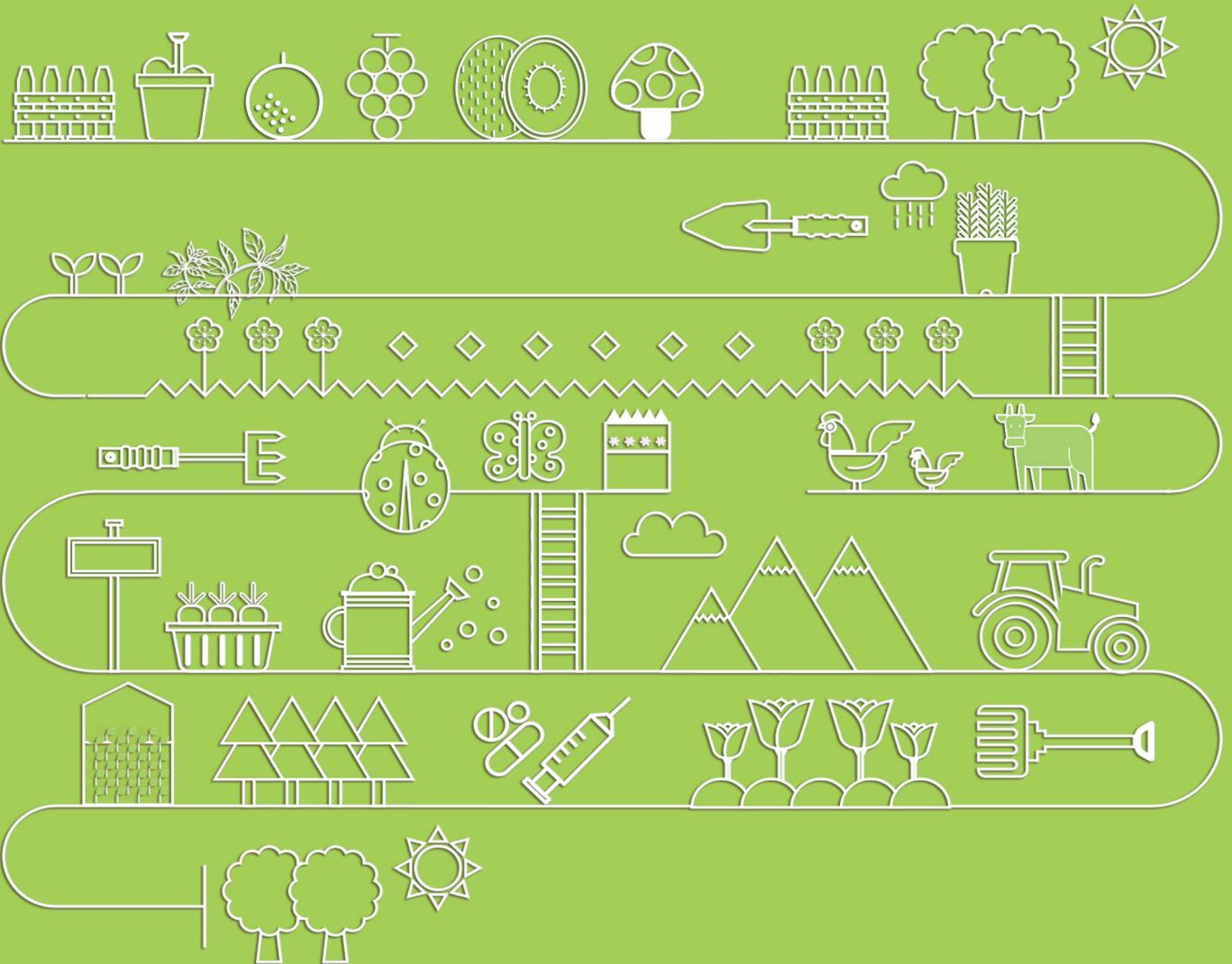


제4차년도  
수출전략기술개발사업

# 프리미엄 가루녹차 수출연구사업단

(동향보고서)



프리미엄 가루녹차 수출연구사업단

✓ 본 결과물은 농림축산식품부의 재원으로 농림식품기술기획평가원(수출전략기술개발사업)의 지원을 받아 연구되었음(No. 617072-05-4-SU000)

✓ 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)(grant number 617072-05-4-SU000)

✓내용의 무단 복사, 인용을 제한하며 인용시 대표 저자의 사전 승인을 요청함

주관기관명 : 프리미엄 가루녹차 수출연구사업단

# 목 차

## 1. 가루녹차(말차)의 개요

## 2. 국내 시장동향

## 3. 해외 시장동향

3.1. 중국 수출 시장 현황

3.2. 스리랑카 수출 시장 현황

3.3. 인도네시아 수출 시장 현황

3.4. 터키 수출 시장 현황

3.5. 태국 수출 시장 현황

3.6. 말레이시아 수출 시장 현황

3.7. 미국 수출 시장 현황

3.8. 호주 수출 시장 현황

3.9. 독일 수출 시장 현황

3.10. 체코 수출 시장 현황

## 4. 가루녹차 수출 사례

## 5. 시사점

5.1. 수출경쟁력 강화 방안

5.2. 정책적 시사점

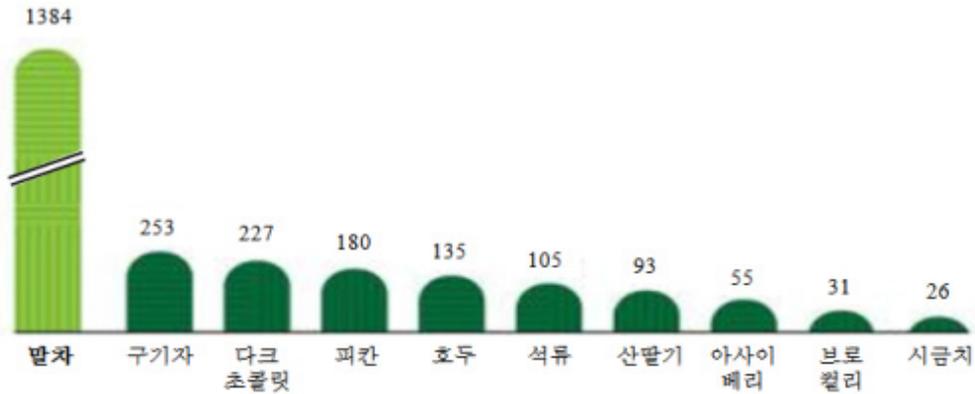
## - 참고문헌



# 1. 가루녹차(말차)의 개요

- 녹차는 동백과(Theaceae), 동백속(*Camellia*)에 속하는 차나무(*Camellia sinensis*(L.) O. Kuntze)의 싹이나 잎을 가공한 것으로서 오랜 역사를 거치면서 각 민족의 기호에 맞게 다양하게 고안되어 현재에 이르고 있음. 차나무 품종은 중국 소엽종인 *Camellia sinensis* var. *sinensis*와 인도 대엽종인 *Camellia sinensis* var. *assamica*로 분류되며 우리나라에서는 중국 소엽종의 일종인 재래종과 야부기다, 대차 등이 재배되고 있음. 재래종은 떫은맛을 내는 폴리페놀 함량이 많고 아미노산 함량은 낮은 편이며, 야부기다는 녹색이 강하고 맛이 부드러우며 떫은맛은 적고, 대차는 대만에서 육성한 조생종 품종으로 수확량이 많고 꽃향기가 강한 특징이 있음
- 차의 품질은 다엽의 채취시기, 성숙도, 재배조건 등에 따라서 크게 영향을 받으며 이와 같은 조건에 의해서 차의 화학성분들이 변화하여 차의 향미가 달라짐. 녹차의 향미는 아미노산, 카테킨류, 퓨린염기, 당, 유기산, 미네랄 등과 같은 성분의 조합에 의하여 좌우 되는데 반하여, 차엽의 향미는 채엽 시기, 성숙도, 품종 및 토양, 기후조건 등에 따라 영향을 받으며 제조방법에 따라서도 다양한 향미가 나타남
- 차는 차나무의 품종, 산지, 계절, 제법, 형상, 풍미 등에 따라 수많은 이름이 있으며 차의 분류도 확정되어 있지 않은 상태임. 흔히 발효정도 즉, 산화효소인 polyphenoloxidase에 의한 산화정도에 따라 발효도가 10% 이하인 비발효차(녹차), 5-15%인 약발효차(백차), 10-25%인 경발효차(황차), 15-70%인 반발효차(청차), 70-95%인 발효차(홍차) 및 80-98%인 후발효차(흑차)로 분류됨
- 녹차는 대엽 채취 즉시 찻잎에 존재하는 polyphenoloxidase를 불활성화시켜 발효를 정지시키는 방법에 따라 덫음(釜炒)차와 찌(蒸製)차로 분류함. 덫음차는 고온에서 건열 처리하기 때문에 찌차와 비교했을 때에 색상 선호도는 떨어지지만 구수한 맛과 독특한 배초향으로 우리나라와 중국 사람이 좋아하는 반면 찌차는 찻잎 고유의 녹색이 잘 유지되어 색을 중시하는 일본사람들이 선호함
- 녹차는 최근 건강음료 시품으로 많은 주목을 받고 있는 세계 10대 건강식품 중에 하나임. 세계 음료 중에서 가장 오랜 역사를 가지고 있는 녹차는 현재 각국에서 널리 음용되고 있음. 특히 건강에 대한 관심과 웰빙 문화의 영향으로 그 수요가 꾸준히 증가하는 추세임

## 〈말차와 슈퍼푸드의 항산화 지수 비교〉



\*1g 기준임.

자료 : KENKO TEA 사이트 참고

- 녹차는 다당류, 비타민 B, 비타민 C, 비타민 E 등과 같은 다양한 유용성분을 포함하고 있음. 최근 녹차의 고유성분들에 의한 여러 가지 약리효과가 많이 보고되고 있는데 특히 카테킨류의 효과에 의한 보고가 많음. 녹차의 카테킨 함량은 차의 품종, 생육시기, 채엽 부위, 피복유무 등에 따라 달라지나 차엽 중에 10~18% 정도 함유되어 있음. 카테킨류에 의한 항산화, 혈압강하, 암 발생 억제, HIV역전사효소 억제, 콜레스테롤 재흡수 억제, 혈당강하, 항균, 충치 예방 및 구취제거 작용 등의 여러 가지 약리적 효능이 계속적으로 밝혀짐에 따라 새로운 소재로 각광을 받고 있음. 대표적인 카테킨 성분 중 하나인 EGCG (epigallocatechingalate)는 다른 성분들과 비교했을 때 가장 효과가 뛰어나며 특히 비타민 C보다는 20배, 비타민 E보다는 30배 강한 항산화 효과를 가지고 있어 일반 화장품의 항산화제로 많이 사용 됨

### 〈녹차의 성분과 효능〉

성분	효능
카페인	이뇨, 강심, 각성, 피로회복작용
카테킨	항산화, 항돌연변이, 항암, 혈중콜레스테롤 저하, 혈압상승 억제, 혈소판응집 억제, 항균, 항바이러스, 항알레르기, 항괴양, 소취
탄닌산	콜레스테롤 저하, 혈압상승 억제, 단백질 침전작용
비타민C	생체기능 활성화, 피혈병 예방
비타민E	생식기능 촉진
루틴	혈관벽 강화
에피갈로 카테갈레이트	항돌연변이, 항종양 작용, 과산화지질 억제
불소	충치 예방
녹차추출엑기스	혈당 저하
플라보노이드	입냄새 제거

자료 : 웰빙 바람을 타고 온 녹차식품, 한국특허정보원

- 차의 여러 가지 기능성이 과학적으로 규명되어짐에 따라 현대인의 건강 지향적인 욕구와 부합되어 소비량이 점차 증가하고 있으며, 최근 차를 단순히 마시는 음료뿐만 아니라 차엽으로부터 기능성 성분을 추출하거나 분말화하여 음식, 의약품, 건강식품, 화장품 등의 첨가제로서 그 이용 영역이 확대되고 있으며 특히 말차는 식품 첨가소재 또는 직접 음료로 사용 등으로 활용이 계속 증대되고 있음

**<녹차의 국내 연구 논문 현황>**

Keyword	녹차, 비만	녹차, 체중	녹차, 다이어트
검색건수	24	39	59
핵심 논문	고지방 식이로 유도된 비만 쥐에서 녹차 Catechin이 체지방 조성 및 지방조직에 미치는 영향	열수 녹차추출물이 생쥐의 체중 및 부고환 지방축적 조절에 미치는 영향	고 콜레스테롤 식이 투여 흰쥐에 있어서 녹차의 콜레스테롤 저하 효과
	학술지	한국식품영양과학회지	한국식품과학회지
	명	지	지
	저자	이순재 외 3명	박필준 외 5명
게재년도	2007	2010	2004
- 대상국가 : 한국 - 검색기간 : 2013.01.01.-2018.04.23 - 검색범위 : 제목, 초록 및 키워드			

자료 : RISS, Google scholar

- 가루녹차는 차엽 재배 시 차광막을 설치하여 광선의 양 및 시비 등을 조절하여 클로로필, 아미노산 등의 함량을 높여 색택과 감칠맛 등 기호성을 개선하여, 차의 생엽을 증제식 공정으로 가공하여 만든 후 미세하게 분말화한 것임. 가루녹차의 고급화는 분쇄하는 과정에서 맛과 향, 색이 변하지 않으면서 미분할 수 있는 분쇄 기술이 핵심임. 일본에서는 옥로, 전차와 함께 대표적인 녹차 제품으로 자리 잡고 있음
- 현재 우려먹는 녹차의 경우 수용성 성분(카테킨, 카페인, 아미노산 등)은 35-45%에 불과하며 그 중 차를 우려마실 때 차성분의 20%가 체내에 흡수되며 또한 나머지 섬유질 및 비수용성 유효 성분은 버려지고 있음. 최근 천연물의 유효성분에 대한 관심이 높아지면서 잎 전체를 분말화하여 물에 녹지 않는 비타민 A, 토코페롤, 섬유질 등 녹차가 지니는 유효성분을 섭취함

### 〈녹차의 국외 연구 논문 현황〉

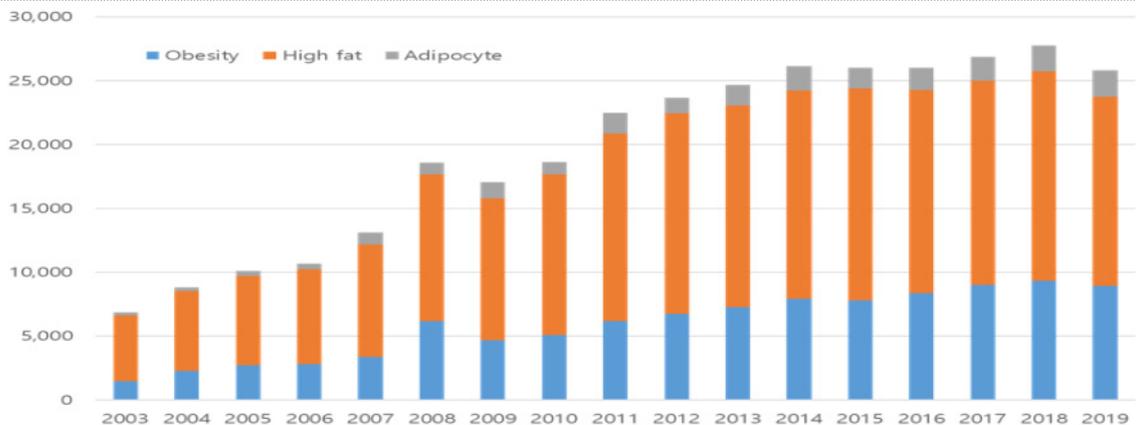
Keyword	Green tea, Obesity	Green tea, High fat	Green tea, Adipocyte
검색건수	24,100	87,200	8,080
논문명	Green tea extract reduces blood pressure, inflammatory biomarkers, and oxidative stress and improves parameters associated with insulin resistance in obese, hypertensive patients	The Major Green Tea Polyphenol, (-)-Epigallocatechin-3-Gallate, Inhibits Obesity, Metabolic Syndrome, and Fatty Liver Disease in High-Fat-Fed Mice	Green Tea Polyphenol Epigallocatechin Gallate Inhibits Adipogenesis and Induces Apoptosis in 3T3-L1 Adipocytes
학술지명	Nutrition Research	The Journal of nutrition	Obesity
저자	Bogdanski, P. <i>et al.</i>	Bose, M. <i>et al.</i>	Lin, J. <i>et al.</i>
게재년도	2012	2008	2005

