

2013 임산물 해외시장동향

표고버섯·탈삼감·밤·분재



CONTENTS



■ 표고버섯

01 독일	7
Ⅰ. 시장동향	9
Ⅱ. 유통구조 및 소비동향	17
Ⅲ. 수출확대전략	23
02 미국	25
Ⅰ. 시장동향	27
Ⅱ. 유통구조 및 소비동향	35
Ⅲ. 수출확대전략	42
03 일본	45
Ⅰ. 시장동향	47
Ⅱ. 유통구조	63
Ⅲ. 수출확대전략	72
Ⅳ. 수입관련제도	77
Ⅴ. 수입바이어 리스트	85

CONTENTS



04 프랑스	87
Ⅰ. 시장동향	89
Ⅱ. 유통구조 및 소비동향	98
Ⅲ. 수출확대전략	105

■ 탈삼감

01 일본	111
Ⅰ. 시장동향	113
Ⅱ. 유통구조	126
Ⅲ. 수출확대전략	134

■ 밤

01 독일	141
Ⅰ. 시장동향	143
Ⅱ. 유통구조 및 소비동향	147
Ⅲ. 수출확대전략	152

CONTENTS



02 일본	155
Ⅰ. 시장동향	157
Ⅱ. 수출입동향	163
Ⅲ. 유통구조	170
Ⅳ. 수출확대전략	183
03 프랑스	189
Ⅰ. 시장동향	191
Ⅱ. 유통구조 및 소비동향	200
Ⅲ. 수출확대전략	208

■ 분재

01 미국	215
Ⅰ. 시장동향	217
Ⅱ. 유통구조 및 소비동향	225
Ⅲ. 수출확대전략	237

» 표고버섯

독 일

I. 시장동향

II. 유통구조 및 소비동향

III. 수출확대전략



2013
임산물 해외시장동향



I 시장동향

1. 생산동향

가. 생산현황

- 독일 통계청에 의하면 2012년 독일 37곳의 사업장에서 약 529,070톤의 버섯이 생산됨.
- 그 중 양송이버섯(Champignons)이 약 522,460톤으로 가장 많은 양을 차지하며 표고버섯의 생산농장의 수는 6곳으로 총 면적 25,000㎡에서 생산된 양은 2,657톤임

	생산농장 수	재배면적(㎡)	수확량(톤)
총	37	2,462,000	529,068
양송이버섯	31	2,424,000	522,462
표고버섯	6	25,000	2,657
기타	5		

(자료출처: 독일연방통계청)

나. 지역별 생산현황

- 독일의 버섯은 동부지역에서 주로 생산됨. 작년 한해 총면적 68,000㎡인 3곳의 트링겐 생산농장에서 16,600톤의 양송이버섯이 생산되었으나 표고버섯은 전혀 생산되고 있지 않음. 총 면적 51,000㎡인 4곳의 작센의 생산농장에서 1,270톤의 버섯이 생산됨 그 중 양송이버섯이 96.6%, 그 밖에 느타리버섯과 표고버섯 그리고 기타버섯이 생산됨. 브란덴부르크에서는 약 7개의 사업장에서 16,000톤의 버섯이 생산되었음

2. 수출입 동향 및 수입관련 제도

가. 수출입 동향

1) 수출

- 독일의 버섯 수출은 2012년 총 약 9,800톤의 규모로 그 중 대부분 양송이 버섯이 차지하고 있음
- 표고버섯의 경우 수출량이 따로 명시되어 있지 않을 정도로 적은 양을 차지함. 독일 연방 농식품 연구소 통계에서 별도로 집계하고 있지 않아 표고버섯은 기타버섯에 포함되어 있음

〈2011/12년의 버섯 종류별 수출량〉

(단위: 톤)

	2012년	2011년
양송이 (Champignons)	8,080	7,025
피퍼링구 (Pifferlinge)	1,066	1,210
돌버섯 (Steinpilze)	23	44
기타버섯	652	875

2) 수입

- 2012년 독일의 버섯 수입량은 약 76,000톤이며, 그 중 양송이버섯이 60,147톤으로 그 대부분을 차지하고 있음

〈2011/12년의 버섯 종류별 수입량〉

(단위: 톤)

	2012년	2011년
양송이	60,147	63,802
피퍼링구	6,357	8,481
돌버섯	259	344
기타 버섯	9,338	9,938

- 독일은 주로 EU국가로부터 버섯을 수입하고 있으며, 2011년에는 EU국으로부터 73,000톤의 버섯과 송로버섯을 수입하였음. 그 외 제 3국에서는 6,000톤 정도만 수입하고 있음

〈독일 버섯 수입 현황〉

단위: 톤 (1,000€)

	2011	2010	2009	2008
EU국가	73,003 (143,140)	81,417 (149,973)	67,987 (124,299)	68,254 (134,122)
제 3국	6,076 (27,342)	5,454 (26,879)	6,605 (28,400)	5,755 (28,692)
합계	79,079 (170,482)	86,870 (176,852)	74,593 (152,699)	74,008 (162,814)

- 점차적으로 버섯 수입량은 증가하고 있는 편이며, 제 3국에서의 버섯 수입량은 일정하게 증가하고 있지는 않음

- 주요 버섯 수입 EU국의 수입현황을 보면, 폴란드와 네덜란드에서 가장 많은 량을 수입하고 있음

〈주요 EU 국가별 버섯 수입 현황〉

단위: 톤 (1,000€)

	2011	2010	2009	2008
폴란드	35,829 (60,977)	36,505 (57,503)	30,129 (48,208)	28,619 (49,629)
네덜란드	32,554 (62,948)	39,420 (71,888)	32,422 (57,088)	34,053 (62,059)
리투아니아	1,200 (6,030)	1,212 (6,220)	1,347 (5,641)	1,744 (7,919)
헝가리	791 (1,799)	974 (2,228)	1,641 (3,717)	1,102 (2,605)
이탈리아	777 (3,149)	971 (3,357)	735 (2,975)	818 (3,554)
체코	580 (1,205)	569 (1,183)	380 (841)	400 (901)

- 그 외 체코를 제외하고 리투아니아, 헝가리, 이탈리아는 수입량이 감소하고 있음
- 우리나라를 포함한 EU국 외의 제 3국에서의 수입량은 아래 도표와 같음

〈주요 EU 국가별 버섯 수입 현황〉

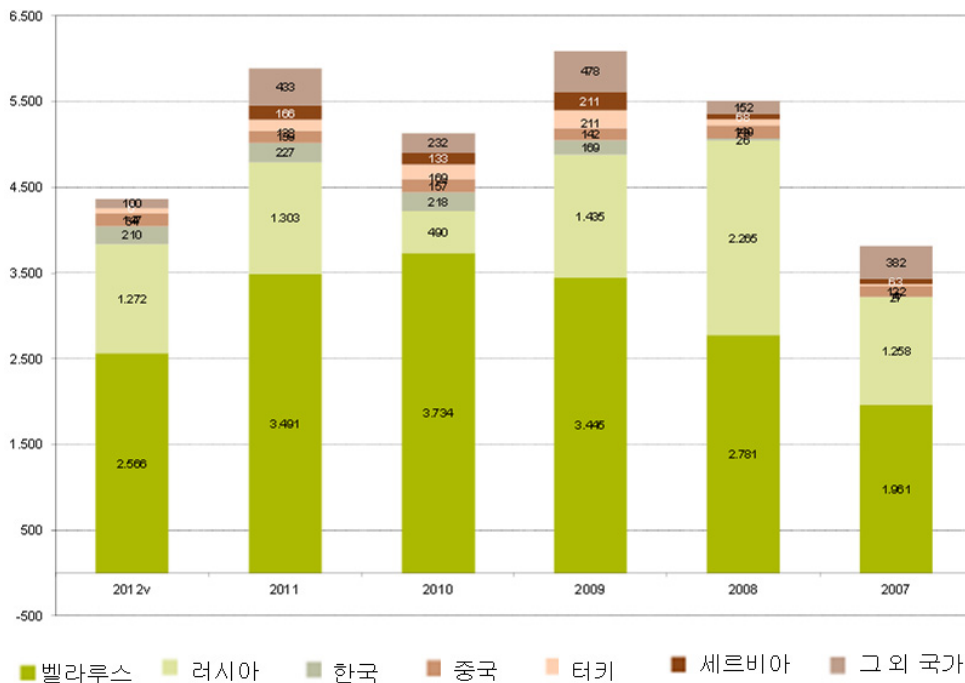
단위: 톤 (1,000€)

	2011	2010	2009	2008	2007
벨라루스	3,491 (14,663)	3,734 (17,664)	3,445 (13,788)	2,781 (13,500)	1,961 (8,822)
러시아	1,273 (5,880)	490 (2,469)	1,435 (6,224)	2,265 (9,785)	1,258 (5,783)
우크라이나	263 (1,103)	321 (1,622)	514 (2,079)	242 (1,376)	306 (1,266)
이스라엘	255 (644)	100 (249)	264 (683)	10 (40)	1 (2)
한국	226 (915)	218 (852)	169 (668)	26 (95)	4 (19)
세르비아	166 (1,088)	133 (745)	211 (1,538)	68 (508)	63 (471)
중국	138 (1,098)	157 (1,292)	142 (945)	149 (982)	122 (754)

- 벨라루스에서 가장 많은 양을 수입하고 있음. 그 뒤로 러시아와 우크라이나에서 많은 양을 수입하고 있음
- 이스라엘과 한국은 2007년도의 수입량은 적었으나, 점점 수입량이 증가하고 있음. 이스라엘은 일정하지 않으나, 한국은 꾸준히 증가하는 것으로 보임
- 중국은 수입량을 계속해서 유지하고 있는 편임. 그러나 특이할 만한 것은 생양송이 버섯과는 달리 톤 대비 수입액이 크다는 것임. 2011년 한국에서의 수입 버섯은 1톤당 4천 유로인데 반해, 중국은 약 8천 유로에 달함
- 다른 국가들의 1톤당 수입액을 계산해보면, 벨라루스는 4,200€, 러시아는 4,600€, 우크라이나는 약 4,200€, 이스라엘은 2,500€, 세르비아는 6,500€임
- 한국의 버섯들은 현재 수입량의 대부분을 차지하는 벨라루스와 러시아, 우크라이나와 비슷한 가격으로 수입되고 있음을 볼 수 있음
- 중국은 생양송이 외의 버섯은 높은 가격에 수입되고 있으며, 세르비아와 함께 가격이 높은 특이 버섯을 수출하고 있는 것으로 보임
- 2012년의 자료는 따로 통계되어있지 않고 아래 그래프로만 발표 됨

〈주요 제3국 버섯 수입현황 도표〉

(단위: 톤)



- 벨라루스 2,566톤, 러시아 1272톤, 한국 210톤으로 한국은 세 번째로 중요한 부분을 차지하는 것으로 나타남
- 우크라이나와 이스라엘의 수입량은 생략되었거나, 2012년에는 수입량이 없는 것으로 추정됨.
- 독일의 버섯 수입량에서 양송이버섯은 많은 비중을 차지하고 있음. 통계자료로 중요하게 다루고 있으므로, 생 양송이버섯 수입현황을 국가별로 따로 살펴보면, 표고버섯의 비중을 유추할 수 있음

〈국가별 생 양송이버섯 수입현황〉

단위: 톤 (1,000€)

	2012	2011	2010	2009	2008
EU국가	61,171 (107,043)	63,752 (107,698)	68,854 (109,765)	57,338 (92,850)	57,791 (98,867)
제 3국	35 (115)	49 (155)	36 (115)	152 (827)	35 (94)
합계	61,206 (107,158)	63,802 (107,853)	68,889 (109,880)	57,490 (93,677)	57,826 (98,961)

- 전체 버섯과 마찬가지로 대부분 EU국내에서 수입됨
- 제 3국에서 수입하는 전체 버섯의 양은 6,000톤, 생양송이버섯은 35톤을 차지함. 즉 다른 종류의 버섯이 제 3국으로부터 대다수 수입되고 있음을 알 수 있음. 그 중 표고버섯의 수입량이 클 것으로 추정됨

〈주요 EU 국가 생 양송이버섯 수입 현황〉

단위: 톤 (1,000€)

	2012	2011	2010	2009	2008
폴란드	32,069 (49,185)	31,770 (48,104)	31,488 (43,213)	25,268 (37,085)	24,436 (38,907)
네덜란드	27,735 (55,144)	30,235 (56,583)	35,838 (63,693)	29,628 (50,801)	31,008 (55,115)
프랑스	448 (976)	7 (27)	11 (30)	54 (99)	69 (129)
헝가리	375 (696)	506 (942)	622 (1,197)	1,339 (3,008)	852 (1,874)
이탈리아	138 (188)	342 (400)	188 (242)	251 (330)	399 (559)
체코	128 (236)	289 (563)	251 (625)	274 (614)	292 (655)
오스트리아	123 (317)	90 (180)	8 (17)	0 (1)	5 (10)

- 전체 버섯과 마찬가지로 생 양송이버섯은 폴란드와 네덜란드에서 주로 수입하고 있음
- 프랑스에서의 수입량이 2012년에 급증하였음을 볼 수 있음

〈주요 제 3국 생 양송이버섯 수입현황〉

단위: 톤 (1,000€)

	2012	2011	2010	2009	2008
한국	14 (72)	31 (113)	13 (53)	31 (97)	6 (24)
남아프리카	6 (8)	0 (0)	0 (1)	-	-
러시아연합	4 (6)	-	-	-	17 (39)
중국	3 (11)	5 (13)	6 (25)	17 (30)	4 (16)
브라질	3 (6)	4 (8)	11 (25)	-	-

- 제 3국에서의 생 양송이버섯 수입은 2012년 현재 한국에서 가장 많은 양을 수입하고 있음
- 남아프리카에서의 수입량이 증가하고, 중국, 브라질에서의 수입량은 감소하고 있음
- 한국은 2011년 31톤이 2012년에 들어 14톤으로 줄었으나, 이는 줄어드는 추세보다는 격 년 단위로 수입량 변동폭이 있는 것으로 보임
- 1톤당 수입액을 살펴보면 한국은 약 5,000€, 남아프리카는 1,3000€, 러시아는 1,5000€, 중국은 3,600€, 브라질은 2,000€로 한국의 가격이 타 제 3국에 비해 높은 편임

나. 수입품 현황

1) 수입품 판매현황, 포장 및 판매형태

- 대부분 대형 유통상을 통해 대형슈퍼마켓이나 아시아마켓에서 판매
- 건조시키거나 가공된 형태로 공기압축 밀폐용기나 캔 통조림 용기에 포장

2) 제품별 유통기간

- 건 표고버섯 : 2년
- 가공처리 된 표고버섯 : 2-3년

3) 수입산 대비 한국산의 경쟁력 (품질, 가격, 물량)

- 신선 표고버섯은 유럽 권 국가가 운송거리상의 이점을 가져 상대적으로 거리상 먼 곳에

- 위치한 한국을 포함한 제 3국들은 불리할 수 있음
- 표고버섯은 독일 내에서 시타케(Shitake)라는 일본어 이름으로 유통되고 있음
- 건조, 가공 처리된 표고버섯은 중국, 일본산이 가격과 물량 면에서 우세할 수 있으나, 일본 수입량은 현재 적은 편이며, 중국산보다는 품질 면에서 한국산이 뛰어남

다. 수입관련 제도

1) 통관규정 및 검역절차

- 독일의 수입물은 유럽 공동체에서 발급받은 허가서가 필요함. 수출입 허가서는 독일 연방부에서 발행하며 수입 허가를 받기 위해서는 각국에 해당하는 관세를 지불해야 함.
- 표고버섯을 독일로 수입하기 위해서는 우선 정부로부터 독립된 검사소나 정부가 허가한 식품화학 연구원에게 샘플을 제출하여 검사를 받아야 함
- 사전심사에 합격하여 수입한 후에도 수입업자는 정기적으로 수입된 표고버섯을 식품화학 검사소에서 테스트 받아야 함
- 버섯이 소비하기에 냄새, 맛, 내성도면에서 적합한 기준을 지키고 있는지, 식품법에서 정해놓은 화학물질을 사용하였는지의 여부 및 함유할 수 있는 성분별로 최고치를 준수하였는지 여부를 집중적으로 체크함
 - 신선한 표고버섯의 경우 너무 익은 것, 과도하게 생기 없이 시든 것, 가시적 곰팡이가 없는 것, 벌레에 의한 손상이 없는 것이어야 하며 모래 등의 불순물을 0.5 P/C이상 함유하지 않아야 함
 - 유통표시는 이탤릭체로 명기되고 포장지의 버섯그림은 그 버섯의 종류와 일치해야함. 저장버섯의 경우 총량과 함께 물기를 뺀 양도 명시되어야함. 평균 460g, 850ml 정도임.
 - 믹스된 버섯의 경우 추가성분과 추가된 양도 명기하여야 함
 - 특히 먹어서 해로운 버섯은 아닌가 여부와 표고버섯이 너무 늦게 채취되지 않았는가, 함유 수분의 비율, 흙이 제대로 제거되었는가, 농도 등이 집중적으로 체크되며 불순물을 0.5 P/C이상 함유하고 있지 않아야 함
 - 건조 표고버섯은 물의 함유량이 12%, 불순물이 2% 넘지 말아야 함
 - 표고버섯 가루는 물의 함유량이 9%, 불순물이 3% 넘지 말아야하며 방수성의 밀폐된 용기에 포장되어야 함
 - 저장 표고버섯의 경우 소금양이 20%, 건조 버섯 저장 표고버섯의 경우 5%를 넘지 말아야하고 물의 함유량은 9%를 넘지 말아야 함
 - 기타 캔저장 표고버섯은 열처리로 살균되어야 하며, 염장저장일 경우라벨링에 그 사실을 표기하여야 함. 캔저장 버섯은 종류를 막론하고 모래를 비롯한 불순물을 0.2 P/C 이하로 함유하고 있어야 함

2) 라벨링 규정

- EU회원국은 EU의 규정에 그 기본사항을 정하였음
- 필수 내역은 읽기 쉽게 명확하게 표기되어야하며 지워지지 않아야 함
- 라벨의 글자 중 소문자 x의 크기는 최소한 1.2mm보다 커야함 (단, 작은 사이즈의 포장은 제외)
- 필수 표기 사항은 아래와 같음
 - 상품명
 - 성분표시, 알레르기성 성분일 경우 상시표시
 - 최소한의 유효기간 및 미생물학적인 관점에서 부패하기 쉬운 식품의 경우 사용기간 표기
 - 저장조건 또는 사용조건
 - 미리 포장될 경우 실중량 표시
 - 수출업자 혹은 포장업자의 이름 및 주소
 - 원산지
 - 사용방법(사용방법이 표기되지 않고 조리가 불가능한 경우에 한함)
 - 알코올의 함량이 전체함량의 1.2%이상 차지하는 경우 실제 알코올함량

3) 제품별(HS코드별)수입관세율

- 한국산은 FTA 관세특혜로 관세율이 '0'임.

※ 재배용 버섯	HS코드: 0709510010	관세율: 0%
※ 그 외 버섯	HS코드: 0709510090	관세율: 0%

(자료출처: 관세율코드정보 <http://www.zolltarifnummern.de>)

4) 인증제 필요여부

- 독일의 개인/법인 수출입 업체는 농산품 영양청(BLE)을 통해 인증제를 획득해야하며 그에 따른 수수료는 현재로는 없음
- 수년 동안의 매매현황, 매년 수확부문의 최소양 등을 EU가 통합적으로 사용하는 AGRIM이라는 서식용지를 통해 작성하여 신청하여야 함
- 독일로 수출하는 업체 자체가 거쳐야 하는 통관과 검역 외에 인증제는 따로 없는 것으로 파악됨

II • 유통구조 및 소비동향

1. 유통구조(수입산 포함)

가. 유통현황 및 구조

- 생 표고버섯은 신선도의 유지를 위해 뚜껑 열린 나무 상자에 담겨 통풍이 잘 되거나 냉장보관 가능한 운송수단 이용하여 유통함. 건 표고버섯은 압축비닐포장으로 유통됨
- 독일 내 버섯 총생산량의 약 11%, 버섯 총 경작면적의 약 1%을 차지하는 표고버섯은 재배 조건을 갖춘 사업체에서 생산되어 주로 유기농마켓이나 슈퍼마켓의 진미/별미 코너, 인터넷 스툽을 통해 소비자로 전달되는 경로를 거치게 됨
- 해외 생산지로부터 직접 표고버섯을 수입하는 바이어는 소매상인 아시아마켓이나 레스토랑에 납품하는 형태를 띰. (주로 중국, 대만, 일본, 태국에서 수입)

나. 유통형태

1) 도매시장현황 및 도매가격, 마진을

- 주로 신선한 표고버섯을 선호하는 소비자에 의해 도매시장이 형성됨
- 1kg 의 생 표고버섯 10개 묶음 가격 17.60유로/ 마진율: 59

2) 대형 유통매장 현황 및 유통단계별 제품 포장 형태, 제품별 가격, 가격차이 요인

- 주로 유기농마켓이나 대형슈퍼마켓, 아시아슈퍼마켓에서 표고버섯을 찾아 볼 수 있음

〈유통업체 별 포장형태와 가격 예〉

BIO 유기농마켓



- 생 표고버섯
- 종이박스 포장형태
- 1.39유로/100g



- 표고버섯 가공크림
- 알루미늄 캔 포장형태
- 2.29유로/125g

슈퍼마켓 KAISER/EDEKA



- 유기농 건 표고버섯
진공 압축 포장형태
4.29유로/5g



- 가공 표고버섯
유리병 포장형태
1.29유로/330g

아시아 슈퍼마켓



- 건 표고버섯
공기압축 비닐포장형태
1.99유로/100g, 8.95유로/500g

인터넷 숍



- 표고버섯가루
플라스틱 통 포장형태
15유로/100g

- BIO유기농마켓과 대형슈퍼마켓(EDEKA, KAISER)에선 생 표고버섯, 건조시키거나 가루/크립 등으로 가공한 표고버섯 등이 다양하게 판매됨
- 아시아마켓에서 유통되는 건 표고버섯의 가격은 기타 다른 버섯 가격보다 두 세배 높음.

친 자연환경에서 재배된 표고버섯이 선호되며 유기농일수록 가격이 높음

- 유리병 포장형태로 가공된 버섯이 가장 가격이 낮은 편

3) 유통경로별 월별 판매량(판매추이)

- BIO유기농마켓이나 대형슈퍼마켓의 경우 생 표고버섯의 판매는 수확기인 봄, 여름, 가을에 높은 편이며 건조, 가공된 표고버섯의 경우, 시기에 따른 변화가 적은 편임. 독일 경제 활성화 정도에 따라 표고버섯의 수요도 달라짐

4) 현지산 및 수입산 유통정보

구분	물량(kg)	가격(원/kg)
○ 현지산(a)	약 2,657,000	(도매가격) 약 1,100원-1,400원/ 1kg
○ 수입산(b)	약 9,338,000*	(수입CNF/FOB가격)
- 중국	약 1,207,000**	약 788원-1,680원/ 1kg
- 폴란드	약 2,464,000*	약 1,200원-2,300원/1kg
- 네덜란드	약 1,530,000*	약 1,400원-2,350원/1kg
○ 소비량(a+b)	약 11,995,000*	

* 표고버섯은 기타버섯물량에 포함 됨. (주요 버섯 양송이, 새송이 등 제외)

** 중국산은 생, 건조 기타버섯물량에 포함 됨.(건조한 버섯이 크게 차지함)

5) 한국산과의 비교

구분	품질(외형)	맛(식감)	포장	가격
현지산 (건표고)	 갓의 모양이 일정치 않고 윤택이 나지 않음	향이 좋고 풍미가 적당함	비닐봉투 포장	28,50 유로 /1kg
현지산 (생표고)	 - 크기가 균일하지 않고 갓의 모양은 둥글넓적하게 퍼져 있음. - 색이 옅고, 무늬가 뚜렷하지 않음	특유의 향이 강하지 않고 씹는 맛이 질기지 않음	- 종이박스에 담겨 비닐봉투 포장 - 플라스틱상자에 담겨 투명 랩 포장	13,90 유로 /1kg

구분	품질(외형)	맛(식감)	포장	가격
수입산 중국 (건표고)	 - 버섯의 기둥 끝 부분이 다듬어지지 않음 - 갓이 작고 얇으며 뚜렷하지 않음 - 버섯크기는 균일한 편	- 물에 쉽게 불리지 않고 질겨 씹는 맛이 떨어짐 - 한국의 참나무보다 살이 적어 표고버섯의 영양분이 모자라 생기는 현상임 - 표고버섯 특유의 향이 약함	비닐봉투 포장	19,90 유로 /1kg
수입산	 갓의 크기가 균일하고 표면이 깨끗하고 윤택이 남	- 향이 좋고 물에도 잘 불림 - 씹는 맛이 좋음	 - 종이봉투포장 - 세련되고 고급적인 디자인 추구	39,95 유로 /1Kg
한국산	 - 갓의 크기가 균일하고 두꺼우며 둥근 모양임 - 껍질이 깨끗하고 윤택이 많이 나며 무늬가 뚜렷함	- 독특한 향기가 강하고 씹는 맛이 좋음	- 비닐봉투 포장 - 플라스틱 상자에 담겨 투명 랩 포장	23,50 유로 /1Kg

다. 주요 수입바이어(벤더, 유통매장 직수입업체 등) 리스트

Wagner Gewürze GmbH	http://www.wagner-gewuerze.de
독일 친환경주의 유기농 버섯을 주로 수입/판매하는 업체	
GAMU GmbH	http://gamu.de/
유기농 표고버섯을 건조시킨 것뿐 만 아니라 영양보충약이나 가루의 형태로도 판매, 버섯에 대한 연구도 병행하는 업체	
Tel. 00 49 2151 58940 Fax. 0 49 15 589435	
AsRopa Food GmbH	http://www.asropafood.com/
주로 중국, 일본으로 부터 표고버섯을 수입해서 판매하는 업체 Wilhelm-Iwan-Ring 5, 21035 Hamburg	
Tel. 040 73113820	
SSP Trade & Consult GmbH / JFC	www.ssp-trade.com / www.jfc.eu
주로 일본에서 식품을 수입하고 유럽으로 판매하는 업체	
OUDOMSOUK Thai-Import	
태국으로부터 표고버섯을 수입해서 판매하는 업체	
Tel. +049 7161/ 65 48 520 email: info@thaishop.eu	

2. 소비동향

가. 소비량 변화

- 독일의 양송이버섯 소비량의 변화는 최근 6년간 큰 변화는 없으며 다소 감소되는 추세임
- 표고버섯의 소비량 변화는 집계되고 있지 않으나 그 증감 변화가 미미할 것으로 추정됨

〈독일 양송이 버섯 연도별 소비량〉

단위: 1,000톤

2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12
155	158	163	160	153	156	150

(자료출처: 독일 농산품 연구소)

- 월별 소비량은 집계되지 않음

나. 소비행태

1) 인종, 민족(화교 등) 등에 따른 소비특성

- 버섯은 유럽 내의 많은 채식주의자들에게 애용되고 있음. 약재나 영양제 형태로 먹거나 크림의 형태로 빵에 발라먹기도 함
- 독일인을 비롯한 유럽 권 사람들은 요리할 때 정교한 맛을 위해 표고버섯을 사용하는 미식가적 성향을 띠며, 대부분 볶아서 다른 음식과 함께 곁들여 먹음. 샐러드나 고기음식에 함께 이용함
- 아시아인들은 표고버섯은 국물, 소스를 우려내는 조미료로 주로 사용하거나 각 나라의 요리법에 맞게 이용함

2) 소득 및 지역별 소비 행태

- 주로 유기농제품으로 찾아볼 수 있기에 소득이 높을수록 표고버섯의 소비도 늘어남
- 저소득층은 특이한 버섯보다 쉽게 구할 수 있고 비교적 가격이 싼 양송이를 소비함
- 대도시일수록 버섯을 비타민, 단백질, 섬유질을 포함한 영양식으로 소비하는 경향이 있고 대도시를 벗어난 지역의 표고버섯은 생 버섯의 신선한 형태가 선호되는 경향이 있음

다. 원산지별 제품 분석(경쟁력비교)

- 한국산 신선 혹은 가공 처리한 표고버섯의 수출이 극히 미미하여 통계자료상 집계되고 있지 않고 대형마켓에서도 거의 찾아볼 수 없음
- 가공된 표고버섯의 경우 중국, 대만산이 저렴한 가격으로 시장경쟁력에서 우세하며 제품 상태도 양호한 편이라 보존, 보관상태에도 별다른 문제점이 없어 보임
- 일본산 가공된 표고버섯은 쓰나미 재해의 여파로 제품에 대한 신뢰성이 떨어지는 경향이 있음

III 수출확대 전략

1. 한국산 수출확대를 위한 과제

가. 품질 및 가격에 대한 과제 및 해결방안

- 품질과 가격이 모두 경쟁력을 갖추면 좋겠지만, 버섯 소비층을 고려해 볼 때 품질을 더욱 신경써야 경쟁력을 갖출 수 있음
- 다른 종류의 버섯에 비해 상대적으로 표고버섯의 생산이나 소비가 적은 독일이므로 표고버섯의 인지도를 높이기 위해 다양한 요리방법을 함께 알리고, 한국산 표고버섯의 품질 경쟁력을 높이는 방법을 모색 필요함
- 주요 EU국에 비해 버섯의 수출량이 적은 편이지만, 생 양송이버섯의 경우 제 3국 중에서는 한국이 가장 많은 양의 버섯을 독일로 수출하고 있음. 즉 신선 버섯에 대한 품질 경쟁력이 어느 정도 있음을 알 수 있음
- 한국 표고버섯에 대한 소비자 신뢰도를 높이기 위해서 식품 안정성 기준을 강화하고 브랜드가치를 높일 필요 있음. 한국 표고버섯의 이점을 홍보하는 전략 필요. 신선 표고버섯의 경우 운송 및 유통 상 환경적 제약이 따르므로 수출 확대를 위해서는 장거리 수송에 따른 품질유지 기술개발 필요
- 건조, 가공 처리한 표고버섯의 경우 안정적 생산체제 구축을 통해 고급 건 표고버섯의 수출을 모색해 볼 수 있음. 대량으로 생산되는 중국산이나 단거리 운송 가능한 EU국 등에 비해 좋은 품질로 가격경쟁력까지 보유할 수 있어야 효과적으로 진출할 수 있음

○ 품질개선	- 갓의 무늬가 뚜렷하고 윤택이 나는 것으로 선별해 표고버섯의 외관상으로도 다른 제품과 차별화 필요. - 원목 재배 방식의 친환경 표고버섯으로 품질 제고.
○ 포장개선	- 내용물의 형태가 흐트러지지 않게 하면서, 내용물이 보일 수 있는 포장이 적합한 것으로 사료됨. - 종이봉투 혹은 종이 박스에 내용물이 보이는 비닐처리부분 포장으로 품질의 투명성과 고급화를 강조할 수 있음.
○ 수입시기조정	- 독일 내의 표고버섯 생산이 4-5월, 9-10월 이루어짐. - 이보다 이른 시기나 늦은 시기인 2~3월, 11~12월, 선선한 때 생 표고 수입시기 적당. - 건 표고는 건조버섯 요리로 수요 급증하는 가을, 겨울 수입시기 적당.
○ 가 격	- 다른 수입산에 비해 높은 가격책정은 위험할 수 있음. - 품질과 포장을 개선한 후, 가격을 높이는 차별화 필요.

2. 과제 해결 시 한국산 수출확대 가능 규모

가. 수출 가능한 품질, 물량, 가격 조건

- 해외시장에서 한국 버섯은 생 양송이버섯은 가격이 높은 편이지만, 다른 종류의 버섯은 현재 1톤당 4,000유로면 비교적 가격이 적당한 편임. 생 표고버섯 소매가는 100g 당 1.3 유로에서 2.00유로가 적당해 보임
- 품질 면에서 차별화하려면 독일 내에 표고버섯 수요가 BIO 즉 유기농마켓에서 높은 점을 감안하여 원목재배 건조 표고버섯의 경우 친 자연환경에서 키운 특성을 살리는 것이 중요함

나. 전체 시장 중 한국산 진출 가능 시기 및 시장규모

- 한국 표고버섯 가격이 높은 6, 7월과 1, 2월이 이외 시기와 독일내 표고버섯 생산시기가 아닌 시기에 가격경쟁력이 있을 것. 3, 4월, 8월, 11월, 12월

경쟁국 및 수입규모(물량)	한국산으로 대체 가능한 물량	조건(가격, 품질 등 서술)
① 버섯 수출규모 아시아 1위 중국	약 300kg~	- 중국산 표고버섯보다 좋은 품질로 제품 인지도와 신뢰성을 높이는데 주력하는 것이 필요. - 가격은 중국산 보다 높게 책정 가능할 것으로 보임.
② 버섯 수출규모 아시아 2위 일본, 대만	약 200kg~	- 일본, 대만산 표고버섯과 비슷한 혹은 더 좋은 친환경 품질이면서 가격은 낮게 책정해서 합리적인 소비자의 선택 유도할 수 있음.
③ 버섯 수출규모 유럽 1위 폴란드	약 50kg~	- 위치적으로 생표고보다는 건표고가 경쟁력이 있음.
④ 버섯 수출규모 유럽 2위 네덜란드	약 30kg~	- 품질 대비 가격경쟁력을 갖춰야함. - 유럽과 다른 아시아의 표고버섯의 특징 강조.

* 한국은 버섯 210톤, 이중 표고버섯 546kg 독일로 수출하였음(2012년)

» 표고버섯

미 국

I. 시장동향

II. 유통구조 및 소비동향

III. 수출확대전략



2013
임산물 해외시장동향



I 시장동향

1. 생산동향

가. 생산현황

- 미국 내 전체 버섯의 생산량은 꾸준한 편이고 특수버섯(specialty mushroom)으로 분류되는 표고버섯의 생산량은 꾸준하게 증가하였음. 미국 내 버섯 생산이 가장 많이 되는 곳은 펜실베이니아, 캘리포니아 및 워싱턴임
- 산지가 많은 동부의 펜실베이니아주의 경우 버섯 생산에 적합한 환경을 갖추고 있어 미국 내 생산량의 약 60%를 차지하고 있으며 표고버섯의 경우도 생산량의 대부분을 차지하고 있는 것으로 조사됨
- 펜실베이니아 지역에서 표고버섯을 재배하고 있는 생산업자의 수는 약 160개 정도이며, 재배면적은 약 1,500만 평방피트 이상이며, 미국 내 표고버섯 생산량의 90% 이상을 차지하고 있음. 캘리포니아 주의 경우 버섯 재배규모가 미국 내에서 두 번째로 크지만 표고버섯의 경우 그 생산량이 상대적으로 많지 않은 것으로 나타남

〈주(state)별 양송이버섯(agaricus mushroom) 생산량〉

(단위: 천파운드)

	펜실베이니아	캘리포니아	그 외	총 계
2007-2008	496,721	118,811	181,816	797,348
2008-2009	524,587	123,919	155,390	803,896
2009-2010	501,228	111,672	164,164	777,064
2010-2011	548,794	111,879	178,220	844,893

(출처: USDA NASS)

〈지역별 버섯 생산량〉

(단위: 천파운드)

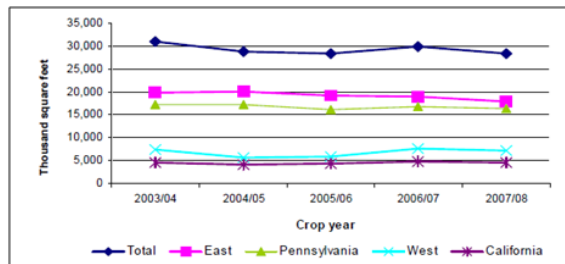
	동 부		중 부		서 부		총 계	
	신선	가공	신선	가공	신선	가공	신선	가공
2007-2008	464,105	100,654	67,111	9,948	148,470	7,060	679,686	117,662
2008-2009	458,395	111,552	64,995	9,360	156,938	2,656	680,328	123,568
2009-2010	456,516	96,769	69,967	7,387	143,472	2,953	669,955	107,109
2010-2011	504,313	108,404	73,218	7,524	146,219	5,215	723,750	121,143

(출처: USDA NASS)

- 미국 내의 버섯 생산량은 지속적인 증가세 보이고 있음. 가공 버섯보다 신선 버섯의 생산량이 안정적으로 증가하고 있음. 펜실베이아가 속해있는 동부지역이 신선 및 가공 생산량이 가장 많음. 버섯의 생산량은 신선 및 가공 모두 지속적으로 증가 중임. 캘리포니아의 버섯 생산량은 지속적으로 비슷한 수치를 나타내고 있고 펜실베이니아주의 버섯 생산량은 지속적으로 증가중임

〈버섯 생산지역 현황〉

(단위: 천 평방피트)



(출처 : USDA, NASS)

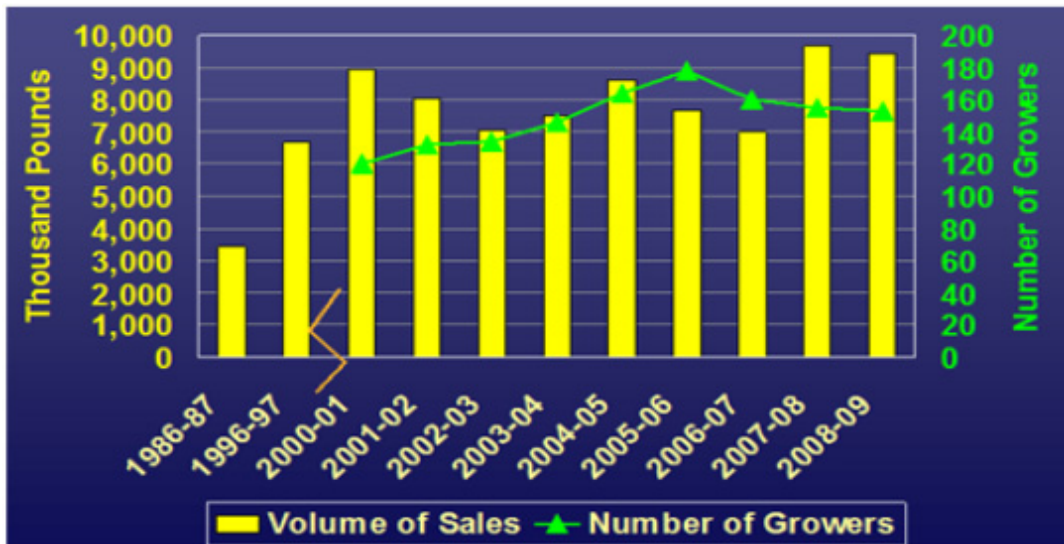
- 스페셜티 버섯(specialty mushroom)의 생산은 지속적으로 증가하고 있으며 이는 수요 증가 및 판매 증가로 인한. 특히 표고버섯의 재배가 다른 스페셜티 버섯 대비 지속적인 증가세를 보임

종류	재배자 (갯수)	생산량 (천파운드)	전체 판매		
			판매량 (천파운드)	파운드당 판매가 (USD)	판매가치 (천USD)
2010-2011					
표고버섯	156	7,621	7,327	3.10	22,735
느타리	83	8,199	7,742	2.37	18,387
그 외	25	3,018	2,742	4.58	12,570
총 계	198	18,838	17,811	3.01	53,692
2011-2012					
표고버섯	162	8,413	7,999	3.42	27,377
느타리	80	7,505	7,031	2.56	18,008
그 외	22	3,414	3,083	4.82	14,856
총 계	194	19,332	18,113	3.33	60,241
2012-2013					
표고버섯	179	8,671	8,074	3.33	26,873
느타리	95	7,411	6,973	3.02	21,045
그 외	27	3,654	3,370	4.77	16,802
총 계	207	19,736	18,417	3.51	64,720

(출처: NASS USDA)

〈펜실베이니아 표고버섯 생산량 및 생산업자 현황〉

(단위: 천파운드)



(출처: USDA)

나. 생산지 현황

- 펜실베이니아주의 체스터카운티(Chester County)지역의 생산지에서 표고버섯이 가장 많이 생산됨. 버섯재배는 미국 이탈리아 이민지들에 의해 시작되었으며 그 전까지 미국에서 버섯은 소비되지 않았음. 현재도 재배지역들의 경우 대부분 이탈리아 이민자들에 의해 재배되고 있음. 퇴비더미와 톱밥 및 버섯종자를 섞어 온도, 이산화탄소 및 습도를 조절한 환경에서 재배함. 실제 통나무에 표고버섯을 키우는 곳들도 있지만 대부분은 퇴비, 톱밥, 버섯종자를 섞어 “로그(log)”로 만들어 키우는 형식으로 재배함
- 처음 로그를 만들어 재배할 때까지 보통 7주정도가 소요되지만 이는 농가의 기술에 따라 차이가 남. 보통 로그 한 개에 3번까지 재배할 수 있으며 3번 이후에는 새로운 로그를 만들어 재배함



온도, 습도 및 이산화탄소
컨트롤러



표고버섯 재배모습



표고버섯 재배모습



표고버섯 log 재료



표고버섯 log



표고버섯 모습

2. 수출입동향 및 수입관련 제도

가. 수입 동향

1) 월별 신선 버섯 수입

- 표고버섯만의 통계는 없으며, 전체 버섯 통계임

(단위: 천파운드)

	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	연간
2007	6,065	6,275	6,081	6,113	5,794	5,451	5,482	4,889	4,488	5,403	5,949	6,848	68,839
2008	6,548	5,983	5,894	5,012	5,407	4,910	4,901	5,118	5,027	5,691	6,032	3,210	66,734
2009	5,983	5,124	6,802	5,929	6,277	6,158	6,055	4,888	5,267	5,508	6,768	7,087	71,840
2010	7,289	6,817	7,501	7,954	8,039	7,911	6,611	8,075	7,281	7,053	7,377	8,059	89,967
2011	7,906	6,569	7,504	7,460	7,645	7,276							

(출처: USDA)

2) 신선 버섯 수입 (Mushroom, Other/HS Code: 0709599000)

(단위: 천USD)

	국 가	2008	2009	2010	2011	2012
1	캐나다	3,691	3,026	4,076	3,947	4,370
2	한 국	1,661	1,970	1,357	1,497	2,015
3	중 국	1,348	1,067	1,071	1,441	1,745
4	네덜란드	77	70	141	109	361
5	터 키	100	112	56	88	92
6	남아공	233	28	168	94	82
	총 계	9,609	6,904	7,492	9,527	8,803

(출처: FAS USDA)

3) 건조 버섯 수입 (Mushroom Air Dried or Sun dried/HS Code: 0712391000)

(단위: 천USD)

	국 가	2008	2009	2010	2011	2012
1	중 국	9,884	5,464	10,741	11,483	10,505
2	이태리	942	859	995	788	1,087
3	프랑스	315	452	294	301	457
4	독 일	320	132	43	263	382
5	캐나다	36	113	231	1,094	381
6	세르비아	0	89	346	238	274
13	한 국	99	50	95	104	96
	총 계	13,360	8,599	14,281	15,759	14,492

(출처: FAS USDA)

4) 그 외 건조 버섯(Mushroom, other, dried/HS Code: 0712392000)

(단위: 천USD)

	국 가	2008	2009	2010	2011	2012
1	중 국	1,752	1,222	2,157	2,247	1,984
2	일 본	273	130	134	647	222
3	대 만	16	0	5	25	38
4	독 일	74	21	78	5	36
5	한 국	6	121	11	34	33
6	폴란드	51	15	16	19	14
7	이태리	120	77	112	18	11
	총 계	2,689	1,812	2,673	3,264	2,366

(출처: FAS USDA)

- 수입버섯의 경우 신선보다는 건조 버섯의 수입량이 많으며 이는 유통과정의 용의함과 미국산 신선버섯의 미국시장 점유율 증가로 인한 것임

5) 수입 현황

- 버섯류 전체 수입량 중 절반 가까이 캐나다산 차지함
 - 캐나다는 북미 지역 중 버섯 재배에 알맞은 지형 조건을 갖추고 있어 버섯류 재배규모가 가장 큰 국가로 대미 수출량 또한 가장 앞서 있으며, 운송과정에 있어 신선도 유지가 중요한 버섯 제품의 경우 지리적 위치 또한 중국과 한국보다 유리한 것으로 판단됨
 - 한국의 경우 캐나다에 이어 최다 수입국으로 자리 잡고 있으나 2009년 감소세를 보이다가 2010년부터 회복, 2012년에는 \$2,015천을 기록
- 전체 표고버섯 공급량 중에는 약 30%가 수입산 제품인데, 국가별 수입량의 경우 모두 버섯류로 통합되어 버섯종류별 수입량은 조사 불가능
- 수입품 판매현황, 포장 및 판매형태
 - 수입품 판매현황: 현재 수입품의 대부분 95% 중국산, 나머지 일본과 한국산
한국산은 상당히 미비함(캘리포니아산 3%)
 - 포장: 중국산(11 Lbs 진공포장), 미국산(5 Lbs bulk 포장)
 - 판매형태: 5 Lbs 박스, 1파운드 및 0.5파운드(8 oz) 폼 트레이 개별 포장 판매(리테일)
- 제품별 유통기간
 - 건표고: 1년
 - 생표고: 14일(여름시즌), 21일(겨울시즌)

- 수입산 대비 한국산의 경쟁력(품질, 가격, 물량)

원산지	강점	약점
국산	- 고품질 - 향이 좋음 - 시설재배로 물량 우위	- 높은 가격 - 포장 기술(진공기술) - 짧은 유통기한
중국산	- 전체적으로 고른 품질(품질양호) - 포장기술(진공포장) - 긴 유통기한 - 가격경쟁우위	- 향이 없음 - 중국산에 대한 식품의 불신 증가 - 인건비 상승으로 인한 단가 상승

나. 수출동향

- 신선버섯(Mushroom fresh or chilled/HS Code: 0709599000)

(단위: 천USD)

		2008	2009	2010	2011	2012
1	캐나다	3,654	2,921	3,600	3,994	2,708
2	프랑스	3,075	2,722	1,604	2,611	1,341
3	일 본	3,552	3,595	1,605	1,074	1,115
4	네덜란드	480	643	431	847	475
5	바하마	104	187	125	251	385
6	스위스	584	537	535	725	300
7	코스타리카	3	209	210	193	132
	총 계	13,256	11,452	8,664	10,700	6,798

(출처: FAS USDA)

- 말린 버섯/송로 (Mushroom/Truffle, Dried/HS Code: 0712390000)

(단위: 천USD)

		2008	2009	2010	2011	2012
1	캐나다	710	370	505	538	555
2	멕시코	77	97	20	22	507
3	영 국	0	0	196	272	312
4	러시아	573	443	214	99	299
5	홍 콩	212	4	20	86	248
6	스위스	726	105	0	31	236
7	대 만	9	17	45	56	222
	총 계	3,992	2,393	1,667	2,001	3,197

(출처: FAS USDA)

- 미국 버섯 수출은 거의 캐나다로 보내지며 수출 지수는 약간의 하락세를 보이고 있음
 - 국내 생산의 대부분이 유기농이며 이들 버섯의 국내수요가 지속적 증가세이기 때문인 것으로 보임

다. 수입관련제도

- 관세코드 및 관세율

Code	품 명	내 역	관세율(한국)
0709599000	Mushrooms	other, other, fresh or chilled	5.2 ¢ /kg+12%
0712391000	other	mushroom, air dried or sun dried	Free
0712392000	other	mushroom, other, dried	Free

- 관세 및 통관제도

- 모든 과일, 채소류는 미국 수입시 미 농무부(USDA)의 APHIS(Animal and Plant Health Inspection Service)의 과일 및 채소 수입규정과 절차를 따라야 함
- 통관을 위해서는 수출서류이외에 각각의 수출물량에 대한 식물검역증(phytosanitary certificate)이 첨부되어야 함

※ 버섯의 종류에 따라 permit인 PPQ 526필요 여부가 달라짐

버섯종류	Permit 필요성	법규
소비를 위한 버섯(효소같은것에서 자라지 않은 버섯)	필요없음	7CFR 319.56
효소종류에서 자란 버섯	PPQ 526	7CFR 330

- 버섯 및 말린 버섯은 흙, 나무조각 및 병충해에 오염되지 않아야 하며 미국 통관시 검사를 거침

- 라벨링

- 신선 식품의 경우 자발적으로 영양성분을 표기할 수 있음
- 말린 버섯의 경우 기존 다른 식품과 마찬가지로 같은 영양성분 라벨링을 사용함

- 유기농 인증

- 버섯을 위한 유기농 인증은 따로 있지 않음. 다른 작물들의 유기농 인증과 다르지 않음

- 유기농인증을 받기 위해서는 National Organic Program(NOP)의 인증을 받아야 함
 - 유기농 지원 과정: 유기농 인증 에이전트를 선정하여 에이전트가 서류검사를 한 후 에이전트가 현장점검 시기 일정을 잡음
 - 현장점검: 에이전트가 유기농 제품 및 그 제품을 처리하는 시설을 점검하여 제출한 서류와 일치하는지에 대한 여부를 가려내고 유기농으로 인정받을 수 없도록 하는 제품들이 사용되었는지에 대한 여부를 확인함
 - 인증: 현장점검 후 감독관의 점검보고에 의해 NOP 규정에 맞는지에 대한 여부가 가려지면 여부에 따라 인증서가 발급됨

II • 유통구조 및 소비동향

2008~2009년 사이 표고버섯의 생산량은 총 968만 파운드를 기록하였으며 이는 동년동기대비 약 16만 파운드가 감소한 것임. 지난 10년간 표고버섯의 생산량은 최고 984만 파운드에서 최저 715만 파운드까지 큰 등락폭을 나타내고 있는 것이 특징임

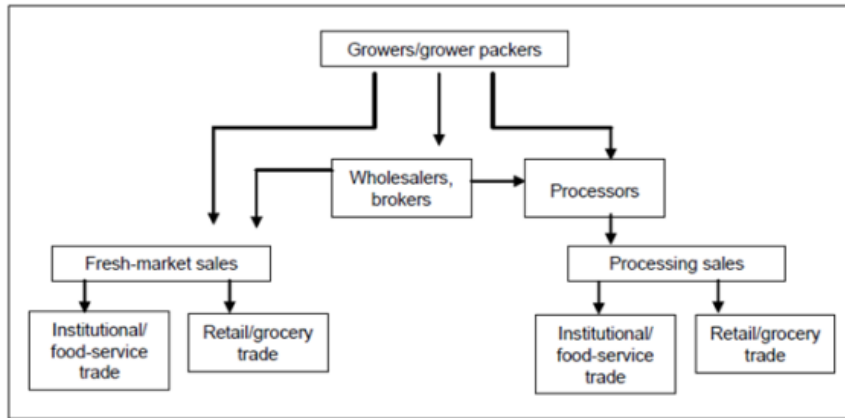
1. 유통구조

가. 유통현황

- 생 버섯의 경우 판매경로가 크게 도매상(Produce Wholesaler), 재포장 상인(Re-packer), 식품 판매업체의 바이어 (Grocery Store Produce Buyers) 등으로 구분할 수 있음
 - 대량으로 재배를 하는 업체의 경우 사내 판매담당부서를 두고 자체적으로 운송하고 있는 것으로 조사됨
 - 소량 재배업체의 경우 직접 독립적으로 운영되는 도매상 또는 커미션을 받는 세일즈 대리인 등을 통한 유통방식이 일반적임

나. 유통구조

〈버섯시장 주요 유통채널 구조〉



(출처 : 미국국제무역위원회 (USITC))

다. 유통형태

- 도매시장현황 및 도매가격, 마진율
 - 도매시장현황: 대부분의 수입상은 중국인임
 - 도매가격: 시장 공급량에 따라 등락을 보임
 - 마진율: 대부분 10%이하
- 대형유통매장현황 및 유통매장 판매가격, 마진율
 - 대형유통매장현황: 대부분 유통/판매되어지는 아시안 마켓만 150매장
 - 유통매장 판매가격: 판매가격의 경우 보통 5아운스에 \$4에서 \$6정도에 판매되고 있음
 - 마진율: 약 30~35%
- 유통경로별 판매량(판매추이)

〈미국 버섯 생산 및 공급현황〉

Crop year	공급량			소비량			소비량대 수입비중	공급량대 수출비중
	생산량	수입량	합계	수출량	합계	1인당 소비량		
	백만파운드					파운드	퍼센트(%)	
2000	860.8	318.3	1,179.1	26.0	1,153.1	4.06	27.6	2.2
2001	845.4	301.5	1,146.9	24.0	1,122.9	3.92	26.9	2.1
2002	848.3	357.9	1,206.2	21.8	1,184.4	4.09	30.2	1.8
2003	854.5	385.3	1,239.8	29.1	1,210.7	4.15	31.8	2.3
2004	853.2	389.2	1,242.4	18.6	1,223.8	4.15	31.8	1.5
2005	847.1	340.5	1,187.6	17.9	1,169.7	3.93	29.1	1.5

Crop year	공급량			소비량			소비량대 수입비중	공급량대 수출비중
	생산량	수입량	합계	수출량	합계	1인당 소비량		
	백만파운드					파운드	퍼센트(%)	
2006	828.0	405.2	1,233.2	22.4	1,210.8	4.03	33.5	1.8
2007	812.6	401.2	1,213.8	32.0	1,181.8	3.90	33.9	2.6
2008	817.0	323.4	1,140.4	34.4	1,106.0	3.61	29.2	3.0
2009	823.0	357.0	1,180.0	34.5	1,145.5	3.71	31.2	2.9

(출처: USDA, Economic Research Service)

- 미국의 표고버섯 판매

		
- 진공팩/11 lbs - 중국산	- 5 lbs bulk - 미국에서 재포장	- 매장에서 재포장 - 보통 \$3.99 ~ \$5.99
		
- 매장에서 재패킹 - 5~8oz pack - \$3.99 ~ \$5.99	- 대량진열(Massive Display) 판매 유도를 하여 한국 표고버섯의 우수성을 알리는 데 주력함	- 일본산 유기농 표고버섯 - Bulk Package로 수입 미국내에서 재패킹 - 중국산과 차별화시킴 - 유기농 제품을 유통시킴

라. 캘리포니아 주요 수입바이어

- Yes Produce
- Quan's mushroom
- Concord Farm
- Golden Medal mushroom

2. 소비동향

가. 소비량변화

- 소비량이 다소 감소 추세였으나, 아시안 인구 증가로 인한 약간의 증가 추세를 보임
- 표고버섯의 경우 주로 아시안 소비자들에 의해 구매되어지고 있으나 최근엔 건강식품에 대한 인지도 증가로 인해 자연식품 혹은 유기농 식품 판매처에서의 판매가 증가 중임
 - 버섯은 건강식품으로 분류되어 지속적으로 인기 있는 흰 버섯 외에 표고버섯 및 팽이버섯 등 스페셜티 버섯(specialty mushroom)의 인지도 증가

나. 소비행태

- 버섯, 특히 표고버섯의 경우 아직까지는 주류시장보다는 아시안 시장 중심이며
- 소득 및 지역별 소비 행태: 지역적인 소비형태보다는 주 소비층인 아시안의 소득증가로 인한 소폭의 판매 증가(좀 더 다양한 아시안 시장 개발)
- 편리한 것을 선호하는 소비자들이 많기 때문에 표고버섯을 슬라이스(slice)한 제품들이 많은 편이며 잘리지 않은 생 표고버섯을 판매하는 곳은 많은 편이 아님
 - 보통의 주류마켓에서는 거의 판매되지 않고 있지만 자연식품 및 유기농 판매점에서는 표고버섯 뿐 아니라 다른 여러 종류의 버섯을 함께 판매하고 있음
 - 표고버섯 슬라이스 및 다른 종류의 버섯 슬라이스를 함께 섞어 판매하는 경향도 많음
- 표고버섯의 효능은 많이 알려졌으나 요리법은 잘 알려져 있지 않고 아시아국가에서 지속적으로 약품으로 사용되어져 왔기 때문에 미국 내에서도 약용으로 많이 사용되고 있음
 - 표고버섯 추출물을 캡슐로 만들어 판매되는 것이 일반임
 - 면역체계에 좋다는 연구결과에 따라 많은 표고버섯은 약의 일부분으로 사용되며 약용으로만 표고버섯을 재배하는 농장이 많음
 - 표고버섯을 건강식품으로 분류해 소비하는 것과 같이 표고버섯을 건강보조품의 재료로 사용하여 식품으로만 사용되었을 때보다 더 효능이 좋다고 알려져 있어 많은 보조제품 관계자들은 표고버섯을 약용으로 구매함

〈판매형태〉

		
유기농 현지산 파운드 당 \$9.99	유기농 현지산 파운드 당 \$9.99	현지산 \$3.99/ 5 oz
Whole Foods, TN	Whole Foods, PA	Super Fresh Superstore, TN

		
유기농 현지산 \$4.99/ 5 oz	현지산 \$3.99/ 4.2 oz	현지산 \$2.48/ 4 oz
Whole Foods, PA	Super Fresh Superstore, TN	Walmart, PA

	
Vitamin Shoppe \$14.99/600mg	Vitamin Shoppe \$14.29/60캡슐

- 표고버섯 판매처 특성상 유기농 버섯이 많으며 전부 현지산임. 조리시 바로 넣어 먹을 수 있도록 편리하게 포장되어 있음

다. 원산지별 제품 분석 (경쟁력비교)

원산지	강점	약점
한국산	- 고품질 - 향이 좋음 - 고객 인지도 좋음(식품 안정성)	- 높은 가격 - 포장 기술(진공기술) - 짧은 유통기한
중국산	- 전체적으로 고른 품질(품질양호) - 포장기술(진공포장) - 긴 유통기한 - 가격경쟁우위	- 향이 없음 - 중국산에 대한 식품의 불신 증가 - 인건비 상승으로 인한 단가 상승
미국산	- 품질 양호 - 유기농이 대부분 - 안정성에 대한 소비자들의 안심 - 짧은 운송기간으로 인한 신선도 확보	- 향이 적음 - 높은 가격

라. 버섯 소비 확대 마케팅

- 미국내 버섯 소비 증대 및 미국산 버섯을 홍보하기 위한 방법으로 미국 버섯 생산량의 대부분을 차지하는 펜실베이니아주의 Kenneth Square시에서 버섯 페스티벌을 매년 개최하고 있음
 - 올해 28번째이며 매해 약 100,000여명의 방문객이 방문함
 - 여러 버섯 업체들이 버섯생산에 대해 소비자들에게 교육하고 요리사들을 초청, 버섯을 활용한 요리강연, 아마추어 요리대회, 각 버섯 종류들에 대한 버섯 콘테스트 등을 개최하여 소비자들이 버섯에 대해 알 수 있는 좋은 기회를 제공함



Mushroom Festival



버섯업체 부스



버섯 콘테스트-표고버섯



버섯 재배 전시



버섯 재배관련 전시



버섯 재배 전시-표고버섯

- 각 부스에서 버섯관련 음식 및 식품을 판매하여 인지도 제고.
- 소매점에서 판매하지 않은 많은 제품들을 판매하고 있으며 표고버섯을 이용한 스프가루, 말린 버섯 및 버섯 스낵 등을 판매함으로 버섯의 새로운 제품을 소개하여 버섯에 대한 친근감을 높임



말린 버섯



표고버섯 스프 및 버섯 조리제품



버섯요리에 사용가능한 식품



버섯이 들어간 스프 종류



버섯 스낵



버섯 박스 판매

III 수출확대전략

1. 품질 및 가격에 대한 과제 및 해결방안

- 국제 시장에서 한국산 표고버섯의 이미지는 미미함. 공동브랜드의 사용으로 수출 표고버섯의 품질과 이미지를 개선하는 노력이 필요함
- 표고버섯은 기본적으로 아시아 요리에 주로 사용되므로 아시아 레스토랑과 연계한 판촉 노력 필요
 - 서양인들은 표고버섯 요리법에 익숙하지 않으므로 레시피, 영양분석표와 함께 판매하는 것이 바람직함
 - 현재 한국 정부가 의욕적으로 추진하는 한식세계화 정책에 편승하는 임산물 마케팅 방안을 고려할 필요가 있음
- 최소 미국 내 도착 후 3주 이상 신선도 유지를 위한 포장기술 발전이 함께 이루어져야 함
 - 벌크 형태로 수입하여 미국 내에서 재가공(슬라이스/Ready to cook)하여 시장 확대를 위한 노력이 수반되어야 함
- 미국 USDA 유기농(ORGANIC) 인증을 받아 중국산과 차별화 시켜야 함
 - 유기농 전문 판매점에 진출할 수 있도록 품질관리가 되어야 함

2. 과제 극복 시 한국산 최대 수출가능 규모

- 수출가능한 품질, 물량, 가격조건
 - 소매(리테일) 판매: 현재 고품질 버섯을 상품화 하지 않고 대용량(Bulk)(4-5 lbs)로 수출 및 유통되는 것을 향후 저가의 버섯을 소포장(5 oz~8 oz내외)을 통한 상품화가 되어야 함.
 - ▶ 소매 판매는 동부: \$8 - \$10 / 서부: \$5 - \$6(1 lbs 기준)
 - 도매 판매: 현재 11lbs 박스(진공) 형태로 수입하여, 소비자의 구매패턴에 따라 박스(11lbs)판매와 5lbs 오픈형 박스로 재포장하여 판매하고 있음. 소매유통매장에서는 8oz 또는 1lbs 재포장(스티로폼 접시)하여 판매되고 있음
 - ▶ 1년 평균 가격(중국산 11lbs 기준): 여름시즌 \$30.00-\$32.00 겨울시즌 \$26.00-\$28.00
 - ▶ 여름시즌의 가격이 더 비싼 이유는 생산량은 겨울철보다 많으나 수출 품질이 되지 않기 때문에 절대적인 양의 부족으로 나타나는 현상임.
 - ▶ 대량(Bulk) 수입하여 절단(Slice) 제품으로 재가공(미국)하여 소포장하여 판매방법 고려.
 - 스페셜티(Specialty): 수입업자가 11 lbs 벌크 진공 포장형태로 수입하여 5 lbs 오픈형

박스에 재포장하여 판매하고 있음. 재포장 된 제품은 레스토랑에 공급됨.

