

03 김

담당 | aT 수산임산물수출부 신정현 대리 (T. 061-931-0856)

1 국내 생산 및 유통동향

가. 생산동향

☑ 국내 생산 현황

구분	'14	'15	'16	'17	'18
생산면적(만헥)	76.1	76.7	84.8	88.8	101.8
생산량(만속)	13,472	12,783	12,378	14,095	16,791
원초 국내가격(원/kg)	845	914	1,128	1,425	1,074
마른김 국내가격(원/속)	3,592	3,804	5,025	6,113	5,125

자료원: 한국해양수산개발원 수산관측정보(2018해양수산전망대회 자료집 및 수산관측 6월호)

- 해조류 생산특성상, 위 통계는 여기에 따라 연산별로 표기함(예: 18연산 : 17년 10월~18년 5월)
- 마른김 국내가격은 김밥용 마른김(중품) 기준
- 책 : 양식용 김발의 단위규격으로 1책=2.2m×40m, 1속=260g 기준

○ 최근 몇 년간 김 양식 시설은 지속적인 수출확대로 인해 단가상승 등의 영향으로 꾸준히 증가하고 있는 추세임. 올해는 어기중반까지 작황도 대체로 양호하여 생산량은 전년대비 16.5% 가량 증가

* 생산면적 증가율 : ('16) 84.8만헥 → ('17) 88.8, 4.7% ↑ → ('18) 101.8, 14.7% ↑

○ (생산시기) 김 생산은 10월~5월까지 이루어지며, 특히 주 생산시기는 12월에서 4월까지로 전체 생산량의 90%이상을 차지

- 12월말 생산 김을 초사리김(햇김), 4~5월 생산 김을 늦사리김이라고 구분함

○ (주요품종) 참김, 방사무늬김, 잇바디돌김, 모무늬돌김

- 양식어가에서 생산성이 높은 품종을 선호함에 따라 방사무늬김 등과 같은 일반김의 양식시설이 지속적으로 증가하는 추세

* 품종별 김 양식시설 비중('18년 기준) : 일반김(70.6%), 돌김(29.4%)

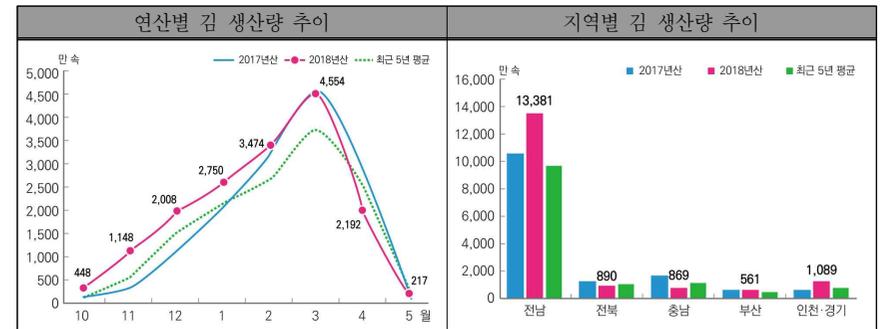
○ (생산지역) 전남(신안, 해남, 완도, 고흥, 진도 등) 75%를 차지하고 전북 10.5%, 충남 7.4%, 경기.인천 5%, 부산 2.2% 순임

- 연간 지역별 김 양식시설 책 수 및 생산량

단위: 만헥, 만속

구분	전국	전남	전북	충남	부산	경기
'16	84.8(12,378)	64.0(9,437)	8.3(830)	7.2(1,061)	1.9(351)	3.4(700)
'17	88.8(14,095)	66.1(10,239)	9.1(1,202)	7.7(1,555)	1.9(473)	4.0(626)
'18	101.8(16,791)	76.4(13,381)	10.7(890)	7.5(869)	2.2(561)	5.1(1,089)

자료원: 한국해양수산개발원 수산관측정보('16~'17연산 : 2018해양수산전망대회 자료집 / '18연산 : 수산관측 6월호)