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <p>본문 내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 녹차 섭취 효능</li> <li>· 고혈압 환자 혈압 감소</li> <li>· 인슐린 저항성</li> <li>· 항염증 및 산화 스트레스 감소</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• EGCG 섭취 효능</li> <li>· 지방간 감소</li> <li>· 지질 흡수 저해</li> <li>· 항염증</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• EGCG 섭취 효능</li> <li>· preadipocytes의 분화 억제</li> <li>· 항비만 효과</li> </ul> |
|--|---|--|

- 대상국가 : 미국, 일본, 유럽  
 - 검색기간 : 2013.01.01.-2018.04.23  
 - 검색범위 : 제목, 초록 및 키워드

자료 : RISS, Google scholar

### 〈녹차의 국외 연구 논문 연도별 현황 (2003-2019)〉



자료 : Google scholar

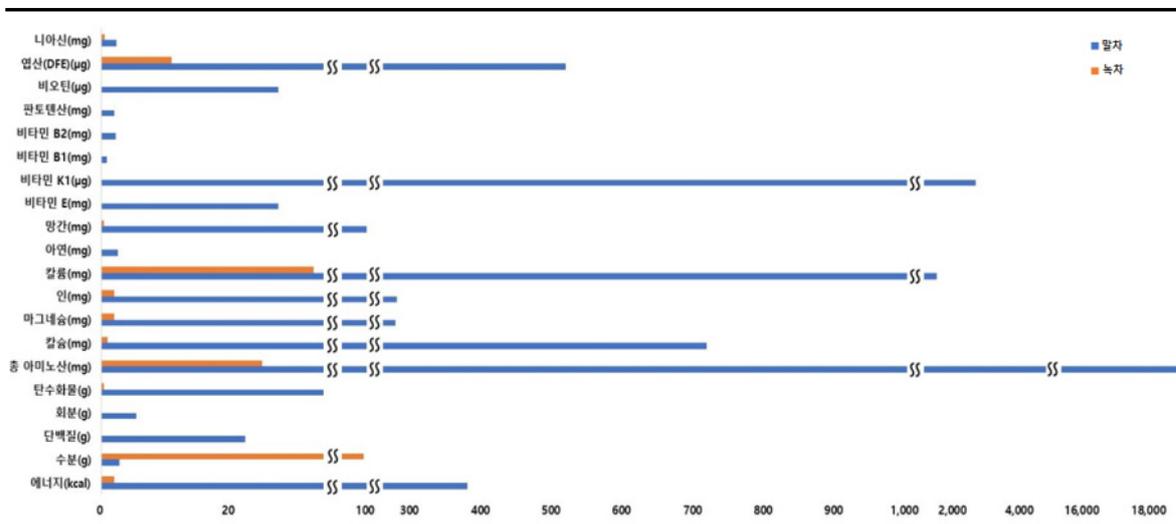
- 가루녹차에는 녹차보다 비타민 E 275배, 칼슘 700배, 단백질 20배로 풍부한 영양성분이 함유됨. 가루녹차는 찻잎에서 우리나라는 성분만을 먹는 녹차와는 달리 잎 전체를 갈아서 마시기 때문에 녹차보다 많은 영양성분을 섭취 가능함

<말차와 녹차의 영양차이>

	말차(가루녹차)	녹차
에너지	379 kcal	2kcal
수분	2.8 g	99.5 g
단백질	22.4 g	0.1 g
회분	5.5 g	0.1 g
탄수화물	66.9 g	0.4 g
총 아미노산	19,474 mg	25 mg
칼슘	717 mg	1 mg
마그네슘	277 mg	2 mg
인	279 mg	2 mg
칼륨	1,471 mg	33 mg
아연	2.6 mg	0.1 mg
망간	78.7 mg	0.4 mg
비타민 E	27.5 mg	0.1 mg
비타민 K1	2,634 µg	0 µg
비타민 B1	0.9 mg	0 mg
비타민 B2	2.2 mg	0 mg
판토텐산	2 mg	0 mg
비오틴	27.6 µg	0 µg
엽산(DFE)	518 µg	11 µg
니아신	2.4 mg	0.5 mg

자료 : 농촌진흥청

<말차와 녹차의 영양차이>



자료 : 농촌진흥청

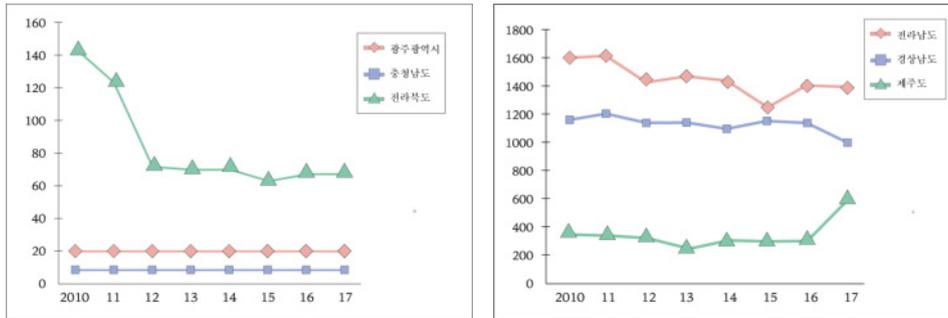
- 녹차를 미분화하여 분말로 만들 경우 마시는 녹차뿐만 아니라 바르는 화장품에 이르기까지 다양하게 접목할 수 있어 녹차의 활용 범위를 높일 수 있다는 점에서 그 가치가 큼. 최근 녹차라떼의 소비증가와 다양한 녹차 식품(아이크스립, 베이커리 등)의 증가로 인해 그 수요가 지속적으로 늘어나고 있지만 국내 말차 품질수준 또한 현저히 떨어져 국내 식품업체들은 대부분의 말차를 일본에서 수입하고 있는 실정임

- 차광조건 및 재배조건 등을 조절함으로써 우리녹차를 이용한 고급말차용 녹차엽을 생산하고 말차 가공공정 개선 및 말차를 이용한 여러 가지 적용제품을 개발함으로써 갈수록 증가하고 있는 일본 말차 수요 대체는 물론 우리 녹차의 새로운 수요확대를 기하고자 함

## 2. 국내 시장동향

- 광주광역시, 충청남도, 전라도, 경상남도 그리고 제주도는 한국의 차 재배지를 대표함. 전라남도는 그 중 가장 넓은 재배면적을 가지고 있으며 2010년 이후로는 점차 줄어들었음. 나머지 4개 지역에서는 큰 변화가 없지만 제주도는 2016년 이후로 급격하게 재배지 규모가 증가함

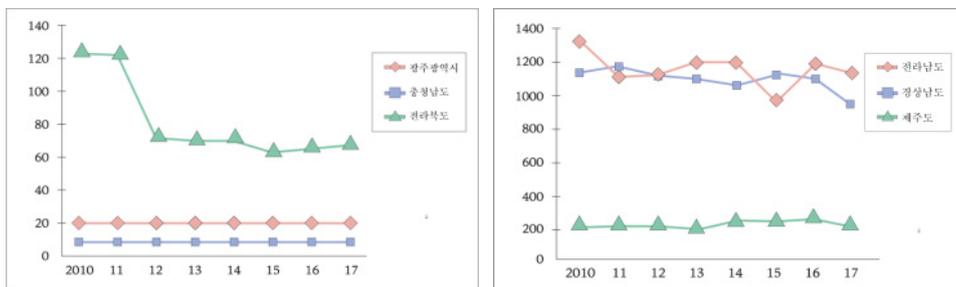
<차 재배 면적(ha)>



출처 : 한국농수산물유통공사 KATI

- 경상남도와 제주도는 차 생산 면적이 넓음. 6곳 모두 2010년부터 2017년까지 생산 면적은 크게 줄어들거나 변화하지 않음

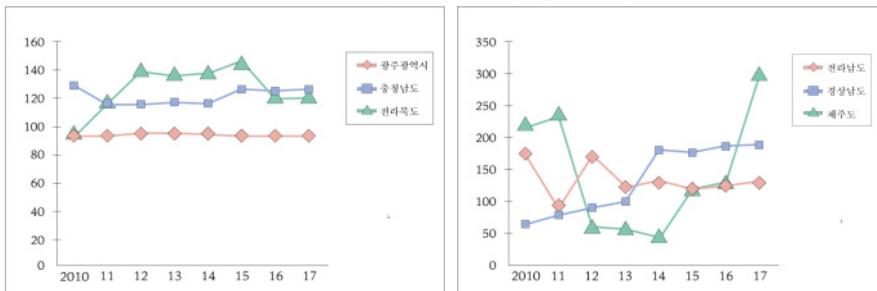
<차 생산 면적(ha)>



출처 : 한국농수산물유통공사 KATI

- 경상남도 수확량은 2013년 이후로 점차 수확량이 3배 이상 증가 하였고 제주도는 2016년 이후로 3배 이상 증가함. 제주도의 단위 면적당 수량 생산 기술은 제주도를 중심으로 체계화될 것임. 제주도는 2016년까지 어린 차나무 육성을 마친 것으로 보임

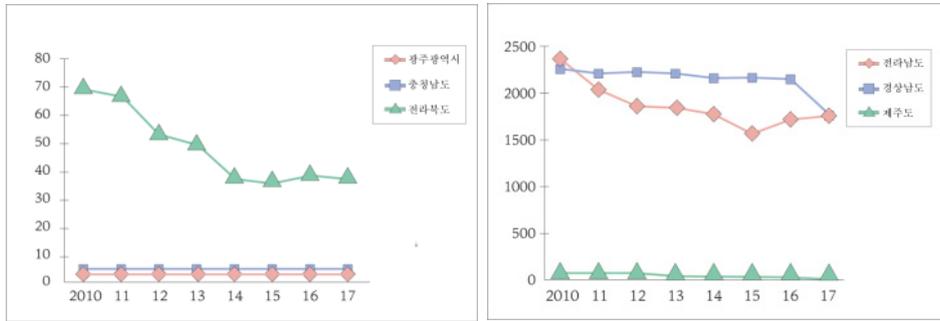
<10a당 차 수확량(kg/10a)>



출처 : 한국농수산물유통공사 KATI

- 차 재배 농가의 수는 2010년 이후로 줄어들고 있는 것을 볼 때, 차 재배를 통한 안정적 수익보장과 한국 차 산업의 강력한 경쟁력 확보가 필요하다는 것으로 보임

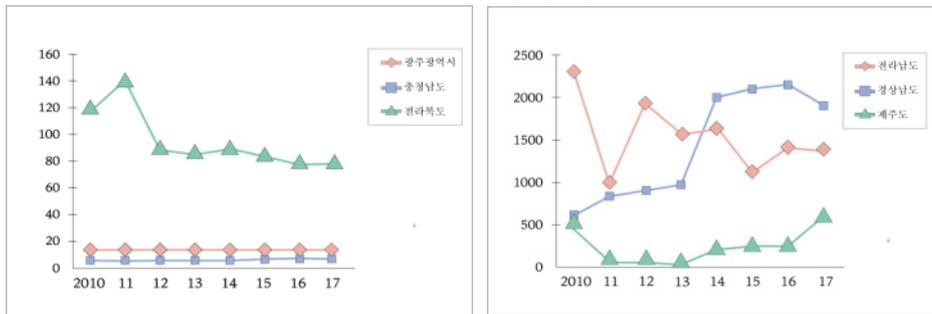
<차 재배 농가 수(ha)>



출처 : 한국농수산물유통공사 KATI

- 경상남도과 전라남도는 가장 많은 수확량을 나타내며, 이는 2011년 대비에서 2배가 증가했지만 최근에는 감소하고 있음. 제주도는 2013까지 감소하다 2014년부터 증가함

<차 수확량(M/T)>



출처 : 한국농수산물유통공사 KATI

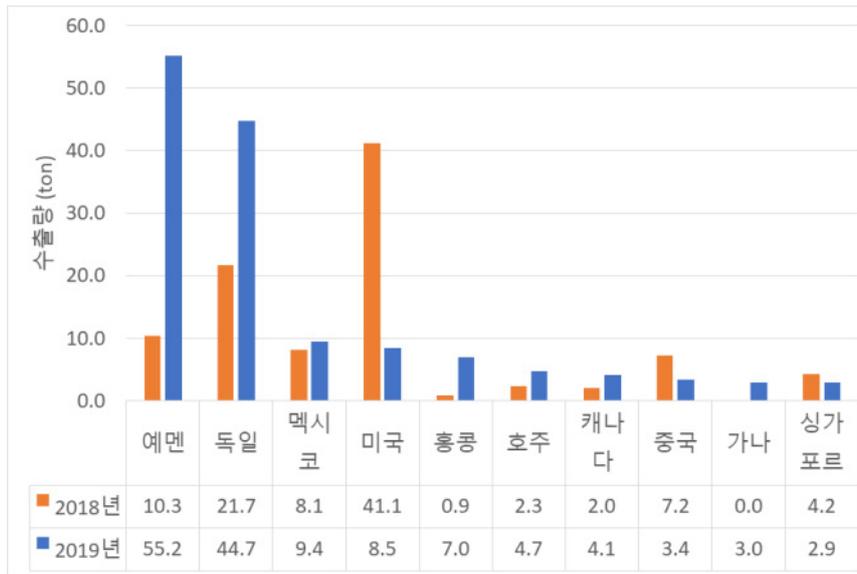
- 2019년 국내 전체 수출량은 159톤으로 전년 대비하여 17% 증가함. 총 65개국 중 가장 많은 수출량의 국가는 예멘과 독일 그리고 멕시코가 있음

<2017-2019년 연간 차 수출입량>

구분	2017년		2018년		2019년	
	수량(kg)	금액(\$)	수량(kg)	금액(\$)	수량(kg)	금액(\$)
수출량	194,482.6	4,944,415	136,296.3	4,207,480	159,627.6	2,436,691
수입량	33,664.8	772,256	28,303	574,233	18,179.4	521,177

출처 : 한국농수산물유통공사 KATI

### 〈2018-2019년 국가별 연간 차 수출량〉



출처 : 한국농수산물유통공사 KATI

### 〈2018-2019년 국가별 연간 차 수출량〉

국가	2018		2019	
	중량(kg)	금액(\$)	중량(kg)	금액(\$)
총계	136,296.2	4,207,480.0	159,627.9	2,436,691.0
가나	0.0	0.0	3,000.0	26,880.0
괌	2.0	28.0	0.0	0.0
남아프리카 공화국	0.0	0.0	2.0	24.0
네덜란드	13,710.0	352,944.0	2,190.5	39,877.0
노르웨이	1.3	1,665.0	0.0	0.0
뉴질랜드	12.0	747.0	0.0	0.0
대만	1,607.1	45,387.0	1,345.0	23,450.0
독일	21,652.5	367,709.0	44,682.9	916,494.0
라오스	31.5	1,604.0	0.0	0.0
러시아	50.8	3,302.0	152.8	2,868.0
룩셈부르크	0.0	0.0	1.0	40.0
마다가스카르	8.0	11.0	0.0	0.0
마카오	0.6	45.0	0.0	0.0
말레이시아	5,175.9	149,807.0	2,191.3	54,294.0
멕시코	8,128.0	95,587.0	9,400.0	121,054.0
몽골	1,329.5	59,888.0	1,862.0	69,435.0
미국	41,124.0	1,724,207.0	8,498.6	444,564.0
미얀마	3,250.0	16,452.0	910.0	10,095.0
바레인	46.5	3,132.0	13.3	92.0
베트남	764.5	9,489.0	73.6	3,925.0
볼리비아	440.0	5,958.0	0.0	0.0
북마리아나 제도	13.0	579.0	141.0	4,659.0
사모아	0.0	0.0	12.0	554.0
사우디아라비아	0.2	40.0	20.1	418.0
스리랑카	160.0	2,172.0	0.0	0.0

