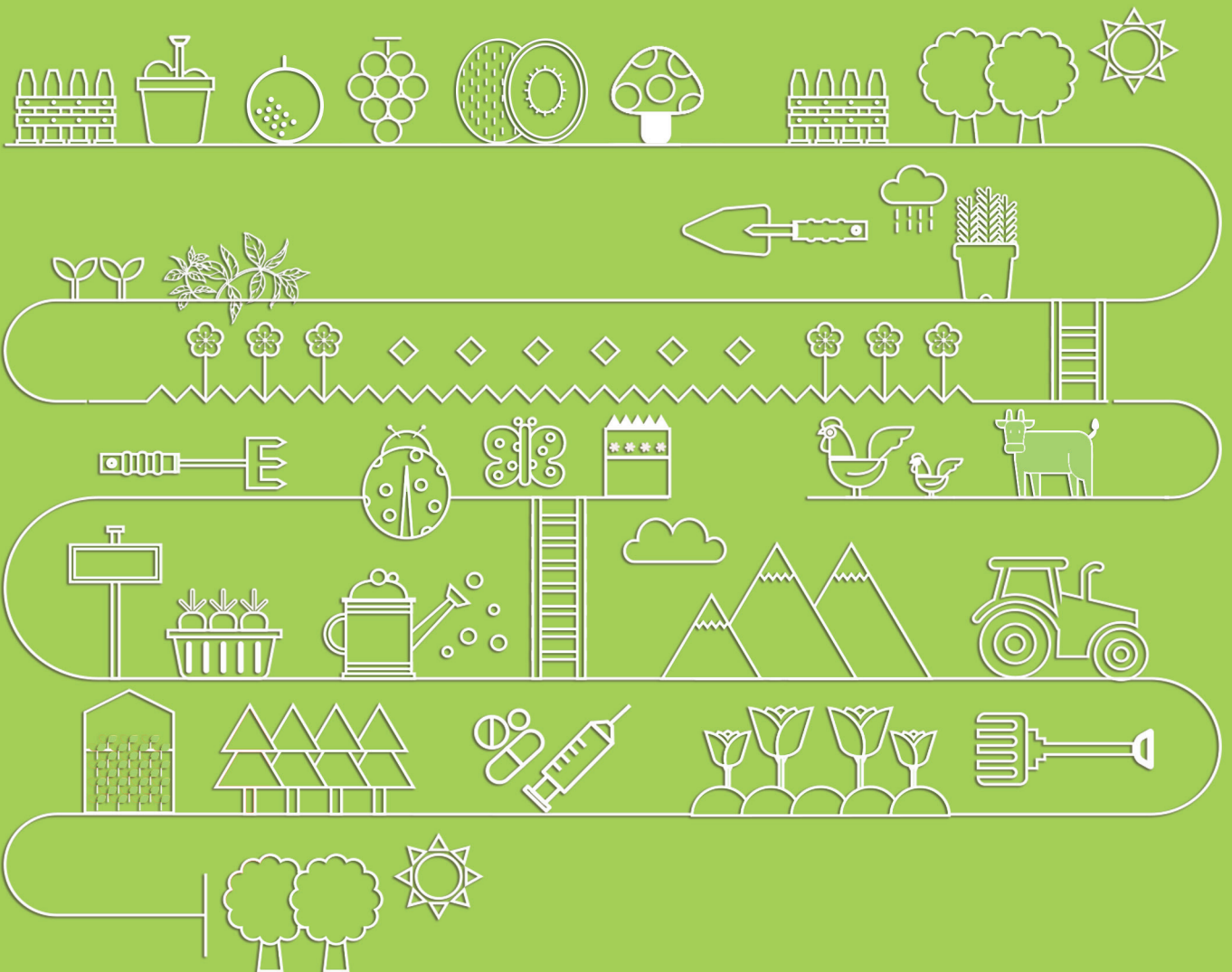


제4차년도
수출전략기술개발사업

버섯 수출연구사업단

(버섯 수출시장 마케팅 전략)



버섯 수출연구사업단

- ✓ 본 결과물은 농림축산식품부의 재원으로 농림식품기술기획평가원(수출전략기술개발사업)의 지원을 받아 연구되었음(No.617067-5-4-HD130)
- ✓ This work was supported by Korea Institute of Planning and Evaluation for Technology in Food, Agriculture, Forestry and Fisheries(IPET) through (Export Promotion Technology Development Program), funded by Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs(MAFRA)
- ✓내용의 무단 복사, 인용을 제한하며 인용 시 대표 저자의 사전 승인을 요청함

주관기관명 : 국립원예특작과학원

작성기관명 : (사) 한국 농식품 미래 연구원

■ 목 차 ■

제 I장 버섯 수출시장 마케팅 전략 구축

1. 연구요약

2. 국내 버섯 산업 동향

1. 생산동향	12
2. 수급동향	15
3. 가격동향	16
4. 수입동향	19
5. 수출동향	21

3. 세계 버섯 산업 현황

1. 수입동향	26
2. 수출동향	29

4. 신규시장 마케팅 전략

1. 일본	34
2. 중국	69
3. 대만	105
4. 필리핀	143

제 Ⅱ 장 버섯가공품 수출 활성화 연구

1. 연구개요

- 1. 연구 추진 전략 및 방법 186
- 2. 해외 가공버섯 시장 동향 요약 189

2. 국내 가공 버섯 산업 동향

- 1. 가공버섯 업체 동향 194
- 2. 가공버섯 시장 동향 196
- 2. 가공버섯 R&D 현황 202

3. 수출 경쟁력 강화 방안 연구

- 1. 수출조직화 방안 206
- 2. 공동브랜드 전략 214
- 3. 국내 가공 버섯업체 설문조사 220

제 I장 버섯 수출시장 마케팅 전략 구축

1. 연구 요약

□ 일본

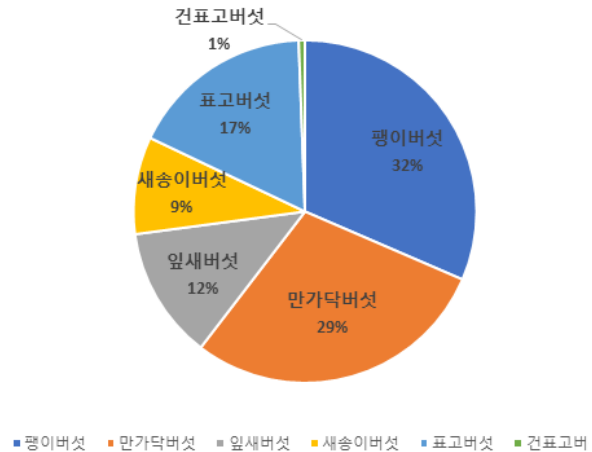
- 일본은 팽이버섯, 만가닥버섯, 새송이버섯, 표고버섯 외에도 잎새버섯 등을 생산
 - 2019년 생산량은 456천 톤으로 2009년 438천 톤 대비 24.7%가 증가

<표> 일본 주요 버섯 생산량

(단위: 톤)

	2018년	2019년	증감률 (%)
전체	467,408	456,442	△2.3
팽이버섯	140,168	129,107	△7.8
만가닥버섯	117,966	118,599	0.5
잎새버섯	49,687	51,146	2.9
새송이버섯	39,413	37,636	△4.5
표고버섯	69,804	71,113	1.8
*건표고버섯	2,635	2,414	△8.4

출처 : 일본 농림수산업성 임야청



[그림] 일본 버섯 품목별 생산 비중

- 버섯 산업의 선진국으로 알려진 일본, 일본의 버섯 최대 수입국은 중국임
 - 송이버섯의 수입액이 가장 높으며 중국으로부터 가장 많이 수입
 - 우리나라는 일본으로 송이버섯을 가장 많이 수출하나, 중국의 1/30 수준

<표> 일본 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세계	3,592	59,248	3,219	61,083	3,113	64,570	2,923	59,707	2,932	59,175
1	중 국	2,900	35,437	2,671	37,695	2,759	42,419	2,553	38,355	2,353	33,463
2	이탈리아	21	5,648	20	6,919	26	8,630	16	8,148	19	8,618
3	미 국	76	3,062	130	4,185	42	2,519	63	3,084	149	4,726
4	캐나다	256	8,278	185	6,232	45	2,384	53	2,493	154	4,589
5	프랑스	18	1,971	19	2,007	17	2,360	21	2,790	29	2,797
6	한국	215	1,453	150	1,794	133	1,969	109	850	156	1,456

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 우리나라에서 일본으로 수출하는 버섯 중 수출액이 가장 높은 품목은 송이버섯으로, 2019년 기준 약 994천 달러(약 3톤)를 수출
 - 수출량이 가장 많은 품목은 새송이버섯으로, 2019년 487천 달러(약 169톤) 수출하였으며, 수출단가는 \$2.89/kg 수준

<표> 對일본 버섯류(농산) 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	2015		2016		2017		2018		2019	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
농산버섯-계	383.2	1192.1	206.7	647.8	196.3	573.1	196.1	494.3	179.4	804.2
느타리버섯(건조)	0	0	0	0	0	0	0	0.1	0	0.1
팽이버섯	81.7	153.4	43.8	87.1	60.3	122.8	29.9	52.9	0	0
새송이버섯	213.1	643.1	142.4	481	107.2	358.1	115.7	376.4	168.5	487.3
임산버섯-계	6.5	988.5	29.4	1937.3	16.4	1,895.1	3.9	568.1	4	1,020.6
송이버섯	3.7	965.5	9.5	1493	5.4	1638.7	2.4	536.5	3.0	994.2
표고버섯(건조)	2.8	21.3	19.9	437.6	10.9	249.7	1.4	31.6	1.1	26.4

출처 : 농식품수출정보 KATI

- 일본의 주요 도매시장에서 가장 많이 거래되고 있는 버섯은 팽이버섯으로, 2019년 기준 거래량 85,242톤, 거래액 18,897백만 엔(약 2,033억 원) 수준
 - 팽이버섯은 국내산에 비해 수입산이 약 3.6배 수준으로 높은 가격으로 거래되고 있음
- 표고버섯은 단가가 높아 거래액이 가장 높은 버섯이며, 2019년 기준 35,186톤, 34,169백만엔(약 2,033억 원) 거래됨
 - 일본 국내산 표고버섯 가격은 kg당 978엔, 수입산 표고버섯 가격은 kg당 575엔으로 국내산 표고버섯이 월등히 높은 가격으로 거래됨
- 일본 도매시장 내 거래되고 있는 수입산 만가닥 버섯 통계는 없으나, kg당 436엔 수준으로 거래됨
- 일본의 버섯은 연중 1월에 가장 높은 가격으로 거래되고 있음
- 최근 코로나 19의 확산으로 인해 면역력 향상에 도움이 된다고 알려진 버섯 구매 수요가 늘어나며 일본 전국적으로 버섯 품귀현상이 일어남

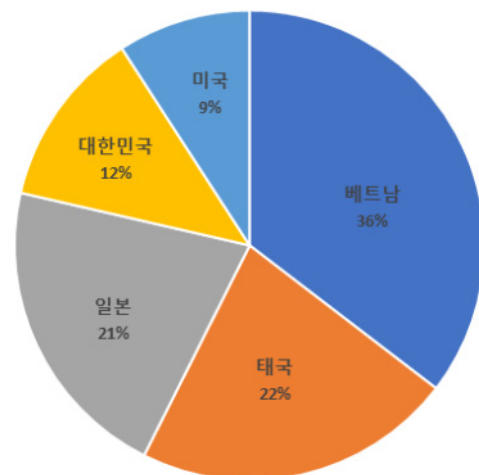
□ 중국

- 중국은 세계 최대 버섯 생산국이자 수출국임
 - 현재 중국에서 버섯은 야채, 양곡, 면화, 과일, 유지류에 이어 생산량 6위를 차지함
 - 중국은 세계에서 야생 버섯 자원이 가장 풍부한 나라로, 중국 식용균 협회의 자료에 따르면, 중국 야생 버섯 종류는 약 2,000 종 이상임
- ITC에 따르면 중국은 우리나라로부터 가장 많은 버섯을 수입하나, 그 규모가 58톤 (150천 달러)로 적음
 - 세계 최대 버섯 소비국가이나, 수요의 대부분을 내수로 해결
- ITC 통계에 따르면, 중국은 2019년 214,120천 달러의 기타 버섯(HS CODE 0709.59)을 수출하였으며 수출량은 약 113,652톤 수준
 - 중국의 기타버섯(HS CODE 0709.59) 5대 주요 수출국은 베트남, 태국, 일본, 대한민국, 미국 순임

<표> 중국 기타버섯 수출 통계

(단위: 톤, 천 달러)

2019년 수출액 기준	수출량	수출액
계	113,652	214,120
표고버섯	18,237	46,547
팽이버섯	31,016	44,815
송이버섯	639	33,783
송이버섯과	937	1,552
논초고버섯	103	150
기타버섯	62,473	88,774



[그림] 중국 버섯 국가별 수출 비중

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 우리나라는 전체 버섯 수입액 94,082천 달러의 93%에 해당하는 87,455천 달러의 버섯을 중국으로부터 수입하고 있음
 - 2019년 기준 34,932천 달러(50,443톤)의 농산 버섯을 수입했으며, 52,523천 달러(19,035톤)의 임산 버섯을 수입
 - 전체 버섯 수입액의 93%를 중국으로부터 수입하고 있음
 - 표고버섯(신선-건조-가공), 송이버섯(냉동-냉장) 등을 수입하며, 팽이버섯, 느타리버섯 등은 수입하지 않음

- 우리나라에서 중국으로 수출하는 버섯 중 수출액이 가장 높은 품목은 팽이버섯으로, 2019년 기준 약 168천 달러(약 1.5톤) 수출에 그침
 - 팽이버섯의 수출 단가는 \$0.4/kg 수준이며, 새송이버섯의 수출 단가는 \$0.2/kg
- 대중국 수출은 팽이버섯 중심으로 과거 2009년 941만 달러, 2010년 645만 달러, 2011년 502만 달러의 수출을 기록한바 있으나 이후 중국 버섯공조시설 산업 활성화에 따른 팽이, 새송이, 느타리 등 생산량의 폭발적 증가로 수출이 중단

<표> 對중국 버섯류 수출현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	2015		2016		2017		2018		2019	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
농산버섯-계	0.1	0.6	33.5	49.5	13.9	32.1	40.5	160.5	71.1	202.2
느타리버섯	-	-	0	0	0.3	1.8	-	-	-	-
팽이버섯	0	0	14	21.2	10.8	16.6	34.3	120.2	66.7	167.9
새송이버섯	0.1	0	2.8	5.4	1.3	8.5	6.2	40.3	1.5	6.9
기타버섯(건조)	0	0	0	0	0	0	0	0	0.2	21.4
농산버섯-계	0	0	6.6	16.8	0	0.4	-	-	-	-
표고버섯(신선)	-	-	0	0	0	0.1	-	-	-	-
표고버섯(건조)	0	0	0.4	8.7	0	0.2	-	-	-	-

출처 : 농식품수출정보 KATI

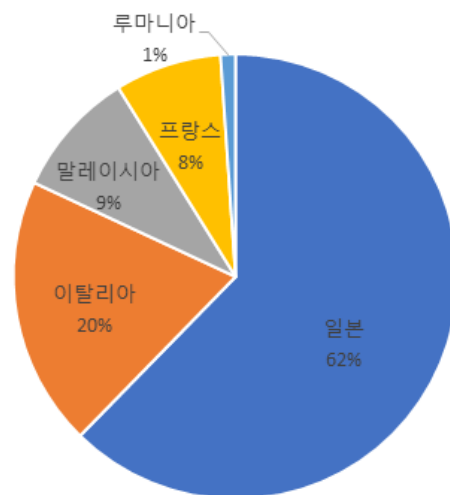
□ 대만

- 대만은 겨울 버섯을 많이 생산하며 한때 자체적으로 '버섯 왕국'이라는 별명이 있었음
 - 중국과 동남아시아 지역권에서 저렴한 노동력을 바탕으로 버섯을 생산하며, 경쟁이 과열되었지만, 대만 농업 시험소에서 버섯을 전문적으로 연구하며 기술 보급 등을 진행하고 있음
- ITC에 따르면 대만은 2019년 약 400톤(1,998천 달러)의 버섯을 수입했으며, 최대 수입국은 일본임
 - 현지 매체에 따르면, 대만 내 거래되고 있는 표고버섯 중 밀수된 중국산 표고버섯 거래량이 1/3에 달함

<표> 대만 버섯 수입 통계

(단위: 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	구분	2019	
		수입량	수입액
	세계	400	1,998
1	일본	351	1,205
2	이탈리아	2	379
3	말레이시아	43	178
4	프랑스	1	150
5	루마니아	0	21
11	대한민국	0	3



[그림] 대만 버섯 품목별 수출 비중

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 우리나라에서 표고버섯이 가장 활발히 수출됨(200천 달러, 14.1톤), 2018년 팽이버섯이 251천 달러(약 146톤) 수출하였으나, 2019년 통계상 수출된 바가 없음

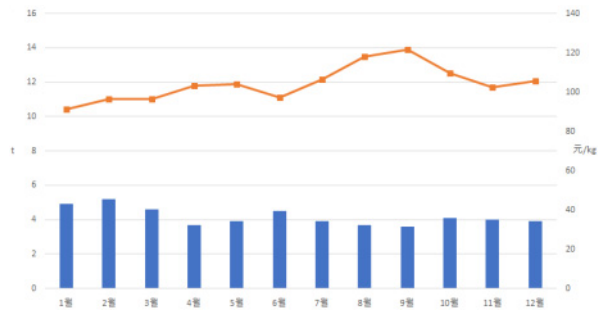
<표> 對대만 버섯류 수출현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	2015		2016		2017		2018		2019	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
느타리버섯-계	-	-	-	-	-	-	0.8	3.0	0	0
팽이버섯-계	51	92.7	0	0	93.8	160.5	145.6	250.9	0	0
새송이버섯-계	10	40.4	-	-	-	-	4.0	14.8	0	0.1
송이버섯-계	4.1	182.1	0	0	3.9	157.3	0	0	0	2.8
표고버섯-계	38.8	534.7	44.9	655.9	8.8	163.3	30.4	396	17.1	200

출처 : 농식품수출정보 KATI

- 대만 농산물 도매시장 거래 정보에 따르면 연간 버섯 가격이 가장 높은 시기는 9월
 - 표고버섯은 평균 121元/kg, 새송이버섯은 평균 62元/kg, 팽이버섯은 44.3元/kg로 거래되며 2019년 모든 버섯 가격이 9월에 가장 높았음



[그림] 표고버섯 도매시장 평균 거래량 및 가격
 출처 : 대만 농산물 도매시장 거래 정보



[그림] 새송이버섯 도매시장 평균 거래량 및 가격
 출처 : 대만 농산물 도매시장 거래 정보

- AMI 현지 네트워크 활용 조사 결과 신선 제품의 경우 외국산 제품의 수요가 많지 않음
 - 단, 한국과의 거리가 가깝고 항공운송 수단이 있기 때문에 제품상의 확실한 차별성이 있다면 수출 가능성이 있을 것이라는 바이어 인터뷰 결과
- 대만 내 버섯 수요는 크게 2가지로 선물용과 소비용으로 나뉨
 - 선물용으로 건조된 표고버섯이 선물용 박스에 포장되어 유통됨
 - 자가소비용으로 신선 버섯 이외에 가정에서 보관하고 있다가 소비하는 건조 버섯으로 대부분은 표고버섯임
 - 대만에서는 포장된 버섯이 중요한 선물용 아이템의 하나이므로 이점을 감안하여 수출제품을 선정하거나 선물용 고품질 버섯 수출전략이 필요
- 주로 탕류 요리에 버섯을 활용하며, 그 외에 찜 요리에 버섯을 사용함. 전반적으로 버섯을 일상생활에서 많이 응용
 - 대만 사람들은 특히 향을 즐기기 위해 버섯을 사용
- 일본 버섯 최대의 기업인 호쿠도(北頭, HOKUDO)사가 대만 남부지역에 버섯 생산기지를 운영하여 팽이, 새송이, 만가닥버섯을 공급
- 표고버섯의 지속적인 수출로 인해 대만에서 한국산 버섯에 대한 인지도가 높으나, 일본산 버섯과 경쟁할 수 있도록 기타 버섯 수출전략이 필요함
 - 대만인들은 객관적인 기관의 성분분석이나 영양 분석을 신뢰하는 경향이 높으므로 우리 제품에 대한 국제기관의 시험 검사 성적 증명서를 활용하는 것도 좋은 홍보 방법의 하나가 될 수 있음

□ 필리핀

- 필리핀의 버섯 생산량은 2013년에 감소하였다가 이후 지속적으로 증가하며, 2018년 655톤을 생산 (FAO Stat, 2020)
 - 필리핀 농업부는 버섯 재배, 가공, 마케팅에 대한 교육을 시행하며, 버섯 생산을 장려
- 필리핀에서 대중적으로 재배되는 버섯은 느타리버섯과 풀버섯 등이 있으며, 표고버섯은 덜 친숙한 편임
 - 필리핀에서는 다양한 버섯을 소비하는데, 대중적으로 재배되는 버섯 종류는 느타리버섯과 풀 버섯이며, 양송이버섯이나 표고버섯은 인지도가 낮음
- ITC에 따르면 필리핀은 2019년 약 2,596톤(5,089천 달러)의 버섯을 수입했으며, 최대 수입국은 중국임
 - 현지 매체에 따르면, 대만 내 거래되고 있는 표고버섯 중 밀수된 중국산 표고버섯 거래량이 1/3에 달함

<표> 필리핀 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세계	180	268	296	354	506	717	976	1,711	2,596	5,089
1	중국	146	170	189	231	407	556	894	1,552	2,524	4,935
2	대한민국	32	98	53	105	73	139	78	149	69	140
3	뉴질랜드	-	0	-	0	-	0	-	0	1	12
4	프랑스	-	0	1	1	2	2	-	0	2	2
5	네덜란드	-	0	54	18	-	0	-	0	-	0

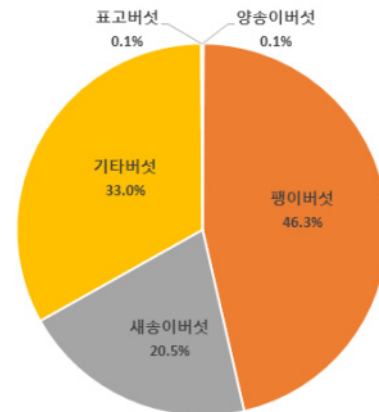
출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 우리나라에서 다양한 품목의 버섯이 수출되며, 수출액 기준 팽이버섯, 새송이버섯, 표고버섯, 양송이버섯 순임. 팽이버섯 수출액은 2019년 기준 101천 달러(55톤)로 미미한 수준임

<표> 對필리핀 버섯 수출 통계
(단위: 톤, 천 달러)

2019년 수출액 기준	수출량	수출액
팽이버섯	55.2	100.9
기타버섯	19.1	72
새송이버섯	14.6	44.6
표고버섯	0.1	0.2
양송이버섯	0.1	0.2

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019



[그림] 필리핀 버섯 품목별 수출 비중

- 전통적인 유통채널인 '사리사리' 매장(구멍가게)이 전체 식품 시장의 60%를 장악하고 있고, 재래시장은 각 지역에 분포되어 있으면서 신선 농산물을 주로 판매
 - 편의성, 청결, 식품 안전 요인으로 인해 점차 슈퍼마켓의 이용객 수가 증가하고 있는 추세이나, 많은 필리핀 소비자들은 신선한 야채와 고기를 재래시장에서 구매
- 필리핀에서의 한국산 신선 식품 유통 현황
 - 필리핀 소비자들도 세계적으로 유행하고 있는 한류의 영향을 강하게 받아 한국 생활과 식품에도 많은 관심을 가지고 있음
 - 현지 대형유통업체인 SM Hypermarket/Supermarket과 Rustan's, Robinson Supermarket 등 여러 유통업체들이 한국 식품 코너를 따로 운영하고 있음
- 필리핀 가정 및 외식업계에서 버섯의 인기 상승세
 - 필리핀에서 버섯은 일반 필리핀인들에게는 높은 가격 때문에 특별한 음식으로 여겨지기도 함
 - 그러나, 필리핀 정부의 버섯 생산 장려 정책, 버섯 버거의 인기 상승세, 버섯 생산 대기업의 버섯 무료 배포 등과 같은 마케팅에 힘입어 가정 소비자로부터 호텔 및 레스토랑에 이르기까지 버섯의 인기는 상승 추세로 향후 버섯 시장의 전망은 긍정적
- AMI 현지 네트워크 활용 조사 결과 동일한 버섯이더라도, 판매처에 따라 큰 가격 차이를 보임
 - 팽이버섯, 새송이버섯은 한국산 제품이 현지 마켓(SM Supermarket, Unimart), 현지 도매시장, 필리핀 내 한인슈퍼(소나무 식품) 등을 통해 유통되고 있었음
 - 만가닥버섯, 느타리버섯, 표고버섯은 한국산 제품을 찾기 힘들었으며, 한인 슈퍼에서 중국산 제품을 판매 중임

제 I장 버섯 수출시장 마케팅 전략 구축

2. 국내 버섯 산업 동향

1. 생산 동향

2. 수급 동향

3. 가격 동향

4. 수입 동향

5. 수출 동향

2 국내 버섯 산업 동향

1. 생산 동향

○ 2018년 국내 버섯 총생산량은 전년 대비 8.94% 감소한 159,018톤으로 그 원인은 느타리버섯 생산량 감소에 기인됨

- 특히, 2018년 기준 느타리버섯의 생산량은 2017년 53,532톤 대비 39,675톤으로 25.9% 대폭 감소하였음
- 느타리버섯의 생산량이 감소한 원인은 내수의 부진과 수출실적 악화에 기인됨

<표> 국내 버섯 총 생산량

(단위 : 톤)

년도	계(톤)	느타리	큰 느타리 (새송이)	표고	팽이	양송이	영지	상황	기타*
2005	201,756	56,866	43,230	38,936	40,161	18,985	448	512	2,406
2007	186,400	45,967	46,357	39,556	36,864	11,150	207	345	5,954
2008	198,209	40,071	45,906	39,466	55,231	10,822	306	209	6,198
2009	198,563	39,159	36,808	43,747	61,057	8,174	305	410	8,903
2010	216,276	45,191	44,361	39,997	53,187	22,635	650	176	10,010
2011	203,737	46,598	54,820	36,642	43,098	13,052	282	171	9,074
2012	208,941	51,991	50,605	30,971	50,841	10,996	197	178	13,162
2013	188,621	66,039	44,098	26,871	33,416	6,678	208	152	11,159
2014	208,207	76,389	47,814	25,058	33,259	11,493	428	205	13,561
2015	198,460	62,467	46,530	30,537	37,554	9,732	140	174	11,326
2016	185,941	58,784	48,588	23,649	38,092	10,173	211	176	6,812
2017	174,626	53,532	50,635	23,984	28,535	10,638	97	93	7,112
2018	159,018	39,675	49,136	22,255	28,532	11,348	79	85	7,908

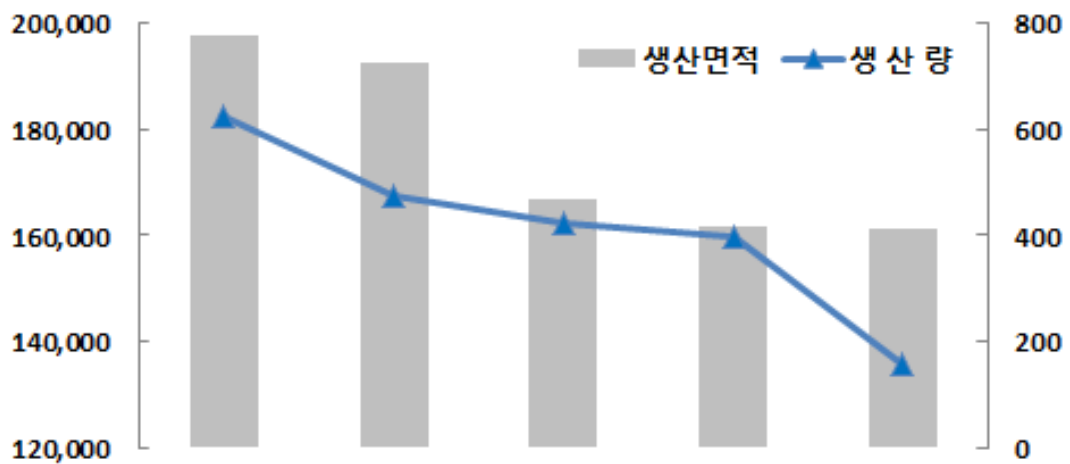
출처 : 농림축산식품부 특용작물실적 2019, 산림청 임산물 생산실적 2018

* 기타 버섯은 송이, 목이, 석이 등 포함

- 국내 농산 버섯 생산면적은 최근 10년간 계속하여 감소하고 있으며, 2018년 버섯 생산면적은 411ha로 2005년 1,361ha에 비해 69.8% 감소
- 최근 5년간 생산면적이 감소함에 따라 생산량 및 생산액 또한 감소 추세
 - 특히, 농가 경영여건의 악화, 수량보다는 품질에 중점을 둔 재배방식의 변화, 중국산 양송이버섯의 수입, 기후변화로 인한 재배환경 변화, 재배시설의 노후화 등에 기인

<표> 국내 농산버섯 생산면적

(단위 : ha, m/t, 10억 원)



구 분	2014	2015	2016	2017	2018
생산면적	778	726	467	418	411
생 산 량	182,561	167,366	162,292	159,890	135,776

출처 : 농림축산식품 주요통계 2019

* 양송이, 느타리, 영지, 팽이, 기타 버섯에 해당하는 생산면적임

- 농산 버섯 생산액은 연평균 7.5%씩 감소하고 있으며, 2018년 농산 버섯 생산액은 336.3억 원으로 2014년 455.1억 원 대비 26.41% 감소
 - 2018년 기준, 양송이버섯, 영지버섯, 팽이버섯은 전년 대비 각각 증가하였지만, 기존 국내 생산액이 높은 팽이버섯, 느타리버섯, 새송이버섯 품목 생산액의 감소로 농산 버섯 생산액 전체가 감소 추세를 나타냄

<표> 국내 농산버섯 생산액

(단위 : 10억 원)

품 목	2014	2015	2016	2017	2018
전 체	455.1	381.7	383.6	345.6	336.3
양송이버섯	79.0	63.0	59.0	58.4	70.7
영지버섯	21.4	9.8	13.4	6.4	9.2
팽이버섯	56.6	54.0	54.9	36.6	49.2
느타리버섯	162.4	129.8	128.0	112.6	81.6
새송이버섯	135.7	125.0	128.3	131.7	125.6

출처 : 농림축산식품 주요통계 2019

* 양송이, 느타리, 영지, 팽이, 기타 버섯에 해당하는 생산면적임

- 국내 임산 버섯 생산액은 최근 증감을 반복하고 있으나 2018년 기준 전년 대비 3.1% 감소함
 - 특히 표고버섯의 경우 2017년 고온 현상으로 인한 표고 배지 피해 및 품질 저하로 2018년 생산량과 생산액 모두 크게 감소함

<표> 국내 임산버섯 생산액

(단위 : 10억 원)

품 목	2014	2015	2016	2017	2018
전 체	204.2	244.1	237.9	248.1	240.5
송이버섯	12.8	14.3	19.2	25.4	33.3
건표고버섯	32	36.6	32.6	34	28.7
생표고버섯	154.1	186.1	179.3	177.9	162.4
기타	5.3	7.1	6.8	10.8	16.1

출처 : 농림축산식품부 통계 2019

2. 수급 동향

- 2018년 국내 버섯 총 공급량은 213,439톤으로 전년 321,288톤 대비 33.6% 감소하였으며 최근 5년 동안 국내 공급량이 일정하지 않음

<표> 국내 버섯 총 수급동향

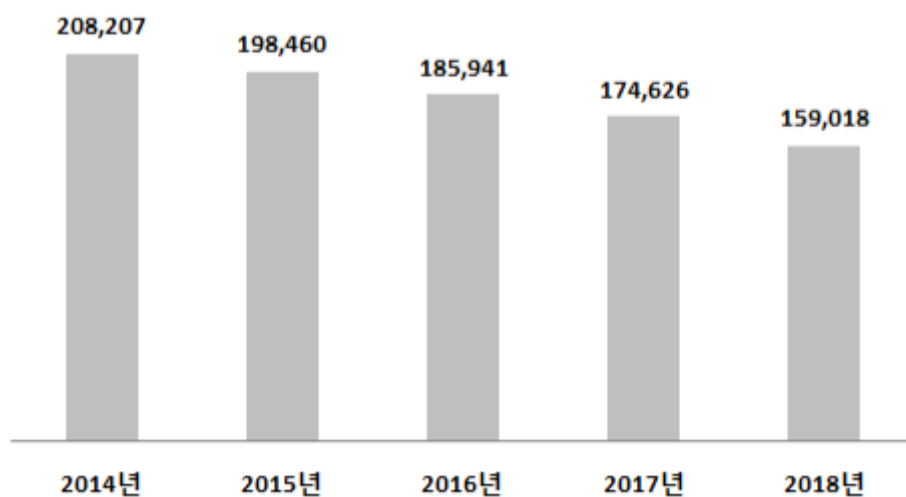
(단위 : 톤, %)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
총 공급량(A=B+C)	243,262	250,916	242,603	321,288	213,439
국내 생산량(B)	208,207	198,460	185,941	174,626	159,018
순수입량(C=D-E)	35,055	52,456	56,662	54,467	54,421
수입량(D)	50,521	67,647	72,462	72,026	74,366
수출량(E)	15,466	15,191	15,800	17,559	19,945
자급률	85.6	79.1	76.6	54.4	74.5

출처 : 특용작물실적, 산림청 임산물생산실적, KATI, 2019

- 2018년 기준, 국내 버섯 총 공급량은 213,439톤으로 그 중 국내 생산량 159,018톤이 공급되어 국내 자급률은 74.5%로 나타남
 - 국내 버섯 생산량은 208,207톤(2014년) → 198,460톤(2015년) → 185,941톤(2016년) → 174,626톤(2017년) → 159,018톤(2018년)으로 매년 감소 추세를 보임

(단위 : 톤, %)



[그림] 국내 버섯 총 수급동향

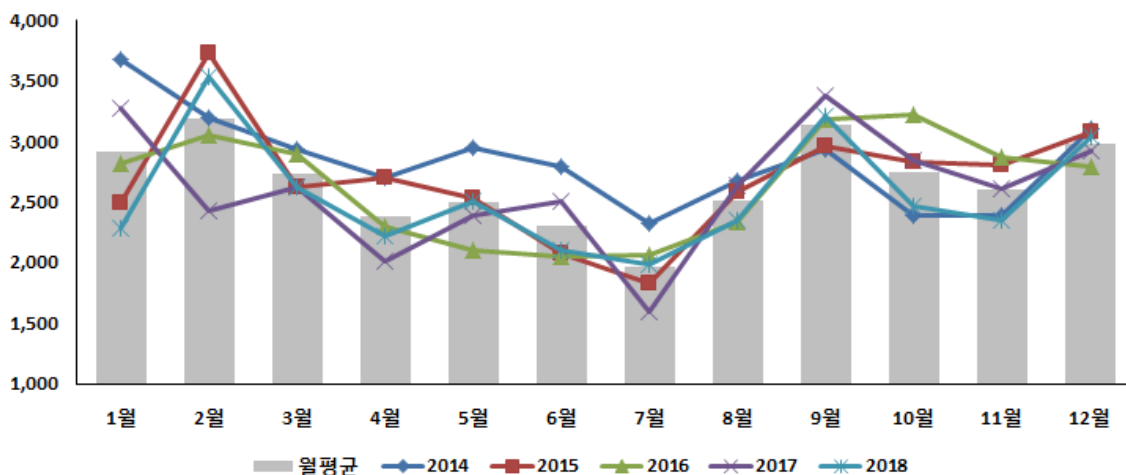
출처 : 특용작물실적, 산림청 임산물생산실적, KATI, 2019

3. 가격 동향

- 버섯 재배는 공장형 재배형태로 연중 생산되어 기후의 영향을 받지 않으나, 계절별 소비 증감에 따라 일정한 가격 패턴을 보임. 9월부터 이듬해 2월까지의 늦가을·겨울철이 소비 성수기로 가격이 높음
- 새송이버섯의 5개년 월평균 도매가격 변동 추이를 살펴보면, 9월부터 이듬해 2월까지의 가격이 다른 기간에 비해 약간 높게 형성되는 패턴을 보이고 있으나, 연중 가격 진폭이 크지 않아 도매가격의 등락이 비교적 안정되어 있음
- 봄철 채소류 공급이 본격적 시작되는 4월부터 하락세, 추석을 기준으로 소비가 증가하여 가격이 상승하는 계절적 가격 패턴을 보임

<표> 새송이버섯 5개년 월 평균 도매가격

(단위 : 원/kg)



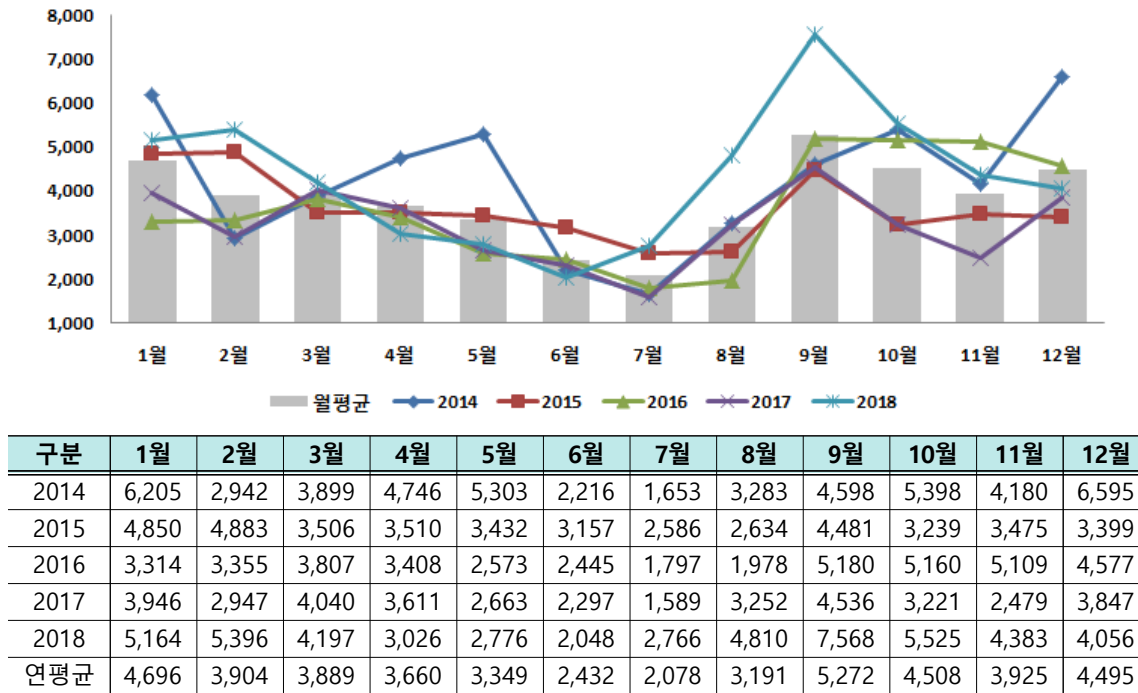
구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2014	3,680	3,202	2,936	2,702	2,953	2,788	2,326	2,674	2,934	2,385	2,388	3,103
2015	2,490	3,726	2,624	2,706	2,535	2,071	1,825	2,578	2,968	2,835	2,808	3,077
2016	2,821	3,056	2,899	2,293	2,099	2,046	2,058	2,342	3,186	3,225	2,870	2,795
2017	3,276	2,423	2,617	2,005	2,394	2,499	1,596	2,638	3,378	2,848	2,608	2,921
2018	2,288	3,536	2,617	2,220	2,509	2,104	1,989	2,351	3,210	2,462	2,343	3,040
연평균	2,911	3,188	2,738	2,385	2,498	2,301	1,959	2,516	3,135	2,751	2,603	2,987

출처 : 농림수산물부 특용작물생산실적, 2019

- 팽이버섯의 5개년 월평균 도매가격 변동 추이를 살펴보면, 성수기(9월 평균 5,272 원/kg)와 비수기(7월 평균 2,078원/kg)의 가격 차가 kg당 3,194원으로 뚜렷하며, 연도별·월별 가격 진폭이 크고 불안정함

<표> 팽이버섯 5개년 월 평균 도매가격

(단위 : 원/kg)

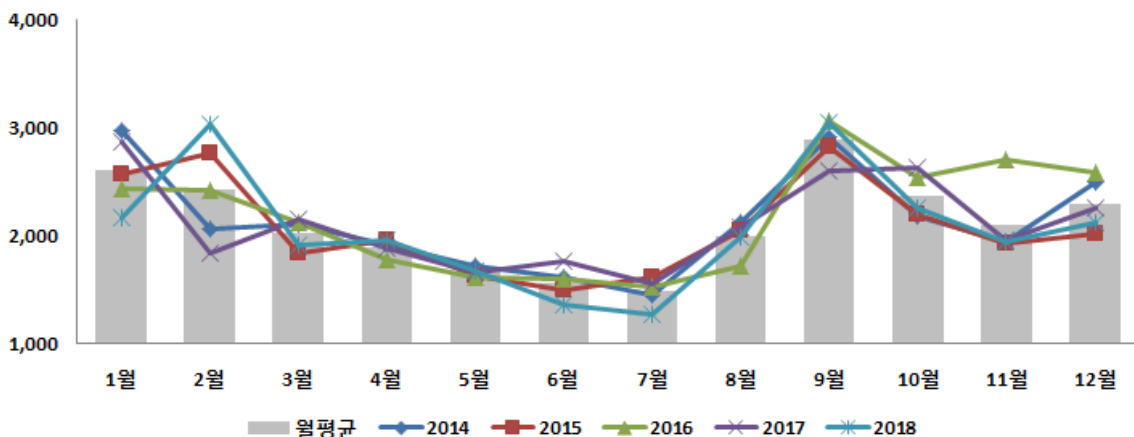


출처 : 농림수산물부 특용작물생산실적, 2019

- 느타리버섯의 5개년 월 평균 도매가격 변동 추이를 살펴보면, 추석 기간인 9월에 가격이 가장 높은 경향을 보이고, 가격 진폭이 대체로 안정적임

<표> 느타리버섯 5개년 월 평균 도매가격

(단위 : 원/kg)



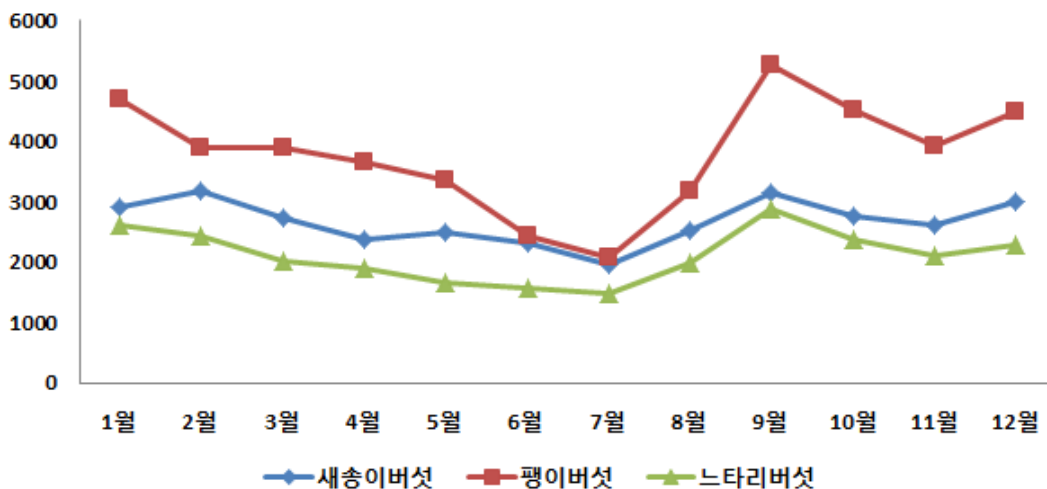
구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2014	6,205	2,942	3,899	4,746	5,303	2,216	1,653	3,283	4,598	5,398	4,180	6,595
2015	4,850	4,883	3,506	3,510	3,432	3,157	2,586	2,634	4,481	3,239	3,475	3,399
2016	3,314	3,355	3,807	3,408	2,573	2,445	1,797	1,978	5,180	5,160	5,109	4,577
2017	3,946	2,947	4,040	3,611	2,663	2,297	1,589	3,252	4,536	3,221	2,479	3,847
2018	5,164	5,396	4,197	3,026	2,776	2,048	2,766	4,810	7,568	5,525	4,383	4,056
연평균	4,696	3,904	3,889	3,660	3,349	2,432	2,078	3,191	5,272	4,508	3,925	4,495

출처 : 농림수산식품부 특용작물생산실적, 2019

- 2014~2018년 월평균 새송이버섯, 팽이버섯, 느타리버섯의 도매가격을 비교한 결과, 전반적으로 kg당 팽이버섯 가격이 다른 버섯에 비해 높은 편이며, 성수기(동절기)때 가격이 가장 높은 것으로 조사됨

<표> 버섯류 2014~2018년 월 평균 도매가격

(단위 : 원/kg)



구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
새송이버섯	2,911	3,188	2,738	2,385	2,498	2,301	1,959	2,516	3,135	2,751	2,603	2,987
팽이버섯	4,696	3,904	3,889	3,660	3,349	2,432	2,078	3,191	5,272	4,508	3,925	4,495
느타리버섯	2,608	2,424	2,030	1,898	1,663	1,569	1,487	1,991	2,891	2,362	2,097	2,296

출처 : 농림수산식품부 특용작물생산실적, 2019

4. 수입 동향

- 2019년 국가전체 버섯 수입량은 75,456톤, 수입액 94,082천 달러로 2018년 대비 수입량은 약 1.5% 증가하였으며, 수입액은 2.7% 감소하였음
- 수입액이 다소 하락한 원인은 임산버섯중 표고버섯의 수입단가 하락에 기인됨. 그러나 농산버섯은 수입액이 오히려 매년 늘어나고 있는 추세를 유지하고 있음
- 전체 수입량 중 농산 버섯은 총 56,391톤(74.7%), 40,182천 달러(42.7%), 임산버섯은 총 19,065톤(25.3%), 53,900천 달러(57.3%)가 수입됨

<표> 한국 버섯 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2015		2016		2017		2018		2019	
	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
합 계	67,646.4	94,702.1	72,461.7	88,240.8	72,026.0	86,221.1	74,365.6	96,677.7	75,455.6	94,081.7
농산버섯	48,975.6	33,633.2	53,915.8	35,930.0	53,997.0	37,130.8	55,053.7	38,715.1	56,390.6	40,181.8
양송이버섯	7,018.3	8,613.7	6,765.7	7,841.2	7,449.5	9,684.0	7,233.0	9,451.6	6,915.3	9,146.4
영지버섯	221.1	741.1	255.0	826.7	211.2	638.9	184.3	554.3	199.9	619.1
느타리버섯	0	0	0	0	0	0.2	0	0.1	0	0
팽이버섯	0	0	5.9	14.7	0	0	0	0	-	-
기타버섯	41,735.2	24,278.4	46,889.3	27,247.4	46,336.4	26,807.7	47,636.4	28,709.0	49,275.4	30,416.4
임산버섯	18,670.8	61,068.9	18,545.9	52,310.8	18,029.0	49,091.3	19,311.9	57,942.6	19,065.0	53,899.9
송이버섯	467.9	9,573.3	402.6	8,095.1	324.7	6,545.6	442.9	9,047.1	450.2	9,573.7
표고버섯	17,164.7	47,458.3	17,164.7	38,753.0	16,773.9	37,731.3	17,898.8	43,454.4	17,531.5	37,884.9

출처 : 농식품수출정보 KATI

* 임산버섯 총계는 송로, 건조목이버섯을 포함

□ 농산 버섯 수입현황

- 농산 버섯에는 양송이, 영지, 느타리, 팽이, 새송이, 기타 버섯이 있으며 주요 수입국은 중국으로 2019년 기준 50,443톤(34,932천 달러)을 수입하여 수입량, 수입액 모두 90% 이상의 비중을 차지함

<표> 한국 농산 버섯 주요 수입국

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 기준	구 분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세 계	48,976	33,633	53,916	35,950	53,997	37,131	55,054	38,715	56,391	40,182
1	중 국	48,450	32,231	51,901	33,925	49,047	32,231	50,147	34,751	50,443	34,932
2	네덜란드	155	85	1,611	695	4,385	2,613	4,518	1,981	5,533	2,661
3	이탈리아	93	302	51	220	124	534	52	473	92	794
4	러 시 아	55	318	80	349	289	1,064	144	507	184	642
5	미 국	41	122	50	141	59	173	91	381	58	383

출처 : 농식품수출정보 KATI

□ 임산버섯 수입현황

- 임산버섯의 주요 수입국도 농산 버섯과 마찬가지로 중국으로, 2019년 기준 전체 수입량의 99.8%(19,035 톤), 수입액의 97.4%(52,523천 달러)로 조사됨

- 중국으로부터 수입하는 주요 품목은 표고버섯으로 전체 수입액 중 74% 이상을 차지하며 16%는 송이버섯, 그 외 기타 버섯이 10% 미만을 차지하는 것으로 나타남

<표> 한국 임산버섯 주요 수입국

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 기준	구 분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세 계	18,751	65,010	18,671	61,069	18,546	52,311	18,029	49,091	19,065	53,900
1	중 국	18,740	64,276	18,660	60,812	18,427	51,618	18,015	48,568	19,035	52,523
2	이탈리아	0.3	73	0.4	108	117	427	1.2	352	8.6	1,071
3	베 트 남	9	73	9	65	0.8	183	13	103	21	171
4	프 랑 스	0.1	52	0.1	48	0.1	53	0.1	51	0.1	47
5	호 주	0	8.5	0	9	0	20	0	13	0	29

출처 : 농식품수출정보 KATI

5. 수출 동향

- 버섯은 꾸준한 수출 증가추세를 보이고 있으며, 2019년 기준 버섯 수출량은 22,123톤(57.103천 달러)으로 수출량은 2018년 대비 11%, 수출액은 9.7% 증가하였음
 - 2010년대 초반 팽이버섯이 수출의 주류를 이루었으나, 2016년을 기점으로 새송이버섯의 수출이 유럽을 중심으로 크게 증가하여 팽이버섯 수출을 앞질렀음
- 전체 수출량 중 농산 버섯은 22,010톤(99.5%), 54,411천 달러(95.3%)인 반면 임산버섯은 112톤(0.5%), 2,416천 달러(4.7%)로, 농산 버섯 위주의 수출 구조를 가지고 있음

<표> 한국 버섯 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2015		2016		2017		2018		2019	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
합 계	15,191.5	39,862.6	15,800	42,549	17,558.6	46,472.5	19,944.8	52,060	22,122.5	57,103
농산 버섯	15,079.1	36,606.1	15,611.6	37,931.7	17,452.5	42,478.4	19,821.8	49,644.4	22,010.1	54,410.6
양 송 이	2.9	11.3	21.7	109.3	33.3	135.4	10.9	22.5	7.7	69.8
영지버섯	13.4	352.0	4.7	54.3	7.8	84.0	1.6	88.5	2.0	93.5
느타리버섯	421.6	1,794.5	348.1	1,453.6	240.2	1,154.5	236.6	1,176.1	288.8	1,383.2
팽이버섯	9,193.6	16,417.1	9,348.2	16,518.5	10,615.6	18,787.4	12,032.4	21,479.3	13,142.6	22,731.8
새송이버섯	4,755.2	15,588.4	5,086.0	17,172.6	5,596.9	19,246.3	6,578.2	23,497.2	7,584.4	26,296.7
기타버섯	692.4	2,442.7	802.8	2,623.4	958.9	3,070.9	962.1	3,380.7	984.5	3,835.6
임산버섯*	112.4	3,256.5	188.4	4,617.3	106.1	3,994.1	123.0	2,415.6	112.4	2,692.4
송이버섯	8.3	1,151.9	10.2	1,502.7	9.9	1,802.5	3.7	554.4	5.0	1,009.3
표고버섯	103.1	2,086.4	175.4	2,982.4	95.2	2,164.4	118.6	1,840.8	105.5	1,626.4

출처 : 농식품수출정보 KATI

* 임산버섯 총계는 송로, 건조목이버섯을 포함

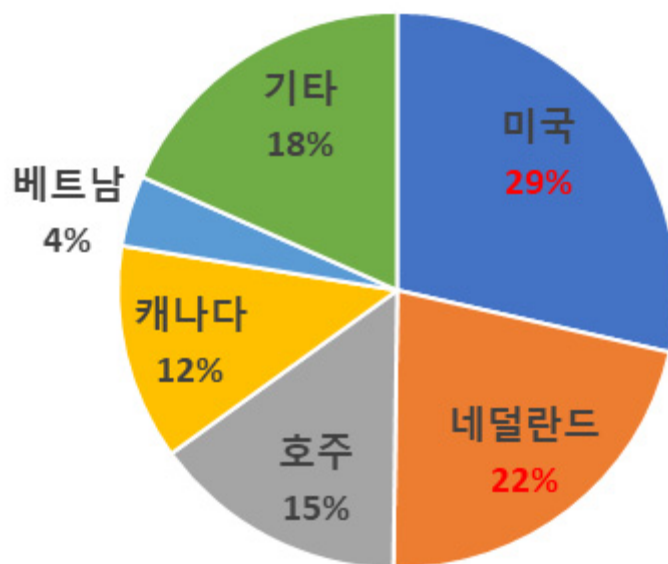
□ 농산 버섯 수출현황

- 우리나라 농산 버섯의 주요 수출국은 미국, 네덜란드, 호주, 캐나다, 베트남 순으로 나타났으며, 주요 수출품목으로는 국가별로 약간의 차이는 있으나 팽이버섯이 가장 많은 비중을 차지하고 있음

- 2019년 수출액 기준 미국은 전체의 29%(15,542천 달러)를 차지하였으며 네덜란드 22%(11,784천 달러), 호주 15%(8,057천 달러), 캐나다 12%(6,821천 달러), 베트남 4%(2,237천 달러)가 그 뒤를 이음

<표> 한국 농산 버섯 주요 수출국

(단위 : %)



* 2018년 수출액 기준
(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수출액 기준	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
	세계	15,079	36,606	15,612	37,932	17,453	42,478	19,822	49,644	22,010	54,411
1	미국	4,724	10,111	4,941	10,330	5,978	12,362	6,594	13,719	7,299	15,542
2	네덜란드	2,113	6,797	2,291	7,786	2,442	8,819	2,879	11,080	3,237	11,784
3	호주	1,945	4,635	2,449	5,350	2,733	6,402	3,043	7,355	3,447	8,057
4	캐나다	1,817	4,200	2,217	5,161	2,433	5,776	2,670	6,366	2,890	6,821
5	베트남	1,088	2,089	1,024	1,789	891	1,642	981	1,932	1,151	2,237

출처 : 농식품수출정보 KATI

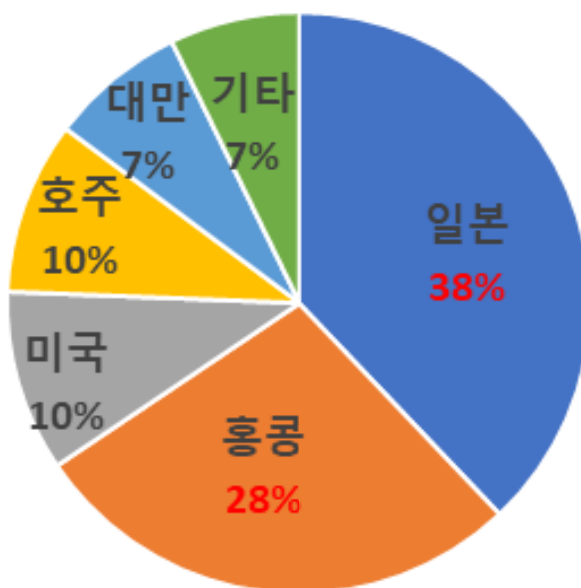
□ **임산버섯 수출현황**

- 임산버섯은 수출액이 수입액의 4% 수준이며 매년 수출액이 감소하고 있음. 주요 수출국은 일본, 홍콩, 미국, 호주, 대만 순으로 나타남

- 2019년 수입액 기준 일본은 전체의 38%(1,021천 달러)를 차지하였으며 홍콩 28%(744천 달러), 미국 10%(271천 달러), 호주 10%(259천 달러), 대만 7%(203천 달러)가 그 뒤를 이음

<표> 한국 임산버섯 주요 수출국

(단위 : %)



* 2018년 수출액 기준
(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수출액 기준	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
	세계	112	3,257	188	4,617	106	3,994	123	2,416	112	2,692
1	일본	7	989	27	1,030	16	1,895	4	568	4	1,021
2	홍콩	12	643	29	1,937	19	865	18	758	18	744
3	미국	36	651	10	305	24	378	36	337	25	271
4	호주	10	152	18	288	16	235	18	242	26	259
5	대만	43	717	47	767	13	321	30	396	17	203

출처 : 농식품수출정보 KATI

제 I 장 버섯 수출시장 마케팅 전략 구축

3. 세계 버섯 산업 현황

1. 수입 동향

2. 수출 동향

3 세계 버섯 산업 현황

1. 수입 동향

- HS CODE 0709.51 : 아가리쿠스(agaricus)속의 버섯(ex. 양송이)
- HS CODE 0709.59 : 아가리쿠스(agaricus)를 제외한 기타 버섯(ex. 새송이, 느타리, 표고 등)

- 전체 아가리쿠스 버섯(HSCODE 0709.51)과 기타 버섯(HSCODE 0709.59)의 수입 통계를 살펴보면 꾸준히 증가하고 있음. 2018년 전세계 수입량은 공식적으로 집계되지 않았으나 약 69만 3천 톤 정도로 추정됨. 2018년 수입액은 20억 6천 달러로 2014년에 비해 9.18% 증가함

<표> 전 세계 버섯 주요 국가 수입통계

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2014년		2015년		2016년		2017년		2018년	
	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
세 계	666,766	1,886,805	712,401	1,830,704	676,980	1,761,633	672,910	1,866,313	-	2,060,061
1 영국	126,596	361,012	125,528	330,593	122,644	289,711	125,876	297,005	130,460	315,802
2 미 국	45,652	160,220	50,724	186,068	56,122	207,604	60,460	231,478	68,311	277,228
3 독 일	82,740	248,667	91,331	257,722	92,718	242,704	98,080	257,023	91,429	252,803
4 프랑스	44,574	140,849	43,695	100,583	44,215	124,785	43,579	128,900	45,065	143,079
5 네덜란드	30,496	79,542	29,553	79,173	30,574	88,351	31,131	93,490	31,062	100,679
6 쿠웨이트	979	31,469	2,723	34,647	2,141	15,123	1,658	13,425	9,107	70,476
7 벨기에	23,387	58,813	22,476	51,555	21,609	50,408	19,701	47,738	18,989	50,686
8 러시아	47,398	52,881	47,587	21,634	31,863	23,463	26,849	35,005	31,241	39,978
9 스웨덴	12,031	35,849	12,221	30,276	12,791	32,689	13,392	34,647	13,422	36,247
10 벨라루스	39,969	55,118	49,368	69,688	38,864	55,408	32,509	46,550	20,959	29,686

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

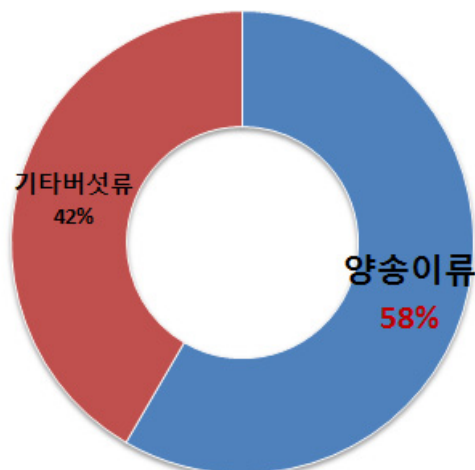
- 전체 버섯(HS CODE 0709.51 + HS CODE 0709.59) 수입액 순위 기준, 상위 5개국의 품목별 수입 점유율을 비교해 본 결과 대부분의 국가가 아가리쿠스 버섯을 더 많이 수입하는 것으로 조사되었으나, 프랑스의 경우 기타버섯의 수입이 더 많이 이루어지는 것으로 조사됨