자료원 : 한국해양수산개발원 수산관측정보

○ 연도별 수급전망

단위: 만속

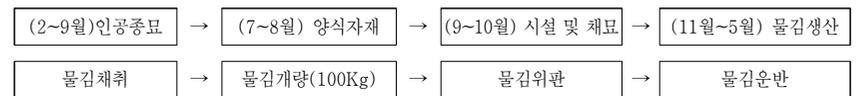
구분	'16	'17	'18(P)	'20(P)	'22(P)	
공급	국내생산량	12,378	14,095	15,500	16,000	16,300
	수입량	37	9	10	9	8
수요	국내소비량	7,645	8,260	9,810	10,179	10,338
	수출량	4,770	5,844	5,700	5,830	5,970

자료원 : 한국해양수산개발원 수산관측센터(2018 해양수산전망대회)

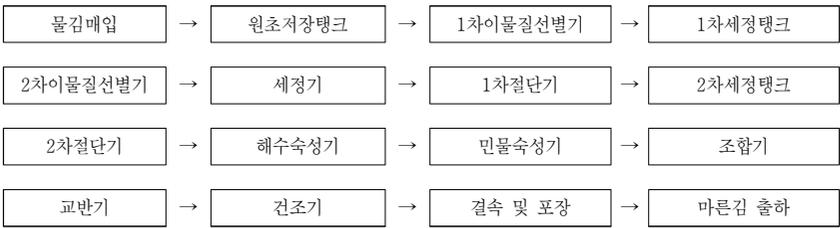
☑ 국내 생산과정

○ 양식 - 마른김 가공 - 조미김 가공 3단계의 공정이 분업화되어 이루어짐

① 물김 위탁매입



② 마른김 제조(마른김 가공공장)



③ 조미김 제조(조미김 가공공장)



자료원: 동 절차는 대표적인 사례를 예시로 든 것이며 각 업체 여건에 따라 다를 수 있음

나. 유통 및 수입 동향

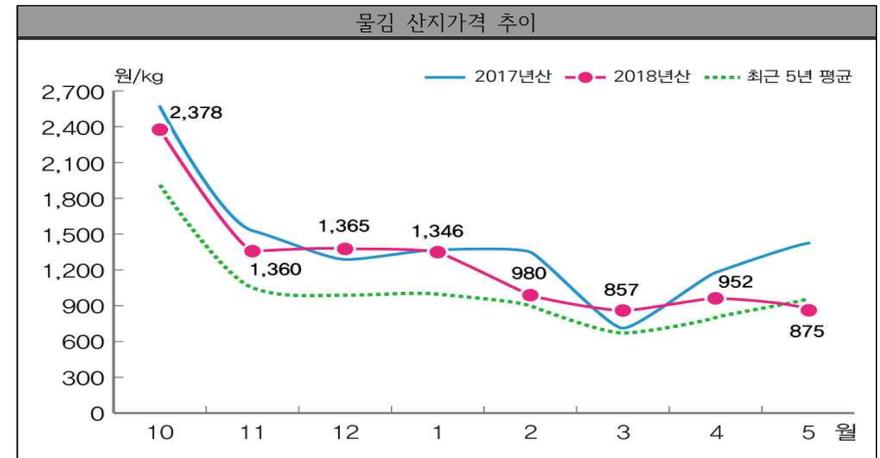
☑ 유통 및 소비동향

○ 유통경로



○ 국내 가격 및 소비 전망

- 2018년산 물김 산지가격은 1,074원/kg으로, 역대 최고 수준이었던 전년대비 다소 하락 하였으며, 평년 수준보다는 25.2% 높았음
- 최근 수출 증가로 인한 마른김 업체들의 매수세 증가로, 올해 물김 생산이 크게 증가했음 에도 불구하고 산지가격이 높게 형성됨
- 반면 마른김 도매가격은 작년대비 16% 낮은 5,125원/속으로, 마른김 생산 증가폭에 비해 소비가 크게 증가하지 않은 것으로 파악됨
- * 2018.5월 기준 재고량 : 8,500여만 속, 작년 동월 대비 24.5%증가



자료원 : 한국해양수산개발원 수산물추경보 2월호

☑ 수입동향

단위: 만속

구분	'16	'17	'18(P)	'20(P)	'22(P)
수입량	37	9	10	9	8

자료원: 한국해양수산개발원 수산관측센터(2018 해양수산물전망대회)

