

---

[2018년 해외 이슈조사]

「일본 주목받는 신선채소류 현황 및 한국산 진출방안 조사」  
결과보고

---

2018. 5.

**aT** 한국농수산물유통공사  
오사카지사

# 목차

<b>1. 일본의 청과물 시장 개요</b> .....	<b>1</b>
가. 생산 현황 .....	1
나. 수출입 현황 .....	3
다. 도매 거래 현황 .....	7
<b>2. 일본의 청과물 유통 현황</b> .....	<b>9</b>
가. 유통 개요 .....	9
나. 유통 채널 .....	11
다. 유통업체 구조 및 특성 .....	16
<b>3. 일본에서 주목받는 신선채소</b> .....	<b>17</b>
가. 파프리카 .....	17
나. 토마토 .....	33
다. 쥬키니호박 및 애호박 .....	46
<b>4. 한국산 신선채소의 일본시장 진출방안</b> .....	<b>57</b>
가. 일본 청과물 시장 트렌드 .....	57
나. 시장 특성 및 수출장벽·과제 .....	58
다. 수출확대 방안 .....	59

# 일본 주목받는 신선채소류 현황 및 한국산 진출방안 조사

## 요약

### 1. 파프리카 시장 개요 및 과제, 수출 확대 방안

- 일본 파프리카 시장의 한국산 점유율 약 70%
- 한국산 파프리카는 일본산 파프리카 생산량 증가가 위협요인이지만, 일본산 파프리카는 현 단계 기준으로 생산이 안정적이지 않으므로 품질과 가격 면에서 한국산이 우위를 유지할 것으로 예상됨
- 한국산 파프리카의 과제는 파프리카 시장규모가 물량 기준으로는 증가하고 있으나, 단가는 약 감소세 경향. 일본산 파프리카는 여름·가을재배가 많기 때문에 수입 파프리카도 포함하면 하절기(6~8월) 공급과잉 및 단가하락 현상이 발생하기도 함
- 한국 내 파프리카 수요가 확대되고 있기 때문에 시기에 따라 일본 수출 물량이 크게 감소하는 등 연중 안정적인 공급을 위협하는 사태가 발생하기도 함

한국산 파프리카 SWOT 분석		기회	위협
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 신선채소시장에 파프리카가 정착함</li> <li>• 샐러드 소비량 증가</li> <li>• 간편 손질 채소(커트채소 등)</li> <li>• 나카쇼쿠&amp;외식시장 수요 확대</li> <li>• SNS 등 인터넷 상에 음식 사진 게시 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 채소 전체 소비량 감소</li> <li>• 일본산 파프리카 생산량 증가</li> </ul>
<b>강점</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 기타 수입 파프리카보다 신선도 등 품질이 우수</li> <li>• 일본산 파프리카보다 저렴</li> <li>• 연중 안정적인 공급 가능</li> <li>• 고당도 파프리카와 미니 파프리카 등 다양한 품종 생산</li> </ul>	<b>적극적 전략</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 SNS상에서 음식 사진 게시 활발, 사진을 찍고 싶게 만드는 파프리카 메뉴 개발</li> <li>• 간편 손질 채소(커트채소 등) 가공업체 판로 개척 및 강화</li> <li>• 나카쇼쿠&amp;외식업무용 판매 강화</li> </ul>	<b>차별화 전략</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 고품질 및 적정 가격 유지</li> <li>• 일본산이 불가능한 연중 안정적인 공급을 PR</li> <li>• 고당도 파프리카와 미니 파프리카 등 다양 생산 및 활용방안 강조</li> </ul>	
	<b>약점</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출 물량이 크게 감소하는 경우가 발생하는 등 한국 내수용과 수출용 수급균형이 깨지는 경우 발생</li> <li>• 하절기(6~8월)에는 공급과잉으로 가격하락 발생 경향</li> <li>• 바이어 요청사항(크기 및 색 지정) 미반영 사례 발생</li> </ul>	<b>개선 전략</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출용 상품의 안정적인 공급체계 확립</li> <li>• 릴레이 재배를 통해 계절에 따른 생산량 증감 감소</li> <li>• 가정 소비용(유통매장)은 S-M 크기, 가공업무용은 L-LL 등 납품처에 따른 선별 작업 철저</li> </ul>	<b>방어 전략</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능성과 맛, 먹기 편한 점을 강조하여 인지도 상승 및 소비 확대에 주력</li> </ul>

## 2. 토마토 시장 개요 및 과제, 수출 확대 방안

- 일본의 토마토 시장은 일본산이 압도적으로 점유율이 높고, 수입산은 가공·업무용으로 일정 수요를 획득한 상황
- 최근에는 먹고 활용하기 편하므로 방울토마토의 가계소비, 가공·업무용에서 수요가 확대되고 있음
- 한국산 토마토가 일본시장 내 점유율은 1% 미만이지만, 수입 토마토 중에서는 가장 점유율이 높고 2015년 이후에는 수입량의 과반수를 차지
- 최근에 방울토마토 수요가 확대되고 있어 한국산 방울토마토의 공급량이 증가세를 보임
- 일본에서는 가계소비용 신선 토마토가 시장의 대부분을 차지하고 있으며 소비자의 국산 지향도가 예전부터 높기 때문에 수입산 토마토의 시장진출이 어려운 실정
- 반면, 간편화 지향으로 반찬이나 도시락 등을 구입해 집에서 하는 식사를 지칭하는 나카쇼쿠 및 외식시장이 확대되고 있으므로 업무용 토마토 수요 증가
- 일본 내 수입업체 및 바이어는 한국산 토마토의 수출확대 과제로 릴레이 재배를 통한 연중 생산체제가 확립을 주장
- 한국산 토마토의 대일수출 확대를 위해서는 방울토마토를 비롯해 토마토의 품질유지·향상과 연중 안정적인 공급을 철저히 할 필요가 있음. 또한, 세계적인 이상기후와 병충해에 따른 토마토 생산·공급 리스크에 대해서는 기후 영향을 적게 받는 재배기술과 병충해에 강한 품종 개발이 중요

### 한국산 토마토 SWOT 분석

		기회	위협
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본에서 토마토는 채소류 중 1인당 구매금액이 가장 높은 인기채소</li> <li>• 방울토마토 수요 확대 추세</li> <li>• 붉은색 토마토의 맛과 기능 재인식</li> <li>• 나카쇼쿠&amp;외식시장 확대 추세</li> <li>• 일본산 토마토의 생산, 출하계획이 기상의 영향을 많이 받음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국산(일본산) 지향도가 매우 높음</li> <li>• 분홍빛 토마토 수요는 대개 일본산으로 공급됨</li> <li>• 토마토 수요가 확대되어 한국 외 캐나다, 멕시코, 뉴질랜드 수입 증가</li> </ul>
강점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고품품질로 수요자 평가도 높음</li> <li>• 특히 방울토마토의 강점 보유</li> <li>• 연중 안정적인 공급 가능</li> </ul>	<b>적극적 전략</b>	<b>차별화&amp;방어 전략</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품질유지 및 향상 강화</li> <li>• 일본산 토마토의 동향 파악, 신속하고 적절한 공급체계 확립</li> <li>• 방울토마토를 중심으로 나카쇼쿠&amp;외식 업무용 판매 주력</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고품질과 적정 가격을 강조해 업무용 수요 강화</li> </ul>
약점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 릴레이 재배에 따른 공급체계 미확립</li> <li>• 기상악화, 병충해 발생에 따른 안정적인 공급에 지장이 발생할 가능성 있음</li> </ul>	<b>개선 전략</b>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 릴레이 재배를 통한 연중 생산체제 확립</li> <li>• 기후 영향을 적게 받는 재배기술, 병충해에 강한 품종 개발에 집중</li> </ul>	

### 3. 주키니호박 및 애호박 시장 개요 및 과제, 수출 확대 방안

- 일본에서 주키니호박은 이탈리아 요리점의 업무용 식재로 일본에 수입되면서 시장이 형성되었으며, 이후에 일본 내 산지가 점차 늘어나며 현재는 일본산이 90% 이상을 차지하는 시장이 형성됨
- 일본산 토마토는 외식업체를 중심으로 과반수가 가공·업무용으로 유통. 한국산 애호박은 주로 한국계 외식업체가 이용
- 한국산 애호박의 대일수출 확대를 위해서는 유럽산과 같이 고급 호박류로 가계소비율을 강화하고 부가가치 도모가 효과적. 우선 애호박의 특징을 명확히 하여 유럽산과 차별화 및 소비자 인지도 향상이 급선무

#### 한국산 애호박 SWOT 분석

		기회	위협
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본산 주키니호박의 생산, 소비가 확대중</li> <li>• 수입산 주키니호박의 가계소비 증가</li> <li>• 국산(일본산) 지향도가 그리 높지 않음</li> <li>• 나카쇼쿠&amp;외식시장 확대 추세</li> <li>• 여름~가을재배 일본산 주키니호박(노지재배)은 태풍의 영향을 받기 쉬움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본산 주키니호박 산지가 급속도로 증가</li> <li>• 수입산 주키니호박(멕시코산, 미국산)은 업무용으로 염가에 유통됨</li> </ul>
강점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지리적 이점으로 품질(신선도)이 높은 애호박 공급 가능</li> <li>• 연중 안정적인 공급 가능</li> <li>• 한국에서는 일상적으로 소비되므로 다양한 조리방법 보유</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>적극적 전략</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 주키니호박과 차별화된 고급 식재료로 가계소비율 강화</li> <li>• 가정에서 조리, 보존방법을 알리고 다양한 메뉴 제안</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>차별화 전략</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본산&amp;유럽산 주키니호박과 다른 애호박의 특징 강조</li> <li>• 멕시코산, 미국산과 차별화된 부가가치화 도모</li> </ul>
		<p style="text-align: center;"><b>개선 전략</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본의 주키니호박과 차별화한 한국산 애호박으로 소비자 인지도 확대 도모</li> </ul>	
약점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 내에서 인지도 낮음</li> <li>• 주키니호박과 차별화가 어려움</li> <li>• 비교적 고가로 가격경쟁력 낮음</li> </ul>		

# 1. 일본의 청과물 시장 개요

## 가. 생산 현황

### (1) 채소

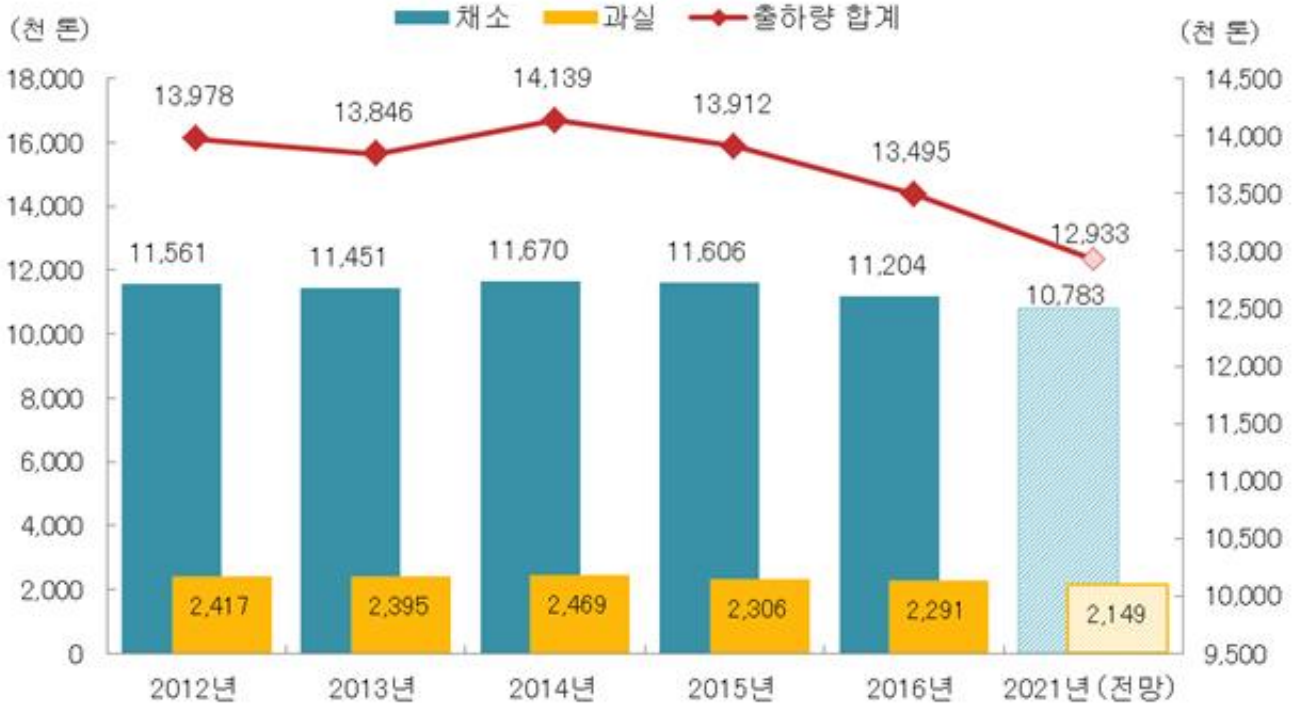
- 일본산 채소의 수급구조는 일본 내 생산량 약 80%, 수입량 약 20%
- 2016년 일본 내 채소 출하량은 1,120만 4천 톤, 과거 5년 중 최저치를 기록
- 일본 내에서 생산되는 주요 채소류는 양배추, 무, 양파로 3품목이 채소 생산량의 약 35% 차지
- 일본에서는 남북으로 긴 국토를 활용하며 계절에 따라 생산지를 전환하면서 안정적으로 채소를 공급(생산지 릴레이 재배). 예를 들면 동경에 「양배추」를 공급할 경우 봄에는 도시 근교의 간토 평야부, 여름부터 가을에는 냉량한 간토 고랭지, 겨울에는 온난한 아이치현이 주산지임
- 일본 내 채소 생산량이 1985년에 약 1,660만 톤으로 최고 생산량을 기록한 이후에는 감소세로 전환, 2005년경부터는 보합추세임. 농업종사자 감소와 고령화에 따라 일본 내 채소 생산량 증가는 어려울 것으로 예측되며 일본 전문조사기관 야노경제연구소는 2021년 채소출하량을 1,078만 3천 톤으로 추정
- 2016년 채소 산출액은 2조 5,567억 엔으로 과거 5년 중 최고치를 기록
- 일본산 채소 산출액이 30년간 변화를 거의 볼 수 없었고 생산량 및 출하량이 감소했으나, 산출액에 변화가 없는 배경에는 토마토 등 고부가가치 채소 생산이 증가하였기 때문임. 채소의 양적 증가를 전망하기 어려운 상황에서 향후에도 단가가 높은 과채류 생산량 증가가 예상됨

### (2) 과실

- 일본산 과실의 수급구조는 일본국내 생산량 약 40%, 수입량 약 60%
- 2016년 일본 내 과실 출하량은 229만 1천 톤으로 채소와 마찬가지로 과거 5년 중 최저치를 기록
- 일본 내에서 주로 생산되는 과실 품목은 동일본 ‘사과’와 일본 서남부지 ‘감귤류’ (특히 온주밀감)며, 2개 품목이 과실생산량의 약 54%를 차지함
- 야마가타현산 앵두, 야마나시현산 복숭아와 포도, 돗토리현산 일본 배, 오키나와현산 파인애플 등 산지 입지조건에 따라 다양한 과실이 재배되고 있음
- 일본 내 과실 생산량은 1985년에 400만 톤을 초과했으나, 해마다 감소가 계속되어 2010년경부터는 보합추세임. 채소와 마찬가지로 농업종사자 감소와 고령화, 과즙 등 수입가공품 증가에 따라 향후에도 일본 내 생산량 증가는 어려울 것으로 예측되며 야노경제연구소는 2021년 과실 출하량이 214만 9천 톤으로 추정
- 2016년 과실 산출액은 8,333억 엔으로 과거 5년 중 최고치를 기록
- 일본산 과실 산출액도 30년간 변화를 거의 볼 수 없었고 채소와 마찬가지로 생산량

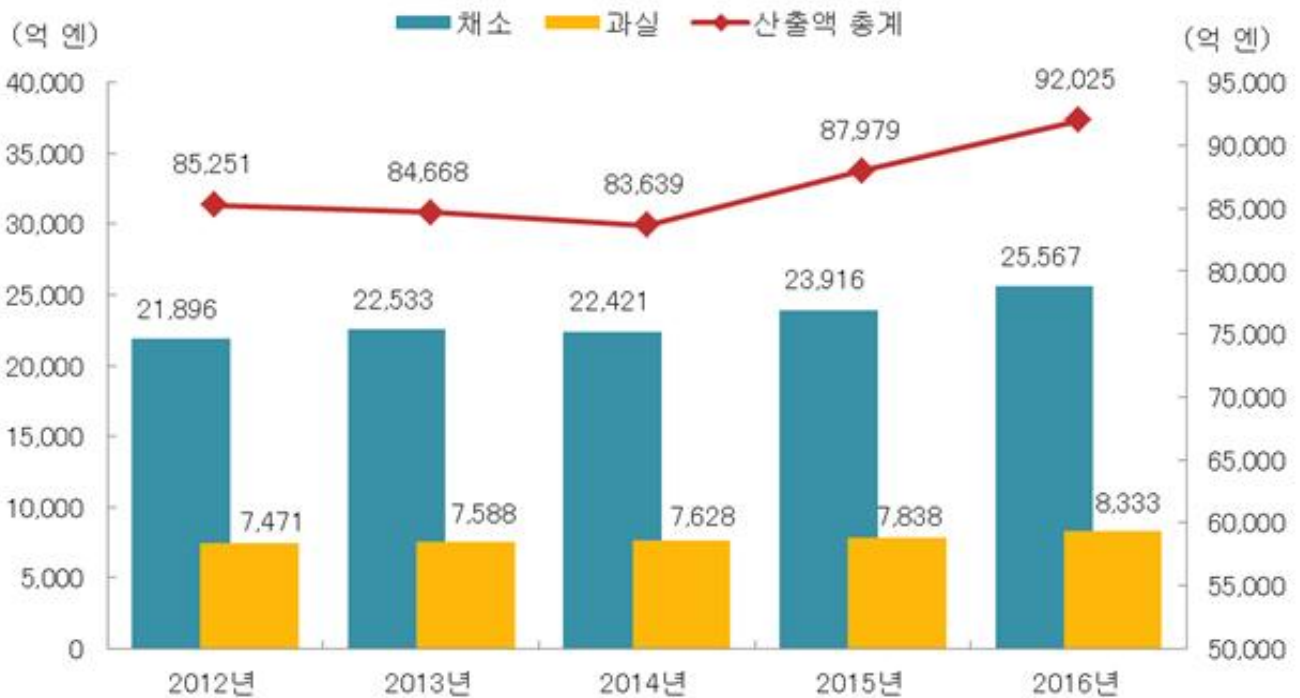
및 출하량이 감소했으나, 과실 품목의 고부가가치화 및 수출용 사과 및 복숭아, 포도가 호조로 확대되어 있음. 향후에도 샤인 머스켓 등 고부가가치 품종의 개발 활성화가 예상됨

<일본 청과물 출하량>



\* 출처 : 일본 농림축산진흥기구 「베지탄」, 「과수생산출하통계」  
2012년 출하량은 일본 야노경제연구소 전망

<일본 청과물 산출액>



\* 출처 : 일본 농림수산업성 「생산업계소득통계」

## 나. 수출입 현황

### (1) 수입 현황

- 2016년 채소류(신선 및 가공품) 수입량은 약 263만 톤으로 신선채소이 약 30%, 가공품이 약 70%로 수입액은 약 4,594억 엔을 기록
- 신선채소 중 양파가 수량 기준으로 전체의 약 40%(90%가 중국산)을 차지, 가공품 중에는 토마토(튀레, 주스 등)가 전체의 약 40%(30%가 미국산)을 차지함
- 신선채소는 양파, 단호박, 당근, 파, 우엉 5품목으로 전체의 약 70%를 차지함
- 신선채소 수입량은 1990년경부터 2005년까지 확대되었지만, 2006년 잔류 농약에 관한 허용물질 관리(PLS)제도 도입에 따라 생산량이 크게 감소되었고 2010년 이후에는 보합 추세임. 한편, 가공품은 2005년 이후에도 크게 감소되지 않고, 냉동 채소와 토마토 가공품 등이 증가하고 있음
- 향후에는 채소류 전체의 수입량에 큰 변화는 없지만, 고령화와 여성의 사회진출 가속으로 식문화의 간편화가 진행되며 채소가공품 수요가 확대되는 등 가공품 비중이 보다 높아질 것으로 예상됨

### (2) 채소류 수출 현황

- 2016년 채소류(신선 및 가공품)수출량 약 4만 3천 톤, 수출액 약 126억 엔을 기록
- 참마가 금액 기준으로 전체의 약 40%를 차지하고 양파, 고구마를 포함한 3품목이 전체 채소류 수출의 약 70%를 차지함
- 수출국은 참마를 중심으로 약 40%가 대만, 약 20%가 미국
- 신선채소 수출은 주로 보존 가능한 근채류 중심으로 북해도와 동북지방이 주요 산지
- 주력 품목인 참마는 대만에서 높은 평가를 받았고 일상적인 식재료로 정착되었지만, 수출량은 2008년에 최고치를 기록했지만 이후에는 감소경향을 나타냄. 고구마는 식이섬유와 비타민C, 칼륨 등이 풍부한 건강 채소로서 주목을 받고 있으며 홍콩을 중심으로 수출량이 증가하고 있음
- 향후에도 채소류 전체 수출량의 큰 폭으로는 확대되기는 어려우나, 계속해서 아시아 국가에 근채류를 중심으로 채소를 수출할 것으로 예상됨

### (3) 과실류 수입 현황

- 2016년 과실류(신선 및 가공품) 수입량은 약 244만 톤, 수입액이 약 4,906억 엔을 기록. 일본에서는 1990년대 중반에 과실 수입량이 일본 생산량을 추월했음. 수입량 내역은 신선과실 약 40%, 가공품 약 60%를 차지함
- 신선과실 중 바나나가 수량 기준으로 전체의 약 50%(90%가 필리핀산)을 차지하고 가공품 중에는 오렌지(과즙)와 사과(과즙)가 전체의 약 50%(오렌지 과즙 중 70%가 브라질산, 사과 과즙 중 80%가 중국산)을 차지함
- 신선과실은 바나나, 파인애플, 오렌지, 키위, 자몽, 아보카도 6품목으로 전체의 약



90%를 차지함

- 과실 수입량은 2004년경에 최고치를 기록한 후 감소세를 보이며 2014년 이후에는 보합 경향을 나타냄. 약 30년간 온주 밀감 소비가 크게 감소되는 한편, 바나나와 가공품 수요가 크게 확대되는 등 소비자 기호와 수요가 크게 변화되었음. 전체적으로는 과실을 대신해 과자와 음료를 소비하는 경향이 늘었고, 특히 신선과실 소비량은 지속적으로 감소되고 있음
- 일본 내에서 간편한 식품에 대한 수요가 높은 시대가 되면서 보존기간이 짧고 준비하고 먹는 데에 시간과 수고가 필요한 신선 과실을 피하는 경향이 강해지므로 앞으로 바나나와 같이 간편하게 먹을 수 있는 품목이나 가공품 확대가 예상되는 반면 과실류 수입량은 보합수준에서 소폭 감소추세로 전환될 것으로 예상됨
- 2016년 과실류(신선 및 가공품)수출량은 약 5만 톤, 수출액 약 270억 엔을 기록
- 신선과실은 사과가 금액 기준으로 전체의 약 65%를 차지하고 포도, 복숭아, 딸기, 배를 더한 5품목으로 전체의 약 90%를 차지함
- 사과의 약 70%가 대만으로 수출되고 사과의 20%와 포도, 복숭아의 60~70%는 홍콩으로 수출됨
- 일본에서는 성장전략 하나로 2019년에 농림수산물 수출액 1조엔을 목표로 하고 있음. 그 중에서도 사과, 포도, 딸기 등 과실을 중점적으로 강화하기 위해 ①통일된 마크 활용 등으로 일본 브랜드를 전면에 내세운 판매 촉진, ②릴레이 출하로 연중 안정적인 공급체제 확립, ③수출상대국의 잔류농약 기준을 엄수하기 위한 노력을 적극적으로 추진하고 있음