스웨덴	15.0	338.0	40.0	1,114.0
스위스	840.0	23,372.0	400.0	9,470.0
스페인	0.6	23.0	0.7	18.0
슬로바키아	0.0	0.0	60.0	1,572.0
싱가포르	4,174.4	223,136.0	2,939.9	136,327.0
아랍에미리트	505.6	27,285.0	8.0	490.0
아르헨티나	23.0	55.0	19.5	646.0
영국	151.4	5,109.0	208.4	7,738.0
예멘	10,260.0	12,722.0	55,150.0	34,553.0
우크라이나	2.2	356.0	0.0	0.0
이탈리아	0.3	22.0	0.0	0.0
인도	0.0	0.0	0.6	190.0
인도네시아	3,883.0	8,307.0	72.0	3,917.0
일본	4.9	766.0	1,698.9	45,829.0
중국	7,235.6	770,562.0	3,406.4	130,111.0
체코	1,501.0	35,625.0	561.0	13,159.0
카메룬	100.0	188.0	0.0	0.0
카자흐스탄	116.8	2,127.0	165.9	1,846.0
카타르	124.8	2,559.0	214.4	7,061.0
캄보디아	74.0	527.0	87.5	1,569.0
캐나다	1,962.4	65,780.0	4,130.0	97,473.0
콜롬비아	0.0	0.0	42.0	299.0
쿠웨이트	300.0	18,000.0	135.7	502.0
크로아티아	0.0	0.0	0.4	20.0
태국	0.0	0.0	419.0	2,546.0
터키	0.0	0.0	21.0	105.0
튀니지	7.2	64.0	0.0	0.0
파푸아뉴기니	65.0	62.0	0.0	0.0
포르투갈	0.0	0.0	0.6	44.0
폴란드	0.2	18.0	29.1	1,607.0
프랑스	1,980.2	48,929.0	1,850.6	44,942.0
핀란드	160.0	5,283.0	0.0	0.0
필리핀	2,090.4	25,328.0	1,737.7	17,566.0
헝가리	0.0	0.0	0.0	0.0
호주	2,333.5	45,653.0	4,691.9	80,703.0
홍콩	877.3	44,531.0	7,040.6	76,551.0
필리핀	2,090.4	25,328.0	1,737.7	17,566.0
헝가리	0.0	0.0	0.0	0.0
호주	2,333.5	45,653.0	4,691.9	80,703.0
홍콩	877.3	44,531.0	7,040.6	76,551.0
파나마	0.0	0.0	4.0	62.0
파라과이	0.9	17.0	0.0	0.0
파키스탄	2,879.0	74,793.0	29,007.9	125,566.0
폴란드	35,857.4	815,108.0	44,481.3	1,025,040.0
푸에르토리코	0.0	0.0	3.0	860.0
프랑스	4,328.9	417,053.0	5,329.7	451,772.0
핀란드	3.3	150.0	6.8	376.0
필리핀	7.2	231.0	10.8	275.0
오스트레일리아	863.0	28,872.0	1,379.3	75,371.0
홍콩	160.4	680,230.0	636.8	19,297.0

: KATI

### 3. 해외 수출 시장동향

#### 3.1. 중국 수출 시장 현황

##### <중국 국가개요>

국명	중화인민공화국(The People's Republic of China)
면적	9,634,057 km <sup>2</sup> (자료원 : 중국 국가통계국, 2019 기준)
수도	베이징(北京; Beijing)
인구	1,400,050,000 명 (자료원 : 중국 국가통계국, 2019년 말 기준)
GDP	14조 3,429억 달러
종족	56개 민족[한족(91.5%) 및 55개 소수민족(8.5%)]
언어	한어(Chinese)
종교	불교, 도교, 천주교, 이슬람교, 기독교
국가원수	시진핑(習近平): 現 중국공산당중앙위원회총서기, 국가 주석, 중공중앙군사위 주석(취임: 2013년 3월) 리커창(李克強): 국무원 총리, 중공중앙정치국상무위 위원(취임: 2013년 3월)
화폐단위	위안(Y)

출처 : KOTRA

- 세관 통계에 따르면, 2018년 365,000톤의 중국 차가 128개 국가와 지역으로 수출하여 전년 대비 2.7% 증가하였음. 차의 수출액은 10.5% 증가한 17.8억 달러를 기록함
- 차 분류의 관점에서 보면, 중국 녹차의 수출은 여전히 견재함. 전년대비 3% 증가한 330,000톤을 기록하고 있으며, 수출총액은 7.9% 상승한 12.2억 달러로 나타남. 중국 녹차 수출은 중국 전체 차 수출의 83% 규모이며, 전체 차 수출액의 69%를 차지함
- 우롱차와 블렌딩차 수출이 인상적으로 증가하였고 수출량을 보면 각각 19,000톤(전년대비 17.2%)과 6,917톤(전년대비 12.2%)으로 증가함. 보이차 수출은 하락세를 멈추고 다시 반등하였음. 총 수출량은 2,970톤(전년대비 9.3%)로 증가함
- 홍차는 차의 두 번째로 큰 분류며 수출량이 33,000톤으로 전년대비 7.2% 감소하였음. 주요 수출국 관점에서 볼 때, 아프리카와 아시아는 여전히 중국 차 수출을 위한 가장 중요한 시장임. 그들 가운데, 아프리카 수출이 200,000톤에 이르렀을 때 수출량은 전년대비 3.3% 증가, 수출액은 55% 증가를 나타냈고, 아시아 수출이 전년대비 3.1% 증가했을 때, 수출액은 26.9% 증가를 보였음. 제안된 계획 “the Silk Road Economic Belt and the 21st-Century” 는 “Belt and Road”로 구상에 참여하는 국가들과의 차 무역 기회를 가져왔고 2018년 차 무역량은 90,000톤(전년대비 2.1%)으로 해마다 증가함. ASEAN 국가들의

수출량은 전년대비 10.8% 증가한 18,000톤이고 EU에 대한 수출량은 전년대비 1.4% 약간 감소한 29,000톤임

- 수출가격으로 보면 국내 생산비용이 지속적으로 상승함에 따라 녹차, 홍차, 우롱차, 블렌딩차의 평균 수출가격은 모두 차 수출의 총 매출액이 상승하는데 기여하였음. 중국에는 28개의 지방 도시의 차들이 수출됨. 상위 5개 도시를 살펴보자면 저장(Zhejiang), 안후이(Anhui), 후난(Hunan), 푸젠(Fujian) 그리고 장시(Jiangxi)이 있음. 이 도시들의 수출량이 중국 전체 수출 물량의 82.7%를 차지함
- 차 수출의 꾸준한 성장에는 두 가지 주요한 이유가 있음
  - 첫째, 차 품질보증의 지속적인 개선으로 차 수출 확대의 든든한 초석이 마련되었음. 중국 정부의 관할 당국은 지속적으로 녹색 생산 모드의 이행을 강화하고 모든 생산 지역에 높은 수준의 표준을 적용한 생태학적 차 농장을 조성하였음. 차 생산, 공정, 포장 및 판매 전체과정에서 품질과 안전을 특별하게 관리하였음
  - 두 번째, 국제 시장에서의 차 소비는 더욱 다양해지고 있음. 녹차가 홍차보다 더 건강에 좋을 수 있다는 소비자들의 지속적인 추세로 인해, 최근 녹차의 소비는 크게 증가하였고, 무역량 또한 증가함
- 2018년 중국은 전년대비 19.1% 증가한 35,500톤을 1.8억 달러 규모(전년대비 19.4% 증가)의 차를 수입하였음. 차 수입량에 대한 2014년에서 2018년까지의 복합성장률은 7.2%였고, 수입액의 복합성장률은 12.7%였음
- 홍차는 수입량이 전년대비 16%가 증가한 주요 수입품이며, 수입량은 30,000톤에 달함. 전체 수입물량의 84.5%를 차지하며 1.2억 달러 규모(전년대비 10.4%증가). 2014년에서 2018년까지는 홍차 수입의 복합 성장률의 14.6%로 수입액은 14.4%였음. 녹차와 우롱차는 두 번째로 수입량이 많으며 각각 3,142톤, 2,308톤 규모로 수입량의 8.7%, 6.5%를 차지함
- 차 무역은 활발히 발전하고 있으며, 향후 주요 트렌드 4가지 예상
  - 첫째, 건강한 식습관에 대한 지식과 차의 이점에 대한 지식은 소비자들 사이에서 심화되어 차 수요의 증가로 이어질 것이며, 무역량은 분명 계속해서 증가할 것임
  - 둘째, 과학과 기술과 혁신을 통해, 차 생산자들이 차의 질을 지속적으로 향상시키고, 끊임없이 품종을 강화하고, 차의 다양성을 더욱더 풍요롭게 한다



### 3.2. 스리랑카 수출 시장 현황

#### <스리랑카 국가개요>

국명	스리랑카 민주 사회주의 공화국(Democratic Socialist Republic of Sri Lanka)
면적	62,705 km <sup>2</sup> (자료원 : 스리랑카 중앙은행 연간보고서, 2019 기준)
수도	스리자야와르데네푸라코테(Sri Jayawardenepura Kotte)
인구	21,803,000 명 (자료원 : 스리랑카 중앙은행 연간보고서, 2019 기준)
GDP	840억 달러
종족	Sinhalese(74.9%), Sri Lankan Tamils(11.2%), Indian Tamils(4.2%), Moors(Muslim 9.2%), 기타(0.5%)
언어	싱할라 및 타밀어
종교	불교(70.1%), 힌두(12.6%), 이슬람(9.7%), 기독교(7.4%)
국가원수	대통령: Gotabaya Rajapaksa (SLPP) (* 2019.11월 취임) 수상: Mahinda Rajapaksa (SLPP)
화폐단위	루피

출처 : KOTRA

- 현재, 차는 국내에서 가장 큰 외국 교환 작물이고 세 번째로 큰 농업이며, 가장 중요한 것은 우리의 세 번째로 큰 외환 수입원임. 스리랑카에서의 차 산업은 GDP의 1.2%를 차지하고 약 100만 명을 고용하고 있으며, 이 중 60만 명은 직접 고용된 사람들임
- 1994년-1995년에 실시된 Tea Land 조사에 의해 결정된 스리랑카의 텍스 범위는 187,971ha이며, 이는 2002년까지 210,621ha로 증가하였음. 이러한 증가의 많은 부분이 소작지에서 비롯되었기 때문에 8년 동안 12% 증가하였음. 현재는 차 재배지역은 202,540ha로 스리랑카는 중국, 인도, 케냐에 이어 세계에서 4번째로 큰 차 생산국이며, 케냐, 중국에 이어 3번째로 큰 수출국임
- 차 소작지는 (민간부문) 전체 차 범위의 약 60.3%인 122,169ha를 기여함. 나머지 80,371ha(39.7%)는 주(State) 및 관리 회사 소유의 재산임.
- 개인 소유의 범위 내에서 50a까지는 소작지로 간주됨. 그러나 Tea Control Act에 따르면 10a 이하의 경작지만 소작지로 인정함. 주(State) 소유 하에 있고 회사 관리하의 차 소유지는 보통 큰 범주의 경작지로 분류됨. 전국 14개 구역의 123개 DS 사업부내 3,692 GN 사업부에서 재배되고 있지만, 차 수확은 8개 구역에서 광범위하게 재배됨

#### <스리랑카 차 재배 영역에 따른 전체 차 범위와 차 생산량>

부문	범위(ha)	%	총 차 생산량 (Mn/kg) 2018	%
개인(Private) 부문	122,169	60.3	228.13	75.08
주(State) 부문	80,371	39.7	75.71	24.92
총계	202,540	100	303.84	100

출처 : 스리랑카 차 이사회, 2018

- 소작지 재배는 스리랑카 차 분야에서 75% 이상을 기여하면서 전체 차 생산에 큰 역할을 하고 있으며, 370,842의 소작지를 보유하고 있는 37,842명의 소작농들은 섬 전체 차 재배 범위의 약 60%를 차지함. 약 46,241개 소작지는 20에이커 미만의 면적이며 약 86% 소작지는 0.5ha 미만이고 그중 51.4%는 가족기업 형태임. 따라서 소작농과 소작지는 하위 부문에서 매우 중요함

〈국가 전체 차 생산량 및 소작농의 차 생산량〉

	(Mn/kg)	(Mn/kg)	(%)
1985	214.09	82	38.3
1990	223.16	113.7	48.7
1995	245.96	140	56.9
2000	305.84	183.7	62.1
2005	317.19	205.8	64.9
2010	331.42	230.1	69.4
2015	328.96	239.86	72.9
2016	292.36	217.85	74.5
2017	307	232	75.5
2018	303.84	228.13	75.08

출처 : 스리랑카 차 이사회, 2018

- 소작농의 기여도는 1985년에 단지 38.3% (82Mn/kg) 밖에 되지 않았음. 하지만 소작농의 생산량은 차 지배지 확충과 생산성 향상을 바탕으로 2018년에는 전체 국가 생산량의 75% (228Mn/kg)에 이를 정도로 급성장하였음. 전체 국가 차 생산량 또한 1985부터 2018년 까지 점차 증가하였음. 스리랑카는 낮은 땅과 산지를 가지고 있고, 지역에 따라 기후가 매우 다양함

- 실론티는 재배지에 따라 다양한 종류로 생산되어짐. 차는 3가지 해발고도에서 재배됨.

1. 고지대 재배 차 (1220m<)
2. 중지대 재배 차 (610m - 1220m)
3. 저지대 재배 차 (610m>>)

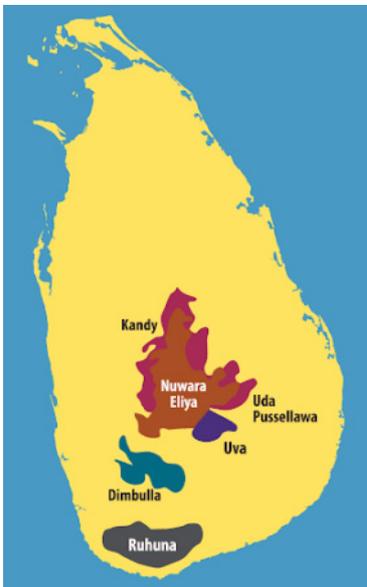
### <해발고도에 따른 총 차 생산량>

	- 2018 (Mn/kg)	%
	64.8	21.3
	47.0	15.5
	192.0	63.2
	303.8	100

출처 : 스리랑카 차 이사회, 2018

- 현재 스리랑카 전체 차 생산량 중 60% 이상이 저지대 재배로 이루어짐. 해발 고도에 따라 고유 특성을 가진 차가 생산됨. 스리랑카는 다양한 고도에서 재배된 다른 차를 섞어 광범위한 맛과 색을 가진 차를 제공할 수 있음. 몇몇은 감칠맛이 나고, 몇몇은 가벼울 수 있음. 그러나 진한 맛과 밝은 금빛을 띤 모든 실론 블렌딩 차는 인기가 있을 것임. Ceylon 차는 타의 추종을 불허하는 품질과 각기 다른 지역에서 자란 차의 특징을 가진 다양한 맛으로 매우 사랑받고 있음. 덧붙여 위의 특성, 기후 및 고도에 따라 식별된 6개의 주요 차 재배 지역이 있음

### <6개의 주요 차 재배 지역>



#### Nuwara Eliya Tea

Nuwara Eliya  
6



#### Uda Pussellawa Tea

Uda Pussellawa  
5 ~6



#### Dimbulla Tea

Dimbulla  
5 ~6



#### Uva Tea

Uva  
2 ~4



#### Kandy Tea

Kandy  
2 ~4



#### Ruhuna Tea

Ruhuna

- 스리랑카는 세계의 홍차 생산국으로 97% 이상의 홍차를 생산하고 있으며 매우 작은 규모로 녹차와 인스턴트차를 생산하고 있음

**<수출 품목과 수량>**

	(Mn/kg)	%
	275.26	97.48
	4.62	1.64
	2.48	0.88
	282.36	100

출처 : 스리랑카 차 이사회, 2018

- 과거 스리랑카는 벌크형태의 수출이 주를 이루었지만, 현재는 포켓형 수출이 벌크 및 티백형의 수출량을 앞서고 있음

**<수출 형태와 수량>**

	(Mn/kg)	%
(Bulk)	123.54	43.75
(Pockets)	135.40	47.95
(Bags)	23.42	8.30
	282.36	100

출처 : 스리랑카 차 이사회, 2018

- 스리랑카는 여전히 kg당 3USD 이상의 차 가격을 부과하고 있으며 저지대 경작 차에는 가장 높은 가격을 부과함. 평균 가격은 2017년 1kg당 4USD를 상회했음

**<콜롬보(Colombo) 경매 평균(kg당) - 2017>**

	LKR ( )	USD
	606.64	3.98
	564.64	3.70
	637.42	4.18
	620.14	4.70

출처 : 스리랑카 차 이사회, 2018

- 차는 스리랑카의 주요 외화벌이 작물이며 그들의 차에 대한 좋은 가격을 보장함. 2017년 스리랑카는 kg당 평균 FOB 가격으로 Rs. 807.44 (USD 5.30)를 받았음

