

# 세계일류 30대 품목육성을 위한 수출확대전략

2009. 1



**농림수산식품부**  
Ministry for Food, Agriculture, Forestry and Fisheries



**농수산물유통공사**  
Korea Agro-Fisheries Trade Corporation



# Contents

---

<b>I. 배</b> .....	<b>7</b>
<b>미 국</b> .....	<b>9</b>
1. 생산동향 .....	9
2. 유통동향 .....	17
3. 소비동향 .....	24
4. 수출입 동향 .....	29
5. 통관 및 수입검사 .....	35
6. 한국산 유통동향 및 경쟁국동향 .....	39
7. 한국산 수출확대 방안 .....	43
<b>II. 포 도</b> .....	<b>51</b>
<b>싱가포르</b> .....	<b>53</b>
1. 생산현황 .....	53
2. 유통현황 .....	53
3. 소비동향 .....	58
4. 수출입 현황 .....	59
5. 수입통관 제도 .....	60
6. 소비자 및 바이어 의견 .....	65
<b>III. 감 귤</b> .....	<b>71</b>
<b>러시아</b> .....	<b>73</b>
1. 유통동향 .....	73
2. 소비동향 .....	77
3. 수출입동향 .....	80
4. 수입제도 .....	82
5. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향 .....	88
6. 한국산 수출확대방안 .....	89

# Contents

<b>IV. 밤</b> .....	<b>91</b>
<b>일 본</b> .....	<b>93</b>
1. 생산동향 .....	93
2. 유통현황 .....	99
3. 소비동향 .....	102
4. 수입동향 .....	108
5. 통관 및 수입제도 .....	113
6. 한국산 수출확대 방안 .....	116
<b>V. 양 란</b> .....	<b>119</b>
<b>일 본</b> .....	<b>121</b>
1. 생산동향 .....	121
2. 유통동향 .....	132
3. 소비동향 .....	135
4. 수출입동향 .....	137
5. 통관제도(절화/양란) 및 관련법규 .....	138
6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향 .....	142
7. 한국산 수출확대방안 .....	143
<b>중 국</b> .....	<b>144</b>
1. 중국 심비디움 생산현황 .....	144
2. 심비디움 유통동향과 특징 .....	148
3. 소비시장과 구매동향 .....	150
4. 수출입 동향 및 전망 .....	151





# Contents

---

## Ⅵ. 새송이버섯 ..... 155

### 미 국 ..... 157

1. 생산동향 ..... 157
2. 유통동향 ..... 169
3. 소비동향 ..... 177
4. 수출입 동향 ..... 182
5. 통관 및 수입검사 ..... 186
6. 한국산 주요 수입품목 및 점유율 ..... 190
7. 한국산 수출확대방안 ..... 195

### 유 럽 ..... 204

1. 생산현황 ..... 204
2. 유통현황 ..... 205
3. 소비동향 ..... 207
4. 수입동향 ..... 208
5. 한국산 수출확대방안 ..... 210

## Ⅶ. 유자차 ..... 213

### 일 본 ..... 215

1. 일본 유자차 시장동향 ..... 215
2. 유자차 진출기업 동향 ..... 216
3. 유자 생산동향 ..... 217
4. 유자차 유통동향 ..... 219
5. 소비동향 ..... 224
6. 수입동향 ..... 225
7. 통관 및 수입검사 ..... 226
8. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향 ..... 228
9. 한국산 수출확대방안 ..... 230

# Contents

<b>중 국</b> .....	<b>232</b>
1. 생산동향 .....	232
2. 유통동향 .....	233
3. 소비동향 .....	234
4. 수출입동향 .....	235
5. 통관 및 수입검사 .....	237
6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향 .....	237
7. 한국산 수출확대 방안 .....	238
<b>대 만</b> .....	<b>239</b>
1. 유자차 개요 .....	239
2. 대만 유자(柚子) 생산 동향 .....	239
3. 유통 및 소비동향 .....	244
4. 수출입 동향 .....	248
5. 유자차 통관 제도 .....	252
6. 한국산 수출확대 방안 .....	254
<b>VIII. 돈 육</b> .....	<b>263</b>
<b>러시아</b> .....	<b>265</b>
1. 러시아 돼지고기 생산동향 .....	265
2. 러시아 돼지고기 유통현황 .....	273
3. 소비동향 .....	281
4. 러시아 돼지고기 수출입동향 .....	284
5. 수출입 통관제도 .....	292
6. 한국산 돼지고기 유통동향 .....	299
7. 현지시장 진출 확대 방안 .....	301

# Contents

필리핀 ..... 308

- 1. 시장동향 ..... 308
- 2. 수입현황 및 생산 수요 ..... 308
- 3. 수입통관 제도 및 절차 ..... 312

Ⅸ. 채소종자 ..... 319

일 본 ..... 321

- 1. 생산동향 ..... 321
- 2. 시장 유통동향 ..... 332
- 3. 소비동향 ..... 337
- 4. 시장전망 ..... 338
- 5. 생산·유통과정 ..... 340
- 6. 거래조건 및 형태 ..... 341
- 7. 수출입동향 ..... 342
- 8. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향 ..... 346
- 9. 한국산 수출확대 방안 ..... 347

미 국 ..... 351

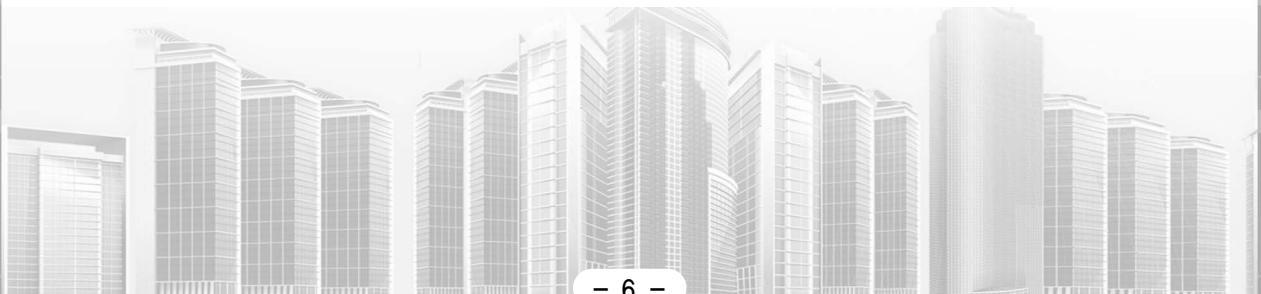
- 1. 채소류 생산동향 ..... 351
- 2. 채소종자 시장동향 ..... 354
- 3. 채소/과일 유통상황 ..... 357
- 4. 채소 소비동향 ..... 359
- 5. 채소 및 종자 수출입 동향 ..... 360
- 6. 한국산 채소종자 미국내 유통현황 ..... 365
- 7. 한국산 채소종자의 미국내 유통현황 및 수출확대방안 ..... 368

# Contents

---

<b>X. 쌀 및 가공밥</b> .....	<b>371</b>
<b>일 본</b> .....	<b>373</b>
1. 생산동향 .....	373
2. 유통현황 .....	377
3. 소비동향 .....	382
4. 가공밥 .....	389
5. 수출입동향 .....	402
6. 통관 및 수입검사 .....	405
7. 한국산 수출확대방안 .....	410
<b>미 국</b> .....	<b>416</b>
1. 쌀 생산현황 .....	416
2. 캘리포니아 쌀 생산현황 .....	420
3. 쌀 수출현황 .....	424
4. 쌀수입 현황 .....	428
5. 쌀 유통 및 소비현황(가공밥 포함) .....	431
6. 수출확대 방안 .....	444

※ 내용의 출처를 명시하는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단전재 및 복제는 금지합니다.



# I. 배 미국







# 미 국

## 1. 생산동향

### 가. 생산량 및 출하량

- 미국은 전세계 배생산국 가운데 중국, 이태리 다음으로 배를 많이 생산하는 국가다. 특히, 생산되는 배의 30%이상을 해외에 수출하고 있다.
- 미국 배는 현재 9개주에서 재배되고 있으며 미국 생산 농가수는 1600개소로 북서부 지역인 오레곤주와 워싱턴주에 집중되어 되어있다. 워싱턴, 캘리포니아, 오레곤주에서 생산되는 배가 미전체 배생산의 98%를 차지하고 있으며 대표적인 품종은 유럽 혹은 프랑스배라고 불리는 Bartletts, Bosc, d'Anjou임.
- 워싱턴주 배 생산량은 전체생산의 42%를 차지했으며 캘리포니아는 32% 그리고 오레곤주는 24%를 차지 하는 것으로 나타났다. 전체생산의 66%를 차지하는 북서부배는 아직도 배생산의 최강자로 Pear Bureau Northwest (북서부배홍보부)가 미국배를 홍보를 하고 있다.
- 생산 경작지는 서부오레곤의 Medford에서 8월 중순에 첫수확에 들어가면 다음으로 Columbia Basin, Hood River로 이어지며 워싱턴주의 White Salmon지역과 Yakima Valley Wenatchee지역에서 생산한다. 워싱턴주에는 사과산업을 위해 보관창고가 잘 되어있어 신선배를 늦겨울까지 공급 할 수 있는 반면 캘리포니아는 10월까지만 공급이 가능하다. 캘리포니아의 경우, 7월부터 수확하기 시작해 늦은 8월이면 북서부 배가 나오기 시작하면서 수확이 마쳐진다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

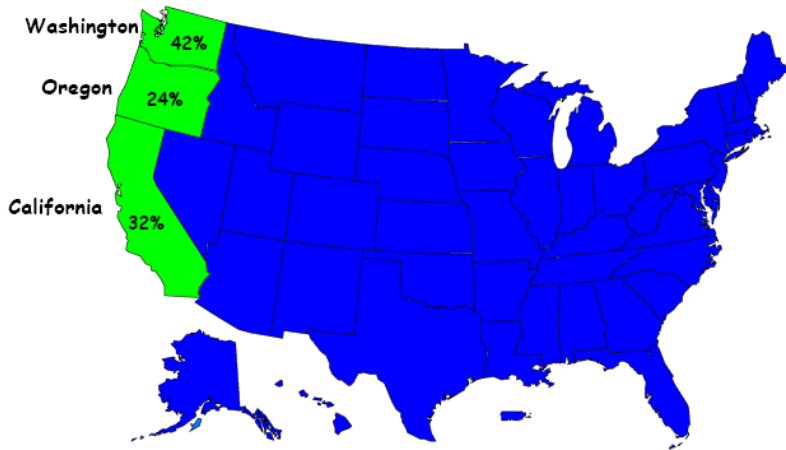
VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

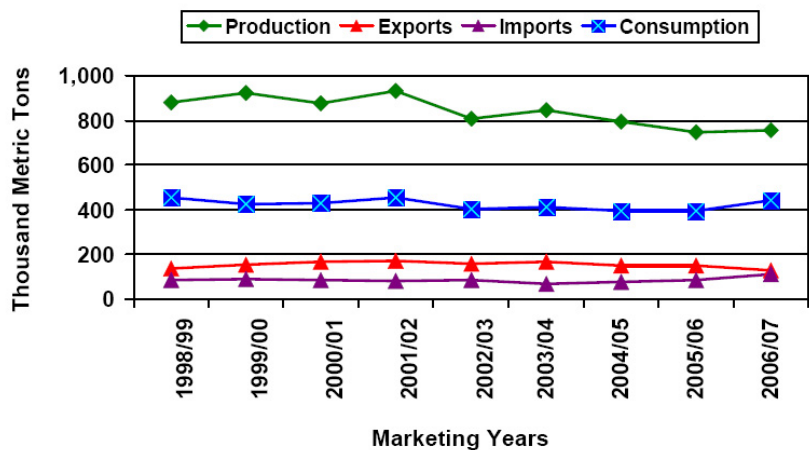
X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

미국 주별 배 생산비율



Source: USDA National Agricultural Statistics Service

The U.S Pear Market



Source: National Agricultural Statistics Service, USDA  
Bureau of the Census, DOC  
Note- Marketing year is July - June.



## 나. 경작규모

- 미국 전체 배생산면적은 약 59,530에이커로 재배면적 에이커당 평균 15톤을 생산하고 있다. 지난 2007년 배 생산량은 총 871,850톤으로 346백만달러를 기록했으나 올해는 4월의 냉해로 인해 약 15,000톤의 캘리포니아 생산량이 줄어들 것으로 예상된다고 캘리포니아배 자문위원회는 알렸다.
- 캘리포니아배자문위원회에 따르면 올해 바틀릿생산량은 186,000톤 그 외 다른 배의 경우 11,800톤으로 예상하고 있다. 1990년대 미국배는 수출에 주력하기 시작하면서 오늘날 전체생산의 30%를 수출하게 되었으며 가공배 역시 80년대 만해도 전체의 8%를 차지하던 가공배가 현재 18%를 차지하게 됐다.

〈 신선배 : 미국 주별 경작면적별 생산량 2005 - 2007\* 〉

주 와 연도	보유면적 (에이커)	경작면적당 생산량 (톤)	생 산		신선배 (톤)	가공배(톤)
			전체 (톤)	사용량 (톤)		
캘리포니아						
2005	16,000	12.60	202,000	202,000		
2006	16,000	14.90	239,000	229,000		
2007	16,000	15.20	243,000	243,000		
콜로라도						
2005			2,500	2,200		
2006			2,300	2,000		
2007			1,700	1,700		
커네티컷						
2005			1,000	1,000		
2006			1,000	1,000		
2007			1,000	1,000		
미시간						
2005	800	2.50	2,000	1,970		
2006	800	4.50	3,600	3,500		
2007	750	5.33	4,000	3,600		
뉴욕						
2005	1,400	6.07	8,500	8,200		
2006	1,400	11.40	16,000	15,600		
2007	1,200	9.17	11,000	10,300		
오레곤						
2005	16,200	11.90	192,000	191,000		
2006	16,200	13.30	215,000	215,000		
2007	16,200	12.70	206,000	206,000		

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

주 와 연도	보유면적 (에이커)	경작면적당 생산량 (톤)	생 산		신선배 (톤)	가공배(톤)
			전체 (톤)	사용량 (톤)		
펜실베이니아						
2005	800	2.63	2,100	2,100		
2006	800	4.88	3,900	3,800		
2007	800	5.00	4,000	4,000		
유타						
2005	60	3.67	220	200		
2006	60	3.92	235	220		
2007	60	4.17	250	250		
워싱턴						
2005	24,700	16.70	413,000	413,000		
2006	24,000	15.00	361,000	361,000		
2007	24,000	16.80	402,000	402,000		
미국***						
2005	60,480	13.60	823,320	821,670	504,400	317,270
2006	59,780	14.10	842,035	831,120	500,720	330,400
2007	59,530	14.70	872,950	871,850	551,960	319,890

자료원 : USDA/농무부산하 통계청

\* 개인 운영자료 보호를 위해 비공개함

\*\* 수확율은 총 생산량을 기준

\*\*\* 가공제품은 대부분 캔제품이며 나머지는 다른 사용도로 비공개됨

○ 아시안배

- 아시안배의 경우 사과와 같은 육질 때문에 사과배라고도 불리우며 껍질이 다소 거칠고 딱딱하기하고 모래와 같은 색깔 때문에 Sand Pear라고도 불리운다.
- 아시안배의 경우, 초기 재배장소는 캘리포니아 Fresno, Tulare, Kern 카운티지역 과 Sacramento County와 Placer였으나 최근에는 워싱턴주의 사과생산지 Yakima 와 Wenatchee 그리고 Oregon주의 Hood River에서 재배되고 있다고 알려졌다.
- 캘리포니아, 오레곤, 워싱턴에서 재배되는 아시안배 생산면적은 약 4000~5000 에이커로 알려졌으며 대부분 1981년부터 재배하기 시작해 1984년 이후 매년 캘리포니아에 100,000그루 (500에이커)가 심어진다.
- 아시안배는 다른 Bartlett이나 Bosc와 같은 미국배보다 경작지대비 생산율이 적다. 특히, 현지시장에서는 아시안배 사이즈가 클수록 좋은 가격을 받을 수 있기 때문에 일반적으로 경작비가 다른 배에 비해 많이 들어가는 편인데 생산비는 에이커당

\$2,500~\$3,000으로 생산 뿐아니라 포장 또한 벌크가 아닌 단층이나 이중으로 하기 때문에 단가가 비싼 배라고 할 수 있다.

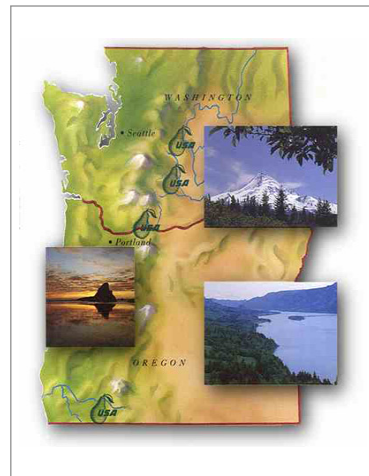
- 배나무가 완전히 자라려면 적어도 10~14년정도가 걸리게되며 이 기간이 지나야 적어도 에이커당 30, 40, 50크기 배 (44파운드박스기준)를 800에서 1,000박스를 생산할 수 있다.

(출처 : By Roberta Cook, Extension Marketing Economist, Dept. of Agricultural and Resources Economics, UC Davis, July, 2002)

#### 다. 생산단체 현황

##### ○ Pear Bureau Northwest

미북서부 배홍보부는 1931년에 설립된 비영리 단체로 오레곤과 워싱턴주에서 생산되는 신선배 홍보, 마케팅 및 시장구축을 목적으로 하고 있으며 현재 북서부주에서 생산되는 모든 미국산배는 USA Pears 로고를 사용해 공급되고 있다. 오레곤주와 워싱턴주에서 생산되는 신선배는 미전체 생산의 74%를 차지하고 있으며 미국 신선배 수출전체의 92%를 차지하고 있다.



##### ○ California Pear Advisory Board

1992년 설립된 캘리포니아 배자문위원회는 농산물 홍보를 위해 설립된 단체로 캘리포니아에서 생산되는 바틀릿 신선배와 가공배를 함께 홍보하고 있으며 연구, 표준화 및 관련 업계자료등도 제공하고 있으며 바틀릿생산지로 잘 알려진 사크라멘토시에 본사를 두고 있다.

#### 라. 생산동향 및 증감원인

- 미국산 배의 2007/08 총 예상 생산량은 약 798,000톤으로 지난해 동기에 비해 4% 증가했다. 생산량의 60%는 신선배로 판매되고 있으며 나머지 40%는 가공용으로 사용되며 주가공식품은 캔식품이다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 신선배의 주품종은 Bartlett과 Green d'Anjou 이라고 할 수 있는데 Green d'Anjou의 경우, 주로 워싱턴주에서 생산되며 수출량이 가장 많은 품종이라고 할 수 있다.
- 2000년 이후 미국의 배생산량은 생산비 증가로 인해 하향선을 기록했다. 미국산 배가격은 주로 배크기로 날씨와 시장가격에 물론 변동이 되지만 생산농가숫자에 따라 영향을 받게 된다. 뿐만 아니라 가공배 소비가 계속 감소하고 있다. 개인의 배소비량이 줄어들었을 뿐 아니라 수입산 배가 소비자들의 입맛을 바꾸고 있기 때문이다.
- 이런 추세에 가장영향을 받는 지역은 캘리포니아배로 미국배 시장은 생산시장은 크지만 아직까지도 배의 종류와 사용법에 대한 홍보가 덜 되어 있어 일반소비자들은 구매빈도가 적은 과일 중 하나다. 미북서부 배홍보부에 따르면 미국인 10명 가운데 d'Anjou 품종을 시식해본 소비자는 단 3명, Bosc 품종을 시식한 소비자는 2명으로 나타났으며 특히 배를 완숙시켜 먹을 수 있는 소비자가 많지 않아 소매상이나 식당들이 구매를 꺼려하는 것으로 나타났다.

#### 마. 미북서부와 캘리포니아배 대표품종

##### ㉠ 황바틀릿 Yellow Bartlett (BART-let)



- 공급시기 : 8월에서 1월
  - 물이 많고 단맛이 강하므로 캔제품과 요리에 적합함. 밝은 황색으로 향이 좋은 신선배로 먹기에 적합함.

##### ㉡ 적바틀릿과 스타크림손



Red Bartlett and Starkrimson (BART-let, star-KRIM-son)

- 공급시기 : 8월에서 1월
  - 숙성되었을 때 밝은 적색을 띄며 황바틀릿과 비슷한 맛과 육질을 갖고 있음.

##### ㉢ 녹온주 Green Anjou (ON-ju)



- 공급시기: 10월에서 6월
  - 숙성되었을 때 물이 많고 단맛이 강함. 숙성시 색깔은 변하지 않음.

㉠ 적온주 Red Anjou (ON-ju)



- 공급시기 : 10월에서 5월

㉡ 바스크 Bosc (BAHSK)



- 공급시기 : 9월에서 4월
  - 향이 아주 강한 배로 단단하기 때문에 주로 굽거나 익혀서 많이 사용한다. 갈색과 황갈색으로 숙성 시 색은 변하지 않음.

㉢ 코미스 Comice (Co-MEESE)



- 공급시기 : 9월에서 2월
  - 미국배 가운데 단맛이 아주 단맛이 강하고 치즈와 함께 먹으면 디저트용으로도 좋음. 숙성시 색깔은 변하지 않음.

㉣ 콩코드 Concorde (CON-kord)

- 공급시기 : 9월에서 1월
  - 목이 길고 단단하며 황녹색과 가끔 황갈색점을 갖고 있기도 하다. 바닐라향과 단맛이 강해 굽거나 그릴용으로 적합하다. 숙성시 약간 색깔이 변함.

㉤ 세클 Seckel (SEK 'L)



- 공급시기 : 9월에서 2월
  - 작은 사이즈로 단맛이 아주 강함. 녹색으로 피고 어린이간식으로 많이 사용된다. 숙성시 색깔은 안변함.

㉥ 포렐 Forelle (For-ell)

- 공급시기 : 9월에서 2월
  - 작은 사이즈 배로 심홍색을 띠며 달고 물도 많다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

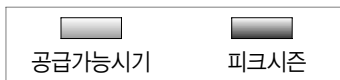
## 바. 최근 선호되는 품종

### ○ 아시안배 (Asian Pear)

- 최근 미국인들이 선호하는 품종은 특수배 (Specialty Pear)로 그중에 하나가 아시안배 라고 할 수 있다. 1981년 발간된 아시안배의 한 자료에 따르면 현존하는 아시안배 시장은 미서부지역과 캐나다 밴쿠버, 미국대도시에 거주하는 동양인들을 중심으로 형성되어 있으며 앞으로 미래의 소비자들은 현지 백인들로 과거 숙성되어 물렁해져야만 먹을 수 있는 배가 아닌 보관에 용이하고 구매하자마자 직접 먹을 수 있는 바삭한 느낌의 아시안배를 선호할 것이라고 전하고 있다.
- 미국에서 생산되는 아시안배 주요품종은 아타고, 신고, 신세이키, 호수이, 알리등이 있으며 사이즈가 크고 당즙이 많은 신고배가 수요가 가장 많은 것으로 알려졌다.
- 현재 미국에서 재배되는 아시안배의 대부분은 미국에 거주하는 동양인들의 수요를 위해서만 생산되었으나 점차적으로 늘어나는 백인들의 수요를 위해서도 생산될 예정이어서 앞으로도 생산량은 증가하는 추세다.

### 〈 미국배, 수입배 출하시기 〉

구 분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
캘리포니아												
아이다호												
오레곤												
워싱턴												
아르헨티나												



### 〈 미국 아시안배, 수입배 출하시기 〉

구 분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
캘리포니아												
워싱턴												
오레곤												
칠레												
일본												
뉴질랜드												

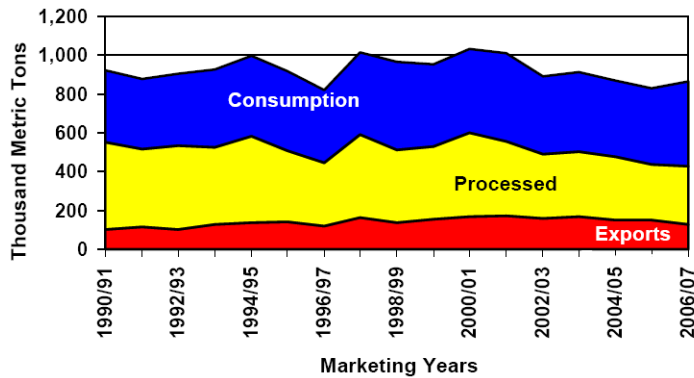
자료원 : 미국 「The Packer」 매거진

## 2. 유통동향

### 가. 유통구조

- 1997년도 미국의 주요 도매상들을 대상으로 미농산물 마켓팅협회(Produce Marketing Association)에서 미국 신선농산물 주 유통경로에 대한 조사 자료에 의하면 도매상이 재배자/수출자로부터 직거래 비율은 67.2%이었으며 브로커를 통해 구입하는 비율은 18.5%, 수입자를 통해 구입하는 비율은 7.1%로 조사되어 도매상이 재배자나 수출자로부터 직구매하는 비율이 가장 높게 나타났음
- 미국산 아시안배가 유통되고 있는 시장은 복합적이라고 할 수 있다. 아시안배는 1995년 까지 만해도 가격이 높아 특수 배라고 알려지면서 서부와 동양인이 집중되어 있는 대도시의 도매상에 많이 공급되었다. 그러나 캘리포니아에 아시안 재배가 확산되고 수입물량이 늘어나기 시작하면서 캘리포니아를 벗어난 동부쪽과 동양인들이 많이 거주하는 대도시의 소매상까지 좋은 가격으로 공급되기 시작했다.

〈 U.S. Market Distribution of the Domestic Pear Crop 〉



자료원: 미국 National Agricultural Statistics Service, USDA Bureau Of The Census

주: 유통기간 6~7월

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

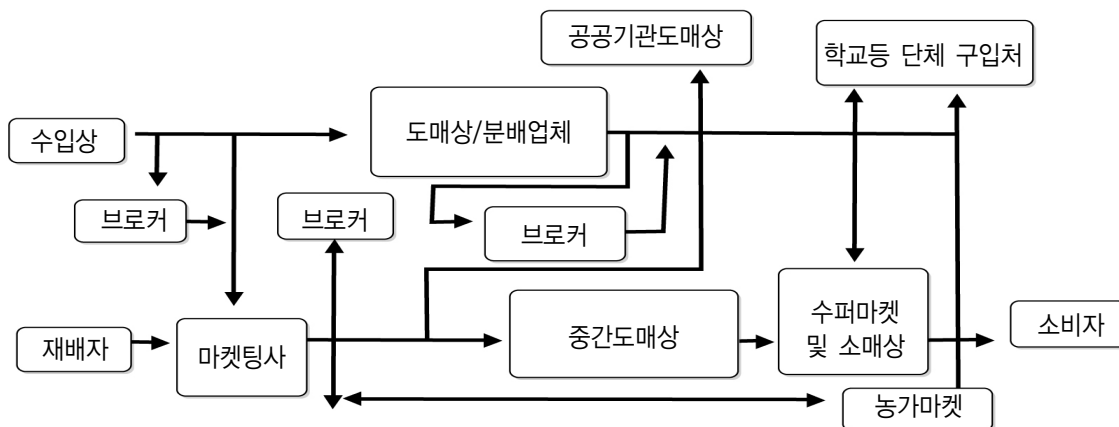
VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

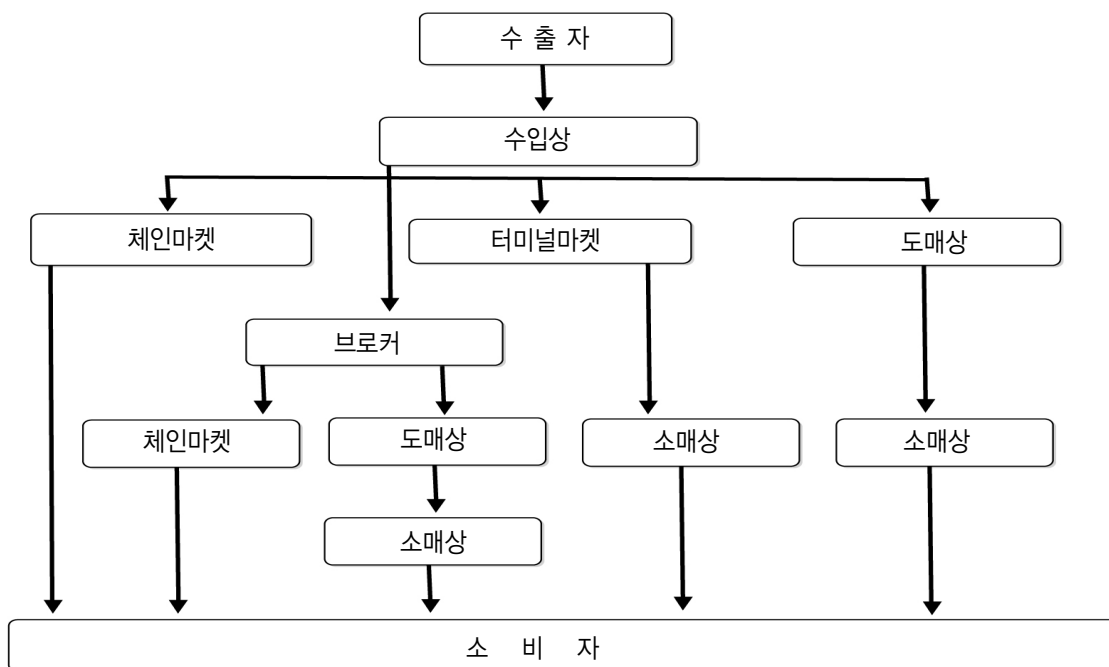
X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 나. 유통경로

○ 미국의 전형적인 신선 농산물 마케팅 시스템



○ 한국산 배류를 포함한 수입 아시안배류 마케팅 시스템

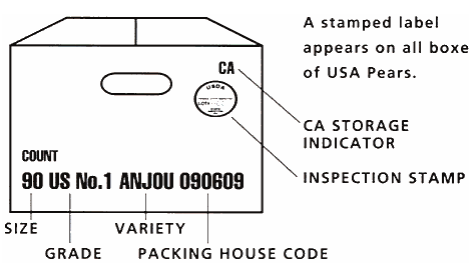




- 수출자(재배자)→수입상(체인마켓)→소비자 : 80%이상
  - 2004년 이전에는 한국산배는 일반적으로 미수입상이 수출자 혹은 재배자와의 독점 계약을 통한 직거래를 하였으며 수입상이 수입한 한국산 배의 100%가 수입후 체인마켓으로 운송되어 판매되었음.
- 수출자(재배자)→수입상→터미널마켓/도매상→소매상→소비자 : 10%미만
  - 2004년 수입상이 수입한 10%미만의 한국산 배는 터미널 마켓을 통해 도매상에 납품되어 소매상에 판매 후 소매상에서 소비자들에게 판매되었으며 이어 같은 해 차이나타운과 중국 유통체인업체들도 한국산 배를 판매하기 시작함.
- 수출자(재배자)→수입상→도매상→소매상→소비자 : 10%
  - 기존의 체인마켓에서 직수입해 소매상을 통해 소비자에게 공급하는 시스템에서 벗어나 최근 많이 수입상들이 현지 도매상들에게 선주문을 받아 공급하고 있으나 체인마켓가격이 인하되면서 실질적인 도매상들의 마진폭은 줄어들.

#### 다. 유통규격

**미국 배 박스포장규격**



A stamped label appears on all boxes of USA Pears.

CA STORAGE INDICATOR

INSPECTION STAMP

- 44lb, 4/5Bushel boxes/cartons (Northwest, Chile)
- 40lb 박스
- 36lb 박스
- 28lb 박스
- 23lb 1/2박스 (California, northwest)
- 14lb 박스/단층

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

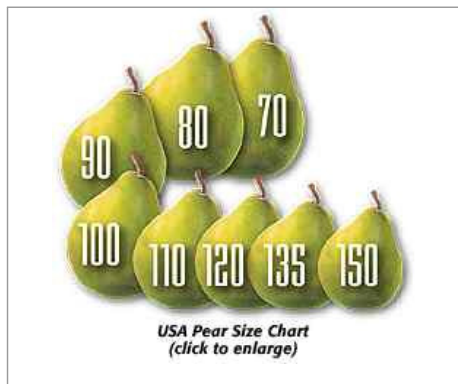
VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국



일반적으로 미국배는 44파운드 (20킬로그램)을 기준으로 하고 있으며 절반사이즈도 많이 유통된다. 소매상에서 가장 많이 사용되는 사이즈는 44파운드로 아래 배크기에 따라 수량이 결정된다. 예를 들어 90사이즈는 44파운드박스에 90개가 들어간다는 의미다.

아시안배의 경우, 1층과 2층으로 서로 부딪히지 않도록 트레이포장이 되어있으며 보통 1층은 10파운드 2층은 22파운드로 나누어진다.

등급의 경우, 여름, 가을, 겨울에 생산되는 배는 U.S. No.1, U.S.combination, U.S.No.2로 나누어지며 워싱턴과 오리건주에슨 최고등급인 Extra Fancy도 있다. 등급은 박스겉에 표기를 하도록 되어있으나 아시안배의 경우는 아직까지 등급구분은 없다.

#### □ 아시안배 포장규격

- 10 lb 박스 단층
- 22 lb 박스 이층

## 라. 가격동향

- 1980년대 아시안배는 미국과 캐나다 밴쿠버에 거주하는 동양인들의 증가로 인해 수요는 많은 반면 공급이 부족 도매가격이 파운드당 \$1.50으로 거래되었다.
- 1982년 캘리포니아에서 재배가 시작되면서 생산량이 늘어나자 가격은 예전에 비해 하락 되었으며 1987/88년 기간동안 600,000에서 800,000박스가 공급되면서 최저 \$6.00/박스에서 최고 \$20.00/박스로 거래됐다. 큰사이즈 (직경3~4인치)의 경우 작은 사이즈 (직경2½인치)에 비해 3배이상 높게 판매되는 경우가 많았다.
- 2001년 미국의 아시안 배 생산이 안정기에 접어들면서 알맞은 기후와 병충해 통제로 공급량이 충분할 뿐만 아니라 품질도 개선되었다. 캘리포니아 아시안 배 생산량의 65%를 공급하는 킹스버그(Kingsburg)사는 총 5,000에이커 중 700에이커가 아시안 배 경작지로 당시 아시안 배 생산자 가격은 호수이 품종이 10-12과 단층포장 한 상자가 \$10-12, 14과가 \$8-10, 2층포장 32과가 \$14-16, 40과가 \$14 선으로 나타났다.

- 칠레와 뉴질랜드산 아시안 배의 주요 수입업체인 워싱턴주 씨애틀 소재 David Oppenheimer사는 동아시아 지역산 배의 경쟁 심화로, 남미산 배 35파운드 상자 단층포장의 시즌 중순 가격이 통상 \$8-12선이었으나 2001년엔 \$6-9선에서 시작되었다고 밝혔다.
- 통상적으로 칠레산 아시안배는 2월 중순에서 4월 5월경까지 뉴질랜드산은 4월 중순에서 7월까지 수입이 되는데 2004년 14과 단층 포장제품이 \$12, 18과 단층제품이 \$9.50이었으며 미국산은 당시 9월 12과 \$13~14, 14과는 \$11~12, 18과는 \$10, 20과는 \$9에 출하됐다.
- 2008년 1월 미국산 신고배는 14과가 \$13.50~14.50에 거래되었으며 5월에는 호수이 8과가 \$12, 12과가 \$10에 그리고 신고배 12과가 \$12로 예년과 큰 변동은 없었다. 앞으로 9월중순에서 10월에 출하되는 아시안배 가격이 관건이며 올해초 냉해로 물량은 소량 감소하나 가격은 생산지출 발가격은 비슷하나 서부에서 동부로 오는 물류비로 인한 소비자가격은 인상될 것으로 보고 있다.

〈 신선배 : 미국 월별 평균 가격 2003년 7월~2008년 6월\* 〉

(단위: 톤당 금액)

연 도	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월**	2월	3월	4월	5월	6월
2003	335	272	293	412	387	384	352	332	336	359	443	(***)
2004	325	381	390	432	434	437	445	465	458	465	482	513
2005	667	583	541	440	451	423	404	392	339	356	419	596
2006	759	286	288	568	573	563	541	517	537	597	651	687
2007	584	374	380	526	514	557	560	552	537	527	525	651

\* 캘리포니아, 뉴욕과 워싱턴 packinghouse-door return이 같음 ; 다른 주들은 첫 판매가격

\*\* 다음해의 1월

\*\* 가격을 정할만큼의 효율적인 판매가 없었음

## 마. 타 수입산의 진출상황

### ㉠ 칠레산

- 아시안배는 일반적으로 2월과 3월부터 공급되기 시작하며 과거에는 사이즈가 작아 18 사이즈가 많았으나 최근 12에서 16크기도 나오고 있다. 2008년 칠레산 아시안배는 3월초부터 공급하기 시작했으며 대형농산물 유통업체와 현지 아시안배 생산업체들이 일년 내내 아시안배 공급을 위해 직수입을 하는 경우가 많다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 칠레에서 오는 배는 5월까지 수입이 되며 현지 창고에 7월까지 보관을 하고 있는데 가장 수요가 많은 사이즈는 16에서 18사이즈로 나타났다.
- 칠레산 아시안배는 당도는 좋으나 사이즈가 작고 표면에 상처가 많아 품질로 한국산과 차이가 많이 났으나 2년전 부터는 표면을 보호하는 플라스틱 포장재를 사용해 판매하면서 소비가 늘어났다.

