

11-1543  
000-001  
853-01

발간등록번호  
11-1543000-001853-01

Export Promotion Technology  
Development Program R&D Report

삼계탕

수출연구사업단

기획지원

최종보고서

2017

농림축산식품부

# 삼계탕 수출연구사업단 기획지원

최종보고서

2017. 9. 12.

주관연구기관/사단법인 한국농식품미래연구원

농림축산식품부

# 제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 “삼계탕 수출연구사업단 기획지원”(개발기간 : 2017. 7. ~ 2017. 9.)과제의 최종보고서로 제출합니다.

2017 . 9 . 12 .

주관연구기관명 : 사단법인 한국농식품미래연구원 (인)

주관연구책임자 : 이 광 우

국가연구개발사업의 관리 등에 관한 규정 제18조에 따라 보고서 열람에 동의 합니다.

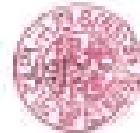
## 제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 “삼계탕 수출연구사업단 기획지원”(개발기간 : 2017. 7. - 2017. 9.)과제의 최종보고서로 제출합니다.

2017. 9. 12.

주관연구기관명 : 사단법인 한국농식품미래연구원



주관연구책임자 : 이 팔 우

국가연구개발사업의 관리 등에 관한 규정 제18조에 따라 보고서 열람에 동의 합니다.

## 보고서 요약서

과제고유번호	317056-01-1-SB010	해당단계 연구기간	2017.7.13 ~ 2017.9.12	단계구분	(해당단계)/ (총 단계)
연구사업명	단위사업	농식품기술개발사업			
	사업명	수출전략기술개발(수출연구사업단 기획과제)			
연구과제명	대과제명	(해당 없음)			
	세부과제명	삼계탕			
연구책임자	이광우	해당단계 참여 연구원 수	총: 5명 내부: 5명 외부: 0명	해당단계 연구개발비	정부: 20,000천원 민간:       천원 계: 20,000천원
		해당단계 참여 연구원 수	총: 5명 내부: 5명 외부: 0명	총 연구개발비	정부: 20,000천원 민간:       천원 계: 20,000천원
연구기관명 및 소속부서명	사단법인 한국농식품미래연구원 연구팀			참여기업명	
요약	<p>전통가공식품인 삼계탕 수출확대를 통해 국내산 닭고기 및 관련 부재료의 수요 창출과 수급안정을 위하여 사업 종료 시점의 수출 목표를 5천만불로 설정하고 이를 위한 삼계탕 기술 개발 및 수출 확대전략을 수립함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 수출침투율과 매력도 매트릭스를 활용한 수출 목표시장 선정 모델 개발</li> <li>◦ 주요 수출국에 대한 시장동향 조사결과를 통해 국가별 수출경쟁력 분석(수출대상국별 강약점 및 위협·기회요인 분석)</li> <li>◦ 전문가 인터뷰 및 간담회, 해외시장 조사 등 통해 수출확대 애로요인을 파악하고, 이를 해소하기 위한 11개 연구과제 설정</li> <li>- 수출 상품성 개선을 위한 8대 기술개발 연구과제 및 과제별 협동연구기관 선정(민간 참여기업 2개사 포함 8개 기관)</li> </ul>			<p>보고서 면수 229페이지</p>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>* 기존 연구결과 및 특허분석을 통해 중복 기술 배제</li> <li>- 수출 실행력 확보를 위한 수출확대전략 수립 등 마케팅 분야 3개 연구과제를 선정</li> <li>◦ 삼계탕수출 연구결과의 실효성 제고를 위해 정책과의 연계성을 강화</li> <li>- 농식품수출지원전담 기관인 aT와의 공동시장개척 활동 추진 방안 수립</li> <li>- 삼계탕 생산 기업이 회원사인 (사)한국육계협회와 수출연구사업 상호협력체계 구축을 위한 업무협정 체결</li> </ul>	
--	--

## < 국문 요약문 >

수출연구 사업단 최종목표	<p>○ (정성적) 산학연-생산자 단체와 협력체계를 구축하여 한국의 전통 식품인 삼계탕의 생산·유통·가공, 현지 수출까지 전 주기에 걸쳐 현장의 애로를 발굴하여 R&amp;D로 해결하고, 연구개발 결과가 수출까지 직접 연계되는 수출사업화 모델 구축.</p> <p>* 1단계(삼계탕 상세기획, 2개월) ⇒ 2단계(현장중심 연구, 2년) ⇒ 3단계(수출연계 연구, 3년) 추진</p> <p>○ (정량적) 삼계탕의 수출액 목표는 2단계 R&amp;D 단계인 2년 동안 2,828만 불, 3단계 수출연계 단계인 3년 동안 10,591만 불을 달성하는 것이며, 수출연구사업단의 연구기간 5년을 지난 후 2027년 1억불 달성.</p> <p>* 산학연 협동으로 개발된 성과물들을 삼계탕 수출 5천 만불 달성에 일차적으로 활용하고 사업 종료 후에도 수출관련 사업에 지속적으로 기여</p>
수출연구 사업단 연구내용	<p>○ 제 1핵심과제 : 삼계탕수출연구사업단 수출 마케팅 및 홍보(한국농식품미래연구원 이광우 대표) .</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제1-1세부(한국농식품미래연구원 이광우 대표) 삼계탕수출연구사업단 운영 및 평가.</li> <li>- 제1-2세부(한국농식품미래연구원 이광우 대표) 시장 정보분석 및 전략수립.</li> <li>- 제1-3세부(한국농식품미래연구원 이광우 대표) 수출판촉전 및 해외홍보.</li> </ul> <p>○ 제 2핵심과제 : 삼계탕 육질 및 가공기술 개발(강원대학교 축산식품과학과 이성기 교수).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제2-1협동(충북대학교 축산학과 최양일 교수, 조진호 교수) 고품질 삼계육 생산.</li> <li>- 제2-2협동(강원대학교 축산식품과학과 이성기 교수) 수출전략형 육질개선.</li> <li>- 제2-3협동((주)도야지식품) 삼계탕 육질개선 등.</li> </ul> <p>○ 제 3핵심과제 : 목표시장 전략형 수출상품 개발(한국식품연구원 최윤상 선임연구원).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제3-1협동(한국식품연구원 최윤상 선임연구원) 현지화 전략 상품개발.</li> <li>- 제3-2협동(선봉식품 고종국 대표) 현지화 전략 상품개발.</li> <li>- 제3-3협동(세계음식문화연구원 양향자 원장) 삼계탕 요리 레시피</li> </ul>

	<p>개발.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 제 4핵심과제 : 삼계탕 전용 포장기술 개발(연세대학교 패키징학과 이윤석 교수). <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제4-1협동(연세대학교 패키징학과 이윤석 교수) 포장재 품질개선.</li> <li>- 제4-2협동(연세대학교 패키징학과 이윤석 교수) 포장디자인 개선 및 안전성 평가 연구.</li> </ul> </li> <li>○ 제 5핵심과제 : 신규 검역협상 기준 표준화(건국대학교 축산식품생물공학과 김진만 교수). <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제5-1협동(건국대학교 축산식품생물공학과 김진만 교수) 수출위생 검역시스템 분석.</li> <li>- 제5-2협동(건국대학교 축산식품생물공학과 김진만 교수) 수출검역 협상 사절단.</li> </ul> </li> </ul>
<p>연구개발 성과</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 기술적 측면 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 동물 복지형 Feeding program에 따른 White semi(백세미), Broiler(육계)육의 Performance 및 Meat quality 비교 연구.</li> <li>- 동물 복지형 Feeding program에 따른 White semi(백세미), Broiler(육계)육의 경제적 사육 일수 및 Meat quality 비교 연구.</li> <li>- 레토르트 삼계탕이 냉동삼계탕과 견줄만큼의 맛과 품질 유지 기술.</li> <li>- 뼈 없는 삼계탕 개발 기술을 통한 외국인들의 뼈를 바르는 불편함을 해소하되, 형태를 그대로 유지하여 삼계탕의 정체성 확보.</li> <li>- 삼계탕 육수의 염도조절 기술 개발, 전통소재를 활용한 삼계탕 품질 향상 기술 개발.</li> <li>- 레토르트 필름의 가스 차단 개선, 전자레인지 적용 레토르트 용기 개발.</li> <li>- 안전성, 편의성, 기능성 추구 용기형 삼계탕 개발.</li> <li>- 삼계탕 포장 디자인, 수출용 최적 포장 표준화 모델 제시.</li> <li>- 국내산 삼계탕 캐나다 수출을 위한 전략적 검역·위생관리체계 도출. 및 서면심사 및 국내 현장실사 대비 주요 맞춤형 대응전략 제시.</li> </ul> </li> <li>○ 경제·산업적 측면 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 본 사업의 기술개발을 통해 현장애로를 해결하고, 삼계탕 가공·포장업의 한계를 극복하여, 관련 축산 및 축산물의 발전을 기대.</li> <li>- 삼계탕은 닭고기 외 찹쌀, 대추, 마늘, 밤, 황기, 인삼 등 한국의 전통 식재료가 모두 포함되어 부가가치가 높아 농업 산업의 안정화에</li> </ul> </li> </ul>

	<p>기여.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국산 삼계탕 캐나다 수출을 위한 서면심사 및 국내 현장실사 대비 양국 간 이해도 증진.</li> <li>- 현재 삼계탕 몇몇 국가로 한정된 수출을 하고 있으나 향후 다양한 삼계탕 개발과 신규 검역협상 기준 표준화를 통해 수출 품목과 국가의 다변화 필요.</li> </ul> <p><b>○ 사회·문화적 측면</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 국가별 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 삼계탕 제품의 개발로 소비자 만족도를 향상.</li> <li>- 사업의 비안정성과 영세성으로 어려움을 겪고 있는 농식품 산업 관련 지역발전과 고용안정 등 농·축산업 생활 안정에 기여 촉진.</li> <li>- 한국산 삼계탕이 캐나다 수출을 위한 연차별 상품개발 전략 수립 및 위생 및 검역시스템 분석을 통한 새로운 수출 확대 기회 확보</li> <li>- 연구결과의 공인화(논문투고, 특허등록)에 의한 기술의 보급으로 삼계탕산업에 대한 현장애로 해소와 수출의 기여가 크게 향상될 것으로 예상.</li> </ul>
<p>활용계획 및 기대효과 (수출방안)</p>	<p>본 사업단의 결과물은 문서로만 남는 ‘기술 개발’에 끝나는 것이 아니라, ‘직접 수출’까지 연계 될 수 있도록 노력을 기하했음.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>○ 관련 업체와의 협력</b> : 사)한국육계협회, aT한국농수산물유통공사 삼계탕수출협의회, 선봉식품, 도야지식품 등 협력으로 연구성과 극대화.</li> <li><b>○ 성과 확산</b> : 매년 운영평가회 및 자문위원회 초청 진행과정 보고, 연구결과물 및 보도자료 배포, 전문가 및 수출업체 대상 초청 결과 보고회 개최를 통한 성과확산.</li> <li><b>○ 컨설팅 및 기술이전</b> : 삼계탕을 수출하고자하는 업체, 포장 및 부자재 제조업체를 대상으로 기술컨설팅과 기술이전을 지원하였으며, 이를 통해 기술·수출 전문가를 양성.</li> <li><b>○ 검역 협상 기초자료 제공</b> : 신규국가 검역·위생관리, 조류독감 발생 시 열처리 가공식품까지 수출 제한, 인삼의 보건식품 분류로 검역 조건 강화 등 한국정부의 수출검역, 위생조건의 기초자료로 활용.</li> </ul>



	<p>○ <b>수출 마케팅</b> : 삼계탕의 거시환경 분석 및 시장조사, 삼계탕 및 유사제품 타깃 국가 설정(수출침투율 및 수출매력도 지수 활용), 전문가 인터뷰, 현지소비자 설문조사, Shop Visit 조사, 국가별 마케팅 방안 도출, 장기적 판매목표 수립, 장기적 로드맵 수립.</p> <p>○ <b>홍보 활동</b> : 해외 판촉전, SNS 마케팅 채널, E-BOOK용·스마트폰용 카다로그, 홍보동영상, 현지 외식기업 대상 삼계탕 메뉴 런칭, 오피니언리더 대상 한국산 삼계탕 제품 및 신메뉴 런칭 사업경과보고 등을 통한 B2B 및 B2C 수출 기대.</p>				
중심어 (5개 이내)	삼계탕 현지화	육질	포장기술	수출	마케팅 전략

## 〈 Summary 〉

Purpose	<p>○ (Qualitative)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- establishing a cooperative system, Export Research Institute, with nine organizations in the fields of agricultural industry, agricultural production, education, and laboratory to find out the difficulties in production, distribution, processing and the local exports of Samgyetang, the famous food in Korea, and resolve them through R &amp; D.</li> <li>- establishment of export commercialization model in which R &amp; D results are directly linked to.</li> </ul> <p>* Phase 1(Samgyetang detailed plan, 2 months) ⇒ Phase 2(field-based research, 2 years) ⇒ Phase 3 (linked research on export 3 years)</p> <p>○ (Quantitative) (Samgyetang's export target is to)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- achieve 27.54 million USD in 2-year of R&amp;D stage</li> <li>- achieve 98.66 million USD in 3-year of export stage</li> <li>- achieve 100 million USD by 2027, after 5years of the export stage</li> </ul> <p>* We will utilize the products developed in Export Research Institute to achieve 50 million USD, and continue to contribute to the export-related business</p>
Contents	<p>○ The first key task : Export marketing and promotion(한국농식품미래연구원 이광우 대표).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1-1 : Operation and evaluation of Samgyetang export research group(한국농식품미래연구원 이광우 대표).</li> <li>- 1-2 : Analyzing market information and establishing strategies(한국농식품미래연구원 이광우 대표).</li> <li>- 1-3 : Promotions for export and overseas promotion(한국농식품미래연구원 이광우 대표).</li> </ul> <p>○ The second key task : Samgyetang meat quality and processing technology development(강원대학교 축산식품과학과</p>

	<p>이성기 교수).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2-1 : High quality Samgye meat production(충북대학교 축산학과 최양일 교수, 조진호 교수).</li> <li>- 2-2 : Improvement of meat quality for strategic export(강원대학교 축산식품과학과 이성기 교수).</li> <li>- 2-3 : Samgyetang meat quality((주)도야지식품 도학수 대표).</li> </ul> <p>○ The third key task : development of export target products (한국식품연구원 최윤상 선임연구원).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3-1 : Product development for localization(한국식품연구원 최윤상 선임연구원).</li> <li>- 3-2 : Product development for localization((주)선봉식품 고중국 대표).</li> <li>- 3-3 : Samgyetang cooking recipe development(세계음식문화연구원 양향자 원장).</li> </ul> <p>○ The fourth key task : Delegation of packaging technology for exclusively Samgyetang(연세대학교 패키징학과 이윤석 교수).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 4-1 : Improvement of packaging quality(연세대학교 패키징학과 이윤석 교수).</li> <li>- 4-2 : Improvement of packaging design and study of safety evaluation study(연세대학교 패키징학과 이윤석 교수).</li> </ul> <p>○ The Fifth key task: standardization of new quarantine negotiation standard(건국대학교 축산식품생물공학과 김진만 교수).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 5-1 : Analysis of export hygiene quarantine system(건국대학교 축산식품생물공학과 김진만 교수).</li> <li>- 5-2 : Delegation for export quarantine negotiation(건국대학교 축산식품생물공학과 김진만 교수).</li> </ul>
Development results	<p>○ Technical part</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comparison of the performance and meat quality between the White-Semi and the Broiler, according to the animal welfare feeding program.</li> </ul>

- A comparative study of the meat quality and the economic breeding days of the White-Semi and the Broiler by animal welfare feeding program.
- Retort Samgyetang preserves taste and quality comparable to frozen Samgyetang.
- Resolve the inconvenience of picking out chicken bones for foreigners by developing bone-free Samgyetang technology, but retain the identity of Samgyetang.
- Samgyetang salinity control technology development, development of Samgyetang quality improvement technology using traditional materials.
- Improved gas barrier for retort films, and developed retort containers for microwave ovens.
- Development of safe, convenient, and functional container for Samgyetang.
- Optimal Samgyetang packaging design and idealistic packaging for the export.
- Strategic quarantine and hygiene management system for exporting Korean Samgyetang to Canada by providing customized response strategy for written examination and domestic field inspection.

**○ Economic and Industrial part**

- Through the technological development of this project, we will resolve the difficulties in the field and overcome the limitation in the Samgyetang processing and packaging industry. Furthermore, we expect the development of the related other livestock and livestock products.
- Samgyetang highly contributes to the stabilization of agricultural industry by containing numerous Korean traditional ingredients such as chicken, glutinous rice, jujube, garlic, chestnut, hwanggi, and ginseng.
- Promoting understanding between the two countries for

	<p>written examination and preparation of domestic on-site inspections for export of Korean Samgyetang to Canada.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Currently, Samgyetang has limited number of countries to export. However, diversification of export items and countries will be established through various Samgyetang developments and standardization of the new quarantine negotiation standards.</li> </ul> <p><b>○ Social and cultural part</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Improvement of customer satisfaction through development of Samgyetang product to meet various consumers' needs.</li> <li>- Contribute to stabilize small unstable agricultural businesses by developing agricultural and livestock industry and increasing the hiring rate.</li> <li>- Establish product development strategy for annual export of Samgyetang from Korea, and analyze sanitation and quarantine system.</li> <li>- It is expected that the dissemination of technology through the publicization of the research result(contribution of thesis and patent registration) will greatly improve the contribution of export to the Samgyetang industry.</li> </ul>
<p>Expected Contribution</p>	<p>We will make efforts to link the results of this project to <b>'direct export'</b> rather than ending 'technology development' which is only documented.</p> <p><b>○ Cooperation with related companies</b> : 사)한국육계협회, aT한국농수산식품유통공사 삼계탕수출협의회, (주)선봉식품, (주)도야지식품 etc. Maximize research performance through cooperation.</p> <p><b>○ Result diffusion</b> : Annually announcing the evaluation committee and advisory committee invitation process, distributing research results and press release, holding a report on the results of invitations to experts and exporters.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Consulting and technology transfer</b> : We will support technology consulting and technology transfer to companies that want to export Samgyetang, packaging and subsidiary material manufacturers.</li> <li>○ <b>Providing basic data on quarantine negotiation</b> : Providing basic data on quarantine and hygiene conditions of Korean government such as new national quarantine and hygiene management, restriction of export to heat-treated processed foods in case of AI, and strengthening of quarantine conditions by classification of health food of ginseng.</li> <li>○ <b>Export marketing</b> : Samgyetang's macro economic analysis and market research, Samgyetang and similar product target country setting(export passes rate and export attraction index), expert interviews, local consumer surveys, Shop Visit surveys, country marketing plan, Establish long-term sales targets and establish long-term roadmap.</li> <li>○ <b>Promotion Activities</b> : B2B and B2C exports expected through overseas sales promotion, SNS marketing channel, e-book catalog, catalog for smartphone, promotional video, launch of Samgye tang menu for local eateries, Opinion leader target Samgyetang products and new menu launching report.</li> </ul>				
Keywords	Samgyetang Localization	Meat quality	Packaging technology	Export	Marketing Strategy


## 〈 목 차 〉

1. 해당품목 사업단 연구 목표 .....	15
2. 해당품목 국내외 수출 및 기술 현황(사전조사 분석) .....	20
3. 해당품목 기존시장 및 신규시장 확대방안 .....	94
4. 해당품목 수출 및 기술개발 전략 .....	98
5. 해당품목 사업단 수출 및 기술개발 목표, 전략 .....	134
6. 연구결과 활용계획 .....	136
7. 연구과정에서 수집한 수출시장 현황 및 수출기술 정보 .....	139
8. 연구개발결과의 보안등급 .....	198
9. 국가과학기술종합정보시스템에 등록된 연구시설·장비 현황 .....	198
10. 연구개발과제 수행에 따른 연구실 등의 안전조치 이행실적 .....	202
11. 연구개발과제의 대표적 연구실적 .....	210
12. 기타사항 .....	216
13. 참고문헌 .....	216

# 1장. 해당품목 사업단 연구목표

코드번호	D-03
------	------

## 1절. 사업단 추진 필요성 및 배경

 <p><b>필요성</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 삼계탕은 한국의 보양음식으로 김치, 불고기, 비빔밥과 더불어 외국인이 선호하는 음식             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 외국인이 생각하는 대표적인 보양음식으로 69% 응답(보신탕 15%, 장어구이 9% 등)</li> </ul> </li> <li>&gt; 삼계탕은 복합식품으로 부가가치가 높음             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 닭고기 외 찹쌀, 대추, 마늘, 밤, 인삼 등</li> </ul> </li> <li>&gt; 삼계탕은 외국소비자에게 즉석식품으로 판매가 용이             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 냉동 약 1년, 레토르트 18개월 이상 유통가능</li> </ul> </li> </ul>	 <p><b>목적</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 삼계탕은 육가공제품 중 한국의 유일한 전통식품으로서 완제품으로 세계화 가능한 수출경쟁력이 높음</li> <li>&gt; 품종연구, 품질개선, 다양한 가공품 개발, 포장개선, 해동시간 단축, 마케팅 방안 미비 등의 애로사항을 극복하여 수출 증대</li> <li>&gt; 연구개발결과가 수출까지 직접 연계되는 수출사업화 모델 구축 필요</li> </ul>
--	--

### 1. 삼계탕 음식 특징

- 삼계탕은 한국의 여름철 보양 전통음식으로 김치, 불고기, 비빔밥과 더불어 외국인이 선호하는 음식 중 하나이며, 특히 삼계탕의 경우 외국인이 생각하는 대표적인 보양음식 (69% 응답)임
  - \* 전 세계적으로 닭을 단백질 공급원으로 인식하고 대부분 선호
- 또한 삼계탕은 닭고기 외 찹쌀, 대추, 마늘, 밤, 황기, 인삼 등 한국의 전통 식재료가 모두 포함되는 복합식품으로 한국산 원재료 사용 시 부가가치가 높아 수출효과도 높은 품목이며, 인삼 등 부산물에 대한 수출수요에도 긍정적인 영향을 미침
  - 인삼재배농가, 육계농가 등과 연계되어 있는 삼계탕 수출은 우리나라 농식품 산업과 한식의 위상을 높일 수 있는 중요한 품목임
- 포장방식은 냉동 삼계탕, 레토르트 삼계탕 등 다양하게 개발되어 외국 소비자들에게 즉석 식품으로서도 판매가 용이한 식품임
  - \* 냉동 삼계탕은 냉동 상태에서 약 1년, 레토르트 삼계탕은 상온에서 18개월 이상 유통이 가능함
- 미국 내 LA와 뉴욕에서 한국인이 아닌 성인 여성 각각 50명씩 총 100명을 대상으로 삼계탕 레토르트 제품을 데워서 시식 후 설문조사를 한 결과, 응답자의 23%가 삼계탕을 구매한 경험이 있었으며, 5점 척도 중 색(3.71점), 향(3.74점), 짠맛(3.25점), 기름짐(3.34점), 식



감(3.57점)으로 평가하였으며, 삼계탕의 강점으로는 맛과 영양을, 단점으로는 가격과 접근성으로 나타나 유통망 확장 및 가격 경쟁력 제고 시 수출확대의 가능성을 보여주었음 (2016, 한국농식품미래연구원)

## 2. 수출동향

- 주력 수출시장은 1990년대까지 일본이었으나, 미국 및 중국과 FTA가 체결되면서 수출에 대한 규제가 풀려 미국과 중국으로도 본격적인 삼계탕 수출이 이루어지고 있음
  - 닭고기의 경우 대부분 자국산 육류보호를 위해 수입에 대한 규제가 심한 편으로 육류는 물론 육가공품의 수출에 대한 규제도 높은 편임
  - 미국과 중국도 육류수출은 제한되어 있으나 삼계탕은 가공식품으로 수출허가를 받았음
- 2014년 7월, 10년을 준비한 끝에 미국 시장에 하림 삼계탕을 국내 최초로 수출하게 되었는데 이는 아시아 최초로 축산물을 미국 시장에 수출한 것임
  - 미국으로의 삼계탕 수출물량은 2014년 120만 달러였으며 2015년에는 전년대비 약 180% 증가한 338만 달러로 2016년에는 전 세계 수출실적 중 약 25%를 차지하였음

[미국 수출 현황]

국가	2014년		2015년		2016년		수출 비중
	중량(kg)	금액(US\$)	중량(kg)	금액(US\$)	중량(kg)	금액(US\$)	
전세계	1,718,299	7,497,077	2,195,697	9,849,385	2,559,237	11,287,494	100
미국	201,570	1,204,958	569,657	3,378,447	487,142	2,849,354	25.2

출처 : Kati(농수산물수출지원정보)

- 2016년에는 13억 인구의 거대시장인 중국에도 삼계탕을 수출하게 되어, 2016년 중국으로의 삼계탕 수출 실적은 189톤, 85만 달러로 전체 삼계탕 수출실적 중 약 7.5%를 차지하였으며, 이후 대만, 홍콩 등으로도 수출이 확대되었음

## 3. 연구의 필요성

- 현재 조류인플루엔자(AI) 및 사드배치 결정에 따른 한한령(限韓令)으로 중국으로의 삼계탕 수출이 사실상 중단된 상태임
  - 특히 AI의 경우 지난 2015년, 양국 정부의 삼계탕 수출 검역 조건 협의 당시 중국은 한국산 삼계탕 수입을 허용하되 10km이내 ‘질병 비발생’ 조건을 달았음
  - 삼계탕은 가열가공식품으로 AI 관련 식품안전에 이상이 없지만 수출의 제약요인으로 작용하고 있음
- 삼계탕이 육가공식품 중 한국의 유일한 전통식품이고 완제품으로 세계화할 수 있는 품목이라는 점을 감안했을 때 현재 삼계탕 수출 현황은 회복되어야 하고 수출 확대를 위

한 연구가 필요함

- 따라서 삼계탕의 생산부터 수출까지 전 과정에서의 애로사항을 파악하고 이를 개선하기 위한 기술개발 등을 발굴하기 위해 본 수출사업단의 연구개발사업이 매우 절실함
  - 본 수출사업단의 연구개발사업을 통해 맛·육질, 포장, 품질, 영양, 판매·유통, 가격, 검역 등과 관련된 애로사항을 조사하는 것이 필요함
  - 아울러 각 국가별 소비자 선호도에 맞는 신제품 개발을 위해 해동시간 단축, 빠없는 삼계탕 기술 등 맞춤형 기술개발 수요 발굴 노력이 필요함
  - 이를 통해 대내적으로는 삼계탕 산업 활성화 및 수출 확대를 도모하고 대외적으로는 한국의 전통식품을 알려 한국 식품에 대한 인지도 제고 및 국가 홍보 효과를 기대할 수 있음
- 주관연구기관은 2015년 FTA체결국 심층조사 호주, 캐나다, 베트남, 싱가포르 용역, 2016년 FTA 체결국 심층조사 미국, 멕시코, 필리핀, 2016년 검역타결품목 심층조사 홍콩(소고기), 말레이시아(유제품), 2017년 신흥국가(인도, 브라질, 카자흐스탄, 이탈리아, 남아프리카 공화국) 수출 심층조사를 수행함으로써 수출사업에 대한 이해도가 매우 높음
- 2016년 닭고기산업발전 방안연구를 통한 삼계탕에 대한 선행연구 과정과 축산물 HACCP 우수작업장 운용 평가, 우수후계농업경영인 선정평가사업 등을 수행한 바 있어 본 사업 수행의 이해도가 높으며 역량을 가지고 있다고 판단함

## 2절. 사업단 최종 목표

### 1. 연구목표 수립

- 생산부터 유통·가공, 현지 수출까지 전 주기에 걸쳐 현장의 애로를 발굴하여 R&D로 해결하고자 함
- 아울러 이러한 연구개발 결과가 실질적인 수출까지 직접 연계될 수 있는 수출사업화 모델도 구축하고자 함
- 이를 위해 구체적으로 기술수준 및 시장동향 등을 조사·분석하고 생산자 단체·수출업체 등 전문가 및 소비자 의견을 수렴하여 현장 기술 수요를 발굴하고 이에 대한 과학적인 해결방안을 제시하고자 함
- (시장조사) 해외 대형유통업체 및 한인마트에서 판매되고 있는 삼계탕 및 삼계탕 유사제품 사진, 가격정보, 원산지, 제조사, 규격(용량), 특징 등을 조사하여 해외 삼계탕 시장의 현황을 파악하고자 함
- (특허조사) 특허 전문업체를 통해 현재 삼계탕 관련 기술수준이 어느 수준에 도달해 있는지 현 상황을 파악하고 현재 기술개발이 필요한 부분 및 향후 기술개발의 전망을 보고자 함
- (생산자 인터뷰) 생산자 단체 등과의 인터뷰를 통해 삼계탕 생산의 현황 및 생산 과정 상의 개선 필요사항을 조사하고자 함

- (전문가 인터뷰) 삼계탕 수입업체, 한국식품 판매점, 해외 대형유통업체를 대상으로 수입통관·검역·유통·마케팅·용량·가격·맛 등과 관련된 애로사항 및 개선사항을 조사하고자 함
- (소비자 조사) 한국인, 중국인 등의 아시아인과 현지 소비자를 대상으로 삼계탕의 맛·포장·가격·영양 등과 관련된 애로사항 및 개선사항을 조사하고자 함
- (학계 인터뷰) 국내외 조사를 통해 도출한 현장 애로사항 등을 해결하기 위한 과학적 기술개발을 위해 관련 학계로부터의 자문을 받아 기술을 도출하고자 함
- (상품화기술개발) 도출된 기술개발 필요 분야에 대한 산·학·연 협동연구를 통해 해외시장 공략을 위한 최적화된 상품성을 확보함
- (수출전략 설정) 삼계탕 수출시장 확대를 위한 마케팅 전략 방향설정 등을 마련하고자 함

## 2. 수출목표 수립

- 최근 10년 내 삼계탕 수출 실적을 살펴보면 2011년까지는 급속하게 증가하였으나 2012년에는 일본의 엔저현상 및 한·일 관계 악화로 인해 일본으로의 수출이 감소하면서 삼계탕 수출실적이 2014년까지 계속해서 하락하고 있음
- 본 사업단에서 개발된 제품을 통한 수출 활성화를 고려하여 5년간의 연구 기간동안 삼계탕 전체 수출 목표를 약 총 5,000만 달러로 설정하고, 연구 기간 이후 5년 내에 최종적으로 1억 달러를 달성할 것을 목표로 함
  - 일본, 미국, 중국 각각의 연도별 수출목표를 설정하고 국가별 수출전략을 도출함
  - 일본의 경우 성숙시장으로 초기 3년간은 수출액 증가율이 크지 않지만 기술개발 및 마케팅 활동 강화 시 약 50% 가까이 성장할 것으로 보임
  - 미국은 수출이 꾸준히 증가하고 있는 시장으로 기술개발 및 마케팅 활동 강화 시 수출액 증가율이 향후에도 약 50%로 지속될 것으로 보임
  - 중국은 현재 AI사태로 인해 수출이 중단된 상태이지만 2018년 재개될 예정임을 감안할 때 기술개발 및 마케팅 활동 강화 시 향후 80% 이상의 높은 신장세가 전망됨
  - 기타 국가는 신흥국가에 대한 시장개척을 중점적으로 추진하는 경우 마케팅 기간 중 약 40%가 성장할 것으로 예상됨

[ 최종 사업단 목표(연도별 수출액) ]

구분	2018년		2019년		2020년		2021년		2022년		
	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	
국내	일본	456만	10%	524만	15%	682만	30%	1,023만	50%	1,534만	50%
	미국	314만	10%	376만	20%	564만	50%	846만	50%	1,270만	50%
	중국	94만	10%	150만	60%	269만	80%	485만	80%	872만	80%
	기타	416만	10%	499만	20%	699만	40%	978만	40%	1,369만	40%
	전체	1,279만		1,549만		2,214만		3,332만		5,045만	

### 3. 타당성 확보방안

- 현재 삼계탕은 대체로 외국에 거주하는 한인 또는 아시아인 소비자를 주 타깃으로 하여 수출하고 있는데, 현지 소비자들의 선호를 반영하는 제품개발 및 마케팅을 통해 아시아인 소비자뿐만 아니라 현지 소비자를 포함하는 수출시장 확대가 가능할 것으로 보임
- 또한 삼계탕이 K-Food의 선두주자로 떠오르고 있으며, 특히 인삼, 마늘, 대추 등이 건강에 좋다는 인식이 강하여 한국의 전통 보양식으로서 수출확대 가능성이 높음
- 일본의 경우 엔저현상, 한·일 관계 악화 등으로 삼계탕 수출이 감소하고 있지만 일본인이 선호하는 삼계탕 제품을 개발함으로써 2011년 최고 수출실적을 기록하였던 때와 같이 수출을 확대할 수 있을 것으로 보임
  - \* 일본인 선호 삼계탕(안) : 곤약, 연근, 마를 넣어 소화와 정상작용을 돕는 채소삼계탕, 카레가루, 메조, 강황가루를 넣어 개발한 뇌 건강에 좋은 카레삼계탕, 녹두, 녹차를 넣어 피부미용과 노화방지를 돕는 초록색 삼계탕
- 중국 역시 FTA체결로 수출여건이 좋아졌으나 최근 AI발생, 사드 문제로 수출이 저조한 추세를 보이고 있는데 중국의 경우 닭스프를 선호하며 약재를 쓴 음식이 많은 문화로 한국인 삼에 관심이 높기 때문에 차별화된 제품을 통해 수출시장을 회복할 수 있을 것으로 보임
  - \* 중국인 선호 삼계탕(안) : 쥐눈이콩, 검정깨, 흑미를 넣어 신장의 활동을 도와 젊음을 유지시켜주는 검정색 삼계탕, 목이버섯, 생표고버섯, 새송이버섯을 넣어 콜레스테롤 흡착을 막아 성인병 예방에 좋은 삼계탕
- 미국은 한국 교민뿐만 아니라 아시아계(약 14백만 명)까지 공략에 성공할 경우 축산업계에 상당한 경제적 파급효과가 있을 것으로 보이며, 현지인들의 선호를 반영한 제품도 수출한다면 미국시장으로의 지속적인 수출확대가 가능할 것으로 보임
  - \* 미국인 선호 삼계탕(안) : 선호하는 견과류를 넣어 성인병 예방에 좋은 너트 삼계탕
- 동남아 시장은 화교가 많이 거주하고 있어 동남아 시장 개척에 적합하며, 중국인 이민자가 늘어나고 있는 호주, 캐나다 시장으로의 시장 확대도 가능할 것으로 보임

## 2장. 해당품목 국내외 수출 및 기술 현황

코드번호

D-04

### 1절. 해당 품목 수출현황 및 국내 산업여건 분석

- 2016년 기준 삼계탕의 수출은 2,559톤, 1,128만 달러이며 국가별로는 일본, 미국, 대만, 홍콩, 중국을 중심으로 이루어지고 있음
- 그 중 일본에 대한 수출이 2011년 1,224만 달러로 2011년 수출액 1,466만 달러 중 약 70% 이상의 높은 비중을 차지했었음
  - 그러나 지속적인 엔저상황과 한·일 관계 냉각으로 인해 이후 3년간 하락세가 지속되어 2014년에는 수출량이 절반으로까지 떨어졌음
  - 아울러 일본에 진출한 한국기업들이 과당경쟁 속 살아남기 위해 저가전략을 펼치고 일본의 대형유통업체들의 횡포가 심해짐에 따라 경쟁력이 낮은 한국기업들의 수출이 감소하게 되었음
- 중국수출의 경우 지난 2006년부터 추진해 왔으며 후속 검역·위생 문제의 경우 2012년 인삼에 대해 보건식품 적용은 해제되고 인삼함유량이 3g이하로 엄격히 제한되고 있지만 2016년 6월 실질적인 수출을 개시할 수 있게 되었음
  - 정부는 민관 협업을 바탕으로 삼계탕 중국 수출 검역 지침서를 마련해 중국 검증 업무를 표준화하고 업계가 수출 안내서로 활용할 수 있도록 하며, 수출 작업장에 대한 검역·위생 관리 지도·감독 등 안정적 수출 지원을 위한 활동도 지속적으로 추진할 계획임
- 현재 하림 삼계탕의 경우 미국과 중국 수출에 이어 EU시장에도 진출하기 위해 2016년 5월 EU수출을 위한 설명회를 시작으로 현재 EU FVO(식품수의사무국)의 본 심사 과정인 수출 작업장 지정 절차에 들어갔음
  - K-푸드의 세계화에 앞장서고 있는 하림은 1995년 처음 일본으로 수출한데 이어 2014년 미국, 2016년 중국시장을 진출하는 등 현재 7개국에 수출하고 있으며 2016년 559톤, 321만 달러 상당의 삼계탕을 수출했음
  - 한편 하림은 EU시장 외에도 러시아, 몽골, 대만, 캐나다 삼계탕 시장 다변화에 대한 목표를 세우고 있음
- 이와 같이 그동안 삼계탕 수출은 주로 일본, 대만, 홍콩 등 아시아국가에 편중되어 왔으며 수출물량과 금액 역시 감소추세를 보이고 있어 아시아 국가 외에서 수요를 발굴하여 수출시장을 다변화할 필요 있음

[삼계탕(1602.32.1010기준) 국가별 수출 현황]

국가	2008년		2010년		2012년	
	중량(kg)	금액(US\$)	중량(kg)	금액(US\$)	중량(kg)	금액(US\$)
전세계	1,111,370	4,712,313	1,857,800	8,683,738	2,508,383	12,601,479
일본	666,486	3,129,580	1,333,600	6,820,380	1,984,448	10,479,668
미국	50	2,624	60	1,144	0	0
대만	341,850	1,193,298	394,044	1,373,193	292,950	1,200,855
홍콩	83,733	292,348	93,249	311,336	156,690	581,139
중국	1,320	3,960	0	0	0	0
싱가포르	1,056	6,999	8,064	43,647	32,471	160,170
호주	12,048	62,936	11,390	50,096	17,176	80,923
베트남	0	0	6,912	37,716	2,628	15,487

국가	2014년		2016년		수출 비중
	중량(kg)	금액(US\$)	중량(kg)	금액(US\$)	
전세계	1,718,299	7,497,077	2,559,237	11,287,494	100
일본	837,034	3,557,335	883,374	3,800,555	33.7
미국	201,570	1,204,958	487,142	2,849,354	25.2
대만	268,640	1,065,193	475,159	1,830,551	16.2
홍콩	275,294	997,796	319,189	1,135,417	10.1
중국	1,599	73,887	189,632	847,536	7.5
싱가포르	55,920	287,800	75,576	371,854	3.3
호주	45,339	170,562	41,268	196,782	1.7
베트남	2,562	8,902	27,240	66,267	0.6

## 2절. 해당 품목의 현지 목표시장 선정

- 현재 삼계탕이 수출되고 있는 시장은 동남아시아, 북아메리카 등으로 구체적으로 일본, 미국, 대만, 홍콩, 중국, 싱가포르, 호주, 베트남 등임
  - EU의 경우 현재 수출을 위한 사전준비 중에 있음

구분	동남아시아	유럽	북아메리카
국가	일본, 중국, 대만, 싱가포르, 베트남	EU	미국, 캐나다

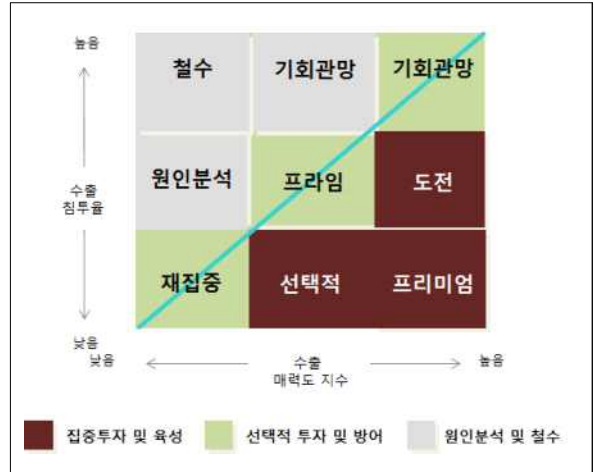
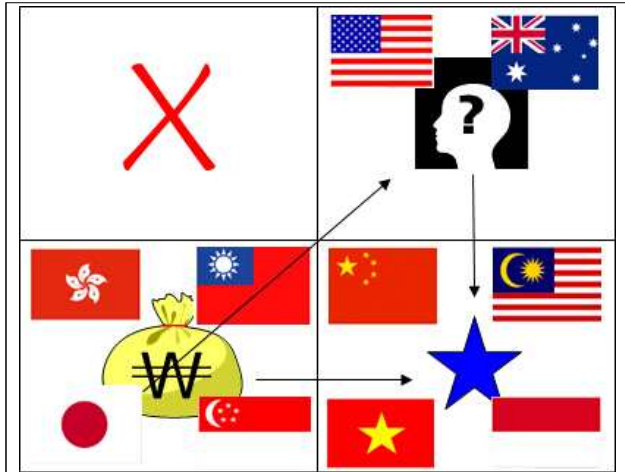
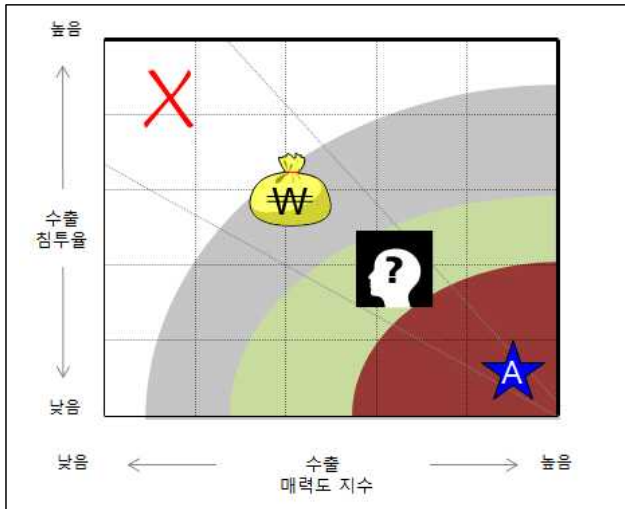
- 이러한 삼계탕 수출국가 중 일본은 과거부터 가장 많은 양의 삼계탕을 수출하고 있으며 과거에 1,200만 달러를 수출한 만큼 향후에도 수출확대 잠재력이 매우 높은 국가임
  - 특히 일본의 현재 소비 트렌드 및 가격경쟁력을 확보할 수 있다면 현재 감소된 수출액을 회복할 수 있을 것이며 전체 삼계탕 수출에도 중요한 역할을 할 수 있음
  - 때문에 일본 현지에 방문하여 일본 삼계탕 시장 및 일본 소비자들의 선호도를 파악한다면 향후 일본 맞춤형 수출 전략을 마련하는데 중요할 것으로 판단함
- 아울러 중국의 경우 현재 AI 및 사드문제로 인해 수출이 거의 중단된 상태인데 원래 중국 소비자들도 한국문화에 대해 거부감이 없으며 삼계탕에 대한 수요가 높은 편이기 때문에 향후 중국 수출시장의 검역 및 사드문제를 해결할 수 있는 방안을 마련한다면 수출

시장을 다시 회복할 수 있음

- 이에 따라 중국 현지시장을 방문하여 현재 삼계탕 시장 동향을 파악하고 중국 소비자들의 선호도 및 검역, 사드문제를 해결할 수 있는 방안을 찾는 것이 중요할 것임

○ (목표시장 국가) 수출 침투율과 수출 매력도 지수를 개발하여, 삼계탕 수출 가능한 전 국가를 대상으로 분석하여 기존, 신흥, 잠재, 활달 전초시장을 구분하고, 최우선 공략대상 시장과 차우선 공략대상 시장을 구분한다.

- 동 분석은 BCG(Boston Consulting Group) Matrix를 삼계탕 시장분석에 맞게 변형하여 구성



\* 상기는 예시이며, 본 사업단 착수 시 전문가의 의견 수렴 후 최종 타깃목표 선정 평가지표를 개발할 예정임

지표 국가	시장규모	소득수준	수출장벽	우리 농식품 수출량 및 삼계탕 수출량 (증가율)	검역협상 진행 단계	삼계탕 식문화 유사 정도	기획 요소
일본	10	10	8	7	10	8	8
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2016년 일본 내 조리된 닭 시장규모는 281,900천 달러이며 ready meal의 시장규모는 14,053,000천 달러임</li> <li>*Ready Meal(레디밀): 간편하게 사먹을 수 있는 준비된 식사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GDP 약 4조8,412억 달러 세계 3위로 높은 수준</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 對일본 한국산 삼계탕 수출은 2011년 이후 엔화 약세 및 한류 침체 등에 따라 지속적으로 감소</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본에 대한 수출이 2011년 1,224만 달러로 2011년 수출액 1,466만 달러 중 약 70% 이상의 높은 비중을 차지</li> <li>- 2011년 수출량이 최대치를 기록했으나, 2016년에는 380만불 수준으로 감소</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 삼계탕 수출 가능</li> <li>- HS CODE 1602.32.290(기타의 것) 품목은 WTO 협정세율이 적용되어 6%의 세율이 부과되고 있으며, 사전 보고 및 적하정보를 제출하고 수입신고해야 함</li> <li>* 한국의 삼계탕 HS CODE 1602.32.1010</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본인은 닭고기 육수 맛을 선호하는 경향이 있고 뼈가 붙어있는 음식에 대한 선호가 낮으므로 이러한 선호를 반영할 수 있는 차별화된 제품 개발이 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본 소비자들의 편의점 이용률이 높고 그 매출 규모가 하이퍼마켓·슈퍼마켓과 더불어 증가세이며 다량의 레토르트 식품을 판매하는 채널이므로 간편 조리식인 삼계탕 제품 진출이 가능한 경로로 판단됨</li> </ul>



## 1. 시장 구분

- (기존시장) 삼계탕 수출량이 높은 시장 : 기존 삼계탕 수출이 이루어지기 때문에 수출량의 대폭 확대를 기대하기는 어려우나 지속적인 수출을 위한 기존 제품과의 차별화 및 마케팅 추진 필요
  - ⇒ 일본, 대만, 홍콩
- (신흥시장) 삼계탕 수출확대가 유망한 시장으로 집중적인 시장개척활용을 통하여 시장을 더욱 확대시킬 필요
  - ⇒ 미국, 호주
- (진입시장) 가격 경쟁력과 함께 제품의 위생 및 안전성을 부각시키고, 소비자 기호에 맞춘 새로운 삼계탕 조리법 개발 필요
  - ⇒ 중국
- (잠재시장) 베트남의 흑담탕 전통 가공제품과 차별화 전략 모색이 필요하고, 인지도가 떨어지는 한국삼계탕의 대한 마케팅 방안 필요
  - ⇒ 베트남
- (할랄 전초시장) 삼계탕의 할랄인증을 취득하여 고품질 건강제품이라는 이미지를 구축하고 무슬림을 대상으로 판매확장 전략 추진
  - ⇒ 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아

## 2. 수출 침투율 및 수출매력도 지수 평가 항목(정량 5/ 정성 5 항목)

- (정량) 시장규모
- (정량) 소득수준
- (정량) 우리 농식품 수출량
- (정량) 삼계탕 수출량(시장비교우위지수(MCA))
  - \* 시장비교우위지수(Market Comparative Advantage)는 삼계탕의 전 세계 수출비중을 1로 보았을 때, 특정국가에서의 수출비중
- (정량) 가격경쟁력
- (정성) 검역협상 진행 단계 및 국가 수출여건
- (정성) 수출장벽
- (정성) 교포수, 삼계탕 식문화 유사정도, 한류 영향정도 등 기회요소
- (정성) 지역전문가 및 수출전문가 자문의견
- (정성) 거리적 특성상 상품성을 유지할 수 있는 농식품
- \* 상기평가 항목은 사업단 착수 후 개발 예정

## 3. 평가점수 척도

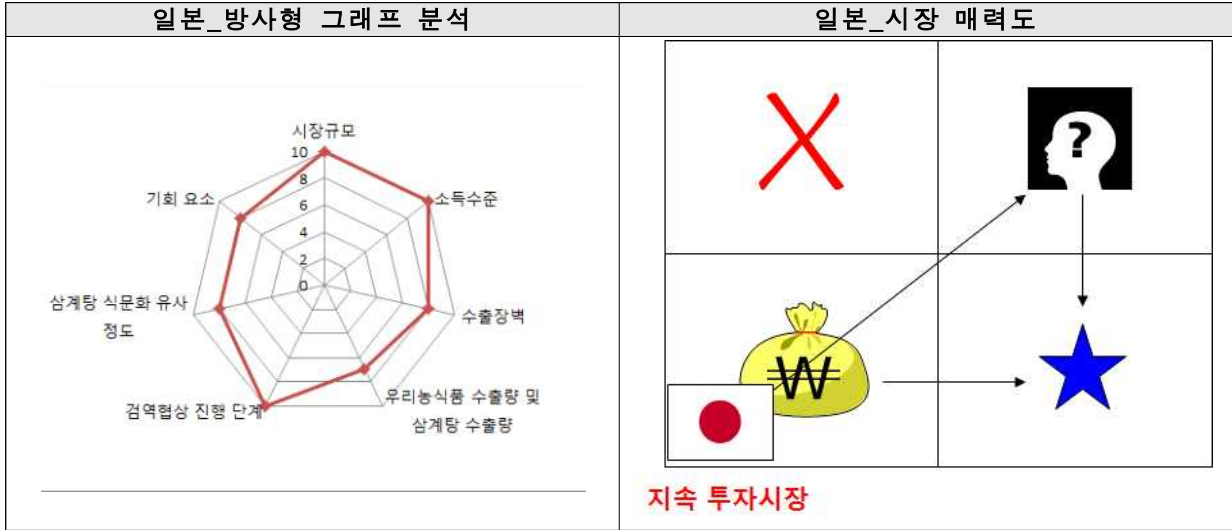
- 각 평가항목 당 10점 만점, 총 100점 만점

## 4. 평가점수 도출 예시

- (기존시장) 일본 분석결과 : 시장규모, 소득수준, 검역협상 진행단계의 경우는 매우 높은 수준이나, 한국과의 관계, 수출량 감소 추세 등을 보았을 때 총 평가점수는 61점 임

⇒ 총 평가점수를 측정하여, 최종 목표타깃 국가 선정예정

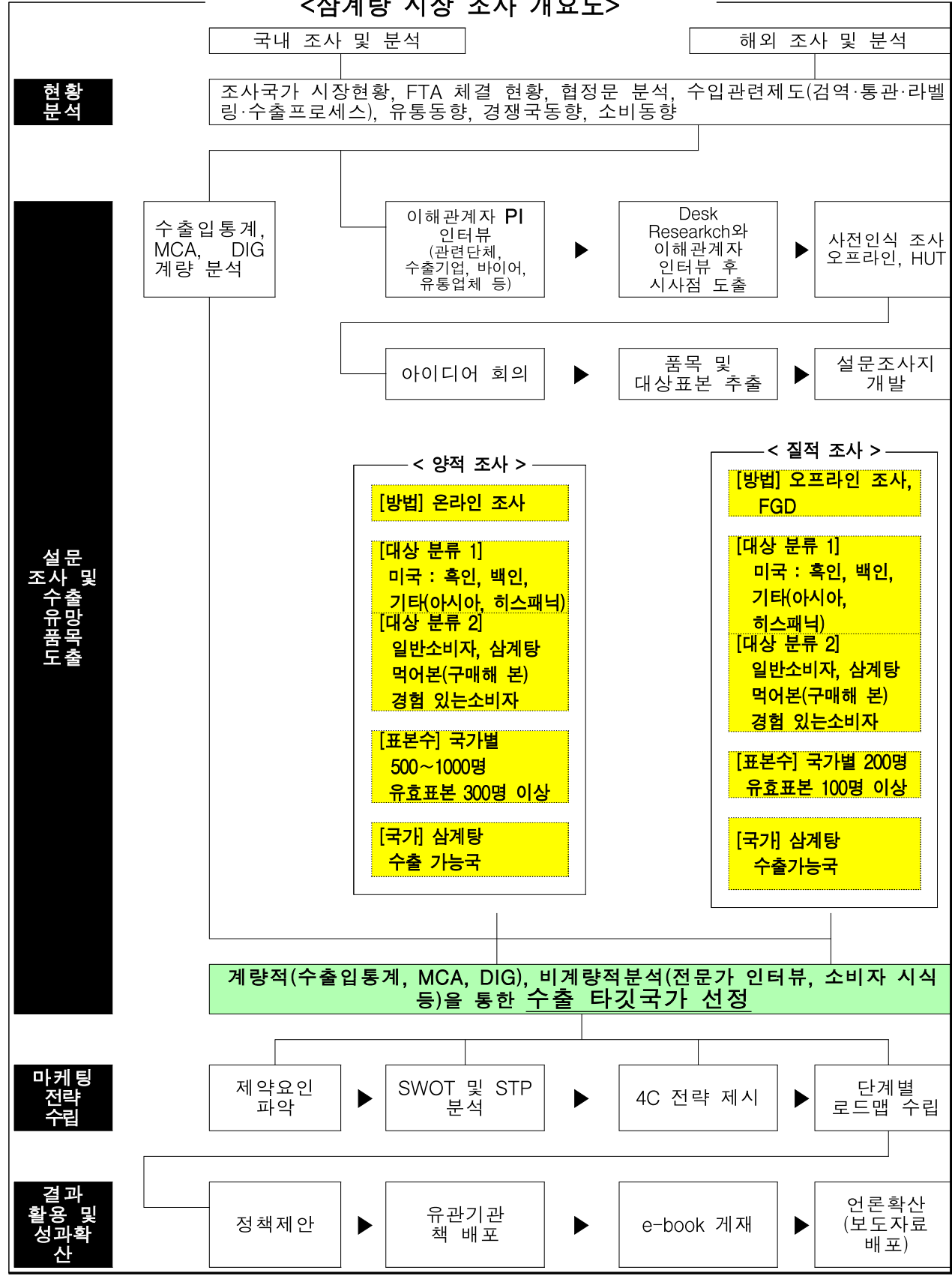
[일본 시장분석 평가점수 (예시)]



1) 출원일 기준으로 분석하며, 일반적으로 특허출원 후 18개월이 경과된 때 또는 특허등록된 때에 출원 관련정보를 대중에게 공개

### 3절. 해당품목의 국내외 시장동향 분석

#### <삼계탕 시장 조사 개요도>



## 1. 국내현황

- 현재 국내 삼계탕 생산 및 수출업체로는 하림, 사조화인코리아, 마니커, 농협목우촌, 참프레, 교동식품, 체리부로, 동우, 올품 등이 있으며 대표적으로 판매되고 있는 삼계탕 제품 및 가격은 다음과 같음
  - 하림에서는 들깨-녹두삼계탕, 전복삼계탕 등을 개발하여 보다 소비자들의 선호를 세부적으로 고려하고자 하고 있음
  - ‘즉석삼계탕 뼈없는 순살’ 제품도 개발되었으나 이는 먹을 때마다 뼈를 발라야 하는 번거로움이 없다는 점에서는 장점이지만 닭죽과 큰 차이가 없어 삼계탕 고유의 형태가 없다는 점에서 한계점이 있음

[업체별 삼계탕 관련 제품 현황]

업체명	제품	설명
㈜하림		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 하림즉석삼계탕</li> <li>▶ 중량: 800g</li> <li>▶ 보관방법: 냉동</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 들깨-녹두삼계탕</li> <li>▶ 중량: 800g</li> <li>▶ 보관방법: 냉동</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 하림전복삼계탕</li> <li>▶ 중량: 800g</li> <li>▶ 보관방법: 냉동</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 하림고향삼계탕</li> <li>▶ 중량: 800g</li> <li>▶ 보관방법: 상온</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 하림반마리삼계탕</li> <li>▶ 중량: 600g</li> <li>▶ 보관방법: 상온</li> </ul>

업체명	제품	설명
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 중량: 600g</li> <li>▶ 보관방법: 상온</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 즉석삼계탕 간편한 반마리</li> <li>▶ 중량: 470g</li> <li>▶ 보관방법: 냉동</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 신선함이 살아있는 삼계탕(반마리)</li> <li>▶ 중량: 600g</li> <li>▶ 보관방법: 냉장</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 즉석삼계탕 뼈없는 순살</li> <li>▶ 중량: 400g</li> <li>▶ 보관방법: 냉장</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 즉석삼계탕 간편한 반마리</li> <li>▶ 중량: 470g</li> <li>▶ 보관방법: 냉장</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 삼계탕용영계</li> <li>▶ 중량: 500g</li> <li>▶ 보관방법: 냉장</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 삼계탕용영계 두마리</li> <li>▶ 중량: 1kg</li> <li>▶ 보관방법: 냉장</li> </ul>
<p>(주)사조화인코리아</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 치키더키 삼계탕</li> <li>▶ 중량: 800g</li> <li>▶ 보관방법: 상온</li> </ul>

업체명	제품	설명
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 고려 인삼 닭죽</li> <li>▶ 중량: 800g</li> <li>▶ 보관방법: 상온</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 화인삼계탕</li> <li>▶ 중량: 800g</li> <li>▶ 보관방법: 냉동</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 백세미삼계</li> <li>▶ 중량: 300~800g</li> </ul>

- 통계청 및 한국은행에 따르면 2017년 6월 삼계탕 소비자물가지수는 103.6으로 10년전인 2007년 6월 74.61에 비해 38.8% 상승하였음
  - \* 동일기간 소비자물가 총지수 상승폭 25.1%에 비해 높은 수치
- 2017년 5~6월 기준 서울시에 위치한 삼계탕 음식점 20곳의 평균 가격은 1만 1,100원으로 가장 저렴한 곳은 1만원, 가장 비싼 곳은 1만 4,000원으로 집계되었음
  - 이는 기본 삼계탕 가격으로 각종 고급 부재료를 넣은 삼계탕 가격은 이보다 매우 비싼 수준임
  - 아울러 냉동 삼계탕 가격은 보관비 등의 물류비가 상대적으로 높아 레토르트 삼계탕 가격보다 조금 더 비쌌
  - 제조원가의 경우 냉동 삼계탕은 도계 후 24시간 내의 닭 등 선도가 좋은 삼계탕만 사용하는 반면, 레토르트 삼계탕은 도계 후 2~3일 정도 된 닭을 사용하기 때문에 수급상의 이유로 냉동 삼계탕이 레토르트 삼계탕보다 조금 더 비쌌
- 삼계탕의 원재료인 닭고기의 2017년 5월 생산자물가지수도 116.9로 전년동기 대비 66%나 급등했음
  - \* 2016년 말 고병원성 조류인플루엔자(AI)가 발생하면서 살처분이 이루어졌고 공급이 줄면서 가격 상승
  - \*\* 2016년 7월 기준 대형마트의 닭고기(육계·1kg 기준) 판매가격은 5,000~7,000원
- 한편 2015년 국내 닭 사육 및 도계수는 2010년 대비 10%, 33% 증가한 1억 6,413만 마리, 9억 6,696만 마리이며, 이에 따른 생축 산지가격 및 소비자 가격은 22%, 2% 하락한 kg당 1,486원, 5,250원임
  - 그 중 2015년 백세미 등 기타 도계수는 2010년 대비 53% 증가한 6,902만 마리로 육계(34% 증가), 삼계(22% 증가)와 비교하여 증가율이 높음

- 아울러 2015년 국내 1인당 닭 소비량도 2010년 이후 지속적으로 증가하여 정육 기준 13.4kg임

[국내 닭 생산 및 소비 현황]

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015
닭 사육수 (천수)	149,200	149,511	146,836	151,337	156,410	164,131
도계수(천수)	725,280	759,610	787,950	791,160	885,320	966,964
육계	557,500	576,460	604,160	619,130	692,010	748,094
삼계	122,630	132,880	125,070	117,130	134,200	149,843
기타 (토종닭 등)	45,150	50,270	58,720	54,900	59,110	69,027
생축 산지가격 (원/kg)	1,912	1,860	1,698	1,837	1,579	1,486
소비자 가격 (원/kg)	5,707	6,048	5,761	5,976	5,613	5,250
1인당소비량 (정육기준,kg)	10.7	11.4	11.6	11.5	12.8	13.4

출처: 닭 사육수, 도계수, 생축 산지가격, 소비자가격, 1인당 소비량(농림축산식품 주요통계(2016)),  
육계삼계·기타 도계수(축산물검역본부)

- 정부가 올해 농식품 관련 수출 목표액을 100억 달러로 잡았지만 중국의 사드(THAAD, 고고도 미사일방어체계) 배치에 따른 보복 여파로 농식품 수출이 난항을 겪고 있음
  - 농식품 70억 달러에 종자·비료·농기계 등 연관산업 분야에서 30억 달러 실적을 내 총 100억 달러를 달성한다는 계획임
- 특히 중국 의존도가 높은 농식품 분야에서 한국 식품에 대한 통관과 검역이 강화될수록 수출목표 달성이 멀어질 가능성이 크며, 중국 대체시장인 미국과 그 밖의 수출시장도 낙폭치 않음
  - 미국은 트럼프 대통령 취임 이후 보호무역주의가 강화되고 있으며 작년 호조세를 보였던 할랄시장 등에서도 정체를 보이고 있는 실정임
  - 이에 따라 중국, 일본, 미국 등 특정국 편중에 따른 수출 침체를 타개하기 위해 수출시장을 다변화하려고 함

[ 2010~2017년 농식품 수출실적 및 목표 ]



- 농식품 수출은 제품 특성상 검역·위생, 인증 등 각국 고유의 비관세 조치의 영향을 많이 받음
  - 특히 검역·위생의 경우 통상 8단계의 수입 위험분석 절차를 거쳐야 수입허가를 획득할 수 있으며 관련 절차를 모두 마치는데 최소 5년에서 길게는 10년까지 걸림
- 삼계탕의 경우 10년에 걸친 검역·위생 협상 끝에 2016년 6월부터 중국으로 정식 수출돼 두 달 만에 25만 달러의 수출실적을 올렸음
- 한편 삼계탕 1위 수출 시장인 일본은 엔저, 험한 기류 확산 등으로 수요가 줄어든 반면 미국의 수출이 본격적으로 재개되면서 2015년 삼계탕 수출액은 985만 달러를 기록하여 전년대비 31.4%증가하였음
  - 미국시장의 경우 1999년 중단되었다가 국내 위생관리 체계 개편 뒤 2014년부터 재개되었으며 2015년 338만 달러의 물량이 수출되었음
- 미국에 대한 해외 판로가 확대되는 가운데 유럽연합(EU), 캐나다와의 검역협상이 추가로 타결될 경우 수출이 더욱 늘어날 것이며, 업계도 판매처 확대, 주문자상표부착생산(OEM) 납품 등을 확대한다면 수출이 보다 활성화될 것임
- 수출용 삼계탕 닭은 대부분 백세미를 사용하고 있음
  - 중국에서도 삼계탕의 원료로 육계(30일) 등 다른 품종을 쓰지 않는지에 대한 우려가 있었지만 농식품부 및 다른 수출업체와 협의체를 만들어 품질 및 맛의 균일화를 위해 전량 백세미를 사용하는 것으로 협의하였음(K-samgyetang)
  - 삼계탕에 닭 대신 오리를 넣는 것은 오리의 크기 1.8kg에 출화되어 중량이 맞지 않음
  - 오골계(1.8kg~2.2kg, 50일)로는 할 수 있으나(칠복탕) 가격이 2.5배 비쌌음
    - \* 육질은 좋으나 한국인들은 선호하지 않음
  - 육계는 육질이 백세미의 60%만큼 물러서 삼계탕의 형태가 없어짐



- 베트남은 질긴 육질을 선호하기 때문에 노계(폐계)(3kg) 삼계탕 등이 필요함
  - \* 노계시장의 90%가 베트남

## 2. 해외현황

### 가. 일본


- 일본의 인구는 127백만명이며, 1인당 GDP는 34천불 수준임
- 對일본 한국산 삼계탕 수출은 2011년 이후 엔화 약세 및 한류 침체 등에 따라 지속적으로 감소하고 있으며 2016년 기준 수출량은 89만 3,374kg이며, 수출액은 403달러임
  - 엔고 현상이 절정에 달한 2011년 일본으로의 삼계탕 수출물량은 227만 2,120kg, 수출액은 1,223만 6,860달러로 전체 삼계탕 수출량에서 약 74%, 수출액에서 약 82%를 차지했음
- 2016년 일본 내 조리된 닭 시장규모는 281,900천 달러이며 ready meal의 시장규모는 14,053,000천 달러임
  - \* Ready Meal(레디밀) : 간편하게 사먹을 수 있는 준비된 식사
- 소비트렌드는 절약형 프리미엄(Saving Premium), 식품안전(Food Safety)이며, 제품트렌드는 편의점 PB상품(Convenience Store PB), 요리키트(Cooking Kit) 등이며, 유통트렌드는 한국 간편식 판매(Korean Prepared Meals), 일본 온라인 시장(Japan Online Market)이며, 정책트렌드의 경우 가공식품원재료(Processed Foods Ingredient), 원산지 표기정책(Marks of Origin Regulation)임
  - \* 세븐일레븐의 경우 PB상품으로 '삼계탕 수프'를 98엔(약 980원)에 출시
  - \*\* 2016년 7월, 농림축산식품부는 일본 농수산물시장을 겨냥하여 일본 현지에 '한국산 간편식 전용 판매점 개설 추진 계획'을 밝힘
  - \*\*\* 식품부문의 온라인 구매비중은 2위
- 검역·통관의 경우 HS CODE 1602.32.290(기타의 것) 품목은 WTO 협정세율이 적용되어 6%의 세율이 부과되고 있으며, 사전보고 및 적하정보를 제출하고 수입신고 해야 함
  - \* 한국의 삼계탕 HS CODE 1602.32.1010
- 한국산 삼계탕을 수출한다면 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 유통채널 중 가장 비중이 크고 다양한 제품과 수입산 제품을 취급하고 있기 때문에 가장 적합할 것으로 예상됨
  - 대표적인 하이퍼마켓·슈퍼마켓의 온라인몰 조사 결과 삼계탕 제품을 판매하고 있으며 많은 유사제품을 취급하는 것으로 확인됨
  - 편의점의 경우 시장성장률과 제품 적합성 측면에서는 긍정적이지만, 자체 PB 제품의 시장점유율이 높고 아직까지 삼계탕 동종 제품이나 유사 제품의 수는 다소 적다는 점에서 부적합함