〈차 수출 수입 (수입 후 재수출 포함)〉

	(Mn/kg)	(Rs/Bn)	kg FOB (Rs)	(USD/Bn)	kg FOB (USD)
2013	319.66	199.44	623.91	1.54	4.83
2014	327.87	212.91	649.37	1.63	4.97
2015	306.97	182.05	593.08	1.34	4.36
2016	288.77	184.78	637.88	1.27	4.39
2017	288.98	233.34	807.44	1.53	5.30

출처 : 스리랑카 차 이사회, 2018

- 스리랑카의 차 소비량은 거의 지속적으로 유지되어 왔고 1인당 소비량은 연간 약 1.5kg임

〈스리랑카의 총 차 소비〉

	(Mn/kg)
2010	27.79
2011	27.49
2012	27.47
2013	27.91
2014	28.33
2015	28.70

출처 : 스리랑카 차 이사회, 2018

### 3.3. 인도네시아 수출 시장 현황

#### <인도네시아 국가개요>

국명	인도네시아(Indonesia)
면적	1,904,569 km <sup>2</sup> (자료원 : World atlas, 2018 기준)
수도	자카르타(Jakarta)
인구	270,630,000 명 (자료원 : IHS Markit(2020년 5월 기준))
GDP	1조 1,191억 달러
종족	자바족 (40.1%), 순다족 (15.5%), 멀라유족(3.7%), 바타족 (3.6%), 마두라족(3%), 베타위족(2.9%), 반편족(2.9%), 미낭까바우족(2.7%), 부기스족(2.7%), 발리족(1.7%), 중국족(1.2%), 기타 1,340 부족(통계청 인구조사 통계)
언어	인도네시아 어(Bahasa Indonesia)
종교	이슬람 (87.2%), 기독교 (6.9%), 카톨릭 (2.9%), 힌두 (1.7%), 불교 (0.7%), 유교 (0.05%)
국가원수	2014. 10.~2019. 10. 대통령 : 조코 위도도 (Joko Widodo) 부통령 : 유습 갈라 (Jusuf Kalla) 2019. 6. 27. 최종 당선 결정 2019. 10. 20. 대통령 취임식 2019. 10.~2024. 10. 임기 대통령 : 조코 위도도 (Joko Widodo) 부통령 : 마루프 아민(Maruf Amin)
화폐단위	루피아(Rupiah)

출처 : KOTRA

- 인도네시아는 세계에서 가장 큰 차 생산국 중 하나임. 대부분의 인도 차들은 수마트라, 발리, 칼리만탄에 이어 자바에서 재배됨. 인도네시아는 문화가 매우 풍부하고 차를 마시는 것도 그 한 부분임. 많은 자바인들은 그들의 어머니나 할머니가 만든 차를 마시며 자라는데, 대개는 암설탕으로 뜨겁게 달궂음. 보통 차는 특별한 흙으로 만든 다구(Teaware)에 뜨거운 물과 찻잎을 넣어 하루 종일 끓임. “nascithel” 이라는 용어가 panas(뜨거운), legit(달콤한), 그리고 kenthel(두툽하고 강한)을 가리킴
- 인도네시아에서 가장 많이 소비되는 차는 자스민 향이 나는 녹차임. 사람들은 그것에 매우 익숙해졌고 거의 모든 경우에 자스민 차를 즐김. 글로벌 차 트렌드가 바뀌면서 인도네시아 차 시장도 달라짐
- 대만 버블차의 새로운 물결은 가족과 젊은이들 사이에서 매우 인기가 있음. 인도네시아의 쇼핑몰에는 대만식 버블티숍이 곳곳에 자리 잡고 있으며, 이러한 경향은 오늘날까지 상당히 꾸준함. 일반 버블티, 푸딩티, 폼티부터 최신 치즈티까지! 또 다른 차 스타일은 말차임. 말차는 다양한 음식에 사용되는 것을 포함하여 많은 형태로 사용됨. 지난 몇 년 동안, 몇몇 “새로운 물결”

특제차 사업자들이 인도네시아에서 새로운 차를 선보이고 있음. 꽤 오래되고 평범한 것으로 인식되던 차가 보다 창의적이고 현대적인 방식으로 홍보되고 있음. 쉽지도 않고 따뜻한 환영을 받지도 못했지만 특제차 사업주들이 특화 차를 교육하고 홍보하는 것에 집중하면서 인지도와 공감력이 형성되어 시장에서 큰 차이를 보이고 있음. 인도네시아의 특수 커피문화의 급속한 성장으로 인해 카페와 커피숍 점주들을 통한 시장공략은 좋은 품질의 차들이 더 쉽게 접근할 수 있도록 도와줌

- 오늘날 사람들은 호기심이 많고, 더 높은 평가를 보여주며 좋은 품질의 차를 마시는 즐거움을 찾기 시작함. 인도네시아 차 산업에 참여하는 모든 사람들이 손을 잡고 함께 일하는 것이 이제 과제임. 인도네시아는 정말 좋은 품질과 특별한 차를 생산하고 있으며, 이것은 오래된 전통음료가 되는 사고방식을 바꿀 수 있음. 2019년에는 Tea Masters Cup의 시작이 새로운 산업 전문가들을 부각시키고 국내 특제차 산업 진흥에 도움이 될 국제 차 경연대회로 진행될 예정임. 아주 좋은 우롱차, 녹차, 정통 홍차가 생산되고 있을 뿐만 아니라 인증된 유기농차에도 강한 초점을 맞추고 있음. 현재 전 세계의 엑스포에서 국제적으로 홍보하고 있는 인도네시아 차 회사들이 있고 이것은 확실히 인도네시아가 성장한 새롭고 혁신적인 차들 중 몇 가지를 강조하고 있는 것임
- 차 사업의 차 블렌딩 측면에서 인도네시아 차를 이용한 건강함과 디저트 형태의 믹스에 대해 강한 관심으로 큰 인기를 끄. 판단(Pandan)과 다른 지역 재료를 사용한 아주 흥미로운 혼합차도 있는데, 그 중 일부는 인도네시아에서만 구할 수 있음. 교육 쪽에 대한 관심이 급성장하고 있으며, 많은 카페 주인들이 특제차와 블렌딩 분야에 관심이 많음. 아름다운 차 메뉴, 차와 음식 페어링, 그리고 국제적인 차들뿐만 아니라 인도네시아의 희귀한 특제차들을 제공하는 훌륭한 상품들을 포함하여, 디테일을 아끼지 않은 아주 독특한 카페들도 있음. 인도네시아 차 산업은 확실히 움직임이 활발함
- 인도네시아 사람들은 차를 좋아하며, 젊은 세대는 보다 간편한 형태의 제품을 선호함. 먹기 간편한 차는 길거리 식품 판매자들에게 유용하기 때문에 어디서든 구매할 수 있기 때문임. 거대한 시장의 잠재력은 분명히 많은 국제적인 RTD(Ready to drink) 플레이어들이 인도네시아에 투자하도록 초대함. 플라스틱 컵이나 병에 담긴 RTD 차를 어디서나 볼 수 있음. 소비자 조사에 따르면 연간 소비된 병의 수가 10억 개, 소비된 컵은 40억 개에 이름

- 인도네시아 차 소비는 2018년에 더욱 증가하였음. 2018년 국내총생산 (GDP) 성장률이 5.4%였지만 차 산업은 2017년 대비 6.3% 성장하며 국가 GDP 성장률을 능가할 수 있다는 것을 보여주었음
- 주로 정부 소유의 회사들에서 생산량이 계속 감소하고 있는데, 이는 토지 이용이 다른 작물로 전환되고 생산성이 감소함에 크게 기인함. 2015년 이후 주요 수출국들의 높은 내수, 생산성 저하, 지속적인 MRL 문제가 수출 수치를 더욱 끌어내림. 2018년에는 지난 10년 중에 가장 낮은 49,030톤을 기록함
- 자카르타 차 구매자 협회장에 따르면 국내 수요는 낙관적일 것이라고 생각함. 가장 유명한 차 생산자와 구매 중개상은 지역 차 소비가 6%이상의 상승 추세를 유지할 것이라고 긍정적으로 봄. 녹차의 수출은 이 제품군의 생산자들이 농부들과 버려진 정원을 활용하여 정원을 확장함으로써 생산능력을 증가시킴에 따라 계속 증가할 전망

### 3.4. 터키 수출 시장 현황

#### <터키 국가개요>

국명	터키공화국(Republic of Turkey)
면적	783,562 km <sup>2</sup> (자료원 : CIA World Factbook, 2020 기준)
수도	앙카라(Ankara)
인구	83,154,997 명 (자료원 : 터키 통계청(2020. 2. 발표자료))
GDP	7,544억 달러
종족	터키계(75%), 쿠르드계(19%), 기타(6%)
언어	터키어
종교	이슬람교(99.8%, 수니파 다수), 기타(0.2%)
국가원수	레제프 타이프 에르도안(Recep Tayyip Erdogan) 대통령
화폐단위	터키 리라(YTL)

출처 : KOTRA

- 1937년에 소련에서 조지아산의 차 씨앗 20톤을 가져왔으며 차는 경제적 가치가 되기 시작했고 차 농장이 열렸음. 오늘날 동부 흑해 지역에서는 830,000 데카르 농지에서 280,000톤의 홍차가 생산됨. 터키는 세계에서 5 번째의 차 생산국임. 50% 생산량이 해당 주 구역에서 생산되며, 나머지 50%는 사유지에서 생산됨
- 비록 차가 터키 사람들의 일상생활 속으로 늦게 들어왔음에도 불구하고, 매우 짧은 시간안에 전통적이고 문화적 음료로 자리 잡았음. 그 문화는 공통의 삶과 접대의 상징적인 부분으로서, 많은 민족적 그리고 지적 풍요를 창조했음. 터키의 차 문화에서는 약간의 지역차이가 있지만, 대부분 도자기 찻주전자에서 우려내고 툴립 모양의 찻잔으로 마시는 문화음료임
- 96%의 터키사람들은 매일 차를 마심. 대략 2억4천만 잔이 매일 소비되고 있음. 일인당 소비량은 3.6kg이며 65%는 집에서, 13%는 직장에서, 11%는 방문중에, 5%는 카페에서, 4%는 커피집에서 그리고 2%는 학교에서 소비됨

### 3.5. 태국 수출 시장 현황

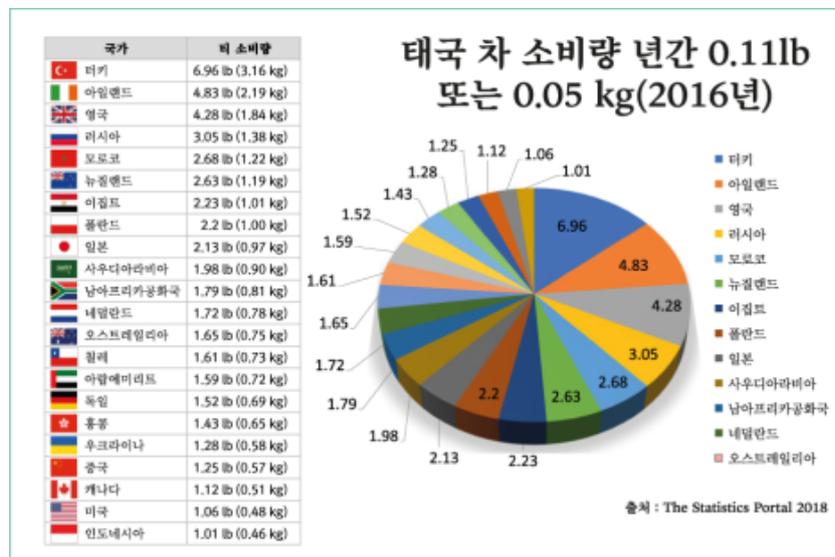
#### <태국 국가개요>

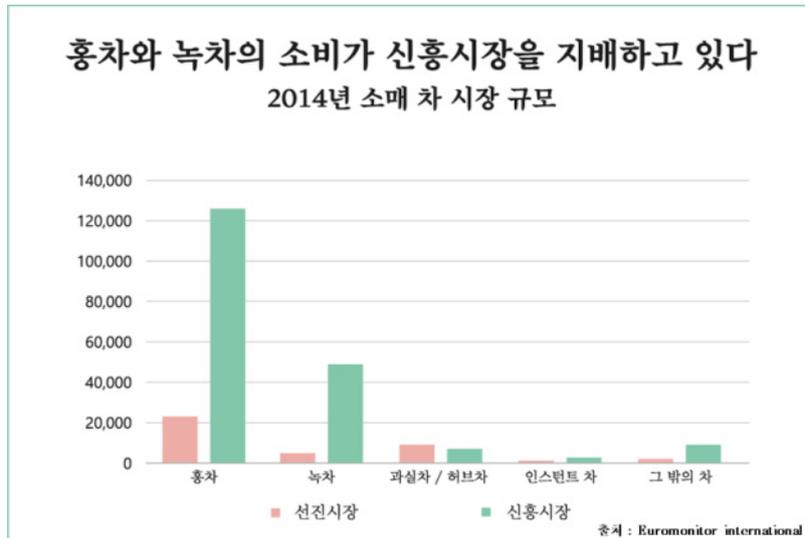
국명	태국
면적	513,120 km <sup>2</sup> (자료원 : 태국투자청(BOI), 2020년 기준)
수도	방콕
인구	67,913,000 명 (자료원 : IMF, 2019년 10월 발표 기준)
GDP	5,436억 달러
종족	순수 태국계(75%), 중국계(14%), 말레이계(11%)
언어	태국어
종교	불교(94.6%), 이슬람교(4.3%), 기독교 및 천주교(1%), 기타(0.1%)
국가원수	국왕: 라마 10세(마하 와치랄롱콘, Maha Vajiralongkorn), 2016년 12월 1일 즉위 총리: 프라윗 찬오차(Prayuth Chan-o-cha), 2019년 7월 9일 제 30대 총리 취임
화폐단위	밧(Baht)

출처 : KOTRA

○ 태국은 차 생산국의 일원임. 차 재배지는 태국 북부에 위치해 있으며, 해발 800m에서 1,200m 사이의 고도를 가짐. 치앙라이(Chiang Rai), 치앙마이(Chiang Mai)는 차 재배 지역이 다른 지방보다 많음. 최고의 수확기인 3월부터 7월에 차 뽑기 시즌이 시작함. 태국의 차 산업은 아삼차(Assam tea)와 중국차(Chinese tea)의 2가지 형태로 구분함

○ 태국의 차 재배면적은 2017년 약 1만5천ha로 2016년에 비해 80.64ha가 증가함. 전체 생산량은 2017년 생잎 차 기준 거의 52,594톤 또는 말린 차 기준 1만2천 톤에 도달 했고, 2016년 대비 5% 증가한 수준임. 태국의 차 재배는 두 그룹으로 나뉘는데 아삼차(Assam tea)는 대략 13,118ha에서 재배되며, 생산량은 44,767톤으로 태국 전체 생산량의 85%에 해당됨. 중국차(Chinese tea) 재배지역은 1,978ha이며, 생산량은 7,827톤으로 전체 생산량의 15% 수준임





○ 태국 차 제품은 3개의 그룹으로 분류 됨

#### 1) 말린 차잎

태국 내 말린 차잎은 수준별 상품에 따라 세 그룹으로 나뉨. 녹차, 우롱차, 홍차가 있으며 녹차는 아삼과 우롱차 잎으로 만듦. 우롱차는 중국 차잎으로 만 만듦. 홍차는 재료는 아삼차잎임. 평균 4.6톤의 생잎으로 1톤의 말린 차잎을 생산할 수 있음. 우롱차는 녹차와 홍차에 비해 가격이 비쌌. 게다가 태국에는 자스민차, 꽃차 등의 다른 제품들이 있으며, 태국은 씹는 차(Miang) 허브차와 차 케이크(보이차)를 생산함. 시장가치는 1억5천만 달러정도였음

#### 2) 씹는 차(Miang)

미양(Miang)은 태국 북부에서 온 미생물 발효 제품 중 하나임. 미양은 아삼차의 신선한 차잎으로 만들어 발효시켜 신맛을 냄. 신선한 잎은 전통적인 기법으로 찌지고 발효됨. 신선한 차잎을 뽑은 다음 대나무 줄기로 묶은 다음 큰 나무 양동이에 2시간 이상 찌. 그 후 펼쳐서 식히고 새로운 다발로 다시 만들어지는데, 바나나 잎이나 플라스틱 시트로 덮인 대나무 바구니에 조심스럽게 포장함. 찌 잎은 산소를 배제하기 위해 누르고 무게를 줄여서 발효 과정에서 부패균 성장을 억제함. 발효는 원하는 정도에 따라 3개월 또는 그 이상 시간이 소요됨. 씹는 차는 국내에서 소비되고 있지만 라오스와 미얀마로 수출되는 차도 있음

태국 북부(치앙라이, 치앙마이, 난, 프라, 매홍손, 람팡지방)의 아삼차 재배지는 약 6천7백 헥타르가 있어 높은 생산성과 함께 연간 최대 18,622톤의 미양(Miang) 제품을 생산함. 이를 통해 연간 8,000,000 달러 (229,360,251 바트)이상의 소득을 얻음

### 3) Ready to Drink(RTD)

태국의 RTD 차 시장은 광고의 증가와 건강 기능성에 대한 인식의 증가로 급격하게 확대됨. 2016년 RTD 차의 시장 규모는 연간 4억7천만 달러를 넘음

- 정부와 민간에서 태국 차를 국제 시장에 홍보하려고 시도함. 수출력을 높이고 지속가능한 농업을 만들어 농민들이 자연과 조화롭게 생활하며 환경에 영향을 주지 않고 소비자에게 해롭지 않은 제품을 만들도록 노력하고 있음. 태국에도 사용되지 않는 오래된 차나무(치앙라이 지방의 Wawee 지구에는 300~500년 된 나무들이 많음)가 많이 있으며, 앞으로는 차 케이크(보이차) 또는 다른 제품에 사용될 수 있는 가치가 생길 것임. 게다가 생태 관광의 주제는 우리가 관심을 가지고 있는 분야임
- 2017년 한해동안 태국은 전세계에 2,704톤의 차 잎을 수출했고, 수출액은 1,300만 달러임. 주로 인도네시아(664톤), 캄보디아(511톤), 중국(495톤) 및 베트남(106톤)에 수출함

#### EXPORT OF THAILAND CLASSIFIED BY COMMODITY

Jan. - Dec. 2017

0902 (KG) Tea, whether or not flavoured

VALUE : US DOLLAR.