- 중국산 김이 일부 수입되고 있으나 수요는 크지 않으며 대부분 중국으로 수출된 김의 통관거부에 의한 반품물량임

2 2017년 수출동향 및 향후전망

가. 수출동향 및 수출업체 현황

☑ 수출동향

○ 수출실적

단위: 톤, 천불

구분	'15	'16	'17	'17. 1~6월 누계		'18. 1~6월 누계		증감률	
				물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	305,451	353,025	513,221	11,683	269,309	12,580	299,840	7.7	11.3
일본	51,181	78,295	114,763	2,391	64,627	2,503	65,799	4.7	1.8
중국	66,430	68,220	88,911	2,034	50,312	1,320	41,693	△35.1	△17.1
미국	72,090	70,332	86,576	1,977	40,567	2,270	49,369	14.8	21.7
태국	38,105	55,123	72,904	2,250	47,242	2,992	62,208	33.0	31.7
대만	15,864	18,947	33,009	660	16,999	784	19,800	18.8	16.5

자료원: KATI(AG코드 기준)

○ 수출동향

- 마른김 수출 하락세에 비해 조미김 수출 증가세 우세, 전체적인 김 수출은 전년대비 소폭 증가세를 보이면서 전년 동기대비 10%가량 증가 추이
- (조미김) 김 작황 양호 및 꾸준한 해외수요 증가로 대부분 국가로의 수출 증가, 전년 동기(1-6월누계) 대비 수출액 21.6% 증가
- (마른김) 2017년 기록적으로 악화되었던 보인 중국, 일본 김 작황이 올해들어 다시 양호한 상황으로 돌아서면서, 마른김의 수출경쟁력 약화 및 수요 감소세를 보임

- 이에 따라 조미김을 주로 수입하는 미국, 독일 등 수출실적이 증가하였고, 마른김 수입이 많은 일본, 중국 수출실적이 감소세를 보임
- 태국의 경우 주로 마른김을 수입하지만, 여기 전 연간 수출계약을 통해 작년보다 30% 가량 높은 수출액 증가를 보임
 - * 기타국(미국, 중국, 일본 제외) 수출실적: ('17) 111.7 → ('18) 134.7, 20.0% 증가
- 2018년산 작황 양호 및 생산 증가에 따라 수출금액은 다소 하락
 - * 수출단가(\$/kg): ('17) 24.2 → ('18) 23.7, 2% 하락

[2017년 주요 수출국별 동향]

- (일본) (마른김) 47.8백만불, 41.7%, (조미김) 66.9백만불, 58.3%
 - 생산부진으로 생산량이 전년 수준인 70억장 수준을 유지하며 단가상승
 - * 마른김 공판 평균단가: ('14) 9.24엔/장 → ('16) 11.51 → ('17) 13.07
 - 중국산 김 작황 부진으로 인한 물량부족으로 한국산 원료용 김(김밥용 김, 마른김) 수입 수요 대폭 증가
 - * HS코드상 김밥용김 수출실적은 조미김으로 분류
- (미국) (마른김) 7.0백만불, 163.9%, (조미김) 79.6백만불, 17.6%
 - 시장안정화 및 신제품(스낵김 부류) 취급 확대 등으로 수출 소폭 증가
- (중국) (마른김) 26.5백만불, 705.6%, (조미김) 62.4백만불, △3.8%
 - 사드배치 등 정치적 이슈로 인한 비관세장벽강화로 조미김 수출여건은 좋지 않았으나, 현지 2017년산 물김 생산량 감소(약 30%)로 원료용 마른김 수요 급증
 - 2017년도 하반기 조미김 수출이 점차 회복세를 보였으나, 일부 바이어의 한국산 제품 거래 기피 현상 지속
- (태국) (마른김) 70.8백만불, 33.2%, (조미김) 2.1백만불, 6.9%
 - 원료용 마른김 주요 수출국으로 태국 현지 김 스낵 제조 업체인 타오케노이사의 급 성장 이후 다수의 유사품 제조업체의 김 스낵 생산이 확대됨에 따라 한국산 마른김에 대한 수입 수요 지속 증가
 - * 중국, 일본 작황 부진으로 인한 공급부족으로 원료용 마른김의 한국산 대체 증가

