

2011. 9



주요국 수산물 소비 트렌드

일본, 중국, 대만, 태국, 미국
캐나다, 스페인, 프랑스, 러시아

목차

CONTENTS

■ 조사개요 및 조사결과 요약	1
■ 일 본	31
■ 중 국	111
■ 대 만	149
■ 미 국	175
■ 캐나다	209
■ 태 국	233
■ 스페인	273
■ 프랑스	311
■ 러시아	363
■ 부 록1) FAO수산전망2011	441
■ 부 록2) 2010년 한국 수산식품 수출품목과 국가	449

머 리 말

세계는 수산자원의 고갈과 보존의 대립, 유가 상승으로 인한 어획원가 상승 등 수산어획부문은 갈수록 어려운 여건에 직면하고 있습니다. 양식어류 사료생산도 해양어획에서 비롯되기에 양식산업 역시 그 영향을 받고 있습니다. 어려운 여건 속에서도 작년 2010년 우리나라는 수산물 수출역사상 역대 최고치인 18억 달러 어치의 한국수산물을 세계로 수출하였습니다. 수산물 수출은 증가하고 있는 것에 반해 수산물 해외시장정보는 수출에서 차지하는 그 중요도에 비하여 많이 부족한 것이 현실입니다. 이에 우리공사에서는 수산물업계가 해외시장을 확대하는데 도움이 되고자 본 수산물소비트렌드 조사를 기획하게 되었습니다.

수산물은 주로 원형의 어획물(78%)과 그 가공품(10%), 김(6%), 기타(6%) 등으로 수출되고 있습니다. 우리나라의 수출수산물 구성과 세계의 수산물 소비형태는 좀 차이가 있습니다. 각 국가마다 소비관습, 국민소득, 수산물 생산지와 인접정도, 냉동제품 유통망, 문화 등 여러 외부 요인이 다르기 때문입니다. 본 보고서에는 주요국의 수산물 소비트렌드를 1인당 소비량 변화, 인기 수산제품, 유통업체의 수산물 구매담당의 인터뷰 등을 통해 살펴보았습니다.

세계의 소비자들은 과거에 비해 육류보다 청정해역에서 자라는 단백질 공급원으로 수산물을 선호하고 있으며, 바쁜 생활로 인해 소비가 편리한 제품을 원하는 도시인구가 늘어나고 있는 것으로 파악되었습니다.

주요국가에서는 수산물을 어떻게 소비하고 있는가. 앞으로 수산물 시장은 어떻게 될 것인가에 대한 전망을 본 보고서에서 발견하실 수 있기를 바랍니다. 또한 이를 통해 우리나라 수산물 수출상대국이 더욱 확대되고, 보다 많은 수산물 가공제품군을 개발하여 세계시장에 많이 진출할 수 있게 되기를 바랍니다.

2011. 9
농수산물유통공사
수출이사 박 종 서



조사개요 및

조사결과 요약

조사 개요

☐ 조사목적

- 주요국의 수산물 소비트렌드를 조사하여 한국수산식품의 신상품 개발 및 마케팅 전략 수립 지원

☐ 조사 기간 및 방법

- 조사기간 : '11. 4월~8월
- 조사국 : 일본, 중국, 대만, 태국
- 조사수행
: 일본(오사카aT센터), 중국(상하이aT센터), 대만(홍콩aT센터), 태국(싱가포르aT센터), 미국(로스앤젤레스aT센터), 캐나다(로스앤젤레스aT센터), 스페인(로테르담aT센터), 프랑스(로테르담aT센터), 러시아(해외모니터)
- 조사방법
: 해외aT센터 직접 조사, 전문조사자를 활용한 문헌조사 및 일대일 면접 설문조사

☐ 조사내용

- 수산물 시장여건 변화
- 1인당 연간 수산물 소비량
- 수산물 소비동향 및 소비 특징
- 인기 수산 가공제품 소개
- 수산물 관련 종사자 인터뷰

주요국 수산물소비트렌드 조사결과(요약)

일 본

1. 수산물 시장여건 변화

- 일본인은 단백질 공급원으로 수산물을 다량 섭취하였으나 수산자원의 감소로 인한 어획량 감소, 중국 등의 수산물 수요증가, 참치류 국제 규제 강화 등 수산물 공급을 둘러싼 국제적인 환경변화에 직면하여 수산물 소비에 변화가 일어나고 있음
- 일본의 수산물 생산량은 1985년 대비 감소하고 수입량은 증가하였음. 최근 수입량은 경기침체로 감소세임
 - 생산량 ('85) 11,464천 톤 → ('09) 4,868천 톤 58% 감소
 - 수입량 ('85) 2,257천 톤 → ('09) 4,500천 톤 50% 증가
- 경기침체로 인해 소비침체 및 PB상품 증가 및 저렴한 제품을 찾는 소비자가 늘고 있음
- 최근 주목할 만한 사건으로는 올해 3월에 발생한 동일본 대지진으로 인한 방사능 누출사고는 수산물소비 위축과 공급에 있어서 차질을 가져옴
- 핵가족화, 1인 가구 증가로 조리가 간편한 제품과 점심메뉴에 대한 관심 증가


2. 1인당 연간 수산물 공급량 변화

- 일본은 2000년 이후 1인당 수산물 공급량 감소

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
67.1	68.7	67.0	65.7	62.7	61.2	58	56.7

자료: FAO 2010



3. 소비량 및 소비형태를 통해 본 소비트렌드

가. 주요품목별 소비량 및 소비형태

- 다랑어는 일본 경제 불황으로 다랑어 연간 1인당 소비량 감소
 - ('04) 1,012g, 2,303엔 → ('09) 800g, 1,859엔
 - 참다랑어는 횡감, 초밥용으로 소비, 중부·관서 지방은 황다랑어 선호, 황다랑어 일부와 날개다랑어는 통조림용으로 소비
- 넙치는 주로 조림, 튀김, 구이용으로 소비, 신선넙치는 횡감용, 초밥용으로 소비
 - 한국산 넙치는 낮은 가격, 좋은 품질, 신선도가 좋아 인기 있음. 1940년대부터 일본에서 양식되기 시작한 넙치는 인기가 높은 어류임
- 전갱이는 일본인에게 가장 친숙한 어류로 소비량은 감소세
 - ('04) 581g, 555엔 → ('09) 505g, 1,472엔
 - 전갱이는 횡감용, 소금구이용, 조림용, 튀김용, 식초 넣은 요리로 소비
- 삼치는 맛이 강하지 않고 살이 부드러워 병원식, 개호식, 학교급식으로 소비됨
 - 고령자용, 개호식용으로 노인홈, 개호시설의 수요가 확대될 것으로 기대됨
- 방어류는 소비금액은 감소하고 소비량은 비슷
- 전복은 중국산 수입이 줄고 한국산 전복수출이 확대되면서 한국산 전복소비가 늘어남
 - 한국산은 가격이 저렴하고 품질이 균일하고 육질이 단단하고 맛있어 인기임
 - 호주산은 거대하여 스테이크용으로 요리점에서 주로 소비함
- 바지락은 생산량은 다소 늘어나고 1인당 소비량 및 금액은 감소
 - ('04) 486g, 429엔 → ('09) 349g, 336엔
 - 한국산은 16%시장을 점유하고 있으며, 일본산과 외관이 비슷하여 품질을 높게 평가함
 - 주로 신선제품으로 일본산과 같이 유통 및 소비됨

주요국 수산물소비트렌드 조사결과(요약)

- 중국산은 10월~5월 유통되고, 한국산은 3월~6월 유통됨
- 굴은 소비량은 감소하였으나 2008년부터 증가세임
 - ('04) 276g, 489엔 → ('09) 206g, 343엔
- 미역은 일본인에게 친근한 식품으로 가정에서 폭넓게 사용하는 식재료. 중국산 수입이 줄어들고 한국산 수입량이 조금씩 늘어나고 있음
 - 중국산 ('06) 대비 ('10) 23%감소(13,143톤)
 - 한국산은 ('06) 대비 ('10) 5%증가(3,547톤)

나. 수산가공품 소비트렌드

- 수산가공품 소비는 연육제품 27%, 냉동식품 17%, 염건물 12.4%, 염장품 11.2%, 포제품 5.5%, 자건품 3.6%, 소건품 0.9%, 훈제품 0.6%, 기타 21.4%임
- 연육제품 중 가리비맛 어묵이 세계적으로 히트함
- 연육류는 지속적으로 소비가 감소하고 있음
 - 원료가격 상승으로 수익성이 낮아지고 불황으로 인한 수요회복은 불투명
 - 업계는 캐릭터 제품, 저가격 제품을 찾는 수요에 저가격제품 출시하고 있음
- 2011년 3월 판매량 최고는 품미어묵 '이치사마 샐러드 스틱', 연육제품 튀김류
 - 계의 품미를 맛보고, 회를 방불케하는 제품명과 포장이 인기를 끌음
 - 일본산 양파를 넣어 반죽한 연육을 튀긴 제품이 튀김어묵류 1위
- 냉동수산물 제품 및 튀김제품(새우, 오징어, 굴, 흰살생선 등) 감소 경향
- 훈제연어 소비는 가격상승으로 감소세이며, 슬라이스 타입의 연어는 사용이 용이해 토막형보다 소비가 증가함
- 가다랑어포의 시장은 감소하고, 소비가 용이한 조미료 제품으로 시장이 이동 중



- 젓갈류, 명란젓은 지속적인 시장규모 감소 및 소비 감소세
- 등푸른 생선 통조림 중 원가가 오른 고등어, 정어리는 고전하고 꽂치는 확대

다. 소비자 식료품 설문조사에서 나타난 수산물 소비동향

* 농림수산성이 2007년 전국주요도시 일반소비자 1,021명을 대상으로 소비성향을 설문

- 연령이 높아질수록 어류를 먹는 빈도가 높아지고 있고, 40, 50대에서 수산물 소비가 늘어나고 있으며, 50세 이상이 수산물을 많이 소비하는 계층임. 수입연어는 30% 이상의 사람들이 자주 구입한다고 응답. 가장 친근한 어류는 정어리였음
- 수산물은 가격이 대체로 비싸다고 응답함(54.5%). 한편 요리방법을 몰라 구입하지 않는 사람도 24.7%가 응답함
- 외국산 가공식품에 대해 불안을 느끼는 식품비율이 높아졌음('05) 42.3% → ('07) 66.9%

라. 수산물 관련 종사자 인터뷰를 통해 본 소비트렌드

- 일본은 장기간 경기 침체로 소비자는 저가격대 수산물을 선호하고 있음. 수입산은 유통매장에서 현재의 6:4(수입산:자국산)인데 비중은 앞으로도 수입산 증가할 것
- 원전사고이후 일본산 수산물에 대한 소비침체가 이어지고 있고, 당분간 침체가 계속될 전망. 한국산은 저렴하고 식감이 좋아 한국산 수산물에 대한 기대가 높아 앞으로 취급 늘어날 것

주요국 수산물소비트렌드 조사결과(요약)

중 국

1. 수산물 시장여건 변화

- 중국 경제가 발달함에 따라 대도시를 중심으로 국민소득이 높아지고 이들의 소비력은 점점 커지고 있음
- 중국의 수산물 총 생산량은 ('08) 4,896만 톤 → ('10) 5,373만 톤으로 10% 증가하였음. 이중 양식생산량 증가분은 12%, 어획으로 인한 생산량은 4% 증가함. 양식부분에서는 해수양식 면적이 '08년 대비 32% 증가하였으며 이는 패류양식장이 급증한 것에 기인함(35% 늘어난 1,308ha). 해조류 양식장도 38% 증가한 120천 ha. 그러나 같은 기간 해조류 양식량 증가는 11%에 그치어 향후 해조류 양식장이 안정화 되면 생산량이 대폭 늘어날 것으로 전망됨

2. 1인당 연간 수산물 공급량 및 소비량 변화

- 중국은 1인당 연간 수산물 공급량 꾸준히 증가

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
24.4	24.5	24.9	25.0	25.5	25.9	26.2	26.7

자료: FAO 2010

- 중국인의 총 수산물 소비량 증가 및 최근 1인당 연간 수산물 소비량 증가
 - 수산물 총 소비량 ('09) 229억 kg → ('10) 325억 kg
 - 1인당 수산물 소비량 ('09) 22.4 kg → ('10) 24.3 kg으로 8.5% ↑
- 중국인의 수산물 소비량 중 수입산 물량은 증가하고 수입산 소비비중은 감소함
 - ('09) 37.4억 kg 13% → ('10) 38.2 kg 11.8%



3. 수산물 소비 트렌드

가. 신선수산물과 냉동 수산물 선호도

- 주요 소비 종류는 냉동제품, 어묵, 건제품, 절임제품, 해조류 가공품, 캔제품임
 - 여름, 가을, 겨울이 신선 수산물의 주요 소비 시기임
- 냉동수산물보다 신선수산물을 더 선호하지만, 실제 소비비중은 가공수산물이 더 높음
 - 소비자 수산물 선호도 조사(2010 상하이수산협회)

신선	냉장	냉동	캔	기타
88%	80.3%	0.5%	0.5%	2.7%

- 반면, 2010년 수산물의 소비 비중은 신선수산물(23.7%)과 냉동 수산물(14.8%), 기타 가공수산물(61.5%)이었음. 소비자들의 제품선호도가 신선을 훨씬 선호하는 추세임 (특히 대련과 상하이지역 소비자). 신선수산물은 냉동수산물보다 가격이 낮아 소비자들이 선호함
- 가공수산물 중 냉동 수산물 비중은 63%였음
- 해관총서 한국산 수입통계를 보면 냉동오징어의 경우 중국에서 가공된 후 스넥으로 먹는 등 인기가 많아 앞으로 수입량이 늘어날 것으로 전망 됨

나. 수산 가공품 소비트렌드

- 캔제품을 보면 훈제굴, 훈제홍합 제품이 인기가 있음
- 참치캔은 보관이 용이하고 유통기한이 긴 장점이 있음. 대부분 여러 가지 맛을 가미한 다양한 종류의 참치통조림으로 대부분 태국산임
- 신선꽂치를 냉동 진공포장하거나 손질한 갈치를 토막내어 냉동한 것, 대구토막, 도미피레트를 냉동진공포장한 제품도 인기가 있음
- 캐나다산 냉동 해삼도 인기가 있음

주요국 수산물소비트렌드 조사결과(요약)

다. 수산물 관련 종사자 인터뷰를 통해 본 소비트렌드

- 최근 수산물 시장은 일본방사능 누출사태로 인한 우려로 다소 감소세였으나 시장은 회복될 것임. 수입산은 15%정도의 시장을 차지하고 있으며 자국산 비수기에 소비가 증가하는 경향을 보임
- 노르웨이산 연어는 소비자교육프로그램을 실시하여 일반소비자들의 인지도를 높여 청정연어 이미지 확립과 함께 수입산어류의 대표 품목이 되었음
- 고급수산물 소비자는 품질을 중시하고, 중급이하 수산물 소비자는 가격을 중시하지만, 무조건 낮은 가격보다는 일정한 수준의 품질이 보장된 합리적 가격 설정이 필요함
- 최근 인기 수산물은 알래스카산 은대구가 인기 있었으며, 태국 새우는 자체 매장을 활용하여 현장시식, 전문판촉요원 배치로 소비가 늘어난 바 있음
- 한국산 자숙전복과 소라가공품 판매시, 생소한 제품에 대한 인지도가 낮은 경우 자숙전복의 높은 가격으로 판매가 저조하였음

대 만

1. 수산물 시장여건 변화

- '09년 중국산 수산물 오염사태로 대홍콩 수산물 수출이 급증했으며, '10년에는 중국과 ECFA(경제협력기본협정) 체결이후 일부 수산물 관세가 낮아진 품목은 수출이 증가하고 있음
- 대만은 자체 수산물 생산량이 풍부하여 수산물 요리를 즐겨먹고 있으며, 일반식당이나 소매상외에 온라인을 통한 구매도 대중화되고 있음
- '09년 수산물 총 생산량은 오징어 어획량이 급감하여 인하여 전년대비 19% 감소한 1.1백만톤
- 대만의 자체 수산물 생산량은 총 소비량의 74%('09)를 자체 생산함



- 최근 일본 지진 관련 방사능 유출사태로 인해 수산물 수요가 감소하고 있는 추세이며, 특히 일본 식당에서 매출이 급감하고 있음

2. 1인당 연간 수산물 공급량 변화

- 대만의 1인당 연간 수산물 공급량은 증감을 반복하면서 '07년 33.4kg

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
32.3	29.8	31.9	37.2	29.0	30.6	28.5	33.4

자료: FAO 2010

3. 수산물 소비 트렌드

가. 섬국가 특성으로 생산량이 풍부하고 소비량이 많음

- 섬국가로 종류별 수산물 생산량이 풍부하여 일반 가정 및 식당에서 수산물을 다량 소비하고 있음
 - 일반 가정의 경우 신선류는 문어, 낙지 등, 냉장류는 새우 및 오징어류 등, 냉동류는 새우, 전복, 대구, 오징어 등을 애용하고 있음
 - 식당에서는 신선한 게 및 가재요리를 판매하고, 연어, 오징어, 새우등을 냉장 및 냉동형태로 이용하고 있음

나. 수산 가공품 소비트렌드

- 오징어 볶음 인기가 많은 수산물 중 하나로 대만산 오징어볶음 볶음요리, 핫팟(hotpot), 꼬치 등 다양한 요리에 이용하고 있음. 냉장보관 후 요리할 수 있음
 - 씹는 식감이 좋고, 저렴한 가격과, 요리하기 쉬운 특성이 결합되어 대중적인 인기를 끌고 있음

주요국 수산물소비트렌드 조사결과(요약)

- 청새치 가루는 중화권에서 주로 먹는 수산물 가공품중 하나로 생선을 말려 튀기거나 구워 가루로 만든 것. 죽이나 반찬 등에 뿌려 먹음
 - 좋은 향과 질감, 보관 및 이용의 편리성, 음식 조리시 맛을 좋게하는 조미료기능으로 인기가 높음
- 오징어 포는 대만에서 특히 인기가 많으며, 오징어포는 스낵처럼 손쉽게 먹을 수 있어 지속적인 인기를 끌고 있음
 - 간식용 안주용으로 먹으며 먹기 편하고 휴대가 용이하여 인기가 있음
- 조미 김도 스낵으로 인기가 있음. 한국산은 종류가 많지 않고 공급량이 풍부하지 않아 대만의 소비자에게는 인지도가 낮음

다. 수산물 관련 종사자 인터뷰를 통해 본 소비트렌드

- 5~10년 전에는 신선, 냉장 자연산어류가 70%를 차지하였으나, 기후변화 등에 따른 생산량 감소로 최근 매장에는 양식어류가 50%까지 증가하였음
- 인기 가공식품 중 어육완자는 지난 3년간 공급이 감소되었는데 이는 소비자 소비감소가 아닌 도미과 어류 생산량 감소에 기인한 것임
- 향후에는 보관과 사용이 용이한 포장상품이 선호될 것으로 예상됨. 장어의 경우에도 데워서 바로 먹을 수 있는 포장상품이 인기가 좋음
- 홍해산 블루 다이아몬드 새우가 인기가 좋았는데, 생장은 느리지만 단맛이 강하고 특별한 상품으로 인식되어 매출이 높았음
- 최근 신선 수산물 보관기술 발달로 횡감제품이 향후 증가할 것으로 보임
- 대만은 어류를 소비자가 구매할 때 한 마리(통): 토막생선이 6:4의 비율로 주로 한 마리를 통째로 구매하는 비율이 높은 편이었음. 어류의 가격대를 보면, 냉장류 중에서는 중저가 어류가 80%를 차지하고 있음. 연어, 대구, 고등어 등이 인기가 있음. 향후에는 사용이 편리한 토막어류 비중이 더 높아질 것



태 국

1. 수산물 시장여건 변화

- 태국은 수산물 생산량이 4.2백만톤('05~'07평균)으로 세계8위 수산물 생산국임. '10년에는 156만 톤의 수산물을 수입하였는데 이는 수산물 가공용이 대부분임. 또한 수산물 수입이 증가하고 있는데 이 역시 태국 수산물 가공업의 수요증가에 의한 것임
- 수산업 가공업 발달에 따라 어육, 햄, 소시지 등 다양한 가공제품이 시장에 많이 소개되고 있어 가공품 소비가 늘고 있음
- 신선제품과 자국산 수산물 소비비중이 매우 높은 것이 특징인 태국은 최근 일본음식과 식당의 유행 및 건강에 대한 인식증가로 수산물 소비는 더욱 증가할 전망이다

2. 1인당 연간 수산물 공급량 변화

- 태국의 2007년 1인당 연간 수산물 공급량은 30.87kg으로 감소세였음. 그러나 인터뷰에서 태국의 수산분야 종사자가 체감하는 수산물 소비량은 증가세

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
29.49	29.93	31.65	30.94	33.15	33.47	32.00	30.87

자료: FAO 2010

3. 수산물 소비 트렌드

가. 대부분의 수산물 소비는 자국산으로 이루어짐

- 태국은 연간 4백만톤을 생산하며 태국인의 수산물 소비의 90~95%는 자국산으로 이루어짐. 수산물은 신선제품의 소비가 대부분임

주요국 수산물소비트렌드 조사결과(요약)

- 태국 재래시장의 수산물은 양식 수산물이 주로 거래되고, 지방의 경우 태국산이 거의 100%에 가까움. 대도시 주요시장에는 수입 고등어 및 오징어가 일부 거래되고 있음. 내륙지역으로 갈수록 민물어류 소비가 주를 이룸
- 수입산 수산물은 주로 대도시의 유통체인을 통해 소비되고, 식당, 케터링등에서 일부 소비하고 있음
- 한국인의 간장보다 더 자주 사용하는 액상젓국은 오징어, 생선, 새우 등으로 만들어 광범위한 요리에 사용하고 있음
- 다양한 신선형태의 수산물 소비와 어묵, 소시지 등의 가공품, 건조, 염장, 염장후 찢것, 훈제 등의 단순가공품 소비도 많음

나. 식사를 사먹는 생활방식과 일식당의 유행

- 태국은 가공식품보다 신선식품 소비를 선호하며 집에서 조리하는 식습관 보다는 음식을 사서 먹는 문화가 일반적인 특성이 있음
- 관광인구, 주재원 등 비즈니스 인구 및 외국 식생활에 노출된 중상류층의 고급 수산물 수요도 꾸준히 늘어나고 있음. 늘어나는 일식체인 식당과 일식품 수끼 식당의 유행임. 태국식 다음으로 태국인들은 외식에서 일식을 선호하고 있음
- 일식요리의 재료인 수산물 소비 증가와 함께 연어의 수입증가에도 영향을 미치고 있음, 일본 스시뷔페 체인, 태국 자생브랜드 일식당도 성업 중임

다. 수산 가공품 소비트렌드

- 대부분의 인기가공품은 할랄인증마크를 달고 있으며 HACCP 등 위생관리 인증이나 이력추적제를 도입한 제품도 눈에 띄임
- 새우만두 스프는 통새우를 함유한 사발면 스타일의 간편한 탕국으로 끓는물을 부어 렌지에서 간단히 조리해 먹을 수 있어 인기가 있음. 또한 할랄 인증을 받은 제품임



- 연어와 일식의 인기에 힘입어 데이야끼소스 연어구이와 밥 냉동식품이 인기가 있음
- 해산물, 채소, 밥을 같이 곁들인 냉동제품으로 한끼 식사를 해결할 수 있는 간편한 가공품이 인기임(새우 브로콜리 볶음, 해산물 카레밥 등)
- 오징어를 이용한 통오징어 구이 등 간편히 먹을 수 있는 스낵형식으로 그냥 먹거나 데워먹거나 다른 야채와 같이 먹을 수 있는 오징어 제품도 인기가 있음(오징어스낵, 껍질벗긴 건조오징어, 오징어 볶음과 밥 등)
- 참치 제품은 크래커와 참치스프레드, 샐러드용 야채와 같이 먹는 샐러드용 참치, 태국식 참치맛 통조림, 참치 스테이크 등이 인기임. 참치통조림에는 어획시 돌고래를 같이 어획하지 않았다는 마크를 달고 있어 세계적인 참치가공품을 생산하는 태국은 수입국의 국제 해양 보존 수준에 기준을 맞춘 제품을 생산하고 있음
- 김스낵은 여러 가지 맛과 고급스런 포장으로 시장에서 소비되고 있음(마늘맛, 한국맛 김 등). 한국산이 매우 인기가 있음. MSG를 넣지 않아 건강에 이롭다는 문구도 눈에 띄임

라. 수산물 관련 종사자 인터뷰를 통해 본 소비트렌드

- 태국시장은 안정적이며 약간의 성장을 하고 있음. 태국인은 국내산을 주로 소비하고 있음. 최근 뉴질랜드산 블루머슬(조개류) 소비가 증가했고, 칠레산 홍합도 들여올 예정임
- 국내산 새우를 다량 소비하며, 수입산은 연어와 홍합 소비가 인기가 있어 수입이 증가하고 있음. 오징어도 소비가 많은데 태국산 70%, 수입산 30%으로 구성됨
- 고등어의 경우 일본산과 한국산을 보면, 일본산은 외관이 깔끔하고 포장 손질이 잘되어 있고 가격도 비슷하여 더 인기가 있음
- 수입산은 노르웨이에서 수입되는 덴마크산 고등어는 품질이 좋고 이력추적이 가능하여 호텔, 케이터링 분야에서 만족도가 큼

주요국 수산물소비트렌드 조사결과(요약)

- 닭고기 및 계란의 가격이 상승하여 수산물 소비가 다소 증가하고 있음. 또한 건강에 대한 인식이 높아져서 육류섭취보다는 수산물 섭취에 더 좋은 이미지를 가지고 있어, 섭취량이 증가할 것으로 보임. 일식당이 확대되어 수산물 외식도 늘어나고 있음

미 국

1. 수산물 시장여건 변화

- 양식어류의 질병관리 등 양식기술 발전에 따라 수산물 생산단가가 하락하고 이를 재료로 하는 고부가 가공제품의 생산이 증가할 것으로 예상되며, 수산물의 생산도 양식어 비중이 증가하여 경제적인 양식수산물과 고가의 자연산 수산물 시장으로 양분되어 질것으로 전망
- 미국은 2008년 금융위기 이후 경기침체로 소비가 위축되었으나 '10년도 4/4분기에는 실질 GDP가 3%중반의 성장을 하여, 향후 경기회복으로 인한 소비 활성화를 기대하고 있음

2. 1인당 연간 수산물 공급량 및 소비량 변화

- 미국의 2007년 1인당 연간 수산물 공급량은 24.1kg으로 증가세

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
21.7	21.3	22.5	23.7	24.3	23.8	24.7	24.1

자료: FAO 2010

- 미국인의 1인당 연간 수산물 소비량은 '09년 기준 15.8파운드에 달하였으며 '05년 대비 0.4파운드 하락하였음. '09년의 경우 신선 및 냉동 소비량은 75%, 통조림 23% 비중으로 그 외 염장, 훈제, 건조 제품임. 신선 및 냉동제품 중에서는 어류가 6.2파운드, 갑각류가 5.6파운드였음



(단위: lb(파운드))

2005	2006	2007	2008	2009
16.2	16.5	16.3	16.03	15.8

자료: NOAA Fisheries Service * 1파운드는 약 0.45kg임

3. 수산물 소비 트렌드

가. 건강에 대한 관심증가로 중년층의 수산물 소비 높아

- 미국인들의 수산물 소비는 대부분 외식을 통해 이루어지며, 가정용 소비 판매는 대형 슈퍼마켓 체인 및 회원제 대형매장을 통해 이루어지고 있음
- 미국에서 수산물을 주로 소비하는 계층은 경제적으로 풍요하고 건강에 관심이 높은 기혼의 중년층으로 특히, 동북부 대서양 지역, 서부 태평양지역의 대도시에 거주하는 인구가 수산물을 많이 소비하고 있음
- 최근의 소비특징은 전통적인 소매매장보다는 월마트나 코스트코같은 대형유통매장에서의 구매비중이 높아지고 있으며, 건강정보가 담긴 포장제품, 친환경라벨 제품의 판매가 증가하고 있음
- 소비자들의 건강과 심장병 등 성인병에 대한 관심이 높아져 오메가-3에 대한 인식이 증가할수록 수산물 소비가 늘어날 것으로 전망됨

나. 수입산 증가, 주로 자연산, 경기침체로 즉석제품 인기

- '08년 미국의 연간 수산물 소비량은 50억파운드였으며 전체 소비량의 84%를 수입에 의존하였음. 이는 '90년대 후반의 66%에 비하면 상당량 높아진 수치임
- 세계의 양식수산물 소비비중은 50%이나 미국은 전체소비량의 10% 정도가 양식수산물임
- 미국인들이 주로 소비하는 피레트나 스테이크용의 어종은 대구, 명태, 민어 등이며 명태가 가장 많이 가공되고 있음. 단일품목 중 가장 높은 소비는 새우로 1인당 연간 소비량은 4.1파운드(약 9kg)임

주요국 수산물소비트렌드 조사결과(요약)

- 수산물 소비 중 70% 이상이 외식을 통해 이루어지는데, 이 중 인기품목은 새우임. 최근의 경기침체로 외식업체는 타격을 입었으며, 이후 집에서 간편하게 조리해 먹을 수 있는 즉석제품과 한층 고급화 한 제품(Better-for-you)이 인기를 끌고 있음

다. 인기 제품을 통해 본 수산 가공품 소비트렌드

- 면과 수산물을 조리한 파스타와 새우를 곁들인 제품. 외식체인 브랜드를 붙인 상품, 양념한 새우를 국수와 채소를 곁들여 내놓은 상품도 있음. 전자렌지나 오븐에 조리하여 먹음. 새우는 미국인이 가장 선호하는 갑각류임
- 패류와 돼지고기를 조리한 스캘럽 베이컨 말이는 조개관자(스캘럽)를 베이컨에 말은 것으로 오븐이나 전자렌지에 조리해 먹는 즉석 제품임
- 연어 제품은 피레트를 양념하여 그릴에 구운 스테이크를 오븐에 조리해 먹는 즉석식품이나, 조리과정 없이 바로 먹을 수 있는 훈제연어가 인기임
- 흰 살 생선 스테이크인 양념 대구스테이크나 태평양 대구 스테이크 제품이 인기임
- 생선튀김류는 빵가루를 입힌 명태 피레트튀김, 채소류, 볶음밥세트도 있고, 아이들은 명태튀김에 옥수수를 곁들여 렌지나 오븐에 가열하여 먹는 제품이 있음
- 빵에 발라먹는 참치샐러드, 참치를 크레커에 발라먹을 수 있는 세트메뉴, 훈제굴 상품이 인기임. 이들 제품은 모두 조리과정없이 먹을 수 있음

라. 수산물 관련 종사자 인터뷰를 통해 본 소비트렌드

- 한국계 마켓 수산물 담당자는 수산물 시장경기도 경기침체와 함께 침체한 상황이며, 수입산은 품목과 물량이 조금씩 증가하는 추세로 전망함
- 가공수산물은 소비가 증가할 것으로 예상됨



캐나다

1. 수산물 시장여건 변화

- 2009년도 캐나다 수산물 총 생산량은 117만 톤으로 전년도와 비슷한 수준을 기록하였음. 캐나다의 양식업은 점차 늘고 있으며, 그중 양식연어, 송어, 굴, 홍합조개 등의 양식이 주목할 만함. 또한 대구, 넙치 양식이 진행 중임
- 캐나다의 총 수산물 생산량은 어획을 통한 생산이 85%에 달했으며, 특히 갑각류인 바다가재, 게, 새우 생산량이 67%에 달함. 향후 양식 생산량 비중이 늘어날 것으로 기대됨

2. 1인당 연간 수산물 공급량 및 소비량 변화

- 캐나다의 2007년 1인당 연간 수산물 공급량은 23.8kg으로 정체

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
23.9	24.9	23.9	24.5	23.2	23.6	23.6	23.8

자료: FAO 2010

- 캐나다인의 1인당 연간 수산물 소비량은 '09년 기준 7.81파운드였으며 '05년 대비 1.17파운드 하락하였음. '09년의 경우 신선 및 냉동 소비량은 45%, 가공제품 32% 비중으로 그 외 패류, 담수어를 소비함

(단위: lb)

2005	2006	2007	2008	2009
8.98	8.73	8.82	7.76	7.81

자료: Fisheries and Oceans Canada

주요국 수산물소비트렌드 조사결과(요약)

3. 수산물 소비 트렌드

가. 대용량 제품보다는 깔끔한 포장제품을 대형마켓에서 주로 구입

- 소비 특징으로는 대용량 벌크 제품보다는 깔끔하고 제품 설명이 잘되어 있는 포장제품이 늘어나고 있고 이에 대한 소비가 증가하고 있음
- 코스트코, 세이프웨이와 같은 대형유통업체의 수산물 코너에서 수산물을 주로 구입함

나. 갑각류 제품은 주로 신선으로 소비(바다가재, 게, 굴, 홍합 등)

- 신선제품을 선호하며 갑각류인 바다가재, 게, 굴, 홍합 등은 신선으로 유통되고 신선제품으로 소비함
- 특히, 추수감사절, 크리스마스 시즌에 새우, 바다가재의 소비가 늘어남. 한인교포들은 여름철에 쫄면, 새우 소비가 늘어남
- 선호 어종은 대구, 연어, 명태, 가자미 등이며 주로 스테이크나 피레트로 가공 및 소비

다. 인기 제품을 통해 본 수산 가공품 소비트렌드

- 생선튀김류로 명태 피레트 튀김은 대중적인 생선인 명태피레트를 빵가루 입혀 튀긴 것으로 오븐에서 간단히 조리해 먹을 수 있음. 그 외 가자미피레트 튀김도 있음
- 어류피레트는 양념하여 오븐에서 가열해 먹는 저지방 요리제품으로도 인기임. 명태, 연어 피레트를 주로 소비
- 게맛살류도 캐나다인에게 친숙한 제품임
- 참치류는 통조림으로 흰살참치를 익힌 것으로 즉석에서 먹거나 샐러드에 사용해 먹음



라. 수산물 관련 종사자 인터뷰를 통해 본 소비트렌드

- 수산물 시장은 지속적인 가격상승으로 매출이 떨어지고 수산물시장 경기도 침체 지속되는
중으로 수입수산물은 물량은 축소되고 품목은 늘어나고 있음

스페인

1. 수산물 시장여건 변화

- 스페인의 수산물 생산량은 '08년 117만톤을 기록하였으며 이중 대부분은 어획에 의한 것으로
큰 폭의 변화는 보이지 않고 있음. 양식부분 생산량도 크게 변화를 보이지 않고 있음.

2. 1인당 연간 수산물 공급량 변화

- 수산물 공급량은 '93년 이후 40kg을 넘어선 이후 큰 변화는 없음

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
43.2	44.5	44.0	44.4	42.7	41.5	46.3	44.8

자료: FAO 2010

- 가정의 소비량 중 어류의 비중은 증가함. 30.5%('87) → 38.7%('05)

3. 수산물 소비 트렌드

가. 빵가루물 입힌 냉장수산물과 참치캔 시장 인기

- 수산물을 섭취하는 이유로는 건강상의 이유(75%), 맛이 좋아서(64%)로 응답하는 사람이
많았음('07 소비자 설문조사)

주요국 수산물소비트렌드 조사결과(요약)

- 스페인인이 가장 선호하는 어류는 대구로, 대구의 소비성향은 '97년 대비 '05년 신선 대구와 냉동 대구 소비량에서 신선대구 소비가 증가하였음
- '09~'14년 수산물 분야 시장규모 전망치는 냉동제품이 더 높은 성장할 것으로 전망
- 냉장제품의 시장비중은 '09년 빵가루 입힌 수산물(41%)과 신선어류(34%) 시장규모가 비슷하지만 시장성장률은 빵가루 입힌 제품이 5년 동안 더 큰 폭으로 증가함
- 냉동제품의 시장비중은 '09년 어류 44%, 빵가루입힌 것 33%, 해산물 23%였으며 지난 5년간 평균 8%의 성장을 하였음
- 캔제품은 '09년 참치캔이 54%를 차지하였으며 지난 5년간 연평균 3.9%성장이 되었음. '09년 고등어는 7%시장비중이었으며 지난 5년간 연평균 4.1% 성장률을 보였음

나. 인기 수산가공품을 통해 본 소비트렌드

- 손질한 오징어 제품은 좋아하는 형태로 잘라 먹기 편하게 판매, 튀김이나 뼈에야에 넣어 먹음, 손질한 홍합 제품도 인기임
- 대구 피레트는 냉동 제품 혹은 냉장제품으로 판매되며 기름에 튀겨 스테이크로 조리하여 섭취함
- 빵가루 입힌 오징어, 빵가루 입힌 새우를 튀김으로 이용
- 캔제품은 다양하며 바지락은 뼈에야에 넣고, 문어는 안주로 바로 먹을 수 있으며, 홍합은 빵위에 얹어 먹거나 안주로 먹음
- 맛살은 마요네즈에 버무린 뽕초스 형태나 버섯과 함께 구워먹기도 함

다. 수산물 관련 종사자 인터뷰를 통해 본 소비트렌드

- 스페인 경기침체로 수산물 시장경기도 좋지 않음. 당분간 지속될 것. 스페인에서는 양식산이 더 성장하지 않을까 생각됨. 시장에서는 수입산 비중을 50%이상으로 보고 있음. 지리적으로 가까운 프랑스, 이탈리아 산 수산물을 선호하는데 신선한 제품을 구할 수 있기 때문임



- 건강에 대한 관심으로 소비가 늘어날 것. 경기가 좋지 않아도 신선제품에 대한 수요는 유지가 될 것임. 연어의 경우는 수입산 중에서도 선호되고 있는 품목임

프랑스

1. 수산물 시장여건 변화

- 프랑스의 '08년 수산물 총생산량은 70만 톤으로 유럽연합 총 수산물 생산의 10%를 담당하고 있음
- 프랑스의 수산물 소비량은 90년대 후반을 경계로 급격히 증가하는 추세인데, 이는 식품관련 웰빙 열풍, 환경/동물보호운동, 타국 음식문화에 대한 관심 등에서 비롯된 현상임
- '10년 1월부터 적용한 불법, 비보고, 비규제 수산물 수입금지에 대한 규정으로 수입물량이 줄어들다가 점차 자리를 찾아가고 있음

2. 1인당 수산물 공급량 변화

- 수산물 공급량은 '01년 이후 지속적으로 증가세를 유지하고 있음. '06년 35.3kg이 가장 높았음

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
30.7	33.6	33.9	34.0	33.2	34.9	35.3	34.2

자료: FAO 2010

- '00년을 전후로 육류, 닭고기의 소비량이 낮아지고 수산물 소비량이 증가하였음. 어류의 소비량 증가가 수산물 소비량 증가로 이어진 것임

주요국 수산물소비트렌드 조사결과(요약)

3. 수산물 소비 트렌드

가. 편리하고 위생적인 손질된 냉장제품 소비 증가

- 일반가정의 수산물 소비는 신선제품의 소비는 줄고, 손질된 냉장 제품의 소비는 점차 증가하는 추세임
- 손질된 냉장제품의 가격이 월등히 높은 편이며, 냉동제품, 캔제품의 가격이 꾸준히 오르는 반면, 신선제품의 가격은 하락하는 추세임
- 가정에서는 신선제품 36%, 냉장제품 29%, 냉동 21%, 캔제품 14%를 소비함. 프랑스의 일반가정에서 소비하는 품목은 참치, 연어, 대구, 정어리, 송어, 홍합, 굴, 조개관자, 새우임
- 대형 체인마켓의 열풍은 지속되고 있음. 전통식 신선제품 가판대가 대형마켓에 있지만, 그 중요성은 점점 줄어들고 있음. 편리함과 위생의 이유로 손질, 포장되어 나오는 냉장제품이 인기를 얻어 가판대가 확장되고 있음. 이들 제품은 특히 12월에 판매량이 늘어남
- 프랑스에서는 810개 매장이 있는 피카드(Picard)마켓이 인기임. 모든 냉동제품을 취급하는 체인임. 어패류 인기가 높으며, 가격은 일반마켓보다 훨씬 높은 편임
- 수산물중 가격이 높은 조개류, 갑각류는 연말에 판매량이 상승함. 반면 어류는 연말에 판매가 하락함
- 업체의 수산물 수요는 개인식당에서 구매량이 가장 많음. 프랜차이즈 식당의 수산물 구매량은 낮은편
 - 개인식당 944,848 백만 유로 / 프랜차이즈식당 181,558 백만 유로

나. 초밥 매출액이 패스트푸드 따라 잡을 기세

- '10년 햄버거류 패스트푸드 체인 수 1750개와 초밥업체 수 1580개는 큰 차이가 나지 않지만, 매출액은 초밥업체가 1/5 수준임. 쉽게 포장 가능하고 차갑게 먹을 수 있는 장점으로 가격의 대중성이 확보되면 매출이 급증할 것으로 전망됨



다. 수산물 소비트렌드

- 어류 판매는 송어와 연어가 68%를 차지할 만큼 대중적임
- 굴 58%, 홍합 40%은 조개류 판매량의 대부분을 차지함
- 수산물 냉장 가공품의 인기는 매년 크게 상승하고 있으며, 익힌 새우와 계맛살의 가격하락은 판매율 상승을 가져오고 있음. 계맛살은 한해 5만 톤이 넘는 소비량으로 유럽전체 1위를 달리고 있음
- 타라마는 그리스 터키음식으로 생선알을 양념한 것으로 편리하게 빵이나 비스킷에 발라먹을 수 있어 인기임
- 익힌 새우제품은 OSO에서 출시한 익힌 유기농 새우가 소비자가 뽑은 우수 유기농 수산제품으로 선정됨
- 냉동 대구피레트, 튀김용 빵가루 입힌 생선, 튀김용 빵가루 입힌 오징어 등이 손쉽게 조리해 먹을 수 있는 제품으로 인기임
- 대구 아크라는 프랑스령 마르니크 섬의 토속음식으로 대중적인 인기가 있음. 매운맛이 남. 유명 가공회사에서 해외음식라인으로 출시한 제품임
- 리에트는 프랑스 식전음식으로 가장 대중적이고 인기있는 요리임. 참치리에트는 빵이나 샐러드에 이용하며 싼가격에 무난하여 인기가 있음

라. 수산물 관련 종사자 인터뷰를 통해 본 소비트렌드

- 먹기 편하도록 손질된 제품들에 대한 수요가 점점 커지고 있음. 포장이 중요해지고 있음. 특히 연어나 새우. 초밥세트에 대한 비중이 커지고 있음
- 연어 공급이 부족하고, 새우 수요도 높아지고 있고 양식 대구의 수요가 높아지고 있음.

주요국 수산물소비트렌드 조사결과(요약)

- 프랑스에서 수산물은 고급상품으로 여겨지고 있음. 수산물 소비도 증가하는 경향임. 프랑스 소비자들 중 특히 수산물 소비자들은 매우 보수적이며, 고령에 생활수준이 높은 계층임. 새로운 제품에 접근하려는 계층이 아님에 유의해야 함
- 오늘의 프랑스 소비자들은 원산지와 상품의 질을 살피고 있으며, 유기농 제품의 소비층은 15%에 불과하지만, 이들이 수산물 소비경향에 영향을 끼치고 있음

러시아

1. 수산물 시장여건 변화

- '08년도 3/4분기 이전까지 경제호황을 누리던 러시아는 글로벌 경제위기 이후 소비트렌드가 현저히 변화함
- 경제위기 이전의 소비트렌드는 프리미엄급에 대한 관심증대와 해산물의 소비증대였음. '00년대 초 소득이 증가되자 건강한 삶을 추구하게 되자 고가 프리미엄 제품 발달촉진
- 러시아 국내에서도 지역별로 어류, 해산물 시장은 차이를 보이는데, 모스크바와 상트-페테르부르크 등 대도시와 개발지역에서는 프리미엄급 제품 소비비율이 높고 저개발지역은 훨씬 더 저가의 제품을 선호하고 있음

2. 1인당 연간 수산물 공급량 및 소비량 변화

- 수산물 공급량은 증가세

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
17.9	17.7	16.9	17.3	16.7	18.6	18.7	22.5

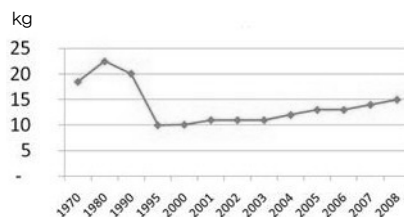
자료: FAO 2010



- '95 - '08 년간 러시아의 어류소비는 50% 증가되어 연간 1인당 소비량은 10kg에서 15kg까지 성장함. 러시아 1인당 소비량은 유럽보다 몇 배 낮음

< 러시아 연평균 1인당 어류·어류제품 소비량(kg) >

1970	1980	1990	1995	2000	2001	2002
19	23	20	10	10	11	11
2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
11	12	13	13	14	15	15



자료: 연방통계청

- 러시아 정부는 '20년까지 1인당 수산물 소비량을 '07년 12.6kg에서 23.7kg으로 증가시키고 자국산 비중을 67%에서 85%로 증가시키기 위해 정책을 추진 중임

3. 수산물 소비 트렌드

가. 경제위기 이전 트렌드

- 2008년 3/4분기 이전에는 조제품과 최소 조리시간을 요하는 제품군으로 소비가 이동되는 움직임을 보여주었음. 대도시, 개발지역은 프리미엄 군 제품 관심이 증가
 - 붉은살 생선(연어, 무지개송어 등)과 캐비아(붉은살 생선 및 기타 어류의 캐비아)는 당시 급속도로 성장하는 추세였음
 - 모스크바와 상트-페테르부르크에서는 프리미엄급 소비가 높았는데, 붉은살 생선은 어류시장의 40%, 붉은살 생선 캐비아는 35%를 차지하였음
- 해산물 소비증가도 경제위기이전의 수치로, 러시아는 유럽의 2~2.5년 정도 늦게 유럽시장 트렌드를 따라가는 양태를 보이고 있음. 유통매장에 증가했던 포장된 신선어류는 그 트렌드를 반영한 것임

주요국 수산물소비트렌드 조사결과(요약)

나. 경제위기로 인한 변화된 트렌드

- 경제위기를 거치면서 시장은 제품종류를 저가 제품군으로 확대하고 있음. 유통체인점들도 적당한 가격대 제품군을 확대하고, PB(자체브랜드) 제품을 적극 개발하고 있음
- 러시아 소매유통에서 전통적으로 수요가 높은 제품은 냉동어류(35%), 해산물(16%), 염장청어(15%), 냉동어류 피레트(11%), 건조어류 및 캐비아 등(23%)으로 나타남
- 냉동어류는 러시아 전체에서 가장 인기있는 품목이며 월평균 1만루블 미만 소비자층에게 가장 인기있는 어류는 대구와 명태임. 소비자들은 각종할인 및 판촉행사시 5배~10배 이상의 판매를 증가시키기도 함. 소비자들은 가격에 주목하고 있음
- 소비자들에게 가장 결정적인 영향을 주는 요소는 가격이나, 최근 들어 값비싼 매장 어종인 붉은살 생선(연어, 송어, 참치 등) 소비트렌드가 관측되고 있음. 이때 결정요인은 맛에 대한 선호도가 중요하게 작용

다. 수산 가공품 소비트렌드

- 냉장제품은 계맛살이 인기가 있으며 다양한 소스에 찍어먹거나 샐러드용으로 사용됨
- 냉동제품은 요리시간이 적게 드는 빵가루 입힌 명태피레트, 빵가루입힌 생선튀김, 팡가시우스 피레트, 원료를 수입하여 러시아에서 가공하여 단가를 낮춘 살짝익혀 얼음막을 입힌 해산물 칵테일 등이 있음
- 훈제품으로는 훈제연어가 있으며 전통적으로 러시아인들이 애호하는 제품임. 건조제품으로는 조미 오징어가 있으며 안주용으로 바로 먹을 수 있는 제품임
- 캔제품과 밀폐용기제품은 참치캔, 염장청어 피레트, 열빙어 캐비아스프레드, 연어캐비아 등으로 냉장상태 그대로 먹거나 샐러드용으로 사용해 먹을 수 있음



라. 수산물 관련 종사자 인터뷰를 통해 본 소비트렌드

- 경제위기 때에는 중국산 등 조금 더 싼 제품들로 구입하거나 자국산, 명태, 대구로 대체해 왔으나 경기 호전으로 수입품종 및 규모는 증가할 것으로 보임
- 수입산 소비는 증가하고 있고, 유럽산과 지중해산 어종이 현재는 널리 보급되어 소비자층에 요리법등이 익숙해져 대중화되고 있음
 - 유통에 따른 경비는 항공수송 혹은 차량운송에 따라 제품의 가격대가 다양해지면서, 가격과 품질로 소비자들이 선택할 수 있는 품목이 늘어나면서 소비규모가 증가함
- 중국산 명태 피레트와 베트남 팡가시우스는 감소세임. 반면 러시아 서부에서 예전에 수요가 높지 않던 다양한 새우, 뱀장어 등 이국적인 품종의 소비가 증가세임
- 대도시에 비해 소득수준이 낮은 소도시에서는 자국산 명태, 빨간대구, 불루화이팅을 선호하며, 손질된 피레트보다는 통한마리 제품을 선호함(가격이 저렴한 이유)
- 계맛살은 10년전 한국산이 들어왔으나, 그 후 중국산이 인기를 끌었으나, 현재는 품질 및 가격경쟁력이 뛰어난 러시아산이 중국산을 제치고 있음



일 본

수산물 소비트렌드



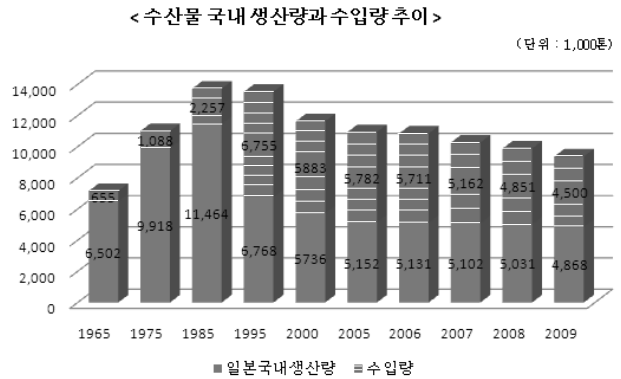
1. 시장동향을 통해 본 수산물 소비트렌드

가. 수산물 시장 여건 변화

- ❑ 일본은 수산물을 동물성 단백질 섭취량 중 40%를 차지하고 있으나 자원감소, 어획량 감소, 소비자 기호변화, 중국·아시아권의 수산물수요증가, 참치류 보존관리와 국제규제의 강화 등 환경변화에 직면하고 있음
- ❑ 생산량 감소와 함께 각국의 수입품이 들어와 일본의 수산물 시장상황은 변화 중임

● 일본 국내 공급량은 감소 경향

- ▶ 일본인의 단백질 원이 크게 변하여 어류로부터 육류로, 일본식에서 서양식으로 변함
- ▶ 경기 침체로 인해 값비싼 국산에서 저렴한 외국산으로 이동
- ▶ 그 결과 수산물의 공급량이 감소하고 시장 규모는 매년 축소하고 있음



- ▶ 일본의 어업 종사자의 고령화로 인해 노동력 부족, 동일본 대지진 재해에 의한 방사성물질 오염 등 지금은 공급에 있어 어려운 상황임
- ▶ 일본은 침체가 길어지면서 소비도 침체되고 있음
- ▶ 가공제품의 신제품 발매, 아동 급식, 고령층을 위한 섭취가 쉬운 가공품 연구가 활발

나. 1인당 연간 수산물 공급량 변화

- ❑ 일본의 연간 1인당 수산물 공급량은 2000년 이후 지속적인 감소세를 보임

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
67.1	68.7	67	65.7	62.7	61.2	58	56.7

자료: FAO, 2010

다. 일본 수산물 수출입동향

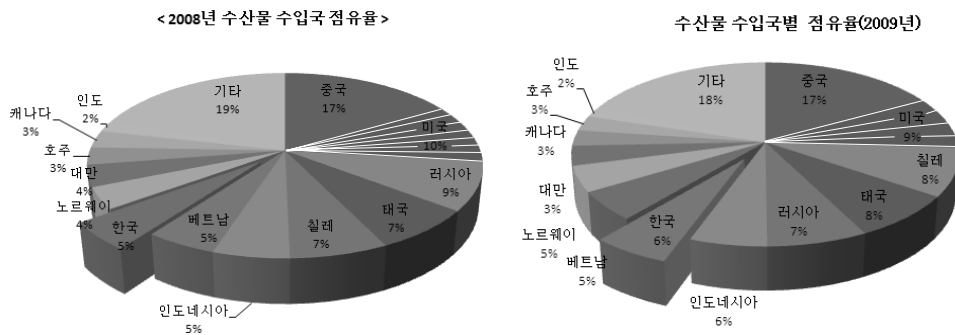
☐ 수산물 수입은 중국산이 제1위임. 한국은 6위

- 중국에서 장어류, 다랑어·청새치류·계조제품, 미국은 대구류, 연어송어류 등, 태국, 인도네시아, 베트남 등 동남아시아 국가들은 새우, 오징어 등의 갑각류나 연체동물, 러시아에서는 게, 바지락, 재첩. 노르웨이에서는 전갱이, 청어, 시사모 등을 수입함
- 중국으로부터의 수입액은 정체 상태에 놓여 성장세가 멈추고 있으나 장어(조제품), 다랑어·청새치류, 게·새우 등이 수입상위임

☐ 수입국·수입량 모두 감소 경향

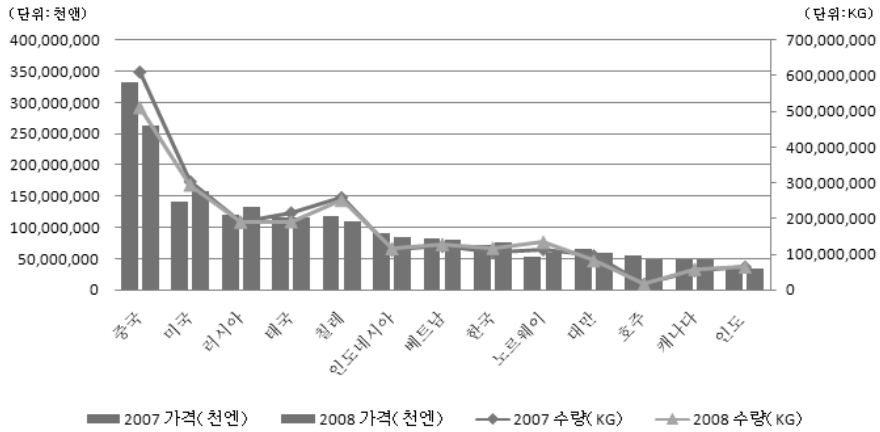
- 2008년 수산물 수입 실적은 금액이 1조 5,690억엔으로 전년 대비 4.1%로 감소, 수량도 276만 7,000톤으로 전년 대비 9.5% 감소. 1위 수입금액은 다랑어·청새치류(대만, 한국, 중국, 인도네시아), 새우(베트남, 인도네시아, 인도, 태국), 연어·송어류(칠레, 노르웨이, 러시아), 게(러시아, 미국, 캐나다) 등 순임

☐ 수입의 감소 원인은 경기 침체와 중국의 수요 확대로 인한 공급량 감소임



- 경기 침체에 의해 단가가 높은 단백질 원이 감소하였고, 그 결과 도미나 복어 등의 고급 어류의 수입이 감소. 중국 내 수산물 수요가 확대로 물량 감소

< 2007/2008년 수산물 주요국 수입액·수량 >



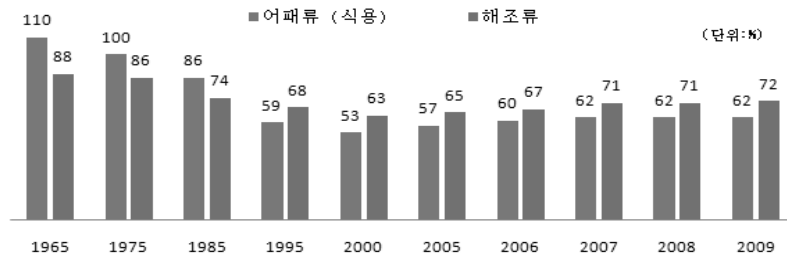
<수산물 수입국별 수입동향(2007 ~ 2009)>

(단위: 톤, 백만 엔, %)

국가	2007		2008			2009		
	수량	금액	수량	금액	점유율	수량	금액	점유율
중국	609,601	333,602	510,407	262,970	16.77	444,285	221,160	17.07
미국	303,735	141,064	293,722	158,359	10.14	265,532	115,527	8.87
칠레	259,247	118,333	250,484	108,729	6.92	266,012	110,229	8.51
태국	216,626	115,996	190,515	115,844	7.38	195,344	103,520	7.99
러시아	189,794	119,854	190,257	132,404	8.45	165,756	96,105	7.42
인도네시아	112,938	90,051	115,676	84,928	5.40	119,937	73,883	5.70
한국	106,749	71,692	116,701	76,291	4.89	125,733	72,963	5.64
베트남	123,214	82,593	127,698	79,460	5.05	113,904	66,917	5.18
노르웨이	113,814	52,026	133,516	58,599	3.78	142,190	58,482	4.54
대만	96,940	65,318	81,374	59,148	3.75	75,550	44,778	3.45
캐나다	54,885	49,304	58,165	47,498	3.01	42,645	35,567	2.75
호주	17,464	54,422	16,128	47,705	3.03	17,311	34,199	2.64
인도	64,934	36,269	64,368	33,379	2.13	53,203	24,718	1.91
기타					19.3			18.33

자료: 수산청

<수산물 식량자급율>



(단위: %)

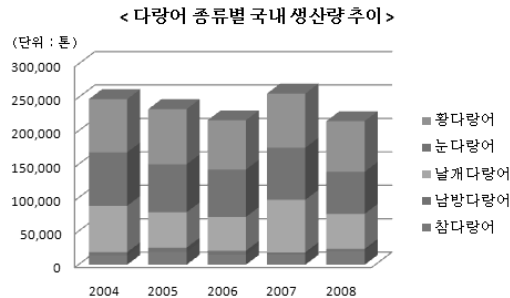
종 류	1965	1975	1985	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009
어패류(식용)	110	100	86	59	53	57	60	62	62	62
해조류	88	86	74	68	63	65	67	71	71	72

자료: 수산청

2. 신선품 소비량 변화 및 소비형태를 통해 본 소비트렌드

가. 다랑어류

- ❑ 다랑어류는 단가가 높고 성장이 기대되는 품목으로 일본은 세계 어획량의 80%를 사들이고, 14%에 해당하는 물량을 일본이 어획하고 있음
- ❑ 안정적인 수요가 예상되는 다랑어류는 생산량이 감소하고 있음. 속살을 주로 소비하는 「황다랑어」 「눈다랑어」 「날개 다랑어」와 뱃살 등 고급 어류로 취급되는 「남방다랑어」 「참다랑어」가 있음. 2008년은 일본에서 참다랑어 양식에 성공하여 생산량이 대폭 늘어 한국산 수입이 감소함



<다랑어 종류별 일본 생산량 추이>

(단위 : 톤)

년도	참다랑어	남방다랑어	날개다랑어	눈다랑어	황다랑어
2004	14,199	4,543	69,379	79,941	79,519
2005	19,326	6,105	52,999	71,665	82,569
2006	15,207	5,675	50,628	70,742	73,769
2007	15,374	3,196	78,552	77,855	81,020
2008	20,501	3,209	52,513	62,750	75,831

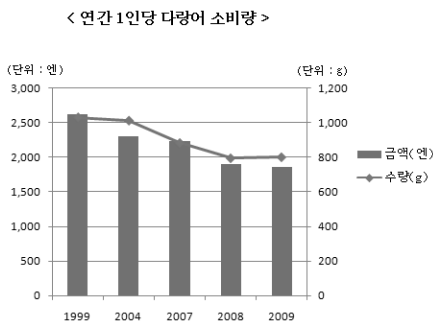
- ❑ 다랑어류는 대만이 대일본 수출 1위, 한국은 2위
- 다랑어 3종류에서 대만이 1위이며, 한국은 신선 참다랑어 수출이 상위임. 그 다음으로 중국, 호주가 이어지지만, 모두 2010년은 감소
- 한국산 다랑어 비율은 일본시장에서 12.8%임(2008년)

<다랑어류 수입 금액 상위 3위 추이>

(금액: 엔, 수량: kg)

년도	대 만		한 국		중 국		호 주	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
2006	82,013,780	48,543,834	43,402,484	26,253,015	27,637,932	18,731,437		
2007	65,711,324	38,919,674	37,003,212	26,941,885			9,732,639	19,209,400
2008	54,948,796	36,681,328	31,616,508	26,491,089	23,701,570	17,238,709		
2009	51,803,889	30,928,666	30,618,661	24,356,175	28,059,478	18,171,886	28,059,478	18,171,886
2010	61,800,418	37,064,950	32,592,369	27,264,288	23,256,265	17,068,059	23,256,265	17,068,059

☐ 일본의 경제 불황 등의 이유로 다랑어 1인당 소비 금액은 감소세



<다랑어 소비금액 감소>

년도	수량(g)	금액(엔)
1999	1,031	2,624
2004	1,012	2,303
2007	882	2,235
2008	794	1,897
2009	800	1,859

자료: 수산청

☐ 대부분이 핏감용·초밥용. 날개 다랑어는 통조림용

- 참다랑어의 복부의 지방이 많은 부분은 뱃살(토로)이라고 불리는 최고품. 중부·관서(関西)지방에서는 참다랑어, 눈다랑어보다는 황다랑어를 좋아하며 그 외 황다랑어의 일부와 날개 다랑어는 통조림용임

☐ 가격 동향은 참다랑어와 기타다랑어로

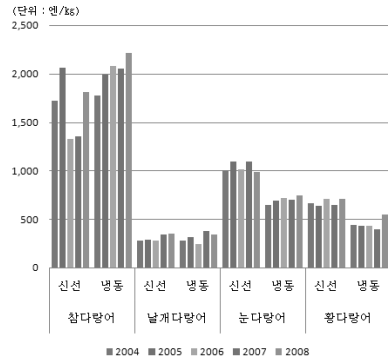
- 2008년 대부분 가격은 평균을 유지했으며 수요와 공급에 의한 가격 변동이 더해져 불경기에 의한 구매 기피가 염려되었으나 큰 영향은 없었음
- 한국으로부터의 수입도 많은 참다랑어가 압도적으로 고가로 거래되는 것에 비해서 속살이나 통조림용의 기타 다랑어는 그 반값에 거래되고 있음
- 인기가 높은 참다랑어는 일본에서도 식품회사가 양식에 참여하거나 해외에서의 쟁탈전이 되고 있기 때문에 고가로 거래되고 있는 경향이 있음

<다랑어 도매가격의 추이>

(단위 : 엔/kg)

년도	참다랑어		날개다랑어		눈다랑어		황다랑어	
	신선	냉동	신선	냉동	신선	냉동	신선	냉동
2004	1,720	1,777	278	276	1,006	649	663	442
2005	2,062	1,985	291	318	1,089	689	634	428
2006	1,325	2,077	275	242	1,009	716	704	427
2007	1,349	2,053	339	373	1,090	702	647	394
2008	1,806	2,210	351	339	989	745	705	546

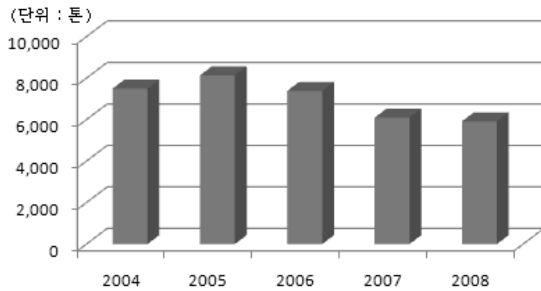
<다랑어 도매가격의 추이>



나. 넙치류

☐ 일본의 넙치 생산량은 감소세

<넙치 생산량 >



<넙치 생산량>

(단위 : 톤)

년 도	넙 치
2004	7,500
2005	8,136
2006	7,388
2007	6,095
2008	5,917

☐ 한국산 넙치 수입증가

<일본의 넙치수입>

(금액: 천 엔, 수량: kg)

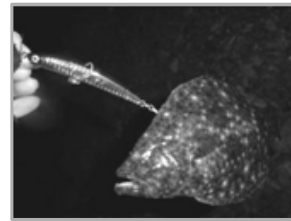
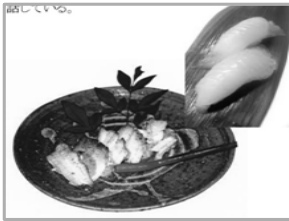
년도	미 국		아이슬란드		러시아		캐나다		한 국	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
2006	16,517,929	5,282,014	6,000,391	3,658,622	8,479,647	4,195,317				
2007	15,390,251	4,614,262			10,263,718	4,815,805	5,677,303	3,212,933		
2008	23,714,427	3,185,315			8,689,448	4,654,235	6,703,249	3,496,549		
2009	20,581,901	4,380,738	6,106,414	3,271,147	4,775,504	2,407,667				
2010	22,416,711	4,666,237	6,752,881	3,702,264	6,708,400	3,215,357			3,963,521	4,669,578

주) 2010년 한국산 활넙치 관세코드 분리

☐ 넙치 소비형태는 주로 조림·튀김·구이용

● 신선용의 일부는 횡감용·초밥용

▶ 조림·튀김·구이 외에 신선 넙치의 일부는 횡감용·초밥용으로도 이용되고 가정용 외에는 외식산업, 급식산업, 급식용, 조리냉동식품의 재료 등으로 널리 사용됨



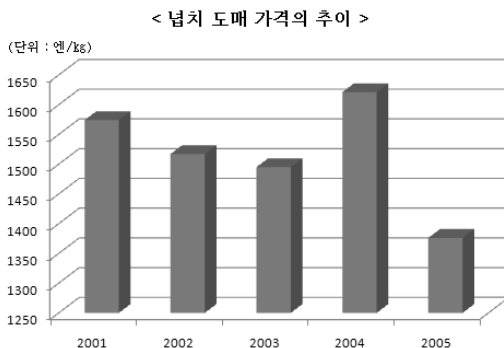
☐ 대형 수산 회사, 상사가 구매하여 공급

● 구매는 주로 대형 수산회사, 상사가 하여, 가공회사에 넘김. 가공은 어체의 크기 등에 의해 다르지만, 드렌스(손질한 몸통), 피레트(손질하여 양분한 것), 토막 등으로 함. 그 후 주로 저온 냉장 물류로 외식, 급식, 슈퍼 등의 소매점으로 유통됨. 냉동식품 등의 기업에는 수입회사 또는 가공 회사가 직접 납품

☐ 넙치 도매가격 동향

● 2005년까지의 도매가격은 하락세였음. 최근시세는 kg당 1,000엔 선임

● 한국산 넙치는 싼 가격, 좋은 품질, 신선도 등의 신뢰를 유지하는 것이 중요. 1940년에 일본이 양식하기 시작한 넙치에 대한 인기는 높음



<넙치 도매 가격의 추이>

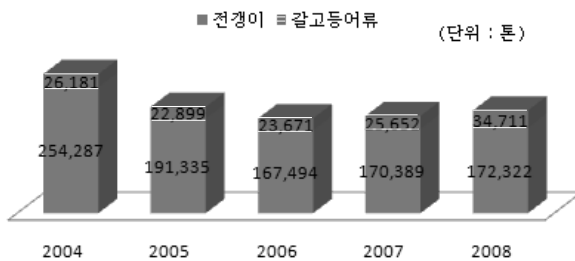
(단위 : 엔/kg)

Year	Sea Bream Price
2001	1,574
2002	1,517
2003	1,495
2004	1,621
2005	1,376

다. 전갱이

- ☐ 전갱이는 일본에서는 멸치, 고등어, 오징어와 함께 대중 어류로 친숙함. 건어물과 같은 적당한 크기와 양질의 전갱이 어획이 감소하고 그와 같은 사이즈 전갱이를 한국을 중심으로 수입하고 있음
- ☐ 전갱이는 안정적인 수요가 있음
 - 일본에서 어획되는 전갱이 외에, 갈고등어, 구주에서 잡히는 도바 전갱이 등에서 일본산·수입산을 포함하여 전갱이가 차지하는 비율이 높음
 - 불황이 계속되는 중에도 가격이 적당하고 영양가가 높고 무난한 맛으로 가정 요리의 인기품목으로 안정적인 수요가 확보되는 어류임

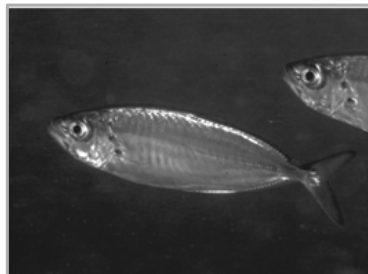
<전갱이 생산량의 추이(단위: 톤)>



<전갱이 생산량의 추이>

(단위 : 톤)

년도	전갱이	갈고등어류
2004	254,287	26,181
2005	191,335	22,899
2006	167,494	23,671
2007	170,389	25,652
2008	172,322	34,711



☐ 전갱이 수입국

- 1위 네덜란드는 2010년 금액 전년 대비 9% 감소, 수량 전년 대비 14% 감소. 노르웨이는 수량은 증가하였지만, 금액이 감소. 3위의 한국은 수량 전년 대비 17% 감소, 금액은 전년 대비 19% 증가. 수입량은 상황에 따라 등락이 있어 안정되어 있지 않음. 한국산은 4%

<전갱이 수입 금액 상위 3개국 추이>

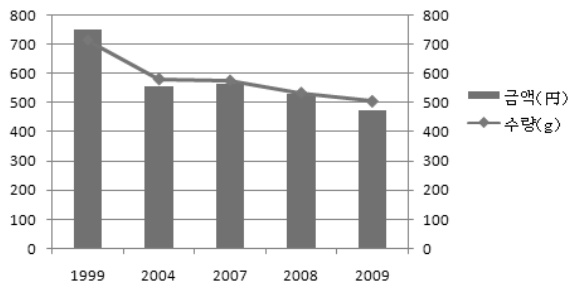
(금액: 천 엔, 수량: kg)

년도	네덜란드		노르웨이		한 국	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액
2006	15,618,907	1,673,895	8,522,405	1,164,182	4,258,592	1,103,280
2007	12,911,411	1,599,036	8,144,515	1,209,037	4,837,895	1,624,126
2008	17,332,216	2,320,449	4,080,686	716,745	8,049,990	2,061,885
2009	14,830,209	2,102,460	8,571,643	1,320,094	5,901,437	976,510
2010	13,495,373	1,807,536	10,370,501	1,268,558	4,921,962	1,164,817

▣ 전갱이 소비량

- 1인당 전갱이의 소비량, 소비 금액 모두가 감소. 인구 감소와 어류 소비 감소 실태를 반영

<연간 1인당 전갱이의 소비량>



<연간 1인당 전갱이의 소비량>

(수량 : g, 금액 : 엔)

년도	수량	금액
1999	714	749
2004	581	555
2007	575	562
2008	533	528
2009	505	472

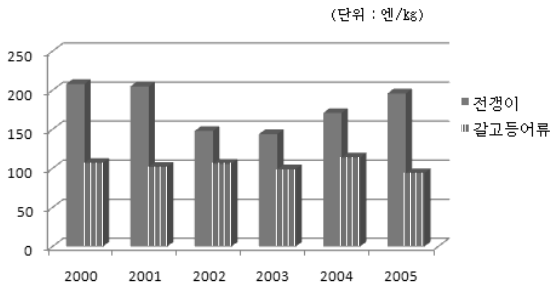
▣ 수송 수단·국내 유통

- 수입은 냉동선에 의해 이루어지고, 수입 후는 도착지 냉장고에 보관 후, 냉동 트럭에 의해 전국 각지의 가공 공장에 출하됨. 상사 할당 및 수요자 할당으로 수입된 전갱이는 수입업자로부터 인도받거나 시장에 판매됨
- 횡감용, 소금구이용, 조림용, 튀김용, 식초를 가미한 요리로 소비
 - ▶ 요리 활용성이 높은 전갱이는 각양각색의 가정 요리에 응용됨. 이전 수입산은 크기, 품질이 갖춰진 장점으로부터 건조용 원료와 일부는 업소용 급식으로 사용되었지만, 현재는 다양하게 사용됨. 한국산 전갱이는 냉동품 생산을 할 때에 원어의 크기나 품질을 충분히 조사하여 가공되기 때문에 해동 직후는 신선한 생선에 가까운 특징이 있음

가. 가격 동향

- 다랑어나 넙치와 비교하여 대중어류이기도 하여 비교적 저렴함
- ▶ 수급량 변화에도 안정적인 가격을 유지함

<전갱이 도매 가격의 추이>



<전갱이 도매 가격의 추이>

(단위 : 엔/kg)

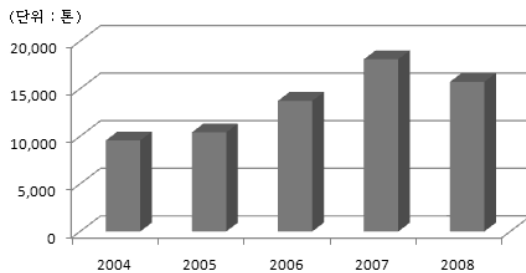
년도	전갱이	갈고등어류
2000	208	107
2001	205	102
2002	148	106
2003	144	99
2004	171	114
2005	196	94

라. 삼치

- 백색의 고급 어류로 수입 증가세
- 생산량은 2007년에는 전년 대비 32%를 증가 2008년은 전년 대비 13% 감소됨. 다치우오와 같이 일본 어선의 조업이 제한되었기 때문에 일시적으로 크게 생산량이 감소한 것임. 백색 삼치는 고등어과의 어류로 열은 맛이 좋아 일본인의 입맛에 잘 맞음



<삼치류 생산량>



<삼치류 생산량>

(단위 : 톤)

년도	삼치 생산량
2004	9,568
2005	10,412
2006	13,727
2007	18,095
2008	15,718

- 한국산 삼치 수입이 제1위
- 한국의 생산량 확대로 5년 전엔 중국과 비슷했으나 현재는 한국산이 대부분임
- 2008년의 한국산은 일본 시장 전체의 31%를 차지

<수입 금액 상위국>

(금액: 천 엔, 수량: kg)

년도	한 국		중 국		미 국		바누아투	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
2006	3,586,714	1,439,566	3,989,029	1,371,185				
2007	4,784,092	601,018	2,861,169	998,805			32,140	6,385
2008	7,173,856	2,827,169	893,355	352,718				
2009	6,292,427	2,753,793	722,492	309,279			29,012	6,415
2010	5,870,936	2,820,298	213,893	80,770	67,898	28,703		

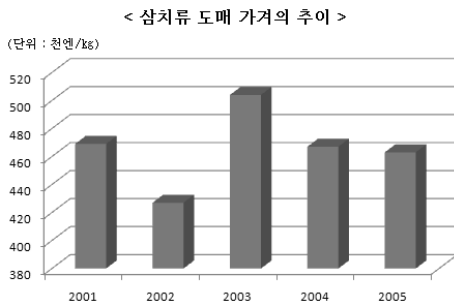
☐ 소비형태

- 토막은 슬지게미 절입, 된장 절입으로 함. 병원식에도 사용됨
- 저온 냉장품은 라운드(원형), 드레스(손질 된 것), 냉동품은 라운드, 드레스, 토막으로 수입됨. 열은 맛은, 다른 재료를 활용한 요리에 사용되어지는 것이 많고, 겨울철 영양분이 비축된 육질의 삼치회는 인기가 있음. 게다가, 부드럽고, 먹기 쉬워 병원식, 개호식, 학교급식으로도 주로 사용됨

☐ 수입·국내 유통

- 저온 냉동은 어선으로 수입되어 냉동품은 라운드(원형), 드레스(손질 된 것), 토막으로 수입. 토막 절입품은 시장인근의 가공장에서 제조됨. 몸체가 부드럽기 때문에 선도가 중시됨. 다랑어나 참다랑어의 속살 정도로 빨리 선도가 떨어지는 것은 아니지만 몸체가 터지기 쉽기 때문에 조심하여 다루는것이 중요함

☐ 가격은 보통 450엔/kg



<삼치류 도매 가격의 추이>

(단위: 천 엔/kg)

년도	도매 가격
2001	469
2002	427
2003	504
2004	467
2005	463

☐ 고령자용, 개호식용으로 수요신장이 기대됨

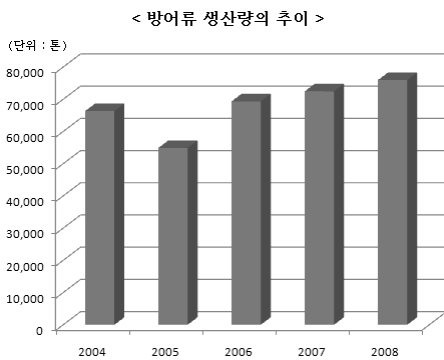
- 부드럽고 열은 맛으로 인해 수요가 커지는 노인 홈, 개호시설 등의 수요 확대 기대

마. 방어류

☐ 방어류는 적색의 대형 어류로 일본에서는 치어와 성어의 이름이 다른 어류로서 예로부터 운이 좋은 어류로 알려져 있음. 남쪽으로는 동지나해, 북쪽으로는 캄차카반도, 동쪽으로는 하와이까지의 북서 태평양에 분포. 주요한 서식지는 동해 남부와 홋카이도 남부에서 큐슈의 태평양 연안

☐ 일본내 생산량은 증가 경향

● 2008년의 일본내 생산량은 전년 대비 5% 증가. 수요가 많아 주로 서일본의 연안 각지에 양식이 이루어지고 있음. 일본 국내에 있어서 방어류의 생산량은 어획량 약 5만톤에 대하여 양식에 의한 수확량이 약 15만톤으로 많음. 봄에 포류하는 해초에 붙어 있는 모장코(치어 방어)를 포획하여 양식하며 대체로 비육 기간은 2년 정도임



< 방어류 생산량의 추이 >
(단위 : 톤)

년도	생산량
2004	66,345
2005	54,890
2006	69,353
2007	72,470
2008	75,964

☐ 수입

● 한국산은 2010년은 전년 대비 88%의 증가, 2009년도 8% 증가.

< 방어 수입 금액 상위 3개국 추이 >

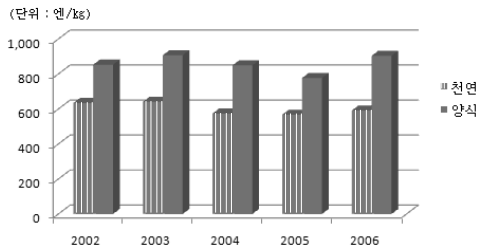
(금액 : 천 엔, 수량 : kg)

년도	한 국		중 국		인 도	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액
2006	859,659	165,675	35,474	10,496		
2007	1,414,206	317,278	9,446	3,445	49,200	6,351
2008	392,154	104,784	30,800	8,739		
2009	424,528	106,159	26,732	8,243		
2010	798,358	176,975	31,716	10,808		

☐ 소비

- 1인당 연간 소비 금액은 감소, 그러나 소비량은 큰 변화가 없음

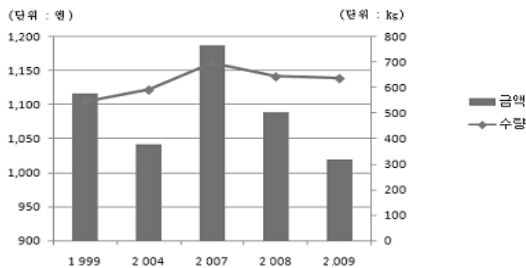
< 방어류 도매 가격의 추이 >



< 방어류 도매 가격의 추이 >

(단위 : 엔/kg)

년도	천연	양식
2002	634	853
2003	641	907
2004	574	849
2005	567	777
2006	591	904



<연간 1인당 방어류 가계 소비 추이>

(금액 : 엔, 수량 : kg)

년도	수량	금액
1999	546	1,116
2004	592	1,041
2007	696	1,187
2008	644	1,089
2009	637	1,019

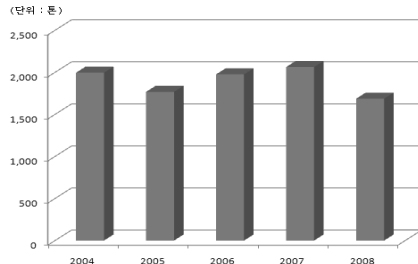
바. 전복류

- ☐ 전복류는 일본산이 주류였지만, 최근 급속하게 한국산이 증가하고 있음

☐ 생산량은 보합

- 2008년의 국내 생산량은 전년 대비 18% 감소, 2008년의 금융 위기로 스시점, 호텔에서의 수요가 감소한 것도 요인임

< 전복류 생산량 추이 >



<전복류 생산량 추이>

(단위 : 톤)

년도	생산량
2004	1,996
2005	1,768
2006	1,976
2007	2,063
2008	1,687

☐ 한국산 전복 공급 확대

- 2008년 이후 한국산 전복이 인기가 높아짐. 가격이 2 ~ 3배 저렴하고, 형태가 고르다는 점. 육상에서 양식하는 일본산과 비교하여 쓰시마 해류로 양식된 한국산 전복은 육질이 단단하고 맛있다는 것이 특징
- 1990년대 중국산 전복 최대였지만 홍콩, 상해의 부유층에 중국산 전복 수요가 이동하여 일본으로 수입은 격감

<전복 수입 금액 상위국 추이>

(금액 : 천 엔, 수량 : kg)

년도	한 국		호 주		칠 레	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액
2006	408,688	1,987,305	390,996	2,211,815	252,018	730,615
2007	364,128	1,775,920	385,080	2,185,527	144,398	397,554
2008	632,561	2,189,386	350,805	1,682,800	142,463	351,287
2009	1,012,958	3,227,747	294,511	1,240,027	188,868	441,031
2010	1,055,491	3,351,911	293,864	1,211,885	233,269	65,289

☐ 일본에 유통되고 있는 전복의 80% 한국산

- 2008년에 유통되고 있는 전복의 거의가 한국산. 수입량이 급증한 2009년, 2010년은 이미 90%에 달하고 있을 것이라 예상됨

☐ 2위는 호주의 거대 전복

- 호주로부터 수입되는 전복은 「블랙」 「타이거」 라고 불리어져, 한국산과 일본산과의 차이점은 명확함. 모두 거대하고 독특한 외관을 하고 있기 때문에 금방 구분이 가능함. 호텔이나 요리점의 스테이크 용으로 사용되어지는 것이 많음

☐ 전복의 가격

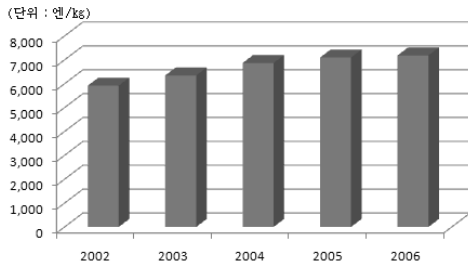
- 2006년까지의 가격은 상승 경향
- 2006년까지의 전복은 가격은 조금씩 호황 기조이고 어업인에게는 겨울철 귀중한 수입원임. 그러나 한국산 수입증가로 가격이 하락함 1)

1) ※ 관련 기사 (2007/12/13 이와테 일보)

‘한국산 전복으로 생활이 급변 후쿠시마 어업, 대응에 분주’

근래 몇 년간 고가가 이어진 현산(県産) 전복의 가격이 떨어졌다. 11월 분의 사전 입찰에서 10kg 당의 평균 가격은 전년도에 24.2%

< 전복류 도매 가격의 추이 >



<전복류 도매 가격의 추이>

(단위 : 엔/kg)

연도	도매 가격
2002	5,921
2003	6,345
2004	6,869
2005	7,098
2006	7,185



일본산은 올3월 지진 피해 영향 큼

- 3/11의 쓰나미 영향으로 방사능 오염이 주산지 산리쿠을 오염. 홍콩에서는 일본산으로부터 한국산으로 구매처를 옮기고 있는 등, 일본의 전복은 괴멸적인 피해를 봄. 홍콩에 한정되지 않고 일본의 스시집이나 요정, 호텔에서는 한국산으로 대체하려하고 있음

사. 바지락

바지락 서식지는 일본 각지, 한반도, 대만에 걸쳐 광범위하며 한국산, 중국산과 같은 종류임

밑도는 8만 3,763엔. 12월분은 전월의 품어도 있어 6만 9,833엔으로 보다 더 하락하였다. 중국의 수요가 증가하여 고가였던 작년의 반동에 더해 일본국내에 저렴한 한국산이 들어왔다. 수출 건조 전복의 공급 과다도 영향을 미쳤다. 전복은 본 현 어업자에게는 겨울철 귀중한 수입원이라는 점에서 관계자는 대응에 골치를 앓고 있다.

본현의 11월분의 전복 수확량은 257톤. 해황(海況)이 나빠 어황 손조롭지 못했던 전년 동기 대비 2배 이상의 어획량이었다. 천후(天候)에 힘입어 수확은 호조였지만 한편으로 가격 하락을 불러왔다.

전복은 어업자의 「겨울 보너스」. 가격 동향은 관심의 초점이다. 미야코(宮古)시 쿠와가사키우에마치(鵜ヶ崎上町)에서 어업을 하는 미우라(73) 씨는 「조금이라도 가격이 하락하면 생사가 걸린 문제이다」라며 걱정이다.

현 어업 연합에 의하면 현산 전복의 평균 가격(10kg)은 중국의 수요 증가에 밀려 2004 ~ 2006년도는 고가가 계속되고 있었다. 특히 작년도는 11월이 어황 불순으로 예정 수량 284.6톤에 대한 수확량이 약 121톤이었다. 물품 부족감으로부터 11만 8,629엔으로 과거 10년 동안 최고가였다.

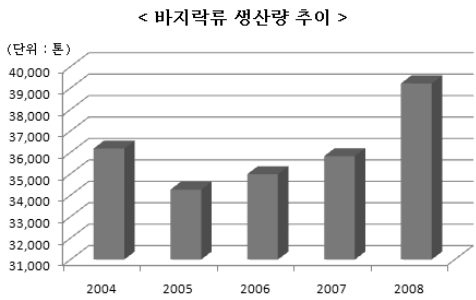
가격 하락에는 전복의 수출입도 영향을 주고 있다. 일본무역진흥기구(JETRO) 모리오카(盛岡)에 의하면 외국산 신선 전복의 수입량은 증가하고 있고 06년은 약 1,400톤이었다. 특히 한국산은 03년쯤부터 급증하고 있다. 최근에는 수입량의 약 30%를 차지하고 있고, 가격은 현산의 반 값이하이다. 한국산 전복의 맛은 현산에 비해 떨어지지 않으며, 호텔 등 업소용 수요로 확대되고 있다고 한다.

시장의 변화를 받아 현내 업자는 홍콩 등의 부유층을 겨냥하고 있다. 보다 부가가치가 높은 건조 전복의 수출에 비중을 이동시키고 있다. 03년도의 현내 출하량으로 건조 전복 비율은 약 20%였지만, 04년도에 약 60%가 되어 신선 전복보다 많아졌다. 그러나 06년에 약 42톤이었던 일본산 건조 전복의 수출량은 금년 1 ~ 10월에 이미 60톤을 넘어, 공급 과다 경향이 커지고 있다. 다네이치(種市南) 어업의 바바(馬場) 업무계장은 「금년은 업자에게 재고가 남아있지 않다」라며 염려하고 있다. 현 어업 연합의 고바야시(小林) 판매과장은 「전복 수확은 바다의 상황에 따라서는 정교하게 조정은 어렵다. 그래서 현산(県産)과 한국산 전복의 차별화를 도모할 방법을 검토하고자 한다」라며 계획을 말하고 있다.

☐ 생산량은 증가세

● 2008년의 국내 생산량은 전년 대비 9% 증가

▶ 각지에서 생산 증대를 위한 노력이 진행되고 있지만, 그러나 한편으론 된장국을 시작으로 파스타, 일품요리에 빼 놓을 수 없는 식재로서 수요가 많아 안정적인 수요를 가짐



<바지락류 생산량 추이>

(단위 : 톤)

년도	생산량
2004	36,179
2005	34,261
2006	34,984
2007	35,822
2008	39,217

☐ 수입

● 바지락 수입 1위는 중국산. 한국산은 2위. 2009년은 한국산 바지락이 중국산 바지락의 수입금액을 뛰어넘음. 수입량으로는 한국산은 중국산의 66%임. 한국산 바지락의 품질이 중국보다도 높게 평가됨. 중국산은 대련(大連) 지역의 것으로 알이 크고 껍질 색이 옅은 백색(콘크리트와 비슷한 색). 한국산은 남해산으로 외견은 일본산과 가깝고 한국산은 껍질만 보아서는 일반적으로 일본산과 구분이 어려움

<바지락 수입>

(금액 : 천 엔, 수량: kg)

년도	중 국		한 국		북 한	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액
2006	36,086,865	5,203,844	5,236,900	1,600,776	771,015	97,064
2007	24,559,665	3,555,309	2,957,090	883,465		
2008	20,332,289	3,047,865	7,414,955	1,736,183		
2009	19,154,337	2,669,999	12,692,838	2,936,491		
2010	27,753,698	3,663,130	13,555,023	3,198,167		

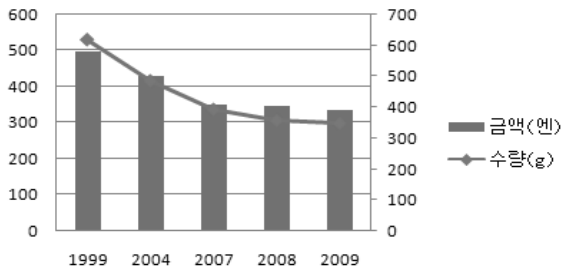
☐ 일본에 유통되는 바지락의 16%가 한국산

● 2008년에 유통하고 있는 바지락의 16%가 한국산. 일본산 바지락 생산량도 증가 경향에 있고, 점유율은 보합

☐ 1인당 소비 금액은 감소 경향

- 생산량은 증가 경향에 있지만 1인당 소비 금액·소비량은 감소 경향
- 수량, 금액 모두 감소하고 있기 때문에 요인은 디플레이의 영향으로 인한 가격 하락이 아닌, 경기 침체로 인한 절약 지향이라고 보임. 예를 들어 된장국의 조개 재료에 단지 하나의 필요한 첨가 재료로서 역할을 하고 있는 식재인 만큼 반드시 필요하지 않은 재료이기도 함

<연간 1인당 바지락 소비 금액·수량 추이 >



<연간 1인당 바지락 소비액·수량>

(금액 : 엔, 수량 : g)

연도	수량	금액
1999	618	498
2004	486	429
2007	394	350
2008	359	348
2009	349	336

☐ 신선 바지락으로 소비

- 수입된 신선 바지락은 일단 일본의 활어조에 들어가 신선제품으로 슈퍼, 생선 가게 등에 판매되는 등 전부 일본산과 같이 유통 소비됨. 조갯살 등의 냉동품은 양은 적지만 가공원료 등에 사용됨

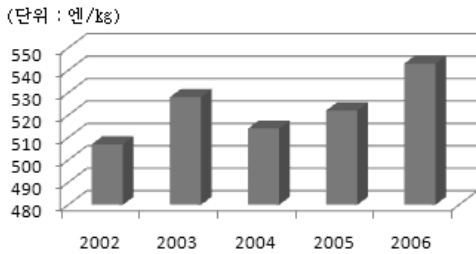
☐ 수입·국내 유통

- 중국산은 일본산이 적은 10월 ~ 5월쯤 대련에서 며칠안에 일본에 도착. 한국산은 초봄부터 6월 수입됨
- 주로 규슈, 시모노세키, 아이치현에 들어가 시장 경유하여 슈퍼, 소매점, 업소용으로 거래됨

☐ 도매 가격은 520엔/kg으로 추이

- 소비량이 감소하고 생산액은 증가. 가격은 하락하여야 하나, 수출품 등으로 조정하여 가격은 현상 유지가 계속되고 있음. 일본산도 노력을 기울이고 있는 품종이고 급격한 신장은 어려울 것임

< 바지락류 도매 가격의 추이 >



< 바지락류 도매 가격의 추이 >

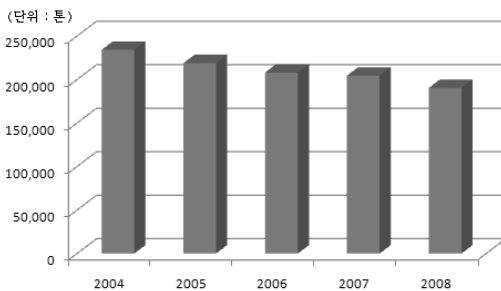
(단위 : 엔/kg)

연도	도매 가격
2002	507
2003	528
2004	514
2005	522
2006	543

아. 굴

- ☐ 굴은 일본의 유명한 생산품으로 철저한 위생관리는 기본, 외국산의 수입에 관하여도 독자의 규제를 강화하고 있음
- ☐ 생산량은 감소 경향
 - 2008년의 일본산 생산량은 전년 대비 7%의 감소, 2007년은 전년 대비 2% 감소
 - 일본산 최대의 생산지인 히로시마 수산 시험장에 의하면 과거 10년간 감소 경향을 나타내고 있음에도 불구하고 크로로필a(Chlorophyll a)량은, 큰 변동은 보이지 않음. 또한 섭이(攝餌) 실험의 결과, 3년 굴은 이료(餌料) 효율이 나쁘다는 것이 밝혀짐. 3년 굴 양식이 어장의 과밀화를 초래하여 성장 불량이나 폐사 등의 원인의 하나로 되고 있음

< 굴류(껍질부착) 생산량의 추이 >

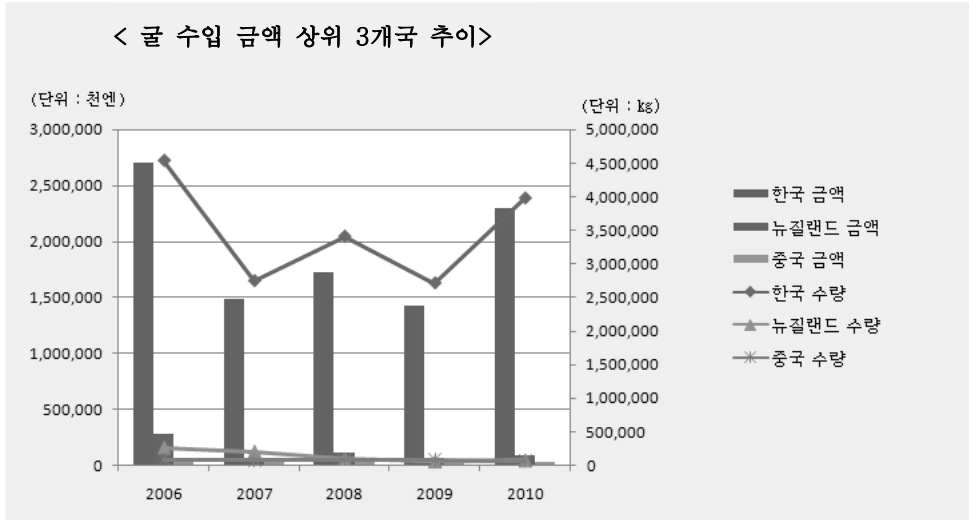


< 굴류(껍질부착) 생산량의 추이 >

(단위 : 톤)

연도	생산량
2004	234,151
2005	218,896
2006	208,182
2007	204,474
2008	190,407

- ☐ 수입산은 한국이 거의전부임
 - 수입물량은 2010년은 전년 대비 47%로 대폭 증가. 한국산 굴모양은 일본산과 많이 닮아 회색빛을 지녀 오카야마(岡山) 산과 비슷함



<굴 수입 금액 상위 3개국 추이>

(금액 : 천 엔, 수량 : kg)

년도	한 국		뉴질랜드		중 국	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액
2006	4,541,691	2,700,823	258,020	274,557	80,942	30,386
2007	2,745,061	1,476,946	201,320	24,792	74,050	29,983
2008	3,408,261	1,721,971	93,950	113,161	81,188	33,569
2009	2,712,182	1,423,725	52,429	61,233	74,831	29,652
2010	3,979,268	2,292,419	71,722	78,842	65,168	24,065

일본 국내 시장에 차지하는 비율은 2%

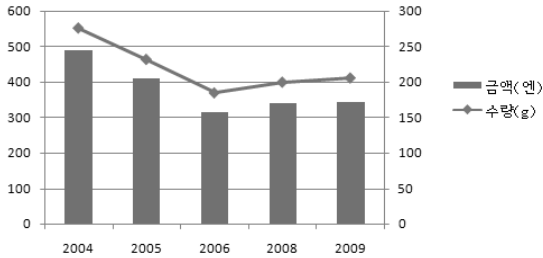
● 한국산은 2%로 일본에는 일본산 굴이 거의 유통됨. 일본에 수출되는 굴은 전부 일본 시장에 맞춘 생산하여 위생 관리도 일본과 같아 문제가 되지 않고 안전성에 대한 신뢰가 있음

1인당 소비량은 안정적

● 굴의 1인당 소비 금액은 200엔 전후임. 영양가가 높고 계절을 느끼게 하는 어패류로서 일본에서는 없어서는 안 되는 인기 품목임

● 1967년에 후생성에서는 생식용 굴에서 걸리는 식중독을 미연에 방지하기 위해 양식 해역의 해수 검사나 굴 가공 처리 공장의 위생 유지 세균 검사, 보존 온도 등을 정해 생식용 굴의 규격 기준을 정함. 해수의 오염에 영향을 받기 쉬워 굴의 양식을 안심하고 먹을 수 있는 시스템으로서 오랫동안 폭 넓게 친숙해진 식품으로서 인기가 있음

<연간 1인당 굴 소비 금액·수량 추이>



<연간 1인당 굴 소비 금액·수량 추이>

(금액 : 엔, 수량 : g)

연도	수량	금액
2004	276	489
2005	232	408
2006	185	315
2008	200	339
2009	206	343

수입 경로·국내 유통

- 한국산은 항공 또는 배로 수입되어 히로시마 지방의 가공장에서 75%, 산리쿠 가공장에서 25% 배분되어 일본산과 동일하게 취급되어 유통됨



자. 톳(녹미채류)

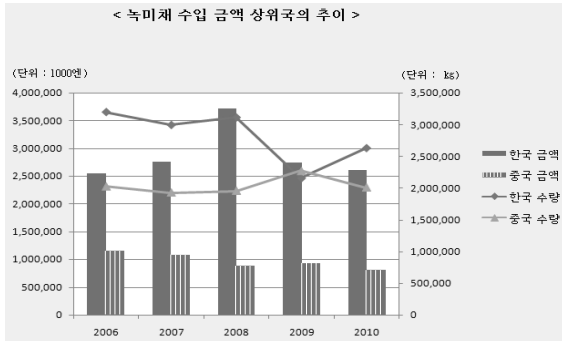
- 톳류는 수입 식료품목 중에서 가장 제약이 적은 품종. 일본에서도 가정에서는 찌서 절이거나, 업소용으로는 반찬으로서 넓게 사용되고 안정적인 수요를 보임

일본국내에서는 거의 생산되지 않음

- 일본국내의 톳은 거의 모두가 천연의 녹미채로서 수확량은 신선의 중량으로 약 8,300톤. 산지는 나가사키·치바·미에의 3현이 채취한 것이 전체의 65%를 점함. 수입산 양식 녹미채와 국내의 천연의 녹미채의 비율은 9대 1의 비율로 수입산이 대부분임
- 유통되는 반 이상은 업소용 식품으로서 사용되어 국민 1인당 소비량은 50g 미만임

수입

- 제주도를 포함하여 한국 남부 연안 및 동부 연안, 중국의 저장성, 산둥성에 생산됨. 한국과 중국산이 경쟁하고 있음
- 2010년은 한국이 전년 대비 22% 증가, 중국은 12% 감소



< 톳 수입 금액 상위국의 추이 >

(금액 : 천 엔, 수량 : kg)

연도	한 국		중 국	
	수량	금액	수량	금액
2006	3,196,215	2,554,252	2,023,687	1,158,156
2007	2,992,322	2,753,930	1,925,820	1,074,581
2008	3,110,993	3,709,379	1,955,416	890,998
2009	2,152,254	2,748,553	2,272,632	922,519
2010	2,627,348	2,608,615	2,007,909	815,928

톳은 전부 자유무역 품목

- 현재 일본에서 소비되는 톳의 약 90%가 한국산·중국산이 차지함. 수입 품목은 일본국내의 가공업자에 의해 선별되어 10kg 폴리에틸렌(PE) 용기 포장이나 상자 포장되어 일본 국내 각지의 수산 가공 도매업자, 유통업자, 또는 대형 업소용 식품 공장에 출하됨.