## ㉠ 중국산

- 중국산 야리배는 2003년 12월 수확후 질병인 알테르나리아 균류 (*Alternaria* sp)의 발견으로 수출이 금지되었으나 이후 중국 당국은 식물검역을 강화함에 따라, 미농무부 산하 동식물검역부(APHIS) 2006년 일정 조건하에서 수입금지 조치를 철회했다.
- 미국으로 수출되는 중국산 야리배는 원산지과 병충해가 없음을 증명하는 식물검역 증명서를 구비해야 하며, 승인된 과수원과 팩킹하우스에서 재배, 포장되어야 한다는 규정에 의거 재배되었음을 추가로 표명해야 한다.
- 중국산 야리배가 다시 마켓에 유통되기 시작하면서 한국산 황금배 판매에 영향을 받을 것으로 예상했으나 3년 동안 아시안마켓을 찾는 중국인들의 입맛도 많이 바뀌어 한국산 황금배 판매가 급속히 감소하지는 않았다.
- 중국산 야리배 박스사이즈는 단층박스와 18kg박스로 70개와 72개입 사이즈가 있으며 중국 쓰리배는 8.5kg 박스로 64개입과 42개입 등 작은 사이즈들이다.

## ㉡ 일본산

- 일본산 아시안배는 21세기 품종으로 지난해 10월 중순 도매가격은 48달러에서 58달러 /10kg박스까지로 가장 비싸게 거래됐다. 5kg박스단위로 보면 24~29달러에 거래된 것이다.
- 일본소매상에서 판매되는 아시안 배는 1개 혹은 2개단위로 포장되어 판매되고 있으며 일반 미국마켓이나 아시안 마켓에서는 보기가 힘들다.

## 바. 가격동향

### ㉠ 아시안배 도매가격

포장규격	산지	한국산	일본산	미국산	중국산	칠레산
	크기	14'S	16'S	12'S	16'S	14'S
단종5kg/ 박스기준	출하첫주	22,00	26,00	15,00	12,00	14,00
	성수기	16~18,00	22,50	12,00	14,00	10,00
	덤핑기	12,00		12,00	8,00	8,00

- 칠레산은 3월부터 늦은 8월까지 마켓에 유통되므로 한국산 수입시기와는 반대이지만 여름에도 아시안 배수요가 아시안 마켓에 계속 있으며 캘리포니아산과 함께 경쟁하고 있다.
- 한국산과 일본 20세기배는 출하시기에는 비슷한 가격을 형성하지만 성수기때 일본산은 이층박스로 32개입이 많이 유통되고 있으므로 45달러이하로 내리는 경우가 거의 없다. 덤핑기가 있을 만큼 물량이 많지 않으므로 성수기때 모든 수입산 일본 아시안배는 판매된다고 볼 수 있다.
- 한국산 신고배는 미국산과 함께 4월까지도 유통이 되고 있으며 크기는 9's, 10's, 11's, 12's등 다양하지만 큰 사이즈 가격은 10달러이하로 내려가는 경우가 없다.
- 한국산 신고배는 일반적으로 한국과 미국 명절시기에 판매가 가장 활발하므로 추석, 추수감사절, 성탄절, 신정과 구정이 한국인과 중국인들에게 성수기라고 할 수 있다. 한국 수입배가 들어오기엔 이른 9월과 10월에는 가격이 25~26달러까지 오르며 12월과 1월은 수입물량이 가장 많은 시기로 가격이 도소매가격이 20달러 이하로 하락한다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

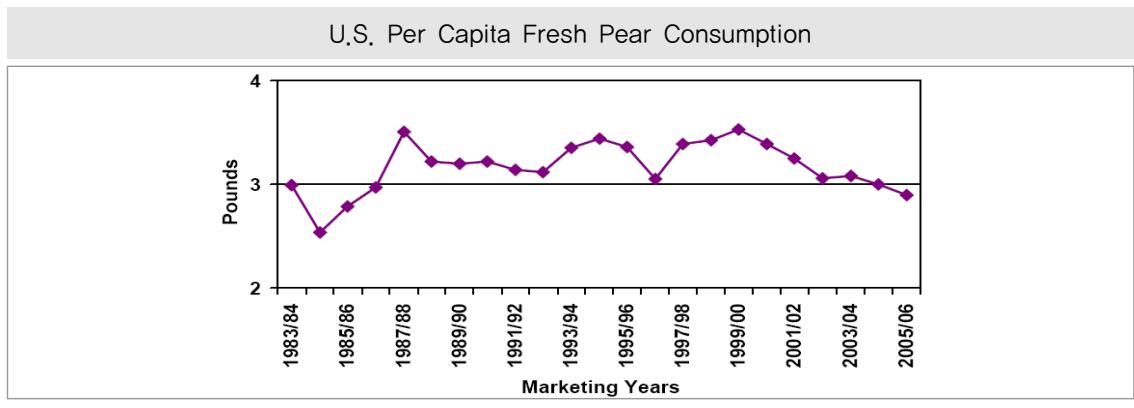
VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

### 3. 소비동향



자료원 : ECONOMIC RESEARCH SERVICE, USDA, MARKETING YEAR JULY-JUNE

○ 미국인 한 개인이 소비하는 배 소비량은 지난 2000년 3.5파운드에서 2005년 2.9파운드로 감소했으며 가공제품을 포함해서 총 5.2파운드의 배를 소비하는 것으로 드러났다. 미국 배 전체 재배량의 40%는 가공식품 특히, 캔제품 생산을 위해 판매되고 있으며 여기에 20%는 해외로 수출되고 있다.

#### 가. 품목별 구매동향

○ 미국인들의 미국배 선호품종은 바틀릿, 온주, 바스크로 주로 간식이나 디저트로 즐겨 먹는다. 미국 최고농산물전문지 'The Packer'지에 따르면 최근 12개월 동안 미소비자의 39%가 배를 구매했으며 전체소비자의 46%는 완숙된 배를 사먹는가 하면 33%는 구매한 배를 완숙시킨 후 먹는다고 밝혔다.

#### ㉠ 품목별 구매동향 (농산물지 「The Packer」 자료)

○ 소비자선호품종

Bartlett	43%
D'Anjou	17%
Bosc	15%
Asian Pear	9%
그외	< 1%
선호품종 없음	16%

- 미국인들이 즐겨먹는 선호품종을 보면 미국배는 Bartlett이나 D'Anjou, Bosc와 같은 대표품종을 선호하며 최근 들어서는 수확 후에도 보관만 잘 하면 곧바로 먹을 수 있는 아시안배를 많이 찾는 것으로 나타났다.
- 아시안배는 재배품종이 다양화되고 소비수요가 늘어나면서 한인교포 중심으로 한정되어있던 수입이 많은 미국농산물 수입업체들과 생산업체들까지 확장됐다. 미국 아시안배 생산도 안정기에 접어들면서 품질도 많이 향상되어 소비는 계속 늘어날 전망이다.

○ 소비자 선호 소비방법

간 식 용	89%
디 제 트 용	47%
샐 러 드 용	19%
요 리 재 료 용	17%
결 들 임 요 리 용	13%
에 피 타 이 저 용	11%
주 메 뉴 용	2%
잘 모 르 겠 음	< 1%

- 신선배의 경우, 주로 간식과 디저트용으로 많이 애용되며 샐러드와 요리재료용으로도 사용되고 있는 것으로 나타났다. 요리 전문채널이나 지난해 Martha Stewart쇼에서는 아시안배를 연말에 쟁반에 가득히 담아 집안 분위기를 바꿀 수 있다는 컨셉으로도 소개된 바 있어 최근 몇 년간 아시안배에 대한 관심이 많아졌다.

○ 완숙제품 선호도

항상 완숙제품구매	35%
완숙제품구매선호	39%
상관없음	18%
비완숙제품선호	7%
항상비완숙제품구매	1%

○ 소득에 따른 배구매 빈도율

\$25,000이하	31%
\$25,000~49,900	31%
\$50,000~99,900	47%
\$100,000+	%

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 아시안배는 특수배로 알려지면서 연간10만불 이상 소득가구의 57%가 선호하는 품종이며 아시안배 구매자 가운데 25%가 유기농 아시안배를 구매한 적이 있다고 밝혔으며 연령대는 59세 이상으로 별거, 이혼 혹은 미망인이 주구매자로 나타났다.

## 나. 품목의 수입 국가별 선호도

### ㉠ 신고배

- 현재 미국에 수입되는 신고배는 한국, 칠레산이지만 출하되는 시기가 틀리므로 여름에는 칠레산을 선호하며 겨울과 봄에는 한국산 신고배를 선호한다. 칠레산이 나오는 시기는 2월말에서 3월초가 되며 이때가 되면 한국산은 상태가 좋지 않고 가격도 많이 하락하게 된다.
- 칠레산은 3월에서 5월에 가격이 가장 높는데 여름이 시작되면 여름과일을 찾는 소비자들로 아시안배 소비는 많지 않다. 한인들은 디저트나 간식보다는 여름음식인 냉면과 김치에 사용하므로 식당이나 소매상을 중심으로 꾸준한 소비가 있다.
- 미국산 신고배 역시 9월이 되면 물량이 나오기 시작하므로 한국에서 수입되는 추석용 신고배가 부족한 시기에는 미국산 호수이와 아타고가 많이 유통된다. 신고배는 작은 사이즈가 유통되어오다 최근 들어 9개입 크기와 10개입 크기가 출하되고 있으며 호수이는 12~14와 15~18크기가 많이 유통되고 있다.
- 미국인들은 큰 사이즈의 과일을 아시안처럼 선호하지 않는다. 12~14크기의 먹기 편하고 쇼핑하기에 편한 크기를 선호한다.

### ㉡ 황금배

- 중국산 야리배수입이 금지되면서 한국산 황금배를 선호하는 중국인들이 한국마켓을 많이 찾았다. 신정을 전후로 한국산 황금배를 많이 소비했으며 현지 중국도매상들도 한국도매상을 통해 황금배를 구매하고 있다.
- 중국산 야리배 수입이 2006년 재개되면서 황금배 소비가 소량 감소했으나 한국산 황금배 품질이 좋고 박스도 선물용으로 상품성이 좋아 중국도매상에서 계속 취급하고 있다.



## ㉠ 20세기배

- 일본산 아시안배는 주로 일본 유통마켓을 중심으로 판매되고 있다. 일본인들이 거주하는 유통마켓에서 보통 1개 혹은 2개입 사이즈로 소포장되어 판매되므로 대중적이지는 못하다.

## 다. 바이어 의견

### ㉠ Oppenheimer Group

- 전세계에서 아시안배를 구매하고 있는 오픈하이머그룹은 캐나다 밴쿠버에 구매사무실을 두고 있으며 미국 전지역에 보관창고를 갖고 있는데 아시안배 주요 수입국은 한국, 일본, 칠레로 크게 나눈다.
- 품목 선택기준
  - 기존에 거래하던 한국의 수출업체와 계속 거래하고 있으며 황금배와 신고배를 수입하고 있다. 현지 날씨와 출하량과 관련해 지속적인 유선연락을 하고 있으며 사정에 따라 수입물량은 변동될 수 있다.
  - 한국산배는 당도가 가장 중요하며 사이즈도 판매에 영향을 미치므로 구매시 중요한 기준의 하나임. 올해는 칠레 아시안배 수입을 20% 늘렸는데 칠레 날씨가 좋아 당도가 높아지면서 물량을 증가한 것으로 전했다.
- 소비자 선호품목
  - 소비자들이 선호하는 아시안배는 신고배로 아시안들은 큰 사이즈를 선호하지만 미국인들은 작은 사이즈를 선호한다. 즙이 많고 육질이 좋아 판매가 계속 증가하고 있는 추세다.

### ㉠ Kingsburg Orchards

- 품목 선택기준
  - 수출업체와 지속적인 연락을 통해 한국산 배의 수확량과 날씨상태를 확인한다. 한국산은 미국에서 소량 생산되는 신고배가 가장 많이 생산되므로 현지 수요를 맞추기 위해 수입하고 있다.
  - 한국 신고배는 칠레산산 아시안배가 끝나는 시기에 미국에 수입되어 4개월동안 판매가 가장 활발하다. 한국산은 사이즈도 크고 껍질이 얇아 신고배중에는 최고로 판단된다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 소비자 선호품목
  - 여름에는 칠레산 아시안배를 겨울에는 한국산 신고배를 선호한다. 미국산도 가을에 출하가 되긴 하지만 현지시장에서 요구하는 물량을 맞추어 수가 없다. 아타고나 호수 이배를 동부지역에 판매했으나 한국산 신고배보다 즙이 적고 육질이 좋지 않아 판매율은 낮다.
- 취급희망품목 및 애로사항
  - 현재 취급하고 있는 신고배를 계속 취급하길 원하며 날씨에 따라 당도가 다르지만 당도에 따라 판매율이 결정되므로 품질에 변화만 없다면 애로사항은 없음
  - 한국산 신고배 마케팅과 관련해 수출 및 수입업체들의 적극적인 홍보가 요구됨.

## 라. 향후 소비전망 및 유망품종

### ㉠ 한국산 신고배

- 미국 바이어들에 따르면 최근 몇 년간 아시안들에게 한국 신고배가 공급되면서 미국 마켓내에서도 아시안배가 경쟁력이 생겼다고 전한다. 아시안마켓 뿐 아니라 미국마켓에서도 건강에 관심이 많은 미국인들이 한국 신고배를 시식해본 경험이 있다고 밝혀 올해 한국산 신고배 소비물량은 작년보다 10%이상 증가할 것으로 전문가들은 보고 있다.
- 한 예로, Schnuck Market, Inc. 유통회사는 미국 Missouri, Illinois, Indiana, Wisconsin, Iowa, Tennessee, Mississippi주에 약 100개의 매장을 갖고 있는 미국회사로 아시안배, 미니 피망등과 같이 비대중적인 과일과 야채를 중심으로 지난 6월 시식행사와 신농산물 교육프로그램을 매장 내에서 가졌다.  
캘리포니아의 Frieda's사를 통해 공급받아 열린 이 행사에서 많은 소비자들은 처음으로 아시안배를 시식했으며 반응도 좋아 앞으로 아시안배의 전망을 밝게 하고 있다.
- 아시안배는 미국배와는 달리 구매하자마자 곧바로 먹을 수 있는 장점이 있다. 미국배는 완숙을 해야 먹을 수 있기 때문에 매년 소비율이 감소하고 있는 반면 아시안배는 매년 소비율이 증가하고 있고 있다. 미국 신고배는 생산량이 한정되어 있는데다 한국산 신고배는 물도 많고 품질도 좋아 미국인들도 한국산 신고배에 대한 인식이 달라졌다. 이미 뉴욕타임즈에는 아시안배가 여름냉면의 원료라고 소개한 적이 있어 단지 간식이나 디저트뿐만 아니라 주메뉴 요리에도 응용할 수 있다는 점이 현지 요리사들과 식당에서도 아시안배를 요리재료로 찾는 이유 중 하나다.

○아래 사진은 아시안배를 사케에 이용한 방법의 하나로 뉴욕타임즈에 소개됐다.



주 메뉴 요리 뿐 아니라 음료수에도 사용되는 점으로 볼 때 아시안배의 활용은 앞으로도 계속 다양해질 것으로 사료된다.

#### 4. 수출입 동향

##### 가. 국가별 수입 현황

〈 미국내 배의 수입 현황 2003-2007 : 물량기준 〉

(단위 : 톤)

국 가	2003	2004	2005	2006	2007	증감율 (2007)
아 르 헨 티 나	44,842.30	30,258.00	42,022.70	43,692.60	52,357.50	19.8%
칠 레	25,424.50	23,684.30	22,748.00	25,265.90	24,598.40	-2.6%
중 국	7,128.50	109.30	31.20	7,820.70	15,057.10	92.5%
한 국	5,708.20	6,806.50	8,937.90	8,952.40	8,840.80	-1.2%

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

국 가	2003	2004	2005	2006	2007	증감율 (2007)
뉴 질 랜 드	1,632.60	3,357.30	3,106.40	2,805.60	5,635.60	100.9%
남 아 프 리 카 공 화 국	595.20	1,339.00	281.50	756.80	866.40	14.5%
일 본	386.60	280.60	367.90	285.90	275.80	-3.5%
캐 나 다	102.70	29.10	26.40	6.20	63.20	919.4%
기 타	13.40	-	361.20	-	-	
합 계	85,834.00	65,864.10	77,883.20	89,586.10	107,694.80	20.2%

자료원 : Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

〈 미국의 주요국별 배 수입 2003-2007 : 수입신고가 기준 〉

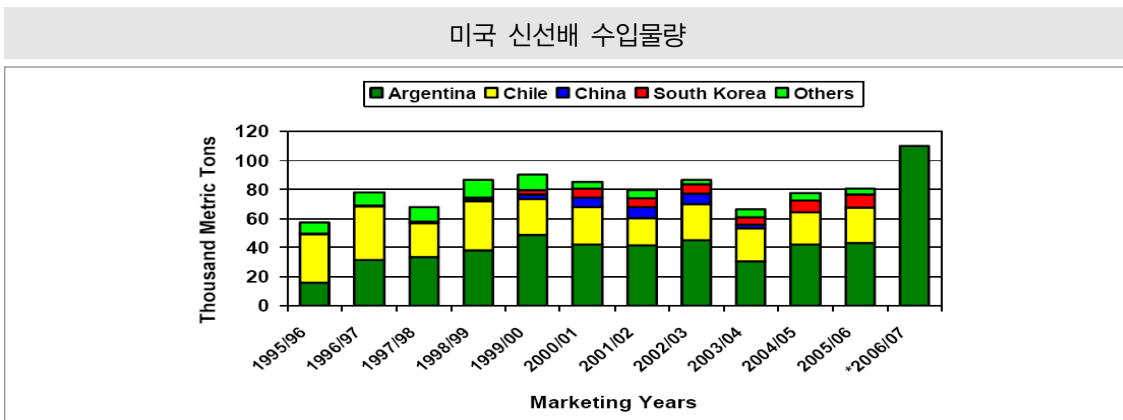
구 분	1월~12월 (단위 : 천불)						1월~5월		
	2003	2004	2005	2006	2007	%증감율	2007	2008	%증감율
아 르 헨 티 나	35,380	25,630	42,360	46,953	54,041	15.09	46,176	32,088	-30.51
한 국	12,122	14,668	21,611	21,463	23,862	11.17	3,758	5,989	59.37
칠 레	17,442	15,785	16,419	19,670	19,929	1.32	14,321	16,557	15.61
중 국	4,391	69	90	8,251	18,200	120.58	11,377	6,592	-42.06
뉴 질 랜 드	3,004	8,558	8,531	3,368	7,008	108.08	6,151	2,468	-59.88
일 본	1,131	868	1,145	1,076	1,096	1.86	0	0	—
남아프리카공화국	730	1,589	408	1,415	1,196	-15.48	98	65	-33.67
기 타	56	21	548	12	32		12	67	
합 계	74,256	67,188	91,112	102,208	125,364	22.66	81,893	63,826	-22.06

자료원 : USDA, US Census Bureau, Foreign Trade Statistics

- 대표적인 대미국 배수출국은 아르헨티나, 칠레, 한국 그리고 중국이다. 미농무성은 2007/08시즌이 지난해보다 약12% 수입이 증가할 것을 예상하고 있으며 이것은 4월 발생한 냉해로 인해 아르헨티나로부터 수입이 늘어나며 특히, 칠레의 경우 최근 날씨가 좋아 생산량도 증가할 것으로 보고 있다.
- 칠레의 주요 수출품종은 Buerre Bosc와 Packam's Triump로 칠레생산의 60%이상이 수출되고 있으며 그 외에도 Abatel Fetel, Coscia, Summer Bartletts, D'Anjou가 있으며 지난해대미수출은 2006년에 비해 2.6% 감소했다
- 한국은 아시안배 종류가운데서도 신고배를 주 품종으로 수출하고 있으며 지난해 미농 무부산하 동식물검역소에서 2개 한국수출업체에 대해 추가로 수출허가를 함에 따라

올해 수출량은 예년에 비해 증가할 추세로 보고 있다. 2007년 대미수출은 2006년에 비해 1.2%감소했다.

- 중국은 1997년부터 미국에 수입됐던 야리배는 2003년 *Altemia* sp.(aquarantine significant fungal disease)가 발견되면서 수입이 금지되었다가 2006년부터 수입이 재개되기 시작해 7천8백20만톤에서 2007년 수입이 1만 5천톤으로 120%증가했다.
- 아르헨티나의 경우, 미국 바틀릿배가 출하되지 않는 시기인 4월에서 6월에 집중적으로 수입되며 특히, 이 시기는 비과세기간으로 아르헨티나가 많은 특혜를 보는 것으로 나타났다.
- 미국 2007년 배수입량은 2006년에 비해 약 20.2%로 증가했으며 수입금액으로 볼 때 아르헨티나배의 시장점유율은 43.1%로 전체시장의 3분의 1이상을 차지하는 것으로 나타났다. 그 다음으로 한국이 19.03%, 칠레는 15.4%, 중국이 14.5%를 각각 차지한다.
- 아시안배의 경우, 주로 칠레, 중국, 일본, 뉴질랜드에서 주로 수입되나 주 수입국은 칠레로 한국 아시안배가 물량이 부족할 때 많이 대체되는 것으로 나타났다.



자료원 : 미국 Bureau of the census  
 주 : 2006/07년은 전망치

- I. 배
- 미 국
- .....
- II. 포도
- 싱가포르
- .....
- III. 감귤
- 러시아
- .....
- IV. 밤
- 일 본
- .....
- V. 양란
- 일 본
- 중 국
- .....
- VI. 새송이버섯
- 미 국
- 유 럽
- .....
- VII. 유자차
- 일 본
- 중 국
- 대 만
- .....
- VIII. 돈육
- 러시아
- 필리핀
- .....
- IX. 채소종자
- 일 본
- 미 국
- .....
- X. 쌀및기공밥
- 일 본
- 미 국
- .....

## 나. 과세기준별 수입 현황

## 〈 미국내 배의 수입 현황(비과세기간 4/1 - 6/30 : 물량기준) 〉

(단위 : 톤)

국 가	2003	2004	2005	2006	2007
아 르 헨 티 나	11,681.30	12,618.90	14,213.00	18,948.20	22,968.70
칠 레	11,146.10	12,893.10	11,127.60	13,755.80	14,239.10
중 국	154.5	0	0	1,084.10	3,939.30
뉴 질 랜 드	1,562.10	2,975.80	3,091.80	2,706.80	2,619.00
남아프리카공화국	258.9	1,324.40	270.3	666.8	807.7
한 국	72	0	81.6	370.8	31.1
기 타	0	0	23.4	0	0
합 계	24,874.90	29,812.20	28,807.70	37,532.50	44,604.90

자료원 : Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

## 〈 미국내 배의 수입 현황(과세기간 7/1-3/31 : 물량기준) 〉

(단위 : 톤)

국 가	2003	2004	2005	2006	2007
아 르 헨 티 나	33,161.00	17,639.00	27,809.70	24,744.40	29,388.80
중 국	6,974.00	109.30	31.20	6,736.60	11,117.80
칠 레	14278.5	10791.2	11620.4	11,510.10	10,359.30
한 국	5,636.20	6,806.50	8,856.30	8,581.50	8,809.60
뉴 질 랜 드	70.4	381.50	14.6	98.8	3016.6
일 본	386.6	280.6	367.9	285.9	275.8
캐 나 다	102.7	29.1	26.4	6.2	63.2
남아프리카공화국	336.2	14.6	11.3	90	58.8
기 타	13.4	0	337.8	0	0
합 계	60,959.00	36,051.80	49,075.60	52,053.50	63,089.90

자료원 : Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

### 다. 경쟁국동향

#### 〈 미국 신고가 기준 수입단가비교 〉

(단위: US\$/Kg)

구 분	2006	2007
한 국	2.40	2.70
중 국	1.05	1.21
칠 레	0.78	0.81
일 본	3.76	3.97
뉴 질 랜 드	1.20	1.24
아 르 헨 티 나	1.07	1.03

자료원 : Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

- 수입신고가 기준 단가를 보면 한국이 2006년 2.40달러에서 2007년 2.7달러로 나타났으며 일본이 수입단가가 가장 높은 3.76달러에서 2007년 3.97달러로 신고됐다. 일본산배는 주로 일본마켓과 고급 아시안마켓을 통해 판매되고 있으며 수입물량은 2005년 이후로 계속 감소하고 있다.
- 중국은 2006년 야리배 수출재개와 함께 2006년 수입단가 1.05달러에서 2007년 1.21달러로 나타났다. 야리배가 수입금지된 기간 동안 한국산 황금배가 동부지역 수입물량의 80% 정도가 중국시장에서 유통되어 왔으나, 황금배 가격의 60-70% 수준인 야리배 수출이 재개됨에 따라 저가품 선호 중국시장에서 한국산이 경쟁력을 상실할 가능성이 높다.

### 라. 미국의 배 수출현황

#### 〈 미국의 주요국별 배 수출 (2003-2007 : 수출신고가 기준) 〉

구 분	1월~12월 (단위: 천불)					증감율 (%)	1월~5월		
	2003	2004	2005	2006	2007		2007	2008	%증감율
멕시코	43,525	44,967	41,148	48,255	51,774	7.29	22,847	33,570	46.93
캐나다	34,870	41,480	41,009	43,651	49,358	13.07	14,568	16,816	15.43
브라질	2296	3,940	3,857	6,114	10,196	66.76			---
러시아	782	2,558	3,002	3,426	5,692	66.14	735	1,955	165.99
콜롬비아	1465	1,468	1,688	2,449	3,297	34.63	30		---

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

구 분	1월~12월 (단위 : 천불)					증감율 (%)	1월~5월		
	2003	2004	2005	2006	2007		2007	2008	%증감율
네 덜 랜 드	2293	1,994	2,877	577	1,812	214.04	165	388	--
스 웨 덴	2084	3,006	2,063	1,440	1,560	8.3	72	201	179.17
기 타	91,527	103,896	99,996	111,432	132,868	19.24	38,875	54,448	--
합 계	100,785	115,282	109,850	122,735	145,464	18.52	40,547	57,448	41.68

자료원 : USDA, US Census Bureau, Foreign Trade Statistics

- 세계 배 생산국 가운데 최대 생산국은 아르헨티나와 중국으로 인접국가인 러시아와 유럽국가에 수출하고 있으나 미국의 경우, 세계 수출의 약 9%를 차지하고 있다.
- 미국의 주요 수출국가로는 멕시코와 캐나다로 작년에 144,363톤 약 145백만 달러어치를 수출했다.
- 2007/08시즌 미국 배 수출은 15만5천톤으로 20%가 늘어날 것으로 미농무성은 내다보고 있다. 미국의 주요 수출은 멕시코로 전체수출의 45%를 차지하며 주 수출품종은 Anjou다.
- 지난 7월부터 11월까지 멕시코 수출은 8%가 증가했는데 멕시코가 미국에서 배를 다량 수입하게 되는 주원인은 인접국가라는 점도 있지만 생산투자비 부족, 높은 생산비, 병충해와 같은 문제로 인해 현지생산에 제약을 받기 때문이다



자료원 : 미국 BUREAU OF THE CENSUS, DOC

- 미국의 두 번째 수출국은 캐나다로 지난해와 비슷한 수준을 유지했으며 2007/08시즌 첫 다섯달동안은 14% 증가했다.
- 미국 소비자들의 수입이 늘면서 신선과일에 대한 수요가 증가하는 데다 10월에서 2월



까지 공급되는 미국배의 품질이 향상되면서 앞으로도 미국배의 수출은 계속 증가할 것으로 보인다.

- 러시아 역시 미국 배수입국중의 하나로 지난해 2006/07시즌 대미배수입이 14%늘어났으며 올해역시 9%가 증가할 것으로 보인다.

## 5. 통관 및 수입검사

### 가. 관 세

- 한국산 배류 관세

(단위 : US\$)

품목번호	품 명	관 세		
		한 국	일 본	칠 레
08082020	배와 모과 4월1일부터 6월 30일까지 비과세기간	Free	Free	Free
08082040	배와 모과 위기간의 제외한 과세기간	0,3¢/kg	0,3¢/kg	0,3¢/kg

주 : 캐나다, 멕시코, 아프리카, 카리프지역, 이스라엘, 안데스지역, 요르단은 관세 없음. 쿠바, 라오스, 북한은 1.1¢/kg 관세 적용.  
 자료원 : Harmonized Tariff Schedule of the United States(2008)

#### [참고자료]

- 미국 관세제도의 근거 법령은 1930년 관세법 402조(Tariff Act of 1930 Sec. 402)와 1979년 무역협정법 제2장(Title II of the Trade agreements Act of 1979)에 그 법적 근거를 두고 있으며 시행세칙은 CFR 19편 152장에 규정되어있음.
- 미국의 세관에서는 미국 국제무역협회(United States International Trade commission)에서 발행하는 관세율 표인 “Harmonzed Tariff Schedule” 의 관세를 적용하며 동 관세율 표는 매년 갱신하여 발행되고 있음.

### 나. 수입 및 통관 절차



※ 평균소요기간은 하자 없을 시 총 5~7일 소요되며 평균 경비는 관세외에 통관비, 운송비등을 포함, 품대의 약 3~5% 수준

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 참 고

- 개요 : 미국 배 수입에 대한 통관 절차에는 세관 및 동식물검역국, 미연방식품의약국 3곳으로부터 검사를 통과하여야 미국으로 들어올 수가 있음.
  - 관세청(U.S. Customs Service) : U.S. Department of the Treasury 산하기관인 미 관세청은 수입자가 수입물품의 관세 가격을 평가, 산정하여 신고하는 신고 납부 방식을 채택하고 있음.
  - 동식물검역국(APHIS) : 미농무성(USDA) 산하기관인 동식물검역국은 수입품으로부터 미국의 동물 및 식물을 보호키 위한 검사(병충해등 검사)를 시행함.
  - 미연방식품의약국(FDA) : U.S. Department of Health and Human Service 산하기관인 미연방식품의약국은 수입품으로부터 미국민들의 건강을 보호키 위한 검사(농약잔류등검사)를 시행함.
- 수입 절차
  - 수입회사 또는 그 대리인은 수입 식품의 도착후 5일 이내에 입국신청서(Entry Notice)를 접수시키고 세관에 통관을 위한 보증금(Bond)을 준비 제출함.
  - 화물 입국시 관세청에서 미연방식품의약국(FDA)에 농산물의 입국을 알리고 입국허가 결정을 요청함.
  - 미동식물 검역국에서는 수입된 한국 배류가 미연방법규 7 CFR 319.28조항에 맞게 되었는지의 여부와 미연방법규 7 CFR 319.56조항에 의거 병충해 검사를 실시하며 이상이 없을 시 입국 허가를 함.
  - 미동식물검역국의 검사관의 배류 샘플 검사중 지중해 열매파리등의 병충해 발견시 동 선적품의 미국 입국을 금지시키고 선적물품의 폐기나 반환 조치를 지시하고 세관 감독하에 선적물품의 폐기나 반환 조치가 이루어짐.
  - FDA는 수입 서류를 검토하여 샘플 검사가 필요한지를 검토함.
  - FDA에서 수입된 배의 샘플을 검출할 필요가 없다고 결정되면 수입 수속 진행 동의서(May Proceed Notice)를 미 세관 및 수입업자에게 통보함.

- FDA에서 샘플을 검사할 필요가 있다고 여겨지면 FDA는 샘플 조사 통보서(Notice of Sampling)를 미 세관 및 문서상의 수입업자에게 발송함. 이 경우 배는 FDA의 별도 통보가 있을 때까지 다른 장소로 옮겨 질 수가 없음. 샘플이 수집된 후 문서상의 수입업자는 배를 다른 항구나 창고로 운반 할 수 있음.
  - FDA는 수집된 샘플을 해당 지역 관할 FDA 시험 분석실로 송부 검사를 실시 함.
  - FDA의 표본 분석 결과가 그 식품의 법 기준에 부적합한 것으로 판명되면 위반 상태 내역이 담긴 식품 억류 및 청문회 통보서(Notice of Detention and Hearing)를 수입업자에게 송부 10일간 수입업자가 배류 반입의 허용성을 설명할 수 있는 항변 기간을 줌.
  - 식품의 양수인, 실 소유자, 문서상의 수입업자 또는 대리인중 아무도 그 억류 통보서에 응답을 않거나 청문회 기간 연기 요청을 하지 않을 경우 FDA는 문서상의 수입업자에게 반입 불가 통보(Notice of Refusal of Admission)를 발송함.
  - FDA에 반입 불가 통보된 배는 미세관의 감독 하에 해외로 반송 또는 폐기처분하며 미세관은 결과를 FDA에 통보하여줌.
  - FDA의 샘플 분석 결과가 그 식품의 법 기준에 적합한 것으로 판명이 되면 미세관과 수입업자에게 통과 통보서(Release Notice)를 발송하며 이후 FDA의 소관 사항에서 제외되어짐.
- 선적전 검사 실시관련 : 한국에서 미국으로 화물 선적전 검사가 2003. 5월부터 시범 운행 후 11월부터 정상 운영되고 있음. (수출용 컨테이너를 신고 미국으로 가는 선사가 선적 24시간 전에 제출하는 적하 목록을 기초로 미국 관세청에서 위험 화물을 1차 선별해 통보하면 한미 세관원들이 한국 항에서 x-ray 투시기 검사를 실시)
- 수입제품 사전 신고제 실시
- 미국 정부는 2003년 12월 12일부터 식품 및 음료에 대해 수입신고제를 도입, 운영하고 있음. 동 수입신고제의 도입으로 미국으로 수입되는 대부분의 식품들은 미식품의약국(FDA)에 수입 식품이 항구에 도착하기 하루 전날 정오까지 인터넷을 통해 사전 신고되어야 함.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

○ 외국의 식품관련 시설물 등록 의무화 (2003.12.12)

- 미국 정부는 2003년 12월 12일부터 식품 제조, 가공, 포장이나 창고로 사용하는 국내 및 외국의 시설물 등록을 미 식품의약국(FDA)에 하는 것을 의무화하였음. 동 법규 실행에 따라 400,000개 이상의 국내 및 외국의 식품 관련 시설물들의 등록을 하여야 할 것으로 예상.

#### 다. 배류 수입규제 사항

○ 지역 제한 없는 미국내 지역으로의 반입되는 배는 병해충 검사 등 제반 수입식품에 관련된 검사를 받도록 되어있음.

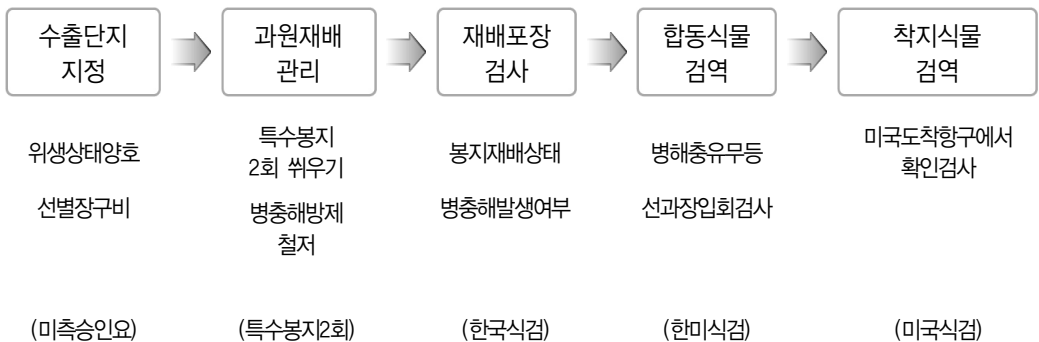
##### ㉠ 수출조건 및 품종

- 대미 배 수출재배단지로 지정된 단지의 배를 수입
- 신고, 황금, 추황, 풍수, 장십량, 만삼길, 감천배, 화산, 금촌추

##### ㉡ 식물검역 절차

- 한국측은 재배과정 중 미국이 경계하는 병해충(13종)을 사전에 방제할 수 있도록 미국이 요구하는 수준에 맞추어 재배단지 선정, 과원관리, 자체 포장검사를 실시하고
- 미국측은 한국의 비용 부담하에 식물검역관을 파견하여 과원관리상채 및 선별장에서의 식물검역을 실시

○ 통관절차



## 6. 한국산 유통동향 및 경쟁국동향

### ㉠ 한국산 주요 수입품목 및 점유율

- 한국산 주요 수입품종은 풍수배, 황금배, 신고배가 있으며 한인 교포유통업체에서 주로 수입해 현지 도매상과 소매상에 공급한다. 풍수배의 경우, 추석이전에 입고되어 소매상에 납품되고 있으며 황금배는 주 소비자는 중국인들로 중국도매상에 많이 판매되고 있다.
- 한국산 신고배가 전체 수입 아시안배시장의 95%이상을 차지하고 있으며 일부 일본과 중국에서도 아시안배가 수입되고 있다.
- 한국산 신고배는 최근 5년간 한인교포시장중심판매에서 주류사회에까지 잘 알려졌으며 특히, 명절 선물용으로 많이 판매되고 있다. 특히, 한국산 신고배를 구매하기 위해 한인마켓을 찾는 중국인들이 늘어났으며 이에 따라 터미널마켓 뿐 아니라 일반도매상과 중국도매상에서도 직수입을 원하는 경우가 많아졌다.

### ㉡ 품질경쟁력 및 장단점

- 한국산
  - 한국산은 품위는 양호하나 매년 한국의 날씨에 따라 당도가 일정치 않은 단점이 있으며 당도가 낮을 경우, 판매량이 줄어들어 창고보관기간이 길어짐에 따른 품질 하락이 가격을 낮추는 주 원인임.
  - 한국에서 주로 수입되는 배는 풍수배, 황금배, 신고배가 있으며 풍수배와 황금배는 10월에서 11월 초순 한국추석과 추수감사절시즌에 많이 공급되며 12월이 되면 신고배가 많이 수입된다. 현지 교포들이 주요 수입업체들로 판매물량을 미리 주문받고 판매하기 때문에 당도가 높고 물이 많은 배가 많이 출하될 때는 물량이 부족할 때도 있고 당도가 낮고 물이 적은 배일수록 명절특수가 없는 한 판매가 감소할 수도 있어 물량조절에 상당히 민감한 편임.
  - 현지 유통체인에서는 한국산 배를 기존 5킬로그램 선물용 박스뿐만 아니라 3과가 들어있는 트레이박스도 지난해부터 공급하고 있어 소비자들에게 인기를 끌고 있다. 소량구매를 원하는 소비자들의 입맛을 맞추는 데다 작년에는 당도도 좋아 판매율이 높았다고 함.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

○미국산

- 미국내 생산되는 아시안배는 최근 품질개량을 통해 품질이 향상되고 있으나 미국에서 재배되는 품종은 25개종으로 Shinsui와 Hosui 품종을 판매하고 있으나 날씨에 따라 당도가 결정되며 한국산이나 칠레산보다 육질이 좋지 않음. 미국산과 칠레산 아시안배는 한국산과 같이 제수용과 선물용이 아닌 식당용으로 많이 판매되고 있으며 한국배 물량이 부족할 때도 일부 구매를 하고 있다.