나. 2018년 수출전망

☑ 2018년 수출전망

- 2018년산은 전년대비 생산량이 증가 및 마른김 가공시설 확대 등의 요인으로 가격은 전년대비 다소 하락할 것으로 전망됨
- 반면 주변생산국(일본, 중국)의 물김 작황이 회복되어 해외시장에서의 한국산 마른김 대체 수요는 전년대비 감소할 것으로 전망, 수출은 전년 수준 또는 소폭 감소가 예상됨
 - 조미김의 신규수출국(동남아, 중남미 등) 수요확대가 변수로 작용할 것으로 예상됨

다. 중장기 중점 추진계획

☑ 중장기 중점추진계획

- **정부 정책방향 전환** : 김 수출확대지원 ⇨ **세계 최고의 경쟁력을 갖춘 김 산업발전**
 - 종자개발, 양식기술(어장환경 모니터링, 실시간 관측망 확대를 통한 재해대비 기술 등), 가공기술, 기자재 산업(물김 채취 자동화) 등의 장기적인 R&D투자
- **물김 생산부터 수출마케팅까지 통합** 할 수 있는 전후방 통합 **대규모 수출기업 육성**
 - 생산(물김 양식)단계의 안전성 관리 및 1·2차 가공과정 컨트롤, 수출까지 전단계를 총괄 할 수 있는 대규모 조직 육성을 통한 경쟁력 있는 제품 수출체계 구축
- **고부가가치 가공산업 육성** : 수출제품 다양화, 중장기 경쟁력 확보
 - 현지시장 기호도를 반영한 신제품 개발 및 프리미엄 제품군 강화를 위한 **상품개발-해외 수요발굴-수출까지 One-Step 지원**
 - [예시] M社の 어린이용 할랄김 상품개발 지원 ⇨ 해외 앵커숍 운영주체 대상 제품 안내 ⇨ 마켓테스트 추진
 - 고부가 상품인 고급 초밥용 김 시장 진출확대 지원 : 원료생산, 선별 및 가공기술, 별도의 공장설비 등과 안정적인 공급을 위한 해외 대규모 식자재 유통채널(JFC, 니시모토 등) 개척 필요
- **한국산 김의 Identity 확립 및 현지 김 소비 환경 구축**
 - 수출용 한국 김 표기 일원화(e.g. Sea Vegetable), 홍보용 슬로건 제작, 캐릭터 개발 등을 통해 해외 소비자들의 우호적인 관심도 제고 ⇨ **일관되고 통일된 메시지 전달을 통한 광고-홍보 전략 구사**
 - 현지 소비자와 소통할 수 있는 쌍방향 플랫폼(SNS, Youtube 등), Kitchen Center 등을 활용한 한국 김 레시피 보급, 제품 개발과정 공개 등 입체적인 소비문화 확대

3 주요 국가별 시장동향

가. 일본

☑ 생산동향

- 일본 김 생산은 과거 연간 40만톤 내외 생산되었으나 어장환경 악화 등으로 지속 감소하여 최근에는 30만톤 내외로 감소
 - * 최근 생산추이 : ('05) 387천톤 → ('10) 329 → ('15) 297 → ('16) 301
 - 최대 산지는 규슈지역 아리아케 해역의 사가현, 후쿠오카현, 구마모토현으로 3개현 생산량이 전체의 52% 차지
- 마른김 공판실적은 2017년산이 75억 4천만장으로 물량은 전년수준이나 금액은 15% 증가하여 1장당 13엔 수준
 - * 일본 마른김 공판 평균단가 추이: ('11) 9.19엔/장 → ('15) 10.57 → ('16) 11.51 → ('17) 13.07

☑ 수입동향

- 일본으로의 한국산 김 수출은 마른김과 조제김이 5:5 수준으로 수출되었으나 2017년도의 경우 중국산 가공용수요가 한국산 마른김에 집중되면서 58%가 마른김 형태로 수출됨

단위: 톤, 천불

구분	'16		'17		증가율	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
김 전체	3,371	78,294	4,144	114,763	22.9	46.6
조제김	1,568	39,813	1,828	47,843	15.3	20.2
건조김	1,785	38,481	2,316	66,921	29.7	73.9

자료원: KATI(AG코드 기준)

