

# 해 외 출 장 결 과 보 고

1. 출장건명 : 한국산 신선 겨울딸기의 수출 이머징마켓인 동남아(태국, 말레이시아) 시장의 유통실태 및 시장확대를 위한 현지조사
2. 출장목적 : 한국산 신선딸기 수출의 최대 이머징 마켓인 말레이시아와 태국시장의 수출딸기 유통체계와 시장구조를 파악하고, 안정적인 수출시장 확대를 위한 수입업자, 전문가 면담과 기 실시된 소비자조사의 보완조사
3. 출장기간 및 출장자, 출장지
  - 출장기간: 2012. 1. 4(수) ~ 1. 11(수) [7박 8일]
  - 출 장 자: 농식품정책연구본부 전창곤 선임연구위원
  - 출 장 지: 말레이시아, 태국

## 4. 출장일정

| 일 시     | 내 용                                                                                                                                                                                                              | 방문기관 및 면담자                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. 4(수) | ○ 이동(인천공항)-말레이시아 쿠알라룸푸르 국제공항(Sepang)                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                         |
|         | ○ 도매시장 딸기유통 실태<br>-농산물도매시장 한국딸기 인식<br>-각국 딸기 판매 현황 및 경쟁력 실태                                                                                                                                                      | ○ 쿠알라룸푸르 농산물도매시장<br>-한국딸기 취급 점포<br>-면담자: 한국딸기 납품업자 등                                                                                                                                                                                                    |
| 1. 5(목) | ○ 한국딸기 주요 판매체인점 방문<br>-말레이시아 최대 슈퍼마켓 그룹 (Tesco, Giant, Carrefour)<br>-한국딸기 판매 및 유통전략<br>○ 한국딸기 취급 대형유통업체<br>-한국딸기 소비자정보 조사<br>-한국딸기 상품성 조사 등<br>○ 한국딸기 수입상(바이어) 면담<br>-후레쉬마트싱가포르(주)<br>-한국딸기에 대한 인식, 문제점, 유통체계 등 | ○ KMT(Korea Malaysia Trade) TRADING SDN BHD<br>-한국 농식품을 말레이시아 대형유통업체에 납품하는 업체<br>○ Carrefour Malaysia<br>-한국딸기 취급 최대규모 대형유통업체<br>-면담자: 과채류 구매팀장<br>○ Fresh Mart Malaysia<br>-한국딸기 주요 바이어<br>-면담자: 사장 Mr. Matthew Lee<br>-한국딸기에 대한 인식, 판매실태, 소비자인지도 등 파악 |

| 일 시      | 내 용                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 비 고                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. 6(금)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 한국딸기 바이어 면담               <ul style="list-style-type: none"> <li>-후레쉬마트말레이시아</li> <li>-한국산 수입딸기에 대한 인식, 문제점, 유통체계 등</li> <li>- 한국산 딸기의 경쟁력</li> </ul> </li> <li>○ 한국산 딸기 취급 대형소매점               <ul style="list-style-type: none"> <li>-Jusco, Cold Storge/Giant</li> <li>-수입딸기를 가장 많이 취급하는 대형유통업체</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Jusco Malaysia               <ul style="list-style-type: none"> <li>-한국딸기 주요 바이어</li> <li>-한국딸기에 대한 인식, 판매실태, 소비자인지도 등 파악</li> </ul> </li> <li>○ Cold Storge/Giant(주)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국산 딸기 구매담당자</li> <li>- 한국산 딸기의 유통체계, 문제점</li> <li>- 한국산 딸기의 가격 및 품질경쟁력</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                                              |
| 1. 7일(토) | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 이동(말레이시아)-태국 방콕 수완나품 국제공항</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 한국딸기유통 도매시장방문               <ul style="list-style-type: none"> <li>-한국딸기 취급점포 면담</li> <li>-한국딸기의 판매 실태와 소비자 선호도</li> <li>-한국딸기의 경쟁력과 문제점</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bangkok Taalad Thai Wholesalemarket               <ul style="list-style-type: none"> <li>-방콕 범정농산물도매시장</li> <li>-한국딸기 취급 점포 방문</li> </ul> </li> <li>○ 말레이시아 소비자 조사원 면담</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 1. 8(일)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 한국산 딸기 취급 점포 방문               <ul style="list-style-type: none"> <li>- bigc, jusco</li> <li>- 재래시장</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 한국산 딸기취급점포               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 점주 방문 및 면담</li> <li>- 한국산 딸기의 유통실태와 문제점</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 1. 9(월)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 방콕 소비자조사자 면담               <ul style="list-style-type: none"> <li>-현지 주재원 대표로</li> <li>방콕대학생들의 소비자조사 실시</li> <li>-소비자조사 내용 및 보완조사 실시</li> </ul> </li> <li>○ 조사장소 방문 업체 면담               <ul style="list-style-type: none"> <li>-소비자조사가 실시된 업체 방문</li> <li>-점포주와 면담</li> <li>-한국딸기에 대한 인지도, 판매실태 등</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ aT센터 싱가포르지사 방콕지소               <ul style="list-style-type: none"> <li>-한국산 딸기 유통현황 및 문제점</li> <li>- 기타 관련 자료 수집</li> </ul> </li> <li>○ 한국딸기 취급 일본계 유통업체               <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sogo 백화점과 고급수퍼마켓</li> <li>-Jusco 일반수퍼마켓</li> </ul> </li> <li>○ 수입딸기 취급 대형 할인매장               <ul style="list-style-type: none"> <li>-Bangkok Centural Food Hall(주)</li> <li>-Villa market(대중수퍼마켓) 방문</li> </ul> </li> </ul>                                                |
| 1. 10(화) | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 한국딸기의 국제경쟁력               <ul style="list-style-type: none"> <li>-한국딸기 취급점포의 인식</li> <li>-한국딸기의 가격, 품질경쟁력</li> <li>-한국딸기의 문제점 등</li> </ul> </li> <li>○ 바이어납품 대형유통업체               <ul style="list-style-type: none"> <li>-바이어와 동행 방문</li> <li>-경쟁국(호주 등) 딸기의 판매실태와 경쟁력 조사</li> </ul> </li> <li>○ 한국딸기 바이어와의 토론               <ul style="list-style-type: none"> <li>-한국딸기 경쟁력 제고전략</li> <li>-한국딸기 국내 상품화 전략</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 수입딸기 취급 주요 업체 방문               <ul style="list-style-type: none"> <li>-Gourmet(Emporium, K Village, Siam Paragon) 방문</li> <li>-villa market, max value</li> <li>-재래시장(Sukmvit)</li> </ul> </li> <li>○ 바이어 주요 납품업체 방문               <ul style="list-style-type: none"> <li>-Jusco 청과 구매담당</li> <li>-Big C 구매담당</li> </ul> </li> <li>○ 소비자조사 관련 협의회               <ul style="list-style-type: none"> <li>-소비자조사 대학생, aT센터 지소장 및 주요 바이어와의 면담</li> <li>-한국딸기 경쟁력 제고전략</li> </ul> </li> </ul> |
| 1.11(수)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 이동(방콕-인천공항)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