〈표고버섯 시즌〉

종류	공급가능 시기	비고
Flower(화고)	10월말 - 4월초	유통기한: 21일
Regular(동고)	4월초 - 10월말	유통기한: 14일

- 수출 가능한 물량: 현재 중국에서 수입량은 일 년에 400컨테이너 물량. 1컨테이너 3000상자(11 lbs 기준), 약 15 톤/컨테이너. 대부분 서부로 수입되어 미전역으로 유통됨. 동부는 겨울시즌에 약간의 컨테이너 수입
- 품목별 전체시장 중 한국산 진출 가능시기 및 시장규모
 - 신선 표고버섯의 경우에는 연중 시설재배로 안정적인 공급과 품질보증을 앞세워 지속적인 시식 행사를 통해 우리나라 표고버섯의 우수한 식감을 알려야 함. 그와 더불어 시식행사 중 한국산 표고버섯을 이용한 요리법을 알려 소비자들이 표고버섯을 소비하는 방법을 알 수 있도록 해야 함
 - 교포시장 및 아시아권 소비자들을 공략한 후 주류시장을 공략하는 등의 단계별 공략이 필요
 - 표고버섯의 도매시장은 대부분 중국인 수입업자들이 장악하고 있어 중국인 수입업자들에게 한국산 표고버섯의 품질 및 차별화를 어필하여 판매될 수 있도록 해야 함
 - 주 고객이 아시안인 것을 감안하여 추석을 기점으로 시작하는 것이 유리함
 - 시장규모는 연간 5,000만 불 이상으로 예측되어지는 바, 최소 500만 불 시장규모 이상 가능할 것으로 봄
- 미국 시장 확대
 - 일반 화고와 동고 시장은 철저한 품질과 가격 경쟁 구도 지향(중국산과 경쟁)
 - 표고버섯을 이용한 ready to eat 식품을 만들어 손쉽게 표고버섯을 소비할 수 있도록 함
- USDA 유기농(ORGANIC) 인증을 받아 차별화시킴으로써 프리미엄 시장 공략 (미국산, 일본산과 경쟁)
 - 마켓 분포도 5% 미만
- 포장 기술 수준을 높여 신선도 기간을 늘려서 선도 부분에서 우위를 점해야 함

- 대용량포장(벌크 패키지)으로 수입하여 미국내에서 가공(슬라이스/ready to cook and repacking) 하여 소비자 시장에 맞게 유통, 판매되어야 함(맞춤형 마케팅)
 - 시장을 고/중/저가로 세분화한 판매전략 필요

» 표고버섯

일 본

- I. 시장동향
- II. 유통구조
- III. 수출확대전략
- IV. 수입관련제도
- V. 수출확대전략



2013
임산물 해외시장동향



I 시장동향

1. 일본 국내생산동향

가. 신선품 · 건조제품

1) 수확량, 출하량 추이

- 일본에 있는 표고버섯수확량은 2005년 이후 버섯 균 재배가 보급되고 일본국내에서도 가격을 싸게 제공 할 수 있는 대규모 생산업자가 등장하면서 일본국내생산비율이 높아졌음. 그러나, 고령화와 가정에서 신선식품을 사서 조리하는 비율이 감소하면서, 생 표고버섯 시장은 감소하는 경향임. 표고버섯의 소비는 2011년도는 방사성세슘의 피해에 따라 영향을 받고 있다고 볼 수 있음. 건표고버섯은 좋은 날씨와 보존이 길어지면서 2011년 수확량, 출하량 모두 전년도에 비해 웃돌고 있음
- 건표고버섯 생산량은 건표고를 생표고로 환산한 생산량 통계의 약 7분의 1 정도임. 건표고버섯 외에도 표고다시마, 밥 재료, 표고버섯 차 등 가공제품이 있지만, 여기에 사용되는 건표고버섯 생산량은 적음

〈수확량, 출하량추이〉

(단위 : 톤)

연도		2010	2011	2012
적요				
합계	수확량	101,693	97,124.5	미발표
	전년대비(%)	—	95.5	—
	출하량	100,281	95,981	미발표
	전년대비(%)	—	95.7	—
건 표고 버섯 (생 버섯 환산치)	수확량	24,614	25,871.0	미발표
	전년대비(%)	—	105.1	—
	출하량	23,735.6	25,357.9	미발표
	전년대비(%)	—	106.8	—
생 표고 버섯	수확량	77,079	71,253.5	미발표
	전년대비(%)	—	92.4	—
	출하량	76,545.6	70,623.0	미발표
	전년대비(%)	—	92.3	—

(출처: 「특용임산물기초자료」 (농림수산부))

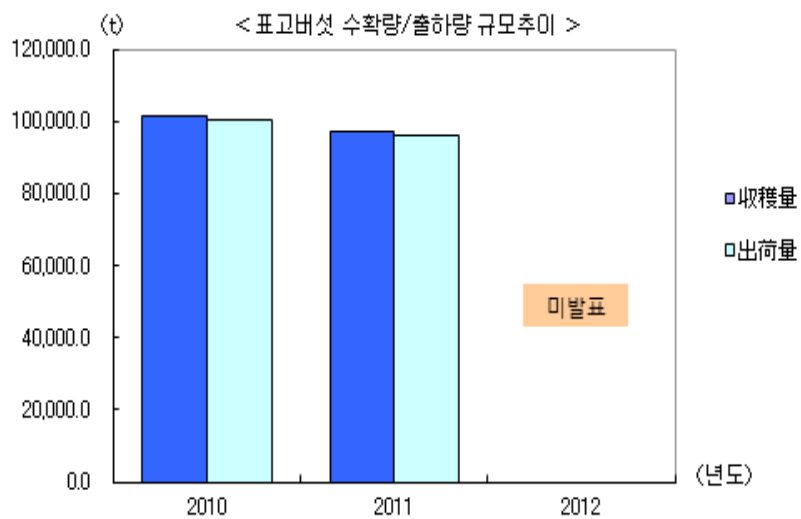
* 생 표고버섯(건표고버섯은 생 표고버섯으로 환산한 숫자임)

〈건표고버섯〉

(단위 : 톤)

연도		2010	2011	2012
적요				
건표고버섯	생산량	3,476.1	3,695.9	미발표
	전년대비(%)	—	106.3	—

(출처: 「특용임산기초자료」 (농림수산부))



2) 지역별 수확량 추이

가) 연간 생산량 (2007~2011)

□ 생 표고버섯

(단위 : 톤)

지역명	2007	2008	2009	2010	2011
北海道	4,405.0	5,012.6	6,395.3	6,743.5	7,365.3
青森	319.8	299.1	299.6	259.9	279.9
岩手	4,643.4	4,656.7	5,351.0	6,934.7	5,977.8
宮城	994.0	1,095.3	1,424.6	1,205.4	981.9
秋田	2,668.6	2,909.0	3,679.7	3,753.1	3,312.9
山形	1,188.7	1,288.6	1,346.3	1,427.3	1,284.2
福島	2,847.3	2,864.1	3,119.3	3,664.8	1,894.4
東北 計	17,066.8	18,125.4	21,615.8	23,988.7	21,096.4
茨城	2,449.3	2,120.0	1,573.7	1,385.0	1,138.3
栃木	4,134.0	4,258.8	4,229.8	4,145.5	3,395.0
群馬	5,039.8	5,248.2	4,947.4	4,821.1	4,243.5
埼玉	1,269.7	987.1	972.0	961.9	931.6
千葉	1,233.0	1,176.6	1,068.2	915.1	775.2
東京	280.6	263.7	255.4	286.9	289.2
神奈川	214.8	287.9	334.6	382.8	311.6
山梨	307.9	296.2	277.5	299.3	265.6
長野	906.3	998.1	1,086.0	1,239.2	905.4
静岡	1,773.6	1,680.1	1,857.9	1,450.7	1,486.0
関東 計	17,609.0	17,316.7	16,602.5	15,887.5	13,741.4
新潟	2,583.6	2,801.8	2,979.0	2,705.1	2,284.7
富山	1,266.3	1,199.0	1,276.4	1,091.5	1,303.6
石川	877.9	817.3	852.6	990.1	828.4
福井	335.9	320.7	320.8	330.4	351.2
北陸 計	5,063.7	5,138.8	5,428.8	5,117.1	4,767.9
岐阜	1,810.8	1,869.6	2,120.3	2,269.3	2,186.4
愛知	738.1	795.3	815.8	828.2	764.7
三重	904.6	874.7	938.3	971.3	843.0
東海 計	3,453.5	3,539.6	3,874.4	4,068.8	3,794.1

(단위 : 톤)

지역명	2007	2008	2009	2010	2011
滋賀	508.1	517.6	548.7	671.0	592.7
京都	384.2	386.8	380.7	211.6	197.8
大阪	294.8	252.4	237.2	152.8	139.8
兵庫	884.8	1,101.9	1,168.4	1,096.0	1,173.1
奈良	617.0	546.0	438.1	381.3	377.5
和歌山	961.4	1,055.2	1,214.8	1,171.6	1,100.3
近畿 計	3,650.3	3,859.9	3,987.9	3,684.3	3,581.2
鳥取	142.2	183.1	189.7	213.7	220.0
島根	1,844.1	2,133.3	2,154.8	1,864.9	1,995.6
岡山	642.7	758.3	666.6	590.6	1,007.7
広島	832.9	933.3	1,033.2	975.6	975.2
山口	301.0	303.0	276.6	217.1	169.9
中国 計	3,762.9	4,311.0	4,320.9	3,861.9	4,368.4
徳島	6,632.0	7,573.6	7,877.1	8,789.4	8,790.7
香川	442.9	396.4	403.7	339.7	227.4
愛媛	514.3	698.6	781.4	802.0	705.6
高知	409.1	452.9	469.4	466.7	458.8
四国 計	7,998.3	9,121.5	9,531.6	10,397.8	10,182.5
福岡	623.5	820.1	803.3	813.2	658.3
佐賀	151.1	160.4	144.5	101.8	100.4
長崎	2,866.9	3,023.0	3,228.3	3,496.0	3,547.8
熊本	936.2	979.9	1,081.5	1,119.7	1,032.6
大分	1,289.3	1,342.6	1,398.1	1,515.2	1,506.8
宮崎	1,584.2	1,682.2	1,869.0	1,974.1	1,885.0
鹿児島	1,092.1	916.0	1,124.0	1,047.3	985.3
九州 計	8,543.3	8,924.2	9,648.7	10,067.3	9,716.2
沖縄	7.0	4.8	5.1	5.6	5.4
總計	53,950.8	58,037.8	64,808.5	67,935.0	64,877.4
전년대비	-	107.6%	111.7%	104.8%	95.5%

(출처: 「특용임산기초자료」 (농림수산부))

□ 건표고버섯

(단위 : 톤)

지역명	2007	2008	2009	2010	2011
北海道	2.2	2.6	4.1	6.9	18.9
青森	0.8	0.7	0.3	0.2	0.3
岩手	243.9	190.0	175.6	201.1	215.6
宮城	15.4	13.3	17.2	23.1	17.3
秋田	1.6	2.3	1.6	1.7	5.4
山形	-	-	-	-	-
福島	51.5	47.1	39.6	36.8	11.6
東北 計	315.4	256.0	238.4	269.8	269.1
茨城	68.5	63.5	68.1	50.4	61.4
栃木	151.8	161.9	160.7	161.5	10.4
群馬	23.5	21.8	23.3	25.0	27.5
埼玉	9.5	11.4	12.0	8.8	8.6
千葉	8.7	14.4	17.4	11.9	14.5
東京	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
神奈川	0.5	2.4	1.8	3.3	3.2
山梨	13.7	13.6	12.9	10.8	10.1
長野	10.1	7.1	8.0	8.4	8.5
静岡	138.5	152.4	133.3	107.9	124.6
関東 計	425.3	449.0	438.0	388.5	269.3
新潟	35.1	36.7	40.3	38.1	33.5
富山	0.5	0.7	0.9	1.0	1.8
石川	15.7	21.2	19.0	17.0	19.6
福井	1.9	1.8	1.5	1.7	2.1
北陸 計	53.2	60.4	61.7	57.8	57.0
岐阜	9.8	13.9	15.2	12.6	13.3
愛知	6.4	7.9	7.7	7.1	7.0
三重	12.9	13.7	13.1	9.7	10.3
東海 計	29.1	35.5	36.0	29.4	30.6

(단위 : 톤)

지역명	2007	2008	2009	2010	2011
滋賀	4.2	2.2	2.6	7.2	5.4
京都	4.2	7.5	5.1	2.7	3.0
大阪	4.1	4.4	4.7	6.2	1.2
兵庫	7.0	8.4	10.8	8.0	11.4
奈良	7.8	7.9	7.0	8.0	10.2
和歌山	7.9	6.5	11.3	6.3	4.9
近畿 計	35.2	36.9	41.5	38.4	36.1
鳥取	17.7	24.7	22.7	19.3	23.4
島根	28.5	35.1	29.2	24.6	25.2
岡山	75.9	71.9	64.6	33.0	35.8
広島	16.9	16.6	7.6	7.4	16.7
山口	25.2	31.0	30.7	23.3	21.9
中国 計	164.2	179.3	154.8	107.6	123.0
徳島	2.5	6.1	3.0	3.0	5.7
香川	2.4	3.7	2.3	1.9	8.6
愛媛	186.2	226.3	183.3	212.6	263.6
高知	22.7	23.9	23.2	22.6	28.3
四国 計	213.8	260.0	211.8	240.1	306.2
福岡	21.0	27.2	24.5	26.1	29.2
佐賀	3.6	5.8	4.5	6.4	7.3
長崎	90.7	91.6	102.6	80.9	85.5
熊本	248.3	283.2	242.4	232.7	291.5
大分	1,309.4	1,489.0	1,374.6	1,400.5	1,533.5
宮崎	600.9	645.5	614.3	590.6	605.6
鹿児島	55.8	47.9	51.4	47.5	52.0
九州 計	2,329.7	2,590.2	2,414.3	2,384.7	2,604.6
沖縄	-	-	-	-	-
總計	3,142.8	3,420.9	3,162.6	3,134.7	3,445.5
전년대비	-	108.8%	92.4%	99.1%	109.9%

(출처: 「특용임산기초자료」 (농림수산부))

나) 상·하반기 비교

□ 생 표고버섯(2011년)

지역명	합계		상반기(1월~6월)		하반기(7월~12월)	
	수확량	구성비	수확량	구성비	수확량	구성비
北海道	7365.3	12.1	3452.1	15.0	3913.2	10.6
青森	279.9	0.5	147.2	0.6	132.7	0.4
岩手	5977.8	9.8	2761.4	12.0	3216.4	8.7
宮城	981.9	1.6	536.4	2.3	445.5	1.2
秋田	3312.9	5.4	1514.7	6.6	1798.2	4.9
山形	1284.2	2.1	588.9	2.6	695.3	1.9
福島	1894.4	3.1	1086.2	4.7	808.2	2.2
東北 計	13731.1	22.5	6634.8	28.8	7096.3	19.3
茨城	1138.3	1.9	595.8	2.6	542.5	1.5
栃木	3395	5.6	1545.9	6.7	1849.1	5.0
群馬	4243.5	7.0	2072.4	9.0	2171.1	5.9
埼玉	931.6	1.5	474.8	2.1	456.8	1.2
千葉	775.2	1.3	409.7	1.8	365.5	1.0
東京	289.2	0.5	139.5	0.6	149.7	0.4
神奈川	311.6	0.5	144.4	0.6	167.2	0.5
山梨	265.6	0.4	120.6	0.5	145	0.4
長野	905.4	1.5	428.6	1.9	476.8	1.3
静岡	1486	2.4	735.6	3.2	750.4	2.0
関東 計	13741.4	22.5	6667.3	28.9	7074.1	19.2
新潟	2284.7	3.7	1156.1	5.0	1128.6	3.1
富山	1303.6	2.1	635.6	2.8	668	1.8
石川	828.4	1.4	382.9	1.7	445.5	1.2
福井	351.2	0.6	173	0.8	178.2	0.5
北陸 計	4767.9	7.8	2347.6	10.2	2420.3	6.6
岐阜	2186.4	3.6	1010.6	4.4	1175.8	3.2
愛知	764.7	1.3	353.9	1.5	410.8	1.1
三重	843	1.4	403	1.7	440	1.2
東海 計	3794.1	6.2	1767.5	7.7	2026.6	5.5

지역명	합계		상반기		하반기	
	수확량	구성비	수확량	구성비	수확량	구성비
滋賀	284.9	0.5	4.9	0.0	280	0.8
京都	119.8	0.2	2.2	0.0	117.6	0.3
大阪	72	0.1	1.2	0.0	70.8	0.2
兵庫	614.4	1.0	8	0.0	606.4	1.6
奈良	194.5	0.3	7.7	0.0	186.8	0.5
和歌山	550.7	0.9	3	0.0	547.7	1.5
近畿 計	1836.3	3.0	27	0.1	1809.3	4.9
鳥取	130.5	0.2	21.9	0.1	108.6	0.3
島根	1056.9	1.7	20.5	0.1	1036.4	2.8
岡山	526.3	0.9	20.2	0.1	506.1	1.4
広島	512.8	0.8	9.8	0.0	503	1.4
山口	97.1	0.2	15.4	0.1	81.7	0.2
中国 計	2323.6	3.8	87.8	0.4	2235.8	6.1
徳島	4568.1	7.5	3.9	0.0	4564.2	12.4
香川	125.2	0.2	5.1	0.0	120.1	0.3
愛媛	555	0.9	180.9	0.8	374.1	1.0
高知	220.8	0.4	21.8	0.1	199	0.5
四国 計	5469.1	9.0	17.1	0.1	5257.4	14.3
福岡	319.9	0.5	17.1	0.1	302.8	0.8
佐賀	55.2	0.1	5.5	0.0	49.7	0.1
長崎	1862.7	3.1	59.6	0.3	1803.1	4.9
熊本	662	1.1	224.6	1.0	437.4	1.2
大分	1950	3.2	1206	5.2	744	2.0
宮崎	1488.4	2.4	493.9	2.1	994.5	2.7
鹿児島	636.4	1.0	38.8	0.2	597.6	1.6
九州 計	6974.6	11.4	2045.5	8.9	4929.1	13.4
沖縄	985.3	1.6	-	-	2.2	0.0
총계	60988.7	100.0	23046.7	100.0	36764.3	100.0

(출처: 「2011년 특용임산물기초자료」(농림수산부))

□ 건표고버섯(2011년)

지역명	합계		상반기		하반기	
	생산량	구성비	생산량	구성비	생산량	구성비
北海道	18.9	0.5	8.9	0.1	10	1.3
青森	0.3	0.0	0.3	0.0	-	-
岩手	215.6	5.8	183.8	1.3	31.8	4.2
宮城	17.3	0.5	15.1	0.1	2.2	0.3
秋田	5.4	0.1	3.9	0.0	1.5	0.2
山形	-	-	-	-	-	-
福島	11.6	0.3	10	0.1	1.6	0.2
東北 計	250.2	6.8	213.1	1.5	37.1	4.8
茨城	61.4	1.7	42.9	0.3	18.5	2.4
栃木	10.4	0.3	6.7	0.0	3.7	0.5
群馬	27.5	0.7	20.8	0.1	6.7	0.9
埼玉	8.6	0.2	5.1	0.0	3.5	0.5
千葉	14.5	0.4	9.2	0.1	5.3	0.7
東京	0.5	0.0	0.3	0.0	0.2	0.0
神奈川	3.2	0.1	2	0.0	1.2	0.2
山梨	10.1	0.3	7.5	0.1	2.6	0.3
長野	8.5	0.2	6.9	0.0	1.6	0.2
静岡	124.6	3.4	94.3	0.7	30.3	4.0
関東 計	269.3	7.3	195.7	1.4	73.6	9.6
新潟	33.5	0.9	20.9	0.1	12.6	1.6
富山	1.8	0.0	1.1	0.0	0.7	0.1
石川	19.6	0.5	15.3	0.1	4.3	0.6
福井	2.1	0.1	1.9	0.0	0.2	0.0
北陸 計	57	1.5	39.2	0.3	17.8	2.3
岐阜	13.3	0.4	8.6	0.1	4.7	0.6
愛知	7	0.2	3.4	0.0	3.6	0.5
三重	10.3	0.3	7.4	0.1	2.9	0.4
東海 計	30.6	0.8	19.4	0.1	11.2	1.5

지역명	합계		상반기		하반기	
	생산량	구성비	생산량	구성비	생산량	구성비
滋賀	5.4	0.1	312.7	2.2	0.5	0.1
京都	3	0.1	80.2	0.6	0.8	0.1
大阪	1.2	0.0	69	0.5	-	-
兵庫	11.4	0.3	566.7	4.0	3.4	0.4
奈良	10.2	0.3	190.7	1.4	2.5	0.3
和歌山	4.9	0.1	552.6	3.9	1.9	0.2
近畿 計	36.1	1.0	1771.9	12.6	9.1	1.2
鳥取	23.4	0.6	111.4	0.8	1.5	0.2
島根	25.2	0.7	959.2	6.8	4.7	0.6
岡山	35.8	1.0	501.6	3.6	15.6	2.0
広島	16.7	0.5	472.2	3.3	6.9	0.9
山口	21.9	0.6	88.2	0.6	6.5	0.8
中国 計	123	3.3	2132.6	15.1	35.2	4.6
徳島	5.7	0.2	4226.5	30.0	1.8	0.2
香川	8.6	0.2	107.3	0.8	3.5	0.5
愛媛	263.6	7.1	331.5	2.4	82.7	10.8
高知	28.3	0.8	259.8	1.8	6.5	0.8
四国計	306.2	8.3	4925.1	34.9	12.1	1.6
福岡	29.2	0.8	355.5	2.5	12.1	1.6
佐賀	7.3	0.2	50.7	0.4	1.8	0.2
長崎	85.5	2.3	1744.7	12.4	25.9	3.4
熊本	291.5	7.9	595.2	4.2	66.9	8.7
大分	1533.5	41.5	762.8	5.4	327.5	42.8
宮崎	605.6	16.4	890.5	6.3	111.7	14.6
鹿児島	52	1.4	387.7	2.8	13.2	1.7
九州 計	2604.6	70.5	4787.1	34.0	559.1	73.1
沖縄	-	-	3.2	0.0	-	-
총계	3695.9	100.0	14096.2	100.0	765.2	100.0

(출처: 「2011년 특용임산기초자료」(농림수산부))

3) 지역별수확량 동향

가) 생 표고버섯

- 후쿠시마현, 이바라기현, 도치노기현, 시즈오카현에서는 2011년산 생 표고버섯의 수확량이 대폭 감소했음. 이것은 방사성세슘이 기준량을 초과한 검체 등이 발견되어서 수확 자숙을 생각했기 때문임. 생 표고버섯 수확량은 홋카이도 7365.3톤 가장 높고, 다음은 이와테현 5977.8톤이고, 각 지역별로는 전체 수확량의 10~10%이상을 차지하고 있음. 특히 동북, 관동지역의 생산지를 합하면 전국 40%이상 생 표고버섯 수확량을 차지하고 있음. 동해보다 동부, 북부에 있는 지역에서는 기온과 버섯 균 재배 등 보급에 따라 연간 안정된 수확이 가능함. 하지만, 키키,쥬고구,시코구,큐슈,오키나와에서는 기온이 내려가는 하반기 때가 수확량이 많음. 일본 생 표고버섯은 버섯 균 재배가 약 85%, 원목재배가 약 15%, 생산효율이 높은 버섯 균 재배 구성비가 높음

나) 건표고버섯

- 건표고버섯도 생 표고버섯과 같은 후쿠시마현, 도치노기현에서 생산량이 대폭 축소하고 있음. 감산분에 대해서는 오이타현이 많이 충당할 수 있을 것으로 보고 있음. 건표고버섯 생산량은 오이타현이 일본 국내전체 41.5% 압도적인 점유율을 차지하고 있음. 그 다음으로 미와자키가 16.4%이고, 큐슈지역은 건표고버섯 생산량의 70%을 차지하는 생산지임. 건표고버섯 생산에 적당한 기온은 하반기가 대부분을 차지하고 있음. 일본건표고버섯은 선물이나 토산품 등 주로 고급상품으로서 유통하고 있고, 원목재배가 약 98%, 버섯 균 재배가 2%을 차지하고 있음

나. 시장 특성 (품종, 유통시즌, 지역성 등)

항 목	내 용
일본 표고버섯 특징	일본 건표고버섯은 대부분 원목재배지만, 중국산은 거의 버섯 균 재배로 키운 표고버섯이기 때문에 「맛, 향, 촉감」이 일본산과 다름 물 흡수율도 일본산이 6~7배에 비해서 중국산은 약 5배정도임
일본 표고버섯 품종	표고버섯종류는 표고버섯 성장단계에 따라 「동코」 「고우코」 「고우신」 「고우바」 순으로 성장단계가 올라가며 나누어짐 동코 중에서도 한겨울에 싹을 잘라서 만든 고급상품 「하나동코」라고 부름 <버섯 균 종류> -원목재배 생 표고버섯: [쉰290호(쉰 산업)] [697호,702호(균 표고버섯협동조합)] [균10호, F503호(후지 버섯 균)] -원목재배 건표고버섯: [115호, 240호,193호 (균 표고버섯협동조합)] 버섯 균 재배: [북연607호(북연)] [S055호 (키녹스)] [쉰XR 1호(쉰 산업)]
유통 시즌	표고버섯은 원목재배와 버섯 균 재배가 있고, 건표고버섯은 원목재배가 주류이지만, 생 표고버섯은 대부분 버섯 균 재배임 원목재배는 2월부터 5월까지 수확되고 표고버섯 전체 80%이상을 차지하고 있고, 봄에 나는 버섯은 10월~12월까지 수확함. 주로 가을에 나는 버섯이 있기 때문에 2월~5월이 유통시즌임 버섯 균에 따라서 매년 안정된 생산(기본적으로 버섯 균을 심은 후 3~4개월 정도 수확할 수 있고, 그 후 1개월간 1~3단계 수확이 가능) 및 유통됨
주산지 & 품종	<생 표고버섯> 홋카이도, 쿠마현, 도쿠시마현이 산지임 버섯균재배가 주류이고, 버섯균에 따라서 다양한 종류가 있고 주로 품종은 북연607호 니구마루 등이 있음 <건표고버섯> 오이타현이 명산지로서 선물용 등 고급상품으로서 이용, 상수리나무를 사용함
도매가격	주요 도매시장 평균가격은 아래와 같음 (2011/2010) - 건표고버섯: 3,716/4,284엔/kg - 생표고버섯: 935/ 936엔/kg

- 원목재배의 경우는 생 표고버섯과 건표고버섯의 세균 종류는 다르지만 (생, 건표고버섯 점용도 있음), 버섯 균 재배의 경우는 특히 세균종류로 구별하지 않고, 생 표고버섯의 여유분을 건표고버섯에 이용하고 있는 경우가 대부분임
- 이와테현이나 시즈오카현에서는 2011년 방사능오염에 의해 소문피해에 따라 납품정지등 시장 유통이 감소되고, 또한 2011년 9월부터 2012년 9월까지 단가가 하락했음. 건표고버섯도 소문피해에 의해서 2011년 9~10월쯤부터 하락하고, 그 이전 보다 30~50% 정도까지 떨어졌음. 일본 각 지역에서는 방사성물질의 안전검사를 실행하고 대응하고 있음
- 건표고버섯은 수입량의 증가에 따라 수입품 가격을 저하했지만, 선물용과 고급품이 많은

일본산은 가격이 올라감. 그러나, 방사능 영향을 받은 이와테현, 시즈오카현, 군마현, 기후현, 사이타마현 등에서는 2011년 9월쯤부터 가격도 출하량도 대폭 하락했음

2. 수출입동향 및 수입관련제도

가. 수출입동향

1) 수출동향

□ 표고버섯(건표고버섯)

〈2012년〉

(단위: KG, %)

나라	월 적요	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
홍콩	수출량	1,443	4,704	—	—	—	—	—	—	6,320	—	—	3,467	15,934
	구성비	9.1	29.5	—	—	—	—	—	—	39.7	—	—	21.8	100.0
미국	수출량	—	145	344	82	516	207	116	45	415	507	110	298	2,785
	구성비	—	0.9	2.2	0.5	3.2	1.3	0.7	0.3	2.6	3.2	0.7	1.9	17.5
대만	수출량	—	156	—	—	247	—	300	73	—	1,008	200	444	2,428
	구성비	—	1.0	—	—	1.6	—	1.9	0.5	—	6.3	1.3	2.8	15.2
싱가폴	수출량	450	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	450
	구성비	2.8	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2.8
그 외	수출량	—	—	260	—	117	85	—	25	70	—	137	636	1,330
	구성비	—	—	1.6	—	0.7	0.5	—	0.2	0.4	—	0.9	4.0	8.3
합 계	수출량	1,893	5,005	604	82	880	292	416	143	6,805	1,515	447	4,845	22,927
	구성비	11.9	31.4	3.8	0.5	5.5	1.8	2.6	0.9	42.7	9.5	2.8	30.4	143.9

※ 생 표고버섯 수출은 없음. 그 외 국가는 벨기에, 포르투갈 대만, 카타르, 호주, 뉴질랜드, 크로아티아, 베트남 등

- 수출에 관한 통계는 건표고버섯 만으로, 실제로는 농협이 개별로 항공편을 이용하고 아시아대상으로 출하하는 경우가 있어, 연간 수량과 소폭 차이가 있음

- 수출품 특징과 용도에 대해서는, 수입국의 일본식당, 일본식품 유통매장에서 판매

2) 수입동향

□ 표고버섯 (생 또는 냉장)

〈2012년〉

(단위 : 톤, %)

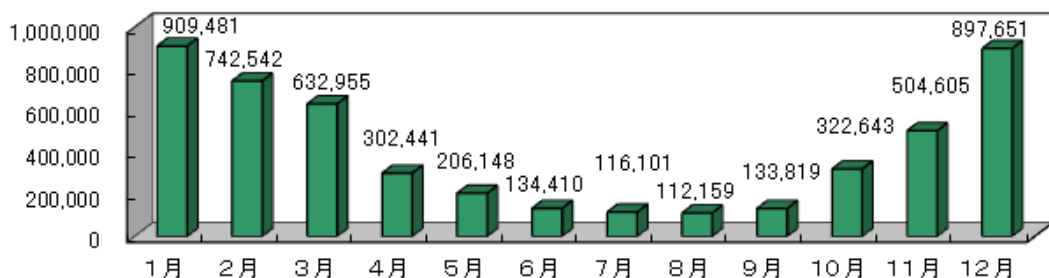
나라	월 적요	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합계
중국	수입량	909	742	632	302	206	134	116	112	133	322	504	889	5,006
	비중	18.2	14.8	12.6	6.0	4.1	2.7	2.3	2.2	2.7	6.4	10.1	17.8	100.0
한국	수입량	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	8	8
	비중	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100.	100.0
합계	수입량	909	742	632	302	206	134	116	112	133	322	504	897	5,014
	비중	18.1	14.8	12.6	6.0	4.1	2.7	2.3	2.2	2.7	6.4	10.1	17.9	100.0

〈수입품 특징과 용도에 대해서〉

중 국	가정용, 주문 도시락, 외식
한 국	가정용, 주문 도시락, 외식

- 생표고버섯은 중국산 수입이 대부분이지만, 2012년도는 12월 8,000kg이고, 한국산은 전체 0.16% 머물고 있음. 건표고버섯과 같은 중국산 수입품 대부분이 버섯 균 재배임. 한국산 수입은 일본 관동주변의 표고버섯이 방사성물질인 세슘의 영향에 따라 출하정지가 되어, 그 부족분을 수입한 것

표고버섯 (생,냉장표고버섯) 수입량(2012년)



□ 표고버섯 (건표고버섯)

〈2012년〉

(단위: 톤, %)

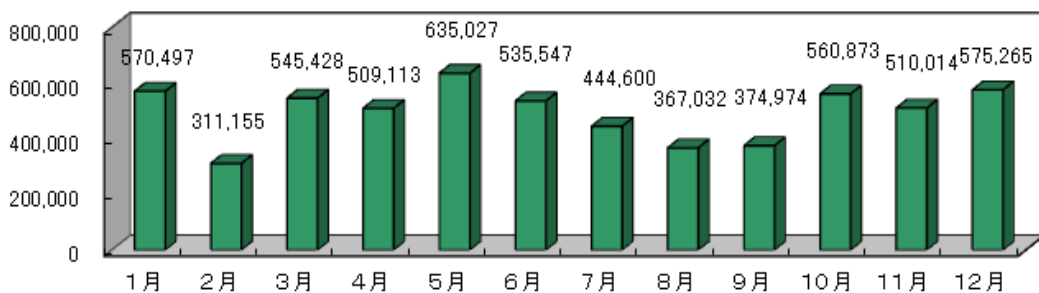
나라	월 적요	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
중국	수입량	569	309	545	506	635	532	441	366	374	558	506	574	5,921
	비중	9.6	5.2	9.2	8.6	10.7	9.0	7.5	6.2	6.3	9.4	8.5	9.7	100.0
한국	수입량	0.5	1.8	—	2	—	3	3	0.4	0.07	2	3	0.2	17.8
	비중	3.1	10.4	—	12.2	—	19.5	18.3	2.3	0.4	11.4	21.2	1.3	100.0
홍콩	수입량	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	90	90
	비중	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100	100.0
합계	수입량	570	311	545	509	635	535	444	367	374	560	510	575	5,939
	비중	9.6	5.2	9.2	8.6	10.7	9.0	7.5	6.2	6.3	9.4	8.6	9.7	100.0

〈수입품 특징과 용도에 대해서〉

중	국	외식, 도시락, 조리 반찬, 조미료 등 가공식품, 가정용
한	국	외식, 도시락, 조리 반찬, 조미료 등 가공식품

- 중국산 수입이 압도적으로 많아서, 한국산 수입은 전체에서 아주조금 0.3% 머물고 있음. 봄과 겨울 시기에 수입량이 증가하는 경향을 보이지만, 매년 수입되고 있음. 중국산 건표고버섯 대부분이 버섯 균 재배임

마른표고버섯 수입량 (2012년)



나. 수입품 현황

1) 품목별 수입품 유통시기, 포장, 판매 형태

	유통시기	포장방법	비고
생 표고버섯	연중	비닐+박스 (종이상자) 플라스틱 용기	상품형태: 우산모양 전체 판매: 슈퍼, 채소가게, 소매점, 외식기업 등
(건 표고버섯)	연중	비닐+박스 (종이상자) 비닐(소매대상 소용량사이즈) 비닐+종이박스(나무박스)	상품형태: 우산모양전체, 슬라이스, 말(발)부분 판매: 슈퍼, 채소가게, 일반소매, 외식기업, 백화점, 등

- 중국산 생 표고버섯은 주로 비닐봉투에 싼 다음, 박스 (종이상자)로 수입되어 오지만, 바로 소매판매 할 수 있도록 플라스틱 용기에 나누어져 있는 포장도 있음. 건표고버섯도 주로 비닐봉투에 싼 뒤에 박스 (종이상자) 상태로 수입되어 오기 때문에, 일본국내 매입판매업자가 포장절단, 소구분, 포장업무를 하는 경우가 대부분임. 박스 (종이상자) 용량으로는 5kg, 10kg가 대부분임

2) 품목별 수입품에 관한 한국산 경쟁력 평가

	품질 (품종, 맛 등)	가격	생산량	그 외 (안전성 등)
생 표고버섯	※ 유통량이 적어서 볼 수 있는 기회가 거의 없기 때문에 평가를 할 수 없음			
건 표고버섯	눈으로 보는 것과 향 등 일본산과 비교해서 좋지는 않지만, 비전문가가 보면 구분하기 어려움	일본산에 비해 70% 정도의 가격이었으나, 엔저 영향을 받아 동등한 가격이 됨	중국산에 비해 생산량이 적음	-

II • 유통구조

1. 유통구조

가. 일본 국내유통량 추이

□ 생 표고버섯

(단위 : 톤)

연도		2010	2011	2012
적요				
합계	유통량	82,162	75,944	—
	전년대비	—	92.4	—
수입	수입량	5,616	5,321	5,015
	전년대비	—	94.7	94.2
일본산	출하량	76,546	70,623	미발표
	전년대비	—	92.3	—
수출	수출량	—	—	—
	전년대비	—	—	—

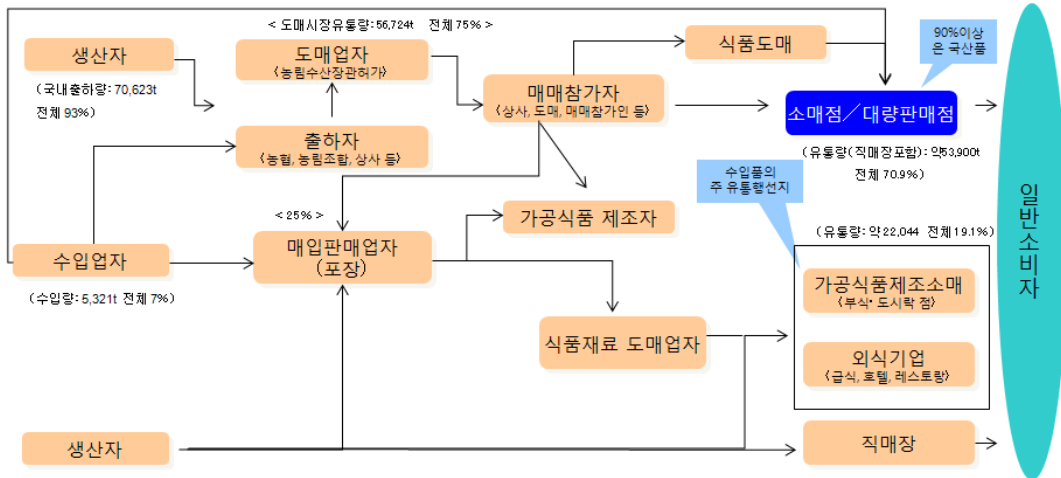
(출처: 후지경제추계)

- 표고버섯은 일본, 중국, 한국 등 아시아지역에서 먹을 수 있는 식재료이고, 일본산 생표고버섯 수출은 높은가격으로, 일부 고급일본식레스토랑 등에서 한정되어 있기 때문에 그 양은 아주 적을 것으로 추측됨
또, 무역통계에서는 데이터가 산출되어 있지 않기 때문에 수입량과 일본산 생산량을 합한 양을 일본국내 유통량으로 함. 생 표고버섯은 2011년에 75,944톤, 건표고버섯은 9,621톤 일본 국내에 유통하고 있음
- 그러나, 일본산과 수입 비율에 관해서 생 표고버섯은 90%이상 일본산으로 차지하고 있는 반면, 건표고버섯은 전체 40% 정도만 일본산으로 머무르고 있음. 생 표고버섯 수입량과 일본국내생산량에 관해서 전체적으로는 방사성세슘의 영향을 받고 있지 않지만, 식생활과 가족형태 변화에 따라 생 표고버섯 한사람 당 소비량은 감소하는 경향을 보임
- 생 표고버섯은 2012년 중앙도매시장(동경)의 일본산 생 표고버섯 935엔/kg, 수입산 355엔/kg, 건표고버섯 955엔/kg (무역통계 2012), 3,716엔/kg (특용임산기초자료)이고, 일본산과 수입품 가격은 약 3배 차이가 남. 이런 이유로 금액을 보면, 생 표고버섯은 일본산이 압도적인 구성비를 차지하고, 건표고버섯에 관한 시장규모는 수입품이 우위임

나. 대상품목 국내유통구조

〈생 표고버섯 유통구조, 일본산+수입품〉

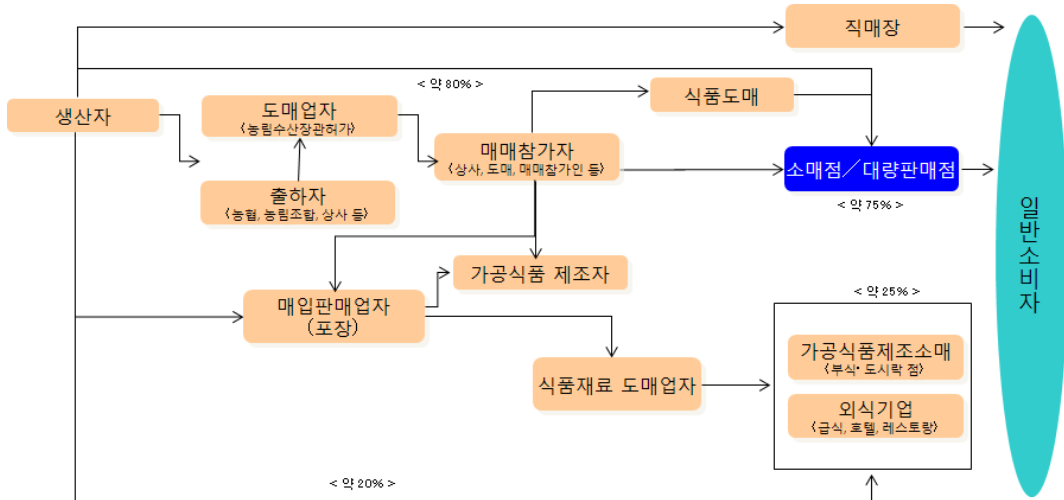
* 일본 국내유통량은 2011년 75,944톤이었음



- 다른 농산물과 다르게 표고버섯은 생산자단체로서 농협뿐만 아니라 모리바야시조합이나 임의조합이 형성되어 있음. 모리바야시조합은 표고버섯농업협동조합, 전국농업공동조합 연합회, 현(광역시) 경제련이있고, 모리바야시조합에 따라서 현(광역시) 모리바야시 조합연합회와 단위(○○구, ○○동) 모리바야시조합이 있음. 생산자단체와 도매업자 등 생산자로부터 매입하고 각각 도매시장에서 판매됨
- 버섯균 재배 생산자는 민간 기업이 많고, 생산 → 소구분 → 포장 까지 전부 직접 도매시장이나 식재료도소매점 등에서 판매하고 있음. 생 표고버섯 대부분은 일본산이고, 대부분 도매시장을 경유하기 때문에 가공업자와 소매점에 유통하고 있음. 소매점/대량판매점 90%이상은 일본산이라고 볼 수 있음. 수입품에 대해서는 원산국을 알 수 없는 업무용 루트로 이용되는 것이 많고, 찌라시스시, 밥재료 등으로 이용됨

〈일본산 생표고버섯 유통구조〉

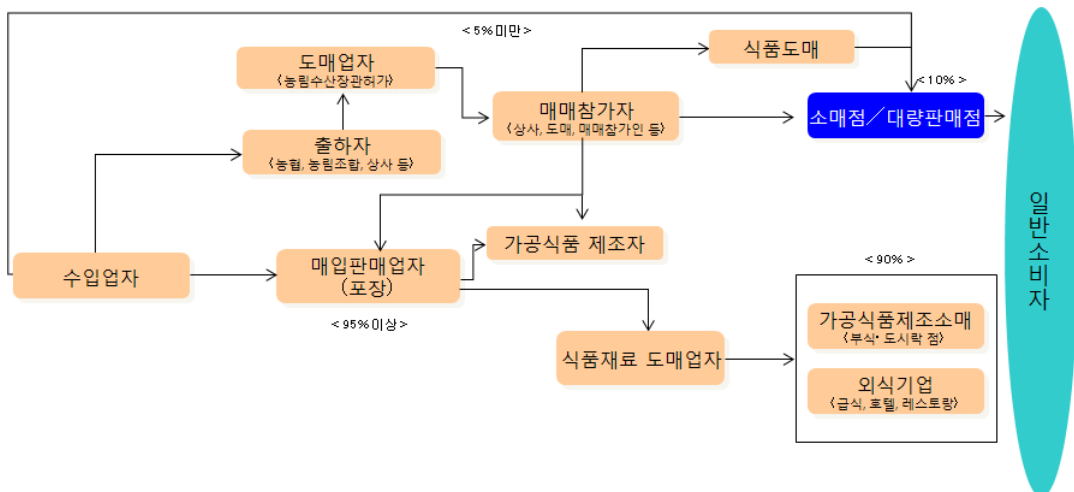
* 일본산 생표고버섯은 2011년 출하량 70,623톤이었음



- 일본산 생표고버섯은 전체 약 80%가 도매시장에 유통되고, 나머지 20%는 매입판매업자, 직매소 등시장의 유통하고 있음. 일본산 생표고버섯은 특히 일반소비자가 이용하는 소매점 / 대량판매점에 유통하고 있음. 업무용 유통도 특히 학교급식은 일본산으로 지정되어 있는 경우가 많음

〈생 표고버섯 수입산 유통구조〉

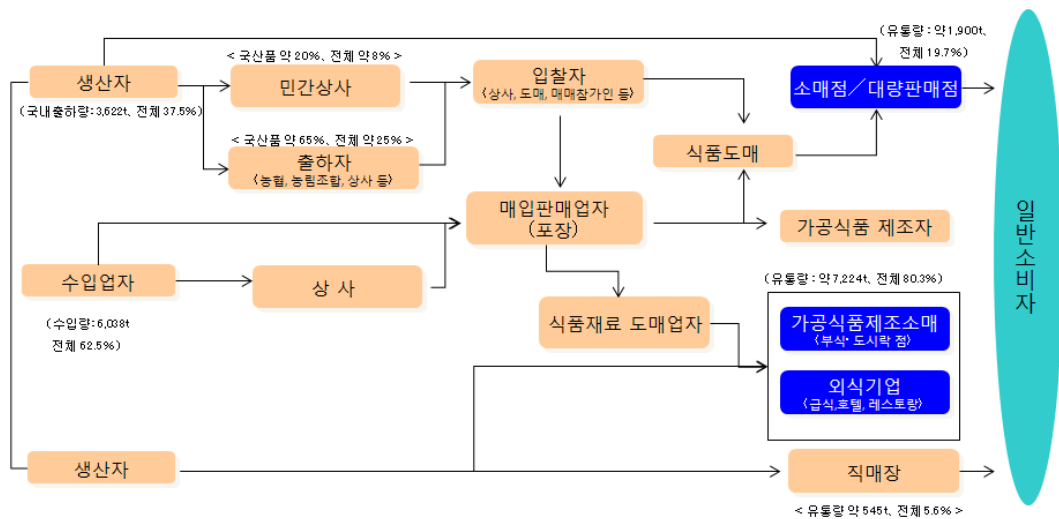
* 2011년 생표고 수입량은 5,321톤이었음



- 생 표고버섯 수입품은 대부분이 시장 외 유통임. 수입업자가 수입+포장업무를 실시하는 케이스도 많고, 검무 수입업자와 매입판매업자에 따른 유통이 약 95%을 차지하고 있음. 생 표고버섯 수입품은 중국산에 대한 이미지 저하 등에 따라서 수입량이 감소하고, 이용·용도로서는 원산국의 섬세한 표기가 필요하지 않는 가공식품이나 외식 식재료로서 이용되고 있는 것이 대부분임

〈건표고버섯 유통구조, 일본산+수입품〉

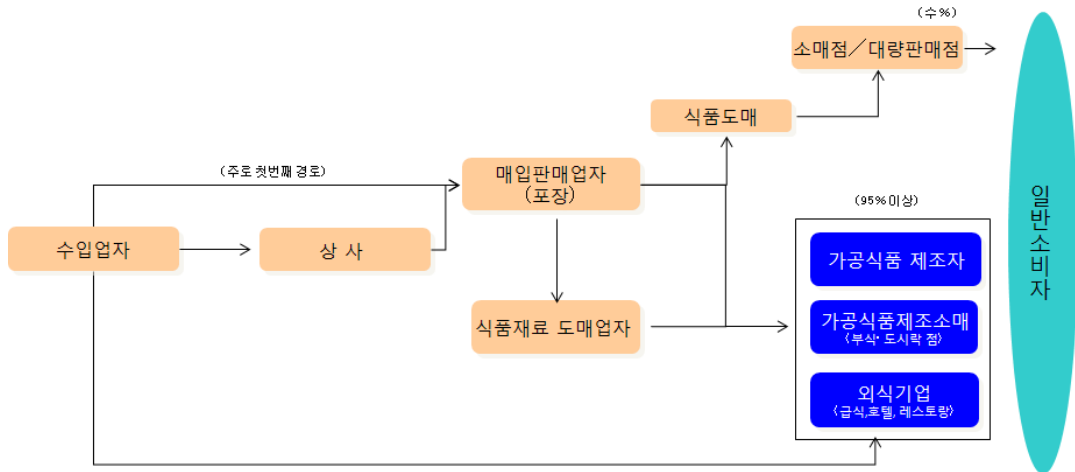
* 2011년 일본 내 유통량은 9,621톤이었음



- 건표고버섯 도매시장에서는 입찰 제도를 하고 있음. 출하자는 농협과 모리바야시조합 등 조합단체와 민간상사가 참가함. 출하자단체가 모집과 출하를 실시한 후 입찰제도 도매시장을 개최함. 도매시장은 연간 개최되고 있지만, 특히 수확 시기에 따라서 빈번(2~3회/월)하게 개최되고 있는 경우도 있지만, 도매자중에는 출하한 건표고버섯을 보존하고, 출하조정 등을 하면서 연간 유통량을 균일하게 하도록 하고 있는 단체도 있음
- 일본산 건표고버섯 대부분 원목재배하기 때문에, 일본국내 생산자는 원목표고버섯 농가가 중심임. 특히 표고버섯은 전문농협 취급구성비가 많고, 일본산 건표고버섯은 고급상품으로서 선물 등 이용되는 것이 많음. 수입품은 포장업체를 통하는 업무용식재료로서 가공, 판매되거나 가정용 대상으로 소매점 등 판매됨. 표고버섯 산지인 오이타현에서는 이력추적제가 있어서, 입찰시장 내에서 수입산은 취급하지 않음

〈일본산 건표고버섯 유통구조〉

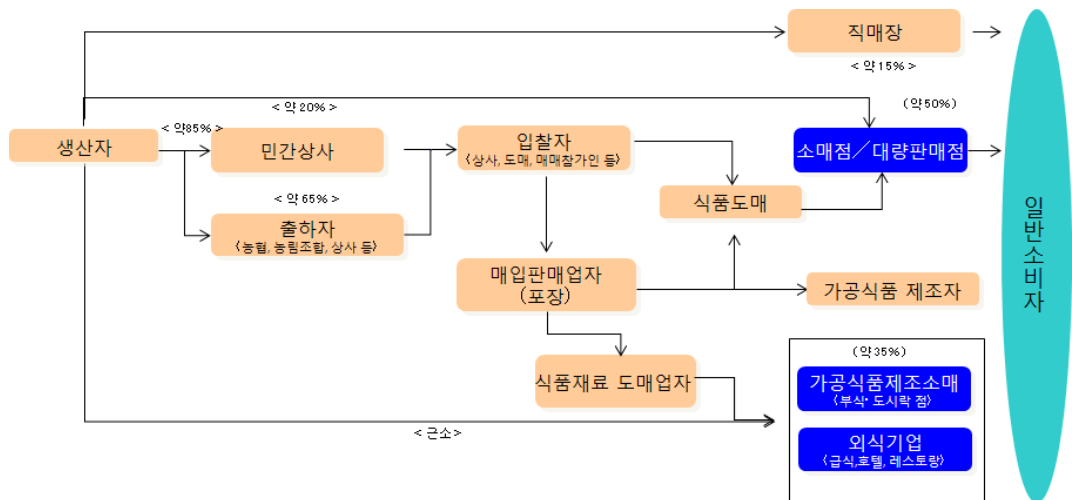
* 2011년 일본 국내출하량 : 3,622톤



- 일본 국내유통 약 85%가 출하자 또는 민간상사가 행하는 입찰을 통해서 시장에서 유통하고 있음. 이와테현 등 방사성세슘의 영향을 받은 지역에서는 출하할 수 없는 농가에 따라 단가 50엔/kg 출하하고, 싼값으로 시장에 유통시키고 있는 업자가 문제가 되어, 건표고버섯에 대한 이미지와 유통가격의 변화때문에 전체적으로 평균가격과 마진율은 하락하고 있다고 볼 수 있음. 소매시장에서는 중국산보다도 싼 가격에 팔리고 있는 경우도 있음

〈건표고버섯 유통구조, 수입품〉

* 2011년 수입량 : 6,038톤



- 건표고버섯 수입품은 시장 외 유통이고, 수입업자 (매입업자가 포장을 겸하고 있는 경우도 많음)이기 때문에 상사와 매입판매업자(포장) 등 중간유통을 경유하고 주 유통경로로 진행되고 있음. 다만, 학교급식에서는 대부분이 일본산을 지정하고 있기 때문에 수입품은 거의 사용하지 않음

다. 유통 각 단계에 있는 주요 업자

	수 입	출하자/도매업자/ 중매업자	가공식품제조/매 입판매업자	일반소매업	업무용수요자	그 외
업 태	매입판매업자 (포장업체) 가공식품메커	【생 표고버섯】 JA, 민간기업 【건표고버섯】 모리바야시조합연합회 일본표고버섯농업 협동조합연합회 민간기업	포장업자 업무용메이커	직매소, 슈퍼, 채소가게, GMS, 백화점, 선물점	가공식품 메이커 매입업자 급식업자 외식업자 등	인터넷통신판매 (대규모농가, 조합단체, 농협, 민간재배업자 등)
기 업	【건표고버섯】 겐테이물산 오소표고버섯 미네겐	【생 표고버섯】 JA오이타 【건표고버섯】 오이타현표고버섯 농업협동조합 에히메현 농림조합연합회, 모리산업	【건표고버섯】 하리마식품 오소표고버섯	이온,라이프, 이토요카드, 샤티, 미쯔코시	에자키 구리코 마루비야 기레이 다이마쯔	오오스기표고버 섯원

- JA, 모리바야시 조합연합회 등 도매시장을 통하는 경우라도, 슈퍼 등 소매점에서 정한 가격으로 결정되는 것이 많음. 그 이유로, 중소규모의 생산농가의 경우는 직접 포장하여, 이익률이 높은 직매소에서 판매하고 있는 경우도 있음

라. 유통 특징

- 일본산 표고버섯에 대해서는 다른 청과와 같이 JA을 중심으로 도매시장을 통해서 유통하고 있지만, 건표고버섯에 대해서는 JA와 일본표고농업협회, 모리바야시조합연합회, 상품 출하자가 열리는 시장에서 입찰을 하고 있음. 수입품에 대해서는 도매시장을 통하지 않고 수입업자로부터 소매업자와 가공업자 등에게 유통하고 있음. 수입되고 있는 표고버섯 (생/건)에 대해서는 자르고 포장을 하는 포장업자 (수입업자, 매입판매업자가 부담)을 통해서 유통하는 것이 일반적임

마. 소품목별 유통실태에 대해서

1) 가격과 마진 구조

가) 가격특성

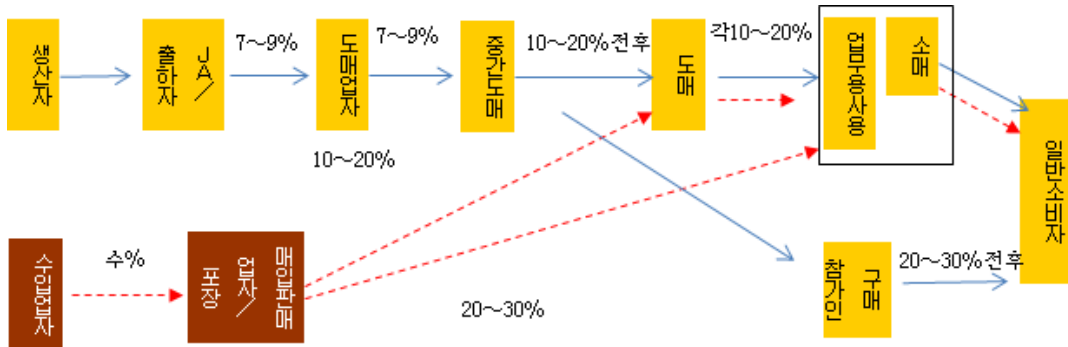
		수 입	중간유통 (도매시장/상사/매입판매업자)	소 매 점
생 표고 버섯	포장	비닐+박스 (종이상자) 플라스틱 용기	비닐+박스 (종이상자) 플라스틱 용기	비닐 플라스틱 용기
	가격	279円/kg(무역통계 2012) ※ 단, 관세와 소비세는 포함하지 않음	827円/kg(도매시장)	약100~300円/1팩 약100g 계절과 산지에 따라 가격은 변동) 평균적으로는200 円전후/1팩
	가격변화 ※	15 전후	40 전후	100
건표 고버 섯	포장	비닐+박스(종이상자) (비닐 사이즈는 소구분 되어 있지만 박스 크기는 여러 가지 있음)	비닐(큰 봉투, 진공포장, 지퍼 , 바구니 등)+박스(종이상자) 진공포장+종이상자(선물용) 진공포장+나무박스	비닐(진공포장 , 지퍼 , 바구니 등) 비닐+박스(선물용 등) 나무박스
	가격	955円/kg(무역통계 2012)	도매시장 약3,000円/kg(일본산) 도매시장 약2,000円/kg(중국산) 산지에 따라 다름	선물용 : 5,000円 전후/200g 가정용 : 1,000円~1,500円/100g
	가격변화 ※	10 전후	30~35	100