○칠레산

- 칠레산 아시안배는 크기가 작으나 당도도 높음. 칠레산은 봄에서 여름이 끝나는 시기에 판매되므로 한국과 중국산과의 경쟁력을 비교하기가 어려움.

○미국마켓이나 한국마켓, 중국 마켓에서도 아시안배를 찾아 볼 수 있으나 원산지가 한국이 아닌 칠레산이 가장 많이 판매 되고 있다

- 중국 마켓에서 판매되고 있는 것은 한국산이 아닌 칠레산의 배가 아시안 배로 박스포장으로 판매되고 있으나 모양과 사이즈 가격이 조금 저렴한 것 외에 다른 특별사항 없음



○아시안배로 흔히 한국에서 볼수 있는 박스포장으로 유통되고있음

○품 위

- 외포장 : 가로 60cm X 세로 35 cm X 높이 7cm 직사각형의박스 하나씩 날개로 종이 포장하고 한박스에 12개 정도 (크기에 따라 개수가 하나 둘 다르기도 함)
- 모 양 : 둥글고 상처 없음
- 색 깔 : 약간의 엷은 황토색
- 내 부 : 사각 사각 하고 배즙이 아주 풍부
- 결 점 : 별다른 결점사항 발견 안 됨

칠레산 배



• 칠레산 배 사진

○ 칠레산 원산지 표기 이름은 아시안 배로 표기 역시 박스포장으로 유통되고 있음

○ 품위

- 외포장 : 두꺼운 종이 박스포장
- 모 양 : 크기는 한국산보다 작고 모양은 둥글다
- 색 깔 : 아주 연한 노랑색
- 내 부 : 조금 딱딱하나 맛은 달다
- 결 점 : 즙이 많은 것 같지 않다

중국 배



• 중국산 배 사진

○ 중국산 원산지 표기 이름은 배 역시 박스포장으로 유통되고 있음

○ 품 위

- 외포장 : 두꺼운 종이 박스포장
- 모 양 : 크기는 한국산보다 작고 모양은 둥글다
- 색 깔 : 아주 연한 황토색

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 내 부 : 한국산보다 약하고 단단하지 않다 맛은 달다
- 결 점 : 과즙이 많은 것 같지 않다

㉠ 칠레산 중국산 한국산 배 (현지 판매용) 비교

- 외포장 : 두꺼운 종이박스 포장으로 되어있으면 뚜껑을 열면 날개로 종이나 하얀색 그물망사모양으로 포장되고 눈으로 구분되어 지도록 칸이 나누어진 종이 트레이에 배를 띄엄띄엄 넣어져있다
- 모 양 : 거의 같은 모양이고 크기가 조금씩 다르다 칠레산배는 한국산배보다 크기가 작다 중국산은 크기가 크다 한국산배와 비슷하다
- 색 깔 : 칠레산은 겉표면이 아주 작은 점들이 있고 노란색을 띄고 중국산배는 한국산과 다르지 않다
- 내 부 : 배는 대체로 사각사각 하며 달고 시원한 맛이 대표적이다. 칠레산과 중국산은 조금 말랑하다
- 맛 비교 : 한국산배는 과즙이 풍부하고 단맛이 강하며 칠레산은 달기는 하나 씹히는 맛이 덜하다 중국산은 조금 딱딱하고 단맛이 조금 부족하다

< 미동부시장 배 가격 비교 >

원 산 지	품 목	가 격
한 국 산	배	\$ 14.99 / Box
칠 레 산	배	\$ 10.99 / Box
중 국 산	배	\$ 12.99 / Box

㉠ 한국산 시장확대 가능성

- 동양배의 수출은 한국과 일본이 대부분을 차지하여 왔으나 최근 미국, 중국, 호주, 칠레, 뉴질랜드 등 생산지역의 확대로 경쟁력 심화 예상되어 품질의 차별화, 고급화 필요
- 최근 Melisa, BJ 등 대형마켓으로의 한국산 배의 진출이 시도되고 있어 수출확대 가능성은 높으나 현지 미국인이 좋아하는 소과 생산량이 적어 이에 대한 대비책이 필요.



## ㉠ 현지 시장개척 애로사항

- 현재 대미 수출시장은 교민 등이 주로 이용하는 동양계 Market 위주로 유통소비되고 있어 수출확대가 어렵고 물량 증가시 수출가격하락으로 영향을 미치고 있는 실정임
- 대미시장 수출확대를 위해서는 현지인 주류 마켓이나 도매시장을 통한 수출시장 개척이 필요
  - 서양인들은 아직도 대부분 동양배에 대해 모르고 있어 잠재 수요 발굴을 위한 입맛 들이기 시식 및 특판 홍보 행사 확대 필요
- 현지 대형마켓에 진입하기 위해서는 상당량의 지속적인 공급이 전제가 되나 외국인이 선호하는 소과는 수량이 부족하고 한국내에서의 각 선과정에서의 수집이 개별적으로 이루어져서 수출물량 확보에 어려움.
- 대외시장에서 동양배의 판매가격은 서양배 등 여타 과실에 비해 고가로 형성되어 있어 대량판매 애로
- 중국산 야리배가 수입 개방되어 판매되고 있어 중국에서 재배되고 있는 신고배의 대미시장이 개방되면 한국산 배의 가격경쟁력이 매우 약해질 것으로 예상됨.

## 7. 한국산 수출확대 방안

### 가. 가격과 품질

- 현지산의 생산량이 증가하고 있고 당도가 높고 품위도 좋아지고 있어 한국산과의 경쟁이 심화되어 한국산의 당도를 높이고 품질의 차별화, 고급화가 필요함.
- 대형마켓을 공략하기 위해서는 현지 미국인이 선호하는 소과위주의 제품에 의한 물량 공급이 필수적이므로 생산시 소과를 확보하는 방안이 별도 강구되어 고품질 안전 농산물의 수출확대여건 조성 필요.
- 지난해에는 일부 유통업체들이 판매가격을 낮추기 위해 박스단위가 아닌 3개가 들어가는 플라스틱 컨테이너를 판매해 한인교포뿐 아니라 미국인들에게도 좋은 반응을 얻음. 미국인들에게는 박스단위구매가 부담스러울 뿐 아니라 소가족일 경우, 많은 양이 필요하지 않기 때문에 구매를 자제하고 있었음.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 한국배의 회전율을 높이고 다양한 소비자들의 구매동향을 맞추기 위해서는 2과, 3과 사이즈의 수출포장도 이상적임. 유통업체들은 재포장을 할 필요가 없고 바쁜 시즌에는 노동비를 절감할 수 있기 때문에 소포장을 찾는 매장이 늘어나고 있음.
- 일본 21세기 배는 2층 박스사이즈/10킬로그램사이즈가 수입되고 있으며 유통업체들은 트레이포장을 해 소비자들에게 판매하고 있으므로 1개에서 2개정도의 소량을 구매하는 일본인들에게는 경제적인 포장단위로 사료됨.
- 가격은 현재 수출가격이 적정한 것으로 사료되므로 수출물량을 확대하기 위해서는 9~12크기 생산량을 늘려 수출을 해야 현지생산제품과 경쟁력이 있음. 5~6크기의 경우, 가격이 비싸기 때문에 소비량은 많지 않음

## 나. 홍보

- 국제박람회를 통한 시식·홍보를 시행하여 신규시장개척 추진
  - PMA 1차 농산물 박람회 참가를 통한 시장 개척
- 대형유통업체에서 과실 특관 홍보 행사로 잠재수요 적극 발굴
- 한국산 배를 단지 간식과 디저트 그리고 한국요리 아닌 당도가 낮을 경우, 샐러드와 곁들임과 같은 일반요리에도 적용할 수 있다는 요리법(recipe)을 개발해 홍보해야 함.
- 현지의 유명한 요리사나 TV 요리 프로그램을 이용해서 홍보하는 방법도 있음. Martha Stewart가 주관하는 프로그램에서는 먹는 것도 중요하지만 집안 장식용으로도 아시안 배를 홍보함.
- 현지의 신선과일전문 마케팅업체를 통해 한국산 배를 홍보하는 방법이 바람직하다. 미국 신선과일생산업체, 공급업체 그리고 관련협회들은 마케팅업체를 통해 홍보하는 시스템이 일반화되어 있으므로 마케팅업체들은 제품홍보를 위한 조언과 시장조사 그리고 유통업체들을 상대로 시장 확대를 위해 거래도 직접하고 있음

## 다. 경쟁국 마케팅 동향 및 전략

- 칠레는 미국과 반대인 계절을 이용해 11월과 2월사이 집중적으로 칠레산 과일을 홍보

하고 있으며 복숭아, 자두, 포도, 사과를 비롯해 아시안배, 감귤에까지 거의 모든 과일류를 미국비시즌에 공급하고 있다. 현지에 있는 칠레수출홍보 사무소를 통해 PMA 쇼를 참가하는 것은 물론 과일별 출하시기와 생산물량에 대한 자료를 브로쉬어로 만들어 현지 수입업체들에게 알리고 있다.

- 칠레농산물수입농산물종류가 많기 때문에 현지 수입업체들과의 결속력이 있는 칠레농산물수입협회가 있음. 자체적으로 수입농산물홍보를 하고 있으며 이들은 또 현지 생산현황등과 같은 정보도 미국농산물협회에 제공하고 있음.

## 라. 마케팅전략

### ㉠ 시식행사

- 주로 한인유통업체들을 중심으로 했으나 미국인들도 최근들어서 Exotic(색다른)한 농산물을 선호하고 있으므로 미국 유통업체들을 위주로 행사방향을 바꾸어야 함.
- 단지 과일을 깎아 조금씩 시식을 하도록 하는 간식이나 디저트용이 아닌 배즙을 섞어 만든 주스나 음식요리법을 소개해 다양한 응용방법을 소비자들에게 알려야 함. 앞서 일본사케에도 응용을 했듯이 어른에게는 한국 소주나 칵테일에도 섞을 수 있고 어린이에게는 간식으로도 쉽게 접근할 수 있는 방안이 연구되어야 함. 미국에는 어린이를 상대로 한 마케팅이 성공하는 사례가 많음.

### ㉡ 전문 마케팅업체를 통한 홍보

- 미국에는 현지 수입업체와 해외수출업체가 전문 마케팅업체를 통해 시식행사를 하면서 상품홍보에 성공한 사례가 있으므로 아시안배를 알리기 위해 수입업체와 유통업체가 함께 투자, 전문 마케팅업체를 통해 주류사회홍보를 확대할 수 있음.
- 전문 마케팅업체들은 현지의 유명한 요리사와 TV프로그램을 통해 홍보하는 채널을 확보하고 있으므로 단기간 홍보에 유리함.

### ㉢ 캐나다 한국산배

- 최근 캐나다에서는 중국산 야리배에 대한 수입이 다시 재개되면서 캐나다 배 시장의 경쟁이 심화될 것으로 보인다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 중국산배는 3가지로 분류가 되는데 산동성, 하북성, 기타지역으로 나누어진다. 현재 로씨는 산동성 지역을 가장 높게 평가하고 있으며 하북성 지역은 시범적으로 허가를 하고 있는 상황임.
- 한국산배는 식물위생 증명서(Phytosanitary Certificate)만을 요구하고 있으며 특별한 문제가 없음. 다만 병충해가 발견될 경우, 폐기조치가 내려짐.
- 중국산배가 수입되면서 수입 배시장을 중국산배가 잠식하고 있으나 소비자들은 한국산배에 대해 좋은 인식을 갖고 있다. 2007년 상황으로 비교, 중국산배의 당도와 보관기간 그리고 끝맛이 많이 개선되었음.
- 한국산배는 보관기간이 길고 소비자들에게도 품질로 인정을 받고 있으나 새로운 시장의 개척을 위해서 변화가 필요하다. 포장사이즈를 소규모화하고 소과크기의 한국배를 생산하는 것도 방법중 하나다.  
아래 자료는 캐나다의 신고배에 대한 수입규정을 정리한 것임.

구 분	한국산	중국산		
	Korea, republic	산동성	하북성	기 타
목 적 지	British, Columbia	British, Columbia	British, Columbia	British, Columbia
무 계	200kg 이하	200kg 이하	200kg 이하	200kg 이하
최 종 소 비	식 용	식 용	식 용	식 용
위 생 증 명	o	o	o	refuse entry
판 매 확 인	o	o	o	refuse entry
식물보호 수입허가			o	refuse entry
식 품 위 생 발 급 건	The material was produced under a pest management program and is free of Alternaria gaisen, Carposina sasakii, Conogethes (Dichocrocis) punctiferalis, Grapholita molesta, Numonia pirivorella, Mnilinia fructigena, Tetranychus	*Shandong Plant Quarantine Service에서 발급된 것만 가능  *Botanical (Scientific) Name 이 명기되 있을 것	*Hebei Plant Quarantine Service에서 발급된 것.  *Botanical (Scientific) Name 이 명기되 있을 것	refuse entry

구 분	한국산	중국산		
	truncatus and Amphitetranychus viennensis."라고 명시되어있어야 함.			
CFIA 검사	수입물량의 약 15%가량을 검사함	수입물량의 약 15%가량을 검사함	수입물량의 약 15%가량을 검사함	refuse entry
CFIA 검사내역	흙, 곤충, 벌레, 나뭇잎 등이 있는지에 대해서 검사함	흙, 곤충, 벌레, 나뭇잎 등이 있는지에 대해서 검사함	흙, 곤충, 벌레, 나뭇잎 등이 있는지에 대해서 검사함	refuse entry
검사시 상세상황	invoice상에 나오는 과수별로 검역함. 과수원이 다른 경우 과수원별로 검역하는 경우가 있음.	invoice상에 나오는 과수별로 검역함. 과수원이 다른 경우 과수원별로 검역하는 경우가 있음.	invoice상에 나오는 과수별로 검역함. 과수원이 다른 경우 과수원별로 검역하는 경우가 있음.	refuse entry

## 첨 부

### ● 관련 사이트

생산통계:

[http://usda.mannlib.cornell.edu/usda/current/CropProd/CropProd-08-12-2008\\_revision.pdf](http://usda.mannlib.cornell.edu/usda/current/CropProd/CropProd-08-12-2008_revision.pdf)

가격관련사이트 : 미농무성 가격사이트 - Apple Pear

[http://marketnews.usda.gov/portal/fv;jsessionid=CXUTLK1DJQ00YCQKAE4CFEQ?paf\\_dm=full&paf\\_gear\\_id=1200002&startIndex=1&dr=1&rowDisplayMax=25&repType=termPriceDaily&dr=1&locName=&commAbr=APPLEPEA-V&commName=APPLE PEARS](http://marketnews.usda.gov/portal/fv;jsessionid=CXUTLK1DJQ00YCQKAE4CFEQ?paf_dm=full&paf_gear_id=1200002&startIndex=1&dr=1&rowDisplayMax=25&repType=termPriceDaily&dr=1&locName=&commAbr=APPLEPEA-V&commName=APPLE PEARS)

뉴욕 터미널마켓 도매시장 가격사이트 :

[http://www.ams.usda.gov/mnreports/nx\\_fv010.txt](http://www.ams.usda.gov/mnreports/nx_fv010.txt)

수출입 통계자료 : <http://www.fas.usda.gov/ustrade/USTImBICO.asp?QI=>

미국 북서부 배생산협회 : [www.usapears.com](http://www.usapears.com)

미국 캘리포니아 배생산협회 : [www.calpear.com](http://www.calpear.com)

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

**● 관련 바이어리스트**

- 1) **Kingsburg Orchards**  
KINGSBURG, CA 93631-0038  
559-897-2986
- 2) **Coosemans Atlanta Inc**  
FOREST PARK, GA 30297-2015  
404-366-7132
- 3) **Frieda's Inc**  
LOS ALAMITOS, CA 90720-2561  
714-826-6100
- 4) **Pandol Bros Inc**  
DELANO, CA 93215-9598  
661-725-3755
- 5) **Rice Fruit Co**  
GARDNERS, PA 17324-0066  
717-677-8131
- 6) **Western Fresh Marketing Services Inc**  
MADERA, CA 93639  
559-662-0301
- 7) **Ballantine Produce Co Inc**  
REEDLEY, CA 93654-0756  
559-637-2400
- 8) **Blue Marble Farms dba Stone Ridge Orchard**  
STONE RIDGE, NY 12484  
845-687-2587
- 9) **C F Fresh**  
SEDRO WOOLLEY, WA 98284-0665  
360-855-0566
- 10) **C F Fresh-California**  
CAMPTONVILLE, CA 95922  
530-288-3476
- 11) **Coast Produce Co**  
LOS ANGELES, CA 90021-1941  
213-689-0919

- 12) **Coosemans Boston Inc**  
CHELSEA, MA 02150-1711  
617-887-2117
- 13) **Coosemans Dallas Inc**  
DALLAS, TX 75215-2179  
214-426-7500
- 14) **Coosemans DC Inc/Rock Garden DC**  
JESSUP, MD 20794-0979  
410-799-0980
- 15) **Coosemans LA Inc**  
LOS ANGELES, CA 90021-1941  
213-689-1551
- 16) **Coosemans San Francisco Inc**  
SAN FRANCISCO, CA 94124-1604  
415-648-5755
- 17) **Coosemans Tampa Inc**  
TAMPA, FL 33680-1214  
813-238-9500
- 18) **Domex Superfresh Growers**  
YAKIMA, WA 98908-9643  
509-966-1814
- 19) **Fowler Packing Co Inc**  
FRESNO, CA 93725-8905  
559-834-5911
- 20) **Kent International Exports**  
VAN NUYS, CA 91405  
818-994-5465
- 21) **Naumes Inc**  
MARYSVILLE, CA 95901-9688  
530-749-7148
- 22) **Phillips Farms Marketing**  
VISALIA, CA 93292-9153  
559-798-1874
- 23) **Sanwa Growers Inc**  
TAMPA, FL 33680-1947  
813-642-5159

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

**24) Sanwa International Wholesale Foods LLC**

TAMPA, FL 33610-4409  
813-234-8428

**25) Sanwa Produce Atlanta Market, LLC**

FOREST PARK, GA 30297-2015  
404-363-8683

**26) Spectrum Produce Distributing Inc**

NOGALES, AZ 85621  
520-281-2922

**27) United Specialty Produce**

DETROIT, MI 48207-4814  
313-832-0550

**28) Visalia Produce Sales Inc**

VISALIA, CA 93279-  
559-897-6652

**29) Wes Pak Sales Inc**

DINUBA, CA 93618-0699  
559-897-4800

**30) Western Fresh Marketing**

MADERA, CA 93639  
559-662-0301



## Ⅱ. 포도

싱가포르







## 싱가포르

### 1. 생산현황

- 싱가포르는 열대지방으로 포도 생산실적이 없으며 소비량 전량을 수입에 의존
- 품목 분류 : 08061000(신선포도, GRAPE FRESH) 08062000(건포도, GRAPE DRIED)
  - 포도는 온대성과일로서 생산되지 않으며 수입시 관세는 0%, 소비세 (GST, 7%)가 부과되며 수입자의 매출 및 매입 소비세 납부 상황에 따라 환급을 받을 수 있는 대상임.

### 2. 유통현황

#### 가. 시장규모 및 특성

- 신선포도 시장규모는 2007년 기준 연간 13,163톤, S\$47,928천불 수준이며, 미국산이 6,074톤, 21,660천불로서 45.2%, 호주산이 연간 3,567톤, S\$14,204천불로서 29.6%로 각각 1, 2위를 차지하고 있음. 기타 수출국가로는 남아프리카공화국 2,168톤, S\$7,334천불, 페루 255톤, S\$932, 칠레 304톤, S\$888천불, 일본 23톤, S\$391천불, 이스라엘 95톤, S\$372천불, 중국 140톤, S\$312천불, 한국 32톤 S\$200천불 등으로 일본 및 한국 등 포도는 타 수입 산에 비해 고급품이며, 단가가 높다는 것을 알 수 있음.
- 미국산은 7월부터 8월까지 집중 수입되고 있으며 남반구 국가인 호주, 남아공산 등은 1월부터 6월까지 주로 수입되고 있음. 시중판매가격은 최저 0.45\$/100g에서 최고 0.99\$/100g에 판매되고 있음. 또한 한국산과 경쟁이 되는 시기인 9월 이후 가격은 호주산이 0.48\$/100g, 미국산이 0.62\$/100g 수준임.
- 한국산과 같은 품종인 거봉, 캠벨등 일본산 포도가 수입되고 있으며 주로 거봉을 위주로 수출되며 최고가격은 1kg 박스에 \$68.00에 이른다. 일본산은 8월중순에서 10월에 주로 수출되고 있으며 일본계 수퍼마켓 2곳과 고급 수퍼마켓에서 주로 일본인과 현지 상류층 소비자를 대상으로 판매하고 있다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

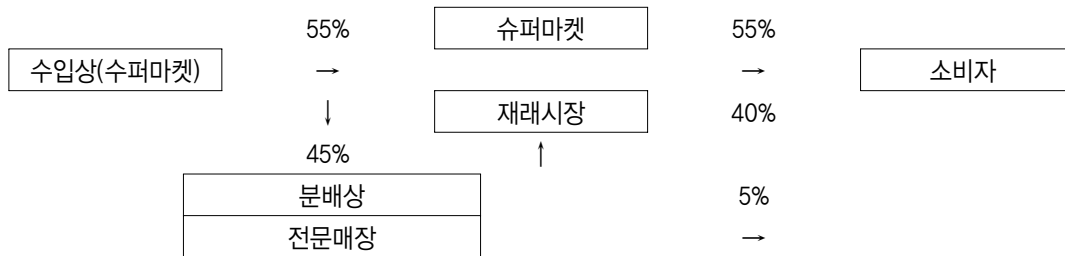
IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 싱가포르 시장에서 포도는 소비자들에게 그동안 미국 및 호주산 Red Globe 또는 Thomson Seedless 품종으로 인식되어 왔으며 선택기준도 당도와 가격이다. 이들 품종은 단맛이 강하고(16brix이상) 껍질째 먹는 포도여서 한국 및 일본산 포도는 전혀 다른 과일로 인식되거나 이들 품종과 같이 통째로 먹는 포도로 인식된다.
- 싱가포르에는 파시르판장 도매센터에 청과 수입 및 도매상회들이 밀집되어 있으며 일반 온대성 과일과 마찬가지로 이들 수입상을 통해서 수입되어 싱가포르 전역의 슈퍼마켓, 재래시장 등에 공급된다.

### 나. 유통경로

- 싱가포르에 유통되는 포도는 전량 수입되어 유통되는 관계로 유통채널의 첫 단계는 수입상이 대부분은 차지하고 있으며 최근에는 대형마켓에서 취급양이 많아짐에 따라 직수입을 하기도하나 현재까지는 대형수입상을 통하는 경우가 보편적인 형태이다.



#### ○ 포도 주요 판매처

- 까루프, 자이언트 등 대형 할인매장, 대형 슈퍼체인인 NTUC Fair Price, Cold Storage, Shop & Save에서는 과일류전용 판매부스에서 다른 과일들과 함께 연중 진열·판매하는 일반적인 상품이다.
- 대부분 정부주택단지(HDB) 인근에 위치한 재래시장(WET MARKET)에서 가장 흔하게 취급하는 온대성과일이 포도이다. 이들 점포의 판매가격은 일반적으로 슈퍼마켓보다 저렴한 게 특징이며 중년층 이상의 소비자들은 아직도 재래시장의 과일이 신선할 것이라고 생각한다.
- 최근에는 과일전문매장을 수입업체들이 운영하는 경우가 흔하며 이들 과일 전문 매장에서 가격도 저렴하고 소비가 활발한 Red Globe 등의 포도를 판매한다.

### 다. 가격 동향

- 싱가포르에 정부에서 설립하여 관리하고 있는 유일한 도매시장인 파시르판장 도매센터 (Pasir Panjang Wholesale Centre)은 한국과 같은 농산물경매·상장·청과법인 등과 같은 제도 자체가 없고 주로 수입업체 및 도매상들이 입주하여 자율적으로 거래한다.
- 싱가포르는 비농업국가로서 소비되는 거의 모든 농산물을 수입에 의존하고 있기 때문에 대부분의 상인들은 직접 해외에서 필요한 물품을 수입하고 있으며, 수입 후 도매상 또는 소매상, 슈퍼마켓 등에 직접 납품 및 판매하는 방식으로 유통된다. 판매방식은 수의매매 또는 일대일 흥정에 따라 결정되어, 도매가격이 없으며 이를 관리하는 정부 기관이나 조직이 없다.
- 도매시장은 정부기관인 Housing & Development Board (주택공사)가 설립 및 위탁 운영하고 있으나, 부류별 사업자에게 모든 상점을 임대하는 방식으로 운영되고 있으며, 청소·건물 유지보수 관리를 제외한 일체의 사업에 대해서는 간여하지 않고 있음에 따라, 매출액·거래품목에 대한 통계자료가 관리되지 않는다.

#### < 포도 소매가격 동향 (NTUC Fair Price) >

(단위 : S\$ 싱가포르달러)

원산지별	품 종	소매가격	규 격	주판매시기	비 고
미 국 산	Flame Seedless Grape	0.45~0.55S\$	100g	7월-8월	
	Sugarone	0.62~0.99S\$	100g	6월-7월	
	Black Globe	0.79S\$	100g	7월	
	Red Globe	0.45-0.59S\$	100g	1,7월	
	Champagne	6.9S\$	1 punnet	7월	
호 주 산	Flame Seedless	0.81S\$	100g	1월	
	Thompson Seedlees	0.49S\$	100g	3월	
	Black Globe	0.89S\$	100g	3월-5월	
	Red Globe (Seedless)	0.45~0.59S\$	100g	3, 6-7월	
	Crimmson seedless	0.49~0.69S\$	100g	3, 6-7월	
	Crimmson seedless(유기농)	0.84S\$	100g	3월	500g 판매

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

원산지별	품종	소매가격	규격	주판매시기	비고
일본산	Kyoho Grape(거봉)	29S\$ 68S\$	300g 1 kg	7월 중순	하우스
		10,90~12,90S\$ 78~98S\$	300g 1kg	8월 중순~10월	노지
	Delaware	16,90~9,90S\$	300g	7월 중순~8월중순	
한국산	캠벨포도	1,24~2S\$	100g (한송이)	9-10월	'07년 기준 400g 판매
남아프리카	Flame Seedless	0,59S\$	100g	1월	500g 단위 판매
	Red Globe	0,59~0,67S\$	100g	2월, 4월	"
	Black Globe	0,67~0,69S\$	100g	2월, 4월	"
	Crimmson seedless	0,48	100g	3월	
페루	Red Globe	0,38~0,45S\$	100g	4월	
이스라엘	Green Seedless	0,62S\$	100g	7-8월	
멕시코	Red Globe	0,52	100g	7월	
	Black Globe	0,79	100g	7-8월	
칠레	Crimmson Seedless	0,52~0,59S\$	100g	4-5월	
	Red Globe	0,35~0,42S\$	kg	5-6월	

주 : punnet - (딸기·야채 등을 담아 파는) 넓적한 광주리

- 따라서 포도 수입 및 도매, 소매가격 결정은 시장상황에 따라 자율적으로 결정되며 전 세계 어느 곳이든 판매가격만 적절할 경우 수입되고 있으며 이에 따라 시장에서 가격경쟁이 치열하다. 싱가포르 포도 소매가격은 대부분의 과일과 마찬가지로 수입 가격에서 수입상이윤 약 25%, 소매업체 약20-30%등이 추가된 수준에서 결정된다. 현재 미국 및 호주산등의 소매가격은 공급시기에 따라 차이가 있으나 최고 가격기준으로 100g 0,99S\$달러이하에서 판매된다.

## 라. 포장형태

- 싱가포르 식품위생법에 따라 수입되는 가공식품의 경우는 라벨을 부착하고 의무적으로 제품명, 원료, 유효기간, 원산지등을 표시하여야 되나 신선농산물의 경우에는 판매 시 라벨링을 표시할 필요는 없다.

- 따라서 싱가포르에 수입되는 포도를 포함한 모든 과일류는 수출국 현지의 포장형태와 표기방식을 그대로 사용하여 운송 및 유통 편리성을 고려한 형태로 수입되고 있다.
- 예전에는 일부 고가의 과일 품목에 대해서만 수입상태의 포장상자를 소매 단계에서 이용할 수 있도록 소포장 형태로 포장상자가 제작되었으나, 최근에는 포도의 경우에 투명 플라스틱 박스를 활용하여, 포장을 하는 게 일반적이고, 얇은 투명필름으로 덮는 포장도 있다.
- 미국, 호주, 남아공산 등은 10kg 골판지 종이상자(또는 스티로폼상자)를 수출 포장으로 이용하며 안에는 10개 비닐봉지로 포장되어 있다.



- 일본산은 주로 고급품으로 인식되며 거봉, 텔라웨어 품종이 지속적으로 일본교포 시장을 상대로 수입되고 있다. 수출포장은 거봉 1kg은 수출포장자체가 소매판매용으로 진열되며, 200-300g이내의 소포장은 포장상자 내에 4개들이 포장을 이용하여 소매 판매 시에도 활용할 수 있도록 하여 품질 손상을 방지하고 있다.

일본 교호(거봉)



일본 교호(거봉) 측면



I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

일본 교호 (거봉)측면



US Flame Seedless Grape



Israel Green Seedless



Mexico Black Seedless



### 3. 소비동향

- 싱가포르 연간 신선포도 소비량은 10,121톤이며 월평균 843톤 가량으로 추정된다. 포도는 사과, 배 다음으로 가장 많이 소비되는 대표적인 온대성 과일이다. 고온다습한 기후가 일년 내내 지속됨에 따라 대부분의 열대성 과일이 당도가 높은데 반해 온대성 과일은 이와 비교하면 당도가 떨어지는 특성이 있음. 현재 대중적으로 소비되는 미국, 호주산 등의 포도는 열대성과 과일과 마찬가지로 당도가 높고 유통 및 취급상에도 열대성 과일처럼 상온판매가 가능하기 때문에 소비가 보편화되고 있다.
- 취급상의 편리성으로 인해서 저온시설이 갖추어진 수퍼마켓 등 뿐만 아니라 재래시장 (Wet Market), 과일전문 판매점에서 연중 가장 흔하게 판매되고 있는 과일이며 가격대 또한 상대적으로 다른 온대성 과일에 비해 저렴하다.
- 가장 보편화된 포도품종은 Red Globe이며 미국산과 호주산이 생산시기가 교차되어 연중 수입되고 있다. 두 번째로 선호되는 품종은 Thomson seedless로 씨가 없고 당도가 높은 게 특징이다. 최근에는 남아공, 칠레 등지로 수입선이 다변화되는 추세에 있으며 미국산은 주출하시기인 7월부터 12월까지 수퍼마켓을 통한 판촉행사를 연중 실시하고 있다.



- 싱가포르 등 동남아 시장에서 포도는 껍질을 벗기지 않고 먹는 미국산, 호주산에 대한 고정관념이 높아 껍질을 벗기고 먹어야 되며 안에 씨가 많은 한국산 포도에 대해서는 전반적으로 생소한 품목으로 인식하는 경향이 높고 한국산도 껍질째 씨와 함께 소비하려는 소비자가 많다.
- 한국산은 캠벨품종을 수출하여 현지 고급 슈퍼마켓에서 시식행사 및 판매를 병행하였으며 초기에는 생소한 품종임에 따라 소비가 부진하였으나 시식행사를 통해서 접해본 소비자들은 타 포도 품종이 가지고 있지 않은 특성인 향이 뛰어난 점, 특유의 맛(신맛과 포도주향)을 가지고 있어 재 구매 비율이 높다. 따라서 시식방법에 대한 설명과 홍보가 확대될 경우 현지사회에 기존의 포도와는 차별화한 품목으로서 시장개척이 가능한 것으로 평가된다.

## 4. 수출입 현황

### 가. 수입현황

- 싱가포르 포도수입시장은 미국산 45.2%, 호주산 29.6%, 남아프리카 공화국산 15.3%를 차지하고 있으며 그 외 페루, 칠레, 이집트, 중국, 일본 등의 시장진입 시도가 활발해지고 있다.
- 북반구 국가인 미국산은 7월부터 8월까지 집중 수입되고 있으며 남반구 국가인 호주, 남아공산 등은 1월부터 6월까지 주로 수입되고 있어 시장을 양분하고 하고 있다.

(단위 : 톤, 식천불)

국 가 별	2004		2005		2006		2007		증감율(06/07)	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
미 국	5,294	19,143	5,671	19,856	4,484	16,956	6,074	21,660	35.5	27.7
호 주	3,937	12,749	3,794	13,734	4,073	15,403	3,567	14,204	-12.4	-7.8
남 아 공	1,533	5,457	1,496	5,681	1,666	5,701	2,168	7,334	30.1	28.6
페 루	289	1,020	229	937	318	935	255	932	-19.8	-0.3
칠 레	661	1,844	320	891	826	2,451	304	888	-63.2	-63.8
이 집 트	94	378	46	152	77	258	128	466	66.2	80.6
일 본	7	134	11	203	11	247	23	391	109.1	58.3
중 국	367	748	158	381	269	689	140	312	-48	-54.7
한 국	9	50	4	31	23	162	32	200	39.1	23.5
기 타	252	575	406	1,148	418	1,446	473	1,543	13.2	6.7
합 계	12,443	42,098	12,135	43,014	12,165	44,248	13,164	47,930	8.2	8.3

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

### 나. 재수출현황

○ 싱가포르는 지리적 이점을 활용한 중계무역 발달로 인하여 동남아 주변국 특히 인도네시아, 말레이시아, 캄보디아 등으로 온대성 과일을 재수출 공급하는 역할을 담당하고 있다.

(단위 : 톤, 상천불)

국 가 별	2004		2005		2006		2007		증감율 (06/07)	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
인도네시아	1,220	4,331	1,005	3,716	1,368	4,437	888	3,329	-35.1	-25
말레이시아	687	2,113	653	1,674	1,671	2,125	775	2,718	-53.6	27.9
캄보디아	405	1,688	466	1,915	494	2,096	649	2,708	31.4	29.2
브루나이	515	1,840	473	1,756	486	1,990	500	2,020	2.9	1.5
필리핀	48	113	-	-	-	-	25	92	-	-
베트남	22	81	37	141	42	197	16	71	-61.9	-64
태국	27	133	53	249	22	64	-	-	-	-
기타	2,897	10,166	22	88	40	222	188	665	370	199.5
합계	1,720	6,049	2,709	9,539	4,123	11,131	3,041	11,603	-26.2	4.2

## 5. 수입통관 제도

### 가. 신선과일 및 채소의 수입 제도

#### ㉠ 현 황

○ 싱가포르의 교역규모가 국내총생산의 3배에 달할 정도로 무역의존도가 매우 높은 국가로, 교역 활성화가 최대목표이며, 이러한 자유무역정책에 초점을 맞추어 수입 관리 제도를 운영하고 있다.

○ 수입에 대한 통제가 거의 없는 것은 수입품목의 대부분이 수출용 원자재이거나 말레이시아, 인도네시아, 태국, 인도 등 주변국가로의 재수출을 위한 용품이기 때문이며, 수입의 증가가 곧 수출의 확대로 연결되는 대외 의존적 경제산업 구조에서 기인하고 있다.

- 수입대상 품목은 대부분이 무관세이며, 일부 수입금지 및 제한품목의 설정은 무역장벽 차원이 아닌 사회 안전 및 질서유지 등에 따른 정책적 고려에서 책정되고 있다.

### ㉠ 수입 관련제도

- 통합 식품안전시스템 (Intergrated food safety system)
- 식물관리법 (Control of Plants Act) 및 그 보조 법령
- 수출입 관리법(Control of Imports & Exports Act) : 수출입 허가 및 수입검사
- 세관법 (Customs Act): 세관의 활동에 관한 제반 법규
- 식품판매법(The Sale of Food Act): 식품 제조, 유통 및 수입 검사 기준

### 나. 수입절차

- 싱가포르 기업으로 ACRA(Accounting and Corporate Regulatory Authoity)에 사업자등록신청 및 CR할당번호(Cetral Registration Number) 신청
- 관세 및 소비세납부를 위해 세관(SC: Singapore Customs)에 등록신청
- Tradenet을 통해서 수입 신고함으로써 AVA 수입허가 신청  
(www.tradexchange.gov.sg)
- 신청자는 선하증권, 항공화물운송장, 송장 등의 구비서류를 AVA로 제출
- 승인이 나자마자, 화물에 대한 수입허가는 화물통관허가(CCP)와 함께 신청자의 집하지로 송부
- 수입자는 수입에 대한 정확한 정보를 위해 CCP의 승인번호를 꼭 확인해야 함(eg A03) 만약 CCP에 A03코드가 표시되어 있으면, 수입화물은 파시르 판장 도매시장(PPWC)에서 의무검사를 받아야 함  
(연락처 : PPWC 6773-4394, 9754-1041, 9018-4166, 9018-4177)
- 검사하는 동안, 신청자는 AVA의 검사를 위해 송장과 수입과일 및 채소와 함께 CCP를 제시해야 한다.
- AVA는 연구 분석용으로 샘플을 수거할 수 있음. 위탁화물 중 연구결과가 나오는 동안에 보류 상태일 수 도 있다.