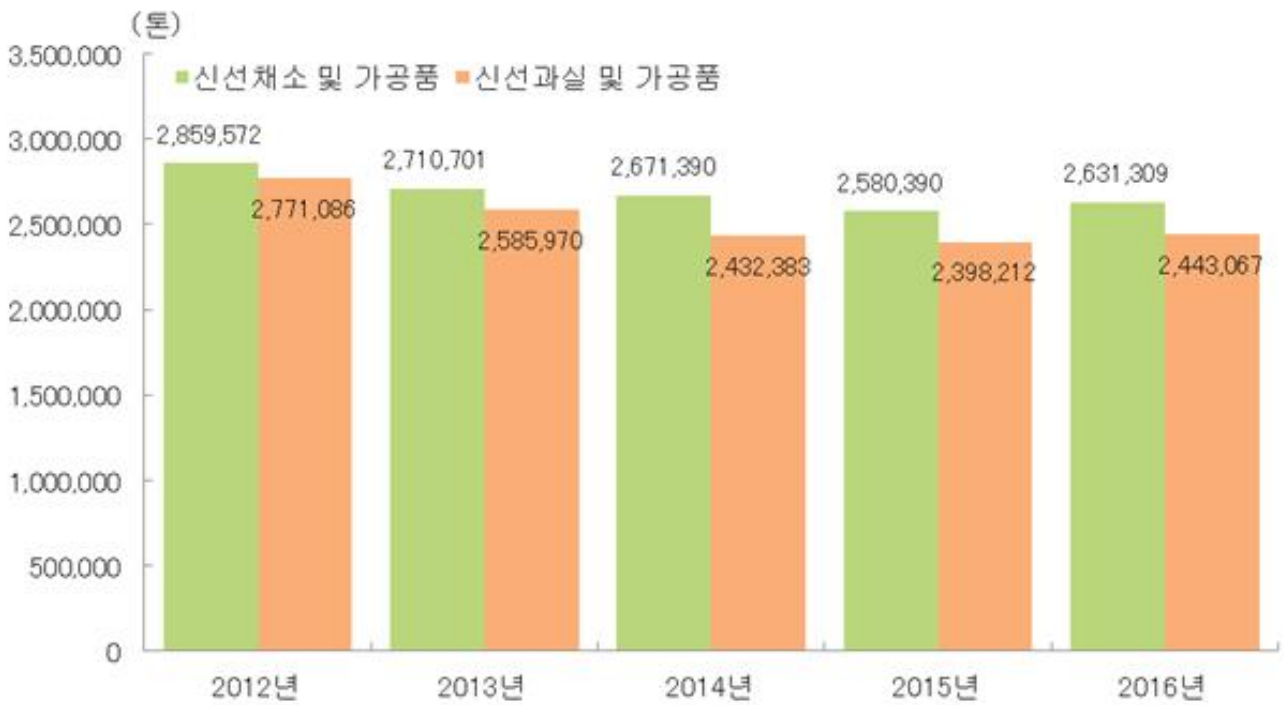
싱가포르 상설 매대

\* 출처 : 일본 농림수산물



통일된 마크

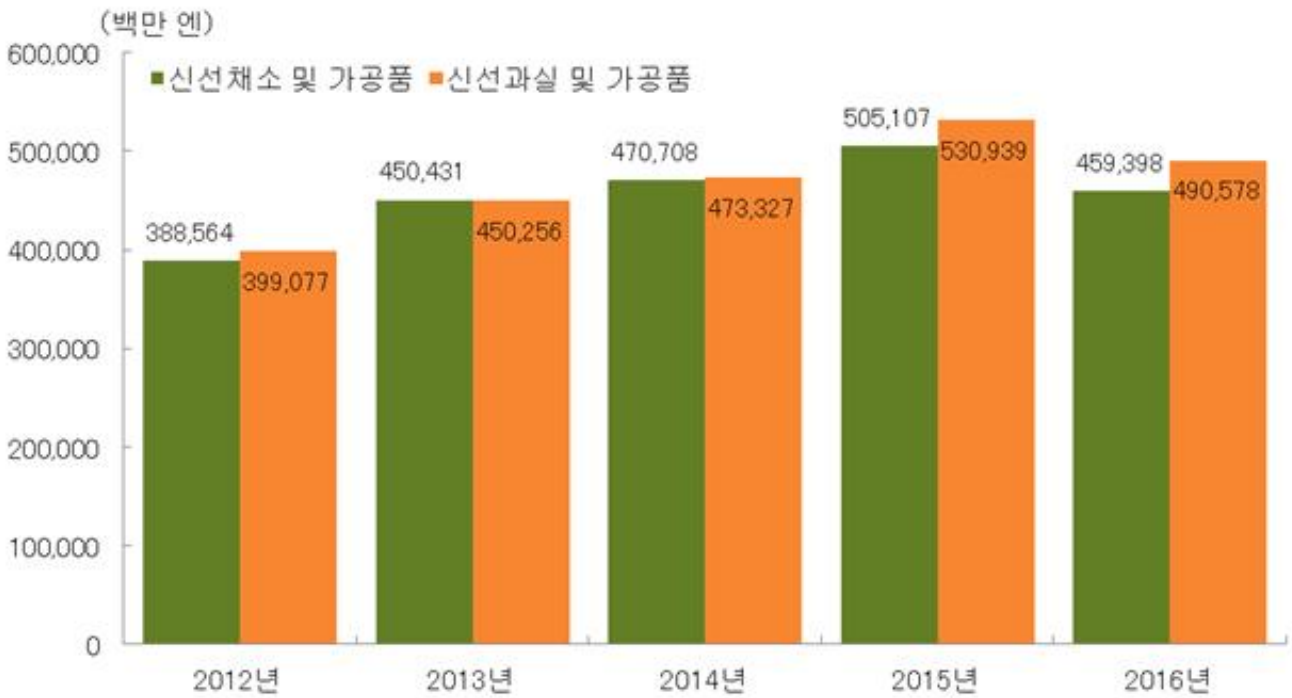
### <일본 청과물 수입량>



\* 출처

- 신선채소 및 가공품 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」 및 재무성 「무역통계」
- 신선과실 및 가공품 : 일본 농림수산성 「농림수산물수출입개황」 및 재무성 「무역통계」

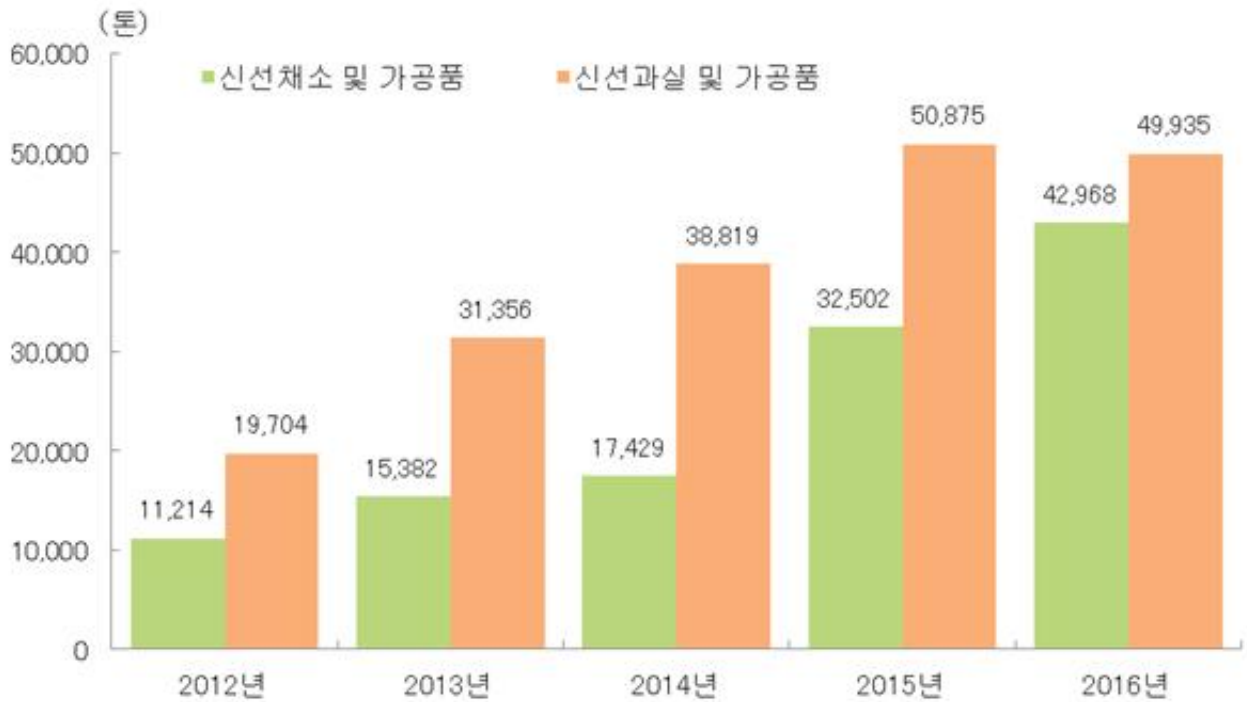
### <일본 청과물 수입액>



\* 출처

- 신선채소 및 가공품 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」 및 재무성 「무역통계」
- 신선과실 및 가공품 : 일본 농림수산성 「농림수산물수출입개황」 및 재무성 「무역통계」

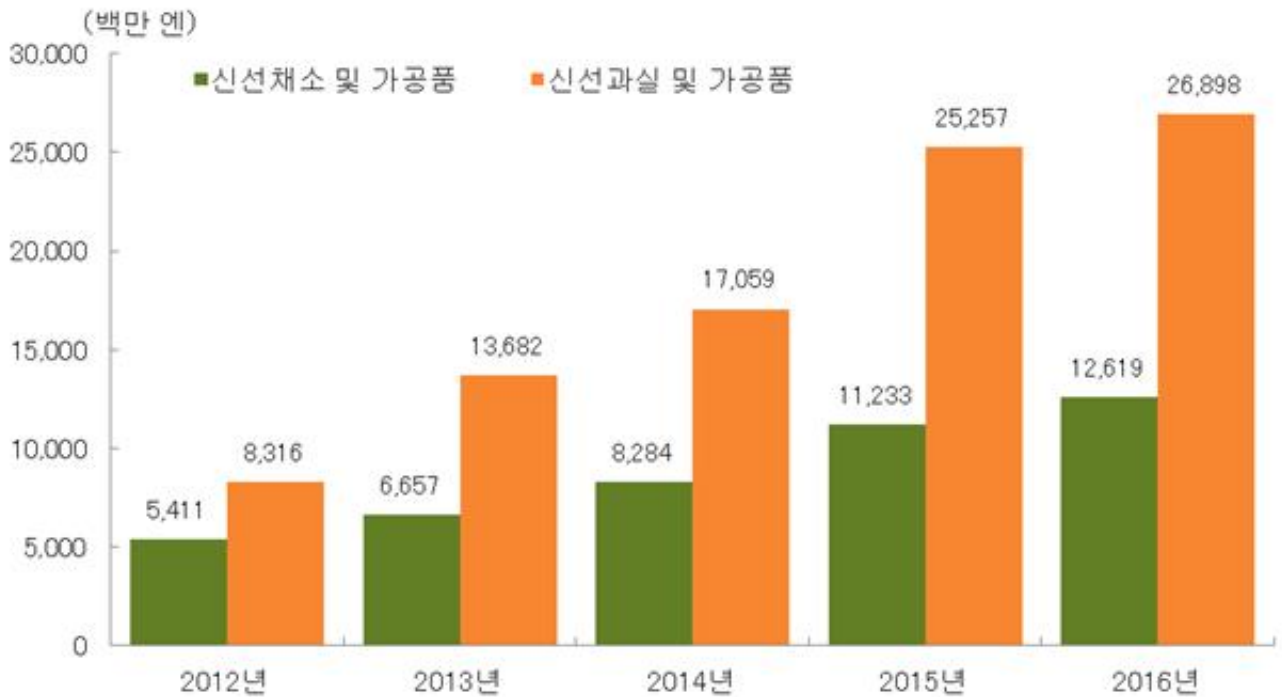
### <일본 청과물 수출량>



\* 출처

- 신선채소 및 가공품 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」 및 재무성 「무역통계」
- 신선과실 및 가공품 : 일본 농림수산성 「농림수산물수출입개황」 및 재무성 「무역통계」

### <일본 청과물 수출액>



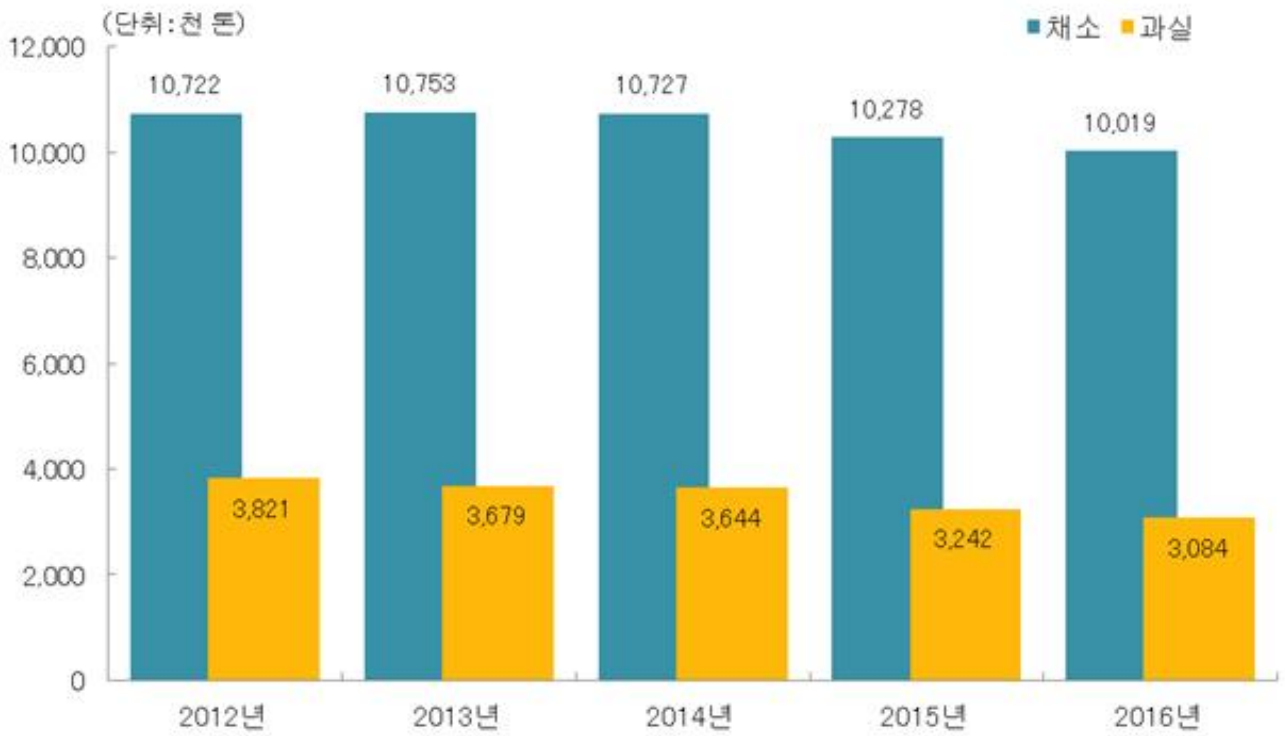
\* 출처

- 신선채소 및 가공품 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」 및 재무성 「무역통계」
- 신선과실 및 가공품 : 일본 농림수산성 「농림수산물수출입개황」 및 재무성 「무역통계」

## 다. 도매 거래 현황

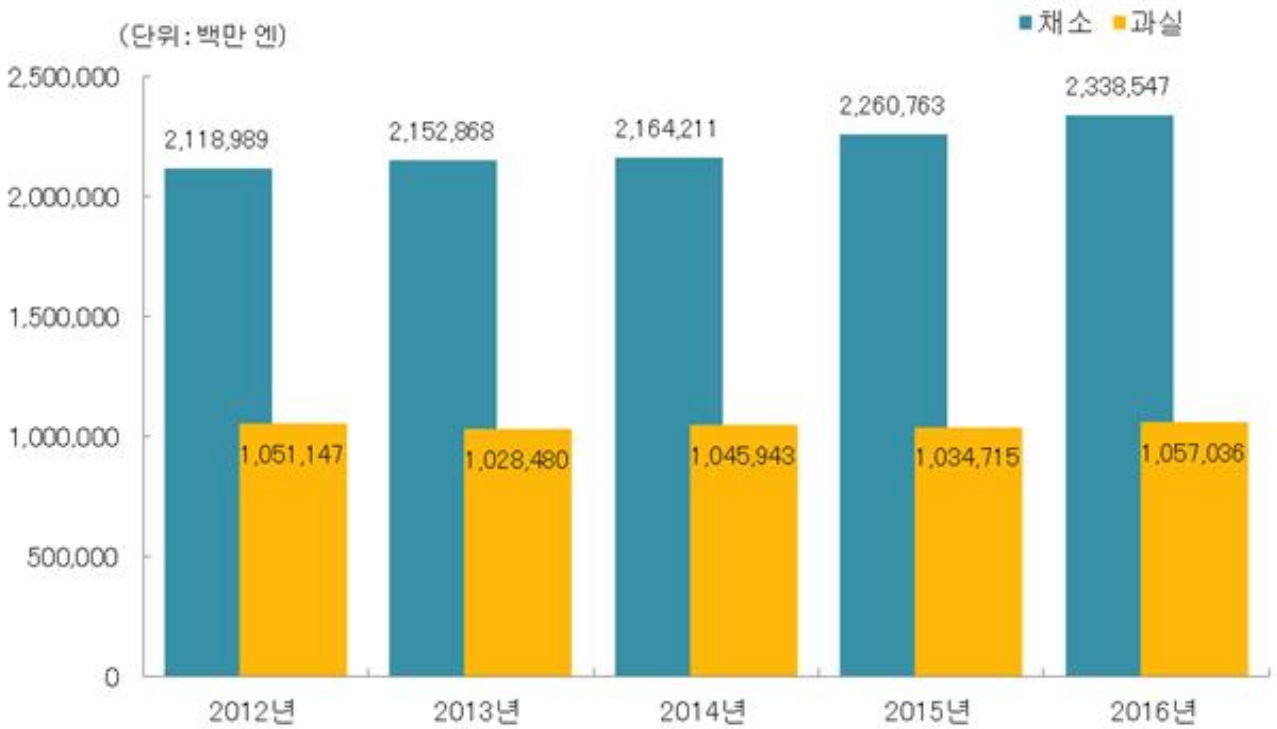
- 청과물의 약 60%(일본산 청과물로 한정하면 약 90%)는 도매시장을 경유하고 있음. 일본 도매시장은 농식품 유통을 책임지는 기반 역할을 하고 있음
- 2016년 채소 도매수량은 약 1,002만 톤, 도매가격이 약 2조 3,385억 엔으로 전년 대비 수량은 3% 감소, 가격은 3% 증가했음. 이는 무, 당근 입하량이 감소했고 감자, 당근 가격이 상승했기 때문임
- 채소 도매수량은 과거 10년간(2007~2016년) 소폭 감소했지만, 도매가격이 소폭 증가한 이유는 최근의 기후불순 영향으로 채소 단가가 상승했기 때문임
- 2016년 과일 도매수량은 약 308만 톤, 도매가격은 약 1조 570억 엔을 기록. 전년 대비 수량은 5% 감소, 가격은 2% 증가했음. 이는 밀감, 사과 입하량이 감소했고 밀감, 단감 가격이 상승했기 때문임
- 과일 도매수량은 과거 10년간(2007~2016년) 감소했고, 감소 비율은 채소보다 큼. 과실은 수입산이 과반수를 차지하므로 채소보다 시장경유 비율이 낮지만, 최근에는 유통업체나 소비자가 생산자에게 직접 구입하는 시장의 유통 증가도 영향을 미치고 있음
- 향후에는 시장의 유통 증가에 따라 청과물의 시장경유 비율 저하가 더욱 진행될 것이며 이상기후 현상도 자주 나타날 것으로 예상됨. 도매시장에서 취급하는 수량은 더욱 감소되며 품목에 따라서는 단가가 상승할 가능성도 있음

<일본 청과물 도매수량>



\* 출처 : 일본 농림수산성 「청과물도매시장조사」

<일본 청과물 도매가격>



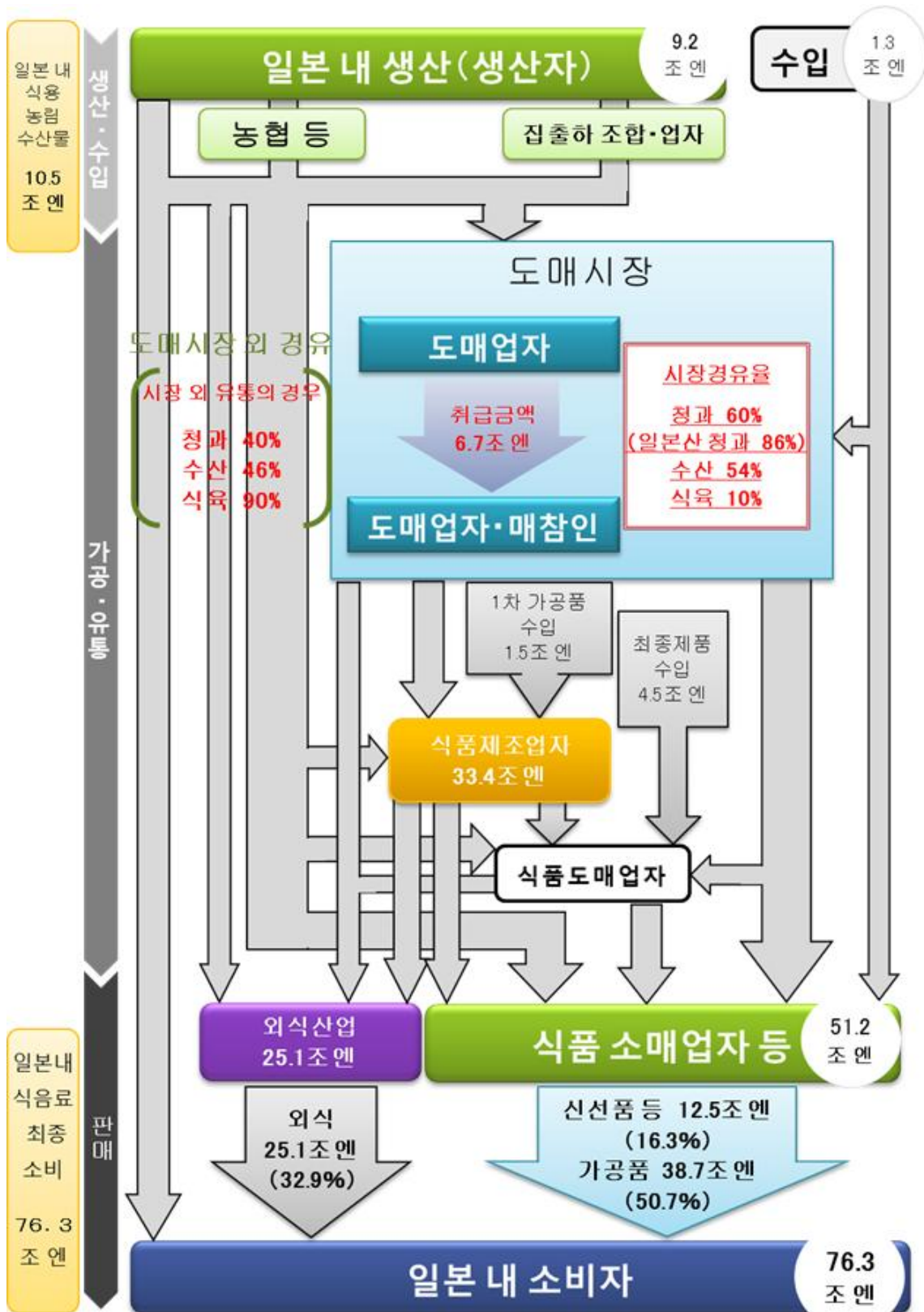
\* 출처 : 일본 농림수산성 「청과물도매시장조사」

## 2. 일본의 청과물 유통 현황

### 가. 유통 개요

- 일본 내에서 생산된 농림수산물 9.2조 엔에 수입산을 더한 10.5조 엔의 농림수산물은 유통과 가공 각 단계에서 마진과 원가가 부가되어 최종적으로 약 76조 엔의 식품이 소비되고 있음
- 전체 식품소비 중 3분의 2인 약 51조 엔이 식품소매업에 판매되어 3분의 1인 약 25조 엔이 외식으로 소비되어 있음
- 식품소매업에서 판매되는 신선식품(12.5조 엔)은 지난 30년간 약 10% 축소됨
- 식품소매업 및 외식산업에 식품을 공급하는 식품제조업(33.4조 엔)은 지난 30년간 약 1.4배 확대됨
- 청과물의 도매시장 경유 비율(약 60%)은 수산물 및 식육과 비교하면 높지만, 지난 30년간 약 30% 감소되었음. 반면 직거래와 인터넷 판매, 택배 등 시장의 유통이 증가 추세임
- 청과물의 원가 구조는 유통경비가 약 55%를 차지, 특히 소매경비 비율이 높음(약 25%)
- 품목별로는 시금치, 피망, 토마토 생산자 수취가격이 높고, 당근과 배추 생산자 수취가격은 낮음. 이는 당근, 배추는 비교적 저가로 판매되며 중량이 있어 출하운송료(집·출하단체 경비)가 차지하는 비율이 높기 때문임
- 생산자가 소비자에게 직접 판매하는 직거래 등 시장의 유통은 도매시장 유통과 비교하면 판매량은 적지만, 유통경비를 줄일 수 있기 때문에 생산자 수취 비율은 높음

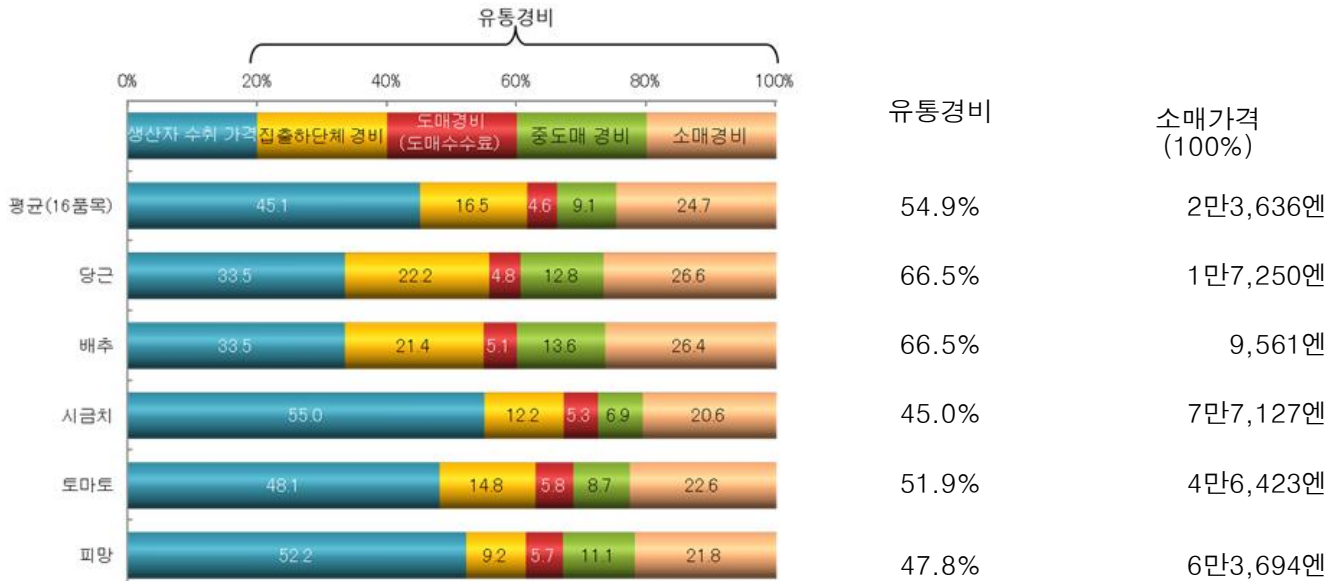
<일본 식품유통구조>



\* 출처 : 일본 농림수산물성 「도매시장을 비롯한 유통구조」 (2017년 10월)

## <일본 청과물 가격 구조>

(2014년 기준 /100k당)



\* 출처 : 일본 농림수산성 「도매시장을 비롯한 유통구조」 (2017년 10월)