※ 소매가격을 100으로 한 경우 가격의 변화를 표시하였음

- 외식산업은 원형 건표고버섯 수요가 많고 포장업체도 비닐타입으로 1kg단위로 매입하는 경우가 많고, 식품가공업자 등 업무용수요에 따라서 슬라이스 상태 10kg (비닐+박스) 로 매입되는 경우가 많음. 일본산 건표고버섯 현재(2013년 6월)의 가격은 3,000엔/kg이고, 최근 몇 년 동안 가격이 내려가는 경향임. 요인은 방사성세슘의 영향으로 이와테현 등에서는 출하정지 상태에 있고 표고버섯에 대한 이미지가 저하한 것과 가정 내에서 건표고버섯 이용자가 감소하고 있는 것으로 들 수 있음. 건표고버섯의 경우 일본산과 중국산은 물론 표고버섯의 종류에 따라 가격은 변동적임

나) 마진 구조

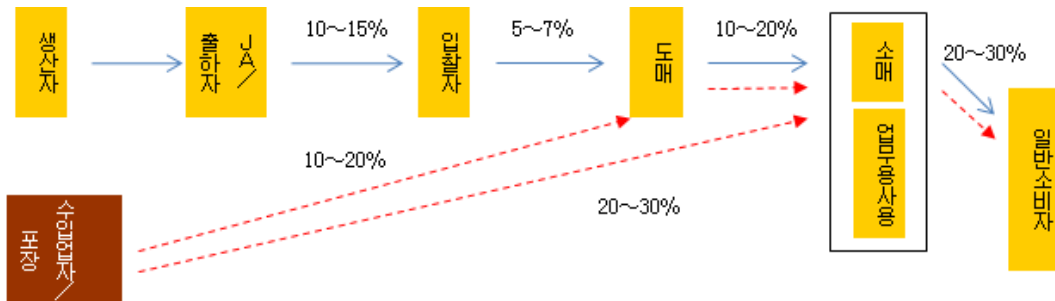
□ 생표고버섯 (주 유통경로)



* 일본산경로 → 수입품경로 →

- 도매시장을 경유 할 때는 시장이용에 대한 수수료는 도매업자와 중간도매업자 각각 판매액에 맞게 일정 수수료를 지불하는 구조임 (동경도매시장 : 도매업자 1,000분의 4, 중간도매업자 1,000분의 4)

□ 건표고버섯 (주 유통경로)



- 건표고버섯은 JA와 조합 등이 입찰을 개최할 경우는 10~15%의 수수료를 설정하고 있지만, 민간상사가 하는 경우는 15%정도의 수수료임. 입찰자로부터 복수 도매를 경유하는 경우는 각 10~20% 마진을 상승시킴. 수입업자가 포장을 겸하는 경우도 많고, 위의 표에서는 수입업자=포장의 경우를 게재하고 있음

2. 소비자 동향

가. 소비특성에 대해서

1) 표고버섯

품목 적요	생 표고버섯	건표고버섯
이용 용도	가정용, 급식, 외식(일본식, 중화요리, 호텔, 고급요리점 등) 야채, 도시락 등 식재료	2차가공용 (밥 재료, 동결건조소프, 냉동식품, 조리식품, 조미료, 조리 반찬 등), 외식(일본식, 중화요리, 호텔, 고급요리점 등) 야채, 도시락, 학교급식 등 식재료, 가정용, 선물용
이용 조건	학교급식은 일본산 지정이 많음 고급요리점 등에서는 일본산 한정으로 이용되는 곳이 많음	학교급식은 일본산 지정이 많음 2차가공용으로는 슬라이스, 타이스캇트가 주류 선물용은 일본산을 이용함
지역별특성	특별히 없음	동일본에서는 얇은 「동코」, 서일본에서는 두툽한 「고우신」 소비량이 많음

나. 원산지

평가 원산지	품 질 (품종, 맛 등)	가 격	생 산 량	그 외 (안전성, 이미지 등)
중국산	일본산과 비교하면 식감, 맛 등이 좋지 않음	일본산 가격에 비해서 50%정도	버섯 균 재배가 보급되고 안정적으로 공급이 가능	안전성 불안
한국산	눈으로 보는 것과 향 등 일본산 보다 조금 떨어짐	일본산 가격에 비해서 70%전 후	생산량이 적음	특별한 이미지 없음
일본산	형태, 향, 식감, 맛 등 뛰어남	비싸지만 일본국내 수요자는 가격이 비싸도 구입함	원목재배, 버섯 균 재배도 보급되어서 생산량은 안정됨	안전성에서는 신뢰도 높으나, 방사성 세슘 문제 때문에 현재는 이미지 하락

Ⅲ 수출확대전략

1. 한국산 표고버섯에 관한 일본시장 개척 가능성

품 목	가능성	시장 상황
생표고버섯	×	- 중국산은 가격이 싸서 가격 우위성이 상당히 높음 - 중국산 수입량이 압도적으로 많고, 소비자도 중국산에 대한 저항감이 깔려있음 - 중국산은 대부분 버섯 균 재배하고 있기 때문에, 안정적으로 공급가능
건표고버섯	△	- 일본산은 방사성물질세슘의 영향으로 이바라기현 등 일부지역에서 원목표고버섯 출하가 제한됨 - 고급품으로서 건표고버섯은 원목재배 표고버섯임 - 한국산 표고버섯은 원목재배 중심임 - 가정용, 가공 식품대상 업무용은 저가가격인 중국산이 주류임

* ○: 높음, △: 조건달성하면 가능성 있음, ×: 어려움

- 일본시장 개척가능성품목은 건표고버섯이 있으나, 어려운 여건임. 단 고급품 유통경로를 활용하여 고급외식점(일본식, 중식), 백화점, 설음식 등 부식, 유류고령자시설로 납품할 수 있음

2. 확대가능성 상품(건표고버섯)에 관한 일본시장 개척을 향한 과제와 해결책

가. 과제

유통	제품	가격	인지도	채널
업무용 유통망 가지고 있지 않음	안전성 불안 일본산대비 향, 식감 낮음	일본산 대비 가격 우위폭 적음	한국산 건표고버섯 인지도 낮음	백화점 판매유통경로를 가지고 있지 않음

나. 해결방향

적 요	해 결 책
제품/품질	- 이력추적제(트레이서빌리티)를 철저히 하고, 안전성을 증명함 (생산자레벨까지 증명 할 수 있는 시스템수준까지) - 크기, 두께, 형태를 포함해서 향, 식감 등 일본산에 손색없는 건표고버섯 생산
가 격	가격우위성을 높이기 위해, 수입 시 평균 단위를 내릴 필요가 있음
유통	- 업무용 루트, 백화점 등 소매대상 루트 개척이 필요 - 업무용으로는 식재도매업자 판매 루트 구축
전달경로	백화점의 경우는 기존 구좌가 있는 식품도매업자 만이 거래가 가능할 경우가 많아 백화점과 거래관계가 있는 식품도매업자를 통한 유통경로 개척 필요

적 요	해 결 책
그 외	• 한국산 「건표고버섯」이라는 이미지를 소비자에게 홍보 (ex : 한국요리 메뉴와 함께 제안함) • 다만, 선물용은 일본산이라는 의식이 강하기 때문에 시장개척은 쉽지 않음

- 일본국내에서 고급품으로 유통하고 있는 건표고버섯은 원목재배로 형태, 두께, 크기, 향 등이 뛰어나고, 일반적으로 「동코」라고 불리는 상품임. 이것은 선물용도 뿐만 아니라, 고급 요리점, 고급요리에도 이용되고 있음. 방사성물질세슘의 영향에 따라서 일본국내표고버섯에 대한 이미지가 저하하고 있고, 원목재배 한국 건표고버섯이 안전성 보증과 가격 장점을 제시하고, 상기 유통에 있어서 한국산 이용이 늘어날 가능성이 있음. 단, 소비자는 「건표고버섯」 한국산에 친숙하지 않아서 고급품으로서 한국산 건표고버섯 이미지를 높이는 홍보도 중요함. 이력추적제(트레이서빌리티)를 철저히 하는 안전관리면에서도 같은 품질의 일본산과 경쟁하며, 또한 가격우위와 중간유통 개척이 과제로서 남아있음

다. 건표고버섯시장에 관한 한국산 SWAT분석

외 부 환 경			
* 중점과제 1)트레이서빌리티 명확화 2) 고급 식재를 취급하는 도매유통 개척 3)가격을 내림		【OPPORTUNITY】 • 방사성세슘의 영향에 따라서 일본산 건표고버섯에 대한 이미지 저하 • 고급품을 취급하는 루트 (고급식재, 백화점)에서 안전·안심에 대한 의식이 높음	【THREAT】 • 가정에서 건 표고버섯 이용기회 감소 • 건표고버섯 전체에 대한 이미지 저하 • 외환 변동 • 모리바야시조합, 전국농업협동조합연합회 존재
내 부 환 경	【STRENGTH】 • 일본산보다도 약간 향과 식감이 약함 • 일본과 같은 원목재배	• 일본산에 대한 방사성세슘의 문제가 없는 안전한 건표고버섯을 어필함 • 안전성을 표시한 트리어서빌리티를 명확화	• 일본·한국요리 등 한국산 건표고버섯을 이용한 메뉴도 함께 제공함 • 건표고버섯에 대한 이미지 제고
	【WEAKNESS】 • 일본산과 가격이 거의 변동 없음 • 안전 면에서 조금 불안감이 있음 • 안정적인 공급에 대한 불안 • 업무용루트가 약함 • 백화점루트가 없음	• 일본산에 대한 방사성세슘 문제가 없는 안전한 건표고버섯을 어필함 • 가격을 내리고, 일본산 우위성을 가짐 • 고급 식재를 필요한 외식 (일본요리, 중화)업계나 도시락, 부식 등 중식업계에 약한 업무용 도매루트를 개척 • 백화점에 도매루트 개척	• 건표고버섯에 대한 이미지 제고

라. 건표고버섯에 관한 유통경로별 분석 (수출 가능성 규모, 유통경로별 특성 등)

1) 고급외식·중식 루트

(단위: 백만 엔, 톤)

연도		2012	2013(예측)
적요			
건표고버섯 매입수량	수량	32	31
	전년대비(%)	—	96.9
건표고버섯 매입금액	금액	113	112
	전년대비(%)	—	99.9
식재료에 들어가는 청과	금액	112,500	112,400
	전년대비(%)	—	99.9
식재료시장	금액	482,000	481,800
	전년대비(%)	—	100.0
시장규모	금액	1,283,500	1,283,000
	전년대비(%)	—	100.0

(출처: 후지경제추계)

* 「고급외식·중식루트」에 대한 건표고버섯의 규모는 동사의 자료 「외식산업 마케팅 핸드북2012」 식재 데이터에 있는 청과 안에서 0.1%를 건표고버섯분이라고 추정하고, 시장규모를 산출하고, 수량에 환산해서 산출함

- 중국산에 대한 저항이 강하고, 식재의 안심·안전, 품질에 대한 필요가 높기 때문에 세습문제에 민감함. 고급외식·중식업자는 고급식재·중식대상 식재료도매와 소매점 등에서 식재료를 매입함. 안정적인 공급량 확보를 요구함

2) 유료 고령자시설

(단위: 백만 엔, 톤)

연도		2012	2013(예측)
적요			
건표고버섯 매입수량	수량	3	4
	전년대비(%)	—	133.3
건표고버섯 매입금액	금액	12	13
	전년대비(%)	—	108.3
식재료에 들어가는 청과	금액	11,700	12,850
	전년대비(%)	—	109.8
식재시장	금액	58,650	64,500
	전년대비(%)	—	110.0
시장규모	금액	138,900	152,700
	전년대비(%)	—	109.9

(출처: 후지경제추계)

* 「유료고령자시설」에 대한 건표고버섯 규모는 동사의 자료 「외식산업 마케팅 핸드북 2012」 식재 데이터에 있는 청과 안에서 0.1%를 건표고버섯분이라고 판정하고, 금액시장을 산출하고, 수량베이스에 환산해서 산출함

- 중국산에 대한 저항이 강하고 일본요리 메뉴가 많기 때문에 이용기회가 많음. 유료고령자 시설에서는 외식대상의 식재료도매와 소매점 등에서 식재료를 구입함. 1인당 단가가 정해져 있으므로, 가격에 대한 민감성이 높고 가격의 안정성을 요구함

3) 백화점

(단위: 백만 엔, 톤)

적요		연도	2012	2013(예측)
건표고버섯 선물 획득가능성수량	수량		110	105
	전년대비(%)		—	95.5
건표고버섯 선물수량	수량		110	105
	전년대비(%)		—	95.5
시장규모	금액		6,072,000	5,950,600
	전년대비(%)		—	98.0

(출처: 후지경제추계)

* 「백화점」에 대한 건표고버섯의 규모는 선물용 물건을 대상으로 하고, 동사의 자료 「식품 선물마케팅 총람2005」 건표고버섯 선물에 관한 백화점 판매경로의 시장규모와 수량을 참고하는 2012년, 2013년 데이터를 추산하고 산출함

- 중국산에 대한 저항이 강하고, 식재료의 안심·안전, 품질에 대해서 요구가 높기 때문에, 방사성물질 함유가능성(세슘문제 등)에는 민감한 상황임. 건표고버섯의 선물시장이 감소세임. 선물 도매상이나 식품도매업자 또는 메이커로부터 직접 매입함

3. 과제 해결 시 한국산 대 일본수출규모 추이 예측

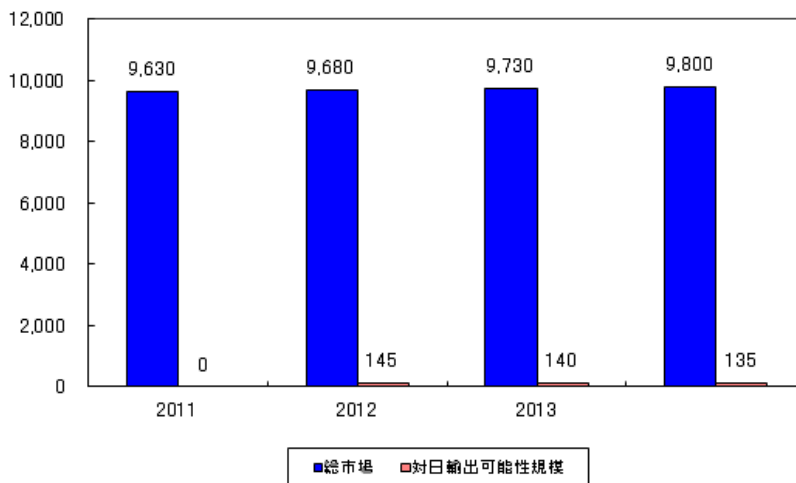
- 건표고버섯의 수출가능규모(예측)

(단위: 톤)

적요		연도	2011	2012	2013	2014
총 시장	수량		9,630	9,680	9,730	9,800
	전년대비(%)		—	100.5	100.5	100.7
대일수출가능성규모	수량		—	145	140	135
	전년대비(%)		—	—	96.6	96.4
일본수출량	수량		—	17	140	135
	전년대비(%)		—	—	823.5	96.4

(출처: 후지경제추계)

<마른표고버섯 한국산대일수출규모추이 2011~2014>



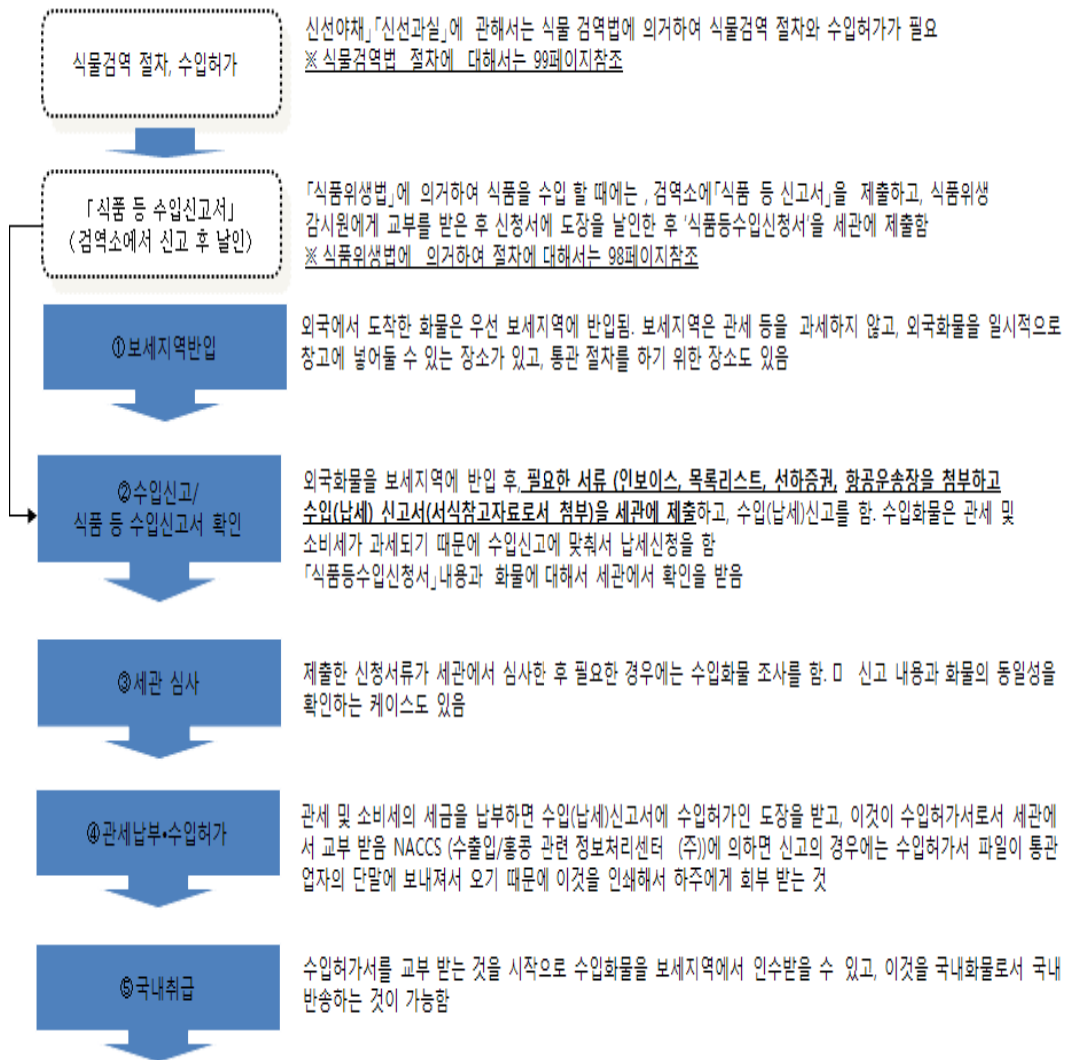
- 후지경제의 자료 「외식산업 마케팅 핸드북2012」에는 외식시장의 전체규모가 32조 3,778억엔(2012)에 비해 고급요리점 (일본요리, 중국요리, 백화점 데리카) 및 유료노인홈시설 시장규모는 1조 4,637억 엔 이고, 구성비는 약 4% 되어 있음. 단, 이것이 소매금액이 되기 위해 식재료 물량을 보면 지극히 적은비율임. 여기서 이 조사에서는 구성비 4%안에서 50%을 한국산 건표고버섯의 개척가능성이 보이는 루트(고급요리점, 설음식 등 고급부식, 고령자시설 급식) 구성비라고 가정하고, 같은 시장규모에 현재 수출규모를 넣어서 수량을 한국산 대일수출가능성규모로서 산출하였음. 앞에 과제해결책 및 앞에 적은 가정에 대해서는 대일수출가능규모로 2012년 145톤 수요를 예측해 볼 수 있음

IV. 수입관련제도(표고, 밤, 뽕은감)

1. 통관규정 및 검역절차

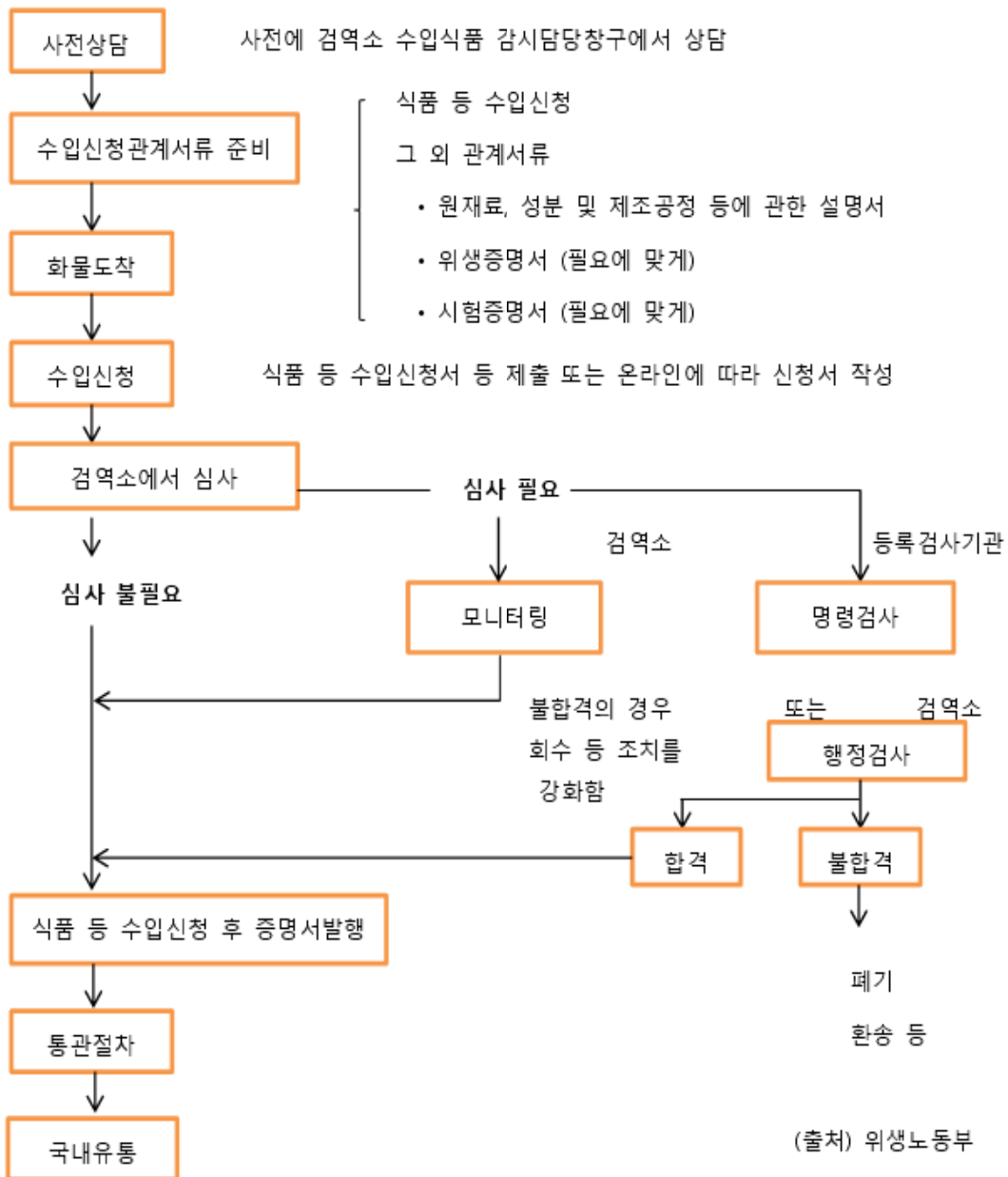
가. 통관에 관해서

〈식품 통관절차의 흐름〉



• 수입할 때 중요한 세금 지불은 관세(수입가격(상품가격+보험료+운임료) × 관세율)과 소비세 ((수입가격+관세 × 5%)

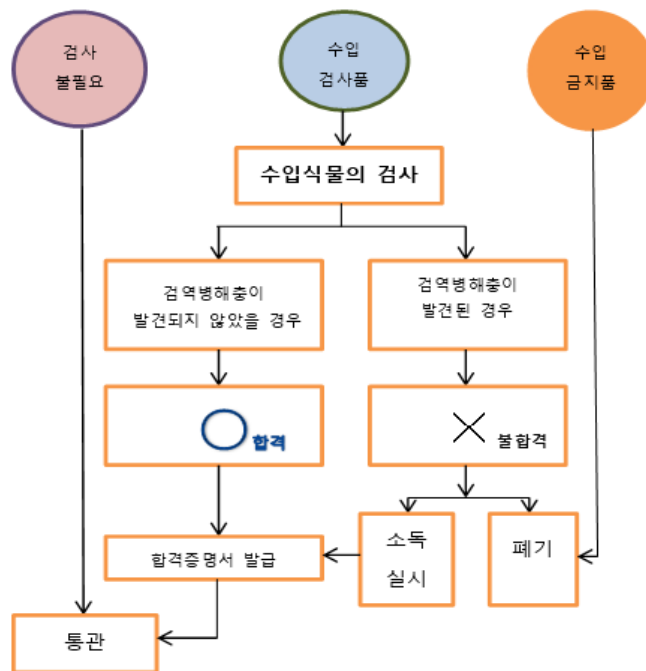
〈식품위생법에 의거한 검역절차〉



- 수입신청서에 대해서는 그 절차의 간소화, 신속화를 목적으로 한 제도가 있음
아래 표는 그 개요

제 도	개 요
사전신청제도	모든 식품 등에 대해서 화물도착예정일 7일전부터 신청서를 받고 검사의 필요한 화물 등을 빼고 화물 도착 전 또는 반입 후 신속히 신고필증을 교부 받음
계획수입제도	특정 식품 등을 반복해서 수입할 경우 처음수입 때 수입계획을 제출하고 조사 결과문제가 없으면, 일정기간은 다음부터 수입 때마다 신청서를 생략 할 수 있음
외국공적검사 기관의 검사결과 수입	수출국 공적검사기관에서 검사를 받고 그 성적서가 첨부되어 있는 경우 그 화물에 대해서 검역소에 있는 그 검사를 생략 받음. 단, 수송도중에 변화할 우려가 있는 항목(세균, 곰팡이 등)은 제외
동일 식품 등 계속 수입	특정 식품 등을 반복해서 수입할 경우 처음수입 때 신청서에 검사 성적서 첨부하고, 심사 결과문제가 없으면 일정기간은 그 항목에 대해서 다음부터 수입 때마다 검사가 생략됨
수입식품 등 사전확인제도	수입한 식품 등이 식품위생법에 적합한 것을 사전에 확인하고 당해식품 등 및 그 제조 가공업자를 등록하는 것보다 등록된 식품 등에 관한 수입 때 조사가 일정기간 생략 (검사명령에 관련검사 및 모니터링검사를 한 식품 등 제외)받고 더불어 신청 후 신속히 신고필증을 교부받음

〈식물검역의 절차에 관하여〉



▽ 당해조사에 따른 식물검역대상품목

- 뽕은 감 : 신선, 냉동, 건조
- 밤 : 신선, 냉동, 건조, 빻긴 밤
- ※ 단, 소금 절임, 설탕조림, 식초절임, 병조림, 통조림 등 검사 불용품임

- ※ 송이버섯, 표고버섯 등 버섯류는 균류이므로 식물방역법상에서는 해당하지 않고, 검역 불요(不要)품에 해당됨.
- ※ 안포감처럼 반 생감은 수출국에 따라 일본에서 수입을 금지하고 있지만 (냉동이면 가능), 한국에서 수입하는 경우 특별히 수입금지규정은 없음

— 검역 시 포인트 —

- 식품위생법에 규정되어 있는 대로 제조기준에 적합한가?
- 첨가물의 사용기준은 적절한가?
- 유독유해물질 등이 포함되어있지 않은가?
- 신선은 농약 규격기준을 넘지 않는가?
- 과거에 문제는 없었는가?
- 식물검역이 실시할 수 있는 항/공항은 한정되어 있는데, 어느 항/공항을 선택 할 것인가?

나. 라벨규정

수입단계(세관)에 있어서 라벨의 규정은 없지만, 그 후 유통단계에 있어서 국내의 각 표시법 적성을 요구함

수입 후 국내유통에 있어서 라벨이나 표시에 대한 체크가 실시하기위해, 수입하는 경우 국내의 각 표시법의 준수가 필요함

〈라벨규정관련법률 (괄호 안은 관할관청)〉

■ 식품위생법(위생노동부)

만일사건이 발생한 경우에 책임 소재를 명확히 하고 제품의 회수 등 행정조치를 신속히 실시하기 위해 손이 많이 가는 것을 목적으로 용기포장에 들어가는 가공식품과 일부 신선 식품을 대상으로 명칭, 소비기한 또는 상미기한, 제조, 가공자, 소재지, 성명, 식품첨가물을 사용하는 것은 그 첨가물을 포함한 취지, 알레르겐, 유전자조작식품을 포함한 식품은 그 목적, 보존방법에 대한 표시를 의무로 하고 있음. 유전자 조작 없음 표시 (분별생산관리가 실시하고 확인 한 것에 한해서), 영양기능식품(위생 노동 장관 정해진 규격기준에 적합한 것에 한해서) 및 특정보건용 식품(위생 노동 장관 허가를 받은 것에 한해서) 표시를 임의로 함

공중위생에 해를 끼치는 우려가 있는 허위 또는 과대한 표시, 광고, 보건기능식품이외의 식품에 관해서는 보건기능식품과 혼동하기 쉬우므로 표시, 특정의 보건목적 기대할 수 있는 의미를 표시를 하지 않으면 안 됨 (금지표시)

표시기준에 맞지 않는 식품을 판매한 경우는 영업허가 취소, 영업전부 혹은 일부 금지 또는 정지, 영업자명의 공표, 개인의 경우 2년 이하의 징역, 200만엔 이하의 벌금, 법인 경우는 1억엔 이하의 벌금을 처리 받음. 허위 또는 과대한 표시, 광고를 한 경우에는 식품 등 회수 폐기명령의 행정처분을 실행하는 케이스도 있음(벌칙)

〈사례〉

품 목	사 례 내 용
표고버섯	「보존방법이 기재되어 있지 않는 상온보존 마른표고버섯」은 문제없음 상온보존의 경우는 보존방법을 기재하지 않아도 좋음
감	「보존료를 사용하고 있는데도 불구하고 안포감의 포장용기에 보존료의 표기가 없음」은 위반임
밤	「마롱크림 원재료에 생크림이 기재되어 있지 않음」은 위반임. 생크림은 특정원재료가 되기 때문에 표기하지 않으면 안 됨

■ 농림물자의 규격화 및 품질표시의 적정화에 관한 법률(JAS법) (농림수산부)

소비자의 상품선택에 기여하는 것을 목적으로 원칙으로는 모든 음식료품을 대상으로 가공식품에 대해서는 명칭, 원재료명 및 식품첨가물, 원료의 원산지명(일부품목), 원산국명(수입품), 내용량, 소비기한 또는 상미기간, 보존방법, 제조업자, 수입업자 등 성명 또는 명칭, 주소, 그 외 품목마다 표시사항, 신선식품에 대해서는 명칭, 원산지, 그 외 품목마다 표시사항 표시가 의무가 되었음. 유전자 조작 없음 표시 (분별생산관리가 실시하고 확인한 것에 한해서) 및 유기JAS의 등급을 받은 것에 한해 〈유기〉 〈유기재배〉을 표시하는 것을 임의로 함

〈사례〉

품 목	사 례 내 용
표고버섯	마른표고버섯은 재배방법(원목재배, 버섯균 재배)에 대해서 기재하지 않으면 안 됨 EX: 오이타현 산(원목)
감	「에히메현 시조시산 뚝은감」은 문제없음. 농산물은 산지의 지역 및 시구동 등도 기재해도 관계없음
밤	「이바라기현산 찌구바」는 JAS법위반임. 찌구바는 밤 품종임, JAS법에서는 농산물의 일반적인 명칭을 기재하지 않으면 안 됨 (정) 「이바라기현산 밤」

■ 건강 증진법 (소비자관청)

식품으로서 판매하는 물건에 대해, 건강유지증진효과 등에 따라 뚜렷한 사실에 상달하거나 오인시키는 표시는 금지함

판매된 가공식품 등 일본어로 영양표시를 하고 영양표시를 하는 경우에는 열량(에너지), 단백질, 지방, 탄수화물(당질, 또는 식물섬유), 나트륨의 표시의무항목과 **영양표시를 지시하는 성분에 대해서 기재의무규정을 마련함**

〈사례〉

품 목	사 례 내 용
표고버섯	「마른표고버섯의 포장용기 표시면적이 150㎠이상에도 상관없이, 6포인트 활자로 기재하고 있음」은 부적절하고 8포인트 이상으로 기재하지 않으면 안 됨
감	「말린 감 표시로 실제로는 200K 칼로리이므로 100칼로리 표시함」은 건강증진법 위반임
밤	「밤금단의 영양표시에 「탄수화물」이 표시되어있지 않음」은 부적절, 「탄수화물」은 반드시 이용표시하지 않으면 안 됨

■ 경품표시법

공정한 경쟁을 확보하고 소비자의 이익을 보호하는 것을 목적으로 사업자가 공급하는 모든 상품에 대해서 **우수오인, 유리오인 그 외 부당표시를 금지하는** 규정을 마련함

〈사례〉

품 목	사 례 내 용
표고버섯	「중국산 표고버섯(감/밤)을 국산 표고버섯 (감/밤)으로 표시함」 경우는 경품표시법 위반
감	「●●(유명인)씨가 극찬 수량한정 국산 표고버섯(안포감, 일본밤) 등은 우수오인 등에 해당하기 때문에 부적절함
밤	

■ 계량법

발매된 특정상품에 대한 **내용량 및 표기자의 성명, 또는 명칭 혹은 성명을 의무로 함**

〈사례〉

품 목	사 례 내 용
표고버섯	마른표고버섯과 말린감, 밤 설탕조림 등은 계량법 특정품목에 해당하기 때문에, 밀폐 용기에 포장했을 때는 내용량(중량, 단위규정 있음)을 보이기 쉬운 장소에 크기와 색으로 표시하지 않으면 안 됨 또, 중량에 대해서는 저울에 단 중량 차를 넘지 않도록 표시하지 않으면 안 됨 EX: 내용량 61g에 대한 표시를 65g으로 한 경우, 무게 차가 3g을 넘기 때문에 위반
감	
밤	

■ 약사법

용기포장에 들어가는 가공식품에 대해서 **의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시, 광고, 식품의 형태를 금지**하고 있음

〈사례〉

품 목	사 례 내 용
표고버섯	「표고버섯에는 콜레스테롤 억제효과가 있음」은 약사법위반임. 식품으로 효과 효능을 구매 욕구가 생기도록 할 수 없음
감	「뽕은감 보디샴푸」의 원재료에 뽕은 감이라고 표시하는 것은 약사법위반임. 「뽕은 감」은 현재 화장품원료로서는 인정되지 않음
밤	「밤에는 풍부한 비타민이 포함되어 있기 때문에 고운 살결 효과가 있음」은 약사법위반임

【식품표시 관련법의 법안제안】

- 현재 소비자관청에서는 다수의 법률에 걸쳐있는 식품표시관련법 내에서 「식품위생법」 「JAS법」 「건강증진법」 개정제안을 추진하고 있음
- 법안작성이 진행되고 있고 2013년 국회제출을 목적으로 그 내용에 대해서는 주의를 요할 필요가 있음

다. HS 코드별 수입관세율

통계번호 번호 H.S. code	품명 Description	관세율 Tariff rate				
		기본	잠정	WTO 협정	특혜 ※1	특별특혜 ※2
		General	Temporary	WTO	GSP	LDC
0709.59 (그 외 야채(신선 및 냉장한 것 한함)로 그 외에 것)	020 -- 표고버섯 (생)	5%	—	—	—	—
0712.39 (건조야채(전체모양 및 자른 것, 잘게 부서진 것 또는 가루모양에 한함, 새로 조제한 것 뺀)로 그 외의 것)	010 (수출은 100) -- 표고버섯 (건조)	15%	—	12.8%	—	무세
0810.70 (그 외의 과일 (신선물건에 한함))	000 감(생)	10%	—	6%	—	무세
0813.40 (건조과실 (제 08.01항부터 제 08.06항까지 물건은 뺀)또는 이 종류의 열매와 건조과실을 혼합한 것)	022 -- 말린 감	15%	—	9%	—	무세
0802.41 그 외 열매(신선 및 건조한 것에 한해서)껍질 또는 속껍질을 벗겼는지 묻지 않음)	000 밤(카스다네아 속함) 껍질 있는것	16%		9.6%		무세
0802.42 그 외 열매(신선 및 건조한 것에 한해서)껍질 또는 속껍질을 벗겼는지 묻지 않음)	000 밤(카스다네아 속함) 껍질 벗긴것	16%		9.6%		무세
2006.00 설탕으로 조제한 야채, 과일, 열매, 과일껍질, 그 외 식물 부분 (식물에너지유출한 것, 글라세, 및 크리스탈라이즈한것에 한함 *)	010 1마롱글라세	16.8%		12.6%		무세
2008.19 (과실, 열매 이외의 식물 식용부분(그 외 조제를 하고 보존에 적합한 처리를 한 것에 한한 것, 설탕 이외의 단맛료 및 알콜을 첨가했는지 안했는지 불문하고, 다른 항목에 해당하는 것을 뺀 *)) (그 밖의 것 (혼합한 것을 포함))	193 -- 밤 (기밀용기에 넣은 것으로 1개 중량이 10kg이하 한정, 달인 것 뺀)	28%	—	16.8%	—	무세
0812.90 (일시적으로 보존에 적합한 처리를 한 과일 및 열매(예를들면, 아황산가스 및 소금물, 아황산수의 보존용 액체에 따라 보존에 적합하게 처리를 한 것으로 그상태로 식용에 적합하지 않은 것에 한함 *))	430 밤(카스다네아 속함)	16%	—	9.6%	—	무세

※ 1 특정관세제도 (특혜수익나라로서 인정받은 개발도상국은 수입된 일정 농수산물, 철·공업산품에 대해서 일반관세율보다도 낮은 세율을 적용하는 제도)

※ 2 특정수익나라 내에서 「특별특혜수익나라」로서 인정받은 후 개발도상국(48개국/지역)의 원산품을 수입하는 경우 원적무세 제도

V 수입바이어 리스트

◆ 주요 수입관련 기업 리스트

기업명	업태	주소지	전화번호	취급품목								비고	
				생 표 고 버 섯	마른 표 고 버 섯	사와사 리/사리 시감	말린 김	안포 김	생밤	깍은 밤	밤2차 가공품		
IPM西本㈱	수입상사	東京都港区芝2-28-8 芝2丁目ビル	03-5427-8860	●									
アイワインターナショナル㈱	수입상사	愛媛県松山市古三津6-13-18	089-967-6551							●	●		
㈱あさひ	수입상사	岐阜県岐阜市茜部野瀬1-23-1	058-274-0105				●				●		
アサヒ物産㈱	가공판매업자	静岡県藤枝市緑町2-1-26	054-645-2711	●									
イヅミカ㈱	가공판매업자	東京都千代田区神田須田町1-22-8	03-3256-1851								●		중국에서 위탁 생산있음
五十川㈱	수입상사	大分県佐伯市鶴岡町1-3-24	0972-22-0651	●									
伊藤忠食品㈱	수입상사	大阪府大阪市中央区城見2-2-22	06-6947-9811	●			●				●		
㈱今井総本家	가공판매업자	愛知県名古屋市中区大須3-30-47	052-262-0728								●		
大道貿易㈱	수입상사	兵庫県神戸市西区見津が丘3-8-2	078-995-7521	●									
大森産業㈱	가공판매업자	愛媛県喜多郡内子町平岡甲155	0893-44-3121								●		
兼貞物産㈱	가공판매업자	福岡県久留米市御井朝妻1-5-23	0942-43-1471	●									표고버섯 2차가공품 취급, 중국에 가공공장 있음
九州椎茸販売㈱	수입상사	埼玉県戸田市笹目5-17-1	048-422-5561	●									
協同食品㈱	수입상사	大阪府大阪市北区太融寺町2-21 ニュープラザビル403号	06-6315-6366								●		
京都菓糖㈱	수입상사	京都府京都市下京区若宮通北小路上る健屋町642	075-371-1953				●			●	●		감 2차가공품 취급 있음
協和交易㈱	수입상사	愛知県名古屋市中村区岩塚町1-27	052-419-1100				●						
㈱ケーパシージャパン	수입상사	東京都新宿区新宿2-5-10 成信ビル5F	03-3358-7641				●						
高知匠詰㈱	가공판매업자	高知県高知市鴨部高町13-35	088-844-1111								●		
甲南貿易㈱	가공판매업자	京都府八幡市八幡武蔵芝27-4	075-971-0993				●			●	●		중국에 가공공장 있음
国分㈱	수입상사	東京都中央区日本橋1-1-1	03-3276-4000	●			●				●		
㈱サスナデリコム	가공판매업자	静岡県静岡市清水区愛染町34-1	054-366-2233								●		
サンアイ食品㈱	가공판매업자	愛知県名古屋市中川区万町405	052-362-9510								●		
㈱三幸	수입상사	埼玉県上尾市大字平塚字西原760-3	048-771-3691	●									
㈱ジェイアンドシー	수입상사	愛知県豊橋市西小池町15-1	0532-47-8854	●									
㈱茂山	수입상사	山口県下関市大和町1-16-1 漁港ビル南275号	083-267-6768				●						
正栄食品工業㈱	가공판매업자	東京都中央区日本橋茅場町1-8-1 茅場町一丁目平和ビル	03-3253-4161								●		
㈱神乾	가공판매업자	兵庫県神戸市兵庫区築地町3-72 兵庫港物流センター内	078-671-1255	●									중국에 가공공장 있음
㈱神光商事	가공판매업자	兵庫県神戸市中央区磯辺通1-1-18	078-232-0570				●		●	●	●		중국에 가공공장 있음
㈱スカイ商事	가공판매업자	愛知県名古屋市中村区平子が丘2111	052-627-6668								●		중국에 가공공장 있음

2013 임산물 해외시장동향

기업명	업태	주소지	전화번호	취급품목								비고
				생 표 고 버 섯	마른 표 고 버 섯	사와 고리/사과 시럽	알린근	안포근	생밤	깍은밤	밤2차 가공품	
株式会社ライク商会	수입상사	神戸市中央区旭通3丁目4-3	078-251-9122		●		●				●	
大信実業㈱	수입상사	東京都中央区京橋1-6-12 京橋イーサビル	03-5250-3950							●	●	
株式会社たまと	가공판매업자	香川県高松市三谷町2118	087-889-2131								●	
タムラ㈱	가공판매업자	大阪府大阪市中央区日本橋2-9-13	06-6632-1681						●		●	
㈱中温	가공판매업자	愛媛県松山市小栗1-2-28	089-943-5211								●	
天狗缶詰㈱	가공판매업자	愛知県名古屋市中区金山1-12-14 金山総合ビル6F	052-300-5555								●	표고버섯 2차 가공품 취급 있음
東海製粉㈱	수입상사	静岡県静岡市葵区伝馬町24-15	054-253-1181		●					●	●	
殿村食品㈱	수입상사	静岡県藤枝市大西町1-1-26 藤枝きのこ団地内	054-636-0500		●							
中利缶詰㈱	가공판매업자	京都府八幡市八幡神原109-12	075-981-0226								●	
名古屋バナナ加工㈱	가공판매업자	愛知県名古屋市中区栄治ケ一色高塚24-1	0568-23-3181				●				●	
日仏貿易㈱	수입상사	東京都千代田区霞が関3-6-7 霞が関プレイス	03-5510-2662								●	
日生開発㈱	수입상사	香川県高松市朝日町3-6-5	087-822-0591							●		
ハナイチ㈱	수입상사	大阪府大阪市北区西天満3-1-4	06-6362-9021								●	
㈱浜一	수입상사	神戸市中央区琴ノ緒町3-1-383	078-242-1469		●					●		중국에 가공공장 있음
ハリマ食品㈱	가공판매업자	大阪府大阪市西区京町堀1-4-22 肥後橋プラザビル8F	06-6447-7711									표고버섯 2차가공품취급 있음
船昌商事㈱	수입상사	東京都大田区東海3-8-2 TSKビル	03-5492-3700	●			●				●	
㈱フレックス	수입상사	兵庫県神戸市中央区御幸通5-1-21 富永ビル1F	078-335-5110				●				●	
ベストプラネット㈱	수입상사	東京都府中市白糸台1-44-1	042-367-7300		●							중국에 가공공장 있음
堀永殖産㈱	가공판매업자	福岡県みやま市瀬高町大江1818	0944-63-2350								●	
㈱丸晶	수입상사	静岡県藤枝市郡738-1	054-641-1388		●							중국에 가공공장 있음
丸成商事㈱	가공판매업자	東京都練馬区豊玉北1-5-3	03-3994-5111							●	●	중국에 가공공장 있음
㈱マルハン	수입상사	静岡県藤枝市茶町3-4-52	054-641-0560		●							
丸松物産㈱	수입상사	東京都世田谷区代田1-47-2 丸松ビル	03-3419-1611		●							
三井食品㈱	수입상사	東京都中央区八重洲2-7-2 八重洲三井ビルディング	03-6700-7100		●		●				●	
三菱食品㈱	가공판매업자	東京都大田区平和島6-1-1	03-3767-5111		●		●				●	
㈱ミソシヨ	수입상사	愛知県北名古屋市片場都23	0568-24-1906				●				●	
ミネゲン㈱	가공판매업자	兵庫県神戸市中央区臨浜町3-2-36	078-251-5401		●							중국에 가공공장 있음
㈱宮代商店	수입상사	兵庫県神戸市兵庫区南仲町1-27	078-652-0068		●							
メグミフーズ㈱	가공판매업자	徳島県阿南市新野町北官の久保30	0884-36-3235								●	
山眞産業㈱	가공판매업자	愛知県名古屋市中区花の木2-22-1	052-521-0500							●	●	
米田青果食品㈱	가공판매업자	愛媛県松山市堀江町甲200-1	089-978-3280							●	●	
㈱フツツ	수입상사	東京都千代田区外神田3-5-1 2F	03-5208-9886				●					

» 표고버섯

프랑스

I. 시장동향

II. 유통구조 및 소비동향

III. 수출확대전략



2013
임산물 해외시장동향



I 시장동향

1. 생산동향

- 중국, 일본 등지에서 표고버섯이 재배되기 시작된 시점은 2천 년 전쯤으로 기록되나 프랑스에 표고버섯이 정식으로 소개된 것은 1980년 대 중반으로 알려져 있음. 비교적 역사가 짧고 생산량 또한 소량이며 표고버섯에 대한 인지도가 매우 낮아 프랑스 내 생산현황 및 재배 규모 등에 대한 데이터가 거의 없음
- 프랑스의 표고버섯 재배는 매우 소량으로 생산량이 불규칙함. 평균 일조량 및 강수량이 많고 연간 습하여 겨울에도 얼지 않는 기후를 가진 브뤼따뉴(Bretagne)지방과 대서양 기후를 가진 지롱드(Gironde)지방에서 소량 재배되고 있음¹⁾

〈프랑스 표고버섯 재배 지역 (붉은 테두리)〉



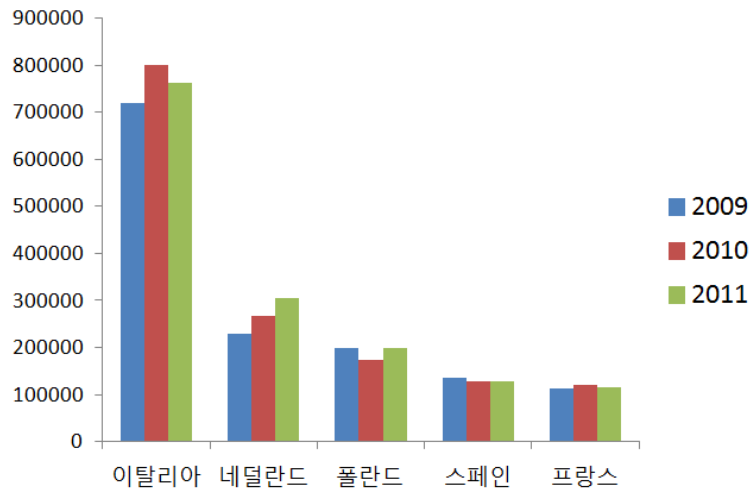
- 재배농가는 개인 또는 가족단위와 같은 소규모가 대부분이며 표고버섯만을 전문적으로 재배하기 보다는 타 버섯을 함께 재배하면서 부가적으로 표고버섯도 소량 생산하는 구조임

1) 자료 인용 : www.snhv.net (2010)

- FAO 통계 자료에 따르면 2011년 프랑스 버섯 생산량은 약 116천 톤으로 이탈리아, 네덜란드를 이어 유럽에서 버섯 생산국 5위로 집계됨. 표고버섯의 생산량은 추정이 어려움

〈유럽 주요국 버섯 생산량 (2009~2011)〉²⁾

(단위 : 톤)



- 유럽에서 주로 생산되는 버섯은 양송이 버섯, 찌꼬리 버섯, (유럽산)느타리버섯, 송로버섯 등이 있으며 표고버섯의 생산은 매우 소량임. 특히 양송이 버섯은 프랑스뿐만 아니라 유럽 전역에서 가장 인기 있는 버섯으로 광범위하게 재배되고 있으며 연중 쉽게 구입이 가능한 품종임. 인공적으로 재배가 가능한 품종은 양송이 버섯, (유럽산)느타리, 표고버섯 등이 있으나 거의 대부분은 자연산(야생에서 키운 것)으로 수확되어 유통됨³⁾
- 버섯들은 재배 환경 또는 기후 등에 따라 생산량이 좌우되며 주로 버섯의 재취가 본격적으로 시작되는 가을철에 다양한 종류의 버섯을 볼 수 있음. 버섯 농가에서 생산된 표고는 건조 표고 등으로 가공되기도 하나 거의 대부분 생 표고 형태로 생산 및 유통됨

2) 출처 : 버섯 일체(송로버섯 포함)에 관한 통계 (FAOSTAT)

3) 자료 인용 : Tout savoir sur la provenance des champignons (<http://www.lhotellerie-restauration.fr>, 2012.11)

〈프랑스에서 생산되는 주요 버섯〉

사진				
품 명	champignon de Paris (양송이 버섯)	pleurotes (느타리 버섯)	cèpe (그물버섯류)	girolle (지롤 버섯)
생 산	재배, 자연산	재배, 자연산	자연산	자연산
특 징	인기 많음 구입이 쉬움	인기 많음 구입이 쉬움	최고급 요리에 사용되는 재료로 쓰임	

2. 수출입 동향 및 수입관련 제도

가. 수출 동향

- 제품의 신선도 및 운송 수단 등을 고려하여 프랑스 인근 유럽 국가로 신선 버섯의 수출이 이루어지고 있음. 아시아 국가로는 유일하게 일본이 수입국으로 된 이유는 프랑스산 송로버섯(Truffe) 수입때문인 것으로 보임 ⁴⁾

〈신선 및 냉장 버섯류 수출 현황〉⁵⁾

(단위: 천불, 톤)

구분		2010		2011		2012	
순위	수입국	수출량	금액	수출량	금액	수출량	금액
총		1,379	96	949	47	2,992	260
1	이탈리아	662	60	262	17	1409	146
2	일 본	8	0.1	56	2	282	10
3	스위스	161	7	159	8	229	15
4	영 국	100	4	77	3	196	9
5	벨기에	214	11	105	3	155	7

4) 프랑스산 송로버섯은 세계적으로 상품성을 인정받고 있으며 가격 또한 매우 고가로 알려져 있음

5) 출처 : www.gtis.com

〈건조 버섯류 (송로버섯 포함) 수출 현황〉⁶⁾

(단위 : 천불, 톤)

구분		2010		2011		2012	
순위	수입국	수출량	금액	수출량	금액	수출량	금액
총		10,645	354	13,666	431	11,931	343
1	영 국	1,934	64	1,850	54	1,589	50
2	벨기에	963	18	929	16	1,209	19
3	독 일	1,278	45	1,548	61	1,074	39
4	네덜란드	777	17	918	19	1,062	23
5	스위스	443	10	347	9	884	9

- 위 표에서 알 수 있듯이 프랑스에서 수출하는 버섯의 양은 많지 않으며 이는 자국의 소비에 비해 생산량이 부족하여 인근 국가에서 수입이 더 많음

나. 수입 동향

- 유럽 최대의 버섯 생산지이며 프랑스 인근 국가인 네덜란드에서 수입하는 양이 가장 많음. 그 외에 폴란드, 스페인 및 이탈리아에서 재배되는 버섯도 수입되고 있으나 수입량 및 금액은 꾸준하지 않으며 매년 큰 변동폭이 있음. 중국에서 수입되는 신선 버섯류는 팽이버섯, 새송이버섯 등으로 매우 소량이며 표고버섯은 대부분 건조 형태로 수입되는 경향이 높음

〈신선 및 냉장 버섯류 수입 현황〉⁷⁾

(단위 : 천불, 톤)

구분		2010		2011		2012	
순위	수출국	수입량	금액	수입량	금액	수입량	금액
총		67,019	15,852	79,440	19,263	75,525	20,281
1	네덜란드	17,421	6,302	17,448	5,994	17,791	6,236
2	벨기에	11,018	4,226	14,489	5,149	15,508	5,670
3	폴란드	6,597	2,544	14,220	5,958	12,684	5,737
4	스페인	7,106	437	7,321	378	9,509	846
5	이탈리아	8,136	436	7,396	269	3,654	245
기타	중 국	1,006	41	1,239	32	1,116	20

6) 출처 : www.gtis.com

7) 출처 : www.gtis.com

〈건조 버섯류 (송로버섯 포함) 수입 현황〉⁸⁾

(단위 : 천불, 톤)

구분		2010		2011		2012	
순위	수출국	수입량	금액	수입량	금액	수입량	금액
총		32,219	1,274	40,955	1,494	38,893	1,051
1	파키스탄	5,336	35	5,696	35	14,450	70
2	중 국	11,176	712	9,858	703	7,385	463
3	인 도	3,358	21	6,523	35	5,136	24
4	칠 레	1,777	72	2,967	160	2,213	64
5	독 일	675	22	1,275	42	1,622	43

- 프랑스에서 수입하는 건조 버섯류의 주요 수출국은 아시아 국가로 파키스탄, 중국 그리고 인도가 상위를 차지하고 있음. 수출규모 2위를 차지하고 있는 중국은 1위 파키스탄, 3위 인도와 비교할 때 전체적으로 수입량에 비해 수입 금액이 훨씬 높으며, 파키스탄, 인도의 버섯이 상대적으로 저렴하다는 것을 알 수 있음
- 중국에서 수출하는 건조 버섯류로는 새송이 버섯, 목이, 표고 버섯 등이 있으며 현지 아시아 식품 수입상에 의해 수입된 후 유통됨. 한국산 버섯은 네덜란드, 독일, 영국 등의 현지 아시아 식품 수입상에 수입된 후 프랑스로 내륙 운송을 통해 유통되기도 함
- 이처럼 프랑스는 자국의 생산량 부족으로 수출보다 수입하는 양이 월등히 높으며 특히 신선 버섯류의 수입이 매우 높은 것을 보아 이는 곧 신선한 형태의 버섯을 소비하는 경향이 높음을 알 수 있음

다. 수입품 현황

- 프랑스에서는 판매되는 버섯류에 대한 원산지를 반드시 밝혀야하며 이에 포장지 또는 팻말을 통해 원산지 정보를 쉽게 알 수 있음. 신선 버섯류는 큰 박스에 진열하듯 버섯을 담아 소비자가 원하는 만큼 봉투에 담거나 일회용 플라스틱 상자에 포장하여 구입이 가능함
- 일반 유통매장 및 오픈 마켓에서 팔리는 표고버섯의 원산지는 프랑스 및 네덜란드, 폴란드 등 인근 유럽산임. 건조 버섯류는 투명 비닐 또는 상자에 담아 포장되며 프랑스에 유통되는 건표고의 대부분이 중국산이기 때문에 판매 장소는 아시아 마켓으로 한정되어 있음

8) 출처 : www.gtis.com

〈프랑스에서 판매되는 버섯의 예〉



라. 수입산 대비 한국산의 경쟁력

- 한국산(및 중국산)에 비해 유럽에서 재배되는 표고는 향과 맛이 약하며 갓의 색깔도 연함. 운송 및 제품의 신선도를 고려하여 수출이 가능한 형태는 건조 표고이지만 현재 중국산이 시장을 장악하고 있음. 일본산 표고는 중국산에 밀려 점차 수입이 감소하다가 2011년 후쿠시마 원전사고 이후 전면 중단되었으며 현재 중국산 외에 타 원산지의 건표고는 거의 볼 수 없음)
- 한국산 표고의 수출을 위해서는 중국산과의 가격 경쟁이 불가피하지만 무엇보다 가장 큰 장애물은 표고버섯에 대한 유럽인들의 인지도가 매우 낮다는 것에 있음. 한국산 표고는 품질만을 보면 타 원산지보다 뛰어나지만 중국산과는 가격 면에서 그리고 타 유럽산과는 가격 및 인지도 부족으로 경쟁력이 뒤떨어짐

마. 수입관련 제도

1) 통관 및 라벨링

- 기본적으로 유럽연합의 공통 법률을 따르고 있으며 수입 시 식품 검역은 세관 통관 시,

9) 최근 5년 간 프랑스에 수출되는 한국산 표고 또한 거의 없음

수입자 창고 또는 회사 검문, 도소매 창고 검역 등에서 다양하게 이루어질 수 있음. 프랑스에서는 수입된 버섯에 대한 원산지를 영수증, 라벨 또는 제품 패키징에 반드시 기입해야 함. 이는 아무리 적은 양의 버섯이라도 원산지를 기입해야 하며 원산지 표기에 대한 정책은 프랑스 정부에서 매우 엄격히 관리하고 있음¹⁰⁾

- 유럽연합에서 라벨링에 대한 법령으로는 Directive 2000/13/EC이며, EU에 수입되는 물건에 대해 공통으로 적용됨. 라벨링에 대한 의무 표기 사항으로 아래와 같음¹¹⁾

- 제품명, 성분 및 성분 함량 (함량이 높은 순서대로 표기)
- 원산지 (가능하다면 정확한 생산지역까지 언급)
- 알레르기 유발 성분
- 유효기간 및 보관방법
- 포장회사 또는 수출업자, 판매자 정보 (회사명, 주소 등)
- 무게 (NET)
- 영양성분

- 한국에서 프랑스(유럽연합 국가 공통 적용)로 버섯류를 수입할 때 적용되는 관세율은 아래와 같음¹²⁾

HS code별 수입관세율			
HS CODE	EU CN CODE	품 목	관세율 (%)
0709 59 2000	0709 59	신선 버섯류	0
0712 39 1020	0712 39	건조 버섯류	0

