

# 02 인삼

담당 | aT 식품수출부 이상길 차장 (T. 061-931-0842)

## 1 국내 생산 및 유통동향

### 가. 생산동향

#### 생산동향

단위: ha, 톤, 천불)

구분		`10	`11	`12	`13	`14	`15	`16	`17(P)
재배면적(ha)		19,010	17,601	16,174	15,824	14,652	14,213	14,679	14,000
생산량(톤)		26,944	26,737	26,057	21,968	20,978	21,043	20,386	21,000
수출	물량(톤)	3,298	3,712	4,380	5,118	5,819	5,928	5,829	6,200
	금액(천불)	124,024	189,305	150,828	174,916	183,532	155,102	133,471	155,000
단가/kg	수출단가(불)	37.60	50.99	34.43	34.17	31.54	26.16	22.90	25.00
	수삼가격(원) (4년/10편/750g)	27,511	32,240	32,906	30,986	37,551	30,343	30,396	-

\* 자료원 : 2016 인삼통계자료집

○ `10년 이후 재배면적, 생산량 및 생산액은 인력부족, 우량 재배지 고갈, 생산비 증가 등으로 지속적 감소 추세

- 재배면적 : (`10) 19.0천ha → (`12) 16.2 → (`16) 14.7

\* 신규재배면적 : (`10) 3.4천ha → (`12) 3.1 → (`14) 2.8 → (`16) 3.3

- 생산량 : (`10) 26.9천톤 → (`12) 26.1 → (`16) 20.4

- 생산액 : (`10) 9,385억원 → (`12) 10,831 → (`16) 7,686

#### 향후전망

○ 최근 홍삼제품을 중심으로 수요가 확대되고 있으나, 경작지 부족 및 생산비 증가 등 신규 재배면적 감소 추세로 전체 연간생산량은 20천톤 내외 전망

쌀  
인삼  
김치  
유자차  
막걸리  
고추장  
면류  
음료류  
과자류  
커피류  
유제품

## 나. 유통 및 소비동향

### ☑ 유통동향

- 수삼은 생산자·가공업체간 계약재배를 통한 직거래 비중이 45%, 산지취급상의 포전거래가 30%, 농협 계통출하가 15% 수준
- 계약재배의 경우 대부분 5년근 이상 가공용 원료삼으로 활용되며, 4년근은 산지취급상 등을 통해 수삼으로 주로 유통
- 생산량의 45%정도는 수삼형태로 나머지 55%는 건삼(백삼·홍삼 등) 및 제품류(엑기스 등)로 가공되어 유통
- 인삼류는 백삼·홍삼 등 뿌리삼으로 58%정도 유통되고, 엑기스 등 제품류로 2차 가공되는 비중은 42% 정도
- 인삼류 제조업체는 580여개로 이중 70% 이상이 금산에 소재  
\* 인삼류 제조업체 : (‘96) 151개소 → (‘09) 564 → (‘14) 570 → (‘16) 586

### ☑ 소비동향

- 인삼 전체 소비량은 ‘00년 이후 꾸준히 증가하고 있으나, 수삼 소비는 줄고 홍삼 제품류 소비가 증가하는 추세  
\* 1인당 소비량 : (‘95) 0.23kg → (‘05) 0.28 → (‘12) 0.46 → (‘14) 0.36 → (‘16) 0.32
- 기존의 인삼 및 홍삼제품들은 주로 병에 담겨져 유통·판매되어 손가락으로 떠먹어야 하는 대용량의 제품이었음. 최근에는 소비자들의 간편한 제품을 선호하는 니즈에 따라 캡슐, 스틱, 앰플, 환 등 다양한 형태로 출시되어 쉽고 간편하게 먹을 수 있게 됨
- 인삼과 홍삼은 주로 건강기능식품으로 활용되고 있지만, 최근에는 인삼과 홍삼의 본래 효능과 성분을 활용하여 식품뿐만 아니라 화장품, 치약, 샴푸 등 비(非)식품에도 다양하게 활용되고 있음
- 국내 소비자 조사결과, 인삼류/인삼제품류 구입시 주요 고려사항은 원재료 함량(27.7%), 브랜드(16.4%) 순이며, 섭취시 주요 기대 효능은 면역력(42.8%), 체력 증진(41.1%) 순

## 2 수출동향 및 전망

### 가. 수출동향 및 전망

#### ☑ 수출추이

단위: 톤, 천불)

연도별	`10	`11	`12	`13	`14	`15	`16	`17
물량	3,298	3,712	4,369	5,118	5,819	5,925	5,828	6,415
수출액	124,204	189,346	150,828	174,916	183,532	155,081	133,486	158,407