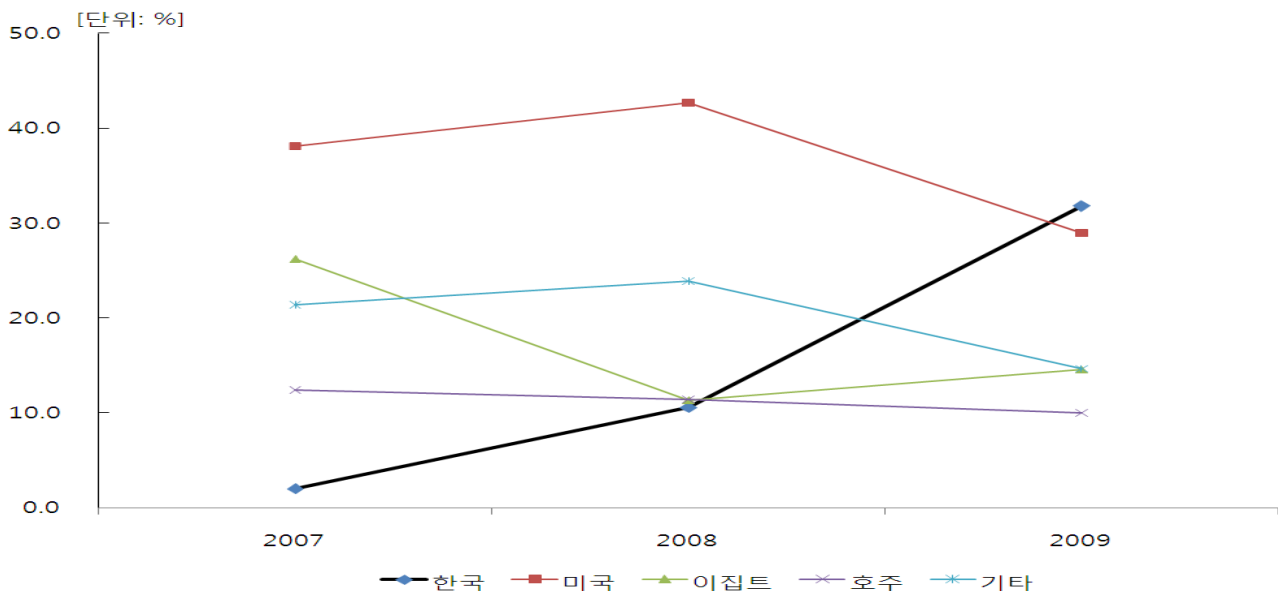
# [말레이시아와 태국의 한국산 딸기의 유통실태 및 경쟁력 조사]

## 1. 말레이시아

### 1.1. 말레이시아의 딸기 수입 현황

말레이시아의 최근 3년간 연평균 딸기 수입규모는 654톤에 약 87만 달러 수준이며, '09년의 경우 '08년 대비 물량 및 금액기준으로 각각 12.4%와 20.3% 증가하였다. 물량 면에서 '09년 수입국가별 비중은 한국산이 31.8%(213톤)로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 미국산이 29.0%(194톤)를 차지하여 2개국으로부터의 수입비중이 60.8%를 차지하였다. 그 외 이집트산 14.6%(98톤), 호주산 10.0%(67톤), 인도네시아산 5.1%(34톤), 뉴질랜드산 3.9%(26톤), 기타 5.7%(38톤) 순으로 나타나고 있다. 2008년까지 가장 수입비중이 높은 국가는 미국으로 '07년과 '08년의 미국산 수입비중은 각각 38.1%와 42.7%를 차지하였으나, '09년에는 한국산 수입비중이 가장 높은 비중으로 전환되었다. 2009년 현재 말레이시아의 신선딸기 국별 수입비중은 한국산 33.2%, 미국산 26.5%, 이집트산 15.5%, 호주산 9.4% 순으로 나타나고 있다.