소비는 가정용, 업소용

- 건조 톳은 물 또는 더운물에 넣은 후 적당히 조리함. 식용유를 활용해 튀김이나 당근 등을 첨가하여 조리거나, 식용유를 사용한 볶음 등으로 섭취. 요소나 칼슘 등의 영양 성분이 풍부한 것으로부터 건강식품의 하나로 인기가 높음

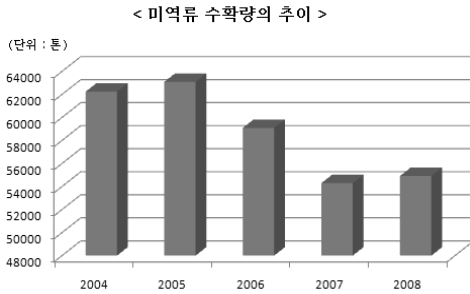
한국산은 일본산의 중등품과 비슷

- 상품의 품질은 수입 도매상 단계에서 선별되어 「미(米)녹미채」 「긴(長)녹미채」와 같이 분류를 함. 천연과 양식의 구별이 있지만, 일본산과 수입품으로서 상품 거래상 특별한 차별은 없다. 결과적으로 한국산은 일본산의 중등품으로 취급됨

차. 미역류

일본 국내의 수확량은 감소 경향

- 2008년 만 전년 대비 1%의 증가, 2007년은 전년 대비 8%의 감소, 감소 경향
- 해면 양식에 의한 생산이 90%정도. 건강에 좋은 영양 성분이 많이 포함되어 일본인의 생활에는 없어서는 안 될 식품임



<미역류 수확량의 추이>
(단위 : 톤)

연도	수확량
2004	62,236
2005	63,082
2006	59,092
2007	54,294
2008	54,909

■ 수입동향

- 1위는 중국산. 2위는 한국, 그 간격은 줄어들고 있음
- 중국산 2010년, 전년 대비 7.5% 감소. 3위의 베트남도 전년 대비 36% 감소, 한국은 전년 대비 7% 증가. 단, 거래 금액이 하락하는 경향
- 한국산도 중국산도, 일본과 동일 또는 인접 해역의 산물. 양식 기술이나 가공 처리, 보존 방법 등이 비슷하여 일본산과 큰 차이가 없음
- 한국의 동해 연안 및 대한 해협 연안에서 생산됨. 단, 1989년을 기점으로 일본 수출이 감소하고 중국산이 증가. 또한, 1995년에 삼은 미역의 한일민간협정으로 규제된 수입 협정량이 1995년부터 폐지되어 한국산은 1997년부터의 급격한 원화 하락을 배경과 함께 건조 미역 증가세

<미역의 수입 원산지>

(금액 : 천 엔, 수량 : kg)

연도	중 국		한 국		베트남		태 국	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
2006	10,852,072	17,288,267	3,388,112	3,516,701			691,170	1,157,639
2007	10,480,803	18,434,853	2,864,525	2,995,103	408,160	657,107		
2008	10,065,530	19,646,465	3,488,583	3,616,212	570,751	1,114,401		
2009	9,057,409	15,974,635	3,324,387	3,131,867	826,274	1,453,905		
2010	8,382,625	13,143,188	3,547,692	3,079,057	532,807	821,811		

■ 한국산 미역이 일본 시장에 차지하는 비율은 6%

- 2008년 한국으로부터 수입된 미역은 일본시장의 6%. 수입에 관하여서는 품질 규격은 없지만 일본의 양식, 가공 기술과 비슷하고, 일본 국내의 가공업자에 구매된 이후에 일본산 원료와 같은 방식으로 재처리·가공되어지기 때문에 일반의 가공 미역과 구분이 되지 않음

☐ 수입·일본국내 유통

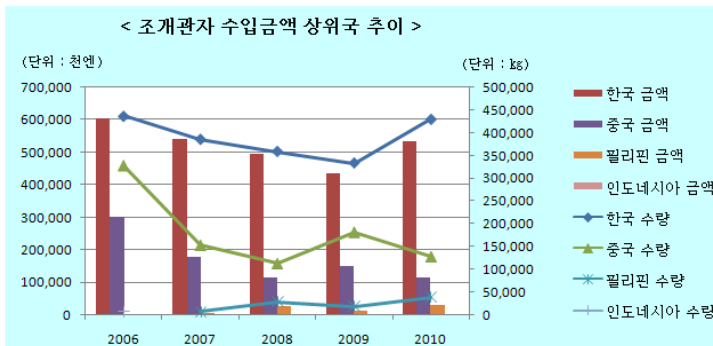
- 일본 측의 구매 업자는 약 25사 정도 있지만, 상장 대기업은 거의 참여하지 않고 있음. 수입 상사로부터 미역 가공업자(대형 식품 제조업체를 포함)와의 거래는 컨테이너 단위로 이루어짐. 가공업자의 구입 단가는 관세, 통관수수료, 제비용 등이 가산되기에 통관 금액의 약 25%가 없어짐

☐ 소비용도는 다방면에 걸쳐, 범용성이 높은 식품

- 미역은 예로부터 일본인에게 친숙한 식품이고 최근에는 특히 건강식품으로 인식도 높아지고 있음. 가정에서 찌서 먹거나, 된장국, 무침요리, 초절임으로부터 샐러드, 면류의 재료, 후리카게, 스프의 재료 등에 폭 넓게 애용됨

카. 기타 품목

☐ 조개관자

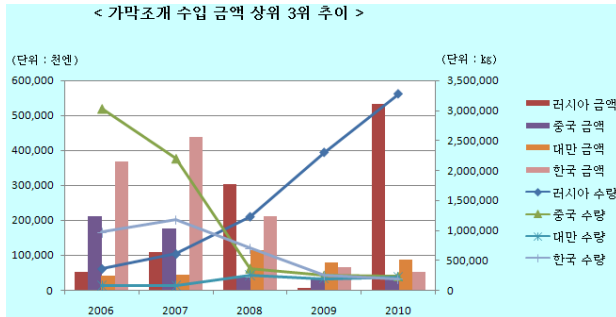


<조개관자 수입금액 상위국 추이>

(금액 : 천 엔, 수량 : kg)

년도	한 국		중 국		필리핀		인도네시아	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
2006	436,655	606,549	327,686	302,468			6,060	4,466
2007	385,707	542,708	153,193	178,363	7,552	8,746		
2008	358,944	496,034	112,897	115,721	28,842	29,100		
2009	333,355	434,918	181,790	152,647	19,058	15,657		
2010	429,926	534,630	128,004	116,785	38,700	30,201		

재첩(가막조개)

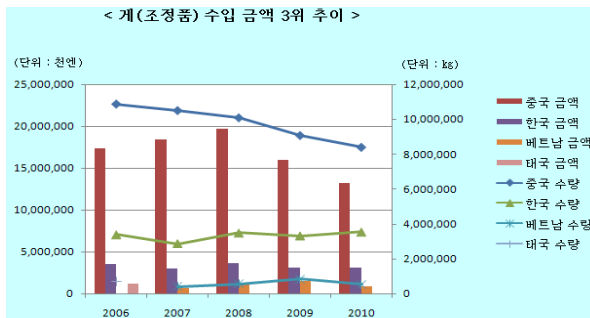


<가막조개 수입 금액 상위 3위 추이>

(금액 : 천 엔, 수량 : kg)

년도	러시아		중 국		대 만		한 국	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
2006	359,240	51,366	3,034,290	209,503	76,500	41,192	964,023	367,434
2007	607,539	108,191	2,201,290	176,295	81,740	41,955	1,172,077	436,866
2008	1,228,700	302,353	363,100	34,544	252,420	113,793	696,358	211,824
2009	2,300,380	4,288	250,020	32,889	195,360	77,470	249,160	65,761
2010	3,274,980	532,748	230,180	33,605	227,580	86,437	184,460	50,621

계



<계(조제품) 수입 금액 3개국 추이>

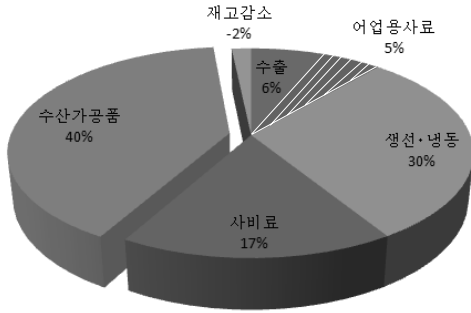
(금액 : 천 엔, 수량 : kg)

년도	중 국		한 국		베트남		태 국	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
2006	10,852,072	17,288,267	3,388,112	3,516,701			691,170	1,157,639
2007	10,480,803	18,434,853	2,864,525	2,995,103	408,160	657,107		
2008	10,065,530	19,646,465	3,488,583	3,616,121	570,751	1,114,401		
2009	9,057,409	15,974,635	3,324,387	3,131,867	826,274	1,453,905		
2010	8,382,625	13,143,188	3,547,692	3,079,057	532,807	821,811		

파. 수산가공품 소비동향

☐ 수입산과 일본산을 가공한 수산 가공품은 전체 수산물 소비의 40%를 차지

< 수산물(어패류) 수급표(2008년 개산치) >



<수산물(어패류)의 수급표(2008년 개산치)>

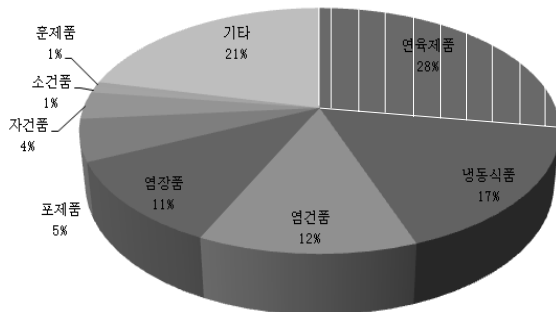
수요측		공급측	
수출	65	국내산	503
어업용사료	51		
생선·냉동	304		
사비료	174	수입산	485
수산물가공품	411		
재고감소	-17		
합계	988	합계	988

* 참조 : 농림수산성 「식료수급표」

☐ 상위 4종이 수산 가공품의 70% 차지

- 연육 제품이 27.6%로 가장 많고, 이어서 냉동식품이 16.7%, 소금 첨가 건조식품이 12.4%, 염장식품이 11.2%임

< 식품 가공품 생산량의 수산 가공 종류별 구성 비율 (2009년) >



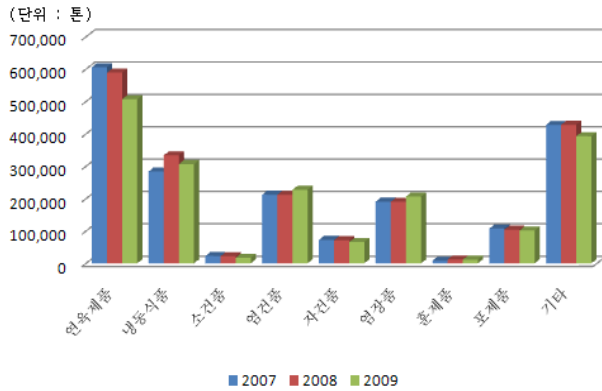
<식육가공품 생산량의 수산가공 종류별 구성비율>

구분	구성비율
연육제품	27.6
냉동식품	17
염건물	12.4
염장품	11.2
포제품	5.5
자건품	3.6
소건품	0.9
훈제품	0.6
기타	21.4

☐ 수산 가공품의 시장 규모는 보합이거나 미미한 감소 경향

- 2009년의 식용 가공품의 생산량(구이·양념 김 제외)은 183만 4,501톤으로 전년 대비 5% 감소. 연육 제품, 냉동식품은 감소하고 소금 첨가 건조, 염장제품은 증가

< 식 용 가공품의 수산가공 종류별 생산량의 추이 >



<식용가공품의 수산가공 종류별 생산량 추이>

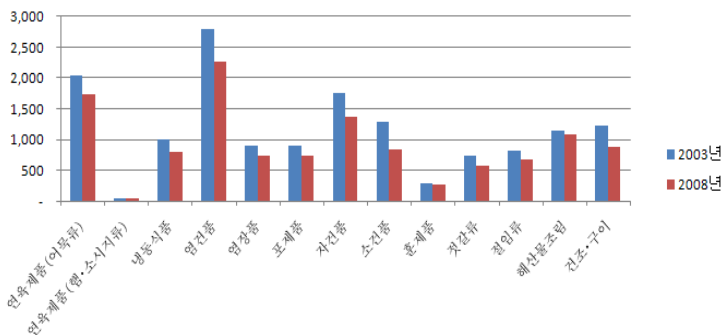
(단위 : 톤)

구 분	2007	2008	2009
연육제품	605,841	588,890	506,700
냉동식품	283,667	333,414	306,591
소건품	22,585	22,032	17,003
염건품	212,002	211,426	227,155
자건품	72,409	71,240	65,706
염장품	190,370	190,124	206,221
훈제품	7,871	11,806	11,165
포제품	107,332	103,789	101,666
기타	427,451	427,895	392,294

☐ 수산가공품은 대기업 동향만으로는 알기 어려워

- 중소기업이 다수를 차지하는 업계 구조로 수산 가공업은 소수의 대기업과 다수의 중소기업으로 구성되어 있음. 민간 자본에 의한 주식회사 외에 어협을 모체로 한 소규모의 수산가공업자도 다수 포함되어 있음
- 업종의 특성 상, 각 기업은 기본적으로 어업 생산자와 제휴한 지역 단위의 생산 활동이 중심임. 시장 전체를 조감하기 위해서는 대기업의 점유율과 함께 중소기업이 차지하는 대다수의 동향을 파악하는 것이 중요함. 경영체 수는 감소하고 있음

< 가공 종류별 운영 수산 가공 공장 수의 추이 >



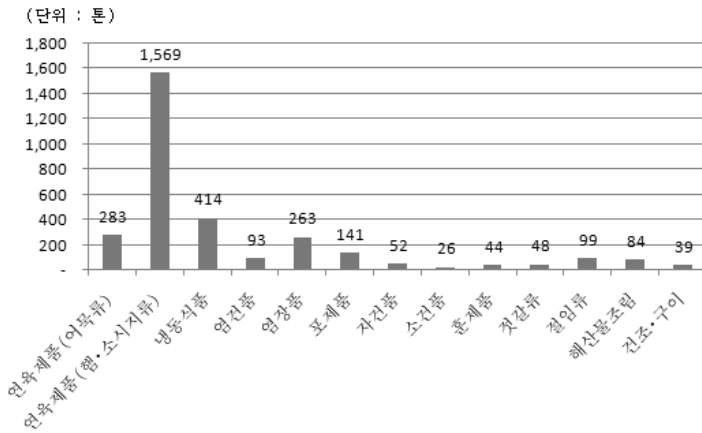
<가공종류별 수산가공 공장수>

품 목	2003	2008
어묵제품(어묵류)	2,035	1,739
어묵제품 (햄·소시지류)	45	46
냉동식품	1,009	805
건어물	2,800	2,262
염장품	895	736
포제품	895	736
자건품	1,765	1,371
소건품	1,277	843
훈제품	289	269
젓갈류	740	566
절임류	808	665
해산물조림	1,143	1,083
건조·구이	1,222	881

❑ 어육 햄·소시지는 대기업·대량생산, 기타 중소 영세 업자·소량 다품종 생산

- 공장 수와 생산량으로부터 1공장당 생산량을 계산한 결과, 어육 햄·소시지 이외는 극히 소규모의 생산체제임. 어업 관계자와 지역의 수산 가공 센터가 공동으로 경영하고 지역에의 유통을 목적으로 생산한 경우가 많고 대형 수산 제조업체의 동향만으로는 업계의 트렌드를 파악하는 것은 어려움

< 1 공장당 생산량 >



< 1 공장당 생산량 >

(단위 : 톤)

종류	생산량
연육제품(어묵류)	283
연육제품(햄·소시지류)	1,569
냉동식품	414
염장식품	93
포제품	263
자건식품	52
소건식품	26
훈제품	44
젓갈류	48
절임류	99
해산물조림	84
건조·구이	39

❑ 연육 제품이나 냉동 식품은 대형 제조업체가 트렌드를 이끌고 있음

- 소비자 수요에 충실한 대형 제조업체는 제품에 수요를 직접적으로 반영하기 쉬움

제품내용	주요 참여기업과 동향
연육 제품 통어묵(치쿠와), 어묵(가마보코), 어묵류 어육 햄·소시지	기분(紀文) 이치마사(一正) 가마보코 스키요 가네데쓰데리카 호리가와 야마사가마보코 후시미가마보코 벳도라가마보코 등이 많지만, 이것들을 합해도 시장점유율은 50%미만. 게맛살 풍미, 가리비 풍미 어묵은 세계적으로 히트 상품이 됨 마루하, 닛스이(日本水産), 마루다이식품, 도요수산, 마루젠의 대형 5사가 시장 지배함
냉동 식품 어패류 튀김 등 가공식품	냉동새우 오징어 등의 어패류 카도기치(加ト吉) 닛스이(日本水産) 니치로, 마루하, 니치레이의 대기업 5사가 약 90%의 시장을 점유
건제품	소건(素干), 자건(煮干), 염건 등의 제품
염장품	연어, 송어, 명란젓, 말린 청어알 등
훈제품	훈제 연어 등, 양식화경향으로 순조롭게 성장
포제품	마루토모, 야마키, 닌벤, 마루아이 등이 대기업이지만, 중소기업도 많이 참여하고 있음. 가다랑어포 자체의 정체로 인해 성장은 저조
젓갈류	오노만, 다케다식품, 마루요수산, 기분, 누노메 등이 유명 브랜드이지만 중소기업도 다수 참여하고 있음. 시장은 보합 경향이며 저조
수산물 절임	각종 수산물 절임류
명란젓	후쿠야, 아미야 가네후쿠 등의 유명 브랜드 제품은 견실함. 삼각 김밥의 속재료로서 인기가 있음. 「주문 상품」으로서, 인터넷 통신 판매도 유망
수산물 통조림	하고로모 푸드, 마루하가 시장의 반을 점유하는 「바다 치킨(씨 치킨)」 * 다량어 사용 한편, 마루하가 시장의 반을 점유하는 「등푸른 어류 통조림」이 있음

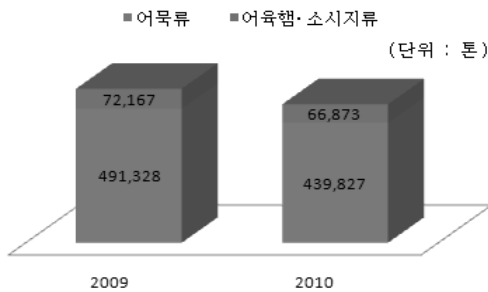
3. 수산가공품 소비트렌드²⁾

연육 제품, 냉동 식품, 소금에 말린 식품, 염장품, 또는 기타에 포함되는 통조림, 훈제를 중심으로 히트 상품 동향을 구체적으로 살펴보고자 함

가. 연육제품(어묵류)

- 연육제품³⁾의 생산량은 50만 6,700만톤으로 전년에 비하여 10% 감소. 품목별로 보면, 연육 제품 생산량의 약 90%를 차지하는 어묵류는 2010년 43만 9,827톤으로 전년에 비하여 10% 감소하여 어육 햄·소시지류는 6만 6,873톤으로 전년 대비 7%감소함

< 연육 제품 생산량의 품목별 구성 비율 >

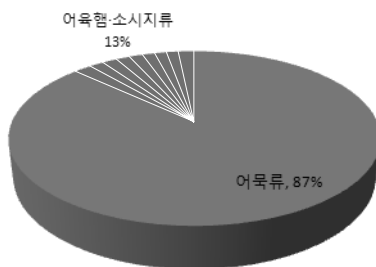


< 어묵제품 생산량의 품목별 생산량 >

(단위 : 톤)

품 목	2009	2010
어묵류	491,328	439,827
어육햄·소시지류	72,167	66,873

< 연육 제품 생산량의 품목별 구성 비율 (2009년) >



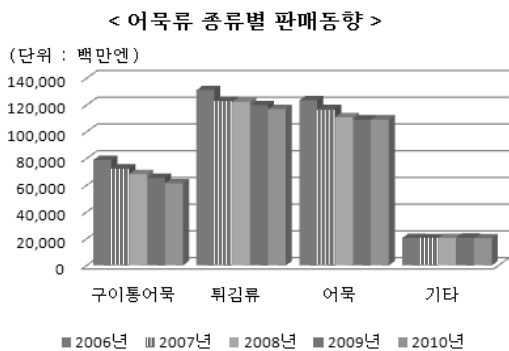
< 어묵제품 생산량의 품목별 구성비율 >

품 목	구성 비율
어묵류	87%
어육햄·소시지류	13%

2) 전체적인 시장동향은 농림수산성, 농림수산통계, 상세내용은 후지 경제 <식품 마케팅 편람 2010>을 인용하여 작성한 내용임
 3) 연육 제품이라는 것은 어육을 주 원료로 하는 으갠 어묵, 어육편 등에 조미료, 보강료, 기타 재료(치즈, 그린 피스, 미역, 축육 등의 내용물)를 첨가하고 반죽하여 형태를 만들고, 가열 응고한 식품. 주요한 종류로서는 어묵, 통어묵, 어육햄, 소시지 등

☐ 장기간에 걸쳐 감소 경향이 계속

- 장기간에 걸쳐 수요가 감소하고 있고 지역 제조업체의 도태와 상위 제조업체의 점유율 확대가 진행됨. 최근 수년간에 가격 하락과 으깬 어묵은 원료 가격 상승으로 수익성이 낮아지고 있음
- ▶ 2007년은 맛을 가미한 어묵의 신장이 보였지만, 다른 상품은 매출증가가 이루지지 않았음. 2008년은 봄, 여름 2회에 걸쳐 가격 인상을 실시하여 소비자 구매심리가 위축됨
- ▶ 2009년은 기본식품이 으깬 어묵의 원료가격이 하락으로 동년 8월에 19가지 제품의 가격 인하를 실시함. 불황으로 인한 수요 회복은 불투명함



<어묵류 종류별 판매 동향>

(단위 : 백만 엔)

품 목	2006	2007	2008	2009	2010
구이통어묵	78,900	72,500	68,300	65,500	61,500
튀김류	131,000	123,000	122,400	119,700	116,900
어묵	123,600	117,000	110,900	109,100	109,100
기타	20,500	20,300	20,600	20,800	20,300

※ 2009년, 2010년은 예상치
 ※ 기타는 한펜, 프미레(생선을 으개서 갠 경단) 등의 상품 포함

☐ 업계1위 연육제품 생산회사 '기분 식품'

- 기분 식품이 시장점유율은 압도적이며 인기제품 <가마보코>나 <치쿠와>에서만이 아닌 야채를 넣은 <한펜>. 건강 지향, 즐길것같은 맛, 안주에 소비자로부터 인기임. 2008년 기분식품은 튀김류 <야채 튀김> <샤키편 양파 튀김>이 인기 판매됨. 한펜류 저가격 상품 <와타유키 한펜>이 전년 대비 112%로 크게 판매증가함. 2009년 튀김류는 정체

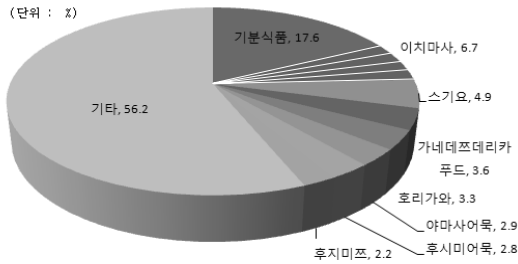


<어묵류 제조업체별 점유율>

(단위 : %)

회사명	2008
기분식품	17.6
이치마사어묵	6.7
스기요	4.9
가네데쯔데리카푸드	3.6
호리가와	3.3
야마사어묵	2.9
후시미어묵	2.8
후지미쯔	2.2
기타	56.2

<어묵류 제조업체별 판매액 추이 (2008년)>

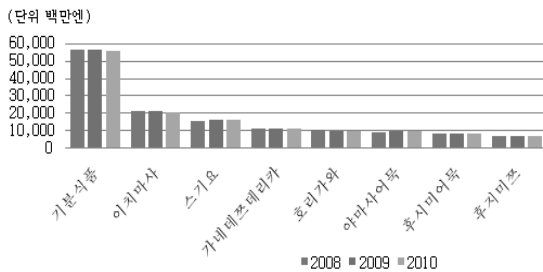


<어묵류 제조 업체별 판매액 추이>

(단위 : 백만 엔)

업체명	2008	2009	2010
기분식품	56,700	56,100	55,500
이치마사	21,500	21,300	21,000
스기요	15,700	16,400	16,700
가네데쯔데리카푸드	11,450	11,450	11,400
호리가와	10,500	10,200	10,100
야마사어묵	9,200	9,650	9,850
후시미어묵	8,900	8,800	8,750
후지미쯔	7,150	7,050	7,000

<어묵류 제조 업체별 판매액 추이>



☐ 업계 동향

- 이치마사 가마보코는 <가마보코>와 <치쿠와> 인기. 2008년은 <마메카마> 인기 및 치쿠와로 저가격 상품으로 매출 확대
- 스기요는 영화 제후로 <가마보코>를 홍보, 고급 으깬 어묵을 사용한 풍미가 어묵 <향기 상자>를 주력으로 전개. 2009년은 <성인의 게맛살어묵>가 영화 <가니코우센>에 나와 홍보되어 매출 호조
- 가네데쯔데리카 푸드는 2008년 2월 ~ 3월에 <집만 선언> 집중 홍보, 9월에는 신 브랜드 <다시시미 오텝>을 투입. 또한 7월에는 어묵 원료가 폭등으로 가격인상. 2009년에는 3월에 부가가치 상품 재료 <기름에 튀기지 않은 시리즈>나 9월에는 캐릭터 상품 재료 <리라크마 마마보코> 등의 신상품발매했으나 부진



● 캐릭터 사용

▶ 중고생이나 젊은 층 등의 신규 소비자를 확대하고 있고 캐릭터와의 협력 전개 등 지금까지 없었던 경향임

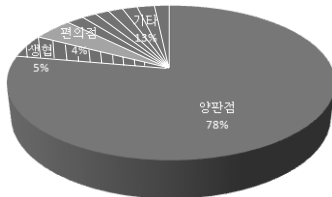
예) 기본 식품 디즈니
가네 데즈 리라쿠마(Rilakkuma)



■ 판매경로

● 양판점이 주 판매경로이며 약 70% 차지. 편의점판매율은 4%로 아직 적지만, 기본 식품은 편의점 한정 식품을 발매하기도 하였음

<시판용 채널별 판매 동향 (2009년)>



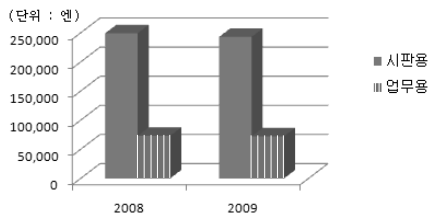
<시판용 채널별 판매 동향>

(단위 : %)

채널	2009
양판점	77.8
생협	4.7
편의점	4.6
기타	12.9

● 시판용(소매점)에서는 가정식 회귀의 영향도 있어 수요가 안정적, 한편 영업용(업소용)에서는 점심 식사용으로 수요가 높음에도 전체로는 감소세

<대상별 판매 동향>



<대상별 판매 동향>

(단위 : 백만원)

구분	2008	2009
시판용	249,100	242,900
영업용	73,100	72,200

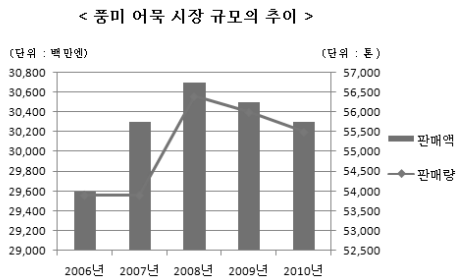
▣ 제품별 트렌드

● 연육 제품(어묵류 - 풍미 어묵)

▶ 게맛살, 가리비의 독특한 맛을 첨가하고 식감, 형태를 재현하고 있는 상품. 스키요의 <향기 상자>나 <성인의 게맛살 어묵>, 기분의 <시라타바>, 이치마사 <바다 샐러드>등

▶ 수요 동향

* 친근함으로 소비가 확대되었지만 경쟁이 심화되어 소강상태. 후레이크 타입이나 게 다리 살 풍미 식감을 충실히 재현하고 있는 고급어묵 등장. 거의가 게맛살 풍미로 되어 있고 가리비 풍미는 홋카이도 한정이나 업소용 상품임



<풍미어묵 시장규모 추이>

(금액 : 백만엔, 수량 : 톤)

구 분	2006	2007	2008	2009	2010
판매량	53,900	53,900	56,400	56,000	55,500
판매액	29,600	30,300	30,700	30,500	30,300

▣ 어묵 매출 순위

● 닛케이 POS 데이터 집계 최신 매출 순위에 따르면 「풍미 어묵」 이 어묵상위 랭크


▶ 1위~3위, 6·9·10위가 풍미 어묵이 차지함. 손쉽게 거의 풍미를 맛 볼 수 있는 감각이 인기가 있음. 그 외 4위·5위에 랭크된 기본식품의 도미 첨가 어묵은 회를 방불케 하는 제품명과 포장으로 고급스럽게하여 단순한 어묵이 아닌 어패류의 풍미를 느끼게 하는 상품이 인기임

상품 : 어묵

기간 : 2011/3

순위	상 품	점유율(%)	가격(엔)
1	이치마사(一正), 샐러드 스틱 12개 84G	7.3	85.7
2	닛스이(日水), 바라로부터 샐러드 후레이크 121G	3.7	170.9
3	호리가와(堀川), 샐러드 알래스카 게 풍미 어묵 10개 87G	3.1	92.2
4	기분(紀文), 순한 도미 맛 어묵 홍 131G	2.5	183
5	기분(紀文), 순한 도미 맛 어묵 백 131G	1.8	180.2
6	야마사, 샐러드 렛츠 66G	1.8	98.4
7	가네데쯔, 어묵 적(赤) 91G	1.7	92
8	이치마사(一正), 대두 찐 어묵 적(赤) 91G	1.6	95.6
9	후지민츠, 샐러드가 쥬시 게 풍미 어묵 106G	1.5	142.1
10	닛스이(日水), 바라로부터 샐러드 후레이크 게 풍미 어묵 73G	1.5	101.7

[어묵류] 점유율 1위 <이치마사 샐러드 스틱>

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
샐러드 스틱 (サラダスティック)			
상품 문구 keyword			
샐러드에, 무침에, 도시락에!			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
<ul style="list-style-type: none"> · 일반 외에 풍미 어묵과 비교하여 염분량을 40% 삭감 (오정(五訂) 일본식품 표준 성분표 게 풍미 어묵 비) · 씹이 많고 살살 녹는 식감. 적당한 가격의 알뜰구매 상품 · 보존료는 미사용 · 1팩당 칼슘 160mg 	<ul style="list-style-type: none"> · 안주 · 샐러드나 도시락에 사용 	어육, 전분, 설탕, 대두 단백질, 발효조미료, 식물성 기름, 게 엑기스, 식염, 달걀 흰자위, 조미료 (아미노산 등), 가공전분, 탄산칼슘, 착색료(홍누룩), 향료, 폴리글루타민산 (원재료의 일부에 소맥, 새우를 포함)	에너지85.8kcal 단백질10.01g 지방질1.43g 탄수화물10.01g 나트륨 457.6mg 칼륨543.4mg 칼슘185.9mg 식염 상당량1.43g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
7.3%		일본	일본
중량 및 포장 (몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
84g(12개들이)	148엔	이치마사가마보코(주)	이치마사가마보코(주)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
ISO22000 : 2005	ISO 9001 품질 매니지먼트 시스템	없음	없음
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
어육과 전분으로 제조	냉장(1~10℃이하)	19일간	-
> 소비자 반응(SNS(모그나비)로부터) · 어느 층에서도 잘라지게 하는 것이 이것의 매력이다. 여름에는 샐러드용 단골 메뉴로 많이 낼 수 있기에 채색에 도움을 받을 수 있다. 조금 어류의 냄새가 난다 · 여러가지 게 어묵이 있지만 제일 섬유가 섬세한 느낌. 끈적거리거나 어류 특유의 냄새도 없고 확실히 산뜻하다. 풍미도 좋아 그대로 찢어서 샐러드에도 좋다			

● 최근의 닛케이 POS 데이터 집계 매출 순위

▶ 기본식품 「야채 튀김」 이 상위 독점(1위~4위까지 기본식품의 야채시리즈가 순위에 랭크)

상품 : 수산 연육 제품·튀김류

기간 : 2011/3

순위	상 품 명	점유율(%)	가격(엔)
1	기분(紀文), 샤키펜 양파 튀김 4장 201G	3.9	158.1
2	기분(紀文), 어(魚) 하안(河岸) 튀김 4개 201G	3.3	179.3
3	기분(紀文), 야채 튀김 4매 201G	3.2	171
4	기분(紀文), 고구마 튀김 6장 151G	3.1	154.1
5	스키요, 가가(加賀) 튀김 126G	1.7	154.2
6	후시미(伏見), 새우 홍 생강 튀김 7개	1.5	172.4
7	기분(紀文), 튀김 볼 10알 111G	1.3	180
8	가와카미(川上食), 만작(晩酌) 생식용 튀김 어묵 10개	1	314.7
9	가네데쯔, 가정에서 마시는 술 안주 풋 콩 81G	0.9	92.6
10	벳도라(別寅), 우영 튀김 5개	0.8	176.3

[연육제품 튀김류] 점유율 1위 <(주)기분식품의 사각사각한 양파 튀김>

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
사각사각한 양파튀김 (シャキッと玉ねぎ天)			
상품 문구 keyword 일본산 양파 사용! 구워도 지저도			
제품 특징/ 인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
일본산 양파를 사용하여 사각사각한 씹는 맛이 특징	그 상태로 안주로	양파, 어육, 달걀 흰자위, 전분, 사탕, 포도당, 대두, 단백질, 식염, 식물유, 가공 전분, 조미료(아미노산 등)	에너지114kcal 단백질6.6g 지질3.4g 탄수화물14.3g 나트륨5.5g 식염상당량1.4g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
3.9%		일본	일본
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
250g(5매 당)	210엔	(주)기분식품	(주)기분식품
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
ISO9001 품질 매니지먼트 시스템	ISO14001 환경 매니지먼트 시스템	일본/미국/EU의 HACCP	없음
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
어육 및 전분, 양파, 흰자 등을 혼합해 튀겼음	냉장(10℃이하)	5일간	
> 원 포인트 어드바이스 그 상태에서도 맛있게 먹을 수 있습니다. 오뎅이나 조림에 넣을 경우는 식용유를 사용하지 않는 것이 맛있게 먹는 포인트 > 소비자 반응 (입소문) 이것, 예상했던 것처럼 씹는 촉감과 식감, 기대 이상의 맛에 조금 놀랐다. 양파를 씹는 사각사각한 소리가 들릴 것 같다			

나. 연육제품(어육 햄·소시지)

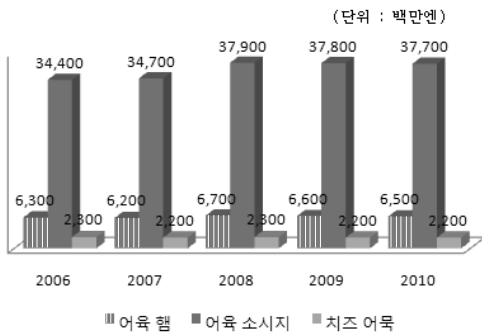
☐ 어육 햄·소시지의 정의

- 어육햄 : 어육편에 차지게 하는 것 등을 첨가하여 혼합하고 케이싱에 충전하여 밀봉 가열한 것
- 어육소시지 : 으갠 어묵 등에 유지방, 향신료 등의 조미료를 첨가하여 케이싱에 충전하여 가열한 것(햄버거류, 닭섬류의 특수 어육 소시지 포함)

☐ 어육 소시지가 재인기

- 간편하고 먹기 쉽고 저렴한 가격으로 아이들의 간식이나 술안주 등의 시장으로 형성되었지만, 성숙되고 오래된 시장임. 2005년 이후는 마루하니치로 식품의 「DHA 첨가 리사라 소시지」의 발매로 건강지향 부가가치 상품, 2007년에 발매한 닛스이(일본수산)의 이음새를 플라스틱제의 「에코 클립」으로 제조한 「에코 클립 어육 소시지」 새로운 용기형태로 나타나기도 함
- 2008년은 으갠 어묵의 원료 가격 폭등, 수송비 상승으로 가격 인상이 잇따랐지만 업계의 판촉으로 판매가 증가하였음. 2009년도 건강 지향제품 발매는 계속되어 유효기간이 장기간이라는 점이나 상온 보존으로 유통에 있어서도 판매가 쉬운 점으로 인기를 얻음. 그러나 불황으로 인한 저가격 상품의 수요가 높아져 특히 PB 상품 매출이 높아짐. 저가격 상품 수요가 높아지고, 고급 상품의 수요도 높게 유지되는 양극화된 추이를 보이고 있음

<종류별 판매 동향>



<종류별 판매 동향>

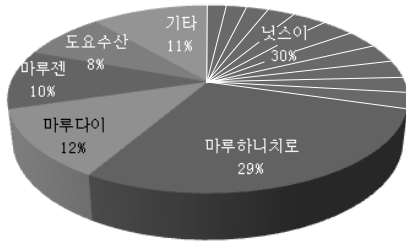
(단위 : 백만 엔)

종류	2006	2007	2008	2009	2010
어육 햄	6,300	6,200	6,700	6,600	6,500
어육 소시지	34,400	34,700	37,900	37,800	37,700
치즈 어묵	2,300	2,200	2,300	2,200	2,200

☐ 업계는 닛스이와 마루하 니치로 식품이 선두

- 오랫동안 마루하니치로 식품이 1위였으나 2008년에 닛스이(일본수산)가 실적을 늘려 점유율 1위로 올라섬. 상위 5사가 시장의 90%를 차지함

< 제조업체별 판매 점유율(2008년) >



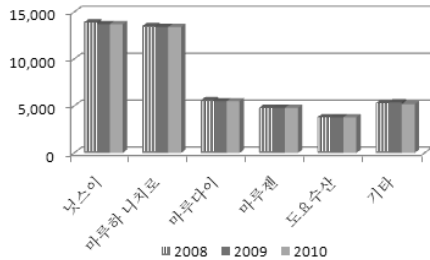
<제조업체별 판매 점유율>

(단위 : %)

회사명	2008
닛스이(日本水産)	29.6
마루하 니치로 식품	28.8
마루다이 식품	11.9
마루젠	10.2
도요수산	8.1
기타	11.3

< 제조업체별 판매 동향 >

(단위 : 백만원)



회사명	2008	2009	2010
닛스이	13,900	13,700	13,700
마루하 니치로 식품	13,500	13,400	13,400
마루다이 식품	5,600	5,500	5,500
마루젠 식품	4,800	4,800	4,800
도요 수산	3,800	3,800	3,800
기타	5,300	5,400	5,200

☐ 닛스이는 새로운 포장 형식으로 수위 자리를 탈환

- 2008년 「에코 클립 어육 소시지」가 매출 상위. 또한 매장 캠페인 등을 적극적으로 추진하여 매출이 신장됨. 매출 호조와 함께 공장의 설비 투자도 적극적으로 실시하여 2009년은 시장 전체에 염가품 수요가 높아져 매출 상승



☐ 마루하 니치로도 포장으로 추격. 가격 인상 단행

- 2008년 어육 햄, 소시지 가격 인상을 진행. 특히 「DHA 첨가 리사라 소시지」는 신진대사증후군(신진대사 이상에 의한 비만 등의 생활 질병)에 대한 소비자의 관심이 높아진 것이 판매확대로 이어짐



- 2009년은 2월에 이음쇠가 없는 상품인 「매직 컷 피시 소시지」가 주목을 모았으나 염가품 수요가 높아지고 특히 저가격 PB 상품의 수요가 높아져 판매에 영향을 받음

□ 마루다이 식품은 아동용

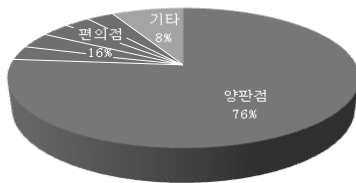
- 아동을 타깃으로 한 「가면라이더 W」가 주목을 받아 캐릭터 카드를 넣은 판매전략으로 호평을 받음. 이 상품은 어린이의 뼈나이의 형성에 필요한 칼슘을 적극 내세운 상품이었음



□ 양판점과 편의점 판매

- 양판점이 약 76%의 시장을 점유하고 있으며 일부 슈퍼에서는 빵에 넣어 어육 소시지를 먹는 판매 방식을 제안하고 매출을 신장한 사례도 있음
- 편의점은 안주용 수요가 커서 판매는 안정적임. 또한 한정 상품도 일부 있고 맥주가 많이 팔리는 여름 시즌에 잘 팔리는 경향
- 마루하 니치로 식품은 2008년 이후 종업원이 많은 대기업의 복리후생 담당 부문에 영업을 강화하여 사원 식당이나 사원전용 판매용으로도 판로 확대를 실시함

< 시판용 채널별 판매 구성비(2008년) >



<시판용 채널별 판매 구성비(2008년)>

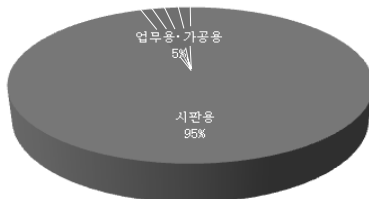
(단위 : %)

채널명	판매 구성비
양판점	76.4
편의점	15.8
기타	7.9

□ 용도별로는 시판용이 대부분을 차지

- 유통매장에서의 판매용이 전체의 약 90%로 대부분의 판매액을 차지하며 업소용은 샌드위치나 카레의 식재료로서 사용됨

< 용도별 판매 구성비(2008년) >



<용도별 판매 구성비(2008년)>

(단위 : %)

구분	판매 구성비
시판용	94.7
업소용·가공용	5.3

☐ 서일본에 많은 수요

- 예로부터 큐슈에서는 메인 버거와 같이 어육 햄·소시지를 먹는 습관이 있어서 이러한 식습관이 동일본에도 퍼지면 실적 확대 여지 높음

다. 냉동식품

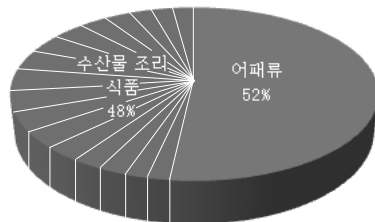
☐ 수산물 냉동식품

- 수산물을 주원료로 하여 가공 또는 조리한 후 마이너스 18℃ 이하로 동결하여 동결 상태로 보존한 포장식품. 또한, 이외에 농림수산 통계에서는 「신선냉동 수산물」로서 피레트, 으깬 어묵도 포함되며, 해동 판매하는 것이나 다른 가공품의 원료가 되는 냉동품도 포함

☐ 냉동식품은 감소 경향

- 냉동식품의 생산량은 30만 6,591톤으로 전년에 비하여 8% 감소했으며, 품목별로 보면 어패류(토막 어류, 간 새우 등 가공품)는 15만 8,733톤, 수산물 조리식품은 14만 7,858톤으로 전년대비 각각 11%, 5% 감소함

< 냉동 식품 종류별 구성비 >

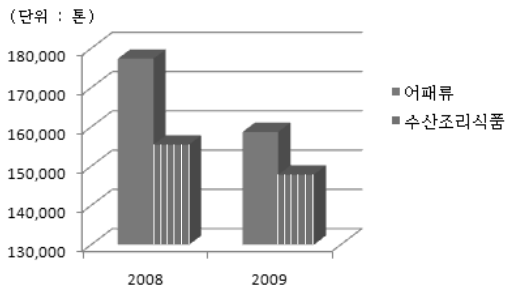


< 냉동 식품 종류별 구성비 >

(단위 : %)

종 류	구 성 비
어패류	51.8
수산물 조리 식품	48.2

< 냉동식품 종류별 생산량 추이 >



< 냉동식품 종류별 생산량 추이 >

(단위 : 톤)

종 류	2008	2009
어패류	177,384	158,733
수산물 조리식품	155,501	147,858

❑ 신선 냉동 수산물과 냉동식품

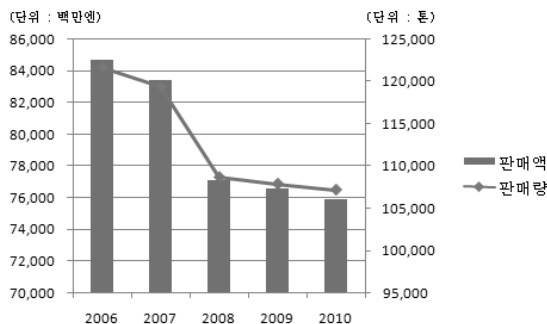
- 신선품 처리를 용도별로 달리 가공하여 냉동함. 가공의 원료가 되는 것은 신선 냉동식품이고, 최종 형태는 처리후 냉동하거나 조리후 냉동하게됨

신선냉동 수산물		수산물의 신선품을 동결한 것으로 수산물의 소재상태, 필렛, 으갠 어묵등의 것	
냉동 식품	어패류	계류	대게, 왕게, 등의 계류만을 데쳐서 처리한 것을 냉동하여 포장한 것
		기타	수산물 소재상태, 내장을 뺀 어류 3등분(三枚おろし) 등의 처리를 한 것을 동결하여 포장한 것. 예) 소재 상태, 3등분, 블록 타입, 토막 껍질 벗긴 새우, 사사미, 다짐이용, 국용/초밥 셋트 등
	수산물 조리식품	수산물을 주원료로서 조리 (조림, 구이, 양념 등)한 것을 동결하여 포장한 것. 예) 튀김류, 고로케, 커트릿(까스), 스낵, 찐만두, 햄버거, 연육제품, 구이, 양념구이, 생강구이, 된장 조림, 젓갈 등	

❑ 냉동 수산물 튀김시장 감소 경향

- 냉동 수산물 튀김 시장은 1990년대부터 원료조달, 인건비 삭감을 목적으로 하는 해외 생산으로 돌려 가격 경쟁으로 단가 하락함. 2005년 무렵부터는 새우나 명태 등의 수산 원료가 폭등하여 각사의 수익을 압박하고 있고 2008년은 전반기의 고 유가에 의한 원재료 가격의 상승이 추가 발생하였음
- 2008년 하반기 불황이 시작되고 소비자는 저가상품에 대한 지향이 강해지는 가운데, 육류 튀김과 비교하여 단가가 높은 수산 튀김은 소비가 감소하여 시장은 축소되고 있음. 수요 감소로 수산 원료 가격은 안정세로 돌아섬

< 냉동 수산물 튀김의 시장 규모 추이 >



<냉동 수산물 튀김의 시장 규모 추이>

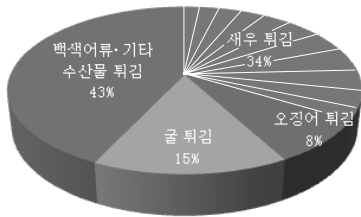
(금액 : 백만 엔, 수량 : 톤)

년도	판매량	판매액
2006	121,700	84,750
2007	119,400	83,400
2008	108,650	77,100
2009	107,850	76,550
2010	107,150	75,900

■ 새우튀김은 고급 양식메뉴, 굴튀김은 계절 단골메뉴

- 냉동수산 튀김은 크게 3가지인데 모두 감소세임. 새우튀김은 원료급등으로 소비가 감소하고 있고, 2008년도 중식용 튀김의 소비 증가가 없어 실적은 하락함. 오징어튀김은 새우튀김 대비 외식에서 선호되지 않고 고정적인 시장이장이며 2008년은 중국산 수산가공품 감소로 소비는 감소하고 있는 상황임. 굴튀김은 가을과 겨울 중심 시장으로 패밀리 레스토랑 등 외식용으로 인기가 정착되어 있으나, 노로바이러스(바이러스성 장염) 사건 등으로 감소세임

< 종류별 판매액 구성 비율 (2008년) >



< 종류별 판매액 구성 비율 >

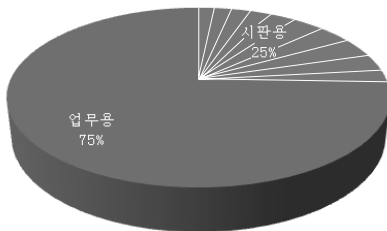
(단위 : %)

종류	2008
새우 튀김	33.6
오징어 튀김	8.4
굴 튀김	15
백색 어류·기타 수산물 튀김	42.9

■ 수산물 조리식품은 업소용 중심

- 후지경제가 발표한 냉동 수산튀김의 용도별 구성비는 업소용이 3/4를 차지하고있으며 외식, 중식산업 수요가 크고, 가정에서는 도시락 용도가 중심이어서 시장확대는 어려울 것임. 최근의 중식 붐으로 업소용이 더욱 늘어나고 있어 앞으로도 이러한 경향이 계속될 것

< 냉동 수산물 튀김 요리의 용도별 구성비 (2008년) >



< 냉동 수산물 튀김 요리의 용도별 구성비 >

(단위 : %)

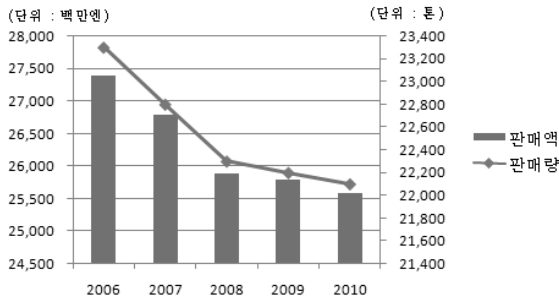
구분	2008
시판용	25.2
업소용	74.8

가) 냉동새우튀김

❑ 냉동 새우튀김은 감소세

- 인도네시아, 태국, 베트남산 새우가 수입되며 2006년 이후 외식 업체의 다양화와 함께 접대메뉴로서 구매력이 낮아지고, 버블붕괴 이후 새우류 전반의 소비가 하락하는 가운데 냉동새우 튀김 시장도 최근 감소세
- 또한 원료인 새우는 가격이 급등하여 수익성 악화로 판매 확대가 쉽지 않은 상황이고 중식시장도 성장세가 안정화되어 시장 감소세

< 새우 튀김 시장 규모의 추이 >



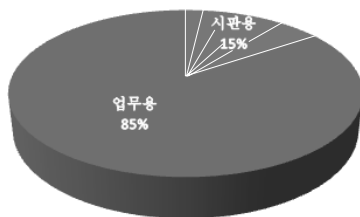
<새우 튀김 시장 규모의 추이>

(금액 : 백만 엔, 수량 : 톤)

년 도	판매량	판매액
2006	23,300	27,400
2007	22,800	26,800
2008	22,300	25,900
2009	22,200	25,800
2010	22,100	25,600

- 냉동새우튀김은 업소용이 85%, 시판용은 15%임. 업소용은 외식만이 아닌 양판점의 반찬이나 테이크아웃 도시락 등의 점심(런치)용으로도 주로 사용됨. 한편 시판용은 수제도시락의 수요 증가로 도시락 식재료에서 강세를 보임

< 새우 튀김 용도별 판매 구성비(2008년) >



<새우 튀김 용도별 판매 구성비(2008년)>

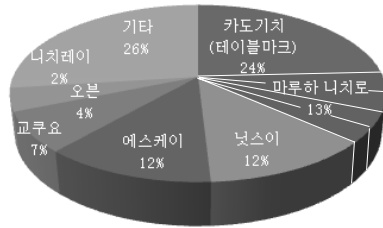
(단위 : %)

구 분	2008
시판용	15.4
업소용	84.6

❑ 6개사에서 시장의 3/4를 점유

- 테이블마크는 비용상승으로 2008년은 감소세였음. 마루하니치로 식품은 업소용으로 높은 비중을 차지하였으나 2008년은 감소함. 시판용은 수산 튀김 전반이 어려운 가운데 타사의 수요를 뺏어 실적을 늘리고 있고 2009년도 시판용 호조로 증가함. 에스케이 식품은 인도네시아 공장에서 양식한 새우를 사용하고 있으며, 생산이력추적이 가능한 안전·안심할 수 있게 한 것이 강점
- 2008년은 불황으로 외식용으로 대형새우 판매촉진이 주효하여 판매량이 2자리수 이상 증가. 단가하락으로 판매액은 3% 증가. 2009년도 전반은 전년과 비슷한 미미한 증가 경향이었지만 중식용 시장 경쟁 심화나 단가하락으로부터 전년도와 같은 수준은 될것

< 새우 튀김 제조업체별 점유율(2008년) >



<새우 튀김 제조업체별 점유율>

(단위 : %)

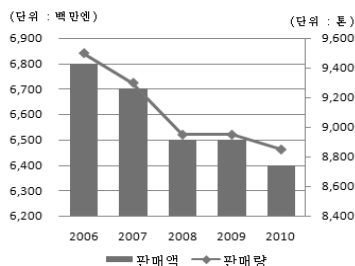
회사명	2008
가도기치(테이블마크)	24.3
마루하 니치로 식품	12.4
넛스이	12.4
에스케이 식품	12.4
교쿠요	7.3
오븐	4.2
니치레이 식품	1.5
기타	25.5

나) 냉동오징어튀김

❑ 냉동오징어튀김 소비 감소세

- 상품형태는 네모 타입과 링 타입이 있지만 이것 이외는 상품 다양화 시도가 부진. 2008년도 만두 사건(중국산 냉동만두 중독 사건)이 영향을 주어 중국산 가공품 소비 감소로 되었던 것 외에 상품 면에서도 두드러지는 동향은 보이지 않고 시장은 감소세

< 냉동 오징어 튀김 시장 규모의 추이 >



<냉동 오징어 튀김 시장 규모의 추이>

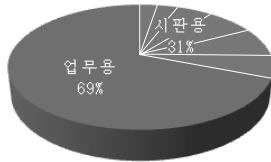
(금액, 백만엔, 수량 : 톤)

년 도	판매량	판매액
2006	9,500	6,800
2007	9,300	6,700
2008	8,950	6,500
2009	8,950	6,500
2010	8,850	6,400

▣ 도시락 식재 판매는 30% 정도

- 외식에서는 새우튀김 만큼 인기를 차지하지 못하지만, 도시락으로 간편하게 사용하는 오징어 링은 가정에서의 소비가 강함. 유통매장에서의 판매비율이 큰 이유임. 업소용은 외식 산업의 하락으로 미미한 감소 경향이 계속되고 있음

< 오징어 튀김 용도별 구성 비율(2008년) >



<오징어 튀김 용도별 구성 비율>

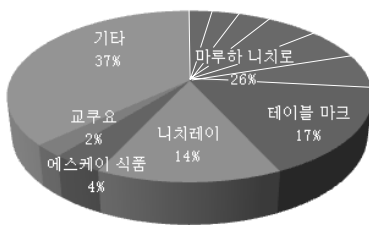
(단위 : %)

구분	2008
시판용	30.8
업소용	69.2

▣ 5개사에서 60% 시장 점유율

- 마루하니치로 식품은 오징어튀김을 업소용으로만 판매중임. 양판점 반찬코너의 테이크아웃 도시락용으로 비중이 높지만 이자카야(선술집) 판매를 개척하기 위해 2008년보다 「안주 상점가」 제품에 오징어 튀김을 투입하고 있음. 2009년은 급식용으로 「수제 오징어 튀김」을 새롭게 단장하여 판매 확대 추진. 테이블 마크는 업소용이 주력이며, 2008년은 다른 수산튀김과 같이 오징어튀김도 감소 추이를 보이고 있지만 2009년은 조금씩 개선되는 상황. 니치레이푸드는 시판용이 중심이며, 「도시락 Good! 오징어 링 튀김」으로 홍보

< 오징어 튀김 제조업체 시장 점유율(2008년) >



<오징어 튀김 제조업체 시장 점유율(2008년)>

(단위 : %)

회사명	2008
마루하 니치로	26.2
테이블 마크	416.9
니치레이	13.8
에스케이 식품	3.8
교코요	2.3
기타	36.9

▣ 시장 확대는 기대하기 어려워

- 업소용 중심 시장이지만 다른 수산튀김 카테고리 가운데에서도 시장규모가 작음. 상품차별화도 어려워 각사의 주력도는 낮고 또한 외식·중식소비자 자체의 수요 하락도 시장 축소원인으로 향후에도 큰 폭으로 시장 확대는 기대하기 어려움

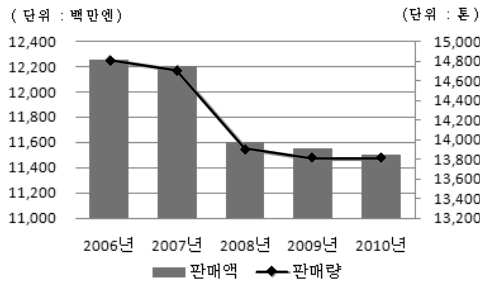


다) 냉동 굴 튀김

❑ 냉동 굴 튀김은 감소 경향에 있다

- 냉동 굴 튀김은 가을과 겨울을 중심으로 하는 메뉴이고 계절성 수산 식재로 패밀리 레스토랑이나 양관점 반찬코너 등 업소용을 중심으로 시장이 커왔음. 최근 시장 확대가 안정적으로 추이되고 있지만, 2006년 말부터 노로바이러스의 유행으로 굴소비가 저조해져 크게 감소함. 2008년은 노로바이러스의 영향에서 벗어났으나, 중국산 등 수입품의 감소분을 국산품이 대체할 수 없어 시장은 계속하여 감소세임

<굴 튀김 시장 규모 추이>



<굴 튀김 시장 규모 추이>

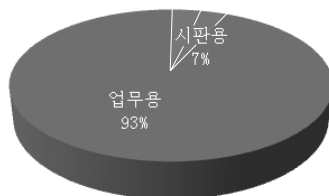
(금액 : 백만 엔, 수량 : 톤)

년 도	판매량	판매액
2006	14,800	12,250
2007	14,700	12,200
2008	13,900	11,600
2009	13,800	11,550
2010	13,800	11,500

❑ 업소용이 대부분 차지

- 업소용 비중이 압도적임. 굴은 전자렌지 조리가 어려워 도시락용 식재로는 사용되지 않고 대부분 기름에 튀겨야하는 상품임

<굴 튀김 용도별 구성비 (2008년)>



<굴 튀김 용도별 구성비>

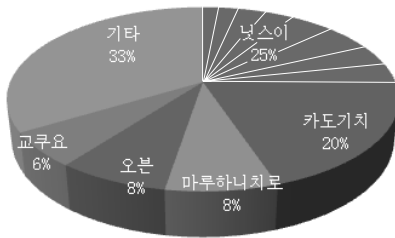
(단위 : %)

구 분	구성비
시판용	7
업소용	93

☐ 상위 5개사 67% 점유

- 닛스이는 중식용에 주력하고 있어 양관점 반찬코너를 중심으로 꾸준한 실적을 유지함. 테이블 마크는 시판용, 업소용 모두 판매하며, 업소용은 양관점 반찬 코너나 테이크아웃 도시락이 중심이지만 수산튀김 카테고리 전반에 걸쳐 고전하는 중으로 2008년의 판매 실적은 감소. 마루하 니치로 식품은 시판용의 실적은 없고 모두 업소용이나 보합 기조

< 굴 튀김 제조업체별 구성비(2008년) >



< 굴 튀김 제조업체별 구성비>

(단위 : %)

회사명	점유율
닛스이	25
카도기치	20
마루하 니치로	8
오븐	8
교쿠요	6
기타	33

참고 「생식용」 표시기준 강화할 예정 (11.5.10/아사히신문)

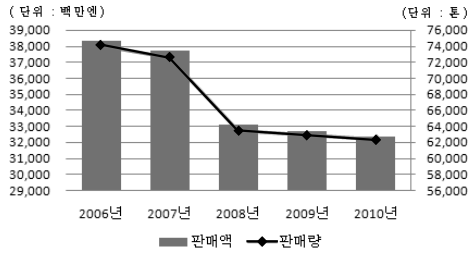
수산청은 야키니쿠 체인점 「야키니쿠 사카야 에비스」의 육회 집단 식중독 사건으로 생식용의 표시기준을 강화할 것. 신선 굴이나 냉동 토막생선 등의 신선 어패류는 식품위생법의 시행규칙으로 「생식용」인지, 「가열용」인지를 구별하고 표시하도록 제정하여 이것을 위반하면 「2년 이하의 징역 또는 200만엔 이하의 벌금」에 처함. 반면 육류는 규제가 미흡한 상황

라) 냉동 흰 살 생선, 기타 수산튀김

☐ 냉동 흰 살 생선·기타 수산 튀김 시장 감소세

- 냉동 흰 살 생선 튀김은 수산 튀김중에서 최대 비중으로 저가격대의 튀김류로 급식이나 외식 등의 업소용 시장을 중심으로 시장이 형성됨. 일반 가정 소비로 시장이 확대됨. 기타 수산 튀김도 업소용을 중심으로 소비가 성장해옴. 그러나 최근은 수산원료가격 인상으로 업체의 판매 확대가 어렵고 시장은 감소세. 2008년은 중국 천양 식품사건(만두 중독사건)으로 인해 중국산 가공품의 수입이 일시적으로 중단, 일본 국내 가공분도 하락하여 시장은 큰 폭의 감소세를 보였음

< 냉동 백색어류·기타 수산물 튀김 >



< 냉동 백색 어류·기타 수산물 튀김 >

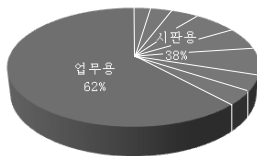
(금액 : 백만 엔, 수량 : 톤)

년 도	판매량	판매액
2006	74,100	38,300
2007	72,600	37,700
2008	63,500	33,100
2009	62,900	32,700
2010	62,400	32,400

시판용은 40%

- 시판용은 도시락 상품이 주류이며, 흰 살 생선 튀김의 주요매출분야임. 흰 살 생선은 소스 첨부, 소스 일체형이 많고 특히 타르타르 소스의 인기가 높지만 수요는 한계상황

< 용도별 판매 동향(2008년) >



< 용도별 판매 동향 >

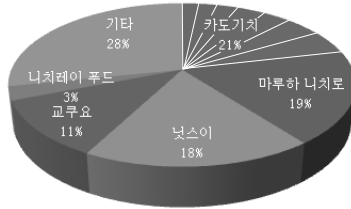
(단위 : %)

구 분	2008
시판용	38
업소용	62

제조업체별 점유율(2008년 기준)

- 테이블 마크는 테이크 아웃 도시락 등 중식용으로 명태 등의 백색 어류, 양관점 백야드(상품 창고) 용으로 전갱이 튀김을 공급하고 있지만 2008년은 중국 가공품을 소비감소로 판매액은 대폭 감소. 2009년은 중국 문제의 영향이 감소하여 신장 기대
- 마루하 니치로 식품은 다른 도시락 상품 재료가 순조로운 중에 시판용의, 흰살 생선 & 타르타르 소스」는 정체. 업소용도 수산 튀김 카테고리에서 최대 규모를 자랑하는 전갱이 튀김이 EU산 전갱이의 가격 폭등으로 판매 부진 및 2008년 전체적으로는 감소
- 닛스이는 독자적인 원료조달 채널로 흰살생선인 대구를 전면에 내세운 상품군 주력. 2009년 가을은 대구를 사용한 「흰살생선과 타르타르 소스 튀김」이 선방하고 업소용, 학교 급식용으로 「대구 튀김」을 선보임
- 교쿠요는 흰살생선을 주력으로 하고 있음. 중국에서 생산을 주로 하고 있어 천양(天洋) 식품 사건으로 국내용 출하가 일시정지되었으나 2008년은 산업 급식용으로 순조롭게 실적을 신장하여 판매액 증가함

<제조업체별 점유율(2008년)>



<제조업체별 점유율(2008년)>

(단위 : %)

회사명	점유율
카도기치	21
마루하 니치로	19
닛스이	18
교쿠요	11
니치레이 푸드	3
기타	28

마) 냉동업소용식품

☐ 「일본산」 「구매하기 쉬운 가격」 상품 선호

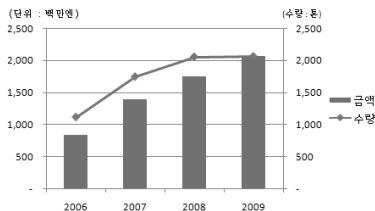
- 일본산 원료·일본내 생산정착. 학교 급식용으로 신상품 경향이 강하고 원산지를 명확하게 하여 원료 우수성을 내세운 상품이 대세를 이루고 있음
- 한편으로 중국, 태국산 상품 투입도 계속. 신상품은 중식·반찬이 중심. 저가격 지향이 가장 강한 채널로서 각사는 「구매하기 쉬운」 가격으로 신상품을 내놓음. 업소용 시장은 신형 인플루엔자에 의한 시장 축소, 절약확대로 인한 소비 침체 영향을 받음

제품명	제품명
닛스이	흰 살 생선 튀김
다이레이	뼈없는 생선·간편시리즈

☐ 냉동 개호식(介護食)이 지속 신장

- 「고령자 식품」, 「씹기 어려운 이들을 위한 식품」으로 개호식이 지속적인 신장세임. 병원급식, 노인 복지 시설, 재택 개호, 도시락 택배로 소비확대. 찌거나 튀기는 조리가 가능한 가열 가능 상품, 손이 덜 드는 메뉴 등 신상품도 주목됨
- 일본 개호식품협회가 발표한 2009년 「유니버설 디자인 푸드 생산 통계에 의하면 회원사의 생산 금액은 매년 증가세. 제조업체도 개호식의 참여를 본격화. 야요이식품이 「소프리」 제품군은 재택 환자용으로 상품군을 강화. 대기업으로서는 마루하니치로식품이 「소재 de 소프트」 시리즈 25개 제품으로, 아지노모토 냉동식품은 「슈마이」, 「미즈요캉」을 내놓음

<개호식(냉동) 추이>



<개호식(냉동) 추이>

(금액 : 백만 엔, 수량 : 톤)

년도	수량	금액
2006	1,118	845
2007	1,749	1,395
2008	2,058	1,753
2009	2,066	2,065

❑ 최근 닛케이 POS 데이터 최신 매출 순위

● 냉동식품에서는 만두, 볶음밥, 구이 삼각 김밥이 상위. 어패류에서는 아지노 모토가 상위

상품: 냉동 반찬

기간: 2011년 3월

순위	회사명	상 품 명	점유율%	가격(엔)
1	아지노 모토(味の素)	만두 12개 252G	2.7	190.6
2	아지노 모토(味の素)	재료 다량 혼합 볶음밥 2인분 450G	1.5	273.6
3	닛사이(日水)	거대 구운 삼각 김밥 6개 480G	1.3	268.8
4	아지노 모토(味の素)	부드러운 닭 튀김 325G	1.2	348.8
5	니치레이	본격 볶은 볶음밥 450G	1.2	277.7
6	닛사이(日水)	우리집의 자랑 짬뽕면 1인분 402G	1.1	253.7
7	아지노 모토(味の素)	탱탱한 새우 딤섬 12개 156G	1	192.7
8	아지노 모토(味の素)	재료 다량 새우 피라프 430G	0.8	272.1
9	닛신(日清)	F 마마 소티 스파게티 나폴리탄 260G	0.8	170.4
10	마루하 니치로	새벽신중화가(新中華街) 요코하마 라면 1인분 482G	0.8	246.1

참고 「마루하니치로 식품 업소용 냉동식품은 「뼈없음」 강조

- 2010/07/14 닛칸 속보 냉동식품 타임스 -

마루하니치로식품의 가을 업소용 냉동식품은 (1) 뼈 없는 생선 카테고리 (2) 적정가격의 수산물 식재료 확충 (3)「보기 좋고 먹어서 맛있는」로 알기 쉬운 상품으로 가격과 품위, 기능성을 추구.

「茶 아라이 뼈 없는 생선」 시리즈는 금년 봄에 발매한 5개어종 10개아이템과 금년 가을 발매의 10개어종 20개 품목을 합친 전 15개어종 30개 품목을 「NEW 차 아라이」 로로 통일. 뼈 없는 것 뿐만아니라 “맛있는 어류”로 강조. 조리 현장의 인력감소에 대응한 구이 조리용 뼈 없는 「고등어 소금구이」, 「가을연어 소금구이」, 「삼치 서경(西京) 구이」의 3품을 발매개시. 도시락 반찬으로 냉동상태를 한 조각씩 조리하는 것도 가능. 수산 가공품은 새우와 오징어를 소재로 하고「맛있는 바삭바삭 새우 튀김」과 「맛있는 새우(칠리 소스 킷)」, 「동(분말 첨부 베이스)」는 태국의 N&N사의 기술력, 킹 피셔(Kingfisher)의 조달력을 활용. 「반찬 오징어 튀김(유카리)」는 미시마(三島) 식품의 「유카리」를 사용하여 맛을 냄

디저트는 구이과자 「촉촉한 비지 케이크」를 발매. 검은콩 16 곡식과 나루토 키토키 사과를 배합한 2제품을 추가함

점유율 7위제품 「아지노 모토 탱탱 새우 덩sem」

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
탱탱 새우 덩sem (プリプリのエビシューマイ)			
상품 문구 keyword 양식 새우를 사용, 식어도 부드러움. 의성어 「탱탱」으로 큰 새우를 연상시키는 맛 강조			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
아지노모토 냉동식품의 지정 양식지에서 양식되어 탱탱한 식감이 맛있는 큰 베나메이 새우를 100% 사용. 식어도 부드럽고 말랑말랑, 색깔도 좋음	전자렌지에 3개를 1분 또는 찜통에 10분 조리	새우(태국), 양파(일본, 중국, 미국, 호주), 돈지방, 어육 으갠 어묵(어패류/미국, 인도), 차지게 하는 원료(전분, 달걀 흰자위, 분말대두단백질, 식물성유지, 설탕, 식염, 참마가루(중국), 가리비엑기스, 발효조미료, 새우 파우더, 향신료, 피(소맥분 대두분), 가공전분, 조미료(아미노산 등), 비타민 C	에너지169kcal 단백질6.2g 지질8.3g 탄수화물17.3g 나트륨414.7mg
제품시장 점유율(대략)	원산지	제조자 아지노모토 냉동식품(주)	제조국
1.0%	일본		일본
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/ 한화환산)	판매자	
12개 들이 (156g)	198엔	아지노모토 냉동식품(주)	
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
ISO9001	ISO10002	HACCP	traceability 원재료 관리 시스템
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
원재료 검사→원재료 보관→선별→제조→냉동 포장→박스포장→검사→출하	냉동	12개월	아지노 모토의 홈페이지에 상품정보가 충실히 실려 있음. 레시피의 샘플도 게재되어 있고 소비자로서는 안심

라. 훈제연어

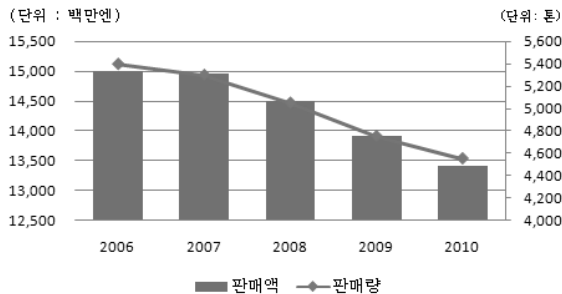
☐ 훈제 연어는 소금 절임한 연어를 훈연 건조한 훈제 식품

- 횡감용 연어나 건조 연어 칩 등은 별도 제품이며 훈제연어를 사용한 마리네, 테리네, 미르피유 등도 다른 제품임

☐ 훈제 연어 시장 감소 경향

- 호텔이나 레스토랑 등에서 사용하는 고급 식재료로서 시장이 형성되어 있음. 09년대에는 칠레에서 연어 송어 등의 대규모 양식이 시작되어 노르웨이에 이어 양식지로서 성장하게 되었고 일본에도 저렴한 원료 입수가 가능하게 되어 시장은 성장함
- 원료 가격이 하락함에 따라 양판점용으로 저가격 상품이 늘었음. 소비자에게 친근한 식재료로 정착되면서 구매층의 확대로 이어졌지만 품질 면에서 떨어지는 상품이 일부 보여 일본 국내 가공제조업체로부터는 스모크 연어 자체 이미지 저하 우려 있었음
- 최근에는 구주나 구미 등에서 건강 지향에 의한 연어의 수요가 확대하여 주원료인 연어 송어가 폭등하고 있음. 2007년은 칠레에서 ISA 바이러스가 발생하여 대서양연어 등이 피해를 입어 시세가 상승하고 업체는 제품가격을 올림. 2008년 이후 경기침체에 의한 소비자의 소비도 위축됨

< 스모크 연어 시장 규모 추이 >



< 스모크 연어 시장 >

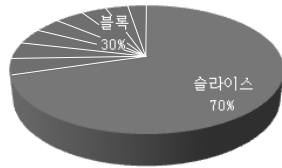
(단위 : 톤, 백만 엔)

년 도	판매량	판매액
2006	5,400	15,000
2007	5,300	14,950
2008	5,050	14,500
2009	4,750	13,900
2010	4,550	13,400

☐ 슬라이스 타입 증가 경향

- 슬라이스 타입은 제품형태의 약 70% 정도임. 절단하는 시간이 걸리지 않아 양판점의 백야드에서도 구매하고 있어 수요의 저변 확대에 기여. 덩어리(블록) 타입은 호텔이나 레스토랑 등의 고가격 상품에 사용되고 있지만, 최근에는 슬라이스 타입으로의 이동이 보임

<스모크 연어 종류별 구성비(2008년)>



<스모크 연어 종류별 구성비>

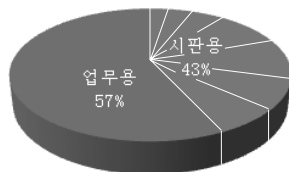
(단위 : %)

구분	2008
슬라이스	70
토막(블록)	30

■ 시판용이 늘고 업소용 감소

- 2008년 2009년은 시판용 수요가 신장한 대신에 업소용 수요가 감소. 시판용은 백화점용인 선물용과 양판점용인 저가격 상품이 있어 양극화 상태임. 업소용에는 호텔에서 사용되는 연회나 디너쇼의 횡수가 줄어들고 있어 스모크 연어의 사용량도 감소하여 매출이 하락함

<스모크 연어 용도별 판매 동향(2008년)>



<스모크 연어 용도별 판매 동향>

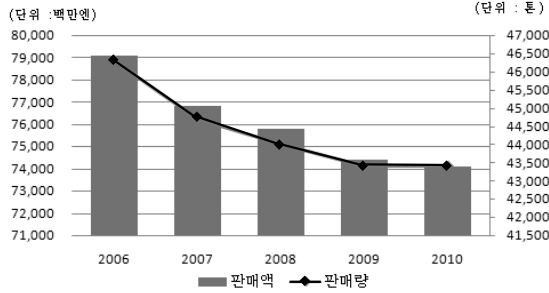
(단위 : %)

구분	2008
시판용	43
업소용	57

마. 포식품(가다랑어포)

- 가다랑어등의 어류를 가열 건조 시킨 것. 소량 잘게 깎은 가다랑어포 팩이나 곱팡이가 생기지 않은 가다랑어포, 고등어, 정어리 등의 원료를 혼합한 혼합 포, 각종의 가다랑어포 제품을 단일, 또는 여러 가지를 혼합한 제품을 선물용으로 한 제품이 있음
- 시장은 감소. 간편품으로 시장 이동
 - 일본인의 식생활에 깊게 침투하고 있지만, 일반가정에 있어서는 조리에 사용, 식생활의 서양화로 조미료나 국물 재료 등 용도로 사용되고 있음. 업소용, 가공용에 있어서도 간편성이 높고, 더욱더 강한 풍미를 낼 수 있는 풍미 조미료나 엑기스 수요가 생기고 시장은 축소되는 중임
 - 특판이나 단일금액상품 매장(100엔 디스카운트 가게) 등의 신흥 세력에 의해 오랫동안 저가격화가 진행된 것으로 인해 시장에 참여한 기업 이익은 압박받음. 그 후, 2008년, 2009년은 원료가격의 상승과 하락으로 가격은 불안정하였음. 내수 회복의 흐름은 있지만 간편성이 높은 조미료의 공세는 멈추지 않아 시장은 지속적으로 축소방향

< 가다랑어포 시장 규모 추이(2008년) >



< 가다랑어포 시장규모 추이(2008년)>

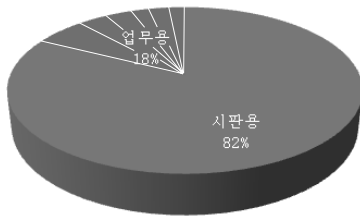
(금액 : 백만 엔, 수량 : 톤)

년 도	판매량	판매액
2006	46,300	79,100
2007	44,700	76,800
2008	44,000	75,800
2009	43,400	74,400
2010	43,400	74,100

□ 시판용이 중심. 업소용은 우동 전문점 등

- 시판용은 가정요리에 사용되는 용도가 감소하고 있고, 소형 포장, 봉지 포장, 상자 포장으로 양관점을 중심으로 판매되고 있음. 또 업소용은 메밀국수, 우동점, 일식점 등에서 많이 사용되고 있지만, 역시 감소세. 또 그 외의 업체에서도 간편성이 높은 엑기스나 풍미 조미료를 사용하는 용도인데, 국간장 팩의 보급으로 역시 수요를 빼앗기고 있음

< 가다랑어포 용도별 구성비(2008년) >



< 가다랑어포 용도별 구성비>

(단위 : %)

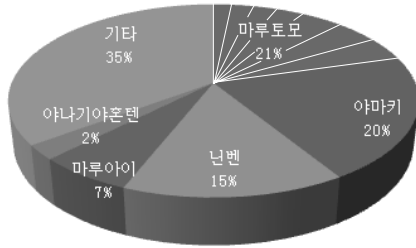
구 분	2008
시판용	82
업소용	18

□ 상위 5사에서 60% 점유

- 마루토모(Marutomo)는 「덕용 가다랑어포 포장」은 내수회복에 의한 고명 용도 등의 증가에 의해 숫자에는 나타나지 않는 정도로 급증하고 있지만, 「덕용 가다랑어포 포장」은 감소
- 야마키(Yamaki)의 「덕용 제1 가다랑어포」가 최고 점유율(2.9%)을 차지. 그 요인은 100g의 대용량 사이즈와 다용도로 사용이 가능하기 때문
- 닌벤(Ninben)은 「신선 팩」 시리즈가 오래전부터 가다랑어포 팩을 리드해 왔기 때문에 브랜드 인지도가 높지만, 치열한 경쟁에 놓은 상황



<가다랑어포 제조업체 시장 점유율(2008년)>



<가다랑어포 제조업체 시장 점유율>

(단위 : %)

회사명	2008
마루토모	20.8
야마키	20.4
닌벤	14.8
마루아이	6.4
야나기야훈텐	2.4
기타	35.2

☐ 최근의 일본경제신문 POS데이터 최신 판매순위




● 포식품 판매 순위

상품 : 수산 건어물


기간 : 2011년 3월

순위	회사명	상 품 명	점유율(%)	가격(엔)
1	야마키	제1 덕용 가다랑어포 100G	2.3	291
2	후지코	순토로 32G	1.3	220.6
3	야마키	가다랭어팩 마일드 3G X10	1.2	250.7
4	리켄(理研)	불어나는 미역 일본산 24G	1	343.1
5	야마키	가다랑어 팩 덕용 2.5G X20	0.9	263
6	야마키	가다랑어 팩 3G X20	0.8	282.1
7	닌벤	가다랑어 신선 팩 소프트 5G X10	0.8	351.7
8	야마키	빙온숙성 가다랑어 마일드 포 40G	0.7	242.7
9	야마키	제1 덕용 가다랑어 팩 3G X20	0.6	276.5
10	야마키	자건멸치 250G	0.6	402.2

「야마키(ヤマキ) 가다랑어 팩」

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
가다랑어포 (花かつお)			
상품 문구 keyword			
신선하고 가장좋은 바로 깎아내어 신선 밀봉 외출납기로 잡은 가다랑어 사용			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
원료로 외출납기로 잡은 가다랑어를 사용 풍미를 잃지않도록 원적외선 가공 실시 방금 바로 깎아낸 선도를 유지하기 위해 알루미늄팩을 사용	냉두부요리나 오코노미야키, 야채볶음, 중화요리에	가다랑어	에너지340kcal 단백질75~82g 지질0.5~5.5g 탄수화물0.1~2.6g 나트륨130~790mg
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
2.3%		일본	일본
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/ 한화환산)	제조사	판매자
35g	198엔	야마키(주)	야마키(주)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
ISO9001	HACCP	ISO14001	없음
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
가다랑어를 건조시켰음	개봉후 냉장보관	12개월	
<p>➢ 제품특징</p> <p>방금 바로 깎아낸 「향」, 「맛」 「부드러움」 을 전하기 위해 원료·가공기술·포장자재에 충실함. 가다랑어만의 외출인생을 걸어온 야마키는 가다랑어의 맛있음과 풍미를 그대로 전하는 것에 특별히 충실 히 하고 있다. 원료인 가다랑어, 제조방법 등 야마키만의 독자적인 기술에 의해 방금 막 깎아낸 맛과 향기 를 표현했다.</p>			

미역 「리켄(理研)의 불어나는 미역 국내산 24g」

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
불어나는 미역 (ふえるわかめちゃん)			
상품 문구 keyword			
사각사각 맛있어요. -일본산 미역			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
일본산 미역을 사용한 대형 포장 타입 낭비 없고 청결해 경제적 선명한 녹색으로 품질 우수 광범위하게 응용이 가능해 메뉴를 간편히 늘릴 수 있음 장기보존 해도 품질이 안정되어 있음	된장국의 재료로서 뜨거운 물에 불림 등등	미역	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
1%			일본
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
14g / 24g	247엔(14g) / 399엔(24g)	리켄비타민(주)	리켄비타민(주)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
ISO9001	ISO14001		사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
뜨거운물에 데친후 염장			
<p>◎ 기술자의 고집 「불어나는 미역」은 곱슬곱슬한 건조미역으로 염선된 원료를 사용해 미역을 불리는 시간이 빠르고, 미역 크기를 일정하게 하는 것에 노력을 기울임. 그 결과 질감이 있어 씹을 때의 감촉이나 조리했을 때의 시각적인 아름다움을 연출 할 수 있음.</p> <p>◎ 판매촉진의 방법 판매촉진 정책도 적극적으로 전개하여 TV에 의한 광고 선전, 마네킹 판매, 샘플링 등, 선행투자는 2억엔. ①TV에 의한 광고 선전, ②마네킹, ③샘플링.</p> <p>◎ 아시아 진출 「불어나는 미역 시리즈」는 「불어나는 미역 산리쿠(三陸)」, 「불어나는 미역 나루토(鳴門)」, 「불어나는 미역 중국산」, 「불어나는 미역 캘린더 타입」 등 산지나 용량별로 용도에 맞추어 변화있게 다양한 상품을 구성하였다. 아시아 방면으로 진출도 있어 「불어나는 미역 중국」 등도 각 지역에서 발매.</p> <p>◎ 동일본 대지진 영향 판매를 일시적으로 중시하고 있음(2011.7.20일 현재)</p>			

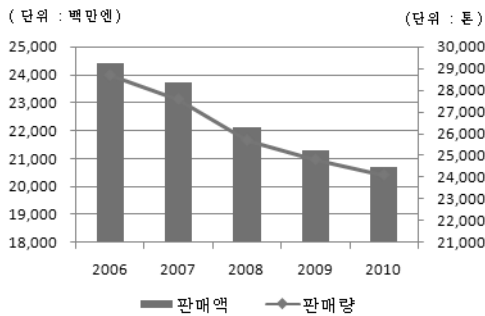
바. 젓갈 류

☐ 지속적인 감소세

- 전통적인 보존식으로서 각 지역의 식생활에 뿌리를 내리고 있지만, 건강지향이 높아지고 서구식 식생활로 수요가 감소. 밥반찬용이나 술안주용으로 연장자층을 중심으로 애용자들이 있으나, 새로운 고객층 확보가 되지 않아 시장전체는 축소경향임. 저염, 무첨가 등 건강지향에 대응한 상품이나 한국풍 등 기호성이 높은 상품 홍보를 하고 있으나 수요확대는 정체
- 상위의 대형 수산회사나 도매업자 등이 판매를 확대하고 지역 제조업체도 판매를 하고 있으나 최근에는 인터넷 직판을 하고 있는 수산회사나 도매업자가 증가하고 주문수요가 늘고 판매채널이 확대되고 있음

☐ 시판 상품은 양판점, 생협 중심

<젓갈류 시장 규모의 추이(2008년)>



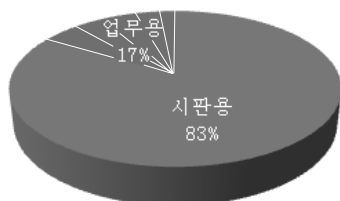
<젓갈류 시장 규모의 추이>

(금액 : 백만 엔, 수량 : 톤)

년 도	판매량	판매액
2006	28,700	24,400
2007	27,600	23,700
2008	25,700	22,100
2009	24,800	21,300
2010	24,100	20,700

- 시판상품은, 매장 축소로 감소세. 양판점과 생협을 중심으로 판매되고 있고, 주로 염건품, 어란 매장과 병설됨. 최근엔 수산물 제조업체나 진미 도매상 등이 개설한 사이트에서 통산 판매 중임. 업소용은 이자카야나 일식당에서 메뉴로 나오지만 사용빈도가 낮아져 감소세

<젓갈류 용도별 판매 동향(2008년)>



<젓갈류 용도별 판매 동향>

(단위 : %)

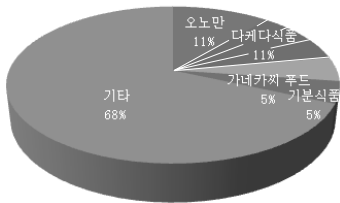
구 분	2008
시판용	83.3
업소용	16.7

▣ 지방 제조업체가 검토, 시장은 축소 경향

● 오노만(小野万 ; 미야기 현)은 전통 가업 점포(老舗) 브랜드 「오징어 젓갈 한마리」가 메인이지만, 수요가 감소하고 실적 감소가 이어짐. 타케다(竹田) 식품은 각종의 젓갈, 진미의 신상품을 가족 구성이나 고객의 요구에 맞게 투입. 가네카 씨푸드(Kaneka Seafood : 미야기 현)는 메카부(미역줄기) 판매도 노력하고 있으나 오징어 젓갈도 양판점에서 판매중임. 기본식품은 2008년은 가정식 회귀의 움직임과 쌀밥 유행에 대해 검토함. 하지만, 경기 침체의 영향으로 2009년은 부반찬 구입 빈도의 감소로 인해 젓갈에도 영향이 나타남



< 젓갈류 제조업체별 점유율(2008년) >



<젓갈류 제조업체별 점유율>

(단위 : %)

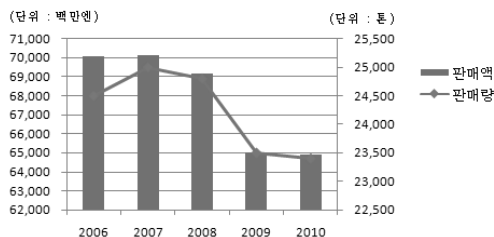
회사명	2008
오노만	11.3
다케다식품	10.9
가네카씨 푸드	5
기본식품	4.5
기타	68.3

사. 명란젓

▣ 시장규모는 감소 경향

● 한국에서 들어온 상품이지만, 일본에서는 후쿠오카 현 명산의 진미로서 하카다 토산물 수요의 외에도, 삼각 김밥이나 파스타 용도로서, 양판점에서 외식용 수요가 있음. 시장규모는 2008년의 경기 침체의 영향으로 선물 답례품 축소가 이어졌음. 같은 해 12월에는 전통 가업 기업(老舗) 「하카다마루기타」가 민사재생법의 적용을 신청. 그 후에도 대기업 소매 점포에서 판매된 팩 상품도 498엔/130g에서 398엔/100g라고 하는 용량과 가격을 내려 판매

< 명란젓 시장 규모 추이 >



<명란젓 시장 규모 추이>

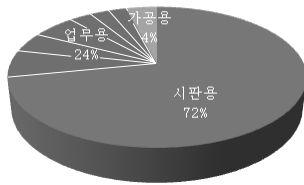
(금액 : 백만 엔, 수량 : 톤)

년 도	판매량	판매액
2006	24,500	70,100
2007	25,000	70,150
2008	24,800	69,200
2009	23,500	65,000
2010	23,400	64,900

■ 시장규모는 감소경향

- 시판용은 슈퍼 아웃팩(납품업자가 상품 포장) 상품이나 직영점, 백화점에서의 판매가 많이 차지함. 특히 직영점은 선물용 상품이 많기 때문에 경기 악화에 의한 단기하락으로 실적감소. 반면, 업소용은 슈퍼의 백 야드(소포장)용의 1kg ~ 3kg으로 판매되고 있는 상품 실적을 포함하고 업소용은 외식업체나 편의점 델리카트스(간단 식료품 판매) 대상판매도 포함. 여행자 대상의 판매도 저조. 비즈니스맨의 후쿠오카 출장의 빈도가 적어져 영향으로 공항매장, 백화점에서의 판매액이 감소

<명란젓 용도별 판매 동향(2008년)>



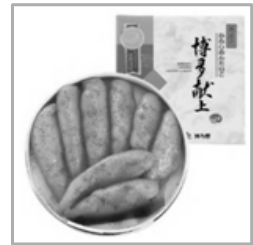
<명란젓 용도별 판매 동향>

(단위 : %)

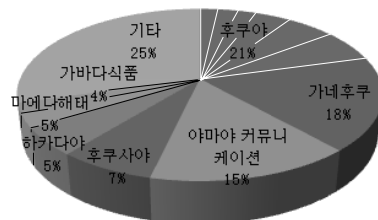
구분	2008
시판용	72
업소용	24
가공용	4

■ 후쿠오카 현 중심으로 생산, 판매

- 후쿠야는 일본에서 처음으로 매운 명란젓을 제조, 판매. 직영점을 중심으로 한 선물용 수요를 중심으로 전개를 하였고 판매금액은 하락세
- 가네후쿠는 2009년 9월 명란젓의 테마공원 「명태공원」을 개설함. 생산공장의 견학 등으로 보급 활동에 적극적. 활동영역도 양판점 외식용, 편의점, 직영점 등으로 폭 넓음. 야마야 커뮤니케이션즈도 넓은 유통망을 가지고 있음. 하카다야는 2008년, 2009년에 2년 연속 몬트 셀렉션(Monde Selection)을 수상한 「하카다 현상」 등 선물 답례용 상품이 중심



<명란젓 제조업체별 점유율(2008년)>



<명란젓 제조업체별 점유율>

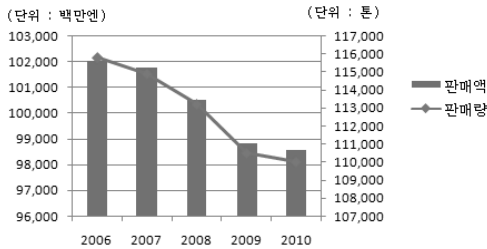
(단위 : %)

회사명	2008
후쿠야	21
가네후쿠	17.3
야마야 커뮤니케이션	15.3
후쿠사야	7.2
하카다야	5.1
마에다해태	4.6
가바다식품	4.3
기 타	25.1