### 다. 수입 시 검역 및 통관

- 통관업무 흐름도
  - 물품 도착 통보 (세관 → 수입자)
  - TradeNet System(EDI)을 통하여 통관 승인 신청(수입자 → 세관)

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

→ 통관 승인번호 접수 (세관 → 수입자)  
 → 물품 수령 수입검사 → 통관완료

- 신선과일 및 채소의 수입 및 환적을 위한 허가가 필요하며, 2006년 10월 1일부로 각 신규 신청 시 S\$21.50의 신청비를 내야함
- 통관 여부 및 관세 등은 전산시스템을 통해 이미 판정이 되어 있으므로, 세관에서의 검사는 Invoice상의 품목과 실제 통관대상 품목과의 일치성 여부만을 간략히 검사하고 있고 실제로는 검사를 생략하는 경우가 대부분이다.
- 일부 수입제한 품목의 경우에는 사전 샘플링검사 또는 세관 통관 후 판매 전에 해당 기관에서 별도의 검사를 수행하고 있기 때문에, 순수한 통관을 위한 검사는 매우 간단하게 수행되고 있다.
- 모든 통관절차가 전산시스템을 통하여 이루어지기 때문에, 일부 수입제한 품목 등 특별한 경우를 제외하고는 별도의 구비서류가 필요 없으며, 통관 수속 시 관련 승인번호만 통보함으로써 수속이 신속하게 이루어지고 있음.
- PSA의 컴퓨터 시스템을 이용하여, 싱가포르세관은 수입 화물이 도착하기 전에 이미 수입품목에 대한 통관처리를 종료하고, 수입자에게 물품 인수를 통보하게 됨에 따라 수입물품 도착 전 통관절차 종료
- 통관 수속이 간편하기 때문에 통관만의 별도 대행법인은 없으며, 모든 운송업체 (Forwarding Company)가 통관 업무를 대행하고 있음
- 싱가포르는 무역업무의 활성화를 위하여, 통관수속 및 수입검사가 요식행위처럼 매우 간편하게 이루어지고 있으나, 수입검사는 무작위 샘플 사후 검사로 실시되고 있으며 정밀검사를 하는 경우도 있음. 또한 경미한 사항이라 하더라도 법규 위반에 따른 처벌이 매우 엄격함
- 식물관리법(신선과일 및 채소의 수입 및 환적)에 의거, 수입 신선과일 및 채소는 금지되어 있는 살충제를 포함하지 않아야 되며, 식품 법규의 9번째 부칙에 명기되어 있는 범위나 FAO/WHO 국제식품규격위원회 (Codex)에서 권고하는 수준을 넘는 살충제 혹은 독성화학 성분이 있어서도 안 된다.

○ 신선과일 및 채소 수입허가는 매 화물마다 마다 AVA (Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore) 로부터 발급 받아야 한다.

※ 온라인 신청

<http://www.ava.gov.sg/FoodSector/FoodTradersAndEst/LicRegFoodTraders/index.htm>

○ 남미 열대지방에서 수입된 신선과일과 채소류는 매 식물위생증명서가 필요하다.

○ 신선과일과 채소 컨테이너 (혹은 박스, 바구니)에는 수입 시 다음과 같이 라벨이 붙어 있어야 한다.

- 1) 생산자의 이름과 주소
- 2) 제품 내역
- 3) 수출 날짜, 포장 날짜

○ 수입 후 신선과일 및 채소는 AVA로부터 정밀검사를 받아야 함 (서류 및 관능검사). 연구 분석을 위한 샘플채취가 필요할 수 도 있음. 화물 중에 연구실 결과가 나오는 동안에 보류 상태일 수 도 있다.

#### 라. 환 적

- 신선과일과 채소는 싱가포르를 통해서 환적 가능하다.
- 무역업자들은 과일, 채소에 대한 수입 및 환적에 관한 AVA에 신청을 해야 한다.
- 환적비용 : 화물당 3S\$

#### 마. 담 당

○ AVA (Agri-Food & Veterinary Authority) 수입수출부 (Import and Export Division) 5 Maxwell Road, #02~03, Tower Block, MND Complex Singapore 069110

Mon-Thu 8:30am-1pm / 2:00pm-6:00pm

Fri. 8:30am-1pm / 2:00pm-5:30pm

T) Miss Lily Ling 6325-7620

Miss Teo Yen Ling 6325-7599

Mrs Koh (수입허가신청) 6325-7623

F) 6325-7648

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 바. 수입식품의 판매

- 싱가포르에서 식품의 판매와 수입은 식품판매법(THE SALE OF FOOD ACT)과 식품 규정(FOOD REGULATIONS)에 의해 관리된다. 모든 음료식품 그리고 첨가물을 포함하는 식용의 농수산물은 싱가포르에서 제조된 것이든 수입된 것이든 관계없이 식품공전에 규정된 식품표준과 라벨링 방법을 준수해야 한다.
- 현행 식품공전은 싱가포르에서 자체적으로 만들어졌고, 새로운 제품, 새로운 첨가물, 신기술과 다른 중요한 요인들 예를 들어, 음식에 대한 바이러스 또는 식품오염을 일으키고 있는 또는 잠재적인 가능성이 있는 국가에 대한 지속적인 모니터가 시행되고 있다.
- 식품공전은 특정나라의 규정에 근거를 있지 않으며 세계적으로 적용되는 법과 규정을 수정하여 싱가포르의 상황에 맞게 도입한 것이다. CODEX와 미국과 유럽을 포함하는 선진국의 법과 규정을 참고로 하였다. 식품법과 정책의 목적은 싱가포르에서 안전하고 위생적인 식품의 공급을 촉진하는 것이다.
- 식품판매법과 규정은 식품표준, 식품표시 조항기준, 식품광고 및 라벨기준, 허가된 식품 첨가물 목록, 식품첨가물 최대허용량, 화학물질 및 미생물 제한 등의 내용을 포함하고 있다.
- 신선농산물인 포도는 가공식품을 위주로 제정된 식품규정의 라벨링을 준수할 필요가 없으나 라벨링 부착시 일부 규정을 준수해야한다.
  - 라벨링에는 의학적인 표현을 사용할 수 없으며 다음유형의 표시 금지
  - \* 정부당국에 의해 허가되지 않는 “치료효과” 또는 “질병예방” 표시
  - \* 질병의 방지, 완화, 치료, 인체에 영향 : 특히 “암의 방지와 치료에 효과적 “이라는 표현
  - \* 체질 개선과 보강을 가능케 한다는 표현: 예 “달리기하는 사람이 더 빨리 달릴 수 있다”

## 6. 소비자 및 바이어 의견

### 가. 2007년 포도 판촉행사 진행시 소비자 및 바이어 의견

#### ㉠ 행사장소

시 기	판촉행사장소	판 매	물량	비고
9. 20 ~ 9. 23	NTUC FairPrice(4)	Cold Storage 37개매장, NTUC Fair Price 83개 매장	경기도 화성 캠벨포도  80톤	
9. 27. ~ 9. 30	Coldstorage(5)			
10. 4 ~ 10. 07	NTUC FairPrice(4)			
10. 11 ~ 10. 07	Coldstorage(5)			
10. 18 ~ 10. 21	NTUC FairPrice(4)			

#### ㉠ 소비자 반응

- 한국산 포도의 향이 타국 산에 비해 진하며 신맛이 나지만 당도와 함께 어우러져 독특한 맛이 느껴진다는 소비자가 다수
- 가격이 미국산에 비해 고가이며 씨가 있는 게 약간 불편
- 과육의 느낌이 타국산과 달리 쨌리처럼 느껴지며 한국산이라면 좋은 느낌으로 고가임에도 불구하고 믿고 구매할 의사가 있음
- 일본산 거봉에 비해 가격이 저렴하며 품질이 우수하다는 평

#### ㉠ 수입업체 및 유통업체 바이어 반응

- 한국의 기후불순에 따른 생산량 감소로 인해 사전물량 주문에도 불구하고 주문물량의 50%도 확보하지 못해 판매의 아쉬움이 많음.
- 한국의 잦은 우기로 인한 일조량 부족으로 전년도에 비해 당도저하
- 주문량 공급부족 및 당도에 대해 향후 개선되기를 희망하며, 보다 체계적인 생산관리 시스템으로 운영하여 물량공급의 안정성 확대요망
- 한국산 포도의 인지도가 아직도 부족함으로 판매의 확대를 위해서는 지속적인 홍보가 필요

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

㉠ 타국산과의 가격경쟁력 비교

매장명	구분	한국산	미국산	미국산	미국산
NTUC Fair Price (2007년 9~ 10월 기준)	품종	캠벨	레드글로브	크림슨씨들	블랙글로브
	가격(\$)	4.99/400g	5.90/Kg	4.90/Kg	7.90/Kg
	규격	400g	8Kg	8Kg	8Kg
	품질비교	상	상	상	상

주 : 중상류층이 즐겨 찾는 매장인 Fair Price는 한국에서 포도를 400g단위 플라스틱 소포장한 방식으로 판매하며, 이는 미국산 대비 한국산이 1.5배에서 2.5배 비싸게 판매.

㉠ 수출가능성

- 한국산 캠벨 조생종은 껍질이 두껍고 당도가 14~15brix로 비교적 높아 맛이 전혀 다른 타국산 포도와 경쟁이 가능하며, 장기간(8-9일) 해상 운송이 가능하여 수출 가능한 품종으로 평가됨.

㉠ 품질경쟁력

- 한국산 캠벨 조생종은 외관상 크기 및 색택, 당도와 맛 등에서는 현재 말레이시아, 싱가포르 등에 유통되고 있는 미국산, 호주산 포도와는 다른 단맛과 신맛이 나는 전혀 생소한 품목이며, 대만산(크기가 더 작고 신맛은 없음) 보다는 소비자 평가가 좋고, 일본산 거봉보다는 가격 등에서 유리하여 시식을 해본 소비자들로부터 좋은 평가를 받고 있음. 따라서 운송 및 판매단계에서 취급 시 주의할 경우 낱알이 떨어지는 단점을 보완한다면 품질 경쟁력을 갖춘 것으로 평가되고 있음.
- 더욱이 2007년 포도는 평년보다 당도가 2~3도가 낮음에도 현지에서 소비자에게 좋은 평가를 받고 있으며 캠벨 조생종은 장거리 수송가능성, 현지 품질 경쟁력(현지 소비 품종과는 다른 새로운 품종), 가격경쟁력을 갖추고 있어 적극적인 개척활동을 지원할 경우 싱가포르, 말레이시아 시장에서 캠벨포도 만의 소비수요를 창출할 수 있으며 이를 바탕으로 수출 가능성이 높은 것으로 평가됨



## 나. 시장진출 및 소비 확대 방안

### ㉠ 공급기간 확대 및 공급 지속성 유지

- 공급가능기간을 확대하여 시장인지도를 높이고 소비저변을 확대할 필요성이 있으며 주로 공급이 되는 경기도 화성 송산포도 외에 여타 포도 주산지 생산품도 수출품으로 육성하기 위한 재배 및 수확기술 지도를 실시하여 수출을 통한 부가가치를 높여야 한다.
- 공급기간은 단순히 현재 수출되는 품종 출하기간을 확대하는 것뿐만 아니라 새로운 수출작목반 육성, 거봉 등으로 품목을 확대하는 전략이 필요하다.
- 또한, 유통매장에 입점하여 지속적인 판매를 하기 위해서는 한국 농산물이 계절에 맞게 종류는 바뀌더라도 지속적으로 공급이 되는 것이 필요. 유통 업체 입장에서는 고객들을 꾸준하게 방문할 수 있게 만드는 것이 필요한데, 한국 과일을 비롯한 신선 농산물의 경우 지속성 있게 공급되는 품목이 없다 보니까 수입자나 유통업체가 선택하기에는 부담이 있음. 또한 품질의 차이도 들쭉날쭉하여, 신뢰를 주기 어려운 경우도 있음.

### ㉡ 소포장 개발 및 포장 고급화

- 현재까지 한국산 포도의 소포장 단위는 가장 적은 것이 400g이다. 그러나 일본산 포도는 대부분 200-300g의 소형포장단위를 사용하고 수출단계에서 소매유통단계까지 사용될 수 있도록 하여 상품성 유지와 취급상의 편리, 고급상품으로서의 이미지를 관리하고 있다.
- 따라서 현지인을 대상으로 시장개발을 추진하는 포도는 현지 소비자의 구매단위가 크지 않고 가격이 고가여서 가격부담이 적으며 현지유통업체관계자들의 구매편의, 상품 손상 방지 등을 고려하여 가능하며 1회 구매단위 소포장으로 고급화하여 수출단계 부터 사용해야 되며 외포장도 2-5kg으로 소형화 할 필요성이 있다.

### ㉢ 브랜드화 및 현지 홍보확대 강화

- 소비자의 입맛은 변하며 시장은 항상 새로운 것을 찾아 이동하다. 수입업체도 이들 새로운 것과 고정적인 수익이 보장되는 품목의 적절한 배분을 통해서 시장경쟁에서

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

살아남는다. 따라서 포도는 시장을 개척하는 단계이나 처음부터 고급화 차별화를 통한 시장개척을 시도해야 되며 신선 포도일 경우라도 지역명 또는 고유브랜드 이미지 홍보를 병행 실시하여 고정 수요를 확보할 필요성 있다.

- 소비확대를 위해서는 지속적인 판촉전 (Food Fair)을 통하여 껌질째 먹는 미국산, 호주산 등과 틀린 한국산 포도의 맛을 소비자 대상 시식행사를 통해 익숙하게 만드는 수밖에 없을 것이다. 또한 미국 및 호주산은 수출하 시기 내 소매 판매대에 포스터 광고(포스터 광고는 유통업체에 부착료를 매달 지급해야 함), 신문광고, 할인판매 등을 실시하고 있다. aT도 유통업체 연계 판촉행사만 일시적으로 개최하는 것 보다는 유통업체 MOU 등을 통해 유기적인 관계를 지속하여, 유통업체, 수입, 수출업체와 연간 홍보판촉 계획 및 광고 계획을 수립하고 시행하는 것이 필요 하다.

## 참 고

### ● 관련 웹사이트

- Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore : [www.ava.gov.sg](http://www.ava.gov.sg)  
- 수입, 검역, 통관 관련 자료
- StatLink (Singapore Trade Statistics) : <https://statlink.iesingapore.gov.sg>  
- 싱가포르 수출입 통계 자료
- Tradenet : [www.tradexchange.gov.sg](http://www.tradexchange.gov.sg) (수입신고)
- Singapore Customs : <http://www.customs.gov.sg>  
- 싱가포르 관세청, 수출입 관리법, 관세법 등
- Singapore Statue Online : <http://statutes.agc.gov.sg/>  
- 식품판매법(The Sale of Food Act): 식품 제조, 유통 및 수입 검사 기준

● 싱가포르 과일 수입업체

취급상	품 목	주수입국	소재지 및 연락처
Hupco Pte Ltd	과일전반 채소류전반	말레이시아, 중국, 미국, 호주, 한국	BLK 20 PASIRPANJANG WHOLESALE CENTRE #01-136 T) 67762188 F)67779873
Peng Hong Heng Kee Trading	과일류전반	태국, 남아공, 호주, 뉴질랜드	BLK 25 PASIRPANJANG WHOLESALE CENTRE #01-197 T)67793077 F)67795610
Law Song Nam Vegetable Merchant	과일류 채소류전반	중국, 호주, 미국, 태국	BLK 11 PASIRPANJANG WHOLESALE CENTRE #01-574 T)67764801 F)67761929
Chop Nam Huat	과일류, 채소류	중국, 태국, 말레이시아, 호주	BLK 6 PASIRPANJANG WHOLESALE CENTRE #01-226 T)67794988 F)67796091
Chye Heng Vegetable Dealer	과일류, 채소류	말레이시아, 태국, 중국, 호주, 미국	BLK 25 PASIRPANJANG WHOLESALE CENTRE #01-197 T)67625831 F)67605609
Banchoon Marketing Pte Ltd	과일류 채소류	미국, 호주, 중국, 한국, 일본, 대만	BLK 21 PASIRPANJANG WHOLESALE CENTRE #01-142 T)67771333 F)67771400
Huk Seng Marketing Pte Ltd	과일전문	한국, 호주, 미국, 남아공, 중국	BLK 23 PASIRPANJANG WHOLESALE CENTRE #01-176 T)67792922 F)67771473
Khim Huat Hup Kee	과일류	호주, 미국, 중국등	No230A Pandon Loop #03-11 S'pore 128416 T)67794888 F)67748501

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국



# Ⅲ. 감귤 러시아







# 러 시 아

## 1. 유통동향

### 가. 현지 유통구조

- 한랭하고 겨울이 긴 대륙성 기후의 특성을 가진 러시아에서는 감귤의 재배가 어려워 전량 수입에 의존
- 러시아의 과일수입은 대부분 대형 전문수입업체에 의해 이루어지며 이러한 수입업체는 수입과 동시에 도매상의 역할도 함
  - 수입물량의 55%는 다른 도매상에게 판매하며, 나머지 45%는 슈퍼마켓, 대형할인점과 같은 소매체인점에 직접 판매
- 남미, 아프리카산 과일은 주로 선박을 이용하여 상트 뻬제르부르그 항구로 들어오며 (평균 1~3주가 소요), 유럽산 과일은 트럭으로 모스크바나 상트 뻬제르부르그로 운송 (평균 3~5일 소요)
  - 상트 뻬제르부르그나 모스크바로 들어온 과일은 주로 러시아의 유럽지역이나 러시아 전역에서 유통
  - 상트 뻬제르부르그는 수입 신선농산물이 러시아로 들어오는 입구로서, 전체 과일 시장의 70% 이상을 차지하는 주요 과일수입업체 3곳(JFC, Sunway, Sorus)이 위치
- 기타 지역에서 수입되는 과일은 지역 항구인 Novorossisk, Vladivostok, 또는 Rostov-na-Don을 통하여 들어옴
  - 지방의 항구를 통하여 들어온 과일은 주로 해당지역에서 유통됨
- 수입된 과일은 기차나 트럭 이용을 이용하여 러시아 전역으로 분배

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

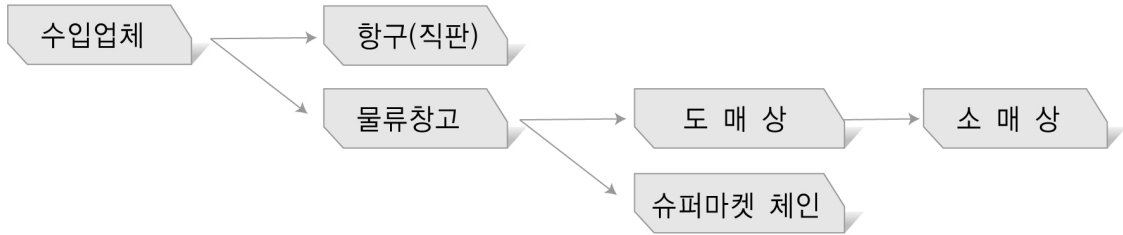
VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 수입과일 유통단계 〉



나. 수입현황

- 2000년 이후 러시아 과일시장은 연간 평균 9.5%씩 성장하고 있으며 전체 과일의 절반 이상을 수입에 의존
  - 주요 수입과일은 바나나(27%), 사과(22%), 오렌지(14%), 배(7%), 감귤(6%) 등이며 주요 수입국가는 남미, 모로코, 터키, 중국, 유럽, CIS국가 등
- 러시아의 최대 감귤류 수입국가는 모로코, 터키, 중국, 스페인, 아르헨티나, 파키스탄 등이며, 특히 전체 감귤류 수입물량의 31.4%를 모로코에서 수입
  - 주요 수입품종은 Clementine
  - 중국산 감귤은 주로 시베리아, 극동지역에서 유통

〈 국가별 시장점유율 〉

구 분	2005 년		2006 년		2007 년	
	물량(%)	금액(%)	물량(%)	금액(%)	물량(%)	금액(%)
모 로 코	33.46	37.85	35.69	40.47	31.42	37.08
터 키	20.97	17.95	22.32	21.16	20.41	17.90
중 국	12.93	15.48	9.59	10.93	12.12	12.00
스 페 인	3.65%	3.91	3.40	3.49	8.59	9.21
아 르 헨 티 나	5.66	5.73	6.20	5.90	7.04	6.39
파 키 스 탄	4.82	4.83	7.60	6.60	4.89	4.40
이 스 라 엘	3.79	3.25	2.12	1.97	4.06	3.67
아 제 르 바이 잔	1.73	1.35	1.44	0.97	3.44	2.29
그 루 지 야	8.02	4.72	6.48	3.59	1.98	1.32
남 아 프 리 카	1.75	1.74	1.76	1.76	1.55	1.43
한 국	0.07	0.07	0.31	0.28	0.56	0.49

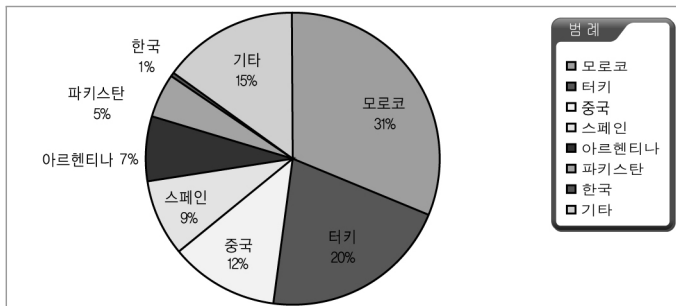
자료원 : World Trade Atlas(HS Code : 080520)



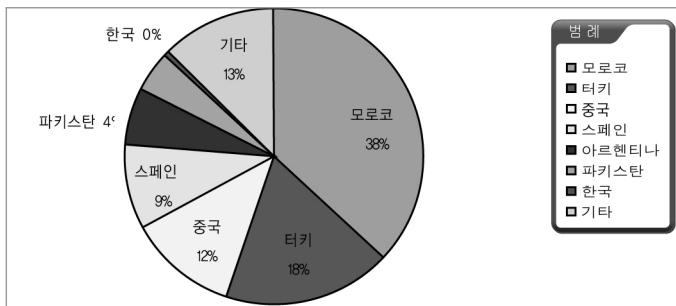
- 감귤 생산국가의 작황 및 수출여건, 러시아의 수입규제정책에 따라 수입물량이 변동됨에 따라 국가별 시장점유율도 변화
  - 이스라엘은 현지여건이 좋지 않아 2005년보다 2006년 수출물량 및 시장점유율 감소
  - 구소련 국가 중 하나인 그루지야산 감귤의 수입물량이 2005년 크게 증가하였으나 감귤 시즌인 2007년 12월 러시아 농업감독국은 그루지야산 감귤이 러시아 및 국제적 식물검역기준에 부합하지 않는다고 전면 수입금지 조치를 내림에 따라 수입물량 크게 감소

〈 2007 러시아 감귤시장 국가별 점유율 〉

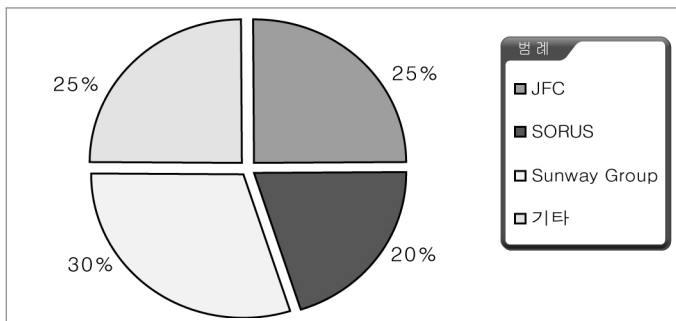
(물량기준)



(금액기준)



〈 러시아 과일시장 주요 수입업체별 점유율 〉



I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

### 다. 유통형태 및 유통규격

- 도매시장에서는 감귤류를 대부분 박스(10kg) 기준으로, 소매시장에서는 특별한 포장 없이 벌크로 진열하여 1kg 당 가격 기준으로 판매
  - 일부 고급 슈퍼마켓이나 중소규모 마켓에서는 1kg씩 그물망에 포장하거나 6~8개씩 포장하여 판매하기도 함

판매형태(재래시장)



판매형태(스페인산/대형마켓)



그물망 포장(태국산/슈퍼마켓)



날개포장(아르헨티나산/슈퍼마켓)



### 라. 가격동향

○도매가격

원산지	품종	크기	무게(kg)	단위	가격(루블)
스 페 인	Ortanic	7.5-12	10	1box	530
	Afourer	6-10	2.3	1box	130
		5-10	10	1box	570
모 로 코	Afourer	6-10	2.3	1box	140
		5-10	10	1box	600
	Clementine Nour	1-6	10	1box	420

자료원 : 상트 페테르부르크 SORUS('08.03.04)

○ 소매가격

품 목	원산지	가격(루블/kg)
감 쿨	이스라엘	190
	모로코	102

자료원 : 모스크바 슈퍼마켓 7th Cont.(‘08.03.04)

## 2. 소비동향

- 러시아 소비자의 연간 일인당 과실류 소비량은 약 34kg으로 이는 기타 유럽 국가 및 미국의 연간 소비량에는 미치지 못하는 소비실적임
  - 총 소비량 중 사과가 10.5kg으로(30%) 가장 많았으며 바나나는 4.5kg(13%), 오렌지 및 감귤류가 3kg(8%)를 차지함
  - 러시아인들은 과일을 주로 간식이나 기차 이동시 이용
- 러시아인이 가장 선호하는 과실류는 사과, 바나나, 오렌지, 포도, 배의 순서로 나타났으며 파인애플, 망고, 아보카도 등 열대 과실류의 선호도는 상대적으로 저조함
  - 다만 열대 과실류의 선호도가 증가추세에 있으며 수입도 늘어나고 있어 향후 시장 확대가 예상되는 상황임
- 감귤은 겨울에 가장 많이 수입, 판매되고 여름에 가까울수록 유통물량이 적은 편임
  - 감귤은 새해를 맞이할 때 준비하는 과일로 12월에 소비량 급상승
  - 여름에는 수박, 메론, 살구, 자두, 포도 등 다양한 계절과일이 판매되어 감귤에 대한 수요는 매우 낮음
- 감귤은 신선과일로 소비하기도 하지만 주스, 제빵, 디저트 등 다양한 형태로 가공



I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

감귤주스



과일 디저트



- 모로코와 아르헨티나, 남아프리카산 감귤이 러시아 전체에서 가장 많이 소비되는 제품이며, 스페인산의 경우는 가격이 비싸고 고급제품이라는 인식이 현지 소비자들 사이에 자리잡고 있어서 주로 모스크바, 상트페테르부르크 및 기타 대도시에서 중산층 이상의 소비자들에 의한 구매가 이루어짐
  - 모스크바의 일부 고급 슈퍼마켓에서는 고가의 태국산, 일본산 감귤 판매
  - 노보라시스크가 위치한 남부지역에는 이스라엘, 터키, 파키스탄산이 대부분을 차지하고 있으며, 시베리아 및 극동지역은 중국산, 극동지역에서 한국산 감귤도 유통되고 있음
- 소비자 대상 설문조사 결과, 45%의 응답자가 감귤류 소비가 가장 많은 가을·겨울에 1회 이상 감귤을 구입하며, 이 중 40%의 1회 구입량은 1kg 이하인 것으로 나타남
  - 러시아에는 다양한 국가의 다양한 품종의 감귤이 들어와 있지만, 설문조사 결과 가장 선호하는 원산지는 모로코이며, 품종은 고려 대상이 아닌 것으로 나타남
  - 주요 감귤류 구매기준은 당도와 과즙함량으로 응답

< 감귤류 관련 소비자 설문조사 결과 >

1) 감귤류 구매빈도(%)

항 목	가을, 겨울	봄, 여름
① 일주일에 2회 이상 구매	19	0
② 일주일에 1회	26	1
③ 한달에 2-3회	16	10
④ 한달에 1회	23	17
⑤ 두달에 1회	11	17
⑥ 구매빈도 낮음	5	27
⑦ 구매하지 않음	-	28

2) 1회 구매량(%)

1kg 미만	1kg	1-5kg	5kg 이상
49	40	11	-

3) 원산지 선호도(%)

모로코	터키	중국	스페인 *	아르헨티나	기타	관심없음
89	-	-	12	-	11	-

\* 모로코와 복수응답

4) 구매기준(%)

당 도 *	향	품종	원산지	포장	기타(과즙)
100	10		2		7

\* 당도를 제외한 나머지 항목은 당도와 복수응답

※ 설문조사는 2008년 7월 모스크바에서 20-50대의 100명의 소비자를 대상으로 시행

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

### 3. 수출입동향

#### 가. 국가별 수입동향

- 러시아는 감귤을 전량 수입에 의존하고 있으며 수입물량은 2003년 189,000톤에서 2007년 469,516톤으로 약 2.5배 증가
  - 소비자 구매력이 향상되고 건강에 대한 관심이 증가함에 따라 과일수요량도 증가하고 있으며 감귤도 이에 영향을 받아 시장규모 확대

〈 주요 국가별 수입동향 〉

(단위 : 톤, 천 달러)

국 가	2005		2006		2007		증감율(%)	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전 체	319,214	170,470	431,397	268,916	469,516	340,988	8.8	26.8
모 로 코	106,797	64,530	153,944	108,827	147,517	126,448	△ 4.2	16.2
터 키	66,942	30,592	96,281	56,900	95,846	61,029	△ 0.5	7.3
중 국	41,284	26,397	41,380	29,398	56,918	40,933	37.6	39.2
스 페 인	11,642	6,670	14,655	9,377	40,341	31,400	175.3	234.9
아르헨티나	18,078	9,773	26,727	15,864	33,071	21,804	23.7	37.4
파 키 스 탄	15,401	8,229	32,797	17,743	22,938	15,007	△ 30.1	△ 15.4
이 스 라 엘	12,091	5,541	9,147	5,310	19,066	12,515	108.4	135.7
아제르바이잔	5,533	2,306	6,214	2,615	16,160	7,822	160.1	199.1
남 아 공	5,575	2,972	7,577	4,726	7,282	4,889	△ 3.9	3.5
그 루 지 야	25,608	8,047	27,950	9,657	9,307	4,488	△ 66.7	△ 53.5
사이프러스	852	388	2,069	1,050	5,573	3,654	169.4	248.0
이 탈 리 아	1,615	922	1,377	816	3,466	2,741	151.7	236.1
우 르 과 이	3,331	1,856	4,180	2,533	3,782	2,674	△ 9.5	5.6
기 타	4,465	2,247	7,099	4,100	8,249	5,584	16.0	36.1

자료원 : World Trade Atlas

#### 나. 국가별 수입단가

- 2007년도 감귤 수입단가는 전체적으로 16.5% 증가하였으며, 2007년 주요 수입국가를 기준으로 대부분 kg당 1달러 미만인 0.66~0.86달러 대에 분포하여 있으나, 수입물량이 적고 고급 마켓에 들어가는 일본, 태국산 감귤 등의 수입단가는 3달러 이상임

- 모로코산 감귤은 가장 수입량이 많으면서도 품질 및 인지도가 좋으며 수요가 가장 높은 연말과 연초를 비롯하여 전체 시장공급물량이 적은 늦은 봄까지 수입되면서 kg당 0.86달러로 상대적으로 높은 가격대 유지
- 중국산은 주로 지리적으로 인접한 시베리아, 극동지역으로 공급되어 타국산보다 유리한 지위에 있으며 수요가 가장 높은 연말·연초에 수입
- 그루지야는 러시아의 남쪽 영토에 접한 국가로 과거 구소련이었으며 현재는 CIS국가 구성원으로 러시아와 자유무역이 이루어져 다른 지역보다는 매우 낮은 가격인 kg당 0.48달러에 수입
- 일본산 감귤은 2007년부터 수입되었으며, 3,578kg으로 그 물량은 매우 적은 편이나 수입단가는 8.29달러로 가장 높음

〈 국가별 수입단가 〉

(단위 : US\$/kg)

원산지	수입단가			'07 / '06 증감율
	2005	2006	2007	
전 체 평 균	0.53	0.62	0.73	16.5
일 본	-	-	8.29	-
튀 니 지	-	-	5.22	-
태 국	1.36	4.97	3.46	△ 30.5
대 만	-	-	1.28	-
모 로 코	0.60	0.71	0.86	21.3
스 페 인	0.57	0.64	0.78	21.7
중 국	0.64	0.71	0.72	1.2
남 아 공	0.53	0.62	0.67	7.6
아르헨티나	0.54	0.59	0.66	11.1
이 스 라 엘	0.46	0.58	0.66	13.1
파 키 스 탄	0.53	0.54	0.65	20.9
터 키	0.46	0.59	0.64	7.7
한 국	0.53	0.56	0.63	11.5
그 루 지 야	0.31	0.35	0.48	39.6

자료원 : World Trade Atlas

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 4. 수입제도

### 가. 수입통관제도

#### ㉠ 수입통관절차

##### ○ 수입자 조건

- 수입자는 세관에 “대외경제활동 참가업체” 로 등록되어 있어야 함
- 수입자는 화물도착에 관한 사실을 세관에 통보함
- 수입상은 수입제품을 세관 창고에 위치시켜야 함
- 수입상은 세관에 통관신고서와 기타 관련서류를 제출해야 함

##### ○ 통관서류(감굴류)

- 통관신고서(소정 양식)
- 수출입계약서
- 상업송장(Invoice)
- 포장리스트(Packing List)
- 운송서류(bill of lading, railway transportation bill, the CMR int'l car transportation bill, air transportation bill 등)
- 원산지증명서(Certificate of origin)
- 위생검역증(Sanitary-epidemiological conclusion)
- 수출국에서 발행한 식물검역증
- 러시아연방 식물검역소에서 발행한 검역인증서(Quarantine Certificate, Phytosanitary Certificate) 및 제품 및 운송기기 검역 및 증명서(Act of phytosanitary control of goods and transportation vehicles)

##### ○ 수입통관절차

- 세관원이 통관신고서 내용 확인
- 신고제품의 HS Code와 실제물건의 일치 여부를 검사하고 원산지 증명 및 관세규정 절차준수여부 확인
- 외환관리 및 신고금액 산정의 적정여부, 신고액수와 관련서류의 일치여부 확인
- 관세정보 재검토 및 관세납부
- 화물 수령



## ㉠ 관세제도

- 러시아 수입관리제도에는 수입관세에 의한 관세조치와 수입허가, 안전증명, 수입품 표시의무 등의 비관세조치로 구분
  - 수입관세에 의한 관세조치가 가장 중요한 수입관리제도로서 과도한 수입으로 인한 국내 산업보호와 국가재정수입 확충이라는 두 가지 정책수단으로 활용
- 통관비용 : 수입관세, 부가가치세, 소비세, 세관수수비 등
  - 수입관세 : 관세 부과기준은 HS 상품분류에 의거하며, 러시아 연방 대외경제대상품 코드에 의거하여 관세율을 산정
  - 부가가치세 : 세관신고가격의 18%
  - 소비세 : 사치품(에틸알콜 주정, 주정 용액, 알코올제품, 맥주, 담배, 보석, 자동차용 벤진, 승용차 등)의 경우 소비감소 유도를 목적으로 소비세 부과
  - 세관수수비 : 통관 수속에 들어가는 기타 경비로는 통관비, 세관원 통행료, 창고 보관료 등이 있음
- 러시아 정부는 수입가격의 액면가 조작에 의한 관세포탈을 방지하기 위해 종량세 대상품목을 도입하고, 수입관세율로 산정한 금액과 종량세 기준으로 산출한 금액 중 많은 쪽을 적용하여 관세를 징수
  - 종가세 : 가장 일반적인 경우로, Invoice 금액(CIF)의 5%, 10%, 15%, 20%의 관세 부과
  - 종량세 : 통상 Euro관세라고 지칭되는 관세 유형으로 상품의 Invoice 수량(중량)에 따라 euro로 지정하여 관세를 부과
  - 혼합세 : 종가세와 종량세를 혼합한 것으로서 산출한 관세중에서 많은 쪽을 선택해서 부과
- 러시아는 2004년부터 관세절차를 간소하게 바꾸어서 세관신고 검사기간을 3일로 줄였으며, 물품에 대한 사전 세관신고 후 나중에 해당물품을 들여올 수도 있음
- 관세산출 및 납부
  - 통관신고자(브로커, 창고업자)가 관세를 납부할 의무가 있는데, 일반적으로 신고 가격과 물량을 기준으로 관세가 산출되며, 관세 결정에 많은 시간이 소요될 경우, 예치금을 적립한 후 상품을 방출한 뒤에 나중에 통관 절차를 마무리할 수 있음
  - 관세는 세관신고 또는 보세운송 종료 후 15일 이내에 납부해야함

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 감굴류 수입통관비용 〉

구 분	수입관세 *	부가세	기타 세관수속비
HSK 080520	세관 신고가격의 5%, 단 kg 당 0.03유로 이상	수입관세를 포함한 물품가격의 18%	통관비 통행료 세관창고 보관료

자료원 : 러시아 관세청

\* 한국은 러시아가 정한 개도국 범주에 포함되어 기준의 75%인 개도국관세를 적용을 받아, '3.75%, 단 kg 당 0.0225유로'의 수입관세 부과

나. 위생검역제도

㉠ 위생검역제도

- 위생검역증(Sanitary-epidemiological conclusion)은 제품, 활동 종류 또는 기술적 조건이 적용 가능한 위생 기준과 러시아 소비자들의 보건과 안전을 보호하는 목적으로 위생 기준과 및 공중위생규정에 부합한다고 확인시켜주는 문서
  - 수출 시 반드시 첨부되어야 하지만, 일반적으로 통관 시 식물검역과 함께 다시 검사함
- 위생검역증은 소비자 권익보호 및 복지 감독국(The Federal Service for Protection of Consumer Rights and Human Well-Being ; Rospotrebnadzor)에 의해 발급되며, 관련 규정은 다음과 같음
  - Hygienic Requirements For Foodstuff Safety and Nutrition (SanPiN 2.3.2.1078-01)
  - General Requirements For Providing Consumer Information Regarding Foodsstuffs (GOST P 51074-2003)
  - Hygienic Requirements For Food Additives(SanPiN 2.3.2.1293-03)

〈 감귤류 농약 및 기타성분 기준 〉

구 분	성 분	허용함량(mg/kg 이하)	비 고
중 독 성 분	납	0.4	과실류
	비소	0.2	
	카드뮴	0.03	
	수은	0.02	
살 충 제	Hexachlorocyclohexane ( $\alpha$ , $\beta$ , $\gamma$ - isomer)	0.05	과실류
	DDT and metabolite of DDT	0.1	
방 사 성 핵 종 (Radionuclide)	Caesium-137	40	과실류
	Strontium-90	30	