☑ 유통, 소비동향

- 일본의 김 소비량은 연간 80억매 내외로 업무용 수요가 전체의 60%정도로 가장 많으며, 가정용 30%, 선물용 수요가 10% 내외
 - 최근 가정용/선물용 수요는 감소하고 편의점 도시락, 주먹밥, 초밥전문점 등의 업무용 수요 증가 추세
- 한국산 조미김은 한류 및 기존 일본 김 제품과의 차별성 등에 인기를 끌고 있으며 국내 도시락

용 김이 주로 판매되고 있음

- 한국산 조미김은 대형유통업체, 편의점 등 대부분의 소매점에 납품되고 있으며 주 소비 방법은 술안주이나, 밥과 함께 먹는 문화도 확산되고 있는 추세

☑ 수출여건 및 경쟁력 분석

- 자국산 김 생산여건이 악화됨에 따라 최근 수입량이 지속적으로 증가하고 있으며 한국이 전체 수입의 약 87%를 차지하고 있음
 - 다만, 일본 자분을 중심으로 개발된 중국의 방사무늬김 생산이 증가하고 있어 한국산 수요를 대체할 수 있는 위협요인으로 작용
- 한국의 조제김은 현지 소비자의 인지도, 선호도가 높으며 품질 경쟁력 등을 확보하고 있으나, 마른김의 경우 중국산이 시장을 선점하고 있음

☑ 수출전망 및 시사점

- 일본의 경우 한국산 김에 대해 수입 총량 쿼터(IQ)를 적용하고 있어 수출액에 큰 변동 없음
- 자국산 김 생산감소에 따른 수입물량은 지속적으로 증가할 것으로 전망되며, 특히 원료용 수요 증가가 높을 것으로 보임
 - 한국산 마른김 및 초밥용 김의 현지시장 진출확대를 위한 품질표준화 및 안정적인 공급 등으로 기존 중국산과의 차별화된 경쟁력 강화
- 현지 소비트렌드에 맞는 다양한 신상품개발을 통한 제품다양화(김가루 등), 온라인 쇼핑물 및 넷수퍼 등과 같은 신규 유통망 진출 확대를 통한 제품의 현지 소비자 접근성 확대

나. 미국

☑ 생산동향

- 북태평양에 인접한 캘리포니아, 오레곤주와 북대서양이 인접한 메인주, 뉴욕주 등에서 자연채취
- 미국의 김 생산은 아시아에서 식용으로 이용하는 홍조류가 아닌 황조류로 동물사료, 비료, 가공제품 등의 용도로 사용

☑ 수입동향

- 미국으로의 한국산 김 수출은 92%가 조제김 형태로 수출되고 있으며, 마른김은 8%로 최근 현지 생산증가 등으로 마른김 수요가 증가하고 있는 추세

단위: 톤, 천불

구분	'16		'17		증가율	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
김 전체	3,744	70,331	4,059	86,576	8.4	23.1
조제김	3,554	67,690	3,768	79,605	6.0	17.6
건조김	190	2,642	291	6,971	52.9	163.9

자료원 : KATI(AG코드 기준)

☑ 유통, 소비동향

- 조미김, 김스낵 등 스낵류로 소비되는 형태의 김 가공제품이 아시아마켓, 현지 주류유통업체를 통해 확대해 가고 있으며, 최근 Amazon 등의 온라인마켓, Google사 간식으로 납품되는 등 유통영역을 확대해 가고 있음
 - 대표 유통망인 Costco, Trader Joe's 등을 통해 판매 중에 있으며, 데리야끼와 매운맛 등 각종 맛을 가미하거나 아몬드, 코코넛 등을 첨가한 스낵제품의 진출도 증가 추세
 - 다양한 브랜드 제품이 출시되고 있으며, OEM 생산납품을 포함하여 대부분의 대형 마트 입점 김 제품은 한국에서 제조한 제품임
- 미국은 쌀을 주식으로 하는 식문화가 아니기 때문에 밥과 함께 김을 먹는 형태가 아닌 비스킷 등과 같이 스낵류로 소비되고 있음
- 김을 일식 문화로 인식하고 있으며, 초밥이나 롤을 통해 김을 많이 접하고 있으나, 일반 가정에서 김을 사용하여 요리하거나 소비하는 비율은 미미한 수준