- 프랑스 및 유럽연합 국가에 버섯을 수출하기 위해 특별히 지정된 인증마크 및 허가 절차는 없음

2) 독소 및 중금속 관련 규정

- 1993년 2월 8일 제정된 Council Regulation 315/93/EEC를 바탕으로 만들어진 EC No. 1881/2006¹³⁾에서는 인체에 해를 끼치는 화학물질 종류별로 최대 허용치 등을 언급함. 본 규정에서는 질산염(nitrate), 곰팡이독(aflatoxins, ochratoxin A, patulin, deoxynivalenol, zearalenone, fumonisins), 중금속(납, 카드뮴, 수은, 주석), 3-MCPD, 다이옥신, PCBs, 다환성 방향족탄화수소(polycyclic aromatic hydrocarbons (benzo(a)pyrene)에 대한

10) 출처 : Tout savoir sur la provenance des champignons (<http://www.lhotellerie-restauration.fr>, 2012.11)

11) 자세한 내용은 유럽연합에서 발생한 'Labelling : competitiveness, consumer information and better regulation for the EU (December 2006)' 참고

12) 한-EU FTA 체결 및 발효로 모두 관세 철폐됨

13) 2007년 3월 1일 발효

내용을 담고 있음. 품목별 주요 중금속의 허용치는 아래와 같음¹⁴⁾

3.1 납 (Lead)		
	품 목	최대 허용치 (mg/kg wet weight)
3.1.1	(생)우유류	0.020
3.1.3	고기류(내장 제외), 양, 돼지, 닭	0.10
3.1.5	생선살	0.30
3.1.9	시리얼, 콩류	0.20
3.1.11	Braccia 채소류, 잎사귀가 있는 채소류, 버섯류 (일반 버섯류, 느타리버섯, 표고버섯)	0.30

3.2 카드뮴 (Cadmium)		
	품 목	최대 허용치 (mg/kg wet weight)
3.2.1	고기류(내장 제외), 양, 돼지	0.050
3.2.3	소, 돼지, 양, 닭, 말의 내장(간)	0.50
3.2.6	생선(장어, 고등어, 정어리, 참지 등)의 살	0.10
3.2.14	대두(콩)	0.20
3.2.15	야채 및 채소류 (잎사귀가 있는 채소류, 신선 허브, 버섯, 찢 채소, 뿌리채소, 감자 제외)	0.050
3.2.16	찢 채소, 뿌리채소(샐러리 제외), 감자(껍질 깎것)	0.10
3.2.17	잎사귀가 있는 채소류, 신선허브, 샐러리, 버섯류 (일반 버섯류, 느타리버섯, 표고버섯)	0.20
3.2.18	버섯류(3.2.17 제외 품목 버섯류)	1.0

3) 농약 관련 규정

- Reg. EC 396/2005를 기본으로 품목 및 농약별 최대 허용치에 대한 정보를 담고 있음. 유럽 연합의 농약 database 사이트에서 '버섯류' (cultivated fungi)로 검색한 결과 총 451개의 농약이 검색됨¹⁵⁾

14) 상세 내용은 아래 사이트에서 확인 가능

http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/contaminants/legisl_en.htm

15) 각 품목별 농약 허용치에 대한 자세한 내용은 아래 사이트에서 확인 가능

http://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/max_residue_levels/index_en.htm

〈버섯관련 주요 농약 허용치 리스트〉

0280010: Cultivated fungi (Common mushroom, oyster mushroom, shiitake, fungus mycelium (vegetative parts))	
Azadirachtin	1
Carbendazim and benomyl (sum of benomyl and carbendazim expressed as carbendazim) (R)	1
Furfural	1
Pyrethrins	1
Trinexapac	1
Chlorothalonil (R)	2
Diflubenzuron (F) (R)	2
Pirimiphos-methyl (F)	2
Prochloraz (sum of prochloraz and its metabolites containing the 2,4,6-Trichlorophenol moiety expressed as prochloraz)	3
Cyromazine	5
Gibberellic acid	5
Chlormequat	10
Thiabendazole (R)	10
Copper compounds (Copper)	20
Bromide ion	30
Fipronil (sum fipronil + sulfone metabolite (MB46136) expressed as fipronil) (F)	0,005*
Amitrole	0,01
1,1-dichloro-2,2-bis(4-ethylphenyl)ethane (F)	0,01*
1,2-dibromoethane (ethylene dibromide) (F)	0,01*
1,2-dichloroethane (ethylene dichloride) (F)	0,01*
1-methylcyclopropene	0,01*
Abamectin (sum of avermectin B1a, avermectinB1b and delta-8,9 isomer of avermectin B1a) (F)	0,01*
Acephate	0,01*
Acequinocyl	0,01*
Acetamiprid (R)	0,01*
Acetochlor	0,01*
Alachlor	0,01*
Aldrin and Dieldrin (Aldrin and dieldrin combined expressed as dieldrin) (F)	0,01*
Ametoctradin	0,01*
Amidosulfuron (R)	0,01*
Aminopyralid	0,01*
Amisulbrom	0,01*
Anilazine	0,01*
Aramite (F)	0,01*
Azocyclotin and Cyhexatin (sum of azocyclotin and cyhexatin expressed as cyhexatin)	0,01*

Benthiavalicarb (Benthiavalicarb-isopropyl (KIF-230 R-L) and its enantiomer (KIF-230 S-D) and diastereomers (KIF-230 R-L and KIF-230 S-D)	0,01*
Bifenazate	0,01*
Biphenyl	0,01*
Bixafen (R)	0,01*
Bromopropylate (F)	0,01*
Butylate	0,01*
Cadusafos	0,01*
Carbaryl (F)	0,01*
Carbofuran (sum of carbofuran and 3-hydroxy-carbofuran expressed as carbofuran)	0,01*
Carbosulfan	0,01*
Carfentrazone-ethyl (determined as carfentrazone and expressed as carfentrazone-ethyl)	0,01*
Chlorantraniliprole (DPX E-2Y45) (F)	0,01*
Chlorbenside (F)	0,01*
Chlordane (sum of cis- and trans-chlordane) (F) (R)	0,01*
Chlordecone (F)	0,01*

4) 방사능 관련

- 수입된 버섯에 대한 방사능 검사는 프랑스 및 유럽 연합 국가에 수출시 매우 중요한 단계임. 체르노빌의 원자력 사고 이후 음식에 대한 방사능 검사의 필요성이 더욱 대두되면서 현재 프랑스에서 버섯류에 대한 방사능 검사를 매우 철저하게 실시하고 있음.¹⁶⁾ 세슘¹³⁷ 또는 ¹⁴³의 함유량이 킬로 당 최대 660벵크렐(becquerel)을 초과해서는 안 됨 ¹⁷⁾

II • 유통구조 및 소비동향

1. 유통구조

가. 유통현황

1) 프랑스 산

- 프랑스산 표고버섯은 생산량이 불규칙하고 소량이기 때문에 생산자가 직접 오픈 마켓 또는 인터넷 등을 통해 판매하기도 함. 표고버섯을 포함 다양한 버섯들은 프랑스에서 고가의 미식 재료로 사용되기 때문에 레스토랑, 호텔 등지로 유통되기도 함. 대부분 신선 표고가 유통되며 주로 규모가 있는 중, 대형 마켓에서 프랑스산 및 타 유럽산(예

16) 2011년 일본 후쿠시마 원자력 사고 이후 유럽연합 국가로 수입되는 음식에 대한 방사능 검사는 더욱 엄격해졌으며 현재 일본, 한국 등 아시아 주요국에서 수출되는 전 식품에 대해 검사를 확대하는 추세임

17) 출처 : Tout savoir sur la provenance des champignons (<http://www.lhotellerie-restauration.fr>, 2012.11)

네덜란드)을 볼 수 있음

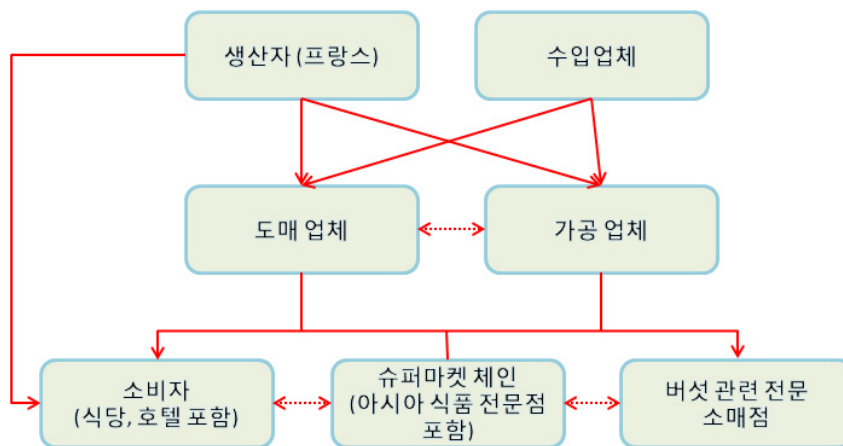
2) 수입산 (타 유럽산 및 중국산)

- 유럽산 표고는 거의 대부분 신선형태로 유통되며 중국산 표고는 건표고가 대부분임. 중국산 표고는 아시아 마켓 위주로 유통되는 반면 유럽산 표고는 일반 마켓에서 구입이 가능함

나. 유통구조

1) 생산자 및 수입업체

- 프랑스 브뤼파뉴 지방의 Ile-et Vilaine 도시 인근에 표고버섯 등 버섯 농가가 많이 분포해 있는 것으로 알려짐. 생산자들은 다양한 버섯을 재배하면서(특히 수요가 많은 양송이 버섯 등) 표고도 일부 생산하는 재배형태를 보임. 생산자가 로컬 마켓, 인터넷 등을 통해 직접 판매하거나 도매시장으로 유통되어 전국 슈퍼마켓 체인 등에서 판매됨



- 아시아산 표고는 주로 수입업체를 통해 아시아 마켓 위주로 유통되며 수입업체가 직접 슈퍼마켓 체인을 운영하기도 함

2) 도매업체, 가공업체

- 프랑스 최대 채소·과일 도매시장(형지스, Rungis)을 통해 전국 유통업체 및 레스토랑(호텔) 그리고 기타 버섯 관련 소매점(예 건강식품 전문점, 향신료 전문점 등)으로 유통됨. 도매업체가 직접 수입하여 납품하기도 하며 버섯을 재배하는 생산업체가 가공시설을 갖추어 제품을 생산하기도 함

3) 소매업체

- 유럽에서는 버섯에 대해 단순한 음식을 넘어서 ‘약’이라는 인식도 강하기 때문에 ‘건강식품 전문점’과 같은 전문 샵에서 다양한 표고버섯 가공식품을 볼 수 있음. 고가의 미식 요리에 쓰이는 버섯은 본격적인 수확철(가을)이 되면 레스토랑과 호텔 등지로 납품되기도 함

다. 유통형태

- 프랑스 최대 도매시장인 형지스(Rungis)시장에서는 버섯 종류별 다양한 원산지의 버섯이 거래되고 있음. 형지스 도매시장에서는 프랑스에 유통되는 전체 버섯 양의 약 70%가 거래되고 있으며 형지스에 위치한 버섯류 최대 도매회사로는 Paris Saveurs SAS가 있음. 이 회사의 사장 Hubert Berneau에 따르면 소비자들이 프랑스 산보다 저렴하며 품질도 만족스러운 수입산을 선호하기 시작하면서 수입산 버섯의 양이 점차 늘고 있는 추세라고 언급함¹⁸⁾
- Paris Saveurs에서는 연간 1,500톤의 버섯을 거래하고 있으며 주요 버섯으로는 지롤(Girolle)버섯 700톤(연중), 그물버섯류(cèpe), 샷갓버섯(morille) 등이 있음.¹⁹⁾ 한편 최근 3년간 형지스 도매시장에서 거래된 표고버섯은 프랑스산으로만 거래가 이루어진 것으로 확인됨²⁰⁾

〈프랑스산 표고 거래가격 (2012 ~ 2013)〉

날 짜	거래가 평균 (/kg)	날 짜	거래가 평균 (/kg)
2012년 10월	€ 6.2	2013년 04월	€ 7.3
2012년 09월	€ 7.5	2013년 03월	€ 7.3
2012년 08월	€ 8.0	2013년 02월	€ 7.5
2012년 07월	€ 7.9	2013년 01월	€ 7.8
2012년 06월	€ 6.9	2012년 12월	€ 8.0
2012년 05월	€ 6.9	2012년 11월	€ 6.6

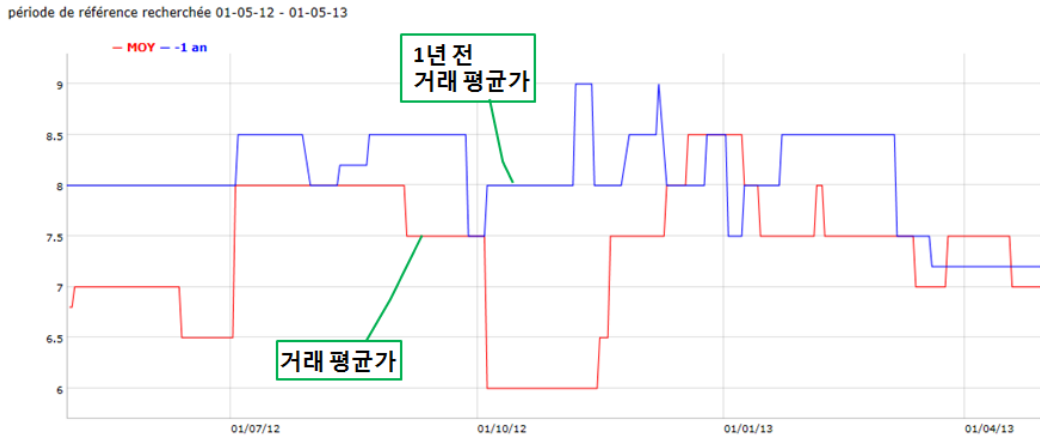
18) 출처 : Tout savoir sur la provenance des champignons (<http://www.lhotellerie-restauration.fr>, 2012.11)

19) Paris Saverus에서 다루는 버섯은 프랑스산(40%), 아시아 인근(40%), 남유럽, 터키, 미국 외(20%)이 있음

20) 자료 및 표 인용 : <http://www.rnm.franceagrimer.fr>

〈2012년 1월 대비 2013년 1월 거래가 비교〉

(단위 : €)



- 프랑스산 및 유럽산 생표고는 중, 대형 슈퍼마켓 체인(Carrefour(까르푸), Auchan(오상), E.Leclerc(르 클레르), Intermarché(인터마크쉐), Casino(카지노), Monoprix(모노프리) 등)에서 볼 수 있으며 아시아산 표고(중국산)는 아시아 마켓 위주로 유통되고 있음. 프랑스에서 가장 큰 아시아 마켓 체인으로는 TANG Frères와 PARIS STORE가 있으며 표고 외에 다양한 아시아 버섯류를 판매함

〈유통매장에서 팔리는 표고버섯 제품〉

판매 상품			
품 명	(신선) 표고버섯	냉동 버섯 모음	냉동 버섯 모음
원산지	프랑스	스페인(표고, 양송이 등) 프랑스(cèpe)	프랑스
가 격	€ 18.36/kg	€ 3.35 (450g)	€ 3.74 (450g)
기 타	250g씩 포장하여 판매	조리가 전혀 되지 않은 버섯으로 만듦	마늘과 파슬리로 조리가 된 버섯을 냉동식품으로 만듦

〈아시아 마켓에서 팔리는 표고버섯 제품〉

판매 상품		
품 명	건 표고버섯 (통)	건 표고버섯 (슬라이스)
원산지	중 국	중 국
가 격	€ 2.20 ~ 3.0	€ 1.8 ~ 2.5
기 타	제품에 따라 가격 차이 있음	제품에 따라 가격 차이 있음

라. 주요 수입바이어(벤더, 유통매장 직수입업체 등) 리스트

부록 1. 참고

2. 소비동향

가. 소비행태

- 1980년 대 프랑스에 처음 표고버섯이 소개되면서 ‘아시아에서 온 버섯’이라는 애칭이 붙은 표고버섯은 프랑스어 이름(Lentin parfumé)외에도 일본어 이름인 'Shittaké' 으로도 잘 알려져 있음. 표고버섯이 아시아 음식(특히 중국, 일본)을 만드는데 사용되는 재료라고 알고 있을 뿐 소개된 역사가 짧고 생산량이 많지 않은 프랑스에서는 여전히 인지도가 낮음
- 프랑스에서 거주하는 아시아인들에 의해 표고가 소비되는 경향이 많으며 오히려 프랑스인들은 유럽산 버섯(송로, 그물버섯류, 지롱 버섯 등)을 선호하는 경향이 높음. 프랑스에서 보편적으로 알려진 버섯 요리법으로는 버섯의 식감과 영양소를 위해 재빨리 조리해야 하며, 기름 또는 버터를 두른 팬을 달궈 버섯을 단시간에 볶아낸 후 소금과 후추 그리고 기호에 따라 허브 등을 넣어 만드는 것임

〈프랑스의 버섯 요리 예〉²¹⁾

사진		
내용	토스트한 빵에 살짝 볶은 버섯을 올린 브루스케타	버섯을 넣은 오믈렛
사진		
내용	각종 버섯과 크림소스로 맛을 낸 리조또	구운 닭고기와 볶은 버섯소스

나. 원산지별 제품 분석

- 프랑스에서 표고버섯을 소비하는 가장 큰 소비자는 아시아인이며 이들이 주로 소비하는 제품은 중국산 표고임. 프랑스에서 생산되는 표고는 생산량이 불규칙하고 소량이기 때문에 규모가 있는 유통매장을 가지 않는 이상 소규모 마켓에서는 구입이 어렵고 상대적으로 타 버섯류에 비해 인지도가 낮음. 중국산과 비교해 한국산의 품질이 뛰어나나(식감이 좋고 품질이 균등한) 보편적으로 현지 소비자가 느낄 수 있는 정도의 차이가 아니기 때문에 실제로 구매에 크게 영향을 주지 않음

21) 이미지 출처 : www.atelierdeschefs.fr

〈원산지 별 비교〉

구분	품질(외형)	맛(식감)	포장	가격 ²²⁾
프랑스	 - 갓의 색깔이 중국(한국)산에 비해 연하고 향이 약함 - 신선표고로 유통됨	양호	 일회용 팩에 일정 g씩 포장되어 있거나 소비자가 원하는 만큼 무게를 달아 구입 가능	€4.59 (250g)
중 국	 - 색깔이 진하고 향이 깊음 - 건표고로 유통이 많이 됨 - 갓의 크기와 모양이 불규칙함	양호 - 식감이 한국산보다 떨어짐		€1.5~3.0 (100~200g)
한 국	- 색깔이 진하고 향이 깊음 - 갓, 자루 모양이 균일하고 깨끗함	양호 - 식감이 중국산보다 쫄깃하고 탄력적임	슬라이스 또는 통 표고가 일정 g 단위로 담겨 진공비닐에 포장 됨	-

〈현지산 및 수입산 유통정보〉

구분	물량	가격(원/kg)
○ 현지산(a)	116천 톤	€4.59 (250g)
○ 수입산(b)		
- 네덜란드	17,448천 kg	-
- 폴란드	14,422천 kg	-
- 중 국	1,239천 kg	€1.5~3.0 (100~200g)
○ 소비량(a+b)		

* 품목 : 신선 및 냉장 버섯류 (송로버섯 포함), 2011년 기준

* 가격 : 현지산 (프랑스 소매가, 2013.06 현재, €), 수입산 (소매가 기준, 2013.06 현재, €)

22) 소매가 기준 (2013. 6 현재)

III. 수출확대전략

- 한국산 표고의 수출 증가에 앞서 현재 프랑스 버섯 시장 진출의 어려움은 크게 2가지로 정리됨. 표고버섯에 대한 전반적인 인지도 부족과 저가 중국산이 점령하고 있는 버섯 시장임. 그러므로 판매와 동시에 표고버섯에 대한 홍보가 필요하며 저렴한 중국산과의 차별화를 주기 위해 다양한 표고버섯 제품의 개발 필요

〈한국산 수출확대를 위한 과제〉

◦ 품질개선	한국산 양호
◦ 포장개선	한국산 양호
◦ 수입시기조정	-
◦ 가 격	저가 중국산과의 단가 경쟁 및 기존 제품과의 차별화를 두기 위해 부가가치를 높일 수 있는 제품 개발 필요 - 표고버섯을 이용한 상품 개발 : 표고버섯 파우더, 엑기스 등을 이용한 건강보조식품, 유럽연합 유기농 인증을 획득한 표고버섯 등 - 현지 유통업체와 연계한 홍보 : 표고에 대한 인식이 낮은 유럽인들을 위해 현지 입맛에 맞는 레시피 개발 및 홍보

1. 표고버섯을 이용한 상품 개발

- 신선, 건 표고와 같이 일반적으로 시장에서 판매되는 표고버섯 외에도 표고버섯을 이용한 다양한 가공식품을 개발하여 기존 제품과의 차별성을 주는 것이 필요. 건강에 대한 관심이 꾸준히 증가하는 현상을 반영하여 표고버섯 파우더, 즙 등을 이용하여 만든 다양한 가공식품 소개 및 홍보

〈표고버섯으로 만든 건강보조식품 예〉

판매 상품			
품 명	표고버섯 엑기스	표고버섯 엑기스(액체)	표고버섯 엑기스(파우더)
가 격	€ 24.25 (300ml)	€ 20.95 (200ml)	€ 28.95 (60개 캡슐)
기 타	유기농 표고 엑기스	유기농 표고 엑기스를 20개의 병에 담아 판매	유기농 표고버섯 엑기스 파우더를 캡슐에 넣어 판매

- 가공식품으로 만들어진 제품은 소비자에게는 고급화 이미지를 주면서 동시에 저렴한 중국산과의 단가 경쟁을 피할 수 있는 계기가 될 수 있음. 더 나아가 현재 아시아 식품점에서만 볼 수 있는 아시아산 표고가 현지인이 운영하는 샵(예 건강보조식품, 뷰티샵 등)에까지 공급될 수 있는 계기가 되어 소비자 층을 한층 넓힐 수 있는 효과를 기대할 수 있음. 또한 유기농 제품에 대한 소비가 점점 늘고 있는 유럽인들의 식습관을 통해 유럽연합의 유기농 인증 마크 획득으로 소비자들에게 고품질 제품으로의 이미지를 심어줄 수 있음.

2. 유통업체와 연계한 홍보

- 현지 아시아 식품을 전문적으로 개발, 유통하는 업체와 연계, 제품 및 레시피를 개발하여 효과적인 홍보 필요. 아시아 음식 재료라고 알고 있는 표고버섯을 기존의 레시피에 응용하여 사용할 수 있도록 가이드를 제시하면서 현지인들에게 생소한 표고버섯에 대한 인지도를 상승시킬 수 있는 계기를 마련하는 것이 필요

〈웹사이트 예〉

회사명	LIMA France (http://fr.limafood.com/fr)
소개	- 아시아 식재료 수입 및 식품을 개발하여 현지 유통업체에 납품 - 프랑스, 독일, 벨기에에 지사
특징	- 생소할 수 있는 아시아 식재료를 현지 조리법에 맞춰 개발하여 제품 소개와 동시에 요리법도 함께 제품 및 홈페이지에서 소개하고 있음 - '건강한 제품 만들기'라는 모토 하에 생산되는 전 제품에 대해 인위적인 색소 및 첨가물을 줄여 건강한 고품질 제품을 만들고자 함

[ACCUEIL](#)
[NOS PRODUITS](#)
[NOTRE PHILOSOPHIE](#)
[NOS RECETTES](#)
[FAQ ET DOC](#)

La nature. Ni plus, ni moins.

[ENTRÉES ET SOUPES](#)
[PLATS](#)
[SAUCES ET ACCOMPAGNEMENTS](#)
[DESSERTS](#)

NOS RECETTES ENTRÉES ET SOUPES

TOUTES NOS ENTRÉES SÉLECTIONNÉES SPÉCIALEMENT POUR VOUS

Découvrez nos recettes avec: [Boissons végétales](#) [Sauces soja](#) Nombre de recettes par page: [1](#) [9](#) [16](#) | Page(s): [1](#) [2](#)

TOURELLE DE POMME VERTE CRÉ...
avec SAKÉ TAMARI

45 minutes 4 personnes

SALADE DE RIZ FAÇON SUSHI ET...
avec TAMARI CORIANDRE & WASABI (wok...

45 minutes 4 personnes

TARTINE TOFU SÉSAME ET LÉGU...
avec TAMARI ROASTED SESAME (salades)

30 minutes 2 personnes

PANNACOTTA AU CÉLERI RAVE E...
avec OATDRINK NATURAL

4 minutes 30 personnes

POTAGE - CONSOMMÉ DE SHIITAK...
avec SHIITAKE

35 minutes 3 personnes

CONCOMBRE AU WAKAMÉ
avec WAKAMÉ

45 minutes 4 personnes

Nombre de recettes par page: [1](#) [9](#) [16](#) | Page(s): [1](#) [2](#)

VOUS AVEZ DÉJÀ UNE IDÉE EN TÊTE ?

Ex: Soupe Quinoa etc Dans les entrées et

Vous souhaitez être informé des dernières actualités, recettes, conseils de Lima® ?
Inscrivez-vous à la newsletter !

Votre adresse email

© Copyright 2012 LIMA | Terms of use | Privacy Policy | Copyright Policy | Contactez-nous
Certisys Control BE-BIO-01

PROLIMA ESPACE PROFESSIONNEL

부록 1. 주요 수입바이어(벤더, 유통매장 직수입업체 등) 리스트

회사명	구분	연락처	기타
ChampiMontagne S.A.R.L.	도매업	RueJosephCugnot 63100Clermont-Ferrand Tel: 04 73 92 98 96 Fax: 04 73 90 30 76	
HELLOT S.A	도매업	5,Ruedelille 94610 RUNGIS Tel: 01 46 87 13 99 Fax: 01 46 87 74 86	
Internationale Négoce Champignons S.A.R.L.	도매업	61,RuePetitLeroy 94550 ChevillyLarue Tel: 01 45 12 23 96 Fax: 01 46 87 22 37	
EURO CHAMPIGNONS	도매업	117 RUE DE SALLIESMARCHED'INTERETNATION ALCAsEN°16 38100 GRENOBLE Tel: 04 76 09 25 41	
Trapon Champignons	생산, 유통	109 Avenue de Lyon 63600 AMBERT Tel: 04 73 82 2008 Fax: 04 73 82 23 68	http://www.traponchampignons.com
CHAMPIGNONS DE BRETAGNE A MESSAC	생산, 유통	27 Rue Cawiezel BP535480 MESSAC Tel: 02 99 34 60 71 Fax: 02 99 34 79 38	
EUROSUBSTRAT S.A	생산, 유통, 매장	Z.A.deKerguiniou 22160 CALLC-FRANCE Tel: 02 96 45 51 17 Fax: 02 96 45 52 68	http://www.eurosubstrat.com
Markagel	수집상, 수입, 유통	Avenue Chutiqueta 64210 Bidart Tel: 05 59 47 78 16 Fax: 05 59 47 72 84	http://www.markagel.fr/
PARIS SAVEURS	수출입, 도매업	15 rue de Lille PLA137-BatimentE4 94587 RUNGIS CEDEX Tel: 01 46 87 09 86 Fax: 01 46 87 09 85	http://www.parisaveurs.fr

회사명	구분	연락처	기타
Tang frères	수출입, 도매업	48,Aved'lvry 75013Paris Tel: 01 45 70 80 00	
paris store	수출입, 도매업	15-21ruedupuits-dixme SENIA 712 Thiaiscedex, 94657 Tel: 01 45 12 88 88 Fax: 01 45 12 88 78	www.paris-store.com
Aquaterre	유통, 판매	7 Rue de Champagne 25300HOUTAUD Tel: 03 81 49 67 39	http://www.aquaterre.fr/
fungi-natura	유통, 판매	www.fungi-natura.fr	각종 버섯 제품 (bio 포함) 인터넷 쇼핑몰
MARCELIA SARL	유통, 판매	2b Rempart Nord 68420 Eguisheim Tel: 03 89 23 26 07	http://www.laboutiqueduchampignon.com/
LIMA FRANCE	유통, 판매	BP53 47600NERAC	http://fr.limafood.com/fr-fr/contactez-nous/
Société Bonfils René S.A.R.L.	유통, 판매	Rue Montaigne 24480 LeBuisson-De-Cadouin Dordogne Tel: 05 53 22 00 33 Fax: 05 53 22 02 99	

* 국가번호 : +33

» 탈삼감

일 본

I. 시장동향

II. 유통구조

III. 수출확대전략



2013
임산물 해외시장동향



I 시장동향

1. 일본 국내생산동향

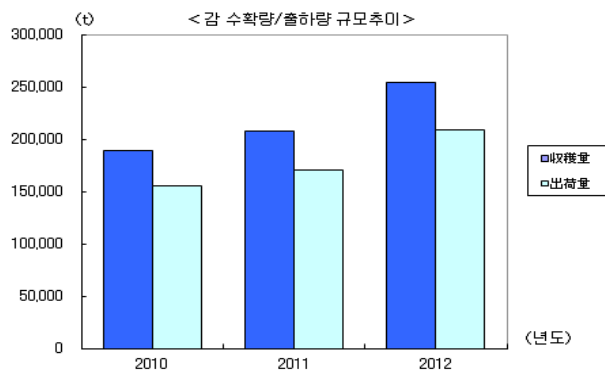
가. 신선품 생산 동향

1) 수확량, 출하량추이 (2010~2012년)

(단위: 톤)

적요	연도	2010	2011	2012
합 계	수확량	189,400	207,500	253,800
	전년대비(%)	—	109.6	122.3
	출하량	155,100	170,300	209,300
	전년대비(%)	—	109.8	122.9

(출처: 「2011/2012년 서양 배, 감, 밤나무 결과면적, 수확량 및 출하량」 (농림수산부))



- 상기수확량 및 출하량에는 뽕은 감, 단감 모두 포함되어 있음
- 〈2010년산 특산과수 생산 동태 등 조사〉(농림수산부)의 통계에 따르면, 대부분 품종의 경작면적은 단감:뽕은 감 = 2:3 정도로, 단감보다도 뽕은 감이 많기 때문에 수확량과 출하량에 따라서 뽕은 감 비율이 높을 것으로 추정됨
- 2011년, 2012년 모두 평년 수준보다 풍작이었기 때문에, 전년도 대비 증가하고 있음
- 단, 안포감²³⁾의 산지 후쿠시마에서는 방사성물질 세슘의 영향으로 2011년, 2012년은 출하량을 2010년도 비해 대폭 감소하고 있음

23) 뽕은감의 대표적인 품종은 도근조생과 평핵무로, 대부분 뽕은맛을 제거해 유통됨. 꺾감은 상품(형태)에 따라 명칭이 달라져 사용용도도 달라 수분 함량이 25~30%인 것은 고로꺾감, 50%는 안포꺾감으로 불리움

2) 지역별수확량추이 (2007~2012)

가) 감 (단감, 뽕은 감 포함)

(단위: 톤)

지역명	2007	2008	2009	2010	2011	2012
山形	10,200	11,000	8,700	9,240	9,370	9,000
福島	12,600	16,100	13,600	14,000	4,550	4,480
東北 計	22,800	27,100	22,300	23,240	13,920	13,480
山梨	5,440	6,610	5,430	5,070	6,030	6,740
長野	9,370	10,600	8,890	8,670	8,030	10,100
関東 計	14,810	17,210	14,320	13,740	14,060	16,840
新潟	10,400	14,400	12,600	9,780	8,630	11,000
富山	1,880	2,150	1,670	1,540	1,550	1,800
石川	905	1,370	1,210	982	1,080	1,270
福井	780	864	715	530	840	860
北陸 計	13,965	18,784	16,195	12,832	12,100	14,930
岐阜	14,800	16,600	17,700	9,900	13,200	16,600
愛知	12,700	14,700	11,100	10,100	10,400	19,300
東海 計	27,500	31,300	28,800	20,000	23,600	35,900
奈良	28,100	29,200	30,900	22,300	28,600	30,100
和歌山	52,400	53,900	57,300	35,400	47,200	53,900
近畿 計	80,500	83,100	88,200	57,700	75,800	84,000
鳥取	3,240	3,730	3,010	2,420	3,390	3,370
島根	2,600	2,570	2,240	2,050	2,710	3,000
中国 計	5,840	6,300	5,250	4,470	6,100	6,370
香川	1,420	1,410	1,460	1,170	983	1,700
愛媛	12,200	11,000	12,100	8,630	9,780	11,700
四国 計	13,620	12,410	13,560	9,800	10,763	13,400
福岡	20,400	20,900	24,800	14,900	15,300	25,000
九州 計	20,400	20,900	24,800	14,900	15,300	25,000
총계	244,800	266,600	258,000	189,400	207,500	253,800
전년대비	—	108.9%	96.8%	73.4%	109.6%	122.3%

(출처 : 과수생산출하총계 「서양 배, 감, 밤의 과수면적, 수확량 및 출하량」 (농림수산부))

- 위의 표는 단감과 뽕은 감을 합한 지역별 수확 추이임
- 농산물이기 때문에 감의 수확량에 대해서도 기후에 영향을 받기 쉽고 특히 2010년은 산지로 유명한 와가야마현, 나라현, 후쿠오카현에서 개화기에 날씨가 좋지 않아서 각 현마다 수확량이 대폭 감소함
- 후쿠시마현에서는 2011년은 동일본대재해와 방사성세슘의 영향으로 2010년 3분의 1

수확량을 축소했지만, 와카야마현, 나라현, 후쿠오카현이 감소 생산 분을 커버한 나머지 수확량은 전년도를 웃돌고 있음

- 특히 와카야마현의 수확량이 약 1.2만 톤 증가함
- 2012년도 방사성세슘의 영향이 예상되고, 후쿠시마현의 수확량은 회복하고 있지 않지만, 부족한 것을 채우는 형태로 와카야마현 수확량은 증가하고 있음

나) 건조감

(단위: 톤)

지역명	2007	2008	2009	2010
山形	266	249	244	215
福島	2,118	3,151	3,371	3,073
東北 計	2,384	3,401	3,615	3,288
山梨		2,256	2,056	928
長野	2,383	3,023	2,105	2,055
関東 計	2,383	5,279	4,160	2,984
新潟	116	138	105	86
富山	407	371	325	307
石川	66	102	113	71
福井	12	9	7	2
北陸 計	600	621	550	466
岐阜	15	21	18	13
愛知				4
東海 計	15	21	18	17
奈良	86	87	87	57
和歌山	904	904	509	424
近畿 計	990	991	595	480
鳥取	71	92	32	50
島根	209	140	83	46
中国 計	280	232	115	96
香川		※	※	※
愛媛	262	458	346	477
四国 計	262	458	346	477
福岡	7	5	4	4
九州 計	7	5	4	4
총계	6,921	11,008	9,404	7,811
전년대비	—	159.1%	85.4%	83.1%

(출처: 「특산과수생산동태조사」 (농림수산부))

- 건조감 생산량은 2008년 이후 감소하고 있음. 특히 최대 산지인 후쿠시마현과 나가노현, 와카야마현에서 축소하고 있지만, 에히메현은 2009년에 잠시 감소했지만 2010년에는 2008년의 생산량을 웃돌고 있어서 건조감 생산량을 확대하고 있음
- 이 통계는 2011년 이후 데이터가 미발표되었고, 신선감도 마찬가지로 방사성세슘의 영향에 따라 후쿠시마현산 건조 감은 출하자숙(출하량 0)됨
- 같은 지역에서 건조 감은 건조감 생산량전체의 약 40%를 차지하고, 후쿠시마현의 부족한 생산량을 다른 현에서 일부 채워 넣는 형태로 생산량이 많은 와카야마현과 나가노현, 에히메현 생산량이 증가하고 있다고 볼 수 있지만, 후쿠시마현 생산분 전부를 커버하기에는 도달하지 못해서 2011년 시장규모는 대폭 감소함
- 2012년, 2013년에도 후쿠시마현은 출하를 자숙하고 있음. 후쿠시마현산을 타지역산이 보충해가는 움직임이 있기 때문에 생산규모는 회복세이나, 2010년에는 못 미치는 상황임

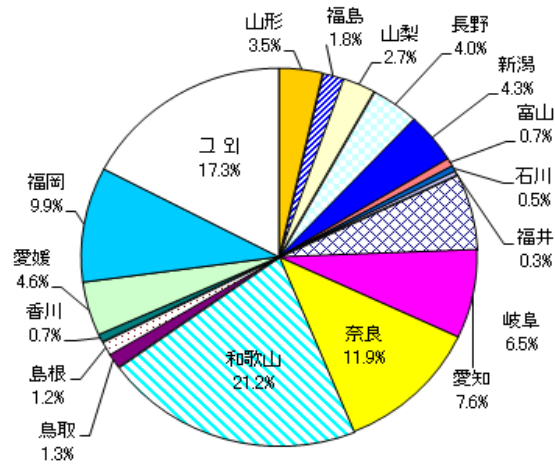
◆ 감 (뽕은 감, 단감 포함) (2012)

(단위: 톤)

지역명	감 합계	
	수확량	구성비(%)
山形	9,000	3.5
福島	4,480	1.8
山梨	6,740	2.7
長野	10,100	4.0
新潟	11,000	4.3
富山	1,800	0.7
石川	1,270	0.5
福井	860	0.3
岐阜	16,600	6.5
愛知	19,300	7.6
奈良	30,100	11.9
和歌山	53,900	21.2
鳥取	3,370	1.3
島根	3,000	1.2
香川	1,700	0.7
愛媛	11,700	4.6
福岡	25,000	9.9
그 외	43,880	17.3
총계	253,800	100

(출처 : 「2012년 서양 배, 감, 밤의 과수면적, 수확량 및 출하량」 (농림수산부))

<감 수확량에 있어서 지역별구성비(2012)>



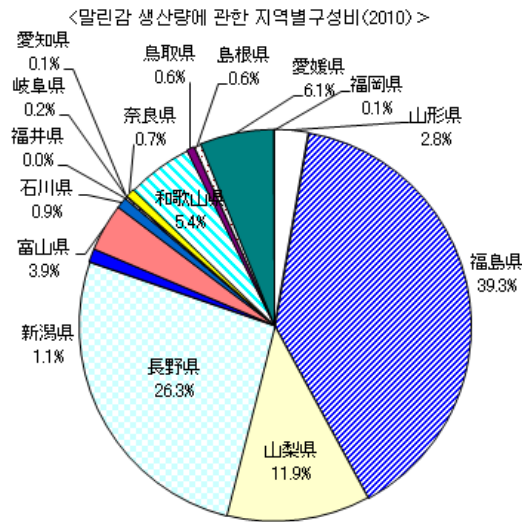
- 지역별 수확량추이는 단감도 포함되었기 때문에, 와카야마, 나라, 후쿠오카의 구성비가 높음
- 짧은 감의 경향을 보기 위해서는 짧은 감으로 만드는 건조 감의 지역별수확동향을 보아야 함.
건조 감의 지역별 생산량(2010)은 다음과 같음

◆ 건조 감 (2010)

(단위: 톤)

지역명	감 합계	
	생산량	구성비(%)
山形県	215	2.8
福島県	3,073	39.3
山梨県	928	11.9
長野県	2,055	26.3
新潟県	86	1.1
富山県	307	3.9
石川県	71	0.9
福井県	2	0.0
岐阜県	13	0.2
愛知県	4	0.1
奈良県	57	0.7
和歌山県	424	5.4
鳥取県	50	0.6
島根県	46	0.6
愛媛県	477	6.1
福岡県	4	0.1
총계	7,812	100

(출처 : 「2010년산 과수생산동태 등 조사」 (농림수산부))



- 안포감의 특산지역인 후쿠시마현의 구성비가 39.3%, 나가노현이 26.3%, 야마나시현이 11.9%을 차지함
- 후쿠시마현과 나가노현을 포함하면 전체 65%이상 생산을 조달하고 있고, 짧은 감의 생산량에 대해서도 동일한 경향이 있다고 볼 수 있음
- 그러나, 2011년 방사성세슘의 문제로 인해 후쿠시마현에서는 출하자속을 실시하고 있고, 2011년, 2012년 같은 지역 건조 감은 없음

3) 시장특성 (품종, 유통시즌, 지역성 등)

항 목	적 요
일본 짧은 감 특징	• 중국산 짧은 감은 단맛이 굉장히 강하지만, 일본산 짧은 감을 이용한 건조 감은 자연의 단맛임 • 형태, 크기가 가지런함 중국산 건조감은 일본산 대비 저가임(약 50%)
일본 짧은 감 품종	• 이치다감(나가노현), 상사감(토야마현), 하치야감(후쿠시마, 기후현), 고우슈하구메감(야마나시현, 후쿠시마현), 히라타네나시감 (와카야마현) 등 주된 품종임 • 일본에서 건조감으로 많이 사용되고 있는 품종은 「이치다감」임
유통 시즌	• 짧은감(신선)에 대해서는 수확시기 9~12월에 출하되고, 10~11월만 전체 80%이상을 차지함 • 신선 짧은 감이 일반소비자에게 유통되는 일은 적고, 사라시감, 사와시감, 건조감, 안포감 그 외 가공품대상으로 사용되기 때문에 일반소비자에게는 시장이 작음 • 건조감 출하는 12월이 성수기이고, 12~2월 3개월간 연간 약 80%가 출하함
주산지/품종	• 나가노현(이치다감), 후쿠시마현(하치야감, 하구메감), 와카야마현 (히라타네나시감) 주산지
도매가격	아래 표 참고

〈월별 도매수량/도매가격〉

◆ 뽕은 감 (2012년)

(단위: 톤, 엔/kg, %)

월	뽕은 감 합계		
	도매수량	도매가격	구성비
1	188	311	0.3
2	13	411	0.0
3	0	388	0.0
4	—	—	—
5	—	—	—
6	—	—	—
7	52	1,072	0.1
8	197	755	0.3
9	5,518	367	8.0
10	37,203	198	53.9
11	20,966	163	30.4
12	4,870	175	7.1
합 계	69,007	—	100.0

(출처: 「청과물류통계」 (농림수산부))

※ 주요 도매시장의 도매수량으로 생산자로부터 물건을 모아 소비지에 출하하는 산지 집하시장은 포함하지 않음. 이 통계는 전체수량의 약 25%을 차지함

- 건조 감은 여러 종류가 있지만, 수분양이 25~30%정도로 하얀 가루분이 있는 일반적인 껍감이며, 수분양이 50%이고 부드럽고 하얀 가루분이 없는 안포감이 있음
- 안포감은 뽕은 감을 유향으로 훈제해서 건조시켜 독자적인 제법으로 생산됨
- 뽕은 감 도매수량은 조생수확이 시작되는 9월부터 증가하고, 10~11월이 피크임
- 가격이 최고로 비싼 시기는 7월 1,072엔/kg, 가장 낮은 시기는 11월 163엔/kg 가격차이가 큼

나. 가공품생산 동향

1) 종류별 생산량추이 (2010~2012년)

연도		2010	2011	2012
적요				
①사와시감 · 사라시감	생산량	75,870	98,000	110,700
	전년대비	—	129.2	113.0
②건조감	생산량	7,811	4,900	4,350
	전년대비	—	62.7	88.8
③안포감	생산량	2,020	860	1,100
	전년대비	—	42.6	127.9

(출처: 「2010년산 특산과수 생산 동태 등 조사」 농림수산부
농림수산부) * 건조감 2010년 이되는 후지경제추계

- 뽕은 감 가공품으로서는 주로 <건조감> <안포감, 사라시감>, 그 외에 2차 가공품으로서는 <감튀레>, <감잼>, <감양갱>, <감칩>가 있고, 2차 가공품이 많은 것은 뽕은 감이 각산지에서 토산품으로 판매됨
- 건조 감에는 여러 종류가 있지만, 수분양이 25~30%정도로 하얀 가루분이 나오는 소위 꽃감이라고 말하는 것과, 수분양이 50%이고 부드럽고 하얀 가루분이 없는 안포감이 있음
- 건조 감으로 사용되는 품종으로는 이치다감 (나가노현), 산샤감 (토미야마현), 하치야감 (후쿠시마, 기후현), 고우슈야구메감 (야마나시현, 후쿠시마현), 히라타네나시감(와카야마현) 들 수 있고, 뽕은 감 품종 중에서도 특히 생산량이 많은 품종임
- 특히 건조 감의 출하량이 전국 1위 나가노현에서 만들어지는 뽕은감 대부분 <이치다감> 이라고 말하는 품종이고, 대부분 건조감<고로감>은 가공되고 있고, <안포감>으로 가공한 출하는 아주 적음
- 이치다감 수확은 10월 하순 이후이기 때문에 가공하는데 1개월 걸리고 일본산 건조감 피크는 11월 하순 이후임
- 안포감 출하량이 전국 1위였던 후쿠시마현에서는 방사성세슘 문제로 2011년, 2012년 가공자숙하기 때문에, 2년간 일본 국내생산량은 대폭 축소하고 안포감으로 출하는 하지 않고 있음. 2013년은 검사기구 등을 도입해서 자숙해제를 목표로 하지만 목표가 세워 있지 않은 상황임

2) 종류별 출하동향에 대해서

- 감 가공 식품은 <사라시감, 사와시감>, <건조감 (홀, 슬라이스, 타이스)>, <안포감>, <감튀레>, <감양갱>, <감젤리> 등 가공품이 있음
- 「안포감」이 특산품인 후쿠시마현 다테 지역에서 방사성세슘의 영향으로 출하자숙을

계속하고 있고, 2010년도 출하량 1,253톤, 2011년, 2012년도는 출하하지 않고, 2013년도에도 출하 계획이 없음

- 그러나, 다테산 이외의 안포감으로는 시장유통량을 커버 할 수 없기 때문에 2011년에 대폭 안포감 시장을 축소한 후, 경제상황이 계속 될 것으로 전망됨
- 「건조감」은 일본 국내출하량이 감소하는 중 (특산과수 생산 동태 조사에 따르면 2008년 6,876 → 2010년 5,348), 「안포감」이 대만, 싱가포르, 홍콩, 태국 등에서 주목받고 있고, 현재 출하량은 아주 적으나 일본브랜드 식품으로 알려지면 수요 확대가 될 것으로 기대하고 있음
- 그 밖에 〈감 페이스트〉, 〈감 쥬레〉 등은 과자를 넣거나 계절감을 더하기 위해서 디저트를 만들어서 이용하기도 함
- 〈감양갱〉〈감젤리〉 등 가공식품은 뽕은 감 각산지를 중심으로 토산품으로서 판매되고 있고, 시장규모는 크지 않지만 수요는 안정되었다고 볼 수 있음

3) 시장특성 (품종, 유통시즌, 지역성 등)

가공식품	품 종	유통시즌	지역성
①사와시감, 사라시감	아다고감, 예도감(다이감), 후지감 등	11월~1월	에히메현, 나라현
②건조감	이치다감, 홍시, 시조, 도우야마하치야감, 상사감, 고우슈하구메 등	11월~2월	나가노현, 야마카타현 야마나시현, 기후현 후지야마현
③안포감	하치야감, 히라타네나시, 카쯔히라 등	11월~2월	후쿠시마현, 야마카타현 와카야마현, 야마나시현

- 감은 품종에 따라서 대부분 가공되는 용도가 다름
- 뽕은 맛을 제거한 사와시감, 사라시감으로서 유통하는 품종은 아이치현을 중심으로 아타고감, 나라현 등에서 재배되어 교토의 요리점에서도 사용되고 있고 예도우감 (뽕은 맛을 제거 후 다이감 이라고 부름) 등
- 건조 감으로 유명한 품종은 나가노현 〈이치다감〉, 야마가타현 〈홍시〉등이 유통하고 있고, 유통시즌은 12~2월이 중심임
- 안포감으로는 후쿠시마현 〈하치야감〉, 야마카타현과 와카야마현에서 만든 〈히라타네나시〉가 유명하고, 유통시즌은 건조 감과 같은 12월~2월임 (현재 후쿠시마현산 안포감은 출하중 하고 있음)
- 뽕은 감은 건조 감과 안포감으로 가공하기 때문에 개인과 시장에 뽕은 감이 유통되는 경우도 있음. 지역에 따라서는 슈퍼나 직매장 등에서 말려 건조 감으로 판매되고 있음

2. 수출입동향 및 수입관련제도

가. 수출입동향

1) 수출량

가) 감 (신선)

〈2012년〉

(단위 : KG, %)

나라	월 적요	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합계
태국	수출량	13,350	250	—	—	—	—	—	—	375	10,125	68,775	210,940	303,815
	구성비	83.8	1.6	—	—	—	—	—	—	2.4	3.3	22.6	69.4	100.0
홍콩	수출량	2,822	—	—	—	—	—	—	—	375	18,501	27,099	13,194	61,991
	구성비	17.7	—	—	—	—	—	—	—	2.4	29.8	43.7	21.3	100.0
말레이시아	수출량	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	20,090	—	20,090
	구성비	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0	—	100.0
대만	수출량	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1,052	—	—	1,052
	구성비	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0	—	—	100.0
싱가폴	수출량	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	569	—	569
	구성비	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0	—	100.0
합 계	수출량	16,172	250	—	—	—	—	—	—	750	29,678	116,533	224,134	387,517
	구성비	101.5	1.6	—	—	—	—	—	—	0.2	7.7	30.1	57.8	100.0

※ 건조 감은 「건조과일, 그 외의 과일」에 냉동 감도 「냉동과일 및 냉동열매 그 외의 것」도 포함되어 있기 때문에 개별통계 데이터는 없음

〈수출품 특징과 용도에 대해서〉

태 국	고급과일
홍 콩	고급과일
말레이시아	고급과일
그 밖에 (대만, 싱가포르)	고급과일

- 위에 표 수출통계 데이터는 뽕은 감과 단감 모두 포함되어 있음
- 최근에 몇 년 동안 태국에서는 일본 과일이 인기가 많아져서 백화점, 고급 과일매장 등에서 판매되고 있음
- 홍콩, 대만, 말레이시아, 싱가포르에서도 주로 고급과일로서 판매되고 있음
- 〈안포감〉〈건조감〉도 대만, 싱가포르, 태국, 홍콩 등에 수출하고 있지만, 수출통계 데이터는 없고 실험적인 의미도 있기 때문에 수출량은 아주조금 유지하고 있음

2) 수입량

가) 감 (신선)

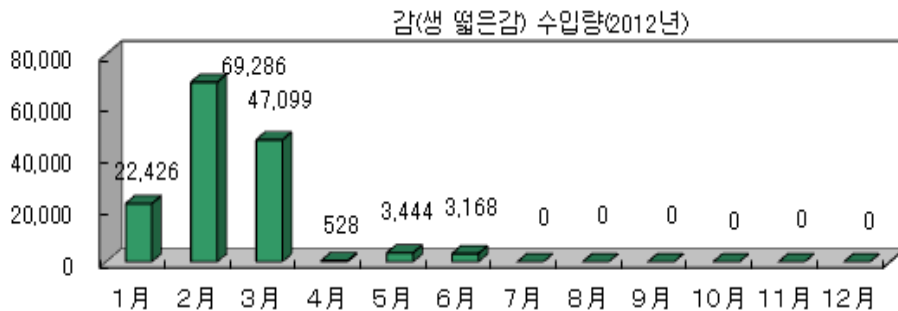
〈2012년〉

(단위 : KG, %)

나라	월	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합계
이스라엘	수입량	22,426	69,286	47,099	—	—	—	—	—	—	—	—	—	138,811
	구성비	16.2	49.9	33.9	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0
뉴질랜드	수입량	—	—	—	528	3,444	3,168	—	—	—	—	—	—	7,140
	구성비	—	—	—	7.4	48.2	44.4	—	—	—	—	—	—	100.0
합계	수입량	22,426	69,286	47,099	528	3,444	3,168	—	—	—	—	—	—	145,951
	구성비	15.4	47.5	32.3	0.4	2.4	2.2	—	—	—	—	—	—	100.0

〈수입품 특징과 용도에 대해서〉

이스라엘	「샤론 후르츠」 품종으로 크기는 일본산에 비해 작으나, 단맛이 강하고 맛이 좋음 - 신선과일로 일본국내에서 유통됨
뉴질랜드	- 일본 종자라서 일본 감과 비슷함 - 기후가 반대이기 때문에, 일본국내에서 수확 할 수 없는 시기에 수입 가능함 - 신선과일로서 일본국내에서 유통됨



- 위의 표에는 뽕은 감 및 단감이 포함되어 있고, 이스라엘산 감(샤론 후르츠), 뉴질랜드산 감이 따라서 일본국내에서 수확 할 수 없는 시기에 신선과일로 유통됨
- 이스라엘산, 뉴질랜드산은 고급품으로 일본국내에 유통하고 있고, 선물전문점에서는 6,300엔 / 7~10개 정도 넣어서 판매하고 있는 케이스도 있음
- 한국 감은 특화상품개발 대상상품으로 재배면적이 증가하고 있고, 일본국내생산량 확대가 기대 되고 있음
- 사와시감, 사라시감은 수입하지 않음

나) 건조감

〈2012년〉

(단위 : KG, %)

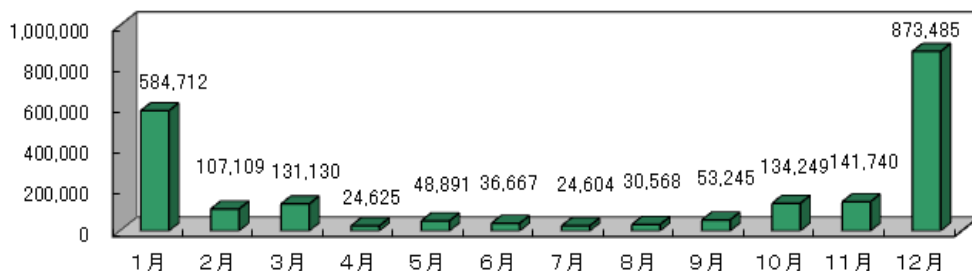
나라	월	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합계
중국	수입량	584,712	107,109	131,130	24,325	47,421	36,667	24,604	30,568	53,245	134,249	141,740	873,485	2,189,255
	구성비	26.7	4.9	6.0	1.1	2.2	1.7	1.1	1.4	2.4	6.1	6.5	39.9	100.0
한국	수입량	-	-	-	300	1,470	-	-	-	-	-	-	1,035	2,805
	구성비	-	-	-	10.7	52.4	-	-	-	-	-	-	-	100.0
합계	수입량	584,712	107,109	131,130	24,625	48,891	36,667	24,604	30,568	53,245	134,249	141,740	873,485	2,191,025
	구성비	26.7	4.9	6.0	1.1	2.2	1.7	1.1	1.4	2.4	6.1	6.5	39.9	100.0

〈수출품 특징과 용도에 대해서〉

중 국	중국에서는 하남성 영양시의 「수감」 산동성 하택시 조주 「경면감」 산서성 「우심감」 「침감」 등 들 수 있음 - 특히 산동성이 주산지임 - 건조감으로 일본에서 재포장해서 판매되는 경우가 많음
한 국	- 대부분이 가정용 소비임 - 소포장으로 나누어서 포장한 것과 박스 등에 봉지에 넣은 상품이 있음

- 99.95%가 중국에서 수입되고, 한국산 수입은 감 수입량전체의 0.05%에 머무름
- 수입산은 일본에서 포장 후 건조 감으로 SM, GMS에 유통하고, 일본산 건조감 보다 싼 가격에 판매됨
- 건조 감 수입 시기는 12월이고 전체수입량 60%이상을 차지하고 있음. 이유는 일본국내의 건조 감 유통이 가장 많은 시기는 12월~ 1월 연말연시이기 때문임

말린감 수입량 (2012년)



나. 수입품 현황

1) 품목별 수입품 유통시기, 포장방법, 판매형태 특징에 대해서

	유통시기	포장방법	비고
① 사와시감, 사라시감	-	-	-
② 건조감	10~4월 (주로 유통시기)	박스: 5kg (비닐봉투)	냉동(이슬이 맺히는 것을 방지하기 위해, 건조 해동함) 감 사이즈: S~3L (L은 보통크기)
③ 안포감	안포감은 한국에서 수입되고 있지만, 그 유통 시기는 수입수량이 적어 명확하지 않음	개별포장, 플라스틱용기, 봉투(슬라이스)	안포 감 수입품에 대해서는 대부분 한국산이고, 고품질, 고급상품이 들어오기 위해 개별포장, 봉투+종이상자 혹은 나무상자 형태가 많음 슬라이스제품에 대해서는 플라스틱용기, 봉투 타입도 있음 •주로 보존을 위해 냉동상태에서 수입 •가격은 일본제품보다도 비쌘

2) 품목별 수입품에 관한 한국산 경쟁력요소 평가

	품질(품종, 맛 등)	가격	생산량	그 외(안정성, 이미지 등)
① 사와시감, 사라시감	-	-	-	-
② 건조감	하얀 분이 없는 것도 있지만, 맛과 크기는 문제없음	일본산과 거의 비슷함 (무역통계 2012 약 1,380엔/kg)	기후 불순 시에 가격과 양 등 안정적으로 공급 할 수 있을지 의문	품질과 안전성에 비해 불안
③ 안포감	-	일본산보다 약간 비쌘		고급품

II • 유통구조

1. 유통구조에 대해서

가. 일본 국내 유통량추이

1) 사와시감/사라시감

(단위: 톤)

적요		연도	2010	2011	2012
합계	유통량		75,870	98,000	110,700
	전년대비(%)		—	129.2	113.0
수입	수입량		—	—	—
	전년대비(%)		—	—	—
일본산	생산량		75,870	98,000	110,700
	전년대비(%)		—	129.2	112.9
수출	수출량		—	—	—
	전년대비(%)		—	—	—

(출처: 후지경제추계)

2) 안포감

(단위: 톤)

적요		연도	2010	2011	2012
합계	유통량		1,990	860	1,100
	전년대비(%)		—	43.2	—
수입	수입량		—	—	—
	전년대비(%)		—	—	—
일본산	생산량		1,990	860	1,100
	전년대비(%)		—	43.2	127.9
수출	수출량		—	—	—
	전년대비(%)		—	—	—

(출처: 후지경제추계)

3) 건조감

적요		연도	2010	2011	2012
합계	유통량		9,842	6,649	7,155
	전년대비(%)		—	67.6	—
수입	수입량		2,031	1,749	2,805
	전년대비(%)		—	86.1	—
일본산	생산량		7,811	4,900	4,350
	전년대비(%)		—	62.7	—
수출	수출량		—	—	—
	전년대비(%)		—	—	—

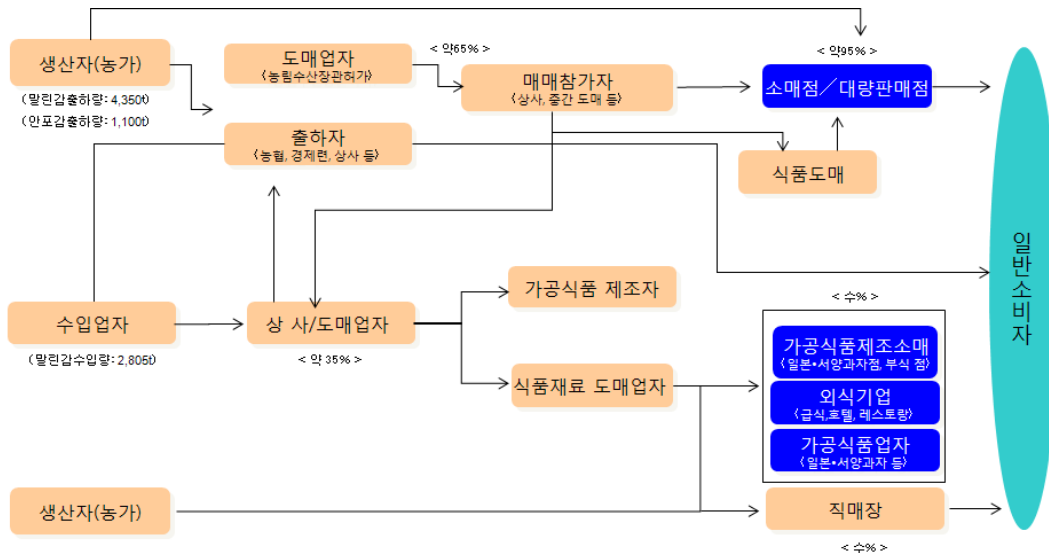
(출처: 후지경제추계)