No	Contry	Dec			Jan. - Dec.		
		Quality	Value	%	Quality	Value	%
	국가	244,460	1,446,295	100.00	2,714,291	12,945,373	100.00
1	인도네시아	49,119	276,647	19.13	664,504	3,267,126	25.24
2	U.S.A	24,527	150,167	10.38	490,821	192,104	15.00
3	캄보디아	102,969	595,891	41.20	511,401	1,927,249	14.89
4	중국	8,098	29,047	2.01	495,455	1,343,881	10.38
5	네덜란드	5,248	183,848	12.71	40,925	1,339,460	10.35
6	베트남	9	3	-	106,262	744,614	5.75
7	말레이시아	840	10,504	0.73	63,575	581,841	4.49
8	싱가폴	13,998	75,731	5.24	74,666	384,403	2.97
9	라오스	458	7,065	0.49	34,386	147,366	1.14
10	독일	4,970	15,380	1.06	14,788	147,336	1.14

출처 : Ministry of commerce 2018 (상무부)



\*Harmonizing code 0902  
출처 : Ministry of commerce 2018

- 2017년 한 해 동안 태국은 9,237톤의 차를 수입함. 수입 가치는 약 1,500만 달러였고 주요 수입국은 중국(4,182톤), 베트남(1,986톤), 미얀마(1,395톤), 인도네시아(1,054톤) 및 말레이시아(191톤)임. 중국에서 들어오는 차는 전체 수입물량에 45% 수준임. 2017년 중국 수입액은 연간 300만 달러이며, 총 수입 총액은 15,752,192 USD임

**IMPORT OF THAILAND CLASSIFIED BY COMMODITY**

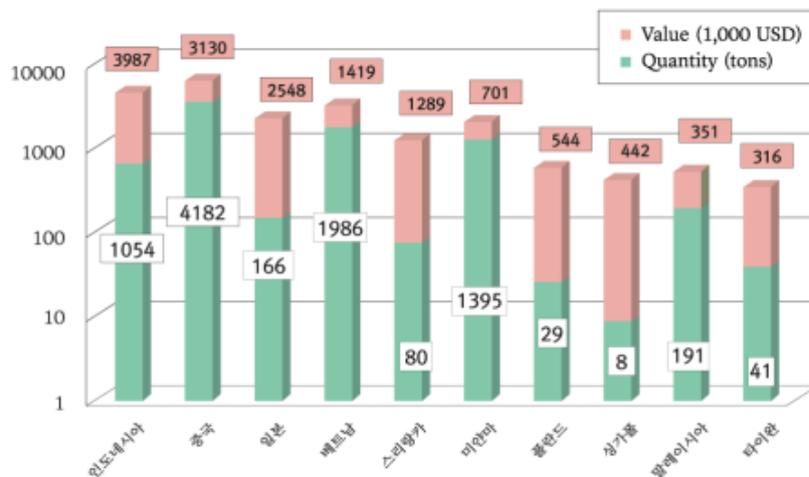
Jan. - Dec. 2017

**0902 (KG) Tea, whether or not flavoured**

VALUE : US DOLLAR.

No	Contry	Dce			Jan. - Dec.		
		Quality	Value	%	Quality	Value	%
	국가	906,366	174,972	100.00	9,237,346	15,752,192	100
1	인도네시아	209,533	528,664	30.21	1,054,162	3,987,054	25.31
2	중국	342,544	246,981	14.12	4,182,998	3,130,937	19.88
3	일본	14,434	331,944	18.97	166,968	2,548,896	16.18
4	베트남	149,640	162,480	9.29	1,986,407	1,419,286	9.01
5	스리랑카	5,595	96,333	5.51	80,979	1,289,298	8.18
6	미얀마	147,000	67,710	3.87	1,395,475	701,801	4.46
7	폴란드	3,085	62,532	3.57	29,466	544,152	3.45
8	싱가폴	108	13,879	0.79	8,887	442,758	2.81
9	말레이시아	15,424	40,107	2.29	191,707	351,287	2.23
10	타이완	6,180	74,069	4.23	41,625	316,059	2.01

출처 : Ministry of commerce 2018 (상무부)

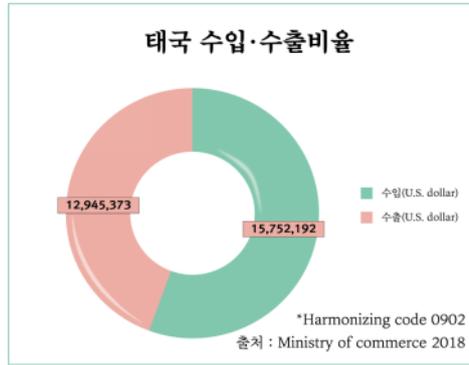


\*Harmonizing code 0902

출처 : Ministry of commerce 2018

- 세계무역기구(WTO)의 틀 아래 차는 수입 쿼터가 필요한 상품임. 태국이 WTO로부터 2018년에서 2020년까지 할당받은 할당량은 625톤임. 이 쿼터에 따라 쿼터 수령자는 수입세 30%와 함께 조화코드(Harmonizing code) 0902에 따라 수입할 수 있으며, 외부 쿼터에는 90%의 수입세가 부과됨. 현재 올해 쿼터를 받은 수입 업체는 175개에 이룸. 수입 할당량은 3.75톤임. 수입 물량이 동일하지 않으면 할당량이 발생함. 다음 라운드에서 재할당량 산정이 이루어지며 이런 종류의 할당량 문제를 해소하기 위해 노력함. 작년

에 이들은 높은 쿼터를 신청하였지만 실제로 수입하지 않는 등의 행동으로 다른 수입자들의 기회를 막고 있음. 그래서 올해는 할당량 배분의 새로운 시작임



○ 중국에서 수입되는 차는 녹차와 홍차의 두 그룹으로 나뉨. 태국에서 즉석 차나 RTD 음료생산에 필요하기 때문에 태국에서는 중요한 시장이며 우리는 아세안의 수출기지여서 녹차 수입량이 다른 나라보다 많음. 홍차나 우롱의 또 다른 부분은 주로 푸젠, 시아멘 지역에서 전통 차 상인들에 의해 수입됨. 중국이 태국에 중국산 차 수입을 촉진할 수 있는 기회는 위에서 언급한 WTO 틀에 따라 수입관세 감축 협상을 시도하는 것임.

○ 태국은 차 산업기술과 장비의 수요가 늘고 있어 중국 기업들에게는 좋은 기회가 될 수 있음. 그럼에도 불구하고 알리바바 그룹이 태국의 온라인 마케팅과 물류 투자에 대한 투자위원회의 허가를 받았기 때문에 Taobaso와 Aliexpress를 통해 온라인 판매를 진행하는 것이 태국에 중국차를 제안하기 위한 가장 좋은 방법 중 하나일 것임. 태국에는 Juyeqing, Emeixueyacha, Mengdingganlu와 같은 고급녹차를 가지고 있지 않기 때문에, 만약 이러한 종류의 홍보를 위한 광고는 태국사람들로부터 쉽게 받아들여질 것임. 중국차 회사 TAETEA의 사례와 같이, 그들이 직접 Menghai Chachang에서 Puer tea를 수입한 3~4년 전부터 지금까지 Puer tea는 태국인들에게 나날이 더 많이 받아들여짐

### 태국 차 제품 - 말린 차



### 씹는 차 사용 증거



태국 차 제품-씹는 차



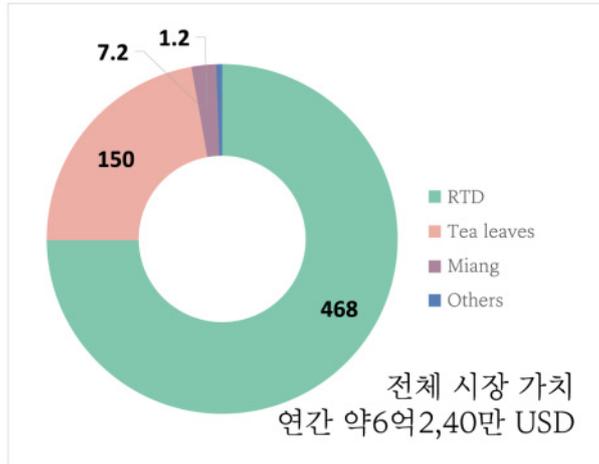
씹는차는 연간약18,662톤 생산된다.  
시장가치 720만 달러(2016)

출처 : Thailand tea institute 2016 (태국 차 협회 2016)

태국 차 제품-RTD 제품



태국 RTD 음료의 시장가치  
468만 달러(2016)



### 3.6. 말레이시아 수출 시장 현황

#### <말레이시아 국가개요>

국명	말레이시아 연방(Federation of Malaysia)
면적	면적 330,621 km <sup>2</sup> (자료원 : 말레이시아 통계청, 2020년 기준)
수도	쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)
인구	32,730,000 명 (자료원 : 말레이시아 통계청, 2020년 기준)
GDP	3,647억 달러
종족	말레이계(69.1%), 중국계(23.0%), 인도계(6.9%), 외국인 및 기타(1.0%)
언어	공용어: 말레이어(Bahasa Malaysia), 상용어: 영어
종교	이슬람교(61%, 국교), 불교(20%), 기독교(9%), 힌두교(6%), 기타(4%)
국가원수	국왕: Sultan Abdullah (16대 국왕, 2019.1.31. 취임) - 말레이계 9개 주 술탄이 5년마다 순환하며 국왕 역할 수행 총리: Muhyiddin bin Haji Muhammad Yassin
화폐단위	링깃(MYR, RM)

출처 : KOTRA

- 말레이시아에서 소비되는 차의 80%이상이 홍차인 반면, 중국 차와 다른 차는 전체 소비의 20% 미만으로 추정됨. 전통적으로 서기 19세기 광대한 중국 이민 이후 말라야에서 중국인들이 마시는 중국 차의 종류는 당시 그들의 방언 집단인 하카(Hakka)족이 녹차를 홉기엔(Hokkien)족이 우롱차를 광동족은 류파오다크티(LiuPao Dark Tea)를 소비했음. 오늘날 모험심이 강한 중국 말레이시아의 젊은 세대들은 테다릭(Teh Tarik) 스타일의 홍차와 최근 유행한 일본 차, 한국차, 대만차 외에도 모든 종류의 중국 차를 소비함
- 말레이시아에서 재배 되는 차의 대부분은 품종이 아사미카임. 서기 19-20세기 동안 말레이시아 전역에 소규모 차나무 재배의 증거가 있었지만, 1930년대부터 카메론 하이랜드에서만 대형 차 재배지가 기록되었음. 말레이시아에는 많은 차 재배지가 있음
  - Blue valley 차 재배지(카메론)
  - Gunung Emas 차 재배지(카메론)
  - Guthrie 차 재배지(세랑고르)
  - Lenggong 차 재배지(페라크)
  - Mardi(카메론)
  - Mayang 차(사라왁)
  - Ng Teong Kait 차 재배지(카메론)

- Johor 차(조호르)

하지만 이 모든 곳이 여러 이유로 가동을 중단하였고 노동력이 1차적 문제임

- 말레이시아는 Boh 재배지(카메론 고원), Bharat 차 재배지(카메론 고원), Sabah 차(키나발루 산)의 3개의 주요 지역에서 360만kg의 홍차를 생산함. 말레이시아의 차 수출량은 미미함
- 말레이시아는 2007년 1,800만 kg에 비해 2017년 현재 연간 섭취량이 2,900만 kg에 달할 정도로 눈에 띄게 증가하고 있음. 1인당 소비량은 꾸준하게 유지되어 약910g정도임. 시장 수요를 충족하기 위해 말레이시아는 인도네시아, 베트남, 중국, 스리랑카, 인도, 파푸아 뉴기니, 케냐, 말라위, 탄자니아, 모잠비크, 아르헨티나, 에콰도르등 주요 차 생산국에서 수입하고 있음. 아세안과 중국으로부터의 차 수입관세는 1997년 20%에서 2008년 8월29일과 2010년 1월1일 기준으로 0%로 감소한 반면, 다른 국가에서의 수입은 5% 수입관세가 부과됨
- 영국 스타일의 afternoon tea는 영국-말레이시아 시대 이후로 오랫동안 인기를 끌었고, 여러 변형된 제품이 나왔음에도 불구하고 여전히 인기 있는 트렌드로 호텔과 카페테리아에 많이 제공되고 있음. 그러나 “차” 자체에 대한 집중과 도입은 매우 약함. 와인 페어링처럼 티 페어링 트렌드가 대두되면서 이제는 차 서빙에 대한 인식을 높이고 세련된 차 소비 방식을 되살려 말레이시아 홍차 시장의 건강 의식 요인을 더해야 할 때임. 차 종류 중에서 중국산 차는 말레이시아인들 사이에서 비교적 적게 소비되고 있음. 인구의 15%가 중국차를 소비한다고 발표한다면 과장된 표현일 것임
- 말레이시아에서 소비되는 통상의 인기 있는 중국 차 종류는 자스민차, 푸에르 다크차, 류파오 다크차, 우롱차(티관인, 쑤이시엔 등)가 있음. 이와 같이 지난 몇년동안 중국의 일대일로(Belt and Road) 계획의 메아리 속에서 중국 차에 대한 최근 발전은 이를 개선할 수 있는 여지가 많고 잠재력이 있다는 것이 고무적임
- 중국의 차회사가 영국, 미국, 호주 등과 같은 서구 국가들의 주요도시에 있는 현대적인 찻집과 차 바(bar)에 선도적으로 투자하여, 세계 비알콜 음료 시장을 휩쓸고 있는 것을 봄. 이 새로운 경향은 말레이시아에서도 인기를 얻고 있음. 소비자를 비교적 높은 카페인 커피, 코코아, 맥아음료, 초콜릿 음료에서 차로 바꾸는 것은 의심할 여지없이 맹렬한 움직임을 보임
- 말레이시아 전역의 일본 식료품점 슈퍼마켓에서 몇 개의 일본산 차 브랜드

를 쉽게 구할 수 있음. 전차(Sencha), 겐마이차(Genmaicha), 말차(Maccha)는 인기 있는 몇가지 음료임. 일본 차는 주로 일식당에서 소비됨. 말레이시아에서는 일본 차의 소비를 늘릴 수 있는 잠재력이 큼. 교쿠로, 호지차, 반차, 이리반차, 기키차 등과 같은 다른 종류의 일본 차의 홍보가 필요함

