



Immunity & Ginseng



코로나19의 대유행으로 소비자들을 중심으로 건강식품에 대한 관심이 증가하고 있다. 현지 소비자들은 특히 한국산 인삼을 주목하고 있다. 인삼이 함유된 제품은 분말, 액상, 캡슐형의 알약, 차류 등으로 다양하게 분포되어 있다. 최근 한류의 영향으로 한국식품은 '좋은 재료에 위생적으로 만든 고품질 식품'이라는 이미지를 얻고 있으며, 특히 김치와 홍삼은 한국을 대표하는 건강식품으로 널리 알려져 있다.





코로나19로 주목받고 있는 '면역력'과 '인삼'

미국 식품시장에서 더욱 중요해지는 '면역력'

『뉴트리션 비즈니스 저널(Nutrition Business Journal)』에 따르면, 미국 내에서 면역력 증강을 위한 건강보조제에 대한 수요는 2020년에 전년대비 52.2%가 증가하며 미국 전체 보조제 판매량의 10%를 차지한 것으로 나타났다. 유로모니터에 따르면, 건강보충제를 구입하는 미국 소비자들의 30% 이상이 '면역력 증강'을 가장 중요시하는 것으로 조사됐다. 실제로 코로나19 이전인 2019년에 미국 소비자들은 건강보조식품 관련제품 지출에 96억 2,000만 달러를 지출했으며, 이는 전년대비 8.6% 증가한 수치다. 2019년 하반기부터는 엘더베리, 에키나시아(echinace) 등 면역력에 좋은 것으로 알려진 성분의 제품이 세 자리 수의 증가를 보이기도 했다.

코로나19로 주목받고 있는 인삼

면역력 증강이 건강을 키워드로 한 식품의 핵심요소가 되면서 인삼의 사포닌 성분도 새롭게 주목받고 있다. 『트러스티드 비즈니스 인사이트(Trusted Business Insights)』에 따르면 전 세계 인삼추출물(extracts) 시장규모는 218억 달러이며, 2027년까지 연평균 6.1% 성장률을 보일 것으로 전망했다. 최근 발표된 『세계인삼시장보고서(The Global Ginseng Market)』 역시 코로나19가 세계 인삼 시장에 영향을 줄 것으로 내다보고 있다.



세계 인삼시장을 주도하고 있는 브랜드

(Top Players Listed in the Ginseng Market Report)

이름	국가
ILHWA	중국
Starwest Botanicals	미국
Korea Ginseng Corporation	한국
RFI Ingredient	중국
Elemis	미국
Jilin Zixin Pharmaceutical Industrial	중국
Great Mountain Ginseng	중국
Hain Celestial	미국
BAYLIS & HARDING	중국
Amway	미국
Ethical Nature	미국
Glanbia	미국
The Boots Company	영국
Now Foods	미국
Kefiplant	중국
Naka Focus	일본

자료 ① <https://inforgrowth.com/> ② <https://breakout.live/>

2019년 미국 탑 셀링 약초보충제 (Herbal Supplement)

순위	이름	2019년 매출액(천 달러)
1	허하운드(Horehound)	152,731
2	에키네시아(Echinacea)	120,185
3	엘더베리(Elderberry)	107,575
4	투메릭(Tumeric)	92,433
5	크랜베리(Cranberry)	88,900
6	아이비잎(Ivy leaf)	43,123
7	생강(Ginger)	39,455
8	마늘(Garlic)	37,939
9	대마씨앗(CBD)	35,899
10	녹차(GreenTea)	33,754
30	인삼(Ginseng)	12,573

자료 American Botanical Council (<http://herbalgram.org/>)

미국 인삼시장 원산지별 소비형태

미국의 인삼시장 제품은 현지에서 생산되는 미국산과 중국, 대만, 홍콩, 한국 등지의 수입산으로 구분된다. 한국산 홍삼은 주로 교민시장을 대상으로 판매 중이며 코스트코, 홀푸드 등 대형유통업체에서도 한국산 홍삼 브랜드 제품이나 한국홍삼을 활용한 건강보조제 등이 판매되고 있다.