- 소 품목의 경우 일본국내유통량의 수출은 단감이 중심이고, 안포감과 건조 감의 수출에 의해서 아주 적은 양에 머무르고 있음. 무역통계 데이터도 없기 때문에 일본국내 유통량추이에 관한 수출량은 영향이 적어서 덧붙이지 않음
- 또, 사와시감·사라시감, 안포 감의 수입도 수량이 적고, 무역통계 데이터도 없기 때문에, 수출과 마찬가지로 일본 국내 유통량추이에는 덧붙이지 않음
- 사와시감·사라시감의 일본 국내 유통량은 2011년 이후 안포감 산지로 유명한 후쿠시마현 가공자숙에 따라 대폭감소하고, 다른 지역에서 커버하기 위해 건조감과 안포감의 가공을 움직임을 늘리고 있음. 단감 생산량증가에 따라 사와시감·사라시감 시장은 감소경향임
- 안포감은 후쿠시마현의 감소 생산분을 채울 수 없어서 2011년에는 대폭감소 했지만, 2012년은 다른 지역에서 커버해서 약간 회복했음. 다만, 2010년 시장규모까지는 이르지 못함
- 건조감은 후쿠시마현분 감소를 나가노현 등 산지에서 보충한다고 보이지만, 건조감에 대한 기호도가 젊은 세대는 낮아서 일본국내유통량은 감소할 것으로 보임

나. 대상품목 일본 국내유통구조

(건조감, 안포감 유통구조, 일본산+수입)

* 일본 국내 유통량 : 8,255톤

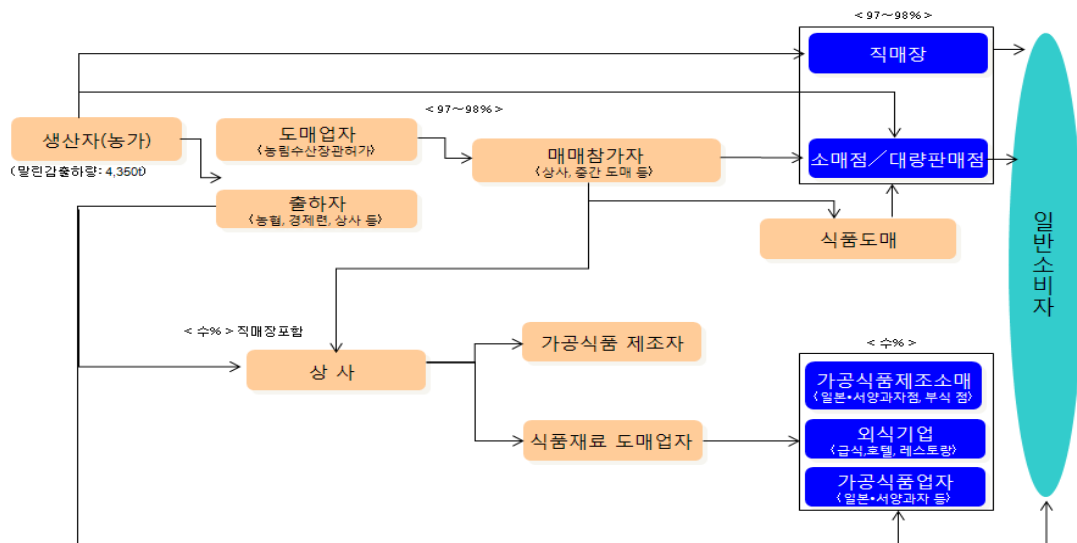


- 일본산 건조감, 안포감에 대해서 뚝은 감 생산농가가 가공품까지 생산하는 케이스가 많은 생산자가 제조하는 감은 JA, 도매시장, 식재료 도매업자를 통해서 소매점과 가공식품 제조소매에 유통함

- 감 산지에서는 식품재료를 판매하는 <직매소>에서 건조 감과 안포감을 판매하고 있음
- 일부, JA와 민간 기업이 생산하는 케이스도 있지만, 비율은 낮고 대부분 농가 = 생산자라고 볼 수 있음
- 수입상품의 경우 안포감은 고급품으로서 바로 판매 가능한 상태로 유통하고 있고, 상사 등을 통해서 수입식재점이나 한국요리에 이용되는 것도 있음

<건조감, 안포감 유통구조, 일본산>

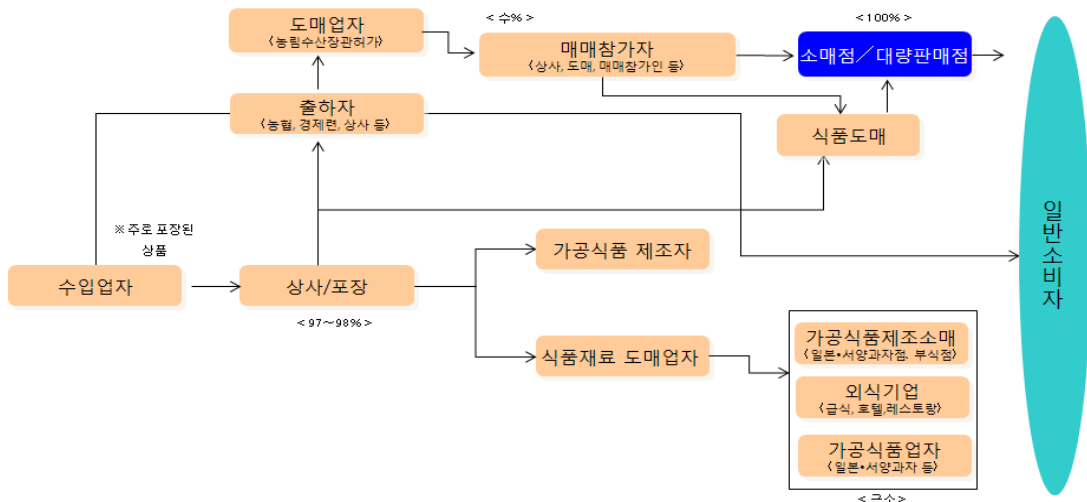
* 일본 국내 유통량 : 5,450톤



- 일본산의 경우 도매시장을 통하지 않고, 생산자가 상사, 중간도매상, 소매와 직접계약을 하는 케이스도 있지만, 아주 적기 때문에 위의 도표에는 포함하지 않음

〈건조감 유통구조, 수입산〉

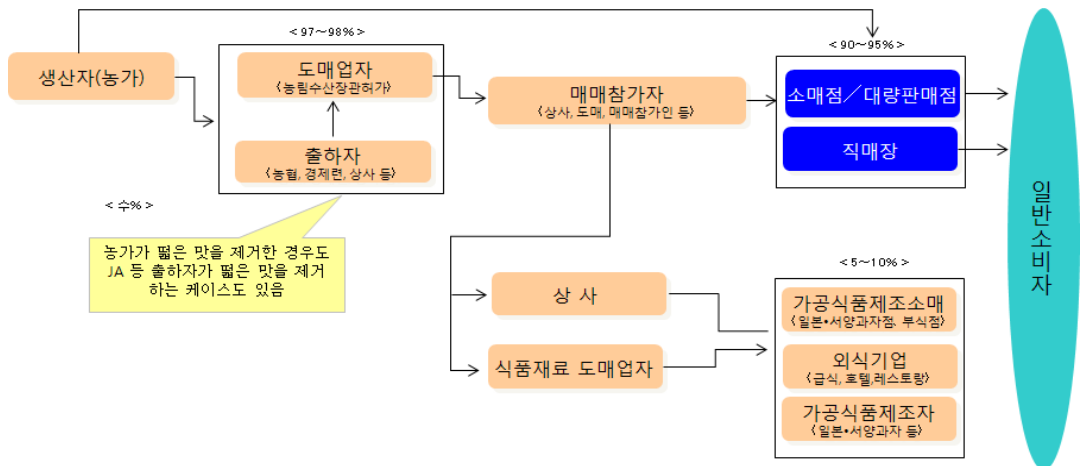
* 수입량 : 2,805톤



- 수입품 건조 감은 거의 상사와 매입판매업자(포장)를 경유해서 시장 외 유통이 중심임
- 수입업자가 포장을 겸하는 케이스도 많음
- 수입품이 과자 등 업무용도로서 이용되는 경우도 있지만, 수요는 많지 않음

〈사라시감, 사과시감 유통구조〉

* 일본 국내출하량 : 110,700톤



- 생산자 (농가) 단계에서는 <뽕은 감>이지만, 많은 생산자는 뽕은 것을 제거하고 시장에 출하함
- 그 밖에는 JA가 뽕은 감을 구입해서 뽕은 것을 제거하는 케이스도 있음
- 생산자가 인터넷 통신판매나 직매소 등을 통해서 판매하는 케이스도 있음
- JA시장을 통해서 상사, 건조 감이나 껌, 잼 등 가공업자통해서 소매점/대량판매점, 직매소 등 판매되고, 레스토랑과 급식, 외식기업자, 일본과자점등 제과재료로서도 이용되고 있음

다. 유통 각 단계에 있어서 주요 역할업체

적요	수입	출하자/도매업자 /중매업자	가공식품제조 매입판매업자	일반소매업	업무용수요자	그 외
업태	【건조감·안포감】 식재수입회사 매입판매업자	생산농가 각JA/상사 청과도매(중계) 업자	매입판매업자	SM, GMS, 백화점, 판매소, 채소가게	일본과자점 음식점, 숙박시설	생산자,출하자,가 공업자에 따라 인터넷통신판매 도있음
기업예	【건조감·안포감】 케푸스재팬	JA다테미라이	아사히 야마신산업 카부짱농원	이온, 라이프, 이토요카드	【건조감, 안포감】 남양헌	JA동예원

- 일본국내생산자로부터 시장에 유통하는 출하자에 따라서 대부분 출하량은 JA 가 처리하고 있다고 볼 수 있음
- 일부 가공용 전문 뽕은 감은 농가가 건조 감과 안포감 등 가공을 실시하고 농가에 직접 판매하고 있는 케이스도 있음
- 수입품에 대해서는 식품재료 등 수입회사, 포장업자 매입판매업자 등이 수입하고 있음

라. 유통의 특징

- 건조 감과 안포감의 원재료가 뽕은감 생산자인 농가가 건조 감과 안포감의 제조자인 경우가 대부분이지만, 각산지에서는 뽕은 감을 구입해서 안포 감, 건조 감으로 가공하는 가공업자도 있음
- 건조 감과 안포 감용 원료(뽕은감)은 가공용으로서 육성하기 위해 (생 뽕은감용 보다도 크기가 작음), 가공용 이외는 유통하지 않지만, 아타고감 처럼 사와시감이 소매점 등에서 판매되고 있는 케이스도 있음
- 수입산 건조 감은 일본국내 포장업자가 포장해서 자사브랜드 또는 OEM제품을 판매하고 있음

마. 품목별 유통실태에 대해서

1) 가격과 마진 구조

		수 입	중간 유통 (도매시장/상사/매입판매업자)	소 매 점
사와 시감 • 사라 시감	포 장	—	10 k g 박스	비닐(빈 팩의 경우도 있음) 비닐+ 종이박스
	상단: 가격특성	—	233円/kg (청과물도매시장조사 2011) 80~100円 대 후반 /kg (아다코감)	약500円~900円 / k g 약250円~350円/kg
	하단: 가격변화 ※	—	※시기와 생산량에따라 다름	(아다코감)
		—	약 30~50	100
말 린 감	포 장	박스(납작한 박스에 1단으로 진열한 상태) 비닐(그대로 소매점에서 판매하는 상태)	비닐, 선물용 등은 종이박스 에 수지증착 종이나 비닐로 개별 포장하는 상품도 있음	비닐
	상단: 가격특성	· 1,800円/5kg (박스) · 259円/kg (무역통계 2012 중국) · 1,380円/kg (무역통계 2012 한국)	· 300円전후(중국산)4~5개 (수입판매업자 출하기준)	· 400円전후(중국산)/ · 600~1,000円(일본산)/ 300g (일반슈퍼)
	하단: 가격변화 ※	청과 그대로 가격 뿐만 아니라, 외환의 변동에 따라서도 크게 좌우됨	· 2,000円/kg 400円전후/1팩 4~5개 들어감 (일본산)	· 유통 시기는 가격이 높고 년말연시 시기는 내림
		약 30	약 65~75	100
안 포 감	포 장	—	플라스틱팩(4~5개) `비닐로 싸서 박스에 넣음 일본종이나 비닐 개별포장+종이박스(선물용)	플라스틱 팩(4~5개)+비닐 비닐 일본종이나 비닐 개별포장+종이박스(선물용)
	상단: 가격특성	—	도매가격400円/ 1 팩 (4~5개)(일본산)	가게 진열대가격으로는 약600円/ 1 팩 (4~5개)
	하단: 가격변화 ※	—	—	선물용 : 5,000円이상/1박스
		—	약 65	100

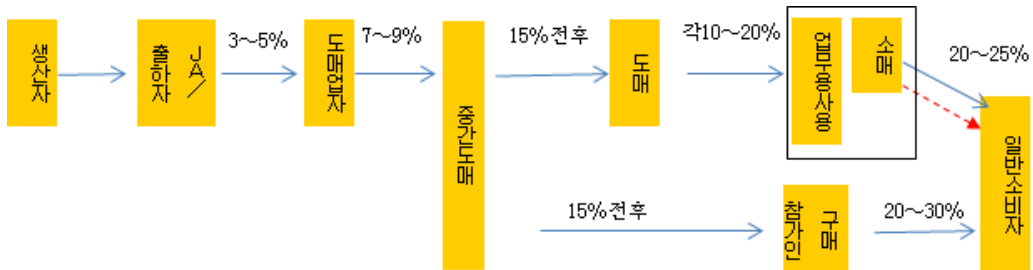
※ 소매가격은 100으로 한 경우 가격기준

- 중국산 건조감 매입판매업자에 따라서 매입 가격은 120엔 전후/300g
- 기후의 영향으로 2010년은 흉작이어서 가격이 급등하고, 2009년 가격의 약 1.5배였지만, 2012년 가격은 회복경향을 보임
- ※ 청과물 및 그 가공품에 대해서는 도매가격(이른바 메이커가격) 단계에서 소매가격의 60~70%전후임

◆ 마진 구조

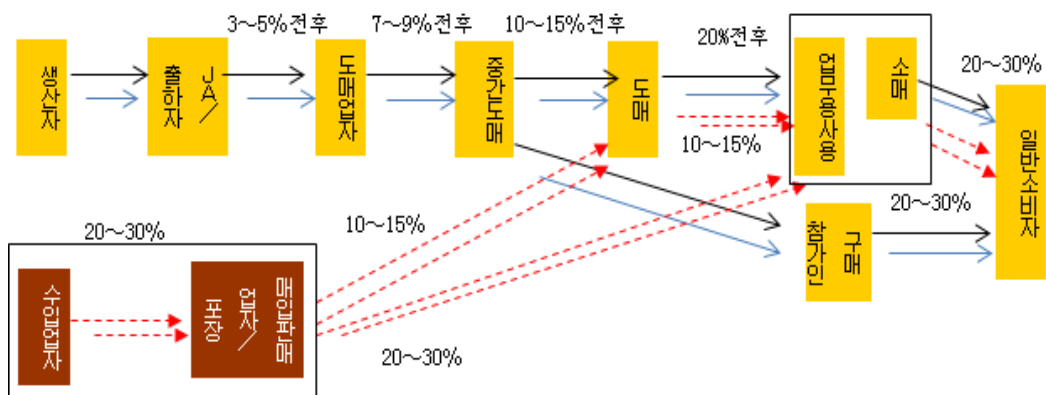
〈사와시감 · 사라시감〉

* 일본산 → 수입품 →



- 사와시감 · 사라시감은 수입품이 없기 때문에 위의 도표는 일본산 마진 구조를 나타냄
- JA 마진율은 수수료 및 편집과료와 운송비용이 포함됨
- 도매시장을 경유 할 때는 시장이용에 따라 수수료가 도매업자와 중간도매업 각기 판매액에 맞게 일정 수수료를 지불하는 구조임 (동경도매시장 : 도매업자 1,000분의 4, 중간도매업자 1,000분의 4)

〈건조감/안포감(일본산), 건조감 (수입품)〉



- 안포감은 거의 수입품이 없어, 「안포감」 일본산, 「건조감」 수입품의 마진구조를 나타냄
- 도매시장을 경유 할 때는 시장이용에 따라 수수료가 도매업자와 중간도매업 각기 판매액에 맞게 일정 수수료를 지불하는 구조임 (동경도매시장 : 도매업자 1,000분의 4, 중간도매업자 1,000분의 4)

2. 품목별 소비자 이용 동향

가. 소비특성에 대해서

1) 감

소품목 \ 적요	①사와시감, 사라시감	②건조감	③안포감
이용용도	가정용(생식용) 감쌌, 감페이스트, 감초, 김치가공원료 등	가정용 업무용(일본과자) 제과재료	가정용
이용조건	유통시즌 11월~1월쯤까지	유통시즌 11월~ 2월쯤까지	유통시즌 11월~2월쯤까지
지역별특성	에히메현, 나라현 등	나가노현, 기후현 등	후쿠시마현, 홋카이도 등
그 외	아다고감은 특별히 뽀은감(건조감용), 사라시감(생식용)으로서 에히메현 내에서 유통됨	건조감을 이용한 2차가공은 특별히 볼 수 없지만, 슬라이스, 다이 컷 제품이 제과재료대상으로 판매되고 있음	안포감을 이용한 2차가공은 특별히 없음

- 감은 〈①사와시감, 사라시감〉 〈②건조감〉 〈③안포감〉 전부 그대로 먹을 수 있는 것이 대부분이기 때문에 가정용임
- 사와시감, 사라시감에 따라서 2차 가공품 등 재료도 되고, 감 썰이나 감 페스트로도 이용됨
- 건조 감은 속안에 밤이나 팔을 넣어서 일본과자 소재로서도 사용되고 있음
- 지역별특성으로서는 각 특산지역 수요는 높지만, 그 외에는 소비특성은 볼 수 없음

나. 원산지에 대한 평가

원산국 평가	품질(품종, 맛 등)	가 격	생 산 량	그 외 (안정성, 이미지등)
중 국	건조 감은 단맛이 강함	소매점에서 일본산 상품은 약 40% 꽃감: 300~400엔/ 300g	기후 등에 따라 영향을 받지만, 중국전토에서 생산 가능해서 비교적 안정	소비자가 안전 면에서 불안을 안고 있기 때문에 이미지가 좋지 않음
한 국	특별히 문제없음	안포 감으로는 일본산보다도 비싼 상품이 있음	일본국내 대상으로 양은 적음	안전 면에서 불안하다는 의견도 있음
일 본	• 일본인이 좋아하는 단맛 • 모양과 크기 등 균일 • 이치다감 등 일부 브랜드화하고 있음	브랜드감 등 고가격 상품도 있음 꽃감: 800~1,000엔/300g	• 방사성세슘의 영향으로 후쿠시마현 등 출하자숙의 의해 안포감생산량이 감소	• 방사성 세슘 사건으로 이미지 저하

다. 원산지에 대해서

- 중국산 뽕은감은 「우심감」 「참감」 (산서성) 「수감」 (하남성), 「경면감」 (산둥성) 등 품종이 일본에 수입
- 중국산, 한국산은 안심, 안전에 대한 이미지가 낮아 일본산보다 신선도가 낮다는 의견도 있음
- 중국산은 산지에 따라 형태 등 품질이 좋아지고 있지만, 중국산 뽕은감은 탄닌산이 많아서 꽃감으로 만들며, 일본산보다도 단맛이 강함

III 수출확대전략

1. 한국산 <뽕은 감>에 관한 일본시장 개척가능성품목

※ ○: 높음, △: 조건달성하면 가능성 있음, ×: 어려움

소 품 목	가능성※	이 유
① 사와시감, 사라시감	×	• 일본국내에서는 사와시감 그대로는 유통량이 한정적임 • 건조감, 안포감 일본에서 가공해도 인건비 등 비용이 높음
② 건조감	△	• 가격이 낮은 중국산 건조 감이 대량으로 수입됨 • 중국산에 대해서는 안전 면에서 이미지가 낮음 • 중국산은 단맛이 너무 강한 경향이 있기 때문에, 맛으로는 한국산이 유의함
③ 안포감	○	• 일본산 상품이 일본 국내유통 중심이지만, 방사능영향으로 유통량이 많은 후쿠시마현산 안포감 출하정지 상태 • 그 밖에 산지에서 후쿠시마현산 기존유통량을 커버 할 수 없는 상황 • 선물용대상은 일본산지향이 높지만, 가정용에 대해서는 가격경쟁력이 있다면, 한국산으로 진열가능성이 있음

◆ 일본시장의 개척가능성품목

- 안포감 : 신규 마케팅 창출
- 감 (건조과일)

2. 확대가능성상품에 관한 일본시장개척을 향한 과제와 해결책

가. 안포감

1) 문제점/과제

[유통] • 소매점/판매점에 유통 루트가 없음	[가격] • 현재 수입품은 일본산 보다 가격이 비쌈
[제품] • 안전면에서 불안	[판매경로] • GMS, SM, 백화점, CVS 일반유통 루트 미개척
[인지도] • 「안포감」 자체 일본국내 인지도가 건조감 보다 높지 않음 • 소비자에게 「안포감」은 한국산이라는 이미지가 없음	

2) 해결책

적 요	해 결 책
제품/품질	• 맛에는 특별히 문제는 없지만, 안전성을 보증하기 위해서 트레이서 빌리티를 철저히 함
가격	• 일본산보다도 싸게 내림(점포가격 600엔 미만/4~5개) • 안정적인 가격을 유지하기 위해서 생산량과 품질, 안정을 도모
유통	• 슈퍼 등 유통 루트를 가지고 있는 일본산 및 수입품취급 노하우가 있는 중국산 건조감 매입판매업자와 식품도매 루트를 개척함
전달경로	• 일반가정대상으로 판매하는 슈퍼 개척이 필요 • 최근, 소매점과 PB상품 개발에 힘을 넣고, PB상품 기획의 하나로써 제안함
그 외	• 일본국내에서는 한국산 안포감이라는 이미지가 없기 때문에 인상을 정착하기 위해 선전광고활동이 필요함

- 2011년 이후 일본에서는 안포감 최대산지인 후쿠시마현이 방사성세슘의 영향으로 출하를 정지하고 있음
- 현재는 그 외에 산지에서 후쿠시마현 수요를 확보하고 있는 상황이 아니라, 후쿠시마현 출하가능시기가 미정, 현재 같은 지역 산지 수요분 (2010년도 후쿠시마현 다테지방의 출하액은 22억엔) 을 한국산으로 커버할 가능성이 있음
- 일본산 안포감은 유통시기가 한정되어있어서 건조감과 비교해도 2배이상 가격이 차이 나기 때문에 일본산보다도 싸고 안정적인 생산량을 확보해서 시장개척 가능성이 높음
- 단, 안포감으로 한국산이라는 이미지가 정착되어있지 않기 때문에, 가격과 유통 개척뿐만 아니라, 최종소비자에게 선전활동도 필요함
- 선물 루트는 고가격대로 판매되고 있지만, 일본산 의식이 강하기 때문에 같은 루트개척은 어렵다고 봄

3) 안포감 시장 한국산 SWAT분석

		외 부 환 경	
- 중점과제 - 1) 가격을 내림 2) 트레이서 빌리티 명확화 3) 소매점에 유통 루트 확보		【OPPORTUNITY】 • 산지 후쿠시마현에서 방사성 세슘의 영향으로 출하자속이 계속됨 • 다른 지역에서 후쿠시마현 시장을 커버 할 수 없음	【THREAT】 • 후쿠시마현 출하자속 해제 • 일본국내에 있는 안포감 인지도 저하 • 안포감은 한국산 이미지 없음 • 외환 변동
내 부 환 경	【STRENGTH】 • 감 품종이 일본과 비슷해서 맛이 비슷함 • 방사성세슘 오염 없음 • 한국에서 감 작부면적 증가	• 안전 · 안심을 증명하는 트레이서 빌리티를 명확하게 하고, 방사성 세슘이 없는 안전한 안포 감으로 접근함 • SM, GMS 등 일반소매유통 루트 (수입상사, 포장, 2차 도매 등) 확보	• 안포감 이미지 UP • 한국산 안포감 인지도를 확대시켜서 판촉활동 • 방사성세슘의 오염이 없는 안전성으로 접근함 • 후쿠시마현 출하자속이 해제되기 전에 일본시장 개척 진행
	【WEAKNESS】 • 일본산 이외에 불안감 있음 • 소매 유통루트가 없음 • 일본산보다도 가격이 비싼 경우가 있음	• 안전 · 안심을 증명하는 트레이서 빌리티 명확하게 하고, 방사성 세슘이 없는 안전한 안포 감으로 접근함 • 일본산 안포 감 가정용상품보다 낮은 가격으로 설정하고 도매시장을 활용한 유통 루트개척	• 안포감 이미지 UP • 한국산 안포감 인지도를 확대 시켜서 판촉활동 • 한국 내 가정용상품을 일본산보다 낮은 가격으로 수출하고, 도매시장을 포함한 소매에 유통루트를 구축함

나. 신규 마케팅 창출 (감 - 건조과일류)

1) 문제점/과제

[제품] 안전면에서 불안	[가격] 다른 드라이 후루츠와 비슷한 가격 설정 (망고 : 소매 400엔 전후 /200g)
[유통] 일반소매 대상 루트가 없음	[전달경로] GMS, SM, 백화점, CVS 유통 루트 미개척
[인지도] 새로운 카테고리이므로, 「감 - 건조과일류 -드라이 후루츠」 친숙함이 없음	

2) 해결책

적 요	해 결 책
제품/품질	- 맛과 질 등 특별히 문제는 없지만, 안전성을 보증하기 위해서 트레이서 빌리티를 철저함 - 감을 포함한 기능성 성분의 확실한 데이터 등을 충실하게 함
가격	다른 건조과일류-드라이 후루츠와 비슷한 가격 설정을 정하기 위해, 임금 비용이 낮은 한국에서 포장까지 취급함
유통	판매량이 많은 SM, GMS, 최근에는 CVS에서 취급도 늘고 있기 때문에 건조과일류-드라이 후루츠 중간 유통을 하는 수입상사, 매입판매업자 (포장) 등 루트 개척이 필요
전달경로	- 일반가정대상으로 판매하는 슈퍼, CVS 개척이 필요 - 최근, 소매점과 PB상품 개발에 힘을 넣고, PB상품 기획의 하나로서 제안함
그 외	「감- 건조과일류 -드라이 후루츠」 라는 새로운 카테고리상품과 한국산 브랜드라는 광고 선전활동을 실시

- 일본에 있는 뽕은 감 가공시장은 일본국내인구가 감소하고 생식용 사와시감 · 사라시감, 젊은 세대를 중심으로 식습관으로 기호도가 달라서 건조 감이 일본국내수요가 이후로 확대 가능성은 적을 것으로 보임
- 이 조사에서 대상품목에는 없지만, 새로운 마케팅으로 「감- 건조과일」 을 제안
- 무용한 첨가물도 사용하지 않고 생산가능하고 뽕은 감 성분의 타닌 인지도 등이 높을 시기에, 신규 마케팅으로서 「뽕은 감 - 드라이 후루츠」 라는 새로운 제품에 따른 일본시장 개척을 찾을 수 있을 것으로 기대됨

3) 감 (건조과일) 시장의 경우 한국산 SWAT분석

		외 부 환 경	
- 중점과제 - 1) 감(건조과일) 인지도 확대 2) 상품개발 3) 다른 건조과일류와 같은 정도의 가격설정 4) 소매점 유통 루트 확보		【OPPORTUNITY】 • 건강과 미용 면에서 일본국내 건조과일류 -드라이 후루츠 시장은 확대하고 있음 • 한국에 대해서 미용의식이 높은 이미지가 있음 • 건조과일류 일본국내 유통 상품은 거의 수입품 • CVS 에서도 취급이 증가	【THREAT】 • 감(건조과일류)에 대한 인지도가 낮음 • 한국산 감은 친숙함이 적음 • 외환 변동
내 부 환 경	【STRENGTH】 • 감 품종이 일본과 비슷함 • 건조감을 슬라이스한 상품을 이미 수출	• 감을 건조과일(드라이 후루츠)로 상품개발 • 감 건강·미용에 관하여 기능성 데이터 연구	• 감(건조과일류)에 대한 인지도 확대 • 한국산 감에 대한 이미지 UP
	【WEAKNESS】 • 일본산 이외에 안전 면에서 불안감 있음 • 소매루트 유통루트가 없음 • 안정적으로 공급 가능 할지에 대한 불안감	• 트레이서 빌리티 명확화 • 수출량을 확대한 경우에도 대응 가능한 안정된 공급체제 확립 • 2차 가공품 수입상사 등 SM, GMS, CVS 유통 루트 구축	• 감 (건조과일류, 드라이후루츠)에 대한 인지도 확대 • 한국산 감에 대한 이미지 UP • 2차 가공품 수입상사 등 SM, GMS, CVS 유통 루트 구축

3. 과제해결 시 한국산 대일 수출규모추이

가. 안포감

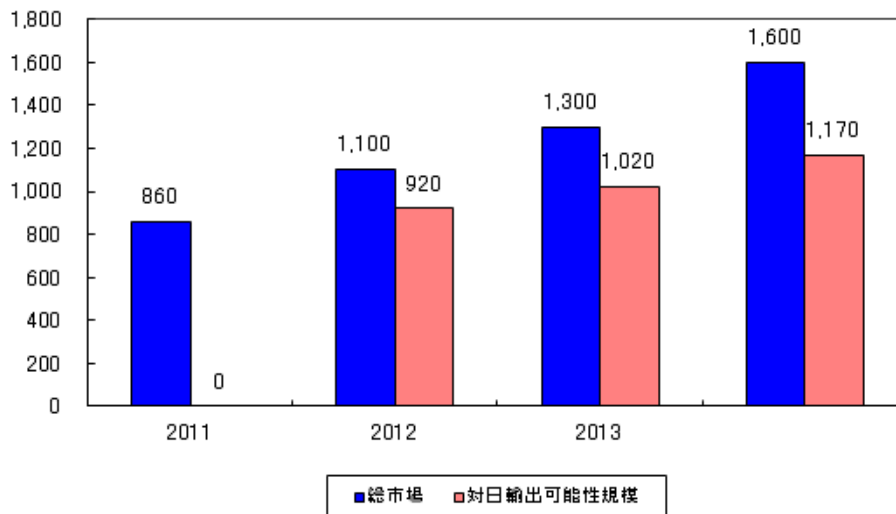
(단위 : 톤)

연도		2011	2012	2013	2014
총 시장	수량	860	1,100	1,300	1,600
	전년대비	—	127.9	118.2	123.1
대일수출가능성규모	수량	—	920	1,020	1,170
	전년대비	—	—	110.9	114.7
대일 수출량	수량	—	—	—	—
	전년대비	—	—	—	—

(후지경제추계)

- 안포감은 다른 지역 산에서 커버할 수 없어서 후쿠시마현산 수요 분을 거둬들이는 것과, 동 일본에서 수요가 높은 안포감이 서 일본에서도 인지도가 높아서 그것을 신규수요로 획득해 갈 것으로 생각됨

안포감 한국산 대일 수출규모추이 < 2011~2014 >



- 후쿠시마현 이외의 일본국내생산지도 후쿠시마현 생산분의 수요 대체를 의식하고 있음에도, 급격한 증산은 어려울 것으로 예측되지만, 일본국내의 잠재수요에 따라 확대될 수도 있음

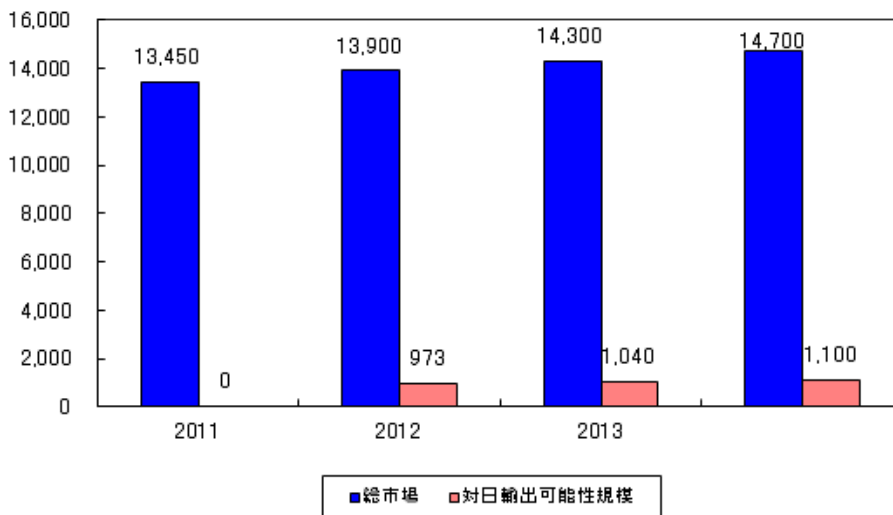
나. 감 (건조과일류 - 드라이 후루츠)

(단위 :톤)

연도		2011	2012	2013	2014
적요	수량	13,450	13,900	14,300	14,700
	전년대비	—	103.3	102.9	102.8
대일수출가능성규모	수량	—	973	1,040	1,100
	전년대비	—	—	106.9	105.8

(후지경제추계)

< 감 드라이 후루츠 한국산 대일수출규모추미2011~2014 >



- 「건조과일류 - 드라이 후루츠」 시장은 후지경제 자료 「식품 마케팅 핸드북 2013 NO.1」에서 발췌함. 현재 건조과일류(드라이 후루츠) 주류는 자두(prune)와 건포도로 이 두 품목으로 80%이상을 차지하고 있고, 건강지향이 높아지는 여성 수요를 중심으로 확대가 기대되는 시장임
- 뽕은 감 성분의 타닌 등 기능성성분에 대해서 인지도를 높이고, 새로운 마케팅으로서 감 건조과일류(드라이 후루츠)를 홍보해 가는 것과 감(건조과일류)에 대한 한국산 이미지를 정착시켜 안정된 시장규모 개척이 필요함
- 일본국내 건조과일류(드라이 후루츠) 시장 내에 한국산 감이 건조과일류인 망고와 거의 같은 7%를 개척할 것으로 추산해 볼 수 있음

» 밤

독 일

I. 시장동향

II. 유통구조 및 소비동향

III. 수출확대전략



2013
임산물 해외시장동향



I • 시장동향

1. 생산동향

가. 생산현황

- 독일연방 농식품연구소에 의하면 밤은 Obstanlagen(경작과일) 중 견과류(호두, 개암나무 열매, 밤)로 분류됨
- 독일전역 총 400개의 생산농장이 있으며 총 면적으로는 600ha정도임

나. 지역별 생산현황

- 독일 연방 농식품 연구소에 따르면 지역별 밤 사업장 수는 바덴 뷔르템베르크(Baden-Württemberg)가 200여 곳이며, 그 밖에 다른 지역에서는 그 수가 미미하거나 확실하게 집계되고 있지 않음
- 사업장 수는 집계되지 않지만, 독일 남부지역인 바덴 뷔르템베르크 외에 독일 동서부지역인 작센(Sachsen), 니더작센(Niedersachsen), 라인란트 팔츠(Rheinland-Pfalz), 노르트라인 베스트팔렌(Nordrhein-Westfalen), 헤센(Hessen), 튀링겐(Türingen) 재배지에서 밤이 생산 되고 있음
- 베를린과 브란덴부어그, 브레멘, 함부르크 지역에서는 전혀 생산되지 않음

2. 수출입 동향 및 수입관련 제도

가. 수출입 동향

- 독일 연방 농식품 연구소에 따르면 독일의 밤 수출량은 2012년 606톤으로 2011년에 비해 11.69% 정도 줄어든 추세이고, 밤 수입량은 4.6% 정도 증가해 3,683톤을 차지하고 있음

	2011년	2012년
밤 수출량(톤)	686톤	606톤
밤 수입량(톤)	3,520톤	3,683톤

(출처: 식품농업 및 소비자보호 연방부, 독일연방통계청)

- 총 수출입 집계가 아닌 각 나라간 수입, 수출의 통계자료에서 밤은 신선하거나 말린 견과류에 포함되어 집계되고 있음. 견과류에는 밤 외에 브라질 호두, 아몬드, 개암나무 열매, 호두, 밤, 피스타치오, Pekan '히코리' 너트, 에레카 '베텔' 너트, 콜라 너트, 잣과

마카다미아 너트 등이 있음

〈독일의 각 나라별 견과류 수출입 현황〉

◆ 터키

	2010년	2011년	2012년
견과류 수입량(톤)	2,300.2	2,090.4	1,978.1
견과류 수출량(톤)	0.7	20.3	0.1

◆ 이탈리아

	2010년	2011년	2012년
견과류 수입량(톤)	9,880.4	9,979.2	12,119.1
견과류 수출량(톤)	6,196.5	5,405.6	3,878.7

◆ 포르투갈

	2010년	2011년	2012년
견과류 수입량(톤)	128.8	151.9	70.7
견과류 수출량(톤)	139.0	229.9	124.9

◆ 스페인

	2010년	2011년	2012년
견과류 수입량(톤)	18,393.6	18,131.2	15,210.8
견과류 수출량(톤)	5,016.3	4,281.3	3,082.4

◆ 프랑스

	2010년	2011년	2012년
견과류 수입량(톤)	8,672.4	9,886.3	10,276.3
견과류 수출량(톤)	4,432.8	3,799.9	3,951.7

◆ 칠레

	2010년	2011년	2012년
견과류 수입량(톤)	41,467.4	43,515.4	41,320.2
견과류 수출량(톤)	110.9	99.1	100.6

◆ 중국

	2010년	2011년	2012년
견과류 수입량(톤)	2,388.3	6,166.0	2,976.7
견과류 수출량(톤)	83.7	9.5	3.5

◆ 일본

	2010년	2011년	2012년
견과류 수입량(톤)	0.2	없음	0.0
견과류 수출량(톤)	1.1	1.6	2.1

◆ 한국

	2008년	2009년	2010년
견과류 수입량(톤)	0.1	1.3	2.1
견과류 수출량(톤)	0.3	0.7	2.7

(자료출처: 식품농업 및 소비자보호 연방부)

- 위 각 나라별 수출입 상황을 살펴보면, 독일의 견과류 수입 중 터키가 2012년 41,320.2톤으로 가장 많은 양을 차지하고 그 질 또한 높이 평가되고 있음
- 아시아에서는 중국이 2,976.7톤의 견과류를 한국과 일본에 비해 두드러지게 독일로 수출 중임
- EU국가 중 이탈리아, 스페인 등 유럽의 남부지역으로부터 견과류 수입량이 늘어나고 있는 추세임

나. 수입품 현황

1) 수입품 판매현황, 포장 및 판매형태

- 밤의 수확제철기인 가을, 겨울엔 생밤이 마켓에서 자루에 담겨 kg단위로 판매되고 이동식 밤 가게에서 구워진 밤이 종이봉투에 담겨 200g, 400g의 단위로 판매 됨
- 밤 수확제철이 아닌 시기에는 유기농, 대형슈퍼마켓이나 터키상회에서 가공저장품 형태로 찾아볼 수 있음. 주로 유리병에 담긴 구워진 밤, 잼 형태로 발라먹을 수 있는 크림상태의 밤제품이 판매 됨

2) 제품별 유통기간

- 생 밤 : 1-3달 (서늘한 곳이나 냉장보관 필요)
- 가공처리 된 구워진 밤 : 1-2년 (방부제의 유무에 따라 유통기간이 달라짐)
- 크림 형태의 밤 : 2년

3) 수입산 대비 한국산의 경쟁력 (품질, 가격, 물량)

- 한국산은 중국산에 비해 물량은 적지만 품질 면에선 뛰어남
- 가격 면에서는 다른 EU국가들과 중국에 비해 높은 편임. 그러나 가격 대비 품질 면에선 떨어지지 않음
- 밤을 가공처리하거나 다른 형태로 믹스시킨 (예: 밤 막걸리, 밤 팔죽 등) 상품을 수출하여 경쟁력을 높이는 방법도 고려해 볼 만 함

다. 수입관련 제도

1) 통관규정 및 검역절차

- 독일의 수입물은 유럽 공동체에 의한 허가서가 필요함. 수출입 허가서는 독일연방부에서 발행
- 수입 허가를 받기 위해서는 각국에 해당하는 관세를 지불해야 함

2) 라벨링 규정

- EU회원국은 EU의 규정에 그 기본을 둠
- 필수 내역은 읽기 쉽게 명확하게 표기되어야하며 지워지지 않아야 함
- 라벨의 글자 중 소문자 x의 크기는 최소한 1.2mm보다 커야함 (단, 작은 사이즈의 포장은 제외)
- 필수 표기 사항은 아래와 같음
 - 상품명
 - 성분표시, 알레르기성 성분일 경우 상시표시
 - 최소한의 유효기간 및 미생물학적인 관점에서 부패하기 쉬운 식품은 사용기간 표기
 - 저장조건 또는 사용조건
 - 미리 포장될 경우 실중량 표시
 - 수출업자 혹은 포장업자의 이름 및 주소
 - 원산지
 - 사용방법(사용방법이 표기되지 않고 조리가 불가능한 경우에 한함)

- 알코올의 함량이 전체함량의 1.2%이상 차지하는 경우 실제 알코올함량

3) 제품별(HS코드별)수입관세율

- 밤은 껍질째인 밤과 껍질을 벗긴 밤 두가지 종류로만 나누어 관세율을 정하고 있음. 그러나 한국은 관세특혜로 관세율이 없음

※ 껍질째 밤 HS코드: 08024100 관세율: 0%

※ 껍질 벗긴 밤 HS코드: 08029085 관세율: 0%

(자료출처: 관세율코드정보 <http://www.zolltarifnummern.de>)

4) 인증제 필요여부

- 개인/법인 사업자는 독일 연방 농식품 연구소(BLE)를 통해 인증제를 획득해야하며 그에 따른 수수료는 현재로는 없음
- 수년 동안의 매매현황, 매년 수확부문의 최소양 등을 EU가 통합적으로 사용하는 AGRIM이라는 서식용지를 통해 작성하여 신청하여야 함

II • 유통구조 및 소비동향

1. 유통구조 (수입산 포함)

가. 유통현황 및 구조

- 밤은 자루, 켜작 상자, 나무통에 담겨 신선한 공기가 통하거나 냉장 컨테이너 장치가 되어있는 화물차나 배, 기차를 통해 운송 됨

(출처: 독일통상정보서비스 <http://www.tis-gdv.de>)

- 독일 내 경작지에서 재배된 밤은 인근 재래시장이나 대형 유통상을 통해 소비자에게 판매되며 수입산 밤은 수입업체에 의해 유통되어 대형 슈퍼마켓이나 온라인 숍 등에서 판매됨

나. 유통형태

1) 도매시장현황 및 도매가격, 마진율

- 밤 도매가격 : 1kg당 0,7-1,5유로
- 마진율 : 평균 32%

2) 대형 유통매장 현황 및 유통단계별 제품 포장 형태, 가격, 가격차이 요인

- 밤 철인 가을, 겨울엔 신선한 생밤을 자루나 비닐봉투에 담아 판매하지만 그 외의 계절엔 잘 찾아볼 수 없고 가공된 밤을 주로 판매
- 가공처리 될수록 밤의 가격은 낮아지는 편이며 유기농환경에서 재배된 밤일수록 가격은 높아짐

- 유통업체 별 포장형태와 가격

	BIO유기농마켓 알루미늄캔 포장형태 1.80유로/125g
	슈퍼마켓 EDEKA 유리병 포장형태 4.99유로/320g
	터키상회 폴리에스테린봉투 포장형태 1.07유로/100g

- 내용물의 용량에 따른 가격차이지, 포장형태에 따라 가격차이가 크게 나지 않음. 밤의 품질에 따른 가격차이만 있음

- 현지산 및 수입산 유통정보

구분	물량(kg)	가격(원/kg)
○ 현지산(a)	346,150,000(견과류) 中 약 20,769,000*	(도매가격) 약 2,900원- 5,800원
○ 수입산(b)	약 3,683,000	(수입CNF가격)
- 칠레	약 1,818,080*	약 2,030원~ 3,400원
- 스페인	약 669,240*	약 2,700원~ 6,048원
- 프랑스	약 452,144*	약 4,400원~ 6,800원
○ 소비량(a+b)	약 24,452,000*	

* 견과류로 물량조사 됨, 독일 견과류 수출·수입 내 밤의 비율 적용, 추측한 어림값임

- 한국산과의 비교

구분	품질(외형)	맛(식감)	포장	가격
현지산	 동그란 통째 밤이 바삭 구워짐	- 달콤하고 찢득거리지 않음 - 구운 밤 맛이 남 - 기호적인 맛이 가미됨	폴리에스테린 봉투 포장	1,99유로 /100g
수입산 (스페인)	 현지산과 별반 차이가 없음	- 구운 밤 맛이 나고 덜 달콤한 편임	폴리에스테린 봉투 포장	1,79유로 /130g

구분	품질(외형)	맛(식감)	포장	가격
수입산 (프랑스)	 양질의 밤으로 선별되어 있음	- 고유한 밤의 향과 맛이 남 - 친환경 유기농제품	 유리병 포장	23,72유로 /1 kg
한국산	 밤 알 크기가 크고 통통하며 균일함	- 고유의 밤 단 맛이 잘 나고 씹는 맛도 좋음	폴리에스테린 봉투	6,400원 /1kg

3) 유통경로별 월별 판매량(판매추이)

- 쾰른, 함부르크, 프랑크푸르크 등 대도시의 대형슈퍼마켓의 경우 터키, 이탈리아 등으로부터의 수입이 높은 11~1월에 생 밤 수요가 높음
- BIO마켓의 경우 수확시기에 높은 생밤의 수요와 달리 가공처리 된 밤의 수요는 때에 따른 변화가 적음

다. 주요 수입바이어 (벤더, 유통매장 직수입업체 등) 리스트

Enka Food Gmbh	http://www.enkafood.com
꿀과 밤을 취급하는 벤더 주소: Josef-Baumann-Str. 21, 44805 Bochum Tel: 0234-586 49 10 Fax: 0234-586 49 11 Email: info@enkafood.com	

Maroni-Import	http://www.maroni-import.de/
이탈리아, 스페인, 포르투갈에서 밤을 주로 수입하여 독일, 스위스, 오스트리아, 동유럽으로 수출하는 업체 Schumannstr. 14, 90429 Nürnberg Tel.: + 49 911 322 372 95 E-Mail: info@maroni-import.de	
Granovita Gmbh	http://www.granovita.de
양질의 농산품을 취급하고 사회환원정책을 표방하는 업체	
Arche-Naturprodukte Gmbh	http://www.arche-naturprodukte.de
각국에서 식료품을 수입 판매하는 업체	

2. 소비동향

가. 소비량 변화

- 독일 인구 한명 당 1년에 소비하는 견과류 양이 2011년 4.3kg으로 지난 10년간 꾸준히 증가하는 추세를 보임
- 밤의 수확기인 가을부터 겨울까지 밤과 호두 등의 견과류에 대한 수요가 활발한 편

〈연도별 독일 내 사람 한 명당 견과류 소비량(kg)〉

2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
3.3	3.5	3.5	3.8	3.8	3.9	4.1	4.3

(출처 : 식품농업 및 소비자보호 연방부)

나. 소비행태

- 1) 인종, 민족(화교 등) 등에 따른 소비특성
 - 유럽 권 사람들은 주로 케이크나 견과류 장식, 디저트용으로 소비, 가공처리된 밤을 퓨레(죽) 형태로 떠먹거나 밤 크림을 빵에 발라먹기도 함
 - 아시아인들은 명절이나 가족모임 때 명절음식이나 간식거리로 구운밤을 소비하는 특성을 띠며

2) 소득 및 지역별 소비 행태

- 독일 연방 통계청에 따르면 주로 쾰른, 뮌헨, 함부르크 등 밤 사업장과 가까운 대도시에서 밤의 수요가 높은 편이며 인기가 있음
- 소득 별 소비행태는 따로 집계되고 있지 않으며 밤의 가격이 높지 않은 편이라 큰 차이는 없을 것으로 추정 됨

다. 원산지별 제품 분석(경쟁력비교)

- 중국산 밤이 다른 제품에 비해 대량으로 유통되고 있으며 가격도 낮은 편임. 질적인 면에선 일본산과 한국산이 우세
- 일본의 쓰나미 재해 여파로 인해 밤 수입이 거의 이루어지고 있지 않아 한국산 밤의 수입에 대한 선호도가 상대적으로 높아질 수 있음
- 가격 대비 품질 면에선 한국산이 유리

III • 수출확대전략

1. 품질 및 가격에 대한 과제 및 해결방안

◦ 품질개선	- 껍질째와 생밤 보다는 껍질을 깠 상태의 구워진 밤으로의 상품화 필요함 - 맛있는 밤을 선별하여 한국 밤 긍정적인 인식을 얻는 것이 중요함
◦ 포장개선	- 밤 내용물이 보이는 병이나 투명 용기 선호 - 폴리에스테린 봉투도 친숙한 편이므로, 봉투의 디자인과 제품을 잘 알릴 수 있는 사진, 이미지가 필요함
◦ 수입시기조정	- 밤 수요가 높아지는 9월-2월이 적당함
◦ 가 격	- 독일은 밤의 수요량이 높지 않고, 이미 상품화가 잘 되어 있는 수입산이 많아서 한국 산의 밤에 대한 인식이 낮기 때문에 가격경쟁력을 높여야 함 - 인식이 높아지면 상향 조정이 가능할 것으로 사료됨

- 품질 면에서 약밤이라 불리는 토종밤의 브랜드 차별화 필요함
- 일본 등 외국 품종들과 달리 특유한 단맛을 내고 과실향질이 우수한 점을 홍보해야 함
- 품질 대비 가격 면에서 한국산이 뛰어난 점을 부각시켜야 함

2. 과제 극복 시 한국산 최대 수출가능 규모

가. 수출 가능한 품질, 물량, 가격 조건

- 2012년 밤 전체 수출량은 약 11,301톤, 수출액은 3,590만 1,522 달러로 증가추세임. 평균 1톤 당 317달러 정도가 적당함. 손질된 밤 소매가는 100g당 1.20 ~ 1.60 유로 정도가 적당해 보임
- 한국산 밤의 우수성과 안전성을 입증하기 위해 재배이력서, 재배 생산 관리표 등 작성 필요. 음식박람회 등을 통한 한국 밤 홍보 필요

나. 품목별 전체 시장 중 한국산 진출 가능 시기 및 시장규모

경쟁국가 및 수입물량(kg)	한국산으로 대체 가능한 물량	조건(가격, 품질 등)
① 견과류 수입규모 1위 칠레 : 약 1,818,080*	약 800-1,300kg	- 칠레 밤은 가격경쟁력으로 수요가 높아지는 추세임 - 가격 면에서 칠레산이 유리하지만 품질 면에선 한국산이 유리할 수 있음
② 견과류 수입규모 2위 스페인 : 약 669,240*	약 500-830kg	- 스페인 밤은 칠레, 중국 밤보다 품질이 낮고 가격도 독일 밤과 비교했을 때 비슷한 편임 - 한국산 밤은 스페인 산보다 품질 면에선 높고 가격은 높지 않아야 경쟁력을 가질 수 있음
③ 견과류 수입규모 3위 프랑스 : 약 452,144*	약 320-500kg	- 프랑스 밤은 고품질에 가격도 높은 편임 - 품질 면에서 비슷하나 가격은 다소 낮게 책정해 가격경쟁력을 갖출 필요가 있음 (친환경 유기농 밤, 당도가 높은 밤)
④ 견과류 아시아 수입규모 1위 중국 : 약 130,944*	약 480-800kg	- 가격 경쟁력은 중국산이 높음 - 품질 면에선 한국산이 유리하므로 차별화를 주어야 함

* 견과류로 조사하여, 독일 견과류 수출·수입 내 밤의 비율 적용, 추측한 어림값임. 각 국의 견과류 수출 증감, 규모, 환경에 따른 기댓값임

» 밤

일본

I. 시장동향

II. 유통구조

III. 수출확대전략



2013
임산물 해외시장동향



I 시장동향

1. 일본 국내생산동향

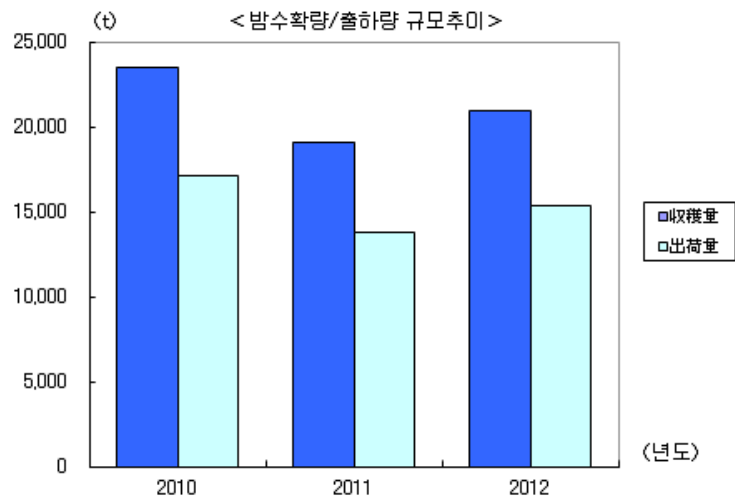
가. 신선품 생산 동향

1) 수확량, 출하량추이 (2010~2012년)

(단위: 톤)

연도		2010	2011	2012
적요	수확량	23,500	19,100	20,900
	전년대비(%)	—	81.3	109.4
	출하량	17,100	13,800	15,300
	전년대비(%)	—	80.7	110.9

(출처: 2011·2012년 서양 배, 감, 밤 과수면적, 수확량 및 출하량」(농림수산부))



- 2011년은 꽃이 피는 시기에 기후의 영향에 의해 밤송이 수가 감소했기 때문에 전년도 비해 수확량이 80% 떨어졌지만, 2012년도에는 작황이 좋았기 때문에 2만 톤을 웃도는 수확량이 되었음. 밤은 개화기, 육성기에 해당하는 6월 하순 이후 날씨에 따라서 수확량 영향을 받음

2) 지역별수확량추이 (2007~2012년)

(단위: 톤)

지역명	2007	2008	2009	2010	2011	2012
茨城	5,350	6,110	4,740	6,650	4,970	5,090
栃木	514	508	466	541	470	525
埼玉	748	832	767	723	721	755
千葉	628	747	568	658	397	499
東京	453	492	442	408	346	322
神奈川	526	519	517	445	403	394
関東 計	8,219	9,208	7,500	9,425	7,307	7,585
石川	130	149	143	131	169	180
北陸 計	130	149	143	131	169	180
長野	510	528	529	495	559	562
岐阜	1,030	961	840	794	915	876
静岡	436	317	406	394	未発表	未発表
東海 計	1,976	1,806	1,775	1,683	1,474	1,438
大阪	208	214	181	175	181	152
兵庫	547	579	484	454	424	430
近畿 計	755	793	665	629	605	582
島根	105	133	108	94	78	84
中国 計	105	105	105	105	105	105
徳島	134	143	126	116	未発表	未発表
香川	35	34	34	30	27	30
愛媛	1,690	2,390	2,300	1,870	1,580	1,930
四国 計	1,859	2,567	2,460	2,016	1,607	1,960
熊本	3,000	3,680	3,130	3,320	2,360	3,130
大分	537	549	476	412	344	326
宮崎	651	853	797	797	564	625
九州 計	4,188	5,082	4,403	4,529	3,268	4,081
총 계	22,100	25,300	21,700	23,500	19,100	20,900
전년대비	—	114.5%	85.8%	108.3%	81.3%	109.4%

(출처: 과수생산출하통계 「서양 배, 감, 밤 과수면적, 수확량 및 출하량」 농림수산부)

- 매년 기온과 태풍 등 기후에 영향 받기 때문에 년차에 따른 수확량 증감 폭이 전년도보다 80~110% 많음. 전체적으로 수확량이 감소세임. 수확량이 가장 많은 이바라기현에서는 2011년 지진과 방사성세슘의 영향에 의해 수확량은 대폭 감소하고 2012년도 약간 회복하였지만 2010년 이전의 수확량에는 이르지 못하는 현황임

〈지역별 수확량 (2012년)〉

(단위: 톤, %)

지역명	밤 합계	
	수확량	구성비
茨城	5,090	24.4
栃木	525	2.5
埼玉	755	3.6
千葉	499	2.4
東京	322	1.5
神奈川	394	1.9
長野	562	2.7
石川	180	0.9
岐阜	876	4.2
大阪	152	0.7
兵庫	430	2.1
島根	84	0.4
香川	30	0.1
愛媛	1,930	9.2
熊本	3,130	15.0
大分	326	1.6
宮崎	625	3.0
그 외	4,990	23.9
총계	20,900	100

(출처: 「2012년 서양 배, 감, 밤 과수면적, 수확량 및 출하량」 (농림수산부))

- 밤 수확량이 가장 많은 지역은 「쓰쿠바」 산지도 있는 이바라기현 24.5%이고, 다음으로로는 구마모토현 15%, 에히메 9.2% 기후에 따라 크게 지역 차는 없음

나. 가공품 생산 동향

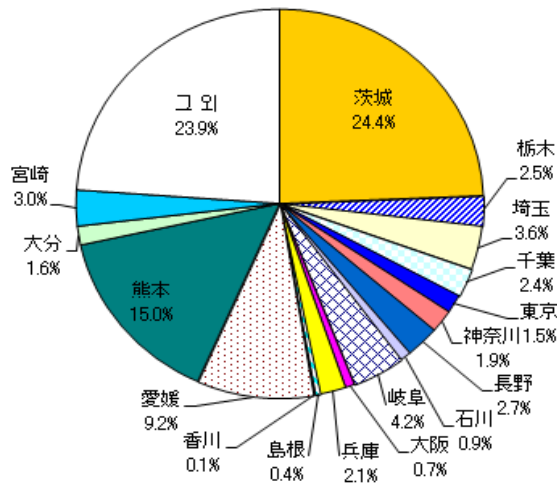
1) 종류별 생산량추이 (2010~2012년)

(단위: 톤)

연도		2010	2011	2012
적요	생산량	14.0	39.9	14.7
	전년대비(%)	—	285.0	36.8
설탕조림／ 물 조림 등	생산량	6,500	6,150	6,850
	전년대비(%)	—	94.6	111.4

(출처 : 후지경제추계, 무역통계 (재무부)등을 참조)