<말레이시아의 신선딸기 국별 수입물량 비중 추이>



### 1.2. 수입딸기의 경쟁구조 및 한국산 딸기의 특성

말레이시아에서 한국산 딸기의 주 소비층은 중국계와 말레이계 중상류층으로 선호도가 높아지는 추세이며, 특히 중산층의 소비성향이 빠르게 증가하는 추세로 나타나고 있다. 한국산 신선딸기의 수입은 대부분 전문수입상에 의해 수입·공급되고 있으며, 한국산 딸기를 판매하는 유통채널은 대부분 대형마트 중심으로 이루어지고 있다. 미국산 브랜드인 Driscoll's는 직접 대형매장과 협상하여 수입되고 있으며, 판매는 한국산과 같이 대부분 대형마트 중심으로 판매되고 있는 것으로 나타나고 있다.

한국산 딸기는 대부분의 수출국과 경쟁관계이나 가장 큰 경쟁상대는 미국으로 나타나고 있다. 말레이시아에서 미국산 딸기는 거의 연중공급이 가능하며, 수입브랜드가 단일화되어 있어 브랜드 인지도가 상대적으로 매우 높은 상태이다. 말레이시아에서 한국산 딸기와 시기적으로 경합관계에 있는 국가는 미국과 호주로 나타나고 있으며, 미국과 호주 두 나라 모두 2월, 3월에 경합관계가 큰 것으로 나타나고 있다.

그리고 한국산 딸기의 특성은 당도가 높고 식감이 좋은 반면, 미국산 대비 연화현상이 빠르게 나타나고 있어 한국 내 수확 후 관리와 수출물류 및 말레이시아 수입 후 물류의 개선이 필요한 것으로 나타나고 있다.

<말레이시아시장 주요 딸기수출국가의 시기별 경합관계>

|      | 한국                 | 미국              | 호주              | 뉴질랜드              | 이집트                | 주수출시기             |
|------|--------------------|-----------------|-----------------|-------------------|--------------------|-------------------|
| 한국   |                    | 2, 3월<br>(2개월)  | 2, 3월<br>(2개월)  | 12, 1월<br>(2개월)   | 12, 1, 2월<br>(3개월) | 12~3월<br>(4개월)    |
| 미국   | 2, 3월<br>(2개월)     |                 | 2,3,8월<br>(3개월) | 비경합               | 2월<br>(1개월)        | 2~8월<br>(7개월)     |
| 호주   | 2, 3월<br>(2개월)     | 2,3,8월<br>(3개월) |                 | 10월<br>(1개월)      | 1, 2월<br>(2개월)     | 1-3,8-10<br>(6개월) |
| 뉴질랜드 | 12, 1월<br>(2개월)    | 비경합             | 10월<br>(1개월)    |                   | 11,12,1월<br>(3개월)  | 11~1월<br>(3개월)    |
| 이집트  | 12, 1, 2월<br>(3개월) | 2월<br>(1개월)     | 1, 2월<br>(2개월)  | 11,12,1월<br>(3개월) |                    | 11~2월<br>(4개월)    |

자료: 말레이시아 현지조사(한국산 딸기바이어, 대형마트 담당자, 소비자 조사 결과)

한편 말레이시아에서의 딸기생산은 기후 조건상 거의 이루어지지 않고 있지만 일부 산악지대에서 약간 생산되고 있는 것으로 나타나고 있다. 말레이시아산 딸기의 상품성은 크기, 색깔, 당도 등 모든 상품 속성에서 한국산과는 비교할 수 없을 정도로 경쟁열세에 있어 향후 말레이시아 국내시장에서 한국산과 말레이시아산의 경쟁구도는 나타나지 않을 것을 전망된다. 말레이시아산의 '09년 딸기수출은 수입액의 0.3%에 불과한 3,139달러 수준에 불과하면, 수출국은 홍콩, 싱가포르 등 동남아시아에 저가격으로 수출되고 있는 것으로 나타났다.

한국산 딸기의 말레이시아 수입단가는 점차 상승하는 것으로 나타나고 있다. 2009년 말레이시아의 신선딸기 단위(kg)당 평균 수입단가는 1.48US\$로 인도네시아의 2.57US\$를 제외하면 대부분 수입국가의 단가가 1.3~1.6US\$ 수준으로 큰 차이가 없는 것으로 나타나고 있다. 국가별 수입단가는 인도네시아산이 2.57달러로 가장 높으며, 다음으로 이집트산 1.57달러, 한국산 1.55달러, 호주산 1.39달러, 미국산 1.36달러 순으로 나타났다. 한국산 신선딸기의 수입단가는 '07년 0.87달러, '08년 1.30달러, '09년 1.55달러로 상승추세로 나타나고 있다.