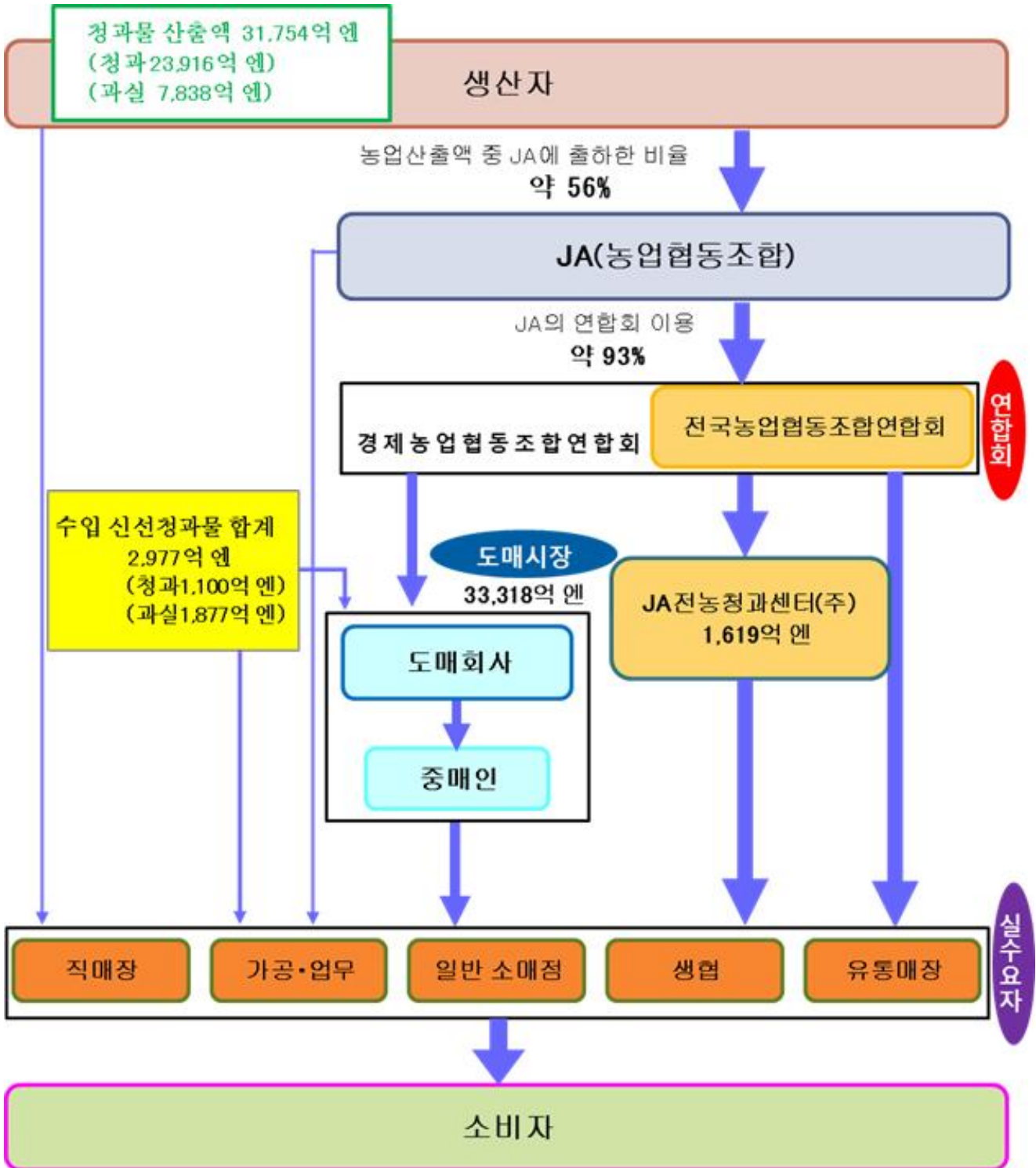
### 나. 유통 채널

- 일본산 청과물의 약 40%(금액 기준)가 출하 단체인 JA(농업협동조합)와 도매시장을 경유해 식품소매업체 등에 유통되며 이는 신선식품을 중심으로 일본산 청과물의 가장 일반적인 유통경로가 되었음
- 수입 청과물은 수입상사가 식품제조업체나 소매업체, 외식업체 등에 직접 판매하므로 시장경유 비율이 낮음. 하지만 파프리카처럼 수입산 비율이 높은 일부 품목은 일본산과 같이 도매시장을 경유하고 있음
- 도매시장에서는 생산자가 위탁한 상품의 거래가 기본이지만, 수요자의 다양한 요청에 대응하기 위해 위탁매입이 불가능했던 채소와 과일(수입산 포함)을 매입하는 비율이 높아지고 있음
- 도매업체가 매입한 상품은 이전까지 입찰을 통해 가장 비싼 값을 부른 사람에게 낙찰되었지만, 현재는 다양한 수요와 유통의 신속화에 대응하기 위해 판매자와 구매자가 1대1로 협의하여 가격을 결정하는 상대매매가 약 90%를 차지함
- 도매시장에서 도매업자는 중매업자에게 약 90%를 판매하고, 중매인이 식품소매업체에 약 80%(유통업체 약 60%, 전문소매점 약 20%)을 판매함. 이는 식품슈퍼 등 소매업에서는 풍부하고 다양한 상품 구비를 중요시하기 때문에 다품종 소량 매입이 가능한 도매시장을 활용하기 때문임
- 식품제조업체는 도매시장으로부터 매입하는 비율은 낮지만, 생산자나 집·출하단체 등으로부터 매입하는 시장외 유통이 60% 이상을 차지함



- 외식업체도 도매시장으로부터 직접 매입하는 비율이 낮지만, 식품소매업체로부터 40% 이상을 매입하기 때문에 간접적으로 시장을 경유하는 비율이 높음
- 식품제조업과 외식산업에서는 한정된 품목을 대량으로 사용하는 경우가 많으므로 식재료를 안정적이며 저가로 조달해야하기 때문에 대량 생산지로부터 직접 매입하는 시장의 유통을 많이 이용하고 있음
- 시장의 유통에는 생산자가 소비자와 직접 거래하는 경우도 있고, 산지 새벽시장과 직매장 판매, 인터넷을 활용한 통신판매가 있으며 최근 큰 폭으로 성장하고 있음

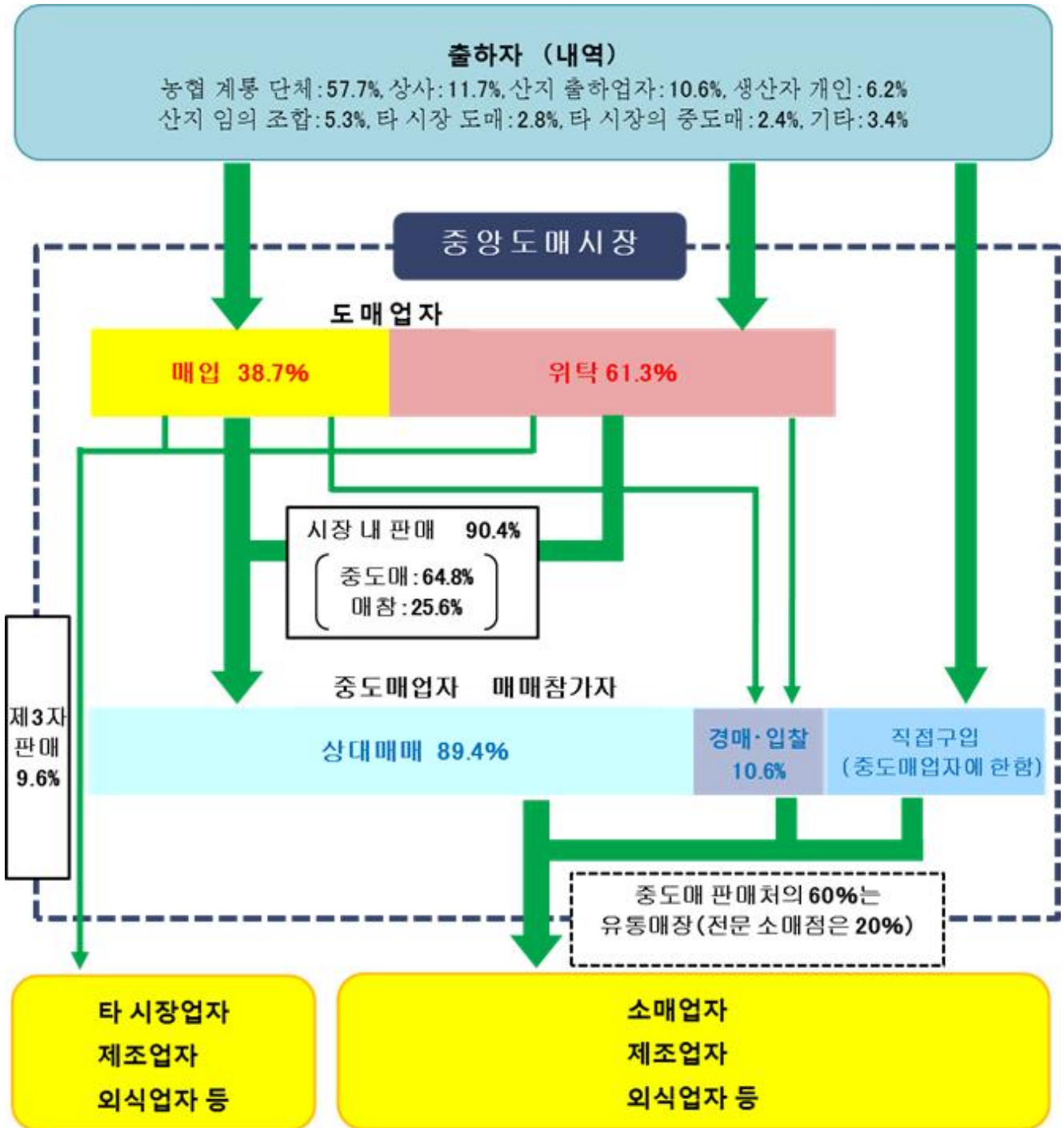
<일본 청과물 채널별 유통구조>



※ 농업산출액은 2015년도, 도매시장거래액은 2015년도, JA전농청과센터(주)거래액은 2016년도, 수입신선청과물 금액은 2015년도 수치  
 ※ 생산자의 JA이용률 및 JA의 연합회 이용률은 2014년도 수치

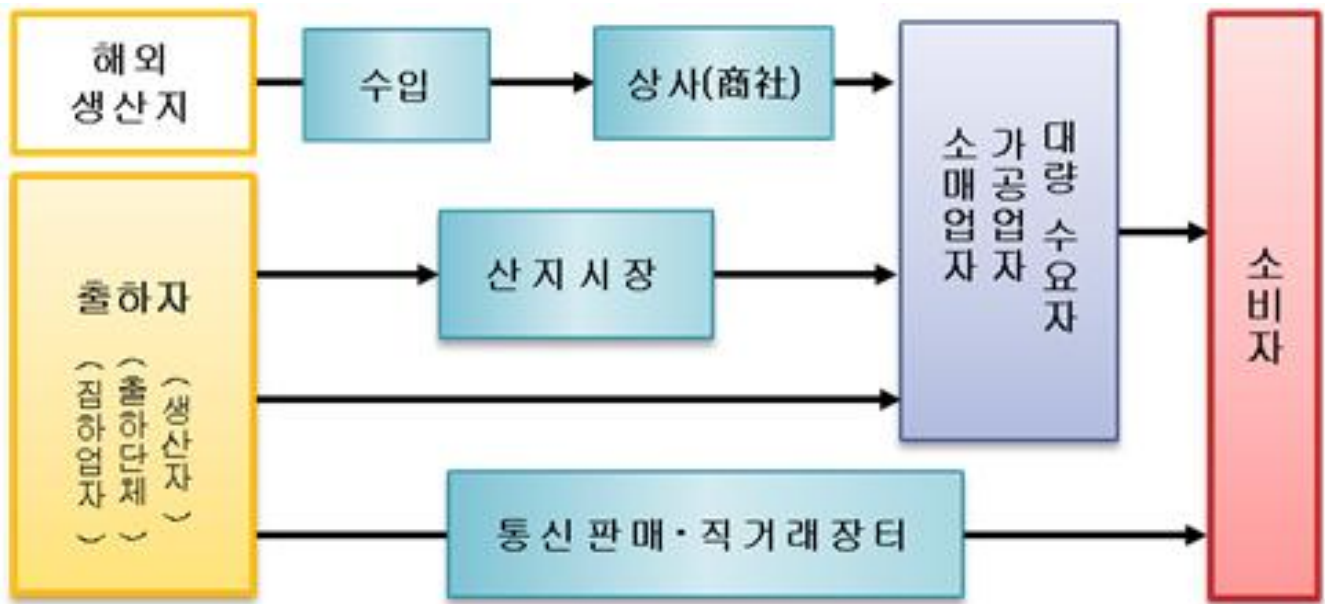
\* 출처 : 일본 전국농업협동조합연합회 「청과물유통 개요 및 JA그룹 점유율」

<일본 중안도매시장 거래구조>



\* 출처 : 일본 농림수산성 「도매시장 정세」 (2017년 6월)

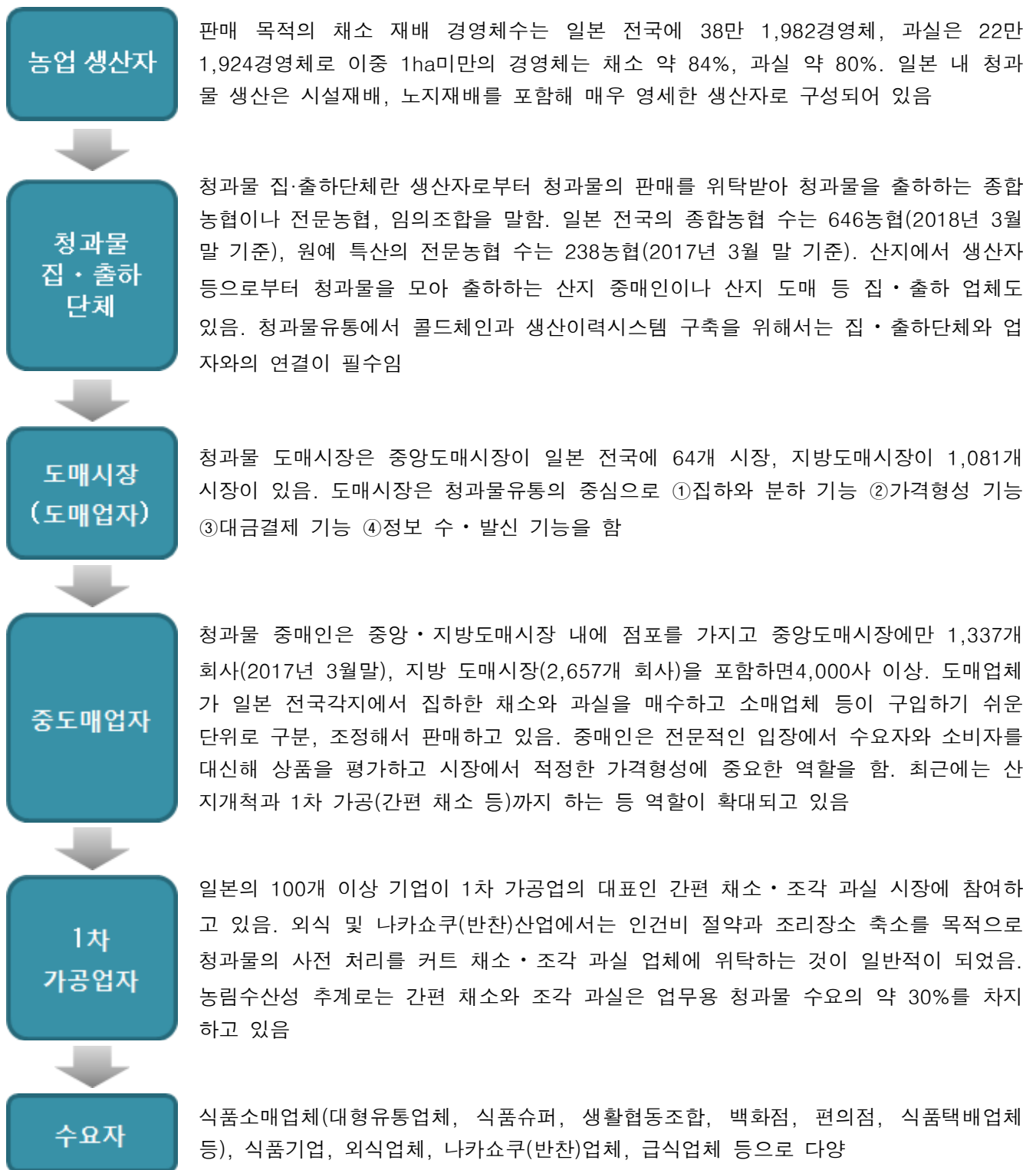
〈청과물의 시장외 유통구조〉



\* 출처 : 일본 농림수산성 「식재 유통과 변화」

- 가장 단순한 시장의 유통은 생산자가 소비자에게 직접 신선 식료품을 판매하는 것으로 생산지의 새벽시장(아사이치, 朝市) 및 생산자 직매소 등이 있음. 최근에는 도로변의 「미치노에키」에서 판매하거나 인터넷을 활용한 통신판매가 확대되고 있음
- 출하자가 도매시장을 경유하지 않고 대형 수요자 및 가공업체에 식재료나 가공용 원재료를 공급하는 경우도 있음. 예를 들면 반찬용 및 레스토랑 업무용, 절임 가공용 식재료로 공급하는 경우임. 또한 소매업체가 산지직송 상품으로써 판매용으로 구입하는 경우와 식당이 산지에서 식재료를 직접 구입하는 경우도 포함됨
- 산지 시장의 매입업체(중간도매업자, 소매업자, 가공업자 등)가 도매시장을 경유하지 않고 소비자의 소매업체 및 소비자에 판매하는 경우도 있음
- 수입품은 상사가 대형 수요자 및 가공업체, 소매업체와 직접 거래하는 경우도 있음

## 다. 유통업계 구조 및 특성



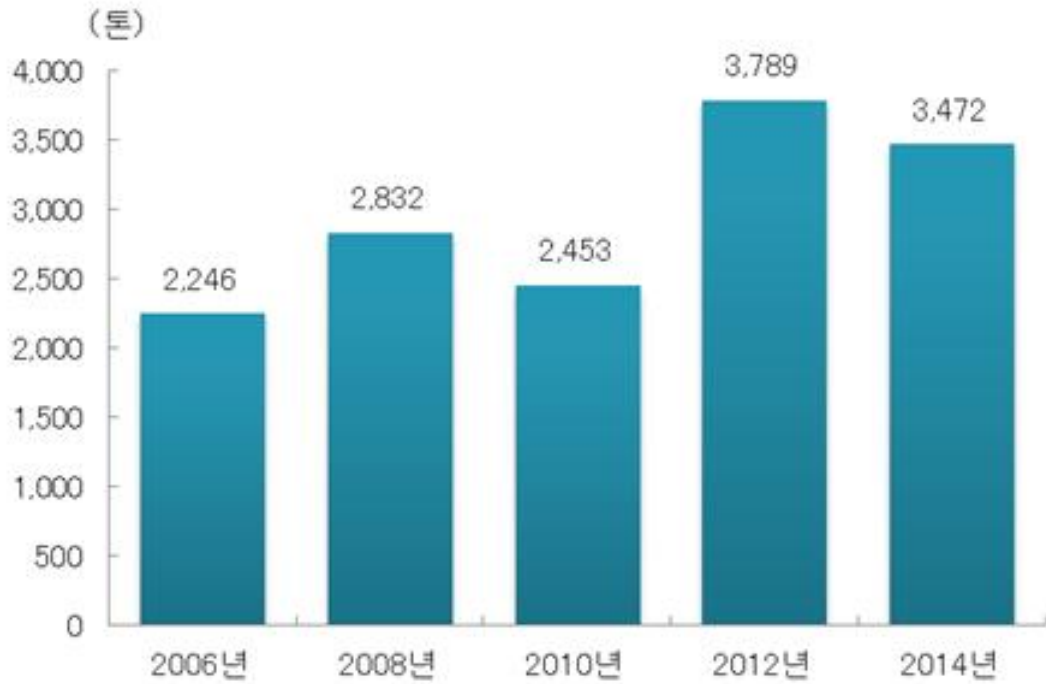
### 3. 일본에서 주목받는 신선채소

#### 가. 파프리카

##### (1) 생산 및 수입 현황

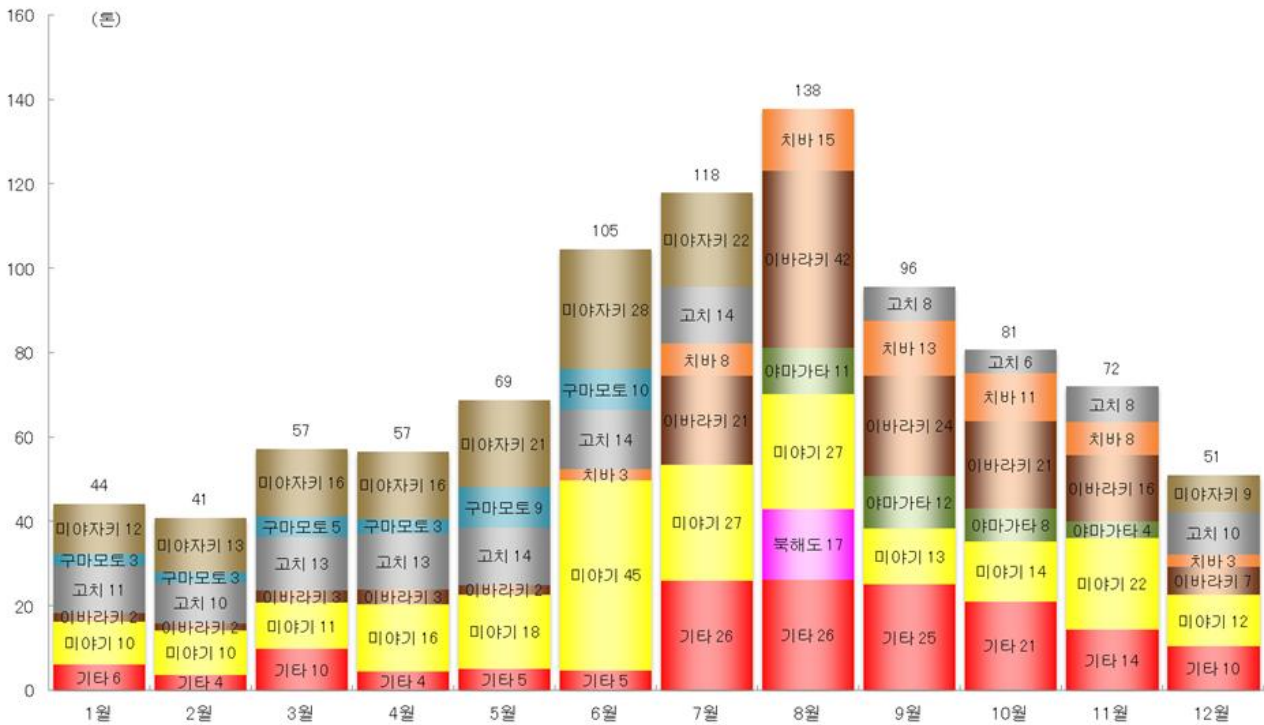
- 일본 파프리카 시장(2017년)은 추계 약 4만 5000톤, 약 90%를 한국산 및 네덜란드산 등 수입산 파프리카가 차지함
- 일본 채소시장에서 채소는 수입산으로 새로운 수요가 창출되었고 일본 생산지가 후발주자로 참여하게 됨
- 일본산 파프리카 출하량은 가장 최근 통계인 2014년에 3,472톤(격년 조사로 2016년 수치 미정), 2012년보다 감소되었지만 3,000톤을 초과했음. 수입산이 지속해서 증가하는 것에 비교해 일본산은 출하량이 안정되지 않은 상황임
- 일본산 파프리카의 생산지가 안정되지 않는 이유로는 ①생산지가 미야기현과 이바라키현에 집중되어 있기 때문에 기상악화 영향을 받은 경우에는 생산량이 극단적으로 감소되기 쉬우며, ②신규 생산자가 많고 생산시골 습득이 불충분함
- 일본산 파프리카의 월별 유통량 및 가격을 보면 하계(6~8월)에 유통량이 증가하여 가격이 저하하는 경향이 있음
- 산지별 동향을 보면 겨울~봄에는 온난한 미야기 현과 고치 현, 구마모토 현이 주산지 되고, 봄~가을이 되면 동일본으로 이동해 이바라키 현과 치바 현, 야마가타 현이 주산지가 됨. 생산량이 가장 많은 미야기현은 여름~가을재배가 많고 대규모 시설재배로 연중 안정적으로 공급하고 있음
- 수입산 파프리카 수입량은 2017년 4만 3,608톤으로, 수입량을 통계로 파악할 수 있게 된 2000년 이후 최고치를 기록. 네덜란드산이 감소하는 한편 한국산이 증가하고 한국산 점유비율이 2013년 66%에서 2017년 79%까지 상승했음
- 수입산 파프리카를 월별로 보면, 3월경부터 한국산을 중심으로 수입량이 증가하고 6월에 최고치를 기록, 한국산이 감소되는 7~10월은 네덜란드산 비율이 높아지고 있음. 뉴질랜드산은 남반구에 위치한 지리적인 이점을 활용해 겨울철(11월~2월) 공급비율이 높음. 일본 파프리카 시장은 한국산을 주축으로 네덜란드산 및 뉴질랜드산이 단경기 부족분을 보완하는 형태로 연중 공급되고 있음
- 수입산 파프리카 가격은 일본산보다 대개 저가로 유통되지만, 일본산 파프리카 유통량이 많고 한국산이 적은 8~9월은 수입산 가격이 일본산을 웃도는 경향이 있음. 2015~2017년 수치를 보면 매년 9월은 수입산(네덜란드산 중심)이 비싸고(kg당 평균 37엔), 2017년 8월에도 수입산이 47엔 비쌌음
- 앞으로도 계속해서 수입산 파프리카가 압도적인 점유비율을 유지하고, 국가별로는 한국산 비율이 한층 높아질 것으로 예상됨. 일본산 출하량이 안정되지 않는 가운데 재배 기술이 높은 한국에서 신선하고 가격경쟁력이 있는 파프리카가 안정적으로 공급되는 체제가 이미 구축되어 있는 것이 큰 이유임