< 밤 수확량에 따른 지역별 구성비(2012) >



- 밤의 최종 가공제품으로는 텐진 군밤 「단밤」, 설탕조림, 마롱글라세가 주 제품임. 그 밖에도 제과재료로 사용되는 밤 페이스트, 밤 크림, 밤 잼, 구운밤, 찰밥·밤밥재료, 밤 금단, 밤 양갱 등의 일본과자, 양과자 등이 있음
- 마롱글라세는 최근 소매점등에서도 가볍게 구입 할 수 있게 되었고 단맛가미재료로서 수요가 높아짐. 유럽 밤을 사용하기 때문에 일본 생산량은 해외에서 유럽 밤을 수입해서 가공 상품이 대상이 되고 있음
- 설탕조림, 물 조림 등 그 외의 2차 가공품에 대해서는 수입품 및 수입산 작은 밤을 일본국내 가공한 제품과, 일본국내에서 밤 생산부터 박피와 2차 가공까지 처리한 제품이 포함되어 있음. 업무용으로는 작은 밤, 설탕조림, 물 조림, 마롱글라세 등이 유통하고 있음

2) 종류별 출하동향에 대해서

가) 단밤

- 중국산원료와 중국에서 완성품을 수입하는 경우가 많은 단밤은 2008년 중국제 냉동만두 중독사건에 따라 중국산식재료의 이미지가 저하되고, 과자 선택 폭이 넓어지고, 2011년에는 레토르트 단감의 대형 제조사인 구라시에후즈가 브랜드를 통합하는 등 영향을 받아서 시장은 축소하고 있음

나) 설탕조림/물 조림

- 가정에서 식습관이 달라지면서 일본과자, 급식, 외식대상의 밤밥 등도 어린이인구감소와 가정에서 절약지향 등에 의해 수요가 감소하고 있고 설탕조림과 물 조림의 시장은

축소경향을 보이고 있음. 일본국내의 주업체에 의하면 년 5%정도의 감소가 계속되고 있다는 견해도 있음

다) 마롱글라세

- 선물이나 레스토랑에서 제과재료 등으로도 이용되고, 일반소매점에서 판매하지 않기 때문에 수요에 따라서 한정적임

3) 시장특성 (품종, 유통시즌, 지역성 등)

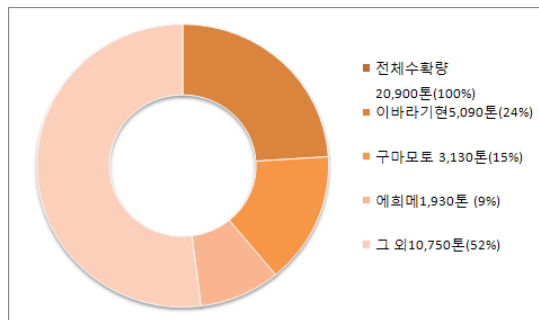
항목	1차 가공품 깍은 밤	2차 가공품 단밤	2차 가공품 설탕조림	2차 가공품 마롱글라세
품종	긴요세, 찌구바, 이시찌치 (한국산과 일본산은 거의 비슷함)	작은 것이 단맛이 강하고 껍질을 벗기기 쉬운 중국밤	긴요세, 찌구바, 이시찌치(한국산과 일본산은 거의 비슷함)	유럽밤(Castanea sativa) 중에서도 큰 밤알 「마로네」 품종은 고급 마롱글라세로 유통됨
유통시즌	9~11월	10~2월	10~2월	10~1월
지역성	특별히 없음	특별히 없음	아오모리, 홋카이도에서는 일본 찜 요리에 사용	특별히 없음

- 지역별특성으로는 각 특산지역에서 소비수요는 많지만, 그 외에 소비특성은 볼 수 없음

항 목	적 요
일본 밤 특징	• 타닌이 많고, 껍질 벗기기 어려움 • 알이 꽉차있고(빈틈이 없음) 수분이 많음 • 끈기가 강하기 때문에 삶아서 조리할 때 적합함 • 밤알이 큼 • 밤알 황색 • 맛이 담백함
일본 밤 품종	【찌구바】 일본국내 경작면적이 가장 많은 품종, 단맛과 향이 좋고 분질. 무게는 20~25g. 크고 저장성이 높기 때문에 가공용 원료로서 이용됨. 수확은 9월 중순부터 10월쯤 까지. 일본국내 생산량의 약 30%가 이 품종 【단자와】 홋카이도와 오기나와를 빼고 일본전국에서 재배함. 무게는 20~25g, 분질로 단맛과 향이 약함. 8월에 수확 가능한 조생종류. 【긴요세】 무게는 20~25g. 분질로 단맛과 향이 풍부, 저장성은 뒤떨어지기 때문에 가공용품종으로는 불가능. 9월 하순부터 수확 할 수 있는 중생종류 【리헤이 밤】 무게는 20~25g. 분질이고 달기 때문에 찜밤에는 좋지만, 밤 질이 약하므로 시럽가공에는 적당하지 않음. 9월 중순~하순에 수확 가능한 중생종류
유통시즌	• 수확기에 해당하는 9월부터 10월 출하 피크 • 조생, 중생, 만생에 따라서 품종이 다름. 조생 「단자와」, 중생 「찌구바」, 만생 「이시찌치」가 대표적임

항 목	적 요
주산지, 품종	• 아래 그래프에 대로 일본에서 가장 밤 수확량이 많은 곳은 이바라기현임
도매가격	8월 도매가격은 912엔/kg (2012년 농림수산통계 2012년산 서양 배, 감, 배 과실면적, 수확량 및 출하량」 의함) 에 비해서 9월에는 539엔/kg 까지 내려감

- 수입품은 개성이 강해서, 수분이 적기 때문에 설탕조림 맛이 약함. 중국 밤은 껍질이 벗기기 쉬워서 알밤으로 사용하고, 서양밤은 일본밤과 중국밤 중간정도의 특성이 있기 때문에 마롱글라세에 적당함
- 유통시즌은 9~11월이 최고, 연간 90%이상을 출하하고 있음



(출처: 「2012년 서양 배, 감, 밤 과수면적, 수확량 및 출하량」 (농림수산부))

〈2012년 월별 도매수량/ 도매가격〉

(단위: 톤, 엔/kg, %)

월	밤		
	도매수량	도매가격	구성비
1	9	378	0.2
2	5	390	0.1
3	7	414	0.1
4	1	530	0.0
5	—	—	—
6	—	—	—
7	—	—	—
8	37	912	0.6
9	2,713	539	46.2
10	2,881	493	49.1
11	184	632	3.1
12	30	497	0.5
합 계	5,867	—	100.0

(출처: 「청과물류통계」 (농림수산부))

※ 주요 도매시장에서의 도매수량으로 생산자로부터 물건을 모아서 이것을 소비지에 출하하는 산지 집하시장은 포함하지 않음. 이 통계는 전체수량의 약 25%를 차지함

II 수출입동향

1. 수출입동향

가. 수출량

◆ 밤 (생, 신선 혹은 건조시킨 것)

〈2012년〉

(단위 : KG, %)

나라	적요	월	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
중국	수출량		-	-	-	-	-	-	-	-	219,000	711,825	48,567	-	979,392
	구성비		-	-	-	-	-	-	-	-	22.4	72.7	5.0	-	100.0
한국	수출량		-	-	-	-	-	-	-	-	10,000	20,500	-	-	30,500
	구성비		-	-	-	-	-	-	-	-	32.8	67.2	-	-	100.0
합 계	수출량		-	-	-	-	-	-	-	-	229,000	732,325	48,567	-	1,009,892
	구성비		-	-	-	-	-	-	-	-	22.7	72.5	304.8	-	100.0

〈수출품 특징과 용도에 대해서〉

중 국	밤 껍질 가공, 설탕조림
한 국	밤 껍질 가공, 설탕조림 일본 국내소비

- 생밤은 중국으로의 수출이 대부분이고, 일본 국내 수확기가 되면 9월10월과 일부 11월에 집중하고 있음
- 일본산 밤 생산량 약 70~80%가 중국에 수출되고 있음
- 일본에서 중국에 수출된 밤 태반이 중국내에서 작은 밤, 설탕조림 등으로 가공되어 일본에 재 수입되고 있음
- 한국수출도 중국과 같이 한국 내에서 가공되어 설탕조림 등으로 반대로 수입되고 있지만, 한국 국내소비도 일부 있음

나. 수입량

1) 밤 (생, 껍질 있는 것, 신선 혹은 건조시킨 것)

〈2012년〉

(단위 : KG, %)

나라	월 적요	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
중 국	수입량	353,300	282,650	218,820	123,380	74,120	59,480	30,280	387,881	1,620,515	1,630,455	1,630,455	1,620,080	8,031,416
	구성비	4.4	3.5	2.7	1.5	0.9	0.7	0.4	4.8	20.2	20.3	20.3	20.2	100.0
한 국	수입량	-	13,500	-	-	-	-	-	10,500	13,500	-	-	-	37,500
	구성비	-	36.0	-	-	-	-	-	28.0	36.0	-	-	-	100.0
합계	수입량	353,300	296,150	218,820	123,380	74,120	59,480	30,280	398,381	1,634,015	1,630,455	1,630,455	1,620,080	8,068,916
	구성비	4.4	3.7	2.7	1.5	0.9	0.7	0.4	4.9	20.3	20.2	20.2	20.1	100.0

〈수입품 특징과 용도에 대해서〉

중 국	단밤
한 국	속껍질을 벗기고 조림, 설탕조림

- 중국산 수입이 대부분이고, 한국산 수입은 전체 0.5%에 불과함
- 중국산 수입은 9~12월에 집중하고 있고, 한국산 수입은 8~9월에 조생에 해당하는 시기에 한정되어 있음
- 일본에서는 연간 단밤수요가 있기 때문에 원료도 매년 수입되고 있고, 수확 시기는 일본과 거의 다르지 않기 때문에, 가격이 낮은 수확시기 9~12월 수입이 많음
- 원료는 냉동해서 수입되기 때문에, 일본국내에서 냉동보존해서 두면 연중 단밤공급이 가능함

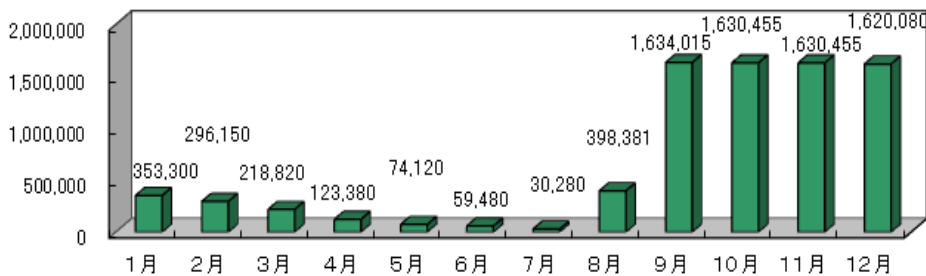
2) 밤 (생, 껍질 없음, 신선 혹은 건조시킨 것)

〈2012년〉

(단위 : KG, %)

나라	월	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
한국	수입량	—	—	—	—	—	—	—	—	358,274	1,403,268	1,303,557	604,505	3,669,604
	구성비	—	—	—	—	—	—	—	—	9.8	38.2	35.5	16.5	100.0
중국	수입량	11,070	—	—	—	—	—	13,000	—	126,641	392,758	403,224	199,442	1,146,135
	구성비	1.0	—	—	—	—	—	1.1	—	11.0	34.3	35.2	17.4	100.0
이탈리아	수입량	—	—	6,250	—	—	8,000	—	—	—	—	—	—	14,250
	구성비	—	—	43.9	—	—	56.1	—	—	—	—	—	—	100.0
프랑스	수입량	—	—	—	—	—	—	—	—	499	—	—	—	499
	구성비	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0	—	—	—	100.0
합 계	수입량	11,070	—	6,250	—	—	8,000	13,000	—	485,414	1,796,026	1,706,781	803,947	4,830,488
	구성비	0.2	—	0.1	—	—	0.2	0.3	—	10.0	37.2	35.3	16.6	100.0

밤(생 껍질있음) 수입량(2012년)

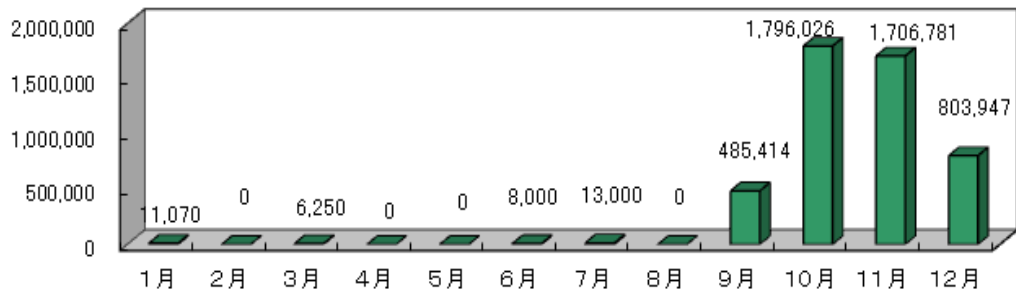


〈수입품 특징과 용도에 대해서〉

중 국	설탕조림, 물 조림, 찐밤
한 국	설탕조림, 물 조림, 찐밤
그 외 (이탈리아, 프랑스)	마롱글라세, 밤 크림, 밤 페이스트 등

- 일본 밤과 비슷한 특징을 가지고 있는 한국산 밤은 설탕조림, 물 조림에 적합하고, 밤 (껍질 없음) 한국산 수입량 전체 약 76% 차지함
- 중국산 밤 (껍질 없음)은 중국에서 수확된 밤뿐만 아니라, 일본과 한국에서 중국에 수입하고 있기 때문에 박피가공을 중국 국내에서 처리하기 때문에 일본에서 수입하는 비율이 높음

밤(생 껍질없음) 수입량(2012년)



- 그 이유로 일본산 밤이 박피가공 위해 중국에 수출하는 9~12월 수출량이 많고, 2~8월은 대부분 중국에서 수입되지 않고 있음
- 이탈리아, 프랑스에서 수입된 알밤은 마롱글라세와 제과재료의 밤 크림, 밤 페이스트로 가공되어 선물용과 일본과자, 빵 등에 이용되고 유통하고 있음

3) 밤 (마롱글라세)

〈2012년〉

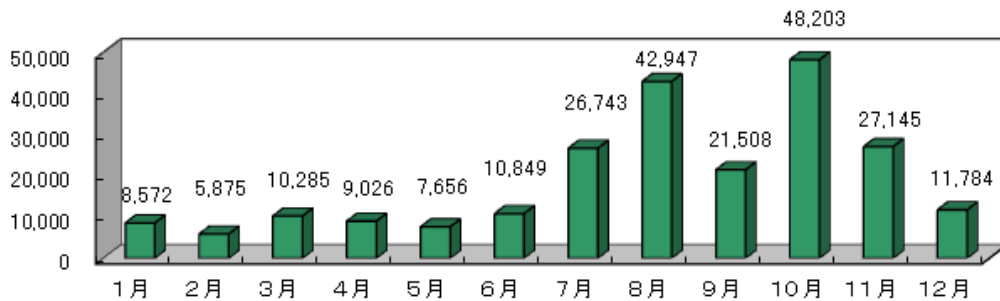
(단위 : KG, %)

나 라	월	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
중국	수입량	7,800	5,600	8,880	8,904	7,296	10,816	12,016	22,368	20,584	30,104	22,072	8,024	164,464
	구성비	4.7	3.4	5.4	5.4	4.4	6.6	7.3	13.6	12.5	18.3	13.4	4.9	100.0
이탈리아	수입량	353	275	525	—	—	—	14,676	20,016	620	16,281	3,904	3,456	60,106
	구성비	0.6	0.5	0.9	—	—	—	24.4	33.3	1.0	27.1	6.5	5.7	100.0
스페인	수입량	360	—	840	—	360	—	—	534	120	1,380	534	—	4,128
	구성비	8.7	—	20.3	—	8.7	—	—	12.9	2.9	33.4	12.9	—	100.0
프랑스	수입량	59	—	40	122	—	33	51	29	184	438	635	304	1,895
	구성비	3.1	—	2.1	6.4	—	1.7	2.7	1.5	9.7	23.1	33.5	16.0	100.0
합 계	수입량	8,572	5,875	10,285	9,026	7,656	10,849	26,743	42,947	21,508	48,203	27,145	11,784	230,593
	구성비	3.7	2.5	4.5	3.9	3.3	4.7	11.6	18.6	9.3	20.9	11.8	5.1	100.0

〈수입품 특징과 용도에 대해서〉

중 국	마롱글라세, 제과재료
이탈리아	마롱글라세, 제과재료
그 외 (스페인, 프랑스)	마롱글라세, 제과재료

밤(마롱글라세) 수입량 (2012년)



- 마롱글라세에 대해서도 수입전체 70% 이상이 중국이지만, 수입통계에 의하면 마롱글라세로서 수입되어도 마롱글라세로는 일본국내에서 판매되고 있지 않음
- 설탕조림 등도 포함되기 때문에 중국산 수입량이 전체 71%를 차지함
- 이탈리아산 약 26%, 그 외에 프랑스, 스페인과 유럽에서 수입중심이고, 케익과 양과자점, 레스토랑 등 이용되고 있음

4) 밤 (보존을 적합하게 처리한 것)

(2012년)

(단위 : KG, %)

나라	월 적요	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
중국	수입량	159,787	25,448	19,150	58,083	26,822	71,576	73,318	137,670	180,492	273,055	562,058	279,509	1,866,968
	구성비	8.6	1.4	1.0	3.1	1.4	3.8	3.9	7.4	9.7	14.6	30.1	15.0	100.0
프랑스	수입량	5,198	56,132	21,261	9,600	1,555	38,568	17,424	41,808	64,816	11,309	59,609	33,012	360,292
	구성비	1.4	15.6	5.9	2.7	0.4	10.7	4.8	11.6	18.0	3.1	16.5	9.2	100.0
칠레	수입량	14,340	-	-	-	-	735	18,618	37,248	-	54,126	-	18,498	143,565
	구성비	10.0	-	-	-	-	0.5	13.0	25.9	-	37.7	-	12.9	100.0
이탈리아	수입량	657	-	-	448	5,040	-	1,561	300	-	3,104	-	488	11,598
	구성비	5.7	-	-	3.9	43.5	-	13.5	2.6	-	26.8	-	4.2	100.0
스페인	수입량	-	756	-	944	-	435	1,512	4,526	-	1,512	-	-	9,685
	구성비	-	7.8	-	9.7	-	4.5	15.6	46.7	-	15.6	-	-	100.0
한국	수입량	553	-	-	-	-	-	-	-	800	-	5,344	-	6,697
	구성비	8.3	-	-	-	-	-	-	-	11.9	-	79.8	-	100.0
스위스	수입량	540	-	-	-	-	-	492	-	-	924	1,620	-	3,576
	구성비	15.1	-	-	-	-	-	13.8	-	-	25.8	45.3	-	100.0

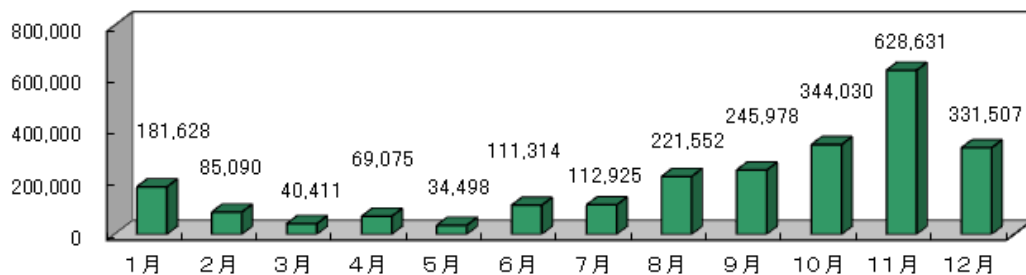
나라	월 적요	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	합 계
터키	수입량	-	2,754	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,754
	구성비	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
벨기에	수입량	553	-	-	-	1,081	-	-	-	-	-	-	-	1,634
	구성비	33.8	-	-	-	66.2	-	-	-	-	-	-	-	100.0
모나코	수입량	-	-	-	-	-	-	-	-	670	-	-	-	670
	구성비	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	100.0
합계	수입량	181,628	85,090	40,411	69,075	34,498	111,314	112,925	221,552	245,978	344,030	628,631	331,507	2,406,639
	구성비	7.5	3.5	1.7	2.9	1.4	4.6	4.7	9.2	10.2	14.3	26.1	13.8	100.0

〈수입품의 특징과 용도에 대해서〉

중 국	단밤, 설탕조림
프 랑 스	마롱글라세, 밤 페이스트, 밤 크림
칠 레	밤 페이스트, 밤 크림, 설탕조림, 껍질 벗기고 찐 밤
한 국	설탕조림, 물 조림
이탈리아	마롱글라세, 밤 페이스트, 밤 크림
그 외 (스페인, 터키, 스위스, 모나코, 벨기에)	마롱글라세, 밤 페이스트, 밤 푸레, 밤 크림, 설탕절임 등

- 캔이나 병 등 기밀용기에 넣어서 설탕과 그 외 단맛과 알코올을 넣어도 상관없이 보존을 적합하게 처리해 주기 때문에 밤 가공품 대상이 됨
- 중국산 수입이 가장 많고 전체 약 76%를 차지하고, 다음은 칠레, 프랑스 구성비가 높음
- 칠레 밤은 유럽종자의 밤을 수입해서 재배했기 때문에 마롱글라세와 페이스트, 크림 등 제과 재료에 적합함

밤(보존 적합하게 처리한것) 수입량(2012년)



2. 수입품현황

가. 품목별 수입품 유통시기, 시장조사, 판매형태의 특징에 대해서

품 목	유통시기	포장방법	비 고
① 생 밥	수확기에 해당하는 8~10월 수입량이 가장 높음. 8월은 일본국내 밥 가격이 비싸서 수입량도 많음	비닐 (마): 80kg 한말통	냉동
② 1차 가공품	수확기에 해당하는 8~10월 수입량이 가장 높음. 8월은 일본국내 밥 가격이 비싸기 때문에 수입량도 많음	한 말 통, 진공포장 (1박스 10kg) (박피하기 때문에 ,신선도와 보존위해 통조림, 진공포장이 주류)	냉동, 냉장육
③ 2차 가공품 (설탕조림, 마롱글라세 등)	가공하기 때문에 보존이 길어서 매년 수입이 가능. 수확시기가 조금 늦는 10~12월 시기에 가장 많음	〈설탕조림, 물조림, 페이스트, 크림〉 일반시판용: 병조림 (고정 양 ;200g, 250g, 500g) 업무용: 9L캔, 1호 캔 페이스트와 크림은 비닐포장도 있음	통조림, 병, 레토르트 등 수입

나. 품목별 수입품에 있어서 한국산 경쟁력요소 평가

품 목	품질(품종, 맛, 질 등)	가 격	생산량	그 외 (안정성, 이미지 등)
① 생밥	한국산은 원래 일본품종 「쓰구바」 「긴요세」를 사용하고 있고 맛은 일본 것과 비슷 최근에는 「부서지기 쉬움」	일본산 약 70~80%	안 정	수확량이 많고, 품질, 생산 안정성 등에 대해서 특별히 문제없음
② 1차 가공품 (깍은 밥)	맛과 품질은 좋고, 프로의 눈으로 보고 판별이 어려운 레벨이지만, 약간 단맛은 일본산보다도 적음	일본산 약 70~80%	중국에 비하면 적음 (한국산→중국→박 피가공→일본이 증가하기 위해)	수확량이 많고 품질과 생산, 안정성 등에 대해서 특별히 문제없음. 밥밥 등 원료에 적합함. 2012년은 태풍의 영향을 받고 가격이 상승함
③ 2차 가공품 (설탕 조림, 마롱글라세 등)	특별한 이미지 없음	일본산 약 70~80%	특별한 이미지 없음	특별한 이미지 없음

III • 유통구조

1. 유통구조

가. 일본 국내유통량추이

1) 생밤(껍질 있는 것)

(단위: 톤)

연도		2010	2011	2012
적요	유통량	23,274	20,631	22,359
	전년대비(%)	—	88.6	108.4
수입	수입량	7,921	7,345	8,068
	전년대비(%)	—	92.7	109.8
일본산	생산량	17,100	13,800	15,300
	전년대비(%)	—	80.7	110.9
수출	수출량	1,747	514	1,009
	전년대비(%)	—	29.4	196.3

(후지경제추계)

2) 마룽글라세

(단위: 톤)

연도		2010	2011	2012
적요	유통량	20.0	48.7	547.7
	전년대비(%)	—	243.5	—
수입	수입량	6	8.8	533
	전년대비(%)	—	146.7	6056.8
일본산	생산량	14	39.9	14.7
	전년대비(%)	—	—	—
수출	수출량	—	—	—
	전년대비(%)	—	—	—

(후지경제추계)

3) 작은 밤

(단위: 톤)

연도		2010	2011	2012
적요	유통량	4,703	4,345	4,830
	전년대비(%)	—	92.4	111.2
수입	수입량	4,703	4,345	4,830
	전년대비(%)	—	92.4	111.2
일본산	생산량	—	—	—
	전년대비(%)	—	—	—
수출	수출량	—	—	—
	전년대비(%)	—	—	—

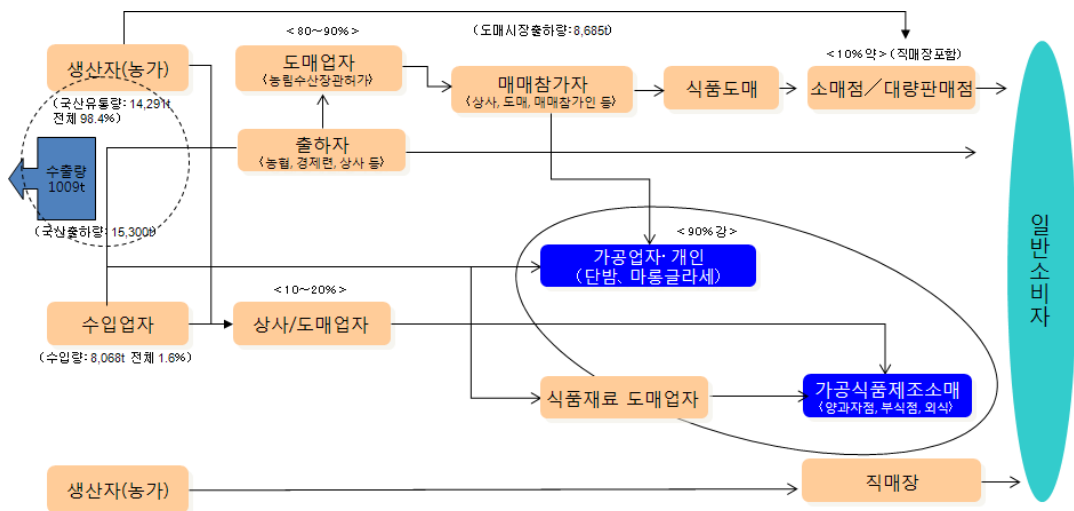
(후지경제추계)

- 일본국내 생밤 유통량은 일본산이 70%가량을 차지하고 있으며, 일본국내에 유통하고 있는 생밤은 일본산이 대부분임.
- 최근에는 일본산 밤이 외국에 수출량도 확대하고 있지만, 2012년은 작황이 좋아서 일본산도 수입품도 유통량이 증가하고 있음
- 일본국내에서는 출하자가 일본산 각은 밤을 판매하는 것이 아니라, 이후 중간유통 과정이 있어서, 가공업자나 최종 수요자가 이용하기 위해 박피하고 있음
- 마룽글라세는 마룽글라세로서 수입한 수입량과 수입한 유럽산 각은 밤을 가공해서 마룽글라세를 유통하고 있는 상품을 합하고 있음
- 마룽글라세 수입량은 2012년에 급격히 확대되고 있음

나. 대상품목의 일본 국내유통구조

〈생밤(껍질 있음)유통구조, 일본산+수입품〉

* 일본 국내유통량 : 22,359톤

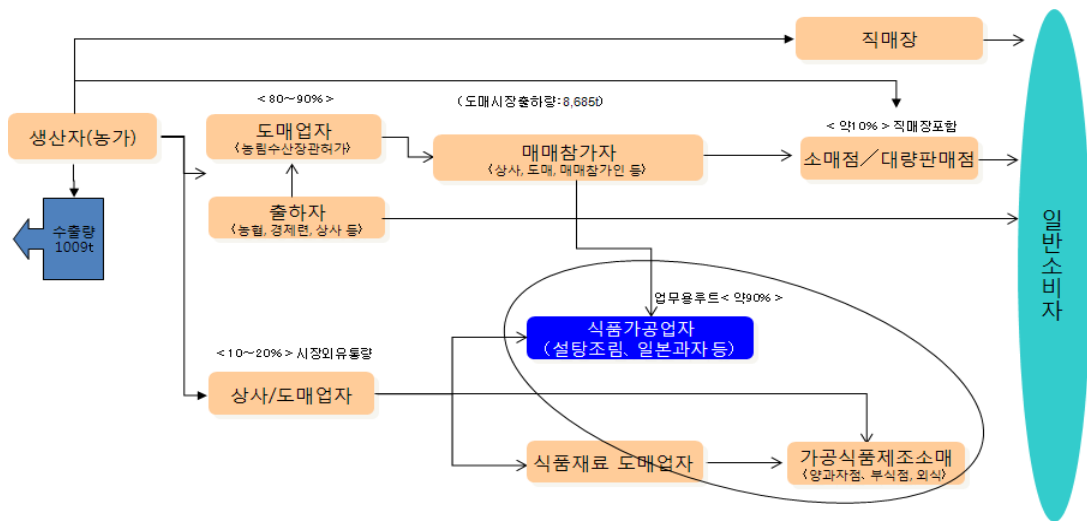


- 일본산 생밤 (껍질 있음)은 박피가공 때문에 중국에 수출하고 설탕조림, 각은 밤으로 가공되어서 반대로 수입되는 경우와 일본산밤으로 수출에서 생밤으로서 유통하는 경우가 있음. 위 표는 일본국내유통의 구조를 나타냄
- 일본산은 주로 시장(JA 등의 청과시장)을 통해서 상사와 가공업자, 소매점 바이어가 구입하고, 그 후 가공업자, 소매점/대량 판매점 등을 통해서 일반소비자에게 판매되는 경로와 단밤의 가공업자가 노점이나 점포 앞에서 판매해서 일반소비자에게 판매되는 경로가 있음

- 고급과자점, 요리점 등에서는 달콤한 밤, 밤 요리에 사용하는 경우 생밤의 상태에 따라 조리하는 케이스도 있는데 이용량은 아주 적음
- 생산지에서 밤 농가가 생밤(껍질 있음)을 직접 직매소에서 판매하는 케이스도 있음

〈생밤(껍질 있음)유통구조, 일본산〉

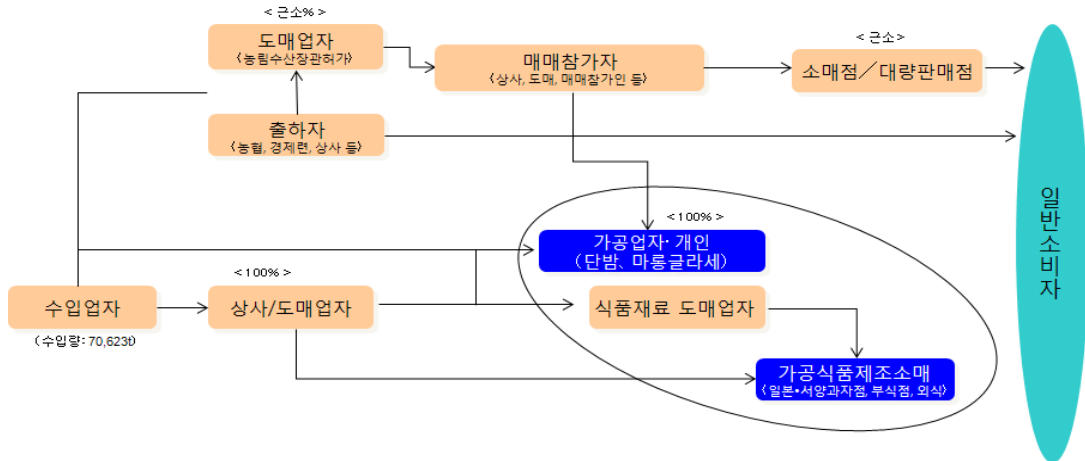
* 일본 국내출하량 : 14,291톤



- 종래, 일본산 생밤이 많게는 도매시장을 통해서 유통하고 있지만, 최근에는 소매점에서 생산자가 보이는 상품으로서 농가와 직접 계약하는 경우가 증가하고 있음
- 그렇기 때문에 현장에서는 도매시장이 전체 80~90%, 시장 외 10~20% 정도라고 볼 수 있음
- 일본산 생밤 약 90%는 일본과자, 설탕조림 등 업무용으로서 이용됨
- 가정에서 생밤을 사용한 요리를 하는 경우 감소하고 있고, 가정용으로 판매하는 소매점 판매구성비는 감소하고 있는 것으로 예측됨

〈생밤 (껍질 있음) 유통구조, 수입품〉

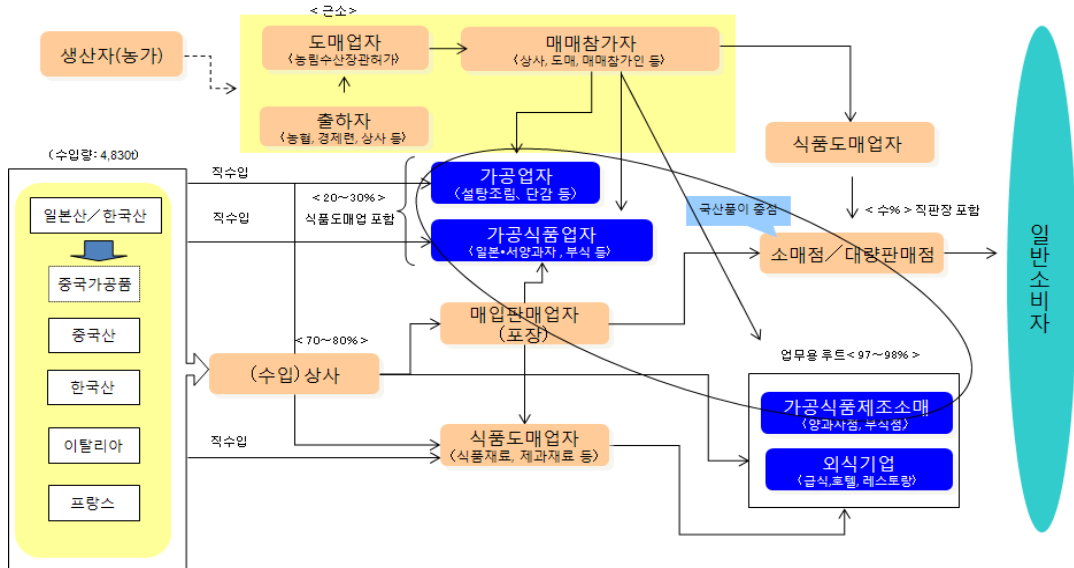
* 수입량 : 8,068톤



- 수입품 생밤은 수입상사, 및 수입업자 업무를 맡았던 기업으로부터 가공업자, 개인 경영자(단감의 경면판매 등 취급하고 있음), 일본·양과자, 부식점 등 가공식품제조소매업자에 유통하는 케이스가 대부분임
- 도매시장에 출하하는 비율은 아주 조금임
- 또, 일반소비자는 중국산 밤에 대한 이미지가 좋지 않기 때문에 소매점에서 수입품 취급은 아주 적음
- 주로 중국 식재슈퍼 또는 업무용 슈퍼 등에서 판매를 유지하고 있음
- 작은 밤은 일본국내에서 박피 가공하는 케이스와 일본산, 한국산 밤을 중국에 수출해서 작은 밤을 가공하고, 중국산 작은 밤과 함께 수입되는 케이스가 있음
- 작은 밤 유통루트는 크게 나뉘서 밤밥 등 용도로서 작은 밤 그대로 일반소비자까지 유통하는 루트와 2차 가공된 업무용 루트로 나누어짐
- 많게는 업무용 루트에 유통하고 있고 주로 밤밥과 일본·양과자, 제과재료에 가공됨
- 수입산 작은 밤은 작게 포장해서 매입판매업자 혹은 설탕조림과 밤 크림 등 가공하고 소매판매, 외식, 일본과자 등 이용됨

〈껍질벗긴 밤, 일본산+수입품〉

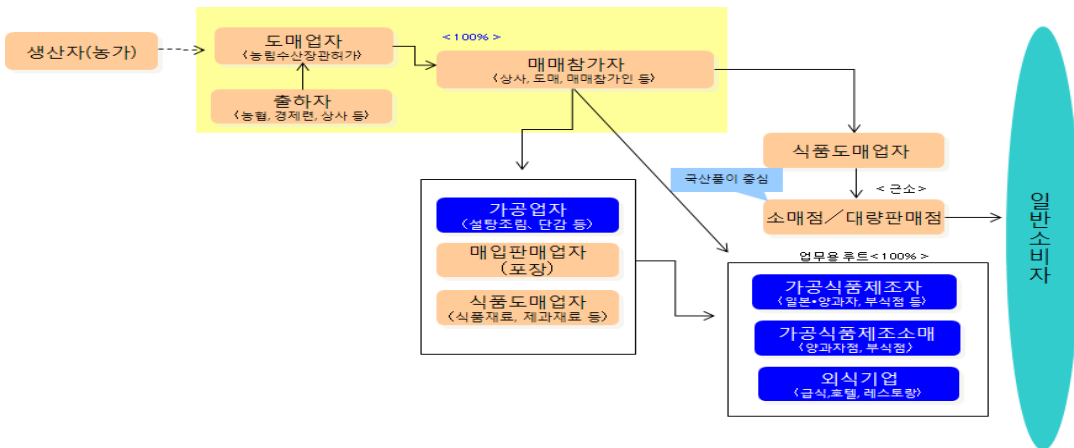
* 생밤 (껍질 있음) → 작은 밤→



- 이탈리아, 프랑스, 칠레 등 유럽과 남미 수입품은 마롱글라세, 마롱페이스트, 마롱크림 등 2차 가공품을 중심으로 수입 상사를 통해서 직접 혹은 식재/제과재료도매업자 등을 통해서 일반과자점, 부식점, 급식, 레스토랑, 카페, 호텔, 대형과자 메이커 등 가공식품제조업자에게 이용됨

〈껍질벗긴 밤, 일본산〉

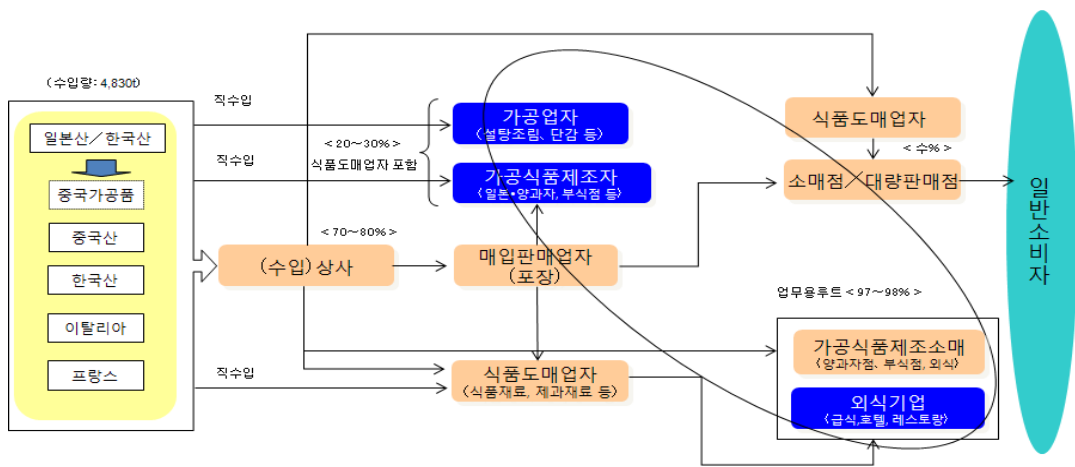
* 생밤 (껍질 있음) → 작은 밤→



- 일본산 작은 밤은 생산자와 시장 출하자 JA의 단계에서는 생밤으로 유통하고 있는 케이스가 대부분임. 최종 수요자와 생밤을 벗겨서 이용하는 경우가 많음
- 밤 산지 JA 이바라기 중앙에서는 2013년도부터 JA에서 작은 밤을 생산하고 부가가격을 붙여서 시장에 유통시킬 예정임

〈껍질 벗긴 밤, 수입품〉

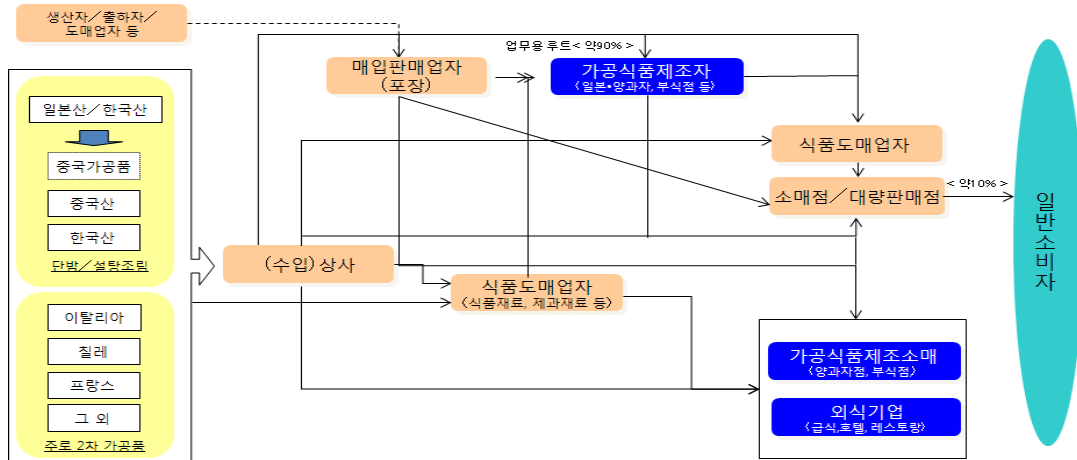
* 생밤 (껍질 있음) → 작은 밤→



- 수입품은 주로 수입상사 경유 또는 가공업자가 원료를 자사에서 수입하는 2가지 케이스로 나뉨
- 수입 상사를 통하는 경우
- 최종적으로 설탕조림, 밤 금단 등 일본과자, 몽블랑 등 양과자에 사용되는 제과재료, 도시락, 외식 밥밥 재료로서 90%이상이 업무용으로서 이용됨
- 한국산에 대해서 일부소매점에서도 판매되고 있지만, 전체 차지하는 구성비는 5% 미만이라고 추측됨

〈2차 가공품 유통구조, 일본산+수입품〉

* 벗긴 밤/생밤 → 2차 가공품 →

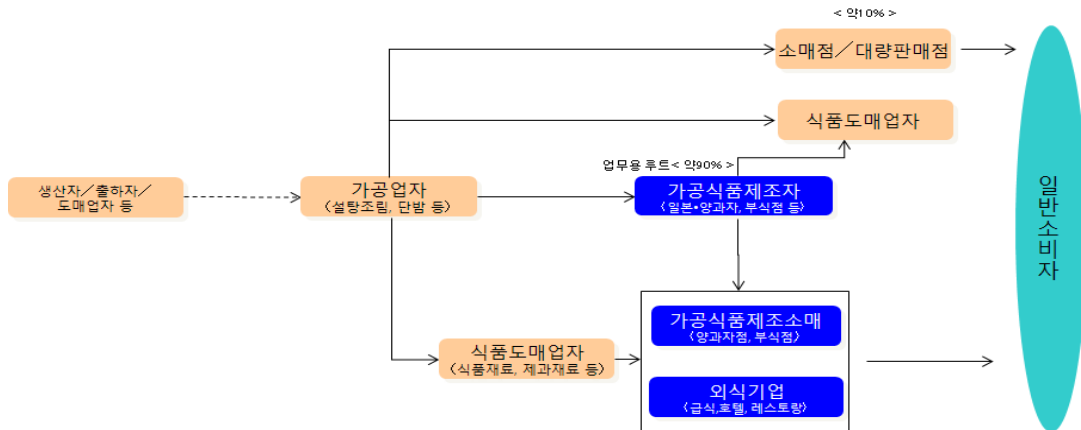


(마출출라세 수입량: 230t / 보존을 적당하게 처리한 밤: 2,406t)

- 일본산 2차 가공품으로서는 설탕조립, 일본과자 제과재료, 외식점 등 업무용루트가 중심임
- 수입품에 대해서는 수입 상사를 통해서 식재/제과재료전문 식품도매업과 가공식품제조업자, 외식점에 유통이 중심이고, 소매점 판매량은 적음
- 레토루트 단감은 각 메이커가 일본국내에서 최종 레토루트가공을 실시하고 「일본산」으로서 판매하고 있음

〈2차 가공품 유통구조, 일본산〉

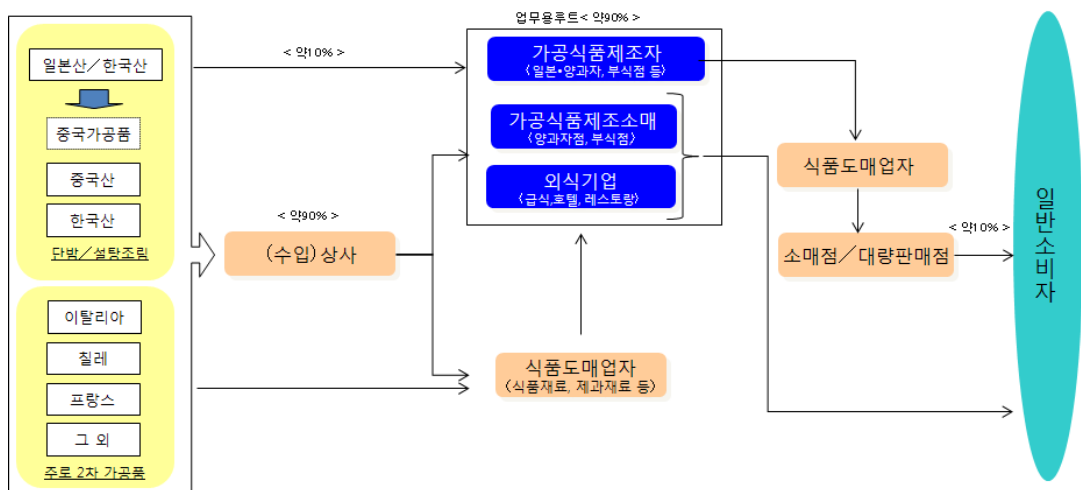
* 벗긴 밤/생밤 → 2차 가공품 →



- 일본산 2차 가공품은 도매시장 등을 통해서 생밤과 깎은 밤을 가공업자가 2차 가공품으로 유통하고 있음. 소매점에서는 설탕조림과 밤 금단으로서 판매되고 있고 특히 연말연시에는 소매판매로 수요가 확대 됨

〈2차 가공품 유통구조, 수입품〉

* 벗긴 밤/생밤 → 2차 가공품 →



(마홍굴리세 수입량: 230t
보존을 적합하게 처리한 밤: 2,406t)

- 밤 가공품이 수입되는 경우는 수입상사와 식품도매업, 혹은 가공업자가 직접 수입하고 있음. 각각 구성비는 수입상사 경유가 약 90%, 가공업자 등 직접 수입하는 경우가 약 10% 추측됨
- 특히 큰 가공업자에 대해서는 수입상사로부터 상품을 매입하고 있음
- 수입품 2차 가공품 중 설탕조림이나 마룻글라세에 대해서는 소매점 등을 통해서 일반소비자에게 유통하고 있지만, 약 90% 정도는 밤밥과 일본과자 등 제과재료와 같은 가공원료로서 이용됨

다. 유통 각 단계에 있는 주요 업체

	수 입	출하자/도매업자/ 중매업자	가공식품제조/ 매입판매업자	일반소매	업무용수요자	그 외
업 태	수입업자	수입상사 식품도매업자 식재료도매업자 제과재료도매업자 【생밤】 JA	가공식품메이커 (시판용, 업무용) 【생밤/깍은 밤】 포장	SM, GMS Dgs, CVS 그 외	일본과자점 과자/빵메이커, 음식점(일식, 중식 등) 카페, 매입업자, 급식업자, 빵집	생산자 중에는 인터넷통판으로 직접하고 있는 기업도 있음
기 업 예	스카이상사 히부쓰무역 고우지통조림 (자사수입)	【생밤】 JA 이바라기 중앙 교토과자 고구분 스미토모물산	고우지통조림 쥬온 메구미푸드	이온, 라이프, 이토요카도	썬루야 요우신 구라세푸드 토토루 메리쵸코렛컴퍼니	-

라. 유통의 특징

- 일본산 생밤에 대해서는 생산비 절감을 위해 중국에서 구입된 박피가공한 후, 반대로 수입해서 주로 2차 가공품에 이용됨. 일본과자 재료, 빵도구, 일식, 중식, 맞춤형도시락, 급식 등 주식(밤밥, 밤 찰밥 등), 반찬, 계절한정 음료수, 대형 과자점, 빵 메이커 등 밤의 2차 가공품은 폭넓기 때문에 업무용수요자의 활동이 많음. 캔, 병조림 가공품의 생산지역은 시고구 지역(도구시마, 가가와, 에히메, 고우치) 에 집중하고 있음

마. 소품목별 유통실태에 대해서

1) 가격과 마진구조

		수 입	중간 유통 (도매시장/상사/매입판매업자)	소 매 점
생 밤	포장 업체	비닐(마) : 80kg 한 말 통	비닐(마) : 80kg / 한 말 통 네트 / 비닐(진공포장)	네트(소매점에서 주류) 비닐(진공포장)
	상단 : 가격특성 하단 : 가격변화 ※	267円/kg (무역통계 2012)	도매가격 518円/kg (8~10월) (일본산)	1,000円전후/kg(일본산) (계절과 품종 등에 의해서 다름)
		약 27	약 50	100
깍 은 밤	포장 업체	한 말 통 진공포장(1상자 10kg) (박피했기 때문에 선도, 보존 위해 통조림, 진공포장이 주류임)	한 말 통 진공포장(겉 상자 : 1상자 10kg) 비닐	진공포장 비닐
	상단 : 가격특성 하단 : 가격변화 ※	680円/kg (무역통계 2012)	1,800円~2,400円/kg (일본산)	3,000円~4,000円/kg (일본산)
		약 70	약 60	100
2 차 가 공 품	포장 업체	일반시판용 : 병조림 (고정량200g `250g `500g) 업무용 : 9L강통 `1 호강통 페이스트와 크림은 비닐도 있음	일반시판용 : 병조림 (고정량 : 200g `250g `500g) 업무용 : 9L강통 `1 호강통 페이스트와 크림은 비닐도 있음	병조림 (고정량 : 200g `250g `500g) 통조림 : 250g(크림) / 레토르트 (마롱크림, 페이스트는 시장판매하지 않음)
	상단 : 가격특성 하단 : 가격변화 ※	432円/kg 설탕조림(중국산) 439円/kg 마롱글라세, 페이스트 등	P4합병 60~120円(설탕조림)	P4합병 100円~200円 (설탕조림) 1kg缶 1,000~1,500円(마롱크림)
		약 30~40	약 60	100

※ 소매가격을 100으로 한 경우 가격기준

〈밤 통조림, 병조림에 관한 규격(농산물 통조림 및 농산물 병조림 일본농림규격)〉

※ 밤 통조림과 병조림에 대해서는 규격이 정해져 있음

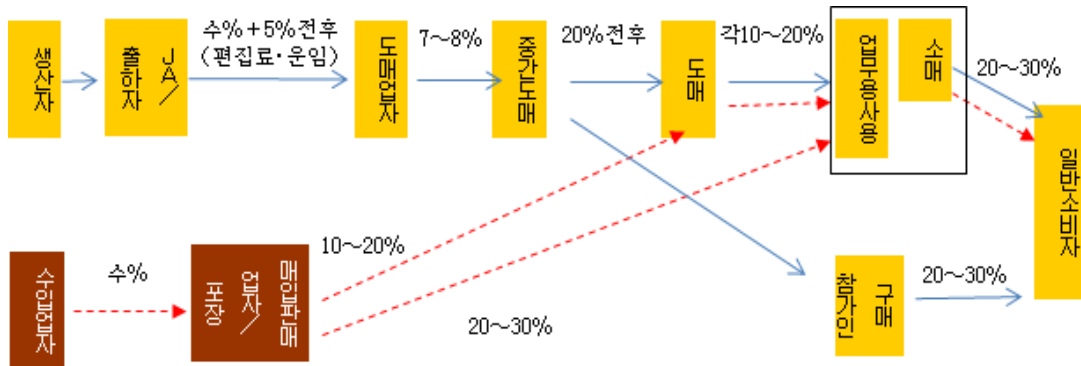
형태	고정량	총량	내용규격(M사이즈 경우)
P4호 병	100g	200g	7알~10알
P3호 병	250g	500g	17알~22알
M2호 병	280g	500g	18알~23알
M1호 병	650g	1,100g	43알~53알

형태	고정량	총량	내용규격(M사이즈 경우)		
9L 강통	6kg	10.5kg	LL	260(알) 전후	90(알) 전후
			L	300	100
1호 강통	1.9kg	1.9kg	M대	350	110
			M중	420	130
			M소	500	160
			S	620	200
			T	770	250

◆ 마진구조

〈생밤, 작은 밤(일본산, 수입품)〉

* 일본산 → 수입품 →

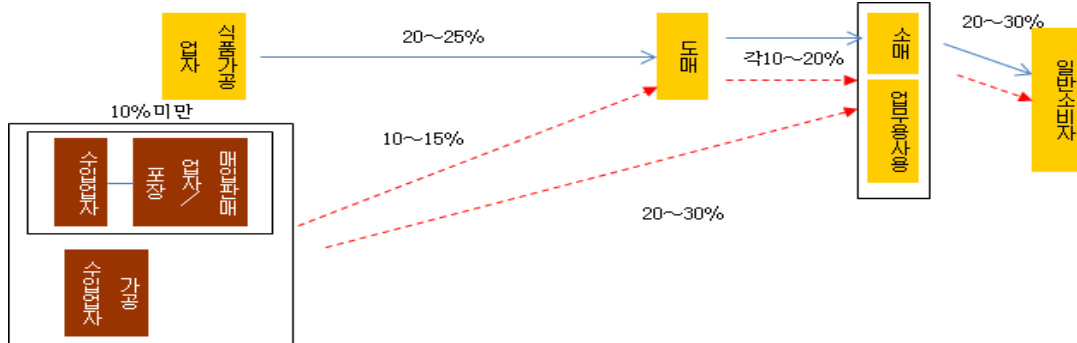


- 일본산 경우 JA 등 출하자가 도매시장을 통해서 판매되고 있음. JA 이익률 자체는 수%로 출하하고 있지만, 크기, 품질에 맞게 과실편집 작업분류와 운임을 더하면 7~8% 정도 될 것으로 봄
- 최근에는 가격이 저렴한 밤은 생산자가 디렉트로 소매업자에게 판매하는 케이스도 늘고 있음
- 생밤 수입품은 주로 수입업자가 매입한 후, 포장 등을 경유하지만 포장을 하지 않는 수입업자 경우는 마진율이 몇 % 적음
- 그 후도 포장업체와 가공 등을 더하는 경우 마진율도 10~30% 되지만, 그것에 대해서 생밤 그대로 수요자에게 유통하는 경우 마진율은 적음
- 도매시장을 경유 할 때는 시장이용에 대한 수수료로서 도매업자와 중매업자 각각 판매액에 맞게 일정의 수수료를 지불하는 방법으로 되어 있음

◆ 마진구조

〈2차 가공품(수입품)〉

* 일본산 → 수입품 →



- 2차 가공품 밤 페이스트와 크림에 대해서는 대부분이 수입품임. 단밤과 설탕조림 등은 가공업자가 중국 등 현지에서 원료를 조달하고, 가공 후에 수입, 포장하는 경우나, 포장 후에 수입하는 경우 등 가공업자에 따라 다름. 생밤을 수입하고 일본국내에서 가공하는 경우는 식품가공업자 마진이 20~30% 경우도 있음

2. 대상품목 소비 동향

가. 소비특성에 대해서

소모품 적요	① 생 밤	② 1차 가공품 : 깍은 밤	③ 2차 가공품: 설탕조림, 마롱글라세, 단밤 등			
			단밤	설탕 조림	마롱 글라세	찐 밤
이용용도	삶은 밤, 단밤	설탕조림, 물 조림, 뽕은맛제거, 마롱페이스트, 마롱크림 등	가정용	가정용 제과재료	가정용 제과재료	밤밥 가공 식품
이용조건	보존성이 필요하기 때문에 저장성이 높은 품종, 저장할 수 있는 포장사용	용도에 따라 밤 등급이 있고, 단골손님이나 이용용도에 맞게 사용하는 등급은 다름	-	-	-	-
지역별특성	이바라기현, 구마모토현이 특산지역 기후현, 나가노현에서 일본과자 원료로서 소비됨	-	나가노현	아오모리 홋카이도 는일본 찜요리에 사용	-	-
그 외	껍질 있는 생밤은 거의 대부분 단밤으로서 사용, 가정용에서는 삶은 밤, 업무용에서는 식재료 고급레스토랑 및 일본과자점은 일본산 생밤을 구입함	일본산이라도 박피에 따라 중국에서 가공한 후 반대로 수입하는 케이스가 많음	간단한 레토르트 상품 비율이 높아짐	-	-	-

- 생밤은 청과 혹은 단밤을 가공해서 가정용으로서 이용함
- 각은 밤은 밤밥의 재료, 설탕조림, 뚝은 맛을 제거한 조림, 마롱페이스트, 마롱크림 등에 가공됨
- 이것은 가정용, 업무용이 있고, 설탕조림과 물 조림은 밤밥과 도시락 등 반찬, 일본과자 등 제과재료로서 이용됨
- 지역특성은 거의 볼 수 없고, 특산지역 이바라기현, 구마모토현 등에서는 선물이나 자가소비, 토산물 등 2차 가공품으로서 소비량이 많은 것으로 추측됨

나. 원산지에 대한 평가

원산지	품질 (품종, 맛 등)	가 격	생 산 량	그 외 (안정성, 이미지 등)
중 국	껍질을 벗기기 쉬움 알이 작음	설탕조림 물 조림: 일본산최저가격에 비해서 약 60%	안정적	안전 면에 대해서는 불안
한 국	일본산밤과 거의 비슷함 약간 단맛이 적음	설탕조림/ 물 조림: 국산품의 최저가격에 비해 약 70~80%	한국 밤 수확량은 일본의 약 3배고, 자연재해 등 영향은 있지만, 공급량으로서는 일본국내보다 안정적	거의 일본산과 비슷한 품질
일본 (국산)	껍질이 벗기기 어려움 알이 큼 단맛이 있음	가격이 비쌈	특별한 문제는 없음 단, 현재 방사성세슘의 영향으로 이바라기현산 밤 박피가공을 중국측이 중지하고 있기 때문에 일본산의 벗긴밤 양이 적은상태	안전, 안심 고급느낌

