제3회 한-태국 수산물 수출포럼

2016 International Seafood Trade Forum in Thailand

2016년 **5월 26일** (목)
태국 방콕, 임팩트 챌린저 Jupiter 9

26 May, 2016
Impact Challenger Jupiter 9, Bangkok, Thailand

KMI


KMI



CONTENTS

01. 프 로 그 램 **Program** **4**

02. 개 회 사 **Opening Speech** **6**

03. 환 영 사 **Welcoming Speech** **10**

04. 축 사 **Congratulatory Speech** **14**

05. 주 제 발 표 **Presentation** **20**

마창모 Chang Mo MA 22

우돔 차리야윌랏꾼 Udom Chariyavilaskul 48

장영수 Young Soo JANG 94

아턴 프롬파타나팍 Arthon Prompatanapak 126

06. 종 합 토 론 **Panel Discussion** **142**



▌프로그램

시 간	프로그램	
▶ 1부 : 개회식		사회 : 임경희(KMI, 부연구위원)
13:00~13:30	등 록	
13:30~13:50	개회사	김성귀(수산물 수출포럼 공동회장)
	환영사	손재학(수산물 수출포럼 공동회장)
	축 사	서장우(해양수산부 수산정책관)
	축 사	노광일(주태국대한민국대사)
13:50~14:10	기념 촬영 및 장내정리	
▶ 2부 : 포럼 "아세안경제공동체 출범과 한-태국 수산물 교역 활성화"		
14:10~14:30	한국-태국 수산부문 협력을 통한 수출활성화 전략 마창모(KMI, 부연구위원)	
14:30~14:50	국제 수산물 교역 활성화를 위한 태국 냉동 식품 산업계의 전략적 변화 Udom Chariyarilaskul(태국냉동식품협회, 상임고문)	
14:50~15:10	태국 김 산업 시장의 특징과 전망 장영수(부경대학교, 교수)	
15:10~15:30	태국 수산물의 해외진출 성공사례 Arthon Prompatanapak(Narong Seafood Co., Ltd, 부장)	
15:30~16:00	커피브레이크	
16:00~17:00	종합토론	좌장 : 정명생(KMI, 수산연구본부장) 지정토론자 : 강병수(동우수산, 대표) 김문영(KOTRA, 방콕무역관장) 박영석(수협중앙회, 유통무역부장) Panisuan Jamnarnwej(태국냉동식품협회, 명예고문) Vanus Arunothaiphiphat(태국 Boon Rawd Trading, 이사) ※ 토론자 순서는 가, 나, 다 순임

▌PROGRAM

TIME	PROGRAM	
▶ Session I Opening Session MC : Gyeong Hee IM(Associate Research Fellow, KMI)		
13:00~13:30	Registration	
13:30~13:50	Opening Speech Sung Gwi KIM Co-President, International Seafood Trade Forum	
	Welcoming Speech Jae Hak SON Co-president, International Seafood Trade Forum	
	Congratulatory Speech Jang Woo SEO Deputy of Fisheries Policy Division, Korea Ministry of Oceans and Fisheries	
	Congratulatory Speech Kwang Il NOH Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary to Thailand	
13:50 ~ 14:10	Photo Session	
▶ Session II AEC Inauguration and Seafood Trade Facilitation Between Korea and Thailand		
14:10~14:30	Revitalization Strategies for Seafood Trade between Korea and Thailand Chang Mo MA(Associate Research Fellow, KMI)	
14:30~14:50	Strategic Movement of Thai Frozen Food Industry to Invigorate International Seafood Trade Udom Chariyarilaskul(Senior Advisor, Thai Frozen Foods Association)	
14:50~15:10	Characteristics and Prospect of Seaweed Market in Thailand Young Soo JANG(Professor, Pukyung National University)	
15:10~15:30	Future Directions of the Thai Seafood Industry and International Trade Arthon Prompatanapak(Assistant Managing Director, Narong Seafood Co., Ltd)	
15:30~16:00	Coffee Break and Networking	
16:00~17:00	Panel Discussion	Chair: Myung Saeng JOUNG Head of Fisheries Research Division, KMI Discussants: • Byeong Soo KANG President, Dongwoo Seaweed Trading & Snack • Moon Young KIM Director General, Korea Trade-Investment Promotion Agency • Young Seok PARK Head of Distribution and Trade, National Federation of Fisheries Cooperatives • Panisuan Jamnarnwej Honorary Advisor, Thai Frozen Foods Association • Vanus Arunothaiphiphat Group Manager, Boonrawd Trading Co., Ltd

제3회 **한-태국 수산물 수출포럼**

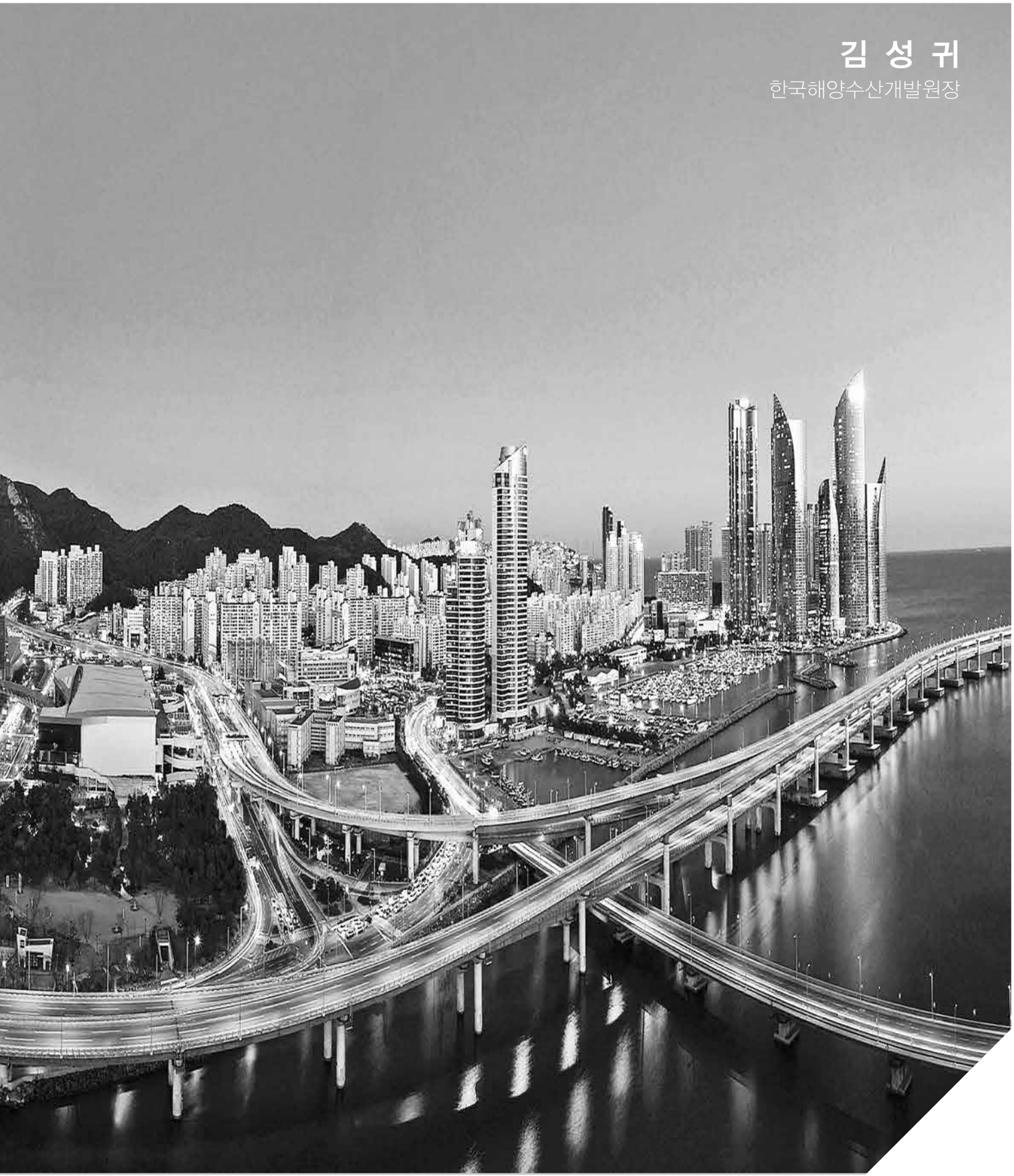
2016 International Seafood Trade Forum in Thailand



02 개 회 사

Opening Speech

김 성 귀
한국해양수산개발원장





김 성 귀

한국해양수산개발원장

안녕하십니까?
수산물 수출포럼 공동회장 겸 한국해양수산개발원장 김성귀입니다.

존경하는 노광일 주태국대한민국대사님, 손재학 수산물 수출포럼 공동회장님, 그리고 바쁘신 와중에도 참석해 주신 국내외 귀빈 여러분들께 감사의 말을 전합니다.

아울러 포럼 발제자로서 의미 있는 말씀을 해주실 태국 냉동식품협회의 Mr. Udom, Mr. Arthon, 부경대 장영수교수님, 한국해양수산개발원 마창모실장과 종합 토론에서 귀한 의견을 나눠 주실 Dr. Panisuan을 비롯한 여러 국제 수산물 교역 전문가 여러분께도 깊은 감사를 드립니다.

「제3회 한–태국 수산물 수출포럼」은 한 · 태국 수산물 교역업계를 비롯한 관련기관, 단체, 지자체, 학계 등이 함께 뜻을 모아 양국 간 수산물 교역 확대를 지원하고 이를 통해 경제적 공동 번영을 함께 누리는데 주된 목적이 있습니다. 이를 바탕으로 한 · 아세한 FTA 성과 확산과 활용 극대화도 동시에 도모하고자 합니다.

아세안 국가 중 태국은 한국이 9번째로 수교를 맺은 전통적 우방국이며, 1958년 수교 이후 58년 동안 경제, 외교, 문화 등 다방면에 걸쳐 긴밀한 협력관계를 유지하고 있습니다. 한 · 태국 교역규모는 연간 110억불이 넘고 그 중 연간 3억불 (한화 3,600억 원)의 수산물이 한 · 태국 간에 교역되고 있습니다. 또한 태국은 아세안경제공동체 출범과 함께 아세안의 산업 · 물류 허브이자 한국의 핵심 수산물 교역 파트너로서 역할을 할 것으로 기대됩니다.

오늘 포럼에서는 아세안경제공동체 출범 이후의 수산물 교역환경과 한 · 태국간의 수산물 교역 파트너쉽을 통한 수산물 교역 활성화 방향에 대해서 논의해 보려고 합니다. 이를 통해 세계가 직면한 수산물 수급 문제 해결과 양국 간의 우호적 협력 기반을 다지는데 일조할 것 입니다.

오늘 포럼은 한 · 태국 수산물 교역의 미래를 생각하는 뜻깊은 자리입니다. 특히 아세안 지역 수산물 교역과 관련된 각 분야 전문가들이 함께 모여 한 · 태국 수산물 교역 활성화를 위한 구체적이고 세밀한 논의가 이루어질 것으로 기대합니다.

이 포럼에서 좋은 발표와 성과를 기대하면서 발표자, 토론자 그리고 참석해 주신 모든 분들에게 감사드립니다. 아무쪼록 오늘 이 자리가 양국 간의 경제발전과 번영을 촉진하는 좋은 기회가 되길 기원합니다.

그럼, 지금부터 「수산물 수출포럼」의 2016년 태국 심포지엄 개회를 선언합니다.

감사합니다.



Sung Gwi KIM

president of Korea
Maritime Institute

Good morning/afternoon.

I am Sung Gwi KIM, president of Korea Maritime Institute and co-chair of the international Seafood Trade Forum

I'd like to thank His Excelleny, Noh Kwang-il, Korean ambassador to Thailand, Son Jae-hak, co-chair of the international Seafood Trade Forum, and ladies and gentlemen for taking time out of your busy schedule to participate in this forum.

Also, I deeply thank the presenters of this forum, Mr. Udom from the Thai Frozen Foods Association, and Mr. Arthon, professor Jang young-soo from Pukyong National University, Director Ma Chang-mo from Korea Maritime Institute. And I thank Dr. Panisuanan experts and professionals in the field of international seafood trade who will share valuable information and opinions at the panel discussion.

The International Seafood Trade Forum was founded with the support from seafood industry-related institutions, organizations, municipalities, and academia as well as businesses of Korea and Thailand. Its aim is to provide support to increase seafood trade between our two countries and promote co-prosperity. Also, the forum seeks to make the most of Korea-ASEAN FTA and increase its benefits.

Thailand has a long history of friendship with Korea, and is the 9^{th} country that Korea established its diplomatic relationship with. Since the establishment of the diplomatic relationship in 1958, our two countries have closely cooperated in many areas including economy, diplomacy, and culture for 58 years.
The annual bilateral trade already exceeded 10billion dollars, of which 300million dollars accounts for trade in seafood industry. In addition, we expect Thailand to be a key partner to Korea as an industry and logistics hub and in seafood trade with the establishment of ASEAN economic community.

Today, we will discuss business environment for seafood trade after the launch of ASEAN economic community and explore ways to promote seafood trade by forming partnership between our two countries. The discussion will serve to find solutions to logistics issues in seafood supply faced by the world and moreover, to strengthen cooperation between our two countries.

This forum holds a significant meaning to think about the future of seafood trade between Thailand and Korea. I hope the experts in the seafood trade of ASEAN region who gathered there today to have concrete and in-depth discussion on promotion of seafood trade between our two countries.

I look forward to having productive and excellent presentations and discussions at this forum. Thank you for attending this forum. I wish this will offer a great opportunity to promote economic development and prosperity of both countries.

Now, I declare the 2016 International Seafood Trade Forum, Bangkok, Thailand open. Thank you.

제3회 **한-태국 수산물 수출포럼**

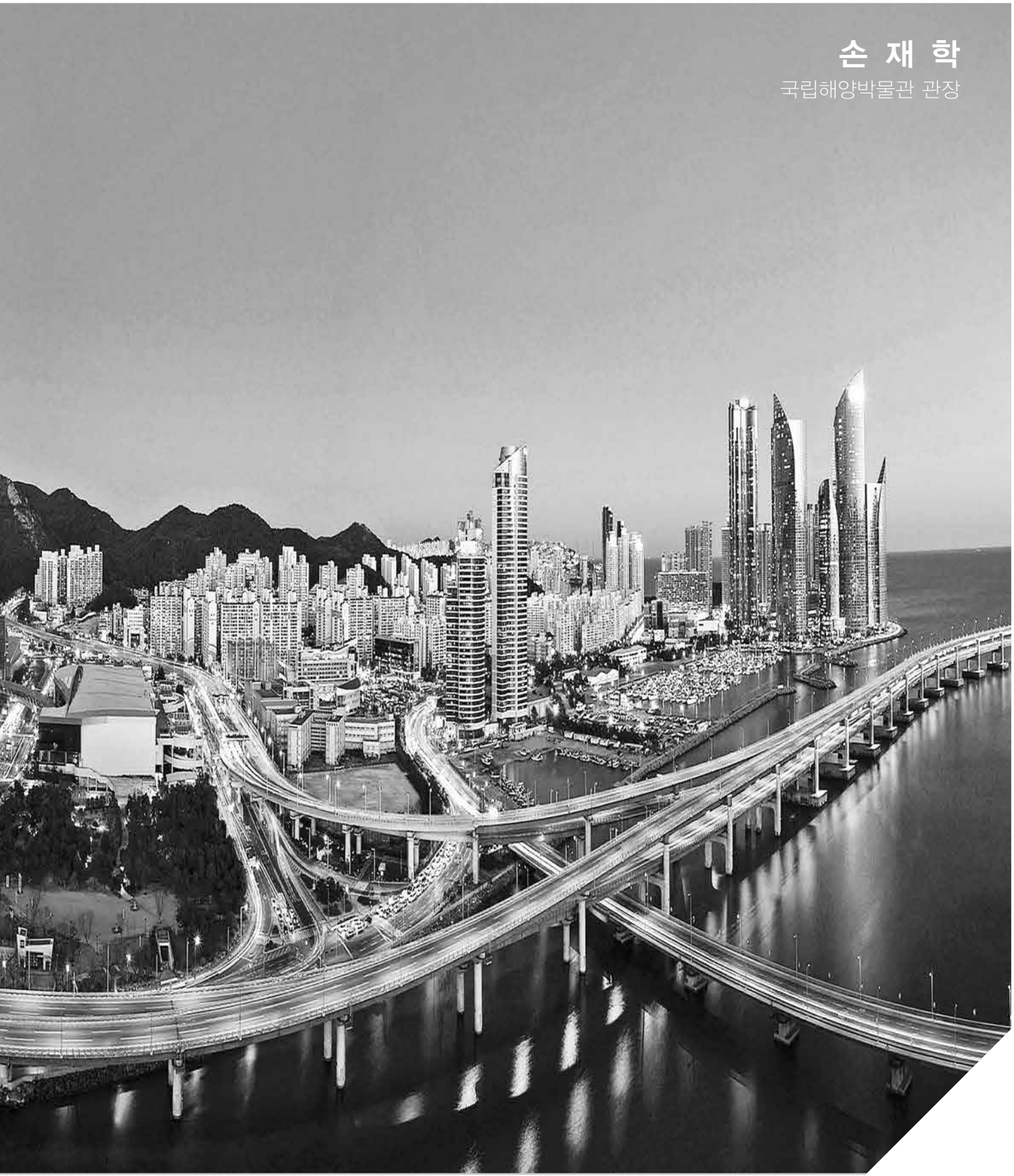
2016 International Seafood Trade Forum in Thailand



03 환 영 사

Welcoming Speech

손 재 학
국립해양박물관 관장





손 재 학

국립해양박물관 관장

안녕하십니까? 국립해양박물관 관장 손재학입니다.

만물이 생동하고 자라나는 봄, 계절의 여왕이라는 5월도 무르익어가는 날입니다. 이 봄이 끝나가기 전, 이렇게 "제3회 한–태국 수산물 수출포럼"을 개최하게 된 것을 매우 뜻깊게 생각합니다. 아울러 포럼을 개최할 수 있도록 힘써주신 '수산물 수출포럼 공동회장' 김성귀 한국해양수산개발원 원장님을 비롯한 관계자 여러분과 이 자리에 참석해주신 많은 내외 귀빈 여러분들께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다.

한국과 태국은 역사적으로 긴밀한 관계를 발전시켜 왔으며, 지금은 아시아의 교류와 공동 성장을 위한 중요한 동반자입니다. 특히 오늘의 주제인 '수산물'과 관련된 양국 간의 교역 규모는 세계적인 경기 불황에도 불구하고 지속적으로 성장하고 있는 추세입니다.

실제로 작년 이 곳 태국에서 열렸던 국제 수산물 박람회(World of Seafood 2015)를 통해 한국은 김, 해조류, 냉동굴, 양념젓갈 등 다양한 수산물 및 가공식품을 선보이며 약 846만달러의 상담실적을 올린 바 있었습니다.

또한 태국은 한국의 김 수입국 4위로, 수입한 김을 스낵으로 가공하는 산업이 발달한 국가이기도 합니다. 그에 따른 결과물인 태국의 김 스낵 '타오케노이', 어포인 '피쇼' 등은 한국 내에서도 많은 소비자들에게 사랑받고 있습니다.

이 사례들에서 볼 수 있듯이, 이제 수산물의 생산과 가공에 있어서 특정 국가만 그 역할을 맡는 것은 아닙니다. 전 세계 소비자들의 입맛이 다양해지고 식재료의 수요 및 이용범위도 세분화되고 있기에 우리는 수산자원의 생산과 가공산업이 함께 발전할 수 있도록 노력해야 할 것입니다. 그리고 이러한 노력들이 연계되어 아시아와 세계의 수산업 발전으로 이어질 수 있을 것이라 생각합니다.

이번 "한–태국 수산물 수출포럼"은 수산물 교역에 있어 중요 화두가 되고 있는 '아세안경제공동체(AEC)의 출범'에 대해 다루고자 마련되었습니다. 아세안경제공동체는 6억3000만명의 인구를 품고 있고, 2조7000억달러의 경제규모가 예상되는 세계 최대 시장 중 하나입니다

"나의 앞머리가 무성한 이유는 사람들이 나를 보았을 때 빠르게 붙잡을 수 있도록 하기 위함이다"
기회의 신 카이로스의 이야기라고 합니다. 이번 아세안경제공동체의 출범은 모두가 힘을 합쳐 빠르게 잡아야 할 카이로스, 즉 좋은 기회라고 생각합니다. 우리는 이 기회를 활용해서 수산물에 대한 관심을 산업적인 발전으로 연계시켜나갈 혜안을 마련해야 할 것입니다. 오늘의 포럼이 이에 대한 좋은 계기로서 활용되길 바랍니다.

오늘 참석해주신 많은 내외귀빈 여러분들께 다시 한번 감사의 말씀을 드립니다. 맛있고 건강한 수산물이 세계인의 사랑을 받을 수 있도록 다함께 노력합시다.

감사합니다.



Jae Hak SON

director of Korea National Maritime Museum

Good morning/afternoon.
I am Jae Hak SON, director of Korea National Maritime Museum.

It is a wonderful spring day. May is known as queen of the season when all things grow and thrive. On this beautiful day, we gathered here to hold the 2016 International Seafood Trade Forum.
I thank co-chair of the International Seafood Trade Forum, Mr. Kim Sung-Gwi, president of Korea Maritime Institute and professionals of the industry who made efforts in preparing this forum. Ladies and gentle, thank you for participating in the forum.

Thailand and Korea have formulated a close relationship in history. Now our two countries are key partners to each other in the pursuit of economic trade and co-prosperity in the Asian region. Notable, the bilateral trade in the seafood industry, which is the topic of today's forum, has continued to grow despite global economic recessions.

Indeed, the World of Seafood 2015 last year served to be a venue where a variety of seafood and processed foods made in Korea such as Gim(dried laver), seaweed, frozen oyster, and pickled fish were introduced which resulted in the record of export consultations worth 8.46million dollars.

Thailand is the 4th largest export destination of Gim for Korea. And Thailand has a well developed snack manufacturing industry by processing Gim imported from Korea. The examples of these products include Gim snack named Taokaenoi and fish jerky Fisho which are also loved by many Korean people.

This highlights the point that production and processing of seafood is no longer limited to particular countries. As the tastes of international consumers vary, and the demand and usage of food materials become diverse, we need to work together for the development of the seafood production and processing industry. By linking these efforts, we will be able to take the seafood industry of Asia and the world to the next level.

Today's forum was arranged to discuss on the ASEAN Economic Community which is an important topic in the seafood industry. The ASEAN Economic Community is one of the biggest markets in the world as it covers 630million population and the economy worth 2.7trillion dollars.

Caerus, Greek God of opportunity is cited by saying the reason he had a lock of hair is for people to grab it. I think the launch of the ASEAN Economic Community is like the hair of Caerus, a good opportunity for us to join our efforts to catch it quickly. We need to take advantage of it to further development of the industry with increased focus on seafood products. I hope this forum serve to be a useful venue to this end.

Again, thank you very much for taking part in this forum. Let's work together to make delicious and healthy seafood to be loved by everyone in the world.

Thank you.

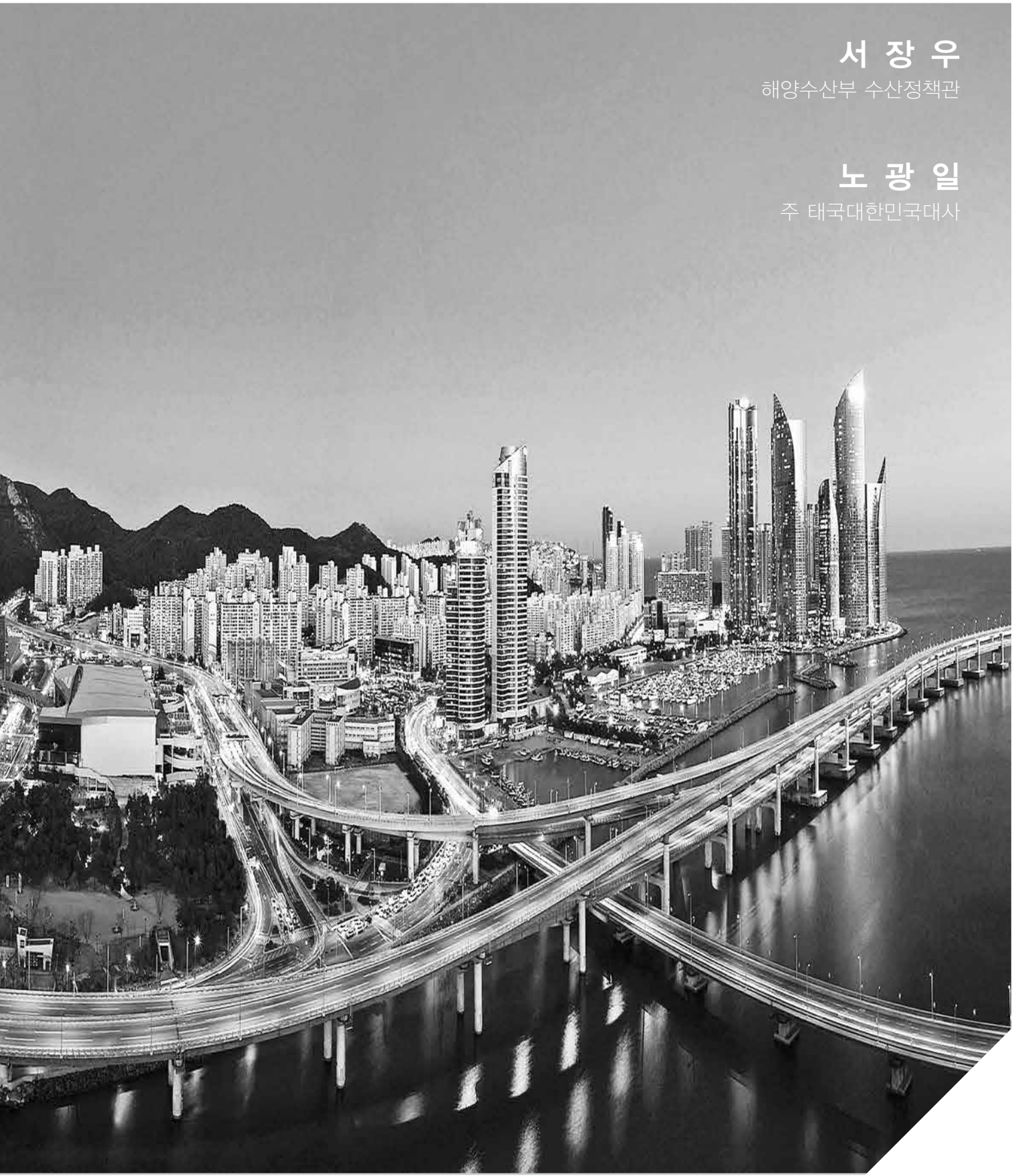
제3회 **한-태국 수산물 수출포럼**

2016 International Seafood Trade Forum in Thailand



04 축 사

Congratulatory Speech



서 장 우
해양수산부 수산정책관

노 광 일
주 태국대한민국대사



서 장 우

해양수산부 수산정책관

안녕하십니까. 해양수산부 수산정책관 서장우 입니다.

3회째 맞이하는 수산물 수출포럼이 이곳 태국 방콕에서 「아시아 수산업 국제무역박람회」와 연계하여 개최되어 더욱 뜻 깊게 생각하며, 진심으로 축하의 말씀을 드립니다.

특히, 수산물 수출포럼의 개최를 위해 힘써주신 김성귀, 손재학 두 분 회장님께 감사의 말씀을 드립니다. 또한 바쁘신 가운데도 한국과 태국간 수산물 교역 활성화 방안을 논의하기 위해 자리해 주신 여러 패널분들과, 수산 수출업계 여러분들께도 감사드립니다.

여러분, 지금 우리 수산업계는 위기와 기회를 동시에 맞이하고 있습니다. 김, 넙치 등 일부 품목을 중심으로 양식생산이 증가하고 있으나, 전반적인 수산물 생산은 정체상태이며, 대부분의 수산기업이 중소기업인 상황입니다. 최근에는 저유가와 세계경기 침체가 지속되는 가운데, FTA, TPP 등 시장개방의 압력은 더욱 거세지고 있습니다.

