677	1,478,996

자료원 : 태국 상무부

고려삼에 대한 홍보 강화를 통해 소비자로 하여금 한국 인삼 취급점에 대한 신뢰감 고취시키고 켜야한다. 넷째, 고려인삼의 효능에 대한 국가적 연구 기반사업을 통한 과학적 증명이 필요하다. 마지막으로 인삼의 국제 식품규격(CODEX) 제정 작업과 고려인삼의 상표등록이 필요하다.

**라. 동남아 5개국 인삼시장의 특징 및 진출전략**

(1) 태국

(가) 수입 실적

태국의 경우 인삼수입은 주로 미국, 한국, 중국으로부터 이루어지고 있으며 아직까지 그 수입규모가 그다지 크지는 않지만, 점차 증가하는 추세에 있다. 중국과 한국으로부터의 수입이 전체 수입의 80% 내외를 차지

하고 있는데 이러한 비중은 최근 확대된 것이다.

미국 중심의 수입에서 점차 한국과 중국으로 그 중심이 옮겨가고 있는 것을 위의 <표 7>에서 쉽게 확인할 수 있다.

(나) 인삼시장의 특징

태국에서는 오래전부터 중국문화의 영향을 받아 중국 의약품 제조할 때 인삼을 이용하여 왔다. 그만큼 인삼에 대한 인지도가 높고 그 효능 역시 인정하고 있으나 태국 전통 보양식이 많아 특별히 인삼을 선호하지는 않고 있다. 태국에서의 인삼소비는 차이나타운을 중심으로 이루어진다. 중국 화교들은 인삼을 의약품으로 이용하는 것 외에도 각종 음식과 향료를 만들 때 사용하며 태국인들도 건강 보양식 보다는 인삼차 등의 기호식품으로 더욱 선호하고 있다. 태국에서는 인삼에 대한 인지도가 높은 만큼 한국산 인삼도 잘 알려져 있고 품질도 여타 국가의 제품보다 뛰어난 것으로 인식하고 있다.

**【표 8. 태국의 인삼가격】** - 주(환율) : 1바트=30원

브랜드명	상품 종류	판매 단위	소비자가격(바트)
일화	홍삼추출액	50그램	3,200
	백삼추출액	300그램	15,470
		30그램	1,850
	백삼차	300그램	3,795
		30그램	480
	백삼캡슐	500그램	2,285
백삼벌꿀첨가	300그램	12,160	
Korean Ginseng Tang Gui Jub	드링크	500cc	900
Ginsana	30캡슐	개	680
	100캡슐	개	2,100
Imagine	100캡슐	개	1,750

자료원 : (주)일화 홈페이지 자료 및 현지조사가격, 2004

태국에서 주로 유통되는 한국산 인삼제품으로는 (주)일화의 제품들이 있는데 그 가격은 아래의 <표 8>과 같다.

가격과 품질의 차이로 브랜드별 가격의 비교가 쉽지 않으나, 현지에서 판매되고 있는 (주)일화의 제품들은 유사제품과 비교하여 큰 가격의 차이를 보이지는 않는 것으로 보인다. 하지만 차이나타운을 중심으로 하는 전통적인 유통망은 화교들이 전유하고 있을 뿐만 아니라 저가의 제품이 주로 유통되므로 가격 경쟁력에서 유리하지 않고, 인삼 자체에 대한 태국인들의 선호도 그다지 높지 않은 것이 문제점으로 지적할 수 있다.

(다) 진출전략

태국에서는 한국인삼의 인지도가 높은 만큼 저가의 저가 고려삼이 많이 유통되고 있다. 때문에 이에 대한 단속이 시급하나 이는 쉬운 일이 아니므로 백화점, 약

【표 9. 베트남의 인삼수입】

-주(환율) : 1바트=30원

품 명	2001.12		2002.12		2003.5	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
인삼차	119	989	111	808	31	350
인삼정(백삼)	7	243	2	77	1	11
인삼타브렛, 캡슐	4	162	23	426	2	102
백삼조제품	4	62	8	109	5	57
기 타	14	112	30	506	21	237
인삼류 합계	149	1,568	174	1,926	60	757

- 자료원 : WTD / DDA 협상타결이 인삼산업에 미치는 영향과 경제력 제고 방안, 2004, 한국농촌경제연구원

국 등 현대적인 유통경로를 통하여 고품질의 진품 고려삼의 유통을 확대할 필요가 있다. 또한 '고려삼'이라는 한국인삼에 대한 이미지 홍보와 함께 (주)일화와 같은 생산업체의 홍보를 함께 강화하여 소비자들이 생산업체를 보고 믿고 구입할 수 있도록 하는 전략이 필요하다.

뿐만 아니라 인삼 자체의 수요를 늘리는 전략이 필요할 것으로 판단된다. 태국에서는 '인삼은 고려삼이 최고'라는 인식이 있는 만큼 다른 나라의 인삼과 경쟁하는 것 보다는 전통 보양식에 대한 수요를 인삼에 대한 수요로 전환시키는 전략이 더욱 필요한데, 전통 보양식보다 고려삼을 이용한 삼계탕이 고온 다습한 지역에서 생활하는 그네들의 보양식으로 더욱 우월하다는 식의 홍보전략이 주효할 것으로 보인다.

(2) 베트남

(가) 수입실적

1992년 베트남과 한국 간의 국교가 수립된 이래로 베트남에서 한국산 인삼의 수입은 꾸준히 증가하고 있다. 베트남의 경제성장으로 인해 무역규모가 확대되는 것과 함께 인삼류의 수입도 꾸준히 증가하는 추세에 있

어 앞으로도 그 규모가 증가할 것으로 전망된다.