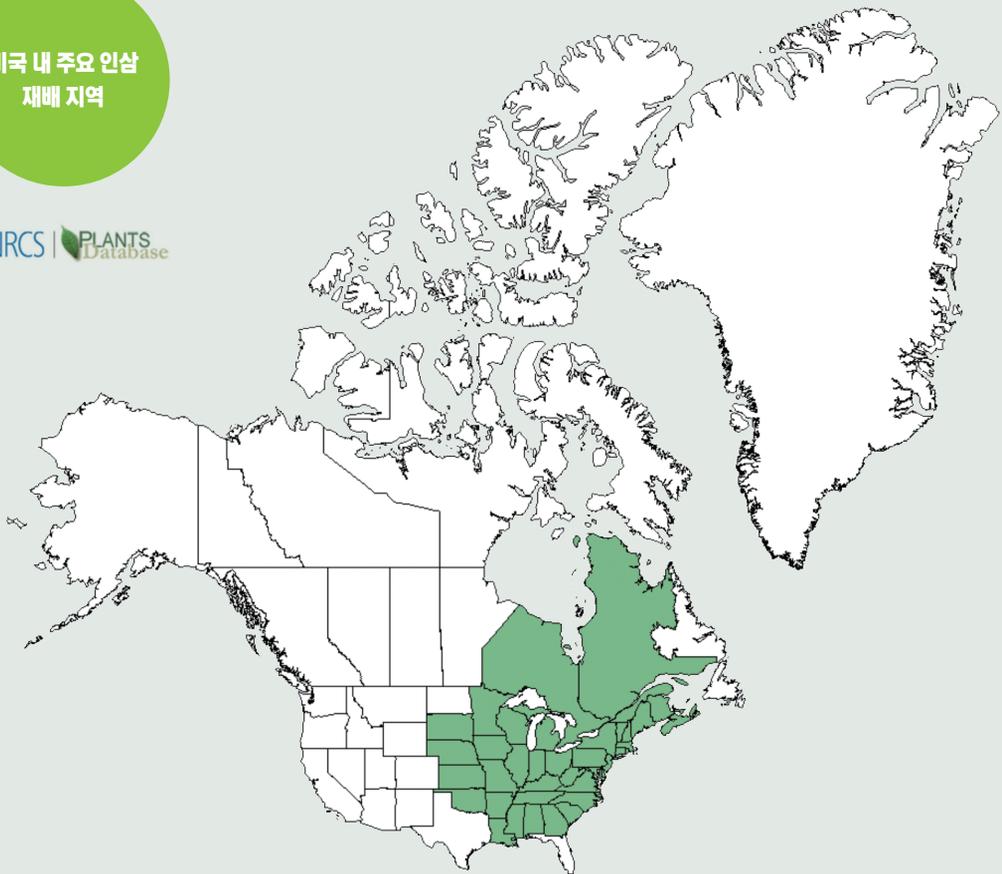
미국의 인삼 주요 생산지역은 중북부로 최대 생산지는 미국 전체 인삼 생산량의 90~95%가 재배되는 위스콘신주다. 기타 재배지로는 미시건, 워싱턴, 오리건 등이며 버지니아에서도 소량 재배되고 있다. 미국 삼은 대부분 중국 등 수출용이며, 한인 심마니들이 채취한 생인삼 등도 한인교포가 모여있는 대도시를 중심으로 판매되고 있다. 중국산 인삼은 중국계 슈퍼마켓, 차이나타운 등에서 건삼 및 인삼차, 액기스 등 가공형태로도 판매 중이다. 위스콘신산 인삼으로 중국에서 만든 인삼차 제품도 판매 중이다.



1 코스트코에서 판매 중인 한국산 홍삼
2 홀푸드에서 판매 중인 홍삼(미국산) 건강보조식품

미국 내 주요 인삼
재배 지역

NRCS | PLANTS Database



미국 인삼시장 주요 소비 트렌드

미국 소비자들의 주요 건강 이슈는 '면역력(Immune System)'으로 미국 온라인몰에서 인삼을 함유한 제품의 형태로 판매되고 있다. 인삼이 함유된 제품은 분말, 액상, 캡슐형의 알약, 차류 등으로 다양하게 분포되어 있다. 아직까지는 일부 현지 소비자들에게 인삼의 쓴맛이 비선호 요인으로 꼽히고 있어 캡슐형 제품이 많은 편이며, CVS, Walgreen 등 대형약국 체인점에

서 Herbal Supplement 제품 진열의 비중이 높아짐과 더불어 인삼 함유 제품의 카테고리도 넓어지고 있다.

인삼이 사용된 음료, 차류도 증가하고 있다. 티백 형태의 차류부터 RTD(Ready-to-drink) 차류, 기능성음료, 에너지음료 등 다양하다. 녹차 등 기존의 차음료에 인삼을 함유하여 맛과 기능성을 더한 음료나 인삼 함유로 건강 이미지를 더해 차별화를 꾀하는 에너지바도 등장했다.