- 말레이시아에서도 한국 차를 마시기도 하지만 여전히 틈새시장임. 새로운 스테비아차, 과일 주입차, 식물 주입차, 허브 주입차와 같은 새로운 차종들이 말레이시아에서 인기를 끌고 있는데, 일반적인 인식은 차가 면역 체계를 강화하고 콜레스테롤과 혈압을 낮추는 데 도움이 된다고 생각함
- 다시 말해, 말레이시아 소비자들의 건강에 대한 의식이 높아지면서 그것의 건강상의 이점을 배우면서 그들이 다양한 차를 찾고 더 많은 차를 마시게 되었음. 말레이시아에서는 최근 몇 년간 RTD 차 소비가 두 자릿수 증가율을 기록했으며, 녹차 기반 RTD가 실적을 주도함. 이것은 또한 대부분 젊은 세대의 건강에 좋은 저당 음료에 대한 수요 증가와 건강에 관심 있는 소비자 그룹에 의해 추진됨
- 소비자들이 차를 마시는 것이 건강에 이롭다는 것을 더 많이 알게 됨에 따라 말레이시아에서의 차 수요는 지속해서 증가할 것임. 현재 연간 섭취량이 2007년 1,800만kg에서 2017년 약2,900kg으로 현재 1인당 소비량은 910g으로 세계14위를 기록하는 등 소비량이 눈에 띄게 증가함. 말레이시아의 유리한 기후 조건은 차 재배에 이상적일 수 있지만 노동력 문제는 쉽지 않음. 차 보관 창고는 이상적인 지리와 기후를 대신할 수 있는 좋은 사업적 고려사항일 수 있음. 말레이시아의 기존 차 제조업체들은 소비자들이 더 많은 차를 마시도록 장려하기 위해 계속해서 새로운 차종을 출시할 것임
- 국내 RTD차 시장도 다른 청량음료 카테고리에 비해 건강에 좋은 대안인 만큼 좋은 성과를 냄. 말레이시아 차 시장은 차 관광, 차 박람회, 차 엑스포가 일 년 내내 열리면서 여러 가지가 확실히 번창함. 품질과 브랜드 인지도의 발전, 그리고 심지어 트렌디한 시장까지 고려해야 할 때임

### 3.7. 미국 수출 시장 현황

#### <미국 국가개요>

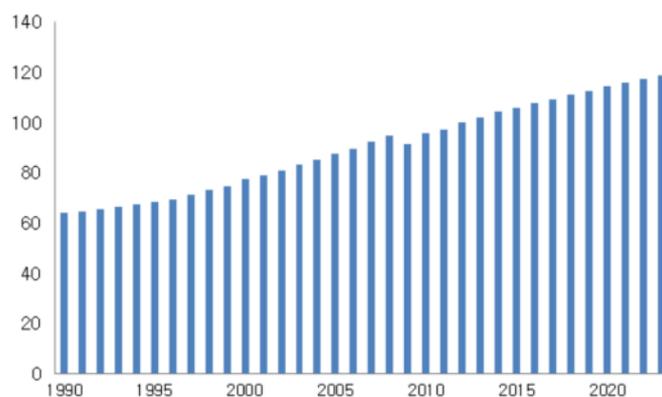
국명	미합중국(The United States of America)
면적	9,372,610 km <sup>2</sup> (자료원 : 2020 조사 기준)
수도	워싱턴 D.C.(Washington, District of Columbia)
인구	330,175,510 명 (자료원 : 미 인구조사국, 2020년 8월 기준)
GDP	21조 4,277억 달러
종족	백인(60.7%), 히스패닉(18.1%), 흑인(13.4%), 인디언/알래스카 원주민(1.3%), 아시아인(5.8%), 하와이 및 태평양 원주민 (0.2%) 등 (2019년 기준, 추정치)
언어	영어
종교	기독교/가톨릭(70.6%), 유대교(1.9%), 무슬림(0.9%), 불교(0.7%), 힌두(0.7%), 기타(1.5%), 무교(22.8%)
국가원수	대통령 : 도널드 트럼프(Donald Trump)
화폐단위	미 달러(US\$)

출처 : KOTRA

- 2020년 8월 미국은 14년 만에 무역적자 671억 달러(전월비 5.9%↑)로 최대임. 주요인으로는 코로나 섯다운 이후 수입품 소비 늘린 반면에 미국 제품 해외 수요는 증가하지 않은 것으로 보임
- 2018년은 미국뿐만 아니라 전 세계적으로 힘든 한해였음. 미국의 차 소비는 대부분 분야에서 강세를 지속했지만 총 수입량은 부피 기준으로 약 5.5% 감소했음. 녹차는 전년대비 수입량이 약 4.1%, 증가하며 강세를 보였으며, 현재 전체 수입량의 14.6%를 차지하고 있음. 2018년은 3년 평균을 2.7%를 감소시켰음. 그러나 예비수치는 실제로 달러 가치가 상승했음을 나타내며 이는 미국으로 들여온 차들이 약간 더 비싸고 이론적으로 더 높은 품질이라는 것을 암시함. 생산량 감소는 대부분의 원산지에서 볼 수 있음. 전통적인 원산지인 중국, 일본, 대만, 인도, 스리랑카도 영향을 받았으며, 한 해 동안 10% 정도 성장한 스리랑카는 주목할 만한 예외를 가짐
- 스리랑카는 로우 그로운(Low Grown)과 고품질의 전통제조법의 차는 그들만의 그 비율을 가짐. 하지만 미디엄 그로운(Midium Grown)과 로우 미디엄 CTC 타입은 동아프리카 사람들의 과잉 공급으로 인해 한 해 동안 시장 점유율이 많이 낮아짐. 이는 지속적인 과잉 공급으로 인해 항상 취약한 부분이었으며, 지난 12~15개월은 특히 영향을 받았음. CTC 시장의 가장 밑바닥은 상당히 안정적이었지만 결국 연말까지 동아프리카에서 공급되는 값싼 미디엄/로우 미디엄으로 인해 하락함. 동아프리카에서도 전통적 방법의 차 생산을 늘리고 있지만, 소프트 CTC 마켓에 영향을 주기까지는 시간이 걸릴 것임

- 홍미류계도, 인도는 25MM Kg의 불량한 차를 시장에서 제거하고 품질을 높이기 위해 12월에서 1월 동안 아삼 차의 생산을 제한하려고 시도함. 이는 특히 전통방식의 생산량을 증가 시키고, 중동으로의 수출을 늘리기 위한 전략과도 일치함. 대미 최대 수입국인 아르헨티나는 가격과 물가 상승 압력이 지속됨
- 미국 차협회(Tea Association of the USA)에 따르면, 미국은 전 세계에서 러시아, 파키스탄 다음으로 많은 차를 수입하는 국가임. 미국인들은 2016년 기준 약 840억 잔의 차를 소비한 것으로 조사되며, 차 수입 규모는 4억 6,272만 달러로, 2014년 이후 꾸준히 증가하는 추세를 보임
- 시장조사기관 IBISWorld에 따르면, 차의 긍정적인 효능에 대한 미국인들의 인식이 계속해서 높아지고 있어 건강음료로 차를 선택하는 잠재적 미국 소비자들은 지속적으로 증가할 것으로 예상되며, Euromonitor는 미국의 차 시장이 연평균 2%의 성장률로 오는 2021년까지 27억 8,960만 달러 규모의 시장에 이를 것으로 봄
- 차에 대한 의학적 및 노화방지 효능에 대한 믿음으로, 미국 내 50세 이상 인구는 꾸준히 차를 소비할 것으로 보이며, 해당 인구 증가가 차 수요의 주축이 될 것으로 예상됨

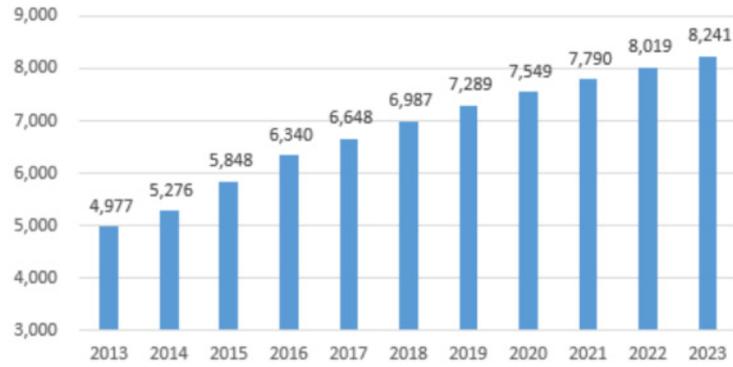
〈미국 50세 이상 인구 추이 (단위: 백만 명)〉



출처 : US Census Bureau, IBISWorld

- 특히, 구입해서 바로 마실 수 있도록 포장된 RTD (Ready-To-Drink) 차 제품은 2018년 기준 약 70억 달러의 시장규모를 지니고 있으며, 건강에 대한 관심과 섭취가 편리하다는 장점으로 인해 향후 5년간 연평균 3.4%씩 성장하여 2023년에는 시장규모 82억 달러에 도달할 것으로 전망됨

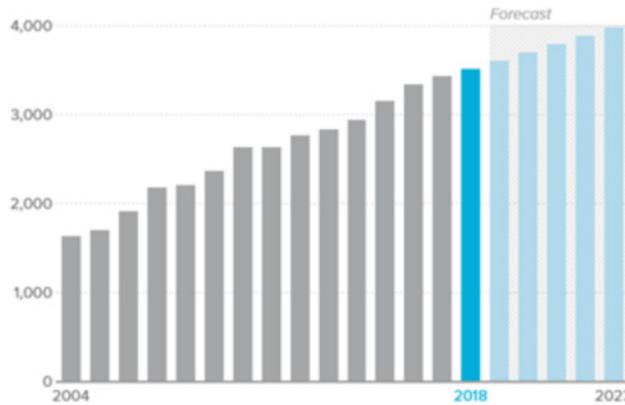
<미국 RTD 차 시장규모 동향 및 전망 (단위: 백만 달러)>



출처 : Euromonitor International, 2019

- 2018년 기준, 미국의 RTD 차 소비량은 전년대비 2.5% 증가한 35억 1,000만 리터로, 향후 5년간 연평균 2.2%씩 성장하여 2023년에는 39억 6,420만 리터를 소비할 것으로 전망됨

<미국 RTD 차 소비량 (단위: 백만 리터)>



출처 : Euromonitor International, 2019

- RTD 차의 성장은 계속 증가하고 있으며 2018년에는 약 3%의 성장률을 보이고 있으며, 2019년에도 이러한 수준의 성장을 지속함. 그러나 RTD의 문제점은 명확함. RTD는 건강, 다과, 수분공급 등과 같은 다양한 범주에서 다른 제품들과 경쟁을 해야 하기 때문에, RTD의 혁신과 경쟁능력은 지속적인 성장을 위한 핵심 요소로 항상 남을 것임. 1인분 단위로 포장된 차보다 더 비싸지만, 소비자들은 유연성과 편리성 그리고 설탕이 든 음료에 대한 보다 건강한 대안으로 RTD차를 계속 찾고 있음. 프리미엄, 고품질 RTD와 CSD의 대체를 위한 분리 및 세분화가 계속 진행됨
- 비록 점유율 하락이 둔화되었지만 다양한 형태로 노력하고 있음. 개인 브랜드는 판매량과 판매수익에서 증가함. 특제 차는 다양한 매장에서 성장의 중심에 설 것임. 모든 통계자료에서 소비자들은 새롭고 다양한 옵션과 맛을 찾기를 원하고 있음을 확인할 수 있음

- 재배토양, 맛, 원산지, 브랜드 그리고 고품질, 고가의 차에 대한 지속 가능성에 대한 관심이 계속됨. 장인 정신의 차들의 트렌드는 그대로 유지되며 적은 양이지만 빠른 속도로 계속 성장함. 소비자들은 그들의 차에 점점 더 몰입하고 있으며, 그들의 차가 어디에서 왔는지, 어떻게 수확되고 제조되는지, 제품을 만드는 사람들의 생계를 어떻게 지원하는지, 그리고 제품이 얼마나 친환경적인지에 대해 점점 더 많이 알고 싶어 함
- 특제 차의 구매자들은 그들이 선택한 제품에 참여하려고 함. 이들은 자신들이 지출하는 달러가 품질 좋은 제품을 제조하는데 있어 좋은 성과를 거둔 것에 대한 보상으로 재배자, 근로자 및 “브랜드” 를 지원할 것임을 알고 싶어 함
- 여전히 적은 양으로 상업적이지 않은 차들이 미국에서 재배되고 있지만, 지역적인 수요에 부응하는 역할을 함. 원산지 국가들 또한 지리적 명칭과 재배토양의 상표화를 통해 차를 보호하고 광고함
- 특제 아이스티가 전국 음식점 협회의 “비알콜 음료 중 가장 인기 있는 목록은 무엇인가?” 에서 상위 10위 안임. National Products EXPO WEST에서 이러한 경향은 모든 식물성 식품과 전체 식품에 기반을 둠. 건강은 식음료 구매의 큰 원동력이기 때문에 차는 완벽한 음료임. 또한 WebMD는 차를 슈퍼 헬스 프로텍션(Super health protection)을 제공하는 10가지 슈퍼푸드 중 하나로 선정함. 모든 종류의 레스토랑에서 차를 제공하는 것이 점점 더 중요하게 되면서 음식 서비스 시장은 계속해서 성장하고 있음. “차 문화” 를 만들고 활용하는 외식업소는 견고한 성장과 충실한 단골 고객을 경험함. 이 구간에서 부분적으로 포착된 냉장고차는 매우 강한 상승 흐름을 이어감. 그래서 2018년의 일반적인 약세에도 불구하고 사실은 차 시장 전반의 건강한 위치에 입지를 유지하고 있으며 수분공급의 원천이 되고 식물을 기반으로 한 트렌드를 활용하여 긍정적인 지속 가능성을 보여줌
- 여러 식음료 트렌트는 소비자들이 차를 선택하도록 동기를 부여하고 있으며, 미국에서의 인기를 견인하고 있음. 차의 건강성, 다양성, 가용성 및 지속 가능성에 의해 촉발된 소비자 관심은 2019년 내내 성장하지 않더라도 꾸준히 유질될 것임

#### - 건강과 건강관리

기능적 혜택과 자연적으로 제공하는 음식과 음료에 계속해서 초점을 맞추고 있음. 많은 소비자들은 차의 기능적 건강상의 이점을 이해하고 있으며, 설탕이 많이 든 음료에 대한 대안으로서 차를 찾는데 도움을 줌. 사실 녹차는

2,050명 이상의 영양학자들을 대상으로하여 “무엇이 영양을 이끌고 있는가?” 조사에서 2018년 10대 슈퍼푸드 리스트에 계속 올라옴

- 건강식품

영양사(Registered Dieticians)들은 “건강(Healthy)” 라벨이 비용과 맛을 능가하기 시작할 것이라고 예측함. 차는 깨끗한 식습관과 식물을 기반으로한 음식과 함께 이 트렌드에 완벽하게 들어맞음. 차는 식물에서 온 깨끗한 라벨을 가지고 있는 완벽한 음료로 유행함

- 마케팅과 혁신

소비자의 관심을 지속시키기 위해 주기적인 혁신과 신제품 출시는 이 범주의 핵심 요인임. 음료 마케팅 회사에 따르면, 혁신은 음료 범주에서 더욱 중요해지고 있다고 함. 혁신은 소비의 새로운 순간, 새로운 수준의 정교함, 소비자와 상호작용하는 새로운 방법, 그리고 더 많은 “생활형 음료”의 창조를 통해 소비자 중심의 접근 방식에 초점을 맞출 것임. 새로운 음료 트렌드는 다음과 같음

- 콜드브루
- 단백질
- 부가 가치 유제품
- 프로바이오틱스
- CBD
- 지속가능성과 환경친화적
- 식물기반
- 기능적
- 발효차(Komnucha)
- 바이오 해킹
- 스페셜 다이어트
- 혁신적인 패키지

○ 잎차(Whole leaf tea)와 천연 향미 차가 소비자, 특히 밀레니엄 세대 모든 통계에서 계속해서 인기를 얻고 있다고 나타남. 좋은 차 제품 뒤에 숨겨진 “이야기”를 찾는 소비자들은 차가 지닌 재배환경과 전통에 관련된 역사를 찾음