- 그러나 편의점은 하이퍼마켓·슈퍼마켓과 더불어 매출 규모가 증가세이고 다량의 레토르트 식품을 판매하는 채널임을 고려한다면 간편조리식인 삼계탕 제품 진출이 가능한 경로로 판단됨

[유통경로 분석 결과]

 하이퍼·슈퍼마켓	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장점유율	시장성장률	전체 시장점유율의 약 50% 이상 차지 식품 판매액 규모 성장 여부	■
2. 제품적합성	제품 컨셉 일치도		수입식품 선호, 저가 방칠	■	■
3. 진출가능성	한국제품취급여부		한국산 레토르트 식품 취급 여부	■	■

 편의점	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장점유율	시장성장률	전체 시장점유율의 약 50% 이상 차지 식품 판매액 규모 성장 여부	■
2. 제품적합성	제품컨셉일치도		수입식품 선호, 저가 방칠	■	■
3. 진출가능성	한국제품취급여부		한국산 레토르트 식품 취급 여부	■	■

 백화점	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장점유율	시장성장률	전체 시장점유율의 약 50% 이상 차지 식품 판매액 규모 성장 여부	■
2. 제품적합성	제품 컨셉 일치도		수입식품 선호, 고가 방칠	■	■
3. 진출가능성	한국제품취급여부		한국산 레토르트 식품 취급 여부	■	■

- 일본산 삼계탕의 경우 모란봉, 에이스쿱 등 일부 제조업체에서 제조하고 있으나, 한국산 삼계탕이 대부분임
- 일본인은 닭고기 육수 맛을 선호하는 경향이 있고 뼈가 붙어있는 음식에 대한 선호가 낮으므로 이러한 선호를 반영할 수 있는 차별화된 제품 개발이 필요함

[한국산 및 일본산 삼계탕 제품]

구분	제품정보	구분	제품정보	구분	제품정보
	제조사: 하림 원산지: 한국 용량: 850g 가격: 898엔 판매처: 이온		제조사: 모란봉 원산지: 일본 용량: 600g 가격: 698엔 판매처: 이온		제조사: 에이스쿱 원산지: 일본 용량: 23g 가격: 135엔 판매처: 아마존재팬 특징: 삼계탕맛 누들

나. 미국

- 전체인구는 약 3억 2,399명으로 백인은 61.6%, 히스패닉 17.6%, 흑인 12.4%, 아시아계 5.4%, 기타 3.0%이며, 1인당 GDP는 약 6만 불임
- 對미국 한국산 삼계탕 수출은 2014년 7월 개시되면서 2014년 초도 수출물량은 20만 1,570kg, 수출액은 120만 4,958달러였으며 이후 지속적으로 증가하여 2016년에는 49만 7,143kg, 284만 9,354달러까지 증가하였음
- 삼계탕 수출은 한국의 미국으로의 첫 축산물 수출임
- 삼계탕 제품의 주요 소비자는 삼계탕에 대해 잘 알고 있는 한인교포들이 대부분이며 한

국식품에 대한 인지도가 높은 중국인 및 타 아시아인의 소비가 많음

- 소비비중은 한인교포가 약 80%정도이며 그 외 아시아인이 20% 정도를 차지하는 것으로 예측됨

○ 현지소비자들은 닭을 주로 기름에 튀기거나 오븐에서 조리하여 먹으며 국물 요리로는 삼계탕과 비슷한 chicken soup(셀러리, 감자, 당근 사용)을 소비함

- 히스패닉계 소비자들은 감자, 양배추, 고추, 아보카도, 치즈 등을 넣은 chicken soup 요리를 즐겨먹고 있음

○ 미국의 즉석 식품산업의 트렌드는 다음 두 가지이기 때문에 해당 트렌드에 부합하는 삼계탕 제품개발이 필요함

- 건강·기능성 제품이면서 미국인들의 입맛에 맞는 식품
  - \* 유기농·무항생제 닭 사용, 인삼 함유량 조절, 미국인 선호 채소사용 등
- 조리와 섭취가 간편한 식품
  - \* 즉석 컵용기, 통조림 제품 등

○ 한인 및 중국인을 제외한 인구에게는 매우 생소한 음식이기 때문에 주로 아시아계 마트 위주로 소비되고 있음

- 미국의 한국계 종합 식품회사인 W사가 Costco에 삼계탕 입점을 타진 중인 상태이며, Costco 측에서는 아시아인들을 대상으로 고려하고 있는 중임

- 그 외 서부의 대표적인 히스패닉 마켓에서도 삼계탕 입점을 생각 중이나 가격대가 비싸 고민 중인 것으로 파악되었음

\* 농림축산식품부, aT한국농수산물유통공사(2016)에 따르면 히스패닉계 사람들의 선호도가 약 67%로 가장 높은 비율을 차지하는 것으로 나타났기 때문에 향후 가격적인 부분이 조정된다면 히스패닉 마켓에서도 충분히 경쟁력이 있을 것으로 보임

[인종별 삼계탕에 대한 선호도]



출처: 농림축산식품부, aT한국농수산물유통공사(2016)

[인종별 선호도 표본]

인종	표본수	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	선호한다	매우 선호한다
백인	45명	17.8	44.5	24.4	13.3
흑인	11명	9.1	54.5	27.3	9.1
히스패닉	6명	16.6	0	16.6	66.7
아시안	34명	5.9	8.8	52.9	32.4
기타	4명	0	25.0	50.0	25.0
계(평균)	100명	12.0	30.0	35.0	23.0

출처: 농림축산식품부, aT한국농수산물유통공사(2016)

○ 미국에서 판매되고 있는 한국산 삼계탕은 즉석에서 요리한 미국의 닭 요리 제품에 비해 가격대가 높은 편임

- 미국의 주요 오프라인 유통채널에서는 신선한 닭을 당일 굽거나 수프로 즉석에서 값싼가격에 많이 판매하고 있는 반면 삼계탕은 이에 비해 가격대가 조금 높은 편임

[미국에서 판매되고 있는 삼계탕]

제품사진	제품정보	제품사진	제품정보
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: SAMGYETANG</li> <li>▶ 원산지: 한국</li> <li>▶ 중량: 898g</li> <li>▶ 가격: \$9.99</li> <li>▶ 판매처: Zion Market</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 즉석삼계탕</li> <li>▶ 원산지: 한국</li> <li>▶ 중량: 849g</li> <li>▶ 가격: \$10.99</li> <li>▶ 판매처: NY H MART</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 삼계탕</li> <li>▶ 원산지: 한국</li> <li>▶ 중량: 798g</li> <li>▶ 가격: \$14.99</li> <li>▶ 판매처: NY FOOD BARZA</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: SIMPLE TRUTH FRESH ROASTED CHICKEN</li> <li>▶ 원산지: 미국</li> <li>▶ 중량: 907g</li> <li>▶ 가격: \$10.99</li> <li>▶ 판매처: Ralphps</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: FRESH FOODS MARKET FRESH ROASTED CHICKEN</li> <li>▶ 원산지: 미국</li> <li>▶ 중량: 798g</li> <li>▶ 가격: \$7.99</li> <li>▶ 판매처: Ralphps</li> </ul>		

출처: 농림축산식품부, aT한국농수산물유통공사(2016)

○ 아울러 닭을 매우 좋아하고 요리법도 다양한 히스패닉계 소비자들은 바비큐그릴에 굽거나 튀겨서 조리하며 감자, 양배추, 고추, 아보카도, 치즈 등을 넣은 Caldo de pollo라는

chicken soup 요리를 즐겨먹고 있음

[히스패닉 요리]



Caldo de pollo



Caldo tlapeno

출처: 농림축산식품부, aT한국농수산물유통공사(2016)

- 또한 삼계탕을 먹는 아시안계를 제외한 미국 현지 소비자들은 닭을 주로 기름에 튀기거나 오븐에서 조리하여 먹으며 국물 요리로는 삼계탕과 비슷한 chicken soup(셀러리, 감자, 당근 사용)을 소비하여 미국마켓에서 이러한 통조림, 건조제품은 많이 진열되어 있으나 삼계탕제품은 없음

[기타 닭 가공품]



Fried chicken



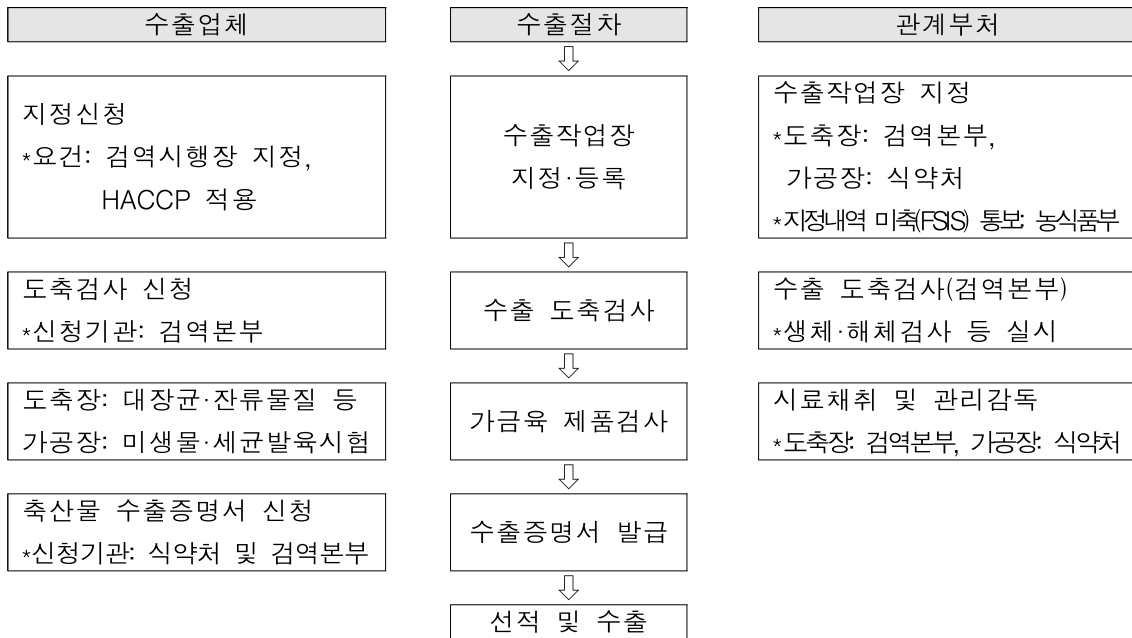
Rotisserie chicken

출처: 로스앤젤러스 aT센터(2014)

- 미국에 삼계탕 수입을 허용해 달라고 요청한 것은 2004년 4월이었으나 수출허용이 된 것은 위생체계 검증 뒤 10년만인 2014년 3월이었음
  - 멸균한 삼계탕은 닭에서 발생하는 뉴캐슬 병원체가 전파될 가능성이 없기 때문에 큰 문제 없이 수출할 수 있을 것이라고 기대했으나 미국은 한국의 위생체계가 미국과 동등하거나 그 이상이어야 하고 닭의 도축과 위생처리 및 가공 등 삼계탕을 만드는 전 과정이 미국의 위생 관련 규정(HACCP)에 맞는지 검토해야 한다고 주장하였기 때문임
  - (육류 원료) 미국 FSIS에 등록된 국가 및 수출도축장에서 도축된 원료를 사용하여야 하며 한국은 가금류 도축장 2개소(하림, 디엠푸드)가 등록됨
    - \* 가공장은 2곳(하림, 마니커)
  - (정부 관리) 매 도축작업과 수출작업 시마다 중앙정부로부터 작업 전, 작업 중에 대한 SSOP 및 HACCP 검증 등 위생검사를 받도록 되어 있음
  - (시험·검사기관) 수출제품을 검사하는 시험·검사기관은 ISO/IEC 17025 수준을 유지하여야 하며 정부로부터 정기적인 감독을 받아야 함
  - (작업장 관리-위생조건) 미 연방법률의 시설 및 장비요건, 위생관리기준 등을 준수하여야 함

- (작업장 관리-HACCP) 미 HACCP 기준을 준수하여야 하며 현지실사 시 기준서, 모니터링, 검증, 개선조치, 기록 등을 확인하여야 함
- (작업장 관리-병원성 미생물) 소·돼지고기 원료육의 장출혈성 대장균은 CCP로서 매 검사 시 불검출되어야 하며 리스테리아, 살모넬라 등에 대한 관리가 필요함
- (2차오염) 고온·고압의 열처리 이후 외부환경에 의한 2차 오염을 방지하는 절차를 SSOP 및 HACCP 프로그램에 반영 및 검증을 실시하여야 함

[삼계탕 수출 절차 흐름도]



출처: '보도자료', 식품의약품안전처(2014)

#### 다. 대만

- 전체인구 23,464천만 명( '16)으로 전반적으로 젊은 국가이며, 2016년 GDP는 5천 320억 달러, 한국에서 대만으로의 2016년 연간 삼계탕 수출액은 183만 551달러임
- 대만은 닭을 이용한 국 종류가 많고, 인삼과 대추를 기본으로 하여 만든 대만 자체의 삼계탕도 있음
  - 옥죽 삼계탕, 파인애플 여주계탕, 차기름(Tea oil)계탕, 하수오계탕, 팔오골계탕, 신선초 토종계탕, 대추삼계탕, 곱감계탕, 버섯죽순계탕, 깨기름계탕 등이 있음
  - 옥죽 삼계탕은 한국 삼계탕과 마찬가지로 닭, 인삼, 대추, 구기자등의 한약 재료를 넣은 다음 곡주(米酒)를 넣기 때문에 한국산 보다 열을 더 끓여 올리고 독특한 향이 있으며, 한국 삼계탕과 맛이 전혀 다름
  - 대만 닭을 이용한 국에는 대부분을 술을 첨가하여 상열작용을 시키고, 특히 깨기름계탕(麻油鷄湯)은 산후조리의 가장 대표적인 식품으로 술을 첨가하면 보온 역할과 기력회복에 좋다고 함

- 가을 및 겨울철(11월~2월)에 비교적 많은 양이 수입되며, 9월 추석 선물용 판매 준비로 인해 8월에도 수입량이 많은 것으로 추정됨
- 한국 식당에서 판매하는 삼계탕은 직접 요리하기보다는 편리함과 삼계탕 본고장 맛을 찾는 손님들을 위하여 한국산 가공 삼계탕을 데우기만 한 후 판매하는 경우가 대부분임
  - 삼계탕 요리 재료를 묶음팩으로 수입하고 있음
- 가격은 백화점 및 마트에서 판매될 시 1KG(육계 한마리)당 330~380NTD이고, 한국 전문 판매점에서는 220~250NTD대이며, 인터넷 쇼핑몰은 가격이 250~350NTD 정도에 판매되고 있음
- 치키더키(FINE KOREA)는 대만으로 수입된 지 가장 오래된 브랜드로 교동 하우춘과 함께 대만 시장 최대 유통망을 보유하고 있음
  - \* 하우춘(교동)은 韓英國際有限公司가 에이전트를 맡고 있으며, 백화점 지하 마켓 및 대형 마트 위주로 유통되고 있으며 인터넷 쇼핑몰에서도 판매 되고 있음. 치키더키와 함께 대만 삼계탕 시장의 양대 브랜드

#### 라. 홍콩

- 전체인구는 약 726만명이며 1인당 GDP는 36천 달러이며, 한국에서 홍콩으로의 2016년 연간 삼계탕 수출액은 113만 5,417달러임
- 주로 수입되는 닭고기 제품은 닭고기 육수(Chicken Broth) 및 닭고기를 함유한 스프임
- 삼계탕은 1602.32 닭[갈루스 도메스티쿠스(Gallus domesticus)종의 것으로 한정한다]으로 만든 것으로 1602.32.20 닭고기 혹은 닭 내장으로 사전포장 되어 조리되었거나 보존처리되었거나 그 외 품목으로 분류되지 않는 것을 포함함으로 분류됨
- 돼지고기, 소고기, 닭고기, 오리고기 등 각종 냉장·냉동육을 수입할 때 홍콩 당국에서 공신력이 있다고 판단한 기관에서 발급한 원산지의 동물검역 증명서가 요구됨
  - 그러나 삼계탕, 스프 등 가공된 육류가 포함된 제품의 경우 동물검역증명서를 제출할 필요가 없음
- 판매제품의 경우, 현지조사 결과 끓는 물이나 전자레인지로 사용하여 간편하게 섭취할 수 있는 한국산 레토르트 삼계탕 제품 2종류를 판매하고 있음
  - 하림의 간편한 반마리도 판매되고 있음
  - 삼계탕의 구매요인은 가격, 원산지, 포장임
  - 현재 판매 중인 삼계탕의 경우 장기간 보관이 가능하고, 타제품보다 인삼 맛이 덜 진한 것이 장점이며, 닭고기가 쉽게 물러지지 않는 것도 고객의 구매요인 중 하나임

- 원재료의 식품첨가물 중 알르레기 성분여부는 다음과 같음
  - 하림 전복인삼계탕의 경우 닭고기 수프, 닭고기, 찰밥, 전복, 생강, 대추로 이루어져 있는데 이 중 찰밥 및 전복이 이에 해당됨
  - 해우촌 삼계탕의 경우 계육(50%), 정제수, 찹쌀, 흰쌀, 수삼(0.7%), 마늘, 밤, 대추, 정제염, 복합조미식품(대두, 밀가루, 우유, 토마토)으로 이루어져 있으며 그 중 찹쌀, 복합조미식품이 이에 해당됨
- 일일 WHO권장량 나트륨 섭취량은 2g이나 홍콩 국민들은 10g인 반면 삼계탕은 100g당(1인분) 169mg로 20%수준임
- 판매되고 있는 미국 캠벨 닭고기 스프의 경우 다음과 같은 특징이 있음
  - 치킨육수 제품(카톤백)이 치킨스프로 발전하게 되었음
  - 무색소 및 무방부제, 저염 및 무염, 유기농 인증 원료를 사용하고 있음

#### 마. 중국

- 인구 약 13억명으로 인구대국이며 2016년 기준 11조 4천억 불이며 일인당 국민소득은 8,481불임
- 2014년 중국의 닭 생산량은 1,300만 톤, 닭 소비량은 1,283만 톤으로 세계 닭고기 소비량의 16%를 차지하여 닭고기에 대한 소비가 높은 편이나 2016년 닭 관련 즉석식품 수입액은 666천 불(158톤)에 불과함
- 최근 식품 트렌드는 냉동식품에 대한 시장이 급성장하고 있는 추세이며 안전식품 및 수입식품에 대한 선호도 증가, 80년대 이후 출생의 젊은 세대들의 온라인 소비도 증가하고 있는 추세임
- 특히 닭 가공식품의 소비동향은 안전성이 가장 중요한 고려요인으로 꼽히고 있으며, 삼계탕과 유사한 음식으로는 보양식인 ‘계탕’이 있음
  - 삼계탕은 보양식 정도로만 알고 있고 인삼에 대한 선호도는 높은 편이나 요리법에 대한 인지도는 낮은 편임
- 2015년 한국산 삼계탕의 유통현황은 다음과 같음
  - 한식당 63개 중 38개, 즉 한식당의 60%에서 삼계탕을 직접 조리방식으로 판매하고 있음
  - 온라인 쇼핑몰의 경우 타오바오에서 한국산 삼계탕을 판매하고 있으며 판매비율은 한국산 30%, 중국산 70%임
    - \* t-mall 1호점은 중국산 삼계탕만 취급
  - 한편 오프라인 매장은 한인마트 일부(5.5%)에서만 한국산 삼계탕을 판매하고 있음



- 한국산 삼계탕에 대한 인식은 주로 중국인 관광객의 입소문을 통한 인지 및 홍보효과 증대로 한식당의 삼계탕에 대한 관심 및 구매가 증가되고 있는 추세임
  - 주 소비층은 20~30대의 화이트칼라, 전문직, 개인사업가 및 월 5천 위안 이상의 고소득층임
  - 중장년층의 경우 즉석식품 삼계탕에 대해서는 부정적임
  - 소비는 인삼의 뜨거운 성질로 인해 중국의 ‘계탕’ 과 같이 여름철보다는 겨울철에 보양식으로 주로 취식되고 있음
- 중국에 등록이 완료된 11개 수출 작업장 중 도축장은 6개소, 가공장은 5개소로 중국으로 수출되는 삼계탕의 원료 닭을 도축할 수 있으며, 삼계탕 완제품을 가공할 수 있음
  - \* 등록 수출 작업장(11개소)
    - 도축장 6개소: 하림, 농협목우촌, 참프레, 사조화인코리아, 디엠푸드, 체리부로
    - 가공장 5개소: 하림, 농협목우촌, 참프레, 사조화인코리아, 교동식품

**바. 싱가포르**

- 2016년 인구는 540만명, 1인당 GDP는 51천불 수준이고, 총 무슬림은 약 66만명이며, 한국에서 싱가포르로의 2016년 연간 삼계탕 수출액은 37만 1,854달러임
- 즉석가공 식품시장이 매년 5%이상 성장하고 있는 추세이며, 식품시장의 트렌드는 건강식, 다양성, 다이어트, 웰빙(저칼로리 및 소량)임
- 특히 탕류에는 뼈를 우려낸 박긋테(Bak Kut The)가 있으며 국물이 맑고 진한 것이 특징임
- 삼계탕 등 닭을 이용한 탕류의 경우, 직접 해 먹기에는 닭 손질 등 조리가 어려운 점이 있어 집에서 만들어 먹기 보다는 즉석가공식품으로 제조되어 판매되는 경우가 많음
  - 싱가포르인들은 바쁜 삶으로 인해 탕류 제품에 관해 간편히 조리할 수 있는 Ready Meal 이나, 국물 분말 등을 선호함
  - 또한 소포장으로 저염분, 저칼로리면서 내용물이 알찬 탕류를 선호하는 것으로 조사됨
  - 싱가포르 Majestic Bay Seafood 레스토랑 체인의 주인인 중국인 Yong Bing Ngen은 닭을 이용한 탕을 즉석 가공 식품으로 제조해 Majestic 브랜드를 통해 싱가포르 내 중국소매점, 슈퍼마켓 등에서 제품을 판매 중임
  - Fair Price, Giant, Cold Storage 같은 싱가포르 내 대형 식품 유통업체의 온라인 쇼핑몰에서는 삼계탕 완제품이 아닌 주로 국물 액상제품 혹은 큐브 형태로 된 분말 제품을 판매 중에 있으며, 이러한 분말 탕류(닭) 제품 브랜드로는 Swanson, Maggi, HEINZ, Campbell등이 판매 중임

[현지 삼계탕류 분말제품]



구분	제품정보	구분	제품정보	구분	제품정보
	제조사: Maggi 제품명: Maggi Stock Cubes - Chicken 60G 가격: SGD1.60 특이사항: 할랄 인증 획득		제조사: Maggi 제품명: Knorr Stock Cubes - Chicken 60G 가격: SGD1.75 특이사항: 할랄 인증 획득		제조사: Knorr 제품명: Knorr Stock Powder NO MSG - Chicken 120G 가격: SGD3.40 특이사항: 할랄 인증 획득

출처: 싱가포르 삼계탕 시장조사(aT, 2015)

- 액상 형태 탕류(닭) 제품들은 사조화인코리아, CJ, 그 외 중국산의 삼계탕 제품이 판매되고 있는 것으로 조사되었으며 해당 제품 중 일부는 싱가포르 Healthier Choice 인증을 받아 판매 중인 것으로 조사됨

[현지 삼계탕류 액상제품]

구분	제품정보	구분	제품정보
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제조사: Sajo Fine Korea</li> <li>▶ 제품명: Chicken Ducky Ginseng Chicken Soup</li> <li>▶ 중량: 800g</li> <li>▶ 가격: SGD11.95</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제조사: CJ</li> <li>▶ 제품명: CJ samgyetang Korean Ginseng Chicken Stew</li> <li>▶ 중량: 800G</li> <li>▶ 가격: SGD11.75</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제조사: Maggi</li> <li>▶ 제품명: Maggi Concentrated Chicken Stock</li> <li>▶ 중량: 250g</li> <li>▶ 가격: SGD4.65</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제조사: Woh hup</li> <li>▶ 제품명: Chicken Concentrated Stock</li> <li>▶ 중량: 265g</li> <li>▶ 특이사항: 할랄 인증 획득</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제조사: Seah</li> <li>▶ 제품명: Seah's Spices Ginseng Chicken Soup</li> <li>▶ 중량: 32g</li> <li>▶ 가격: SGD15</li> <li>▶ 특이사항: 할랄 인증 획득</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제조사: Freshen</li> <li>▶ 제품명: Freshen Food Carrot potato &amp; onion Chicken soup</li> <li>▶ 중량: 260g</li> <li>▶ 가격: SGD5.95</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제조사: Campbell</li> <li>▶ 제품명: Campbell's Real Stock Chicken</li> <li>▶ 중량: 1L</li> <li>▶ 가격: SGD4.20</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제조사: HEINZ</li> <li>▶ 제품명: Heinz Chicken Broth</li> <li>▶ 중량: 1L</li> <li>▶ 가격: SGD4.15</li> <li>▶ 특이사항: 할랄 인증 획득</li> </ul>
	▶ 제조사: Swanson		▶ 제조사: Swanson

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: Swanson Clear Chicken Broth Pack</li> <li>▶ 중량: 250ml</li> <li>▶ 가격: SGD1.30</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: Swanson Superior Chicken Broth W Scallop Flav</li> <li>▶ 중량: 250ml</li> <li>▶ 가격: SGD1.45</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제조사: Woh Hup</li> <li>▶ 제품명: Woh Hup Concentrated Stock - Chicken</li> <li>▶ 중량: 265g</li> <li>▶ 가격: SGD3.95</li> <li>▶ 특이사항: 할랄 인증 획득</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제조사: Woh Hup</li> <li>▶ 제품명: Maggi Chef's Master Stock - Chicken and Scallop</li> <li>▶ 중량: 250g</li> <li>▶ 가격: SGD10.90</li> <li>▶ 특이사항: 할랄 인증 획득</li> </ul>

- 아울러 푸드트럭인 호커트럭은 이동성, 빠른 조리, 다양한 국가요리, 저렴한 가격으로 인해 인기중에 있음
- 식품 수출에 있어서는 닭고기가 5%이상 함유된 제품의 경우 제조사가 직접 AVA(식품안전청)허가를 취득해야 함
  - 닭고기 수출허가는 사조화인코리아, 하림 2개소임
  - 삼계탕 수출업체는 사조화인코리아, CJ이츠웰, 아워홈(고려삼계탕) 3개사가 수입판매됨

#### 사. 베트남

- 전반적으로 젊은 국가이며, 인구는 93백만 명, 2016년 GDP는 2천 26억 달러, 1인당 GDP는 2,030불로 한국에서 베트남으로의 2016년 연간 삼계탕 수출액은 6만 6,267달러임
- 한국산 닭고기 수출의 60%를 차지하고 있으며 동남아 국가 중 인삼이 가장 많이 수출되는 잠재력이 큰 삼계탕 수출 유망 국가임
- 베트남의 삼계탕 공식 수입업체는 K&K 글로벌(K-market)이 유일하며, 한인마트(K-mart, K-market 등)에서만 판매되고 있음
  - 일부 소량 핸드캐리로 반입하여 페이스북에 판매함
  - 수입 형태는 대부분 전자레인지나 끓는 물에 데워 먹기만 하면 되는 완전 가공 식품임
  - 수입 포장 형태는 1kg, 600g 진공 파우치, 포장 및 캔 형의 밀폐 용기 형태로 수입되고 있고, 삼계탕죽도 일부 수입되고 있음
- \* 업체마다 포장 용량이 약간씩 다르나 육계 한 마리는 1kg 포장으로 수입 및 유통이 가장 많이 되고 있음

- 베트남에서 삼계탕 시장은 아직 활성화되지 않은 상황으로 한류 드라마 등을 통해 삼계탕이 일부 소개되었으나 현지인 대상 인지도 및 판매는 거의 이루어지지 않은 실정임
  - 베트남 현지 한인식당에서 현지 닭을 이용한 삼계탕 판매가 이루어지고 있으며, K-Mart에서 레토르트 삼계탕 제품이 판매 중임
    - \* 한인식당 삼계탕 가격: 현지인 대상 110천 동(약 5.5달러), 한국인 대상 7달러
    - K-Mart 판매가격: 삼계탕 레토르트 110천 동(800g), 홍삼 삼계탕 170천 동(1kg), 삼계죽 35천 동(280g)

- 베트남에는 한국산 삼계탕과 비슷한 흑닭탕(ga tan thuoc bac)이 있는데 쑥, 한약(현지: 복약)등의 성분을 포함하고 있음
  - 삼계탕과 매우 유사한 제품으로 베트남 전역에서 보양식품으로 인기가 많고 산모, 환자들에게 선호도가 매우 높음
  - 주재료는 닭, 대추야자, 구기자, 연밥, 쑥, 약초, 한약재 등으로 현지 판매가격은 45천 동 수준임(200g미만의 오폐계 병아리를 이용)

[현지 복약 흑닭탕]



VND50,000~140,000(약 2,500~7,000원)/400~800g

출처: 한국산 삼계탕 베트남 시장 현황(aT, 2016)

- 아울러 베트남산 레토르트 삼계탕이 Thanh Quang에서 생산되어 800그램에 180,000VND로 판매되고 있음

[Thanh Quang 삼계탕]



VND180,000/800g

출처: 한국산 삼계탕 베트남 시장 현황(aT, 2016)

## 4절. 해당품목 수출 대상국별 경쟁력 분석

### < Key word로 본 수출 현지시장 Issue >



### 1. 일본

- 한국산 삼계탕에 대한 SWOT 분석 결과 일본 소비자들은 뼈가 붙어있는 음식에 대한 선호가 낮으므로 이러한 선호를 반영할 수 있는 차별화된 제품 개발이 필요하고 단가를 인하하여 가격경쟁력을 향상시키며 편의점을 주요 유통 채널로써 확보할 수 있는 방안을 마련해야 함

#### [일본 내 한국산 삼계탕 SWOT 분석]

강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 일본 제조업체가 삼계탕 식품을 일부 제조하고 있으나 한국산 삼계탕의 비율이 높음</li> <li>▶ 일본인은 닭고기 육수 맛을 선호하는 경향이 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 뼈가 붙어있는 음식에 대한 선호가 낮음</li> <li>▶ 요식업계의 저가 추구 경향으로 인해 제품의 가격경쟁력이 떨어짐</li> </ul>
기회(Opportunity)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 일본 소비자들의 편의점 이용률이 높고 그 매출 규모가 하이퍼마켓·슈퍼마켓과 더불어 증가세이며 다량의 레토르트 식품을 판매하는 채널이므로 간편 조리식인 삼계탕 제품 진출이 가능한 경로로 판단됨</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 삼계탕 제품의 주요 유통 채널이 될 수 있는 편의점에서 아직까지 자체 PB 제품의 시장점유율이 높음</li> <li>▶ 對일본 한국산 삼계탕 수출은 엔화 약세 및 한류 침체 등에 따라 지속적으로 감소하고 있음</li> </ul>

□ 대일 수출 시 개선 필요 사항

- 한국산 삼계탕의 일본유사제품 대책 필요  
⇒ 한국산 “삼계탕” 만의 차별성 발굴 및 건강식품으로서 홍보 강화
- 먹기 쉬운 형태의 제품 다양화 노력  
⇒ 삼계탕의 본고장 이미지를 내세운 컵, 스프류 등의 신제품 개발 확대
- 한국산 삼계탕을 활용하여 다양하게 먹는 방법 제안 필요  
⇒ 카레삼계탕(인삼냄새 기피자 대상), 우동삼계탕 등 레시피 개발

2. 미국

- 미국 내 한국산 삼계탕에 대한 SWOT 분석 결과 한국의 전통적인 식품이라는 것과 인삼의 효능을 강조하여 가격경쟁력 및 식품 안전성 등을 확보하는 것이 필요함을 확인하였음

[미국 내 한국산 삼계탕 SWOT 분석]

강점(Strength)	약점(Weakness)
▶ 한국산 인삼효능, 삼계탕 본고장 인지도	▶ 높은 가격, 운송기간에 따른 유통기한감소와 단가상승
기회(Opportunity)	위협(Threat)
▶ 미국 내 한인교포 및 아시아마켓 규모, 미국인들의 치킨스프에 대한 친근감, 스프시장의 새로운 트렌드(건강, 새로운 맛), 미국인들의 인삼에 대한 인지도 및 소비증가추세	▶ 미국 현지생산 제품과의 경쟁, 수입통관시 검사강화조치 및 중국산 모방제품의 잠재적 위협

- 한국산 삼계탕의 수출을 확대하기 위해서는 크게 네 가지 측면에서 개선이 필요한데 무엇보다도 한국의 건강 보양식임을 강조, 둘째, 반계탕·순살 삼계탕 등으로 가격 조정 필요, 셋째, 포장 개선 필요, 넷째, 적극적인 시식회 마케팅 필요함

[수출 확대 전략]

Customer Value	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 미국인들이 자주 먹는 치킨 스프와 삼계탕의 가장 큰 차이점은 삼계탕이 건강보양식인 점임</li> <li>▶ 몸에 좋은 마늘과 인삼, 대추 등을 넣어 만들기 때문에 미국의 평범한 치킨 수프와는 분명히 차이가 있는 ‘건강’ 식품임을 강조할 필요 있음</li> </ul>
Cost	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 닭 요리를 즐기는 히스패닉 인구들의 경우, 삼계탕 가격에 대해 조금 비싸다는 인식이 있음</li> <li>▶ 아직 이들 인구에게 대중적인 식품이 아닌 이상 반계탕 및 순살 삼계탕 등으로 가격을 조정하여 판매 할 필요가 있음</li> </ul>

<b>Convenience</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 미국에서 판매되고 있는 삼계탕 포장을 보면 한자와 한글만 표기되어 있는 경우가 다수임</li> <li>▶ 특히 한자가 많기 때문에 미국인들이 중국 식품으로 오해하는 경우가 많으며 디자인 자체가 미국인들의 시각에 맞춘 디자인이 아니기 때문에 이를 개선할 필요 있음</li> </ul>
<b>Communication</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 미국 수입업체와의 인터뷰 시, 미국인들이 삼계탕을 눈으로만 봤을 때 매우 무섭게 여긴다고 하였음</li> <li>▶ 미국은 뼈를 발라 먹는 문화가 아니기 때문에 뼈 채로 국물에 푹 담겨져 있는 삼계탕을 보면 매우 놀란다고 함</li> <li>▶ 그러나 시식회를 하면 '맛'에 대해서는 모두 선호하므로 적극적인 시식회를 통해 소비자들에게 다가갈 필요 있음</li> </ul>

출처: 농림축산식품부, aT한국농수산물유통공사(2016)

미국 수출확대전략 수립시 고려사항

1) 가격

- 한국산 삼계탕의 경우 현지 생산된 제품에 비해 월등한 인지도 및 판매 우위를 가지고 있으나 닭이나 인삼과 같은 원재료의 단가가 비싸고 운송, 통관 등의 물류비로 인해 미국 현지생산 삼계탕에 비해 가격이 높음
- 현지 생산 삼계탕제품 가격이 \$9~10, 식당메뉴 가격이 \$11~12 선임을 감안할 때 소비자들이 인정할 수 있는 한도의 제품가격 책정이 필요
- 가격정책의 경우 현재 판매되는 제품 이외에도 포장 및 용량을 조절하여 가격이 낮은 제품을 개발하고 한편으로는 고가의 고급화 제품을 개발하는 이원화전략을 구사하여 제품군을 다양화시켜야 함

2) 제품

- 삼계탕제품의 일차적인 목표시장인 한인교포마켓과 중국마켓에서의 성공적인 안착을 위해서는 현지생산 제품과의 차별화가 필요
  - 주원료(닭, 인삼)의 “한국산” 사용 및 이를 강조하는 포장디자인 필요
  - 현지식당 및 현지생산제품과 다른 한국산만의 “authentic“ 한 맛이 필요
- 집에서의 삼계탕 조리가 어려운 학생, 싱글족 또는 맞벌이들을 위한 다양한 가격대와 종류의 제품 출시가 필요
  - 가족단위 소비를 위한 경제적인 덕용제품(2~3마리) 개발
  - 가격이나 양에서 부담되는 소비자를 위한 반계탕제품 출시
- 한인교포마켓 및 중국마켓의 경우 단기적으로는 기존제품으로 현지생산 제품대체 및 시장점유율확보에 주력하더라도 향후 경쟁심화 및 모방제품의 출시에 대비해 이원화 전략이 필요
  - 원가절감을 통한 가격경쟁력 확보
  - 해신탕, 황제삼계탕 등의 프리미엄제품 개발

- 삼계탕의 시장확대를 위해서는 단순한 삼계탕제품외에 아시아 및 미국 소비자들이 좋아하는 신제품 개발이 필요하며 이같은 ‘현지화’ 제품의 본질적인 요점은 결국 ‘한국산 인삼’으로 정리할 수 있음
  - 핵심가치(닭, 인삼)가 훼손되지 않는 범위내에서 다양한 맛(Korean ginseng chicken noodle soup, Korean ginseng Pho 등)과 형태(분말스프, 통조림, 컵용기 등)의 다양한 제품을 통한 궁극적인 삼계탕 소비저변확대 필요
- 바이어와 브로커 발굴을 통한 마케팅 노력이 필요하며 이를 위해 미국 현지 전문박람회 참가를 통해 핵심바이어 및 브로커를 대상으로 한 한국 삼계탕홍보 및 신규시장 입점을 모색

3) 유통

- 수출초기 검역신뢰도 확보를 통한 신속하고 안정적인 수입통관을 위해서 생산, 유통 단계에서의 위생문제를 야기 할 수 있는 요인을 원천적으로 방지할 수 있는 HACCP 과 유통 중 위생문제가 발생할 경우 신속하게 대응할 수 있는 이력추적제도 (Traceability System)를 적극 시행할 필요가 있음
- 또한 미국마켓으로의 진출과 판매확대를 위해서는 아시아마켓 영업을 위주로 하는 한국 도매수입상에 대한 수출에서 주류마켓에 대한 영업력을 가진 미국의 전문 대형 식품 수입업체를 발굴, 접촉해 나가야 됨
- 현지인의 입맛에 맞는 고급화된 제품개발을 통한 식문화접목을 이루기 위해서는 현지 외식산업에서 삼계탕이 하나의 대중화된 메뉴로 자리 잡는 것이 중요함
  - Sysco, US foodservice 등을 통한 레스토랑 메뉴 입점지원
  - 닭요리전문(삼계탕, 닭죽, 프라이드, 테리야끼 등) 홍보 레스토랑 운영

3. 대만

- 한국산 가공 삼계탕에 대한 수요가 높은 현지의 한국 식당을 중심으로 제품을 유통하고 이미 진출한 업체의 브랜드 마케팅을 진행하는 한편 현지의 다양한 계탕들과 비교하여 차별화될 수 있도록 한국 삼계탕의 고유성을 강화할 수 있는 레시피의 연구·개발이 필요함

[대만 내 한국산 삼계탕 SWOT 분석]

강점(Strength)	약점(Weakness)
▶ 대만으로 수입된 지 가장 오래되었고 ‘공동 하우춘’과 함께 대만 시장 최대 유통망을 보유하고 있는 한국 삼계탕 브랜드 ‘치키더키 (FINE KOREA)’가 있음	▶ 가을 및 겨울철(11월~2월)에 비교적 많은 양이 수입되는 등 계절적 판매로 인한 어려움이 있음
기회(Opportunity)	위협(Threat)
▶ 현지의 한국 식당에서 판매하는 삼계탕은 편리함과 삼계탕 본고장 맛을 찾는 손님들이 많아 한국산 가공 삼계탕을 묶음팩으로 판매함	▶ 현지에서 독특한 개성과 영양을 고루 갖춘 다양한 계탕들이 판매되어 제품 자체의 차별화가 어려움



#### 4. 홍콩

- 현지인들의 요구에 맞게 영양을 조절하여 레시피를 개선하는 한편 소비자들로 하여금 닭고기 수프와는 구별되는 삼계탕만의 장점과 차별성을 인식시킬 수 있는 광고 홍보 전략 수립이 필요함

##### [홍콩 내 한국산 삼계탕 SWOT 분석]

강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 현지에서 한국산 삼계탕이 가격, 원산지, 포장에서 강점을 보임</li> <li>▶ 현재 판매 중인 삼계탕의 경우 장기간 보관이 가능하고, 타제품보다 인삼 맛이 덜 진한 것이 장점이며, 닭고기가 쉽게 물러지지 않는 것도 고객의 구매요인 중 하나임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 홍콩 현지인들의 나트륨 요구 섭취량이 10g이나 삼계탕은 100g당(1인분) 169mg로 20% 수준으로 낮음</li> </ul>
기회(Opportunity)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 가공된 육류가 포함된 제품의 경우 동물검역증명서를 제출할 필요가 없어 검역 절차가 용이함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 주로 수입되는 닭고기 제품이 닭고기 수프로서 무색소 및 무방부제, 저염 및 무염, 유기농 인증 원료를 사용하고 있는 미국 캠벨 닭고기 수프 등이 잠재적인 경쟁 제품임</li> </ul>

#### 5. 중국

- 중국 내 한국산 삼계탕 유통 환경에 대한 SWOT 분석 결과 한국산 삼계탕은 중국의 젊은 층을 중심으로 온라인 판매를 하는 것이 적절할 것으로 보이며, 특히 중국산 삼계탕과 차별화된 특징을 가질 수 있도록 생산기술에 대한 지재산 보호 및 포장·디자인 측면에 있어서의 차별성이 필요함

##### [중국 내 한국산 삼계탕 유통 환경 SWOT 분석]

강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한인 채널을 통한 시장 진입 용이</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 복잡한 중국 유통사에 대한 부족한 정보(예측 불가능한 시장, 규제 등 변화 요인에 대한 정보 수집 등)</li> <li>▶ 유통망 개척을 위한 시간과 비용 과다 소요(대형 유통 채널을 보유하고 있으며 현지 마케팅 경험이 풍부한 에이전트 발굴이 관건임)</li> <li>▶ 한인 채널을 통한 중국 시장 확대 한계(중국 내수시장 공략을 위한 별도 채널 관리 필요)</li> <li>▶ 대형마트의 자체 브랜드(Private Brand) 확대</li> </ul>

기회(Opportunity)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 자국산 제품에 대한 불신 팽배로 한국산 웰빙 제품 시장 진출 기회</li> <li>▶ 현지 대형 유통망의 공급 채널 다변화</li> <li>▶ 프리미엄 마트 내 수입식품관 확대</li> <li>▶ 중국 온라인 쇼핑몰 시장 성장 및 온라인으로 식품 구매자 증가</li> <li>▶ 젊은 층 중심으로 온라인 상에서 수입 식품 구입(타오바오, Tmall에서 한국 식품관 개설 및 운영)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 중국의 한국식 생산 기술 모방의 지재권 침해 등 불안 요인 상존(제조업체가 아닌 수입상/대리상 등의 유통업체 자체에서도 유사 제품 생산 및 공급 가능)</li> <li>▶ 한국산 삼계탕 홍보 확산 시 중국산 삼계탕의 생산량 및 유통량이 증가하는 반사이익 우려</li> <li>▶ 포장 라벨링 규정 및 중국의 포장 디자인 모방 등으로 차별화 한계(현지인들의 기호를 반영한 한국산만의 고유 포장 디자인 개발)</li> <li>▶ 복잡한 유통 체계를 거칠 경우 '가격 경쟁력'이 낮아질 가능성 존재</li> </ul>

출처: 농림축산식품부, aT한국농수산물유통공사(2015)

- 아울러 한국산 삼계탕 소비 환경에 대한 SWOT 분석 결과에 따르면 유통 환경에 대한 SWOT 분석과 마찬가지로 한국산 삼계탕에 대한 소비층이 제한되어 있기 때문에 젊은 소비층 또는 고소득층을 중심으로 판매전략을 구상하고 가격 경쟁력 및 수입식품 안전성을 확보하는 것이 필요함

[중국 내 한국산 삼계탕 소비 환경 SWOT 분석]

강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 닭을 이용한 건강식/영양식 소비 문화 유사함</li> <li>▶ 한국산 삼계탕 특유의 맛, 생산 방식에 대한 차별적 인지도 확보함</li> <li>▶ 한국산 고려인삼에 대한 높은 인지도 및 긍정적인 인식 형성</li> <li>▶ 한류, 국가 브랜드 상승(한류 스타 및 문화 콘텐츠, 한국 프리미엄 이미지 활용 기대)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한국산 삼계탕에 대한 인지도 미약함</li> <li>▶ 중국 현지산 대비 가격 경쟁력 취약함</li> <li>▶ 탕류 및 즉석식품에 대한 기본적인 선호층과 비선호층이 공존함</li> <li>▶ 한국산 삼계탕 소비자층이 비교적 제한되어 있음</li> <li>▶ 중국 소비자들의 식습관, 선호 맛 다양화로 중국인 소비자 입맛의 적응 여부가 관건임</li> </ul>
기회(Opportunity)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 중국 소비자들의 자국산 제품 안전성에 대한 불신 분위기 심화</li> <li>▶ 엄격한 검역 절차를 거친 수입산의 안전식품 이미지 확보</li> <li>▶ 소득 증가 및 생활 수준 향상에 따른 수입식품 수요 증가</li> <li>▶ 고소득층 중심으로 고품질 수입 가공식품 선호 확대</li> <li>▶ 젊은 소비층 중심으로 '한국음식 간편조리식'은 새로운 소비 트렌드로 포지셔닝 가능성 존재</li> <li>▶ 식생활의 서구화, 간편화 등으로 소비자의</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 중국인의 닭 요리에 대한 습성(가족 단위로 끓여먹는 음식이라는 인식)</li> <li>▶ 지역별 차등적인 수용력(광저우 : 높은 닭 소비량, 상하이 : 낮은 탕류 선호도 등)</li> <li>▶ 저렴한 중국산 제품의 공격적인 진입 가능</li> <li>▶ 한국산 삼계탕의 국내 업체 간 과당 경쟁 발생 우려</li> <li>▶ 구제역 발생 등 한국산 삼계탕의 안전성 문제 등 검역 강화 및 수입제한 가능성 상존</li> </ul>

요구 다양화

- ▶ 한식당에서 '한국산 냉동 닭에 대한 니즈' 존재

출처: 농림축산식품부, aT한국농수산물유통공사(2015)

대 중국 수출 시 개선 필요 사항

- 한국 식품에 대한 관심이 증가하고 있기 때문에 중국인들의 기호에 맞춰 새로운 삼계탕 조리법 등이 필요함
- HACCP, QS 인증 취득 후 제품의 위생 및 안전성을 부각함
- 건강을 중요시하는 중산층과 미용을 중시하는 젊은 층에게 삼계탕의 효능을 홍보함
- 최근 선풍적인 인기를 끌고 있는 '태양의후예' 등과 같은 드라마에서 삼계탕 시식 장면 연출이 소비 붐 증진에 크게 기여할 것이라는 여론임
- 한국산 삼계탕에 대한 초창기 이해도 증진 및 안전성 홍보를 위해 한국의 닭 사육과정, 도축 및 가공과정의 자동화 시스템 등 관련 동영상, 홍보물 등 제작 제공 판촉행사 필요
- 건강식 인식이 높은 오골계 삼계탕 출시 등 건강식품 인식확산을 위한 다양한 프리미엄 제품 생산 필요

6. 싱가포르

- 싱가포르 내 한국산 삼계탕 시장에 대한 4C 분석 결과에 따르면, 먼저 소비자 입장의 경우 할랄인증 제품에 대한 수요가 높기 때문에 이러한 제품을 개발하면 판매대상 소비자를 보다 확대할 수 있을 것임
- 비용적인 측면에서 볼 때는 삼계탕의 경우 물류비로 인해 비용을 절감하는 것이 어려운 편인데 물류체계의 개선 등을 통해 원가를 절감하여 판매가격을 낮춘다면 현재보다 판매의 폭이 넓어질 것임
- 편의성 측면에서는 싱가포르 소비자들은 간편식 및 인스턴트 음식에 대한 선호도가 높아 레토르트 제품에 대한 거부감이 없다는 점은 기회요소이지만, 포장이 획일화되어 있고 한국산 고유의 특징을 표현하지 못한다는 점에서 마케팅적인 요소 가미가 필요할 것임
- 의사소통의 경우 싱가포르에서도 한류에 의해 삼계탕 판매가 영향을 받는 등 국가 이미지가 중요한 역할을 하기 때문에 조류독감 등의 식품안전사고를 해결하고 향후 대비할 수 있는 방안을 모색해야 할 것임

[수출 확대 전략]

<p>Customer Value</p>	<p>▶ 할랄인증 제품 개발 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르 내 판매되고 있는 한국산 삼계탕은 아직 할랄 인증을 받지 않은 상태로 무슬림 대상 판매가 어려운 점이 있음</li> <li>- 할랄 삼계탕이 있다면 삼계탕의 접근가능 시장을 크게 확대할 수 있을 것으로 기대됨</li> </ul>
<p>Cost</p>	<p>▶ 현지에 적합한 가격 책정 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 삼계탕 1마리 기준 보통 SGD\$13~15불 사이로 책정되어 있음</li> <li>- 삼계탕의 특성상 전체 비용에서 물류비가 차지하는 비중이 높은 편이므로 판매가격 인하는 어려움</li> <li>- 그러나 현재보다 낮출 수 있다면 판매에 큰 도움이 될 것임</li> </ul>
<p>Convenience</p>	<p>▶ 현지인들은 레트로트 팩킹방식 선호</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 간편식 및 인스턴트 음식들이 발달한 싱가포르에서 레트로트방식은 큰 거부감 없이 자연스럽게 받아들여지고 있음</li> <li>- 동남아에는 레트로트 포장 제품이 많지 않은 편이며 주로 한국 일본 등지에서 제조된 제품이 레트로트 포장으로 들어오고 있음</li> </ul> <p>▶ 획일화되고 일반화된 포장</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 레트로트 포장은 고급 제품 이미지를 가지고 있다는 점에서 좋지 만 마케팅 측면에서 포장이 너무 획일화되어 있음</li> <li>- 또한 현재 수입량이 가장 많은 '사조화인코리아' 삼계탕의 경우 포장에 한국적인 특징을 나타내는 부분이 많지 않으며 오히려 회사명(사조) 때문에 일본 제품으로 오인되기도 함</li> <li>- 한국적인 느낌을 주는 포장요소가 있다면 더욱 판매 증진에 도움이 될 것임</li> </ul>
<p>Communication</p>	<p>▶ 국내 조류독감 관리 관건</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지에도 삼계탕과 비슷한 음식이 있어 한국산 삼계탕을 대체할 수 있지만 삼계탕은 '한류'의 영향을 받음</li> <li>- 때문에 국가 브랜드, 즉 국가 이미지가 하락하면 삼계탕 판매가 즉각적인 영향을 받을 수 있음</li> <li>- 삼계탕의 해외 판매를 촉진하는 것도 중요하지만 조류독감 또는 구제역 등 식품안전사고를 철저히 관리하는 것이 일차적으로 중요함</li> </ul>

□ 대 싱가포르 수출 시 개선 필요 사항

- 고염분, 고칼로리 보다는 저염식이며 영양소가 풍부한 건강식품을 수출 유망 품목으로 추천함
- 한국의 삼계탕에 들어가는 인삼, 대추 등 건강에 좋은 다양한 재료를 부각시켜 홍보하는 것을 추천함
- 싱가포르 소비자들 사이에 친환경의 인식이 높아지는 바, 일회용 용기보다는 재활용 가능한 용기가 나올 것으로 여겨짐

1) [품질] 싱가포르 삼계탕 품질을 결정짓는 것은 할랄 인증

- 고급 보양식으로 여겨지는 삼계탕, 할랄 인증을 통해 다양한 인종의 소비자를 확보해야
  - 싱가포르 시장에서 삼계탕의 품질을 결정짓는 것은 할랄 인증이다.
  - 중국계를 넘어 싱가포르 무슬림 소비자의 만족도 증진을 타겟으로 해야 한다.

2) [가격] 유통채널 별 가격차별화가 이루어지는 삼계탕, 품질대비 가격 만족도가 우수

- 품질 대비 가격 만족도가 높은 음식이기에 가격 하락 보다는 품질 위주로 경쟁력을 상승 시켜야
  - 유통채널별 가격이 차별화 된 삼계탕, 품질 대비 가격 만족도가 우수하다.
  - 서민층까지 소비자로 확보할 수 있도록 저품질에서 고품질 등 제품 품질별 가격라인을 다양화 할 필요가 있다.

3) [포장] 고급 보양식인 삼계탕 이미지에 걸 맞게 포장 수준을 높일 필요

- 비닐 포장으로 용기에 옮겨 담아야 하는 번거로움을 개선할 필요
  - 레토르트 포장이며 전자레인지 사용이 가능해 섭취의 편리성이 높다.
  - 고급 보양식인 삼계탕 이미지에 걸 맞게 사각 용기 등의 형태로 포장 수준을 높일 필요가 있다

4) [브랜드 파워] 체계적인 광고를 통해 삼계탕 제품 자체에 대한 제품 파워를 높여야

- 아직 제품 자체에 대한 인지도가 낮은 삼계탕, 신문기사 등 전문지를 통한 효능 홍보가 필요
  - 아직까지 수입 경쟁국이 없어 시장 포화상태 전인 삼계탕, 시장 선점을 통해 지위를 굳건히 해야 한다.
  - 체계적인 광고(효능 등)를 통해 삼계탕 제품 자체에 대한 제품 파워를 높여야 한다.

5) [유통] 아직까지 수입경쟁국이 없어 시장 포화상태 전인 삼계탕, 시장 선점을 통해 지위를 굳건히 해야

→ 한국의 고급 보양식품으로 브랜드 파워를 형성하고 있는 삼계탕, 가격 보다는 체계적인 마케팅, 할랄인증 등으로 시장을 선점할 필요

## 7. 호주

- 호주에서는 찾기 힘든 방식의 조리법을 가진 삼계탕은 호주 소비자들의 호기심을 충족시킬 수 있는 제품인 동시에 건강식품임을 홍보하고 낮은 인지도를 만회하기 위해 각종 시식회와 품평회 등을 통해 소비자들에게 노출시키며 한 끼 식사용이라는 점을 강조하여 가격대를 설정해야 함

[호주 내 한국산 삼계탕 SWOT 분석]

강점(Strength)	약점(Weakness)
▶ 호주에서는 삼계탕에 대한 중국인들의 선호도가 높아 삼계탕 소비가 한국인보다는 중국인이 더 많은 모습을 보이고 있음	▶ 삼계탕은 한국인과 중국인, 일부 일본인을 제외하면 사실상 인지도가 매우 낮은 상황임
기회(Opportunity)	위협(Threat)
▶ 호주인들은 삼계탕 같은 새로운 방식의 조리법은 아직 접해보지 못한 미지의 방법이므로 호주 소비자들의 새로운 음식에 대한 호기심을 충족시킬 수 있을 것으로 보임 ▶ 삼계탕의 조리법은 건강에 많은 도움을 줄 수 있는 방법으로 발전해 왔으며 호주 소비자들의 건강에 대한 관심도도 높아지고 있음	▶ 호주에서 일반적으로 판매되는 치킨 수프의 경우 간식 또는 사이드 메뉴로 설정되어 용량도 작고 가격도 싼 모습을 보임

[수출 확대 전략]

Customer Value	건강 보양식의 대명사인 삼계탕. 건강식품의 이미지 확충을 통한 상품 판매의 증가 ○ 호주에서는 찾기 힘든 방식의 조리법을 가진 삼계탕은 호주 소비자들의 호기심을 충족시킬 수 있음과 동시에 맛과 건강까지 모두 충족시킬 수 있는 식품이라는 점을 강조하는 것이 필요하다.
Cost	여타의 일반적인 치킨 수프들보다는 비싼 가격. 한 끼 식사라는 점을 강조 ○ 호주에서 일반적으로 판매되는 치킨 수프의 경우 간식 또는 사이드 메뉴로 설정되어 용량도 작고 가격도 싼 모습을 보이고 있다. ○ 삼계탕의 경우 일반적인 치킨 수프와는 다르게 충분히 한 끼 식사용으로 적합하기 때문에 이 점을 강조하여 가격대를 설정하면 될 것으로 보인다.
Convenience	소비자의 접근성은 떨어지는 삼계탕. 하지만, 중국 식품점에서의 확장 가능성이 있어 ○ 삼계탕의 경우 호주 현지에서는 한국인보다도 중국인의 구매가 더 많은 모습을 볼 수 있다. ○ 중국 소비자들의 인기에 힘입어 한국 식품점에서 중국 식품점에서의 시장 확대 가능성이 있다고 보인다.
Communication	식품 인지도의 확보가 최우선적으로 이루어져야 할 사항 ○ 삼계탕은 한국인과 중국인, 일부 일본인을 제외하면 사실상 인지도가 매우 낮은 상황이다. ○ 낮은 인지도를 만회하기 위해 건강식품으로서의 홍보와 동시에 각종 시식회와 품평회 등을 통해 소비자들에게 노출시키는 것이 중요하다.

## 8. 베트남

- 최근 현지의 웰빙 트렌드에 맞추어 한국산 삼계탕이 영양가 높은 인삼을 포함한 건강식품임을 강조함과 동시에 유통 채널의 확대와 단가 인하를 위한 노력이 필요함

### [베트남 내 한국산 삼계탕 SWOT 분석]

강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 전통적으로 닭요리와 인삼을 선호하는 베트남 소비자들이 한국산 삼계탕에 대해 긍정적인 반응을 나타냄</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 베트남의 삼계탕 공식 수입업체는 K&amp;K 글로벌(K-market)이 유일하며, 한인마트(K-mart, K-market 등)에서만 판매되고 있음</li> <li>▶ 베트남산 레토르트 삼계탕이 800그램에 180,000VND로 판매되고 있는데 비해 한국산 삼계탕은 800g에 6,000원으로 가격경쟁력이 떨어짐</li> </ul>
기회(Opportunity)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 즉석가공 식품시장이 매년 5%이상 성장하고 있는 추세이며, 최근의 트렌드는 건강식, 다양성, 다이어트, 웰빙(저칼로리 및 소량)임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 베트남에는 한국산 삼계탕과 비슷한 흑닭탕이 있는데 베트남 전역에서 보양식품으로서 인기가 많고 선호도가 매우 높음</li> </ul>

#### 대 베트남 수출시 개선 필요 사항

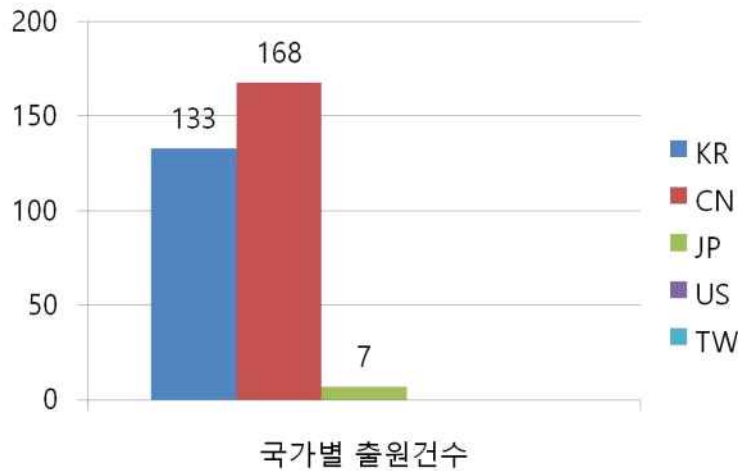
- 내용량 및 포장표시 : 약 500g & 2인분용 / 약 800g & 3~4인분용
- 현지 생활수준에 맞는 판매가격 책정
  - 500g : VND80,000 수준 (약 4,000원)
  - 800g : VND120,000 수준 (약 6,000원)
- 닭고기 품질·맛
  - 질긴 닭고기 및 다리부위 등 사용
  - 진한 국물 맛 필요
  - 크기 큰 인삼 삽입 필요
  - 국물이 싱거우므로, 추가 양념 필요
- 상품홍보 개선
  - 노약자 대상으로 홍보 강화 필요
  - 인삼제품 (건인삼, 홍삼음료 등) 증정 판매 등

## 5절. 해당품목의 기술수준 분석

### 1. 특허기술 Landscape

#### 가. 국가별 Landscape

<전체 특허출원 국가 동향>



- 본 분석에서는 우리나라(KIPO)를 비롯한 미국(USPTO), 일본(JPO), 유럽(EPO), 중국(SIPO) 및 대만(TIPO)의 특허청의 “삼계탕” 관련 특허 출원 건을 모두 합산하여 전체 출원건의 차이를 살펴봄으로써, 전체 특허출원 Trend를 알아보고자 한다. 이와 관련하여 삼계탕의 명칭은 삼계탕, samgyetang; samgye-tang; サムゲタン; 参鸡汤;
- 鷄湯 등으로 호칭되고 있으며, 우리나라를 제외한 미국, 유럽 등 외국의 경우에는 가장 근접한 영문 명칭으로서 “chicken soup”, “chicken stew” 등을 상정할 수 있는 바, 해당 명칭으로 검색하였다.
- 상기 검색 결과에 의하면 한국과 중국의 특허출원이 검색된 대부분의 특허출원을 차지하고 있으며, 미국, 유럽 및 대만의 경우에는 사실상 특허출원이 없으며, 일본의 경우에도 소규모에 불과하였다.
- 이와 같은 결과를 볼 때, 삼계탕과 관련된 특허출원 등을 검색할 때 그 범위를 “chicken soup” 등으로 넓게 설정한다고 하더라도 한국 및 중국이 주된 검색대상임을 알 수 있다.

#### 나. 주요 경쟁자 Landscape

- 본 그래프는 삼계탕 관련 기술분야의 전체 특허출원 중에서 한국 및 중국의 다출원 출원인 TOP 10을 나타낸 것이다. 나머지 일본, 미국, 유럽, 대만의 경우는 사실상 다수 출원인이 존재하지 않으므로 포함시키지 않는다. 본 그래프에는 영문으로 “chicken soup”를 키워드로 검색한 결과를 모두 포함한다.
- 주요 경쟁자로서 내세울만한 회사, 대학, 개인이 존재하지 않으며, 대부분 5건 이하의 소규모 출원인뿐인 것이 특징적이다.



〈표 4〉 한국과 중국 다출원 출원인 TOP 10

구분	KIPO (대한민국)	건수	SIPO (중국)	건수
1	김기옥	5	ANHUI LIN YUAN FARM AND SIDELINE PRODUCTS CO., LTD.	6
2	한국식품연구원	3	ANHUI INDUSTRY & TRADE VOCATIONAL TECHNICAL COLLEGE	4
3	제주블루오션코리아(주)	3	HEFEI GANGGANGXIANG FOOD CO., LTD.	3
4	이영철	3	HENAN PROVINCE QI COUNTY YONGDA FOOD INDUSTRY CO., LTD.	3
5	김옥련	3	INSTITUTE OF AGRO-FOOD SCIENCE AND TECHNOLOGY, CHINESE ACADEMY OF AGRICULTURAL SCIENCES	3
6	강릉원주대학교 산학협력단	2	QINGDAO HAIFALI CEREAL AND OIL MACHINERY CO., LTD.	3
7	대덕대학 산학협력단	2	Qinghuangdao Chiatai Co., Ltd.	3
8	김은미	2	Xie Zhigang	3
9	서라벌대학 산학협력단	2	XU MINGJI	3
10	박철환	2	ZUNYI TIANYANG FOOD CO., LTD.	3

- 앞서와 같이 삼계탕 (chicken soup 포함) 관련 기술 분야의 특허출원이 한국 및 중국이 주를 이루고 그 출원건수에 대해서도 소규모 출원인만이 존재한다는 것을 보면, 삼계탕 관련 분야는 적극적인 기술 개발이 이루어지지 않은 분야로서, 개별 소기업이나 대학이 산발적으로 기술 개발에 나서는 분야로 볼 수 있다.
- 특히, 국내의 경우 가공방법을 새롭게 개발하는 기초적인 연구가 많이 이루어지지 않고 있는 것이 특징적이다.
- 이에 비하여 국내의 상당수의 삼계탕 관련 특허출원은 삼계탕에 특정 원재료를 넣어서 삼계탕의 효능을 좋게 한다는 정도의 단순한 개발 수준이었음을 부정할 수 없다. 즉, 각종 농산물 또는 수산물이 그 대상으로 다시마, 가래이추출물, 전복, 문어, 소라, 구찌빵, 능이버섯, 흑마늘, 녹두, 산야초, 연잎 등을 원재료로 하여 삼계탕의 효능을 증대시키고자 한 것이었다.
- 또 다른 특징으로는 삼계탕에 각종 한약재를 넣은 것으로 삼계탕의 효능을 강화하는 특허출원도 상당 부분을 차지하고 있다는 점이다.
- 앞서와 같은 한국의 특허출원 경향, 즉 삼계탕의 신규 원재료의 추가를 주된 내용으로 하는 특허출원 경향은 국내뿐만 아니라 중국의 특허출원도 우리와 비슷한 경향을 띄고 있음을 주목할 만하다.

## 다. 정량분석 결론

- 본 조사에 의한 삼계탕 관련 특허출원 분석 결과의 특징을 요약하면,
  - 1) 삼계탕 관련 특허기술은 한국 및 중국의 특허출원이 대부분을 차지하기에 해당 분야에서 한국과 중국이 핵심 국가라고 할 수 있으며,
  - 2) 한국과 중국에 있어서 삼계탕 관련 기술의 핵심적인 기술을 가지는 핵심 기업 또는 대학이 존재하지 않으며,
  - 3) 삼계탕 관련 특허출원 중에 삼계탕 가공과정 등 포괄적으로 적용이 가능한 핵심기술이 상대적으로 적으며,
  - 4) 삼계탕 관련 특허출원 중에 삼계탕의 원재료로 농산물, 수산물, 한약재를 투여하는 삼계탕의 효능을 높이려는 특허출원이 상당수를 차지하고 있으며,
  - 5) 삼계탕 관련 특허출원 중에 자기 국가 이외의 외국에 특허를 획득하는 경우가 거의 없다는 점이 특징적이다.
- 위와 같은 상황을 종합해 볼 때, 삼계탕 관련 기술 분야는 상대적으로 기술개발이 더딘 분야로 볼 수 있으며, 향후 기술개발의 여지가 많은 분야로 볼 수 있다.