### <일본산 파프리카 출하량>



\* 출처 : 일본 농림수산업성 「지역특산 채소 생산 상황 조사」

### <일본산 파프리카 월별 유통량 및 가격>



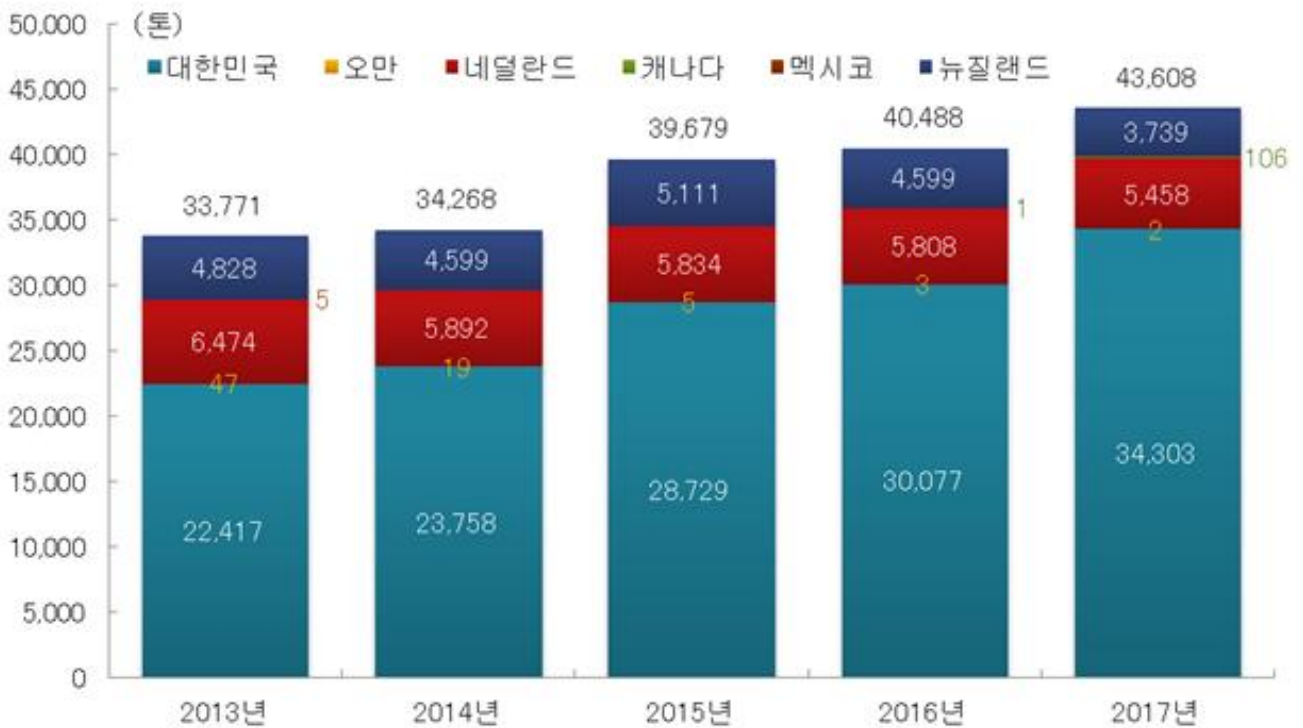
\* 출처 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」 및 도쿄·오사카 「시장월보」

<일본산 파프리카 월별 유통량 및 가격>



\* 출처 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」 및 도쿄·오사카 「시장월보」

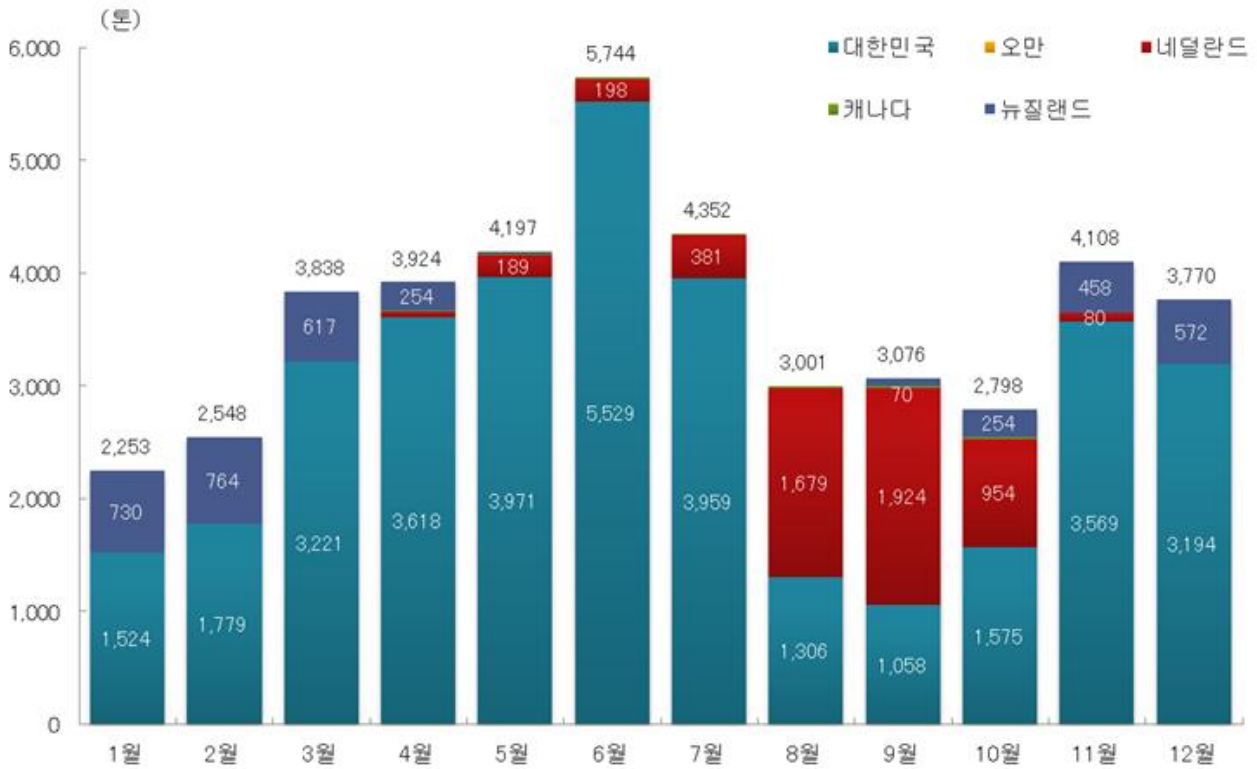
<파프리카 수입량>



\* 출처 : 일본 재무성 무역통계, HS Code 0709.60 010 기준



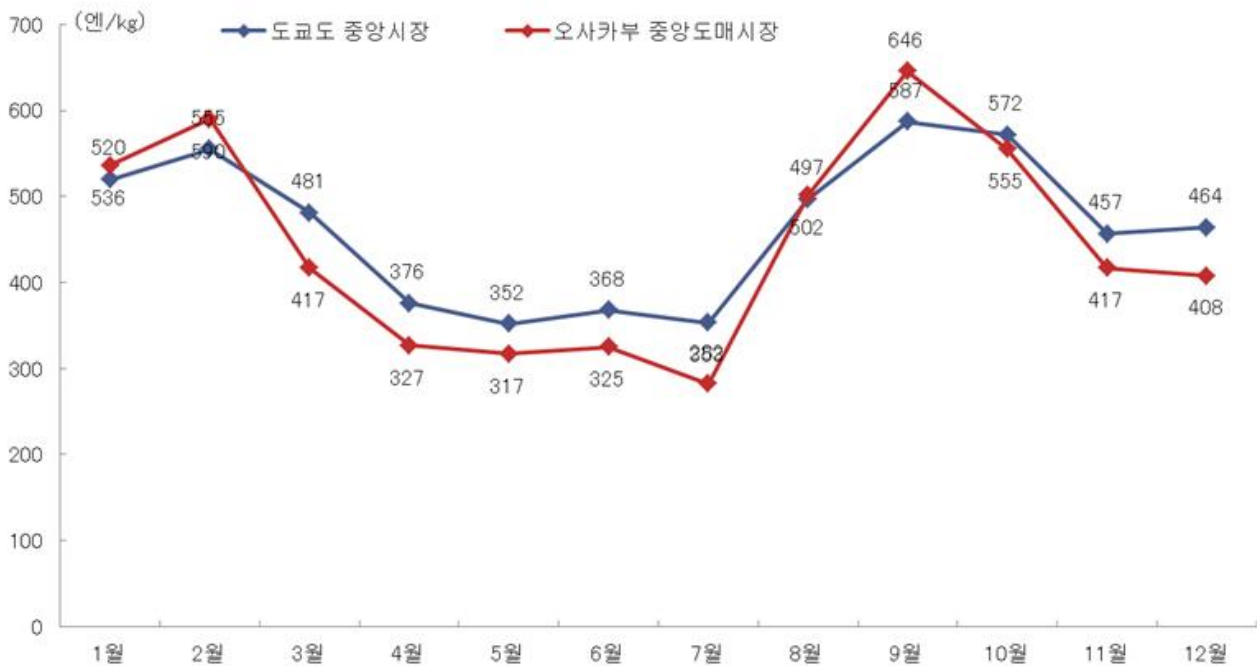
<2017년 월별 파프리카 수입량>



\* 출처 : 일본 재무성 무역통계, HS Code 0709.60 010기준

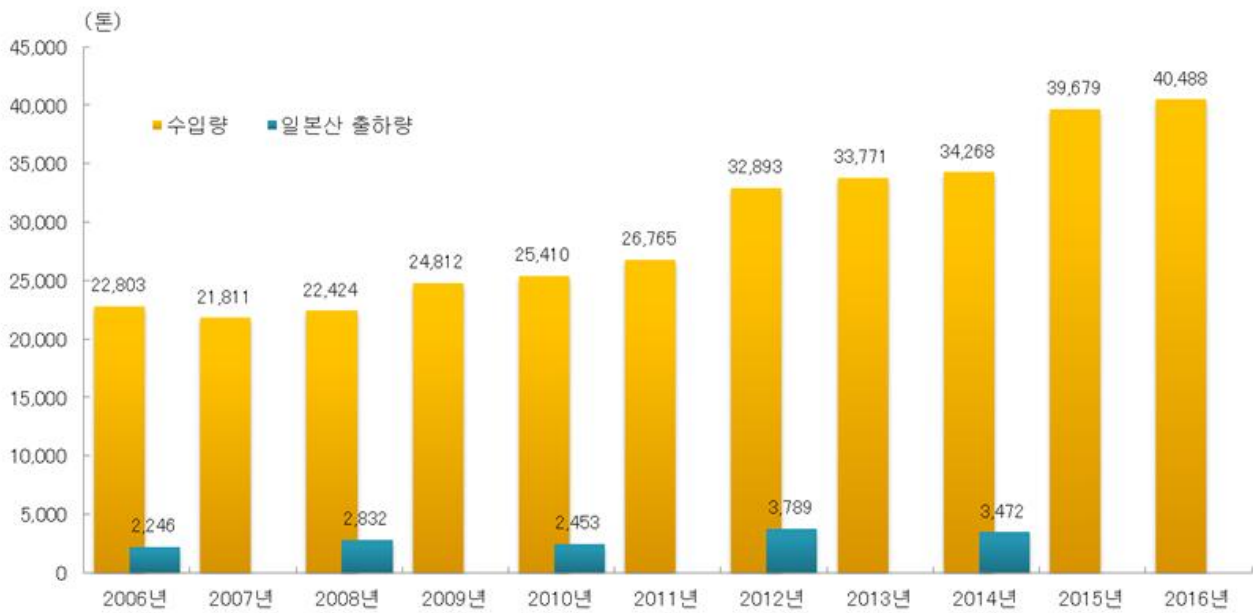
<2017년 월별 수입산 파프리카 유통가격>

수입산 합계: 단가



\* 출처 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」 및 도쿄·오사카 「시장월보」

<일본 내 파프리카 유통량(수입산+일본산)>



(2) 주요 품종 및 산지

- 일본에서는 두꺼운 과육의 파프리카를 좋아하는 경향이 있고, 네모나고 묵직한 형상의 품종을 중심으로 재배되고 있음
- 현재 일본에서 유통되는 파프리카는 빨간색(약 70%), 노란색(약 30%), 주황색은 극히 적음
- 일본에서 재배되는 주요 품종은 블록모양(150~180g)에서는 「스페셜」(빨간색), 「쿠프라」(빨간색), 「페어웨이」(노란색), 「코렛티」(노란색), 「오란디노」(주황색) 등 네덜란드 종자회사 엔자자덴 사(ENZA ZADEN사) 품종이 유명함
- 중형(120g 전후)의 「파프리카」(빨간색, 노란색, 주황색/마루타네 주식회사), 「프루피레드 EX/엘로우」(빨간색, 노란색/타키이 종묘 주식회사) 등 품종은 일본 종자회사에서 판매되고 있음. 그 이외 호른 형이라고 부르는 가늘고 긴 형태의 「레드/엘로우 호른」(빨간색, 노란색/타키이 종묘 주식회사)도 시판되어 팔레르모(이탈리안 파프리카)와 형상 및 특징이 비슷함
- 소형(미니파프리카, 50g 전후)은 감 모양과 비슷한 「세뇨리타」(빨간색, 노란색, 주황색/주식회사 사카타노타네)나 「파프마루」(빨간색, 노란색, 주황색/주식회사 야마토농원)에서 판매하고 있음
- 일본에서는 200g이상인 대형(L~LL 사이즈)품종 수요가 적기 때문에 중형과 소형의 품종개발이 활성화되어 있음

〈파프리카의 주요 품종 사진〉



다키이종묘 레드호른



사카타노타네 세노리타

\* 출처 : 일본 타키이종묘주식회사 및 사카타노타네 홈페이지

- 일본산 파프리카는 2012년부터 미야기 현, 이바라키 현, 구마모토 현 순으로 생산량이 많음. 미야기 현과 이바라키 현은 2008년경부터 생산량이 확대되고 있음
- 2000년대에는 주요 생산지 중 하나인 구마모토 현은 2010년대 이후 생산량이 감소되어 2016년 재해 영향으로 향후에는 더욱 감소될 것으로 전망됨
- 일본산 파프리카 재배면적은 2012년까지 계속 확대되었지만 2014년은 축소되었음. 재배면적이 넓었던 히로시마의 토사재해(2014년 8월)가 크게 영향을 미쳤다고 볼 수 있음. 따라서 2014년에는 이바라키 현의 재배면적이 가장 넓었으며 다음으로 미야기 현, 야마가타 현 순이었음
- 일본의 파프리카 재배는 비닐하우스의 토경재배와 대형 시설의 양액재배로 크게 구별됨. 미야기 현은 대형시설에서 양액재배가 중심으로 이바라키 현은 양액재배와 비닐하우스에서의 토경재배가 혼재되고 있음
- 미야기 현과 야마가타 현, 나가노 현 등 비교적 서늘한 지역에서는 여름~가을 재배가 많고 구마모토 현과 미야자키 현 등 온난한 지역은 겨울~봄 재배가 중심임. 최근에는 미야기 현과 이바라키 현에서도 재배환경을 제어하면서 겨울~봄 재배가 가능해져 연중 공급화가 진행되고 있음
- 기본적으로는 양액재배가 토경재배보다 이익이 많기 때문에 재배 면적이 이바라키 현이 넓지만 생산량은 대형 시설이 많은 미야기 현이 많음
- 2015년에는 홋카이도, 2016년에는 미야기 현 및 오이타 현에 신규로 대형 시설을 설치했기 때문에 전체 생산량은 증가추세가 예상됨



<지역별 일본산 파프리카 재배면적>



\* 출처 : 일본 농림수산업성 「지역특산 채소 생산 상황 조사」

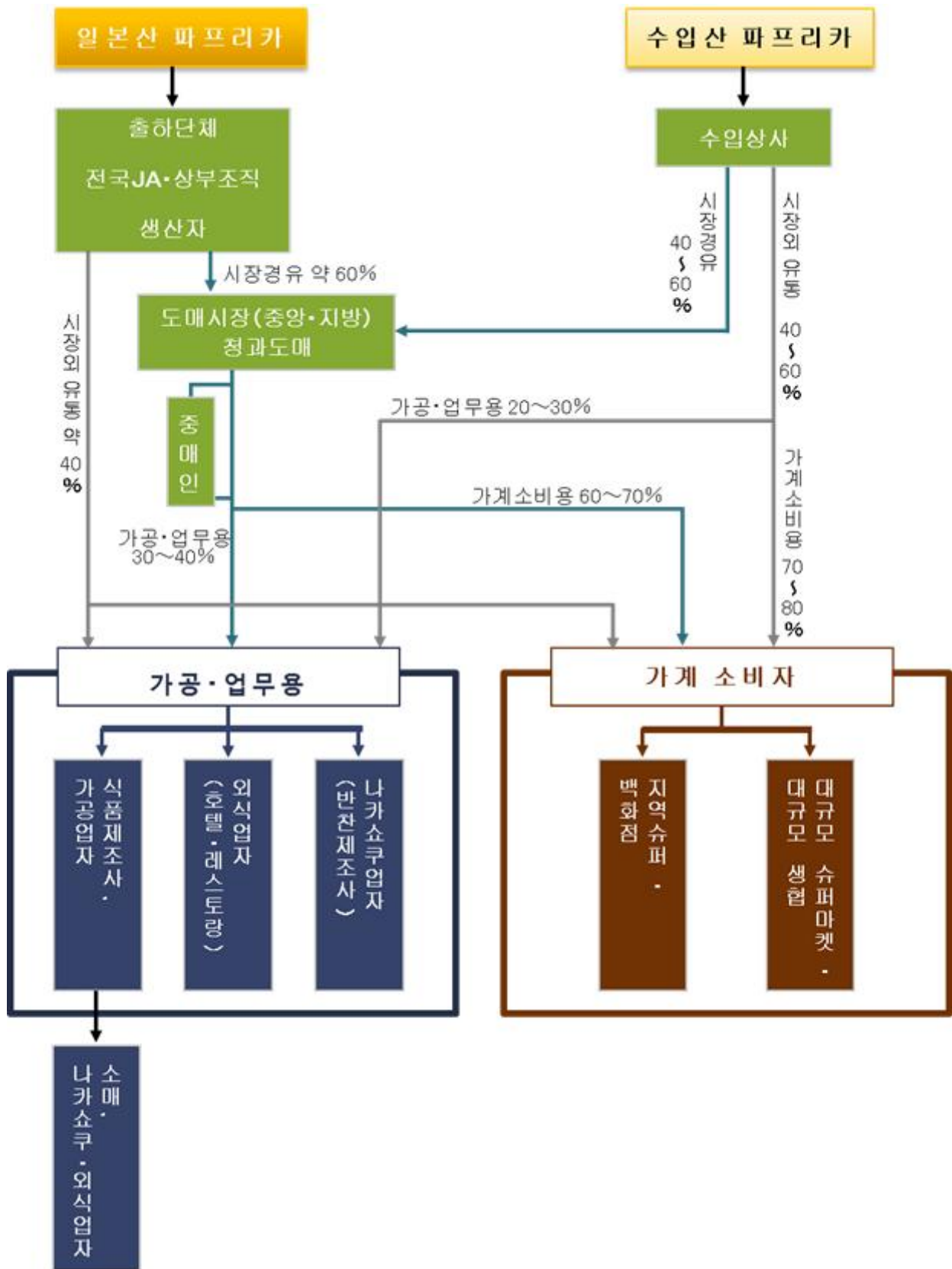
### (3) 유통 개요 및 관계자

- 수입 파프리카는 수입상사가 매입하고 도매시장(도매업자) 및 유통매장 등 소매업체에 판매되고 있음
- 파프리카를 수입하는 상사 A사에 따르면 최근에는 신규업체가 급증하고 가격 경쟁이 격화되어 파프리카의 판매 단가가 하락되고 있다고 함
- 수입상사 B사에 따르면 안정공급이 수요처의 요청사항인데, 한국산은 가격 및 품질이 좋지만, 최근 한국 내 파프리카 수요 확대로 일본 수입량이 감소되는 경우가 있기 때문에 한국산 물량만으로 안정적인 공급이 어렵다고 판단해 네덜란드산 및 뉴질랜드산도 수입하고 있음
- 도매업체 D에 따르면 한국산 파프리카는 과실 모양이 일정하고 과피가 단단한 장점이 있으나 시모노세키에서 수송 중에 냉동상(수분이 빠져나가 겉면에 하얗게 얼음 결정체가 생기는 현상) 및 곰팡이가 발생하는 경우가 있기 때문에 주의가 필요함. 한편, 네덜란드산과 뉴질랜드산은 과실 모양이 일정하지 않고(피망처럼 계란형이 많음), 특히 노란색 파프리카에는 흑갈색 반점이 발생하는 경우가 있어 문제로 꼽았음
- 현재 수입 파프리카는 약 80%가 소매용이지만, 향후에는 가공·업무용으로 확대가 예상되므로 시장경유 비율은 점차 저하될 것으로 예상됨
- 일본산의 경우에는 양액재배된 파프리카는 소매업체에 직접 판매되는 경우가 많고, 토경재배된 파프리카는 각 지역의 JA가 수집해 도매시장을 경유하는 비율이 높음
- 수입 파프리카는 판매처가 정해져 있기 때문에 유통경로가 명확하지만, 일본산 파프리카는 생산량이 불안정한 경우도 있어 판매처가 없는 생산자도 있음. 일본산 파프리카 일부는 JA를 통해서 시장유통을 하지만, 가격이 낮은 시장유통보다 직판을 원하는 생산자가 많음
- 일본 슈퍼마켓과 백화점 등 매장에서 파프리카는 개별포장하지 않고 낱개로 판매되는 경우가 많음. 미니파프리카와 같이 소형 품종은 3색 3봉으로 포장해 판매하는 상품도 있음
- 매장에서는 POP광고와 상품포장에 산지(미야기 현 생산, 한국산 등)를 기재하고 일본산 파프리카는 안전성을 PR하려고 생산자의 사진이나 코멘트를 추가로 기록하는 경우도 있음

<일본 유통매장 내 파프리카 판매 예시>



<파프리카 유통구조>





#### (4) 수요 및 소비동향

- 일본 채소 소비량이 감소하는 경향을 나타내지만, 식생활의 서양화에 따라 샐러드 구입액이 증가하고 있음. 샐러드 색감을 위해 파프리카를 더하는 소비자가 많기 때문에 파프리카 수요도 증가하고 있음
- 네덜란드산 파프리카가 일본에 수입을 시작했을 당시에는 빨간색, 노란색, 주황색, 초록색, 검은색, 갈색, 흰색, 보란색 8색이었지만, 일본에서 잘 팔리는 빨간색, 노란색, 주황색으로 좁혀졌음
- 일본 전국에 요리교실을 운영하는 A쿠킹스튜디오에서는 약 6년 전부터 본격적으로 파프리카를 요리의 색감을 살리는 데에 이용하고 있음. 선명한 빨간색과 노란색은 가열해도 변색이 거의 없고 맛도 다른 식재료와 잘 어울리기 때문임. 계절에 구애없이 구입하기 쉬운 점도 높은 평가의 요인임
- 소셜네트워크서비스(SNS)에 올리기 좋은 화려한 음식 사진을 게시하려는 여성이 증가하는 것도 파프리카 수요확대의 한 요인임. 최근에는 요리 조리법을 알기 쉽게 소개하는 동영상 서비스가 급성장중이고 파프리카 요리의 게재수도 증가하고 있음. 예를 들면 「DELISH KITCHEN」에서는 약 200개, 「kurashiru」에서는 약 450개의 파프리카 요리가 소개되어 있음
- 일본에서는 샐러드 외에 파프리카를 볶음요리, 마리네이드(marinade, 양념장), 수프에 이용함. 볶음요리와 마리네이드에 색감을 내거나 장식하기 위해 초록색을 내기 위해 피망, 빨간색과 주황색을 내기 위해 파프리카를 이용하는 사람이 많음. 파프리카의 단맛을 활용해 포타쥬 등에 많이 이용하기도 함
- 소매업체 E에 따르면 일본 소비자들은 채소의 국산지향도가 아주 높지만, 파프리카는 수입산으로 시장이 형성되었고 소비자에게 수입산 허용도가 높은 소수의 채소이기 때문에 일본산과의 가격차이가 적어도 수입산을 선택하는 소비자가 많음(보통 일본산이 가격이 조금 높더라도 일본산을 선택하는 소비자가 많음). 특정 수입산의 생산지(생산국)를 고집하는 소비자가 적기 때문에 한국산과 네덜란드산, 뉴질랜드산의 차별화는 형성되지 않았다고 생각됨
- 이전까지 수입산 중심이었던 파프리카 시장에 일본산 판매가 시작되는 하절기에는 공급 과잉으로 가격이 하락됨
- 파프리카는 샐러드의 색감을 내는 데에 사용되는 경우가 많기 때문에 한 번에 소량씩 소비되므로 크기가 큰 것보다 작은 것이 잘 팔림. 미니파프리카의 3색 세트 상품이 인기가 높아지고 있음
- 수입상사 A에 따르면 길고 단맛이 강한 파프리카 품종 팔레르모는 입하가 불안정하여 시험적으로 판매되고 있는 상황임. 단맛이 강해 맛이 좋지만, 가격이 일반 파프리카의 약 2배이기 때문에 실제로 판매하기에는 가격이 문제가 될 것임. 또한 판매처도 파프리카와 같아 팔레르모만으로 차별화하는 것이 어렵다고 함
- 수입상사 C에 따르면 팔레르모는 일반적인 파프리카보다 달지만 장기보존이 어려움.