아. 통조림

- 수산물 통조림은 참치, 게, 청어, 조개류 등의 수산물을 원료로 하여 찐 참치에 물, 간장이나 토마토 등, 또는 식용유 등으로 조리된 통조림
- 수산물 통조림은 감소 경향
 - 식생활의 변화나 다양한 가공식품의 등장, 점심 식사 충실화, 레토르트(retort food ; 살균 보존 식품) 파우치(밀봉 휴대용) 상품의 증가에 의해 수요가 분산되어 시장은 감소 경향. 또한 종류는 참치 통조림이 가장 많고 이어서 고등어나 정어리 등의 등푸른 어류 통조림
 - 2009년에 들어서 생선의 종류에 따라서 원료 가격 하락 경향과 경기 침체에 의한 가정식화로는 확대가 어렵지만 향후 큰 폭의 침체는 없을 것

< 수산물 통조림 시장 규모 추이 >



<수산물 통조림 시장 규모 추이>

(금액 : 백만 엔, 수량 : 톤)

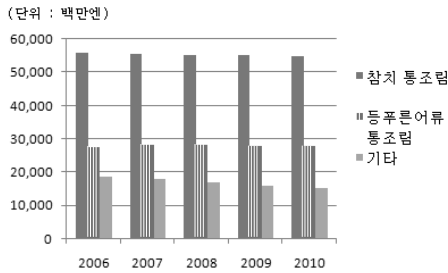
년 도	판매량	판매액
2006	115,800	102,000
2007	114,900	101,750
2008	113,200	100,500
2009	110,500	98,800
2010	110,000	98,550

- 참치 통조림은 PB상품으로, 가격 경쟁이 치열
 - 2007년부터 계속 된 가격 상승의 영향으로 소비 심리 위축과 수요감소, 원료 사정이 안정적으로 바뀌면서 PB상품 등장으로 향후 가격 경쟁이 치열해 질 것. 가정식 지향으로 시판용은 회복 될 가능성은 있지만, 업소용은 심각한 외식 감소와 파우치 식품으로의 소비이동이 현저하여 전체적인 수요는 감소 경향
- 등푸른 어류는 원료 가격의 폭등이 불안 요인
 - DHA, EPA를 홍보하여 최근 실적을 확대하였지만, 어획 제한이나 고등어, 정어리 원료 가격 상승으로 원료의 안정적인 공급이 문제가 되고 있어 급격한 확대 전망은 어려울 것. 한편으로는 콩치의 인기 외에 가정식화 경향으로 점차 수요는 안정적으로 되어 갈 것

☐ 참치 통조림이 통조림 제품의 반 이상을 차지

- 참치 통조림은 샐러드나 샌드위치, 삼각 김밥 등 일본풍 서양풍을 불문하고, 폭넓은 메뉴에 사용되고 있음. 등푸른 어류 통조림은 비상식량으로 구매하는 경우도 있어 구입 횟수는 크지 않음

<종류별 판매 구성비>

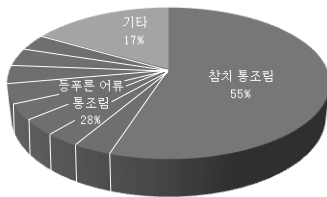


<종류별 판매 구성비>

(단위 : 백만 엔)

년 도	참치 통조림	등푸른생선 통조림	기 타
2006	55,800	27,500	18,700
2007	55,550	28,200	18,000
2008	55,200	28,400	16,900
2009	55,100	27,800	15,900
2010	55,050	28,000	15,500

<종류별 판매 구성비(2008년)>



<종류별 판매 구성비>

(단위 : %)

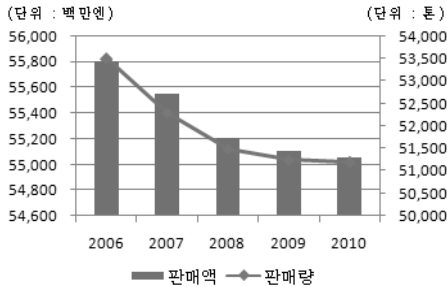
구 분	2008
참치 통조림	55
등푸른 어류 통조림	28
기타	17

가) 참치통조림

- ☐ 참치 통조림은, 다량어나 가다랑어에 식용유, 각종 양념, 물 등으로 조리하는 가공 과정을 거친 상품
- ☐ 시장규모는 감소 경향
- 다양한 용도로 사용되는 참치 통조림이지만, 90년대 전반, 시장이 성숙기를 맞은 후, 시판용은 가격 경쟁이 격화되어 특판이 일반화되고 업소용은 레토르트 제품이나 마요네즈 등 가공품 완성도가 높은 상품에 수요를 뺏겨 시장은 축소 경향
- 2008년은 다량어 가격이 상승하여 가다랑어로 바꾸는 가공회사가 나타나기도 하였고, 하고로 모 푸드(Hagoromo Foods)를 시작으로 각사가 가격 인상을 함. 2009년은 다량어 가격이 하락하였기에 원료 조달 면에서 업계로서는 순풍이었지만 대형 슈퍼의 PB 상품 발매 전략에 힘을 쏟기 시작하였기에 가격 하락

- 가정식화의 경향으로 시판용 수요가 안정적으로 될 것으로 보이지만, 업소용이 외식 부진이나 파우치 제품에의 이동으로 인해 시장 전체로서는 최근 수년간 지속되고 있는 완만한 저조 현상이 당면은 지속될 것

< 참치 통조림 시장 규모 추이 >



< 참치통조림 시장 규모 추이 >

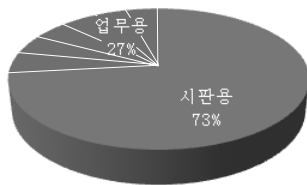
(금액 : 백만 엔, 수량 : 톤)

년 도	판매량	판매액
2006	53,500	55,800
2007	52,300	55,550
2008	51,500	55,200
2009	51,250	55,100
2010	51,200	55,050

□ 시판용은 안정적, 업소용은 저조

- 시판용은 가정식화의 경향도 있어 업소용에 비해 안정되어 있지만, 원료 사정에 의해 가격상승의 영향도 있어 상승은 어려울 것. 절약 지향으로 양판점에서의 판매 비율이 높고 4캔 세트 또는 3캔 세트로 판매됨. 한편 업소용은 회전 초밥이나 편의점 판매용 등의 수요는 있지만, 외식 부진의 영향에 더하여 레토르트 파우치로 소비가 이동해 실적은 저조

< 참치 통조림 용도별 판매 동향(2008년) >



< 참치 통조림 용도별 판매 동향 >

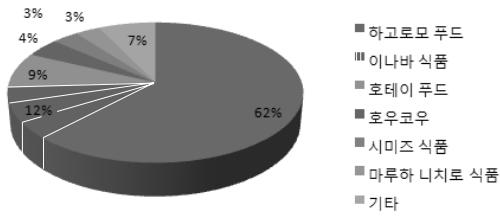
(단위 : %)

구 분	2008
시판용	73.4
업소용	26.8

□ 하고로모 푸드의 독점 시장

- 시장점유율 1위의 하고로모 푸드는, 22.7%의 최고 브랜드 「씨 치킨L」 외에, 상위 브랜드의 2개의 브랜드가 있음. 또한 최근에는 대형 소매 PB 상품에 맞서 옥수수나 대두 등의 소재를 섞은 「씨 치킨 PLUS」의 확대 판매

< 참치 통조림 제조업체별 시장 점유율(2008년) >



<참치통조림 제조업체별 시장 점유율>

(단위 : %)

회사명	2008
하고로모 푸드	62.1
이나바 식품	11.6
호테이 푸드	8.3
호우코우	4.3
시미즈 식품	3.3
마루하 니치로 식품	3.1
기타	7.2



☐ 기능성 식품이 인기, PB 상품에 대한 대처

● 하고로모 푸드는 업소용에서 레토르트 파우치로 제품을 변화 중임. 실적은 감소. 시판용은 PB제품 대항 전략, 2009년 리뉴얼을 포함한 신제품을 투입. 업계 2위의 이나바 식품은 가격 상승 영향으로 부진, 닭고기 통조림 등 참치 통조림 이외의 상품에 힘 쏟고 있음. 업계 3위도 마찬가지로 가격 인상의 영향으로 고전하고 있고, 참치를 사용한 조리법 제안에서 닭구이 통조림 등 신상품의 개발로 바뀜



● 호우코우는 기름을 사용하지 않고 야채 엑기스를 사용한 「라이트 참치 후레이크」, 시미즈식품도 기능 소구형 제품으로서 투입한 「SSK 맛은 그대로 칼로리 1/2 참치(후레이크)」의 판촉 강화. 두 회사의 판매는 견실함



나) 등푸른생선 통조림

☐ 등푸른 생선 통조림은, 고등어, 정어리, 꽁치 등의 등푸른 생선을 원료로 한 통조림

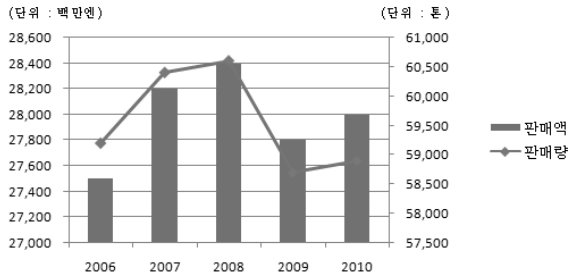
☐ 시장규모는 2008년이 최고조

● 등푸른생선 통조림은 전후(戰後)의 고도 성장기에는 보존성이 높고 간편성이 높아 수요가 확대되었지만, 그 이후는 식생활의 양식화 등의 변화에 의해 수요가 감소

● 하지만, '90년대 후반이 되어서는 등푸른 생선을 포함하여 DHA·EPA가 건강 효과가 미디어에서 거론되고, 건강의식이 높은 중고령층을 중심으로 소비가 부활. 판매 대상의 개척을 위해 레몬과 토마토 맛 등 서양 맛 양념을 한 상품을 도입

- 2006년은 각사 모두 신상품의 도입이나 적극적인 판촉 전개로 소비확대. 하지만, 2008년은 원료인 정어리, 고등어가 중국이나 중동에서의 수요 확대로 인해 일본용의 원료 부족 현상이 나타나 가격이 폭등하였기 때문에 제조업체가 일제히 가격을 인상. 2010년은 안정을 찾아 수요는 안정화 되고 있음

< 등푸른 어류 통조림 시장 규모 추이 >



< 등푸른 어류 통조림 시장 규모 추이 >

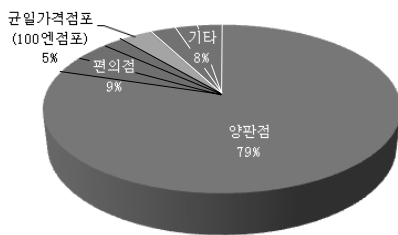
(금액 : 백만 엔, 수량 : 톤)

년 도	판매량	판매액
2006	59,200	27,500
2007	60,400	28,200
2008	60,600	28,400
2009	58,700	27,800
2010	58,900	28,000

□ 시판용이 거의 100%. 양판점이 80%

- 업소용 시장은 급식이나 이자카야에서 작은 부분 사용. 거의 시판용이고, 양판점 판매임
- 그 때문에 특판 빈도가 높았지만, 가격 인상이나 가격 단속이 행하여져 감소함. 편의점에서는, 알고 있는 아이템만 취급하고 있고, 또한 가격도 절약지향성이 높아져 실적은 저조
- 그 외에 균일 가격 점포(100엔 점포 등)나 선물세트의 통신판매 등을 보면, 균일 가격 점포에서는 가격 인상으로 취급 할 수 없기도 하여 최근 판매는 감소세임

< 통조림 시판용 채널별 점유율 (2008년) >



< 통조림 시판용 채널별 점유율 >

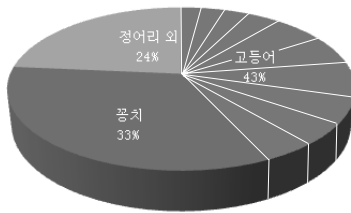
(단위 : %)

구 분	2008
양판점	79.4
편의점	9.2
균일가격점포(100엔 점포)	3.5
기타	7.9

☐ **꽂치는 확대. 고등어, 정어리는 고전**

- 등푸른 어류에서 고등어의 판매량이 가장 많고 조림은 자유 양념이 가능한 것으로 인해 요리의 재료로서 넓게 사용됨. 하지만 2007년에 들어 수산청이 자원보호를 위해 어획제한하거나, 중국 등의 신흥국의 수산물 수요 확대로 고등어의 가격이 치솟아 2008년 가격 인상을 실시하는 제조업체도 있어 매출액 상승이 어려운 상황임
- 또한 정어리에 있어서도 일본 근해의 어류 어획량이 감소되고 있어, 수입 원료에 의존해야 하는 상황이지만, 세계적인 등푸른 어류의 수요가 높아져 원료 확보가 문제가 되고 있음
- 반면 꽂치는 고등어나 정어리에 비해서 원료 가격은 안정되어 있어 꽂치에 주력하는 전략으로 실적을 늘리는 제조업체도 나타나고 있음

< 등푸른 어류 통조림 제조업체별 시장 점유율 (2008년) >



< 등푸른 생선 통조림 제조업체별 시장점유율 >
(단위 : %)

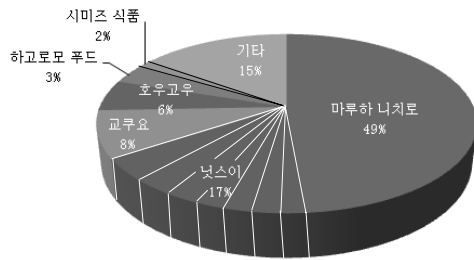
구 분	2008
고등어	42.9
꽂치	33.6
정어리 외	23.6

☐ **꽂치로 이동이 진행되는 각 업체**

- 마루하니치로 식품은 2008년은 고등어, 정어리 관련 상재의 원료비 상승을 요인으로 가격 인상을 실시하고 단가는 높아졌지만 매출은 저조하여 2009년 실적은 감소. 가격을 올리지 않은 「꽂치구이」가 호조를 띠. 닛스이는 2009년에 들어서 주력인 「어패류 일본식 반찬」 시리즈 4아이템을 새롭게 내보였고 또한 기본 조미료만으로 조리한 고부가가치 「생선이 맛있네!」 시리즈가 상승세
- 쿄쿠요는 수산물 통조림에서 폭 넓은 라인업을 갖추고 있지만, 최근은 등푸른 어류 제품의 확대 판매에 주력하고 있어 안정적 판매중임. 그 외에 호우고우는 고부가가치 상품으로, 하고로모 푸드는 건강 지향 제품으로, 시미즈 식품은 꽂치를 주체로 하는 상품구성임



<등푸른 어류 통조림 제조업체별 시장 점유율 (2008년) >



<등푸른 생선통조림 제조업체별 시장 점유율>

(단위 : %)

회사명	2008
마루하 니치로	48.6
닛스이	17.3
교쿠요	8.5
호우고우	5.6
하고로모 푸드	3.5
시미즈 식품	1.5
기타	15

참고 동일본 대지진과 “공치”의 추가 수입할당에 대하여

※경제 산업성 2011년 5월9일 발표

추가 수입 할당은 동일본 대지진 재해로 인한 부족분인 공치를 보충하기 위해 진행되는 것으로, 2011년도 “방어, 공치, 조개류와 건어물”의 수입발표(2011년5월9일자 수입발표 제 4호)또한 2011년도 “수산물”의 수입발표(2011년 7월 하순경 수입발표)는 별도 수입할당임

수산물 통조림 순위

상품 : 수산 통조림(154)




기간: 2011년 3월

순위	회사명	상 품 명	점유율(%)	가격(엔)
1	하고로모	씨 치킨 L플레이크 EO 80G X4	4	406.6
2	하고로모	씨 치킨 마일드 80G X4	3.9	315.2
3	하고로모	씨 치킨 마일드 EO 80G X3	3.8	261
4	하고로모	씨 치킨 L플레이크 라이트미트 80G X3	2.3	335.4
5	마루하 니치로	공치 구이 EO 100G	2.3	86.3
6	하고로모	씨 치킨 마일드 EO 80G X4	2.1	360.1
7	하고로모	씨 치킨 L캔 165G	1.8	248
8	하고로모	씨 치킨 L플레이크 80G X4	1.6	359.8
9	하고로모	씨 치킨 L플레이크 EO 240G X3	1.5	272.2
10	마루하 니치로	여명 연어 카라후토마스 EO 180G	1.2	301.4

점유율 No.1 “하고로모 씨 치킨 L플레이크”

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
씨 치킨 L플레이크	 	 	
상품 문구 keyword 황다랑어를 잘게 다진 타입. 씨 치킨 가운데에서도 가장 많은 사람에게 친근한 상품.			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/ 단위(100g)
황다랑어를 잘게 다져놓은 타입	그 상태로 다양한 요리에 활용가능	황다랑어, 대두식용유, 식염, 야채엑기스, 조미료	에너지240kcl 단백질13.8g 지질20.5g 탄수화물0.1g 나트륨280mg
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
1.6%		남방수역(南方水域)	일본
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
165g	168엔	하고로모푸드(주)	하고로모푸드(주)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
황다랑어를 잘게 다져놓은 타입	상온 보관	36개월	
© 제품군 하고로모 푸드는 씨 치킨만으로도 7종류의 라인이 있다. 소재의 차이, 기름의 차이, 가염없이 플러스알파의 재료를 첨가한 것부터 상품명을 나눔			

등푸른생선 통조림 No.1 「꽂치 구이」

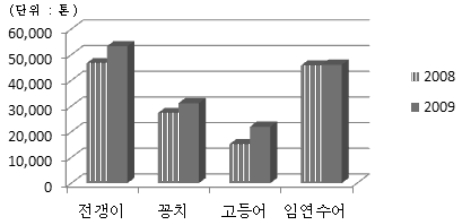
제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
꽂치 구이			
상품 문구 keyword			
꽂치 양념 구이			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
지방이 많은 시기인 旬의 꽂치를 갈라서, 전통적인 독특한 양념으로 구이.	그 상태로 반찬, 안주로	꽂치(일본), 당류, 생강, 옥수수전분, 식염	에너지246kcal 단백질16.2g 지질16g 탄수화물9.1g 나트륨600mg 식염상당량1.8g DHA...1,800mg EPA...1,000mg
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
2.3%		일본	일본
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/ 한화환산)	제조사	판매자
100g	150엔	(주)마루하 니치로 식품	(주)마루하 니치로 식품
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
ISO9001	HACCP	ISO22000	
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온 보관	3년	
◎ 제품군 정어리, 꽂치, 고등어, 연어, 참치, 게, 가리비 등 10종류에 달하는 캔 가공품 제조			

자. 염건품(鹽干品)

- 염건품은 어패류를 소재 그대로 또는 적당히 정형시킨 후에 소금 절임 또는 소금을 곁들여서 건조시킨 것으로 동건품도 포함
- 염건품의 생산량은 22만 7,155톤으로 전년에 비해서 7% 증가. 품목별로 보면 전갱이는 5만 3,298톤, 꽂치는 3만 1,141톤으로, 전년에 비해 모두 14% 증가. 또한 품목별 구성비율을 보면 전갱이가 23.5%로 가장 높고 이어서 임연수어가 20.3%, 꽂치가 13.7%, 고등어가 9.7%



<염건품 품목별 생산량 추이>

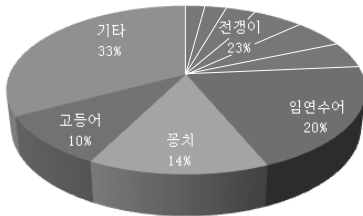


<염건품 품목별 생산량 추이>

(단위: 톤)

종 류	2008	2009
전갱이	46,715	53,298
콩치	27,316	31,141
고등어	15,179	21,950
임연수어	45,812	46,064

<염건품 구성비>



<염건품 구성비>

(단위: %)

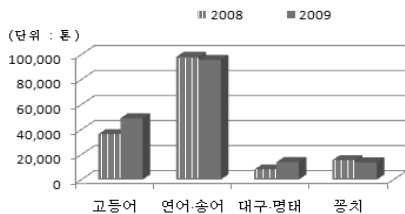
종 류	구성비
전갱이	23.5
임연수어	20.3
콩치	13.7
고등어	9.7
기타	32.9

차. 염장품(塩藏品)

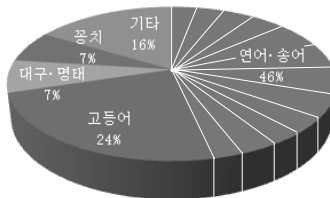
- ❑ 염장품은 수산물의 저장을 목적으로 소금에 절여놓은 것(고염). 기호에 중점을 두어 살짝 가염을 한 것(저염)
- ❑ 염장품의 생산량은 20만 6,221톤으로 전년에 비해 6% 증가. 품목별로 보면 연어·송어는 9만 5,673톤으로 전년 대비 2% 감소하여 고등어는 4만 8,989톤으로 전년에 비해 35% 증가. 또 품목별 구성 비율을 보면, 연어·송어가 46.4%로 가장 높고, 이어서 고등어가 23.8%, 대구, 명태가 6.8%, 콩치가 6.6%의 비율



<염장품 품목별 생산량 추이>



<염장품 생산량 구성비>



<염장품생산량 구성비>

(단위: %)

종 류	구성비
연어·송어	46.4
고등어	23.8
대구·명태	6.8
콩치	6.6
기타	16.4

4. 설문조사에서 나타난 수산물 소비동향

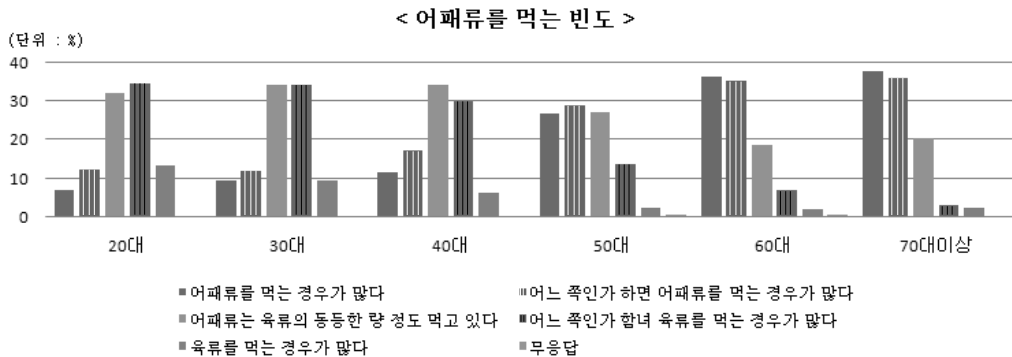
가. 2007년 소비자 식료품 소비동향 설문조사

☐ 농림수산업 소비·안전국 「2007년도 식료품 소비모니터 제 1회 정기조사」 중 수산물 부분

- 조사기간 : 2007년 8 ~ 9월
- 조사대상 : 식료품 소비 모니터(전국주요도시에 주재하는 일반 소비자) 1,021명에 대해 조사를 행해 1,016명(회수율 99.52%)으로부터 얻은 응답을 분석한 것임

☐ 주 소비층은 50세 이상

- 연령이 높아질수록, 육류보다 어패류를 먹는 빈도가 많아지는 경향. 40, 50대에서 역전되고 있으며, 50세 이상이 대량 소비 계층



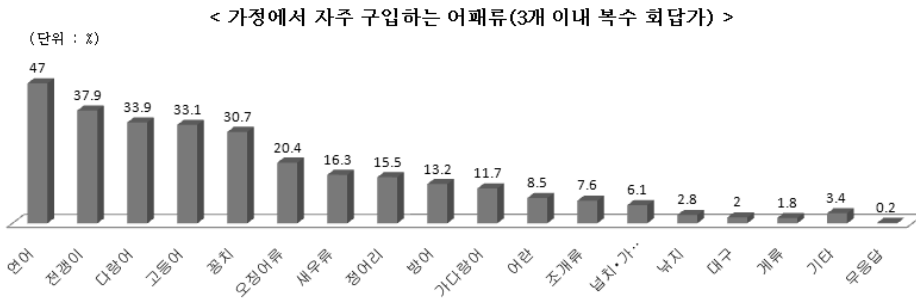
<어패류를 먹는 빈도>

(단위 : %)

구분	20대	30대	40대	50대	60대	70대이상
어패류를 먹는 경우가 많다	7.1	9.5	11.6	26.9	36.4	37.7
어는 쪽인가 하면 어패류를 먹는 경우가 많다	12.5	12	17.4	29.2	35.4	36.1
어패류는 육류의 동등한 량 정도 먹고 있다	32.1	34.5	34.3	27.4	18.7	20.5
어는 쪽인가 하면 육류를 먹는 경우가 많다	34.8	34.5	30.2	13.7	7.1	3.3
육류를 먹는 경우가 많다	13.4	9.5	6.4	2.4	2	2.5
무응답	0.2			0.5	0.5	

▣ 자주 구입하는 어류는 수입 어류가 상위

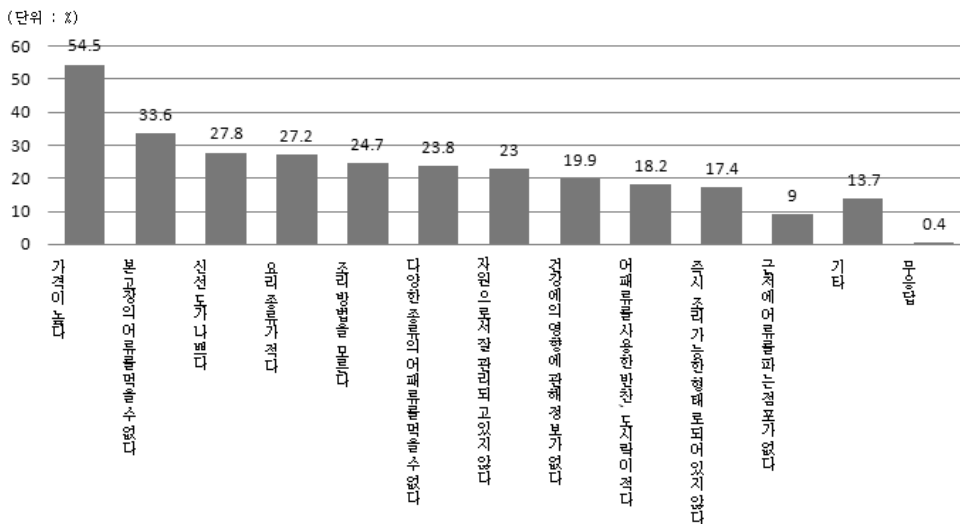
- 연어, 전갱이, 다랑어, 고등어, 꽁치는 30% 이상의 사람들이 자주 구입한다고 응답. 수입연어는 보편적인 상품이 되어 약 2명 중 1명이 연어를 자주 구입한다고 답변. 반면, 일본인에게 오래전부터 친근한 정어리, 가다랑어는 10~20%에 머물렀음



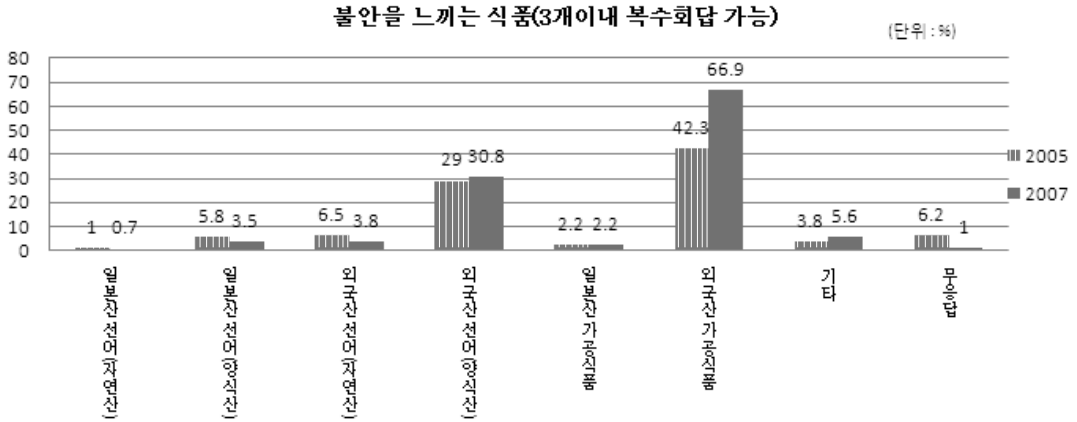
▣ 가격의 고가, 신선도 불만, 요리방법의 계몽이 필요

- 가격은 반 이상의 사람들이 비싸다고 느끼고 있음. 산지에서 어획한 신선도가 좋은 어류를 원하며, 요리 방법을 모르기 때문에 구입 하지 않는 사람도 많아 어패류를 사용한 조리법을 알려주는 것도 수요를 확대시킬수 있을 것임

< 어패류에 관한 의견(전항목 선택 가능) >



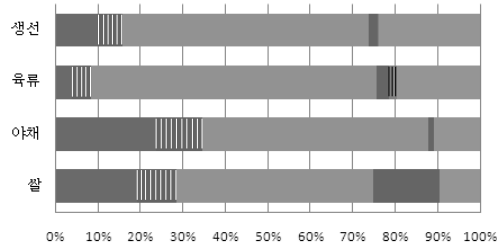
- 원료가 외국산인 가공식품에 불안을 느끼는 사람이 많아
- 일본산은 불안을 느끼지 않지만, 외국산에는 불안을 느끼는 일본인



나. 2009년 원산지에 따른 소비 의향에 관한 설문조사

- 일본인의 외국산 식품에 대한 안전성에 대한 태도
 - 외국산 식품에 관하여 안전성을 염려하는 일본인 의식에 대한 조사임
 - 사단법인 농협공제 종합 연구소가 2009년 2월 전국 1000인을 대상으로 조사를 실시한 원산지에 따른 선호도 설문조사 결과 외국산에 대한 이해는 현저히 낮게 나타남
 - 어류의 경우, 1,000명 중 1명만이 「외국산을 우선하여 산다」 라고 응답. 단, “의식하지 않는다” 를 포함하면 전체의 약 25% 임
 - 장기간 국내산 가격이 급등할 경우 취하는 행동은?
 - ▶ 60대 이상은 외국산에의 이해가 부족하고 젊은 층 남성이 보다 더 관용적임

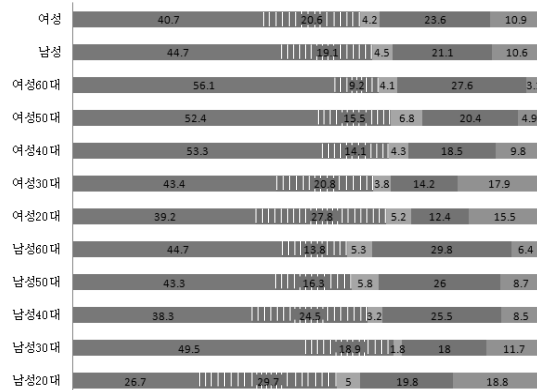
구입시의 산지의식
- 우선하여 구매하는 것은? -



	쌀	야채	육류	생선
■ 고장(고향)산	19.2	23.8	3.9	10.1
■ 현내산	9.3	10.7	4.6	5.6
■ 국내산	46.3	53.3	67.1	58
■ 국내산 유명브랜드	15.7	1.3	3	2.3
■ 외국산	0	0.1	1.7	0.1
■ 의식하지 않음	9.5	10.8	19.7	23.9

< 일본산 가격이 장기간 폭등하는 경우 취하는 행동 >

- 고가여도 일본산을 구입한다
- 적당한 가격의 외국산을 구매한다
- 냉동 식품을 구입한다
- 해당 식품을 구입하지 않는다
- 모르겠다



<일본 국내산이 장기간 폭등할 경우 취하는 행동>

(단위 : %)

항 목	20대 남성	30대 남성	40대 남성	50대 남성	60대 남성	20대 여성	30대 여성	40대 여성	50대 여성	60대 여성	남성	여성
고가여도 일본산을 구입한다	26.7	49.5	38.3	43.3	44.7	39.2	43.4	53.3	52.4	56.1	44.7	40.7
적당한 가격의 외국산을 구입한다	29.7	18.9	24.5	16.3	13.8	27.8	20.8	14.1	15.5	9.2	19.1	20.6
냉동 식품을 구입한다	5	1.8	3.2	5.8	5.3	5.2	3.8	4.3	6.8	4.1	4.5	4.2
그 식품을 구입하지 않는다	19.8	18	25.5	26	29.8	12.4	14.2	18.5	20.4	27.6	21.1	23.6
모르겠다	18.8	11.7	8.5	8.7	6.4	15.5	17.9	9.8	4.9	3.1	10.6	10.9

5. 소비트렌드를 통해 본 틈새시장

가. 넙치의 고급화 이미지전략, 삼치가공품으로 간호식 시장 진입

- 넙치는 품질이 좋아 일본에서 시장 점유율이 증가하고 있으나 엔화 가치가 떨어졌을때에도 지속적인 일본시장 유지가 필요함. 외국산에 거부감을 느끼는 고령자들이 많으므로 주요 타겟은 50세 이상. 그들은 먹기에 익숙한 일본산을 고집하는 경향이 있기 때문에, 「한국산=국산과 동일」이라는 이미지를 정착시키는 노력이 필요할 것
- 삼치는 오랫동안 일본에서 30%이상 소비시장을 가지므로 살이 연하기 때문에 향후, 개호식, 학교급식의 수요가 늘어갈 것임. 수산가공품을 개발하여 병원급식의 외주업체에 판로를 가지는 것이 필요

나. 점심 시장을 염두

- 핵가족화, 단신생활 인구의 증가와 함께, 조리하지 않고도 먹을 수 있는 중식의 필요가 늘고 있음. 실제로 중국이나 태국에서 수입되고 있는 냉동식품의 신상품은 점심, 반찬용이 압도적으로 많음
- 가정용은 먹기 쉽고, 조리하기 쉬운 것이 매우 중요, 음식점용으로는 인건비 절감을 도와줄 수 있는 간편 상품이 인기임

다. 가격경쟁력이 있는 수산물 제공

- 일찍이 수산업은 일본과 유럽, 미국의 시장에서 발전하였으나 이제는 중국이나 인도 등 신흥국으로 중심이 옮겨가는 중임. 소득수준이 높아진 나라는 탄수화물 중심에서 단백질 중심의 식생활로 옮겨 가고 있음. 저렴한 가격으로 구매가 가능했던 참치나 정어리는 가격이 급상승하고 있음. 한국 근해산 어패류는 일본인의 입맛에 맞으므로 신선한 수산물을 좋은 가격에 구매하고자 함
- 일본의 대형 수산가공 제조업체는 인건비가 값싼 중국이나 태국 등 해외에서의 가공을 시작하고 있지만, 경제 발전에 의한 노동 문제나 식중독 사건 등 외국에서의 생산가공 된 상품의 이미지는 좋지 않음. 더욱이 냉동 수산물의 수요는 감소 경향에 있고 지역의 수산가공 제조업체는 폐업할 상황에 처해져 있음
- 일본 정부는 현지생산 현지 소비, 자급률의 향상을 외치고 있지만, 수산업에 있어서 일본인을 현지생산으로 만족시키는 것은 어려움. 다랑어, 전복, 콩치, 다시마, 미역과 같은 현재 일본에서 부족한 수산물이 한국에는 풍부함. 수요와 공급의 균형을 외국의 도움을 받아야 하는 일본으로서는 한국 없이는 수산업이 성립하지 않는 상황

6. 수산물 유통업체 구매담당자 인터뷰

가. 대형 유통업체 마츠노

- 인터뷰 일시 : 2011.7
- 업체명 및 구매담당자 : 마츠노(株式会社まつの), 마츠노 케이타 상무취체역
- 주요취급 수산물 : 정어리, 대구, 오징어, 꽁치, 새우, 전갱이, 도미

☐ 수산물 시장 전반동향

- 최근 수산물 시장동향과 경기는 금후 전망은?
 - ▶ 원전사고 발생으로 국내산 생선류는 침체경향에 있음. 당분간은 이 상태가 지속될 것임
- 수입산 수산물의 시장동향은? 수입규모는 증가하고 있는가, 품목은 증가하고 있는가?
 - ▶ 수입산 어류가 선호되는 경향이 지속되고 있다. 종류는 전갱이, 정어리, 대구 등이 있음
- 수입 수산물에 대해
 - ▶ 주된 수입국은 : 중국, 칠레, 한국
 - ▶ 수입산 소비는 어떻게 이루어지는가? 일본산과 비교해 제철 소비가 다른가?
 - ⇒ 주로 생선회나 생선구이로 소비. 제철 시기가 없어졌음
 - ▶ 일본산과 수입산의 소비 비율은? 금후 전망은? ⇒ 수입산이 많고 앞으로도 당분간은 수입산(특히 한국산)이 증가할 것으로 생각됨
 - ▶ 수입산의 시장점유율은 어떤가? ⇒ 1위가 중국, 2위는 미국, 3위는 칠레이다
 - ▶ 선호하는 원산지는 어디인가? 선호하는 이유는? ⇒ 선호하는 원산지는 한국이며, 선호이유로는 생선에 지방이 많고 맛있기 때문임
 - ▶ 수입품종 및 그 규모는 향후 어떻게 될 것 같은가? ⇒ 수입품종으로는 새우, 복어, 도미, 전갱이, 정어리, 오징어 등 30만불 정도이며, 앞으로 늘어날 전망임
 - ▶ 판매비율이 높은 주요 품목은?
 - 새우 : 그린랜드, 캐나다, 아이슬란드, 노르웨이 등이 산지. 새로이 산지를 보는 한도에서는 압도적으로 아이슬란드가 두드러짐. 평가는 그린랜드가 가장 높음. 또한 최근 껍질을 깬 것과 소량 팩 제품이 있으며, 업소가 이용하는 상품도 다채롭게 되고 있음

- 다랑어 : 최근 회전초밥의 소재로서 인기가 높음. 생선살의 색깔은 옅은 적색일 때, 황색미가 있으며, 황새치를 연상시키지만, 지방질이 있어 맛있는 참치로 알려져 있음. 단, 가격이 싸기 때문에 초밥 = 고급 이라는 것에서 일반의 초밥집에서는 좀처럼 받아들여질 수 없었음. 회전초밥이라는 가벼운 분위기에서 대중화되었음
- 오징어 : 식감은 일본산과 차이가 없으며 가격이 저렴하여 수입하고 있음
- ▶ 품종, 품질평가, 가격체감도, 시장점유율 체감도 평가, 유통시기, 계절수요 등은?
 - 품종은 새우, 복어, 도미, 전갱이, 정어리, 오징어, 가자미가 수입품 중 시장점유율이 높음. 이들 생선류의 품질은 일본의 생선에 비해 맛있지는 않으나 전갱이, 정어리는 그다지 변함없음. 최근 엔고 경향은 캐나다 달러에 대해서도 지속되고 있으며, 원저의 순품으로 한국산 점유율 확대도 진행되는 가운데, 선어의 경우, 특히 규모가 작은 어시장일수록 그 가격은 환율이상으로 어획량의 영향을 체감할 수 있음. 당연하지만, 자연산 생선류의 가격은 어획량에 좌우되기 쉽기 때문에 그 가격 움직임은 기복이 심함. 일본기업이 엔고 여건에 처해 있는 가운데 한국산 수출품은 시장점유율을 확대시켜가고 있음. 유통시기는 지금 세계에서 수입하고 있기 때문에, 제철(旬) 시기가 없어지고 있으며 봄철은 가다랑어, 다랑어, 참돔 여름철은 갈치, 잿방어, 가을철은 대하, 전갱이, 정어리, 겨울철은 방어, 넙치, 민어가 계절 수요를 보임
- 한국산 시장확대를 위한 거래시 주 고려사항(자사 거래시의 중점사항)
 - ▶ 품질 : 수입국의 산지를 골라서, 현지조사를 실시한 후에 수입
 - ▶ 가격 : 일본 시세보다 싼 가격의 생선을 수입하는 것에 중점을 둠
 - ▶ 유통 : 도매상, 도매시장으로 유통
 - ▶ 프로모션 : 시식회를 실시해 구매자이 직접 먹어보는 이벤트를 실시
 - ▶ 브랜드 : 특별히 없음
- 한국산에 대한 인식
 - ▶ 한국산을 대표하는 품목은? ⇒ 오징어, 대구, 정어리
 - ▶ 한국산의 품질, 색, 크기, 포장, 선도는? ⇒ 맛은 콩치는 맛있다, 색깔도 좋다. 크기도 좋으나, 포장은 약간 불만이 있음(제대로 닫혀있지 않은 것이 가끔 있음)
 - ▶ 그 품목의 가격 수준에 대해서는 어떻게 생각하는가? ⇒ 일본산에 비해 싸서 경쟁력은 갖추고 있음. 일본산보다 약간 싼
 - ▶ 한국산 브랜드 및 원산지에 대한 의견은? ⇒ 한국에서도 좋은 양식업자가 있어 좋다고 생각함

- ▶ 한국산의 유통매장의 프로모션에 대한 의견은? ⇒ 적극적으로 샘플을 보이거나 현장에 방문하도록 시간, 돈을 아끼지 않은 업자도 있음. 냉동도 많아 신선도는 약간 떨어짐
- ▶ 한국산과 경쟁하는 국가는 어디라고 생각하는가? ⇒ 칠레

나. 수산물 도매상 니시쇼우산교

- 인터뷰 일시 : 2011.7
- 업체명 및 구매담당자 : 니시쇼우산교, 하시야마 주임
- 주요취급 수산물 : 수산물 가공품 · 냉동품

☐ 수산물 시장 전반동향

- 최근 수산물 시장동향과 경기는 금후 전망은?
 - ▶ 동북대지진 피해로 동북지역의 수산품 · 가공품이 공급되지 않아 서일본지역에서의 공급이 확대되어 매출도 확대됨
- 수입산 수산물의 시장동향은? 수입규모는 증가하고 있는가, 품목은 증가하고 있는가?
 - ▶ 저가격품의 시장이 확대되어 가는 중
- 수입 수산물에 대해
 - ▶ 주된 수입국은 : 중국
 - ▶ 수입산 소비는 어떻게 이루어지는가? 일본산과 비교해 제철 소비가 다른가? ⇒ 제철(旬) 기호품을 제안하지 않으면 소비확대는 무리라고 생각함
 - ▶ 일본산과 수입산의 소비 비율은? 금후 전망은? ⇒ 일본산과 수입산의 소비비율은 6 : 4 정도이며, 앞으로 수입산이 확대될 전망
 - ▶ 수입산의 시장점유율은 어떤가? ⇒ 전체의 약 40%를 수입산이 차지
 - ▶ 선호하는 원산지은 어디인가? 선호하는 이유는? ⇒ 중국
 - ▶ 수입품종 및 그 규모는 향후 어떻게 될 것 같은가? ⇒ 수입품은 확대될 전망
- 한국산 시장확대를 위한 거래시 주 고려사항
 - ▶ 품질, 브랜드, 가격, 유통, 프로모션 순

● 한국산에 대한 인식

- ▶ 한국산을 대표하는 품목은? ⇒ 붕장어
- ▶ 한국산 브랜드 및 원산지에 대한 의견은? ⇒ 중국산보다 안심·안전
- ▶ 한국산의 품질, 색, 크기, 포장, 선도는? ⇒ 현재 취급치 않고 있음
- ▶ 그 품목의 가격 수준에 대해서는 어떻게 생각하는가? ⇒ 현재 취급치 않아 판단 불가
- ▶ 한국산의 유통매장의 프로모션에 대한 의견은? ⇒ 계절수산물의 홍보를 적극적으로 실시
- ▶ 한국산과 경쟁하는 국가는 어디라고 생각하는가? ⇒ 베트남, 태국



중 국

수산물 소비트렌드



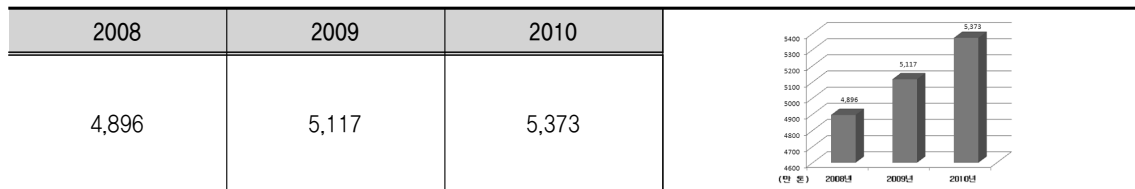
1. 수산물 시장여건 변화

가. 수산물 생산량

- 2008~2010년 중국의 수산물 생산량은 계속 상승하고 있으며 2010년 수산물 생산량은 5,373만 톤으로 전년 동기대비 5.0% 증가. 향후 중국의 수산물 생산량은 지속적으로 상승할 전망

<2008~2010년 중국 수산물 생산량 현황>

단위 : 만 톤



자료 : 중국어업통계연감

나. 2008~2010년 중국 어업 관련 주요 통계 자료

<어업 생산액 현황>

(단위 : 억 위안)

구 분	2008	2009	2010
해수 양식	1,263	1,400	1,651
해양 포획	1,093	1,155	1,272
민물 양식	2,566	2,759	3,140
민물 포획	299	295	313
수산 종묘	300	328	375
합 계	5,521	5,937	6,751

자료 : 중국어업통계연감

<양식 생산량과 포획 생산량>

(단위 : 만 톤)

구 분	2008	2009	2010
양식 생산량	3,413	3,622	3,829
포획 생산량	1,483	1,495	1,544
수산물 총 생산량	4,896	5,117	5,373

자료 : 중국어업통계연감

<해양 어획 생산량>

(단위 : 만 톤)

구 분	2008	2009	2010
어류	790	804	826
갑각류	195	202	204
패류	64	67	62
해조류	4	3	2
두족류	64	64	66
기타	33	39	44
해양어획 총 생산량	1,150	1,179	1,204

자료 : 중국어업통계연감

<민물 포획 생산량>

(단위 : 만 톤)

구 분	2008	2009	2010
어류	162	153	161
갑각류	33	33	34
패류	27	28	29
기타	3	4	5
민물 양식 총 생산량	225	218	229

자료 : 중국어업통계연감

<해수 양식 생산량>

(단위 : 만 톤)

구 분	2008	2009	2010
어류	75	77	81
갑각류	94	102	106
패류	1,008	1,053	1,108
해조류	139	146	154
기타	24	27	33
해수 양식 총 생산량	1,340	1,405	1,482

자료 : 중국어업통계연감

<민물 양식 생산량>

(단위 : 만 톤)

구 분	2008	2009	2010
어류	1,837	1,957	2,064
갑각류	177	196	214
패류	23	24	25
기타	36	39	44
민물 양식 총 생산량	2,073	2,216	2,347

자료 : 중국어업통계연감

<중국 수산물 수출입 물량 현황>

(단위 : 만 톤, %)

구 분	2008		2009		2010	
	물 량	증가율	물 량	증가율	물 량	증가율
수출입 물량	684.8	4.9	670.54	-2.47	716.06	6.78
수출 물량	296.4	-3.2	296.51	-0.68	333.88	12.6
수입 물량	388.4	12.1	374.03	-3.85	382.18	2.17

자료 : 중국어업통계연감, 해관총서

<중국 수산물 수출입 금액 현황>

(단위 : 억 달러, %)

구 분	2008		2009		2010	
	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
수출입 금액	160.2	10.7	160.60	-0.13	203.64	26.80
수출 금액	106.2	8.9	107.95	1.13	138.28	28.09
수입 금액	54	14	52.65	-2.62	65.36	24.16

자료 : 중국어업통계연감, 해관총서

2. 수산물 소비동향 변화

가. 1인당 연간 수산물 공급량 꾸준히 증가

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
24.4	24.5	24.9	25.0	25.5	25.9	26.2	26.7

자료 : FAO 2010

나. 1인당 수산물 소비량 증가

- ☐ 중국국가통계국의 통계자료의 따르면 2009년 중국의 수산물 총 소비량은 약 299억 kg이고 2010년에는 중국 총 소비량의 지속 증가에 따라 수산물의 총 소비량은 325억 kg에 달해 전년 동기대비 8.7% 증가
- ☐ 2009년 중국의 1인당 수산물 소비량은 약 22.4kg이고 2010년은 24.3kg로 8.5%가 증가한 것. 중국 경제의 지속적이고 빠른 발전에 따라 향후 중국 1인당 수산물 소비량은 한층 더 증가할 전망

<1인당 수산물 소비량>

2009(kg)	2010(kg)	증가율(%)
22.4	24.3	8.5

자료 : 중국국가통계국

다. 소비량 중 수입산 비중

- ☐ 2010년 중국 수산물 총 소비량은 325억 kg이고 그중 수입량은 38.2억 kg으로 11.8%를 차지. 중국 경제의 지속적인 발전과 중국 국민 소비 수준 향상에 따라 향후 수입산 수산물이 차지하는 비중이 높아질 전망

<수산물 총 소비량 중 수입산 비중(2009-2010)>

구분	총 소비량(십만톤)	총 수입량(십만톤)	비중(%)
2010	325	38.2	11.8
2009	299	37.4	13.0

자료 : 중국국가통계국

라. 신선소비 및 냉동제품 소비동향

- 현재 중국인들이 소비하는 수산물은 주로 신선 수산물, 냉동 수산물, 반제품 수산물 및 기타 가공 수산물 등 있고 그중 신선 및 냉동 수산물은 가정에서 주로 소비됨. 2010년 수산물의 주요 소비 종류는 냉동 제품, 어묵, 건제품, 절임 제품, 해조류 가공품, 캔 제품 등이 있음
- 개인 소비에 있어서 여름, 가을, 겨울은 신선 수산물의 주요 소비 시기임
- 중국 수산물 소비 시장에 신선 수산물과 냉동 수산물이 차지하는 비중은 각각 23.7%, 14.8%로 냉동 수산물보다 신선 수산물을 소비하는 사람이 더 많은 것으로 나타남. 2010년 가공 수산물의 총 소비량은 200억 kg으로 그중 냉동 가공 수산물의 비중은 63%
- 냉동 수산물에 비해 신선 수산물은 신선도가 높고 가격이 상대적으로 낮아 소비자들의 환영을 받음. 중국 신선 수산물의 가공지는 대부분 연해 6개성에 집중되어 있고 특히 다롄과 상하이 지역의 소비자들이 신선 수산물을 선호함
- 상하이수산협회의 조사에 따르면 소비자들의 신선 수산물, 냉장 수산물, 냉동 수산물, 캔 제품, 기타 제품에 대한 선택비율은 각각 88%, 8.3%, 0.5%, 0.5%, 2.7%로 나타남. 이를 통해 소비자들의 제품 선호도가 바뀌고 있지만 수산물 소비는 주로 신선 수산물 위주로 하고 있는 것을 알 수 있음

<2010 중국 신선 및 냉동 수산물 소비 비중>

구 분	소비량(십만톤)	비중(%)
신선 수산물	77	23.7
냉동 수산물	48	14.8
기타 가공 수산물	200	61.5

자료 : <http://www.thefishsite.com.cn/>

마. 수산물 계절별 소비형태 및 품목

계절	소비 품목	소비 형태
봄	어류(바닷물 어류), 해조류, 갑각류(새우), 기타	조림, 국, 튀김
여름	갑각류(새우, 게), 어류(민물 어류), 패류, 기타	구이, 국
가을	패류, 갑각류(새우, 게), 어류(바닷물 어류), 기타	조림, 국, 튀김
겨울	해조류, 갑각류(새우, 게), 어류(바닷물 어류, 민물 어류), 기타	찜, 샤브샤브, 국, 구이

자료 : 중화수산망(<http://www.apcc.org.cn/>)

바. 한국산 수산물 유통 및 소비동향

<한국산 수산물 중국 시장 유통 현황>

구 분	품 목
어 류	넙치, 삼치, 고등어, 명태 등
해조류	조미김, 다시마, 미역 등
수산 식품류	생선 소스, 오징어 해산물 라면, 해산물 간식 등
기 타	오징어, 해삼, 굴, 초밥 등

자료 : 해관총서

- 해관총서의 통계에 따르면 2010년 중국으로 수입된 한국산 수산물의 종류가 매우 적은데 주로 넙치, 삼치, 오징어, 고등어, 명태 등이 있음. 그중 오징어는 중국 소비자들의 많은 환영을 받고 있고 앞으로도 시장이 확대할 전망이다

<수산물 수입 현황 및 한국산 수입 현황>

구 분	2008	2009	2010
전체 수입액(천불)	3,657,257	3,603,702	4,371,049
한국산 수입액(천불)	156,213	113,936	149,790
한국산 비중(%)	4.3	3.2	3.4

자료 : 해관총서

- 위 표에 따르면 한국산 수산물이 중국의 수입 수산물 중에 차지하는 비중이 비교적 적고 2009년에는 경제위기 영향으로 수입량이 감소하였으나 2010년에 들어 회복세를 보임

사. 주요 수산물 프랜차이즈 업체

업체명	주 소	연락처	홈페이지	기 타
山东好当家海洋食品销售有限公司	山东省荣成市好当家工业园区	전화 : 0631-7438888 0631-7438158 Fax : 0631-7438288 E-mail : homelysale@163.com	http://www.homely.com.cn/cn/Newshow.asp?id=1351	2010년까지 전국 주요 도시에서 전문 매점 500개 이상 운영 중
上海金泰梁记水产品有限公司	上海市杨浦区军工路2866号东方国际水产中心11幢12-13号	전화 : 021-35328788 Fax : 021-35328799	http://www.jintailiangji.com/	현재 전국 주요 도시에서 전문 매점 18개 운영 중
大连獐子岛渔业集团股份有限公司	辽宁省大连市中山区人民路26号人寿大厦17-18层	전화 : 0411-82659666 E-mail : zhangzidao@zhangzidao.com	http://www.zhangzidao.com/	현재 전국 주요 도시에서 전문 매점 500개 이상 운영 중
宁波市陆龙兄弟海产食品有限公司	浙江省宁波市老外滩人民路65号(金港大厦)	전화 : 0574-87356565 Fax : 0574-87663807 E-mail : lulong@nbip.net	http://www.lulong.cn/	현재 영파, 항주, 상해 등 도시에서 전문 매점 8개를 운영하고 있고 인터넷 쇼핑도 운영 중

아. 초밥 친숙 정도

- 초밥은 일본의 음식이지만 중국에서는 아직 규모가 비교적으로 큰 초밥 시장이 형성되지 않았고 대부분 중국 소비자들에게 초밥의 인지도는 비교적 낮은 편. 하지만 중국 경제의 지속적인 발전과 소비자들의 소비 수준 향상에 따라 앞으로 초밥도 점차 중국 소비자들의 환영을 받을 것으로 보임


3. 수산물 인기제품 소개

자연산 김

제품명	정면사진	측면사진	뒷면사진/포장재질
야생 김 (Wild Laver)			
상품 문구 keyword			
모래 없음. 나긋나긋함. 바삭바삭함.			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
모래 없음. 나긋나긋함. 바삭바삭함.	국, 무침, 샤브샤브	김	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
30%		북건성	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
50g	RMB 5.80/966원	海南鸿琛工贸有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	서늘하고 건조한 곳에서 상온에 보관	1년	

※ 환율은 2011년 4월 26일(제품 구매 시기) 외환은행 고시 환율 적용(1.00RMB=166.60원).

혼제굴 통조림

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
혼제 굴 캔 (Canned Smoked Oysters)			
상품 문구 keyword			
개봉 후 즉석 식용			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
개봉 후 즉석 식용	개봉 후 즉석 식용	굴, 면실유, 소금	에너지 : 400kJ 단백질 : 17.5g 총 지방 : 12.9g 총 탄수화물 : 6.0g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
100%	산동성 위해시	중국	
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
85g(1개 들이)	RMB 16.60/2,766원	荣成创新食品有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온에 보관하고 개봉 후 냉장고에 넣고 보관하며 24시간 내에 식용	2년	

훈제 홍합 통조림

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
훈제 홍합 캔 (Canned Smoked Mussels)			
상품 문구 keyword			
개봉 후 즉석 식용			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
개봉 후 즉석 식용	개봉 후 즉석 식용	홍합, 면실유, 소금	에너지 : 300kJ 단백질 : 16g 총 지방 : 18g 총 탄수화물 : 4.0g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
100%		산동성 위해시	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
85g(1개 들이)	RMB 12.60/2,099원	荣成创新食品有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온에 보관하고 개봉 후 냉장고에 넣고 보관하며 24시간 내에 식용	2년	

말린 청어

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
말린 청어			
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
	찜, 볶음	초어, 소금, 향신료	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
50%		상해시 송강	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
234g(1개 들이)	RMB 22.46/3,742원	上海瀚成食品有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온 보관	6개월	

참치 통조림1

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
참치 캔 (Tuna Guangdong)			
상품 문구 keyword			
DHA 함유			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
DHA 함유	요리용 또는 개봉 후 즉석 식용	참치, 조미료	-
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
50%		태국	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
180g	RMB 13.20/2,199원	泰国泰万发工业有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	서늘하고 건조한 곳	3년	

참치 통조림2

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
참치 캔 (Tuna with Five Spice)			
상품 문구 keyword			
DHA 함유			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
DHA 함유	요리용 또는 개봉 후 즉석 식용	참치, 조미료	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
50%		태국	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
180g	RMB 12.70/2,116원	泰国泰万发工业有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	서늘하고 건조한 곳	3년	

참치샐러드 통조림

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
참치 캔 (Tuna Salad)			
상품 문구 keyword			
DHA 함유			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
DHA 함유	요리용 또는 개봉 후 즉석 식용	참치, 샐러드드레싱, 옥수수, 양파, 당근, 고추, 푸른 콩	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
50%		태국	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
180g	RMB 12.90/2,149원	泰国泰万发工业有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	서늘하고 건조한 곳	3년	

카레맛 참치통조림

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
카레맛 참치			
상품 문구 keyword			
DHA 함유			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
DHA 함유	요리용 또는 개봉 후 즉석 식용	참치, 조미료, 고구마, 양파	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
50%		태국	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
180g	RMB 13.20/2,119원	泰国泰万发工业有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	서늘하고 건조한 곳	3년	

게살

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
V형 게살			
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
	볶음, 샤브샤브	게살, 전분	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
30%		광둥 양강	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
230g	RMB 48.00/7,997원	广东省同英贸易发展有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18℃ 냉동	18개월	

게 다리살

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
게 다리살			
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
	볶음, 샐러드	게살	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
30%		복건성	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
200g	RMB 12.80/2,132원	龙海市龙华食品有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18℃ 냉동	18개월	

건조 조기

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
말린 조기 (Mellow Yellow Croakers)			
상품 문구 keyword			
100% 신선 생선으로			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
100% 신선 생선으로	찜	참조기, 소금, 조미료, 향신료	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
30%		북건성	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
250g	RMB 29.80/4,965원	福建省宁德市裕丰水产品有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18℃ 냉동	12개월	


공치

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
냉동 공치			
상품 문구 keyword			
신선 생선 냉동 제품			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
신선 생선을 냉동	구이	공치	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
100%		절강성 주산시	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
500g(6마리 들이)	RMB 29.80/4,965원	深圳市正海实业有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18℃ 냉장	18개월	


손질한 갈치

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
냉동 갈치 토막			
상품 문구 keyword			
신선 생선을 냉동하는 제품			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
신선 생선을 냉동하는 제품	튀김, 조림, 찜	갈치	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
30%		절강성 주산시	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
500g(15토막 들이)	RMB 29.00/4,831원	深圳市正海实业有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18℃ 냉동	18개월	

냉동 오징어

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
냉동 오징어 머리			
상품 문구 keyword			
신선 오징어를 냉동하는 제품			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
신선 오징어 냉동	볶음, 구이	오징어 머리	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
50%		절강성 주산시	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
500g	RMB 19.80/3,299원	深圳市正海实业有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18℃ 냉동	18개월	

냉동 도미 피레트

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
냉동 도미 피레트			
상품 문구 keyword			
신선 생선을 냉동하는 제품			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
신선 생선을 냉동하는 제품	찜, 부침, 조림	도미 피레트	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
50%		절강성 주산시	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
370g	RMB 35.80/5,964원	深圳市正海实业有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18℃ 냉동	18개월	

냉동 대구

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
냉동 대구 조각			
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
	부침, 찜, 탕	대구 조각	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
50%		광동 양강	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
372g	RMB 36.46/6,074원	广东省同英贸易发展有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18℃ 냉동	18개월	

빵가루입힌 새우1

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
빵가루 새우			
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
	튀김	새우, 빵가루, 소금, 조미료	에너지 : 600kJ 단백질 : 12.2g 지방 : 2.4g 탄수화물 : 18.5g 나트륨 : 583mg 칼슘 : 50mg
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
30%		절강성	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
260g	RMB 25.60/4,265원	浙江定海针水产食品有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
HACCP 인증			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18℃ 냉동	12개월	

빵가루 입힌 새우2

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
빵가루 새우			
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
	튀김	새우, 빵가루, 전분, 소금, 조미료	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
30%		산동성	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
210g(10마리 들이)	RMB 16.80/ 2,799원	山东好当家海洋发展股份有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18℃ 냉동	12개월	

빵가루 입힌 새우3

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
빵가루 새우			
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
	튀김	새우, 빵가루, 전분, 계란,	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
30%		광동 양강	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
300g(10개 들이)	RMB 22.80/3,798원	广东省同英贸易发展有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18℃ 냉동	18개월	

훈제 연어

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
훈제 연어			
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
		연어, 소금, 설탕	-
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
50%		상해	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
140g	RMB 35.80/5,964원	庞仕水产 (上海) 有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
연기 훈제	-18℃ 냉동	18개월	

냉동 관자

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
냉동 조개 관자			
상품 문구 keyword			
신선 조개를 냉동하는 제품			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
신선 조개를 냉동	볶음, 국, 찌개	조개 관자	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
50%		요녕성	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
500g	RMB 98.00/16,327원	深圳市正海实业有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18℃ 냉동	18개월	

냉동 해삼

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
냉동 해삼			
상품 문구 keyword			
캐나다산 해삼			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
캐나다산 해삼		해삼	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
30%		캐나다	중국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
500g	RMB 128.00/21,325원	大连保税区华寅国际工贸有限公司	까르푸(古北店)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18℃ 냉동	24개월	

4. 수산물 유통업체 구매담당자 인터뷰

가. 상하이 이마트

- 인터뷰 일시 : 2011.4.19 11:30~13:00
- 업체명 및 구매담당자 : 상하이 이마트, 신선구매부 경리
- 주요취급 수산물 : 냉동, 냉장 수산물 전반

수산물 시장 전반동향

- 최근 수산물 시장경기는 가격이 지속 하락 중이며, 매년 가격의 상승과 하락이 반복됨. 중국인들의 건강에 대한 관심의 증가로 인해 향후 수산물 시장은 확대될 것으로 전망
- 수입산 수산물 시장동향 역시 국내산과 마찬가지로 하락세에 있음. 품목별로는 노르웨이산 연어의 인기가 시장에서 두드러지는 편이지만 최근은 소비가 주춤하는 추세임
- 수산물의 주요 수입국은 노르웨이, 호주, 대만산, 태국산 등이 일부 들어오고 있으며, 미국 알래스카산 은대구의 경우 매장에서 인기가 좋았음. 호주산 연어의 경우 노르웨이산 대비 가격은 낮으나 품질이 상대적으로 떨어져 시장에서 환영받지 못함
- 수입산 소비의 경우 자국산의 비수기인 계절에 소비가 증가함. 자국산과 수입산의 소비비율은 국내산이 80%, 수입산이 20% 정도를 차지하고 있으며, 수입산은 판촉 정도에 따라 차이가 큰 편임. 예를 들어 노르웨이 연어나 태국의 새우의 경우 초기 진입시 소비자가 익숙하지 않아 판촉 정도에 따라 매출액이 5~10배까지 차이가 있었음
- 수산물 전반에 대해 선호하는 원산지가 별도로 있지는 않으며 품목별로 선호하는 국가가 있음. 노르웨이 연어, 호주산 전복, 태국산 새우, 알래스카산 은대구 등을 예로 들 수 있음

한국산 시장 확대를 위한 거래 시 주 고려사항

- 한국산 취급확대를 위해서는 프로모션이 가장 우선 순위임. 수산물의 경우 선호하는 브랜드가 별도로 있는 것은 아닌 상황이며, 국가별 중점 품목 프로모션의 모범 사례로 노르웨이 연어, 태국산 새우를 들 수 있음. 노르웨이 연어는 소비자를 대상으로 무오염된 청정 연어의 이미지를 선전하기 위한 소비자 교육프로그램을 실시하였으며 이로 인해 일반 소비자들의 인지도에 크게 기여하였음

- 품질 측면은 고급 소비자 대상 중요한 사항이며, 중급 이하의 소비자들은 여전히 가격을 중시함. 단 무조건 낮은 가격을 제시하기보다 일정한 수준의 품질이 보장된 합리적인 가격을 설정해야 할 것임
- 한국산에 대한 인식
 - 한국산 대표 품목은 새우, 대게, 홍게 등 갑각류로 경쟁력이 있을 것이라 생각되며, 인접지역에 위치한 국가의 특성상 수산물 전반에 대한 가격경쟁력이 있을 것으로 판단함
 - 한국산의 시장 보급률이 매우 낮은 상황으로 품질, 색깔, 신선도, 가격 등 제품에 대한 평가가 어려우며, 브랜드에 대한 정보도 없는 상황임. 단, 최근 일본 지진 발생에 따라 한국산 수산물에 대한 안전성 홍보는 필요하다고 생각함
 - 한국산 유통매장 프로모션은 반드시 필요함. 단 현지인 식습관에 맞는 조리법 개발 및 요리카드 배포, 전문관측요원 배치 등이 수반되어야 할 것임
 - 한국산의 경쟁국은 각 국별 주력 품목에 차이가 있어 특정 국가를 지목하기는 어려우나, 인접지역인 대만, 일본 등의 국가가 경쟁국일 것으로 생각됨

나. 상하이 GLJAPAN 프라자

- 인터뷰 일시 : 2011.4.12 11:30~12:20
- 업체명 및 구매담당자 : 상하이 GLJAPAN PLAZA, 총경리 보좌
- 주요취급 수산물 : 국내외 냉동, 냉장 수산물 전반

■ 수산물 시장 전반동향

- 최근 수산물 시장은 일본 지진 발생이후 방사능에 대한 우려로 감소 추세에 있음. 지진 발생 전에는 증가추세에 있었으며, 몇 개월이 지나고 나면 시장이 회복세를 보일 것으로 전망함
- 수입산 수산물 역시 국내산 동향과 비슷하며, 소비자들의 수산물 구매빈도가 전반적으로 감소하였음
- 수산물의 주요 수입국은 노르웨이, 영국 북해, 캐나다, 칠레, 일본, 한국 등이 있음. 수입산 소비의 경우 위생상의 문제로 여름철에는 잘 안 팔리는 편임

- 자국산과 수입산의 소비비율은 국내산이 80%, 수입산이 20% 정도로 생각하며, 수입산에 대한 인식은 크게 차이가 없어 선호하는 원산지가 특별하게 있기보다는 일본의 사례와 같이 사고가 발생할 경우 비선호하는 국가는 생길 수 있음
- 수입 품종 중 노르웨이산 연어를 소비자들이 가장 선호하는데 이는 가격, 품질이 모두 우수하기 때문임. 한국산의 경우 넙치의 반응이 좋았으며 현재 일본 식당 일부에서 한국산을 핏감용으로 사용하고 있는 것으로 알고 있음

■ 한국산 시장 확대를 위한 거래 시 주 고려사항

- 현재 한국산에 대한 인지도가 낮은 편이기 때문에 제품 종류 등에 대한 이해도가 전반적으로 낮음. 따라서 매장 연계 판촉전 등 프로모션이 특히 필요하다고 생각함
- 수산물의 경우 브랜드에 대한 소비자들의 개념이 형성되어 있지 않으며, 국내산인지 수입산인지를 구분하는 정도임. 따라서 브랜드 홍보 보다는 국가별 특산물로 홍보하는 방향이 더욱 효과적일 것으로 생각함
- 중고가의 수입산 제품을 많이 취급하고 있는 매장의 특성상 고급 소비자들이 많은 편이며, 품질은 당연히 수반되어야 할 조건임. 가격은 수입산이므로 국내산 대비 어느 정도 고가로 형성하는 것은 괜찮다고 봄

■ 한국산에 대한 인식

- 한국산 대표품목은 넙치라고 생각하며, 얼마전 한국산 자숙전복, 소라 가공품 등을 프로모션한 결과 고가인 자숙전복보다는 소라 가공품의 구매율이 높았음. 이는 생소한 제품에 대한 인지도와 자숙전복의 높은 가격 등을 원인으로 볼 수 있음
- 한국산 수산물에 대해 매우 한정적으로 접하여 전반적인 품질, 가격 동향 등을 파악하기가 어려움. 국가 인지도 등을 고려할 시 중간 수준으로 가격대를 형성하면 좋을 것 같음
- 한국산 인지도 향상을 위해 매장연계 프로모션은 필요하다고 봄. 현재 일본산이 반입될 수 없는 상황인 점과 일본산과 버금가는 품질에 가격은 낮은 점을 감안할 시 공격적인 마케팅이 필요한 시점으로 판단됨
- 경쟁국의 경우 대만이라고 생각하나, 중국인들은 대만을 국내로 인식하기 때문에 수입산 경쟁국은 일본으로 볼 수 있음

다. 상하이 로투스

- 인터뷰 일시 : 2011.4.15 17:30~18:40
- 업체명 및 구매담당자 : 상하이 LOTUS, 수산물 매니저
- 주요취급 수산물 : 냉동, 냉장 수산물 전반

■ 수산물 시장 전반동향

- 최근 수산물 시장경기는 가격이 지속 하락 중이며, 향후 몇 개 월은 수산물 경기가 안 좋을 것으로 전망함. 수입산 수산물 시장동향 역시 국내산과 마찬가지로 하락세에 있음
- 수산물의 주요 수입국은 노르웨이, 호주, 태국산, 북미산, 일본산 등이 들어오고 있음 노르웨이산 연어의 경우 중국에서 성공한 대표적인 수입산 수산물로 볼 수 있음
- 수입산 소비의 경우 자국산의 비수기인 계절에 소비가 증가함. 자국산과 수입산의 소비비율은 수입산이 15% 정도를 차지하고 있으며, 마케팅에 따라 구매율에 차이가 있음
- 수산물 전반에 대해 선호하는 원산지가 별도로 있지는 않으며 품목별로 선호하는 국가가 있음. 노르웨이 연어, 호주산 전복, 태국산 새우 등을 예로 들 수 있음

■ 한국산 시장 확대를 위한 거래 시 주 고려사항

- 한국산 취급확대를 위해서는 프로모션이 가장 우선 순위임. 수산물은 브랜드 보다는 원산지 홍보가 더 중요할 것이며, 대기업 차원에서 대량으로 수입하여 적극적인 마케팅을 전개하는 것도 방법임
- 일례로 태국산 새우의 경우 태국의 한 대기업이 전문적으로 수입하여 자체 매장을 활용하여 현장시식, 교육을 받은 전문판촉요원 배치 등으로 소비시장 확대에 기여한 바 있음
- 품질과 가격은 모두 중요하며, 합리적인 수준의 가격대 설정이 필요할 것으로 생각함. 단, 너무 높은 가격을 설정할 경우 초기 시장 진입 및 확대에 어려움이 있을 것임

■ 한국산에 대한 인식

- 한국산 대표 품목에 대한 인식은 없는데 이는 시장 보급률이 낮기 때문임. 한국산 갑각류 특히 대게의 경우 중국에서는 흔히 볼 수 없는 외관을 지닌 것을 본 적이 있음. 중국 및 기타국과 차별화 되는 특성을 지닌 품목을 대표품목으로 볼 수 있을 것임

- 한국산 유통매장 프로모션은 시장 확대에 매우 긍정적일 것으로 생각하며, 특히 현지인의 기호에 맞추는 것이 중요함. 일본, 한국 등은 생것을 섭취하는 경우가 많으나 중국 현지인들은 찜, 볶음, 튀김 등을 선호하며, 샐러드, 샌드위치 등도 중국인 대상으로는 적합하지 않다고 판단함
- 경쟁국은 가까운 일본으로 생각됨. 최근 일본 지진 발생에 따라 한국산 수산물에 대한 안전성 홍보가 필요할 것임

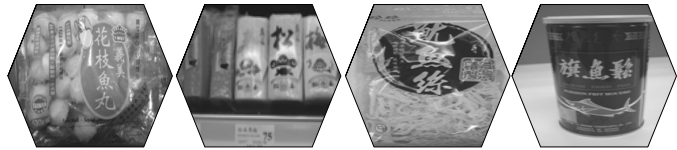
5. 주요 수산물 바이어 리스트

업체명	소재지/ 연락처/ 홈페이지	담당자
海程水产有限公司	福建省漳州市蓝田开发区	陈温刚
	전화 : 0596-2683405 Fax : 0596-2683406 핸드폰 : 13960148955 http://www.163food.com/e/space/hc789000.html	
南通新友水产品有限公司	江苏省启东市吕四港镇香堂路18号	高海生
	전화 : 0513-83433118 Fax : 0513-83432888 핸드폰 : 13862878888 http://www.ntxyap.com	
启东市吕仙食品有限公司	江苏省启东市茅家港	陈光
	전화 : 0513-83447008 Fax : 0513-83444277 핸드폰 : 13912881111 http://lxsp88.cn.makepolo.com	
荣成石岛华阳食品有限公司	山东省荣成市石岛盛家村	张永阳
	전화 : 0631-7321190 Fax : 0631-7321190 http://www.huayangfood.cn	
舟山市越洋食品有限公司	浙江省舟山市定海区盐仓街道越洋路1号	虞岚
	전화 : 0580-8805668 Fax : 0580-8804518 핸드폰 : 13957235138 http://yulan5138.cn.alibaba.com	
日照顺祥源工贸有限公司	山东省日照市东港区	季海
	전화 : 0633-8295666 Fax : 0633-8295777 http://www.sn180.com/member/1542274.html	
宁波新弘食品有限公司	浙江省宁波市北仑区庐山中路9号	张洪波
	전화 : 0574-86803669 Fax : 0574-86803637 http://www.xinhong.cn	
大连海之宴食品有限公司	辽宁省大连市中山区清溪南街12-1-1506号	洪云霞
	핸드폰 : 13352290506 http://dalian012066.11467.com	
上海荣平海产有限公司	上海市普陀区北石路12号利民冻品市场3栋1-3号	徐可荣
	전화 : 021-52837288 http://www.rongping168.cn/	



대 만

수산물 소비트렌드



1. 수산물 일반 동향

가. 경제 일반현황

- ▣ 대만은 국토면적 36,000km², 인구 23백만 명의 섬 국가로 농수산물 등 자체생산량이 풍부하며, 2010년도에는 중국 본토와 ECFA(경제협력기본협정) 체결로 무역거래 및 투자가 증가하면서 10%가 넘는 국가성장률을 기록함

<대만 경제지표 일반현황>

구 분	2007	2008	2009	2010
GDP(US\$bn)	395	401	377	431
성장률(%)	6.0	0.7	-1.9	10.8
1인당 GDP(US\$)	17,154	17,507	16,442	18,603
실업률	3.9%	4.1%	5.9%	5.2%

- ▣ 대만의 연간 농식품 수입액은 2010년 기준 약 US\$112억 달러 수준으로 전년대비 18.6% 증가하였음
- 부류별로는 농식품(신선농산물 및 가공식품 포함)이 98억 달러로 가장 많고, 축산물 8억불, 수산물 6억불 등임
- '10년 수산물 수입은 5.9억불로 전년대비 15.8% 증가하였음

<대만 농식품 부류별 수입통계>

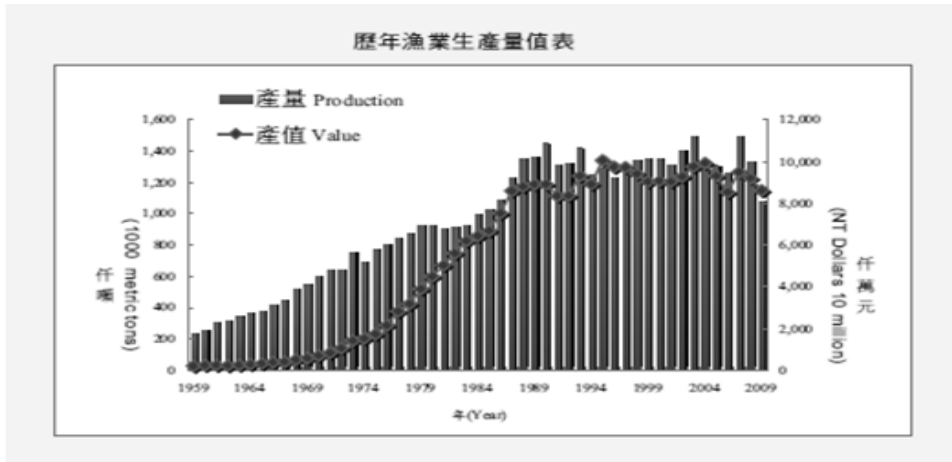
(단위 : 천USD, %)

구 분	2009	2010	
		수입액	증감률
합 계	9,481,825	11,194,257	18.1
축 산 물	620,968	803,910	29.5
농 식 품	8,354,770	9,804,441	17.4
▶ 유제품(DAIRY PRODUCTS AND BIRDS' EGGS)	260,075	375,509	44.4
▶ 곡류(CEREALS AND CEREAL PREPARATIONS)	1,405,675	1,722,043	22.5
▶ 신선농산물(VEGETABLES AND FRUIT)	570,268	629,712	10.4
▶ 당류(SUGARS, SUGAR PREPARATIONS)	306,955	399,460	30.1
▶ 커피/차류(COFFEE, TEA, COCOA)	182,573	245,138	34.3
▶ 음료류(BEVERAGES)	508,015	625,892	23.2
▶ 권련류(TOBACCO)	507,392	559,465	10.3
▶ 기타가공식품(Others preparation food)	4,613,818	5,247,222	13.7
수 산 물	506,086	585,907	15.8

나. 수산물 생산동향

- 대만의 '09년 수산물 총생산량은 1,089천 톤으로 '08년 대비 약 18.8% 증가했으며, 총생산액은 NT\$861천억으로 '08년 대비 6.5% 감소하였음

<대만 수산물 생산량 추이>



자료 : 2009년 대만어업서보고(臺灣漁業署報告)

- 대만 자체생산 주요 품목으로는 가다랑어, 꽁치, 고등어, 오징어 등이 있음

<대만 수산물 주요 품목별 생산량 및 비중>

(단위 : 톤, %)

연도	2008			2009		
순위	종류	생산량	비중	종류	생산량	비중
1	오징어	240,315	17.9	가다랑어	178,991	16.4
2	가다랑어	168,835	12.6	꽁치	104,219	9.6
3	꽁치	139,514	10.4	고등어	75,786	7.0
4	틸라피아(吳郭魚)	81,021	6.0	오징어	68,746	6.3
5	황다랭이	74,251	5.5	틸라피아(吳郭魚)	63,278	5.8
6	고등어	56,015	4.2	눈다랑어	52,753	4.8
7	눈다랑어	53,800	4.0	문합	51,823	4.8
8	문합	52,221	3.9	차노스(鰱目魚)	40,581	3.7
9	차노스(鰱目魚)	46,879	3.5	황다랭이	36,371	3.2
10	날개다랑어	37,569	2.8	굴	34,233	3.1
합계		1,343,909			1,089,178	

자료 : 2008년/2009년 대만어업통계연감

- 대만 수산물 생산은 크게 어획과 양식으로 구분되며 어획은 원양과 연근해로 다시 분류될 수 있음
- 수산물 생산 중 가장 많은 비중을 차지하는 것은 원양어획으로 전체의 40%를 차지하며, 주요 품목으로는 참치, 전갱이, 다랑어, 황새치(Swordfish), 꽁치, 오징어 등이 있음
- 원해 어획 다음으로 비중을 많이 차지하는 것은 내수면양식으로 전체의 26%를 차지하며, 주요 품목으로는 뱀장어, 차노스(Milkfish), 준치, 새우, 굴이 있음
- 대만에서 소비되는 전체 수산물 중 자체 생산량 비중은 '09년 기준 74%이며 이는 예년대비 다소 증가한 수치임

<대만 소비수산물 수입비중>

(단위 : %)

	2005	2006	2007	2008	2009
자체생산 비중	71.3	71.1	71.5	71.8	74.0
수입 비중	28.7	28.9	28.5	28.2	26.0
소 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료 : 2009년 대만어업서보고(臺灣漁業署報告)

다. 수산물 수출입동향

- 대만의 연간 수산물 전체 수출량은 '10년 기준 520천 톤의 US1,371백만 불 규모로 '09년 대비 30.7% 증가하였으며, 수산물 수입량은 '10년 기준 161천 톤의 US586백만 불 규모로 '09년 대비 15.8% 증가하였음

<대만 수산물 연간 수출통계>

(단위 : 톤, 천USD)

구분	물 량			금 액		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
수출	578,773	505,325	519,917	\$1,362,453	\$1,049,187	\$1,371,448
수입	78,254	116,865	160,619	\$494,219	\$506,086	\$585,907

- 수산물 수출은 신선류와 신선류를 제외한 냉장/냉동/가공 품목으로 구분하여 국가별 비중을 집계할 수 있음
- 신선류 수산물 주요 수출국은 일본, 홍콩, 미국 등으로 일본으로의 수출비중이 60% 이상을 차지하는 등 절대적임

- '09년에는 중국산 수산물 오염사태로 인해 대홍콩 대만 수산물 수출이 급증했으며, '10년에는 중국과 ECFA(경제협력기본협정) 체결이후 석반어(石斑魚), 송어 등 일부 수산물 품목관세가 낮아지면서 중국으로의 수출이 증가하고 있음

<대만 신선 수산물 주요수출국 비중>

(단위 : %)

순위/연도	2006	2007	2008	2009	2010. 6
1	일본	일본	일본	일본	일본
	90.29	95.95	83.90	60.75	69.20
2	한국	미국	홍콩	홍콩	홍콩
	5.35	0.89	11.39	36.67	24.92
3	홍콩	한국	한국	미국	중국
	1.56	0.79	2.20	0.88	3.61
합계	97.20	97.63	97.49	98.30	97.73

자료 : 2010년 대만세관수출입자료

- 냉장/냉동/가공류 수산물 주요 수출국은 일본, 태국, 미국 등이며, 신선류와 더불어 일본은 대만의 최대 수산물 수출국임

<대만 냉장/냉동/가공 수산물 주요수출국 비중>

(단위 : %)

순위/연도	2006	2007	2008	2009	2010. 10
1	일본	일본	일본	일본	일본
	44.27	34.87	31.72	30.50	32.62
2	미국	태국	태국	태국	태국
	14.70	16.51	20.88	16.92	14.48
3	태국	미국	미국	미국	미국
	12.59	12.87	10.84	12.55	10.38
4	한국	한국	필리핀	한국	인도네시아
	3.94	4.38	4.60	5.39	9.07
5	사모아	중국	한국	필리핀	필리핀
	2.97	3.46	3.65	4.63	3.53
합계	78.46	72.09	71.69	69.99	70.08

자료 : 2011년 대만세관수출입자료

- 신선 및 냉장 등을 포함한 전체 대만 수산물 주요 수출 품목으로는 생산량이 많은 눈다랑어, 가다랑어 등 다랑어류와 오징어가 대부분으로, 다랑어와 오징어의 수출비중이 전체의 약 60% 정도를 차지함

<대만 수산물 주요 수출품목 비중>

(단위 : %)

순위/연도	2006	2007	2008	2009	2010. 10
1	냉동 눈다랑어	냉동 눈다랑어	냉동 눈다랑어	냉동 눈다랑어	냉동 눈다랑어
	27.14	21.17	22.09	21.84	23.99
2	냉동 황다랑어	냉동 가다랑어	냉동 가다랑어	냉동 가다랑어	냉동 가다랑어
	13.63	16.38	19.91	13.99	12.05
3	냉동 가다랑어	냉동 황다랑어	냉동 황다랑어	냉동 황다랑어	신선/냉장 황다랑어
	12.21	10.80	8.44	6.93	8.58
4	냉동 날개다랑어	냉동 오징어	냉동 오징어	냉동 날개다랑어	냉동 날개다랑어
	11.11	7.15	5.80	6.58	7.39
5	냉동 오징어	냉동 날개다랑어	냉동 날개다랑어	냉동 오징어	신선/냉장 눈다랑어
	5.76	6.72	5.23	6.33	6.46
합 계	69.86	62.22	61.47	55.67	58.46

자료 : 2011년 대만세관수출입자료

- 수산물 수입은 대부분이 냉장 및 냉동을 비롯한 가공식품 형태로, 주요 수입국으로는 중국, 노르웨이, 베트남 등이 있으며 수입국별 비중은 수출에 비해 의존도가 높지 않음

<대만 냉장/냉동 등 수산물 주요수입국 비중>

(단위 : %)

순위/연도	2006	2007	2008	2009	2010. 10
1	인도네시아	노르웨이	베트남	중국	중국
	11.12	13.70	12.62	12.62	12.71
2	캐나다	중국	중국	노르웨이	노르웨이
	10.89	10.35	12.43	10.04	11.56
3	미국	인도네시아	노르웨이	베트남	베트남
	9.48	8.78	8.90	9.94	8.92
4	호주	미국	인도네시아	인도네시아	인도네시아
	9.15	7.12	8.58	8.66	7.27
5	태국	호주	호주	태국	태국
	8.52	6.42	6.84	6.47	6.35
합 계	49.16	46.38	49.38	47.73	46.81

- 신선 및 냉장 등을 포함한 전체 대만 수산물 수입 주요 품목으로는 연어, 새우, 어묵, 넙치 등이 있으며 상위 5개 품목이 전체 40% 정도의 비중을 차지함. 바닷가재는 생산량 감소와 대만 내 소비 증가로 인해 수출이 감소하고 있음

<대만 수산물 주요 수입품목 비중>

(단위 : %)

순위/연도	2006	2007	2008	2009	2010. 10
1	신선 바닷가재	신선/냉장 연어	기타 냉동 어묵	신선/냉장 연어	신선/냉장 연어
	13.13	10.38	8.46	7.87	9.19
2	신선/냉장 연어	기타 냉동 어묵	냉동 새우 (냉동蝦仁)	냉동 넙치	냉동 소새우 (냉동小蝦)
	11.84	7.86	8.34	7.18	8.64
3	신선 꽃게	냉동 소새우 (냉동小蝦)	신선/냉장 연어	냉동 새우	기타 냉동 어묵
	10.74	7.10	7.51	7.15	7.89
4	신선/냉장 기타어류	신선 바닷가재	냉동 소새우 (냉동小蝦)	기타 냉동 어묵	냉동 넙치
	8.53	6.99	6.43	7.03	6.57
5	기타 냉동 어묵	신선 꽃게	냉동 초새우 (grass shrimp)	냉동 소새우 (냉동小蝦)	냉동 새우 (냉동蝦仁)
	7.29	6.45	5.03	5.65	5.63
합 계	51.54	38.78	35.77	34.87	37.92

자료 : 2011년 대만세관수출입자료

라. 수산물 유통 및 소비동향

- 대만은 자체 수산물 생산량이 풍부하여 수산물 요리를 즐겨 먹고 있으며, 일반 식당이나 소매상외에 온라인을 통한 구매도 대중화되고 있음
- 대만에서 유통되는 수산물은 자체 생산품과 수입상품으로 구분할 수 있으며, 자체 생산된 것은 어획과 양식으로 다시 나뉨
- 어획된 수산물은 현지 재래시장에서 직접 판매되거나 도·소매 유통경로를 거쳐 식당, 슈퍼마켓, 시장 등으로 공급되고 있음
- 수입된 수산물은 무역회사나 에이전트를 통해 도매시장 또는 소매상으로 공급

<대만의 1인당 연간 수산물 공급량>

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
32.3	29.8	31.9	37.2	29.0	30.6	28.5	33.4

자료: FAOstat 2010

<수산물 유통경로>



- ❑ 최근에는 일본 지진('11년 3월) 관련 방사능 문제로 수산물 수요가 감소하고 있는 추세이며, 특히 일식당 등에서 매출이 급감하고 있는 추세임
- 원동백화점 등 고급백화점 및 체인 슈퍼마켓에서는 일본산 수산물 수입 및 유통을 중단하겠다고 발표하였음
- 일본산 수산물 수입이 중단되면서, 일식당에서 주로 쓰였던 도미가 대만 국내산으로 대체되면서 도매가격이 30% 이상 급증하기도 하였음

마. 한국산 수산물 유통 및 소비동향

- ❑ 대만에서 유통되고 있는 한국산 수산물 중 가장 인기가 좋은 품목은 단연 “김(Laver)”로 조미김과 김자반 상품이 대만 백화점, 슈퍼마켓 등에서 유통·판매되고 있음
- ❑ 대만으로 수출되고 있는 한국산 수산물에는 굴(냉동), 고등어, 게 등이 있으며, 굴과 왕게 등은 RT마트 등에, “조미김”은 일반 유통매장 및 고급백화점에 입점 및 판매되고 있음
- ❑ 다만, 대만으로 수출·유통되고 있는 한국산 수산물 종류가 많지 않고 공급량이 일정치 않아 한국산에 대한 일반 소비자의 인지도가 매우 낮은 실정임

2. 인기 수산제품 현황

가. 인기 수산물 주요 리스트

- 대만은 섬 국가로 종류별 수산물 생산량이 풍부하여 일반 가정 및 식당에서 수산물을 많이 소비하고 있음
- 일반 가정의 경우, 신선류는 문합, 낙지 등, 냉장류는 새우 및 오징어류 등, 냉동류는 새우, 전복, 대구, 오징어 등을 애용하고 있음
- 식당에서는 신선류로 게 및 가재 등을 유통 및 요리하고 있으며, 연어, 오징어, 새우 등을 냉장 및 냉동류로 애용하고 있음

<수산물 품목별 사용처>

구 분	가정용	식당용
신선(fresh)	대합조개(문합文蛤), 낙지(章魚), 틸라피아(吳郭魚), 쥐노래미(석반어石斑魚), 게(방해螃蟹)	왕게(龍蝦), 바닷가재(帝王蟹), 홍꽃게(紅蟳), 석반어(石斑魚), 새우(瀨尿蝦), 연각해(軟殼蟹)
냉장(chilled)	초하(草蝦), 연어(鮭魚), 병어 (Pomfret), 오징어, 대구, 열빙어 (Capelin), 백대어(白帶魚), 농어(鱸魚)	연어, 초하(草蝦), 오징어, 굴, 연어알, 열빙어(Capelin), 은어, 전복, 하이파즈(海瓜子)
냉동(frozen)	백새우, 새우, 뱀장어, 향어, 콩치, 고등어, 전복, 대구, 가공식품(오징어, 연어, 게, 랍스터, 뱀장어)	조개, 새우, 장어, 향어, 바닷가재, 왕게, 굴, 전복, 소라, 中捲 (오징어류), 대구, 고등어
건조(dried)	송어, 조갯살, 곤보, 김	송어, 조갯살, 김
캔(canned)	참치, 콩치, 장어, 도등어, 차노스(Milkfish/虱目魚), 소라, 전복	소라, 전복
영양품	심해어유(深海魚油) 어간유(魚肝油)	-

나. 인기 가공제품 현황

 오징어 볼

- 대만에서 인기가 많은 수산물 가공제품 중 하나는 대만산 I-MEI(義美)사의 오징어볼로 볶음요리, 핫팟(샤브샤브), 꼬치 등 다양한 요리에 많이 이용되고 있음
 - ▶ 430g 포장상품에 가격은 3,500원선으로 냉장보관 후 요리할 수 있음

오징어볼

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
오징어 볼 (花枝魚丸)			
상품 문구			
I-MEI (義美)			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
1. 씹는 감이 좋음 2. 저렴한 가격 3. 요리하기 쉬움 4. 다양한 요리 활용	1. 스프 2. 야채와 볶음 3. 냄비요리(핫팟) 4. 꼬치	어육(Surimi), 오징어, 카사바, 녹말, 물, 설탕, 계란, 소금, 조미료, 품질 개선제	칼로리 : 93 kcal 단백질 : 13.2g 탄수화물 : 9.8g 나트륨 : 645mg
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
약 15~20% 추정	대만	대만	
중량 및 포장(몇개들이 등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
430g/약 30개	NT\$95/1팩(약 3,420원)	I-MEI Foods Co., Ltd.	I-MEI Foods Co., Ltd.
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부
제조방법	유통및보관방법	유통기한	기타사항
가공	냉장보관	6개월	N/A

☐ 청새치 가루

● 대만을 포함한 중화권에서 주로 먹는 수산물 가공제품 중 하나로 생선을 말려서 튀기거나 구운 후 가루로 만든 제품임. 죽이나 반찬 등에 뿌려서 먹고 있음

▶ 보통 캔류 제품이 많으며 가격은 227g 1캔에 한화 약 4,500원 정도임

청새치 가루




제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
청새치 가루(旗魚鬆)			
상품 문구			
광달향(廣達香)			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
1. 좋은 향과 질감 2. 보관 및 이용편리 3. 식욕 증대 4. 어류의 영양분을 쉽게 섭취할 수 있음	1. 반찬 2. 샌드위치, 토스트 3. 죽 4. 간식용	청새치 고기, 콩기름, 설탕, 밀가루, 간장, 소금, 모노나트륨	칼로리 : 419 kcal 단백질 : 30.5g 지방 : 10.3g 포화지방 : 4.4g 탄수화물 : 51g 나트륨 : 1290mg
제품시장 점유율(대략)	시장점유 1위 제품	원산지	제조국
		대만	대만
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조자	판매자
227g	NT\$125/약 4,500	KTH foods 廣達香食品有限公司	KTH foods 廣達香食品有限公司
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부
1. GMP	2. CAS	3. HACCP	N/A
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
말린 후 튀긴 형태	실온보관	1년	N/A

❑ 오징어포

- 대만은 오징어 가공식품이 인기가 많은 편이며, 이중 오징어포는 스낵처럼 쉽게 먹기가 용이하여 지속적인 인기를 유지하고 있음

▶ 보통 용량은 20g/40g 등이며, 최근에는 지퍼(zip) 형태의 제품이 인기가 좋음

오징어포

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
조미 오징어포			
상품 문구			
진진(珍珍)			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
1. 쫄깃하고 맛이 좋음 2. 보관 및 이용편리 3. 식욕 증대 4. 간식이나 안주로 이용하기 좋음	1. 스낵 2. 안주	오징어, 설탕, 소금, 유당, 고추, 식초, 조미료	칼로리 : 298 kcal 단백질 : 41.5g 지방 : 0.8g 탄수화물 : 31.3g 나트륨 : 1670mg
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
시장점유 1위 제품		대만	대만
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
135g	NT\$109/약 3,924원	新和興海洋企業股份有限公司 (Shin Ho Sing Ocean Enterprise Co., Ltd)	新和興海洋企業股份有限公司 (Shin Ho Sing Ocean Enterprise Co., Ltd)
인증마크 및 설명/	ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등		이력추적제 사용여부
1. HACCP	2. ISO9001		
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
조미 후 구이	실온보관	1년	N/A