## 2. 특허조사분석

### 가. 분석 배경 및 목적

#### 가-1. 분석 배경

- 본 『삼계탕』 특허동향조사는 수출유망 품목별 수출연구사업단 사업 관련 수출전략 기술개발 및 중복 연구를 위한 조사이다. 본 분석의 대상이 되는 삼계탕은 어린 닭의 배속에 찹쌀과 마늘, 대추, 인삼을 넣고 물을 부어 오래 끓인 음식으로 계삼탕이라고도 하며, 여름철 보신 음식으로 꼽힌다. 삼계탕 관련 기술은 크게 가공방법과 원재료를 중심으로 하는 제조방법으로 나누어 볼 수 있다. 전통적으로는 삼계탕에 새로운 재료를 넣은 기능성 삼계탕이 주류를 이루고 있으며, 최근 가공방법을 근본적으로 개선하려는 노력이 많이 이루어지고 있다.

#### 가-2. 분석 목적

- 본 보고서에서는 삼계탕과 관련된 기술들에 대하여 특허동향조사를 실시한다. 이를 통하여 국제 특허현황, 주요 핵심특허의 분석을 실시하여 전략적인 연구개발 계획 수립에 활용할 수 있는 객관적인 특허정보를 제공하는 것을 목표로 한다. 또한, 삼계탕 관련 국내 및 외국 논문도 검색대상에 포함시킴으로써 기술 동향을 분석하고자 한다.

### 나. 분석 범위

- 본 분석에서는 적어도 2017년 4월까지의 한국, 미국, 일본, 유럽, 중국 및 대만의 공개특허를 분석 대상으로 한다.

## 나1. 분석대상 특허 검색 DB 및 검색범위

### (1) 분석대상 특허)

< 검색 DB 및 검색범위 >

자료 구분	국 가	검색 DB	분석구간	검색범위
공개·등록특허 (공개·등록일 기준)	한국	WIPS	~ 현재(검색일)	특허공개 및 등록 전체문서
	일본	WIPS		특허공개 및 등록 전체문서
	미국	WIPS		특허공개, 특허공개(공표), 특허공개(재공표) 전체문서
	유럽	WIPS		EP-A(Applications) 및 EP-B(Granted) 전체문서
	중국	WIPS		특허공개 및 등록 전체문서
	대만	WIPS		특허공개 및 등록 전체문서

※ 분석구간: 한국, 미국, 일본, 유럽, 중국, 대만 ~ 2017.4(공개년도 기준)

### (2) 검색식

최종 검색식은 <표 2>와 같음

< 최종 검색식 >

기술	검색식
삼계탕 식품포장	1. 삼계탕; chicken soup; samgyetang; samgye-tang; サムゲタン; 參鷄湯; 蔘鷄湯 AND (A23L* A23C* A23B* A22C*)IPC 2. chicken * soup AND (A23L* A23C* A23B* A22C*)IPC 3. chicken * stew AND (A23L* A23C* A23B* A22C*)IPC 4. chicken * packaging AND (A23L* A23C* A23B* A22C*)IPC

### (3) 유효특허 선별 결과 (검색결과에 따른 포괄적 선별)

< 유효특허 선별결과 >

기술명	유효데이터 건수						계
	KIPO	USPTO	JPO	EPO	SIPO	TIPO	
총 계	133	1	7	-	168	-	309

## 나2. 특허기술동향조사 분석 방법

○ 본 분석에서는 삼계탕 관련 IP 핵심특허 분석 방법을 채용하여 분석한다.

### 다. 특허조사분석 범위

대상국가	국내, 국외(미국, 일본, 유럽, 중국, 대만)
특허DB	윙스온(www.wipson.com)
검색기간	최근 20년(1997~2017)
검색범위	서지, 요약, 대표청구항, IPC 분류

### 라. 특허 조사분석에 따른 본 연구과제와의 관련성

기술명	삼계탕 품질 향상을 위한 가공 관련 기술	
Keyword	삼계탕, 계육, 가공, 처리, 가금, 단백질, 가열, 살균, 진공, 농축, 레토르트, 조리, samgyetang, chicken, soup, processing, poultry, protein, heating, sterilization, vaccum, concentration, retort, cooking	
검색건수	1,435	
유효특허건수	132	
핵심특허 및 관련성	특허명	진공 저온 가열에 의한 삼계탕 제조 방법
	보유국	한국
	등록년도	2012. 05. 04.
	관련성(%)	
	유사점	진공 저온 가열 방식에 의하여 닭뼈의 연부 현상을 최소화할 수 있으며, 육질 및 기호도가 상승된다는 점에서 유사점이 있음.
차이점		
핵심특허 및 관련성	특허명	통전 가열에 의한 삼계탕의 제조 방법
	보유국	한국
	등록년도	2012. 02. 03.
	관련성(%)	
	유사점	저주파를 이용한 통전 가열 방식에 의하여 기존 방식에 비해 단시간내에 삼계탕의 고상과 액상을 균일하게 가열할 수 있다는 점에서 유사점이 있음.
차이점		
핵심특허 및 관련성	특허명	COMPOSITION PREPARED FROM POULTRY AND METHODS OF THEIR USE (가금류로부터 만들어진 조성물 및 그 제조방법)
	보유국	미국
	등록년도	2015. 01. 08. (공개)
	관련성(%)	
	유사점	선택된 가금 원료 물질로부터 고단백질 내용물을 가지는 수프를 획득하는 방법으로서, 상대적으로 고농도의 수프 제조가 가능하다는 점에서 유사점이 있음.
차이점		

하고 있음. 따라서 아직 미공개 상태의 특허출원을 검색대상에 포함시킬 수 없음.

기술명		삼계탕 보관용이성 제고를 위한 포장 관련 기술
Keyword		포장, 진공, 가열, 살균, 삼계탕, 계육, 가금, 레토르트, 팩, 캔, 보존, packaging(package), vaccum, heating, samgyetang, chicken, poultry, retort, pack, can, preservation
검색건수		3,568
유효특허건수		183
핵심특허 및 관련성	특허명	진공 포장 삼계탕의 제조 방법과 이 방법에 의하여 제조된 진공 포장 삼계탕
	보유국	한국
	등록년도	2012. 11. 16.
	관련성(%)	
	유사점	추출한 육수와 함께 진공 포장 팩에 넣고 진공포장한 후 그 진공 포장 팩을 가열하여 생닭을 익히는 과정을 제시한다는 점에서 유사점이 있음.
차이점		
핵심특허 및 관련성	특허명	Instant American ginseng chicken soup can and production method thereof
	보유국	중국
	등록년도	2013. 08. 28. 공개
	관련성(%)	
	유사점	미국 인삼 뿌리를 이용한 닭고기 통조림 및 제조 방법에 관한 것으로 저장기간이 길며 간단히 가열 후 섭취가 가능한 기술을 제시하는 점에서 유사성이 있음.
차이점		
핵심특허 및 관련성	특허명	수경재배인삼을 이용한 포장삼계탕의 제조방법
	보유국	한국
	등록년도	2016. 10. 28.
	관련성(%)	
	유사점	저온추출공법으로 제조된 한방 추출물이 함유되고, 무농약 재배로 잎까지 활용할 수 있어 진세노이드 함량이 높고 기능성 성분이 다량 함유된 수경재배인삼을 포장삼계탕으로 제조하는 방법을 제시한다는 점에서 유사함.
차이점		

기술명		삼계탕 효능 향상을 위한 원재료 관련 기술
Keyword		삼계탕, 원재료, 효능, 기능, 계육, 가공, 처리, 가금, 단백질, 레토르트, 섭취, 회복, samgyetang, efficacy, function, chicken, soup, processing, poultry, protein, retort, intake, recovery
검색건수		2,335
유효특허건수		115
핵심특허 및 관련성	특허명	해산물을 포함한 삼계탕의 제조방법 및 그 삼계탕
	보유국	한국
	등록년도	2007. 05. 02
	관련성(%)	
	유사점	해산물을 포함한 삼계탕은 종래 삼계탕에 비해 취식시 몸에 열이 나는 정도가 강하며, 국물이 시원하고 닭고기의 육질이 월등히 연해지는 효과 등을 제시하는 점에서 유사함.
	차이점	
핵심특허 및 관련성	특허명	십전대보탕 한방재 열수추출물을 이용한 녹두삼계탕의 제조방법
	보유국	한국
	등록년도	2009. 03. 06
	관련성(%)	
	유사점	십전대보탕 한방재 열수추출액을 삼계탕의 육수로 사용하므로 닭 특유의 이미, 이취를 제거하고자 하는 기술사상을 제시하고 있는 점에서 유사함.
	차이점	
핵심특허 및 관련성	특허명	저지방 삼계탕의 제조방법 및 이에 의해 제조된 저지방 삼계탕
	보유국	한국
	등록년도	2015. 11. 25.
	관련성(%)	
	유사점	육수를 이용함으로써 인해 약재의 약용 성분이 우수하게 우리나라 뿐만 아니라 닭고기의 지방을 중화시킬 수 있는 기술을 제시함에서 유사함.
	차이점	

마. 핵심특허

마-1. 핵심특허 현황

○ 추출된 핵심특허는 총 10건 임. 향후 삼계탕 관련 기술의 실시에 있어 핵심특허에 대한 침해 위험성을 검토하고, 핵심특허의 활용을 위한 대응책을 제시하는 것으로 한다.

< 핵심특허 리스트 >

구분	발명의 명칭	출원인	출원번호	상태
1	진공 저온 가열에 의한 삼계탕 제조 방법	한국식품연구원	KR20110107976	등록
2	통진 가열에 의한 삼계탕의 제조 방법	한국식품연구원	KR20090097780	등록
3	저지방 삼계탕의 제조방법 및 이에 의해 제조된 저지방 삼계탕	서복령	KR20130127036	등록
4	진공 포장 삼계탕의 제조 방법과 이 방법에 의하여 제조된 진공 포장 삼계탕	(주)한알천식품	KR20100011366	등록
5	삼계탕용 반가공 닭 제조방법	(주)유성푸드	KR2013011836	등록
6	해산물을 포함한 삼계탕의 제조방법 및 그 삼계탕	이도재	KR20060083379	등록
7	십전대보탕 한방재 열수추출물을 이용한 녹두삼계탕의 제조방법	(주)마니커	KR20070071908	등록
8	Gingseng Chicken Soup and Making Method Thereof	KANG AIMIN	CN201210467164	공개
9	Instant American ginseng chicken soup can and production method thereof	SOUTH CHINA UNIV.	CN201310169554	공개
10	Composition Prepared from Poultry and Methods of Their Use	International Dehydrated Foods, Inc.	US14/325,694	공개



마-2. 핵심특허 분석  
(핵심특허 1)

발명의 명칭	진공 저온 가열에 의한 삼계탕 제조 방법		
출원인(권리자)	한국식품연구원	출원국가	KR
출원번호 (출원일)	2009-0107976 (2009.11.10)	공개번호 (공개일)	1020110051415 (2011.05.18)
등록번호 (등록일)	1145435 (2012.05.04)	법적상태	등록
		패밀리특허	-
기술요약	<p>본 발명은 진공 저온 가열에 의한 삼계탕 제조 방법에 관한 것으로, 구체적으로 본 발명의 삼계탕 제조 방법은 내장을 제거하고 손질한 닭고기를 증숙하여 예비 가열하는 증숙 단계; 상기 증숙한 닭고기와 조미액, 육수 또는 이들의 혼합물을 혼합하고 진공 포장하여 진공 포장된 닭고기를 제조하는 진공 포장 단계; 및 상기 진공 포장된 닭고기를 65 ℃ 내지 95 ℃로 증탕하는 저온 가열 단계를 포함한다.</p> <p>본 발명의 삼계탕 제조 방법에 의해 닭뼈의 연부 현상을 최소화할 수 있으며, 육질 및 기호도가 상승된 삼계탕을 제조할 수 있다.</p>		
대표도면	 <p>실시예 1    실시예 2    실시예 3    실시예 4    실시예 5</p>		



<p>대표 청구항</p>	<p>내장을 제거하고 손질한 닭고기를 100 ℃의 증기로 30 내지 120 분 동안 증숙하는 증숙 단계;</p> <p>상기 증숙한 닭고기와 조미액, 육수 또는 이들의 혼합물을 혼합하고 진공 포장하여 진공 포장된 삼계탕을 제조하는 진공 포장 단계로서, 상기 조미액은 황기, 마늘, 생강, 설탕, 소금, 후추 및 양파의 추출물로 구성된 단독 또는 이들의 혼합물을 포함하고, 상기 육수는 닭발 및 닭뼈로 제조된 진공 포장 단계; 및</p> <p>상기 진공 포장된 삼계탕을 65 ℃ 내지 95 ℃로 2 내지 8 시간 동안 수욕조(water bath)내에서 증탕하는 저온 가열 단계를 포함하는 것을 특징으로 하는 진공 저온 가열에 의한 삼계탕의 제조 방법.</p>
<p>검토의견</p>	<p>본 핵심특허는 현재 국내에서 유효하게 존속중이며, 해외에 특허출원되어 있지 않아서 해외에서 관련된 기술을 실시하더라도 특허침해 문제는 발생할 가능성이 낮은 것으로 판단된다.</p> <p>다만 본 핵심특허의 개량 발명이 출원되었을 가능성이 있으므로 개량기술에 대한 특허등록 여부를 지속적으로 검토할 필요가 있을 것으로 판단된다.</p> <p>또한, 본 핵심특허와 유사한 특허를 출원하기 위해서는 핵심특허의 권리를 회피하기 위한 연구가 추가적으로 필요할 것으로 판단된다.</p>

(핵심특허 2)

발명의 명칭		통전 가열에 의한 삼계탕의 제조 방법	
출원인(권리자)	한국식품연구원	출원국가	KR
출원번호 (출원일)	2009-0097780 (2009.10.14)	공개번호 (공개일)	1020110040491 (2011.04.20.)
등록번호 (등록일)	1115024 (2012.02.03.)	법적상태	등록
		패밀리특허	-
기술요약	<p>본 발명은 통전 가열에 의한 삼계탕의 제조 방법에 관한 것으로, 보다 구체적으로 본 발명의 제조 방법은 10 내지 100 kHz의 저주파를 이용하여 통전 가열(Joule 가열)방식으로 삼계탕의 액상과 고상을 가열하는 가열 단계를 포함한다.</p> <p>본 발명의 통전 가열에 의한 삼계탕의 제조 방법은 기존의 레토르트 또는 증숙후 레토르트하는 방식에 비해 단시간내에 삼계탕의 고상과 액상을 균일하게 가열할 수 있으며, 제조 공정이 단순하여 경제적인 뿐만 아니라 닭고기의 조직감이 우수하고 닭뼈의 파쇄강도를 향상시켜 관능적으로도 향상된 삼계탕을 제조할 수 있다.</p>		
대표도면	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>삼계탕 가열전 상태</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>삼계탕 가열후 상태</p>  </div> </div>		
대표 청구항	<p>10 내지 100 kHz의 주파수를 이용하여 통전 가열(Joule 가열)방식으로 삼계탕의 액상과 고상을 균일하게 가열하는 가열 단계를 포함하고,</p> <p>상기 액상의 염농도가 0.1 내지 2 %(w/v)이며,</p> <p>상기 가열 단계에서 20 분 이내에 액상과 고상의 온도가 100 내지 130 °C로 상승되는 것을 특징으로 하는 통전 가열에 의한 삼계탕의 제조 방법.</p>		

검토의견	<p>본 핵심특허는 현재 국내에서 유효하게 존속중이며, 해외에 특허출원되어 있지 않아서 해외에서 관련된 기술을 실시하더라도 특허침해 문제는 발생할 가능성이 낮은 것으로 판단된다.</p> <p>다만 본 핵심특허의 개량 발명이 출원되었을 가능성이 있으므로 개량기술에 대한 특허등록 여부를 지속적으로 검토할 필요가 있을 것으로 판단된다.</p> <p>또한, 본 핵심특허와 유사한 특허를 출원하기 위해서는 핵심특허의 권리를 회피하기 위한 연구가 추가적으로 필요할 것으로 판단된다.</p>
------	--

**(핵심특허 3)**

발명의 명칭	저지방 삼계탕의 제조방법 및 이에 의해 제조된 저지방 삼계탕																						
출원인(권리자)	서복령	출원국가	KR																				
출원번호 (출원일)	2013-0127036 (2013.10.24)	공개번호 (공개일)	1020150047229 (2015.05.04.)																				
등록번호 (등록일)	1573324 (2015.11.25)	법적상태	등록																				
		패밀리특허	-																				
기술요약	<p>본 발명은 저지방 삼계탕의 제조방법 및 이에 의해 제조된 저지방 삼계탕에 관한 것으로, 제1 삼계탕 육수를 만드는 단계(단계 1); 제2 삼계탕 육수를 만드는 단계(단계 2); 상기 제1 삼계탕 육수와 상기 제2 삼계탕 육수를 혼합하여 삼계탕 육수를 만드는 단계(단계 3); 및 상기 삼계탕 육수에 닭을 투입한 후 가열하여 저지방 삼계탕을 제조하는 단계(단계 4); 를 포함하여 제조하는 것을 기술적 특징으로 하며, 육수를 이용함으로써 인체 약재의 약용성분이 우수하게 우려나올 뿐만 아니라 닭고기의 지방을 중화시킬 수 있는 장점이 있다.</p>																						
대표도면	<p><b>표 1</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">항목</th> <th style="text-align: center;">실시에 1</th> <th style="text-align: center;">비교예 1</th> <th style="text-align: center;">비교예 2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">색</td> <td style="text-align: center;">8.30±0.76</td> <td style="text-align: center;">8.25±0.71</td> <td style="text-align: center;">8.25±0.46</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">향</td> <td style="text-align: center;">8.20±0.53</td> <td style="text-align: center;">8.38±0.52</td> <td style="text-align: center;">7.75±1.04</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">단백한 맛</td> <td style="text-align: center;">8.45±0.71</td> <td style="text-align: center;">8.13±0.99</td> <td style="text-align: center;">8.63±0.74</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">전체적인 기호도</td> <td style="text-align: center;">8.50±0.53</td> <td style="text-align: center;">8.25±0.46</td> <td style="text-align: center;">8.38±0.52</td> </tr> </tbody> </table>			항목	실시에 1	비교예 1	비교예 2	색	8.30±0.76	8.25±0.71	8.25±0.46	향	8.20±0.53	8.38±0.52	7.75±1.04	단백한 맛	8.45±0.71	8.13±0.99	8.63±0.74	전체적인 기호도	8.50±0.53	8.25±0.46	8.38±0.52
항목	실시에 1	비교예 1	비교예 2																				
색	8.30±0.76	8.25±0.71	8.25±0.46																				
향	8.20±0.53	8.38±0.52	7.75±1.04																				
단백한 맛	8.45±0.71	8.13±0.99	8.63±0.74																				
전체적인 기호도	8.50±0.53	8.25±0.46	8.38±0.52																				

<p>대표 청구항</p>	<p>물 10 l 에 대추 100g, 당귀 100g, 구기자 100g, 헛개나무 100g, 감초 100g, 겨우살이 100g, 황기 100g, 오가피 100g 및 천궁 100g을 투입하고 100~120℃ 에서 24~25시간 동안 가열하여 제1 삼계탕 육수를 만드는 단계(단계 1);</p> <p>물 10 l 에 황칠 500g, 구아바잎 100g 및 울금 100g을 투입하고 100~120℃ 에서 24~25시간 동안 가열하여 제2 삼계탕 육수를 만드는 단계(단계 2);</p> <p>상기 제1 삼계탕 육수와 상기 제2 삼계탕 육수를 혼합하여 삼계탕 육수를 만드는 단계(단계 3); 및</p> <p>상기 삼계탕 육수 5 l 에 닭 8~10kg을 투입한 후 100~130℃ 에서 30~60분 동안 가열하여 저지방 삼계탕을 제조하는 단계(단계 4); 를 포함하되,</p> <p>상기 제1 삼계탕 육수와 상기 제2 삼계탕 육수는 중량비 1:1로 혼합하는, 저지방 삼계탕의 제조방법.</p>
<p>검토의견</p>	<p>본 핵심특허는 현재 한국에서 유효하게 권리를 존속중이므로 본 핵심특허 기술과 동일 또는 유사한 기술을 실시할 예정이라면, 실시예정기술(확인대상발명)을 특정하여 특허침해 여부에 대한 면밀한 검토를 실시하는 것이 바람직할 것으로 판단된다 .</p> <p>침해검토결과 실시예정기술(확인대상발명)이 본 핵심특허의 권리범위에 속하는 경우 회피설계, 자유실시기술 자료 확보 등의 사전 대응조치가 필요할 것으로 판단된다.</p> <p>특허침해 문제를 근본적으로 해결하기 위해 본 핵심특허에 대한 무효심판을 청구하는 것에 대해서도 검토가 필요할 것으로 판단된다.</p> <p>다만, 청구범위를 볼 때 권리범위가 넓은 특허는 아닌 것으로 판단된다.</p>

(핵심특허 4)

발명의 명칭	진공 포장 삼계탕의 제조 방법과 이 방법에 의하여 제조된 진공 포장 삼계탕		
출원인(권리자)	(주)한알천식품	출원국가	KR
출원번호 (출원일)	2010-0011366	공개번호 (공개일)	1020110091980 (2011.08.17.)
등록번호 (등록일)	1203899 (2012.11.16.)	법적상태	등록
		패밀리특허	-
기술요약	<p>본 발명은, 오가피와 헛개나무 및 당귀를 포함하는 한약재를 물에 넣고 끓여 육수를 추출하는 제1단계와; 쌀과 밤, 대추, 수삼을 포함하는 속재료를 생닭의 배속에 넣는 제2단계와; 속재료를 속에 넣은 생닭을 상기 추출한 육수와 함께 진공 포장 팩에 넣고 진공포장한 후에 그 진공 포장 팩을 가열하여 생닭을 익히는 제3단계를 포함하는 진공 포장 삼계탕의 제조 방법을 제공한다.</p>		
대표도면	<pre> graph TD     S1[육수 재료(복숭아, 오가피, 헛개나무, 당귀, 마늘, 소금) 준비] --&gt; S2[육수 재료를 물에 넣고 끓임]     S2 --&gt; S3[끓임]     S4[생닭 준비] --&gt; S5[세척]     S5 --&gt; S6[속재료(쌀, 밤, 대추, 인삼, 은행) 준비]     S6 --&gt; S7[생닭의 배속에 속재료 넣음]     S3 --&gt; S8[포장 팩에 넣고 진공 포장]     S7 --&gt; S8     S8 --&gt; S9[진공 포장 팩 가열]     </pre>		

<p>대표 청구항</p>	<p>물 1000g에 마른 오가피 15~30g, 마른 헛개나무 15~30g, 마른 구지뽕나무 15~30g, 마른 당귀 15~30g을 넣고 30분~1시간 끓여 육수를 추출하는 제1단계와;</p> <p>불린 쌀 80~120g과 간 밤 10~20g, 말린 대추 5~10g, 수삼 10~20g을 포함하는 속재료를 생닭의 배속에 넣는 제2단계와;</p> <p>상기 속재료가 채워진 생닭 40~60중량%와 상기 추출된 육수를 40~60중량%의 비율로 진공포장 팩에 넣고 진공포장한 후에 그 진공 포장 팩을 가열하여 생닭을 익히는 제3단계를 포함하는 것을 특징으로 하는 진공 포장 삼계탕의 제조 방법.</p>
<p>검토의견</p>	<p>본 핵심특허는 현재 한국에서 유효하게 권리를 존속중이므로 본 핵심특허 기술과 동일 또는 유사한 기술을 실시할 예정이라면, 실시예정기술(확인대상발명)을 특정하여 특허침해 여부에 대한 면밀한 검토를 실시하는 것이 바람직할 것으로 판단된다 .</p> <p>침해검토결과 실시예정기술(확인대상발명)이 본 핵심특허의 권리범위에 속하는 경우 회피설계, 자유실시기술 자료 확보 등의 사전 대응조치가 필요할 것으로 판단된다.</p> <p>다만, 청구범위를 살펴보면 삼계탕에 투입되는 구체적인 원료를 한정하는 것으로 볼 때 권리범위가 넓은 특허는 아닌 것으로 판단된다.</p>

(핵심특허 5)

발명의 명칭	삼계탕용 반가공 닭 제조방법		
출원인(권리자)	(주)유성푸드	출원국가	KR
출원번호 (출원일)	2013-0115836 (2013.09.30)	공개번호 (공개일)	1020150036871 (2015.04.08.)
등록번호 (등록일)	1531009 (2015.06.17)	법적상태	등록
		패밀리특허	-
기술요약	본 발명은 삼계탕에 사용되는 닭을 가정이나 식당에서 손질 즉, 제조 및 가공하지 아니하고 즉석에서 간편하고 편리하면서 신속하게 삼계탕 요리를 가능하도록 닭을 가공처리한 삼계탕용 반가공 닭 제조방법에 관한 것임.		
대표도면	<pre> graph TD     S10[1차 세척단계 S10] --&gt; S20[기름 제거단계 S20]     S20 --&gt; S30[털 깎기 제거단계 S30]     S30 --&gt; S40[골 제거단계 S40]     S40 --&gt; S50[목 앞부위 구멍 폐쇄단계 S50]     S50 --&gt; S60[수납단계 S60]     S60 --&gt; S70[밀폐단계 S70]     S70 --&gt; S80[2차 세척단계 S80]             </pre>		

<p>대표 청구항</p>	<p>닭고기를 소금물 또는 소금물로 세척한 후 항문 쪽으로 내장을 제거시켜 이를 세척시키는 단계와 닭고기 몸통 아래 부분에 있는 기름을 제거하는 기름 제거단계와 흡입기를 상기 항문 쪽으로 넣고 닭 내부에 남아 있는 골을 제거하는 골 제거단계와 상기 항문 쪽에 천공된 부위를 통해 세척된 닭 내부에 참쌀, 인삼, 밤, 마늘, 대추를 수납하는 수납 단계와 닭 다리 허벅지 뼈 밑에 관통공을 천공하고 상기 각각의 관통공에 반대편 다리를 관통하여 다리를 꼬게 하여 닭 내부에 수납된 수납물이 외부로 토출되지 아니하도록 밀폐하는 밀폐단계와 상기 밀폐단계를 거친 후 닭을 재차 세척하는 완성단계로 이루어진 통상의 삼계탕용 반가공 닭 제조방법에 있어서,</p> <p>닭 가슴살 위쪽 목 앞에 있는 껍질에 칼집을 넣어 목 뒤로 벗겨내며 목 뒤에 칼집을 내어 껍질을 벗겨내는 목 껍질 제거단계와,</p> <p>박피된 목으로 목 앞부위에 형성된 구멍을 막아 닭 내부에 수납하는 재료가 세어나지 않도록 하는 목 앞부위 구멍 폐쇄단계를 포함한 것을 특징으로 하는 삼계탕용 반가공 닭 제조방법.</p>
<p>검토의견</p>	<p>본 핵심특허는 현재 한국에서 유효하게 권리를 존속중이므로 본 핵심특허 기술과 동일 또는 유사한 기술을 실시할 예정이라면, 실시예정기술(확인대상 발명)을 특정하여 특허침해 여부에 대한 면밀한 검토를 실시하는 것이 바람직할 것으로 판단된다 .</p> <p>특히 각 가공단계의 생략가능성에 따라 회피설계가 충분히 가능할 수도 있다고 판단된다.</p> <p>특허침해 문제를 근본적으로 해결하기 위해 본 핵심특허에 대한 무효심판을 청구하는 것에 대해서도 검토가 필요할 것으로 판단된다.</p>



(핵심특허 6)

발명의 명칭	해산물을 포함한 삼계탕의 제조방법 및 그 삼계탕																																																																																																																																												
출원인(권리자)	이도재	출원국가	KR																																																																																																																																										
출원번호 (출원일)	2006-0083379 (2006.08.31)	공개번호 (공개일)	-																																																																																																																																										
등록번호 (등록일)	716279 (2007.05.02)	법적상태	등록																																																																																																																																										
		패밀리특허	-																																																																																																																																										
기술요약	<p>본 발명은 해산물을 포함한 삼계탕의 제조방법 및 그 방법으로 제조된 삼계탕에 관한 것이다. 보다 구체적으로 닭, 바람직하게는 오골계를 포함한 삼계탕에 전복, 문어 및 소라를 첨가하여 제조하는 방법에 관한 것으로, 더욱 바람직하게는 삼계탕의 육수로서 한약재를 달인 물을 사용하는 것을 특징으로 한다. 본 발명의 해산물을 포함한 삼계탕은 종래 삼계탕에 비해 취식시 몸에 열이 나는 정도가 강하며, 국물이 시원하고 닭고기의 육질이 월등히 연해지는 효과를 달성했다. 그 밖에 손발이 따뜻해지고, 추위를 덜 타며, 혈액 순환이 원활하고, 허리통증이 완화되는 것으로 효능을 보였다. 나아가, 발기력 향상, 입안의 잡미제거, 숙취해소에도 뛰어난 효능을 보이는 것으로 나타났으며, 해산물의 첨가로 인해 한약재를 달인 물을 첨가하여도 취식시 한약재 고유의 거부감이 감소되는 것을 알 수 있었다.</p>																																																																																																																																												
대표도면	<table border="1"> <tbody> <tr> <td rowspan="5">몸에 열이 난</td> <td>실시예1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>3</td> <td>7</td> <td>9</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>실시예2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>8</td> <td>13</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>실시예3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td>9</td> <td>10</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>실시예4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>4</td> <td>9</td> <td>8</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>비교예</td> <td></td> <td>3</td> <td>6</td> <td>9</td> <td>4</td> <td>3</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="5">국물이 시원함</td> <td>실시예1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>7</td> <td>11</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>실시예2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>4</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>실시예3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>11</td> <td>9</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>실시예4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>7</td> <td>12</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>비교예</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>7</td> <td>10</td> <td>4</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="5">육질이 연함</td> <td>실시예1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>3</td> <td>9</td> <td>8</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>실시예2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>8</td> <td>13</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>실시예3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>9</td> <td>11</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>실시예4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>3</td> <td>10</td> <td>9</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>비교예</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>7</td> <td>9</td> <td>4</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			몸에 열이 난	실시예1				2	3	7	9	4	실시예2					1	8	13	3	실시예3				1		9	10	5	실시예4					4	9	8	4	비교예		3	6	9	4	3			국물이 시원함	실시예1					2	7	11	5	실시예2				1	4	8	9	3	실시예3					1	11	9	4	실시예4						7	12	6	비교예	1	1	7	10	4	2			육질이 연함	실시예1				2	3	9	8	3	실시예2					2	8	13	2	실시예3					1	9	11	4	실시예4				1	3	10	9	2	비교예	1	2	7	9	4	2		
몸에 열이 난	실시예1					2	3	7	9	4																																																																																																																																			
	실시예2						1	8	13	3																																																																																																																																			
	실시예3					1		9	10	5																																																																																																																																			
	실시예4						4	9	8	4																																																																																																																																			
	비교예		3	6	9	4	3																																																																																																																																						
국물이 시원함	실시예1					2	7	11	5																																																																																																																																				
	실시예2				1	4	8	9	3																																																																																																																																				
	실시예3					1	11	9	4																																																																																																																																				
	실시예4						7	12	6																																																																																																																																				
	비교예	1	1	7	10	4	2																																																																																																																																						
육질이 연함	실시예1				2	3	9	8	3																																																																																																																																				
	실시예2					2	8	13	2																																																																																																																																				
	실시예3					1	9	11	4																																																																																																																																				
	실시예4				1	3	10	9	2																																																																																																																																				
	비교예	1	2	7	9	4	2																																																																																																																																						
대표 청구항	<p>하기 단계를 포함하는 해산물 삼계탕의 제조방법:                      (가) 닭 100 중량부, 물 184 내지 278 중량부, 녹두 9 내지 14 중량부, 참쌀 15 내지 24 중량부, 대추 0.4 내지 0.8 중량부, 및 인삼 1 내지 2 중량부를 압력솥에 넣고 95 내지 100 ℃의 강한 불에 5 내지 10 분간 끓이는 제 1 가열 단계;                      (나) 상기 압력솥에서 김이 분출하는 시점으로부터 20 내지 30 분간 95 내지 100 ℃의 강한 불로 추가하여 끓이는 제 2 가열단계;                      (다) 가열을 중단하고 상기 압력솥의 압력을 유지한 상태에서 5 내지 15 분간 뜸을 들이는 단계;                      (라) 상기 압력솥의 압력을 해제하여 내용물을 다른 용기에 옮겨 담고, 추가로 버섯 28 내지 44 중량부, 및 파 1 내지 3 중량부를 첨가하고 4 내지 10 분간 65 내지 80 ℃의 약한 불로 끓이는 제 3 가열단계; 및                      (마) 전복 18 내지 28 중량부, 문어 33 내지 51 중량부, 및 소라 9 내지 14 중량부를 동시에, 또는 순서를 달리하며 순차적으로 상기 용기에 첨가하고 2 내지 10 분간 추가로 가열하는 제 4 가열단계.</p>																																																																																																																																												

검토의견

본 핵심특허는 현재 한국에서 유효하게 권리를 존속중이므로 본 핵심특허 기술과 동일 또는 유사한 기술을 실시할 예정이라면, 실시예정기술(확인대상 발명)을 특정하여 특허침해 여부에 대한 면밀한 검토를 실시하는 것이 바람직 할 것으로 판단된다.

침해검토결과 실시예정기술(확인대상발명)이 본 핵심특허의 권리범위에 속하는 경우 회피설계, 자유실시기술 자료 확보 등의 사전 대응조치가 필요할 것으로 판단된다.

다만, 청구범위를 살펴보면 삼계탕에 투입되는 구체적인 원료를 한정하는 것으로 볼 때 권리범위가 넓은 특허는 아닌 것으로 판단된다.

(핵심특허 7)

발명의 명칭	십전대보탕 한방재 열수추출물을 이용한 녹두삼계탕의 제조방법		
출원인(권리자)	(주)마니케어프앤지	출원국가	KR
출원번호 (출원일)	2007-0071908 (2007.07.18)	공개번호 (공개일)	1020090008726 (2009.01.22.)
등록번호 (등록일)	888625 (2009.03.06)	법적상태	등록
		패밀리특허	-
기술요약	<p>본 발명은 십전대보탕 한방재 열수추출물을 이용한 녹두 삼계탕 제조방법에 관한 것으로, 더욱 상세하게는 십전대보탕의 한방재를 열수 추출하여 1차적으로 한방추출액을 얻고, 상기 한방추출액에 양파, 마늘, 생강의 야채류와 기타 조미, 향신료를 추가하여 삼계탕용 한방 육수를 얻은 다음, 삼계탕 복강 내부에 녹두와 기타 부재료 및 한방육수를 넣은 후 단시간 내에 가압살균 후 냉각하여 급속 냉동시킴으로서 육질의 식감을 좋게 하며 구수한 맛을 느낄 수 있도록 하고, 특히 십전대보탕 한방재 열수추출액을 삼계탕의 육수로 사용하므로 닭 특유의 이미, 이취를 제거하고자 하는 기술사상의 녹두삼계탕에 관한 것이다.</p>		
대표도면	<pre> graph TD     A[원료준비] --&gt; B[원료육 준비]     A --&gt; C[부재료정신/세척]     A --&gt; D[녹두, 참깨 볶기]     A --&gt; E[십전대보탕 열수추출]     B --&gt; F[닭복강내부 부재료삽입]     C --&gt; F     F --&gt; G[충진]     D --&gt; G     E --&gt; H[십전대보탕 한방육수]     H --&gt; G     G --&gt; I[멸봉]     I --&gt; J[살균(110℃ 50분)]     J --&gt; K[냉각]     K --&gt; L[급속냉동(-45℃ 40분)]     L --&gt; M[제품]     </pre>		

<p>대표 청구항</p>	<p>십전대보탕 한방재를 이용한 녹두삼계탕 제조방법에 있어서,  1) 닭고기 원료는 350~450g 범위의 도계를 사용하고 준비된 닭고기는 흐르는 물에 복강 내부를 씻어낸 후 부재료인 녹두 20~30g, 찹쌀 20~30g, 수삼 11~13g, 밤 11~15g, 대추 2~3g을 넣는 제1단계 공정,  2) 상기 공정을 거친 삼계에 십전대보탕 열수추출 한방육수를 320~350g 넣은 후 밀봉하는 제2단계 공정을 수행하되,  열수추출 한방육수는 ㉠ 이중 스팀솜에 십전대보탕 한방재인 당귀 6±2g, 천궁 6±2g, 작약 6±2g, 숙지황 6±2g, 인삼 6±2g, 백출 6±2g, 복령 6±2g, 감초 2±1g, 황기 20±5g, 계피 2±1g과 물 10±5kg를 넣고 90~100℃에서 40±10분간 끓이는 제1단계 공정과, ㉡ 십전대보탕 한방재 열수추출물에 양파 30~40g, 마늘 20~30g, 생강 10~15g 및 조미향신료를 넣고 90~100℃에서 50±10분간을 육수를 우려내는 공정을 통하여 얻는 열수추출액을 한방육수로 사용하고,  3) 상기 공정을 거친 혼합물을 레토르트기에 넣어 100~110℃에서 30~50분 동안 가압 살균 후 30±5℃에서 20±5분간 냉각하는 제3단계 공정,  4) 상기 공정을 거친 제품을 -40±10℃에서 40±10분간 급속 동결 후 -25±5℃ 냉동 창고에 24±5 시간 동결시키는 제4단계 공정을 포함하여 십전대보탕 한방재 열수추출물을 삼계탕의 육수로 사용하므로 닭 특유의 이미, 이취를 제거하는 것을 특징으로 하는 삼계탕 제조방법</p>
<p>검토의견</p>	<p>본 핵심특허는 현재 한국에서 유효하게 권리를 존속중이므로 본 핵심특허 기술과 동일 또는 유사한 기술을 실시할 예정이라면, 실시예정기술(확인대상발명)을 특정하여 특허침해 여부에 대한 면밀한 검토를 실시하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.</p> <p>침해검토결과 실시예정기술(확인대상발명)이 본 핵심특허의 권리범위에 속하는 경우 회피설계, 자유실시기술 자료 확보 등의 사전 대응조치가 필요할 것으로 판단된다.</p> <p>다만, 청구범위를 살펴보면 삼계탕에 투입되는 구체적인 원료를 한정하는 것으로 볼 때 권리범위가 넓은 특허는 아닌 것으로 판단된다.</p>

(핵심특허 8)

대표 청구항	<p>오골계(1200g) 세정 예비용을 가지고, 인삼(20g), 붉은 대추(20), 구기자(5g)를 깨끗하게 씻어 선택한 후 90℃의 물을 사용하여 3시간 침지한다; 찹쌀(10g), 밤(20g), 아몬드(30g)를 닭 복부에 들어가는 중을 비축하였다; 오골계를 100℃의 끓인 물에 넣고 사전에 10분 삶는다; 다 되었을 때 인삼, 붉은 대추, 구기자 및 선행이 삶는 오골계는 솥에 들어가고, 물 추가하여 삶고, 끓은 후 100℃의 수온을 유지하고, 삶고 30분 후 첨가하고, 대파(20g), 생강 조각(80g), 산초나무(1.5g), 아니스(1g) 및 팔각(1.5g); 다시 10분 삶아 식염(40g), 조미료(35g) 및 백설탕(20g)을 첨가한다; 삶아 익히기 기다린 후 닭을 흥성하고 나가는 것에 주발 안에 담고, 후춧가루(15g)를 뿌린다; 양상추(30g), 피망 실(25g), 빨강 고추 실(25g)이 닭 몸에서 넣는다.</p>
--------	---

발명의 명칭	Ginseng chicken soup and making method thereof		
출원인(권리자)	Kang Aimin	출원국가	CN
출원번호 (출원일)	201210467164 (2012.11.19)	공개번호 (공개일)	102987466 (2013.03.27.)
등록번호 (등록일)	-	법적상태	공개
		패밀리특허	-
기술요약	<p>삼계탕 및 그 제작 방법은 하기 중량부의 원료로부터 제조하고 이루어진다: 오골계(300-1200g), 인삼(5-20g), 붉은 대추(7-20g), 구기자(2-5g), 찹쌀(5-10g), 마늘(10-50g), 밤(5-20g), 아몬드(10-30g), 대파(5-20g), 생강 조각(30-80g), 산초나무(0.5-1.5g), 아니스(0.2-1g), 팔각(0.8-1.5g), 식염(15-40g), 조미료(10-35g), 백설탕(10-20g), 후춧가루(5-15g), 양상추(10-30g), 피망 실(10-25g) 및 빨강 고추 실(10-25g)이 만들어진다. 찹쌀, 밤, 아몬드를 막아 닭 복부 중에 들어갔다; 인삼, 붉은 대추, 구기자를 더하고, 대파, 생강 조각, 산초나무, 아니스, 팔각, 식염, 조미료 및 백설탕이 포함하고, 본 발명 맛은 신선하며, 영양은 건강하고, 건강에 도움이 된다.</p>		

검토의견	<p>본 핵심특허는 현재 중국에서만 출원되고 국내 및 외국에 출원되지 않아 국내 안에서 관련된 기술을 실시하더라도 특허침해 문제는 발생할 가능성이 낮은 것으로 판단된다.</p> <p>다만 본 핵심특허의 개량 발명이 출원되었을 가능성이 있으므로 개량기술에 대한 특허등록 여부를 검토할 필요가 있을 것으로 판단된다.</p> <p>또한, 본 핵심특허와 유사한 특허를 출원하기 위해서는 핵심특허의 권리를 회피하기 위한 연구가 추가적으로 필요할 것으로 판단된다.</p>
------	---

(핵심특허 9)

발명의 명칭	Instant American ginseng chicken soup can and production method thereof		
출원인(권리자)	SOUTH CHINA UNIV.	출원국가	CN
출원번호 (출원일)	201310169554 (2013.05.06)	공개번호 (공개일)	103263048 (2013.08.28.)
등록번호 (등록일)	-	법적상태	공개
		패밀리특허	-
기술요약	<p>본 발명이 편리한 미국 인삼 뿌리 닭고기 스프 통조림 및 그 생산 방법을 공개하고, 상기 방법은 전 닭 및 닭 골격을 물을 난 후 토막토막 자르고, 지나 오래 삶아 각각 전 자른 닭, 닭 골격 탕 및 화기삼 물을 획득되며, 각각 kg 맑은 물에 따라 첨가하는 전 지콰이, 닭 골격 블록 및 화기삼 펠름 비율에 상기 전 자른 닭, 닭 골격 탕 및 화기삼 물 혼합 균일을 식염 및 조미료를 더한다; 충분히 용해하고 균등하게 섞으며, 깡통 포장 및 살균 후에 완제품으로 만든다; 전 자른 닭 수프이고 물에 따라 전 지콰이와 질량비는 1입: 1.5~1: 2.2의 비율 맑은 물을 찾으며, 비등으로 가열하고, 지콰이를 첨가하고, 각각 kg 맑은 물 안에 0.01~0.02kg 및 0.008~0.012kg를 첨가하는 생강 및 절사 대과 85~100℃ 은 내려가 1~2h를 오래 삶는다; 본 발명 제품 포함하고 편리해지며, 저장기간은 길며, 간단하게 가열한 후 바로 먹을 수 있고, 영양은 풍부하며, 닭고기 스프는 맑으며, 풍운성, 또한 체질을 강화하고, 기운을 내 뇌를 튼튼하게 하는 보건 효과를 가진다.</p>		

대표 청구항	<p>1. 편리형 미국 인삼 뿌리 닭고기 스프 통조림의 생산 방법이 다음 단계를 포함하는 것을 특징으로 함:</p> <p>(1) 원료는 선택하고, 깨끗하게 씻고 및 수리: 전 닭 및 냉동닭 골격을 얼려 스트림으로 해동하고, 또는 직접은 신선한 전 닭을 사용 신선한 닭 골격과, 머리, 발, 잔류의 깃털을 제거하고, 피자국 등 때를 씻어 가고, 대기 응용을 물을 빼서 말린다; 화기삼 세정, 그늘에서 말리고, 절편; 생강, 대과 등 표피 제거, 세척 후에 물을 빼서 말린다; 구기자, 붉은 대추 세정, 그늘에서 말린다;</p> <p>(2) 물을 빼고: 각각 (단계1)이 처리한 후 전 닭 및 닭 골격은 물을 넣는다;</p> <p>(3) 토막토막 자름</p> <p>(4) 오래 삶음: 물에 따라 전 지콰이와 질량비는 1입 :1.5~1: 2.2의 비율 맑은 물을 찾고, 비등으로 가열하고, 닭을 첨가 블록, 그리고 각각 kg 맑은 물 안에 0.01~0.02kg 및 0.008~0.012kg를 첨가하는 생강 및 절사 대과에 따라, 85~100℃ 하 1~2h를 오래 삶고, 전 자른 치킨 수프를 획득된다;</p> <p>물과 닭 골격 블록 질량비에 따라 1입 :1.5~1: 2.2의 비율 맑은 물을 찾고, 비등으로 가열하고, 닭 골격 블록을 첨가하고, 각각 kg가 맑은 물 안에 0.013~0.025kg 및 0.01~0.02kg의 생강 및 절사 대과를 더하고, 85~100℃ 은 내려가 2~3h를 오래 삶는다; 필터링이 닭 골격 잡동사니를 제거하고, 여과액은 바로 닭 골격 탕이다;</p> <p>각각 kg 맑은 물 안에 0.01~0.02kg의 비율에 따라 화기삼 펠름을 찾고, 85~100℃ 은 내려가 0.5~1.5h를 오래 삶고, 서양을 획득 물에 참여한다;</p>
--------	---

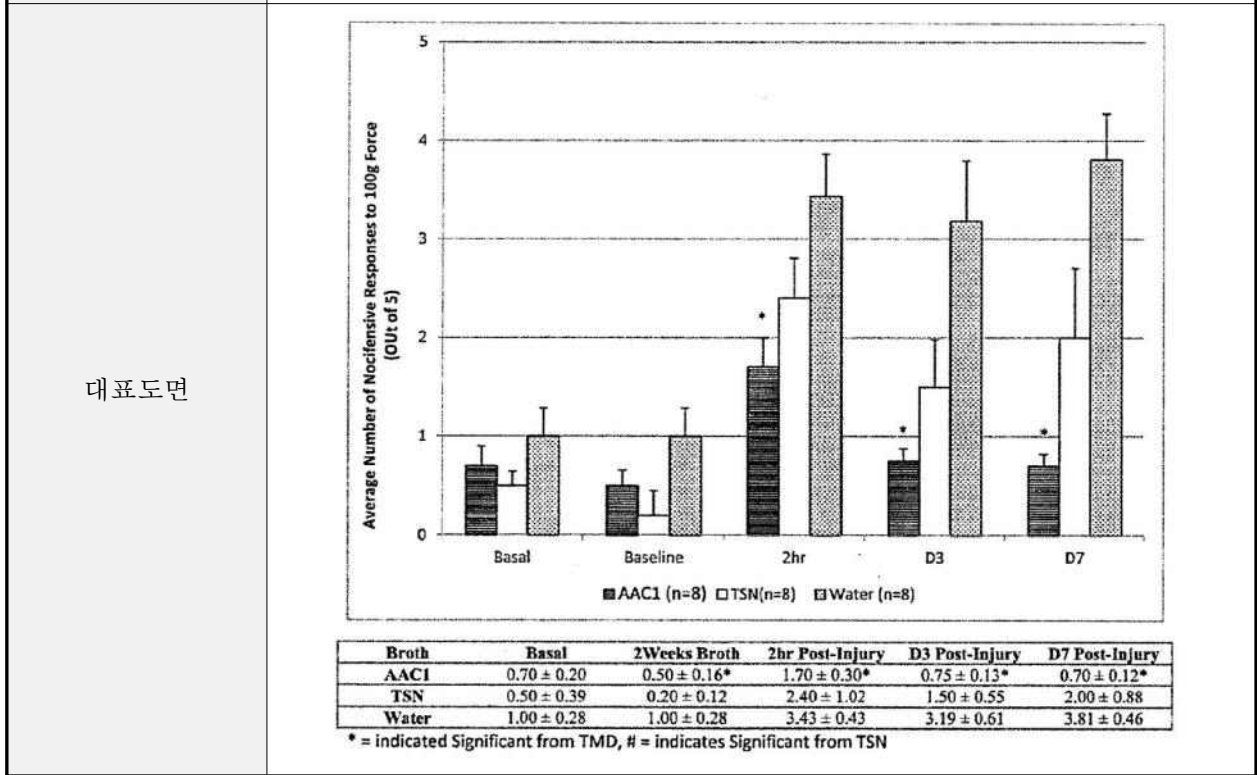
	<p>(5)혼합, 배치: 각각 kg 맑은 물 첨가하는 전 지콰이, 닭 골격 블록 및 화기삼 펄름 비율에 따라,을 상기 전 자른 치킨 수프, 닭 골격 탕 및 화기삼 물 혼합은 균일해서, 각각 kg 혼합 탕 중따라 8~15g 식염 및 2~6g 맛을 첨가 정밀하다. 충분히 용해하고 균등하게 섞는다;</p> <p>(6)깡통 포장: 각각 kg 혼합 탕 중따라 5~10g의 붉은 대추 및 10~20g의 구기자를 더하고 혼합을 탕이 뜨거울 때를 이용 탱크를 더하는 중에, 그 중에 지콰이를 첨가하고 화기삼 펄름이 탕 중의 고형분 함량은 총중량의 25~35%이다;</p> <p>(7)살균: 깡통 포장 뒤의 통조림을 탱크를 막은 후 살균, 와서 탱크(wash tank), 완제품으로 만든다.</p>
<p>검토의견</p>	<p>본 핵심특허는 현재 중국에서만 출원되고 국내 및 외국에 출원되지 않아 국내 안에서 관련된 기술을 실시하더라도 특허침해 문제는 발생할 가능성이 낮은 것으로 판단된다.</p> <p>다만 본 핵심특허의 개량 발명이 출원되었을 가능성이 있으므로 개량기술에 대한 특허등록 여부를 검토할 필요가 있을 것으로 판단된다.</p> <p>또한, 본 핵심특허와 유사한 특허를 출원하기 위해서는 핵심특허의 권리를 회피하기 위한 연구가 추가적으로 필요할 것으로 판단된다.</p>

(핵심특허 10)

발명의 명칭	COMPOSITION PREPARED FROM POULTRY AND METHODS OF THEIR USE		
출원인(권리자)	INTERNATIONAL DEHYDRATED FOODS, INC.	출원국가	US
출원번호 (출원일)	14/325,694 (2014.07.08.)	공개번호 (공개일)	US2015/0011500 (2015.01.08.)
등록번호 (등록일)	-	법적상태	공개
		패밀리특허	유럽,일본,캐나다

기술요약

가금으로부터 제조된 수프 조성물은 기술된다. 선택된 가금 원소재 물질은 고단백질 콘텐츠를 가지는 수프를 획득하기 위해 처리된다. 일정한 특정 아미노산은 손수 만드는 수프와 다른 상업적 상품과 비교하여 상대적으로 고농도이다. 개시된 수프 조성물은 관절 질병을 방지하고/또는 처리함에 있어 효과적이고, 또한 다른 영양의 및 건강 혜택을 제공할 수 있다.



대표 청구항

1. 가금 고기 부분으로부터 제조된 조성물, 상기 조성물 여기에서 콘드로이틴 설페이트의 양이 있는 콘드로이틴 설페이트를 포함한다 가장 적게 효소 소화와 LC-UV 검출 검정의 사용으로 측정되기 때문에 전부의 건조 고체 부피에 7%.



검토의견	<p>본 핵심특허는 현재 미국에서 유효하게 존속중이지만 국내에서는 출원되지 않아 국내 안에서 관련된 기술을 실시하더라도 특허침해 문제는 발생할 가능성이 낮은 것으로 판단된다.</p> <p>다만 본 핵심특허의 개량 발명이 출원되었을 가능성이 있으므로 개량기술에 대한 특허등록 여부를 검토할 필요가 있을 것으로 판단된다.</p> <p>또한, 본 핵심특허와 유사한 특허를 출원하기 위해서는 핵심특허의 권리를 회피하기 위한 연구가 추가적으로 필요할 것으로 판단된다.</p>
------	--

### 마-3. 핵심특허분석 결론

- 핵심특허의 상당수가 국내특허로 조사되었다. 이는 삼계탕과 관련하여 우리나라가 주된 기술개발을 하고 있다고 할 수 있다. 다만, 그 기술수준에 있어서 가공방법에 대한 기술적인 접근 보다는 삼계탕에 새로운 농산물, 수산물, 한약재 등 원재료를 이용하여 효능향상을 꾀하는 수준에서 크게 벗어나지는 못하였다고 볼 수도 있다.
- 중국의 경우는 삼계탕과 직접적인 관련성은 적지만 닭 수프와 관련하여 기술개발이 많이 이루어지고 있다. 다만, 우리와 비슷하게 새로운 원재료 첨가 수준의 기술개발이 많은 것이 특징이다. 이는 삼계탕 또는 치킨 수프 제품 자체의 특성에 기인한 것으로 판단된다.
- 또 하나의 특징은 삼계탕 관련 특허출원들에 대해서는 자국(대한민국 또는 중국) 이외의 국가로 해외특허출원을 하여 권리를 획득하는 사례가 거의 없다는 점이다. 추측컨대 삼계탕 개발연구에 있어서 가공방법 등 기초적인 연구 보다는 새로운 원재료 추가형 특허출원이 많아서 해외 특허등록의 필요성이 상대적으로 적기 때문으로 판단된다.
- 상기와 같은 맥락에서 현재 특허출원되어 등록된 기술내용을 볼 때, 본 기술분야에서는 핵심특허에 의한 특허장벽도는 높지 않은 것으로 판단된다.
- 그리고 심사 중에 있는 특허들에 대해서는 기술적 특징 및 권리범위에 대한 면밀한 검토 후, 향후 침해문제가 발생할 가능성이 있을 경우에는 특허가 등록되지 않도록 하거나 넓은 범위의 권리범위를 확보하지 못하도록 정보제공을 하는 등 적극적인 대응이 필요할 것으로 판단된다.
- 마지막으로 등록된 특허들에 대해서는 권리범위에 대한 면밀한 검토 후 침해 문제 발생 가능성이 있을 경우 회피설계를 하거나, 회피설계가 어려울 경우 무효화 가능성에 대한 검토, 또는 라이선싱에 대한 검토가 필요할 것으로 판단된다.

### 3. 논문분석

#### 가. 논문분석 범위

대상국가	한국, 미국, 일본, 유럽, 중국, 대만
논문 DB	국회도서관(www.nanet.go.kr), Pubmed(www.pubmed.gov)등 논문DB
검색기간	최근 20년간(1997~2017)
검색범위	제목, 초록 및 키워드

#### 나. 논문분석에 따른 본 연구과제와의 관련성

기술명	삼계탕 품질 향상을 위한 가공 관련 기술	
Keyword	삼계탕, 계육, 가공, 처리, 가금, 단백질, 가열, 살균, 진공, 농축, 레토르트, 조리, samgyetang, chicken, soup, processing, poultry, protein, heating, sterilization, vaccum, concentration, retort, cooking	
검색건수	354	
유효논문건수	87	
핵심논문 및 관련성	논문명	과열증기와 초고압을 적용한 삼계탕 개발에 관한 연구
	학술지명	KOREAN J. FOOD COOK. SCI.
	저 자	서상희 등 5명
	게재년도	2014
	관련성(%)	
	유사점	소비자 기호도 및 위생적인 측면에서 안전한 삼계탕을 제조하기 위해 SHS 조리법과 HHP 처리를 적용할 수 있다는 점에서 유사점이 있음.
	차이점	
핵심논문 및 관련성	논문명	한약제 첨가량에 따른 한방 삼계탕의 이화학적 및 관능적 특성
	학술지명	Korean J Food Preserv
	저 자	정대운 등 5명
	게재년도	2013
	관련성(%)	
	유사점	한방 삼계탕의 제조를 위한 최적 혼합 비율을 설정하고자 한약제 부재료의 혼합 비율에 따른 품질 특성과 관능적 특성을 조사하였으며, 제조한 한방 삼계탕의 pH와 당도 관련 특성을 분석하였다는 점에서 유사함.
	차이점	
핵심논문 및 관련성	논문명	鶏骨スープストック調製法における超音波照射の効果
	학술지명	日本家政学会誌
	저 자	木村友子 등 4명
	게재년도	1997
	관련성(%)	
	유사점	초음파 방식을 동원하여 닭뼈 수프를 추출하는 방식으로, 기존 추출 방식에 비하여 현저하게 추출 시간을 단축시킨다는 점에서 유사함.
	차이점	

기술명		삼계탕 보관용이성 제고를 위한 포장 관련 기술
Keyword		포장, 진공, 가열, 살균, 삼계탕, 계육, 가금, 레토르트, 팩, 캔, 보존, packaging(package), vaccum, heating, samgyetang, chicken, poultry, retort, pack, can, preservation
검색건수		832
유효논문건수		133
핵심논문 및 관련성	논문명	레토르트 삼계탕의 포장 개선을 위한 연구
	학술지명	JOURNAL OF KOREA SOCIETY OF PACKAGING SCIENCE & TECHNOLOGY.
	저 자	이진환 등 2명
	게재년도	2009
	관련성(%)	
	유사점	삼계탕 포장시 육수 주입시 열봉함부위가 오염되지 않도록 유의하며, 필요하면 guide bar등과 같은 보조 장치를 설치하거 등 기술을 제시하는 점에서 유사함.
차이점		
핵심논문 및 관련성	논문명	탈기 포장 방법에 따른 레토르트 삼계탕의 저장 중 품질 변화
	학술지명	KOREAN JOURNAL OF PACKAGING SCIENCE & TECHNOLOGY
	저 자	장민준 등 3명
	게재년도	2013
	관련성(%)	
	유사점	레토르트 삼계탕 제품 제조 시 포장을 탈기하는 방법이 저장 중 품질과 저장 수명에 어떠한 영향을 미치는에 대한 기술을 제시하는 점에서 유사함.
차이점		
핵심논문 및 관련성	논문명	레토르트 삼계탕의 품질 개선 및 저장성 연장을 위한 가공 및 포장 방법 연구
	학술지명	강릉원주대학교
	저 자	장민준
	게재년도	2013
	관련성(%)	
	유사점	삼계탕 장기 보관을 위해 육수 충전시 85도 이상 가열하거나 내부를 질소 치환하여 포장하는 등의 조작을 함으로써 포장내 잔존산소량을 낮추는 기술을 제시하는 점에서 유사함.
차이점		

기술명		삼계탕 효능 향상을 위한 원재료 관련 기술
Keyword		삼계탕, 원재료, 효능, 기능, 계육, 가공, 처리, 가금, 단백질, 레토르트, 섭취, 회복, samgyetang, efficacy, function, chicken, soup, processing, poultry, protein, retort, intake, recovery
검색건수		1,205
유효논문건수		103
핵심논문 및 관련성	논문명	Effect of Chicken Soup Intake on Mood States and Peripheral Blood Flow in Humans
	학술지명	JOURNAL OF HEALTH SCIENCE
	저자	Naoki Midoh 등 2명
	게재년도	2009
	관련성(%)	
	유사점	닭 수프의 섭취로 인하여 긴장 강도를 완화시키며, 혈관 흐름을 원활하게 하는 조사를 통해 닭 수프의 효능에 대한 기술을 제시한다는 점에서 유사함.
차이점		
핵심논문 및 관련성	논문명	기능성 삼계탕 제품 개발에 관한 연구
	학술지명	농림부 보고서
	저자	유익중 등 다수 - 한국식품개발원
	게재년도	2001
	관련성(%)	
	유사점	미량 성분을 강화한 삼계탕 개발을 통해 맛과 기호도에서는 차이가 없으면서도 기능적인 측면에서 뛰어난 삼계탕 기술을 제시한다는 점에서 유사함.
차이점		
핵심논문 및 관련성	논문명	삼계탕의 생리 기능에 관한 연구
	학술지명	The Journal of Dongshin University
	저자	박영희
	게재년도	1997
	관련성(%)	
	유사점	삼계탕의 생리적인 기능에 대하여 실험을 통하여 일반적으로 인지하고 있는 기능이 실제 실현되고 있는지에 대한 확인하는 방법을 제시하는 점에서 유사함.
차이점		

#### 다. 핵심논문

##### 다-1. 핵심논문 현황

○ 추출된 핵심특허는 총 3건 임. 향후 삼계탕 관련 기술의 실시에 있어 해당 논문을 참조할 수 있다.

< 핵심논문 리스트 >

구분	논문명	저자	게재년도	분야
1	과열증기와 초고압을 적용한 삼계탕 개발에 관한 연구	서상희 등 한국식품연구원	2014	제조 방법
2	레토르트 삼계탕의 포장 개선을 위한	이진환 등	2009	포장

	연구	강릉원주대학교		방법
3	EFFECT OF CHICKEN SOUP INTAKE ON MOOD STATES AND PERIPHERAL BLOOD FLOW IN HUMANS	Naoki Midoh, Takanori Noguchi	2009	효능

다2. 핵심논문 분석  
(핵심논문 1)

논문명	과열증기와 초고압을 적용한 삼계탕 개발에 관한 연구																										
저자	서상희 등 한국식품연구원	국가 / 게재년도	KR (2014)																								
논문요약	<p>본 연구는 냉장 유통이 가능한 삼계탕을 생산하기 위해 새로운 가공 기술인 SHS 조리와 HPP 처리를 적용하여 냉장온도(5, 10, 15°C)에서 15일간 저장하면서 그 품질변화를 살펴보았다.</p> <p>기호도 조사를 통해 SHS 조리가 일반조리에 비해 높은 기호도를 보였으며, 조직감 측정결과 일반조리에 비해 조직이 연해져 부드러운 조직감을 부여하는 것을 알 수 있었다.</p> <p>또한 지방의 산화반응을 억제하며 총균수의 증가폭도 일반 조리구에 비해 적어 위생적으로 안전한 것을 알 수 있었고, 저장 기간 동안 pH의 변화는 크게 나타나지 않았다.</p> <p>이상의 결과를 종합해 볼 때 높은 기호도와 함께 위생적으로 안전한 삼계탕 제품을 제조하기 위해 SHS 조리법과 HHP처리를 적용할 수 있을 것으로 생각된다.</p>																										
대표도면	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Broth</th> <th>Basal</th> <th>2Weeks Broth</th> <th>2hr Post-Injury</th> <th>D3 Post-Injury</th> <th>D7 Post-Injury</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AAC1</td> <td>0.70 ± 0.20</td> <td>0.50 ± 0.16*</td> <td>1.70 ± 0.30*</td> <td>0.75 ± 0.13*</td> <td>0.70 ± 0.12*</td> </tr> <tr> <td>TSN</td> <td>0.50 ± 0.39</td> <td>0.20 ± 0.12</td> <td>2.40 ± 1.02</td> <td>1.50 ± 0.55</td> <td>2.00 ± 0.88</td> </tr> <tr> <td>Water</td> <td>1.00 ± 0.28</td> <td>1.00 ± 0.28</td> <td>3.43 ± 0.43</td> <td>3.19 ± 0.61</td> <td>3.81 ± 0.46</td> </tr> </tbody> </table> <p>* = indicated Significant from TMD, # = indicates Significant from TSN</p>			Broth	Basal	2Weeks Broth	2hr Post-Injury	D3 Post-Injury	D7 Post-Injury	AAC1	0.70 ± 0.20	0.50 ± 0.16*	1.70 ± 0.30*	0.75 ± 0.13*	0.70 ± 0.12*	TSN	0.50 ± 0.39	0.20 ± 0.12	2.40 ± 1.02	1.50 ± 0.55	2.00 ± 0.88	Water	1.00 ± 0.28	1.00 ± 0.28	3.43 ± 0.43	3.19 ± 0.61	3.81 ± 0.46
Broth	Basal	2Weeks Broth	2hr Post-Injury	D3 Post-Injury	D7 Post-Injury																						
AAC1	0.70 ± 0.20	0.50 ± 0.16*	1.70 ± 0.30*	0.75 ± 0.13*	0.70 ± 0.12*																						
TSN	0.50 ± 0.39	0.20 ± 0.12	2.40 ± 1.02	1.50 ± 0.55	2.00 ± 0.88																						
Water	1.00 ± 0.28	1.00 ± 0.28	3.43 ± 0.43	3.19 ± 0.61	3.81 ± 0.46																						

검토의견	<p>최근에는 고온고압 증기를 식품의 조리과정에 이용하는 과열 증기 (Superheated steam:SHS) 기술이 선보이고 있으며 일부 연구 결과에서 250-350℃ 고온의 스팀을 이용해 단시간 내에 식품에 열을 전달하여 장시간 가열 조리 시 발생하는 영양소 손실을 최소화 하고 식재료 고유의 맛, 향, 색, 질감 등을 최대한 유지시키며 비타민 C 산화, 갈변 현상을 억제하고 미생물을 제어하는데 효과적인 것으로 나타났다(Choi Y 등 2013).</p> <p>본 논문은 superheated steam과 비가열 살균 기술인 high hydrostatic pressure을 사용하여 품질변화를 최소화한 삼계탕 제품 개발을 제안한 것으로 참고 필요성이 있는 기술이라고 판단된다.</p>
------	---

(핵심논문 2)

논문명	레토르트 삼계탕의 포장 개선을 위한 연구																																
저자	이진환 등	국가 / 게재년도	KR (2009)																														
논문요약	<p>레토르트 삼계탕은 장기간 저장되는 제품이므로 포장 불량률을 가능한 한 최소화하는 것이 품질 안전과 소비자 식중독 문제를 방지하기 위해서 중요한 사안이다. 따라서 업계에서는 현행 사용되는 삼계탕용 포장재를 이용하여 저장시험을 병행하되 기존 포장재의 물성을 표준화하고, 아울러 포장작업시 가능한 포장내 잔존산소량이 낮게 유지되는 포장방법을 동원하고, 봉합부위가 오염되지 않도록 유의하며 멸균후 열봉합강도가 낮아지는 것을 감안하여 포장재 스펙을 결정하는 방안이 강구되어야 할 것이다.</p> <p>이를 위해서는 가능한 한 포장내 잔존산소량을 줄이기 위하여 포장내 headspace를 줄이거나 질소 등 비활성기체를 주입 후 포장하는 것이 바람직하겠다.</p> <p>그러나 현행 업계에서 삼계탕을 질소치환포장하는 것이 공정의 속도와 운용비용등을 고려할 때 쉽지 않을 것으로 판단된다. 따라서 삼계탕 포장시 육수의 충전온도는 최소한 85이상 가열된 상태로 주입하고, 주입시 열봉합부위가 오염되지 않도록 유의하며, 필요하면 guide bar등과 같은 보조 장치를 설치하거나 파우치 밀봉 전 headspace를 압착하는 기술, 그리고 파우치하부의 유사핀홀 현상을 방지하기 위한 보호대를 설치하여 육수를 충전하는 기술 등을 적용하는 것이 바람직할 것으로 사료된다. 그리고 멸균 처리 후 봉합강도가 감소하는 만큼 이를 감안하여 포장재의 선택과 포장작업이 이루어져야 할 것으로 판단된다.</p>																																
대표도면	<p>Table 2. Dissolved oxygen content and gas composition of retorted <i>Samgyetang</i> in the air-containing aluminum laminated pouch at different filling temperature of broth</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Parameter</th> <th colspan="4">Filling temp. of broth (°C)</th> </tr> <tr> <th>50</th> <th>70</th> <th>85</th> <th>100</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dissolved oxygen (ppm)</td> <td>1.99 ± 0.10<sup>A</sup></td> <td>1.39 ± 0.08<sup>BC</sup></td> <td>0.76 ± 0.07<sup>D</sup></td> <td>0.75 ± 0.03<sup>D</sup></td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Gas composition (%)</td> <td>O<sub>2</sub></td> <td>2.7 ± 0.2<sup>A</sup></td> <td>1.9 ± 0.3<sup>B</sup></td> <td>1.7 ± 0.6<sup>BC</sup></td> <td>1.1 ± 0.1<sup>D</sup></td> </tr> <tr> <td>CO<sub>2</sub></td> <td>36.2 ± 1.3<sup>A</sup></td> <td>37.4 ± 1.9<sup>A</sup></td> <td>39.0 ± 2.5<sup>A</sup></td> <td>36.2 ± 1.3<sup>A</sup></td> </tr> <tr> <td>N<sub>2</sub></td> <td>61.3 ± 2.8<sup>A</sup></td> <td>60.6 ± 3.6<sup>A</sup></td> <td>59.2 ± 3.1<sup>AB</sup></td> <td>62.6 ± 2.7<sup>A</sup></td> </tr> </tbody> </table> <p><sup>A-D</sup>Means in the same row with different superscript are significantly different (<math>p &lt; 0.05</math>).</p>			Parameter	Filling temp. of broth (°C)				50	70	85	100	Dissolved oxygen (ppm)	1.99 ± 0.10 <sup>A</sup>	1.39 ± 0.08 <sup>BC</sup>	0.76 ± 0.07 <sup>D</sup>	0.75 ± 0.03 <sup>D</sup>	Gas composition (%)	O <sub>2</sub>	2.7 ± 0.2 <sup>A</sup>	1.9 ± 0.3 <sup>B</sup>	1.7 ± 0.6 <sup>BC</sup>	1.1 ± 0.1 <sup>D</sup>	CO <sub>2</sub>	36.2 ± 1.3 <sup>A</sup>	37.4 ± 1.9 <sup>A</sup>	39.0 ± 2.5 <sup>A</sup>	36.2 ± 1.3 <sup>A</sup>	N <sub>2</sub>	61.3 ± 2.8 <sup>A</sup>	60.6 ± 3.6 <sup>A</sup>	59.2 ± 3.1 <sup>AB</sup>	62.6 ± 2.7 <sup>A</sup>
Parameter	Filling temp. of broth (°C)																																
	50	70	85	100																													
Dissolved oxygen (ppm)	1.99 ± 0.10 <sup>A</sup>	1.39 ± 0.08 <sup>BC</sup>	0.76 ± 0.07 <sup>D</sup>	0.75 ± 0.03 <sup>D</sup>																													
Gas composition (%)	O <sub>2</sub>	2.7 ± 0.2 <sup>A</sup>	1.9 ± 0.3 <sup>B</sup>	1.7 ± 0.6 <sup>BC</sup>	1.1 ± 0.1 <sup>D</sup>																												
	CO <sub>2</sub>	36.2 ± 1.3 <sup>A</sup>	37.4 ± 1.9 <sup>A</sup>	39.0 ± 2.5 <sup>A</sup>	36.2 ± 1.3 <sup>A</sup>																												
	N <sub>2</sub>	61.3 ± 2.8 <sup>A</sup>	60.6 ± 3.6 <sup>A</sup>	59.2 ± 3.1 <sup>AB</sup>	62.6 ± 2.7 <sup>A</sup>																												

검토의견

본 논문은 본 연구에서는 현재 수출용 삼계탕을 생산하고 있는 업체에서 수거된 레토르트 포장재를 사용하여 실제 다양한 조건에서 제품을 생산하여 품질 향상을 위한 최적 포장조건을 규명하고자 한 것으로, 포장시 육수의 충전온도와 포장방법에 따른 포장내 산소농도, 업체에서 사용중인 레토르트포장재의 물리적 강도 비교, 봉합부 위의 오염여부와 살균전후 봉합강도의 차이를 비교하는 실험을 실시한 점에서 실무상 아이디어를 얻을 수 있는 연구다.