자료원 : SanPin 2,3,2,1078-01

⑨ 위생검사절차

□ 검사절차

- 제품검사 신청서 등록 및 서류제출
- 검사에 필요한 샘플 수량 결정
- 검사 관련 비용 계약체결
- 제품 관련 서류검사 및 제품테스트
- 검사결과에 따라 인증서 발급

□ 제출서류

- 검사신청서
- 수출입계약서
- 안전증명서(수출국 발급)
- 제품설명서
- 라벨(러시아어)
- 기타 검사기관 요청자료
  - ※ 한국의 발급대행기관 : 씨티알 파이스트(주)
  - 연락처 : 02-709-4580 / 담당 : 박세진 부장
- 위생검역증의 유효 기간은 제품의 유형, 제조 상황, 제출서류 및 규정에 의해 결정되지만, 일반적으로 1~5년간 유효

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 나. 식물검역제도

### ㉠ 식물검역제도

- 러시아로 수입되는 식물제품은 식물검역규정에 따라 러시아 동식물검역소(the Federal Service for Veterinary and Phytosanitary Surveillance of the Russian Federation ; Rosselkhnadzor, VPSS)에서 발급하는 검역증을 받아야 함
- 식물검역 관련 규정은 다음과 같음
  - the Federal Legislation on Plant Quarantine (2000.7.15)
  - the Ministry of Agriculture's Order N 681 (2002.9.3) "On plant quarantine while importing, storing, transporting, and using grain and grain products that are imported into Russia for food, feed, and processing"
  - the Ministry of Agriculture's Order N 163 (2007.3.14), "On Organizing Activities To Issue Phytosanitary And Quarantine Certificates"
- 러시아연방 농업부는 식물검역 대상 목록([http://www.mcx.ru/images/download.html?pi\\_id=4481](http://www.mcx.ru/images/download.html?pi_id=4481)) 및 주요 식물검역 물질에 해당하는 해충, 병, 잡초 등의 목록 ([http://www.mcx.ru/index.html?he\\_id=484&doc\\_id=3252](http://www.mcx.ru/index.html?he_id=484&doc_id=3252))을 기관 사이트에 게시

### ㉡ 식물검역절차

- 검역절차
  - 수입자는 화물이 수출국을 출발하기 전에 수입식물검역허가서(Import Quarantine Permit for imports of products subject to quarantine inspection)를 발급받아야 함
  - 수입품의 러시아 국경 도착과 함께 러시아 식물검역소는 대상물품 및 운송기기 검역
  - 검역 시 검역물질이 발견될 경우, 당국은 화물을 수출자에게 반송하거나 소독처리할 권리가 있으며, 소독이 불가능할 경우 폐기처분할 수 있음
  - 검역을 통과하면 검역인증서(Quarantine Certificate)와 러시아 식물검역증명서(Act of the Russian government quarantine phytosanitary control)를 발급
  - 식물검역소에서 발급받은 인증서는 다른 통관서류와 함께 제출됨
- 수입품을 극동지역의 국경을 거쳐 모스크바로 운송하는 경우, 국경지역 식물검역소에서 1차 검역, 도착지 식물검역소에서 2차 검역 시행

### 다. 포장 및 라벨링 규정

- 감귤의 포장 및 라벨링은 감귤의 기술적 조건에 관한 규정인 GOST 4428-82에 명시되어 있음
- 감귤은 각 나무상자에 동일한 품종과 크기에 따라 포장해야 하며, 상자의 바닥, 측면, 뚜껑 아래쪽과 열매의 각 줄마다 포장지를 깔아야 함
  - 상자안의 열매는 대각선이나 장기관 모양으로 포장해야 하지만, 가공용 제품인 경우에는 크기와 배열에 관계없이 놓을 수 있음

#### 〈 감귤 포장 나무상자 규격 〉

상자번호	상자형태	내부규격(mm)			용량(1000cm <sup>3</sup> )	화물무게(kg)
		길이	너비	높이		
2	Ⅵ	350	350	290	35.5	20

자료원 : GOST 4428-82, GOST 10131-93

- 각 상자는 형판을 이용하거나 종이라벨을 부착하여 상표가 표시되어야 하며, 상표에 기재되어야 할 내용은 다음과 같음
  - 발송자명
  - 제품명 및 품종
  - 포장일
  - 크기에 의한 열매의 분류
  - номер укладчика
  - 화물 인덱스
  - 규격 기호
- 감귤은 기온 2-5℃의 냉장기기를 이용하여 운송해야 하며, 기온 2-6℃, 습도 85-90% 상태에서 보관해야 함

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 5. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

- 2005년 이후 러시아의 한국산 감귤수입 크게 증가하여 2007년에는 2005년의 약 10배인 2,584톤 수입
  - 한국산 제주도 감귤은 러시아 극동지역에서 대부분 판매되고 있으며 생산시기와 맞물린 11월에서 익년 3월사이 수입

### 〈 대러시아 한국산 감귤 수출동향 〉

(단위 : 톤, 천달러)

2005		2006		2007		2007.7월		2008.7월		대비(%)	
물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
266	173	1,329	1,449	2,584	1,736	174	202	1,056	674	506	233

자료원 : 농수산물유통공사 KATI(www.kati.net)

- 극동지역에서 한국산 감귤류의 최대 경쟁국가는 중국으로, 중국산 감귤이 30루블/kg에 판매되면 한국산 감귤은 60루블/kg에 판매되어 가격경쟁력이 낮지만, 품질경쟁력은 있는 것으로 여겨지고 있음
  - 2006년에는 현지에서 한국산 감귤의 인지도가 높아짐에 따라 한국산 감귤을 찾는 바이어가 증가함
  - 그러나 한국의 감귤 재배동향에 따라 당도 등의 품질 변화로 중국산과의 차이가 크게 나지 않을 경우 현지 바이어들은 한국산 수입을 중단하는 경우도 있으며, 아직까지 시장이 극동지역에 국한되어 있어 한국 수출업체 사이 경쟁 또는 중국산과의 경쟁으로 가격을 하락시켜 고급이미지 및 품질인지도를 유지시키지 못하는 문제 발생
- 모스크바를 중심으로 하는 유럽지역은 전통적으로 모로코, 터키, 스페인, 아르헨티나 등지에서 감귤이 대량으로 수입·유통되고 있어 시장진출에는 어려움이 있으나, 최근 성장하고 있는 고급 슈퍼마켓을 타겟으로 할 경우 시장진입 가능성 있음
  - 일본산 감귤의 경우 소량이지만 일부 고급 슈퍼마켓 체인에서 kg 당 1,000루블에 판매
  - 고급, 건강, 친환경적인 이미지를 가지고 있는 일본의 영향력을 고려하더라도, 기존의 수입 감귤류와 다른 품종인 한국산 감귤류는 매력이 있으며, 그 품질을 인정받을 경우 일본산과 함께 고급마켓을 형성할 수 있음
- 일반적으로 인식하고 있는 타국산 감귤 특징은 다음과 같음
  - 모로코 : 당도가 높고 씨가 없음. 크기가 작고 선명한 오렌지색. 껍질은 얇고 잔구멍이 많으며, 잘 벗겨짐

- 터키 : 중간 크기에 표면이 매끄럽고 껍질이 잘 벗겨지지 않음. 신맛이 나고 씨가 많음. 이러한 특징 때문에 터키산 감귤에 대한 수요가 낮은 편이며, 따라서 가격도 낮음
- 스페인 : 가장 달고 과즙이 풍부함. 과실은 크고 선명한 오렌지색. 껍질은 두껍고 잔구멍이 많은 편으로 잘 벗겨짐. 씨가 조금 있음. 타국산에 비해 가격이 높음

## 6. 한국산 수출확대방안

- 생산관리
  - 지속적인 수출 및 타국산과 차별화된 한국산 감귤류의 이미지를 유지하기 위해서는 향과 당도가 높은 균일한 제품을 선별하여 수출해야 함
  - 수출 전업형 감귤단지 및 생산자 단체를 육성하여, 전략적인 품질 및 기술관리
- 유통관리
  - 지속적인 시장개척을 위하여 안정적인 가격 및 물량공급
  - 수송 중 압상에 의한 변형 및 부패 방지를 위한 포장 및 운송여건 개선으로 장기 수송 및 보관의 현실화
  - 타국산과의 차별화와 제품의 브랜드화를 위하여 포장 개선
  - 한국산 과실류의 주요 수출지역인 극동지역에 현지 물류기지를 구축(냉장창고설비) 하고, 수출전진기지로 삼아 러시아 전 지역으로 수출확대
- 홍보관리
  - 한국산 감귤 및 과실류를 경쟁 제품과 차별화하고, 가격에 맞는 고급 이미지 형성을 위한 고급마케팅 전략 필요
  - 브랜드 광고를 강화하고, 모스크바 지역은 고급 매장 시식회 및 제품정보 및 활용 방법 등 다양한 제공을 통한 고소득층 소비자의 한국산 감귤류에 대한 인지도 제고

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

첨 부

● 정보 관련 사이트

구 분	사이트
Ministry of Agriculture	www.mcx.ru
Ministry of Health	www.minzdravsoc.ru
Federal Service for Technical Regulation and Metrology	www.gost.ru
Federal Service for Protection of Consumer Rights and Human Well-Being	www.gsen.ru
Federal Customs Service of Russia	www.customs.ru

● 바이어 리스트

업체명	연락처	비 고
FLK	- 모스크바 : 7(495)740-4422	
Fresh Fruits	- 모스크바 : 7(495)105-0560	order@sf2000.ru
Imperial	- 상트 페테르부르크 : 7(921)746-2252	imperial.spb@bk.ru
JFC	- 상트 페테르부르크 : 7(812)703-1486 - 모스크바 : 7(495)644-4945	www.jfc.ru
N-Comtrade	- 블라디보스톡 : 7(4232)300-767	nina@vvo.ru
SORUS	- 상트 페테르부르크 : 7(812)324-2514	www.sorus.ru
Sunway Group	- 상트 페테르부르크 : 7(812)329-5290	www.sunway-online.ru



# IV. 밤 일본



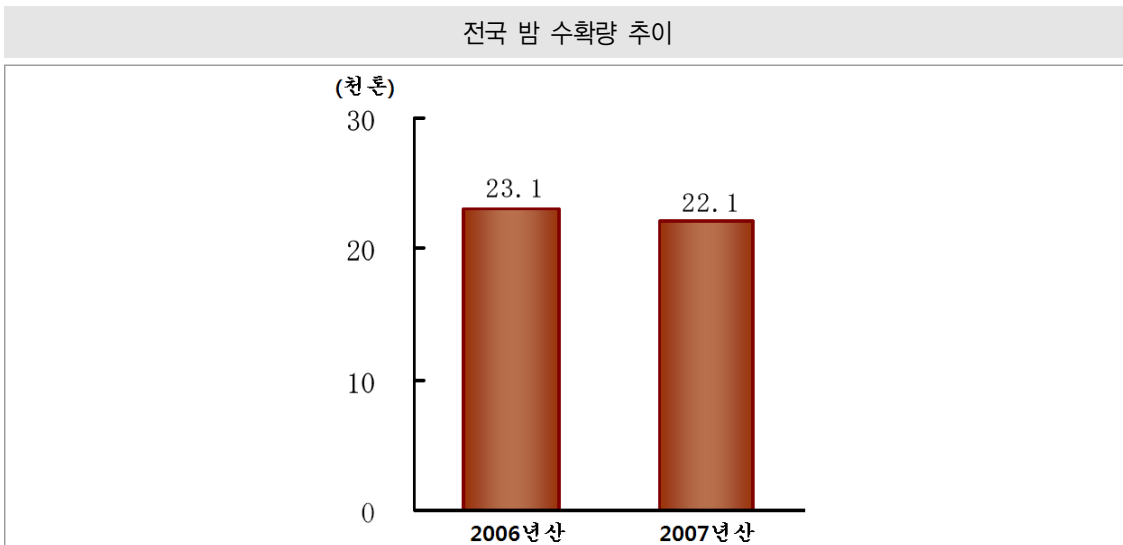


# 일본

## 1. 생산동향

### 가. 수확량

- 2007년 밤 수확량은 22,100톤으로 전년대비 1,000톤(4%) 감소하였으며, 출하량은 15,600톤으로 전년대비 600톤(4%) 감소함



- 결과수면적은 23,000ha로 전년대비 300ha(1%) 감소하였으며, 이것은 생산자의 고령화에 따른 노동력 사정에 의한 폐원 등이 진행되었기 때문임
- 10a당 수확량은 96kg으로 전년대비 3kg(3%)이 밀돌았으며, 이것은 대체적으로 개화기의 기후가 좋아서 개화수 등이 전년대비 증가하였음에도 불구하고 7월하순 이후의 고온·비의 영향으로 과실의 비대가 억제되었기 때문임

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일본

V. 양란  
일본  
중국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

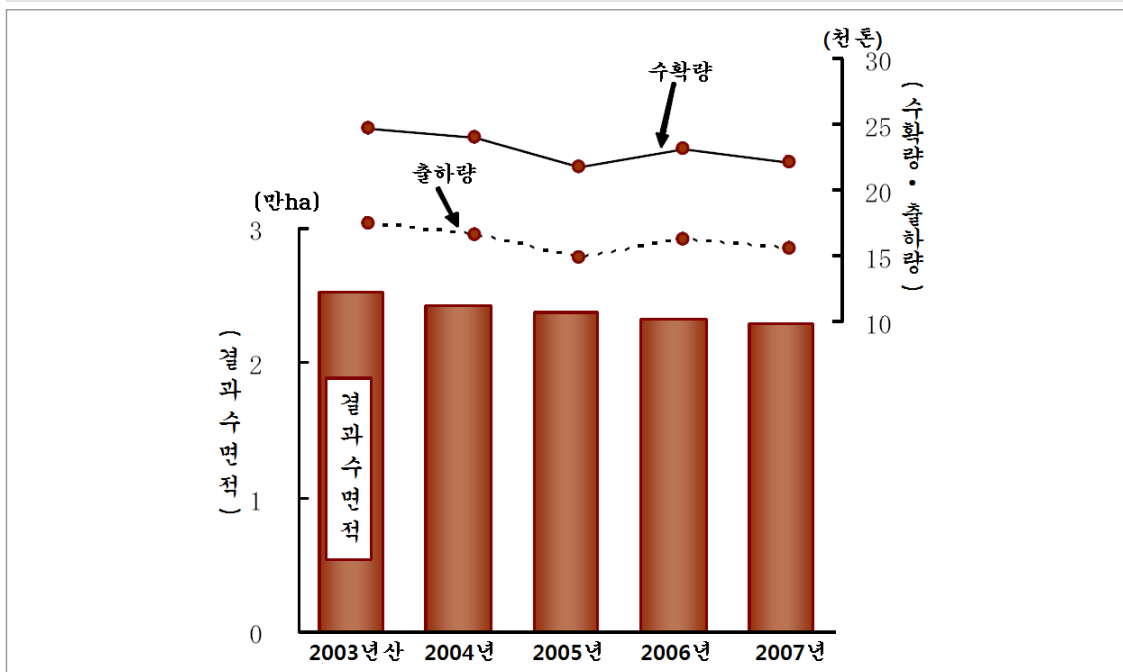
VII. 유자차  
일본  
중국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일본  
미 국

밤 결과수 면적 및 수확량·출하량 추이

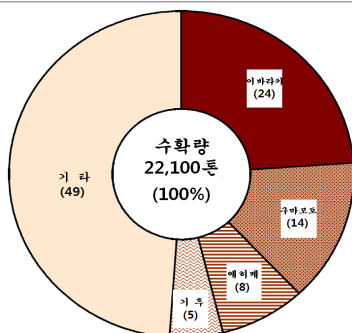


○도도후현별로 본 수확량 비율은 이바라키현이 24%, 구마모토현이 14%, 애히메현이 8%, 기후현이 5%로 이 4현에서 전국의 약 50%를 점유함

구 분	결과수면적 (ha)	10a당수량 (kg)	수확량 (톤)	출하량 (톤)	도매단가 (엔/kg)
98년	27,500	95	26,200	18,000	435
99년	26,900	112	30,000	21,400	311
00년	26,400	101	26,700	18,400	393
01년	25,900	112	29,000	20,400	318
02년	25,600	117	30,100	21,600	291
03년	25,300	98	24,600	17,500	413
04년	24,300	99	24,000	16,600	338
05년	23,800	92	21,800	14,800	461
06년	23,300	99	23,100	16,200	394
07년	23,000	96	22,100	15,600	415

자료원 : 일본 농림수산성 통계자료

'07년 생산 수확현황



결과수면적 (ha)	10a당수량 (kg)	수확량 (톤)	출하량 (톤)	전년산 대비(%)			
				결과수면적	10a당수량	수확량	출하
23,000	96	22,100	15,600	99	97	96	96

자료원 : 일본 농림수산성 통계자료

<07년 지역별 생산 수확량>

구분	결과수면적(ha)	10a당수량(kg)	수확량(톤)	출하량(톤)	전년산 대비(%)			
					결과수면적	10a당수량	수확량	출하량
전체	23,000	96	22,100	15,600	99	97	96	96
이바리키	4,020	133	5,350	4,380	99	110	109	109
토치기	704	73	514	301	100	112	113	118
사이타마	733	102	748	477	99	100	100	100
치바	519	121	628	420	101	98	98	99
도쿄	559	81	453	344	95	79	75	82
가나가와	554	95	526	383	99	100	99	105
이시가와	146	89	130	100	100	90	90	89
나가노	259	197	510	343	98	96	94	93
기후	632	163	1,030	768	99	110	109	107
시즈오카	352	124	436	248	99	89	88	91
오사카	226	92	208	152	100	99	99	98
효고	684	80	547	300	98	96	94	96
시마네	283	37	105	58	94	84	80	67
도쿠시마	170	79	134	74	90	111	100	109
가가와	57	61	35	16	95	94	90	100
에히메	2,490	68	1,690	1,350	99	85	84	81
구마모토	3,160	95	3,000	2,600	98	88	86	87
오이타	584	92	537	393	97	90	87	92
미야자키	904	72	651	571	101	88	89	90

자료원 : 일본 농림수산성 통계자료

I. 배  
미국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일본

V. 양란  
일본  
중국

VI. 새송이버섯  
미국  
유럽

VII. 유자차  
일본  
중국  
대만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일본  
미국

X. 쌀및기공밥  
일본  
미국

### 나. 밤의 품종 및 특징

- 일본밤은 야산에 자생하던 시바쿠리(芝栗)라는 야생종을 개량한 것으로 동북지방에서 큐슈까지 널리 분포하고 있음. 일본의 밤 흔적은 조몽시대(BC1만년~BC400년)의 유적에서 발견되고 있다고 하며, 식용으로 재배하기 시작한 것은 7세기 후반(持統天皇 / 686~696년) 부터라고 함.
- 현재 일본밤의 품종은 100종류 이상이며, 츠쿠바(筑波) 품종이 재배면적 전체의 약 30%를 차지하고 있으며, 탄바(丹波), 긴요세(銀寄), 이시즈치(石鎚)를 합한 4품종이 전체의 70% 정도를 차지하고 있음. 일본밤은 내피가 잘 벗겨지지 않는 약점은 있지만 밤알이 굵고 과육은 노란색을 띠고 있어 각종 일본과자 재료로도 많이 이용되고 있음
- 일본산 품종은 크게 조생종, 중생종, 만생종으로 구분되며, 수확시기는 조생종이 8월말~9월하순, 중생종 9월 하순~10월 상순, 만생종 10월 상순~10월 하순 등임

#### 〈 일본밤 주요 품종현황 〉

구 분	형 상	수확시기	과형	특 징
조 생 종	 <p>탄자와 (丹沢)</p>	8월말~ 9월상순	대형	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 밤품종중 농림1호로 지정되었으며, 조생종중 대표 품종임</li> <li>• 수세는 강하며, 품질이 양호한 편임. 생식 및 가공용으로 적합하나 열과가 많음. 생산량이 많은 품종임</li> </ul>
	 <p>쿠니미 (国見)</p>	9월중순~ 9월하순	대형	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 밤품종중 농림5호로 지정되었으며 결실성이 좋으며 과피가 짙음</li> <li>• 맛은 그다지 없는 편임</li> </ul>
	 <p>모리와세 (森早生)</p>	8월말~ 9월상순	소형	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 육질은 양호한 편이며, 가격이 높은 시기에 출하가 가능한 장점이 있지만 수확량이 많지 않아 주력 품종으로 적합하지 않음</li> <li>• 잘 찌그러드는 경향이 있음</li> </ul>
	 <p>타마츠클리 (玉造)</p>	8월말 ~ 9월상순	소형	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 육질이 좋으며, 가격이 높은 시기에 출하할 수 있으나 수확량이 적고 주력품종으로 적당치 못하며, 시름이 많음</li> </ul>
	 <p>오오미네 (大峰)</p>	9월중순 ~ 9월하순	대형	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 풍산형으로 가공용에 뛰어남, 착과가 과다되기 쉽고 강한 선정이 필요</li> </ul>

구 분	형 상	수확시기	과형	특 징
중형종	 <p>츠크바 (筑波)</p>	9월상순~ 10월상순	중형	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본밤 재배면적의 약 30%를 차지하고 있는 가장 많이 보급된 품종임이며 수확량이 많고 가공용으로 적합함. 1959년 농수성 원예시험장이 개발</li> <li>成木이 된 이후 수세 저하가 현저하고 85년 이후 품질이 떨어지고 있음</li> </ul>
	 <p>긴요세 (銀寄)</p>	9월하순~ 10월상순	중형 대형	<ul style="list-style-type: none"> <li>銀을 모았다(寄)는 이름과 같이 天命시대(1782~1784)에 대기근이 들었을 때 비상용식량으로 막대한 이익을 올렸다는 기록이 있는 품종임</li> <li>감미가 강하고 육질도 양호하며, 형상은 타 품종에 비해 편형임. 결실이 늦어 바람에 약하기 때문에 수확량이 안정되어 있지 않음</li> <li>현재 재배면적이 줄어들고 있으며, 10년째부터 수확할 수 있으므로 경제수명이 긴 편임</li> </ul>
	 <p>리헤이 (利平)</p>	9월하순~ 10월중순	대형	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본밤과 중국밤의 1대 교잡종임</li> <li>1950년 기후현에서 개발. 수세가 강하고 육질도 양호하며 시장가격은 높지만 수량이 적어 특정 지역 이외에는 경제성이 낮음</li> <li>삶으면 식미가 최고이며, 다소 열과가 많으며 10년째부터 수확하므로 경제수명은 긴 편임</li> </ul>
만생종	 <p>이시즈치 (石鉞)</p>	10월상순~ 10월중순	대형	<ul style="list-style-type: none"> <li>선도유지가 좋은 대과의 만생종임</li> <li>통칭 이노고(개발명)라고 불리우며, 1968년 품종 등록되었음</li> <li>품질이 좋고 가공용으로 적합하며, 저장용으로 가장 적합한 품종임. 수확량도 많음</li> </ul>
	 <p>간네 (岸根)</p>	10월중순~ 10월하순	대형	<ul style="list-style-type: none"> <li>츠크바(筑波), 이시즈치(石鉞)의 원종으로 맛이 좋고 품질이 양호함</li> <li>결실기에 접어드는 시기가 늦어 가을 추위가 빨라지면 완숙되지 않아 품질이 떨어짐</li> </ul>

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

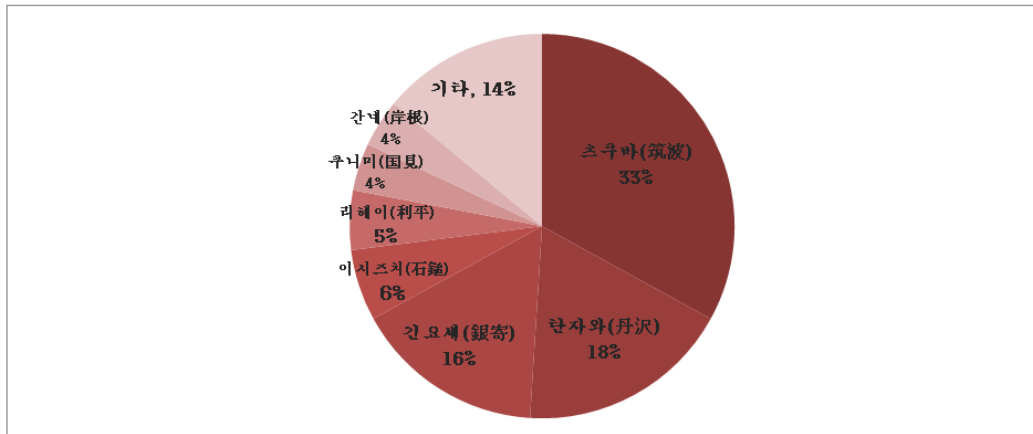
VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

### 다. 주요품종 재배 비율

- 일본에서 재배되는 대표적인 품종의 05년 기준으로 1위는 츠쿠바(筑波)가 30%이며, 2위가 탄자와(丹沢), 3위가 긴요세(銀寄)임



자료원 : 일본 농림수산성 과수품종별 동향조사

### 라. 시장동향

- 일본에서 가장 소비가 많이 되는 너츠류는 밤임
- 식용에 이용할 수 있는 밤은 일본과 한반도 남부에 분포하는 일본 밤외에, 중국 밤, 미국 밤, 유럽 밤 등 4종류가 있음
  - 일본 밤은 주로 생식용으로 이용되고 있으며 일본 밤의 수입량의 약 80%를 차지하는 중국산 밤은 거의 대부분이 천진밤이라고 불리는 중국 하북성을 주용 산지로 하는 아마구리(甘栗)용임
- 한국에외 수입되는 것은 깐밤으로 주로 “감로자” 용 및 과자원료 등에 이용됨
- 기타 양은 적으나 이탈리아 등에서 수입되는 유럽 밤은 마롱그라세 등의 원료임
- 설날의 구리킨톤 및 감로낫토의 판매감소에 의하여 깐밤에 대한 수요는 부진을 겪고 있으며, 그리고 국산 밤의 국내용 출하량이 감소하는 등 밤 전체 수요가 축소하고 있음
- 2000년 히트상품인 포켓 사이즈의 깐밤 레토르트 파우치 상품은 1인분의 한 번에 먹을 수 있는 사이즈로 손을 더럽히지 않고 언제나 간단하게 먹을 수 있는 점과 인공 감미료 및 첨가물을 일체 사용하지 않는 천연의 단 맛이 젊은 여성을 중심으로 인기가 있었으나 소비자가 싫증을 일으킨 면 등이 있어 02년 이후 판매액은 감소하고 있음



## 2. 유통현황

### 가. 유통구조

#### ㉠ 생 밤

- 수입량이 가장 많은 중국산은 아마구리(甘栗)의 원료로서 이용되고 있으며, 수입통관 후는 전문 유통업자를 통해 대형슈퍼나 甘栗전문점에 납품되고 있음
- 한국산 및 이태리산 밤은 대부분 대형슈퍼로 많이 나가고, 일본산과 동일한 경로를 통해 판매되고 있음
  - 주로 그물망 1kg단위로 포장되어 판매되고 있음

#### ㉡ 깎 밤

- 냉장 컨테이너로 수입되고 있으며, 주로 제과원료의 가공업자에게 납품되며, 한국산, 중국산이 대부분을 차지하고 있음
- 소매점에서는 주로 진공팩에 포장되어 판매되고 있음

#### ㉢ 밤통조림

- 대부분이 업소용으로 유통되고 있으며, 수입품은 가당한 상품이 대부분임

〈 '06년 청과물 출하 기구 〉

구 분		계	도매시장	소매점	가공업자	외식업자용	소비자 직접판매	기타
계	조직수	205	178	31	29	6	46	9
	출하량	6,700	5,190	165	914	61	235	146
집 출 하 단 체	조직수	175	157	19	25	4	42	6
	출하량	4,820	3,650	-	778	-	168	104
집 출 하 업 자	조직수	19	13	8	4	2	4	2
	출하량	1,860	1,520	89	16	-	67	-
산지집하시장	조직수	11	8	4	-	-	-	1
	출하량	30	19	-	-	-	-	-

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

### 나. 출하현황 및 규격

- 중앙도매시장에서 일본밤은 구마모토, 에히메, 이바라키산이 유통되고 있으며, 사이즈별로는 L(약 550개들이), 2L(약 430개들이), 3L(약 330개들이)이 주로 거래되고 있으며, 중국산은 천진올로 靑龍, 寬城, 西遷이 80kg들이 마대포장으로 유통되고 있음. 가장 보편적인 사이즈는 1kg당 약 140개들이로 상사에 따라 큰 알(大粒)과 작은 알(小粒)로 유통되고 있음
- 밤 출하는 대부분 8월~11월로 출하량 전체의 약 40%는 농협을 통해 출하되고 있으며, 용도별로는 생식용이 90% 정도이며, 가공용은 대부분 수입에 의존하고 있음
- 출하시기는 조생종이 8월말~9월하순, 중생종이 9월하순~10월상순, 만생종은 10월상순~10월하순임

#### 〈 밤 출하규격 〉

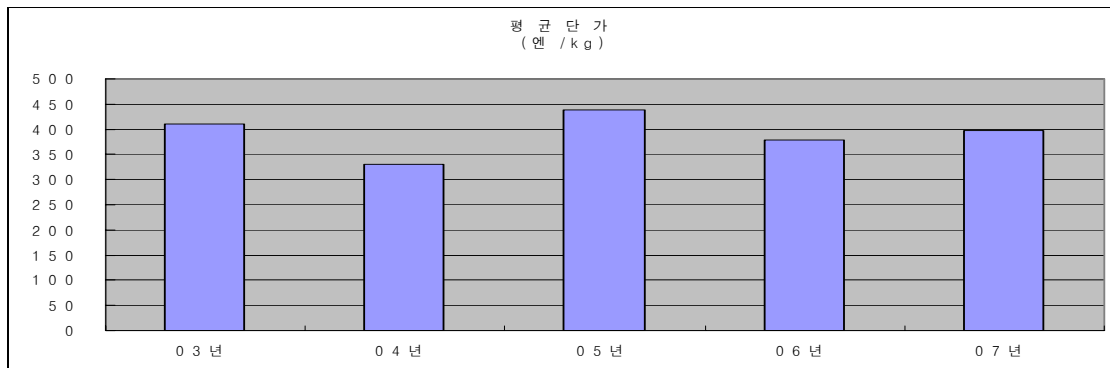
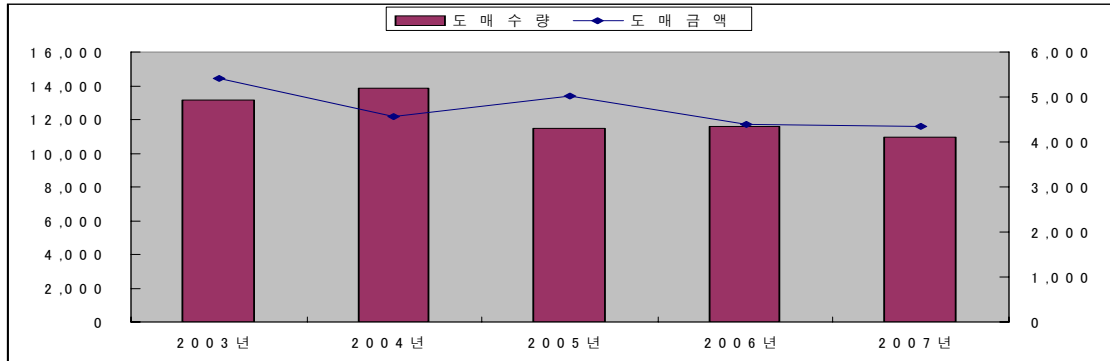
구 분	1과의 직경 mm	1과의 평균중량 g
3L	39.00	32
2L	35.39	27
L	32.35	21
M	29.32	16
S	26.29	11

### 다. 거래현황 및 도매가격

- 07년 전국 도매시장 평균 도매수량은 10,976톤으로 전년대비 645톤, 5.5% 감소하였으며 최근 매년 감소추세이며, 도매가격은 4.354백만엔으로 전년대비 47백만원, 1% 감소하였으며, 1kg 당 도매가격은 07년 397엔으로 전년대비 5% 증감함

#### 〈 연도별 전국 도매시장의 도매수량, 가격 조사 〉

구 분	전 국			전년대비(%)		
	도매수량 (톤)	도매금액 (백만엔)	평균단가 (엔/kg)	도매수량	도매금액	평균단가
2007년	10,976	4,354	397	94	99	105
2006년	11,621	4,401	379	101	88	87
2005년	11,460	5,017	438	83	110	133
2004년	13,839	4,574	330	105	85	80
2003년	13,174	5,405	410	68	98	145



자료원 : 일본 농림수산물 유통통계

- 동경도 중앙도매시장의 월별 거래량을 보면 9월이 가장 많으며, 9월과 10월 합계치가 1,640톤으로 전체 거래량(1,810톤)의 약 91%를 차지하고 있음
- 한편, kg당 단가의 경우는 물량이 많은 9, 10월에 가장 낮은 것으로 나타났으며, 물량이 가장 적은 1~2월이 가장 높은 단가를 보여주고 있음

〈 '07년 동경도 중앙도매시장 월별 도매가격 〉

구 분	합계	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
수량(톤)	1,810	1	1	1	2	1	0	0	10	929	711	129	24
금액(천엔)	743,601	666	340	606	1,051	344	172	158	6,405	316,237	332,898	75,925	8,799
평균가격(엔)	411	571	614	432	535	642	722	865	625	340	468	587	367

- 02년도 동경도 중앙도매시장의 밤 출하물량은 1,810톤이며, 수입산은 이중 28톤(한국 19톤, 중국 9톤) 정도로 전체 출하물량의 1.5%를 차지하고 있음, 주로 한국산 및 중국산이 출하되고 있음.

- I. 배
- 미 국
- II. 포도
- 싱가포르
- III. 감귤
- 러시아
- IV. 밤
- 일 본
- V. 양란
- 일 본
- 중 국
- VI. 새송이버섯
- 미 국
- 유 럽
- VII. 유자차
- 일 본
- 중 국
- 대 만
- VIII. 돈육
- 러시아
- 필리핀
- IX. 채소종자
- 일 본
- 미 국
- X. 쌀및기공밥
- 일 본
- 미 국

○ 한국산 밤의 출하가격은 1,378엔/kg으로 전체 출하 평균가격보다 약 3배 높은 가격인데 이는 한국산의 경우 일본산과는 달리 깎밤으로 출하되기 때문인 것으로 추측되고 있으며, 중국산은 깎밤 및 생밤 등 2종류가 함께 출하되는 것으로 추측됨

〈 '07년 동경도 중앙도매시장 국가별 밤 거래현황 〉

(전 체)

구 분	수량(kg)	금액(천엔)	평균가격(엔)
전 체	1,809,711	743,601	411
일 본	1,781,688	711,392	399
한 국	18,939	26,097	1,378
중 국	9,084	6,112	673

(월 별)

구 분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	
계	수량(kg)	1,166	553	1,404	1,963	536	239	183	10,247	929,213	710,970	129,254	23,983
	금액(천엔)	666	340	606	1,051	344	172	158	6,405	316,237	332,898	75,925	8,799
	평균가격(엔)	571	614	432	535	642	722	865	625	340	468	587	367
일본	수량(kg)	90	0	734	0	0	0	46	10,175	922,971	700,927	123,950	22,795
	금액(천엔)	63	0	193	0	0	0	54	6,349	308,177	319,085	69,507	7,964
	평균가격(엔)	695	0	263	0	0	0	1,168	624	334	455	561	349
한국	수량(kg)	0	0	40	0	0	0	0	20	5,864	9,043	3,894	78
	금액(천엔)	0	0	36	0	0	0	0	18	7,540	12,887	5,499	117
	평균가격(엔)	-	-	903	-	-	-	-	882	1,286	1,425	1,412	1,497
중국	수량(kg)	1,076	553	630	1,963	536	239	137	52	378	1,000	1,410	1,110
	금액(천엔)	603	340	378	1,051	344	172	105	38	519	926	919	718
	평균가격(엔)	561	614	599	535	642	722	764	733	1,374	926	651	647

### 3. 소비동향

#### 가. 시장동향

○ 일본산 밤의 경우는 예전에는 감로자 등 가공용이 대부분이었으나 최근 저가의 한국산 및 중국산 등장으로 가공용 시장이 압박을 받아 생식용 비율이 매우 높은 현상을 보이고 있음

- 일본에서 생산되는 밤은 아래 표와 같이 약 91%가 생식용으로 사용되며, 가공용은 9%에 해당함
- 수입품은 위에서 언급한 바와 같이 일본에 수입되는 밤은 신선 및 건조한 것으로 대부분이 중국산의 아마구리(甘栗)용으로 이용되고 있으며, 일시적 보존처리한 밤은 대부분이 한국산으로 밤의 감로자(甘露煮) 등의 캔, 병조림용, 또는 과자재료 등에 이용되고 있음



- 수입산을 포함한 일본의 전체 밤소비를 보면 약 50% 이상이 제과용 원료로 소비되고 있으며, 나머지는 일반 소비자용으로 가을과 겨울철에 걸쳐 전체의 95%가 소비되고 있음
  - 소비용도로는 찰밤, 군밤, 건조밤, 밤밥, 아마구리(甘栗) 등으로 이용되고 가공품으로는 마롱글랏세(마롱밤을 시럽 따위에 재웠다가 설탕을 입힌 상품), 밤빵, 밤양갱 등으로 이용되고 있음
- 한편, 중국산 군밤용 수입밤은 몇년전까지만 해도 생밤을 수입하여 일본에서 구워 봉투에 넣어 판매되었으나 최근에는 더욱 간편화가 진행되어 중국 현지에서 구워 탈각한 후 냉동으로 수입된 후 껍질이 없는 상태로 포장되어 수퍼, 편의점 등으로 공급되고 있으며, 끈적끈적한 액이 손에 묻지 않는 장점 등이 있음

## 나. 밤 가공제품

### ㉠ 밤의 감로자(甘露煮)

- 밤의 감로자는 일본 독자의 것이었으나 현재는 일본밤의 묘목이 한국에 도입되어 한국에서 생산된 밤과 중국 재래종을 수입하여 일본국내에서 가공하는 방법과 현지에서 가공하여 수입하는 방법이 있음
- 밤의 감로자는 밤 특유의 맛을 가지고 있어 서양과자, 요리반찬으로서 일본인의 식문화에 없어서는 안 되는 중요한 식재 중에 하나임.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 밤 감로자의 사용 용도별 크기 〉

서양 과자용	속 껍질부착	절반커트	반죽용(크기는 다양)
			

〈 고급 밤의 감로자 〉

종래의 속껍질 부풀이 얇은 고급 밤	특수한 제법으로 보다 씹히는 맛이 뛰어난
	

〈 밤 감로자의 업소용과 소매용 〉

업 소 용		소 매 용	
			

〈 각종 밤을 이용한 감로자 〉

마롱 감로자	속껍질 부착 감로자	구운밤 감로자	간밤 감로자
			





㉠ 마롱(밤) 페이스트(Marron Paste)

- 밤의 특유의 맛을 그대로 페이스트 상태로 가공한 것으로 서양과자, 제빵, 냉과자 등 각종 용도로 이용되며 주로 이탈리아, 프랑스 등 유럽산을 이용하고 있음
- 밤의 열매를 「마롱」이라고 부르는 경우가 있는데, 본래는 서양 칠엽수과의 마로니에의 열매이며 이전에는 마로니에의 열매를 사용하여 마롱글라세를 만들었지만 후에 밤의 열매로 대응하게 된 결과, 마롱에 밤이란 뜻이 생겼다고 전해지고 있음

〈 기타 밤 페이스트 제품군 〉

중국 천진을 사용	한국산 원료 사용	밤과 설탕만 사용 (당도는 50~52° BX)
		

〈 마롱 페이스트 제품군 〉

 <p>マロンペースト 特級    론베스트 徳用    마론베스트 Braun</p>	
	

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국



㉠ 마롱글라세(Marron glacé) é

- 마롱글라세는 밤을 설탕으로 삶은 과자를 말하며, 겉껍질을 벗기고 밤을 삶아 속껍질을 벗겨 바닐라 향을 가진 설탕액(당도 25도)에 밤을 담가 약한 불로 가열함
- 증발한 수분을 설탕액으로 보충하면서 당도가 35도 전후가 될 때까지 10일 정도 충분히 삶음. 즙을 걸러 표면을 건조시켜 유통시킴.