3. 유통업체 수산물 구매담당자 인터뷰

가. 대형유통업체 RT-Mart

- 방문일 : 2011.3.25
- 소속회사 : RT-Mart(大潤發股份有限公司)
- 직위 : 본사 구매부 매니저

☐ 수산물 시장 및 품목동향

- 5~10년 전만해도 RT-Mart 수산물 중 신선과 냉장의 자연산 어류가 70% 이상을 차지하였으나, 기후변화 등에 따른 생산량 감소로 최근에는 양식 어류가 50% 가까이 증가하였음
- 가공식품 중 어육완자의 공급은 지난 3년간 감소 추세를 보였는데, 그 이유는 도미과 어류(Nemipterus peronii) 생산량이 감소했기 때문임. 상반기에는 동남아시아산 도미과 어류(Nemipterus peronii)를 튀겨서 만든 완자를 판매하고, 하반기에는 캐나다산 도미과 어류(Nemipterus peronii)를 완자(찐 것)을 판매하고 있음
- 향후 수산식품은 보관과 사용이 용이한 포장상품이 선호될 것으로 예상되며, 일례로 장어의 경우에도 데워서 바로 먹을 수 있는 포장상품이 인기가 좋음
- 소비자가 자주 구입하는 수산물은 새우로, 블루 다이아몬드 새우(Blue Diamond Shrimp)는 최근 특별한 상품으로 인식되어 매출이 높았음. 이 새우는 해수밀도가 높은 홍해에서 양식하기 때문에 생장은 느리지만 급속냉동기술을 통해 백새우(White Shrimp)와 달리 단 맛이 강함. 또한 대만 내에서 작은 새우 전염병 등으로 인해 생산이 감소되면서 동남아시아산 수입이 늘고 있음
- 대만산 은어(Plecoglossus altivelis)도 유해약물 등이 검출되면서 그 이후로 동남아시아 등지에서 많이 수입하게 되었음
- 최근 신선수산물 보관기술 수준이 높아져서 신선도(freshness)를 잘 유지할 수 있기 때문에 신선류와 회(사시미) 등의 제품이 증가할 것으로 판단됨

☐ 수산물 수입 관련

- 주요 수입국 : 베트남, 필리핀 태국 등 동남아시아 국가(이유 : 원가가 낮음), 일본(이유 : 품질이 좋음), 캐나다, 알래스카(이유 : 대구, 연어 등 특정품목 필요)
- 수입시 고려사항 : 품질 및 안전, 가격, 생산시기
- 제철 소비 품목이 있는가 : 딱히 정해지지 않음
- 자국산과 수입산의 소비비율 : 의견 없음
- 인기 품목
 - ▶ 신선류 : 농어, 도미
 - ▶ 냉동류 : 새우, 대구, 연어, 콩치 등
 - ▶ 가공식품 : 장어, 대구, 어육 완자 등

☐ 한국산에 대한 인식 및 시장 확대방안

- 한국산의 경우 공급량이 일정하지 않은 것이 가장 큰 문제이며, 이로 인해 가격경쟁력이 부족하여 소비자가격이 매년 변동되는 문제로 인지도가 낮음
- 한국산 대표 품목으로 굴(Oyster), 왕게(King Crab) 등이 있으며, 품질은 전반적으로 우수하나 수입량이 많지 않아 상대적으로 가격경쟁력이 떨어짐
- 한국산 수산물의 경우 인지도가 낮기 때문에 유통매장 내 프로모션을 적극적으로 수행해야 함. 프로모션에는 매장 내 시식과 할인 및 경품행사 등이 있음
- 시장 확대 고려 시 우선순위는 첫째 품질, 둘째 공급량, 가격 순으로 중요함

나. 대형유통업체 Matsusei

- 방문일 : 2011. 3. 30
- 소속회사 : Matsusei(松青商業股份有限公司)
- 직위 : 신선식품부 수산구매부팀장
- 주요 수입국 : 일본, 인도네시아, 필리핀, 태국, 베트남, 노르웨이 등

☐ 수산물 시장 및 품목동향

- 대만 시장에서는 어류를 한 마리(whole fish) 기준으로 판매하는 형태가 가장 많으며, 전체시장의 60%를 차지함. 그중에서도 냉장류 및 중저가 물고기가 가장 잘 판매되고 있음. 일반적인 판매량은 중저가 물고기 대비 고가 물고기 비율은 80% 대 20%의 비중을 차지함
- 토막 생선(Slice fish piece)이 판매량의 나머지 40%를 차지하며, 연어, 대구, 날새기(Rachycentron canadum), 자가사리 고등어(Barred Spanish Mackerel) 등임
- 토막 생선은 편리하게 이용할 수 있다는 장점으로 구매 비율 증가할 것

☐ 수산물 수입 관련

- 주요 수입국 : 베트남, 필리핀, 중국(이유 : 저렴한 원가), 일본(이유 : 좋은 품질, 대만인들은 일반적으로 일본 식품 선호), 캐나다, 칠레, 노르웨이(이유 : 특정 품목 수입필요)
- 일본 수입 수산물의 재고량(stock)은 아직 반년 정도분이 있어서, 재고량 소진 후 다른 해역에서 수입되는 비율이 증가할 것으로 예상됨
- 가격상승으로 최근 수입이 감소하고 있는 품목
 - ▶ 연어 : 중국 수요량 급증으로 인해 가격이 대폭 상승
 - ▶ 병어 : 생산량 감소로 인해 가격 상승
 - ▶ 장어 : 대만 서부의 야생 장어 개체수의 감소로 가격 상승
- 최근 수입이 증가하고 있는 품목 : 미국 및 캐나다산 대구
- 제철 소비 : 여름(일본산 절인 수산물), 겨울(계, 가리비 등)
- 자국산과 수입산의 소비비율 : 70% 대 30%(경기호황 시 수입산 수산물 증가)
- 인기 판매 상품 :
 - ▶ 냉동식품 : 대구, 도미, 연어, 방어, 왕게
 - ▶ 냉장식품 : 대만산 틸라피아(吳郭魚), 대만산 차노스(虱目魚 / Milkfish), 대만산 농어(鱸魚); 수입식품의 경우 연어, 홍꽃게(紅蟳) 등
 - ▶ 가공 식품 : 훈제 연어, 장어구이, 완자 등

☐ 한국산에 대한 인식 및 시장 확대방안

- 한국산 시장 확대 고려 시 품질, 종류(다양성), 가격, 프로모션 순으로 중요함
- 일본 수산물이 대만에서 인기가 좋은 이유는 품목이 다양하며, 품질이 좋고 기본적으로 일본산에 대한 인식이 좋기 때문임
- 한국 수산물에 대한 대만 소비자의 인식도가 낮음. 한국산 왕게(King Crab)를 판매한적이 있었는데 매출이 낮았음
- 유통매장에서 한국 농수산물 판촉행사를 개최하여 규모 있는 프로모션을 추진해야 함
- 한국산의 경쟁국가 : 일본, 하지만 일본 방사능 유출 등의 문제로 한국에서 많은 지원과 홍보가 대만으로 투입될 수 있다면 일본산 수산물을 대체할 가능성이 있음

다. 유통업체 Pxmart

- 방문일 : 2011.3.31
- 소속회사 : Pxmart(全聯福利中心)
- 직위 : 신선식품부 구매과과장
- 주요 수입국 : 일본, 노르웨이, 베트남, 태국 등

☐ 수산물 시장 및 품목동향

- 수산물의 전반적인 시장경기는 나빠지고 있으며, 대만의 양식 어류 가격이 최근 크게 상승하고 있음
- 일본산 수산물 수입 금지에 따라 북대서양 및 남반구의 수입이 증가하고 있음

☐ 수입수산물 관련

- 주요 수입국가 : 중국, 베트남을 비롯한 동남아시아 국가, 칠레(이유 : 가격이 싸고 물량이 많음). 아이슬란드, 캐나다(이유 : 품질이 좋음)
- 제철 소비 : 쿼터단위로 한 번에 구매하며 냉동식품은 구매 · 보관 후 1년간 판매함
- 자국산과 수입산의 소비비율 : 50% 대 50%, 수입산 비중이 증가하는 추세임

라. 유통업체 Wellcome

- 방문일 : 2011.4.7
- 소속회사 : Wellcome Taiwan Company Ltd(惠康百貨股份有限公司)
- 직위 : 수산물 구매과장
- 주요 수입국 : 일본(현재 없음), 노르웨이, 베트남, 태국, 필리핀 등

수산물 시장 및 품목동향

- 대만소비자는 신선수산물을 더 선호하며 냉동수산물의 선호도는 상대적으로 낮음
- 선호하는 품목은 썬치, 대구. 구매하는 사람이 많음
- 일반 가정용으로는 중저가의 수산물이 선호되며, 고가의 경우에는 식당용으로 공급되어 고급요리 식재료로 사용되고 있음
- 대만 동해안에 있는 고등어는 이윤폭(profit margin)이 낮아서 유통업체는 일반적으로 베트남이나 중국에서 수입하고 있음
- 대만 업체들은 직접 태국, 베트남을 포함한 동남아시아 국가에서 양식장을 지도하고 백새우(White Shrimp) 등을 양식 후 대만으로 수입하고 있음
- 노르웨이산 연어와 대구는 냉동으로 항공을 통해 대만에 수입되고 있음. 연어가격은 NT\$100/kg에서 NT\$300/kg로 상당히 높아졌음
- 오징어는 칠레나 아르헨티나에서 많이 수입됐지만 전년 칠레대지진으로 인해 오징어 공급이 부족해져 가격이 계속 상승하고 있음
- 아라비아해(Arabian Sea)의 블루 다이아몬드 새우(Blue Diamond Shrimp)는 올해 신규품목으로 알려져 좋은 반응을 얻었으며, 해수양식으로 인해 일반 백새우보다 단맛이 강하며 가격은 일반 새우의 2배 정도임

수입수산물 관련

- 주요 수입국가 : 베트남, 태국, 중국(이유 : 저렴한 단가)
- 제철 소비 : 연중 각 상품이 진열되고 있어서 계절별로 큰 차이 없음

- 자국산과 수입산의 소비비율 : 80% 대 20%, 대만 해안 지원감소 및 양식업 몰락으로 인해 향후 수입산의 비율이 증가할 것으로 예상됨
- 수입 수산물 종류 및 규모 : 신규상품은 시민들의 인지도가 낮아 구매 의사가 적은 편임. 또 요리방법이 어렵다고 생각해서 스스로 요리하기보다 식당에서 맛보는 경우가 더 많음. 이러한 이유로 수산물 종류가 많지 않음
- 인기 판매 상품
 - ▶ 냉장류 : 도미, 새우(베트남, 태국 등), 대구(가격인상으로 판매실적 부진)
 - ▶ 냉동류 : 베트남산 틸라피아(吳郭魚), 초하, 백새우 등
 - ▶ 가공식품 : 겨울 때 자주 냄비요리(핫팟)을 먹기 때문에 어묵류가 가장 인기가 좋음

□ 한국산에 대한 인식 및 시장 확대방안

- 한국산 시장 확대 고려 시 품질, 가격 순으로 중요함
- 웰컴 매장은 한국산 수산물 판매경험이 많지 않음
- 한국 수산물에 대한 인지도가 매우 낮아서 일반 매장보다는 구매력이 좋은 고급매장 위주로 런칭 및 프로모션하는 것이 적합할 것임
- 신규품목을 홍보할 경우에는 유통매장과 연계한 할인행사 및 DM광고가 매출을 올리는 데 가장 효과적이며, 시식행사는 물량대비 효과가 적어 추천하지 않음

4. 주요 인기품목 매장별 비교



굴(RT마트)

구 분	한 국	대 만	일 본	프랑스	캐나다
품 종	껍데기 있음, (급속냉동상품)	껍데기 있음/ 없음	껍데기 있음 (with shell)	껍데기 있음	껍데기 있음
품 질	뛰어남	보통	매우 뛰어남	매우 뛰어남	뛰어남
가 격	비싸다	싸다	매우 비싸다	매우 비싸다	비싸다
시장점유	4번째 높음	1번째 높음	2번째 높음	매우 낮음	3번째 높음
해당매장 제품점유율	4번째 높음	1번째 높음	2번째 높음	매우 낮음	3번째 높음
유통시기	매장내 행사할 때만 판매 (10-12월)	일 년 내내	매장내 행사할 때만 판매 (일반 매10-12월)		
계절수요		4-5월 (10월이후 가격인상)			
소비특징	튀김, 구이, 찜	튀김	튀김, 구이, 찜	회(Sashimi)로 먹음	회로(Sashimi)로 먹음
제품특징	냉동	냉장	냉동	생 (항공운송)	생 (선박운송)
제품단가	비싼 편	가장 낮음	매우 비쌌	매우 비쌌	비싼 편
사 진	현재 판매하지 않음				
한국산 경쟁력 (SWOT)	S: 품질은 일본과 비슷함. 지리적으로 대만과 가까움 W: 생산량이 불안정하며 대만에서 인지도 부족 O: 일본 지진사태 이후 시장점유율 확대가능성 높음 T: 없음	S: 신선함, 가격 저렴함 W: 수확기가 짧음 O: 일본 지진사태 이후 국내산 수요 증가 T: 해양기후 변화가 심해 굴의 크기가 현저히 다름	S: 맛이 달콤함 W: 비싸다 O: N/A T: 지진 및 방사능 유출문제	S: 신선, 달콤함 W: 비싼 가격 O: 고급 소비층 증가 및 소비수준 향상 T: 프랑스 자체 수요가 높아서 수출량이 크게 증가하지 못함	S: 신선, 달콤함, 프랑스산 대비 저렴한 가격 W: 소비자 충성도 높지 않음 O: 정기적으로 행사하면 소비자 인지도 향상 T: 운송비 높음


왕게(RT마트)

구 분	한 국	대 만	일 본	칠 레	알래스카
품 종	2개	없음	2개	2개	3개
품 질	보통		매우 뛰어남	보통	뛰어남
가 격	적당함		매우 비싸다	매우 싸다	비싸다
시장점유	3번째 높음		4번째 높음	1번째 높음	2번째 높음
해당매장의 제품점유율	3번째 높음		3번째 높음	1번째 높음	2번째 높음
유통시기	매년 9월-2월 햇팻시기에 맞음		매년 9월-2월 판매, 햇팻시기에 맞음		
계절수요	매년 12월-2월 수요가장 많음		매년 12월-2월 수요가장 많음(햇팻시기)		
소비특징	일반과 유사		끓은 후에 다시 냉동 : 수프 일반 냉동 : 육질이 비교적 좋아서 굽기, 찌기 등 요리방법에 이용		
제품특징	일반과 유사		한번 익힌 후 다시 냉동하여 판매됨		
제품단가	보통		가장 높음	가장 낮음	비싼 편
사 진	현재 판매하지 않음				
한국산 경쟁력 (SWOT)	S: 대만과 인접 W: 인지도 부족 O: 일본 지진사태 이 후 시장점유율 확 대가능성 높음 T: 기타 오염	없음	S: 먹기 좋음, 달콤 한 육질 W: 높은 가격 O: N/A T: 방사능 문제	S: 저렴한 가격 W: 품질이 좋지 않음 O: 저렴한 가격으로 판매량 향상 가능 T:	S: 먹기 좋음, 달콤한 육질 W: 운송비 높음 O: 일본산 시장을 점 령가능 T: 운송비 문제



다시마(RT마트)

구 분	한 국	대만 평후(澎湖)	일 본	중 국
품 종	3개	4개	1개	2개
품 질	뛰어남	별로	매우 뛰어남	별로
가 격	2번째 비싸다	3번째 비싸다	매우 비싸다	매우 싸다
시장점유	매우 낮음	3번째 높음	2번째 높음	매우 높음
해당매장의 제품점유율	매우 낮음	3번째 높음	2번째 높음	매우 높음
유통시기	일 년 내내			
계절수요	매년 9월-2월(햇빳시기에 맞춤)			
소비특징	겨울에 햇빳, 여름에 반찬으로 식사			
제품특징	N/A	N/A	끓은 후에 끈적끈적, 좋은 냄새	N/A
제품단가	2번째 비싸다	3번째 비싸다	매우 비싸다	매우 싸다
사 진	한국고흥산 150g, NT\$169 	N/A	훗카이도산 300g, NT\$379 	N/A
한국산 경쟁력 (SWOT)	S: 좋은 맛 W: 가격 경쟁력 부족 O: 적극적 판촉 행사하면 일본산 점유율 얻음 T: N/A	S: 종류 많음 W: 품질 별로 O: 방사능에 효능이 있다는 소문으로 판매 증가 T: 기후영향으로 생산량 감소 추세	S: 좋은 맛 & 좋은 냄새 W: 비싼 가격 O: N/A T: 방사능 위기	S: 낮은 가격, 많은 수량 W: N/A O: N/A T: 품질의 안전성 불확실



연어(Matsusei매장)

구 분	한국	대만	노르웨이	일 본	캐나다	칠 레	호 주
품 종			6~7 개	3~4개	1개	6~7개	6~7개
품 질			최고	2번째	3번째	최하	3번째
가 격			가격은 원산지가 아닌, 공급량에 따라 주로 결정됨. 요즘 중국 소비수준 향상에 따른 수요증가로 가격 상승 중				
시장점유			노르웨이, 캐나다, 칠레 점유율 거의 비슷하며, 그 다음으로 일본, 호주산으로 점유율이 낮음				
해당매장의 제품점유율			상동				
유통시기			일년 내내 (여름부족시 호주산으로 대체)	일 년 내내			
계절수요			3분기에 판매량이 가장 높음				
소비특징			냉장 및 냉동식품, 스테이크 등으로 먹음				
제품특징	없음	없음	냉장 회 (Sashimi)	절인 식품 위주	회 (Sashimi)	냉동 위주	냉장, 냉동 있음
제품단가			“가격” 품목과 같이				
사 진			슬라이스, 100g, NT\$49 	N/A	N/A	N/A	N/A
한국산 경쟁력 (SWOT)			S: 육질이 달콤하 면서, 먹는 느낌 좋음 W: N/A O: N/A T: 어획량 감소, 가 격 상승	S: 종류 많음 W: N/A O: N/A T: 방사능 문제	S: 먹는 느낌 좋음 W: N/A O: N/A T: 어획량 감소, 가격 상승	S: 종류 많음 W: 품질 낮음 O: 일본 오염문제 로 대체가능 성 높음 T: 어획량 감소, 가격 상승	S: 종류 많음 W: 공급량 부족 O: 일본 방사능 오염문제로 대체가능성 높음 T: 어획량 감소, 가격 상승

백새우(Wellcome매장)

구 분	한 국	대 만	베트남	태 국	말레이시아
품 종		1개	1개	1개	1개
품 질		매우 뛰어난	뛰어난	뛰어난	별로
가 격		원산지별 큰 차이 없음			
시장점유		4번째	1번째	2번째	3번째
해당매장의 제품점유율		상동			
유통시기		단오절, 추석 기간한정	일 년 내내		
계절수요		추석 또는 겨울	겨울	겨울	겨울
소비특징		볶음 / 구이 / 핫팟			
제품특징		국내 양식, 냉장 / 냉동 가능	냉동	냉동	냉동
제품단가		원산지별 큰 차이 없음			
사 진	없음	229g, NT\$91 (판촉시 NT59) 	20마리 NT199 	N/A	N/A
한국산 경쟁력 (SWOT)		S: 육질이 매우 뛰어나 며, 산지에서 직접 배송으로 신선함 W: 생산량 적음, 어획 기 짧음 O: 좋은 품질로 생산량 증가시 시장 확보 가능 T: 양식장 오염으로 질 병에 약함	S: 단가가 저렴하고 생산량 풍부 W: 가격 인상 어려움 O: N/A T: N/A	S: 단가가 저렴하고 생산량 풍부 W: 가격 인상 어려움 O: N/A T: N/A	S: 냉동으로 일 년 내 내 판매 가능 W: 품질 저하 O: N/A T: N/A

어묵(Wellcome매장)

구 분	한 국	대 만	일 본
품 종	없음	많음	많음
품 질		뛰어남	매우 뛰어남
가 격		적당함(일본산의 50%)	매우 비싸다
시장점유		90%	10%
해당매장의 제품점유율		상동	
유통시기		일 년 내내	
계절수요		10월-2월 (햇팻 시기)	
소비특징		구이 / 햇팻	햇팻
제품특징		일본 스타일 모방	포장지 고급
제품단가		싸다	비싸다
사 진	<p>마즈모토 어묵 220g, NT\$75</p>  <p>롤 (roll) /100g, NT\$59</p> 	N/A	
한국산 경쟁력(SWOT)	<p>S: 가격 비싸지 않음, 종류 많음</p> <p>W: 일본대비 품질수준 낮음</p> <p>O: 품질 향상시 일본 방사능 문제로 시장 확대 가능</p> <p>T: N/A</p>	<p>S: 씹는 느낌 좋음</p> <p>W: 비싼 가격</p> <p>O: N/A</p> <p>T: 방사능 문제로 인해 매출감소</p>	

5. 주요 수산물 업체 리스트

회사명	수입 품목	홈페이지	연락처
禾榮 (Ho Roun Products Co.LTD)	일본: 열빙어(Capelin), 조개 등 칠레: 전복	http://www.horoun.com.tw/solutions.asp	주소 : 台北市南京東路二段 206號7樓 전화: 886-2-25070086
佳里海產 (Johnson Seafood)	멕시코 : 랍스타 방글라데시 : 장어 호주: 냉동 바닷가재 등	http://www.johnsonseafood.com.tw/index.htm	주소 : 高雄市前鎮區佛道路195號 전화: 886-7-8221812
元家企業股份有限公司	캐나다: 대구 노르웨이, 칠레: 연어 호주: 생냉동 바닷가재 등	www.yens.com.tw	주소 : 台北縣新莊市中山路一段67號14樓
台灣中島水產股份有限公司	일본: 꽁치, 넙치	-	주소 : 台北市中正區青島東路4號5樓之1 전화: 886-2-23939611
茂喜股份有限公司	일본: 곤포 네덜란드: 오트밀 중국: 목이	-	주소 : 新北市中和區連城路258號8樓 Tel: 886-2-82271536
海寶冷凍食品有限公司	냉동 참치, 농어, 상어, 오징어 등	-	주소 : 台南市工明南三路60號 전화: 886-6-2561885
禾圓食品有限公司	한국: 왕게, 황어(黃魚) 등	-	주소 : 台北市南港區南港路三段80巷18-2號1樓 주소: 886-2-26521032
振賀水產有限公司	바닷가재, 전복, 건초 조개, 왕게, 석반어 등	-	주소 : 台北市松山區撫遠街255巷24號 전화 : 886-2-27631899
怡通貿易有限公司	대하, 바닷가재, 새우 등	-	주소 : 台北縣板橋區板橋市大觀路1段28巷6弄51號



미 국

수산물 소비트렌드



1. 수산물 일반동향

가. 경제일반 현황

□ 미국의 경제 동향

- 미국은 2008년의 금융위기 이후 소비와 투자가 모두 위축되어 실업률증가와 신용경색, 주택경기 침체 등의 경기 침체 상황으로 고전하였으나, 다양한 경기부양책 및 소비촉진 프로그램 등 적극적인 정책대응에 따른 경제지표의 호전에 힘입어 '10년도 4/4분기 실질 GDP성장률은 3%중반에 달하였음
- 미 달러가치의 하락이 지속되면 농산물 수출은 지속적으로 증가하고 경기회복에 따라 미국의 소비자 소득이 증가하며, 소비자 수요가 다변화된다면 농산물의 수입 또한 증가할 것으로 전망되고 있음

나. 미국의 수산물 생산 및 시장규모

□ 수산물 생산

- '09년 미국의 수산물 국내공급량은 전년도와 비슷한 11.7백만 파운드로 나타났음

<미국의 전체 수산물 생산량>

(단위: 백만 파운드)

년 도	국내생산량	수입량	수출량	총공급량
2005	7,997	10,158	6,385	11,770
2006	7,842	10,752	6,251	12,343
2007	7,490	10,763	5,761	12,492
2008	6,633	10,404	5,253	11,784
2009	6,035	10,439	4,760	11,714

자료 : National Marine Fisheries Service, NOAA

<미국의 가공 수산물 생산금액>

(단위: 천 달러)

구 분	2008	2009
신선 및 냉동	7,031,675	6,221,882
통조림	1,191,214	1,191,432
건조,염장,훈제	165,795	142,106
식용합계	8,388,684	7,555,420
비식용합계	576,613	554,404
총합계	8,965,297	8,109,824

자료 : National Marine Fisheries Service, NOAA

☐ 수산물 시장 전망

- 양식어류의 질병관리 등 양식기술 발전에 따라 수산물 생산 단가가 하락하고 이를 재료로 한 고부가 가공제품의 생산이 증가할 것으로 예상되며, 수산물의 생산에 있어 양식의 비중이 점차 증가해 시장은 서민층을 대상으로 한 경제적인 가격대의 양식산 수산물제품과 고가 자연산제품시장으로 양분되어질 것임

☐ 시장규모

- 리서치기관인 데이터모니터사에 따르면 미국소비자들은 '08년 기준 수산물구매에 131억불을 지출했으며 이 중 88억불이 신선제품, 23억불이 냉동제품, 20억불이 통조림제품이었음
- 미국의 수산물가공시장은 업체수가 550여개로 연간 100억불규모, 수산물 유통시장은 업체수가 2,000여개로 연간 120억불의 규모임. 많은 업체들이 가공과 유통을 겸하고 있으며 주요 회사로는 American Seafoods, Bumble Bee Foods, Red Chamber, Tri Marine International, Trident Seafoods가 있음. 수산물 가공산업은 상위 50개 업체가 매출의 70%정도를 차지하는 집중화된 구조이며 수산물 유통산업은 상위 50개 업체가 매출의 30%정도를 차지하는 분산적인 구조를 나타내고 있음
- 주요 가공제품은 신선, 냉동가공제품(80%), 통조림 · 염장가공(15%), 기타가공제품(5%)순임
- 미국인들의 수산물 소비는 대부분 외식을 통해 이루어지며, 가정용소비를 위한 판매는 대형 슈퍼마켓체인 및 회원제대형매장에서 주로 이루어지고 있음

다. 수산물 시장 소비특징, 소비동향

☐ 1인당 수산물 소비량 및 소비특징

- 미국인의 1인당 수산물(어류와 갑각류) 소비량은 '09년 기준 15.8파운드로 전년 대비 0.2파운드 감소하였으며 이 중 신선 및 냉동제품이 11.8파운드, 통조림제품이 3.7파운드, 염장/훈제제품이 0.3파운드였음. 신선 및 냉동제품 중에서는 어류가 6.2파운드, 갑각류가 5.6파운드였음

<미국인 1인당 수산물 소비량>

(단위: 파운드)

년 도	1인당 소비량				
	신선 및 냉동	통조림	염장, 훈제, 건조	합 계	kg환산
2005	11.6	4.3	0.3	16.2	7.36
2006	12.3	3.9	0.3	16.5	7.50
2007	12.1	3.9	0.3	16.3	7.41
2008	11.8	3.9	0.3	16.0	7.27
2009	11.8	3.7	0.3	15.8	7.18

자료 : NOAA Fisheries Service

- 미국에서 수산물을 주로 소비하는 계층은 경제적으로 풍요하고 건강에 관심이 높은 기혼의 중년층으로, 특히 동북부 대서양지역 및 서부 태평양지역의 대도시에 거주하는 인구가 수산물을 많이 소비하고 있음
- 최근의 소비특징을 살펴보면 전통적인 소매매장보다는 월마트(Wal-mart)나 코스트코(Costco)같은 대형유통매장에서의 구매비중이 높아지고 있으며 건강정보가 담긴 포장제품 및 친환경(Eco-Labeling)표시 제품들이 증가하고 있음
- 소비자들의 건강과 심장병 등 성인병에 대한 관심이 높아지고 오메가-3 등에 관한 정보인지가 증가할수록 수산물 소비는 늘어날 것으로 전망되고 있음

소비량 대 수입산 비중

- 미국은 중국과 일본 다음으로 세계 3위의 수산물 소비국가로서 연간 소비량은 약 50억 파운드('08년)로 전체소비량의 84% 가량을 수입에 의존하고 있음. 이는 '90년대 후반의 수입산 수산물 점유율이 66%인 것에 비하면 상당히 증가한 것임
- 지난 30여 년간 세계 수산물 공급에서 양식이 차지하는 비중은 계속 증가해 왔으며 현재 수요량의 절반 이상이 양식을 통해 공급되고 있는 것으로 나타나고 있으나 미국의 경우 양식의 비중은 전체 소비량의 10%정도에 그치고 있음
- 수입산 수산물이 증가함에 따라 수입제품의 위생문제 발생빈도 또한 증가하여 소비자들과 관계당국의 수입제품에 대한 우려가 커지고 있으며 이를 위해 수산물에 대한 원산지표기 의무화 및 미국산제품 소비 장려 등의 활동이 이루어지고 있음

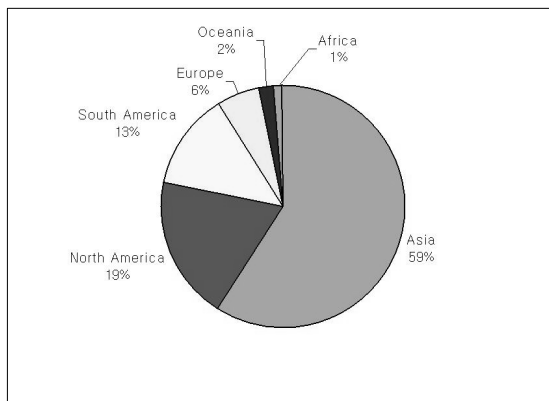
<미국의 주요 수산물 수입국가 및 수입량>

(단위: 천 달러)

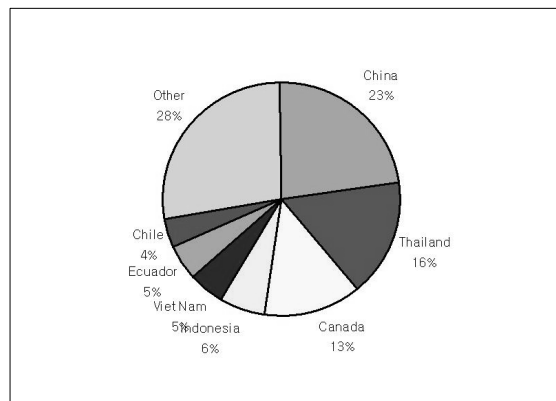
국가명	2006	2007	2008	2009	2010
중 국	1,925,359	2,010,676	2,161,624	2,021,022	2,370,419
캐나다	2,179,475	2,200,640	2,251,303	2,005,501	2,305,638
태 국	1,794,825	1,776,048	1,960,753	1,986,827	2,252,811
인도네시아	780,369	880,005	1,095,854	906,814	990,131
베트남	652,267	696,669	765,314	679,476	872,044

자료 : USDA FAS(Foreign Agricultural Service)

(미국의 주요 수산물 수입지역)



(미국의 주요 수산물 수입국가)



자료 : NOAA Fisheries Service

■ 신선소비 대 냉동제품 등

- 미국인들이 주로 소비하는 피레트나 스테이크용으로 가공되는 주요 냉동어종으로는 대구, 명태, 민어 등이 있으며 알래스카 산 명태가 가장 많이 가공되는 어종임. 단일품목으로는 새우가 가장 많이 소비되는 품목이며 1인당 연간 소비량은 4.1파운드임
- 미국인들의 경우 전통적으로 냉동수산물보다는 신선수산물을 선호해 왔으며 미국으로의 수산물을 수출하는 국가는 캐나다, 중국, 태국, 인도네시아, 베트남 등이 있음

라. 수산물 계절별 소비행태 및 품목

- 생선을 주로 피레트나 스테이크용으로 소비하는 미국인들의 특성상 수산물 소비는 연중 꾸준한 편이나 두드러지는 계절별 소비행태를 살펴보면, 가장 많이 소비하는 품목 중 하나인 새우를 비롯한 갑각류의 경우 크리스마스 및 추수감사절과 같은 명절에 주로 소비되고 있으며,

생선류 중 많이 소비되는 어종인 연어의 경우 가장 품질이 높은 시즌, 야외 바비큐시즌과 맞물리는 여름철이 최대 소비시기임

<미국 수산물 계절별 주요 생산어종>

지역	어종	시기
태평양	대구	연중
	광어	4월~9월
	도미	연중
	연어	5월~9월
	대게	9월~3월
	오징어	1월~3월, 5월~11월
대서양 및 멕시코만	대구	연중
	농어	1월~4월
	고등어	5월~12월
	바닷가재	5월~11월
	오징어	5월~11월
	굴	10월~4월
	새우	5월~11월

자료 : cmcchef.com

마. 한국산 수산물 유통 및 소비동향

☐ 수산물 유통 및 소비동향

- 육식을 즐겨 하는 미국인들의 특성상 미국 슈퍼마켓의 신선수산물 코너는 그리 크지 않은 편이며 냉동 및 가공제품도 주로 새우 및 흰 살 생선으로 이루어져 있음. 대부분의 신선수입제품은 주로 인접한 멕시코와 캐나다산이며 냉동수입제품은 동남아산으로 한국산 수산물은 거의 찾아보기 어려운 실정임
- 한국산 수산물의 경우 대부분이 교포마켓을 위주로 유통, 소비되고 있는데 김과 미역, 젓갈 등이 주요 품목이며 이 밖에도 시기에 따라 오징어, 낙지, 멧게, 과메기, 갈치, 꽃게 등이 소량 유통되고 있음. 최근 들어 한국교포들의 입맛에 맞는 광어활어가 수입되어 마켓 및 일식당에서 핫감용으로 많이 판매되고 있음
- 한국산 제품은 대부분 식품 전문 수입도매상을 통하거나 몇몇 대형 슈퍼마켓은 직접 한국의 수출대행업체를 통해 수입해 소비자들에게 공급하고 있음(아씨마켓, H마트 등)

바. 수산물 외식동향

☐ 수산물 프랜차이즈 업체종류

- 미국인들의 수산물소비 중 70% 이상이 외식을 통해 이루어지고 있으며 가장 인기 있는 소비 품목은 새우이며, 수산물 프랜차이즈로는 “Red Lobster”가 업계의 선두임. 수산물을 포함한 외식업체는 경기불황으로 인해 큰 타격을 입었으며 소비자들이 집에서 간편하게 조리해 먹을 수 있는 즉석제품들과 기존의 제품을 고급화한 'Better-for-you'제품들이 많이 출시되고 인기를 끌고 있음

<미국의 상위 10대 수산물 외식체인>

업 체 명	점 포 수	매출액(백만불)
Red Lobster	680	2,400
Joe's Crab Shack/Chart House	300	1,168
Long John Silvers	1,200	800
Captain D's Seafood	560	506
McCormick & Schmick's	57	238
Bonefish Grill	63	203
Legal Seafood	30	150
McGrath's Fish House	17	68
Bubba Gump Shrimp Co.	20	65
Rockfish Seafood Grill	25	50

자료 : National Fisheries Institute

☐ 수산물 식재료 공급업체

- 미국의 대표적인 식재료 공급업체로는 Sysco⁴⁾와 US Foodservice⁵⁾가 있으며 수산식재료 역시 이들 회사가 대표적인 공급업체들임

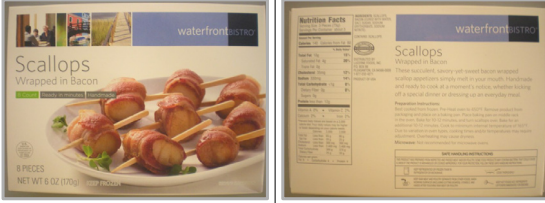
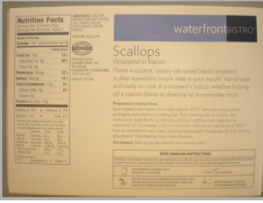

4) Sysco Corp : 전체 식재료 매출 218억 달러 가운데 수산물이 13억 달러를 차지, 2위 업체 매출의 두 배가 넘고 14,000여종의 모든 신선 및 냉동어류와 갑각류를 취급하는 최대 공급업체임. 매출액에 포함되지 않은 참치 및 연어통조림을 감안하면 그 규모는 훨씬 큼
 5) US Food Service : 전체 식재료 매출 190억 달러 가운데 수산물이 7.6억 달러를 차지하고 있음

2. 인기 수산제품 현황




파스타와 새우

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진
새우 스텀피 Marie Callender's Shrimp Scampi			
상품 문구 keyword			
Shrimp with Linguine, Red & Yellow Peppers in Garlic Butter Sauce			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(369g)
미국인이 가장 선호하는 수산물인 새우를 사용한 대중적인 입맛의 스텀피(Scampi)제품으로 유명외식체인인 Marie Callender 상표를 사용	전자레인지에 5~6분, 오븐에 30~40분 (즉석식품)	파스타, 새우, 파프리카, 버터, 마늘, 소금, 레몬주스 Pasta, Shrimp, Red/Yellow pepper, Butter, Garlic, Salt, Lemon Juice	Calories:380, Fat:15g, Cholesterol:70mg, Sodium:1200mg, Potassium:300mg, Carbohydrate:45g, Protein:16g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
10%		N/A	USA
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조자	판매자
369g, 플라스틱용기1개	\$3.29/3,619원	ConAgra Foods	ConAgra Foods
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	2012년 6월까지	

조개관자 베이컨말이

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
스칼럽 Scallops Wrapped in Bacon			
상품 문구 keyword			
Handmade and ready to cook (수제요리, 렌지에 돌리기만하면 됨)			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(75g)
미국인들이 좋아하는 조개관자를 베이컨에 말은 제품	오븐에 20~25분 조리, 전자레인지 조리 불가	Scallops, Bacon, Salt, Sugar, Sodium Erythorbate, Sodium Nitrite	열량: 140, 지방: 10g, 콜레스테롤: 35mg, 나트륨: 330mg, 탄수화물: 1g, 단백질: 12g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
20%		N/A	USA
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조자	판매자
75g, 8개들이	\$8.99/9,889원	N/A	Lucerne Foods, Inc.
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	2012년 1월까지	

그릴에 구운 연어

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
Gorton's Grilled Salmon			
상품 문구 keyword Classic Grilled, Traditional Grilled Seasonings (전통양념에 구운것)			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(89g)
미국인들이 주로 소비하는 어종인 연어스테이크 즉석식품	전자레인지 5~6분, 오븐 15~16분간 조리	자연산연어, 물, 식물성기름, 설탕, 소금, MSG	열량:100, 지방:3g, 콜레스테롤:35mg, 나트륨:270mg, 칼륨:260mg, 탄수화물:2g, 단백질:15g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
20%		캐나다 Canada	캐나다 Canada
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
179g, 2 fillets	\$4.99/5,489원	Gorton's	Gorton's
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	2012년 6월까지	




손질 오징어

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
Calamari Fully Cleaned Tubes&Tentacles			
<p>상품 문구 keyword</p> <p>어획한 자연산 Wild caught, all natural</p>			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(454g)
<p>주로 튀김용으로 소비되는 오징어의 몸통과 다리 손질한 제품</p>	<p>튀김용 또는 선호에 맞게 조리(생오징어)</p>	<p>오징어, 물, 소금 (Squid, Water, Salt)</p>	<p>열량:110, 지방:2g, 콜레스테롤:280mg, 나트륨:50mg, 탄수화물:3g, 단백질:17g</p>
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		N/A	중국
중량 및 포장	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
454g, frozen chunk	\$5.99/6,589원	N/A	Top Catch, Inc.
<p>인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등</p>			<p>이력추적제 사용여부 traceability</p>
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	없음	

태평양 대구

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
Pacific cod			
상품 문구 keyword			
Marinated Tuscan Roasted Garlic (토스카나 구운 마늘 양념에 재운 것)			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(170g)
미국인들이 주로 소비하는 흰 살 생선인 대구 스테이크제품	오븐에서 21~26분간조리	태평양대구, 물, 유채유, 마늘, 붉은고추, 소금, 흑후추, 전분 (Pacific Cod, Water, Canola oil, Garlic, Red bell pepper, sea salt, black pepper, corn starch)	열량:220, 지방:8g, 콜레스테롤:50mg, 나트륨:480mg, 탄수화물:10g, 단백질:29g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
20%		USA	USA
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
340g, 2 fillets	\$9.99/10,989원	N/A	Lucerne Foods, Inc.
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	2012년 5월까지	


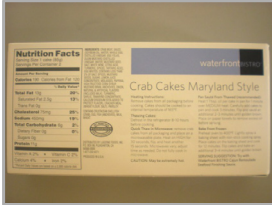

양념새우와 국수

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
P.F.Chang's Shrimp Lo Mein			
상품 문구 keyword 간장양념한 새우, 박초이, 버섯, 셀러리와 당근, 국수 Shrimp with a sesame soy sauce, bok choy, mushrooms, celery, carrots and noodles			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(312g)
미국의 유명 외식체인인 P.F.Chang의 상표를 사용한 아시안 스타일 즉석제품	전자레인지 10~14분, 프라이팬에서 9분간 조리	로메인국수, 새우, 버섯, 박초이, 물, 당근, 셀러리, 닭고기수프, 간장, 유채유 (Lo mein noodles, shrimp, mushrooms, bok choy, water, carrots, celery, chicken broth, soy sauce, canola oil)	열량:360, 지방:12g, 콜레스테롤:45mg, 나트륨:1550mg, 탄수화물:40g, 단백질:22g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
10%		N/A	USA
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
623g	\$8.99/9,889원	N/A	유니레버 Unilever
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	2012년 1월까지	




흰살생선(명태) 튀김 도시락세트

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
Healthy Choice Lemon Pepper Fish			
상품 문구 keyword 빵가루입힌 피레트, 볶음밥, 브로콜리, Breaded White Fish Fillet with Rice Pilaf, Broccoli Florets-Complete Meals			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(303g)
생선튀김, 밥, 야채가 곁들여진 즉석 간편식품	전자레인지 5~6분 가열, 오븐 30분 가열	빵가루 입힌 명태, 쌀, 브로콜리, 사과, 물, 마늘가루, 설탕, 소금 (Breaded Pollock, Rice, Broccoli, Apple, Water, Garlic powder, sugar, salt)	열량:300, 지방:5g, 콜레스테롤:25mg, 나트륨:360mg, 칼륨:480mg, 탄수화물:49g, 단백질:14g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
20%		N/A	USA
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
303g, 1피레트	\$3.00/3,300원	N/A	ConAgra Foods
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	2012년 2월까지	



게살케이크

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
게살케이크 (메린랜드스타일) Crab Cakes Maryland Style			
상품 문구 keyword Ready to cook, Flash-Frozen, Lump Crab Meat			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(85g)
레스토랑에서 주로 판매되고 미국인들이 좋아하는 게살케이크(Crab Cake)의 즉석 간편 요리제품	오븐 12분 가열, 프라이팬 3분 조리	게살, 소스, 설탕, 레몬즙스, 파프리카, 파슬리 (Crab Meat, sauce, sugar, lemon juice, paprika, parsley)	열량:190, 지방:13g, 콜레스테롤:75mg, 나트륨:450mg, 탄수화물:6g, 단백질:11g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
30%		N/A	USA
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조자	판매자
170g, 2개들이	\$8.49/9,339원	N/A	Lucerne Foods, Inc.
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항


생선튀김(아동용)

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
Eating Right Kids Fish Sticks			
상품 문구 keyword	단백질 함량 높아요 Uniting flavor&nutrition high in protein		
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(170g)
빵가루를 입힌 즉석 생선튀김제품으로 디즈니 만화캐릭터를 사용하여 아이들에게 어필	전자레인지 3~4분 가열, 오븐 35~40분 가열	옥수수, 명태, 소금, 유채유, 물 (Corn, Pollock, salt, canola oil, water)	열량:260, 지방:8g, 콜레스테롤:35mg, 나트륨:480mg, 탄수화물:31g, 단백질:14g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
5%		USA	USA
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
170g, 1 플라스틱용기	\$2.00/2,200원	N/A	Lucerne Foods
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	2011년 12월까지	

게맛살

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
Crab Classic			
상품 문구 keyword			
Crab-flavored seafood, made from surimi			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(85g)
캘리포니아를 통해 미국인들에게 친숙해진 게맛살제품	각종 요리에 사용가능	명태, 물, 설탕, 전분 (Pollock, water, sugar, potato starch)	열량:80, 지방:0g, 콜레스테롤:15mg, 나트륨:450mg, 탄수화물:11g, 단백질:8g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
5%		USA	USA
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
340g	\$4.99/5,489원	Trans Ocean Products	Trans Ocean Products
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장보관	2011년 6월까지	



훈제 알래스카연어(자연산)

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
Wild Alaskan Smoked Salmon			
상품 문구 keyword			
Lemon Pepper Sockeye Ready to enjoy			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(56g)
훈제연어 양념제품	조리 필요 없음	자연산연어, 소금, 레몬후추, 자연목 연기 (Wild salmon, salt, lemon pepper rub, natural hardwood smoke)	열량:90, 지방:4.5g, 콜레스테롤:35mg, 나트륨:720mg, 탄수화물:0g, 단백질:11g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		USA	USA
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조자	판매자
113g	\$7.99/8,789원	Ocean Beauty Seafoods	Ocean Beauty Seafoods
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
훈제	냉장보관	2011년 4월까지	

샌드위치용 참치

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
StarKist Tuna Salad			
상품 문구 keyword			
Sandwich-Ready Chunk Light			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(85g)
브랜드인지도가 높고 간편한 샌드위치용 제품	빵이나 크래커와 같이 이용	라이트참치, 물, 콩기름, 셀러리 (Light Tuna, water, soybean oil, celery)	열량:100g, 지방:3.5g, 콜레스테롤:30mg, 나트륨:370mg, 탄수화물:4g, 단백질:13g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
50%		N/A	Ecuador
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
85g	\$1.89/2,079원	N/A	Starkist Co.
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온보관	2013년 8월까지	



참치 도시락

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
StarKist Lunch To-Go			
상품 문구 keyword			
Fresher tasting Albacore tuna in water			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(116g)
참치, 크래커, 마요네즈, 스푼, 냅킨이 포함된 즉석 간편 스낵제품	같이 들어있는 크래커와 함께 이용	가다랑어 참치, 크래커, 마요네즈, 단무, 박하 (Albacore tuna, crackers, mayonnaise, sweet relish, mint)	열량:250, 지방:10g, 콜레스테롤:35mg, 나트륨:650mg, 칼륨:250mg, 탄수화물:20g, 단백질:19g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
50%		N/A	에쿠아도르 Ecuador
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
116g	\$3.49/3,839원	N/A	StarKist Co
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온보관	2012년 6월까지	

다진 조개살

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
Chicken of the Sea Chopped Clams			
상품 문구 keyword			
The Best Clams			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(56g)
간편한 조갯살 통조림 제품	각종 요리의 재료로 사용	조개와 조개즙, 물, 소금, 설탕 (Clams and Clam juice, water, salt, sugar)	열량:25, 지방:0g, 콜레스테롤:10mg, 나트륨:350mg, 탄수화물:2g, 단백질:4g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
20%		N/A	베트남 Vietnam
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
184g	\$1.99/2,189원	N/A	Chicken of the Sea
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온보관	2013년 11월까지	

혼제굴

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
Pacific Pearl Smoked Oysters			
상품 문구 keyword			
97% Fat Free 천연수 담금			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(85g)
혼제굴 통조림제품	기호에 맞게 조리	혼제굴, 물, 소금 (Smoked oysters, water, salt)	열량:120, 지방:3g, 콜레스테롤:55mg, 나트륨:400mg, 탄수화물:10g, 단백질:12g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
20%		N/A	중국 China
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
106	\$2.19/2,409원	N/A	Chicken of the Sea
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온보관	2013년 6월까지	

품목별 경쟁국 제품 비교

조미김

구 분	한국산	현지국산	경쟁국1(일본산)	경쟁국2(중국산)
품 종		없음		
품 질*	뛰어남		뛰어남	보통
가 격	적당함		비싸다	싸다
시장점유	높음		높음	높지 않음
유통시기	연중		연중	연중
계절수요	없음		없음	없음
소비특징	주로 밥반찬으로 소비		주로 스시용으로 소비	밥반찬 및 스시용
제품단가				
해당매장의 제품점유율	70%		20%	10%
한국산 경쟁력 (SWOT)	S : 품질이 높음 W : 중국산에 비해 높은 가격 O : 미국인들의 김에 대한 인지도 증가추세 T : 중국산의 품질개선추세			

어육

구 분	한국산	현지국산	경쟁국1(일본산)	
품 질*	뛰어남	뛰어남	뛰어남	
가 격	적당함	싸다	비싸다	
시장점유	매우 높음	높지 않음	낮음	
유통시기	연중	연중	연중	
계절수요	가을, 겨울	가을, 겨울	가을, 겨울	
소비특징	반찬용, 김밥용	반찬용	튀김 및 국용	
해당매장의 제품점유율	70%	20%	10%	
한국산 경쟁력 (SWOT)	S : 품질이 높다 W : 품질편차가 크다 O : 일본방사능사고로 인한 제품대체기회 T : 현지생산제품			

오징어(냉동)

구 분	한국산	현지국산	경쟁국1(뉴질랜드산)	경쟁국2(아르헨티나산)
품 종		없음		
품 질*	매우 뛰어남		뛰어남	보통
가 격	적당함		비싸다	적당함
시장점유	높음		높지 않음	높지 않음
유통시기	연중		연중	연중
계절수요	연중		연중	연중
소비특징	볶음, 무침, 튀김		볶음, 무침, 튀김	볶음, 무침, 튀김
제품특징	육질이 연함		육질이 질김	육질이 질김
해당매장의 제품점유율	30%		40%	30%

게맛살

구 분	한국산	현지국산	경쟁국1(일본산)	경쟁국2(중국산)
품 질*	뛰어남	뛰어남	뛰어남	보통
가 격	적당함	적당함	비싸다	싸다
시장점유	높음	높지 않음	낮음	높음
유통시기	연중	연중	연중	연중
계절수요	연중	연중	연중	연중
소비특징	김밥용, 반찬용	스시용	김밥용, 반찬용	김밥용, 반찬용
해당매장의 제품점유율	60%	10%	10%	20%
한국산 경쟁력 (SWOT)	S : 높은 품질 W : O : 미국인들의 캘리포니아를 소비증가 T :			

굴(냉동)

구 분	한국산	현지국산	경쟁국1(일본산)	경쟁국2(중국산)
품 종		없음		
품 질*	매우 뛰어남		뛰어남	별로
가 격	비싸다		비싸다	싸다
시장점유	매우 높음		높음	낮음
유통시기	연중		연중	연중
계절수요	가을, 겨울		가을, 겨울	가을, 겨울
소비특징	굴전, 김장용		굴전, 김장용	굴전, 김장용
제품특징	알이 굵다		알이 보통크기	알이 작다
해당매장의 제품점유율	60%		10%	30%
한국산 경쟁력 (SWOT)	S : 높은 품질 W : 높은 가격 O : 일본방사능사고로 대체효과 T : 한국해역이 오염될 경우 위험			

넙치

구 분	한국산	현지국산	경쟁국1	경쟁국2
품 종			없음	없음
품 질*	매우 뛰어남	보통		
가 격	매우 비싸다	싸다		
시장점유	매우 높음	높음		
유통시기	연중	연중		
계절수요	가을, 겨울	가을, 겨울		
소비특징	횃감용	횃감, 매운탕		
제품특징	크기가 작고 육질이 쫄득함	크기가 크고 육질이 푸석함		
해당매장의 제품점유율	70%	30%		
한국산 경쟁력 (SWOT)	S : 높은 품질 W : 높은 가격 O : T :			

3. 유통업체 수산물 구매담당자 인터뷰

가. 아씨마켓(교포마켓)

- 방문일 : 2011.4.12
- 소속회사 : 아씨마켓
- 직위 : 생선부 매니저(신선, 냉동, 가공수산물 일체 취급)

수산물 시장 및 품목동향

- 수산물 시장 전반 경기는 경기침체와 함께 침체, 당분간 지속될 것으로 예상
- 수입산 수산물 시장은 품목과 규모 모두 조금씩 증가하는 추세임

수산물 수입 관련

- 주요 수입국 : 주로 뉴질랜드, 대만, 노르웨이임
- 수입산 소비는 연중 이루어지고 있으며, 한국산 일부 품목은 소비시기가 있음
- 일부 신선제품을 제외한 대부분이 수입산이며, 수입산은 향후에도 증가할 것으로 예상됨.
현재 수입산의 점유율은 수산물 전체로 보면 60~70%정도 일 것임

한국산에 대한 인식 및 시장 확대방안

- 선호하는 원산지는 수입품목별로 다르며 품질과 가격의 구성이 관건임. 한국산의 경우 오징어, 꽁치, 낙지, 명게, 갈치 등 소규모 차별화제품 수입위주 유지될 것임
- 한국산 시장 확대를 위한 거래시 주 고려사항(중요도 순임)
 - ▶ 가격 : 적정가격을 통한 구매욕구 및 소비증대가 가장 중요
 - ▶ 품질 : 전반적인 한국산의 품질은 좋은 편임
 - ▶ 유통 : 운임비 등 단가상승이 문제
 - ▶ 브랜드 : 크게 중요치 않음
 - ▶ 프로모션 : 크게 중요치 않음

- 한국산에 대한 인식 : 한국산 대표 품목은 도루묵, 갈치라고 생각, 품질은 좋으나 포장이 떨어짐, 가격은 높은 편임. 한국산 브랜드나 원산지는 몇몇 품목을 제외하고는 별로 중요하게 생각지 않음
- 한국산의 유통매장 프로모션은 일회성 홍보용 행사보다는 가격개선을 통한 장기적인 소비확대 전략이 필요
- 한국산과 경쟁하는 국가 : 중국

나. 한남체인(교포마켓)

- 방문일 : 2011.4.14
- 소속회사 : 한남체인
- 직위 : 생선부 이사(신선, 냉동, 가공수산물 일체 취급)

수산물 시장 및 품목동향

- 수산물 시장경기는 일반시장경기에 비해 양호한 편, 당분간 침체가 지속될 것으로 예상
- 수입산 수산물 시장 품목과 규모 모두 조금씩 증가하는 추세
- 수입수산물 관련
 - ▶ 주요수입국: 중국, 한국, 베트남, 인도
 - ▶ 수입산의 소비는 연중 소비되는 편이며 일부품목은 제철 소비시기가 있음
 - ▶ 자국산과 수입산의 소비비율은: 일부 신선제품을 제외한 많은 제품이 수입산이며 향후에도 증가예상. 현재 시장의 수입산 점유율은 수산물 전체로 볼 때 70~80%정도
 - ▶ 선호하는 원산지는 품목별로 다름. 품질과 가격의 조합이 관건
 - ▶ 수입 품종 : 오징어, 고등어, 도미, 꽃게 등 규모증가 예상

한국산에 대한 인식 및 시장 확대방안

- 한국산 시장 확대를 위한 거래시 주 고려사항
 - ▶ 가격 : 적정가격을 통한 구매욕구 및 소비증대가 가장 중요
 - ▶ 품질 : 전반적인 한국산의 품질은 좋은 편임
 - ▶ 프로모션 : 매장 내 시식홍보행사가 판매에 많은 도움이 됨

- ▶ 브랜드 : 일본산 수산물 위기에 따른 브랜드 강화 필요
- ▶ 유통 : 다른 수입산과 비슷하므로 크게 중요치 않음
- 한국산에 대한 인식
 - ▶ 한국산 대표 품목 : 오징어, 멸치
 - ▶ 한국산의 품질 및 가격 : 품질은 좋으나 포장이 떨어짐, 가격은 시기에 따라 다르나 일반적으로 적정함
 - ▶ 한국산의 브랜드나 원산지에 대한 의견 : 일본 수산물 위기로 인해 한국의 브랜드 가치가 올라갈 것으로 보임
 - ▶ 한국산 유통매장 프로모션에 대한 의견 : 자주 실시했으면 좋겠으나 비용부담이 큼
 - ▶ 한국산과 경쟁하는 국가: 중국

다. 해태(교포마켓)

- 방문일 : 2011.4.14
- 소속회사 : 해태
- 직위 : 구매부 과장(냉동, 가공수산물 다수 취급)

수산물 시장 및 품목동향

- 수산물 시장 경기는 일반시장경기와 동반침체, 기후변화로 인한 어획량감소+유가상승으로 인한 침체 예상
- 수입산 수산물 시장은 예년과 비슷한 추세
- 주 수입국 : 중국, 한국, 동남아
- 수입산의 소비는 냉동 및 가공식품으로 연중 소비되는 편임
- 냉동 및 가공제품의 경우 80%이상이 수입산이며 향후에도 증가예상, 수산물 전체로 볼 때 70~80%정도가 수입산임
- 소비자신뢰도가 높은 일본산과 한국산을 선호했으나 방사능 사고로 동남아산 선호 예상
- 수입산중 고등어, 굴, 김 등 규모 증가 예상

☐ 한국산에 대한 인식 및 시장 확대방안

- 한국산 시장 확대를 위한 거래시 주 고려사항(중요도 순서임)
 - ▶ 가격 : 적정가격을 통한 구매욕구 및 소비증대가 가장 중요
 - ▶ 품질 : 전반으로 한국산의 품질은 좋은 편이나 품질대비 가격이 높음
 - ▶ 프로모션 : 매장 내 시식홍보행사는 많이 할수록 도움이 됨
 - ▶ 브랜드 : 일본산 수산물 위기에 따른 브랜드강화 필요
 - ▶ 유통 : 다른 수입산과 유통이 비슷하므로 크게 중요치 않음
- 한국산에 대한 인식
 - ▶ 한국산 대표 품목 : 오징어, 김
 - ▶ 한국산의 품질 : 품질과 포장모두 양호함
 - ▶ 그 품목의 가격 : 중국산에 비해 20%가량 비싼 편임
 - ▶ 한국산의 브랜드나 원산지 현재까지는 타 수입산에 비해 경쟁력을 가지고 있음
 - ▶ 한국산 유통매장 프로모션 : 자주 실시했으면 좋겠으며 이에 대한 지원이 필요
 - ▶ 한국산과 경쟁하는 국가 : 중국, 베트남

라. H-Mart(교포마켓)

- 방문일 : 2011. 4.18
- 소속회사 : H 마트
- 직위 : 생선부 매니저(신선, 냉동, 가공수산물 일체 취급)

☐ 수산물 시장 및 품목동향

- 수산물 시장 경기 : 일반시장경기침체 및 방사능사고로 가격상승, 당분간 위축예상
- 수입산 수산물 시장 동향 : 경기침체로 예년과 비슷하거나 품목은 조금 축소전망
- 주 수입국 : 중국, 한국, 대만, 뉴질랜드, 칠레
- 수입산의 소비는 연중 소비되는 편이나 일반적으로 가을, 겨울에 많이 소비됨
- 자국산과 수입산의 소비비율은 전체 수산물 판매 중 70% 이상이 수입산이며 향후에도 비슷할 것으로 예상, 현재 시장의 수입산 점유율은 수산물 전체로 볼 때 70%정도

- 선호하는 원산지 : 품목에 따라 다르나 보통 한국, 남미산을 선호
- 수입 품종 및 그 규모는 앞으로 방사능 사고여파로 일본 및 한국산이 줄어들 것

☐ 한국산에 대한 인식 및 시장 확대방안

- 한국산 시장 확대를 위한 거래시 주 고려사항(중요도 순)
 - ▶ 가격 : 적정가격을 통한 구매욕구 및 소비증대가 가장 중요
 - ▶ 품질 : 전반적인 한국산의 품질은 좋은 편이나 품질대비 가격이 높음
 - ▶ 브랜드 : 일본산 수산물 위기에 따른 브랜드강화필요
 - ▶ 프로모션 : 매장 내 시식홍보행사는 많이 할수록 도움이 됨
 - ▶ 유통 : 다른 수입산과 유통이 비슷하므로 크게 중요치 않음
- 한국산에 대한 인식
 - ▶ 한국산 대표 품목 : 광어, 오징어
 - ▶ 한국산의 품질 : 품질은 좋으나 포장개선이 필요함
 - ▶ 그 품목의 가격: 비싼 편임
 - ▶ 한국산의 브랜드나 원산지 : 소비자들이 선호하나 최근 들어 우려가 있음
 - ▶ 한국산 유통매장 프로모션 : 자주 실시했으면 좋겠으며 이에 대한 지원이 필요
 - ▶ 한국산과 경쟁하는 국가 : 중국, 대만

마. 자연나라(교포마켓)

- 방문일 : 2011. 4.19
- 소속회사 : 자연나라
- 직위 : 구매부 매니저(냉동, 가공수산물 일체 취급)

☐ 수산물 시장 및 품목동향

- 요즈음 수산물 시장 경기 : 일반수산물은 침체이나 가공수산물은 증가 예상
- 수입산 수산물 시장 동향 : 전체적으로 비슷하나 일부 품목의 경우 규모가 증가
- 주수입국 : 한국, 중국

- 수입산의 소비는 : 연중 소비되는 편임
- 자국산과 수입산의 소비비율 : 전체 취급 수산물 판매량 중 80% 이상이 수입산이며 향후에도 비슷할 것으로 예상, 현재 시장의 수입산 점유율은 수산물 전체로 볼 때 70%도
- 선호하는 원산지는 품목에 따라 다르나 보통 한국산을 선호, 소비자가 주로 한국교포
- 수입 품종 및 그 규모 : 주로 김, 구이용 생선을 수입하며 규모는 늘어날 것임

■ 한국산에 대한 인식 및 시장 확대방안

- 한국산 시장 확대를 위한 거래시 주 고려사항(중요도 순)
 - ▶ 품질 : 경쟁제품과 차별화되는 품질이 제일 중요
 - ▶ 브랜드 : 주류시장공략을 위해서는 브랜드확립이 중요
 - ▶ 가격 : 주류시장의 경우 제품과 브랜드가 뛰어나면 가격은 크게 문제되지 않음
 - ▶ 프로모션 : 매장 내 시식홍보행사는 많이 할수록 도움이 됨
 - ▶ 유통 : 주류시장공략을 위한 유통망확보가 중요
- 한국산에 대한 인식
 - ▶ 한국산 대표 품목 : 조미김
 - ▶ 한국산의 품질 : 품질은 좋으나 주류시장에 맞는 패키지개선이 필요함
 - ▶ 그 품목의 가격 : 적절한 수준임
 - ▶ 한국산의 브랜드나 원산지 : 아직까지는 제일 높은 편임
 - ▶ 한국산 유통매장 프로모션 : 자주 실시했으면 좋겠으며 이에 대한 지원이 필요
 - ▶ 한국산과 경쟁하는 국가 : 중국, 일본

4. 주요 수산물 업체 사이트

업 체 명	웹 사 이 트	주요 취급어종
Seafarers, Inc.	www.seafarers.biz	참치, 도미, 방어
All American Seafoods, Inc.	www.sellufishman.com	수산물 일체
All Seas Wholesale, Inc.	www.allseaswholesale.com	굴, 조개, 연어, 광어, 도미, 참치, 문어, 새우, 게
Anthony Seafoods LLC	www.anthonysseafoods.com	새우, 광어, 오징어, 연어, 도미
Ocean Group		수산물 일체
Ocean Crystal Seafood	www.oceancrystalseafood.com	수산물 일체
True World Foods, Inc.	www.trueworldfoods.com	수산물 일체
Seven Seas Seafoods, Inc.	www.7seafood.com	오징어, 도미, 참치, 농어
American Fish&Seafood Co.	www.americanfish.com	수산물 일체
Pacific American Fish Co.	www.pafco.net	수산물 일체
Caviar & Caviar USA	www.caviarmerchant.com	캐비어, 훈제제품
Crocker & Winsor Seafoods	www.crockerwinsor.com	냉동대구, 광어, 고등어, 굴
Northern Fisheries Ltd	www.northernfisheriesltd.com	수산물 일체
Providence Bay Fish Company	www.providencebay.com	오징어, 아구, 장어, 고등어



캐나다

수산물 소비트렌드



1. 시장 동향 및 소비 동향, 특징

가. 캐나다 수산물 생산 및 수산물 시장규모

- ❑ 캐나다해역에서는 160종이 넘는 수산물을 어획 또는 양식하고 있음. 캐나다의 수산업체들은 최근에는 건강식품 분야에 주력하고 있으며 오메가3 등 다양한 식단조절 대체품 개발에도 힘쓰고 있음
- ❑ 캐나다는 수산물에서 연간 \$50억 달러 생산함. 130,000명 이상의 종사인구가 있음
- ❑ 캐나다는 세계에서 7번째로 큰 수산물 수출국이며, 2009년 기준 \$30.9억 달러의 수산물을 수출하였음. 수출국으로는 미국이 가장 큰 비중을 차지하며, 다음으로 유럽, 일본 그리고 중국 순임. 주 어종은 연어, 청어, 새우, 대구, 계, 바닷가재, 대구 등임

<수 출>

주요 수출국가	2009		2010	
	수출량(kg)	수출액(C\$)	수출량(kg)	수출액(C\$)
미 국	319,358,354	2,333,181,960	342,942,825	2,440,454,110
유 럽	135,545,409	551,946,056	141,606,620	576,276,713
일 본	31,337,319	263,728,002	40,607,091	301,016,985
동남아시아	96,637,924	429,543,314	110,535,960	529,138,657
중남미	19,849,001	57,678,538	20,323,127	54,779,898
계	602,728,007	3,636,077,870	656,015,623	3,901,666,363

자료 : FISHERIES AND OCEANS CANADA

- 수입 : 캐나다 수산제품의 수입량은 연간 약 \$20억 달러가 넘으며, 최대 수입국은 미국, 유럽, 중남미, 일본 그리고 동남아 국가 순임. 주 수입 제품으로는 대구, 넙치, 새우, 바닷가재, 연어 등이 있음

<수 입>

주요수입국가	2009		2010	
	수출량(kg)	수출액(C\$)	수출량(kg)	수출액(C\$)
미 국	182,226,902	831,252,105	180,269,018	890,399,101
유럽(EU)	13,110,501	56,453,593	18,398,392	65,092,479
그 외 유럽국가	18,828,437	105,220,884	16,221,737	90,429,705
중남미	85,491,308	281,705,406	92,205,631	281,579,593
일 본	3,704,724	22,584,626	1,866,471	21,521,519
동남아시아	184,635,142	1,063,262,265	194,719,265	1,041,874,308
계	487,997,014	2,360,478,879	503,680,514	2,390,896,705

자료 : FISHERIES AND OCEANS CANADA

■ 수산물 생산

- 수산물 총생산량 중 어획을 통한 생산량은 85%에 이르며, 이중 갑각류인 바다가재, 게, 새우 등이 67%를 차지하고 있음. 또한 조개, 청어, 연어, 송어 등이 그 뒤를 잇고 있음. 2009년도 캐나다 수산물 총생산량은 1,173,393톤이었으며, 이는 전년도와 비슷한 수준임
- 캐나다의 양식업은 점차 늘고 있는 추세이며 가장 주목할 만한 제품들은 양식 연어, 송어, 굴, 홍합 조개 등임. 또한 신규 종으로는 대구, 넙치 등이 진행 중

<어획량>

(단위: 톤)

	2007	2008	2009
태평양 (Sea Fisheries)	767,573	785,173	815,903
대서양(Sea Fisheries)	157,185	154,066	171,019
민물(Freshwater)	31,380	31,063	32,302
Total	956,138	970,302	1,019,224

자료 : FISHERIES AND OCEANS CANADA

<양식량>

(단위: 톤)

양식업	분류	2007	2008	2009
어류(Fin fish)	연어	102,509	104,075	100,220
	송어	5,044	7,785	7,000
	기타 어류	7,745	1,177	1,641
패류(Shellfish)	조개류	1,869	1,628	1,739
	굴	11,065	8,989	8,477
	홍합	23,835	19,927	20,912
	가리비	168	285	403
	기타 패류	241	131	152
뉴펀들랜드(Newfoundland)		(포함됨)	11,545	13,625
Total		152,475	155,546	154,169

자료 : FISHERIES AND OCEANS CANADA)

나. 수산물 시장 소비 특징, 소비동향

☐ 1인당 수산물 소비량

(단위: kg)

	신선, 냉동제품	가공제품	패류	담수어	합계
2005	3.70	2.90	1.91	0.47	8.98
2006	3.48	2.88	1.86	0.50	8.73
2007	4.02	2.68	1.57	0.55	8.82
2008	3.55	2.31	1.37	0.54	7.76
2009	3.51	2.51	1.27	0.53	7.81

자료 : Statistics Canada

☐ 소비 동향

- 캐나다에서는 지속적으로 수산물 소비 계층이 확대되고 있으며, 웰빙 라이프의 일환으로 육류보다는 수산물에 대한 홍보가 적극적으로 이루어지고 있어서, '05년대비 '09년 1인당 수산물소비량은 감소하였으나, 해양수산청 자료에 따르면 중장년층에서의 수산물 소비는 늘어나고 있음

☐ 소비 특징

- 특히 한인마켓에서는 대용량(BULK) 제품보다는 깔끔하고 제품 설명이 잘 되어 있는 포장 제품 소비가 증가하고 있으며, 코스트코(Costco), 세이프웨이(Safeway), 세이브온 푸드(Save on Food), 슈퍼스토어(Super Store) 등 대형유통업체 체인의 수산물 코너에서 소비자들이 주로 구매하고 있음

☐ 소비량 대 수입산 비중

- 캐나다는 수산물의 수입과 수출이 모두 활발한 국가로서 전체 소비량에서 수입산이 차지하는 비율은 약 35~45%정도임
- 수입산 수산물이 지속적으로 유지 및 증가되고 있는 시점에서 가장 중요한 쟁점으로 떠오르는 사안은 바로 위생 및 품질 문제임. CFIA(캐나다 식약청)은 수입산 수산물에 대한 규제를 더욱 강화하고 있으며, 특히 근래 일본 원전사태로 인해 수시로 일본산에 대한 안전조치를 공표하고 있음

☐ 신선소비 대 냉동제품

- 캐나다인들이 주로 선호하는 어종은 대구, 연어, 명태, 가자미(Sole) 등이며 이는 주로 스테이크나 피레트(Fillet)용으로 냉동 가공되어 유통되고 있고, 이외에 냉동 새우, 게맛살 등이 주로 소비되고 있음
- ▶ 신선제품을 선호여 바다가재, 게, 굴, 홍합 등을 제외한 대부분의 수산물은 냉동유통됨

다. 수산물 계절별 소비 행태 및 품목

- ☐ 캐나다의 경우 수산물은 연중 꾸준히 소비되지만, 추수감사절, 크리스마스 시즌 등에는 새우, 바다가재 등의 소비가 늘어나며, 한인 마켓의 경우 여름철 야외 시즌에는 주로 썬치, 새우 등의 소비가 늘어남

	한국마켓	캐나다 주류마켓
봄	조개살, 황태, 주꾸미	랍스터, 넙치(Halibut)
여름	썬치, 새우, 민어	바닷가재, 게, 민어, 연어
가을	굴비, 참조기, 도미	연어, 사카이 연어, 홍합, 송어
겨울	동태, 전복, 굴, 고등어	바사(메기), 새우, 대구
사계절	고등어, 오징어, 멸치, 새우	게맛살 가공제품, 새우, 연어

자료 : 마켓 인터뷰 & 도매업체 담당자 인터뷰

라. 한국산 수산물 유통 및 소비 동향

☐ 유통

- 주로 한인 도매상을 통해 한인마켓으로 유통됨. 주류 마켓에서는 한국 제품을 거의 보기 힘들고 중국 및 아시아계 마켓에는 고등어, 썬치, 오징어 등이 소량 공급되고 있음
- 한인마켓에서 건어물, 냉동생선 포장제품 등은 꾸준히 인기 있는 제품으로 마켓 상황, 계절, 명절 등에 맞춰서 해당제품들이 수입·유통되고 있음. 오징어나 고등어의 경우는, 산지 직송으로 컨테이너 베이스로 주로 수입되며, 한인 도매업체가 직접 수입하는 경우가 있고, 중국 및 일본 도매상을 통해 수입하는 경우도 있음
- 캔류 제품을 포함한 모든 생선 제품에 대한 표시사항(Label) 규정이 강화되어, 유통 시 수입제품은 기본적으로 캐나다 식약청의 기본 사항을 준수하고 부착하여야 하며, 필요할 시 식약청의 검사를 통과한 후 판매가 가능함

☐ 소비동향

- 황태, 건오징어 : 인기품목이지만 식약청(CFIA) 검사가 까다롭고, 단가가 매우 높아서 소비량이 많지는 않은 편임. 하지만 한인 마켓에서 꾸준한 수요가 있기 때문에 가격만 조정된다면 향후 판매량이 더욱 증가할 것임
- 젓갈류 : 이 또한 식약청 검사가 까다로운 제품으로, 식약청 검사 시 살모넬라 등 세균검사와 히스타민 수치에서 많이 거부당하는 품목임. 이러한 검사 항목에 대해 사전에 수출업체와 논의하고 캐나다 수출용으로 철저한 위생 및 HCCAP 규정 등을 거쳐서 수입을 한다면 점차 문제점을 줄일 수 있을 것임
- 고등어, 물오징어 : 사계절 인기 품목으로, 특히 노르웨이 고등어와 뉴질랜드, 아르헨티나 오징어는 최근 가격이 많이 오르고 있음에도 불구하고 꾸준히 한인마켓에 유통되고 있는 상황임




마. 수산물 외식 동향

☐ 수산물 프랜차이즈 외식 업체


- Red Lobster Seafood Restaurant와 Joey's Restaurant가 있음
- Big Daddy's Crabshack & Oyster Bar 외식으로 인기 있는 제품들은 바닷가재, 대게, 새우, 연어 요리이지만 가격대가 높은 것이 단점임. 최근 건강식품으로 생선요리가 이슈가 되고 있는 바, 많은 캐나다인들이 즉석 냉동제품에 관심을 가져 판매가 증가하고 있는 추세임

2. 인기 수산제품



명태 피레트 튀김(곡물가루입힘)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
High Liner Healthy Bake-MultiGrain			
상품 문구 keyword			
Multi Grain with Omega 3 DHA			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(369g)
캐나다에서 흔히 사용되는 명태를 이용한 생선 필레 튀김 제품-저지방 건강 식품	오븐에서 8~10분	명태피레트, 물, 밀빵가루, 밀가루, 우유, 소금, 간장, 계란, 이스트, 색소 (Pollock Fillet, Water, Wheat Crumb, Flour, Milk, Salt, Soy Sauce, Egg, Yeast, Colour)	열량 : 160 지방: 3.5g 콜레스테롤: 40mg 나트륨: 350mg 탄수화물 : 20g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
5%		Canada	Canada
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조자	판매자
500g/종이박스/10개	\$7.99/9,098원	High Liner Foods	High Liner Foods
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	미표시	



가자미 피레트 튀김(빵가루입힘)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
High Liner-Roasted Garlic&Herb -Sole			
상품 문구 keyword			
Seasoned Breaded Fillets w/Omega 3 DHA			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(369g)
빵가루를 입힌 가자미(Sole) 생선튀김	오븐에서 10분	가자미 피레트, 물, 밀 빵가루, 밀가루, 우유, 소금, 양념, 베이킹파우더, 유채유, 이스트, 색소 (Sole Fillet, Water, Wheat Crumb, Flour, Milk, Salt, Seasoning, Baking Powder, Canola Oil, Yeast, Colour)	열량 : 240 지방: 14g 콜레스테롤: 25mg 나트륨: 510mg 탄수화물: 19g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
10%		Canada	Canada
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
500g/종이박스-10개	\$7.99/9,098원	High Liner Foods	High Liner Foods
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	미표시	



게맛살

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Captains Choice Imitation Crab Meat			
상품 문구 keyword			
Alaska Pollock with Natural & Artificial Flavors-Flake Style			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(369g)
캐나다인에게 친숙한 명태살로 만든 게맛살 제품	샐러드, 샌드위치, 스시 및 롤에 주로 사용	명태, 물, 밀전분, 흰자, 설탕, 소금, 감자전분, 색소 (Alaska Pollock, Water, Wheat Starch, Egg White, Sugar, Salt, Potato Starch, Color)	열량 : 90 지방: 0g 콜레스테롤: 10mg 나트륨: 660mg 탄수화물 : 17g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
25%		USA	USA
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
454g/비닐팩	\$3.49/3,974원	Safeway Ltd.	Safeway Ltd.
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장보관	미표시	


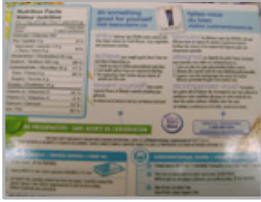
가다랑어 통조림

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Ocean's Flaked White Tuna			
상품 문구 keyword			
Albacore Flaked White Tuna in Water			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(369g)
캐나다인들이 즐겨먹는 참치의 간편 통조림제품	샌드위치, 샐러드 등 각종 요리에 사용	흰살참치, 물, 소금, 나트륨 White Tuna, Water, Salt, Sodium	열량 : 50 지방: 1g 콜레스테롤: 25mg 나트륨: 180mg 탄수화물 : 0g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
20%		대만	대만
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
184g, 알루미늄캔	\$2.99/3,404원	Ocean Fisheries Ltd.	Ocean Fisheries Ltd.
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온보관	2013. 02. 23.	

소크아이 연어(자연산)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Wild Sockeye Salmon			
상품 문구 keyword			
Seafood the way Nature made			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(369g)
캐나다인이 좋아하는 어종인 소크아이연어제품/ Ready to Eat (즉석가열요리)	오븐에 13~15분조리 후라이팬에 14~16분조리	소크아이 연어, 소금 Sockeye Salmon	열량 : 210 지방: 11g 콜레스테롤: 80mg 나트륨: 60mg 탄수화물 : 0g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
10%		캐나다	캐나다
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조자	판매자
454g, 비닐포장	\$14.99/17,070원	Aqua Star	Aqua Star
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	미표시	



새우와 통밀 파스타(채소가 곁들여진)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Stouffer's Lean Cuisine ShrimpAlfredo			
상품 문구 keyword			
Shrimp Alfredo with Whole Wheat Pasta & Vegetable			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(369g)
인기수산물인 새우가 들어간 즉석 파스타제품	전자레인지에서 6~8분	새우, 파스타 Shrimp, Pasta	열량 : 280 지방: 6g 콜레스테롤: 55mg 나트륨: 520mg 탄수화물: 38g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
15%		미국	미국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
283g, 플라스틱용기	\$4.89/5,570원	Nestle USA	Nestle Canada
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장보관	미표시	

고등어 자반

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
한국산 고등어			
상품 문구 keyword			
Salted Mackerel			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(369g)
한인마켓의 인기제품으로 간편한 포장의 구이용 제품	구이, 조림	고등어, 소금 Mackerel, Salt	열량 : 180 지방: 14g 콜레스테롤: 82mg 나트륨: 180mg 탄수화물 : 0.1g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
10%		한국	한국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조자	판매자
340g, 비닐포장	\$4.99/5,682원	동원푸드	자연나라
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	1년	

명태 피레트(양념)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Blue Water Grill Fillets			
상품 문구 keyword			
Garlic Butter 0 Trans Fat			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(369g)
저지방, 건강을 고려한 (Health Check) 제품-건강식품으로 인기	오븐에서 17~18분 조리후 샐러드 등과 곁들이거나 스테이크로 이용	명태 피레트, 물, 야채유, 우유, 소금, 옥수수전분, 마늘, 설탕, 매운맛향 (Pollock Fillets, Water, Vegetable Oil, Milk, Sea Salt, Corn Starch, Garlic, Sugar, Spice Flavor)	열량 : 90 지방: 3g 콜레스테롤: 40mg 나트륨: 380mg 탄수화물 : 0g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
10%		Canada	Canada
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
215g, 비닐포장 2piece	\$4.99/5,682원	Blue Water, Seafoods	Blue Water, Seafoods
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	미표시	

품목별 경쟁국산 비교

조미김

구 분	한국산	현지국산	경쟁국1(일본산)	경쟁국2(중국산)
품 종		없음		
품 질*	뛰어남		뛰어남	별로
가 격	적당함		비싸다	싸다
시장점유	높음		높음	낮음
유통시기	연중		연중	연중
계절수요	없음		없음	없음
소비특징	반찬, 김밥용 스낵용		주로 스시용으로 소비	밥반찬 및 스시용
제품특징	다양한 맛, 올리브유, 포도씨유 등 프리미엄제품		기름이 적고 깔끔함	
해당매장의 제품점유율	80%		15%	5%
한국산 경쟁력 (SWOT)	S : 품질이 높음 W : 가격경쟁심화 O : 캐나다인들의 김에 대한 인지도 증가추세 T : 중국산의 품질개선추세			

오징어

구 분	한국산	현지국산	경쟁국1(아르헨티나산)	경쟁국2(뉴질랜드산)
품 종	ilex	없음	ilex	ilex
품 질*	뛰어남		뛰어남	뛰어남
가 격	보통		높음	매우 높음
시장점유	높음		높음	낮음
유통시기	가을, 겨울		여름	연중
계절수요	겨울, 봄		연중	연중
소비특징	가정에서 요리용		식당재료용	가정용
제품특징	크기가 작고 맛이 좋음		크기보통	크고 질긴 편
해당매장의 제품점유율	50%		30%	10%
한국산 경쟁력 (SWOT)	S : 높은 품질 W : O : T :			

멸치

구 분	한국산	현지국산	경쟁국1(일본산)	경쟁국2(베트남산)
품 종		없음		
품 질*	뛰어남		보통	보통
가 격	높음		적당함	싸다
시장점유	매우 높음		매우 낮음	낮음
유통시기	연중		연중	연중
계절수요	연중		연중	연중
소비특징	볶음, 조림, 국물용		다시용	볶음, 조림용
제품특징	가격 높고 품질, 맛이 뛰어남		모양은 좋으나 맛이 약간 떨어짐	모양은 비슷하나 맛이 떨어짐
해당매장의 제품점유율	85%		5%	10%
한국산 경쟁력 (SWOT)	S : 높은 품질 W : 비싼 가격 O : T : 베트남산의 품질개선추세			

굴

구 분	한국산	현지국산	경쟁국1(일본산)	경쟁국2(산)
품 종				
품 질*	매우 뛰어남	뛰어남	뛰어남	
가 격	적당함	비싸다	비싸다	
시장점유	매우 높음	매우 높음	낮음	
유통시기	연중	가을, 겨울	연중	
계절수요	연중	가을, 겨울	가을, 겨울	
소비특징	횃감용, 김장용, 반찬	식당용	김장용, 기타	
제품특징	냉동굴	생굴	냉동굴	
해당매장의 제품점유율	90%	5%	5%	
한국산 경쟁력 (SWOT)	S : 높은 품질 W : O : 일본 방사능사고로 인한 기회 T :			

고등어

구 분	한국산	현지국산	경쟁국1(노르웨이산)	경쟁국2(산)
품 질*	보통	뛰어남	매우 뛰어남	
가 격	비싸다	적당함	비싸다	
시장점유	낮음	낮음	매우 높음	
유통시기	연중	연중	연중	
계절수요	연중	연중	연중	
소비특징	냉동구이용, 조림용	구이용, 조림용	구이용, 조림용	
제품특징	약간 비린내가 남	캐나다 동부산으로 신선	신선도 높음	
해당매장의 제품점유율	15%	15%	70%	
한국산 경쟁력 (SWOT)	S : 냉동 패키지 포장기술이 높다 W : 높은 가격 O : T :			

어묵

구 분	한국산	현지국산	경쟁국1(중국산)	경쟁국2(산)
품 질*	뛰어남	뛰어남	보통	
가 격	적당함	비싸다	적당함	
시장점유	높음	낮음	높지 않음	
유통시기	연중	연중	연중	
계절수요	연중	연중	연중	
소비특징	반찬용, 김밥용, 국	스시용, 반찬용	스시용, 반찬용	
해당매장의 제품점유율	80%	5%	15%	
한국산 경쟁력 (SWOT)	S : 높은 품질 W : O : T : 중국산제품			

3. 유통업체 수산물 구매담당자 인터뷰

가. T-Brothers Food& Trading Ltd.(교포유통업체)

- 방문일 : 2011. 4.18
- 소속회사 : T-Brothers Food& Trading Ltd
- 직위 : 수산물 담당 매니저
- 취급수산물 : 신선, 냉동, 가공수산물 일체

수산물 시장 및 품목동향

- 수산물 시장 경기는 : 지속적인 가격 상승으로 매출이 떨어지고 수산물 시장 경기도 매우 침체됨
- 수입산 수산물 시장 동향 : 규모는 약간 축소되었지만 품목은 늘어난 편
- 수입수산물 수입국은 주로 : 중국, 베트남, 미국, 한국
- 수입산의 소비는 주로 한인마켓판매, 일부 중국 도매상에 판매, 주로 냉동으로 연중 소비
- 자국산과 수입산의 소비비율은 : 수입산이 월등히 많음, 일부 신선제품 및 일식당용은 자국산도 소량, 현재 시장의 수입산 점유율은 90% 이상
- 선호하는 원산지는 : 한국, 일본, 미국 제품을 믿을 수 있음
- 수입 품종 및 그 규모는 앞으로: 품목은 꾸준히 늘어날 것으로 예상됨. 패키지제품의 경우 차별화된 신제품 개발의 필요성을 느낌

한국산에 대한 인식 및 시장 확대방안

- 한국산 시장확대를 위한 거래시 주 고려사항(중요도 순)
 - ▶ 가격 : 품질대비 적당한 가격이 관건
 - ▶ 품질 : 지속적으로 변치 않은 품질에 대한 신뢰도가 중요함
 - ▶ 프로모션 : 특히 신제품의 경우 프로모션이 가장 중요하다고 생각됨
 - ▶ 유통: 운임비 및 기간 등 가격과 품질에 영향을 미칠 수 있음
 - ▶ 브랜드 : 크게 주요치 않음

● 한국산에 대한 인식

- ▶ 한국산 대표 품목은 : 멸치, 김, 파래, 굴비, 굴
- ▶ 한국산의 품질은 어떤가 : 높음. 포장은 괜찮은 편이나 전체적으로 크기가 작은 편. 신선도는 냉동 보관이므로 크게 문제되지 않음
- ▶ 그 품목의 가격은 : 조금 높은 편임
- ▶ 한국산의 브랜드나 원산지에 대한 의견은 : 선호도가 지속적으로 높아지고 있음
- ▶ 한국산 유통매장 프로모션 : 계절별 적절한 제품에 대한 프로모션이 필요함
- ▶ 한국산과 경쟁하는 국가는 : 중국

나. 아씨마켓(교포마켓)

- 방문일 : 2011. 4.20
- 소속회사 : 아씨마켓
- 직위 : 대표
- 취급수산물 : 신선, 냉동, 가공수산물 일체

■ 수산물 시장 및 품목동향

- 요즘 수산물 시장 경기는 : 환경변화, 유가 상승으로 전반적으로 경기침체이지만, 한인들의 수산물 소비는 꾸준함
- 수입산 수산물 시장 동향은 : 예년과 비슷함
- 수입국은 주로 : 중국, 한국
- 수입산의 소비는 : 연중, 특정 제품은 자국 명절등과 같은 시기에 소비 동반 상승
- 자국산과 수입산의 소비비율은 : 대부분 수입산에 의존, 앞으로도 큰 변화는 없을 것으로 예상됨, 현재 시장의 수입산 점유율은 70~80% 정도
- 선호하는 원산지는 : 일본산, 한국산, 기존 이미지 및 인지도가 높음
- 수입 품종 및 그 규모는 앞으로 : 오징어, 고등어, 굴등의 지속적인 증가가 예상되나, 최근 방사능 여파로 해조류 등은 영향을 받을 것으로 보임

□ 한국산에 대한 인식 및 시장 확대방안

- 한국산 시장확대를 위한 거래 시 주 고려사항
 - ▶ 가격 : 타국 수입산과 경쟁 시 가격이 중요한 문제
 - ▶ 품질 : 제품의 품질은 시장에서 지속적으로 살아남기 위한 필수 조건
 - ▶ 프로모션 : 시식행사 등 홍보를 통한 시장 확대
 - ▶ 브랜드 : 크게 중요치 않음
 - ▶ 유통 : 단가 결정시 어느 정도의 영향은 있지만 크게 중요치 않음
- 한국산에 대한 인식
 - ▶ 한국산 대표 품목은 : 오징어, 김, 젓갈
 - ▶ 한국산의 품질은 : 상당히 높은 편. 다른 동남아 제품에 비해 포장 등이 뛰어난
 - ▶ 그 품목의 가격은 : 높은 편임
 - ▶ 한국산의 브랜드 : 중국, 베트남, 기타 동남아 국가에 비해 브랜드 이미지 높음
 - ▶ 한국산 유통매장 프로모션 : 더욱 활발한 행사와 공급자의 적극적인 지원이 필요함
 - ▶ 한국산과 경쟁하는 국가 : 중국, 동남아 국가

다. 이마트(교포마켓)

- 방문일 : 2011. 4.21
- 소속회사 : 이마트
- 직위 : 매니저
- 취급수산물 : 냉동, 가공수산물

□ 수산물 시장 및 품목동향

- 요즈음 수산물 시장 경기는 : 전반적인 경기 침체로 인해 소비량이 부쩍 줄어들었음
- 수입산 수산물 시장 동향은 : 점차 늘어나고 있음. 품목도 다양해짐
- 수입수산물 관련 수입국은 주로 : 중국, 한국
- 수입산의 소비는 어떻게 : 연중 꾸준한 편임
- 자국산과 수입산의 소비비율은 : 거의 수입산. 자국산은 철에 따라 소량

- 현재 시장의 수입산 점유율은 : 70% 정도
- 선호하는 원산지는 : 한국산, 고객들이 선호함
- 수입 품종 : 인기 품목은 지속적인 소비 예상됨. 규모는 더욱 커질 것으로 예상

■ 한국산에 대한 인식 및 시장 확대방안

- 한국산 시장확대를 위한 거래시 주 고려사항(중요도 순)
 - ▶ 품질 : 소비자에게 신뢰를 주기 위해 가장 필요한 사항
 - ▶ 가격 : 적절한 가격 책정이 중요한 요소
 - ▶ 프로모션 : 소비자에게 적극적인 접근을 통해 홍보해야 한다고 생각
 - ▶ 유통 : 타국산도 마찬가지이므로 그다지 중요치 않음
 - ▶ 브랜드 : 중요치 않음
- 한국산에 대한 인식
 - ▶ 한국산 대표 품목은 : 김, 동태, 오징어, 건어물
 - ▶ 한국산의 품질은 : 뛰어난. 포장도 우수한 편
 - ▶ 그 품목의 가격은 : 적당한 편
 - ▶ 한국산의 브랜드나 원산지 : 한국산에 대한 전체적인 이미지는 좋은 편이며, 브랜드에 대한 인지도는 적은 편임
 - ▶ 한국산 유통매장 프로모션 : 시식용품 지원, 샘플 지원을 통한 적극적인 프로모션이 필요하다고 생각됨
 - ▶ 한국산과 경쟁하는 국가는 : 중국, 일본

4. 주요 수산물 업체 사이트

업체명	웹사이트	주요취급품목
[공급자]		
Pasco Seafood Enterprises	http://www.pascoseafood.com	연어, 대구, 새우, 게
Louisbourg Seafoods	http://www.louisbourgseafoods.ca	각종 수산물
Alliance Seafood	http://www.allianceseafood.ca	홍합, 조개, 바다가재, 대구
North Delta Seafoods Ltd.	http://www.ndseafoods.com	명태, 청어, 캐비어, 새우
Aero Trading Co. Ltd.	http://www.aerotrading.ca	연어, 청어, 넙치, 게, 참치
Clearwater Seafoods Ltd.	http://www.clearwater.ca	바다가재, 게, 새우, 가리비, 마사고
Aqua Star	http://www.aquastar.com	연어, 게, 오징어, 가리비
[가공업체]		
Ocean Fisheries	http://www.oceanfish.com	참치, 연어, 조개
Blue Water Seafoods	http://www.bluewater.ca	대구, 명태, 새우
High Liner	http://www.highliner.com	각종 수산물



태 국

수산물 소비트렌드

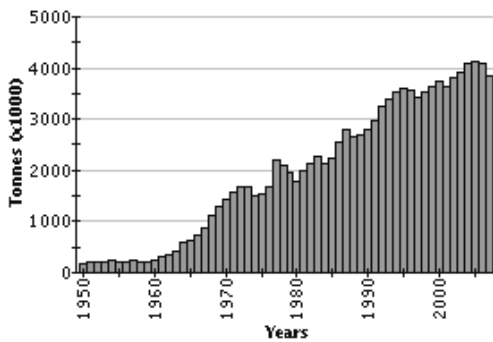


1. 수산물 일반 동향

가. 수산물 생산 및 수출입동향

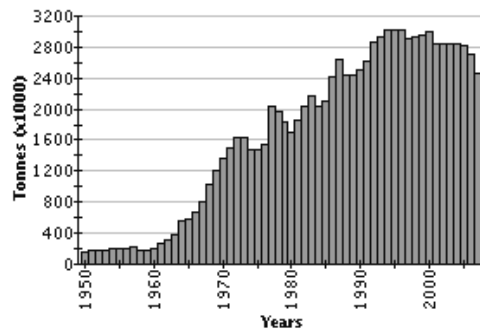
- ❑ 태국의 연간 수산물 생산량은 4.2백만 톤(2005-7년 평균)으로 세계에서 8번째로 큰 규모의 수산물 생산국임
- ❑ 수산물의 양식업도 활발하여 세계 4위의 수산물 양식 국가이기도 한 태국은 약 1.4백만 톤의 수산물을 양식 생산하고 있음. 이 중 새우의 양식이 매우 활발하여 2010년 65만 톤을 생산하고 이 중 약 85-90%를 수출하는 세계 1위의 새우 수출 국가이기도 함

<태국의 수산물 생산량>

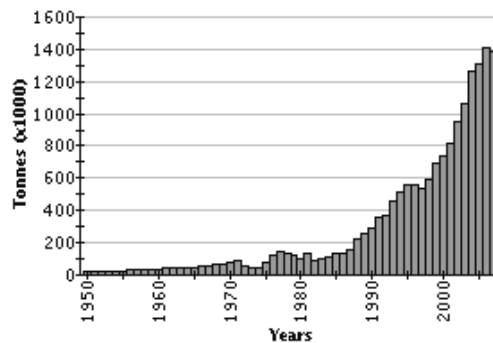


<태국의 자연산 수산물 생산량>

(단위: 천톤)



<태국의 양식 수산물 생산량>



자료: FAO

- 수산물 수출은 2008년에는 65억 달러(USD), 2010년에는 전년 대비 15.08% 성장한 71억 68백만 달러를 수출하여 중국과 노르웨이에 이어 세계 3위의 수산물 수출국 자리를 지키고 있음(FAO, Trade Atlas, 태국 상무부 자료)
- 수산물의 수입은 2010년 22억 달러, 159만 톤 규모
- 한국에서의 수산물 수입은 지난해 98,000여 톤으로 집계되는데, 이중 대부분을 참치캔의 제조를 위한 참치(91,000 톤)가 차지하고 있으며 나머지는 고등어, 오징어, 굴, 전복, 김(수산물의 수입 총량 중 김은 미포함. 태국 상무부 및 관세청 자료) 등임
- 신선제품과 국내산 수산물의 소비 비중이 매우 높은 것이 특징인 태국은 최근 일본음식과 식당의 유행 확산 및 건강에 대한 인식 증가로 수산물의 소비가 점차 증가하고 있음

<태국 및 주요국의 수산물 무역>

(단위: 천USD, %)

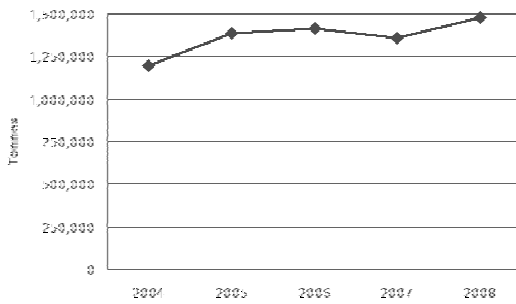
수산물 수출순위/국가	수출금액	수입금액	무역 균형	전체 농수산물 수출 기여도	수산물 총수출 기여도
1위/ 중국	10,114,324	5,143,432	4,970,892	25.8 %	0.7 %
2위/ 노르웨이	6,936,644	1,211,292	5,725,352	89.3 %	4.0 %
3위/ 태국	6,532,404	2,400,289	4,132,115	21.6 %	3.7 %
25위/한국	1,286,829	2,928,193	1,641,364	13.4 %	0.7 %