한편, 한-중 FTA 발효로 13억 인구의 거대 소비시장이 개방되었고, 미국의 경기회복 분위기를 타고 김, 넙치 등을 중심으로 대미 수출도 호조를 보이고 있습니다. 또한 최근 유명 커피 프랜차이즈에서 '스낵 김'을 판매하는 등 우리 수산식품에 대한 국민들과 해외소비자의 관심도 높아지고 있습니다.

이러한 기회를 잘 살리기 위해서는 생산, 유통, 수출 구조의 획기적인 개선을 위한 수산업계의 하나 된 노력이 무엇보다 절실합니다.

내외 귀빈 여러분, 다들 아시다시피, 지난해 11월 아세안을 단일 경제권으로 통합하려는 기치 아래 아세안경제공동체(AEC)가 출범하였습니다. 아세안경제공동체의 출범은 아세안 시장과 활발히 교역하고 있는 우리나라에도 적지 않은 영향을 미칠 것으로 생각합니다. 이러한 상황에서 태국에서의 '수산물 수출포럼'의 개최는 매우 시의적절한 일이라 생각합니다.

또한 태국은 세계 3위의 수산물 수출국으로, 지난해 73억불의 수출을 달성하였습니다. 이는 우리나라 수산물 수출액의 3.8배 수준입니다.

태국의 대표적인 수산식품회사인 '타이 유니온社'는 세계에서 세 손가락에 꼽히는 수산기업으로 참치, 새우, 고등어 등의 수산물 가공제품을 미국, 유럽 등 전 세계에 수출하고 있습니다.

이러한 태국의 사례에서 배울 것이 많습니다. 우리 수산업계도 맛있고 조리하기 편리한 좋은 상품을 지속적으로 개발하고 경쟁력 있는 생산여건을 조성하는 등 글로벌 경쟁력을 갖추기 위한 노력에 더욱 박차를 가해야 할 것입니다.

우리 해양수산부도 '타이 유니온'과 같은 글로벌 수산식품기업이 나올 수 있도록 식품가공산업 발전기반 조성, 양식기술 확보, 마케팅활동 지원 등 수산식품산업과 수출확대를 위한 지원을 강화해 나가겠습니다. 수산업계, 학계 및 연구계 등 여러 전문가들께서도 '수산물 수출포럼'을 중심으로 우리 수산물 수출 확대를 위한 방안들을 함께 고민해 주십시오.

거듭 수산물 수출포럼의 개최를 축하드리며, 참석하신 여러분 모두 앞으로 더욱 건승하시길 기원합니다.
감사합니다.



Jang Woo SEO

Ministry of Oceans and Fisheries

Good morning/afternoon.

I am Jang Woo SEO, director of seafood industry policy at Ministry of Oceans and Fisheries.

I congratulate on the opening of this significant event, 2016 International Seafood Trade Forum in Thailand held in Bangkok, Thailand in relation to the International Trade Exhibition for the Seafood Industry in Asia. In particular, I would like to thank Mr. Kim Sung-Gwi and Mr. Son Jae Hak, co-chairs of the international SeafooTrade Forum who made great effort to prepare for the 2016 International Seafood Trade Forum. Also, my thanks go to panelists and professionals of the seafood trade industry who came here to discuss facilitation of seafood trade between Korea and Thailand.

Ladies and gentlemen, The seafood industry is faced with opportunities and risks at the same time. The overall seafood production is stagnated although aquaculture production of some items such as seaweeds and flatfish increased. Most of seafood business operators are small and medium sized. Moreover, low oil prices and global economic recession continued recently. With FTAs and TPP discussions in place, Korea is pressured to open its domestic market.

In the meantime, as Korea-China FTA took effect, a big consumer market with population of 1.3 billion is opened. US economy is showing signs of economic recovery. Now, Korea's export, notably sales of seaweeds and flatfish, to the US shows a sign of growth. Recently, a famous coffee franchise business introduced a new item of seaweed snack. This shows not just Koreans and but also overseas consumers grow more interested in Korean seafood products.

In order to take full advantage of this opportunity, we need to work together to revamp production, distribution and export structure of the market.

Ladies and gentlemen, As you know, the ASEAN Economic community, AEC, was launched under the catchphrase of integration of ASEAN into one economic block. It is expected that the launch of AEC will hold a huge impact on Korea which is one of major trading partners to the ASEAN market. Under the circumstances, it is very timely to hold this international Seafood Trade Forum here in Thailand.

Thailand is the 3rd seafood exporter in the world recording 7.3billion dollars in export last year. This is 3.8 times that of Korea's export. Thai Union, a flagship seafood company in Thailand, is one of top three seafood companies in the world. The company exports processed tuna, shrimp, and mackerel to the U.S. and other European countries.

We need to learn from Thailand. The Korean seafood businesses also need to continue their work to develop delicious, easy to cook food. And we need to make our business environment more competitive to become a strong player in the global market. The Korean Ministry of Oceans and Fisheries will increase support to the seafood industry and increase export to nurture globally competitive seafood companies like Thai Union by improving business conditions, developing aquaculture technologies, and supporting marketing activities. I would like to ask you who are professionals in the industry, academia, and institutes to share your ideas at this Seafood Trade Forum to boost seafood export.

Again, congratulations on the opening of the International Seafood Trade Forum in Thailand. I wish you all the best of luck in your future endeavors.

Thank you.



노 광 일

주 태국대한민국대사

여러분, 안녕하십니까?
주 태국대한민국대사 노광일 입니다.

먼저, 태국 정부 주관으로 열리고 있는 '제4회 아시아 수산업 국제무역전시회' 기간 중에 한국과 태국 양국 간의 수산물 교역 및 아세안경제공동체 활성화 방안을 모색하기 위한 '한–태국 수산물 수출포럼'이 개최된 것을 진심으로 축하드립니다.

특히, 이 포럼 개최를 위해 많은 준비를 해 오신 수산물 수출포럼 및 한국해양수산개발원 관계자 분들의 노고에 감사드립니다.

태국은 지난 50여 년간 우리나라와 긴밀한 관계를 유지하고 있는 전통적인 우호국입니다. 양국 간의 교역 규모는 이미 100억 불을 초과하였고, 활발한 인적, 문화적 교류가 지속되고 있으며, 특히 최근 태국 내 한류열풍의 영향으로 양국 간의 유대관계는 더욱 끈끈해지고 있습니다.
또한, 태국은 지난 2008년부터 2009년까지 아세안 의장국으로서 아세안 통합에 주도적인 역할을 수행하였고, 지난해 아세안경제공동체 창설에도 커다란 기여를 하는 등 국제사회에서 자국의 국격을 높이고, 아세안지역 중심국가로서의 입지를 강화하고 있습니다.

본격적인 아세안 경제공동체 시대를 맞아 국제사회 경제체계에는 많은 변화가 있을 것입니다. 이와 함께 태국의 역할과 지위는 더욱 증대될 것으로 예상됩니다.
이에 우리는 태국을 주요 협력대상국으로 한 신아시아 외교 정책을 유지함과 동시에 상호 경제발전과 시너지 발현을 위한 적극적인 협력으로 새로운 관계 발전을 열어가야 할 것입니다.

이 같은 측면에서 "아세안경제공동체 출범과 한국 대 태국 수산물 교역 활성화"라는 주제로 개최되는 오늘 포럼은 매우 의미 있고 시의적절한 자리라고 생각됩니다.
이번 포럼을 통해 수산물 교역 확대 및 활성화 뿐만이 아니라 양국 경제발전을 위한 정책적, 산업적 방향을 모색해보고, 양국간 우의증진에도 기여할 수 있는 장이 되기를 기대합니다.

끝으로 바쁘신 와중에도 발표와 토론을 위해 오늘 포럼에 참석하시어 자리를 빛내주신 국내외 귀빈 여러분들과, 관심을 가지고 포럼에 참석하여 주신 여러분 모두에게 감사 인사를 드리면서 축사를 가름하고자 합니다.

다시 한번 금번 포럼 개최를 축하드립니다.

감사합니다.



Kwang Il NOH

Korean ambassador to Thailand

Good morning/afternoon.
I am Kwang Il NOH, Korean ambassador to Thailand.

I'd like to congratulate on the opening of the 2016 International Seafood Trade Forum during. The forum is held during the period of 4th International Trade Exhibition for the Seafood Industry in Asia with an aims to explore ways to facilitate seafood trade between the Republic of Korea and Thailand and boost the economies of ASEAN community.

My special thanks go to the organizers of the International Seafood Trade Forum and the Korea Maritime Institute for their hard work in preparing the forum.
Thailand has a long history of friendship with Korea, and our two countries have maintained close relationships for the past 50 years. The bilateral trade already exceeded 10billion dollars, and people to people and cultural exchanges have been vigorously pursued. In particular, the popularity of the Korean culture in Thailand has also contributed to a deeper bond between our two countries.
In addition, Thailand has played a dominant role in the integration of ASEAN countries as a chair of ASEAN from 2008 to 2009 and made a great contribution to the establishment of ASEAN economic community last year. In so doing, the country has elevated its stature in the international community and strengthened its position as a major country in the ASEAN region.

In the era of ASEAN Economic community, the global economy will observe many changes. With this, I believe, Thailand's role and position will become more important. Against this backdrop, Korea will maintain its new Asia diplomatic policy putting Thailand as one of the key partners, and develop the relationship with Thailand for mutual economic growth and increased synergy effect through strong cooperation. In this regards, I think today's forum under the theme of "launching the ASEAN Economic community and promotion of seafood trade between Korea and Thailand" is significantly meaningful and timely event. I hope this forum will serve to increase and promote seafood trade and discuss the aspects of policy and industry to further mutual economic growth, and enhance friendship between our two countries.
Finally, I would like to conclude my speech by thanking fellow speakers and presenters who came to make a successful forum and those who are here with great interest in the forum.
Once again, congratulations on the opening of the forum.

Thank you.



05 주 제 발 표

P r e s e n t a t i o n



01 마 창 모
Chang Mo MA

02 우돔 차리야윌랏꾼
Udom Chariyarilaskul

03 장 영 수
Young Soo Jang

04 아턴 프롬파타나팍
Arthon Prompatanapak



마 창 모
한국해양수산개발원(KMI) 부연구위원

주요학력

1993/03~1998/02	부경대학교 수산경영학과 학사
1999/03~2001/02	부경대학교 대학원 수산경영학과 석사
2004/08~2008/08	서울대학교 농경제학과 박사 수료

주요경력

2015/10~현재	수산물 수출 포럼 사무국장
2014/02~현재	한국수산경영학회 이사
2014/07~현재	해외투자 컨설팅 전문가 (한국원양산업협회)



Cahng Mo MA
Associate Research Fellow, Korea Maritime Institute

EDUCATION

2004/08~2008/08	Agricultural Economics Seoul National University, Ph.D. Candidate
1999/03~2001/08	Fisheries Business Administration Pukyong National University, M.S.
1993/03~1998/02	Fisheries Business Administration Pukyong National University, Undergraduate

PROFESSIONAL EXPERIENCE

2015/10~Present	Secretary-general, International Seafood Trade Forum(ISTF)
2014/02~Present	Member of board of directors, The Korean Society of Fisheries Business Administration
2014/07~Present	Investment consultant, Korea Overseas Fisheries Association



한국-태국 수산 부문 협력을 통한 수출활성화 전략

2016. 5. 26.

MA, CAHNG-MO
KOREA MARITIME INSTTUTE

목 차

1. 중국 중심 "Made in Asia"의 한계
2. 태국 수산업 현황
3. 한국과 태국의 교역 현황
4. 수산글로벌기업 진출 사례
5. 대 태국 수출의 문제점
6. 수출활성화 전략
7. 결 론

Revitalization Strategies for seafood trade between Korea and Thailand

2016. 5. 26.

MA, CAHNG-MO
Sangchoul Yi
KOREA MARITIME INSTTUTE

Table of Contents

1. Limitations of China leading "Made in Asia"
2. Current status of the Thai fisheries industry
3. Trade between Thailand and the Republic of Korea (ROK)
4. Case study: Global fisheries companies
5. Problems in seafood trade between Thailand and ROK
6. Revitalization Strategies for seafood trade
7. Conclusions

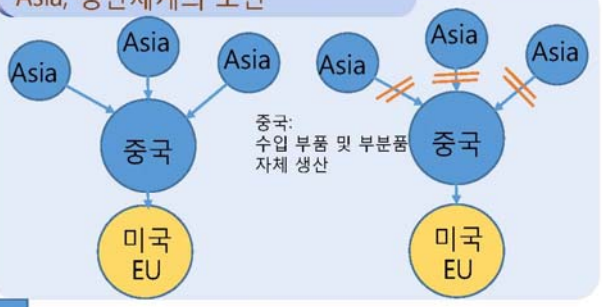
1. 중국 중심 "Made in Asia"의 한계

Asia, 생산 & 수출 기지

'14, 세계공산품수출액 12조 2,430억 달러 중 4조 7,350억 달러
북미지역 6,600억 달러 흑자, EU지역 2,500억 달러 흑자

구분	생산기지	소비시장
민간소비지출(대GDP)	싱가포르, 중국, 한국 태국, 말레이시아, 대만	필리핀, 베트남, 일본 인도, 인도네시아
무역수지	한국, 중국, 일본, 대만, 싱가포르 태국, 말레이시아, 베트남	인도, 일본, 필리핀
공산품무역수지	한국, 중국, 일본, 대만, 싱가포르, 태국,말레이시아, 베트남, 인도	인도네시아, 베트남

Asia, 생산체계의 도전

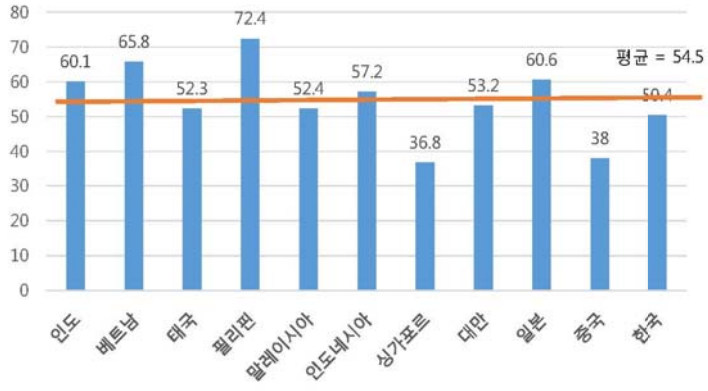


Asia 국가들의 과제

소비시장을 담당하는 인도, 인도네시아 경제성장 가속화를 위한 생산 역할 확대
내수주도 성장과 공산품의 수출의존도 줄임
투자나 수출보다 민간소비, 제조업보다 서비스 산업에 더 많은 성장 원천 확보
아시아 국가들의 상부상조를 위한 역내 무역장벽 완화
무역 및 투자장벽을 허물고 인프라 연계를 통한 역내 수요 창출 유도 필요

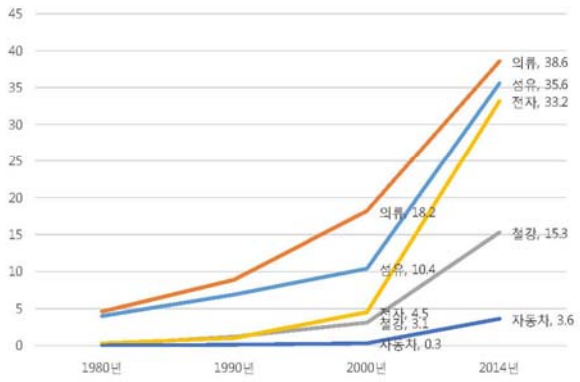
1. 중국 중심 "Made in Asia"의 한계

민간소비지출비중



자료: 아시아개발은행

세계수출에서 중국 상품의 점유율(단위:%)



자료: WTO

1. Limitations of China Leading "Made in Asia"

Asia, Production and Export Base

As of 2014, the Asia recoded $ 4735 billion of international product trade (world $ 12,243 billion)
$ 660 billion trade surplus to North America, $250 billion to EU

Label	Production base	Market
Private consumption expenditure(vs. GDP)	Singapore, China, Korea Thailand, Malaysia, Taiwan	Philippines, Vietnam, Japan, India, Indonesia
Trade balance	Korea, China, Japan, Taiwan, Singapore, Thailand, Malaysia, Vietnam	India, Japan, Philippines
Trade balance of industrial products	Korea, China, Japan, Taiwan, Singapore, Thailand, Malaysia, Vietnam, India	Indonesia, Vietnam

Asia, Challenge from new production system

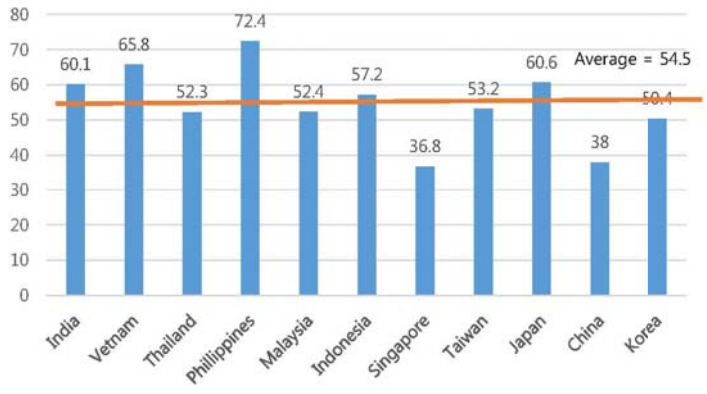


Asian countries' agenda

- to expand product capacity so as to improve economic development of India and Indonesia
- to develop domestic market and to reduce reliance on imported manufacturing goods
- to focus on private expenditure rather than investment and export, developing the service industry
- to eliminate trade barriers so as to facilitate mutual helps among Asian countries, creating potential demand within the area

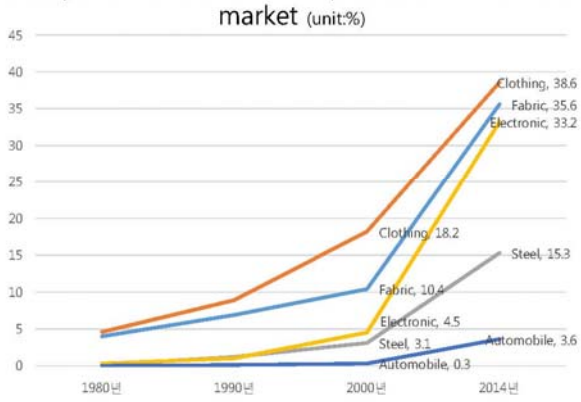
1. Limitations of China Leading "Made in Asia"

Relative importance of private expenditure



Data source: Asia Development Bank

Occupation rate of Chinese products in the world market (unit:%)



Data source: WTO

2. 태국 수산업 현황(생산)

<국가별 수산물 생산 추이>

(단위: 톤)

Country (Country)	2010년	2011년	2012년
China	63,491,060	66,215,831	70,368,028
Indonesia	11,656,697	13,645,135	15,422,366
India	8,479,339	7,988,716	9,076,778
United States of America	4,931,804	5,560,448	5,557,882
Peru	4,354,480	8,346,489	4,917,402
Philippines	5,161,768	4,975,358	4,868,649
Russian Federation	4,196,794	4,391,167	4,484,450
Myanmar	3,914,169	4,150,091	4,464,819
Chile	3,761,563	4,436,502	4,084,463
Norway	3,858,504	3,578,883	3,612,010
Bangladesh	3,035,101	3,124,677	3,261,781
Korea, Republic of	3,123,587	3,262,275	3,187,238
Thailand	3,096,742	3,036,581	3,068,450

자료: FAO Fishstat J.

<태국 수산물 생산량>

(단위: 톤)

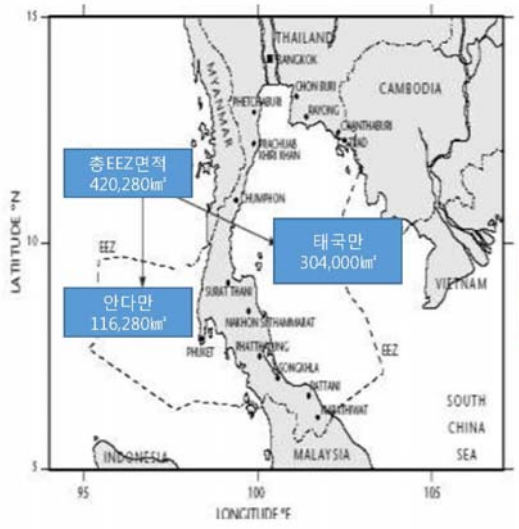
구분	2010년	2011년	2012년
capture	1,810,620	1,835,126	1,834,573
aquaculture	1,286,122	1,201,455	1,233,877
합계	3,096,742	3,036,581	3,068,450

Capture
- Marine fishes 478,339 ton
- Anchovies 142,771 ton
- Indian Mackerels 138,815 ton
- Jellyfishes nei 117,695 ton
- tuna(bigeye, yellowfin etc) 16,388 ton

Aquaculture
- whiteleg shrimp 580,948 ton
- nile tilapia 153,311 ton
- catfish, hyrid 110,236 ton
- green mussel 107,229 ton

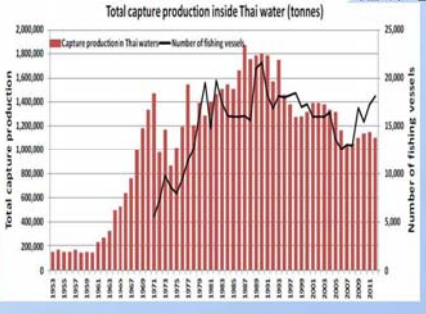
2. 태국 수산업 현황(어선어업)

<태국의 해양조업구역>



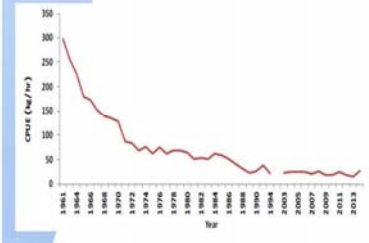
<어선어업 생산량 추이>

(단위: 톤)



<트롤어선 CPUE 추이>

(단위: CPUE(kg/hr)



자료: IOTC, Marine Fisheries Management Plan of Thailand, 2015. 10

어선 척수/생산량 : '15) 42,512척/ 1.34백만 톤
어민수/관련산업 종사자수 : 172천명/515천명
CPUE : 1960년 대비 9% 수준(시간당 30kg 이하)

2. The present status of the Thai fisheries industry (Production)

<Trends of fisheries production by countries> (Unit: T)

Country (Country)	2010	2011	2012
China	63,491,060	66,215,831	70,368,028
Indonesia	11,656,697	13,645,135	15,422,366
India	8,479,339	7,988,716	9,076,778
United States of America	4,931,804	5,560,448	5,557,882
Peru	4,354,480	8,346,489	4,917,402
Philippines	5,161,768	4,975,358	4,868,649
Russian Federation	4,196,794	4,391,167	4,484,450
Myanmar	3,914,169	4,150,091	4,464,819
Chile	3,761,563	4,436,502	4,084,463
Norway	3,858,504	3,578,883	3,612,010
Bangladesh	3,035,101	3,124,677	3,261,781
Korea, Republic of	3,123,587	3,262,275	3,187,238
Thailand	3,096,742	3,036,581	3,068,450

Source: FAO Fishstat J.

<Thai fisheries production> (Unit: T)

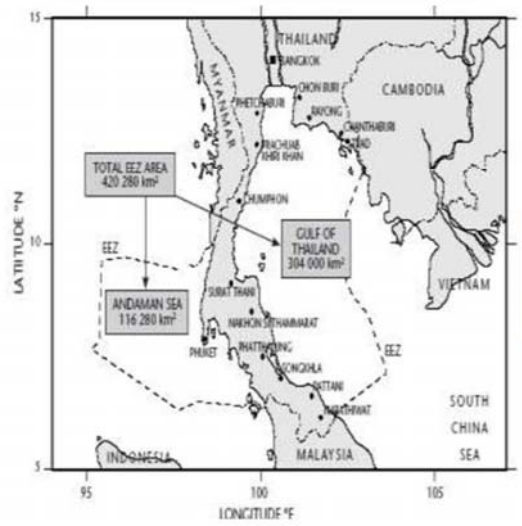
Label	2010	2011	2012
capture	1,810,620	1,835,126	1,834,573
aquaculture	1,286,122	1,201,455	1,233,877
Total	3,096,742	3,036,581	3,068,450

Capture
- Marine fishes 478,339 ton
- Anchovies 142,771 ton
- Indian Mackerels 138,815 ton
- Jellyfishes nei 117,695 ton
- tuna(bigeye, yellowfin etc) 16,388 ton

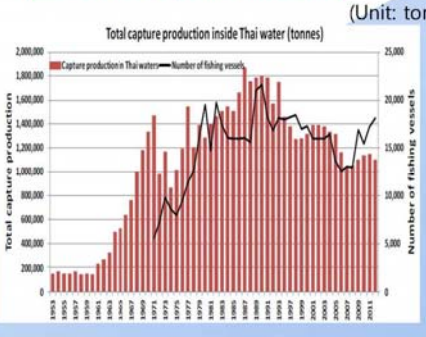
Aquaculture
- whiteleg shrimp 580,948 ton
- nile tilapia 153,311 ton
- catfish, hyrid 110,236 ton
- green mussel 107,229 ton

2. The present status of the Thai fisheries industry (Capture fisheries)

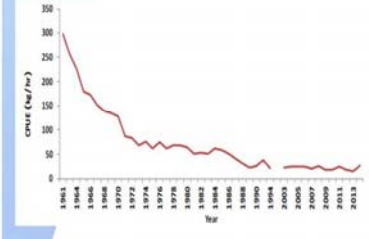
<Thai fishing ground>



<Trend of capture fisheries> (Unit: tons)



<Trawling CPUE> (Unit: CPUE(kg/hr)



Source: IOTC, Marine Fisheries Management Plan of Thailand, 2015. 10

Fishing vessel/Production : '15) 42,512 / 1.34 Million tone
of fishermen/ # of Workforce : 172,000/515,000
CPUE : 30kg/hour, 9% compared to 1960'

2. 태국 수산업 현황(어선어업)

<태국의 해역별 수산물 생산량>

(단위: 톤)

수산물	태국만		안다만		해외
	전통	상업적	전통	상업적	
저서어류	86,050	417,226	16,229	161,455	
앤초비	0	183,216	0	33,903	
기타 부어류	28,157	217,829	9,425	89,614	
소계	114,207	818,271	25,654	284,972	
합계	932,478		310,626		101,165
총합	1,344,269				

자료: IOTC, Marine Fisheries Management Plan of Thailand, 2015. 10

- 어선 어업 생산량
  - 태국만 69.4% / 안다만 23.1%/ 해외 7.5%
- 상업적 어선
  - 태국만 87.8%, 안다만 91.7%

2. 태국 수산업 현황(양식)

<동남아 국가 양식어종 상위 5개 품목량>

(단위: %)

국 가	%	품 목
인도네시아	81.7	유케마(56.7), 틸라피아(7.0), 강리(7.0), 밀크피쉬(6.4), 잉어(4.6)
필리핀	94.5	홍조류(65.4), 밀크피쉬(14.0), 틸라피아(6.9), 유케마(4.9), 틸라피아류(3.3)
베트남	81.3	메기류(40.0), 잉어과(17.5), 얼룩새우(11.4), 담수어류(6.3), 연체동물(6.1)
태국	85.3	흰다리새우(44.3), 틸라피아(14.5), 초록홍합(12.0), 메기(9.2), 꼬막(5.3)
미얀마	83.9	잉어(Roho)(64.0), 얼룩새우(5.9), Catla(5.5), 틸라피아, 4.8), Mrigal carp(3.7)
말레이시아	78.2	홍조류(36.2), 꼬막(12.7), 메기류(12.3), 흰다리새우(11.4), 틸라피아(5.6)
캄보디아	83.7	메기류(36.5), 실버바브(17.5), 가물치(10.2), Cyprinids nei(9.3), 뱀껍질 구라미(10.2)
라오스	59.0	틸라피아(25.1), 붕어(10.2), 대두어(8.4), 실버바브(7.9), 잉어(7.4)
싱가포르	84.8	밀크피쉬(37.2), 초록홍합(18.1), 숭어(11.6), 바라문디(10.7), 가물치(7.2)
브루나이	88.1	꽃새우(66.0), 얼룩새우(6.5), 바라문디(6.4), 퉁돔류(5.2), 줄전갱이(4.0)

자료: FAO Fishstat J.