본 연구에서는 레토르트 삼계탕의 육수 충전 온도를 각각 달리하여 포장 내 잔존 산소량을 최대한 줄이기 위한 포장 조건을 파악하고 이를 개선하고자 본 실험을 실시하였는데, Table 2에서 보는 바와 같이 지방과 단백질의 함량이 높은 레토르트 삼계탕 제품의 특성 상 포장제품 내의 용존 산소량이 많을 경우, 지방과 단백질의 산패를 일으켜 제품의 품질을 저하시키는 요인이 될 수 있다. 용존 산소량은 육수 충전 온도를 50oC로 하였을 경우 1.99 ppm으로 가장 높게 나타났으며, 70oC, 85oC와 100oC로 높아질수록 1.39, 0.76과 0.75 ppm으로 낮아지는 것을 확인할 수 있었다. 하지만, 85oC와 100oC 사이에는 용존 산소량에 있어서 유의적 차이를 보이지 않았다는 점과 육수 충전온도에 따른 포장 내의 산소 농도는 50oC로 하였을 경우 2.7%로 가장 높았으며, 70oC, 85oC와 100oC로 높아질수록 1.9%, 1.7%와 1.1%로 낮아지는 것은 참고할 만하다.

(핵심논문 3)

논문명	Effect of Chicken Soup Intake on Mood States and Peripheral Blood Flow in Humans																																			
저자	Naoki Midoh Takanori Noguchi	국가 / 게재년도	JP (2009)																																	
논문요약	<p>Chicken soup has long been considered anecdotally healthful in Western and Southeast Asian countries. In this study, we examined the effects of a 2-week intake of chicken soup on mood states and of a single and 2-week intake on peripheral blood flow. Thirty healthy volunteers (7 men and 23 women aged <math>20.5 \pm 1.4</math> years) participated in a randomized, double-blind, placebo-controlled crossover study with 2 weeks treatment and washout periods. They were randomly assigned to two groups, and daily received either chicken soup or placebo soup. Mood states by the Profile of Mood States (POMS) questionnaire and peripheral blood flow by a laser-Doppler blood flow imaging system were assessed before and after each treatment period. On the first day of the treatment periods, the effect of single intake on peripheral blood flow was investigated. The 2-week intake of chicken soup significantly reduced the tension-anxiety (T-A) score compared to the placebo soup (<math>p &lt; 0.05</math>). The single intake of chicken soup significantly increased peripheral blood flow as compared with the base value (20 min after intake <math>p &lt; 0.01</math>; 25, 30 and 45 min after intake <math>p &lt; 0.001</math>) and that of the placebo soup (25, 30 and 60 min after intake <math>p &lt; 0.05</math>; 45 min after intake <math>p &lt; 0.01</math>). The 2-week intake of chicken soup also significantly increased peripheral blood flow over that of the placebo soup (<math>p &lt; 0.001</math>). Chicken soup was considered to have improved mood states such as tension and anxiety and increased peripheral blood flow.</p> <p>본 연구에서는 치킨 수프의 2주간 섭취로 인하여 괄목할만한 긍정적인 변화를 가져왔는데, 긴장 및 분노 같은 기분 상태를 개선시키며, 말초혈관 흐름을 증가시켰다.</p>																																			
대표도면	<p style="text-align: center;"><b>Table 1. Nutritional Contents of Test Soups</b></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Chicken soup</th> <th>Placebo soup</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Water (%)</td> <td>1.35</td> <td>1.64</td> </tr> <tr> <td>Energy (kJ)</td> <td>38.5</td> <td>40.2</td> </tr> <tr> <td>Protein (g)</td> <td>1.98</td> <td>0.00</td> </tr> <tr> <td>Fat (g)</td> <td>0.08</td> <td>0.02</td> </tr> <tr> <td>Carbohydrate (g)</td> <td>0.15</td> <td>2.35</td> </tr> <tr> <td>Ash (g)</td> <td>0.34</td> <td>0.53</td> </tr> <tr> <td>Sodium (g)</td> <td>0.21</td> <td>0.19</td> </tr> <tr> <td>Anserine (mg)</td> <td>135</td> <td>ND</td> </tr> <tr> <td>Carnosine (mg)</td> <td>66</td> <td>ND</td> </tr> <tr> <td>Gelatin (mg)</td> <td>997</td> <td>ND</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">ND: Not detected.</p>				Chicken soup	Placebo soup	Water (%)	1.35	1.64	Energy (kJ)	38.5	40.2	Protein (g)	1.98	0.00	Fat (g)	0.08	0.02	Carbohydrate (g)	0.15	2.35	Ash (g)	0.34	0.53	Sodium (g)	0.21	0.19	Anserine (mg)	135	ND	Carnosine (mg)	66	ND	Gelatin (mg)	997	ND
	Chicken soup	Placebo soup																																		
Water (%)	1.35	1.64																																		
Energy (kJ)	38.5	40.2																																		
Protein (g)	1.98	0.00																																		
Fat (g)	0.08	0.02																																		
Carbohydrate (g)	0.15	2.35																																		
Ash (g)	0.34	0.53																																		
Sodium (g)	0.21	0.19																																		
Anserine (mg)	135	ND																																		
Carnosine (mg)	66	ND																																		
Gelatin (mg)	997	ND																																		



검토의견

본 논문은 치킨 수프가 전통적으로 가지고 있다고 인정되어 오던 기능적인 장점에 대해 학술적으로 입증하는 논문으로 삼계탕의 효용성을 증명하는 참고자료로 사용할 가치가 있다.

삼계탕의 경우에도 전통적인 형태의 치킨 수프의 일종으로 치킨 수프가 가지는 기능적인 장점을 그대로 포함하고 있으며, 여기에 삼계탕이 가지는 긍정적인 기능요소를 더하여 더욱 장점을 극대화 할 수 있을 것이다.

**다.3. 핵심논문분석 결론**

- 본 핵심 논문들은, 삼계탕을 제조하는 공정상에서 가공방법에 대한 것과 삼계탕 제조의 마지막 단계인 포장 단계에 대한 연구가 있으며, 치킨 수프 자체의 효능에 대한 연구 또한 있었다.
- 삼계탕이 포함될 수 있는 분야인 치킨 수프의 효용성에 대한 연구, 삼계탕의 효용성에 대한 연구는 있었으나 삼계탕 관련하여 가공방법을 개선하기 위한 논문이나 포장 개선을 위한 논문도 그 수가 매우 적었다.
- 이러한 상황을 볼 때 삼계탕의 가공방법이나 포장 개선을 위한 기술개발의 여지가 매우 많다고 추론해 볼 수 있다.

**4. 종합결론**

- 본 조사를 통하여 검토된 사항을 종합하면 다음과 같다.
- 인삼과 닭을 주원료로는 하는 삼계탕 관련 기술은 한국과 중국을 중심으로 발전되어 오고 있으며, 기타 국가에서는 특허출원이 거의 없는 실정이다. 따라서 출원건수에서는 한국 및 중국이 관련 기술개발 및 특허출원을 주도하고 있으며 핵심국가인 것으로 판단된다. 한국 및 중국에서 특허출원이 특히 많은 것은 해당 국가의 식문화에서 인삼이 널리 애용되기 때문인 것으로 판단된다.
- 따라서 본 기술과 관련하여 향후 특허출원 시 이와 같은 핵심국가들의 해외 출원 포트폴리오를 참고하여 세계시장 확대를 위한 활발한 해외출원을 진행하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.
- 또 하나의 특징으로는 삼계탕 관련 기술에 있어서는 기술력이 탁월한 기업이 특별히 눈에 띄지 않으며 개별 발명 아이디어를 구체화하는 수준에 그친다고 할 것이다.
- 다만, 한국에서는 한국식품연구원이 삼계탕의 가공방법에 대해 일부 기술을 보유하고 있는 것으로 보인다.
- 종합적으로 본 기술분야의 핵심특허에 의한 특허장벽도는 높지 않은 것으로 판단된다.
- 또한 현재 출원인들의 지속적인 연구개발 및 특허출원이 진행되지도 않고 있다고 판단된다. 따라서 본 기술분야는 연구개발의 여지가 많으며 핵심특허의 획득이 가능한 분야라고 판단된다.
- 이러한 핵심기술 개발과 해외 특허획득 전략을 구사함으로써 수출시장의 확보가 가능할 것이다.

## 5. 제품 및 시장 분석

### 가. 생산 및 시장현황

#### 1) 국내 관련(유사)제품의 생산 및 시장 현황

- 삼계탕은 한국의 여름철 보양 전통음식으로 김치, 불고기, 비빔밥과 더불어 우리나라를 대표하는 음식 중 하나임
- 삼계탕은 닭고기 외 찹쌀, 대추, 마늘, 밤, 황기, 인삼 등 한국의 전통 식재료가 모두 포함되는 복합식품으로 단백질이 풍부함
- 현재 국내 삼계탕 생산 업체로는 하림, 사조화인코리아, 마니커, 농협목우촌, 참프레, 교동식품, 체리부로, 동우, 올품 등으로 다양한 업체가 있음
- 국내 시장에서는 들깨-녹두삼계탕, 전복삼계탕 등을 개발하여 소비자들의 선호를 세부적으로 고려한 제품들이 출시되고 있음
- 삼계탕 식사의 편리성을 고려한 ‘즉석삼계탕 뼈없는 순살’ 제품도 개발되었으나 이는 먹을 때마다 뼈를 발라야 하는 번거로움이 없다는 점에서는 장점이지만 닭죽과 큰 차이가 없어 삼계탕 고유의 형태가 없다는 점에서 한계점이 있음
- 국내 삼계탕 소비량은 소비자물가지수 기준 2007년 74.61에서 2017년 103.6으로 가파르게 상승하고 있음
- 2017년 5~6월 기준 서울시에 위치한 삼계탕 음식점 20곳의 가격은 1만원~1만 4,000원대의 가격으로 집계되었는데, 이는 기본 삼계탕 가격으로 각종 고급 부재료를 넣은 삼계탕 가격은 이보다 매우 비싼 수준임
- 냉동 삼계탕 가격은 보관비 등의 물류비가 상대적으로 높아 레토르트 삼계탕 가격보다 조금 더 비쌌
- 냉동 삼계탕 가격이 레토르트 삼계탕보다 비싼 이유에는 제조원가의 차이도 있는데, 두 삼계탕이 각각 사용하는 닭의 선도가 달라 수급상의 이유로 냉동 삼계탕이 레토르트 삼계탕보다 제조원가도 조금 더 비쌌
- 한국은 AI의 잦은 발생으로 삼계탕은 닭고기를 원재료로 하는 식품으로서 그 영향을 많이 받는데 전년도 말 AI 발생으로 닭고기 살처분이 이루어졌고 공급이 줄면서 삼계탕의 원재료인 닭고기의 가격이 상승함

- 한편, 국내 닭 사육 및 도계수는 점차 상승하고 있으며, 이에 따른 생축 산지가격 및 소비자 가격은 하락하는 추세임
- 포장방식은 냉동 삼계탕, 레토르트 삼계탕 등 다양하게 개발되고 있는데, 냉동 삼계탕은 냉동 상태에서 1년, 레토르트 삼계탕은 상온에서 18개월 이상 유통 가능함

[국내 삼계탕 관련 제품 현황]

구분	세부기술	제품사진	제품 정보	
삼계탕	식품 전처리 기술		제품명	백세미 삼계
		제조사 및 제조국	(주)사조화인코리아, 한국	
		주요성분	백세미 삼계 300g~800g	
		제품명	삼계탕용 영계	
		제조사 및 제조국	(주)하림, 한국	
		주요성분	영계 500g	
	식품 제조 기술		제품명	삼계탕용 영계 두마리
		제조사 및 제조국	(주)하림, 한국	
		주요성분	영계 두 마리(500g×2)	
			제품명	즉석삼계탕 간편한 반마리
		제조사 및 제조국	(주)하림, 한국	
		주요성분	닭고기 470g	
삼계탕 및 유사 제품 제조 기술		제품명	즉석삼계탕 빠없는 순살	
	제조사 및 제조국	(주)하림, 한국		
	주요성분	닭고기 400g		
		제품명	고려 인삼 닭죽	
	제조사 및 제조국	(주)사조화인코리아, 한국		
	주요성분	인삼, 닭고기 800g		
		제품명	삼계탕 통조림	
		제조사 및 제조국	(주)사조화인코리아, 한국	
		주요성분	닭고기 800g	

구분	세부기술	제품사진	제품 정보	
				
			제품명	하림전복삼계탕
			제조사 및 제조국	(주)하림, 한국
			주요성분	전복, 닭고기 800g

## 2) 국외 관련(유사)제품의 생산 및 시장 현황

- 중국에서 삼계탕과 비슷한 음식으로 ‘계탕’을 소비하고 있으며 겨울철 보양식으로써 추운 겨울철에 소비가 집중되어 있음
- 중국에서는 생닭, 가공닭 모두 구입 시 안전성을 가장 중요하게 생각하고 있고, 특히 상하이 지역에서는 즉석식품의 안전성에 대한 부정적인 인식이 존재하며 삼계탕 즉석식품에 대해서는 인지하고 있지 못함
- 중국 내 식문화의 변화와 패스트푸드점 확대 및 가축 사육 환경의 악화 등 시장 환경 변화의 영향으로 중국 내 닭고기 소비량은 증가 추세임
- 2014년 중국의 닭 생산량은 1,300만 톤, 닭 소비량은 1,283만 톤으로 세계 닭고기 소비량의 16%를 차지하며, 2016년 닭 관련 즉석식품 수입액은 666천 불(158톤)으로 닭고기에 대한 생산량과 소비량 모두 높은 편임
- 대만은 닭을 이용한 국 종류가 많고, 인삼과 대추를 기본으로 하여 만든 대만 자체의 다양한 삼계탕이 소비되고 있는데, 독특한 향과 풍부한 영양을 특징으로 함
- 중국의 국물요리는 닭 육수를 사용한 것들이 많으며 삼계탕과 비슷한 요리가 있고, 중국마켓에서 삼계탕 제품은 판매되고 있지 않음
- 베트남 식 치킨 수프는 베트남식당을 통해 아시아인들은 물론 미국에 많이 알려져 있으며 아시안 마켓에서 가공제품을 쉽게 접할 수 있음

- 베트남에는 삼계탕과 매우 유사한 제품으로서 흑닭탕이 보양식품으로 인기가 많고 모, 환자들에게 선호도가 매우 높음
- 싱가포르에서는 편리함을 우선시하여 탕류 제품에 관해 간편히 조리할 수 있는 Ready Meal이나, 국물 분말 등을 선호하여 삼계탕 완제품이 아닌 주로 국물 액상제품 혹은 큐브 형태로 된 분말 제품을 판매 중에 있음
- 미국 소비자들은 닭을 주로 기름에 튀기거나 오븐에서 조리하여 먹으며 국물 요리로는 삼계탕과 비슷한 chicken noodle soup을 소비함
- 닭을 매우 좋아하고 요리법도 다양한 히스패닉계 소비자들은 바비큐그릴에 굽거나 튀겨서 조리하며 Caldo de pollo라는 치킨 수프 요리를 즐겨먹고 있음
- 미국에서 생산되는 캠벨 닭고기 스프(치킨 스프)의 경우 무색소, 무염, 유기농 인증 원료 사용 등으로 홍콩 등에서 제품 경쟁력을 갖추고 있음
- 미국 현지에서 판매되는 치킨 수프 제품은 통조림형태가 대부분이며, 컵형태, 분말형태, 종이팩형태의 제품도 판매되고 있음
- 미국 치킨 수프의 수출량은 전세계적으로 증가하고 있고, 캐나다, 멕시코 등 북미에서 다량을 수출하며 우리나라, 중국, 한국으로의 수출량도 상당함
- 일본에서 삼계탕을 응용해 만든 삼계탕 국밥, 삼계탕 건조수프, 삼계탕풍 라면 등 저렴하고 간편한 삼계탕 유사 제품이 출시되어 높은 시장 점유율을 점하고 있음
- 호주에서는 현지산 닭고기 가공식품이 구이, 스프 등의 형태로 많이 판매되고 있고, 현지 시장에서 판매되고 있는 삼계탕 유사제품의 경우 다양한 종류로 구성되어 있으나 삼계탕처럼 닭 한 마리가 통째로 들어간 경우는 없음

[국의 삼계탕 관련 제품 현황]

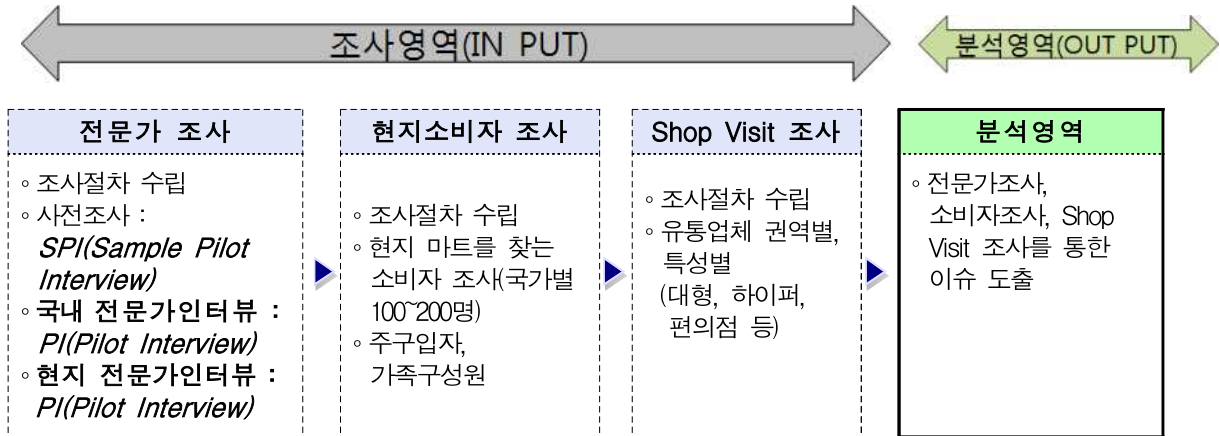
구분	세부기술	제품사진	제품 정보	
삼계탕 식품 제조 기술	삼계탕 유사 제품 제조 기술		제품명	SIMPLE TRUTH FRESH ROASED CHICKEN
			제조사 및 제조국	USA
			주요성분	chicken 907g
			제품명	삼계탕맛 누들
			제조사 및 제조국	에이스룩, Japan

구분	세부기술	제품사진	제품 정보	
			주요성분	chicken 23g, noodle
			제품명	Knorr Stock Cubes - Chicken 60G
			제조사 및 제조국	Maggi, Singapore
			주요성분	chicken 60g, 분말
			제품명	Maggi Concentrated Chicken Stock
			제조사 및 제조국	Maggi, Singapore
			주요성분	chicken 250g, 수분
			제품명	삼계탕 육수
			제조사 및 제조국	충각네, Japan
			주요성분	chicken 350g
			제품명	CHICKEN & SWEETCORN
			제조사 및 제조국	HEINZ, Australia
			주요성분	chicken 535g
			제품명	삼계탕
			제조사 및 제조국	모란봉, Japan
			주요성분	chicken 600g
			제품명	Campbell's RealStock Chicken
			제조사 및 제조국	Campbell, USA
			주요성분	Chicken, 수분

### 3장. 해당품목 기존시장 및 신규시장 확대방안

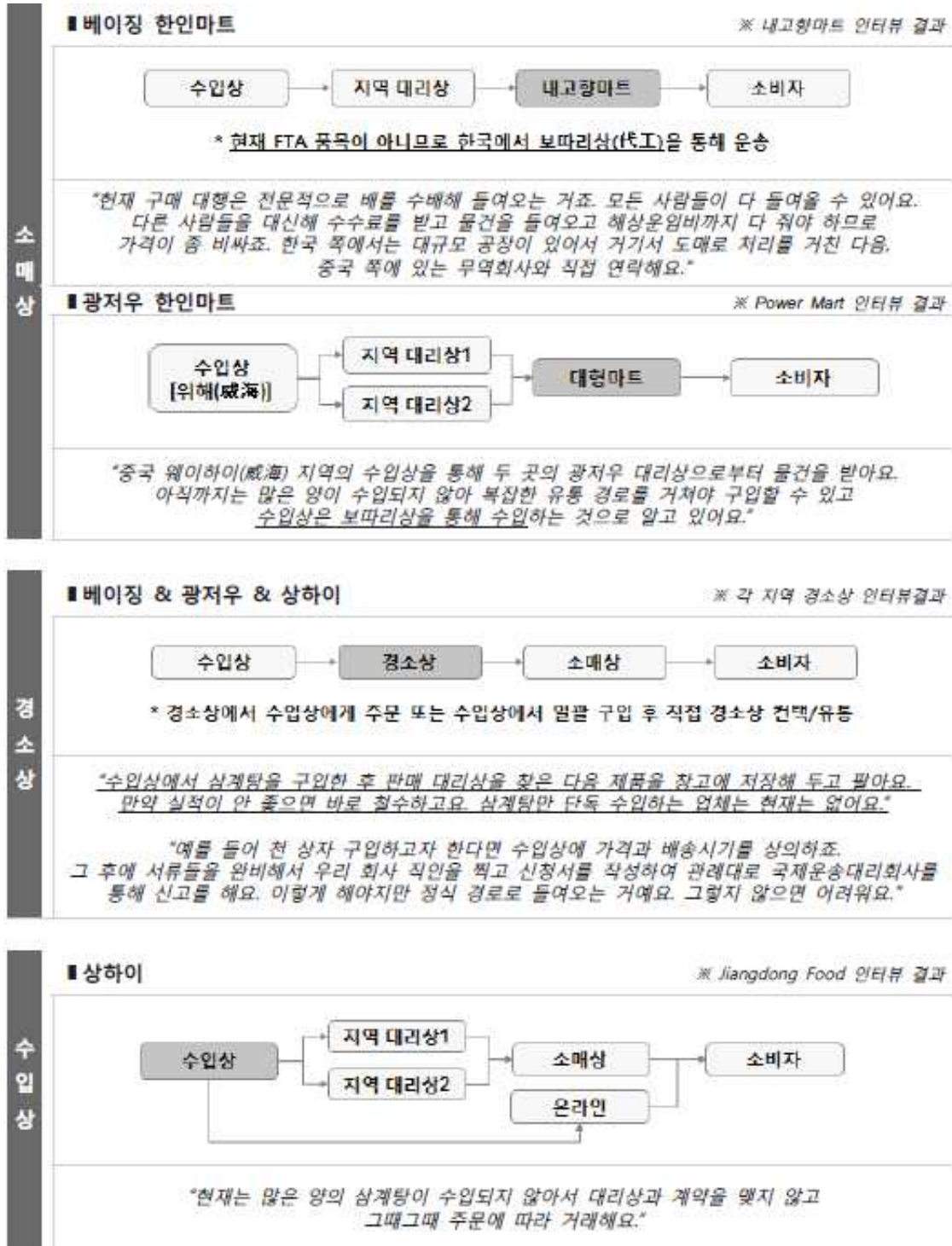
코드번호 D-04

#### 1. 해당품목 시장조사 방법



- (문헌 조사) 기존연구를 중심으로 삼계탕 품질 개발 관련 기술 및 제반환경에 대하여 조사하고자 함
  - 수출실적 분석: 각 국가별·연도별 수출실적을 파악함으로써 앞으로 수출확대 가능성이 있는 시장을 발굴하고 수출실적이 부진한 국가에 대해서는 이유를 파악하여 수출회복 방안 마련
    - \* 닭고기수출연구사업단(2014)은 닭고기 수출품목 확대 및 수출량 증대를 위해 필요한 연구기술을 주요 핵심과제 및 10개 세부연구과제로 구분하여 각각의 과제를 체계적으로 수행함과 동시에 과제간의 유기적이고 효율적인 연계를 통해 2013년 가금육 수출총액 5천만 불을 달성하는데 필요한 인프라를 구축하고 전략 및 제품을 개발하고자 수행되었음
  - 조사내용:
    - 국내 삼계탕 시장 및 수출현황
    - 국내 삼계탕 생산, 유통, 수출, 가격 추이 등
    - 해외 수입동향, 소비자 선호도와 수입절차 등

○ (유통구조 조사) 유통 유형별 한국산 삼계탕 및 수입상 유통경로 파악하고자 한다.

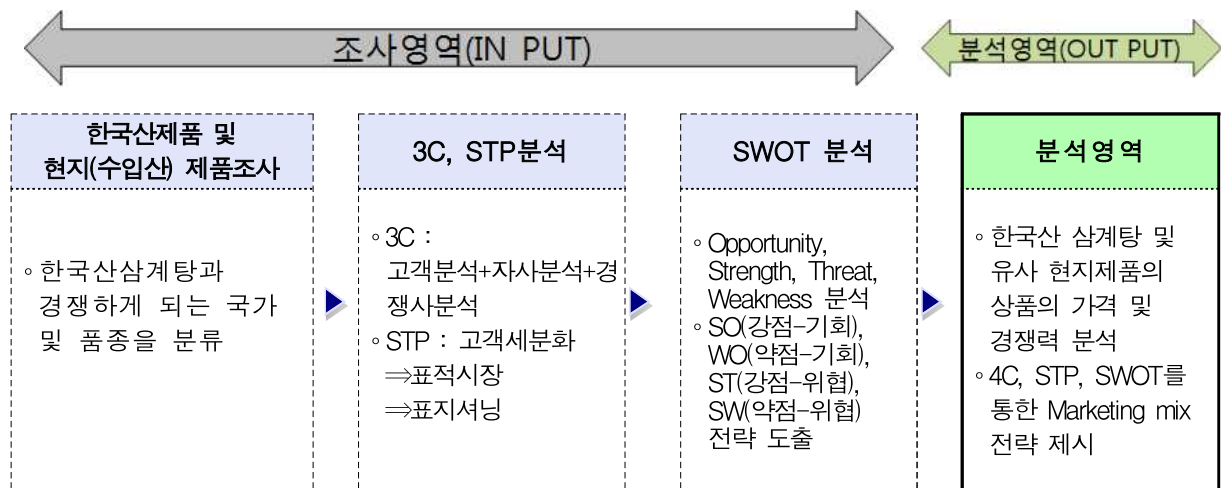


○ (전문가 조사) 수출업체, 학계, 생산업체, 소비자를 대상으로 진행함. 수출업체에게는 수출상 애로사항 또는 제품개발 기술에 대해, 학계를 통해서는 과거 기술개발 사례, 생산업체에게는 기술적인 애로사항, 소비자에게는 새로운 삼계탕 제품에 대한 수요조사를 조사내용으로 함



- **(현지 소비자연구)** 삼계탕수출연구사업단에서 자체적으로 타깃 국가 현장조사를 실시하고, 국가별 현지 모니터요원을 설정하여 마케팅, 소비자반응 등을 고려한 연구진행을 하겠음
  - 사전조사 SPI조사: 농가, 수출기업의 수요파악을 위한 사전 인터뷰 실시
  - 국내 PI조사: 국내 삼계탕 생산·가공·수출업체와의 표적집단면접조사를 통해 현재 수출 시 나타나는 애로사항, 적용가능한 기술수준 및 새로운 수요 발굴을 위한 조사 실시
  - 해외 설문조사: 각 국가별로 수입업체 또는 소비자 단체를 중심으로 한국산 삼계탕에 대한 인지도, 맛·품질 관련 개선 필요사항, 새로운 삼계탕 제품에 대한 인터뷰 및 Shop Visit 조사 실시
- **(해외 설문조사 세부사항)** 시장행위자 조사는 다중방법론(Multi-Method approach)을 활용하여 조사대상에 따라 양적 및 질적 접근을 취함. 구조화된 설문지(Structured Questionnaire)을 통해 On-line, Off-line, FGD, HUT, PI 실시
  - **On-line Test:** 웹 프로그램, 이메일 등을 통해 짧은 시간에 다수 대상 조사가 가능한 테스트 방법으로 조사지역에 상관없이 실시하는 양적접근
  - **Off-line Test:** 식품 주구입자를 대상으로 오프라인 시식을 통해 조사하는 질적조사
  - **FGD(Focus Group Discussion):** Off-line Test에 참여한 대상자 중 의미있는 응답을 한 소비자이거나 삼계탕 시식 설문조사 경험이 있는 자를 대상으로 해당품목을 시식 후 그룹토의(심층면접)을 진행하여 제품에 대해 더욱 면밀하게 의견 수렴하는 질적 접근
  - **HUT(Home Use Test):** 일상생활 속에서 일정기간 동안 규칙에 따라 가정에서 해당제품을 시식하는 방법으로 맛, 품질의 평가 및 개선점 등에 대한 아이디어를 얻을 수 있음

## 2. 신규시장 확대방안 도출

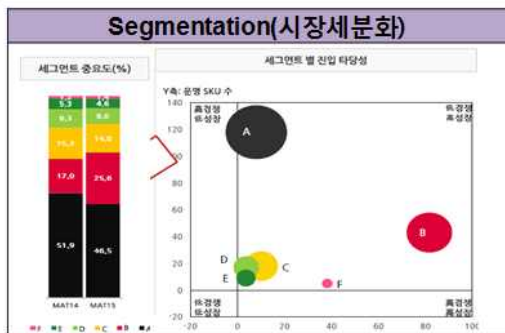


- **한국산제품 및 현지산(수입) 제품조사:** 조사국가에서 유통되고 있는 한국산 제품 및 현지산(수입)산 제품에 대해 조사하며, 특히 한국산 고유의 전통음식인 삼계탕과 ‘유사제품’ 판매 현황에 대해 심층적으로 조사

- 4C 전략: 수출전략을 통해 개발된 제품을 효과적으로 시장에 판매하기 위해 소비자 혜택 (Customer Benefits), 소비자 기회비용(Cost of Customer), 편리성(Convenience), 커뮤니케이션(Communication) 관점에서 소비자의 눈높이에 맞게, 소비자가 만족할 수 있도록 설계되었는지 확인해보고 그렇지 않다면 이를 보완할 수 있는 방향성 고찰

### 삼계탕 유사 음식 '계탕(鷄湯)' 소비 실태

<b>오래 끓여 먹는 탕</b>	"직접 끓이는 게 아니라 증탕을 해요. 닭과 약재 재료들을 작은 용기 안에 담고 물을 부은 다음 뚜껑을 덮고 약한 불로 3~4시간 정도 오랜 시간 천천히 끓여요"
<b>겨울 보양식</b>	"한국에서는 주로 여름철에 보양식을 먹지만, 중국에서 보양식의 계절은 겨울이에요. 중국 사람들 대부분 겨울에 보양식을 줘야 영양분이 몸에 녹아 들어가고, 여름에 먹으면 활동을 하면서 다 빠져나간다고 생각해요."
<b>진한 육수 맛</b>	"한국식 삼계탕에 비해 몇 배나 우려낸 육수이므로 진한 국물 맛의 보양식이에요"
<b>남방 지역 선호</b>	"북방 사람들은 찜을 주로 먹고, 탕은 남방 사람들이 좋아해요. 남방은 요리 3개와 탕 1개가 기본이죠."
<b>多人 취식</b>	"1인 1식의 한국식 삼계탕과는 달리 탕 하나로 다 같이 나눠 먹어요"

## 4장. 해당품목 수출 및 기술개발 전략

코드번호

D-05

### 1절. 수출사업단 확대를 위한 기술개발 전략

#### 1. 현장애로 수요 발굴(해당 품목 수출장애 요인(생산, 수출, 현장애로 사항) 도출)

##### 가. 시장(인식·가격)

###### □ 애로사항

###### ○ 삼계탕에 대한 개념정립이 모호함

- 유사제품으로 중국의 계탕, 베트남의 흙닭탕, 말레이시아의 화교용 바쿠테라 등이 있음
- 중국에서는 즉석 삼계탕에 대한 인지도가 낮고 부정적 인식이 퍼져있어 소비 유도가 쉽지 않음

###### ○ 교민, 중국인 대상으로 제한적으로 판매되고 있으며 한식당에서도 다른 요리와 함께 판매되고 있어 삼계탕 음식에 대한 전문성이 결여되어 있음

- 일본의 경우 한인 타운 내 삼계탕 전문점은 유일하게 ‘고려삼계탕’ 1곳 있음

###### ○ 가격이 대체로 고가로 형성되어 있어 가격경쟁력이 낮음

- 장기간의 경기침체로 가성비를 중시하는 현지인들의 소비 성향으로 인해 저가격을 특징으로 하는 일본 요식업계의 한국 식품의 가격 경쟁력이 현저하게 떨어짐
- 미국 소비자들은 원산지에 대한 민감도가 낮고 차별성이 떨어져 가격 민감도가 높음

###### ○ 삼계탕 수출시장 확대와 관련 산업 활성화를 위한 종합적인 시장조사 보고서가 미흡함

- 중국 수출 시 중국인의 입맛과 식습관과 관련한 사전 시장 조사가 부실하여 목표 수출량에 도달하지 못함

###### □ 개선방안

###### ○ 삼계탕 개념에 대한 정립을 확립할 필요있음

- 중국 소비자들의 경우 ‘삼계탕’이라는 제품의 존재를 각인시키기 위해 스토리텔링을 통해 기억을 용이하게 하고 현지인을 위해 특별 제작된 제품을 강조해야 함

###### ○ 국가별 현지인 대상 맞춤형 제품을 개발할 필요 있으며, 아울러 삼계탕 전문점도 확대할 필요 있음

- 중국의 경우 호감도 상승을 위해 삼계탕을 현지인 맞춤형으로 특별 제작하고 제품의 고유성을 강조해야 함

- 부재료 및 물류비를 절감할 수 있는 방안을 연구함으로써 경쟁국 대비 가격경쟁력을 확보할 수 있는 방안을 마련할 필요 있음
  - 일본 소비자들을 대상으로 대추, 인삼 등을 슬라이스하여 용량을 적게 하거나 인삼 분말을 넣어 가격대를 낮추는 등 원가 절감을 위한 방안을 강구해야 함
  - 동시에 프리미엄 시장을 대상으로 고가 전략을 고려할 필요 있음
- 삼계탕 수출시장 확대와 관련 산업 활성화를 위한 종합적인 정보를 지식화할 필요 있음
  - 정부와 업계의 공조를 통해 현지화를 위한 전략 수립을 위해 현지 식문화, 소비 성향, 유통 구조 등에 관한 철저한 사전 조사가 이루어져야 함

## 나. 생산·가공

### □ 애로사항

- 냉동제품의 경우 해동시간이 약 40분으로 오래 소요됨
  - 일본의 전자레인지에 의한 가열방식은 전자파를 막기 위해 가열 세기에 제한이 있어 해동시간이 더욱 오래 소요됨
- 레토르트 제품의 경우 고온고압 조건으로 인해 뼈가 녹고 육질이 흐물흐물해짐
  - 닭고기가 흐느적거리 식감이 부족하며 뼈가 녹을 때 결석을 유발하는 석회질이 나오는 문제점 존재
- 외국인들에게는 삼계탕의 형태가 혐오감을 주고 생소한 음식임
  - 백인, 히스패닉 소비자 등에게 육수와 뼈와 함께 담긴 닭에 거부감을 느낌
  - 특히 일본의 젊은 세대는 삼계탕의 형태에 대하여 큰 혐오감을 가지고 있음
- 용량, 염도, 육수양념, 육질, 부자재, 고기 및 국물의 비율 등에 있어서 다양성이 부족함
  - 제품의 짠 맛 정도에 차이를 두거나 매운 맛을 개발하는 등 다양한 레시피에 대한 연구가 부족하여 소비자의 다양한 요구가 충족되지 못함
  - 현재 출시되어 있는 제품이 학생 및 싱글족 등에게 가격 및 양적인 측면에서 부담이 되어 그 소비층에 판매하기 어려움
- 기능성 삼계육에 대한 연구가 부족함
  - 부드러운 닭고기는 영양이 떨어지는 식품이라는 인식으로 인해 질긴 닭고기를 선호하는데 이와 같은 육질에 대한 소비자의 선호 경향 파악이 부족함
- 삼계육과 브로일러 등과의 비교연구를 통한 육질개선 연구가 부족함
  - 중국 계탕의 경우 삼계탕과는 달리 브로일러를 사용하고 있음
  - 일본 삼계탕의 경우 백세미라는 특수한 종자가 쓰이므로 삼계탕을 만들기 쉽지 않음

## □ 개선사항

- 해동시간 단축기술에 대한 연구 및 확립이 필요함
  - 3면 입체 가열 방식을 통해 식품을 골고루 익히되 해동 시간을 30%까지 단축하는 기술이 현재 개발되어 있고 이러한 기술의 지속적인 발전과 해외 전파가 식품 수출에 선행되어야 함
- 제조공법 중 레토르트(상온유통)의 경우 살균이 아닌 멸균을 하기 때문에 수출 상대국 인정하에 수출이 가능함
  - 현재 전자레인지 가열시간이 4-5분으로 긴 편이기 때문에 닭의 식감이 떨어지므로 가열 시간을 1분 내로 단축할 수 있는 기술개발 필요함
  - 냉동제품의 경우 현재 하림만이 무균검사를 통과하여 보리재팬으로 냉동 삼계탕을 수출하고 있는데, 한국은 기본적으로 AI 국가이기 때문에 냉동 삼계탕 제품이 반출 불가함
- 닭죽이나 스프와 차별화되면서 삼계탕 고유의 정체성을 지킬 수 있는 뼈 없는 삼계탕 개발이 필요함
  - 일본인의 경우 제품 섭취의 편리성에 대한 요구도가 높아 뼈 없는 삼계탕 개발을 통해 그러한 요구에 응할 수 있으며 이는 어린이와 노인 소비층의 섭취 용이성 역시 높일 수 있음
  - 편리성 확보 후 일본 시장으로의 떡볶이 수출이 '먹는 재미'라는 요소를 가미하여 성공했듯이 삼계탕 제품에 현지의 경제적, 문화적 환경에서 '재미'의 요소를 포착하여 제품 개발에 가미해야 함
- 다양한 용량 및 레시피 개발을 통해 수출국가별로 수요를 충족할 수 있어야 함
  - (용량) 중국인은 대용량 선호, 일본인은 소용량 선호
  - (염도) 일본인이 선호하는 염도는 1.1~1.2으로 한국보다 높은 수준
  - (육질) 베트남, 대만 등은 질긴 육질을 선호
- 고품질 기능성 삼계육 생산기술에 대한 연구가 필요함
  - 로컬들이 긍정적인 반응을 나타냈던 참쌀, 인삼 등의 풍미를 유지하고 유통기한의 적절한 조정을 통해 신선도를 유지할 수 있는 기능성 제품 개발이 필요함
- 삼계육과 브로일러 등과의 비교연구(형태, 맛 등)를 통해 삼계육의 장단점을 파악할 필요 있음
  - 일본 삼계탕의 재료로써 사용되는 백세미의 경우 도계 후 생체 중량이 400g 내외인 반면 브로일러(대형육계)는 1.2-2.5kg으로 요리의 양이 너무 많아짐
  - 브로일러의 경우 도계 시 살이 거의 없고 뼈가 대부분이라 보통의 삼계육에 비해 식미감이 떨어짐

## 다. 포장·유통

### □ 애로사항

- 트레이 용기는 전자레인지 조리 및 먹기에도 편하지만 품질과 유통보존성을 보장하기 어려움
  - 레토르트 포장재는 알루미늄 증착이 되어있어 전자레인지를 통해 조리 시 화재 위험성이 있으며 현재 일본에서는 트레이 제품이 판매되고 있으나 상용화 되지 못함
- 레토르트의 경우 유통기한이 긴 편인데 이에 따라 해외 소비자들은 방부제 처리를 했다고 오해하는 경우가 많음
  - 레토르트의 경우 통상 유통기한이 1년 정도이며 이와 유사한 캔의 경우 형태 보존에는 유리하나 긴 유통기한 관련 오해로 인한 부정적인 이미지로 대부분 식자재로서만 납품되며 소비자들에게는 거의 판매되고 있지 않음
- 현재 포장용기가 대체로 획일화되어 있으며, 친환경소재에 대한 수요도 높은 편임
  - 모든 삼계탕 포장에 레토르트가 사용되어 단조로운 느낌을 주며, 최근 싱가포르의 친환경 음식에 대한 요구와 인식이 높아짐
- 포장지로만 확인했을 때 시각적으로 한국산 삼계탕이 현지산 삼계탕 및 유사제품과의 차별성이 부족하여 한국산 삼계탕의 고유성이 부족함
  - 한국산만의 차별화된 포장 개발이 미흡하여 타국산과의 유사한 라벨링과 디자인 패턴으로 인해 시각적으로 한국산인지 구분 어려움
- 한 마리 전체 포장이 화학적 처리를 한 것 같은 인상을 줌
  - 특히 미국 소비자들을 중심으로 포장 겉면에 표기된 긴 유통기한을 유지하기 위해 방부제 첨가를 했을 것이라는 오해를 불러일으킴
- 일본의 레토르트 제품 용기는 세라믹 용기에 넣어 전자레인지를 사용하는데 코팅이 안되어 있을 시 전자파를 통한 가열에 장애가 있음
  - 일본에서는 주로 전자레인지에 의한 가열방식을 사용하는데 전자파 차단을 위해 가열에 제한이 있음
- 닭 한 마리를 포장하기 때문에 제품의 무게가 무거운 편으로 유통하는데 번거로움이 있음
  - 운송비 등 물류비용이 높으며 상온보관 삼계탕임에도 수입점검 시 냉장/냉동 창고에서 진행되어 추가적으로 보관비용(매번 약 2천 달러 손실)이 발생하므로 기본적으로 제품의 중량을 줄여야 할 필요성이 높음

- 식품 안전성 강화 및 품질개선에 대한 소비자 신뢰 구축이 필요함
  - 일본 소비자들의 경우 백세미 사육단가와 비교하였을 때 유통되고 있는 삼계탕의 가격은 형성될 수 없는 가격이라고 생각하여 삼계탕 재료에 대한 불신이 있음
  - 기본적으로 소비자들은 가공 및 냉동 수입식품에 대하여 낮은 신뢰도를 가지고 있음
  - 헬시어 초이스 인증 및 할랄 인증 등에 대한 소비자 요구가 존재함

□ 개선사항

- 품질과 유통보존성 동시보장이 가능한 트레이, 레토르트 포장재질에 대한 연구가 필요함
  - 품질과 유통보존성을 보장하면서 트레이 용기로 사용될 수 있는 포장재질 찾는 것이 중요함
  - 현재 레토르트 포장의 경우 알루미늄 제제가 아니면서 상온보관이 가능한 포장이 개발되어 있으므로 이에 대한 분석 필요함
- 유통기한에 대한 잘못된 인식이 형성될 수 있기에 유통기한을 단축하여 표기하고 표준화할 필요 있음
  - 보통 1년 이상의 가공 식품(상온, 냉동)은 방부제를 첨가했다는 오해를 받으므로 6~8개월 수준으로 단축 표기하여 이러한 유통기한과 관련한 소비자들의 오해를 방지해야 함
- 친환경 등 다양한 포장용기를 개발하여 소비자의 수요를 충족할 필요 있음
  - 최근의 해외 소비자들의 친환경에 대한 높은 인식에 따른 일회용 용기보다는 재활용 용기 개발이 필요
- 한국산의 고유 포장 디자인 및 포장디자인의 현지화의 적절한 조화를 통해 한국산 삼계탕이 현지 제품들과 비교하여 두드러질 수 있도록 해야 함
  - 외국 소비자들은 고려인삼의 효능을 인정하고 있음
  - 마케팅적인 부분에서 삼계탕이 오래전부터 한국에서 전해 내려오는 건강식이라는 점을 강조할 필요 있음
  - 주원료(닭, 인삼)의 한국산 사용 및 이를 강조하는 포장 디자인을 개발해야 함
  - 내용물과 재료를 직접 확인할 수 있도록 포장 개선할 필요 있음
- 용기의 재질을 기존의 가열에 관한 단점을 보완한 플라스틱류로 대체하여 활용해야 함
  - 플라스틱류를 활용하되 냉동 시의 균열 발생과 해동 시의 부피 팽창에서 오는 문제 해결을 위해 용기 내 충분한 공간 확보가 수반되어야 함
- 물류비용 감소 및 편리성 제고를 위해 분말형 및 큐브형 육수, 동결건조 제품 등의 개발이 필요함
  - 일본의 경우 한인마트 중 서울시장에서는 ‘탕류’ 제품 분말형 육수가 판매되고 있음

- 운송·유통에서의 안전성 확보를 위한 물류정보 시스템 연구가 필요함
  - 동결건조 포장을 개발하여 유통 과정에서의 영양 손실 방지 등의 효과가 기대됨
  - 운송 과정에서 포장이 외부와 접촉되면 내용물이 훼손되므로 운송 상의 충격 가능성을 감소시키기 위한 방안 마련이 요구됨

## 라. 검역·통관

### □ 애로사항

- 검역협상이 완료된 국가가 매우 적으며 이 또한 일부 레토르트 삼계탕 제품에만 한함
  - 검역협상이 완료된 국가는 중국, 일본, 홍콩, 싱가포르, 대만, 미국임
  - 한편 중국의 경우 냉동 삼계탕 제품은 수출이 불가능한 상황임
- 통관기간이 매우 오랫동안 소요되는 등 통관에 대한 클레임 파악이 미흡함
  - 특히 우리나라의 경우 잦은 조류독감으로 허가 기간이 2~3년 정도 소요되어 재고 판매로 연명해야 하는 경우가 빈번하게 발생함
- 현재 중국의 경우 삼계탕 제조공장에서 반경 10km 이내 AI가 발생하면 수출을 중단하고 있으나 해당사항은 전 세계적으로 검역협상 조건에 없는 사항임
  - AI 등 질병발생으로 수출 어려움

### □ 개선사항

- 주요 수출국별 검역협상 및 위생 기준 표준화에 관련된 연구를 할 필요 있음
  - 최근 일본이 2015년 중점적으로 실시해왔던 가공식품 등의 성분 규격 위반 사항을 고려하여 2016년 가공식품의 성분 규격에 관한 모니터링 검사를 중점 실시할 것이라고 발표했는데 이와 관한 검역 협상 연구가 필요함
  - 일본의 JAS나 미국의 HACCP 등의 위생 기준 표준화 연구를 통해 우리나라의 철저한 위생 체계를 구축하고 이를 제품 개발에 반영하여 검역 절차를 원활하게 해야 함
- 통관기간을 단축하고 통관 클레임을 파악하여 이를 완화할 수 있는 방안을 연구해야 함
  - 미국 수출에 있어서 신속하고 안정적인 수입통관을 위해 HACCP 및 이력추적제도 적극 시행을 고려해 볼 수 있음
- 검역적으로 해당 규제조항을 검토하고 해당 규제조항을 삭제하는 방안이 필요함



## 마. 마케팅

### □ 애로사항

- 젊은 층에게 익숙하지 않은 삼계탕
  - 특히 일본에서 젊은 세대가 삼계탕에 익숙하지 않은 원인에는 제품 형태에 대한 혐오감이 있는데 형태가 없는 경우의 시장성에 대한 의문이 존재함
- 브랜드 인식 전무한 실정
  - 김치라고 하면 ‘종갓집 김치’가 떠오르는 것처럼 삼계탕하면 생각나는 삼계탕 브랜드가 없음
- 유통망개척을 위한 시간 및 비용 과다 소요
  - 한인 채널을 통해 중국 시장을 개척하는 데에 한계가 존재함
- 동남아권 바이어 부족(삼계탕 시장규모는 존재하지만 바이어가 거의 없고 소규모 형태로 운영)
  - 베트남의 삼계탕 공식 수입업체는 K&K 글로벌(K-market)이 유일하며, 한인마트(K-mart, K-market 등)에서만 판매되고 있음
  - 일부 소량 핸드캐리로 반입하여 페이스북에 판매되는 경우도 있음
- 할랄, 헬시어 초이스 등 인증 비용부담
  - 중국산이 주로 이러한 인증을 통해 경쟁력을 갖추고 있으며 JAS, HACCP 등 유기농 인증도 수출 확대에 필요할 것으로 예상됨
- 미국에서의 계절적 판매 어려움
  - 삼계탕의 주 소비자층인 미국 교포들의 경우 주로 여름철에 삼계탕을 소비하고 재료를 직접 구매하여 집에서 요리하는 소비자들이 대부분이어서 겨울철 판매에 어려움이 있음
- 미국 시장의 적극적인 판촉 활동 부족
  - 미국의 시애틀 및 서부와 동부를 제외한 타 지역의 경우 삼계탕 판매는 하고 있으나 광고 및 판촉행사를 실시한 경우가 없어 앞으로 판촉행사 실시가 매우 필요함
- 제품 특색과 현지 식문화 간의 괴리
  - 미국에서는 음식에서 뼈를 발라내는 문화가 전혀 없어서 삼계탕 음식을 기이하게 생각하는 사람들이 많지만 뼈를 발라내면 삼계탕이라 할 수 없어 어려움이 있음

## □ 개선사항

- 삼계탕 제조 과정, 레시피, 섭취방법 등 안내자료 배포, 기획광고 필요
  - 일본의 경우 연령을 막론하고 건강식품에 대한 관심도가 매우 높아 건강식을 말하는 ‘약젠(야쿠젠)’ 시장의 규모가 매우 큰 편이므로 ‘삼계탕=약젠’이라는 인식 제고가 필요
  - 삼계탕이 생산과정 등을 보여주면서 홍보해야 삼계탕의 높은 단가를 이해할 수 있음
- 각 국가의 시장 환경에 적합한 한국산 삼계탕 브랜드 마케팅 구축
  - 현재 중국에서는 한국산 삼계탕이 고소득층을 중심으로 인기이므로 해신탕, 황제삼계탕 등의 프리미엄 식품을 중심으로 한 브랜드 구축이 필요함
- 현지유통채널까지 흡수하기 위한 방안 모색 필요
  - 대형 유통채널을 보유하고 현지 마케팅 경험이 풍부한 에이전트 발굴에 집중해야 함
  - 중국 내수시장 공략을 위한 별도 채널 관리해야 함
- 동남아권 시장에 대한 장기적이고 대규모 거래선 발굴이 필요
  - 동남아권에 화교 출신 소비자들이 많이 거주하므로 중국 유통 채널을 통해 연결하는 방법을 모색해야 함
  - 페이스북 등 SNS를 통해 유통되고 있는 거래 규모를 확대해야 함
- 신 시장 개척을 위한 ‘인증’ 취득 지원
  - 수출 경쟁력을 갖추기 위해 여러 가지 인증을 위한 비용 부담은 불가피하므로 이러한 비용 절감을 위한 인증 취득 안내 지원을 활성화해야 함
- 관측 빈도가 낮은 지역을 중심으로 광고 등의 광범위한 관측 활동이 요구됨
  - 빈도가 낮은 지역에서 인삼의 효능을 강조하고 스토리텔링 홍보를 하여 광고의 효율성·효과성을 향상시키는 적극적인 관측 활동이 필요함

## 바. 정책

### □ 애로사항

- 중국 삼계탕수출사업단(육계협회), 삼계탕수출사업단(aT)의 경우 범국가적인 범위가 아니거나, 실질적 수출에 미친 영향 미비

## □ 개선사항

- 목표시장 선정 및 삼계탕 수출 로드맵 구축
  - 최근 달라진 주요 수출국들의 보호무역주의와 같은 통상 환경에 대비한 중·장기적 수출 로드맵 구축 필요
- 삼계탕 수출 촉진을 위한 정책적, 제도적 지원전략 개발
  - 미국과 중국 등 일부 국가에 의존하는 취약한 수출 구조의 저변을 넓히고자 아세안, 인도, 유라시아, 중남미 등 신흥시장과 포괄적 경제협력 강화
- 지속적 수출확대를 위한 국가별 수출정책 확립
  - 특히, 중국 시장의 경우 지속적 수출 유지를 위해 한국 기업을 향한 최근의 외적인 요인들로 인한 보호무역 조치가 해소될 수 있도록 적극적으로 이의 제기
- 수출전문가 양성교육, 연구결과 세미나 개최, 성공사례 전파, 수출매뉴얼 배포 등

## 사. 신시장 개척 : 일본

### □ 애로사항

- 많은 소비 인구에 비해 대중적 소비가 이루어지지 않아 소비량이 적음
  - 현재 일본 내에서 1억 3,000만 명이 삼계탕을 소비(1년에 20-30만 개)하고 있는데 대중적 소비가 되기 위해서는 1년에 1,300만 개로 소비가 확대되어야 함
- 한·일 간의 정치적 관계로 인해 관세와 같은 무역 장벽 등의 수출 장애가 존재함
  - 한·일 FTA가 체결된다면 관세세이프 제도로 인해 농산물·식품의 관세도 거의 없어질 가능성이 높음
  - 일본은 한국의 수출상대국 4위임에도 2017년 현재 한일 FTA는 체결되지 않았고 2003년 12월 22일 제1차 한·일 FTA 협상을 시작하였지만 농산품 및 가공품에 대한 관세 폐지 등의 문제로 2004년 11월 협상이 중단됨
- 과거의 주요 유통 경로였던 한식당 판매, 통신 판매가 취약해져 수출액이 현저하게 감소함
  - 삼계탕을 판매했던 주요 유통경로의 2/3가 한식당, 나머지가 통신판매였는데 한식당은 현재 절반이하로 무너졌으며 통신판매도 거의 없어졌음
  - 이로 인해 2011년 일본으로의 삼계탕 수출액이 1,300만 달러에 육박했으나 현재 300만 달러까지 감소한 원인도 유통경로가 무너졌기 때문임

□ 개선사항

- 현지 소비의 대중화를 위해 가공식품 소비 트렌드와 가격·유통경로 파악하고 소비 단순화를 위한 노력이 필요함
  - 식사시간 단축, 소포장, 편의점용 등을 특징으로 하는 ‘소비 단순화’ 라는 현지 소비 트렌드를 파악함과 동시에 가격경쟁력을 갖춘 제품을 개발하여 삼계탕의 대중화에 집중해야 함
- 미래에는 외부 요인의 영향을 받지 않는 사이버마켓이 확대될 것이므로 소비자들의 재구매 의사를 높이고 온라인 유통에 대한 사전 조사를 통한 대비가 필요함
  - 특히 5~10년 후에는 사이버마켓이 확대될 것인데 이는 한·일 간 정치적 관계 등으로부터 자유로울 수 있기 때문에 한국시장에 보다 유리함
  - 직구(직접구매) 등을 통해 식품을 패키지 또는 반가공으로 구매하는 시대가 도래할 것임
- 전자상거래 유통 등의 대체적인 유통 경로 개척과 동시에 공격적 판매를 위한 판매점을 찾는 것이 중요함
  - 일본의 온라인 판매는 플랫폼만 제공하고 배너(링크)를 통해 판매하는데 이러한 현지 판매 방식을 파악하여 대체 유통 경로를 확보하는 것이 중요함

구분	애로사항	개선방안
1. 생산 및 가공	1-1) (해동시간) 냉동제품의 경우 해동시간 오래 소요(약 40분) -냉동제품을 해동하는데 시간이 약 40분으로 오래 걸리기 때문에 현재는 음식점의 경우 냉장실에 일주일 간 미리 해동해두고 20~25분 내에 요리하고 있음 1-2) (육질유지) 레토르트제품의 경우 고온고압 멸균으로 뼈가 녹고육질이 흐물흐물해짐 - 환자 및 노약자에게는 오히려 부드러워 좋다는 의견도 있음 1-3) (뼈가 있어 불편) 뼈가 녹거나, 먹기 불편 -유럽, 미국시장의 경우 뼈째 있는 제품을 매우 선호해하기 때문에 대중화되지 못하고 있음 - 식품 안전성을 확보하기 위해 고온고압 가공하고 있어 뼈의 형태가 유지되지 않고 있음 - 뼈를 먹는 경우 칼륨성분으로 인체에 유해	1-1) (해동시간) 해동시간 단축기술 확립 - 찹쌀은 해동시간 많이 소요 : 찹쌀 용량 축소, 분리 방안 - 육류 냉동시간 단축 : 부재료와 분리방안 - 냉장실 보관후 사용방식 : 냉장실에서 7일이상 보관가능, 재 냉동은 곤란 1-2) (육질 유지) 멸균온도 연구 등을 통한 제조공법 기술 확립 - 레토르트의 육질을 냉동과 같은 수준으로 육질개선 - 냉동제품의 육질 상태로 냉장유통하기 위해서는 열처리 조건을 낮게 해야 하는데 유통기한이 줄어드는 한계점 1-3) (뼈 개선) 뼈가 녹지 않게 멸균방법 개선 : 혐오감 축소 - 닭죽이나 스프와 차별화되면서 삼계탕 고유의 정체성을 지킬 수 있는 뼈 없는 삼계탕 개발( 닭죽과 유사하게 되므로 차별화) - 뼈의 형태를 유지할 수 있는 적절한 살균 필요

구분	애로사항	개선방안
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 서양인에게는 뼈를 바르기가 어려움</li> <li>- 어린이, 노약자에게는 뼈가 있는 경우 위험성 있음</li> <li>1-4) (닭모양의 혐오감) 서양인등에는 생소한 제품</li> <li>- 닭껍질에 대한 혐오감 : 지방이 많아 싫다는 의견도 있음</li> <li>1-5) (다양성) : 일정한 기준이 없어 제조업체에 따라 상이</li> <li>- 용량 : 보통 800g~ 1kg이나 국가에 따라 희망용량이 상이</li> <li>- 염도 : 대체로 싱겁다는 의견으로 짠 것 선호하나 건강상 염도를 줄이는 추세 ( 국가별로 또는 소비자별로 염도 및 육수 색에 대한 선호도가 다름)</li> <li>- 육수량념 : 고기 및 국물의 비율에 대한 일정한 기준이 없음</li> <li>- 육질 : 베트남, 대만은 질긴 육질을 선호</li> <li>- 부자재 : 인삼은 써서 기피경향도 있고, 밤을 안 넣은 경향</li> <li>1-6) (육질비교) 삼계육 품종인 백세미에 대한 연구 부족</li> <li>- 현재 사료는 사육의 효율성에 초점이 맞추어져 있고 육질을 단단하게 하는 등 육질개선에 대한 중요도는 낮음</li> <li>- 삼계육과 브로일러 등과의 비교연구 필요</li> <li>* 중국 계탕의 경우 브로일러 사용</li> <li>1-7 (유통 개선) 상품의 무게로 유통의 번거로움</li> <li>- 소비자용과 업소용 구분 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 뼈를 발라내는 기술개발 (비용절감 : 공정 및 감량 감소)</li> <li>1-4 (닭모양 변형)</li> <li>- 뼈가 없어도 닭모양은 유지(굳이 할 필요없다는 의견도 있음)</li> <li>- 껍질은 제외하여 살코기 위주로 제품생산</li> <li>1-5 다양한 제품개발</li> <li>- 용량( 중국인 대용량 선호, 일본인 소용량 선호하므로 용량의 크기를 조정필요)</li> <li>- 염도 (일본인 선호 염도 1.1~1.2으로 한국보다 높은 수준으로 제조 또는 소금을 첨부하는 방안)</li> <li>- 국가별 및 소비자별로 입맛에 맞게 염도 및 국물의 색을 다양화할 필요 있음</li> <li>- 육수의 기준마련: 닭발 및 닭껍질 활용, 부산물 전체사용등</li> <li>- 육질 : 국가 특성에 맞는 가공기술 개발</li> <li>- 부자재 : 인삼발효를 통한 쓴맛 제거, 부자재 사용기준 마련</li> <li>1-6 (육질조사) 고품질 기능성 삼계육 생산기술</li> <li>- 삼계육과 브로일러 등과의 비교연구(형태, 맛 등)를 통해 삼계육의 장단점 파악하여 홍보</li> <li>- 마그네슘 중량 증가 등 사료개선이 필요함</li> <li>1-7 (유통개선) 물류비용 감소 및 편리성 제고</li> <li>- 분말형 및 큐브형 육수, 동결건조 제품 등 개발</li> <li>- 소비자용외 업소용 제품 개발 (용량 확대, 포장재 개선, 육수등 분리등)</li> </ul>
2. 포장 및 유통	<ul style="list-style-type: none"> <li>2-1) (포장의 편이성) 레토르트 포장재 화재 위험성</li> <li>- 편이성 및 보존성 동시 보장의 애로</li> <li>- 트레이 용기는 전자레인지 조리 및 먹기에도 편하지만 품질과 유통보존성을 보장하기 어려움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2-1 (포장재 개선) 품질과 유통보존성 보장 가능한 포장재질 연구</li> <li>- 트레이 포장재 활용으로 편이성 개선</li> <li>- 전자레인지 사용가능 레토르트 포장 개발</li> <li>- 현재 레토르트 포장의 경우 알루미늄 제제가 아니면서 상온보관이 가능한 포장재 개발되어 있으므로 이에 대한 분석 필요</li> </ul>