자료: FAO, 2008

- 태국은 세계 주요 수산물 수입국의 하나로 2008년 25억불(148만 톤)의 수산물을 수입, 같은 해 전세계 소비량의 약 26%를 차지하였음
- 2010년에는 156만 톤을 수입하여 지속적인 증가세를 유지하고 있음
- 수입된 수산물은 태국의 거대한 생선 및 수산물 가공 산업의 원료로 사용되거나 국내 소비자들에 의해 소비됨. 세계 3대 수산물 수출국인 태국은 2008년 1.7백만 톤의 수산물 수출량 중 약 53%를 캔 및 냉동 상태 등의 가공 형태로 수출한 것으로 집계됨(이 중 41%가 냉동 제품)
- 태국의 수산물 수입은 지난 5년간 약 4.8%의 성장세를 보이고 있어 수출업체에게 긍정적인 시장으로 평가받고 있음

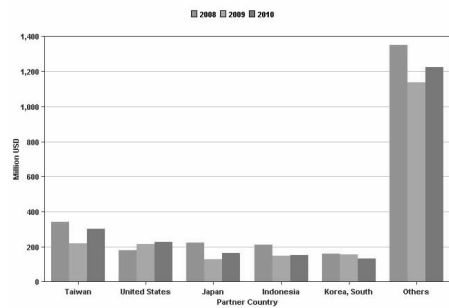
□ 이러한 성장의 대부분은 태국 수산물 가공업의 지속적인 수요 증가에 따른 것으로 보임. 최근에는 다양한 어육, 햄, 소시지 등 어육 및 수산물을 사용한 다양한 수산물 가공제품이 시장에 더욱 많이 소개가 되고 있으며 소비 또한 늘고 있음. 가공식품 기술의 발달로 인해 이전에는 식용으로 쓰이지 않던 수산 부산물이나 어육 등이 식용으로 더 많이 사용되고 있는 추세여서 관련 수산물의 수입량도 증가하고 있음

<태국의 수산물 수입량 추이 2004~2008년>



자료: 태국 관세청

<수산물 수입금액 추이 2008~2010>



자료: 태국 관세청

<2008-2010 태국의 수산물 수입 국가별 현황>

(단위: 천USD, 톤)

순위	수입국가	2008		2009		2010			09/10증감
		금액	규모	금액	규모	금액	규모	비중(%)	
1	대만	342,265	192,694	219,400	174,451	299,936	221,557	13.61	36.71
2	미국	178,190	101,831	216,447	168,094	228,043	151,009	10.35	5.36
3	일본	223,839	126,698	129,585	79,604	164,667	92,764	7.49	27.27
4	인도네시아	210,931	247,918	149,752	192,884	152,907	213,773	6.94	2.11
5	한국	159,529	87,288	157,467	130,468	133,231	98,228	6.05	-15.39
6	바누아투	176,259	89,053	103,049	83,505	132,996	102,385	6.04	29.06
7	중국	159,947	89,679	126,049	83,103	106,198	58,849	4.82	-15.75
8	인도	51,327	34,193	62,175	86,754	97,702	74,800	4.43	57.14
9	노르웨이	89,613	15,000	69,194	14,629	95,241	18,402	4.32	37.64
10	베트남	57,272	34,193	62,175	28,528	71,872	28,571	3.26	5.03
11	미얀마	79,275	173,228	77,401	172,117	70,613	139,664	3.21	-8.77
12	칠레	75,789	19,664	57,320	15,837	69,764	14,037	3.17	21.71
	기타국	660,988	344,299	575,607	398,868	579,848	380,426		
	수입총계	2,465,224	1,544,153	2,011,874	1,628,842	2,203,018	1,594,465	100	9.5

자료: Global Trade Atlas, HS 03,16기준

<2009-2010년 태국의 한국산 주요 수산물 수입현황>

품목	국가	2009		2010				
		금액(천불)	물량(톤)	금액(천불)	물량(톤)	kg당수입가(불)	점유율(%)	증감율(%)
굴	중국	27,303	15,762	184,201	10,514	17.5	72.34	-32.5
	일본	42,558	0.503	48,260	0.995	48.5	18.95	13.4
	싱가포르	9,517	1,092	13,329	1,355	9.8	5.23	40.1
	미얀마	1,086	1,850	5,231	8,475	0.6	2.05	381.4
	프랑스	3,551	0.295	2,956	0.234	12.6	1.16	-16.8
	한국	0.000	0.000	0.580	0.040	14.5	0.23	
	미국	2,428	0.040	0.093	0.002	46.6	0.24	-96.2
	Total	334,163	19,601	254,650	21,620	11.78	100.0	-23.79
전복	호주	0.493	0.012	68,311	2,170	31.48	99.89	
	한국	0.000	0.000	0.078	0.004	19.56	0.11	
	일본	861,000	0.002	0.000	0.000			
	Total	1,355	0.014	68,389	2,174	31.46	100	4,947.58
오징어		2009		2010				
		금액(천불)	물량(톤)	금액(천불)	물량(톤)	kg당수입가(불)	점유율(%)	증감율(%)
	인도	12,468	6,663	28,082	12,121	2.32	21.7	125.2
	베트남	19,568	4,781	20,942	5,164	4.06	16.2	7.0
	모로코	7,781	2,310	11,144	2,902	3.84	8.6	43.2
	중국	4,327	2,008	7,512	3,894	1.93	5.8	73.6
	미얀마	7,023	8,583	7,008	9,691	0.72	5.4	-0.2
	한국(11위)	5,775	4,435	4,724	2,806	1.68	3.7	-38.0
	기타	44,152	24,995	49,931	24,116		38.6	
Total	101,094	53,775	129,343	60,693			27.9	
참치		2009		2010				
		금액(천불)	물량(톤)	금액(천불)	물량(톤)	kg당수입가(불)	점유율(%)	증감율(%)
	대만	213,019	167,000	292,103	215,000	1.36	26.3	28.4
	미국	158,822	136,000	157,246	123,000	1.28	15.0	-9.7
	바누아투	103,048	84,000	132,994	102,000	1.29	12.5	22.7
	한국	134,860	119,000	111,595	90,000	1.24	11.0	-24.5
	일본	68,373	40,000	105,453	64,000	1.30	7.9	60.9
	기타	344,368	266,000	321,369	223,000		27.3	
Total	1,022,489	812,000	1,120,760	817,000	1.37	100.0	0.6	

품목	국가	2009		2010				
		금액(천불)	물량(톤)	금액(천불)	물량(톤)	kg당수입가(불)	점유율(%)	증감율(%)
고등어 (냉동)	인도	33,391	25,654	50,220	44,033	1.14	46.72	50.40
	파키스탄	37,126	28,347	13,707	10,297	1.33	12.75	-63.08
	일본	11,777	12,503	12,911	13,555	0.95	12.01	9.63
	중국	10,532	13,133	10,105	11,423	0.88	9.40	-4.06
	노르웨이	6,147	2,385	7,901	3,156	2.5	7.35	28.54
	오만	1,096	785	2,841	2,167	1.31	2.64	159.28
	대만	1,980	3,938	1,881	2,137	0.88	1.75	-5.00
	한국	1,139	1,926	1,651	2,191	0.75	1.54	44.87
	기타	6,820	4,703	6,279	4,501			
Total	110,007	93,374	107,494	93,459	1.15	100.00	-2.28	
태국 수산물 수입 (A)	2,011,874	1,628,842	2,203,018	1,594,465				
한국산 주요품목 수입 총계 (B)	141,775	125,362	117,971	94,996				
한국산 수산물 전체 수입 총계 (C)	157,467	130,468	133,231	98,228			-15	
주요 한국산의 비중 (B) vs (C)	90%	96%	89%	97%				
태국전체수입의 한국산 비중 (A) vs (C)	8%	8%	6%	6%				

자료: Global Trade Atlas, 태국 상무부, 태국 관세청 자료 재구성

나. 태국의 수산물 소비시장 특징

- ☐ 태국의 1인당 연간 수산물 소비량은 32.9kg임. 전 세계 평균인 16.8Kg에 비하면 비교적 높은 편임. 태국인의 수산물 소비의 약 90-95% 이상은 자국산이며 나머지가 수입산임. 수산물은 신선 제품의 소비가 대부분임. 어육 및 가공 식품의 소비도 증가하고 있음

<2005~2007 태국의 수산물 공급량>

생산(톤)	비식용(톤)	수입(톤)	수출(톤)	식품 공급(톤)	1인당 연간 소비량(kg)
4,027,702	979,436	1,462,456	2,355,905	66,477	32.9 Kg

자료: UN식량기구

- 태국의 2007년 1인당 연간 수산물 공급량은 30.87kg으로 감소세였음. 그러나 최근 태국의 수산분야 종사자가 체감하는 소비량은 증가세임

<1인당 수산물 공급량>

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
29.49	29.93	31.65	30.94	33.15	33.47	32.00	30.87

자료: FAOstat, 2010

- 한국의 간장보다 더 자주 다양하게 사용되는 태국의 액상젓국(fish sauce)은 오징어, 생선, 새우 등으로 만들어졌으며, 매우 광범위한 요리에 사용되며, 새우의 알과 살로 만든 진한 젓갈도 다양한 요리에 사용됨
- 다양한 신선 형태의 수산물 소비와 어묵, 소시지 등과 같은 공장 가공 수산물 외에도 건조, 염장, 염장 후 찐 형태, 훈제 형태 등의 다양한 단순 가공 수산물의 소비도 많음

<방콕 백화점 Tops Supermarket의 수입 수산물 가격 (2011년 5월 6일)>

수입수산물 / 원산지	가 격
고등어 / 노르웨이	289 B (9.6 USD) / Kg
연어 / 스코틀랜드	1350 B (44.7 USD) / Kg
넙치 / 인디아	119 B (3.9 USD) / Kg
홍합 / 뉴질랜드	365 B (12 USD) / Kg
넙치 / 인디아	119 B (3.9 USD) / Kg
홍합 / 뉴질랜드	365 B (12 USD) / Kg
냉동 계 / 알라스카(미국)	2120 B (70 USD) / Kg

- 수입수산물은 주로 백화점내 수산코너, 대형유통매장 등 도시의 유통체인에서 소비자와 만나고 있음

다. 태국의 다양한 수산 관련 가공식품

			
다양한 종류의 액젓	굴소스	새우페이스트(젓갈소스)	Fish Paste (태국식튀김어묵용)
			
말린생선 (스낵 및 반찬)	건오징어채	건오징어	찌서 말린 새우살
			
각종 염장 / 건조 생선	태국산 염장토막 고등어	생선부레건조튀김	생선부레건조튀김
			
다양한 어육가공식품(소포장)	새우살어묵김말이	어육두부	새우 어육 커틀렛
			
어육두부 (어육과 콩가루가 주성분)	찐어묵 (피쉬볼과 함께 대표적인 태국 어묵)	구운어묵	피쉬볼 어묵

			
생선까스	게살 어묵	피쉬볼 어묵	참치소를 넣은 어묵 만두
			
새우만두	피쉬볼 어묵	냉동 즉석 새우 완탕스프	게맛살
			
랍스터 볼 튀김 어묵	다양한 즉석 냉동 수산물 제품	다양한 즉석 냉동 수산물 제품	어린이용 어묵
			
냉동 즉석 연어구이밥	가공 조미 건조 어육	다양한 냉동 어육 제품	튀김용 새우 스프링클

2. 수산물 소비동향

가. 식품소비 성향

- 태국의 수산물 관련 산업은 세계 최대 수준으로 많은 바이어들이 있음. 수입 수산물의 대부분은 가공용으로 소비되기 때문에 가공용 수산물 바이어(수입회사)의 수요량이 식음료 서비스 또는 소매 유통 관련 바이어에 비해 현저히 많음
- 관광인구, 주재원 등 비즈니스 인구 및 외국의 식생활에 노출된 중상류층의 고급 수산물 수요 또한 꾸준히 늘어나고 있으며, 건강에 대한 인식의 증가로 동물성 단백질의 섭취량 중 수산물이 차지하는 비중이 높아지고 있어 전체 수산물 소비량도 늘어날 전망
- 태국 정부에 따르면 관련 산업에 종사하는 약 450개의 회사가 있으며 이들 중 약 200개가 수산물 가공회사로, 이 중 약 120개사는 유럽과 미주 등에 수출허가를 받았으며 나머지는 OEM 계약을 맺고 무역상과 거래하는 기업임
- 늘어나는 일식 체인 식당과 일식풍 수끼 식당의 유행이 태국의 수산물 소비 증가에 일조하는 것으로 보임. 또한 태국인들이 가장 선호하는 외식은 일식임 (Bangkok Post 기사)
- 개인 운영 형태의 다양한 일식 전문점, 호텔 및 고급 상가와 백화점, 슈퍼마켓뿐 아니라 저가의 푸드 코트 및 길거리의 노점에까지 다코야끼 및 스시를 파는 등 태국 내 일본 음식의 저변은 최고급 참치회에서 길거리 노점의 저가 간식까지 매우 넓음
- 태국의 외식 산업 중 태국음식 다음으로 일식이 발달해 있으며, 기업형 대형 체인의 일식당 진출이 두드러짐
- 이들 중에는 Fuji (64개 대형 체인), Hachiban Ramen, Ootoya (23 지점)등과 같이 일본의 브랜드가 진출한 사례도 있고, Oishi Sushi Bar (10지점), Sukishi (야채, 고기, 해산물 회전식 샐러드 및 스시 뷔페로 26개 대형 지점), Zen, Oishi Ramen, Kobune (전국 약 20개 지점)등과 같은 태국 자생 브랜드도 있음
- 라멘 식당의 수산물 소비는 두드러질 것이 없지만 스시, 생선구이, 사시미, 수끼 등의 일식 요리에 있어 수산물은 주재료이기 때문에 수산물 소비 증가의 한 요인으로 작용하고 있으며 특히 연어의 수입 증가에 큰 영향을 미치는 것으로 사료됨(매크로 Fresh Food 수입 담당 인용)

<태국인의 식품 소비 성향 및 실태 (2005년 방콕 직장인 대상)>

중요순위	식품 선택의 중요 기준
1	신선도
2	맛
3	포장에 적힌 식품 정보
4	건강
5	비용/가격
6	브랜드 이미지
7	미디어의 광고
8	프로모션/세일 등 스페셜 오퍼 행사
9	동물 친화도
10	환경 친화도
11	유기농
12	공정무역
13	칼로리
14	유행성 전염병 (예: 조류독감, 구제역 등)
15	국내산/ 원산지

자료: Wagenigen 대학, Analysis of sustainable food in Bangkok, Thailand 소비자 조사, 2005

- 태국의 식품 소비 중에서 두드러지는 점은, 산업화 및 선진화가 더 많이 이루어진 국가보다 가공식품의 소비가 적고 신선 제품의 소비가 압도적으로 많은 것과 매식을 하는 문화가 일반적이라는 것임. 또한 시장 및 슈퍼마켓 등에서 식품을 선택할 때에도 신선도를 가장 우선시 하는 것으로 나타남
- 일반 식품 전반의 선택 기준에 있어 신선도가 우선임을 볼 때 수산물의 선택 및 소비 기준에도 신선도가 가장 크게 작용함을 유추할 수 있음. 실제로 시장 및 슈퍼마켓의 상인이나 매장 직원들도 태국인의 수산물 선택 시 신선도, 선호도(맛) 및 가격 등을 중요한 기준으로 꼽았음(매 크로, Tops supermarket, Tesco Lotus, Rayong의 수산물 시장 등 현지 질문)
- 태국의 재래시장(Wet market)에서 거래되고 있는 수산물의 대부분은 태국에서 생산된 바다, 민물 양식 수산물들로, 지방의 경우 거의 98-100%의 거래 수산물이 태국산 (Rayong 및 남부 해안지역 및 Rakon Rachasima 북동부 지역의 Wet market 현장 조사)이었고, 방콕 등 대도시의 주요시장에서도 국내산이 주류를 이루는 한편 수입 고등어 및 오징어(giant squid)가 일부 거래되고 있음. 북동부 등 내륙지역으로 갈수록 민물 생선의 소비가 많아 강, 논, 댐, 늪 등 하천과 소규모 양식장 등에서 생산된 민물 생선 및 일부 바다 생선이 주로 소비됨

- ❑ 수입산 수산물은 주로 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 백화점 등에서의 소매와 식당, 케터링 등 외식 산업으로 일부 흡수되고, 대부분은 가공 식품 업계에서 소비되는 것으로 나타남
- ❑ 일반소비자들에게 공급 판매되고 있는 수입 수산물은 오징어, 고등어, 연어, Dory(달고기), 홍합, 물렁게(Soft Shell Crab), 시사모, 농어 등으로 일부 품목에 한정되어 있음
- ❑ 태국의 수산물 포장 제품 시장규모는 2009년 약143억달러로 신선 제품의 수요가 훨씬 많기 때문에 수산물의 연간 소비규모는 300억불 이상의 시장일 것으로 예측됨

<수산물 포장제품의 시장 형태별 판매 비중 (2003~2009년 점유율 %)>

유통채널	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
슈퍼마켓/하이퍼마켓	48.7%	48.5%	48.1%	48.3%	48.6%	48.9%	49.1%
자영업 소매상	29.2%	29.3%	29.5%	29.4%	29.2%	29.0%	28.9%
전문 소매점	12.6%	12.6%	12.6%	12.5%	12.3%	12.1%	12.0%
편의점	8.2%	8.2%	8.3%	8.4%	8.5%	8.5%	8.6%
서비스 스테이션	0.5%	0.5%	0.5%	0.6%	0.6%	0.6%	0.7%
백화점 (면세점 포함)	0.7%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.7%
약 국	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
기 타	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
자동판매기	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
회원제 창고형 매장	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
Totals	100.2%	100.2%	100.1%	100.2%	100.2%	100.1%	100.2%

<수산물 포장제품의 시장 형태별 판매 금액 (2003~2009년 /백만달러)>

유통채널	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
슈퍼마켓/하이퍼마켓	5721.1	5768	5806.4	6041	6363.2	6694	7028.8
자영업 소매상	3423.8	3490.9	3563.1	3683.7	3828.2	3974.6	4132.2
전문 소매점	1483.4	1497.7	1521.3	1562	1612.9	1662.7	1712.3
편의점	956.7	980.4	1004	1049.9	1106.9	1165.9	1228
서비스 스테이션	54.4	58.6	63	71.5	79.2	87.9	97.3
백화점 (면세점 포함)	76.2	76.3	76.4	77.7	79.5	81.2	82.9
약 국	11.2	11.8	12.6	13.5	14.5	15.5	16.7
기 타	8.7	9	9.3	9.7	10.1	10.5	11
자동판매기	5.4	5.6	5.9	6.2	6.6	7	7.4
회원제 창고형 매장	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.9	3
Totals	11743.2	11900.7	12064.5	12517.8	13103.8	13702.2	14319.6

자료: Datamonitor

3. 인기 수산제품



새우만두 스프

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Shrimp Wonton Soup with Noodle (즉석 새우 원탕면)			
상품 문구 keyword			
통새우 함유			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
사발면 스타일로 간편한 원탕면	끓는 물을 선까지 붓고 뚜껑을 느슨하게 한 상태에서 전자렌지 3분 30초 데운다	계란면 40% 새우 10% 만두피 수프(간장, 깨 등)	226 g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		태국	태국
중량 및 포장 (몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
	55 B / 개(1,300 원)	CP	CP Fresh
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. 태국 HALAL 인증 			제품에 표시된 번호로 모든 이력 추적 가능하다고함
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	1년 6개월	



연어구이

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
데리야끼소스 연어구이와 밥			
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
연어와 일식의 인기에 힘입음	<p>속뚜껑을 조금 열고 소스를 뺀 후 전자렌지에 3-4분 데운 후 밥과 연어살에 데리야끼 소스를 뿌려먹는다.</p>	(일본)쌀밥 62% 연어살 16% 브로컬리, 당근 데리야끼 소스	단백질13% 지방9% 탄수화물25%
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		표시없음	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
320g	95 B (3,325 원)/125 B (4,375 원) 판매장소따라 가격차이 (CP 직영매장과 Villa Market)	CP	CP
인증마크 및 설명/ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. 태국 HALAL 인증 	2. HACCP	3. GMP / ISO	제품에 표시된 번호로 모든 이력 추적 가능하다고함
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	1년 6개월	

도리고기와 소스

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Steamed Dory with Spicy Sauce (도리찜과 매운소스)			
상품 문구 keyword			
흰살생선+맛좋은 소스			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
사발면 스타일로 간편한 원탕면	소스를 빼고 전자렌지에 3분 데운 후 소스를 뿌려 먹는다.	도리 85% 소스 15%	85 g (기타표시 없음)
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		태국 (표기없음)	태국 (표기없음)
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
85 g	75 B (2,625 원)	CP	CP Fresh
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	1년 6개월	





해산물 파스타

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
S&P Spicy Seafood Linguini			
상품 문구 keyword			
Simply Delicious			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
태국식 매운소스의 해물 파스타요리		링귀니 파스타 54.7% 새우 11.6% 오징어 5.4% 토마토 5.8% 소스와 바질	탄수화물 단백질 지방
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		태국	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
280 g	90 B (3,150 원)	S&P	S&P
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	수퍼마켓, S&P 매장 -냉동보관	1년	

새우 브로콜리 볶음

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
현미밥과 새우,브로콜리, 표고버섯 볶음			
상품 문구 keyword			
신제품			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
현미건강식 저콜레스테롤/저지방	겉포장을 제거하고 속포장 비닐에 구멍을 뚫은 후 전자렌지에 4-5분 데운다	브라운자스민쌀: 54% 야채24% (브로콜리,당근,표고버섯) 소스 15% 새우 7%	지방 7% 단백질 6% 탄수화물 19% 섬유질 24% 310 Kcal
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		태국	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
290 g	90 B (3,150 원)	The Union Frozen Product	Prantalay Marketing
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. 태국 HALAL 인증 	2. ISO9001 ISO14001	3. GMP HACCP	
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	1년 6개월	

해산물카레밥

제품명	정면사진(jpg파일)	측면사진	속포장사진/포장재질
Green Curry Fried Rice with Seafood			 <p>P재질</p>
상품 문구 keyword			
새로운 특쓰는 맛 무방부제			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
기존 인기음식의 즉석 메뉴화	겉포장을 제거하고 속포장 비닐에 구멍을 뚫은 후 전자렌지에 4-5분 데운다	자스민 쌀: 54 % 그린커리페이스트 21% 해물(새우,오징어,홍합살) 14.5% 야채(가지,카피어라임잎, 바질잎, 고추)	지방 7% 단백질 13% 탄수화물 25% 식이섬유 12%
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		태국	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
280 g	90 B (3,150 원)	The Union Frozen Products	Prantalay Marketing
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. 태국 HALAL 인증 	2. ISO9001 ISO14001	3. GMP HACCP	
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
		-18 도에서 18개월 일반가정 냉동고 3개월	

양념오징어 구이

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Ladybird Brand Taotong Roller Seasoned Cuttlefish			
상품 문구 keyword			
통오징어로 제조			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
최근 유행하는 통어징어 롤러구이	그냥먹거나, 프라이팬에 데워서, 다른 야채랑 소스에 버무려서 등등	오징어 95.6 % 시즈닝 4.4%	18 g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		태평양에서 잡은 오징어	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
18 g	25 B / 포장 (950 원)	Sunyang Food CO., Ltd.	Acetrade Co., Ltd.
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. 태국 HALAL 인증 			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온(서늘한 곳) 에서 포장상태로	6개월	

그린란드 오징어 구이

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Greenland Squidy			
상품 문구 keyword			플라스틱
Prepared Cuttlefish Tasty and Fun			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
오징어 간편 스낵	스낵으로 그냥 먹거나 양념하여 먹는다.	오징어 95.0% 설탕 3.0% 고추 1.3% 간장 0.5% 소금 0.2%	(기타표시 없음)
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		태국 (표기없음)	태국 (표기없음)
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조자	판매자
38 g	45 B (1,710 원)	Greenland	Greenland Marketing
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	포장상태로 일반상온 보관	1년	


구운 오징어 스낵

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Fisho Twist Crispy			
상품 문구 keyword			
구운 오징어 칠리디핑 (고추소스)			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
맵고 짠 바삭한 가공식품	스낵	오징어 60% 어육 28% 밀가루 8% 시즈닝 2% 고추소스 2%	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		태국	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
38 g	24 B / 912 원	Thai Union Frozen Public	T-Holding Co. Ltd.
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. 태국 HALAL 인증 	2. 태국산 우수상품 		
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	14개월	




건조 오징어(껍질벗긴)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
프리미엄 껍질없이 손질한 건조오징어			
상품 문구 keyword			
Dried Seafood			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
질 좋은 고품질 건조 한치/ Central Food의 하우스 브랜드로 Tops supermarket등에서 판매	표시없으나 굽거나 무침이나 반찬 등에 활용 (잘 익혀서 먹으라고 표기)	오징어 (한치) 100%	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		표기없음	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
100g (7마리)	109 B / 개 (4,142원)	란넝페	Central Food Retail Co., Ltd.
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
손질하여 껍질벗긴 후 건조	냉장 보관 / 포장개봉후 바로먹거나 냉장보관	2011년 8월10일까지 (5월 17일 구매)	

오징어 볶음과 밥

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
오징어 볶음과 밥 Stir Fried Aquid in Salted Egg with Rice			
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
Central Food Retail의 하우스브랜드로 자체매장에서 판매. 타사제품보다 고급스럼 포장과 품질	겉포장을 제거하고 속포장의 윗면 비닐을 벗기거나 구멍을 몇개 뚫은 후 전자렌지(high)에 4-5분 데워서 먹는다.	자스민쌀 58% 오징어 18% Salted egg sauce 17% 야채 7% (양파, 고추, 파)	520 Kcal
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		표시없음	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
340g	95 B (3,325원)	Union Frozen Product	Central Food Retail Co., Ltd.
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관 -18도	1년 6개월	

팻키마오 참치

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Nautilus Tuna Pad Khe Mao			
상품 문구 keyword			
매운맛			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
태국의 대표 반찬인 팻키마오를 참치에 적용	바로 먹거나 데워서.	Tuna 60% 고추소스 23% 설탕 7% 고추, 생후추, 식용유, 물	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		(표기없음)	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
185g (140g 물기제거후 중량)	34-38 B(1,190-1,330원)	Pataya Food Industries	Pataya Food / Nautilus
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. 돌핀 세이프 			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온	1년 6개월	

발라먹는 참치와 크래커

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Nautilus Tuna Spread (Nori)			
상품 문구 keyword			
김 (Nori)			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
크래커와 참치스프레드 간식 (김맛)	동봉된 크래커에 참치캔안의 스프레드를 올려 카나페처럼 먹는다.	마요네즈 64% 참치 34% 김 1%	지방 25%
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		표시없음	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
참치 85g+크래커	38 B 1,330원	Pataya Food Industries	Pataya Food Industries
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. 돌핀 세이프 			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온 (개봉 후엔 냉장보관)	2년	




일본식 샐러드 드레싱(참치함유)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
SEALLECT Japanese Salad Dressing with Tuna			
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
소포장의 저렴한 샐러드 드레싱	샐러드 야채와 곁들여 먹는다.	참치 22%, 간장, 식초, 설탕, 물, 참깨, 참기름	지방 7% 총열량 140 Kcal
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
			태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
60g	19 B / 722 원	Thai Union Manufacturing	Thai Union Manufacturing
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. 돌핀 세이프 	2. 태국산 우수상품 	3. 태국 할랄 인증 	
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온 또는 서늘한 곳 보관	2012년 7월 3일까지 (2011년 5월 18일 구매)	





매운맛 참치 스테이크

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Roza Spicy Tuna Steak			알루미늄과 PP 수지
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
간편한 포장	그냥 먹거나 뜨거운 물에 포장째 데워먹는다.	참치 50%, 토마토소스 21%, 콩8%, 당근 8%, 옥수수8%, 팜유 4%, 고추가루 1%	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
			태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조자	판매자
105 g (물기제거후 무게 63g)	20 B / 760 원	Hi-Q Products Co., Ltd.	Roza Food
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. 돌핀 세이프 	2. 태국산 우수상품 	3. 태국 할랄 인증 	
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
		2012년 1월 24일까지 (2011년 5월 18일 구매)	

김스넥(마늘맛)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Takenoi Big Sheet 마늘맛			
상품 문구 keyword			
10장, 오메가3, DHA, EPA			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
고급스런 포장, 김스넥의 선도 및 선두주자 Takenoi 제품, 공격적인 마케팅	스넥 (전자렌지에 살짝 데워먹으면 더욱 바삭함)	김 95% 일본소스 3 % 마늘맛 소스 2%	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		표기없음	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
20 g	37-32 B / 1,295 원	Takenoi	Takenoi
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	상온 보관, 개봉후엔 지퍼백(기존 포장)을 닫아 보관	1년	한국산 김 사용으로 추정

한국식 김튀김

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
Taberu Korean Style Fried Seaweed			
상품 문구 keyword			
MSG anacja			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
바삭한 김과자 한국산임을 매우 강조 MSG 무첨가로 건강 강조	스nek으로 먹음	건조김 85% 소금 0.5% 팜유 8% 시즈닝	총 280 Kcal 지방 12% 단백질 2% 소듐 8%
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
Taokaeoi에 이어 2위 업체로 추산-업체의 대표제품		김 (한국산 표시)	태국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
40g	29 B / (1,102 원)	KJC Interfood Company Ltd.	KJC (Taberu brand)
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. 태국 HALAL 인증 	2 HACCP	3 GMP	
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
		6개월	

4. 수산물 유통업체 구매담당자 인터뷰

가. 대형 유통업체 매크로

- 인터뷰 일시 : 2011.5.4
- 업체명 및 구매담당자 : Makro Cash & Carry⁶⁾ , 신선구매부 매니저
- 주요취급 수산물 : 냉동, 냉장 수산물 전반

☐ 수산물 시장 전반동향

- 요즈음 수산물 시장 경기 : 안정적이고 약간의 지속 상승을 하고 있다고 봄. 이러한 추세는 지속될 것으로 예상
- 수입산 수산물 시장 동향 : 가공용 원료를 제외하면 일반 수산물의 소비는 국내산이 95% 이상의 압도적인 점유율을 보임. 수입 수산물에 있어서 품목이 갑자기 늘어나거나 하지는 않으나 최근 뉴질랜드산 블루머슬(blue mussel)의 소비가 증가하여 수입량을 늘렸으며 이에 힘입어 최근엔 그보다 조금 더 작은 사이즈의 칠레산 홍합의 수입 계약을 체결하였음
- 수입수산물 주 수입국: 칠레, 페루, 노르웨이, 베트남, 일본 등
- 수입산의 소비 : 계절이 딱히 없음. 대부분 냉동으로 수입되며 한해에 재고량을 미리 주문하여 연중 공급하기 위해 애씀. 도매 소비자들은 식당에 메뉴를 정하면 지속적으로 공급해야만 하기 때문에, 한번 수입을 결정하면 연중 공급이 가능한가를 타진하고 지속 공급을 유지함. 시즌에 구애받는 제품은 취급을 꺼리고 있음. 계약을 할 때 공급량이 많고 가격이 안정적인 업체를 선택하려고 함
- 자국산과 수입산의 소비비율 : 자국산의 소비가 90% 이상으로 압도적으로 높음. 새우 소비가 제일 많은 편이나 태국의 새우 생산량이 풍부하기 때문에 수입이 필요 없으며, 또한 다양한 어종의 풍부한 어획량 및 양식 생산량, 민물고기의 높은 대중 소비량과 발달된 양식이 이에 일조하고 있음. 하지만 연어나 뉴질랜드 홍합과 같이 소비가 증가하고 있는 수입 품목도 있음

6) 회원제 Hyper Market (일반소비자, 식당, 호텔, catering, Street Vendor 등 다양한 층의 고객 도-소매 영업)

- 현재 시장의 수입산 점유율 : 전체 수산물 시장의 국내산(태국산)/수입산 비중 : 90-95% 이상 / 10-5% 이하 수입시장(도소매 공급용)의 경우 물량 기준으로는 대왕오징어(giant squid) > 고등어 > 연어 > 농어 > 홍합 순이나, 가격 기준으로는 연어의 비중이 수입산 중에서는 가장 높음. 다량 수입하는 오징어의 경우도 약 70%가 자국산이며 칠레, 한국산, 베트남, 아르헨티나 등 수입산이 30%를 차지하고 있음
- 선호하는 원산지는 : 노르웨이, 칠레(공급량이 풍부하여 안정적인 공급이 가능하고 신뢰할 수 있음)
 - ▶ 일본산 고등어는 한국산에 비해 외관과 손질 및 포장 상태가 월등하여 소비자 반응이 좋음. 어종과 기본 품질은 비슷할 것으로 사료되나 외관상 품질이 많이 차이가 나는 데 비해 가격은 거의 같음
 - ▶ 이들 원산국들은 수입에 관련된 통관서류, 품질 관련 서류 등의 준비에 있어 철저하고 수출 경험이 많아 바이어 측의 업무가 별로 없음. 수입과정에서 우리 회사(Makro Cash & Carry)와 부서의 업무가 많아지고 지불 등에 있어 불편사항 및 잡음이 많으면 수입대상이 되기 어려움. 기본적으로 신뢰받는 업체와 장기간의 관계를 갖는 것이 유익한 방침임
- 수입 품종 및 그 규모 : 태국 근해의 어획량과 양식 등 생산량의 변화에 민감한데 생산량도 늘고 있기 때문에 큰 변화는 없을 것이나, 식생활의 다양화와 소득의 증가로 드문드문 품종의 확대가 이루어 질 수 있고 연어, 홍합 등 수입 수산물의 소비 또한 증가할 것으로 예상됨
- 한국산 시장 확대를 위한 거래시 주 고려사항
 - 프로모션 : 호텔, 식당, 케터링 수요자용 책자를 발행하고 메인 프로모션 제품을 바꿔 가며 홍보하는데, 이 때 공급자가 제품 가격을 할인해주면 홍보에 도움이 됨. 가장 중요한 것은 신뢰성과 편의성임
 - 안전성 입증 : 일본의 방사능 문제와 관련 일본, 한국, 중국산의 원산지내 방사능 및 유해물질 안전 증명서를 사전에 제출해야 하고 태국 내에서 실시하는 검사도 통과해야만 함. 기존의 거래 파트너 외 신규 파트너의 선택에도 더욱 신중을 기하고 있는 분위기임
- 한국산 조미김에 대한 인식
 - 직접 수입하고 있지 않는 것으로 알고 있음. 담당부서 다름
 - 많은 양이 수입되는 것으로 알고 있으며 태국산, 일본산, 태국산 조미김은 제각각의 특징이 달라 저마다 개성이 있는 것 같음

참고 태국산/일본산/한국산 김

태국산 ▶ 스낵용으로 일본식 덴뿌라 튀김, 두껍고 바삭바삭한 식감의 김 스낵 등

일본산 ▶ 얇은 비닐 포장에 달고 짹짹한 양념의 바삭한 식감의 스낵

한국산 ▶ 기름과 식염으로 양념한 소포장 및 전장 구이김. 많은 태국인이 스낵으로 소비하고 있으며 최근엔 와사비, 김치맛 등 다양한 맛의 제품이 수입·유통되고 있음

나. 대형 유통업체 매크로

- 인터뷰 일시 : 2011.5.3
- 업체명 및 구매담당자 : Makro Cash & Carry , 오징어, 고등어 담당 매니저
- 주요취급 수산물 : 냉동, 냉장 수산물 전반

수산물 시장 전반 내용


- 수산물 시장 경기 : 태국의 수산물 시장은 지속적으로 성장하고 있음. 태국인의 동물성 단백질 주요 섭취원인 닭고기, 돼지고기 및 수산물의 가격은 식품과 물가 상승과 함께 가격이 많이 상승했고 특히 닭고기 및 계란의 가격이 많이 상승하여 상대적으로 선택의 폭이 넓고 상승세가 높지 않은 (또는 다양한 가격대를 형성하여 낮은 가격의 선택을 할 수 있는) 수산물의 소비가 늘고 있음. 건강에 대한 인식 또한 높아져서 육류의 섭취 대신 생선 및 수산물의 수요 또한 증가하고 있는 것으로 보임. 늘어나는 일본 음식점과 일식풍 프랜차이즈 레스토랑의 저변 확대로 인해 수산물의 외식 소비 또한 늘고 있음
- 수입산 수산물 시장 동향 : 태국의 일반 소비용 수산물의 대부분은 국내산 수산물이 차지하고 있음. 연어, 고등어류, 오징어 등은 수입을 하고 있지만 다른 품종은 양이 많지 않은 편임. 일식의 확장으로 연어의 수요량이 가장 빠른 증가를 보이고 있어 수입 확대중이고 오징어도 연중 아주 많은 소비를 하고 있는데 공급량이 부족하여 지속적인 공급을 요하고 있음. 2009년부터 오징어는 공급량이 부족한 상태로 최근 건오징어의 수요가 늘어 가격도 매우 비싸졌으며 공급량이 부족함
- 수입수산물 관련
 - ▶ 주수입국 : 칠레, 페루, 인도, 파키스탄, 일본, 한국, 노르웨이 등
 - ▶ 수입산의 소비는 : 시사모를 제외하고는 시즌의 구분이 별로 없음
 - ▶ 자국산과 수입산의 소비비율 : 자국산 소비가 93-97% 정도

- ▶ 현재 시장의 수입산 점유율 : 일반 소비시장에서는 5% 미만 일부 품목 유통되고 있음
- ▶ 선호하는 원산지 : 노르웨이산 고등어 특히 노르웨이로부터 수입되는 덴마크산 고등어는 품질도 좋고 Traceability가 좋아서 호텔, 캐터링 등 소비자의 만족도가 큼. 공급량, 품질, 규격 등 다양한 면에서 만족할 만함
- ▶ 수입 품종 및 그 규모 : 2009년부터 오징어(주로 giant squid)는 공급이 항상 부족한 상태임. 건조 오징어는 7 인치 가량의 사이즈의 경우 작년의 500 톤/Kg에서 금년 700 톤/Kg으로 작년에 비해 약 40% 가격도 올랐고 물량이 계속 모자람. 스낵 및 길거리, 슈퍼마켓 등에서 납작 구이 제품이 유행하면서 수요가 많이 증가하였음


- 한국산 시장 확대를 위한 거래 시 주 고려사항 : 가장 중요한 것은 품질임. 고등어의 경우 태국의 소비자들은 지방 함유량(Fat content)이 많은 노르웨이, 덴마크 산 고등어를 선호하고 있어 한국산 고등어는 품질 선호도에서 밀림. 반면 비슷한 가격에선 일본산의 선호도가 더 크고 대만산은 가격이 좀 더 저렴함. 일본산의 경우 외관이 한국산과 대만산보다 좋아 소비자들의 반응이 더 좋음. 세 나라의 고등어가 같은 종이고 다 비슷한 근방의 바다에서 잡히는 것인데 품질의 차이가 나는 것이 의아함. 수산물 관련 한국 업체 중 안정적이고 믿을 만한 공급처라면 관심 있음. 특히 큰 오징어와 중형 이상의 마른오징어 수입에 관심이 있음
- 한국산 조미김에 대한 인식 : 김 등 Seaweed 분야는 아는 것이 없음. 일본산이 다양하고 좋은 것 같음

품목별 경쟁국 산 비교

오징어

구 분	한국산(있는 경우만)	현지국산	칠레/페루	미얀마/인도
품 종	Giant Squid	다양함 (주로 작은것)	다양/Giant squid	작은 오징어
품 질*	뛰어남	매우 뛰어남 (신선)	뛰어남	좋지않음
가 격	만족하는 편/적당	좋음	적당	싸다
시장점유	모름 (낮음)	높음 (70%)	높지 않음	모름 (국내업자가 공급)
유통시기	모름 (가격따라수입)	연중	연중 (재고에 따라)	연중
계절수요	연중 수요	연중	연중	
소비특징		공급량에 따라 소비		저가시장
제품특징	Giant squid	현지산이라 신선도 최고	어종 다양	
제품단가	변동 많은 편	적당함	높은 편	낮은 편
해당매장의 제품점유율	낮은 편임	높음	높지 않음	모름 (태국산과 혼재)
사진				
한국산 경쟁력 (SWOT)	S : 큰 사이즈의 오징어가 많고 품질과 가격이 좋은 편임 W : 안정적 공급처 찾기 힘들고 가격변동 많음 O : 태국 내 수요가 공급을 초과하기에 안정적인 공급처 찾고 있음 T : 일본 방사능 오염 우려의 여파로 한국산의 수입도 까다로워질 것임			

고등어 Mackerel

구 분	일본산	태국산	노르웨이	덴마크
품 종	Scomber Japonicus Scomber australasicus	Rastrelliger Komagurta (Indian Mackerel 또는 Long-jawed mackerel)	Scomber Scombru	Scomber Scombru
품 질*	보통	보통	뛰어남	매우 뛰어남
가 격	적당	싼편	비싸다 (2배)	비싸다 (2배)
시장점유	낮지 않음	매우 높음	높음	낮음
유통시기	연중 (하반기 집중)	연중	연중 (하반기 입고 후재고 소진까지) 이후엔 캐나다산	연중 (하반기 입고 후 재고소진까지) 이후엔 캐나다산
계절수요	연중	10월부터 제철	9월부터 입고	가을, 겨울철이 제철
소비특징	가격에 따라 수요 다름	반찬, 간식 등으로 가장 대중적	최고 선호	고급품선호 고객 최고 선호
제품특징	모양새와 손질이 좋음 노르웨이/덴마크산에 비해 지방함량 낮음	지방함량적고 담백함 (소금간하여 찌제품을 기름에 지져서 소비)	지방함량 많고 풍미가 좋음	지방함량 많고 풍미가 제일 좋음/제품 상태도 좋음
제품단가		59-89 B/ Kg	110-130 B/Kg	제일 비쌌. 일반의 2배 128-140 B/Kg
해당매장의 제품점유율	낮지 않음	매우 높음	낮지 않음	낮음
사 진				
한국산 경쟁력 (SWOT)	<p>S : 가격이 저렴한 편이고 품질도 좋은 편임</p> <p>W : 태국인이 어종자체를 지방 함량 높은 것으로 선호/ 일본산에 비해 손질과 모양이 안 좋음 (참고등어 대신 저가의 망치 고등어가 수입되고 있는 것이 아닌가 추측됨)</p> <p>O : 일본산 및 타이완산의 공급 등이 지속적이므로 경쟁국의 가격 및 공급량을 주시하여 수출 모색 가능/ 태국 매크로(Makro)의 경우 오징어/한국산 오징어는 늘 공급량 부족상태</p> <p>T : 일본 방사능 오염 우려의 여파로 한국산의 수입도 까다로워졌으며 수입을 기피함</p>			

다. 수산물 유통업체 씨피(CP)

- 인터뷰 일시 : 2011.4.26
- 업체명 : Charoen Pokphand Foods Public Company Limited⁷⁾
- 직급 : 부사장
- 주요취급 수산물 : 새우수출

☐ 수산시장 일반

- 수산시장에 큰 변화 없이 성장 중인 것으로 파악하고 있으며 CP의 새우 수출도 연간 약 8만 톤 수준으로 성장세임(자체 양식장 운영)
- CP가 새우의 수출에 강한 것은 세계 최고의 기술과 품질 관리, 역추적 제도 및 각종 규격과 인증에 합격하는 고품질과 안정적인 공급력에 기인함. 만에 하나 제품 포장 안의 어느 하나라도 문제가 있다고 제시될시 언제, 어느 양식장의 어느 어미 새우에게서 나왔는지까지 역추적이 가능하고 이러한 점은 특히 유럽 지역의 구매자들에게 좋은 조건으로 어필되고 있음. 또한 세계 최고 수준인 하와이의 새우 우성 유전자 연구소를 인수하여 질병이 없는 어미 새우를 확보(genetic selection)하고 어미새우까지 양식하여 무질병의 건강한 새우로 시작하고 외부의 질병 요인을 최대한 효과적으로 차단(Bio Secure Farm)할 뿐만 아니라 Pro-biotic과 같은 면역강화제(항생제가 아닌)를 투여하고 수질 정화시스템을 갖추는 등 최적의 생산과 품질을 보장하고 있음
- 또한 정부의 농수산물 수출 확대 프로그램인 Kitchen of the World를 회사의 수출 캐치프레이즈 삼아 정부의 해외 판촉 행사 등에 적극 지원 참가하고 정부의 정책을 기업차원에서 후원하며 윈윈 효과를 기대하고 있음

☐ 한국수산물수출 확대를 위한 의견

- 국제 규격 및 Standards 확보 : 한국산 수산물의 경우 국제 규격, 인증 부분에 취약한 편임. 식품 위생 및 안전에 대한 소비자의 우려와 요구에 부응해야 하기 때문에 체계화된 품질 관리 시스템이 필요한데, 이는 소규모 업체가 대다수인 한국에게 부족한 부분일 수 있음
- 예) HACCP, GMP, ISO 등 기본적인 인증 및 이력추적제(traceability)

7) 태국 최대의 식품 재벌기업으로 전세계 닭고기 2위 (Tyson 1위), 새우 1위 업체로 생산·가공·판매 유통까지 하고 있으며 CP Fresh, 7 Eleven 등 편의점 유통사업 계열사와 함께하고 있음. 태국 내 가공 수산물 Ready-meal 분야에서 점유율 1위임

- 인프라 및 정부제도의 협조 : 간혹 한국의 오징어 시세가 좋다든가 태국의 수요가 급증한다든가 하는 이유로 태국의 수입업자들이 한국산을 수입할 기회가 있는데, 신선 오징어의 한국 통관 기간이 3일을 경과하는 등 업체의 수출 경험 부족 때문인지 세관의 착오 또는 협조 미비 때문인지 수산물의 수출과 수입 그리고 통관에 있어서 다소 긍정적이지 못한 소식 등을 전해들은 바 있음. 이러한 일들은 수입 바이어가 다시 한국산을 찾게 되기 힘든 요인으로 작용할 수 있음

라. 김 가공업체 네이처 베스트 푸드

- 인터뷰 일시 : 2011.4.26
- 업체명 : Nature Best Food
- 직급 : 매니저
- 주요취급 수산물 : 조미김, 김스벙 등의 가공김 제조

한국산 김에 대한 인식

- 한국산의 품질은 나쁘지 않은 정도(Not so bad)임. 구멍이 있기도 하고 전반적으로 너무 얇은 편임. 가격은 중국산에 비해 비싼데 품질은 가격을 따르지 못하고 있음. 원산지에 대한 의견은 가공업체로서 별로 중요하지는 않으나, 유럽 및 싱가포르의 고객들이 일본산 김으로 제조된 제품을 요구하고 있는 추세로 전년에 비해 일본산의 수입이 늘었고 상대적으로 한국산의 수입량은 줄어들었음(작년까지는 일본산과 한국산의 수입물량이 거의 비슷했었음)
- 한국산과 경쟁하고 있는 제품은 중국산/일본산이라 할 수 있는데 우리 회사는 중국에 매우 오래되고 신뢰할 만한 파트너와 좋은 관계를 갖고 있으며 중국 제품에 대한 이해가 높아 좋은 품질의 제품을 저렴하게 안정적으로 공급받고 있어 한국산의 경쟁력은 떨어짐

김(가공용 원료김)의 경쟁국 비교

구 분	중국산	일 본	한국산
품 종	가공용 원초	가공용 원초	가공용 원초
품 질*	뛰어남	매우 뛰어남	보통
가 격	적당	비쌌	비싼편
시장점유	매우높다	낮지 않음	매우 낮음
유통시기	연중	연중	연중
계절수요			
소비특징	전 제품 가공에 골고루 사용	유럽, 싱가포르 수출용(고객 요청)	소비 감소. 얇아서 일부제품에만 사용
제품특징	다양한 제품이 있으며 가공에 적합. 두꺼운 제품	다양한 제품이 있으며 가공에 적합	제품이 얇음
해당제 조사의 제품점유율	매우 높음	낮지 않음-증가추세	낮고-감소추세
한국산 경쟁력 (SWOT)	한국산은 중국산에 비해 가격은 많이 비싼데 제품의 품질은 그리 좋지 않음 제품이 얇아서 다양한 가공이 어렵고 최근 유럽, 싱가포르 등 고객 바이어들의 요청에 의해 일본산 원료를 사용한 제품 생산이 늘어 일본산 제품의 구매가 늘었음. 방사능 등 위험 요소에 대해서는 원산지의 증명서 및 태국 정부의 검사를 거쳐 안전하다고 판명되는 제품은 지속 사용하고 있으며 꾸준히 사용할 전망이다		

마. 유통업체 센트럴 푸드

- Central Food Retail (Tops Supermarket, Central Food Hall, Tops)와 전화 및 이메일로 수산물 관련 인터뷰를 한 결과
- 현재 Central Food Retail은 일본산 수산물의 수입을 잠정 전면 중단한 상태이고 한국산에 대해서도 더욱 신중할 것이라는 분위기만 전해 들음

5. 주요 수산 업체 사이트

 캔 제품 (시장 점유율 순)

Pataya Food Industries Limited	www.Patayafood.com
Royal Foods Limited	www.royalcanning.com/royalgroup.htm
Thai Union Group	www.thaiuniongroup.com
Denis Freres Group	www.denisfreres.com
Hi-Q Food Products Company Limited	www.hiqfood.com, www.rozafood.com
Tropical Canning (Thailand) Co., Ltd.	www.tropical.co.th
Chotiwat Co.,Ltd.(CMC)	www.chotiwat.com

 냉동수산식품회사 (시장점유율 순)

The Union Frozen Products Co, Ltd.	www.ufp.co.th
Findus Group	www.findusgroup.com
Ajinomoto Co., Inc.	www.ajinomoto.co.th
Oishi	www.oishigroup.com

 냉동즉석수산식품회사 (시장점유율 순)

CharoenPkophand Group	www.cpf.co.th
S&P Syndicate Public Company Limited	www.sandcp.co.th
Findus Group	www.findusgroup.com
Little Chef (Thai Agro-Foods Compny Ltd.)	www.thaiagri.com

 김스낵 가공회사 (시장 점유율 순)

Taokaenoi	www.taokaenoi.co.th
Taberu	www.kjcinterfood.co.th



스페인

수산물 소비트렌드



1. 시장동향 및 소비동향

가. 스페인 수산물 생산량

- 수산물 생산량은 2008년 117만 톤을 기록하였으며, 그 대부분은 어획에 의한 것으로 어획량에 따라 증감을 반복함. 양식생산량은 2002년 이후 30만 톤 이하를 기록하고 있음

<총 수산물 생산량>

(단위: 천 톤)

연 도	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
총생산량	1,417	1,145	1,163	1,104	1,073	1,255	1,101	1,166
(양식)	309	255	268	293	219	293	281	249

자료: FAO fishstat

<수산물 주요품목 생산량>

(단위: 톤)

코드 품목	2004	2005	2006	2007
대구류	131,668	130,988	126,509	113,422
심해어류	44,694	45,459	42,381	55,876
청어, 콩치, 멸치	95,209	79,642	83,860	73,850
참 치	251,102	250,534	140,789	240,638
고등어	39,762	61,887	104,595	87,454
오징어, 갑오징어	31,254	35,176	43,307	43,090
상어, 흥어, 은상어	54,633	37,380	37,733	49,670

자료: www.mapa.es

나. 소비동향

- 1인간 연간 수산물 공급량 변화
- 어류 소비량은 1993년 이후 40kg을 넘어선 이후 큰 변화는 없음

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
43.2	44.5	44.0	44.4	42.7	41.5	46.3	44.8

자료: FAOstat 2010

● 1980년부터 2008년까지 수년에 걸쳐 꾸준한 상승 곡선을 그림

<스페인 일인당 수산물 소비량 변화(1980~2008)>



자료: OACUI * FAO 통계 수치와는 차이가 있으므로 추이를 참고

● 스페인 가정 및 가정 외 어류 소비선호도(2006년)

어 류	소비 비중(%)
대 구	20.78
멸치 및 콩치	18.26
참 치	5.04
송 어	3.15
그 외 다른 어류	53.53

자료: 스페인 농수산부 자료

● 가장 대중상승하고 냉동소비량(10% 감소) 및 소비 비중은 감소하는 추이를 보여주고 있음

<대구의 신선: 냉동 수산물 소비량>

(단위: 톤, %)

1997		2000		2005	
신선소비	냉동소비	신선소비	냉동소비(비중)	신선소비	냉동소비
10%	90%	10%	90%	12%	88%
82,310	746,110	83,110	744,012	88,900	670,190

자료: MAPA(스페인 식품 농수산부), 2007

● 스페인가정에서의 소비구성을 보면 어류의 소비는 늘어나고 빵 소비는 줄어들었음

<연간 가정 수산물 소비비중 변화>

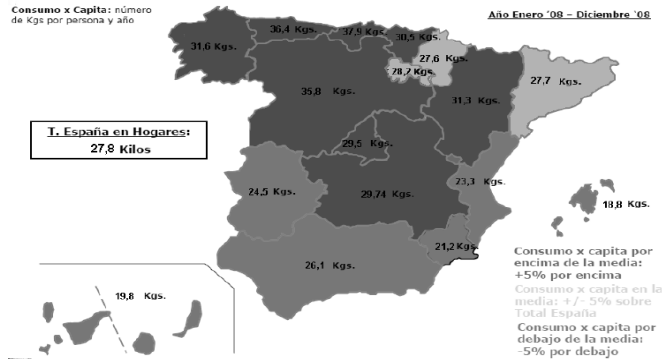
(단위: %)

	1987	1994	2000	2005
어 류	30.5	32.4	32.5	38.7%
빵	65.1	58.8	58.4	55.9%
설탕	13.6	10.1	7.2	7.1%

자료: MAPA

● 스페인 가정에서의 수산물 섭취는 2008년 연간 1인당 평균 27.8Kg으로, 일반적으로 스페인 북부와 대서양 지역보다는 스페인 내륙의 어류 섭취율이 높음

<스페인 지역별 수산물 소비 비율(2008년)>



자료: ACUI

● 스페인의 소비자 설문조사를 보면, 수산물 소비 요인은 건강에 이롭기 때문에 소비한다는 이유가 가장 높았음

<스페인 가정 및 가정 외의 어류 소비 이유(2007년)>

(단위: %)

맛이 좋아 소비	64
건강상 이유	75
모든 음식 소비	62
습 관 적	25
요리하기 쉬움	25
가 격	13
종교적 이유	4

자료: ACUI

다. 시장전망

☐ 스페인 수산물 시장 전망

- 2014년까지 스페인 수산물 시장은 전반적인 성장 전망(Datamonitor 전망자료). 스페인에서는 냉장 수산물로는 빵가루를 입힌 어류와 해산물의 소비가 높고 연평균 성장률도 높음

<스페인 냉장 제품 시장규모 금액 2004-2009>

(단위: 백만 Euro)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	연평균 성장률
빵가루 입힌 어류/해산물	1,143	1,212	1,278	1,346	1,413	1,482	5.3%
신선해산물	1,165	1,182	1,196	1,207	1,218	1,246	1.4%
신선어류	749	785	819	856	890	925	4.3%

자료: Datamonitor

<스페인 냉장 제품 시장규모 전망 금액 2009-2014>

(단위: 백만 Euro)

구 분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 성장률
빵가루 입힌 어류/해산물	1,482	1,553	1,624	1,697	1,772	1,847	4.5%
신선해산물	1,246	1,274	1,301	1,327	1,353	1,377	2.0%
신선어류	925	960	996	1,032	1,068	1,105	3.6%

자료: Datamonitor

<스페인 냉장 제품 시장규모 물량 2004-2009>

(단위: 백만 Kg)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	연평균 성장률
빵가루 입힌 어류/해산물	206	215	224	233	243	251	2.7%
신선해산물	206	233	235	237	239	240	2.7%
신선어류	122	126	131	136	139	143	2.4%

자료: Datamonitor

<스페인 냉장 제품 시장규모 전망 물량 2009-2014>

(단위: 백만 Kg)

구 분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 성장률
빵가루 입힌 어류/해산물	251	260	269	277	286	294	2.4%
신선해산물	240	242	243	244	245	246	2.3%
신선어류	143	147	151	154	158	161	1.9%

자료: Datamonitor

● 스페인 냉동 제품은 냉장된 생선의 소비가 가장 크고 앞으로도 소비가 지속될 것으로 예상됨

<스페인 냉동 제품 시장규모 금액 2004-2009>

(단위: 백만 Euro)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	연평균 성장률
어류	265	279	303	327	251	376	8%
빵가루 입힌 어류/해산물	193	217	229	247	266	285	8%
해산물	131	143	155	167	180	192	8%

자료: Datamonitor

<스페인 냉동 제품 시장규모 전망 금액 2009-2014>

(단위: 백만 Euro)

구 분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 성장률
어류	376	400	425	449	474	499	5.8%
빵가루 입힌 어류/해산물	285	303	322	340	359	378	5.8%
해산물	192	205	218	230	243	255	5.8%

자료: Datamonitor

<스페인 냉동 제품 시장규모 물량 2004-2009>

(단위: 백만 Kg)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	연평균 성장률
어류	50	54	57	60	63	66	5.7%
빵가루 입힌 어류/해산물	36	41	43	45	48	50	5.7%
해산물	26	27	29	31	32	34	5.7%

자료: Datamonitor

<스페인 냉동 제품 시장규모 전망 물량 2009-2014>

(단위: 백만 Kg)

구 분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 성장률
어류	66	69	73	76	79	82	5.8%
빵가루 입힌 어류/해산물	50	53	55	57	59	62	5.8%
해산물	34	35	37	39	40	42	5.8%

자료: Datamonitor

- 캔 제품의 경우, 스페인 시장에서는 참치에 대한 소비가 많고 향후 성장세를 보일 것으로 고등어가 참치캔보다 성장률이 다소 높을 것

<스페인 캔 제품 시장규모 금액 2004-2009>

(단위: 백만 Euro)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	연평균 성장률
참 치	685	694	721	749	777	805	3.9%
기 타	483	503	523	543	563	584	3.9%
고등어	81	85	88	92	96	99	4.1%

자료: Datamonitor

<스페인 캔 제품 시장규모 전망 금액 2009-2014>

(단위: 백만 Euro)

구 분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 성장률
참 치	805	833	861	889	916	944	3.2%
기 타	584	605	626	648	670	692	3.4%
고등어	99	103	107	111	115	119	3.6%

자료: Datamonitor

<스페인 캔 제품 시장규모 물량 2004-2009>

(단위: 백만 Kg)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	연평균 성장률
참 치	110	114	117	120	123	126	2.7%
기 타	45	46	47	48	50	51	2.7%
고등어	9	9	10	10	10	10.9	2.4%

자료: Datamonitor

<스페인 캔 제품 시장규모 전망 물량 2009-2014>

(단위: 백만 Kg)

구 분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 성장률
참 치	126	129	132	136	139	142	2.4%
기 타	51	52	54	55	56	57	2.3%
고등어	10	11	11	11	11	12	1.9%

- 스페인의 수산물은 향후 몇 년간은 냉동제품의 성장률이 냉장제품과 캔제품의 성장률보다 높을 것

(단위: 백만 Kg)

구 분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 성장률
냉장제품	636	650	664	677	699	701	2%
캔 제품	189	193	198	202	207	212	2.3%
냉동제품	167	175	182	190	198	205	4.2%

자료: Datamonitor

라. 기타 동향

- 스페인의 수산물중 수입산과 자국산 비중을 보면, 제 3국과 EU 회원국 수입 비중이 점점 높아지고 국내산 비중이 다소 감소(2004년까지)하다 2008년에는 자국산 비중이 증가하였음

<국내산, 수입산 비중>

(단위: %)

관 계	1998	2000	2002	2004	2008
국 내 산	55.0	51.3	45.4	44.1	49.1
EU 회 원 국	32.4	32.7	36.6	35.6	31.0
제 3 국	12.6	16.0	16.0	20.3	20.3

자료: mercabarna, 2008

- 스페인 유통업계 브랜드 매출은 Freiremar가 가장 비중이 높음

<스페인 전체 수산물 시장 유통 브랜드 매출 >

(단위: 백만 Euro, %)

유통 회사	2008		2009	
	금 액	비 중	금 액	비 중
Freiremar	2,495	18.1	2,580	18.1
Campofrio	359	2.6	376	2.6
Calvo	283	2.1	300	2.1
Nestie	279	2.0	296	2.1
El Pozo	232	1.7	243	1.7

자료: Datamonitor

스페인 내 초밥 친숙정도

- 아시아 음식에 대한 관심이 높아져, 초밥에 대한 인식이 이전보다는 좋아지고 있으며 이와 함께 김에 대한 인식도 많이 좋아짐

계절별 소비형태

- 바르셀로나의 수산물 유통시장은 월별로 꾸준한 유통량을 보이나 7월이 가장 높고 6월, 8월이 적은 편임

<바르셀로나 수산물 유통시장 월별 유통량>

단위: 톤

1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
6,003	6,314	6,258	7,526	7,463	5,595	7,735	5,967	7,092	7,472	6,516	7,272

자료: mercabarna, 2008

한국산 주요 수출품목 관련동향

- 오징어 : 신선한 오징어의 약 60%는 안달루시아, 갈리시아 국내 도매시장에서 관리. 주요 수입 국가는 프랑스. 냉동의 경우 전체 시장의 75% 공급됨. 이는 특히 스페인 요리인 빵가루를 입힌 오징어 요리(깔라마레스 아 로마노)의 주원료임
- 김 : 스페인 김 시장은 중국산의 점유율이 가장 높으며, 그 다음은 일본산, 한국산 순임. 김은 스페인 갈리시아 지방에서 조각으로 잘라 생산하고 있음. 최근 스페인시장에서도 김에 대한 인식과 소비가 높아지는 추세임


- 맛살 : 프랑스와 스페인은 맛살가공제품의 소비 증가율이 높은 국가로 지속적인 증가 추세를 보임. 맛살의 원재료는 미국에서 주로 수입하고 일부는 프랑스, 아르헨티나, 칠레에서도 수입됨
- 대구 : 대구는 스페인 전체 시장 점유율의 40%를 차지하며, 냉동, 냉장, 신선 제품 모두 고른 점유율을 보이고 있음. 일반적으로 신선제품이 선호됨
- 바지락, 홍합 : 스페인 요리인 빠에야에 주로 들어가며 그 외에도 스투형태로 스페인 내에서 높은 소비를 보임. 주로 신선제품을 선호하지만, 보관이 용이한 냉장보관 비닐 형태도 소비하는 경향을 보임

2. 인기 수산제품

신선 바지락

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
바지락			
상품 문구 keyword			
Almeja			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
가정용 신선제품	바지락 파스타 콩과 같이 끓인 스투		
제품시장 점유율(대략)	스페인 전통요리 빠에야에 넣음	원산지	제조국
		프랑스	프랑스
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조자	판매자
50개들이 무게로 판매	3.2유로/5,056원	프랑스	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장		



신선 홍합

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
홍합			
상품 문구 keyword			
Mejillones			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
가정용 신선제품	홍합찜 스튜		
제품시장 점유율(대략)	스페인 전통요리 빠에야에 넣음	원산지	제조국
		갈리시아	스페인
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조자	판매자
Kg판매, 28-35개	1.60유로/2,560원	스페인	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장		



신선 손질 오징어

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
오징어			
상품 문구 keyword			
Anillos de calamares			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
손질된 오징어/ 스페인사람들이 좋아 하는 형태로 잘라 먹기 편하게 해둠	튀김옷을 입혀서 먹거나 구이, 뼈에야에 넣어 섭취	오징어	단백질 17.3g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		스페인	스페인
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
496g/Kg 판매	3.20유로/5,120원	CALADERO	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장, 냉동 보관	2011년 5월	

냉동 대구피레트

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
대구			
상품 문구 keyword			
Filetes de Merluza			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
가정용 신선제품	기름에 튀겨 섭취	단백질	단백질 18.1g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		남대서양	
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
400g, 1개	2.80유로/4,480원	PESCANOVA	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	2012년 9월	



빵가루 입힌 오징어링

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
오징어 튀김			
상품 문구 keyword			
Anillas a la romana			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/ 단위(100g)
오징어튀김/ 맛 상표	기름에 튀겨 섭취	밀가루, 옥수수가루, 물, 기름, 계란, 녹말, 유장, 이스트, 포도당, 소금, 오징어	단백질 5.6%
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		스페인	스페인
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
400g, 비닐포장	1.91유로/3,056원	PESCANOVA	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	2012년 9월	전자렌지에 사용가능



빵가루 입힌 새우튀김

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
새우튀김			
상품 문구 keyword			
Colas langostino rebozado			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
새우튀김/맛과 간편한 조리방법	기름에 튀겨 섭취	새우	새우 50% 단백질 10.5g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		스페인	스페인
264g중량/Kg판매	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
비닐포장	3.96유로/6,336원	CALADERO	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관	2011년 5월	

신선 대구피레트

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
대구			
상품 문구 keyword			
Lomo de Bacalao			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
손쉬운 조리/맛 품질 보장	튀겨서 먹거나 스튜 형태로 섭취		
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		아일랜드	아일랜드
종량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
0.443Kg/ 1개	10.14유로/16,224원	아일랜드	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장보관		품질보장 마크


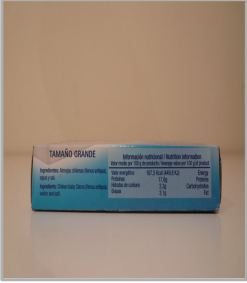

홍합(세척)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
홍합			
상품 문구 keyword			
Mejillones al albarino			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
손쉬운 조리/ 맛 품질 보장	홍합찜 스튜	단백질	단백질 18.1g
제품시장 점유율(대략)	스페인 전통요리 빠에야에 넣음	원산지	제조국
		갈리시아	스페인
종량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
1Kg/ 30-40개	10.14유로/16,224원	GALLEGA	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장보관	2011년 6월	품질보장 마크

말린 대구포

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
말린대구			
상품 문구 keyword			
Bacalao con piel cyo			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
건조식품/ 맛, 품질	물에 불린 뒤 야채와 기름을 넣고 요리해서 먹음	원산지	제조국
제품시장 점유율(대략)		아일랜드	아일랜드
종량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
Kg 판매	19,60유로/31,360원(kg)	아일랜드	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	실온 보관 가능		


바지락 통조림

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
바지락			
상품 문구 keyword			
Almejas			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
캔제품/ 맛, 품질	빠에야 및 각종 음식에 들어가 맛을 냄	단백질	단백질 17.6%
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		스페인	스페인
중량 및 포장(몇개들어등)	가격(현지화/한화환산)	제조자	판매자
111g/ 캔 1개	1.69유로/2,704원	DANI	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	실온보관 가능	2015	


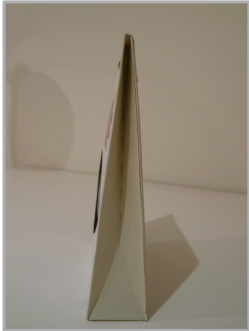

문어 통조림

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
갈리시아 식 문어			
상품 문구 keyword			
Tacos en salsa gallega			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
캔제품/ 맛, 품질	안주로 직접 섭취	단백질	단백질 21g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		갈리시아	스페인
종량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
111g/캔 1개	1.29유로/2,064원	NOLY	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	실온 보관	2014년	


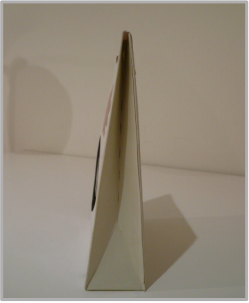

홍합살 통조림

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
홍합			
상품 문구 keyword			
Mejillones al natural			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
캔 제품/ 맛, 품질	빵 위에 얹어 먹음 안주로 먹음	단백질	단백질 19g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		스페인	스페인
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
115g/캔 1개	1.01유로/1,616원	ISABEL	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	실온 보관	2014년	


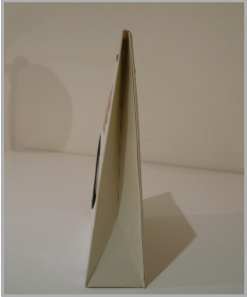

건강식품/ 건조 김

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
김 말린 것			
상품 문구 keyword			
Nori en copos			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
먹기 편한 용기에 담김 건강식품	물에 불려 양념 후 섭취	단백질, 섬유 비타민 A, C	단백질 33.2 섬유질 22.9 비타민 A CDR% 89 비타민 C CDR% 16
제품시장 점유율(대략)	물에 불려 후라이펜에 조리	원산지	제조국
		스페인	스페인
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
25g, 1개	1.60유로/2,560원	Portomunios	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	건조한 곳에 실온보관	2013	




건강식품 / 자른 미역

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
미역 스파게티			
상품 문구 keyword			
Espagueti de mar			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
스파게티/건강식	물에 불린 후 조리	섬유질/ 비타민A, B1, B9, E	단백질 50.5g 비타민A CDR% 25 비타민B1 CDR% 29 비타민B9 CDR% 54 비타민E CDR% 27
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		스페인	스페인
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
25g, 비닐포장 1	1.60유로/2,560원	Portomuninos	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	건조한 곳, 실온보관	2013	




건강식품 / 건조 다시마

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
다시마 말린 것			
상품 문구 keyword			
Kombu			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
건강식 다시마/ 건강식	물에 불린 뒤 조리	섬유질, 비타민 B9	단백질 7.1g 섬유질 35g 비타민 B9 %CDR 36
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		스페인	스페인
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
25g/비닐포장 1	1.60유로/2,560원	Portomuninos	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	건조한 곳 실온	2013	

게맛살 스프레드

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
뽀초 맛살			
상품 문구 keyword			
Pintxo a la donostiarra			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
마요네즈에 버무린 맛살/ 스페인 음식 뽀초스에 맞게 만들	빵 위에 얹어 섭취	맛살(명태살), 물, 기름, 새우, 녹말, 녹말 전분, 계란 노른자, 소금, 설탕, 식초, 흰자질, 단백질, E-621, E-415, E-405, 계향, 흰포도주, 천연색소	단백질 5.6g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		스페인	스페인
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
150g/비닐포장 1	1.95유로/3,120원	Krissia	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장보관	11년 6월	

구워먹는 게맛살

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
게 모양 맛살			
상품 문구 keyword			
Colas del Oceano			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
게 모양/ 맛, 고품질	버섯과 함께 구워서 먹음	맛살(명태살), 물, 기름, 녹말, 소금, 계란 단백질, 단백질, 게향료, 백포도주, 설탕, 천연 색소, E-621	단백질 10.5% 오메가 3 61mg
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		스페인	스페인
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
150g/비닐포장 2	2.45유로/3,920원	Krissia	스페인
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
			사용
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장보관	11년 6월	2011년 최고 맛으로 선정됨

3. 수산물 유통업체 구매담당자 인터뷰

가. 유통업체 메르까바르나

- 업체명 : Mercabarna
- 직위 : 총괄 사장
- 취급수산물 : 신선 수산물 일체
- 인터뷰일시 및 소요시간 : 2011년 4월 9일(1시간)

수산물 시장 전반 내용

- 요즈음 수산물 시장 경기
 - ▶ 스페인 경기가 안 좋아 수산물 시장도 좋지 않음, 당분간 지속될 것으로 예상
- 수입산 수산물 시장 동향
 - ▶ 전반적으로 스페인 국내 규모가 더 증가할 것으로 예상

수입수산물 관련

- 주 수입국은 : 프랑스, 아일랜드, 이탈리아
- 수입산 소비는 자국 산과 비교하여 제철 소비가 다른가 : 모름
- 자국 산과 수입 산의 소비비율은 어떤가? 앞으로 전망은?
 - 일부 신선제품을 제외한 많은 제품이 수입 산이며 향후에도 증가예상
- 현재 시장의 수입산 점유율은 : 제품마다 다르지만 60%선
- 선호하는 원산지는 어디인가? 선호하는 이유는 무엇인가?
 - 프랑스, 위치적으로 가깝고 인식이 좋음
- 수입 품종 및 그 규모는 앞으로 어떻게 될 것 같은가?
 - 앞으로 스페인 국내 양식업이 더 성장할 것으로 전망

한국산 시장 확대를 위한 거래 시 주 고려사항(중요도 순)

- 가격 : 가격대를 낮추는 것이 필요
- 프로모션 : 잘 알려져 있지 않아 프로모션 필요
- 유통 : 단가상승이 문제
- 브랜드 : 일단 알리는 것이 더 중요하다고 함
- 품질 : 일단 알리는 것이 더 중요하다고 함

한국산에 대한 인식

- 한국산 대표 품목은 무엇이라고 생각하는가? → 전반적인 인식부족
- 한국산의 품질은 어떤가?, 색깔, 크기, 포장, 신선도는? → 품질은 좋다고 함
- 그 품목의 가격은 어떻다고 생각하는가? → 높음
- 한국산의 브랜드나 원산지에 대한 의견은? → 잘 모름
- 한국산 유통매장 프로모션에 대한 의견은? → 장기적인 소비확대전략이 필요
- 한국산과 경쟁하는 국가는 어디라고 생각하는가? → 중국, 일본

나. 유통업체 바루페 SA

- 업체명 : BARRUFET S,A
- 직위 : 수산물 총괄 매니저
- 취급수산물 : 신선, 냉동, 가공수산물 일체
- 인터뷰일시 및 소요시간 : 2011년 4월 10일(1시간)

수산물 시장 전반 내용

- 요즈음 수산물 시장 경기는 어떤가? 향후 어떠한 것으로 예상되는가?
→ 수산물 시장경기는 일반시장경기에 비해 양호
- 수입산 수산물 시장 동향은 어떤가? 규모는 증가하고 있는가? 품목은 늘어나고 있는가?
→ 냉장, 냉동 제품은 수입품이 증가함

☐ 수입수산물 관련

- 수입국은 주로 어디인가? → 프랑스, 모로코, 이탈리아
- 수입산의 소비는 어떻게 이루어지는가? 자국 산과 비교하여 제철 소비가 다른가?
→ 수입 산은 냉동제품이 많아 연중 소비되는 편
- 자국 산과 수입 산의 소비비율은 어떤가? 앞으로 전망은?
→ 일반적으로 자국 산이 많고 일부 품목에서 가격문제로 수입산 소비가 더 높음
- 현재 시장의 수입산 점유율은 어떻다고 생각하는가?
→ 수산물 전체로 볼 때 50%정도
- 선호하는 원산지는 어디인가? 선호하는 이유는 무엇인가?
→ 프랑스, 이탈리아. 지리적으로 신선한 제품을 수입하기 좋음
- 수입 품종 및 그 규모는 앞으로 어떻게 될 것 같은가?
→ 가격에 따라 달라질 것으로 전망

☐ 한국산 시장 확대를 위한 거래 시 주 고려사항(중요도 순)

- 가격 : 경기가 안 좋아 적정가격을 통한 구매욕구 증대가 가장 중요
- 프로모션 : 한국제품에 대한 인식이 부족
- 브랜드 : 일본산과 같은 브랜드 필요
- 유통 : 다른 수입 산과 비슷함으로 크게 중요치 않음
- 품질 : 전반적인 한국산의 품질은 좋다고 봄

☐ 한국산에 대한 인식

- 한국산 대표 품목은 무엇이라고 생각하는가? → 인식부족
- 한국산의 품질은 어떤가?, 색깔, 크기, 포장, 신선도는? → 품질은 좋다고 봄
- 그 품목의 가격은 어떻다고 생각하는가? → 고가라고 인식
- 한국산의 브랜드나 원산지에 대한 의견은? → 일본에 비해 떨어짐

- 한국산 유통매장 프로모션에 대한 의견은? → 지속적인 프로모션 필요
- 한국산과 경쟁하는 국가는 어디라고 생각하는가? → 일본

다. 유통업체 디아(Dia)

- 업체명 : Dia
- 직위 : 구매부 매니저
- 취급수산물 : 냉동수산물 일체
- 인터뷰일시 및 소요시간 : 2011년 4월 15일(1시간)

수산물 시장 전반 내용

- 요즈음 수산물 시장 경기는 어떤가? 향후 어떠한 것으로 예상되는가?
→ 지난해에 비해 감소, 경기침체로 수산물시장도 침체 예상
- 수입산 수산물 시장 동향은 어떤가? 규모는 증가하고 있는가? 품목은 늘어나고 있는가?
→ 예년과 비슷한 추세

수입수산물 관련

- 수입국은 주로 어디인가? → 프랑스, 이탈리아, 북유럽
- 수입 산의 소비는 어떻게 이루어지는가? → 냉동 및 가공식품은 연중 소비되는 편임
- 자국 산과 수입 산의 소비비율은 어떤가?
→ 냉동 및 가공제품의 경우 대부분 수입 산이며 향후에도 증가예상
- 현재 시장의 수입산 점유율은 어떻다고 생각하는가? → 수산물의 70%
- 선호하는 원산지는 어디인가? 선호하는 이유는 무엇인가?
→ 북유럽, 아일랜드, 인식이 좋음
- 수입 품종 및 그 규모는 앞으로 어떻게 될 것 같은가?
→ 대구, 오징어, 바지락 등 증가 예상

한국산 시장 확대를 위한 거래 시 주 고려사항(중요도 순)

- 가격 : 가격을 낮추는 것이 필요
- 품질 : 품질대비 가격이 높음
- 브랜드 : 브랜드 강화 필요
- 유통 : 다른 수입 산에 비해 장점이 있어야 한다고 봄
- 프로모션 : 시식홍보행사시 미리 알리는 것이 필요

한국산에 대한 인식

- 한국산 대표 품목은 무엇이라고 생각하는가? → 인식 부족
- 한국산의 품질은 어떤가?, 색깔, 크기, 포장, 신선도는? → 인식 부족
- 그 품목의 가격은 어떻다고 생각하는가? → 인식 부족
- 한국산의 브랜드나 원산지에 대한 의견은? → 인식 부족
- 한국산 유통매장 프로모션에 대한 의견은? → 자주 실시했으면 좋을 것으로 예상
- 한국산과 경쟁하는 국가는 어디라고 생각하는가? → 중국, 베트남, 일본 등 동남아시아

라. 유통업체 가르시덴(GARCIDEN)

- 업체명 : GARCIDEN S,L
- 직위 : 생선부 매니저
- 취급수산물 : 신선, 냉동, 가공수산물 일체
- 인터뷰일시 및 소요시간 : 2011년 4월 18일(1시간)

수산물 시장 전반 내용

- 요즘 수산물 시장 경기는 어떤가?
→ 건강에 대한 관심으로 수산물 소비는 늘어날 것으로 전망

- 수입산 수산물 시장 동향은 어떤가? 규모는 증가하고 있는가?
→ 규모는 늘어나지만 품목 자체는 늘어나지 않을 것임

수입수산물 관련

- 수입국은 주로 어디인가? → 프랑스, 이탈리아, 그리스
- 수입 산의 소비는 어떻게 이루어지는가? 자국 산과 비교하여 제철 소비가 다른가?
→ 수입 산의 소비는 편중 없이 꾸준함
- 자국 산과 수입 산의 소비비율은 어떤가? 앞으로 전망은?
→ 전체 수산물 판매 중 60%이상이 수입 산이며 향후에도 비슷할 것으로 예상
- 현재 시장의 수입산 점유율은 어떻다고 생각하는가?
→ 수산물 전체로 볼 때 60%정도
- 선호하는 원산지는 어디인가? 선호하는 이유는 무엇인가?
→ 특별하게 선호하는 수입품은 없음
- 수입 품종 및 그 규모는 앞으로 어떻게 될 것 같은가?
→ 꾸준한 증가를 보일 것으로 예상됨

한국산 시장 확대를 위한 거래 시 주 고려사항(중요도 순)

- 가격 : 가격에 대한 선호도가 높게 나타남
- 품질 : 전반적인 품질의 향상이 구매로 이어질 수 있음
- 브랜드 : 브랜드 인지도 강화필요
- 유통 : 가격을 비교해 봤을 때 유통이 중요함
- 프로모션 : 매장 내 시식홍보행사는 많이 할수록 도움이 됨

한국산에 대한 인식

- 한국산 대표 품목은 무엇이라고 생각하는가? → 맛살
- 한국산의 품질은 어떤가? → 품질은 좋으나 가격 문제 개선 필요

- 그 품목의 가격은 어떻다고 생각하는가? → 비쌌
- 한국산의 브랜드나 원산지에 대한 의견은? → 인지도가 약함
- 한국산 유통매장 프로모션에 대한 의견은?
→ 프로모션을 자주 하면 인지도도 올라갈 것으로 예상
- 한국산과 경쟁하는 국가는 어디라고 생각하는가? 중국, 대만, 베트남, 일본

마. 유통업체 아르까드마르

- 업체명 : ARCADEMAR
- 직위 : 수산물 구매부 매니저
- 취급수산물 : 냉동, 가공수산물 일체
- 인터뷰일시 및 소요시간 : 2011년 5월 18일(1시간)

수산물 시장 전반 내용

- 요즘 수산물 시장 경기는 어떤가?
→ 스페인 경기가 안 좋아 소비가 줄어들겠지만 신선제품에 대한 수요는 유지될 것으로 전망
- 수입산 수산물 시장 동향은 어떤가?
→ 규모는 작년과 비슷하고 품목은 늘어날 것으로 봄

수입수산물 관련

- 수입국은 주로 어디인가? → 프랑스, 포르투갈, 이탈리아
- 수입산의 소비는 어떻게 이루어지는가? 자국산과 비교하여 제철 소비가 다른가?
→ 연중 비슷한 움직임, 자국산과 비교하여 소비가 다르지 않음
- 자국산과 수입산의 소비비율은 어떤가? 앞으로 전망은?
→ 전체 수산물 중 60% 이상이 수입산이며 앞으로도 비슷할 것으로 봄
- 현재 시장의 수입산 점유율은 어떻다고 생각하는가? → 60% 선

● 선호하는 원산지는 어디인가? 선호하는 이유는 무엇인가?
→ 연어나 특수 품목에 대해 선호하는 지역이 있음

● 수입 품종 및 그 규모는 앞으로 어떻게 될 것 같은가?
→ 수입 품종은 늘어나고 그 규모도 증가할 것으로 예상

한국산 시장 확대를 위한 거래 시 주 고려사항(중요도 순)

- 가격 : 소비자 입장에서는 가격이 가장 중요하다고 봄
- 품질 : 가격과 품질은 소비자 입장에서 제품구매에 중요한 요소임
- 프로모션 : 잘 알려져 있지 않기 때문에 프로모션이 중요함
- 유통 : 주류시장공략을 위한 유통망확보가 중요
- 브랜드 : 브랜드에 대한 중요도는 떨어짐

한국산에 대한 인식

- 한국산 대표 품목은? → 많이 들어봤지만 한국산에 대한 인식 부족
- 한국산의 품질은 어떤가? → 한국산에 대한 품질은 높다고 함
- 그 품목의 가격은 어떻다고 생각하는가? → 고가
- 한국산의 브랜드나 원산지에 대한 의견은? → 인식 부족
- 한국산 유통매장 프로모션에 대한 의견은? → 자주 실시했으면 좋겠음. 지원 필요
- 한국산과 경쟁하는 국가는 어디라고 생각하는가? → 일본

5. 수산물 주요업체 리스트

회 사 명	주 소 / 전 화	취급품목
NIPON MEDITERRAN SA	c/ Pol ind Los Alcazares, vial A-nave 30870 Madrid, Spain +34 968 58 29 62 / info@niponmediterraneo.com	
COMPA A ESPANOLA DE ALGAS MARINAS	c/ Pol Industrial Las Gandaras de Budino ▶Pontevedra, Spain +34 986 330 386	
CONSIGNACIONES AIXA E HIJOS FRIGORIFICS ROS SA UNIPERSONAL	c/ Merkat del Peix 6808040 BCN, Spain / +34 649 247 002 CR DE ACCESO COSTA BRAVA 017300, GIRONA	
JAPOFISH, S.A	Ctra. En Corts, 231 Mercavalencia, 46013, Valencia, Spain +34 963 241 690	
Garciden S.L	PJ CERRO ALTO-AP 004620, VERA, ANDALUCIA +34 950 460 851	
BARRUFET SA	C. LONGITUDINAL, 8, 9708040, Barcelona / +34 933 362 911	
CONSIGNACIONES AIXA E HIJOS SA	C. MERCAT DEL PEIX 6808040, BARCELONA +34 933 365 961	
KRUSTAGROUP SA	AV. HISPANO AMERICA, 720001, HUELVA, ANDALUCIA +34 932 237 562	
COSTA-PLETT TRADE, SA	CL. MAYOR 12,ED. FRIMERCAT 2 O 208040, BARCELONA +34 943 361 262	
GARCIDEN S.L	PJ CERRO ALTO 383, 004620, VERA, ALMERIA +34 950 460 851	
JUAN BLANQUE SL	MC. PEIX, C.8 SECT.C MERCAB, 008040, BARCELONA +34 933 359 851	
HERME ORTIX SL	CR NC IV KM 550 MERINALES, 1041700, DOS HERMANAS, SEVILLA +34 902 233 212	
MANET IMPORT, SL	C LONGITUDINAL, 6, FRIMERC, 9, 08040, BARCELONA +34 932 630 044	
MARESMAR, SL	LONGITUDINAL(MERCABARNA) P2, 308004, BARCELONA 20180 Oiartzun ▶Guipuzcoa, Spain/ +34 932 630 044	
NIPON MEDITERRANEO	Los Alcazares, Vial 3, Madrid / +34 659 408 372	
TRANSAT N.	AV. MARINA 40, VILAGARCIA DE AROSA, PNTVEDRA +34 986 505 858	
ATUNSA	BIXKAIKO JAURRERIA, 2-1, BERMERO, VIZCAYA / +34 946 186 126	
FRESQUI, S.L	VILAR 18, BRIBES CAMBRE, LA CORUNYA / +34 691 231 651	
CONGELADOS NORIBERICA, S.A	RONDA DE DONBOSCO 24, 1 VIGO, PONTEVEDRA +34 943 486 489	
OSTRANOR	PASEO BARQUERA, VICENTE DE LA BARQUERA, CANTABRIA +34 942 712 277	
BENITO FERNANDEZ SEAFOOD SEVILLA	PUERTO DE TRAGOVER, PONTEVEDRA / +34 986 524 916 AV. DE CUBA, SEVILLA / +34 955 773 496	
ARCADEMAR	RIA DE PEIRAO, 46, PNTVEDRA / +34 986 700 007	
STOLT SEA FARM	LIRA CAMOTA, LA CORUNA/ +34 981 837 501	
ACUIDORO, S.A	FOMELOS DONINOS FERROL, LA CORUNA/+34 981 837 501	
INSUI A. S.L	ARDIA 172, GROVE, PONTEVEDRA/ +34 986 730 502	



프랑스

수산물 소비트렌드



1. 수산물 시장동향 및 소비동향

가. 프랑스의 수산물 시장규모

일반 현황

- 프랑스는 유럽의 본토 외에 해외 프랑스령으로 마르티니크 · 과들루프 · 레위니옹 · 프랑스령(領) 기아나가 있고, 그밖에 3개 해외공동체(마요트, 생피에르미클롱, 왈리에푸투나 제도), 1개 특별 공동체(뉴칼레도니아), 1개 해외국가(프랑스령 폴리네시아)가 있는데, 수산물 생산 및 시장규모에 관한 모든 통계는 본토와 프랑스령의 수치를 포함한 것임
- 프랑스는 유럽연합 총 수산물 생산의 약 10%를 담당
- 유럽연합 내에서 이탈리아, 그리스, 스페인에 이어 약 네 번째 규모의 수산물 생산국
- 유럽 최대의 굴 생산국이자 최대 소비국
- 양식업에 있어서는 유럽연합 내에서 스페인에 이어 두 번째 위치
- 수산물 판매규모 : 연평균 10억 유로
- 수산물 판매금액 연평균 5억7천6백만 유로: 조개류 약 4억, 생선류 1억 7천 6백만
- 활동중인 선박의 수 : 7,389
- 활동중인 선원의 수 : 24,514명. 그 중 87%는 본국에서 활동
- 프랑스 본국에 접수되는 수산물의 규모: 평균 55만 톤
(www.insee.fr, <http://agriculture.gouv.fr/le-marche-des-produits-de-la-mer> 참고)

국내 시장규모와 성격

- 2008년 총 생산량 : 707,107 톤. 그 중 대부분은 신선, 냉동 어류제품임
- 2008년 총 생산금액 : 17억 유로

<본국과 해외프랑스령 수산물 생산량/ 금액>

구 분	생산물량(톤)	생산금액(백만유로)
프랑스 본국	683,000	1,540
프랑스령	24,170	160
	707,170	1,700

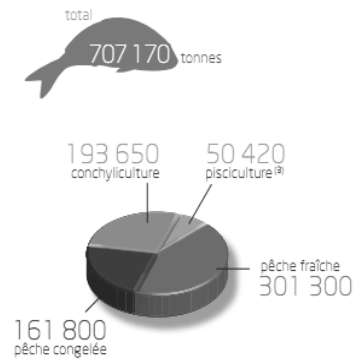
<수산물 부류별 생산물량>

생산별	생산물량	부류별	생산물량
신선어류	301,300	어류	438,680
냉동어류	161,800	조개류	233,750
조개류	193,650	갑각류	16,200
양식어류	50,420	두족류	18,540
계	707,170	계	707,170

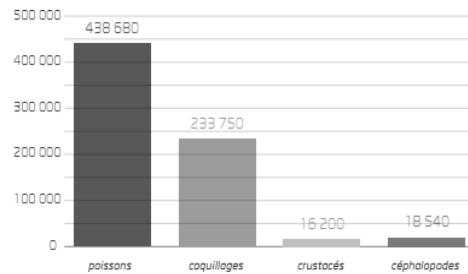
<프랑스의 품목별 수산물 총 생산량(2008)>

(단위: 톤)

Quantités vendues en 2008 ⁽¹⁾⁽²⁾
par mode de production (en tonnes)



par groupe d'espèces (en tonnes)



자료: France Agrimer⁸⁾

8) ※ 참고 Peche fraîche: 신선어류, Peche congelée: 냉동어류, conchyliculture : 조개류, pisciculture : 양식어류, Poissons : 어류, coquillages: 조개류, crustacés : 갑각류, céphalopodes: 두족류

<수산물 부류별 생산금액>

(단위: 백만유로)

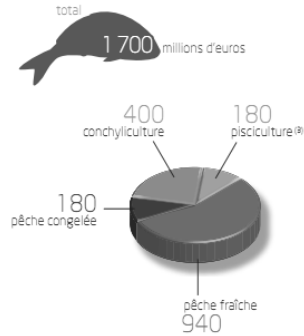
생산별	생산금액	부류별	생산금액
신선어류	940	어류	1060
냉동어류	180	조개류	490
조개류	400	갑각류	90
양식어류	180	두족류	60
계	1,700	계	1,700

<프랑스의 품목별 수산물 총 생산금액(2008)>

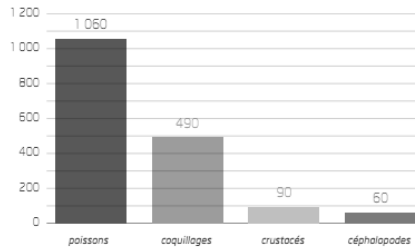
(단위: 백만 유로)

Valeur des ventes

par mode de production (en millions d'euros)⁽²⁾



par groupe d'espèces (en millions d'euros)



자료: France Agrimer

<프랑스 본국과 해외 프랑스령의 생산량 비교>

Valeur des ventes en 2008⁽²⁾



Quantités vendues en 2008⁽¹⁾⁽³⁾



자료: France Agrimer

주) Metropole : 본국, DOM : 해외 프랑스령

<신선생선 및 냉동생선의 지역별 생산량(2008)>

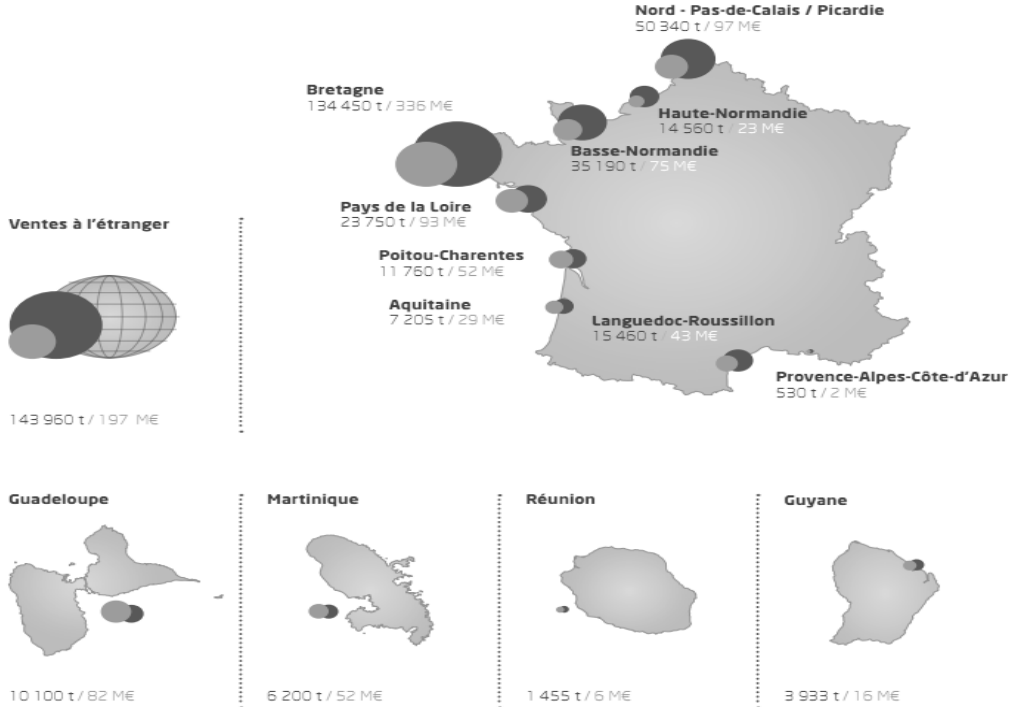
(단위: 톤/백만 유로)

Pêche fraîche et pêche congelée, hors algues et hors pêche en eau douce
par régions en 2008

Source : DFPMA

Ventes

poids vif (tonnes) / valeur (millions d'euros)



자료: France Agrimer

주1) 해조류 제외

주2) Vente a l'etranger : 해외생산

나. 수산물 시장 소비특징, 소비동향

- 프랑스의 수산물 공급량은 90년대 후반을 경계로 급격히 증가하는 추세임. 이는 음식 관련 웰빙 열풍, 환경/동물보호운동, 타국의 음식문화에 대한 관심 등에서 비롯된 현상임 (FENIP 사이트에서 참조)
- 1인당 연간 수산물 공급량
 - 수산물 공급량은 '01년 이후 지속적으로 증가세를 유지하고 있음.' 06년 35.3kg이 가장 높았음

<1인당 연간 수산물 공급량>

(단위: kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
30.7	33.6	33.9	34.0	33.2	34.9	35.3	34.2

자료: FAOstat 2010

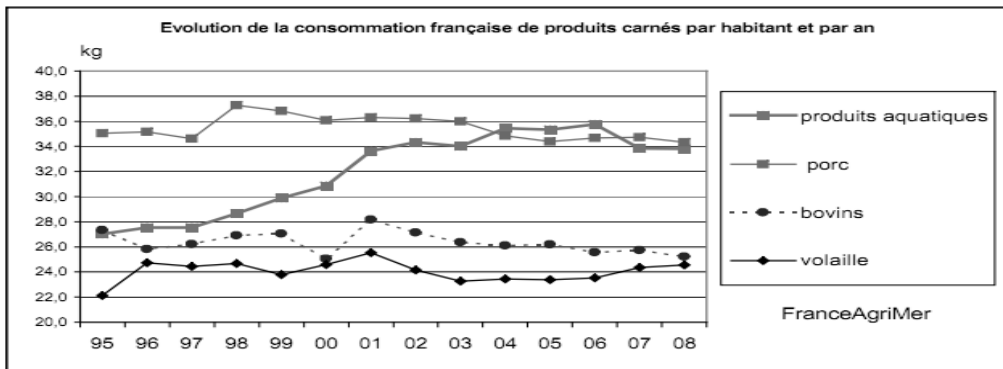
<유럽 각국의 1인당 연간 수산물 공급량>

(단위: kg)

국 가	연간 소비량('01)	국 가	연간 소비량
포르투갈	56.9	덴마크	23.1
에스파니아	44.7	네덜란드	22.6
프랑스	33.6	그리스	22
핀란드	32.7	영국	20
스웨덴	29.9	아일랜드	16.7
룩셈부르크	29.7	스위스	15.6
이탈리아	25.1	독일	14.4
벨기에	24.2	오스트리아	11.9