<표> 주요 5개국 점유율 비교

국 가	아가리쿠스 버섯 수입 점유율		기타버섯 수입 점유율	
	수입액	점유율	수입액	점유율
영 국	252,601	23%	44,404	6%
독 일	153,154	17%	95,902	13%
미 국	186,396	14%	45,093	6%
네덜란드	67,862	6%	25,628	3%
프 랑 스	55,407	5%	71,880	10%

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

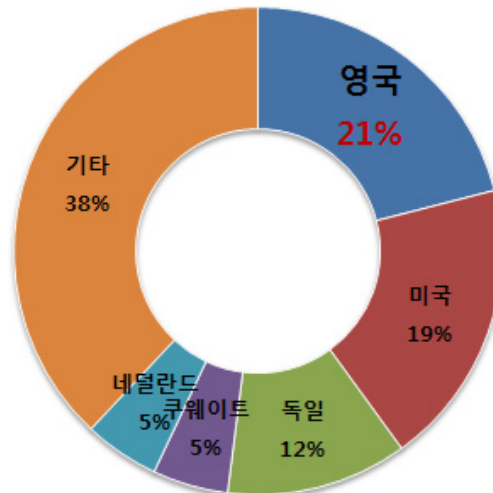
- 2018년 수입액인 20억 6천 달러 중 아가리쿠스 버섯은 12억 달러를 차지해 58.4%를 차지하였고, 기타 버섯은 8억 6천 달러로 41.6%에 해당함



[그림] 전 세계 버섯 수입 현황

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 아가리쿠스 버섯(HS CODE 0709.51)의 수입통계를 살펴보면, 상위 3개국이 전체 수입액의 52%를 차지함. 상위 3개국은 전통적으로 양송이버섯을 많이 소비하는 영국, 미국, 독일로 각각 252,278천 달러(21%), 227,559천 달러(19%), 149,118천 달러(12%)를 수입함

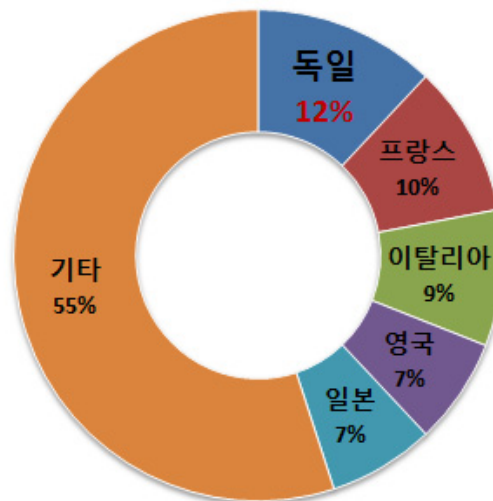


[그림] 양송이버섯 주요 수입국가

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

* 2018년 수입액 기준

- 기타 버섯(HS CODE 0709.59)의 수입통계를 살펴보면, 상위 3개국이 전체 수입액의 22.9%를 차지하였으며, 독일, 프랑스, 이탈리아 순으로 103,685천 달러(12%), 86,748천 달러(10%), 73,329천 달러(9%)를 각각 수입함



[그림] 기타버섯 주요 수입국가

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

* 2018년 기준

2. 수출 동향

- 전체 아가리쿠스 버섯(HSCODE 0709.51)과 기타 버섯(HSCODE 0709.59)의 수출 통계를 살펴보면 약간의 증감이 있음. 2018년 전세계 수출량은 약 71만 톤, 수출액은 19억 9천 달러로 2014년에 비해 수출량은 10.5% 증가하였고, 수입액은 13.2% 증가함
- 중국과 한국의 경우 아가리쿠스 버섯(HS Code 0709.51)의 수출 비중은 그리 크지 않으나 기타 버섯(HS Code 0709.59)의 수출 비중이 높아 각각 3위와 10위를 차지함

<표> 전 세계 버섯 주요 국가 수출통계

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2014년		2015년		2016년		2017년		2018년	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
세 계	645,911	1,758,396	679,903	1,640,500	638,108	1,646,211	647,355	1,737,693	713,513	1,992,100
1 폴란드	208,511	419,847	205,614	349,659	209,919	339,336	216,626	367,500	250,728	463,516
2 네덜란드	88,536	254,735	89,809	253,101	91,945	256,535	93,639	266,571	90,569	276,967
3 중국	48,659	164,560	55,080	157,441	53,990	155,828	78,092	176,662	91,012	209,560
4 캐나다	30,639	122,644	32,502	141,119	36,544	161,330	38,172	20,365	44,550	202,633
5 아일랜드	34,167	138,522	32,074	11,157	30,865	101,040	31,525	104,188	30,648	103,767
6 이탈리아	2,487	61,863	3,361	62,843	3,124	68,492	3,009	68,183	2,651	67,811
7 벨라루스	43,423	52,084	53,215	37,218	32,286	40,218	24,624	50,305	33,392	67,651
8 벨기에	27,594	69,421	25,596	60,190	25,807	59,804	25,348	57,152	28,107	63,116
9 리투아니아	30,690	59,591	51,594	53,491	28,960	58,375	24,478	51,895	15,178	54,969
10 대한민국	15,284	38,616	15,012	37,188	15,496	39,291	17,312	43,967	19,758	50,076

출처 : International Trade Centre (ITC) 2019

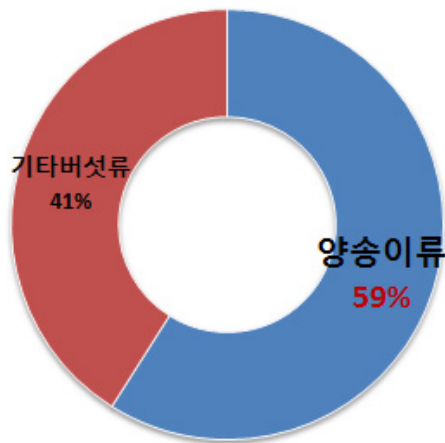
- 전체 버섯(HS CODE 0709.51 + HS CODE 0709.59) 수출액 순위 기준, 상위 5개국의 품목별 수출액 및 수출 점유율을 비교해 본 결과 중국을 제외한 국가들의 경우 아가리쿠스 버섯을 더 많이 수출하는 것으로 조사됨. 중국의 경우 2개 품목 간 수출액 차이는 크지 않으나 기타 버섯에서 차지하는 수출액 점유율이 훨씬 크게 나타남

<표> 주요 5개국 수출 점유율 비교

국 가	양송이버섯 수출 점유율		기타버섯 수출 점유율	
	수출액	점유율	수출액	점유율
폴 란 드	411,343	35.1%	52,173	6.4%
네덜란드	193,153	16.5%	86,180	10.5%
중 국	15,164	1.3%	194,396	23.7%
캐 나 다	193,153	16.5%	9,480	1.2%
아일랜드	103,721	8.8%	46	0.006%

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 2018년 수출액인 19억 9천 달러 중 아가리쿠스 버섯은 11억 7천 달러를 차지해 59%를 차지하였고, 기타 버섯은 7억 1천 달러로 41%에 해당함

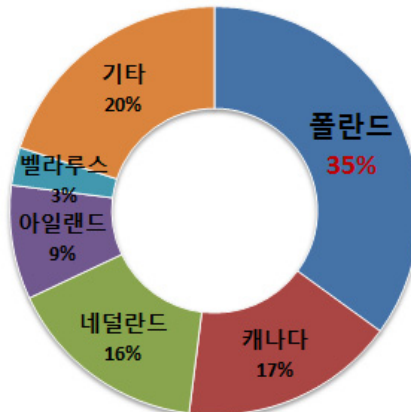


[그림] 전 세계 버섯 수출 현황

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

* 2018년 수출액 기준

- 아가리쿠스 버섯(HS CODE 0709.51)의 수출 통계를 살펴보면, 상위 5개국이 전체 수출액의 79.9%를 차지하였으며, 상위 5개국은 폴란드 35%, 캐나다 16%, 네덜란드 16%, 아일랜드 8.8%, 벨라루스 3.3%가 해당됨
- 아가리쿠스 버섯의 경우 수입통계와 마찬가지로 수출액 기준 순위 상위 10개국 중 아시아 국가는 한 국가도 포함되지 않음. 이를 통해 생산 또한 미주 및 유럽 국가에서 많이 이루어지고 있음을 알 수 있음

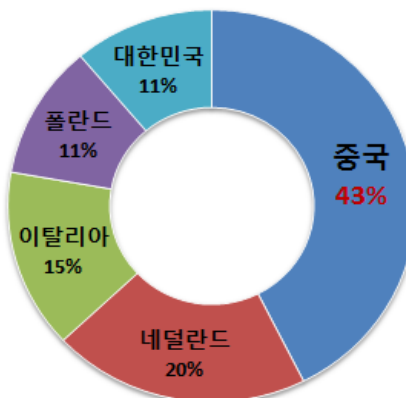


[그림] 양송이버섯 주요 수출국가

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

* 2018년 수출액 기준

- 기타 버섯(HS CODE 0709.59)의 수출 통계를 살펴보면, 상위 5개국이 전체 수입액의 55%를 차지하였으며, 상위 5개국은 중국 43%, 네덜란드 20%, 이탈리아 15%, 폴란드 11%, 대한민국 11%가 해당됨
- 2018년 기타 버섯의 경우, 수출 1위 국가는 중국으로 전체 수출량의 43%에 해당하는 1억 9천만 달러를 수출하였으며 대한민국은 수출액 기준 5위로 약 6천백만 달러를 수출하였음



[그림] 기타버섯 주요 수출국가

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

* 2018년 수출액 기준

제 I 장 버섯 수출시장 마케팅 전략 구축

4. 신규시장 마케팅 전략

1. 일본

2. 중국

3. 대만

4. 필리핀

1

일본

일본의 지역구분



- 한반도 동남쪽에 위치하며 북쪽으로는 오호츠크해, 남쪽으로는 동중국해에 인접한 긴 지형의 섬나라
- 4개의 주요 섬과 다수의 작은 섬으로 구성되어 있으며 국토의 상당 부분을 산악 지대와 숲이 차지

국명	일본(Japan)
수도	도쿄 (東京 · Tokyo)
인구	126,144,000명
면적	377,975.21 km ²
기후	북부 : 아한대 중부 : 온대 남부 : 아열대, 열대몬순
민족 구성	대화족(大和族: 야마토족) 99% 이상, 기타 재일교포, 아이누족 등 1% 미만
언어	일본어
종교	신도(46.9%), 불교(42.6%), 기독교(2.6%), 기타(7.9%)
화폐 단위	엔(円·yen)
GDP	5,154.48 십억\$

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr), CIA The World Factbook(www.cia.gov)

1. 국가개황

가. 일반

□ 인구

- 일본 총무성에 따르면, 총인구는 1억 2,614만 명(2019년 2월 기준)으로 전년 동월 대비 29만 명 감소
 - 한편 65세 이상 인구는 계속해서 증가 추세(전체인구 28.5% 육박)이고, 64세 미만 인구는 감소 추세에 있어 소비 인구의 연령 구성이 빠른 속도로 변화하고 있음

□ 국토

- 일본은 일본열도와 홋카이도[北海島]·혼슈[本州]·시코쿠[四國]·규슈[九州]의 네 섬과 이즈 제도[伊豆諸島]와 오가사와라 제도[小笠原諸島]·류큐[琉球]열도로 구성되어 있음

□ 농업현황

- 농업 생산이 2017년 전년대비 100.8%인 9조2,742억 엔으로 증가
 - 농업 총생산액은 1984년부터 매년 증감을 되풀이 하면서, 30년동안 3조엔이상 감소 했으나, 2010년을 기점으로 약간 증가하고 있는 추세
- 품목별 생산동향
 - 생산규모는 경종(논, 밭 재배작물), 축산, 가공농산물 순
 - 경종작물에서는 채소류와 쌀의 비중이 높음
 - 축산물 생산액은 닭, 젓소, 육우, 돼지 순이며 꾸준히 증가 중
- 생산품목별 재배면적 추이
 - 농산물 재배면적은 2010년 이후 지속적인 감소 추세
 - 벼농사 재배면적은 매년 감소했으나, 최근 감소추세는 멈춘 상태임
 - 지역 영농조직 법인화 및 농업법인 육성으로 재배면적의 감소세는 둔화될 것으로 전망

나. 경제

<표> 일본 주요 경제지표

경제지표	2015	2016	2017	2018	2019
경제성장률 (%)	1.22	0.52	2.17	0.32	0.65
명목GDP (십억\$)	4,389.48	4,926.67	4,859.79	4,971.77	5,154.48
1인당 GDP (PPP, \$)	40,430.46	41,103.55	42,760.54	44,246.37	45,546.19
1인당 명목 GDP (\$)	34,568.93	38,804.86	38,342.74	39,303.96	40,846.78
정부부채 (% of GDP)	231.55	236.34	234.99	237.13	237.69
물가상승률 (%)	0.79	-0.11	0.47	0.98	0.99
실업률 (%)	3.38	3.11	2.82	2.44	2.43
외환 보유고 (백만\$)	1,208,212.44	1,189,484.43	1,233,470.22	1,240,132.91	1,286,164.47
이자율 (%)	-	-	-0.1	-0.1	-0.1
환율 (자국통화)	121.04	108.79	112.17	110.42	109.01

출처 : IMF

- 일본의 2019년 실질 GDP 성장률은 전년 대비 0.7% 증가로, 8년 연속 플러스 성장을 하였으나 그 성장률은 지속해서 둔화하고 있음
 - 미·중 무역마찰에 따른 수출의 감소, 2019년 10월 소비세 인상 여파 등이 성장의 저해요인으로, 공적수요 및 기업수요의 견조세 유지에도 경제성장이 전반적으로 둔화함
- 2020년 1분기 실질 GDP 성장률은 전 분기 대비 0.6% 감소하며, 2분기 연속으로 마이너스 성장을 기록, 소비세 인상 여파에 이어 2020년 초 코로나 영향에 따른 세계 경제 둔화, 무역감소 등이 경기악화로 이어짐
 - 코로나 19 긴급사태 시행에 따른 외출자제로 인한 개인소비(전분기 대비 0.7% 감소), 기업실적 악화에 따른 신규 설비투자 위축 등 설비투자(동 0.5% 감소)의 감소가 경제성장 저하요인으로 분석
 - 기업물가 및 소비자물가가 계속 하락하고 있어 디플레이션에 대한 우려 또한 존재
 - 2020년 상반기는 세계 경제가 위축되어 전반적으로 내구재 소비의 감소경향이 두드러지고 있어 일본의 수출주력품목인 자동차 및 관련 부품소재의 악영향이 크게 발생, 관련 공장은 6월 현재까지 생산을 조정하고 있어 수출확대에 차질이 발생 중

다. 무역

1) 무역 현황

<표> 무역 경제지표

주요지표	단위	2017	2018	2019
총수출	백만 달러	698,168.37	738,143.17	705,564.31
(對韓 수출)	백만 달러	55,125	54,604	47,581
총수입	백만 달러	671,258.46	748,487.46	720,956.61
(對韓 수입)	백만 달러	26,816	30,529	28,420
무역수지	백만 달러	26,909.91	-10,344.29	-15,392.3

출처 : KOTRA 2019

* N/A는 집계되지 않음을 의미

2) 한국 농식품 수출입현황

- 2019년 기준 일본으로 수출한 농식품은 약 21억 5800백 달러(91만 톤)로, 일본으로부터 수입한 농식품의 224% 수준
- 주요 수출품으로는 참치, 김, 파프리카, 혼합 조제 식료품 등이 있음

<표> 對일본 한국 농식품 5개년 수출입

(단위 : 톤, 천불)

주요지표	수출		수입	
	중량	금액	중량	금액
2020	522,615	1,301,666	319,903	329,142
2019	907,912	2,158,304	550,372	666,622
2018	915,740	2,084,105	672,469	799,132
2017	985,411	2,085,245	738,367	784,589
2016	959,304	1,895,761	633,290	676,436

출처 : 농식품수출정보 KATI

라. 물류

□ 주요 수출입항의 물류시스템

- 한국 공장에서 반출 후, 도쿄항, 오사카항을 이용하는 경우는 7일째 이후, 시모노세키항을 이용하는 경우는 3일째 이후에 물류창고로 납품됨
 - 도쿄(東京)항, 오사카(大阪)항은 일본의 대규모 소비지를 배경 권역으로 두고 수입 후의 수송거리가 짧아 주요 수입항으로 선택되는 경우가 많음
 - 시모노세키(下関)항은 한국에서의 선상 수송이 다른 항구보다도 단시간이며 정기 항로편도 많아, 주요 수입항 중 하나임

- 한국에서 농식품을 일본으로 수출할 때에는 부산항에서 해상 수송을 하는 경우가 많음

<표> 주요 항구별 컨테이너 비용 및 운송 소요기간

(단위 : 일, 달러)

항구	인천			부산		
	운송소요기간	20ft 요금	40ft 요금	운송소요기간	20ft 요금	40ft 요금
도쿄항	5~6	250	450	3	200	350
도쿄항(페리선)		NA	NA	2	650	1300
요코하마항	5~6	250	450	3	200	350
나고야항	6	250	450	3~4	200	350
오사카항	3	250	450	2	200	350
오사카항 (페리선)		NA	NA	1	600	1200
고베항	3	250	450	2	200	350
하나타항		NA	NA	1	100	150

* 주 : 20피트 컨테이너 운송비, 보험료, 통관비용 등은 미포함

출처 : KOTRA

○ 도쿄항

- 도쿄항은 무역 컨테이너 부두 배후에 수많은 물류센터가 배치되어 있으며, 일본 국제물류서비스의 최전선 기지임

○ 오사카항

- 오사카항은 대규모 소비지인 긴키(近畿)지역이 배후 권역이며, 국제경쟁력 강화를 위한 시설의 기능 강화 및 정비가 추진되고 있음

○ 시모노세키항

- 시모노세키항은 동아시아에 가깝고, 한국의 부산항과의 해상 수송 시간이 약 8시간으로 단시간에 수송 가능하다는 점이 특징.

2. 버섯생산동향

- 2019년 버섯류 전체 생산량은 456,442톤으로 전년 대비 2% 감소하였으나, 2009년 438천 톤 대비 24.7% 증가
 - 최근 5년간 버섯류 생산이 45만 톤 수준을 유지하였으며, 2020년 품목에 따라 증감 차이가 있으나 10% 이내임
 - 품목별 생산량으로는 표고버섯 69,707톤(733억엔), 만가닥버섯 116,271톤(487억엔), 잎새버섯 48,523톤(350억엔), 팽이버섯 133,297톤(313억엔), 새송이버섯 40,475톤(208억엔) 등이 있음
 - 건조 표고버섯 생산량이 2,500톤 아래로 떨어진 것은 1960년 통계 조사 시작 이후로 처음이며, 원목재배 규모를 축소하는 농가가 많아졌기 때문으로 일본 내 예상하였음
 - 생표고버섯은 건조 표고버섯과 비교하여 요리에 활용하기 편리하다는 장점으로 인해 고정 수요가 있고, 톱밥 균상 재배 규모가 확대되며 2%이지만, 생산량이 증가하였음
 - 일본 농림수산성에 따르면 아직 일본은 송이버섯 인공 재배기술을 보유하고 있지 않고 자연재배를 하고 있음. 따라서 생산량은 그 해의 기온과 강수량에 큰 영향을 받음
 - 팽이버섯은 자연 재배보다는 공장의 냉장시설에서 재배되기 때문에, 다른 버섯과는 달리 출하량이 일정한 편임

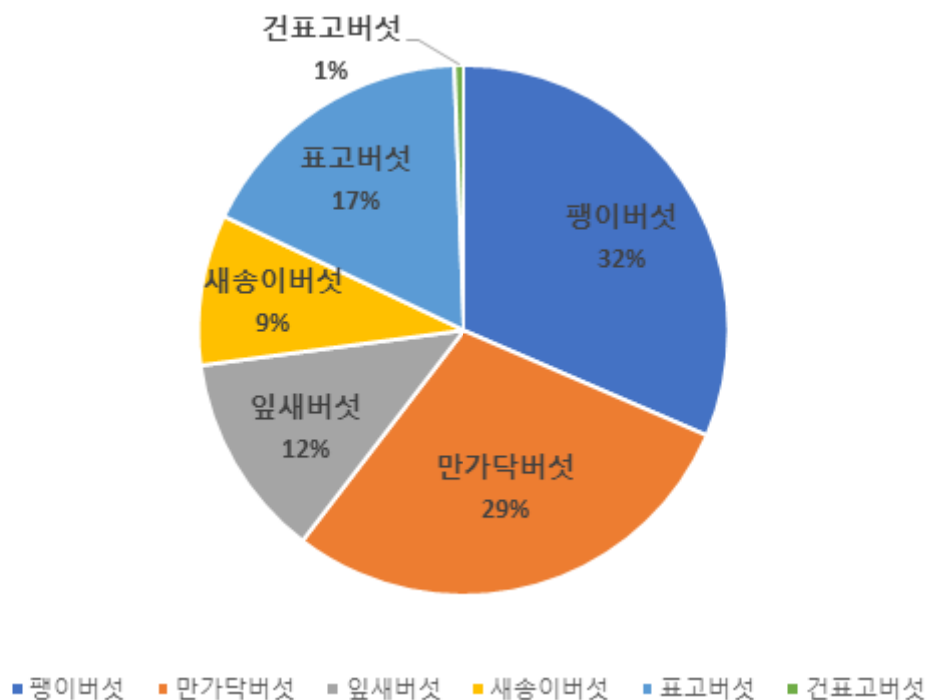
<표> 일본 주요 버섯 생산량

(단위: 톤)

구 분	2018년	2019년	증감률(%)
전체	467,408	456,442	98%
팽이버섯	140,168	129,107	92%
만가닥버섯	117,966	118,599	101%
잎새버섯	49,687	51,146	103%
새송이버섯	39,413	37,636	95%
표고버섯	69,804	71,113	102%
*건표고버섯	2,635	2,414	92%

출처 : 일본 농림수산성 임야청

- 팽이버섯의 수요는 일정하게 유지되는 가운데, 저가 안정으로 추이되고 있음
- 새송이버섯(큰느타리버섯)은 유럽 원산의 버섯으로 수입 종균이나 일본 국내에서 육성 종균을 사용해 재배하고 있음
- 느타리버섯은 생산량이 한때 8,000톤을 상회하기도 하였으나, 만가닥버섯과의 경합 관계에서 밀리면서 대폭적인 생산량 감소가 이어짐
 - 일본에서 느타리버섯은 한국에 비해 식감이 유행하지 못하였으며, 수분 함량이 많아 여름철 다른 버섯에 비해 오래 보존하기 어렵다고 알려짐

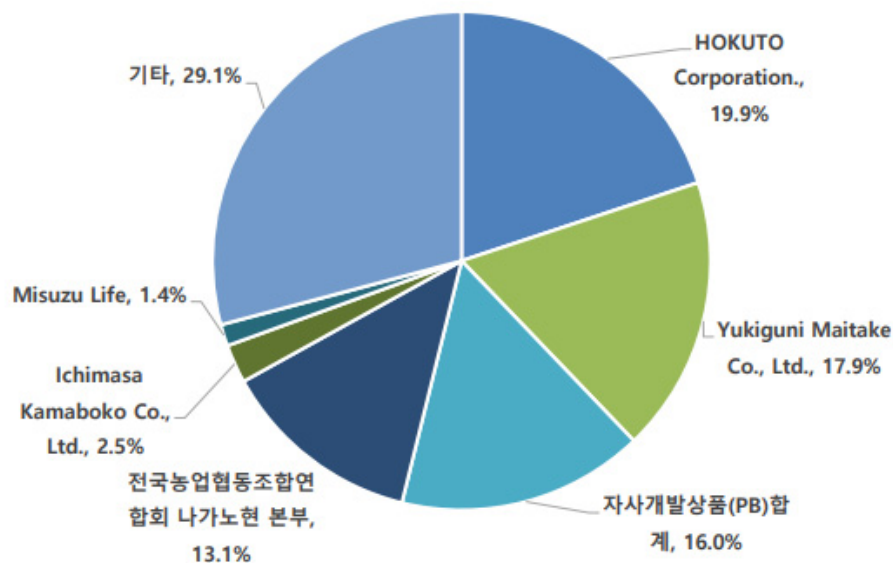


[그림] 2019년 일본 버섯 품목별 생산 비중

출처 : 일본 농림수산성 임야청

- 일본 임야청은 동일본대지진으로 인한 방사성물질 오염에 의해 전국적으로 버섯 원목 등의 부족 및 가격급등이 발생함에 따라 안전한 버섯의 원활한 생산을 확보하고, 지역 주요사업인 임업 활동을 재개할 수 있도록 [생산자재 도입지원]이라는 지원 대책 사업을 운영 중
 - 재해 전과 비교하여 가격이 급등한 버섯원목 등의 생산자재를 도입하여 생산하는 생산자단체에 대해 일본특용임산진흥회가 버섯원목 등의 생산자재 도입에 필요한 경비 신청을 통해 일부 지원하고 있음.

- 시판되고 있는 표고버섯, 맛버섯, 송이버섯의 생산은 중소기업자에 의한 생산이 많은 반면, 팽이버섯, 만가닥버섯, 잎새버섯, 새송이버섯은 대량 생산규모를 가진 대기업의 생산이 대부분임.
- 일본 버섯브랜드의 양대산맥이라 불리는 기업은 “HOKUTO Corporation.”, “Yukiguni Maitake Co., Ltd.” 으로 두 기업의 시장점유율(2019년 기준)이 전체 버섯시장 중 약 40%를 차지함 (HOKUTO Corporation: 19.9%, Yukiguni Maitake Co., Ltd. 17.9%)



[그림] 주요 브랜드 시장점유율(2019년 매상기준)

출처 : Nikkei POS 정보 마켓리포트

	일본 최대 버섯 제조 판매 브랜드로, 1964년 설립되어 50년 이상 버섯 판매와 자체품종 연구를 진행함 말레이시아, 대만 등의 국가에서 현지 생산(플랜트 수출)을 통해 동남아시아권으로 판매지역을 확대하고 있음 미국 현지법인을 통해 USDA 인증을 취득 만가닥버섯과 새송이버섯이 유력 상품
	버섯의 재배·판매 및 버섯재료를 이용한 가공식품, 건강식품을 제조·판매하는 일본의 대표 버섯 브랜드 메인 상품인 잎새버섯의 일본 전국 시장점유율은 약 50%에 달함

3. 버섯 수출입 동향

<표> 일본 현지 기타버섯 HS CODE 및 한글, 영문, 원문 표기

HS CODE 품명		영문	원문
0709.59 기타버섯 その他のもの	0709.59.011 송이버섯	Matsutake	まつたけ
	0709.59.020 표고버섯	Shitake mushrooms	しいたけ
	0709.59.090 기타버섯	Other	その他のもの

가. 수입동향

1) 일본 버섯 수입현황

- 국제무역센터(ITC)의 통계에 따르면, 2019년 일본은 버섯류(HS CODE 0709.51 + HS CODE 0709.59)를 주로 중국으로부터 수입함

- 대한민국은 수입액 기준 6위 국가로 일본은 약 156톤, 1,456천 달러의 버섯을 우리나라로부터 수입하고 있음

<표> 일본 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세계	3,592	59,248	3,219	61,083	3,113	64,570	2,923	59,707	2,932	59,175
1	중 국	2,900	35,437	2,671	37,695	2,759	42,419	2,553	38,355	2,353	33,463
2	이탈리아	21	5,648	20	6,919	26	8,630	16	8,148	19	8,618
3	미 국	76	3,062	130	4,185	42	2,519	63	3,084	149	4,726
4	캐나다	256	8,278	185	6,232	45	2,384	53	2,493	154	4,589
5	프랑스	18	1,971	19	2,007	17	2,360	21	2,790	29	2,797
6	한국	215	1,453	150	1,794	133	1,969	109	850	156	1,456

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 주요 수입 품목은 송이버섯이며, 2019년 39,663천 달러(849톤) 수입하였음
 - 송이버섯의 약 70%를 중국으로부터 수입하며, 수입액이 2,800만 달러에 달함
- 기타 버섯은 프랑스로부터 가장 많이 수입하며, 기타 버섯 수입국가 중 대한민국이 유일하게 아시아권 국가로, 2위를 차지
 - 프랑스로부터 flap mushroom, chanterelles(쫄면버섯) 등 아시아 지역에서 흔히 사용하지 않는 버섯을 수입
 - 국내 통계 확인 결과, 우리나라로부터 새송이버섯을 가장 많이 수입하는 것으로 보이 나, 큰느타리버섯의 HS CODE가 별도 분리되어 있지 않아, 기타 버섯 통계에 포함됨
- 표고버섯의 경우, 수입산의 99.9%가 중국산일 만큼 중국에 대한 의존도가 높음
 - 하지만, 잔류농약 기준이 강화된 이후 중국 수입산 버섯으로부터 기준치 이상의 잔류농약이 검출된 사례가 곧잘 나타나는 등 가격이 저렴한 점을 제외하면 중국산은 꺼려진다는 반응을 소비자들로부터 보이고 있음

<표> 일본 버섯 종류별 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	송이버섯			기타버섯 (HS CODE 0709.59.090)			표고버섯		
	구분	수입량	수입액	구분	수입량	수입액	구분	수입량	수입액
	세계	849	39,663	세계	208	2,217	세계	1,835	5,291
1	중 국	510	28,008	프랑스	26	767	중 국	1,835	5,291
2	미 국	149	4,761	대한민국	149	442	이탈리아	-	0
3	캐나다	153	4,636	이탈리아	6.8	249	대한민국	-	0
4	대한민국	21	968	루마니아	4.5	170			
5	터키	2.9	517	폴란드	6.5	131			

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

2) 對 일본 버섯 수출현황

- 우리나라에서 일본으로 버섯을 수출하는 금액이 미미하며, 수출액이 가장 높은 품목은 송이버섯으로, 2019년 기준 약 994천 달러(약 3톤)를 수출
 - 수출량이 가장 많은 품목은 새송이버섯으로, 2019년 487천 달러(약 169톤) 수출하였으며, 수출단가는 \$2.89/kg 수준

<표> 對일본 버섯류(농산) 수출현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	2015		2016		2017		2018		2019	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
농산버섯-계	383.2	1192.1	206.7	647.8	196.3	573.1	196.1	494.3	179.4	804.2
느타리버섯 (건조)	0	0	0	0	0	0	0	0.1	0	0.1
팽이버섯	81.7	153.4	43.8	87.1	60.3	122.8	29.9	52.9	0	0
새송이버섯	213.1	643.1	142.4	481	107.2	358.1	115.7	376.4	168.5	487.3
임산버섯-계	6.5	988.5	29.4	1937.3	16.4	1,895.1	3.9	568.1	4	1,020.6
송이버섯	3.7	965.5	9.5	1493	5.4	1638.7	2.4	536.5	3.0	994.2
표고버섯(건조)	2.8	21.3	19.9	437.6	10.9	249.7	1.4	31.6	1.1	26.4

출처 : 농식품수출정보 KATI

- 일본의 수입 가공 버섯 중 가장 큰 비중을 차지하는 품목은 절단 버섯으로 2018년 기준 6,595백만 엔을 수입
 - 기타 가공 버섯으로는 보존용액으로 일시 저장 처리한 기타 버섯(HS CODE 0711.59), 원상, 절단, 얇게 썬 기타 버섯류(HS CODE 0712.39), 식초 또는 초산으로 처리한 것을 제외한 기타 조제 또는 저장 처리한 버섯(HSCODE 2003.90) 등이 있음

<표> 일본 가공 버섯 품목별 수입 통계

(단위 : 천 엔)

구 분	2015년	2016년	2017년	2018년
저장처리 버섯	705,462	579,148	558,525	521,694
절단 버섯	8,389,132	6,706,056	6,470,850	6,594,919
가공 버섯 (기타 조제, 저장)	5,370,083	4,691,206	4,556,117	4,721,193

출처 : 한국무역협회 (Kita.net)

나. 수출동향

- ITC 통계에 따르면, 일본은 2019년 3,045천 달러의 기타 버섯(HS CODE 0709.59)을 수출하였으며 수출량은 약 841톤 수준
 - 일본의 호쿠도 버섯기업의 현지농장이 대만, 말레이시아에 운영되어 해당국의 네트워크를 통해 소량 수출이 이루어지고 있음
 - 일본의 주요 수출국은 한국산과 수출선이 다소 겹치지만, 수출액이 미미하여 한국의 수출액(2019년 57,103천 달러)에 비해 수출 경쟁이 되지 않음

<표> 일본 기타버섯 주요 수출국 및 수출액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수출액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
	세계	1,482	3,587	1,484	3,985	1,078	3,196	926	2,925	841	3,045
1	홍콩	402	963	203	743	236	759	260	962	263	1,211
2	대만	778	1,675	1,053	2,424	628	1,760	475	1,142	344	922
3	싱가포르	56	311	23	143	27	171	53	302	108	348
4	말레이시아	47	159	47	230	44	193	54	293	52	286
5	태국	173	335	131	278	133	259	83	217	67	168

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 수입 가공 버섯에 비해 그 규모가 매우 적지만, 가공 버섯의 수출도 이뤄지고 있음

<표> 일본 가공 버섯 품목별 수출 통계

(단위 : 천 엔)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년
절임 버섯	714	946	467	923
절단 버섯	247,622	181,485	169,774	174,003
가공 버섯 (기타 조제, 저장)	111,675	74,990	72,970	93,014

출처 : 한국무역협회 (Kita.net)

4. 관세 및 검역·인증제도

가. 통관제도

□ 수출프로세스

- 일본 위생기준 확인 → 수입신고 서류준비 → 일문라벨 제작 → 적하정보제출/수입지고 → 선적 → 통관서류 송부 → 운송/일본도착 → 통관심사 → 검역심사 → 일본 내 유통
- 일본으로 수입되는 물자는 보세지역에 반입된 후 수입신고 실시
- 절차는 식품 종류에 따라 다르며, 채소·과실 등 식물계 식품은 농림수산성의 식물방역소에서 검사를 받아야 함
- 일반 야채 및 과일 등 식물계열의 식품은 식물검역소에서 검사를 받아야 하나, 버섯은 균류에 해당되므로 식물검역소에서의 검사가 불필요(기타 식품에 해당)



[그림] 일본 농식품 수출입 프로세스

<표> 일본 버섯 관세율

HS CODE 품명		구분	관세율
0709.51 버섯 (아가리쿠스 속)		기본세율	5%
		WTO 협정세율 <우선적용>	4.3%
0709.59 기타버섯	0709.59.011 송이버섯	기본세율	5%
		WTO 협정세율 <우선적용>	3%
	0709.59.020 표고버섯	기본세율	5%
		WTO 협정세율 <우선적용>	4.3%

출처 : 통합무역정보서비스 TradeNAVI

- 소비세 및 관세
 - 관세 : 과세가격(CIF가격 + 가산요소)×관세율
 - ※가산요소 : 수입항에서의 운송관련 비용, 라이선스료, 무상제공하는 부재비 등
 - 소비세 : (과세가격 + 관세)×소비세율 - 관세율은 '관세정률법'에 의거 분류품목별로 정해져 있음
- 관세할당제도
 - 대상품목의 할당물량 초과분에 고세율의 2차 관세 적용
 - 관세할당 품목과 별도로 경제제휴협정(EPA)에 의해 관세할당 범위가 설정되어 있으며, 2019년 2월 기준 발효·서명을 마친 대상국은 18개국
- 수입 할당 제도
 - 수산물의 경우에는 일본의 어업종사자 보호를 목적으로, 외국산 수입 수량을 수입 할당제도에 의거해 제한하는 것(수입할당품목)이 있음
 - 수입할당품목을 수입하는 자는 원칙적으로 연 1회 수입 발표(신청절차 등의 발표)에 따라 수입할당을 신청함

나. 검역제도

○ 식품위생법

- 수입식품, 첨가물, 식품용기 및 유아용 장난감 등 수입 시 후생노동성 신고의무
- 개인용 또는 시험연구용 등 국내에서 식품 등으로 판매 또는 영업상 사용하는 것을 목적으로 하지 않는 것이 분명한 것, 첨가물의 원재료, 식품위생법 시행규칙에 열거된 것에 대해서는 원칙적으로 신고대상에서 제외됨.
- 식품위생법이 2018년 6월 일부 개정이 되었음
- 일본에서 식품을 수입할 경우의 변경사항은, HACCP에 의거한 위생관리가 육류 등에 요구되는 점, 그리고 위생증명서를 첨부해야 하는 대상 식품에 유제품·수산식품이 추가된 점임

○ 식물방역법

- 수입농산물로 인한 병해충 유입방지를 위해 식물검역 의무화
- 수송형태, 중량, 용도를 불문하고 모두 식물방역법을 적용함
- 한국에서 수입할 경우 한국검역당국이 발행한 검사증명서를 첨부하여 일본 수입 검사를 받을 필요가 있음. 검사 증명서를 첨부하지 않을 경우 식물 방역법에 따라 폐기 처분됨
- 버섯류 중 유용한 식물을 해치는 균류는 식물방역법의 대상이 되나, 송이버섯, 목이버섯, 머쉬룸 등 식용균 및 양조용으로 사용되는 균류는 해당 법의 대상에서 제외됨

○ 버섯류 수입 시 통관검역 참고사항

- 일본의 농림수산물성 식물 검역소에서는 신선 농산물 수입 시 수출국으로부터 발행된 검역 증명서, 금지 성분의 포함여부 등을 검사하고 있음
- 식물 검역소에서 검사한 결과 병해충 및 금지 성분이 포함된 것으로 판명된 경우에는 소독, 폐기 등의 조치를 내릴 수 있으며, 흙이 붙은 것 역시 수입할 수 없음
- 타 식물을 해치는 균류는 식물 방역법 제재 대상이지만, 송이버섯, 목이버섯, 버섯 등 식용버섯 및 양조용으로 사용하는 균류는 식물 방역법 내 제재 대상이 아님
- 한편, 버섯류는 일본 농산물 농약잔류기준을 준수해야 하며, 이 기준은 일본 식품 위생법에 근거한 후생성 고시 제 370 호 「식품 첨가물 등의 규격 기준」에 규정되어 있음
- 또한 포지티브리스트에 기준이 설정되어 있지 않은 농약의 기준치는 0.01ppm 이하임
- 한편, 농산물에 "유기", "유기농"으로 표시하기 위해서는 유기농림물자의 규격화 및 품질 표시의 적정화에 관한 법률(JAS법)기준에 따라 등록 인증기관의 검사를 받아 유기농 제품으로 인정을 받아야함
- 표고버섯에서 일본 수출 시 주로 문제가 되는 농약 성분은 페녹시벤질(phenoxybenzyl) 등이 있음

다. 라벨링 규정

- 일본 '식품표시법'에 따라 일본어로 표기해야 함
 - 식품표시법의 대상이 되는 식품은 의약품, 의약외품 등을 제외한 모든 음식물(첨가물 포함)이며, 주세법이 정한 주류도 대상임
- 계량법의 상품 중량 제도는 법정 계량 단위로 정확하게 계량하도록 노력 의무화
- 임의로 되어있던 영양표시에 대해서도 2020년 4월부터 표시가 의무화됨
- 공동 품질 표시기준
 - 명칭(품명, 종류별, 명칭 등), 원재료명, 내용량, 유통기한, 보존방법, 제조업자의 이름(또는 명칭) 및 주소, 원산국명(수입품의 경우)를 기재해야 함
- 원산국에서 생산되었음을 소비자가 식별하기 어려울 경우에는 부당표시로 취급함
 - 원산국이란 그 상품의 내용에 실질적인 변경을 가져오는 행위가 이루어진 국가를 가리킴

라. 유기농 등 기타 인증제도

1) JAS 유기인증

인증명	JAS 유기인증	국가명	일본
마크		인증기관	일본 농림수산성
		시험 및 인증대행기관	농림수산성 등록인증기관
구분	☐ 필수 ☒ 권장 ☐ 선택 ☐ 국제공인 ☒ 국가공인 ☐ 민간인증	유형	기능성 인증
		도입시기	2001년
		유효기간	무기한

출처 : 2020 농식품 해외인증등록정보 종합가이드, 한국농수산물유통공사 aT

- 일본 농림수산성은 2001년 유기농산물 및 유기가공식품 등에 대한 규격을 표준화하여 이를 준수하는 제품에 한하여 JAS 유기인증 마크를 사용할 수 있도록 인정함
 - '유기', '저농약' 등 표시가 무분별하게 사용됨에 따라 소비자의 혼란을 방지하고 제품 선택을 보장하기 위해 도입됨
 - 유기농산물, 유기가공식품, 유기축산물로 구분하여 규정하고 있으며, 일본으로 유기농산물 및 유기가공식품 수출 시 권장됨

- JAS법에서 농림물자는 주류, 의약품을 제외한 음식료품 및 기름, 농림축산수산물 원료 및 이를 제조·가공한 물자로 규정하며, JAS 유기인증의 경우 유기농법에 의해 재배된 농산물 또는 유기 JAS 규격을 준수한 식품에 대해 부여함
 - 유기농산물 및 유기축산물, 유기가공식품, 유기사료 등이 해당함
- 유기농산물의 경우 기본적으로 토양 상태 및 재배 시 화학합성비료와 농약을 사용하지 않아야 하며, 유전자 재조합기술을 사용하지 않아야 함
- JAS 인증 미취득 시 '유기', '오가닉' 표시 및 이와 같은 의미로 오인될 수 있는 표시를 사용할 수 없음

2) JGAP 인증

인증명	JGAP 인증 (Japan Good Agricultural Practice)	국가명	일본
마크		인증기관	일본 JGAP협회
구분	☐ 필수 ☒ 권장 ☐ 선택 ☒ 국제공인 ☐ 국가공인 ☐ 민간인증	유형	기능성 인증
		도입시기	2006년
		유효기간	2년

출처 : 2020 농식품 해외인증등록정보 종합가이드, 한국농수산물유통공사aT

- JGAP 인증은 농축산물의 생산 공정 관리에 관한 품질보증 기준으로 품 안전을 비롯한 작업 안전, 환경에 대한 준수 기준을 제시하고 있음
 - JGAP 인증은 식품 안전성, 환경보호, 노동 안전성 등을 확보하기 위한 농장 관리 기준이며, 농산물 재배 방법을 규정하는 JAS 유기인증과는 차이가 있음
 - 일본 JGAP 협회는 농축산물의 JGAP 기준서를 제공하고 있어 JGAP 인증 신청인은 사전에 자체 평가를 진행하여 준수 방안을 마련할 수 있음
 - JGAP 인증은 식품 안전성, 환경보호, 노동 안전성 등을 확보하기 위한 농장 관리 기준이며, 농산물 재배 방법을 규정하는 JAS 유기인증과는 차이가 있음
- 2017년 기준 일본 내에서만 4,500개 농장에서 취득함

3) HACCP 인증

- 국제적으로 통용되는 표준이나, 국가의 개별적 법률체계에 기반을 둔 인증 취득이 필요
- 일본의 경우, HACCP 인증을 자율적 제도로 활용하고 있어 의무화 품목은 없음

인증명	HACCP 인증	국가명	공통
마크		인증기관	한국식품안전관리인증원 (각 국가별로 인증기관 상이)
구분	☐ 필수 ☒ 권장 ☐ 선택 ☒ 국제공인 ☐ 국가공인 ☐ 민간인증	유형	권장 인증
		도입시기	1995년*
		유효기간	3년

출처 : 2020 농식품 해외인증등록정보 종합가이드, 한국농수산물유통공사aT

*주: 도입시기는 우리나라 기준

- 식품안전관리인증기준으로 식품의 전 단계에 걸쳐 위생적인 관리체계를 마련하기 위해 도입됨
- HACCP는 식품의 원재료부터 제조·가공·보존·유통·조리 단계 등의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 규명하고 중요 관리점을 결정하여 체계적이고 효율적인 관리를 통해 식품의 안정성을 확보하고자 하는 위생관리체계임

5. 유통 및 소비동향

가. 식품유통 및 소비트렌드

1) 식품유통 구조

- 야채류의 약 76%, 과일류의 약 47%가 도매시장을 거쳐 유통됨
 - 야채, 과일 등의 신선농산물은 기본적으로는 생산자(농가) → 출하단체(농협 등) → 도매시장 → 소매업자(슈퍼, 야채가게 등)의 경로를 거쳐 소비자에게 제공됨
 - 일본의 식품 유통은 복잡하며, 그것이 외자계소매업의 일본시장에서의 사업 확대를 저해하는 요인이 되어, 진입 후 철수 단계를 밟는 외자계 소매를 많이 볼 수 있음
- 전통적으로 일본의 유통 구조는 수입업자→ 1차 벤더→ 2차 벤더→ 유통업체 형태로 매우 복잡함. 수수료 과다, 납품 결정까지의 시간이 길며 벤더 지배력이 강함
 - 최근 일본의 5대 무역기업(미쓰비시, 이토추, 미쓰이상사 등)은 수입업무 일변도에서 벗어나 도매 및 소매부문까지 진출하는 이른바 전방 수직결합(forward vertical integration) 유통구조로 바뀜



[그림] 일본의 전방수직결합 유통구조

출처 : 농식품수출정보 KATI

- 최근 대형 유통매장에서는 농수산물식품을 도소매업을 통하지 않고 농가 또는 수입상에서 직접 공급을 받아 가격 및 품질 경쟁력을 높이고 있음
 - 신선채소 등은 시장의 유통이 확대되는 추세에 있으며, 일부에서는 도매를 통하지 않고 직접 거래를 확대하는 소매업의 움직임도 있음
 - 도매시장을 거치지 않고 생산자나 출하단체로부터 직접, 슈퍼마켓이나 생활협동조합으로 출하되는 경로도 있음. 또한 택배사업 발달로 생산자가 직접 소비자에게 제공하는 경우도 증가하는 추세
- 일본의 청과물 유통은 주로 시장유통과 시장 외 유통으로 나누어짐
 - 시장 유통은 JA(농업협동조합)등에서 도매시장을 통해 도매업자가 중간도매업자,

- 매매참가자에게 유통하고, 소매·외식 등의 수요자에게 판매되는 구조로 되어 있음
- 시장 외 유통은 소매 등의 수요자가 직접 매입하는 경우와 계약재배 외, 인터넷 판매, 직매장의 직접 판매가 존재함

○ 일본의 오프라인 소매유통채널 동향¹⁾

- 대형마트: 점포 수 4,904개, 매출 13.1조 원으로 최근 5년간 정체 상태
- 편의점: 점포 수 56,344개, 매출 11.8조 원으로 지속 성장 중이나, 최근 5년간 연평균 성장률은 3% 내외로 성장세가 둔화되는 추세임
- 드럭스토어: 점포수 15,076개, 매출은 6.2조 원으로 최근 5년간 연평균 5% 내외 성장중, 드럭스토어 내 식품매출 비율이 증가 중임
- 백화점: 점포 수 229개, 매출 6.5조 엔으로 지속 감소 추세, 방일 외국인 관광객에 대한 의존도가 높아지고 있음

○ 높은 가격에도 불구하고 수입산 농식품에 높은 선호도를 보임

- 일본 상품은 가격이 월등히 높음에도 불구하고 양호한 품질과 서비스를 갖추고 있어 소비자의 높은 선호를 받고 있음
- 일반 소비재의 경우 일본 원산지 수입제품>유럽>미국산>한국산>대만산>중국 및 기타 동남아 국가 수입 제품 등의 가격 구조를 보이고 있음

○ 한국식품이 일본 시장에서 “안정, 안심”으로 인식될 수 있도록 각별한 노력이 필요

- 식품의 대략 62%를 수입식품에 의존함에도 의식실태를 조사한 결과 수입식품에 대한 강한 불신감을 드러내고 있음
- 안심사회의 전통을 가진 일본에서는 생산자의 얼굴이 보이는 판매방법이 상당히 보급되어, 효과가 있음

○ 일본의 다수의 슈퍼마켓에서 취급되며 대중화된 한국식품은 파프리카, 김치, 고추장, 한국산 인스턴트라면, 과일식초 음료, 소주 등이 있음

2) 식품 소비 트렌드

<표> 일본 신선채소 시장 규모

(단위 : 천 톤)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
일본 신선채소 시장 규모	12,669	12,460.7	12,534.4	12,440.3	12,365.3

출처 : Euromonitor international

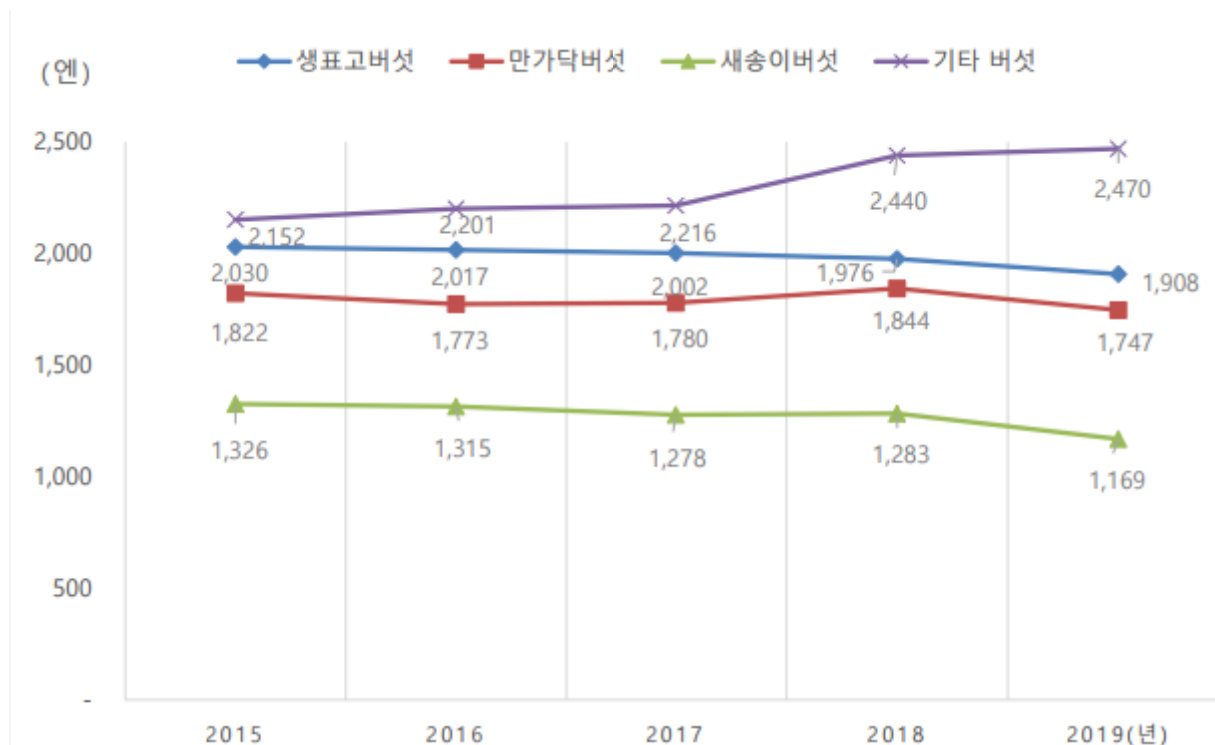
1) 한국농수산물유통공사(aT), 포스트 코로나 시대 농식품 수출 유망 품목

- 65세 이상 노인 인구가 전체 인구에서 차지하는 비중이 28.5%로 초고령 사회 진입
 - 1947년에서 1949년 사이에 태어난 680만 명가량의 단카이 세대가 은퇴, 연금 등으로 일본 전체 개인 금융 자산 1,700조 엔의 절반 이상을 보유하고 있으며, 큰 구매력을 지닌 노년층이 새로운 소비층을 형성하고 있음
- 1인 가구가 주요 소비 세력으로 등장
 - 1인 가구 특성에 맞춘 상품이 많이 출시되고 있으며, 식품업체 주력 상품 용량도 해마다 작아지고 있음
- 기존 제품에 가치를 더한 고부가가치 상품의 수요증가
 - 일반 상품 및 스테디셀러 상품에 좋은 소재를 사용해 프리미엄 감각을 살린 소재의 진한 맛을 구현해, 부가가치로 신규 수요를 개척
 - 편의점을 이용하는 소비자는 한 번에 다 먹을 수 있는 소량의 제품을 원하는 경향이 있어, <양은 적고 맛이 진한 식사가 좋다>는 니즈에 부응하는 발상이 지지를 얻고 있음. 진한 맛은 고급스러운 음식이라고 인식하게 되면서 만족도를 올림
- 조리 시간이 짧고, 간편함을 추구한 간편식 시장의 성장
 - 사회진출 및 저출산 고령화 등에 따른 노인 인구 증가 등으로, 가정에서의 조리 시간 단축 및 간편성이 높은 가공식품 카테고리 수요가 확대하여 성장
 - 최근 가공식품 카테고리에서 인스턴트 식품과 냉동식품의 연평균 성장률이 각각 103.7%와 102.1%로 다른 카테고리에 비해 높아짐
- 기능식, 프리미엄 트렌드 상품이 증가
 - 기능식: 고령인구 증가, 신기능성표시제 도입 등으로 건강·미용 등 기능성이 부각된 제품 출시가 증가
 - 장기불황 이후 경기회복에 따라 프리미엄 제품에 대한 가치지향 소비 경향이 강화됨
- 소비 양극화 진행, 선별적 소비 형태
 - 경기 침체를 겪은 일본은 소비자의 소비 행태에 뚜렷한 양극화 현상이 나타남
 - 장기간의 디플레이션으로 절약지향적 소비특성을 가지고 있으며, 수입산에 대해서는 저가격을 선호함
 - 생활필수품에 대해서는 가급적 저가격품을 구입하려는 경향이 강해지는 한편, 자신이 갖고 싶은 것, 애착이 있는 것에 대해서는 높은 금액을 지불하는 것도 꺼리지 않는 경향이 강해지고 있음

나. 버섯 유통 및 소비동향

○ 일본 내 1세대당 버섯류 연간 품목별 지출금액

- 일본 총무성의 가계조사에 따르면 2019년 1세대(2인 이상)당 연간지출금액은 생표고버섯이 전년 대비 3.4% 감소된 1,908엔, 만가닥버섯이 5.3% 감소된 1,747엔, 새송이버섯이 8.9% 감소된 1,169 엔, 기타 버섯류가 1.2% 증가한 2,470엔이었음
- 생표고버섯, 만가닥, 새송이버섯의 지출금액은 소폭 감소하였으나, 앞새버섯, 팽이버섯 등이 포함된 기타 버섯류의 수요는 높아져 지출금액이 증가



[그림] 일본 2인 이상 가구의 연간 버섯 품목별 지출금액 추이 (단위:엔)

출처 : 일본 총무성 가계조사

- 표고버섯은 수요 감소의 영향으로 전체적으로 입하량이 감소세에 있는 가운데, 국내산의 단가는 보험세인 데 비하여 수입산은 꾸준한 가격 상승세를 보이고 있음
 - 수입량은 감소하였으나, 엔저 등의 영향으로 수입 단가는 상승하였기 때문으로 분석
 - 2009년에는 국내산이 수입산의 3배 정도의 가격으로 나타났으나, 2013년에는 2배 정도로 가격 차이가 감소하였음
- 일본 신선 표고버섯 수입시장은 중국이 독점하고 있는 것으로 조사
 - 단, 일본에서 중국산 표고버섯은 가격은 저렴하나 안전성 문제가 지속적으로 대두되고 있음

- 일본에서 표고버섯은 식용버섯으로 널리 활용되고 있음
 - 특히, 신선 표고버섯의 경우 구이, 냄비요리, 수프, 계란찜, 우동, 볶음, 튀김 등에 활용되고 있음
 - 일본에서 표고버섯은 건강상의 효능과 식재료로 널리 쓰여 꾸준한 소비량을 보이던 품목이었으나, 최근 버섯이 방사능 물질을 흡착한다는 보도가 확산됨에 따라 안전성 문제가 대두되고 있음
- 송이버섯은 자연산이 대부분이기 때문에 국내 생산량이 극히 한정되어 있어, 대부분의 국내 소비량을 수입산에 의존하고 있음
 - 송이버섯은 희소가치가 높은 고급식재료로서 공급량 및 품질에 따라 가격 변동폭과 가격차이가 매우 큰 품목
 - 2010년 국내산과 수입산의 입하량이 모두 증가하여 가격이 크게 하락한 바 있으나, 전체적으로 국내산의 단가는 kg당 30,000엔 수준을 보임
 - 수입산 송이버섯은 5,000~6,000엔으로, 국내산과의 가격 차이는 6배 정도, 최고 25배에 달할 때도 있음
 - 한국산 수입단가는 2010년 8,491엔/kg에서 2011년 20,000엔, 2012년은 12,579엔으로 수입물량에 따라 가격변화가 극심한 양상을 보이고 있음
- 2011년 대지진 이후 소비자의 방사능 우려로 버섯류의 소비가 감소하였으며, 버섯 재배 및 판매사의 홈페이지나 판매 페이지에 세슘 검출이 되지 않음, 방사능 검사를 통과하였음 등의 문구를 흔히 볼 수 있게 되었음
- 일본 국내산은 방사능 우려가 있는 데다 가격도 비싸고, 중국산은 잔류농약이 불확실해 꺼려진다는 인식이 흔하여 버섯 소비 감소 경향을 엿볼 수 있음
- 일부 수입산 희귀 약용 버섯(송로, 망태버섯, 능이버섯 등) 및 송이버섯은 고급식재, 건강식품, 다이어트 식품 등으로서, 국내 소비량이 많지는 않은 편이나 일부에서 다소 높은 가격에도 꾸준히 판매되고 있음
 - 희귀 버섯은 소비자에게도 일반적이지 않은 만큼, 업체에서는 판매할 때 소개와 함께 간단한 요리 레시피도 함께 제공하고 있음
 - 일본 국내산 생산량은 중국산 생표고가 안전성 문제로 인해 감소함에 따라 생표고를 중심으로 증가하였으며 소비자 수요도 건표고에서 생표고로 전환됨
- 일본 주요 도매시장에서 가장 많이 거래되고 있는 버섯은 팽이버섯으로 2019년 거래량 85,242톤, 거래액은 18,897백만 엔(약 2,033억 원)
 - 팽이버섯은 국내산에 비해 수입산이 약 3.6배가량 높은 가격으로 거래되고 있으며, 시장에서 거래되고 있는 수량도 매우 적음