또한 팔레르모 모양이 고추로 오인될 가능성이 높음. 원래 일본에서는 파프리카나 팔레르모를 먹는 습관이 없기 때문에 구분이 어려움. 현재 유럽산 팔레르모의 수요는 대부분 이탈리아인 식당 등 외식이 중심임

- 일본에서는 고령화와 여성의 사회진출을 배경으로 조리가 간편한 음식을 원하는 움직임(나카쇼쿠·외식 이용)이 진행되고 있기 때문에 채소 수요에서 가공·업무용 비율이 증가하는 경향이 있음
- 수입상사 A 및 B는 향후 파프리카의 가공·업무용으로 판매를 강화할 방침임. 가공·업무용은 가정 소비용과 비교해 단가가 낮지만 판매량 증가 가능성이 있고 대형(L~LL 사이즈) 수요가 있기 때문에 가정 소비로 소비가 적은 사이즈를 판매할 수 있는 장점도 있음

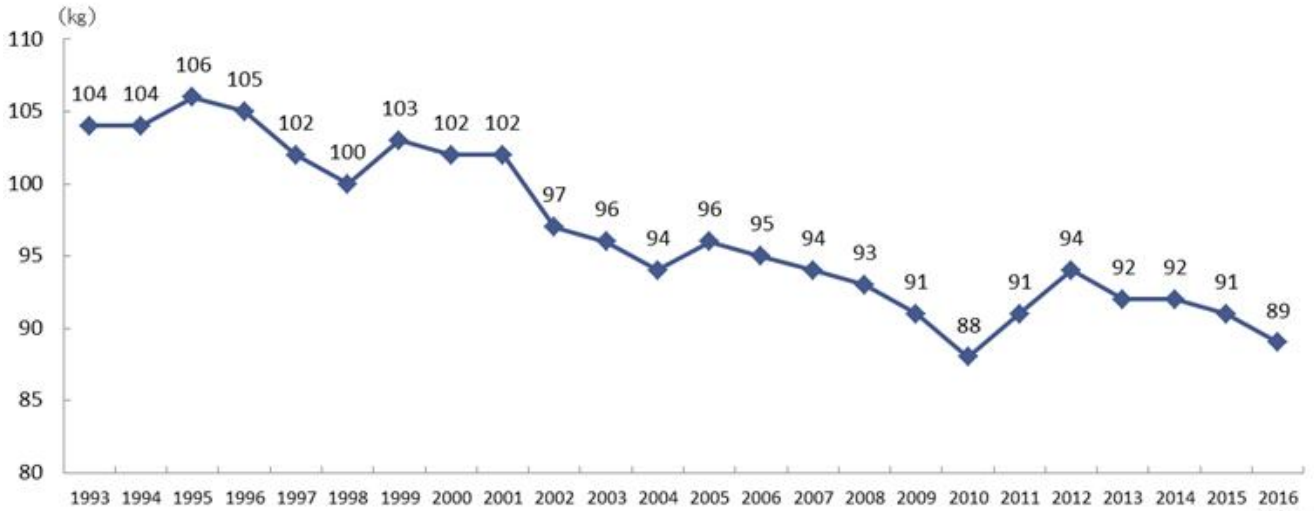
<일본 내 파프리카 활용 요리 예시>



\* 출처 : DELISH KITCHEN, kurashiru 홈페이지

<일본의 연간 1인당 채소 소비량>

(단위 : kg/연도)

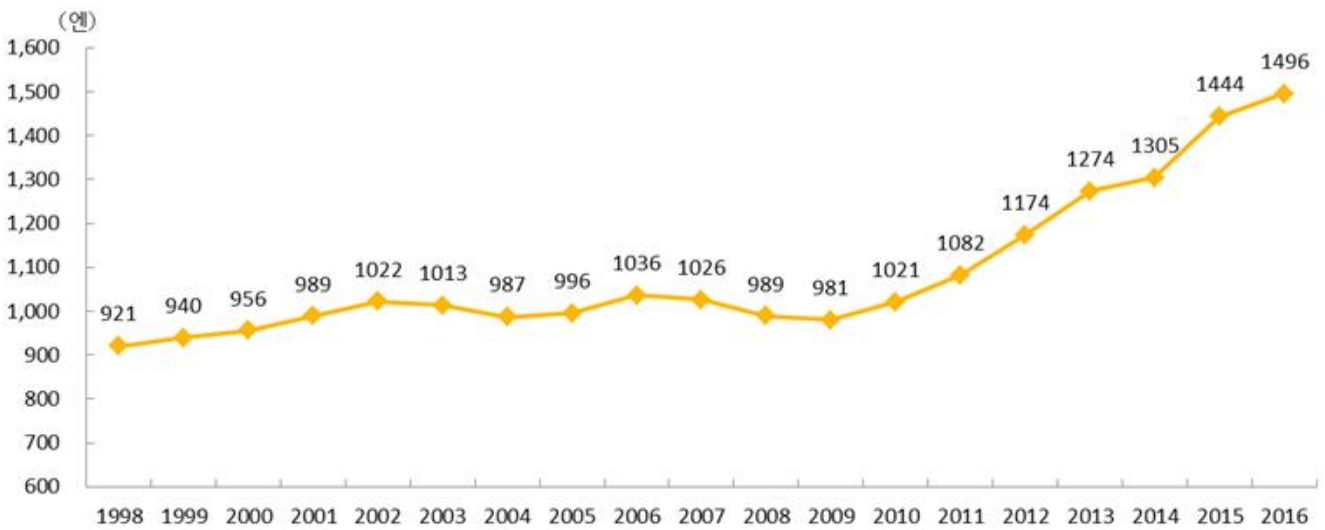


\*2016년도는 잠정치

\* 출처 : 일본 농림수산성 「식료수급표」

<일본의 연간 1인당 샐러드 구매금액>

(단위 : kg/년)



\* 출처 : 일본 통계청 「가계조사」 및 「소비자물가지수(2015년 기준)」

(5) 시장특성 및 한국산 진출상황

- 일본 파프리카 시장특성은 수입산으로 시장이 형성되어 현재도 수입산이 품질 및 가격 면에서 우위를 유지하고 있음. 특히 한국은 일본에 가까운 지리적인 이점이 있으므로 한국산 파프리카는 높은 신선도와 낮은 물류비용이라는 장점이 있음. 또한, 시장점유율도 약 70%를 차지하며 최근에는 팔레르모 및 방울파프리카 생산을 시작하는 등 상품이 다양화되고 있음
- 하지만 수입상사에 따르면 하절기에는 주로 일본산 유통량이 증가하기 때문에 수입산을 포함하면 과잉 공급으로 인해 급격한 가격하락을 일으킨다.
- 한국산 파프리카에게 일본산의 생산 확대가 최대의 위협 요소로 될 수 있지만, 일본산 파프리카는 소요경비에 비해 생산이 안정되지 않고 결과적으로 경영이 어려운 생산자가 다수인 것이 실태. 때문에 당분간 한국산 파프리카가 단독으로 1위를 유지하는 시장구성이 지속될 것으로 전망됨
- 과제로서는 파프리카 시장규모가 물량 기준으로 증가하지만, 단가가 약간 감소 경향에 있음. 특히 일본산 파프리카 유통량이 증가하는 하절기(6~8월)에는 과잉공급으로 단가가 하락되며 또한, 한국 내에서의 파프리카 수요 확대로 인해 시기에 따라 일본 수출량이 감소하는 등 연중 안정공급을 위협하는 사태도 발생하고 있음
- 한국산 파프리카를 연중 공급계획을 다시 검토해 보는 것과 동시에 일본에서 수요 확대를 위해 마케팅 대책을 확대할 필요성이 있다. ①가정 소비용은 샐러드(생식)을 포함한 다양한 소비 형태를 제안하고 1식(1인)당 파프리카 소비량을 확대시킨다. ②향후 수요가 높아지는 나카쇼쿠 및 외식에서의 이용을 촉진하기 위해 가공·업무용을 강화한다.
- 대책으로서 ①파프리카 종류(팔레르모, 방울파프리카 포함)에 대응한 볼품이 좋은 메뉴나 스무지 등 간편한 소비방법을 제안하기 위해서 소비자용 판촉을 확대해 나간다. ②수출체제를 정비해서 수출처가 원하는 작은 사이즈의 요구사항(크기 및 색깔)에 대응하는 것과 동시에 특히 가공·업무용에서는 필수 조건인 연중 안정공급을 철저히 하는 것이 중요하다.

## 한국산 파프리카 SWOT 분석

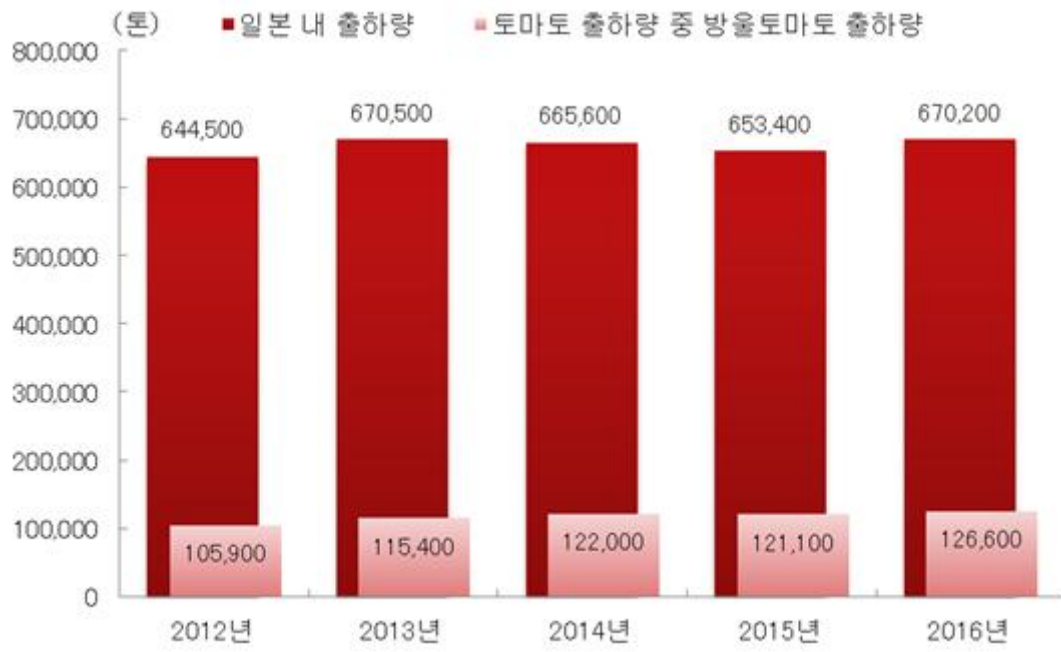
		기회	위협
		<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 신선채소시장에 파프리카가 정착함</li> <li>샐러드 소비량 증가</li> <li>간편 손질 채소(커트채소 등)</li> <li>나카쇼쿠&amp;외식시장 수요 확대</li> <li>SNS 등 인터넷 상에 음식 사진 게시 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>채소 전체 소비량 감소</li> <li>일본산 파프리카 생산량 증가</li> </ul>
강점	<ul style="list-style-type: none"> <li>기타 수입 파프리카보다 신선도 등 품질이 우수</li> <li>일본산 파프리카보다 저렴</li> <li>연중 안정적인 공급 가능</li> <li>고당도 파프리카와 미니 파프리카 등 다양한 품종 생산</li> </ul>	<b>적극적 전략</b>	<b>차별화 전략</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 SNS상에서 음식 사진 게시 활발, 사진을 찍고 싶게 만드는 파프리카 메뉴 개발</li> <li>간편 손질 채소(커트채소 등) 가공업체 판로 개척 및 강화</li> <li>나카쇼쿠&amp;외식업무용 판매 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>고품질 및 적정 가격 유지</li> <li>일본산이 불가능한 연중 안정적인 공급을 PR</li> <li>고당도 파프리카와 미니 파프리카 등 다양 생산 및 활용방안 강조</li> </ul>
약점	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출 물량이 크게 감소하는 경우가 발생하는 등 한국 내수용과 수출용 수급균형이 깨지는 경우 발생</li> <li>하절기(6~8월)에는 공급과잉으로 가격하락 발생 경향</li> <li>바이어 요청사항(크기 및 색 지정) 미반영 사례 발생</li> </ul>	<b>개선 전략</b>	<b>방어 전략</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>수출용 상품의 안정적인 공급 체계 확립</li> <li>릴레이 재배를 통해 계절에 따른 생산량 증감 감소</li> <li>가정 소비용(유통매장)은 S-M 크기, 가공업무용은 L-LL 등 납품처에 따른 선별 작업 철저</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기능성과 맛, 먹기 편한 점을 강조하여 인지도 상승 및 소비 확대에 주력</li> </ul>

## 나. 토마토

### (1) 생산 및 수입현황

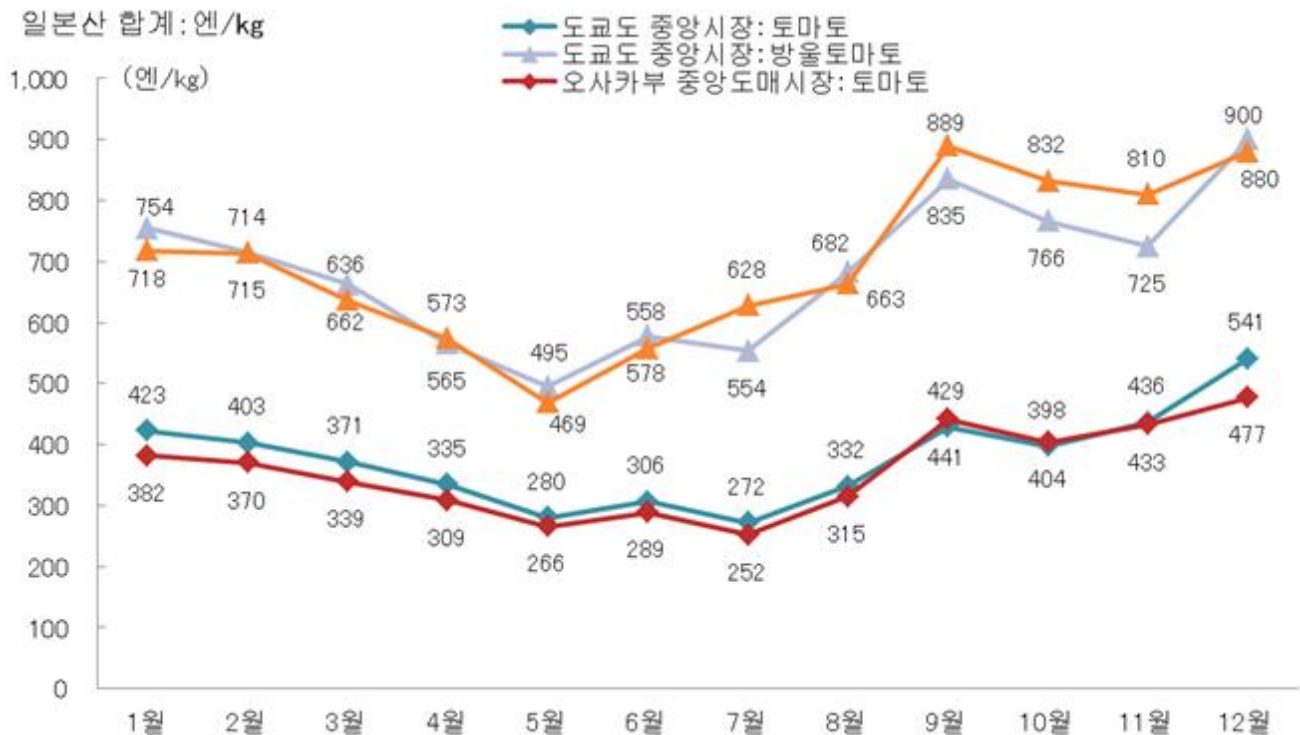
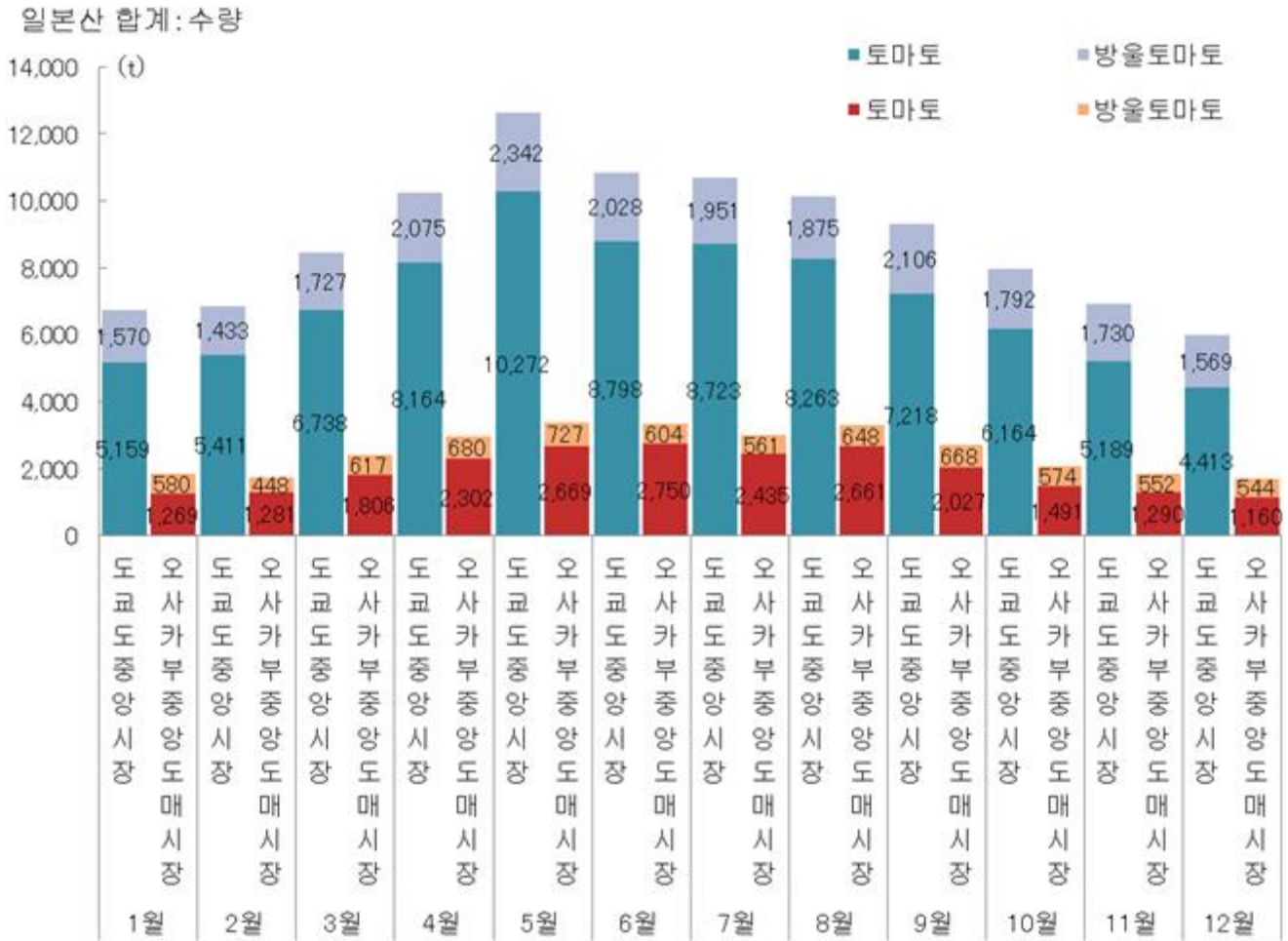
- 일본의 2016년 토마토시장(방울토마토를 포함)은 약 67만 8,000톤으로 추정되며 약 99%가 일본산임
- 중간 크기 이상의 토마토는 일본산이 생식용, 수입산이 가열조리용으로 사용되는 비율이 높고, 수입산 대부분이 가공·업무용도임. 또한 수입산은 방울토마토 비율이 높고 토마토와 마찬가지로 가공·업무용으로 이용되고 있음
- 일본산 토마토 2016년 출하량이 67만 톤이고 이 중에서 방울토마토가 12만 6,600톤 (토마토 전체의 약 19%). 2012년 이후 방울토마토 비율이 약간 증가하고 있음
- 일본산 토마토의 월별 유통량 및 가격을 보면 유통량이 3월경부터 증가하기 시작해서 5월에 가장 높고, 겨울철에 걸쳐 서서히 감소하고 있음. 가격은 유통량이 많은 여름에 하락되고 가을부터 겨울에 걸쳐 상승하는 경향을 나타냄
- 방울토마토 단가는 일반 토마토보다 높고, 가격이 급등하는 9월경에는 약 2배 차이가 있음
- 수입산 토마토 수입량은 2017년에 7,690톤을 기록. 2013년부터 2015년에 걸쳐 수입량은 감소되었지만, 2016년부터 회복되었음. 국가별 동향은 2013년부터 수입량 1위였던 미국산이 급격하게 감소된 반면 한국산 점유비율이 높아졌음(2015년 이후는 과반수를 차지)
- 월별 토마토 수입량은 일본산 유통량이 많은 5월이 가장 적고, 9월부터 12월이 많음. 한국산은 연중 안정 공급되어 있고, 여름부터 가을에 걸쳐 캐나다산, 겨울철에는 뉴질랜드산이 증가하는 경향이 있음. 수입산은 한국산을 중심으로 가공·업무용 방울토마토 비율이 높고, 일본산 유통량이 감소되는 가을~겨울 수요를 보완하고 있음
- 수입산 토마토 가격은 일본산과 비교하면 월별 변동이 적음. 특히 방울토마토 가격은 안정적이고 일본산 가격이 하락하는 봄부터 여름에는 수입산 가격이 높고 반대로 가을부터 겨울에는 수입산 가격이 낮은 경향이 있다. 또한 일반적인 토마토에 대해서는 연중 수입산이 높은 가격을 나타냄
- 향후에는 계속해서 일본산 토마토가 압도적인 점유비율을 유지하고, 수입산은 일부 고급 토마토를 제외한 대부분이 가공·업무용 수요를 보완하는 추세가 예상됨
- 국가별로는 방울토마토 수요 확대를 배경으로 한국산 비율이 한층 높아질 것으로 예상됨

<일본 내 토마토 및 방울토마토 출하량>



\* 출처 : 일본 농림수산업성 「지역특산 채소 생산 상황 조사」

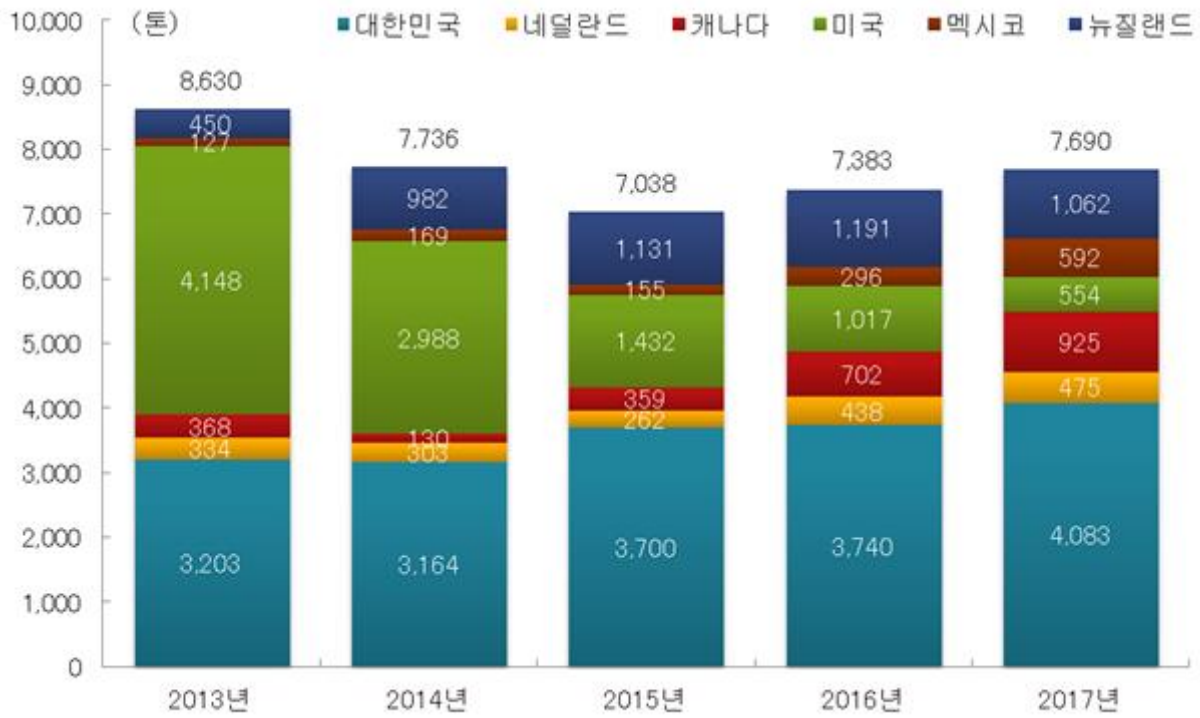
<2017년 월별 일본산 토마토 유통량 및 가격>



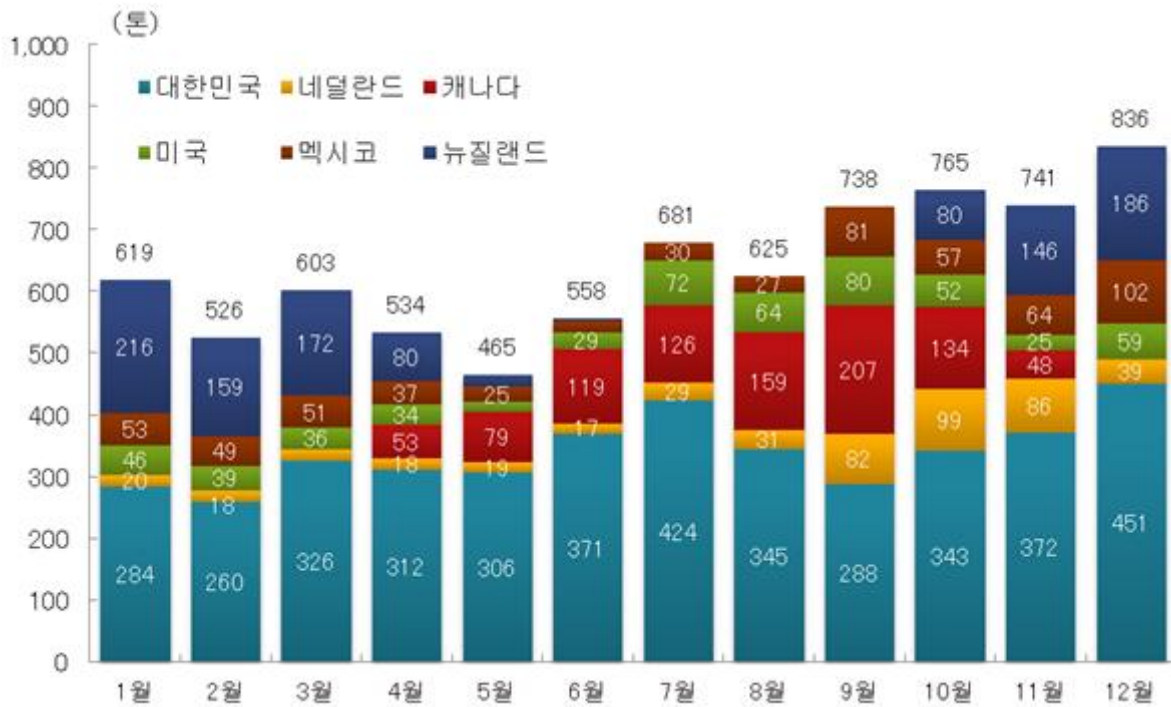
\* 출처 : 일본 농림축산진흥기구 「베지탄」, 도쿄·오사카 「시장월보」