구분	애로사항	개선방안
	<p>2-2 (유통기한의 표시) 레토르트외의 경우 유통기한이 긴 점에 대한 오해(방부제 처리)</p> <p>2-3 (친환경 포장) 포장용기의 획일화와 친환경소재 요구도 높음</p> <p>2-4 (포장디자인) 시각적으로 현지산 삼계탕 및 유사제품과 차별성 부족</p> <p>2-5 (안전성) 안전성 강화 및 품질개선에 대한 소비자 신뢰구축 필요</p>	<p>2-2 (유통기한 기준) 국가별 특성에 맞는 유통기한 단축 표기 및 표준화</p> <p>2-3 (친환경포장) 친환경 등 다양한 포장용기 개발</p> <p>2-4 (포장 디자인개선) 한국산 만의 고유 포장 디자인 및 포장디자인의 현지화의 적절한 조화</p> <p>2-5 (안전성) 운송·유통에서의 안전성 확보를 위한 물류정보 시스템 연구</p>
3. 검역, 통관	<p>3-1 (검역협상) 검역협상 완료 국가는 극소수이며, 일부 레토르트 삼계탕의 한함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신규로 냉동삼계탕 검역을 받기 위해서는 매우 까다롭기 때문에 수출하기 어려움</li> <li>- 검역협상완료 : 중국, 일본, 홍콩, 싱가포르, 대만, 미국</li> <li>- 냉동삼계탕 수출 불가 : 중국 등</li> </ul> <p>3-2 (통관애로 파악) 통관기간 소요, 클레임 등 파악 미흡</p> <p>3-3 (위생 안전) AI 등 질병발생으로 수출 어려움</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현재 중국의 경우 삼계탕 제조공장에서 반경 10km 이내 AI가 발생하면 수출을 중단하고 있으나 해당사항은 전 세계적으로 검역협상 조건에 없는 사항임</li> </ul>	<p>3-1 (검역협상 확대) 주요 수출국별 검역협상 및 위생 기준 표준화 연구</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 과거 검역협상 사례조사 : 미국, 중국, 일본등</li> <li>- 신규 검역협상 추진 근거마련 : 캐나다, 호주, EU등</li> </ul> <p>3-2 (통관애로 해소) 통관기간 단축, 통관 클레임 파악 및 완화방안</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본의 냉동삼계탕 수출업체 확대</li> </ul> <p>3-3 (위생 안전) 검역적으로 해당 규제조항 검토 및 삭제방안 연구</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국규제 애로사항 조사 및 협상자료 마련</li> </ul>
4. 시장 (인식/가격)	<p>4-1 (개념) 삼계탕 개념정립 모호</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유사제품 : 중국계탕, 베트남 닭탕, 말레이시아 화교용 바쿠테라</li> <li>- 반계탕, 닭죽, 닭다리 삼계탕등 다양한 제품으로 전통삼계탕 인식모호</li> </ul> <p>4-2 (소비자) 교민위주의 판매</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국인 대상의 제한적인 판매, 서양인 인지도 미흡</li> <li>- 한식당에서 다른 다양한 요리와 함께 판매함으로써 전문성 결여</li> </ul>	<p>4-1 (개념정립) 삼계탕 개념 정립 확립</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 원재료(백세미만 사용 : 현재 중국수출기준), 부재료의 사용기준(인삼, 밤 ; 깻밤, 통밤사용등, 대추와 은행, 찹쌀의 양등)</li> <li>- 전통삼계탕의 기준 : 인증표시제 운영방안</li> </ul> <p>4-2 (소비자 확대) 국가별 현지형 대상 맞춤형 개발 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 삼계탕 전문점 확대 필요</li> <li>- 현지 적응화 상품개발 (예시) 닭가슴살 또는 다리살, 쌀 대신 파스타, 닭의 무게, 분말 또는 액상 육수</li> </ul>

구 분	애로사항	개선방안
	<p>4-3 (가격대 형성) 고가격로 소비자 저변확대 애로</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (예시) 제조 부재료 중 3년근 인삼을 사용하는 경우 높은 인삼 비용으로 가격경쟁력이 낮아짐</li> </ul> <p>4-4 (시장현황 분석) 삼계탕 수출시장 확대 시장조사 미흡</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관련산업 활성화를 위한 종합적 지원방안 미흡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국화교, 동양계, 히스패닉, 서양인으로 단계적으로 시장확대</li> </ul> <p>4-3 (가격인하) 경쟁국 대비 가격경쟁력 확보방안</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 부재료, 물류비 절감 방안등 다양한 원가절감 방안등 연구</li> <li>- 냉동비용 및 물류비용에 대한 정부지원 필요함</li> </ul> <p>* 냉동삼계탕의 육질이 비교적 좋기 때문에 레토르트 삼계탕에 비해 수요가 높을 것임</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 높은 가격의 합당한 이유에 대해 해외 소비자들에게 정보를 제공할 필요</li> </ul> <p>4-4 (현황파악) 삼계탕 수출시장 확대</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출시장 확대를 위한 국가별 수출시장 정보 지식화</li> <li>- 지속적 수출확대를 위한 국가별 수출정책 확립</li> </ul>
5. 마 케 팅	<p>5-1 (수출 홍보) 현지홍보 미흡</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지인에게 익숙하지 않은 삼계탕</li> <li>- 외국 소비자들은 고려인삼의 효능을 인정하고 있음</li> </ul> <p>5-2 (판촉전) 소비자의 시장 접근성 부족</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유통망 개척을 위한 시간 및 비용 과다소요</li> </ul> <p>5-3 (바이어) 대부분 한국계 마켓 중심으로 바이어 구성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 삼계탕 시장수입 시장규모는 적어 바이어 확대 애로</li> </ul> <p>5-4 (수출시장) 검역협상등으로 수출시장 규모 미흡</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본, 대만, 홍콩등 기존시장 의존도가 큼</li> </ul> <p>5-5 (인증) 할랄, 헬시어 초이스 등 인증 미흡</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인증에 따른 비용부담(할랄인증 제품이 필요한 국가에 수출하기 위한 수출업체들의 비용부담이 큼)</li> </ul> <p>5-6 (전략) 마케팅의 체계적인 전략 미흡</p>	<p>5-1 (삼계탕 홍보확대) 현지시장 중심 홍보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제조 과정, 섭취방법 등 안내자료 배포, 기획광고등</li> <li>- 다양한 요리개발 및 리시피 보급확대, 젊은 여성층 공략</li> <li>- 삼계탕이 오래전부터 한국에서 전해 내려오는 건강식이라는 점을 강조할 필요</li> </ul> <p>5-2 (판촉전 확대) 한국산 삼계탕 브랜드 마케팅 구축</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시식홍보 행사 확대, 대형유통업체 판촉전 개최, 신규시장 개척</li> </ul> <p>5-3 (바이어) 장기적이고 대규모 거래선 지속적인 발굴</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 유통채널까지 흡수하기 위한 현지 바이어 확보</li> </ul> <p>5-4 (수출시장 확대) 시장다변화를 신규시장 개척</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 동남아권 시장, 중앙아시아등 신규시장 개척을 위한</li> </ul> <p>5-5 (인증 확대) 다양한 인증을 통해 시장확대</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄등 신 시장 개척을 위한 '인증' 취득 지원</li> </ul> <p>5-6 (마케팅 전략) 국가별 마케팅 전략 수립</p>

구분	애로사항	개선방안
	- 싱가포르, 태국, 베트남 등은 삼계탕 시장규모는 분명히 존재하지만 바이어가 거의 없고 소규모 형태로 운영되고 있음	- 3C 시장분석, SWOT분석, STP전략, 4C 마케팅전략의 체계적 수립 - 동남아권 시장에 대한 장기적이고 대규모 거래선 발굴이 필요
6. 정책	6-1 (협의회운영) 지원예산 부족 - 중국 삼계탕수출사업단(육계협회), 육류수출사업단(aT)의 사업예산미흡 6-2 (정책방향) 삼계탕 수출육성 정책 미흡	6-1 (협의회 운영) 협의회 활성화 - 수출전문가 양성교육, 연구결과 세미나 개최, 성공사례 전파, 수출매뉴얼 배포 등 6-2 (정책방향 정립) - 목표시장(1억불) 설정 및 삼계탕 수출 로드맵 구축 - 삼계탕 수출 촉진을 위한 정책적, 제도적 지원전략 수립 - 삼계탕산업 활성화를 위한 종합적 지원대책 마련

## 2. 경쟁기술과의 유사중복 회피방안

### 가. 문헌 및 선행연구조사 분석 및 특허분석(자세한 사항 계획서 < 특허, 논문 및 시장분석 > 참고)

- 기 선행연구자료(닭고기 수출연구사업단, GSP) 및 특허자료를 분석하여 중복연구를 철저히 배제하였으며, AMI 및 해외 파트너사의 풍부한 조사 경험을 바탕으로 삼계탕수출연구사업단에서 활용도가 높은 자료를 선별하여 분석을 실시하였으며, 본 사업에 대한 연구결과물은 지재권의 보호를 받는 한편 침해소송을 회피하기 위해 철저히 분석 후 특허를 출원하게 됨
- 아울러 전문 특허법률사무소를 통해 삼계탕수출연구사업단에서 연구하고자 하는 R&D와 기존 특허의 중복성을 회피하고 지재권을 보호받을 수 있는 법률자문을 의뢰함

#### 現 삼계탕 특허 현황

- 선행연구 심층 검토(닭고기 수출연구사업단, GSP프로젝트 등) ⇒ **중복 연구 배제**
- 삼계탕 특허 등록 227개 분석 ⇒ **중복 특허 배제**
- 통계청, 농림축산식품부, aT, KOTRA, 한국식품연구원, 농협, 농경원, 농림축산검역본부 등 관계기관의 연구보고서, 논문, 관련 저널 등에 대한 자료 조사
- 한국농식품미래연구원 기 확보 자료 분석(14개국)
- 해외 파트너사 현지 조사

분류	특허개수
기기·기구	28
인삼	23
육수	13
사료	12
제조방법	11
계육	10
포장	8
전복	7
행	6
황기	6
닭백숙	5
대추	5
소시지	5
치킨	5
... 생략	
<b>총계</b>	<b>227</b>



☐ 특허분석

○ (분석 범위) 본 분석에서는 적어도 2017년 4월까지의 한국, 미국, 일본, 유럽, 중국 및 대만의 공개 특허를 분석 대상으로 함

○ 분석대상 특허 검색 DB 및 검색범위

(1) 분석대상 특허<sup>2)</sup>

< 검색 DB 및 검색범위 >

자료 구분	국 가	검색 DB	분석구간	검색범위
공개 · 등록특허 (공개 · 등록일 기준)	한국	WIPS	~ 현재(검색일)	특허공개 및 등록 전체문서
	일본	WIPS		특허공개 및 등록 전체문서
	미국	WIPS		특허공개, 특허공개(공표), 특허공개(재공표) 전체문서
	유럽	WIPS		EP-A(Applications) 및 EP-B(Granted) 전체문서
	중국	WIPS		특허공개 및 등록 전체문서
	대만	WIPS		특허공개 및 등록 전체문서

※ 분석구간: 한국, 미국, 일본, 유럽, 중국, 대만 ~ 2017.4(공개년도 기준)

○ 검색식

최종 검색식은 아래와 같음

< 최종 검색식 >

기술	검색식
삼계탕 식품포장	1. 삼계탕; chicken soup; samgyetang; samgye-tang; サムゲタン; 參鷄湯; 蔘鷄湯 AND (A23L* A23C* A23B* A22C*)IPC 2. chicken * soup AND (A23L* A23C* A23B* A22C*)IPC 3. chicken * stew AND (A23L* A23C* A23B* A22C*)IPC 4. chicken * packaging AND (A23L* A23C* A23B* A22C*)IPC

○ 유효특허 선별 결과 (검색결과에 따른 포괄적 선별)

< 유효특허 선별결과 >

기술명	유효데이터 건수						계
	KIPO	USPTO	JPO	EPO	SIPO	TIPO	
<b>총 계</b>	133	1	7	-	168	-	309

○ 특허기술동향조사 분석 방법

본 분석에서는 삼계탕 관련 IP 핵심특허 분석 방법을 채용하여 분석한다.

○ 특허조사분석 범위

대상국가	국내, 국외(미국, 일본, 유럽, 중국, 대만)
특허DB	윅스온(www.wipson.com)
검색기간	최근 20년(1997~2017)
검색범위	서지, 요약, 대표청구항, IPC 분류

○ 핵심특허 현황

추출된 핵심특허는 총 10건 임. 향후 삼계탕 관련 기술의 실시에 있어 핵심특허에 대한 침해 위험성을 검토하고, 핵심특허의 활용을 위한 대응책을 제시하는 것으로 한다.

< 핵심특허 리스트 >

구분	발명의 명칭	출원인	출원번호	상태
1	진공 저온 가열에 의한 삼계탕 제조 방법	한국식품연구원	KR20110107976	등록
2	통전 가열에 의한 삼계탕의 제조 방법	한국식품연구원	KR20090097780	등록
3	저지방 삼계탕의 제조방법 및 이에 의해 제조된 저지방 삼계탕	서복령	KR20130127036	등록
4	진공 포장 삼계탕의 제조 방법과 이 방법에 의하여 제조된 진공 포장 삼계탕	(주)한알천식품	KR20100011366	등록
5	삼계탕용 반가공 닭 제조방법	(주)유성푸드	KR2013011836	등록
6	해산물을 포함한 삼계탕의 제조방법 및 그 삼계탕	이도재	KR20060083379	등록
7	십전대보탕 한방재 열수추출물을 이용한 녹두삼계탕의 제조방법	(주)마니커	KR20070071908	등록
8	Gingseng Chicken Soup and Making Method Thereof	KANG AIMIN	CN201210467164	공개
9	Instant American ginseng chicken soup can and production method thereof	SOUTH CHINA UNIV.	CN201310169554	공개
10	Composition Prepared from Poultry and Methods of Their Use	International Dehydrated Foods, Inc.	US14/325,694	공개

논문 분석

○ 논문분석 범위

대상국가	한국, 미국, 일본, 유럽, 중국, 대만
논문 DB	국회도서관(www.nanet.go.kr), Pubmed(www.pubmed.gov)등 논문DB
검색기간	최근 20년간(1997~2017)
검색범위	제목, 초록 및 키워드

○ 핵심논문 현황

추출된 핵심특허는 총 3건 임. 향후 삼계탕 관련 기술의 실시에 있어 해당 논문을 참조할 수 있다.

< 핵심논문 리스트 >

구분	논문명	저자	게재년도	분야
1	과열증기와 초고압을 적용한 삼계탕 개발에 관한 연구	서상희 등 한국식품연구원	2014	제조 방법
2	레토르트 삼계탕의 포장 개선을 위한 연구	이진환 등 강릉원주대학교	2009	포장 방법
3	EFFECT OF CHICKEN SOUP INTAKE ON MOOD STATES AND PERIPHERAL BLOOD FLOW IN HUMANS	Naoki Midoh, Takanori Noguchi	2009	효능

특허분석 및 향후 활용(연계 및 추가연구 등)

○ 본 조사에 의한 삼계탕 관련 특허출원 분석 결과의 특징을 요약하면,

- 1) 삼계탕 관련 특허기술은 한국 및 중국의 특허출원이 대부분을 차지하기에 해당 분야에서 한국과 중국이 핵심 국가라고 할 수 있으며,
- 2) 한국과 중국에 있어서 삼계탕 관련 기술의 핵심적인 기술을 가지는 핵심 기업 또는 대학이 존재하지 않으며,
- 3) 삼계탕 관련 특허출원 중에 삼계탕 가공과정 등 포괄적으로 적용이 가능한 핵심기술이 상대적으로 적으며,
- 4) 삼계탕 관련 특허출원 중에 삼계탕의 원재료로 농산물, 수산물, 한약재를 투여하는 삼계탕의 효능을 높이려는 특허출원이 상당수를 차지하고 있으며,
- 5) 삼계탕 관련 특허출원 중에 자기 국가 이외의 외국에 특허를 획득하는 경우가 거의 없다는 점이 특징적이다.

○ 위와 같은 상황을 종합해 볼 때, 삼계탕 관련 기술 분야는 상대적으로 기술개발이 더딘 분야로 볼 수 있으며, 향후 기술개발의 여지가 많은 분야로 볼 수 있다.

○ 핵심특허의 상당수가 국내특허로 조사되었다. 이는 삼계탕과 관련하여 우리나라가 주된 기술개발을 하고 있다고 할 수 있다. 다만, 그 기술수준에 있어서 가공방법에 대한 기술적인 접근 보다는 삼계탕에 새로운 농산물, 수산물, 한약재 등 원재료를 이용하여 효능

향상을 꾀하는 수준에서 크게 벗어나지는 못하였다고 볼 수도 있다.

- 중국의 경우는 삼계탕과 직접적인 관련성은 적지만 닭 수프와 관련하여 기술개발이 많이 이루어지고 있다. 다만, 우리와 비슷하게 새로운 원재료 첨가 수준의 기술개발이 많은 것이 특징이다. 이는 삼계탕 또는 치킨 수프 제품 자체의 특성에 기인한 것으로 판단된다.
- 또 하나의 특징은 삼계탕 관련 특허출원들에 대해서는 자국(대한민국 또는 중국) 이외의 국가로 해외특허출원을 하여 권리를 획득하는 사례가 거의 없다는 점이다. 추측컨대 삼계탕 개발연구에 있어서 가공방법 등 기초적인 연구 보다는 새로운 원재료 추가형 특허출원이 많아서 해외 특허등록의 필요성이 상대적으로 적기 때문으로 판단된다.
- 상기와 같은 맥락에서 현재 특허출원되어 등록된 기술내용을 볼 때, 본 기술분야에서는 핵심특허에 의한 특허장벽도는 높지 않은 것으로 판단된다.
- 그리고 심사 중에 있는 특허들에 대해서는 기술적 특징 및 권리범위에 대한 면밀한 검토 후, 향후 침해문제가 발생할 가능성이 있을 경우에는 특허가 등록되지 않도록 하거나 넓은 범위의 권리범위를 확보하지 못하도록 정보제공을 하는 등 적극적인 대응이 필요할 것으로 판단된다.
- 마지막으로 등록된 특허들에 대해서는 권리범위에 대한 면밀한 검토 후 침해 문제 발생 가능성이 있을 경우 회피설계를 하거나, 회피설계가 어려울 경우 무효화 가능성에 대한 검토, 또는 라이선싱에 대한 검토가 필요할 것으로 판단된다.

#### ■ 논문분석 및 향후 활용(연계 및 추가연구 등)

- 본 핵심 논문들은, 삼계탕을 제조하는 공정상에서 가공방법에 대한 것과 삼계탕 제조의 마지막 단계인 포장 단계에 대한 연구가 있으며, 치킨 수프 자체의 효능에 대한 연구 또한 있었다.
- 삼계탕이 포함될 수 있는 분야인 치킨 수프의 효용성에 대한 연구, 삼계탕의 효용성에 대한 연구는 있었으나 삼계탕 관련하여 가공방법을 개선하기 위한 논문이나 포장 개선을 위한 논문도 그 수가 매우 적었다.
- 이러한 상황을 볼 때 삼계탕의 가공방법이나 포장 개선을 위한 기술개발의 여지가 매우 많다고 추론해 볼 수 있다.
- 본 조사를 통하여 검토된 사항을 종합하면 다음과 같다.

- 인삼과 닭을 주원료로는 하는 삼계탕 관련 기술은 한국과 중국을 중심으로 발전되어 오고 있으며, 기타 국가에서는 특허출원이 거의 없는 실정이다. 따라서 출원건수에서는 한국 및 중국이 관련 기술개발 및 특허출원을 주도하고 있으며 핵심국가인 것으로 판단된다. 한국 및 중국에서 특허출원이 특히 많은 것은 해당 국가의 식문화에서 인삼이 널리 애용되기 때문인 것으로 판단된다.
- 따라서 본 기술과 관련하여 향후 특허출원 시 이와 같은 핵심국가들의 해외 출원 포트폴리오를 참고하여 세계시장 확대를 위한 활발한 해외출원을 진행하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.
- 또 하나의 특징으로는 삼계탕 관련 기술에 있어서는 기술력이 탁월한 기업이 특별히 눈에 띄지 않으며 개별 발명 아이디어를 구체화하는 수준에 그친다고 할 것이다.
- 다만, 한국에서는 한국식품연구원이 삼계탕의 가공방법에 대해 일부 기술을 보유하고 있는 것으로 보인다.
- 종합적으로 본 기술분야의 핵심특허에 의한 특허장벽도는 높지 않은 것으로 판단된다.
- 또한 현재 출원인들의 지속적인 연구개발 및 특허출원이 진행되지도 않고 있다고 판단된다. 따라서 본 기술분야는 연구개발의 여지가 많으며 핵심특허의 획득이 가능한 분야라고 판단된다.
- 이러한 핵심기술 개발과 해외 특허획득 전략을 구사함으로써 수출시장의 확보가 가능할 것이다.

**제품시장분석 및 향후 활용(연계 및 추가연구 등)**

**1) 국내 관련(유사)제품의 생산 및 시장 현황**

- 삼계탕은 한국의 여름철 보양 전통음식으로 김치, 불고기, 비빔밥과 더불어 우리나라를 대표하는 음식 중 하나임
- 삼계탕은 닭고기 외 찹쌀, 대추, 마늘, 밤, 황기, 인삼 등 한국의 전통 식재료가 모두 포함되는 복합식품으로 단백질이 풍부함
- 현재 국내 삼계탕 생산 업체로는 하림, 사조화인코리아, 마니커, 농협목우촌, 참프레, 교동식품, 체리부로, 동우, 울품 등으로 다양한 업체가 있음

- 국내 시장에서는 들깨-녹두삼계탕, 전복삼계탕 등을 개발하여 소비자들의 선호를 세부적으로 고려한 제품들이 출시되고 있음
- 삼계탕 식사의 편리성을 고려한 ‘즉석삼계탕 뼈없는 순살’ 제품도 개발되었으나 이는 먹을 때마다 뼈를 발라야 하는 번거로움이 없다는 점에서는 장점이지만 닭죽과 큰 차이가 없어 삼계탕 고유의 형태가 없다는 점에서 한계점이 있음
- 국내 삼계탕 소비량은 소비자물가지수 기준 2007년 74.61에서 2017년 103.6으로 가파르게 상승하고 있음
- 2017년 5~6월 기준 서울시에 위치한 삼계탕 음식점 20곳의 가격은 1만원~1만 4,000원대의 가격으로 집계되었는데, 이는 기본 삼계탕 가격으로 각종 고급 부재료를 넣은 삼계탕 가격은 이보다 매우 비싼 수준임
- 냉동 삼계탕 가격은 보관비 등의 물류비가 상대적으로 높아 레토르트 삼계탕 가격보다 조금 더 비쌌
- 냉동 삼계탕 가격이 레토르트 삼계탕보다 비싼 이유에는 제조원가의 차이도 있는데, 두 삼계탕이 각각 사용하는 닭의 선도가 달라 수급상의 이유로 냉동 삼계탕이 레토르트 삼계탕보다 제조원가도 조금 더 비쌌
- 한국은 AI의 잦은 발생으로 삼계탕은 닭고기를 원재료로 하는 식품으로서 그 영향을 많이 받는데 전년도 말 AI 발생으로 닭고기 살처분이 이루어졌고 공급이 줄면서 삼계탕의 원재료인 닭고기의 가격이 상승함
- 한편, 국내 닭 사육 및 도계수는 점차 상승하고 있으며, 이에 따른 생축 산지가격 및 소비자 가격은 하락하는 추세임
- 포장방식은 냉동 삼계탕, 레토르트 삼계탕 등 다양하게 개발되고 있는데, 냉동 삼계탕은 냉동 상태에서 1년, 레토르트 삼계탕은 상온에서 18개월 이상 유통 가능함

## 2) 국외 관련(유사)제품의 생산 및 시장 현황

- 중국에서 삼계탕과 비슷한 음식으로 ‘계탕’을 소비하고 있으며 겨울철 보양식으로써 추운 겨울철에 소비가 집중되어 있음

- 중국에서는 생닭, 가공닭 모두 구입 시 안전성을 가장 중요하게 생각하고 있고, 특히 상하이 지역에서는 즉석식품의 안전성에 대한 부정적인 인식이 존재하며 삼계탕 즉석식품에 대해서는 인지하고 있지 못함
- 중국 내 식문화의 변화와 패스트푸드점 확대 및 가축 사육 환경의 악화 등 시장 환경 변화의 영향으로 중국 내 닭고기 소비량은 증가 추세임
- 2014년 중국의 닭 생산량은 1,300만 톤, 닭 소비량은 1,283만 톤으로 세계 닭고기 소비량의 16%를 차지하며, 2016년 닭 관련 즉석식품 수입액은 666천 불(158톤)으로 닭고기에 대한 생산량과 소비량 모두 높은 편임
- 대만은 닭을 이용한 국 종류가 많고, 인삼과 대추를 기본으로 하여 만든 대만 자체의 다양한 삼계탕이 소비되고 있는데, 독특한 향과 풍부한 영양을 특징으로 함
- 중국의 국물요리는 닭 육수를 사용한 것들이 많으며 삼계탕과 비슷한 요리가 있고, 중국 시장에서 삼계탕 제품은 판매되고 있지 않음
- 베트남 식 치킨 수프는 베트남식당을 통해 아시아인들은 물론 미국에 많이 알려져 있으며 아시아 시장에서 가공제품을 쉽게 접할 수 있음
- 베트남에는 삼계탕과 매우 유사한 제품으로서 흑닭탕이 보양식품으로 인기가 많고 모, 환자들에게 선호도가 매우 높음
- 싱가포르에서는 편리함을 우선시하여 탕류 제품에 관해 간편히 조리할 수 있는 Ready Meal이나, 국물 분말 등을 선호하여 삼계탕 완제품이 아닌 주로 국물 액상제품 혹은 큐브 형태로 된 분말 제품을 판매 중에 있음
- 미국 소비자들은 닭을 주로 기름에 튀기거나 오븐에서 조리하여 먹으며 국물 요리로는 삼계탕과 비슷한 chicken noodle soup을 소비함
- 닭을 매우 좋아하고 요리법도 다양한 히스패닉계 소비자들은 바비큐그릴에 굽거나 튀겨서 조리하며 Caldo de pollo라는 치킨 수프 요리를 즐겨먹고 있음
- 미국에서 생산되는 캠벨 닭고기 스프(치킨 스프)의 경우 무색소, 무염, 유기농 인증 원

료 사용 등으로 홍콩 등에서 제품 경쟁력을 갖추고 있음

- 미국 현지에서 판매되는 치킨 수프 제품은 통조림형태가 대부분이며, 컵형태, 분말형태, 종이팩형태의 제품도 판매되고 있음
- 미국 치킨 수프의 수출량은 전세계적으로 증가하고 있고, 캐나다, 멕시코 등 북미에서 다량을 수출하며 우리나라, 중국, 한국으로의 수출량도 상당함
- 일본에서 삼계탕을 응용해 만든 삼계탕 국밥, 삼계탕 건조수프, 삼계탕풍 라면 등 저렴하고 간편한 삼계탕 유사 제품이 출시되어 높은 시장 점유율을 점하고 있음
- 호주에서는 현지산 닭고기 가공식품이 구이, 스프 등의 형태로 많이 판매되고 있고, 현지 시장에서 판매되고 있는 삼계탕 유사제품의 경우 다양한 종류로 구성되어 있으나 삼계탕처럼 닭 한 마리가 통째로 들어간 경우는 없음

**나. (선행연구) ‘닭고기 수출연구사업단’의 연구개발사업**

- 개방화 시대에 대응하여 우리 농산품의 경쟁력 제고와 해외시장 개척이 유망한 농산품의 전략적 수출기술을 개발하기 위하여 8년간 연구개발사업을 수행하였음
  - 닭고기 수출전략 개발
  - 닭고기 위생/유통 표준화 기술
  - 수출용 계유산물 포장·물류 기술
  - 수출용 계육 및 가공 식품 개발
- 그러나 닭고기 수출연구사업단에서는 주로 기술연구개발에 치중하였으며 실질적 수출에 미친 영향은 미미한 편이었음

**< 닭고기 수출연구사업단 연구내역 >**

분야별	주요 내용	비고
<해외 수출을 위한 제품 표준화, 적정 포장 물류 설계 및 매뉴얼 개발 : 연구책임자 이근택>	-삼계탕 제조 시 육수충진 온도, 탈기방법 및 예비가열 조건 등에 따른 품질 비교 실험을 통한 고품질 RTE형 삼계탕의 포장 및 저장가공 기술을 개선하였다 -삼계탕의 육수 충진 온도는 85℃이상, 그리고 파우치 봉합 전 헤드스페이스의 용적을 가능한 한 최소화하거나 질소치환 포장하는 방법이 추천되었다. -삼계탕의 식미감 개선과 지방함량 감소를 위하여 예비가열 처리와 유화제 첨가 기술을 동원하였다 -삼계탕 품질 저하의 가장 큰 원인은 레토르트 살균의 불균일과 과도한 열처리로 판단되는데 업체에 이를 위한 기초 자료를 제공	



	<p>하기 위하여 레토르트기 내의 온도 분포도 상황을 조사하였다.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출용 삼계탕 포장재의 물리적 강도 실험</li> <li>- 닭을 예비 염지하고 찹쌀을 사전 침지하여 냉동시킨 삼계 탕을 분말조미 스프와 함께 제공하여 대량급식업체에서 간편하게 조리 할 수 있는 형태의 즉석 조리 냉동 삼계탕이 개발되었다.</li> <li>- 기존 냉동 토종닭의 포장을 개선하기 위하여 PVDC/EVA 공중합 필름으로 일차 수축포장 후 OPP/PE 필름으로 이차 포장하여 외관 과 상품 성을 증진시킨 포장기술을 개발하였다.</li> <li>- PLA 재질의 친환경 포장재로 포장한 닭고기를 10℃에서 저장 실험한 결과 기존 PVC 랩포장보다 우수하고 PP포장구와 비교되는 효과가 있음이 확인되었다</li> <li>- 닭고기 가공품용 포장재에서의 총이행량과 GC/MS를 이용하여 유해 물질 screening 실험을 수행한 결과를 각 국가별 이행량 기준치와 비교하고 안전성 여부를 확인하였다. 그 결과 조사된 9가지 삼계탕 파우치에는 1-hexadecanol and 1-isocyanato -3-isocyanato methyl -3,5,5-trimethylcyclohexane과 같이 유럽에서 규제되고 있지만 국내에는 관련 법규가 없는 물질이 확인되었다.</li> <li>- 삼계탕의 제조를 위한 원료 수납부터 포장 및 유통까지 전 공정의 표준 매뉴얼을 작성하고 이의 개선 방향을 제시하였다.</li> <li>- 삼계탕의 경우 대만 수출포장에 맞추어 날포장과 운반포장의 규격 및 재질을 개발하였다. 그리고 대미 삼계탕 수출을 위한 미국의 물류 표준화 변화 추세 분석과 수출포장 대응방안을 수립하였다.</li> <li>- 즉석 조리형 냉동 삼계탕을 개발하고 특허 등록한 후 업체(불이농장)에 기술 이전 완료하였는데 향후 학교, 회사와 같은 대량급식소와 요식업소에서 본 기술을 활용하면 기존 삼계탕보다 저렴하고 품질이 높은 삼계탕을 제공하는 데 많은 도움이 될 것으로 기대하며 기술 이전과 활용을 위한 홍보를 지속해 나갈 예정이다.</li> </ul>	
<p>&lt;산란 성계육을 활용한 고품질 가공제품 개발 : 연구책임자 이성기&gt;</p>	<p>1. 닭고기의 수출활성화를 위해 원료육의 특성을 분석하고, 닭고기를 이용한 다양한육가공 제품을 개발하였다.</p> <p>“노계육을 이용한 닭갈비의 제조방법” 등 4편의 특허 출원 및 1편의 특허를 등록하였다. 연구한 내용을 세계식육학회에 5편, 기타 국내학술발표에서 10여편 발표하였고 그 중,SCI 4편, 비SCI 3편 등 7편의 논문을 게재하였다. 그리고 참여기업을 통한 기술이전과 관련업체에 기술지도 및 교육을 실시하였고, 메스컴 등을 통하여 수차례 홍보를 실시하였다.</p>	
<p>&lt;고유 자원을 활용한 수출형 레토르트 제품 생산 : 연구책임자&gt;</p>	<p>1. 삼계닭의 성장 개선 및 품질 향상을 위한 기술 개발</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 양과 추출물을 삼계닭 사료에 첨가 급여하여 성장 성적과 육질 특성에 미치는 영향을 조사하였다.</li> </ul> <p>2. 사료 내 에너지 및 단백질/아미노산 수준이 산란중 수평아리의</p>	

<p>안병기&gt;</p>	<p>성장 및 육질 특성에 미치는 영향 삼계탕 원료육으로서 산란종 수평아리의 효율적 생산을 위한 사료 내 대사에너지 및 영양소수준을 조사하였다</p> <p>3. 동일조건에서 사육한 각 계종(산란종 수평아리, 삼계닭, 한협3호, 우리맛닭, 백봉오골계 및연산오골계)의 성장 및 도체 특성 4차년도에는 각각 120수씩의 오골계, 한협3호, 우리맛닭 및 삼계닭의 성장성적과 도체율 및 4계종간의 이화학적 특성을 조사하였다.</p> <p>4. 고유자원 품종의 삼계탕 및 레토르트 백숙의 제형화 및 품질 평가</p> <p>5. 냉동 삼계닭 사용 시 뼈의 흑변화 문제</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일반적인 냉동 방식, 저장 기간 및 저장 온도의 조건에서는 뼈의 흑변화 문제를 해결하기 어려운 것으로 조사되었다. 흑변화를 막기 위해서는 -197 F 이하로급속 냉동하는 방법이 권장된다.</li> </ul>	
<p>&lt;가슴살 부위를 특화 시킨 대일 수출형 계육 냉동 가공품의 개발 : 연구책임자 윤두현&gt;</p>	<p>1. 수출용 삼계탕, 삼계죽의 품질 및 편의성 향상기술개발.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 냉동 저장 기간에 따른 계육의 육질 및 이화학적 특성연구.</li> <li>- 냉동 저장기간별 원료육으로 제조한 삼계탕 및 삼계죽 제품의 품질비교.</li> <li>- 용량별, 포장 용기 종류별 제품의 조리 특성 비교.</li> </ul>	
<p>&lt;신시장(캐나다) 위생관리 실태 조사 및 Halal 닭고기 제품의 기준 규격 표준화 : 연구책임자 권용국&gt;</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 위생검역 표준화 및 수출 경쟁력 강화 기술개발 표준화</li> <li>○ 미국, 러시아의 수출을 위한 위생검역 및 기준규격 대응 방안 마련</li> <li>- 미국의 위생검사 관리체계 실태 조사 및 관련 규정 조사 분석을 실시하였으며, 대미삼계탕 등 수출 가금계육제품의 기준 규격 및 검사 지침을 마련하였다.</li> <li>- 미국 농무성 (USDA) 및 러시아 동식물 위생 감독청의 방문을 통해 닭고기 수입검역윌 위생검사기관에 대한 접촉 창구 (contact point) 마련 및 협력 체계 구축하였다.</li> <li>○ 중국윌중앙아시아 계육제품 위생검사윌관리윌기준규격에 관한 연구</li> <li>- 중국몽골의 수입위생 관리기관을 방문하여 수출입 가금육 제품의 위생관리 및 검역검사 관련 법령, 닭고기 제품의 위생검사 관리체계를 조사 분석하였다.</li> <li>○ 동남아시아 및 EU 계육제품 위생검사 관리기준규격에 관한 연구</li> <li>- 유럽연합본부 소비자보건부 (DG SANGO), 이탈리아보건부 (Ministry of Health) 등 방문을 통하여 EU 조류인플루엔자 관리현황, 가금육 수입 시 적용되는 위생규정,육류제품 EU 규정 및 현안사항 논의하였다.</li> <li>○ 신시장(캐나다) 위생관리 실태 조사 및 Halal 닭고기 제품의 기준 규격 표준화</li> </ul>	

	<p>3. 닭고기 신시장 창출을 위한 Halal food 통합 생산 기반 구축 및 인증 매뉴얼 개발</p> <p>4. 국내외 Halal 인증 시범사업 실시 및 인증센터 준비</p>	
<p>그 외 기타 선행 연구자료</p>	<p>가. 삼계탕 제품 개발</p> <p>(1) 현재 삼계탕 제품의 기술들은 삼계탕에 들어가는 부재료를 달리하여 제품의 관능학적 특성과 영양학적 특성을 증가시키는 분야와 제품의 조리 및 가열 방식을 연구한 분야들이 많이 개발되어 소비자들로 하여금 쉽고 간편하게 제품을 조리 섭취할 수 있도록 발전되어왔다.</p> <p>(2) 영계 속에 마늘, 인삼, 은행, 대추, 밤, 찹쌀, 잣, 황기 등을 넣고 끓인 삼계탕 완성품에 기준 육수와 물 0.15~0.2 L에 동부 가루 10~50 g과 들깨가루 1~5 g를 첨가하여 4~10분 정도 끓인 것을 특징으로 하는 기능성 삼계탕의 조리방법을 개발했다(이기영, 2001).</p> <p>(3) 소비자들이 뜨거운 물만 부으면 즉시 먹을 수 있도록 편리성 증진, 영양가 손실 최소화, 또는 국물의 진국화 등을 이룬 삼계탕을 개발했다(정원준, 2002).</p> <p>(4) 일반적으로 닭고기 가공품의 가장 큰 문제점은 뼈에 대한 처리이다. 이를 해결하기 위하여 삼계탕의 가공 형태를 변화시켜 취식하기가 편리한 장점이 있는 뼈 없는 삼계탕을 개발했다(김영국, 2002).</p> <p>(5) 삼계탕을 120~170℃의 상태로 가열하면서 0.7~1.2 kg 정도의 고압으로 처리하여 뼈까지 연화되어 그대로 식용이 가능한 삼계탕 제품 개발했다(김명수, 2008).</p> <p>(6) 삼계탕의 부재료와 미리 수침 처리한 쌀을 라이스페이퍼로 감싼 후 냉동시키고, 세척 및 염지한 삼계탕용 닭의 복강 내에 넣은 다음 냉동 후 포장한 즉석조리용 냉동 삼계탕을 개발했다(이근택, 2011).</p> <p>나. 삼계탕의 가열 방법 및 온도의 조건</p> <p>(1) 높은 가열 온도는 고기의 질감에 영향을 주고, 단백질 및 조리 손실 증가의 변화를 유도한다고 보고되었다(Murphy 등, 2000).</p> <p>(2) 삼계탕의 가열시간을 단축시키며 공정이 단순하여 경제적인 통전 가열식 방법을 이용하면 상압에서 가열하는 경우보다 단시간 내에 삼계탕 내외 고상 및 액상의 온도를 100℃ 이상 상승시킬 수 있다(김영호, 2009).</p> <p>(3) 조리 온도를 높이면 닭의 조리 시 감량을 증가시킨다(김수희 등, 2007).</p> <p>(4) 포장재 내 잔류 산소 농도가 높을수록 품질 및 저장성이 저하되었다(Clark 등, 2012).</p> <p>(5) 레토르트 삼계탕의 품질 변화 최소화 및 장기 저장을 위해서는 최대한 포장 내 헤드스페이스의 용적을 줄이거나 더 바람직하</p>	

게는 질소로 치환 포장하는 방법을 추천한다(장민준 등, 2013).

(6) 가열 온도에 따라 닭고기의 질감, 지방 함량과 영양성분이 상당한 영향을 받는다  
(Reasonover 등, 2005).

(7) 자당 스테아레이트의 첨가는 포화지방산을 불포화 지방산으로 변화시켜 지질의 산화를 방지한다(Duh 등, 1999).

(8) 가열 방식을 열수처리와 스팀처리로 할 때 육의 명도가 증가한다(Pipek 등, 2005).

다. 레토르트 살균, 가열과 저장 온도

(1) 레토르트 식품은 살균시간 단축으로 품질저하를 최소화할 수 있고 상온에서도 장시간 안전하고 조리가 간단하며 휴대가 쉬운 등 여러 가지 장점을 지니고 있어 현재 널리 소비 되고 있다(최준봉 등, 1996)

(2) 레토르트 삼계탕의 제조 시 가열 살균 및 온도 조건에 따른 살균 효과 및 뼈 연화 억제조건을 검토한 결과 삼계탕을 115℃에서 50분, 118℃에서 40분, 121℃에서 30분, 124℃에서 20분 이내의 열처리 조건이 가장 좋은 결과를 나타낸다(유익종 등, 1998).

(3) 가열은 식품 보존 과정에서 중요한 역할을 하며 효소의 불활성, 미생물의 파괴와 식품의 영양분과 품질 특성 저하에 영향을 미치므로 가열치사시간을 계산하여 식품의 살균에 필요한 가열 프로세스를 확인하여 품질 영향을 최소화할 수 있는 기술 개발했다(Singh 등, 2013).

(4) 살균기의 온도 분포는 주로 살균기 제어 system의 감도, 에너지 공급 방식, 살균 매체의 흐름 방향과 속도 및 살균기내 제품의 적재 방식 등에 의존함을 확인했다(Pflug와 Borrero, 1967).

(5) 살균기의 온도 편차가 0.5℃일 때 121℃ 살균의 경우, 14% 까지 살균도가 차이날 수 있음을 확인했다(Berry, 1979).

(6) 80℃의 온도로 수분을 배출시키는 방법은 스팀 가압방식으로 작동되는 레토르트에서 배출 공정 중 스팀에너지 소비를 약 50% 정도 줄이는 데 효과적임(Bertell 등, 2013).

라. 포장재와 계육 가공품의 품질

(1) 레토르트 파우치의 열봉함강도는 가열 살균 후 약 8% 정도 저하된다고 알려졌다(이진환 등, 2009).

(2) SIOX(silicon oxide-coated nylon/CPP) 포장재의 경우 열처리 및 저장 중 산소 투과성이 크게 증가하고, 이 때문에 SIOX 증착 레토르트 파우치에 포장된 연어 제품의 경우 다른처리구보다 TBARS 값이 높게 측정 되고 유통기한이 짧아지는 것 확인했다(Byun 등, 2010).

(3) 레토르트 살균 처리와 이러한 열처리에 안정된 배리어 필름을 개발했다(Fereydoon 등, 2013).

(4) 고온장시간 열처리되는 레토르트 캔 제품들에서는(□영양성분

뿐만 아니라 색, 냄새 및 조직감등 여러 가지 품질이 저하되는 문제가 발생했다(Awuah 등, 2012).

(5) 수삼을 삼계탕에 첨가하면 지방 산패 속도가 지연되었다고 보고됐다(Park 등, 2003).

(6) 냉동보관 닭 가슴살의 TBARS 값은 저장 0, 8과 13개월에 각각 0.37, 1.45와 1.09 mgMA/kg으로 나타났다(Igene 등, 1979).

(7) 차단성포장재에 진공포장된 닭 가슴살과 닭고기 소시지를 저장하는 동안 pH의 감소가 관찰되었다(Glass 등, 1989).

- 아울러 닭고기 수출연구사업단에서 그 이후 ‘건국대 닭고기연구소’를 운영하며 지속적으로 연구하였는데 주로 닭고기 수출사업에 치중하고 있어 삼계탕 등 가공산업에 미치는 영향은 미미한 편이며, 가공산업 중에서도 삼계탕보다는 닭백숙 및 치킨 등에 대한 연구가 주로 이루어졌음

### 3. 과학기술 해결 방안 제시


#### 가. 맛/품질 기술연구

- 레토르트 삼계탕의 맛·품질 개선 기술 개발
  - 레토르트 삼계탕은 고온에서 살균한 제품으로 실온에서 장기간 보존할 수 있는 것이 장점이지만 뼈가 쉽게 부스러지는 연부현상과 육질이 과도하게 물러지는 연화현상이 단점으로 지적되어 있음
  - 냉동 삼계탕의 품질과 비슷한 수준으로 향상하기 위해서는 기술개발이 필요한데 이를 위해서는 국내 삼계탕 생산업체, 관련 연구소 및 학계 간 기술개발 연구가 필요할 것으로 보임
  - \* 2013년 닭고기수출연구사업단에서는 ① 닭을 신선한 상태에서 냉동시킨 후 냉동 유통시키는 방식을 사용해 유통기한이 길고 보다 육질 좋은 삼계탕을 개발, ② 밤·참쌀 등의 부재료를 라이스페이퍼를 이용해 감싼 다음 닭 안에 넣는 새로운 기술을 적용해 가열 조리과정에서 재료가 흐트러지지 않도록 보완, ③ 육수를 조미분말 형태로 만들어 조리의 편의성을 높임
  - ⇒ (기대효과) 기술개발 결과 대용량 포장 형태로의 삼계탕 유통이 가능하고 개별 포장제품보다 공급 가격을 낮출 수 있을 것으로 기대

#### 나. 상품 개발 기술연구

- 뼈 없는 삼계탕 개발 기술 필요
  - 외국인들, 특히 일본인들은 뼈 바르는 것을 불편해하여 뼈가 없는 삼계탕에 대한 수요가 여전히 있지만 현재는 삼계탕의 형태가 유지되지 않고 닭죽 형태로만 판매되고 있음

⇒ (기대효과) 삼계탕의 형태를 유지하면서 순살로 1차 가공할 수 있다면 외국인들의 선호도도 반영할 수 있으며 한국의 전통적인 식문화도 전파할 수 있는 기회가 될 것임

구분	제품설명
	제품명: 즉석삼계탕 뼈없는 순살 제품유형: 가공제품 제품중량: 400g 보관방법: 냉장보관 제품설명: 전자레인지 조리로 편의성을 높인 제품이며 순살(닭다리살)로 만들어짐

□ 제품 차별화

- 각 국가별로 소비자의 선호도가 다르기 때문에 국가별 소비자 선호도 조사를 통해 맞춤형 제품 차별화 전략이 필요하다. 전복 삼계탕, 산야초 삼계탕, 썩 삼계탕 등 프리미엄 삼계탕을 개발하여 수출하는 방안도 필요함
    - \* 미국 : 채소 및 색이 있는 속재료를 사용하거나 허브 솔트 사용을 선호
    - \* 일본 : 뼈없는 삼계탕 선호
    - \* 중국 : 약재를 첨가한 음식이 많은 문화이기 때문에 향을 높이는 등 제품을 다양화하면 수출 활성화 기대
  - 또한 강한 인삼 특유의 향에 대한 거부감이 있는 유럽인들도 있기 때문에 이러한 점을 보완한 새로운 맛이 필요함
    - \* 자연애벗(주)은 일본이 원전사태로 일본산 해물보다 한국 해산물을 선호하고 있는 일본 실정을 반영하여 완도산 전복을 넣은 전복삼계탕으로 차별화에 성공
- ⇒ (기대효과) 산양삼 삼계탕 등 현지 맞춤형 삼계탕 요리법 연구 및 제품 개발을 통해 폭넓은 소비자층 공략 가능

다. 부자재 기술연구

□ 고려인삼을 통한 홍보효과

- 고려인삼 수출이 삼계탕 수출보다 먼저 이루어져 외국인들, 특히 중국인들이 고려인삼에 대한 효능을 잘 알고 있다. 또한 삼계탕의 경우 외국에서 맛과 향을 모방하기 힘든 독특한 식품이기 때문에 수출가능성이 높은 한국식품임
    - \* 2016년 연간 1,000만 달러 수출
- ⇒ (기대효과) 이러한 고려인삼의 효능을 바탕으로 삼계탕에도 고려인삼이 함유되어 있음을 홍보의 포인트로 삼는다면 삼계탕에 대한 홍보효과를 확대할 수 있을 것

라. 포장/ 용기 기술연구

□ 삼계탕 품질저하 보완 용기 제조기술 개발

- 수송 중 파우치 포장용기가 훼손되어 식품의 품질이 저하되는 것을 방지하기 위해 이를 보완할 수 있는 파우치 제조기술이 필요함


- ① 현행 사용되는 삼계탕용 포장재를 이용하여 저장시험을 병행하되 기존 포장재의 물성을 표준화하고, ② 아울러 포장작업 시 가능한 한 포장 내 잔존산소량이 낮게 유지되는 포장방법을 동원하고, ③ 봉합부위가 오염되지 않도록 유의하며 멸균 후 열봉합강도가 낮아지는 것을 감안하여 포장재 스펙을 결정하는 방안이 필요하다고 하였음

⇒ (기대효과) 레토르트 삼계탕은 장기간 저장되는 제품이므로 포장 불량률을 가능한 한 최소화하는 것이 품질 안전과 소비자 식중독 문제를 방지하기 위해서 중요한 사안임

□ 편의점 판매용 용기 개발 기술 필요

- 편의점을 찾는 소비자들 중 직장인들과 싱글족들은 조리시간을 최대한 시간을 단축하려는 성향이 강하기 때문에 이러한 니즈에 맞추어 편의점 판매용 삼계탕의 해동 시간을 줄일 수 있는 용기 개발이 필요함

⇒ (기대효과) 현재 시중에 판매되고 있는 제품은 전자레인지 조리 기준 10분 이상이 소요되고 있으나, 편의점 판매용으로 트레이 채 전자레인지를 바로 이용이 가능하다면, 시간절약과 간편성을 기대할 수 있을 것임

구분	제품설명
	제품명: 즉석삼계탕 간편한 반마리 제품유형: 가공제품 제품중량: 470g 조리방법: 전자레인지 조리시(750W기준) 개봉한 제품을 11~12분간 가열 조리

마. 마케팅 연구

□ 해외 현지 마케팅 확대

- 현지인의 식습관을 파악하여 타깃국가 맞춤형 삼계탕(예 : 부대찌개+삼계탕, 카레+삼계탕)을 개발하며, 주요 삼계탕 수출업체와 협력 하에 시식회를 개최하겠음

\* 2016년 중국 상해에서는 새로운 삼계탕 제품을 개발하여 기존의 한식당에서 판매함으로써 삼계탕에 대한 소비 활성화를 위한 행사를 실시하였으며, 긍정적인 결과를 가져왔음

⇒ (기대효과) 현지 맞춤형 마케팅을 통해 삼계탕에 대한 외국인들의 기본적인 인지도가 낮은 의식도 제고

4. 정책연계 방안 제시

가. 정책연계 방안 1: 국내 농식품 위축 속에서도 수출확대에 기여하여 삼계탕이 성장동력 산업으로 정착될 수 있도록 산출물 성과확산, 컨설팅 및 기술이전, 검역협상을 위한 자료 도출에 총력을 다하겠음

- 성과 확산 : 연구결과물 및 보도자료 배포, 전문가 및 수출업체 대상 초청 결과보고회 개최

- 검역 협상 : 조류독감 발생 시 열처리 가공식품까지 수출을 제한, 인삼의 보건식품 분류로 검역조건을 강화, 또는 삼계탕 수출 검역협상이 이루어지지 않은 국가별 특이사항을 분류하고, 이에 대한 한국정부의 수출검역, 위생조건의 기초자료로 활용될 수 있는 자료 제공

- **컨설팅 및 기술이전** : 삼계탕을 수출하고자하는 업체, 포장 및 부자재 제조업체를 대상으로 기술컨설팅을 실시하였으며, 기술이전을 지원하겠음

\* 본 주관기관은 15개국에 대한 식품시장 심층조사를 체계적인 프로세스를 통해 해당시장의 농식품시장 현황을 파악하고 국가별 인증·통관·검역정보를 구성해 농식품 수출조사 자료의 기반을 마련하였으며, 수출심층컨설팅기관으로 선정되어 농식품 중소기업 업체를 대상으로 수출관련 제반사항에 대해 컨설팅을 수행하고 있음. 또한 '16년, '17년에는 수출업체 200업체를 초청하여, 수출 활성화를 위한 결과보고회를 진행하였음



연구결과물(홍보동영상, 리플릿, 요리책 등) 배포

보도자료 배포 전문가 및 수출업체 대상 초청 결과보고회 개최



기술컨설팅 및 기술이전

삼계탕을 수출하고자하는 중소기업, 포장 및 부자재 제조업체 대상



조류독감 발생 시 열처리 가공 식품까지 수출을 제한, 인삼의 보건식품 분류로 검역조건 강화 사례

삼계탕 수출 검역협상이 이루어지지 않은 국가별 특이사항을 분류, 정부의 해외 수출검역, 위생조건의 기초자료로 활용될 수 있는 자료 제공

**나. 정책연계 방안 2:** 수출 협의체 구성을 통해 교섭력 강화, 공동 수출홍보 및 마케팅 방안 정책적 제언 실시

- 연구개발 결과를 정부에 제공하여 농식품 수출지원 정책 수립에 반영
  - 정부의 정책 목표수립, R&D, 지원제도, 보조금 사업 등 정부 정책 집행 전반에 걸친 최적의 정책 추진에 반영
  - 생산자, 수출기업, 유관기관에 성공사례를 전파하여 수출의욕 고취, 비용절감, 수출 경쟁력 강화 유도
- ⇒ aT보유 지사와 협력

**다. 삼계탕 수출연구사업단**에서는 ‘통합유통·수출체계 구축’을 통해 현재의 삼계탕 산업의 문제점을 보완하고 생산자, 제조업체가 참여하는 공동체를 구성하여 자체 유통·수출 시스템을 개발하는 사업에 대해 제언하고 이를 지원코자 함



## 2절. 연구결과 제시

### 1. 사업단 로드맵



○ **중장기 로드맵** : 삼계탕 수출연구사업단의 업무를 시장수요견인 및 기술주도 분야 목표로 나누어 연차별 주력적인 사업을 명확히 하겠음

- ① 기획과정의 일관성 및 투명성 확보
- ③ 자체 단계별 평가로 신뢰성 제고

- ② 지식재산권 및 정보관리연구개발
- ④ 성과 보급·확산 및 홍보

**시장수요견인(Market demand 'Pull')**

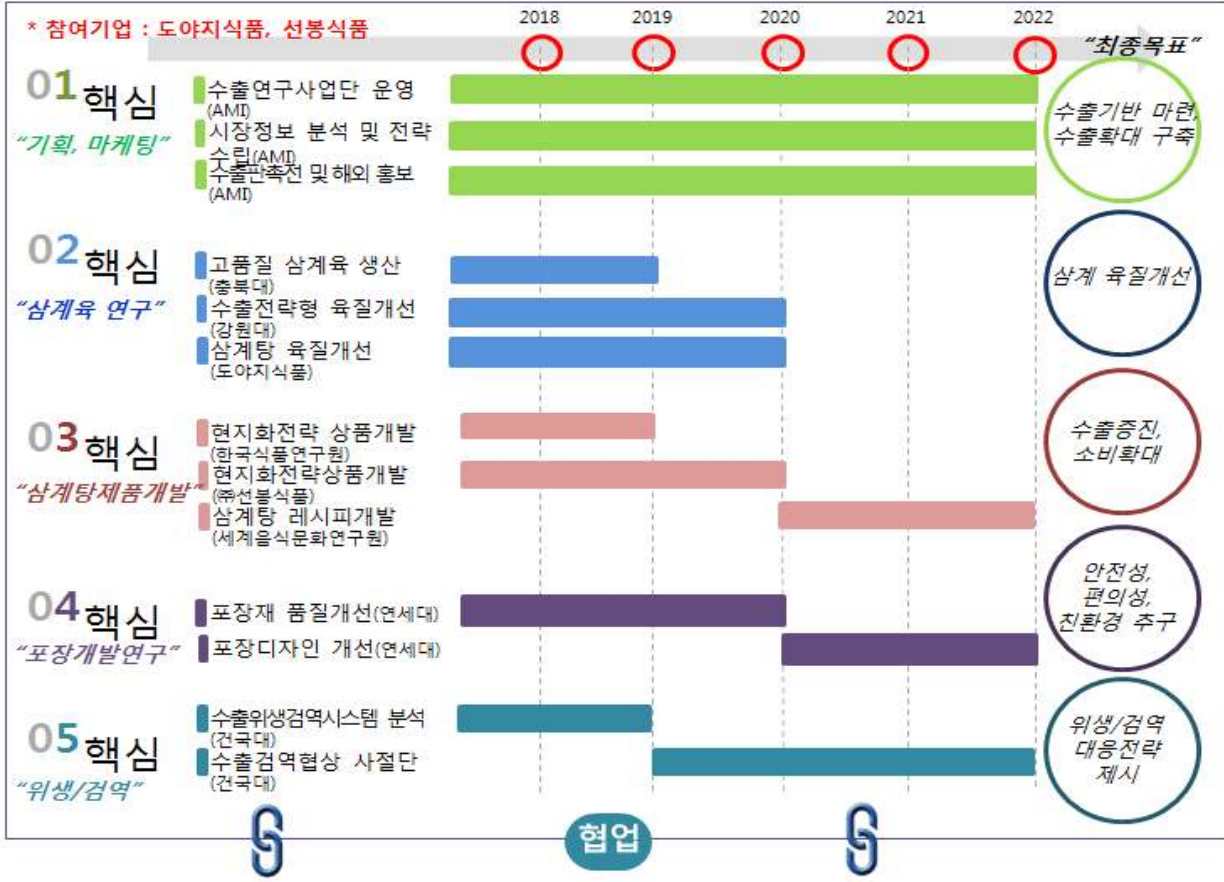
“(목표지향적) How to Reach a Goal?”

- 마켓로드맵(Market Roadmap)
- 소비자분석(Consumer Analysis)
- 맞춤화(Contomization)

**기술주도(Technology 'Push')**

“(기획탐색적) What Opportunities Could Arise?”

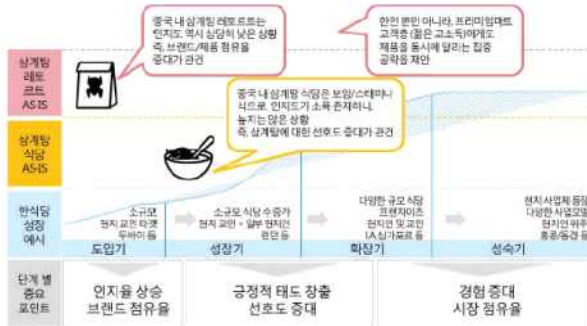
- 기술 니즈 평가
- 기술 대응 개발
- 기술 적용테스트
- 위생/검역



← 본 사업단 협약기관 → ← 공동연구 기관 → → 참여기관 →

○ **제품 로드맵** : 단기적인 제품판매가 아닌 지속적인 시장확대를 위해 단계별로 수출목표를 선정하고 이와 관련된 실행계획 마련

\* 제품의 홍보 콘텐츠 및 채널 다양화, 제품 관련 새로운 애로사항 보완

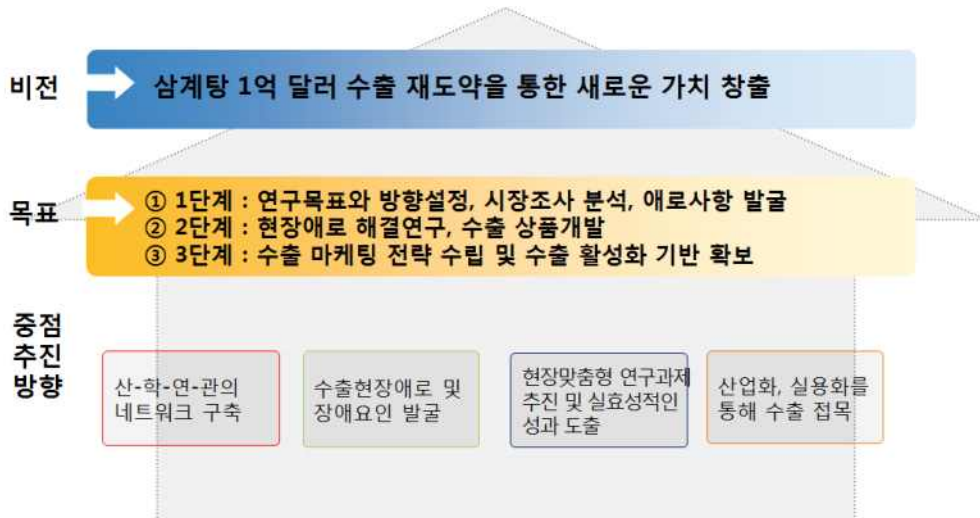


▲ 삼계탕 진출 로드맵(예시)



▲ 제품 라이프사이클에 따른 실행계획 제안(예시)

## 2. 사업단 수출목표 및 전략 제시



○ 최근 10년 내 삼계탕 수출 실적을 살펴보면 2011년까지는 급속하게 증가하였으나 2012년에는 일본의 엔저현상 및 한·일 관계 악화로 인해 일본으로의 수출이 감소하면서 삼계탕 수출실적이 2014년까지 계속해서 하락하게 되었음

○ 그러나 2014년 미국으로의 수출이 시작되면서 저조했던 수출실적이 회복되었고 2016년 중국 수출의 영향으로 2016년 연간 삼계탕 수출량은 약 256만 톤, 1,128만 달러까지 상승하였음

○ 본 사업단에서 개발된 제품을 통한 수출 활성화를 고려하여 5년간의 연구 기간동안 삼계탕 전체 수출 목표를 약 총 5,000만 달러로 설정하고, 연구 기간 이후 5년 내에 최종적으로 1억 달러를 달성할 것을 목표로 함

- 일본, 미국, 중국 각각의 연도별 수출목표를 설정하고 국가별 수출전략을 도출함

- 일본의 경우 성숙시장으로 초기 3년간은 수출액 증가율이 크지 않지만 마케팅 기간부터

약 50% 가까이 성장할 것으로 보임

- 미국은 수출이 꾸준히 증가하고 있는 시장으로 수출액 증가율이 향후로도 약 50%로 지속될 것으로 보임
- 중국은 현재 AI사태로 인해 수출이 중단된 상태이지만 2018년 재개될 예정임을 감안할 때 향후 80% 이상의 높은 신장세가 전망됨
- 기타 국가는 신흥국가에 대한 중점개척으로 인해 마케팅 기간 중 약 40%가 성장할 것으로 예상됨

< 최종 사업단 목표(연도별 수출액) >

구분	2018년		2019년		2020년		2021년		2022년		
	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	
국내	일본	456만	10%	524만	15%	682만	30%	1,023만	50%	1,534만	50%
	미국	314만	10%	376만	20%	564만	50%	846만	50%	1,270만	50%
	중국	94만	10%	150만	60%	269만	80%	485만	80%	872만	80%
	기타	416만	10%	499만	20%	699만	40%	978만	40%	1,369만	40%
	<b>전체</b>	<b>1,279만</b>		<b>1,549만</b>		<b>2,214만</b>		<b>3,332만</b>		<b>5,045만</b>	

- 삼계탕의 수출액 목표는 2단계 R&D 단계인 2년 동안 2,828만 불, 3단계 수출연계 단계인 3년 동안 10,591만 불을 달성하는 것이며, 수출연구사업단의 연구기간 5년을 지난 후 2027년 1억불 달성하는데 목표를 설정하였음

### 3절. 사업단 연구팀 구성(안)

#### □ 삼계탕 연구사업단의 역할

- 삼계탕수출연구사업단은 산업체 중심의 산-학-연-관의 네트워크를 구축하여 학-연-관의 경영·기술지원·현장 지향적인 행정지원·산업체의 현장 애로 사항 수렴과 연구과제 진행을 통해 도출되는 결과물들을 수출 산업체에 지속적으로 제공하여 연구를 위한 연구가 아닌, 실 수출을 통해 산업체의 매출과 직결될 수 있는 역할 및 정책적인 방향 제언을 수행 할 것임
- 현장애로 발굴, 연구개발 전략 마련 등 사업목표 달성을 위하여 연구과제 기획·평가·관리 및 실용화 등 업무를 지원하는 조직과 산·학·연 세부과제수행자와의 유기적인 협력을 보조
  - 당해 사업 세부과제의 기획, 연구관리, 연구개발비 사용·관리 및 정산
  - 당해 사업의 연구개발성과 보급·확산 및 홍보
  - 당해 사업 수행과 관련한 국내·외 기술 및 산업동향의 분석과 대응방안
  - 당해 사업의 진행과정 및 연구결과의 검토·보고, 자체 평가
  - 연구관리기법의 개발 및 인력양성
  - 지식재산권 및 정보관리
  - 연구사업단 운영·관리 등 사업의 전주기적 경영관리
  - 기타 당해 분야 연구개발사업의 효율적 추진을 위하여 필요한 사항 및 농림부, 농기평으

로부터 수탁 받은 업무 수행

- 연구 사업단은 1개 운영 관리사업 과제, 4개 수출기술개발 과제, 1개 수출전략기획 과제로 구분하며, 사업단 운영관리는 수출연구사업단에서 관리하고 사업단 아래에 운영위원회, 평가위원회, 전문위원회 및 생산자단체를 두어 각 세부 과제의 연구 수행에 따른 평가와 사업단 운영기능을 수행함

< 연구사업단 운영위원회 >

성명	소속	부서	직위	비고
이광우	사)한국농식품미래연구원	연구팀	대표이사	
윤정인	사)한국농식품미래연구원	연구팀	이사	
박정은	사)한국농식품미래연구원	연구팀	팀장	
손은애	사)한국농식품미래연구원	연구팀	연구원	
이성기	강원대학교	동물생명과학대	교수	
최윤상	한국식품연구원	식품가공기술연구소	책임연구원	
이윤석	연세대학교	과학기술대	교수	
김진만	건국대학교	상허생명과학대	교수	
최양일	충북대학교	농생명환경대	교수	

- 평가 위원회는 본 사업단 소속 참여 연구자와 산업체를 제외하고 연구과제의 수행 및 결과 평가를 전문적으로 수행할 수 있는 국내외 연구진과 기관단체 공무원 11인으로 구성하여 운영함

< 연구사업단 평가위원회 >

성명	소속	부서	직위	비고
윤장배	한경대학교		교수	전 농식품부 통상관
정병학	한국육계협회		회장	전 농식품부 국장
신학기	농촌진흥청	수출지원과	과장	
유이현	연세대학교	미생물연구사업단	사무국장	전 농기평 본부장
이필형	농식품유통공사		수출이사	
이정삼	농림축산식품부		수출진흥과장	
정운용	NH농협무역		사장	전 aT 중국본부장
고학수	한국식품산업협회		전무이사	전 농식품부 국장
강창원	건국대학교		전 교수	전 닭고기사업단단장
이명훈	한국포장연구소		소장	
김완배	서울대학교	농생명대	교수	

○ 전문 위원회는 본 사업단 소속 참여 연구자와 산업체를 제외하고 과제 진행 중 과제의 방향성을 제시, 자문의견 전달하는 업무를 수행하며, 10인으로 구성됨

< 연구사업단 전문위원회 >

성명	소속	부서	직위	비고
윤성식	연세대학교	생명과학기술학부	교수	축산식품과학회전회장
이근택	강릉원주대학교	식품가공유통학과	교수	축산식품과학회전회장
김보석	하림	R&D	실장	
김영봉	한국식품연구원		책임연구원	
김주영	마니커		이사	
최장순	하림	수출사업팀	수석부장	
소병재	농림축산검역본부		과장	
신광수	건국대학교		교수	전 aT 수출전략처장
이준희	일본 보리재팬		대표	일본 현지 수입바이어
오명환	SNC		대표	전 제일기획 이사

1) 출원일 기준으로 분석하며, 일반적으로 특허출원 후 18개월이 경과된 때 또는 특허등록된 때에 출원 관련정보를 대중에게 공개하고 있음. 따라서 아직 미공개 상태의 특허출원을 검색대상에 포함시킬 수 없음.