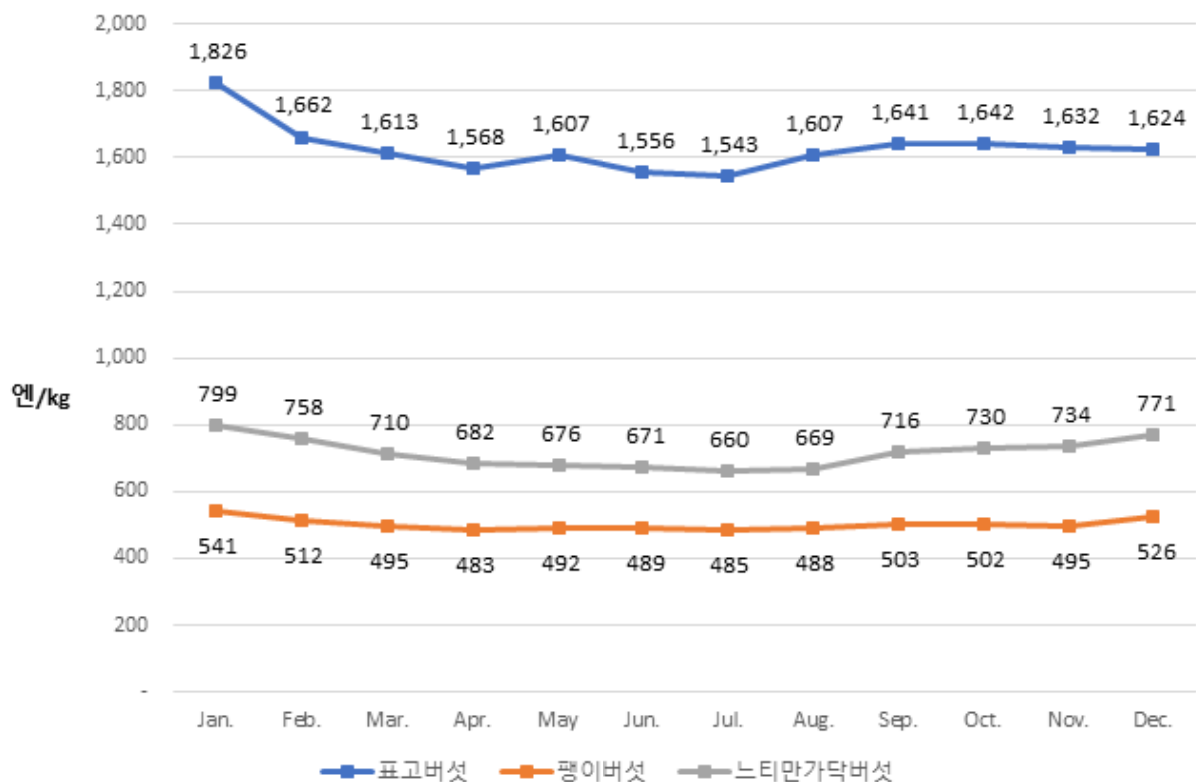
- 표고버섯은 2019년 35,186톤, 34,169백만 엔(약 3,675억 원)이 거래됨
 - 이중 국내산 거래량 34,583톤, 거래액은 33,822백만 엔(약 3,639억 원)으로 대다수를 차지하고 있음
 - 수입산 표고버섯은 kg당 575엔(약 6,185원)에 거래되고 있으며, 국내산 표고버섯 단가는 kg당 978엔(약 1만 520원)으로 국내산 표고버섯 가격이 월등히 높게 거래됨
- 만가닥버섯은 팽이버섯보다 거래량이 적지만 단가가 높아 2019년 기준 52,721톤(22,966백만 엔)이 거래되었으며, 공식적으로 거래된 수입산 만가닥 버섯 통계는 없음

<표> 주요 도시 도매시장 버섯 거래 동향

구 분		표고버섯	팽이버섯	만가닥버섯
국내산	거래량 (톤)	34,583	85,242	52,721
	거래액 (백만¥)	33,822	18,897	22,966
	단가 (¥/kg)	978	222	436
수입산	거래량 (톤)	603	0	-
	거래액 (백만¥)	347	0	-
	단가 (¥/kg)	575	810	-

출처 : 일본 농림수산성(Maff.go.jp), 일본 통계청(e-stat.go.jp)

- 일본 통계청에 따르면 표고버섯, 팽이버섯, 만가닥버섯 모두 1월에 가장 높은 평균 단가를 기록함
 - 표고버섯의 연평균 가격은 1,627엔/kg이나, 1월 평균 1,826엔/kg로 거래됨
 - 도매시장마다 가격 차이가 크며, 2019년 1월 구마모토 도매시장에서 2,544엔/kg로 가장 높은 가격으로 거래됨
 - 연중 가장 낮은 가격은 모리오카 도매시장에서 6월에 거래된 994엔/kg이었음
 - 팽이버섯은 1월 평균가격이 가장 높았으나, 다른 버섯에 비해 연중 균일한 가격 동향을 보임
 - 만가닥버섯은 표고버섯, 팽이버섯이 7월에 평균가격이 가장 낮은 것과 다르게 8월에 가장 낮은 평균가격을 기록하였음
 - 만가닥 버섯은 모리오카 도매시장에서 연중 가장 높은 가격으로 거래되었으며, 연평균 1,045엔/kg로 거래되며 이례적으로 1,000엔대를 기록함



[그림] 시기별 주요 도시 도매시장 버섯 가격 동향 (단위 : 엔)

출처 : 일본 농림수산성(Maff.go.jp), 일본 통계청(e-stat.go.jp)

○ 균활(菌活)²⁾ 유행으로 버섯 수요 증가

- 버섯류의 소비확대를 위해 일본 임야청 및 각 관련 기업은 버섯류의 맛과 기능성을 소비자에게 알리기 위해 PR활동을 다양하게 실시하고 있음
- 저칼로리에 풍부한 식이섬유, 칼슘, 신진대사 촉진에 도움이 되는 비타민D가 풍부한 버섯의 수요가 증가하고 있음. 또한, 버섯은 저렴한 가격으로 손쉽게 면역력을 높일 수 있는 식재료로 알려짐

○ 최근 코로나 19의 확산으로 인해 면역력 향상에 도움이 된다고 알려진 버섯 구매 수요가 늘어나며 일본 전국적으로 버섯 품귀현상이 일어남

- 2020년 3월 기준 전년 동월 대비 버섯류 매출이 10%, 4월에는 20~30% 증가하였음
- 호쿠토사의 새송이, 흰만가닥, 잿빛만가닥 버섯 등의 가격도 평균 30엔 이상 상승

○ 표고버섯 재배키트 인기

- 코로나 19 사태로 인해 Stay home이 장기화됨에 따라 집에서 즐길 수 있는 버섯

2) 몸에 유익한 작용을 하는 균을 일상생활에서 적극적으로 섭취하여 장내에 있는 좋은균을 키워, 신진대사 및 면역력을 높여 건강한 신체를 유지하자는 활동

재배키트로 SNS에서 소개되며 확산됨



출처 : 야후 재팬

- 일본 내에는 송이버섯을 이용한 다양한 메뉴를 판매하는 식당들이 많으며 송이버섯 최대 생산지인 나가노 현, 이와테 현 등에 송이버섯 전문식당과 함께 직판장도 운영하는 곳들이 많이 있음. 송이버섯 전문식당들은 수확시기인 9월부터 제철음식처럼 판매하는 곳들이 많음

6. 버섯 유통현황(사진, 브랜드 및 중량, 판매처, 소비자가격 등)

* 100 ¥ = 1,059원, 2020. 11. 10. (현지조사일 기준)

☐ 표고버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	AIJYOUYASAI / 후쿠시마현/ 플라스틱 트레이		158円
			1,673원
	전국농업협동조합연합회 아키타/ 아키타현/ 비닐랩 포장		285円
			3,018원
	No brand/ 중국/ 500g/ 비닐 포장		450円 (90円)
			4,766원 (95,310원)

☐ 송이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	브랜드명 없음 멕시코/ 102g/ 종이상자		3,039円 (2,980원)
			32,183원 (31,558원)

□ 새송이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	호쿠토(HOKTO) 나가노현/ 100g/ 플라스틱트레이		98円 (98円)
			1,038원 (1,038원)
	호쿠토(HOKTO) 니이가타현/ 100g/ 플라스틱트레이	서울시장 (한인슈퍼마켓)	130円 (130円)
			1,377원 (1,377원)
	Yukiguni 니이가타현/ 플라스틱트레이		118円 (118円)
			1,250원
	Infarm 한국산/ 비닐 포장		198円 (198円)
			2,097원

□ 만가닥버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	Hokuto/ 나가노현 100g /비닐 포장		98円 (98원)
			1,038원 (1,038원)
	Hara-Kim/ 이바라키현 비닐 포장		118円
			1,250원
	信州/ 나가노현/ 비닐 포장	한국장터 (한인슈퍼마켓)	108円
			1,144원

□ 팡이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	信州/ 나가노현/ 100g/ 비닐 포장		98円 (98원)
			1,038원 (1,038원)

	信州/ 나가노현/ 200g/ 비닐 포장		98円 (49円)
			1,038원 (519원)

□ 느타리버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	Hokuto/ 니이가타현/ 100g/ 플라스틱 트레이		128円 (128円)
			1,356원 (1,356원)

□ 앞새버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	Yukiguni/ 니이가타현/ S 사이즈/ 플라스틱 트레이		98円
			1,038원

7. 수출확대전략

가. 3C분석

Customers	○ 일본 소비자들 사이에서 건강에 대한 관심도가 매우 높아짐에 따라 프리미엄 채소류 소비가 꾸준히 이어짐 ○ 65세 이상 인구는 계속해서 증가 추세(전체인구 28.5% 육박)이고, 64세 미만 인구는 감소 추세에 있어 소비 인구의 연령 구성이 빠른 속도로 변화하고 있음 ○ 일본 시장은 소비층이 확대되고 다양화되고 있으며, 이왕이면 에코(Eco)상품을 구매하는 경향이 있음. 또한 1인 가구가 주요 소비 세력으로 등장
Competitors	○ 일본은 버섯 산업이 매우 발달되어 있으며 도매시장 가격 패턴이 한국시장과 비슷함(일본의 성수기 비수기가 한국과 동일) ○ 일본 농림수산성 임야청의 2019년 버섯 생산통계에 의하면 2019년도 버섯 생산량은 456,442톤으로 한국의 2배 이상임 ○ 국제무역센터(ITC)의 통계에 따르면, 2019년 일본은 버섯류(HS CODE 0709.51 + HS CODE 0709.59)를 주로 중국으로부터 수입함 ○ 버섯 수입액 33,463천 달러, 2,353톤을 수입하며, 주요 수입 품목은 송이버섯(2019년 39,663천 달러(849톤)) ○ 표고버섯의 경우, 수입산의 99.9%가 중국산일 만큼 중국에 대한 의존도가 높음 ○ 중국 수입산 버섯으로부터 기준치 이상의 잔류농약이 검출된 사례가 곧잘 나타나는 등 가격이 저렴한 점을 제외하면 중국산은 꺼려진다는 반응이 소비자들로부터 나오고 있음 ○ 일본 버섯브랜드의 양대산맥이라 불리는 HOKUTO와 Yukiguni Maitake 두 기업의 시장 점유율이 전체 시장의 약 40%를 차지함 ○ 채소류의 약 76%가 도매시장을 거쳐 유통되고 있으나, 최근 도매시장을 거치지 않고 생산자가 직접 소비자에게 공급하거나, 생산자나 출하단체로부터 직접 슈퍼마켓 등으로 출하되는 경로가 증가
Company	○ 우리나라는 1,824천 달러의 버섯을 일본으로 수출하며, 수출액이 가장 높은 품목은 송이버섯(2019년 기준 약 994천 달러(약 3톤)), 수출량이 가장 많은 품목은 새송이버섯(2019년 487천 달러(약 169톤) 수출) ○ 중국산에 비해 한국산 버섯이 안전성 측면에서 긍정적인 평가를 받고 있음

나. SWOT 분석

강점(Strength)	약점(Weakness)
○ 중국산에 비해 한국산 버섯의 안전성이 인정받음 ○ 버섯 소비형태 및 소비품종이 우리나라와 유사 ○ 일본 국내산은 방사능 우려가 있는 데다 가격도 비싸고, 중국산은 위생 및 안전성 문제가 우려됨	○ 중국산 버섯에 비해 가격경쟁력이 약함 ○ 버섯 생산 선진국으로, 현지 대형 생산업체의 입지가 확고하게 자리잡고 있음 ○ 한국산 버섯 가격이 일본산보다 낮지만, 연중 가격 패턴이 동일하여 접근이 어려움 (일본의 성수기 비수기가 한국과 동일)
기회(Opportunity)	위협(Threat)
○ 한국산 팽이버섯 종균개발로 일본산과 종균 분쟁에서 벗어남으로서 수출규제요인 해소 ○ 송이버섯 생산량이 극히 한정되어 있어, 대부분의 국내 소비량을 수입산에 의존 ○ 한국산 버섯 수입 규모가 2018년 이후 소량이지만 증가하고 있으며, 특히 송이버섯, 새송이버섯 증가량이 큼 ○ 엔저 현상으로, 수입 단가가 높아짐	○ 버섯 소비 및 수요가 일정하게 유지되나, 최근 전반적으로 소비가 침체 ○ 반면, 일본 버섯농장의 생산능력은 향상되고 있음 ○ 겨울철 성수기의 틈새시장이 존재하지만, 중국산이 저가로 시장을 진입, 따라서 한국산의 진입 위치가 불투명함
SO전략 (강점-기회)	○ 대도시보다 지방 중소도시를 겨냥한 틈새시장 진출전략 적용 ○ 한국산 파프리카 마케팅과 병행하여 바이어 거래선 활용 검토
WO전략 (약점-기회)	○ 중국산 버섯과의 가격적인 경쟁력 강화 노력 ○ 가공 및 업무용 중심으로 시장 공략 ○ 비용 절감이 가능한 온라인 홍보 전략을 통해 마케팅 유지
ST전략 (강점-위협)	○ 장기적인 관점에서 바이어와의 신뢰관계 구축 ○ 수출국이 근거리로 위치하여 물류비 감소 및 신선도 유지 매리트 높음 ○ 적합한 수출 시기 및 가격제시를 적극적으로 협상 유지
WT전략 (약점-위협)	○ 팽이버섯, 새송이버섯, 느타리버섯 등을 대상으로 일본의 겨울철 성수기 고가 시즌을 틈새시장으로 보고 지속적인 마케팅 추진 필요 ○ 한국산 버섯의 브랜드 지명도를 높이기 위한 판매 촉진 활동 수행

다. STP 분석

Segmentation (시장 세분화)	1) 소비자 분류 ○ 성별 분류, 연령별 분류, 소득층 분류 등 ○ 신선버섯의 경우 수입량이 그다지 많지 않은 시장임. 표고버섯은 중국산이 대부분을 차지 ○ 일본 내 소비자들, 유기농 버섯을 선호하는 경향이 높음 2) 시장 분류 ○ 한국계 마켓, 현지 주류마켓(중국계 포함), 온라인 마켓, 편의점 - 일본 내 신선 버섯 시장은 자국의 풍부한 생산기반을 바탕으로 외국산의 신규 진입이 어려운 분위기
Targeting (목표시장 설정)	1) 소비자 분류 ○ 다소 비싸더라도 안전한 식품을 찾는 소득수준이 높은 소비자 ○ 건강 이슈에 관심이 많은 중장년 고소득층 대상 ○ 중국산에 대한 소비자 기피현상이 있으며, 따라서 일본내 자국산 버섯 제품을 절대적으로 선호 2) 시장 분류 ○ 일반 소비자는 자국산 버섯을 선호, 그러나 업소용 및 업무용을 중심으로 수입 버섯 수요시장 존재 ○ 일본의 일반 소비자 대상으로 시장진입은 한계가 있으며, 진입 목표시장을 소비량이 많은 업소용으로 전문화 특화할 필요
Positioning (제품 포지셔닝)	○ 가격 및 품질 - 중국 및 동남아시아 《 한국산 《 일본산, 미국산, 유럽산 ○ 일정한 품질 유지를 통한 중국산과의 품질 차별화와 Korean Value를 부여해 중국산에 비해 높은 가격의 고급화 전략으로 포지셔닝 ○ 한국산임을 알아볼 수 있는 포장 디자인 개선을 품질대비 가성비 좋은 제품으로 인식 제고 ○ 원료 및 제품에 한국형 가치(Korean Value)를 부여함으로써 신뢰도를 향상시킴 ○ 한국산 파프리카가 일본에서 정착을 잘 이루었기 때문에 제품 포지셔닝을 파프리카와 패키지 수출로 업무용으로 국한하여 차별화 필요 - 가격이 일본산보다 10% 이상 낮아야 하며, 일본 수요증가 시즌(봄, 겨울철)에 안정적으로 공급이 가능한 조건이 선행되어야 함

라. 4C 분석

Customer Value
○ 일본의 내수시장 규모는 미국에 이은 세계 2위의 거대 시장임 ○ 소비자의 지역별, 소득별 소비성향 및 격차가 크지 않으며, 소비자의 안목이 매우 높은 시장 ○ 한국산 신선식품에 대한 반감은 크지 않으며 파프리카의 경우 자국산과 거의 대등한 품질 수준으로 인식하고 있음. ○ 신선 버섯의 경우 새송이, 팽이버섯의 진출이 있으나 가격적인 메리트와 안정적인 공급에 크게 신뢰하지 못하고 있으므로, 일관성 있는 수출규모 유지 및 가격 경쟁력 강화 필요
Cost
○ 대부분의 소비자들이 브랜드별 품질, 평판 등을 숙지하고 있으며, 고가품일수록 특히 브랜드 이미지가 매우 중시됨 ○ 일단 고급품이라는 이미지를 심는 것이 성공하면, 안정적인 수요를 기대할 수 있음 ○ 최근의 일본의 소비패턴은 장기불황을 거치면서 실용적, 실속적으로 구매성향이 변모되어 구매영향에 가격이 가장 높은 영향을 미치고 있음 ○ 따라서 신선버섯의 일본시장 진출을 위해서는 합리적인 가격설정이 필요
Convenience
○ 제품에 대해 소비자가 인식하는 품질과 애프터서비스에 대한 요구수준이 매우 높고 엄격함. 품질면에서 여러 상품을 상호 비교해 보고 카탈로그와 일일이 대조해 보는 등 지극히 꼼꼼한 소비 성향을 보임 ○ 내수시장의 규모가 큰 만큼 품질, 가격, 디자인 등 상품에 대한 기업 간 경쟁이 치열한 시장 ○ 대형마트, 백화점 내 고급마트, 전통시장에 이르기까지 대부분의 유통구조를 통해 국내산, 수입산 버섯이 유통되며, 한국산 버섯 판매에 적합한 유통 채널 선정이 중요 ○ 일본에 한국산 신선버섯 수출이 활발하지 못했던 관계로 다수의 일본 소비자들은 한국산 버섯에 대하여 접해보지 못하고 있음
Communication
○ 수입 증가와 더불어 외국산 제품의 수요가 확대되고 있는 등 소비의 국제화가 심화되는 추세. 수입 수요는 또한, 미국, 유럽 등 고가품 시장과 중국 등 저가품 시장으로 양분되고 있음 ○ 일본 소비자들 사이에서는 최근 환경보호 의식이 확산되면서 친환경 관련상품 구매 의식이 높아짐. 친환경제품은 '좋은 것'이고, '좋은 기업'이 만들기 때문에 그렇지 못한 제품보다 제품 자체의 품질 또한 뛰어나다는 인식이 더욱 강해지고 있음 ○ 향후 한국 신선버섯의 일본 진출을 위해서는 유기농버섯이라든지 안전성이 강조되어야 함

2 중국

중국의 지역구분



- 중화인민공화국(中華人民共和國, 약칭 중국)은 유라시아 대륙의 동남부에 위치
- 중국의 국토는 러시아·캐나다·미국에 이어 세계 제4위이고, 중국의 황하문명은 세계 4대 문명 중 하나

국 명	중화인민공화국(The People's Republic of China, 中華人民共和國)
수 도	베이징(北京; Beijing)
인 구	1,400,050,000 명
면 적	9,634,057 km ² (세계 3위, 한반도의 44배)
기 후	최남단 지역의 열대기후, 서부 지역의 건조기후, 동북 지역의 한대 기후 등으로 구분
민족 구성	56개 민족[한족(91.5%) 및 55개 소수민족(8.5%)]
언 어	한어(汉语; Chinese)
종 교	불교, 도교, 천주교, 이슬람교, 기독교
화폐 단위	위안(¥·yuan)
GDP	14,140.16 십억\$

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr), CIA The World Factbook(www.cia.gov)

1. 국가개황

가. 일반

□ 민족

○ 한족과 55개 소수민족으로 구성

- 중국은 통일된 다민족 국가로 한족, 만족, 몽고족, 회족, 장(티베트)족, 위구르족, 묘족, 이족, 좡족, 부이족, 조선족, 둥족 등 56개 민족으로 구성되어 있음
- 그 중 한족 인구가 가장 많아 총 인구의 약 92%를 차지하고 있으며, 55개의 소수민족 수는 약 1억 1,400여만 명으로 총인구의 약 8%를 차지하며, 그 중 조선족 수는 약 183만여 명으로 소수민족의 약 2%를 차지하고 있음

□ 국토

○ 행정구역 : 4개 직할시, 23개 성, 5개 자치구, 2개 특별행정구로 구분

- 직할시 : 베이징(北京), 상하이(上海), 톈진(天津), 충칭(重慶)
- 성 : 간쑤성(甘肅省), 장시성(江西省), 장수성(江蘇省), 광둥성(廣東省), 구이저우성(貴州省), 지린성(吉林省), 랴오닝성(遼寧省), 푸젠성(福建省), 쓰촨성(四川省), 산둥성(山東省), 산시성(山西省), 산시성(陝西省), 안휘성(安徽省), 윈난성(雲南省), 저장성(浙江省), 칭하이성(青海省), 허난성(河南省), 허베이성(河北省), 하이난성(海南省), 후난성(湖南省), 후베이성(湖北省), 헤이룽장성(黑龍江省), 타이완성(台灣省)

□ 농업 규모

○ 중국의 1차 산업 비중은 지속적으로 감소 중임

- 2018년 농촌인구는 5.64억 명으로 중국 전체 인구의 40.4% 수준이나, 도시이주 인구가 많아지면서 중국의 농촌 노동력 감소세를 보임
- 제 1산업인 농림목업(农林牧业)(이하, 농수산업/수산제외)의 총생산액은 매년 증가 중이나, 성장 폭은 줄어드는 추세
- 도시화와 오염으로 거의 모든 농산물 분야의 경작지 감소 추세

○ 주요 생산품목

- 곡물의 연간 식량생산량은 전년 대비 0.6% 감소한 6.6억 톤. 6년 연속 6억 톤 초과
- 옥수수는 주로 동북, 화북 지역에서 생산되며 5대 지역 생산율이 전체 시장의 55% 점유. 벼와 밀은 화중, 화동 지역에서 주로 생산되며 5대 지역 생산량이 각각 약 54%, 79%에 달함
- 2018년 주요 육류생산량은 0.85억 톤으로 전년 대비 0.3% 감소했으며, 이는 아프리카돼지열병(ASF) 발생으로 돼지고기 생산량 감소 때문임

나. 경제

<표> 주 경제지표

경제지표	2015	2016	2017	2018	2019
경제성장률 (%)	6.9	6.73	6.76	6.57	6.14
명목GDP (십억\$)	11,226.19	11,221.84	12,062.29	13,368.07	14,140.16
1인당 GDP (PPP, \$)	14,362.08	15,397.4	16,658.56	18,116.05	19,503.91
1인당 명목 GDP (\$)	8,166.76	8,115.83	8,677.4	9,580.24	10,098.87
정부부채 (% of GDP)	41.07	44.18	46.79	50.64	55.57
물가상승률 (%)	1.44	2	1.56	2.1	2.31
실업률 (%)	4.05	4.02	3.9	3.8	3.8
외환 보유고 (백만\$)	3,347,941.81	3,032,562.64	3,161,829.75	3,094,780.5	3,130,525.56
이자율 (%)	-	2.25	2.5	2.55	2.5
환율 (자국통화)	6.23	6.64	6.76	6.62	6.91

출처 : IMF

- 중국은 '05년 미국, 일본, 독일에 이어 세계 4위의 경제 대국으로 부상했으며, '08년 독일을 제치고 세계 3위를 차지한데 이어, '10년 일본을 누르고 세계 2위 경제 대국으로 부상함
- 1인당 GDP는 비록 개발도상국 수준이나, 최근 중국의 국민소득은 10,000달러 수준에 도달하였음
- 2019년 기준 중국의 GDP는 경제 규모 3위인 일본과 그 뒤의 독일, 인도, 영국을 합친 것과 비슷하며 아프리카의 전체 GDP 총합인 2.5조 달러보다 약 5.5배 많고 동남아시아의 전체 GDP 총합 3조 달러의 약 4.5배에 달함
- 코로나 19 확산 및 대외 불확실성 확대로 2020년 1분기 중국 경제성장률(-6.8%)은 큰 폭으로 둔화됨
 - 1992년 분기별 GDP 성장률을 발표하기 시작한 후 처음으로 마이너스를 기록함
 - 2020년 하반기부터 강도 높은 경기 부양책에 힘입어 회복세를 이어갈 전망이나, 해외 국가들의 경제 회복세가 둔화되면서 수출입이나 생산 회복을 통한 경제 성장을 기대하기는 어려운 만큼, 하반기 중국 경제 성장 방향은 내수진작과 투자확대에 방점

다. 무역

1) 무역 현황

<표> 무역 경제지표

주요지표	단위	2017	2018	2019
총수출	백만 달러	2,280,358	2,491,355	2,497,949
(對韓 수출)	백만 달러	97,860	106,489	1,007,229
총수입	백만 달러	1,842,333	2,108,973	2,068,574
(對韓 수입)	백만 달러	142,120	162,125	136,203
무역수지	백만 달러	438,024	382,381	429,374

출처 : 대한무역투자진흥공사 2019

* N/A는 집계되지 않음을 의미

- 중국의 농림축산식품 주요 수출품목으로는 견버섯, 신선채소, 기타 조제식품, 마늘 등이 있음
- 농림축산식품 주요 수입품목으로는 대두, 조제분유, 냉동소고기, 팜유 등이 있음

2) 한국 농식품 수출입현황

- 2019년 기준 중국으로 수출한 농식품은 약 16억 2900백 달러(98만 톤)로, 중국으로부터 수입한 농식품의 28% 수준
- 주요 수출품목으로는 라면, 김, 혼합조제식료품, 맥주, 조제분유 등이 있음
- 주요 수입품목으로는 김치, 냉동 고추류, 수산물 등이 있음

<표> 對 중국 농식품 5개년 수출입

(단위 : 톤, 천불)

주요지표	수출		수입	
	중량	금액	중량	금액
2020	442,824	880,748	3,902,992	3,245,655
2019	977,396	1,628,705	7,121,230	5,742,051
2018	1,102,882	1,501,624	7,702,034	6,117,922
2017	916,847	1,659,722	7,621,657	5,695,348
2016	1,074,400	1,473,950	7,502,029	5,651,117

출처 : 농식품수출정보 KATI

라. 물류

- 한국에서 중국으로 버섯을 수출하는 방법으로는 선박, 항공 등이 있음
 - 현지 물류 전문가에 의하면, 신선 버섯 같은 신선 농식품인 경우 수출하고자 하는 물량에 의해 물류 방법이 달라짐
 - 선박인 경우, 컨테이너의 보존 환경에 대해 요구되고 있고 시간은 2주를 초과하지 않을 것으로 판단됨. 비용은 구체적인 조건에 의해 상이함
 - 항공인 경우, 1~2일 내로 도착할 수 있고 소요비용은 선박에 비해 1.5배가량 비싸며 특수 냉장칸도 구비되어 있어 양이 많지 않으면 항공 운송을 권장하고 있음
- 중국에서 물류망 구축은 상당한 비용 부담과 리스크가 따름
 - 중국 내 기업의 약 10% 정도만 3자 물류를 이용하고 있음. 대부분의 기업이 자체 부담으로 창고운영 및 물품운송을 하고 있는데, 이로 인해 생산 과정에 소요되는 비용 및 시간의 90% 정도를 물류에 사용하고 있음. 그 결과 물류비용이 상품 가격의 40% 가까이 차지함
 - 중국 물류 기업의 수준이 선진국에 비해 아직까지 낮은 상태로 전국적으로 네트워크를 구축한 기업도 많지 않음. 전국 네트워크를 보유하고 있다 해도 지역마다 물류 기반의 구축 정도가 달라, 전국적으로 균일한 품질의 서비스를 제공할 수 있는 물류기업을 찾기가 어려움
- 중국의 운송은 형태별로 다음과 같은 문제점이 있음

운송 형태	상세 내용
도로	- 규모가 작고 네트워크의 정비가 미흡하며, 도시 내부로의 진입 제한조치가 많음 - 성(省)간 운송 라이선스 제도가 있으며 통행료 징수체제가 불투명함 - 수송 도중의 분실, 파손 등에 대한 대응조치 부족함 - 고품질의 운송에 필요한 하드웨어 부족(노후차량 과다 등)
철도	- 화물수송 운행표가 비공개임 - 화물예약 마감시간이 촉박하고 성수기에는 운송능력제한으로 예약이 어려움 - 생산재 운송이 우선이며 소비재는 우선수위가 밀림 - 서비스 품질이 불안정하고 철도연계 운송업의 발달이 저조함
수운	- 장강(長江)의 자연, 기상조건에 따라 기항 일정과 이용 선박형태가 유동적이며, 장강유역항의 하역이 수위 차를 이용하기 때문에 비효율적임 - 선박, 항해기술이 전체적으로 낙후되어 있으며 선박회사의 평균수송력은 1만 톤 이하이고 리스크 부담 능력이 부족함
항공	- 항공사와 공항 간 제휴 협력관계가 희박하며 화물의 스페이스가 제한되어 있음

○ 코로나19로 인한 변화

- 해관총서의 2020년 9월 3일 공고에 따르면 '북경 해관에서 모든 수입 냉장식품 또는 고위험군 국가에서 들어온 상품은 100% 코로나 검사를 실행하겠다' 고 발표
- '현재 코로나 영향으로 많은 수출입 업체의 어려움이 있어 전체 통관 시간 압축, 통관 효율을 높이고, 세금 감소, 통관비용 감소 방향으로 노력하며 기업이 국제 시장을 개척하도록 돕겠다'고 발표

2. 버섯생산동향

○ 중국은 세계 최대 버섯 생산국이자 수출국임

- 1978년 개혁개방 정책이 추진되며 농민들이 작물 선택을 할 수 있게 되었는데, 자금 회전율이 좋고 수익성이 높은 버섯류 생산이 증가하였음
- 2008년 리먼 쇼크 이후 중국 정부는 대형 경기 부양 대책을 시행하였는데, 이 때 시설 공조형 버섯 생산단지 및 가공 공장 등에 대규모 자금이 투입됨
- 버섯류는 농업 부산물을 주원료로 사용하기 때문에 중국 정부도 버섯류 생산과 수출을 장려하고 있음

○ 현재 중국에서 버섯은 야채, 양곡, 면화, 과일, 유지류에 이어 생산량이 6위를 차지하고 있음

- 2019년 12월 중국버섯협회(中国食用菌协会)에서 발표한 <2018년 중국 버섯 통계조사결과분석>(《2018年度全国食用菌统计调查结果分析》)에 따르면, 2018년 전국 버섯 총생산량은 38,420천 톤으로, 전년 동기 대비 3.5% 증가하였음

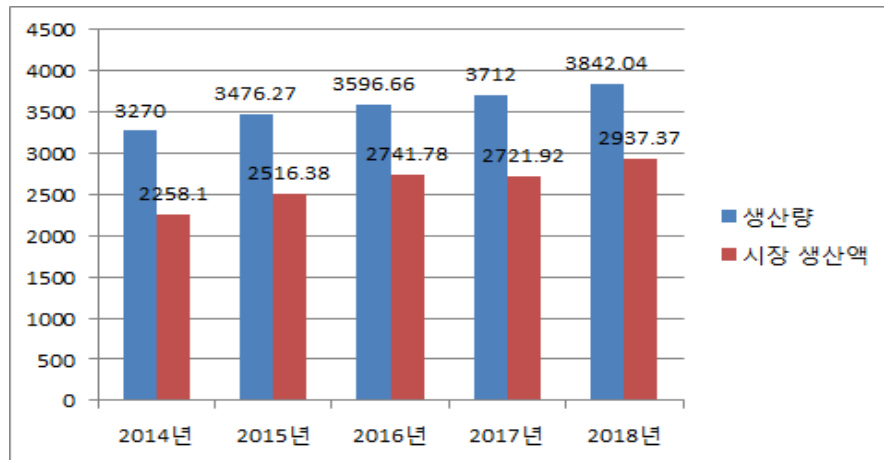
<표> 중국 5개년 버섯 생산 통계

(단위 : 천 톤, 천 불)

구분	2014		2015		2016		2017		2018	
	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액
버섯	32,700	2,258	34,762	2,516	35,967	2,742	37,120	2,722	38,420	2,937

출처: 중국버섯협회(中国食用菌协会), 찬지안산업연구원(前瞻产业研究院)

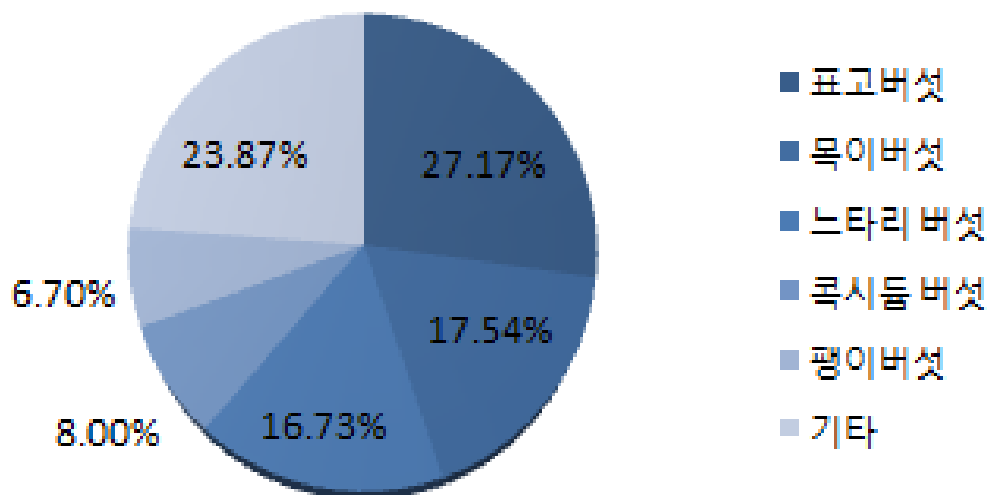
(단위 : 만 톤, 천 불)



[그림] 2014년~2018년 중국 버섯 총생산 동향

출처: 중국버섯협회(中国食用菌协会), 찬지안산업연구원(前瞻产业研究院)

- 2019년 12월 중국버섯협회(中国食用菌协会)에서 발표한 <2018년 중국 버섯 통계 조사결과분석>(《2018年度全国食用菌统计调查结果分析》)에 따르면, 2018년 중국 버섯 생산량은 각각 표고버섯 1043.12만 톤, 목이버섯 647.03만 톤, 느타리버섯 642.82만 톤, 콧시둥 버섯 307.49만 톤, 팡이버섯 257.56만 톤, 새송이버섯 195만 톤, 만가닥버섯 27만 톤 순으로 많았음



[그림] 2018년 중국 종류별 버섯 생산 점유율 (단위:%)

출처: 중국버섯협회(中国食用菌协会), 찬지안산업연구원(前瞻产业研究院)

- 중국 버섯협회공업화전문위원회(中国食用菌协会工厂化专业委员会)의 통계에 따르면 2018년 말까지 중국 버섯 공업화된 업체는 하루에 9500톤씩 생산할 수 있고 이는 2017년 비해 16% 증가되었으며 팽이버섯을 생산하는 업체가 가장 많음.
- 중국은 세계에서 야생 버섯 자원이 가장 풍부한 나라로, 상품화에 성공한 버섯도 다수
 - 중국 식용균 협회의 자료에 따르면, 중국 야생 버섯 종류는 약 2,000 종 이상임
 - 중국산 버섯 중 인공 재배가 가능한 버섯은 60여 종인데, 이 중 상품화에 성공한 버섯은 표고버섯, 느타리버섯, 목이버섯, 양송이버섯, 팽이버섯, 새송이버섯 등 36 종이고, 규모화 경제를 이뤄낸 버섯은 30여 종에 달함
 - 2019년 12월까지, 중국 전국적으로 공업화된 버섯공장은 총 417개로, 2018년의 498 곳에 비해 81곳이 줄었음
 - 중국 버섯 가공제품을 생산하는 업체는 대부분 신선 버섯 생산업체가 위치하고 있는 지역에 분포되어 있어 규모가 크지 않음.
 - 건조버섯, 절임식품, 통조림 등 있고 가공버섯제품 총 매출의 95% 차지하고 있고 간식, 조미료, 보건식품 등 제품이 5% 차지하고 있음
 - 버섯을 이용한 슬라이스, 조미료, 건강식품 등 가공 사업도 활발한데, 이 중 연 매출 100만 위안을 넘는 가공업체만 300여개가 존재
- 과거에는 임산 버섯 생산 위주의 형태를 보였으나 최근 농산 버섯의 생산량이 증가하고 비중이 높아짐
 - 표고버섯의 경우 199년 154.2만 톤 생산되어 전체 생산량 중 32%의 비중을 차지하였으나, 2016년 835.3만 톤 생산되어 8%의 점유율을 차지하였음
- 일본, 유럽 등 해외에서도 버섯 수요가 증가함에 따라 과거 중국에서는 그다지 소비되지 않던 버섯류, 예를 들면 양송이, 송이, 생표고 등도 생산하기 시작함
 - 현재는 신선 버섯 또는 통조림, 익힘, 절임 등 다양한 형태로 가공하여 수출이 이루어지고 있음

3. 버섯 수출입 동향

<표> 중국 현지 기타버섯 HS CODE 및 한글, 영문, 원문 표기

HS CODE 품명	영문	원문
0709.59.1000 송이버섯	Sungmo	松茸, 鲜或冷藏的松茸
0709.59.2000 표고버섯	Shitake	香菇, 鲜或冷藏的香菇
0709.59.3000 팽이버섯	Winter mushroom	金针菇, 鲜或冷藏的金针菇
0709.59.4000 논 초고버섯	Paddy straw mushroom	草菇, 鲜或冷藏的草菇
0709.59.5000 송이버섯과	Tricholoma mongolicum Imai	口蘑, 鲜或冷藏的口蘑
0709.59.9000 기타 식용 버섯	Other edible mushroom	其他, 鲜或冷藏的其他蘑菇

가. 수입동향

1) 중국 버섯 수입현황

- 국제무역센터(ITC)의 통계에 따르면, 2019년 중국은 버섯류(HS CODE 0709.51 + HS CODE 0709.59)를 주로 한국으로부터 수입함

- 대한민국은 수입액 기준 1위 국가로 중국은 약 58톤, 150천 달러의 버섯을 우리나라로부터 수입하고 있음

<표> 중국 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세계	90	2018	51	721	23	217	20	55	63	159
1	한 국	0	0	17	26	14	34	20	52	58	150
2	벨기에	-	0	-	0	-	0	-	0	4	4
3	이탈리아	-	0	-	0	0	3	0	0	0	2
4	태 국	-	0	-	0	-	0	-	0	0	1
5	미 국	-	0	-	0	0	2	0	1	0	1

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 주요 수입 품목은 팽이버섯이며, 2019년 142천 달러(56톤) 수입하였음
 - 우리나라도 중국으로 팽이버섯을 수출하나, 중국 관세청 자료를 바탕으로 통계를 수집하는 ITC 상에는 표시되지 않음
 - 송이버섯은 북한으로부터 매우 소량 수입하며, 표고버섯의 수입은 없음

<표> 중국 주요버섯 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	기타버섯 (HS CODE 070959.90)			팽이버섯		
	구분	수입량	수입액	구분	수입량	수입액
세계	세계	5.6	13	세계	56	142
1	벨기에	4.1	4	벨기에	56	142
2	대한민국	0.95	4			
3	이탈리아	0.5	3			
4	태 국	0.0	1			
5	미 국	0.0	1			

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

2) 對 중국 버섯 수출현황

- 2009년 한국의 팽이버섯을 중심으로 시작되었던 대중국의 수출은 당시 한국버섯수출사업단(구 KMC)을 통해 위탁 대행수출 형태로 수출이 성행 되었으나 중국 지방정부의 버섯산업에 대한 적극적인 지원으로 버섯산업이 단기간에 급성장 하면서 2012년을 기점으로 사실상 규모화 수출이 중단됨
 - 대중국 버섯 수출은 금액으로 2009년에는 941만 달러, 2010년 645만 달러, 2011년 502만 달러가 수출됨
- 현재 한국에서 중국으로 수출할 수 있는 버섯은 한중 검역협상에 따라 팽이버섯, 새송이버섯으로 제한되어 있음
- 우리나라에서 중국으로 수출하는 버섯 중 수출액이 가장 높은 품목은 팽이버섯으로, 2019년 기준 약 168천 달러(약 1.5톤)를 수출
 - 팽이버섯의 수출 단가는 \$0.4/kg 수준이며, 새송이버섯의 수출 단가는 \$0.2/kg

<표> 對중국 버섯류 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	2015		2016		2017		2018		2019	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
농산버섯-계	0.1	0.6	33.5	49.5	13.9	32.1	40.5	160.5	71.1	202.2
느타리버섯	-	-	0	0	0.3	1.8	-	-	-	-
팽이버섯	0	0	14	21.2	10.8	16.6	34.3	120.2	66.7	167.9
새송이버섯	0.1	0	2.8	5.4	1.3	8.5	6.2	40.3	1.5	6.9
기타버섯(신선)	0	0	0.1	0.1	1.5	5.2	-	-	-	-
기타버섯(건조)	0	0	0	0	0	0	0	0	0.2	21.4
임산버섯-계	0	0	6.6	16.8	0	0.4	-	-	-	-
표고버섯(신선)	-	-	0	0	0	0.1	-	-	-	-
표고버섯(건조)	0	0	0.4	8.7	0	0.2	-	-	-	-

출처 : 농식품수출정보 KATI

- 중국은 가공 버섯 수입 규모가 크지 않으나, 절단 버섯을 주로 수입하며, 2018년 기준 944천 달러를 수입
 - 기타 가공 버섯으로는 원상, 절단, 얇게 썬 기타 버섯류(HS CODE 0712.39), 식초 또는 초산으로 처리한 것을 제외한 기타 조제 또는 저장 처리한 버섯(HSCODE 2003.90) 등이 있음

<표> 중국 가공 버섯 품목별 수입 통계

(단위 : 천 달러)

	2015년	2016년	2017년	2018년
절단 버섯	3718	2365	606	944
가공 버섯 (기타 조제, 저장)	211	1448	354	311

출처 : 한국무역협회 (Kita.net)

나. 수출동향

- ITC 통계에 따르면, 중국은 2019년 214,120천 달러의 기타 버섯(HS CODE 0709.59)을 수출
 - 중국의 기타버섯(HS CODE 0709.59) 5대 주요 수출국은 베트남, 태국, 일본, 대한민국, 미국 순임
 - 한국의 베트남 버섯 수출액이 급감한 시기(2017년) 중국산 버섯의 베트남 수출이 급증
 - 일본으로 36,342천 달러를 수출하며 수출액 기준 3위를 기록하였지만, 수출량은 2,363톤으로 8위를 기록하며 수출 단가가 매우 높은 수치를 보였음
 - 반면, 말레이시아는 수출량 기준 3위 국가로, 수출액은 15,081천 달러로 수출액 기준 6위를 차지하였음
 - 중국의 2019년 기타버섯(HS CODE 0709.59) 글로벌 수출량은 113,652톤으로 2010년 대비 126% 증가함

<표> 중국 버섯 주요 수출국 및 수출액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수출액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
	세 계	50,363	151,010	54,097	148,034	69,640	162,929	91,012	194,396	113,652	214,120
1	베트남	3,067	5,178	2,861	4,916	12,369	20,587	25,869	48,759	34,363	60,753
2	태국	13,175	20,110	16,531	25,352	20,473	25,486	27,081	26,700	38,350	37,777
3	일본	2,869	34,761	2,697	39,544	2,808	41,810	2,565	37,861	2,363	36,342
4	대한민국	8,225	31,178	6,832	21,745	6,287	19,950	6,790	24,210	5,818	21,008
5	미국	7,452	34,989	7,537	21,239	7,339	19,546	7,432	19,812	6,775	15,714

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 기타 버섯을 제외하고 수출액이 가장 높은 버섯은 표고버섯으로 46,547천 달러 (18,237톤) 수출하였으며, 대한민국으로 가장 많이 수출함
- 수출량이 가장 많은 버섯은 팽이버섯으로 2019년 기준 31,016톤(44,815천 달러) 수출

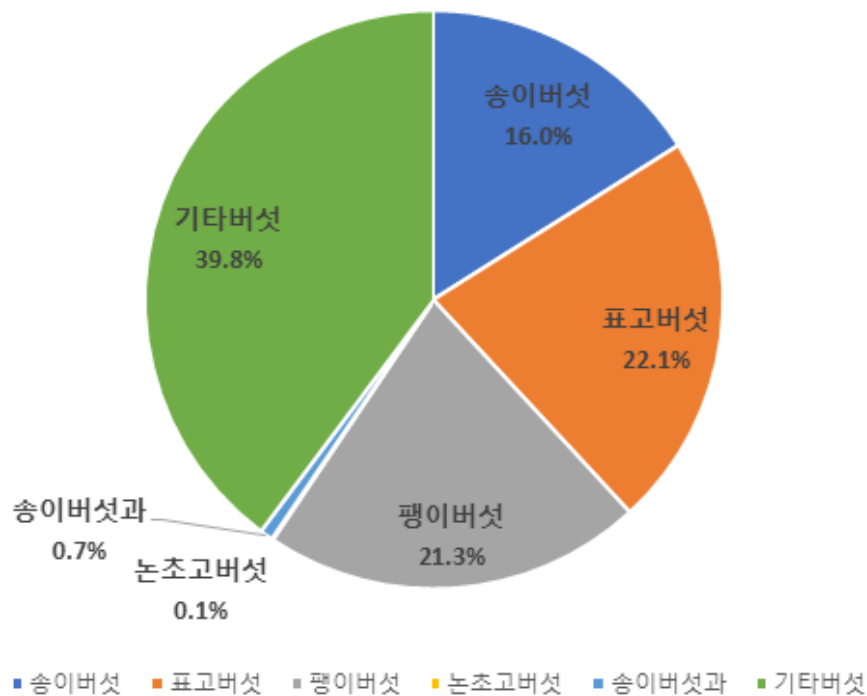
<표> 중국 주요버섯 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수출액 순위	송이버섯			표고버섯			팽이버섯		
	구분	수출량	수출액	구분	수출량	수출액	구분	수출량	수출액
세 계		639	33,783	세 계	18,237	46,547	세 계	31,016	44,815
1	일 본	506	29,754	대한민국	5,680	16,928	베트남	19,903	32,159
2	대한민국	133	4,026	미 국	2,558	8,439	말레이시아	4,008	4,841
3	호 주	96	2	일 본	1,839	5,358	태 국	3,994	3,666
4	싱가포르	12	1	말레이시아	2,825	4,212	홍 콩	1,004	1,679
5	영 국	-	0	태 국	2,155	3,612	라오스	504	512

2019년 수출액 순위	논초고버섯 0709.59.40			송이버섯과			기타버섯 0709.59.90		
	구분	수출량	수출액	구분	수출량	수출액	구분	수출량	수출액
세 계		103	150	세 계	937	1,552	세 계	62,473	83,774
1	홍 콩	80	144	러시아	934	1,550	태 국	32,038	30,337
2	마카오	23	6	몽 골	2	2	베트남	13,613	26,506
3	싱가포르	-	0	키르기스스탄	0.8	1	미 국	4,172	7,170
4				말레이시아	-	0	말레이시아	4,753	5,988
5				몰디브	-	0	네덜란드	2,081	5,802

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019



출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

[그림] 중국산 버섯 품목별 수출 비율

○ 가공버섯 또한 꾸준한 수출 증가 추세를 보이며, 특히 절단 버섯 수출 규모가 매우 큼

<표> 중국 가공 버섯 품목별 수출 통계

(단위 : 천 달러)

	2015년	2016년	2017년	2018년
절임 버섯	33,778	28,896	32,549	38,003
절단 버섯	1,426,061	1,548,132	2,046,405	2,323,557
가공 버섯 (기타 조제, 저장)	198,194	303,483	312,298	375,685

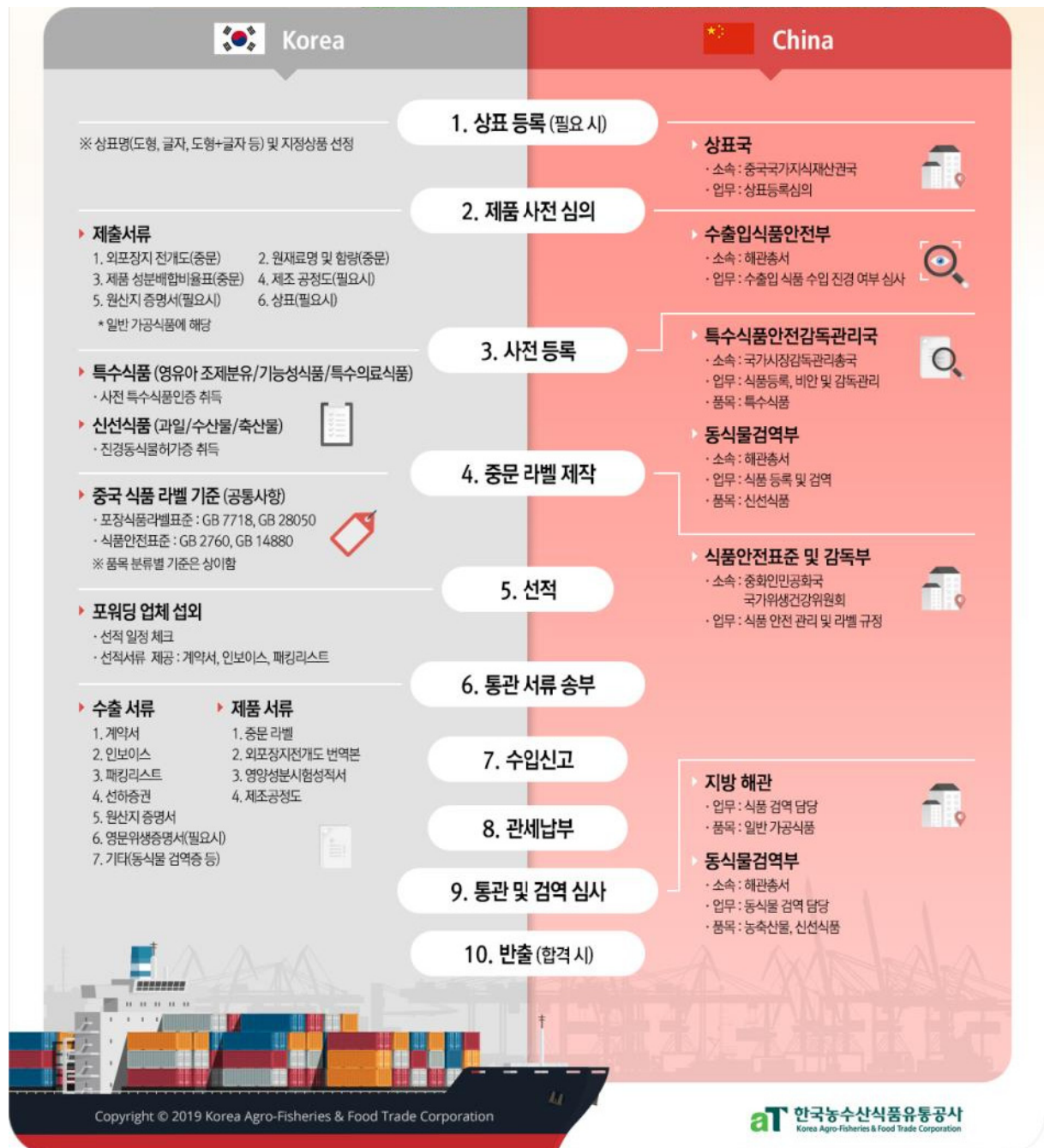
출처 : 한국무역협회 (Kita.net)

4. 관세 및 검역·인증제도

가. 통관제도

□ 수출프로세스

- 상표등록(필요 시) → 제품사전심의 → 수출입업체 등록 → 중문라벨 제작 → 선적 → 통관서류 송부 → 운송/중국도착 → 검역, 통관심사 → 중국 내 유통



[그림] 중국 농식품 수출입 프로세스

출처 : 농식품수출정보 KATI

□ 통관 절차

○ 사전 준비

- 수입식품, 식품첨가제 등 관련제품은 식품안전 국가표준에 부합해야 함
- 검역요구 확인 및 성분, 외포장지 심의 규정 확인
- 수입예포장식품과 식품첨가제의 중문라벨은 필수

*예포장식품(预包装食品): 벌크 상태가 아닌 일정 규격으로 정량 포장되어 중량이나 체적이 일정한 포장 식품

- 수출 시 수출입 업체 비안등록시스템(AQSIQ)에 관련정보등록 필요

○ 통관서류 준비

- 중문 라벨, 제품포장지, 성분표의 번역본 등 통관 필요서류를 모두 준비할 것을 권장
- HS CODE를 확정해 사전준비를 강화할 것
- 패킹리스트(P/L)와 인보이스(C/I) 작성 후 세관에 수출신고 및 수출면장 발급이 완료되어야 원산지증명서 및 영문 위생증명서 신청 가능
- 일반/FTA/APTA 중 관세 부과금액이 가장 적은 것 한 가지를 선택 후 발급하되, 특히 원산지증명서의 경우 원산지증명서 발급요건에 부합해야 함
- 수출국의 기관에서 발급한 영문 검역(위생)증명서를 검역당국에 제출해야 함(식품 의약품안전처 발급)

○ 통관

- 정책변경으로 해관총서가 2018년 4월 20일부터 기업통관 및 검역신고를 통합 시행함
- 화물 도착 후 지방해관에 검역신고 진행 후 통과 시 화물신고
- 중국 지방해관 지정 검역창고에 화물이 입고되면 담당 검역관이 검역
- 검역 합격 후 입경화물검험검역증명(위생증) 발급시 출고 가능

○ 한국에서 중국으로 운송되는 방법으로는 선박, 항공이 있음

- 현지 물류 전문가에 의하면, 항공 운송 비용이 선박 운송 비용에 비해 1.5배 가량 높으나, 특수 냉장칸이 구비되어 있으며, 1~2일 내로 운송이 완료되어 양이 많지 않을 경우 권장하고 있음
- 충분한 증명 서류 구비 후 중국 수출 진행 시 일반적으로 해상운송 3일 소요되며 통관은 약 3~4 일 정도 소요됨. 세금납부, 상품검사, 해관 창고에 반입까지 10~12 일 정도의 시간 필요

<표> 통관 및 검역 관련 기관 정보

기관명	중국 국가시장감독관리총국 (State Administration for Market Regulation)	
소개	시장주체 등록, 정보 공시 및 공유체제 수립 시장 감독관리의 종합적인 집행업무 특수식품 등록, 비안 및 감독관리 진경식품 안전감독	
홈페이지	http://www.saic.gov.cn	
기관명	중국 해관총서 (General Administration of Customs)	
소개	수출입식품 검역, 통관신고, 세금징수 특수 식품 및 동/식품 위생 검역 진경동식물허가증 발급 위생증 발급	
홈페이지	http://www.customs.gov.cn	

출처 : 농식품수출정보 KATI

중국 세율

HS CODE 품명		구분	관세율
0709.51 버섯 (아가리쿠스 속)		기본관세율	13%
		FTA 협정세율 (2015 발효)	5.2%
기타버섯	0709.59.20 표고버섯	기본세율	6%
		FTA 협정세율 (2015 발효)	0%
	0709.59.30 팽이버섯	기본관세율	13%
		FTA 협정세율 (2015 발효)	5.2%
	0709.59.40 논 초고버섯 (Paddy straw mushroom)	기본관세율	13%
		FTA 협정세율 (2015 발효)	5.2%
	0709.59.50 송이버섯과 (Tricholoma mongolicum Imai)	기본관세율	15%
	0709.59.90 기타	기본관세율	8%
		아태협정세율 (2018 발표)	5.6%

출처 : 통합무역정보서비스 TradeNAVI

나. 검역제도

□ 중국 수입 채소 통관 절차

- 중국으로 채소를 수입할 시 현장 검사검역을 진행하는데, 화물 보관 환경, 포장 및 갈개 상태 오염 여부, 유해생물에 감염되지 않았는지 검사함
- 채소 수입 전 수취인 또는 대리인은 수출국가 또는 지역에서 작성한 검사 검역증서 원본, 무역계약서, 인수증, 포장명세서, 영수증 등 증빙서류를 소지해 수입항구의 검험검역기구에 신고를 해야 함

□ 중국 버섯 수출 시 주의사항

- 중국 농업부의 '식용버섯 관리법(食用菌菌种管理办法)'에 따르면 버섯 수출입 시 반드시 '수출입 버섯종 심사 비준표(进出口食用菌菌种审批表)'를 성급인민정부에 제출해야 함
- 중국 검험검역기구는 등록된 재배 지역에 대해 감독검사를 실시하며 주요 검사 내용은 다음과 같음
- 버섯은 중국 통관 현장에서 추가적인 검사항목은 없지만, 일부 항구(상하이, 심천 등)에는 '수출식물검사증명서류'를 제출해야 되며 관련 자료는 중국 수출통관 전 준비 권고

<버섯 수출 시 주의 항목>

- 재배기지 주위 환경 상황
- 재배기지 위치 및 재배 상황
- 구체적인 재배 품종 및 재배면적
- 생산 기록
- 병충해 예방 상황
- 독이 있는 유해 물질 검측 기록

- 해관에서 샘플링 검사를 통해 버섯을 검사하며, 검사항목에는 카드뮴, 이산화유황, 사이퍼메트린 및 베타사이퍼메트린, 사이할로트린 및 람다사이할로트린 등이 있음

<표> 식용버섯 잔류 농약 성분 기준치

성분명	MRLs (mg/kg)
Amitraz	0.5
Beta-Cyluthrin	0.3
Chlorothalonil	5
Dimethoate	0.5
Flucythrinate	0.2
Mancozeb	1
Quintozene	0.1

출처 : 중국 농약정보망

다. 라벨링 규정

□ 중국 식품 라벨링 정보

- 중국의 모든 포장식품에는 중국어 라벨이 부착되어야하고, 중국으로 수입되는 모든 식품에는 중국 위생부에서 발표한 GB 7718-2011에 의거하는 기준을 부합해야 함
- 라벨 표시 항목에는 원산지, 주소, 연락처, 중국 내 대리상 등이 기재되어야 하고 중국어 간체자로 표기되어야 함
- 중문라벨을 표시할 때 샘플 및 제출된 라벨 내용과 일치해야 하고 불일치 시 전체적인 라벨링 절차를 다시 거쳐야 하므로 사전에 점검이 필요함

<표> 중국 식품 라벨링 표시 사항

● 식품 명칭/원산지	● 생산업체가 적용하는 제품 표준코드
● 생산업체의 명칭 및 주소와 연락방식	● 식품의 품질등급, 가공기술 (식품표준요구 기준에 있을 경우)
● 식품의 생산날짜, 품질보증기간, 저장조건	● 식품생산허가증 번호 및 QS마크 (생산허가증이 필요한 경우)
● 순함량, 고형물 함량(정량포장 식품일 경우)	● 수출국 식품위생인증로고
● 식품의 성분 또는 배합원료 리스트	● 경고마크 또는 중문 경고설명

출처 : 한국농수산물유통공사 aT

<표> 라벨링 및 식품안전성 관련 기관 정보

기관명	중국국가지식재산권국 (National Intellectual Property Administration)	 中华人民共和国国家知识产权局 NATIONAL INTELLECTUAL PROPERTY ADMINISTRATION, PRC
소개	상표등록 심의 상표법 연구 및 작성 상표등록 감독 관리	
홈페이지	http://sbj.cnipa.gov.cn	
기관명	중화인민공화국국가위생건강위원회 (National Population and Family Planning Commission)	
소개	식품 위생 및 라벨링 요건에 관한 규정 수립 위생체계 표준 작성 및 실시 공공위생, 의료 위생 감독관리 약품검측 및 안전성 감독	
홈페이지	http://www.nhc.gov.cn	

출처 : 한국농수산물유통공사 KATI

라. 유기농 등 기타 인증제도

인증명	유기산물인증	국가명	중국
마크		인증기관	중국품질인증센터(CQC) 중국인증인가관리감독위원회(CNCA)
구분	☐ 필수 ☒ 권장 ☐ 선택 ☐ 국제공인 ☒ 국가공인 ☐ 민간인증	유형	기능성 인증
		도입시기	2014년 4월
		유효기간	1년