〈 마롱글라세 제품군 〉



㉠ 마롱 메랏세 픽코라(Marron Melasse Piccore)

- 그리스의 신들이 살고 있는 올림퍼스산의 주변에 단맛의 식용 밤이 생육하고 있다는 이야기가 전해지고 있는 것처럼 유럽에서도 밤이 여러 가지 형태로 식용하고 있음
- 마롱 메랏세 픽코라란 당밀(糖蜜)절임한 작은 밤을 의미함. 이탈리아로부터 수입된 밤을 원료로 하여 마롱글라세와 같은 양상으로 당액(糖液)으로 충분히 조림한 것이며 서양과자와 빵의 반죽용, 토핑용뿐만 아니라 각종 디저트로서도 사용됨

〈 마롱 메랏세 픽코라 제품군 〉





㉠ 밤을 원료로 한 주류

〈 밤을 원료로 한 주류 〉

소주(10년 숙성) 720ml(25도) 소비자가격(5,250엔)	소주(생밤원료) 720ml(25도) (2,520엔)	소주(죽탄(竹炭)여과) 1,800ml(25도) (2,625엔)	밤 리큐어 720ml(25도) (1,100엔)
			
소주(도기/陶器) 720ml(25도) (2,560엔)	소주(청주 효모사용) 1,800ml(25도) (3,900엔)	소주(고치현산) 900ml(25도) (2,048엔)	소주(아키타현산) 720ml(25도) (1,680엔)
			

㉡ 밤을 원료로 한 밤밥 및 떡류

밤밥 283g(595엔)	밤밥 468g(399엔)	밤떡 80g(390엔)	밤떡 1개(157엔)
			

㉢ 밤을 원료로 한 밤과자(栗きんとん) 및 밤만두

밤과자 1개(210엔)	밤과자 1개(200엔)	밤만두 100g(126엔)	밤만두 1개(189엔)
			

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일본

V. 양란  
일본  
중국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유럽

VII. 유자차  
일본  
중국  
대 만





VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일본  
미 국

㉠ 밤을 원료로 한 아마낫토(栗甘納豆)

〈 밤을 원료로 한 아마낫토(밤의 당밀(糖蜜)절임) 〉

속 껍질부착 아마낫토 150g(820엔)	아마낫토 180g×2개(2,625엔)	아마낫토 1개(157엔)	아마낫토 150g(820엔)
			

㉠ 밤을 원료로 한 각종 과자 및 케이크

밤 아이스크림 4종*12개세트 (5,250엔)	밤과 고구마 아이스크림 1개(300엔)	밤과자 경단 (180엔)	케이크 16cm(2,500엔)	녹차와 밤의 케이크 23cm(2,500엔)
				
밤과자 1개(189엔)	밤 몽블랑 1개(280엔)	밤 몽블랑 1개(2,400엔)	몽블랑 케이크 1개(2,940엔)	밤 양갱 1개(1,365엔)
				

4. 수입동향

가. HS코드

- 0802.40-000 : 밤(신선, 건조)
- 0812.90-430 : 밤(일시적 보존처리한 것)

- 2006.00-010 : 마롱글라세
- 2008.19.193 : 조제한 밤(밀봉용기로 1개 중량이 10kg 이하, 설탕 추가한 것)

## 나. 수입동향

- 최근 수입수량에 대한 추이를 보면 1997년 428백만톤 이었으나 이후 감소경향 추세로, 2000년 401백만톤으로 1997년 대비 28백만톤(6.4% ▼) 감소하였으며, 2007년은 205백만톤으로 2005년 대비 43백만톤(17% ▼)이 감소하였으며 향후에도 감소세는 지속될 것으로 전망됨

### 〈 년도별 밤 수출물량 추이 〉

(단위 : 톤)

구 분	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2000	1997
계	20,507	25,099	24,770	28,953	28,226	31,836	40,075	42,824
신 선 · 건 조	17,397	22,054	21,552	25,207	25,233	29,073	37,384	32,015
일시보존처리	832	657	713	1,550	1,399	1,543	1,190	9,943
마 롱 글 라 세	225	239	306	164	144	44	5	15
조 제 밤	2,052	2,148	2,199	2,032	1,450	1,176	1,496	851

- 한편, 수입금액을 보면 1997년은 173억엔으로, 이후 일시적 증가는 있었으나 전체적으로 감소경향이며, 2000년은 170억엔, 2003년은 143억엔으로 2000년 대비 15.8% 감소하였으며, 2007년은 89억엔으로 2003년 대비 37.8%가 감소함

### 〈 년도별 밤 수출물량 추이 〉

(단위 : 백만엔)

구 분	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2000	1997
계	8,879	9,636	9,339	10,473	14,321	13,248	17,073	19,191
신 선 · 건 조	7,262	7,996	7,668	8,526	11,971	11,403	15,537	10,549
일시보존처리	393	358	409	834	1,462	1,174	775	8,031
마 롱 글 라 세	112	130	147	82	66	35	16	48
통 조 림	1,112	1,152	1,115	1,031	822	636	745	563

- 쿠리킨톤 및 일본과자 등에 이용되는 한국산 간밤은 설날 풍습이 없어지고 있는 사회적 분위기 영향으로 오세치요리 등의 이용이 적어지고, 선물 및 증정품의 감소, 밤 감로자 등의 과자 수요가 줄어들어 든 것이 수입 감소의 주요 원인으로 보여 짐

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

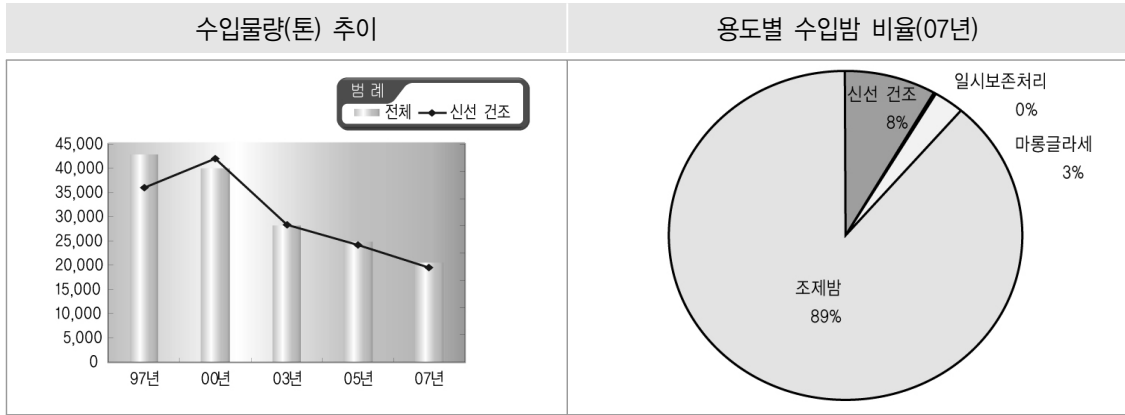
VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국



#### 다. 종류별 밤 수입현황

##### ㉠ 신선·건조 밤 (HS코드 : 0802.40-000)

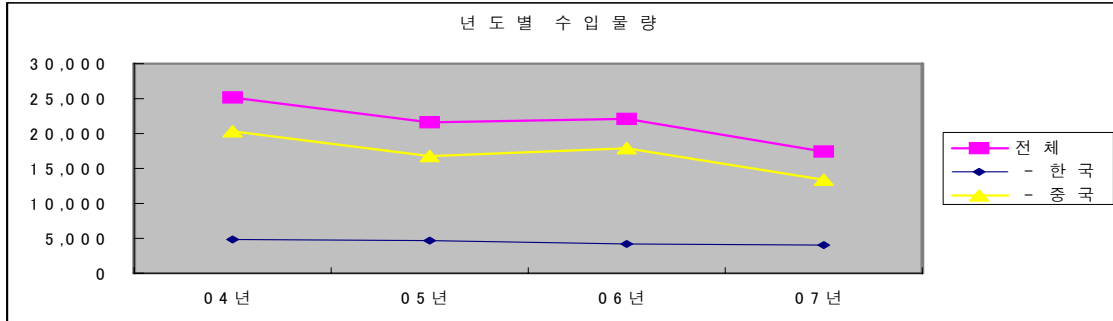
- 일본에서는 부류별 집계시 생밤에 깻밤도 포함하여 집계하고 있어 한국산 깻밤의 경우 생밤에 포함되어 집계되고 있음
- 국가별 동향을 보면 2007년 기준으로 한국이 4,054톤으로 전체의 23.3%, 중국이 13,324톤으로 76.6%를 점유하고 있으며, 양국이 전체의 99.9% 거의 전부를 점유하고 있음

#### 〈년도별 신선·건조밤 수입 추이〉

(단위 : 톤, 백만엔)

구 분	2007년		2006년		2005년		2004년	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
계	17,397	7,262	22,054	7,996	21,552	7,668	25,207	8,526
- 한국	4,054	3,016	4,143	3,029	4,622	3,295	4,802	3,286
- 중국	13,324	4,233	17,891	4,953	16,853	4,341	20,348	5,205
- 기타	19	13	20	14	77	32	57	35

- 한국, 중국 모두 감소 추세이며 2004년 25,507톤에서 2007년 17,937톤으로 약 30%가 감소함



- 수입 평균단가는 매년 작황에 따라 상승과 하락을 반복하고 있지만 전체적으로는 다소 상승 추세에 있음
  - 전체 : ('03) 474엔 → ('04) 338엔 → ('05) 356엔 → ('06) 363엔 → ('07) 417엔
  - 한국 : ('03) 1,197엔 → ('04) 684엔 → ('05) 713엔 → ('06) 731엔 → ('07) 744엔
  - 중국 : ('03) 338엔 → ('04) 256엔 → ('05) 258엔 → ('06) 277엔 → ('07) 318엔

㉠ 일시보존처리 밤 (HS코드 : 2006.00-010)

- 2007년의 수입물량 기준으로 보면 전체 832톤 중 중국산이 약 97%인 806톤으로 절대부분을 점유하고 있으며 한국산은 26톤으로 매년 감소세를 보이고 있음

〈 년도별 일시보존처리 밤 수입 추이 〉

(단위 : 톤, 백만엔)

구 분	2007년		2006년		2005년		2004년	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
계	832	393	657	358	713	409	1,399	1,462
- 한국	26	27	27	30	34	35	788	1,111
- 중국	806	806	630	328	680	374	611	350

- 수입 평균단가는 매년 작황에 따라 상승과 하락을 반복하고 있지만 전체적으로는 다소 상승 추세에 있음
  - 전체 : ('04) 538엔 → ('05) 574엔 → ('06) 545엔 → ('07) 473엔
  - 한국 : ('04) 696엔 → ('05) 1,040엔 → ('06) 1,133엔 → ('07) 1,023엔
  - 중국 : ('04) 478엔 → ('05) 551엔 → ('06) 520엔 → ('07) 455엔

I. 배  
미국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일본

V. 양란  
일본  
중국

VI. 새송이버섯  
미국  
유럽

VII. 유자차  
일본  
중국  
대만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일본  
미국

X. 쌀및기공밥  
일본  
미국

㉠ 마롱글라세 (HS코드 : 2006.00-010)

- 마롱글라세 수입물량을 보면 2007년 전체 255톤이며, 금액으로는 112백만원 수준으로 이중 중국산은 물량기준으로 218톤, 전체의 86%를 차지하고 있으며 이탈리아, 프랑스가 뒤를 잇고 있음
- 2007년 수출단가는 498엔으로 상승과 하락을 반복하고 있으며, 프랑스산 등 유럽산 마롱글라세가 단가가 높았으며, 중국산이 299엔으로 가장 낮음
  - 전 체 : ('04) 501엔 → ('05) 478엔 → ('06) 543엔 → ('07) 498엔
  - 중 국 : ('04) 284엔 → ('05) 356엔 → ('06) 294엔 → ('07) 299엔
  - 프 랑 스 : ('04) 5,452엔 → ('05) 7,060엔 → ('06) 5,913엔 → ('07) 7,384엔
  - 이 탈 리 아 : ('04) 1,936엔 → ('05) 2,377엔 → ('06) 1,046엔 → ('07) 4,095엔

〈년도별 마롱글라세 수입 추이〉

(단위 : 톤, 백만엔)

구 분	2007년		2006년		2005년		2004년	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
계	255	112	239	130	306	146	164	82
- 중 국	218	65	215	63	296	105	152	43
- 프 랑 스	5	40	7	45	3	24	6	12
- 이 탈 리 아	0	1	12	12	6	13	4	23
- 기 타	2	6	5	10	1	4	2	4

㉡ 조제한 밤 (HS코드 : 2008.19.193)

- 조제밤의 수입물량은 2,052톤이며, 중국이 1,450톤으로 71%를 점유하고 있으며, 프랑스 431톤, 한국 85톤이 뒤를 잇고 있음
- 2005년 2,199톤을 기준으로 최근 매년 감소추세를 보이고 있으며, 수입가격 은 상승과 하락을 반복하고 있음
- 2007년 전체 수입단가는 542엔으로 매년 상승세를 보이고 있으며 한국산은 932엔으로 전체 및 중국산을 상회하고 있음
  - 전 체 : ('04) 507엔 → ('05) 507엔 → ('06) 536엔 → ('07) 542엔
  - 중 국 : ('04) 457엔 → ('05) 447엔 → ('06) 455엔 → ('07) 450엔
  - 한 국 : ('04) 654엔 → ('05) 590엔 → ('06) 752엔 → ('07) 932엔

〈년도별 조제한 밤 수입 추이〉

(단위 : 톤, 백만엔)

구 분	2007년		2006년		2005년		2004년	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
계	2,052	1,112	2,148	1,152	2,199	1,115	2,032	1,031
- 중 국	1,450	652	1,641	747	1,787	799	1,592	727
- 프 랑 스	431	336	290	274	303	259	307	255
- 한 국	85	80	87	65	8	7	5	3
- 기 타	86	44	130	66	101	50	128	46

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

5. 통관 및 수입제도

가. 품목별 관세

HS NO	형 태	관 세 율		비 고
		기본	협정	
0802.40.000	생밤 (간밤포함)	16.0%	9.6%	일본의 경우 간밤은 특별히 구분하지 않고 생밤에 포함시켜 집계하고 있음
0812.90.430	일시보존 처리밤	16.0%	9.6%	亞硫酸가스 또는 염수, 기타 보존용 용액으로 보존 처리한 것. 그 상태로는 식용으로 적합하지 않는 것에 한함
2006.00-010	마롱글라세	16.8%	-	-
2008.19.193	조제한 밤	28.0%	16.8%	기밀용기 들이로 용기 포함 중량이 10kg 이하의 것

나. 식물방역

- 생밤을 수입할 경우는 식물방역법에 의거 식물방역소에 『수입식물검사신청서』를 제출하여 검사를 받아야 함
- 생밤을 수입할 경우에는 식물의 병충해 유입방지를 위해 입항 후 즉시 수출국 정부 기관의 검사증명서를 첨부해 수입식물검사신청서를 식물방역소에 제출해야 함

- 검사결과 유해충이 검출되어 불합격 판정을 받을 경우는 훈증 또는 폐기처분되는 경우가 있음

#### 다. 식품위생

- 판매목적으로 밤을 수입하는 경우에는 후생성 검역소 수입식품감시담당에 『식품등 수입신고서』와 관련 서류를 첨부해서 신고해야 함
- 검역소의 심사·검사 후 식품위생법상 문제가 없으면 신고서에 『신고필』 인장이 찍히게 됨
- 대량으로 수입할 경우는 미리 소량의 샘플로 사전에 후생성 대신이 지정한 시험기관에 성분, 규격 등 검사를 받아 결과표를 입수해 두는 것이 좋음
- 과거 한국산 밤가공품의 경우 보존료인 EDTA, 이산화이온, 이산화유황 등이 과다 잔류되어 문제된 적이 있었음
- 일본의 Positive List 시행에 따른 안전성 관리 강화
  - 일본은 '06.5월에 PLS(Positive List System)를 도입 758개 농약 등의 식품잔류 허용한도(잠정기준)를 고시로 설정하고 잔류기준이 설정되지 않은 농약의 식품잔류 허용기준은 일률적으로 0.01ppm을 적용하고 있어 이에 위반되지 않도록 한국국내 각 수출업체는 각별한 주의가 필요하다. 또한 타 수출업체에도 피해를 미칠 수 있게 되기 때문에 유의하여야 하겠다.

#### 라. 수입통관

- 「輸入(納稅)申告書」 3부에 상기 “신고확인필식품등수입신고서”, 인보이스(팩킹리스트) 2부, B/L, 보험명세서 등 관계서류를 첨부해서 세관에 제출하며, 심사·검사 및 납세 후 수입허가서가 교부됨



## 마. 한국산 밤 및 경쟁국 동향

### ㉠ 한국산

- 한국산의 경우는 '07년 기준 일본 전체 수입량이 4,165톤(신선·건조 4,054톤, 일시 보존처리밤 26톤, 제조 밤 85톤)으로 일본 전체수입량(20,507톤)의 20.3%를 차지함
  - 이 중 신선·건조 밤 형태로 수입되는 물량은 4,054톤으로 전체 한국산 일본 수입량의 97%를 차지하고 있음
- 일본에 수입되고 있는 밤중 한국산 인지도가 가장 높은 편이며, 특히 한국산 깡밤은 일본의 각종 고급 제과원료, 오세치요리(설날음식) 등 가공용으로 사용되고 있으며 일반 슈퍼마켓 등 소매점에서는 판매되지 않아 일반 소비자의 인지도는 낮은 편임
- 포장규격은 생밤의 경우 25kg들이 플라스틱 가구를 많이 사용하고 있으며, 깡밤의 경우는 업체에 따라 5리터, 9리터, 18리터들이도 있으나 20리터(고형량12.5kg) TIN CAN 용기가 가장 일반적이며, 5리터들이의 경우는 스티로폼 박스도 사용되고 있음
- 한편, 통조림의 경우는 8리터(고형량 5kg)들이의 TIN CAN이 일반적임. 또한 선도 유지를 위해 명반수를 충전하여 운송하고 있으며, 20리터의 경우 20피트 컨테이너에 약 800박스를 실을 수 있음

### ㉡ 중국산

- 일본에서 수입량이 가장 많은 중국밤은 '07년 기준 수입량이 15,798톤(신선·건조 13,324톤, 일시 보존처리밤 806톤, 조제한 밤 1,450톤, 마롱글라세 218톤)으로 일본 전체수입량 (20,507톤)의 77%를 차지하고 있음
- 중국산의 경우는 주로 가공용으로 사용되는 한국산과는 달리 군밤용으로 주로 이용되기 때문에 일반 시민들도 중국산 밤임을 대부분 알고 있으며, 특히 천진 아마구리(天津甘栗)로 표기된 상품이 많이 유통되고 있으며 인지도도 높은 편임
- 중국밤은 일본에서는 천진 아마구리(天津甘栗)로 널리 알려져 있으며, 밤의 주산지는 만리장성을 중심으로 한 남북의 산악지대로 하북성, 하남성, 상둥성, 섬서성 등지가 유명함

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 군밤용으로 적합한 중국산 밤의 특징을 보면, 한국산이나 일본산의 경우 뚝은맛이 나는 내피가 밤알쪽으로 붙는 경향이 있지만 중국산의 경우는 가열하면 내피가 껍질쪽으로 붙는 경향이 있기 때문에 껍질을 잘 까지는 장점을 지니고 있음
- 중국산은 가격경쟁력을 바탕으로 일본시장을 확대해 왔으나, 최근의 냉동만두 농약 검출 사건 등 잇따른 안전성 사고로 일본 소비자의 신뢰가 크게 떨어진 상태임

#### ⑨ 유럽산 등

- 유럽산중 등 기타 국가산 밤의 일본 수입량은 07년 기준으로 543톤으로 일본의 전체 수입량(20,507톤)의 2.6%를 차지하고 있으며 주로 통조림용, 마롱글라세로 수입되고 있으며 주요 수입국은 프랑스, 이탈리아임

## 6. 한국산 수출확대 방안

### 가. 한국산 밤의 안전성 및 우수성에 대한 적극 홍보

- 최근 중국산 냉동만두 농약검출 등으로 수입농산물의 안전성 문제를 걱정하는 일본 소비자가 자국산 구매로 몰리는 경향이 있어, 이런 분위기 탈출을 위해서는 한국에서 실시하고 있는 생산이력시스템에 대하여 적극적으로 홍보가 필요함

### 나. 소비자 인지도 확산을 해외마케팅 강화

- 한국산 밤은 주로 가공용으로 사용되기 때문에 업계 관계자의 인지도는 높으나, 일반 소비자의 인지도는 매우 낮은 상황으로 인지도 제고를 위하여 수퍼마켓과 연계한 판촉행사 개최 등 적극적인 마케팅 노력이 필요함
- 한국산 밤의 우수성 홍보를 위하여 TV 매체, 일간지, 전문지 등을 활용한 사업 추진이 필요하며, 우수성 홍보를 위한 객관적인 연구자료 등의 확보가 필요한 상황임

#### 다. 가격경쟁력의 확보

- 생밤은 일본에서 최고의 생산량을 자랑하는 이바라키산 밤 등 국내산이 거의 사용되고 있는 상황이나, 일본경제의 불황, 곡물가 상승으로 인한 물가상승 등으로 소비부진이 계속됨에 따라 가격경쟁력이 확보된다면 생밤의 일본시장 가능성이 높은 상황임

#### 라. 재외공관 활용 홍보 추진

- 일본의 사회지도층 초청 밤 시식 홍보행사 등 재외공관과 연계한 행사 추진을 통하여 한국산 밤의 우수성 홍보 및 구전 마케팅 효과 도모

### 참 고

#### ● 주요 밤 수입업체 현황

업 체 명	주 소	연 락 처
徳島県経済農業協同組合連合会	徳島県徳島市北佐古1-5-12	TEL : 0886-31-7755 FAX : 0886-32-6796
(株)たまも	香川県高松市三谷町2118	TEL : 0878-89-2131 FAX : 0878-89-2147
東神貿易(株)	東京都品川区南大井6-27-28小林ビル 2 F	TEL : 03-3298-1801 FAX : 03-3298-1800
協同食品(株)	大阪市北区太融寺町2-21ニュープラザビル605	TEL : 06-6315-6366 FAX : 06-6315-6365
東海澱粉(株)	静岡県静岡市伝馬町 24-15	TEL : 054-253-1312 FAX : 054-251-3524
(株)ワールドフルーツ	神戸市兵庫区御所通 1-1-29	TEL : 078-651-167 FAX : 078-651-1246
石光商事(株)	神戸市灘区岩屋南町 4-34	TEL : 078-861-7783 FAX : 078-882-1614
正栄食品工業(株)	東京都台東区秋葉原 5-7	TEL : 03-3253-4161 FAX : 03-5256-1914

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

업 체 명	주 소	연 락 처
(株)ブリッジ	香川県高松市古新町 6-8	TEL : 0878-22-7637 FAX : 0878-21-0311
果栄貿易(株)	愛媛県松山市安城寺町 478	TEL : 0899-24-1023 FAX : 0899-26-4540
(株)立花屋	横浜市神奈川区白幡南町 22-8	TEL : 045-431-3361 FAX : 045-251-3524
日生開発(株) 海外事業部	香川県高松市朝日町5-6-5	TEL : 087-822-1072 FAX : 087-822-1073
富永貿易(株)	神戸市中央区京町83番地 KDD神戸ビル12階	TEL : 078-232-8610 FAX : 078-232-8666
(株)明商 食料部食料1G	東京都中央区京橋3-1-1	TEL : 03-3273-0179 FAX : 03-3274-0839
(株)イイツカ	東京都千代田区神田須田町 1-24	TEL : 03-3256-1851 FAX : 03-3258-1333
伊藤忠商事(株) 生鮮流通事業部 青果流通課	東京都港区北青山2-5-1	TEL : 03-3497-6256 FAX : 03-3497-6267
(有)コンドウインターナショナル	埼玉県草加市金明町242-19	TEL : 0489-30-1901 FAX : 0489-30-1902
(株)アンカー	東京都千代田区東神田 1-4-11, KKビル4F	TEL : 03-5687-6135 FAX : 03-5687-6136
日本加工栗輸入業者協議会	東京都台東区秋葉原5-7	TEL : 03-3253-4161
南食品工業	徳島県阿南市橋町大浦8-1	TEL : 0884-27-0164
中利缶詰(株)	京都府八幡神原109-12	TEL : 075-981-0226
(株)小田喜商店	茨城県西茨城郡岩間町吉岡 185-1	TEL : 0299-45-2638
松葉屋	石川県小松市大文字町69	TEL : 0761-22-0120

# V. 양란

일본  
중국





# 일 본

## 1. 생산동향

### 가. 생산동향 및 생산농가수(절화), 생산액(분화)

- 양란(절화)의 재배면적은 매년 감소경향이며, 출하량도 감소경향을 나타내고 있음. 생산농가수도 점점 감소되고 있음. '07년 재배면적은 186ha로 전년산보다 3ha(전년산 대비 2%) 감소를 나타냈으며, 출하량은 전년산과 비슷한 2,270만분을 나타냈음. 또한, 주산지별 출하량의 구성비율을 보면, 도쿠시마현과 후쿠오카현이 각각 16%로 가장 많으며, 다음으로 오키나와현 13% 등을 나타내어 이 3개의 현에서 전국의 약 45%를 차지하고 있음.

〈 양란(절화)의 연도별 생산동향 〉

연 도 별	재배면적 (ha)	출하량 (만분)	생산농가수 (호)	전년산 대비(%)		
				재배면적	출하량	생산농가수
'03	207	2,700	1,310	98	95	98
'04	200	2,560	1,240	97	95	95
'05	195	2,390	1,190	98	93	96
'06	189	2,270	1,130	97	95	95
'07	186	2,270	-	98	100	-

자료원 : 일본 농림수산성 통계정보부

주 : 생산농가수는 '07년부터 조사를 실시하지 않고 있음.

- 양란(분화)의 재배면적은 매년 감소추세이며, 출하량도 감소경향을 나타내고 있음. '07년 재배면적은 261ha로 아이치현 등에서 감소하여 전년산에 비해 11ha(전년산 대비 4%) 감소를 나타냈음. 출하량은 1,860분으로 전년산에 비해 60만분(동 3%) 감소했으며, 이는 재배면적이 감소한 것이 원인임. 또한, 주산지별 출하량의 구성비율을 보면, 아이치현이 28%로 가장 많으며, 다음으로 후쿠오카현 12%, 사이타마현 6% 등을 나타내어 이 3개의 현에서 전국의 약 50%를 차지하고 있음.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 양란(분화)의 연도별 생산동향 〉

연도별	재배면적 (ha)	출하량 (만분)	생산액 (억엔)	전년산 대비(%)		
				재배면적	출하량	생산액
'03	292	2,330	344	100	98	-
'04	291	2,180	339	100	94	-
'05	278	2,010	333	96	92	-
'06	272	1,920	-	98	96	-
'07	261	1,860	-	96	97	-

자료원 : 일본 농림수산성 통계정보부

주 : 생산액은 농림수산성 생산소득통계 / '06년부터 조사를 실시하지 않고 있음.

나. 생산비용

- 일본의 화훼전체 생산코스트는 고품질, 장경(長莖)생산 등이 요구되어 단위수확량이 낮은 반면, 시설규모의 영세로 설치코스트가 높은 것, 절력화(省力化)의 지연으로 노동시간이 긴 것 등으로 보아 저비용생산 선진국인 화란 등에 비교하면 매우 높은 편임(스프레이국화는 약 2배).
- 작업의 기계화 및 자동화로 인한 절력화, 저코스트 내기후성 시설의 도입 등에 의한 시설 및 설비비의 절감, 절력 다수확재배기술의 개발 및 도입을 꾀할 필요가 있음.
- 화훼의 유통단계별 경비를 보면, 소매가격에 차지하는 생산자 수취액의 비율은 약 3할, 집출하 및 판매경비가 약 1할, 소매경비 등이 약 6할을 차지하고 있음.
  - 소매경비 등이 높은 것은 꽃다발의 포장, 플라워 어레인지먼트 등의 가공경비, 기술료가 드는 것, 화훼는 신선도가 짧기 때문에 상품로스(재고)가 많은 것 등으로 어쩔 수 없는 면도 있으나 소비자의 요구, 수요동향의 적합성을 반영한 구매관리로 인한 상품회전율의 향상과 유통의 합리화로 인한 코스트 절감 등이 필요하여 유통 경로의 다양화, 양동이 유통 등의 회수 용기의 보급 등의 추진이 필요함.



< 주요 절화(양란)의 생산자 가격 비교 >

(단위 : 엔/100본)

연도/월	양란	국화	카네이션	장미(50본)	백합	터키도라지
'04	20,370	5,858	3,869	3,861	13,130	11,150
'05	22,220	2,700	3,811	3,964	14,440	11,240
'06	23,390	5,622	3,925	4,037	13,150	11,440
'07.3	24,870	2,840	5,312	6,051	24,820	12,700
'07.4	25,330	5,359	3,339	3,556	22,310	12,990
'07.5	22,940	4,799	3,092	3,393	15,200	10,520
'07.6	28,460	4,656	4,517	2,352	10,550	7,129
'07.7	34,100	4,659	3,877	2,921	9,064	9,498
'07.8	33,950	6,107	4,528	2,258	15,270	10,240
'07.9	25,500	6,871	1,860	4,087	19,310	9,814
'07.10	37,880	7,188	5,151	3,952	19,010	10,680
'07.11	38,280	6,025	3,102	4,238	15,820	12,530
'07.12	41,240	6,667	4,158	6,063	17,570	12,120
'08.1	37,000	4,493	3,130	5,914	18,100	13,390
'08.2	27,740	4,810	4,312	7,509	22,240	15,240
'08.3	23,850	7,127	4,579	6,399	21,410	15,730

자료원 : 일본 농림수산성통계부 『농업물가지수』

주 : 월별수치(數値)는 개수(概數)의 가격임.

다. 생산단체 현황

단체명	소재지	연락처	비고
(사)일본 화훼 생산 협회	도쿄	03-3434-9554	http://www.jfga.or.jp/
일본 양란 농업 협동 조합	도쿄	03-3303-9554	http://www.joga.or.jp/

㉠ 사단법인 일본화훼생산협회

○본 협회는 '63년10월에 농림성으로부터 화훼생산자의 기술향상과 경영안정에 기여하는 단체로서 인정된 공익법인체로 모체는 '52년에 관동 및 동해를 중심으로 한 화훼생산자로 발족한 『일본난지화훼원예협회』로부터 발전된 단체임. 본 협회는 화훼에 관한 생산기술의 향상, 경영 및 유통의 개선으로 인한 화훼산업의 근대적 기업을 늘리고 농업경영의 안정에 이바지함과 동시에 일본의 화훼산업의 발전을 도모하며, 더불어 국민 정조(情操)의 향상에 기여하는 것을 목적으로 하고 있음.

- I. 배 미 국
- II. 포도 싱가포르
- III. 감귤 러시아
- IV. 밤 일본
- V. 양란 일본 중국
- VI. 새송이버섯 미국 유럽
- VII. 유자차 일본 중국 대만
- VIII. 돈육 러시아 필리핀
- IX. 채소종자 일본 미국
- X. 쌀및기공밥 일본 미국

- 추진 사업으로서는 ①화훼의 생산기술의 개선에 관한 사업 ②화훼생산의 경영개선에 관한 사업 ③화훼유통에 관한 사업 ④화훼의 생산 및 경영, 유통의 개선에 관한 조사 연구 ⑤기타 본회의 목적을 달성하기 위해 필요한 사업 등임.

### ㉠ 일본양란농업협동조합(JOGA)

- 일본양란농업협동조합(JOGA)은 1950년에 전신이었던 『대일본란업조합』, 『일본란업조합』의 정신을 계승하고 양란농업생산의 진흥을 꾀함을 커다란 목적으로 설립되어 당시에는 중요한 고가의 란을 외국으로부터 수입하는 등 보급에 노력함. 설립 후 반세기가 지난 현재 조합 또는 조합원의 활동이 확대되어 란전시회의 개최, 일본과 외국 각지에서 개최되는 란전을 참가하여 현지를 탐방하는 등 보다 폭 넓은 교류를 행하고 있음.

## 라. 일본산 생산증감 원인분석

- 일본의 화훼산업은 1945년 이후 순조롭게 확대되어 왔으며, 특히, 1990년 오사카에서 개최된 국제꽃박람회를 계기로 관심이 한층 높아져 전통적인 꽃꽂이와 일본정원 만들기 등으로 다양한 플러워 디자인과 현대의 거주공간에 적합한 가든, 꽃가꾸기 등으로 국민 전체의 화훼의 즐거움이 다양화됨과 동시에 국내외에서 신품종의 개발과 새로운 식물의 도입 등으로 화훼의 수요가 대폭 확대되고 세계 상위권의 화훼생산 및 소비국으로 전환되었음.
- 그러나, 최근에는 업소수요의 감소와 생산 및 판매가격의 저하와 함께 절화를 중심으로 한 수입증가 등 일본의 화훼산업을 둘러싼 환경은 어려운 상태에 노여 있음. 여기에 가정용을 중심으로 소분화로 인한 분화수의 증가는 있으나 기업들의 이용이 감소되고 있어 최근 수요는 둔화되고 있는 실정임.
- 일본의 양란(절화 및 분화)의 재배는 이러한 배경 하에 매년 감소를 나타내고 있으며, 이중에서도 양란(분화)에서 가장 재배가 많았던 아이치현에서 '07년에는 전체의 재배 면적 261ha(전년비 4% 감소) 중 63ha(전년비 2% 감소)로 감소를 나타내고 있는 것이 현저하여 주요 감소원인으로 볼 수 있음.