# 5장. 해당품목 사업단 수출 및 기술개발 목표, 전략

## 1절. 사업단 수출목표

### 1. 수출목표 설정

- 본 사업단에서 개발된 제품을 통한 수출 활성화를 고려하여 5년간의 연구 기간동안 삼계탕 전체 수출 목표를 약 총 5,000만 달러로 설정하고, 연구 기간 이후 5년 내에 최종적으로 1억 달러를 달성할 것을 목표로 함
  - 일본, 미국, 중국 각각의 연도별 수출목표를 설정하고 국가별 수출전략을 도출함
  - 일본의 경우 성숙시장으로 초기 3년간은 수출액 증가율이 크지 않지만 마케팅 기간부터 약 50% 가까이 성장할 것으로 보임
  - 미국은 수출이 꾸준히 증가하고 있는 시장으로 수출액 증가율이 향후로도 약 50%로 지속될 것으로 보임
  - 중국은 현재 AI사태로 인해 수출이 중단된 상태이지만 2018년 재개될 예정임을 감안할 때 향후 80% 이상의 높은 신장세가 전망됨
  - 기타 국가는 신흥국가에 대한 중점개척으로 인해 마케팅 기간 중 약 40%가 성장할 것으로 예상됨

< 최종 사업단 목표(연도별 수출액) >

구분	2018년		2019년		2020년		2021년		2022년		
	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	
국내	일본	456만	10%	524만	15%	682만	30%	1,023만	50%	1,534만	50%
	미국	314만	10%	376만	20%	564만	50%	846만	50%	1,270만	50%
	중국	94만	10%	150만	60%	269만	80%	485만	80%	872만	80%
	기타	416만	10%	499만	20%	699만	40%	978만	40%	1,369만	40%
	전체	1,279만		1,549만		2,214만		3,332만		5,045만	

- 삼계탕의 수출액 목표는 삼계탕의 수출액 목표는 2단계 R&D 단계인 2년 동안 2,828만 불, 3단계 수출연계 단계인 3년 동안 10,591만 불을 달성하는 것이며, 수출연구사업단의 연구기간 5년을 지난 후 2027년 1억불 달성하는데 목표를 설정하였음

## 2절. 목표달성 전략 및 성과목표 평가방법 달성도 기준 제시

- 삼계탕수출연구사업단은 『농림축산식품 연구개발 사업 관리기준』 별지 15 주관연구기관 진도 점검 자체조사표에 따라, 연구추진실적, 연구개발비 집행실적, 참여기업재무현황을 관리하고 관련 의견 등을 제시하겠음
  - 연구추진실적 : 연구개발내용, 연구계획 대비 진도표

- 관련 의견 : 연구관리규정 및 제도개선이 필요한 사항, 연구수행 중 애로사항 및 건의사항, 성과에 대한 홍보 요청사항, 주관연구기관 책임자의 종합의견

○ 삼계탕수출연구사업단은 『농림축산식품 연구개발 사업 운영규정』 별첨 2 자체평가 의견서에 따라, 연구개발 실적, 연구목표 달성도를 평가하고, 종합의견을 제시하겠음

- 연구개발 실적 : 연구개발결과의 우수성/ 창의성, 연구개발결과의 과급효과, 연구개발 결과에 대한 활용가능성, 연구개발 수행노력의 성실도, 공개발표 된 연구개발성과(논문, 지적소유권, 발표회 개최 등)

- 연구목표 달성도 : 세부연구목표, 달성도(%), 자체평가

- 종합의견 : 연구개발결과에 대한 종합의견, 평가 시 고려할 사항 또는 요구사항, 연구결과의 활용방안 및 향후 조치에 대한 의견



## 6장. 연구결과 활용계획

코드번호	D-07
------	------

**“삼계탕 수출의 Control Tower 역할”**

삼계탕 수출의 활성화 및 Global 신규 고객 개발

**“공동브랜드를 통한 공동마케팅”**

수출기반조성, 수출업무 지도

공동 유통/수출/마케팅

해외마케팅 역량 강화

**수출 선도조직화 전략 수립**

수출/유통 업체

A

B

C

D

**○ 수출기반조성**

- ✓ 농가(사양)교육, 신규상품 개발, 가공해외마케팅 등 수출 전 과정을 관리할 수 있는 수출 선도조직 육성
- ✓ 제조사끼리 수평적으로 연대하여 기술과 정보 공유, 생산자의 이익을 지키고, 생산·가공·판매 등 수직적 연대를 가능하게 하는 수출협의회 운영 방안 제시

**○ 수출업무지도**

- ✓ 기업분석을 통한 수출전략 및 삼계탕 수출 Level-up 전략을 수립
- ✓ 수출 업무프로세스의 개선과 삼계탕 생산 전문조직화 방안을 수립 및 실무 역량을 강화

**○ 마케팅 보드(Marketing Board)화 지원**

- ✓ 공동 유통, 수출 등 마케팅 보드(Marketing Board)화 지원
- ✓ 공동 브랜드화를 통해 공동 판촉 등 해외마케팅 역량 강화 지원
- ✓ 생산비 절감, 안전성 및 품질관리, 해외시장개척 공동수행 방안 지도 등

○ ‘생산→유통→수출’ 전 주기에 걸쳐 수출과정에서 발생되고 있는 애로사항을 해결하기 위하여 수출 현지 시장조사부터 현장애로 수요 발굴, 기술개발 로드맵 등이 구체화하 되어야 함

○ 본 연구원에서 사전조사한 삼계탕 수출 시 주요 애로사항은 다음과 같음

- 높은 사료비용과 인산 등 부재료가격 부담 등 수출가격이 높게 형성되어 있는 편
- 세계각국은 육류 및 육가공품 수입 제한을 엄격히 하고 있고
- 현지인들에게는 생소한 한국의 전통식품
- 특히 인삼과 관련해서는 의약품 분류 등 수입 제한 문제
- 한·일 관계 악화, AI 발생, 중국의 사드문제 등 간접적 시장 상황에 따라 수출에 다른 어려움이 가중되고 있음

○ 이러한 수출사업화 모델을 구축하기 위해서는 생산자단체 및 수출업체 등과의 컨소시엄을 통해 실질적인 현장애로 사항 및 실현가능한 기술에 대한 수요조사 및 연구가 필요함

○ (한국육계협회) 삼계탕 수출연구사업단과의 연구협력 및 고품질 축산물 수출을 도모하기 위해 사단법인 한국육계협회와 상호협력 체계를 구축하였음 ⇒ 삼계탕 수출연구사업단 업무 협조를 위한 MOU 체결(2017년 9월 6일)

- 생산·가공·유통·검역·수출까지의 전 과정에서의 현장애로 및 장애요인 발굴
- 기술개발 수요발굴 등 연구방향 정리 및 기술개발 보급
- 육계산업 경쟁력 강화를 위한 정책방안, 검역 및 통관 제반사항 등 관련 제도개선
- 연구자, 생산자단체, 가공 및 수출업체 등과의 정보교류
- 기타 양 기관의 발전을 위해 필요한 사항

[(사)한국육계협회와의 MOU체결]



**[사)한국육계협회(사)한국농식품미래연구원 상호 업무협약서**

본 양해각서는 사단법인 한국육계협회(이하 “육계협회”)와 사단법인 한국농식품미래연구원(이하 “AMI”)과의 상호 협력 체계를 구축함으로써, 『삼계탕수출연구사업단』의 연구협력 및 고품질 축산물 수출을 도모하기 위하여 상호 협력할 것을 협의하고 다음과 같이 합의한다.

- 아 래 -

제1조(목적) “육계협회”와 “AMI”은 상호간의 성공적인 사업협력을 위하여 전략적인 제휴관계를 맺을 것을 동의하며 양사가 공동이익의 증진을 도모하기 위해 상호 협력함에 그 목적이 있다. 제휴관계 업무협의를 위한 양해각서를 다음과 같이 체결한다.

제2조(협력분야) 양 기관은 『삼계탕 수출연구사업』의 효율적인 추진을 위하여 다음 각 호의 사항에 대하여 서로 협력한다.

1. 생산·가공·유통·검역·수출까지의 전 과정에서의 현 상태로 및 장애요인 발굴
2. 기술개발을 수요 발굴 등 연구방향 정립 및 기술개발 보급
3. 육계산업 경쟁력 강화를 위한 정책방안, 검역 및 통관 제 반사항 등 관련 제도개선
4. 연구자, 생산자단체, 가공 및 수출업체 등과의 정보교류

5. 기타 양 기관의 발전을 위해 필요한 사항 등

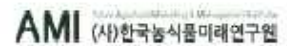
제3조(비밀유지) “육계협회”와 “AMI”는 상호 협력사업을 추진하는 과정에서 신의·성실의 원칙에 입각하여 직접 또는 간접적으로 확보한 상대방의 사업에 관한 모든 정보는 대외 비로 취급하며 외부에 정보공개가 필요한 경우 상대방의 서면승인 하에 공개한다.

제4조(협약기간) 본 협약은 양 기관의 대표가 서명한 날로부터 효력이 발생하여 3년간 유효하며, 어느 일방의 협약변경 등에 대한 별도의 통지가 없는 한 자동으로 연장된다.

제5조(서명) 본 협약체결을 증명하기 위하여 본 협약서 2부를 작성하여 양 기관의 대표가 서명한 후 각각 1부씩 보관한다.

2017년 09월 06일

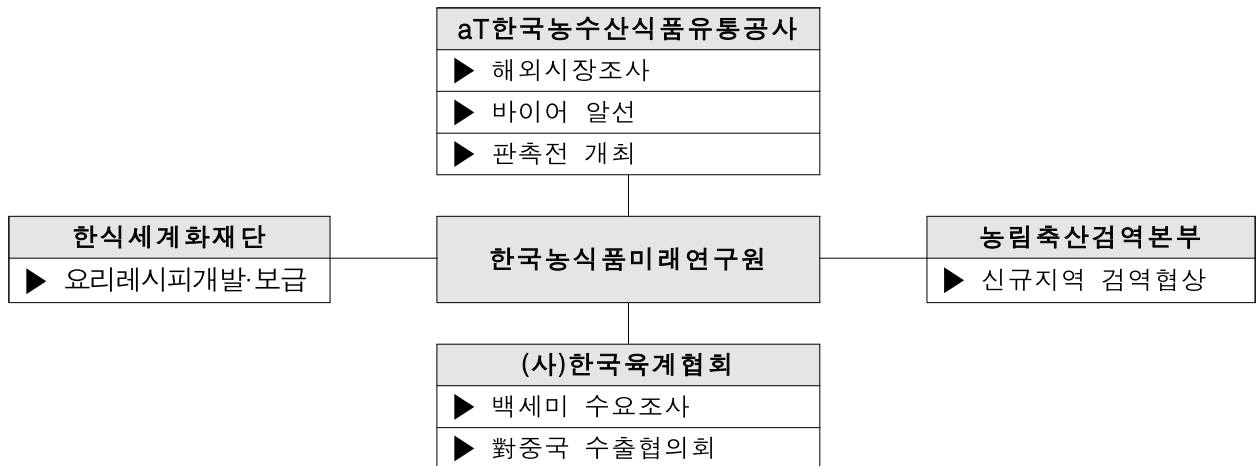
“육계협회”	“AMI”
(사)한국육계협회	(사)한국농식품미래연구원
회장 정 병 학	대표 이 광 우
서명 _____	서명 _____



○ (부자재 생산협의체) 삼계탕용 인삼공급체계 확립을 위한 지역 인삼 조합 등 생산자와의 협력 추진 예정

- (한국농수산물유통공사) aT 삼계탕 수출사업단 참여
  - aT 식품수출부를 중심으로 수출업체, 제조업체, 한국농식품미래연구원(삼계탕 수출연구사업단)등으로 삼계탕 수출사업단 구성운영 계획(한국농식품미래연구원이 삼계탕 수출연구사업단으로 선정시 구성운영 협의: 이필형 처장)
  - 현지 유통채널 등 문제점 발굴하여 삼계탕 수출연구사업단이 신제품 개발 및 제품 개선
  - 시제품 생산 후 해외 현지시험 판매 추진 시 aT 식품수출부가 시험통관 후 시험판매 알선
- (그외 공공기관 협력) KOTRA 등 수출지원 기관의 협조를 받아 해외 자료를 지원 받고 수출 애로사항을 해결할 수 있도록 협력 체계 마련
- (농림축산검역본부) 삼계탕에 대한 수요가 있으나 검역협상이 타결되지 않은 신규시장의 검역문제를 해결하고자 함
- (한식세계화재단) 각 국가의 선호도에 맞는 삼계탕 요리 레시피를 개발하고 이를 각 현지에 보급함으로써 삼계탕에 대한 수요를 확대함
- (융합지원체계 구축) 정책-현장-R&D를 연계한 Total Solution 형 접근방식 도입으로 근본적인 수출 경쟁력 제고 문제 해결
  - 시장성이 있는 상품을 개발하고 표준화한 후 수출정보와 노하우를 관련업체에 제공
  - 생산자 단체 및 수출기업에 대한 교육 및 컨설팅 지원

**[협조체계]**





## 7장. 연구과정에서 수집한 수출시장 현황 및 수출기술 정보 (사업연구단 자체 현장(해외)시장조사 결과물)

코드번호

D-08

### [ 전문가 자문수렴 리스트 ]

구분	일시	참석자	자문내용
1	'17.7.14	이성기 교수(강원대학교) 최양일 교수(충북대학교) 조성구 교수(충북대학교) 고종국 교수((주)선봉식품) 이광우 대표(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 삼계탕 육질 및 가공기술 개발</li> <li>▶ 고품질 기능성 삼계육 생산기술 (육질연구 중심)</li> <li>▶ 현지적응화 틈새시장</li> <li>▶ 신제품 개발</li> </ul> 
2	'17.7.14	이준희 사장(보리재팬) 김정훈 대표(KH corporation) 이광우 대표(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 일본수출의 강점 및 한계점</li> <li>▶ 제조공법의 개선</li> <li>▶ 신시장 개척</li> <li>▶ 용기·포장지 개선</li> </ul> 
3	'17.7.18	김영봉 책임연구원(한국식품연구원) 이광우 대표(한국농식품미래연구원) 윤정인 이사(한국농식품미래연구원) 박정은 팀장(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 목표시장 전략형 수출상품 개발</li> <li>▶ 현지화 삼계탕 제품 개발</li> </ul>
4	'17.7.19	문춘오 변리사(문앤파트너스) 이광우 대표(한국농식품미래연구원) 윤정인 이사(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 삼계탕 제품 및 포장재 기술 관련 논문 및 특허 동향</li> <li>▶ 연구개발 기술수요</li> </ul>

구분	일시	참석자	자문내용
			
5	'17.7.20	최장순 부장((주)하림) 이광우 대표(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 편이성을 위한 트레이 용기 개발</li> <li>▶ 현지화된 삼계탕 개발</li> <li>▶ 해동시간 단축기술</li> <li>▶ 레토르트 삼계탕 육질 개선</li> <li>▶ 육질개선 사료 관련</li> </ul> 
6	'17.7.26	정규화 대표(株式會社大山) 이광우 대표(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 삼계탕의 개념 정립 필요</li> <li>▶ 다양한 제품 개발 필요('현지화')</li> <li>▶ 다양한 레시피가 개발된 삼계탕 필요</li> <li>▶ 홍보 필요</li> </ul> 
7	'17.7.26	나건영 대표(高千穂物産) 이광석 대표(한국식품) 이광우 대표(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 삼계탕의 개념 정립 필요</li> <li>▶ 다양한 상품개발 필요</li> <li>▶ 국가마다 염도 조절 중요</li> </ul>


구분	일시	참석자	자문내용
			
8	'17.7.27	김근희 대표(한국장터) 이광우 대표(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ '삼계탕=약젠'이라는 인식 제고 필요</li> <li>▶ 소량 및 스마트 전략 고려</li> <li>▶ 품질을 개선시키면서 가격은 유지하는 전략</li> <li>▶ 오랜 시간의 홍보 및 전략 필요</li> </ul> 
9	'17.8.2	송광현 상무((사)한국육계협회) 이광우 대표(한국농식품미래연구원) 윤정인 이사(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 수출 전략형 닭고기 가공제품 개발</li> </ul> 
10	'17.8.2	싱가포르 서울마트 (한국식품수입업체) 싱가포르 굿힐(모니터 요원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 삼계탕의 주 소비자, 판매지역, 판매형태</li> <li>▶ 맛/육질, 포장/외관, 가격경쟁력, 유통 또는 마케팅, 검역 수입 과정 상의 애로사항</li> <li>▶ 판매확대를 위한 효율적인 마케팅 방안</li> <li>▶ 기존 삼계탕 유사제품(닭죽 등)과 비교하여 삼계탕의 차별성</li> </ul>

구분	일시	참석자	자문내용
			<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ‘뼈없는 삼계탕’에 대한 현지인 및 기타 소비자들의 선호도</li> <li>▶ 신제품 개발의 방향성</li> </ul> 
11	‘17.8.2	싱가포르 LNC PTE LTE (한국식품수입업체) 싱가포르 굿힐(모니터 요원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 삼계탕의 주 소비자, 판매지역, 판매형태</li> <li>▶ 맛/육질, 포장/외관, 가격경쟁력, 유통 또는 마케팅, 검역 수입 과정 상의 애로사항</li> <li>▶ 판매확대를 위한 효율적인 마케팅 방안</li> <li>▶ 기존 삼계탕 유사제품(닭죽 등)과 비교하여 삼계탕의 차별성</li> <li>▶ ‘뼈없는 삼계탕’에 대한 현지인 및 기타 소비자들의 선호도</li> <li>▶ 신제품 개발의 방향성</li> </ul> 
12	‘17.8.2	싱가포르 KORYO TRADING PTE LTD(한국식품수입업체) 싱가포르 굿힐(모니터 요원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 삼계탕의 주 소비자, 판매지역, 판매형태</li> <li>▶ 맛/육질, 포장/외관, 가격경쟁력, 유통 또는 마케팅, 검역 수입 과정 상의 애로사항</li> <li>▶ 판매확대를 위한 효율적인 마케팅 방안</li> <li>▶ 기존 삼계탕 유사제품(닭죽 등)과 비교하여 삼계탕의 차별성</li> <li>▶ ‘뼈없는 삼계탕’에 대한 현지인 및 기타 소비자들의 선호도</li> <li>▶ 신제품 개발의 방향성</li> </ul>

구분	일시	참석자	자문내용
			
13	'17.8.2	송광현 상무(사)한국육계협회) 이광우 대표(한국농식품미래연구원) 박정은 팀장(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 수출 전략형 닭고기 가공제품 개발</li> </ul>
14	'17.8.3	이창주 대표이사(주)사조화인코리아) 안이석 이사(주)사조화인코리아) 박명식 차장(주)사조화인코리아) 최장순 부장((주)하림) 이광우 대표(한국농식품미래연구원) 윤정인 이사(한국농식품미래연구원) 박정은 팀장(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 파우치 삼계탕의 형태 및 육질 개선</li> <li>▶ 현지화된 삼계탕 개발</li> <li>▶ 마케팅 활성화</li> <li>▶ 냉동 삼계탕의 수출 확대</li> <li>▶ 뼈없는 삼계탕 개발 기술</li> <li>▶ 육질개선을 위한 사료개선</li> </ul> 
15	'17.8.3	이필형 수출이사(사)한국농수산물유통공사) 이광우 대표(한국농식품미래연구원) 윤정인 이사(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 현재 수출대상국의 마케팅 현황</li> <li>▶ 전세계 대상 수출 전략</li> <li>▶ 국가별 홍보 및 마케팅 전략 차별화</li> </ul> 
16	'17.8.4	김보석 실장((주)하림) 이광우 대표(한국농식품미래연구원) 윤정인 이사(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 친환경, 안전성, 편이성 등 소비자 맞춤형 포장소재 및 필름 개발</li> </ul>



구분	일시	참석자	자문내용
			
17	'17.8.14	김진만 교수(건국대학교) 이광우 대표(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 신규 검역협상 기준 표준화</li> <li>▶ 캐나다 수출을 위한 연차별 상품개발 전략 수립 및 위생 및 검역시스템 분석</li> <li>▶ 검역협상 사절단 파견</li> </ul> 
18	'17.8.18	이윤석 교수(연세대학교) 이광우 대표(한국농식품미래연구원) 윤정인 이사(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 삼계탕 전용 포장기술 개발</li> <li>▶ 기존 포장재(레토르트, 트레이) 분석 및 개선</li> </ul> 
19	'17.8.23	최장순 부장((주)하림) 이근택 교수(강릉원주대학교) 이성기 교수(강원대학교) 이광우 대표(한국농식품미래연구원) 윤정인 이사(한국농식품미래연구원) 박정은 팀장(한국농식품미래연구원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 저장성 및 편이성을 높일 수 있는 포장재 개발</li> <li>▶ 각 국가별로 현지화된 포장 디자인 개발</li> <li>▶ 친환경, 안전성, 편이성 등 소비자 맞춤형 포장소재 및 필름 개발</li> </ul>

구분	일시	참석자	자문내용
			
20	'17.8.29	박미영 이사장(재)한국음식문화재단	▶ 삼계탕 요리 레시피 개발
21	'17.8.29	양향자 원장(세계음식연구원)	
22	'17.9.2	이훈 상무((주)도야지 식품) 이광우 대표(한국농식품미래연구원)	▶ 삼계탕 육질개선 등

[ 현지조사 업체 ]

업체명	특징	담당자	조사내용
GOODHILL	싱가포르 조사업체	이다운 팀장	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 싱가포르의 삼계탕 시장동향 조사</li> <li>▶ 싱가포르의 전문가 대상 인터뷰</li> <li>▶ 싱가포르의 소비자 대상 인터뷰</li> </ul>
SEOUL MART	한국식품수입판매점	Rachel Lee 대표	
LNC PTE LTD		이종근 대표	
KORYO TRADING PTE LTD		이수영 주임	
박지현 대리	전 KOTRA대만지사 대만 조사요원	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 대만의 삼계탕 시장 동향 조사</li> <li>▶ 대만의 전문가 대상 인터뷰</li> <li>▶ 대만의 소비자 대상 인터뷰</li> </ul>
A사	한국식품 전문수입기업 (B2B거래)	-	
B사	한국식품 전문판매점	-	
C사	한국식품 전문유통기업	-	
한국장터	한국식품 수입업체	김근희 대표	
한국식품		이광석 대표	▶ 일본의 삼계탕 시장의 애로사항
株式會社大山		정규화 대표	▶ 일본의 삼계탕 및 포장 관련 기술수요
高千穂物産		나건영 대표	▶ 일본 삼계탕 시장으로의 수출전략

# 1절. 수출시장 현황

## 1. 일본

### 가. 시장조사

- (목적) 한국산 삼계탕 및 삼계탕유사제품 수출 확대를 위한 일본지역 사전조사로 현지 삼계탕 시장의 동향 및 전망을 파악하여 R&D 연구방향 정립 및 수출확대 기반을 마련하고자 함
- (일시) 2017.7.25(화)~28(금), 3박 4일
- (방문지) 일본 도쿄
  - (고급식품점) ISTEAN
  - (일반마켓) ODXKYU
  - (한인마켓) 한국장터, 서울시장, 총각네
- (판매상품) 현지에서 판매되고 있는 삼계탕은 레토르트 삼계탕, 냉동 삼계탕, 삼계탕 유사제품, 자체 제작상품이 있음

### <일본에서 판매되고 있는 삼계탕 및 삼계탕 유사제품>

사진	제품 정보	사진	제품 정보
<b>레토르트 삼계탕</b>			
	상품명 : 삼계탕 제조사 : 사조화인코리아 원산지 : 한국 규격 : 800g 가격 : 825엔 판매처 : 한국광장		상품명 : 삼계탕 제조사 : 마니커 원산지 : 한국 규격 : 800g 가격 : 824엔 판매처 : 한국광장
	상품명 : 삼계탕 제조사 : 하림 원산지 : 한국 규격 : 800g 가격 : 890엔 판매처 : 한국광장		상품명 : 삼계탕 제조사 : 서울시장 원산지 : 규격 : 450g 가격 : 798엔 판매처 : 서울시장
<b>냉동 삼계탕</b>			
	상품명 : 삼계탕 제조사 : 하림 원산지 : 한국 규격 : 800g 가격 : 923엔 판매처 : 한국광장		상품명 : 삼계탕 제조사 : 원산지 : 브라질산닭을 구매하여 자체 제조 규격 : 1100g 가격 : 840엔 판매처 : 한국광장
<b>삼계탕 유사제품</b>			

사진	제품 정보	사진	제품 정보
	<p>상품명 : 빼없는 삼계탕          제조사 : 수입자 제일물산          원산지 : 한국          규격 : 250g          가격 : 398엔          판매처 : 한국광장</p>		<p>상품명 : 삼계탕 죽          제조사 : 마니커          원산지 : 한국          규격 : 250g          가격 : 352엔          판매처 : 한국광장</p>
	<p>상품명 : 삼계죽          제조사 : 양반          원산지 : 한국          규격 : 285g          가격 : 325엔          판매처 : 한국광장</p>		<p>상품명 : 삼계탕 맛 라면          제조사 : 농심          원산지 : 한국          규격 : 71g          가격 : 118엔          판매처 : 한국광장</p>
<b>자체 제작상품</b>			
	<p>상품명 : 삼계탕          제조사 : 총각네          원산지 : 일본          규격 : 1000g/ 600g          가격 : 980엔/ 648엔          판매처 : 총각네</p>		<p>상품명 : 삼계탕 육수          제조사 : 총각네          원산지 : 일본          규격 : 350g          가격 : 240엔          판매처 : 총각네</p>
	<p>상품명 : 삼계탕          제조사 : 서울시장          원산지 : 일본          규격 : 400g+ 400g          가격 : 926엔          판매처 : 서울시장</p>		

○ (이슈\_아이디어 상품) 분말형 육수 제품

- 일본 내 한인마트 중 서울시장에서는 ‘탕류’ 제품 분말형 육수가 판매되고 있었는데 이를 삼계탕에 적용 시 물류비용 감소 및 편리성 제고가 기대됨



▲ 육수 분말제품

○ (이슈\_아이디어 상품) 트레이 용기 등

- 기존 레토르트 포장재의 경우 화재위험이 있어 사용이 불가능하지만, 트레이 형태를 통해 편리성을 제고한 제품이 판매되고 있었음
- 일본에서 판매하고 있는 제품 중 포장재에 달린 ‘실’을 잡아당기면, 식품이 데워지는 포장을 사용하거나, 전자레인지 사용 시 발생하는 증기가 표면 밖으로 빠져나오게 하는 제품 등이 출시되고 있음



▲ 트레이 포장 삼계탕

○ (이슈\_삼계탕 코너)

- 한인마트 중 일본 한인타운에서 가장 큰 규모인 한국광장의 경우 하림, 마니커, 사조 등 다양한 삼계탕 제품이 판매되고 있었으며, 냉동삼계탕의 경우 한국산 뿐만 아니라 브라질산을 수입하여 자체 삼계탕을 제조한 제품이 판매되고 있었음



▲ 삼계탕 코너

○ (이슈\_삼계탕 재료 및 레서피 마련)

- 삼계탕 제조를 위한 생닭, 육수제조 재료 등을 판매하고 있었음
- 삼계탕요리가 익숙하지 않은 일본 현지인을 대상으로 삼계탕 제조 레서피 안내자료를 배

포하고 있었음



▲ 삼계탕 레서피 안내자료



▲ 초복/중복/말복 안내



▲ 삼계탕 재료

○ (이슈\_삼계탕 시식코너 및 삼계탕 전문점)

- 한인마트 내에서 삼계탕을 직접 시식해봄으로써, 현지인의 구매욕구를 불러일으키는 행사를 하고 있었음

- 한인마트 내에서 자체적으로 제조한 제품의 경우 ‘1+1’ 행사를 통해 다량 구매를 유도함



▲ 시식코너



▲ 1+1 코너

○ (이슈\_삼계탕 전문점)

- 일본 한인타운 내 삼계탕 전문점은 고려삼계탕으로 유일하게 1곳 있었음



▲ 삼계탕 전문점

○ (이슈\_삼계탕 판매식당)

- 삼계탕을 판매하고 있는 한식당은 다수였으나, 각기 다른 가격대와 용량으로 판매하고 있어 소비자가 생각하는 적정가격과 적정용량의 ‘기준점’ 이 없는 상태임





▲ 780円



▲ 980円



▲ 1,800円



▲ 2,480円

나. 전문가 의견수렴

(1) 정규화 대표(株式会社大山)



- 주요내용
  - 수입제품(요코하마) : 나주삼계탕(레토르트)
  - 삼계탕의 중요한 보완 요소 : 패키지, 맛, 브랜드, 가격 중요
  - 한국의 전통음식 : 삼계탕, 김치(전국화되었음)
  
- 삼계탕에 대한 정의를 명확히 해 주어야 함(일본 내 삼계탕은 먹기 편하게 닭고기가 조금 들어간 것도 모두 삼계탕), 한국정부가 정체성에 대한 기준을 정립해주는 것이 중요(개념 정립 중요)
  - 다리 2개, 날개만 있는 경우도 삼계탕으로 부르고 있음
  - ‘일본 소비자들은 삼계탕에 대해 얼마나 알고 있을까’ 가 중요
  - 삼계탕을 먹기 좋게 양을 줄이기 위해 반계탕을 만들려고 했으나 가공과정에서 뼈가 녹아서 회분이 많아짐. 이에 따라 일본인들은 큰 닭의 닭다리 하나만을 넣고 삼계탕이라고 일컫게 됨(닭 한마리 삼계탕)
  - 김치도 현재는 일본인들이 김치볶음밥, 김치찌개를 만들 수 있을 만큼 많이 알려짐
  
- 삼계탕 가격이 국내에서는 저렴하다고 하지만 일본 식품 기준으로는 매우 비싼 편임
  - \* 15,000~20,000원
  - 닭고기(가라아게)는 많이 먹음
  - \* 브라질산 닭의 대부분의 수출이 일본으로 되고 있음
  
- 용량을 줄인 제품 개발 필요
  - 소식인 일본인들의 식습관과 비교하였을 때, 삼계탕의 양은 매우 많은 편임. 따라서 용량을 줄인 제품이 필요할 것으로 판단
  - \* 일본인의 공기밥 1인분 200g, 1인 가구 증가 추세
  
- 뼈 없는 삼계탕 개발 필요
  - 일본인의 경우 생선 뼈를 발라낸 제품을 고가에 판매하는 것이 ‘일본인의 정서’에 적합한 제품임. 따라서 섭취하기 편리한 제품의 대한 요구도가 높음
  
- 상품의 다양성이 중요함(육개장에 닭고기를 넣는 상품) 마루들이만을 수출하는 것이 아니라 소비자의 눈높이에 맞추어 다양한 상품개발 중요
  - 닭으로 만든 제품을 모두 삼계탕으로 정부에서 정립해 주면 수출이 보다 확대될 가능성
  - 야쿠젠(보양식)(한국회사에 OEM, 양주에서 생산)에서 백세미 사용, 돈키호테에 판매
  - \* 화인코리아 등은 35일짜리 닭 사용
  
- 동우식품 : 용기삼계탕(레토르트가 아닌 전자레인지에 끓여먹는 것) → 먹기 편하며 앞으로 개발되어야 할 방향
  - 현재 닭 한 마리 삼계탕으로는 1억 달러 수출달성이 불가능함
  - 때문에 트레이 용기 g수를 다양하게 해서 파우치가 아닌 용기시리즈를 개발할 필요 있음

(패키지 개발 중요)

\* 트레이는 레토르트와 같이 상온보관 가능하므로 트레이 패키지를 개발하여 콤비니를 공략하는 것이 중요

\* 레토르트: 고온고압 멸균/ 냉동: 삶은 것 급냉하여 가정식으로

○ 맛은 정부에서 삼계탕에 대한 기준만 정립하여 주면 다양하게 할 수 있음

- 젊은 소비자들이 선호하는 맛을 내기 위해 원료를 첨가하면 됨

- 그러나 대추의 경우 씨가 있는데 일본 소비자들은 씨가 있는지 모르기 때문에 모르고 먹어서 사고의 위험이 있으며, 또한 대추에서 붉은 물이 우려 나오는 것에 대해 비선호

\* 대추, 인삼 등을 슬라이스하여 용량을 적게하거나 인삼 분말을 넣어 가격대를 낮추는 방안도 있다고 생각함

- 삼계탕을 액상스프로 해서 판매(수입하는 것과 여기서 만드는 것의 육질이 다름)

\* 수입하는 것은 백세미이기 때문에 맛이 좋을 것이지만 현지에서 만드는 것은 백세미는 아니지만 바로 끓여서 냉동시키기 때문에 육질이 괜찮음(백세미(55일)는 사료 때문에 단가가 올라가기 때문)

\* 그러나 가격은 수입하는 것과 현지에서 만드는 것이 거의 비슷함

- 밤(일본인들도 좋아함), 참쌀, 인삼(슬라이스 해서 2~3개 넣는 등 단가를 맞추는 것) 등은 좋아함

\* 중국은 인삼분말가루가 단가가 낮기 때문에 인삼대신 사용

○ 대기업은 브랜드력이 있기 때문에 비싸더라도 판매가능

- 일본인들이 좋아하는 원료를 넣되 정부가 정한 기준을 만족하며 단가를 맞출 수 있는 방안 마련하는 것이 중요

- (상품의 다양성) 매장용(현지 및 한인식당), 업소용 구분되어 생산함

- 업소용: 한 마리 제품, 다른제품과 같이 먹을 수 있을만큼 작은 제품

- 일본 소비자들은 뼈가 있으면 안 되고 닭죽을 개량한 제품이 필요함

- 냉동삼계탕을 냉장해서(해동해서) 1개월까지만 지속되면 됨(손님 주문이 오면 바로 해결할 수 있음)

\* 완제품을 한 번 더 살균해서 냉동해서 유통하면 냉동 삼계탕을 냉장저장하여 판매

- 동결건조 제품은 정부의 삼계탕에 대한 개념이 정립된다면 시도해보기에는 적당함

- (마케팅) 선진국일수록 광고효과가 크기 때문에 광범위하게 많은 홍보 필요

- 기획광고가 필요(삼계탕이 생산과정 등을 보여주면서 홍보해야 삼계탕의 높은 단가를 이해할 수 있음)

○ 홍보 필요

- 선진국일수록 광고효과가 좋다고 생각하여 삼계탕이 다른 제품과 건강식이라는 차별화한 광고가 필요

- 삼계탕은 AI와 무관하나, 소비자들은 AI에 대한 막연한 두려움이 있어 질병과는 무관하다는 홍보가 필요함

- 일본인의 경우 건강식품에 대한 관심도가 매우 높아 삼계탕의 경우 ‘약선(야쿠젠)’ 이라는 인식 제고가 필요함

(2) 나건영 대표(高千穂物産)



○ 삼계탕의 개념 정립 필요

- 삼계탕 비싸고 보양식으로 잘 알려져 있으나 일본 소비자들은 어느 것이 좋은 삼계탕인지 구분하지 못함
  - \* 680~1350엔/1kg(밤, 수삼 등 부산물이 얼마나 포함되어 있는지에 따라 업자들은 품질의 차이를 알 수 있지만 일본인 소비자들은 모름)
- 때문에 가격의 차이를 구분할 수 있는 기준마련이 필요함(기준이 되는 삼계탕이 없음)
- 기본적으로 삼계탕에 대한 정의 및 개념정리가 필요함(닭 한 마리와 한약재(인삼, 밤, 대추)를 넣고 보양식으로 먹는 것)
- 브랜드 개혁 필요(삼계탕하면 생각나는 브랜드가 없기 때문에 한 업체가 독식하더라도 브랜드 개혁이 필요)
  - \* 김치라고 하면 ‘종가집 김치’와 같이 떠오르는 삼계탕 브랜드가 없음
- 기술적인 부분은 높은 수준에 올라가 있음(claim이 거의 없음)

○ 다양한 상품개발이 필요

- 해물, 전복, 굴(육수가 매우 맛있고 일본인들이 좋아하지만, 굴 형태가 호트러짐), 들깨, 상품다양성 필요
  - \* 와사비김, 김치김 좋
- 일본인의 경우 고기보다 국물을 더 선호하는 경향이 있어 ‘스프시장’이 매우 발달됨

○ 맛 : 국가마다 염도를 맞추는 것이 중요

- 일본이 1.1~1.2으로 염도가 한국보다는 조금 높으므로 일본 소비자들이 선호하는 염도에 맞추어 제품을 개발한다면 보다 맛을 높일 수 있음
- 한국의 경우 삼계탕 고기를 소금에 찍어먹으나, 일본의 경우 그대로 섭취하고자 하는 경

향이 있어 삼계탕의 고기는 매우 싱겁게 느끼는 편임

- 백세미(토종닭과 브로이드(30일이면 1.5kg) 교배종, 40여일)라는 품종을 정식품종 등록할 수 없음
  - 한국에서 다 백세미를 키워서 삼계탕을 만들어 수출을 하고 있는지 의심이 됨. 450~550g 까지 닭 무게가 차이나며, 낮은 가격으로 판매되는 것은 백세미 사육단가와 비교하였을 때 형성될 수 없는 가격이라고 생각함
- 소비자 선호 삼계탕
  - 업소에서는 450~460g을 원하는 반면 소비자들은 살이 많은 닭을 원함
  - 업소용(육계로 작은 닭, 그러나 육질이 좋지 않음, 생닭, 생닭에 부재료를 넣은 제품, 국물이 있는 제품) 소비자용(생닭, 생닭에 부재료를 넣은 제품, 국물이 있는 제품 등 다양해야 소비자들의 선호에 따라 먹을 수 있음)은 구분되어야 함
  - 1kg 제품은 국물이 많아지는 반면 고기가 적어지므로(고기함량 적음) 관세가 800g 제품보다 더 높으므로 제품의 다양성이 필요함
  - 일본은 한국과 반대로 겨울에 삼계탕이 많이 팔림(고기보다 국물을 더 좋아함)
  - 국물: 염도, 맛(매운맛, 중간맛, 싱거운맛 등) 등이 중요(맛에 대한 기준이 마련되고 이것이 매뉴얼화되어야 함)
    - \* 다양한 맛의 삼계탕 제품이 개발되어 포장재에 ‘매운 맛 정도’를 표시하는 것을 권장함
  - 용기(트레이) 삼계탕(대중화는 안 되어 있고 시작단계임)
  - 박스가 습도가 높아지면 레토르트 표면에서 악취가 나므로 이를 개선할 필요 있음
  - (레토르트 제조방식) 적절한 시간과 온도, 가압을 결정하는 것이 중요함
  - (현지화) 삼계육이 일본에는 없고 일반 브로이드를 사용하기에 한국의 백세미보다 육질이 떨어짐

(3) 김근희 대표(한국장터)



○ 삼계탕의 소비시장

- 일본이 삼계탕 수출시장 중 가장 큰 시장(1,200만불)이었는데 1/3로 줄었음
- 그 원인은 한국의 과당경쟁 때문임(살아남기 위해 저가전략을 펼쳤고, 일본의 대형유통업체들의 횡포)
- 일본시장 및 제품에 대한 분석 필요함
- 빼어난 삼계탕 제품에 대한 의견 ⇒ 젊은이들이 가지고 있는 형태에 대한 혐오감(맛이랑 효능을 유지하면서 어떻게 해결할 것인가)/형태가 없는 제품이 잘 팔릴 것인가(삼계죽)-효능에 대한 홍보가 약함(일반식으로 같지 보양식으로 같지)/양/간편성(전자레인지))

○ 소비트렌드

- 일본은 건강식을 말하는 ‘약젠’ 시장의 규모가 매우 큰 편으로서 ‘삼계탕=약젠’이라는 인식 제고가 필요
- 일본시장 내에서 떡볶이의 판매량이 급증한 이유는 ‘먹는 재미’가 있어서임. 젊은 세대에서도 인기있는 식품으로 자리잡기 위해서는 ‘재미’ 요소를 찾아야 함
- 일본은 1인분보다 0.5인분 제품이 많음(세븐일레븐 편의점에서 교자 5~6개가 든 제품이 가장 잘 판매되는 점을 볼때 소량식임)
- 인구는 줄어드는데 식품시장 전체규모는 커진다는 것은 부가가치를 높인 제품들이 많이 개발되고 있다는 것임(소량포장)

○ 제품 판매 전략

- 하나의 제품을 살리기 위해서는 오랜 시간의 홍보 및 전략이 필요함
- 품질을 개선시키면서 가격은 유지해야 일본 내에서 잘 팔림
- 소량 및 스마트 전략 고려
- 냉동, 레토르트 삼계탕(얼음에 쌓여 있어서 온도 및 습도가 적절히 유지되었음)
- 캔: 핀홀(공기가 조금 들어가면 음식물이 썩게 됨)
- (해동기술) 카스(CAS) 냉동시스템(일본의 특허기술)이 있음
  - \* 유리수(고기 세포사이에 있는 물)가 얼면서 결정이 생기면 뽀족해지는데 이것을 찢으면 나오는 것이 육즙/ 이러한 유리수를 전자파로 하면 뽀족해지지 않도록 함
- 레토르트가 멸균이지만 우리몸에 좋은 세균까지 모두 멸균되기 때문에 냉동제품이 트렌드이나, 레토르트 제품이 안전하다고 생각하는 소비자 인식이 높음
  - \* 일본 내 광고를 통해 성공한 프랑스 업체는 ‘죽음의 135℃(멸균), 잠재우는 -20℃(냉동) 라는 슬로건으로 냉동제품이 이로운균을 보존한다는 높은 광고효과를 봄
- 냉동제품은 레토르트보다 물류비가 많이 듦(온도를 일정하게 유지해야 하기 때문에)
- (포장) 레토르트에 은박지가 전자레인지에 들어가면 불꽃이 튀는데 어떻게 하면? 식품 밖에 산소에 대해서는 산소불투과성 기술이 있는데 이를 사용하면 좋음/안에 있는 산소는 어떻게 할 것인가? 진공포장 및 질소충전/전자전기(자장, IH) 기술

○ 현재 삼계탕의 문제점

- 삼계탕의 문제점은 맛이 균일화 되지 않고 맛이 그때마다 다르다는 것임. 또한 삼계탕의 가격

이 높게 형성되어 있다 보니 일본에서 자체적으로 만든 ‘짜통삼계탕’ 이 판매되고 있으며 가격 덩핑으로 인해 상품의 ‘질’ 이 계속적으로 낮아짐으로서 소비자 이미지가 좋지 않음

## 2. 싱가포르

### 가. 시장조사

- 현지인들은 한국산 삼계탕에 대해 긍정적인 인식을 가지고 있음
  - 싱가포르 내 한류영향으로 한국 요리에 대한 관심이 높아지면서 자연스럽게 한국식당 내에서도 삼계탕을 쉽게 접할 수 있음
  - 삼계탕의 맛과 영양이 풍부하다는 인식으로 인해 어린이 및 노약자들에게 추천되고 있음
- 다만 까다로운 통관절차로 인해 사조화인코리아, CJ이츠웰, 아워홈 3개 브랜드만 수입이 허가된 상태임
  - 많은 수출업체들이 싱가포르로의 삼계탕 수출을 시도했지만 복잡한 통관절차 및 장시간 소요로 중도포기하였음
  - 청솔식품의 경우 삼계탕 재료만 판매하고 있으며 CJ이츠웰도 유통처가 급감해서 현재는 사조화인코리아 제품이 대부분임
  - \* CJ이츠웰은 사조화인코리아 제품이므로 제조사는 사조화인코리아, 아워홈 2곳임
- 아울러 싱가포르 농수산물식품청(AVA)은 한국 내 잦은 AI발생으로 인해 일부 한국산 삼계탕에 대해 수입중단조치를 내렸음
  - 이로 인해 과거 1년 전에 수입되었던 제품들이 현재 유통 중임

#### <싱가포르 내에서 판매되고 있는 삼계탕 제품>

제품사진	제품정보	제품사진	제품정보
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명 : GINSENG CHICKEN STEW</li> <li>▶ 제조사 : 사조화인코리아</li> <li>▶ 원산지 : 한국</li> <li>▶ 중량 : 800g</li> <li>▶ 가격 : 11.5 SGD</li> <li>▶ 판매처 : leemart, Koryomart</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명 : 고려삼계탕</li> <li>▶ 제조사 : (주)아워홈</li> <li>▶ 원산지 : 한국</li> <li>▶ 중량 : 600g</li> <li>▶ 가격 : 10 SGD</li> <li>▶ 판매처 : Seoul Mart (예정)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명 : 전통삼계탕(삼계, 오리백숙용)</li> <li>▶ 제조사 : 청솔식품</li> <li>▶ 원산지 : 한국</li> <li>▶ 중량 : 90g</li> <li>▶ 가격 : 5.7 SGD</li> <li>▶ 판매처 : ShinKorea (Sing Long)</li> </ul>		

## 나. 소비자 설문조사

### □ 조사개요

#### ○ 조사목적

- 싱가포르로의 삼계탕 수출을 확대하고자 싱가포르 내 소비자들을 대상으로 삼계탕 음식에 대한 선호도 및 수요를 간단하게 파악하고자 함
- 아울러 현재 판매되고 있는 삼계탕 음식에 대한 애로사항을 파악하여 이를 개선할 수 있는 기술방안을 마련하고자 함

#### ○ 조사시기

- 2017년 7월 27일 ~ 8월 14일(19일간)

#### ○ 조사대상

- 싱가포르 내 소비자 중 삼계탕 음식을 구매 또는 섭취한 경험이 있는 소비자 중 20명을 무작위로 선정하였음
- 소비자 20명은 현지인 6명, 교민 14명임

#### ○ 조사내용

- 조사내용은 크게 9가지 부분으로 이루어지는데 1) 삼계탕 음식에 대한 선호도, 2) 선호요인, 3) 강점, 4) 한계점, 5) 판매 증진 방안, 6) 맛·육질 애로사항, 7) 포장·외관 애로사항, 8) 유사제품, 9) 기타 애로사항임

#### ○ 조사방법

- 현지 마트, 한인식당, 수입업체, 간담회 등에서 질문지를 통해 대면으로 서면응답 조사를 실시하였으며 필요한 경우 구두로 질의응답을 실시하였음

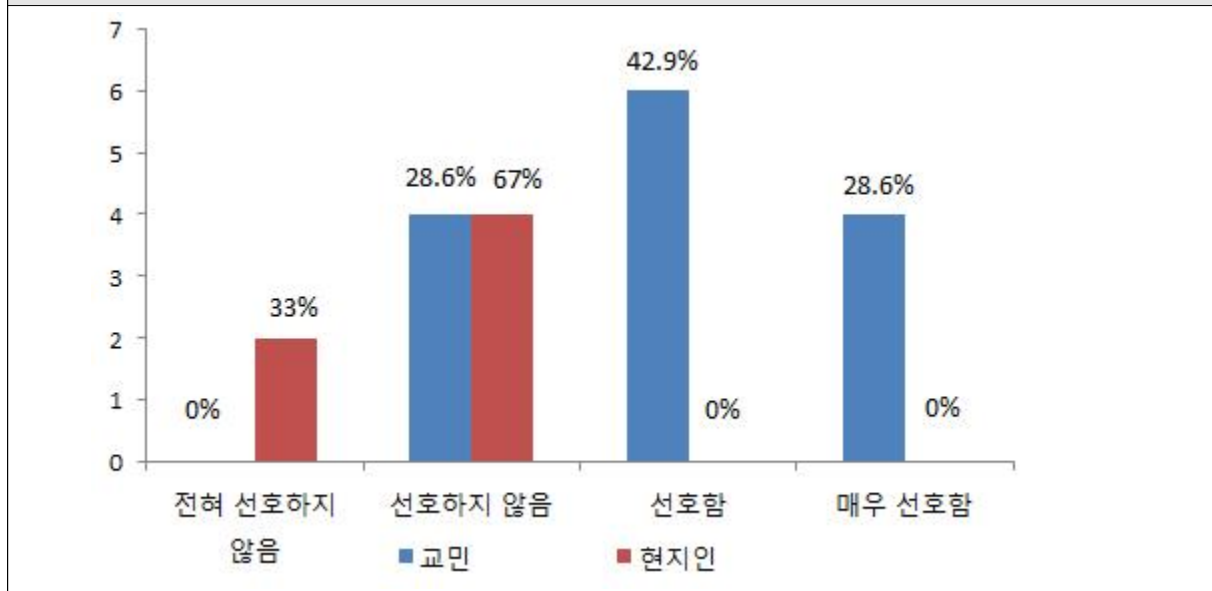


□ 조사결과

○ 선호도

- 삼계탕 음식에 대한 선호도에 있어서 교민들은 약 71%(10명)가 선호하는 것으로 응답한 반면 현지인들 중에는 삼계탕을 선호한다는 응답이 없었음
- 이는 싱가포르로의 삼계탕 수출에 있어서 교민뿐만 아니라 싱가포르 소비자들의 입맛과 취향도 맞추기 위해 해당 소비자들의 선호도에 맞춘 삼계탕 제품개발이 필요함을 시사함

문항 1. 삼계탕 음식에 대한 일반적인 선호도



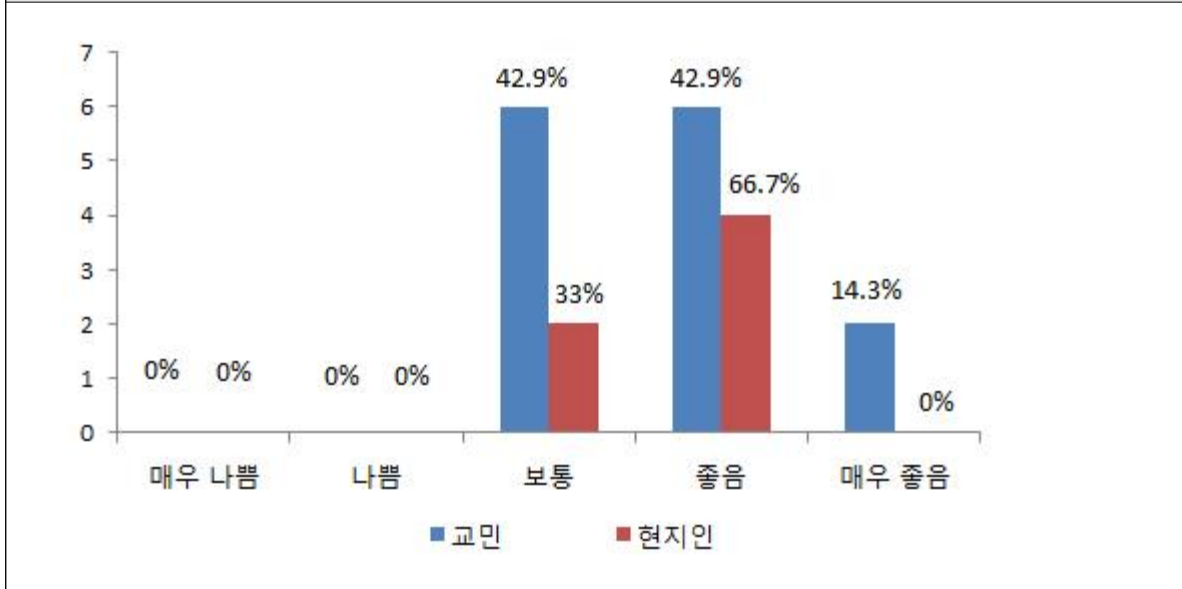
구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
전혀 선호하지 않는다	0	0	2	33	2
선호하지 않는다	4	29	4	67	8
선호한다	6	43	0	0	6
매우 선호한다	4	29	0	0	4
<b>총합</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>20</b>

○ 선호요인

(맛)

- 삼계탕의 맛에 있어서 대체적으로 교민과 현지인 모두 보통 이상의 평가를 하고 있으나, 교민들은 14.3%(2명)가 매우 좋음이라고 응답한 반면 현지인들 중에는 매우 좋음이라는 응답이 없었음
- 이는 삼계탕에 대해서 좋다고 평가한 현지인들로부터 맛에 대한 보다 더 긍정적인 반응을 이끌어낼 수 있도록 현지의 요소를 가미한 새로운 맛 개발이 필요함을 시사함

문항 2-1. 삼계탕 음식에 대한 선호 요인 : 맛

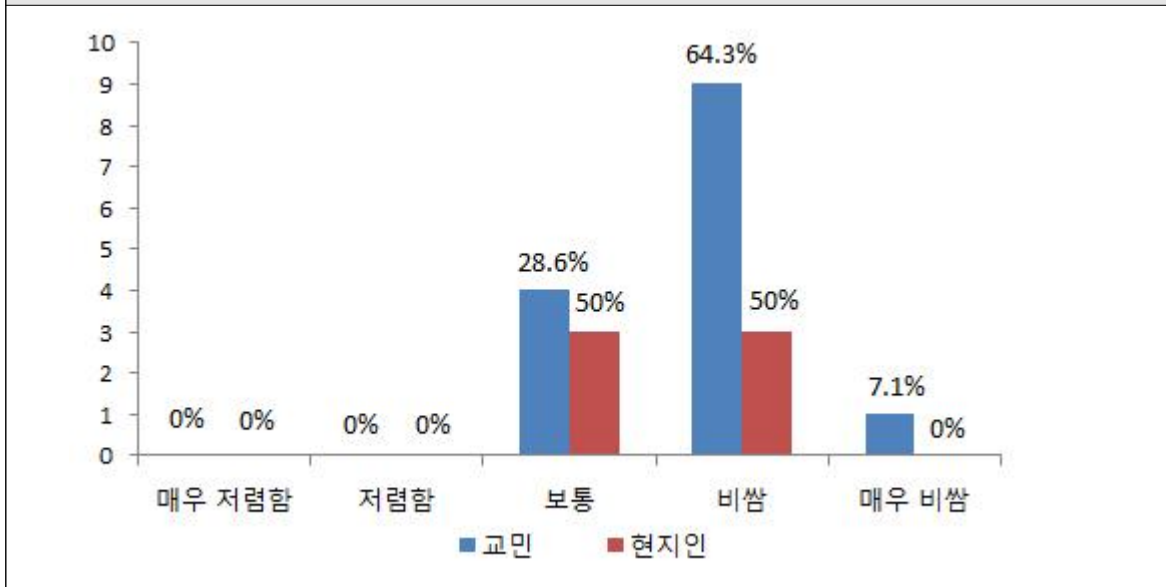


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
매우 나쁨	0	0	0	0	0
나쁨	0	0	0	0	0
보통	6	43	2	33	8
좋음	6	43	4	67	10
매우 좋음	2	14	0	0	2
<b>총합</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>20</b>

(가격)

- 교민들과 현지인 모두 가격에 대해서 보통이거나 비싸다고 느끼고 있고, 특히 교민들은 비싸다고 느끼는 비율이 71.4%(10명)로 높게 나타남
- 이는 우리나라에서의 가격 대비 가격 경쟁력 확보의 시급함과 함께 가격 인하의 필요성을 시사함

문항 2-2. 삼계탕 음식에 대한 선호 요인 : 가격

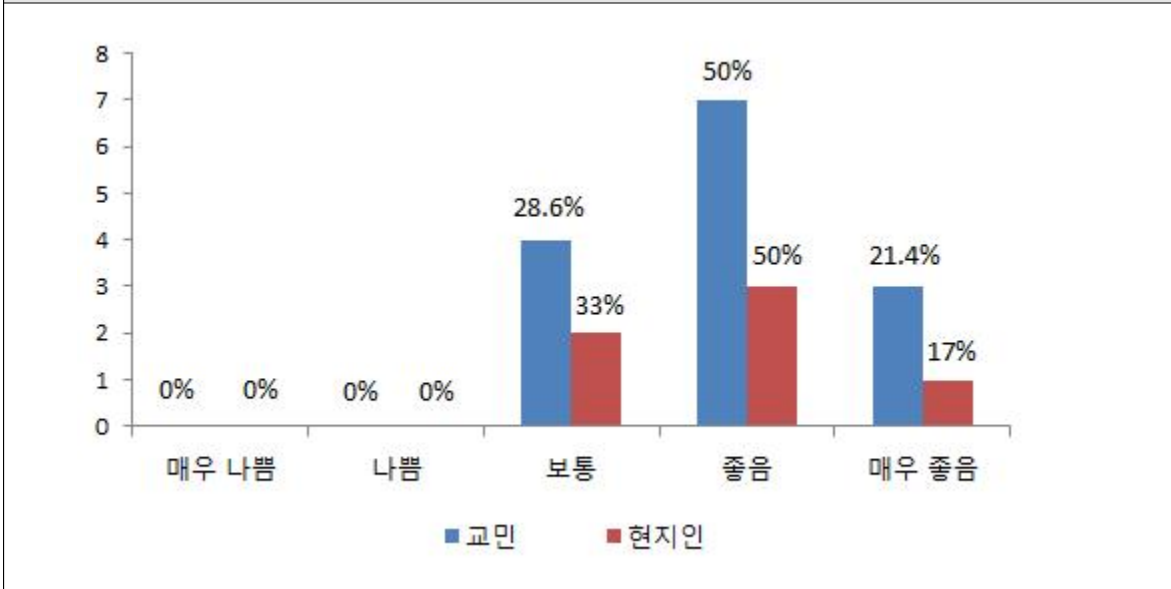


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
매우 저렴함	0	0	0	0	0
저렴함	0	0	0	0	0
보통	4	29	3	50	7
비쌌	9	64	3	50	12
매우 비쌌	1	7	0	0	1
<b>총합</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>20</b>

(건강/영양)

- 교민과 현지인들 각각 71.4%(10명), 67%(4명)로 삼계탕의 영양가를 좋게 판단한 비율이 모두 높게 나타나고 있음
- 이는 삼계탕 수출에 있어서 높은 영양을 가능케 하는 재료와 레시피를 현지에서까지 유지할 수 있는 방법 강구와 ‘웰빙 식품’이라는 메시지 전달이 수반되어야 함을 시사함

문항 2-3. 삼계탕 음식에 대한 선호 요인 : 건강/영양

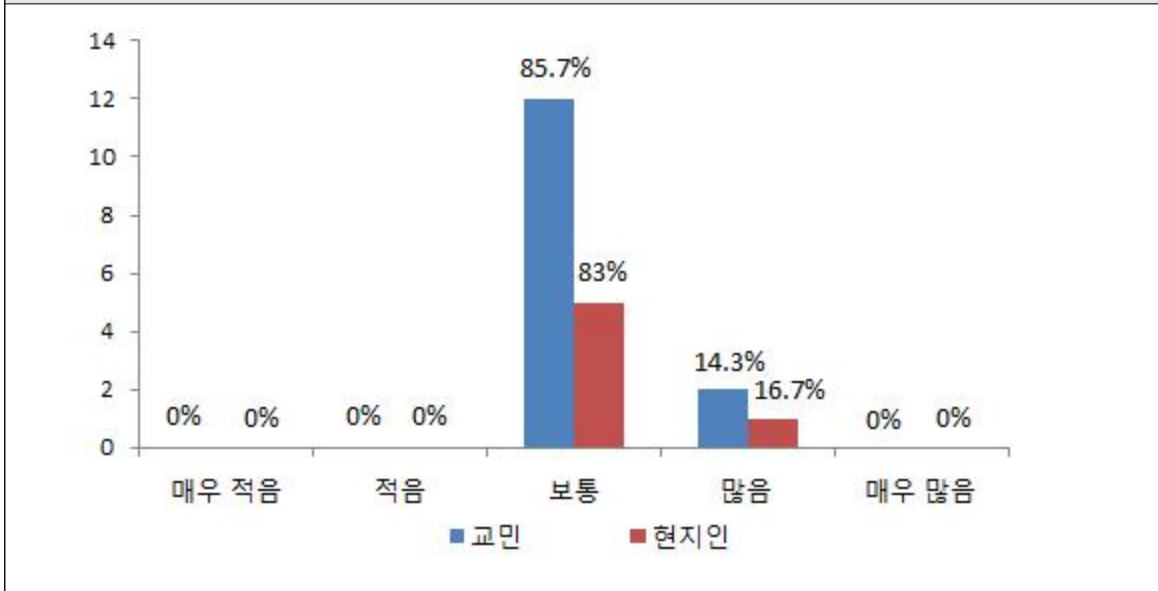


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
매우 나쁨	0	0	0	0	0
나쁨	0	0	0	0	0
보통	4	29	2	33	6
좋음	7	50	3	50	10
매우 좋음	3	21	1	17	4
<b>총합</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>20</b>

(용량/크기)

- 교민과 현지인 모두 양이 적다고 응답한 인원은 없지만, 많다고 응답한 인원도 각각 14.3%(2명), 16.7%(1명)로 적음
- 이는 교민과 현지인 소비자 개개인의 각기 다른 식사량을 충족시킬 수 있는 신축성 있는 양 조절을 위한 방법이 강구되어야 할 필요성을 시사함

문항 2-4. 삼계탕 음식에 대한 선호 요인 : 용량/크기

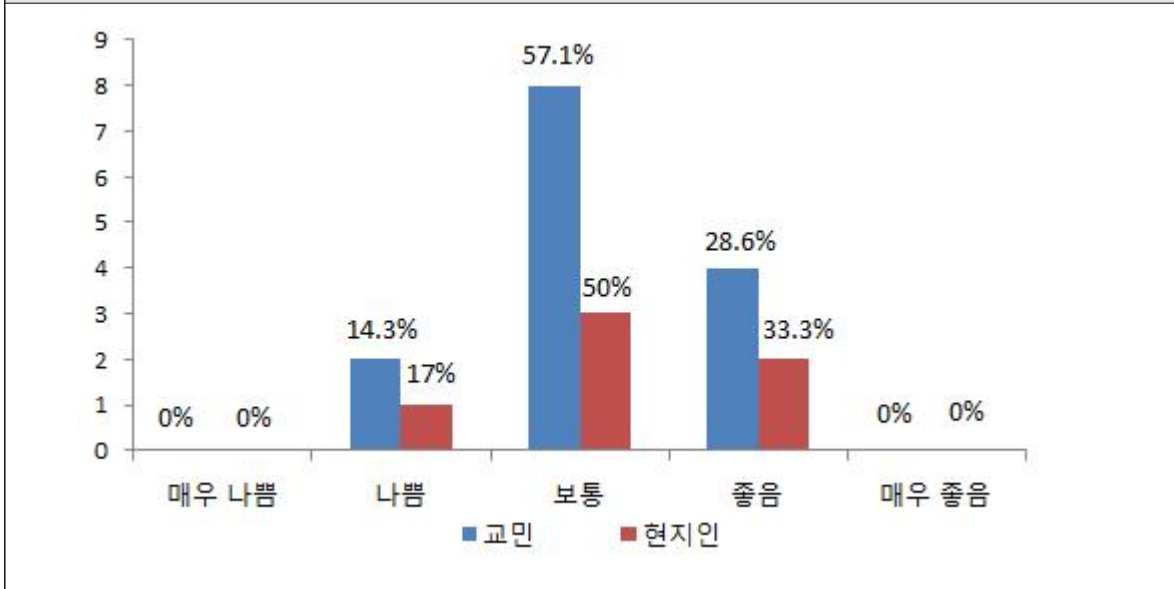


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
매우 적음	0	0	0	0	0
적음	0	0	0	0	0
보통	12	86	5	83	17
많음	2	14	1	17	3
매우 많음	0	0	0	0	0
<b>총합</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>20</b>

(포장/외관)

- 교민과 현지인 모두 외관이 좋다는 비율이 각각 28.6%(4명), 33.3%(2명)로 작게 나타나며, 나쁘다는 비율이 14.3%(2명), 17%(1명)이 존재함
- 이는 삼계탕에 대한 교민과 현지인 소비자들의 소비 욕구를 증진시키기 위해 외관 개선을 통한 이미지 향상의 필요성을 시사함

문항 2-5. 삼계탕 음식에 대한 선호 요인 : 포장/외관

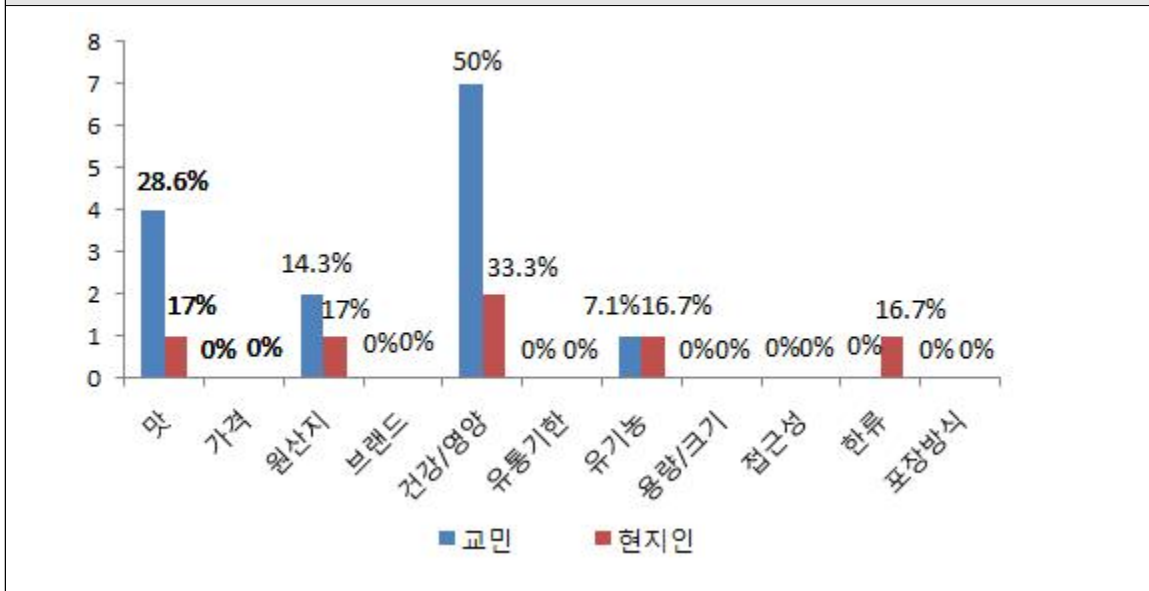


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
매우 나쁨	0	0	0	0	0
나쁨	2	14	1	17	3
보통	8	57	3	50	11
좋음	4	29	2	33	6
매우 좋음	0	0	0	0	0
<b>총합</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>20</b>