국가별 신선딸기의 수입단가 수준이 크게 차이가 나지 않는 것과 마찬가지로 소비자 판매가격인 소매가격 수준도 큰 차이가 없는 것으로 나타나고 있다. 국가별 딸기의 수입시기가 달라서 특정 시점에서 모든 가격을 비교할 수는 없으나, 한국산이 수입되지 않는 7월('10년)의 미국산과 말레이시아산의 소매가격은 비슷한 수준으로 나타나고 있다. 2012년 1월 현지시장 조사 결과 대부분의 대형마트에서 한국산 딸기가 판매되고 있으며, 경쟁구조에 있는 미국산과 호주산은 거의 찾아볼 수가 없었으며, 일부 점포에서 미국산이 약간 판매되고 있는 실정으로 나타나고 있다.

한국산 딸기의 현지시장 소매가격은 250g 팩당 판매장소에 따라 15.90~20.99링깃(5,900~7,700원)수준으로 나타나고 있다. 판매처별 가격은 일반적인 주택가 SSM의 경우 약 15~16링깃에 판매되고 있으며, 중상류층 이상이 이용하는 고급 마트(Cold Storage, 까르푸, 탑스마켓 등)와 백화점 시품코너 등에서는 20링깃 내외수준으로 형성되고 있는 것으로 조사되었다. 과일 판매담당과의 면접결과 호주산이나 미국산은 가격수준이 한국산에 비해 상대적으로 낮지만 맛과 품질 면에서 한국산이 가장 높은 것으로 평가하고 있으며, 소비자의 선호도도 역시 가장 좋은 것으로 평가하고 있는 것으로 나타났다.

#### <말레이시아의 신선딸기 소매가격>

단위: 링깃(RM)

| 구분       |           | Jusco               | Tesco               |       | 재래시장                |
|----------|-----------|---------------------|---------------------|-------|---------------------|
| 원산지      |           | 미국산<br>(Driscoll's) | 미국산<br>(Driscoll's) | 말레이시아 | 미국산<br>(Driscoll's) |
| 포장<br>규격 | 200g      | -                   | -                   | 6.99  | -                   |
|          | 250g      | 8.90                | 8.99                | -     | 10.00               |
|          | 454g(1lb) | 16.90               | -                   | -     | -                   |
|          | 500g      | -                   | -                   | 15.99 | -                   |

자료: 현지조사 결과

말레이시아의 딸기 수입의 기본관세는 5%이나, 한국·중국·일본은 무관세로 나타나고 있다. 보건사회부의 잔류농약 검사와 농업부의 병충해 검사가 이원화되어 있으나,

일반적으로 한국산 딸기수입은 무난한 것으로 나타나고 있다. 그리고 많은 신선농산물이 수입되고 있지만 농산물 수입에서의 수입검사제도는 비교적 느슨한 편으로 나타나고 있다.

### 1.3. 말레이시아의 딸기 생산 및 유통동향

말레이시아에서의 딸기재배는 고랭지인 카메론고지(Cameron Highlands)에 한정되어 약간의 재배가 이루어지고 있으며, '09년 재배농가 수는 52농가, 재배면적은 30ha 수준으로 농가당 평균 재배면적은 0.58ha으로 나타나고 있다. 그리고 1에이커(0.4ha)당 재배 포기 수는 약 10만 포기정도로 재배되고 있는 것으로 조사되었다. 2008년 생산규모는 물량기준 약 50~80톤이며, 금액기준 약 10~13억원(270만~300만링깃)정도에 불과한 것으로 나타났다. 말레이시아의 딸기 재배면적은 한국의 0.5% 수준이지만, 연중생산이 가능하여 단위당 연간 생산량은 매우 높은 수준으로 점차 재배면적과 생산량이 증가추세에 있다. 특히 지속적인 수요증가 및 타농산물에 비해 상대적 고가격과 안정적인 가격 형성으로 최근 재배농가와 재배면적이 증가 추세로 나타나고 있다. 현재 말레이시아내에서 다양한 딸기 신품종 종자개발이 시도되고 있는 것으로 알려지고 있다.

말레이시아에서의 딸기 수요는 현재 주로 중산층 이상을 중심으로 이루어지고 있으며, 점차 수요계층이 확대되는 추세이며, 특히 고소득 상류층의 고급딸기 수요가 급증하는 추세이다. 말레이시아에서의 딸기판매는 재래시장이나 도매시장에서 거의 거래가 이루어지지 않고 있으며, 대부분 다양한 대형유통업체의 마트를 중심으로 이루어지고 있다. 특히 대형마트의 경우 고객 확보를 위한 할인행사를 자주 실시함으로써 딸기수요층이 확대되는 추세이다. 점차 딸기 수요계층이 중산층 이하로 확대되면서 딸기 판매는 주택가 SSM 등으로 확대되고 있으며, 중산층 이하의 딸기 구매 결정요인은 품질보다도 오히려 가격수준으로 나타나고 있다. 따라서 한국산 딸기의 경우 시장세분화에 의해 목표시장을 중산층 이하와 고급시장으로 구분하여 마케팅 가격차별화 전략을 추진할 필요가 있는 것으로 나타나고 있다.