2. The present status of the Thai fisheries industry (Capture fisheries)

<Fishery Production by Areas>

(Unit: t.)

Type	Gulf of Thailand		Andaman Sea		Deep Sea
	Traditional	Commercial	Traditional	Commercial	
Demersal	86,050	417,226	16,229	161,455	
Anchovy	0	183,216	0	33,903	
Others	28,157	217,829	9,425	89,614	
Sub-sum	114,207	818,271	25,654	284,972	
Sum	932,478		310,626		101,165
Total	1,344,269				

Source: IOTC, Marine Fisheries Management Plan of Thailand, 2015.

- Capture fishery production
  - Gulf of Thailand 69.4% / Andaman Sea 23.1%/ Deep Sea Fishery 7.5%
- Commercial fishing
  - Gulf of Thailand 87.8%, Andaman Sea 91.7%

2. The present status of the Thai fisheries industry (Aquaculture)

<Top five aquaculture production items by countries>

(Unit: %)

Countries	%	Item
Indonesia	81.7	Eucheuma(56.7), Tilapia(7.0), Gracilaria(7.0), Milkfish(6.4), Carp(4.6)
Philippine	94.5	Red algae(65.4), Milkfish(14.0), Tilapia(6.9), Eucheuma(4.9), Tilapia(3.3)
Vietnam	81.3	Catfish(40.0), Carp(17.5), Giant tiger prawn(11.4), Fresh water fish (6.3), Mollusks(6.1)
Thailand	85.3	Whiteleg shrimp(44.3), Tilapia(14.5), Mussel(12.0), Catfish(9.2), Cockle(5.3)
Myanmar	83.9	Carp(Roho)(64.0), Giant tiger prawn(5.9), Catla(5.5), Tilapia, 4.8), Mrigal carp(3.7)
Malaysia	78.2	Red algae(36.2), Cockle(12.7), Catfish(12.3), Whiteleg shrimp(11.4), Tilapia(5.6)
Cambodia	83.7	Catfish(36.5), silver barb(17.5), Snakehead(10.2), Cyprinids nei(9.3), Snakeskin gourami(10.2)
Laos	59.0	Tilapia(25.1), Carp(10.2), Big-head carp(8.4), silver barb(7.9), Carp(7.4)
Singapore	84.8	Milkfish(37.2), Green mussel(18.1), gray mullet(11.6), Barramundi(10.7), Snakehead(7.2)
Brunei	88.1	Blue shrimp(66.0), Giant tiger prawn(6.5), Barramundi(6.4), Sea bream(5.2), Saurel(4.0)

Source: FAO Fishstat J.

2. 태국 수산업 현황(산업 비중)

<국가별 수산업 산출, 부가가치 비교>

단위: 억달러, %

	경제전체(A)		수산업(B)		수산업 비중(B/A)	
	산출	부가가치	산출	부가가치	산출	부가가치
한국	17,236	5,692	35	13	0.20	0.24
미국	226,802	97,718	56	33	0.02	0.03
일본	98,317	38,729	164	75	0.17	0.19
중국	51,772	13,481	385	195	0.74	1.45
캐나다	19,565	7,728	24	11	0.12	0.14
노르웨이	4,935	2,187	33	12	0.66	0.53
페루	1,508	620	14	6	0.94	1.03
인도네시아	5,364	2,342	55	39	1.03	1.67
칠레	1,877	768	9	4	0.46	0.51
필리핀	1,824	793	26	20	1.40	2.52
태국	4,086	1,311	35	15	0.85	1.17
베트남	1,118	333	16	9	1.46	2.70
말레이시아	2,971	1,058	15	11	0.51	1.07
합계	**817,526**	**306,612**	**1,385**	**708**	**0.17**	**0.23**

자료: KMI2010

<국가별 수산업 비중>

한국, 미국, 일본 등 0.2% 내외 수준
태국을 포함한 동남아시아 국가들의 비중이 높음

<태국의 수산물 수출입>

태국 전통어업커뮤니티 : 25천개 이상
수출량 및 금액('14년) : 1.7백만 톤/6,749백만 불
수입량 및 금액('14년) : 1.6백만 톤/2,740백만 불

2. 태국 수산업 현황(서식지 환경)

<태국 mangrove>



<버려진 새우 양식장 복원>



자료:
http://images.emagazine.com/sized/images/issues/2012-may-jun/fes_mangroveworkers-250x179.jpg

자료: http://www.eoearth.org/view/article/153813/

<서식지 변화>

태국 맹글로브 면적 : 2,455.34㎢ ('15년)
- 태국만 : 지난 30년간 80-90% 파괴
- 안다만 : 지난 30년간 20% 파괴

태국 산호초 : 2,455.34㎢
- 단 12%만 좋은 상태 유지

태국 Seagrass beds : 255.73㎢
- 오염, 외래 어종, 남획, 기후변화로 위협

2. The present status of the Thai fisheries industry (GDP portion)

<Production and added value by countries>

Unit: 1 billion US dollar, %

	All economy(A)		Fishery(B)		GDP portion(B/A)	
	Production	V.A	Production	V.A	Production	V.A.
Korea	17,236	5,692	35	13	0.20	0.24
USA	226,802	97,718	56	33	0.02	0.03
Japan	98,317	38,729	164	75	0.17	0.19
China	51,772	13,481	385	195	0.74	1.45
Canada	19,565	7,728	24	11	0.12	0.14
Norway	4,935	2,187	33	12	0.66	0.53
Peru	1,508	620	14	6	0.94	1.03
Indonesia	5,364	2,342	55	39	1.03	1.67
Chile	1,877	768	9	4	0.46	0.51
Philippine	1,824	793	26	20	1.40	2.52
Thailand	4,086	1,311	35	15	0.85	1.17
Vietnam	1,118	333	16	9	1.46	2.70
Malaysia	2,971	1,058	15	11	0.51	1.07
Total	**817,526**	**306,612**	**1,385**	**708**	**0.17**	**0.23**

Source: KMI 2010

<GDP portion of the fishery industry by countries>

0.2% of total GDP (e.g. Korea, USA, and Japan etc
High portion of the fishery industry in Asian counties

<Thai seafood trade>

Thai traditional fishing communities: over 25,000
Export('14) : 1.7 million tons/ $6.7 billion
Import('14) : 1.6 million tons/ $2.7 billion

2. . The present status of the Thai fisheries industry (Environment)

<Thai mangrove>



Source: http://www.eoearth.org/view/article/153813/

<Restoration of abandoned shrimp farms>



Source: http://images.emagazine.com/sized/images/issues/2012-may-jun/fes_mangroveworkers-250x179.jpg

<Environmental changes>

Thai mangrove: 2,455.34㎢ ('15)
- Gulp of Thailand : 80~90% demolished during last three decades
- Andaman Sea: 20% destroyed

Thai coral: 2,455.34㎢
- Only 12% is in good condtion.

Thai Seagrass beds : 255.73㎢
- Threat from contamination, exotic fishes, overfishing, and climate changes

3. 한국과 태국의 교역 현황(전체)

<한국의 국가별 교역 현황(2015>

(단위: 백만 불)

순위	국가	수출액 (백만$)		수입액 (백만$)		수지
	합계	526,757	%	436,499	%	90,258
1	중국	137,124	26	90,250	21	46,874
2	미국	69,832	13	44,024	10	25,808
3	홍콩	30,418	6	1,493	0	28,925
4	베트남	27,771	5	9,805	2	17,966
5	일본	25,577	5	45,854	11	-20,277
6	싱가포르	15,011	3	7,942	2	7,069
7	인도	12,030	2	4,241	1	7,789
8	대만	12,004	2	16,654	4	-4,650
9	멕시코	10,892	2	3,464	1	7,428
10	호주	10,831	2	16,438	4	-5,607
-	-	-	-	-	-	-
17	태국	6,362	1	4,854	1	1,508

자료: www.kita.net



3. 한국과 태국의 교역 현황(수산물)

<한-태국 수산물 교역현황(2015년)>

(단위: 천불)

품종	수출액	수입액	수지
어류	92,695	2,270	90,425
갑각류	556	32,256	-31,700
패류,연체류	1,202	52,790	-51,588
해조류	38,718	129	38,589
어란,어육	484	7,817	-7,333
수산가공품	5,351	65,384	-60,033
수산부산물	931	1,700	-769
기타수산물	1	9,076	-9,075
합계	139,938	171,422	-31,484

자료: www.kita.net

(단위: 천불)

구분	품종	수출액	수입액	수지
어류	참치	88,164	449	87,715
해조류	김	36,534	46	36,488
수산가공품	기타수산가공품	5,314	38,815	-33,501
갑각류	새우	287	31,134	-30,847
수산가공품	어류통조림	5	25,110	-25,105
패류,연체동물	문어	0	36,663	-36,663

3. Trade between Korea and Thailand (Total)

<List and records of trading partner of Korea (2015>

(unit: 1m.)

Rank	Countries	Export (1m. $)		Import (1m. $)		Balance
	Total	526,757	%	436,499	%	90,258
1	China	137,124	26	90,250	21	46,874
2	USA	69,832	13	44,024	10	25,808
3	Hongkong	30,418	6	1,493	0	28,925
4	Vietnam	27,771	5	9,805	2	17,966
5	Japan	25,577	5	45,854	11	-20,277
6	Singapore	15,011	3	7,942	2	7,069
7	India	12,030	2	4,241	1	7,789
8	Taiwan	12,004	2	16,654	4	-4,650
9	Maxico	10,892	2	3,464	1	7,428
10	Australia	10,831	2	16,438	4	-5,607
-	-	-	-	-	-	-
17	Thailand	6,362	1	4,854	1	1,508

Source: www.kita.net



3. Trade between Korea and Thailand (Fishery products)

<Korea-Thailand Seafood trade (2015)>

(Unit: thousand U.S.$)

Items	Export	Import	Trade balance
Fish	92,695	2,270	90,425
Crustacean	556	32,256	-31,700
Shellfish, Mollusks	1,202	52,790	-51,588
Seaweed	38,718	129	38,589
Roe,fish paste	484	7,817	-7,333
Processed fish product	5,351	65,384	-60,033
Fishery by-product	931	1,700	-769
Etc	1	9,076	-9,075
Total	139,938	171,422	-31,484

(Unit: thousand U.S.$)

Type	Item	Export	Import	Trade balance
fish	Tuna	88,164	449	87,715
Seaweed	Laver	36,534	46	36,488
Processed fish product	Etc	5,314	38,815	-33,501
Crustacean	Shrimp	287	31,134	-30,847
Processed fish product	Fish can	5	25,110	-25,105
Shellfish, Mollusks	Octopus	0	36,663	-36,663

Source: www.kita.net

4. 수산 글로벌 기업 진출 사례

<일본수산기업 글로벌 진출 사례>

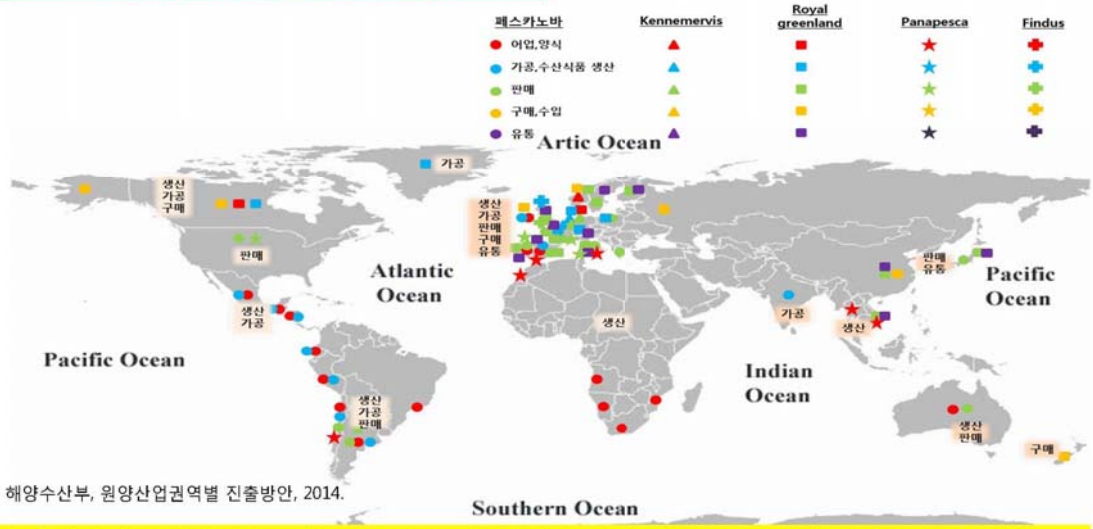


자료: 해양수산부, 원양산업권역별 진출방안, 2014.

생산지(동남아) 및 소비지(미국, 유럽) 가공 병행, 선진국에서 가공, 판매, 구매사업

4. 수산 글로벌 기업 진출 사례

<유럽수산기업 글로벌 진출 사례>



자료: 해양수산부, 원양산업권역별 진출방안, 2014.

역내 전역에서 사업영역 공고화, 아프리카(생산), 남미(생산, 가공), 오세이니아(생산) 등 분업화

4. Case study – Global fishery companies

<Japanese global fishery companies>

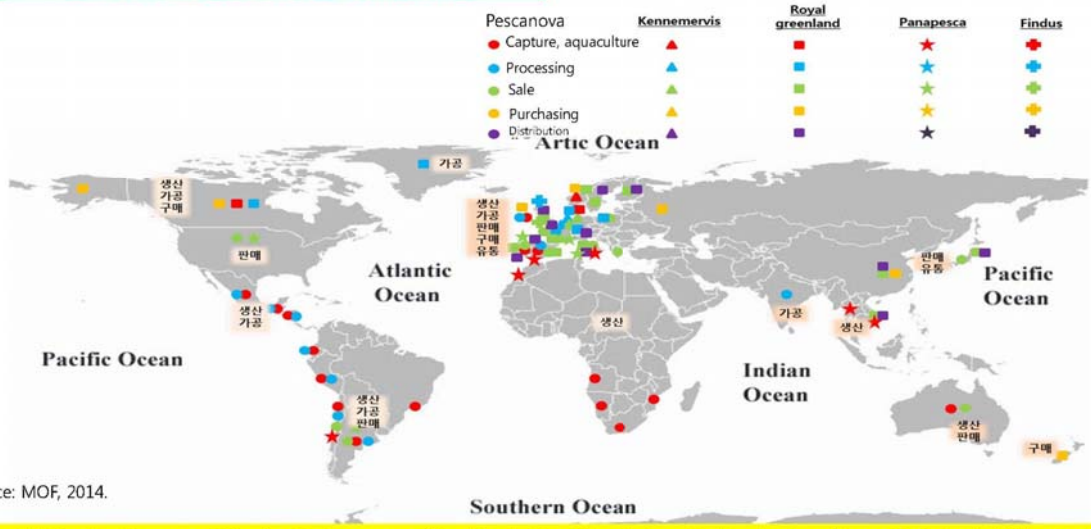


Source: MOF, 2014.

Processing: Producing center (East Asia) and market (USA, EU); At developed counties, they conduct processing, sales and purchasing business

4. Case study – Global fishery companies

< European global fishery companies >



Source: MOF, 2014.

Consolidating business specialization in the areas: Africa(Production), South America(Production, Processing), Australia(Production)

4. 수산 글로벌 기업 진출 사례

<OECD 수산물 수입의 중심성>

구 분	연결 중심성	거리 중심성		매개 중심성
		내향	외향	
노르웨이	8.083	100	89.189	0.431
미국	7.939	100	91.667	0.374
일본	6.603	97.059	86.842	0.217
스페인	4.712	100	97.059	0.589
프랑스	4.401	100	100	0.718
스웨덴	4.280	97.059	86.842	0.404
독일	4.199	100	100	0.718
영국	3.419	100	100	0.718
한국	1.566	94.286	86.842	0.255

자료: 김성국(2013)

수산물 수입무역
- 노르웨이, 미국, 일본, 스페인, 프랑스, 스페인, 독일 중심으로 형성

수산물 수입관련 네트워크의 매개성
- 프랑스, 독일, 영국 등이 중요한 역할

일본 : 자국 수산물 공급 중심

한국 : 중간 수준의 역할을 하고 있음

5. 대 태국 수출의 문제점

완제품이 아닌 가공 원료 중심의 수출
- 캔용 가다랑어, 스낵김용 원초 등

태국의 원료 소싱을 위해 생산지에 공장 설립
- 한국의 다랑어 수입 줄어들 전망

EU의 예비불법어업국 지정
- 최종 불법어업국 지정 시 가공 원료 혼합 문제를 제기할 가능성이 높음

- 2009년 미국-한국-태국-EU로 경유하는 연육 원료에 대해 한국 부산항 보세구역 경유의 경우 한국정부에 무조작증명서와 healthy certification 요구한 사례 있음

태국에 비해 수산식품가공기술 열위
- 태국의 수산가공품은 글로벌 기업들에 의해 추진되고 있어 세계적인 경쟁력을 이미 확보한 상황임

- 식품가공기술 발달로 냉동, 통조림, 건조식품 등은 세계적인 기술 인증 받음
- 대표 품목 : 냉동새우, 참치통조림 및 관련 가공품 게맛살/어묵 등의 필수 원료인 수리미 등
- 냉동 새우, 가공 닭고기, 과일 통조림 등 수출

4. Case study – Global fishery companies

<Determinants for OECD Fishery product import>

Countries	Connection	Distance		Mediation
		Intro	Outro	
Norway	8.083	100	89.189	0.431
USA	7.939	100	91.667	0.374
Japan	6.603	97.059	86.842	0.217
Spain	4.712	100	97.059	0.589
France	4.401	100	100	0.718
Sweden	4.280	97.059	86.842	0.404
Germany	4.199	100	100	0.718
UK	3.419	100	100	0.718
Korea	1.566	94.286	86.842	0.255

Source: Kim, S. (2013)

Fishery product trade
- Key players: Norway, USA, Japan, Spain, France, and Germany

Networking center
- France, Germany, and UK

Japan : to meet domestic fishery products demand

Korea : Balanced between networking and supplying domestic demand

5. Obstacles to export fishery products to the Thai market

Focusing on raw material for food processing instead of consumer goods
- Tuna for canned food, laver for snack

New factory establishment in processing center
- It is expected that the tuna import is diminished

Technology: low level of processing technology (compared to Thai companies)
- Thai companies have a high level of technology because many global companies invested on it.

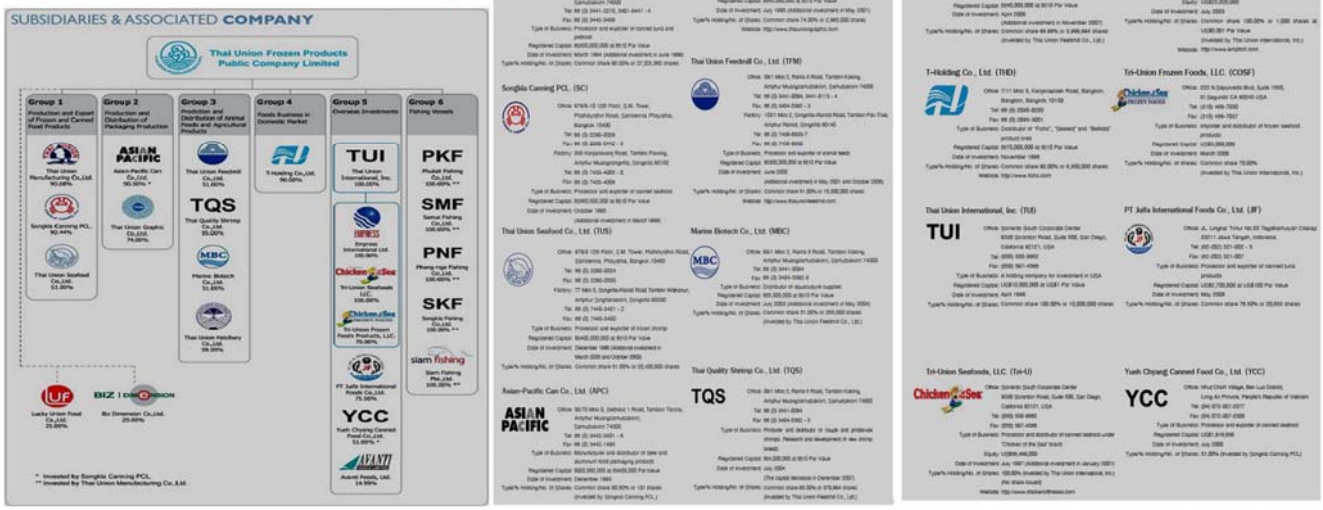
- The companies have many certifications for food processing areas such as frozen, canned, dried foods
- Items : Frozen shrimp, Tuna can, surimi
- Exporting frozen shrimp, processed chicken, and canned fruits

Pre-identification of IUU countries from EU
- After the determination of IUU, raw material export is most likely to have difficulties

- For example, in 2009, some countries requested Korean governments to provide nonoperation and healthy certification

6. 수출 활성화 전략(TF 글로벌 전략 벤치마킹)

<대표수산기업_타이유니온그룹>



6. 수출 활성화 전략(TF 글로벌 전략 벤치마킹)

<가공 입지의 이점 활용>

- 노동집약적 산업(풍부한 노동력, 태국, 미얀마)
- 저가 자재 공급(참치의 경우 캔, 팜유 등)
- 물류의 중심, 짧은 하역시간, 낮은 하역비(1일 500불)
- 세계적인 관광지로 우수한 인력이 선호하는 근무환경
- M&A 확대 : MW Brands(6억 8천만 유로)

<국가별 특성에 맞는 브랜드 상품 수출 >

- 미국시장 : "Chicken of the Sea"로 공략
- 내수시장 : 내수용 조미포 브랜드 "Fisho"
- 국제시장 표준화 브랜드 : "Select"
- 애완용 등물 사료 브랜드 : "Bellotta"

<글로벌화/생산자와 상생>

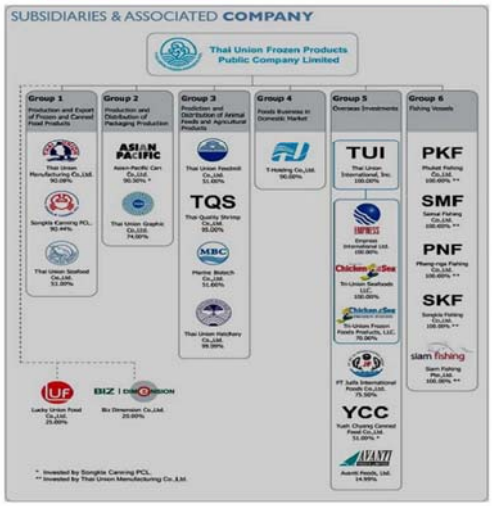
- 수산물 원자재 구매, 마케팅, 수출 통합(22개 자회사)
- 글로벌 차원의 자원확보 경쟁(지속가능성 담보)
  - 전체 생산비 중 원료비 70-80%
- 생산자와의 상생 경영(20년 이상 새우양식업자 거래)
- 지속적 R&D : 새우 폐사율 저감 연구





6. Invigoration strategies for seafood trade (TF global strategy benchmarking)

<Thai Union Group>







6. Invigoration strategies for seafood trade (TF global strategy benchmarking)

<Leveraging geographical advantage>

- Labor intensive industry (Massive labor force of Thailand and Myanmar)
- Low price raw material (For tuna can, palm oil)
- Center of logistic, fast and low cost unloading ($500 per day)
- World class tourism destination

M&A Opportunities : MW Brands(680 million Euro)

<Branded product export by countries>

US market : "Chicken of the Sea"

Domestic market : "Fisho"

International brand: "Select"

Brand for pet market: "Bellotta"

<Globalization and win-win strategy>

Integration of purchasing, marketing, and export (22 sub-brands and companies)

Global competition for resources (sustainability issues)

- Raw material occupies 70-80% of total cost

Long term cooperation with supplier(over 20 years)

R&D : Lowering shrimp mortality rate





6. 수출 활성화 전략(TF 글로벌 전략 벤치마킹)

Global customer base 확충 전략

Proactive Marketing Apporach in Thai Kitchen to the world Era
- 태국 세계적 요리사인 Mr. Reed, "My Siam by Khun Reed"라는 글로벌 브랜드 개발(부엌에서 갓 조리한 듯 차별화)
- 유럽내에서의 태국음식 상승세 활용
- 프랑스, 네덜란드, 말레이시아, 호주 Customer base 구축하고 러시아, 영국, 벨기에, 아랍에메리이트 등으로 확산

Global 경쟁력 지속적 강화전략

Re-Aligning Management & Defining Proper Marketing Strategy
- 바트화 변동에 안정적 대처를 위해 선물환예약(forward exchange contract)으로 환차 손실 최소화, 코스트 플러스 가격 결정 (총 비용에 이익 마진을 더한 가격결정, Cost-plus pricing)
- Risk에 맞춘 사업계획 및 전략 탄력적 재조정
- ERP 도입으로 재무위험 등 조기경보, 주주 배당 2년에 걸쳐 년간 순이익의 최소 50%를 지급

원료의 안정적 공급 "3wins+1"전략

Shrimp Contract Farming Strategy(생산자+가공업자+바이어+정부)
- 확정된 원료구매물량 및 가격으로 가공용 원료 성장크기 조절

물류-유통 합리화 전략

Inventory Management Capability Strength
- 재고관리합리화를 위해 WMS(Warehouse Management System) 구축을 위해 3i Infotech Ltd와 계약
- WMS는 재고관리 소프트웨어로 입고, 보관, 배송 효율성 제고
- 체계적인 재고품 보관 및 적시 배송(고객만족, 제조공정 관리 생산 기획의 전략적 요소 포함, 바코드시스템으로 신속 재고조사

고품질, 식품안전성 확보

Where Quality Meets Global Needs
- 새우 가공사업부문에서 원료 새우의 육종 및 종묘생산, 새우 양식용 사료 공급, 가공공장 및 소매시장 물류유통 총체적 관리
- 모든 사업장의 국제기준 품질경영시스템 (GMS, Quality Management system)
- ISO 9001, US FDA, CFIA, HACCP, GMP, HALAL, ISO/IEC 17025 BAP(Best Aquacluture Practices) 등 도입으로 글로벌화 대비

Low Fat 전략

Low Fat-Heart Care Food Marketing Strategy
- 저지방 건강식으로 심장협회로부터 "Heart Care Food" 인증

6. 수출 활성화 전략(한-태 합작 성공사례 벤치마킹)

<럭키유니온푸드(한-태 합작)>



Factory
LUF THAI, Samut Sakorn in Thailand
LUF EURO, Szczecin in Poland

Production capacity
LUF THAI - 19,200MT
LUF EURO - 9,000MT (*3 shifts/2 lines)

Annual Turnover
US $ 37,000,000 (LUF THAI in 2008)

Employee number
LUF THAI 473 (117 Staffs & 356 Workers)
LUF EURO 130 (33 Staffs & 97 Workers)
* Incl. 7 Staffs & 15 Workers of LUF THAI
LGF Seoul & Paris 10



6. Invigoration strategies for seafood trade (TF global strategy benchmarking)

Global customer base strategy

Proactive Marketing Approach in Thai Kitchen to the world Era
- Mr. Reed, developed global brand "My Siam by Khun Reed"
- to use Thai dish boom in Europe
- to build customer base in France, Netherlands, Malaysia, Russia, UK, and EU

Global competiveness strategy

Re-Aligning Management & Defining Proper Marketing Strategy
- To avoid foreign-exchange lose, making forward exchange contract (Cost-plus pricing)
- Modification of strategy by Risk assessment
- Introducing ERP, paying dividend as half as net profit

Raw material securing "3wins+1" strategy

Shrimp Contract Farming Strategy(Producer + Processor +buyer + Government)
- With fixed volume and price, managing growth rate

Distribution- logistic optimization strategy

Inventory Management Capability Strength
- to minimize stock, to make a contract with WMS(Warehouse Management System)
- WMS utilizes a logistic management system
- Systemic storage and shipping by barcode system

High quality and food safety

Where Quality Meets Global Needs
- Total management for the shrimp industry (seed, feeding, Processing, logistic, sales

Introduction of global standard in the industry (GMS, Quality Management system)
- ISO 9001, US FDA, CFIA, HACCP, GMP, HALAL, ISO/IEC 17025 BAP(Best Aquaculture Practices)

Low Fat strategy

Low Fat-Heart Care Food Marketing Strategy
- Low fat health food - "Heart Care Food" certification

6. Invigoration strategies for seafood trade (benchmarking – Korea-Thailand join venture)

<Lucky Union Food(Korea-Thailand joint venture)>



Factory
LUF THAI, Samut Sakorn in Thailand
LUF EURO, Szczecin in Poland

Production capacity
LUF THAI - 19,200MT
LUF EURO - 9,000MT (*3 shifts/2 lines)

Annual Turnover
US $ 37,000,000 (LUF THAI in 2008)

Employee number
LUF THAI 473 (117 Staffs & 356 Workers)
LUF EURO 130 (33 Staffs & 97 Workers)
* Incl. 7 Staffs & 15 Workers of LUF THAI
LGF Seoul & Paris 10

	1st Processing	2nd Processing	Marketing·Distribution	Consumption
Fishing / Aquaculture	Surimi	Surimi Seafood	Trading/Import & Export	Trend/Diversity
Market size	564,000MT/년	1,385,000MT/년	122,000MT/년 (계맛살/EU)	
	USD 22억	USD 100억	USD 3.5억 (계맛살/EU)	

6. 수출 활성화 전략(한-태 합작 성공사례 벤치마킹)

<시장세분화>



<프랑스 B2C 마켓 공략>

폴란드 현지 생산거점 활용 B2C 시장 공략
- BRC(British Retail Consortium) global standard 및 IFS(International Food Standard) 우선 취득
- 가격 최우선 조건으로 구매패턴 대응을 위한 가격정책수립 가격경쟁력(1st price 시장공략)->national brand 가격수준에 품질은 1st price와 PB(private Brand) 중간지점 포진



6. 수출 활성화 전략(한-태 합작 성공사례 벤치마킹)

<글로벌 스탠더드 인증>



<프랑스 B2C 마켓 공략>

폴란드 현지 생산거점 활용 B2C 시장 공략
- BRC(British Retail Consortium) global standard 및 IFS(International Food Standard) 우선 취득
- 가격 최우선 조건으로 구매패턴 대응을 위한 가격정책수립 가격경쟁력(1st price 시장공략)->national brand 가격수준에 품질은 1st price와 PB(private Brand) 중간지점 포진



<R&BD 센터 운영>

바이어들의 요구 샘플, 신제품 개발 프로젝트, 원, 부재료 및 포장규격, 기준 관리 및 특성, 배합비율 등을 생산부서와 유기적 협력이 가능하도록 센터 운영

<2+2 글로벌 마케팅 전략>

시장을 크게 2개 권역 : Eu권역 + EU외 권역으로 구분
2개의 마케팅 부서 운영 : Marketing center+ marketing & sales

6. Invigoration strategies for seafood trade (benchmarking – Korea-Thailand join venture)

<Market segmentation>



Surimi Seafoods

B2B	B2C	HORECA
Industrial Market	Retail Market	HORECA Market
* Surimi * Mayonnaise, Brine in Jar, Sandwich filling	* For home cooking * small package * for final consumption	* Hotel, restaurant * Large bulk package (1~5kg)
* Netherlands, Belgium, North Europe * Low level of work	* Entire Europe * No extra work	* Entire Europe * No extra work
Heiploeg, Speciality, Agustone, Panapesca etc.	Carrefour, Auchan, ASDA, Sainsbury etc..	Confremar, Top Gel, FW Holset, A+P Warenhandles etc..