○ 장점 : 1순위

- 교민들 중 삼계탕의 장점의 1순위에서 건강/영양, 맛이라고 응답한 비율이 각각 50%(7명), 28.6%(4명)으로 높게 나타났고, 현지인들은 1순위에서 건강/영양, 맛, 원산지, 한류 등이라 응답함
- 이는 교민들과 현지인들 두 집단에서 공통적으로 건강/영양과 맛에 있어서 좋은 평가를 받고 있으므로 삼계탕 수출에 있어서 이러한 장점에 집중하여 해외 소비자들의 입맛을 사로잡고 영양을 풍부하게 할 수 있는 레시피 개발이 수반되어야 함을 시사함

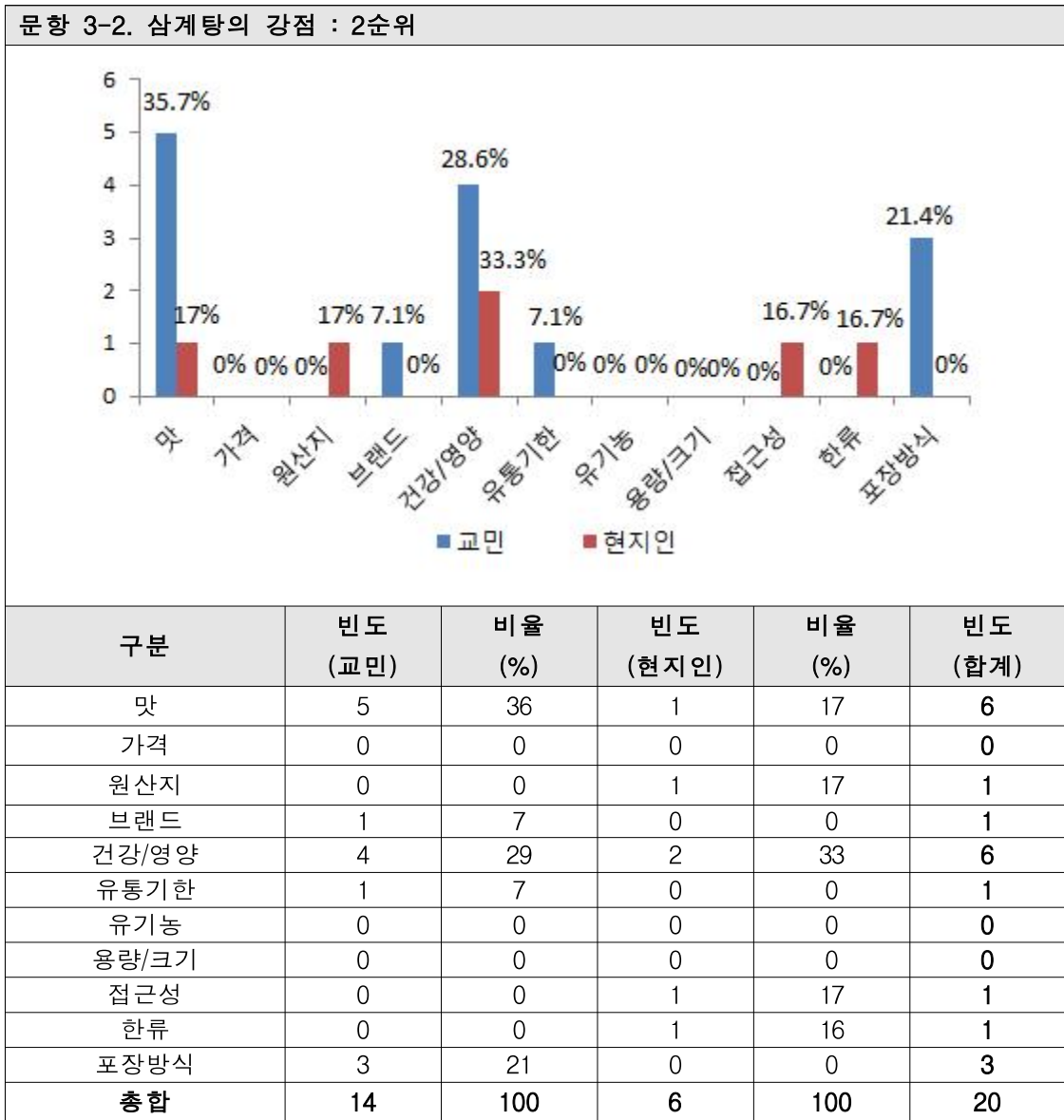
문항 3-1. 삼계탕의 장점 : 1순위



구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
맛	4	29	1	17	5
가격	0	0	0	0	0
원산지	2	14	1	17	3
브랜드	0	0	0	0	0
건강/영양	7	50	2	33	9
유통기한	0	0	0	0	0
유기농	1	7	1	17	2
용량/크기	0	0	0	0	0
접근성	0	0	0	0	0
한류	0	0	1	16	1
포장방식	0	0	0	0	0
<b>총합</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>20</b>

○ 강점 : 2순위

- 교민들에 대한 조사에서는 2순위에서도 건강/영양 또는 맛이라고 응답한 비율이 높게 나타났고 포장 방식이라고 응답한 비율도 21.4%(3명)로 적지 않게 나타났으며, 현지인들에 대한 조사에서는 1순위에서와 같이 건강/영양, 맛, 원산지, 한류 등이 고르게 나타나고 접근성이라는 새로운 응답이 추가됨
- 이는 삼계탕 수출 시 편리성과 외관을 동시에 고려하여 소비자들에게 매력으로 다가갈 수 있는 포장 방식 개발의 필요성과 삼계탕 제품 시장 위치 선정의 중요성을 시사함

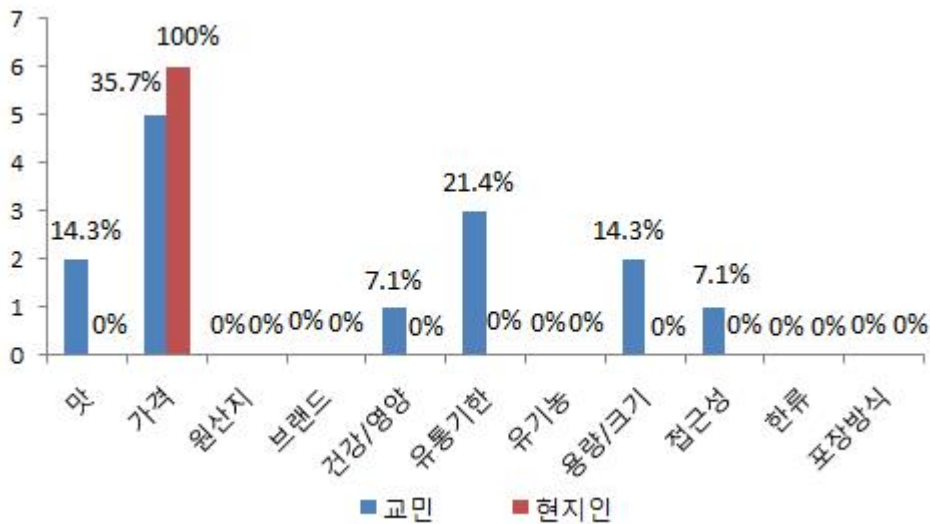




○ 한계점 : 1순위

- 교민들에 대한 조사에서는 1순위에서 가격, 유통기한, 용량/크기가 한계점으로 지적되었고, 현지인들에 대한 조사에서는 1순위에서 가격이 100%(6명)으로 매우 높게 나왔음
- 이는 교민들에게 있어서 한국에서의 삼계탕의 판매가에 비해 수출 판매가가 높아 가격 경쟁력이 떨어지므로 단가 인하의 필요성이 매우 시급함을 보여주며 유통기한을 단기로 하여 신선도를 높이고 삼계탕 용량을 다양화하여 소비자들의 선택의 폭을 넓혀야 함을 시사함

문항 4-1. 삼계탕의 한계점 : 1순위

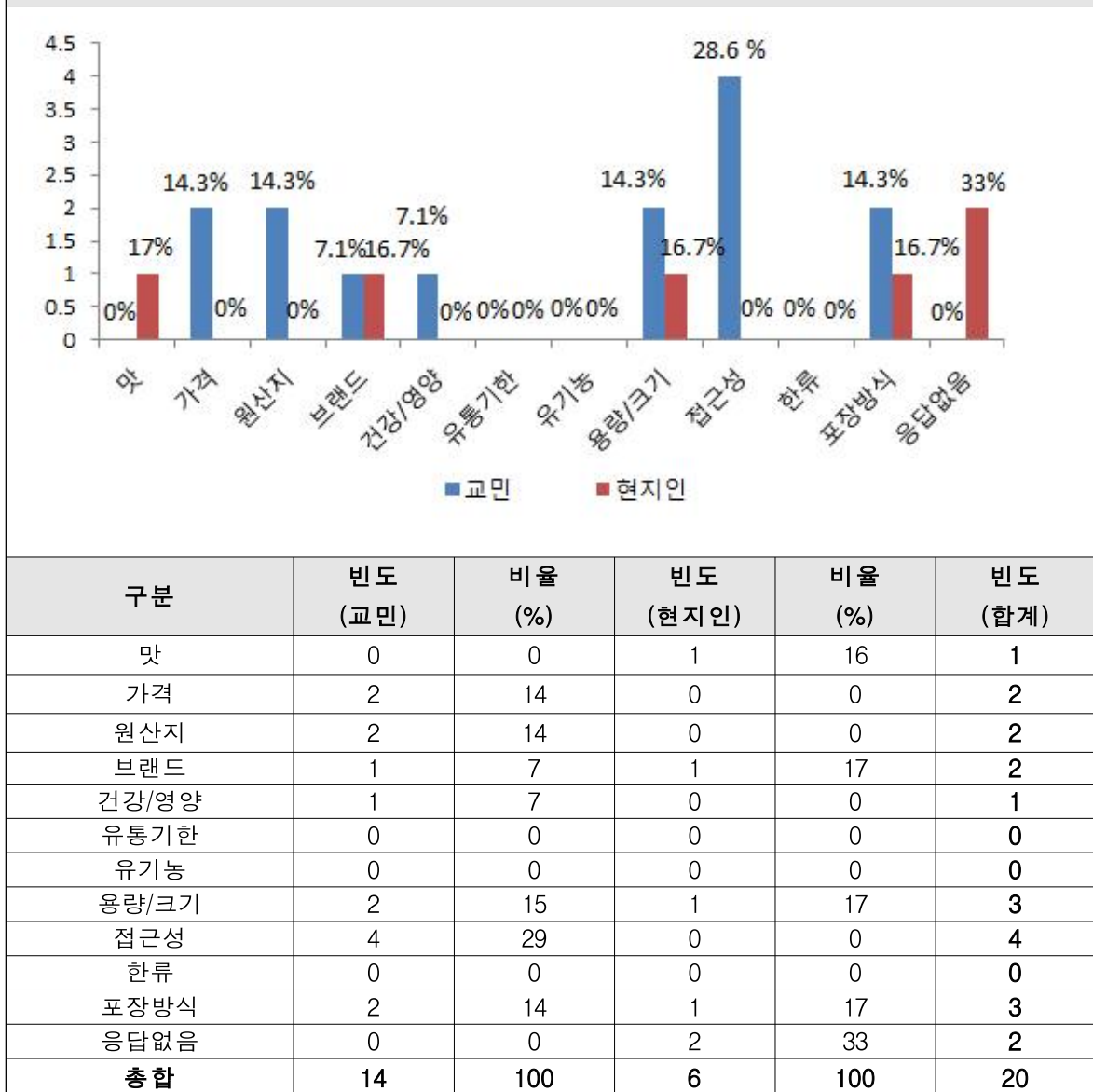


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
맛	2	14	0	0	2
가격	5	36	6	100	11
원산지	0	0	0	0	0
브랜드	0	0	0	0	0
건강/영양	1	7	0	0	1
유통기한	3	22	0	0	3
유기농	0	0	0	0	0
용량/크기	2	14	0	0	2
접근성	1	7	0	0	1
한류	0	0	0	0	0
포장방식	0	0	0	0	0
<b>총합</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>20</b>

○ 한계점 : 2순위

- 교민들에 대한 조사에서는 2순위에서도 가격, 용량/크기라고 응답한 비율이 적지 않게 나타났고 접근성과 포장 방식이라고 응답한 비율이 각각 28.6%(4명), 14.3%(2명)로 추가적인 응답도 나타났으며, 현지인들에 대한 조사에서는 2순위에서 가격 이외에 맛, 브랜드, 용량/크기, 포장 방식 등 다양한 응답이 나타났음
- 위의 설문과 연계하여 보았을 때 접근성이라는 요소가 현지인들에게는 강점으로 평가되는 반면, 교민들에게는 한계점으로 평가되고 있으므로 삼계탕 제품 시장의 위치 선정에 있어서 두 집단의 거주지 분석을 통한 최적 입지 선정이 요구되며 포장 방식의 다양화와 문제점 보완 등의 노력이 수반되어야 함

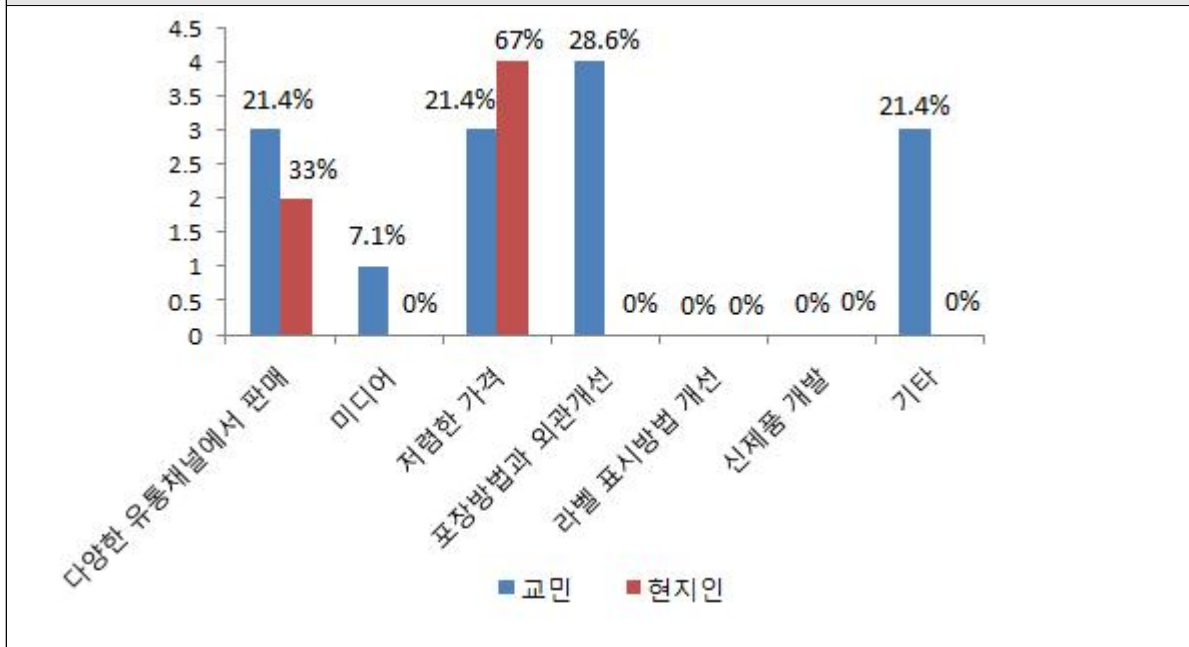
문항 4-2. 삼계탕의 한계점 : 2순위



○ 판매 증진 방안

- 교민들에 대한 응답에서 포장방법과 외관개선이 28.6%(4명)으로 가장 높게 나타났고 다양한 유통채널을 통한 판매와 저렴한 가격에 대한 요구가 교민과 현지인 두 집단에서 공통적으로 나타났으며, 참고할 기타 의견으로 용량/크기 개선과 Halal 인증이 있었음
- 이는 삼계탕 수출 시 외관 개선을 통해 시각적 매력을 향상시키고, 다양한 유통채널을 확보하여 접근성을 용이하게 하며 판매가 인하를 통해 가격 경쟁력을 확보할 필요가 있음을 시사함

문항 5. 삼계탕의 판매 증진 방안



구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
다양한 유통채널에서 판매	3	21	2	33	5
미디어	1	7	0	0	1
저렴한 가격	3	21	4	67	7
포장방법과 외관개선	4	29	0	0	4
라벨 표시방법 개선	0	0	0	0	0
신제품 개발	0	0	0	0	0
기타	3	22	0	0	3
<b>총합</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>20</b>

○ 맛·육질 애로사항

- 맛·육질과 관련된 애로사항은 현지인의 경우 조리법 또는 부재료의 개선을 통한 제품 개발이 필요하다는 것이며, 소비자들에게 보다 풍부하고 정확한 정보를 제공할 수 있는 영문 라벨링에 대한 보완이 필요하다는 것임
- 반면 교민의 경우 닭고기의 신선도에 대한 수요가 높았으며 뼈 이물감이나 인삼향에 대한 개선 요청 의견도 있었음

< 맛·육질 애로사항 >

소비자	구분	애로사항
현지인	조리법	▶ 더 나은 조리법 및 성분을 통한 제품이 개발되었으면 함
	잡쌀	▶ 현재 삼계탕 제품의 잡쌀이 나쁘지 않지만 선호하지는 않기 때문에 다른 종류의 잡쌀을 사용한 제품이 개발되었으면 함
	라벨링	▶ 영양표시, 소비자가 안심할 수 있는 인증정보 등 영문 라벨링의 보완이 되었으면 함
교민	신선도	▶ 신선도가 중요하며 Kampong Chicken(캄퐁치킨)의 유통이 원활하였으면 함 * Kampong Chicken(캄퐁치킨)은 황색 껍질이 특징인 싱가포르 닭으로 옥수수를 사료로 사용하며 자유롭게 방목하여 지방이 적고 건강한 것으로 알려져 있음
		▶ 반계탕 등 소량 판매하더라도 냉동 닭보다는 최대한 신선한 닭이었으면 함
	뼈 이물감	▶ 레토르트 삼계탕 섭취 시 닭고기의 뼈가 잘게 부스러져 살과 씹히면서 좋지 않은 식감을 주는데 이러한 점이 개선된다면 더욱 판매가 잘 될 것임
	인삼향	▶ 인삼의 향이 일정하지 않음

○ 포장·외관 애로사항

- 포장·외관에 관한 교민들의 애로사항은 판매되는 요리가 삼계탕이라는 것임을 알려주는 정보 전달의 정확성과 용기 일체형 등을 통한 식사법의 용이성 보완이 필요하다는 것임
- 현지인들의 경우 대체로 포장·외관에 대해 만족했고, 플라스틱 진공 포장이면 좋겠다는 참고 의견이 있었음

< 포장·외관 애로사항 >

소비자	구분	애로사항
현지인	형태	▶ 포장이 간편하나 플라스틱 진공 포장으로 보완했으면 함
교민	표기	▶ 삼계탕의 제품명, 특징, 원산지 등을 소비자가 식별하기 용이하도록 포장의 화려함보다는 정확성에 초점을 맞추어 표기를 보다 명확하게 하였으면 함
	용기	▶ 그릇일체형 개발 등으로 안전하고 편리하게 옮겨 먹을 수 있는 용기가 보완되었으면 함
	재질	▶ 포장의 견고함을 보완하되 팩으로 된 형태의 경우 단면을 부드럽게 만들었으면 함

○ 유사제품

- 교민들은 대체로 삼계탕과 유사한 제품으로 닭죽을 상기했는데 상대적으로 접근성이 좋으나 식감이 떨어지고, 현지인들의 경우 유사제품이 없다는 의견이었음
- 이는 삼계탕 수출 시 닭죽과의 차별화를 위해 접근성 보완이 필요하며 현지인들이 느끼는 제품의 독특함을 살리기 위해 삼계탕을 그들의 취향에 맞게 현지화하되 한국 고유의 맛을 유지하기 위한 개발이 요구됨을 시사함

< 유사제품 >

소비자	구분	애로사항
현지인	제품의 고유성	▶ 유사제품이 거의 없으며 맛의 특이함과 고급스러움이 느껴짐
교민	닭죽	▶ 한국에 출시되어 있는 닭죽은 삼계탕에 비해 상대적으로 용량이 작아 접근성이 높음 ▶ 현지식 닭죽은 재료가 다져나오기 때문에 삼계탕에 비해 식감이 떨어짐
	일본식 닭수프	▶ 삼계탕이 육수와 닭고기가 함께 포함되어 있는데 반해, 일본식 닭수프는 육수만 포함되어 있다는 차이점이 존재함

○ 기타 애로사항

- 삼계탕의 양이 너무 적거나 많아 반계탕의 형태로 된 제품을 별도로 판매하는 등 판매 용량의 신축적인 조절을 요구하는 교민들의 다수 의견이 있었음
- 추가적으로 인공 감미료와 보존물 첨가에 대한 지적이 있었는데, 재료 변경을 위한 제품 개발 노력이 요구됨

< 기타 애로사항 >

소비자	구분	애로사항
교민	용량	▶ 삼계탕 수출 시 온계탕과 반계탕으로 구분하여 출시하는 등 용량에 대한 소비자들의 선택 범위가 넓어졌으면 함
	재료	▶ 인공 감미료와 오랜 유통기한으로 인한 보존물의 과다 함유로 영양의 측면에서 우려됨
	신선도	▶ 유통기한을 짧게 하여 신선도를 높였으면 함

다. 전문가 의견수렴

조사개요

○ 조사목적

- 싱가포르에서 한국산 삼계탕을 수입 및 판매함에 있어서 애로사항을 파악함으로써 기술수요를 도출하고자 함
- 특히 검역·통관 상 문제를 파악함으로써 수출정책 제언과 연계하고자 함

- 조사시기
  - 2017년 8월 2일, 4일(2일간)

- 조사대상
  - 싱가포르 내 한국식품 수입업체 3곳을 대상으로 하였음

<조사대상 업체>

조사일시	업체명	담당자	특징
2017년 8월 2일	SEOUL MART	Rachel Lee 대표	한국식품수입판매점
	LNC PTE LTD	이종근 대표	
2017년 8월 4일	KORYO TRADING PTE LTD	이수영 주임	

- 조사내용
  - 조사내용은 크게 11가지 부분으로 이루어지는데 1) 삼계탕의 주 소비자, 판매지역, 판매형태, 2) 맛·육질의 애로사항, 3) 포장·외관의 애로사항, 4) 가격경쟁력 관련 애로사항, 5) 유통 또는 마케팅 상 애로사항, 6) 검역 애로사항, 7) 기타 애로사항, 8) 마케팅 방안, 9) 유사제품, 10) 빠없는 삼계탕 관련 선호도, 11) 신제품 개발임

- 조사방법
  - 각 수입업체를 직접 방문하여 질문지를 통해 대면 심층면접조사를 실시하였음

□ 조사결과

- 주 소비자, 판매지역, 판매형태
  - 대체로 한인, 특히 주부층이 주소비층이며 리테일샵과 한인식당 위주로 유통되고 있음
  - 주소비층인 주부층을 집중적으로 공략하되 소비층을 다양화하기 위한 노력이 병행되어야 하며, 빠르게 성장 중인 한인마트 유통 전략을 강화해야 할 필요성이 요구됨

- 맛·육질 애로사항
  - 유통기한에 대한 인식의 차이로 인한 표기에의 문제와 장기간 보존으로 인해 발생하는 품질 상의 문제가 존재함
  - 장기의 유통기한에서 오는 방부제 첨가 및 변질로 인한 문제를 해결하기 위해 유통기한을 단기로 하고, 현지에서 단기의 유통기한이 줄 수 있는 신선함이라는 장점을 시장에 어필할 수 있는 마케팅 전략이 수립되어야 함

- 포장·외관 애로사항
  - 캔팩킹은 부정적인 이미지로 인해 식자재용으로만 이용되고 대부분 레토르트팩킹을 이용
  - 삼계탕 포장 형태의 주를 이루는 레토르트 포장의 접촉의 용이함에서 오는 변질가능성이라는 문제를 해결하기 위해 표지 부착 등의 보완이 수반되어야 함

○ 가격경쟁력 애로사항

- 관련 비용이 높고 시장 경쟁이 치열하지 않아 적정 가격이 유지되어 별도의 애로사항이 존재하지 않음
- 삼계탕의 높은 물류 비용을 절감하여 유통마진을 높이고 가격의 적절한 조절을 통해 시장을 선점할 수 있는 방법을 강구해야 함

○ 유통·마케팅 애로사항

- 한국의 대표 음식으로 인지되며 인기가 높아 별도의 마케팅이 불필요함
- 삼계탕 수출 시 한국이라는 국가 브랜드를 접목시켜 광고 제작과 포장 디자인에 이용하고 조류독감에 대비할 수 있는 재고관리 전략을 수립할 것이 요구됨

○ 검역 애로사항

- 한국의 잦은 조류독감으로 인해 수입 허가 절차가 매우 까다로움
- 삼계탕 수출시 싱가포르 AVA 통관 절차에 철저하게 대비하고 현지 시장에 미칠 수 있는 악영향을 사전에 대비해야 함

○ 수입 과정 상 기타 애로사항

- 삼계탕 수입 초기에 공장 개시 허가 절차가 까다로움
- 삼계탕이 오랜 기간 동안 주기적으로 수입되고 있으므로 현지 수입 전 국내 사전 검역 절차의 수립 및 표준화 등 통관 절차를 간소화하기 위한 노력이 요구됨

○ 판매확대를 위한 효율적인 마케팅 방안

- 할랄 인증을 통해 소비층을 확대하고 식자재용 포장을 추가하는 등 포장 방식을 다양화할 것이 요구됨
- 반계탕이나 삼계탕 닭육수 등 현지의 특성을 고려하여 삼계탕의 용량과 형태를 다양화하는 보완적인 방안이 존재함

○ 기존 삼계탕 유사제품과 비교하여 삼계탕의 차별성

- 유사제품으로서 닭죽이 빈번하게 상기되나 제품군이 달라 비교가능성이 떨어짐
- 직접 비교가능한 제품이 없으므로 삼계탕의 한국 음식으로서의 고유성을 강조하는 홍보 마케팅이 적합함

○ ‘뼈없는 삼계탕’에 대한 현지인 및 기타 소비자들의 선호

- 뼈를 발라먹어야 하는 번거로움이 해결되어 편리성이 높아지며 소아, 노인 소비층을 공략하는 데에 강점이 될 것임
- 뼈없는 삼계탕은 아직 테스트 단계 전이므로 제품 테스트 후 정확한 분석을 통해 효율적인 마케팅 전략을 수립할 필요가 있음

○ 신제품 개발

- 현지 소비자들의 다양한 소비 욕구를 반영하여 다양한 맛을 개발하고 뼈의 형태가 변질되는 문제점을 해결하기 위한 노력이 요구됨
- 소비자용뿐만 아니라 식자재용에 대한 수요도 있으므로 냉동용 포장 개발 등의 포장 측면의 보완책도 마련되어야 함

<전문가 의견>

조사내용		조사업체	의견
주 소비자, 판매지역, 판매 형태		SEOUL MART	▶ 한인과 중국계, 특히 주부층이 주소비층이며 리테일샵과 한인마트 위주로 유통함
		LNC	▶ 한인식당 및 자사 리테일샵을 통해 유통함
		KORYO TRADING	▶ 주부층의 구매경향이 높고 리테일샵, 한인식당, 현지 대형유통업체 납품 중임
애로사항	맛·육질	SEOUL MART	▶ 한국과 현지 소비자들의 유통기한에 대한 태도의 차이로 수입업자들의 유통기한 표기에 애로사항이 존재함
		LNC	▶ 장기간 보존으로 인한 방부제 첨가 및 변질이 우려됨
		KORYO TRADING	▶ 현지 인지도와 로컬 반응이 좋아 별도의 애로사항은 없음
	포장·외관	SEOUL MART	▶ 캔팩킹은 거의 사용하지 않고 대부분 레토르트팩킹 사용함
		LNC	▶ 레토르트 포장은 접촉으로 인한 변질가능성이 높고 캔 포장은 부정적인 이미지로 식자재로만 납품됨
		KORYO TRADING	▶ 현지 소비자들은 레토르트 팩킹을 선호하며 캔팩킹은 생산이 중단됨
	가격	SEOUL MART	▶ 관련 비용이 많아 가격 하한이 존재하여 가격 경쟁이 덜함
		LNC	▶ 해당 제품 시장이 치열하지 않아 적정 가격 유지 중임
		KORYO TRADING	▶ -
	유통·마케팅	SEOUL MART	▶ 한국의 잦은 조류독감 발생으로 수입이 수시로 중단됨
		LNC	▶ 현지 인기가 좋아 별도 홍보가 불필요함
		KORYO TRADING	▶ 현지에서 한국의 대표 음식으로 인식되어 대규모 마케팅이 불필요함
검역	SEOUL MART	▶ 한국의 잦은 조류독감으로 인허가 절차가 까다로우며 수입 시 매번 인허가 받아야 함	
	LNC	▶ 잦은 조류독감 발생으로 수입 시 검역이 까다로움	



조사내용		조사업체	의견
	기타	KORYO TRADING	▶ -
		SEOUL MART	▶ 첫 공장 허가 시일이 오래 걸림
		LNC	▶ 수입 초기 통관 절차가 까다로웠으나 10년 가까이 수입하여 현재는 별도의 애로사항 없음
		KORYO TRADING	▶ -
마케팅 방안	SEOUL MART	▶ 높은 인기로 큰 애로사항은 없으나 할랄 인증을 통해 시장 확대가 가능할 것으로 전망됨	
	LNC	▶ 다양한 포장 방식과 식자재용 제품 보완이 요구되며 반계탕이나 삼계탕 닭육수 등 추가적인 제품 개발을 권장함	
	KORYO TRADING	▶ 할랄 인증을 통해 시장 확대가 가능할 것으로 전망됨	
유사제품	SEOUL MART	▶ 닭죽의 제품군이 달라 단순 비교가 어려움	
	LNC	▶ 현지 닭죽의 가격이 현저히 낮음	
	KORYO TRADING	▶ 현지에 유사제품이 없어 높은 인기를 끌고 있음	
뼈없는 삼계탕	SEOUL MART	▶ 실제 테스트가 요구되며 노인, 소아 등에게 적합할 것으로 예상됨	
	LNC	▶ 순살로 출시 시 식사의 용이성 개선이 기대됨	
	KORYO TRADING	▶ 새로운 제품이 주는 편리함이 상당한 장점이 될 것으로 기대됨	
신제품	SEOUL MART	▶ 다양한 맛 개발과 할랄 인증을 권장함	
	LNC	▶ 식당 납품을 위한 냉동용 삼계탕 개발을 권장함	
	KORYO TRADING	▶ 품질 개선이 요구되고 할랄 인증을 권장함	

### 3. 대만

#### 가. 시장개요

대만의 닭고기 수요는 연간 약 40만톤으로 이 가운데 약 40%가 수입산이다. 삼계탕 수입품목은 별도 수입코드가 없어 한국의 대대만 수출액으로 총 3개 품목을 삼계탕 수입코드로 추정할 수 있다. 3개의 수입코드에 따른 대만의 삼계탕류 주요 수입국은 한국 포함 미국, 태국, 일본, 필리핀, 중국 등 5개국으로 한국이 최대 수입국이다. 이에 따라 삼계탕의 대대만 수입관세는 10~20%이다. 수입 관련 업무는 재정부 관무서(關務署)가, 검역은 위생복지부 식품검역국(食品藥物管理署)에서 담당하고 있다.

경쟁제품은 기본 인삼 삼계탕부터 전복·천경삼·고려인삼·홍삼·웅추·오골계 등 다양한 종류를 판매중이며, 한국기업 총 11개사의 제품이 유통 중인 것으로 확인된다. 유통 현황은 주로 대형마트, 한국식품전문판매점, 온라인마켓 위주로 이뤄지고 있는데, 온라인쇼핑몰이 오프라인 매장보다 유통 제품이 다양하다. 기타 삼계탕 유사제품은 닭죽, 삼계탕라면이 있었으며, 현지 삼계탕 유사제품은 닭으로 만든 탕(雞湯)요리가 일반적이거나, 최근 한국 삼계탕 영향으로 찜닭(燉雞)과 같은 유사제품도 등장했다.

대만 소비자는 수입 제품에 개방적인 편이다. 최근에는 잇단 불량식품 파동으로 안전한 먹거리에 대한 소비가 주요 키워드로 떠올랐다. 또한, 한류로 인해 한식 호감도가 상승했다. 한편, 장기불황과 임금정체 등 원인으로 편의점 규모가 지속 추세이며 이에 따라 레토르트 식품 구입 역시 증가할 전망이다.

최근 닭고기 관련 이슈는 올 2월 조류독감으로 관련 업계에 다소 영향을 받았으며, 최근 3년간 닭고기 수입량 초과로 대만 정부는 올 1.17~12.31일 닭고기 포함 닭고기를 이용한 제조 제품에 추가 관세를 부과키로 했다.

향후 우리기업의 대대만 즉석 삼계탕 수출 확대를 위해 통관절차 및 라벨표기를 주의해야 할 것이며, 현지 판매라이센스를 가진 대리상을 통해 대만 정부에 신고·허가를 취득해야 제품의 대만 내 판매가 가능하다는 점을 유의해 적절한 대리상을 찾아야 할 것으로 판단된다.

## □ 시장규모

- (총괄) 닭고기 수요는 농업위원회에 따르면 연간 40만 톤 이상 소비하며 수입산이 약 40% 이상 차지함
  - 중화민국양계협회에 따르면 2016년 닭고기 공급량은 주당 평균 714만 톤이며 이 가운데 수입닭고기\*는 44.7%를 차지함

\* 2005년부터 닭고기 수입 전면 개방

- 2016년 수입닭고기 수입량은 160,494톤함

- (섭취방식) 닭고기 가공식품을 ‘닭튀김(80.3%)’ 형태로 가장 많이 섭취함

- 산업조사기관인 타이완트렌드리서치(Taiwan Tand Research)에 따르면 닭튀김에 이어 수육(70.3%)\*, 훈제(40.8%), 닭액기스(4.3%), 말린닭고기가루(4.3%), 기타(5.3%) 등 방식으로 사용하고 있음

\* 특별 제작한 탕이나 양념에 재운 후 닭고기를 먹는 방식(滷雞, 鹽水雞)으로, 한국 삼계탕은 대만의 수육이나 탕류에 가까운 음식임

## [ 대만의 닭고기를 이용한 음식 ]

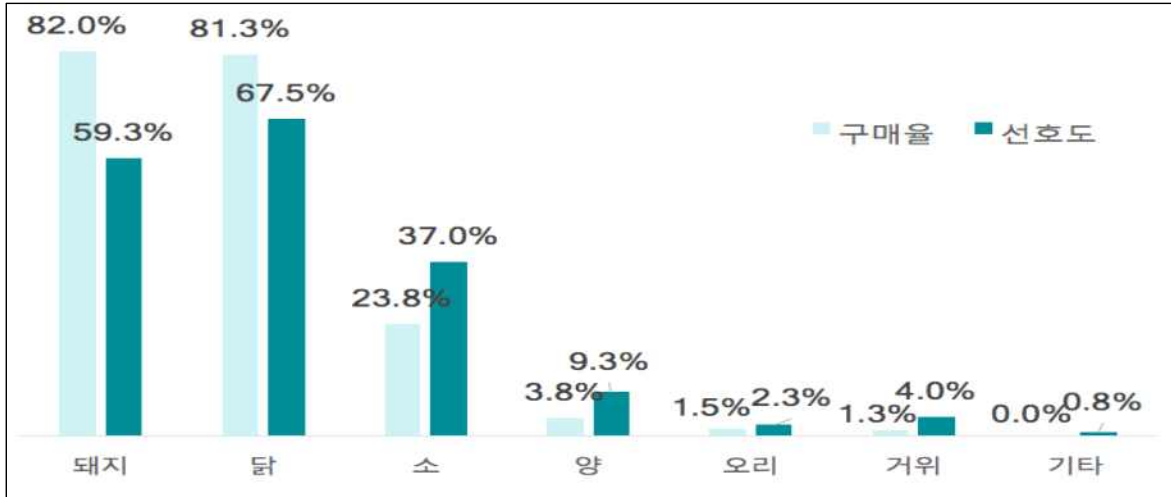
닭튀김 (雞排)	수육 (滷雞)	수육 (鹽水雞)	훈제 (煙燻)	닭액기스 (雞精)	말린닭고기가루 (雞肉鬆)
					

출처: 구글

○ (구매율·선호도) 돼지고기에 이어 닭고기 구매가 잦은 반면, 닭고기를 가장 선호함

- 구매율은 돼지고기(82.0%), 닭고기(81.3%), 소고기(23.8%) 순임
- 선호도는 닭고기(67.5%), 돼지고기(59.3%), 소고기(23.8%) 순임
- 닭고기는 중화권 소비자의 전통적인 식재료 가운데 하나임

[ 대만 소비자 육류 구매율 및 선호도 ]



자료원 : 타이완트렌드리서치(Taiwan Tand Research)

□ 품목개요

○ (중문명) 런선지탕·人參雞湯 혹은 선지탕·參雞湯

[ 대만의 삼계탕 품목 분류, 수입관세율 및 수입규정 ]

HS코드	품 명	관세율 (%)	수입규정
1602.32	닭(갈루스 도메스티쿠스종의 것으로 한정)으로 만든 것	-	-
1602.32.20	가금류의 기타 조제된 또는 보존된 고기	-	-
1602.32.20.204	통조림한 가금류의 기타 조제된 또는 보존된 고기	20	F01, MWO
1602.32.20.909	가금류의 기타 조제된 또는 보존된 고기	20	B01, F01, MWO
2104.10.11.006	액체성인 고기 수프·브로드, 수프·브로드용 조제품	10	B01, F01

주 : 수입규정은 F01(수입상품은 '수입식품검사방법' 규정에 따라 위생복리부식품약품관리서에서 수입검역 실시), B01(수입시 행정원 농업위원회 동식물검역국의 '동식물 검역대상 목록표' 및 관련검역규정에 의해 처리), MWO (중국산 제품 수입 불가)

출처 : 대만 경제부 관무서

○ (HS코드) 대만은 삼계탕 상품코드를 별도로 미분류함

- 삼계탕을 별도 분류한 한국\*과 달리 대만은 삼계탕 품목을 별도로 분류하지 않아 한국의 대대만 삼계탕 수출실적과 비교해 추정

\* 한국의 삼계탕 HS코드 : 1602.32.1010

- 이에 따라 ‘통조림한 가금류의 기타 조제·보존된 고기(HS코드 1602.32.20.204)’, ‘가금류의 기타 조제·보존된 고기(HS코드 1602.32.20.909)’, ‘액체성 고기 수프·브로드 또는 수프·브로드용 조제품(HS코드 2104.10.11.006)’ 등 3개 코드를 삼계탕 제품으로 판단함

○ (관세율) 10~20%

- ‘통조림한 가금류의 기타 조제·보존된 고기(HS코드 1602.32.20.204)’, ‘가금류의 기타 조제·보존된 고기(HS코드 1602.32.20.909)’ 는 관세율 20%임
- ‘액체성 고기 수프·브로드 또는 수프·브로드용 조제품(HS코드 2104.10.11.006)’ 은 관세율 10% 단, 이 코드 제품은 육류 20%이하 포함 제품에 한함

- (관할기관) 통관 관련 업무는 재정부 관무서(關務署)가, 검역은 위생복지부 식품검역국(食品藥物管理署)에서 담당하고 있음

□ 수입현황

○ (수입현황) 즉석 삼계탕 제품은 주로 5개국에서 수입함\*

\* 주요수입국은 수입 점유율 상위 80%이내 국가로 한국 포함 미국, 태국, 일본, 필리핀, 중국 순임

- 수입액은 매년 100만 달러 이상 수준을 유지했으며 2014년 이후부터 증가세를 보이다 2016년은 200만 달러 이상을 기록하였음

[ 최근 5년 대만의 즉석 삼계탕 수입규모 ]

(단위: 천 달러, %)

연도	2012	2013	2014	2015	2016	'16년 국가별 비중
총계	1,141	1,227	1,001	1,277	2,019	-
증감률	-24.5	7.5	-18.4	27.6	58.1	
1602.32.20.204	1	36	60	189	229	韓(74.3), 美(14.1), 필리핀(8.3)
증감률	-87.9	2546.1	66.7	215.0	21.2	
1602.32.20.909	137	202	250	394	571	韓(51.1), 태국(27.9), 美(17.8), 日(3.1)
증감률	-9.6	47.4	23.8	57.6	44.9	
2104.10.11.006	1,003	989	691	694	1219	美(57.8), 韓(17.9), 日(17.2), 中(4.7)
증감률	-25.6	-1.4	-30.1	0.4	75.7	

주 : 총계는 삼계탕으로 추정되는 3개 상품코드의 합산금액으로, 국가별 비중은 추정이 어려움.

출처 : 대만 경제부 국제무역국

○ (한국의 대대만 수출) 대만은 한국의 삼계탕 3대 수출국임

- 2016년 기준 183만 달러 수출로 전년대비 34.4% 증가하였음
- 2013년까지 최대 수출국인 일본에 이어 2위 시장이었다가 한국의 대미 삼계탕 수출이 본격화하면서 3위로 하락하였음
- 국가별 수출 비중은 일본(33.7%), 미국(25.2%), 대만(16.2%), 홍콩(10.1%), 중국(7.5%) 순임

[ 최근 5년 한국의 국가별 삼계탕 수출규모 ]

(단위: 천 달러, %, %)

순번	국가명	2012	2013	2014	2015	2016		
						금액	증감률	비중
전체		12,601	7,905	7,497	9,849	11,287	14.6	100
1	일본	10,480	5,219	3,557	3,503	3,801	8.5	33.7
2	미국	0	0	1,205	3,378	2,849	-15.7	25.2
3	대만	1,201	1,417	1,065	1,363	1,831	34.3	16.2
4	홍콩	581	1,019	998	946	1,135	20.1	10.1
5	중국	0	5	74	12	848	6,815.8	7.5

주: 삼계탕 HS코드 1602.32.1010 기준 통계치

출처 : 한국무역협회(KITA)

## 나. 시장현황

### □ 경쟁제품 현황

○ (판매제품) 기본 삼계탕부터 전복·천경삼·고려인삼·홍삼·옹추·오골계 등 다양한 종류를 판매함

○ (경쟁사) 사조대림, 하림, 화인코리아, 청정원, 아위홈, 수원축협, 체리부로, 청현, 하우촌, 한알천, 진한식품, 고전푸드 등 12개사가 있음

- 하림의 ‘한미불이 삼계탕’ 제품은 온·오프라인 주요 플랫폼에서 가장 활발하게 판매하고 있는 것으로 확인하였음

- 한편, 현지 수입바이어 인터뷰에 따르면 사조대림 ‘삼계탕’ 이 대만에서 가장 오랫동안 인기리에 판매 중이라고 함

○ (유통현황) 즉석 삼계탕 판매는 주로 대형마트, 한국식품전문판매점, 온라인마켓 위주로 이루어지고 있음

- 현지 시장 조사결과 중소형마트에서 판매 중인 즉석 삼계탕은 발견할 수 없었음

### [ 대만의 삼계탕 판매 현황 ]

오프라인 매장		온라인쇼핑몰	한국식품전문판매점
까르푸	RT-Mart	피시홈	한뚜어·韓多
			

출처 : 직접 촬영

○ (오프라인 매장) 백화점·대형마트에서 6개 제품을 판매함

- (용량) 한 마리 제품은 1~1.1kg, 반 마리는 570~600g임
- (가격) 한 마리 제품은 299~450대만달러(한화 11,152~16,785원)이며 반 마리는 299~349NTD(11,152~13,000원)임
- (특이사항) 각 매장은 한국제품 코너를 마련해 한국제품을 별도로 진열하고 있는데 이는 소비자에게 한국 직수입 제품임을 인식시키려는 의도로 판단됨. 한편, 묶음할인 마케팅을 실시하고 있는 곳은 없었음
- (대형마트) 대만 최대 규모의 대형마트인 까르푸(Carrefour·家樂福)는 4개\*, 알티마트(RT-Mart·大潤發)는 2개 제품\*\*을 판매하고 있었으며. 특히 한 마리·반 마리 등 다양한 용량의 제품이 구비되어 있었음
- \* 제품명(제조사) : 반마리삼계탕(체리부로), 반마리삼계탕(하우춘), 제주더큰삼계탕플러스(청현), 한미불이 삼계탕(하림)
- \*\* 제품명(제조사) : 고려손수삼계탕(아워홈), 삼계탕(한일천)
- (백화점) 대만 주요 백화점내 입점한 고급마트인 제이슨마켓(JASON Market)은 하림의 ‘한미불이 삼계탕’ 1개 제품 판매 중이며, 까르푸(349NTD)와 비교해 가격이 비쌌(450NTD).
- (한국식품전문판매점) 삼계탕(사조대림), 진한궁중삼계탕(진한식품), 치키더키홍삼삼계탕(화인코리아) 등 3개 제품을 판매하고 있음

[ 오프라인 유통매장내 즉석 삼계탕 판매 현황 ]

매장명	제품명(제조사)	가격(NTD)	중량(g)	방문매장명
까르푸	반마리 삼계탕(체리부로)	299	600	타이베이 종허(台北中和)지점
	반마리 삼계탕(하우춘)	349	570	
	제주 더큰 삼계탕 플러스(청현)	299	1,100	
	한미불이 삼계탕(하림)	349	1,000	
RT-Mart	고려손수삼계탕(아워홈)	320	800	타이베이
	삼계탕(한일천)	290	1,000	종허(台北中和)지점
JASON Market	한미불이 삼계탕(하림)	450	1,000	타이베이 허핑(台北和平)지점

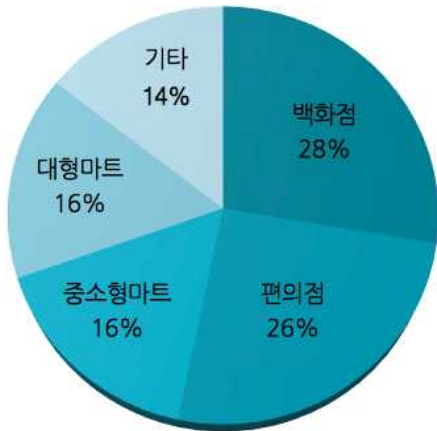
주 : 제품 사진은 보고서 마지막 부분에 첨부

출처 : 직접 조사

※ (참고) 대만의 주요 유통매장

- : 대만 경제부 통계에 따르면 대만 유통매장은 2016년 영업액 기준 백화점(27.7%), 편의점(25.6), 중소형마트(16.4%), 대형마트(15.9%), 기타(14.5%)순임
- : 분야별 주요기업은 2016년 영업액 기준 대형마트는 까르푸·家樂福, RT-Mart·大潤發, 아이마이·愛買, 코트스코·好市多. 백화점은 신광미쯔비시·新光三越, 위안둥·遠東, 타이핑양소고·太平洋SOGO, 웨이핑·微風 순. 중소형마트는 첸렌·全聯, 메이렌샤·美廉社, 딩하오·頂好, 제이슨마켓·JASON Market순, 편의점은 세븐일레븐·7-11, 패밀리마트·全家, 하이라이프·萊爾富, OK 순임

2016년 대만 유통매장 영업액 기준 점유율



구 분	매 장 명 (매 장 수)
대형마트	까르푸(99), RT-Mart(23), 아이마이(17), 코스트코(13)
백화점	신광미쯔비시(13), 위안동(10), 타이핑양SOGO(8), 웨이핑(8)
중소형마트	첼렌(890), 메이렌썬(459), 당하오(226), 제이스마켓(23)
편의점	세븐일레븐(5,107), 패밀리마트(3,057), 하이라이프(1,290), 오케이(867)

주 : 매장수는 2016년 기준치

출처 : 2017대만프렌차이즈연감

○ (온라인쇼핑몰) 대만 3대 쇼핑몰 위주에서 총 10개 제품을 판매하고 있으며 오프라인보다 제품군이 다양함

- (용량) 반 마리는 600g, 한 마리는 800g~1kg임

- (가격) 반 마리는 265NTD(8,200원), 한 마리는 250-650NTD(9,340-24,300원)임

- (특이사항) 오프라인에 비해 다양한 상품을 유통하고 있음

- (피시홈·PChome) 대만 최대 온라인쇼핑몰로 4개\* 제품을 판매함

\* 제품명(제조사) : 한미불이 삼계탕(하림), 천경삼계탕(수원축협), 대장금삼계탕(하우춘), 삼계탕(청정원)

- (야후 치모·Yahoo奇摩) 6개사의 7개 제품\*을 판매함

\* 제품명(제조사) : 한미불이 삼계탕/한미불이 전복삼계탕(하림), 삼계탕(청정원), 한미불이 치키더키 고려인삼계탕(화인코리아), 진한궁중 삼계탕(진한식품), 고전한방 오골계(고전푸드), 고려손수삼계탕(아워홈)

- (모모·momo) 7개 제품을 판매함

\* 제품명(제조사) : 한미불이 삼계탕/한미불이 전복삼계탕(하림), 천경삼계탕(수원축협), 삼계탕(청정원), 델리퀸 전통삼계탕(체리부로), 진한궁중 삼계탕(진한식품), 웅추 전통삼계탕(고전푸드)

[ 대만 온라인쇼핑몰 즉석 삼계탕 판매 현황 ]

매장명	제품명(제조사)	가격(NTD)	중량(g)	홈페이지
피시홈	한미불이 삼계탕(하림)	420	1,000	mall.pchome.com.tw
	천경삼계탕(수원축협)	399	1,000	
	대장금 삼계탕(하우춘)	320	1,000	
	삼계탕(청정원)	399	1,000	
야후 치모	한미불이 삼계탕(하림)	420	1,000	tw.bid.yahoo.com
	한미불이 전복삼계탕(하림)	650	1,000	
	삼계탕(청정원)	329	1,000	
	한미불이 치키더키 고려인삼삼계탕(화인코리아)	300	800	
	진한궁중 삼계탕(진한식품)	250	1,000	

매장명	제품명(제조사)	가격(NTD)	중량(g)	홈페이지
	고전한방 오골계 (고전푸드)	399	1,000	
	고려손수삼계탕(아워홈)	265	600	반마리
모모	한미불이 삼계탕(하림)	340	1,000	www.momoshop.com.tw
	한미불이 전복삼계탕(하림)	527	1,000	
	천경삼계탕(수원축협)	399	1,000	
	삼계탕(청정원)	329	1,000	
	델리퀸 전통삼계탕(체리부로)	364	800	
	진한궁중 삼계탕(진한식품)	220	1,000	
	웅추 전통삼계탕(고전푸드)	239	1,000	

주1 : 삼계탕 관련 주요 키워드(삼계탕·蔘雞湯, 닭탕·雞湯, 한국닭탕·韓國雞湯, 인삼닭탕·人蔘雞湯) 검색 결과

주2 : 제품 사진은 보고서 말미에 첨부

출처 : 각 온라인쇼핑몰 홈페이지

※ (참고) 대만의 주요 온라인쇼핑몰

: PChome(대만 최대 전자상거래 업체), 야후 치모(대만 최대 포털사이트), 모모(대만 최대 TV홈쇼핑)에서 운영하는 온라인쇼핑몰이 시장을 주도

[ 대만 온라인쇼핑 매출액에 따른 역피라미드(2015년 기준) ]

(단위 : NTD)



출처 : KOTRA, '대만 온라인쇼핑시장 현황'

○ (기타 삼계탕 유사제품) 닭죽, 삼계탕라면

- 닭죽은 화인코리아의 '한미불이 치키더키 고려인삼닭죽' 으로 주로 온라인에서 날개·뭉음 포장방식으로 판매함
- 라면류는 팔도의 '삼계탕면' 을 4개들이 뭉음 포장으로 온·오프라인에서 판매함



[ 대만내 한국 삼계탕 관련제품 판매 현황 ]

제품명(제조사)	가격(NTD)	중량(g)	비고
한미불이 치키더키 고려인삼 삼계죽(화인코리아)	109/1개 1,000/10개	280/1개	닭고기 함량 2.8%
삼계탕면(팔도)	125/4개	110g/1개	묵음으로 판매



주 : 제품 사진은 보고서 말미에 첨부

출처 : 야후 치모

○ (현지 삼계탕 유사제품) 닭탕(雞湯)이 일반적이거나 최근 한국 삼계탕 영향으로 찜닭(燻雞)과 같은 유사제품도 등장함

- 대만 삼계탕 유사제품 현황은 현재 유통하고 있는 제품 가운데 인삼토종닭(人蔘土雞湯), 참기름닭탕(麻油雞), 닭액기스탕(滴雞湯), 동충하초오골계(冬蟲夏草烏骨雞), 인삼대추삼계찜닭(蔘棗燻雞) 등으로 조사
- 대만인은 닭을 탕으로 섭취하는 방식이 한국인과 상이함\*
  - \* (대만인 닭탕류 식습관) 닭고기·참쌀죽 등 주재료를 먹는 한국인과 달리 대만인은 닭·오리를 한약재와 함께 오랜 시간 끓인 탕을 주로 마심. 한편, 여름에도 뜨거운 삼계탕을 먹는 한국과 달리, 겨울인 11~2월 몸보신용으로 탕을 섭취
- 닭을 끓여 나온 액기스를 마시는 것이 일반적이며 삼계탕에 비해 기름이 많고, 구기자·대추·천마·당귀 등 한약재를 함께 넣어 끓임.
- 한 마리째로 넣는 한국산 삼계탕과 달리 닭고기를 토막 형태로 포장
- 마케팅시 HACCP, IS 22000, TAP생산이력 등 인증 취득을 강조하며 안전한 먹거리라는 이미지를 구축하려는 노력이 엿보임.
- 오골계·토종닭을 유기농 용법으로 키워 개인사업자 판매하는 제품의 경우 가격이 비교적 비싼 편
- 한편, 한국 삼계탕 영향으로 찜닭(燻雞)이라는 이름으로 닭고기를 한 마리째로 판매, 탕보다 닭고기를 먹도록 하는 삼계탕 유사제품도 등장

[대만의 한국산 삼계탕 유사제품 현황]

제품명(제조사)	이미지	가격(NTD)	중량	비고
인삼토종닭탕 (리루이·立瑞 축산)		1,398	2.5kg	- 기본 삼계탕을 비롯해 구기자, 노루궁뎅이버섯 등 맛의 닭탕 판매 - 제조사는 양계장 운영기업 - 포장은 종이팩내 PP팩으로 별도 포장(1개에 총 2팩)
참기름닭탕 (야팡·雅方)		59	350g	- 대만의 대표적인 닭 탕요리 가운데 하나 - 야팡은 탕요리를 간편하게 먹기 위해 본 제품과 같은 용기 포장으로 다양한 제품 출시
닭액기스탕 (동청·東靑식)		1,890	80cc /1팩	- 닭고기와 한약재를 넣어 16시간 고아 만든 닭 액기스 제품

제품명 (제조사)	이미지	가격 (NTD)	중량	비고
품)				- 한 상자에 총 10팩 포함
동충하초오골 계탕 (타이탕·台糖)		2,990 /6개	2.2kg	- 동충하초, 당귀, 황기 등 한약재를 넣어 오골계와 삶은 후한 마리째 넣음. - 종이팩내 PP비닐포장으로 별도 포장
인삼대추삼계 찜닭 (푸통· 富統식품)		888 /2개	2.5kg /1개	- '15'·'16년 닭탕 관련 빈과일보·蘋果日報 주최 온라인쇼핑몰 인기제품상 수상(빈과일보 주최) - 대추 포함, 금선련, 아가리쿠스 버섯 등 다양한 종류 판매

자료원 : 피시홈

#### □ 시장 트렌드

##### ○ 대만 소비자, 수입 제품에 개방적

- 개방적 시장구조의 대만은 각국 유명 브랜드의 중국·동남아 시장 진출 테스트마켓 역할을 할 정도로 경쟁이 치열한 편
- 한편, 최근 장기불황·임금정체로 나를 위한 소비를 하는 이른바 ‘작은 사치’가 부상하며 수입 식품 및 과자류 판매 증가

##### ○ 잇따른 불량식품 파동으로 안전한 먹거리에 대한 소비 중요시

- 2014년 공업용 폐식용유 사건으로 200여 개 기업이 연루돼 이를 시작으로 대만 소비자의 대만산 식품에 대한 불신이 시작됨.
- 이에 따라 외식이 보편화된 대만 시장내 직접 요리해 먹으려는 소비자도 증가
- 비싸더라도 신뢰할 수 있는 친환경·유기농 제품에 대한 소비자의 구입 역시 이어짐.

##### ○ 한류로 인한 한식 호감도 상승

- 최근 대만의 한류는 초기 드라마, K-POP 한류 스타에 기반한 콘텐츠·팬덤 한류 위주에서, 한국어 배우기나 한국 음식 및 식품 등에 대한 관심으로 확산되면서 문화적 이해를 증진할 수 있는 방향으로 발전하고 있음.
- 과거 대만은 한류가 중국·동남아를 시작으로 전 세계로 뻗어나갈 수 있었던 발상지였음.
- 대만은 상대적으로 시장규모가 작아 한류 확산 거점으로서 색이 바랬다고 생각할 수 있으나, 대만은 한국의 5위 외래관광객 유치 시장(2015년 기준, 중국·일본·미국·홍콩·대만 순)이자 8대 수출시장

(2016년 상반기 기준)으로 중요한 곳임.

- 기존의 대만 내 한식당은 대개 개인(한국 화교나 재대만 교민)이 운영하는 식당이 많았으나, 최근 들어 한국 프랜차이즈 진출이 활발해지고 대만인이 운영하는 한국 음식점도 다수 등장, 매장 인테리어도 세련되게 꾸며 고급화 되는 추세

○ 편의점 규모 지속 확대로 레토르트 식품 구입 확대 추세

- '세 걸음마다 세븐일레븐, 다섯 걸음마다 패밀리마트'라는 말이 있을 정도로 대만 내 편의점은 곳곳에 위치\*
- \* 경제부 통계에 따르면 2016.5월 말 기준 대만 내 편의점 수는 총 1만199개 점(한국 '3만 개'의 1/3 수준)
- 경제부에 따르면 2016년 대만 편의점 연매출은 약 3,000억 NTD(11조2000억 원)을 넘을 전망이며, 매출액은 2015년 2,950억 NTD를 기록, 2011년 대비 20% 증가하는 등 매년 성장세
- 최근 근로기준법 개정에 따른 인건비 상승으로 외식비 역시 덩달아 증가해 대만 소비자의 편의점 이용률도 늘었으며, 간편식품류·도시락 등 레토르트 제품 소비 증가 전망

□ 최근 이슈

○ 올 2월 조류독감으로 업계 영향

- 가금류 4만 마리\*를 살처분하고 대만 전역서 7일간 도축·운송을 금지
- \* 닭 12,563마리, 오리 28,452마리, 거위 587마리
- 조류독감으로 당시 가금류 소비 30% 가량 줄고 가격 하락
- 대만은 우리나라와 같이 매년 조류독감·구제역 발생 지역으로 2003년 첫 발생을 시작으로 2013년 중국발 조류독감 사태이후 정부는 강도 높은 방제 조치를 시행하며 방제

○ 최근 3년간 닭고기 수입량 초과로 올 1.17~12.31일 추가 관세부과

- 2003년부터 대만 정부는 매년 기준수량 외 외국산 수입량이 급증할 경우 14개 민감성 농산품\*에 추가 관세(기존 과세의 33.3%)부과
- \* 쌀·땅콩·배·설탕·마늘·펜랑·닭고기·우유·말린 버섯·유자·감·말린 원추리·동물 내장·돼지 복부 및 갈비살 등 14개 품목
- 올 6.9일부터 삼계탕 해당 품목인 기타 닭고기\* 추가 관세 실시
- \* 민감성 농산품 내 해당 닭고기 HS코드 : 닭다리 및 닭날개(02071311, 02071411, 02109912, 16023210), 기타 닭고기(02071100, 02071200, 02071319, 02071419, 02109919, 16023220)

※ (참고) 대만의 특별긴급관세(SSG ; Special Safeguards) 조치

: 대만 재정부에 따르면 2012~2014년 기준 '기타 닭고기'의 평균 소비량은 211,123톤, 평균수입량은 1,216톤, 시장점유율은 0.58%, 기준율은 125%, 소비변동량은 -3,655톤 기준수량은 1,276톤임.

: 기준수량은 지난 3년간 평균 수입량\*기준율+당해년도 소비변동량으로 합산

: (관련 URL)

[http://gazette.nat.gov.tw/EG\\_FileManager/eguploadpub/eg023011/ch04/type1/gov30/num3/images/Eg01.pdf](http://gazette.nat.gov.tw/EG_FileManager/eguploadpub/eg023011/ch04/type1/gov30/num3/images/Eg01.pdf)

□ 검역 및 통관 절차

○ (통관절차) 서류제출→서면심사→견본발취 심사→수입하기증 발급→통관완료

- 한국산 삼계탕은 일반 발취 검사로 실시하고 있으며 발취확률은 1~5%로 낮은 편

○ (라벨표기) 식품위생법 17조 및 수입식품검사법에 따라 식품 포장 상단에 증문으로 표기해야 함

- (필수 표기 사항) 제품명, 성분, 용량, 식품첨가물 명칭, 수입사 정보(주소, 연락처 등), 제조사 및 수출사 정보(명칭, 연락처), 제조일자, 유통기한, 기타 주관기관 공고사항
- (실제 제품상 표기내용) 제품명, 성분, 용량(고형량 포함), 제조일자, 유통기한, 보존방법, 제조사 정보(주소), 수입사 정보(주소, 연락처) 조리방법, 영양표시 등
- (라벨링) 1. 한국어로 인쇄된 포장지에 스티커 형태로 붙이는 방법, 2. 포장지에 한국어·중국어 함께 인쇄 3. 중국어로만 포장지 인쇄

[판매중인 즉석 삼계탕 증문 라벨링 현황]



자료원 : 직접 촬영

○ 대만 시장 수출은 현지 판매라이센스를 가진 대리상을 통해 대만 정부에 신고·허가를 취득해야 제품의 대만 내 판매가 가능함.

- 수입 검역 및 통관 일체 사항은 대만 측 대리상과 협의로 해결해야하며,
- 한국기업의 요청사항에 적극적인 태도를 취하는 대리상을 찾는 것이 이상적임.

## 다. 현지바이어 인터뷰

한국식품 전문 수입바이어를 대상으로 방문인터뷰를 실시했다. 방문기업은 기업간거래(B2B) 위주 한국식품 전문수입기업, 기업대소비자 거래(B2C) 위주 한국식품 전문판매점, 대만내 즉석삼계탕 판매경력 갖춘 한국 식품 전문 유통기업 등 3곳으로, 이에 따라 한국산 즉석 삼계탕에 대한 업체·식당·소비자의 반응을 파악했다.

인터뷰를 바탕으로, 대만인 소비자는 진한 국물 맛을 선호하며, 사조대림사의 삼계탕에 대해 긍정적 반응을 보인다고 밝혔다. 포장방식은 현재 상태도 만족스럽다는 답변이었지만, 수입과정이나 유통시 외부 압력으로 닭고기가 분해되거나 형태가 부서지는 등 애로사항이 있었다. 한편, 최근 대만 내 한국식품 다수 진출로 경쟁이 치열해 지고 있으며 가격은 제품 경쟁력을 갖춰야만 경쟁이 가능한 상황이다. 한편, 닭 한 마리가 통째로 들어있는 삼계탕에 대한 소비자 인식이 강해 뼈 없는 삼계탕은 다소 부정적인 반응을 보였다. 향후 한국 직수입 제품임을 강조하거나 부재료를 추가 첨가, 타겟 소비자층을 구체화 하는 등의 방법으로 신제품 개발을 실시해야 할 것이라고 조언했다.

### (A사) 기업간거래(B2B) 위주 한국식품 전문 수입

- (업체개요) 대만 전역에 위치한 한국식품소매점이나 한식당에 한국식품을 전문납품 업체
- (취급제품) 사조대림, 진한식품 등 2곳의 즉석 삼계탕 수입
- (맛/육질) 사조대림 삼계탕의 경우 진한 국물 맛을 선호하는 대만 소비자 입맛에 맞춰 8년째 판매 중으로 가장 반응이 좋은 편
- (포장방식) 포장내 제품의 손상을 줄이는 방안을 연구할 필요 있어
- (포장디자인) 현재 포장디자인은 천편일률적으로, 한류가 젊은세대를 중심으로 사랑받고 있는 점을 감안한 개선이 필요
- (가격경쟁력) 대만 소비자에게 인정받은 제품 위주로 수입을 진행하고 있어 현재 가격은 안정적인 편. 한편 대만 소비자는 포장디자인보다 제품량·가격을 더욱 중요시함.
- (유통/수입) 수입진행·유통시 포장 내 닭고기가 으스러지거나 분해되는 문제가 발생하기도. 이는 반품으로 이어져 온라인 판매가 어려움
- (마케팅) 한국식품의 인기로 한국에서 직수입한 제품임을 강조
- (유사제품) 대만내 유사제품에 비해 한국 삼계탕은 인삼을 넣어 맛이 담백함
- (신제품제안) 대만 소비자는 가격을 구입조건 가운데 가장 중요시하기 때문에 진입희망제품은 가격경쟁력 부분을 신경써야함.