구 분	`15		`16		`17		증감률		
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	
계	5,925	155,081	5,828	133,486	6,415	158,407	10.1	18.7	
중화권	중국	1,996	34,791	441	21,681	754	37,978	71.0	75.2
	홍콩	215	34,856	192	18,594	194	21,335	1.2	14.7
	대만	416	16,266	402	10,952	484	18,446	20.1	68.4
	소계	2,627	85,913	1,035	51,227	1,432	77,759	38.3	51.8
일본	542	32,210	601	38,086	576	28,790	-4.1	-24.4	
미국	677	14,252	816	17,846	1,215	21,150	48.8	18.5	
베트남	1,359	9,440	1,929	10,986	2,550	12,970	32.2	18.1	

\* 자료 : KATI(AG코드 기준)

\* 중화권 수출비중(금액) : (`15) 55.4% → (`16) 38.4% → (`17) 49.1%

○ 인삼 수출은 00년 이후 홍삼제품(85%)을 중심으로 꾸준한 신장세를 보여 `11년 사상 최대인 189백만\$를 달성하였으나, `12년 세계경기침체로 급격히 감소한 후 현재까지 회복 추세

\* 수출액 : (`10) 124백만\$ → (`11) 189 → (`15) 155 → (`16) 133 → (`17) 158

#### ☑ 국가별 동향

○ (중국) 대 중국 인삼 수출은 최근 몇 년간 감소세에서 `17년 증가세로 전환하였으나, `16년 수출 급감에 따른 물량 확보를 위한 현상으로 보임

\* 對 중국 인삼 수출 : (`13) 39.1백만불 → (`14) 36.9 → (`15) 34.8 → (`16) 21.7 → (`17) 38.0

○ (홍콩) 인삼 수입은 화기삼이라고 불리는 미국과 캐나다산 백삼과 한국의 홍삼을 포함한 기타 인삼류로 구분, 수입된 인삼 중 일부는 미국, 싱가포르, 중국 등 동남 아시아권으로 재수출 여부에 따라 증감

- **(대만)** 한류 연예인, 대만 TV 드라마(도깨비)등을 통한 마케팅 홍보 강화로 전년대비 68.4% 큰 폭 증가 (인삼공사 수출이 13백만불로 73% 차지)
- **(일본)** 수출의 큰 비중을 차지하고 있는 원료농축액(홍삼정) 재고 증가로 상반기까지 55%로 감소폭 컸으나, 하반기 들어 대형 벤더 연계 판촉활동(드럭스토어) 강화 등으로 감소폭 축소(24.4%)
- **(미국)** 인삼류 수출은 교민 중심에서 벗어나 중화권 등 아시안 대상 판매가 활성화 등 소비자들이 접근하기 쉬운 가공제품 수요의 꾸준한 증가로 전년대비 18.5% 증가
- **(베트남)** 기존 고가로 형성된 제품군이 홍삼캔디, 홍삼차, 홍삼정, 홍삼음료 등 중저가로 확대되며, 기업들의 직접마케팅 강화 등 중산층 소비자들 사이에 한국산 인삼 제품이 우수하여 건강유지에 뛰어난 효과를 준다고 알려져 선물용 등 제품류 수요가 매년 15%이상 증가 추세

## 나. 2018 수출전망

### ☑ 총괄전망

- 그동안 인삼류 전체 수출은 중화권 수출이 50%(77백만불) 비중으로 뿌리삼이 68%(56백만불) 차지하고 있으며, 최근 건강, 웰빙 등 건강식품에 대한 소비패턴 변화와 수출시장 다변화로 중국, 미국, 동남아, 중동 등 제품류 수요의 꾸준한 증가 추세를 감안 전년대비 10% 상승한 170백만불 내외 전망

\* 제품류 수출 : (15) 78.0백만불 → (16) 89.1(14.2%↑) → (17)98.2(10.2↑)

### ☑ 국가별 전망

- **(중화권)** 인삼공사의 수출 비중이 50% 이상으로 전체 수출액 증감이 좌우되고 있으나, 최근 생활수준의 향상과 함께 건강에 대한 의식 제고로 제품류(음료, 절편 등) 수요증가로 전년대비 10% 상승한 85백만불 전망

\* 중화권 수출비중 : (17) 77.7백만불(49.1%) / \*인삼공사 : (17) 39.3백만불 (51%)

- **(일본)** 인삼공사, 올웨이즈, 일화 등 3개 업체가 전체수출액의 81% 차지하고 있으며, 인삼공사 현지법인의 현지 마케팅 강화 등 일본인의 건강지향 추세에 따라 매년 성장을 거듭하는 일본의 기능성식품을 겨냥한 드링크류, 인삼캡슐 등 휴대편리성 및 제약형태로의 포장에 따라 수요가 증가할 것으로 예상되어 전년대비 10% 상승한 32백만불 수출 전망

\* 최근 3개년 수출 : (15) 32.2백만불 → (16) 38.1 → (17) 28.9

\* 주요수출업체(17) : 인삼공사(12.9백만불), 올웨이즈(5.9), 일화(3.2)