미국에서 판매 중인 다양한 인삼 활용 제품들



미국 위스콘신산 건삼차
자료 www.walmart.com

코스트코에서 판매 중인
인삼 뿌리 차
자료 자체촬영



월마트에서 판매 중인 인삼 첨가
커피맛 에너지 드링크
자료 www.walmart.com



인삼 뿌리 에너지 드링크
자료 <https://goldennest.com/>



인삼 첨가 에너지바
자료 www.amazon.com

아마존에서 판매 중인
인삼 에너지 드링크
자료 www.amazon.com



미국내 한국산 인삼 유통현황

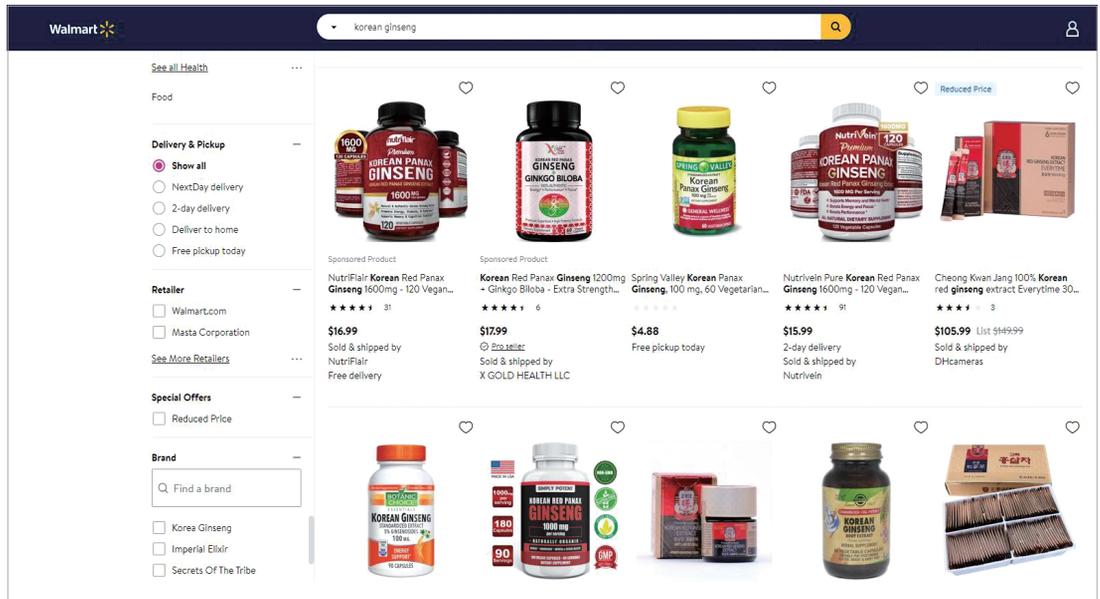
한국산 인삼은 인삼 음료와 더불어 홍삼을 위주로 한 엑기스, 홍삼정, 캔디 및 젤리, 액상차, 절편 등 다양한 형태로 소비되고 있다. 코스트코에는 홍삼의 쓴맛을 줄여 현지인의 입

맛에 맞춘 정관장 홍삼원이 판매되고 있다. 아마존, 월마트 등 온라인몰에서도 한국인삼(Korean Ginseng)으로 검색 시 다양한 제형과 브랜드로 100~500여 개의 제품을 확인할 수 있다.

한국인삼 대미 수출통계 (단위: 톤, 천 달러)

명칭	2016년 12월		2017년 12월		2018년 12월		2019년 12월		2020년 12월		연간전년대비(%)	
	중량	금액	중량	금액								
인삼류	816.4	17,846.1	1,214.9	21,150.3	1,076.8	23,700.7	1,203.2	20,919.3	1,165.2	27,947.4	▲3.2	33.6

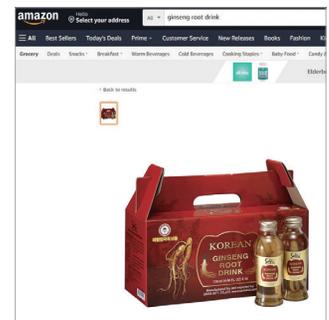
자료 KATI



월마트 온라인몰에서 판매되고 있는 한국산 인삼관련 제품
www.walmart.com

코스트코에서 판매 중인 한국산 홍삼제품

아마존에서 판매 중인 한국산 인삼 음료



Key Point

건강과 면역력이 그 어느 때보다 강력한 셀링 포인트인 요즈음 미국 식품시장은 한국산 인삼, 홍삼제품이 인지도를 확대하고 있어 이는 탄탄한 소비기반을 마련하는데 좋은 기회가 될 수 있다. 과학적 근거를 바탕으로 성분과 효능을 강조하여 신뢰를 높이고 현지 소비자들의 접근 가능성을 높일 수 있는 맛과 형태로 다양한 인삼제품 카테고리를 넓혀야한다.



급성장하는 말레이시아 인삼시장



코로나19로 건강보조식품에 대한 관심 증가

코로나19의 대유행으로 말레이시아 현지 소비자들을 중심으로 건강식품에 대한 관심이 증가하고 있다. <유로모니터>의 조사에 따르면, '20년 말레이시아 전체 건강보조식품 매출액은 20억 링깃(한화 5천400억 원)을 기록하며 '19년 대비 10% 상승하였고 이러한 추세에 따라 '25년 건강보조식품 매출액은 '20년 대비 약 50% 증가한 30억 링깃에 달할 것으로 전망하고 있다.

카테고리별 건강보조식품 비중을 살펴보면, 일반보조식품(Non-herbal) 60%, 전통의약품(Herbal/Traditional) 40%로 코로나19와 같은 감염성질환 예방을 위해 소비자들은 면역력에 효과가 있다고 알려진 유산균, 오메가3, 인삼제품 등에 대한 수요가 많아진 것으로 나타났다.