6. Invigoration strategies for seafood trade (benchmarking – Korea-Thailand join venture)

<Global standard certification>

- ISO 14001:2004 (Environment Management System)
- GMP (Good Manufacturing Practice)
- HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point)
- ISO 9001:2000 (Quality Management System)
- HAL-Q (Hygiene Assurance Liability Quality System)
- HALAL MARK (Registration No.; 222/1999)
- MSC (Marine Stewardship Council Chain of Custody Certification)
- BRC (Global Standard for Food Safety - Issue 5: JAN. 2008)

<French B2C market>

To develop French B2C market with Poland producing center
- BRC(British Retail Consortium) global standard and IFS(International Food Standard)
- Reasonable price setting policy
  Price competitiveness(1st price market)->national brand price level; position is middle of 1st price and PB(private Brand)



<France Retail Market>

<R&D center >

Developing new product development, package, material, and management through R&D center

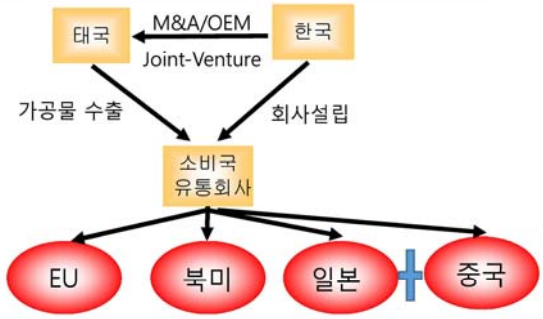
<2+2 Global marketing strategy>

Two big markets: EU + Non –EU
Two marketing organization : Marketing center+ marketing & sales

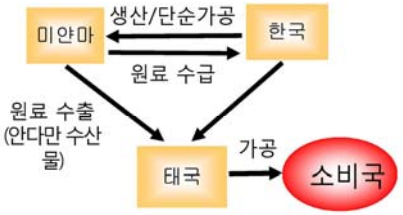
7. 결론

한・태국 상생을 통한 수출활성화	배후생산기지 활용 태국 현지 수출	태국을 수산식품 테스트베드로 활용
합작투자활성화(LF 사례) M&A 및 OEM 추진하고, (수산가공부문) 소비국(EU등) 유통회사 설립 글로벌 링크(생산-가공)로 활용 중국으로의 소비재 수출 확대	미얀마 수리미 제품 등 생산으로 태국 수출 및 한국 수입 동시 추진	세계적인 관광국인 태국의 이점을 활용하여 수산식품 테스트를 위한 센터 설립

<한・태국 글로벌 링크 구축으로 수출활성화>

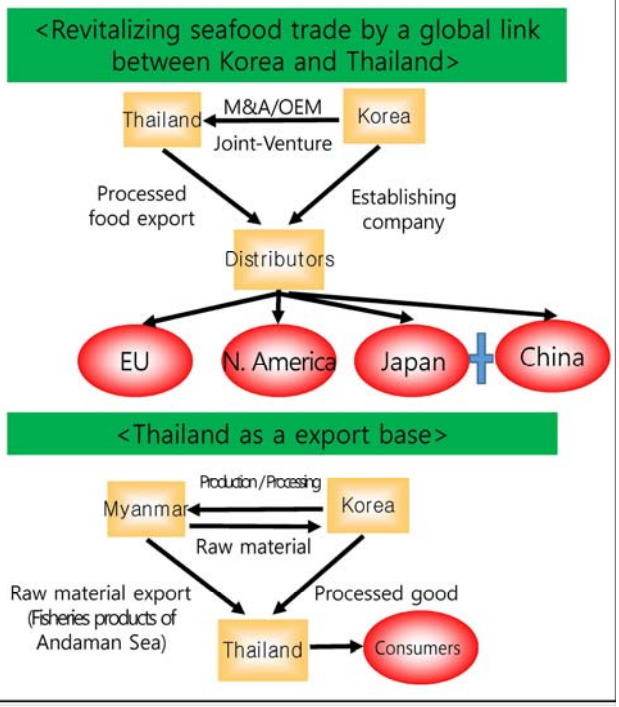


<배후 기지 활용 태국 수출>



7. Conclusion

Revitalizing seafood trade by synergy effects of Korea-Thailand cooperation	Thailand as a export base	Thailand as a test bed for new fishery product
Joint venture investment(LF case) Promoting M&A and OEM, establishing distribution companies in consuming nation Utilizing global link Expanding Chinese market	Establishing Korea – Myanmar - Thailand seafood triangle	Leveraging the image of Thailand as world class tourism destination, to launch test bed for new fishery products





우돔 차리야윌랏꾼

태국 냉동식품협회 상임고문

주요경력

- 유엔 아시아극동경제위원회
- 셸 태국 마케팅 과장
- 쑤파퐁 씨푸드 컴퍼니 전무
- 태국수산물냉장보관회사 이사



Udom Chariyavilaskul

Senior Advisor, Thai Frozen Foods Association

PROFESSIONAL EXPERIENCE

- UN ECAFE (United Nations, Economic Commission for Asia and the Far East)
- Shell Co of Thailand Limited(Sales Promotion and Advertising Manager)
- Supapon Seafood Publc Co.Ltd (Senior MD President)
- Thailand Fishery Cold Storage Public Co. Ltd (Deputy Managing Director)

TFFA
Thai Frozen Foods Association
สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

국제 수산물 교역 활성화를 위한 태국 냉동 식품 산업의 전략적 방향

Mr.Udom Chariyavilaskul
태국 냉동식품협회 상임고문

May 26th 2016

I. 전략과 역량

(역량에 기반한 전략)

TFFA
Thai Frozen Foods Association
สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

Strategic Movement of Thai Frozen Food Industry to Invigorate International Seafood Trade

Mr.Udom Chariyavilaskul
Senior Advisor
Thai Frozen Foods Association
May 26th 2016



1. 태국냉동식품협회의 개요
TFFA(Thai Frozen Foods Association)

- 태국 냉동 식품 산업의 역사는 60년 전으로 거슬러 올라간다. 초창기 시절 기업가들의 비젼은 함께 협회를 구성하는 것임
- 1968년 설립
- 협회 멤버중 2년 임기의 임원들이 선출되어 협회를 운영
- 184개의 멤버사로 구성

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

2. TFFA 멤버쉽 위치 지도



TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

TFFA History and Capacity

- Thailand's frozen foods industry dated back over 60 years ago. It was the vision of those early days entrepreneurs to form an Association together.
- Thai Frozen Foods Association was established in 1968
- TFFA Operated for 48 years and run by Directors elected from its members to 2 year-term.
- TFFA has 184 member companies

TFFA Membership Location Map

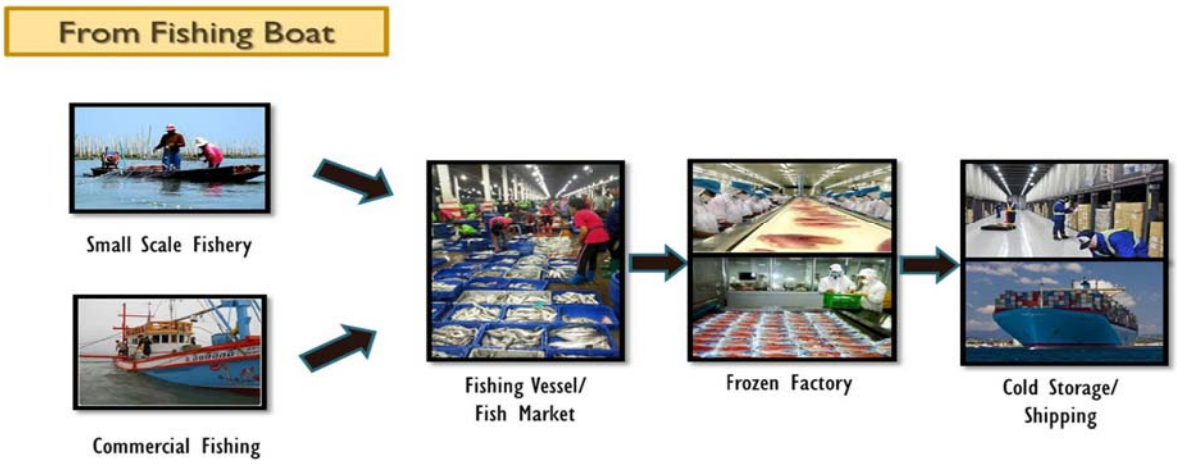


3. TFFA의 위원회

1. 새우 상품 소위원회
2. 두족류(문어,오징어 등) 상품 소위원회
3. 해수 어종과 연육 소위원회
4. 양식 어종 소위원회
5. 게 상품 소위원회
6. 부가 가치 상품 소위원회
7. 회계 소위원회
8. 식품 표준과 무역 정책 소위원회
9. 노사관계 소위원회
10. 동남아 국가 연합 조직 소위원회
11. 여객선 교섭 실무 그룹
12. 남반국 멤버 실무 그룹
13. 기업의 사회적 책임 실무 그룹

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

4. 태국의 수산물 공급망



TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

TFFA's Committees

1. Shrimp Products Sub-Committee
2. Cephalopod Products Sub-Committee
3. Marine Fish and Surimi Sub-Committee
4. Aquaculture Fish Sub-Committee
5. Crab Products Sub-Committee
6. Value Added Products Sub-Committee
7. Accounting Sub-Committee
8. Food Standards and Trade Measure Sub-Committee
9. Labour Relation Sub-Committee
10. ASEAN Coordination Sub-Committee
11. Liner Negotiation Working Group
12. Southern Members Working Group
13. Corporate Social Responsibility Group

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

Thailand's Seafood Supply Chain

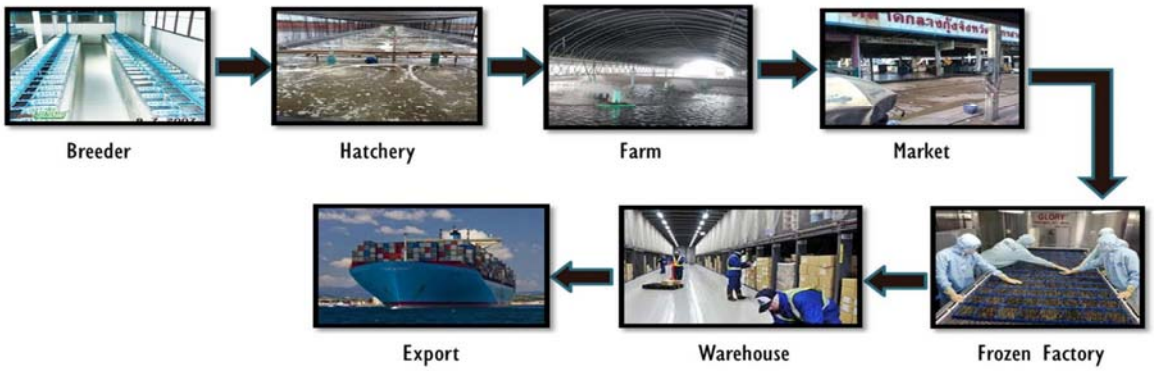
From Fishing Boat



TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

4. 태국의 수산물 공급망

From Aquaculture



TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

1) 새우 어장



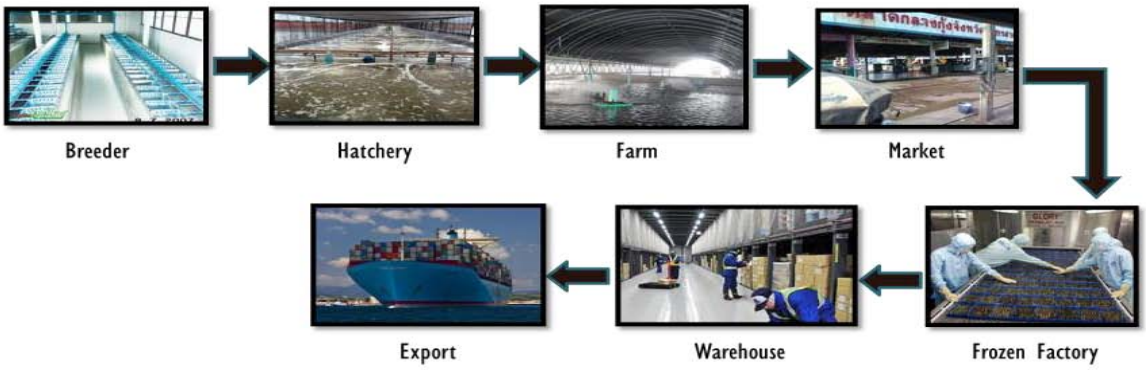




TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

Thailand's Seafood Supply Chain

From Aquaculture



TFFA Thai Frozen Foods Association

Shrimp Farm



TFFA Thai Frozen Foods Association

2) 양식 어장





TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

3) 어선







TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

Fish Farm





TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

Fishing Boat







TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

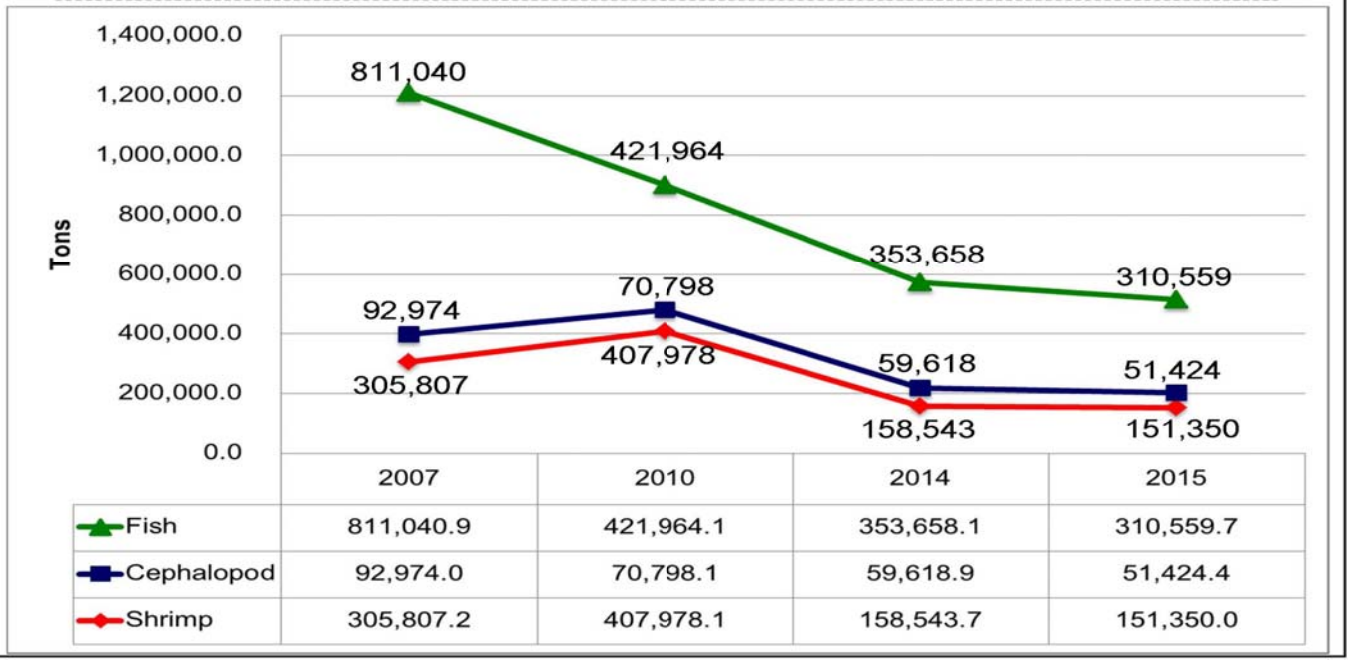
4) 태국 수산물 수출액 (2007/2010/2014/2015)

Export	TOTAL January-December 2007		TOTAL January-December 2010		TOTAL January-December 2014		TOTAL January-December 2015		Growth Rate % January-December 2015	
	Q (Tons)	V (M/US.$)	Q (Tons)	V (M/US.$)	Q (Tons)	V (M/US.$)	Q (Tons)	V (M/US.$)	Q (Tons)	V (M/US.$)
Shrimp	305,807.19	1,998.85	407,978.13	3,065.67	158,543.66	1,933.77	151,350.00	1,498.08	-4.54	-22.53
Cephalopod	92,973.97	409.15	70,798.12	371.1	59,618.91	349.00	51,424.43	287.18	-13.74	-17.71
Fish	811,040.86	2,950.91	421,964.08	970.12	353,658.07	886.85	310,559.67	793.26	-12.19	-10.55

Export from 33 Countries :

- ▸▸ Year 2007 — Total Value 5,359 Million USD
- ▸▸ Year 2010 — Total Value 4,407 Million USD
- ▸▸ Year 2014 — Total Value 3,169 Million USD
- ▸▸ Year 2015 — Total Value 2,578 Million USD

5) 태국 수산물 수출량(톤) (2007/2010/2014/2015)



	2007	2010	2014	2015
Fish	811,040.9	421,964.1	353,658.1	310,559.7
Cephalopod	92,974.0	70,798.1	59,618.9	51,424.4
Shrimp	305,807.2	407,978.1	158,543.7	151,350.0

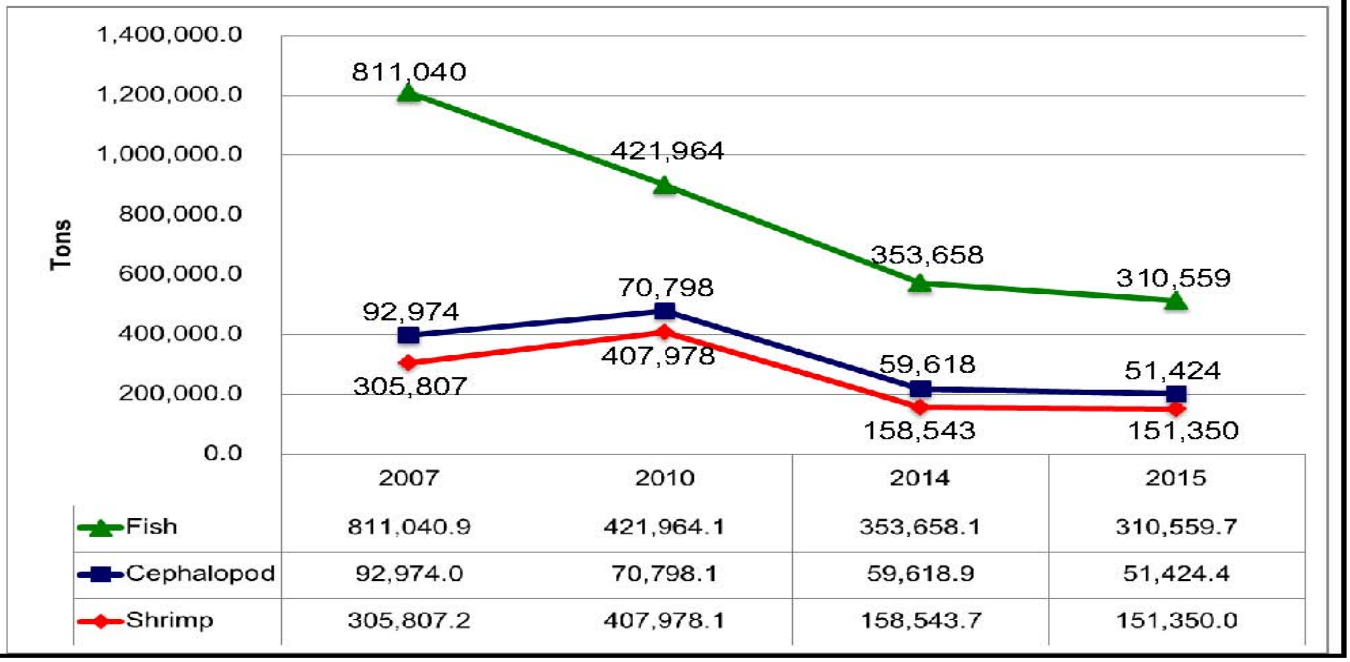
Thailand's Seafood Export Value (2007/2010/2014/2015)

Export	TOTAL January-December 2007		TOTAL January-December 2010		TOTAL January-December 2014		TOTAL January-December 2015		Growth Rate % January-December 2015	
	Q (Tons)	V (M/US.$)	Q (Tons)	V (M/US.$)	Q (Tons)	V (M/US.$)	Q (Tons)	V (M/US.$)	Q (Tons)	V (M/US.$)
Shrimp	305,807.19	1,998.85	407,978.13	3,065.67	158,543.66	1,933.77	151,350.00	1,498.08	-4.54	-22.53
Cephalopod	92,973.97	409.15	70,798.12	371.1	59,618.91	349.00	51,424.43	287.18	-13.74	-17.71
Fish	811,040.86	2,950.91	421,964.08	970.12	353,658.07	886.85	310,559.67	793.26	-12.19	-10.55

Export from 33 Countries :

- Year 2007 — Total Value 5,359 Million USD
- Year 2010 — Total Value 4,407 Million USD
- Year 2014 — Total Value 3,169 Million USD
- Year 2015 — Total Value 2,578 Million USD

Thailand's Seafood Export Tonnage (2007/2010/2014/2015)



	2007	2010	2014	2015
Fish	811,040.9	421,964.1	353,658.1	310,559.7
Cephalopod	92,974.0	70,798.1	59,618.9	51,424.4
Shrimp	305,807.2	407,978.1	158,543.7	151,350.0



태국 참치 수출 실적 (2007/2010/2014/2015)

Product	Country	Quantity (Ton)		% Growth	%Share	Value (milion Bath)		% Growth	%Share	Value (milion USD)		% Growth	%Share
		Jan - Dec 2014	Jan - Dec 2015			Jan - Dec 2014	Jan - Dec 2015			Jan - Dec 2014	Jan - Dec 2015		
1. Canned Tuna + Tuna Loin	World	595,479	561,470	-6	100	76,454	67,424	-12	100	2,378	2,001	-16	100
	U.S.A.	111,124	83,791	-25	15	14,791	10,958	-26	16	460	325	-29	16
	Middle east(15)	152,161	161,186	6	29	17,316	16,969	-2	25	538	503	-7	25
	EU (27)	44,919	46,093	3	8	6,423	6,110	-5	9	200	181	-9	9
	Japan	34,623	33,600	-3	6	5,812	5,208	-10	8	181	155	-14	8
	Other	252,653	236,801	-6	42	32,112	28,180	-12	42	999	837	-16	42
2. Tuna Petfood	World	65,530	65,647	0.2	100	6,846	6,826	-0.3	100	213	203	-5	100
	U.S.A.	7,680	6,969	-9	11	746	777	4	11	23	23	-1	11
	Middle east(15)	479	384	-20	1	46	31	-33	0	1	1	-36	0.4
	EU (27)	10,936	12,005	10	18	1,689	1,813	7	27	53	54	3	27
	Japan	32,713	30,130	-8	46	3,102	2,800	-10	41	96	83	-14	41
	Other	13,723	16,159	18	25	1,262	1,405	11	21	39	42	6	21
Total of Tuna Products 1+2		661,009	627,117	-5	100	83,299	74,250	-11	100	2,591	2,204	-15	100

Export to 62 Countries :
- Year 2014 — Total Value 2,378 Million USD
- Year 2015 — Total Value 2,001 Million USD

6) 태국 수산물 수입액 (2007/2010/2014/2015)

Import	TOTAL		TOTAL		TOTAL		TOTAL		Growth Rate %	
	January-December 2007		January-December 2010		January-December 2014		January-December 2015		January-December 2015	
	Q (Tons)	V (M/US.$)	Q (Tons)	V (M/US.$)	Q (Tons)	V (M/US.$)	Q (Tons)	V (M/US.$)	Q (Tons)	V (M/US.$)
Shrimp	8,365.46	41.75	11,908.06	39.39	13,000.55	106.87	11,812.52	91.66	-9.14	-14.23
Cephalopod	30,037.24	55.47	62,848.29	117.62	134,235.68	241.85	174,656.33	247.48	30.11	2.33
Fish	1,270,080.01	1,508.47	1,419,529.04	1,790.08	1,375,335.31	2,063.17	1,327,532.54	1,883.18	-3.48	-8.72

Import from 55 Countries :
- Year 2007 — Total Value 1,605 Million USD
- Year 2010 — Total Value 1,947 Million USD
- Year 2014 — Total Value 2,412 Million USD
- Year 2015 — Total Value 2,222 Million USD