○ **(미국)** 미국인들은 웰빙, 건강에 대한 큰 관심을 갖고 있어 인삼의 경우 뿌리삼이나 인삼 맛이 강할 경우 소비자들이 거부감을 일으키지만 대체로 거부감이 없는 단맛 나는 제품을 선호하기 때문에 부담 없이 섭취할 수 있는 에너지음료와 차, 캡슐 형태의 인삼에 대한 인지도가 지속적으로 높아지고 있어 매년 15%이상 증가를 반영하여 금년도 수출은 24백만불 전망

\* 최근 3개년 수출 : (15) 14.3백만불 → (16) 17.8 → (17) 21.2

\* 주요수출업체(17) : 인삼공사(13백만불, 61%) \* 10만불이상 수출업체 : 일화 등 20업체

○ **(베트남)** 베트남은 신흥시장으로 17년 기준 1백만불 이상 수출하는 업체는 없으나, 40여 수출업체(10만불 이상)가 현지 시장 선점을 위해 치열한 경쟁을 하고 있으며, 한류 영향 등으로 홍삼 가공제품류의 꾸준한 증가가 예상되어 15%이상 상승 전망

\* 최근 3개년 수출 : (15) 9.4백만불 → (16) 11.0 → (17) 13.0

\* 주요수출업체(17) : 포천인삼영농>나을>고려인삼과학>다정>대동고려삼>인삼공사

#### 다. 2018년 중점추진 방향

○ 대 중국 전략품목(인삼) 육성사업 추진(5~10월)

- 5년근 이하 인삼제품(신자원식품)에 대한 대형유통매장 및 노년층 대상 크루즈선 연계 홍보 판촉(100백만원)

○ 인삼수출협의회 공동마케팅사업 추진

- 고려인삼의 UNESCO세계 무형문화재 등재 추진(30백만원)

- 고려인삼 우수성, 효능 등 모바일 홍보마케팅 용역 추진(25백만원)

- 베트남 지리적표시 단체표장 출원(6월)

○ 상반기 국제식품박람회 참가·대형유통업체 판촉지원 등

- 국제식품박람회(23개지역 47업체), 대형유통업체 판촉지원(12개지역)

- (홈쇼핑) SCJ, 롯데홈쇼핑 등 신규 유통채널 구축 추진

### 3 주요국가별 시장동향

#### 가. 중국

##### ☑ 생산동향

- 중국 인삼 생산량은 23,500톤으로 전 세계의 70%를 차지하며 주 산지는 지린성으로 2만톤이 생산되어 중국 시장점유율 85% 수준을 차지함
  - 헤이룽장성, 랴오닝성, 허베이성, 산시성, 간수성, 후베이성 등에서 재배
- 인삼 생산량의 70%가 농가단위 소규모로 이루어지며, 규모화, 집단화된 생산 및 경영방식은 미 도입 상태로 영세한 단계
- 2000년대 이후 주산지 지린성을 중심으로 육성정책을 시작하여, 표준화작업을 위해 15개현에 20개의 생산 시범기지를 조성
- 2007년부터 인삼산업 성장 및 보호를 위해 재배지역 제한 정책을 시행
  - 2010년까지 재배면적을 3,500~4,000ha 유지하고, 신규재배 승인 면적을 500제곱킬로미터 이내로 제한하고 산림지역 재배금지
- 이에 따라 신규 재배지역 발굴 및 승인이 어려워 재배면적이 감소 추세로 2012년 기준 5,000ha 유지

##### ☑ 수입동향

- 중국의 인삼 수입량은 `12년 534톤에서 `17년 932톤으로 75% 급증함

구 분	2012	2013	2014	2015	2016	2017
수입량(톤)	534	638	622	696	671	932
수입액(천불)	45,797	46,563	44,255	42,342	38,150	52,616
단가(불/kg)	85.76	72.98	71.15	60.84	56.86	56.45

※ GTA(Global Atlas) HS code :121120

- 중국에서 수입되는 고려삼은 상하이, 서양삼은 광둥성을 통해 대부분 수입되어 유통됨(서양삼 수입량의 71% 차지)
- 2017년 수입비중을 보면 서양삼 수입량은 94%, 고려삼은 5.7%차지
  - 수입액 기준 시 서양삼 73%, 고려삼은 27%를 기록하여 고려삼이 부가가치가 높음을 보여줌

구 분		2014	2015	2016	2017
서양삼	수입량(톤)	561	611	627	879
	수입액(천불)	27,850	24,524	32,117	38,509
	단가(불/kg)	49.64	40.14	51.22	43.8
고려삼	수입량(톤)	61	85	45	53
	수입액(천불)	16,394	17,818	6,032	14,092
	단가(불/kg)	268.75	209.62	134.04	265.9