소비자들이 선호하는 포장규격은 500g 또는 454g(1lb)보다는 200~250g의 소포장인 것으로 나타나고 있으며, 2012년 1월 현지조사 결과 전체 판매 딸기의 대부분이 250g 규격으로 나타나고 있다. 판매장소, 원산지 등에 따라 약간의 가격 차이는 나고 있으나, 판매가격 전략은 주로 대형유통업체 중심으로 각 매장의 할인판매 등의 영업전략에 따라 차이가 있는 것으로 나타나고 있다. 일반적으로 소비자의 국별 선호도를 보면 당도가 높은 한국산의 선호도가 상대적으로 높은 편으로 조사되었으며, 나머지 국가의 경우 뉴질랜드산(Charlie), 미국산(Camarosa), 이집트산(Sweet Charlie) 등을 선호하는 것으로 나타나고 있다.

말레이시아의 자국산 딸기는 유일한 산지인 카메론고지에서 생산되어 인근 관광지에서 주로 판매되었으나, 생산량이 증가되면서 점차 판매지역과 판매유통업체가 확산되고 있는 추세이다. 그러나 아직까지 대도시에서 수입산 딸기와의 경쟁력이 떨어지기 때문에 대부분 현지 인근지역의 마트와 재래시장 등에서 주로 판매되고 있는 실정이다. 유일한 자국산 딸기의 산지인 카메론고지대에서 생산된 딸기의 약 70%는 대형마트(할인매장)에서 판매되고 약 20%는 현지 관광객에게 판매되고 있으며, 수입산 딸기의 경우 역시 약 80% 이상은 쿠알라룸푸르와 같은 대도시는 대형마트에서 판매되고 있으며 나머지 20% 정도는 주택가 슈퍼마켓이나 SSM 등에서 판매되고 있다.

수입딸기의 경우 수입 직후에는 대부분 대형할인매장에 판매되고 있으나, 신선도가 떨어져 상품가치가 하락하는 시기에는 재래시장에 할인 또는 저가로 판매·처리되는 경향이 있다. 기후조건상 말레이시아에서의 딸기판매 경쟁력은 가격과 함께 딸기의 신선도 유지가 가장 큰 요인이 되기 때문에 재래시장보다는 운송·보관 등에서 냉장유통체계가 확보된 대형유통업체에서의 판매가 일반적 현상이다. 냉장운송 및 보관시설이 구비된 Jusco, Cold Storage/Giant, Tesco 등에서의 딸기 판매비중이 매우 높은 상태로 나타나고 있다. 수입딸기의 유통은 냉장시설을 구비한 청과물 전문 수입업자가 대형할인매장에 오퍼를 내고 수입국별·계절별 구매결정을 한 후 대형할인매장이 매주 수입업자로부터 견적을 받아 구매여부와 물량을 결정하는 시스템이 일반적이다. 그리고 대형할인매장의 특징적인 판매전략은 수요확대와 고객 확보를 위하여 홍콩이나 싱가포르 등 다른 동남아시아 국가보다는 상대적으로 할인판매(세일) 행사를 자주 개최하는 것으로 알려지고 있으며, 특히 수입산의 경우 ‘1+1’전략을 자주 활용하는 것으로 나타나고 있다.

## 2. 태국

### 2.1. 태국의 한국산 신선딸기 수입 동향

2010년 태국의 신선딸기 수입은 571톤(100,729천바트)로 지속적인 증가추세이며, 매년 평균 약 30% 이상 급증하는 추세를 나타내고 있다. 2010년의 경우 전년대비 물량과 규모면에서 각각 33.7%와 31.9% 급증하였다. 물량 면에서 ‘10년 수입 국가별 비중은 미국산(48.9%), 호주산(20.0%), 한국산(14.4%), 뉴질랜드산(13.1%) 순으로 나타나고 있으나, 전년 대비 국별 증가율과 연평균 증가율은 한국산이 가장 높아 지속적인 시장 점유율 확대 추세를 나타내고 있다. 그 외 신선딸기 수입국은 일본, 이집트, 프랑스, 이태리, 오스트리아 등으로 태국의 신선딸기 수입국은 10여개 국가에 이르고 있다.

신선딸기의 수입단가는 kg당 전체 평균 176바트이지만, 상대적으로 고가의 일본산을

제외하면 이보 다 낮은 수준으로 판단된다. 국가별 단가는 일본산이 포함된 기타 국가의 평균 수입 단가가 427바트이며, 다음으로 뉴질랜드산 242바트, 호주산 232바트, 한국산 169바트, 미국산 119바트 순으로 나타나 한국산 딸기의 수입가격이 상대적으로 높지 않는 것으로 나타나고 있다.