☑ 수출여건 및 경쟁력 분석

- 미국의 식품 소비 트렌드(건강)에 맞는 저열량, 유기농, 내추럴 식품의 구매비율이 높아지고 있음
 - 철분, 칼슘, 비타민 등 각종 미네랄이 풍부하면서 칼로리는 낮은 건강식품으로 홍보
- 중국산은 대부분 원료용 마른김 형태로 수입되고 있으며, 조제품(조미김, 김스낵 등)은 대부분 한국산인 것으로 추정되나 유사 제품간의 경쟁 심화
 - “원초의 높은 품질”, “안전성”, “제조기술력” 등을 바탕으로 높은 점유율 확보

☑ 수출전망 및 시사점

- 중국의 제조 기술 수준이 급속도로 높아지고 있어서 조기에 한국산 김 브랜드 확보가 필요함
 - 미국 내 많은 식품들이 대부분 유기농 인증을 취득한 제품으로, 한국산 조미김의 유기농

인증을 통한 웰빙 제품으로의 인지도 제고 필요

○ 아시안계, 히스패닉계 시장 확대

- 백인 위주의 주류 시장과 더불어 아시안계, 히스패닉계, 아프리카계 시장을 확대하기 위한 마케팅 추진 필요

○ 일식당 식재료 유통망 진입 노력을 통한 초밥용 김 진출

- 최근 중국산 공급불안정을 기회로 한국산 초밥용 김의 품질개선, 생산확대를 통한 시장 점유 확대 필요

다. 중국

☑ 생산동향

○ 2015년 11만 5,875톤으로 지속적인 증가세를 보이고 있으나, 한국과 동일한 품종인 방사 무늬김의 주 산지인 강소성은 2.7만톤으로 낮은 비중을 차지하고 있음

○ 김의 생육환경과 밀접한 관련이 있는 동부 연안지역에 주산지지역이 분포하고 있으며 방사무늬김은 강소성과 절강성, 단김은 복건성, 광둥성지역에서 주로 생산됨

- 지역별로는 복건성이 중국의 김 최대 생산지로 '15년 4만 8,490톤을 생산하여 전체 생산량의 47.2%를 차지함

- 양식품종으로는 재래품종인 단김의 경우 원초를 자연건조 후 원형 또는 장방형으로 만들어 탕(스프)이나 볶음재료로 활용되나, 일본에서 도입된 방사무늬김은 마른김 또는 조미김으로 가공해 초밥재료나 스낵으로 소비

○ 2009년 이후 많은 자본이 투입되었으며 일본, 홍콩, 대만 등으로부터 양식기술 및 가공 설비 등이 유입되고 김 협회가 설립되어 양식기술의 급격한 발전이 이루어짐

◆ 중국의 지역별 김 양식 면적 분포 ◆

구분	'11(A)		'15(B)		증감(B-A)(ha)
	면적(ha)	비중(%)	면적(ha)	비중(%)	
전체	60,408	100.0	65,766	100.0	5,358
강소성	37,674	62.4	39,618	60.2	1,944
복건성	13,597	22.5	15,216	23.1	1,428
절강성	8,538	14.1	9,966	15.2	1,619
광둥성	599	1.0	796	1.2	170

산동성	367*	-	170	0.3	197
-----	------	---	-----	-----	-----

자료원1: *중국어업통계연감에 산동성의 2011년 생산량이 집계되지 않아 2012년 생산량으로 대체함

2: 중국 어업통계연감(각연도) / KMI 중국의 김 생산시장(2016.9)

☑ 수입동향

○ 중국으로의 한국산 김 수출은 70%가 조제김 형태로 수출되고 있으며, 마른김은 30%로 2017년의 경우 중국산 김 작황부진에 따른 가공요수요 급증에 따른 일시적인 현상

○ 2018년산 작황 회복에 따라 한국산 마른김 수요 감소가 전망됨에 따라, 전체 한국 김 수출 증감에 주 요인으로 작용할 것으로 전망됨

단위: 톤, 천톤

구분	'16		'17		증가율	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
김 전체	2,601	68,221	3,193	88,911	22.8	30.3
조제김	2,332	46,934	1,976	62,436	△15.2	△3.8
건조김	269	3,286	1,217	26,475	351.7	705.6

자료원: KATI(AG코드 기준)