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารสัตว์ทะเลแช่เย็นไทย

Thailand's Tuna Export Value (2007/2010/2014/2015)

Product	Country	Quantity (Ton) Jan-Dec 2014	Quantity (Ton) Jan-Dec 2015	% Growth	%Share	Value (milion Bath) Jan-Dec 2014	Value (milion Bath) Jan-Dec 2015	% Growth	%Share	Value (million USD) Jan-Dec 2014	Value (million USD) Jan-Dec 2015	% Growth	%Share
1. Canned Tuna + Tuna Loin	World	595,479	561,470	-6	100	76,454	67,424	-12	100	2,378	2,001	-16	100
	U.S.A.	111,124	83,791	-25	15	14,791	10,958	-26	16	460	325	-29	16
	Middle east(15)	152,161	161,186	6	29	17,316	16,969	-2	25	538	503	-7	25
	EU (27)	44,919	46,093	3	8	6,423	6,110	-5	9	200	181	-9	9
	Japan	34,623	33,600	-3	6	5,812	5,208	-10	8	181	155	-14	8
	Other	252,653	236,801	-6	42	32,112	28,180	-12	42	999	837	-16	42
2. Tuna Petfood	World	65,530	65,647	0.2	100	6,846	6,826	-0.3	100	213	203	-5	100
	U.S.A.	7,680	6,969	-9	11	746	777	4	11	23	23	-1	11
	Middle east(15)	479	384	-20	1	46	31	-33	0	1	1	-36	0.4
	EU (27)	10,936	12,005	10	18	1,689	1,813	7	27	53	54	3	27
	Japan	32,713	30,130	-8	46	3,102	2,800	-10	41	96	83	-14	41
	Other	13,723	16,159	18	25	1,262	1,405	11	21	39	42	6	21
Total of Tuna Products 1+2		661,009	627,117	-5	100	83,299	74,250	-11	100	2,591	2,204	-15	100

Export to 62 Countries :
- ▶▶Year 2014 Total Value 2,378 Million USD
- ▶▶Year 2015 Total Value 2,001 Million USD

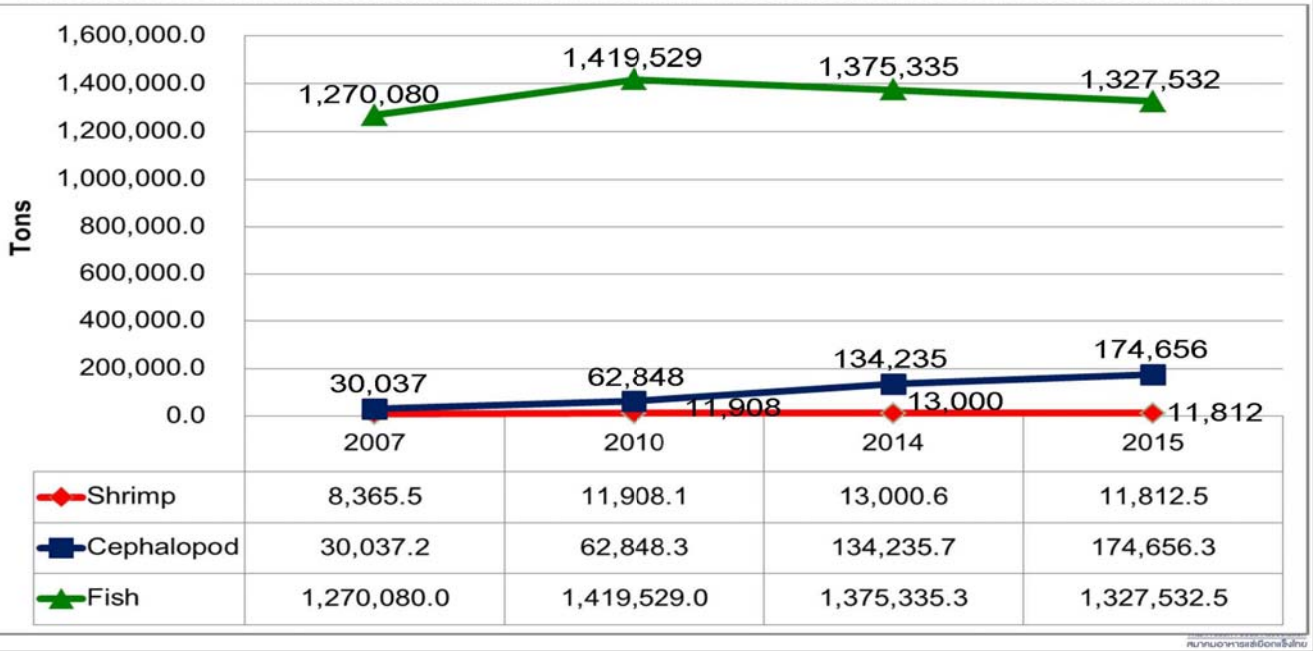
Thailand's Seafood Import Value (2007/2010/2014/2015)

Import	TOTAL January-December 2007 Q (Tons)	TOTAL January-December 2007 V (M/US.$)	TOTAL January-December 2010 Q (Tons)	TOTAL January-December 2010 V (M/US.$)	TOTAL January-December 2014 Q (Tons)	TOTAL January-December 2014 V (M/US.$)	TOTAL January-December 2015 Q (Tons)	TOTAL January-December 2015 V (M/US.$)	Growth Rate % January-December 2015 Q (Tons)	Growth Rate % January-December 2015 V (M/US.$)
Shrimp	8,365.46	41.75	11,908.06	39.39	13,000.55	106.87	11,812.52	91.66	-9.14	-14.23
Cephalopod	30,037.24	55.47	62,848.29	117.62	134,235.68	241.85	174,656.33	247.48	30.11	2.33
Fish	1,270,080.01	1,508.47	1,419,529.04	1,790.08	1,375,335.31	2,063.17	1,327,532.54	1,883.18	-3.48	-8.72

Import from 55 Countries :
- ▶▶Year 2007 Total Value 1,605 Million USD
- ▶▶Year 2010 Total Value 1,947 Million USD
- ▶▶Year 2014 Total Value 2,412 Million USD
- ▶▶Year 2015 Total Value 2,222 Million USD

TFFA Thai Frozen Foods Association

7) 태국 수산물 수입량(톤) (2007/2010/2014/2015)

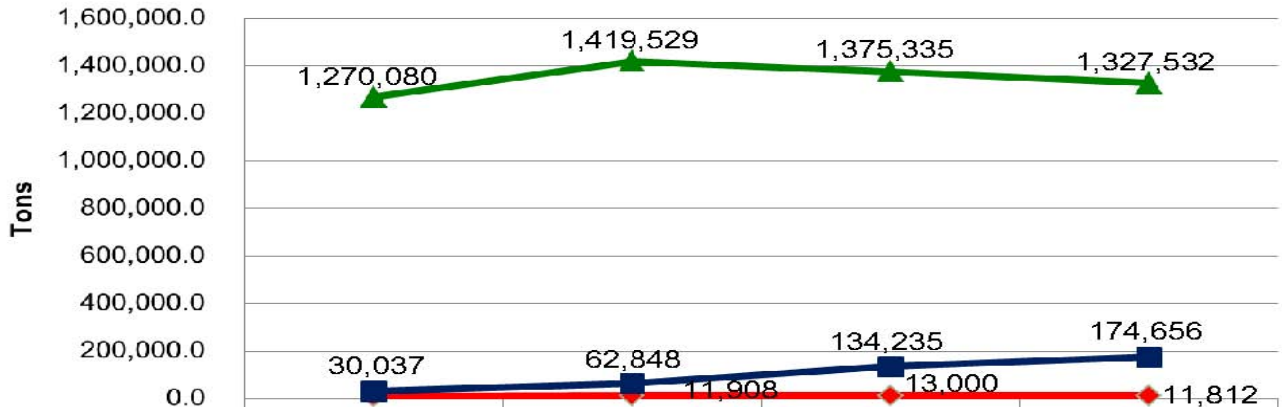


	2007	2010	2014	2015
Shrimp	8,365.5	11,908.1	13,000.6	11,812.5
Cephalopod	30,037.2	62,848.3	134,235.7	174,656.3
Fish	1,270,080.0	1,419,529.0	1,375,335.3	1,327,532.5

II. 해외시장 확장 전략

- 상품 품질 및 사회적 표준
- 관리 요령 및 역량

Thailand's Seafood Import Tonnage (2007/2010/2014/2015)



	2007	2010	2014	2015
Shrimp	8,365.5	11,908.1	13,000.6	11,812.5
Cephalopod	30,037.2	62,848.3	134,235.7	174,656.3
Fish	1,270,080.0	1,419,529.0	1,375,335.3	1,327,532.5

Expansion Strategy

Focus On

- Product Quality and Social Standard
- Management Know How and Capacity

해외시장 진출 전략 및 계획

- 재가공 및 부가가치
- 합병 및 인수
- 지사 및 파트너쉽
- 노하우 전수
- 관리 계약
- 역량의 재배치

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารสัตว์ทะเลแช่เย็นไทย



III. 해외진출 사례

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารสัตว์ทะเลแช่เย็นไทย

Expansion Strategies and Actions

- Reprocessing and Value Added
- Merger and Acquisition
- Branch and Partnership
- Know How Transfer
- Management Contract
- Relocation of Capacity



1.재가공 및 부가가치

- 일본 수출용 호주산 새우
- 일본과 유럽 수출용 인도와 파키스탄산 오징어/갑오징어
- 일본 수출용 적새우
- 일본 수출용 튀김용 어류 필렛
- 미국 수출용 손질된 새우링
- 즉석 요리, 즉석 식품 메뉴들





TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

(1) 재가공 및 부가가치







TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

1.Reprocessing and Value Added

- Shrimp from Australia for Japan
- Squid/Cuttlefish from India/Pakistan for Japan and EU
- Red Shrimp for Japan
- Breaded Fish Fillet for Japan
- Cooked Shrimp Ring for USA
- Ready to Cook, Ready to Eat Menus





TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

Reprocessing and Value Added







TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

(2) 태국 수산 제품





TFFA
Thai Frozen Foods Association
สมาคมอาหารสัตว์ทะเลไทย

(2) 태국 수산 제품



TFFA
Thai Frozen Foods Association
สมาคมอาหารสัตว์ทะเลไทย

Thailand's Seafood Products





TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

Thailand's Seafood Products



TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

(3) 태국 참치 제품







TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

(4) 가공 공장







TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

Thailand's Tuna Products







TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

Processing Plant







TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

(5) 냉동





TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

2.합병/인수/지사 및 파트너십

- 태국 연합 : 미국, 프랑스, 모리셔스, 룩셈부르크, 가나, 포르투칼, 이탈리아, 영국, 세이셸, 아일랜드, 네덜란드, 노르웨이
- CP : 미국, 벨기에, 덴마크, 프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인, 러시아, 터키, 영국, 아랍에미레이트, 중국, 방글라데시, 캄보디아, 홍콩, 인도, 인도네시아, 일본, 라오스, 말레이시아
- Sea Value : 미국, 인도, 네덜란드, 일본

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

Freezing





TFFA

2.Merger/Acquisition/Branch and Partnership

Thai Union :	USA, France, Mauritius, Luxembourg, Ghana, Portugal, Italy, UK, Seychelles, Ireland, Netherland and Norway
CP :	USA, Belgium, Denmark, France, German, Italy, Spain, Russia, Turkey, UK UAE, China, Bangladesh, Cambodia, Hong Kong, India, Indonesia, Japan, Laos and Malaysia
Sea Value :	USA, India, Netherland and Japan

TFFA

3. 노하우 이전/ 관리 계약/ 시설의 재배치

- 현재 파키스탄과 연구 및 협의 중



TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

IV. 국제 무역 참여 및 상품 표준 협상

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

3.Know How Transfer/Management Contract/Relocation of Facility of Facility

- Currently under study and Discussion with Pakistan



TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

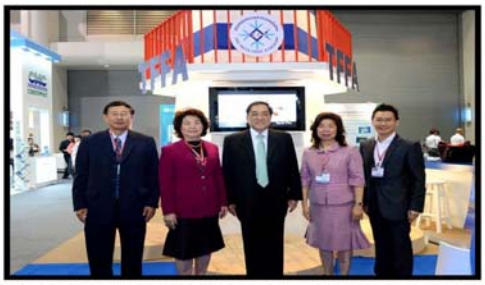
Participation in International Trade and Products Standard Negotiations

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

1.국제 식품 박람회







TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

2. 비즈니스 및 시장 네트워킹

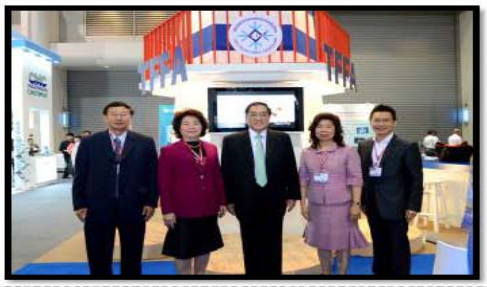
- 수산식품 수출자 및 생산자 베트남 협회 (VASEP)
- 해양 제품 수출 개발 당국(MPEDA)
- 태국-파키스탄 비즈니스 협의회(TPBC)
- 파키스탄 무역 개발 협의회(TDAP)
- 파키스탄 Bahria 재단
- 국가 어업 기관(NFI)
- 호주 수산식품 수입자 협회(SIAA)

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

International Food Exhibition







Business and Market Networking

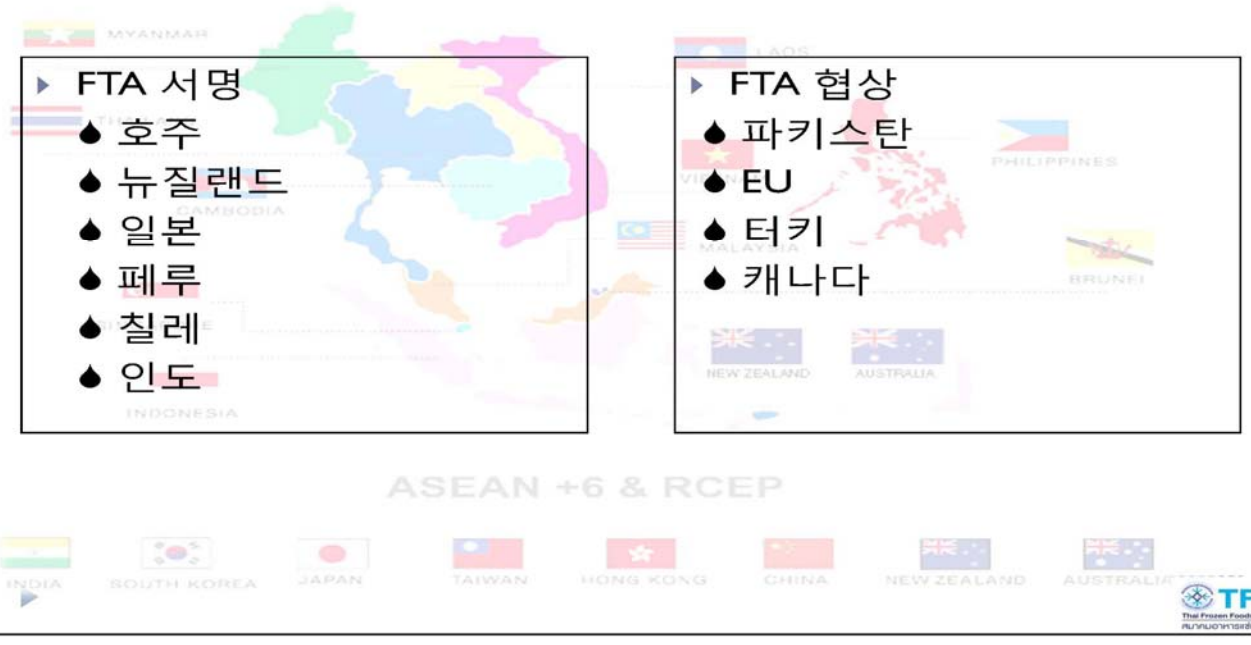
- Vietnam Association of Seafood Exporters and Producers (VASEP)
- The Marine Products Exports Development Authority (MPEDA)
- Thai-Pakistan Business Council (TPBC)
- Trade Development Authority of Pakistan (TDAP)
- Bahria Foundation of Pakistan
- National Fishery Institute (NFI)
- Seafood Importers Association of Australia (SIAA)

3. 시장 경쟁력 촉진

- TFFA는 정부 협상단에 참여하여 많은 국가들과 태국 FTA를 협상하는데 역할을 할 뿐 아니라 협의된 FTA가 농식품 산업의 이익이 되도록 돕는다.
- TFFA는 태국 수산 제품 및 개발과정을 소개하기 위해 북미 수산식품 엑스포, 국제 수산식품 엑스포, Thaifex와 같은 주요 국제 식품 박람회에 참여한다. 전시회에서는 태국 멤버들의 비즈니스 미팅 및 만남을 위한 장소를 제공한다.
- TFFA는 위원회 또는 실무 그룹 멤버로서 다양한 비즈니스 협의회에 참여한다. 참여 목적은 농식품 산업을 위한 최신 정보를 제공, 멤버들을 위한 새로운 지식 및 비즈니스 기회를 추구하기 위함이다.

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารสัตว์ทะเลไทย

(1) 태국의 체결 FTA



- FTA 서명
  - 호주
  - 뉴질랜드
  - 일본
  - 페루
  - 칠레
  - 인도

- FTA 협상
  - 파키스탄
  - EU
  - 터키
  - 캐나다

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารสัตว์ทะเลไทย

Promoting Market Competitiveness

- TFFA play a role joining the Government's team in negotiating Thailand's Free Trade Agreement (FTA) with many countries and thus helping to ensure that the signed FTA is of interest to the agriculture/foods industry.
- TFFA participate in major international foods exhibitions such as "Seafood Expo North America, Seafood Expo Global and Thaifex to showcase our products and development. At those exhibitions, hospitality corner is provided for our members for their business meeting/matching.
- TFFA also participate either as Committee Member or Working Group Member in many business councils. All with the aim to provide updates and inputs for the agriculture/foods industry, as well seeking new knowledge and business opportunity for our members.

Free Trade Area Agreement (FTA)

- Signed
  - Australia
  - New Zealand
  - Japan
  - Peru
  - Chile
  - India
- Negotiate
  - Pakistan
  - EU
  - Turkey
  - Canada

ASEAN +6 & RCEP

(2) 시장 경쟁력 촉진

- TFFA는 새우를 미국으로 수출하는 멤버들의 그룹인 NASEG란 그룹 설립 및 미국 전 지역을 커버하는 할인된 운임을 협상하였다.

Hapag-Lloyd Cruises
OOCL We take it personally
HANJIN
MÆRSK
APL
"K" LINE KAWASAKI KISEN KAISHA, LTD.
HMM
NYK LINE NIPPON YUSEN KAISHA

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

4. 사회적 책임 (노동자 복지)

- 모든 노동자의 삶의 질 촉진
- 국제 노동 기구(ILO) 및 UN에 가입

ILO International Labour Organization
United Nations

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

Promoting Market Competitiveness

- TFFA has established a group of members who export Shrimp to the US called "NASEG" (North America Shrimp Exporters Group) and negotiated a concessionary Freight Rate covering all the destinations in the US.

Hapag-Lloyd Cruises
OOCL We take it personally
HANJIN
MÆRSK
APL
"K" LINE KAWASAKI KISEN KAISHA, LTD.
HMM
NYK LINE NIPPON YUSEN KAISHA

TFFA Thai Frozen Foods Association

Social Standard (Workers' Welfare)

- Promote Quality of Life of all workers
- Adhere to ILO (International Labour Organization) and United Nation

ILO International Labour Organization
United Nations

TFFA Thai Frozen Foods Association

CSR(기업의 사회적 책임) 활동

- 교육 펀드 할당
- 교사 고용 펀드 할당







TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

5. 불법·비보고·비규제 어업(IUU)

- 수산법 강화
  - ➪ 수산물에 관한 국왕 법령 **B.E. 2558 (2015)**
  - ➪ 수산물에 관한 새로운 국왕 법령하의 명령서



พระราชกำหนด
การประมง
พ.ศ. ๒๕๕๘
ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

CSR Activities

- Allocation of education funds
- Allocation of budget to hire teachers







TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารสัตว์น้ำแช่เย็นไทย

Illegal, Unreported, Unregulated Fishing (IUU)

- Fishery Law Enforcement
  - ⇨ Royal Ordinance on Fisheries B.E. 2558 (2015)
  - ⇨ The Orders under the new Royal Ordinance on Fisheries



TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารสัตว์น้ำแช่เย็นไทย

5. 불법·비보고·비규제 어업(IUU)

- 수산 관리 정책 발효 (FMP)
  - ⇨ 모든 선적국 선박 조사
  - ⇨ 어업 정책 및 조치 수단을 정립
  - ⇨ 지속 가능한 최대 생산량 결정을 위한 데이터 수집 및 분석



- 국가 행동 계획(NPOA) 개발

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

5. 불법·비보고·비규제 어업(IUU)

- 감시,감독,통제 (MCS)
  - ⇨국가 검사 계획
  - ⇨선박 모니터링 시스템 개발
  - ⇨ 223개 항구 22개 해안 지역을 커버할 수 있는 28개 반출입 항구 설립
  - ⇨ 태국 해역 IUU어업 감시 및 모니터링



TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

Illegal, Unreported, Unregulated Fishing (IUU)

- Launch Fisheries Management Policy (FMP)
  - ⇨ Surveying all the flag state vessels
  - ⇨ Lay down the fishing policy and measures
  - ⇨ Data Collection and analyze to determine the Maximum Sustainable Yield (MSY)



- Development of National Plan Of Action (NPOA)

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

Illegal, Unreported, Unregulated Fishing (IUU)

- Monitoring, Control and Surveillance (MCS)
  - ⇨ National Inspection Plan
  - ⇨ Development of Vessel Monitoring System (VMS)
  - ⇨ Establish 28 Port In- Port Out (PIPO) which cover 223 ports in 22 coastal provinces
  - ⇨ Inspecting and monitoring the IUU fishing in Thai territorial water



TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่แข็งไทย

5. 불법·비보고·비규제 어업(IUU)

- 추적

  ⇨ 문서 시스템 및 수산물 수출입을 위한 승인 개발

  - Logbook
  - 해면어업 생산 서류(MCPD)
  - 해면어업 거래 서류(MCTD)
  - 어획증명서
  - 건강증명서
  - 가공 증명서(PS)

  ⇨ 기술적 추적 메뉴얼 및 당국 공무원을 위한 교육 과정 준비

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

5. 불법·비보고·비규제 어업(IUU)

- 추적

  ⇨ 어업 선박 조사를 위한 통합 DB 개발 : Fishing Info



TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

Illegal, Unreported, Unregulated Fishing (IUU)

- Traceability
  - ⇨ Development of the documents system and approval for seafood export and import
    - Logbook
    - Marine Catch Purchasing Document (MCPD)
    - Marine Catch Transshipping Document (MCTD)
    - Catch Certificate
    - Health Certificate
    - Processing Statement (PS)
  - ⇨ Prepare the technical traceability manual and arrange the training course for the authority officers

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารสัตว์น้ำแช่เย็นไทย

Illegal, Unreported, Unregulated Fishing (IUU)

- Traceability
  - ⇨ Development of Integrated Database for Fishing Vessels' Inspection : Fishing Info



TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารสัตว์น้ำแช่เย็นไทย

6. 태국 수산업의 강점 및 약점

강점
- 최신 냉동 및 통조림 제조업 역량
- 현대화된 인프라 및 공급망 시설
- 국제 무역 규약

약점
- 불충분한 원료
- 이주 노동력에 대한 의존

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย



V. 결 론

TFFA Thai Frozen Foods Association สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

Strength and Weaknesses

Strengths

- State of Art Freezing and Canning Capacity
- Modern Infrastructure and Supply Chain Facilities
- International Trade Protocols

Weakness

- Insufficient Raw Materials
- Dependency on Migrant Workforce

TFFA Thai Frozen Foods Association

KMI

태국-한국 수산물 교역 확장을 위한 제언

- 원양 어선의 모니터링 시스템 개발
- 어선 현대화(업그레이드) : 효율성 증진 위한 어선 설계, 기계, 장비 장착 및 유지보수
- 태국에서 재가공 통한 수산 부가가치 제고 위한 원료 확보, 한국 및 제3국간의 공동 마케팅 추진
- 제3국 원양 어업 공동 파트너십
- 은행 대출 또는 다른 금융 참여

TFFA
Thai Frozen Foods Association
สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

감사합니다

Recommendation to Expand Thai-Korean Seafood Trade

- Development of the monitoring system for deep sea fishing fleet.
- Upgrading the fishing fleet : design, machinery, gear and maintenance for better efficiency.
- Raw material sourcing for value added reprocessing in Thailand as well as joint marketing drive in Korea and the Third Country.
- Joint partnership in deep sea fishing in the Third Country.
- Bank loan or other financial participation.

TFFA
Thai Frozen Foods Association
สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย

Thank You



장 영 수

부경대학교 교수

주요학력

1983/03~1988/02	부경대학교 수산경영학과 학사
1988/04~1994/03	도쿄해양대학 해양산업경영학과 박사

주요경력

1994/03~1995/02	일본 도쿄해양대학 특임교수
2003/02~2004/02	미국 워싱턴대학 객원교수
2012/07~2014/07	부경대학교 수산과학대학 학장
현재	국회 입법지원위원
현재	해양수산부 정책자문위원
1995/03~현재	부경대학교 교수



Young Soo JANG
Professor, Pukyong National University

EDUCATION

1983/03~1988/02	Department of Fisheries Business Management Pukyong National University, Undergraduate
1988/04~1994/03	Department of Marine Industry Management Tokyo University of Marine Science and Technology, Ph.D

PROFESSIONAL EXPERIENCE

1994/03~1995/02	Special Professor, Tokyo University, Japan
2003/02~2004/02	Visiting Professor, University of Washington, USA
2012/07~2014/07	Dean, College of Fisheries Sciences, Pukyong National University
Present	Legislation Support Professor, National Assembly
Present	Policy Advisory Professor, Ministry of Ocean and Fisheries
1995/03~Present	Professor, Pukyong National University and more



태국 김 산업 시장의 특징과 전망

2016. 5.

장영수

국립부경대학교
PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY

1

목차

1. 한국 김 가공품 수출동향

2. 태국 김 시장과 김 가공산업

3. 태국 김 소비시장 조사

4. 태국 김 수출확대 전략과 전망

Characteristic and Prospect of seaweed Market in Thailand

2016. 5.