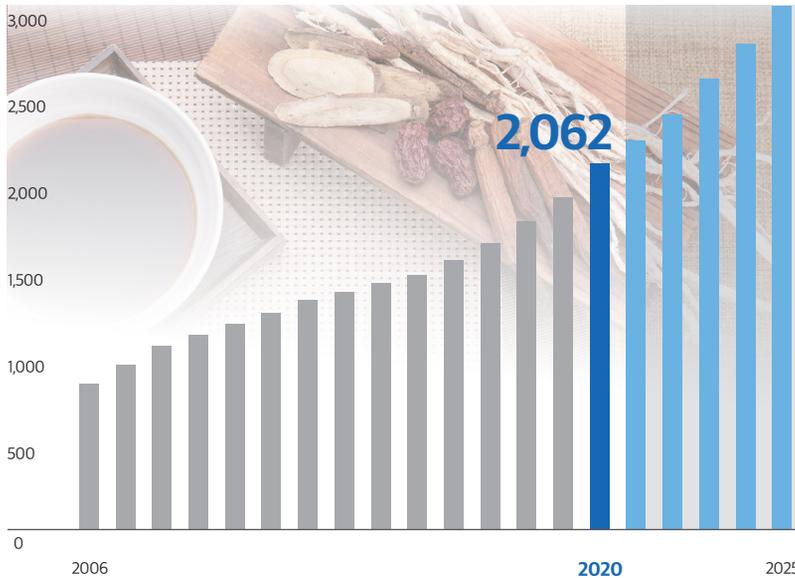
재조명받는 한국산 인삼제품

동남아시아 국가 중 브루나이와 싱가포르 다음으로 소득수준이 높은 말레이시아의 소비자들은 단순히 맛이 좋은 식품뿐만 아니라 건강에도 좋은 식품구매에 관심이 높은 편이다. 최근 한류의 영향으로 한국식품은 '좋은 재료에 위생적으로 만든 고품질 식품'이라는 이미지를 얻고 있으며, 특히 김치와 홍삼은 한국을 대표하는 건강식품으로 잘 알려져 있다.

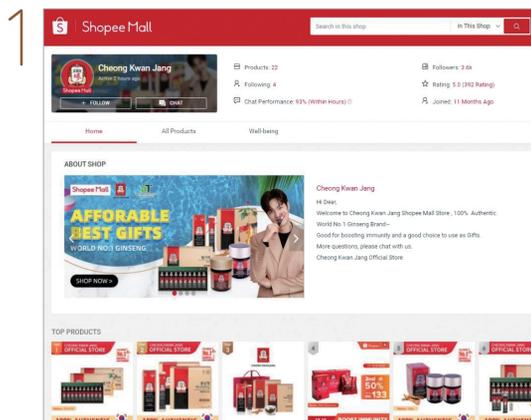
불과 몇 년 전만 하더라도 인삼제품은 한인마트나 일부 드럭스토어를 통해서만 제한적으로 유통되었으나, 한국 드라마에 홍삼제품이 PPL의 형태로 등장하기 시작한 이후로는 현지 대형마트와 라자다, 쇼피 등 주요 온라인쇼핑몰에서도 한국산 인삼제품을 쉽게 찾아볼 수 있게 되었다.

말레이시아 건강보조식품 연간매출액

(단위 : 백만 링깃)



자료 유로모니터 (DIETARY SUPPLEMENTS IN MALAYSIA - ANALYSIS)



- 1 쇼피 한국산 인삼전문관 (<https://shopee.com.my>)
- 2 라자다 한국산 인삼전문관 (<https://www.lazada.com.my>)



1



2



코로나19를 계기로 현지 소비자들의 건강식품에 대한 수요가 증가함에 따라 aT 자카르타지사에서는 '20년 온라인 판촉 2회, 오프라인 판촉 1회 등 인삼류 홍보판촉전을 개최하기도 하였다.

온·오프라인 홍보판촉행사를 계기로 현지 온라인쇼핑몰에서는 한국 인삼류 전용관을 추가 개설(기존 라자다전용관에 쇼피전용관 추가)하였고, 오프라인 대형유통매장으로 판매를 확대하면서 소비자들은 편의에 따라 다양한 유통채널을 통해 인삼제품을 구입할 수 있는 환경이 조성되었다. 또한 인삼의 면역증진, 피로해소, 혈액순환 개선, 항산화작용 등 구체적인 효능의 홍보를 통해 건강기능식품으로써 뛰어난 한국산 인삼제품의 이미지 제고가 이뤄지며 '21년 3월 기준 전년동기 대비 240% 증가한 52만1천 달러 수출을 달성하기도 하였다.

1 판촉전을 통해 한국산 인삼제품을 대량으로 구매하는 현지 소비자들

자료 수입업체 제공

2 판촉전 연계 SNS 활용 인삼제품 및 효능 홍보

자료 수입업체 제공



- 1 판촉전을 통해 한국산 인삼제품을 대량으로 구매하는 현지 소비자들
- 자료 수입업체 제공
- 2 판촉전 연계 SNS 활용 인삼제품 및 효능 홍보
- 자료 수입업체 제공

일본, 고려인삼으로 新시장 창출! 시장규모 250억엔 도달



일본에서 고려인삼의 새로운 시장이 열리고 있다. 한국의 대표 적인 건강식품인 인삼은 일본에서 '자양강장', '피로회복'을 위한 건강기능식품의 이미지가 강하였으나, 최근 미용·수족냉증, 면역을 위한 식품으로 재평가되고 있다. 일부 인삼제품들은 여성을 타겟으로 한 미용상품이나 코로나19 면역강화 식품으로 두각을 나타내며 통신판매, 드럭스토어 등의 다양한 판매채널에서 높은 판매율을 보이고 있다.

일본내 고려인삼시장 동향

고려인삼시장은 높은 인지도를 기반으로 음료, 타블렛, 엑기스, 캡슐, 차(茶) 제품등이 시장을 견인하는 주역이다. 중년남성을 중심으로 자양강장·피로회복 등의 효능이 알려지며 시장에 정착한 고려인삼의 시장규모는 250억 엔에 달한다. 지난해에는 주요 유통채널인 백화점 판매가 부진했으나 EC(electronic commerce), TV홈쇼핑을 중심으로 인삼드링크 제품과 영양제 등의 판매가 증가하였다.