자료: France Agrimer, FAO 2003 , 유럽평균 20kg, 유럽연합평균 25kg
 주) 프랑스는 33.6kg로 유럽 내 세 번째로 소비량이 많은 국가임

<1인당 수산물/돼지고기/쇠고기/조류 소비량 비교 변화(1995~2008) >



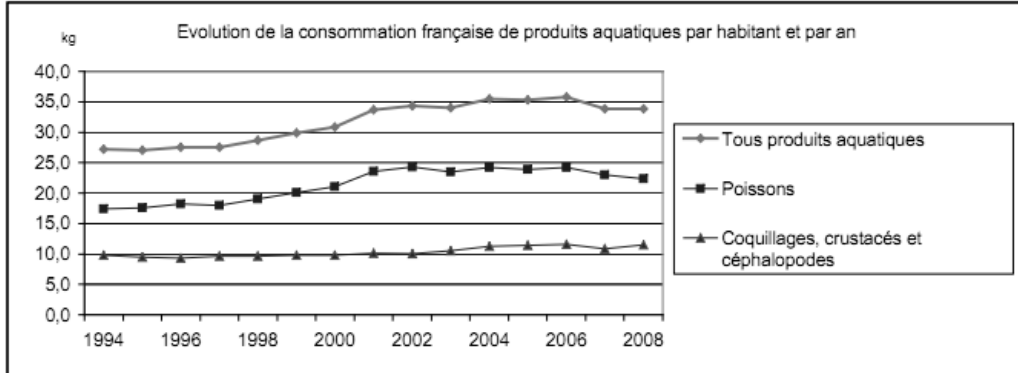
자료: http://www.ofimer.fr/99_up99load/2_actudoc/2030d1_01.pdf

주) Produits aquatiques: 수산물, Porc: 돼지고기, Bovins: 쇠고기, Volaille: 조류

- 2000년 전후 수산물 소비량이 급격히 증가. 2006년을 기점으로 다시 하락세

<1인당 수산물 품목별 소비량 비교 변화(1994~2008)>

(단위: kg)



자료: http://www.ofimer.fr/99_up99load/2_actudoc/2030d1_01.pdf

주) Tous produits aquatiques: 총 수산물, Poissons: 어류, Coquillages, crustacés et céphalopodes: 조개류, 갑각류, 두족류

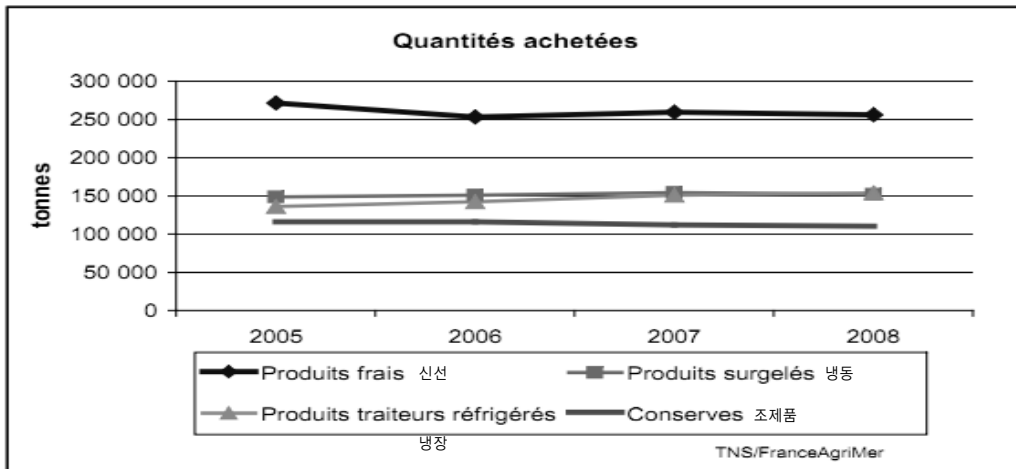
- 2000년 이후 어류 소비량의 증가로 총 수산물 소비량이 변화한 것을 알 수 있음

▣ 프랑스 일반가정의 소비동향

- 신선제품의 소비는 줄고, 손질된 냉장제품의 소비는 점차 증가하는 추세

<수산물 품목별 판매량 변화(2005~2008)⁹⁾>

(단위: 톤)



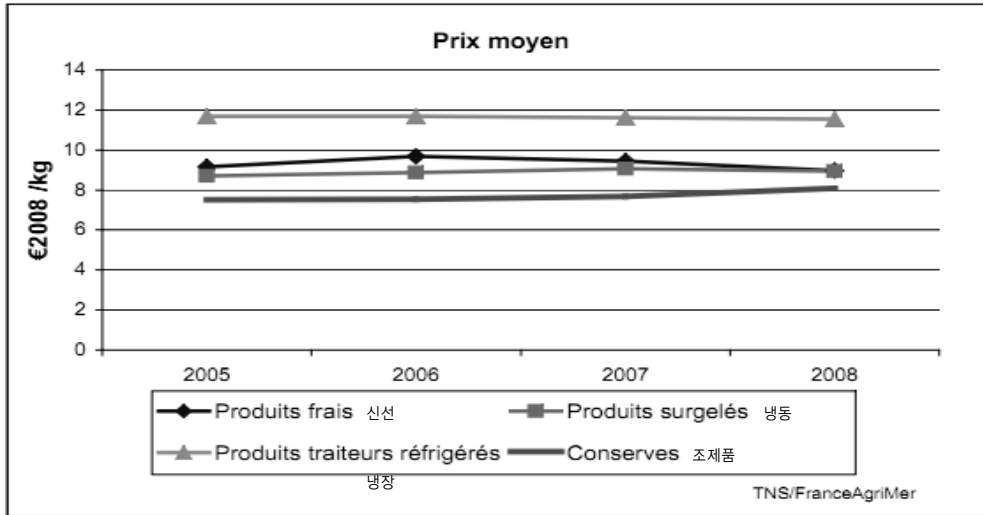
자료: http://www.ofimer.fr/99_up99load/2_actudoc/2030d1_01.pdf

9) Produits frais: 신선제품, Produits surgelés: 냉동제품, Produits traiteurs réfrigérés: 냉장제품, conserves: 캔제품

- 손질된 냉장제품의 가격이 월등히 높은 편. 냉동제품, 캔 제품의 가격이 꾸준히 오르는 반면, 신선제품의 가격은 하락하는 추세

<수산물 품목별 가격 변화(2005~2008)>

(단위: 유로/kg)

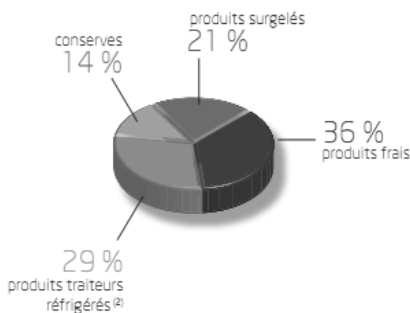


자료: http://www.ofimer.fr/99_up99load/2_actudoc/2030d1_01.pdf

- 가정에서는 주로 신선제품(36%)과 냉장제품(29%)으로 소비

<가정용 수산물 소비의 품목별 비율 및 총 판매액 (2009)>

Sommes dépensées en 2009



<소비비율>

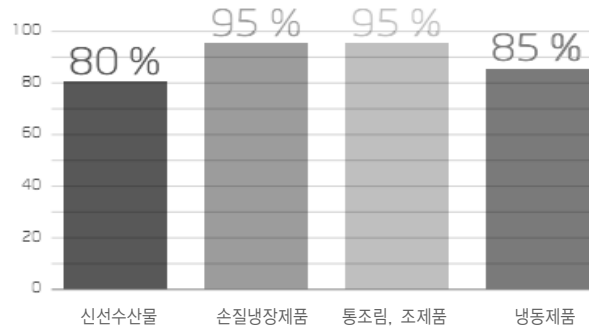
Category	Percentage
신선제품	36%
냉장제품	29%
냉동제품	21%
캔제품	14%

자료: France Agrimer

- 냉장, 캔, 냉동제품의 대부분을 일반 가정에서 소비
- 프랑스 일반 가정의 주요 수산물 소비 품목은 참치, 연어, 대구, 정어리, 송어, 홍합, 굴, 조개관자, 새우임

<가정용 수산물 소비의 품목별 점유율 (2009)>

Taux de ménages acheteurs en 2009⁽³⁾

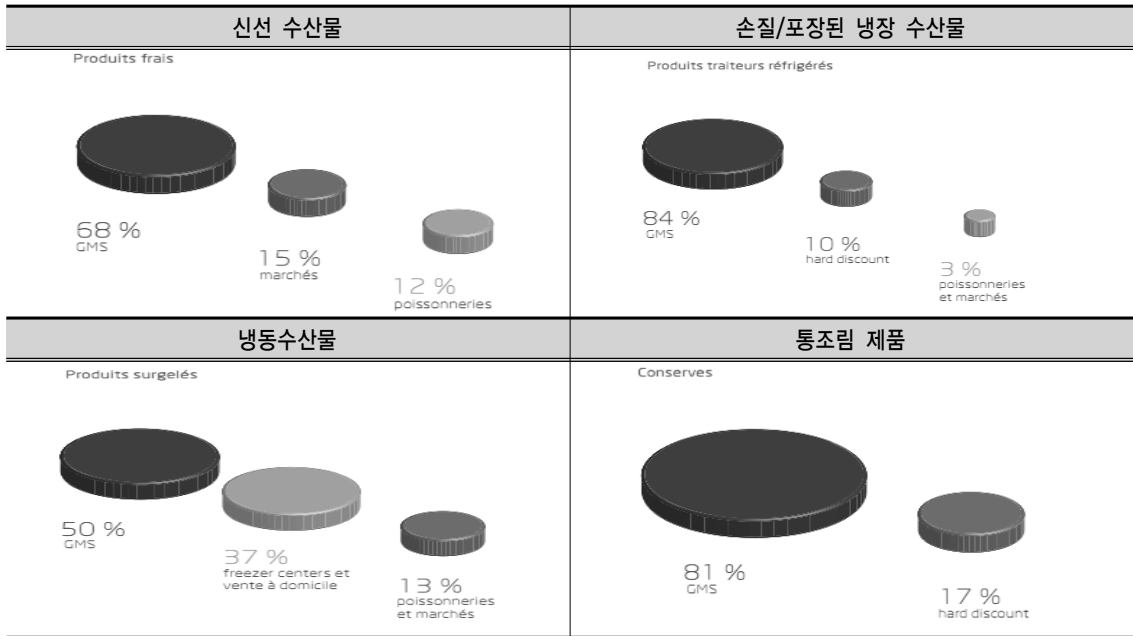


자료: France Agrimer

□ 수산물 품목별 유통시장 비율

- 대형체인마켓의 열풍은 지속적인 현상임. 전통적인 신선제품 가판대가 대형마켓들에 설치되어 있지만, 점점 중요성이 줄어들고 있음. 그보다는 편리함과 위생의 이유로 손질, 포장되어 나오는 냉장제품이 점점 인기를 얻으며 가판대가 확장되는 경향을 보임
- 프랑스에서는 전국 810개의 매장을 소유하고 있는, 냉동식품전문 ‘Picard’ 라는 마켓이 매우 인기가 있음. 아이스크림과 야채, 냉동요리 등 모든 냉동제품을 취급하지만, 특히 어패류 제품에 대한 이미지가 매우 좋음. 가격수준은 일반 마켓의 냉동식품보다 훨씬 높은 편임

<유통형태별 유통시장 점유율(2009)>



자료: France Agrimer, www.fenip.com

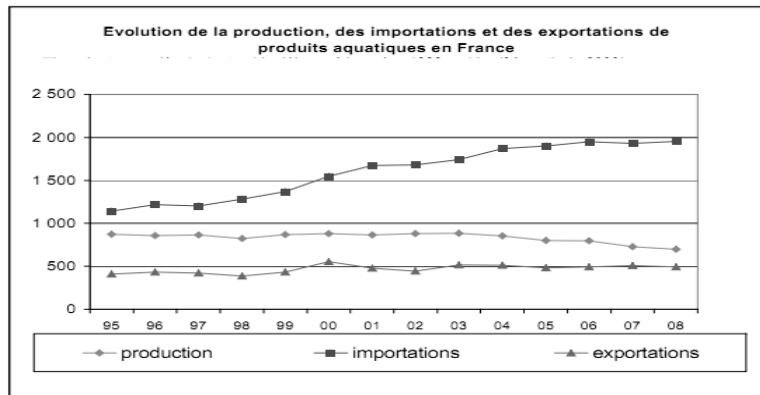
주) GMS: 대형마켓, Marchés: 재래시장, Poissonneries: 소규모 생선가게, Hard discount: 저가 마켓, Poissonneries et marchés: 소규모 생선가게 및 재래시장, Freezer centers et vente a domicile: 냉동식품전문마켓과 방문판매

다. 수입/ 수출

- 1995년부터 2008년까지 동향을 보면, 해가 갈수록 수입량은 크게 늘고, 수출량은 줄어들며 무역적자수치가 두 배 가까이로 늘었음

<수산물 생산량, 수입 및 수출량 동향 (1995~2008)>

(단위: 천톤)



자료: www.ofimer.fr

주) production:생산, importations: 수입, exportations: 수출

❑ 다른 유럽 국가들과 마찬가지로, 국내의 수요규모에 비해 자체 생산량이 점점 부족하여 수입 의존도가 계속적으로 늘고 있음

<수산물(어류, 패류·갑각류·연체류) 수입 및 수출, 적자 수치 동향 (1997~2009)>

Année	IMPORTATIONS			EXPORTATIONS			DEFICIT		
	Poissons	Coquillages, crustacés et céphalopodes	Total	Poissons	Coquillages, crustacés et céphalopodes	Total	Poissons	Coquillages, crustacés et céphalopodes	Total
1997	865 717	336 233	1 201 950	355 867	64 537	420 404	509 850	271 697	781 546
1998	920 619	361 928	1 282 547	322 790	64 723	387 513	597 828	297 205	895 033
1999	985 151	394 661	1 379 812	350 441	82 317	432 758	634 710	312 344	947 054
2000	1 142 921	404 655	1 547 576	456 339	98 633	554 972	686 582	306 022	992 604
2001	1 230 608	443 440	1 674 048	376 014	103 106	479 120	854 594	340 334	1 194 928
2002	1 241 594	439 818	1 681 412	341 815	103 626	445 441	899 779	336 192	1 235 971
2003	1 258 850	477 993	1 736 843	413 027	119 905	532 932	845 823	358 088	1 203 911
2004	1 354 475	516 383	1 870 858	400 171	116 773	516 944	954 304	399 610	1 353 913
2005	1 378 660	549 541	1 928 201	386 741	208 243	594 985	991 919	341 298	1 333 216
2006	1 386 453	566 644	1 953 097	373 375	122 539	495 914	1 013 078	444 105	1 457 183
2007	1 370 475	554 088	1 924 563	373 216	140 240	513 456	997 259	413 848	1 411 107
2008	1 384 416	583 315	1 967 731	381 069	116 489	497 558	1 003 347	466 826	1 470 173
2009	1 366 113	593 590	1 959 704	310 131	101 440	411 571	1 055 982	492 150	1 548 133

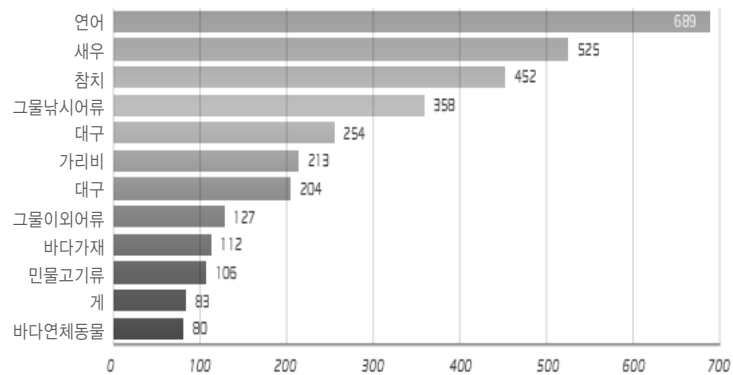
주) importations : 수입, exportations: 수출, deficit : 적자, poissons : 어류, coquillages, crustacés et céphalopodes : 패류·갑각류·연체류

<제품의 종류별 수입금액 2009>

(단위: 백만 유로)

Importations - principales espèces en 2009

Valeur (en millions d'euros)



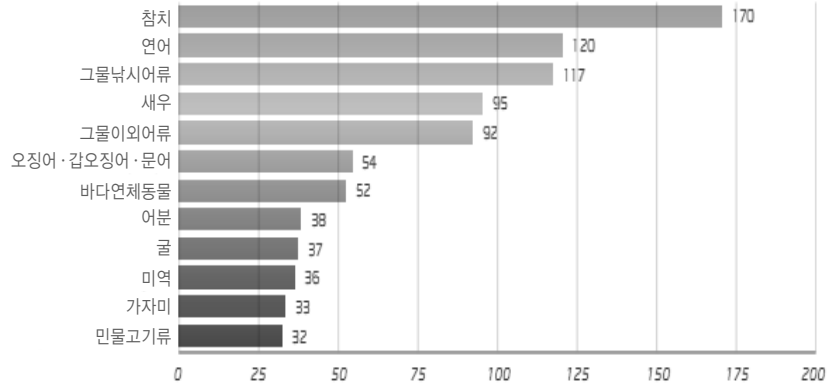
자료: France Agrimer

<제품의 종류별 수출금액>

(단위: 백만 유로)

Exportations - principales espèces en 2009

Valeur (en millions d'euros)

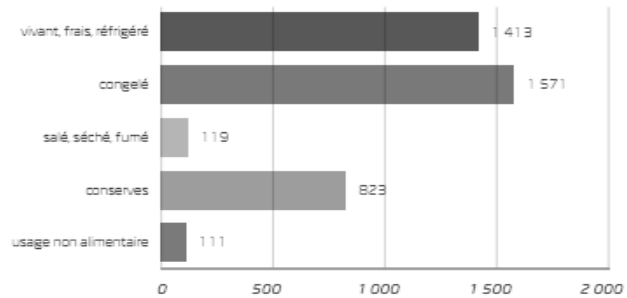


<품목별 수입 규모>

(단위: 백만 유로)

신선, 냉장제품	1,413
냉동제품	1,571
건조, 염장, 훈제	119
캔제품	823
비식품	111

Importations en valeur (en millions d'euros)



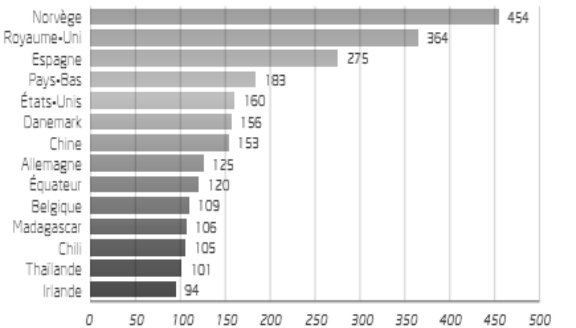
<2009년 주요 국가별 수입액>

(단위: 백만 유로)

노르웨이	454
영국	354
스페인	275
네덜란드	183
미국	160
덴마크	156
중국	153
독일	125
에콰도르	120
벨기에	109
마다가스카르	106
칠레	105
태국	101
아일랜드	94

Importations de produits aquatiques par origine en 2009

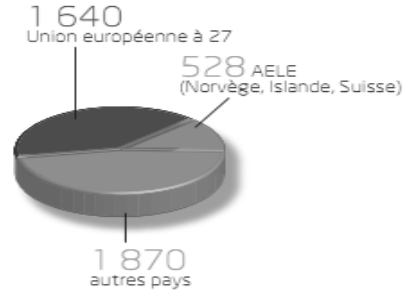
Valeur (en millions d'euros)



<2009년 EU 및 비EU로부터의 수입액>

(단위: 백만 유로)

EU 27개국	1,640
노르웨이, 아일랜드, 스위스	528
그 외 국가	1,870
계	4,038

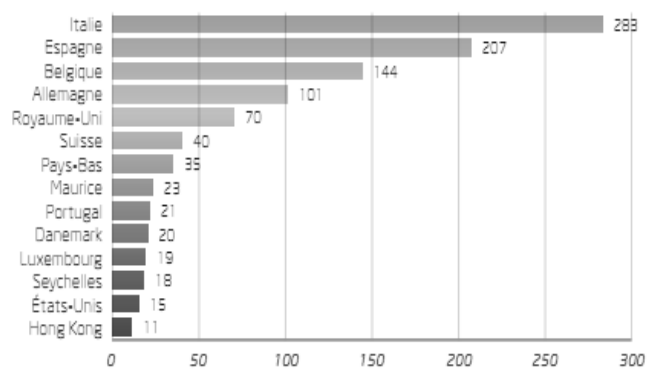


<주요 국가별 수출액>

(단위: 백만 유로)

이탈리아	293
스페인	207
벨기에	144
독일	101
영국	70
스위스	40
네덜란드	35
모리스뎀	23
포르투갈	21
덴마크	20
룩셈부르크	19
세이셸섬	18
미국	15
홍콩	11
계	1,017

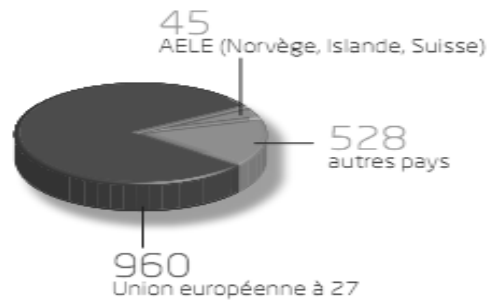
Exportations de produits aquatiques par destination en Valeur (en millions d'euros)



< EU 및 비EU로의 수출액 >

(단위: 백만 유로)

EU 27개국	960
노르웨이, 아일랜드, 스위스	45
그 외 국가	528
계	1,533



라. 수산물 계절별 소비형태

<프랑스의 월별 생산 수산물 분포>

		JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUIL	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
농어	BAR												
대구	CABILLAUD												
오징어	CALMAR												
가리비조개	COQUILLE SAINT-JACQUES												
회색만새기	DORADE GRISE												
대구의 일종	EGLEFIN												
붉은 성대	GRONDIN ROUGE												
청어	HARENG												
바닷가재	LANGOUSTINE												
흑색, 황색대구	LIEU JAUNE ET NOIR												
가자미	LIMANDE SOLE												
대구의 일종	MERLAN												
고등어	MAQUEREAU												
대구의 일종	MERLU												
가오리	RAIE												
상어의 일종	ROUSSETTE												
정어리	SARDINE												
가자미	SOLE												
백색참치	THON BLANC												
대게	TOURTEAU												

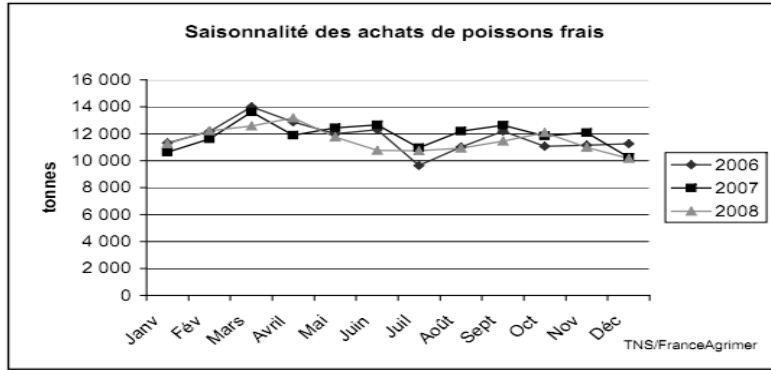
자료 : <http://www.clesdelaconso.org/DepliantSaisonnalite.pdf>

☐ 수산물 종류별 월별 판매량 (2006~2008)

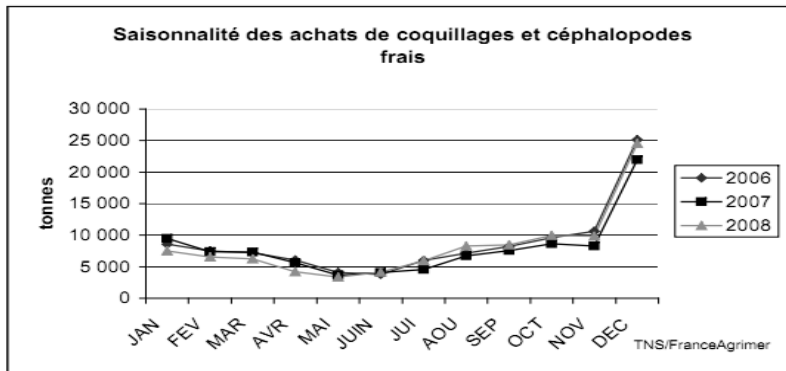
● 어류에 비해 가격이 비싼 갑각류와 조개류의 소비량이 연말 명절기간에 상승하고 있음

<생선 신선제품의 월별 판매량 (2006~2008)>

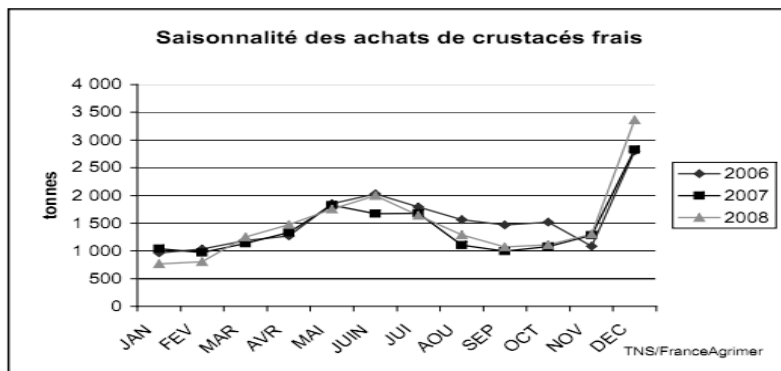
(단위: 톤)



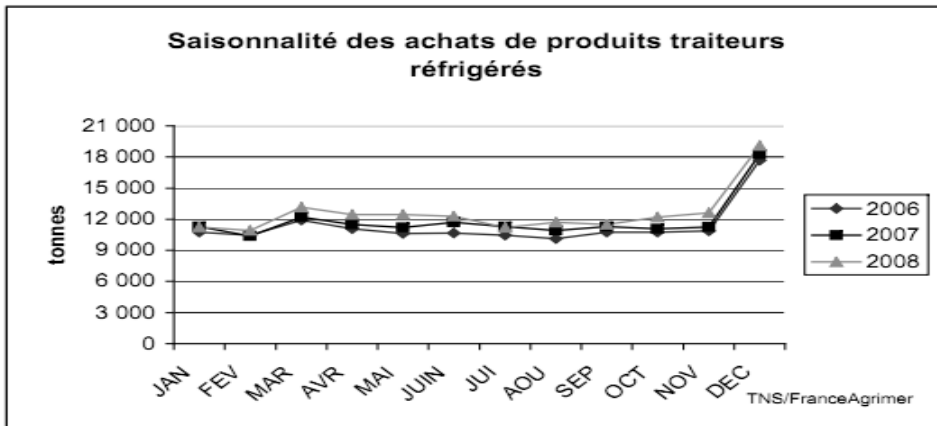
<조개류와 두족류의 월별 판매량 (2006~2008)>



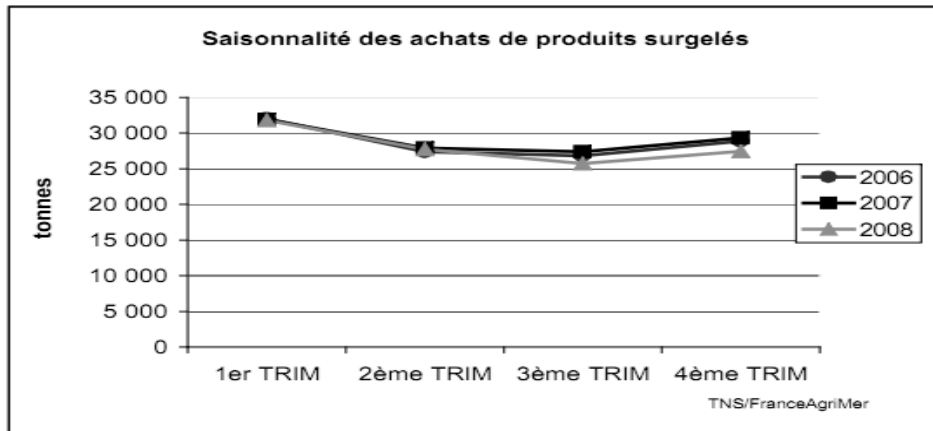
<갑각류의 월별 판매량 (2006~2008)>



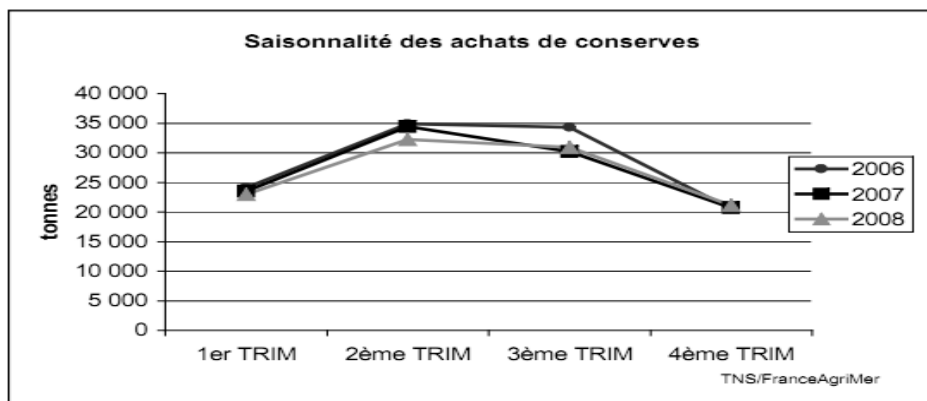
<손질, 포장된 냉장 수산물의 월별 판매량 (2006~2008)>



<냉동 수산물의 분기별 판매량 (2006~2008)>



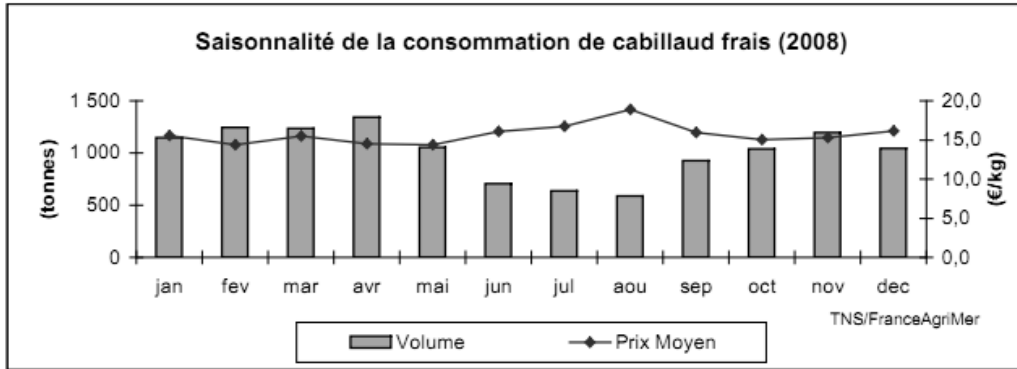
<통조림 제품의 분기별 판매량 (2006~2008)>



자료: http://www.ofimer.fr/99_up99load/2_actudoc/2030d1_01.pdf

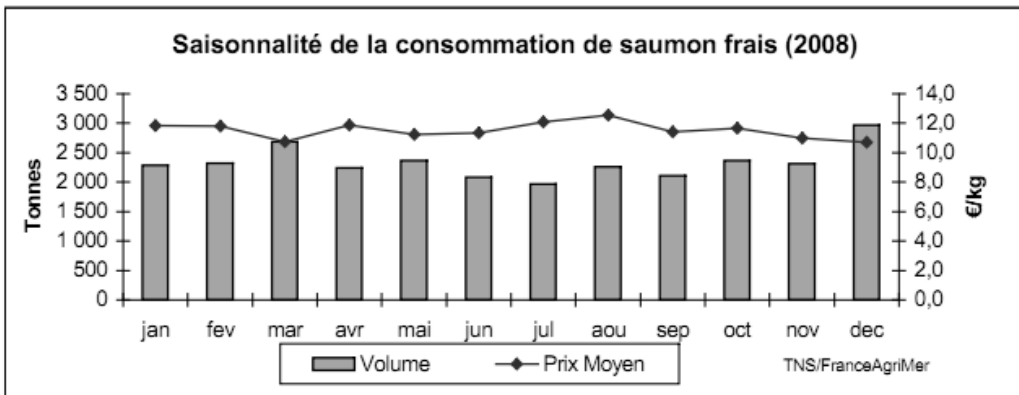
마. 주요 품목의 월별 가격 및 판매량 변화¹⁰⁾

연어

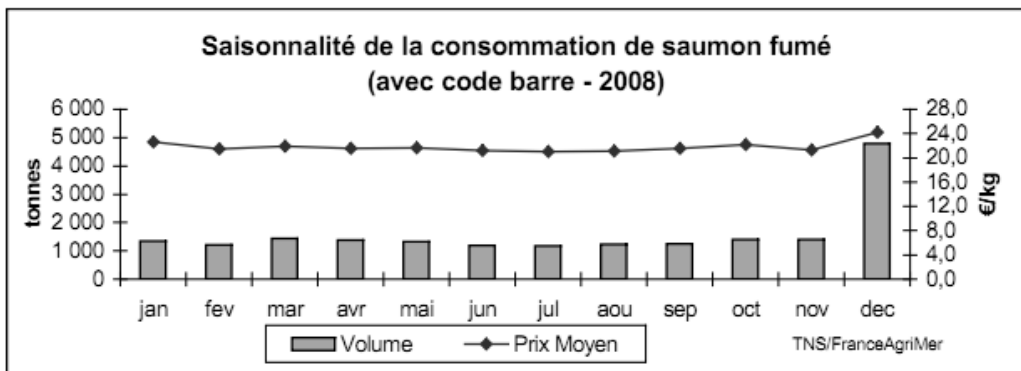


참고: Volume: 양(단위:톤), Prix Moyen : 평균가격 (유로/kg당)

훈제연어

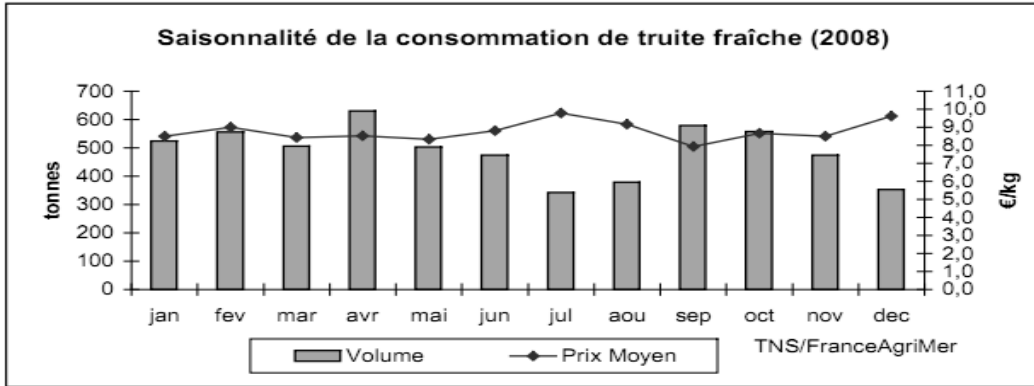


대구

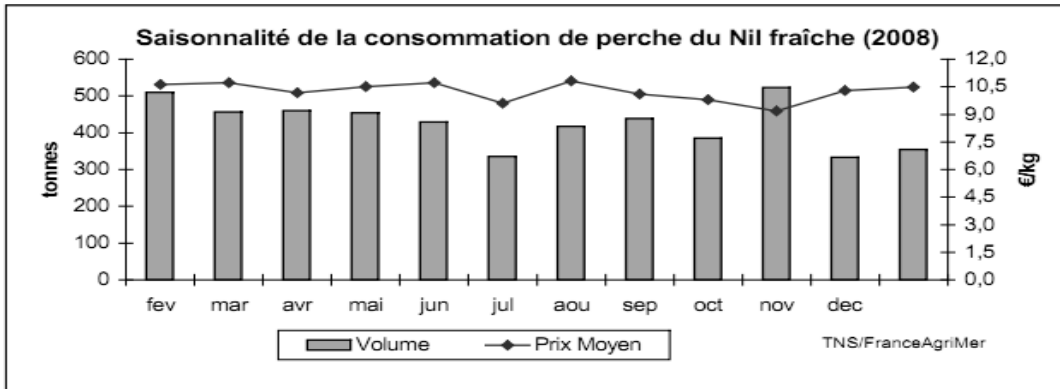


10) 프랑스 수산자원부의 수산물 판매순위 통계 기준, 본 보고서의 주요제품소개를 참고할 것

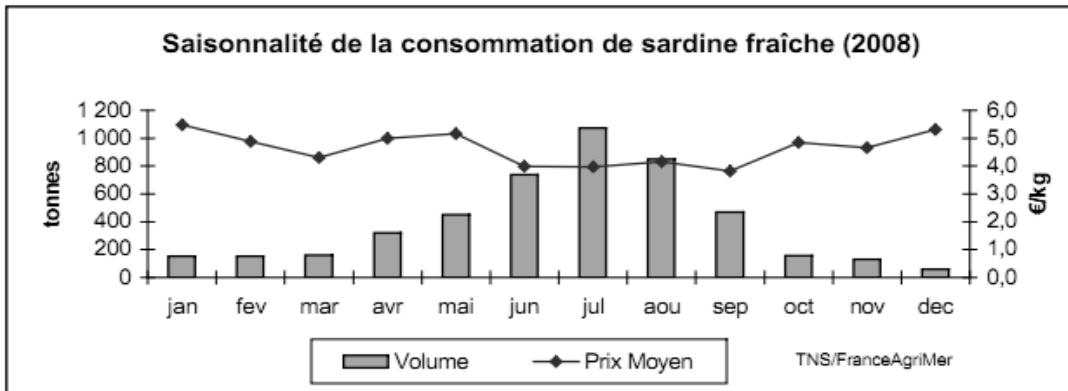
송어



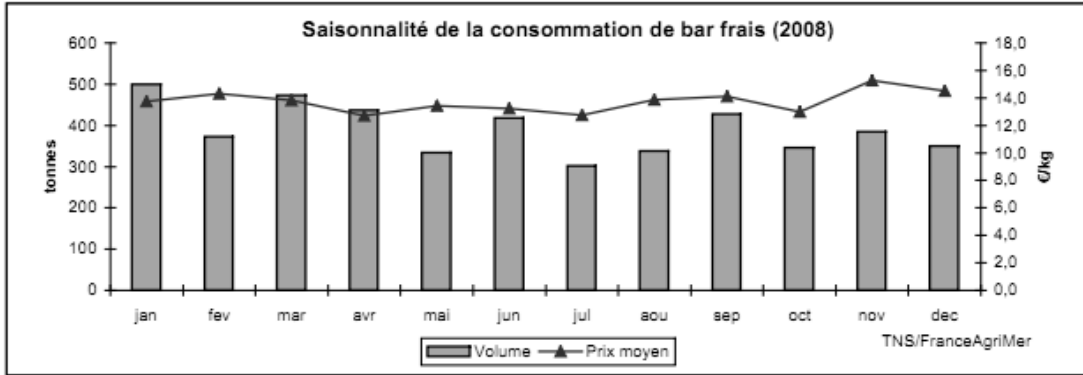
퍼치 (농어류의 민물고기)



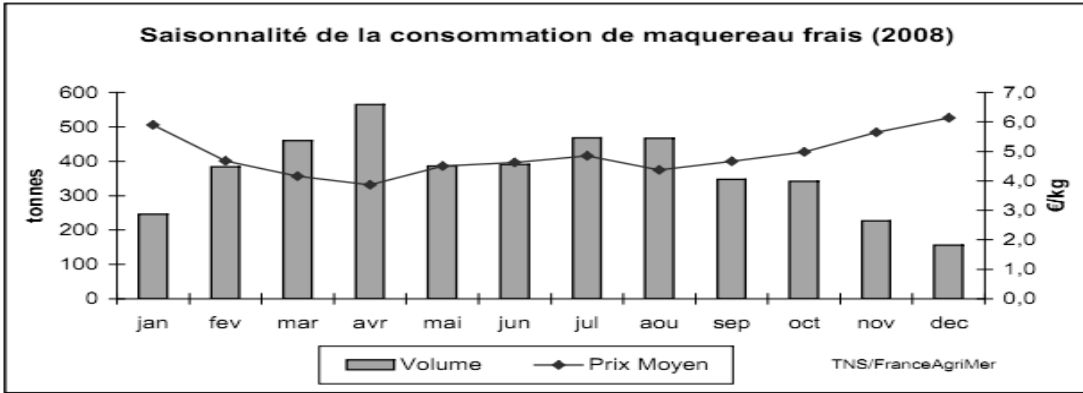
정어리



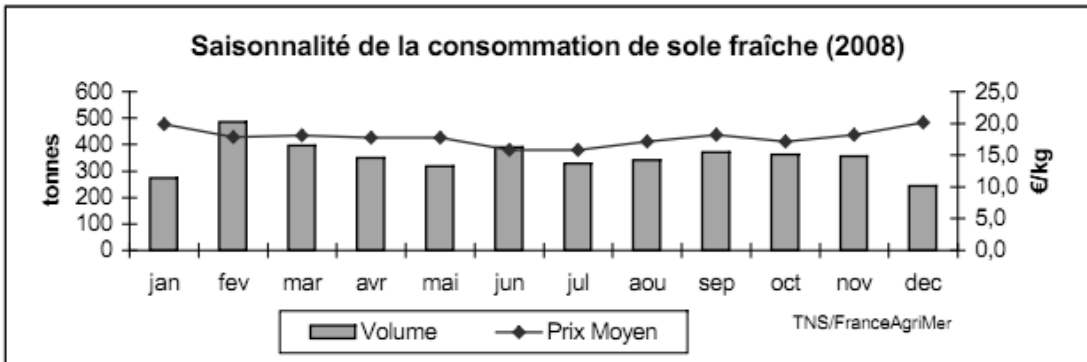
농어



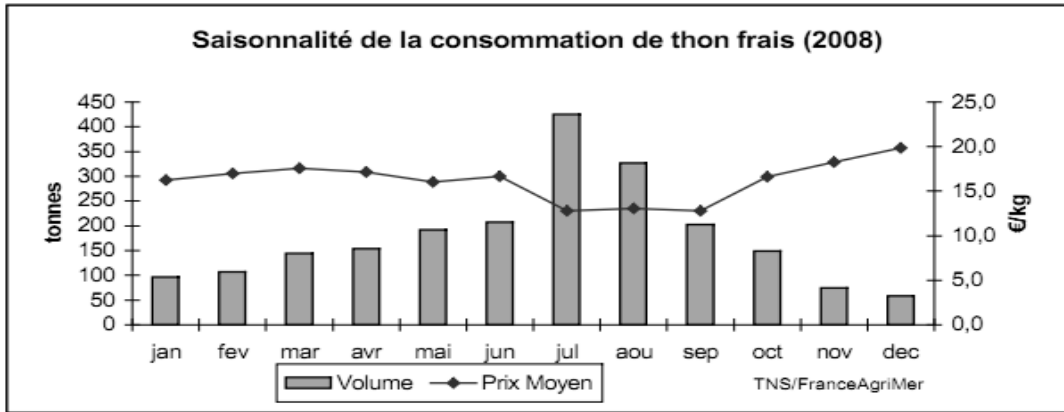
고등어



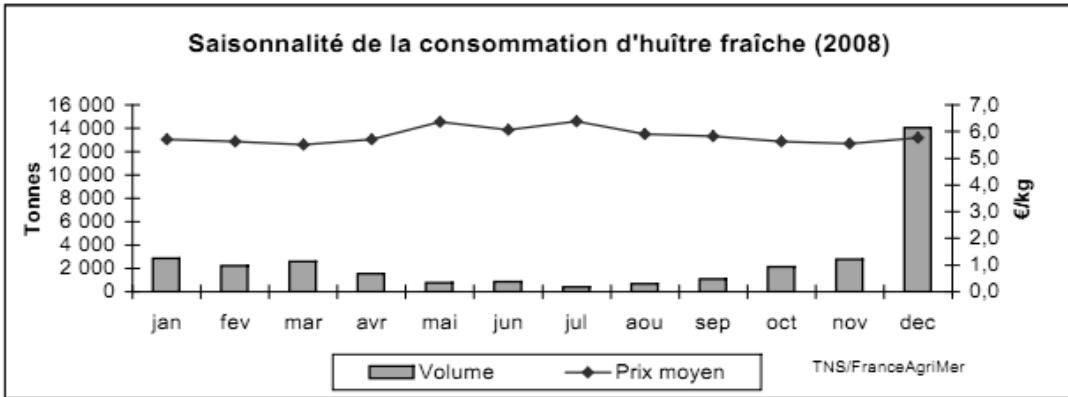
가자미



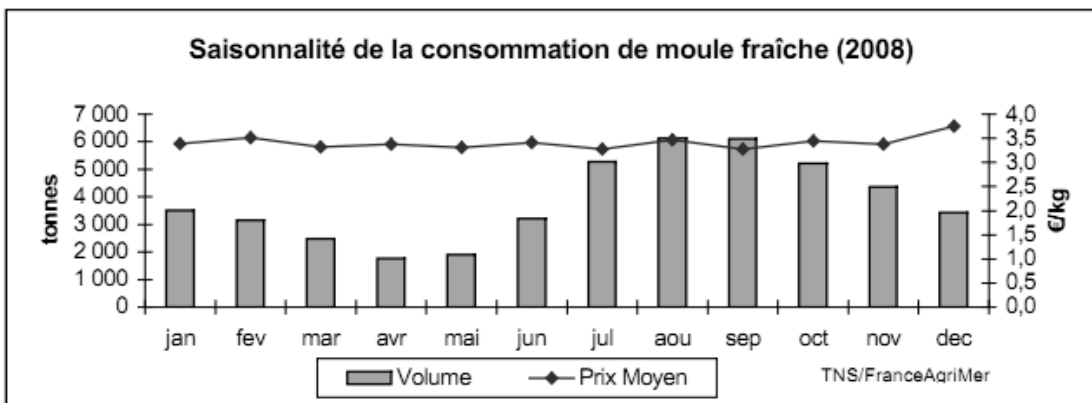
참치



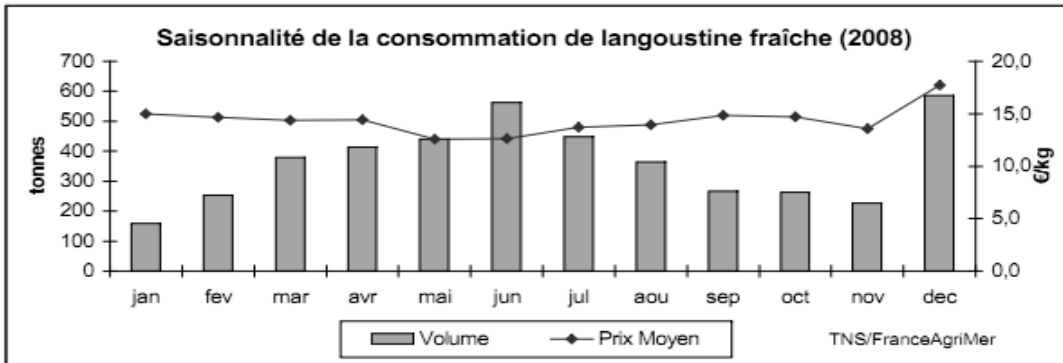
굴



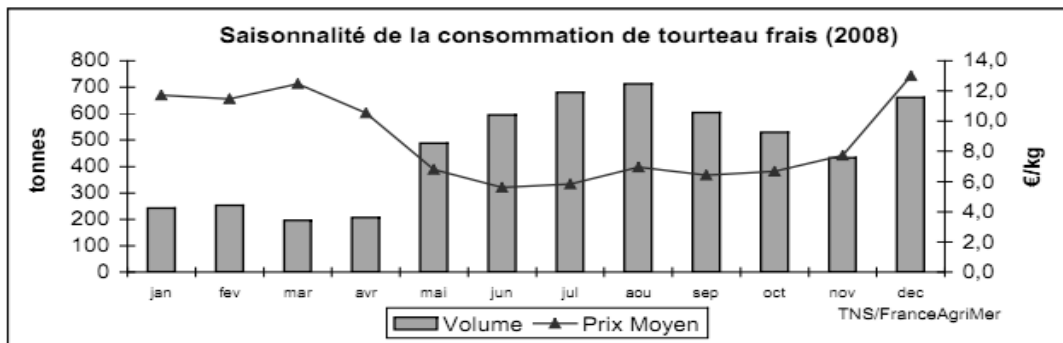
홍합



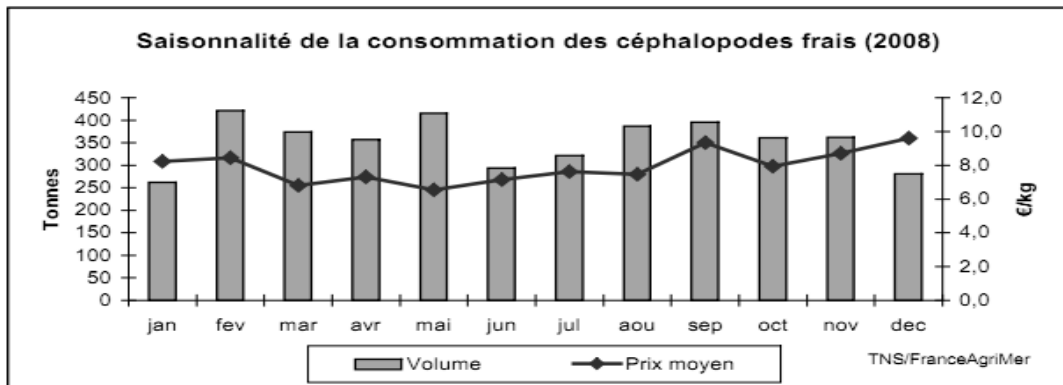
바닷가재



대게



두족류 (오징어, 갑오징어, 낙지)



자료: http://www.ofimer.fr/99_up99load/2_actudoc/2030d1_01.pdf

바. 한국산 수산물 유통 및 소비동향

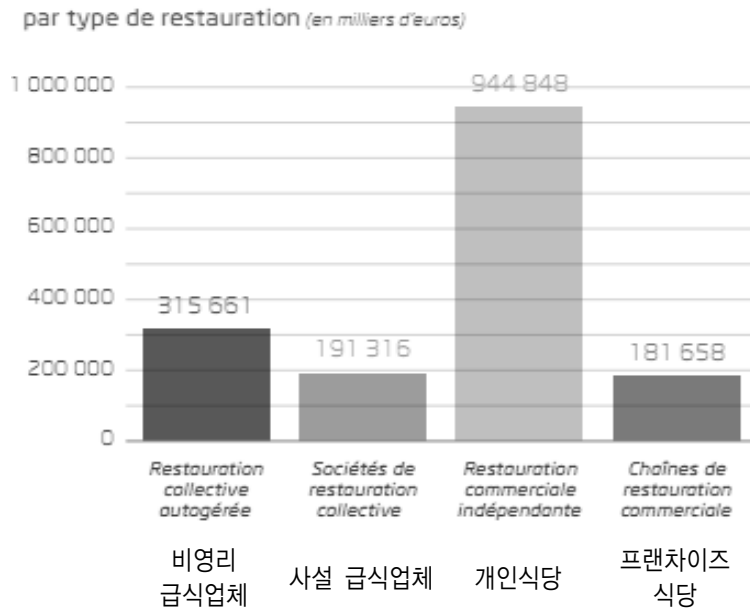
- ❑ 프랑스 내에 대형 한인 유통업체가 아직은 형성되지 않은 상태이나, 파리의 한인 마트인 K-마트와 에이스마트가 몇 년 전부터 빠른 속도로 성장하고 있음. 그 외에 하나식품, 유로마트, 도레마트와 같은 소형 한인 유통업체들이 진출해 있음
- ❑ 프랑스 전체 수입량 중 한국 제품이 차지하는 비중은 2009년 기준 약 0.8%로, 그 중 어육의 수입 규모는 전년 대비 110.3% 증가한 약 800만 달러임
- ❑ 대표적인 수출품목
 - 계살: 몇 년간 일정하게 유지되고 있으나 프랑스 시장 내 단가형성이 낮게 되어 있어 수출 채산성이 좋지 않음 2009년 1,618천불(7.42불)→ 2010년 975천불(kg당 6.19불)

사. 수산물 프랜차이즈 업체종류, 초밥 친숙정도 등

- ❑ 외식업체별로 수산물 구매량을 보면 수산물 프랜차이즈 업체가 가장 낮음

<외식업체별 수산물 구매량(2009)>

(단위: 백만 유로)



자료: France Agrimer

▣ 대표적 수산물 프랜차이즈 업체

● Leon de Bruxelles (레옹 드 브뤽셀)

- ▶ 벨기에 체인 음식점인 Chez Leon의 프랑스계 체인. 1989년 처음 파리에 1호점을 내고 현재 프랑스 전역에 50개의 지점 보유. 벨기에 전통 음식인 홍합요리에 감자튀김을 곁들인 음식으로 비싸지 않은 가격에 대중적임. 한 해 평균 고객 수는 5백만 명으로 매일 8톤의 홍합을 소비함

<http://www.leon-de-bruxelles.fr/>

● La criée (라 크리에)

- ▶ 프랑스 전국에 40개 이상의 체인점을 소유하고 있는 수산물 전문 식당. 생굴과 해산물 세트 메뉴 등으로 인기가 많으며, 프랑스 내에서 가장 많은 체인점을 소유한 수산물 프랜차이즈 식당임

<http://www.lacriee.com/>

● Amarine (아마린)

- ▶ 1993년 처음 개점 후, 프랑스 전역과 룩셈부르크지역까지 총 13개의 지점 보유. 위의 라 크리에와 비슷한 생굴과 해산물 세트 메뉴를 제공하며, 파리에 지점이 없음

<http://www.amarine.fr/>

● L'Ostréa-écailler (로스트레아 에까이에)

- ▶ 프랑스에서 유일한 진정한 의미의 해산물 ‘프랜차이즈’ 식당(본사에서 모든 것을 관리). 프랑스 남부 지방에만 위치하며 현재 3개의 지점이 있음. 저렴한 가격으로 양질의 수산물을 사용하는 뷔페식 식당임

<http://www.ecaillers.com>

● Bar à huitres (바 아 위트르)

- ▶ 생굴 전문 고급 식당으로 파리에만 4곳의 지점이 있음. 매우 고가의 체인식당으로, 생굴과 해산물 세트, 고급와인을 함께 판매함. 테이크아웃도 가능

<http://www.lebarahuitres.fr/>

▣ 초밥

- 2010년, 프랑스 국내 총 초밥 업체의 수 : 1580개

- 햄버거류의 패스트 푸드점의 수 : 1750개

- 초밥업체의 매출은 총 패스트 푸드점 매출의 1/5 수준
- 전체 초밥 업체의 70%는 파리에 위치. 일반 패스트푸드보다 비싸 대중성이 떨어짐. 업주들은 쉽게 포장가능하고 차갑게 먹을 수 있어, 배달이 편리하며 양질의 음식이라는 점을 강조하고 있음
- 대표적 프랜차이즈 업체로 Sushi Shop, Planet Sushi, Sushiwest 가 있음. 2010년 기준, 초밥업체 132지점과 1억 4천만 유로의 매출을 보유함(Gira Conseil 조사결과 참조)
- 이미 프랑스 음식 중에 ‘날생선’ 을 먹는 문화가 있어서 익숙함. 주 소비층은 45세 미만의 엘리트계층으로 1인당 한 달에 한번 이하 정도로 소비함
- 푸아그라, 트뤼프 버섯, 망고 등의 고급 프랑스 음식 재료들과의 배합이 시도됨
- 대중성을 확보하면 일반 패스트푸드의 판매량을 따라잡을 수 있을 것으로 전망

2. 수산물 판매량 및 주요 인기제품

가. 어패류 판매량

☐ 송어와 연어가 33,833톤으로 가장 많음

<어류 판매량(2007)>

(단위: 톤)

송어와 연어	33,833
잉어 및 민물고기	8,291
농어, 대구 등 해수어	7,990
계	50,114

자료: France Agrimer

Pisciculture

Quantités vendues en 2007 (en tonnes) ⁽¹⁾



☐ 굴 판매량이 113,200톤으로 단연 최고임

<조개류 판매량(2007)>

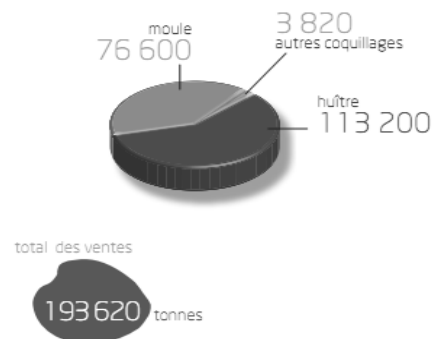
(단위: 톤)

굴	113,200
홍합	76,600
기타 조개류	3,820
계	193,620

자료: France Agrimer

Conchyliculture

Quantités vendues en 2007 (en tonnes) ⁽¹⁾



나. 품목별 판매순위

☐ 신선제품

● 어류 신선제품

2008	평균 가격 (유로/kg)	구매량 (톤)	구매액 (천유로)	구매자수 (100가구당)
신선품 생선전체	11.4	138,116	1,568,266	73.2
연어	11.5	27,968	321,033	44.3
생대구	15.5	12,163	188,189	30.9
북대서양대구	8.1	8,290	67,249	21.2
만새기	10.6	6,133	65,156	15.9
송어	8.7	5,879	51,146	19.8
농어	10.3	5,097	52,247	14.6
팡가스(Pangas)	7.4	5,033	37,219	13.8
대구	9.3	4,997	46,593	9.6
매를랑(merlan대구의일종)	12.3	4,781	58,644	17.9
정어리	4.3	4,716	20,416	14.1
농어	13.7	4,685	64,384	15
고등어	4.7	4,438	20,746	10.4
가오리	12.1	4,378	53,082	10.3
(유럽산) 가자미	17.7	4,215	74,640	10.8
줄리엔(대구의일종)	11.9	2,331	27,708	10.1
참치	15.1	2,137	32,370	8.2

● 조개류 신선제품

2008	평균 가격 (유로/kg)	구매량 (톤)	구매액 (천유로)	구매자수 (100가구당)
신선품조개류 전체	5	95,019	478,918	50.7
굴	5.7	31,914	182,986	21.9
홍합	3.4	46,519	158,407	22
가리비 조개	8.9	8,834	78,813	12.2
골뱅이	6.4	4,418	28,124	11.9

● 갑각류, 두족류 신선제품

2008	평균 가격 (유로/kg)	구매량 (톤)	구매액 (천유로)	구매자수 (100가구당)
신선품갑각류 전체	11.6	18,371	213,872	24.3
바닷가재	14.4	4,362	62,686	7.2
대게	8.1	5,603	45,308	9.4
거미게	5.6	2,620	14,722	2.2
분홍색새우	10.9	2,297	25,000	10.2
회색새우	16.6	305	5,048	1.7
신선품두족류전체	7.9	4,232	33,427	8.9

자료: France Agrimer

■ 냉장제품

● 수산물 냉장 가공제품의 인기는 매년 크게 상승하고 있으며, 그 중에서 특히 익힌 새우와 게맛살의 점차적인 가격하강으로 판매율이 매년 상승하고 있음

2008	평균 가격 (유로/kg)	구매량 (톤)	구매액 (천유로)	구매자수 (100가구당)
익힌 새우	10.9	31,030	338,311	
생선알(캐비아제외)	45.6	73	3,323	1
게맛살	6.6	39,583	262,162	62.4
빵에 발라먹는 제품 (전체)	13.7	9,794	134,430	50.8
그중 생선 알 제품	25	1,175	29,363	19.7
그중 타라마	11.7	2,216	25,969	18.6
그중 생선무스, 리예트 등	12.5	3,700	46,418	26.4
생선절임류(전체)	10	2,179	21,702	13.5
그중 청어	8.4	1,805	15,159	9.4
그중정어리				
포장생선(전체)	9.6	3,879	37,243	14.9
그중 빵가루 입혀 튀긴 제품	8.9	2,817	24,959	11.2
그중 스테이크 제품	11.6	1,061	12,269	6.3
손질된 날생선 제품(전체)	24.8	1,191	29,542	6.7
그중 초밥, 생선회 등의 일본식 제품	26.8	580	15,563	3.2
생선스프	3.2	5,930	18,791	11.6
샐러드제품	8.9	4,108	36,680	15.5
샌드위치제품	10.3	1,979	20,404	12.2
전식으로 먹을 수 있도록 요리된 제품	10.9	17,618	191,631	42.2

☐ 건조품, 염건품, 훈제품

2008	평균 가격 (유로/kg)	구매량 (톤)	구매액 (천유로)	구매자수 (100가구당)
훈제생선 전체	20	26,133	521,887	76.1
훈제 연어	22.3	19,081	42,488	70.2
훈제 송어	26.8	1,721	46,107	17
훈제 청어	8.3	4,770	39,752	24.2
염건조 생선 전체	13.7	1,370	18,788	8.4
염건조대구	13.8	1,083	14,974	5.3
훈제 염 건조 생선계	15.6	5,401	84,237	21.2

☐ 통조림 제품

2008	평균 가격 (유로/kg)	구매량 (톤)	구매액 (천유로)	구매자수 (100가구당)
통조림전체	8.1	110,344	891,890	94.5
생선 통조림 전체	7.8	105,262	825,191	93.8
참치 통조림	7.4	66,707	495,678	87.4
(참치샐러드 통조림)	5.4	12,400	66,899	24.1
고등어 통조림	7.4	15,249	113,567	46.3
정어리 통조림	8.6	14,058	121,392	54.1
조개류 통조림	11.5	1,864	21,353	14.2
갑각류 통조림	14	3,219	45,345	25.4

☐ 냉동제품

2008	평균 가격 (유로/kg)	구매량 (톤)	구매액 (천유로)	구매자수 (100가구당)
냉동 수산물 전체	8.9	151,810	1,356,135	87.4
냉동 생선제품	8	112,309	893,808	80.7
날 생선 전체	9.5	51,222	485,756	57.7
그중대구	13.8	6,474	89,196	19
그중북대서양대구	5.9	15,340	90,596	29.9
그중연어	12.6	9,501	119,657	25
빵가루 입힌 생선제품 전체 (대부분 대구)	5.7	27,148	155,260	45.5
그 중 너겟 제품	5.8	3,987	23,012	12.5
구운 생선 제품 전체	10.7	1,263	13,523	6.1
훈제생선제품전체	31.5	185	5,830	2.1
생선오리제품	7.1	30,118	213,297	45.8
그 중 초밥과 롤제품	33.4	122	4,081	1.3
게맛살	5.8	554	3,214	3
갑각류 전체	12.3	11,942	146,481	35.6
새우	10.8	9,401	101,671	30.6

2008	평균 가격 (유로/kg)	구매량 (톤)	구매액 (천유로)	구매자수 (100가구당)
바닷 가재	11.9	532	6,325	2
대하	10.5	750	7,870	2.8
조개류	14.8	13,780	203,924	41.6
요리된 가리비	16.2	4,330	70,060	18.2
생가리비	15.8	6,484	102,241	24.6
홍합	6.6	1,510	10,012	6.3
두족류	6.7	2,194	14,769	6.9
오징어	7.1	1,600	11,373	5.9
갑오징어	5.5	486	2,667	1.7
수산물 칵테일	7.3	2,970	21,631	11.3
수산물요리	8.8	8,615	75,521	26.3
수산물 스프	4.6	727	3,332	2.3

다. 가공제품

☐ 게맛살



- 포장방법, 조리법 등은 한국과 같은 방식
- 한 해 5만 톤이 넘는 소비량으로 유럽 전체 1위
- 프랑스 공업 표준화협회(AFNOR)에서 정한 기준에 따라, 기본 게맛살의 경우 어육이 85% 이상, 사진에서와 같이 막대 모양으로 제작되어 나오는 게맛살의 경우 35% 이상의 어육이 포함되어야 함
- 2000년대 초반까지는 우리나라의 대림을 비롯한 아시아 기업들에서 프랑스 정부의 규제 하에 수입했으나, 중반부터 규제가 풀리면서 리투아니아 기업들의 참여가 활발해지고, 이들이 프랑스 국내 기업들의 주 경쟁업체가 되었음
- 게맛살 제조의 프랑스 내 주요 기업으로는, 봉그랑(Bongrain)과 플뢰리 미송(Fleury Michon)이 있음








라. 인기 수산제품

대구알 타라마(tarama)			
제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
블리니 타라마 Blini Tarama			속포장 없음
상품 문구 keyword			
대구알 타라마 Tarama aux oeufs de cabillaud			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
본래 그리스, 터키음식. 생선의 알로 만들고, 올리브유와 레몬을 혼합하여 빵이나 비스킷에 발라먹을 수 있도록 만든 요리	냉장상태 그대로 블리니(blini) 라는 납작한 러시아식 빵에 발라 먹음. 	송어 혹은 대구의 알 훈제(25%), 올리브유, 레몬, 빵가루, 소금, UHT 크림, 색소, 향신료 등.	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
수산물 냉장 제품 중 18.6%		프랑스	프랑스
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
100g	1.99유로/약 3,000원	블리니 Blini	
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장보관 0-4도		


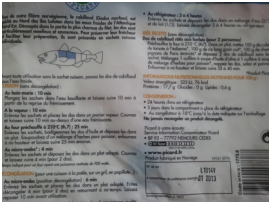

샐러드용 새우(익힌것)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
분홍색 작은 새우(Petites crevettes Roses)			
상품 문구 keyword			
껍질을 벗기고 익힌 새우			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
새우는 프랑스에서 가장 인기가 많은 수산물. 특히 껍질을 벗기고 익혀서 모든 손질을 다 끝낸 이 제품은 샐러드, 파스타 등 많은 음식에 이용할 수 있어 인기가 높음.	특별한 조리법 없이 원하는 요리에 바로 이용. 대부분 샐러드로 이용.	새우(대서양, 인도양산), 소금, 산화성분, 조미료	296Kj, 70Kcal, 단백질 16g, 소듐 0.76g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
수치로 나와 있지 않으나 가장 인기상품.		대서양, 인도양	네덜란드
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
125g	2.50유로/약 4,000원		모노프리 Monoprix
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	0-4도 냉장보관. 개봉 후 48시간 이내		




익힌 유기농 큰 새우

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
유기농 큰 새우 (Gambas Bio)			
상품 문구 keyword			
마다가스카라 큰 새우			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
유기농 제품에 대한 수요가 컸던 와중에 OSO에서 첫 출시. 큰새우 제품의 인기.	여러 가지 요리로 이용. 	마다가스카라 큰 새우, 소금, 설탕	388Kj, 91Kcal, 당분 1.7g, 단순단백질 21g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
냉장제품 중 가장 큰 비율. 현재 가장 커다란 성장률을 보이고 있는 제품(유통관계자 인터뷰 참고)		마다가스카라	프랑스
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
180g	6유로/약 1만원	OSO	
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
AB : Agriculture Biologique 유기농 인증 마크			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	0-2도 냉장보관.		OSO 라는 이 회사의 본 제품은, 소비자가 뽑은 가장 우수한 유기농 수산제품.




대구등살 (냉동)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
냉동 대구등살 4조각			
상품 문구 keyword			
대구의 등살			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
대구는 프랑스에서 가장 대중적인 생선 중 하나임 요리하기 쉽도록 손질되어 나옴 가장 부드럽고 두꺼운 생선살이 있는 부위	데치기 : 10분 오븐 : 210도에서 25분 전자렌지 : 4분	100% 대구살	
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
냉동생선중 1위		노르웨이	프랑스
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
560g 4개	13유로/약 2만원	Picard	Picard
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉동보관		



빵가루 입힌 대구살(Picard 냉동식품 전문회사 제품)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
바삭한 순살 대구 튀김			
상품 문구 keyword			
대구살 4조각 4 portions de filets de cabillaud			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
주로 성인보다는 아이들에게 인기 있음	해동과정 불필요. 프라이팬 : 8-10분 튀김기 : 5분 오븐 : 240 도에서 15-20분	북대서양 대구 65% , 밀가루, 종려유, 해바라기씨유, 물, 보리 글루텐, 소금, 효모	856 kJ, 204 kcal, 단백질 13.4, 당분 19.7, 소듐 0.16g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
냉동수산물제품 중 45.5%		북대서양	프랑스
중량 및 포장(벉개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
500g 4개	6.95유로/약 1만원	Picard	Picard
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장 상태에서 24시간 냉동고 3일 18도 이하에서 수개월 가능.		

오징어 튀김(냉동)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
로마식 오징어 튀김			
상품 문구 keyword			
오징어 튀김			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
이 제품은 Picard 제품들 중 '해외음식' 라인—지중해음식 으로 개발된 제품. 레몬향을 넣은 이탈리아식 오징어 튀김 (프랑스 음식에는 오징어 튀김 문화가 없음)	해동과정 없이, 프라이팬 5분 오븐 210도 15분 튀김기 180도 2분	밀가루, 튀김가루, 레몬엑기스, 물, 소금, 식물성 기름등 60% 오징어 40%	834Kj, 199Kcal, 단백질 8.3g, 소듐 0.56g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		프랑스	
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
500g	4유로/약 6,000원	Picard	Picard
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	영하 18도 이하에서 수개월. 냉장보관 24시간 가능		프랑스에서 인기 있는 몇 안되는 오징어 요리 중 하나

가리비 조개 관자 (Picard 냉동제품)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
가리비조개 관자 Coquilles aux noix de Saint-Jacques			
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
가장 인기있는 수산제품 중 하나인 조개 관자를, 오븐에 굽기만 하면 되도록 전통방식으로 요리해 비교적 싼 값으로 손쉽게 먹을 수 있도록 했음.	해동과정 없이 오븐에 210도, 25분 	조개관자(아르헨티나산) 25%, 양파 14%, 저지방크림 11.3%, 뮌스카데 화이트와인 8%, 버터, 분유, 밀가루, 전분, 소금, 페르실, 계란 흰자가루, 후추, 빵가루	509kJ, 122kcal, 단백질 8.8g, 당분 4.9g, 소듐 0.31g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		조개관자: 아르헨티나	프랑스
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
440g, 4개들이	6.50유로/약 9,000원		
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장 상태에서 24시간 냉동고 3일 18도 이하에서 수개월 가능		

해산물 푸르트

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
조개관자, 대구살 푸르트 (Tourte Noix de Saint-Jacques et colin)			
상품 문구 keyword			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
푸르트 : 파이처럼 생긴 가열된 둥근 과자로 뜨겁게 데워먹는 대중적인 전식요리 인기고급 재료인 조개관자를 소스와 함께 파이로 만들어 저렴하게 즐길 수 있음	오븐 210도, 35분.	파이재료 51% 파이 속재료 49% : 생크림 26%, 대구살 23% (알래스카 산), 조개관자 22% (아르헨티나, 미국, 영국 등), 양파, 버섯 등의 야채, 기타 생선살 훈제 등	1175Kj, 282kcal, 단백질 8g, 당분 19g, 소디엄 0.43g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
냉동 조개류 가공식품: 41%		알래스카, 아르헨티나, 미국, 영국 등.	프랑스
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
500g	6.60 유로/약 1만원	Picard	Picard
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	영하 18도 냉동보관.		

미니 대구 아크라

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
미니 아크라 드 모뤼 (mini acras de morue)			
상품 문구 keyword			
아크라 드 모뤼 (아크라: 저민생선, 다진야채를 밀가루에 묻혀 기름에 튀긴 크레올 요리) (모뤼: 대구)			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
대구 아크라는, 프랑스령 해외영토지(마티니크 섬, 구아드루프 섬)의 토속 음식으로 프랑스에서 대중적으로 인기가 많은 생선에 밀가루를 묻혀 튀긴 음식인데, 매운 향이 있음 Picard에서 해외음식 라인으로 출시된 제품	 오븐 180도 15분. 프라이팬 5분 튀김기 3분	말린 대구살 50%, 전분, 밀가루, 물, 마늘, 계란, 양파, 매운 고추 등.	814kJ, 193kcal, 단백질10.5g, 당분 23g, 소듐 0.69g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
300g	5유로/약 8,000원	Picard	Picard
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	18도 이하의 냉동보관		

참치 리에트¹¹⁾ (통조림)

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
참치 리에트 캔 Rillettes de Thon			
상품 문구 keyword 빵에 얹어먹는 참치 요리			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
리에트는 프랑스의 식전 음식으로 가장 대중적이고 인기 있는 요리. 빵에 얹어 먹거나 샐러드에 이용하는 등 여러 요리방법이 있다는 것, 싼 가격에 무난한 요리라는	특별한 조리 없이 양념된 그대로 빵과 함께 이용 	참치 살(60%), 식물성 기름, 조개류 향, 물, 소금, 우유단백질 등	1042kJ, 251Kcal, 단백질 18.8g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		프랑스 브르타뉴 지방	프랑스
중량 및 포장(몇개들이등)	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
125g, 220g	3유로/약 4,500원	Ets Paul Paulet SAS	Petit Navire
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	개봉 후 냉장보관 최대 48시간		

11) 리에트 : 고기를 잘게 잘라 지방과 함께 흐물흐물해질 때까지 삶은 음식. 빵 위에 얹어서 먹는다.

3. 유통업체 수산물 구매담당자 인터뷰

- 형지스 국제 농수산물 유통시장 (Rungis International)



- 형지스 국제시장은, 1967년 파리 시내의 레알이 오를리 공항 근처의 형지스로 옮겨진 국제 도매 유통시장임



- 72만 7천 평방미터의 대지에 47만 평방미터의 건물로 구성된 세계 최대 규모의 농수산물 시장으로, 오를리 공항, 3개의 고속도로, 고속철도와 연결되어 국내외 수송이 원활함

- 유럽의 1800만 명 소비자에게 공급하기 위해 파리로부터 250km까지 정기적으로 배달
- 청과시장, 수산시장, 낙농시장, 화훼시장, 축산시장으로 구역이 나뉘어 있음
- 정부가 주요 주주로 참여하여 안정성이 확보됨
- 수산시장(Pavillon de maree)은 270x75m 규모의 건물. 도매회사 35개의 업체, 유통회사 21개로 구성. 2008년 매출액은 749,964유로 임



가. 형지스 내 도매 유통업체 드마르 프레르(Demarne Freres)

- 인터뷰 일시: 2011년 5월 5일
- 이름: Rodolphe Ziegler 영업부장
- 취급관련 수산물: 모든 종류



요즘 수산물 시장 경기는 어떤가?

- 지난해 4, 5월 정도부터 매우 침체된 상황. 특히 요즘은 공휴일과 바캉스 시기가 애매하게 잡혀, 한 해중 최악의 시기임

향후 예상은?

- 수산물 생산에 있어서 당장에 경기가 좋아지진 않을 것. 수입시장에서는 현재 놀라운 속도로 부상하고 있는 중국과 인도와 같은 국가들로 인해 상품의 부족 현상이 나타나고 있음. 프랑스의 구매력에 문제가 있음. 후쿠시마 원전사고도 영향을 미치고 있고, 어쨌든 소비자들의 수산물 제품에 대한 신뢰는 많이 떨어졌지만, 세계시장 경기는 정확히 예상 할 수 없음

수입수산물 관련 시장 상황

- 우리 시장에 맞는 상품을 찾는 것이 늘 관건으로 아시아 시장에 대해서도 마찬가지로, 우수한 상품들이 많다고 하더라도 프랑스 시장의 수요와 맞을 수 있을 지는 의문이고, 많은 시간이 필요할 것임. 주로 신선제품을 취급하는데 현재 연어시장이 상황이 좋지 않고, 새우도 수요가 높아졌는데 다행히 아직은 물량이 있음. 양식 대구의 경우도 수요가 많아져서, 그리스에서 서둘러 공급을 시작했는데, 그 외 해산물의 경우에는 향후 2년간 생산량이 부족할 것으로 봄. 이러한 생산량 부족을 메우기 위해 양식업의 비중이 점점 커지고 있음

주로 수입하는 제품

- 우리 회사 내에 냉동파트가 있기는 한데, 우리는 거의 신선제품만을 수입. 이탈리아, 미국, 아프리카와 주로 거래하고, 머지않아 브라질과도 시작할 것이며, 아마도 곧 아시아와의 교류도 있을 것. 시장의 수요에 따라 모든 제품을 취급함

냉동제품은?

- 한때 두족류 냉동제품을 크게 취급했었는데, 생산량이 줄어들면서 상황이 변함

수입산과 자국산의 소비특징비교

- 다른 점이 많지 않음. 우선, 프랑스 제품과 크게 다르지 않은 제품들을 수입함. 보통, 프랑스 생산량이 수요량을 못 채울 경우 이탈리아에서 같은 제품을 수입하는 식이고, 혹은 프랑스에 아예 없는 제품들을 시장의 수요가 있을 경우 수입함. 나머지는, 가격 면에서 유리한 제품을 수입함. 프랑스산 아귀와 수입산 아귀를 두가지 가격으로 모두 제안하는 식임

한해 수입산과 자국산의 비율은?

- 생산지의 차이에서 구분하는 것이라면, 전체의 30% 가 자국산

새로운 소비 트렌드

- 먹기 편하도록 손질된 제품들에 대한 수요가 점점 커지고 있음. 점점 포장이 중요해지는 현상임. 특히, 연어나 새우가 그렇고, 초밥세트의 비중도 점점 커지고 있음

한국산 시장 확대를 위한 거래 시 주 고려사항

- 솔직히, 프로모션이나 브랜드는 우리에게 전혀 중요치 않음. 최우선은 모든 것을 다 떠나서 품질임. 그 다음은 가격, 그리고 유통. 얼마나 빨리 진행될 수 있는지. 그 부분만 양호하다면, 나머지는 전혀 상관없음

주된 수입국은? 전 세계

같은 제품이라면, 선호하는 수입원산지 있는가?

- 선호하는 곳은 없지만, 관습이라는 것이 있어 유럽소비자의 소비특징과 취향을 경험적으로 잘 알아서 거기에 맞춰 일할 수 있는 나라들, 또 미국시장에 잘 맞춰 일하는 나라들이 다 다름. 같은 수산물이라도, 어떤 나라에서는 통조림 제품, 어떤 나라에서는 냉동제품을 선호하는 문화가 다 다른데, 이에 따라 어떤 제품은 어느 나라로 가야 하는지가 나오므로, 모든 조건이 다 같다면, 결정적인 요인은 물론, 가격이 됨

한국 상품들을 아는가? 어떤 상품을 수입하겠는가?

- 잘 모름. 한국 수산물에 대해 거의 아는바가 없는데다, 우리가 취급하는 제품은 거의 신선제품임. 내 생각에 한국에서는 냉동제품을 제안할 것 같음. 한국 제품으로는 두족류와 양식 수산물들을 본 기억이 있는데, 이 상품들이 우리 시장에 맞을 것인가에 대해서는 모르겠음. 노르웨이 산, 덴마크 산, 스코틀랜드 산 등에 대해서는 이야기 할 수 있지만, 한국산에 대해서는 아는 바가 많지 않음
- 특정한 상품들, 예를 들어, 미역 같은 상품은 프랑스에서도 생산량이 많음. 프랑스 시장은 아직 한국 상품에 대한 어떤 이미지도 가지고 있지 않음

아시아의 다른 국가들은?

- 중국 상품들을 조금 알지만, 거의 가공과정을 위해 알고 있음. 아시아 국가들과는 거의 교류가 없는데, 새우, 블랙타이거 새우는 수입이 있음

- 프랑스 소비자들, 특히 수산물을 주로 소비하는 계층은 매우 보수적인 편이며 평균적으로 고령이고, 생활수준이 높은 계층임. 새로운 제품에 쉽게 접근하는 계층이 아니므로 이 부분을 이해하고 접근해야 함

나. 형지스 시장 수산시장 책임자

- 인터뷰 일시 : 2011년 5월 12일
- 이름 : Claude Taussac
- 지위 : 형지스 수산시장 디렉터
- 소속 : 세마리스 (Semmaris). 세마리스는 형지스 시장의 관리를 맡는 혼합경제회사로서 자체적 경영으로 이윤을 얻으면서도 이윤보다는 공공성에 충실한 조직임



요즘 수산물 시장 경기는 어떤가?

- 현재 가장 활기를 보이는 시장은 아니지만, 어떤 비관적, 낙관적 수치를 보이고 있지도 않음. 프랑스의 수산물은 가격수준이 높은 편으로, 주요 소비자들은 매우 신중한 성격을 가짐. 후쿠시마 원전사고로 아시아식당과 거래하는 형지스 내의 회사들이 주춤했지만, 그것은 일부에 불과했고, 형지스 전체 시장경기에는 큰 영향을 미치지 않았으며 지금은 작은 정체기일 것

향후 예상은?

- 수산물은 프랑스에서 고급상품으로 여겨지는 만큼, 커다란 변화가 당장 나타나지는 않을 것. 프랑스는 어쨌든 육식 위주의 식생활을 하는 나라임. 어느 날 갑자기 식생활이 바뀌지는 않을 것. 다만, 현재 나라 전체의 전반적인 수산물 소비율이 높아지고 있음. 하지만, 우리 형지스 시장에서 체감하는 바는 크지 않음

수입시장은 성장하고 있는가?

- 비교적 그러함. 프랑스의 어획 생산율이 감소하고 있어, 같은 품목들을 위한 적당한 원산지들을 고민하고 있는 중임. 노르웨이, 영국, 지중해연안 등이 주요 시장임. 그 외에 작은 수입국들로는, 품목에 따라서 다양한데, 갑각류 종류는 아시아 쪽에서 들어오는 편. 연어나 대구와 같이 대량생산이 필요한 품목들은 물론 북유럽이 거의 주된 시장임. 중심은 유럽이고, 완전히 새로운 품목을 그 외의 국가들에서 들여오기도 함. 예를 들어 팡가는 베트남에서 들여와 이제 자리를 잡았지만, 여전히 극소수에 불과함

- 형지스의 제 1 소비자는 요식업체들임. 어떤 업체들은 아예 자체적으로 주요 품목을 구매, 손질, 포장까지 가장 경제적으로 끝낼 수 있도록 시설을 구비하고 있음

수입산과 자국산의 소비특징비교

- 40%가 국내산, 60%가 수입산임. 수입국은, 품목의 생산량에 따라 정하고, 그 원산지에 문제가 있을 경우, 다른 곳으로 대체함. 노르웨이의 연어가 부족할 경우, 스코틀랜드에 가는 식이다. 모든 수입업체들은 각자의 네트워크가 있어서 상황에 따라 대처함.
- 물론 요즘에는, 몇몇 대형유통업체들에서 일종의 상술로 어느 품목은 어느 원산지가 최고라는 식의 홍보를 하지만, 소수에 불과함

어느 특정한 원산지를 선호하는 소비경향이 있는가?

- 없음. 단 한 가지 소비를 결정짓는 요인은 가격임. 물론, 질적 차이가 큰 두 가지 제품에서 가격차이가 얼마 없다면, 당연히 좋은 품질을 선택하는 경향이 있음. 그리고 수산물 시장은 고급시장임. 그들이 원하는 품질의 수준을 지키고, 가격으로 경쟁함. 어떤 재해가 있는 곳만 아니면, 원산지는 상관없음

후쿠시마의 영향이 있나?

- 아시아 식당에 납품하던 업체들은 영향을 받았음. 약 10-15% 정도의 감소가 있었음

프랑스 수산물의 수입의존도가 너무 크다고 생각하는가?

- 수입의존도가 크지 않음. 너무 크거나 적다고 생각할 수 없는 문제로 도매상은 소비자의 요구에 따라 움직이는 직업으로 소비자가 페루의 어느 상품을 원하면, 그것을 만족시켜야 함

한국 수산제품에 대해서 알고 있는지?

- 아는바가 별로 없음. 우리 형지스 시장에서 판매되고 있는 한국 제품이 있는지도 전혀 모르겠음. 주의할 점은, 형지스 시장은 주로 신선제품을 취급하고, 냉동제품은 매우 적은 수준이라는 것. 하지만, 킹 크랩 같은, 가공식품도 수입을 함. 그 부분에 관심을 가지고 접근해보면 좋을 것. 참치나 게와 같이, 시장이 큰 품목의 경우, 좀 전에 말한바와 같이, 우리는 원하는 만큼의 상품이 있는 곳에서 수입함. 지금 수입하고 있는 곳에 수량이 부족하면 다른 곳을 찾게 될 것임. 그렇다면, 열쇠는 가격

어떤 품목들에서 경쟁력이 있을까?

- 새우는 수입 품목으로 도전해볼만 하며, 앞으로 가장 가능성 있는 품목은 유기농 시장임. 새우, 농어 등에서 이미 시작되었음. 유기농은, 가격이 비싸도 소비자들이 따라옴
- 이전에 당신이 인터뷰했던 유통업체 드마른 프레르(Demarne Freres)의 경우, 그 첫 교류점으로 아주 훌륭한 회사가 될 것이라 생각함

다. 프랑스 농림수산물부 수산경제부

- 인터뷰 일시: 2011년 5월 20일
- 이름 : Cecile Bigot, 수산경제부 차장 / Anne Hughes, 수산경제부 팀장

요즘 수산물 시장 경기는 어떤가?

- 경기는 좋음. 프랑스의 수산물 생산은 유럽 다른 국가들과 같이 계속 상승세를 보이고 있음. 프랑스 소비자들의 수산물 수요가 늘고 있고, 평균 소비액도 늘고 있음. 프랑스만의 현상은 아니고, 수산물 시장 자체가 성장하고 있음. 항구에서 내려서 팔리는 1단계 판매의 경우, 가격이 상승함. 2008년의 금융위기로 인한 물가상승 이후로 수산물 소비가 주로 냉동제품과 캔 제품으로 돌아선 경향은 있지만, 작은 반향일 뿐임

앞으로의 전망은?

- 계속 성장할 것으로 봄

후쿠시마 원전사고의 영향은 없었나?

- 거의 없음. 우선, 일본에서의 수입의존도가 거의 미미함. 물론, 일본 식당들의 침체정도가 통계로 보여 지기는 했는데, 그건 잠시의 현상이라고 봄

수입시장은 어떤가?

- 프랑스 시장에서 자국산이 차지하는 비중은 아주 적으며 자국 생산량보다 수요량이 훨씬 많고, 게다가 수출도 하고 있음. 소비되는 85%의 수산물은 모두 수입산 이라고 봄. 그리고 수입 의존도는 불행히도 계속 높아지고 있음. 자원적으로 한계가 있고, 어업 쿼터제가 있는데다가, 양식업은 충분히 발전하지 못하고 있음. 그것이 우리가 현재 긴장하고 있는 이유임. 하지만,

수요가 큰 만큼 수입을 제한하지는 않고 있음. 다만, 자국 생산품들에 가해지는 규제만큼 수입산들에도 공평하게 유럽연합의 규격을 적용하려고 노력하고 있음. 자국산과 수입산이 공평하게 경쟁하도록, 수입산들이 자국산과 비슷한 질적 수준을 갖추도록 살피고 있음

양식업 개발에 관련하여 목표로 하는 지점이 있는가?

- 구체적으로 수치화된 지점은 없음. 프랑스의 현재 양식업의 중심은, 조개류와 생선류로 조개류에 관련해서는 굉장히 낙관적으로 보고 있어서 보강 계획도 없음. 우리가 관심을 갖는 품목은 생선류인데, 지금까지는 주로 송어양식에 집중했고, 지금 약간 하강세이긴 하지만, 좀 더 생산력을 보강하려고 함. 그보다는 바다 어획량이 문제임

주된 수입국은?

- 물론 노르웨이. 대부분 연어이며 그 다음으로 영국, 스페인, 네덜란드. 그 다음이 덴마크이고, 그 뒤로, 미국, 중국, 태국 등

아시아 시장에서는 주로 냉동제품을 기대하나?

- 그러함. 신선제품은 매우 제한적이며 주로 생선류, 특히 민물생선들, 갑각류, 조개류. 두족류 수입도 있지만, 프랑스의 두족류 소비는 적은 편

수입산에 대한 소비자들의 인식은?

- 프랑스의 수산물 소비는 대부분 식당이나 급식업체를 통해 이루어지고, 때문에 소비자들의 선택권도 없음. 그리고 가공품들은 거의 대부분 수입산. 신선제품에서만 원산지가 중요해지는 데, 이것은 '신선'제품과 '해동'제품을 구별해야 하기 때문임. 생선 가판대를 보면 거의 대부분, 냉동되어 수입되었다가 해동된 생선들이 완전한 신선제품들 옆에 나란히 구별 없이, 냉동불가 라는 표만 붙인 채로 진열되어 있음. 여기에 대한 구별방식을 고민 중임. 그것만 제외하면 수입산에 대한 부정적인 인식은 전혀 없음. 정부에서 고민하는 것은 물론, 프랑스산 수산물에 고급 이미지를 적용하는 방법임

프랑스에서 한국산 수산물에 대한 인식은?

- 없다. 어떤 이미지가 있다면, 아시아 전체에 대한 이미지로 아시아 음식들, 중국, 일본, 태국 등을 합한 이미지일 것임

한국산 수산물의 경쟁제품은 무엇일까?

- 소비자들에게는 원산지가 중요치 않음. 자국산이 있고, 나머지는 다 같은 수입산일 뿐. 한국산 수산물이 있어도, 일반 소비자들에게는 미국산 대구나 칠fp산 고등어와 다를 바 없이 여겨질 것. 물론 노르웨이는 연어의 이미지로 고급화 되어있음. 아일랜드와 스코틀랜드도 마찬가지임. 하지만, 일반 소비자들보다는 가공업자들이 원산지에 예민할 것으로 생각됨

라. 프랑스 농림수산부 수산물 사무국장

- 인터뷰 일시: 2011년 5월 20일
- 이름 : Dominique Defrance, 수산물 사무국장

요즘 수산물 시장 경기는 어떤가?

- 프랑스 수산물 시장은 굉장한 수입시장. 총 소비량의 85%는 수입산. 그러니 수산물을 생산, 수출하는 국가들에게는 매우 흥미로운 것
- 시장경기는, 좋은 편. 2008년 금융위기가 있긴 했지만, 몇 해 전부터 매해 판매율이 2%씩 오르고 있음. 특히 연어 판매율이 빠르게 성장하고 있음. 신선제품과 더불어, 우리의 강점인 가공제품들, 훈제연어 등이 인기가 많음. 연어는 전체 수산물의 20%를 차지. 연어는 요리하기 간편하고, 일반적으로 가공이 잘 되어 있고 깔끔한 이미지가 있음
- 대형유통업체들에서 판매하는 손질된 냉장 제품이 점점 상승세를 보이고, 일반 수산물 가판대의 신선제품들은 하강세를 보이고 있음. 그러한 경향에서 연어가 인기를 얻고 있는데, 한편으로 이로 인해 모든 생선제품이 일괄적이 되는 결과가 생기기도 함. 어린이들이 생선을 네모진 튀김 모양으로 그려내는 것과 같은 현상. 우리가 고민하고 있는 지점

프랑스인들의 수산물 소비경향

- 베트남에서 들어오는 생선 평가의 경우, 프랑스에서 소비되는 생선 류 중 아주 일부에 불과하고, 프랑스인의 입맛에 맞다고 볼 수도 없음. 스페인의 경우는 시장의 성격에 맞을 수도 있는 것이, 스페인은 수산물에 대한 수요가 우리보다 훨씬 크고, 또한 값싼 생선에 대한 수요도 큼. 하지만, 프랑스의 수산물 소비자들은 주로 구매력이 높은 층으로 오늘의 프랑스 소비자들은, 원산지와 상품의 질을 살피는 편. 유기농 제품의 소비층은 15%에 불과하지만, 그들을 무시할 수 없는 것이, 결국 수산물 소비경향에 영향을 끼치는 계층은 그들이기 때문임

수입의존도가 과도하다고 보는가?

- 전혀 그렇지 않음. 우리는 지금 선택의 여지가 없는 상황이고, 모든 가능성을 열어놓고 있음. 위생 등의 문제에서 규제를 잘 지키기만 하면 원산지가 어디든 가능성은 열려있음

수산물 수입제도

- 수입산 수산물에 대해 최대한 유럽산만큼의 위생적, 환경적 규제를 가하는 방법을 늘 고민함. 2010년 1월부터 적용한 새로운 수입제도로 많은 소규모 생산자들이 한동안 서류정리에 어려움을 겪어 수입물량이 줄어드는 현상이 있었지만, 점점 자리를 찾아가고 있고, 이러한 높은 규제제도를 2011년부터는 유럽 내 국가들에도 적용해 시장의 질적 수준이 점점 높아지고 있는 중임

주된 수입국은?

- 우선은 단연 북유럽 국가들임. 대구와 연어의 수입량이 크며 대구는 약 15년 전까지만 해도 그렇게 인기 있고 유명한 생선이 아니었는데, 북유럽 국가들의 물량공세와 광고 효과로 현재 가장 인기 있는 품목이 됨. 그로 인해 피해를 보고 있는 품목은 메를뤼(merlu, 대구의 일종)임. 비슷한 성격의 품목으로 대체된 것임

프랑스의 가공업은 어떤가?