※ GTA(Global Atlas) hs code :121120

◆ 최근 3개년 국가별 수입동향 ◆

단위: 톤, 천불, kg

구분	2015			2016			2017		
	물량	금액	수입단가	물량	금액	수입단가	물량	금액	수입단가
전체 계	695.7	42,342	60.9	671.1	38,150	56.8	932	52,616	56.5
한국	72.9	15,836	217.3	32.4	5,300	163.6	47.0	13,419	285.6
캐나다	502.8	13,855	27.6	473.6	17,533	37.0	719.2	24,786	34.5
미국	108.0	10,669	98.8	152.9	14,584	95.4	159.8	13,723	85.9

※ GTA(Global Atlas) HS code :121120

☑ 유통동향

- 중국 인삼의 유통채널은 중의약방(약국)과 보건식품전문점이 대표적으로 거래량의 70%가량 차지
  - 인터넷 몰 거래량이 증가추세이나 고가식품으로 진품에 대한 의혹 등으로 오프라인 시장이 주류를 이루고 있음
  - \* 보건식품 전문점 : 약국허가를 미 취득 했지만 제한적으로 건강보조식품을 파는 매장
- 향후 가짜제품에 대한 우려 심리로 신뢰도가 높은 고급 대형마트와 백화점의 판매량이 늘어날 전망
  - \* 인삼 구매채널 : 약국(37%), 보건식품전문점(29%), 대형마트 15%, 백화점 10%, 기타 9%
- 중국 시장에서 유통되는 인삼 제품은 장백산 인삼, 한국 고려인삼, 미국과 캐나다 서양삼, 일본 동양삼 등임
  - 한국 고려인삼이 가장 인기가 높으며 중국 장백산 인삼, 미국, 캐나다 서양삼 순으로 인기가 있음
- 중국산 인삼 거래는 수삼은 미미하며, 홍삼으로 가공되어 70% 정도가 내수용으로 쓰이고, 백삼으로 30% 정도가 가공되어 주로 일본에 수출하고 있음

쌀  
인삼  
김치  
유자차  
막걸리  
고추장  
면류  
음료류  
과자류  
커피류  
유제품

○ 시중에 유통되는 형태

- 가공하지 않은 원상태 인삼이 대 포장으로 유통(원삼, 미삼, 인삼근 등)
- 가공제품으로 대포장 내에 독립 소포장으로 구성되어 유통(인삼차 등)
- 대포장 안에 날개 포장으로 즉시 먹을 수 있는 포장 형태(서양삼)  
\* 한국 인삼은 절켄을 사용하며, 내포장은 오동나무 또는 떡갈나무 이용

※ 중국의 10대 인삼브랜드

- 
- ◆ 중국의 브랜드 전문웹사이트인 중귀핀파이왕(中國品牌網)은 2013년 중국내 10대 인삼브랜드를 발표했다. 사이트가 자체적으로 매출액, 유통망, 브랜드파워 등을 고려해 선정했다.
  - ◆ 10대 인삼브랜드에는 대부분 장백산에 대규모 농장을 두고 있는 업체들이었으며 우리나라의 정관장도 10대 브랜드에 포함됐다.
  - ◆ (1위) 신카이허> (2위) 이성> (3위) 정관장> (4위) 진리화> (5위) 통런탕> (6위) 즈신> (7위) 아오둥> (8위) 룡바오> (9위) 허산탕> 황평선
- 

☑ 소비동향

- 중국산 소비행태는 수삼, 백삼 등 원삼형태로 40% 정도가 내수되고, 국내제품 가공용으로 30%, 수출용 원료 등으로 30% 정도 소비됨.
- 소비는 동북지역은 미미하고 상하이, 광둥성, 저장성, 장쑤성 등 비교적 경제가 발달한 연해지역에서 대부분 소비됨
- 소비자들은 인삼 절편을 가장 선호하며 인삼채, 인삼차, 인삼근 순임
  - 인삼 제품과 형태가 다양해지고, 정교한 포장형태의 인삼제품이 증가
- 중국 소비자들은 홍삼(뿌리삼)을 연간 2~3회 정도 구매하는 것으로 파악됨.
  - 설이나 효친제(5월)에 부모, 연말에 보은자에게 선물용으로 많이 구매
  - 뿌리삼 대부분 건강관리를 위해 구매복용하나 노인들 위주로 복용
- 빠른 도시화 및 고령화 시대 도래로 중·노년층 건강식품 소비증가
  - 65세 이상 노인수(비중) : (00)0.88억명(7%) → (10) 1.18(8.9) → (16) 1.1(10.5)
- 주 소비되는 제품형태는 인삼편으로 독립 포장되어 있으며 개봉하면 즉시 먹을 수 있으므로 식용, 휴대, 보관 모두 편리하기 때문
- 정관장을 비롯한 한국산 수입 브랜드는 포장이 독특하며 전통이 가미되어 제품에 신뢰가 간다는 여론임
  - 수입 서양 삼은 포장디자인이 백색이 위주로 현대적인 이미지가 강함