<수입산 토마토(방울토마토 포함) 수입량>

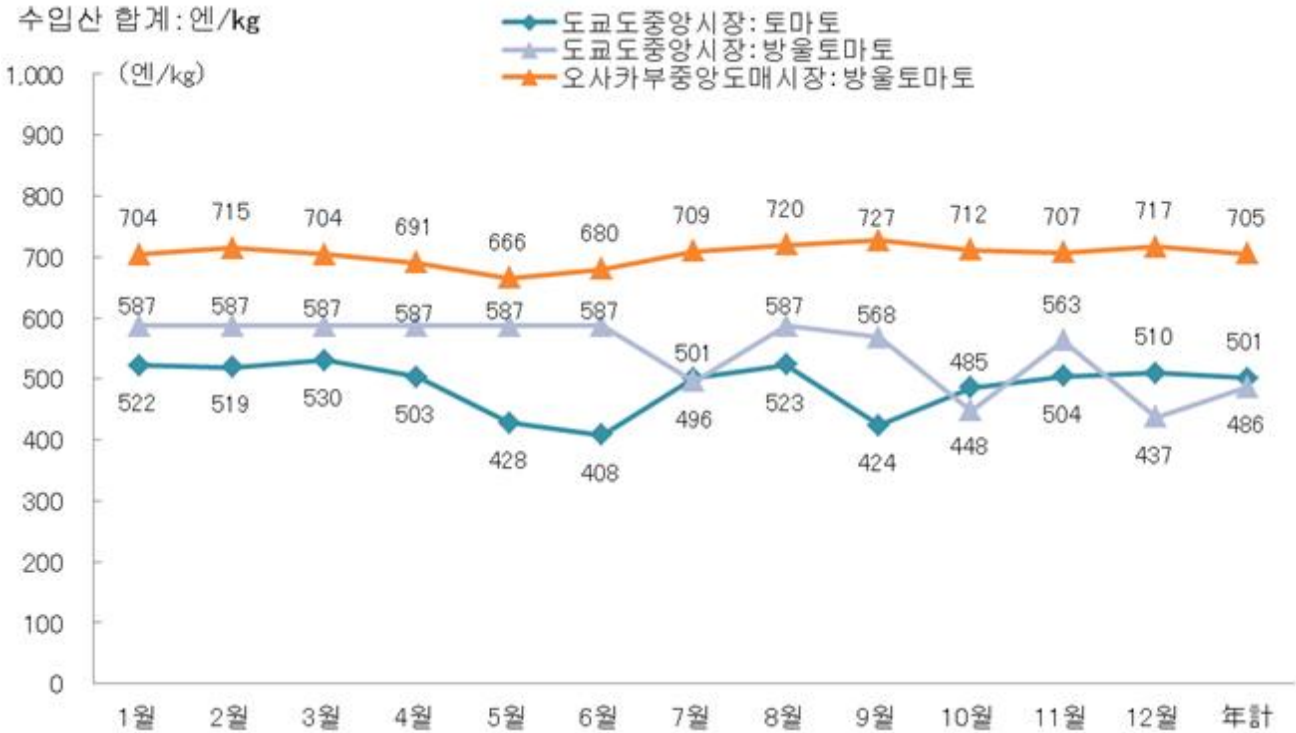


<2017년 월별 토마토 수입량>



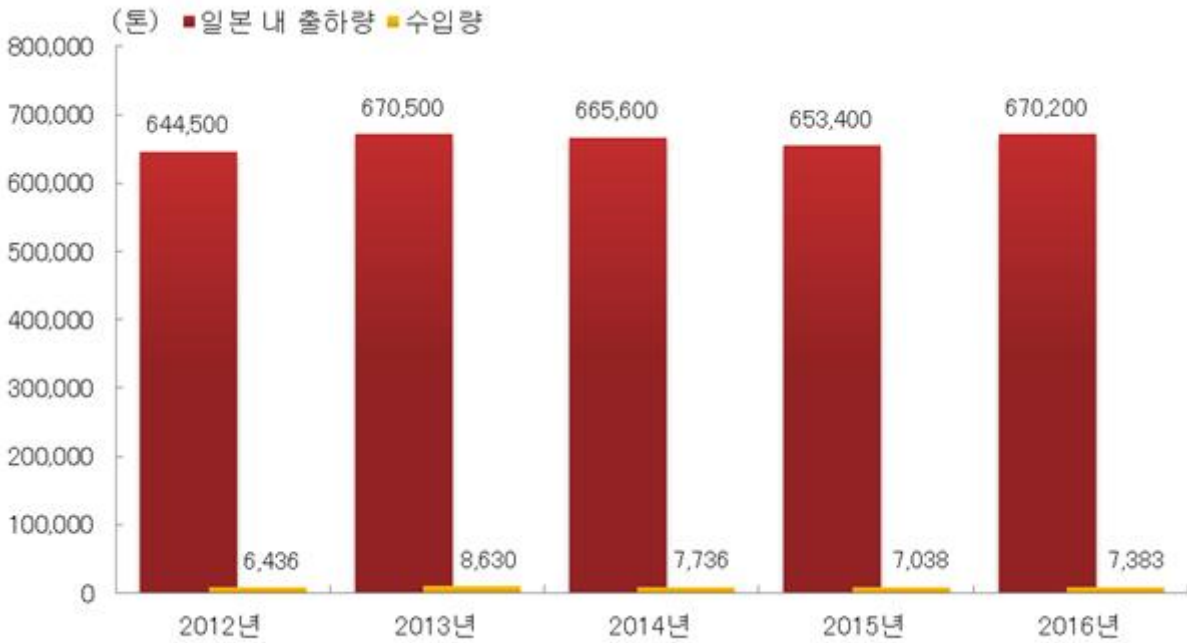
\* 출처 : 일본 재무성 무역통계, HS Code 0702.00 000 기준

<2017년 월별 수입산 토마토 유통가격>



\* 출처 : 일본 농림축산진흥기구 「베지탄」, 도쿄·오사카 「시장월보」

<일본의 토마토 유통량(일본산+수입산)>

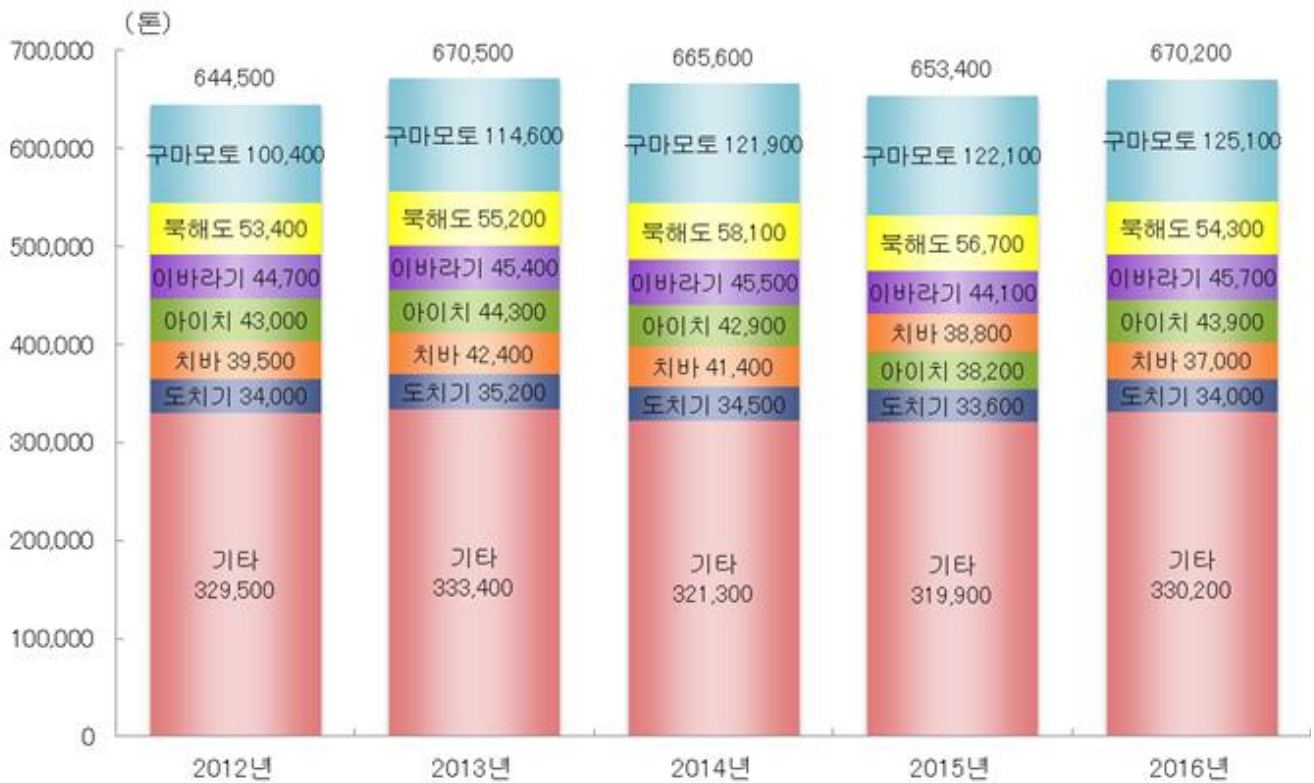


\* 출처 : 일본 농림수산물 「지역특산 채소 생산 상황 조사」, 일본 재무성 무역통계, HS Code 0702.00 000 기준

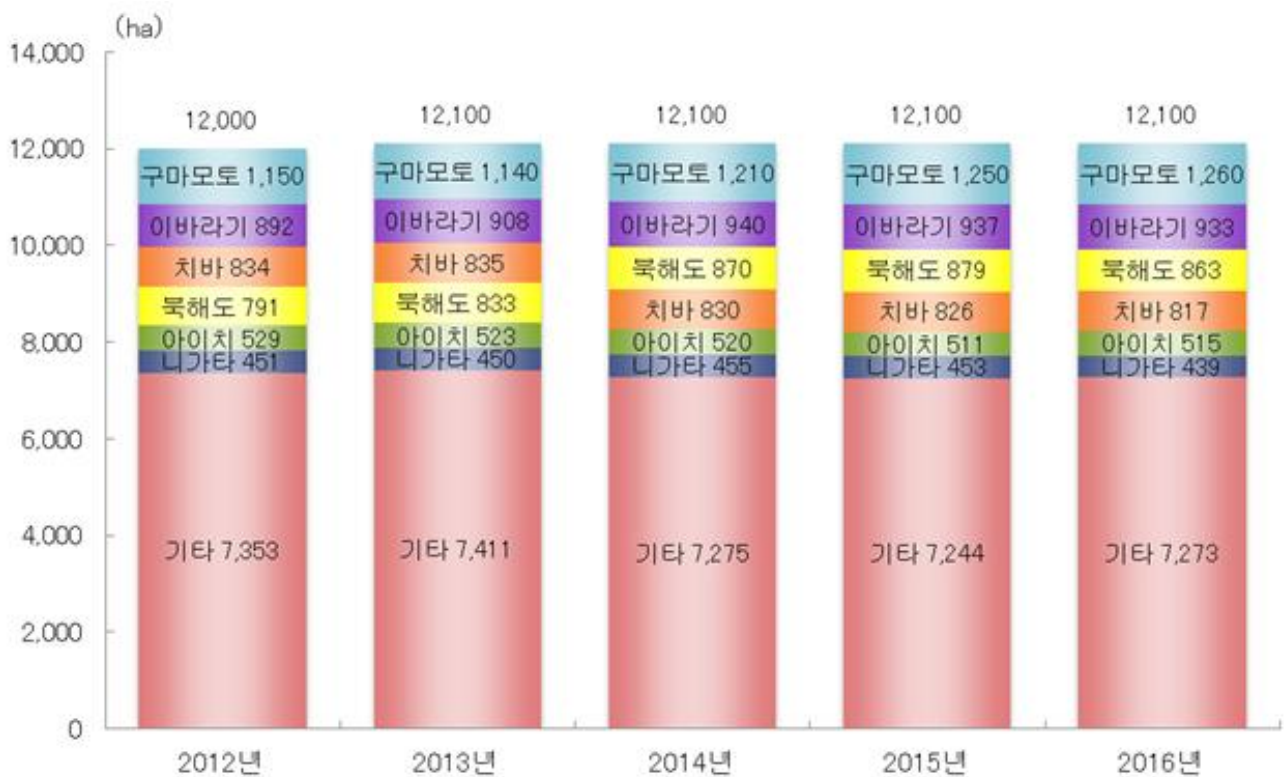
## (2) 주요 품종 및 산지

- 토마토 종류는 분홍색 계열과 빨간색 계에 크게 구별됨. 분홍색 계열은 껍질이 얇고 단맛이 있으며 산미 등이 적음. 토마토를 주로 생식으로 먹는 일본에서는 분홍색 계를 선호하는 경향을 나타내며, 크기가 큰 토마토 중에서는 주력 품종인 「모모타로」가 시장의 약 70%를 차지함
- 「퍼스트 토마토」는 「모모타로」가 개발되기 전까지 일본의 주요 품종이었으나, 완숙되고 난 후에 출하할 수 「모모타로」출현으로 재배량이 감소되었음. 최근 일부에서는 「퍼스트 토마토」의 맛이 재인식되어 완숙한 상태로 수확된 토마토가 유통되기도 함
- 빨간색 계열 토마토는 껍질이 두껍고 산미·단맛·향이 강해 가열해도 형태에 변화가 없어 주로 가공품에 이용됨. 이탈리아의 「산 마르자노자노(San Marzano)」가 대표적인 품종임
- 중형 토마토는 고당도, 고기능성의 품종이 많고 고당도 토마토 품종인 「아메라」와 리코핀 함유율이 높은 「고 리코핀 토마토」 등이 알려져 있음
- 방울토마토는 1980년 이후 일본에서 유통되기 시작하면서 생산량이 확대되었음. 모양이나 색깔이 다양하고, 최근에는 타원형 품종이 증가하고 있음. 가정 내 소비 이외에도 가공·업무용 수요도 높음. 대표 품종인 「아이코」외 가열조리에 적합한 「시시리안 루즈」와 카로틴이 다량 함유된 「오렌지 치카」 등이 있음
- 일본산 토마토는 전국 각지에서 재배되고 있으며, 2012년 이후 구마모토 현, 홋카이도, 이바라키 현의 생산량이 많음. 생산지에 따라 겨울~봄 재배와 여름~가을 재배로 나뉘어 연중 공급되고 있음
- 겨울~봄 재배(12~6월, 주 생산지가 구마모토 현, 아이치 현)는 축성/반축성 재배, 여름가을 재배(7~11월, 주 생산지가 홋카이도, 이바라키 현)는 비를 피해 재배하거나 노지재배되고 있음
- 방울토마토는 대형 토마토 이상으로 고온과 직사광선에 따른 수확량 감소가 크기 때문에 여름철 재배가 어렵고, 겨울~봄의 축성/반축성 재배가 대부분임. 또한 대형 토마토보다 재배와 수확에 시간이 더 소요되며 더 수고로워 생산자 부담이 큼
- 가공용 토마토는 주로 여름~가을에 재배되고 있음
- 토마토는 대기업이 농업 사업을 시작해서 시설재배를 할 때 가장 많이 선택하는 품목 중 하나임. 채산성이 높은 것이 그 이유지만, 성공한 사례는 적음
- 토마토는 수요 및 생산량이 안정되어 생산 구성을 포함해 당분간 생산 체제에 큰 변화는 없을 것으로 예상됨

<일본산 토마토 산지별 생산량>



<일본산 토마토 산지별 재배면적>

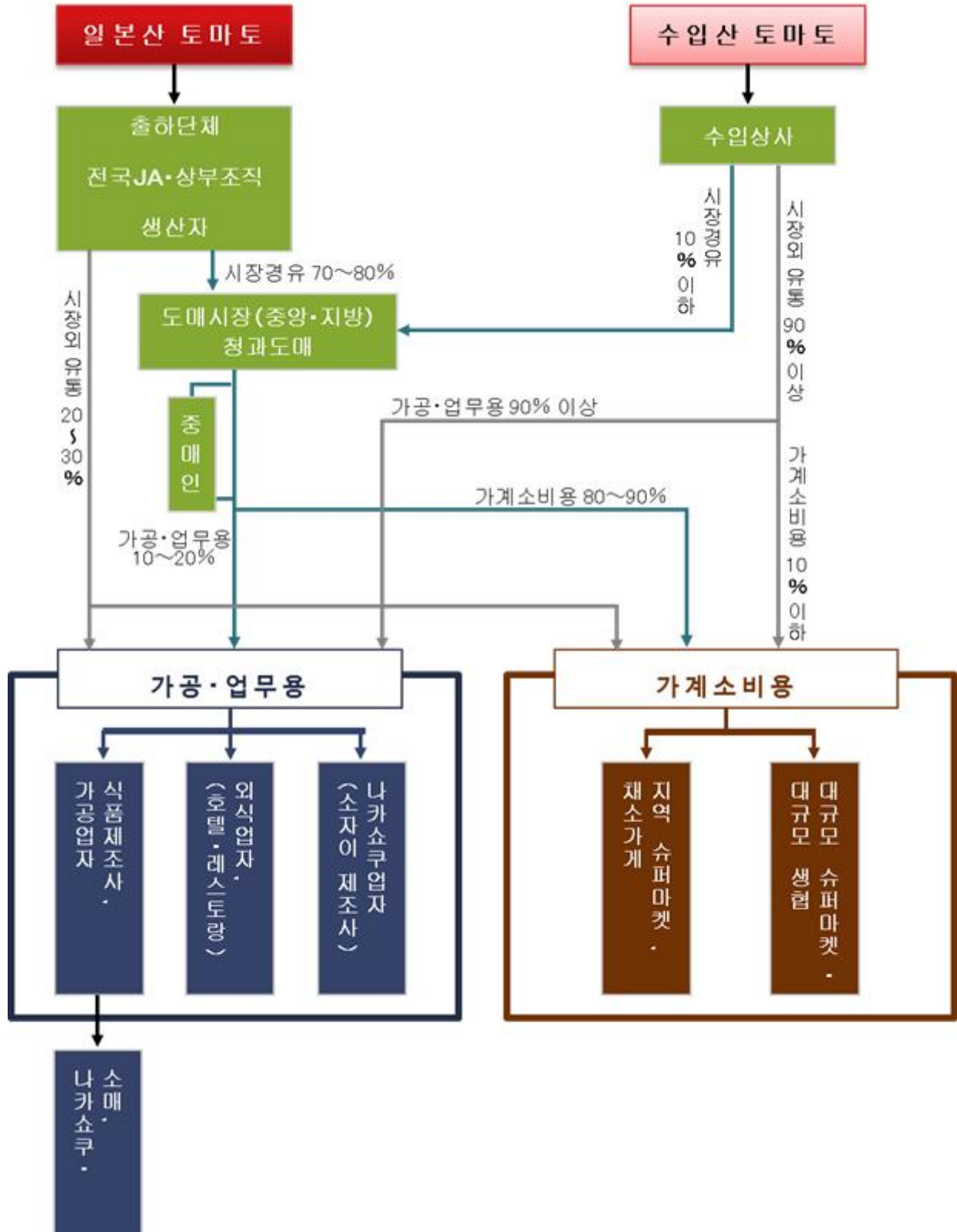


\* 출처 : 일본 농림수산물성 「채소생산출하통계」

(3) 유통 개요 및 관계자

- 일본산 토마토의 경우 생식용은, 75~80%가 가계소비용, 20~25%가 업무용임. 가계소비용은 도매시장을 경유해서 소매업체에 가는 시장유통이 일반적임. 기업이 생산한 생식용 토마토는 자사의 유통경로로 직접 소매업체나 가공업체로 가는 것 외에 업무용으로 외식·나카쇼쿠 업체에 판매되고 있음
- 외식·나카쇼쿠 시장 확대에 따라 방울토마토를 중심으로 업무용 비율이 높아지고 있음
- 가공용은 출하단체에서 직접 가공업체에 판매해 주스나 케첩 등 원재료로 이용됨
- 수입 토마토는 수입상사에서 외식업체나 가공업체에 판매하고 있으며 도매시장에서 소매업체로 가는 비율은 매우 낮음
- 수입 토마토의 대부분은 가공·업무용에 적합한 유럽계 품종이며 모양이 단단하고 장기보존이 가능한 점이 중요하고 담백한 식미를 원함
- 수입상사 C에 따르면 요즘은 기후 불순으로 일본산 토마토의 생산·출하가 계획대로 진행하기 어렵고, 가격 변동이 커지는 경향이 있기 때문에 위험을 줄이고자 수입 토마토를 소량 매입하는 수요업체가 증가하고 있음
- 업무용 토마토는 품질(식미)의 균일화 및 안정공급이 대단히 중요한데, 한국산은 이 조건을 충족하고 있기 때문에 수요처의 평가가 높음. 수입상사 C는 품질 향상을 위해 한국 내에서의 생산지 릴레이 재배를 철저하게 하는 것을 제안하고 있음
- 수입 토마토 중 방울토마토 수요가 증가하고 있으며 향후에도 방울토마토로 높은 평가를 받고 있는 한국산이 우위를 차지할 것으로 예상됨

<토마토 유통 구조>



#### (4) 수요 및 소비동향

- 일본에서 토마토는 1인당 연간 구입금액이 가장 높은 인기 채소이며, 2012년 이후 「토마토 붐」로 소비가 더욱 확대되었음
- 토마토는 품종을 개량한 결과 다양한 크기와 색깔, 식미가 증가하고 가격도 kg당 수백 엔부터 1만 엔까지 광범위함
- 도시부에서는 토마토 전문점 및 토마토 요리 레스토랑이 있고 가정에서도 「토마토 찌개」와 같이 새로운 요리가 정착해서 일상적으로 소비되고 있음
- 일부 고급 토마토는 당도가 높고 농후한 맛이 있지만, 재배가 어려운 품종을 골라 생산량을 한정하여 희소성을 높이는 브랜드화가 진행되고 있음. 화제정이 있으므로 미디어에서 언급하는 기회가 높음. 예를 들어 사가 현의 「코쥬 토마토」(최고급 1kg 1만엔), 토마토 전문점 「Celeb de TOMATO」가 판매하는 북해도 산 흑토마토를 사용한 주스(830ml 1만 5천엔)는 1년 이상 대기해야 하는 인기상품임
- 현재 시장에 유통되는 토마토의 60% 이상은 무게가 150g 이상인 대형 토마토로, 주로 생식으로 먹기 때문에 산미와 향이 적은 분홍색 토마토가 대부분임
- 최근에는 무게가 20~30g의 방울토마토 수요가 확대되고 있음. 주된 이유로는 ①연간 안정적인 식미, ②바로 먹을 수 있음, ③다양한 색깔 및 모양으로 요리의 색깔과 토픽으로 이용이 가능함
- 중형 토마토 품종도 확대되고 있음. 「토마토 붐」을 견인한 과실 토마토(당도 8도 이상) 및 고기능 토마토(「리코핀」, 「GABA」 등 영양소를 다량 함유한 토마토)는 여전히 높은 인기가 있음
- 일본 가정에서는 생식이 중심이지만, 이탈리아 요리 보급과 동시에 빨간색 계열 토마토의 기능성(리코핀 함유비율이 높음)이 주목을 받게 되어 과육이 단단한 가열조리용 토마토(「산 마르자노」, 「시시리안 루즈」 등)의 수요가 높아지고 있음
- 신선 토마토는 일본산이 99%를 차지하고 있으며, 가정 소비용으로는 국산지향도가 매우 높음
- 도매업체 D에 따르면, 토마토는 생산 주기가 길기 때문에 기타 채소(특히 생산 주기가 짧은 채소류)의 가격 변동과는 연동하지 않는 경향이 있고 기타 채소 가격이 낮을 때는 고가가 되기 때문에 소비자의 구입량 감소가 발생하기 쉬움
- 토마토 가격이 높을 때 소비량이 감소되는 것은 토마토가 필수품보다는 기호품이라고 생각하는 소비자가 많기 때문임
- 수입 토마토는 80~90%가 가공·업무용으로 추정되며, 수입상사 C는 한국산을 중심으로 대형 토마토와 방울토마토를 수입하여 햄버거 점포 등 외식업체와 간편 채소 업체 등에 판매하고 있음. 수입산을 대형 마트 등에 직접 판매하는 것을 거의 없지만, 최종적으로는 샐러드 등 반찬 상품으로 소비되고 있음
- 원래 업무용으로는 대형 토마토보다 방울토마토 수요가 높지만, 최근에는 방울토마토 수요가 더욱 확대되고 있음. 한국산 방울토마토는 종래 원형에서 「대추방울토마토」

로 불리는 타원형 토마토 비율이 높아지고 있음. 대추방울토마토는 원형보다 재배하기 쉽고 장기보존이 가능한 특징이 있음

- 소비자 기호에 따라 다양한 토마토의 수요 증가로 인해, 미국산과 한국산이 점유율이 높았던 수입 토마토 시장에서 캐나다산 및 멕시코산, 뉴질랜드산 등 비율도 높아지고 있음

#### (5) 시장특성 및 한국산 진출상황

- 토마토는 일본의 신선채소 시장에서 높은 수요를 유지하는 인기채소이며 일본산이 압도적인 점유율을 나타내는 가운데, 수입산은 가공·업무용으로 일정 수요를 유지해 왔음
- 소비자의 다양한 기호에 맞춰 토마토는 품종개량을 통해 크기와 색, 식미도 다양해졌으며 요리메뉴에 따라 품종을 선택하는 경향이 나타나기 시작함
- 최근에는 먹기 편하거나 요리에 활용하기 쉬운 점에서 가계소비와 가공·업무용에서 방울토마토 수요가 확대되고 있음
- 가까운 지리적 이점을 활용해 한국산 토마토는 품질 및 가격 면에서 일본의 수요처로부터 높은 평가를 받고 있음. 한국산이 일본 신선 토마토시장 전체에서 차지하는 비율은 1%에도 미치지 않지만, 수입 토마토 중에서는 점유율 1위를 차지하며 2015년 이후에는 과반수에 이름
- 한국산은 방울토마토 공급량이 많은 점이 특징으로 최근에는 방울토마토 수요가 확대되고 있어 점유율도 확대되고 있음
- 일본의 신선 토마토시장에서는 가계소비용 생식 토마토가 시장의 대부분을 차지하지만, 소비자의 일본산 지향도가 매우 높기 때문에 수입산 토마토의 가계용 시장 확대가 어려운 상황임
- 한편, 간편화를 추구하는 식문화가 진행되어 나카쇼쿠 및 외식시장이 확대되어 업무용 수요가 확대되고 있음



한국산 토마토 SWOT 분석		기회	위협
		<ul style="list-style-type: none"> <li>일본에서 토마토는 채소류 중 1인당 구매금액이 가장 높은 인기채소</li> <li>방울토마토 수요 확대 추세</li> <li>붉은색 토마토의 맛과 기능 재인식</li> <li>나카쇼쿠&amp;외식시장 확대 추세</li> <li>일본산 토마토의 생산, 출하계획이 기상의 영향을 많이 받음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>국산(일본산) 지향도가 매우 높음</li> <li>분홍빛 토마토 수요는 대개 일본산으로 공급됨</li> <li>토마토 수요가 확대되어 한국 외 캐나다, 멕시코, 뉴질랜드 수입 증가</li> </ul>
<b>강점</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>고품질로 수요자 평가도 높음</li> <li>특히 방울토마토의 강점 보유</li> <li>연중 안정적인 공급 가능</li> </ul>	<b>적극적 전략</b>		<b>차별화&amp;방어 전략</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>품질유지 및 향상 강화</li> <li>일본산 토마토의 동향 파악, 신속하고 적절한 공급체계 확립</li> <li>방울토마토를 중심으로 나카쇼쿠&amp;외식 업무용 판매 주력</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>고품질과 적정 가격을 강조해 업무용 수요 강화</li> </ul>	
<b>약점</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>릴레이 재배에 따른 공급체계 미확립</li> <li>기상악화, 병충해 발생에 따른 안정적인 공급에 지장이 발생할 가능성 있음</li> </ul>	<b>개선 전략</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>릴레이 재배를 통한 연중 생산 체제 확립</li> <li>기후 영향을 적게 받는 재배기술, 병충해에 강한 품종 개발에 집중</li> </ul>		

#### 다. 슈키니호박 및 애호박

##### (1) 생산 및 수입현황

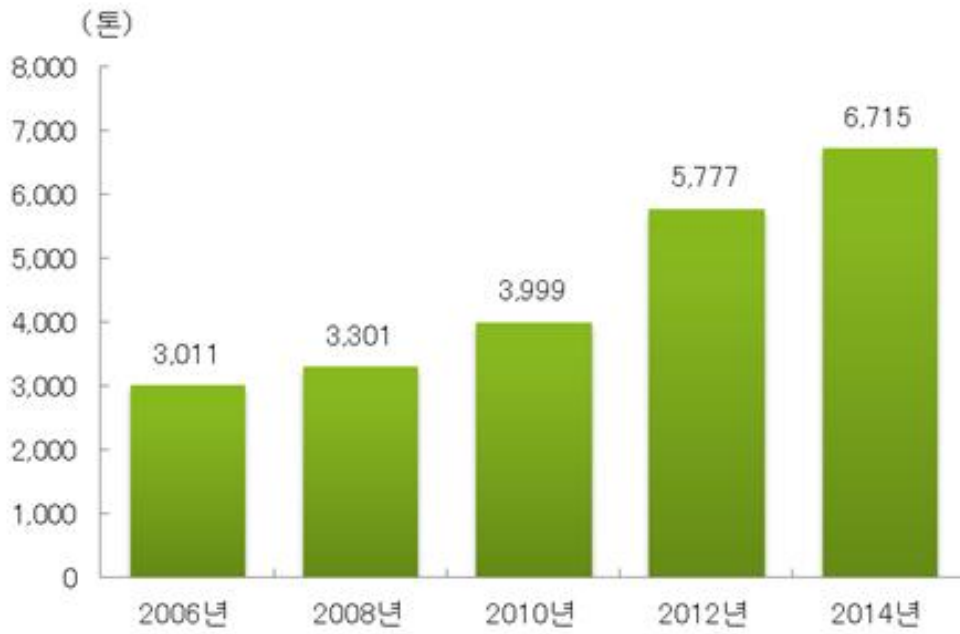
- 일본의 슈키니호박 시장(2016년)은 추계 약 8,000톤, 약 96%를 일본산이 차지하고 있음
- 슈키니호박은 원래 일본 채소시장에 없었던 품목이지만, 이탈리아 요리나 프랑스 요리 보급으로 소비가 확대되어 일본의 생산지가 급속하게 확대되었음
- 일본산 슈키니호박 출하량은 2014년 6,715톤(격년 조사로 2016년 수치는 미정)이고 2006년 이후 계속 증가, 특히 2012년부터 증가비율이 확대되고 있음
- 일본산 슈키니호박 월별 유통량 및 가격을 보면 하절기(5~7월)에 유통량이 증가하고 가격이 하락하는 경향이 나타남
- 수입산 슈키니호박 수입량은 국가별 통계로 수량 파악이 어려워 슈키니호박을 포함 호박류 수입통계밖에 없음
- 수입산 호박류 수입량은 2017년에 9만 6,000톤이고 2012년 이후 다소 증감이 있지만, 보합추세를 유지하고 있으며, 매년 약 10만 톤의 호박류가 수입되고 있음. 자료 및 청취조사 정보로 추정해 보면 호박류에 차지하는 슈키니호박 비율이 1% 정도이며 약 200~300톤 정도로 보고 있음
- 국가별 동향은 멕시코 및 뉴질랜드 2개국의 점유 비율이 95%임

- 수입산 호박류 월별 수입량은 10월 하순 뉴칼레도니아에서 시작해서 가을·겨울은 멕시코산, 겨울·봄은 뉴질랜드산이 높은 점유율을 차지. 일본산 유통량이 증가하는 하절기에는 한국산이 소량 수입되고 있음
- 수입산 및 일본산 쥬키니호박에 가격 차이가 거의 없고, 일본산이 적고 수입산이 증가를 시작하는 11월이 가장 높은 가격으로 거래되고 있음
- 향후에는 계속해서 일본산 쥬키니호박 출하량이 증가하고 수입산은 일본산 유통량이 감소하는 가을에서 봄 수요를 보완하는 형태로 변화가 없을 것으로 예상된다.