○ 녹차(Green tea)는 소비자들의 관심을 계속 끌고 있음. 미국인들은 그들의 몸에 좋은 차라고 높이 평가하고 있음

- 불안할 때 진정시키기
- 면역체계 강화시키기
- 건강한 몸무게를 유지하기
- 육체적으로 스트레스 덜 받기
- 피부 홍조 줄이기

- 대체 감미료(Sweeteners)로 과일이나 야채와 같은 천연 재료를 그들의 상품에 포함시키기 위한 기업의 투자를 장려하기 위해서 FDA 영양 팩트 패널 (FDA Nutrition Facts Panel) 의 변화가 지금 나타남
- 2019년 음료 마케팅 회사는 다음과 같은 트렌드를 제시함
  - Z 세대의 출현
  - 음료 범주의 모호화
  - 공예 음료(Craft beverage)의 상승
  - 신기술로 강화된 음료 제공 시스템
  - 아마존(Amazon) 주도의 소매 혁명
  - 디지털화된 기업
  - 사회적 책임과 지속가능성의 고조된 중요성

### 3.8. 호주 수출 시장 현황

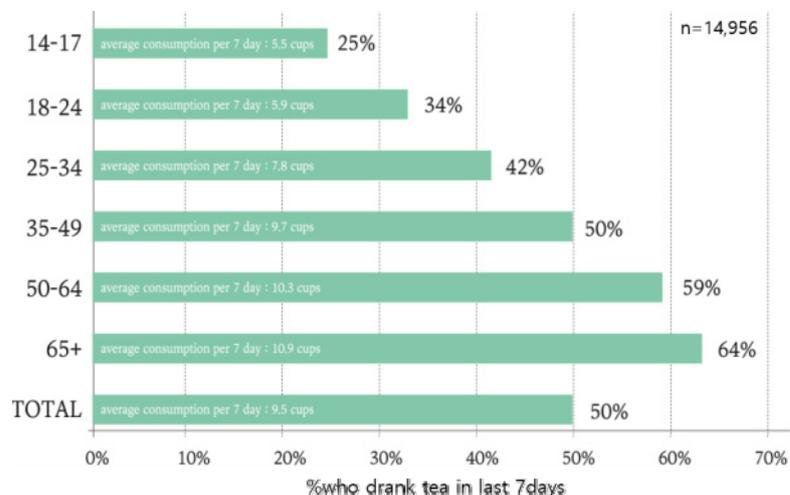
#### <호주 국가개요>

국명	호주(Commonwealth of Australia)
면적	7,692,024 km <sup>2</sup> (자료원 : 호주통계청, 2019 기준)
수도	캔버라(Canberra)
인구	25,649,985 명 (자료원 : 호주통계청, 2020 기준)
GDP	1조 3,926억 달러
종족	영국계(36.1%), 호주계(33.5%), 중국계(5.6%), 인도계(4.6%) 등
언어	영어
종교	천주교(22.6%), 영국성공회(13.1%), 기타 기독교(16.3%), 이슬람교(2.6%), 불교(2.4%) 등
국가원수	군주: 엘리자베스 2세 영국 여왕(Queen Elizabeth II) 총독: 데이빗 헐리(David Hurley) 총리: 스콧 모리슨(Scott Morrison)
화폐단위	호주 달러(AUD)

출처 : KOTRA

- 빅토리아, 호주 서부지역, 태즈메이니아, 퀸즐랜드에서 몇 가지 종류의 녹차를 생산하고 퀸즐랜드와 태즈메이니아에서 홍차를 생산함. 대부분의 녹차는 야부키타 품종을 기반으로 함. 차는 지역 소비를 위해 생산되고, 일본을 위한 녹차를 생산하기 위해 비수기에 봄차(Fresh spring tea)를 생산함
- 14세-17세 사이의 10대 청소년들은 매주 평균 5.5잔의 차를 마시며 가장 차를 많이 마시는 연령대는 65세 이상 노인들로 평균 11잔을 소비함. 소비되는 평균 컵 수도 나이에 비례하여 증가하였으며 절반은 적어도 일주일에 한번은 차를 마시는 것으로 나타남. 또한 차를 마시는 사람의 비율이 여성 55% 남성 45%로 여성이 차를 마실 가능성이 더 높았음

#### <연령대별 주간 차 평균 소비량>



출처 : Roy Morgan Single Source, 2016

### 3.9. 독일 수출 시장 현황

#### <독일 국가개요>

국명	독일연방공화국(The Federal Republic of Germany)
면적	357,581 km <sup>2</sup> (자료원 : 독일 연방통계청, 2019.12.31 기준)
수도	베를린(Berlin)
인구	83,166,711 명 (자료원 : 독일 연방통계청, 2019.12.31 기준)
GDP	3조 8,456억 달러
종족	게르만족
언어	독일어
종교	카톨릭(27.2%), 개신교(24.9%), 유대교(0.1%), 무교(38.8%), 기타(9%) (2019년 기준)
국가원수	대통령 : 프랑크 발터 슈타인마이어(Frank-Walter Steinmeier) 수상 : 앙겔라 메르켈(Angela Merkel)
화폐단위	유로(EUR)

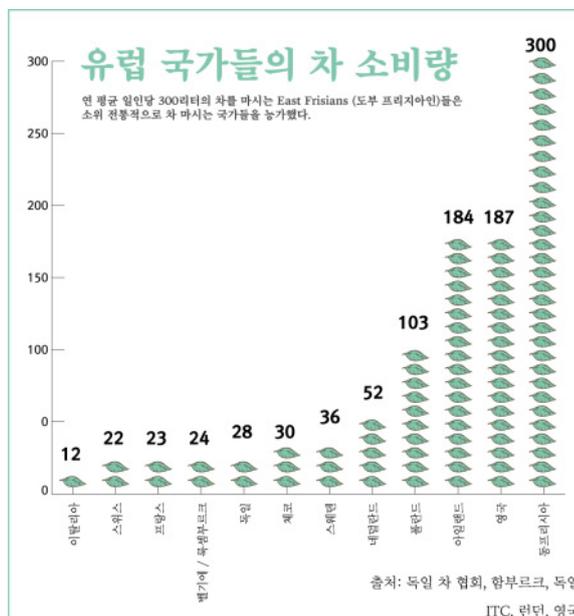
출처 : KOTRA

- 독일에서의 차 소비는 기록적인 수준을 유지함. 일인당 평균적으로 27.5리터의 홍차와 녹차는 연간 마심. 이는 2016년과 비슷한 수준임
- 2017년은 독일 차 무역 분야에서 또 하나의 성공적인 사업의 해였음. 독일은 63개국으로부터 53,544톤의 차를 수입함. 2016년과 비슷한 수준임
- 독일에서 가공된 차는 전 세계적으로 매우 수요가 많음. 수출 판매량은 2016년 실적에 비해 단지 1.54% 줄어들었음. 전체적으로 독일 회사들은 25,021톤의 차 특산품을 EU국가와 76개 제3국을 포함해서 전 세계 100여 개국으로 수출함



- 독일의 차 수입의 절반 이상이 인도와 중국에서 들어옴. 연달아 두 번째로 인도의 독일내 차 판매량이 중국을 앞섰음. 아프리카와 스리랑카는 그 뒤를 따랐으며 각각 14%에 약간 못 미침
- 유기농 차에는 분명히 긍정적인 경향이 있음. 독일에서 점점 더 많은 사람들이 인증된 유기농 차를 즐김. 유기농차는 전체 소비에서 차지하는 비중을 2% 가까이 늘려 총 9.4%로 높였음

- 대부분의 독일 사람들은 그들의 차를 식료품 소매점이나 할인점에서 삼. 이곳은 여전히 51.5%를 차지하는 주요 유통 채널임. 차 전문점이 18%를 차지하고 있으며, 출장 및 외지 구매가 5.2% 차지함
- 차 재배국의 총 수출액은 전년 대비 약간 감소한(1.2%포인트 감소한 31.2%) 반면 명목상의 내수 소비는 6%증가함
- 2017년에는 어느 때보다도 많은 차가 생산되었음. 차 생산량은 2016년에 비해 거의 4% 증가한 570만 톤을 약간 밑돌며 최고치를 경신함. 물에 이어 차는 세계에서 단연코 가장 인기 있고 가장 많이 소비되는 음료임
- 독일에서 가공된 차는 전 세계적으로 매우 수요가 많음. 전체적으로 독일 회사들은 25,021톤의 차 특산품을 EU국가와 76개 제3국을 포함해서 전 세계 100여 개국으로 수출했음
- 독일의 차 마시는 사람들은 2019년에 거의 180억 잔의 차를 소비했는데, 이것은 하루에 4900만 잔임. 독일 국민 1인당 2016년 못지않은 27.5리터의 홍차와 녹차를 소비했음. 1990년 1인당 소비량은 22리터 정도에 그쳤지만 2000년 25리터, 2010년 26리터로 증가해 2016년 28리터라는 신기록을 세웠음. 독일 수입차 소비는 19,066톤임
- 지금까지 수십년 이스트 프리지아는 믿거나 말거나 1인당 연간 평균 300리터라는 놀라운 차 소비량을 세계기록으로 보유하고 있으며, 이는 독일보다도 10배 이상 많은 것임. 차 마시는 나라로서 영국 조차도 3분의1 수준임. 이스트 프리지아인들은 그들의 국가 음료를 소중히 여기고 보호함. 이스트 프리지아의 “Teetied” (Tea time)는 현재 유네스코 무형 문화재 목록에 기록되어 있음



- 독일의 차 총 매출액은 6억 6,170만 유로로, 평균 1인당 차 소비량은 약 0.3kg, 연간 8.03 유로를 차 구입에 지출하는 것으로 확인됨. 홍차와 녹차의 소비량이 73:27의 비율로 홍차 소비량이 높고 홍차는 인도, 녹차는 중국에서 주로 수입함. 여러 해에 걸쳐서 건강함과 라이프 스타일 트렌드를 유지함에 있어 녹차는 유행하고 있으며 2004년에 시장 점유율은 81:19였음



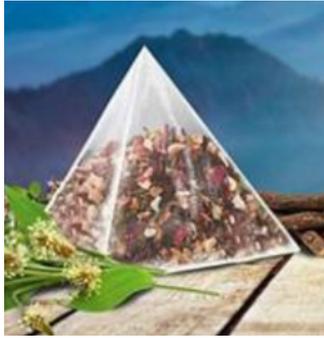
- 소비자의 기호는 여전히 바뀌지 않고 있음. 간편한 해결법인 티백은 시장 점유율 40%를 차지하고 있으며, 반면에 Loose tea는 여전히 인기를 보이며 시장점유율 60%를 차지했음. 10년 동안 변함없는 수치임. 차 전문가들은 티백과 Loose tea가 같은 곳에서 자라고, 같은 품종을 쓰고, 같은 품질을 가지지만 그들은 잎 등급에서 차이를 보임. 그것은 잎의 크기에서 정의 될 수 있음



- 티백은 작은 크기 잎들을 사용하는데 이는 차들이 더 빨리 우려낼 수 있도록 하기 위해서임. 그래서 티백은 빠른 준비를 위한 일정한 양을 제공함. 잎의 크기가 클수록 부피에 비해 표면적이 작아져 완전히 퍼지는데 시간이 오래 걸림

- 티백 중에는 피라미드 형태의 삼각형 티백이 고급스러운 이미지와 기능으로 프리미엄차 시장에서 인기임. 미세하고 투과성이 높은 구조로 기존 펄프형 티백보다 투과율이 약 3배 높으며 투명한 메시 소재로 약초, 과일, 꽃, 뿌리 등의 성분을 시각적으로도 즐길 수 있다는 장점이 있음. 특히 넓은 삼각형의 입체적인 공간에 맛과 향이 최적으로 우려낼 수 있어 잎차를 우리기 번거로울 때 바쁜 일상 속에서도 잎차의 풍미를 즐길 수 있음

### <피라미드형 삼각형 티백>

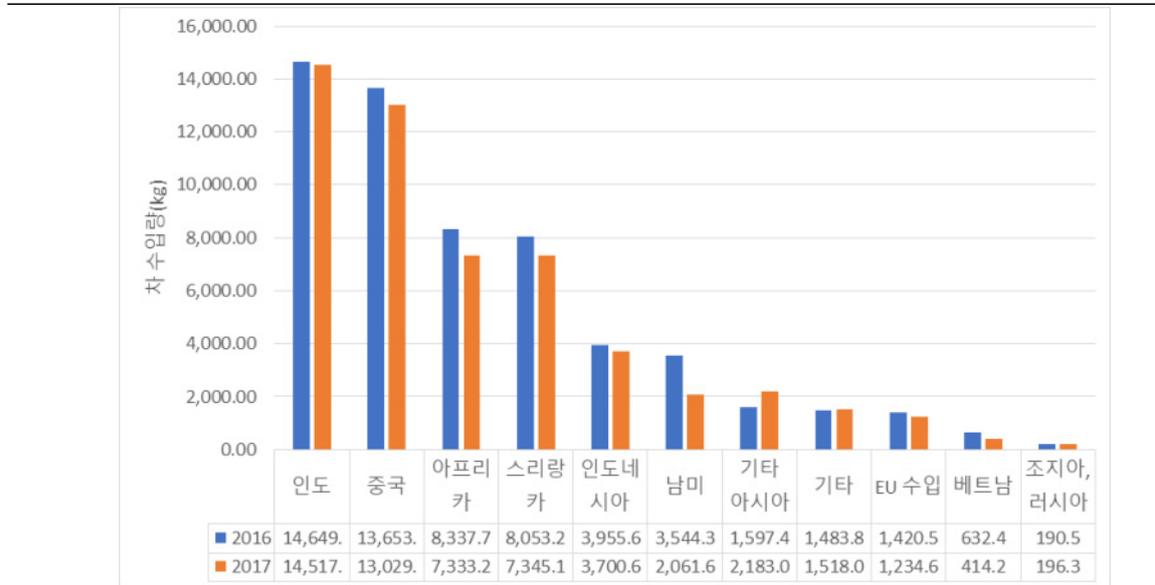


출처 : Bad Heilbrunner, Germany

- 환경에 관심이 많은 독일 소비자들에게 유기농 인증 및 티백 제품의 경우 생분해성 필터가 독일 시장에서 경쟁력을 갖출 수 있으며, 윤리적 소비 인식이 높아짐에 따라 제품 생산 과정에 대해 친환경성 및 인권보호를 도모하는 인증 여부가 중요시 되고 있음
- 유기농 차에는 분명히 긍정적인 경향을 보임. 독일의 점점 더 많은 사람들이 인증된 유기농 차를 즐김. 유기농 차는 전체 소비에서 차지하는 비중을 2% 가까이 늘려 2017년에는 총9.4%에 달함. 2007년에는 4% 2016년에는 7.5%에 불과함. 사실 독일에서 판매되는 유기농 차들은 “유기농”이라는 표기를 포함하지 않는 경우가 많기 때문에 그 비율은 더욱 높다고 봄. 독일에서 판매되는 차들은 품질과 식품안전 측면에서 매우 훌륭함. 제조업자들은 품질에 대한 높은 기준을 설정하고 매우 엄격한 검사를 실시함을 보장함
- 독일의 대부분의 사람들은 여전히 주요 유통 채널인 식품 소매점이나 할인점에서 차를 구입하며 이 비율은 51.5%를 차지하고 있음. 차 마시는 사람의 상당 비율(18%)은 개인적인 조언과 폭넓은 선택이 중요하기 때문에 여전히 차 전문점을 선호함. 소비자의 4.4%는 자신만의 고정된 취향을 가지고 있으며, 차를 사기 위해 우편 주문을 이용함. 5.2%는 호텔에서 판매되고 있음
- 독일은 2017년 5만3천여 톤의 차를 수입했음. 이중 절반 이상이 인도와 중국에서 수입 했으며 인도 차의 수입량이 중국보다 많았음. 아프리카와 스리랑카는 그 뒤를 따랐으며 각각 14%에 약간 못 미침. 인도네시아, 남아프

리카와 베트남과 같은 국가들의 독일 차 수출량은 다 합쳐서 6,200톤 정도임. 독일은 최상의 품질과 품종의 차를 생산함. 그리고 동시에 차 수출의 허브역할을 수행함. 100개가 넘는 나라로 이러한 다양한 품종과 향미를 가진 차들이 재수출되고 있음

〈독일의 국가별 차 수입량(2016-2017)〉



출처 :German Tea Association, Hamburg, Germany & Federal Statistical Office, Wiesbaden, Germany