☑ 유통 및 소비동향

○ 수입산 김의 경우 수입대리상을 통해 유통매장으로 납품되는 것이 일반적이며, 유통매장에서 직수입하는 경우는 거의 없음

○ 수입대리상의 경우, 한국의 완제품을 수입하여 중국 규정에 맞는 라벨만 제작하여 유통하는 것이 일반적이며, 일부 대리상의 경우 자체브랜드로 제작하여 유통하고 있음

- 한국 내 제조기업과의 계약을 통해 OEM형태로 공급받아 유통

○ 상해 등 대도시 지역은 대형유통매장을 통해 제품을 유통하며, 중소도시의 경우 도매시장을 통해 공급하고 있음

- 내륙 지역으로 갈수록 일반소비자가 김의 소비방법을 모르기 때문에 특 대형 백화점 수입 식품코너에서 일부 제품을 소량으로 취급하고 있음

○ 중국 국민 소득 및 생활수준의 향상으로 고품질 간식에 대한 수요가 늘어나고 있으며, 한국산 제품에 대한 인지도도 최근 높아지고 있어 소비 증가추세

○ 한국과 같이 반찬용 또는 김밥용으로 소비하기보다는 스낵으로 분류하여 소비하는 것이 일반적임

- 한국과 같이 반찬으로 소비하는 형태는 아직 중국인에게 낯선 형태이며, 소비자가 소비 방법을 인식하지 못하고 있기 때문에 대부분 간식용으로 소비하고 있음

○ 초밥용 마른김과 스낵용김으로 크게 구분하여 판매중임

- 초밥용 마른김은 건어물(Dry Food) 코너에서 판매되는 것이 일반적이며, 조미김은 스낵 코너에서 판매되고 있음

- 원초(중국산 단김)를 건조한 제품은 탕이나 국물요리에 첨가하는 형태로 소비하고 있으며, 초밥용 마른김의 경우 대부분 일식집에서 소비

- 스낵용 김 가공품의 경우 태국·대만산 제품도 판매되고 있음

☑ 수출여건 및 경쟁력 분석

○ 중국 젊은 층 및 유아용 제품을 중심으로 조제김 소비가 활성화되는 추세로 최근 김 수입은 지속적인 증가세

* 2017년도 한국산 조제김 수입감소는 사드배치 등에 따른 정치적 이슈로 인한 일시적인 현상이며, '18년 들어 다시 증가세(1-6월 누계 기준 전년대비 수출액 19% 증가)

- 주 수입국은 한국과 태국으로, 한국산 조미김의 스낵시장 선점을 위한 지속적인 홍보 및 판촉을 통한 브랜드 인지도 제고 필요

- 특히, 주 소비층을 겨냥한 전자상거래 및 스마트폰 활용 온라인 마케팅 강화

* 온라인 유통채널 진출확대를 통한 내륙지역 소비자 접근성 개선

☑ 수출전망 및 시사점

○ 한국산 조제김의 소비방법에 대한 현지 소비자 인지도가 낮으므로 제품별 소비형태(조미김 또는 김자반 등 : 식자재 활용 / 스낵김 : 간식)에 대한 적극적인 홍보 필요

○ 중국산 카피 제품의 출시로 인해 한국산 김에 대한 노출이 감소함에 따라 한국산 김이 우수하다는 인식이 부족한 상황이므로, 중장기적으로 한국산 김에 대한 브랜드 확보가 필요함

○ 급격한 성장세를 보이고 있는 중국 인터넷 시장 진입을 위한 다양한 접근전략(Alibaba, 허마시엔성 등)

라. 태국

☑ 생산동향

○ 태국에서는 성장 조건이 맞지 않아 생산되고 있지 않음

☑ 수입동향

○ 태국으로의 한국산 김 수출은 97%가 마른김 형태로 수출되고 있으며, 태국에서 제조되는 스낵김의 원료용 마른김으로 공급되고 있음

- 또한 Taokaenoi와 같은 대형제조업체의 경우 직접수입을 하고 있으며, 그 외 중소기업 업체는 현지에서 공급받는 형태

단위: 톤, 천불

구분	'16		'17		증가율	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
김 전체	3,196	55,123	3,429	72,904	7.3	32.3
조제김	88	1,965	87	2,101	△1.1	6.9
건조김	3,108	53,158	3,342	70,803	7.5	33.2