출처 : 2020 농식품 해외인증등록정보 종합가이드, 한국농수산식품유통공사aT

○ 유기산물인증

- 중국 유기농제품 인증을 획득하고자 하는 제품 생산자, 판매상, 수입자 또는 대리상은 국가인감위가 허가한 인증기구에 인증위탁을 신청해야 하며 자료 제출 시 중국어 번역본이 있어야 함
- 인증을 받은 수입 유기농제품이 입국검역을 진행할 시 각 지역의 출입경검증검역기구(出入境检验检疫机构)에 중국 유기농제품 인증증명서 복사본, 유기농제품 판매증서 복사본, 인증마크와 제품라벨 등 자료를 제출해야 하며 샘플검사를 실시할 수도 있음
- 중국으로 유기농제품을 수출하는 국가나 지역의 유기농제품 관리 기구는 국가인증인가감독관리위원회(国家认证认可监督管理委员会, 이하 국가인감위)에 유기농제품 인증 시스템의 동등성 협정을 체결할 수 있음. 협정을 체결한 경우 제품 수출 시 해당 규정에 맞게 관리함
- 한국은 동등성 협정을 체결하지 않은 상태로, 제품 수출 시 중국 유기농제품 관련 법규와 국가표준에 부합해야 함

○ 식용버섯품종 인증증서(유기농 식용버섯 인증)

- 제품이 유기농 식용버섯일 경우 '유기농 식용버섯 제품 인증기준'을 충족하여야 함
- 버섯종, 환경, 재배장소, 생산관리, 수확처리 등의 기준을 충족시켜야 하며, 관련된 자세한 내용은 CNOA360 사이트에서 확인 가능
- 유기식품 인증 신청서, 검사 계약서, 유기식품 인증 조사표, 유기식품 인증의 기본

요구, 유기인증 서면 자료 리스트, 신청자 승낙서 등을 제출해야 함

- 인증신청 > 접수 및 자료심사 > 검사 > 생산품 표본 채집 및 분석 > 현장조사 > 종합심사 및 인증 결정 > 증명서 발급 > 인증 후 관리

인증명	녹색식품	국가명	중국
마크		인증기관	유기녹색식품 유한공사

출처 :중국 새송이버섯 시장조사, 한국농수산물유통공사aT

○ 녹색식품 인증정보

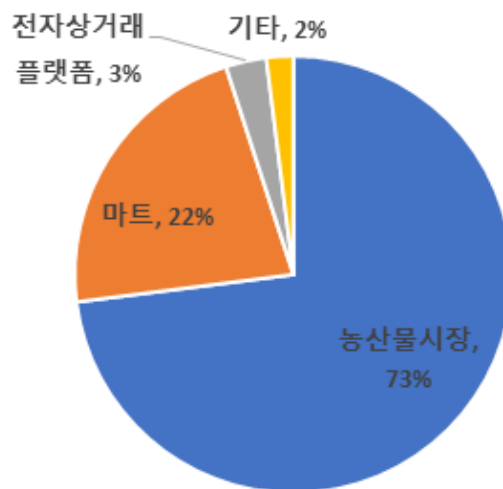
- 해당 인증은 화학비료 등을 사용하지 않고 성장한 유기농 식품을 뜻함
- 새송이버섯을 활용한 가공식품의 경우, 본 인증의 취득 조건은 식품 가공과정 중 식품첨가제가 첨가되지 않고, 원형 그대로의 맛을 유지하는 식품이어야 함
- 해당 인증의 신청비용은 8,000위안이며, 환경 검사비용은 4,000위안, 생산품 검사비용은 1,600위안임. 1년에 한번 인증 로고를 사용하기 위해 1,000위안을 지불해야 함
- 권장인증 사항이며, 인증 비용은 약 1만 4,600위안이고 인증 완료까지 약 세 달이 소요됨, 1년마다 갱신
- 인증신청 > 접수 및 자료심사 > 현장검사, 제품 샘플링 > 환경 모니터링 > 제품 검사 측정 > 인증 심사 > 인증발급

5. 유통 및 소비동향

가. 식품유통 및 소비트렌드

1) 식품 유통 구조

- 중국 농수산물 유통은 크게 ①농산물시장, ②마트, ③전자상거래 플랫폼에서 이루어짐
 - 중국은 서구와는 달리 시외의 마트보다는 주로 집 주변 농산물시장에서 농식품을 구매
 - 농산물 시장은 중국 신선 농산물, 육류 및 수산물 등의 주요 판매 채널로 전체 유통의 약 73% 차지



[그림] 중국 농수산물 유통 채널 비중(2016년)

출처 : 2019 수출국가정보 zip, 한국농수산물유통공사aT

□ 농산물시장

- 농산물시장에서는 신선농산물, 육류, 차류, 조미료, 수산물을 비롯한 기타 가공품을 모두 취급
 - 농산물시장은 크게 3종류 이상의 농식품을 거래하는 종합형 농산물시장과 2종류 이하의 농식품을 거래하는 전문형 거래시장으로 구분됨

□ 유통구조

- 크게 농산물시장, 마트, 전자상거래 플랫폼으로 구성 됨
- 농산물시장(农贸市场, Farmers Market)은 농산물 생산자와 소비자 쌍방이 직접 매매 활동을 하는 곳
- 도심 마트보다는 주로 집주변 전통시장(로컬마트)에서 농식품을 구매함
- 유통시장 비중은 농산물시장 73%, 마트 22%, 전자상거래 3%, 기타 2% 순

□ 주요 유통채널 현황

- 농산물시장
 - 신선농산물, 육류, 차류, 조미료, 수산물 등을 모두 취급하며 도소매로 판매함

- 농산물시장은 크게 종합형 농산물시장, 전문형 농산물시장으로 나뉨
- 종합형 농산물시장은 거래되는 농식품의 부류가 3종류 이상인 경우를 말하고, 전문형 거래시장은 2종류 이하인 것을 가리킴
- 중국 농산물시장은 식품, 농산물, 축산물, 수산물 등 농업 부산물(农副产品) 모두 거래하며, 농업부에서 발표한 자료에 따르면 중국 전역에 걸쳐 2.7만 개('15년)가 있음
- 전자결제 활성화로 결제방식이 전자결제 중심으로 변화
- 주요 농수산물 전통시장은 화동, 화북, 화중 지역에 주로 위치

○ 마트

- 도시발전 및 생활수준 향상으로 마트 선호 소비자가 증가하면서 유통시장의 주도권 경쟁이 치열해짐
- 중국 1선 도시의 유통매장은 포화상태이므로 각 유통회사들은 저개발된 2·3선 신도시에 집중
- 용후이(永辉, Yonghui), 화룬완자(华润万家, Vanguard), 우메이(物美, Wumei) 등 체인형 마트는 앞 다투어 신선식품개발을 강화하고 있음
- 외국계 유통업체들은 중국 전자상거래 플랫폼 회사와 제휴를 맺어 중국 유통시장에 진출
- 중국 로컬 유통 업체 또한 오프라인만 운영하던 상태에서 공격적으로 전자상거래 플랫폼을 구축해 나가고, O2O 비즈니스를 확대하며 대응

○ 전자상거래 플랫폼

- 2018년 중국 신선식품 전자상거래 플랫폼 거래 규모는 전년 대비 38.8% 성장한 1,253.9억 위안, 2019년 1,600억을 돌파할 것으로 전망
- 2019년 1분기 전자상거래 플랫폼을 이용해 신선식품을 구매하는 소비자가 가장 선호하는 품목은 ① 과일, ② 유제품, ③ 곡물/식용유, ④ 간식, ⑤ 수산물 등임

○ 오프라인과 온라인을 결합한 O2O 채널의 급부상

- 유통과정 간소화로 공급 효율성 증대, 프로세스 간소화로 소비자와의 거리 축소
- 알리바바의 허마셴성, 징동의 7fresh, 텐센트가 투자한 차오지우종(超级物种) 등이 온오프라인을 융합한 유통채널 운영 중

○ 주로 온라인을 통해 수입식품 구매

- 온라인 채널 통해 수입식품 구매하는 소비자의 지속 증가, 중국 수입식품 소비자의 58% 이상이 온라인을 통해 구매

○ '일대일로(一帶一路), 실크로드' 정책을 통해 대중국 농식품 수출 환경은 개선될 것으로 전망

- 실크로드 연관 국가와 협력을 강화하면서 농업 분야는 해외 농업 수출(农业走出去) 뿐만 아니라 해외 농업 도입(农业引进来)도 동시에 활성화하고 있음

- 이슈화되고 있는 중국 농식품 신유통 모델의 급속 발전은 대중국 농식품 수출을 증대할 수 있는 기회
- 그동안 중국에 수출된 한국 농식품은 대기업의 일부 상품 이외에 중소기업의 다양한 인기 농식품은 대형 할인마트 등 중국인이 이용하는 유통업체에 진입하지 못하고 대부분이 한인 시장에서 유통됨

2) 식품 소비 트렌드

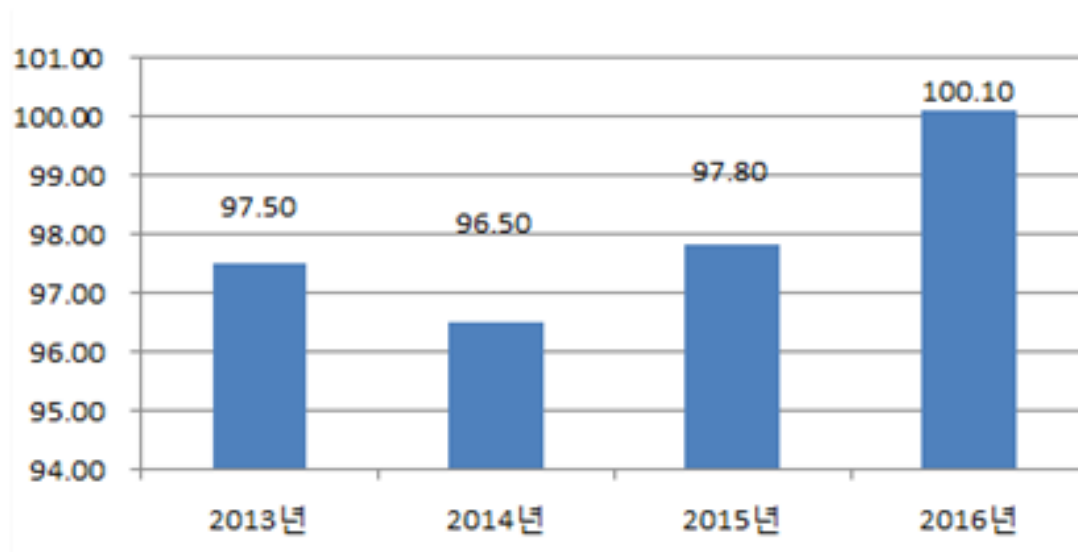
<표> 중국 신선 채소 시장 규모

(단위 : 천 톤)

	2015	2016	2017	2018	2019
중국 신선채소 시장 규모	167,505.8	177,399.1	186,661.9	192,696.2	197,625.2

출처 : Euromonitor international

- 2013년 중국 1인당 평균 신선 채소 소비량은 97.5Kg였으며, 2016년에는 100.1kg으로 증가하며, 증가세를 보임



출처: 중국 국가통계국 데이터

[그림] 중국 신선 채소 1인당 소비 추세 (단위: Kg)

- 식품안전성 중시
 - 소득수준 향상으로 건강에 대한 관심 증대
 - 영유아 식품은 중국 소비자들이 안전성을 최고로 중시하는 품목
 - 중국 분유 시장도 수입산 및 고품질 제품 위주로 성장하고 있으며 중저가 중국 브랜드는 도태되는 실정
 - 건강 의식 제고로 '무가당/저당 트렌드' 자리 잡고 있음
- 수입 식품 소비 일상화
 - 중국 정부의 개방 정책 수혜, 농산물 유통 채널 효율성 및 구매 편리성 제고와 가정 소득 증가 등의 복합적 요인으로 인해 수입식품 시장이 10년간 지속 성장하고 있음
 - 2019년 4월 진행한 설문조사에 따르면, 전체 식품 구매 비용 중 수입식품 구매 비중이 '10% 이상'으로 대답한 응답자가 57.5%
 - '과일'은 수입식품 1위 품목으로 수입량이 전년 대비 36% 증가했으며, 그중 체리의 수입 규모가 가장 큼
- 디자인 중심의 포장방식 개선
 - 포장 방식 개선을 통해 중국산 제품의 디자인이 세련되어지는 추세
 - 트렌디한 디자인, 편리한 휴대성 등의 젊은 층의 다양한 요구를 충족시켜주는 소포장 식품의 수요가 꾸준히 증가될 것으로 전망됨
- 젊은 층이 소비 주력군으로 형성되면서 고품질 농식품 수요가 급증하고 있음
 - 80허우, 90허우로 불리는 이들 소비층은 상품 구입 시 품질과 독특함을 중요시 하지만, 상품 가격에는 민감하지 않음. 중국 농식품시장에서 수입품은 고품질, 고가 상품 기준으로 판매되고 있을 정도로 인기가 높음. 향후 수입 농식품 수요는 지속적인 성장 추세를 유지할 것으로 전망
- 왕홍을 통한 라이브 커머스의 부상
 - '왕홍 경제(인터넷 스타 왕홍이 자신의 팔로워를 대상으로 제품을 홍보하고 판매하는 사회적 경제 현상)'라는 신조어가 생길만큼 젊은 세대들이 온라인 거래 선도
 - 최근 한국 식품도 스타급 왕홍과 협력해 라이브 방송을 진행하는 추세이며, 큰 폭의 가격 할인을 제시해야 하지만 방송으로 인한 매출 규모가 큼

나. 버섯 유통 및 소비동향

- 중국은 세계 최대 버섯 생산국가로 2018년 기준 3842만 톤의 버섯을 생산하였으나, 내수에서 대부분 소비하며 버섯 자급률이 100%를 상회함

<표> 중국 버섯 수급 동향

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	생산량	수입		수출		자급률 (%)	소비량
		수입량	수입액	수출량	수출액		
2018	38,420,400	20	55	91,012	194,396	100.2	38,329,008

자급률 = 생산량/소비량*100%로 산출한 추정치임

소비량 = 생산량+수입량-수출량으로 산출한 추정치임

- 중국에서 버섯의 연간 가격의 움직임은 종류에 따라 약간의 차이가 보이지만 대개 12월에서 2월까지가 가격이 높음
 - 설날, 음력설 수요증가의 영향을 받아 가격이 상승하고 3월 이후 수요가 감소함에 따라 가격이 하락하기 시작하여 7~8월까지 낮은 가격을 보임
 - 9월 말부터 10월 말까지는 국경절 전후의 휴식 기간이 많고 기후가 시원하기 때문에 외식산업의 수요가 점차 회복되어 가격도 상승세로 돌아섬

<표> 중국 버섯 생산량 및 평균 가격

(단위 : 톤, 元/kg)

년도	표고버섯		새송이버섯		팽이버섯	
	생산량	평균가	생산량	평균가	생산량	평균가
2017년	9,864,967	9.12	1,597,126	6.3	2,479,237	7
2018년	10,432,154	10.42	1,956,385	5.7	2,575,622	7.5
2019년	11,031,951	9.84	1,995,512	4.6	2,675,754	7.23

출처: 중국 버섯 상업 사이트

- 중국에서 주로 소비되는 버섯류는 표고버섯(17%), 느타리버섯(24%), 양송이(13%), 검은목이(11%), 팽이(7%) 등 5가지가 있음³⁾
 - 일반가정의 연간 소비량이 약 16kg 이상으로, 가장 소비의 안정적인 성장이 버섯 산업이 지속 발전할 수 있는 원동력 되고 있음

3) 세계 농식품산업동향.2015. 농경연,

- 먹물버섯(*Coprinus comatus* (Mull. Fr.) Gray), 풀버섯(*Volvariella volvacea* (Bull.:Fr.) Sing.) 같은 희귀 식용균은 식생활에 들어가기 시작했지만, 여전히 소비량이 적음
- 송이버섯은 국내 소비자가 비교적 선호하는 품목
 - 예전에는 송이버섯의 특이한 향기 때문에 일반 소비자의 비선호 식용균으로 인식
 - 2012년 중국 TV 프로그램에 소개되며 송이버섯의 암 예방 효과 등을 강조하는 홍보를 통해 현재는 소비자가 비교적 선호하는 버섯 품목이 됨
- 중국산업정보에 따르면 2014년 중국 새송이버섯 소비량은 98만 톤으로 전년 대비 16만 톤이 증가한 것으로 나타남
 - 새송이버섯은 일반 버섯보다 단백질 함량이 2~4% 더 높고 식감도 좋아 중국 소비자들에게 인기상품으로 등극하고 있음
 - 이러한 인식이 높아지면서 중국 내 새송이버섯의 수요가 높아지고 있는 것으로 추정됨
 - 중국 새송이버섯 소비량은 연평균 25.8%의 성장률을 기록하고 있음
- 표고버섯과 목이버섯은 중국에서 식자재와 약재로도 많이 사용되고 있지만, 새송이버섯의 경우, 중국 가정집이나 음식점에서 자주 접할 수 있는 식자재로 주로 사용됨
 - 새송이버섯을 재료로 한 요리 중 가장 일반적인 음식은 새송이버섯 고기볶음이며 대중적인 요리로는 볶음 요리인 쇼우치샹바오구(手撕杏鲍菇)와 산스샹바오구(三丝杏鲍菇) 등이 있음
- 중국 국민의 생활 수준이 갈수록 높아짐에 따라 버섯의 경우 영양 가치와 안전에 대한 인식이 높아지고 있어 수요가 계속 증가 중임. 또한 최근의 외식산업의 발전으로 인하여 식용버섯 요리에 익숙하지 않은 소비자들이 외식을 통해 식용버섯을 많이 소비한 것으로 분석됨⁴⁾
- 신선 버섯은 일반 소비품으로서 기본적으로 대리업체를 통해 식당, 호텔, 마트, 농산물 도매 시장, 야채 시장으로 유통되어 최종 소비자에게 판매되고 있음.
- 중국의 신선 버섯은 지역에 따라 소비 트렌드가 선명한 차이가 있음
 - 1선도시(베이징, 상하이, 선전 등), 2선도시(샤먼, 푸저우, 우시 등)인 경우 제품의 브랜드, 품질과 안전을 중요시하고 있어 가격이 상대적으로 높은 제품을 비롯한 신제품이나 희귀품종에 대한 수요가 있음
 - 중국 대부분은 작은 도시, 농촌시장으로서 브랜드 인식이 높지 않고 가격을 가장 중요시하고 있음

4) 2017년 중국 식용버섯 시장현황, aT 베이징지사

- 중국 내 업종별 주요 유통채널 브랜드는 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점과 미니마켓으로 구분되며 최근 인터넷 쇼핑 사이트가 새로운 식품 판매처로 떠오르고 있음
 - 사회구조상 맞벌이 부부가 많은 중국은 장을 직접 보는 대신 배송이 가능한 온라인을 선호하는 트렌드가 생겨남
 - 타오바오, 이하오디엔 등 대형 인터넷 쇼핑 사이트에서 건조 버섯식품의 신선배송 서비스를 제공하기 시작하면서 온라인으로 판매되는 비중이 확대되고 있음⁵⁾
- 현지 조사 결과 한국산 버섯이 FOB로 수출되는 사례가 있었음. 중국 수입업체가 버섯 물류비용 부담할 경우, 판매금액은 현지산에 비해 약 30%~50% 높아 가격 경쟁력이 떨어졌음
- 수입된 제품 일부는 5성급 호텔 또는 대형 마트에 있는 수입 제품 코너에 배치되어 있음
- 최근 중국에서 '마라찐전구'라는 빨간 팡이버섯 요리가 유튜버들 사이에서 유행함
 - 팡이버섯을 통으로 섭취하며 식감, 청각을 강조하고, 마라 소스를 묻혀 매운맛에 도전하는 짧은 동영상이 유행

5) 중국 건조 꽃송이버섯 시장조사, 2015, aT 한국농수산물유통공사

6. 한국산 버섯 유통현황

가. 한국산 버섯 수입동향

- 현지 조사 결과, 한국산 신선 버섯은 중국에서 온라인으로만 판매되고 있었으며, 대량으로 구매하는 업체에게만 공급하고 있어 소매가격이 아닌 도매가격 기준임
 - 베이징 현지에서는 수입버섯을 찾아볼 수 없었고 모두 베이징 근처에 위치하고 있는 농장 또는 업체에서 재배하고 있는 버섯을 유통하고 있었음
 - 현지 한인마트에서도 대부분 중국 현지산 버섯을 판매 중에 있음
- 중국 현지산 버섯과 한국 수입산 버섯의 가격을 비교한 결과, 팽이버섯은 현지산과 유사하게 판매되고 있음
 - 중국 온라인 플랫폼을 통해 중국 현지 판매 가격을 조사한 결과, 한국산 팽이버섯은 kg당 10위안 수준으로 거래되고 있었음. 이와 비교하여, 중국 상농업 홈페이지 통계에 따르면 중국산 팽이버섯은 2020년 9월~11월 사이 평균적으로 kg당 10.48위안 수준으로 거래되었음
 - 반면, 한국산 새송이버섯은 한 온라인 플랫폼에서 kg당 94위안 수준으로 거래된 데에 반해, 중국산 팽이버섯은 2020년 9월~11월 사이 평균적으로 kg당 8.42위안 수준으로 거래되며, 11배 이상의 가격 차이를 보임

<표> 중국산, 한국산 버섯 판매 가격 비교

(단위 : 元/kg)

버섯 종류	중국산	한국산
팽이버섯	10.48	10
새송이버섯	8.42	94

출처: 중국 온라인 플랫폼(makepolo, anywash), 중국 상농업 홈페이지(<https://www.nyw58.com>)

나. 버섯유통현황(사진, 브랜드 및 중량, 판매처, 소비자가격 등)

* 1RMB=170.52원, 2020.11.05 현지조사일 기준

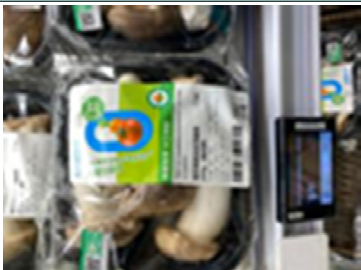
□ 팡이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	食菌纪/ 북경/ 300g/ 플라스틱 트레이		RMB 5.90 (1.97元/100g)
			1,006원 (336원)
	菌菇星球/ 북건성 북주시/ 200g/ 플라스틱 트레이		RMB 4.80 (2.4元/100g)
			818원 (409원)
	雪榕/ 상해시/ 150g/ 플라스틱		RMB 1.20 (0.8元/100g)
			205원 (136원)
	머쉬랜드/ 대한민국/ 5kg(1개당 150g)/ 박스 포장		RMB 45 (0.9元/100g)
			7,673원 (153원)
	그린피스/ 대한민국/ 5kg(1개당 150g)/ 박스포장		RMB 60 (1.2元/100g)
			10,231원 (205원)

□ 표고버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	日日鲜/ 저장성 진화/ 150g/ 플라스틱 트레이		RMB 3.50 (2.3元/100g)
			597원 (392원)
	云南香菇/ 원난성 바오산/ 200g/ 플라스틱 트레이		RMB 9.90 (4.95元/100g)
			1,688원 (844원)
	有机香菇/ 상해시/ 125g/ 플라스틱 트레이		RMB 6.90 (5.52元/100g)
			1,177원 (941원)

□ 새송이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	绿菇园/ 상해시/ 200g/ 플라스틱 트레이		RMB 9.80 (4.9元/100g)
			1,671원 (836원)
	日日鲜/ 강소성/ 200g/ 플라스틱 트레이		RMB 3.90 (1.95元/100g)
			665원 (333원)

□ 느타리버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	食菌纪/ 강소성/ 300g/ 플라스틱 트레이		RMB 9.90 (3.3元/100g)
			1,688원 (563원)
	有机平菇/ 상해시/ 150g/ 플라스틱 트레이		RMB 9.90 (3.3元/100g)
			1,688원 (563원)

7. 수출확대전략

가. 3C분석

Customers	○ 젊은 층이 소비 주력군으로 형성되면서 고품질 농식품 수요가 급증 ○ 상품 구입 시 품질과 독특함을 중요시하지만, 상품 가격에는 민감하지 않음 ○ 도시발전 및 생활 수준 향상으로 마트에서 신선농산물을 구입하는 소비자 증가 ○ 국물 요리와 함께 버섯을 섭취하며, 날씨가 추운 12월에서 1월까지 수요가 높음
Competitors	○ 중국은 세계 최대 버섯 생산국이자 수출국임 ○ 2019년 12월 중국버섯협회(中国食用菌协会)의 발표에 따르면 2018년 전국 버섯 총생산량은 38,420천 톤으로, 전년 동기 대비 3.5% 증가하였음 중국에서는 세계에서 야생 버섯 자원이 가장 풍부한 나라로, 상품화에 성공한 버섯도 다수 ○ 2019년 중국 전국적으로 공업화된 버섯 공장은 총 417개소가 있음 ○ 중국에서 버섯 생산 공업화를 실현한 대표적인 4대 생산업체가 있음 ○ Shanghai Xuerong Biotechnology는 6개 생산기지를 보유하고 있으며, 하루 440톤에 달하는 생산이 가능함 ○ Junesun Fungi는 2005년 설립 이후, 버섯 전문 업체로써 국가급 농업, 공업화 대표 업체가 되었으며 연간 총 생산량은 18만톤에 달함 ○ Ruyiqing BIO-TECHNOLOGY는 한국, 일본 등으로부터 자동화 생산설비를 도입하였으며 HACCP 및 ISO9001 국제 표준을 보유함 ○ Jiangsu Chinagreen Biological Technology는 팽이버섯을 중심으로 연구, 생산, 판매하며 첨단기술제품으로 인정받음
Company : 국내	○ 검역협상에 의해 팽이버섯, 새송이버섯의 수출만 가능한 상태임 ○ 현지 조사 결과, 한국산 신선 버섯은 중국에서 온라인으로만 판매되고 있었으며, 대량으로 구매하는 업체에게만 공급하고 있음 ○ 현지에서 한국산 버섯에 대한 브랜드 파워가 약함

나. SWOT 분석

강점(Strength)	약점(Weakness)
○ 현지산과 유사한 국산 팽이버섯의 가격 ○ 중국산에 비해 한국산 버섯이 품질 우위에 있으며, 한국산 버섯의 안정성이 인정받음 ○ 인접국가로써 지리적 접근성이 좋음	○ 팽이버섯을 제외한 버섯의 가격 경쟁력이 약함 ○ 한국산 농산물의 인지도 미흡 ○ 현지에서 한국산 상품의 포지셔닝이 애매하고, 브랜드 파워가 약하다는 평가 ○ 버섯 수입경소상의 신규진입 어려움
기회(Opportunity)	위협(Threat)
○ 건강, 안전성 중시하는 사회적 풍조 ○ 중국인의 소비 수준 향상으로 고품질 농식품 수요 증대 ○ 젊은 소비자층은 고품질 상품에 대한 가격 민감성이 낮음	○ 중국 지방정부의 버섯산업 진흥정책으로 버섯산업 급성장, 현지 버섯 자급률이 높음 ○ 소비 양극화가 심각하며, 상위 10%의 가계 자산 총액이 전국의 47.5%를 차지함 ○ 한중 관계가 안정되지 않아 국가 이미지를 활용한 마케팅이 곤란
SO전략 (강점-기회)	○ 중국의 고소득층은 자국산 버섯의 안전성에 대한 불신하고 있으므로, 한국산 버섯의 안정성을 강조하는 마케팅을 진행 ○ QR코드를 활용하여 생산 과정을 공개하는 등 모바일을 활용하여 저비용 고효율 마케팅 전략 수립
WO전략 (약점-기회)	○ 중국의 경제 수준이 높아지면서 프리미엄 시장이 활성화되고 있으므로 한국산 버섯은 가격이 높지만, 고품질임을 강조하여 프리미엄 시장 공략
ST전략 (강점-위협)	○ 프로모션 시 함께 요리할 수 있는 식재료들과 패키지 판매, 할인판매 시 수출 틈새시장을 노릴 수 있음 ○ 젊은 소비자층을 타겟으로 온라인 마케팅을 수행하여 한국산 버섯 인지도 향상
WT전략 (약점-위협)	○ 중국의 버섯 연간 생산량은 세계 총생산량의 70% 이상을 차지하므로, 규모화된 수출보다는 틈새 소비시장을 공략하는 방식으로 시장진출 모색 ○ 낮은 생산비로 객관적인 가격 경쟁력은 한국버섯이 절대로 열위에 있으므로, 중국산 버섯과의 차별화 강조

다. STP 분석

Segmentation (시장 세분화)	1) 소비자 분류 ○ 성별 분류, 연령별 분류, 소득층 분류 등 2) 시장 분류 ○ 한국계 마켓, 현지 주류마켓, 온라인 마켓, 편의점 - 중국 현지시장에서 판매할 경우 대도시 중심의 올레(Ole), 시티슈퍼(City super)등 프리미엄 수입마트에서 프리미엄 상품으로 차별화하여 판매 필요
Targeting (목표시장 설정)	1) 소비자 분류 ○ 다소 비싸더라도 안전한 식품을 찾는 소득수준이 높은 소비자 ○ 중국의 경제 수준이 높아지면서 프리미엄 시장이 활성화되고 있으므로 한국산 버섯을 프리미엄 시장으로 공략 2) 시장 분류 ○ 현지 유통업체 - 중국 내 주요 외국계 소매점으로는 월마트와 까르푸, 로터스 등이 있음 ○ 온라인 플랫폼 - 중국 현지 인터넷 전자상거래 사이트 '타오바오'를 통해서 고급버섯 제품이 판매되고 있는것을 확인할 수 있으며, 건조 형태가 대부분임
Positioning (제품 포지셔닝)	○ 가격 및 품질 - 중국산 《 한국산 《 일본산 ○ 유통 및 판매 - 중국 내 버섯제품은 일반적으로 수입업체를 통해 도매상을 거쳐 소매시장에 유통되고 있음 - 전문유통 상에서 일반 도매시장으로, 일반 도매시장에서 야채가게, 농수산물 시장, 슈퍼마켓을 통해 최종 판매되고 있음

라. 4C 분석

Customer Value
○ 중국은 식용버섯의 최대 생산국이자 소비국으로 부상하고 있으며 생산량의 폭발적인 증가세와 생활수준이 높아지면서 식문화의 고급화와 더불어 소비도 급속히 늘어나고 있음 ○ 신선버섯의 소비와 병행하여 가공(건조)버섯의 산업이 활성화되어 버섯의 전반적인 산업이 활성화 됨 ○ 2011년을 전후하여 중국으로 팽이버섯 수출이 한때 최고의 기록을 보였으나 중국의 버섯 산업 굴기에 밀려 지금은 가격 경쟁력을 완전히 상실함
Cost
○ 한국산 버섯은 중국산 버섯보다 안전성이 매우 높은 것으로 인식하고 있음 ○ 홍콩 또는 상해를 통해서 소량 수출이 비정기적으로 이뤄졌으나 가격 경쟁력의 열위를 극복하기 어려움 ○ 향후 한국산 버섯의 對 중국 수출이 전략적으로 이뤄진다고 해도 지속적인 성장은 어려운 구조이며, 고급마켓으로 틈새시장을 공략하기 위해 경소상과의 돈독한 네트워크 구축이 필요
Convenience
○ 중국 식용버섯 생산량은 전 세계 생산량의 70% 이상을 차지하고 있으며 매년 10% 이상 성장하고 있음 ○ 중국의 경제생활 수준이 높아지면서 프리미엄 시장이 활성화되고 있으므로 한국산 버섯을 프리미엄 시장으로 공략할 수 있으나 제한적인 틈새시장임 ○ 신선 버섯은 일반 소비품으로서 기본적으로 대리업체를 통해 식당, 호텔, 마트, 농산물 도매 시장, 야채 시장으로 유통되어 최종 소비자에게 판매되고 있음.
Communication
○ 중국 버섯산업진흥정책과 중국인들의 생활수준이 높아지면서 버섯산업이 활성화가 되기 시작함 ○ 중국 프로모션 시 함께 요리할 수 있는 식재료들과 함께 묶음 판매, 할인판매를 기획하여 판매량 증대를 노릴 수 있음 ○ 한국 버섯 수출 시 버섯으로 간편하게 해 먹을 수 있는 요리법을 제시하는 것도 하나의 방법임 ○ 신선버섯과 더불어 건조 가공품 버섯의 산업이 지구촌에서 가장 활성화되어 있으며 버섯 고급수요에 따라 인해 표고버섯, 꽃송이버섯 등 소비가 활발함

대만의 지역구분



- 타이완해협을 사이에 두고 중국 푸젠성과 마주하고 있는 나라
- 중국 본토에서 약 150km 떨어져 있으며, 하나의 성(省)으로 독립
- 2개 직할시, 22개 현(縣)·시(市)로 구성됨

국명	대만(Taiwan)
수도	타이베이(Taipei)
인구	23,603,121 명 (자료원 : 내정부/2019.12.31 기준)
면적	36,197 km ² (자료원 : 대만 행정원)
기후	북부: 아열대몬순 남부: 열대몬순
민족 구성	한족(97%), 원주민(2%), 기타(1%)
언어	중국어
종교	도교 64%, 불교 15%, 기독교 15%, 천주교 4%
화폐 단위	신대만달러 (元·NT\$)
GDP	14,140.16 십억\$

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr), CIA The World Factbook(www.cia.gov)

1. 국가개황

가. 일반

□ 농업 규모

- 대만의 농업은 전체 산업의 약 1.6%를 차지하는 수준
 - 2018년 기준 농업 부분 GDP는 NT\$2,867억(한화 약 10.9조 원)으로 국가전체 GDP의 1.60%에 해당
 - 농업 부분 GDP의 국가 전체 GDP 대비 점유율은 전년 대비 소폭 감소
 - 농업 부분 경제 성장률은 2018년 기준 상향 성장세로 2.63% 상승한 것으로 집계

○ 농업 생산동향

- 국토면적 360만ha 중 농업용지는 21.84%에 불과한 79만ha 수준(2018년)으로, 최근 5년간 농지 면적은 지속적으로 감소하는 추세임
- 2018년 기준 농산물 생산액은 약 NT\$2,694억(한화 약 10.3조 원)으로 전체 농업 생산액 NT\$5,260억(한화 약 20조 원)의 51.2%를 차지하며 가장 비중이 높음
- 단일 품목 중 가장 많이 생산되는 것은 쌀이고, 그다음으로 죽순, 파인애플, 빈랑, 표고버섯, 차가 뒤를 잇고 있음 (2018년)
- 주요 생산 품목 10가지 중 파인애플, 바나나, 빈랑 등 과일류가 6개 품목을 차지하고 있음
- 차 생산량은 약 15톤에 불과하지만 약 NT\$75억에 이르는 고부가가치 품목임

□ 기타 농업 관련 이슈

- 대만 정부에서 유기 농업을 장려하기 위해 유기 농업 촉진법을 발효함
 - 친환경적이고 지속가능한 자원 사용을 증진하기 위함이며, 생태 농업으로 전환하는 농가에 보조금을 제공하는 등 경제적 지원
 - 다양한 홍보 및 마케팅을 지원하고, 학교, 군대 및 공공기관을 시작으로 유기농 농산물의 소비량을 증가할 계획

나. 경제

<표> 주요 경제지표

경제지표	2015	2016	2017	2018	2019
경제성장률 (%)	0.81	1.51	3.08	2.63	2.04
명목GDP (십억\$)	525.6	531.36	874.9	589.91	586.1
1인당 GDP (PPP, \$)	47061.1	48169.39	50520.19	53074.32	55078.21
1인당 명목 GDP (\$)	22373.56	22572.7	24389.68	25007.75	24827.9
정부부채 (% of GDP)	36.55	36.17	35.49	35.06	33.58
물가상승률 (%)	-0.61	1.03	1.09	1.47	0.8
실업률 (%)	3.78	3.92	3.76	3.71	3.8
외환 보유고 (백만\$)	426691.58	434844.84	452178.88	462446.99	478783.26
환율 (자국통화)	31.91	32.33	30.44	30.16	30.93

출처 : IMF

- 경제는 제조업·무역·서비스업에 기초한 시장경제가 발달하였으며, 대부분의 연료와 광물을 수입
 - 중공업은 1965년 수출가공지대로 건설된 가오슝[高雄]에 집중되어 있으며, 경공업은 타이베이와 그 주변 지역에 집중되어 있다. 전자장비·의류 등이 수출을 주도하고 있으며 약품, 정밀기계, 전자기기 분야의 첨단산업도 발달
- 과거 지속적인 경제성장을 하여 한국, 홍콩, 싱가포르 등과 함께 '아시아의 네마리 용'으로 불림
 - 다만, 200년대 이후 세계 경제 침체와 더불어 마이너스 성장률을 기록
 - IMF의 경우 -4.03%의 경제 성장률(2020년 4월 발표 기준)을 예측했으나, 대만 내에서는 1%대로 성장할 수 있을 것이라는 자신감을 보이고 있음. 대만 주계총처(통계청격), 중앙은행, 주요 싱크탱크들은 대부분 1% 초중반대 예측치를 제시
- 코로나 19로 인해 민간소비는 상반기에 크게 위축됐으며, 대외여건이 여의치 않은 상황이므로 대만은 내수 활성화를 통한 경제 성장에 총력을 기울이고 있음
 - 대만 정부는 코로나19 이후 2021~2024년 경제성장 목표를 2.6~3.4%로 설정하고 신 산업 육성과 디지털 전환을 통한 목표 달성에 매진할 방침

다. 무역

1) 무역 현황

<표> 무역 경제지표

주요지표	단위	2016	2017	2018
총수출	백만 달러	280,321	291,454	307,941
(對韓 수출)	백만 달러	16,403	18,073	16,738
총수입	백만 달러	230,568	259,266	286,333
(對韓 수입)	백만 달러	12,220	14,898	20,784
무역수지	백만 달러	49,753	32,188	21,608

출처 : 대한무역투자진흥공사 2019

* N/A는 집계되지 않음을 의미

- 주요 무역상대국은 미국, 홍콩, 일본, 독일, 네덜란드, 한국, 독일, 말레이시아 등이 있음
 - 주요 수출품은 기계·전기제품, 방직품, 금속동제품, 수입품은 기계·전기제품, 화학품, 금속동제품 등이 있음
 - 최근 코로나19 사태 이후, 부문별로 수출은 하방압력이 지속되어 대다수 품목이 호전을 기대하기 어려운 상황으로 전망

2) 한국 농식품 수출입현황

- 2019년 기준 대만으로 수출한 농식품은 약 3억 6700백 달러(17만 톤)로, 대만으로부터 수입한 농식품의 124% 수준
 - 주로 수출되는 품목으로는 혼합조제식료품, 기타임산물, 김, 배, 담배, 라면 등이 있음

<표> 對대만 한국 농식품 5개년 수출입

(단위 : 톤, 천불)

주요지표	수출		수입	
	중량	금액	중량	금액
2019	167,852	366,862	121,953	296,090
2018	164,152	369,500	99,535	263,192
2017	251,176	376,797	97,179	245,395
2016	215,433	331,976	109,528	241,509

출처 : KATI

라. 물류

- 대만에는 총 9개 항구가 있으며, 이 중 7개는 국제항
 - 대만 최대 항구인 가오슝항(Kaohsiung)은 안핑항(Anping), 부다이항(Budai), 평후항을 관할하며 지룽항(Keelung)은 타이베이항(Taipei)과 수아오항(Suao)을 관할하고 있음

<표> 주요 항구별 기본정보 및 규모

항구명	규 모
가오슝항	부두수 : 122개 면적 : 17,736헥타르 연평균 물동량 : 11,700만 톤
지룽항	부두수 : 56개 면적 : 572헥타르 연평균 물동량 : 1,900만 톤
타이중항	부두수 : 58개 면적 : 11,285헥타르 연평균 물동량 : 7,400만 톤
화롄항	부두수 : 25개 면적 : 309헥타르 연평균 물동량 : 1,170만 톤

주 : 연평균 물동량은 조사 기간 이전 3년(2014~2016) 기준

출처 : KOTRA 타이베이 무역관, TiPC

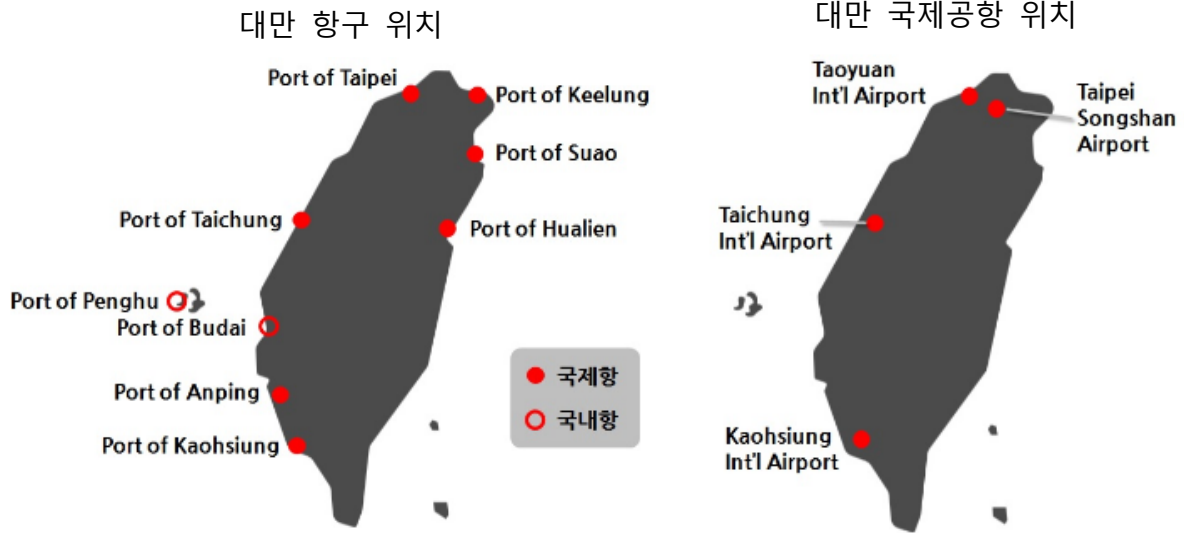
- 대만에는 4개의 국제공항과 15개의 국내공항이 있다.
 - 국제공항은 타이베이시에서 약 40km 떨어진 곳에 위치한 타오위엔 공항을 필두로 타이베이시, 가오슝시, 타이중시에도 별도의 국제공항이 있다.

<표> 주요 공항별 기본정보 및 규모

공 항	특 징
타오위엔 국제공항 (Taoyuan Int Airport)	타이베이 시내까지 약 1시간 내외 소요
타이베이 쑹산공항 (Taipei Songshan Airport)	김포공항-쑹산공항 노선 운항(에바항공, 중화항공, 티웨이, 이스타젯) 이밖 에 중국, 일본 주요 도시 직항 노선도 운항 중
가오슝 국제공항 (Kaosiung Int Airport)	인천, 부산 노선 운항 중(중화항공, 대한항공, 에바항공, 아시아나, 티웨이, 제주에어, 부산에어)
타이중 국제공항 (Taichung Int Airport)	인천 노선 운항 중(에바항공, 티웨이), 중국, 일본, 베트남 주요도시 직항 노선 운항, 타이중 시내까지 약 30분 소요

출처 : KOTRA 타이베이 무역관, 공항별 홈페이지

대만 내 항구, 국제공항 위치



<표> 대만 수출 컨테이너 비용 예시

(단위 : 달러)

규격	Keelung-부산	Taichung-부산	Kaosiung-부산
20피트	200	200	200
40피트	350	350	350
40피트 하이큐빅	350	350	350

주 : 기간 및 업체에 따라 가격이 상이함

출처 : KOTRA

2. 버섯생산동향

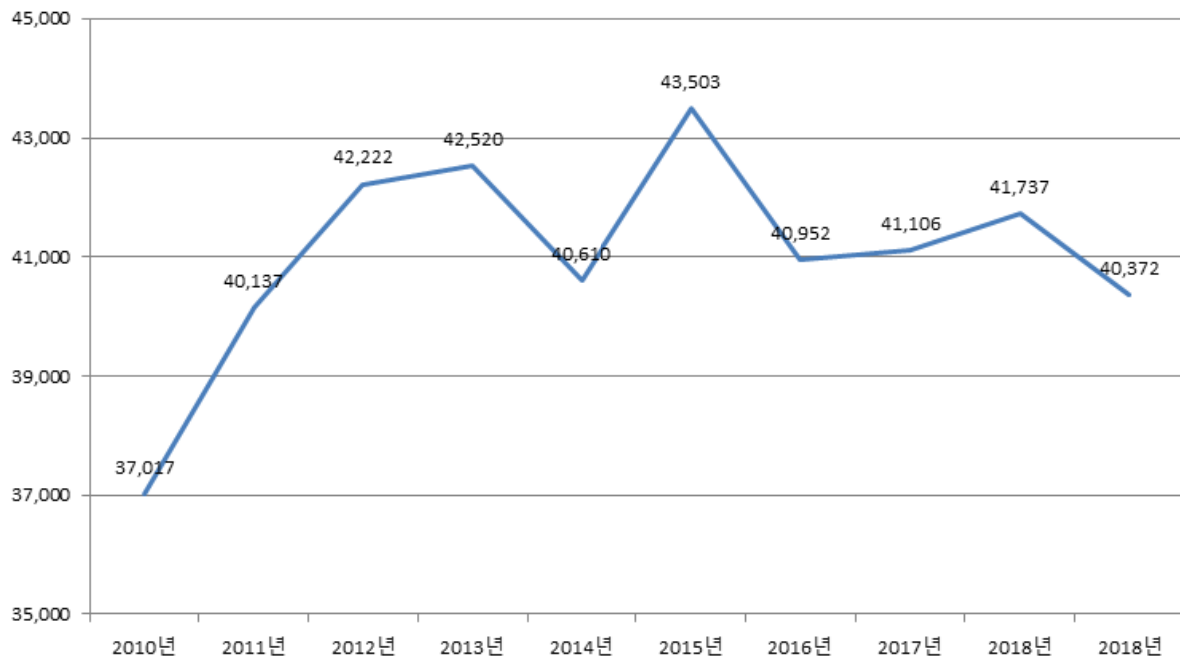
- 대만의 버섯 생산량은 2018년 기준 10,719톤, 생산액은 100억 원 이상
 - 대만의 버섯 생산액은 전체 신선 채소 생산액의 약 16%에 달하고 있음
- 1970년대 정부의 진흥책으로 농가에서 겨울에 많이 생산하게 되며 "버섯 왕국"이라는 명칭을 얻은 적도 있었음
 - 중국대륙과 동남아 국가에서 버섯을 생산하며 산업이 주춤하게 되었지만, 대만 농업 시험소에서 공조 시스템에 의한 버섯 재배기술을 보급하며 생산을 이어감

<표> 대만 전체 버섯 생산량

(단위 : 톤)

2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2018년
37,017	40,137	42,222	42,520	40,610	43,503	40,952	41,106	41,737	40,372

출처 : 대만 행정원 농업위원회



출처 : 대만 행정원 농업위원회

- 주로 생산되는 버섯은 표고버섯, 팽이버섯, 새송이버섯, 목이버섯, 작은 느타리버섯이 있음
 - 특히 표고버섯의 2017년 생산량은 약 33,750t으로 생산액은 약 43억 8,750만 위안 수준
 - 팽이버섯은 가장 자동화 재배 수준이 높은 버섯이며, 2017년 약 37,500t이 생산되었으며, 생산액이 124,125만 위안 수준
- 표고버섯 생산은 감소할 것으로 예측되며, 팽이버섯은 생산량이 증가할 것이나 가격 경쟁이 심화될 것으로 보임
 - 2015년 이후 표고버섯 생산량이 감소하고 있으며, 이에 따라 가격이 상승
 - 팽이버섯은 중국 자본의 투입으로 공장이 건설되고 있으며, 생산량이 급증하고 가격 경쟁이 심화될 것으로 보임
 - 새송이버섯은 2015년 이후 재배 방식이 고도화되며 생산량이 증가하였음

3. 버섯 수출입 동향

<표> 대만 현지 기타버섯 HS CODE 및 한글, 영문, 원문 표기

HS CODE 품명		영문	원문
0709.59.10 표고버섯	0709.59.10002 표고버섯(신선 또는 냉장한 것)	Shitake	香菇， 生鮮或冷藏
0709.59.20 초고버섯	0709.59.20000 초고버섯(신선 또는 냉장한 것)	straw mushroom	草菇， 生鮮或冷藏
0709.59.90 기타 식용 버섯	0709.59.90103 새송이버섯 / 큰느타리버섯	King oyster mushrooms	杏鮑菇， 生鮮或冷藏
	0709.59.90201 황금버섯	golden mushroom	金針菇， 生鮮或冷藏
	0709.59.90906 기타 식용 버섯	Other edible mushrom	其他食用菇類， 生鮮或冷藏

가. 수입동향

1) 대만 버섯 수입현황

- 국제무역센터(ITC)의 통계에 따르면, 대만은 버섯을 주로 일본으로부터 수입함
- 우리나라에서 대만으로 약 200천 달러의 표고버섯이 수출되고 있으나, 대만 관세청, UN 무역통계를 바탕으로 한 ITC 통계에는 잡히지 않음

<표> 대만 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세계	1,072	3,138	1,187	4,041	807	3,366	738	2,206	400	1,998
1	일본	781	2,246	1,028	2,989	645	2,398	477	1,513	351	1,205
2	이탈리아	1	130	1	138	1	192	1	228	2	379
3	말레이시아	191	533	157	854	112	597	60	97	43	178
4	프랑스	0	44	0	39	0	84	0	108	1	150
5	루마니아	0	1	0	1	0	1	0	0	0	21
11	대한민국	98	155	0	0	48	60	196	229	0	3

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 주요 수입품목은 070959.90906의 새송이, 표고 등을 제외한 기타 버섯
 - 일본으로부터 수입하는 단가가 높은 것으로 보아, 고급화 전략으로 수출되고 있는 버섯으로 사료됨

<표> 대만 주요버섯 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	기타버섯			황금버섯 HS CODE 0709.59.90201		
	구분	수입량	수입액	구분	수입량	수입액
	세 계	205	1,121	세 계	174	192
1	일 본	177	1,013	일 본	174	192
2	말레이시아	27.0	96	대한민국	-	0
3	벨라루스	0.4	4	말레이시아	-	0
4	폴란드	0.3	3			
5	프랑스	0.2	3			

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 중국산 표고버섯은 수입금지 품목임
 - 대만 자국산 표고버섯 보호를 위해 중국산 수입이 금지되어 있으나 중국산 밀수품이 대량으로 들어오는 사례가 많고 특히 연중 유통량이 많은 대만 5대 명절 (설, 청명절, 단오절, 중원절, 추석) 전후 밀수가 빈번함
 - 한편, 버섯 시장 내에서도 대만 최대 버섯 수입업체인 Zhao Xin International社가 중국산 버섯 수입 금지 조치를 악용, 중국산 버섯을 싼 값으로 밀수하여 한국산으로 허위 유통시키다 적발된 사례도 있었음
 - 표고버섯을 일본으로부터 수입하지만, ITC 통계상 9kg, 천 달러 미만 수준으로 매우 소량의 통계가 잡힘
 - 새송이버섯은 2018년 한국으로부터 4톤(14천 달러) 가량 수입하였지만, 2019년 28kg만을 수입함
- 대만은 신선 표고버섯이 연간 4만~5만 톤 생산되어 수입 의존도가 극히 낮음
 - 대만 내 버섯을 비롯한 신선 식품의 경우 통관이 까다롭고 유통과정에서 냉장 시설을 필수로 갖추어 신선도를 유지시켜야 하는 등, 애로사항이 많은 점도 수입을 저해하는 요인이 되고 있음

2) 對 대만 버섯 수출 현황

- 2013년 한국은 대만으로 1,826천 달러의 버섯을 수출하며 최대 수출 규모를 기록하였음. 이후 2014년 건조 표고버섯 수출이 1,000천 달러 가까이 감소하며 이후에는 지속적으로 버섯 수출이 줄어들었음
- 현재 한국에서 대만으로 수출하는 버섯 중 수출액이 가장 높은 품목은 표고버섯으로, 2019년 기준 약 200천 달러(약 17톤)를 수출
 - 대만 내 신선 표고버섯은 통관 및 유통, 규제가 까다로워 수입량이 아직 미미한 수준이나, 한국산 신선 표고버섯은 수입이 가능한 것으로 파악됨
 - 2018년 팽이버섯을 251천 달러(약 146톤) 수출하였으나, 2019년 수출한 바가 없음

<표> 對 대만 버섯류 수출현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	2015		2016		2017		2018		2019	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
농산버섯-계	63.7	146.7	0	0	93.8		150.4	268.9	0.1	0.4
느타리버섯	-	-	-	-	-	-	0.8	3.0	0	0
팽이버섯	51	92.7	0	0	93.8	160.5	145.6	250.9	0	0
새송이버섯	10	40.4	-	-	-	-	4.0	14.8	0	0.1
임산버섯-계	42.9	716.8	47.2	767.3	12.7	320.7	30.4	396	17.1	200
표고버섯(신선)	0	0	3.6	17.9	0	0	0.1	2.7	0	0
표고버섯(건조)	38.8	534.7	41.3	638.1	8.8	163.3	30.4	393.3	17.1	200

출처 : 농식품수출정보 KATI

나. 수출동향

- ITC 통계에 따르면, 대만은 2019년 1,518천 달러의 기타 버섯(HS CODE 0709.59)을 수출하였으며 수출량은 약 4,052톤 수준
- 대만의 기타버섯(HS CODE 0709.59) 5대 주요 수출국은 홍콩, 싱가포르, 미국, 마카오, 호주 순임

<표> 대만 버섯 주요 수출국 및 수출액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수출액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
	세계	594	1,809	471	1,796	366	1,542	393	1,481	402	1,518
1	홍콩	269	979	237	1,188	239	1,007	198	980	195	922
2	싱가포르	260	481	177	344	94	154	161	256	166	314
3	미국	36	172	27	162	28	197	29	208	27	298
4	마카오	0	1	-	0	0	147	1	9	2	27
5	호주	19	146	12	88	3	29	5	15	5	23

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 기타 버섯을 제외하고 수출액이 가장 높은 버섯은 황금버섯으로 310천 달러(209톤) 수출하였으며, 싱가포르로 가장 많이 수출함
- 대만은 표고, 새송이, 기타 버섯을 홍콩으로 가장 많이 수출함
- 버섯연감에 따르면, 대만에서 수출을 가장 많이 하는 품목은 팽이버섯이며, 2016년 기준 홍콩, 싱가포르, 사모아 순으로 수출량이 많음

<표> 대만 주요버섯 수출국 및 수출액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수출액 순위	표고버섯			새송이버섯			황금버섯			기타 버섯		
	구분	수출량	수출액	구분	수출량	수출액	구분	수출량	수출액	구분	수출량	수출액
	세계	18	138	세계	20	99	세계	209	310	세계	153	954
1	홍콩	13	102	홍콩	12	56	싱가포르	147	206	홍콩	110	670
2	호주	3	15	싱가포르	7	34	홍콩	59	94	미국	24	167
3	미국	2	12	팔라우	1	5	미국	1.0	6	싱가포르	11	70
4	싱가포르	0.4	4	마카오	0.3	3	팔라우	0.8	2	마카오	3	23
5	캐나다	0.2	2	미국	0.2	2	마셜제도	0.5	1	기타국	1.6	10

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

4. 관세 및 검역·인증제도

가. 통관제도

□식품 수출절차



[그림] 대만 식품 수출절차

출처 : 농식품수출정보 KATI

□통관 절차

① 사전 준비

○ 수입자 기업정보 등록

- 수입자는 물품을 수입하기 위해서는 대만 관세청에 기업정보를 등록해야 함
- 수입자는 직접 수입하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 관세사는 세관으로부터 등록된 업체이어야 함
- 해당 수입물품의 허가/규제/금지품목 해당 여부 및 규제 내용을 재정부 관세국을 통해 사전에 확인해야 함

② 수입신고

- 대만은 세관과 관련기관 및 업체의 수출입 관련 업무 전반을 자동화 시스템으로 운영
 - 수입신고는 대만 수입 업체 및 관세사가 모두 할 수 있으나 수하인이 수입허가증이 없는 경우 통관이 불가능함
 - 서면 및 인터넷으로 수입신고 가능하며 도착 후 15일 이내에 완료해야 하며, 인터넷 신청 시 통관기한은 통관인터넷 자료 전송일을 기준으로 함

③ 관할세관 심사 처 서류심사 실시

- 서류제출 충족 여부, 자료의 무결성 여부, 수입신고 물품의 수입금지 또는 제한품목 해당 여부, 신고가격 등을 심사
- 일반적으로 신청인이 통관 시스템에 등록한 후 세관 시스템(세관항구무역원스톱창구)에 접수하고 수입신고서에 이상이 없을 경우, 대만 관세청 자동선별시스템에 따라 3가지 형태로 수입화물 분류 제품의 특징에 따라 C1~C3 로 검역 방법을 지정

<표> 대만 버섯 관세

HS CODE / 품명			구분	관세율
0709.51 버섯 (아가리쿠스속)	0709.51.10 버섯		기본관세율	24%
	0709.51.90003 기타 아가리쿠스 속 버섯			
0709.59 기타 버섯	0709.59.10002 표고버섯		기본관세율	20%
	0709.59.20000 초고버섯 (straw mushroom)		기본관세율	24%
	0709.59.90 기타 식용 버섯	0709.59.90.103 새송이버섯	기본관세율	24%
		0709.59.90.201 황금버섯 (golden mushroom)		
0709.59.90.906 기타 식용 버섯				

출처 : 통합무역정보서비스 TradeNAVI

○ 관세제도

- 관세부과 방식은 종가세(從價稅), 종량세(從量稅)를 병행. 종가세는 물품의 가격을 기준으로 부과하고 종량세는 물품의 수량을기준으로 부과하는 관세. 대만은 종가세 위주로 부과되 품질이 상이하고 소비자 판매가격 격차가 커 기준가격을 책정하기 어려운 20여 개 농수축산물에는 종량세를 적용
- 대만 관무서 관세율 조회시스템에서 조회할 수 있음. 이 시스템은 관무서 일원화 서비스 시스템(<http://portal.sw.nat.gov.tw/PPL>)에 접속한 후 'Online Tariff Database', 'Tariff Database Search System' 순으로 이동
- 'Tariff No.'란에 HS코드 4자리 또는 6자리를 입력하거나 'Description'란에 품목명을 입력해 'Query' 버튼을 누르면 관세를 확인할 수 있음. 조회결과 화면에서 'Column 1' 관세율을 참조
- 현재 우리나라와 대만 간에는 특혜를 위한 협정이 체결되어 있지 않아 관세의 부담이 높음. 버섯의 기본관세율을 24%이며, 표고버섯의 경우는 20% 관세 적용

나. 검역제도

□ 검사·검역제도

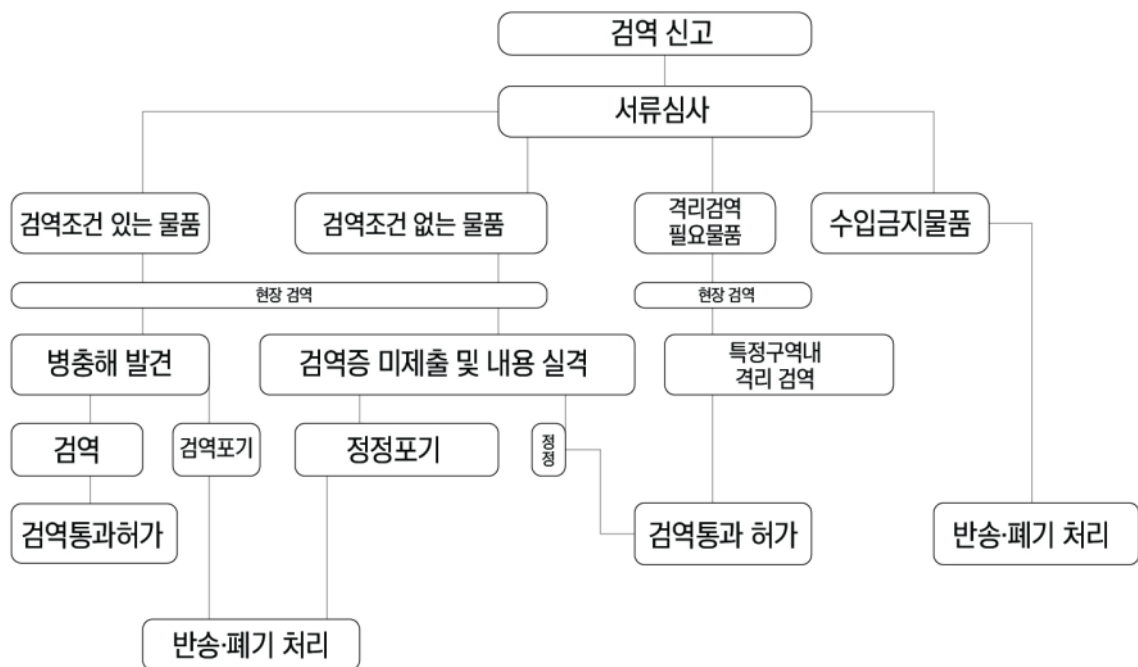
- 「식품안전위생관리법」 및 「수입식품 및 수입식품 및 관련제품 검험방법(食品及相關產品輸入查驗辦法)」에 의거 식품약품관리서에 검사 신청
- 식품안전위생관리법에 따라 중앙위생기관에 의해 식품, 식품첨가제, 식품조리기구, 식품용기, 식품포장재, 식품용 세정제 등을 수입식품 검사대상으로 지정