최근에는 에너지드링크 원료로 수요가 급증하고 있다. 혈액순환 개선작용으로 인한 미용 및 수족냉증 등의 효능이 평가받으면서 여성을 타겟으로 하는 건강식품의 원료로 사용이 증가한 것이다. 그럼에도 불구하고 현재까지 고려인삼 제품 중 기능성표시식품으로 등록된 제품이 없어 aT의 기능성 수출지원사업을 통해 홍삼의 임상시험을 도입, 기능성 검증을 추진 중이다.

aT 일본지사의 한국산 인삼 집중 홍보

코로나19의 장기화 영향으로 면역력 증진과 관련된 건강식품의 수요가 높아진 가운데, 한국산 인삼의 우수성을 알리고자 aT 일본지사에서는 인삼의 효능을 적극적으로 홍보하고 있다.

면역력 증진 효능과 몸을 따뜻하게 해주는 승기(乘氣) 작용을 적극적으로 알리기 위해 한국산 인삼의 우수성을 홍보용 영상으로 제작하여 1~2월에 홋카이도를 비롯한 동북지역을 중심으로 TV CF를 방영하였다.

또한 2021년 3월 9일부터 12일까지 개최된 '2021 동경식품박람회(Foodex Japan)'에서 한국 관 출전상품으로 다양한 인삼제품을 바이어 대상으로 소개하였다.

이밖에도 한국산 인삼의 기능성과 관련한 차별적 가치를 발굴하고자 홍삼의 기능성 검증도 추진하고 있다. 그동안 홍삼은 일본 내 임상시험 결과나 해당 논문 부재로 인해 그 효능에 대해서는 건강식품으로 인정받기에는 한계가 있었다. 이에 홍삼의 기능성에 대한 임상시험 결과 확보 등 과학적 근거를 마련한 결과, 기능성표시식품으로 등록하여 홍삼의 일본 수출을 적극 지원하고 있다.



홍보영상 <https://www.youtube.com/> (출처 : aT 도쿄지사 유튜브 채널)



일본에서 주목되고 있는 인삼회사



“신비의 건강력시리즈”, 홍삼숙성엑기스, 홍삼숙성엑기스분말 등

회사명 김씨고려인삼주식회사 (金氏高麗人蔘株式会社)



일본특허를 취득한 독자 소재 사용. 식품회사·OEM사 대상으로 원료(분말·엑기스)도 공급 개시. 제품 “신비의 건강력 시리즈”는 인삼건강식품 인터넷쇼핑에서 12년 연속매출 1위. 그 배경으로는 제조업체 대상 원료공급과 건강식품을 비로소 가공식품, 미용드링크 등 활용 범위를 넓힘으로써 판매실적 높임. 또한, 통신판매 노하우로 고객문의 대응이나 인삼기능성 상담, 원료공급처의 다양한 니즈에도 대응.

자료 <https://www.kouraininjin.com/>

“인삼 사포닌의 힘”

회사명 코토부키물산 (寿物産)

가격경쟁력, 고품질, 대량으로 안정공급이 가능한 점을 장점으로 대기업 제조업체 등 수많은 거래처에서 호평. 일본수출용으로 일본 수출인삼 재배농약 안전사용지시로 농약 기준을 정해서 기준외의 농약은 사용하지 않음. ‘MADE IN JAPAN’의 요구가 높아지면서 수입한 각종 인삼원료를 국내에서 재가공하여 출하.

자료 <https://kotobuki-bussan.com/>

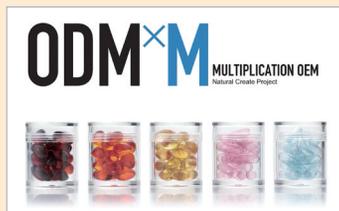


미모리노진센 (みもりの神泉)

회사명 미모리노 사토 (水杜の郷)

일본에서 직접 재배한 인삼을 사용. 소비자들의 국내산 니즈 상승으로 주목. 또한 제조업체 대상으로 홍삼엑기스 등을 공급하면서 식품, 음료, 화장품, 자연식전문상사에서 활약.

자료 <https://camp-fire.jp/>



흑고려인삼, 진센베리의 OEM (공급용)

회사명 FICORPORATION

OEM메이커. 소비자와 회사에 타블렛, 캡슐을 중심으로 미와 건강을 어필. 현재 탄산타블렛을 활용한 탄산고려인삼영양제도 공급. 탄산의 쓴 맛이 입안에서 홍삼의 쓴맛을 마스킹하는 역할.

자료 <http://fi-co.co.jp>

정관장

회사명 한국인삼공사재팬 [정관장] (韓國人蔘公社ジャパン [正官庄])

세계적으로 인삼브랜드 '정관장'을 전개. 120년 이상 인삼제품을 판매하여 10년 연속으로 세계 NO.1을 자랑하는 홍삼브랜드. 홍삼 특유의 쓴맛을 싫어하는 사람을 위해 단맛으로 제조. 최근에는 코로나 면역력 제고로 주목되면서 소비 확대.

자료 <https://item.rakuten.co.jp/>



일본 인기 마용드링크 '초콜라BB'에 고려인삼엑기스 배합

'초콜라BB'는 에사이(エーザイ)사에서 1952년 제조한 이후 여성의 미와 건강함을 주로 어필하여 제품의 인지도를 높여 왔다. 초콜라BB 드링크는 10가지 종류 이상으로 이중에는 기능성식품으로 등록된 상품도 있다. 지속적으로 신상품이 출시되고 있으며 배합원료로써 고려인삼이 인기를 얻고 있다.