Young Soo Jang

국립부경대학교
PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY

1

Contents

1. Export trend of processed seaweed products in Korea

2. Import market and Processing industry of seaweed in Thailand

3. Research of seaweed consumption market in Thailand

4. Strategy to expand the export of seaweed to Thailand

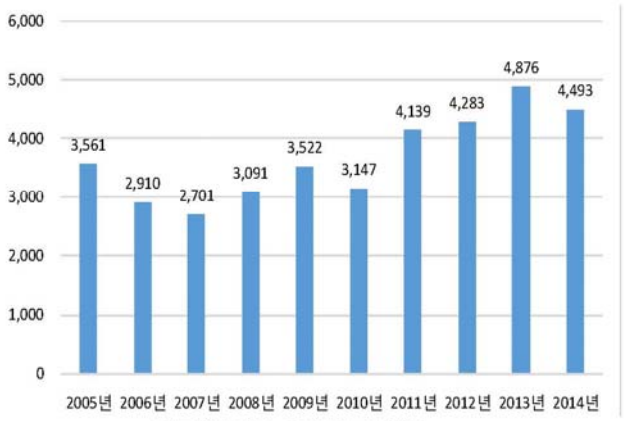
1. 한국 김 가공품 수출동향 – 조미김

한국 조미김 수출동향

연 도	수출량 (톤)	수출금액 (USD 1,000)	상위 3개국 수출국 비중 (수출액 기준)
2005	6,014	35,900	미국(40%), 일본(27%), 중국(4%)
2006	5,178	34,429	미국(40%), 일본(26%), 중국(3%)
2007	4,873	37,351	미국(37%), 일본(27%), 중국(6%)
2008	6,012	47,619	미국(34%), 일본(26%), 중국(8%)
2009	6,938	56,970	미국(29%), 일본(35%), 중국(11%)
2010	6,831	70,947	미국(28%), 일본(36%), 중국(12%)
2011	9,305	116,243	미국(29%), 일본(35%), 중국(17%)
2012	10,331	152,986	미국(31%), 일본(32%), 중국(15%)
2013	11,363	180,235	미국(35%), 일본(22%), 중국(16%)
2014	11,230	202,466	미국(33%), 중국(21%), 일본(18%)

자료 : 관세청(www.customs.go.kr)

단위 : 톤



한국 對미국 조미김 수출량

3

1. 한국 김 가공품 수출동향 – 조미김

조미김 국가별 수출 단위 가격

단위 : 달러/kg

연 도	조미김 수출단가 순위				
	미국	일본	중국	캐나다	태국
2005	4.0	24.3	17.5	3.5	10.1
2006	4.7	24.4	11.0	3.5	11.1
2007	5.1	26.3	15.0	4.4	13.5
2008	5.2	26.8	13.9	4.3	16.6
2009	4.6	25.5	20.6	4.3	17.2
2010	6.4	29.1	19.8	5.3	21.4
2011	8.1	30.8	22.2	6.2	17.3
2012	11.0	28.0	25.5	10.9	23.3
2013	13.1	25.1	28.4	14.6	22.7
2014	**14.9**	**24.3**	**29.0**	**19.5**	**22.1**

자료 : 관세청(www.customs.go.kr)

수출 시장가격 매력도가 높은 시장 순으로는 중국 > 일본 > 태국 > 캐나다 > 미국 순으로 변하면서 새로운 조미김 시장 확대 성과가 나타나고 있는 것으로 평가됨

4

1. Export trend of processed seaweed products in Korea (Seasoned seaweed)

Table 1. Export trend of seasoned seaweed in Korea

Year	Export volume (ton)	Export amount (USD 1,000)	The ratio among top three exporting countries (Based on the export amount)
2005	6,014	35,900	United States(40%), Japan(27%), China(4%)
2006	5,178	34,429	United States(40%), Japan(26%), China(3%)
2007	4,873	37,351	United States(37%), Japan(27%), China(6%)
2008	6,012	47,619	United States(34%), Japan(26%), China(8%)
2009	6,938	56,970	United States(29%), Japan(35%), China(11%)
2010	6,831	70,947	United States(28%), Japan(36%), China(12%)
2011	9,305	116,243	United States(29%), Japan(35%), China(17%)
2012	10,331	152,986	United States(31%), Japan(32%), China(15%)
2013	11,363	180,235	United States(35%), Japan(22%), China(16%)
2014	11,230	202,466	United States(33%), China(21%), Japan(18%)

www.customs.go.kr

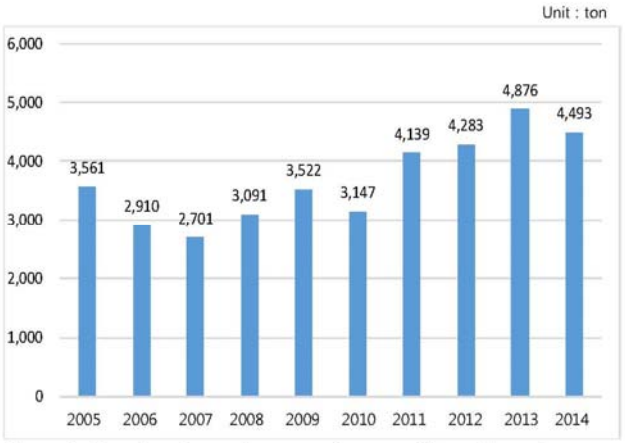


Figure 1. Export volume of seasoned seaweed from Korea to United States

- **Continuous increment of export volume in seaweed to Thailand**

3

1. Export trend of processed seaweed products in Korea (Seasoned seaweed)

Table 2. Export unit price of seasoned seaweed in Korea

unit : USD/kg

year	seasoned seaweed export unit price by country				
	USA	JAPAN	CHINA	CANADA	THAILAND
2005	4.0	24.3	17.5	3.5	10.1
2006	4.7	24.4	11.0	3.5	11.1
2007	5.1	26.3	15.0	4.4	13.5
2008	5.2	26.8	13.9	4.3	16.6
2009	4.6	25.5	20.6	4.3	17.2
2010	6.4	29.1	19.8	5.3	21.4
2011	8.1	30.8	22.2	6.2	17.3
2012	11.0	28.0	25.5	10.9	23.3
2013	13.1	25.1	28.4	14.6	22.7
2014	**14.9**	**24.3**	**29.0**	**19.5**	**22.1**

www.customs.go.kr

Attractiveness of export unit price is as follows : China > Japan > Thailand > Canada > USA

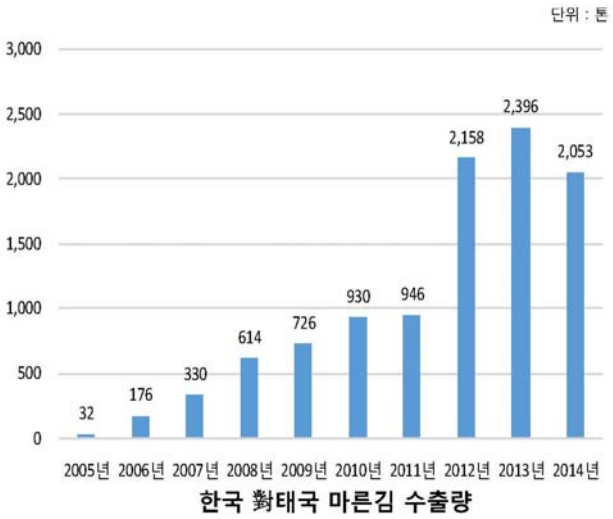
4

1. 한국 김 가공품 수출동향 – 마른김

한국 마른김 수출동향

연 도	수출량 (톤)	수출금액 (USD 1,000)	상위 3개국 수출국 비중 (수출액 기준)
2005	1,454	16,021	미국(25%), 일본(41%), 대만(18%)
2006	2,074	24,803	미국(21%), 대만(23%), 일본(30%)
2007	1,656	20,569	미국(15%), 태국(25%), 일본(25%)
2008	**1,798**	**26,334**	**태국(40%), 일본(20%), 미국(17%)**
2009	2,272	23,605	태국(40%), 일본(21%), 미국(13%)
2010	2,578	32,201	태국(41%), 일본(30%) 미국(10%),
2011	2,585	43,992	일본(39%), 태국(33%), 미국(12%)
2012	4,703	76,689	태국(41%), 일본(29%), 대만(8%)
2013	4,395	68,797	태국(51%), 일본(26%), 대만(9%)
2014	4,222	70,232	태국(44%), 일본(33%), 대만(8%)

자료 : 관세청(www.customs.go.kr)



對태국 마른김 수출량

- 2008년 이후 한국의 마른 김 수출대상국 1위는 태국

- 對태국 마른김 수출량 지속적으로 증가
- 마른김의 제1 수출시장

1. 한국 김 가공품 수출동향 – 마른김

마른김 국가별 수출단위 가격

단위 : 달러/kg

연 도	마른김 수출량 순위				
	1위	2위	3위	4위	5위
	태국	일본	미국	대만	중국
2005	11.4	21.3	6.7	13.0	11.9
2006	13.7	21.6	7.2	15.9	9.8
2007	15.9	21.7	7.3	14.6	9.9
2008	17.0	20.9	10.3	15.1	11.5
2009	13.1	19.3	5.7	11.6	8.0
2010	14.3	20.6	6.3	11.3	7.6
2011	15.4	22.9	16.2	12.3	20.4
2012	14.7	23.8	19.7	15.7	11.8
2013	14.7	19.3	14.1	17.5	13.6
2014	**14.9**	**20.3**	**17.9**	**18.0**	**11.1**

자료 : 관세청(www.customs.go.kr)

김 수출시장 가격 매력도는 **일본 > 대만 > 미국 > 태국 > 중국** 순으로 나타나고 있음. 특히 태국, 대만시장의 성장에 큰 변화를 보이면서 전통적 마른김 수출시장의 다변화가 상당히 진행되고 있음을 시사함

1. Export trend of processed seaweed products in Korea (dried seaweed)

Table 3. Export trend of dried seaweed in Korea

Year	Export volume (ton)	Export amount (USD 1,000)	The ratio among top three exporting countries (Based on the export amount)
2005	1,454	16,021	United States(25%), Japan(41%), Thailand(18%)
2006	2,074	24,803	United States(21%), Thailand(23%), Japan(30%)
2007	1,656	20,569	United States(15%), Thailand(25%), Japan(25%)
2008	**1,798**	**26,334**	**Thailand(40%), Japan(20%), United States(17%)**
2009	2,272	23,605	Thailand(40%), Japan(21%), United States(13%)
2010	2,578	32,201	Thailand(41%), Japan(30%) United States(10%),
2011	2,585	43,992	Japan(39%), Thailand(33%), United States(12%)
2012	4,703	76,689	Thailand(41%), Japan(29%), United States(8%)
2013	4,395	68,797	Thailand(51%), Japan(26%), United States(9%)
2014	4,222	70,232	Thailand(44%), Japan(33%), United States(8%)

www.customs.go.kr

- **Since 2008, South Korea's No. 1 export market in seaweed is Thailand.**

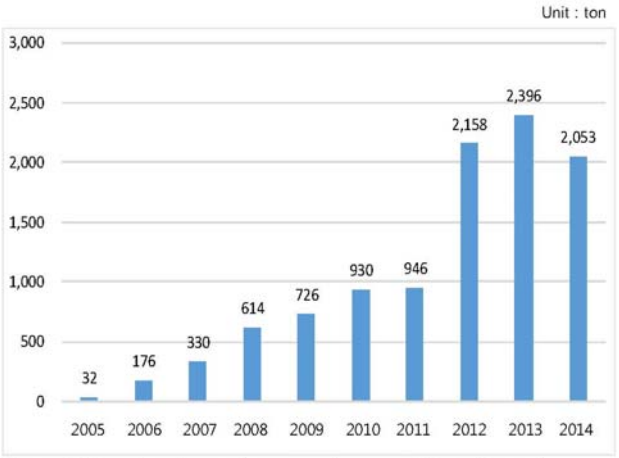


Figure 2. Export volume of seasoned seaweed from Korea to Thailand

- **Continuous increment of export volume in seaweed to Thailand**
- **The first export market for seaweed**

5

1. Export trend of processed seaweed products in Korea (dried seaweed)

Table 4. Export unit price of dried seaweed in Korea

unit : USD/kg

year	dried seaweed export unit price by country				
	THAILAND	JAPAN	USA	TAIWAN	CHINA
2005	11.4	21.3	6.7	13.0	11.9
2006	13.7	21.6	7.2	15.9	9.8
2007	15.9	21.7	7.3	14.6	9.9
2008	17.0	20.9	10.3	15.1	11.5
2009	13.1	19.3	5.7	11.6	8.0
2010	14.3	20.6	6.3	11.3	7.6
2011	15.4	22.9	16.2	12.3	20.4
2012	14.7	23.8	19.7	15.7	11.8
2013	14.7	19.3	14.1	17.5	13.6
2014	**14.9**	**20.3**	**17.9**	**18.0**	**11.1**

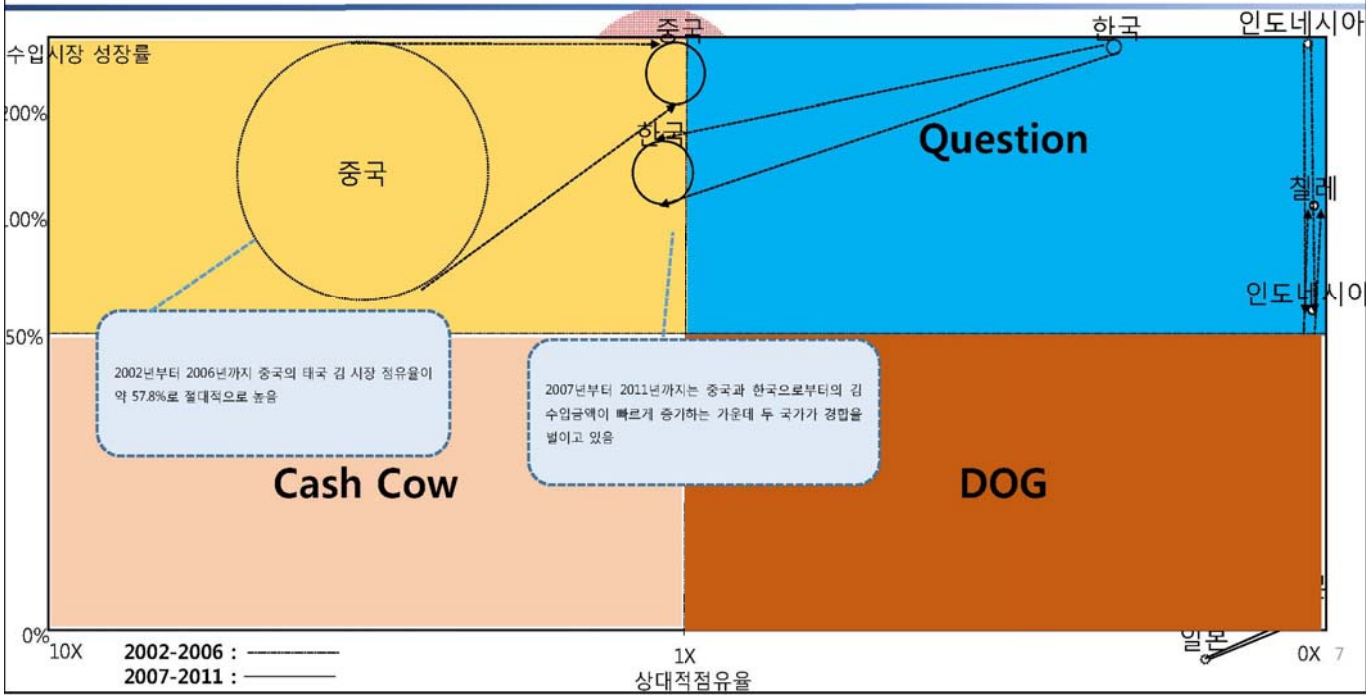
www.customs.go.kr

Attractiveness of export unit price is as follows : Japan > Taiwan > USA > Tailand > China

Taiwan & Tailand's Markets are expanding in traditional dried seaweed export market focus on Japan.

6

2. 태국 김 수입시장 – 태국 김 수입시장 BCG Matrix



2. 태국 김 수입시장 – 태국 내 김 소비형태



김밥/초밥용 김



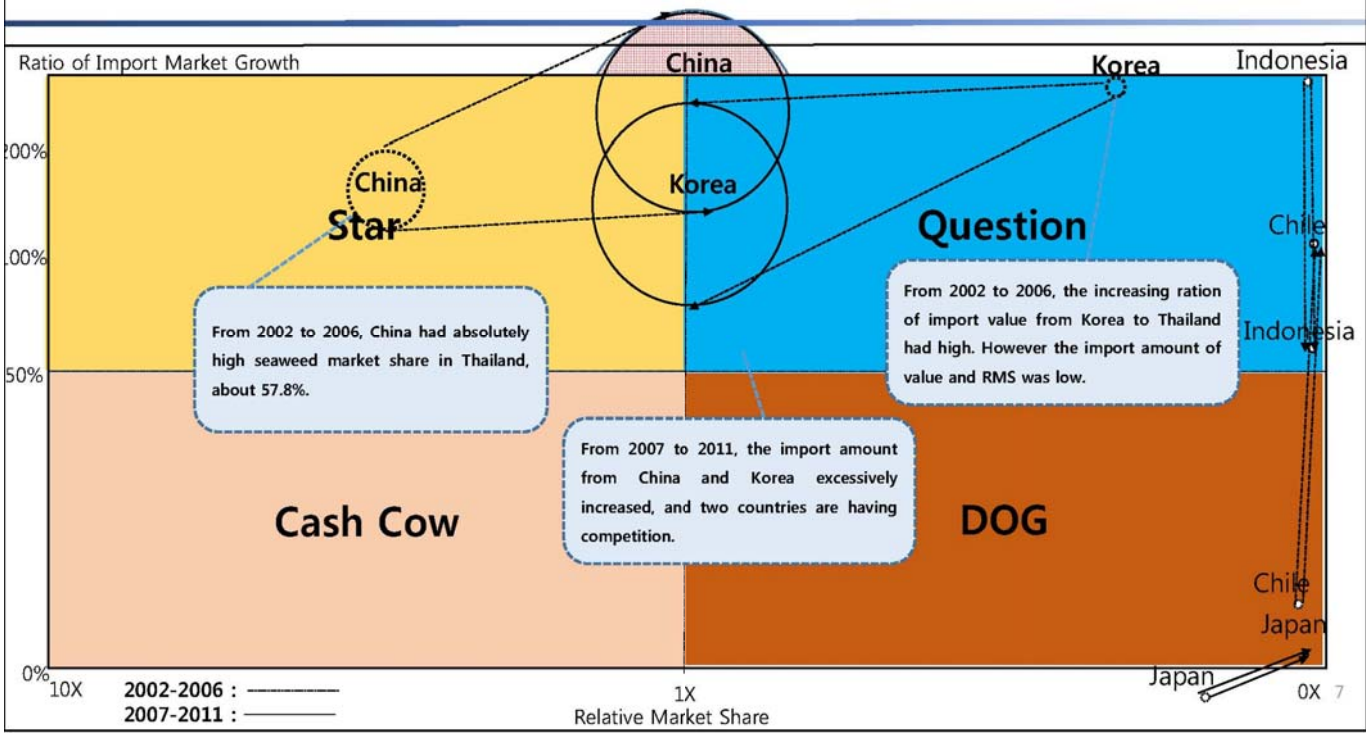
국, 탕, 볶음요리의 재료



김 스낵

- 태국 내 김 소비형태는 주로 김밥/초밥용 김, 국/탕/볶음요리의 재료 그리고 김 스낵으로써 소비되고 있음
- 김밥/초밥용 김은 일본산 김을 주로 사용하고 있음
- 가장 대중적인 소비형태는 김 스낵으로 태국에서는 스낵으로써 김을 소비하고 있음

2. Import market for seaweed in Thailand and its BCG Matrix(2002-2011)



2. Import market for seaweed in Thailand – consuming pattern of seaweed in Thailand



Figure 3. Ingredient for gimbap and sushi



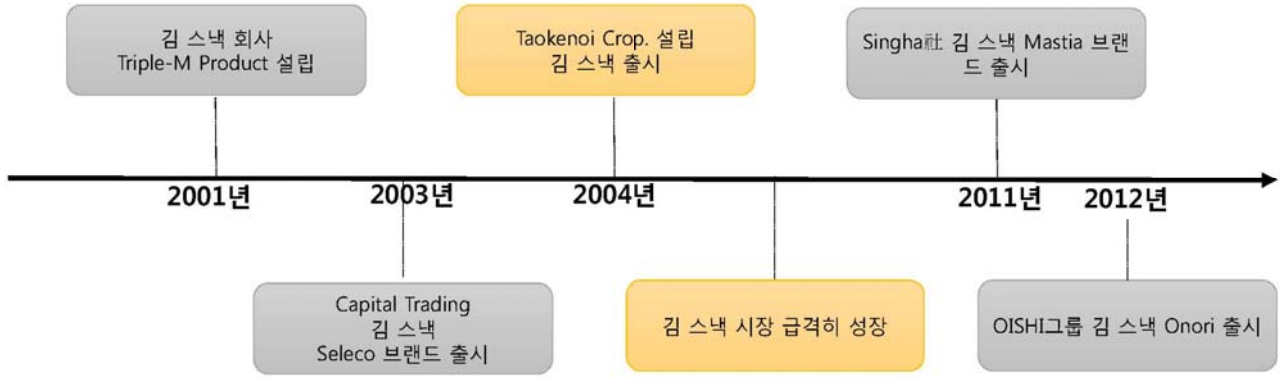
Figure 4. ingredient for soup and roasted food



Figure 5. Snack made of seaweed

- **In Thailand, seaweed is majorly consumed as ingredient of gimbap or sushi and ingredient of soup or roasted food.**
- **Seaweed, used as ingredient of gimbap or sushi, is from Japan.**
- **The most popular consuming pattern of seaweed in Thailand is snack made of seaweed.**

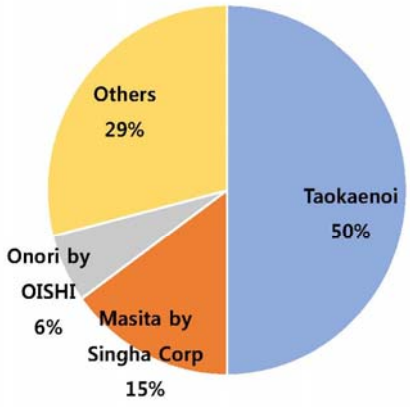
2. 태국 김 가공산업-김 스낵 시장의 발생과정



- 태국 김 스낵 시장은 신생 시장으로 2000년부터 시작된 것으로 파악되고 있음
- 김 스낵 시장이 본격적으로 성장하기 시작한 시점은 2004년 Taokenoi가 설립된 이후로 Taokenoi의 김 스낵이 흥행에 성공하여 시작이 급격히 성장하기 시작하였음
- 시장이 성장함에 따라 2010년부터 Singha, Oishi그룹 등 대기업들이 시장에 적극적으로 진입하는 양상을 보이고 있음

9

2. 태국 김 가공산업 – 태국 김 스낵 시장의 선도적 기업 Taokenoi



태국 김 스낵 시장점유율(2013)



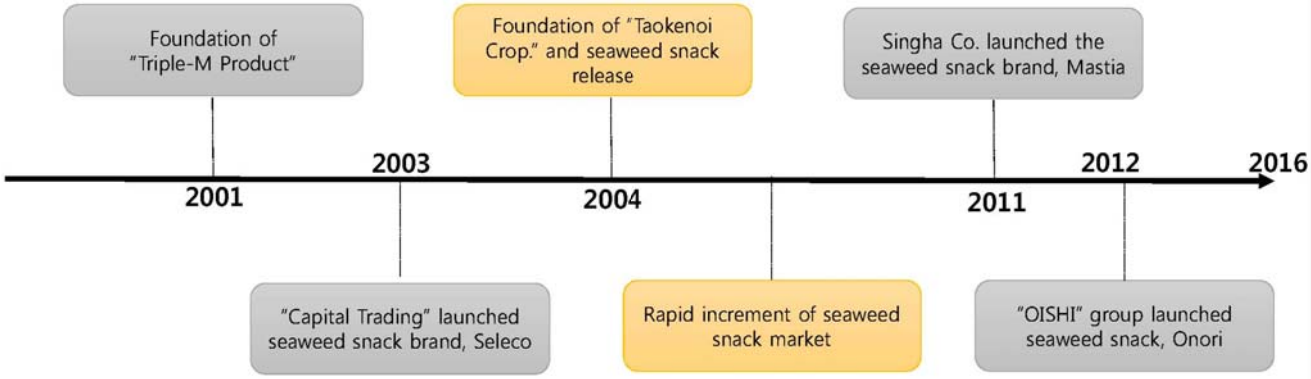




- 현재 태국의 김 스낵 시장은 Taokenoi의 점유율이 50% 이상으로 파악되고 있음
- Taokenoi의 CEO인 Top Ittipat Kulpongwanich의 김 스낵 성공스토리는 영화로 만들어 질 정도로 유명함
- Taokenoi가 김 스낵 시장에서의 큰 성공을 거둔 요인으로는 적극적인 마케팅, 높은 품질기준이 꼽힘

10

2. Manufacturing industry of seaweed in Thailand – the history of seaweed snack market



- The seaweed snack market in Thailand is newly created market, and it was created around 2004.
- After the foundation of "Taokenoi", the seaweed snack market excessively increased due to the success of the seaweed snack from Taokenoi.
- Because of the continuous growth of the market, companies such as Singha and Oishi are actively entering the market from 2010.

9

2. Manufacturing industry of seaweed in Thailand – leading company in seaweed snack, Taokenoi

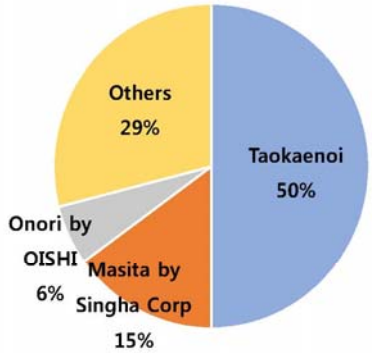


Figure 6. Market share for seaweed snack in Thailand (2013)







Figure 7. Store of Taokaenoi in Thailand (upper) and advertisem ent of the snack (left)

- Currently, Taokenoi has more than 50% of market share for seaweed snack in Thailand.
- The success story of Ittipat Kulpongwanich, the CEO of Taokenoi, is well-known and it also was created as movie.
- The main reason that Taokenoi could success in seaweed snack market was active marketing and high quality standard.

10

2. 태국 김 가공산업 – 태국 김 스낵 제조업체 제품 포트폴리오

Taokenoi

Crispy Seaweed



Grilled seaweed



Roasted Seaweed



Tempura Seaweed



Other seaweed



Seleco

Fried Seaweed



Roasted Seaweed



Masita

Crispy Seaweed



Grilled Seaweed



초기 시장진입 제조업체의 제품넓이와 깊이가 더 다양함

11

2. 태국 김 가공산업 – 태국 김 스낵 시장규모

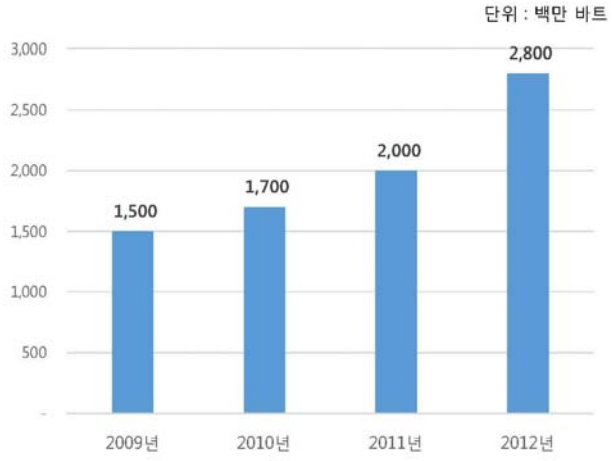
태국 가공식품 소매판매액

단위 : 백만 달러

순 위	구 분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
1	유제품	2,060	2,176	2,252	2,405	2,587
2	건조 가공식품	1,332	1,461	1,551	1,613	1,705
3	소스, 드레싱	943	997	1,047	1,102	1,163
4	베이커리	799	875	969	1,037	1,117
5	**스낵**	**748**	**804**	**854**	**912**	**997**
6	유아식품	715	742	783	836	893
7	과자류	447	481	510	545	586
8	면	438	470	510	526	562
9	오일/유지	405	433	471	496	523
10	냉동가공식품	318	346	370	408	452
11	아이스크림	293	304	322	353	392
12	통조림	203	220	249	257	269
13	반조리식품	110	124	140	158	180
14	식사대용식품	112	129	141	152	165
15	스프레드	61	64	67	70	72

자료 : Euro monitor 2014

단위 : 백만 바트



태국 김 스낵 시장규모

자료: Matichon Public 사(Prachachat News Online), Siamturakij Media 사 외

- 태국 스낵시장은 가공식품 중 5번째 규모의 시장은 2013년 약 997백만 달러의 시장을 형성하고 있음
- 태국 김 스낵 시장은 2012년 기준 약 28억 바트(한화 920억원) 규모의 시장을 형성하고 있는 것으로 추정됨

12

2. Manufacturing industry of seaweed in Thailand – leading company seaweed snack portfolio

Taokenoi

Crispy Seaweed



Grilled seaweed



Roasted Seaweed



Tempura Seaweed



Other seaweed



Seleco

Fried Seaweed



Roasted Seaweed



Masita

Crispy Seaweed



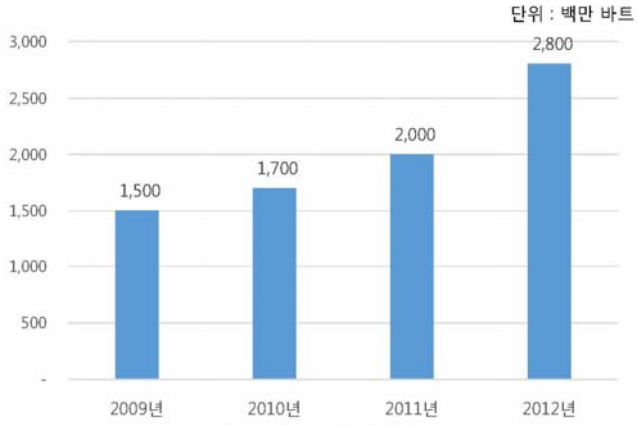
Grilled Seaweed



Initial Entry Manufacturing company has more diversity and depth in product mix strategy.