□주요 품목별 검역제도

- 대만은 중화민국 수입물품 분류표(中華民國輸入貨品分類表)에 의해 수출입이 이루어짐
 - 대만의 품목별 통관은 수입규정에 따라 반드시 해당기관에 검사를 마친 후 수입허가증을 취득해야 대만 내 시판이 가능함
- 식품안전 위생관리법 제 15조 제 2항 규정에 따라 축·수산품을 제외한 식품의 잔류농약은 기준에서 정한 잔류농약허용량 기준에 부합해야함
- 위생복지부식품약품관리서(衛生福利部食品藥物管理署)는 「식품위생 안전관리법 식품(食品衛生安全管理法)」 용 버섯류 중금속 제한량 표준(食用菇類重金屬限量標準)에 의거하여 중금속 함량 납 3ppm 이하,카드뮴 2ppm 이하의 기준으로 검사 실시
- 한국 신선농산물 수입검역조건(中華民國輸入植物或植物產品檢疫規定)
- 식물방역검역법 제14조에 따라 한국정부의 검역기관에서 일부 식품의 병충해 검역을 받아야 대만 내 수입이 가능
 - 신선(냉장 포함) · 건조· 가공 표고버섯은 「수입식품 및 관련 상품 검사방법조문(輸

入食品及相關產品 驗辦法條文)」에 따라 수입되고, 그 중 한국산 신선(냉장 포함) 표고버섯은 동·식물 방역 검역국(動植物防疫檢疫局)의 검역실시목록표(應施檢疫品目表)에 의거하여 한국의 검역 증명서 제출 외에도 병충해 여부도 추출 검사를 통해 실시

- 수입 시 흠이 묻어 있으면 안 되며 한국정부의 검역기관에서 해당 병충해 검역을 받아 한국 정부의 식물검역기관에서 발급한 식물검역증명서 제출



출처 : 동식물방역검역국

- 대만 수입식품 검역 중 가장 많은 불합격 판정을 받은 제품군은 신선, 냉장 채소류
- 2014년 개정된 대만 식품안전위생관리법에 의하면 모든 수입업자는 수입한 식품에 사용된 식품첨가물을 등록하여야 함
- 대만 식품약품관리서 수입식품검역 통계에 따르면, 2014년 총 약 4만 8,70건의 수입식품 검역 중 불합격 판정을 가장 많이 받은 제품은 신선, 냉장 채소류였음
- 식품첨가물 기준 초과, 잔류 농약 성분 기준치 초과가 불합격 판정의 주요인
- 수입 식품은 대만 위생복지부의 '식품 및 관련 제품 수입 검사규정'에 따라 위생복지부의 식품, 의약품 관리부서에 수입 검사를 신청해야 함

- 특히, 신선 표고버섯 수입 시 한국 검역당국의 식물검역 증명서류와 식용이 가능하다는 영문 표기 서류를 대만 국제 무역국에 제출하여 허가를 받아야 함
- 수입 검사가 까다로워 샘플 추출 검사가 무작위로 진행되는 경우가 다반사인 것으로 알려져 이를 유의하여야 함
- 그러나 샘플 추출 검사의 소요 시간이 오래 걸려 부패 혹은 변질하기 쉬운 신선, 건조 버섯과 같은 식품은 수입신고인이 보증금을 지불한 경우에 한하여 우선반출이 가능함
- 식용 버섯의 잔류 농약 성분 기준치는 대만 위생복지부의 식품 위생법 제 15조 규정 내용에 의거하여 검사가 행해지고 있음
- 이외에도 더 많은 잔류 농약 성분 기준치 관련 사항은 하기의 웹사이트에서 중문으로 검색 가능함 (www.consumer.fda.gov.tw/law.list.aspx?model=518)

<표> 식용버섯 잔류 농약 성분 기준치

성분명	MRLs (mg/kg)
Diazinon	≤0.2
Diflubenzuron	≤0.3
Dicloran	≤0.5
Malathion	≤2.0
Thiabendazole	≤5
Permethrin	≤0.1
Prochloraz	≤0.5

출처 : 대만 식품약물소비자지식복무망(www.consumer.fda.gov.tw)

다. 라벨링 규정

- 벌크 형태의 신선 농산품의 포기
 - 가공용 신선 농산품은 통관 시 화물검사 확인을 위해 사실과 부합한 확실한 수입품이라는 것만 표기되어지면 원문 표기는 그대로 통과 가능
 - 마대 포장형태로 소비자에게 직접 판매하지 않기 때문에 중문표기 및 유효일 표기 생략 가능
 - 한편 원문 표기항목은 품명, 업체명(제조사), 제조일자(유효기간) 등의 내용을 포함해 표기해야 함

라. 유기농 등 기타 인증제도

- 수입산 유기농산품을 대만에 수출하려면 우선 대만과 동등한 유기농 체결이 된 국가의 제품만 수출이 가능함
 - 대만 시장에서 수입산 유기농산품을 판매하려면 대만 및 해당 수입 국가 간 상호가 인정한 검증기구의 검증을 통과한 후 농업위원회의 서면심사를 거치고 나서 대만 정부에서 [유기농표기 동의 문건]이 발급되는데 해당 문건을 발급 받아야 관련 판매 절차를 진행할 수가 있다
- 대만에서 제품 라벨에 유기(有機) 또는 Organic이란 글을 사용하려면 반드시 사전에 대만 정부가 인정한 검증기구나 대만 행정원 농업위원회(台灣農業委員會)의 심사를 거쳐야만 표기를 할 수 있음
 - 현재 대만정부는 유기농업 및 농식품 생산이력 등을 적극적으로 추진하고 있으므로 한국 농식품 對대만 수출 시 이러한 추세에 따른 관련 제도에 관한 사전 숙지가 필요
 - 한국은 대만과 유기농식품 관련 상호 인증 체결이 되어있지 않으므로 대만 유기농식품의 진출을 위해 정부차원의 한-대 상호간 유기농 식품 인증 관련 협의가 필요함



[그림] 대만 유기농 인증 마크

마. 수입규제 및 관세

- 수입금지 품목
 - 중국산 제품에 대해서는 별도의 수입 제한금지 코드를 편성해 관리하며 중국을 제외한 국가에 대해서는 일반적으로 야생 동식물, 의료기기, 특정 방직물, 요트, 전략성 하이테크품목 등에 한 해 수입을 규제하고 있음. 수입제한 품목수는 1994년 717개에서 2017년 말 131개로 대폭 축소된 상황
 - 중국산 제품 수입규제 코드는 MWO, MP1으로 각각 수입금지, 조건부 수입 허용을 의미함. 코드가 적용되는 제품은 수입자가 사전에 정부 주무부처로부터 수입허가를 취득해야 대만으로 반입이 가능

5. 유통 및 소비동향

가. 식품유통 및 소비트렌드

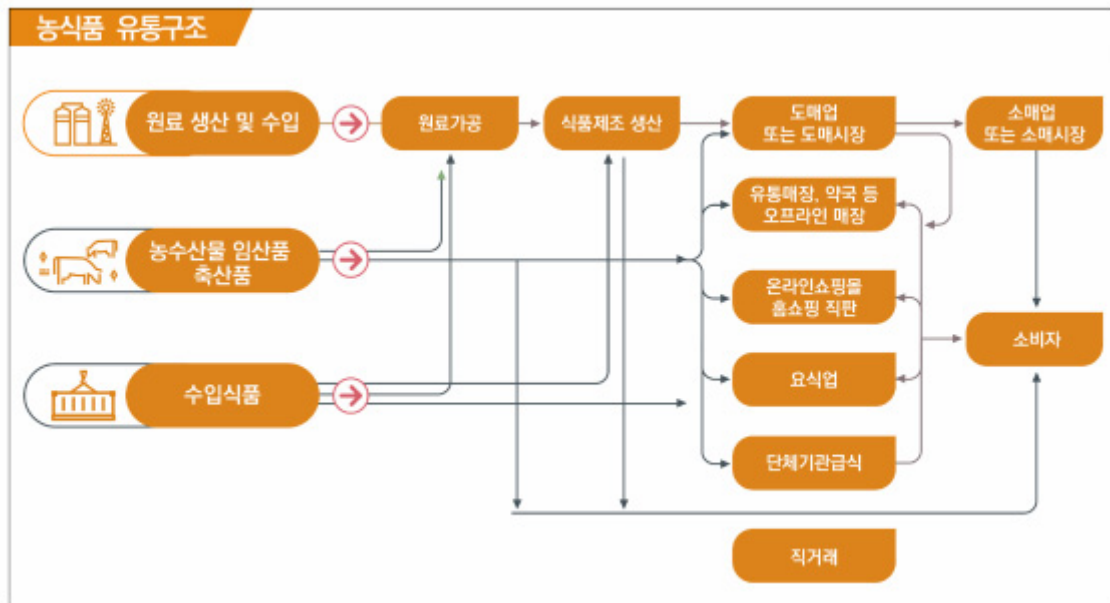
1) 식품 유통 구조

□ 시장특성

- 중장기적으로 점진적 협력관계 구축 선호
 - 시장성 검토기간이 긴 편이고, 내수시장 규모가 작아 초기 거래단계에는 소량 주문 선호
 - 중장기적인 관계를 추구하며 점진적으로 협력을 확대해나가는 방식임
 - 거래조건을 다양하게 제시하며 수용 가능한 범위에서 유통성 발휘 필요
- 테스트마켓으로 전략적 가치
 - 최신 이슈·유행에 대한 호기심과 체험 욕구가 강하나 관심이 오래 지속되지 않고 빠르게 옮겨가는 특성이 뚜렷해 강도 높은 테스트마켓으로 활용 가치
- 중화권 시장과의 접근성
 - 중국과 정치적 관계는 소원한 편이나 민간교류는 긴밀해지는 추세
 - 동남아 화교경제권과 접근성도 높아 대만을 통한 우회진출 도모 가능

□ 유통구조

- 도매유통
 - 자국에서 생산하거나 수입된 농식품은 도매업, 유통매장, 온라인, 홈쇼핑 등으로 유통됨
 - 식자재일 경우 요식업 및 단체기관 급식으로 직접 납품
 - 대형유통매장에서는 도소매업을 통하지 않고 농가 또는 수입상에서 직접 공급을 받아 가격 및 품질 경쟁력을 높이고 있음
 - 유통매장은 치열해지는 경쟁 속에서 차별화 및 경쟁력 강화를 위해 유명 프랜차이즈, 식품 유통업체와 협력하여 자체 브랜드 상품 개발 및 상품군을 다양화하고 있음
- 소매유통
 - 소비자는 산지 주문이나 농가 직영 블로그 및 인터넷 홈페이지를 통해 직접 구매하기도 함
 - 최근 온라인 및 모바일 시장이 강화되고 있으며, 소셜 미디어의 생방송 기능 활용, 모바일 지불 방법 다양화 등을 통해 성장하고 있음
 - 드러그스토어, 약국 프랜차이즈 등 신규 유통채널에서는 유기농, 친환경, 건강식품, 영유아식품 등 고품질 식품을 중심으로 유통되고 있음



□ 유통현황 및 특징

○ 수입산 농식품 유통의 특성

- 대부분의 상품이 수입 개방되어 시장에서 자유롭게 거래되고 있으며, 1986년 이후 유통시장 개방으로 외국 유통업체의 다수 진출
- 일본의 소비재는 가격이 월등히 높음에도 불구하고, 양호한 품질과 서비스를 갖추고 있어 소비자 선호도가 높음
- 식품 담배 음료 등 광범위한 외국제품들이 활발하게 판매되고 있으며, 슈퍼마켓 백화점, 편의점 등에서 구입할 수 있음

○ 대만의 수입식품 유통은 수입상 또는 유통상을 통하여 소비자에게 제품 공급

- 최근 일부 대형마트에서 드물게 소량의 제품을 직접 수입
- 일부는 온라인 (인터넷, tv 홈쇼핑) 또는 직판채널을 통하여 소비자에게 직접 공급되고 있음

□ 도매 및 소매업의 특성

○ 대형화

- 대형 식품 소매업은 1990년대부터 꾸준한 성장과 치열한 경쟁으로 최근 수십 년 동안 급성장
- 최근 소매업은 포화 단계로 최근 몇 년간 성장세가 둔화됨
- 대규모 체인점은 지속적으로 성장하는 반면 소규모의 체인점 매출은 감소하는 추세

○ 다원화 및 차별화

- 소비자 기호의 다양화, 업종과 상품의 다원화를 통한 전자상거래의 발전으로 유통 업계 간 경합이 유도되면서 상품 차별화로 이어지고 있음
- 규모가 큰 체인점은 공격적인 확장 전략보다는 세탁 서비스, 사진 스튜디오, 택배 서비스 등 제공 서비스의 범위를 확장

○ 소매업 및 상권의 발전

- 국민소득 수준 향상 및 소비구조의 변화로 최근 몇 년간 슈퍼마켓 체인점, 대형할인매장 및 백화점 등 대형 소매업으로 발전하면서, 이러한 대형 소매유통업의 발전전략과 상권 발전의 상호관계가 기타 소매업계의 큰 관심을 유발하고 있음
- 상권의 발전과 대형 소매업체 간의 상호관계는 백화점업계에서 가장 잘 나타나고 있음
- 예를 들어, 타이베이 시내 백화점의 분포상황을 보면 거의 대부분 백화점이 상업활동의 요충지와 변화가에 위치함]

<표> 대만 유통채널 현황

백화점	• 대만 전역에 총 70개의 크고 작은 백화점이 분포되어 있는데 타이베이를 포함한 북부 지역에 약 60%의 점포 포진되어 있음 • 백화점의 경우 주 고객이 구매력이 있는 소비계층으로 고가전략 및 신상품 개발에 효과적이나 백화점 자체 식품매장을 보유한 백화점이 극소수에 불과하여 매장 입점을 통한 마케팅의 전개는 쉽지 않음 • 미츠코시, SOGO(소고), 원동, Breeze, 한신거단 등이 백화점 업계 상위를 차지하고 있음     미츠코시 백화점 SOGO 백화점 원동 백화점 Breeze 백화점
대형유통매장	• 대형유통매장은 입점수수료 기본 35%에 물류비용, 행사비용 등을 포함 할 경우 약 50%에 육박 • 대표적인 대형유통매장으로 COSTCO, 까르푸, RT-MART, A-MART 등이 있음     COSTCO 까르푸 RT-MART A-MART

슈퍼마켓	• 대만 전국 슈퍼마켓은 약 1,844개 정도이며, 식품 및 음료의 매출점유율이 55.9%에 달하며 가장 빠른 성장세를 보이고 있음 • 슈퍼마켓은 일반 중저가인 RX-MART, SIMPLE-MART, WELCOME 등이 있고, 고급마켓으로는 JASON'S MARKET, City Super, Beauty Market 등이 백화점 및 고급상권에 주로 오픈되어 수입식품 및 고품질, 고가상품을 취급함     RX-MART SIMPLE-MART WELCOME JASON'S MARKET
편의점	• 2017년 기준 대만 4대 편의점의 점포수는 10,586개로 평균 2,211명 거주 범위 내 한 개의 편의점이 운영되고 있어 편의점 분포밀도는 전 세계 2위를 차지함 • 대만 내 경쟁하고 있는 주요 4대 편의점은 세븐일레븐, 훼미리마트, Hi-Life, OK편의점으로 세븐일레븐의 점포수가 5,221개로 50%, 훼미리마트는 30%, Hi-Life는 13%, OK는 1% 정도를 차지함     세븐일레븐 훼미리마트 Hi-Life OK

출처 : 일본 및 중화권 국가보고서, 2019, aT 한국농수산물유통공사

2) 식품 소비 트렌드

<표> 대만 신선채소 시장규모

(단위 : 천 톤)

	2015	2016	2017	2018	2019
대만 신선채소 시장 규모	3,007.5	3,117.0	3,197.5	3,300.13	3,376.6

출처 : Euromonitor international

□ 소비트렌드

- 소비자물가 상승률, 임금 인상률 낮아 가격경쟁력 중시
 - 소비자물가 상승률은 2009년부터 10년째 연간 2% 미만 유지, 임금 인상률은 최근 5년간(2012~2017년) 연평균 성장률 1.9% 수준
 - 대만 내 한국제품 입지는 일본>유럽·미국>한국≥대만>중국 순으로 형성돼 한국 제품에 가격인하를 요구하는 경우가 많고, 실제로 '가격' 때문에 수출이 성사되지 못하는 사례 빈번
 - 따라서 대만 시장의 가격구조를 반영한 맞춤형 가격전략 수립 필요
- 저임금 등의 사회 불안정 지속으로 자신에 대한 소비를 중시하는 옴로(Yolo) 라이프 확산
 - (고급화) 가격보다 품질에 중점을 두며, 친환경, 유기농, 건강식품에 대한 선호도 상승세
 - (외식 시장) 생활 습관 변화와 1~2인 가구 증가로 외식 횟수가 증가하고 있음
 - (소포장) 1,2인 가구 증가로 소포장 수요가 확대되고 있으며, 기존 상품을 특색 있는 소포장 형태로 바꾸어 가격부담을 적어짐에 따라 소비자의 관심을 끌게 됨
- 대만 주요 대목시즌 소비 급격히 상승
 - 설 등 연중 주요 명절 및 제사, 대규모 할인행사 기간은 소비가 급격히 상승
 - 명절 : 설, 청명절(음력 4.5), 단오절(음력 5.5), 중원절(음력 7.15) 등
 - 선물 : 설, 어머니날(5월 둘째주 일요일), 아버지날(8.8), 추석(음력 8.15), 연말연시 등
 - 할인행사 ; 주년경 - 각 매장별 매년 10~11월 연간 최대 세일 기간
- 대만 간편식 시장 제품이 다양해지면서 꾸준히 성장
 - '가위 경제(剪刀經濟)'신조어 등장, 가위 경제란 가위로 포장을 뜯어 데워서 간편하게 식사를 해결할 수 있는 간편식 시장을 의미
 - 고령화, 저출산과 핵가족화, 1인 가구 증가 등으로 1회 식사량, 식자재 구매량, 직접 요리 빈도 감소로 이어져 양적 만족보다는 다양성에 대한 요구 증가, 편리성·효율성을 추구하는 성향과 맞물려 간편식 시장 성장
 - 2018년 대만 간편식 시장 규모는 15억 4,300만 달러(한화 약 1.8조원)로 전년 대

비 6.5% 증가

- 2023년까지 연 성장률 5%를 유지하며 꾸준히 성장할 것으로 전망
- 현지 시장 조사업체 iSruvey가 실시한 설문조사에 따르면 반가공식품 또는 포장 식품을 사용해 조리한다고 응답한 비율이 2016년 36%에서 2018년 56%까지 증가, 전자레인지에 데워 바로 먹는 식품 사용 비율도 같은 기간 24%에서 37%로 늘어남

○ 식품 안전 가치를 향상시키는 청정인증(클린 라벨, Clean Label) 중시

- 클린라벨이란 소비자가 식품 첨가물 첨가 여부, 천연 원료 사용, 글루텐 프리 등 식품과 관련된 정보를 손쉽게 확인할 수 있도록 제품에 부착하는 라벨을 의미함
- 지속적으로 발생한 식품안전 스캔들로 대만 소비자의 건강한 먹거리에 관한 관심이 증가함
- 2018년 대만 식품업체들은 자발적으로 클린 라벨 기준에 맞는 상품을 출시하려는 경향이 높아짐
- 패밀리 마트는 클린 라벨링을 부착한 다양한 제품군의 자체 브랜드 제품을 출시하는 등 클린 라벨 캠페인에 앞장서고 있음



[그림] 대만 클린 라벨 인증 마크

○ 할랄(Halal) 식품 및 할랄 인증에 대한 관심 증가

- 대만은 최근 몇 년간 무슬림 친화적 환경 조성을 위해 큰 노력을 기울이고 있음
- 대만 무역발전협회(TAITRA) 통계자료에 따르면, 252개의 식당 및 호텔을 포함한 1,075개 업체에서 할랄 인증을 받음
- 2019년 9월, OK 마트 편의점 체인에서 대만 최초 할랄 인증 자판기를 선보였으며, 20종 이상의 할랄 인증 대만 식품을 판매함

○ 일본, 유럽연합 등 국제식품인증마크를 취득한 해외 제품에 대한 선호도 증가

나. 버섯 유통 및 소비동향

- 행정 농업 위원회 통계에 따르면, 현재 대만은 약 12개의 버섯종류를 유통하고 있으며 그 중 표고버섯 및 팽이버섯이 전체 버섯 유통량의 50%를 차지하고 있음
 - 대만 전국 15개의 농산물도매시장에 유통되는 버섯은 신선 위주로 거래
 - 평균가격은 전년 동기대비 도매가는 증가하였고, 물량은 8.2% 증가, 물량은 10.3% 감소
 - 대만 신선 표고버섯의 주거래 도매시장은 타이베이 제 1도매시장 으로 전국 거래량의 60%가 거래되며 타이베이 제 2도매시장 에서 25%, 까우슝 도매시장에서 5%가 거래되고 있음
 - 대만 자국산 표고버섯 보호를 위해 중국산 수입이 금지되어 있으나 중국산 밀수품이 대량으로 들어오는 사례가 많고 특히 연중 유통량이 많은 대만 5대 명절 (설, 청명절, 단오절, 중원절, 추석) 전후 밀수가 빈번함
- 코스트코 등 대형 유통체인을 중심으로 일본 버섯 대기업인 호쿠도社の 현지 농장에서 팽이버섯, 새송이버섯, 만가닥버섯 등이 고급브랜드로 유통됨



[그림] 대만 내 COSTCO 판매 중인 일본 HOKUTO사의 버섯

- 대만 내 가장 인기 있는 버섯 품목으로는 표고버섯, 팽이버섯이 있음
- 대만 농산물 도매시장 거래 정보에 따르면 연간 버섯 가격이 가장 높은 시기는 9월
 - 표고버섯은 평균 121元/kg, 새송이버섯은 평균 62元/kg, 팽이버섯은 44.3元/kg로 거래되며 2019년 모든 버섯 가격이 9월에 가장 높았음

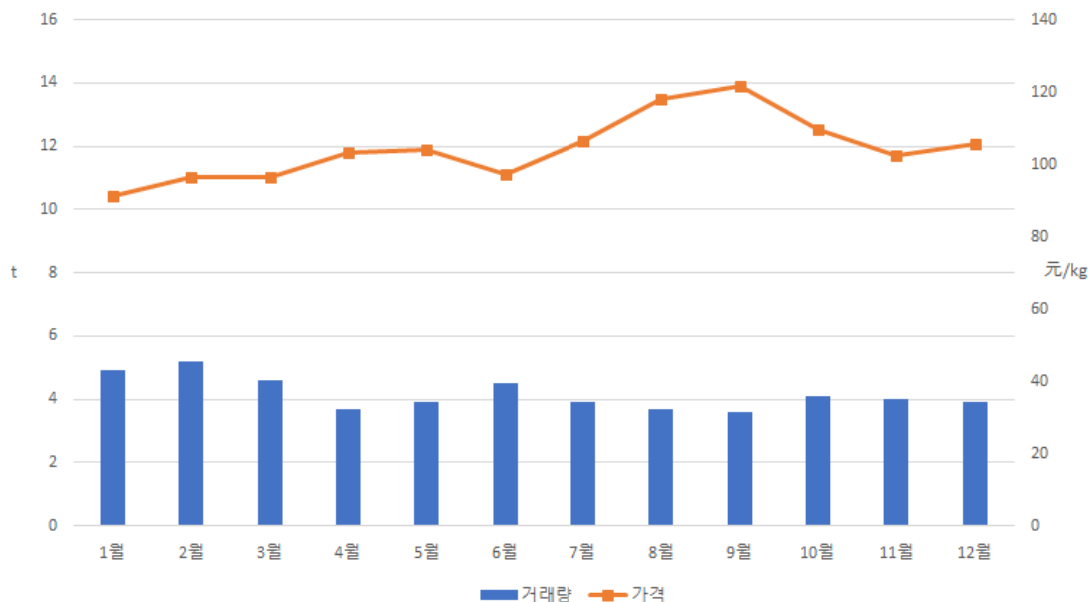
<표> 주요 도시 도매시장 버섯 거래 동향

(단위 : 톤, 元/kg)

기간	표고버섯		새송이버섯		팽이버섯	
	거래량	평균가격	거래량	평균가격	거래량	평균가격
1월	4.9	91	12.5	53.1	5.3	33.3
2월	5.2	96	10.4	59.2	5.5	34.1
3월	4.6	96	13.9	51.8	4.7	31.9
4월	3.7	103	11.6	53.8	4	36.1
5월	3.9	104	12.5	49.3	4.2	35.3
6월	4.5	97	11.1	48.7	4.2	34.5
7월	3.9	107	11.3	50	4.5	30.4
8월	3.7	118	10.5	56.4	4.3	34
9월	3.6	121	10.5	62	4.6	44.3
10월	4.1	110	9.6	57.7	4.4	40.6
11월	4	102	9.9	59	5.6	33.1
12월	3.9	105	13.3	52.5	6.5	33.7

출처 : 대만 농산물 도매시장 거래 정보

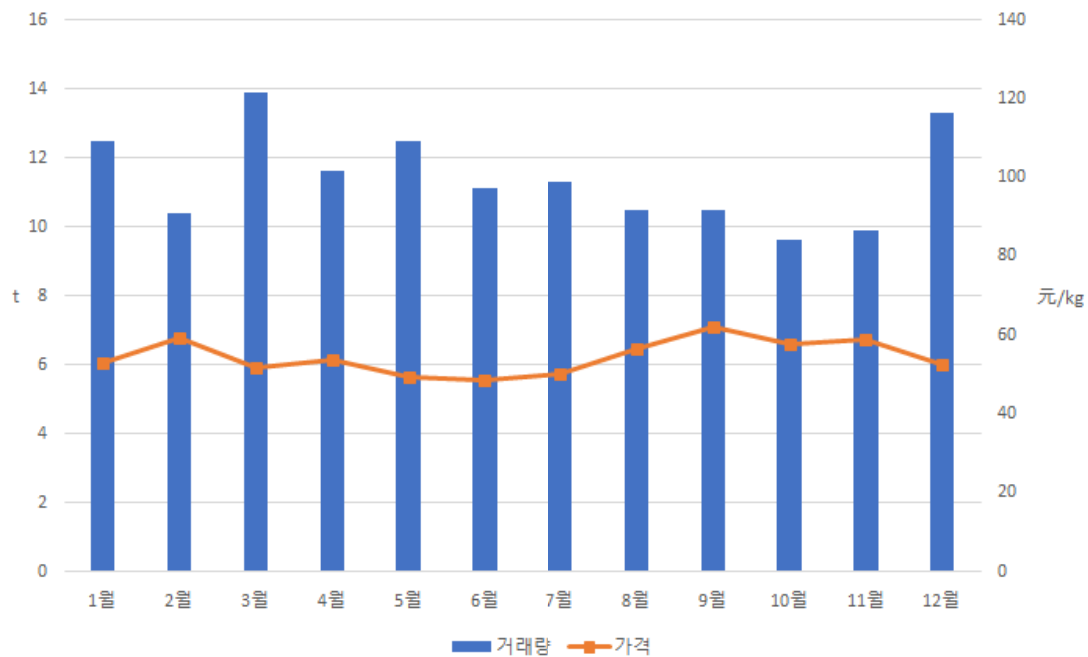
- 표고버섯 가격이 가장 낮은 시기는 1월이며, 거래량은 4월, 8월에 가장 적음



[그림] 표고버섯 도매시장 평균 거래량 및 가격

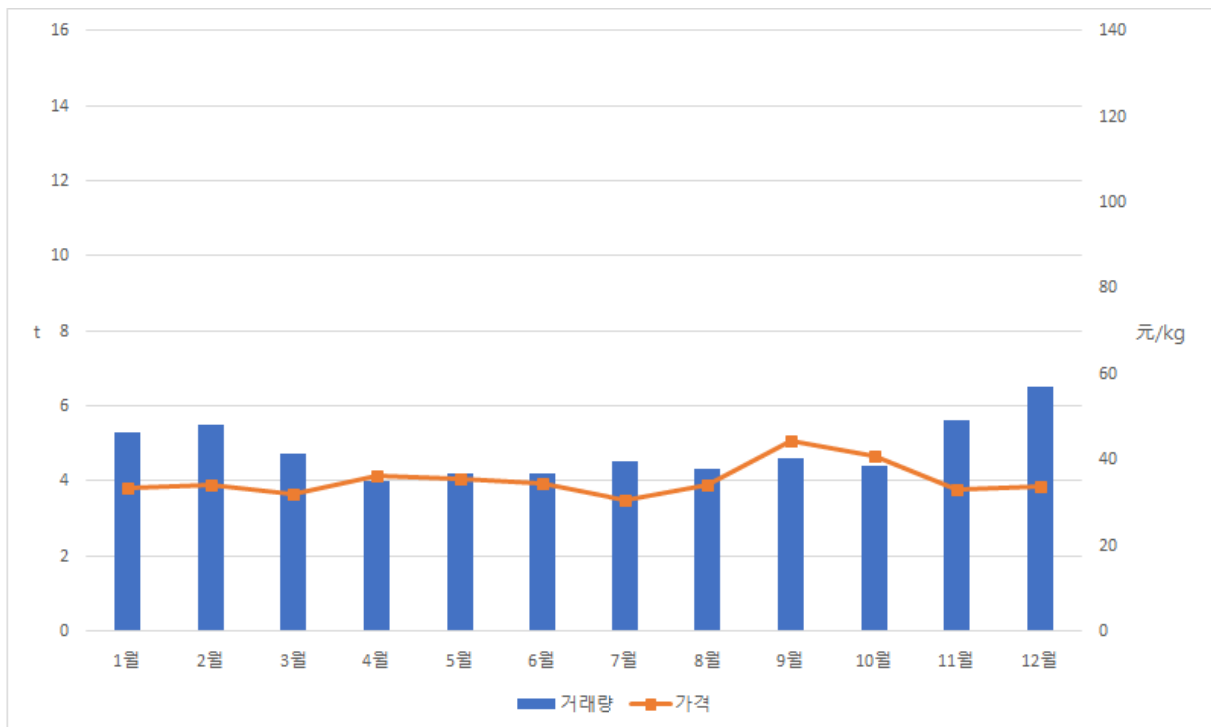
출처 : 대만 농산물 도매시장 거래 정보

- 새송이버섯 가격이 가장 낮은 시기는 6월이며, 거래량은 10월에 가장 적음



[그림] 새송이버섯 도매시장 평균 거래량 및 가격

출처 : 대만 농산물 도매시장 거래 정보



[그림] 팽이버섯 도매시장 평균 거래량 및 가격

출처 : 대만 농산물 도매시장 거래 정보

- 대만산 또는 수입산 건표고버섯은 대부분 도매상과 수입상을 통해 디화지에 등의 재래시장으로 유통되거나 중간 도매상에게 판매되어 소포장으로 재포장 후 백화

점과 대형마트, 슈퍼마켓 등으로 유통되며 최근 인터넷 판매의 발달로 인해 산지 및 공장에서 소포장하여 직접 판매하기도 함

- 대만산과 중국산 건표고버섯은 꼭지를 자른 형태로 유통되나 한국산은 꼭지를 자르지 않고 수입 유통되는 것이 특징임. 대만 시장 내 건표고 버섯은 표고 머리 부분을 손상시킬 우려와 중량 감소 요리 전 , 꼭지제거의 번거로움을 덜기 위해 꼭지를 자른 상태를 선호

- 대만산 건조 표고버섯의 머리 부분 크기에 따라 특대(5~ 6cm), 중(3~ 5cm), 소(2~ 3cm) 등으로 구분을 하며, 판매 부위 및 형태에 따라 건표고 버섯 채, 표고버섯 꼭지 제거된 머리 부분, 표고버섯 꼭지부분 등으로 유통

○ 대만에서 표고버섯을 원재료로 구매하여 소비

- 대만 사람들은 표고버섯을 활용하여 다양한 요리로 소비하고 있음. 대만 지역의 대표음식 중 하나인 '대만 루로우판(台湾卤肉饭)'은 타이난, 타이중, 타이북에서 각각의 제조 방법과 특색이 조금씩 차이가 있음. 조리 시 표고버섯과 함께 활용하는 기본 재료로는 돼지고기, 두부, 양파, 파 등이 있음

- 대만 소비자들은 직접 향을 맡아보고 만져보는 등 더 좋은 질의 버섯을 골라서 원하는 만큼 구매할 수 있도록, 포장 형태는 비포장으로 판매하는 것을 선호

○ 목이버섯 음료 유행

- 대만에서 다이어트 열풍으로 목이버섯 음료가 유행 중임
- 젤리 같은 버섯 건더기가 있어 비주열이 낮설다는 의견이 있지만, 포만감을 느낄 수 있다는 의견으로 여성들 사이에서 유행

○ 야시장 내 새송이버섯구이의 인기가 높음

- 길거리 음식으로 새송이버섯을 직화로 구워, 매운맛, 커리맛 등의 분말을 뿌림
- 야시장 내에서도 긴 줄을 기다려야 하는 인기 메뉴 중 하나로 자리매김함

○ 표고버섯으로 명절선물

- 표고버섯은 고단백질, 저지방으로 고급 영양 야채로 알려져 있음. 또한 영양학자와 의학계에서 이미 표고버섯에 대해 분석했으며, 분석결과 표고버섯은 일반 야채에서 부족한 성분을 함유하고 있거나 비타민 D가 풍부하여 면역력강화에 도움이 됨. 이와 같이 풍부한 영양성분으로 인해 대만 내에서 표고버섯은 주로 고급 선물로 취급되어 설날 혹은 추석 때 명절 선물로 주로 구매함

6. 한국산 버섯 유통현황

가. 한국산 버섯 수입동향

- 대만 내 한국산 버섯은 수입 의향은 높은 편이나, 규제 자체는 매우 까다로운 편
 - 한국산 건조 표고버섯은 현지산 대비 고급상품으로 인정받고 있으나, 가격 경쟁력이 약해 가격적인 부분을 보완할 수 있는 홍보 및 판매 전략이 필요할 것으로 사료됨
 - 또한 중국산 표고버섯을 한국산으로 속여 유통하는 사례가 발생, 한국산 표고버섯에 대한 대만 소비자의 신뢰가 하락하는 것을 방지하기 위해 한국산 브랜드와 인증마크를 강화하는 등 일련의 조치가 필요할 것으로 사료됨

나. 버섯유통현황(사진, 브랜드 및 중량, 판매처, 소비자가격 등)

* NT\$1=40.06원(매매기준율), 2020.10.13. 현지조사일 기준

□ 팽이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	菇菇好 / 대만 / 200g/ 봉투 포장	 인터넷 쇼핑몰	NT\$16 (NT\$8)
			641원 (320원)
	대만 / 200g/ 봉투 포장	 인터넷 쇼핑몰	NT\$19 (NT\$9.5)
			761원 (381원)
	臻美蔬果 /대만 / 200g/ 봉투 포장	 인터넷 쇼핑몰	NT\$29 (NT\$14.5)
			1,162원 (581원)

	金針菇/대만 / 200g/ 비닐봉지 포장	 대만 현지 유통업체	NT\$16 (NT\$8)
			641원 (320원)
	金針菇 / 일본 / 200g/ 봉투 포장		NT\$20 (NT\$9)
			800원 (400원)

☐ 느타리 버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	秀珍菇/ 대만 / 150g/ 플라스틱 용기	 대만 현지 유통업체	NT\$42 (NT\$28)
			1,683원 (1,122원)

☐ 새송이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
----	-----------------	-----	-------------------

	天下第一菇 / 대만 / 800g/ 봉투 포장	 인터넷 쇼핑몰	NT\$119 (NT\$14.87)
			4,767원 (596원)
	霧峰有機 / 대만 / 600g/ 봉투 포장	 인터넷 쇼핑몰	NT\$150 (NT\$25)
			6,009원 (1,002원)
	대만 / 230g/ 플라스틱 포장	GREEN & SAFE 인터넷 쇼핑몰	NT\$69 (NT\$30)
			2,764원 (1,202원)
	波羅蜜 / 대만 / 1200g/ 박스 포장	 眞情食品館網路商城 인터넷 쇼핑몰	NT\$399 (NT\$33.25)
			15,984원 (1,332원)
	杏鮑菇/ 대만 / 200g/ 플라스틱 용기 포장	 대만 현지 유통업체	NT\$45 (NT\$22.5)
			1,803원 (901원)

□ 만가닥버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
日本雪白菇(一包) 	菇菇好 / 일본 / 200g/ 봉투 포장	 인터넷 쇼핑몰	NT\$40 (NT\$20)
			1,602원 (801원)
鴻禧菇100公克±10% 	菇菇好 / 대만 / 100g/ 봉투 포장	 인터넷 쇼핑몰	NT\$46 (NT\$46)
			1,843원 (1,843원))
	好菇道 / 대만 / 100g/ 봉투 포장	 인터넷 쇼핑몰	NT\$59 (NT\$59)
			2,364원 (2,364원)
	臻美蔬果 / 대만 / 150g/ 봉투 포장	 인터넷 쇼핑몰	NT\$49 (NT\$32.67)
			1,963원 (1,309원)

□ 표고버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
香菇300公克±10% 	菇菇好 / 대만 / 300g/ 봉투 포장	 인터넷 쇼핑몰	NT\$88 (NT\$29.3)
			3,525원 (1,174원)
	有機生鮮香菇 / 대만 / 200g/ 봉투 포장	GREEN & SAFE 인터넷 쇼핑몰	NT\$80 (NT\$40)
			3,205원 (1,602원)

□ 건조 표고버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	坤松香菇 / 대만 / 300g/ 진공 포장		NT\$699 (NT\$233)
			28,002원 (9,334원)

	GREEN&SAFE / 대만 / 80g/ 봉투 포장	GREEN & SAFE 인터넷 쇼핑물	NT\$420 (NT\$525)
			16,825원 (21,032원)
	GREEN&SAFE / 대만 / 30g/ 봉투 포장	GREEN & SAFE 인터넷 쇼핑물	NT\$150 (NT\$500)
			6,009원 (20,030원)
	花菇 / 한국 /600g / 벌크 포장	迪化街 대만 현지 도매시장	NT\$1,100 (NT\$183)
			44,066원 (7,331원)

7. 수출확대전략

가. 3C분석

Customers	○ 1~2인 가구의 증가로 소포장, 간편식 등 농식품 시장 트렌드가 변화하고 있음 ○ 설, 명절 등 주요 대목에 소비가 급격히 상승하며, 버섯 소비 또한 해당 시기에 가장 활발하게 이루어짐 ○ 대만 내 가장 인기 있는 버섯 품목으로는 표고버섯, 팽이버섯이 있음 ○ 대만 내 안전한 먹거리에 대한 관심이 증가하였으며, 국제인증마크를 취득한 해외 제품에 대한 선호도가 증가
Competitors	○ 자국 버섯 산업 보호를 위해 중국산 수입이 금지되어 있으나, 밀수품이 대량으로 들어오는 사례가 많음 ○ 중국산 밀수품의 경우 한국산으로 둔갑되어 판매된 적이 있음 ○ 대만 내 버섯 생산량이 4만 톤 수준으로 인구수에 비해서 그리 많지 않지만 자급률이 높으며 부족분은 수입 버섯이 차지하고 있으며 일정량의 버섯을 홍콩 등으로 수출하는 순 수출국이기도 함 ○ 2019년 기준 1,998천 달러의 버섯을 수입하였으며, 그 중 일본으로부터 1,205천 달러의 버섯을 수입하며 약 60%의 비중을 차지함 ○ 일본 상품에 대한 소비자 선호도가 매우 높으며, 양호한 품질과 안전성을 갖고 있다고 인식됨 ○ 코스트코 등 대형 유통체인을 중심으로 일본 버섯 대기업인 호쿠도社の 현지 농장에서 팽이버섯, 새송이버섯, 만가닥버섯 등이 고급브랜드로 유통됨
Company	○ 대만 내 한국산 표고버섯은 현지산 대비 고급상품으로 인정받고 있으나, 가격 경쟁력이 약함 ○ 한국산 버섯은 대만 자국산 버섯과 일본산 버섯에 비하여 인지도가 매우 낮음

나. SWOT 분석

강점(Strength)		기회(Opportunity)	
○ 한국산 버섯에 대해 고급상품으로 인식하고 있음 ○ 한국산 상품에 대한 대만 소비자의 높은 호감도		○ 중국산 버섯에 대한 수입금지 조치 ○ 수입산 버섯은 중국산 수입금지로 일본산과 경합되어 가격적인 메리트 존재 ○ 한국보다 높은 1인당 구매력 평가	
약점(Weakness)		위협(Threat)	
○ 버섯의 진한 향을 선호하나, 수출과정에서 버섯 특유의 향이 사라짐 ○ 한국산 버섯 수출 규모가 안정되지 않았으며, 2014년 이후 하락세		○ 전반적인 버섯 수입 규모가 감소하는 경향을 보임 ○ 중국산 버섯의 원산지 둔갑으로, 한국산 버섯에 대한 신뢰도 문제	
SO전략 (강점-기회)		○ 현지 유통시장을 중심으로 한국 버섯이 진출 가능한 틈새시장 존재 ○ 현지 소비자 중 3~40대 층의 구매력이 높으며, 식습관을 건강하게 바꾸고자 하는 기조가 있으므로, 집중 마케팅 전략 수립 ○ 기존 대만 주요 수출품목인 건조 표고버섯 수출에 집중하며, 고급화 전략을 활용한 마케팅	
WO전략 (약점-기회)		○ 표고버섯 수출과정에서 버섯의 향기 보존이 가능하도록 기술 처리 ○ 틈새 수출시장을 적극 공략하여 팡이버섯 중심의 한국버섯 마케팅 강화추진(시식회, 바어어 초청 농장견학 등) ○ 가격 경쟁력 강화노력 필요, 고급마트 중심으로 공략, 온라인 홍보	
ST전략 (강점-위협)		○ 한국 식품과 문화에 대해 수용도가 높으므로, 한류를 활용한 현지 마케팅 실행, 장기적 관점에서 유통상과의 신뢰 구축 ○ 한국산 버섯의 고품질을 적극 홍보하는 전략, 현지산 버섯과의 차별화 강구	
WT전략 (약점-위협)		○ 마케팅을 통해 한국산 버섯에 대한 인지도를 높이고, 중국산 버섯의 원산지 둔갑을 막을 수 있도록 조치 ○ 바이어와 파트너십 강화 및 지속적인 거래관계 유지	

다. STP 분석

Segmentation (시장 세분화)	1) 소득 수준별 시장 ▪ 고소득층(소득상위 20%) ▪ 중산층(소득상위 20~50%) ▪ 서민층(소득상위 50~70%) 2) 도시별 시장 ▪ 대도시(타이베이, 가오슝) ▪ 중형도시(타이중) ▪ 소형도시
Targeting (목표시장 설정)	▪ (대상)상대적으로 구매력이 높은 30~40대 고소득층 ▪ 한국식품과 문화에 관심이 있는 현지 소비자 ▪ (시장)버섯 전문 수입업체를 통한 백화점·대형마트 진출 제1타깃 • 한국 식품과 문화에 관심이 있는 현지 소비자 공략 • SNS 및 온라인에 강한 소비자를 통한 입소문 마케팅 진행 ▼ 제2타깃 • 고소득층의 30~40대 직장인 • 소득수준이 높아 제품가격에 구애를 받지 않으며 제품 전파 가능성 높음 ▼ 제3타깃 • 현지 모든 계층 • 초/중기 판매 확대 및 원가절감을 통해 한국제품의 가격 경쟁력을 확보한 후에는 중산층 뿐만 아니라 모든 계층소비자에게 판매 확대
Positioning (제품 포지셔닝)	○ (제품)대만산 및 일본산 버섯과 품질 차별화 ○ (가격)낮은 GDP대비 PPP 고려하여 고가의 프리미엄 제품, 소량판매 ○ (디자인)한국산 제품을 현지 소비자에게 인식시킬 수 있는 '한글'이 들어간 포장디자인 활용 ○ 고가의 일본 표고버섯과 저가의 자국산 표고버섯이 양분된 상태에서 포지셔닝이 중요 ○ 한식을 우리 표고로 요리할 경우 더 풍부한 맛을 낸다고 홍보

라. 4C 분석

Customer Value
○ 여성의 경우 한국에 대한 이미지가 좋으므로 한국산임을 강조한 균일화된 품질의 버섯을 지속적으로 공급 ○ '식품 안전성'에 대한 관심이 커지고 있으므로, 고품질 상품을 통해 한국산 버섯은 안전하다는 이미지 형성 ○ 대만 소비자들도 세계적으로 유행하고 있는 한류의 영향을 강하게 받아 한국 생활과 식품에도 많은 관심을 가지고 있음
Cost
○ 낮은 GDP대비 PPP 고려하여 고가의 프리미엄 제품, 소량판매 ○ 중국산에 비해 가격이 높으나 한국산 식품의 경우 '안전하다'는 이미지를 활용하여 소비자 공략
Convenience
○ 주요 수출품목인 팽이버섯의 소비자 접근성을 높이기 위해 현지 대표 슈퍼마켓 등을 활용하여 시장 확대 전략 ○ 대만 자국산과 일본 버섯이 시장을 장악하고 있는 새송이버섯, 만가닥버섯 등은 고급 쇼핑몰(코스트코, 백화점) 내 슈퍼마켓으로의 진출을 통한 시장진출
Communication
○ 한류를 활용하여 한국 농식품 스토리 마케팅 및 프로모션 등을 통해 한국산 버섯에 대한 긍정적인 인식과 우수한 품질 및 안전성을 강조 ○ 대만 소비자들도 세계적으로 유행하고 있는 한류의 영향을 강하게 받아 한국 생활과 식품에도 많은 관심을 가지고 있음 ○ 한국산임을 강조한 균일화된 품질의 버섯을 지속적으로 공급

4 필리핀

필리핀의 지역구분



- 적도의 약간 북쪽, 아시아 대륙 남동쪽의 서태평양에 산재하는 7000여 개의 섬들로 구성된 나라
- 면적은 30만 400km²에 달하며, 국토를 크게 삼등분하여 북부의 루손섬, 중부 지역에 군집한 수천개의 섬인 비사얀제도, 남부지역의 민다나오 섬으로 구분할 수 있음

출처 : 위키백과

국명	필리핀(The Republic of the Philippines)
수도	메트로 마닐라(Metro Manila)
인구	109,580,000 명
면적	300,000 km ²
기후	고온 다습 아열대성 기후, 건기(11~5월)와 우기(6~10월)로 구분
민족 구성	말레이계가 주종 네그리토/인도네시아/중국/메스티조/모로 등 여러 종족 간 혼혈
언어	필리핀어(타갈로그어), 영어(공용어), 지방 토착언어
종교	로만 가톨릭(81%), 기독교(11%), 회교(5.6%), 기타 종교
화폐 단위	페소(Peso)
GDP	3,568억 달러

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr), CIA The World Factbook(www.cia.gov)

1. 국가개황

가. 일반

□ 국토

- 7,107개의 도서로 구성, 전체의 65%가 산악지대, 루손(104,688km²)과 민다나오(101,999km²)가 총면적의 65%를 차지
- 높은 교육 수준, 풍부한 영어 사용 노동력, 해외 송금액의 높은 경제 기여 등 경제 성장 잠재력이 상당함에도 불구하고 충분히 부응하지 못하고 있으며, 빈부격차 또한 심한 수준임

□ 농업현황

- GDP 대비 농업이 차지하는 비율은 9.7% 수준(통계청 추산, 2017 기준)
 - 2017년 농업의 총생산액은 330억 달러를 기록함. 농업 총생산액은 2016년에 비해 1.2% 증가
 - 필리핀 전체 토지면적 중 약 45%인 1,300만 헥타르가 농경지이고, 전체인구의 약 9.7%가 농업에 종사하고 있음
- 농업 특성
 - 주요 생산물은 쌀이며, 고온다습하고 풍부한 강수량으로 2~3모작이 가능하지만, 저장시설과 관개시설의 부족 등으로 쌀 생산성이 낮아 쌀을 수입하는 실정
 - 곡류 생산량이 전체 농수산물 생산의 약 49.65%를 차지할 정도로 높은 비중을 가지며, 육류, 유제품, 수산물의 경우 부류별 각 약 16%대의 비중

나. 경제

<표> 주요 경제지표

경제지표	2015	2016	2017	2018	2019
경제성장률 (%)	6.07	6.88	6.68	6.24	5.72
명목GDP (십억\$)	292.77	304.89	313.62	330.91	356.81
1인당 GDP (PPP, \$)	7348.21	7806.26	8348.5	8942.67	9470.85
1인당 명목 GDP (\$)	2882.77	2953.29	2989.13	3104.22	3294.47
정부부채 (% of GDP)	41.49	39.03	39.91	38.92	39.28
물가상승률 (%)	0.67	1.25	2.85	5.21	2.51
실업률 (%)	6.28	5.48	5.73	5.33	5.18
외환 보유고 (백만\$)	74269.43	73729.71	73543.15	71349.63	80131.64
이자율 (%)	4	3	3	4.75	4
환율 (자국통화)	45.5	47.49	50.4	52.66	51.8

출처 : IMF

- 필리핀 경제는 최근 5년간 6% 후반대 성장률을 기록하며 매우 높은 성장세를 보임
 - 2018년 6.2%에 이어 2019년 1분기에도 6.5%의 높은 경제성장률을 기록한 것으로 나타나면서 2019년 한 해 필리핀 경제에 대한 전망은 낙관적인 편
 - 경기호황의 주요 동력으로는 수출 확대, 민간소비 활성화, 인구 증가, 인프라 사업 등에 대한 대대적인 정부 투자 등이 꼽힘
 - 여전히 취약한 제조업 기반, 교통 등 인프라 부족, 생산성 미흡, 불필요한 규제 및 관료주의(red tape)는 좀 더 개선이 필요하다는 지적

다. 무역

1) 무역 현황

<표> 무역 경제지표

주요지표	단위	2017	2018	2019
총수출	백만 달러	68,712	69,307	70,334
(對韓 수출)	백만 달러	3,702	3,569	3,658
총수입	백만 달러	101,900	119,329	112,908
(對韓 수입)	백만 달러	10,594	12,037	8,365
무역수지	백만 달러	-33,187	-50,022	-42,574

출처 : 대한무역투자진흥공사 2019

* N/A는 집계되지 않음을 의미

2) 한국농식품 수출입현황

- 2019년 기준 필리핀으로 수출한 농식품은 약 1억 5700만 달러(9만 톤)로, 필리핀으로부터 수입한 농식품의 30% 수준
 - 주요 수출 품목으로는 참치, 혼합조제식료품, 라면, 비스킷, 아이스크림, 곡류조제품, 김 등이 있음

<표> 對필리핀 한국 농식품 5개년 수출입

(단위 : 톤, 천불)

주요지표	수출		수입	
	중량	금액	중량	금액
2019	89,226	157,216	550,555	527,276
2018	82,904	162,132	716,360	582,870
2017	143,630	166,917	671,630	557,175
2016	155,425	167,202	633,628	550,640

출처 : 농식품수출정보 KATI

라. 물류

- 필리핀에는 Ninoy Aquino International Airport(NAIA/마닐라 근교 위치)를 비롯해 국제공항이 전국 주요 지역에 소재하고 있음
 - 남북으로 길게 뻗은데다 7,107개의 섬으로 구성돼 있어 국제공항은 물론 국내공항도 매우 활발하게 운항되고 있으며, 필리핀 제2의 도시인 세부(Cebu)의 Mactan International Airport 등 북부 Luzon 섬에 3개를 포함해 국제공항은 총 10개가 있음
 - 마닐라의 관문인 아키노 공항의 경우 세 곳의 터미널이 운영될 정도로 규모가 큼
 - 마닐라와 주요 도시 간 비행시간은 서울 3.5시간, 동경 4시간, 상해 3.25시간, 대만 2시간, 홍콩 1.5시간, 방콕 3시간, 쿠알라룸푸르 3.5시간, 싱가포르 3시간 정도가 소요됨
- 국제 항구
 - 국제 항구는 주요 도시인 마닐라(Manila)를 비롯, 세부(Cebu), 바탕가스(Batangas), 잠보앙가(Zamboanga), 일로일로(Iloilo), 다바오(Davao), 샌 페렌도(San Fernando) 등에 위치함
- 필리핀은 7천여 개의 섬으로 이루어져 저온저장시설, 창고 등 물류 인프라가 열악해 필리핀 전역을 커버하는 유통망 개척은 현실적으로 지난하므로, 전체 인구의 약 30%가 거주하고 소비 수준이 높은 지역별 대도시 타켓 선정이 필요



[그림] 필리핀 국제공항 위치

2. 버섯생산동향

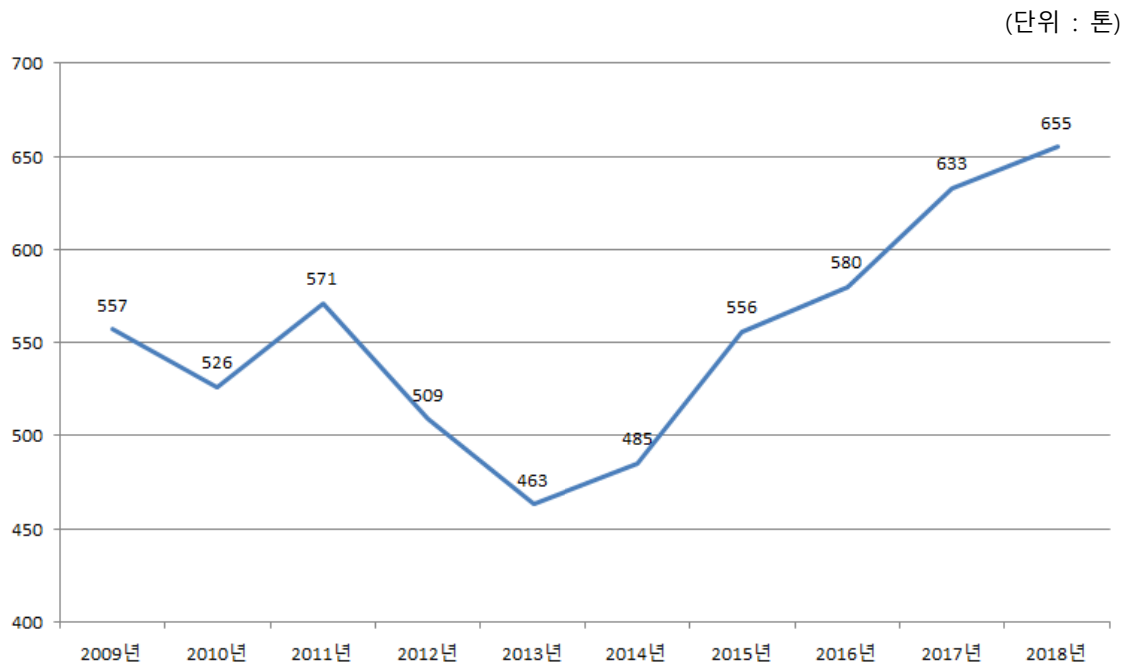
- 국제연합식량농업기구(FAO) 통계에 따르면 필리핀의 버섯 생산량은 2013년까지 감소하였다가 이후 지속적으로 상승하며, 2018년 655톤을 생산

<표> 필리핀 전체 버섯 생산량

(단위 : 톤)

2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
557	526	571	509	463	485	556	580	633	655

출처 : 국제연합식량농업기구(FAO)



[그림] 필리핀 전체 버섯 생산량 증감 추이

출처 : 국제연합식량농업기구(FAO) 2019

- 필리핀에서 대중적으로 재배되는 버섯은 느타리버섯과 풀버섯 등이 있으며, 표고버섯은 인지도가 낮음
 - 필리핀에서는 다양한 버섯을 소비하는데, 대중적으로 재배되는 버섯 종류는 느타리버섯과 풀버섯이며, 양송이버섯이나 표고버섯은 인지도가 낮음

○ 필리핀 농업부, 다양한 버섯 생산 장려 정책을 시행

- 필리핀 농업부는 국가쌀 프로그램, 농업연구소, 쌀연구소 등 산하기관을 통해 버섯 재배, 가공, 마케팅, 교육 시행
- 버섯 생산은 고품질의 식품 개발과 사료 보조제 및 버섯 기질을 사용한 후 발생하는 유기질 비료 생산을 통해 농민에게 추가적인 수입원이 되므로 필리핀 농업부는 필리핀 농가에 버섯 재배를 장려

착수 연도	사업명	주요내용
2013	커뮤니티 기반 버섯 생산 프로젝트	2013년 농업부의 국가쌀프로그램(National Rice Program)이 국가 차원의 '커뮤니티 기반 버섯 생산(Community-based Mushroom Production, CBMP)' 프로젝트를 지원
2013	버섯기술센터 건립	2016년 필리핀 농업부는 루손의 타라크(Tarlac)주에 농업연구소의 기관 개발보조금을 재원으로 800만 페소(약 1억 9천만원)를 투자해 버섯기술개발센터(Mushroom Technology and Development Center, MTDC)를 건립
2015	팔라야마난 플러스 프로젝트	2015년 3월 10일 농업부 산하 필리핀 쌀 연구소, 팔라야마난 플러스(Palayamanan Plus)프로젝트 착수
2017	버섯연구소 개소	2017년 11월 28일 필리핀 남부 다바오 오리엔탈주 마티(Mati)시 다바오 기업농연구기지(Davao Commercial Agriculture Research Station, DaCARS) 내에 버섯연구소 개소

출처 : 2018 농식품 해외시장 맞춤조사(표고버섯), aT 한국농수산식품유통공사

3. 버섯 수출입 동향

가. 수입동향

1) 필리핀 버섯 수입현황

- 국제무역센터(ITC)의 통계에 따르면, 2019년 필리핀은 버섯류(HS CODE 0709.51 + HS CODE 0709.59)를 주로 중국으로부터 수입함
- 대한민국은 수입액 기준 2위 국가로 필리핀은 약 69톤, 140천 달러의 버섯을 우리나라로부터 수입하고 있음

<표> 필리핀 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세계	180	268	296	354	506	717	976	1,711	2,596	5,089
1	중국	146	170	189	231	407	556	894	1,552	2,524	4,935
2	대한민국	32	98	53	105	73	139	78	149	69	140
3	뉴질랜드	-	0	-	0	-	0	-	0	1	12
4	프랑스	-	0	1	1	2	2	-	0	2	2
5	네덜란드	-	0	54	18	-	0	-	0	-	0

출처 : ITC

2) 對 필리핀 버섯 수출현황

- 우리나라에서 필리핀으로 수출하는 버섯 중 수출액이 가장 높은 품목은 팽이버섯으로, 2019년 기준 약 101천 달러(약 55.2톤)를 수출

<표> 對필리핀 버섯류 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	2015		2016		2017		2018		2019	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
농산버섯-계	94.7	226.6	107.0	255.1	111.6	255.7	100.8	250.4	89.0	217.7
양송이버섯			107	255.1	111.6	255.7	0	0	0.1	0.2
팽이버섯	50.5	86	62.8	113.3	66.7	101.3	60.9	112	55.2	100.9
새송이버섯	24.3	73.3	33.1	95	29.1	86.8	13.7	43.2	14.6	44.6
기타버섯	6.9	31.8	8.5	33.8	15.7	67	26.2	95.1	19.1	72
임산버섯-계	0.1	0.3	1.9	13.2	5.7	34.6	0.7	6.0	0.2	2.8
표고버섯	0	0.2	1.9	13.2	5.7	34.6	0.6	3.6	0.1	0.2