- 훈제연어 가공이 강세로 대기업이나 중소기업이나 모두 연어 훈제 가공을 자체적으로 함. 그 외에는 자체 가공은 많지 않으며 수입원산지에서 대부분 가공처리를 하는데, 그럴 경우 물량의 규모가 당연히 중요해짐

생굴 산업의 위기

- 생굴의 바이러스 감염으로 위기를 겪고 있지만, 아직 수입까지는 이야기 되지 않고 있음. 가능성을 보기 위해, 일본에 가서 현지의 생굴로 바이러스 감염 연구를 시도했는데, 만족할만한 결과를 얻지 못함. 하지만 아직 수입을 고민하지는 않고 있음

한국산 제품의 수입

- 한국에서 유럽으로 수출을 한다면, 생선 신선제품은 안 됨. 물론, 프랑스의 고급 요식업체에서 한국에서만 생산이 가능한 어떤 품목을 구입한다면 몰라도, 한국과 같이 먼 곳에 위치한

나라에서는 잘 손질, 포장한 양질의 생선, 유통기한이 긴 품목을 고민해야 할 것임. 프랑스인들의 입맛에 잘 맞는 품목을 골라, 현대화된 가공장치를 구비해서 대형 유통업체들이 따로 할 일이 없도록 해야 함. 한국에 있는 공장에서, 생선 전체의 50%를 손질, 포장해서 상품화하고, 나머지 50%를 가지고 여러 가지 가공제품을 만드는 방식이 될 것임

- 프로모션의 문제에서, NORGE(www.poissons-de-norvege.com)를 참고하라고 권하고 있음. 노르웨이의 수산업자들의 모임 사이트인데, 노르웨이 정부의 대대적인 참여로 이루어지고 있음. 이 루트로 그들은 프랑스에 2백만 유로를 투자하고, 2천만 유로의 수익을 올리고 있음. 프랑스 거의 모든 대형 유통업체들과 좋은 관계를 가지고 있고, 이 사이트를 통해 프로모션을 함. 스칸디나브 지방의 문화에 우리가 신뢰를 갖게 되는 이유는, 그들의 투명성 때문임 : 이 사이트에 보면, 이 모임 참여자들 각각의 개인 메일과 연락처 등이 모두 공개되어 있음. 프랑스에서는 없는 일임

▶ NORGE 관련 참고 할 수 있는 영어 사이트:

- * <http://www.seafoodfromnorway.com>
- * <http://www.seafoodfromnorway.com/Fishlovers>
- * <http://salmoninseconds.com>

4. 주요 수산물업체 사이트

수입업체	
AB FISH	www.abfish.fr/
Mareyeurs du sud-est	www.mareyeursudest.com/
Demarne	www.demarnefreres.com
Fish is life – Comptoirs océaniques	www.comptoirsoceaniques.com
Homard Atlantique	www.homard-atlantique.com
Ikagel	www.ikagel.com
Joceane	www.joceane.fr
Miss Fish	www.miss-fish.com
가공업체	
Tropic Fish	www.comptoirs-oceanes.com



러시아

수산물 소비트렌드



1. 시장동향 및 소비동향

가. 러시아의 수산물 생산

- 러시아의 수산물 어획은 내수에서 4%, 해양에서 96%가 이루어지고 있음. 수산물조업구역은 ①극동어장(극동해역, 오희츠크해), ②북부어장(북해, 바렌츠해, 백해), ③서부어장(발틱해), ④아조프해-흑해어장, ⑤카스피해어장 등이 있음



- 러시아의 어류 및 수생생물자원 어획량은 약 3.7백만 톤(2009년)으로 집계되며 최근 6년간 4.7%의 성장률을 보임

<어류 및 수생생물자원 어획·채취량>

(단위: 천 톤)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	연평균성장률 (2004-2009)
어획량	2,965	3,212	3,264	3,417	3,333	3,728	4.7
- 내수	244	249	241	239	245	266	1.7
- 러시아 어획수역(해양)	1,785	1,947	1,977	2,195	2,035	2,652	8.2

자료: 연방통계청

- ❑ 어류 및 해산물의 약 70%는 극동해역에서 어획되고 있으나, 소비는 러시아 서부지역에 집중되어 있음. 2009년 전체 어획량(3.7백만 톤) 중에서 극동지역에서 약 2.5백만 톤, 북서지역에서 약 1.1백만 톤이 어획됨

<러시아 연방관구별 어류 및 수생생물자원 어획·채취량>

(단위: 천 톤)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009
러시아연방 전체	2,965	3,212	3,264	3,417	3,333	3,728
중앙연방관구	12.3	14.6	15.7	16.0	15.3	15.3
북서연방관구	1,065.2	1,064.5	1,086.9	999.2	959.7	1,073.9
남부연방관구	113.2	124.4	123.3	132.9	126.4	126.6
볼가연방관구	5.9	6.4	8.4	9.2	9.6	8.1
우랄연방관구	18.7	22.0	20.6	20.9	23.6	24.9
시베리아연방관구	8.5	8.3	9.0	7.6	9.5	11.7
극동연방관구	1,741.4	1,972.1	2,000.2	2,231.7	2,188.4	2,467.8

자료: 연방통계청

- ❑ 양식업 발전의 경우, 연방수산청 자료에 따르면, 2009년 어류·해산물 양식은 전년대비 19.3% 증가한 115천 톤(어류 9,432백만 마리)으로 집계됨. 아직 러시아의 양식업 발전은 낮은 수준에 머물러있음(전 세계 양식업규모의 0.22%에 불과함). 소련시절 1980년대만 해도 연간 599천 톤을 기록한 바 있음
- 2010년에 러시아정부는 ‘2020년까지의 러시아 양식업발전전략’ 을 승인하였고 2020년경 연간 410천 톤까지 양식업 제품생산을 증대시킬 계획임

<러시아의 수산물 생산량>

(단위: 톤, %)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	연평균성장률 (2004-2009)
합 계	3,063,177	3,322,821	3,402,263	3,568,363	3,509,646	3,949,267	5.2
어선어업	2,953,159	3,207,824	3,295,920	3,462,560	3,393,966	3,831,957	5.3
양식어업	110,018	114,997	106,343	105,803	115,680	117,310	1.3

자료: FAO 통계

- ❑ 러시아에서 어획되는 산업적 가치를 갖는 주요어종은 명태(2010년 기준, 전체 어획량의 약 50% 차지), 대구, 청어, 곱사송어, 해덕 등임

<수생생물자원 종류별 어획·채취량>

(단위: 톤)

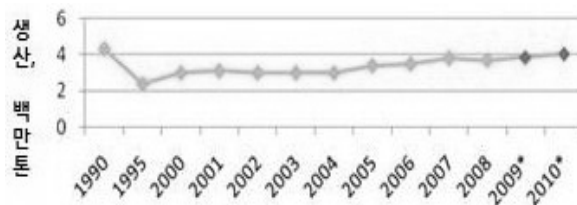
구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009
청어	298,510	349,859	351,794	336,774	347,628	390,634
정어리(sardine)	6,014	13,603	51,743	70,002	29,863	28,183
킬카(kilka)	42,549	46,749	45,218	39,573	22,367	21,330
카(black sea sprat)	7,431	6,657	6,928	7,448	6,720	7,329
꽁치	71,216	75,453	67,138	86,325	84,486	31,137
살라카(baltic herring, sprat)	11,253	13,744	12,560	12,844	12,990	12,641
안초비(유럽멸치)	9,475	6,695	5,624	6,907	10,252	11,447
잉어과(roach)	1,684	1,663	2,021	2,588	3,157	3,475
붕장어	59	56	51	62	18	9
칠성장어	-	-	2	-	1	-
낭어	24,555	14,284	11,818	9,660	8,257	13,770
수닥(잔더)	2,814	2,790	2,678	2,595	2,258	1,785
잉어(사잔)	4,282	2,365	2,719	3,122	4,032	5,002
메기	4,638	5,404	7,151	7,990	7,560	8,477
레쉬(커먼 브림)	20,772	28,235	20,117	19,655	21,257	22,473
노던 파이크	6,152	6,440	7,062	6,834	8,706	8,951
잉어(카르프)	17,276	19,804	22,529	24,612	25,502	25,295
대두어	11,777	11,785	14,037	17,114	14,229	14,135
고등어	111,640	83,687	93,353	82,832	74,520	81,587
대서양붉은볼락	44,591	37,484	40,401	32,639	26,096	31,146
아틀란틱 호스 마크렐	71,590	83,948	65,383	26,069	54,815	73,444
아무르	246	332	336	797	928	1,646
임연수어	43,469	46,051	41,998	41,112	50,983	51,104
도미	711	2,120	812	548	1,022	1,109
베릭스(금눈돔)	71	297	-	-	-	-
갈치	39	90	-	-	-	-
열빙어(카펠린)	2,251	2,876	2,261	6,224	8,516	68,788
리모네마	22,473	24,461	24,854	23,717	20,212	16,909
참치	25	37	438	1,808	1	93
가자미	67,724	91,760	73,636	77,632	63,033	84,146
넙치	24,601	23,859	25,763	24,106	23,743	18,110
상어	1	40	145	449	469	101
가오리	5,283	2,001	1,377	2,492	1,614	2,435
대구	261,288	252,015	249,642	242,293	266,342	283,002
명태	857,460	948,233	1,002,958	1,203,080	1,261,807	1,270,829

구분	2004	2005	2006	2007	2008	2009
해덕	55,408	50,001	51,533	61,628	67,161	80,070
철갑상어과	191	299	441	963	477	510
극지송어과	9,983	11,529	11,066	10,491	11,257	11,115
연어과	183,728	260,376	281,773	334,177	278,497	549,477
기타어류	144,826	160,129	144,319	146,200	117,598	119,515
갑각류와 연체동물	117,871	130,218	137,557	120,846	114,033	130,092
그중:						
계	32,940	30,298	40,351	45,036	39,671	36,234
새우	10,289	9,176	7,299	9,276	8,546	8,506
크릴	-	-	-	-	225	9,311
가재	11	10	5	32	1,179	1,928
연체동물	74,631	90,735	89,901	66,502	64,413	74,112
고등	2,309	9,875	5,264	4,495	6,074	6,366
오징어, 갑오징어	66,317	74,056	80,099	56,459	52,432	62,960
홍합, 굴	134	146	938	37	42	69
가리비과	4,060	5,674	3,080	4,356	4,583	3,080
극피동물(섬계)	1,184	2,644	3,821	5,857	6,608	6,111
조류	9,168	7,687	9,656	3,986	4,978	4,420
그중: 미역	8,857	6,653	8,217	2,910	4,576	4,298
바다표범	31	7	369	84	440	118
고래	-	683	347	528	270	71

자료: 연방통계청

러시아연방통계청 자료에 따르면, 1990-95년간 러시아수산업의 어류제품 생산량은 감소되고, 2000-04년간 시장은 불경기 단계에 놓이지만, 2005-07년에는 활발히 성장하여 연간 평균 4-6%의 성장률을 보임. 2008년에는 러시아 국내전체 경제위기로 인해 소폭 감소하지만 2009년에 들어서서 시장은 전년대비 4% 성장함. 연방통계청의 전망에 따르면, 2010년 어류제품 출하량은 4백만 톤으로 예상됨(약 5%의 성장률)

<어류제품 생산량>



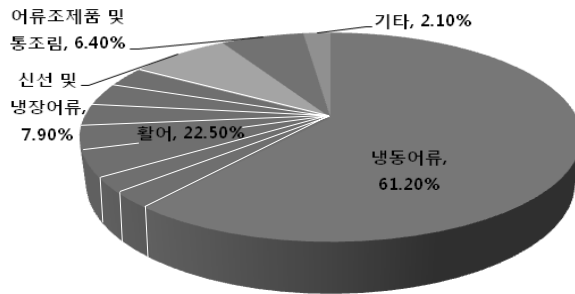
자료: 연방통계청

- ❑ 어류 및 어류가공제품 · 캔제품 생산규모는 2010년에 3,405,591톤으로 집계되며 2009년 대비 2%의 성장률 기록(2009년에는 3,322,622톤 생산)
- ❑ 어류가공업 부문의 특징은 어류 · 해산물시장과 마찬가지로 원료공급 의존성이 높다는 것임. 어종별 시즌 어획량과 수입시장 개방정도 등의 요소들이 영향을 미치고 있음

나. 러시아 수산물시장규모

- ❑ 2011년 4월에 발표된 디스커버리 리서치그룹의 ‘러시아 어류 · 어류제품 · 해산물시장’ 조사에 따르면, 2010년 러시아시장규모는 4.06백만 톤으로 집계되며 2009년 대비 성장률은 -81% 기록. 어류 · 어류제품 · 해산물시장은 금액기준 약 101억 달러 규모임
- ❑ 어류 및 어류제품시장에서 리더(생산자, 수입상 등 모든 시장관계자 중에서는)는 ‘루스코예 모레’ 사이며 점유율은 전체시장규모의 12%를 차지함. 두 번째는 ‘아틀란트 퍼시픽’ 사가 4% 차지, 그 다음으로 ‘다 모라’사와 ‘데파그룹’ 이 3% 차지함. 그 외 기타업체들의 점유율은 훨씬 더 낮은 퍼센트를 보임
- ‘마켓 아날리티카’의 평가에 따르면, 러시아생산자들 중 주요업체는 ‘루스코예 모레’, ‘록-1’, ‘메리디안’, ‘산타 브레모르’, ‘발티이스키 베레그’ 순을 보임

<국내시장 어류제품 종류별 판매비중(2008년)>



자료: 연방통계청(2010년 발표자료)

❑ 냉장 어류·해산물



- 시장규모 : 2008년 금액기준 39,593.3백만 루블(1,549.2백만 달러)로 집계(2003년~2008년간 연평균성장률 2.4%), 물량기준 643.2백만 kg 집계(1.7%)
- 전망 : 2013년 말경 43,763백만 루블(1,712.4백만 달러)로 전망(2008년~2013년간 연평균성장률 2% 예상), 688.2백만 kg로 전망(1.4%)

- 시장점유율: 2008년 금액기준, 빵가루입힌 어류·해산물(40%), 날해산물(34.9%), 날생선(25.2%) 비중을 보이며, 2013년 말에는 각각 42.2%, 31.8%, 25.9%로 변화될 것으로 예상됨. 2008년 물량기준, 빵가루입힌 어류·해산물(38.9%), 날해산물(38.8%), 날생선(22.4%) 비중을 보이며, 2013년 말에는 각각 40.6%, 36.5%, 22.9%로 변화될 것으로 예상됨.

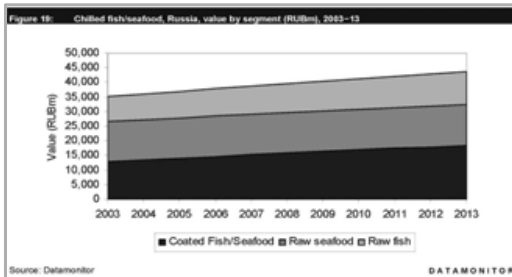
<러시아 냉장어류·해산물 시장규모 및 전망>

(단위: 백만 달러, 백만 kg, %)

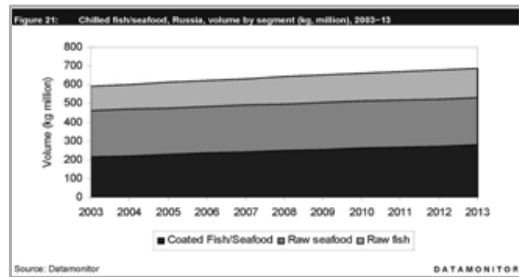
구 분	2008		2009		2010		2011		2012		2013		연평균성장률 (2008-2013)	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량
빵가루입힌 어류·해산물	618.9	249.9	640.8	256.3	662.4	262.5	683	268.4	703.2	274	722.7	279.3	3.10	2.30
날해산물	540.3	249.4	541.2	249.8	542.2	250.1	543.2	250.5	544.3	250.9	545.3	251.2	0.20	0.10
날생선	390	143.9	400.9	146.7	412	149.6	422.8	152.3	433.6	155	444.3	157.7	2.60	1.80
합 계	1549.2	643.2	1582.9	652.8	1616.7	662.3	1649	671.3	1681.1	679.9	1712.4	688.2	2.00	1.40
성장률	2.20	1.60	2.20	1.50	2.10	1.50	2.00	1.40	1.90	1.30	1.90	1.20	-	-

자료: 데이터모니터

<냉장 품목별 금액 변화(2003-13)>



<냉장 품목별 물량 변화(2003-13)>



- 냉장 어류·해산물 선도업체: '아이스-로지스틱' (비중 29.8%), 피셔리 베이스(17.6%) 등임

<냉장어류·해산물 브랜드별 판매규모 및 비중>

(단위: 백만 루블, %)

회 사 명	브 랜 드	2007		2008	
		금 액	비 중	금 액	비 중
아이스-로지스틱	블루 화이팅	11,523.20	29.8	11,788.50	29.8
JHC 나호드카 액티브마린	-	-	-	-	-
피셔리 베이스	종 합	6,794.40	17.5	6,973.10	17.6
산타 브레모르 JV	종 합	1,904.40	4.9	1,891.70	4.8
자체브랜드	자체브랜드	2,159.40	5.6	2,252.10	5.7
기 타	기 타	16,352.10	42.2	16,687.90	42.1
합 계	-	38,733.60	100	39,593.30	100

자료: 데이터모니터

❑ 냉동 어류 · 해산물



- 시장규모: 2008년 금액기준 16,899.9백만 루블(661.3백만 달러)로 집계(2003년~2008년간 연평균성장률 6.4%), 물량 기준 122.2백만 kg 집계(1.9%)
- 전망: 2013년 말경 21,669.2백만 루블(847.9백만 달러)로 전망(2008년~2013년간 연평균성장률 5.1% 예상), 134.1백만 kg로 전망(1.9%)

- 시장점유율(금액기준): 날생선(37.9%), 빵가루입힌 어류·해산물(32.5%), 날해산물(24.8%), 기타 어류/해산물(4.8%)

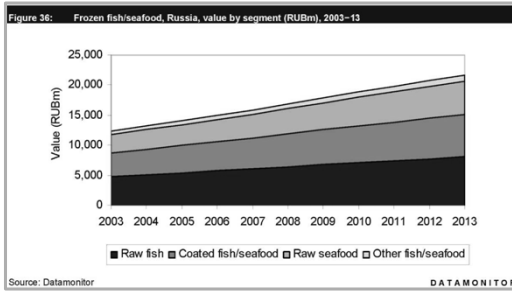
<러시아 냉동 어류·해산물 시장규모 및 전망>

(단위: 백만 달러, 백만 kg, %)

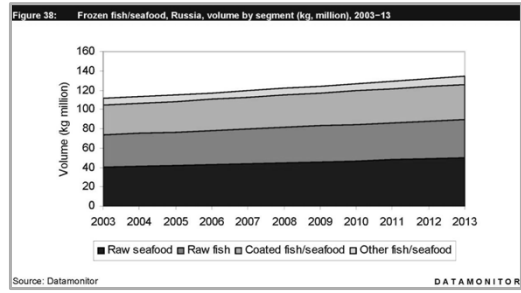
구 분	2008		2009		2010		2011		2012		2013		연평균성장률 (2008-2013)	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량
날생선	250.7	45.3	264.5	46.1	278.9	46.9	291	48	303.4	48.9	315.8	49.8	4.70	1.90
빵가루입힌 어류·해산물	214.7	36.4	227.5	37	239.6	37.9	251.8	38.5	264.2	39.3	276.7	40	5.20	1.90
날해산물	163.8	33.3	175.7	33.8	186.2	34.6	195.4	35	204.6	35.7	213.8	36.3	5.50	1.70
기타 어류/해산물	32.1	7.2	34.1	7.4	36.2	7.5	38	7.7	39.8	7.9	41.6	8.1	5.30	2.20
합계	661.3	122.2	701.8	124.3	740.9	127	776.1	129.3	812	131.7	847.9	134.1	5.10	1.90
성장률	6.30	2.00	6.10	1.70	5.60	2.20	4.70	1.80	4.60	1.90	4.40	1.90	-	-

자료: 데이터모니터

<냉동 품목별 금액 변화(2003-13)>



<냉동 품목별 물량 변화(2003-13)>



- 냉동 어류·해산물부문 선도업체: ‘메리디안 그룹’ (비중 22.1%), 델라마리스(14.2%), 료도보 그룹(9.8%) 등

<냉동어류·해산물 브랜드별 판매규모 및 비중>

(단위: 백만 루블, %)

회 사 명	브 랜 드	2007		2008	
		금 액	비 중	금 액	비 중
메리디안 그룹	메리디안	3,494.30	22	3,735.50	22.1
델라마리스	종 합	2,256.50	14.2	2,392.70	14.2
료도보 그룹	살 문	1,540.70	9.7	1,656.60	9.8
노르드 웨스트 F.C.	노르드웨스트	1,365.50	8.6	1,462.60	8.7
JSC INCO	마리솔	1,373.40	8.6	1,446.60	8.6
프로드코	칼루리	583.3	3.7	638.3	3.8
자체브랜드	자체브랜드	2,518.30	15.8	2,688.20	15.9
기 타	기 타	2,770.30	17.4	2,879.50	17
합 계	-	15,902.40	100	16,899.90	100

자료: 데이터모니터

❑ 어류·해산물 캔제품



- 시장규모: 2008년 금액기준 38,349.8백만 루블(1,500.6백만 달러)로 집계(2003년~2008년간 연평균성장률 -1.2%), 물량 기준 214.4백만 kg 집계(-2.1%)
- 전망: 2013년 말경 36,463.5백만 루블(1,426.8백만 달러)로 전망(2008년~2013년간 연평균성장률 -1% 예상), 188.7백만 kg로 전망(-2.5%)

- 시장점유율(금액기준): 참치(27.1%), 고등어(25.9%), 기타어류·해산물(25.1%), 연어(21.8%)

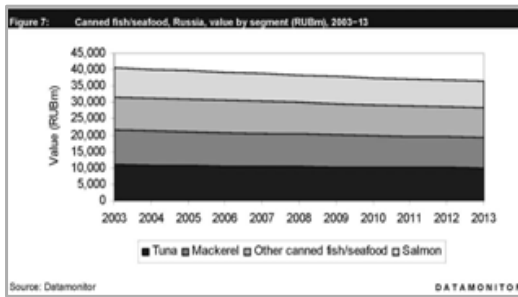
<러시아 어류·해산물 캔제품 시장규모 및 전망>

(단위: 백만 달러, 백만 kg, %)

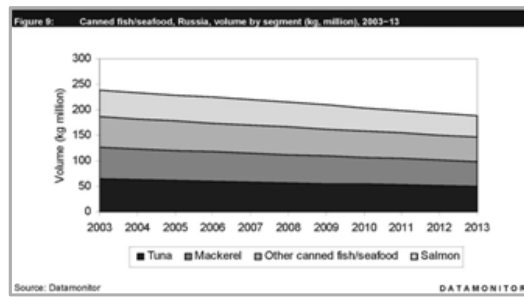
구 분	2008		2009		2010		2011		2012		2013		연평균성장률 (2008-2013)	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량
참 치	407	57.2	403.5	55.8	400.4	54.4	397.7	53	395.3	51.6	393.2	50.2	-0.7	-2.6
고등어	388.5	55.1	383.5	53.8	378.5	52.5	373.5	51.2	368.5	50	363.5	48.8	-1.3	-2.4
기타어류·해 산물	377.3	53.8	373.2	52.6	369.2	51.4	365.2	50.3	361.2	49.1	357.1	47.9	-1.1	-2.3
연 어	327.7	48.3	324.1	47	320.8	45.6	317.8	44.4	315.2	43.1	312.9	41.8	-0.9	-2.8
합 계	1500.6	214.4	1484.4	209.2	1468.9	204	1454.1	198.9	1440.1	193.8	1426.8	188.7	-1.0	-2.5
성장률	-1.1	-2.4	-1.1	-2.4	-1.0	-2.5	-1.0	-2.5	-1.0	-2.6	-0.9	-2.6	-	-

자료: 데이터모니터

<캔제품 품목별 금액 변화(2003-13)>



<캔제품 품목별 물량 변화 (2003-13)>



- 캔제품 부문 선도업.체: 개방주식회사 홀딩컴퍼니 'JSHC 달모레프로дук트'(비중 16.8%), '인테르 브플롯' (10.1%), '운다 피시 프로세싱' (9.2%) 순을 보임

<어류·해산물 캔제품 브랜드별 판매규모 및 비중>

(단위: 백만 루블, %)

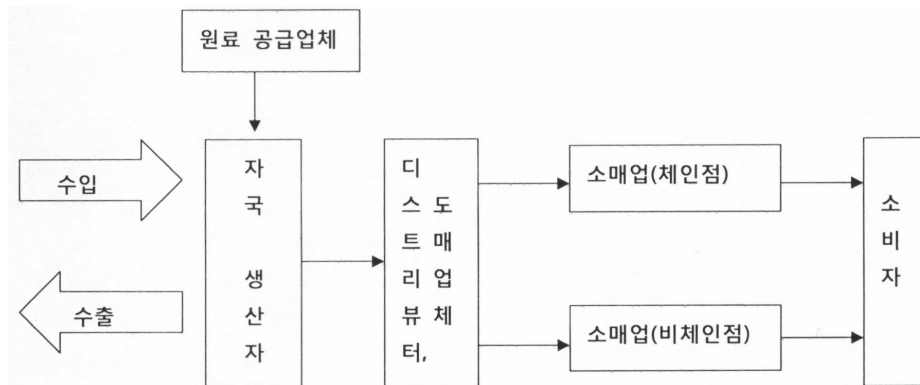
회 사 명	브 랜 드	2007		2008	
		금 액	비 중	금 액	비 중
JSHC 달모레프로дук트	달모레프로дук트	6,553.20	16.9	6,440.20	16.8
인테르 브플롯 Co Ltd	아크바마린	3,924.40	10.1	3,883.90	10.1
운다 피시 프로세싱 Co LLC	종합	3,549.20	9.2	3,513.30	9.2
알란타 LLC	알란타	2,379.00	6.1	2,356.60	6.1
인테르프로스티 Ltd	종합	2,215.10	5.7	2,238.50	5.8
TD 달프롬 바	종합	1,866.00	4.8	1,892.90	4.9
아타르도 ZAO	종합	1,640.50	4.2	1,622.30	4.2

회 사 명	브 랜 드	2007		2008	
		금 액	비 중	금 액	비 중
SNS	올리스	1,529.40	3.9	1,499.50	3.9
산타 브레모르 JV	브레모르	1,418.70	3.7	1,414.70	3.7
우크라이나-피시세르비스 Ltd	종합	1,350.10	3.5	1,342.10	3.5
달모레프로дук트 OJSC	5 모레이	903.3	2.3	896.2	2.3
우스트-캄차트 바 LLC	종합	827.8	2.1	823.9	2.1
베스포케 푸즈 Ltd	꼬네타블	829.7	2.1	822.7	2.1
발티스키 베레그 ZAO	종합	663.8	1.7	699.9	1.8
루스코예 모레 ZAO	7 우즐로프	589	1.5	614.3	1.6
MW 브랜즈	존 웨스트	560.2	1.4	562.4	1.5
산타 브레모르 JV	이크리마	495.3	1.3	521.8	1.4
H.J. 하인츠 컴퍼니	존 웨스트	N/A	N/A	N/A	N/A
자체브랜드(Private Label)	자체브랜드	3,254.70	8.4	3,260.80	8.5
기타	기타	4,234.30	10.9	3,943.70	10.3
합계	-	38,783.70	100	38,349.80	100

자료: 데이터모니터

다. 수산물 유통

<러시아시장 수산물 유통경로>



- 어류·해산물을 판매하는 주요 소매채널은 대형체인점(슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 디스카운터), 중형мага진(상점), 시장, 정기시장, 소형소매점(파빌리온, 키오스크), 최근 발전하기 시작한 수산물전문상점체인 ‘오케안’ 등이 있음

- 그중에서 수산물(냉장, 냉동, 캔제품)의 57% 이상이 슈퍼마켓/하이퍼마켓에서 유통됨

< 수산물 유통채널별 비중 및 규모 >

구 분	유통 채널	금액기준 비중(%)		금액규모(백만루블)	
		2007	2008	2007	2008
냉장 어류 해산물	슈퍼마켓/하이퍼마켓	57.9	58.3	22,436.80	23,093.40
	독립 소매점	27.9	27.8	10,809.60	10,993.50
	편의점	5.1	5.2	1,992.20	2,057.80
	전문 소매점	4.2	3.8	1,609.30	1,509.90
	서비스 스테이션	3.7	3.7	1,414.10	1,460.90
	백화점(duty-free 상점 포함)	1.2	1.2	454.5	460
	캐쉬&캐리 및 회원제 할인매장	<0.1	<0.1	17	17.8
	전체	100	100	38,733.60	39,593.30
냉동 어류 해산물	슈퍼마켓/하이퍼마켓	58.6	59.1	9,318.00	9,994.70
	독립 소매점	28.4	28.2	4,512.60	4,771.90
	전문 소매점	5.9	5.4	935.4	917.6
	편의점	3.9	4	624.2	670.8
	서비스 스테이션	2.4	2.4	382.5	411.5
	백화점(duty-free 상점 포함)	0.8	0.7	122.1	125.2
	캐쉬&캐리 및 회원제 할인매장	<0.1	<0.1	7.5	8.2
	전체	100	100	15,902.40	16,899.90
어류 해산물 캔제품	슈퍼마켓/하이퍼마켓	57	57.3	22,119.20	21,985.40
	독립 소매점	27.6	27.4	10,723.30	10,494.10
	전문 소매점	5.8	5.7	2,236.60	2,183.70
	편의점	4.9	4.9	1,881.80	1,879.00
	서비스 스테이션	3.6	3.7	1,392.20	1,404.00
	백화점(duty-free 상점 포함)	1.1	1	415.4	388.3
	캐쉬&캐리 및 회원제 할인매장	<0.1	<0.1	15.3	15.3
	전체	100	100	38,783.70	38,349.80

자료: 데이터모니터

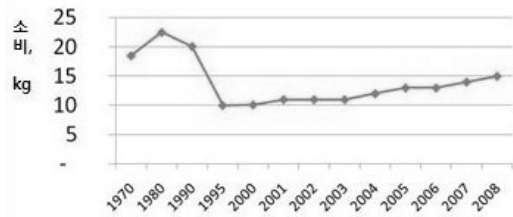
라. 수산물시장 소비동향, 소비특징

- 1995-2008년간 러시아에서 어류소비는 50% 증가되어 연간 1인당 소비는 10kg에서 15kg까지 성장함. 러시아에서 연평균 1인당 어류소비량은 유럽보다 몇 배나 낮으며 심지어 러시아의 1991년 지표보다도 낮은 상태임. 러시아의학아카데미 권장소비량은 연간 1인당 23.7kg임

< 러시아 연평균 1인당 어류·어류제품 소비량(kg) >

1970	1980	1990	1995	2000	2001	2002
19	23	20	10	10	11	11
2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
11	12	13	13	14	15	15

자료: 연방통계청



- 러시아 정부의 ‘2020년까지의 러시아 사회경제 장기발전개념’에 따르면, 1인당 수산물 소비량은 2007년 12.6kg에서 2020년 23.7kg으로 증가시키고, 소비구조에서 러시아산 어류 제품 비중을 67%에서 85%로 증가시키는 것임
- 현재 러시아수산업체는 국내시장으로 제품 공급을 증대시켰고 국내주민들의 어류 소비량도 증가하고 있음. 2009년 한해만해도 러시아에서 어류 소비는 30% 성장함. 경제위기 시기에 러시아 소비자들은 육류와 가금육보다 어류제품(특히, 저가대 어종)을 선호했으며 수입산보다 러시아산을 선호함
- 소비성장뿐만 아니라 수산부문관련문제를 해결하려는 국가정책도 수산부문발전을 촉진시키고 있음. 수산부문관련문제로는 총체적인 법적기반 부재, 밀렵, 기술설비기반 노후, 원료수출, 재수출, 증가하는 수입, 가격인상, 전문인력 및 과학연구개발 부재, 러시아인들의 어류제품·해산물 소비 미약 등이 있음
- 최근 정부는 현 상황을 개선하기 위해 실질적인 방식을 취하고 있음
 - 2003-08년간 수산부문 상황을 규범화할 수 있는 일련의 법규(수생생물자원 보존 등)가 채택됨
 - 2003년에 정부는 “2020년까지의 수산업발전개념”을 개발, 채택했고, 2007년에는 양식업 발전이 국가계획안에 포함됨. 이와 관련하여 수산부문발전과 러시아어류시장 규모성장도 긍정적인 추세를 보이고 있음
 - 또한, 국민들에게 저가의 어류를 공급하는 것을 정부의 임무로 보고 있음

<러시아 1인당 수산물 소비량 및 전망>

(단위: kg, %)

구분	카테고리	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2008-2013 연평균성장률
냉장	빵가루입힌 어류·해산물	1.8	1.8	1.9	1.9	2	2	2.7
	날해산물	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	0.6
	날생선	1	1	1.1	1.1	1.1	1.1	2.3
	합계	4.6	4.7	4.8	4.8	4.9	5	1.8
	성장률	2.1	2.0	1.9	1.8	1.8	1.7	-
냉동	날해산물	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4	2.4
	날생선	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	2.4
	빵가루입힌 어류·해산물	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	2.2
	기타 어류·해산물	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	2.7
	합계	0.9	0.9	0.9	0.9	1	1	2.4
캔제품	성장률	2.5	2.1	2.6	2.3	2.4	2.4	-
	참치	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	-2.1
	고등어	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	-1.9
	기타 어류·해산물	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.3	-1.9
	연어	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	-2.4
합계	1.5	1.5	1.5	1.4	1.4	1.4	-2.1	
성장률	-1.9	-2.0	-2.0	-2.0	-2.1	-2.1	-	

자료: 데이터모니터

<러시아 1인당 수산물 지출비용 및 전망>

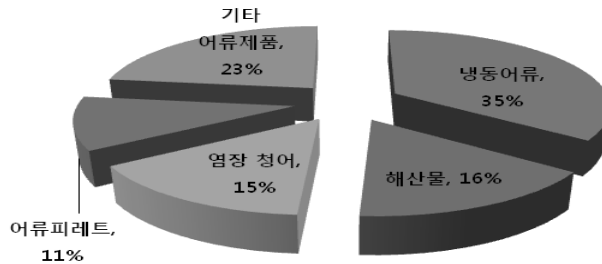
(단위: 달러, %)

구분	카테고리	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2008-2013 연평균성장률
냉장	빵가루입힌 어류·해산물	4.4	4.6	4.8	4.9	5.1	5.3	3.6
	날해산물	3.8	3.9	3.9	3.9	3.9	4	0.7
	날생선	2.8	2.9	3	3	3.1	3.2	3.1
	합계	11	11.3	11.6	11.9	12.2	12.5	2.5
	성장률	2.7	2.7	2.6	2.5	2.4	2.4	-
냉동	날해산물	1.8	1.9	2	2.1	2.2	2.3	5.2
	날생선	1.5	1.6	1.7	1.8	1.9	2	5.7
	빵가루입힌 어류·해산물	1.2	1.3	1.3	1.4	1.5	1.6	6.0
	기타 어류/해산물	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	5.8
	합계	4.7	5	5.3	5.6	5.9	6.2	5.6
캔제품	성장률	6.8	6.6	6.1	5.2	5.1	4.9	-
	참치	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	-0.2
	고등어	2.8	2.7	2.7	2.7	2.7	2.6	-0.9
	기타 어류·해산물	2.7	2.7	2.6	2.6	2.6	2.6	-0.6
	연어	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	-0.5
합계	10.7	10.6	10.5	10.5	10.4	10.4	-0.5	
성장률	-0.6	-0.6	-0.6	-0.5	-0.5	-0.4	-	

자료: 데이터모니터

- 러시아 소매유통에서 전통적으로 소비자수요가 높은 어류제품은 냉동어류(35%), 해산물(16%), 염장청어(15%), 냉동어류 피레트(11%), 건조어류 및 캐비아 등의 기타어류제품(23%) 순으로 나타남
- 소비자 선호와 소비는 가족소득수준과 직접적으로 연관이 있음. 냉동어류는 러시아전체주민들에게 가장 인기있는 품목이며, 특히 월평균 소득 1만 루블 미만의 소비자층에게 가장 인기있는 냉동어류는 중간가격대 어종인 대구와 명태임

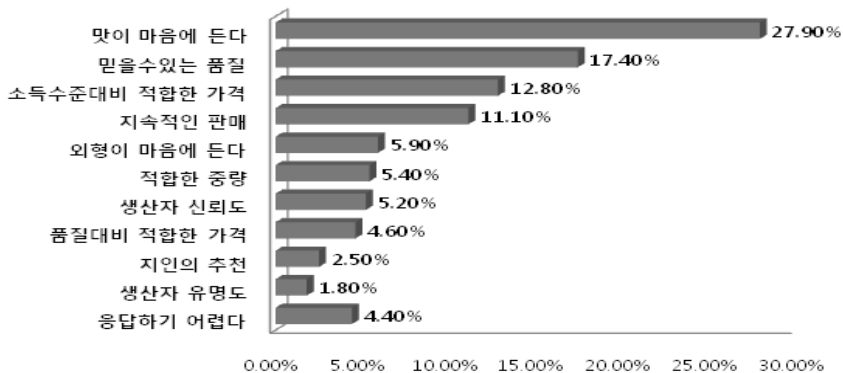
<러시아소비자들이 선호하는 어류제품 종류(2006)>



자료: 아르마르카

- 현재 러시아에서는 어류·해산물 소비가 증가세를 보이며 이는 삶의 질적 향상을 보여주는 한 측도라 할 수 있음
- 경제적인 어종 구매 시에 소비자들에게 가장 결정적인 영향을 주는 요소는 가격임. 그러나 최근 들어 값비싼 참치 등 고급매장인 델리카테센(delicatessen)의 소비가 빠른 속도로 성장하고 있고, 이 경우 가격보다 맛 선호도가 결정적인 요소로 작용함

<러시아 소비자들의 포장된 어류제품 브랜드 선별 기준(2005)>



자료: 러시아식품시장

- ❑ 온마리 통째로 냉동한 어류 소비보다 다양한 종류의 피레트 소비가 빠른 성장세를 보임. 이와 같은 시장상황에 맞춰 ‘루스코예 모레’ 사는 2007년에 자체 브랜드 ‘루스코예 모레’ 로 민대구, 팡가시우스, 킬라피아, 명태 피레트를 출하·판매하였으며, 연방 및 지역 유통체인점에 적극적으로 진출시킨 바 있음
- ❑ 러시아에서 주로 소비되는 어류는 여전히 비싸지 않은 가정식탁용 어종(대구, 명태 등)이며, 앞으로도 소비는 줄어들지 않을 것으로 예상됨
- ❑ 주민 소득 증가로 인해 값싼 어종을 소비하던 소비자들도 새로운 비싼 어종(예를 들어, 참치)을 소비할 잠재성이 높음

마. 경제위기 이전 트렌드

- ❑ 경제위기 이전 시기(2008년 3분기 이전)에 러시아 어류·해산물시장에서 소비성격은 조제품과 최소조리시간을 요하는 제품군으로 이동되는 움직임이 관찰됨. 소비자수요에서 주요 트렌드는 프리미엄 세그먼트에 대한 관심 증가임
- 붉은살 생선(연어, 무지개송어)과 캐비아(붉은살 생선 및 기타 어류의 캐비아)는 2008년 3분기 전까지 가장 급속도로 성장하는 어류·해산물조제품시장 중의 하나였음

<연어류>



<캐비아>



- ❑ 이와 같은 소비 트렌드를 보이는 이유는 2000년대 초 러시아주민들의 소득이 증대되고 부족한 시간에도 건강한 삶을 추구하기 때문이며, 이러한 요소들은 고가 세그먼트의 발전을 촉진시킴
- 경제위기 이전 시기에는 이와 같은 트렌드에 대한 응답으로 어류제품·해산물제품 생산 시에 품질에 가장 중점을 두었고 상점 진열대에는 품질이 좋은 고가의 원료로 만든 어류·해산물 조제품으로 가득참음

- 해산물 소비증가도 역시 경제위기 이전의 트렌드임. 게다가 이 부문에서 러시아시장은 2-2.5년 정도 늦게 유럽시장 트렌드를 반복하고 있음. 다른 부문에서는 유럽시장과 러시아시장을 비교 시에 특징적인 차이점을 알 수 있음
- 유럽 상점 진열대에는 높은 소비특징을 보이는 어류·해산물제품(예를 들어, 포장된 신선어류)이 많고 서구에서 캐비아는 소비문화 차이로 인해 러시아보다 적게 소비되고 있음
- 러시아 시장에서 유통체인점 비중은 상대적으로 그리 높지 않은 편이나(27%), 독일만 해도 80% 이상에 이르고 있음. 서구에서 프라이빗 브랜드(유통업체 자가상표, 자체브랜드)는 널리 보급되어 있으나, 러시아 시장에서 그 비중은 낮은 편임. 하지만 러시아시장에서 유통체인점들의 비중 증가는 어류·해산물제품 판매문화를 향상시키고 제품수요를 높이고 있음

<냉장 해산물 >



<냉동 새우 >



- 러시아 국내에서 어류·해산물시장은 지역별로 차이를 보이고 있음
- 모스크바와 상트-페테르부르크에서는 프리미엄급 제품 소비비율이 높음. 예를 들어, 붉은살 생선은 어류시장의 40%를 차지하며, 붉은살 생선 캐비아는 35%를 차지함
- 프리미엄 세그먼트가 증가하는 트렌드는 대도시들과 개발지역들에서 관찰됨
- 저개발지역들 소비자는 훨씬 더 저가의 제품을 선호함. 어류·해산물 조제품시장에서 가장 높은 비중을 차지하는 것은 청어(35%)이며, 그다음 밀폐용기에 담은 제품, 미역 등의 순을 보임
- 수입산 냉장어류 소비지역은 주로 러시아중앙(북서)지역에서 성장세를 보이며(2000년 냉장어류소비비중 25%→2007년 40%로 증가), 대부분 노르웨이, 덴마크, 스페인 등에서 수입되고 있음
- 수입산 냉동어류 소비지역은 북서지역(50%), 시베리아지역(39%), 볼가지역(2%), 기타지역(9%) 등으로 나타남

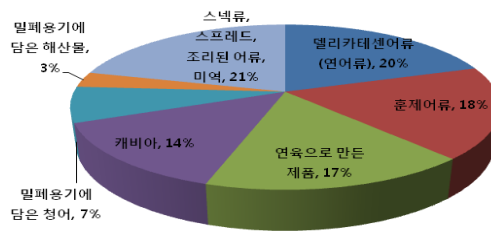
- ❑ 어류·해산물시장에서 가격형성은 원료구성(어류·해산물 어획량, 지역-공급자)에 의존하는 특징을 보임. 풍어시즌에는 안정적인 수준의 가격대를 유지하지만, 원료 부족 시에 가격은 현저히 인상될 수 있음
- ❑ 원료의 경우, 최근 십년간 수입원료시장이 현격히 확대됨. 연어류의 주요 공급국은 노르웨이이며(연어, 무지개송어, 고등어, 청어), 또한 어류와 해산물은 중국, 베트남, 페루, 칠레 등의 국가에서 공급되고 있음. 하지만 원료시장에서는 정치적, 경제적, 자연적 요소들로 인해 항상 원료공급 중단 혹은 혼선의 위험이 도사리고 있음

바. 경제위기 이후 트렌드

- ❑ 경제위기는 제품종류 선정정책을 수정하게 만들
 - 위기 후 생산자들은 시장에서 소비자를 확보하기 위해 출하된 제품종류를 저가 제품군으로 확대시키고 있음
 - 유통체인점들도 시장추세에 맞춰 적당한 가격대의 제품을 소비자에게 제안하고 자체 브랜드 종류를 적극적으로 개발함
- ❑ 경제위기 후 일 년 반 사이 프리미엄급 제품들은 시장에서 장기침체를 보이거나 혹은 시장 점유율이 줄어들기 시작함. 이와 반대로 대중적 수요를 보이는 제품들(청어, 킬카(kilka), 미역 등 100루블 이하 가격대)은 그리 나쁘지 않은 판매량을 보임
 - 그럼에도 불구하고 이러한 현상은 일시적인 것이며 향후 경기회복과 더불어 프리미엄 제품 선호는 불경기 이전 상태로 되돌아올 것으로 예상됨
- ❑ 총체적으로 수산부문이 식품산업부문들 중 경제위기 영향을 적게 받은 부문으로 치부하는 것은 옳지 않음. 왜냐하면 일용품 구입에 있어서 중간소비자층에게 어류·해산물은 빵, 우유, 육류, 설탕, 밀가루, 곡물과는 달리 필수구입품이 아닌 사실도 고려해야 함
- ❑ 경제위기는 유통업체들에도 영향을 미침. 현재 유통체인점들은 프라이빗 브랜드 중에서 입찰을 실시하여 훨씬 더 저가의 제품들을 선호하고 있음. 즉, 이는 품질이 낮은 제품이 입찰될 수도 있음을 의미함
- ❑ 현재 소비자들은 훨씬 더 경제적으로 변하여 각종 할인 및 판촉행사에 주목하고 있음. 그 결과 5배-10배가량 판매를 증가시킬 수 있으며 소비자들은 가격에 주목하고 있음

- 어류가공업체에 부정적인 영향을 미치는 요소는 달러환율 인상임. 보통 환율변동은 제품원가에 반영되며 가공업체는 수입산보다 자국산 원료를 선호할 수밖에 없음. 하지만 수산부문은 수입원료와 수입패키지(포장) 의존성이 아직 높음. 전반적으로 러시아산 제품은 붉은살 생선 캐비아, 청어, 넙치 정도에 불과함.
- 이는 루블 환율 하락이 바로 수입산 어류·해산물 가격인상으로 이어지는 것을 의미하며 이러한 현상은 경제위기결과 실제 발생되었음. 또한 수입산 포장재료 가격의 변동성도 관련업계에 부정적인 영향을 주고 있음

<러시아 어류·해산물 조제품시장 세그먼트(2008-09)>



자료: 국제산업포털 MPP

<조리된 어류>



<훈제 어류>



□ 전망

- 활발히 성장하는 붉은살 생선 소비트렌드는 최근 4년간 관찰되고 있고 이러한 동향은 계속 유지될 것으로 예상됨, 2010-11년에 붉은살 생선의 캐비아 소비는 2010년 시즌 조업승패 및 어획량, 원료가격에 직접적으로 의존하고 있음
- 밀폐용기에 담은 청어 피레트 시장에서는 최근 3년간 침체현상을 보임. 게맛살(크랩 스틱과 크랩 미트), 해산물 세그먼트는 소폭 성장할 것으로 예상됨. 시장 분석가들은 총체적으로 시장이 10% 성장할 것으로 전망함

<신선 게맛살>



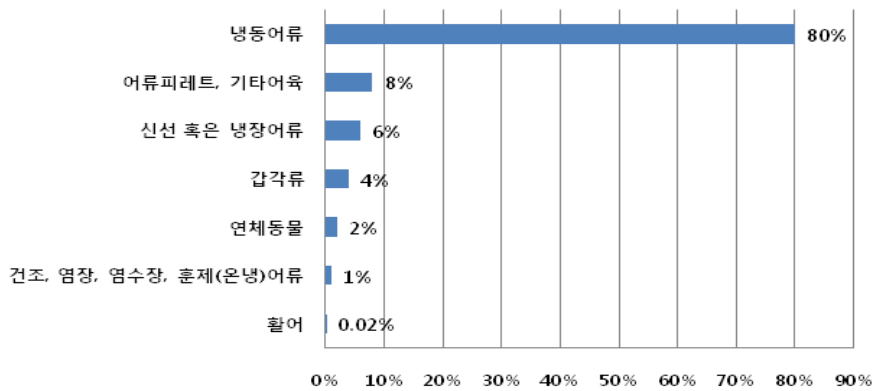
<밀폐용기에 담은 청어 피레트>



사. 러시아산과 수입산 간의 상관비율

- ❑ 2010년 기준, 수입산 어류 및 어류제품의 대러 공급규모는 3,122,451달러, 2,055,692톤으로 집계됨
- 2010년 러시아의 어류 및 어류제품 수출규모는 2,293,926달러, 1398320톤
- ❑ 러시아 해산물시장규모는 연간 200-250천 톤으로 집계되며, 그중 수입비중은 40-50%임. 특히 새우의 경우 수입산 비중은 90%까지 이르고 있음

<어류·해산물 수입구조 (2010년 물량기준)>



자료: 피쉬리테일

<러시아 어류 및 해산물 수출입동향>

(단위: 백만 달러, 천 톤)

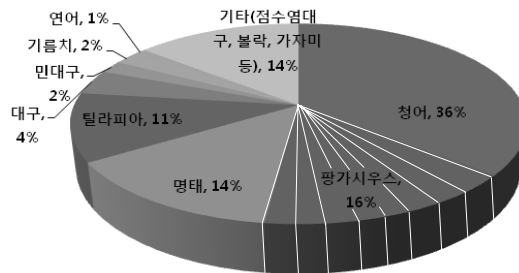
구 분	2004		2005		2006		2007		2008		2009	
	수출	수입	수출	수입	수출	수입	수출	수입	수출	수입	수출	수입
어류, 갑각류, 연체동물, 기타 무척추동물(백만달러)	1,449	645	1,835	958	2,003	1,207	2,216	1,739	2,416	2,036	2,189	1,700
그중:												
- 신선·냉장어류(어류피레트제외) (천톤)	45.1	35.3	21.7	50.1	3.3	30.0	2.6	64.4	1.8	78.6	1.7	89.9
- 냉동어류(어류피레트제외) (천톤)	1,042	585	1,184	658	1,193	556	1,164	637	1,204	553	1,237	527
- 어류피레트, 기타어육(신선·냉장·냉동) (천톤)	49.3	62.2	59.4	78.9	68.2	101	56.0	169	68.1	250	54.5	178
- 건조·염장·염수장어류 (천톤)	16.2	13.0	8.2	20.9	9.1	23.4	9.7	24.4	9.5	20.2	10.7	11.0
- 산·신선·냉장·냉동·건조·염장·염수장 갑각류 (천톤)	26.9	35.4	25.7	45.6	26.9	46.6	31.2	68.3	27.7	65.8	29.8	52.6
- 연체동물, 기타 수생무척추동물 (천톤)	11.4	8.0	12.1	10.8	17.8	17.4	16.5	17.6	13.9	35.3	15.4	14.8
어류, 갑각류, 연체동물, 기타 수생무척추동물로 만든 조제품 (백만달러)	106	239	153	303	159	350	205	426	273	564	170	458
그중:												
- 어류 조제품·캔제품, 철갑상어캐비아, 캐비아 대응품 (천톤)	31.5	82.6	46.0	97.3	41.7	87.6	44.3	90.6	44.5	96.3	20.8	73.0
- 갑각류, 연체동물, 기타 수생무척추동물 조제품·캔제품 (천톤)	2.6	8.2	3.8	10.9	1.5	8.1	2.8	10.5	4.3	13.2	0.6	8.8

자료: 연방통계청

- 러시아 국내시장에서 수입산과 러시아산 제품 간의 상관비율은 평균적으로 40% : 60%이며 (2009년 기준, 30% : 70%로 나타남), 일부 지역들에서는 50% : 50%를 보이기도 함. 러시아정부의 식품안전정책에 따르면, 이 비율을 20% : 80%까지 수정하는 것임
- 그러나, 대체적으로 소비자들은 정부의 식품안전정책과 상관없이 자신들의 소득에 맞춰 어류와 해산물 종류를 선택하며, 이러한 시장수요는 어류제품 반입 및 반출구조에 영향을 주게 됨. 따라서 수입 자체는 소비자들이 실제 무엇을 필요로 하는지 알려주는 측도라 할 수 있음

- 예를 들어, 러시아어민들이 어획한 명태의 절반 이하가 국내시장으로 유입되는데, 그 이상은 소비되지 않기 때문임. 수입산과 러시아산 명태제품의 상관비율은 12% : 88%임
- 게다가 수입산 명태는 대부분 낱개로 개별 냉각시킨 중국산 피레트임. 블록형으로 냉각시킨 러시아산 명태 피레트는 전체 반입되는 명태의 약 2.7%에 불과하고, 개별 냉각시킨 러시아산 피레트는 0%임
- 소매업체는 개별 냉각시킨 피레트를 선호하고 있음. 아직 러시아 국내에서는 가공인프라의 부족으로 중국산을 대체할 능력이 안 되는 실정임. 수입산 제품에서 얼음막 비율을 제한시키는 어류 피레트 기술규정으로 인해 제품가격만 인상되고 있음
- 어류 피레트 전체 수입규모에서 청어피레트(노르웨이, 아이슬란드, 러시아) 36%, 팡가시우스피레트(베트남) 16%, 명태피레트(중국) 14%, 틸라피아피레트(중국) 11%, 대구피레트(러시아) 4%, 나머지(민대구, 기름치, 연어, 볼락, 가자미, 점수염대구 등) 19% 차지

<어종별 어류 피레트 비중(2010)>



자료: 걸프스트림

- 러시아인들이 선호하는 청어(러시아시장내에 존재하는 냉동어류 전체규모에서 거의 4분의 1을 차지)의 경우, 연간 상황이 변화되고 있음
- 7월~9월간 러시아산 청어 반입규모와 수입산 간의 상관비율은 88% : 12%임
- 10월~11월~12월에는 러시아산과 수입산이 56% : 44%임. 가을·겨울철에 청어는 대서양서부수역으로 이주하며 이곳에서 노르웨이, 아이슬란드, 발틱국가들이 청어를 어획하여 러시아시장으로 공급하고 있음
- 소비자에게 중요한 점은 청어가 다른 수역으로 이주하여 다른 국가의 어민들이 청어를 어획했다는 사실이 아니라 높은 지방함량과 맛있는 생선살의 체철청어인가 하는 것임

- 청어피레트 수입의 경우, 도매무역업체들은 밀폐용기에 담은 제품과 캔제품을 만드는 생산자들이 선호하는 제품을 들여오고 있음. 생산자들은 노르웨이산과 아이슬란드산 청어피레트를 선호하는데, 왜냐하면 사이즈별, 종류별로 정확하게 구분되어 있어 가공과정에서 손실과 지출이 적기 때문임
- 소비자들의 제품 선별 시 결정적인 요소: 가격, 품질, 맛
- 제품 가격에 민감한 러시아 소비자들은 최근 제품 품질과 맛에 적지 않게 주목하고 있음. 예를 들어, 저렴한 노르웨이산 연어와 칠레산 무지개송어 반입은 안정적으로 성장하고 있음. 대서양연어는 거의 100%가 수입산임. 노르웨이 양식연어제품이 러시아시장으로 공급되고 있음. 아직 러시아에는 연어양식장이 없으며 무지개송어 양식경험만 있으나 시장을 충족시킬 물량이 아니기 때문에 이 틈새시장은 오직 수입산으로만 충당되고 있음. 러시아산 야생 연어류인 곱사송어는 100% 자국산 공급임
- 현재 소비자는 저가의 어류를 원하는 것이 아니라, 맛있는 어류를 저가에 구입하기를 원하고 있음

아. 수산물 계절별 소비형태 및 품목

■ 주요 어종 조업시기

- 명태 : 오호츠크 해역 1월 초순~4월 초순, 캄차트카 해역 2월 중순~3월 말, 북오호츠크 해역 3월 중순~4월 초순
- 연어 : 캄차트카 해역 및 마가단 해역 등 극동어장 6월~9월경, 마가단 주 6월~10월 중순
- 꽁치 : 극동어장 7, 8월~9, 10월경
- 가자미 : 북해와 바렌츠해 7월~12월경
- 넙치 : 그린란드넙치는 베링해, 바렌츠해, 오호츠크해에서 연중, 대서양넙치는 베링해에서 4월~12월경, 태평양넙치는 서베링해, 동부캄차트카, 북부쿠릴해역에서 연중
- 고등어 : 대서양고등어는 북대서양해역에서 4월~11월경, 일본(태평양)고등어는 쿠릴열도해역에서 9월~12월경

☐ 주요 수입산 수산물 공급시기 및 소비형태

어종	학명	소비형태 (용도)	사이즈	공급형태	냉각(가공)방법	공급시기	공급자	서식지
흰살 생선								
명태	Theragra Chalcomgramma	가정용, 구이, 밀가루 입혀 구이, 증기처리	피레트(6-8, +8은스), 카르카스(22+, 25+, 30+cm 혹은 L, M, XL)	피레트, 카르카스	개별, 블록	1-5월, 8-11월	러시아 동식물검역국 수출등록업체	북태평양
넙치	Hippoglossus Hippoglossus	훈제	2-3kg, 3+kg, 5+kg	카르카스(머리제거), 일본식 절단	선상냉각, 연안	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체	북태평양, 북미서부연안, 북대서양, 바렌츠해, 일본해, 오후츠크해, 베링해
민대구	Merluccius Hubbsi	가정용, 구이, 밀가루 입혀 구이, 증기처리	카르카스(100-300, 300-500, 500-800), 피레트(6-8, 8+)	카르카스(머리제거, 내장제거), 피레트	-	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체 (스페인, 아르헨티나, 캐나다, 미국, 중국)	북미연안
호키	Macruronus Magellanicus	가정용, 구이, 밀가루 입혀 구이, 증기처리	피레트(60-90, 100-300, 300-500, 500-800)	카르카스(머리제거, 내장제거), 껍질있는 피레트	-	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체 (스페인, 칠레, 아르헨티나)	페루, 칠레, 아르헨티나, 뉴질랜드
기름치	Lepidocybium Flavobrunneum	훈제	1-2, 2-4, 4-7, 7+	카르카스, 피레트	-	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체	북서대서양, 에콰도르, 남서대서양(브라질~아르헨티나), 인도네시아
매켈빙어	Chapsocephalus Gunnari	가정용, 구이	150-250, 250+	카르카스 온마리(머리있음)	선상냉각	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체	칠레, 포클랜드섬
브로톨라 (대구의 일종)	Salilota Australis	가정용	200-300, 300-500, 500-800, 800+	카르카스(머리제거, 내장제거)	-	훈회	러시아 동식물검역국 수출등록업체 (스페인, 칠레, 아르헨티나)	남동태평양, 남서대서양
노토 테니아	Patagonotothen Ramsayi	가정용, 구이, 밀가루 입혀 구이, 증기처리	70-150, 80-200	카르카스(머리제거, 내장제거)	-	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체 (스페인, 칠레, 아르헨티나)	남미남부
대구	Gadus Morchua	가정용, 스텍 생산	1-2kg	카르카스(머리, 내장제거), 건조	선상냉각	3-5월	러시아 동식물검역국 수출등록업체	
대서양 붉은볼락	Sebastes Marinus	-	-	카르카스(머리제거), 일본식 절단	-	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체	노르웨이해, 북빙양

어종	학명	소비형태 (용도)	사이즈	공급형태	냉각(가공)방법	공급시기	공급자	서식지
그레 나데르 (대구의 일종)	Coelorhynchus Fasciatus	가정용, 구이, 밀가루 입혀 구이, 증기처리	100-200	카르카스(머리 제거, 내장제거)	-	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체	남반구
유럽 뱀장어	Anguilla Anguilla	훈제	-	머리와 함께 구이한것(내장 제거), 개별냉각	-	연중	러시아 동식물검역국 수출등록업체	-
가자미	Pleuronect Platessa	가정용, 구이, 밀가루 입혀 구이, 증기처리	-	-	-	-	-	대서양, 지중해, 북해, 아조프해, 흑해
팡가 시우스 (메기과)	Pangasius Hypophthalmus	가정용, 구이, 밀가루 입혀 구이, 증기처리	170-220g, 220+g	피레트	개별냉각	연중	러시아 동식물검역국 수출등록업체 (베트남)	베트남
얼룩메기 (메기과 하천생선)	Ctaluruspunctatus	가정용, 구이, 밀가루 입혀 구이, 증기처리	2-3, 3-5, 5-7, 7-9, 9-11, 11-13온스	피레트	개별냉각	연중	러시아 동식물검역국 수출등록업체 (중국)	중국, 미국
틸라피아 (민물)	Tilapia Nilotica	가정용, 구이, 밀가루 입혀 구이, 증기처리	3-5온스, 5-7온스	피레트, 카르카스	개별냉각	연중	러시아 동식물검역국 수출등록업체 (중국)	중국

붉은살 생선

대서양 연어 (양식 대상)	Salmo Salar	훈제, 염장, 삶기, 구이, 증기처리, 그릴	0-14+kg	신선/냉동 카르카스(머리 있음, 내장제거), 피레트, 배살부위, 조각(piece)	pre-rigor, iceberg, IQF(개별냉각)	보호차원에서 조업시즌 제한, 양식 연어는 연중판매	러시아 동식물검역국 수출등록업체 (노르웨이, 덴마크, 칠레, 페로즈제도, 스코틀랜드)	칠레, 태평양, 대서양, 캄차트카, 스코틀랜드, 덴마크, 노르웨이, 페로즈섬
무지개 송어 (양식 대상)	Oncorhynchus Mykiss	훈제, 염장, 삶기, 구이, 증기처리, 그릴	0-7+kg	신선/냉동 카르카스(머리 있음) 혹은 냉동 카르카스(머리 유무), 내장제거, 피레트, 배살부위, 조각(piece)	pre-rigor, IQF(개별냉각)	양식은 연중판매	러시아 동식물검역국 수출등록업체	칠레, 덴마크, 페로즈섬, 노르웨이
곰사송어 (태평양 연어)	Oncorhynchus Gorbuscha	훈제, 구이, 증기처리, 염장, 캔제품	0-5, 5kg	냉동 카르카스 (머리유무), 내장제거유무, 피레트	-	7-9월	-	북빙양, 북태평양(블라 디보스토크~ 샌프란시스코)
왕연어 (태평양 연어)	Oncorhynchus tshawytscha	훈제, 염장, 삶기, 구이, 증기처리	중간사이즈 90cm, 대형 50kg까지	냉동 카르카스 (머리유무), 내장제거유무	-	5-6월	-	태평양 미국연안, 캄차트카강, 호카이도섬~ 아나디라 강
은연어 (극동 연어)	Oncorhynchus kisutch	훈제, 염장, 삶기, 구이, 증기처리	0-14kg	냉동 카르카스 (머리유무), 내장유무, 피레트	IQF	9-2월, 5-6월	-	-

어종	학명	소비형태 (용도)	사이즈	공급형태	냉각(가공)방법	공급시기	공급자	서식지
케타연어 (태평양 연어)	Oncorhynchus keta	염장	0-14kg. 어름(길이 80cm까지), 가을(길이 1m까지, 훨씬 크고 가치있음)	냉동 카르카스 (머리유무), 내장유무, 피레트	-	7-9월	-	북태평양 (아시아해안: 한국과 혼슈섬까지, 미국해안: 몬테레이만까지), 북빙양
부어(pelagic fish)								
블루 화이팅 (대구과)	Micromesistius	삶기, 구이, 간장은 내추럴 캔제품용으로 사용, 애완동물 사료로 이용	18cm, 22cm, 25+cm	냉동 카르카스 온마리	해상에서 수직냉각	3-4월, 11월	러시아 동식물검역국 수출등록업체	대서양 북부해역
대서양 청어	Clupea Harengus Harengus	염장, 훈제, 밀폐용기에 넣은 제품 생산	200-300g, 250+g, 300+g, 350+g, 400+g	냉동 카르카스 온마리 (머리유무), 껍질있는 피레트, 껍질없는 피레트, 플랩스(fleps) 피레트	해상냉각, 연안공장에서 냉각	9-2월	러시아 동식물검역국 수출등록업체	북대서양개방해역(북미연안), 스코틀랜드, 노르웨이, 북대서양개방해역(북유럽 연안), 러시아
태평양 청어(극동 청어)	Clupea Mirabilis	염장, 훈제, 밀폐용기에 넣은 제품 생산	22-30cm	냉동 카르카스 온마리 (머리있음)	선상냉각	11-4월	극동업체-트레이더와 생산자	북태평양
고등어 (대서양 고등어)	-	훈제	200-400g, 300-500g, 400-600g, 600+g	냉동 카르카스 (머리유무, 내장있음)	에어냉각(손질 하지 않은것), klipfisk 피레트, 개당 피레트, 머리제거, 내장제거(선택에 따라 개별냉각), 해상에서 수직컨택냉각	9-1월	러시아 동식물검역국 수출등록업체	아일랜드, 노르웨이, 스코틀랜드
아틀랜틱 호스 마크렐	Trachurus Trachurus	훈제, 구이, 증기처리	600+g, 1+kg	냉동 카르카스 온마리 (머리있음)	선상에서 컨택냉각	아열대와 열대에는 연중, 온대는 따뜻한 계절에만	러시아 동식물검역국 수출등록업체	대서양, 지중해, 북해, 발틱해서부
열빙어 (카펠린)	Mallotus Villosus	훈제	kg당 50-60개, 45-55개, 40-50개, 35-45개, 30-40개, 25-35개, 20-30개	냉동 카르카스 온마리	해상에서 컨택냉각, 해안공장에서 에어냉각	2-3월	러시아 동식물검역국 수출등록업체	북태평양, 북미연안, 북대서양, 그린란드연안, 노르웨이해, 바렌츠해, 북극
킬카	Sprattus Sprattus	캔제품(킬카, 안초비, 쉬프르트), 훈제, 염장, 염수장	9-12cm	냉동 카르카스 온마리 (머리있음)	해상에서 컨택냉각, 해안공장에서 에어냉각	1월, 6-12월	러시아 동식물검역국 수출등록업체	발틱해, 카스피해

어종	학명	소비형태 (용도)	사이즈	공급형태	냉각(가공)방법	공급시기	공급자	서식지
해산물								
홍다리 얼룩새우	Panaeus Monodon	가정용, 레스토랑용	13/15, 16/20, 21/25, 26/30	날것, 삶은것과 데친것, 개별냉각, 블록냉각, 머리유무, 껍질제거, 꼬리유무(HOSO, HLSO, PDT0)	-	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체	방글라데시, 베트남
바나메이 새우 (여왕 새우)	Panaeus Vannamei	가정용, 레스토랑용	CHOSO(30/50, 40/60, 60/70), HLSO(26/30, 31/40, 41/50)	HOSO, HLSO, CPD, CPD0-raw, blanched 혹은 cooked	-	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체	에콰도르, 태국, 중국
북쪽분홍 새우 (한류성 새우)	Pandalus Borealis	가정용, 레스토랑용	50/70, 70/90, 90/120, 120/150	HOSO, C&P-raw, cooked	5-9월	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체	캐나다
오징어	Teuthida	샐러드, 해산물스프, second meal	U5-U10	카르카스, 링, 껍질제거	-	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체	오호츠크해, 아시아국 해역(베트남, 중국, 일본 등)
가리비과	Pectinidae	second meal과 샐러드용, 프랑스음식에 많이 이용, 날것으로 이용가능	10-20, 20-30, 30-40 per pound	날것 개별 급속냉각	-	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체	인도양, 대서양, 태평양, 북빙양, 남빙양
홍합	Mytilus	샐러드, 해산물스프, second meal, 피자	kg당 100-200개, 200-300개, 300-500개	홍합살, 껍데기제거, 삶은것, 개별냉각	11-2월	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체	-
갑오징어	Sepiida	샐러드, 해산물스프, second meal, 피자	주로 해산물 칵테일 성분중의 하나로 납품	-	-	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체	-
문어	Octopus	샐러드, second meal	kg당 41-60개, 61-80개	어린문어, 냉동, 손질한것, 꽃형태로 개별냉각 혹은 자연스러운형태로 개별냉각	9-12월	-	러시아 동식물검역국 수출등록업체	페루, 베트남, 중국

자. 한국산 수산물 유통 및 소비동향

- ❑ 90년대 후반까지만 하더라도 게맛살, 다시마, 조미오징어, 김 등의 한국산 수산물이 러시아에 유통되었으며 러시아 소비자들의 반응도 좋은 편이었으나 현재 김을 제외하고 수입이 거의 이루어지지 않고 있음
- ❑ 러시아로 수산물을 수출하기 위해서는 동식물검역국에 승인받은 러시아수출등록업체 명단에 올라와 있어야 함. 현재 등록된 한국업체는 COSIS, 대상, 우일, 유성물산 등 총 4개 업체에 불과하고 수출 가능한 품목은 4개 업체 모두 김과 미역, 이를 원료로 만든 제품에 한정되어 있음
- ❑ 한국산 조미김과 마른김의 경우, 현재 러시아 내 대형유통매장, 중형마트, 한인마트 등의 판매대에 진열되어 판매되고 있으며 맛과 품질이 뛰어나 좋은 평가를 받고 있음

<슈퍼마켓 >



<하이퍼마켓 >



- ❑ 러시아에서 스낵류로 분류되는 조미김은 한국산의 가격대가 다소 비싼 편이긴 하나(절지 8매 들은 1봉에 약 23.8루블에 거래), 모스크바 및 상트-페테르부르크 등의 대도시에서는 러시아 주민들의 소득수준이 향상됨에 따라 수요가 꾸준히 증가하는 추세임
- ❑ 러시아에서 유통되는 한국산 조미김은 동원의 '시부키' (오리지널, 인삼맛, 와사비맛, 칼슘강화), 진현식품 '미도리', 바다원의 '재래김', 진양식품 '돌김' 등이 있음
- 한국식 반찬용 조미김은 러시아에서 맥주안주 용도로 소비되며 일본산, 중국산 등과 경쟁하고 있음
- ❑ 스시김의 경우 러시아 내 일식문화 유행으로 인해 소비자 관심도와 수요가 계속 증가하고 있으며, 한국산, 일본산, 중국산이 대형유통매장, 일식전문상점, 한인마트, 아시아음식전문상점, 개방시장, 인터넷 주문판매점 등에서 유통되고 있음
- 한국산 스시김은 가공기술과 품질, 맛이 뛰어나 소비자들로부터 좋은 반응을 얻고 있음

차. 기타: 수산물 프랜차이즈 업체종류, 초밥 친숙정도 등

수산물 프랜차이즈 업체

로 고	업체명	업 체 설 명
	바사비 (와사비)	<ul style="list-style-type: none"> - 프랜차이즈 일식레스토랑체인점 - ‘바사비’ 그룹은 러시아북서지역 요식업체시장에서 선도적 위치를 점하고 있는 대형레스토랑홀딩임. 일식레스토랑 ‘바사비’ 29개, 스시바 ‘바사비코’ 5개, 이탈리아레스토랑 ‘로자리오’ 5개, 일식 비스트로 ‘쿠사이 스시’ 등 소유 - 입회금: 1,075천 루블 - 투자금: 8백만 루블부터 - 로열티: 매월 매출액에서 4% - http://www.wasabico.ru/
	멘자	<ul style="list-style-type: none"> - 프랜차이즈 일식카페체인점 - 러시아시장에서 대형레스토랑홀딩 중의 하나인 ‘베스타-센터 인터내셔널’ 레스토랑 연합(1996년 설립)의 관리 하에 있음 - 입회금: 150천 달러 - 투자금: 600천 달러부터 - 로열티: 매월 매출액에서 7% - http://www.menza-lapsha.ru/
	말렌카야 야포니아	<ul style="list-style-type: none"> - 프랜차이즈 일식카페체인점(폐쇄주식회사 ‘란치’) - 입회금, 투자금: N/A - 로열티: 협의 - http://www.littlejapan.ru/
	스시 타임	<ul style="list-style-type: none"> - 일식음식 및 스시 생산·배달 체인점 - 입회금: 450천 루블 - 투자금: 1,200천 루블부터 - 로열티: N/A - http://www.sushitime.ru/
	우동야산	<ul style="list-style-type: none"> - 러시아에서 신개념의 저렴한 일식 패스트푸드. 일본에서 바로 진입해왔으며 회사설립자들은 일본전역에서 ‘하나마루 우동’ 을 성공적으로 발전시킨 경험 있음 - 입회금: 20천 달러 - 투자금: 200천 달러부터 - 로열티: 매월 매출액에서 5% - http://www.udonyasan.ru/
	칸파이 (간빠이)	<ul style="list-style-type: none"> - 스시바체인점 - 동양레스토랑연합(2000년 설립)에 소속 - 입회금: 150천 유로 - 투자금, 로열티: N/A - http://xn--80aa1abls.xn--p1ai/

로 고	업체명	업 체 설 명
	야키 토리아	- 일식레스토랑체인점 - 일본문화 신봉자들을 위한 이상적인 장소 - 입회금, 투자금, 로열티: N/A - http://www.yakitoriya.ru/
	긴노타키	- 일식레스토랑체인점 - 일본에서 가장 유명한 일식레스토랑체인점 ‘요로-노 타키’ (약 2천개 업소)의 유사형태 - 입회금, 투자금, 로열티: N/A - http://www.ginnotaki.ru/
	플라네타 스시	- 일식레스토랑체인점 - 입회금: N/A - 투자금: 34천 유로부터 - 로열티: 매월 매출액에서 6% - http://www.sushiplanet.ru/

❑ 러시아에서는 90년대 중반에 일식음식(스시와 롤)이 고급레스토랑에 들어서면서 알려지기 시작했고, 스시바, 일식레스토랑체인점들이 대거 등장하면서 거의 모든 소비자층이 맛볼 수 있을 정도로 유행하게 됨. 비싼 가격에도 불구하고 러시아인들은 추운 겨울철에도 일식레스토랑 입구 앞 길거리에서 줄서서 기다릴 정도로 일식 붐이 일어남

❑ 일식음식이 대중화되기 위해서는 기존의 가격보다 더 저렴한 상품이 요구되었음. 스시와 롤이 러시아 소비자들 사이에 유행될 것을 미리 예감한 샐러드 조제품 생산자들은 기존의 설비들을 이용하여 스시-롤 세트를 고안, 생산하여 대형유통매장들에 납품하기 시작함. 슈퍼마켓 등 소매유통매장들의 샐러드 판매코너에 투명한 일회용 플라스틱 용기에 담긴 스시세트가 판매되면서 더 이상 스시와 롤은 비싼 이국적인 음식이 아닌 서민들에게도 다가서게 됨

<하이퍼마켓 스시-롤 세트 판매 코너>



- ❑ 아직 러시아 전역에서 스시 붐이 일어난 것은 아니며 모스크바, 상트-페테르부르크 등 대도시와 대형유통매장들에 한정된 현상이기 때문에 러시아 스시시장은 앞으로 발전가능성이 높고 수요가 증가할 것으로 전망됨. 스시 붐의 일례로, 올해 발생한 일본 후쿠시마 원전사고 이후에도 일식당 방문객 수는 줄어들지 않을 정도로 그 인기는 식지 않고 있음
- ❑ 현재 스시세트를 만드는 생산업체들은 ‘아리랑’ , ‘아틀란타’ , ‘옵티마-토르그’ , ‘칸파이’ , ‘진간’ 등이 있고 시장은 안정화되기 시작함

 - ‘아틀란타’ 사의 경우, 매달 약 2.5백만 개 이상을 판매하고 있고 이는 유통체인점에서 판매되는 스시세트의 3분의 1에 해당하는 물량임. ‘아틀란타’ 사의 성공비결은 저렴한 스시세트로 시장을 공략했기 때문임(180루블 대부터 시작)
 - ‘아리랑’ 사의 경우, 모스크바 시장의 15%를 점유하며 연간 약 36톤의 스시를 생산하고 월 매출액이 약 3백만 루블 정도임(상점에서 스시세트 평균가격은 300루블)
- ❑ 모스크바 시민들은 소매점(레스토랑 제외)에서 연간 240-250톤(금액 환산 시, 약 250백만 루블)의 스시세트를 구매하고 있는 셈임

 - 모스크바와 상트-페테르부르크 두 도시에서만 연간 약 6천만 달러치의 스시를 먹고 있음
- ❑ 러시아에서 판매되는 스시는 진짜 일본식 스시와 차이를 보이며 러시아인들의 입맛에 맞게 변형된 형태라 할 수 있음. 또한, 신선도가 중요한 스시를 유통매장에서 보관, 판매하기 위해서 신선한 어류·해산물을 사용하는 대신에 스시 조제용도의 염수장·훈제 식재료를 사용하고 있음

 - 스시 생산업체는 원가를 낮추기 위해서 조제품이 아닌 반가공품 형태로 식재료를 공급받기도 하는데, 한 예로, 냉동새우를 구입하여 직접 새우를 삶아서 사용함
- ❑ 러시아에서 전통적으로 인기있는 수산물인 연어, 새우, 훈제뱀장어를 재료로 사용한 스시와 캘리포니아롤(날치알을 뿌린 누드김밥형태)이 판매량의 절반 정도를 차지하고 있음. 이외 러시아에서 사용되는 일식재료는 오징어, 참치, 불락, 문어, 가리비과, 연어알, 염장고등어 등에 불과함

<판매량이 높은 스시·롤 종류>



훈제연어(개당 75루블)



새우(개당 67루블)



훈제뱀장어(개당 79루블)



캘리포니아롤(349루블)

- 일식레스토랑체인점, 스시바, 피시레스토랑 등 러시아의 일식 관련 요식업체들은 일식재료의 대부분을 값비싼 일본산이 아닌 좀 더 저렴한 가격대를 제시하는 다른 국가들에서부터 수입하고 있음
- 러시아 대형레스토랑체인점들('TGI 프라이데이즈' , '일 파티오' , '플라네타 스시' 등)을 소유하고 있는 '로스인테르 레스토랑스 홀딩' 에서는 유럽산(노르웨이산 포함) 어류를 수입하고 있고 일본산은 소스, 페이스트, 김 정도에 불과함
- 높은 가격대의 톱클래스 레스토랑들은 일본산 어류를 수입하고 있지만, 대다수 러시아 레스토랑 업계는 유럽과 동남아산 어류를 사용하고 있음
- 중간 가격대의 '필리모노바 이 안켈' 피시하우스는 프랑스, 노르웨이, 러시아산 어류를 사용하며 킹크랩은 무르만스크에서 공급받고 있음

2. 인기 수산제품¹²⁾

냉장제품

게맛살

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
VICI 게맛살 스틱			
상품 문구 keyword VICI 대양의 영혼, 건강한 삶의 스타일 게맛살 스틱 냉장			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
유전자변형물질, 보존료, 맛·향강화제를 첨가하지 않은 천연제품이며, 단백질의 원천이자 지방함량이 낮고 미네랄성분이 포함되어 이로우. 또한 흰살생선 피레트로 만들어 칼로리가 낮아 다이어트에도 좋음. 포장지 개봉하면 게맛살 날개별로 투명비닐포장. 게맛살이 촉촉하고 질감이 좋음	다양한 소스에 찍어서 그대로 먹거나 샐러드용으로 사용. 또는 샌드위치에 올려 먹거나 구워먹음. 이에 관해 포장지에 그림으로 설명해놓았음	생선묵(수리미) 같은 것, 물, 전분, 식용유, 소금, 설탕, 계란 흰자 식품첨가물: 천연 게와 동일한 향미 색소: 카르민(carmine)	단백질 5g 미만, 지방 1g 미만, 열량 73kcal 미만
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
			러시아
중량 및 포장	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
300g	85.90루블/약 3,190원	비츄나이-루스	디스트리뷰터: 발트코 수입업체: 벨리바
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. GOST (러시아표준)  소비자보호를 위한 러시아규격과 일치함을 증명하는 인증			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	0° ~+5° C 보관	제조일에서 75일	-

12) 러시아에서 유통되는 수산물에 대한 인기, 우수상품 순위 자료는 없는 관계로 소매유통매장들에서 주로 공통적으로 취급되는 제품 중심으로 선별함

냉동제품

명태 피레트

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
프로스타 빵가루입힌 명태 피레트			
상품 문구 keyword 생선가시 없는 100% 명태 피레트			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
가시를 말끔하게 제거한 100% 명태 피레트에 빵가루를 입힌 것. 포장 1각에 블록형의 조각 4개가 들어있음. 속포장은 따로 없이 종이로 된 겉포장지만 있음. 맛과 품질이 뛰어나. 요리시간이 적게 듬	해동하지 않은 피레트 조각을 식용유를 넉넉하게 부은 프라이팬에서 굽거나 튀김	명태 피레트, 밀가루, 물, 소금, 조미료, 맛첨가물	열량 121kcal, 단백질 13.0g, 탄수화물 14.7g, 지방 0.9g
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
			독일
중량 및 포장	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
400g	159루블/약 5,900원	프로스타 AG	수입: 아가마 임팩스 제조사로부터 권한을 위임받은 업체: 아가마 이스트라
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. '프로스타 AG' 사의 동식물검역국 대리 수출등록업체 번호 DE HB-EFB 048 EG (냉동 어류·해산물 수출 허가받음)			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	냉장 혹은 냉동보관 반복적으로 해동하는 것은 피할 것	냉장실 1일, -6° C 4일, -12° C 3주, -18° C 보관시 유통기한은 포장 좌측에 따로 기입되어있음	






생선목 스틱

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
VICI 피시 스틱			
상품 문구 keyword			
VICI 대양의 영혼 빵가루입힌 냉동 피시 스틱, 반가공품			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
짧은 시간 내에 손쉽게 요리 가능하고 맛이 뛰어나며 온 가족이 즐길 수 있는 제품임. 유통매장 내에서 자주 할인행사를 실시하여 일반 서민들이 자주 구매 가능한 가격대 제품임	해동하지 않은 상태에서 프라이팬에서 굽기, 165° C에서 3분 튀김, 200° C 오븐에서 12분 요리, 전자레인지에서 8분 요리	생선 간 것, 물, 튀김가루, 식용유, 밀가루, 전분, 소금, 조미료, 식품첨가물(밀섬유), 맛·향강화제 (글루타메이트)	단백질 11g, 탄수화물 21g, 지방 5.7g, 열량 183kcal
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
			러시아
중량 및 포장	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
500g	68.90루블/2,557원	비츄나이-루스	디스트리뷰터: 발트코 수입: 벨리바
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. GOST (러시아표준)  소비자보호를 위한 러시아규격과 일치 증명하는 인증			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18° C 미만 냉동보관	12개월	

팡가시우스 피레트

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
부흐타 이조빌리아 분홍 팡가시우스			
상품 문구 keyword			
분홍 팡가시우스 냉동 피레트			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
피레트 부문 어종들 중에서도 맛과 영양이 좋으면서 가격이 저렴함. 소득원이 낮은 일반서민들이 특히 선호 포장 안에 진공으로 속포장을 한 겹 더 입혀 청결유지, 피레트 형태가 부서지지 않게 고정	제조자는 외포장지 뒤에 권장하는 요리법 소개: 오븐요리, 구이에 적합 일반 생선요리와 동일하게 주로 밀가루반죽을 입혀 구워먹음 	분홍 팡가시우스 피레트	단백질 15g, 지방 3g, 탄수화물 0g, 열량 89kcal
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		베트남	베트남
중량 및 포장	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
500(+/-15)g, 얼음막 제거한 중량 425(+/-15)g	119루블/4,416원	JSC FAQUIMEX	수입: 메가라인 제조사로부터 권한을 위임받은 업체: 아가마 이스트라
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. GOST (러시아표준)  소비자보호를 위한 러시아규격과 일치 증명하는 인증			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18° C 냉동보관 반복적인 해동은 피할것	1년 6개월	

해산물 카테일

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
부흐타 이조빌리아 해산물 카테일			
상품 문구 keyword			
살짝 데쳐 얼음막을 입힌 냉동 해산물 카테일			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
원료를 수입하여 러시아 현지에서 가공, 포장하였기 때문에 수입산 완제품보다 가격이 저렴함. 해산물 얼음막 함량 관련 러시아 위생규정에 맞춰 제조되어 소비자들의 신뢰를 받음	소금물에 3~4분간 데쳐 샐러드에 사용하거나 메인디시 요리에 첨가 	데친 홍합살, 오징어살 생것, 문어다리 생것, 데친 새우(껍질 벗긴 것), 물(얼음보호막), 소금	단백질 16g, 지방 2.6g, 탄수화물 3.3g, 열량 92kcal
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
			러시아
중량 및 포장	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
500g(얼음막 포함) 400g(얼음막 제외)	139루블/약 5,158원	아가마 로열 그린란드, 알바트로스 시푸드 프로덕션	주문자: 아가마 이스트라
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. GOST (러시아표준)  소비자보호를 위한 러시아규격과 일치 증명하는 인증			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-18° C 냉동보관 반복적인 해동 피할 것	9개월	

건조품, 염건품, 훈제품

훈제연어






제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
루스코예 모레 훈제연어			
상품 문구 keyword	훈제연어 피레트 조각		
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
겉은 진공포장, 내부 바닥에는 종이판지로 연어조각을 받치고 있어 생선형태가 유지됨. 오메가-3 함유되어 건강에 이로움. 훈제연어는 러시아인들이 전통적으로 애호하는 제품임. 피레트 모양 및 가시제거 등 깨끗하게 가공 처리되어 먹기 편함	따로 요리할 필요 없이 5~10mm 두께로 슬라이스 형태로 잘라서 술안주용으로 그대로 먹거나 빵 위에 얹어서 먹음 	노르웨이산 냉장 대서양연어, 소금, 보존료 E211, E202	지방 15g, 단백질 23g, 열량 211kcal
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
		노르웨이	러시아
중량 및 포장	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
300g	254.9루블/약 9,485원	루스코예 모레	
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. GOST (러시아표준)  소비자보호를 위한 러시아규격과 일치를 증명하는 인증			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
노르웨이산 대서양연어를 수입하여 러시아 현지에서 가공, 적합한 부위로 잘라 훈제	0° ~-5° C 냉장보관 혹은 1° ~5° C 보관. 개봉 후에는 24시간 이상 냉장고에 보관하지 말 것	0° ~-5° C 보관시 제조일로부터 3개월, 1° ~5° C 보관시 제조일로부터 2개월	2003년 올해의 제품 그랑프리에 선정, 프로드엑스포 전시회에서 우수제품으로 선정

건염 오징어포

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
수호그루즈 건조 오징어			
상품 문구 keyword 스페셜 안주 잘게 조각낸 건염 오징어			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
러시아에서 안주용 건염제품(스낵류)은 다양하지 못하며 그중에서 맛과 품질이 좋은 것으로 평가됨. 오징어살이 질기지 않음. 내부가 보이는 투명포장. 이쑤시개를 포장지 안에 함께 동봉하는 센스	맥주 등 술안주용으로 그대로 먹음	오징어, 소금, 설탕	지방 0.3g, 단백질 45.0g, 탄수화물 2.0g, 열량 190.7kcal
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
			러시아
중량 및 포장	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
70g	71.90루블/약 2,672원	제조: 스낵마스터 포장: 라콤카	
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. GOST (러시아표준)  소비자보호를 위한 러시아규격과 일치 증명하는 인증			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	직사광선 피한 장소에서 -10° ~25° C 온도, 습도 75% 미만에서 보관	12개월 미만	전반적으로 러시아는 조미오징어 가공기술이 낮아 품질이 떨어지는 편임

캔제품, 밀폐용기에 담은 제품

참치캔

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
카피탄 브쿠소프 올리브유 참치			
상품 문구 keyword 살균처리된 캔제품 보존료 No, 색소 No, 인공첨가물 No!			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법 냉장상태 그대로 바로 먹을 수 있으며 주로 샐러드용으로 사용 	원료성분/주성분 참치살, 올리브유, 소금	영양성분/단위(100g) 단백질 22g, 지방 15.9g, 열량 232kcal
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
			러시아
중량 및 포장	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
320g, 12개들이 포장	139루블/약 5,189원	달프롬 바	-
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. GOST (러시아표준)  소비자보호를 위한 러시아규격과 일치 증명하는 인증			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	0° ~+15° C 온도, 습도 75% 미만 상태 보관. 개봉후 냉장고에서 24시간이상 보관하지 말것	2년	'카피탄 브쿠소프' 는 러시아 전역에서 유명한 브랜드로 캔제품 부문 입상경력이 많고 러시아농업부 선정 상표

염장 청어 피레트

제품명	정면사진	뒷면사진	속포장사진/포장재질
산타 브레모르 마티아스			
상품 문구 keyword	델리카테센 청어 피레트 '마티아스', 신선한 채소		
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
시장에서 인정받은 높은 품질의 제품, 밀폐용기에 담아 진공포장. 브랜드 '마티아스'는 염장청어 조제품 부문에서 최상의 제품으로 평가되고 있음	피레트일 경우 생양파, 파, 감자와 함께 그대로 먹거나 혹은 빵에 얹어서 먹음. 청어 온마리 염장일 경우 가시를 발라낸 청어살을 각종 채소들과 함께 샐러드용으로 사용 	청어 피레트, 식용유, 소금, 오이-딜(dill) 첨가, 천연향과 동일한 향 첨가, 식품첨가물(E410, E1442), 아세트산, 시트르산, 맛강화제(글루타메이트), 보존료(벤조산나트륨, 소르빈산칼륨)	단백질 19g, 지방 18g, 비타민 B2 0.18mg, 열량 996kilojoule
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
			벨로루시
중량 및 포장	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
순중량 250g 생선의 명목중량 200g	64.90루블/약 2,416원	산타 브레모르	
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. GOST (러시아표준)  소비자보호를 위한 러시아규격과 일치함을 증명하는 인증			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
온마리 청어를 피레트로 가공하여 염장	-3° ~+6° C 온도로 보관	4개월	

열빙어 캐비아 스프레드

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
루스코예 모레 열빙어 캐비아 상품 문구 keyword			
연어첨가한 델리카테센 열빙어 캐비아			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
저렴한 열빙어 캐비아에 러시아인들이 좋아하는 훈제연어를 첨가하여 마요네즈에 버무린 스프레드. 시간이 부족한 현대인들이 손쉽게 허기를 채울 수 있고 캐비아가 주재료이지만 가격이 저렴함	냉장상태 그대로 손쉽게 빵에 발라 먹거나 소형의 타르트레트에 얹어먹음 	열빙어 캐비아, 마요네즈, 훈제연어, 소금, 색소 E124와 E110, 보존료 E211와 E202, 유전자변형물질 함유되어있지 않음	단백질 5.5g, 지방 34.8g, 열량 306kcal
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
			러시아
중량 및 포장	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
165g	56.90루블/약 2,124원	루스코예 모레	
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. GOST (러시아표준) 소비자보호를 위한 러시아규격과 일치함을 증명하는 인증			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	0° ~-4° 냉장보관	제조일에서 4개월 미만(보관일과 동일)	

연어 캐비아

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
펙코니 연어알			
상품 문구 keyword			
펙코니 연어알			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
<p>유전자변형물질 함유하지 않음, 친환경 캔 용기에 담은 1등급 연어알. 철갑상어알보다 가격이 월등히 저렴하여 일반소비자들에게 부담이 안 되며 가격대비 품질이 뛰어남. 적당량의 소금으로 염장 처리되어 맛있음</p>	<p>별다른 조리 없이 바로 먹을 수 있고, 주로 빵에 버터를 바른 후 위에 얹어먹음. 일식 유행으로 연어알 스시로 이용됨</p> 	<p>연어알, 소금, 식용유, 보존료 E200, E211</p>	<p>단백질 32g, 지방 15g, 비타민 B1 0.2mg, B2 0.1mg, PP 1.2mg, 열량 245kcal</p>
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
			러시아
중량 및 포장	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
140g	180루블/약 6,689원	펙코니	
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
<p>1. GOST (러시아표준)</p>  <p>소비자보호를 위한 러시아규격과 일치를 증명하는 인증</p>			
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	-4° ~-6° C 냉장보관	12개월	각종 콩쿠르에서 우수상품으로 7번이나 선정된 바 있음

수산물 건강식품

미역 샐러드 조제품

제품명	정면사진	측면사진	속포장사진/포장재질
오케안 TRK 연어 첨가한 미역			
상품 문구 keyword 베샤멜소스(백색소스)에 연어 첨가한 미역 천연제품 건강식품 시리즈			
제품 특징/인기요인	조리 및 이용 방법	원료성분/주성분	영양성분/단위(100g)
보존료를 사용하지 않은 건강식품으로 천연요오드와 Mg, Se, Ca을 함유하고 있어 수험생들에게 이로움. 물질대사를 정상화시키고 면역력을 높여주며 염분, 독소, 방사성, 중금속을 배출시킴. 일본 후쿠시마원전사고 이후 방사성오염을 우려한 시민들로 인해 수요 높음	바로 꺼내서 먹을 수 있는 조제품. 요리할 필요 없고 샐러드로 출출할 때 먹으면 됨	미역, 해바라기씨유, 염장 연어살, 양파, 오이피클, 설탕, 소금, 향신료 엑스트랙트, 천연향 등	단백질 1.3g, 지방 17.2g, 탄수화물 0.3g, 열량 157kcal
제품시장 점유율(대략)		원산지	제조국
			러시아
중량 및 포장	가격(현지화/한화환산)	제조사	판매자
165g	41.90루블/약 1,555원	오케안 트레이딩 컴퍼니-P	
인증마크 및 설명/ ISO 시리즈(QMS), HACCP, GMP, BRC 등			이력추적제 사용여부 traceability
1. GOST (러시아표준)  소비자보호를 위한 러시아규격과 일치를 증명하는 인증	2. 천연제품  보존료 사용하지 않음		
제조방법	유통 및 보관 방법	유통기한	기타사항
	0° ~6° C 냉장보관	5개월	

3. 대형유통업체 수산물 구매담당자 인터뷰

가. '빅토리아' 그룹 본사

- 인터뷰 일시 : 2011년 6월 21일 11시
- 인터뷰소요시간 : 1시간
- 담당자 : 블라디미르 모로조프
- 지위 : 구매부 어류파트 부장
- 취급관련 수산물 : 모든 종류



- 업체설명: '빅토리아' 그룹에는 슈퍼마켓체인점 '빅토리아', 디스카운터 '도세보', '빅토리아 크바르탈', '세메이나야 코펠카', '캐쉬' 등이 포함됨. 러시아소매유통업체 Top50에서 15위 차지(2007년 기준 소매거래량 35% 성장). '빅토리아' 매장에 들어오는 전 제품은 100% 중간상(공급업체)을 통해 구입되고 있음
- 슈퍼마켓체인점 '빅토리아' 매장에 진열된 수산물 비중은 냉동(60%), 냉장(10%), 캔제품 제외한 염장·훈제 등의 조제품(30%)이며, 디스카운터 '빅토리아 크바르탈' 매장에는 냉동(60%), 조제품(40%)으로 이루어짐
- 현재 수산물 시장경기와 전망
 - 현재 러시아 수산물시장은 성장하고 있으며, 소비자들의 제품 구입은 늘어나고 있음. 예를 들어, 냉동새우, 해산물카테일, 냉동오징어 등
 - 수요는 계속 유지될 것으로 예상됨
- 수입산 수산물시장동향
 - 품목 종류는 늘어나지 않고 있으며, 기존의 수요가 있는 품목들인 대구(냉동, 카르카스 혹은 피레트), 명태(냉동, 카르카스 혹은 피레트), 대서양붉은볼락(냉동, 카르카스), 민대구(냉동, 카르카스 혹은 피레트), 유럽바다배스(냉장), 도미(냉장), 팡가시우스(냉동 피레트), 틸라피아(냉동 피레트) 등이 최근 2년간 안정적이며 평균적 규모를 유지하고 있음
 - 냉동새우의 경우 규모가 증가하고 있으며 특히 최근 들어 남부해양의 홍다리얼룩새우(타이거 새우), 바나메이새우(여왕새우)의 수요가 늘고 있음

주요 수입국 및 취급수산물

- 덴마크 : 새우(한류성, 냉동)
- 중국 : 팡가시우스, 틸라피아, 바나메이새우(냉동)
- 노르웨이 : 대서양연어, 무지개송어(신선냉장, 냉동, 염장, 훈제, 원료용)
- 터키, 그리스, 아르메니아 : 무지개송어, 유럽바다배스, 도미, 터보트(냉장)

수입산의 소비시즌

- 수입산 대서양연어와 무지개송어는 여름철 조금 판매 증가하며, 그 외 시즌에 상관없이 연중 소비됨

자국산과 수입산의 소비비율 및 전망

- 현재 자국산 60%, 수입산 40%의 소비비율을 보임
- 유통매장 내에 자국산 규모 및 소비가 점차 증가하는 추세로 향후 수입산 수산물보다 자국산 비중이 더 높아질 것으로 예상됨. 특히 북부어장의 무르만스크와 극동어장의 블라디보스토크에서 공급물량이 더욱 많아지고 있음. 이는 자국생산업체를 지원하려는 러시아정부의 보호정책에 힘입은 것임

현재 시장의 수입산 점유율

- 러시아전체 판매 비율에서 보면, 자국산 80%, 수입산 20%이며, 모스크바 판매 비율의 경우 자국산 70%, 수입산 30%

선호하는 원산지 및 그 이유

- 중국, 방글라데시, 인도, 태국, 칠레 등을 선호하며, 해당 국가들에서 납품되는 제품들은 계속 품질이 균등하며 합당한 가격대를 제시하기 때문임. 또한 제품별 샘플을 제공하여 맛과 품질 등을 평가해볼 수 있도록 해줌

향후 수입 품종 및 규모 전망

- 경제위기 때에는 중국산 등 조금 더 싼 제품들로 구입하거나 자국산 명태, 대구로 대체해왔으나, 현재 경기호전으로 수입 품종 및 규모는 증가할 것으로 보임

☐ 거래시 주 고려사항

- 첫 번째는 가격, 품질(포장 등)이고, 두 번째는 프로모션(매장내 시식회, 광고 매우 중요)

☐ 한국산에 대한 인식

- 현재 한국산 김을 판매하고 있으나 김은 식품잡화에 분류되어 있어서 인터뷰이 담당파트가 아니며 그 외 한국산은 취급해본 적 없음

주요 인기품목

오징어

구 분	현지국산	수입산
품 종	태평양 오징어(냉동, 카르카스)	오징어(냉동, 피레트, 링 모양으로 자른 것)
품 질	매우 뛰어남	보통
가 격	비싸다	비싸다
시장점유	낮음	높음
유통시기	연중	연중
계절수요	10월~새해까지 가장 높음	10월~새해까지 가장 높음
소비특징	가정에서 샐러드용	수입산이 주로 판매, 레스토랑에서 안주용으로 소비
제품특징	품질과 맛이 월등히 좋음, 껍질 있음, 오징어살 두께가 더 두꺼움	껍질이 제거되어 있어서 요리하기 편리함
제품단가	120루블/kg	139루블/kg(중국산 피레트일 경우)
해당 매장의 제품 점유율	30%	70%