- 중국산에 대해서는 2008년 중국제냉동만두중독사건이후, 안전 면에 대해서 신뢰가 떨어져있어 고객에 따라서 ‘중국산 이외’ 라고 말하는 요청도 있음
- 단밤은 ‘텐진 군밤’이라는 명칭이 정착되었기 때문에, 중국산에 대한 이미지는 나쁘지 않지만 물 조림 등 가공식품의 원료로서 이용하는 경우와 설탕조림, 마롱글라세는 일본과 유럽의 이미지가 강한 상품은 중국산을 회피하는 경향이 강함
- 한국산에 대해서는 유난히 나쁜 평가는 없지만, 이상기온의 영향으로 수확기가 가까운 시기에 폭우, 태풍이 발생하면 원료가격이 급등할 우려가 있음
- 박피가공을 한국에서 중국으로 이행, 중국국내에서도 인건비 상승과 박피가공업체의 감소 때문에 연안부에서 오지까지 가공공장으로 이동하므로, 운송원가를 포함하면 중국산 알밤, 중국에서 가공된 일본산, 한국산 알밤 가격이 상승함. S, SS 사이즈 공급량을 확보하는 것도 어려울 것으로 예측됨

IV. 수출확대전략

1. 한국산 <밤>에 관한 일본시장의 개척가능 품목

※ ○: 높음, △: 조건달성하면 가능성 있음, ×: 어려움

소 품 목	가능성 ※	이 유
① 생밤	×	• 단밤용도가 중심이기 때문에 품종이 껍질이 벗기기 쉽고 알이 작은 중국산이 적합
② 껍질 벗긴 밤	△	• 현재 한국산 밤을 중국에서 박피가공해서 일본에 수입하고 있음 • 중국에 있는 박피 가공비용이 상승함 • 2차가공용도로서 이용 범위가 넓어짐
③ 2차 가공품 (단밤)	×	• 껍질이 벗기기 쉬운 알이 작은 중국산 품종이 단밤에 적합 • 단밤=텐진 단밤으로서 이미지가 정착되어 있기 때문에, 중국산 밤에 대한 저항이 거의 없음
③ 2차 가공품 (설탕조림)	△	• 일본산 밤에 가까운 한국산 밤은 설탕조림 원료에 적합 • 현재도 한국산 밤이 중국에서 박피 가공되어 일본에 수입됨 • 설탕조림의 경우는 중국산을 피하는 경향이 강함
③ 2차 가공품 (마롱글라세)	×	• 마롱글라세에 적합한 밤은 유럽 밤이고, 한국산, 일본산은 품종이 다르기 때문에 적합하지 않음
③ 2차 가공품 (그 외)	△	• 마롱페이스트, 마롱크림 등 유럽 밤이 사용되고, 일본 밤과 거의 차이가 없는 한국산은 적합하지 않음

- 일본시장의 개척가능성품목

- ② 껍질 벗긴 밤 ③ 2차 가공품 (제과재료)

2. 확대가능 상품에 관한 일본시장 개척을 향한 과제

가. 껍질 벗긴 밤

1) 문제점 / 과제

[제품] • 안전면에서 불안	[가격] • 중국산에 비해서 가격 우위성이 없음
[유통] • 현상이상의 유통경로 확대	[전달경로] • 판매경로에 맞게 대응을 할 수 없음

2) 해결책

적 요	해 결 책
제품/품질	•트레이서 빌리티를 철저하고 안전성 증명을 실시
가격	•중국산과 동등한 정도의 수입가격 설정 실시 (2012년 수입 때 중국 518/kg, 한국 731엔/kg)
유통	•중국산을 매입하는 포장업자, 매입 가공업자 개척 •일본과자 등 일본산 밤 업무용 루트 개척
전달경로	•외식, 유료 노인 집 급식, 야채가게, 도시락, 제과재료 등 상품을 도매하고 있는 식재도매나 제과재료 도매 개척 •각 루트에 맞게 상품 라인업 강화
그 외	-

- 밤 가공품에 대해서는 단밤을 빼면, 안전 면에서 불안하기 때문에 수요자는 중국산은 염려가 많음. 깍은 밤은 식생활 변화로 가정용 일본 국내수요는 축소경향이 있지만, 외식과 야채, 도시락 등 중식수요, 과자, 빵 등 제과재료로서 한국산 깍은 밤, 설탕조림 시장 확대를 생각할 수 있음
- 중국산을 이용하는 가장 큰 이유는 비용이므로, 한국산에도 비슷할 정도의 가격을 찾을 수 있음
- 실제 한국산 밤도 인건비가 낮은 중국경유로 일본에 수입되고 있지만 한국국내에서 저비용으로 박피가공 할 수 있는 기술 개발 등이 가능하다면 중국경유와 동등 가격으로 직접 일본에 수출하는 양이 대폭 확대할 것으로 기대됨
- 반대로 한국산 깍은 밤은 일본국내에 유통하고 있어서, 유통루트는 확보하고 있지만 새로운 수요확대에는 중국산을 사용하고 있는 포장업체와 매입 가공업자를 중심으로 원료 전원을 재촉하는 것이 중요함

3) 작은 밤 시장에 대한 한국산 SWAT분석

외 부 환 경	
내 부 환 경	- 중점과제 - 1) 가격을 중국산정도까지 내림 2) 업무용유통 루트 확대 3) 이력추적제(트레이서 빌리티) 명확화
	【OPPORTUNITY】 • 산지로 유명한 이바라기현 밤이 방사성세슘 문제로 박피가공을 할 수 없음 • 기후변동에 따른 서일본 수확량 감소 【THREAT】 • 가정 내에서 작은 밤을 이용하는 기회가 감소 • 한국산 밤에 대한 인지도가 낮음
내 부 환 경	【STRENGTH】 • 밤 품종이 일본과 가까움 • 설탕조림 등 일본과자에 사용하기 쉬움 • 중국산보다도 안전/안심 신뢰도 높음 • 수입상사와 매입가공업자 등 루트가 있음 【WEAKNESS】 • 중국산보다도 비용이 높고 공급 가능한 수량이 적음 • 일본산에 가까운 품종이기 때문에 단감에는 불가능 • 박피가공 위해서 일단 중국에 수출된 케이스가 늘어남 • 한국 내에서 생산량이 감소
	• 종래까지 일본산 밤이 사용되어서 일본과자와 설탕조림 등 원료로서 업무용으로 판매 강화 • 안전성 보증이 되는 트레이서 빌리티 명확화 • 제과재료도매 등 일본산 밤 업무용 루트 개척 • 중국산 수요를 한국산에 전환 시키기 위해서는 한국산 가격을 중국산에 가깝게 가격을 내림 • 안정공급이 가능한 한국 내 생산량이 유지 • 한국산밤 안전성, 품질에 관한 인지도를 올림 • 일본산 밤의 업무용 루트를 개척하기 위해 판매 강화 • 2차 가공품 라인을 증가, 부가가치를 높이고 한국 밤 마롱페이스트 등 새로운 제안을 진행 • 한국의 경우 생산량 안정화

나. 2차 가공품 (제과재료)

1) 문제점 / 과제

[제품] • 설탕조림, 물 조림 등 제품이 한정적	[가격] • 중국산보다도 작은 밤 가격이 높음
[유통] • 수입상사, 가공업자 루트 경우	[전달경로] • GMS, SM, 백화점, CVS 일반유통 루트가 미개척
[메뉴 제안] • 설탕조림, 물 조림 이외의 용도가 없음	[인지도 확대] • 「밤」에 관해서는 한국산 이미지가 없음

2) 해결책

적 요	해 결 책
제품/품질	한국산을 사용한 마롱크림, 마롱페이스트, 마롱 칩 등, 종래에 일본 밤이나 한국산 밤을 사용하고 있지 않았던 과자재료 개발
가격	유럽에서 수입된 마롱크림, 마롱페이스트 보다도 저가격 제품 설계를 실시
유통	양과자점, 카페 등 루트에 강한 수입상사와 가공업자 루트 개척
전달경로	양과자점, 카페 등 유통루트의 개척이 필요
그 외	- 종래 마롱크림 등은 보는 것과 질이 다르다고 예측되기 때문에 사용하기 쉬운 메뉴 제안과 특징 등에 대해서 설명서 등을 사용함 「밤」에 대한 한국산 이미지를 정착시키기 위한 선전 활동을 실시

- 한국산 밤은 작은 밤과 2차 가공품으로서 일본에 수입된 후, 그 많은 설탕조림과 물 조림 등으로서, 소매점이나 밤밥 등 가공업자, 부식, 외식에 유통해 왔음
- 최근에는 편의점의 음식 상품강화, 카페와 일본 과자점에서도 차별화를 도모하기 위해 계절성이 높은 상품재료를 활용하는 경향이 높아짐
- 이에 따라서 마롱글라세는 수입량이 대폭 증가하고, 이들 제과재료시장은 이후 확대가 기대됨
- 종래는 유럽 밤을 사용한 마롱페이스트와 마롱글라세가 사용되어 왔지만, 새로운 대처로서 일본산 밤과 거의 비슷하다고 평가받는 한국산 밤을 활용한 제과재료(마롱페이스트, 크림, 마롱 칩 등)에 따른 시장개척이 기대됨

3) 2차 가공품 (제과재료) 시장에 관한 한국산 SWAT분석

		외 부 환 경	
- 중점과제 - 1) 트레이서 빌리티 명확화 2) 일본과자 제과재료 루트 개척 3) 종래에 없는 새로운 2차 가공품 제안, 메뉴 제안		【OPPORTUNITY】 - 차별화 하나로서 카페 등 음식점과 맛있는 계절성 밤 제품 메뉴 강화 - 산지인 이바라기현 밤이 방사성 세슘의 문제로 중국에서 박피 가공을 할 수 없음 - 고령화에 따라 일본과자 수요 확대 가능성	【THREAT】 - 스위트 시장은 인기에 좌우 받기 쉬움 - 태풍 등 기후에 따른 수확량, 품질의 변동 - 외환 변동 - 한국산 밤에 대한 인지도 낮음
		【STRENGTH】 - 일본품종에 가까움 - 유럽보다도 수입 비용이 저가 - 일본산보다도 비용이 낮음 - 수입상사와 매입가공업자 등 루트가 있음	- 일본산 밤이 사용되어서 일본 과자와 설탕조림 등 원료로서 업무용 루트 판매 강화 - 안전성 보증 트레이서빌리티 명확화 - 마롱페이스트 등 종래 유럽 밤을 이용한 제과재료 한국산을 원료로 한 상품 메뉴 제안
내 부 환 경		【WEAKNESS】 - 유럽 밤은 품종이 다름 - 일본산 이외에 대한 불안감 - 중국산보다도 비용이 높고, 공급 가능한 수량이 적음 - 한국 내에서 생산량 감소 - 박피가공 위해 일단 중국에 수출되는 케이스가 증가	- 밤 금단, 몽블랑 등 기본 스위트에 대한 이용 확대 - 스위트 시장에 한국 밤을 이용한 새로운 메뉴를 제안 하는 것으로 기본적인 상품을 창안 - 제과재료 밤 등 일본과자 대상 업무용 루트 판매 강화
		- 안전성 보증이 되는 트레이서 빌리티 명확화 - 일본산 밤을 사용한 일본과자와 설탕조림 원료로서 업무용 루트로 판매 강화 - 한국 내에서 가공 공도를 올리고 부가가치를 높여서 메뉴와 요리방법 등 전부 제안 판매함	- 한국산 밤 안전성, 품질에 관한 인지도 올림 2차 가공품 라인을 증가, 부가가치를 높이고 한국 밤 마롱페이스트 등 새로운 제안을 진행 - 한국에 대한 생산량 안정화

4) 밤 2차 가공품 (제과재료) 에 대한 품목별분석 (제품특성, 루트 특성 등)

양과자 대상 제과재료 (마롱크림, 마롱페이스트 등)

항 목	적 요
제품 루트 특성	- 유럽 밤이 사용됨 - 유럽제품 수입판매업자를 통해서 유통함
과제와 대응	- 한국산밤을 사용한 마롱크림, 마롱페이스트 등 개발 - 한국산밤 양과자 대상 제과재료를 활용한 메뉴 제안 - 양과자 대상 제품재료 루트 확보

일본과자 대상 제과재료 (밤 금단, 설탕조림 등)

항 목	적 요
제품 루트 특성	- 주로 일본산이고, 산지 등에도 고집이 있는 밤 이용 - 일본국내 식품 도매, 제과재료 도매 등을 통해서 유통함 - 방사성세슘의 영향에 따라서 산지 이바라기현산 밤이 중국에서 박피가공이 어렵게 됨
과제와 대응	- 한국 밤과 일본산밤이 품종도 가깝고, 품질, 안전 면에서도 손색이 없는 것으로 인지도 높임 - 일본과자 대상 제과재료 루트 확보

3. 과제 해결 시 한국산 대일 수출규모

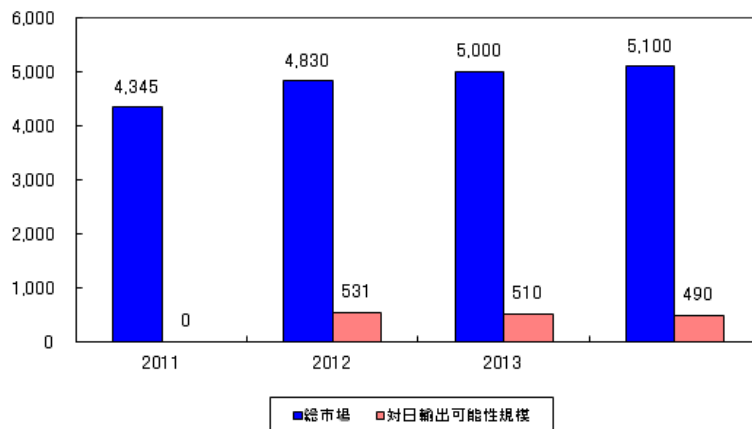
가. 작은 밤

(단위: 톤)

적요		연도	2011	2012	2013	2014
총 시 장	수량		4,345	4,830	5,000	5,100
	전년대비(%)		—	111.2	103.5	102.0
대일 수출가능성규모	수량		—	531	510	490
	전년대비(%)		—	—	96.0	96.1
대일 수출량	수량		—	531	510	490
	전년대비(%)		—	—	96.0	96.1

(후지경제추계)

< 작은밤 한국산 대일 수출규모 추미 2011~2014 >



- 작은 밤에 대한 한국산이 극복해야할 것은 중국산과의 가격우위성임. 중국산과 동등 가격으로 제시하면, 중국산을 대체할 수 있을 것임. 그 경우에는 수익 면에서 메리트가 적기 때문에, 2012년 대일 수출가능성규모에 대해서는 현상 유지할 것임

» 밤

프랑스

I. 시장동향

II. 유통구조 및 소비동향

III. 수출확대전략



2013
임산물 해외시장동향



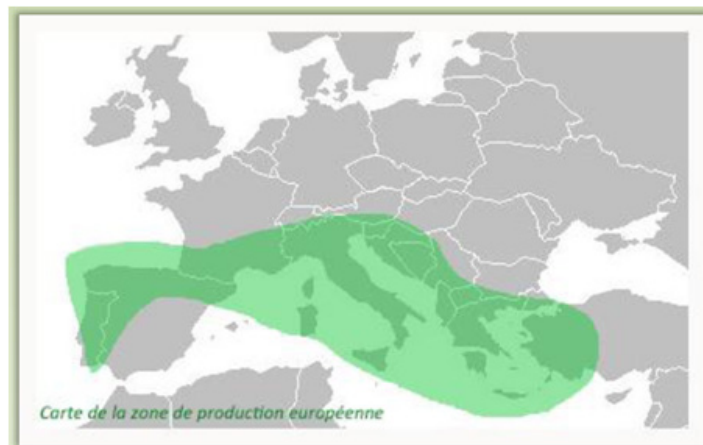
I • 시장동향

1. 시장동향

가. 생산동향

- 유럽에서 밤이 생산되는 국가는 지중해 연안으로 한정되어 있음. 2010년 기준, 유럽에서는 약 120천 헥타르에서 총 169,417톤이 생산됨. 주요 생산국가로는 터키, 이탈리아, 포르투갈, 스페인, 그리스 등이 있으며 2010년 생산량 기준 프랑스는 9,546톤을 생산하며 유럽 국가에서 6위를 차지함¹⁾

〈유럽의 밤 주요 재배 지역 (하단 타원 부분)〉²⁾



- 19세기까지 밤은 감자와 시리얼(곡물)을 대체하는 중요한 식량으로 여겨졌으며 국가에서 밤 생산을 장려하는 등 겨울철 중요한 식량 수단으로 여김. 인적이 뜸한 산 의 고지대에서 자라는 밤의 재배환경에 따라 전통적으로 밤은 ‘시골(농촌)에서 소비되는 음식’이라는 인식이 강함
- 연간 프랑스에서 생산되는 밤은 8,500톤에서 12,000톤 사이며 재배 면적은 약 10,000 헥타르로 집계됨. 하지만 1960년대 이후 급격한 농촌인구의 감소, 기후 변화, 병충해 (2005년) 등으로 생산량은 과거에 비해 50% 이상 감소함³⁾

1) 2010년 기준, 터키 (59,171톤), 이탈리아 (42,700톤), 포르투갈 (22,400톤), 스페인 (18,600톤), 그리스 (11,000톤) 기록 (출처 : FAOSTAT)

2) 출처 : LE LIVRE BLANC DE LA CHATAIGNE EUROPEENNE, A.R.E.F.L.H (2012)

3) 중국에서 전해진 것으로 보이는 밤나무혹벌이 2002년 이탈리아를 시작으로 2005년 프랑스에서 발견됨으로써 생산량의 감소뿐만 아니라 혹벌의 심각성을 인지하게 되는 계기가 됨

- 기후의 영향을 많이 받는 프랑스의 밤 재배는 특히 최근 5년간 춥고 건조하며 습한 날씨가 지속되면서 생산량 및 품질에 큰 영향을 줌. 2011년 밤 생산량은 2010년에 비해 생산량이 20,000여 톤 이상 감소하며 70,000톤을 약간 밑도는 것으로 집계됨. 이는 5년 평균 생산량보다도 10,000톤 이상 차이가 나는 것으로 감소의 주원인이 기후변화에 있는 것으로 조사됨. 2011년에는 예년에 비해 건조하고 일조량이 높은 해였으며, 특히 밤 수확이 본격적으로 시작되는 9월과 10월 초에 여름과 같이 온도가 올라가면서 밤 수확 및 보관에 악 영향을 준 것으로 나타남

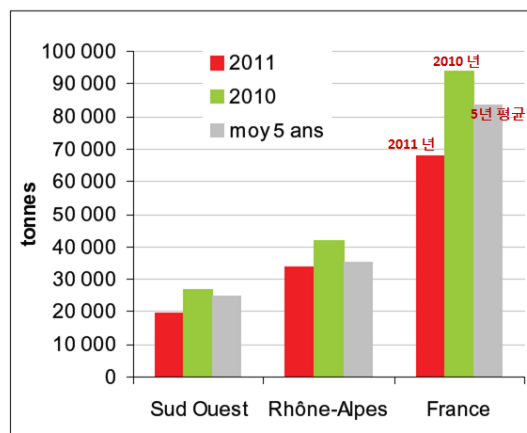
〈1960년 이후 유럽 주요국의 밤 생산량 변화〉⁴⁾

(단위 : 천톤)

밤나무혹벌 발견해

	1961	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2002	2005	2008	2009	2010
FRANCE	71,2	82,4	47,6	39,2	24,4	14,2	13,5	11,0	13,2	11,2	8,1	6,3	8,7	9,5
GREECE	12,6	14,6	17,4	16,2	14,3	10,3	10,8	12,5	13,2	12,4	12,3	9,8	11,0	11,0
ITALY	123,8	86,5	66,4	69,3	63,4	38,8	49,5	71,9	50,0	54,3	52,0	55,0	52,1	42,7
PORTUGAL	82,0	47,0	91,6	32,7	20,2	17,0	20,4	23,2	33,3	31,4	22,3	22,0	20,7	22,4
SPAIN	99,0	88,0	81,0	25,0	24,3	27,5	23,6	20,1	19,2	19,3	18,6	15,0	16,0	18,6
TURKEY	38,4	33,0	48,0	47,0	58,5	59,0	80,0	77,0	50,0	47,0	50,0	55,3	61,7	59,1
U.E.	388,6	318,5	304,0	182,4	146,6	107,8	117,8	138,7	128,9	128,6	113,3	108,1	108,5	104,2
EUROPE	427,0	351,5	352,0	229,4	205,1	166,8	197,8	215,7	178,9	175,6	163,3	163,4	170,2	163,3

〈프랑스 밤 생산량 비교 (2010~2011년)〉⁵⁾



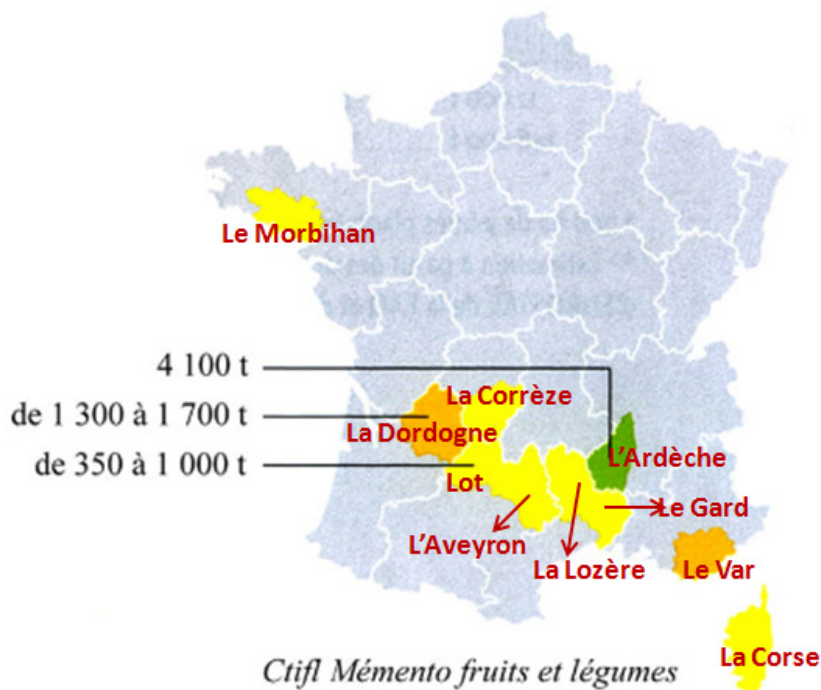
4) 출처 : LE LIVRE BLANC DE LA CHATAIGNE EUROPEENNE, A.R.E.F.L.H, 2012

5) 출처 : LA CHATAIGNE ET LE MARRON EN 2011, FRANCE AGRI MER, 2013

- 프랑스의 주요 밤 생산지로는 아르데쉬(Ardèche), 리모장(LIMOUSIN), 쥐라(JARA) 및 알프스 산맥 일대 그리고 코스(La CORSE)섬 등이 있음. 이중 프랑스 TOP 3 밤 생산지로는 아르데쉬(Ardèche), 도르도뉴(Dordogne) 그리고 바르(le Var) 지방임. 특히 아르데쉬 지방은 전체 밤 생산량의 50%를 차지하고 있는 프랑스 최대 밤 생산지로 품질 또한 우수한 것으로 알려져 있음
- 코스(La CORSE) 섬에서 재배 및 생산되는 밤은 거의 동물(특히 돼지)을 위해 사용되며 밤을 먹고 자란 최상위급 돼지를 이용한 각종 가공품(소시지 등)이 유통됨

〈프랑스 주요 밤 생산지 및 생산량 (2009)〉⁶⁾

	도 시 명	생산량 (톤)
1	Ardèche 아르데쉬	4,100
2	Dordogne, le Var 도르도뉴	1,300 ~ 1,700
3	le Lot, la Lozère, la Corrèze, l'Aveyron, le Gard, le Morbihan	350 ~ 1,000



6) 출처 : <http://biologie.ens-lyon.fr> (2009)

〈프랑스 주요 밤 생산지별 생산량 및 재배면적 (2011)〉⁷⁾

Les chiffres de la production cultivée (France)		
도 시 명	재 배 면 적 (헥타르)	생 산 량 (톤)
Ardèche	5 000	5 000
Dordogne	1 500	1 100
Corse	1 000	1 100
Corrèze	950	1 500
Lozère	800	800
Gard	650	700
Var	630	500
Charente	420	420
Hérault	125	125
Alpes Maritimes	80	80
Drôme	75	225
Alpes de Haute	70	70
Provence		
Lot	400	400
Haute-Vienne	400	400
TOTAL	12 100	12 420



- 아르데쉬 지방은 프랑스의 전체 밤 생산량의 50% 이상을 차지하고 있는 주요 밤 생산지로 연 평균 5,000~6,000톤을 생산함. 총 172개의 작은 마을이 모여 있는 아르데쉬 지방에는 약 5,000 ~ 6,000 헥타르에 걸쳐 밤나무가 자라고 있는 것으로 조사됨. 생산되는 밤은 총 65개의 종류가 있으며, 이중 19 종류의 밤이 주로 생산됨. (총 생산되는 밤의 95% 차지)
- 아르데쉬 지방의 밤은 품질이 우수하고 맛이 좋은 최상급으로 총 생산량의 60~70%는 가공되지 않은 신선 밤 형태로 소비되며 나머지는 가공재료로 사용됨

나. 수출입 동향

1) 수출 동향

- 프랑스는 전체 밤 생산량의 약 35%를 수출하고 있으며 건조 및 신선 밤뿐만 아니라 다양한 밤 가공식품류의 수출도 활발함. 프랑스로 수입되는 밤의 대부분 가공을 위해 사용되는 반면, 자국의 밤은 대부분 건조 및 신선 밤 형태로 수출함⁸⁾. 주요 수입국은 독일, 스위스, 베네룩스 국가, 영국이 있으며 대부분 EU 국가 내에서 소비되고 있음

7) 표 출처 : LE LIVRE BLANC DE LA CHATAIGNE EUROPEENNE, A.R.E.F.L.H, 2012

8) 출처 : <http://www.lot.chambagri.fr>

〈프랑스산 건조 및 신선 밤 수출현황 HS 080240〉⁹⁾

(단위 : 천불, 톤)

구분		2009		2010		2011	
순위	수입국	금액	물량	금액	물량	금액	물량
총		10,928	2,153	13,597	2,978	12,760	2,554
1	독 일	6,085	1,241	7,592	1,655	5,739	988
2	스위스	1,050	181	1,915	347	2,330	413
3	이탈리아	369	88	826	235	1,779	488
4	벨기에	1,298	236	1,328	241	988	167
5	영 국	746	122	782	179	601	129

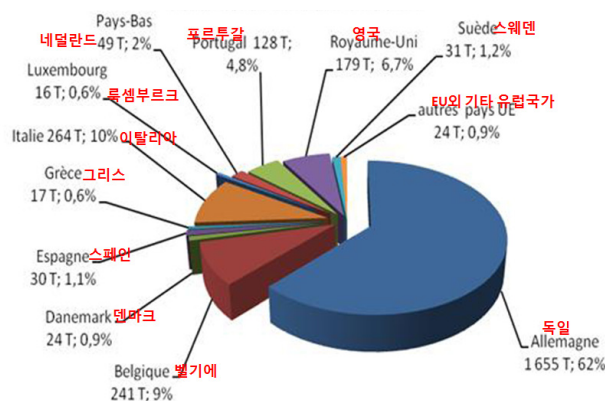
〈프랑스산 견과류가공품(밤포함) 수출현황 HS 200819〉¹⁰⁾

(단위 : 천불, 톤)

구분		2009		2010		2011	
순위	수입국	금액	물량	금액	물량	금액	물량
총		22,773	4,034	23,762	3,935	30,325	4,256
1	벨기에	4,665	750	4,299	536	5,940	615
2	독 일	5,110	949	4,247	790	5,687	767
3	이탈리아	2,444	784	2,291	807	3,065	881
4	스위스	1,260	113	1,551	132	2,281	185
5	일 본	368	48	755	118	1,658	268

〈 EU 국가로 수출된 프랑스산 밤 현황 (2010)〉¹¹⁾

(단위 : 톤, %)



9) 껍질을 깠던 밤과 안 깠던 밤 모두 포함됨 (출처 : www.gtis.com)

10) 밤을 포함한 견과류 가공 처리한 것 (출처 : www.gtis.com)

11) 출처 : LE LIVRE BLANC DE LA CHATAIGNE EUROPEENNE, A.R.E.F.L.H, 2012

- 2011년 기준 해외로 수출된 프랑스산 건조 및 신선밤은 총 2,554톤이었음

2) 수입 동향

- 예로부터 유럽은 밤을 가장 많이 수입한 대륙이었으며 특히 프랑스의 밤 수입량 가장 높았음.¹²⁾ 프랑스로 밤을 수출하는 국가로는 이탈리아, 스페인, 포르투갈 등이 있으며 주로 밤을 이용한 가공식품용(밀가루, 마롱 글라세, 푸레 등)으로 사용됨. 유럽에서 가장 많은 밤을 생산하는 이탈리아(연평균 50,000~55,000톤 생산)로 부터의 수입량이 가장 많음. 밤을 이용한 다양한 가공식품이 많이 발달한 프랑스에서는 수입한 밤을 가공해 재수출하는 형태를 보임

〈건조 및 신선 밤 수입 현황〉

(단위 : 천불, 톤)

구분		2009		2010		2011	
순위	수출국	금액	물량	금액	물량	금액	물량
총		12,581	7,008	15,642	7,981	17,975	8,354
1	이탈리아	5,283	2,098	8,153	3,516	9,729	3,759
2	스페인	3,494	2,767	4,018	2,268	4,804	2,607
3	포르투갈	2,625	1,358	2,161	1,203	2,249	1,295
4	터 키	-	-	-	-	255	110
5	네덜란드	313	218	315	182	251	132
기타	중 국	42	30	236	275	70	54

- 중국산 밤은 타 유럽산 밤에 비해 품질이 떨어지기 때문에 유럽산을 선호함

〈냉동 견과류(밤포함) 수입 현황¹³⁾〉

(단위 : 천불, 톤)

구분		2010		2011		2012	
순위	수출국	금액	물량	금액	물량	금액	물량
총		72,422	33,129	77,861	35,396	82,425	40,193
1	벨기에	13,623	5,345	13,626	4,813	15,439	5,902
2	이탈리아	18,052	5,630	12,536	4,974	14,003	5,907
3	포르투갈	9,399	3,152	9,209	3,159	9,057	2,575
4	스페인	3,255	1,247	6,103	2,082	8,081	3,592
5	모로코	6,554	5,185	8,815	5,543	5,907	4,326
기타	중 국	3,012	2,776	3,697	2,575	5,907	4,148

12) 하지만 20여년 전 부터 이탈리아가 유럽에서 밤을 가장 많이 수입하는 국가로 조사됨

13) 밤을 포함한 냉동 견과류 전체 (출처 : www.gtis.com)

3) 수입품 현황

- 프랑스에서 수입되는 밤의 대부분은 추가의 제조 공정을 거쳐 가공식품을 만드는 데 쓰임. 그 외에는 군밤(겨울철 길거리에서 판매됨)용으로 씀. 밤을 이용한 다양한 가공식품이 발달한 프랑스에서는 제품 포장에 원산지를 표시하여 소비자에게 원산지를 쉽게 알 수 있도록 함

〈원산지를 알 수 있는 제품 예〉



- 다양한 가공식품은 일반 슈퍼마켓뿐만 아니라 인터넷으로도 구입이 가능하며 소규모 가공업체에서는 오픈 마켓에서 직접 판매하기도 함

4) 타 수입산과 한국산 비교

- 타 유럽국가와 비교했을 때 한국산은 생산량이 많으며, 한국산 밤은 당도가 높고 크기가 크며 품질 면에서는 양호한 편임. 프랑스에서 가장 많이 수입하는 이탈리아산의 경우 품질은 뛰어나면서 프랑스산보다 가격이 저렴하기 때문에 선호하며 가공식품으로 제조하기에도 적합하여 인기가 많음
- 터키산은 프랑스뿐만 아니라 유럽 국가에 점차 수입되는 양이 증가하고 있는 추세로 유럽 전역에 거주하고 있는 터키인들의 수가 늘어나면서 빠르게 시장에 진입할 수 있는 계기가 됨¹⁴⁾
- 스페인산은 예로부터 가격이 저렴하면서 품질이 양호한 것으로 인식되어왔으나 몇 년 전부터 밤 생산량이 감소하면서 프랑스 및 타 유럽국가로 수출되는 양이 감소하고 있음. 하지만 일반적으로 이탈리아, 스페인 등 유럽산의 품질이 양호하기 때문에 수입을 결정짓는 가장 중요한 요인으로서는 가격을 들 수 있음

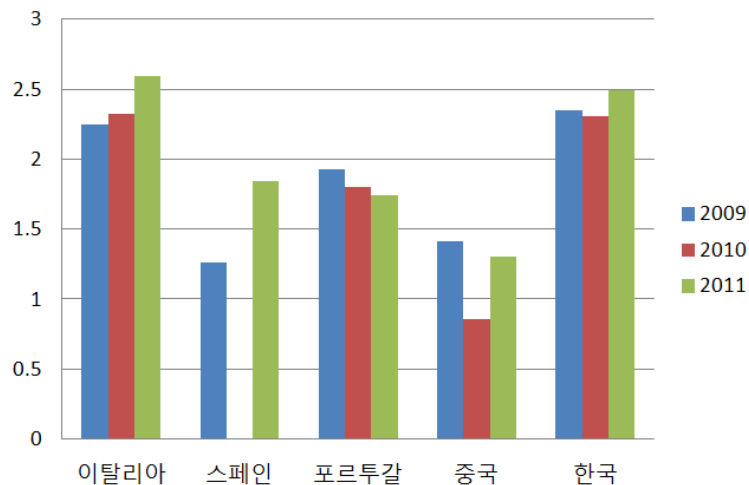
14) 출처 : LE LIVRE BLANC DE LA CHATAIGNE EUROPEENNE, A.R.E.F.I.H, 2012

〈세계 주요 밤 생산국의 생산량 (2010)〉¹⁵⁾

아시아	생산량 (톤)	유럽	생산량 (톤)
총	1,736,500	총	169,417
중 국	1,620,000	터 키	59,171
한 국	82,300	이탈리아	42,700
일 본	23,500	포르투갈	22,400
		스페인	18,600
		그리스	11,000

〈프랑스에 수입되는 원산지 별 밤 가격(2009~2011)〉¹⁶⁾

(단위 : USD/KG)



- 한국산은 3년 평균 약 \$2.38/KG을 나타내며 \$2.48/KG을 보인 이탈리아보다 약간 높음. 스페인산은 평균 \$1.62/KG, 포르투갈 \$1.82/KG, 중국은 \$1.19/KG였음. 중국산은 가격은 저렴하나 품질이 타 유럽산에 비해 떨어지기 때문에 품질을 중요시 하는 프랑스에서 선호하는 편은 아님
- 품질 및 생산량에서는 한국이 타 유럽산과 비교해 대등한 위치에 있지만 가격 면에서 경쟁력을 갖추고 있지 않으며 품질이 양호하며 가격이 저렴한 터키산 등이 증가하면서 앞으로도 가격이 수입에 미치는 영향이 클 것으로 예상됨

15) 출처 : FAOSTAT

16) 건조 및 신선 밤 수입 가격 비교 (출처 : www.gtis.com)

5) 수입통관, 검역, 라벨링

가) 통관 및 라벨링

- 밤은 신선 채소 및 과일류에 속하여 수입되며 밤을 위해 특별히 제정된 법규는 없음. 기본적으로 유럽연합의 공통 법률을 따르고 있으며 수입 시 식품 검역은 세관 통관 시, 수입자 창고 또는 회사 검문, 도소매 창고 검역 등에서 다양하게 이루어질 수 있음.
- 유럽연합에서 라벨링에 대한 법령으로는 Directive 2000/13/EC이며, EU에 수입되는 물건에 대해 공통으로 적용됨
- 라벨링에 대한 의무 표기 사항으로 아래와 같음¹⁷⁾
 - 제품명, 성분 및 성분 함량 (함량이 높은 순서대로 표기)
 - 원산지 (가능하다면 정확한 생산지역까지 언급)
 - 알레르기 유발 성분
 - 유효기간 및 보관방법
 - 포장회사 또는 수출업자, 판매자 정보 (회사명, 주소 등)
 - 무게 (NET)
 - 영양성분
- 한국에서 프랑스(유럽연합 국가 공통 적용)로 밤을 수입할 때 적용되는 관세율은 아래와 같음¹⁸⁾

HS code별 수입관세율			
HS CODE	EU CN CODE	품 목	관세율 (%)
0802 40 00	0802 40	신선 및 건조 밤	0
0811	0811	냉동 밤 (냉동과실과 냉동견과류)	0
2008 19	2008	조제·저장 밤 (기타, 조제 EH는 저장처리한 과실 및 견과류)	0

- 프랑스 및 유럽연합 국가에 밤을 수출하기 위해 특별히 지정된 인증마크 및 허가 절차는 없음

나) 독소 및 중금속 관련 규정

- 1993년 2월 8일 제정된 Council Regulation 315/93/EEC를 바탕으로 만들어진 EC No. 1881/2006¹⁹⁾에서는 인체에 해를 끼치는 화학물질 종류별로 최대 허용치 등을 언급함. 본 규정에서는 질산염(nitrate), 곰팡이독(aflatoxins, ochratoxin A, patulin, deoxynivalenol,

17) 자세한 내용은 유럽연합에서 발생한 'Labelling : competitiveness, consumer information and better regulation for the EU (December 2006)'¹⁾ 참고

18) 한-EU FTA 체결 및 발효로 모두 관세 철폐됨

19) 2007년 3월 1일 발효

zearalenone, fumonisins), 중금속(납, 카드뮴, 수은, 주석), 3-MCPD, 다이옥신, PCBs, 다환성 방향족탄화수소(polycyclic aromatic hydrocarbons (benzo(a)pyrene)에 대한 내용을 담고 있음²⁰⁾

다) 농약 관련 규정

- Reg. EC 396/2005를 기본으로 품목 및 농약별 최대 허용치에 대한 정보를 담고 있음. 유럽 연합의 농약 database 사이트에서 '밤' (chestnut)으로 검색한 결과 총 451개의 농약이 검색됨²¹⁾

II • 유통구조 및 소비동향

1. 유통구조

가. 유통현황

1) 프랑스산

- 프랑스에서 생산된 밤의 대부분은 건조 및 신선 밤(알이 크고 껍음)형태로 소비되며 주로 밤 생산이 이루어지는 지역의 오픈 마켓 또는 슈퍼마켓 등지에 유통됨. 알이 작고 상품성이 떨어지는 밤은 가공식품용으로 사용하기 위해 제조 공장 등으로 판매 또는 타 국가로 수출됨. 오픈 마켓에서의 밤 판매는 시즌성 성격이 강하며 (밤 생산이 시작되는 9월부터 1월까지) 주로 밤 생산업자 또는 생산자 협회와 같이 도, 소매를 거치지 않고 직접 소비자에게 판매하는 경향이 있음. 그 이유는 프랑스에서 생산되는 밤의 양이 기후 및 생산 환경 등에 따라 변동이 심하고 공급할 수 있는 생산량이 항상 부족하기 때문임

2) 수입산

- 프랑스로 수입된 밤의 90% 이상은 가공식품용으로 사용되며 제조 공장 및 식품 회사 등지로 수입됨. 프랑스 신선 밤이 지방 로컬 마켓에서 주로 판매되는 반면, 가격이 저렴한 수입산은 대형 유통마켓에서 판매되기도 함

20) 자세한 내용은 아래 사이트에서 확인 가능

http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/contaminants/legisl_en.htm

21) 각 품목별 농약 허용치에 대한 자세한 내용은 아래 사이트에서 확인 가능

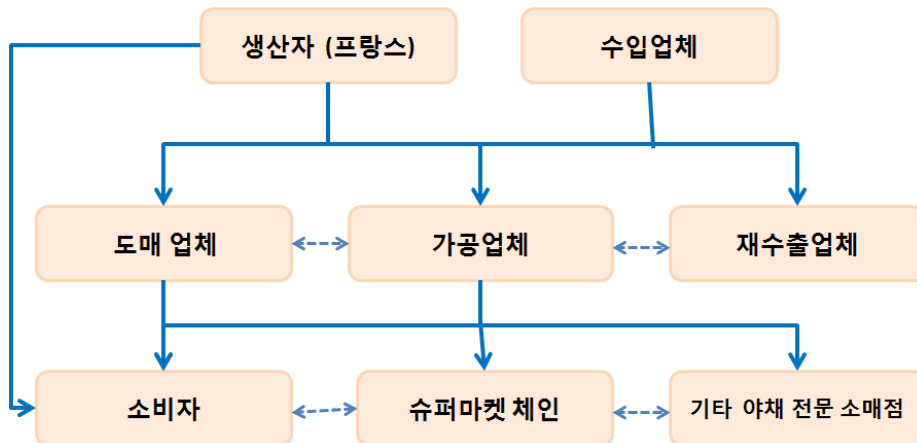
http://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/max_residue_levels/index_en.htm

나. 유통구조

1) 생산자 및 수입업체

- 프랑스의 밤 생산자는 크게 개인과 단체로 나눌 수 있으며 개인 소유지에서 생산된 밤을 소규모로 판매하거나 여러 밤 생산 업체들이 함께 조인하여 협동 조합 형태로 생산하기도 함. 생산자 중에는 연령층이 있는 은퇴자 또는 농촌에서 소일거리를 하고자 하는 사람들이 많으며 밤 재배 외에 다른 농작물도 재배하면서 투잡을 하는 사람이 대부분임.²²⁾그런 이유로 대규모 공장 식으로 밤을 재배하기 보다는 소규모 가족단위로 하는 경향이 큼
- 프랑스 최대 밤 생산지인 아르데쉬에는 약 600~700여명의 생산자가 있는 것으로 조사됨.²³⁾ 수입된 밤은 수입업체를 거쳐 가공 업체 또는 도, 소매업체 등으로 공급됨

〈프랑스 내 밤 유통 구조〉



2) 도매업체, 가공업체, 재수출업체

- 밤 생산 현지에서 이루어지는 오픈 마켓 외에도 프랑스 최대 야채 및 과일 도매시장(형지스, Rungis) 등을 통해 전국 유통업체 및 기타 야채 전문 소매점으로도 공급됨. 밤을 이용한 다양한 가공식품으로 만들어진 제품을 선호하기 때문에 밤 가공업체가 많이 발달함. 가공업체들은 수입상을 거치지 않고 직접 밤을 수입해 가공식품으로 제조 후 도, 소매상에 공급 및 다른 국가에 수출하기도 함
- 프랑스 최대 밤 생산지 아르데쉬에는 약 250~300여개의 가공업체가 있는 것으로 조사됨.²⁴⁾

22) 출처 : Chataigne, les producteurs s'organisent pour lutter, 2012 (www.20minutes.fr)

23) 출처 : www.chataigne-ardeche.com

24) 출처 : www.chataigne-ardeche.com

3) 소매업체

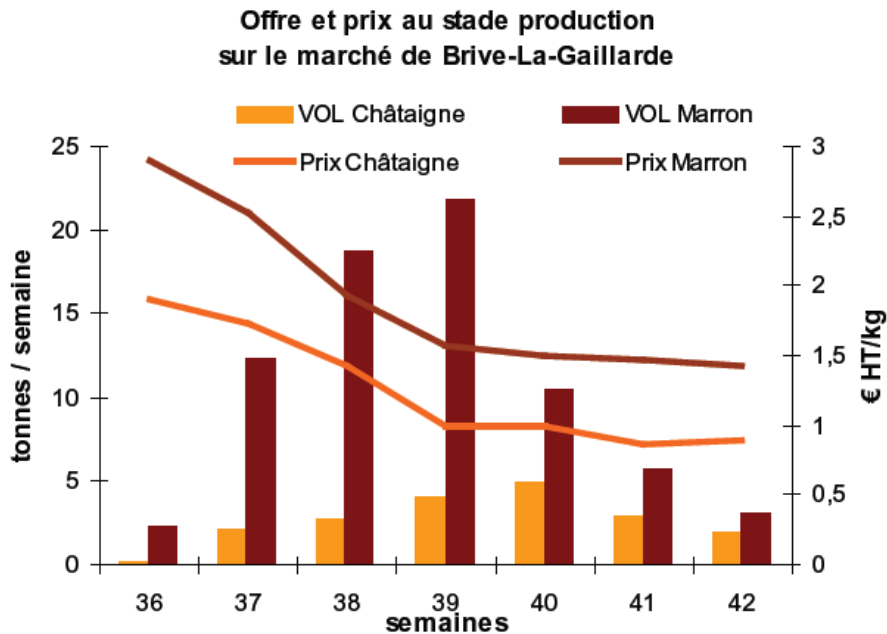
- 도매, 가공 업체에서 물건을 공급받기도 하지만 직접 생산지나 수입업자로부터 공급받는 대형 유통업체 체인들도 생겨나고 있음

다. 유통형태

- RUNGIS 시장은 프랑스 최대 도매시장으로 자국산 보다는 수입 밤을 다루는 경향이 높음.²⁵⁾ 밤의 수확이 시작되는 가을이 되면 주요 밤 생산지에서는 크고 작은 밤 시장이 열리며 밤 생산자 및 제조업체들이 직접 거래를 하는 경우도 있음

구 분	도매가 평균	소매가 평균	기 타
신선 및 건조 밤	€ 1.5 ~ 2.5/kg	€ 3 ~ 6/kg	수입산 포함, 알이 크고 굵음
껍질 벗긴 밤	€ 0.5 ~ 1.2/kg	-	수입산 포함
마롱글라세용 밤	€ 2.5 ~ 3.5/kg	-	수입산 포함, 품질 최상

〈프랑스 Brive-La-Gaillarde시장 밤(신선 및 건조) 주별 평균 거래 가격(2011)〉²⁶⁾



25) 표 출처 : LE LIVRE BLANC DE LA CHATAIGNE EUROPEENNE, A.R.E.F.L.H, 2012

26) 표 출처 : LA CHATAIGNE ET LE MARRON EN 2011, FRANCE AGRI MER, 2013

기 간(2011년)	물 량	평균가격
8월 29일 ~ 9월 4일	3톤	€ 1.7 ~ 2.8/kg
9월 5일 ~ 9월 11일	12톤	€ 1.5 ~ 2.5/kg
9월 12일 ~ 9월 18일	17톤	€ 1.3 ~ 1.8/kg
9월 19일 ~ 9월 25일	22톤	€ 1.0 ~ 1.5/kg
9월 26일 ~ 10월 2일	10톤	€ 1.5 ~ 1.0/kg
10월 3일 ~ 10월 9일	5톤	€ 1.5 ~ 0.9/kg
10월 10일 ~ 10월 16일	3톤	€ 1.5 ~ 0.9/kg

- 초기 수확기인 8월에는 수요에 비해 공급량이 충분하지 않으므로 가격이 KG당 3유로에 거래되었지만 밤이 본격적으로 수확되는 9, 10월이 되면서 평균 1.5 ~ 2유로로 거래됨
- 밤 (신선 및 건조, 각종 가공 밤 제품)을 판매하는 프랑스의 주요 유통 매장은 Carrefour (까르푸), Auchan(오상), E.Leclerc(르 클레르), Intermarché(인터마크세), Casino(카지노), Monoprix(모노프리) 등이 있음. 유통매장에서 팔리는 밤의 거의 대부분은 가공제품류이며 밤의 수확이 시작되는 가을에서 겨울 사이 시즌 상품으로만 신선 밤을 볼 수 있음

〈프랑스 유통매장 밤 평균가〉²⁷⁾

구 분	평균가	기 타
가공 밤	€ 2.5 ~ 10/kg	껍질 벗긴 것, 삶은 것, 절인 밤
밤 가루	€ 6.0 ~ 10/kg	-
마롱글라세	€ 3.0 ~ 6/kg	-
밤 퓨레	€ 2.5 ~ 5/kg	-
신선 밤	€ 8.0 ~ 10/kg	전혀 가공되지 않은 밤

- 신선 밤의 공급량이 충분하지 않은 프랑스는 일반 매장에서까지 신선 밤의 판매가 이루어지는 경우는 대형유통매장을 제외하고는 흔하지 않으며 밤 수확 시기에 맞춰 열리는 지역 시장에서 주로 거래가 이루어짐. 그런 이유로 대형 유통매장에서 팔리는 신선 밤의 가격은 로컬 마켓에 비해 5배 이상 높은 가격을 보임²⁸⁾
- 가공식품류는 저가에서 고가까지 폭넓은 가격대를 보이고 있으며 일반 매장에서는 수입 및 자국산 밤으로 만든 다양한 제품이 판매되고 있음. 가공식품의 소비는 연중 큰 변화가 없지만 신선 밤과 마롱글라세는 겨울에 판매가 증가하는 경향을 보임

27) 자료 인용 : LE LIVRE BLANC DE LA CHATAIGNE EUROPEENNE, A,R,E,F,L,H, 2012

28) 프랑스에서 팔리는 신선 밤은 거의 대부분 프랑스산으로 수입산은 가공식품을 만드는데 사용됨. 프랑스 산은 품질이 우수하기 때문에 가격 또한 수입산에 비해 높음 (가격 비교는 '원산지 별 제품 분석' 참고)

〈일반 유통매장에서 팔리는 다양한 밤 제품 예〉

판매 상품				
품 명	오븐에 구운 껍질 깎 밤	밤 크림	밤이 들어간 스프	밤 요거트
매장	Auchan(오상)	Auchan(오상)	Auchan(오상)	까르푸
무 게	(Net) 561g	500 g	1 L	11.5cl (4 팩)
가 격	€ 3,68	€ 2,68	€ 3,17	€ 1,93

라. 주요 수입바이어(벤더, 유통매장 직수입업체 등) 리스트

부록 1. 참고

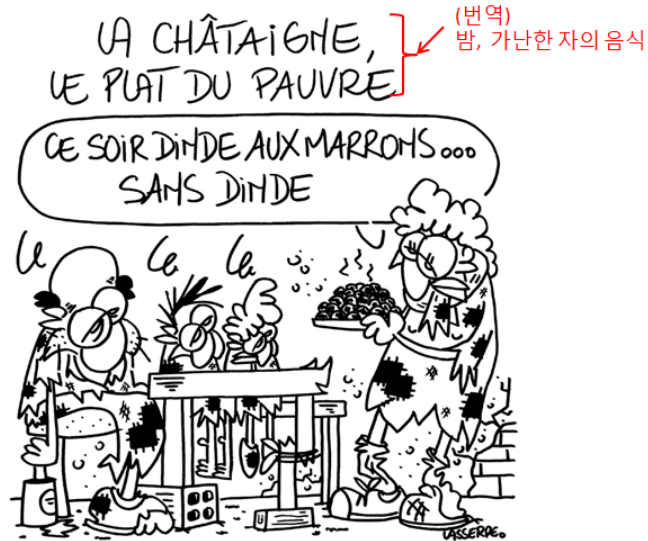
2. 소비동향

가. 소비량 변화

- 밤은 19세기까지 농촌(시골)에서 주로 소비된 음식이었으며, 특히 다른 작물의 재배 및 수확이 힘든 겨울철에 유용한 식량으로 이용. 상대적으로 도시에 비해 가난했던 농촌에서 주로 소비된 밤은 전통적으로 '가난한 사람들의 식량'으로 여기는 인식이 강했지만 19~20세기 이후 밤 소비가 전국으로 퍼지면서 현재 이러한 인식은 줄어들음. 식량이 풍부하지 않았던 과거에는 밤의 소비가 높았지만 현재는 밤의 소비가 점점 감소하는 추세이며 그 이유는 아래와 같음
 - 여전히 전통적인 의식(가난한 사람들의 음식)이 남아있음
 - 가정에서 가공의 어려움 (밤 껍질 벗기기, 보관 방법 등)
 - 가을과 크리스마스 시즌에만 잠깐 소비되는 '시즌성' 상품의 성격이 강함
 - 꾸준히 감소하고 있는 밤 생산량에 따라 변동이 심한 밤 가격
- 신선 밤의 소비량은 연간 일인당 100g으로 조사됨 ²⁹⁾

29) 출처 : <http://biologie.ens-lyon.fr> (2009)

〈밤의 소비를 풍자한 그림 예〉³⁰⁾



나. 소비행태

- 신선 밤 보다는 가공식품으로 소비하는 경향이 높음

〈밤의 다양한 소비형태〉

구 분	사용 예	기 타
신선 밤	그릴로 굽거나 찌서 먹음	가을~겨울철에 소비 가능 가공식품의 소비가 월등히 증가하고 있음
건조 밤	밀가루, 건조 밤 등	
디저트류	크림, 잼, 마롱글라세, 빵에 사용 등	
음료	시럽, 술, 맥주 등	
기 타	스프, 소시지 등	

- 밤 수확이 시작되는 가을과 겨울에 길거리에서는 군밤을 파는 모습을 쉽게 볼 수 있음.(수입산 및 프랑스 산) 크리스마스 기간에 전통적으로 가정에서는 밤을 넣은 칠면조 요리 (Dinde aux marrons)을 만들기도 함

30) 출처 : La tradition de la châtaigne dans les ménages agricoles d' Ille-et-Vilaine du début du XXe siècle à nos jours (2004)

〈밤을 굽는 전통적인 방법 (좌), 길거리에서 군밤을 파는 모습 (우)〉



- 밤을 다루는 작업(껍질 벗기기 등)을 어려워하는 프랑스 소비자들은 소비가 쉬운 밤 가공식품을 선호하며 이에 부응하여 가공업체들은 매년 다양한 신제품을 출시함. 신선한 밤을 오랫동안 보관하기 위해 가공업체들은 '절임'하여 밤을 보관하기 시작했으며 프랑스는 이탈리아와 더불어 품질이 뛰어나고 맛이 뛰어난 밤 절임식품을 만드는 국가로 유명함. 가장 유명한 절임 식품으로는 마롱글라세가 있으며 크리스마스가 있는 12월에 높은 판매 경향을 보임

〈칠면조 요리 (Dinde aux marrons, 좌), 마롱 글라세 (우)〉



- 그밖에 소비자의 다양한 요구에 부응하고자 만들게 된 밤가루는 1970년 대 처음 만들어졌으며 껍질을 벗긴 밤을 말려 가루로 가공함

다. 원산지별 제품 분석

- 프랑스에서 가장 많이 수입하는 이탈리아 산을 비롯, 스페인과 포르투갈 등이 한국산과 경쟁관계에 있음. 중국산은 2005년 이후 점차 프랑스로 수입되어 가공식품을 만드는데 사용되고 있으며 매우 저렴한 가격이 장점임. 특히 프랑스를 비롯, 많은 유럽 국가의 밤

생산량이 해마다 줄어들고 있어 부족량을 타 국가에서 수입하는 양이 꾸준할 것으로 전망됨

〈원산지 별 비교〉³¹⁾

국 가	장 점	단 점	도매가 (Rungis) ³²⁾
프랑스	품질 우수 크기 중간	생산량 불안정, 가격의 변동이 심함, 가격이 비쌈	€ 3,533)
이탈리아	품질 우수, 프랑스 산보다 가격 저렴	밤의 크기는 약간 작은 편 밤 안에 힘줄이 있어 소비자가 선호하지 않는 경향이 있음	€ 3,0
스페인	품질 양호, 단맛이 강함	크기가 작음, 생산량 감소 추세	-
포르투갈	품질 양호	크기가 작음, 생산량 감소 추세	-
중 국	가격 저렴, 크기가 큼	품질이 나쁨	€ 1,1~1,5
한 국	크기 큼, 당도 높음	가격이 비쌈, 껍질이 잘 벗겨지지 않음	-

〈현지산 및 수입산 유통물량 및 가격 (2011년 기준)〉

구 분	물 량	가 격/(kg)
○ 현지산(a)	12,420톤	(품질 최상)€ 3,5
○ 수입산(b)		
- 이탈리아	23,732톤	USD 2,6
- 스페인	12,885톤	USD 1,8
- 중 국	5,977톤	USD 1,3
○ 가공 및 소비량(a+b)	55,014톤	

* 품목 : 건조 및 신선 밤 + 냉동밤

* 가격 : 현지산 (프랑스 Rungis도매가 기준, 2010, €), 수입산 (수입가격 기준, 2011, USD)

31) 자료 인용 : 프랑스 밤 품목조사 (2011, 농수산물유통공사)

32) Rungis 도매시장 2010년 기준 (단위 KG)

33) 2011년 도매가 €3.5/kg, 2012년 도매가 €4.5/kg (생산량 부족으로 예년에 비해 20% 단가 상승)기록
(자료 인용 : http://www.lemonde.fr/economie/article/2012/12/26/la-chine-tire-les-marrons-du-feu_1809829_3234.html
(2012.12)

III 수출확대전략

1. 한국산 밤의 '고급화' 전략

- 한국산의 품질은 전혀 뒤떨어지지 않으나 타 수입산에 비해 높은 단가로 수출에 어려움이 있음
- 프랑스의 밤 수입량은 자국의 작황결과에 따라 크게 좌우되며 1960년대 이후 생산량이 매년 급격히 감소하면서 수입산에 의지하는 상황이 계속되고 있음. 소비자가 밤(신선 또는 가공식품 등)을 구입하는데 있어 밤의 원산지가 중요하게 작용하지 않는다는 것이 조사됨.³⁴⁾ 그 이유는 생밤을 먹는 것 보다 가공식품으로 만든 형태를 선호하기 때문이며, 이에 다양한 가공제품을 꾸준히 소개하고 선보이는 것이 밤의 소비를 증가할 수 있는 방법이라고 '유럽연합 과일 및 채소 연합회' (A.R.E.F.L.H)'가 전망하였음

〈대 프랑스 한국 밤(신선 및 건조) 수출〉³⁵⁾

(단위 : KG, USD)

2009		2010		2011	
물량	금액	물량	금액	물량	금액
80,000	188,048	60,000	138,450	60,000	149,366

〈한국산 수출확대를 위한 과제〉

○ 품질개선	한국산 양호
○ 포장개선	한국산 양호 * 수입산은 거의 가공식품을 만들기 위한 재료로 쓰이기 때문에 포장은 중요하지 않음.
○ 수입시기조정	-
○ 가격	- 품질이 좋은 한국산의 장점을 살려 '고가'의 제품에 사용될 수 있도록 (예. 마롱글라세) 마케팅 필요 - 유럽에서 밤 가공식품의 소비가 높은 것을 고려, 프랑스 밤 가공업체와 협력하여 다양한 가공 식품을 연구 및 개발하는 방안 모색 - EU의 유기농 인증서를 획득하여 'bio 밤'과 같은 타 제품과의 차별화를 두는 방법 필요

34) 자료 인용 : LE LIVRE BLANC DE LA CHATAIGNE EUROPEENNE, A.R.E.F.L.H, 2012

35) 출처 : www.gtis.com

〈과제 해결 시 한국산 수출확대 가능 규모〉

공략대상 수입국(품목) 및 규모(물량)	한국산으로 대체 가능한 물량	조건(가격, 품질 등 서술)
① 신선 및 건조 밤	현재 프랑스로 가장 많이 수출하는 이탈리아산 (9,700천 kg, 2011기준)	- 높은 단가 조정 필요 : 이탈리아 산보다는 가격이 조금 낮아야 함 (USD 2.6, Rungis, 2011) - 한국산 밤 품질 양호
② 냉동 밤	현재 프랑스로 가장 많이 수출하는 이탈리아, 포르투갈 (9,00천~14,000천 kg, 2011기준)	- 품질이 좋은 한국산의 가격을 프랑스산과 중국산의 중간정도(유럽산 기준)로 단가를 맞추어 공략할 것
③ 기타 밤 가공식품류		- 현지 유통업체 및 가공업체와 상품 개발 및 정보 공유 필요 - 현지인들은 가공식품의 소비를 선호함