나. 홍콩

생산동향

- 홍콩에서는 인삼 생산되지 않으며, 전량 수입에 의존하고 있음
- 홍콩에서는 인삼재배가 직접적으로 이루어지지는 않지만 많은 나라에서 다양한 인삼들이 수입되고 있으며, 타국으로의 재 수출량도 많아 홍콩은 국제적 인삼유통 판매시장으로 자리 잡음

수입동향

- 홍콩의 인삼수입은 화기삼이라고 불리는 미국과 캐나다산 백삼과 한국의 홍삼을 포함한 기타 인삼류로 구분될 수 있음
- 17년 뿌리삼 수입액은 209백만불로 16년 대비 20.2% 감소하였으며, 주요 수입국으로는 캐나다, 미국, 한국 등 이들 3국 비중이 94% 차지  
\* 17년 수입비중(HS: 121120,GTA기준) : 캐나다 69.5%, 미국 16.2%, 한국 7.8%

◆ 최근 3개년 국가별 수입동향 ◆

단위: 톤, 천불, kg

구분	2015			2016			2017		
	물량	금액	수입단가	물량	금액	수입단가	물량	금액	수입단가
전체 계	3,374	310,709	92.1	3,642	262,262	72.0	3,176	209,268	65.9
한국	174	34,058	196.0	90	16,936	188.5	117	15,525	132.8
캐나다	2,701	213,259	79.0	3,146	207,390	65.9	2,602	145,366	55.9
미국	74	45,291	608.8	83	24,248	290.4	123	33,879	275.4

\* GTA(Global Atlas) HS code :121120

유통동향

- 홍콩에서 유통되는 인삼은 크게 미포장상태의 백삼과 포장상품으로 나오는 홍삼으로 구분될 수 있음
- 홍삼의 인삼 유통경로는 타 품목에 비해 폐쇄적인 편이며, 통상적으로 독점대리점 형태로 운영됨. 인삼 도매상은 약재상 골목으로 유명한 성완에 수백개의 상점으로 밀집돼 있으며, 제비집, 동충하초 등과 함께 인삼을 취급하는 도매상으로 도소매를 겸하는 경우가 많으며, 일부 도매상은 중국삼 등을 직접 수입하여 유통시키기도 함

- 주요 소매상으로는 약재상 중약체인점, 대형유통업체 및 일반건강식품 판매장 등이 있음
  - 미국 및 캐나다는 주로 백삼 조각 및 슬라이스로 유통
  - 한국 인삼은 포장 및 브랜드화(정관장)하여 유통
- 인삼은 홍콩의 전통적인 건강식품 판매처인 약재상을 중심으로 판매되고 있으며 미국 및 캐나다산 화기삼은 무게를 달아 중량별로 판매하고, 한국, 북한산 등의 홍삼은 포장단위별 가격표에 의해 판매
- 홍삼은 홍·고효능으로 인지도가 높아 가장 고가로 판매되고 있음
- 화기삼 등 백삼은 보통 벌크 형태로 수입되어 도소매점에서 조각이나 슬라이스 형태로 판매되고 있으나, 최근 플라스틱통이나 박스 규격의 포장형태로 다양하게 개발되어 판매되고 있음

소비동향

- 홍콩은 건강에 좋다고 알려진 한약재나 건강식품을 음식할 때 넣어 식재료로 이용하여 먹으며, 이러한 음식을 보약과 같이 중시하기 때문에 음식에 대한 관심이 높고 소득 대비 식품 소비지출이 많은 편임
- 인삼 또한 몸을 보호할 수 있는 약재의 하나로 인식하고 있으며, 질병 치료보다는 평소 식사 시 탕으로 복용하여 원기회복이나 체력증강을 위해 구매
- 중국식 탕을 끓일 때에는 보통 연중 구매가 용이하고 가격이 저렴한 화기삼을 주로 이용하며, 고급탕을 끓이거나, 노약자, 산모, 환자 등 특별식을 준비할 때는 고가의 한국 홍삼을 구입하여 이용
- 인삼의 주요 구매층은 인삼이 가족단위로 먹는 음식에 사용되기 때문에 특정짓기가 어려우나, 한약재 소비가 많은 장·노년층에서 많이 선호
- 홍콩은 탕에 뿌리인삼을 통째로 넣어야 인삼효과 좋다는 인식이 있어 음용이 용이한 액기스나 가공제품보다는 뿌리인삼을 선호, 최근 관리나 이용의 편의성 때문에 절편형태의 인삼구매도 증가하는 추세임
- 화기삼은 연중 소비가 되는 반면, 한국 홍삼은 몸을 뜨겁게 해준다는 속설로 인해 10월 이후부터 주로 겨울철에 많이 구매됨
  - \* 한국홍삼은 가격이 고가로 선물용으로 많이 이용 춘절, 중추절 등 연휴시즌에 소비가 많아짐