11

2. 태국 김 가공산업-태국 김 스낵 시장 규모



태국 김 스낵 시장규모

자료: Matichon Public 사(Prachachat News Online), Siamturakij Media 사 외





- 2012년 기준 약 28억 바트(한화 920억원) 규모의 시장을 형성하고 있는 것으로 추정됨
- Taokenoi를 비롯한 업계 선두주자들은 2PM 등 한류스타를 광고모델로 활용하는 등 적극적인 프로모션 전략을 펼치고 있음

13

2. 태국 김 가공산업-김 스낵 제품 포트폴리오

1. Crispy Seaweed
   - 태국 시장에서 가장 인기있는 제품형태로 직사각형 형태의 튀긴 김스낵. 김 스낵 시장의 시장의 약 70%를 차지하고 있음
   - 설탕, 양념소스 등이 가미되어 있으며 오리지널, 핫 앤 스파이시, 씨푸드, 제페니즈 소스, 똠양꿍 등 다양한 맛으로 구성되어 있음
   - 김의 맛이 강하고 표면이 오돌토돌함
   - 중량은 6g~50g 범위로 소용량 제품부터 대용량 패키지 제품으로 구성됨







14

2. Manufacturing industry of seaweed in Thailand – the market size of the seaweed snack in Thailand

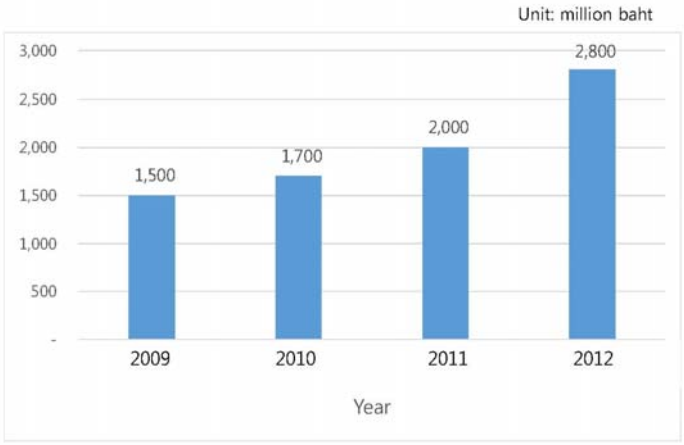


Figure 8. the market size of the seaweed snack in Thailand*

*References from Matichon Public (Prachachat News Online), Siamturakij Media, and etc.



Figure 9. Korean celebrities advertising the seaweed snack in Thailand

- **In 2012, the Seaweed snack market size was about 2,800 million baht (92 billion won, 80 million USD).**
- **The leading companies, including Taokenoi, are outspreading active promotion strategy, such as employing Korean celebrities (2PM).**

12

2. Manufacturing industry of seaweed in Thailand – portfolio of seaweed snack product

1. Crispy Seaweed

- **It is the most popular product in Thailand market, and is manufactured by frying the seaweed in rectangular shape.**
- **It occupies about 70% of the seaweed snack market.**
- **It is seasoned with sugar and other spices, and it is composed of different taste versions such as original, hot & spicy, seafood, Japanese sauce, and etc.**
- **The taste of seaweed is strong and the surface the snack is rough.**
- **The weight of the pack varies between 6 and 50g, and it consist of package from small to large amount pack.**



Figure 10. Sample packages for crispy seaweed snack

13

2. 태국 김 가공산업-김 스낵 제품 포트폴리오

2. Roasted/Grilled Seaweed

마른김을 구워 만든 스낵으로 두 번째로 인기가 많은 제품형태. 김 스낵 시장의 약 30%를 차지하고 있음
구운 김스낵은 직사각형 뿐만 아니라 Roll형태의 제품도 존재함. Roll형태의 김 스낵은 씹을 때의 독특한 식감이 장점임









15

2. 태국 김 가공산업-김 스낵 제품 포트폴리오

3. Other Seaweed

기타 제품으로는 템푸라 김 스낵, 롤팜 등으로 시장점유율은 2%
미만 정도로 낮음





16

2. Manufacturing industry of seaweed in Thailand – portfolio of seaweed snack product

2. Roasted/Grilled Seaweed

- It is second most popular product and manufactured by roasting or grilling the seaweed.
- It occupies about 30% of the seaweed snack market.
- It has both rectangular and cylindrical shape.
- Distinctive texture of the cylindrical shape snack is its one of the advantages.



Figure 11. Sample package for roasted/grilled seaweed snack

2. Manufacturing industry of seaweed in Thailand – portfolio of seaweed snack product

3. Other Seaweed

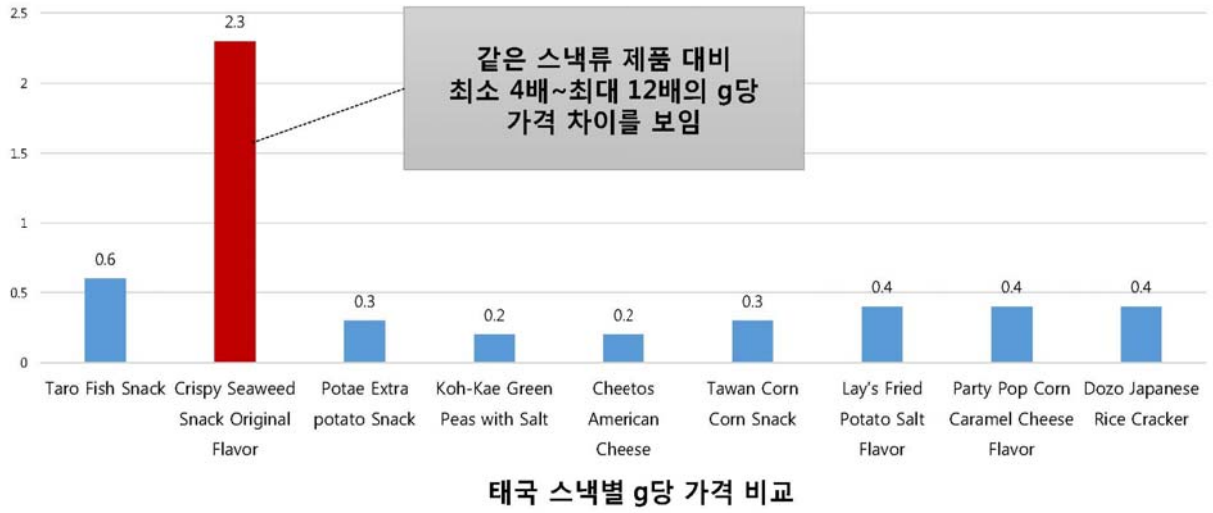
- There are tempura seaweed snack, roll farm, and etc for other seaweed snacks.
- They occupy about or lower than 2% of the market share.



Figure 12. Roll farm and tempura seaweed snack

2. 태국 김 가공산업 – 스낵류 가격비교

단위 : g당 바트



태국 스낵별 g당 가격 비교

주 : 태국 Bic C Mart(www.bigc.co.th)의 온라인 사이트 판매가격을 기준으로 함. (2015년 10월 13일 기준)

17

3. 태국 김 소비시장 조사

태국 김 소비시장 조사

일시 : 2015년 9월 23일 ~ 2015년 9월 30일

장소 : 태국 방콕

대상 : 20대 이상 김 스낵 구매경험자

설문지 : 스낵 소비행태, 김 소비행태, 김 스낵 소비행태

유효부수 : 405부

설문응답자의 특성

구 분		표본 수(명)	퍼센트(%)
합 계		405	100.0
성 별	남성	95	23.5
	여성	310	76.5
연 령	10대	30	7.4
	20대	228	56.3
	30대	93	23.0
	40대	42	10.4
	50대	12	3.0
직 업	학생	30	7.4
	전문직	21	5.2
	자영업자(비농업)	42	10.4
	사무직	77	19.0
	서비스직	42	10.4
	생산직	6	1.5
	농장경영자	10	2.5
	농업종사자	12	3.0
	전업주부	96	23.7

18

2. Manufacturing industry of seaweed in Thailand – comparison of prices among snacks

Unit: baht/g

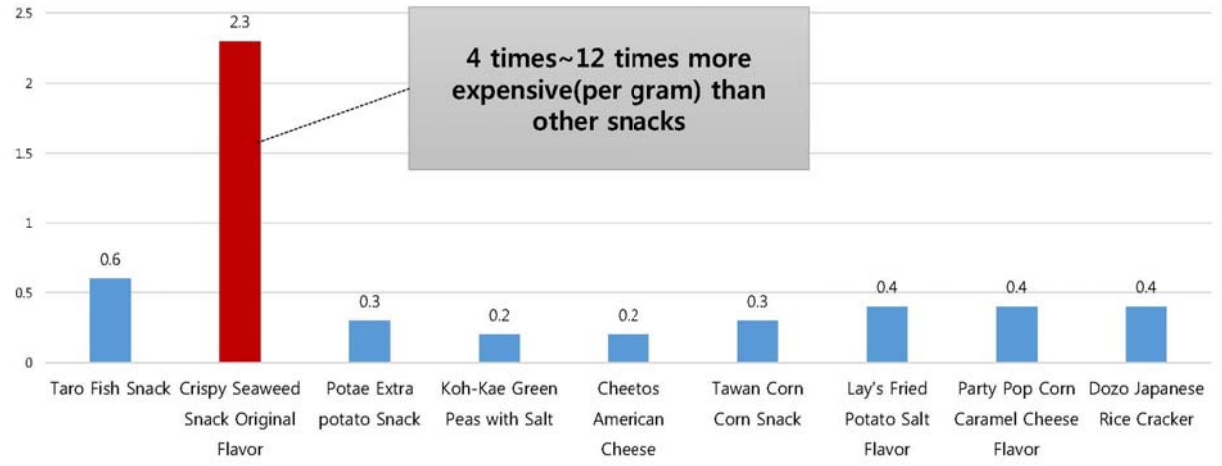


Figure13. Comparison of prices among snacks in Thailand*

*The data is based on the online prices indicated in Bic C Mart(www.bigc.co.th). Found on 13/Oct/2015.

16

3. Research of seaweed consuming market in Thailand

Research of seaweed consuming market in Thailand

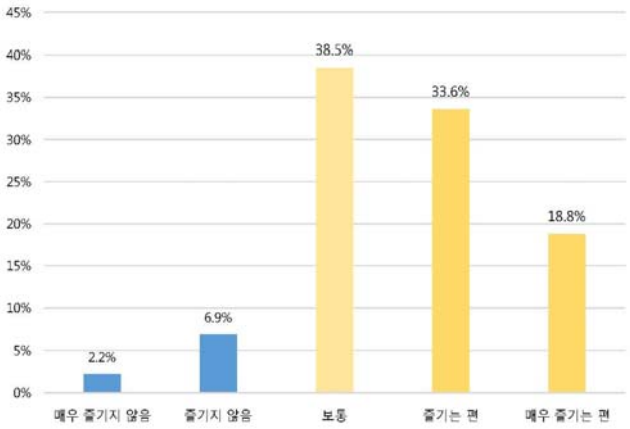
- **Date : 2015. 9. 23 ~ 2015. 9. 30**
- **Location : Bangkok, Thailand**
- **Object : People who are older than 20 and bought the seaweed snack**
- **Survey : consuming pattern of snack, consuming pattern of seaweed, consuming pattern of seaweed snack**
- **Valid number of copies : 405**

Table 5. Characteristic of the people who answered the survey

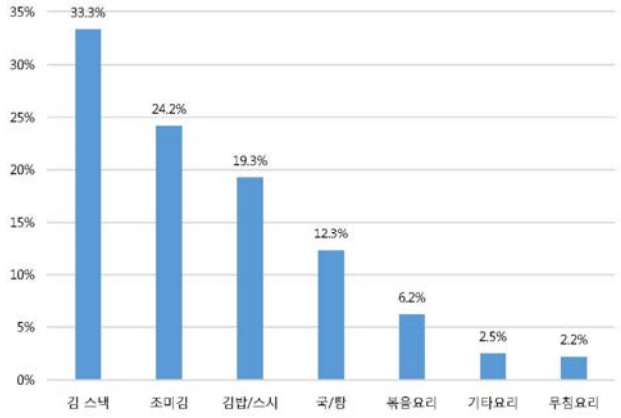
Category		Sample number(person)	Percent (%)
Total		405	100.0
Gender	Male	95	23.5
	Female	**310**	**76.5**
Age	10s	30	7.4
	20s	**228**	**56.3**
	30s	**93**	**23.0**
	40s	42	10.4
	50s	12	3.0
Occupation	Student	30	7.4
	Professional	21	5.2
	Business owner (nonagricultural)	42	10.4
	Office worker	77	19.0
	Sales and service	42	10.4
	Production worker	6	1.5
	Farm manager	10	2.5
	Farm worker	12	3.0

17

3. 태국 김 소비시장 조사- 김 소비행태



김 소비정도



김 소비형태

- 김 소비정도는 즐기는 편(33.6%) > 즐기는 편(33.6%) > 보통(38.5%)으로 김 소비에 긍정적인 것으로 나타남
- 김 소비형태는 김 스낵(33.3%) > 조미김(24.2%) > 김밥/스시(19.3%) > 국/탕(12.3%)의 순임

19

3. 태국 김 소비시장 조사- 김 소비행태

김 구매처 조사결과



편의점(55.1%)



슈퍼마켓(26.4%)



대형마트(10.6%)

- 김 구매처로 편의점, 슈퍼마켓이 주력으로 나타나는 것은 태국이 우리나라 김 소비와는 다른 형태를 가지고 있음을 나타내는 것으로 김이 편의품으로 포지셔닝하고 있음을 시사함
- 이는 김에 대해 태국 소비자들이 빈번한 구매, 구매계획을 하지 않거나 대안 탐색이나 비교노력, 쇼핑노력을 기울이지 않고 소비자의 관여 수준이 낮은 특징을 가지고 있다고 할 수 있음

20

3. Seaweed consuming market in Thailand – consuming pattern of seaweed

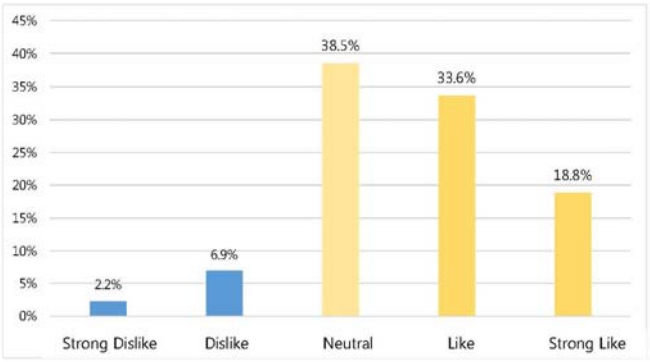


Figure 14. Consuming degree of the seaweed

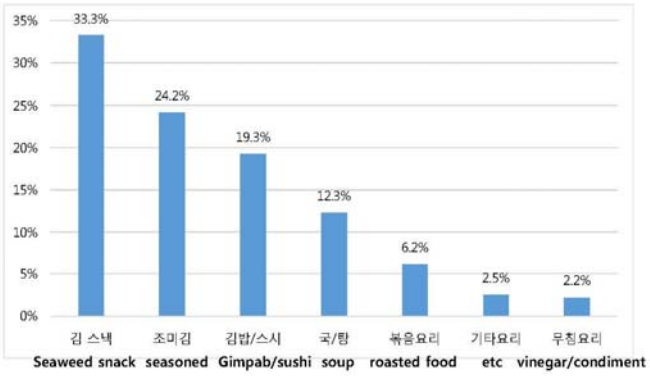


Figure 15. Consuming pattern of the seaweed

- The sum of percentages for highly enjoying and enjoying sections was higher than percentage of neutral. This result can be concluded as people showed positive response to seaweed consumption.
- The consuming pattern of seaweed is in following order (from highest to lowest). Snack (33.3%), seasoned-seaweed (24.2%), gimbap/sushi (19.3%) and soup (12.3%).

18

3. Seaweed consuming market in Thailand – consuming pattern of seaweed

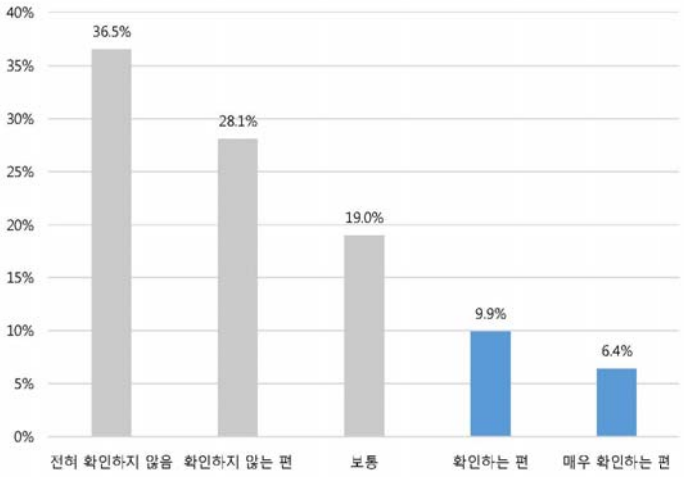


Figure 16. Places where people purchase seaweed

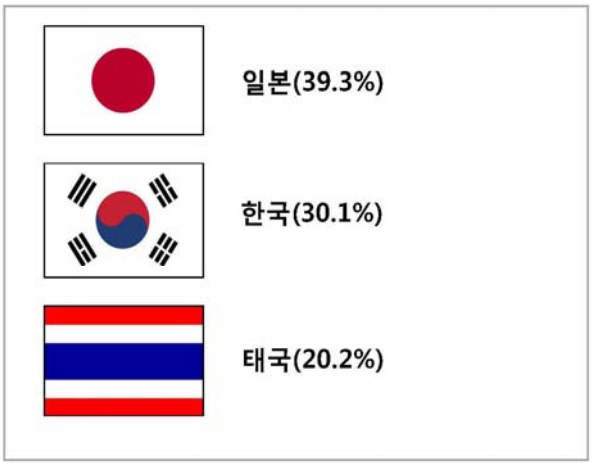
- According to the percentages in figure 16, people usually visit either convenience store or supermarket in Thailand. This pattern is different from consuming pattern in Korea, and it indicates Thais considers the seaweed as a convenience product.
- Following characteristics of consuming pattern in Thailand can be concluded from the result above.
  1. Consumers frequently purchase the seaweed
  2. Consumers don't make purchasing plan
  3. Consumers don't put effort into searching alternatives, comparison, or shopping.
  4. Consumers' concerning level is low.

19

3. 태국 김 소비시장 조사- 김 소비행태



김 원산지 확인 정도

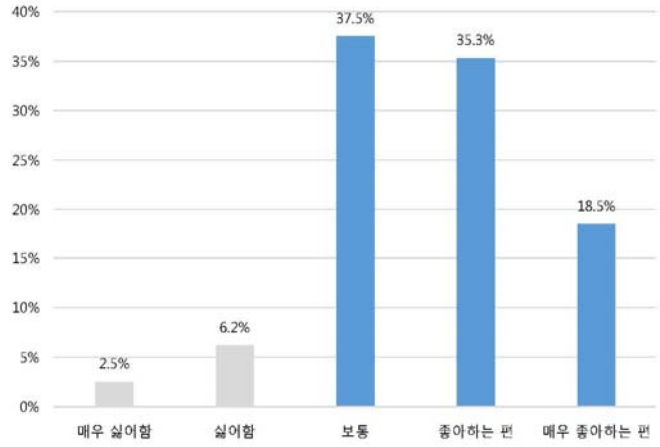


선호 김 원산지 국가

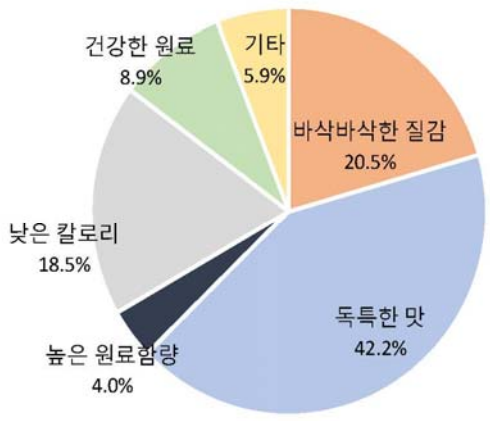
- 김 원산지에 대한 확인 정도는 약 15%만이 확인한다고 응답하여 매우 낮게 나타났음
- 선호 김 원산지 국가는 일본 > 한국 > 태국의 순으로 일본산 김에 대한 선호도가 높았음

21

3. 태국 김 소비시장 조사- 김 소비행태



김 스낵 선호도



김 스낵 좋아하는 이유

- 김 스낵 선호도는 좋아하는 편(35.3%) > 매우 좋아하는 편(18.5%) > 보통(37.5%)로 대체적으로 선호하는 것으로 나타남
- 태국 소비자들이 김 스낵을 좋아하는 이유는 독특한 맛(42.2%) > 바삭바삭한 질감(20.5%) > 낮은 칼로리(18.5%) > 건강한 원료(8.9%) 등의 순으로 맛과 특유의 질감에 대한 선호와 함께 건강(낮은 칼로리, 건강한 원료, 높은 원료함량)에 대한 긍정적 인식도 일부 나타났음

22

3. Seaweed consuming market in Thailand – consuming pattern of seaweed

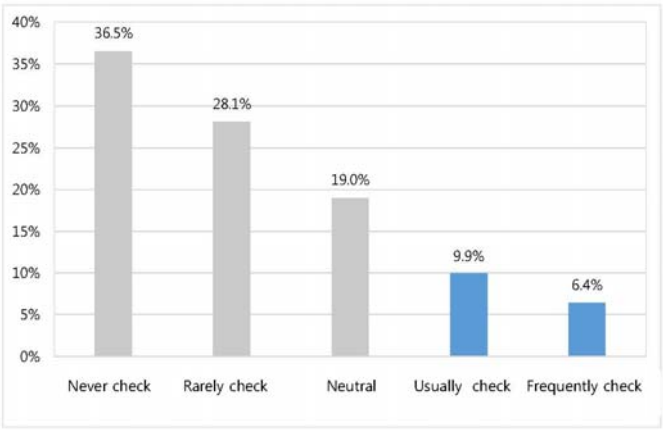


Figure 17. Degree of confirmation with country of origin

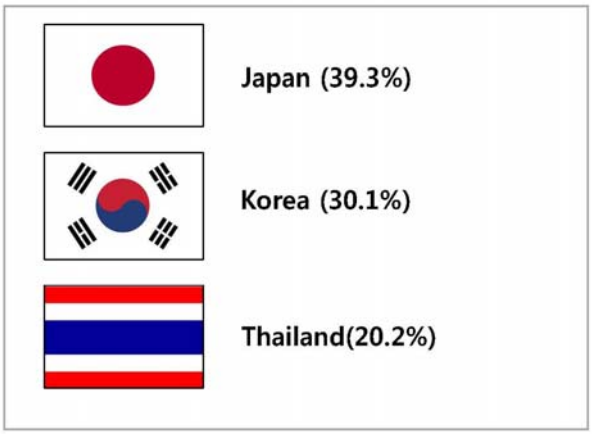


Figure 18. Favored country of origin for seaweed

- Only 15% of people from response check the country of origin for seaweed, and this percentage is very low.
- Japan was the most favored country of origin for seaweed, Korea was the second most favored, and Thailand was the least favored.

20

3. Seaweed consuming market in Thailand – consuming pattern of seaweed snack

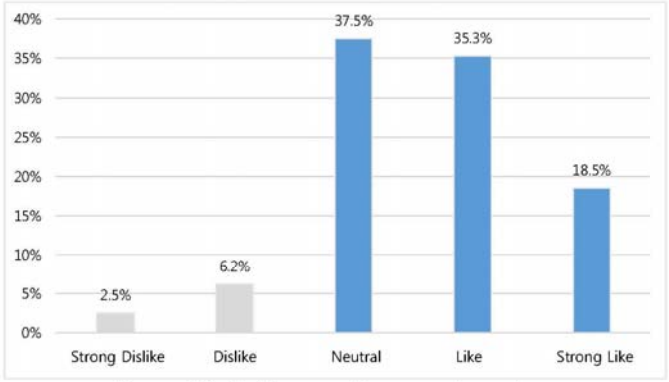


Figure 19. Preference of seaweed snack

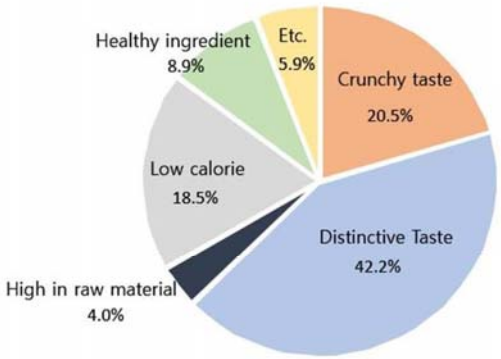


Figure 20. Reasons for consuming seaweed snack

- According to the figure 19, people tend to prefer the seaweed snack. Sum of percentages who answered to like and strong like parts was higher than the percentage of neutral.
- Because of the distinctive taste (42.2%) of seaweed snack consumers in Thailand preferred to purchase the snack. Followed by this reason, crunchy taste (20.5%) was the second most important reason for purchase of snack, low calorie (18.5%) was third, and healthy ingredient (8,9%) was forth. Based on the result, **consumers preferred the snack due to the unique taste and texture**. Also, there was small portion of positive awareness with the health (low calorie and healthy ingredient)

21

3. 태국 김 소비시장 조사- 김 스낵 소비행태

김 스낵 구매비용/크기/구매량

구분	조사결과
김 스낵 1회 구매비용	**20~40B(54.1%)** > 20B 이하(25.4%) > 40~60B(16.3%) > 60~80B(2.2%) > 80B 이상(2.0%)
김 스낵 구매 크기	**중간크기-12g~20g(59.5%)** > 작은크기-3g(26.4%) > 큰사이즈-30g 이상(14.1%)
김 스낵 1회 구매량	**1~2봉지(81.2%)** > 3~4봉지(11.1%) > 5~6봉지(4.4%) > 6봉지 이상(3.2%)

- 김 스낵 1회 구매비용은 20~40B(한화 650원~1,300원)범위가 가장 높았으며 중간크기(12g~20g)/작은크기(3g)를 1~2봉지 구매하는 것이 일반적으로 분석되었음

23

3. 태국 김 소비시장 조사- 김 스낵 소비행태

김 스낵 선호제품 분석 – 이산선택분석

구 분	속 성	값	부 호	속 성	값
가공형태	튀긴(Crispy)	1.26	>	구운(Grilled)	0
맛	오리지널(Original)	3.46	<	양념(Seasoning)	3.54
스낵모양	직사각형(Sheet)	6.29	>	롤(Roll)	4.71
이산선택 분석 최적 속성의 제품					
이선선택분석 최적선호 상품형태			**튀긴(Crispy)** **양념(Seasoning)맛** **직사각형(Sheet)형태**		

- 태국 김 스낵의 대표속성을 기준으로 한 이산선택분석에서는 **튀긴 가공형태**와 **직사각형 형태** 속성에 대한 높은 선호를 가지는 것으로 나타났음. 최적속성의 제품은 1.튀긴 2. 양념맛 3. 직사각형(Sheet) 형태의 제품으로 분석되었음

3. Seaweed consuming market in Thailand – consuming pattern of seaweed snack

Table 6. Purchasing cost/size/purchase quantity of snack

Category	Research result
One time purchasing cost of seaweed snack	**20~40B(54.1%)** > lower than 20B (25.4%) > 40~60B(16.3%) > 60~80B(2.2%) > higher than 80B (2.0%)
Size of purchased seaweed snack	**Mid-size 12g~20g(59.5%)** > Small-size 3g(26.4%) > Large size above 30g (14.1%)
One time purchase quantity of seaweed snack	**1~2 pack (81.2%)** > 3~4 pack (11.1%) > 5~6 pack (4.4%) > More than 6 packs (3.2%)

- For one time purchasing cost of seaweed snack, range between 20~40B(650~1,300 won) had the highest percentage, and purchasing 1~2 pack of snack with mid-size or small-size was common pattern.