- 프랑스에 수입되는 밤의 대부분이 가공식품용으로 사용되고 있어 품질보다는 가격(수입 가격)이 더 중요한 요소로 자리 잡을 것으로 보임. 최근 꾸준히 늘고 있는 저렴한 중국산의 수입에 반발하여 프랑스 밤 생산조합들은 중국산이 자국의 밤 가격을 어지럽히며 낮은 품질의 제품을 생산하고 경고하고 있음
- 최상의 품질을 가진 밤은 (프랑스 아르데쉬 산 등) 마롱글라세 등 '럭셔리' 상품으로 만들어지며 사용되는 밤의 가격 또한 일반 밤에 비해 1.5~2배는 높음. 품질이 좋은 한국산의 장점을 살려 마롱글라세와 같이 '상품성이 높은' 제품으로 사용될 수 있도록 하는 마케팅 필요함
- 수입상 또는 가공업체와 6개월 이상 또는 연 단위로 수량을 논의하여 단가를 낮추고 품질 좋은 제품을 선별해 '럭셔리' 제품을 타겟으로 홍보하는 것도 방법이 될 수 있음. 단, 가격은 최상의 품질로 간주되는 프랑스 아르데쉬 산 보다는 낮고 타 유럽산(이탈리아, 스페인 등)과는 비슷(또는 약간 낮은 정도)하도록 하여 중국산과 같이 '저렴하다'는 이미지를 피하는 것이 필요함. 유명한 프랑스 가공업체에서 만들어지는 제품들은 인근 유럽 국가 등으로 재수출되는 경우가 많기 때문에 프랑스뿐만 아니라 향후 타 유럽 국가에도 한국의 밤을 알릴 수 있는 계기가 될 수 있음

2. 다양한 가공식품 개발 노력

- 유럽연합 과일 및 채소 연합회 (A.R.E.F.L.H)에 따르면 소비자들은 2중으로 되어있는 밤 껍질을 까는 것을 어려워하며 선호하지 않는다고 조사됨. 프랑스뿐만 아니라 유럽 전역의

밤 생산량이 매년 감소하고 있는 것과 더불어 국민들의 밤 소비량 또한 감소하고 있어 소비량 증가를 위해 제시한 해결책은 다양한 가공식품의 개발에 있음을 언급함. 수확 시기에 잠깐 볼 수 있는 신선 밤은 시즌성 상품의 이미지가 강하여 품질 및 생산량의 문제로 시장에 공급할 수 있는 물량이 매우 불안정하며 가정에서 가공의 어려움(껍질 까기)으로 소비자들은 손쉽게 먹을 수 있는 가공식품을 선호함. 가공식품의 개발을 위해서는 한국의 밤 생산자와 프랑스의 밤 가공업체가 함께 연구하여 신제품을 개발하는 것도 방법이 될 수 있음. 유럽의 식품 박람회(독일 ANUGA, 프랑스 SIAL 등)를 통해 한국의 밤을 이용한 가공식품류를 전시하는 등 현지 가공업체들과 조인하여 상품 개발을 할 수 있도록 하는 홍보 방법도 필요함

※ 프랑스 아르데쉬 지방의 AOC (원산지 보호) 제도

- 프랑스의 최대 밤 생산지인 아르데쉬에서는 엄격한 관리와 뛰어난 품질을 가진 지역의 밤을 보호하기 위해 원산지 보호법의 일종인 AOC(Appellation d'Origine Contrôlée)를 시작함. 생산지는 AOC 규정에 따라 질 좋은 밤을 생산하고 소비자에게는 '아르데쉬 지방에서 생산된 제품' 이라는 원산지 보호 및 품질 보증의 의미를 전달함. 현재 AOC에 해당하는 제품은 신선밤, 건조 밤, 껍질 벗긴 밤, 밤을 건조시켜 부순 것, 밤 푸레 그리고 밤 가루로 총 6가지가 있음
- 아르데쉬 지방에서 생산된 밤은 고급 품질로 분류되고 있어 실제로 마롱글라세 등 최상의 품질의 제품을 만들어내는 재료로 쓰이고 있기 때문에 이러한 원산지 보호 표시는 상품의 가치를 더욱 높이고 품질을 보장하는 효과가 있음

〈AOC 관련 로고〉

사진		
내용	아르데쉬 지방	코르스(CORSE) 지방

- 이처럼 원산지 표시만으로도 품질에 긍정적인 이미지를 심어줄 수 있기 때문에 AOC와 같이 엄격한 관리와 보호를 통해 제품이 생산될 수 있도록 하는 제도가 요구되며 그 내용을

제품의 라벨에도 기입하여 소비자의 관심을 끌 수 있는 방법이 필요함. 한편 유기농 밤의 재배도 프랑스에서 이루어지고 있으며 일반매장에서 BIO 제품을 쉽게 볼 수 있음

판매 상품				
품 명	익힌(찐) 밤	밤 밀가루	밤 쿠키	밤 요거트

- 한국의 유기농 인증은 유럽연합에서 인정되지 않기 때문에 EU의 유기농 인증서를 획득하여 타 원산지 제품과 차별화를 두며 고품질 제품이라는 이미지를 주는 것도 필요함

부록 1) 주요 수입바이어(벤더, 유통매장 직수입업체 등) 리스트

회사명	구분	연락처	기타
Clement Faugier	가공, 도매, 유통	Le Logis du Roy BP125, 07001 PrivasCedex Tel : 0475640711 / Fax : 0475643981	http://www.clementfaugier.fr
SARL Châtaigne et Marron du Limousin	가공, 도매, 유통	13,route de Montbrun 87230 Dournazac Tel: 05,55,78,46,47	http://atelierdelachataigne.com
Confiserie Azuréeenne	가공, 도매, 유통	Confiserie Azuréeenne 83610 Collobrières Tel : 0494480720 / Fax : 0494480534	http://www.confiserieazureenne.com
BARGUES AGROINDUSTRIE	가공, 도매, 유통	46340 LAVERCANTIERE Tel : 0565270000 / Fax:0565415797	각종 견과류 가공전문 http://www.bargues.com/fr
MARKAL	가공, 도매, 유통	ZA les Plaines Avenue des Alpes BP18 26320 St Marcel lès Valence	
PELLORCE & JULLIEN	가공, 도매, 유통	Route de la Bonde 91743 Massy Cedex Tel : 0169206273 / Fax : 0169817755	
DACO FRANCE	가공, 유통매장	Z.I 8 Rue Luigi Galvani 92160 ANTONY CEDEX	www.dacobello.fr
Ferme de Valbonne	가공, 유통매장	Michel Levesque Valbonne 30570 Saint André de Majencoules Tel : 0467824643	http://www.fermedevalbonne.com
SABOPA	가공, 유통매장	2310 ZA la Grave 06510 CARROS	밤 밀가루 전문 www.sabopa.com
MAISON IMBERT	가공업체	Chemin Bourgneuf 07200 AUBENAS Tel : 0475351339 / Fax : 0475355749	아르데쉬 지방 http://www.marrons-imbert.com
ETS SABATON	가공업체	La Plaine 07200 AUBENAS	아르데쉬 지방 www.sabaton.fr
SANOFRUIT	가공업체	La Croix de Raspail 07200 LACHAPELLE-SOUS-AUBENAS Tel : 0475931131 / Fax : 0475931229	아르데쉬 지방 www.sanofruit.com
VALERIE-PRIM	도매상, 유통	85 rue de Chateaurenard-Bât.E2 94572 RUNGIS Tel : 0146865925 / Fax : 0146877087	Rungis
UNICOQUE	생산, 가공, 유통매장	KOKI LA BOUTIQUE 28 rue de la Republique 47290 Cancon Tel : 0553701598	노동조합 형태, 프랑스산 견과류 위주, 온라인 및 오프라인 매장 www.koki-laboutique.com

회사명	구분	연락처	기타
ROMAIN FRUITS	수입 도매상	BP32-Rue de la Liberte 26320 STMARCEL LES VALENCE Tel : 0475587008 / Fax : 0475587160	http://www.romainfruits.fr
EUROFROID 46 S.A.S	수입업체, 도매, 유통	Rue Denix Papinz 24100 Bergerac, Dordogne Tel : 0553222100 / Fax : 0553242439	
Chataignes Marrons Limousins	수입업체, 도매, 유통	13 RTE Montbrun 87230 Dournazac HauteVienne Tel : 0555784647	
Domaine Eyguebelle	수입업체, 도매, 유통	3 Chemin de la Mejeonne 26230 Valaurie Tel : 0475986464 / Fax : 0475985939	
Distillerie Combiér	수입업체, 도매, 유통	48 Rue Beaure paire 49400 Saumur Tel : 0241402300 / Fax : 0241402309	
La PARRA	수입업체, 도매, 유통	62a Rue de Montpellier Fruileg 369 94622 Rungis cedex Tel : 0146864032	Rungis
Blampin	수입업체, 도매, 유통	25 Rue de Montpellier Fruileg 369 94622 Rungis Cedex Tel : 0145129141	Rungis
Ste J.H	수입업체, 도매, 유통	105 Rue de Chateaurenard-BATE2 Fruileg 224 94572 Rungis Cedex Tel : 0141800920	Rungis
Kly Groupe S.A	수입업체, 유통매장	14 rue des Noels 92230 Gennevilliers Tel : 0141323939 / Fax : 0141323940	http://www.cylex-france.fr
Les Relais de Rungis	유통	18 Rue de Rungis 40220 TARNOS Tel : 0622243629	http://www.relaisderungis.com
S.A.R.L LE COMPTOIR	유통매장	FROMENTE 01160 NEUVILLESURAIN Tel : 0474368905 / Fax : 0474369744	http://www.sarillecomptoir.fr
Couleur châtaigne	유통매장	2 bis rue de La République 07000 PRIVAS Tel : 0475658287	밤 전문 매장 http://www.couleur-chataigne.fr

* 국가번호 : +33

» 분재

미 국

I. 시장동향

II. 유통구조 및 소비동향

III. 수출확대전략



2013
임산물 해외시장동향



I • 시장동향

1. 생산동향

가. 개요

- 분재는 동양문화에 대한 관심이 계속 증가하고 있는 미국에서 틈새시장으로서 성장 가능성이 큼. 장기 경기 침체로 인해 미국인들의 텃밭 가꾸기가 늘면서 정원과 조경에 대한 관심도 늘고 있음. 현재까지는 미국 내 분재시장이 아시아인에게 수요가 편중되어 있었으나 백인들도 동호회 등을 중심으로 애호가들이 늘어나고 있는 추세임
- 한국산 대미 분재 수출의 가장 큰 장애요인은 까다로운 검역이며 수출전문 양묘장을 지정하여 철저히 관리하는 방안이 계속 요구됨. 최근 일본산 분재 수출은 줄어든 반면 대만산 및 중국산의 대미 수출이 늘고 있는 등 경쟁국의 약진이 계속 되고 있음
- 미국에서는 분재를 일반적으로 본사이(Bonsai)라는 일본식 발음의 영어 표기로 부름. 이는 세계분재시장의 대부분을 일본산이 차지하고 있어 일본식 발음이 고유명사화 됐기 때문임. 미국 정부에서 쓰는 분재의 영문 정식명칭은 “Artificially Dwarfed Plants” 임



예술적 가치의 분재

- 분재는 품목특성상 단기간에 재배가 되지 않아 상업적으로 대량 생산판매가 어려워 대부분 소매화원에서 분재를 만들어 직접 공급하는 경우가 보편적임
 - 소매화원에서는 재배농과 같이 씨앗에서부터 분재를 시작하지는 않기 때문에 재배농이나 묘목 도매상으로부터 묘목가지를 구입해 분재를 만들어 판매하고 있음

나. 생산현황

- 분재는 정원 및 조경 산업에 속하며 대부분은 작은 정원식물 및 작은 나무를 일컬으며, 미국내의 분재 생산량의 실제 생산량은 알 수 없으나 흙이 없는 살아있는 나무 수입실적으로 유추해 볼 수 있음
 - 흙이 없는 나무 수입의 경우 한국에서 흔히 말하는 분재 뿐 아니라 덩굴(ivy)나 실내 화분 식물 같은 것 또한 모두 포함하는 것임
- 미농무부(USDA) 경제연구소의 2011년 발표에 따르면 화훼 및 조경 산업은 미국에서 빠르게 성장하고 있는 산업중 하나이며, 전체 농가의 수는 지난 24년간 줄어든 반면, 화훼 농가와 비닐하우스 농가의 수는 증가 했다고 함
- 화훼와 비닐하우스 제품들은 미국 27개주의 상위 5위 성장 제품이고, 42개주의 상위 10위 성장 제품군 임
- 2011년 전미 화훼생산액은 329억 달러이며, 2006년 1만달러 이상 년매출 화훼농가의 수는 17개주에 7,292 곳이 있음. 이 중 10만 달러 이상의 매출을 올린 농가는 3,326 곳이며 100만 달러 이상을 올린 곳은 905곳임
- 미국 화훼류 재배 농가 수 및 판매액

(단위: 호, 백만USD)

구분	절화류	분화류	실내조경수	화단묘	초화류	기타	계
판매액	359	640	613	1,334	562	427	3,935
농가수	293	1,058	775	1,564	1,264	149	5,103

(출처: USDA)



분재 제작 모습

- 분재 생산기간은 수종에 따라 차이는 있으나 상품화하기까지 4~10년이 되어야 적정가격이 형성됨. 따라서 3년생 이하의 수종을 직수입한 후 미국 현지 농가에서 약 1~5년을 더 재배한 후 상품가치를 높여 마켓에 유통하고 있음
- 분재 유통 하는 곳은 2에이커에서 5에이커 크기 임. 토지가격과 세금 등 금전적 이유로 인하여 대부분 대도시에서 1~3시간 떨어진 외곽지역에 있음
- 지역별 생산현황
 - 2009년 농업센서스에서 발표한 2007년 기준 조사 결과에 의하면 미 10개주가 미전국의 화훼 생산량의 75%를 차지하고 있을 정도로 편중되어 있음
 - ▶ 캘리포니아주 20%, 플로리다주 11%, 노스캐롤라이나주 8%, 텍사스주 8%, 오하이오주 5%, 오레곤주 5%, 미시간주 2%-4%, 펜실바니아주 2%-4%, 오클라호마주 2-4%, 뉴욕주 2%-4%임
 - 캘리포니아주는 정원을 가꾸길 즐겨하는 소비자들이 가장 많이 분포되어 있음
 - 화훼 생산자수는(Nursery Crops Producers) 미국 50개 주 가운데 플로리다가 1,307곳으로 가장 많았고, 오레곤주가 878 곳, 노스캐롤라이나주가 707곳, 캘리포니아 주 669 곳, 펜실바니아주 498 곳 순서 임
- 미 화훼류 도매 매출 규모

(단위 : 백만달러)

연도	캘리포니아	플로리다	미시간	노스캐롤라이나	오하이오	텍사스	기타	계
2011	1,012	835	376	250	208	255	1145	4,081
2010	1,012	810	403	250	211	272	1176	4,134
2009	937	815	394	253	199	244	1157	3,999

(자료 : USDA, Floriculture Crop 2012)

다. 생산지 현황

- 분재는 많은 시간과 정성을 요하는 노동집약적인 활동이고 생산기술과 분재배양의 특수성 때문에 대기업형 대량 생산체제는 없으며 도시외곽지역의 농가에서 분재를 함께 취급하고 있음
- 분재는 얇은 분에 살기 때문에 내한력이 떨어져 따뜻한 지역에서 재배 되거나 비닐하우스 또는 온실에서 재배되고 있음. 통풍 및 온도 조절을 위하여 주간에는 비닐하우스 창을 열고 밤에는 새순이 상하지 않도록 창문을 닫으며 관리 함
- 한여름에는 선풍기로 통풍을 시켜줌

- 통풍이 나쁘면 잎과 새순에 습도가 너무 높아 병해에 걸리기 쉬움. 건조한 바람이 불면 공중 습도가 떨어지고 잎에서 수분 증산이 심해지므로 응애가 발생할 수도 있음
- 물주는 중대형의 경우 하루 한 차례 오전 중에 물을 흠뻑 줌. 진딧물 발생 예방을 위하여 병충해 방제액을 쓰고 거름을 분재 표면에 줌
 - 물을 줄 때는 분재의 정면에서만 주지 않고 사방으로 물을 주고, 아침 이슬이 맺혀 있을 때에는 뿌리에만 물을 주고 있음



캘리포니아 분재 재배 현장

- Brussel's Bonsai Nursery
 - 미시시피주에 위치한 Brussel's Bonsai Nursery는 미국에서 최대 규모로 면적이 약 175,000 sq ft이며 미국 내 온라인 분재 판매를 도맡고 있음
 - 시설 내에 분재관련 화분, 책 및 정원을 꾸밀 수 있는 다양한 제품들도 함께 판매하고 있으며 트럭이 들어와 물건을 실어 나를 수 있는 시설이 갖추어져 있어 대량으로 판매 가능
 - ▶ 어머니날(Mother's Day)이 있는 5월의 판매가 가장 많으며 약 30,000~40,000개를 배송함
 - 판매되고 있는 대부분의 분재는 현지산이며 수입산은 약 10% 정도만 차지하고 있음. 온라인 판매가 주를 이루고 있기 때문에싼 가격에 판매하기 위해선 현지산으로 판매.
 - ▶ 고가의 분재는 일본산이 대부분이며 대만산도 포함되어 있음. 저가 수입품은 중국산이

- 대부분이며 럭키밤부(Lucky Bamboo), Fukien Tree 및 Chinese Elm종류가 대부분.
 ▶ 현재 미국 현지 생산량이 증가 중이며 이는 온라인 판매 및 가든관련 제품 판매증가로 인함



관련물품 판매



배송 및 포장



배송 및 포장



중국산 분재



중국산 분재



중국산 분재



미국산 분재



미국산 분재



미국산 분재



고가 수입산 분재



고가 수입산 분재



고가 수입산 분재

- ※ 고가수입산 분재의 경우 대만, 일본, 중국산 등이 섞여있음
- 고가 수입산 분재의 경우 많은 양을 수입해 오지 않으며 주로 소비자가 원할 때 수입을 해오는 경우가 많음
 - 일본이나 타국에서 수입해 올 시 \$500 이상되는 분재는 거의 수입하지 않음. 수입가격이 \$500이상이 되면 마진을 더했을 때의 가격이 높아 판매되지 않음
 - 미국내에서 대부분의 소비자들에게 비싸다고 여겨지는 분재의 경우는 \$300정도임
 - 점차 수입산보다는 현지 생산 분재에 힘을 싣고 있으며 수입산은 특이하거나 미국내에서 생산할 수 없는 종류만을 수입하는 경우가 많음
 - 온라인 판매가 증가하고 저가의 분재를 찾는 소비자들이 증가하고 있고 분재원내에서도 현지 생산의 경우가 관리하기가 쉽고 허가 받기도 쉽기 때문임

2. 수출입 동향 및 수입관련 제도

가. 수입동향

- 미국내에서 생산되는 분재에 대한 통계는 없으나, 전체 화훼 생산에 대한 분화류의 생산량은 5%정도를 점유하는 것으로 추정됨. 분재는 화원이나 동호인들에 의해 재배, 수입 유통되고 있음
- 분재는 미국으로 직접 반입되는 것보다는 분재를 만들기 위한 기초 묘목으로 수입되는 것이 대부분이며 수입실적은 지난해 약 2억 만불 규모 임
- 미국 인근 및 중남미산을 제외하고는 아시아국 중에는 대만산 분재가 수입금액에서는 가장 많이 수입되고 있으나 실제로 저가의 중국산이 물량 측면으로는 가장 진출이 활발함. 한국산 분재는 대부분 캘리포니아로 들어옴
- 2012년 3월부터 한국산 분재의 대미 수출이 재개되어 소량 유통 중임. 한국산 분재의 대미 수출은 병충해 전으로 인해 2007년부터 약 5년간 중단된 적이 있었음
- 한국산 수입 분재 종류는 곱솔, 소사나무, 쥐똥나무, 치자나무, 노리, 철쭉, 느릅나무, 배롱나무, 팽팽나무, 중국단풍나무, 향나무 등임

〈식물, 나무와 관목 수입〉

(단위: 천USD)

국 가	2009	2010	2011	2012
캐 나 다	5,910	10,485	12,819	12,117
코스타리카	0	187	679	813
과테말라	0	286	883	772
일 본	250	58	177	424
도미니칸공화국	0	599	408	312
한 국	0	0	0	188
뉴질랜드	0	13	62	88
호 주	74	80	80	86
대 만	15	16	0	56
중 국	137	166	253	52
총 계	6,579	12,298	15,461	14,946

(출처: FAS USDA * Live plants with roots Without soil, Trees and shrubs HS Code 0602909010)

- 대부분의 분재수입은 흙이 없는 것으로 들여오고 있다. 흙이 있는 경우는 수입이 거의 불가하며 캐나다산의 살아 있는 식물의 경우만 흙이 있어도 수입되는 경우가 많음
- 2012년 기준 통계에 의하면 미국에 수입이 제일 많이 되는 국가의 나무 (흙이 없는 상태)는 캐나다, 코스타리카, 과테말라, 일본, 도미니칸 공화국 순이며 수입재개가 된 한국의 경우 2012년도에 6번째 수출국이었음

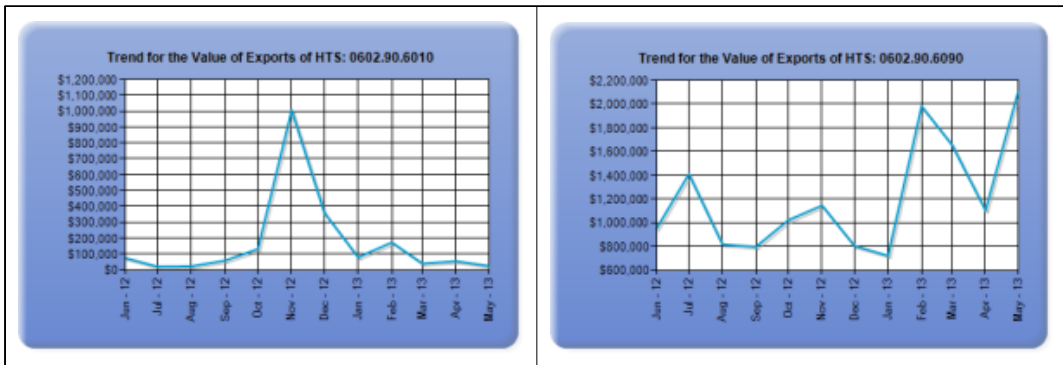
나. 수입관련 제도

- 대미수출용 한국산 분재는 (HS 0602906010) 한미 FTA로 무관세 혜택이 주어지고 있음.
(US ITC: <http://hts.usitc.gov>)
- 수입되는 분재는 흙이 없는 상태로 수입이 되어야 하며 흙이 있는 상태로 들여오는 살아있는 나무종류는 거의 없고 캐나다 정도에서만 화훼종류가 수입되어짐
- 미연방정부에서 분재 등 식물류에 대한 수입통과를 위해 우선적으로 관리하는 기관은 미농무부 산하 동식물검역국 (THE ANIMAL AND PLANT HEALTH INSPECTION SERVICE/약칭APHIS)임. 분재의 검역은 APHIS 산하 식물검역국 (PLANT PROTECTION AND QUARANTINE/약칭 PPQ)에서 실시함

- 한국산 대미 수출용 분재는 검역 등 비관세장벽이 존재함. 미국은 분재, 묘목 등을 통한 병해충이 유입되어 박멸에 막대한 비용이 발생하고 있고 분재 및 묘목에 대한 검역을 강화했음. 분재를 미국으로 반입하기 위해서는 해당 수출국으로부터 사진이 유첨된 검역필증과 소정의 서류를 APHIS/PPQ에 제출해 수입허가를 사전에 획득하도록 하고 있음
- PPQ 기관은 분재에 묻어 들어올 수 있는 병충해를 사전에 예방하기 위한 조치로 관계 규정(U.S. CODE OF FEDERAL REGULATIONS, TITLE 7, PART 351)에 따라 서류검사를 하며 이러한 수입허가에 약 2주가 소요됨
 - PPQ로부터 수입허가(IMPORT PERMIT)를 받은 분재 등 묘목에 대한 통관절차는 약 3시간 내에 마칠 수 있음
- 미 세관당국은 미 농무부의 수입허가를 전산망으로 확인해 외국산 수입분재에 대해 통관절차를 밟게 됨
 - 미국에 수입 컨테이너 도착 후 분재원으로 입고 되기 전, 미국 현지 검역관의 전수 검사가 이루어 짐. 만약 가지나 잎에서 균이 발견되면 반송 또는 폐기조치가 됨
- 모든 수입 분재(the importation of artificially dwarfed plants)는 수입하기 직전 3년동안 격리된 시설에서, 살균된 흙에서, 땅과는 일정한 거리를 둘 수 있도록 벤치 등에 재배해야 하고 검역을 받아야 미국 내에서 유통 될 수 있음
- 미국이 우려하는 요주의 해충은 잡목에서 많이 나온다는 알락하늘소(Asian longhorn beetle) 입
 - 2011년 5월부터 미국은 알락하늘소 기주 식물 규제를 강화하여 수출전 2년 격리 재배였던 것을 알락하늘소의 잠복기간으로 인해 3년 격리 재배로 변경 강화 조치 함
- 민달팽이(집 없는 달팽이)는 농약을 살포해도 잘 죽지 않으며 번식력 또한 왕성하여 미국농가에선 수출묘상의 다리를 동 파이프코팅하여 오르지 못하게 하거나 고깔을 씌워 놓아 달팽이 덮을 만들어 일주일만에 한 번씩 포획제거를 하는 것으로 알려져 있음
- 수출온실의 관리요령은 온실주변의 풀을 없애 청결을 유지하면 해충의 접근을 막을 수 있으며 완벽한 방충망 시설을 해야 함. 특히 방충망과 전선, 파이프 연결 부분 모두 실리콘을 사용하여야 함
- 소독은 미국규정 약제를 사용 함. 수출시 소독은 3개월 전에 끝내는 것이 좋으며 수출품 작업시 야간작업을 하면 벌레가 날아들어 올 수 있음
- 박스는 플라스틱보다 습기를 머금은 종이상자가 좋음
- 지하수 사용 보다는 상수도 사용을 권하며 식물을 썩게 하는 진균 곰팡이는 습도와 먹이가 주어진다면 바로 발생하며 눈에 잘 띄지 않으므로 정기적 방제가 제일 중요함

다. 수출동향

- 미국산 분재는 캐나다 등 거의 역내교역 수준에 머물러 있으며 아시아 국가 중 홍콩으로 분재를 위한 묘목수출이 많은 것으로 조사되었음
- 미국의 수출은 대부분 꽃 화훼류 종류이며 캐나다가 미국 화훼의 주요 바이어로 약 \$2,380만 정도를 미국으로부터 수입함
- 최근 미국의 화훼류 해외수출 현황



출처 : Zepol's trade intelligence tool

II. 유통구조 및 소비동향

1. 유통구조

가. 유통현황

- 미 농무부의 묘목 등 정원수에 대한 재배통계를 기초로 한 분재에 대한 연간 수요규모는 약 10억불 이상으로 추정하고 있음
- 수입상이 재배농가인 경우 3년생 미만의 묘목을 받아서 1년에서 약 5년간 재배 및 관리 등 재가공의 과정을 거쳐 상품 가치를 높인 다음 판매를 함
- 분재종류는 분재를 전담으로 판매하는 분재원, 화원, 혹은 저가 분재의 경우는 홈디포(Home Depot) 및 Lowe's 같은 정원 및 집을 가꾸는 제품을 판매하는 대형매장에서 판매함

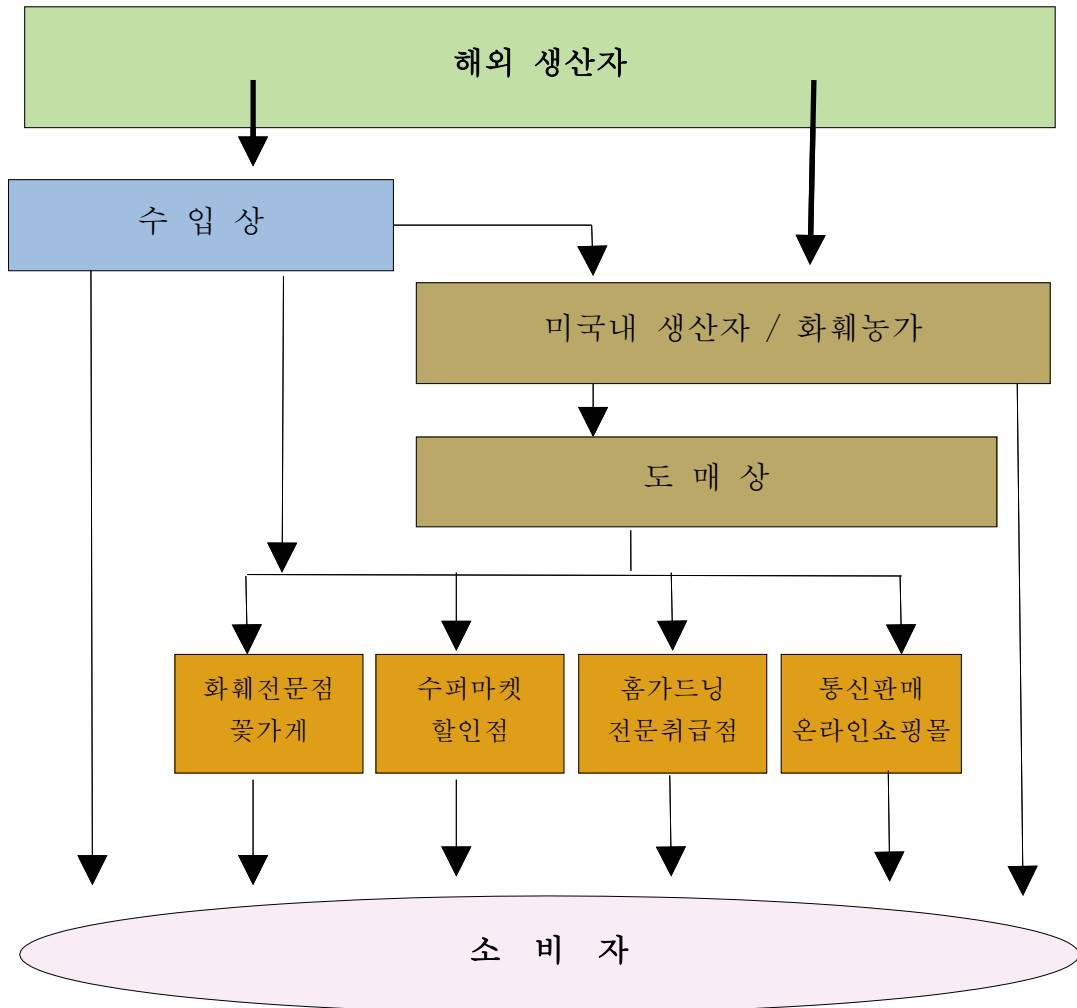


화훼, 분재 관련 취급 유통 매장들. 미국 캘리포니아

나. 유통구조

- 미국 분재 유통 구조는 매우 다양 함. 일반적으로 분재는 제조 생산국의 수출자가 미국 내 수입자에게 판매하면, 이들은 대형 재배자인 화훼농가 또는 도매상에게 판매하고, 브로커나 중계인을 통하여 미국 대형 유통업체에게 판매되거나 화원 또는 전문 소매점에 판매함
- 협회, 단체, 동호회를 통한 거래나, 카달로그를 통한 메일오더 혹은 인터넷을 통한 온라인의 경우에는 중간 과정을 거치지 않고 직접 소비자에게 거래되기도 함





다. 유통형태

- 미국 내 분재 유통은 온, 오프라인에서 모두 이루어지고 있음. 분재 관련 전시회가 매년 열리고 있으며 분재 동호회 모임, 협회, 단체 등이 미국 내에 다양하게 분포되어 있어 이곳을 통해서도 판매가 이루어지고 있음
 - 주요 유통 장소는 화원 또는 식물원(nursery), 대형 유통매장, 꽃 취급 전문점 (Flower Shop) 등 다양 함
 - Nursery Garden은 직접 분재를 구매해 재가공 하거나, 직접 분재를 생산하여 판매하기 때문에 다양한 종류의 분재를 구매할 수 있고 주문형 분재를 다루기 때문에 애호가들이 선호하는 유통 장소임

- 분재는 고가이며 취급하는 곳이 많지 않기 때문에 동호회 및 협회단체를 통해 분재 옹호회 사람들끼리의 교환이 이루어지는 경우가 많음
- 대형 유통매장은 Vons, Ralphs, Costco, Sam's Club, BJ's, Home Depot, Kmart, Stop & Shop, Walmart, IKEA 등 임



판매모습



홈디포 식물관련 판매 모습

- 꽃 취급 전문점은 연말을 제외하고는 상대적으로 유통이 활발하지 않음
 - 캘리포니아의 로랜드 하이츠 (Rowland Heights)의 꽃 전문 판매점 Flowertells의 관계자에 따르면 이익구조가 잘 맞지 않아 판매점 주인들이 판매에 적극적이지 않다고 함. 수요가 많지 않지 않은 반면 유지 관리에 신경을 많이 써야 하기 때문 임
- 분재원의 경우 전문적으로 분재를 판매하는 경우가 많으나 고가의 수입분재의 경우 수요가 많지 않고 저가의 경우가 이벤트 선물용으로 판매되는 경우가 많음. 혹은 이미 분재에 관심이 많아 분재를 전문적으로 관리하는 소비자들의 분재 중 일부를 사들여 재판매하는 경우도 많음

- 온라인 구매의 경제성과 편리성으로 인해 매년 온라인 판매가 증가하고 있음
 - 시간이 없는 미국인이 각종 이벤트 선물용으로 예술성과 가치가 있는 분재를 쉽게 온라인으로 구매 할 수 있고 상대적으로 가격이 저렴함
 - 온라인 쇼핑물들에 선물용으로 판매되는 경우가 많으며 이는 대부분 가격을 맞추기 위해 미국내에서 생산된 분재를 판매하거나 값싼 중국산을 판매하는 경우가 대부분임
 - 자세한 설명과 함께 분재에 관련한 도구 등을 한번에 편리하게 구매할 수 있기 때문 임. 최근에는 무료 배송 (Shipping) 서비스 판촉 행사를 하는 유통업체도 있음
 - 더불어 미국인의 온라인 사용이 증가 한 것 또한 온라인 판매량 증가의 이유. 따라서 많은 분재 유통 회사들이 온라인 쇼핑몰 개선을 늘리고 있음
- 미국 시장에서 알려진 분재의 주요 브랜드로는 BLACK PINE, CALLIANDRA CALIFORNIA, DWARF MONDO, FICUS KIKI, FLORIDA PRIVIT, FUKIEN TEA, MING ARALIA CHINESE, SAGO, SERISSA KYOTO, 및 TEXAS EBONY 등이 있음
- 분재를 판매하는 유통업체는 대부분 분재에 필요한 화분, 토양, 연장 및 판매대(Shelf)도 함께 판매 취급 하고 있음
 - 판매대(Shelf)는 대형 유통업체 바이어가 요청을 하거나, 판매 장소에 맞게 특별 제작하여 판매가 용이하도록 상황에 맞게 제작됨
- 시즌별로 보면 판매가 가장 집중되는 시기는 어머니날이 포함되어 있는 5월과 추수감사절 (Thanksgiving Day) 이후부터 연초 음력설까지임
 - 어머니의 날이 있는 5월의 경우 꽃다발이나 화분 꽃을 선물하는 경우가 많아 가장 대목이며 가격이 비싸지 않은 작은 분재를 선물하는 경우가 지속적으로 증가 중
 - 아시안 문화권의 영향으로 생일잔치나 개업식 등에 선물용으로 쓰이는 경우도 많아 추수감사절 이후부터 연초 음력 설 까지 많이 판매됨

라. 가격동향

- 분재의 가격은 몇 년생인가에서 분재의 예술적 모양, 어떤 수종인지 또는 어느나라에서 수입된 것인가에 따라 가격이 다양함. 분재는 심신안정, 취미 등 여가 생활을 만족 시켜주는 수단이므로 정성을 들여 오래 가꾼 것 일수록 가치가 있음
- 가격차이 요인
 - 예술성과 전문성: 작은 크기를 유지하면서 나무의 모습을 작게 재현해야 하므로 나무의 가치를 회계하고, 가지치기를 하며 뿌리를 자르고 다듬는 일련의 과정을 거쳐 마치 자연 경관을 보는 듯해야 가치가 있음. 즉, 나이가 많은 나무처럼 보이되 자연스러움을 나타내야 예술적 가치가 있음
 - 수목의 수령이 장수한 것이면 좋으며 중기는 상처가 없고 깨끗해야 함

- 뿌리 부분은 굵고 수관부쪽으로 올라갈수록 가늘어져야 하고 심이 살아 있고 유연성이 있어야 하며 가지 배열이 좋아야 함
- 소재의 가치: 분재는 작은 화분이나 단지 등에서 나무를 기르며 수석이나 나무 뿌리, 인조 모형 등으로 아름다운 동양화를 연상케 해야 하므로 다양한 보조 소재를 동원하게 되므로 소재가 가격에 영향을 끼침
- 일반적으로 5년생 이상은 소비자가격도 최하 개당 40불에서 500불까지하며, 25년생이상은 품종과 형태에 따라 수만불까지의 고가격대를 형성하고 있음
- 미국의 대표적인 조경 및 가드닝 전문 대형 유통 매장중 하나인 홈디포 (Home Depot) 에서 판매 되고 있는 분재는 수량과 종류도 매우 적으며 가격은 25달러에서 35달러 선 임
 - 이러한 저렴하게 판매되는 분재를 미국에서는 몰사이(mallsai) 라고 따로 부르고 있음. 몰사이는 분재(bonsai)와 몰(mall)을 합성한 용어로 홈디포(Home Depot), 로우스 (Lowe's), 월마트, 케이마트 등 미국 대형 유통 마켓의 정원관련 제품 판매소에서 판매중 임
- 분재 마진율은 정해진 바 없이 매우 다양 함. 이는 분재가 적정 가격을 정하기 매우 어려운 예술성이 강조된 특화 된 제품이기 때문임. 대형 유통업체의 경우 통상 50~100% 마진을 취함

제품명	Green Mound Juniper	Chinese Elm
업체명	Brussel's Bonsai Nursery	Brussel's Bonsai Nursery
가격(달러)	25	125
사진		

제품명	Golden Gate Ficus	Lucky Bamboo
업체명	Brussel's Bonsai Nursery	Brussel's Bonsai Nursery
가격(달러)	2,900	19
사진		

제품명	Bald Cypress Forest	Phoenix graft
업체명	Bonsai West Store	White Bear Bonsai Garden
가격(달러)	6500	2450
사진		

제품명	Juniper, Procumbens Nana 23"	Zelcova Serrata 20"
업체명	Bonsai Outlet	Bonsai Outlet
가격(달러)	250	155
사진		

제품명	Chinzan Azalea	Chinese Elm Shosin 8"
업체명	Bonsai Tree Gardner	Ken's World
가격(달러)	80	265
사진		

제품명	Large Chinese Elm	Dwarf Black Olive
업체명	Eastern Leaf	Bonsai Tree Gardner
가격(달러)	109	175
사진		

제품명	Narrow Leaf Fig	Bougainvillea 'red'
업체명	American Bonsai Nursery	American Bonsai Nursery
가격(달러)	495	4250
사진		

마. 주요 바이어 리스트

업체명	관계자	연락처	비고
Brussel's Nursery	Brussel Martin	7044 Hacks Cross Road, Olive Branch, MS 38654 (662) 892-4469 Brussel@brusselsbonsai.com	미국 최대규모
Kimura Bonsai and Landscape Nursery	Bob Pressler	17230 Roscoe Blvd. Northridge, CA 91325 (818) 343- 4090	
Lotus Bonsai Nursery & Gardens	Scott Chadd	1435 Lower Lake Drive Placerville, CA 95667 (530) 622-9681 scottchadd@lotusbonsai.com	GSBF(캘리포니아 분재단체) and ABS(북미 분재단체) 의장
Fuji Bonsai Nursery	Roy Nagatoshi	13170 Glenoaks Blvd Sylmar, CA 91342 (818) 367-5372	미국내에서 가장 오래된 분재원 중 한 곳
BonsaiSuperstore	Jim Smith	14775 SW 232 Street Miami, FL 33172 (305) 258-0865	
Wabi Sabi Bonsai	Dave Dewire	24850 S Raney Ln. Estacada, OR 97023 (503) 630-2003	

2. 소비동향

가. 소비량 변화

- 미국 내에서 아시아권 문화에 대한 인지도의 증가와 함께 분재에 대한 인지도 또한 증가하고 있어 점차 많은 소비자들이 분재에 대해 알아가는 중
 - 캘리포니아에만 약 60개에서 80개 정도의 분재클럽이 있으며 각 클럽에는 약 20-30명의 멤버들이 활동하고 있어 미국 전체에 분재를 심도 있게 다루는 사람들은 약 100,000명 정도로 추정
- 분재 소비량은 급증하는 경우는 거의 없으며 정확한 숫자를 알 수 없을 정도로 미미하지만 불황 없이 꾸준하게 조금씩 증가하는 추세임
- 온라인이나 홈디포매장 같은 곳에서의 작은 저가의 분재를 시작으로 분재에 관심을 갖게 되는 소비자로의 회전율은 약 1% 정도로 높은 편이라 지속적으로 증가 중

나. 소비행태

- 인종, 민족 등에 따른 소비 특성

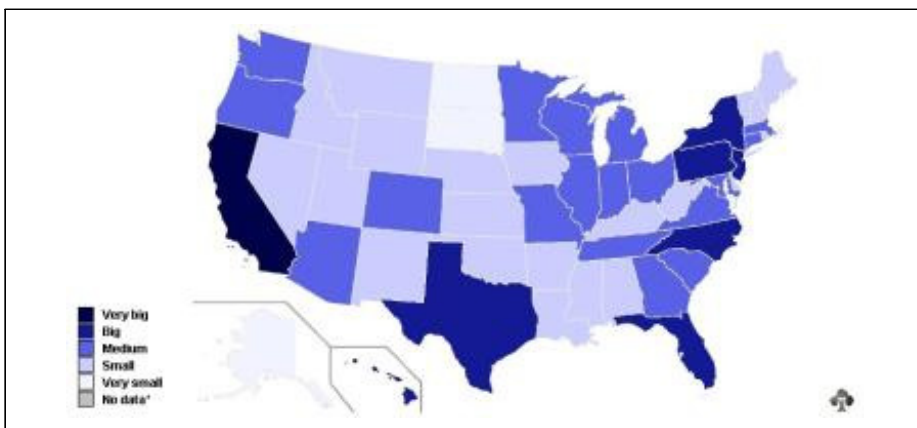
- 분재는 일본에 의해 처음 미국에 선보이게 되어 아시안의 소비가 제일 많고 백인들도 동양문화 선호 분위기에 의해 매니아 층에서 점진적 구매율이 높아지고 있음
- 백인들의 경우 유튜브(You Tube), 페이스북 (Facebook) 등 소셜미디어와 잡지 등 관련 매체를 통한 정보 수집에 익숙하고 동호회 활동이 활발함
 - 그 외의 민족에서는 분재 소비를 거의 찾아볼 수 없음
- 소득 및 지역별 소비 행태
 - 주 소비계층은 경제적으로 안정적인 중산층 이상임
 - 연령별로는 자연과 예술에 관심이 높은 은퇴한 장년층 혹은 기혼의 중장년층이 대부분이었으나 최근에는 홀로 취미생활을 즐기며 새로운 아시아권 문화에 관심이 많은 30대 후반의 소비자계층도 증가하는 추세
 - 여성보다는 남성이 2.5배 정도 더 많이 분재를 취미생활로 삼고 있으며 게이 커뮤니티 내의 인기가 증가하고 있음
 - 미국내에 아시아권이 집중되어 있는 동북부 대서양지역 및 서부 태평양지역의 대도시에서 거주하는 인구가 분재의 주 소비계층 임
- 미국에는 분재에 관련한 협회 및 지역별 동호회가 매우 많이 존재 하고 있어 이곳을 통하여 제품 홍보 및 교육 뿐 아니라 거래도 성사되고 있음



분재 동호회 모습

- 분재는 아시아권이나 유럽권에서는 예술로 인식되는 반면, 미국에서는 예술보다는 취미생활이라는 인식이 강해 돈을 많이 들여 분재를 구입하는 경우가 매우 드물음
 - 주로 분재 한 개 당 \$30-\$40정도가 적당하다고 생각하며 비싸다고 생각되는 가격은 \$200-300정도여서 \$500 이상이 되면 거의 판매되지 않음
 - 대부분의 소비자들은 원산지보다는 가격에 더 민감하며 분재 취미생활을 더 깊게 하는 소비자들의 경우는 모양 및 종류와 가격에 더 민감하게 반응함

- 정원가꾸기는 미국의 TV방송에서 매주 정기프로그램으로 방송할 정도로 대중적인 취미활동의 하나임. 미국가구의 상당수가 정원을 보유하고 있으므로 관목류에 대한 잠재 수요자가 많아 큰 시장을 기대 할 수 있음
- 미국 정원 조경 협회(The National Gardening Association)가 조사한 바에 따르면 2011년 한 해 동안 정원 조경과 관련 제품 구매로 소비량은 2백91억 달러를 기록했다고 발표했다. 조경 참여 가구는 2010년에 8천만 가구였던 것에 비해 3백만 가구가 증가함. 2011년 DIY 정원조경(do-it-yourself lawn and garden)소비량은 평균 가구당 \$351을 기록함
- 소비자들이 조경관련 제품들을 구매하는 장소는 전체 소비의 30%를 홈디포나 로우스 같은 집수리센터(home improvement centers)에서 제일 많은 구매를 하고 있으며, 그 다음은 대형유통점(mass merchants)에서 21%, 지역 정원 센터나 화훼취급점 구매가 15%였음
- 미국 내 분재의 관심 지역 분포도



출처 : Bonsai Empire

- Golden State Bonsai Federation(GSBF)의 전 대표 Ted Matson 인터뷰
 - 현재 미국 내의 분재 소비자 수는 매우 적은 편이며 수입산 또한 줄어들고 있는 실정
 - 분재 소비자들은 현재 아주 초보이거나 분재에 대해 해박한 사람들이며 중간단계에 있는 사람들을 위한 정보나 분재가 많지 않음
 - 분재 초보자들은 분재가 자신에게 맞는 취미생활인지 알아보고 싶어하여 비싸거나 많은 돈을 소비하지 않으며 이미 분재에 대해 많이 알고 있는 해박한 소비자들은 이미 갖고 있을 것을 다 갖고 있어 소비가 적음
 - 은퇴한 소비자들이 대부분이었다면 요즘은 새로운 세대들이 점차 분재 시장에 관심을

갖기 시작했으며 새롭고 색다른 것을 찾는 소비자들이 증가함

- 캘리포니아가 분재시장에서는 중요한 주(state)이긴 하나 점차 포트랜드(Portland) 지역으로 그 비중을 옮겨가고 있는 중임. 포트랜드지역에 분재를 예술로 취급하며 포트랜드 미술관(Portland Art Museum)에서 "Artisans Cup"이라는 이름을 붙여 분재에 대한 인지도를 높일 이벤트를 계획 중임
- 아직까지 분재는 미국 전역적인 이벤트는 없으며 각 지역에서 주최하는 작은 이벤트들만 활성화가 되어있음
- 여러 분재 단체는 분재를 단순히 하나의 취미생활로 보는 것보다는 예술로 보는 것이 분재를 더 오랫동안 지속시킬 수 있는 방법이라고 생각함. 분재의 진가를 알아보게 하는 것이 앞으로 분재시장이 나아가야 할 방향

다. 원산지별 제품 분석

- 현재 미국 대형 소매점에 판매중인 분재는 30-40달러 미만의 저가의 보급형 모델 (몰사이-mallsai)이 대부분을 차지하고 있음
- 일본산
 - 일본산은 대부분 품질면에서 우수한 고급형이 많음. 주로 분재 대회나 동호회 활동을 활발하게 하는 분재에 심취되어 있는 소비자들의 경우 일본산을 선호하는 경우가 많음
 - 수입하기에 안전하며 "분재 마스터(Bonsai Master)"라고 불리는 유명 분재 예술가들이 일본인들이 대부분이기 때문에 일본산에 대한 인식이 매우 좋고 관심이 많은 편임
 - 일본 분재 예술가들의 활발한 미국 내 움직임과 일본의 분재 투어같은 초청성 분재쇼로 인해 분재를 좋아하고 특별한 취미생활로 갖고 있는 소비자들에게는 일본산 분재에 대한 신뢰성이 매우 높음
 - 품질면에서도 매우 좋고 병충해로부터의 상태도 양호하여 고가에 판매되고 있음
- 중국산
 - 중국산은 저가의 제품이 주를 이루고 있음. 럭키밤부(Lucky Bamboo,행운대나무) 혹은 인삼 벤자민, 고무나무 등의 저가형 제품이 주를 이뤄 대량으로 판매됨
 - 중국산 제품으로 처음 분재를 취미생활로 시작하는 소비자들이 많음. 중국산의 경우 저가이면서도 미국 내에선 생산하기 힘든 제품을 주로 취급하고 있음
 - 최근에는 중국의 중국산 분재에 대한 스폰서가 많아짐에 따라 일본과는 다른 방향으로 중국의 분재 역사를 알리면서 소비자들에게 어필하고 있음. Bonsai Clubs International이라는 분재 협회를 중국 측에서 중점적으로 스폰서해 주고 있으며 그로 인해 많은 멤버들이 중국산 분재에 대한 인지도가 증가하는 중

- 대만산
 - 대만산 분재 또한 점차 그 인지도를 넓히고 있는 중임. 고가상품들이 대부분임
 - 대만의 경우 분재 대회 등의 이벤트를 주최하여 분재에 관심이 있는 소비자들이 대만의 분재 문화에 대해 알 수 있는 기회를 만들고 대만산 분대에 대해 알릴 수 있는 기회를 창출함
- 미국 현지산
 - 미국산의 경우는 대부분 저가이며 인터넷으로 판매되는 품질이 아주 좋은 제품들은 아님. 소비자들이 분재를 처음 접할 시에 비싼 제품은 꺼려하기 때문에 가격을 맞추기 위해 현지산이 많이 사용됨
 - 품질이 좋은 편은 아니며 분재 스타일링도 기본적인 부분만 만져서 판매되는 경우이며 많이 판매되는 평균가격은 약 \$50정도임
 - 주로 이벤트성 선물로 취급되는 경우가 많음
- 한국산
 - 2007년 미국 수출이 중단되었다가 5년 만인 지난 2012년 3월 수출이 재개되었음
 - 소나무, 철쭉, 진백 등 17만 달러 상당의 분재가 수출되었음
 - 한미 FTA로 가격인하 요인이 생겼으나 한국산의 가장 큰 문제는 검역임
 - 한국만이 갖고 있는 분재 종류들의 경우 품질 면에서 그리고 예술적인 면에서 매우 좋으나 검역으로 인해 수출장벽이 높으며 그로인해 한국산을 일본에서 수입하여 미국으로 재수출하는 경우도 있음

Ⅲ. 수출확대전략

1. 과제 및 해결 방안

가. 검역 안정성 확보

- 한국 분재 수출의 가장 시급한 부분은 검역조건 확보하는 일임. 금지되었던 수출이 재개되었지만 여전히 검역조건에 맞출 수 있는 분재 조성단지의 부재로 수출이 힘들
- 미국 검역국에서 인정할 수 있는 재배지를 선정하여 수출을 지속적으로 할 수 있게 함
 - 재배지를 선정할 경우, 미국 검역당국의 검역신뢰도를 확보할 수 있는 가능성이 높음
- 병해충조사 관리방법을 연구하여 검역 안정성을 확보해야 함

- 수출용 분재에 대한 관리를 철저히 하여 안정성을 지속적으로 유지하여 향후 수출을 지속적으로 유지할 수 있도록 해야 함
- 분재에 치명적 손상을 초래할 수 있는 USDA의 까다로운 검사절차를 줄이기 위해선 치명적 검사대상에서 제외될 수 있어야 하며 그러기 위해서는 안정성확보가 우선임

나. 수요저변 확대

- 일반 소비자들을 대상으로 한국산 분재의 아름다움과 예술성을 소개하고, 한국산 분재의 특징점을 알려 분재인구 저변확대를 해야 함
 - 협회, 단체, 동호회를 대상으로 한국산 분재소개, 대학 강의, 커뮤니티 강의 등을 통해 적극적으로 홍보하고 또한 관련 전시회를 통하여 한국산 분재의 우수성을 알려 북미시장루트를 개척해야 함
 - 한국산 분재 문화에 대해 소개함으로서 한국산 분재에 대한 이미지를 쌓는 것이 중요
- 한국산에 대한 분재 소비자층의 인식이 전혀 없기 때문에 한국산 분재가 검역 다음으로 해결해야 할 문제는 인지도임
 - 한국산 분재에 대해 알고 있는 소비자는 거의 없음. 고급은 일본산, 저가의 보급형은 중국산 및 국내산이라는 인식이 있지만 인지도가 거의 없는 한국산에 대한 이미지는 전혀 없음
 - 대형 유통망의 바이어와 마케팅 상담을 통한 한국산에 대한 전통과 이미지를 심어주는 것이 중요

다. 차별화

- 한국만이 갖고 있는 품질로 승부
 - 이미 일본산, 중국산, 최근엔 대만산까지 분재 시장에 자리를 잡은 만큼 한국은 한국에서만 생산되는 제품으로 공략해야 함
 - 중간가격대의 수입산은 많은 편이 아님. 분재협회 측에 의하면 현재 분재를 취미생활로 시작하는 소비자들 및 분재에 대해 아주 잘 아는 소비자들을 위한 제품들은 많은 편이나 초보단계에서 올라가고 있는 소비자들을 위한 제품은 다양하지 못한 편임
 - 새로운 예술적 시도를 통한 한국만의 예술적 가치를 높여야 함. Mica pots같은 경우 한국인에 의해 최초로 시도되고 가치를 인정받고 있는 한국적 도전 작품 임. 분재를 담은 가치 있는 상품으로 여겨지며 분재 커뮤니티 사이에 잘 알려져 있음
- 한국산 분재의 예술성을 알리기 위해서는 문화와 역사를 함께 알려 부가가치를 높여야 함

라. 적극적인 마케팅 및 시장개척

- 분재 투어/전시회
 - 분재를 주제로 한 투어를 기획. 분재의 역사를 공부할 수 있고 문화를 체험할 수 있는 투어를 기획해 한국의 분재를 체험할 수 있는 기회를 창출
 - 해외의 분재관련 인사들을 초청하여 한국산 분재를 체험하고 볼 수 있는 전시회 및 현지 분재원을 방문하여 한국분재에 대한 긍정적 이미지를 심어주어 한국산 분재가 분재 커뮤니티에 알려질 수 있도록 함
- 온라인 웹사이트 제작 및 인종별 커뮤니티 공략
 - 분재 판매 유통회사는 대부분 인터넷 웹사이트를 보유하고 있음. 온라인을 통하여 판매 및 홍보 기회를 갖고 있음. 한국 분재 판매 기업도 온라인 웹사이트를 통한 홍보 및 수익증대를 해야 함. 소셜미디어 (SNS)를 활용하여 홍보하는 것이 매우 좋음

마. 꾸준한 현지 시장조사

- 정확한 시장조사를 바탕으로 한 마케팅을 체계적으로 전개해야 경제적 임. 미국 현지에 맞는 수종 개발과 공급을 통한 미국 유통채널을 확보하고 시기별 알맞은 마케팅을 순차적으로 전개해야 함
 - 미국 분재 소비자 시장의 경우 매우 협소하고 또한 분재를 예술로 생각하지 않아 미국 내 분재 협회에서도 분재를 하나의 취미생활이 아닌 예술의 한 부분으로 만들기 위한 노력이 진행 중임
- 수출검사와 주요 병해충에 대한 방제 방법 등에 대한 메뉴얼을 제작하여 수출농가에 보급하는 것이 필요 함
- 수출유관기관과 유기적인 협조 체제를 구축해야 함. 미국시장개척단 모집후 전문마켓과 현지 생산 농가 현장견학을 통한 사전 시장조사 및 미국 수출시장에 대한 이해의 폭을 넓혀야 함

※ 전시회 정보

- California Aiseki Kai Annual Show
- Bay Island Annual Bonsai Exhibit, Bay Area Annual Bonsai Exhibition
- California Shohin Seminar
- California Bonsai Society Convention and Show
- Lone Star Bonsai Federation Convention
- Midwest Bonsai Society Spring Show
- US National Bonsai Exhibition

2. 과제 극복시 한국산 수출 예상점

- 진출 가능 시기

- 2013년부터 시작된 미국의 실업률 회복과 주택 경기 활성화에 따라 2008년부터 시작된 미국의 장기간 경기침체에서 점진적으로 벗어날 것으로 예상 됨. 따라서, 2013년 하반기부터 주택경기에 직접적인 관련이 있는 원예시장이 다시 활기를 띠어 2014년부터는 회복세에 들어갈 것으로 보임. 한국산이 진출하기 좋은 시기는 경기 회복세와 주택 경기가 상승세에 들어설 것이 예상되는 2014년 중반기 임

- 수출 제안 품목

- 미국인들이 선호하는 분재묘목으로는 소나무(PINE TREE), 향나무(JUNIPER), 단풍나무(MAPLE), 느릅나무(ELM) 등 임. 단풍나무 분재의 경우는 단가가 저렴하여 현재 미국시장을 점유하고 있는 중국산 분재와 경쟁이 가능함. 대만과 중국의 실내산 보다는 일본산처럼 실외용 분재 즉, 정원 조경용 제품 개발 및 판매에 집중하는 것이 생산성이 있음. 이는 미국인들의 조경과 정원 가꾸기에 대한 관심이 더 높아 졌기 때문이고 최근 부동산경기 회복과 관련이 있기 때문임

- 진출 지역

- 미국은 다양한 인종이 어울려 사는 3억 1천만명의 다인종, 다문화 국가이므로 전 세계 국별 시장을 테스트하기 좋으며. 특히 로스앤젤레스와 뉴욕 지역은 한인이 가장 많이 모여 사는 인구밀집 지역으로 분재 관련 한인농가가 인근에 있고 주 소비대상인 아시안 밀집 지역이기도 하므로 이 지역을 통한 중장기적 사업을 진행하면 좋음. 미국 대형 유통망에서는 저가 저 품질의 몰사이(mallsai)와 경쟁구도가 되며, 온라인, 동호회, 전시회 바이어 및 전문 화훼농장주 등을 통해서도 고품질의 한국산 예술품 분재가 관심을 끌 것 임

2013 임산물 해외시장동향 - 표고버섯, 탈삼감, 밤, 분재 -

발 행 처 : 한국농수산물유통공사

발 행 일 : 2013년 12월

주 소 : 서울시 서초구 강남대로 27

조사참여 : 일본 - 오사카 aT센터

미국 - LA aT센터

프랑스, 독일 - 로테르담 aT센터

문 의 처 : 식품수출정보팀 02) 6300-1394

본 자료는 KATI(www.kati.net) > 자료실 > 발간책자를 통해서도 보실 수 있습니다.

※ 우리 공사는 임직원에 대한 부정비리 신고 편의를 도모하고자 수신자부담 「24시간 부정비리 신고 모바일 핫라인(080-112-2580)」을 개설하였습니다.
신고내용은 비밀이 절대 보장되오니 안심하시고 신고하여 주시기 바랍니다.