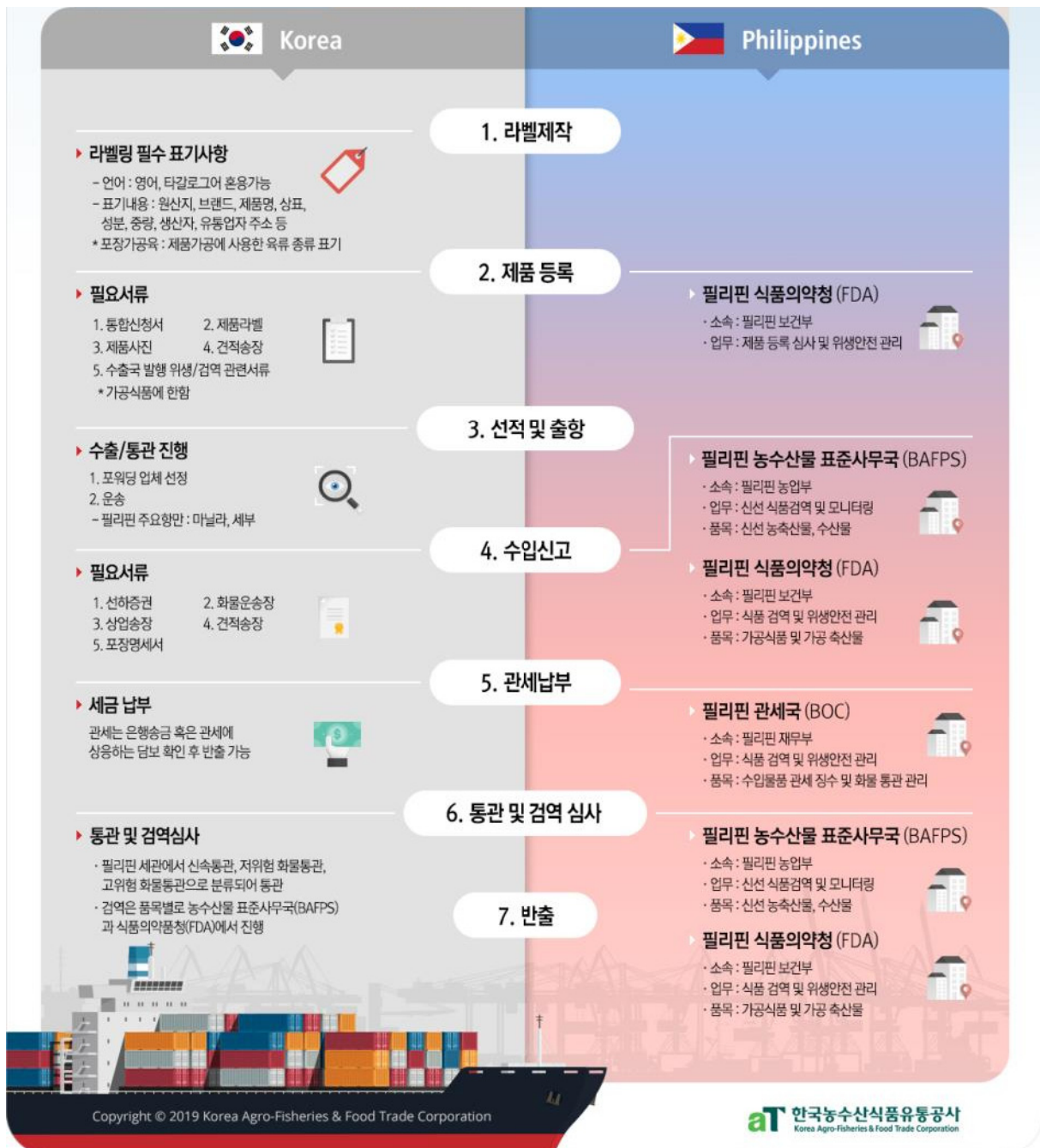
출처 : 농식품수출정보 KATI

4. 관세 및 검역·인증제도

가. 통관제도

□ 수출프로세스

- 라벨제작 → 제품 등록 → 선적 및 출항 → 수입신고 → 관세납부 → 통관 및 검역 심사 → 반출



[그림] 필리핀 농식품 수출입 프로세스

출처 : 농식품수출정보 KATI

□ 통관절차

○ 수입신고

- 수입 신고는 단일통관 창구를 통해 신고하며, 현지 수입업체는 CPRS(Client Profile Registration System)에 등록 및 수입면허(CAS) 취득을 완료 해야함
- 수입면허를 요구하는 물품의 경우, 수입면허의 유효기간은 1년으로 매년 갱신 필요

○ 위생/검역증명서(SPSIC)발급

- 수입면허 획득 후 필리핀 농축산식품 담당 기관에 등록된 개인이나 기업만이 필리핀에서 농식품을 수입할 수 있음
- 필리핀 식품의약품청(FDA)에서는 식품 검역과 위생 및 안전을 관리 감독하며, 위생/검역증명서를 발급하고 있음
- 필리핀 농수산물 표준사무국(BAFPS)에서는 신선식품 검역 및 모니터링을 수행함
- 필리핀으로 수입되는 모든 과일 및 야채는 식물산업국의 수입허가를 받기 위해서는 검역 승인이 필요하며, 필리핀 수입업자는 매 선적에 대해 검역 승인을 신청하여 진행해야 함

○ 수입신고

- 필리핀 정부가 지정한 단일통관창구에서 신고하며, 자동화 시스템 도입으로 온라인 신고가 가능함
- 구비 서류: 상업송장, 견적송장, 선하증권, 화물운송장, 포장명세서, 수입신고서, 라이선스(예: BFAD 라이선스) 또는 원산지 증명서 및 품목별 인증(필요 시) 등

○ 관세납부

- 관세는 필리핀 정부와 연계된 공인 은행에서만 납부 가능

○ 수입 소요기간 및 비용

수입절차	기간(일)	비용(USD)
서류 준비	8	90
세관 통관	2	185
항만 및 터미널 처리	3	300
내륙 운송 및 취급	2	340
합계	15	915

출처 : 한국조세재정연구원, 신흥 교역국의 통관환경 연구 : 필리핀, 2015

- 수입자 및 수출자가 제시한 서류를 토대로 검역이 이루어지며 물품위험도에 따라 SGL(Super Green Lane), GL(Green Lane) 및 RL(Red Lane)으로 분류됨. 분류에 따라 진행이 달리함

<표> 필리핀 업체 분류별 통관 진행방식

구 분	업체 분류기준	통관 진행방식
SGL	국가공인 우수인증 보유업체	화물 도착 전 통관신고
GL	수입 이력이 준수한 업체	화물 도착 전 통관신고 사후 관세청 회계조사
RL	신규업체/수입 이력 불량업체	화물 도착 전 통관신고 서류 및 실물검사 사후 관세청 회계조사

출처 : 2018 농식품 해외시장 맞춤조사(표고버섯), aT 한국농수산물유통공사

- 통관 시 제출서류는 상업송장, 선하증권, 항공화물운송장, 포장명세서, 수입허가증, 검역/위생검역 증명서, 원산지증명서, 자유판매증명서(CFS)가 있음

<표> 필리핀 세율

HS CODE 품명		구분	관세율
0709.51 버섯 (아가리쿠스 속)		기본세율	10%
		FTA 협정세율 (2008 발효)	0%
0709.59 기타버섯	0709.59.90 기타	기본세율	10%
		FTA 협정세율 (2008 발효)	0%

출처 : 통합무역정보서비스 TradeNAVI

○ 관세제도

- 필리핀의 관세제도는 적용에 따라 크게 아세안 국가와 비아세안국가로 나뉨
- 아세안국가와의 거래는 Common Effective Preferential Tariff(CEPT, 공동유효특혜관세)가 적용되며 비아세안국가와의 거래에서 적용되는 관세는 Most-Favoured Nation(MFN)임
- 필리핀은 세계무역기구 회원국으로서 쌀을 제외하고 대부분의 품목에서 낮은 관세를 지향함
- 한국과 필리핀은 한-아세안 FTA 협정으로 2009년까지 양국 수출입 품목의 90%에 대해 무관세 적용을 이행하였으며 MFN 관세율 10% 이하로 추진하기로 합의함

나. 검역

○ 식물성 제품

- 식물산업국에서 발행한 식물위생증명서 발급이 필수
- 식물성 제품의 선적은 필리핀 인허가 획득 후에만 가능하며, 위반 시 통관 불가능

○ 필리핀에서 신선 농산물의 식품안전 기준을 개발하고 집행하는 기관은 농업부 (Department of Agriculture) 산하 농수산물표준사무국(Bureau of Agriculture and Fisheries Product Standards, BAFPS)임

- BAFPS는 농수산물근대화법(Agriculture and Fisheries Modernization Act, AFMA)34)에 따라 신선 및 일차적 농수산물의 안전을 담당

○ 필리핀으로 수입되는 모든 식품 및 농산물은 필리핀의 식품, 건강 및 식물 검역법을 준수해야 함

- 필리핀은 식품에 대한 국가 미생물 기준이 아직 확립되지 않아, CODEX Alimentarius Commission 지침과 미국 식품의약품청(US FDA) 및 기타 국가의 유사 규제 기관이 제정한 규정에 따라 식품 규정이 패턴화되어 있음

□ 잔류농약기준

○ 표고버섯의 경우 Codex Alimentarius Commission에서 규정한 잔류농약기준에서 과일 및 채소에 대한 일반 기준 및 기타 채소에 대한 기준을 적용 가능

○ 식물과 식물 제품을 수입하는 개인과 회사는 수입 전에 식품 검역 서비스(Plant Quarantine Service, PQS)를 받아야 하며, 수입허가 신청서(BPI Q Form No. 1)를 작성

○ 수입허가나 식물위생검역 증명서가 없는 화물은 해당 서류가 제시될 때까지 수입자의 요청에 의해 PQS로 보내지거나 세관에 구류되고, 수입허가나 식물위생검역 증명서가 모두 없는 경우에는 원산지국으로 반출되거나 다른 국가로 재수출되거나 파기됨

○ 수입허가가 요청되지 않는 수입(단, 검사나 수수료는 적용됨)

- 식물 검역 제한이나 금지가 적용되지 않는 식물 제품, 제한된 수량의 과일과 야채, 식품이나 동물사료 또는 가공이나 제조를 위한 식물 제품
- 제대로 건조 또는 살균되거나 식물 표본집, 흙이나 모래가 묻어있지 않는 경우
- 꽃, 부케와 흙이나 모래, 다른 금지된 물질이 묻어있지 않는 꽃 장식품

○ 버섯은 대한민국에서 필리핀으로 수출 가능한 물품으로서 식물검사증명서를 첨부하여 수출 가능

- 단, 필리핀 현지에서 사전허가가 요구되는 물품이므로 수출 전 내용 확인 및 허가 필요

다. 라벨링 규정

○ 라벨링

- 라벨은 영어 또는 필리핀어로 표기(병기 가능)
- 수출국 언어로 라벨이 기표기 되었을 경우 반드시 영어 라벨도 부착
- 필리핀 식약청에서 승인한 라벨(필리핀어 및 영문) 표지가 부족할 경우, 임시라벨(필리핀어 및 영문) 사용이 가능하며 최대 6개월까지 인정됨
- 모든 정보는 하나의 라벨지에 표기해야하며, 제품에서 쉽게 탈착되면 안 됨

<표> 필리핀 식품 라벨링 표시 사항

● 제품명/식품명	● 제품번호(Lot identification)
● 상품명 또는 상표	● 보관 조건
● 성분 목록	● 유통기한 또는 소비기한
● 중량(순중량 및 건조 중량)	● 식품 알레르기 정보
● 업체 상호와 주소 (제조사, 재포장자, 포장자, 수입업자, 무역 업자, 유통업자, 이름 및 주소)	● 사용(섭취)방법
	● 영양정보

출처 : 한국농수산물유통공사 aT

- 신선 버섯의 경우 제품명, 제조자, 가격, 중량, 포장, 원재료가 외부 표기됨

라. 기타 인증제도 및 비관세 장벽

□ 원산지증명서

- 원산지 증명서란 물품을 생산한 나라 또는 물품의 국적을 의미하는 원산지를 증명하는 문서로, 수출 물품이 해당 원산지에서 재배·사육·제조·가공된 것임을 증명하는 문서
- 필리핀 버섯 수출의 경우, 한-ASEAN FTA에 의해 원산지증명서(Certificate of origin)를 반드시 준비

구분	주요 내용
증명서명	원산지증명서
발행기관	관세청, 상공회의소
성격	필수인증
대상국 및 품목확인	기관발급 대상 협정확인(ex. 필리핀의 경우, 한-아세안 FTA) 상대국의 HS 6단위별 원산지결정기준 확인 상대국의 HS 최종단위별 협정세율 확인
구비서류	수출신고수리필증 또는 이에 갈음하는 서류(증명서발급기관이 수출사 실 등을 전산으로 확인할 수 있는 경우에는 제출 생략) 송품장 또는 거래계약서 원산지확인서 원산지소명서 원산지소명서를 입증할 수 있는 서류·정보 및 국내제조확인서 (증명서발급기관이 필요하다고 인정하여 제출을 요구하는 경우로 한정)
발급시기 및 신청자	신청시기 : 한-ASEAN FTA의 경우-선적 전, 선적 시, 선적 직후 신청자 : 생산자 또는 수출자
비용	무료
소요기간	2일
유효기간	1년
사용언어	영어

출처 : 2018 농식품 해외시장 맞춤조사(표고버섯), aT 한국농수산물유통공사

□ 할랄 인증

- 할랄은 이슬람 율법 내에서 무슬림이 먹고 쓸 수 있도록 허용된 제품으로 필리핀은 가톨릭 국가이지만 필리핀 농산물의 최대 수출시장인 이슬람권 수출을 위해 할랄 인증제도 도입을 추진해 옴
- 2011년 필리핀 무역산업부에서 Halal Trade Development Program을 통해 할랄 식품에 대한 국가표준 작업을 추진
- 필리핀 정부는 이슬람교도 350만명이 분포하고 있는 필리핀 남부의 민다나오 지역 뿐만 아니라 중동국가 및 인근 국가인 인도네시아와 말레이시아 시장을 타겟으로 할랄 사업을 확대 추진하고 있음
- 필리핀 할랄 인증 기관인 필리핀 할랄인증기관(Islamic Da'wah Council of the Philippines, IDCP)에 신청서 제출 후 성분 검사와 제조 및 가공 공장 감사를 거쳐 할랄 인증 취득 가능

<표> 할랄 인증 제도

인증명	할랄	
발행기관	IDCP	
성격	선택 인증	
제출서류	할랄 인증 신청서	

□ HACCP 인증

- HACCP 인증은 안전한 식품의 생산과 거래에 대한 인증으로 미국에서 HACCP을 시행한 이후 필리핀 업체들이 미국 수출을 위한 목적으로 취득하기 시작하였음
- 현지 시장 조사에 따르면 현지 버섯 제조업체에서는 사용 비중이 높은 인증은 아닌 것으로 사료됨⁶⁾

<표> HACCP 인증 제도

인증명	HACCP	
발행기관	SGS Group	
성격	선택 인증	
취득기준	식품의 생물학, 화학, 물리학적 위험요소 인지 각 위험요소에 따른 행동강령 위해요소 중점관리 기준 지정 위해요소 중점 한계점 지정(예. 최소 증해 온도) 관리모니터링 시스템 구축 위 기준의 충족과 효율적으로 운영됨을 확인 모든 중점관리의 문서화와 관리	

6) aT 한국농수산물유통공사 2018 농식품 해외시장 맞춤조사, 필리핀, 표고버섯

5. 유통 및 소비동향

가. 식품유통 및 소비트렌드

1) 식품 유통 구조

□ 주요 유통채널

- 주요 유통채널의 형태는 슈퍼마켓, 대형마트, 미니마트, 편의점, Sari-Sari 상점, Wet Market 등으로 구분됨
 - 슈퍼마켓, 대형마트, 미니 마트의 경우 신선도 유지 및 비용 절감을 위해 자체 창고 시설을 활용하여 고품질의 상품 제공이 가능함
 - 많은 필리핀 소비자들은 신선한 야채와 고기를 재래시장에서 쇼핑하는 반면, 편의성, 청결, 식품 안전 요인으로 인해 점차 슈퍼마켓의 이용객 수가 증가하고 있는 추세
- 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점과 같은 현대적 유통채널은 지난 20년 동안 급속히 증가하여 모든 도시에 분포되었고, 매출도 점점 증가하는 추세
 - 주로 수도 마닐라 일대인 수도권과 세부, 다바오 등지의 대도시 중심으로 분포하여, 점차 중소 도시 지역으로 매장을 늘려나가고 있는 추세로, 대상 소비자는 중간 소득층 이상
- 곡류를 제외한 수입식품은 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓 등 대형매장이 주로 직접 수입을 통해 수입 식품 코너를 따로 설치하여 판매하는 등 수입식품 판매에 적극적인 경향을 띄고 있어 이들 유통채널에 대한 전략이 필요
- 슈퍼마켓
 - 식음료 및 생필품 등을 주로 판매하며 쇼핑몰, 백화점 및 상업 단지 내 위치
 - 전체 유통 시장에서 대형마트(6%) 보다 높은 22.5% 비중을 차지함
 - 개인적으로 운영하는 슈퍼마켓 형태가 아닌 자금적으로 여유로운 브랜드별로 슈퍼마켓 형태의 유통매장 수가 증가하고 있는 추세
- 대형마트
 - 백화점 및 슈퍼마켓의 혼합 형태로, 비식료품(가구, 가전제품 및 의류 등) 비중이 약 35% 정도
- 미니마트
 - 편의점과 슈퍼마켓의 새로운 형태로써, 일반식품, 신선 육류/채소뿐만 아니라 음식도 제공하는 식음료 전문 취급 매장
- 편의점
 - 일반적으로 24시간 운영하며 주로 콘도, 주유소, 교차로 근처에 위치하며, 즉석식

품을 포함한 각종 식품 및 생필품을 취급

- 2017년 기준 필리핀 편의점 시장 규모는 20% 증가하였으며 2018년 1분기에 총 4,300개의 편의점이 필리핀 내에서 운영되었음
- 내수 소비 확대, 소득수준 향상, 구매 편의성 및 접근성, 쾌적한 환경 등의 요인으로 편의점의 시장 규모는 점차 증가하고 있음

○ Sari-Sari 상점

- 전통적인 유통채널인 '사리사리' 매장(구멍가게)는 전체 식품시장의 60%를 장악
- 한 가정이 소유하고 관리하는 작은 규모의 상점으로, 편의점보다 훨씬 작은 규모로 보통 한 가정집 내에 위치
- 쌀, 식용유, 설탕과 같은 필수품 포함한 다양한 제품 취급

○ Wet Market

- 아시아에 있는 신선한 생선과 농산물을 파는 시장으로, 주로 신선 육류, 생선, 야채, 과일 등 자국 농산물을 판매

□ 유통특징

○ 소매유통 시장의 성장

- 도시 계획화, 소비증가, 경제발전 등의 이유로 필리핀의 식료품 소매시장은 약9%대의 성장률을 보이며, 중국, 인도네시아에 이어 세 번째로 큰 시장임
- 유통시장에 대한 필리핀 정부의 규제완화로 100% 해외 자본 투자가 가능해짐에 따라 다양한 서비스를 제공하는 유통사들이 증가하고 있음
- 국내외 유통업체들의 경쟁 증가로 인해 전반적인 필리핀 온·오프라인 유통 시장규모는 지속적으로 그 규모가 커질 것으로 예상됨

○ 필리핀의 식품 소매 시장은 아래와 같은 이유로 지속적으로 성장하고 있는 추세

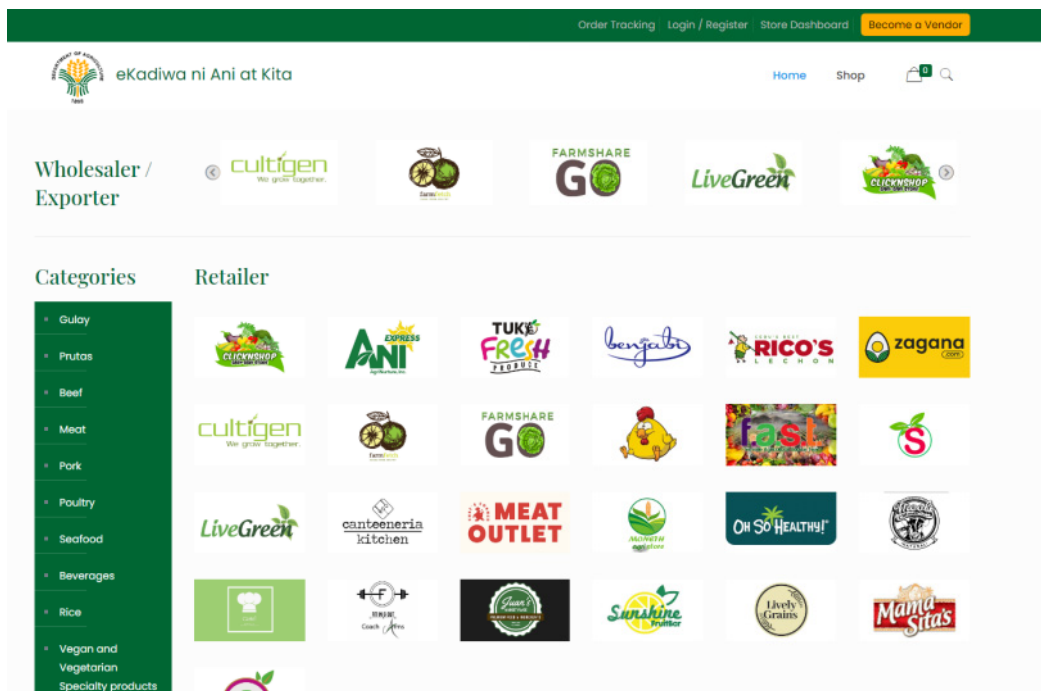
- 도시 인구 증가 추세(2017년 기준 약 4,650만 명)
- 상류 및 중산층의 성장(1,80만-2,00만 명)
- 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점의 증가
- 필리핀 소비자의 서구 브랜드에 대한 강한 관심
- 품질 및 건강에 대한 인식 향상 등

○ 전자상거래의 활성화

- 스마트폰 및 인터넷 보급률의 증가에 따라 필리핀 내 전자상거래 시장매출이 증가함
- 2018년 1월 기준 필리핀의 인터넷 보급률은 63%로 인터넷 사용자 평균 연령은 23.7세로 세계적으로 매우 젊은 편에 속하며, 필리핀의 소셜 미디어 사용자는 매일 소셜 미디어에 평균 4시간 13분을 소비하며, 태국, 브라질, 인도네시아에 이어 4위로 조사됨

- 2018년 기준 8억4천만 달러의 매출을 기록했으며, 2019년 필리핀 전자상거래 매출 증가율은 31%로 전세계 3위를 기록
- 최근 농식품, 수산물, 즉석제품까지 다양한 품목군의 입점이 확대되고 있으며, 시공간의 제약이 없는 편리성을 앞세워 온라인 쇼핑몰 이용 소비자는 매년 증가 할 것으로 보임

- 금년(2020년) 5월, 필리핀 농업부는 농수산물 전자상거래 플랫폼 'e카디와'(ekadiwa.da.gov.ph)를 개설
 - 올해 3월 농식품 산업 현지 기업 3개사를 시작으로 조사일 현재(2020.10) 25개사가 등록되며 온라인 농산물 상거래가 이루어지고 있음
 - 서비스 대상 지역은 현재 메트로 마닐라에 한정되어 있으나, 향후 전국 주요 도시로 확대해 나갈 예정



[그림] 전자상거래 플랫폼 e카디와 홈페이지

2) 식품 소비 트렌드

<표> 필리핀 신선채소 시장규모

(단위 : 천 톤)

	2015	2016	2017	2018	2019
필리핀 신선채소 시장 규모	4,254.6	4,489.8	4,677.2	4,917.73	5,128.2

출처 : Euromonitor international

- 필리핀 식품 소매 시장의 규모가 확장되고 소비자구매력 및 구매 기준이 향상됨에 따라 필리핀 소비자의 수입 식품에 대한 수요를 비롯한 수입 품목과 수입량도 점점 증가할 것으로 예상
- 식음료에 대한 가계 소비지출
 - 필리핀 가구당 소비지출 중 약 37%의 비용을 식료품·비주류음료 구입에 사용하며 이는 한국(14%), 베트남(34%), 말레이시아(31.2%)에 비해 높은 편임
 - 식료품 지출은 2021년까지 연평균 약 8.8%의 높은 성장률을 보이며 6조2천억 달러에 이를 것으로 전망
 - 이는 가처분소득 증가에 따른 외식인구 확대가 주원인인 것으로 보임
- 필리핀 소비자, 국제적인 요리에 개방되어 있음
 - 필리핀은 ASEAN에서 두 번째로 인구가 많은 시장으로서, 일반적으로 특별한 식이 선호도가 없으며 국제적인 요리에 개방되어 있음
 - 가계 가처분소득이 증가함에 따라 음식과 식사에 지출을 늘리는 추세
 - 서구문화에 대한 높은 수요로 최근 비교적 깔끔하고 서비스 질이 높은 프랜차이즈를 찾는 소비자들이 증가하고 있음
- 중산층 확대에 의한 수입 식품 시장 긍정적 전망
 - 인구의 40%가 필리핀에서 가장 발전된 지역인 중앙 루손과 카라바존(메트로 마닐라 남부 루손 섬 일부)에 집중되어 있으며, 특히 메트로 마닐라에 인구의 14%가 분포
 - 이러한 도시 지역은 구매력이 가장 높으며, 활발한 비즈니스 활동으로 인해 중산층이 확대되는 추세
 - 도시 지역에서는 외국 브랜드, 슈퍼마켓, 식음료 매장을 수용하는 대형 쇼핑몰의 형태가 급성장 중이며, 소비자들은 일본, 한국 및 여타 ASEAN 국가들에서 온 수입 식품을 쉽게 찾을 수 있어 향후 수입 식품 시장의 전망도 밝을 것으로 예상
 - 메트로 마닐라에서는 편의점이 점차 '사리사리' 매장(구멍가게)을 대체하고 있음
- 건강에 대한 관심이 높아졌으며 일부 매장과 인터넷 소매업에서 더욱 강세

- 소비자들의 경제 여건이 개선됨에 따라 건강한 라이프스타일에 대한 관심이 높아지고 건강식품에 대한 관심이 높아짐
 - 필리핀 소비자들은 가처분 소득의 증대, 소셜 미디어 플랫폼을 통한 건강 의식 향상, 건강 증진 또는 매력적인 몸매를 향한 라이프스타일 트렌드로 인해 점점 더 많은 소비자들이 건강제품에 대한 선택권에 더욱 노출되게 되었음
- 극심한 빈부격차에 따라 소비 경향이 양분화된 가운데, 중산층의 성장으로 인해 수입 식품 시장 성장 전망
- 필리핀 인구의 약 3%를 차지하고 있는 필리핀 화교가 경제의 60% 이상을 장악하고 있으며, 수입 식품 및 건강 식품에 대한 관심이 높음
 - 필리핀의 빈곤층은 2006년 26.6%에서 2015년 21.6%로 감소하며 점차로 줄어드는 추세이나 여전히 총인구의 1/5이상(약 2,20만 명)이 빈곤선 아래에서 생계를 유지하고 있어 빈곤구제가 중요한 현안으로 다루어지고 있음
 - 소비시장은 크게 고가시장(현대식 백화점 및 쇼핑몰)과 저가시장(재래시장)으로 크게 구분되는 가운데, 도시에서의 중산층의 성장으로 수입 식품에 대한 관심이 점차로 높아지고 전망도 밝을 것으로 분석 (유로모니터, 2017 전망)
- 필리핀에서의 한국산 신선식품 유통 현황
- 필리핀 소비자들도 세계적으로 유행하고 있는 한류의 영향을 강하게 받아 한국 생활과 식품에도 많은 관심을 가지고 있음
 - 그러나, 필리핀에서는 냉장 유통 인프라가 열악하여 신선 농산품 판매는 부진한 편이고, 필리핀으로의 한국산 수출 신선식품으로는 한국산 버섯류와 일부 과일류에 불과
 - 현지 대형유통업체인 SM Hypermarket/Supermarket과 Rustan's, Robinson Supermarket 등 여러 유통업체들이 한국 식품 코너를 따로 운영하고 있음
- 이슈품목
- 채식, 다이어트 식품
- 최근 국민들의 소득 및 건강에 대한 관심도가 증가하면서 채식 또는 다이어트 식품에 대한 수요가 증가함
 - 특히, 신선 채소류 시장은 2018년 기준 12.3% 증가하여 19억 달러를 기록함

나. 버섯 유통 및 소비동향⁷⁾

- 필리핀 정부의 버섯 생산 및 소비 장려 정책 시행으로 최근 5년간 버섯 생산량이 증가하였으며, 버섯 인지도 상승 및 소비 저변 확대, 버섯 시장 확대 등의 효과를 가져옴
- 필리핀 가정 및 외식업계에서 버섯의 인기 상승세
 - 필리핀에서 버섯은 일반 필리핀인들에게는 높은 가격 때문에 특별한 음식으로 여겨졌음
 - 필리핀 정부의 버섯 생산 장려 정책, 버섯 버거의 인기 상승세, 버섯 생산 대기업의 버섯 무료 배포 등과 같은 마케팅에 힘입어 향후 버섯 시장의 전망은 긍정적
- 표고버섯의 효능 및 풍미, 질감 인정, 고기 대용으로도 활용
 - 필리핀 내에서 표고버섯을 꾸준히 섭취하면, 심장질환, 특정 유형의 암, 알레르기 위험을 줄이고 혈액순환을 원활하게 할 수 있다는 연구 결과가 있는 것으로 알려짐
 - 표고버섯의 유연한 특성으로 인해 필리핀에서는 주요리의 보조 재료부터 주재료까지 활용되고 있음
 - 건강 및 웰빙을 옹호하는 많은 식품점에서 표고버섯의 영양성분을 인정하고 있으며, 고기의 대용품으로도 활용되고 있음
- 버섯 패스트푸드점 '머쉬룸버거(Mushrom Burger)', 다양한 종류의 버섯 버거, 버섯 튀김을 비롯한 표고버섯을 활용한 버섯 시시그, 판싯칸톤 파스타 판매
 - 버섯 패스트푸드점 '머쉬룸버거(Mushrom Burger)'에서 다양한 종류의 버섯 버거, 버섯 튀김, 버섯 수프, 버거 스테이크 등을 비롯한 표고버섯을 활용한 버섯 시식, 판싯칸톤 파스타를 판매 중
 - '머쉬룸버거(Mushrom Burger)' 체인점은 타가이타이(Tagaytay)시, 케손(Quezon)시 웨스트에버뉴 구역, 라스피냐스(Las Pinas)시에 위치
 - 버섯 버거 세트의 가격대는 75~139페소(약 1.4~2.7 달러)까지로 메뉴마다 다양하고, 표고버섯을 활용한 판싯칸톤 파스타와 버섯 시시그는 1인분에 각각 11페소(약 2.1 달러)이며, 배달용은 5-17인분까지로 350-918페소(약 6.7-17.5달러)로 판매 중
 - 버섯 패스트푸드점 '머쉬룸버거'의 성공사례는 버섯 소비의 저변 확대에 영향을 끼친 획기적인 사례

7) 2018 KATI 필리핀 표고버섯 시장보고서

버섯 프랜차이즈 '머쉬룸 버거(Mushroom burger)'의 성공사례

- 버섯 프랜차이즈 대표 알베르토 다이(Alberto Dy)는 1976년 칼루칸(Calocan)에서 버섯 사업을 시작하였고, 3년 후 타가이타이(Tagaytay)로 이전하여 버섯 농장을 운영하다가 204년 사업을 확장하여 버섯 패스트푸드점을 오픈
- 수차례의 연구 끝에 버섯 버거를 개발 및 판매하기 시작하였는데, 처음에는 저렴하게 판매하다가 유명 햄버거 체인인 Tropical Hut와 유사한 가격대로 변경하고 대형 패스트푸드 체인과 비슷한 포장지를 사용하면서 매출이 크게 증가하였으며, 이후 버섯 버거 외 버섯으로 만든 메뉴를 확대
- 207년 이후, 케손 시 웨스트애버뉴와 카티푸난(Katipunan)에 버섯 패스트푸드점을 추가로 오픈
- 버섯은 주로 Dy 농장에서 조달되며, 타가이타이 버섯 농장에서는 주로 아발론 버섯을 재배 중
- 칼루칸 시에서의 초기 투자 금액은 12만 페소(현재 가치로는 약 250만 페소로 추정)로 타가이타이로 옮기면서 17개의 버섯 재배 하우스, 그린하우스, 멸균 시설, 농기구 구매를 위해 50만 페소를 추가로 투자
- Dy에 따르면, 버섯 재배에는 규모의 경제가 요구되며, 요즈음은 2,50만 페소(약 47만 5,00달러(약 5억 1,00만원)가 필요함, 소규모 버섯 재배자가 더 큰 규모의 버섯 재배자에게 판매하는 구조로 운영하는 것을 권장
- Dy 버섯 농장의 2015년 기준 하루 평균 매출량은 약 70-80kg
- Dy는 레스토랑 주인 및 요리사들에게 버섯을 무료로 제공하는 등의 마케팅을 펼치며, 레스토랑, 호텔, 슈퍼마켓에서 Dy의 버섯을 구입하도록 하였고, 한 예로 마닐라 힐튼이 튀김 버섯을 정식 요리로 채택하는데 영향을 끼침

- 6%에 달하는 경제성장률, 해외 근로자 송금 유입 등에 따른 중·상류층 증가, 건강에 대한 관심이 높아짐과 동시에 국가 차원의 버섯 생산 장려 정책으로 인해 버섯의 생산량과 수입량이 급등하며 버섯시장 규모가 확장되는 추세인 것으로 분석
- 필리핀 버섯 생산량 및 수입량 급등으로 인한 시장 규모 급격히 확대 추세
- 버섯 생산량 급증에 따라 자급률도 2015년도에 75.5%까지 증가하였으나, 2016년에 수입량이 급등하면서 자급률은 6.2%로 감소
 - 필리핀에서 재배되는 버섯은 낮은 생산 비용, 풍부하고 저렴한 기질, 높은 수요로 인해 경제적으로 타당성이 있는 것으로 파악됨

6. 한국산 버섯 유통현황

□ 버섯유통현황(사진, 브랜드 및 중량, 판매처, 소비자가격 등)

<표> 필리핀 주요 한국 상품 판매점 현황

Assi Phils Trading Corp	아스시 필스 무역은 1996년 필리핀을 중심으로 한국 식자재 유통회사로 처음 설립되었음. 그것은 3,240 평방미터가 넘는 일반, 냉장, 냉동 식품 창고를 가지고 있으며, 마닐라 외에도 세부, 수빅 등 전국 18개 매장을 운영하고 있음. 그들은 리조트, 식료품점, 레스토랑을 포함한 1,200명이 넘는 고객들에게 한국 음식을 배급하고, 아스시 필스는 필리핀 전역에서 시장의 60% 이상을 점유하고 있으며 비식품으로 규모를 확대하고 있는 추세임
KMall PH	KMALL 필리핀은 2017년 설립돼 필리핀 내 한국 뷰티 제품의 온라인 판매 및 유통에 선구자로 활동하고 있음. 창립 이후 K-뷰티 제품뿐 아니라 K-패션, K-푸드, K-Pop Merch로 컬렉션을 확대하였음
Shopee Philippines	쇼피 필리핀은 온라인에서 즉시 사고 팔 수 있는 재미있고 자유롭고 신뢰할 수 있는 방법이며, 싱가포르, 말레이시아, 태국, 인도네시아, 베트남, 필리핀과 대만 등 동남아시아의 대표적인 모바일 우선 시장 플랫폼임

<표> 현지 조사 대상 유통채널

업체	업체 소개	매장 전경
에스엠 슈퍼마켓 	필리핀 전국 250개 SM 백화점 내에 위치한 슈퍼마켓	
The Market Place 	고급 쇼핑몰 상그릴라몰 내 슈퍼마켓	
S&R 	창고형 회원제 슈퍼마켓	

	필리핀 현대식 대형 슈퍼마켓	
로컬시장 까띠마 마켓 (Cartimar Market)	필리핀 마닐라 내 위치한 새벽시장	
소나무식품 	한국 제품을 취급하는 한인 슈퍼마켓	

* 1=23.31 원, 2020. 10. 28. (현지조사일 기준)

□ 팡이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	그린피스 (GREENCO ENOKI MUSHROOM) /한국 /100g /비닐팩 포장		Php 54 (php 54 / 100g)
			1,205원 (1,205원)
	雪榕 (설용) Shanghai Xuerong Biotechnology /중국 /200g /비닐팩 포장		Php 56 (p 28 / 100g)
			1,249원 (625원)
	雪榕 (설용) Shanghai Xuerong Biotechnology 중국 210G 비닐팩 포장		Php 87.99 (p 41.9 / 100g)
			1,963원 (935원)
	SUPER FRUTA ENOKI MUSHROOM 한국 200G 비닐팩 포장		Php 78 (p 39 / 100g)
			1,740원 (870원)

	Yong jia ENOKI MUSHROOM 중국 200G 비닐팩 포장		Php 78 (p 39 / 100g)
			1,740원 (870원)
	Eco Farm ENOKI MUSHROOM 한국 150G 비닐팩 포장		Php 40 (p 26.6 / 100g)
			892원 (593원)
	Eco Farm ENOKI MUSHROOM 한국 150G 비닐팩 포장		Php 70 (p 46.6 / 100g)
			1,562원 (1,040원)

□ 새송이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	KING OYSTER MUSHROOM 필리핀 136G 플라스틱 트레이		Php 128.11 (p 94.2 / 100g)
			2,858원 (2,102원)
	CHICKEN MUSHROOM 필리핀 210G 플라스틱 트레이		Php 146.99 (p 69.99 / 100g)
			3,279원 (1,561원)
	그린피스 GREENCO KING OYSTER 한국 200G 비닐팩 포장		Php 198.95 (p 99.47 / 100g)
			4,439원 (2,219원)
	Yong jia KING OYSTER 중국 210G 비닐팩 포장		Php 90.3 (p 43 / 100g)
			2,015원 (959원)
	THE ORGANIC MUSHROOM CO PTY. LTD. KING OYSTER MUSHROOM 호주 400G 비닐팩 포장		Php 130 (p 32.5 / 100g)
			2,900원 (725원)

□ 만가닥버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	NAM LINH CHI NAU BROWN BUNASHIMEJI 중국 160G 비닐팩 포장		Php 81.6 (p 51 / 100g)
			1,820원 (1,138원)
	NAM LINH CHI NAU BUNASHIMEJI 중국 160G 비닐팩 포장		Php 50 (p 31.25 / 100g)
			1,116원 (697원)
	CHAMP FUNGI BUNASHIMEJI 말레이시아 160G 비닐팩 포장		Php 143 (p 89.3 / 100g)
			3,190원 (1,992원)
	FINC BROWN SHIMEJI 중국 150G 비닐팩 포장		Php 65 (p 43.3 / 100g)
			1,450원 (966원)

□ 느타리버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	OYSTER MUSHROOM 필리핀 250G 플라스틱 트레이		Php 124.99 (p 49.99 / 100g)
			2,789원 (1,115원)
	DIZON FARMS FRESH MUSHROOM 필리핀 100G 플라스틱 트레이		Php 57.6 (p 57.6 / 100g)
			1,285원 (1,285원)

□ 표고버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	SHIITAKE MUSHROOM 필리핀 146G 플라스틱 트레이		Php 116.51 (p 78.8 / 100g)
			2,599원 (1,758원)
	SHITAKE MUSHROOM 필리핀 150G 비닐팩 포장		Php 119.70 (p 79.8 / 100g)
			2,671원 (1,780원)
	CHAMP FUNGI SHITAKE MUSHROOM 말레이시아 150G 플라스틱 트레이		Php 177 (p 118 / 100g)
			3,949원 (2,633원)
	YONG JIA SHITAKE MUSHROOM 중국 200G 비닐팩 포장		Php 110 (p 55 / 100g)
			2,454원 (1,227원)

7. 수출확대전략

가. 3C분석

Customers	○ 필리핀 식품 소매시장의 규모가 확장되고, 소비자구매력 및 구매 기준이 향상됨 ○ 국제적인 요리를 쉽게 받아들이는 개방적인 문화로, 인구의 40%가 도시에 거주하며 중산층이 확대되고 있음 ○ 한류의 영향으로 한국 생활과 식품에도 많은 관심을 가지고 있음 ○ 한국 농식품 수출액 기준 상위 품목은 대부분 가공식품류로 한국산 시럽, 라면, 커피, 비스킷 등을 선호함 ○ 필리핀 내 식음료 구매는 약 70%가 전통적인 유통채널에 의해서 이루어지지만, 현대식 유통매장이 등장하면서 소비자의 이동이 있음
Competitors	○ 필리핀 농업부의 버섯 생산 장려 등의 효과로 버섯 생산량은 2013년 463톤에서 2018년 655톤으로 증가함 ○ 전체 버섯 수입액 5,089천 달러 중 4,935천 달러를 중국으로부터 수입하여, 약 97%의 비중을 차지함 ○ 중국산 저가버섯 공급을 통한 현대식 유통매장 침투율이 호조를 보임 ○ 중국산의 새송이버섯, 팽이버섯, 만가닥버섯이 강세이며, 말레이시아산 만가닥버섯, 표고버섯, 뉴질랜드 새송이버섯이 경합 중임
Company	○ 우리나라는 필리핀 버섯 수입액 2위 국가로, 주요 수출품목은 팽이버섯이며, 기타버섯의 수출은 미미함 ○ 한국산 버섯을 현지 유통 채널에서 쉽게 찾아볼 수 있으나, 새송이버섯은 중국산 및 현지산 버섯에 비해 월등히 높은 가격으로 가격경쟁력 열위에 있음. 팽이버섯은 중국산 버섯보다 약간 높거나 비슷한 가격으로 판매 중

나. SWOT 분석

강점(Strength)	약점(Weakness)
○ 한국에 대한 이미지가 좋고, 한국산 팽이버섯이 시장에서 많이 판매되고 있어 인지도가 높음 ○ 한국산 버섯의 안정성이 좋은 평가를 받고 있으며, 한국산 버섯의 신선도 유지 또한 준수한 수준임	○ 팽이버섯을 제외한 새송이버섯 등은 중국산 버섯에 비해 가격경쟁력이 낮음 ○ 한국산 버섯 유통 채널이 주로 한국식품 판매점 혹은 고급 백화점 내 쇼핑몰 등으로 현지인들이 쉽게 구매하기에는 접근성이 떨어짐
기회(Opportunity)	위협(Threat)
○ 필리핀에서 국가적으로 버섯 산업에 대해 홍보하여, 버섯 인지도가 상승하고 시장 규모가 커짐 ○ 필리핀 자체 버섯 생산은 연간 500~600톤 정도에 불과하여 수요의 절대량을 수입산 의존도가 높음	○ 현지 버섯 생산량이 증가하고 있으며, 중국산 버섯의 시장 점유율이 높음 ○ 중국산 팽이버섯, 새송이버섯, 만가닥버섯, 표고버섯 등 모든 품목이 버섯 시장의 상당부분을 장악하고 있음
SO전략 (강점-기회)	○ 필리핀 버섯시장의 절대 시장점유를 수입산 버섯시장이 장악하고 있어, 현대식 유통마켓을 중심으로 고품질과 안전성을 겸비한 한국버섯의 진출가능한 틈새시장이 존재
WO전략 (약점-기회)	○ 필리핀 버섯 시장은 중국산 중국산의 새송이버섯, 팽이버섯, 만가닥버섯이 강세이며, 말레이시아산 만가닥버섯, 표고버섯, 뉴질랜드 새송이버섯이 경쟁중임 ○ 틈새 수출시장을 적극 공략하여 팽이버섯 중심의 한국버섯 마케팅 강화추진 (시식회, 바어어 초청 농장견학 등)
ST전략 (강점-위협)	○ 우리나라는 필리핀 버섯 수입액 2위 국가로, 대형유통점을 대상으로 팽이버섯을 중심으로 마케팅 강화 ○ 중국산에 비해 가격이 높으나 한국산 식품의 경우 '안전하다'는 인식을 갖고 있는 현지마켓 이용자 공략
WT전략 (약점-위협)	○ 한국산 버섯의 고품질을 특화하고, 중국산 버섯과의 차별화를 강구 ○ 한국산 버섯 주요 수출품목인 팽이버섯을 로컬시장 등 현지인 친화적인 유통채널을 통해 판매하여 일반 소비자 구매율을 높임

다. STP 분석

Segmentation (시장 세분화)	1) 소비자 분류 ○ 성별 분류, 연령별 분류, 소득층 분류 등 2) 시장 분류 ○ 한국계 마켓, 현지 주류마켓(중국계 포함), 온라인 마켓, 편의점 3) 소비패턴 ○ 한국식품에 호감, 건강에 관심, 편의성을 중시, 가성비 중시 등
Targeting (목표시장 설정)	1) 소비자 분류 ○ 다소 비싸더라도 안전한 식품을 찾는 소득수준이 높은 소비자 ○ 건강 이슈에 관심이 많은 중장년 고소득층 대상 2) 시장 분류 ○ 현지 확산속도가 빠른 현대식 유통업체 활용 - 고급 쇼핑몰 내 슈퍼마켓을 통한 고품질의 한국산 새송이, 만가닥버섯 유통 - 대중적으로 이용하는 현지 대표 슈퍼마켓을 통한 팡이버섯 유통
Positioning (제품 포지셔닝)	○ 가격 및 품질 - 중국 및 동남아시아 《 한국산 《 미국산, 유럽산 - 일정한 품질 유지를 통한 중국산과의 품질 차별화와 Korean Value를 부여해 중국산에 비해 높은 가격의 고급화 전략으로 포지셔닝 - 한국산임을 알아볼 수 있는 포장디자인 개선을 품질대비 가성비 좋은 제품으로 인식 제고 - 원료 및 제품에 한국형 가치(Korean Value)를 부여함으로써 신뢰도를 향상시킴

라. 4C 분석

Customer Value
○ 필리핀 소비자들도 세계적으로 유행하고 있는 한류의 영향을 강하게 받아 한국 생활과 식품에도 많은 관심을 보이고 있음 ○ ‘식품 안전성’에 대한 관심이 커지고 있으므로, 고품질 상품을 통해 한국산 버섯은 안전하다는 이미지를 형성
Cost
○ 중국산에 비해 가격이 높으나 한국산 식품의 경우 ‘안전하다’는 이미지를 활용하여 소비자 공략 ○ 균일화된 품질의 버섯의 수출 규모를 지속적으로 유지하며, 한국산 버섯에 대한 포지셔닝
Convenience
○ 주요 수출품목인 팽이버섯의 소비자 접근성을 높이기 위해 현지 대표 슈퍼마켓 등을 활용하여 시장 확대 전략 ○ 중국산 상품이 시장을 장악하고 있는 새송이버섯, 만가닥버섯 등은 고급 쇼핑몰 내 슈퍼마켓으로의 진출을 통한 시장진출
Communication
○ 한류를 활용한 한국 농식품 스토리 마케팅 및 프로모션 등을 통해 한국산 버섯에 대한 긍정적인 인식과 우수한 품질 및 안전성을 강조

제 1장 버섯 수출시장 마케팅 전략 구축

5. 발전방안 및 시사점

1. 버섯산업 국내 . 외 여건

- 우리나라 버섯산업은 병재배가 가능한 팽이버섯, 새송이버섯, 느타리버섯 등은 액체 종균 접종과 병 재배기술이 일반화되면서, 생산시설 자동화 및 대량생산 시스템 구축 등으로 인한 생산성 향상을 이루게 되었음
- 재배 형태로 연중 생산되어 기후의 영향을 거의 받지 않는 반면에 소비는 겨울철의 찌개용으로 많이 소비되고 있어 겨울철 성수기와 여름철 비수기와의 수급면과 가격적인 측면에서 많은 차이를 보이고 있음
 - 팽이버섯의 경우 성수기와 비수기와의 가격차가 매우 큰 편이나 새송이버섯의 경우 팽이버섯 보다는 도매가격의 등락이 다소 안정적이며 도매시장 출하의 경우 자금회수가 빨라 자금회전력은 좋은 편임
- 버섯은 균상 재배품목으로 잔류 농약 등에 의한 안전성 문제가 적어 수출국과의 검역협상에 제한이 있는 국가는 거의 없는 편으로 수출 제약 요인이 적은 편임
- 2010년 이후 수출은 정체상태이나, 수입은 큰 폭으로 증가하여 수출입 수지는 적자가 지속되고 있음
 - 2005년에는 수출이 22백만불로 수입 27백만불을 상회하였으나 2010년에는 수출과 수입 모두 급상승하여 각각 49백만불, 47백만불로 수지균형 상태이었으나 2018년 현재 수입은 96백만불로 크게 증가한 반면 수출은 52백만불로 정체상태에 있어 수지 격차가 커지고 있음
 - 2018년 수출은 미국, 네덜란드, 캐나다, 호주, 베트남 등 20여개 국가에 팽이버섯, 새송이버섯, 만가닥버섯 등 신선버섯류와 표고버섯, 영지버섯 등이 수출의 주류를 이루면서 비약적인 성장세를 보임 현재 수출규모는 1992년에 비해 절반 수준임

- 해외 수출을 위한 경쟁력 있는 품목은 팽이버섯, 새송이버섯, 느타리버섯이며 표고버섯, 양송이버섯 등은 가격 경쟁력이 낮아 수출이 거의 이루어지지 않고 있음
 - 표고버섯은 세계적인 수출수요가 큰 품목이나 생산량 및 가격 경쟁력 측면에서 중국에 비해 취약하여 수출에 어려움이 많으며 일부 고급 건조 표고버섯(동고)이 일부 수출되고 있음
 - 팽이버섯은 생산자동화 등으로 가격경쟁력이 높고 품질, 포장면에서도 고급화가 이루어져 수출경쟁력은 높은 편임
 - 새송이버섯은 품질이 좋고 규격화가 잘되어 있어 수출경쟁력이 높고 수출단가가 높아 수출채산성이 좋은 품목임
 - 느타리버섯은 습이 많은 관계로 장기운송에 애로가 있어 주로 국내용으로 판매가 되었으나 해외수요가 늘어 점차 수출이 증가하고 있는 품목임
 - 양송이버섯은 해외에서 가장 생산이 많은 품목인 반면 국내에서는 생산량이 적고 생산단가가 높아 수출경쟁력은 낮은 편임
- 버섯의 국내 가공 산업은 아직 미약한 단계이며 해외의 경우에는 양송이 가공품 위주로 스프, 반절임 등 제한적으로 있고 일부 표고버섯의 경우 건조 표고와 표고분말 등 상품화가 적은 편임. 따라서 팽이버섯이나 새송이버섯의 가공품에 대한 해외에서의 인지도는 거의 낮은 편임

2. 해외 수출시장 여건

- 세계 버섯 생산량은 매년 10~20% 증가해 왔으며 다품종화 되어가는 추세임. 우리나라 버섯 생산량은 16만 톤(생산액 약 5,768억 원) 내외로 세계에서 15위 정도 위치임. 근래에 들어 수출과 수입이 모두 증가하고 있으며, 우리나라는 글로벌 시장에서 신선 버섯(HS CODE 0709.59) 기준으로 5번째 수출국 위치에 있음
- 글로벌 경쟁에서 경합관계에 있는 중국은 버섯산업이 최근에 비약적으로 양적팽창을 이뤄 한국의 최대 위협이 되고 있음. 중국의 2018년 버섯 생산은 우리나라(16만 톤) 보다 약 240배가 많은 3,842만 톤, 수출은 9만 톤(19만 4000달러) 규모임. 세계 버섯 총생산량의 약 70% 이상을 차지하는 큰 산업으로 성장하여 해외시장에서 한국산 버섯과 치열한 경합 관계를 형성하고 있음
- 주요 수출경쟁국인 중국은 국경 인접 국가(베트남, 중앙아시아 등)의 물류가 용이하고 정식통관을 거치지 않는 등 비공식수출로 인해 가격경쟁력 및 품질 유지 등에서 우위를 점하고 있음
 - 베트남의 팡이수출은 중국의 저가수출로 인해 하노이의 경우 수출이 급감하였으며 블라디보스토크나 몽골, 중앙아시아의 경우 중국산과의 경쟁이 치열하여 수출에 어려움이 많은 편임
 - 동남아 수출시장에서 중국산 강진공 포장 팡이의 신선도가 높은 것으로 인식되어 베트남 등 수출이 격감된 사례와 진공도가 강해 클레임 발생사례가 있음
- 주요경쟁국인 중국산과의 경쟁에 있어서는 가격면에서는 열위에 있으나 아직까지는 품질 및 포장과 인지도 등에 있어 중국산보다는 고급품으로 인식되고 있음. 중국산의 품질 및 포장은 조만간 큰 차이가 없을 정도가 될 것으로 예상됨
- 운송거리별 품위와 저장성 유지를 위한 실증 연구 개발이 미흡
 - 단거리 : 10일 이내, 동남아, 중거리 : 20일 이내, 호주, 북미, 원거리 : 40일 이내, 유럽, 남미)

- 유럽 및 북미 등 지역은 버섯은 대부분 양송이가 주로 유통되고 있으며 일부 표고버섯에 대한 수요가 있음. 따라서 우리나라의 주 수출품목인 새송이버섯과 팽이버섯에 해안 인지도가 낮으며, 현지 수출수요는 적은 편임
- 팽이버섯과 새송이버섯의 경우 주로 아시아에서 생산되며, 아시아권 국가에서 선호하는 품목임. 이는 유럽이나 미주, 호주 등에서는 생소한 품종으로 주로 아시아계에 유통되고 있음
- 버섯의 국내유통과 수출은 신선버섯 중심으로 이루어지고 있으나 공장 재배형 생산으로 생산단가가 낮아 수출의 경우 과당경쟁 등으로 경쟁이 치열함
- 유럽, 미주, 남미 등의 경우 장거리 운송에 따른 품질 유지 및 물류비용 과다 발생 및 신선도 유지 애로 등으로 수출에 어려움
- 항공운송의 경우에는, 유럽으로 수출 시 항공운임 13,197원 중 7,741원, 약 58.6%를 지원 받음(새송이 버섯 400g*10기준)
 - 물류비 지원이 가능하여 선도유지와 저장기간에 대한 관심이 적은 경향이 있어 이에 대한 노력이 필요함

3. 발전방안

1) 주력수출시장에 대한 수출확대를 위한 다양한 마케팅 활동 강화 및 각 국가의 특색에 적합한 홍보 판촉 등 다양한 프로모션을 진행해야함

- 판촉 및 홍보 활동 강화로 주력시장에 대한 시장점유율 확대가 필요함
- 아시안계 이외 미국의 히스패닉계와 현지인에 대한 시장 확대를 위한 다양한 홍보 활동 강화해야 함
- 한국산 버섯의 인지도 및 신뢰성 확대를 위한 K-mush 등 공동브랜드 홍보확대 및 브랜드 마케팅 전략 수립이 필요함
- 홍보 동영상 등 다양한 콘텐츠 제작 및 SNS 채널을 활용한 한국산 버섯의 우수성 홍보 강화

2) 수출을 위한 품질유지, 저장기간 확장 등 국내 생산기술을 위한 다양한 연구개발 확대

- 수출에 어려움이 많은 만가닥 저장성 등에 대한 생산기술 확대 및 수확 후 관리 이외 수확 전 품질관리, 수출용 버섯 재배 매뉴얼에 의한 국내 내수용과 별도의 생육관리 방안
- 생산성 향상을 통한 생산원가 절감, 지속적인 신선도 유지와 포장기술의 고도화가 필요
- 소포장 MA 필름 소재, 선도유지제, 선도유지 파우치, 대용량 또는 소포장용 벌크 포장방식, 적정진공도 제시 등

3) 수출 대상국가의 버섯 관련 현지 유통시스템에 대한 시장정보를 분석하여 수출업체 제공 및 신규수요를 확대

- 해외 현지 유통업체에 대한 거래 조건 등에 대한 조사 및 전략적 제휴방안 등 강구
- 현지의 지역별, 인증별, 시기별 버섯 및 버섯가공제품의 소비행태의 특성과 소비 선호도 및 소비의 결정요인 등을 정밀 분석하여 제공해야함
- 비관세 무역장벽 조사 및 해소방안을 제시하여 신시장(멕시코, 인도, 뉴질랜드 등) 개척을 강화해야함

- 신규시장 개척을 위한 시장수요 조사 분석 및 타국가와의 경쟁력 제고방안 등이 마련되어야함

4) 버섯 생산농가의 품종 개량 등 품질개선 및 생산성 향상 등 경쟁국과의 차별화 방안을 마련해야 함

- 안전성, 품질, 건강 Concept을 통한 해외시장에서의 중국산 버섯과 차별화 방안을 강구해야 함
- 품질 균일성 유지를 위해 버섯 수출전문단지 중심의 협력농가 확대로 규격품 생산을 확대해야 함
- 장거리 수송에 적합한 품종 육종 및 재배, 예냉, 포장 등 수출 맞춤형 차별화 방안을 강구해야 함
- 버섯은 소비자가 매일 찾는 품목이 아니므로 팡이의 다이어트 효능 등 기능성 대한 연구와 홍보방안

5) 신선 버섯의 수출상의 제약요인 해소와 새로운 소비 및 가치 창출을 위해 선진국형 수출 패턴의 고부가 버섯가공품을 개발해야 함

- 버섯가공품은 주로 양송이, 표고버섯 가공품이 대부분이나 미국과 네덜란드의 가공품시장 규모가 큰 점을 감안하여 서양을 대상으로 한 버섯가공품 개발, 동남아 및 중앙아시아 등 일부 지역은 건조 분말 등에 대한 수요에 적합한 제품개발
- 현재 국내 버섯가공품 개발은 초기 단계로 현지에 맞는 버섯가공품 개발을 위한 연구개발비용 지원 확대가 필요
- 버섯가공품 생산 시 원료 공급가격을 줄일 수 있는 가공용 버섯품종, 재배법 개발 등 다양한 대안 마련

6) 해외 현지 생산농장의 증가에 따라 현지산과의 수출경쟁을 위해 버섯 생산 플랜트 수출방안을 적극적으로 검토 필요

- 생산자 연합회 등 수출 감소를 우려한 반발이 예상되나 우리나라의 진출이 없어도 일본과 중국이 적극적으로 해외 현지 생산농장 투자하고 있으므로 화란과 같이 선진화된 스마트팜 농장 현지 설치 방안 등 고려할 시점임

제 Ⅱ장 버섯가공품 수출 활성화 연구

I. 연구개요

1. 연구 추진전략 및 방법
2. 해외 가공버섯 시장 동향 요약

1. 연구 추진전략 및 방법

가. 추진방향

- 본 연구는 부가가치가 높은 버섯가공품의 수출전략 연구에 주력하여 버섯가공품이 제2의 버섯 수출전략 품목으로 도약할 수 있도록 수출비즈니스 모델을 제시, 수출과정에 접목하여 실용화를 촉진하고자 함
- 따라서 본 연구의 버섯가공품 수출확대 방안은 ①버섯 가공업체 조직화(수출협의회)를 통한 버섯제품의 공동 마케팅 수출활로 마련, ②가공 버섯 공동 브랜드 전략 추진방안 등 투트랙 전략으로 수출 방향성 제시