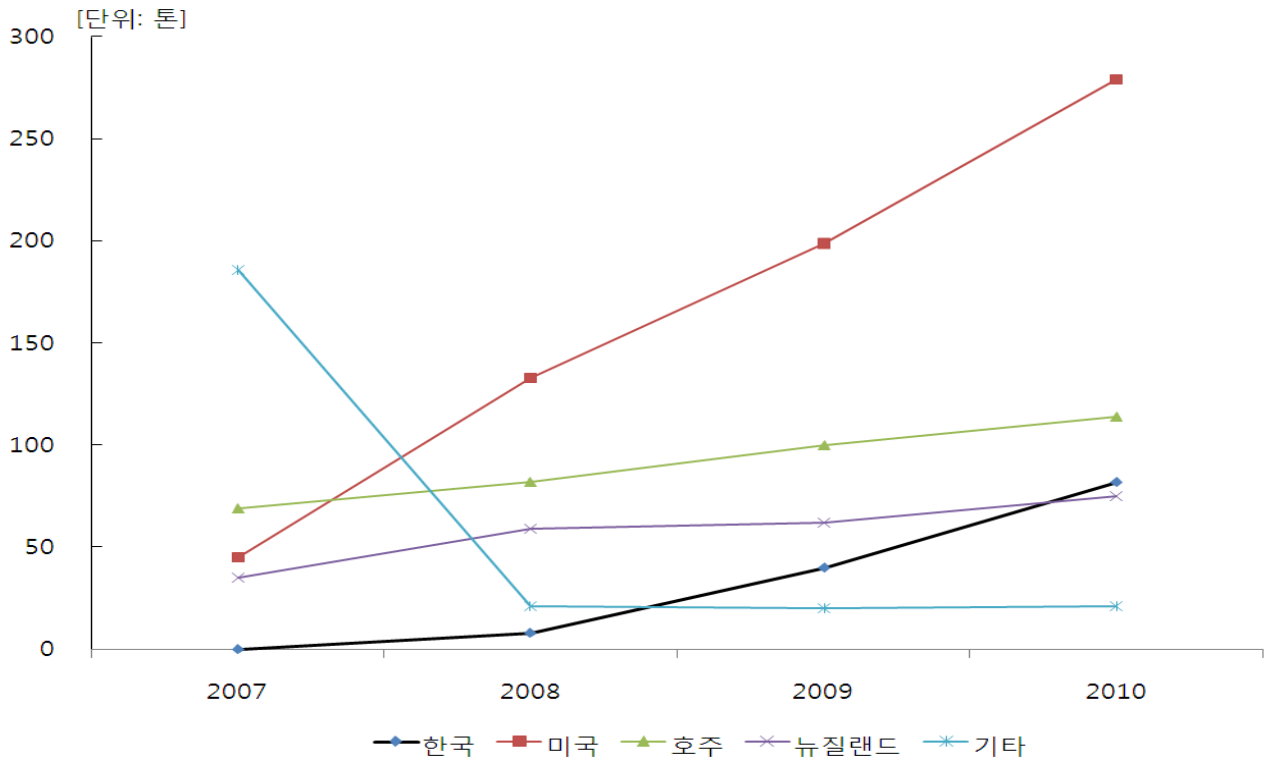
<태국의 신선딸기 국별 수입 동향>

단위: 톤, 천 바트(Baht)

| 구분   | 2007            |                   | 2008           |                   | 2009           |                   | 2010           |                    |
|------|-----------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|--------------------|
|      | 물량              | 금액                | 물량             | 금액                | 물량             | 금액                | 물량             | 금액                 |
| 한국   | 0.3<br>(0.1)    | 53<br>(0.2)       | 8<br>(2.6)     | 2,047<br>(3.6)    | 40<br>(9.5)    | 6,805<br>(8.9)    | 82<br>(14.4)   | 13,888<br>(13.8)   |
| 미국   | 45<br>(13.4)    | 8,546<br>(24.7)   | 133<br>(43.9)  | 23,707<br>(41.2)  | 199<br>(47.3)  | 33,745<br>(44.2)  | 279<br>(48.9)  | 33,321<br>(33.1)   |
| 호주   | 69<br>(20.6)    | 10,556<br>(30.5)  | 82<br>(27.1)   | 14,957<br>(26.0)  | 100<br>(23.8)  | 16,930<br>(22.2)  | 114<br>(20.0)  | 26,426<br>(26.2)   |
| 뉴질랜드 | 35<br>(10.4)    | 5,070<br>(14.7)   | 59<br>(19.5)   | 8,684<br>(15.1)   | 62<br>(14.7)   | 11,184<br>(14.6)  | 75<br>(13.1)   | 18,128<br>(18.0)   |
| 기타   | 185.7<br>(55.4) | 10,328<br>(29.9)  | 21<br>(6.9)    | 8,215<br>(14.3)   | 20<br>(4.8)    | 7,710<br>(10.1)   | 21<br>(3.7)    | 8,968<br>(8.9)     |
| 계    | 335<br>(100.0)  | 34,554<br>(100.0) | 303<br>(100.0) | 57,610<br>(100.0) | 421<br>(100.0) | 76,375<br>(100.0) | 571<br>(100.0) | 100,729<br>(100.0) |

자료: Thai Customs Department(Import-Export Statistics)

<태국의 신선딸기 국별 수입 동향>



2008년 한국과 태국 간 FTA 체결로 공산품 등은 관세가 대폭 인하되거나 폐지되었지만, 청과류는 기존 40% 수준을 유지하고 있으며, 딸기의 경우도 마찬가지로 나타나고 있다. 태국의 딸기수입은 식품 수입허가를 받은 태국 내 전문 수입업체가 하고 있으며, 태국 내 유통업체가 딸기 취급을 하기 위해서는 반드시 태국 내에 등록된 회사에 대해 FTDA의 허가를 필요로 하고 있다. 신선 수입딸기의 경우 수입 시 당도, 산도 및 품질규격 등이 기록된 Vital Certificate를 첨부해야 되며, 수입딸기의 검사는 샘플검사와 함께 포장상태 등을 주로 검사하고 있다. 수입딸기의 경우 태국산 과일과의 경쟁이 거의 이루어지지 않기 때문에 상대적으로 간단한 통관절차로 상대적으로 수입이 용이한 품목으로 나타나고 있다.