초콜라BB JOMA

- 영양기능식품(비타민 B6)
- 비타민 B군과 아르지닌, 고려인삼 엑기스, 과라나 엑기스 등 7가지 종류의 성분을 배합
- 생강을 베이스로 한 산뜻한 끝맛(탄산음료)
- 1병 33kcal로 저칼로리 음료
- 즉각적인 에너지 충전과 기분전환에 도움
- 190ml(세금 포함 : 190엔)

자료 <https://www.eisai.jp/>



초콜라BB 골드리치

- 초콜라BB시리즈 중 제일 많은 16종류의 성분 배합. 타우린의 배합량도 제일 많음
- 6개의 생약 배합. 당귀, 인삼, 생강, 로얄젤리, 구기자, 용안육
- 마시기 쉬운 베르가못(배 종류) 맛
- 피로회복 · 예방 일상생활에서의 영양불량에 따른 신체상태 개선 · 예방
- 50ml(세금 포함 : 548엔)

자료 <https://www.chocora.com/>



Key Point

코로나19 팬데믹으로 건강 · 웰빙 관련한 소비트렌드가 확대되고 있다. 세계 기능성식품시장 규모는 2019년 1,777억 달러에서 2027년 2,679억 달러로 급성장할 것으로 전망되고 있다. 또한, 일본 건강식품의 새로운 장르인 「기능성표시식품」은 제도 시행 5년 만에 시장규모가 3천억 엔에 도달할 만큼 수출경쟁력의 핵심으로 떠오르고 있다. 흥심뿐만 아니라 다양한 한국식품의 기능성을 입증할 수 있는 과학적 근거자료 구축으로 우리 식품의 차별적 가치를 발굴해야한다. 변화하는 시장트렌드에 대응하여 한국식품의 건강기능성을 주요 마케팅 포인트로 활용하여 대일 수출시장의 경쟁력으로 삼아야한다.

UAE 건강보조식품시장과 인삼제품 수요에 따른 전망



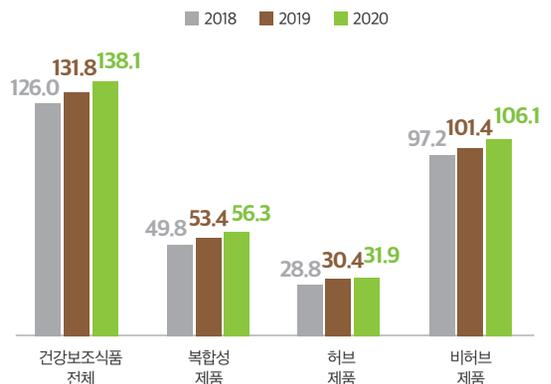
UAE, 건강에 대한 관심증가로 건강식품 및 건강보조 식품 판매 늘어

지난 한 해 건강 및 웰니스 식음료에 대한 UAE 소비자들의 수요는 증가세를 보였다. 현지 소비자들은 건강식단 유지와 질병에 대한 면역력 강화에 높은 관심을 보였으며, 이는 자연스럽게 건강 및 기능성식품에 대한 관심으로 이어졌다. 자연 식재료를 기본으로 영양소를 섭취할 수 있는 건강식단을 찾는 소비자들로 인해 비타민C를 첨가한 면역력 증강제거나 기능성 강화 식음료 등이 강세를 보이고 있다.

자료 Euromonitor, 「Dietary Supplements in the United Arab Emirates, 2020

UAE 건강보조식품 범주별 판매실적 (2018-2020)

단위 : 백만 디르함(AED)



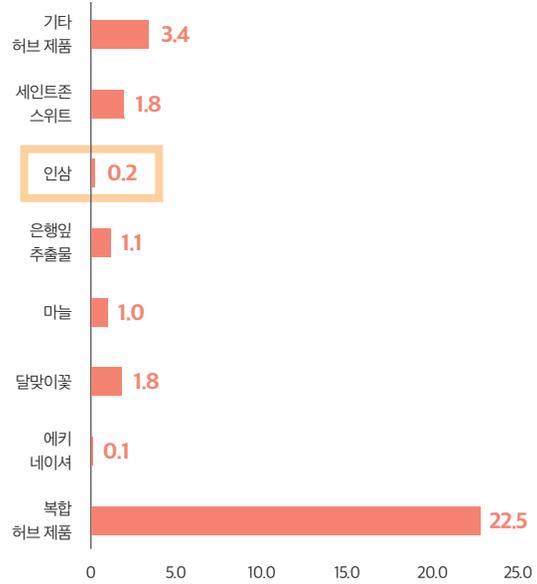
UAE 건강보조식품 동향 및 인삼시장 현황

UAE 건강보조식품시장에서 많은 점유율을 차지하고 있는 품목은 단연 비타민 제품이다. 그러나 유로모니터에 따르면, 지난해 면역력 강화기능의 건강보조식품군이 비타민 제품군의 수요를 앞지르면서 프로바이오틱스, 오메가3 및 루테인제품에 대한 수요가 증가한 것으로 나타났다. 이는 코로나19의 장기화로 인해 면역체계 강화의 중요성을 보도하고 있는 언론의 영향이 큰 것으로 보인다.