(B사) 기업대소비자 거래(B2C) 위주 한국식품 전문판매점

- (업체개요) 오프라인 매장(타이베이지·타이중시)과 온라인(피시홈·PCHome 외 6곳)을 중심으로 소비자를 대상으로 한국 식품류 판매
- (취급제품) 사조대림의 즉석 삼계탕 수입. 타제품 역시 판매한 적이 있으나 사조대림 제품의 소비자 반응이 안정적으로 이어짐.
- (맛/육질) 대만 소비자는 진한 국물맛을 선호
- (포장방식) 운송시 압력이 가해져 눌릴 경우 내부 닭고기가 부서지는 문제 발생. 해외 수출 제품은 이에 대한 개선점 강구 요청
- (가격경쟁력) 기존의 판매 제품의 가격대와 비슷해야겠지만, 사조대림 제품의 예를 들어, 소비자에게 인정받은 제품은 가격대가 약간 높아도 구입하려는 경향 보인다고 전함
- (마케팅) 대만인은 명절·연말시 선물을 주고받는 소비경향. 이에 따라 선물세트 묶음판매 마케팅이 필요
- (수입/검역) 즉석 삼계탕의 경우 별다른 애로사항은 없으나, 최근 한국산 식품의 수입 증가로 당국은 중문 라벨 표시 관련 검역을 엄격히 실시. 수출기업은 대만 규정에 맞는 중문 성분 표기가 반드시 필요
- (마케팅) 먹거리는 눈으로 실물을 확인하거나 먹어봐야 신뢰가 더해져 대만인 소비자가 한국산 즉석 삼계탕을 시식해볼 기회를 자주 마련해야 함.
- (유사제품) 한국 삼계탕은 대만의 유사제품보다 느끼한 맛을 줄였다는 차이점이 있음. 또한 닭 한 마리를 통째로 인삼·대추 등 좋은 재료에 푹 삶았다는 이미지가 있어 뼈 없는 삼계탕 구매의향 높지 않을 것으로 판단
- (신제품제안) 영유아·노년층을 위해 육질을 더욱 부드럽게 한 제품을 출시하길 건의

(C사) 대만내 즉석삼계탕 오랜 판매경력의 한국식품 전문 유통기업

- (업체개요) 대만 시장내 B2B·B2C 병행, 20년 가까이 삼계탕 수입해 판매
- (취급제품) 사조대림 삼계탕, 화인코리아의 치키더키 홍삼삼계탕 등 2개
- (포장방식) 현재 후살균진공포장이 견고하고 유통에도 용이
- (가격경쟁력) 최근 한류의 인기로 한국 식품 수입이 급증함에 따라 한국산 즉석 삼계탕 판매 경쟁이 치열해짐. 온오프라인의 B2C 시장은 이미 포화상태라고 봄.
- (수입) 최근 한국산 닭고기 수입 증가로 대만 당국이 설정한 수입제한량을 초과해\* 관세가 올라 가격 상승 불가피한 상황  
\* '최근 이슈' 부분 참고
- (마케팅) 먹거리는 눈으로 실물을 확인하거나 먹어봐야 신뢰가 더해져 대만인 소비자가 한국산 즉석 삼계탕을 시식해볼 기회를 자주 마련해야 함.
- (소비자반응) 한국 삼계탕은 먹어 본 소비자는 재구매로 이어지는 편으로 내용물 품질이 우수하다는 인식이 있음. 대만인 소비자는 맛 좋고 우수한 식품에 구매력 갖춘 편. 특히 '뼈없는 삼계탕'의 경우 주요 판매처인 한식당 납품 어려울 것으로 판단
- (신제품제안) 대만 소비자는 닭탕류에 진한 맛이 우러난 국물을 선호하는 경향. 이에 따라 향후 신제품 출시할 경우, 부재료가 많아 가성비 가 뛰어나다는 인상을 심어줄 필요 있음

**라. 소비자 설문조사**










대만 소비자는 대체적으로 한국산 삼계탕을 선호하는 편이다. 선호하는 이유로는 건강·영양, 맛 요인이 가장 크게 작용했다. 한편, 가격과 용량은 부정적 요인으로 밝혔다. 향후 대만 시장에서 적극적인 마케팅과 시장 내 제품 유통 확대 등이 필요하다고 언급했으며, 젊은층을 대상으로 한 최신 트렌드를 반영한 포장 디자인 변화도 필요하다고 전했다. 한편, 대만 내 삼계탕 유사제품은 없다는 응답이 많아, 대만 내 닭 관련 탕 제품과 한국산 즉석 삼계탕은 다르다는 인식을 가지고 있는 것으로 파악된다.

- 설문기간 : '17.8.17~20일
- 설문대상 : 18~65세의 대만 소비자
- 유효표본 : 20명
  - 성별 : (여성) 75%, (남성) 15%
  - 연령대별 : (18~29세) 60%, (30~39세) 35%, (40~55세) 5%
- (참고) 소비자 설문지는 보고서 끝에 첨부

**설문결과 분석**

- (선호도) 대만 소비자 한국산 삼계탕 선호
  - 한국산 삼계탕을 선호한다고 응답한 비중은 95%로 응답자 대부분이 한국 삼계탕에 긍정적 평가
- (선호요인) 건강·영양, 맛, 용량·크기, 가격, 포장 순
  - 요인별 선호도 조사에는 ‘건강·영양’ 요인에서 ‘매우 좋다’ 라는 응답이 가장 많았음(85%).
  - 이어서 ‘맛’ 부분에서 ‘좋다’ 고 85%가 응답
- (긍정적요인) 한국 즉석 삼계탕의 담백한 맛과 영양식이라고 보편적으로 인식
  - ‘맛’ 이 1순위, ‘건강·영양’ 은 2순위로 선택
  - ‘맛’ 에 대한 개선사항으로는 ‘보다 부드러운 육질’, ‘건강·신선한 닭고기 사용’, ‘한약재료 추가 첨가’, ‘제품의 다양한 개발’ 등을 꼽았으며, 삼계탕의 인삼 맛에 대한 평가는 의견이 갈렸음.

**삼계탕 선호도·이미지 기상도**

	건강·영양	맛	용량·크기	가격	포장
선호도					
	맛	건강·영양	가격	용량·크기	
이미지					

- (부정적요인) 비싼 가격과 많은 양이라는 평가
  - ‘가격’ 이 1순위, ‘용량·크기’ 는 2순위로 선택
  - 이밖에도 ‘접근성’ 을 꼽은 응답자도 다수로 확인됨.
- (판매증진방안) 대만 시장에서 적극적인 마케팅이 필요하며 제품의 다양한 접촉경로 확보가 필요
  - ‘삼계탕의 판매증진방안’ 에 대한 질문에는 미디어를 통한 광고(40%), 다양한 유통채널 판매(30%)이 필요하다고 응답
  - 삼계탕 구매접취시 애로사항으로 ‘구매가 어렵다’ 라고 응답기도
- (포장개선사항) 최신 트렌드를 반영한 포장 디자인 개발해야
  - ‘포장/외관’ 에 대해 젊은이의 눈높이에 맞춘 포장디자인으로 개선이 필요하다는 의견이 다수
  - 이밖에도 ‘인증 표기 강화’, ‘한국산 제품임을 강조’, ‘정확한 중문 성분표기로 믿고 먹을 수 있는 먹거리 인식 확보’ 등의 의견이 있었음.
- (유사제품) 대만내 판매중인 닭 관련 탕 제품과 한국산 즉석 삼계탕은 다르다고 인식
  - 응답자 가운데 절반 이상이 대만 내 판매중인 한국 삼계탕 유사제품이 없다고 대답
  - 대만 현지서 닭을 이용한 탕요리와 삼계탕과는 다른 음식이라는 판단

#### 마. 시사점

##### 수출·마케팅 전략 및 포장 개선 관련 의견 제안

- 닭고기는 대만 소비자가 가장 선호하는 육류 가운데 하나로 한국 삼계탕 역시 대체적으로 긍정적인 평가
  - 현지 유사제품이 있기는 하지만 대만인에게 삼계탕은 한국의 독특한 음식이라는 인식이 대다수
  - 제품 포지션이 비교적 명확하므로 타겟 소비층에 따른 상품 다양화가 필요할 것으로 판단
- 운송시 내용물의 손상을 최소화 할 수 있는 포장법 개선 요구도
  - 현지바이어 인터뷰 결과 질소 포장 등 기술적 측면의 애로사항은 없으나 운송시 간혹 내용물에 손상을 입어 판매가 어려운 경우가 발생
- 전통적인 이미지와 최신 트렌드를 반영한 포장 디자인 개발 필요
  - 삼계탕이 몸에 좋고 영양가 있는 음식이라는 인식은 이미 보편적임.
  - 한류에 비교적 민감한 젊은층 시장을 겨냥하기 위해 트렌드를 반영한 새로운 포장 디자인을 요함.
- 현지인 입맛에 최적화된 탕 개발해야
  - 소비자 설문조사 결과 ‘맛’ 부분에서 삼계탕의 인삼 맛에 대한 평가는 호불호가 갈리는 편이었음.
  - 이에 대한 후속 조사가 필요할 것으로 판단
  - 조사 후 현지인 입맛에 맞도록 탕맛을 조절해도 좋을 것으로 전망



□ 시장 확대를 위한 제안

○ 유통시장 확대하고 적극적인 홍보 뒤따라야


- 소비자 설문조사 결과 삼계탕을 선호하나 구입이 어려웠다는 의견이 다수였음.
- 시장조사 결과 역시 오프라인 매장보다 온라인쇼핑몰 내 유통 제품이 다양했는데,
- 삼계탕 섭취 경험이 필요한 대만 소비자에게 온라인쇼핑몰 확대는 다소 이른 것으로 판단됨.
- 소비자 조사결과 ‘용량·크기’ 면에서도 부정적 요소로 꼽았는데, 이미 반마리 삼계탕을 판매하고 있으나 이에 대한 마케팅이 부족으로 소비자가 알지 못하는 것으로 보임.
- 특히, 최근 대만 유통시장은 1인 가구·소규모 가구 증가, 외식비 축소 등으로 중소형마트·편의점 이용이 늘고 있는데,
- 이를 반영해 오프라인 유통을 늘려 소비자 구입 경험을 늘릴 필요가 있으며, 시식행사 등 이벤트를 통해 홍보 역시 강화할 필요가 있음.

○ 한국 제품 이미지 개선을 위한 장기적인 노력 필요

- 대만 소비재 시장에서 한국 제품의 종류가 다양해지고 소비자 접근성도 높아지고 있으나 아직까지는 품질과 브랜드 가치는 낮고 가격은 비싼 편이라는 고정관념이 유지되고 있음

○ 대만 내수시장 진입시 품질에 대한 홍보를 강화하고 소비자가 수용 가능한 가격대를 맞추기 위한 노력이 필요

※ (참고1) 대만 내 판매중인 즉석 삼계탕 이미지

구분	(제품명) 반마리 삼계탕(체리부로)	
	앞면	뒷면
오프라인 매장		
	반마리 삼계탕(하우촌)	
		
	제주 더큰 삼계탕 플러스(청현)	
		

구분	(제품명) 한미불이 삼계탕(하림)	
오프라인 매장	앞면	뒷면
		
	고려손수삼계탕(아워홈)	
		
오프라인 매장	삼계탕(한알천)	
		
구분	삼계탕(사조)	진한공중 삼계탕(진한식품)
오프라인 매장 (한국 식품 전문 판매점)		
	치키더키 홍삼 삼계탕(화인코리아)	
		
온라인 쇼핑몰	한미불이 삼계탕(하림)	천경삼계탕(수원축협)
		

구분	대장금 삼계탕(하우촌)	삼계탕(청정원)
온라인 쇼핑몰		
	한미불이 전복삼계탕(하림)	진한궁중 삼계탕(진한식품)
		
	고려손수삼계탕(아워홈)	델리퀸 전통삼계탕(체리부로)
		
구분	웅추전통 삼계탕(고전푸드)	오골계 삼계탕(고전푸드)
온라인 쇼핑몰		
	진한궁중 삼계탕(진한식품)	삼계탕면(팔도)
		
	한미불이 고려인삼 삼계죽(화인코리아)	
		

#### 4. 호주

- 호주 및 시드니 지역에서 판매되고 있는 삼계탕 및 유사제품에 대해 살펴보면 다음과 같음
  - 한국산 삼계탕은 주로 시드니 한인마트에서 판매되고 있으며 그 외 현지산 닭고기 가공식품인 구이, 스프 등은 호주 마트에서 판매되고 있음
  - 특히 현지 시장에서 판매되고 있는 삼계탕 유사제품의 경우 다양한 종류로 구성되어 있으나 삼계탕처럼 닭 한 마리가 통째로 들어간 경우는 없으며 닭 가슴살을 정육면체로 썰거나 잘게 찢어 조리한 제품이 대부분임
  - 호주의 주요 오프라인 유통채널에서는 신선한 닭을 즉석에서 조리, 판매하고 있으며 대부분 전기구이의 형태를 지님

#### [호주에서 판매되고 있는 삼계탕 외 유사 제품]

제품사진	제품정보	제품사진	제품정보
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 이츠웰 삼계탕</li> <li>▶ 제조사: CJ</li> <li>▶ 원산지: 한국</li> <li>▶ 중량: 800g</li> <li>▶ 가격: 8.71AUD</li> <li>▶ 판매처: 시드니 한인마트</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: 진한 삼계탕</li> <li>▶ 제조사: 진한</li> <li>▶ 원산지: 한국</li> <li>▶ 중량: 900g</li> <li>▶ 가격: 8.00AUD</li> <li>▶ 판매처: 시드니 한인마트</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: CHICKEN &amp; SWEETCORN</li> <li>▶ 제조사: HEINZ</li> <li>▶ 원산지: 호주</li> <li>▶ 중량: 535g</li> <li>▶ 가격: 2.50AUD</li> <li>▶ 판매처: WOOLWORTHS /COLES</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: ROASTED CHICKEN WITH VEGE</li> <li>▶ 원산지: 호주</li> <li>▶ 중량: 505g</li> <li>▶ 가격: 3.29AUD</li> <li>▶ 판매처: WOOLWORTHS /COLES</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: HEARTY CHICKEN &amp; VEGE</li> <li>▶ 제조사: LA ZUPPA</li> <li>▶ 원산지: 호주</li> <li>▶ 중량: 420g</li> <li>▶ 가격: 3.00AUD</li> <li>▶ 판매처: COLES</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제품명: CHICKEN &amp; CORN</li> <li>▶ 제조사: HART&amp;SOUL</li> <li>▶ 원산지: 호주</li> <li>▶ 중량: 400g</li> <li>▶ 가격: 3.99AUD</li> <li>▶ 판매처: WOOLWORTHS</li> </ul>

- 한편 즉석 삼계탕 제품은 약 12AUD이며, 직접 요리를 하는 경우에는 14AUD 정도의 비용이 소요됨

\* 직접 요리시 : 닭 1마리(800g) 10AUD, 삼계탕속재료 2~4AUD

## 2절. 수출기술 정보

- 현재 특허정보넷<sup>3)</sup>에 등록되어 있는 삼계탕 관련 국내 특허는 약 220여개인데 분류별로 등록 특허 분포는 다음과 같음
  - 삼계탕 기기·기구와 관련된 특허가 28건으로 가장 많은 것으로 나타나 이에 대한 기술 및 연구의 중요도가 높음을 알 수 있으며 그 외 인삼, 육수, 사료 등 삼계탕의 부자재 또는 육질개선과 관련된 부분의 기술개발도 다수 이루어졌음을 알 수 있음
  - 반면 추출물삼계탕 또는 뼈없는삼계탕과 관련된 기술개발은 일부 이루어지기는 하였지만 뼈없는삼계탕의 경우 형태는 유지되지 않는 것들이기 때문에 향후 삼계탕의 고유 형태를 유지하면서 뼈가 없는 삼계탕 기술개발이 필요함을 파악할 수 있음

### [분류별 등록 특허 분포]

분류	특허개수	분류	특허개수	분류	특허개수
기기·기구	28	대추	5	녹두	2
인삼	23	소시지	5	닭강정	2
육수	13	치킨	5	등갈비	2
사료	12	닭발	4	마늘	2
제조방법	11	즉석삼계탕	4	뼈없는삼계탕	2
계육	10	한방삼계탕	4	삼계죽	2
포장	8	가열	3	식습관	2
전복	7	녹용	3	육가공품	2
햄	6	소스	3	저장	2
황기	6	추출물삼계탕	3	해물삼계탕	2
닭백숙	5	굴	2	기타	37

출처: 특허정보넷

- 삼계탕의 대한 논문은 총 67건(기술개발 10건, 레시피 개발 2건, 마케팅 1건)으로 나타났음
  - 수출마케팅에 관련된 논문 및 보고서는 ‘한국토속 식품의 수출마케팅 전략에 관한연구(1996)’, ‘대미 삼계탕 수출, 현재 이렇게 진행되고 있다(2006)’, ‘닭고기(삼계탕) 수출의 전망과 전략(2009)’ 등이 있음

### [논문 분포]

구분	내용
대상국가	한국
논문 DB	국회도서관(www.nanet.go.kr), 농수산식품연구개발사업통합정보시스템(www.fris.go.kr)
검색기간	19980101~20170605(최근 20년간)
검색범위	제목, 초록 및 키워드

- 용역보고서의 경우, 조사보고서 5건(한국농수산식품유통공사 kati), 해외 동향 27건(kati 26건, kotra 1건)으로 나타났음
  - aT에서는 ‘해외시장 맞춤 보고서’, ‘시장현황 보고서’ 를 통해 미국, 중국, 싱가포르, 일본 시장에서의 삼계탕 동향 조사가 이루어지 바 있음. 조사 당시의 해당국가의 시장동향을

다루고 있으나, 현지화 R&D 개발이나 실 수출을 통한 반응도 체크에 대한 부분은 다소 미흡한 실정임

**[보고서 분포]**

구분	내용
대상국가	한국
보고서 DB	농수산식품 수출지원정보(www.kati.net), KOTRA 해외시장뉴스(news.kotra.or.kr)
검색기간	20130101~20170605(최근 4년 6개월간)
검색범위	제목, 초록 및 키워드

- 한편 농촌진흥청은 여름철 보양식으로 알려진 삼계탕의 수출확대 방안으로 미국, 일본, 중국 등 각 나라의 기호도를 고려한 삼계탕의 다양한 요리법을 개발하였음
- 삼계탕은 한식 중에서 외국인들에게 선호도가 높은 음식 중 하나이지만 삼계탕 요리법은 고정된 부재료를 이용한 획일화된 백숙에 머물러 있는 수준이기에 농촌진흥청 국립축산과학원에서는 각 나라에서 선호하는 음식재료와 다양한 조리방법을 이용한 삼계탕 요리법을 개발하였음

**[국가별 소비자 선호도에 맞춘 삼계탕 종류]**

구분	삼계탕 종류
일본	▶ 채소삼계탕(곤약, 연근, 마를 넣어 소화 및 정장작용) ▶ 카레삼계탕(카레가루, 메조, 강황가루를 넣어 뇌 건강) ▶ 그린삼계탕(녹두, 녹차를 넣어 피부미용 및 노화방지)
중국	▶ 블랙삼계탕(쥐눈이콩, 검정개, 흑미를 넣어 신장 기능 활성화) ▶ 버섯삼계탕(목이버섯, 표고버섯, 새송이버섯을 넣어 콜레스테롤 수치 감소 및 성인병 예방) ▶ 매운해물삼계탕(매운고추 및 여러 가지 해물 첨가)
미국	▶ 너트삼계탕(잣, 해바라기씨, 호박씨 등의 견과류를 첨가해 성인병 예방)
-	▶ 체중조절용 삼계탕(수분대사 및 배변작용을 원활하게 하여 체중조절에 도움) ▶ 맛닭냉삼계탕(삶아서 잘게 찢은 맛닭살에 콩과 견과류를 갈아넣어 고소함을 더함) ▶ 된장삼계탕(된장과 여러 가지 채소를 넣어 단백질, 비타민, 미네랄을 보충하고 냄새를 없애 구수한 맛을 더함) ▶ 맛닭비단스프(찹쌀과 맛닭살을 곱게 갈아 소화기능을 더함) ▶ 맛닭미네스트로네스프(항산화 작용과 면역성이 있는 토마토를 넣음)

출처: 월간양계(2012, 8월호)

## 8장. 연구개발결과의 보안등급

	코드번호	D-09
○ 일반		

## 9장. 국가과학기술종합정보시스템에 등록된 연구시설·장비 현황

구입 기관	연구시설/ 연구장비명	규격 (모델 명)	수량	구입 연월일	코드번호		비고 (설치 장소)	NTIS장비 등록번호
					구입 가격 (천원)	구입처 (전화번호)		
강원대학교	흡광도측정기(UV-min i-1240, Shimadzu, Japan)		1				육가공학실험실	
강원대학교	texture analyzer		1				육가공학실험실	
강원대학교	원심분리기(GS-6R Centrifuge, Beckman Instruments Inc., USA)		1				학생실험실	
충북대학교	pH meter		1				축산물가공학 실험실	
충북대학교	Homogenizer		1				축산물가공학 실험실	
충북대학교	Centrifuge		1				축산물가공학 실험실	
충북대학교	Spectrophotometer		1				축산물가공학 실험실	
충북대학교	Autoclave		1				축산물가공학 실험실	
충북대학교	Rheometer		1				축산물가공학 실험실	
충북대학교	Cryostat		1				축산물가공학 실험실	
충북대학교	Vacuum packager		3				축산물가공학 실험실	
충북대학교	Colormeter		1				축산물가공학 실험실	
충북대학교	Freeze dryer		1				축산물가공학 실험실	
충북대학교	Incubator		1				축산물가공학 실험실	
충북대학교	Clean bench		1				축산물가공학 실험실	
충북대학교	Refrigerator		7				축산물가공학 실험실	
충북대학교	Smoker		1				축산물가공학	

				코드번호	D-10
					실험실
충북대학교	Can filler	1			축산물가공학 실험실
충북대학교	Dry oven	1			축산물가공학 실험실
충북대학교	Extractor	1			축산물가공학 실험실
충북대학교	Water bath	1			축산물가공학 실험실
충북대학교	Colony counter	1			축산물가공학 실험실
충북대학교	Water activity measuring instrument	1			축산물가공학 실험실
충북대학교	Chopped meat	1			축산물가공학 실험실
충북대학교	Ceramic furnace	1			가축영양학 실험실
충북대학교	체중계	2			계사
충북대학교	Dry oven	2			가축영양학 실험실
충북대학교	단백질분석기	1			가축영양학 실험실
충북대학교	흡광도측정기	1			가축영양학 실험실
도야지식품	배양기	3			실험실
도야지식품	무균대	2			실험실
도야지식품	고압멸균기	1			실험실
한국식품연 구원	GC	1			한국식품연구원
한국식품연 구원	pH meter	2			한국식품연구원
한국식품연 구원	Dry oven	2			한국식품연구원
한국식품연 구원	Water bath	2			한국식품연구원
한국식품연 구원	Colormeter	2			한국식품연구원
한국식품연 구원	Homogenizer	1			한국식품연구원
한국식품연 구원	Kjeldahl	1			한국식품연구원
한국식품연 구원	Texture analyzer	1			한국식품연구원
한국식품연 구원	Incubator	2			한국식품연구원
한국식품연 구원	Clean bench	1			한국식품연구원
한국식품연 구원	Tumbler	1			한국식품연구원
한국식품연 구원	Silent cutter	2			한국식품연구원
한국식품연 구원	Smoke chamber	2			한국식품연구원
한국식품연 구원	Grinder	2			한국식품연구원



				코드번호	D-10
한국식품연구원	Stuffer		2		한국식품연구원
한국식품연구원	Spectro photometer		1		한국식품연구원
한국식품연구원	Deep freezer		1		한국식품연구원
한국식품연구원	SEM		1		한국식품연구원
한국식품연구원	지방추출기		2		한국식품연구원
한국식품연구원	수분활성도 측정기		1		한국식품연구원
한국식품연구원	동결건조기		1		한국식품연구원
한국식품연구원	열풍건조기		2		한국식품연구원
한국식품연구원	원심분리기		2		한국식품연구원
한국식품연구원	분쇄기		2		한국식품연구원
한국식품연구원	전자저울		2		한국식품연구원
한국식품연구원	냉장고		1		한국식품연구원
선봉식품	배양기		1		실험실
선봉식품	무균대		1		실험실
선봉식품	고압멸균기		1		실험실
선봉식품	세척대		1		연구실
선봉식품	전자저울		2		연구실, 실험실
선봉식품	전자렌지		1		연구실
선봉식품	비이커 종류		20		실험실
선봉식품	냉동고, 냉장고		2		1층 일반실 2층 부자재실
세계음식문화연구원	전자렌지		5		세계음식문화연구원
세계음식문화연구원	조리대		3		세계음식문화연구원
세계음식문화연구원	전자렌지		3		세계음식문화연구원
연세대학교 원주캠퍼스	Color meter		1		연세대학교 원주캠퍼스
연세대학교 원주캠퍼스	온습도계		1		연세대학교 원주캠퍼스
연세대학교 원주캠퍼스	pH meter		1		연세대학교 원주캠퍼스
연세대학교 원주캠퍼스	원심분리기		1		연세대학교 원주캠퍼스
연세대학교 원주캠퍼스	DSC		1		연세대학교 원주캠퍼스
연세대학교	TGA		1		연세대학교

						코드번호	D-10	
원주캠퍼스							원주캠퍼스	
연세대학교 원주캠퍼스	영상현미경		1				연세대학교 원주캠퍼스	
연세대학교 원주캠퍼스	FT-IR		1				연세대학교 원주캠퍼스	
연세대학교 원주캠퍼스	UV-VIS		1				연세대학교 원주캠퍼스	
연세대학교 원주캠퍼스	HPLC		1				연세대학교 원주캠퍼스	
연세대학교 원주캠퍼스	GC		1				연세대학교 원주캠퍼스	
연세대학교 원주캠퍼스	OTR		1				연세대학교 원주캠퍼스	
연세대학교 원주캠퍼스	WVTR		1				연세대학교 원주캠퍼스	
연세대학교 원주캠퍼스	UTM		1				연세대학교 원주캠퍼스	
연세대학교 원주캠퍼스	Twin extruder		1				연세대학교 원주캠퍼스	
연세대학교 원주캠퍼스	식품물성시험기		1				연세대학교 원주캠퍼스	

# 10장. 연구개발과제 수행에 따른 연구실 등의 안전조치 이행실적

코드번호	D-11
------	------

## [주관기관] 한국농식품미래연구원

- 연구종사자 보험 가입
  - 재해사망시 1억원, 산업재해 사망시 1억 5천만원
  - 재해로 80% 이상 장애 시 매년 900만원, 재해로 3~100% 장애 시 6,000만원
  - 재해 치료비 추상장해시 300만원, 재해골절시 30만원, 재히 수술시 100만원, 재해 입원시 100만원, 재해입원시 3만원
- 해외시장조사 및 해외전문가 미팅을 위한 국외 출장시 보험 가입
  - 여행자 보험 가입 예정

## [협동과제] 강원대학교

1. 물질안전보건자료(MSDS)를 활용한 참여연구원의 안전교육 진행
2. 연구실 안전점검부, 연구실 안전점검일지, 안전교육대장 작성을 통하여 연구실 안전 확보

## [협동과제] 충북대학교

- 충북대학교 연구실 안전관리를 위한 전용 시스템으로 관련 규정, 안전자료실, 사고대응요령, 안전공제보험, 폐기물처리, MSDS, 안전교육 등을 운영 중임







- 연구실험실 정기점검
  - 우리대학교 연구실험실 안전 확보를 위하여 매년 연구실험실 정기점검을 실시함
  - 주요 점검사항 : 일상점검 실시, 안전교육 실시(이수), 약품 등 관련대장 작성 비치, 시설 및 장비 점검, 정리정돈 등 연구실 안전관리 준수사항 이행 등
- 교육 훈련
  - 실험실의 안전을 확보하고 종사자의 건강을 보호하여 실험 및 연구활동에 기여하고, 또한 연구실 안전환경조성에 관한 법률에 의거하여 실험실의 환경안전교육이 의무화됨에 따라 이공계열 대학원생 및 관련자 전원은 환경안전교육을 의무적으로 수강

- 교육대상 : 교수, 대학원생, 실험조교, 전문직원, 소속연구원, 실험참여 학부생 및 업체직원 등
- 교육방법 : 충북대학교연구실안전관리시스템(<http://safe.chungbuk.ac.kr>)에 로그인하여 정기교육(사이버 교육)을 수강

**보험 가입 현황**

보험명	보상내용	대상	주관부서
연구실 안전공제	사망 1인당 1억원, 후유장해시 급수에 따라 1억 ~ 625만원, 부상의 경우 1,000만원 한도로 상해 등급별 정액 및 실손 보상	연구활동 종사자	안전관리팀
학교 경영자 배상 책임 보험	사망 및 후유장애 : 1억원 대물 : 3천만원 교내외 치료비 : 5백만원	학부생, 대학원생	학생과
교직원 단체보험	사망, 후유장해, 질병사망 : 5천만원 입원의료비지원 : 1천만원	교직원	총무과

**연구실 안전 확보를 위해 연구책임자의 실험실에 설치된 시설**

<p>&lt;Fume Hood&gt;</p> 	<p>&lt;소화기&gt;</p> 	<p>&lt;비상샤워시설&gt;</p> 
<p>&lt;비상눈세척기: eye washer&gt;</p> 	<p>&lt;보호구함&gt;</p> 	<p>&lt;실험실 안전 수칙&gt;</p> 



- 특별안전점검 실시 : 동·하절기 및 해빙기 특별안전점검 실시
- 정밀안전진단 실시 : 2년 주기 외부 전문기관 위탁 정밀안전진단 실시

라. 안전교육

- 신규직원 안전교육 : 신규직원 채용시 안전교육실시
- 맞춤형 안전교육 : 실험실 위험지역별 맞춤형 안전교육 년 4회 실시
- 관리감독자 안전교육 : 안전관리감독자 및 안전관리자 외부전문기관 교육 이수
- 특별안전교육 : 특별한 사항 발생시 유형별 특별안전교육 실시

마. 연구활동종사자 건강검진 실시

- 매년 건강검진 실시
- 성인병 건강 검진비 지원

바. 연구활동종사자 보험가입

- 매년 정기적으로 보험가입 및 갱신처리를 지속적으로 이행함
- 가입회사 : 동부화재(재해보장 책임보험), 산재보험
- 가입대상 : 전직원

사. 안전시설 및 안전장비 설치 : 실험실 7개소 설치



• 실험실 안전시설 및 장비설치

번호	품 명	수량	용 도	번호	품 명	수량	용 도
1	산소호흡기	1Set	질식환자 구호	8	안전장갑	10켤래	내구성 장갑
2	산소구급벨트	1Set	유독가스지역 비상탈출	9	내열장갑	5켤래	내열성 장갑
3	국민방독면	1Set	독가스 살포시	10	화학장갑	5켤래	내화학 장갑
4	세안기	1대	안구 이물질 세척	11	실험복	5벌	내화학 실험복
5	비상약품	1Set	24종 구비	12	흡착포	1Set	흡착제거
6	보안경	10ea	안구보호	13	흡착팬스	1Set	구획설정, 확산방지
7	마스크	10ea	호흡기 보호	14	비상샤워	1대	유독물질 세척

아. 비상대피 시설 구축

- 가스누출 자동감지 경보 및 대피방송시스템 구축
- 주요연구장비보호구역내 자동화재소화설비 구축운영(하론소화설비) 및 법정구역내 소화기 비치
- 비상시 탈출을 위한 피난계단 설치

자. 기타 안전사고 예방 활동 강화

- 연구실안전관리 위원회 개최 년2회
- 안전사고 매뉴얼 제작, 배포 및 숙지
- 연구활동종사자 안전점검 일지 작성

- 화학약품의 올바른 취급을 위한 MSDS(물질안전보건자료) 통합제작 및 배포
- 실험실습실 안전수칙 게시판 제작 부착(9개소)
- 폐용매 분리수거 및 위탁처리(6회/년)

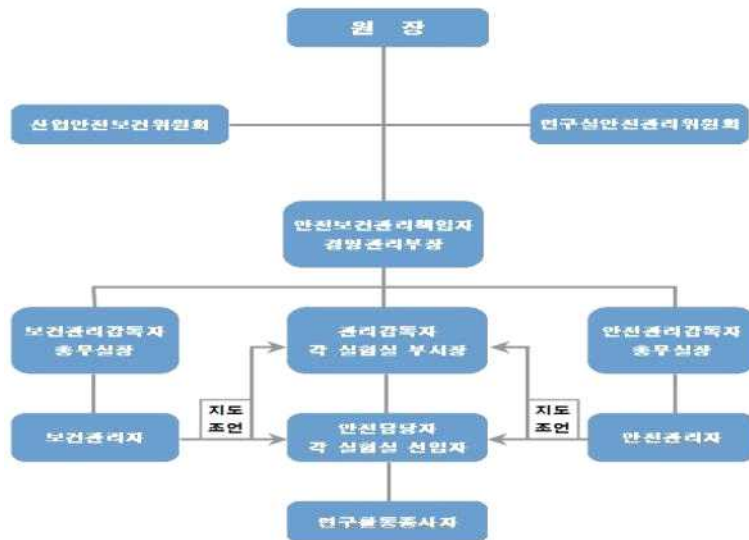
**[협동과제] 도야지식품**

해당 연구원의 업무적 안전조치 향상을 위해 산업재해와 관련한 직무 안전교육을 1회/월 실시

**[협동과제] 한국식품연구원**

가. 연구실 안전 담당부서 : 총무실 안전팀

나. 안전보건관리 조직도



다. 안전점검

- 일일점검 실시 : 실험실 안전순찰 2회/일 실시
- 자체안전점검 실시 : 매월 4일 실험실별 자체점검 실시
- 정기안전점검 실시 : 매월 2회 한국안전기술연구원과 합동으로 안전점검 실시
- 특별안전점검 실시 : 동·하절기 및 해빙기 특별안전점검 실시
- 정밀안전진단 실시 : 2년 주기 외부 전문기관 위탁 정밀안전진단 실시

라. 안전교육

- 신규직원 안전교육 : 신규직원 채용시 안전교육실시
- 맞춤형 안전교육 : 실험실 위험지역별 맞춤형 안전교육 년 4회 실시
- 관리감독자 안전교육 : 안전관리감독자 및 안전관리자 외부전문기관 교육 이수
- 특별안전교육 : 특별한 사항 발생시 유형별 특별안전교육 실시

마. 연구활동종사자 건강검진 실시

- 매년 건강검진 실시
- 성인병 건강 검진비 지원

바. 연구활동종사자 보험가입

- 매년 정기적으로 보험가입 및 갱신처리를 지속적으로 이행함
- 가입회사 : 동부화재(재해보장 책임보험), 산재보험
- 가입대상 : 전직원

사. 안전시설 및 안전장비 설치 : 실험실 7개소 설치



• 실험실 안전시설 및 장비설치

번호	품명	수량	용도	번호	품명	수량	용도
1	산소호흡기	1Set	질식환자 구호	8	안전장갑	10켢래	내구성 장갑
2	산소구급벨트	1Set	유독가스지역 비상탈출	9	내열장갑	5켢래	내열성 장갑
3	국민방독면	1Set	독가스 살포시	10	화학장갑	5켢래	내화학 장갑
4	세안기	1대	안구 이물질 세척	11	실험복	5벌	내화학 실험복
5	비상약품	1Set	24종 구비	12	흡착포	1Set	흡착제거
6	보안경	10ea	안구보호	13	흡착팬스	1Set	구획설정, 확산방지
7	마스크	10ea	호흡기 보호	14	비상샤워	1대	유독물질 세척

아. 비상대피 시설 구축

- 가스누출 자동감지 경보 및 대피방송시스템 구축
- 주요연구장비보호구역내 자동화재소화설비 구축운영(하론소화설비) 및 법정구역내 소화기 비치
- 비상시 탈출을 위한 피난계단 설치

자. 기타 안전사고 예방 활동 강화

- 연구실안전관리 위원회 개최 년2회
- 안전사고 매뉴얼 제작, 배포 및 숙지
- 연구활동종사자 안전점검 일지 작성
- 화학약품의 올바른 취급을 위한 MSDS(물질안전보건자료) 통합제작 및 배포
- 실험실습실 안전수칙 게시판 제작 부착(9개소)
- 폐용매 분리수거 및 위탁처리(6회/년)

**[협동과제] 선봉식품**

현재의 연구실은 2015년도에 철골조로 신축한 건물로 안전점검에 이상 없으며, 참여 연구원은 보건증 소지와 건강검진 하였고, 건물 화재보험 가입, 개별적으로 실손 보험 가입 되어 있음.

화재경보기,소화전,소화기 누전 차단기,등 비치

**[협동과제] 세계음식문화연구원**

안전 점검 타임테이블에 의거 수시 확인 관리



**[협동과제] 연세대학교**

1. 연구실 안전 점검 계획

1) 일상점검 실시

- 대상: 연구개발활동에 사용되는 기계·기구·전기·약품·병원체를 취급하는 연구·실험실
- 실시: 연구개발활동을 시작하기 전에 매일 1회 실시

2) 정기안전점검 실시

- 대상: 연구개발활동에 사용되는 기계·기구·전기·약품·병원체를 취급하는 연구·실험실
- 실시: 매년 1회 이상 실시(매년 11~12월 실시)

3) 정밀안전진단 실시

- 대상: 연구개발활동에 유해화학물질 관리법 제2조 제8호에 따른 유해화학물질을 취급하는 연구·실험실, 산업안전보건법 제39조에 따른 유해인자를 취급하는 연구·실험실, 교육과학기술부령이 정하는 독성가스를 취급하는 연구·실험실
- 실시: 2년마다 1회 실시하여 교육과학기술부에 보고

※ 위험등급별로 안전점검을 실시하므로 체계적인 관리(관리등급 지정)

- A등급: 가연성가스, 인화성시약, 유해화학물질, 다량의 폐액배출, 독극물, 생물 및 동물 방사성 동위원소, 위험성이 높은 기계장비가 설치된 연구·실험실
- B등급: 일반시약, 소규모 인화성 시약, 불연성가스, 소량의 폐수발생 연구·실험실
- C등급: 이화학실험을 수행하지 않는 전기, 설계, 컴퓨터 관련 연구·실험실

2. 교육·훈련 계획

1) 개요: 연구·실험실의 안전을 확보하고 연구활동종사자의 안전사고 예방 및 안전하고 쾌적한 연구환경에 기여하며, 연구실 안전 환경조성에 관한 법률에 의거하여 연구·실험실의 안전경교육의 의무화됨에 따라 과학기술분야의 연구활동종사자 전원 의무적으로 안전환경교육 수강

2) 교육대상: 교수, 대학원생, 실험조교, 전문직원, 소속연구원, 실험참여 학부생 및 업체직원 등

3) 교육방법: 온라인 교육 및 집체교육

4) 교육구분

교육 과정	교육 대상	교육 시간	교육 시기
정기교육	연구활동종사자	반기별 6시간 이상	5월, 10월
신규교육	신규 연구활동종사자 (계약직 포함)	8시간 이상	수시
	신규 연구개발 참여 연구활동종사자	2시간 이상	수시
특별교육	중대 연구실사고 발생 및 연구내용 변경, 연구주체의장이 필요하다고 인정하는	2시간 이상	수시

3. 보험가입 현황

보 험 명	보 상 내 용	대 상	주관부서
재산종합보험 (종합패키지보험)	재산종합위험 : 3조2천3백4십1억5천8백8십2만3천8백4십6원 (₩ 3,234,158,823,846) 대인대물일괄 : 20억원-사고당 구내치료비 담보 : 1천만원/인당, 8천만원/사고당	피보험자	총무팀
		피보험자	“
		피보험자	“
신종단체상해보험	의사상자 상해담보 : 1억원 캠퍼스생활중 상해, 사망, 후유장해 : 2억원 연구활동 중 상해, 후유장해(특별약관)	학부생, 대학원생	총무처

4. 건강검진 계획

- 1) 개요: 연구활동종사자의 건강상태를 확인함으로써 질병을 예방하고 또 질병을 조기에 발견하여 더 이상 진전되지 않도록 하는데 있음.
- 2) 실시대상: 연구·실험실내 유해인자를 취급하는 상시 연구활동종사자  
(산업안전보건법 시행규칙 별표 12-2 특수건강진단 대상 유해인자)
- 3) 검진시기: 매년 10~11월 실시

5. 추가 이행 계획

순 번	내 용
1	안전점검강화 및 안전시설 확충
2	안전문화 정립 활성화
3	안전교육 실시 및 안전교육 참여 상승 방안 수립
4	안전보호장비 및 안전표지 시설 보완
5	연구·실험실 공기질 관리(환기대책 수립)
6	고압가스 안전시설물 확충
7	비상기구함 시설물 확충
8	안전교육 미 이수자에 대한 대책 수립

# 11장. 연구개발과제의 대표적 연구실적

## < 주관기관 연구실적 >

연구 제목	연구 내용	연구 기간	발표서적 또는 학술지명 (연호, 권호 포함)	연구수행 당시의 소속기관	역할	연구비 지급기관
'17년 신흥시장 심층조사 (인도, 이탈리아, 카자흐스탄, 브라질, 남아프리카 공화국)	신흥시장 진출을 위한 국가별 수출정보 조사	2017.03~2017.05	-	(사)한국 농식품 미래연구원	연구 책임자	한국 농수산 식품유통 공사
닭고기산업 발전방안연구	닭고기산업 전반의 내실화를 통해 질적성장 견인	2013.01~2013.06	-	(사)한국 농식품 미래연구원	공동 연구원	한국 계육협회
'16년 FTA 체결국 심층조사 용역 (미국, 멕시코, 필리핀)	FTA하에서 주요농식품 수출경쟁력분석	2016.06~2016.09	-	(사)한국 농식품 미래연구원	연구 책임자	한국 농수산 식품유통 공사
'16년 검역타결품목 심층조사 용역 (홍콩-소고기, 말레이시아-유제품)	FTA하에서 주요농식품 수출경쟁력분석	2016.06~2016.08	-	(사)한국 농식품 미래연구원	연구 책임자	한국 농수산 식품유통 공사
'15년 FTA 체결국 심층조사 용역 (호주, 캐나다)	FTA하에서 주요농식품 수출경쟁력분석	2015.07~2015.11	-	(사)한국 농식품 미래연구원	연구 책임자	한국 농수산 식품유통 공사
'15년 FTA 체결국 심층조사 용역 (베트남, 싱가포르)	FTA하에서 주요농식품 수출경쟁력분석	2015.07~2015.11	-	(사)한국 농식품 미래연구원	연구 책임자	한국 농수산 식품유통 공사
애프터 미곡 매입방안 개선 용역	애프터용 미곡 매입방식에 대한 전반적인 검토 및 개선방안 도출	2015.07.15.~ 2015.10.16.	-	(사)한국 농식품 미래연구원	연구 책임자	한국 농수산 식품유통 공사
APC 운영실태 조사 및 백서 제작 용역	국내 APC의 운영 및 경영 현황의 면밀한 실태파악	2015.06~2015.10	-	(사)한국 농식품 미래연구원	연구 책임자	한국 농수산 식품유통 공사
'14년~'15 축산물 HACCP 운용 우수작업장 선발 및 홍보 사업	축산물 HACCP 적용 우수사례 발굴 및 적극홍보	2014.07~2014.12	-	(사)한국 농식품 미래연구원	연구 책임자	축산물 안전관리 인증원
		2015.06~2015.11				
'14년 APC운영실태 조사·분석사업	국내 APC의 운영 및 경영 현황의 면밀한 실태파악	2014.03~2014.06	-	(사)한국 농식품 미래연구원	연구 책임자	한국 농수산 식품유통 공사

< 세부연구책임자 연구실적 >  
 (충북대 최양일 교수)  
 가. 논문

번호	성명 구분 <sup>1</sup>	국내외 구분 <sup>2</sup>	논문	역 할	게재지	게재일 (등록일)	Impact Factor
1	최양일 (2)	국내 비SCI	한우 사골, 꼬리, 우족 및 잡뼈 추출물의 이화학적 특성	(2)	동물생명과학연구	2017.06.30	-
2	최양일 (2)	국내 SCIE	Relationships between Single Nucleotide Polymorphism Markers and Meat Quality Traits of Duroc Breeding Stocks in Korea	(2)	Asian-Australasian Journal of Animal Sciences	2016.09.30	0.860
3	최양일 (2)	국내 SCIE	Effects of Mixed Bone and Brisket Meat on Physico-Chemical Characteristics of Shank Bone and Rib Extracts from Hanwoo	(2)	Korean Journal for Food Science of Animal Resources	2016.02.30	0.484
4	최양일 (2)	국내 SCIE	Effect of Replacing Pork Fat with Vegetable Oils on Quality Properties of Emulsion-type Pork Sausages	(2)	Korean Journal for Food Science of Animal Resources	2015.02.30	0.484
5	최양일 (2)	국내 비SCI	유청단백질이 첨가된 염지액이 닭가슴살의 육질특성에 미치는 영향	(2)	농업과학연구	2013.10.01	-
6	최양일 (2)	국내 비SCI	육계, 토종닭과 산란노계 가슴살의 육질특성	(2)	동물생명과학연구	2013.06.01	-
7	조진호 (2)	국내 비SCI	Effect of bone boiling duration on bone extract supplement quality for broilers as to growth performance, leg bone length, and blood profile	(2)	Korean Journal of Agricultural Science	2017.02.16	-

나. 특허 실적

번호	성명	특허명	등록번호	등록국가	등록일	연구책임자 여부
1	최양일	육류의 단맛을 예측 또는 측정하는 방법	10-2017-0104979	대한민국	2017.08.18	Y
2	최양일	육류의 신맛을 예측 또는 측 정하는 방법	10-2017-0104984	대한민국	2017.08.18	Y
3	최양일	육류의 짠맛을 예측 또는 측 정하는 방법	10-2017-0104989	대한민국	2017.08.18	Y
4	최양일	육류의 감칠맛을 예측 또는 측정하는 방법	10-2017-0104994	대한민국	2017.08.18	Y
5	최양일	육류의 쓴맛을 예측 또는 측 정하는 방법	10-2017-0104995	대한민국	2017.08.18	Y
6	최양일	육류의 맛을 예측 또는 측정 하는 방법	10-2017-0105002	대한민국	2017.08.18	Y
7	최양일	한우사골 추출물을 이용한 인산염 대체제 조성물 및 이 를 포함하는 육가공품	10-2017-0070989	대한민국	2017.06.07	Y
8	최양일	육가공품 첨가제 조성물 및 이를 이용한 육가공품	10-2017-0033664	대한민국	2017.03.17	Y
9	최양일	포도주박을 첨가한 무뼈 족발 및 이의 제조방법	10-2016-0088733	대한민국	2016.07.13	Y

10	조진호	식이섬유를 유효성분으로 포함하는 재구성 햄 및 그 제조방법	10-2015-0075972	대한민국	2015.05.29	N
----	-----	----------------------------------	-----------------	------	------------	---

[강원대 이성기 교수]

가. 논문

번호	성명	국내외	논문	역 할	게재지	게재일 (등록일)	Impact Factor
	구분 <sup>1</sup>	구분 <sup>2</sup>					
1	이성기	국내	브로일러와 주령이 다른 산란 성계육의 육질 및 가공적성	2	한국가금 학회지	2017. 3. 31	
	2	비SCI					
2	이성기	국내	Effects of Gaseous Ozone Exposure on Bacterial Counts and Oxidative Properties in Chicken and Duck Breast Meat.	2	Korean J. Food Sci. Ani. Resour.	2016. 5.	
	2	SCI					

나. 특허 실적

번호	성명	특허명	등록번호	등록국가	등록일	연구책임자 여부
1	이성기	노계육을 이용한 닭갈비의 제조방법	10-1270672	대한민국	2013.05.28	연구책임자
2	이성기	산란노계육을 이용한 발효소시지 및 그 제조방법	10-1627403	대한민국	2016.5.30.	연구책임자

[한국식품연구원 최윤상 선임연구원]

가. 논문

번호	성명 구분 <sup>1</sup>	국내외 구분 <sup>2</sup>	논문	역 할	게재지	게재일 (등록일)	Impact Factor
1	최윤상 2	국외 SCI	Combined effects of sea mustard and transglutaminase on the quality characteristics of reduced-salt frankfurters	1	<i>Journal of Food Processing and Preservation</i>	2017.07.31	0.791
2	최윤상 2	국외 SCI	Quality and sensory characteristics of reduced-fat chicken patties with pork back fat replaced by dietary fiber from wheat sprout	1	<i>Korean Journal for Food Science of Animal Resources</i>	2016.12.31	0.484
3	최윤상 2	국외 SCI	Replacement of pork head meat for frankfurters	1	<i>Korean Journal for Food Science of Animal Resources</i>	2016.08.31	0.484
4	최윤상 2	국외 SCI	Effect of apple pomace fiber and pork fat levels on quality characteristics of uncured, reduced-fat chicken sausages	1	<i>Poultry Science</i>	2016.06.30	1.908
5	최윤상 2	국외 SCI	Effect of chicken skin on the quality characteristics of semi-dried restructured jerky	1	<i>Poultry Science</i>	2016.05.31	1.908
6	최윤상 2	국외 SCI	Effects of postmortem temperature on the physicochemical characteristics of prerigor pekin duck breast muscles	1	<i>Poultry Science</i>	2016.03.31	1.908
7	최윤상 2	국외 SCI	Effect of irradiated pork on physicochemical properties of meat emulsions	1	<i>Radiation Physics and Chemistry</i>	2016.01.31	1.315
8	최윤상 2	국외 SCI	Effect of pre-rigor salting levels on physicochemical and textural properties of chicken breast muscles	1	<i>Korean Journal for Food Science of</i>	2015.10.30	0.484

번호	성명 구분 <sup>1</sup>	국내외 구분 <sup>2</sup>	논문	역 할	게재지	게재일 (등록일)	Impact Factor
					<i>Animal Resources</i>		
9	최윤상 2	국외 SCI	Combined effects of presalted prerigor and postrigor batter mixtures on chicken breast gelation	1	<i>Poultry Science</i>	2015.04.31	1.908
10	최윤상 2	국외 SCI	Effects of gamma irradiation on physicochemical properties of heat-induced gel prepared with chicken salt-soluble proteins	1	<i>Radiation Physics and Chemistry</i>	2015.01.31	1.315

#### 나. 특허 실적

번호	성명	특허명	등록번호	등록국가	등록일	연구책임자 여부
1	최윤상	기능성 염에 따른 가공적성을 활용한 마리네이드 육제품 및 이의 제조방법	제1672228호	대한민국	2016.10.28	○
2	최윤상	간편식 스테이크의 제조방법 및 이에 따라 제조된 간편식 스테이크	제1645639호	대한민국	2016.07.29	○
3	최윤상	가정간편식 갈비찜 및 이의 제조방법	제1586784호	대한민국	2016.01.13	○
4	최윤상	미역을 함유하는 저지방 및 저염 패티의 제조방법	제1559918호	대한민국	2015.10.06	○
5	최윤상	담양 떡갈비의 제조방법	제1527649호	대한민국	2015.10.06	○

#### [선봉식품 고종국 대표]

##### 나. 특허 실적

번호	성명	특허명	등록번호	등록국가	등록일	연구책임자 여부
1	고종국	즉석해물짬뽕의 제조 방법		대한민국	2017년	

#### [세계음식문화연구원 양향자 원장]

##### 가. 논문

번호	성명 구분 <sup>1</sup>	국내외 구분 <sup>2</sup>	논문	역 할	게재지	게재일 (등록일)	Impact Factor
1	양향자 (2)	국내	한식당의 공간 구성요인이 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향	(1)	외식산업지	2014.08	

[연세대 이윤석 교수]

가. 논문

번호	성명 구분 <sup>1</sup>	국내외 구분 <sup>2</sup>	논문	역 할	게재지	게재일 (등록일)	Impact Factor
1	이윤석 2	국외 SCI	A pyrogallol-coated modified LDPE film as an oxygen scavenging film for active packaging materials	교신저자	Progress in Organic Coatings	2017.05.21	2.63
2	이윤석 2	국외 SCI	Microwave-assisted step reduced extraction of seaweed (Gelidiellaaceroso) cellulose nanocrystals	교신저자	International Journal of Biological Macromolecules	2017.03.01	3.13

나. 특허 실적

번호	성명	특허명	등록번호	등록국가	등록일	연구책임자 여부
1	이윤석	오레가노유를 포함하는 가식성 필름 조성물 및 이의 제조방법	10-2013-0125042	대한민국	2013.10.21	
2	이윤석	리페놀계 화합물 및 포타슘 카보네이트를 함유하는 탈산소 필름용 조성물, 탈산소용 필름 및 이의 제조방법	10-2013-1491332	대한민국	2013.10.22	

[건국대 김진만 교수]

가. 논문

번호	성명 구분 <sup>1</sup>	국내외 구분 <sup>2</sup>	논문	역 할	게재지	게재일 (등록일)	Impact Factor
1	2	SCI	Survey of Yogurt Powder Storage in Ambient Export Countries A Safety Evaluation Standard Compliance and Comparative Analysis	교신	Korean Journal for Food Science and Animal Resources	2015.02.25.	0.484
2	2	SCI	Monitoring of Used Frying Oils and Frying Times for Frying Chicken Nuggets Using Peroxide Value and Acid Value	교신	Korean Journal for Food Science and Animal Resources	2016.08.25	0.484



## 12장. 기타사항(해당없음)

## 13장. 참고문헌

코드번호	D-14
<ul style="list-style-type: none"><li>○ aT, 2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사 - 홍콩(2017)</li><li>○ 농림축산식품부, FTA로 다시 보는 미국(2016)</li><li>○ 농림축산식품부, 미국 삼계탕 시장 조사(2015)</li><li>○ 농림축산식품부, FTA로 다시 보는 싱가포르(2015)</li><li>○ aT, 그래프로 보는 일본의 삼계탕 소비동향(2014)</li><li>○ 미국의 삼계탕 시장동향(2014)</li><li>○ aT, 중국 삼계탕 시장조사(2015)</li><li>○ aT, 2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사 - 미국(2017)</li><li>○ aT, 2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사 - 베트남(2017)</li><li>○ 농림축산식품부 주요통계(2016)</li><li>○ ‘보도자료’, 식품의약품안전처(2014)</li><li>○ aT, 싱가포르 삼계탕 시장조사(2015)</li><li>○ aT, 한국산 삼계탕 베트남 시장 현황(2016)</li><li>○ 건국대학교, 닭고기수출연구사업단(2014)</li><li>○ 농림축산식품부, 중국 삼계탕 시장 동향 조사</li><li>○ 한국계육협회, 닭고기 수출 현황 및 확대방안 - 삼계탕(레토르트 식품)이 생산되는 과정 (2010)</li><li>○ 대한양계협회, 정보-삼계탕 요리법(2012)</li></ul>	

- 대한양계협회, 전북삼계탕의 영양적 가치(2015)
- 대한양계협회, 영계로 만든 삼계탕 인기 높아진다(2004)
- 정재홍, 삼계탕의 세계화 - 삼계탕의 세계화를 위한 레시피 개발(2011)
- 박미나, 삼계탕 전용 토종닭 개발(2010)
- 유익중, 삼계탕 재료 및 각종 식품의 사상의학적 분류와 화학조성과의 상관관계(2001)
- 한국육계협회, 미국인의 입맛을 사로잡을 우리 삼계탕(2014)
- 김강식, 닭고기(삼계탕) 수출의 전망과 전략(2009)
- 전기홍, 가압살균조건이 레트로트 삼계탕의 골연화에 미치는 영향(1977)
- 한국계육협회, 세계인의 입맛에 맞춘 다양한 삼계탕의 세계(2012)
- 이진호, 레트로트 삼계탕의 F0값 수준에 따른 품질차

[별첨 1]

## 연구개발보고서 초록

과 제 명	(국문) 삼계탕 수출연구사업단 기획지원 (영문) Planning of Study for Composition of Samgyetang Export Research Group				
주관연구기관	사단법인 한국농식품미래연구원		주 관 연 구 책 임 자	(소속) 사단법인 한국농식품미래연구원	
참 여 기 업				(성명) 이 광 우	
총연구개발비	계	2,000,000	총 연 구 기 간	2017. 7. 13. ~ 2017. 9. 12.(2개월 )	
	정부출연 연구개발비	2,000,000	총 참 여 연 구 원 수	총 인 원	5명
	기업부담금			내부인원	5명
	연구기관부담금			외부인원	

### 1. 연구개발 목표 및 성과

< 연구 목표 >

○ (정성적) 산학연-생산자 단체와 협력체계를 구축하여 육가공식품 중 한국의 유일한 전통식품인 삼계탕의 생산·유통·가공, 현지 수출까지 전 주기에 걸쳐 현장의 애로를 발굴하여 R&D로 해결하고, 연구개발 결과가 수출까지 직접 연계되는 수출사업화 모델 구축.

\* 1단계(삼계탕 상세기획, 2개월) ⇒ 2단계(현장중심 연구, 2년) ⇒ 3단계(수출연계 연구, 3년) 추진

○ (정량적) 삼계탕의 수출액 목표는 2단계 현장중심 단계인 2년 동안 2,754만 불, 3단계 수출연계 단계인 3년 동안 9,866만 불을 달성하는 것이며, 수출연구사업단의 연구기간 5년을 지난 후 2027년 1억불 달성.

\* 산학연 협동으로 개발된 성과물들을 삼계탕 수출 5천 만불 달성에 일차적으로 활용하고 사업 종료 후에도 수출관련 사업에 지속적으로 기여

< 연구 성과 >

#### ○ 기술적 측면

- 동물 복지형 Feeding program에 따른 White semi(백세미), Broiler(육계)육의 Performance 및 Meat quality 비교 연구.
- 동물 복지형 Feeding program에 따른 White semi(백세미), Broiler(육계)육의 경제적 사육 일수 및 Meat quality 비교 연구.
- 레토르트 삼계탕이 냉동삼계탕과 견줄만큼의 맛과 품질 유지 기술.

- 뼈 없는 삼계탕 개발 기술을 통한 외국인들의 뼈를 바르는 불편함을 해소하되, 형태를 그대로 유지하여 삼계탕의 정체성 확보.
- 삼계탕 육수의 염도조절 기술 개발, 전통소재를 활용한 삼계탕 품질 향상 기술 개발.
- 레토르트 필름의 가스 차단 개선, 전자레인지 적용 레토르트 용기 개발.
- 안전성, 편의성, 기능성 추구 용기형 삼계탕 개발.
- 삼계탕 포장 디자인, 수출용 최적 포장 표준화 모델 제시.
- 국내산 삼계탕 캐나다 수출을 위한 전략적 검역·위생관리체계 도출. 및 서면심사 및 국내 현장실사 대비 연차별 주요 맞춤형 대응전략 제시.

### ○ 경제·산업적 측면

- 본 사업의 기술개발을 통해 현장애로를 해결하고, 삼계탕 가공·포장업의 한계를 극복하여, 관련 축산 및 축산물의 발전을 기대.
- 삼계탕은 닭고기 외 찹쌀, 대추, 마늘, 밤, 황기, 인삼 등 한국의 전통 식재료가 모두 포함되어 부가가치가 높아 농업 산업의 안정화에 기여.
- 한국산 삼계탕 캐나다 수출을 위한 서면심사 및 국내 현장실사 대비 양국 간 이해도 증진.
- 현재 삼계탕 16여개 국가로 한정된 수출을 하고 있으나 향후 다양한 삼계탕 개발과 신규 검역협상 기준 표준화를 통해 수출 품목과 국가의 다변화 필요.

### ○ 사회·문화적 측면

- 다양한 국가별 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 삼계탕 제품의 개발로 소비자 만족도를 향상.
- 사업의 비안정성과 영세성으로 어려움을 겪고 있는 농식품 산업 관련 지역발전과 고용안정 등 농·축산업 생활 안정에 기여 촉진.
- 한국산 삼계탕이 캐나다 수출을 위한 연차별 상품개발 전략 수립 및 위생 및 검역 시스템 분석을 통한 새로운 수출 확대 기회 확보
- 연구결과의 공인화(논문투고, 특허등록)에 의한 기술의 보급으로 삼계탕산업에 대한 현장애로 해소와 수출의 기여가 크게 향상될 것으로 예상.

## 2. 연구내용 및 결과

### ○ 제 1핵심과제 : 삼계탕수출연구사업단 수출 마케팅 및 홍보(한국농식품미래연구원 이광우 대표) .

- 제1-1세부(한국농식품미래연구원 이광우 대표) 삼계탕수출연구사업단 운영 및 평가.
- 제1-2세부(한국농식품미래연구원 이광우 대표) 시장 정보분석 및 전략수립.
- 제1-3세부(한국농식품미래연구원 이광우 대표) 수출판촉전 및 해외홍보.

- 제 2핵심과제 : 삼계탕 육질 및 가공기술 개발(강원대학교 축산식품과학과 이성기 교수).
  - 제2-1협동(충북대학교 축산학과 최양일 교수, 조진호 교수) 고품질 삼계육 생산.
  - 제2-2협동(강원대학교 축산식품과학과 이성기 교수) 수출전략형 육질개선.
  - 제2-3협동((주)도야지식품) 삼계탕 육질개선 등.
- 제 3핵심과제 : 목표시장 전략형 수출상품 개발(한국식품연구원 최윤상 선임연구원).
  - 제3-1협동(한국식품연구원 최윤상 선임연구원) 현지화 전략 상품개발.
  - 제3-2협동(선봉식품 고중국 대표) 현지화 전략 상품개발.
  - 제3-3협동(세계음식문화연구원 양향자 원장) 삼계탕 요리 레시피 개발.
- 제 4핵심과제 : 삼계탕 전용 포장기술 개발(연세대학교 패키징학과 이윤석 교수).
  - 제4-1협동(연세대학교 패키징학과 이윤석 교수) 포장재 품질개선.
  - 제4-2협동(연세대학교 패키징학과 이윤석 교수) 포장디자인 개선 및 안전성 평가 연구.
- 제 5핵심과제 : 신규 검역협상 기준 표준화(건국대학교 축산식품생물공학과 김진만 교수).
  - 제5-1협동(건국대학교 축산식품생물공학과 김진만 교수) 수출위생검역시스템 분석.
  - 제5-2협동(건국대학교 축산식품생물공학과 김진만 교수) 수출검역협상 사절단.

### 3. 연구성과 활용실적 및 수출계획

본 사업단의 결과물은 문서로만 남는 ‘기술 개발’에 끝나는 것이 아니라, ‘직접 수출’까지 연계 될 수 있도록 노력을 기하겠음.

- 관련 업체와의 협력 : 사)한국육계협회, aT한국농수산물유통공사 육류수출협회의, 선봉식품, 도야지식품 등 협력으로 연구성과 극대화.
- 성과 확산 : 매년 운영평가회 및 자문위원회 초청 진행과정 보고, 연구결과물 및 보도자료 배포, 전문가 및 수출업체 대상 초청 결과보고회 개최를 통한 성과확산.
- 컨설팅 및 기술이전 : 삼계탕을 수출하고자하는 업체, 포장 및 부자재 제조업체를 대상으로 기술컨설팅과 기술이전을 지원하겠으며, 이를 통해 기술·수출 전문가를 양성.

- **검역 협상 기초자료 제공** : 신규국가 검역·위생관리, 조류독감 발생 시 열처리 가공식품까지 수출 제한, 인삼의 보건식품 분류로 검역조건 강화 등 한국정부의 수출 검역, 위생조건의 기초자료로 활용.
- **수출 마케팅** : 삼계탕의 거시환경 분석 및 시장조사, 삼계탕 및 유사제품 타깃 국가 설정(수출침투율 및 수출매력도 지수 활용), 전문가 인터뷰, 현지소비자 설문조사, Shop Visit 조사, 국가별 마케팅 방안 도출, 장기적 판매목표 수립, 장기적 로드맵 수립.
- **홍보 활동** : 해외 판촉전, SNS 마케팅 채널, E-BOOK용·스마트폰용 카달로그, 홍보동영상, 현지 외식기업 대상 삼계탕 메뉴 런칭, 오피니언리더 대상 한국산 삼계탕 제품 및 신메뉴 런칭 사업경과보고 등을 통한 B2B 및 B2C 수출 기대.
- **수출 계획** : 본 사업단에서 개발된 제품을 통한 수출 활성화를 고려하여 5년간의 연구 기간동안 삼계탕 전체 수출 목표를 약 총 5,000만 달러로 설정하고, 연구 기간 이후 5년 내에 최종적으로 1억 달러를 달성할 것을 목표로 함
  - 일본, 미국, 중국 각각의 연도별 수출목표를 설정하고 국가별 수출전략을 도출함
  - 일본의 경우 성숙시장으로 초기 3년간은 수출액 증가율이 크지 않지만 마케팅 기간부터 약 50% 가까이 성장할 것으로 보임
  - 미국은 수출이 꾸준히 증가하고 있는 시장으로 수출액 증가율이 향후로도 약 50%로 지속될 것으로 보임
  - 중국은 현재 AI사태로 인해 수출이 중단된 상태이지만 2018년 재개될 예정임을 감안할 때 향후 80% 이상의 높은 신장세가 전망됨
  - 기타 국가는 신흥국가에 대한 중점개척으로 인해 마케팅 기간 중 약 40%가 성장할 것으로 예상됨

**< 최종 사업단 목표(연도별 수출액) >**

구분	2018년		2019년		2020년		2021년		2022년		
	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	목표액	전년 대비	
국내	일본	456만	10%	524만	15%	682만	30%	1,023만	50%	1,534만	50%
	미국	314만	10%	376만	20%	564만	50%	846만	50%	1,270만	50%
	중국	94만	10%	150만	60%	269만	80%	485만	80%	872만	80%
	기타	416만	10%	499만	20%	699만	40%	978만	40%	1,369만	40%
	<b>전체</b>	<b>1,279만</b>		<b>1,549만</b>		<b>2,214만</b>		<b>3,332만</b>		<b>5,045만</b>	

- 삼계탕의 수출액 목표는 2단계 R&D 단계인 2년 동안 2,828만 불, 3단계 수출연계 단계인 3년 동안 10,591만 불을 달성하는 것이며, 수출연구사업단의 연구기간 5년을 지난 후 2027년 1억불 달성하는데 목표를 설정하였음

주 의

1. 이 보고서는 농림축산식품부에서 시행한 수출전략기술개발사업의 연구보고서입니다.
2. 이 보고서 내용을 발표하는 때에는 반드시 농림축산식품부에서 시행한 수출전략기술개발사업의 연구 결과임을 밝혀야 합니다.
3. 국가과학기술 기밀유지에 필요한 내용은 대외적으로 발표 또는 공개하여서는 아니됩니다.