22

3. Seaweed consuming market in Thailand – consuming pattern of seaweed snack

Table 7. Preferred product analysis of seaweed snack – Discrete choice analysis

Category	Property	Price	Sign	Property	Price
Processing form	Crispy	1.26	>	Grilled	0
Taste	Original	3.46	<	Seasoning	3.54
Shape of snack	Sheet	6.29	>	Roll	4.71
Best property of the product from discrete choice analysis					
Best processing form from discrete choice analysis				**Crispy Seasoning Sheet**	

- Based on the result of discrete choice analysis for seaweed snack in Thailand, people prefer the snack processed to make **crispy and rectangular shape**. Best property of the product was crispy, seasoning, and rectangular shape of snack.

3. 태국 김 소비시장 조사- 김 스낵 소비행태

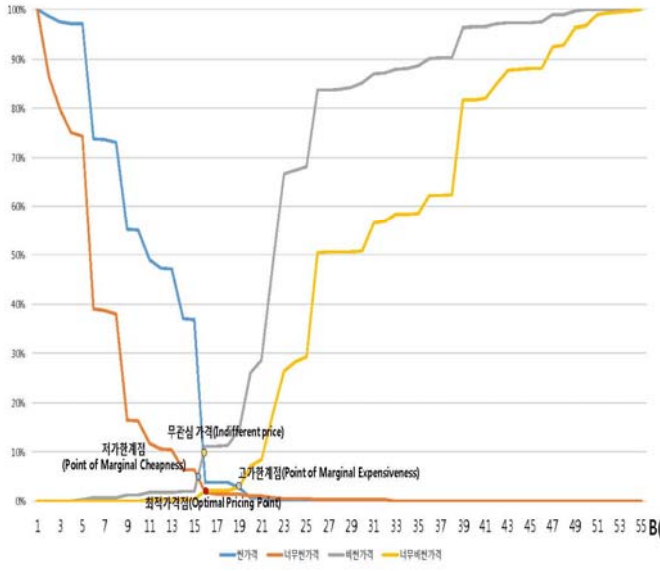
태국 소비자의 김 스낵 구매 시 고려요소



- 김 스낵 맛에 대한 고려도가 높음
- 가격수준과 할인행사가 중요한 요소로 나타남
- 품질안전인증에 대한 높은 고려도를 보임
- 원산지에 대해서는 민감도가 높지 않음
- 익숙한 브랜드에 대한 충성도가 높다고 할 수 있음

3. 태국 김 소비시장 조사- 김 스낵 소비행태

김 스낵 가격민감도 분석결과



구 분	설 명	결 과
저가한계점 (Point of Marginal Cheapness)	이 지점 이하로 떨어지면 품질을 의심하게 되는 가격	15바트 (485원)
무관심가격 (Indifference price)	비싸지도 싸지도 않은 통상적인 가격	16바트 (517원)
최적가격점 (Optimal Price Point)	가격 거부감이 가장 적은 가격	16바트 (517원)
고가한계점 (Point of Marginal Expensiveness)	이 지점보다 높아지면 구매를 포기하게 되는 가격	19바트 (614원)
가격수용범위 (Price range)	소비자들의 가격수용범위	15바트~19바트 (517원~614원)

주 : 2015년 12월 1일 매매기준율을 기준으로 환산함

3. Seaweed consuming market in Thailand – consuming pattern of seaweed snack

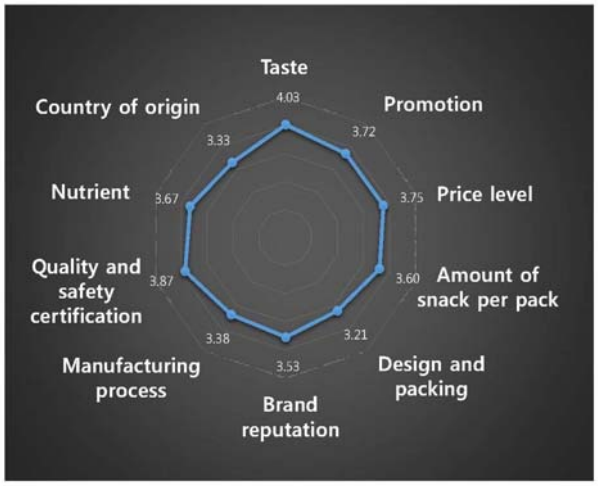


Figure 21. Considerations when purchasing seaweed snack in Thailand

- There is high consideration with taste of seaweed snack
- Price level and promotion appeared to be important considerations
- Showed high consideration with qulity and safety certification
- Low consideration with country of origin
- There is high loyalty with familiar brand

3. Seaweed consuming market in Thailand – consuming pattern of seaweed snack

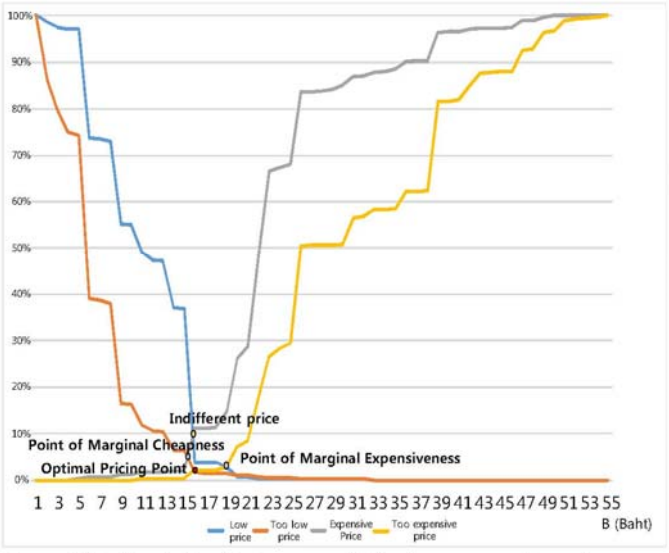


Figure 22. Analysis of price sensitivity for seaweed snack

Category	Description	Result
Point of Marginal Cheapness	The margin that people start to doubt about the quality	15 baht (485 won)
Indifference Price	Neither expensive nor cheap. Normal price.	16 baht (517 won)
Optimal Price Point	The lowest point that people have rejection with price	16 baht (517 won)
Point of Marginal Expensiveness	If the price exceed this point, people start to abandon the Purchase	19 baht (614 won)
Price Range	Price range of the consumer	15~19 baht (517~614 won)

3. 태국 김 소비시장 조사- 김 스낵 소비행태



김 스낵 1봉지(15g)

최적가격점
(Optimal Price)
16바트

가격수용범위
(Price range)
15바트~19바트

<

시장판매가격
18바트~39바트

- 김 스낵의 최적가격점은 16바트로 시장판매가격인 18바트~39바트보다 낮은 지점으로 나타났음
- 가격수용범위는 15바트~19바트로 분석되었음

4. 태국 김 수출확대 전략과 전망



33

3. Seaweed consuming market in Thailand – consuming pattern of seaweed snack



A pack of seaweed snack(15g)

Optimal Price
16 baht

Price range
15~19 baht

<

Market price
18~39 baht

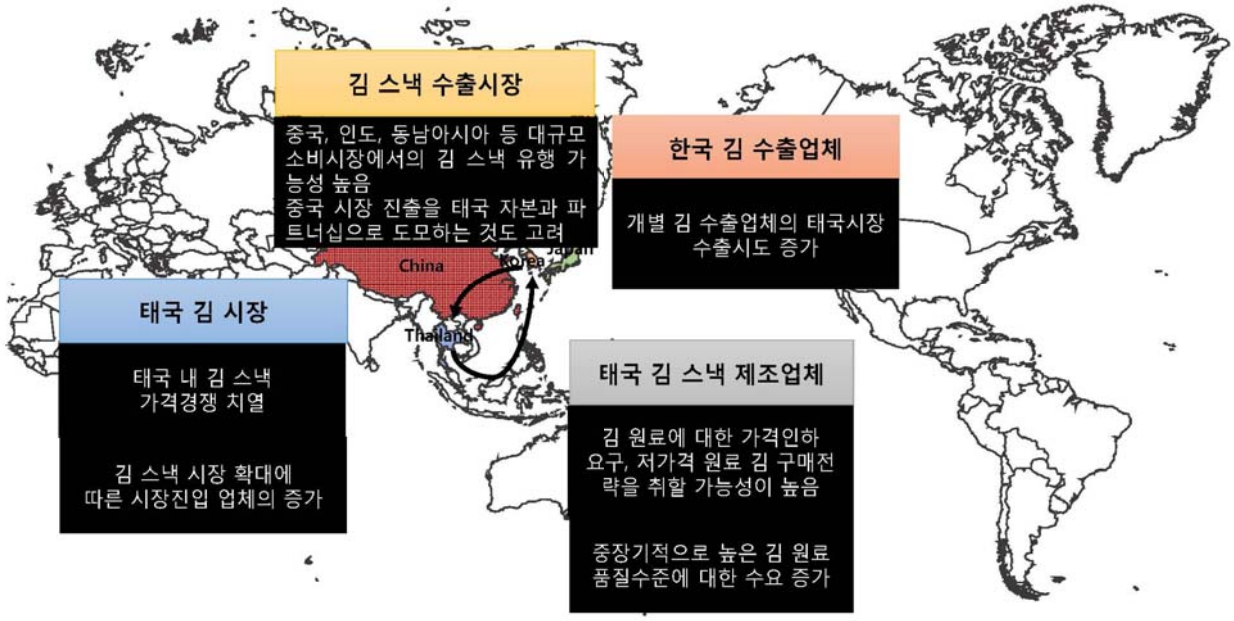
- The optimal price for seaweed snack was 16 baht which appeared to be lower than the market price (18~39 baht).
- The price range was analyzed to be between 15 and 19 baht.

4. Strategy to increase the seaweed export to Thailand



33

4. 태국 김 수출확대 전략과 전망

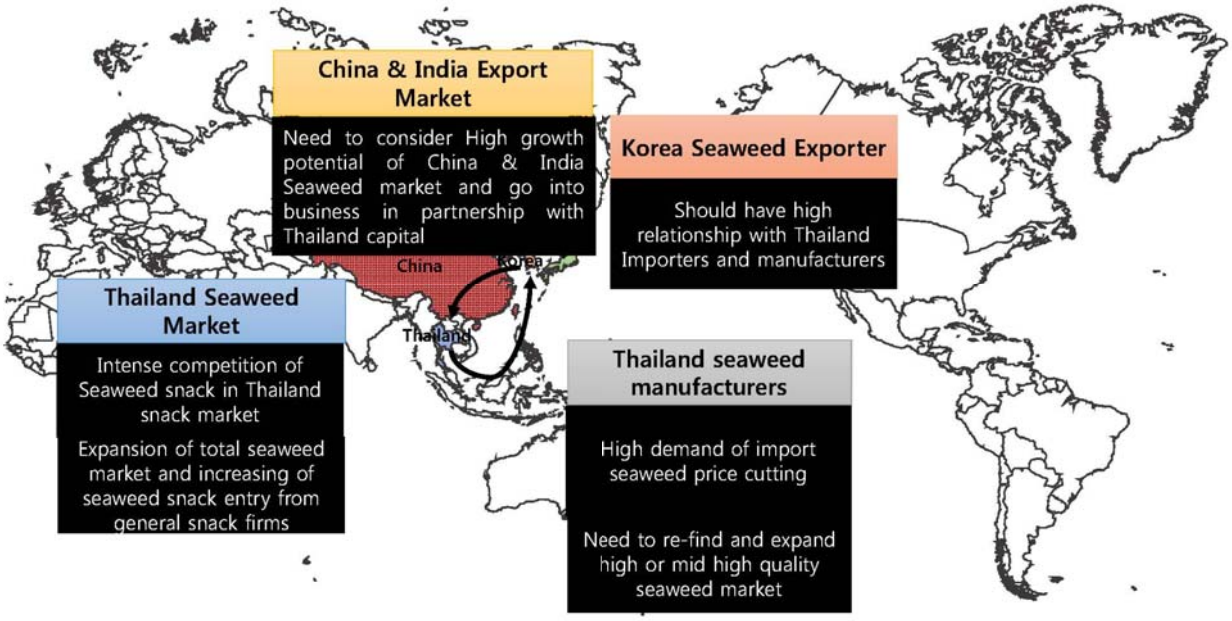


29

감사합니다

30

4. Strategy to increase the seaweed export to Thailand



28

Thank you

Any Questions?

29



아턴 프롬파타나팍

나롱 씨푸드 컴퍼니 부장

주요학력

- 벨러비스 대학 경영기초과정 수료
- 애버리스트위스 웨일즈 대학 경영학 학사
- 글래스고 스트라스클라이드 웨일즈 대학 경영학 석사

주요경력

- 나롱 씨푸드 컴퍼니 부장
- 태국냉동식품협회 홍보담당
- 방콕대학 경영 및 기업가정신 강의
- 태국 수산부, 수출진흥국, 태국냉동협회 등 정부 · 민간 부문 세미나 강연



Arthon Prompatanapak
Assistant Managing Director, Narong Seafood Co., Ltd

EDUCATION

- Business Foundation Certificate – Bellerbys College
- BSC in Business Studies- University of Wales, Aberystwyth (Major in Food Marketing)
- MSC in Business Management – University of Wales of Strathclyde, Glasgow
  (Dissertation in Organizational Learning)

PROFESSIONAL EXPERIENCE

- Assistant Managing Director of Narong Seafood Co.,Ltd
- Public Relation, Thai Frozen Foods Association
- Lecture at Bangkok University
  - Family Business Management
  - Seminar in Entrepreneurship
- Guest Speaker for Government and Private Sectors
  - Department of Fishery
  - Department of International Trade Promotion
  - Thai Frozen Food Association

태국 수산물의 해외 진출 사례

26TH MAY 2016

ARTHON PROMPATANAPAK(NARONG SEAFOOD CO., LTD.)

태국 수산업의 발전

1950~ 태국은 식품서비스 및 식품산업의 원료공급자 역할
- 새우(해면 어획 -> 양식 대량생산 공급)





Future directions of the Thai Seafood industry and international trade

LESSONS FROM PRACTICAL CASES

26TH MAY 2016

Development of Thai Seafood Industry

From 1950 Thailand is the Raw Material Supplier to Food Service and Food Industry

Head On Shrimp (Natural Catch -> Black tiger)





수산물의 변화

1980년~ 수산물의 부가가치 제고





수산물의 변화

1985년~현재 식품 기준, 세계 수준으로 강화



Trend of Seafood

From 1980 products

Thailand becoming a major Seafood Processor country on Value Added





Trend of Seafood

From 1985 - present Quality of Seafood to the World

All the Food Standard start to strength Thailand to deliver Top



수산물 클러스터 개혁

- 1920년대 초기 태국 수산물 및 관련 사업, 연맹을 형성하여 클러스터를 조직함

- 클러스터의 예는 다음과 같음

1. 양식업자, 종묘, 사료 가공업자
2. 수산물시장 유통업자, 원료 도매업자 -> 중간 유통업자
3. 수산물 가공공장, 수출업자, 중개인, 바이어
4. 포장: 포장 인쇄업체, Bag 인쇄업체, 캔 생산업체
5. 연구, 품질관리팀
6. 기계류
7. 해운, 물류



수산물의 변화

- 2006년~현재 수산업을 둘러싼 제반 우려사항이 나타나고 있음
- 현재~ 미래
  - 노동문제(2009년~) : 아동노동, 노동권, 이민 노동자 인권 등
  - 대 EU 수출에 대한 태국의 일반특혜관세제도(GSP)(2014년)–조리된 가공수산물 관세 7% → 14%~– 21%
  - 소매업체의 민간인증제 도입 증가 – 대형유통업체의 자체 브랜드 인증, BRC, IFS, ASC, BAP, MSC,...
  - 친환경: 포장재료(고비용), 탄소발자국, 환경적 영향요인 고려

Seafood Cluster Reform

In the early 20's the Thai Seafood and related Industry are forming their alliance as a Strong Cluster.

Part of the Cluster are:

1. Farmer, Hatchery, Feed processor
2. Seafood Market Venders, Raw material broker -> Middleman
3. Processing Factory, Exporter, Agent, Representative of the Buyer
4. Packaging: Carton printer, Bag Printer, Can producer
5. Surveyor, Quality Control Team
6. Machinery
7. Shipping Line, 'Logistic Provider'



Trend of Seafood

From 2006 **All other Concern started to attack Thai Seafood Industry**

Present - Future

- **Labour issue – since 2009 : Child Labour, Labour Right, Immigrant Labour Right, ect**
- **No GSP for the EU – from 2014 Cooked Seafood products faced duties at 7% and now 14% – 21%**
- **Private Certification from each Retailor – Supermarket Brand Certification, BRC, IFS, ASC, BAP, MSC,...**
- **Environmental Friendly: Packaging Material (higher cost), Carbon Footprint, Environmental impact**

태국 수산업의 당면 문제

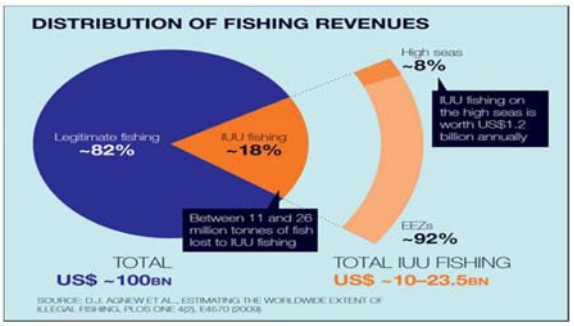
- 원료 부족
  - 양식 수산물
    - 새우 생산량(2011) : 550,000(2011년) -> 210,000(2014년) -> 300,000 미만(2016년)
  - 해면어획 생산량 : 기후온난화로 인한 생산량 감소
- IUU
- 숙련 노동동 부족
  - 태국인 수산업 종사를 꺼려해 이민자 노동인력 수요 높음
- 인증 비용



IUU 어업

IUU 어업은 해양생태계와 지속가능한 어업을 위협하는 지구적인 문제임.

IUU 어업으로 생산된 수산물은 미국 등 주요 선진국이 준수하는 효과적이고 강력한 어업보존관리조치의 부재에서 기인함.



Issues that Thai Seafood Industry is facing !!!

Lacking of Raw Material

- Farmed Seafood — EMS and others

2011 Shrimp 550,000 -> 2016 lower than 300,000 (Lowest in 2014 – 210,000)

- Natural Caught — Global Warming, IUU



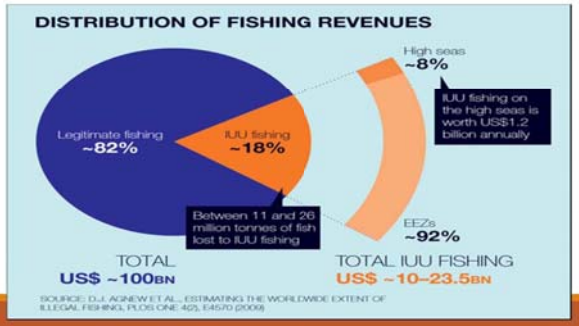
Lacking of skilled Labour - Thai doesn't want to work

In Fishery Industry .... Immigration Labour needs

Expensive Certification

IUU – Illegal, Unreported, Unregulated Fishing

IUU fishing is a global problem that threatens ocean ecosystems and sustainable fisheries. IUU products often come from fisheries lacking the strong and effective conservation and management measures to which U.S. fishermen are subject.



세계 수산시장의 현 방향

- 합리적 가격
  - 소매업체에 의한 가격통제 – 소매업체의 요구에 따른 경쟁력있는 가격 및 재고물량 유지
  - 경쟁력있는 식품서비스 산업
- 식품 기준 : 정부 요구 수준 + 민간 요구 수준

  => 태국 수산부의 수산물 건강 인증서 DOF
- 품질 안정 기준

  "Green"
- 인권 및 동물 복지 – "Happy Shrimp by Happy Worker"
- 고객 서비스



태국 수산업의 미래

- 인접 국가와의 치열한 가격 경쟁
- 보다 다양한 민간 기준
  - 식품 기준
  - 노동 복지
  - 사회적 책임
- 포장문제
  - 친환경 재료 사용
  - 라벨에 다양한 정보 기재
  - 소포장 지향
  - 재가열가능한 포장
- "정치적 정책"

CERTIFIED SUSTAINABLE SEAFOOD MSC www.msc.org

Good Aquaculture Practice GAP FOR FISH FARMING

BEST AQUACULTURE PRACTICES CERTIFIED

WWF SEAFOOD SAVERS A WWF INITIATIVE FOR RESPONSIBLE FISHERIES IN INDONESIA

Current Direction of the World Seafood Market

Reasonable Price
- Control by Retailor – Competitive price and Stock on demand of the retailors
- Competitive Food Service industry

Food Standard Government level + Private level

=> Health Certificate from Thai DOF

Stable Quality

"Green"

Human and Animal Right – Happy Shrimp by Happy Worker

Customer Service



Future…of Thai Seafood Industry

Price War with Neighbor countries

More Private Standard
- Food Standard
- Worker Welfare
- Social Responsibility

Packaging
- More Green material
- More detail on Labeling
- Smaller Pack
- Reheat able

"Political Policy"

CERTIFIED SUSTAINABLE SEAFOOD MSC www.msc.org

BEST AQUACULTURE PRACTICES CERTIFIED

Good Aquaculture Practice GAP FOR FISH FARMING

WWF SEAFOOD SAVERS A WWF INITIATIVE FOR RESPONSIBLE FISHERIES IN INDONESIA

변화에 대한 적응

유연한 사고
유연한 생산 라인
R&D 강화
비용 관리
공급업체와의 관계
고객 관리
강력한 네트워크 및 연맹 결성





태국과 한국의 관계

1단계 : 양국 수산물 교역은 주로 냉동수산물과 통조림임
2단계: 태국이 부가가치가 높은 수산물을
한국에 공급할 수 있는 신뢰 관계 마련



3단계: 태국이 한국의 식품이 Kitchen이 될 수 있음








Adaptation to face the Changes

Flexibility Mind set

Flexible Production Line

Strong R&D

Cost Control

Supplier Relationship

Customer Relationship

Consumer Relationship

Strong Network and Alliance



Thai + Korea Business Relationship

First stage was started by Community Product such as Frozen Seafood or Canned Fish.



Later On: The trust developed Thailand become Value added Product supply to Korea





Future Stage: Thailand can be Kitchen for Korean Food > Ready to Heat







Thank you

ARTHON@NARONGSEAFOOD.CO.TH

감사합니다.

ARTHON@NARONGSEAFOOD.CO.TH



06 종 합 토 론

Panel Discussion



정 명 생
Myung Saeng JOUNG
한국해양수산개발원(KMI) | 수산연구본부장

강 병 수
Byeong Soo KANG
동우수산 | 대표

김 문 영
Moon Young KIM
대한무역투자진흥공사(KOTRA) | 방콕무역관장

박 영 석
Young Seok PARK
수협중앙회 | 유통무역부장

파니슈안 잠나른웨
Panisuan Jamnarnwej
태국냉동식품협회 | 명예고문

베누스 아루노타이피파트
Vanus Arunothaiphiphat
붐로드 무역회사 | 이사



좌장

정 명 생

한국해양수산개발원(KMI) 수산연구본부장

주요학력

1989	성균관대학교 농업경제학과 학사
2002	성균관대학교 농업경제학과 박사

주요경력

1997~현재	한국해양수산개발원
2013/06~현재	산업통상자원부 통상교섭민간자문위원회 위원
2015/12~현재	해양수산부 중앙수산업 · 어촌정책심의회 위원
2015/12~현재	한국수산과학회 이사
2016/02~현재	해양수산부 정책연구심의위원회 위원



Chair

Myung Saeng JOUNG

Head of Fisheries Research Division
Korea Maritime Institute

EDUCATION

1989	Sungkyunkwan University, Bachelor(Economics)
2002	Sungkyunkwan University, Ph.D(Economics)

PROFESSIONAL EXPERIENCE

1997~Present	Korea Maritime Institute
2013/06~Present	Private advisory committee for Trade, Ministry of Trade, Industry and Energy
2015/12~Present	Policy advisory for Fisheries and Fishing village, Ministry of Ocean and Fisheries
2015/12~Present	Board of directors, Korean Society of Fisheries and Aquatic Science
2016/02~Present	Policy research committee, Ministry of Ocean and Fisheries



패널

강 병 수

동우수산 대표

주요학력

1999/02	군산 제일고등학교 졸업
2003/02	한신대학교 신학과 졸업

주요경력

2003/07~2006/10	육군보병 중위 전역(인사과장)
2006/11~2009/02	㈜ 경안전선 품질보증 팀장
2009/04~현재	태국법인 DONGWOO CO., LTD. 설립
2011/03~현재	한국법인 에스시디디(주) 설립
2013/02~현재	태국법인 TMK (THAILAND) CO., LTD. 설립



Panelist

Byeong Soo KANG

President
Dongwoo Seaweed Trading & Snaak

EDUCATION

1999/02	Gunsan Jeli High-School, Graduate
2003/02	Hanshin University, Graduate

PROFESSIONAL EXPERIENCE

2003/07~2006/10	Military infantryman First lieutenant discharge
2006/11~2009/02	KYUNG-AN CABLE CO., LTD. QA Team-manager
2009/04~Present	DONGWOO CO., LTD. establishment
2011/03~Present	SCDD CO., LTD. establishment
2013/02~Present	TMK (THAILAND) CO., LTD. establishment



패널

김 문 영

대한무역투자진흥공사(KOTRA) 방콕무역관장

주요학력

1986	서울대학교 법학과 학사
1997	연세대학교 경영학과 석사
2005	미국 메사추세츠 브랜다이즈 대학 MBA

주요경력

2013/04~현재	대한무역투자진흥공사 방콕무역관 관장
2006/08~2010/06	대한무역투자진흥공사 뉴욕무역관



Panelist

Moon Young KIM

Director General
KOTRA, Bangkok

EDUCATION

1986	Seoul National University, Bachelor(Law)
1997	Yonsei University School of Business, Masters(Economics)
2005	Brandies University, Massachusetts, USA, MBA

PROFESSIONAL EXPERIENCE

2013/03~Present	Director General, KOTRA, Bangkok, Thailand
2006/08~2010/06	KOTRA, New York, USA



패널

박 영 석

수협중앙회 유통무역부장

주요학력

1982/03~1989/02	부경대학교 수산경영학과 학사

주요경력

2012/01~2013/12	조합자금부장
2014/01~2014/12	국방대학교 안보과정 이수
2015/01~2015/07	조합자금부장
2015/08~현재	유통영업부장



Panelist

Young Seok PARK

Head of Distribution and Trade
National Federation of Fisheries Cooperatives

EDUCATION

1982/03~1989/02	Department of Fisheries Business Management Pukyong National University, Bachelor

PROFESSIONAL EXPERIENCE

2012/01~2013/12	General Manager of Cooperative Financial Dept.
2014/01~2014/12	Complete National Security Course, Korea National Defense University
2015/01~2015/07	General Manager of Cooperative Financial Dept.
2015/08~Present	General Manager of Distribution Sales Dept.



패널

파니슈안 잠나른웨

태국냉동식품협회 명예고문

주요경력

- 태국냉동식품협회 명예고문
- 팍푸드식품 社 부장



Panelist

Panisuan Jamnarnwej

Honorary Advisor
Thai Frozen Foods Association

PROFESSIONAL EXPERIENCE

- Honorary Advisor and President Emeritus of the Thai Frozen Foods Association(TFFA)
- Managing Director of Pakfood Public Company Limited