나. 슈퍼마켓체인점 ‘아즈부카 브쿠사’ 본사

- 인터뷰 일시 : 2011년 6월 21일 1시
- 인터뷰소요시간 : 1시간 20분
- 담당자 : 류드밀라 이노젠크체바
- 지위 : 구매부 어류파트 매니저
- 취급관련 수산물 : 주로 프리미엄급의 신선·냉장어류, 소량의 냉동어류



현재 수산물 시장경기와 전망

- 수산물은 정부규제를 많이 받는 품목이며 특히 수입산의 경우 동식물검역국(Posselhoznadzor)과 인간복지소비자권리보호감독원(Rospotrebnadzor)의 인증을 받은 외국 납품업체와 생산업체만 러시아로 제품을 공급할 수 있음. 동식물검역국의 대리 수산물 공급허가를 받은 업체 명단에 속해있는 업체들만 공급이 가능하며, 허가를 받기 위한 요구사항도 더욱 엄격해지고 있고 명단에 속하는 업체 수는 점차 감소되는 추세임. 이는 러시아생산업체를 보호하기 위한 당국의 지원정책이라 할 수 있음
- ‘아즈부카 브쿠사’ 슈퍼마켓체인점은 프리미엄급 제품을 주로 취급하기 때문에 이와 같은 정부규제를 특히 잘 느끼고 있음. 왜냐하면 아직 러시아산은 수입산 프리미엄급 제품과 유사한 제품을 생산해내지 못하기 때문에(예를 들어, 캔제품과 신선 및 냉장어류 등), 러시아생산업체는 당사에 필요한 프리미엄급 제품을 제공하지 못하고 있음. 따라서 유럽, 지중해국가들, 스페인, 그리스, 터키 등에서 신선·냉장의 유럽바다배스(seabass), 도미(gilt-head bream) 등을 공급받고 있음
- 외국 납품업체들이 동식물검역국의 수출등록업체 명단에서 탈락될 경우 공급라인을 잃게 되어 간혹 어려움을 겪기도 함. 따라서 당국의 허가를 받는데 3개월~6개월의 시간과 비용을 소모할 준비가 되어있는 유럽생산업체들과 주로 파트너관계를 맺고 있으며, 필요한 품목을 공급할 수 있는 허가받은 외국업체가 없는 경우 대체품목을 찾기도 함

수입산 수산물시장동향

- 수입산 수산물 소비는 증가하고 있고 특히 냉장어류 소비가 증가세를 보임. 예전에는 유럽산과 지중해산 어종이 이국적인 것으로 취급되었지만, 현재 이미 러시아시장에 널리 보급, 소개되면서 폭넓은 소비자층에게 요리법 등이 익숙해져있고 대중화되고 있음

- 이와 동시에 운송방법에 따라 가격대도 달라지고 있으며, 즉, 신선·냉장어류의 경우 신선도가 중요하기 때문에 시간이 오래 걸리는 차량수송보다 항공수송으로 제품을 공급받는 등 물류 고리도 다양해지고 있음. 일부 체인점들은 낮은 가격대를 위해 차량수송을 택하기도 함. 그리스, 사이프러스, 터키 등으로부터 다양한 품질의 제품이 공급되고 있어 선택의 폭이 넓어지면서 널리 보급되고 있음
- 구매 가능한 가격대가 생성됨. 가격과 품질의 상관관계에 따라 소비자들이 선택할 수 있는 품목이 늘어나면서 소비규모가 증가함

주요 수입국 및 취급수산물

- 그리스(유럽바다배스, 도미), 프랑스(굴), 스페인(도미), 터키(유럽바다배스, 도미), 노르웨이 및 덴마크(대구, 민대구, 해덕, 북대서양대구속), 인도양(인도, 아랍에미리트) 등이 있으며, 모두 얼음에 담아 보관하는 냉장어류를 주로 취급
- 냉동어류는 소량 취급하며 주로 덴마크(대구, 노랑촉수 등)에서 공급받음
- 러시아시장으로 많이 공급되고 있는 중국산(팡가시우스, 틸라피아)은 고급슈퍼마켓에 부합하지 않기 때문에 취급하지 않음

수입산의 소비시즌

- 양식어종이 아닐 경우 러시아산이든 수입산이든 개별 어종은 시즌이 정해져있고 맛과 품질이 높은 제철 수산물을 공급받음. 이에 비해 유럽바다배스, 도미, 노르웨이산 대서양연어 및 무지개송어는 양식으로 연중 공급됨. 프랑스산 굴의 경우, 보통 여름을 제외한 시기에 생산되는 제철 굴(시즌: 9월 중순~5월)을 공급받지만, 여름철에는 따로 5월~8월간 생산되는 종으로 대체하여 결국 연중 공급받는 셈임. 이와 같이 연중 공급에 제한을 받지 않기 때문에 소비자들은 연중 소비가 가능하며 수산물별 시즌에 무관하게 구매함
- ‘아즈부카 브쿠사’ 슈퍼마켓에서는 자국산 어종을 소량 취급하며 주로 유럽산을 판매하고 있음. 자국산 무지개송어, 러시아철갑상어, 스텔렛철갑상어는 양식으로 연중 공급받아서 시즌영향을 받지 않음(냉장 및 활어 형태). 대구의 경우 자국산(무르만스크)과 대서양대구(덴마크, 노르웨이)를 취급하여 연중 판매함
- 슈퍼마켓 진열 시에 마지막 대러 공급국가명이 아닌 수산물 어획장소(지중해, 대서양, 인도양 등)를 기재하여 소비자들에게 정보를 알림. 예를 들어, 굴의 경우 네덜란드(생산지가 아닌 중간공급국)를 통해 러시아로 반입되고 있지만 채취장소를 기입하고 있음

■ 자국산과 수입산의 소비비율 및 전망

- 자국산 30%, 수입산 70%의 비율을 보임. 자국산은 신선 및 활어 종류가 많지 않은 실정임. 극동어장에서 어획되는 어류는 바로 냉동시키거나 가공업체로 보내지며 신성냉장 형태로 러시아서부지역으로 운송되지 않고 있음. 북부어장의 무르만스크 지역에서 현재 냉장어류 보급을 활발히 진행시키고 있으며 당사에서도 무르만스크 자국산 냉장어류를 공급받고 있음. 자국산은 점차 발전하고 있지만 급격한 성장을 보이는 것은 아님
- 캔제품의 경우에도 동식물검역국에 승인받은 수출등록업체 명단에 속해있어야 함. 프랑스산(정어리), 덴마크산(홍합), 이탈리아산(참치, 안초비), 자국산(꽂치, 대구간유, 스프랫, 고등어, 아틀란틱호스마크렐) 등이 있음. 자국산 캔제품 종류는 그리 다양하지 않은 편이며 러시아 소비자들에게 잘 알려져 있는 전통적으로 자주 먹는 캔제품만 취급함
- ‘아즈부카 브쿠사’ 는 모든 수산물을 디스트리뷰터를 통해 공급받고 있음. 하지만 전시회에 참석하는 등 세계에서 가장 품질이 높은 프리미엄급 제품을 직접 선택하기도 함. 예를 들어, 프랑스산 정어리 캔제품의 경우 수작업에 품질 좋은 오일을 사용하여 이상적인 제품으로 평가받고 있음. 이탈리아산 냉장 참치캔도 수작업, 투명한 유리용기 포장, 품질 좋은 오일을 사용함. 자국산의 경우에도 좋은 원료를 사용하고 높은 기술력을 가진 자국생산업체와 파트너십을 맺고 있음
- 따라서 개별 품목마다 고품질의 제품을 선별하여 수입산과 자국산을 취급함. 개별 품목마다 이미 생산업체들이 정해져있긴 해도 정기적으로 다른 생산업체들의 공장방문, 시식 등 다른 제품들도 살펴보고 새로운 품목을 받아들여 소비자 반응을 살펴보기도 함. 회사 정책상 품목마다 최소 2개 생산업체(수입산과 러시아산)의 제품을 매장에 진열하여 생산업체간의 경쟁구도를 유지함

■ 현재 시장의 수입산 점유율

- 시장전체의 상황을 언급하기는 어렵고, ‘아즈부카 브쿠사’ 슈퍼마켓체인점에 한해서는 수입산이 월등히 우세함
- 자국산 대서양연어 및 무지개송어(염장, 훈제)를 취급하고 있지만, 이 경우에도 원료는 노르웨이산이고 러시아에서 염장, 훈제하여 포장하고 러시아브랜드 라벨링을 부친 제품이라 절반만 자국산이라 할 수 있음. 따라서 수입산의 점유율은 매우 높다고 할 수 있음

☐ 선호하는 원산지 및 그 이유

- 캔제품 : 발틱국가, 프랑스, 이탈리아, 스페인이며, 브랜드, 좋은 품질, 오랫동안 시장에 존재하는 가족운영생산체제(공장), 안정적인 생산, 믿을 수 있기 때문
- 신선어류 : 프랑스, 그리스, 노르웨이이며, 좋은 품질, 대형생산업체이기 때문
- 이국적 어류 : 인도, 아랍에미리트, 오스트레일리아(소량)

☐ 향후 수입 품종 및 규모 전망

- 현재 전망하기가 매우 어려운데, 왜냐하면 동식물검역국이 매년 수출등록업체 명단을 살펴보고 명단을 수정하고 있음. 당사에서 생산업체를 바꿀 의향이 없어도 동식물검역국의 등록업체 명단에서 제외되면 새로운 생산업체로 바꾸거나 대체품을 찾아야 하는 실정임. 게다가 수입산 납품업체 명단은 계속 축소되는 추세이며 동식물검역국과 정부규제의 향방은 추측하기 어렵고 상황은 불안정함

☐ 한국산에 대한 인식

- 4~5년 전에 한국산 스낵류(안주용 건조오징어, 건조안초비, 건조새우)를 취급한 적이 있고 매우 좋은 반응을 얻어 판매율도 높았으나, 디스트리뷰터 측에서 납품을 중단하게 되어 더 이상 취급하지 않게 됨. 한국생산업체와 디스트리뷰터 간의 문제인 것으로 추측됨. ‘아즈부카 브쿠사’에서는 이와 유사한 한국산 스낵류를 다시 취급할 의향이 높으나 현재 동식물검역국 수출등록업체 명단에 속해있는 스낵류 한국생산업체가 없는 상황임
- 그 당시 취급했던 한국산 스낵류 제품은 가격은 비싸지만 품질과 포장이 좋고(플라스틱 접시에 담겨있고 투명한 포장으로 내부 안이 다 보였음) 맛도 좋고 흥미로워서 판매도 잘 되었음. 이와 유사한 급의 러시아산제품이 없어서 중간층 이상의 소비자를 상대하는 ‘아즈부카 브쿠사’에 부합되는 제품이었음
- 현재 한국산 김밥김과 조미김을 판매하고 있으나 김은 식품잡화에 분류되어 있어서 담당파트가 아니어서 언급 불가능함
- 라틴문자를 사용하는 여타 국가들의 제품과는 달리, 한국산 제품의 경우 포장에 한글표기로 되어 있어서 무엇이 브랜드명인지 설명인지 구분이 안가고 이해 불가능한 제약이 있어서 기억에 남지 않음

☐ 거래시 주 고려사항

- 1)품질(신선해야 함, 눈에 띄는 포장, 원료성분, 포장 재질), 2)가격(유사품 중에서 경쟁력이 있어야 함), 3)물류(상점진열대가 비는 일이 없도록 공급이 안정적으로 꾸준히 이루어져야 함), 4)프로모션(시식회나 할인행사 필요함) 등 순서로 거래시 주요 고려사항임
- ‘아즈부카 브쿠사’ 사이트(www.azbukavkusa.ru)에 있는 품목별 구매부 담당자들에게 직접 제품 제안서 메일을 보내면 이를 살펴보고 가능성을 알려주며 특히 생산업체가 대량 공급할 준비가 되어 있는 경우 당사와 직접 거래를 할 수도 있고 적은 물량일 경우 디스트리뷰터를 통해 공급받음
- 특히 온도영향을 받지 않는 건조품이나 캔제품의 경우 당사와 직접 거래할 수 있음. kg별로 파는 도매형태가 아닌 이미 포장되어 있는 완제품인 소매상품에 흥미를 갖고 있음
- 향·색소첨가물, 맛강화제, 보존료 등이 첨가되지 않은 고품질의 제품, 건강식품, 내추럴식품이 우선적으로 요구됨. 예를 들어, 맥주안주용 건조품, 반가공품, 캔제품 등에 맛강화제가 첨가되지 않은 것 혹은 최소한도로 들은 것이 건강식품으로 여겨짐. 한 예로, 거래처 중에서 그리스 양식업체의 경우 먹이사료를 엄격하게 선별 사용하고 있음

주요 인기품목

게맛살(냉장)

구 분	현지국산	프랑스산
품종	게맛살(브랜드-메리디안)	게맛살(브랜드-코라야)
품 질	매우 뛰어남	매우 뛰어남
가 격	적당함	비싸다
시장점유	매우 높음	높지 않음
유통시기	연중	연중
계절수요	연중 안정적, 새해 무렵 판매 급증(가정에서 게맛살 이용한 샐러드를 많이 만들기 때문)	
소비특징	샐러드용, 마요네즈에 찍어서 바로 먹음	
제품특징	러시아산 중에서 가장 품질이 높음. 다양한 국가들의 원료를 사용하며 원료 품질이 높음. 냉장 게맛살	높은 품질의 원료, 냉장 게맛살
제품단가	86루블/200g	188루블/180g
해당 매장의 제품 점유율	70%	30%
사 진		

넙치 피레트(냉장)

구 분	현지국산	덴마크, 노르웨이산
품 종	대서양 넙치(무르만스크 북해)	대서양 넙치
품 질	뛰어남	매우 뛰어남
가 격	비싸다	매우 비싸다
시장점유	높음	높음
유통시기	연중	연중
계절수요	안정적, 여름 휴가철에는 조금 감소	
소비특징	구이, 증기로 찌기, 오븐요리	
제품특징	조금 저가, 피레트 자른 모양이 좋지 않음	시각적으로 외관이 좋음, 항공운송과 통관비로 인해 가격이 더 비쌈
제품단가	216루블/100g	-
해당 매장의 제품 점유율	50%	50%
	러시아산과 유럽산넙치 두가지 모두 합쳐서 전체 냉장수산물 중에서 5%의 판매율	

오징어(냉장)

구 분	지중해산
품 종	유럽 통해 들어오는 지중해 오징어(크기 500g)
품 질	매우 뛰어남
가 격	매우 비싸다
시장점유	높지 않음
유통시기	연중
계절수요	겨울, 봄 (사순절 시작할 때 판매 증가, 부활주일 전 40일간 금식동안 육류 대신 어류 섭취)
소비특징	가정요리용(오징어순대와 같이 속을 채워 오븐요리), 냉동오징어와 동일하게 요리
제품특징	중량 달아서 판매 가격과 물류가 뛰어남(현재 경쟁할 수 있는 자국산 냉장오징어는 없음)
제품단가	139루블/100g
해당 매장의 제품 점유율	전체 신선·냉장 수산물 중에서 2%의 판매율 냉동오징어보다 냉장오징어 판매비율이 높고 혹은 냉동해산물카테일(오징어포함) 형태가 수요 있음. 캔제품(자체 수액 혹은 오일에 담은 것)도 판매됨

다. 대형수입업체 ‘루스카야 브나야 콤파니아’

- 인터뷰 일시 : 2011년 6월 22일 5시
- 인터뷰소요시간 : 50분
- 담당자 : 막심 소콜로프
- 지위 : 구매부장
- 취급관련 수산물 : 모든 종류



업체설명 : ‘루스카야 브나야 콤파니아’ 는 러시아 수산부문 대형생산업체인 ‘루스코예 모레’ 그룹 계열사로 당사의 디스트리뷰터이자 대형수입업체임. 러시아 전역의 무역상과 가공업체, 대형소매유통체인점들(아산, 메트로 캐쉬&캐리, 오케이, 렌타, 시지모이 콘티넨트, 빅토리아, 스파르, 마그니트 등)에 수산물을 납품하고 있음

현재 수산물 시장경기와 전망

- 러시아 수산물시장은 지난 10-15년간 성장하고 있고 연간 10%의 성장률을 보여 왔음. 하지만 경제위기 이후 아직 시장경기는 완전히 회복되지 않은 상태여서 예전과 같은 성장률이 유지될 것으로 보이지 않음. 현 단계의 수산물시장은 경제위기 이후의 단기적인 하락 상태에 머물러있음. 전반적인 경제 희생과 소비자들의 소비능력 회복이 우선되어야 함
- ‘루스카야 브나야 콤파니아’ 는 모든 종류의 다양한 수산물을 취급하고 있고 러시아 수산물시장은 거대하고 다양하기 때문에, 각각의 품종과 범주(붉은살 생선, 부어, 흰살 생선, 피레트, 양식어, 새우 등)마다 상황은 상이한 관계로 일반적으로 설명하기는 어려움
- 판매가 잘 되는 어종은 붉은살 생선(대서양연어, 무지개송어), 부어(청어, 고등어), 새우, 팡가시우스피레트, 러시아산(명태, 곱사송어, 오징어) 등임. 물량 기준 시에 청어, 고등어, 명태, 곱사송어 등이 판매량이 높고, 금액 기준 시에 붉은살 생선(노르웨이산)의 판매가 높음

수입산 수산물시장동향

- 수입산의 규모는 시장경기와 더불어 감소함. 예를 들어, 붉은살 생선의 경우 항상 규모가 증가해왔으나(연간 20% 성장률) 경제위기 이후 2년간 성장을 하고 있으나 이전의 규모만치 성장률을 보이지 않음. 고등어와 청어는 규모가 감소함. 중국산 명태 피레트와 베트남산 팡가시우스 피레트는 최근 1-2년간 감소세를 보임
- 이에 비해 품목은 늘어나고 있음. 특히 러시아서부지역들에서 예전에 수요가 높지 않던 품목들에 대한 소비가 증가하고 있음. 예를 들어, 다양한 종류의 새우, 뱀장어(european eel) 등 이국적인 품종들에 대한 소비 증가세

주요 수입국 및 취급수산물

- 노르웨이(대서양연어, 무지개송어, 청어, 청어피레트, 열빙어), 영국(청어, 고등어), 아이슬란드(청어, 열빙어), 중국(명태피레트, 틸라피아피레트, 민대구피레트), 미국(곱사송어, 케타연어, 민대구), 베트남(꽝가시우스피레트, 해산물각테일, 문어), 칠레(무지개송어, 홍합살) 등

수입산의 소비시즌

- 각각의 어종마다 조업시즌이 있고 이 시기에 맞춰서 제품들이 공급되고 있음. 따라서 특별히 수입산과 러시아산에 따라 제철소비가 달라지는 것은 아님. 전반적으로 가을, 겨울, 봄(4월까지)은 수산물 소비가 높고 여름철에는 소비가 감소됨
- 예를 들어, 러시아산 고등어 시즌은 여름철이고 이 무렵 아이슬란드산 고등어(머리제거)도 함께 시장에서 유통됨. 아이슬란드산 고등어시즌이 끝난 후에는 다른 원산지(영국, 노르웨이, 아일랜드, 네덜란드 등)의 고등어가 순차적으로 계속 시장에 들어오기 때문에(고등어 시즌 6월~3월까지), 당사는 제철고등어를 제공하는 원산지국과 계약을 맺고 있음

자국산과 수입산의 소비비율과 점유율

- 러시아 전체 수산물시장규모(수입산과 러시아산 포함)는 일반적으로 연간 약 2.5백만 톤으로 평가되며 수입산 시장은 약 800천 톤 정도로 평가됨. 러시아시장은 통계수치를 내리기가 어려운데, 특히 러시아산의 경우 밀렵 및 불법으로 유통되고 있기 때문임
- ‘루스카야 브나야 콤파니야’ 사 내에서는 수입산 65%, 자국산 35%를 차지하고 있으며 향후 시장상황에 따라 비율은 변화될 것임

선호하는 원산지 및 그 이유

- 노르웨이, 영국, 아이슬란드, 중국, 미국, 베트남, 칠레 등
- 노르웨이와 칠레는 연어류를 가장 큰 규모로 생산하는 대표적인 국가이기 때문에 이곳에서 연어류를 수입하고 있고, 이와 같이 각각의 품목마다 세계에서 가장 주도적인 선도업체와 협력관계를 맺고 있음. 회사의 명성 및 큰 물량을 처리할 수 있는 능력, 품질을 중요시하기 때문임

향후 수입 품종 및 규모 전망

- 계속 발전하고 있기 때문에 수입 규모는 증가할 것으로 예상됨. 수입 품종의 경우, 시장에서 소비 및 수요가 증가될 시에 품종도 증가될 수 있음. 기존 취급품목이 시장에서 수요가 높지 않을 경우 다른 품목으로 교체할 것임. 시장상황과 소비자 수요에 따라 변동될 것임

거래시 주 고려사항 : 품질이 가장 중요함

주요 인기품목

고등어

구 분	아이슬란드산	노르웨이산	영국산	아일랜드산	네덜란드산
품 종	대서양고등어	대서양고등어	대서양고등어	대서양고등어	대서양고등어
품 질	보통	매우 뛰어남	매우 뛰어남	-	-
가 격	적당함	매우 비싸다	비싸다	-	-
시장점유	높지 않음	높음	높음	낮음	낮음
유통시기	여름	가을	10월	11월	새해이후
계절수요	여름	가을	10월	11월	새해이후
소비특징	염장	훈제, 염장	훈제, 염장	훈제, 염장	훈제, 염장
제품특징	페레즈제도 어획. 여름철 고등어는 지방함량, 품질 등에서 가을철 고등어와 큰 차이를 보이며, 지방함량이 매우 높아 주로 염장을 함	사이즈 400-600, 지방함량, 품질, 특징 등 영국산과 동일하나 가격이 더 비쌌. 주로 일본 수출용이어서 가격이 더 비싼 것임. 연안가공	사이즈 300-500, 노르웨이산과 품질 동일. 연안가공	사이즈 600+	사이즈 200-300, 300+
제품단가	-	283루블/kg	275루블/kg	-	-
판매비중	-	영국산보다 낮음	노르웨이산보다 공급물량이 많아서 더 많이 판매	-	-

청어(냉동)

구 분	현지국산	노르웨이산
품 종	태평양청어(극동)	대서양청어
품 질	보통	뛰어남
가 격	적당함	비싸다
시장점유	높음	높음
유통시기	창고 보관시 연중	연중
계절수요	늦여름에 시즌시작해서 가을까지 유지, 여름철 수요 감소	9월~2월 수요 높음, 여름철 수요 감소
소비특징	염장, 훈제	염장, 훈제
제품특징	노르웨이산과 조업시기 동일. 사이즈 400+	냉각, 포장 등의 품질이 러시아산보다 뛰어남. 사이즈별로 포장(사이즈 200-, 200-300)
제품단가	응답기피	-
판매비중	노르웨이산보다 낮음	러시아산보다 높음

라. 수입업체 ‘아르신텍(ARSINTEK)’

- 인터뷰 일시 : 2011년 6월 23일 2시
- 인터뷰소요시간 : 2시간
- 담당자 : 키릴 유하노프 (CEO), 파벨 루사코프 (수입부서 매니저)
- 취급관련 수산물 : 냉동어류, 해산물, 냉동반가공품 등



업체설명 : 1996년부터 러시아시장에서 활동 시작(수입 및 디스트리뷰터), 자체브랜드 소유, 대형유통체인점들(빅토리아, 덕시, 기페르글로부스, 아보시카, 스파르 등)에 납품

현재 수산물 시장경기와 전망

- 러시아수산물시장은 규모가 크며 발전되는 과정에 있고, 자국산 뿐만 수입산 시장도 함께 발전하고 있음. 향후 5-10년간 러시아의 어획량은 증가할 것이고 수입은 중단되지 않을 것임. 또한 소비자들의 어류소비는 더욱 증가할 것으로 예상됨
- 현재 수산물 판매규모는 경제위기 이전의 상태로 되돌아왔으며 경제위기 이후 국내시장 변화로는 판매가 더 증가하거나 감소하는 품목들이 생겨남. 예를 들어, 저렴한 자국산 어류의 판매가 증가했고 러시아정부의 얼음막 위생규정으로 인해 저렴한 중국산 명태피레트와 베트남산 팡가시우스 반입이 줄어들음
- 중국산 명태피레트는 러시아산 명태 원료로 중국에서 가공하여 러시아로 재수출하는 품목으로 러시아정부는 국내에서 명태가공을 늘려 중국산을 자국산으로 대체하려는 의도를 갖고 있으며, 소비자들도 이를 지지하고 있음
- 최근 2년 사이 베트남산 팡가시우스 판매가 급격히 줄어들어 사장되는 분위기이며(10% 하락), 그 전만 해도 피레트 부문에서 넘버원으로 엄청난 규모로 판매되었고 중국산 명태피레트보다 판매량이 높았음(5년 전 러시아시장에 등장함, 가격이 저렴하고 맛이 좋고 외관상 보기 좋아 높은 평가를 받음). 베트남산 대신에 러시아산 피레트가 빈자리를 채우기 시작했고 이제 저렴하면서 새로운 어종의 피레트는 더 이상 러시아로 들어오지 않고 있음. 현재는 위생규정에 최대한 맞춘 베트남산 팡가시우스가 소량 수입되고 있음

수입산 수산물시장동향

- 수입산 수산물규모가 증가한다면 소량에 불과할 뿐임. 주로 수입되는 중국산의 경우, 5% 얼음막 위생규정 시행으로 인해 새우, 명태피레트, 틸라피아피레트 판매가 감소됨

- 수입산 수산물(냉동)은 기존 품목 이외에 더 이상 늘어나지 않고 있고 향후에도 늘어나지 않을 것으로 예상됨. 러시아시장에서는 가격이 주요 결정요인이며, kg당 5\$ 가격대라도 새로운 품목으로 시장에 들어오기 힘든 실정임. kg당 2\$~3\$ 가격대인 경우에 한해 러시아시장에 진입할 가능성이 있음. 5년 전에 팡가시우스, 텔라피아가 새로운 품목으로 시장에 등장한 이후 시장에서 중요한 역할을 하는 신규품목은 더 이상 없는 상태임. 이외 유럽바다배스, 도미가 현재 유통 판매되고 있으나 큰 규모는 아닌 상태임.

■ 주요 수입국 및 취급수산물

- 중국(텔라피아피레트, 명태피레트, 민대구), 한류성 새우(캐나다, 덴마크, 아이슬란드), 홍다리 얼룩새우(방글라데시), 민대구(캐나다, 미국, 우루과이, 아르헨티나), 대서양연어(노르웨이, 칠레), 홍합(칠레)
- ‘아르신텍’ 사는 원료를 구입하여 당사에서 직접 포장을 할 수 있는 기반을 갖추고 있으며 자체 브랜드(‘아르신텍’, ‘아르스피시’)가 있음. 간혹 중국에서는 ‘아르신텍’사의 브랜드명으로 포장을 해서 납품하기도 함. 물량이 크면 공급국에서 중량 포장하고 물량이 적으면 러시아 내에서 중량포장을 함. 개별냉각, 블록형 냉각 형태로 운송됨

■ 수입산의 소비시즌

- 어종 중에서 자국산을 수입산으로 대체해야 하는 시기가 있음. 예를 들어, 대서양붉은볼락의 경우, 1년에 10개월(3월~12월)은 러시아산, 2개월(1월과 2월)은 아이슬란드산으로 대체함. 아이슬란드산은 연중 공급되고 있으나 자국산의 가격이 더 저렴하기 때문에 1~2월을 제외한 시기에는 소비가 줄어듦. 자국산과 아이슬란드산 간의 차이는 거의 없기 때문에 가격이 주요 구매선택요소로 작용함
- 오징어의 경우, 자국산 극동오징어(연 2~3회 어획)가 주로 사용되나 1년에 1~2달 정도 가격이 인상되는 시기(새해 전의 12월, 1월, 2월)에는 중국산 오징어(껍질제거)로 대체함
- 이외 다른 어종은 자국산과 수입산이 평행적으로 공급되고 있음

■ 자국산과 수입산의 소비비율 및 전망

- 모스크바, 상트-페테르부르크, 이르쿠츠크, 니즈니노브고로드 등 대도시의 경우 자국산 50%, 수입산 50%의 소비비율을 보이나, 다른 소도시들에서는 상대적으로 가격이 비싼 수입산 소비가 미비하여 자국산 95%, 수입산 5%에 불과함

- 예외적으로 수입산을 자국산으로 대체 불가능한 맥주안주용 새우는 이미 소비자들의 입맛에 익숙해져 있는 상태여서 다른 도시들에서도 소비되고 있음
- 대도시에 비해 소득수준이 낮은 소도시들에서는 항상 상점에서 판매되는 저가의 자국산 명태(50루블), 빨간대구, 블루화이팅 등의 구입을 선호하며 상대적으로 가격이 더 비싼 피레트보다 온마리 카르카스 형태로 구입함. 주로 100루블 미만 가격대를 선택함

■ 현재 시장의 수입산 점유율

- 새우, 가리비, 홍합 등 해산물(오징어 제외)의 경우, 자국산이 거의 없다고 할 정도이며 시장의 약 95% 이상이 수입산인 실정임. 이 상황은 향후에도 변화되지 않을 것으로 보임
- 한류성 새우의 경우, 예전에는 덴마크산 새우가 시장에서 1위를 차지했으나, 현재 약세를 보임. 덴마크는 아이슬란드 새우와 캐나다 새우를 원료로 구입하여 덴마크에서 가공처리한 후 러시아로 공급하는 식임. 현재 이 새우 원료는 러시아로 바로 들어와서 현지에서 가공되고 있음
- 난류성 새우(바나메이새우, 홍다리얼룩새우 등)의 경우, 중국, 방글라데시, 태국 등에서 러시아로 들어옴. 중량포장된 형태(브랜드 부착 혹은 부착하지 않은 투명포장지상태) 혹은 무게를 달아 판매하는 형태로 러시아로 운송되고 수입업체 혹은 디스트리뷰터를 통해 슈퍼마켓 등 유통매장들로 공급됨
- 중국산과 다른 수입산을 비교할 시에 다른 수입산의 품질이 중국산보다 뛰어나지만 가격이 더 비싸기 때문에 중국산이 우위를 차지하고 있음. 예를 들어, ‘아르신텍’ 사는 10년 전에 한국산 게맛살을 러시아로 들여왔지만 한국산 가격이 너무 비싼 관계로 중국산을 취급하게 됨. 다른 러시아 업체들에서도 게맛살 원료인 생선묵(수리미)을 다양한 국가들에서 들여오고 있으나, 한국산은 가격경쟁력에서 뒤지기 때문에 더 이상 러시아시장 진입가능성이 없는 것으로 평가됨. 현재 러시아 게맛살 생산업체에서 생산되는 게맛살의 품질이 향상된 관계로 한국산과 비교시 품질에서 조금 뒤떨어져도 시장을 만족시킬 수 있는 수준이며 특히 한국산보다 가격이 저렴하기 때문임. 러시아 게맛살시장은 10년 전만해도 고품질의 한국산이 눈길을 끌었으나 그 후 가격경쟁력으로 인해 중국산이 우위를 차지하기 시작했고 현재는 품질 및 가격경쟁력이 뛰어난 러시아산이 중국산을 누르고 있음
- ‘아르신텍’사에서 수입하기를 희망하는 한국산 품목은 메켈빙어(mackerel icefish)이며, 한국에서 러시아로 직수입되는 공식적인 루트는 현재 없음. 기존에는 한국에서 발틱국가(라트비아, 리투아니아)로 한국산 메켈빙어를 보낸 후 그곳에서 다시 중량포장하여 라트비아산으로

바뀐 후 러시아로 재수출하는 형태로 이루어졌으며, 직수입이 아니어서 가격이 인상되기도 함. 현재 러시아로 수산물을 수출하기 위해서는 동식물검역국에 승인받은 러시아수출등록업체 명단에 올라와 있어야 하며, 현재 등록된 한국업체는 총 4개(COSIS, 대상, 우일, 유성물산)에 불과하고 해당 품목은 모두 김, 미역, 이를 원료로 만든 제품에 한함. 이로 인해 발틱국가를 통해 재수출하는 형태도 현재는 불가능하게 되었는데, 왜냐하면 원료의 원산지(선박)와 가공공장도 동식물검역국에 등록되어야 하기 때문임. 따라서 러시아로 수산물을 수출하기 위해서는 동식물검역국의 승인을 먼저 받는 것이 급선무임. 한편, 아직도 불법적인 비공식 루트를 통해 한국산 메켈빙어가 발틱국가산, 싱가포르산으로 둔갑되어 러시아로 들어오고 있다고 함. 러시아에서 메켈빙어는 손질하지 않은 온마리 전체(냉동)를 그대로 판매하며, 소비자들이 직접 머리를 자르고 내장 제거하여 구워먹음. 가격(570루블/kg)은 비싸지만 텔리카테센 어종으로 인식되며 구소련시절부터 러시아소비자들에게 익숙한 애호되는 어종으로 수요가 매우 높음. 대서양연어보다 비싼 가격으로 실제 러시아시장에서 판매되는 어종 중 가장 비싼 가격대라 할 수 있음. 만약 한국산 메켈빙어가 직수입될 수 있다면, 모스크바에서 전부 다 판매 소진될 수도 있음. 현재 칠레산 메켈빙어가 러시아에 수입되고 있고, 러시아도 한국도 영국으로부터 쿼터를 받아서 어획하고 있음

- 러시아에서 인기있는 어종인 기름치(oilfish)의 경우, 한국업체가 한국선박에서 어획한 기름치를 싱가포르, 타이완에 판 후 그곳에서 가공되어 러시아로 공급되고 있음. 가공업체는 한국산 기름치를 원료로 피레트를 만들어 싱가포르산 기름치 피레트로 러시아로 들어옴. 한국 선박이나 생산지가 동식물검역국에 등록되지 않는 한 3국을 통해 수입되게 됨. 러시아에서 기름치의 99%는 훈제용(냉훈)으로 이용되고 연중 수요가 안정적으로 있음
- 훈제 유럽뱀장어의 경우, 중국, 타이완에서 수입되며 특히 일식레스토랑의 유행으로 러시아 틈새시장에서 수요 높은 품목임
- 고등어의 경우, 러시아에서 높은 판매량을 보이는 품목으로 스코틀랜드산 고등어(원료용)가 주로 수입되고(약 95%) 러시아 내에서 훈제하여 판매됨. 러시아에서 고등어는 구이용으로 거의 사용되지 않음
- 비싸지 않은 가격대의 가자미 피레트는 러시아에서 항상 수요가 높음. 가격이 비싼 넙치보다 가자미 수요가 더 많은 편임. 이외 러시아 소비자들은 흰살생선을 애호하며, 임의의 흰살생선피레트의 가격대가 2~3\$/kg이라면 수요는 항상 있음
- 러시아에서 굴과 가리비는 그리 많지 않은 규모로 소비되고 있음

▣ 러시아시장에서 수요 높은 품목

- 피레트 : 명태, 틸라피아, 민대구, 팡가시우스, 대서양붉은볼락
- 카르카스 : 명태, 오징어(러시아산), 해덕(러시아산), 빨간대구, 민대구(캐나다), 노토테니아(스페인산, 아르헨티나산) 등이 있음. 이중에서 저가의 대중적 어종인 명태, 오징어, 해덕, 빨간대구 순으로 판매량이 높음. 특히 오징어의 경우, 자국산 극동오징어(냉동)는 높은 품질을 자랑하고 껍질있는 상태로 판매됨. 이에 비해 경쟁국인 중국산 오징어(냉동)는 껍질이 제거된 채 판매되어 시간이 없는 주부들이 주로 사용함. 오징어는 주로 샐러드용으로 사용(약 95%)되며, 캔제품보다 냉동형태가 수요가 높음
- 냉동 수산물(카르카스, 피레트)의 경우, 러시아소비자들은 브랜드를 보고 제품을 선별하는 것이 아니라 가격과 얼음막 함량을 살펴보고 결정하기 때문에 브랜드는 중요하지 않음. 왜냐하면 러시아수입업체들이 원료를 수입하여 러시아에서 자체브랜드로 중량포장하여 유통매장에 납품하며 러시아 매장에 진열된 제품들에는 주로 투명 포장지에 러시아브랜드가 작게 기재되어 있고 원료의 원산지 표기는 되어 있지 않음. 따라서 소비자들은 투명포장 내부에 담긴 어류를 직접 눈으로 비교해서 살펴보고 주로 가격이 낮은 쪽을 선택함
- 반가공품 : 러시아산(시장점유율 90%)은 품질이 낮고 가격이 매우 싸며, 수입산(유럽산, 점유율 10%)은 품질이 높고 가격이 비쌈. 러시아수산물시장에서 반가공품은 전체 시장의 1~2%에 불과하며 대도시 혹은 슈퍼마켓체인점들에서 판매되고 있음
- 냉장 : 전체 시장에서 냉장수산물의 비중은 매우 낮으며, 대표적인 냉장어류는 대서양연어 정도를 들 수 있음. 고급생선레스토랑에서 냉장어류(유럽바다배스, 도미 등), 냉장새우 등이 사용되고 있으나 소량에 불과함. 신선도 유지를 위해 항공수송이 요구됨
- 조제품 : 안주용 건조오징어(스넥류)는 러시아에서 수요가 매우 높은 인기상품이고 전망 높은 비즈니스 품목임. 한국산과 중국산 등이 예전에 수입되었고 현재 원료를 수입하여 러시아 내에서 중량포장하고 있음(원료는 100% 수입산, 동식물검역국 등록 요구됨). 다양한 어종의 훈제, 염장제품이 판매되며, 주로 원료를 수입하여 러시아에서 훈제, 염장하고 있음. 예를 들어, 냉동청어를 수입하여 러시아에서 염장함

▣ 선호하는 원산지 및 그 이유

- 냉동새우, 민대구(캐나다): 그린란드 연안에서 새우를 어획하는 여러 국가들 중에서 캐나다의 어획량이 많고 동일한 품질 조건에 가격이 낮음. 민대구의 경우, 아르헨티나산(더 맛있고 가격이 더 비쌈)과 캐나다산(조금 저렴함)이 있음

- 홍다리얼룩새우(방글라데시): 방글라데시는 러시아세관에서 100% 특혜를 받는 국가로 지정되어 있어 관세율이 없기 때문에 유리함. 예를 들어, 인도산 홍다리얼룩새우 가격이 더 싸지만 러시아로 반입될 때 관세율이 붙어서 결국 방글라데시산보다 더 비싸게 됨. 만약 방글라데시가 특혜를 받지 않게 되면 더 이상 방글라데시산을 취급하지 않게 될 것임

- 피레트(중국), 오징어(아르헨티나, 스페인), 참오징어와 문어(인도)

향후 수입 품종 및 규모 전망

- 향후 새로운 수입 품종이 생겨난다면 한두 가지에 불과할 것으로 보이며 아마도 비싼 어종 중에서 생길 것으로 예상됨. 최근 10년간 러시아시장에서 새로 등장한 수입 품종은 팡가시우스와 틸라피아이며 그 외 신규 품종은 없는 상태임

거래시 주 고려사항

- 1)가격, 2)품질, 3)유통(물류), 4)프로모션 순으로 고려되며, 브랜드는 중요하지 않음. 예를 들어, 청어만 해도 지금까지 시장에 수백 가지의 브랜드가 존재했지만 청어 자체의 가격, 품질, 맛이 어떠한가를 평가하지 브랜드를 보고 선택하지 않음. 브랜드보다 오히려 원산지가 중요하게 평가될 것임

- 러시아시장에서 수산물의 선별은 가격대비 품질상태에 따라 좌우된다고 할 수 있음

한국산에 대한 인식

- 10년 전만 해도 한국산 게맛살이 유명했지만 이미 과거에 불과하고 더 이상의 한국산 수산물은 러시아시장에서 취급되지 않았기 때문에 현재 한국산에 대해 언급할 것은 없음

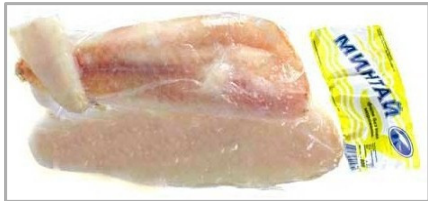
- 수산물 이외의 한국산 전반 제품의 경우, 한국산은 품질이 좋고 믿을 수 있으며 긍정적인 것으로 평가됨. 이제 한국산은 일본산의 품질 수준으로 올라선 것으로 인식됨. 유럽산은 고품질로 가격이 아주 비싸지만, 한국산은 품질도 좋으면서 가격도 비싸지 않음

- 만약 한국산 수산물이 러시아시장에 진입하게 된다면 가장 큰 경쟁상대국은 중국이 될 것임. 사실 중국은 전세계 국가들과 경쟁하고 있음. 또한 어떤 종류의 한국산 품목이 러시아시장에 들어오는가에 따라 경쟁상대국은 변하게 될 것임. 예를 들어, 한국산 기름치의 경쟁상대국은 싱가포르와 타이완이 될 것이며, 민대구의 경우 캐나다, 남미와 경쟁, 흰살생선 피레트의 경우 중국과 경쟁하게 될 것임

- 러시아시장에서 가능성 있는 수입품목은 새우 등의 해산물. 기름치, 훈제뱀장어, 굴, 참치캔 등을 들 수 있음
- ‘아르신텍’ 사 판매순위
 - 판매량 순위별: 명태피레트, 민대구피레트, 한류성새우, 홍다리얼룩새우, 바나메이새우 등
 - 매출액별: 해산물들(새우 등). 왜냐하면 새우가격은 명태보다 kg당 10배 더 비싸기 때문

주요 인기품목

명태(피레트)

구분	현지국산	중국산
품종	명태 피레트 냉동	명태 피레트 냉동
품질	별로*	모든 중국산은 좋은 품질은 아니지만 중간수준은 됨. 보통
가격	품질대비 비싸다	적당함
시장점유	- 경제위기 전에는 10% - 경제위기 이후 30%	- 경제위기 전에는 90% - 경제위기 이후 70%
유통시기	연중 - 9월~5월 판매량 높음(전반적으로 모든 냉동어류와 관계됨) - 6월~8월간에는 판매 급감	
계절수요	수요가 가장 높은 시기는 새해 전 무렵 9월~12월까지 수요 상승곡선, 1월~5월 차츰 하강곡선, 6월~8월 급격히 하강	
소비특징	밀가루 입혀 전을 부치거나 굽거나 튀김	
제품특징	무르만스크공장 이외의 경우 전반적으로 가공기술이 낮아서 품질이 떨어짐	가공 시에 폴리인산을 첨가하여 명태가 물을 흡수하도록 함(35% 물을 더 함유), 화학제 사용. 가시제거 잘함
제품단가	86루블/kg	88루블/kg
해당 매장의 제품 점유율	20%	80%
사진	-	

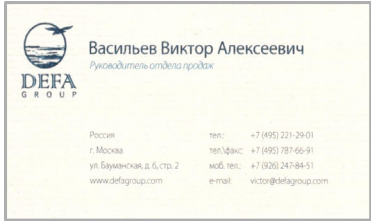
* 피레트는 무르만스크지역 공장(수출용가공공장)에서 가공된 경우에는 이상적인 품질 상태로 유럽수준과 동일함. 이 지역에서는 바로 잡은 신선어류(수달, 해덕)를 사용하며 품질이 매우 뛰어나고 가격이 비쌌. 그 외 다른 지역에서는 가공기술 낮음. 심지어 지하작업장에서 가공된 경우 품질이 매우 나쁨

민대구(카르카스)

구 분	현지국산	캐나다산	아르헨티나산
품 종	-	<i>Merluccius Productus</i>	<i>Merluccius hubbsi</i>
품 질	뛰어남	뛰어남	매우 뛰어남
가 격	적당함	비싸다	매우 비싸다
시장점유	2%	90%	8%
유통시기	9월~5월 (12월이 최상)		
계절수요	9월~5월 (12월이 최상)		
소비특징	밀가루 입혀 전을 부치거나 굽거나 튀김		
제품특징	캐나다·아르헨티나산보다 품질이 떨어지고 맛이 덜함	품질이 좋지만 아르헨티나산보다 조금 떨어짐	해상선박에서 냉각, 캐나다산보다 더 맛있음
제품단가	-	80루블/kg	90~95루블/kg
판매비중	시장에서 큰 의미를 갖지 않을 정도	100%('아르신텍' 사의 경우)	-
사 진			

마. 대형수입업체 '데파 그룹(DEFA GROUP)'

- 인터뷰 일시 : 2011년 6월 27일 12시
- 인터뷰소요시간 : 1시간 20분
- 담당자 : 빅토르 바실리에프
- 지위 : 판매부장
- 취급관련 수산물 : 냉동어류, 해산물, 신선 연어류 등



업체설명 : 러시아시장에 10년 이상 종사하는 대형수입업체로 러시아전역에 걸쳐 수산물 도매공급을 하고 있음. 자체 브랜드('피시카')를 소유하고 있으며 본사는 상트-페테르부르크에 위치함. 대형소매유통체인점(아산, 카루셀, 크바르탈, 렌타, 페레크레스톡, 오케이, 삐쵸로치카 등)뿐만 아니라 도매유통업체, 어류가공업체에 수산물을 공급

▣ 현재 수산물 시장경기 및 전망

- 현재 시장은 하락세에 놓여있고 교역(유통)도 약한 상태임. 판매규모는 전년대비 감소. 아직 경제위기 영향이 가시지 않은 상태임. 거래파트너들의 지불능력이 약해진 상태여서 어류를 적게 구입하거나 더 저렴한 어류를 구입하는 식임
- 경제위기 전의 상태로 되돌아갈 것으로 보이지만 향후 얼마나 걸릴지 짐작 불가능함. 현재 전반적으로 경제가 회복되고 있지만 상품가격이 매우 높은 상태이며, 어류의 경우에도 높은 가격 때문에 경제위기 전보다 어류소비가 줄었고 판매량도 감소함. 합당한 가격대라면 수요는 증가할 것임(예를 들어, 대서양연어 330루블/kg이면 수요 있음).

▣ 수입산 수산물 시장동향

- 경제위기 전보다 수입산 품목은 감소하고 있음(예전보다 어류 종류가 다양하지 못함). 가격이 상승하고 있어 수입물량(규모) 또한 감소세임. 이에 비해 러시아산 일부 품목(태평양청어)은 증가세. 데파그룹의 경험상 소량이긴 하지만 점차 러시아산 증가세, 수입산 감소세를 체감하고 있음

▣ 주요 수입국 및 취급수산물

- 노르웨이(부어, 청어, 고등어, 열빙어, 청어피레트, 붉은살생선(연어류)), 중국(틸라피아피레트, 명태피레트, 민대구피레트), 베트남(팡가시우스피레트), 칠레(무지개송어, 오징어피레트), 아일랜드 순을 보임
- 모든 어종은 냉동형태로 수입하며, 예외로 노르웨이산 연어류, 무지개송어는 냉장형태로 수입함. 최근 들어 해산물을 취급하지 않고 있음. 카르카스와 피레트 형태로 수입

▣ 수입산의 소비

- 자국산과 비교하여 제철소비가 다르다고 할 수 있지만, 수입산 어종시즌에는 자국산 취급하지 않고 자국산 어종시즌에는 수입산 취급하지 않음(수입업체의 상품구매시기는 어종 어획시즌과 밀접하게 연관되어 있음). 수입업체와 가공업체, 유통업체 등의 창고에 시즌별로 개별 어종들이 구입되어 연중 보관(냉동, 냉장형태)되어 있기 때문에 결국 최종소비자의 경우 상점들에서 연중 동일한 어종을 구매 가능함
- 데파그룹에서 가장 많이 판매되는 어류, 어류제품: 노르웨이산 청어(손질하지 않은 온마리 냉동), 청어피레트, 고등어, 노르웨이산 냉장연어, 칠레산 냉동 곱사연어, 열빙어(노르웨이산, 아이슬란드산)

- 데파그룹에서 수입산 원료(포장되지 않은 원료만 취급, 대부분 냉동형태, 카르카스 혹은 피레트 형태)를 구입하여 가공업체에 납품하면, 가공업체는 어류를 가공하여 유통업체에 연중 공급하며, 혹은 데파그룹에서 직접 중량별로 나누어 대형유통업체에 직접 공급하기도 함(20kg짜리를 1kg별로)

■ 어종별 시즌 및 공급형태

- 청어(온마리, 피레트) : 수입산 시즌 9월에서 2월까지, 자국산 시즌 여름철. 블록으로 냉각시킨 형태로 공급
- 고등어(온마리) : 겨울철(수입산)이 가장 좋을 때임(10월에서 2월까지), 데파그룹은 자국산 고등어를 취급하지 않지만 시장에서는 여름철(머리제거한 고등어)에 조금 유통되고 있음. 블록으로 냉각시킨 형태로 공급
- 연어(온마리) : 노르웨이산 양식은 연중, 자국산 은연어와 곱사송어는 8월에서 10월까지 어획된 후 연중 판매. 개별냉각 형태로 공급
- 데파그룹은 러시아산 냉동 곱사송어를 구입하며, 당사(수입업체)이 생산자에게 공급하면 조각으로 잘라서 훈제, 염장하고 있음
- 열빙어 : 블록으로 냉각시킨 형태로 공급
- 보통 수입업체는 원료용 온마리(냉동) 형태로 구입하여 가공업체에게 넘기는데, 왜냐하면 개별 생산자마다 원하는 부위와 용도가 다르기 때문임. 생산자 고유의 기술방법으로 슬라이스, 조각, 피레트 등으로 커팅해서 염장, 훈제, 마리네이드, 페이스트 등을 다양하게 만들

■ 자국산과 수입산의 소비비율 및 전망

- 국내시장에서 수입산의 소비는 60%, 러시아산 40% 소비비율을 보임. 하지만 향후 5년 후에는 이 소비비율이 40% : 60%로 바뀔 것으로 예상됨
- 그 사유로는, 첫 번째, 수입산의 가격이 더 비싸기 때문이며 가격이 저렴한 러시아산에 대한 수요는 계속 높아질 것임. 두 번째로, 자국민들이 자국산 수산물을 소비하도록 홍보, 조장하는 러시아정부의 자국수산업 보호정책으로 인한 것임. 러시아산은 인공양식이 아닌 자연산으로 더 몸에 이로우며 유전자변형물질도 사용하지 않다고 강조하고 있고 이로 인해 러시아 소비자들은 향후 5년 내 자국산 수산물 소비를 더 선호하게 될 것임
- 따라서 ‘데파그룹’ 에서도 향후 소비자들의 선호도가 바뀔에 따라 러시아산 수산물을 더 구매하게 될 것이라고 언급함

선호하는 원산지 및 이유

- 노르웨이, 칠레, 베트남, 아이슬란드, 중국, 스코트랜드 등
- 상기 원산지의 수산물은 러시아시장에서 오래전부터 수요가 높았으며 가격이 저렴하면서 품질이 좋음. 무엇보다 가장 중요한 것은 가격과 품질이며, 가격대비 품질 상태가 좋으면 다른 원산지 제품도 취급할 용의가 항상 있음. 또한, 납품시일이 빨라야 하는데, 컨테이너 운송을 기피하고 있음. 예를 들어, 노르웨이산 청어는 선박으로 5~7일 이내 배송 받고 있고, 컨테이너일 경우 2주가량(14일~15일) 걸림

수입 품종 및 규모의 전망

- 현재 수산물소비는 경제위기 이전의 상태로 되돌아가고 있기 때문에, 러시아산의 소비가 이전보다 늘어남에도 불구하고 수입 규모도 증가할 것으로 예상됨. 따라서 러시아산과 수입산의 품종 및 규모 모두 증가할 것으로 보임
- 현재 ‘데파그룹’ 이 개발하고 있는 신규품종으로는 유럽바다배스(냉장), 도미(냉장)가 있고, 냉장형태로 운송하기에 적합한 거리에 위치한 터키와 그리스에서 수입하고 있음. 이 품종들은 대형슈퍼마켓과 피시레스토랑에서 수요가 있어 전망이 높음
- 러시아는 경제위기 후 중간급이 부재한 상태이며 프리미엄급(연어류, 유럽바다배스, 도미 등)과 저가가격대(열빙어, 청어, 킬카, 살라카, 명태, 대구, 임연수어 등) 두 가지 형태만 시장에 존재함. 소득원이 높은 소비자들은 경제위기에도 프리미엄급을 주로 구매하기 때문에 프리미엄급의 수요가 여전히 있으며 일반 중·저소득층 소비자들은 더욱 저가 상품들 구매를 추구하고 있음. 예외적으로 델리카테센¹³⁾ 제품인 훈제고등어의 경우 가격이 비쌌에도 불구하고 모든 러시아 소비자들이 애호하는 품목으로 소량이라도 정기적으로 구매하고 있음
- 현재 건조미역의 수요는 감소추세에 있어서 중국산을 소량 구매하고 있음
- 뱀장어의 경우 시장에서 수요가 있고, 한국산 냉동 뱀장어(블록형태)가 있다면 살펴볼 의향이 있음

슈퍼마켓에서 수산물(수입산과 자국산 포함) 점유율(판매비율)

- 신선 30%, 요리 및 조제품(훈제, 염장, 냉동반가공품 등) 30%, 캔제품 20%, 냉동(피레트, 카르카스) 20%

13) '델리카테센'은 '평범한 식품과 구별되는 고급스럽고 맛있고 희귀한 진미'를 의미. 희귀하니 주로 가격이 비쌌. 수산물에서는 철갑상어, 캐비아, 붉은살생선(연어류) 등이 델리카테센 품목으로 인식되고 있음. 러시아에서 연어류는 현재 보급이 많이 되었지만 아직 델리카테센한 것으로 인식됨. 각 나라마다, 시대마다 델리카테센 식품으로 인식되는 품목은 변화되고 있음

☐ 거래시 주 고려사항

- 1)품질, 2)브랜드(회사 이미지), 3)가격 순으로 중요시함
- 신규회사의 경우 제품 품질이 우선되며, 프로모션은 큰 역할을 하지 않음. 우선 품질이 나쁘면 시장진입조차 힘들 것임. 이에 비해 러시아시장에 진입한지 오래 되어 이미 자리를 잡은 회사(10년 정도)의 경우 제품 품질은 이미 알려져 있기 때문에 이때는 프로모션에 신경써야 할 것임
- ‘데파그룹’ 은 트레이드이기 때문에 품질 상태를 알아보기 위해서 가공업체에 샘플을 보내어 가공업체에서 필요로 하는 적합한 제품(크기, 색깔, 지방함량 등)인지 평가를 받고 나서 생산업체를 선정하고 있음. 따라서 생산업체와 계약을 맺기 전에 항상 샘플을 먼저 받아 평가과정을 거치고 있음

주요 인기품목

청어(손질하지 않은 온 마리 냉동)

구 분	현지국산	노르웨이산	아이슬란드산
품 종	태평양청어	대서양청어	대서양청어
품 질	보통	뛰어남	뛰어남(노르웨이산보다 조금 뒤떨어짐)
가 격	적당함	비싸다	비싸다(노르웨이산보다 조금 더 저렴함)
시장점유	30%	50%	20%
유통시기(수입업체 구매시기)	창고보관으로 인해 연중판매 (봄)	연중판매 (가을, 겨울)	연중판매 (가을, 겨울)
계절수요	9-2월 (청어는 지방이 높기 때문에 러시아인들은 날씨가 추울 때 청어 선호, 여름철에는 야외에서 샤실릭(꼬치고기)을 구워먹음)		
소비특징	염장(주요), 훈제	염장(주요), 훈제	염장(주요), 훈제
제품특징	손질하지 않은 온마리(손질해 잘라서 판매하지 않음)	머리·내장 제거 등 손질해서 피레트를 조각으로 잘라서 판매 혹은 온마리 판매	노르웨이산과 동일
제품단가	48루블/kg	52루블/kg	50루블/kg
판매비중	10%	70%	20%

고등어(손질하지 않은 온 마리 냉동, 원료용)

구분	노르웨이산	스코틀랜드산	아이슬랜드산
품종	대서양고등어	대서양고등어	대서양고등어
품질	뛰어남	뛰어남	보통
가격	비싸다	비싸다	적당함
시장점유	40%	40%	20%
	매년 쿼터가 다르고 품질이 다르기 때문에 점유율은 매년 변동됨		
수입업체 구매시기	가을, 겨울	가을, 겨울	가을, 겨울
계절수요	연중(참고보관으로 인해) 고등어훈제는 여름철에도 팔리지만 조금 판매 감소(지방이 많아서)	연중 여름에 조금 감소	연중 여름에 조금 감소
소비특징	훈제(95%), 염장(5%) : 보통 훈제고등어는 술안주로 소비	훈제(95%), 염장(5%)	훈제(95%), 염장(5%) : 염장고등어는 주부들이 직접 손질해서 사이드 디시로 소비(살은 감자와 함께)
제품특징	보통 겨울철 어획한 것은 훈제용으로 사용, 여름철 어획한 것(소량 어획)은 기름이 많아서 훈제 안하고 염장으로 사용		
제품단가	110루블/kg	106루블/kg	105루블/kg
판매비중	30% 판매비중은 매년 다름	70%(가격이 노르웨이산보다 조금 더 저렴해서) 판매비중은 매년 다름	좋은 품질이 있다면 100% 아이슬랜드산을 구매하나 현재 그런 상품은 없음(노르웨이산과 스코틀랜드산보다 가격이 싼 대신 품질이 떨어짐)

무지개송어(rainbow trout)

구분	현지국산	칠레산	노르웨이산
품종	카렐리아 양식 무지개송어	양식 무지개송어	피오르드 양식 무지개송어
품질	별로	뛰어남	매우 뛰어남
가격	싸다	비싸다	매우 비싸다
시장점유	5%	70%	25%
구매시기	여름	연중	연중
계절수요	여름	연중(특히 겨울철에 수요가 높고 여름철에 감소)	연중(특히 겨울철에 수요가 높고 여름철에 감소)
소비특징	조각으로 잘라서 신선형태로 판매, 훈제, 일식점에 납품되지 않음	훈제, 염장, 스테이크용으로 판매	스시바 등 일식점 납품*, 신선 판매, 염장, 훈제 스시바에서는 냉장형태만 구매하며, 가격·품질 면에서 노르웨이산이 가장 적합한 것으로 평가됨
제품특징	냉장(머리있음, 내장제거) 냉동(머리제거, 내장제거)	칠레는 원거리에 위치하기 때문에, 냉동(머리제거, 내장제거)형태로만 러시아 공급	냉장(머리있음, 내장제거) 냉동(머리제거, 내장제거)
제품단가	215루블/kg(냉장)	240루블/kg(냉동)	270루블/kg(냉장)
판매비중	5%	85%	10%

* '데파그룹'에서는 일식점으로 식재료를 납품하지 않으며 대형소매유통체인점으로 납품함

4. 러시아 주요 수산물업체 사이트

가. 수산업 관련 사이트

연방 수산청

- 수산업 관련 법규, 어획량 현황, 수산업 관련 뉴스 등 조회 가능
- <http://fish.gov.ru/Pages/Default.aspx>

어업모니터링시스템센터

- 어종별 쿼터, 어획량, 어류제품 생산량, 수산업 관련 법규 등 조회
- <http://www.cfmc.ru/>

동식물검역국

- 검역 및 수출입 관련 규제, 규정 등 조회
- <http://www.fsvps.ru/fsvps>

수산업 관련 뉴스, 업종별 업체 조회, 수산물 가격 조회

- 피시 넷 : <http://www.fishnet.ru/>
- 피시 포털 : <http://www.fishportal.ru/>
- 피시 리테일 : <http://fishretail.ru/>
- 피시 인더스터리 : <http://www.fishindustry.net/>
- 피시 뉴스 : <http://fishnews.ru/>
- 피시 리소스 : <http://www.fishres.ru/>
- 피시-시푸드 : <http://www.fish-seafood.ru/>
- 극동지역 수산업체 동맹 : <http://www.dalryba.ru/>
- 어민신문 : <http://www.fishonline.ru/>
- 어류유통시스템 : <http://www.fishery.ru/>

나. 바이어 리스트¹⁴⁾

회사명	관 련 정 보
ZAO Russkaya Rybnaya kompaniya (모스크바)	- 주소: 115114, Moscow, St. Letnikovskaya, 10/5 - 전화: +7-495-775-7661~2 - Fax: +7-495-775-7662 - e-mail: info@rusfishcom.ru - Site: http://www.rusfishcom.ru/ - 취급품목: 신선냉동, 냉동, 냉장 어류·해산물 - 업종: 수입, 수출, 도매구입, 도소매납품, 요식업체·HoReCa 납품 (본사 모스크바 위치, 이외 러시아 22개 지역 사무소)
ShalnoFF (니즈니 노브고로드)	- 주소: Russia, Nizhniy Novgorod, prospekt Lenina, 31/2, office №12 - 전화: +7-831-245-5553 (director: 블라디미르 살노프), 245-4551 - Fax: +7-831-252-5920 - e-mail: shalnov@ryba-optom.ru - Site: http://www.ryba-optom.ru/ - 취급품목: 어류·해산물 냉동, 냉장, 건조, 반가공품, 피레트, 기타어류제품 - 업종: 수입, 도매납품, 요식업체·HoReCa 납품, 도매구입
OOO Unitrade (모스크바)	- 주소: Moscow, St. Izhorskaya, 7 - 전화: +7-926-539-8156 (director: 알렉산드르), +7-905-716-0012 - Fax: +7-495-787-0781, 486-4703 - Site: http://www.ooounitrade.ru - 취급품목: 신선냉동, 냉동 어류·해산물 - 업종: 수입, 수출, 도매납품
OOO Fly fish (모스크바)	- 주소: 119334, Moscow, St. Akademika Nesmeyanova, 2 - 전화: +7-495-641-3838, 642-8630 - Fax: +7-495-641-3838, 642-8630 - Site: http://www.flyfish.fishnet.ru/ - 취급품목: 신선냉동, 냉동 어류·해산물(대서양고등어, 대서양청어, 대서양볼락, 열빙어, 민대구, 콩치, 명태, 오징어 등), 기타어류제품 - 업종: 수입, 도매납품
OOO Sebastes (모스크바)	- 주소: 123308, Moscow, 1-st Magistralny tup. 5A - 전화: +7-495-725-5577 - Fax: +7-495-988-7801 - Site: http://www.sebastes.ru - 취급품목: 신선냉동, 냉동, 냉장 어류·해산물(가리비, 미역, 오징어, 새우, 민대구, 연어, 정어리, 틸라피아, 홍합, 명태, 볼락, 넙치, 팡가시우스, 콩치, 청어 등), 피레트 - 업종: 수입, 도매구입, 도소매납품

14) 회사형태: OOO 유한책임회사, OAO 개방주식회사, ZAO 폐쇄주식회사, GK 그룹 컴퍼니, TK 트레이딩 그룹

회사명	관 련 정 보
OOO Sadra GK	<ul style="list-style-type: none"> - 주소: Moscow, St. Vavilova, 83 - 전화: +7-495-937-5731 - Fax: +7-499-134-4041 - Site: http://sadra.ru - 취급품목: 신선냉동, 냉동, 냉장 어류 · 해산물, 피레트 - 업종: 도매구입, 도매납품
OOO Panafish (블라디보스토크)	<ul style="list-style-type: none"> - 주소: 690003, Vladivostok, St. Bestuzheva, 21A, office 106 - 전화: +7-4232-44-6920 - Fax +7-4232-44-6944 - Site: http://www.panafish.ru/ - E-mail : office@panafish.ru - 취급품목: 가리비, 미역, 오징어, 새우, 민대구, 연어, 틸라피아, 홍합, 가자미, 명태, 볼락류, 넙치, 팡가시우스, 콩치, 청어 등(신선냉동, 냉동, 피레트, 기타 어류제품, 캐비아) - 업종 : 수입, 도매납품
OOO TK DEFA (모스크바, 상트-페테르부르크)	<ul style="list-style-type: none"> - 주소: Moscow, Leningradskoe shoshe, 65, stroenie 5 / Saint-Petersburg, St. Repisheva, 14 - 전화: +7-495-221-2901, +7-812-448-5144 - Fax: +7-495-221-2901 - e-mail: moscow@defagroup.com - Site: http://www.defagroup.com/ - 취급품목: 신선냉동, 냉동, 냉장 어류 · 해산물 - 업종: 수입, 도매납품
ZAO Murmansktorgsna bservice (MTSS) (무르만스크)	<ul style="list-style-type: none"> - 주소: 183038, Russia, Murmansk, prospekt Lenina, 31, office 18 - 전화: +7-8152-25-6769, 25-6733, 25-4471 - Fax: +7-8152-25-4280 - Site: http://mtss-fish.com - 취급품목: 신선냉동, 냉동, 냉장 어류 · 해산물 - 업종: 수입, 도매납품
GK Severnaya Buhta (모스크바)	<ul style="list-style-type: none"> - 주소: Moscow, Ogorodny proezd, 16 (Moshladokombinat №9) - 전화: +7-499-253-4901, 253-4974 - Fax: +7-499-253-4965 - Site: http://www.nordbay.ru - 취급품목: 북방새우, 연어, 명태, 틸라피아, 곱사연어, 민대구 등 - 업종: 수입, 도매납품
OOO Novy Vostok (모스크바 주)	<ul style="list-style-type: none"> - 주소: Moskovskaya oblast, city Lyubertsy, St. Kirova, 26 - 전화: +7-495-661-7957, +7-915-059-7000 - e-mail: 6617957@mail.ru - 취급품목: 건조 어류 · 해산물 - 업종: 수입, 도매납품

회사명	관 련 정 보
GK Agama (모스크바 주)	- 주소: 143581, Moskovskaya oblast, Istrinskiy raion, Pavlo-Slobodsiy selski okrug, d.Leshkovo, 210 - 전화: +7-495-580-9640 - Fax: +7-495-580-9640 - Site: http://www.agama.info/ - 취급품목: 가리비, 오징어, 킹크랩, 대게, 새우, 홍합, 명태, 넙치, 팡가시우스, 대구, 참치 등 - 업종: 디스트리뷰터, 도매판매
OOO Apio-KM (모스크바)	- 주소: Moscow, St. Prishbina 3 - 전화: +7-499-502-6030 - Site: http://www.fishsword.com/ - 취급품목: 가자미, 명태, 넙치, 팡가시우스, 콩치, 청어, 연어, 고등어, 대구, 참치 민대구, 곱사연어 등 - 업종: 디스트리뷰터, 수입, 도매판매, 바이어, 선박임대, 선박구입/판매, 수출
Baltiyskaya Rybnaya Kompaniya (칼리닌그라드)	- 주소: Kaliningrad, Leninskiy prospekt, 13-A - 전화: +7-4012-728150 - Fax: +7-4012-728160 - Site: http://www.baltrybkom.ru/ - 취급품목: 오징어, 미역, 가자미, 곱사연어, 명태, 볼락류, 넙치, 콩치, 청어, 고등어, 민대구, 참치, 연어 등 - 업종: 수입, 도매판매, 소매유통
OOO Bioresurs LTD. (상트-페테르부르크)	- 주소: 195271, Russia, Saint-Petersburg, St. Bestuzhevskaya 10, office 305 - 전화: +7-905-257-3333 - Fax: +7-812-680-2520 - Site: http://www.bioresursltd.ru/ - E-mail: info@bioresursltd.ru - 취급품목: 가리비, 오징어, 새우, 홍합, 문어, 곱사연어, 가자미, 연어, 명태, 청어, 민대구, 대구 등 - 업종: 디스트리뷰터, 수입, 어류가공설비, 도매판매, 바이어, 창고서비스
OOO VEL FISH (모스크바)	- 주소: Moscow, St. Michurinskiy prospekt, 54 - 전화: +7-495-642,6092, +7-916-555-6092 - Site: http://wellfish.ru/ - E-mail: wellfush@rambler.ru - 취급품목: 가자미, 명태, 민대구, 잉어, 유럽붕어, 농어과(pikeperch) 등 - 업종: 수입, 도매판매
OOO VESTA (모스크바)	- 주소: 121351, Moscow, St. Molodogvardeyskaya a/ya 174 - 전화: +7-495-981-1364 - Fax: +7-495-981-1365 - Site: http://www.greenwichwest.ru/ - 취급품목: 오징어, 미역, 가자미, 명태, 참치, 정어리, 전갱이 등 - 업종: 디스트리뷰터, 수입, 도매판매, 어류가공, 창고서비스

회사명	관 련 정 보
OOO Vladfish Trade (블라디보스토크)	<ul style="list-style-type: none"> - 주소: 690074, Vladivostok, St. Snegovaya, 64 - 전화: +7-4232-975193 - Fax: +7-4232-535275 - Site: http://www.vladfish.ru/ - 취급품목: 오징어, 문어, 가자미, 명태, 볼락류 등 - 업종: 수입, 도매판매, 어류 및 해산물 수송
OOO Istok-2 (상트-페테르부르크)	<ul style="list-style-type: none"> - 주소: 196240, Saint-Peterburg, St. Kostyushko 19 - 전화: +7-812-722-0709, +7-812-723-2258 - Fax: +7-812-722-0709, +7-812-723-2258 - Site: http://www.istokfish.ru/ - 취급품목: 오징어, 새우, 곱사연어, 명태, 볼락류, 청어, 대구, 연어, 민대구 - 업종: 수입, 도매판매
OOO Foodtrader (블라디보스토크)	<ul style="list-style-type: none"> - 주소: 690039, Russia, Vladivostok, Prospekt 100-let Vladivostoku, 103, office 226 - 전화: +7-4232-31-6621, +7-4232-31-9248 - Fax: +7-4232-31-9248 - Site: http://www.foodtrader.ru/ - 취급품목: 청어, 명태, 민대구, 팡가시우스, 연어, 오징어 등 - 업종: 디스트리뷰터, 도매유통, 수입
Company CBETOCH (블라디보스토크)	<ul style="list-style-type: none"> - 주소: Vladivostok, St.Nerchinskaya 50-23 - 전화: +7-4232-790111, 428748 - Fax: +7-4232-425162 - Site: http://www.fishline.biz/ - E-mail: fish@fishline.biz - 취급품목: 가리비, 오징어, 킹크랩, 명태, 넙치, 콩치, 청어, 대구 등 - 업종: 디스트리뷰터, 수입, 도매판매, 바이어, 항구서비스, 어업, 수출
OOO Mega Line (상트-페테르부르크)	<ul style="list-style-type: none"> - 주소: Saint-Petersburg, St. Ruzovskaya 21 - 전화: +7-812-380-0840 - Fax: +7-812-380-0841 - Site: http://www.megalinefish.com/ - 취급품목: 가리비, 오징어, 게, 새우, 홍합, 문어, 굴, 가자미, 연어, 명태, 청어, 민대구, 참치, 고등어, 틸라피아, 팡가시우스 등 - 업종: 디스트리뷰터, 수입
BARRACUDA (상트-페테르부르크)	<ul style="list-style-type: none"> - 주소: 194100, Saint-Petersburg, St. Kantemirovskaya, 12, office 147B - 전화: +7-812-320-3052 (세르게이 마즈마노프) - Fax: +7-812-320-3052 - Site: http://www.barracudatrade.com/ - 취급품목: 오징어, 미역, 명태, 콩치, 청어, 정어리, 고등어, 대구, 민대구, 넙치 등 - 업종: 수입, 도매판매, 통관서비스
OOO Nordic Seafood Rus (상트-페테르부르크)	<ul style="list-style-type: none"> - 주소: 195112, Saint-Petersburg, Business Center Gepprebor, Malohtinskyi prospect 68, Liter A, Office 113 - 전화: +7-812-333-1490 - Fax: +7-812-333-1492 - e-mail: nordicseafood@mail.ru - Site: http://www.nordicseafood.ru/ - 취급품목: 신선냉동, 냉동, 냉장 어류·해산물, 피레트 - 업종: 수입, 수출, 도매납품, 요식업체·HoReCa 납품



부록 1

FAO 수산전망 2011

향후 10년(2011-2020) 세계 수산(Fish) 전망¹⁵⁾

가. 시장 현황(Market situation)

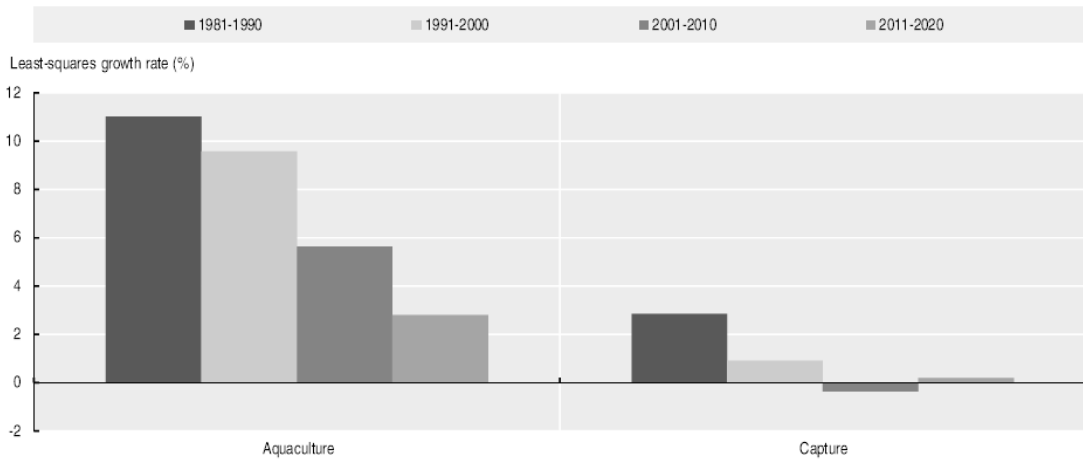
- 2009년의 수산물 가격 급락과 수요 감소와 무역거래 감소는 2010년과 2011년 초반에 회복세임. 개발도상국의 소비자수요는 매우 강한 상황
- 세계1인당 수산물소비량은 2008, 09년에 1년 17kg(생물기준)에서 2010년 소폭 상승함. 동물성 단백질 섭취량 중 수산물은 15.7%로 단백질 섭취량 중 수산물단백질은 6.1%
- 수산물 수출가격과 국내시장가격이 상승함. FAO 수산 가격지표를 보면 특히 양식수산물가격이 가장 높은 수준을 보이고 있음. 2011년 초 양식 수산물은 2008년 9월보다 23% 가격이 상승함. 어획가격은 급락이후 최근예야 이전수준을 회복함
- 2009년 세계 총 수산물 생산량은 145백만 톤. 어획부분은 다소 감소하고 양식생산량은 증가함. 2010년 어획량은 라틴아메리카 멀치 어획량 대폭 감소하고 양식생산량 비중은 증가함

나. 향후 주요 전망(Projection highlights)

- 2020년 수산 생산량은 164백만 톤에 이를 전망. 2008-2010년 평균 생산량 대비 15% 증가할 것임. 증가분은 대부분 양식생산량에서 증가할 것으로 보임. 양식부분은 연 2.8% 성장률을 보일 것임
- 수산가격(어획, 양식, 무역)은 2015년 이후부터 상승예정. 어류용 사료, 기타 사료 가격 상승으로 양식수산물과 어획수산물가격도 상승할 것
- 전체 수산물과 수산제품은 높은 무역거래량을 보일 것이며 2020년에는 세계 수산생산량의 38%가 수출될 전망. 2020년 세계 1인당 수산물 소비량은 17.9kg에 이를 것임

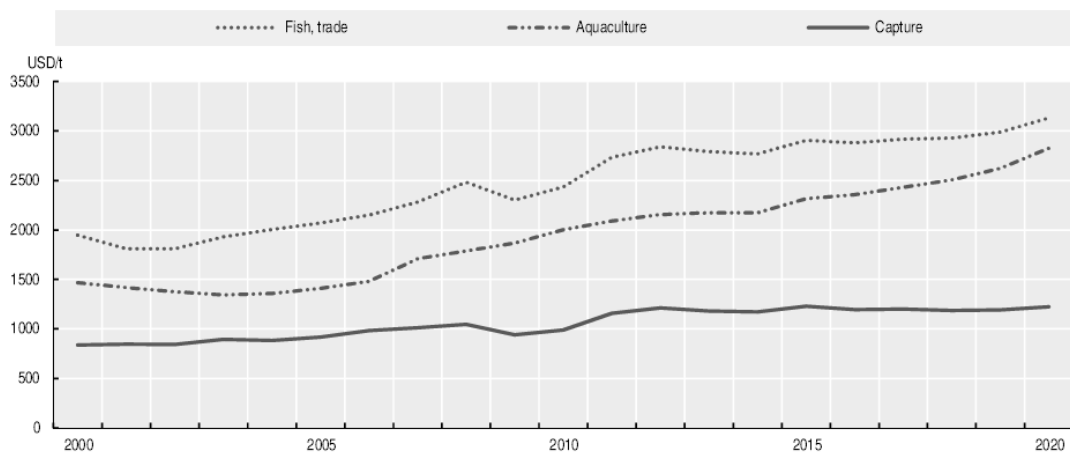
15) fish: 어류, 갑각류, 연체류와 기타 수생동물(수생포유류, 악어, 수생식물제외, OECD-FAO 농업전망 2011-2020에서 fish 부분 발췌

<수산 생산량 성장률 감소세>



Source: OECD and FAO Secretariats.

<어획 수산물 대비 양식 수산물 가격상승 2000-2020전망>



Source: OECD and FAO Secretariats.

다. 시장 트렌드와 전망(Market trends and prospects)

가. 가격(prices)

- 세계 수산물 가격은 계속해서 오를 전망이다(2010년과 2011년 초와 같은 흐름). 소득증가와 인구증가, 어획수산생산량의 정체, 사료비 상승, 미국달러 약세와 유가 상승에 영향을 받을 것임. 어획과 양식수산물에 있어 사료와 먹이가격상승으로 평균가격은 중반기이후 상승할 것으로 전망됨. 어획수산물 평균가격은 잡으면 잡을수록 가격이 하락하여 양식수산물보다 가격상승이 덜 할 것임. 세계의 어획어종의 가격은 평균 23%상승할 것임. 반면 양식어종은

2008-2020년 평균 대비 50% 상승할 것임. 어류사료 가격상승에 대한 보상으로 양식가격은 강력한 해당국내수요로 인해 가격이 상승할 것. 2020년에는 수산제품은 2008-2010 평균보다 30% 증가한 가격으로 무역거래 될 것임

- 어획량 정체로 수산물에 대한 수요증가는 양식산으로 대체될 것임. 양식에서 종실유박(oilseed meal)으로 어분을 대체하기는 어려울 것. 어분에 대한 수요는 높아지고 안정된 생산으로 어분가격은 2009년 이후 상승하고 있고 다가오는 10년 동안 큰 폭으로 상승할 것임. 2008-10년 평균가격의 43%. 같은 기간 어유(fish oil)가격은 19%상승할 것. 대부분의 어유생산분은 양식생산에 사용될 것으로 어유시장은 다소 증가할 것임

■ 생산(Production)

- 수산물 소비 증가는 세계 수산물 생산을 2020년까지 164백만 톤까지 끌어올릴 것. 이는 2008-10년 평균의 15%상승한 물량임. 양식생산 증가는 어획생산량 증가를 상쇄할 것임. 어획분은 90백만 톤으로 정체되고 가격상승으로 소폭 증가 예상. 이 전망치에는 엘리뇨현상으로인한 영향과 어획생산이 포함됨. 남아메리카 특히 페루와 칠레의 멸치 어획량 감소를 가져올 것
- 양식생산은 계속 증가하여 2020년 74백만 톤에 이를 전망. 2008-2010년 평균 대비 34.8% 증가 전망. 연 성장률은 2.8%임. 그 전 10년 대비 5.6% 성장. 낮은 성장률에도 양식생산은 식품생산시스템에 비해 빠른 성장을 할 것. 2008-2020평균대비 38%성장할 것임. 2015년 양식수산물의 섭취량은 어획수산물 섭취량을 추월할 것으로 전망됨. 양식수산물은 2008-2010년 평균 47%를 차지하였으나, 2015년에는 그 섭취비중이 51%, 2020년에는 54%에 이를 것임
- 아시아에서 중국은 양식생산의 주요역할을 지속적으로 할 것이며 2020년 중국의 양식 생산량은 세계생산의 61%를 차지할 것임. 라틴아메리카, 특히 브라질은 수산부문 경제투자자로 성장할 것. 아프리카 생산은 향후 10년간 70% 성장 할 것(1.7백만 톤). 경제성장과 지역 정책이 양식생산량을 증가시킬 것
- 어분과 어유생산은 다소 안정적 일 것임. 2020년 물량기준 각 5.9백만 톤, 1백만 톤 일 것으로 전망됨. 2020년 어분생산은 2%증가(2008-2010평균대비). 어분생산은 인류의 식용 수산물증가로 2008-2010의 23%에서 21%로 감소할 것. 엘리뇨현상이 예측되는 2015년과 2020년에는 다소 감소할 것(멸치어획감소, 어분감소와 어유감소). 어분에 대한 강력한 수요는 어류부산물의 어분생산을 증가할 것. 소비자의 소득향상으로 피레트 수요증가 혹은 기타 부가가치 생산품에 대한 증가로 어분에 사용될 부산물이 증가할 것. 어분의 주요생산자(페루와 칠레)의 생산은 2020년 28%에 이를 전망임(2008-2010년의 30% 대비)

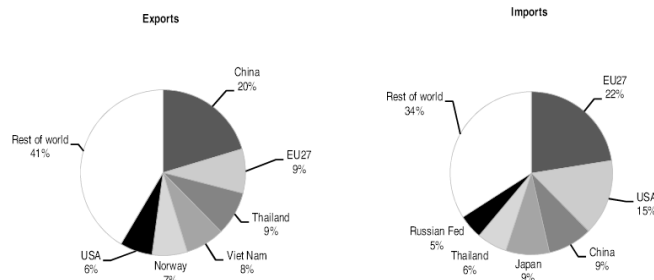
☐ 소비(Consumption)

- 수산물 소비량은 1인당 2020년 17.9kg에 이를 전망(2008-10년 17kg대비). 오세아니아와 유럽이 여전히 높은 소비량을 보일것이나 모든 대륙에서 소비량이 증가할 것. 일본과 캐나다는 감소하는 반면 개발국에서의 소비증가로 증가할 것
- 수산물 소비는 여러요인에 의해 영향을 받음. 생활기준 상승, 수산물이 건강하고 영양이 좋다는 인식, 인구증가, 급격한 도시화, 무역과 소매부분, 유통부분 증가와 총 수산물 소비량은 지역과 국가, 수산물 이용수준과 기타음식, 수산자원 접근성에 따라 영향을 받음. 식품 전통 다양성 뿐만아니라, 입맛, 소득수준, 가격과 계절에 따라 1년 소비량이 에티오피아의 1kg에서 몰디브 100kg까지 다양하게 나타남

☐ 무역(Trade)

- 총 수산물과 수산제품 생산은(식용, 어분, 어유) 높은 무역거래율 2020년 수산 생산량의 38%이 될것임. 무역량으로 보면 세계 식용 무역 수산물은 2.3% 매년 성장률을 보일 것임 (2011-2020)(이전 10년은 3.5%였음). 이중 개발도상국은 수산물 무역량의 60%를 수입함. 세계무역량은 수산물 생산량의 63%를 수출(2008-2010년 67%대비) 2020년에는 51%의 식용 수산물 수출이 아시아, 중국에서 이루어질 것임
- 개발도상국의 수산업계는 수출시장, 국내소비용 및 가공업체용 원료공급자로 선진국에 의존할 것임. 개발도상국은 가공용 원재료로 사용하기 위한 비가공 수산물 수입 증가 및 가공수산물제품 수출이 증가할 것임
- 개발도상국은 주요 어분 수입국(2020년 63%)으로 수산물 생산에서 중요한 위치로 어분수입의 94%를 차지할 것. 2020년 중국은 세계 양식생산의 61%를 차지하고 어분수입의 36%를 차지할 것. 유럽국가는 꾸준한 어유수입국으로 2020년에는 63%차지할 것임

<소비용 수산물 수출과 수입 무역비중 2010년>



Source: OECD and FAO Secretariats.

라. 본 자료의 한계

- ❑ 수산전망은 미래 거시경제환경, 국제무역규정과 관세, 엘니뇨현상 빈도와 영향, 수산관련 이상 질병 발생 없을 것, 조업쿼터, 장기 생산트렌드, 시장 쇼크 없을 것이라는 가정하에 산출된 전망이다. 이중 하나만이라도 예측과 다른 경우 전망치에 영향을 미치게 되므로 이로인한 한계가 있음
- ❑ 전망에 있어 전체적인 어획생산은 다소 안정적이나, FAO 추산은 반이상 어장이 완전 개발상황, 32%는 남획, 고갈 혹은 회복 중, 15%는 개발중이거나 적정 개발된 상황. 적정개발 비중은 1970년대 이후 최저상태로 앞으로도 적절한 수산관리정책이 담보되어야 할 것임
- ❑ 미래의 수산 생산 증가는 양식에서 오지만 이는 어분과 어유의 비용, 지속가능성과 대체 사료의 이용, 물과 지역, 환경영향, 기술과 재정자원 이용, 생물다양성 이용, 기후변화, 정부, 식품안전과 추적가능성, 정책결정에 달려있음. 수산자원은 군소 섬나라를 포함하여 저개발국은 외화확보의 주요수단임. 향후 수산물 무역확대는 다음과 같은 이슈의 영향을 받을 것임
 - 신기술의 발전(양식 부화 기술 등)
 - 어종의 변화와 생산품 형태(양식어류의 성장과 피레트 및 고차가공품 형태 등)
 - 다른 식품과의 경쟁(비교가격, 특히 닭고기와 다른 육류)
 - 수산업 부가가치의 가격과 이익(생산자 이익)
 - 치솟는 공산품가격과 생산자와 소비자에 대한 영향(공가격 및 어분, 양식수산물 가격)
 - 에너지 가격과 수산업영향(유가상승은 비용 상승을 가져오고, 특히 어획부분은 에너지 사용이 커 영향이 큼)
 - 수산물 섭취와 건강에 대한 위기와 이익(어류를 건강한 영양소 공급원으로 여기는)
 - 특정 어종의 남획(소비자 인식증가는 정부를 더 강력한 규제를 가하게 함)
 - 환경보존을 위한 기준의 도입과 주요유통업체의 승인(기준에 부합하기 위한 국가수행능력)
 - 인증과 이력추적제 요건(공급자가 부적합한 경우, 원재료 구입시 영향을 받음)
 - 무역분쟁과 관련 어종(부역분쟁은 양자무역에 영향을 미침)
 - WTO 다자간 무역협상, 수산분야(무역자유화는 수산무역 증진, 남획 관련 규정 등)
 - 기후변화, 탄소 배출과 어업분야 영향(기온상승은 어로지의 어종구성을 변화시킴)



부록 2

2010년 한국 수산물 수출품목과 국가

한국 수산식품 수출품목(상위50)

(단위 : 천톤, 백만불)

순위	2008			2009			2010		
	품 목	물 량	금 액	품 목	물 량	금 액	품 목	물 량	금 액
	전 체	585.3	1,448.3	전 체	652.2	1,511.2	전 체	793.0	1,798.2
1	참치	114.1	293.2	참치	178.3	314.4	참치	333.9	374.4
2	오징어	150.7	126.5	오징어	101.3	108.1	오징어	60.4	114.8
3	김	7.9	75.3	김	9.3	81.5	김	9.6	105.2
4	굴	9.1	46.3	넙치	5.1	51.8	넙치	5.6	70.7
5	삼치	16.9	45.5	삼치	14.4	45.4	굴	9.5	66.1
6	붕장어	5.3	44.2	굴	7.4	42.2	삼치	15.2	54.6
7	게살	4.8	43.5	게살	4.6	42.0	게살	5.0	43.1
8	넙치	4.1	43.4	붕장어	4.2	39.4	바지락	15.3	43.0
9	툰	3.2	36.4	고등어	54.2	38.1	붕장어	4.4	42.1
10	고등어	41.0	30.4	바지락	13.7	34.8	전복	1.0	36.8
11	전갱이	22.0	29.2	어류제품	7.8	33.9	어류제품	8.1	31.5
12	어류제품	7.8	28.7	전복	1.0	33.8	캐비아	2.1	30.4
13	전복	0.6	21.0	툰	2.3	28.9	툰	2.7	29.6
14	명태	17.0	20.9	캐비아	1.6	24.5	명태	24.7	29.6
15	미역	10.5	20.6	전갱이	22.8	21.1	고등어	21.5	27.4
16	바지락	7.9	19.2	돔	7.9	17.6	대구	8.6	25.6
17	캐비아	1.2	16.7	미역	8.0	16.8	전갱이	22.1	24.8
18	새꼬리민태	8.0	16.7	민대구	3.9	15.6	새꼬리민태	11.8	20.6
19	피조개	1.5	15.1	명태	9.6	14.4	돔	8.4	20.2
20	돔	6.2	14.2	새꼬리민태	8.0	14.0	미역	12.0	19.0
21	민대구	3.3	13.7	새우	9.6	12.1	어란	1.7	14.4
22	대구	3.5	12.2	피조개	1.2	11.8	피조개	1.3	14.1
23	새우	9.3	11.4	한천	0.3	8.0	민대구	4.8	10.2
24	한천	0.4	10.3	소금	33.8	7.5	새우	7.1	10.1

순위	2008			2009			2010		
	품 목	물 량	금 액	품 목	물 량	금 액	품 목	물 량	금 액
	전 체	585.3	1,448.3	전 체	652.2	1,511.2	전 체	793.0	1,798.2
25	꽁치	5.5	8.1	소라	1.9	7.4	한천	0.3	9.7
26	어란	1.1	8.1	어란	1.1	7.0	멸치	1.7	8.9
27	소라	1.6	7.6	멸치	1.5	6.7	해삼	0.2	8.5
28	멸치	1.7	7.5	꽁치	5.3	6.3	소금	48.6	8.5
29	성게	0.2	7.1	연어	1.0	6.1	소라	1.7	7.6
30	문어	0.9	6.5	갑오징어	2.2	5.8	성게	0.1	6.6
31	연어	1.1	5.3	성게	0.1	5.7	연어	1.1	6.5
32	개아지살	0.4	5.0	갯장어	0.3	5.0	개아지살	0.4	6.0
33	다시마	1.0	4.7	개아지살	0.3	4.7	다시마	1.5	6.0
34	갑오징어	1.2	4.2	대구	1.7	4.7	꽁치	3.7	5.6
35	청어	5.9	4.0	청어	7.3	4.6	갯장어	0.3	5.3
36	갯장어	0.2	4.0	골뱅이	0.4	3.9	상어	1.3	4.8
37	재첩	1.3	3.6	상어	1.6	3.8	골뱅이	0.4	4.2
38	왕게	0.2	3.6	다시마	0.9	3.5	왕게	0.2	3.9
39	어류유지	3.5	3.6	갈치	1.3	3.3	갑오징어	1.1	3.8
40	수생동물엑스	0.7	3.1	왕게	0.2	2.6	갈치	1.7	3.5
41	골뱅이	0.3	3.0	민어	1.4	2.6	민어	1.1	3.4
42	민어	1.3	2.9	수생동물엑스	0.5	2.5	임연수어	1.7	3.3
43	복어	0.1	2.9	해삼	0.1	2.3	어류유지	2.0	3.1
44	송어	1.2	2.6	임연수어	1.1	2.3	청어	3.8	2.7
45	갈치	1.0	2.2	어류유지	2.1	2.2	수생동물엑스	0.6	2.7
46	임연수어	1.1	1.7	조기	0.4	1.5	가자미	2.0	2.6
47	상어	0.6	1.7	파래	0.1	1.4	게	0.3	2.3
48	조기	0.4	1.2	방어	0.8	1.3	복어	0.1	2.2
49	서대	0.4	1.1	아귀	0.3	1.2	파래	0.3	2.1
50	새조개	0.1	1.1	껍데기	1.8	1.2	우뭇가사리	0.5	2.0

한국 수산식품 수출국(상위30)

(단위 : 천 톤, 백만 불)

순위	2008			2009			2010		
	품 목	금 액	비 중	품 목	금 액	비 중	품 목	금 액	비 중
	전 체	1,448.3	100.0	전 체	1,511.2	100.0	전 체	1,798.2	100.0
1	일본	686.0	47.4	일본	734.1	48.6	일본	859.5	47.8
2	중국	190.3	13.1	중국	145.7	9.6	중국	231.2	12.9
3	태국	122.9	8.5	미국	128.9	8.5	미국	142.2	7.9
4	미국	113.8	7.9	태국	127.7	8.5	태국	126.8	7.1
5	뉴질랜드	60.6	4.2	뉴질랜드	70.5	4.7	뉴질랜드	71.9	4.0
6	스페인	40.5	2.8	스페인	41.4	2.7	스페인	55.5	3.1
7	이탈리아	25.2	1.7	이탈리아	23.2	1.5	이탈리아	34.3	1.9
8	베트남	19.3	1.3	베트남	22.4	1.5	베트남	32.0	1.8
9	대만	18.7	1.3	필리핀	19.0	1.3	홍콩	28.0	1.6
10	멕시코	11.9	0.8	대만	18.2	1.2	대만	22.3	1.2
11	필리핀	11.9	0.8	프랑스	13.7	0.9	에콰도르	21.8	1.2
12	인도네시아	11.1	0.8	인도네시아	13.6	0.9	캐나다	15.4	0.9
13	홍콩	9.5	0.7	홍콩	13.0	0.9	필리핀	13.2	0.7
14	프랑스	9.3	0.6	기타국	12.7	0.8	프랑스	11.1	0.6
15	말레이시아	9.0	0.6	캐나다	11.8	0.8	독일	10.1	0.6
16	캐나다	8.8	0.6	에콰도르	10.0	0.7	인도네시아	9.3	0.5
17	기타국	8.7	0.6	호주	8.0	0.5	싱가포르	9.0	0.5
18	모리셔스	8.5	0.6	이집트	7.9	0.5	기타국	8.0	0.4
19	러시아	7.1	0.5	말레이시아	7.5	0.5	말레이시아	7.7	0.4
20	호주	6.4	0.4	싱가포르	5.6	0.4	호주	7.3	0.4
21	싱가포르	6.0	0.4	영국	5.4	0.4	영국	7.0	0.4
22	쿠바	5.9	0.4	코트디브와르	5.2	0.3	스리랑카	6.8	0.4
23	말타	4.0	0.3	러시아	4.7	0.3	러시아	6.2	0.3
24	가나	3.7	0.3	기니	4.2	0.3	멕시코	5.8	0.3
25	에콰도르	3.7	0.3	쿠바	3.8	0.3	이집트	5.5	0.3
26	포르투갈	3.6	0.2	이란	3.6	0.2	코트디브와르	5.5	0.3
27	코트디브와르	3.6	0.2	엘살바도르	3.3	0.2	네덜란드	4.5	0.2
28	네덜란드	2.9	0.2	네덜란드	2.9	0.2	우크라이나	3.7	0.2
29	벨기에	2.5	0.2	세이셸	2.9	0.2	엘살바도르	3.5	0.2
30	스리랑카	2.4	0.2	독일	2.5	0.2	가나	2.8	0.2

주요국 수산물 소비트렌드

발행처 : 농수산물유통공사

발행일 : 2011년 9월

주소 : 서울시 서초구 양재동 232 aT센터

조사참여 : 미국, 캐나다 - LA aT센터(신현곤 지사장)

중국 - 상하이 aT센터(전기찬 지사장)

일본 - 오사카 aT센터(장서경 지사장)

대만 - 홍콩 aT센터(박성국 지사장)

태국 - 싱가포르 aT센터(백진석 지사장)

스페인, 프랑스 - 로테르담 aT센터(김기홍 지사장)

러시아 - 해외모니터(노지연)

총괄 - 식품수출정보팀(윤미순)

문의처 : 농수산물유통공사 식품수출정보팀

02) 6300-1394

본 자료는 KATI(www.kati.net) > 무역정보 > 발간책자를 통해서도 보실 수 있습니다.

※ 우리 공사는 임직원에 대한 부정비리 신고 편의를 도모하고자 수신자부담 「24시간 부정비리 신고 모바일 핫라인(080-112-2580)」을 개설하였습니다. 신고 내용은 비밀이 절대 보장되오니 안심하시고 신고하여 주시기 바랍니다.