코로나19를 계기로 UAE 건강보조식품시장의 성장세가 전망되고 있는 가운데 인삼제품에 대한 관심도 증가할 것으로 예상된다. 인삼제품은 건강보조식품 중에도 허브 제품으로 분류되고 있다. 아직은 인삼이 UAE의 건강보조식품시장 내에서 차지하는 비율이 미미한 편이지만 마늘, 에키네이셔 제품과 더불어 향후 성장성이 기대되는 품목임에는 분명하다. UAE에서 유통되고 있는 인삼제품은 대부분 캡슐제형 영양제로, 현지 인삼 바이어들 사이에서는 미국산 제품에 한해 인지도가 있는 편이며, 일부 바이어들이 한국산 인삼의 효능과 우수성을 인지하고 있는 것으로 나타났다.

UAE 건강보조식품 허브제품 품목별 판매실적 (2020)

단위 : 백만 디르함(AED)



자료: Euromonitor, 「Dietary Supplements in the United Arab Emirates」, 2020

UAE
현지 유통중인
인삼제품



미국
인삼 캡슐
제품
(NOW Foods)

한국
인삼 캡슐
제품
(Solgar)



인삼, 로얄젤리,
비타민 복합성분
캡슐 제품
(Nature's Bounty)





한국산 인삼제품이 UAE에 진출하기까지

그간 중동지역에서는 인삼에 대한 인식 부족과 식품/의약품 분류기준의 모호함, 까다로운 행정절차 등과 같은 문제로 인해 한국산 인삼제품의 현지 진출에 큰 난항을 겪어왔다. 이러한 이유로 인삼차, 인삼드링크, 인삼캔디 등 일반식품으로 분류되는 품목만이 시중에 유통되었다. aT와 주UAE한국대사관은 현지기관과 협의를 통한 한국산 인삼제품의 중동시장 진출 기틀 마련을 위해 지속적인 노력을 기울여왔다. 2019년 서울에서 개최된 제2차 한·UAE 농업협력위원회에서 'UAE 한국산 인삼제품 수입허가 기준 마련'을 정식 의제로 상정하고, 동 회의에 aT 관계자들이 직접 참석하여 UAE 측에 한국 인삼제품의 조속한 수입허가를 촉구하게 되면서 한국 인삼제품의 본격 중동 진출에 속도를 내기 시작했다.

2019년 6월에는 aT 두바이지사가 샘플통관을 추진하고 있던 소백코리아 홍삼제품이 중동지역 최초로 UAE 연방정부로부터 허브제품(Herbal Supplement) 승인을 획득했다. 이후 한국인삼공사에서도 UAE 수입허가를 위해(임상시험 등 까다로운 절차와 장기간 고비용이 소요되는 의약품 등록을 해야만 중동시장에 진출할 수 있었다.) 비교적 등록절차가 간편하고 소요기간이 짧은 허브제품으로 등록을 추진하여 지난해 11월에 정관장 홍삼제품이 정식 승인을 받을 수 있었다. 이전까지는 소비자들을 위해 2월 현지에서 정식 론칭한 정관장 홍삼제품을 약국, 온라인샵 등의 유통채널을 통해 만나볼 수 있게 되었으며, 한국인삼공사 측은 aT 두바이지사와 함께 향후 UAE를 거점으로 한 중동시장 진출 확대를 위해 적극적 홍보를 이어나갈 예정이다.



Key Point

UAE 건강보조식품시장의 성장세 속에 인삼제품 수요 전망에도 청신호가 켜졌다. 한국 인삼제품 현지 진출성공 사례를 발판삼아 잠재력 높은 UAE시장을 거점으로 중동시장 진출 확대를 모색할 시점이 온 것이다. 현재로써는 인삼제품에 대한 현지인들의 인식이 낮은 편이기 때문에 정확한 효능에 대한 정보 전달과 함께 공격적 마케팅을 통해 인삼제품에 대한 인식을 개선하고 인지도를 강화할 필요가 있을 것이다. 중동의 인삼제품 마케팅 포인트는 '면역력', '남성 스테미너 강화'이다. 따라서 성별·연령 등 제품별 타겟 세분화가 필요할 것으로 보인다. 또한 무조건 '건강에 좋다'는 식의 단순한 홍보가 아닌 다른 나라의 경쟁제품과 비교하여 한국산 인삼제품의 효능과 우수성을 다각적으로 알려야 할 것이다.



면역력 증진을 위해 인삼 소비량 늘어나는 러시아

‘산삼(山蔘)’은 러시아에서 멸종 위기종으로 분류되어 ‘CITESII (멸종 위기종의 국제무역에 관한 협약) 부록(B) 협약에 따라 채취불가 항목에 포함되어 있다. 따라서 러시아에서 산삼을 채취하는 것은 범법 행위로 간주된다. 산삼은 희귀식물로 연해주와 하바롭스크 남부를 중심으로 러시아 일부 지역에서만 자란다.

수경재배 인삼은 식이보조제, 강장제, 의약품의 생산을 위한 주요 원료이다. 현재 인삼은 알타이공화국, 연해주, 하바롭스크, 코카서스에서 재배되고 있다.

러시아산 인삼은 주로 작은 농장에서 소규모로 재배되고 있기 때문에 연간 총생산량은 200kg~400kg에 달한다. 최근에는 동아시아 지역이 인삼을 재배하기에 적합한 기후조건임으로 알려지면서 외국인투자자들의 인삼재배 투자가 몰리고 있다. 중국의 Liwei Ltd.(ООО Ливэй)사는 하바롭스크 지방 인삼재배사업에 총 210억 루블(약 2억 9천만 달러)을 투자하였다. 이 프로젝트는 러시아 내 인삼 소비를 위한 내수용과 유럽 및 아시아로 수출을 위한 외수용 재배가 주목적이다.