## 2.2. 수입 한국산 딸기의 경쟁구조 및 특성

태국에서 한국산 딸기의 주 소비층은 중상류층이지만, 국민소득 증가추세와 함께 점차 수요계층이 중상류층 이하로 확대되는 추세이다. 한국산 딸기의 수입은 대부분 허가를 받은 전문수입상에 의해 수입·공급되고 있다. 2010년 현재 전체 수입딸기의 약 86%가 미국산, 호주산, 뉴질랜드산이지만, 한국산의 시장점유율이 가장 빠르게 증가하고 있어 향후 시장점유율이 빠르게 증가될 것으로 전망되고 있다.

한국산 딸기는 대부분의 수출국과 경쟁관계이나 가장 큰 경쟁상대는 미국과 호주로 나타나고 있다. 한국산 딸기는 미국산이나 호주산에 비해 당도가 높고 향기가 좋아 소

비자 인지도와 이미지는 점차 향상되는 추세에 있는 것으로 조사되었다. 현지시장 조사에서 대형마트의 과일판매 담당직원과의 면담결과 한국산 딸기는 상대적으로 가격수준이 높지만 태국 소비자들에게 인지도가 가장 빠르게 높아지고 있으며, 소비자의 선호도 역시 가장 높은 것으로 평가되고 있는 것으로 나타나고 있다.

<태국에서 한국산 딸기의 시기별 경합관계>

|      | 한국                 | 미국              | 호주              | 뉴질랜드              | 주수출시기             |
|------|--------------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|
| 한국   |                    | 2, 3월<br>(2개월)  | 2월<br>(1개월)     | 1월<br>(1개월)       | 12~3월<br>(4개월)    |
| 미국   | 2, 3월<br>(2개월)     |                 | 2,3,8월<br>(3개월) | 비경합               | 2~8월<br>(7개월)     |
| 호주   | 2월<br>(1개월)        | 2,3,8월<br>(3개월) |                 | 10월<br>(1개월)      | 1-3,8-10<br>(6개월) |
| 뉴질랜드 | 1월<br>(1개월)        | 비경합             | 10월<br>(1개월)    |                   | 11~1월<br>(3개월)    |
| 이집트  | 12, 1, 2월<br>(3개월) | 2월<br>(1개월)     | 1, 2월<br>(2개월)  | 11,12,1월<br>(3개월) | 11~2월<br>(4개월)    |

자료: 현지조사 결과 및 태국 딸기수입통계

2009년 신선딸기의 단위(kg)당 평균 수입단가는 5.33US\$로 일본산(32.90US\$)을 제외하면 대부분의 수입국가의 단가가 5.0US\$ 내외 수준으로 큰 차이가 없는 것으로 나타나고 있다. 국가별 2009년 수입단가는 일본을 제외하면 뉴질랜드 5.42달러, 호주 5.03달러, 한국 5.00달러, 미국 4.95달러 순으로 나타나고 있다. 한국산 신선딸기의 수입단가는 '07년 5.33달러, '08년 8.08달러, '09년 5.00달러로 가격수준의 등락폭이 상대적으로 심하게 나타나고 있다.

수입 신선딸기의 소매가격은 250g 팩당 평균 110~140바트 (약 5,000원 내외수준), 500g 팩당 250~380바트로 조사되고 있어 국가별 판매가격 차이가 크지 않은 것으로 나타나고 있다. 현지시장 조사결과 판매되는 수입딸기는 한국산, 미국산, 뉴질랜드산으로 나타나고 있으며, 이 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 한국산으로 나타나고 있다. 한국산 딸기의 판매가격은 판매처에 따라 약간의차이가 나타나고 있으며, 판매가격 범위가 250g 팩당 189~299바트로 매우 차이가 큰 것으로 나타나고 있다(탑스마켓 189바트, 빅C 199바트, Gourmet Market 299바트 등).

국가별 가격수준은 탑스마켓과 빅C의 경우 뉴질랜드산 139~150바트, 한국산 189~199바트 등으로 한국산이 상대적으로 높게 나타나고 있다. 그리고 대형마트인 Gourmet Market의 경우 미국산 159바트, 한국산 299바트로 미국산에 비해 거의 2배 수준에 이르는 것으로 나타나고 있다. 이에 비해 태국의 치앙마이 지역에서 생산되는 국내산은 대형마트나 백화점 등에서는 판매되고 있지 않으나, 주로 거리의 리어카 소

매상들에 의해 판매되는 가격은 1kg당 280~390바트로 한국산이나 미국산에 비해 매우 낮은 수준이며, 특히 한국산에 비해서는 약 35% 수준으로 나타나고 있다.