나. 추진전략

- 본 연구는 부가가치가 높은 버섯가공품의 수출전략 연구에 주력하여 버섯가공품이 제2의 버섯 수출전략 품목으로 도약할 수 있도록 수출 조직화 및 버섯가공품 공동브랜드 활용 방안을 제시함
- 수출조직화 : 가칭 ‘버섯수출협의회’ 구성을 통한 버섯가공품 공동마케팅 추진으로 침체 산업에 머물러 있는 가공버섯의 신시장 개척 활로를 개척
- 공동브랜드 : 한국버섯의 세계화를 위한 공동 디자인을 제작하고 스토리텔링을 개발하여 단일화된 브랜드로 수출시장 진입 도모
- 마케팅 : 버섯실용화 가공품 제품개발 및 선발에 의해 해외박람회 참가, K-FOOD FAIR, 시장개척단프로그램 참가 등 적절한 마케팅 프로그램을 활용하고 농수산물식품유통의 해외지사 네트워크를 이용해 신시장 개척
 - K-MUSH와 버섯수출협의회는 팡이버섯, 새송이버섯, 만가닥버섯 등 신선 버섯을 중심으로 미국, 캐나다, 호주, EU 등 세계 20여 국가에 수출 진행 중으로, 이미 구축된 현지의 유통바이어 거래 선을 중심으로 신선 버섯과 병행하여 버섯가공품 마케팅 활용

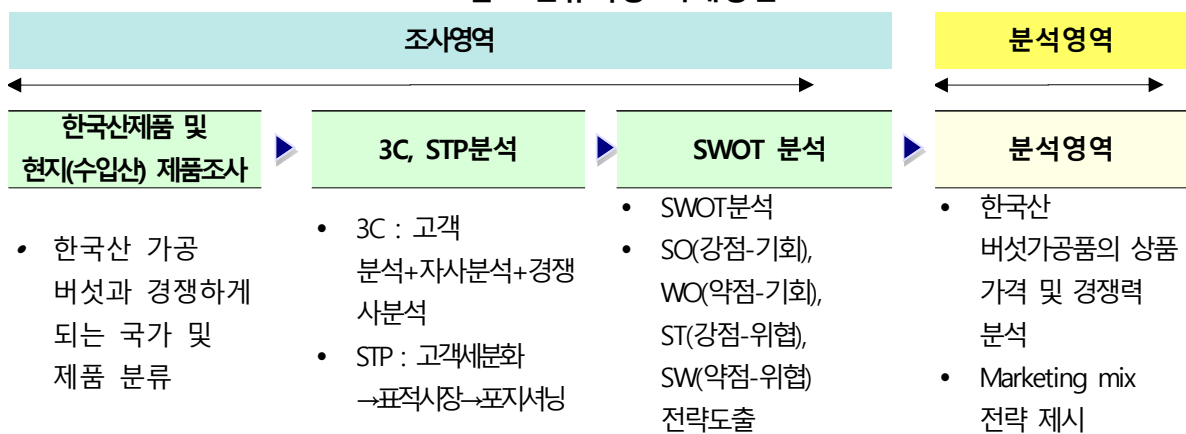
버섯가공품의 수출을 위한 애로사항 해소 전략 제시

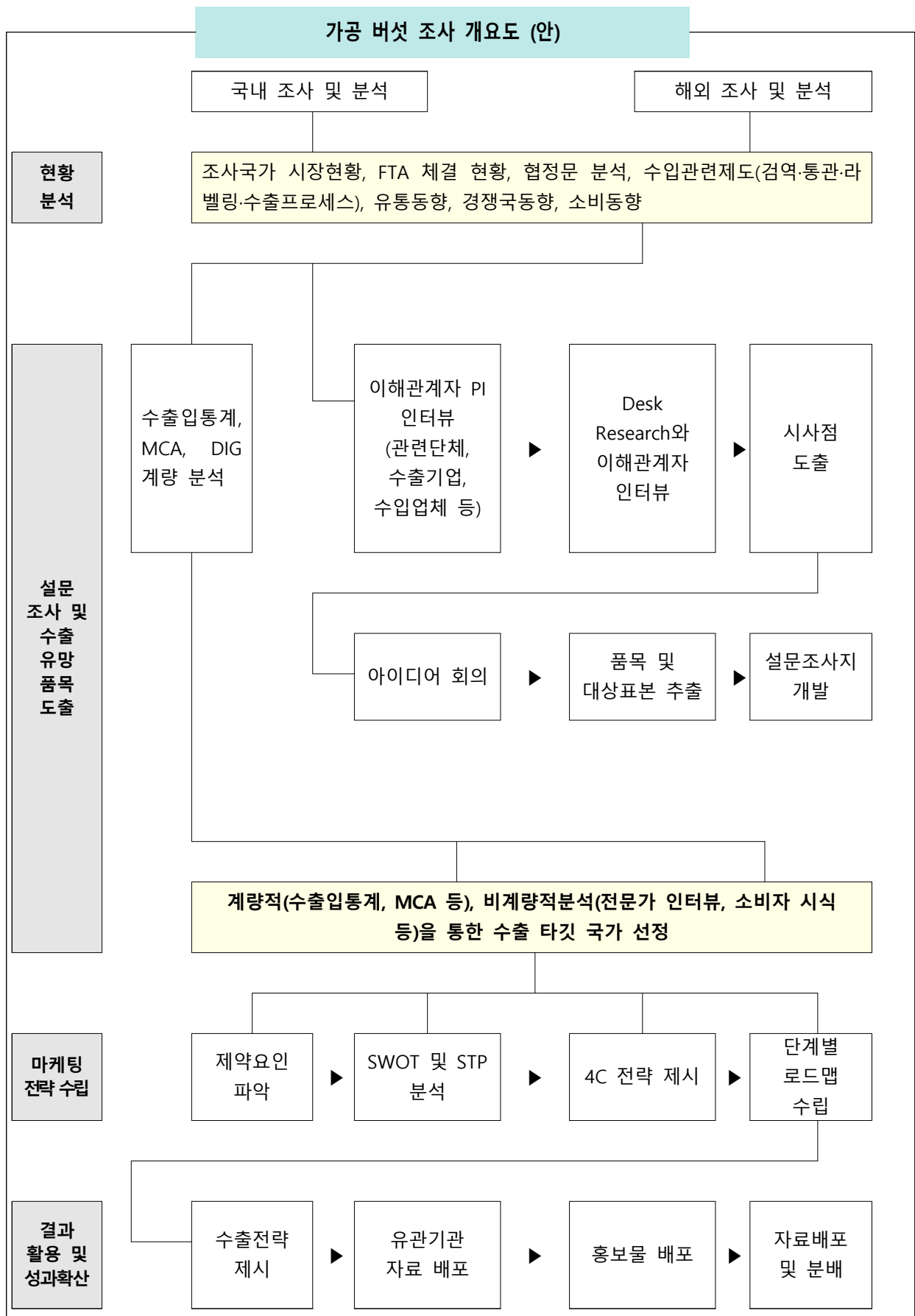
(1단계) 인식 Low Awareness	(2단계) 맛 How to remember	(3단계) 가격 Unclear Positioning	(4단계) 포장 디자인 Unclear Packaging
• 기억할 것이 필요	▶ • 지역별 다른 입맛과 식문화를 가지고 있는 국가에 대한 한국 제품 입맛 길들이기 위한 전략 제시	▶ • 고객층별 적합한 가격 및 프리미엄 시장 전략 제시 • 기존 시장 및 신규 시장으로 분류	▶ • 시각적 차별화 제안
Something to remember	How to remember	Consistent Pricing & Premium Direction	Visually Premium

다. 추진방법

- **시장조사 방법** : 선행연구조사, 정부자료, Desk Research, 관련업체 및 협회 인터뷰, 현지 조사기관(모니터), 현지 방문조사, 자문위원 자문 수렴, 현지 유관기관 활용 등의 방법으로 수행
 - 한국버섯수출사업단(K-MUSH) 등 선도 조직 주관 현지모니터의 기본적 시장정보 수집이 필요하고 현장방문을 통한 시장조사 및 시제품 반응 조사
 - 수출업체 및 생산업체를 대상으로 전문가 조사 진행. 수출업체에게는 가공 버섯 수출 애로사항 또는 제품개발 기술에 대해, 생산업체에게는 제품생산 및 기술적인 문제점 등을 조사
- **수출확대를 위한 국가별 버섯 가공제품 전략 수립** : 시장분석(STP, SWOT, 3C 등)을 통해 제품개발과 구체적 목표시장을 선정하여 제품개발의 방향성 제시하고, 마케팅 전략의 경우 4C 기법을 활용하여 가공 버섯 수출전략 구축

<그림> 신규시장 확대방안





2. 해외 가공버섯 시장 동향 요약⁸⁾

<미국>

- 한국산 버섯에 대한 이미지가 좋고 선호도가 높으므로 중국 등 아시안계, 히스패닉계 등 에스닉푸드 시장에 먼저 진출하고 점진적으로 주류시장 진출을 추진하여야 함
- 미국 현지인들이 먹는 버섯의 종류가 다르기 때문에, 시장 개척을 위해서는 현지인들이 주로 먹는 양송이버섯을 활용하여 새로운 아이템을 개발해야 함
- 미국 유통시장은 슈퍼와 하이퍼마켓의 점유율이 73%로 높은 편으로 월마트, 코스트코 등 현지마켓에 대한 적극적이고 새로운 마케팅 전략이 필요하며 최근 급속히 성장하고 있는 온라인시장에 대한 시장진출 필요
- 미국은 버섯 가공식품의 수입규모가 큰 시장이므로 신선 버섯보다는 부가가치가 높은 신규 버섯 가공식품 개발 및 식자재 공급을 위한 전처리 가공 버섯 등에 대한 다양한 수출방안 마련 필요
- 미국 수출은 2주 이상의 장기간의 선박운송으로 신선도 유지 등 품질관리가 관건이며 건강중심의 현지여건을 감안하여 무농약, 유기농버섯 수출을 적극적으로 추진

<호주>

- 한국산 버섯의 Coles, Woolworths 등 현지대형 마켓 진입은 Oriental Merchant, Ettason, Rockman Australia 등 유통상 및 전문밴드와의 전략적 파트너십 구축 필요
- 자국산 보호를 위해 수입산 취급을 꺼리는 대형유통업체 시장개척을 위해서는 현지 전문밴더 또는 자국산 버섯취급 업체와 최대한 전략적으로 제휴하여 바이어를 섭외하고 안정적 물품제공, 판촉행사 확대 등 다양한 메리트를 제시해야 함
- 한국산 버섯에 대한 인지도가 낮으므로 다양한 요리 레시피를 개발하여 보급하고 각종 시식행사 개최 등으로 한국산 버섯의 우수성 홍보
- 품질에 대한 고객 만족도가 높기 때문에 이를 지속해서 유지하는 것이 필요하며 건강상 이점 부각이나 유기농 인증 등 호주 소비자의 니즈를 반영한 차별화 전략 등 한국산의 고품질의 안전성을 강조한 브랜드 이미지 구축
- 가공 버섯의 경우, 호주에서 생산되는 전체 버섯(67,089톤) 중 3%에 달하는 1,764톤만이 가공 처리되어 시장에 공급되어 아직 초기 단계임

8) 버섯수출연구사업단 3차년도 동향보고서에 기 포함된 내용이나, 가공 버섯 해외시장 현황 파악을 위해 추가

<네덜란드>

- 주로 양송이버섯 생산을 생산하며 생산량의 64%가 잼, 통조림 등 가공품으로 소비되고 36%가 신선 버섯 상태로 농산물 도매시장에 유통되어 가공제품 시장이 큰 것으로 사료됨
 - 버섯 가공업체에서 생산한 버섯제품 중 95%를 수출하며 절임, 수프, 건조, 수프 등 다양한 종류의 가공제품을 수출함
- 항공수입에 따른 물류비용 부담을 크므로 선박운송에 따른 신선도 유지 등 품질개선을 위한 노력을 강화하고 가공제품의 다양화 필요
 - 항공수입 버섯의 소분상품에 대한 소비자의 신뢰성과 투명성 제고를 위하여 벌크보다는 선박을 통한 개별 소포장 상품의 직접 수출 방안, 포장의 차별화 방안 등 강구
- 한국산 버섯에 대한 현지인의 인지도가 낮으므로 한국산 버섯을 알리고 믿고 구매할 수 있는 이미지 제고를 위해 K-MUSH에 대한 브랜드 구축이나 온라인 마케팅, SNS 홍보를 병행할 필요

<프랑스>

- 프랑스의 버섯가공품 수입규모는 12,876천 달러. 버섯 생산형태는 신선 버섯, 냉동버섯, 건조버섯이며 저장용 가공 버섯으로서 최근에는 야생버섯 등 고급버섯의 수요가 증가하는 추세
- 품질이 균일하지 못한 중국산 대비 한국산 버섯의 우수한 품질을 강조하여 고품질 및 건강 이미지와 유기농 인증취득을 통한 프리미엄 마케팅 전략
- 중국산과 유럽산 버섯과 비교한 합리적인 가격 형성을 위해 저가(덤핑) 수출로 인한 한국 업체들 간의 출혈 경쟁을 지양할 수 있는 제도적 대안 마련 등 정책적 제도 마련 필요
- 물류비용 절감을 위해 선박 운송 시에도 신선도 유지 등 품질관리 방안 마련으로 항공운송으로 인한 물류비용등 절감방안 강구
- 아침식사 대용으로 간단한 식사를 원하는 소비자들을 위한 버섯을 활용한 다양한 가공제품 개발 및 한국산 버섯을 알리기 위한 K-MUSH 브랜드 활용

<영국>

- 식품 소비에 있어서 영국 소비자들은 신선하고 안전한 제품을 구입하고자 하는 경향이 높아 유기농 식품 시장이 빠르게 성장하고 있는 반면, 버섯가공품에 대한 시장 형성은 미흡
- 영국은 이민자 증가에 따라 에스닉푸드에 대한 관심이 높아지고 있으므로 한국산 버섯에 대한 우수성 홍보 및 요리 레시피 개발 등으로 이미지 구축 필요
- 시장 초기 진입을 위해서 버섯의 시식행사 등 입맛들이기를 위해서는 적절한 물류비용의 지원 등 대대적인 판촉행사를 통해 소비자가 구매를 할 수 있는 여건 조성
- 가격이 저렴한 중국산과 신선도가 좋은 현지산과의 차별화를 지속적인 품질관리 안정적인 상품 공급 등 프리미엄 제품으로 인식 제고 필요
- 한국산 버섯을 알리고 믿고 구매할 수 있는 이미지 제고를 위해 K-MUSH에 대한 브랜드 구축이나 온라인 마케팅, SNS 홍보를 병행

제 Ⅱ장 버섯가공품 수출 활성화 연구

Ⅱ. 국내 가공 버섯 산업 동향

1. 가공버섯 업체 동향
2. 가공버섯 제품 동향
3. 가공버섯 R&D 현황

1. 가공버섯 업체 동향

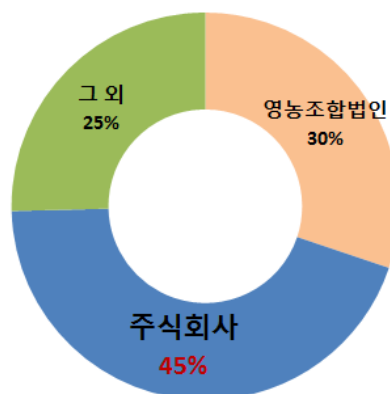
- 국내 버섯가공제품을 생산 및 판매하는 총 63개 업체를 현장조사 및 데스크 리서치로 조사하였으며 대기업은 제외함

- 2019년 하반기에 개최된 박람회(농업기술박람회, 서울 HMR 쿠킹 & 푸드페어, 대한민국식품대전)에서 버섯가공품을 홍보한 업체 14곳과 온·오프라인에서 버섯가공품을 판매하는 업체 49곳으로 총 63업체 선별

□ 기업정보

- 기업형태는 주식회사가 28곳(44.4%)으로 가장 많은 비중을 차지하였으며 영농조합법인 19곳(30.2%), 그 외 16곳(25.4%)이었으며 이 기업은 주로 중소기업, 벤처기업 등으로 이루어져 있음

(단위 : %)



[그림] 국내 버섯 가공업체 기업형태

- 대부분이 2017년 기준 인원수가 10명 이하의 영세 기업이며 주로 원재료와 제품명만 바꾸어 소품종의 제품을 판매하고 있음
 - '농업회사법인 그린합명회사'와 '마타리푸드(주)'가 예외적으로 음료, 가정간편식, 과자, 피클, 건조제품 등 다양한 품목을 취급함
- 63업체의 기업들은 주로 식품가공, 제조, 도소매업으로 분류되었으나, 일부 기업은 파워더사업, 육류도매, 부동산/토지 등도 병행하고 있어 전문성이 낮은 것으로 판단됨
- 하지만 일부 기업은 버섯 재배 경력을 바탕으로 꾸준한 기술 혁신 및 관련 발명특허 보유 등으로 지속적인 품질 향상을 위해 노력하고 있음

- 각 제품군별로 시리즈 형태로 만들고 있으며, 버섯의 쓴맛을 최소화하여 버섯에 함유되어 있는 영양분이 녹여들 수 있도록 혼합기술을 개발에 주력
 - 일부 가공업체는 지역농업 클러스터 및 컨설팅 활동, 대학 산학 협력농가로 후계 인력 양성에 적극적으로 지원하고 있으며 온라인 숍을 운영
- 총 63개 업체 중에 버섯 원료 함유량이 50%이상인 기업은 29곳이며, 차 및 음료, 과자, 분말, 절단 및 건조제품을 취급함. 나머지 34개 업체는 버섯 원료 함유량이 50% 미만이거나 라벨에 함유량 미표기 상태로 소비자에게 판매하고 있음
- 가정간편식(HMR), 소스 및 조미료, 수프류 제품에서 버섯이 약 1%에서 약 35% 함유되어있으며, 일부 기업은 버섯을 포함한 제품에 사용된 모든 원료 함유량을 표기하지 않은 제품을 온·오프라인에 판매하고 있는 것으로 조사됨

2. 가공 버섯제품 동향

가. 가공버섯 수출입 동향

- 가공 버섯으로는 보존용액으로 일시 저장 처리한 버섯, 원상·절단·얇게 썬 건조버섯류, 식초 또는 초산으로 처리한 것을 제외한 기타 조제 또는 저장 처리한 버섯 등이 있음
- 보존용액으로 일시 저장 처리한 버섯(HS CODE 0711.51, HS 0711.59)은 수출이 전무 하며, 중국에서 전량 수입함
 - HS CODE 0711.51는 보존용액을 처리한 아가리쿠스속의 버섯이며, HS CODE 0711.59는 보존용액을 처리한 송로버섯 등 기타 버섯임
 - 2019년 수입액 137천 달러 중 HS CODE 0711.59의 보존용액을 처리한 기타버섯이 91천 달러로 보존용액을 처리한 아가리쿠스 속의 버섯 수입액의 약 두 배 수준

<표>일시 저장 처리한 가공 버섯 주요 수입국 및 수입액
(HS CODE 0711.51, HS CODE 0711.59)

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세계	4,130	1,055	137	300	66	174	26	39	99	137
1	중 국	4,129	1,053	137	299	66	174	26	38	99	137

출처 : 한국무역협회(Kita.net)

- 원상·절단·얇게 썬 건조버섯류(HS CODE 0712.31, HS CODE 0712.39)는 우리나라에서 1,650천 달러 수출하며, 대부분 HS CODE 0712.39의 기타 건조 버섯임
 - 우리나라는 홍콩, 일본, 대만, 미국, 싱가포르로 기타 건조 버섯을 수출
 - 수출량은 67톤에 불과하나, 수출액이 1,650천 달러 수준으로 수출 단가가 높은 편임
 - HS CODE 0712.39의 기타 건조 버섯에는 아가리쿠스 속의 버섯, 목이버섯, 젤리균류를 제외한 건조 송이버섯, 표고버섯, 영지버섯, 느타리버섯, 팽이버섯 등이 있음

<표> 원상·절단·얇게 썬 건조버섯 주요 수출국 및 수출액
(HS CODE 0712.31, HS CODE 0712.39)

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
	세계	93	2,288	115	2,804	82	2,085	97	1,777	67	1,650
1	홍콩	12	643	21	978	19	861	18	745	18	730
2	일본	9	278	21	481	15	313	2	52	1	248
3	대만	39	537	41	638	9	163	30	393	17	200
4	미국	23	491	15	259	23	362	34	327	19	200
5	싱가포르	1	58	8	291	4	127	1	25	1	67

출처 : 한국무역협회(Kita.net)

- 우리나라는 중국, 러시아, 라오스, 미국, 프랑스로부터 기타 건조 버섯을 수입하며, 2019년 기준 16,954천 달러(2,125톤)를 수입

<표> 원상·절단·얇게 썬 건조버섯 주요 수입국 및 수입액
(HS CODE 0712.31, HS CODE 0712.39)

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세계	2,013	15,829	1,886	13,819	2,074	15,193	2,066	17,827	2,125	16,954
1	중국	1,951	15,173	1,791	12,999	1,772	13,803	1,905	16,644	1,897	15,335
2	러시아	50	269	80	349	289	1,061	144	507	184	641
3	라오스	6	189	5	132	0	0	4	104	10	297
4	미국	0	0	0	15	0	41	3	205	5	276
5	프랑스	2	64	2	96	2	79	4	175	4	184

출처 : 한국무역협회(Kita.net)

- 조제하거나 보존처리한 버섯과 송로(HS CODE 2003)은 대부분 중국으로부터 수입하고 있으며, 수출은 248천 달러 수준
- 2019년 기준 248천 달러의 조제 혹은 보존 처리한 버섯류를 수출하였으며, 주요 수출국으로는 미국, 일본, 홍콩, 베트남, 네덜란드가 있음

<표> 조제 혹은 보존처리한 버섯류 주요 수출국 및 수출액
(HS CODE 2003)

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
	세계	20	277	76.5	201	45	309	9	112	15	248
1	미국	0	1	1.3	74	1.5	81	2.7	83	4	174
2	일본	0	0	0	0	0	0	0	0	7	42
3	홍콩	0	0	0	0	0.2	5	0.4	13	0.4	18
4	베트남	8.5	16	13	29	12	27	0.6	14	0.3	11
5	네덜란드	0	0	0	0	0	0	0	0	0.3	1

출처 : 한국무역협회(Kita.net)

- 2019년 기준 19,632천 달러의 조제 혹은 보존 처리한 버섯류를 수입하였으며, 주요 수입국으로는 중국, 이탈리아, 네덜란드, 태국, 그리스가 있음

<표> 조제 혹은 보존처리한 버섯류 주요 수입국 및 수입액
(HS CODE 2003)

(단위 : 톤, 천 달러)

2019년 수입액 순위	구분	2015		2016		2017		2018		2019	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세계	15,458	16,229	16,486	16,003	17,329	18,132	17,814	19,182	18,044	19,632
1	중 국	15,429	15,921	16,419	15,685	16,813	16,430	17,618	18,330	17,554	17,612
2	이탈리아	14	191	7	158	28	411	29	461	60	1,107
3	네덜란드	11	38	56	116	472	1,133	117	234	399	801
4	태국	0	0	0	0	7	68	0	0	6	26
5	그리스	0	0	0	1	3	24	4	37	2	20

출처 : 한국무역협회(Kita.net)

나. 가공버섯 상품 동향

- 우리나라 버섯 산업은 새송이버섯, 팽이버섯, 느타리버섯, 표고버섯이 산업을 주도하고 있음. 버섯 산업의 국내유통과 수출은 신선 버섯 중심의 구조로 성장하고 있으며 가공품 시장은 아직 미약한 단계에 머물러 있어 소비촉진 필요
 - 특히 절단, 건조, 통조림, 절임 등 보편적 기술 축적이 낮은 수준. 수출 지향적이며 고도화된 고급 수준의 가공 제품의 개발과 목표시장에 제품을 출시할 수 있는 해외시장 마케팅 지원이 병행되어야 함
- 가공 버섯은 주로 반가공제품 형태의 salted mushrooms, pickled mushrooms, marinated mushrooms들이 주로 캔이나 병 등에 포장되어 생산되고 있으며, 버섯 파우더, 반죽, 추출분말 등도 식품소재로 이용되고 있음⁹⁾
 - 식품산업 분야에서는 동결(freezing), 산저장(pickling), 아페르타이징(appertizing)¹⁰⁾ 기법을 이용한 제품 증가 추세
 - 버섯 시장 판매 시, 색상 및 물성의 변화로 인한 상품가치의 하락을 막기 위하여 포장 및 건조법을 이용한 저장기술의 발전을 밑바탕으로 버섯을 이용한 음료, 엑기스, 농축류 등으로 개발된 제품 출시

동결	산저장	아페르타이징
		

[그림] 다양한 버섯 반가공기법

출처 : 판매사이트

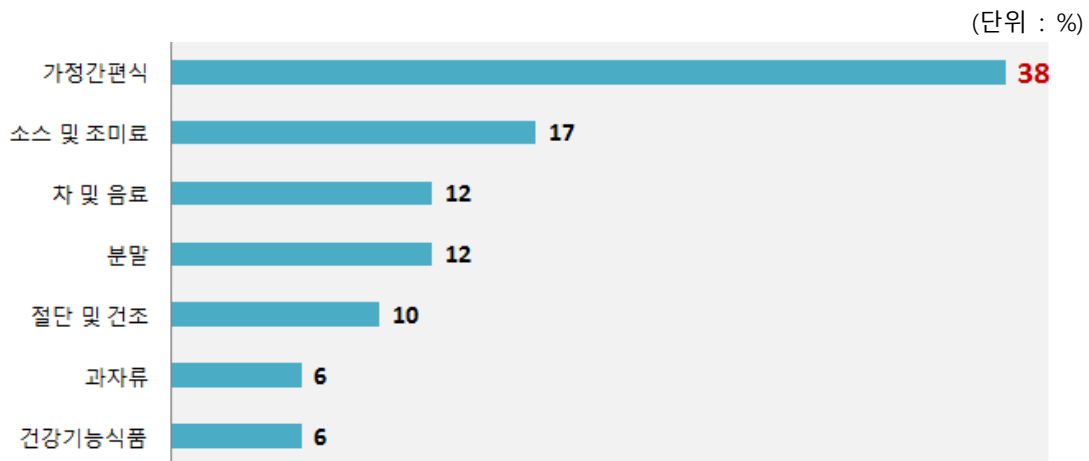
9) 농림축산식품부, 그린피스 버섯을 이용한 수출전략용 가공식품 개발 및 산업화 최종보고서, 2017

10) 식품의 부패가 미생물에 의한 것임을 알고 식품을 용기에 넣어 가열, 완전 밀봉함으로써 장시간 저장 가능기법

- 최근 여러 가지 형태로 가공식품이 개발되고 있으나 버섯 산업계 내에서도 버섯가공품에 대한 정확한 범위를 규정하고 있지 않음
 - 가정편의식(HMR) 형태로 스프, 죽, 버섯밥, 버섯 두루치기, 버섯 부대찌개 등이 출시되어 소비자의 호응도가 높은 반면, 1차 반가공제품인 차·음료, 과자류 등 원재료를 100% 활용한 제품은 식습관의 인지도 및 선호도가 낮은 편임
 - 그 외 양송이 통조림, 파우치 류(영지, 상황, 아가리쿠스, 천마, 새송이버섯), 차 류(영지, 상황, 운지, 아가리쿠스), 분말 류(표고버섯, 느타리버섯, 새송이버섯, 팽이버섯, 복령, 천마), 표고버섯 부침가루, 과립 류(아가리쿠스, 상황, 새송이버섯), 환 류(새송이버섯, 상황, 아가리쿠스), 건조버섯류(느타리버섯, 새송이버섯, 표고버섯, 영지, 상황, 아가리쿠스, 잎새버섯, 노루궁뎅이버섯), 면 류(팽이, 표고버섯), 스낵 류(느타리버섯, 새송이버섯, 표고버섯), 장아찌 류(새송이버섯, 느타리버섯), 새송이버섯 어묵, 새송이버섯 쿠키, 상황 캔디, 양송이 커리 등이 있음
- 한해 평균 20만 톤 내외가 생산되는 우리나라 버섯시장 총규모는 현재 1조 3,000억 원 정도로 예상되는데 그중에서 가공으로 이용되는 부분은 1%도 채 되지 않음

다. 가공버섯 제품 동향

- 국내에서 판매 및 생산되고 있는 버섯가공품은 크게 ①가정간편식 ②차 및 음료 ③절단 및 건조 ④분말 ⑤소스 및 조미료 ⑥과자 ⑦건강기능제품으로 조사됨



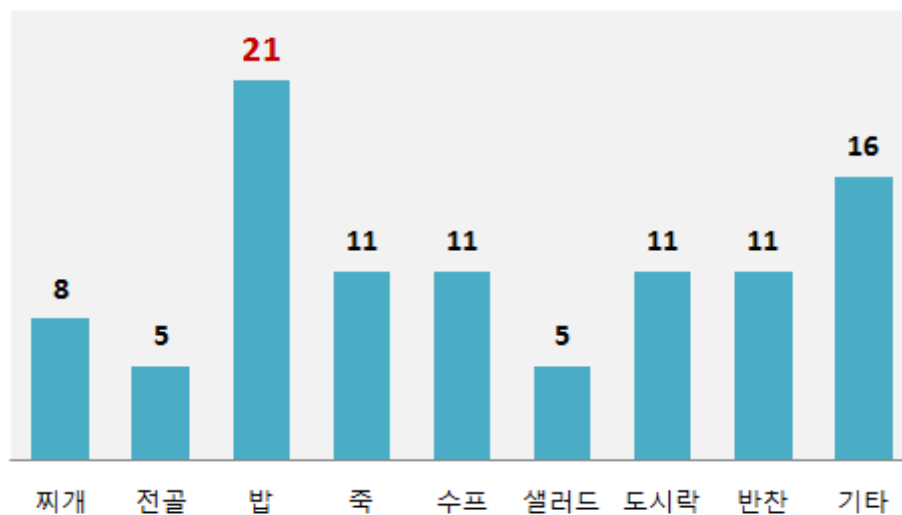
[그림] 국내 버섯가공품 유형

출처 : 자체시장조사, 2019

- 총 84개 제품을 조사한 결과 가정간편식 제품이 38%(32개)로 가장 많은 비중을 차지하며 소스 및 조미료 17%(14개), 차 및 음료 12%(10개), 분말 12%(10개), 절단 및 건조 10%(8개), 과자류 6%(5개), 건강기능식품 6%(5개)이 그 뒤를 이음

- 국내산 느타리버섯, 새송이버섯, 표고버섯, 양송이버섯, 목이버섯을 원료로 이용한 가공품이 주를 이루며 일부 제품은 중국산, 네덜란드산, 싱가포르산 버섯을 수입하여 가공품 제조
- 가정간편식 제품은 총 38개 중 밥 21%(11개), 죽, 수프, 도시락, 반찬이 각각 11%(4개), 찌개 8%(4개)가 주를 이루었으며 전골, 샐러드도 각각 5%(2개)를 차지함
 - 밥류(21%)는 밥에 버섯을 넣어 먹을 수 있는 반가공제품과 영양밥, 비빔밥, 주먹밥, 리조또 등의 완제품을 개발 및 판매하고 있으며, 버섯불고기와 버섯미트볼, 버섯볶음을 이용한 도시락(11%) 출시 비중이 증가 추세임
 - 수프는 양송이버섯 또는 모듬버섯에 크림을 혼합하여 부드러운 맛을 강조하며, 죽은 새송이버섯에 마, 더덕, 소고기 등을 각각 혼합함
 - 기타(16%)에는 두루치기, 라볶이, 리조또, 삼계탕 등이 포함되어 있음. 두루치기와 라볶이는 샘플 형태로 소비자에게 배포하여 제품 만족도를 조사하고 있는 단계임

(단위 : %)



[그림] 가정간편식(HMR) 세부 유형

출처 : 자체시장조사, 2019

- 차 및 음료는 무농약 재배한 팽이버섯과 표고버섯을 7:2 비율로 혼합하거나 팽이버섯, 느타리버섯, 상황버섯만을 이용하여 티백, 건조, 물 형태로 판매됨
- 특히 과자는 기름에 튀기는 과거 유당처리공법에서 기름을 사용하지 않는 진공강압공법을 이용하여 건강을 생각하는 소비자 트렌드에 맞춘 제품이 출시되고 있음
- 버섯 함유량이 높은 제품군은 건강기능식품>과자류>소스 및 조미료>가정간편식 순임

3. 가공 버섯 R&D 동향

□ 한국식품연구소

- 농업기술기획평가원 연구사업으로써, 한국식품연구소는 버섯수출연구사업단 세부 3-1 과제로 버섯 활용 쌀과자 스낵을 위탁기관 미듬영농조합법인과 함께 개발 중임
 - 쿠키의 모양을 다양한 형태로 제조한 결과 둥근 형태의 경우 버섯 쿠키의 특색이 없다는 의견이 있었으며, 버섯 모양의 쿠키는 버섯이 함유되었다는 사실을 강조할 수 있으나, 잘 부서지는 단점이 있어 보완이 필요하다고 연구되었음
 - 3차년도에 개발된 버섯 쌀스낵의 수출화를 위해 포장 디자인을 결정함. 이탈리아 산업디자인의 거장인 알렉산드로 멘디니(1931-2019)의 작품을 디자인함
 - 기개발된 버섯 쌀스낵의 베트남 수출을 위해 수입업체 등록을 완료하였으며, 수입 대행 등록기관은 베트남 K마트로 4천개의 샘플을 수출



[그림] 한국식품연구소에서 개발중인 버섯 쌀스낵

□ K-mush

- 버섯수출통합조직 농업회사법인케이머쉬(주)에서는 국내산 버섯을 활용한 제품을 개발 중이며, 개발 방향은 아래와 같음
 - 원물 버섯의 가공품보다는, 보조 재료로써 버섯 원료를 활용하며, 가공제품 내의 버섯 함량은 7~10%가량 포함될 수 있도록 적정 수준을 유지
 - 마케팅 및 홍보 시 국내산 버섯을 함유한 프리미엄 건강식품임을 강조할 수 있도록 방향을 설정

- 해외시장을 목표로 대중성과 가격 경쟁력을 갖춘 제품을 개발
 - 소비자 기호도가 높은 히트 제품과의 콜라보레이션을 통해, 시장진입이 손쉬운 버섯 제품을 개발
- 버섯 바게트 스낵 (제품명 '머쉴는 Miss. 바게트 스낵')은 새송이버섯과 팽이버섯을 5% 수준으로 첨가하여 기존의 마늘 바게트 스낵보다 맛과 기호도를 향상시킴
- 버섯의 풍미를 향상시키기 위해 트러플 향을 첨가함으로써 버섯을 주제로 한 맛과 향을 모두 만족시킬 수 있는 건강 지향의 제품을 개발



[그림] K-mus에서 개발중인 버섯 바게트 스낵

- 버섯 다시팩 (제품명 '버섯듬뿍 뽀로로 다시팩')은 다양한 해산물과 건조야채를 혼합하고, 느타리버섯과 새송이버섯을 10% 이상 첨가하여 감칠맛을 더함
- 유아용 다시팩으로, 어린 아이들이 친근감을 느낄 수 있도록 뽀로로 캐릭터 디자인을 더함
 - 첨가되는 야채와 버섯을 로스팅 공법으로 가공하여 육수의 맛을 향상시키는 특허 기술을 적용



[그림] K-mus에서 개발중인 버섯 다시팩

제 표장 버섯가공품 수출 활성화 연구

Ⅱ. 수출 경쟁력 강화 방안 연구

1. 수출조직화 방안
2. 공동브랜드 전략
3. 국내 가공 버섯업체 설문조사

1. 수출조직화 방안

□ 버섯가공품 수출협의회 필요성 분석

- **필요성** : 가칭'버섯가공품 수출협의회' 구성에 의한 버섯가공품 공동브랜드 수출 활성화 추진
 - '버섯가공산업협의회'의 수출 기능을 강화하여 기존 회원사를 포함한 '버섯가공품 수출협의회' 발전 방안 제시
- **목적** : 버섯가공품 수출의 조직화·규모화를 통한 해외시장 경쟁력 강화
 - 버섯가공품의 수출협의회를 결성하여 해외시장에서 경쟁력이 높은 전략형 수출품목으로 진입하여 2022년 버섯가공품 수출 1,000천 달러 수출을 달성
 - 버섯가공품 수출업체의 결속을 통한 공동마케팅 및 전략적 수출방안을 도출하여 수출증대를 통한 농가 및 수출업체의 소득을 증진
- **회원사 자격** : 버섯가공품 완성제품의 버섯 함유율이 일정규모 이상인 업체의 제품을 대상
 - 버섯함유율 적용 시 50% 이상 국내산 원료사용 업체
 - 버섯소재 : 건조품, 분말제품, 차제품, 피클, 절임(파우치/병), 과자류(유탕처리), 음료, 조미료, 죽, 샐러드, 소스, 버섯류 전골 등

* 정부의 수출물류비 지원기준에 의거, 가공식품은 주원료(단일원료)의 50% 이상이 국내산인 경우 지원
- **지원사업** : 사업개요
 - 사업내용 : 버섯가공품 수출 판촉전
 - 사업기간 : 2020 ~ 2022
 - 국 가 : 미국, 네덜란드, 일본, 중국 등
 - 홍보대상 : 수출국 바이어 및 일반소비자
 - 홍보품목 : 한국산 버섯가공품의 시식체험 및 홍보
- **기대효과** : 공동마케팅에 의한 한국의 버섯가공품 우수성 홍보로 수출을 촉진. 특히 과당경쟁의 억제로 수출단가의 가치 상승을 기대
- **사업예산 확보**
 - (주) K-MUSH 수출지원사업과 연계하여 홍보 및 판촉전 사업비 확보 강구
 - 신선 버섯 수출 바이어와 연계하여

□ 수출협의회

- 정부에서 수출조직을 육성하기 위해서 지원하는 지원 대상에 따라서 수출 선도조직과 품목별 수출협의회로 구분할 수 있음
 - 농림축산식품부에서 2015년 수출선도 조직과 수출협의회 통합운영 등 조직 운영 개선방안을 설정함

표, 정부의 수출조직 지원사업 종류

사업명	수출선도조직	품목별 수출협의회
지원목적	생산자와 수출업체 계열화	수출업체간 과당경쟁 방지
지원내용	물류비성 인센티브	공동마케팅비
지원대상	12개(60개 업체)	23개(851개 업체)

자료: aT 자체자료

<표> 정부의 수출조직 지원사업 지원 동향

단위 : 백만 원

	2010	2011	2012	2013	2014
수출선도조직	6,299	3,795	3,948	4,061	3,741
원예전문단지	5,315	4,492	4,021	4,564	4,305
품목별 수출협의회	1,426	1,598	2,595	1,487	1,495

출처 : 한국농수산식품유통공사(aT) 수출지원실적 자료, 농식품 수출조직 운영실태와 육성방안(KREI)

- 수출협의회는 농식품 수출과정에서 수출업체 간 과당 경쟁을 방지하고, 수출 창구 단일화를 유도하기 위해 수출업체들이 가입하고 결성한 조직임
 - 수출협의회는 수출업체 간 협력기구로서 공동마케팅, 가이드라인 설정 등 공동사업을 추진
 - 버섯가공품 수출협의회 구성 시, 수출 조직화 · 규모화를 통한 해외시장 경쟁력 강화를 위한 물류비지원(회원사 7%, 비회원사 1%), 공동마케팅비용(최대 500백만원) 등 수출협의회 지원 정책이 활용 가능해짐
 - 현재 배, 파프리카, 딸기, 버섯, 포도, 쌀, 유자차, 쌀가공식품, 전통가공식품 등의 품목에 대해 수출협의회가 구성되어 있음
 - 품목별 수출협의회는 연 2회 정기총회를 하고, 자체 운영위원회를 두어 불공정 수출질서 문란행위, 불공정거래 행위자에 대하여 제명할 수 있음

- 수출협의회는 운영활성화 및 행정사무 처리를 위해 사무국을 운영해야 함

<표> 수출협의회 운영현황

	설립연도	사무국	회원사 수	비고
배	08'	한국농림식품수출입조합	61	통합조직
사과	10'	한국농림식품수출입조합	52	
파프리카	08'	(주)코파	22	통합조직
버섯	08'	한국농림식품수출입조합	33	통합조직
딸기	11'	엘림무역	37	통합조직
쌀	09'	대원미곡종합처리장	27	
유자차	08'	두원농협	46	
포도	19'	한국농림식품수출입조합	45	통합조직
전통가공식품	19'	(사)전통가공식품협회	33	
쌀가공식품	20'	한국쌀가공식품협회	63	

주 : 2020년 운영 중인 수출협의회 23개 품목 중 신선농산물 품목 10개에 대한 분석

출처 : 한국농수산식품유통공사(aT) 내부자료, 농식품 수출조직 운영실태와 육성방안(KREI)

□ (사례) 쌀 가공품 수출 협의회

- 쌀가공식품 수출 활성화를 위해 수출업체로 구성된 협의회를 구성·운영하여 쌀가공식품 수출 경쟁력 강화를 통한 쌀가공식품 수출 활성화 도모
- 수출협의회는 쌀가공식품협회의 1200여개 회원사 중에서 다양한 품목의 62개 회원사로 구성되어 있음, 수출 증진을 위해 MOU 체결하여 수출협의회 구성 회원사를 대상으로 제품군을 선정
- 주요기능
 - 쌀가공식품 수출종합지원센터 기능
 - 쌀가공식품 수출확대 시스템 구축
 - 해외 공동마케팅 추진 및 해외판매촉진 활동
 - 정보 공유, 해외시장 질서 유지
 - 수출 애로사항 발굴, 정책 건의
- 결성 목적
 - 수출 애로사항을 해소하고 정부의 수출지원 사업 효율적 추진

- 품질관리, 공동마케팅, 공동브랜드 운영 등을 통해 쌀가공식품 수출 활성화 도모
- 수출업체 간 창구 일원화, 대·내외 무역환경 변화 등 현안 대응 및 정보 공유

□ 기본물류비 지원

- 포장·운송 등 물류비 부담이 큰 농식품 수출 시 물류비를 일부 지원하여 농식품 수출 활성화 및 농가소득 증대 도모
 - '수출물류비'는 농식품 수출에 소요되는 집하운송비, 선별·포장 인건비, 포장재비, 국·내외 운송비를 말함
- 지원내용 : 수출물량(kg) × 표준물류비(참고4)의 10% 이내
 - [수출협의회 구성품목은 7%](#), 일반품목은 1%를 지원
 - 쌀가공품, 장류, 과채음료 등 [가공식품](#)은 주원료(단일원료)의 50% 이상이 국산인 경우 지원(주원료의 외국산 혼입율 50% 미만 시 지원가능)
 - 가공식품은 주원료의 국산 비중에 따라 표준 물류비의 2~7% 지원

<표> 가공식품 원료 함량별 물류비 지원 비율

가공식품 주원료 국산함량	주원료 국산함량 100%	7%
	주원료 국산함량 90% 이상 100% 미만	6%
	주원료 국산함량 80% 이상 90% 미만	5%
	주원료 국산함량 70% 이상 80% 미만	4%
	주원료 국산함량 60% 이상 70% 미만	3%
	주원료 국산함량 50% 이상 60% 미만	2%
	주원료 국산함량 50% 미만	0%

출처 : 한국농수산물유통공사(aT) 2020년도 수출물류비 지원지침

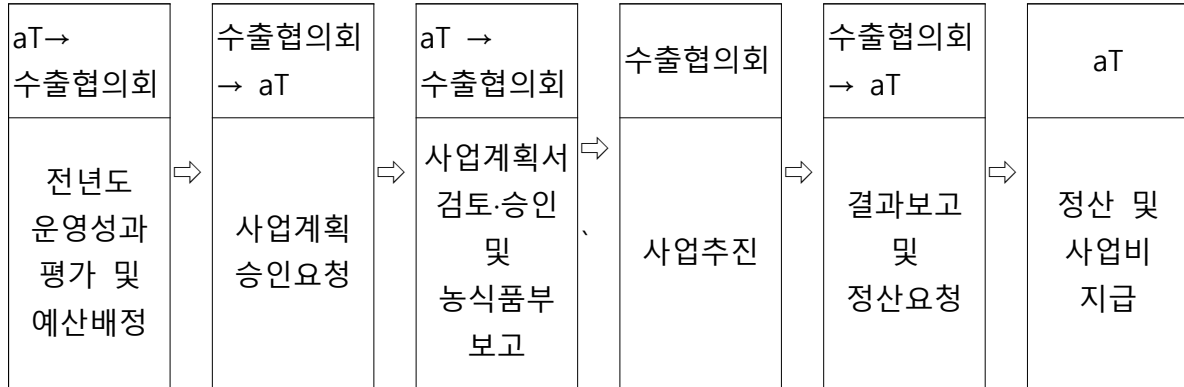
○ 지원한도(지급비율)

지원액	5억 이하	5억 초과~ 10억 미만	10억 이상~ 15억 미만	15억 이상~ 20억 미만	20억 이상~ 25억 미만	25억 이상~ 30억 미만
지급비율	100%	98%	96%	94%	92%	90%

* 지자체가 지원하는 금액은 대상 제외

□ 공동마케팅사업 지원기준

○ 공동마케팅 사업 절차



○ 회원사 전체가 수혜를 받는 사업은 100% 지원

- 정기총회, 수출시장 정보조사, 온·오프라인 홍보(매체광고) 및 해외 홍보행사, 동영
상·책자 제작, 품질관리 등

○ 회원사의 50% 이상이 참여하고, 참여한 업체만 수혜를 받는 사업은 80% 지원

- 바이어 초청, 수출상담회, 박람회 참가 등

<표> 가공식품 수출지원사업 종류(aT 한국농수산물유통공사)

지원 부문	세부지원 사업 종류		비고
수출정보제공 및 컨설팅	농수산물수출정보(KATI)		
	수출컨설팅		
	현지화 지원		
수출품목육성, 발굴	수출통합조직 육성		X 신선
	수출선도조직 기반육성		X 신선
	수출상품화 지원	상품화 지원	
		UN조달시장 진출지원	X 해당없음
	글로벌 브랜드 육성지원		
농식품 수출바우처 사업			
안전성 및 품질관리 지원	농산물전문생산단지 조직화 교육		X 해당없음
	안전성조사		
	선도유지제 지원		X 해당없음
통관 및 물류지원	수출물류비 지원		○ (수출협의회 구성 시 7% 지원)
	항공공동물류 활성화사업		X(신선)
	해외공동물류센터 지원사업		X 해당없음
	콜드체인 구축사업		X 해당없음
	샘플통관 운송비 지원		
	수출보험지원		
	해외인증 등록지원		
현지 유통망 개척	국제박람회 참가지원		
	바이어 거래알선		
	1. 대규모 바이어 초청 수출상담회		
	2. 개별업체 바이어 초청 지원		
	3. 온라인, 모바일 수출상담회 지원		
	해외 안테나숍 설치지원		
	시장다변화 프런티어 육성 지원		
	Global K-food fair		
	해외판촉행사 지원		
	온라인 모바일 마케팅		
1. 글로벌 B2B 입점 지원			
2. 글로벌 B2C Kmall24 입점지원			
3. 해외 온라인몰 입점 상담회			
대중국 수출전략품목 육성사업		현재 신선 버섯 해당	
수출 지원 자금 융자	농식품 글로벌 육성지원 자금(운영)		
	농식품 글로벌 육성지원 자금(시설)		

협 의 명	버섯가공산업협의회
주요사업	버섯가공식품 개발 및 수출
회 원 사	30개 버섯 가공업체가 연합되어 있으며 소속인원은 15~20업체 정도임

- 현재 버섯가공품 개발은 다양하게 진행됐으나, 국내 소비자들에게 인지도가 낮은 현
황. 향후 버섯의 부가가치를 높일 수 있는 가공품 개발 및 수출을 위해 2019년 버섯
가공산업협의회가 발족되었으며 간담회를 개최(2019.06.19.)
- 회원사 : 버섯가공산업협회 소속 가공업체는 대략 30개 업체 정도이나, 버섯가공
품에 대한 정확한 기준이 없어 어디까지 버섯 가공업체로 봐야 될지 모호한 상황
- 역할 : 버섯을 가공하여 국내외 소비자 인지도를 높이하고자 B2B, 프랜차이즈 사업 또
는 다른 식자재들과의 호환 방안 모색
 - 버섯과 어울리는 부재료들을 품목별로 체계화하여 가이드라인을 구축할 예정이며,
가공협회에 연합되어 있는 업체는 조미료, 차, 소스, 가정간편식 등 약 100~150
개 제품을 개발 중이며 품질 표준화를 위한 실험단계에 있음
- 공동브랜드 적용 협의회 회원사의 버섯가공품에 대한 제조 원물함량 기준 설정에 대
해서는 의견이 분분한 형태
 - **기준설정 필요입장** : 인삼을 활용한 가공제품에도 인삼 함량이 기준치 이상 들어
가야 제품 외관에 인삼 사진을 넣을 수 있는데 버섯가공품 또한 기준 필요하다고
생각됨. 기준이 없으면 버섯이 미량 함유된 제품을 생산하는 기업들도 여러 지원
대상에 해당될 수 있으므로 그 기준점에 대해서는 추후 협의 필요
예) HMR제품 : 스낵, 차, 분말의 경우 원물함량 50% 이상
 - **기준설정 불필요입장** : 원물 함량이 증가하면 제품 가격이 상승하기 때문에 버섯
가공품에 대한 소비자들의 접근성 감소 우려.
 - **기타 입장** : 버섯 원물 함량이 낮은 제품과 높은 제품을 세분화하여 기준을 설정
할 필요가 있음. 원물 함량이 낮으면 가격도 낮아지고, 버섯 특유의 향과 맛이 감
소하여 소비자들이 쉽게 접근할 수 있기때문에 대중적 이미지를 부여함과 동시에
원물 함량이 높은 제품의 경우 고품질화 추구가 가능해짐

○ **수출 활성화 방안** : 내수 시장의 경우 판매력이 있는 기업체와의 제휴를 통해 제휴 기업 브랜드로 공동 출하하는 한편, 수출 시에는 버섯 가공 공동브랜드로 출하

- 국내 시장은 대형급식업체나 가공품으로 소비가 전환되고 있기때문에 대형급식업체나 HMR식품업체들이 요구하는 규격에 대해 조사 진행 및 공유 필요. 따라서 ① 대량으로 소비될 수 있는 소비처 탐색 ②버섯가공품에 대한 소비자 니즈 조사 ③ 작은 업체들 및 로컬 푸드에 대한 수요조사가 진행되어야 함
- 부수적으로 버섯 품목별 처리방안 및 활용방안에 대한 조사 필요

예) 버섯의 건조 및 분말조건, 가공품 활용도 등

2. 공동브랜드 전략

가. 필요성 및 목적

- 공동브랜드를 사용하여 국내외 소비자들에게 브랜드인지도 제고로 통일된 이미지를 제공함으로써 버섯가공품의 브랜드 및 디자인 파워 제고 필요
 - 공동브랜드를 국내에 산재되어 있는 가공업체들이 활용하여 수출협상력 강화, 비용 절감, 동일품목에 대한 브랜드 혼란 방지, 시장정보 공유, 신속한 시장진입 도모 추구
- 다국적 시장 환경에서 상당수의 소비자들은 기업 개별브랜드에 비해 공동브랜드를 선호하는 것으로 나타났으며 선호하는 이유는 크게 3가지로 조사됨¹¹⁾
 - ①품질보증 효과로서 소비자들이 공동브랜드를 떠올릴 때 무엇보다 믿을 수 있는 품질이라고 생각함 ②동질감이 형성됨 ③기업들에게 제품과 서비스 판매의 목적만이 아닌 환경문제와 같은 사회적인 이슈에 대해서도 의무성 부과
- 글로벌 시장 환경에서의 경쟁 심화로 인해 많은 기업들이 브랜드 제휴를 통해 경쟁력을 높이려고 하는 추세이며, 전문성을 갖춘 공동브랜드는 소비자에게 긍정적인 태도 변화를 유도함¹²⁾
 - 자국 내 시장에 협소한 경우, 공동마케팅의 중요성이 부각되고 있으며 소비자가 지각할 수 있는 공동브랜드가 소비자 구매의사 결정에 결정적인 역할을 할 것으로 사료됨
- 국내 신선농산물 업체들이 글로벌 브랜드(예; 썬키스트 등)와 경쟁하기 위해서는 해외 기업의 품질과 인지도, 개성에 뒤지지 않기 위한 꾸준한 투자 등을 통해 제품에 대한 품질개성을 적극적으로 시도해야 하며 공동브랜드가 보유하고 있는 장점을 다양한 매체를 통해 홍보하는 마케팅 전략 필요

11) 글로벌 브랜드는 무엇이 다른가, 2005

12) 글로벌 브랜드와의 제휴가 소비자 브랜드 평가에 미치는 영향에 관한 연구, 2010

나. 공동브랜드 장/단점 및 사례

○ 장점 : 원재료 공동조달 및 생산으로 인한 품질 균질화 외 4가지로 정리됨

- ① 높은 마케팅 비용 절감효과
- ② 소비자들은 동일한 브랜드를 여러 제품에 사용하는 지업에 대해 품질에 자신감을 가진 것으로 간주
- ③ 한 가지 제품의 성공이 같은 브랜드를 사용하는 다른 제품에 긍정적인 영향을 미침
- ④ 원재료의 공동조달 및 공동생산으로 제품마다 상이하게 존재하는 품질 격차 감소 및 공동조달에 따른 비용절감을 통한 경쟁력 제고
- ⑤ 공동유통망 확보를 통한 유통업체 횡포 대항

○ 단점 : 공동브랜드 단점은 다음과 같이 5가지로 정리할 수 있음

- ① 일부상품이 소비자에게 부정적인 평가를 받음으로서 공동브랜드 전체에 부정적 영향초래
- ② 브랜드이미지가 높은 공동브랜드는 다른 제품에 사용이 어려움
- ③ 초기제품이 강력한 이미지를 형성하게 되면 다른 제품에 공동브랜드 전략을 유지하기 어려울 수 있음
- ④ 개별업체 통합관리에 의한 체계적인 품질관리 및 수출가격의 균일화가 어려움
- ⑤ 품질의 균일화를 위해 인증기관의 사전 검사 시 물적·인적 비용 문제

○ 사례 : 한국 농식품 수출 공동브랜드 '휘모리¹³⁾'가 대표적인 성공사례로 국가공동브랜드를 통해 수출농가와 업체의 조직화·규모화를 유도, 수출경쟁력을 향상시켜 수출농산물의 안전성 확보와 함께 품질을 고급화·규격화를 목적으로 사용됨

- 공동브랜드 '휘모리'는 2004~2008년 파프리카, 장미, 배, 국화, 새송이버섯 등 일(一)브랜드 다(多)수출농가 적용되었으며 국가 공동브랜드의 성공은 김치, 인삼, 유자차과 같은 가공식품의 공동브랜드 출범 유도
- 카멜(Carmel), 제스프리(zespri) 등 외국 공동브랜드와 차별화로 한국산 농산물의 국제적인 신뢰도 제고시키고 안전생산·안정공급·안심소비를 지향함

13) 휘모리는 우리나라 농식품 수출공동브랜드로서 세계 주요국에 브랜드 등록(2024년 까지 브랜드유효)

휘모리(Whimori) 추진과정

- 2004.3월 : 수출농산물공동대표브랜드 "Whimori" 네이밍 확정
- 2004.10월 : 휘모리 런칭(일본)
- 2004.10월~12월 : 브랜드 시범사업 실시
- 2005~ : 브랜드사업 본격 추진(3개 품목 : 파프리카, 배, 국화)
- 2006~ : 브랜드 품목 확대(장미) 및 예비사업(단감) 추진
- 2009~ : 브랜드 품목 및 운영업체 확대
*품목 : ('04)4품목→('09)6(김치, 새송이버섯 추가)/업체 : ('07) 8업체 → ('09) 12
- 2011~ : 9개 품목 4개 업체 등록
*장미·백합·국화·심비디움·수국(수출선도조직 케이로즈), 선인장(고덕원예무역), 새송이·팽이(버섯류 수출통합조직 K-MUSH), 파프리카(수출통합조직 KOPA의 회원사 - 주식회사 농산)
- 2013~ : 수출선도조직과 휘모리 브랜드 통합관리

출처 : 농수산물유통 수출농가지원부 요청 자료

- 주요성과 : 농식품 6개 품목에 10개 업체가 참여, 휘모리 사업에 지정된 수출업체에는 정부의 물류비 인센티브 지원, 해외마케팅 지원 등으로 초기 해외시장 개척 활성화 기여함
- 개선사항 : 차별화된 상품의 지속적인 발굴과 업체 간의 의사소통을 통한 브랜드 체질 개선 및 지속적인 리모델링 필요
- 동일한 자원 대상에 대해 복수 사업으로 분산 지원됨에 따라 2013년 '수출통합조직' 브랜드 통합 관리
- 휘모리 진단 컨설팅 결과 나타난 문제점별 개선방안 마련으로 사업 활성화 도모
- 휘모리 사업은 브랜드 홍보를 통한 브랜드 가치제고에, 선도 조직 사업은 브랜드화를 하기 위한 생산기반 구축에 역점을 둘 수 있도록 추진

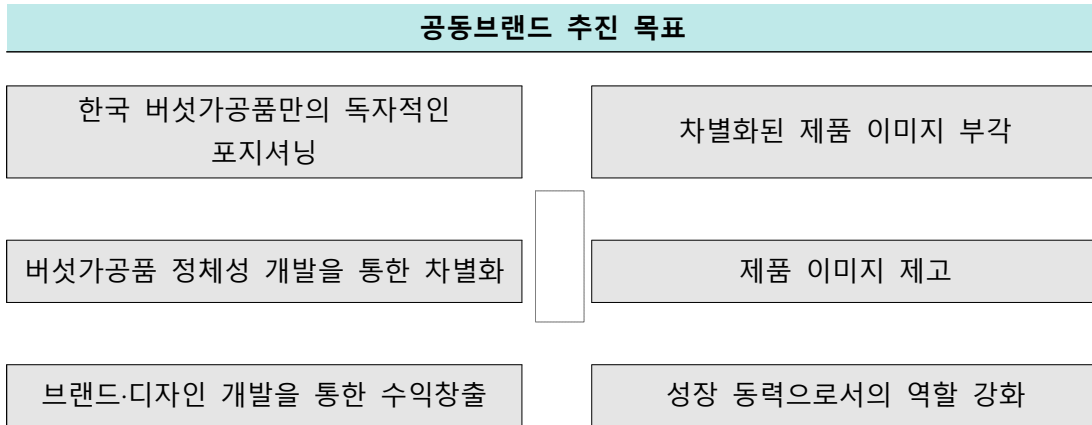
<표> 통합 후 사업비교

구 분	현 행		통합 후
	수출선도조직사업	공동브랜드(휘모리)사업	
목 적	농식품의 고급화·규격화	규격품 수출물량의 안정적 공급	고품질규격품 수출물량 안정적 공급
지원 대상	• 선도 조직 선정 수출농가 및 수출업체 • 16품목 18조직	• 휘모리 대상품목 운영 업체 및 생산자 • 6품목 10업체	• 일정수준이상 수출업체 및 생산자 • 절대 업체 수 28 → 24개로 감소
선정심사	• 「수출선도조직 선정위원회」 심사 평가결과 80점 이상 중 고득점 순 • 계량 60, 비계량 40, 가점 10	• 「사업자 선정위원회」 심사 평가결과 고득점 순 • 계량 20, 비계량 70, 현장실사 10	• 「수출선도조직 선정위원회」로 통합운영 ※선도조직사업자가 휘모리 희망 시 담당부서에서 검토
지원방식	• 평가에 따라 차등지원 및 계속지원여부 결정	• 1년 약정 후 자동연장 • 평가 없음	• 평가에 따라 차등 및 계속지원 여부 결정 ※휘모리 사업자 평가 기준 별도 마련
지원조건	• 기반조성인센티브 - 최우수(150), 신규·우수(120), 일반(100) ※총사업비의 70%이내 • 수출활성화 인센티브 - 평가결과 표준물류비의 12%이내 차등지원	• 추진내용별 활동 지원 - 품질관리 지도점검 및 브랜드 통합마케팅 • 휘모리 인센티브 - 평가결과 표준물류비의 10% 이내 지원	• 기반조성인센티브 및 수출활성화 인센티브 유지 • 휘모리 인센티브는 2012년 7월부터 폐지
지원내용	• 품질관리체계 운영 지원 및 선진기술습득 • 안전성 검사 지원 • 포장개선 • Cold Chain 유통지원 • 우량종자(원료)구입비 • 수출마케팅 지원 • 생산시설 개선, 자재 구입지원 • 물류효율화 지원	• 품질관리 전담 지도사 지정운영 외부전문가 지도 • 공동 안전성 관리 • 선별·포장관리 • Cold Chain System • 마케팅관리(브랜드 홍보, 시장개척, 판촉행사 등) • 계약재배 약정체결 • 우수바이어 초청, 대형 유통매장 직수출 홍보물 제작	지원내용 통합·집중 추진 ↓ 인력 및 예산보강에 따른 시너지 효과 기대
인력통합	농산수출팀 2명	1명	1개 팀 통합 3명
예산절감	22억	2억	중복예산 조정 시 최소 2억 이상 절감