다. 대만

생산동향

- 아열대 기후의 대만에서는 인삼 재배는 거의 없는 것으로 알려져 있으며, 2006년 이후 일부지역에서 소규모 재배를 시작하였음

수입동향

- 국가별 수입물량을 보면 중국인삼이 한국인삼의 20배이상 수입되고 있고 화기삼도 한국인삼보다 많이 수입되고 있음

◆ 최근 3개년 국가별 수입동향 ◆

단위: 톤, 천불, kg

구분	2014			2015			2016		
	물량	금액	수입단가	물량	금액	수입단가	물량	금액	수입단가
전체 계	806	39,717	49.3	710	39,757	56.0	860	26,410	30.7
한국	92	13,872	150.9	67	11,022	165.1	38	6,060	160.6
중국	583	17,364	29.8	515	18,549	36.0	754	17,060	22.6
캐나다	115	5,505	47.9	120	7,674	64.1	52	2,321	44.3
미국	10	1,533	152.6	4	1,013	286.5	14	859	61.8

\* GTA(Global Atlas) HS code :121120

유통동향

- 대만에서 인삼판매는 대부분 백화점과 대형유통업체, 한약재상과 한의원 등과 인터넷 쇼핑몰에서 판매되고 있음.
- 뿌리삼은 고가로 약재상, 한의원, 백화점에서 주로 유통되며 가공품은 대형유통업체와 온라인 슉을 통해 유통됨
- 한국산은 대부분 한국인삼공사에서 수출(70%차지)하고 있으며 여행객 휴대품으로 반입되는 물량이 50% 정도로 추정

소비동향

- 대만인들은 가을이나 겨울철에 정기적으로 인삼을 활용하여 술이나 탕을 만들어 먹기 때문에 인삼소비는 꾸준함
- 한국산 인삼은 주로 40대 이상의 고소득층이 자기 건강유지를 위해 구입하며 명절 선물용으로 많이 애용

## 라. 일본

### ☑ 생산동향

○ 일본에서 자체적으로 재배하는 인삼 생산량은 연간 30여 톤 규모로, 재배기간이 길고 까다로운 작물이며, 농촌인구의 고령화 등으로 재배량 및 생산량이 지속 감소 추세

\* 생산량(톤) : (‘00) 105 → (‘05) 61 → (‘10) 37 → (‘11) 31

– 후쿠시마, 나가노, 시마네 등 3개현에서 재배되며 전체 생산량의 99% 차지

### ☑ 수입동향

○ 16년 일본의 원료삼 인삼 수입규모는 연간 1,178톤 규모로 전체의 96%이상이 중국에서 수입되고 그 외 한국, 대만, 미국 등에서 소량 수입

#### ◆ 최근 3개년 국가별 수입동향 ◆

단위: 톤, 천불, kg

구분	2014			2015			2016		
	물량	금액	수입단가	물량	금액	수입단가	물량	금액	수입단가
전체 계	679	77,599	114.3	373	40,719	109.1	1,178	103,044	87.5
한국	38	4,272	123.4	38	4,622	122.1	40	4,957	123.2
중국	640	771,761	112.1	330	34,392	104.2	1,135	97,554	85.9
대만	4	1,550	426.3	4	1,515	369.1	1	451	391.6
미국	0.2	17	96.7	0.7	96	128.2	1	72	74.9

\* GTA(Global Atlas) HS code :121120

### ☑ 유통동향

○ 가공제품은 유통경로는 수입상에서 도매상을 경유한 후 약국, 건강식품점, 할인매장, 백화점 등에서 유통

\* 취급율(%) : 건강식품점 30, 약국 30, 백화점 20, 한국식품점 10

○ 의약품으로 분류되어 유통되는 인삼 및 홍삼 건강음료의 경우에는 드럭스토어를 통해서 판매되기도 하며, 인삼차 및 홍삼차는 일부 식품슈퍼에서도 소비가 이루어짐. 최근에는 각사의 온라인 쇼핑몰이나 종합 인터넷 쇼핑몰을 통해서도 다양한 인삼 및 인삼제품류가 판매되고 있음

○ 제품시장에서는 일본 현지산이 지역 특산물로 일부 유통되는 것을 제외하고 대부분 한국산이 유통되고 있으며, 최근에는 원료를 타국에서 수입하여 건강식품 메이커가 자체브랜드로 제조 판매하는 경우가 많음