<태국의 수입 신선딸기 소매가격 현황>

| 원산지   | 250g                                                                                                | 454g                                          | 480g | 380g                      | 500g            |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------|---------------------------|-----------------|
| 태국산   | 55바트(bigc, jusco)<br>89바트(central food)<br>59바트(tesco lotus)<br>150-200바트(재래시장)                     |                                               |      |                           | 100바트<br>(재래시장) |
| 뉴질랜드산 | 85바트,900/12팩(마크로)<br>119바트(까르푸)<br>99바트(central food)<br>195바트(emporium siam<br>paragon, k village) | 299바트(central food)                           |      |                           |                 |
| 한국산   | 149바트(central food hall)                                                                            |                                               |      | 379바트<br>(gourmet market) |                 |
| 미국산   | 168바트(villa market)<br>280바트(유기농)                                                                   | 580바트(top supermarket)<br>290바트(villa market) |      | 379바트<br>(gourmet market) |                 |
| 일본산   | 990바트/팩<br>850바트/팩(central food hall)                                                               |                                               |      |                           |                 |

\* 가격조사자료는 2010.12.15-12.19일까지 aT센터 싱가포르지사에서 현장조사한 자료임.

자료: aT센터 싱가포르지사

### 2.3. 태국의 딸기생산 및 유통동향

1990년대 후반 북부 산간지대인 치앙마이, 치앙마이 등지에서서의 시험재배를 거쳐 현재 일부 생산되고 있으며, 점차 생산량이 방콕 등 대도시에서 판매될 만큼 증가되고 있는 추세이다. 태국산 딸기는 색택이나 크기 및 신선도 측면에서는 수입산과 큰 차이가 없으나, 당도가 떨어지고 신맛이 강해 가격수준이 매우 낮은 상태이며, 특히 수입산이 주로 판매되는 대형마트에서는 판매가 거의 이루어지지 못하고 있다. 태국산 딸기는 일부 방콕 등 대도시 지역에서 리어카 소매상 등에 의해 500g, 1kg 규격의 비닐봉지에 판매되고 있으나, 신맛이 강하여 대부분 음료, 건조딸기, 냉동딸기, 잼 등의 형태로 가공되고 있는 것으로 나타나고 있다.

신선딸기의 주 수요계층은 현재 중산층 이상 계층과 외국인이지만, 소득수준의 향상으로 점차 수요계층이 확대되고 있는 추세로 나타나고 있다. 특히 태국의 딸기 수요층은 말레이시아와 마찬가지로 저가를 선호하는 중산층 이하 계층과 고품질 고가를 선호하는 상류층으로 확연하게 분리되는 추세로 나타나고 있다.

신선딸기의 소비량은 지속적인 증가추세이지만, 아직까지는 상대적으로 고가의 과일로 인식되기 때문에 증가속도가 말레이시아에 비해 상대적으로 느리게 나타나고 있는

것으로 나타나고 있다. 상대적으로 저렴한 중국산 딸기는 음료, 제과·제빵원료 등에 이용되고 있으며, 냉동딸기 형태로 수입되고 있는 실정이다. 전반적으로 미국산 딸기(Driscoll's 등)의 인지도가 높은 편으로 현재 전체 딸기 시장을 주도하고 있지만, 한국산의 인지도가 제고됨에 따라 선호도가 빠르게 증가하고 있는 추세로 나타나고 있다. 한국산의 경우 2008년 수입이 본격화된 이후 점차 인지도가 상승추세이며, 향후 태국의 신선딸기 수요는 수요계층의 지속적인 확대로 고급 프리미엄 딸기와 일반품질의 딸기 모두 증가할 것으로 전망된다.

태국에서의 딸기는 고급스럽고 맛있는 수입과일로 인식되고 있어 수입딸기의 판매처는 대부분 대형마트와 일부 백화점 식품판매점으로 나타나고 있다. 그리고 태국에서의 딸기 수요는 연중 고르게 나타나고 있는 것으로 조사되었다. 태국에서 수입 신선딸기의 약 80% 이상은 Tesco, Makro, Centralfood, Bigc, Carrefour, Gourmet Market 등과 같은 대형 유통업체 매장에서 판매되고 있으며, 나머지 20% 정도는 주택가 중소규모 슈퍼마켓이나 SSM 및 일부 채래시장에서 유통되고 있는 것으로 조사되었다.

태국에서의 딸기 수입은 전문 수입업자가 수입하여 도매상과 벤더 등을 통해 분배되고 있으나, 수입딸기가 도매시장을 통해 분배되는 경우는 매우 적으며, 대부분 대형마트 등으로 직접 배송되고 있다. 대형유통업체(Central Food, Villa Supermarket, Makro 등)의 경우 일부 수출국 수출업체와 직접 교역을 하고 있지만 대부분 전문수입사에 의존하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 신선딸기의 시장점유율은 미국산이 약 50%를 차지하고 있으며, 다음으로 호주산과 뉴질랜드 산 순이며, 한국산은 2008년부터 본격적인 수출이 이루어지고 있으며, 시장점유율은 빠르게 증가되고 있는 추세이다.