## (2) 주요 품종 및 생산지

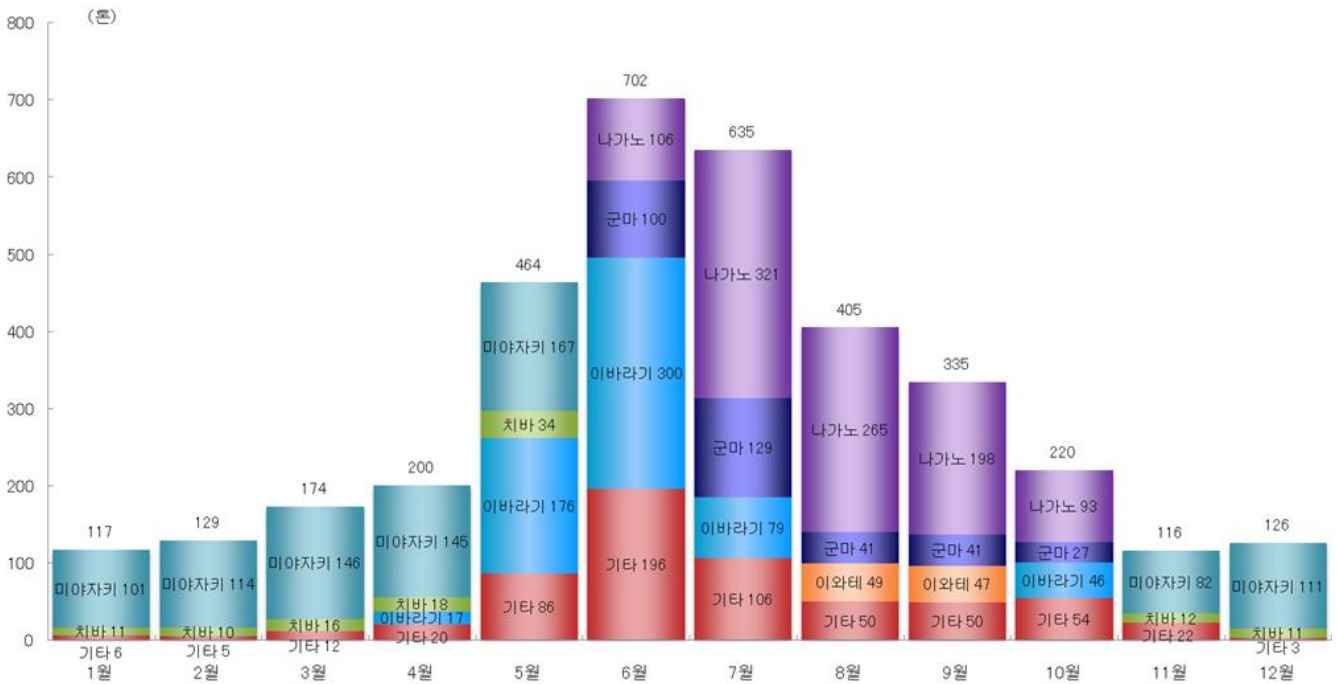
- 일본에서 유통되는 대부분의 쥬키니호박은 과피가 짙은 녹색으로 원통형인 품종. 주된 품종에는 「라벤」, 「파스코라」(이상 신젠타 재패 주식회사), 「다이너」(다키이 종묘 주식회사), 「글린보트 1호」(가네코 종묘 주식회사), 「글린 토수카」(주식회사 사카타노타네), 「젤다 네로」(도키타 종묘 주식회사) 등이 있음
- 노란색 품종이 「오람」(다키이 종묘 주식회사), 「이에로보트」(가네코 종묘 주식회사), 「골드 토수카」(주식회사 사카타노타네) 등이 있다.
- 생산지에 따라 재배추천 품종이 있지만, 최종적으로는 농가가 품종을 선정함
- 쥬키니호박은 담백한 맛으로 식미에 따른 차별화가 어렵기 때문에 쥬키니호박의 품종 개량은 주로 수확량 향상을 목적으로 하고 있음

<일본산 주키니호박 출하량>



\* 출처 : 일본 농림수산업성 「지역특산 채소 생산 상황 조사」

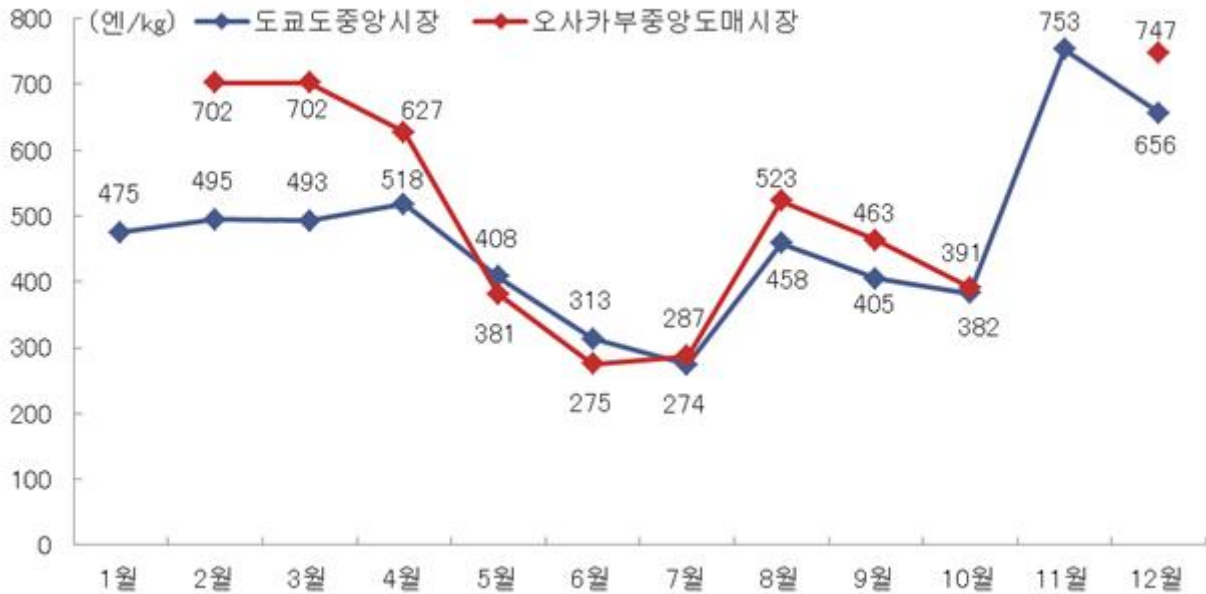
<2017년 월별 일본산 주키니호박 유통량 및 가격>



\* 출처 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」, 도쿄·오사카 「시장월보」

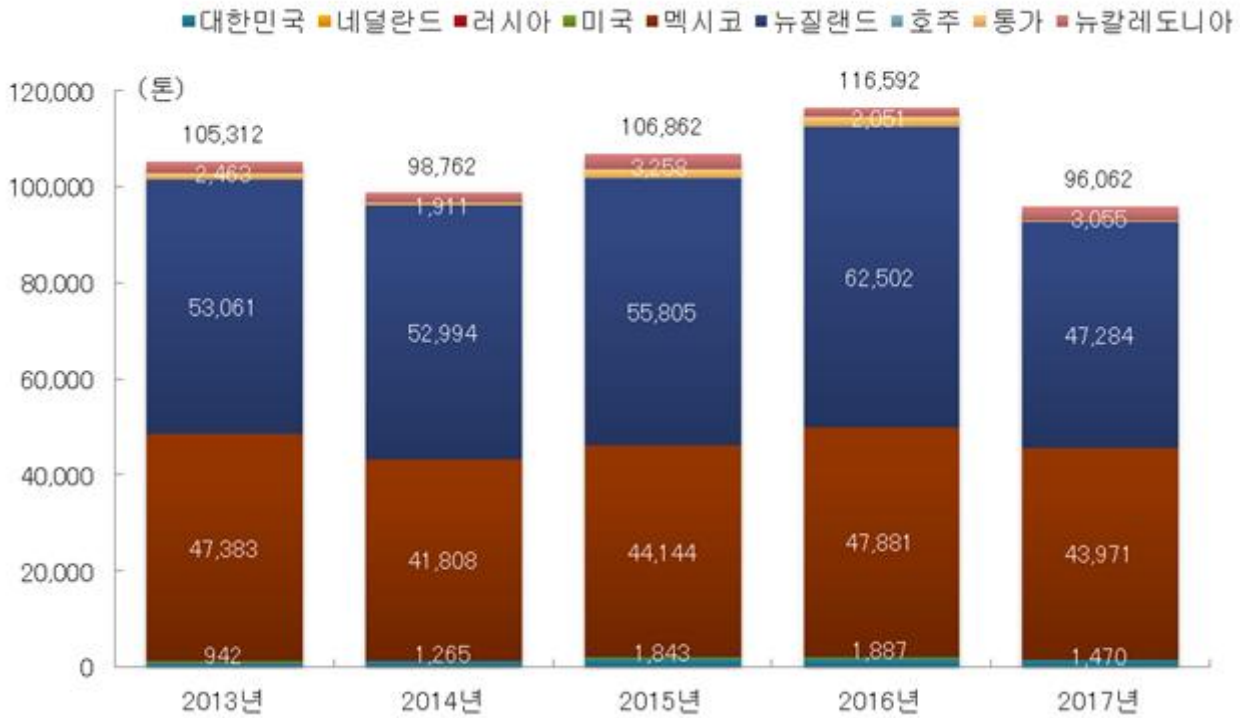
<2017년 월별 일본산 주키니호박 유통가격>

일본산 합계: 단가



\* 출처 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」, 도쿄·오사카 「시장월보」

<수입산 호박류(주키니호박 포함) 수입량>



\* 출처 : 일본 재무성 무역통계, HS Code 0709.93 000 기준

<2017년 월별 수입산 호박류(쥬키니호박 포함) 수입량>



\* 출처 : 일본 재무성 무역통계, HS Code 0709.93 000 기준

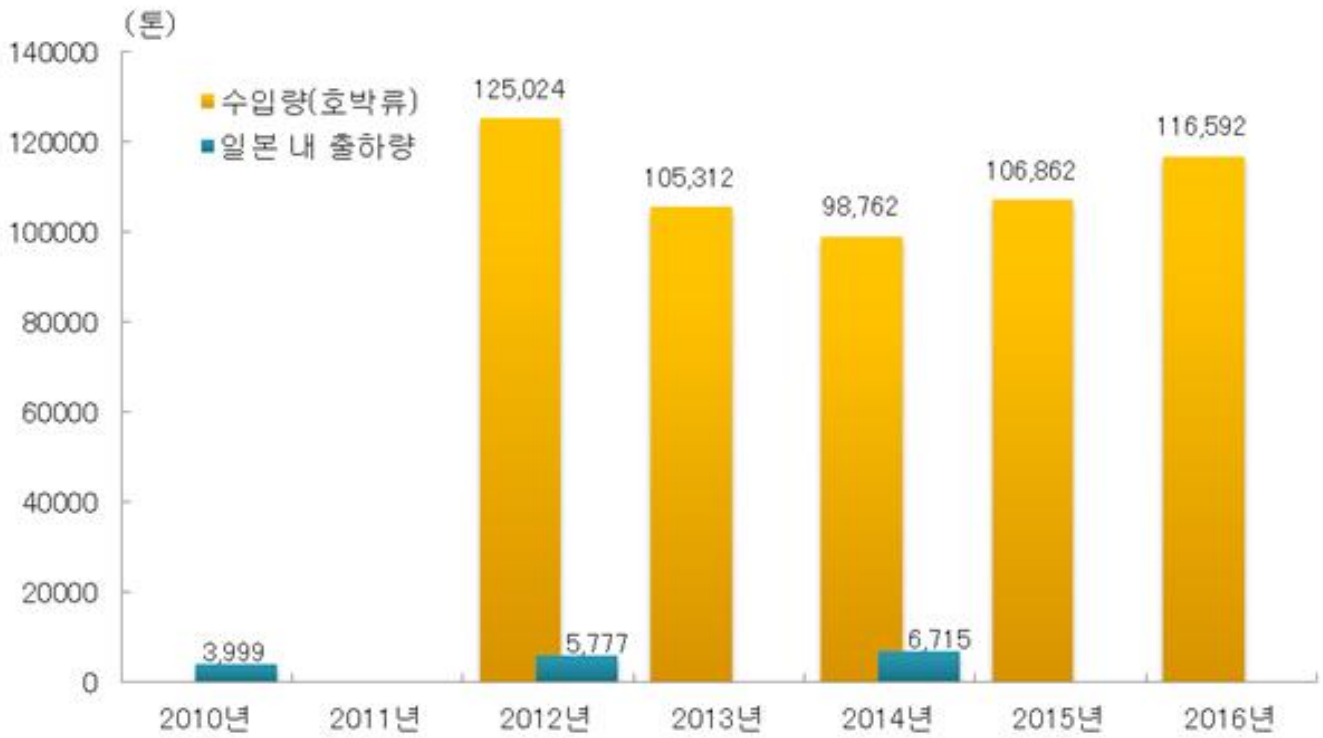
<2017년 월별 수입산 호박류 유통가격>

수입산 합계: 단가



\* 출처 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」, 도쿄 「시장월보」

<일본의 호박류(쥬키니호박 포함) 유통량>

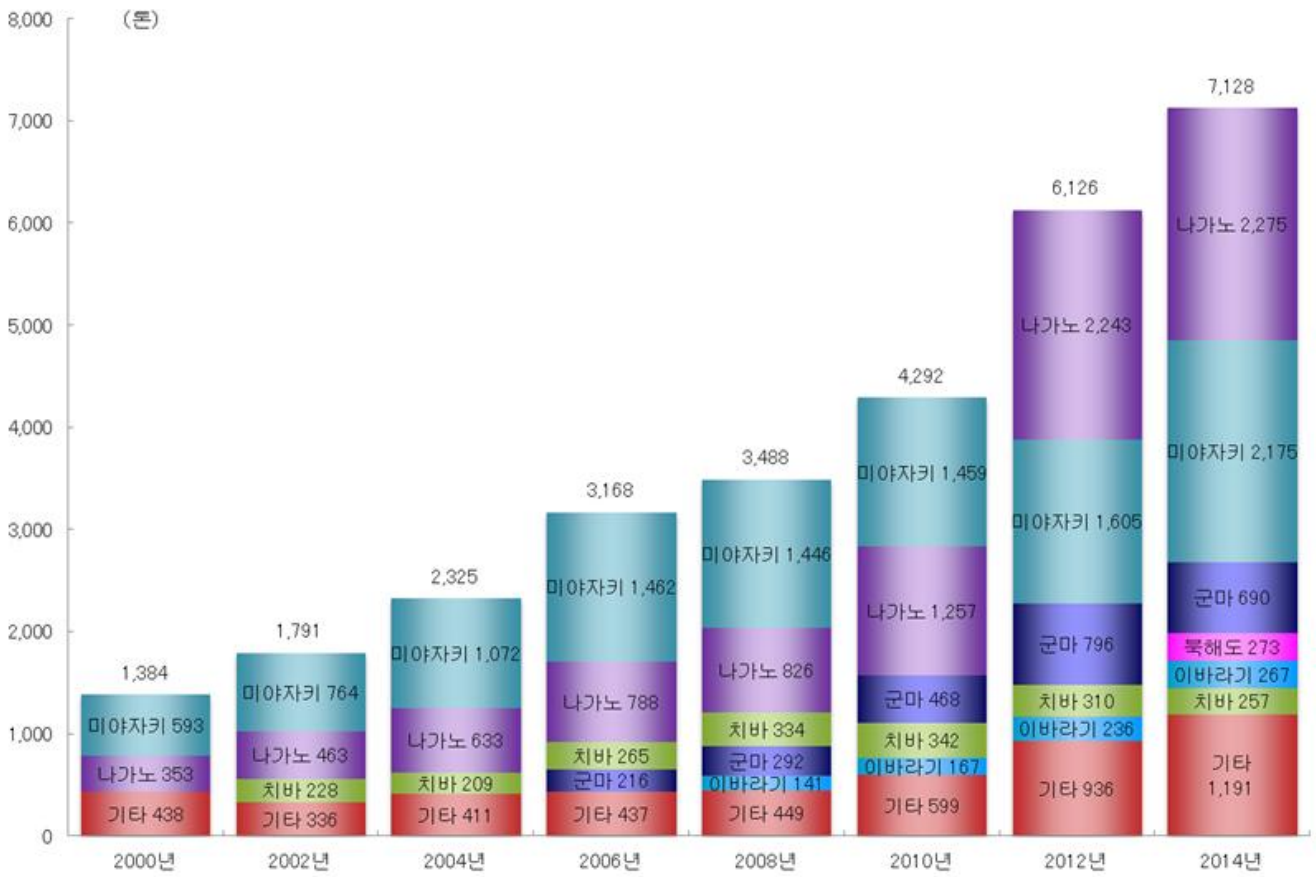


\* 출처 : 일본 재무성 무역통계, HS Code 0709.93 000 기준, 일본 농림수산업 「지역특산 채소 생산 상황 조사」

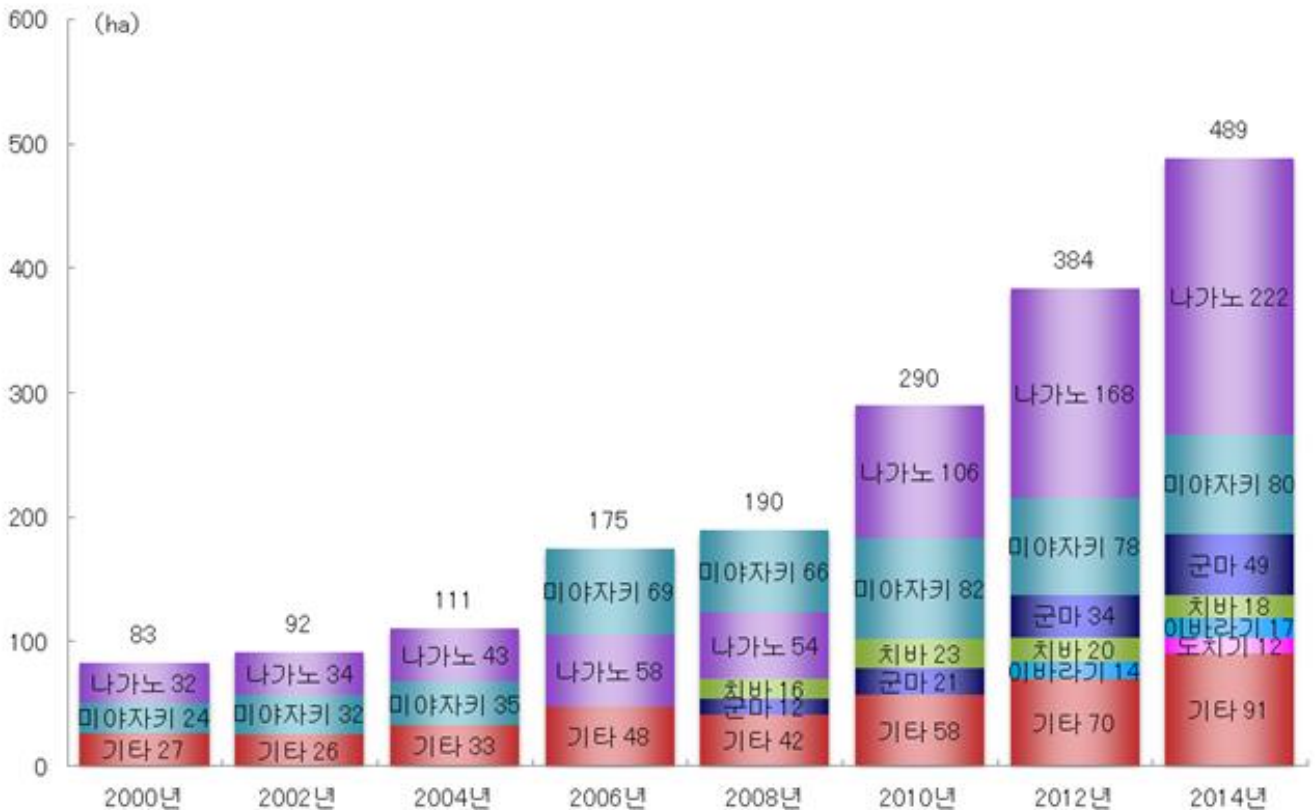
## (2) 주요품종

- 일본에서 유통되는 대부분의 슈키니호박은 과피가 짙은 녹색으로 원통형인 품종이다. 주된 품종에는 「라벤」, 「파스코라」(이상 신젠타 재패 주식회사), 「다이너」(다키이 종묘 주식회사), 「글린보트 1호」(가네코 종묘 주식회사), 「글린 토수카」(주식회사 사카타노타네), 「젤다·네로」(도키타 종묘 주식회사) 등이 있음
- 노란색 품종이 「오람」(다키이 종묘 주식회사), 「이에로보트」(가네코 종묘 주식회사), 「골드 토수카」(주식회사 사카타노타네) 등이 있음
- 생산지에 따라 재배추천 품종이 있지만 최종적으로는 농가가 품종을 선정함
- 슈키니호박은 담백한 맛으로 식미에 의한 차별화가 어렵기 때문에 슈키니호박의 품종 개량은 주로 수확량 향상을 목적으로 하고 있음
- 일본산 슈키니호박은 휴우가 호박(휴우가 가보차)의 생산지였던 미야자키 현이 처음으로 도입해서 이후 나가노 현에서도 재배하게 되었다. 최근에는 군마 현이나 이바라키 현 등 북 간토지방으로 산지가 확대되고 있음. 나가노 현 하절기 대표적인 산지로 노지재배, 미야자키 현은 가을에서 겨울에 걸쳐 축성재배(하우스재배)를 하는 생산지로 군마 현 및 이바라키 현은 단경기인 초여름과 초가을의 출하량이 많음.
- 슈키니호박은 연작장애가 없는 비교적 키우기 쉬운 품목으로 다른 작물에서 전작도 많으며 전국각지에서 생산되고 있음. 특히 하우스재배가 많은 미야자키 현에서는 재배 비용 감소를 목적으로 오이 및 피망에서 슈키니호박에 전작하는 움직임이 확대되고 있음.(슈키니호박은 오이나 피망보다 저온으로 재배 가능)
- 도매업체 D에 따르면 일본국내 생산지가 급격하게 확대된 것으로 규격이 각각 다르다는 문제가 발생했음. 예를 들면 1박스 2kg가 기본이지만 1kg이나, 4kg인 생산지도 있고 2kg에서도 10~13개입이 있고 통일되지 않음. 일본에서는 「무게」와 「개입수」가 통일되지 않으면 수요처에서 불만이 나옴
- 슈키니호박은 수요 확대와 쉬운 생산성으로 인해 당분간 일본의 생산지는 계속해서 확대될 전망이다