- 뿌리삼은 전문수입상이 수입하여 제약회사나 식품제조업체(80%)에 납품하거나 한약방(10%) 납품
- 원료삼 시장에서도 과거에는 대부분 한국삼을 수입하다가 저렴한 가격의 중국산이 지속적으로 늘어 지금은 대부분이 중국산이며, 단지 최근의 안전성 문제로 중국산 대신 한국산을 다시 찾는 기업도 늘어나고 있는 추세임

☑ 소비동향

- 일본에서는 일반소비자가 뿌리삼을 구입하여 가정에서 다려먹는 습관이 아직 없으며, 건강증진을 목적으로 제품을 구입하여 복용하는 것이 일반적임
- 한국산 제품은 일반적으로 잘 알려져 있어 엑기스, 인삼차, 드링크, 타블렛 등 전반적으로 소비되고 있음
- 젊은 층의 인지도 및 구매력이 낮고 소비의 중심이 50대 이후의 고령층으로 제한
- 일본 내에서 유통되는 인삼 및 인삼제품류는 건강식품에 다수 포함되어 있을 것으로 추정되며, 해당 시장은 대부분 통신판매와 방문판매와 같은 무점포 유통 채널을 통해 소비가 이루어짐
- 최근 자양강장제와 에너지드링크 시장이 성장하면서 인삼 및 홍삼을 활용한 음료의 수요도 증가함
- 의약품으로 분류되어 유통되는 인삼 및 홍삼 건강음료의 경우에는 드럭스토어를 통해서 판매되기도 하며, 인삼차 및 홍삼차는 일부 식품슈퍼에서도 소비가 이루어짐. 최근에는 각사의 온라인 쇼핑몰이나 종합 인터넷 쇼핑몰을 통해서도 다양한 인삼 및 인삼제품류가 판매되고 있음
- 고령인구 증가, 新기능성표시제 도입(‘15.4) 등으로 건강·미용 등 기능성이 부각된 식품 시장 급성장
  - \* 기능성 식품 시장 규모 : (‘10) 8.9조엔 → (‘12) 9.1 → (‘14) 9.2

마. 미국

☑ 생산동향

- 미국 인삼 생산의 90%는 Wisconsin 주에서 생산
  - Wisconsin 주의 경우 여름에도 시원한 기후와 지질학적인 조건으로 인삼을 기르기에 최적의 지역이며, 미국에서 소비되는 인삼의 90% 이상을 생산
  - 2011년부터 2014년까지 미국의 인삼 생산량은 지속적으로 증가했으며, 2014년에는 720,000 파운드를 생산

**☑ 수입동향**

- 인삼은 중국, 허브티와 음료의 경우 독일과 캐나다에서 가장 많이 수입
  - 한국으로 부터의 인삼 수입은 2014년 대비 2015년 수입액이 약 400천 달러 감소

◆ 미국의 주요 인삼 수입국 ◆

(단위: 천 USD)

국가	2012	2013	2014	2015
중국	20,132	20,790	16,338	23,330
홍콩	5,188	6,110	7,049	8,761
캐나다	4,345	3,851	4,969	3,363
대만	1,736	10	1,257	1,784
한국	1,828	1,361	1,807	1,418
총 계	33,273	32,195	31,571	38,789

출처 : International Trade Centre(www.intracen.org)(www.trademap.org)

**☑ 유통동향**

- 미국삼은 대부분 홍콩, 중국 등지로 수출되며, 미국 내에서의 유통량은 전체 생산량의 12% 미만
- 한국산의 경우 한의원, 한국 식품점 등에서 주로 유통되는 뿌리삼이나 인삼차 등은 최종 판매처에서 직접 수입하는 물량 많으며, 인삼의 경우 중국계 미국인이 운영하는 현지의 유명인삼 브랜드 주문자 생산방식으로 수입
- 홍삼제품 등 고가품의 경우 독점계약을 체결한 중개인을 통해 수입되어 중국 및 한국계 전문점에서 유통
- 한국산 인삼은 뿌리보다는 인삼차, 인삼엑기스, 인삼음료와 같이 소비자가 접근하기 쉬운 제품이 나와 있으며 인삼차의 경우 한국산 인지도가 높음

**☑ 소비동향**

- 소비자들은 자신이 먹는 식품의 재료와 제조과정, 유통 및 생산과 판매 과정까지 모든 정보를 알고 싶어 함. 식품 투명성 뿐 아니라 식품 제조사의 투명성도 소비자들에게 중요해짐
- 차나 음료에 인삼 추출물을 넣은 형태로 소비하는 방법이 가장 널리 퍼져 있음
  - 녹차음료나 탄산음료, 에너지 드링크에 인삼 성분을 추가하여 건강 음료 형태로 많이 판매

- 미국인의 건강에 대한 관심이 꾸준히 증가함에 따라 대표적인 건강식품인 인삼에 대한 소비도 지속적으로 증가 할 것으로 보임
  - 건강 보조 식품의 경우 2011년부터 2014년까지 지속적으로 성장했으며, 허브 및 식물성 성분이 건강 보조 식품에서 차지하는 비율은 약 17%