자료원 : KATI(AG코드 기준)

☑ 유통 및 소비동향

○ 스낵김 제품은 Big-C, Tesco Lotus 등 대형유통매장은 물론 지역 곳곳에 분포하고 있는 Seven Eleven(태국 소매시장의 90% 점유) 등 편의점에서 유통되고 있음

- Tesco Lotus와 Seven Eleven의 판매수수료는 매출액의 50% 수준이며, 1+1과 같은 프로모션 제품에도 똑같이 수수료를 부과하고 있어, Taokaenoi, Masita by Singa Corp 등 대규모 스낵김 제조사 이외에는 입점을 유지하고 있지 못함

* Taokaenoi 는 관광객 집중 지역에 독립 판매장(Taokaenoi Land) 운영

- 이에 한국산 조미김의 경우 대형쇼핑몰과 백화점 위주로 진출되어 있어 일반 소비자들의 제품접근성이 떨어짐

○ 대형 제조사는 자체적인 유통채널에 대부분의 김을 입점하고 있으나 중소기업 업체 들은 소매 유통망을 통해 지역단위로 유통하고 있음

- 대형제조사의 경우 스낵김을 전국적으로 유통하고 있으나, 중소기업의 지역 업체들은 각 업체가 확보하고 있는 소매유통망을 통해 각 지역 단위로 유통하고 있음

○ 유통매장별로 자사의 PB상품을 개발하여 유통하고 있으며, 태국 소비자는 스낵용으로 김을 소비하는 비율이 95% 이상을 차지하고 전 연령층에서 선호도가 높음

- 반찬용으로 소비하는 방법에 대해서는 인지도가 낮고 익숙하지 않으며 밥과 함께 먹으면 김 특유의 바삭바삭한 식감이 사라지기 때문에 소비량이 많지 않음

- 스낵김 이외의 소비 방법으로는 제품의 용도에 따라 다르게 나타남
 - 원초를 건조한 제품은 국수나 국물요리에 첨가하는 형태로 소비하고 있으며, 초밥용 마른김의 경우 대부분 일식집에서 소비
- 태국의 일반 소비자들의 경우 전반적인 소득수준이 낮기 때문에 제품의 품질보다는 가격 위주의 소비가 이루어지고 있으며, 태국의 경제 불안정에 따른 소비심리 위축으로 스낵 및 과자류에 대한 소비 위축 상황임

☑ 수출여건 및 경쟁력 분석

- 소비자 대부분이 김=일본 식재료로 인식하고 있으며, 이는 태국 진출 초기 초밥과 함께 먹는 것이라는 인식에 기인한 것으로 판단됨
 - 태국은 사회·경제·문화 전반에 일본의 영향력이 크고, 일본산은 고급제품이라는 인식이 소비자 인식 저변에 깔려 있음
- 한국산 김의 수출이 가공용 마른김에 집중되어 있어 현지 제조업체는 한국김의 품질 우수성을 인지하고 있으나 일반 소비자는 한국 김에 대한 인지도가 낮음
 - 또한 태국 소비자들은 기름이 묻어 있는 제품을 선호하지 않기 때문에 조미김(구운김) 제품의 현지화가 필요하다는 의견도 있음
- 중국산 김에 포함된 파래가 쓴맛을 내기 때문에 태국 소비자들에게 좋지 않은 이미지를 형성함에 따라 파래가 섞인 제품은 '이물질이 포함된 안 좋은 제품'으로 인식하고 있음
- 중국 마른김 품질이 계속적으로 향상되고 있어 중국산, 한국산 마른김 원료 공급업체들의 경쟁이 심화될 것으로 전망

☑ 수출전망 및 시사점

- 주 수출품목인 원료용 마른김의 한국산 경쟁력 및 기존 거래선의 충성도 확보를 위한 지속적인 품질관리 및 보관성 개선, 공급안정화 필요
 - 국내 업체 간 가격덤핑 등 과당경쟁을 통한 출혈방지를 위한 협의체 구성
- 한국산 조제김의 시장 개척을 위한 현지화된 신상품개발, 현지 일식 외식업계 초밥용 김 공급망 발굴 등을 통한 진출확대 필요