<일본산 주키니호박 지역별 생산량>



<일본산 주키니호박 지역별 재배면적>



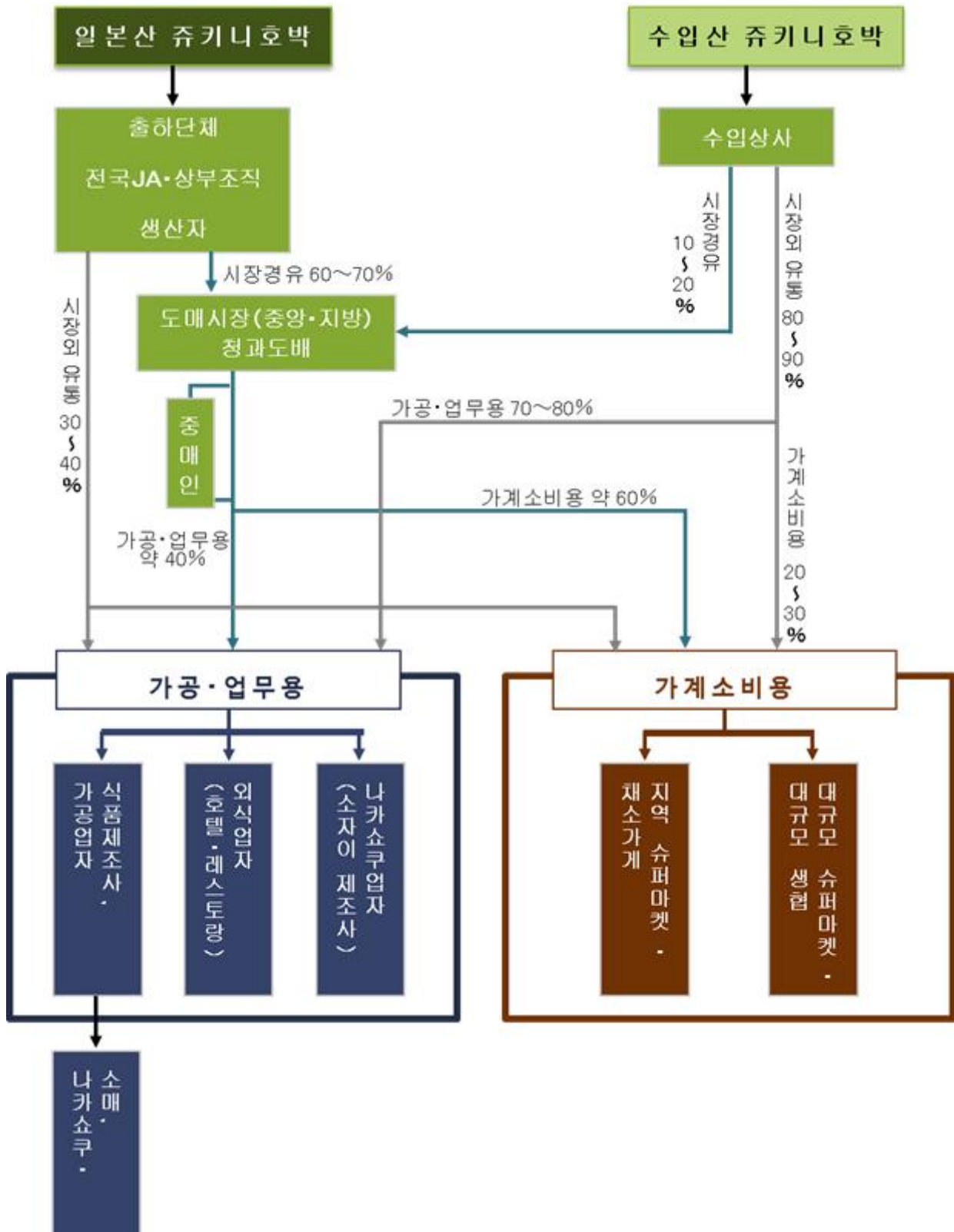
\* 출처 : 일본 농림수산업성 「지역특산 채소 생산 상황 조사」



(3) 유통현황 및 수입관계자

- 일본산 슈키니호박은 60~70%가 도매시장을 경유하고, 여름작물은 가계소비용이 주력(60~70%)이며 가을·겨울작물은 가계소비용과 업무용이 반반임
- 최근에는 태풍 영향으로 가을철 노지재배 작물의 출하량이 격감하는 해가 많아서 일본산 슈키니호박의 공급 위기를 회피하기 위해서 멕시코산을 중심으로 수입산을 준비하는 대형 마트가 증가하고 있음
- 수입 슈키니호박은 직판이 80~90%를 차지하고 대부분이 가공·업무용에 판매되고 있음
- 수입상사 C에 따르면 2013년쯤부터 한국산 애호박을 취급중이고 한국음식점 등 외식업체에 판매하고 있음. 한정적인 수요로 연간 수십 박스인 단발 수입이고, 코리안 타운처럼 소매업체가 판매하는 애호박은 개인적으로 수입하는 소량수입 형태가 많음

<쥬키니호박 유통구조>



#### (4) 소비 및 소비동향

- 주키니호박은 일본에서 1980년경부터 보급되기 시작해서 역사가 오래되지 않는 채소
- 일본에서는 이탈리아 요리점의 업무용 식재료로서 보급된 것으로부터 이탈리아의 「주키니호박」 이름으로 알려지게 됨
- 이탈리아 요리 및 프랑스 요리(라타투이 등)가 가정요리에서 확산되어 소비가 확대, 최근에는 일식을 비롯해서 다양한 요리에 활용되고 있음. 오이와 같이 절임으로 가공되는 경우도 많음
- 2012년 주된 생산지인 나가노 현이 풍작으로 하절기에 과잉 공급이 되어 가격이 하락했음. 대형 마트 등에 다량하게 주키니호박이 공급되어 저가로 판매되어 주키니호박의 인지도가 많이 향상되었다고 함
- 수입 주키니호박(특히 멕시코산)은 일본산보다 저가로 판매되는 것이 많지만 최근에는 일본국내 생산지 증가로 연중 안정 공급이 가능한 것으로 일본산 가격이 안정되어 전체적으로 저하되는 경향이 나타남
- 많은 소비자가 주키니호박을 「이탈리아 채소」로서 인식하고 국산지향이 높지 않음.
- 먹기 쉬운 담백한 맛으로 다양한 요리에 활용 가능한 한편, 특징이 없고 고가격일 때는 다른 채소로 대응되기 쉬운 채소임
- 일본산 주키니호박을 중심으로 가게 소비는 증가하지만, 수요의 과반수가 가공·업무용임. 주키니호박은 가열조리가 필요한 식재료로, 먹는 방법(조리법)을 모르는 소비자가 많음
- 수입상사 C에 따르면 애호박은 현재 수요가 한국계 외식업체에 한정됨. 일본 소비자에게는 널리 알려지지 않은 채소로 「한류 붐」처럼 계기가 없으면 유행이 일어나기 어려움. 경쟁이 되는 주키니호박은 멕시코산 및 미국산이 업무용으로 저가로 유통되어 가정 소비용에 대해서는 일본산만으로도 충분한 시장상황임

(5) 시장특성 및 한국산 진출상황

- 주키니호박은 이탈리아 요리점의 업무용 식재료로서 일본에서 수입된 것으로 시장이 만들어졌고, 이후 재배하기 쉬운 점도 있고 일본국내 생산지가 연속해서 도입해서 지금은 일본산품이 90% 이상을 차지하는 시장으로 성장되었음
- 이탈리아 요리 및 프랑스 요리에 필수인 식재료로 현재도 외식업체를 중심으로 과반수가 가공·업체용으로서 유통되고 있음
- 일본산 주키니호박은 가계소비용, 수입 주키니호박은 가공·업체용이 주력이지만, 일본산품의 생산 및 공급 위험성을 회피하기 위해서 최근에는 수입 주키니호박을 취급하는 소매업체가 증가하고 있음
- 한국산 애호박은 일본에서 지명도가 낮고 수요가 한국계 외식업체에 한정되어 있음
- 낮은 지명도와 일반적 업무용의 수입 주키니호박은 저가로 유통되어 있기 때문에 애호박 보급에는 가격이 문제점임
- 애호박은 유럽산과 같이 고급 주키니호박으로서 가계소비용을 강화하고 업무용은 고급업태에 한정하는 등 고부가가치화를 시도하는 것이 좋은 방법일 것임. 때문에 우선 애호박의 특징과 장점을 명확화하고 소비자 인지도를 향상하는 것이 중요함

한국산 애호박 SWOT 분석

		기회	위협
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본산 주키니호박의 생산, 소비가 확대중</li> <li>• 수입산 주키니호박의 가계소비 증가</li> <li>• 국산(일본산) 지향도가 그리 높지 않음</li> <li>• 나카쇼쿠&amp;외식시장 확대 추세</li> <li>• 여름~가을재배 일본산 주키니호박(노지재배)은 태풍의 영향을 받기 쉬움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본산 주키니호박 산지가 급속도로 증가</li> <li>• 수입산 주키니호박(멕시코산, 미국산)은 업무용으로 염가에 유통됨</li> </ul>
강점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지리적 이점으로 품질(신선도)이 높은 애호박 공급 가능</li> <li>• 연중 안정적인 공급 가능</li> <li>• 한국에서는 일상적으로 소비되므로 다양한 조리방법 보유</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>적극적 전략</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 주키니호박과 차별화된 고급 식재료로 가계소비용 강화</li> <li>• 가정에서 조리, 보존방법을 알리고 다양한 메뉴 제안</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>차별화 전략</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본산&amp;유럽산 주키니호박과 다른 애호박의 특징 강조</li> <li>• 멕시코산, 미국산과 차별화된 부가가치화 도모</li> </ul>
		<p style="text-align: center;"><b>개선 전략</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본의 주키니호박과 차별화한 한국산 애호박으로 소비자 인지도 확대 도모</li> </ul>	
약점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 내에서 인지도 낮음</li> <li>• 주키니호박과 차별화가 어려움</li> <li>• 비교적 고가로 가격경쟁력 낮음</li> </ul>		

## 4. 한국산 신선채소의 일본시장 진출방안

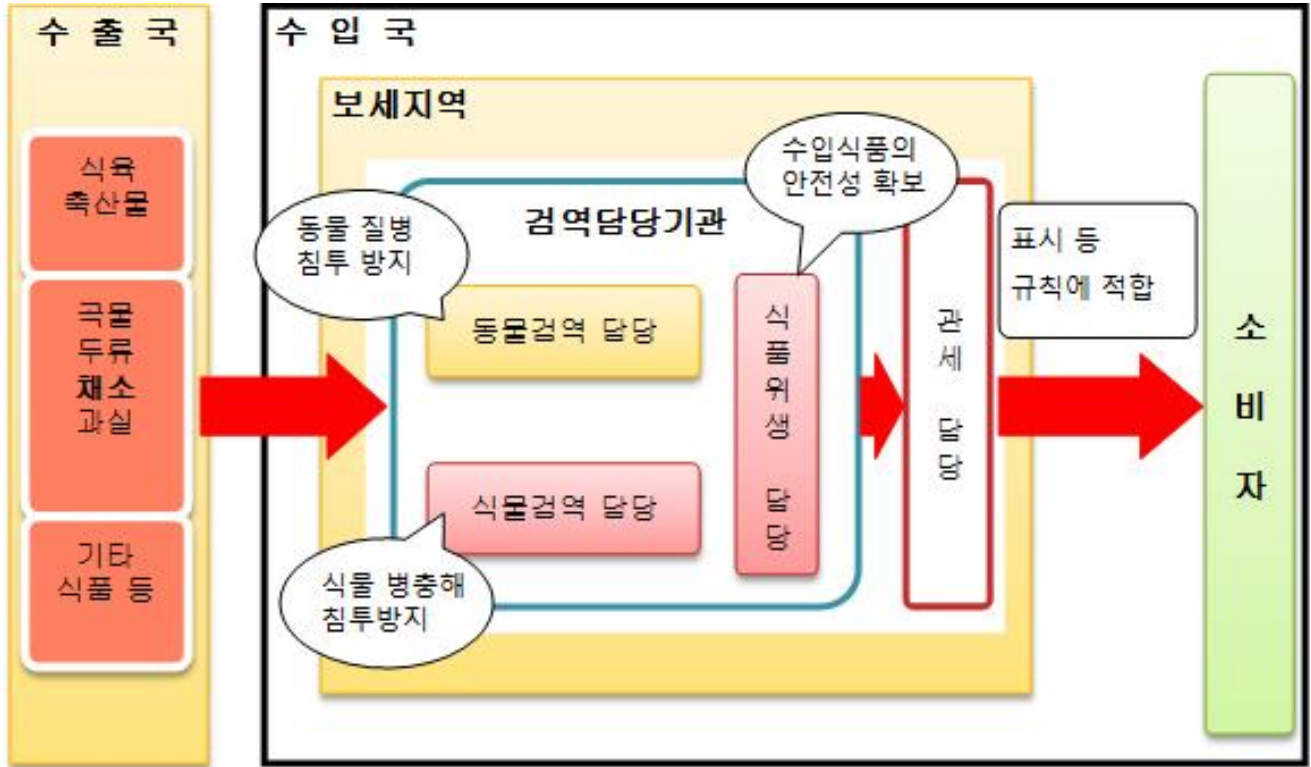
### 가. 일본 청과물 시장 트렌드

- 일본에서 청과물은 이전까지 「생식으로 섭취」 및 「가정에서 조리·가공해서 먹는 내식(肉食, 우치쇼쿠)」이 일반적이었으나, 최근에는 여성의 사회진출 및 고령화로 외식 및 나카쇼쿠(내식과 외식의 중간)를 이용하는 기회가 증가했음
- 1980년대부터 청과물의 가정용이 감소하고 업무용이 증가하고 있음
- 2000년대에 세계적인 경제 불황을 경험했고 다시 내식이 증가했지만, 이전까지와 같이 신선식품을 구입해서 가정에서 요리하는 기회의 증가보다 이변성이 높은 가공품 이용이 확대되고 있음
- 때문에 청과물 수요가 1980년대부터 가정용이 감소하고 업무용이 증가하고 있음
- 소비자뿐만 아니라 외식 및 나카쇼쿠 업체로부터의 청과물 가공품 수요도 높음. 최근에는 냉동 채소나 간편 채소·조각 과실 수요가 증가하고 나카쇼쿠의 인기 메뉴로 샐러드 반찬이 상위를 차지하고 있음
- 고령자 및 단신 가구 증가에서 반찬 상품은 소량·소포장의 수요가 높아지고 있다. 간편 채소 및 조각 과실이 지시를 받은 배경에는 남은 채소나 과실을 폐기할 필요성이 없다는 이점도 있음
- 요즘 화제가 된 청과물에는 토마토 및 파프리카, 새싹채소, 아보카도 등이 있지만 모두가 고기능 채소·과실인 점이 소비자 건강지향에 잘 맞았음
- 미용 및 건강(다이어트)에 관심이 있는 젊은 여성을 중심으로 채소 및 과실이 가진 영양을 간편하게 섭취할 수 있는 콜드프레스 주스 및 스무디 소비가 확대되고 있음
- 소비자의 절약지향이 여전히 강하지만 한편에서는 기능성 및 높은 안전성을 특징으로 한 고부가가치 채소나 과실이 잘 팔리고 있음. 예를 들면 유기농 농산물 및 가공품이 주목을 받고 있음
- 최근에는 청과물도 인터넷으로 판매하고 구입자의 집까지 발송하는 택배 서비스가 확대되고 있음. 풍부한 상품 수와 쇼핑에 드는 시간 및 노력을 줄일 수 있기 때문에 특별히 가구나 고령자에서 높은 지지를 받고 있음

## 나. 시장 특성 및 수출장벽·과제

- 일본국내 청과물 유통량이 1990년대 이후 정체된 상태가 이어지고 저출산 고령화로 향후에도 전체량이 증가할 전망은 없고 시장은 성숙되어 있음
- 일본산 청과물은 전국 도매시장(중앙, 지방)을 경유하는 시장유통이 기본이지만 최근 들어 시장의 유통(직접 거래)의 비율이 증가하고 있음
- 수입 청과물은 수입상사에서 직접 소매업체 등에 유통되는 시장의 유통의 비율이 높음. 특히 채소는 특이한 희소품목 이외에는 일본산보다 저가로 거래하는 품목이 많아서 가공·업무용도가 중심임
- 일본의 청과물 시장을 확대하기 위해서는 총량보다 각각 품목의 가치를 높이는 것이 중요함
- 일본에서는 소량으로 품종이 많은 식재료에 수요가 있고 품질 및 안전성에 대한 높은 선호도를 가지고 있음. 오랫동안 「일본산=안전하고 고품질」라고 믿었기 때문에 지금도 변함없이 일본산을 중시하는 경향이 있음
- 중국산을 비롯한 수입산에 대해서는 잔류농약 문제 등을 기인해서 품질 및 안전성이 보장되지 않는다는 인상이 있음
- 대형 소매업체 및 자연과 식품 택배업체를 중심으로 자사로 취급하는 농산물(PB상품 등)에 대해서는 안전성의 국제인증인 「글로벌 GAP」를 취득하는 등 품질을 높이는 노력을 강화하고 있음
- 일본에서의 식품 수출에 대해서는 「동식물 검역」(동물의 전염병질병 및 식물의 병해충 침투방지 등), 「식품 안전」(어염물질, 잔류농약, 위생관리 등), 「표시」(사용언어, 식품첨가물 표시 등) 등에 대해서 일본의 법령에 적합할 수 있게 대응하는 필요가 있음
- 식물방역소에서는 수출국 정부기관의 검사 결과 검역유해 동식물이 부착하지 않는 것을 확인한 검사증명서(식물검역증명서 또는 phytosanitary certificate 라고 한다)를 첨부한 후 검사로 식물검역 대상인 병해충 부착이 없으면 합격이 됨. 불합격 경우는 소독 및 폐기 또한 반송 조치 명령이 내려짐. 소독 명령의 경우 조치 후 수입이 가능하다(소독에는 잔류하지 않는 약품을 사용하기 때문에 대부분 상품이 그대로 유통됨)
- 수입상사 C에 따르면 한국에서 신선채소를 수출할 때는 「한국산」이라고 명기할 필요가 있다고 함(패키지에 생산지 기재가 없는 것이 있음)
- 식물 검역으로 훈증처리를 받을 때 상품이 비닐 봉투 등으로 밀봉되어 있으면 약제가 침투하지 않기 때문에 봉투를 벗기라는 지시가 있음(상응의 시간과 비용이 걸림). 따라서 비닐 등으로 포장할 경우 꼭 구멍을 뚫는 것이 필요함

<일본 청과물 수입경로 및 수속 개요>



\* 출처 : 일본 농림수산성 「일본 농축산물 수출과 동식물검역」

<청과물 소독 시의 포장 개구부(開口部) 기준>

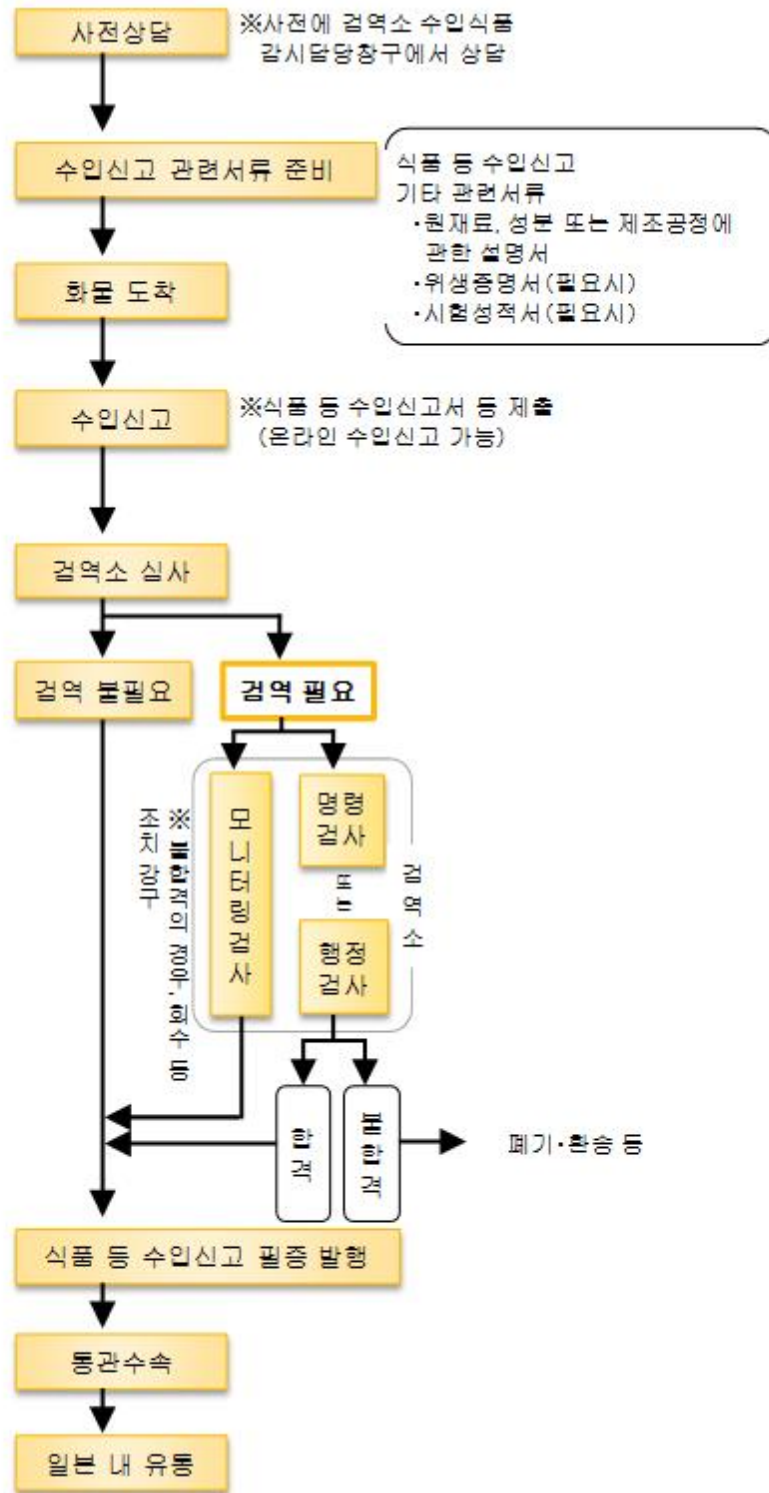
청과물 종류	포장 개구(開口) 부분(개구비※)
오렌지, 파인애플 등 생과실	2 이상
샐러리, 브로콜리 등 채소류	4 이상
무, 우엉 등 근채류	2 이상

※ 개구 부분(비율) : 개구부 면적(평발 센치미터) ÷ 상자 내용적(리터)

※ 식물 종류와 포장 내 식물 밀도 등에 따라 상기 표의 개구부분을 충족하더라도, 포장 및 내장을 여는 경우도 있음

\* 출처 : 일본 동물검역소

<일본 식품 등 수입신고 수속 흐름>



\* 출처 : 일본 후생노동성 「식품 등 수입신고 수속 흐름」



## 다. 수출확대 방안

### (1) 파프리카

- 일본에서 채소 생산량 및 소비량이 정체되는 가운데 파프리카는 생산량 및 소비량이 모두 증가 경향을 보이는 유일한 채소
- 수입산 파프리카로 시장이 형성된 것도 있고, 국산 지향도가 높은 일본에서 일본 소비자가 수입산 파프리카를 자연스럽게 받아들이는 것도 신기한 일
- 한국산 파프리카가 품질 및 가격으로 우위성을 유지하고 당분간 일본산 및 네덜란드산을 제치고 한국산이 시장점유율 1위를 유지하는 시장구성에는 변화가 없음
- 수입산이 소비자에게 자연스럽게 받아 품질과 가격이 우수하여 일본시장에서 우위를 유지하고 있으며 앞으로도 이러한 한국산이 시장을 이끌 것으로 예상됨
- 다만, 파프리카 시장은 수량 기준으로 규모가 증가하고 있지만 단가는 약간 감소되고 있음. 특히 일본산 파프리카 유통량이 증가하는 하절기(6~8월)에는 과잉공급이 발생해 단가가 하락하고 있음
- 한국 내에서 파프리카 수요확대로 시기에 따라 수출량(일본용)이 크게 감소되는 등 연중 안정공급이 되지 못하는 상황도 발생함
- 한국산 파프리카의 공급계획 재검토와 일본 수요확대를 위해서는 ①샐러드(생식)뿐만 아니라 다양한 소비방법을 제안, ②향후 높은 수요가 예상되는 나카쇼쿠 및 외식업계 이용을 촉진하기 위해 가공·업무용을 강화
- 방책으로서는 ①파프리카 종류(팔레르모, 방울파프리카 포함)에 대응한 모양이 좋은 메뉴 및 스무디 등 간편한 소비 방법을 제안하기 위해서 소비자용 판촉을 주력하고 품종의 특징 및 품종마다 먹는 방법 등을 소개하기, ②수출 체제를 재점검하고 수출처의 작은 사이즈 요구(크기 및 색깔)에 대응하는 것과 동시에 특히 가공·업무용으로는 필수 조건인 연중 안전공급을 철저히 하는 것이 중요함

### (2) 토마토

- 토마토는 일본에서 가장 인기 있는 채소로 2012년 토마토 붐 이후에 크기, 색, 식미가 다양해지고 먹는 방법도 다양해졌음
- 일본의 신선 토마토 시장은 일본산이 압도적인 점유율을 나타내는 가운데 수입산은 주로 가공·업무용으로 이용되고 있음
- 한국산 토마토는 품질과 가격 면에서 수입처로부터 높은 평가를 받고 있음. 특히, 수요가 확대되고 있는 방울토마토의 공급량이 늘어 최근 한국산 점유율이 확대되고 있음
- 다만, 한국 내에서 릴레이 재배가 확립되어 있지 않아 적절한 재배시기가 지난 후에 재배된 품질이 다소 낮은 토마토가 유통되는 경우가 발생, 수요처와의 신뢰관계를 위협할 우려가 있음
- 한국산 토마토의 수출확대를 위해 방울토마토를 비롯한 토마토의 품질유지·향상과

연중 안정적인 공급체계를 철저히 할 필요가 있음

- 세계적인 이상기후 및 병충해로 토마토의 생산·공급 위험성이 발생할 수 있으므로 기후영향을 적게 받는 재배기술 및 병충해에 강한 품종 개발이 중요함

### (3) 애호박

- 쥬키니호박은 이탈리아 레스토랑의 업무용 식재료로 일본에 수입되면서 시장이 형성되었으며 비교적 재배하기 쉬운 채소로 인식됨. 일본 내 생산지가 점차 증가하며 현재는 일본산이 90% 이상을 차지하는 시장이 형성됨
- 이탈리아 요리 및 프랑스 요리에 필수적인 식재료로 외식업체를 중심으로 한 가공·업무용으로서 유통되고 있음
- 원래 쥬키니호박이 일본에 없었던 채소로 국산지향이 높지 않지만 일본산이 기본적인 수요를 채우기 때문에 수입산이 확대되기는 어려울 것으로 전망됨
- 한국산 애호박은 일본에서 지명도가 낮고 수요 대부분이 한국계 외식업체에 한정되어 있음
- 낮은 지명도와 일반 업무용으로 수입되는 쥬키니호박은 저가로 유통되고 있기 때문에 애호박 보급에는 가격이 문제점임
- 애호박은 유럽산과 동양으로 고급 채소로 가계소비용을 강화하고 업무용은 고급업종에 한정하는 등 고부가가치화를 시도하는 것이 좋은 방법임. 따라서 우선 애호박의 특징과 장점을 명확화하고 소비자 인지도를 향상하는 것이 중요함