〈독일의 국가별 차 수입량(2016-2017)〉

	2016		2017	
	in tons	in percent	in tons	in percent
( , , )	14,649.70	25.47	14,517.40	27.11
( , , )	13,653.30	23.74	13,029.20	24.33
( , , , )	8,337.70	14.50	7,333.20	13.70
( , - , )	8,053.20	14.00	7,345.10	13.72
( , )	3,955.60	6.88	3,700.60	6.93
( , )	3,544.30	6.16	2,061.60	3.85
( , 가 , , , ) ,	1,597.40	2.78	2,183.00	4.08
( , 가 )	1,483.80	2.58	1,518.00	2.84
( , , , , ) , EU	1,420.50	2.47	1,234.60	2.31
	632.40	1.10	414.20	0.77
,	190.50	0.33	196.30	0.37
<b>Total</b>	<b>57,518.40</b>	<b>100.0</b>	<b>53,533.20</b>	<b>100.0</b>

출처 :German Tea Association, Hamburg, Germany & Federal Statistical Office, Wiesbaden, Germany

### 3.10. 체코 수출 시장 현황

#### <체코 국가개요>

국명	체코 공화국(영문: The Czech Republic, 체코어: esk Republika)
면적	78,870 km <sup>2</sup> (자료원 : 체코 통계청)
수도	프라하(Prague)
인구	10,694,364 명 (자료원 : 체코 통계청, 2020년 3월말 기준)
GDP	2,464억 달러
종족	체코인(64.3%), 모라비아인(5%), 슬레치안(0.1%), 슬로바키아(1.4%), 우크라이나(0.5%), 폴란드(0.4%), 러시아(0.2%), 독일(0.2%), 헝가리(0.1%), 기타(2.5%), 미확인(25.3%)
언어	공용어: 체코어 / 상용어: 영어, 독일어
종교	카톨릭(10.5%), 개신교(1.0%), 기타(8.6%), 무교(34.5%), 무응답(44.7%)
국가원수	대통령: 밀로쉬 제만(Milos Zeman) (2013년 3월 취임, 2018년 3월 재임) 총리: 안드레이 바비쉬(Andrej Babi) (2017년 12월 취임 후 사임, 2018년 6월 총리로 재지명)
화폐단위	코루나(CZK)

출처 : KOTRA

- 2016년 글로벌 커피·차 제조사인 Jacobs Douwe Egberts CZ에서 체코 소비자를 대상으로 한 설문조사에 따르면, 응답자 중 90%가 차를 주기적으로 마신다고 답했으며, 평균적으로 일주일에 5번, 특히 겨울철에는 하루 두잔의 차를 마시는 것으로 나타남
- 특히, 좌식 테이블, 동양적인 인테리어로 아늑함을 제공하고 잎차로 우려낸 차를 마시는 찻집(체코어: čajovna)이 전국에 400여개 넘게 있으며, 이는 젊은 층 사이에서 차 문화의 중심으로 자리 잡음
- 체코 차 전문가 Jaromír Horák에 따르면, 체코의 차 문화는 일시적인 것이 아닌, 지난 20년에 걸쳐 찻집과 차 전문가가 늘어나며 지속적으로 발달해왔음

#### <다양한 차 및 동양적인 분위기를 즐길 수 있는 찻집(čajovna)>



출처 : andelskacajovna.cz, hodnotimecay.cz, koralovydumsnu.webnode.cz, restu.cz

- 체코의 차 시장규모는 2016년 기준 약 24억 5,000만 코루나(약 1억 37만 달러)로, 2011~2016년 기간 연평균증가율(CAGR) 1.8%, 2011년 대비 9.6%의 성장률을 보이며 꾸준히 증가함

〈체코 차 시장 규모 (단위: 백만 코루나, %)〉

구분	2013	2014	2015	2016
홍차	527	527	532	535
과일/허브 차	1,485	1,478	1,499	1,516
녹차	219	232	222	219
인스턴트 차	0.3	0.3	0.3	0.3
기타	165	170	171	174
합계	2,395	2,407	2,425	2,445
증감률	3.8	0.5	0.8	0.8

출처 : Euromonitor

- 특히, 2016년 9월에 교육부가 학교에서 설탕, 첨가물 등이 들어간 음식 및 음료 판매(자판기 포함)를 금지하는 정책을 시행해 탄산음료, 시럽이 들어간 음료를 대체하고 아이들도 마실 수 있는 차에 대한 관심·수요가 증가하였음



#### 4. 가루녹차 수출 사례

- 가루녹차 수출연구사업단의 주관기관인 하동녹차연구소에서는 차광재배한 차 재배농가(생엽) 및 기업(건엽)들과 수매계약을 체결하여 연구소 가공공장에서 가공·살균·분쇄 과정을 통해 수출기업인 (주)누보에 납품하였음. 이 제품은 글로벌 스타벅스(미국)에 수출하였음

<2020년도 농가의 차광재배 계약 추진 내역>

농가명	매입(kg)				공제율 (%)	비고
	수량	가공	줄기	등급		
1 오시*	3,210	647	12	2	0	생엽
2 김영*	3,540	697	38	1	0	생엽
3 신재*	7,242	1,403	100	1	1	생엽
4 이영*	1,078	211	8	2	0	생엽
5 홍기*	1,930	355	40	1	5	생엽
6 홍기*	944	177	7	2	0	생엽
7 정중*	2,991	574	26	2	0	생엽
합계	20,935	4,064	231	-	-	-

<2020년도 기업의 차광재배 계약 추진 내역>

기업명	매입(kg)			비고
	1등급	2등급	3등급	
1 동*	1,780	27,500	2,500	건엽
2 오설*	13,790	-	-	건엽
합계	15,570	27,500	2,500	-

- 협동 수행 중인 (재)하동녹차연구소와 (주)누보는 정기적으로 미팅을 가지며 수출애로 사항을 해결하기 위해 지난해 2019년도에 UTZ 인증을 받았으며, 올해에도 재인증 받음
- 최근 COVID-19 확진자가 급증하여 온라인 시장 성장이 증가함. 그에 따라 K-MATCHA 홍보를 강화하고자 (재)하동녹차연구소는 SNS를 개설함

 블로그 : [blog.naver.com/k-matcha](http://blog.naver.com/k-matcha)

 유튜브 : [www.youtube.com/channel/UCbGEMGhNjS4VzZXQGPMb0eA](http://www.youtube.com/channel/UCbGEMGhNjS4VzZXQGPMb0eA)

 인스타그램 : [www.instagram.com/k\\_\\_matcha/](http://www.instagram.com/k__matcha/)

- COVID-19로 인해 오프라인 마케팅에 제약이 있었으나, E-commerce 기반 온라인 마케팅 비중의 증가에 따라 SNS (Social Network Service)를 이용한 자사 브랜드 홍보 및 신규 고객사 발굴을 진행하였음
- 그 결과, 유럽(네덜란드) 및 아시아(베트남, 태국, 싱가포르 등) 고객사에 첫 수출을 진행하였고, 지속적인 소통 및 품질 관리를 통해 경쟁력을 강화할 필요가 있음

## 5. 시사점

### 5.1. 수출경쟁력 강화 방안

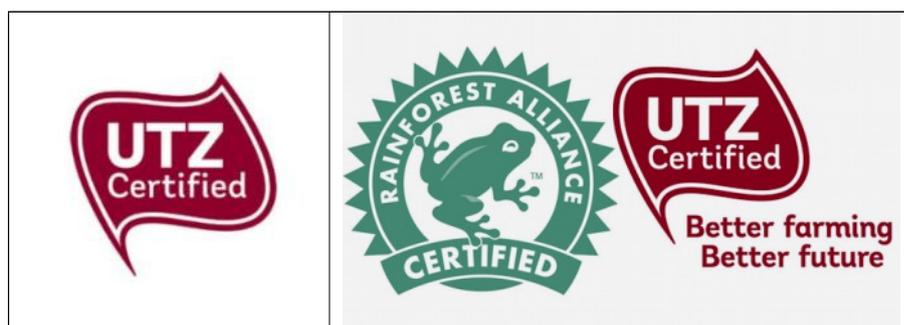
- 가루녹차의 수출경쟁력을 강화하기 위해서는 먼저 차광재배 기술향상을 통하여 내외적인 원료품질을 향상 시키는 것이 가장 중요함
- 원료의 품질은 내적 품질과 외적 품질로 구별 할 수 있는데, 내적품질은 감칠맛 성분이 뛰어난 아미노산(테아닌, 글루타민산 등)의 함량을 증가시키고 반대로 떫은맛을 내는 카테킨함량을 감소시키는 것이 중요함. 내적 성분을 변화시키기 위해서는 차광일수가 중요한데 최소 3주 이상 차광재배하는 것이 중요함. 외적 품질은 녹색도가 중요한 변수인데 녹색도를 증가시키기 위해서는 차광재배를 통하여 엽록소함량을 증가시켜주어야 하며 이를 위해서는 차광율과 차광기간이 중요함. 차광율은 95%이상 유지시키며 기간도 20일 이상이 적당함
- COVID-19는 수출 시장에 많은 영향을 미칠 것으로 예상됨. 이에 지속적인 소비자 행동 및 수요의 변화, 구매 패턴, 공급망의 경로 변경 등에 대해 통찰하여 예측하여야함. 또한 해외 시장에 진출하기 위해서는 차별화된 디자인과 품질의 상품으로 지속적으로 브랜드력을 강화하는 것이 중요함
- 가루녹차의 주요수출국인 일본·중국과 경쟁하기 위해서는 지속적인 유기농 차밭관리와 안전한 가루녹차 생산이 중요함. 세계시장의 판도는 유기농이 대세이며 중국가루녹차의 유기농 생산이 증가하고 있으며 세계 차 박람회에도 지속적으로 출품하고 있음. 또한, 전 세계적으로 식품의 미생물 안전성이 주요 이슈로 등장하고 있으며 대장균이나, 식중독균에 대해서는 색의 변화 없이 살균할 수 있는 기술이 중요해 지고 있음
- 건강음료 녹차 이미지를 앞세워 구미권 및 유럽시장 공략할 필요 있음. 비만이 심각한 사회문제로 자리 잡은 미국 시장에서 녹차의 떫은맛 성분인 ‘카테킨’의 지방 연소 촉진 효과가 주목을 받으며 판매 호조를 보이고 있음. 따라서 K-pop, K-food 등 한류 문화를 활용한 ‘코리아’ 브랜드(K-matcha)를 적극 활용하는 마케팅을 전개하여 경쟁력을 강화할 필요 있음
- RTD 음료 시장이 최근 5년간 연평균 6.5%의 성장률을 보이고 있으며, 매장에서 구입해 바로 마실 수 있는 RTD 음료는 건강을 중시하는 소비자들에게 당 음료의 대안으로 인식되고 있음. 10-30대의 소비자들이 설탕과 우유를 넣은 밀크티 형태의 RTD 음료를 선호하는 경향을 보이고 있음. 따라서

RTD 형태의 음용 방안을 고안할 수 있다면 시장 진입 및 판매 범위를 빠르게 확대할 수 있을 것으로 예상함

- 직접 음용하는 가루녹차인 만큼 전세계적으로 중금속(Aluminium) 오염에 대한 우려가 커지고 있으며, 이 오염에 대한 규정을 빠르게 제정하려는 움직임이 있다고 함. 따라서 한국 가루녹차의 공정성과 안전성을 입증하면 시장 내에서 좋은 포지션을 취할 수 있을 것으로 생각됨
- 고객층의 다양한 라이프 스타일이 생성되는 만큼 오프라인뿐만이 아니라 온라인에서도 적극적인 홍보활동이 필요할 것으로 생각됨. B2BC사이트, 인스타그램, 페이스북 등의 소셜 플랫폼 혹은 배송 플랫폼을 통한 이벤트 및 바이럴 마케팅이 필수가 될 것임. 다양한 해외 홍보 활동을 통해 적절한 마케팅 방안을 고안하고 찾아내는 것이 필요함
- 모바일, 스마트폰, 이커머스 플랫폼의 발달로 인해 쉬운 접근과 구매가 가능한 소비환경이 조성되어 있음. 온라인 시장 발달에 의한 브랜드 강화와 온라인 홍보 활동이 필수적으로 되고 있음
- 또한, COVID-19로 인해 온라인 시장이 활성화 되었으며, 면역력 증진에도 소비자들이 많은 관심을 가지는 것으로 확인됨. 가루녹차의 면역력 향상을 필두로 브랜드 강화 및 온라인 홍보 활동을 통해 한국 가루녹차가 시장 내에서 좋은 포지션을 취할 수 있을 것으로 생각됨
- 바쁘고 현대화된 생활습관으로 인해 소비자들은 일회용 제품과 같은 간편화된 제품을 선호하고 있으며 소비자들이 건강과 환경에 대한 관심도가 높아져 유기농 인증 제품을 선호함. 유기농 인증 및 관련 마크를 취득한다면 경쟁력 갖출 수 있음

## 5.2. 정책적 시사점

- 가루녹차 수출을 확대하기 위해서는 차광재배 시 원가절감이 핵심 포인트인데 원가절감을 위해 가장 중요한 것은 노동비를 줄이는 것이 가장 중요함. 농민의 고령화로 인한 생산성 감소와 인건비 상승으로 차광재배를 기피하고 있는 실정임. 이를 극복하기 위해서는 초기 설치비용이 비싸더라도 지주식(슬라이딩 커튼식) 차광설비 구축이 필요하며 이를 정책적으로 지원할 필요가 있음
- 지주식(슬라이딩 커튼식)의 경우 순차적 이중차광을 적용하면 보다 나은 품질의 가루녹차를 생산할 수 있는데, 먼저 약70-75%의 차광율로 2주일간 차광하여 성장과 녹색도를 증가시키다가 나머지 1주일엔 총 차광율 95%로 한걸 더 2중차광하여 수확하는 방법임. 향후 순차적 2중차광을 농가에 시범 적용할 필요성 있음
- 차광재배를 실시하면 차나무가 받는 스트레스가 증가하며 차광재배 후 차나무의 활력을 증진 시켜야 하는데 이를 위해서는 유기질 비료투입이 필수적이며 시비 횟수와 시비량을 증가 시켜야 함. 따라서 현재 지원되고 있는 친환경 유기질비료 지원을 확대하여야 함
- 프리미엄 가루녹차 수출을 확대하기 위해서는 하동뿐만 아니라 보성 등 다른 지역에서도 차광재배를 정책적으로 지원하고 장려하여 국내 차 산업을 활성화 할 필요가 있음
- 최근 미국 스타벅스와 글로벌 동향을 보면 UTZ(우츠)와 같은 글로벌인증서를 요구하는 기업들이 있음. UTZ(우츠)란 지속가능한 농업을 위한 프로그램으로서 세계 116개국 1만개이상의 제품이 인증 받고 있으며 특히 커피, 코코아, 차 제품에 적용되며 글로벌 GAP와 근로자의 사회적/생활적 조건, 농장관리, 이력추적, 환경보전 등을 아우르는 프로그램임



- Covid-19로 인한 비대면 마케팅 강화를 위한 플랫폼과 수출전략이 필요함. 가루녹차의 면역력 증가와 항바이러스 효능을 SNS상에서 적극적으로 노출하여 소비자의 구매 욕구를 자극해야 함

## 참 고 문 헌

1. 2017년 중국 차잎 생산량 증가와 차 산업구조의 발전, 2017, aT 베이징지사, Kati
2. 미국 차(tea) 시장과 인기 있는 녹차 브랜드, 2019, Kati 뉴욕지사, Kati
3. 코로나19 글로벌 및 비즈니스 동향, 2020, 방지애, KOTRA
4. 2020 북미 진출전략, 2020, 이나래, KOTRA
5. 2019 식품의약품통계연보 제21호, 2019, 이의경, 식품의약품안전처
6. 2018 가공식품 세분시장 현황 다류 시장, 2018, 한국농수산물유통공사
7. 웰빙 바람을 타고 온 녹차식품, 2004, 김정현, 한국특허정보원
8. World tea industry review, 2019, 全球茶情報
9. 2019년 해외시장 맞춤형조사, 2019, aT 한국농수산물유통공사
10. 건강한 음료를 찾는 미국인, RTD 차 시장이 성장한다, 2019, KOTRA 해외시장뉴스
11. 중국 차(茶) 시장 동향, 2020, 김태민, KOTRA 해외시장뉴스
12. 중국 차 음료(RTD TEA) 시장동향, 2020, 김호대, KOTRA 해외시장뉴스
13. 미국 차(茶) 시장동향, 2018, 이지연, KOTRA 해외시장뉴스
14. 특용작물 생산실적, 2018, 농림축산식품부
15. 미국 건강음료 시장조사, 2018, 농림축산식품부 · aT 한국농수산물유통공사



제4차년도  
수출전략기술개발사업

## 프리미엄 가루녹차 수출연구사업단