### 마. 주요 대표품종 및 최근 선호되는 품종

- 일본의 양란재배는 메이지(1868년)시대에 도입되어 당시에는 상류층과 황족 간에 확대되었음. 당시에는 묘목을 나누어 심어 증식이 느렸으며, 재배에도 고가의 온실이 필요하여 상류층의 취미나 일부의 전업업자에 의한 고급절화로서 판매에 그쳤음. 그 후 메리크로법 등의 대량증식의 개발, 밀폐성이 좋은 가정내 난방의 시설을 갖춘 주택의 보급, 무종파종법에 의한 교배, 품종개량의 효율화 등에 의해 일반인에게도 확산되고 서민에도 보급되어 하나의 원예의 품목으로 정착되었음.
- 또한, 중국에서는 이미 예부터 토양개발 등 교양인의 고상한 취미로서 온대지상성의 소형 심비디움속의 란과식물을 재배가 이루어져 돌연변이개체의 선발로 인한 다양한 품종이 재배되었음. 그 후로 일본에도 전해져 중국전래 및 일본에 자생하는 춘란(春蘭)과 한란(寒蘭)처럼 온대성 심비디움속의 란에다 풍란(風蘭)의 변이개체의 품종군인 부귀(富貴)란 및 석곡(石斛)의 변이개체의 품종군인 장생란과 함께 동양란이라는 양란과 다른 품종도 형성되었음.
- 양란은 감상을 목적으로 재배되고 있는 것이 대부분으로 주로 열대기원의 란과식물 및 그 교배품종으로 그 취미가 구미를 거쳐 일본으로 도입되는 부분도 있어 양란이라는 이름과 대체로 대륙계의 화려한 양란을 더욱 즐기는 경향을 볼 수 있음.
- 양란의 종류에는 대부분이 세계 중에서 열대지방으로부터 도입된 것과 그것을 교배하여 얻은 원예품종으로 구성되어 있음. 심비디움속의 일부와 파피오펜디움속 등을 제외한 그 대부분이 착생(着生)식물이기 때문에 흙에 심으면 적합하지 않는 것이 많고, 재배에서 화분의 경우는 물이끼, 나무껍질 등 자생상태와 같은 착생 상태로의 재배에는 헤고판, 코르크의 미가공의 나무껍질 등이 이용됨. 특히, 양란 중 카틀레야, 파피오펜디움, 덴드로븀, 심비디움 등 4개의 품종이 가장 유명하고 이것을 4대 양란이라고 하기도 함. 최근에는 호접란과 반다도 보급이 진행되고 있음.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽


VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀


IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

< 카틀레야 >

구 분	형 상	특 징
카틀레야(Cattleya)		<p>카틀레야(카틀레어라고도 부름, Cattleya)는 중남미 원산의 난과식물의 하나의 속으로 혹은 그 근친속과의 교배품종을 포함한 하나의 식물임. 꽃이 아름답게 피고 재배가 잘되어 가장 유명한 양란임. 양란의 여왕이라고도 말함.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 개화기 : 12~2월</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 보존성 : 3~4주일</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 최근 신품종</li> </ul>	<p>Bc. Pastoral 『Innocence』                      Blc. Pamela Hetherington 『Coronation』                      Lc. Drumbeat 『Triumph』                      Lc. Stephen Oliver Fouraker 『Addison』                      Blc. Daybreak 『Camera』                      Blc. Almakee 『Tip Mariae』                      Blc. Green Witch 『Elm Harst』                      B. digbyana 『Laura』                      B. glauca                      L. lobata 『Jeny』                      L. purpurata 『Carnea』                      Slc. Rubescent Atreus 『Pinkie』                      L. Canariensis 『Golden Grow』                      L. Starry Sky</p>	

< 파피오페딜룸 >

구 분	형 상	특 징
파 피 오 페 디 룸 (Paphiopedilum)		파피오페딜룸(파피오페디람이라고도 부름, Paphiopedilum)은 주머니 모양의 진변(唇弁)이 특징적인 난과식물로 양란의 대표적인 품종임. 지상에 뿌리를 내리는 지생란이며, 양란에서는 소수파에 속함.
◎ 개화기 : 12~3월		
◎ 보존성 : 1~3개월		
◎ 최근 신품종	Paph. White Knight 『Chigasaki』 Paph. Saint Swithin 『Suzuno』 Paph. Gowerianum 『Gratrixiae』 Paph. sukhakulii Paph. purpuratum Paph. T마매 Shimada 『Tree Village』 paph. Willam Trelease Paph. insigne var. sanderae Paph. Greenville 『The Globe』 Paph. rothschildianum 『Syun』 Paph. Kay Rinaman 『Val』 Paph. concolor Paph. delenatii 『Tsukba Mid Valley』 Phrag. Cardinale 『Wilcox』 Phrag. Eric Young 『Soch Salmon』 Paph. bellatulum 『Mishima』 Paph. Tree of Amanda 『Rondo』 Paph. Olympic Forest 『Penn Valley』	

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

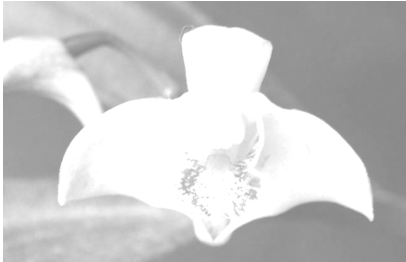

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 덴드로븀 〉

구 분	형 상	특 징
<p>덴 드 로 뷔 (Dendrobium)</p>		<p>덴드로븀(학명: Dendrobium)은 난과 석곡 속의 품종으로 일본에서는 석곡 등 여러 종류가 있지만, 통상은 상기의 이름으로 불리는 것은 이 속에 속하는 식물 중에서 양란으로서 재배되고 있는 것을 말함. 동남아시아를 중심으로 세계 각지에 넓게 분포하고 있는 다년초. 11~4월 무렵에 개화하며, 원종은 1,000이상 있다고 전해져 그 색이나 형태, 특징도 다양함. 그 때문에 화분으로 기르는 애호가도 많으며, 덴드로븀은 그리스어의 「덴드로(목)」과 「븀(발생한다)」에 유래되었음. 야생에서는 나무에 착생 함. 덴드로븀은 그 원종형태의 다양성이 높이나 품종수가 많아 개개의 종류별보다 계통별로 생각할 수 있는 것이 일반적임.</p>
<p>● 개화기 : 1~5월</p>		
<p>● 보존성 : 3~4주일</p>		
<p>● 최근 신 품 종</p>	<p>Den. nobile var. virginale Den. Snowflake 『Red Star』 Den. Yukidaruma 『Queen』 Den. Hamana Lake 『Kumi』 Den. aphyllum Den. anodsmum Den. Foridible Den. sulawesiense Den. sanderae Den. Alice Iwanaga 『Happiess』 Den. Hohoemi Den. Berry Den. Specio-kingianum Den. Cherry Song 『Fire Dance Ranmaru』 Den. Gatton Sunray Den. ruppianum Den. thyrsoflorum Den. chrysoglossum Den. cuthbertsonii Den. spectabile Den. chrysopterum Den. secundum, album Den. cariniferum</p>	

< 심비디움 >

구 분	형 상	특 징
<p>심 비 디 움 ( C y m b i d i u m )</p>		<p>심비디움(Cymbidium)은 란과의 식물로 일본 등에 자생하고 있는 춘란 등도 포함됨. 그러나, 일본어에서는 단지 「심비디움」이라고 할 때는 동남아시아에 자생하고 있는 것을 품종개량 한 양란으로 한정됨.</p> <p>동남아시아에 자생지는 있지만, 양란의 심비디움으로서 품종개량에 이용된 것은 미얀마 말레이시아 등에 자생하고 있는 것임. 일본에 자생하고 있는 것은 춘란이나 호우사이란, 캔란 등 동양란으로 분류됨.</p>
<p>◎ 개화기 : 12~5월</p>		<p>◎ 보존성 : 1~2개월</p>
<p>◎ 최근 신 품 종</p>	<p>Cym. Lovely Moon 『Crescent』                  Cym. Melody Fair 『Marilyn Monroe』                  Cym. Lovely Angel 『The Two Virgins』                  Cym. Lady Fire 『Red Angelica』                  Cym. Showgirl 『Silky』                  Cym. Else Sandersen 『Your Call』                  Cym. Cassanova 『Devon』                  Cym. Splendid Pinkie 『Petit Minerve』                  Cym. Khai Sarah s Star 『Au Revoir』                  Cym. Joan Taylor 『Million Kiss』                  Cym. Sarah Jean 『Ice Cascade』                  Cym. Mary Green 『Spring Wind』                  Cym. Pearl Dawson 『Procyon』                  Cym. Devon Odyssey                  Cym. Dorothy Stockstill 『Forgotten Fruits』                  Cym. insigne                  Cym. lowianum                  Cym. devonianum                  Cym. tracyanum</p>	

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 호접란 〉

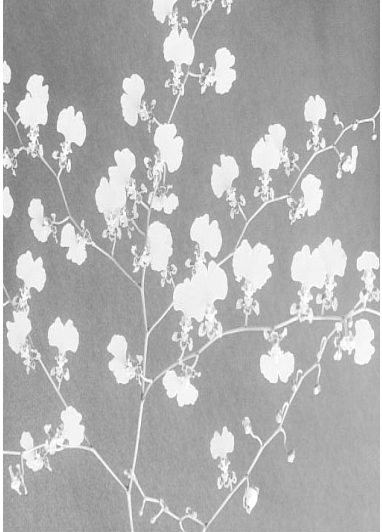
구 분	형 상	특 징
호 접 란 (Phalaenopsis) ( 胡 蝶 蘭 ) ● 개화기 : 11~4월 ● 보존성 : 4~6주일		호접란(학명: Phalaenopsis, 영어: moth orchid)은 난과 호접란속에 속하는 착생란의 일종. 학명으로부터 팔레늄시스라고도 불림. 학명의 어원에 대해서는 꽃이 나비가 춤추고 있는 모습을 닮았다 하여 붙여진 이름임.
● 최근 신품종	Phal. Mishima Moon 『Yellow Boy』 Dtps. Kinu Spot Sweater 『Saito No. 14』 Dtps. Odoriko 『Nishiizu』 Phal. Taisuco Snow Phal. Grand City 『Saito』 Dtps. Beauty Sheena 『Rin Rin』 Phal. Little Mary 『Aso』 Dtps. Kyoto 『Red Star』 Dtps. Purple Gem Phal. Lemon Pie 『Hanabusa』 Phal. mannii, alba 『Irene』 Phal. Hsing Fei 『Taida』 Phal. amboinensis 『Orchideglade』 Phal. equestris 『Pentelina』 Phal. Wedding Promnard 『Spring Romance』 Phal. Oechid World 『Jean McPherson』 Phal. violacea alba	

〈 반 다 〉

구 분	형 상	특 징
반 다 ( V a n d a ) ● 개화기 : 비정기적 ● 보존성 : 2주일		반다(Vanda)는 단자엽 식물망 난과에 속하며 원종은 동남아시아를 중심으로 자생함. 많은 품종은 수목에 착생 하는 착생식물. 동남아시아 원산이기 때문에 양란 중에서도 대체로 그다지 내한성은 강하지 않음.
● 최근 신 품 종	V. coerulea V. Kasem Delighte × Pornpinoal V. Robeat Delight V. Rutsura × Delight V. Thananchai alba × Kultana Gold 『Orchid Village』 Ascfl. Cherry Blossom	



< 온시디움 >

구 분	형 상	특 징
<p>온 시 디 움 ( O n c i d i u m )</p> <p>● 개화기 : 겨울 11~3월 봄 5~6월</p> <p>● 보존성 : 겨울 3~4주일 여름 2주일 정도</p>		<p>온시디움은 종남미를 중심으로 분포하고 약400종을 품종을 가진 란과의 대속. 나무위에서 착생생활을 영위함. 학명은 Oncidium으로 그리스어의 onkos(혹, 움기)와 eidos( 모습, 형태)에 연관되어 진변의 기초부에 움기를 말함. 속내의 꽃의 색깔은 황색이 가장 많고 일반적으로 유통되고 있는 교배종은 Onc. flexuosum나 Onc. varicosum를 중심으로 만들어진 것으로 황색꽃이 다수 붙어 있어 「무리참새」의 이름으로도 불림. 최근 이 속으로부터 분리되어 다른 속에 이동 혹은 새로운 속으로서 분리되는 품종이 많이 있음</p>
<p>● 최근 신품종</p>	<p>Onc. ornithorynchum Onc. obryzatum Onc. onustum Onc. cheirophorum Onc. splendidum Onc. papilio Onc. lanceanum Onc. Aloha Iwanaga Onc. Twinkle 「Fragrance Fantasy」 Onc. Popoki 「Mitzi」 Onc. Kukoo Onc. Sweet Sugar 「Emperor」</p>	

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

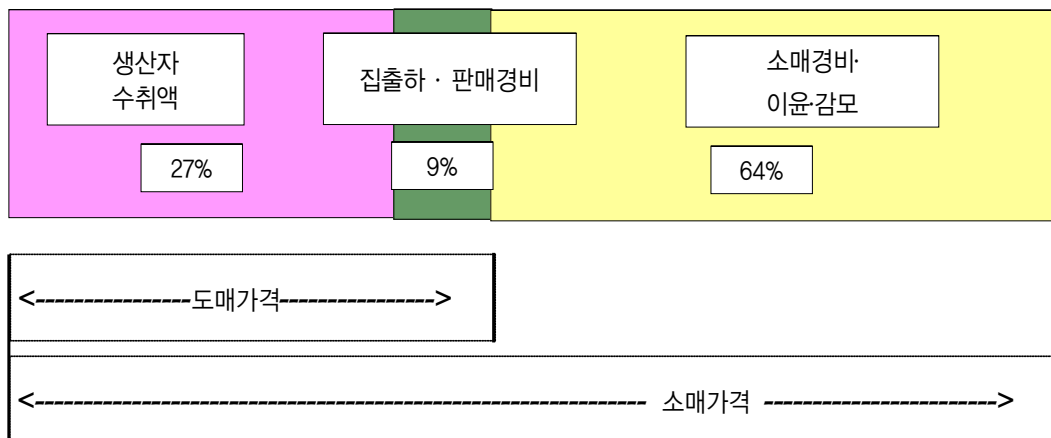
X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 2. 유통동향

### 가. 화훼(양란)의 유통동향

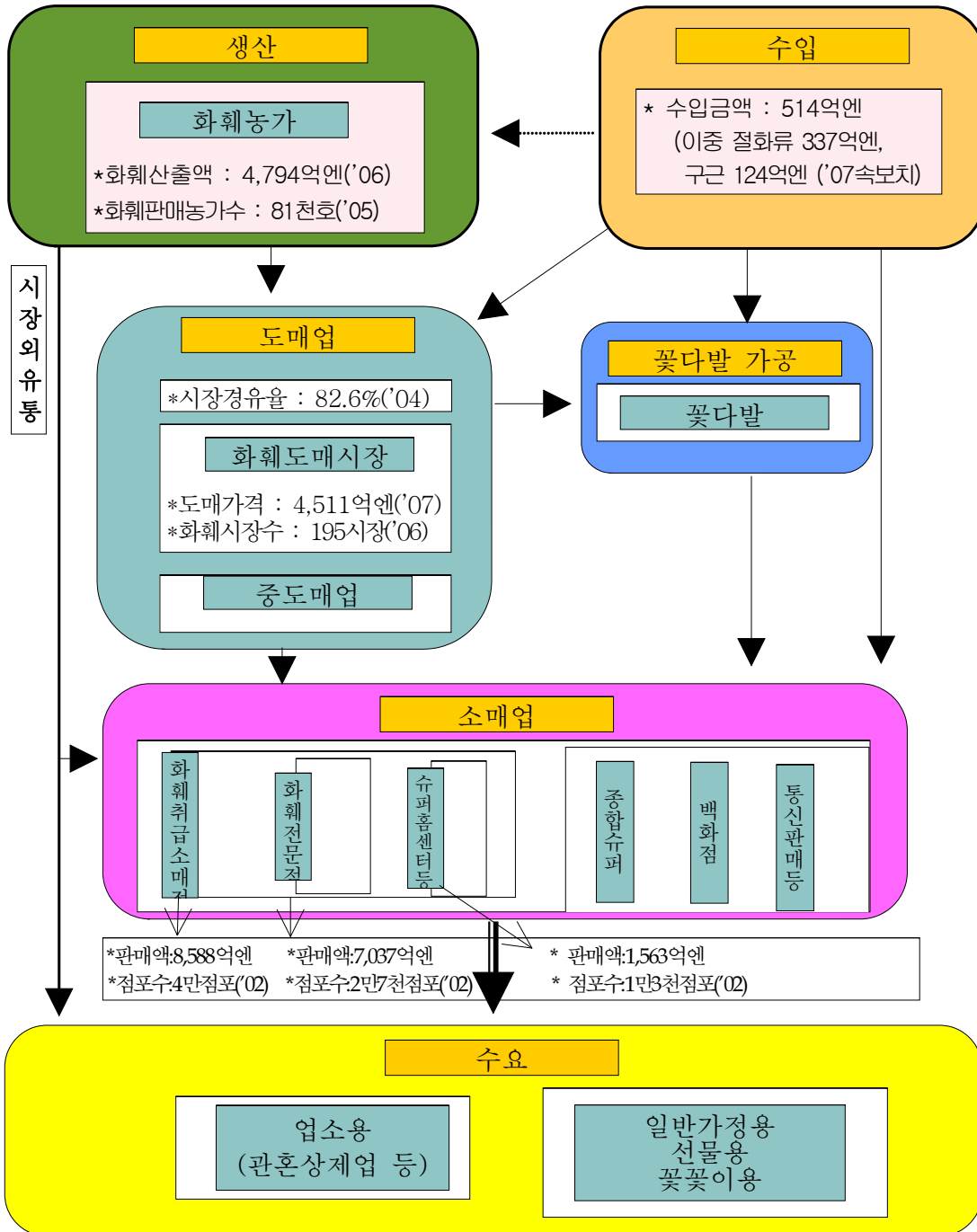
- 일본의 화훼유통은 전국의 산지, 또는 외국으로부터 출하된 화훼가 도매시장에 입하되어 가격형성이 이루어진 후 구매한 화훼를 소매점이 실수요자 및 소비자에게 판매하는 방법이 중심이며, 도매시장 경유율은 약 83%임.
- 도매시장을 경유하지 않는 시장의 유통으로는 인터넷 등을 활용한 실수요자 및 소비자에게 산지직송판매, 홈센터, 슈퍼, 소매점 등이 생산자로부터 직접 구매하여 판매, 직판시설 등에서 소비자에게 판매 등이 있음.
- 화훼도매시장은 중앙도매시장과 지방도매시장을 합쳐 전국에 195개 시장으로 연간 취급물량은 4,500억엔, 도매금액은 절화류는 수평, 분화류는 소분화 경향이 나타나 감소경향을 나타내고 있음. 화훼 등을 취급하는 소매업은 약 4만점포로 연간 약 8,600억엔, 화훼의 소매가격이 차지하는 소매경비 등은 약 60%임.

〈 화훼유통에 있어서의 경비내역 〉



자료원 : 일본 농림수산성 통계정보부

〈 화훼의 유통경로 〉



- I. 배 미 국
- II. 포도 싱가포르
- III. 감귤 러시아
- IV. 밤 일본
- V. 양란 일본 중국
- VI. 새송이버섯 미국 유럽
- VII. 유자차 일본 중국 대만
- VIII. 돈육 러시아 필리핀
- IX. 채소종자 일본 미국
- X. 쌀및기공밥 일본 미국

자료원 : 일본 재무성 『무역통계』, 경제산업성 『산업통계』, 농림수산성 『농림업센서스』 『화훼생산통계』 『생산소득통계』, 농림수산성 원예과 및 유통과 조사

### 나. 도매시장의 유통동향

○일본의 '07년 절화 전체의 도매수량은 전년대비 95%인 581,441만본으로 감소를 나타냈으나 단가는 전년대비 104% 증가한 58엔/본이었음. 이중 양란류는 전년대비 99%인 16,888만본으로 감소를 나타냈음. 단가는 전년대비 103%인 97엔/본으로 증가를 나타냈음. 양란류의 단가는 전년에 비해 전반적으로 증가를 나타냈음.

〈 '07 양란(절화류)의 도매가격 〉

구 분	수량 (만본)	금액 (억엔)	단가 (엔/본)	전년대비(%)		
				수량	금액	단가
절 화 류 전 체	581,441	3,374	58	95	99	104
양 란 류 전 체	16,888	163	97	99	102	103
심 비 디 움	778	36	460	90	94	104
( 수 입 품 )	160	12	734	91	96	105
덴 파 레	10,475	49	47	97	102	104
( 수 입 품 )	7,897	36	46	102	108	107
온 시 디 움	2,741	26	96	99	104	104
( 수 입 품 )	1,681	14	83	103	109	106

자료원 : 일본 농림수산성 대신관보통계부

○일본의 분화 전체의 도매수량은 전년대비 93%인 291,758천분으로 감소를 나타냈으나 단가는 전년대비 105% 증가한 343엔/분이었음. 이중 양란류는 전년대비 93%인 12,188천분으로 감소를 나타냈음. 단가는 전년대비 107%인 2,270엔/분으로 증가를 나타냈음. 양란류의 단가는 전년에 비해 전반적으로 증가를 나타냈음.

〈 '07 양란(분화류)의 도매가격 〉

구 분	수량 (천분)	금액 (백만엔)	단가 (엔/분)	전년대비(%)		
				수량	금액	단가
분 화 류 전 체	291,758	99,945	343	93	98	105
양 란 류 전 체	12,188	27,669	2,270	93	99	107
심 비 디 움	2,247	5,687	2,531	90	90	103
덴 드 로 붐	1,931	1,800	932	89	93	105
덴 파 레	1,081	1,373	1,270	96	99	103
팔 레 높 시 스	4,168	16,109	3,865	99	104	105

자료원 : 일본 농림수산성 대신관보통계부

### 3. 소비동향

#### 가. 화훼(양란)의 소비동향

- 일본 화훼의 국내수요는 수평 또는 약간의 감소경향을 나타내고 있으며, 특히, 업소용의 수요가 저하가 현저하여 이 결과 가정용의 비율이 높아지고 있어 보존성 등의 품질이 한층 더 중요시됨과 동시에 적절한 가격대가 요구되는 등의 경향이 강해지고 있음. 따라서, 가정용 수요에 대응한 생산 및 판매가 요구되고 있음. 또, 다양한 화훼의 개발이 추진되고 있는 가운데 재차 소비니즈에 대응할 수 있는 고품질 또는 개성적인 화훼의 공급이 기대되고 있음.

〈 절화류의 수요형태의 추정 〉

연도(100%)	'90	'92	'94	'96	'98	'00	'03	'06
업 소 용	37.2	35.9	34.0	33.0	32.7	31.3	31.9	31.6
통 신 판 매 용	13.4	10.5	10.6	11.3	11.6	11.7	11.1	11.3
점 포 판 매 용	49.4	53.6	55.4	55.7	55.7	57.0	57.0	57.0

자료원 : 일본 농림수산성 『화훼수요별소비상황조사』

주 : 점포판매용 - 가정용, 선물용/ 업소용 - 관혼상제용, 꽃꽂이용 등

- 양란의 소비는 현재 도쿄돔에서 개최되고 있는 『세계란전』을 정점으로 국제란전이 홋카이도에서부터 오키나와까지 일본 각지에서 개최되어 란에 관심이 많은 애호가들이 늘어나고 있음. 양란농원 외에 원예센터와 홈센터 등에서도 다수의 양란이 판매되고 있어 이전에 비해 가격면에서도 적절한 가격대가 요구되고 있음.
- 절화의 소비는 가정용 등의 점포판매가 증가경향이었으나 '00년 전후를 절정으로 수평을 이루고 있음. 절화 및 원예용품의 1세대당 구매금액은 감소경향을 나타내었으나 최근에는 수평을 이루고 있음.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

< 연도별 절화 및 원예품·원예용품의 1세대당 연간구입금액 >

(단위 : 엔)

연 도	절화	원예품·원예용품
'01	11,536	10,282
'02	11,540	10,470
'03	11,020	9,805
'04	10,697	9,408
'05	10,602	9,094
'06	10,722	9,458
'07	10,828	9,255

자료원 : 일본 총무성 『가계조사연보』

주 : 원예품·원예용품은 화분에 심은 식목, 초화(草花)의 종, 비료 등

나. 양란의 수입국가별 선호도

○일본에서 절화 중 양란은 태국, 대만, 뉴질랜드, 말레이시아, 싱가포르 등에서 수입되고 있으며, 분화는 수입실적이 없는 것으로 조사됨. '07년 수입물량은 6,362톤(전년비 3.2% 증가) 중 태국이 4,056톤(전년비 1.9% 증가)으로 전체물량의 63.7%로 가장 많은 점유율을 나타내고 있음. 한국산은 3톤 정도로 매우 미미한 물량이 수입되고 있음. 단가면에서 볼 때 전체의 평균단가는 1,077엔/kg으로 다른 절화에 비해 높은 편이며, 이중 한국산은 2,370엔/kg, 태국산 973엔/kg으로 한국산이 매우 높은 단가를 나타내고 있음.

태국산 덴파레



## 4. 수출입동향

### 가. 수출동향

- 일본의 화훼수출은 분화, 분재, 식목류를 중심으로 최근 대폭 증가를 나타내고 있음. '07년에는 5,751백만엔으로 전년에 비해 2배 정도 증가를 나타냈음. 특히, 중국, 홍콩 등에 분화, 분재, 식목류를 중심으로 급증을 나타내고 있음.
- 양란의 절화수출은 '07년에 독일로 물량 110kg, 금액 79만엔 정도로 매우 미미하게 수출이 이루어졌음.

### 나. 수입동향

- '07년 양란(절화)수입량은 전년비 3.1% 증가한 6,362톤, 수입금액도 전년비 9.1% 증가한 6,853백만엔, 단가 역시 전년비 5.7% 증가한 1,077엔/kg을 나타냈음.
- '07년 수입량 중 태국이 가장 많으며, 전체물량의 63.8%를 차지하고 있음. 다음으로 대만이 전체물량의 17.8%를 나타내어 이 2개국에서 전체물량의 약 82%를 차지하고 있음. 한국산은 매우 미미한 물량(3톤)을 나타내고 있음.
- 한국산 수입량은 매년 증감이 반복되면서 '07년에는 전년비 50%로 대폭 증가를 나타냈음. 한편, 단가는 2,370엔/kg로 전년비 2.2% 증가를 나타냈음.
  - 한국산 단가 : ('05) 951엔/kg → ('06) 2,319엔 → ('07) 2,370엔
  - 태국산 단가 : ('05) 767엔/kg → ('06) 854엔 → ('07) 973엔
- 태국은 화훼산업 중에서 란은 가장 중요한 품목이며, 태국국내에서도 많은 소비를 나타내고 있는 한편, 절화를 중심으로 각국에 수출되어 태국 절화수출의 95% 이상을 차지하고 있음. '06년 란의 생산통계를 보면, 재배면적 및 물량 모두 '05년에 비해 대폭 증가했으며, 이는 '06년 첸마이 국제원예박람회가 개최되어 실제로 생산을 증가시킨 효과도 있다고 보고 있음.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 연도별 양란(절화)의 수입동향 〉

(단위 : 톤, 백만엔, 엔/kg, %)

구 분	'05			'06			'07			전년비		
	물량	금액	단가	물량	금액	단가	물량	금액	단가	물량	금액	단가
한 국	5	5	951	2	4	2,319	3	8	2,370	50.0	100.0	2.2
중 국	2	3	1,159	12	19	1,563	1	2	1,621	-91.7	-89.5	3.7
대 만	841	1,053	1,252	957	1,119	1,169	1,131	1,059	937	18.2	-5.4	-19.8
베 트 남	15	30	2,003	3	13	4,006	17	50	2,941	466.7	284.6	-26.6
태 국	3,883	2,980	767	3,979	3,397	854	4,056	3,947	973	1.9	16.2	13.9
싱 가 폴	500	447	894	187	191	1,021	134	151	1,129	-28.3	-20.9	10.6
말 레 이 시 아	195	222	1,143	472	453	960	511	505	987	8.3	11.5	2.8
화 란	8	23	2,815	6	18	3,093	3	11	3,508	-50.0	-38.9	13.4
뉴 질 란 드	635	1,040	1,637	543	1,054	1,943	499	1,108	2,220	-8.1	5.1	14.3
합 계	6,088	5,811	955	6,168	6,283	1,019	6,362	6,853	1,077	3.1	9.1	5.7

자료원 : 일본 재무성 무역통계 / HS번호 : 0603.10-010 / '07년부터는 0603.13-000

## 5. 통관제도(절화/양란) 및 관련법규

### 가. 양란의 상품분류

- HS코드 : 0603.13호(난/신선한 것)
- 관세율 : 양란은 수출입 자유화 품목으로 무세임.

### 나. 통관절차

- 절화의 수입에 있어서 식물방역법에 의거 검사를 받아야 하며, 또, 워싱턴조약에 해당하는 것이 있으므로 주의가 필요함. 또, 수입하는 절화가 외래생물법에 해당하는지 등의 주의를 요함.



## 다. 수입절차

### ㉠ 외국환율 및 외국무역법 수입무역관리령 관계

- 절화를 수입하는 경우에는 워싱턴조약(절멸의 위험이 있는 야생동식물의 종의 국제 거래에 관한 조약)의 부속서1, 2 또는 3에 해당하는지의 주의가 필요함.

### ㉡ 절멸의 위험이 있는 야생동식물의 보존에 관한 법률(워싱턴조약)관계

- 절멸의 위험이 있는 종의 보존을 피하기 위한 국내법으로서 동법이 있어 워싱턴조약에 의해 지정된 동식물 및 국내에 생식하고 정부령에 의해 지정된 동식물 등의 포획양도를 원칙적으로 금지하고 있음. 단, 등록 대상종에 대해서는 개체등록허가, 사업자신청서 등 별도의 취급이 있음.

### ㉢ 특정외래생물에 의한 생태계 등에 피해방지에 관한 법률

- 외래생물법관계 : '05년6월부터 특정외래생물에 의해 생태계 등에 피해방지에 관한 법률(외래생물법)이 시행되었음. 이 법률에 의해 특정외래생물의 사양(飼養), 수입 등에 대해서 규제하고 있음. 또, 미판정외래생물에 지정되어 있는 것에 대해서도 수입자에게 신청의무가 부여되기 때문에 사전에 주의가 필요함(문의처 : 환경성).

### ㉣ 식물방역법 관계

- 절화를 수입할 때에는 식물방역법에 의거 검사를 받아야 됨. 식물방역소에 『식물수입검사신청서』에 수출국의 식물방역기관이 발행한 식물검역증명서 등의 관계 서류를 제출하고 검사신청을 행함. 검사의 결과, 병해충 등이 발견되면, 소독, 구제(驅除), 폐기 등의 조치가 명령됨. 검사에 합격한 경우에는 『식물검사합격증명서』가 교부됨.

### ㉤ 수입통관

- 輸入(納稅)申告書』에 인보이스(상업송장), B/L, 보험명세서, 식물검사합격증명서 등 관계서류를 첨부해 세관에 제출하며, 심사·검사 및 납세 후 수입허가서가 교부됨.

## 라. 관련법규 : 난(蘭)의 워싱턴조약

- 난의 워싱턴조약은 JOGA(일본양란농업협동조합/(<http://www/joga.or.jp>))에서 2006년 10월 17일 게재 된 내용을 중심으로 소개하고자 함.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

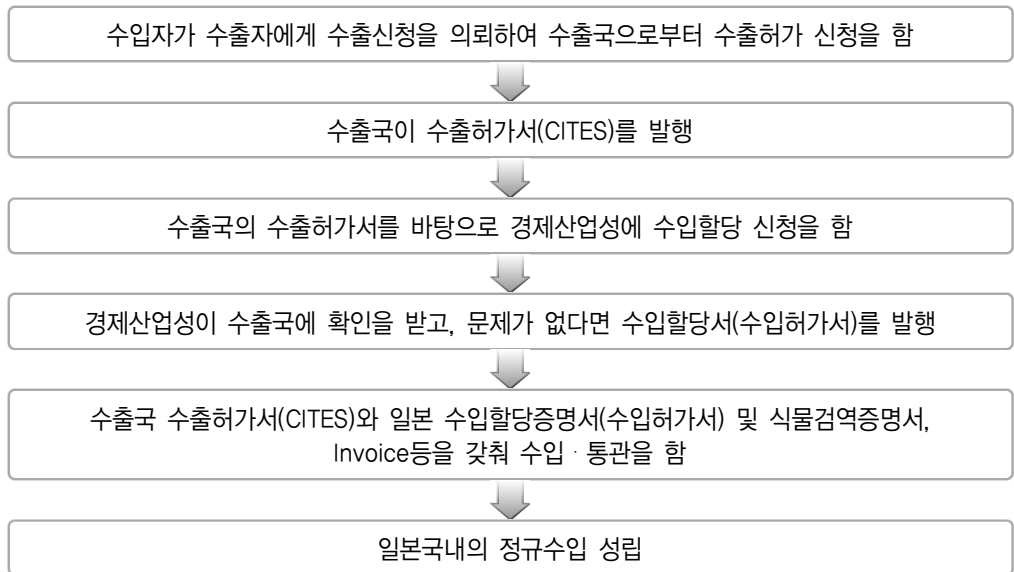
VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 모든 난(欄)과식물은 워싱턴조약의 대상으로써 국제간 이동에 대해 규제를 받고 있음. 그렇게 때문에 국제 상거래뿐만 아니라 관광여행 등의 선물로서 가져오는 경우에도 반드시 수출입허가가 필요함.
- 워싱턴조약은 1975년4월2일에 국제조약으로써 발행조건을 만족시키고 1975년 7월 1일에 효력을 발생하게 되었음. 일본에서는 1980년4월25일 제91회 통상국회에 의해 본 조약의 체결이 승인을 받아, 1980년11월4일부터 발행하고 있음.
- 모든 난과식물은 규제대상으로 되어있으나 보다 규제가 엄격한 부속서Ⅰ과 기본적인 상거래가 가능한 부속서Ⅱ로 나누어져 있음. 대부분의 난과식물은 부속서Ⅱ에 분류되어, 발행당초 부속서Ⅰ에 포함된 것은 7속 9종만이었음. 부속서는 2년에 한번 개최되는 워싱턴조약 체결국 회의 및 체결국 회의의 중간에 개최되는 식물위원회(plant Committee)에 의해 개정의 검토가 이루어지고 있음. 자생지의 분포나 생식(生息)수의 증가 또는 감소 등이 확인된 경우는 부속서의 변경이 이루어져 부속서Ⅰ에서 부속서Ⅱ로 변경되거나, 부속서Ⅱ에서 부속서Ⅰ로 변경되는 것이 있음. 그러므로 부속서의 변경에는 항상 주의가 필요함.
  - 부속서Ⅰ의 수입절차 : 부속서Ⅰ에 지정된 난과식물은 통상 국제거래에는 엄격한 규제가 따르나, 소정의 절차를 거치면 국내로의 수입이 가능한 것도 있어 상거래가 가능함.(부속서Ⅰ의 난과식물 전부 거래가 가능한 것은 아님). 구체적으로 아래와 같은 절차가 필요함.(수출국측 허가과 일본측 수입허가가 필요함)



- 부속서Ⅱ의 수입절차 : 부속서Ⅱ는 부속서Ⅰ에 게재된 종(原種)이외의 모두 난과 식물이 대상이 됨. 이것은 원종(原種)뿐만 아니라 교배종(품종)도 포함됨. 부속서Ⅱ의 대상이 되는 것의 식물수입절차는 하기와 같이 시행함(기본적으로 수출국측 허가를 얻으면 일본으로 수출이 가능함)



특정 조건으로 워싱턴조약의 적용을 받지 않는 국제간거래가 가능한 난과식물도 있으나, 기본적으로 모두 수입에는 반드시 CITES의 수출허가서가 필요함.

- 부속서Ⅰ에 게재된 난과식물(2006년10월 현재)

*Aerangis sllisii*  
*Dendorobium cruentum*  
*Laelia jongheana*  
*Laelia lobata*  
*Paphiopedilum spp.*  
*Peristeria elata*  
*Phragmipedium spp.*  
*Renanthera imschootiana*

상기의 난과식물이라도 무균배양에 의한 인공번식되어 배양기내에 들어간 상태로 국제 거래되는 것만 워싱턴조약에 적용되지 않는다고 규정되어 있음.

- JOGA(일본양란농업협동조합)의 대응(2006년10월 현재)  
 모든 수입은 이 워싱턴조약의 규칙에 따라 행하여지면 안 됨. 또한 일본국내에서 유통되는 모든 난과식물은 국제법에 의한 워싱턴조약에 따라 수입된 것 또는 워싱턴

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

조약이 발효되는 이전부터 일본국내에 존재한 묘를 사용하여 인공번식된 것이 아니면 안 됨.

워싱턴조약 발효 후에 일본이외에서 새롭게 발견된 부속서 I 에 기재된 종(원종)의 수입은 부속서 I 수입절차에 따라 수입되고 있음. 1990년1월18일에 파피오페딜룸속 전종 및 프라그미페딜룸 전종이 부속서 I 에 기재되어, 그 이후에 많은 파피오페딜룸이나 프라그미페딜룸이 발견되었으나, 이것에 대해서는 원산국으로부터 수출허가서가 나와 있는 사실이 발견되지 않아 원칙 수입을 할 수 없음. 향후 원산국에서 인공 번식되어, 그 묘가 세계를 향해 정규 수출될 가능성도 있으므로 그때까지는 일본에서 볼 수 없음.

JOGA에서는 원산국 또는 제3국에 있어, 이러한 새로운 발견 파피오페딜룸이나 프라그미페디움의 인공번식이 확인되어, 정규 CITES의 발급 된 후, 일본에 정규 수입되는 회사에 대해서는 정규수입품인 점을 인정하는 라벨을 발행하게 됨. (라벨 발행은 JOGA 조합원이 수입된 경우만 해당) 그때까지는 아름다운 꽃이라 하더라도 부정으로 입수하지 않도록 주의를 요함. 파피오페디움속 및 프라그미페디움속의 교배종은 인공번식품이므로 본래 부속서 II 에 해당하는 식물로 생각되나, 그 원종은 부속서 I 에 기재되어 있으므로 현실로는 CITES상 기재는 교배종이다 하더라도 부속서 I 로 표기하고 있음. 그러나 교배종(hybrid)의 경우는 운용상 부속서 II 와 같은 취급을 받게 되어 있어 일본에 수입을 하는 경우에는 부속서 I 로 기재되면서 수입 할당증명서를 받을 필요가 없고, 통관시 확인제(부속서 II 취급)로 되어있음.

## 6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

- 바이어의 의견에 따르면, 한국산은 대부분이 심비디움 품종이 겨울철에 한정되어 수입되고 있으며, 가격대는 150~300대로 일본산과 시기가 같아 물량확대에 지장을 초래한다고 말함. 여름에는 뉴질랜드산이 수입되며, 가격대도 본당 700~1,500엔대를 나타내고 있다고 함. 물량이 가장 많은 태국산은 덴파레와 덴드로븀의 품종으로 연중 수입되고 있으며, 싱가포르와 말레이시아산도 같은 품종이 수입되고 있음. 대만산은 온시디움이 주요 수입품종임.