출처 : 농수산식품유통 수출농가지원부 요청 자료

다. 공동브랜드 추진목적

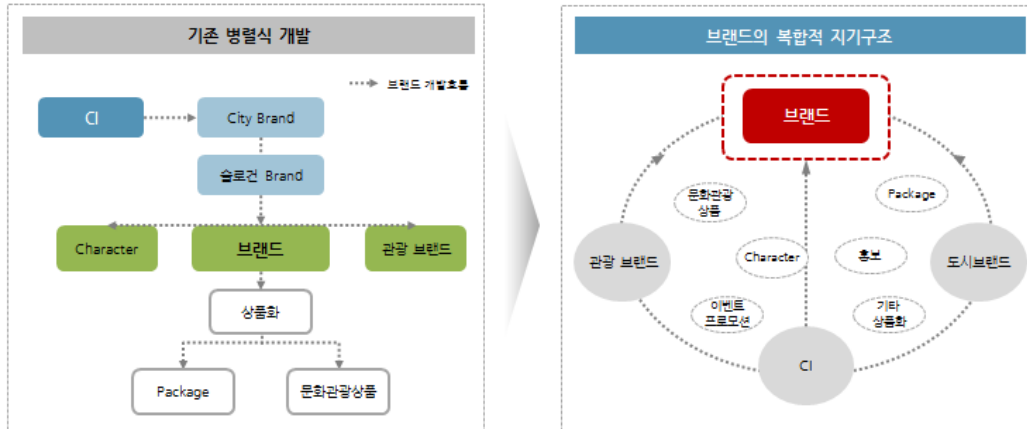
- 한국에서 생산되는 버섯가공품에 대해서 공동브랜드를 사용하여 국내외 소비자들에게 브랜드인지도 제고로 통일된 이미지를 제공함으로써 해외시장 마케팅 브랜드 파워 강화



라. 공동브랜드 개발방향

- **필요성** : 국내외시장에서 농산물 판매 경쟁이 치열해짐에 따라 안정적인 판로 확보, 상품 차별화 및 고부가가치화를 위한 다양한 브랜드화를 추진
- 우리나라의 농산물 브랜드화는 개별브랜드 중심으로 추진되어 브랜드 간 차별화가 이루어지지 못하고, 브랜드의 관리 부실 등으로 브랜드화의 경제적 효과가 미흡한 실정
- 현재의 공동브랜드화는 광역범위 품질관리의 어려움, 공동브랜드화 인식 결여, 운용 시스템 미흡, 브랜드 관리부실 등으로 수많은 공동브랜드가 유명무실한 실정임
- 버섯가공품의 공동브랜드의 제작은 브랜드 관리주체의 명확화, 홍보의 효율성, 사전 사후 관리 용이성 등 다양한 요소를 복합적으로 고려하여 개발하여야 함
- **브랜드 개발방향** : 주요국가 소비자에 맞는 브랜드 네임, 로고 등을 트렌드에 맞게 구축하기 위해 이름, 로고, 캐릭터 등의 다양한 브랜드 구성요소 고도화
 - 브랜드의 관리주체는 (주)K-MUSH와 연계하여 신선 버섯 및 가공품버섯의 통합적 브랜드 사전·사후관리의 신뢰성 확보
 - 버섯가공품 통합브랜드의 BI, CI, 네이밍 등 브랜드 복합적 지기 구조 반영 하며, 유튜브, SNS 등 인터넷 동영상 플랫폼을 최대한 활용하여 공격적인 마케팅 홍보 진행

공동브랜드 개발 방향



- **공동브랜드 제작검토 :** 버섯가공품 브랜드의 기존 K-MUSH 신선중심의 브랜드 활용 (1안) 및 신규브랜드 제작(2안)을 비교 검토한 결과 가공 버섯제품 브랜드를 『K-MUSH 브랜드로고』를 활용을 적극 고려

- 버섯가공품에도 K-MUSH 콘셉트를 동일하게 적용하여 해외시장에서 조기에 한국산 버섯의 공통적이고 긍정적 인지도 확산이 필요

<표> 추진전략 및 내용

	1안 : K-MUSH 활용	2안 : 신규브랜드 제작
장 점	• 인지도가 검증된 K-MUSH 브랜드를 가공품에도 동일하게 적용하여 한국산 버섯의 공통적 인지도 확산 • 기존 신선 버섯 수입업체와 구축한 신뢰도 활용	• 기존 신선 버섯과 차별화된 홍보로 가공품 버섯의 브랜드 특화 가능 • 가공 버섯의 비전을 독창적 BI를 이용하여 시각적으로 전달 가능
단 점	• 신선 버섯 중심의 브랜드로 인식이 되어 있어 버섯가공품 시장 인지도와 연계성 불명확	• 신규브랜드 개발에 많은 예산과 시간 소요되어 제조업체 부담 가중 • 브랜드 사후관리 주체의 불명확

- **공동브랜드의 표기 :** 수출용으로 사용하고 있는 자사브랜드와 K-MUSH 공동브랜드의 이원화 표기사용

- 수출용 박스와 포장지에 자사브랜드 이외의 공동브랜드의 표기를 원칙으로 하며 박스의 공동브랜드 활용방법 위치, 크기 등은 수출업체와의 협의를 통해 결정(별도검토)
- 기존 박스 및 포장지 활용을 위해 2차년도에는 한시적으로 스티커(공동브랜드) 활용

3. 국내 버섯 가공업체 설문조사

- 버섯 가공품 수출 여부를 살펴본 결과, 없다가 83.3%로 있다 16.7%보다 높게 나타남
 - 버섯 가공품 수출 품목으로는 표고가루가 들어간 쌀과 잡채 구성품, 밥이 있음
 - 수출을 하지 않는 이유로는 국내 물량으로 충분해서, 업체가 작아서, 수출 경로를 몰라서, 수출 필요가 없어서, 수출 할 생각이 없어서, 담당할 인력 부족, 회사 여건이 어려워져서, 주 종목이 아니라서, 판로가 없어서, OEM이라 직접 판매하지 않아서가 있음

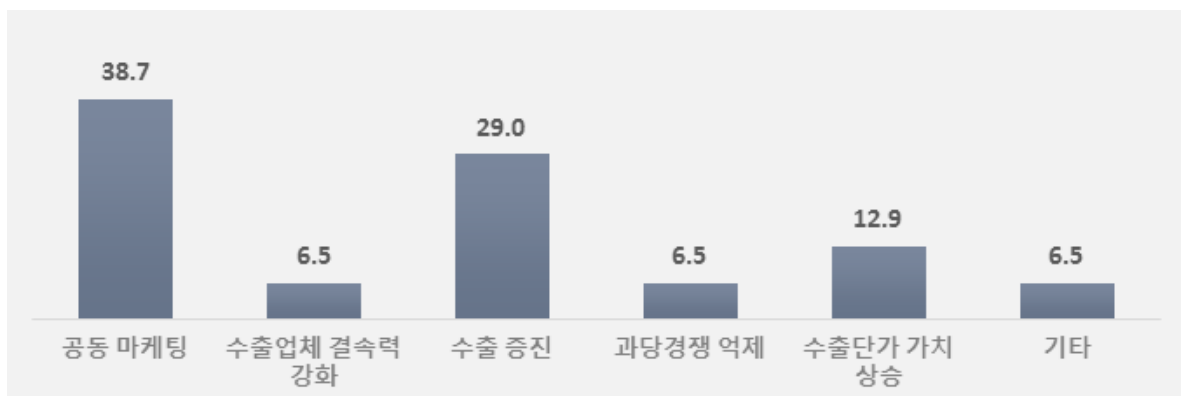
<표> 버섯 가공품 수출 여부

(단위 : 명, %)

		N	있다	없다
전체		(12)	16.7	83.3
사용하는 버섯종류 (복수 응답)	양송이버섯	(1)	0.0	100.0
	새송이버섯	(2)	0.0	100.0
	팽이버섯	(1)	0.0	100.0
	느타리버섯	(1)	0.0	100.0
	표고버섯	(7)	28.6	71.4
	기타	(4)	25.0	75.0
버섯 가공제품 (복수 응답)	차 및 음료	(3)	0.0	100.0
	절단 및 건조/분말	(3)	0.0	100.0
	소스/조미료	(1)	0.0	100.0
	건강기능식품	(1)	0.0	100.0
	기타	(5)	40.0	60.0
포장형태 (복수 응답)	비닐 랩	(2)	50.0	50.0
	비닐 파우치	(4)	25.0	75.0
	병	(4)	25.0	75.0
	기타	(5)	0.0	100.0
제품 판매처 (복수 응답)	국내 대형마트	(4)	25.0	75.0
	해외 한국계 마켓	(1)	100.0	0.0
	해외 현지마트	(1)	100.0	0.0
	기타	(11)	18.2	81.8

- 버섯 가공산업 협의회 가입 여부를 살펴본 결과, 없다가 91.7%로 있다 8.3%보다 높게 나타남
 - 버섯 가공 산업 협의회에 대한 호응이 별로 없어서, 경로를 몰라서, 버섯이 주 제품이 아니라서, 이미 분말로 들어오니까 굳이 필요 없어서 등의 사유가 있음
- 해외시장 개척을 위한 버섯가공품 수출협회의 필요성은 필요가 57.1%로 불필요 33.3%보다 높게 나타남
 - 버섯가공품 수출협의회 참여의사를 살펴본 결과, 없다가 55.0%로 있다 45.0%보다 높게 나타남
 - 참여 사유로는 소규모라서 추진 못했는데 가능하다면 참여의향이 있다, 수출 판로가 생길 수 있어서, 회사 내부적으로 협회가 필요함, 해외시장에 한국버섯가공식품 진출에 많은 어려움이 있어 많은 지원이 필요하다고 있음
 - 비참여 사로는 제품 호응이 없어서, 국내 물량으로 충분해서, 버섯이 주종이 아니라 아직은 잘 모르겠다, 필요없어서, 현재는 많이 미비. 수출관련 준비, 정보 필요가 있음
- 수출협회의 역할을 살펴보면, 공동 마케팅이 38.7%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 수출증진(29.0%), 수출단가 가치 상승(12.9%), 수출업체 결속력 강화, 과당 경쟁 억제, 기타(각 6.5%) 순으로 나타남

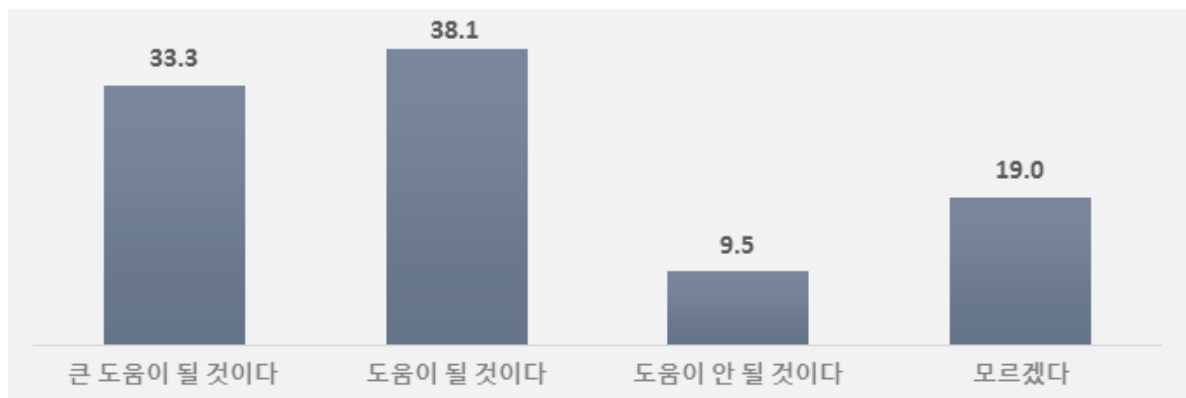
(복수응답, 단위 : %)



[그림] 수출협회의 역할

- 버섯가공품 공동브랜드 참여의사를 살펴본 결과, 없다가 52.4%로 있다 47.6%보다 높게 나타남
 - 참여 이유로는 취합해서 판로개척과 홍보 등 해줄 것 같아서, 수출을 하기 위해서, 공동 브랜드가 필요할 것 같아서, 소비를 해서 판매를 해야 하니까, 담당자인 팀장입장에서는 긍정적인데 회사와 검토가 필요함이 있음
 - 비참여 이유로는 취급하는 제품에 대한 호응이 없어서, 비품에 비해 판로 확보가 안 되어서, 단독으로 개척할 생각이라 필요 없다, 버섯이 주 제품이 아니라서, 대량으로 취급하는게 아니라서, 홍보 및 마케팅부분에선 강점을 보이겠지만 각 기업별 제품의 경쟁력을 통한 품질향상과 독창적인 개발부분은 미흡할거 같다가 있음
- 버섯 가공품 공동브랜드의 수출증진 도움여부로는 큰 도움이 될 것이다(33.3%)와 도움이 될 것이다(38.1%)로 도움이 된다는 의견이 71.4%로 나타남

(단위 : %)



[그림] 버섯 가공품 공동브랜드의 수출증진 도움 정도

- 버섯 가공품 공동브랜드의 홍보효과 도움여부로는 큰 도움이 될 것이다(42.9%)와 도움이 될 것이다(38.1%)로 도움이 된다는 의견이 81.0%로 나타남
- 공동브랜드의 역할로는 마케팅 활성화가 60.7%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 수출 증진(14.3%), 품질 향상과 물류비 절감(10.7%), 기타(3.6%) 순으로 나타남
- 공동브랜드 사용의견은 신규제작이 76.5%로 기존의 K-MUSH 로고 활용 23.5%보다 높게 나타남

참고문헌

2019 농림축산식품부 주요통계, 농림축산식품부
2019 농림수산물식품부 특용작물생산실적
2019 KATI 수출국가정보zip 일본, 중화권, 한국농수산물식품유통공사 aT
2019 KATI 수출국가정보zip 아세안, 한국농수산물식품유통공사 aT
2019 해외 이슈조사 보고서, 중국 농식품 신유통시장의 현황, 한국농수산물식품유통공사 aT
2015 농식품 해외시장 맞춤조사 일본 송이버섯, 표고버섯, 팽이버섯 시장조사,
한국농수산물식품유통공사 aT
2015, 2016 농식품 해외시장 맞춤조사 중국 새송이버섯, 한국농수산물식품유통공사 aT
2015 농식품 해외시장 맞춤조사 대만 건조, 신선 표고버섯 시장조사,
한국농수산물식품유통공사 aT
2018 농식품 해외시장 맞춤조사 필리핀 표고버섯, 한국농수산물식품유통공사 aT

참고사이트

FAO STAT (fao.org/faostat/)
ITC (<http://www.intracen.org>)
농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
aT 농수산물식품수출지원정보 KATI (www.kati.net)
농산물 유통정보 aT KAMIS(kamis.or.kr)
관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
KOTRA 해외시장뉴스, <https://news.kotra.or.kr/kotranews/index.do>

별첨 1

국내 버섯 가공 제조업체 리스트

번호	업체명	대표명	사업내용	가공버섯품	주소	번호 홈페이지
1	연천청산 버섯영농조합	이종화	채소류, 서류 및 향신작물류 도소매, 가공	조청, 건강기능제, 식초	경기도 연천군 청산면 청신로 324 (11023)	031-835-1004
2	의령착한농장	설영수	식품제조가공	음료, 건조, 분말	경남 의령군 유곡면 청정로 2375-22	010-4107-9999 http://ur-goodfarm.com/ sooya219@naver.com
3	미듬영농조합법인	전대경	곡물 가공품 제조, 건조판매	과자, 환, 슬라이스	경기 평택시 서동대로 2232-1	031-681-2791 http://blog.daum.net/3572790
4	농업회사법인 (주)기쁨농원	김정희	건강/식품, 종합물, 기타	조미료, 분말	전라남도 장흥군 장흥읍 산단1로 50 1006호	070-8848-2800 http://joyfulfarm.co.kr/ order@joyfulfarm.co.kr
5	꿈을 파는 버섯농장	이광남	버섯재배 및 건조제품 판매	건조	충청남도 청양군 대치면 원형산길 20-22	010-3711-6646 https://www.mfsd.co.kr/ Leegn79@naver.com
6	평창애	정대성	김치류 제조 및 도소매	고추장	강원도 평창군 방림면 평창대로 84-15	033-333-6622 http://happy700food.co.kr/ allmaru5768@gmail.com
7	한솔 영농조합법인	곽상국	장류 제조 및 도소매	부대찌개, 라볶이, 전골	경북 칠곡군 왜관읍 매원리 535-2	054-971-0500 http://hansolfarm.co.kr/ hansolfarm@hanmail.net
8	마타리푸드(주)	임성혁	식품 가공, 제조	밥, 두루치기, 부대찌개	경기도 광주시 곤지암읍 만삼로 108번길 16	031-762-2130 http://matharifood.com mathari@naver.com
9	농업회사법인 (주)들애초	최의식	절임식품(장아 찌), 건나물, 채소 가공	장아찌	강원도 평창군 방림면 운교리 644-2 강원 평창군 방림면 들모고개길 11	033-333-6200 http://www.drecho.co.kr choiboston@naver.com
10	명성제분(주)	김철진	곡물제분, 인조미 가공	분말	전라남도 나주시 동수농공단지길 62-26(운곡동)	061-332-5071 http://msflour.com/ ms43021@hanmail.net
11	(주)농업회사법 인 월드팜	최의준	육류 도매	분말	서울특별시 서초구 강남대로 27, aT센터 1204호	033-673-3048(양양공장) http://www.wfm.co.kr/kr info@wfm.co.kr
12	장아짬아 영농조합법인	이옥자	작물재배 지원 서비스	장아찌	경기 평택시 방축3길 1-14	010-2885-5180 https://jnjj.modoo.at hanaree19@naver.com
13	천연육수 순간	김희곤	식품제조 및 가공	육수	경기도 양평군 양평읍 대흥1길 3 (대흥리)	031-775-8245 http://soongan.co.kr/ sumoonzang@gmail.com(장수 문)

14	(주)푸른가족 농업회사법인	이필수	식품(죽제품) 도소매, 제조	죽	경기 화성시 안녕길 66	031-234-7600 http://www.green-family.co.kr/
15	농업회사법인 그린합명회사	박희주	버섯재배, 식품제조가공	음료, 수프, 스낵, 전골, 피클, 건조	경북 청도군 이서면 학산1길 95(학산리)	054-373-7334 http://www.greenpeacemus-hroom.com
16	(주)명성식품	이은재	식품가공, 판매	스낵, 건조	경기 포천시 가산면 방축리 169-1 B	031-536-7766 http://www.mscheckout.com msfood7766@naver.com
17	솔름바이오텍	박순애	특용작물재배, 식품제조	침출차, 조미료	경기 수원시 권선구 서호로 89, 3동 102호	031-298-3536 mushart@naver.com
18	농업회사법인(주) 연우	박학주	버섯제조, 건조	스낵	충청북도 음성군 생극면 신양리 327	043-882-8384
19	(주)경신바이오	장기자	식품, 식품무역 및 판매	건조	경기도 의왕시 오봉로 268번지 YG빌딩	031-461-8090 http://gyeongshin.co.kr/ks/scb10004@naver.com
20	(주)미담	조용철	면류, 식품제조, 도소매	분말	경남 김해시 한림면 장재로 141	055-3460-9990 http://쌀국수.kr/sub1.php midam141@hanmail.net
21	(주)젠푸드	박영석	식품첨가물 제조 및 판매	찌개, 영양밥, 수프	경기 성남시 분당구 수내동 12-2번지 MSC빌딩 3층 외식사업부	055-389-1001 http://www.hinoaji.co.kr/
22	(주)지엠에프	김호수	냉동만두 제조, 도소매	비빔밥	전라북도 남원시 시묘길 56-34 55801	063-635-5015 http://www.gmfkorea.com info@gmfkorea.com
23	Well&Good 맛있는풍경	남승우	친환경 식품 전문 기업	주먹밥	경기도 포천시 소흘읍 죽엽산로45번길 32	080-426-1200 http://a-view.co.kr *pppjunga@naver.com
24	농업회사 (주)대농바이오	김민철	버섯재배, 채소 및 향신작물 도매	밥	주소경기 하남시 춘궁로 207번길 66-4(상사창동) 1층	031-792-8100 daenongbio.shop/ daenongbio.co.kr daenongbio@hanmail.net (김창규 전무)
25	농업회사 푸른산주식회사	안문호	식품제조가공, 각종다류, 건강식품판매	차	서울특별시 동대문구 약령동길 124 1층	1800-5548 http://www.prdp.co.kr/ prdp@prdp.co.kr
26	농업회사법인 한국상황버섯(주)	김현수	상황버섯 재배, 음료 및 다류제조, 도소매	음료	주소경기 고양시 일산서구 대화로 52, 가동	031-911-7212 http://www.한국상황버섯.com cnscsign@naver.com
27	농업회사법인 즐거운주식회사	팡산늬	표고버섯 제조 및가공	스낵	제주특별자치도 제주시 백포동길 1(이호일동)	064-0724-5228 https://www.6차산업.com
28	농업회사법인 (주)류충현약용버섯	류충현	상황버섯재배, 분말, 식초, 엑기스 제조	조미료	경북 경산시 하양읍 금락1리 330번지 대구가톨릭대학교 최요한관 406-1호	053-857-4030 http://www.mushroomi.com *ducepro@naver.com
29	농업회사법인 (주)참농인	안정균	버섯재배, 조미료 및 분말제조	분말	전남 강진군 목화길 15	061-433-6826 http://clf.kr/ 4336826@hanmail.net

30	돌산버섯 영농조합법인	천숙희	버섯재배, 건강기능제조	건강기능	전라남도 여수시 돌산읍 돌산로 1491-15	061-644-4548 http://www.dolsan510.com webmaster@dolsan510.com
31	모닝듀	곽미숙	음·식료품 위주 종합 소매	소스	대구광역시 동구 신천1.2동 우방푸른타운	062-523-9092 https://noroogung.modoo.a t/ mush1958@naver.com
32	비비에프	서동아	과실, 채소 가공 및 저장	소스	양산시 상북면 충렬로 696	055-383-8777 http://bbffood.itrocks.kr/
33	비알비	김철영	즉석조리 식품 제조	리조또	서울시 강남구 삼성로 103번길 12, 135호	02-2039-8905
34	산들내음	박순이	김치, 절임식품 , 식품류 제조, 도소매	샐러드	강원도 원주시 귀래면 북원로 597-7	033-764-8788 https://hyundaigreenfood.c om
35	세명제다 영농조합법인	조연대	녹차, 각종다류, 가공식품 제조	차	전라남도 순천시 주암면 주석로 138-22	061-753-3007 http://www.semyungtea.com sm6092999@naver.com
36	순수본(주)	김용태	식품제조가공, 건강식품판매	죽	전북 익산시 왕궁면 무왕로 2182 (동촌리) 순수본 주식회사	1588-6219 070-4477-3500
37	신송식품(주)	조승현	장류, 조미료류 도소매	조미료	서울 영등포구 여의나루로 53-1	02-6265-7789 http://신송식품.kr/ *masterss@singsong.co.kr
38	아임웰	진정수	식품제조가공 업	도시락	서울특별시 서초구 강남대로99길 57 (하림빌딩) 3층	1661-0784 https://www.imwell.com
39	우일음료(주)	강평모	비알코올음료, 과즙, 제조, 판매	음료	경북 예천군 예천읍 농공단지길9	054-654-0882 http://www.wooil.org/
40	월화푸드	강월화	각종다류 제조	차	대구광역시 동구 화랑로75길 53-5 (방촌동) 1층 월화푸드앤카페	053-986-2030 http://월화푸드.com/ kwh9968@naver.com
41	웰빙팜	임송	건강, 식품	밥	전라북도 남원시 아영면 동갈길 27	063-626-7028 http://jirisanproduce.com/ jirisanproduce@daum.net
42	윤상철 앞새버섯 연구소	윤선영	앞새버섯 재배, 건조제품 판매	건조	대구광역시 달서구 월배로 168 아보스타워 102호(상인동 1439-2)	1566-7893 http://kiom.co.kr/ mail@kiom.com
43	이엘푸드(주)	한임선	식품 , 각종다류 도소매	차	경상북도 경산시 남천면 협석2길 25 이엘농업법인(주)	041-904-6442 http://elfoodshop.com/ jungmun02@naver.com
44	장명식품	천기정	식품가공, 건강기능식품 판매	건강기능	서울특별시 동대문구 고산자로42길 13-2 2층	02-967-1243 http://jangmung.com/ *qjs55781@naver.com
45	정가네식품	정영균	과실·채소 가공 및 저장처리	차	경상남도 함양군 수동면 수동2길 181	055-962-1300 http://junggafood.com/ junggafood@naver.com

46	제주시산림조합 임산물유통센터	김근선	식품제조, 가공	밥	제주시 일주서로 7815	064-742-4883 http://jejusanjo.co.kr
47	(주)강고집	강상철	식품제조, 가공	분말	경기도 남양주시 진건읍 독정로성지2길 130 (진건읍 용정리 34-43)	031-575-0304 http://kanggojip.com/ vskang@naver.com
48	(주)더동쪽 바다가는길	홍영의	식품제조가공	조미료	경상북도 영덕군 강구면 금호샛길 115-10	1522-1897 http://www.더동쪽.com/ seafriends2016@naver.com
49	(주)비엘에프씨	김도백	수산물가공, 곡물도정	분말	경북 상주시 함창읍 영동길 9-67	02-383-7257
50	(주)사랑과정성	김현철	천연 및 혼합조제 조미료 제조	수프	천연 및 혼합조제 조미료 제조업	031-414-7005
51	(주)산골농장	장선민	과자류 및 농산물 제조, 도소매	절단	강원 횡성군 서원로 987	033-344-4880 alla1221@daum.net
52	(주)시아스	최진철	식품 제조 및 도소매	죽	충북 청주시 흥덕구 옥산면 과학산업1로 102	043-218-9633 http://www.sias.co.kr
53	(주)씨케이케이	최연호	식품, 소분, 육류가공, 냉동가공식품	도시락	경기 화성시 송산서로 35-15	070-4406-6701
54	(주)엔-초이스	박승인	식품전문제조	죽	강원도 횡성군 횡성을 태기로 492-8번지	033-343-1002 http://www.n-choice.net/ *nchoice4956@hanmail.net
55	(주)영심	맹영심	해초류 가공, 농산물 도소매	샐러드	서울 서초구 동산로16길 20	02-573-4480
56	(주)오케이덕	배상구	가금류 가공, 저장 처리	삼계탕	경기도 양주시 부흥로1878번길 107(광사동 122-11)	031-840-5289 http://aza.or.kr/okduck *okduck4949@naver.com
57	(주)자연예찬	남상민	식료품 도소매	반찬	경남 산청군 시천면 삼산봉로 479	
58	(주)정심식품	정승원	파우더사업	수프	경기 성남시 중원구 사기막골로 124, 비즈센터동 701호, 702호	031-776-2770 http://jungshimfood.com *estrella@jsmfood.com
59	(주)한국축산	김희진	육류, 양념육 가공 및 축산물 도소매	도시락	인천광역시 서구 백범로 630번길 22	032-572-5001
60	(주)허브큐어	김효준	건강기능식품, 음료 제조	분말	경기도 포천시 창수면 오가리 41번지	031-536-5545~6 http://www.herbcure.co.kr jhjnh@hanmail.net
61	(주)후드원	윤여찬	식품첨가물, 식품가공 제조, 도소매	반찬	충청북도 진천군 덕산면 신척산단5로 127	043-753-7900 http://www.foodone.net *tonyyoon@foodone.net
62	청운유통	이도관	장류, 분말류 도소매	분말	충청북도 진천군 진천읍 삼덕1길 155-26	043-537-5717 http://www.chungwun.net/ dokwan14@naver.com
63	(주)비오팜	박효남	건강기능식품 제조 식품제조	건강기능	경기도 화성시 팔탄면 온천로237번길 86-3	031-353-9736 https://www.bio-farm.co.kr/ biophn@hanmail.net

별첨 2

국내 버섯 가공품 리스트

□ 가정간편식 제품

제품사진	제품명	제조사 및 유통사	제품가격/총용량 (100g당 가격)	판매처	함유버섯
	풀무원 소고기버섯 비빔밥	제 조:(주)지엠에프 유통:풀무원식품	15,200원/1,572g (967원/100g)	인터파크	느타리버섯9.28% 새송이버섯5.41% 국내산 표고버섯채6.19% 중국산
	CJ 비비고 버섯야채죽	씨제이제일제당 주식회사	3,480원/459g (759원/100g)	이마트	새송이버섯 국내산 표고버섯 중국산
	오뚜기 크루통 컵스프 버섯크림	(주)오뚜기	1,980원/72g (2,750원/100g)	이마트	버섯건조분말3.1% 네덜란드산 양송이분1.3% 양송이칩0.6% 중국산
	오뚜기 양송이 스프	(주)오뚜기	1,480원/80g (1,850원/100g)	이마트	양송이칩2.3% 중국산
	햇반 컵반 버섯곤드레 비빔밥	씨제이제일제당 주식회사	2,480원/189g (1,313원/100g)	이마트	느타리버섯 국내산
	오뚜기 새송이 소고기죽	(주)오뚜기	1,980원/285g (695원/100g)	이마트	새송이버섯2.0% 국내산
	주먹밥 버섯&김	Well&Good 맛있는풍경	2,200원/24g (9,170원/100g)	이마트	표고버섯 새송이버섯 무농약, 국내산

제품사진	제품명	제조사 및 유통사	제품가격/총용량 (100g당 가격)	판매처	함유버섯
	오뚜기 트리플 머쉬룸 카레	(주)오뚜기	2,980원/250g (1,192원/100g)	이마트	새송이버섯24% 양송이버섯8% 느타리버섯3% 국내산
	동원F&B 버섯된장찌개	제조:(주)젠푸드 유통:(주)동원F&B	3,480원/460g (757원/100g)	이마트	표고버섯 4.8% 국내산
	양반 나만의 요리 만들기 KIT 버섯영양솔밥 만들기	제조:(주)젠푸드 유통:(주)동원F&B	3,980원/400g (995원/100g)	이마트	새송이버섯 표고버섯 느타리버섯 국내산 표고버섯농축액 표고버섯맛분말 중국산
	올반키친 향긋한 올리브와 새송이	제조:(주)후드원 유통:(주)신세계 푸드	2,800원/65g (4,310원/100g)	이마트	새송이버섯 국내산
	프리미엄버섯 더덕마죽	(주)엔초이스	16,900원/600g (2,817원/100g)	이마트	버섯3% 국내산
	제주시 산림조합 표고버섯밥	제조:제주시산 림조합 임산물유통센터 유통:정도에프 앤에프	35,500원/2,100g (1,691원/100g)	이마트	표고버섯6.5% 국내산
	버섯더덕 마죽골드	(주)엔초이스	17,730원/1.5kg (1,182원/100g)	G마켓	버섯3% 국내산

제품사진	제품명	제조사 및 유통사	제품가격/총용량 (100g당 가격)	판매처	함유버섯
	시래기 표고버섯 솔밥& 청양고추맛 닭가슴살 스테이크팩	생산:아임웰 유통:(주)와이즈 유엑스글로벌	29,000원/8,640g (336원/100g)	이마트	건표고슬라이스 느타리버섯 국내산
	오뚜기 크루통컵스프 버섯크림 27g	(주)오뚜기	1,890원/27g (7,000원/100g)	네이버쇼핑 (또와월드)	버섯건조분말3.1% 네달란드산 양송이버섯1.3% 양송이칩0.6% 중국산
	칼리또 즉석 버섯크림스프 20g 3팩	(주)정심식품	2,200원/60g (3,667원/100g)	인터파크	버섯분말2.2% 싱가포르산 표고버섯분말0.3% 국내산
	[올반키친] 담백한 버섯된장찌개 480g*5입	(주)신세계푸드	23,800원/2,400g (992원/100g)	이마트	팽이버섯 느타리버섯 건표고버섯 표고엑기스 국내산
	풀무원 콩직한 쇠고기버섯죽 250g 2봉	제조:(주)시아스 (주)송림푸드 유통:(주)풀무원	6,480원/500g (1,296원/100g)	이마트	표고버섯갓1% 표고버섯엑기스 농축액18.36% 중국산
	비비고 얼큰버섯 칼국수 148g 4팩	씨제이제일제당	23,900원/592g (404원/100g)	이마트	느타리버섯 중국산
	해초랑 버섯샐러드	(주)영심	3,800원/180g (2,111원/100g)	마켓컬리	목이버섯8% 국내산

제품사진	제품명	제조사 및 유통사	제품가격/총용량 (100g당 가격)	판매처	함유버섯
	만가닥/새송이 닭가슴살 리조토	(주)SH퍼시팩	4,900원/230g (2,130원/100g)	마켓컬리	만가닥버섯17% 새송이버섯17% 국내산
	트리플 오일 버섯크림 리조토	비알비	9,800원/400g (2,450원/100g)	마켓컬리	새송이버섯12.4% 양송이버섯2.4% 국내산
	더바른도시락 슈퍼곡물귀리밥 & 버섯불고기	제조:(주)씨케이케이 유통:브이에스푸드	3,900원/205g (1,902원/100g)	마켓컬리	표고버섯2.44% 중국산
	자문밖 산채나물솔밥 & 버섯소고기볼	제조:(주)한국축산 유통:(주)아모제 푸드시스템	3,900원/230g (1,696원/100g)	마켓컬리	느타리버섯 새송이버섯 국내산
	자문밖 무청시래기버섯솔밥 & 한입떡갈비	제조:(주)한국축산 유통:(주)아모제 푸드시스템	3,900원/230g (1,696원/100g)	마켓컬리	건표고슬라이스 국내산
	베이비본죽 한우버섯 불고기	순수본(주)	4,700원/130g (3,615원/100g)	마켓컬리	표고버섯11.35% 팽이버섯9.62% 무농약, 국내산
	everyday 꼬막버섯조림	(주)자연예찬	6,700원/200g (3,350원/100g)	마켓컬리	새송이버섯18.98% 무농약, 국내산

제품사진	제품명	제조사 및 유통사	제품가격/총용량 (100g당 가격)	판매처	함유버섯
	라쿠차나 버섯크림수프	제조:(주)젠푸드 (주)동원홈푸드 유통:(주)세진에프알에스	3,100원/160g (1,938원/100g)	마켓컬리	양송이버섯16.43% 국내산
	올국 능이삼계탕	제조:(주)오케이덕 유통:(주)미래와식량	14,000원/1.5kg (933원/100g)	마켓컬리	능이버섯 중국산
	비프&머쉬룸 샐러드	제조:산들내음 유통:씨드파머스	14,000원/250g (933원/100g)	마켓컬리	새송이버섯4% 국내산
	양송이 크림수프	(주)사랑과정성	3,200원/200g (1,600원/100g)	마켓컬리	양송이버섯8.15% 국내산
	새송이 버섯조림	(주)자연예찬	4,000원/200g (2,000원/100g)	마켓컬리	새송이버섯40.8% 국내산
	라쿠차나 버섯크림수프	제조:(주)젠푸드 (주)동원홈푸드 유통:(주)세진에프알에스	3,100원/160g (1,938원/100g)	마켓컬리	양송이버섯16.43% 국내산

□ 차 및 음료

제품사진	제품명	제조사 및 유통사	제품가격/총용량 (100g당 가격)	판매처	함유버섯
	립티 팽이, 표고버섯차	제조:세명제다 영농조합법인 유통:(주)나뎡베럴	7,900원/18g (43,888원/100g)	네이버쇼핑 텐바이텐	팽이버섯70%, 표고버섯20%, 콜라비10% 국내산
	팽이표고버섯차	세명제다 영농조합법인	39,900원/36g (110,833원/100g)	네이버쇼핑 세명제다 홈페이지	팽이버섯70%, 표고버섯20%, 콜라비10% 국내산
	[세명제다] 팽이표고버섯차 36g	세명제다 영농조합법인	14,000원/36g (38,889원/100g)	네이버쇼핑 오픈메디칼	팽이버섯70%, 표고버섯20%, 콜라비10% 국내산
	[푸른들판]건조 팽이버섯 말린팽이버섯차	농업회사 푸른산 주식회사	11,500원/100g (11,500원/100g)	쿠팡	팽이버섯100% 국내산
	(건조)말린팽 이버섯차	이엘푸드(주)	1,500원(12gx1봉) 6,900원(12gx4봉)	쿠팡	팽이버섯100% 국내산
	팽이버섯차	월화푸드	8,000원(12T)	인터파크	팽이버섯100% 국내산
	팽이버섯으로 없었던일로 (팽이버섯차)	생산:정가네식 품 판매:웰니스팜	32,000원/30g (106,667원/100g)	네이버쇼핑 (바다농부)	팽이버섯90% 무농약, 국내산

제품사진	제품명	제조사 및 유통사	제품가격/총용량 (100g당 가격)	판매처	함유버섯
	느타리버섯 로스팅차	의령착한농장	8,000원/30g (100g당 26,667원)	네이버쇼핑 (엄마애들)	느타리버섯100% 국내산
	물로 만나는 상황버섯 500ml	제조:우일음료(주) 유통:엔젤H&B	1,900원/500ml (100ml당 380원)	이마트	상황버섯추출물 25% (고형분0.48%) 국내산
	김현수의 선물 상황버섯 차음료	농업회사법인 한국상황버섯(주)	2,000원/340ml (100ml당 588원)	마켓컬리	상황버섯추출액 100% 무농약, 국내산

□ 절단 및 건조제품

제품사진	제품명	제조사 및 유통사	제품가격/총용량 (100g당 가격)	판매처	함유버섯
	국내산 건조 꽃송이버섯	(주)경신바이오	150,000원/100g	네이버쇼핑 (건강이재산)	꽃송이버섯100%
	윤상철 그리포란 건조임새버섯	윤상철 임새버섯 연구소	60,000원/200g (30,000원/100g)	네이버쇼핑 (임새닷컴)	건 임새버섯100% 국내산, 무농약
	윤상철 꽃송이버섯 건조꽃송이버섯	윤상철 임새버섯 연구소	80,000원/100g	네이버쇼핑 (임새닷컴)	건 꽃송이버섯 100% 국내산, 무농약
	데일리허브 웰빙팜 세척 필요없는 밥짓기용 국내산 버섯콤보	웰빙팜	8,900원/24g (37,100원/100g)	이마트	표고버섯80% 목이버섯20% 국내산
	무농약 머쉬밤	농업회사 (주)대농바이오	12,000원/100g	마켓컬리	표고버섯40% 새송이버섯40% 흰목이버섯20% 무농약, 국내산
	다진 표고버섯	제조:(주)산골농장 유통:(주)원원농수산	3,800원/60g (6,333원/100g)	마켓컬리	표고버섯100% (국내산)

제품사진	제품명	제조사 및 유통사	제품가격/총용량 (100g당 가격)	판매처	함유버섯
	친환경 자연건조 말린 느타리버섯	의령착한농장	15,000원/110g (13,636원/100g)	네이버쇼핑 (엄마애들)	느타리버섯 100% 국내산
	올바른 고소한 리얼 머쉬룸 25g x 4개	제조: (주)명성식품 유통: (주)신세계푸드	10,290원/100g	네이버쇼핑	느타리버섯 무농약 국내산

□ 분말제품

제품사진	제품명	제조사 및 유통사	제품가격/총용량 (100g당 가격)	판매처	함유버섯
	친환경 천연조미료 느타리버섯 가루	의령착한농장	7,500원/35g (21,430원/100g)	네이버쇼핑 (엄마애들)	느타리버섯100%
	표고분말	제조:㈜강고집 유통:㈜사조해 표	16,900원/24g (70,410원/100g)	네이버쇼핑 (하프클럽)	표고버섯100% 국내산
	유기농표고가루	제조:농업회사 법인(주)참농인 유통:청림농원 영농조합법인	4,680원/25g (18,720원/100g)	이마트	표고버섯100% 유기농, 국내산
	차가버섯분말 100g 3통	(주)허브큐어	34,900원/300g (11,630원/100g)	이마트	차가버섯분말100% 러시아산
	[초록마을] 해산물버섯 가루	(주)비엘에프씨	6,700원/110g (6,091원/100g)	이마트	표고버섯10% 국내산
	표고버섯가루	(주)미담	6,900원/30g (23,000원/100g)	이마트	건조표고 버섯슬라이스100% 국내산
	프레쉬허브 표고가루	제조:청운유통 판매:신선약초	4,140원/45g (9,200원/100g)	인터파크	표고버섯100% 국내산

□ 소스 및 조미료제품

제품사진	제품명	제조사 및 유통사	제품가격/총용량 (100g당 가격)	판매처	함유버섯
	버섯 맛간장	비비에프(BBF)	11,000원/900ml (1,222원/100ml)	네이버쇼핑 (비비에프대 게맛버섯맛)	버섯추출물30% 국내산
	서광농협 표고버섯 발효장국 (쇠고기맛)	제조:산송식품(주) 유통:서광농협	3,900원/285g (1370원/100g)	이마트	표고버섯콩발효액 44.8% (건표고버섯1.6%)
	류충현 상화버섯 고추식초	(주)류충현약용버섯	16,900원/360ml (:4,695원/100ml)	이마트	상화버섯균사체 20% 국내산
	노루궁뎅이버 섯 진액골드	모닝듀	82,900원 /80ml*30팩	이마트	노루궁뎅이 버섯추출액 88.9% 국내산
	홍영의 버섯맛간장	(주)더동쪽 바다가는길	9,110원/500ml (1,822원/100ml)	인터파크	표고버섯 추출액 50% 국내산
	대상 청정원 버섯 감치미	대상(주)	4,200원/300g (1,400원/100g)	네이버쇼핑	표고버섯분, 표고버섯농축액 40% 국내산

□ 과자류 제품

제품사진	제품명	제조사 및 유통사	제품가격/총용량 (100g당 가격)	판매처	함유버섯
	오!리얼 느타리버섯칩	(주)명성식품	2,015원/270g (7,463원/100g)	인터파크	생느타리버섯90% 국내산
	그라니트 느타리버섯칩	(주)명성식품	8,700원/25g (34,800원/100g)	네이버쇼핑 (SSFSHOP)	느타리버섯90% 무농약, 국내산
	페이버립스 느타리버섯 스낵	제조:(주)명성식품 유통:민음영농조 합법인	3,000원/25g (12,000원/100g)	네이버쇼핑	생느타리버섯90%
	페이버립스 표고버섯 스낵	제조:(주)명성식품 유통:민음영농조 합법인	3,000원/25g (12,000원/100g)	네이버쇼핑	표고버섯79.9% 국내산
	느타리버섯칩 프리미엄	(주)명성식품	3,700원/40g (9,250원/100g)	신세계	느타리버섯90% 무농약, 국내산
	내추럴초이스 즐거운 표고버섯과자	농업회사법인 즐거운주식회사	3,500원/30g (11,670원/100g)	이마트	표고버섯95% 국내산

□ 건강기능제품

제품사진	제품명	제조사 및 유통사	제품가격/총용량 (100g당 가격)	판매처	함유버섯
	흰목이버섯환	장명식품	16,500원/300g (5,500원/100g)	이마트	흰목이버섯 95% 중국산
	바로 느껴지는 상황버섯	제조:㈜비오팜 유통:애플트리 김약사네	25,000원 1g x 14포	이마트	상황버섯추출분말 100% 중국산
	여수 참맛 노루궁뎅이버섯 쥬즈	돌산버섯영농조합법인	48,060원/3.4kg (1,414원/100g)	11번가	노루궁뎅이버섯 추출액 100% 유기농, 국내산

별첨 3

버섯 가공업체 설문조사 양식

버섯 가공품 생산(제조)업체 설문 조사

해외 미국, 프랑스, 네덜란드 등 선진국은 신선버섯산업의 활성화와 병행하여 HMR, 통조림, 건조제품, 차류 등 버섯가공품 산업이 병행하여 활성화되어 가는 추세에 있습니다.

우리나라도 버섯산업의 전반적인 활성화를 위해서는 버섯가공품 산업의 활성화가 매우 중요한 과제로 떠오르고 있습니다.

이에 (사)한국농식품미래연구원은 우리나라의 버섯가공품 수출의 조직화를 통한 해외시장 경쟁력을 강화하는 '버섯가공품 수출활성화' 연구를 수행하고 있으며, 본 조사는 연구를 위한 기초 자료로 활용될 것입니다.

2020년 1월 15일 (사)한국농식품미래연구원장

1. 기본조사

1-1. 귀사에서 가공품 제조 시 사용하는 버섯 종류는?

- ① 양송이버섯 ② 새송이버섯 ③ 팽이버섯 ④ 만가닥버섯
⑤ 느타리버섯 ⑥ 표고버섯 ⑦ 기타(_____)

1-2. 귀사에서 생산 및 판매하는 버섯 가공제품은?

- ① 가정간편식(HMR) ② 차 및 음료 ③ 절단 및 건조/분말 ④ 소스/조미료
⑤ 과자류 ⑥ 건강기능식품 ⑦ 기타(_____)

1-3. 가공제품의 포장 형태는?

- ① 비닐 랩 ② 플라스틱 용기 ③ 비닐 파우치 ④ 종이 상자
⑤ 병 ⑥ 통조림(스테인리스 스틸/알루미늄) ⑦ 기타(_____)

1-4. 귀사 제품 판매처는?

- ① 국내 백화점 ② 국내 대형마트 ③ 국내 편의점 ④ 해외 한국계 마켓
⑤ 해외 현지마트 ⑥ 기타(_____)

2. (가칭) 버섯가공품 수출협의회 필요성

'버섯가공품 수출협의회'는 버섯가공품 생산/제조 회원사의 해외시장 개척을 지원하기 위해 공동마케팅 추진(판촉전 및 박람회 참가), 해외바이어 알선, 한국산 버섯가공품의 우수성 홍보 등으로 생산농가 및 수출업체의 소득 증진을 도모할 것입니다.

2-1. 귀사에서 현재 버섯 가공품을 수출하고 계십니까?

- ① 있다 (품목 : _____)
② 없다 (이유 : _____)

2-2. 귀사에서 현재 버섯 가공산업 협의회에 가입되어 있으십니까?

- ① 있다
② 없다 (미가입 사유 : _____)

2-3. 해외시장 개척을 위한 '버섯가공품 수출협의회' 필요성은 ?

- ① 필요 ② 그저 그렇다 ③ 불필요

2-4. '버섯가공품 수출협의회'의 참여 의사는 ?

- ① 있다 (의견 : _____)
② 없다 (의견 : _____)

2-5. 귀사가 생각하는 수출협회의 역할은?

- ① 공동 마케팅 ② 수출업체 결속력 강화 ③ 수출 증진 ④ 과당경쟁 억제
⑤ 수출단가 가치 상승 ⑥ 기타(_____)

3. 버섯가공품 수출품에 대한 공동브랜드 필요성

우리나라는 초기의 농식품 수출활성화를 위해서 김치, 인삼, 유자차 등 많은 수출전략 품목들이 공동브랜드를 장착, 해외마케팅을 착수하여 많은 성공사례를 거두었습니다. 공동브랜드는 자사 브랜드와 공존하여 사용되며, 공동브랜드는 위치와 크기는 협의를 통해 정하게 됩니다.

3-1. 버섯 가공품 공동브랜드가 귀사의 수출증진에 도움이 될 것으로 생각하십니까?

- ① 큰 도움이 될 것이다 ② 도움이 될 것이다 ③ 도움이 안 될 것이다
④ 모르겠다 ⑤ 기타(_____)

3-2. 버섯 가공품 공동브랜드가 홍보효과에 도움이 될 것으로 생각하십니까?

- ① 큰 도움이 될 것이다 ② 도움이 될 것이다 ③ 도움이 안 될 것이다
④ 모르겠다 ⑤ 기타(_____)

3-3. 귀사가 생각하는 공동브랜드의 역할은?

- ① 마케팅 활성화 ② 품질 향상 ③ 수출 증진 ④ 물류비 절감 ⑥ 기타(____)

3-4. 버섯가공품 공동브랜드에 참여할 의사는?

- ① 있다 (의견 : _____)
② 없다 (의견 : _____)

3-4. 공동브랜드 사용시 의견은?

- ① 기존의 K-MUSH 로고 활용 
② 신규제작 (의견 : _____)

설문에 응해주셔서 감사합니다!

농식품 수출협의회 운영기준

제 정 수출전략처-3807호, 2014.10.31.

개 정 수출사업처-1626호, 2016.04.27.

개 정 수출사업처-2766호, 2019.05.24.

제 1 장 총 칙

제1조(목적) ① 이 기준은 「농식품 수출협의회」(이하 “협의회”라 한다)와 관련한 일반적인 사항을 정함으로써 협의회 운영의 효율을 기하기 위함이다.

② 각 협의회는 수출농식품의 안전성 확보, 품질관리, 정보교류, 공동마케팅 추진, 불공정 거래행위 근절 등 수출질서 확립 등을 통해 회원의 공동 이익 추구 및 농식품 수출활성화를 도모한다.

제2조(정의) 이 기준에서 정하는 불공정거래행위 등 수출질서 문란행위는 다음 각 호와 같다.

1. 정당한 이유 없이 제조회가 또는 수출원가 이하로 수출하거나, 경영 사업자들의 평균 수출단가보다 현저히 낮은 수준으로 상품을 수출하는 행위
2. 품질 등을 허위로 표시하거나 과장하여 표시한 물품 수출 행위
3. 계약내용과 현저하게 다른 물품 등을 수출하여 분쟁을 야기함으로써 대외신용을 손상시키는 행위
4. 타국산을 국산으로 표시하여 수출하는 행위
5. 자기가 공급하는 상품에 대하여 실제보다 또는 경쟁사업자의 것보다 현저히 우량 또는 유리한 것으로 고객을 오인시키거나 경쟁사업자의 것이 실제보다 또는 자기의 것보다 현저히 불량 또는 불리한 것으로 고객을 오인시켜 경쟁 사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위
6. 농식품 수출과 관련하여 부당하게 다른 무력거래자의 해외에서 사업활동을 방해하는 행위
7. 설정된 품위기준 이하로 농식품을 수출하거나, 판매단가를 낮출 목적으로 정상적인 원료를 사용하지 않거나 정상적인 공정을 거치지 않아 경쟁사업자의 제품과 비교하여 품질이 현저히 떨어진 제품을 수출하는 행위
8. 기타 농식품 수출과 관련하여 시장질서 교란행위로 신고되어 관련기관으로부터 시장질서교란행위로 인정된 행위

제3조 (적용대상 등) ① 이 기준은 정부로부터 협의회 운영과 관련하여 공동마케팅사업비, 운영비 등의 보조금을 지원받는 협의회에 대하여 적용한다.

② 협의회와 관련하여 다른 규정이 있어 이 기준에서 그 규정을 따르도록 한 때를 제외하고는 이 기준을 따른다.

제 2 장 선정 · 평가위원회

제4조(설치) ①신규 수출협의회 선정 및 협의회별 사업 평가를 위하여 선정·평가 위원회를 둔다.

②선정·평가위원회는 농식품부 · 한국농수산물유통공사(이하 “공사”라 한다) 및 학계 · 연구기관 등 농식품 관련 내·외부 전문가 5명 이내로 구성한다.

제5조(선정) 신규 수출협의회를 결성하고자 할 경우 “별지 서식 1”에 맞추어 공사에 신청하고, 선정·평가위원회는 “별표1 선정기준” 및 “별표2 선정평가표”에 따라 선정여부를 결정한다

제6조(평가) 선정·평가위원회는 협의회가 수행한 사업에 대해 연 1회 평가를 실시하며 평가와 관련한 절차, 방법 등은 별도의 방침으로 시행한다.

제 3 장 협의회 운영

제1절 운영개요

제7조(목적) 협의회는 제1조②항의 목적 달성을 위해 노력한다.

제8조(명칭) 협의회 품목의 명칭을 포함하여 “000수출협의회”로 칭한다.

제9조(기능) 협의회는 제7조의 목적 달성을 위해 공동사업계획의 수립 및 수출가이드라인 설정·운영 등의 역할을 수행하며, 신선농산물 품목은 수출가이드라인을 반드시 설정하여야 한다.

제10조(사무국 운영) ①협의회는 운영활성화 및 행정사무 처리를 위해 자체 사무국을 운영하여야 한다.

②자체 사무국이 없는 기존의 협의회는 운영기준 시행 다음 연도부터 자체 사무국을 두어야 한다.

③협의회를 통합하여 운영하는 경우에는 상호 협의를 통해 단일 사무국을 둘 수 있다.

④사무국은 다음 각 호의 역할을 수행 한다.

1. 회원사 관리, 회비관리 등
2. 회의안건 관리, 회원사 소집, 장소 임차 등
3. 협의회 운영비 관리
4. 공동마케팅사업의 계획수립, 진행관리, 결과보고 등
5. 회원사 애로사항 및 의견 수렴, 대정부 업무협의 등
6. 협의회 운영과 관련한 제반 행정업무의 지원 등

제11조(수출통합조직 품목 협의회) ①수출통합조직이 구성된 품목의 협의회는 통합조직의 공동마케팅 등 사업비를 지원받아 사업을 추진한다.

②통합조직에 미가입한 업체는 협의회에 가입하더라도 기본물류비 지원은 통합조직 기준에 따른다.

③통합조직 품목의 협의회는 협의회 평가에서 제외하고 통합조직 평가로 같음한다.

제2절 회 원

제12조(자격 등) ①회원의 자격은 수출업체 및 수출과 관련된 조직(생산자, 조합, 협회 등)으로 할 수 있다.

②회원사의 합병 등으로 흡수 또는 신설되는 조직이 발생할 경우 흡수 또는 신설조직이 기존회원의 권리 의무를 자동적으로 승계한다.

③회원은 협의회가 제시하는 수출품의 품위기준, 수출가이드라인 등을 준수하여 수출질서 유지·확립을 위해 노력하여야 한다.

④회원의 자격은 총회에서 결정하는 연회비를 납부함으로써 주어져지며 기타 회원자격 등에 관한 사항은 협의회별로 자율적으로 정하여 운영한다.

제13조(신규회원) ①회원으로 가입코자 하는 개인 또는 단체는 “별지 서식2”에 따라 가입 신청서 및 “별지 서식3”의 수출질서 준수 서약서를 사무국에 제출하여야 한다.

②협의회는 신규회원 가입 신청서 접수일로부터 30일 이내에 내부의사 결정 과정을 거쳐 가입여부를 결정하여 신청업체 및 공사에 서면으로 통보하여야 하며, 수출시장질서를 문란하게 하는 등의 사유가 있을 경우 객관적 증빙을 제시하여 회원의 자격을 제한할 수 있다.

제14조(탈퇴) 회원이 협의회에서 탈퇴하고자 하는 경우에는 “별지 서식4”에 따른 탈퇴서를 사무국에 제출하여야 한다.

제15조(제명) ①협의회는 불공정거래행위자 등 협의회 전체 목적과 반하는 행위를 한 회원사에 대하여 시장질서 위배의 객관적 증빙 확보 및 협의회 내부의사결정회의의 의결에 따라 회원사를 제명할 수 있다.

②회원사를 제명할 경우 대상 회원사에게 사전고지, 충분한 소명기회 부여 등 제명행위에 대한 절차적·실체적 정당성을 확보하여야 한다

③회원사가 불공정거래행위 등의 사유로 제명이 결정될 경우 해당 사무국은 즉시 공사에 이 사실을 통보하고, 공사에서 제명관련 서류를 요구할 경우 적극 협조하여야 한다.

④제명대상 회원사는 협의회 제명결정에 불복할 경우 제명결정이 있는 날로부터 30일

이내 공사에 재심의를 요청할 수 있고, 공사는 충분한 사유가 있다고 판단될 경우 해당내용을 선정·평가위원회에 보고하여 최종 심의한다.

⑤재심의 결과에 대해 회원사·협의회는 이의를 제기하지 못하며, 협의회에서 제명된 회원이 재가입을 희망할 경우 협의회는 일정기간 동안 재가입을 제한할 수 있다.

제3절 임원, 총회, 자체운영위원회

제16조(임원) ①협의회는 회장, 감사, 이사 등 임원을 둔다.

②임원의 선출방법, 임기, 인원 등은 협의회의 규모, 성격 등을 고려하여 자유로이 정한다.

제17조(총회) ①협의회 정기총회는 상반기·하반기 연2회를 하는 것을 원칙으로 하되 협의회의 상황에 맞게 탄력적으로 운영할 수 있다.

②총회는 사업계획의 승인, 예산의 편성 및 결산의 승인, 연회비의 결정 등 협의와 관련된 공통의 사항에 대한 의사 결정권한을 가진다.

제18조(자체운영위원회) ①협의회의 원활한 운영과 주요사항의 결정을 위해 자체운영위원회를 둔다.

②자체운영위원회는 협의회 임원, 사무국, 외부위원 등으로 구성할 수 있다.

③자체운영위원회는 총회 의결사항에 대한 시행 및 집행, 총회에서 위임받은 사항의 결정 등 협의회의 효율적 운영을 위해 필요한 업무를 수행한다.

제19조(권한위임) 총회, 운영위원회의 참석이 어려운 경우 "별지 서식5"로 대리인을 위임할 수 있다.

제4절 사업의 추진

제20조(사업의 절차) 사업의 추진은 협의회별 총회를 거쳐 공사 승인을 득한 후 추진하는 것을 원칙으로 한다.

제21조(사업비의 집행 등) 정부재원 사업을 추진하는 경우 「공기업·준정부 기관 예산편성 및 집행기준」, 「공기업·준정부기관 회계기준 및 회계사무규칙」, 「국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률·시행령·시행규칙」 등을 준용하여 사업비가 집행될 수 있도록 하여야 한다.

제22조(사업의 변경) 당초 승인된 사업계획 및 예산을 변경하고자 하는 때는 각 협의회 총회(또는 자체운영위원회) 및 공사의 승인을 득하여야 한다.

제5절 회 계 등

제23조(운영경비 조달) 운영경비조달은 협의회 회원의 회비 등으로 확보하여 자율적 운영을 원칙으로 한다. 단, 신규협의회가 정착 시까지 회의 개최 비용 등 최소 경비를 정부에 지원 요청할 수 있다.

제24조(회계연도) ①협의회 회계연도는 매년 1월1일부터 12월31일까지로 한다.

②협의회는 회계연도 종료 후 1개월 이내 사업 및 결산보고서 작성하여 감사의견을 득한 후 총회의 승인을 득하여야 한다.

제25조(회계의 구분) 회계는 일반회계로 관리하며 투명한 회계처리를 위하여 구분 계리 및 별도 통장을 사용하여야 한다.

제 4 장 운영실태 점검 및 불공정거래행위 제한

제26조(운영실태 점검) ①공사는 협의회 운영실태를 정기 또는 수시로 점검할 수 있다. 이 경우 협의회는 자료제출 등에 적극 협조하여야 한다.

②협의회는 운영실태 점검요청에 대해 거부할 수 없고, 거부할 경우 협의회 지원 대상에서 제외하는 등의 제재를 할 수 있다.

제 27조(불공정거래행위 제한) ①수출협의회는 생산단가 등을 고려하여 자율적인 수출가이드라인을 설정하며, 변동사항이 있을 경우 각 협의회 회원사 및 공사에 서면으로 보고해야 한다.

②협의회는 제1항 전단을 위반하는 등 수출시장에서 불공정거래행위를 한 회원사에 대해서는 수출물류비 지원 지침에 따른 조치 등을 요청할 수 있다.

부 칙(2014.10.31.)

본 기준은 2014년 10월 31일부터 시행한다.

부 칙(2016.04.27.)

본 기준은 2016년 04월 27일부터 시행한다.

부 칙(2019.05.24.)

본 기준은 2019년 05월 24일부터 시행한다.



제4차년도
수출전략기술개발사업

버섯 수출시장 마케팅 전략 구축