◆ 허브 및 식물성 성분과 건강 보조 식품 연도별 추이 ◆

단위: 백만USD, %

구 분		2011	2012	2013	2014
허브 & 식물성 성분	매출액	5,302	5,593	6,033	6,441
	증감율	5.0	5.5	7.9	6.8
건강 보조 식품	매출액	30,198	32,453	34,900	36,692
	증감율	7.0	7.5	7.5	5.1
전체 보조 식품에서 허브 및 식물성 성분이 차지하는 비율		17.6	17.2	17.3	17.6

출처 : "Supplement Business Report", Nutrition Business Journal, 2015

바. 베트남

생산동향

- 높은 수입의존도를 가지고 있는 인삼 품목에 대해 베트남 정부는 국내산 인삼을 개발하여 2025년까지 연간 인삼을 1,000톤 이상 생산하여 세계적인 인삼 강국이 되려는 목표를 가지고 있음
- 베트남 정부는 팡남(Quang Nam)과 꼰툼(Kon Tum) 지역에서 재배된 인삼제품에 대해 응옥린(Ngoc Linh) 인삼으로 지리적 표시제를 적용 발표(`15)
  - \* 응옥린 인삼 또는 베트남 인삼이라 불리는 이 인삼은 해발 2,598m에 있는 응옥린 산에서 1960년대에 발견되었음

수입동향

- 베트남은 2013년 총 약 256만 7,000달러 규모의 인삼류 수입 아세안 국가 중 한국산 인삼을 가장 많이 수입.

구 분	수입액(천\$)	수입점유율(%)	수입량(톤)	개당 가격(US\$)
계	2,567	100	41	62,610
한국	2,451	95.5	25	98,040
중국	49	1.9	-	-
태국	48	1.9	1	48,000
대만	18	0.7	15	1,200
인도네시아	1	-	-	-

\* HS COED : 1211.20 / 출처 : <http://www.trademap.org>

유통동향

- 베트남 재래시장의 판매 구조를 보면 많은 양의 중국산과 북한산 인삼 등이 원산지가 불법 변경되어 한국산으로 판매되고 있는 실정임
- 인홍삼 가공품은 크게 한인마트, 재래시장 등 전통 소매업자, 슈퍼마켓 등의 현대식 소매업자 유통으로 나뉘어져 있음
- 또한 한국의 영세업체가 생산하는 인삼제품끼리 베트남 시장에서 치열하게 경쟁하다보니 가격이 하락하고 이로 인하여 인삼의 함량이 떨어지는 한국산인삼제품 등이 고급품으로 유통되어 한국 인삼 이미지 타격을 주고 있음
- 밀수입된 중국산 인삼은 한국산으로 둔갑하여 상당수 베트남 인삼시장과 제약회사에 공급
- 한국산 인삼의 경우에도 보따리장사 방식으로 남대문시장, 경동시장 등지에서 구입 베트남 재래인삼시장(하노이) 공급
- 한국의 홍삼브랜드는 전문소매점 체제를 중심으로 베트남 홍삼시장에 진출하고 있고, 전문소매점을 낼수 없는 소규모 제조회사는 베트남 현지 도매상을 통해 슈퍼마켓이나 현지인이 운영하는 전문소매점으로 유통되고 있음
- 베트남에서 유통되는 한국산 홍삼은 정관장, 지방자치단체 제품 및 중소기업생산제품 등 대부분의 제품이 정상적인 수입경로 뿐만아니라, 인편, 우편특송 등 다양한 형태로 수입되고 있음

소비동향

- 베트남에서의 인삼에 대한 인식은 기력 보강 및 보양, 강장 및 만병통치약으로 여길 만큼 신비로운 명약으로 취급되어 강한 신뢰를 가지고 있음

- 인삼제품의 소비구조는 주로 선물용과 건강보조용으로 분류됨
- 삶의 질 향상, 건강에 대한 높은 관심으로 선물용으로는 홍삼근과 홍삼정, 고가의 인삼주가 인기가 있으며, 건강보조용으로는 인삼차, 홍삼차, 영지엑기스, 동충하초환, 마늘환 등 제품을 선호
- 특히 구정에는 모든 국민들이 선물을 주고받는 시기라 가장 활발한 판매가 이루어지며, 그 외 노동절, 해방기념일에도 선물용으로 판매가 많음
- 구매 장소로는 저가를 선호하는 소비자는 재래식 시장, 고가나 선물용은 백화점이나 대형유통매장에서 구매
- 현지 소비자들의 구매 특성의 경우 TV 등 대중매체와 주변 지인의 권유로 소비자의 약 70%가 매장 방문 전 구매품목을 결정

쌀

인삼

김치

유차차

막걸리

고추장

면류

음료류

과자류

커피류

유제품