러시아 서부지역 브란스크(Брянск : 서부지역에 위치)에 있는 인삼(Zhenshen) 농업기업은 인삼만 전문적으로 재배하는 업체로 유명하다. 현재 프리모르스키 크라이(Приморский край : 러시아 연해주 지역)와 알타이 공화국(Респ. Алтай : 몽골 국경 지역), 코카서스(Кавказ : CIS국가 인근 지역)에도 인삼을 재배하는 소규모 농장이 있다.



2019년, 2020년 인삼 수출동향

	중량(Kg)	비용(USD)	비고
2020년	11.42	3,871.12	러시아 HS Code 12112000 기준
2019년	78.00	837.00	

자료 러시아 관세청 통계(<https://customsonline.ru/>)

2014년~2020년 인삼 수입동향

	중량(Kg)	비용(USD)	비고
2020년	5,713.02	99,053.08	러시아 HS Code 12112000 기준
2019년	3,219.00	81,867.00	
2018년	1,929.00	46,894.00	
2017년	4,500.00	104,833.00	
2016년	6,122.00	252,466.00	
2015년	1,497.00	94,731.00	
2014년	4,104.00	345,179.00	

자료 러시아 관세청 통계(<https://customsonline.ru/>)

러시아산 인삼은 주로 내수시장에서 소매업 형태로 거래되고 있으며 일부는 주변국으로 수출되고 있다. 러시아 관세청의 통계에 따르면, 2019년말 러시아 인삼 수출은 총 78kg이며, 2020년에는 11.42kg으로 감소하였다. 주요 수출국으로는 아르메니아와 벨라루스가 있다.

인삼의 수출입을 비교해보면 수입 물량이 더욱 많음을 알 수 있다. 2019년 인삼류 수입량은 3.2에 가까웠고 수입액이 8.2만 달러에 달했는데, 2020년에는 10만 달러(5.7t) 규모의 인삼 제품이 수입되었다. 2019년 주요 인삼 수출국은 중국(83.1%), 한국(11.8%), 독일(2.8%)이었고, 2020년에는 중국에서만 수출이 이뤄졌다.

인삼류는 재배하는 과정과 가공되는 방법이 각기 다르다. 세계적으로 많이 알려진 한국산 홍삼과 비슷한 제품은 러시아시장에서 찾아볼 수 없다. 러시아에서 만들고 있는 모든 인삼 제품의 주원료는 백삼이기 때문에 러시아로 수입되고 있는 인삼제품도 백삼을 원료로 만든 제품들이다.

인삼은 약용식물로 뿌리가 든 제품은 약국을 통해 판매(최대 70%)되고 있다. 인삼보충제의 형태는 인삼탕크, 건삼뿌리, 인삼가루, 비타민복합체 등 매우 다양하다.





백삼뿌리

러시아산 (알타이 공화국)
생산자 Altaiskiy Izgotovitel
 1,077루블(약 16,700원) / 30g



홍삼정육고

한국산
생산자 정관장
 3,690루블(약 56,000원) / 100g



백삼엑기스

러시아산 (알타이 공화국)
생산자 Altaiskiy Izgotovitel
 2,333루블(약 36,100원) / 200ml

홍삼음료

한국산
생산자 정관장
 4,722RUB(약 73,000원) / 1,500ml



인삼 로얄젤리

중국산
생산자 Yeekongherb
 900RUB(약 14,000원) / 150g

인삼이 지닌 효능 때문에 강장제와 에너지음료에 함유되는 경우가 많이 있다. 예를 들어, 식품 제조업체 'Mareven Food Ltd'는 인삼추출물을 넣은 새로운 기능성 음료를 2020년에 출시했다.

또한, 건강한 식습관을 추구하는 트렌드에 따라 인삼 역시 유제품, 요거트, 차, 치커리, 시럽 등의 식품에 첨가되는 예도 있다. 러시아 내 인삼제품 판매를 위한 특정 인증이 없으므로 모든 음료와 식품에 인삼 성분을 첨가해도 된다. 인삼제품은 독립국가연합(CIS)의 규정에 따라 '식품의 안전에 관한 사항', '식품의 표지에 관한 사항', '식품첨가물, 향료, 가공보조물 등의 대한 안전요건' 등의 규제받는다. 수입업체는 러시아 내에서 인삼의 유통과 판매를 위해 독립국가연합(CIS)이 정한 인증을 받아야 한다.

코로나19 전까지 정기적으로 비타민, 보충제를 섭취하는 러시아인의 비율은 15%에 불과하였다. 하지만 코로나19로 인하여 건강과 면역의 중요성에 대해 러시아인들도 인식하게 되면서 2020년에는 면역력 증진을 위한 식이보충제에 대한 수요가 39%나 증가했다.



② 기능성 음료 Actibo

Key Point

현재 러시아가 수입하고 있는 인삼제품들은 주로 백삼이 대부분이다. 러시아에 없는 한국의 홍삼제품에 대한 효능·기능에 대한 꾸준한 홍보와 마케팅을 추진하여 한국산 제품의 장점을 어필한다면 건강에 관심이 많은 오늘날 러시아인들의 소비를 자극하여 실제 수출까지 이어질 수 있을 것이다.