인삼제품 중에서 다른 인삼제품보다 가격이 저렴하고 복용이 간편하여 서민층에서도 쉽게 구입이 가능한 인삼차가 수입의 대부분을 이루고 있었으나, 인삼은 건강보양식품이라는 인식의 확대로 수입품목이 점차 다양화되고 있다. 아래의 <표 9>는 베트남의 품목별 수입 동향으로 인삼차 중심에서 점차 다양화되는 베트남의 소비 동향을 파악할 수 있다.

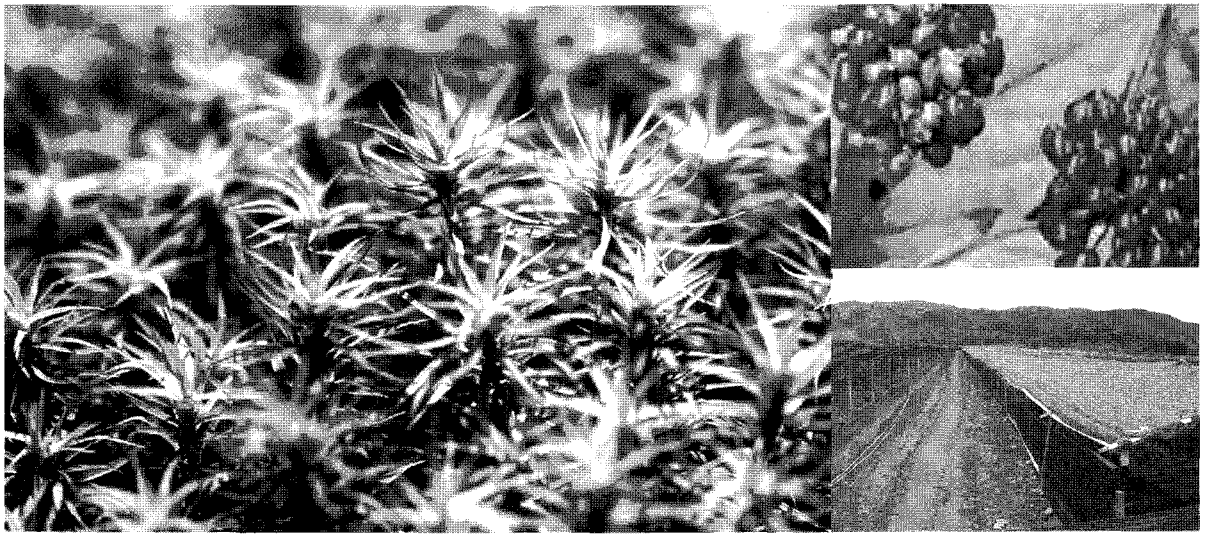
(나) 인삼시장의 특징

베트남에서는 인삼이 건강보양식품으로 높이 평가받

【표 10. 베트남의 인삼가격】

상 품 명	가격 (VND)	가격 (원)
백삼 조제품	550,000	약 4만2천원
인삼 캡슐	450,000	약 3만5천원
인삼 음료	10,000	약 8백원
인삼 주	250,000	약 2만원
인삼 차	40,000	약 3천원

- 자료원: 현지조사가격, 2004 / 주(환율): 1VND=13원



고 있다. 특히 한국산 인삼제품은 고가, 고급품으로 인식되어 접대 및 선물용으로 구입되는 경우가 많다. 인삼차는 주로 손님 접대용으로 소비되고, 가격이 비싼 정과, 캡슐, 엑기스 제품은 효도상품이나 선물용으로 소비한다. 5~6년 전만해도 값 싼 중국산의 점유율이 높았으나, 경제수준의 향상에 따라 고가인 한국산 인삼 제품의 소비가 증가하고 있다. 지난 2002년 월드컵을 계기로 베트남에서도 한류가 유행하면서 한국에 대한 인식이 좋아진 것도 이에 한 몫을 한 것으로 보이며 인삼에 관한 한 한국산을 최고로 간주하여 그 선호도가 매우 높은 것으로 판단된다. 하지만 역시 높은 가격이 문제가 되고 있는데, 상기 <표 10>에서 보는 것과 같이 백화점 내에서 유통되는 제품들은 한국 내에서 유통되는 가격과 비교해 보아도 큰 차이가 없다. 베트남 물가를 감안한다면 한국 인삼제품들은 매우 고가의 제품으로 서민들이 이용하기엔 어려움이 있고 40%에 달하는 높은 관세를 또한 이러한 고가의 원인이 되고 있다. 때문에 저급한 까까 인삼이 고려삼으로 판매되는 경우가

많아 고려삼에 대한 신뢰가 저하되고 있고 정상적으로 수입된 한국 인삼제품들 역시 수출단가를 낮추기 위해 저급품을 원료로 한 제품을 수출하는 경우가 많아 고려삼에 대한 인식 악화가 우려되고 있다.

#### (다) 진출전략

베트남에서는 고소득자를 위한 고가전략과 함께 중산층들의 선물용으로 소비가 가능하도록 인삼정과, 엑기스, 캡슐 등의 대중화 전략을 병행할 필요가 있는 것으로 보인다. 그리고 높은 관세를 줄이려는 정부차원의 노력과 함께 제품의 관리가 용이한 백화점과 약국을 중심으로 철저히 진품 고려삼의 판매를 유도하여 신용하기 어려운 재래시장보다는 이들 백화점과 약국에서 신뢰할 수 있는 고려삼을 구입하도록 유도해야 한다. 또한 베트남에서 고려삼의 인기는 타의 추종을 불허할정도 이므로 고려삼에 대한 광고보다는 인삼의 효능 및 복용방법 등에 대한 홍보가 더 효과적일 것으로 보인다. ●