## 7. 한국산 수출확대방안

- 한국내 양란의 생산 경쟁력 강화를 위해 노동력절감의 다수확재배기술의 도입과 작업의 기계화 및 자동화로 노동력절감, 저비용 내수성 하우스 도입으로 인한 시설 및 설비의 절감 등을 추진할 필요가 있음.
- 양란 중 심비디움은 DDA/FTA에 대응한 수출경쟁력이 높은 분야이므로 수출대상국 수요를 지속적으로 마케팅을 추진하여 품종, 작형, 재배기술을 개발하고 지역별 시범 사업을 통하여 최적지를 발굴하여 집단화된 수출단지 조성이 시급.
- 양란 수출확대를 위해서는 생산농가의 고품질재배기술 및 수확 후 관리의 강화와 생산성 향상도 중요하지만 수출전문생산단지를 조성하여 공동선별장 등의 운영으로 수출물량의 규모화 및 시설의 자동화, 유통시설 개선 등의 지원으로 생산비 절감으로 수출경쟁력을 키워 나가야함.
- 양란 고품질 수출품의 연중 안정적인 공급체계 개선을 위해서는 신품종 개발 및 우량종묘의 대량생산 체계를 구축하여 수출국 기호에 맞는 화색, 화형, 생육이 왕성한 품종 및 우량계통을 육성하고 수출품종의 국산화 등으로 수출원가를 절감하여야 함.
- 양란의 국제전시회참가 및 판촉전, 플라워쇼, 품평회 등의 개최를 통한 현지시장 홍보 강화로서 한국 화훼의 우수성을 꾸준히 홍보하여야 하며, 수출시장의 다변화 및 신규 수출유망품목의 개발을 위해서 정부의 적극적인 지원과 확대가 필요함.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국



## 1. 중국 심비디움 생산현황

### 가. 주요 생산지역

#### ① 운남성(곤명) 및 사천성

##### □ 생산현황(농가수, 면적, 연간 출하량을 중심으로)

한·중 수교이후 한국산 신선농산물중 유일하게 심비디움 만이 중국에서 정말 괜찮은 대접을 받아 왔던 것이 사실이다. 그러나 근년에 들어 중국현지 생산업체들의 수와 면적이 급격하게 늘어나면서 현지에 진출한 한국 업체들이 생산하는 수량과 거의 비슷한 수준이 되었다.

이에 따라 초기에 진출한 한국 업체들 중 일부가 아직은 시작단계에 불과하나 생산수량을 점차 줄여 가면서 품목을 다변화하거나 다른 해외시장으로 눈을 돌리고 있는 단계이다. 하지만 3~4년 전부터 진출하기 시작한 한국농가들은 계속 면적과 수량을 늘려가고 있어서 과잉생산이 될 것이라는 지적까지 나오고 있는 실정이다.

현재 중국에 진출한 한국업체는 광저우, 쿤밍지역만 10개 업체에 총 시설면적 약 13만평에 연간 출하량은 약 45만본 정도로 추정되고 있으며, 반면 규모가 있는 중국업체는 8개 정도에 시설면적은 약 10여만평으로 연간 출하량은 40여만본 정도로 추정된다. 여기에다 소규모의 현지농장이 생산하는 량을 합하면 중국인 현지 업체들의 연간 출하량은 50만본을 충분히 넘을 것으로 추산된다.

또한 현지에 진출한 일본 업체들은 연간 출하량은 그리 많지 않아 해마다 약 2만본 정도를 웃돌고 있는 것으로 보인다. 하지만 Mukoyama가 四川省 西昌지역에서 위탁 생산 하는 수량까지 합하면 약 15만본을 상회할 것으로 추산되고 있다.

중국의 화훼산업은 운남성과 사천성을 중심으로 발전해오고 있으며 그중에서 심비디움 출하량은 연간 약 110만 본 정도로서 중국전체 생산량의 약 90%이상을 이곳에서 생산하고 있다고 보면 될 것이다.

□ 조기개화의 문제

운남성은 기후문제로 인해 해마다 전체 출하량의 30~40% 정도가 춘절시장 이전에 조기 출하되는데, 금년에도 크게 다르지 않을 것으로 예상된다. 이렇게 본다면 춘절 시장에 출하될 수 있는 수량은 약 70만본 전후로 한국에서 수입되는 수량과 거의 비슷한 수량에 해당된다.

□ 주요 생산품종과 품질 수준

중국 현지에서 가장 눈에 띄는 품종은 Nobuko를 중심으로 한 적색계열의 수량이 절대적으로 많이 생산되고 있으며, ‘Crescent Lovely Moon’ 을 대표로 하는 황화대륜계 역시 Nobuko 못지않게 많은 것으로 파악되고 있다. 이 두 가지 품종이 전체 수량의 상당부분을 차지하고 있다.

한편 2년 전까지만 해도 Cascade류의 품종이 상당히 인기를 끌었지만 일본의 중국 현지 종묘업체로부터 많은 량의 종묘가 공급되면서 이제는 희소성의 가치가 없는 일반 품종으로 취급되고 있는 실정이다. 특히 운남성 大漢企業(臺灣업체)과 사천성 西昌 지역에는 일본종묘업체의 특수품종들이 많이 재배되고 있는데 금년부터 일반 Pink색상 계열들의 생산수량은 줄어들 것으로 예상된다. 이 같이 생산량이 줄어드는 주요 사유로는 중국 소비자들이 Light Pink색상을 선호하지 않는 경향이 강하기 때문에 농가들이 일찍이 이들 색상의 재배를 기피하였기 때문인 것으로 풀이된다.

이들의 품질수준을 보면 춘절시기 소비가능량 약 70만본 중 30% 정도인 약 20만본 정도를 A급 수준으로 분류하고 나머지를 중하작이라고 본다면 크게 틀리지 않을 것이다.

아직도 일부의 사람들은 운남성산 심비디움의 품질을 지나치게 저평가하는 경향이 있거나 춘절시기 전에 대부분 개화될 것이라는 설을 유포하는 것을 서슴지 않고 있는데, 이런 배경에는 한국산의 수출가격을 끌어올리려는 의도가 내포되어 있는 것으로 보이며, 전년도에 이런 의도로 수출을 진행하다가 큰 손해를 본 농가들이 몇몇 있다는 현실을 간과해서는 안 될 것이다. 해마다 반복되는 일이기는 하지만 운남성 현지의 품질수준과 품종의 다변화는 한국과 버금가거나 혹은 더 발전된 측면을 볼 수 있다. 이는 재배 규모면에서 볼 때도 그렇지만 이들은 이미 영세농이 아니며 1만평이상의 규모화된 농장을 갖추고 있으면서 3~4년 전부터 일본과 호주등지에서 직접 묘를 수입하거나 혹은 품종을 개발하는 수준에까지 이르고 있다.

이제 품종은 論外로 다루어야 할 정도가 되고 있는 것이 중국 현지의 심비디움 생산 현주소다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공법  
일 본  
미 국

## 나. 산동성

한국인 생산업체가 5개정도 있으며 아직까지 중국 현지업체는 거의 무시해도 될 정도의 규모와 수준인 것으로 파악되고 있다. 이들 현지 업체들의 재배시설 면적은 2,000평을 전후한 영세 규모로 재배수준 역시 뒤떨어져 있어서 설령 이곳에서 재배를 하더라도 병묘나 육묘부터 시작하지 않고 개화묘를 구입하여 재배하는 경우가 대부분이다.

전체 생산 면적은 약 2만평 정도이나 상당정도의 면적이 재배를 위한 시설이 아니라 곤명산과 한국산 수입 심비디움을 판매하기 전 늦가을에서 겨울철에만 잠시 보관하는 중간물류 창고 정도로 이용하는 시설로 보면 될 것이다.

예를 들어 전년도에 대량의 한국산 심비디움이 조기에 산동성 위해지역의 한 농장에 입고된 후 개화처리 하여 출하된 사실이 있는데, 이는 결과적으로 한국산 심비디움의 품질 이미지를 저하시키는 원인이 되었으며, 이런 수출방법으로 출하된 상품은 소비자들로 하여금 전체 한국산 심비디움의 품질수준을 판단하는데 부정적인 요인으로 작용하고 있는 것이다.

왜냐하면 개화처리기의 식물은 생산환경의 변화에 매우 민감하기 때문에 성공적으로 재배하기가 매우 어렵고 더욱이 생산자의 손을 떠나 있기 때문에 관리상의 문제도 나타날 수밖에 없다고 한다. 앞으로 이런 문제는 생산자 측에서 신중하게 검토해야 할 과제이다.

결론적으로 산동지역은 재배 및 생산기지라기 보다는 점차 중간 유통단계의 시설로 전환되어 가고 있는 분위기이다.

## 다. 광둥성을 중심으로 한 화동지역

광둥성과 복건성에서도 일부 업체가 산상지대에서 재배를 하고 있지만 품질은 매우 조악한 수준이며, 판매시기도 빨라 최대 성수기인 춘절시기보다 앞서서 출하되고 있다. 이처럼 광둥성 북부지방에서 주로 생산되는 품종은 심비디움 교배종이 많지만 품질은 여전히 좋지 않은 것으로 평가되고 있다. 특이할 만한 것은 경남 김해의 한 농가가 광둥성에 진출하여 산상에서 재배를 하고 있지만 품질 수준이 아주 조악하여 중국전역에서 가장 뒤 떨어지는 것으로 평가되고 있는데, 그 이유는 광둥성의 기후조건이 심비디움 생산에 부적합하기 때문인 것으로 알려져 있다.

그럼에도 불구하고 매년 대묘 혹은 개화주가 한국으로부터 수입되어 현지농장에서 재배되고 있는데, 이런 경우도 서류상으로는 한국에서 중국으로 정상적으로 수출한 것이 되어



물류비 지원을 받고 있는 것으로 알고 있다. 이렇게 생산된 조악한 상품들이 유통됨으로서 심비디움 시장을 혼란스럽게 만들고 있을 뿐만 아니라 한국산 심비디움의 이미지 손상에 지대한 영향을 끼치고 있기 때문에 이런 방식의 수출은 반드시 지양되어야 할 것이며, 보조금 지원제도도 심각하게 제고되어야 할 것으로 생각한다. 수출농가나 업체 입장에서는 어떤 방법으로 수출을 하든지 현행 제도 하에선 수출보조금을 받을 수 있기 때문에 이러한 편법 수출이 존재하고 있는 것이다.

### 나. 품종과 기술력 향상

운남성의 일부 업체들은 금년부터 대량의 호주산 수입묘 신품종과 일본의 신품종들로 재배한 상품을 대량 출하할 예정이다. 품종 경쟁이 격화되면서 새롭게 선보이는 품종들도 많아졌고 이에 따라 소비자들의 선택폭도 그만큼 넓어졌다고 할 수 있다. 다만 시장성이 얼마나 있을지? 소비자들의 반응은 어떨지는 아무도 장담할 수 없으며 과연 경쟁성이 있는 품종인지는 더 두고 봐야 할 일이다.

그러나 특이한 것은 시장에서 거의 찾아 볼 수 없을 정도로 수량이 부족한 품종은 그것이 오래된 품종임에도 불구하고 ‘신품종’에 버금가는 대접을 받는다. “Kenny wine color”는 아주 오래된 품종임에도 불구하고 출하량이 극히 적은 관계로 오히려 웬만한 신품종보다 좋은 가격에 출하되기가 무섭게 팔리는 게 현실이다. 품종경쟁에 지나치게 몰두하거나 중국현지에서 고가에 팔리는 품종만을 선호한 나머지 일부품종에 편중되는 현상이 노골화되면서 시장은 오히려 재배수량이 적은 한물 지나간 품종이 우대받는 날이 온 것이다. 이처럼 시장이 흡수하기 어려운 품종 편중현상은 이곳 중국 현지에서도 마찬가지로 심화되어 상당기간 지속 될 것으로 보인다.

이제 중국의 심비디움 재배에 있어서 기술력 문제는 논외로 해도 될 성 싶다. 그만큼 기술력의 진보가 빠르다는 얘기이다. 한국 심비디움 업체들의 중국진출은 모방의 천재들인 중국인들에게 심비디움 재배에 눈을 뜨게 해줬고 새로운 산업으로서의 길을 알려 준 것이다. 기술을 더 이상 감추고 비밀로 할 것도 없어졌다는 얘기다. 다만 운남성의 재배환경 조건 중에서 수질 문제와 가을철 고온현상 등 외부환경 조건에 어떻게 적응할 것인가 하는 것이 관련자들의 숙제로 남아 있을 뿐이다.

### 다. 생산 & 유통비용 상승

어느 산업을 막론하고 중국에서의 저비용 생산은 옛날 얘기가 되고 있다. 최근 들어 생산비용은 약 20~30%이상 상승하고 있기 때문이다. 특히 일부 지역 농촌에서는 도시

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

노동자보다 인건비가 높을 뿐만 아니라 극심한 인력난을 겪고 있는 것으로 알려져 있다. 더욱이 전 세계적으로 몰아닥친 유가상승 파동과 원재료비 상승 등은 심비디움을 재배하는 중국 농가들에게도 심각한 문제이기는 마찬가지이다. 특히 겨울철 석탄에 의존 하던 난방비가 전년대비 2배 정도 뛰어올라 농가들의 부담이 크게 증가하고 있는 것이 현실이다.

## 라. 고부가가치 품목에서 일반 품목으로 변화

몇 년 전만해도 심비디움은 춘절 화훼류 선물용품 중 비싼 품목 중의 하나였다. 그러나 근년에 들어서 다른 품목들과 마찬가지로 비싸지도 싸지도 않은 일반적인 선물용 품목으로 지위가 변화한 것으로 판단된다. 다만 그 수요는 매년 조금씩 증가하는 추세임이 분명한데, 가격이 지나치게 고가일 때는 일반인들이 구매하기 어려웠지만 매년 가격이 조금씩 하락하여 이제는 일반 소비자들도 어느 정도 구매할 수 있는 적정가격이 이루어진 것으로 보인다. 물론 적정가격을 말하기는 매우 어렵지만 도매상과 소비자들에게 지나치게 부담스럽지 않은 금액이어야 함을 의미한다. 이런 변화는 소득수준의 향상에 따른 생활패턴의 변화로 소비자들은 다양한 선물 종류의 출현을 요구하게 되었고 소비자들의 다양한 욕구 충족을 위해 개발된 많은 선물 상품들로 인해 선물로서의 심비디움 위치도 변화를 가져오게 된 것으로 풀이된다. 당연히 상품이 많아지고 다양해질수록 소비자들의 선택 폭은 그만큼 커지고 가격 또한 하락하게 되는 것이다.

## 2. 심비디움 유통동향과 특징

### 가. 유통형태와 가격

#### ㉠ 직접 판매

품종과 품질, 수량, 양도시기와 가격을 결정하여 농장에서 직접 판매하는 형태가 유통의 주를 이루고 있다. 그때그때 시장 상황의 변화에 따라 출하자는 가격과 수량을 조정한다. 중국 현지에서는 아직 경매장을 통해 판매가 이루어지는 경우는 없다. 이렇게 직접판매 즉 유통상인이 직접 농장을 방문하여 품종 수량 가격을 협의 결정하는 일이 가능한 이유는 대규모 생산면적과 생산지역의 밀집성에 기인한다. 몇몇 대규모 농장은 자체적으로 유통판매 시스템을 구축하여 전국적으로 판매를 하고 있지만 중간 유통비용과 관리의 어려움으로 별반 이익을 취하지 못하고 있는 것으로 알려져 있다.

### ㉠ 유통상을 통한 위탁판매

어디서나 가장 이상적인 상품 판매는 현금거래일 것이다. 그러나 수요와 공급에 있어서 공급이 과잉인 경우 당연히 바이어마켓이 될 수밖에 없는 것이 현실이다. 심비디움 시장도 예외는 아니어서 공급이 과잉되면서 한국산 심비디움의 위탁판매가 성행하게 되었고, 여기에 중국산 심비디움 생산량이 늘어나면서 일부 중국 내 농가에서도 유통상을 통한 대리판매가 이뤄지고 있는 것으로 파악되고 있다. 실제 농장에서 직접 현금판매가 성사되는 경우는 몇몇 오래된 유통능력을 갖춘 업체에 불과하며, 가늠하기는 어렵지만 50% 이상은 그렇지 못한 것으로 추측된다.

### ㉡ 가격결정 기능

지극히 이론적인 말일 런지 모르나 가격은 시장을 통해 결정된다. 그렇기 때문에 유통상인의 영향력은 생산량이 증가하면서 점점 커져가고 있을 뿐만 아니라 심지어 완전 위탁판매 형식도 생겨나고 있다. 시장상황에 따라 위탁판매는 생산자가 선택할 수 있는 하나의 판매유형임에 분명하다. 다만 우리가 반드시 유의해야 할 사항은 신용과 판매능력이 있는 유통업체를 선정해야 하는 일이고, 또한 위탁과 관련한 법률적 장치를 확보하는 일이다. 온전하게 이러한 사전적인 조치와 협의가 있다하더라도 현재 상황에서는 매우 신중하게 접근해야 할 일이다.

문제는 유통업체의 신용과 판매능력을 조사하는 일인데, 한국에서는 그 상황을 객관적이고 구체적으로 조사할 방법이 거의 없다. 하지만 중국 현지의 오래된 경험 있는 한국 업체를 통한다면 조사가 가능 할 것으로 본다.

## 나. 중국산과 수입산의 가격 비교

최소한 동일품종, 품질에 관한 한 중국 현지산과 수입산과의 가격 차이는 거의 없다. 중국 현지인이 운영하는 생산업체인 경우엔 상대적으로 저렴한 가격을 결정하여 판매를 서둘러 끝내는 경향이 있다. 이는 불투명한 시장 상황에 대처하는 중국인의 전통적인 상습관의 하나로 위협이 있다고 판단되면 먼저 가격을 낮추어 신속하게 판매하고 마는 것이다.

물량이 적으면 ‘눌부심뽀’로 우기지만, 물량이 조금이라도 많을 것 같으면 뒤도 돌아보지 않고 후다닥 팔아치우고 일찌감치 편히 쉰다. 이것이 중국인의 상습관이다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

### 3. 소비시장과 구매동향

#### 가. 소비시기의 제한성

심비디움의 최대 소비시기인 춘절시장이 예전에는 1개월여 지속되는 황금기가 있었으나 이제는 보름정도로 줄어들었다고 해도 과언이 아니다. 그만큼 수입자에게 불리한 상황이다. 시간에 기고 넘쳐나는 물량에 밀려 결국 도매상이 “일하는” 가격에 판매할 수밖에 없는 형국이 되고 있는 것이다. 춘절시기와 연말연시 시장에다가 국경절전 추석시즌에 약간의 소비수량이 있지만 그 수량은 많지 않다. 전체적으로 모든 물량이 춘절용 선물시장에 몰리다 보니 생산농가는 판매량의 한계(작업량의 한계)와 함께 유통상인에 점점 의존할 수밖에 없는 현실이다.

#### 나. 구매패턴의 변화

##### ㉠ 고가 상품에 대한 기대감

흔히 ‘현애’ 나 ‘Cascade’ 형태가 그동안 고가상품으로 유지되어 왔으나 중국내 생산량이 늘어나면서 희소가치가 사라졌다. 또한 꽃대를 인위적으로 만든 현애작은 도매상들이 스스로 작업하면서 거품을 완전히 제거하기에 이르렀고, 황색계열을 중심으로 한 중고가 시장도 생산량이 지나치게 폭증하면서 중가시장으로 조정되었으며, 이제 고가시장은 없다고 보는 것이 타당하다고 본다.

##### ㉡ 적은 수량을 여러 차례 구매하는 경향

공급량이 많아지고 위탁판매가 성행하면서 도매상은 일시에 많은 량을 절대 구매하지 않는다. 아직까지 일시에 대량 구매하는 경우는 지방외지 상인들 밖에 없다. 이들이 이렇게 하는 데에는 한번 움직이는데 많은 시간과 경비가 소요되기 때문인데, 그렇다고 이들이 무턱대고 높은 가격에 구매하거나 결코 헐값에 매입하지는 않는다.

##### ㉢ 다른 蘭類와의 경쟁

춘절시기에는 심비디움 뿐만 아니라 다양한 꽃들이 선물용으로 소비된다. 특히 동종 난류의 경우엔 호접란(Phalaenopsis)이 심비디움보다 더 큰 소비시장을 갖고 있는 데, 추정 규모는 약 1,800만주 정도이다. 4년전부터 전 세계적으로 호접란 바람이 불면서 중국에서도 엄청난 규모의 재배면적과 수량이 늘어 다가올 춘절시장부터는 과잉생산으

로 인한 가격폭락이 예상된다. 이는 비단 호접란만의 문제가 아니라 심비디움에 미치는 영향이 아주 커 가격 동반하락은 불가피 할 것으로 보인다. 최소한 향후 2~3년간 심비디움 생산농가들은 중국 호접란의 과잉생산에 따른 과잉공급 영향권에 들어 더욱 큰 부담이 될 것으로 예측된다.  
 난류는 소비시장이 발전하면 할수록 심비디움의 소비보다 호접란의 소비가 늘어나는 것이 시장 패턴이다. 전세계 시장 어디를 막론하고 이러한 현상은 동일하며 중국 역시 추세와 경향은 유사하게 발전하고 있다.

## 4. 수출입 동향 및 전망

### 가. 통계로 본 심비디움 수출동향과 특징

구 분	물 량	비 고 (컨테이너 당 평균수량)
2007.12 ~ 2008.1	616,440본	223 컨테이너(2,764 본)
2006.12 ~ 2007.1	940,950본	312 컨테이너(3,016 본)
2005.12 ~ 2006.1	688,250본	210 컨테이너(3,277 본)
2004.12 ~ 2005.1	739,076본	242 컨테이너(3,054 본)
2003.12 ~ 2004.1	198,120본	83 컨테이너(2,387 본)
2002.12 ~ 2003.1	332,752본	125 컨테이너(2,662 본)
2001.12 ~ 2002.1	332,100본	116 컨테이너(2,863 본)

주 : 본 자료는 교배종을 포함한 것이며 '국립식물검역원' 자료를 기초로 한 통계임

#### ㉠ 2005년 12월 ~ 2006년 1월 특징

- 상당량의 수출물량이 한국에서 현금 구매되어 수출됨
- 위탁대리 판매한 수출물량도 상당량 있었으나 비교적 안정적인 중국업체들과 거래였기 때문에 시장에 미치는 영향이 그리 심각한 상황은 아니었음

#### ㉡ 2006년12월 ~ 2007년 1월 특징

- 70% 이상이 중국현지의 업체들에게 위탁하여 대리 판매하는 형태로 수출함
- 한국 현지에서 현금 구매 수출한 경우는 전체 물량의 30%를 넘지 못함

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

㉠ 2007년 12월 ~ 2008년 1월 특징

- 10%정도만 한국에서 현금 구매하여 수출함
- 90% 이상이 중국 현지 업체들에게 위탁 대리판매

나. 수출입 유통과정상의 문제

○ 실제 전년도를 기준으로 보면, 중국의 수입자와 사전 협의한 후 가격과 수량 및 품종을 정하고 수출한 건수는 전체 수량의 10%도 넘지 못하는 수준으로 파악되고 있으며, 더욱이 사전에 계약금을 수령하거나 L/C를 받은 건은 전무한 것으로 알고 있다. 대금 지급조건은 판매 후 지급하는 것으로 되어 있으며 미수금(혹은 지급 불이행)에 대한 어떠한 보장 장치도 없다. 구매의향서나 계약서는 물론이고 판매 후 대금 지급이행 의무에 대해 ‘완전한 자유’를 중국 상인에게 넘겨준 꼴로 수출이 이뤄지고 있는 것이다. 이렇다 보니 중국 상인이 지급을 이행하지 않는다고 해서 구제받을 수 있는 방법은 전혀 없다. 그렇다면 한국의 수출상과 계약을 체결한 농가는 수출상에게 대금 지급이행 의무를 지우면 되지 않느냐 반문 할 것이다. 문제는 정상적인 수출상이 거의 존재하지 않는다는데 있으며, 담보능력과 현금지급능력이 거의 없는데도 이러한 수출상과 어떠한 형식이든 계약이 이루어지고 있는 것이 현실이다. 중국현지의 심비디움 시장 현실은 중국 상인과 정상적으로 수출입 계약을 체결할 수도 없거니와 그런 의사를 지닌 중국 업체도 없다는 것이다. 실제 중국과의 심비디움 무역관계는 비정상적인 방법으로 이루어지고 있으며, 관련법규에 의거하여 무역행위를 이행한 업체는 한 두 군데 밖에 없는 것으로 알려져 있는데, 이는 현실적으로 법률을 준수할 경우 너무 많은 제약요인이 있는 반면 소득이 없는 심비디움 수출이 되기 때문에 지켜지기 어렵다는 것이다.

다. 심비디움 수입에 따른 제반 세금 및 비용(중국)

- 관세 : 10%
- 증치세 : 13%(\* 한국의 부가가치세 )
- 기업소득세 : 25%
- CITES 발급비용 : USD 285 / 장(장당 3,000株기준)

위의 비용을 기준으로 실제 계산을 해보면, Container 당 2,300 주를 적재하는 것을 기준으로 하고 1株당 USD 20으로 가정하면 전체 수입관련 세금및 비용의 합계는 USD

14,322이 된다. 이렇게 정상적인 Commercial INVOICE를 기준할 경우 주당 수입 세금 관련비용이 USD 6을 상회하게 된다.

- 관세 :  $2,300 \times \text{USD}20 = 46,000 \times 10\% = \text{USD}4,600$
- 증치세 :  $(46,000 + 4,600) \times 13\% = \text{USD}6,578$
- 기업소득세 : 판매이윤율5%로 계산하면 USD2,859
- CITES 비용 : USD 285

## 라. 금년도 수출 전망

### ㉠ 대인민폐 한화가치 하락

위엔화 절상과 한화의 가치하락은 심비디움 수출에 상당한 도움이 될 것으로 보인다. 최소 전년도 대비 25%이상의 가격 경쟁력을 갖게 될 것으로 전망된다. 아직 단정하기는 이르지만 중국 인민폐는 계속 절상되어 연말연초에 달러당 최소 6.6~6.5원까지 상승할 것으로 보이며 반면 한화는 달러대비 절상이 거의 불가능할 것으로 보여 전년대비 적게는 25%에서 많으면 35%까지 수출 가격경쟁력이 있을 것으로 보인다.

### ㉡ 전 세계적인 경기 침체와 중국시장 경기후퇴

세계경제의 침체 속에 중국경제의 침체도 예외는 아니다. 올해 들어 전체시장의 활기가 예년 같지 않을 뿐만 아니라 주식시장과 부동산 시장의 장기적인 침체는 금융권까지 흔들 수 있어 더욱 심각하다. 특히 이러한 경기침체현상은 북경, 상해, 광둥성 등 경제 중심권 지역에서 더욱 심하게 나타나고 있다.

이러한 경기후퇴가 얼마나 춘절시장에 영향을 미칠지는 예단하기 곤란하다. 다만 상당 정도 가격압력과 구매수량의 압력에 시달릴 것으로 예상된다.

### ㉢ 사천성 지진사태로 인한 중국 서부시장 침체

아직도 사천성은 지진사태로 인한 후유증에 시달리고 있다. 금년도 사천성을 비롯한 서부지역의 소비경제는 특히 선물용 시장경기는 매우 안 좋을 것이라는 게 중론이며 빠르게 성장하고 있던 중서부 소비시장의 규모가 매우 위축될 것임은 분명하다.

### ㉣ 중국정부의 외환관리, 국세관리의 변화

중국은 지금 핫머니와 전쟁 중이다. 이는 외환관련 업무를 매우 강화하고 있다는 점을

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

의미한다. 한편 금년부터 유달리 國稅관련 조사가 엄격할 뿐만 아니라 이미 상당수의 업체들이 조사를 받은 바 있다. 그동안 알면서도 묵인하고 넘어갔던 사항들도 다시 들춰내어 징수하고 심지어는 인신구속까지 하고 있다. 중국의 국가 경제운영 시스템의 대변화라고 해석해야 할 일이다. 그렇다면 지금까지의 탈법적인 무역거래관행도 커다란 문제를 야기할 수 있다는 점을 간과해서는 안 된다.

### ㉠ 신용있는 업체 물색과 협력

전년도에 수출한 심비디움의 대금결제가 아직까지 해결되지 못한 업체가 상당수 있는 것으로 알고 있다. 심지어는 금년도 여름철에 모 중국업체가 한국의 농가에게 ‘계약금’을 주었다는 소문이지만 사실은 전혀 다르다. 전년도 대금 중 일부를 지급한 것에 불과하다. 그런데도 불구하고 왜 이런 소문이 흘러 다니는 걸까? 먼저 전형적인 모 중국업체의 수법과 한국 측 농가의 “체면” 과 맞물리면서 외부에 흘러 다니는 낭설일 뿐이다. 대부분 심비디움 수출과 관련된 說들은 사실과 전혀 다른 말들이 많을 뿐만 아니라 사기적인 언동이 대부분이다.



# VI. 새송이버섯

미국

유럽







# 미 국

## 1. 생산동향

현재 미국내에는 새송이버섯 생산량은 연간 20만파운드(무역관 자체조사결과, 현지 생산업체에서 밝힌 생산량 기준, 농산물주간지 「The Packer」) 추정하고 있으며 특수버섯 생산농가에서 주로 생산된다. 특수 버섯생산업체는 약 30개소가 있으며 그중에 새송이버섯을 대량으로 생산하는 업체는 2개 업체가 있음.

### 가. 생산량 및 출하량

- 미국의 버섯 생산량은 감소하고 있으며 2007/08기간 동안 미국 생산량은 809백만 파운드로 2006/07기간에 비해 4%하락했으나 출하량금액으로 보면 964백만 달러로 작년에 비해 7% 상승했다.
- 미국내 버섯농가수는 계속 감소하는 추세로 1970년 500개소였던데 반해 오늘날 286개소로 줄어들었다. 2007/08기간 동안 버섯 평균가는 파운드당 1.19달러로 2006/07기간에 비해 3센트 상승한 것으로 나타났다. 2007년 버섯수입량이 전년에 비해 25% 증가하면서 개인당 버섯소비량도 4파운드로 늘어났음.

### 〈 버섯생산농가수, 판매가격 및 물량 〉

(2005.7.1-2008.7.30)

연 도	생산농가수	전 체 판 매		
		판매물량 천파운드	판 매 가 파운드당단가	판매가격 천달러
2005/06	306	847,113	1,050	889,365
2006/07	280	828,002	1,160	961,446
2007/08	286	809,034	1,190	963,522

자료원 : 미국 USDA/NASS

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 생산 농가수는 전년 대비 6개 농가가 늘어났으나 2006/07기간은 2005/06기간에 비해 27개소가 생산을 중단한 반면 가구당 평균 생산량은 약 7% 상승, 2003-04년도의 생산효율이 더 높은 것으로 보아 생산성의 향상 보다는 신규생산업체의 수익성 불안으로 사업을 포기한 것으로 사료됨.
- 미국의 새송이버섯 생산농가는 2개소로 추정하고 있으며 Golden Gourmet Inc.과 Gourmet Mushrooms, Inc가 있다. 주로 팽이버섯, 혼시메지버섯과 같은 특이버섯을 생산하고 있으며 연간 새송이버섯은 연간 200,000파운드를 생산하고 있다. Golden Gourmet, Inc사의 경우 일반 새송이버섯과 유기농 새송이버섯 생산량을 늘리기 위해 San Marcos에 생산공장을 올해 안에 추가로 완공할 예정이다.
- 1987년 설립된 Golden Gourmet, Inc.사는 일본 Hokto Kinoko Corp와 파트너십을 맺고 1998년 미국마켓에는 처음으로 새송이버섯을 소개했다. 이 업체는 부가가치가 높은 특수버섯을 재배하며 2007년에는 전국식당협회 설문조사에서 새송이버섯이 Top 20 핫아이템으로 선정되기도 함.
- Gourmet mushrooms Inc사는 1977년 설립된 회사로 2005년부터 유기농 새송이버섯 외 혼시메지버섯과 같은 단가가 비싼 특이버섯을 생산하고 있으며 주 판매처는 고급 레스토랑이었으나 최근 들어 생산이 늘어나면서 도매상과 소매상에도 납품을 하고 있음.

## 나. 대표품종

### ⑨ Agaricus

- 버섯 중 생산과 판매가 가장 활성화된 제품으로 2007/08기간동안 아가리쿠스버섯 생산은 793백만 파운드로 2006/07기간에 비해 3%, 2005/06년에 비해 5%감소했다. 펜실바니아는 아가리쿠스버섯 생산의 63%를 차지하며 캘리포니아는 14%를 차지한다. 판매금액은 914백만달러로 전년동기보다 감소했으나 포르토벨로와 크리미니종류를 포함한 밤색버섯 판매량은 105백만 파운드로 전년동기에 비해 6%상승했으나 2005/06기간에 비해선 11% 하락했다. 밤색버섯은 아가리쿠스 버섯전체 생산판매의 13%를 차지하고 있으며 2007/08기간 판매는 143백만달러로 전체 아가리쿠스 판매액의 16%를 차지한다. 미국의 아가리쿠스버섯 생산농가수는 108개소로 지난해보다 9개소가 감소했으며 2년 전보다는 15개소가 감소했음.
- 버섯 경작면적역시 2천8백40만 평방피트로 지난해보다 5% 감소했으며 평방피트당 버섯 생산량은 5.67파운드로 전년도에 비해 2%늘어남.

- 신선버섯 생산량은 약 6억7천5백만 파운드로 지난해에 비해 3%감소했으며 가공버섯 생산량은 1억1천8백만 파운드로 지난해와 비슷한 수준을 나타냈다. 신선버섯이 차지하는 비중은 전체의 85%, 가공버섯은 15%를 차지함.
- 펜실베이니아주 체스터카운티에는 아가리쿠스버섯 생산농가가 약 60개 있으며 전체생산량만 3억4천만 파운드 금액으로는 3억6십만 달러로 전체경작지 크기는 체스터카운티만 1천1백3십만 스퀘어피트다.

### ⑨ 특산품

- 표고버섯, 느타리버섯, 팽이버섯이 여기에 포함된다고 볼 수 있으며 2007/08기간 동안 판매금액은 5천만 달러로 2006/07기간에 비해 8%상승했다. 특히 버섯의 평균단가는 3.08달러로 작년동기보다 16센트 하락됐다. 표고버섯 판매는 2007/08기간 동안 9백90만파운드로 전년 동기에 비해 42%상승했으며 단가는 \$2.81로 전년동기에 비해 55센트 하락했다. 느타리버섯 생산량은 4백30만 파운드로 전년동기에 비해 16%하락했으며 가격역시 \$2.87로 전년시즌에 비해 46센트 상승했다. 이 외의 다른 특이 버섯은 2백만 파운드로 전년동기에 비해 3%감소했으나 가격은 \$4.86로 2006/07시즌에 비해 2센트 상승.

### ⑩ 유기농

- 최근 선호되는 유기농버섯은 높은 이익을 창출한다는 이유로 생산자들이 늘어나고 있으며 2006/07기간 동안 판매물량만 39.8백만 파운드로 지난해 동기 36.2백만 달러에 9% 증가했다. 유기농버섯 생산물량 가운데 13.3백만 파운드 즉 33%만 유기농인증 버섯으로 판매되었으며 나머지는 인증라벨이 없이 판매됐다. 이것은 작년 8.78백만만 파운드, 즉 전체 24% 인증 유기농에 비해 늘어난 숫자다. 유기농버섯 가운데 유기농 Agaricus 버섯은 전체의 84%를 차지했으며 지금까지 유기농 인증을 받은 농가수는 42개소로 전체 버섯농가수 286개소의 15%를 차지함.
- 유기농 버섯은 버섯전체 생산량의 2%를 차지함.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 다. 생산품목

### ㉠ White Mushroom(Agaricus/Agaricus bisporus)

#### □ 형상 및 향

- White Mushroom은 크림색에서부터 옅은 갈색까지 색깔이 다양하며 크기도 매우 다양함
- 신선한 버섯은 버섯 갓이 닫혀 있으며 향이 매우 강함
- 버섯은 갓이 열리면서 어두운 색을 띠게 됨



#### □ 포장

- 보통 통째로 또는 절단하여 5-10파운드 들이 용기에 포장

#### □ 유통기간

- 신선한 상태로 5-7일 정도 유통이 가능함
- 종이 봉지에 담아 냉장 보관해야 함

#### □ 용도

- 야채 샐러드 등에 생채로 넣어 사용함
- 데치거나 삶거나 구워서 소스 등의 맛을 내는 재료로 활용됨
- 후식이나 곁들이는 요리로도 사용됨

### ㉡ Crimini(Italian Brown/Agaricus bisporus)

#### □ 형상 및 향

- Crimini는 White Mushroom과 유사하나 햇빛에서 보면 White Mushroom보다 더 갈색이면서 섬유질이 많음
- White Mushroom에서 개발된 것임
- 향이 White Mushroom 보다 깊고 강함



#### □ 포장

- 보통 통째로 또는 절단하여 5-10파운드 들이 용기에 포장

유통기간

- 신선한 상태로 5-7일 정도 유통이 가능함
- 종이 봉지에 담아 냉장 보관해야 함

용 도

- White Mushroom 대응으로 사용되거나 함께 같이 사용됨
- 푹 삶아서 소고기 요리나 야채 요리에 사용하면 맛이 좋음

⑨ Shiitake(Oak, Chinese or Black Forest/Lentinus edodes)

형상 및 향

- 색깔은 황갈색에서 진한 갈색까지 다양하며, 갓은 넓고 크며 갓 안쪽의 주름이 많음
- 특히 갓은 스펀지처럼 부드러우며 요리를 했을 때 고기 같은 쫄깃쫄깃한 맛이 있음



포 장

- 보통 통째로 또는 절단하여 3파운드나 5파운드 들이 용기에 포장
- 유통기간
- 신선한 상태로 14일 정도 유통이 가능함
- 통기성 종이봉지에 담아 냉장 보관해야 함

용 도

- White Mushroom 대응으로 사용되거나 함께 같이 사용됨
- 푹 삶아서 소고기 요리나 야채 요리에 사용하면 맛이 좋음
- Shiitakes는 요리기술에 적합하게 요리되어야 최상의 맛을 낼 수 있음
- 파스타, 수프 요리에 사용될 뿐아니라 곁들이는 요리로도 사용됨

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

⑨ Oyster(Pleurotus spp.)

형상 및 향

- Oyster mushrooms은 약 갈색부터 회색까지 다양함
- Oyster mushrooms은 민감하면서도 온후한 향이 있고 재질은 부드러움

유통기간

- 신선한 상태로 5 - 7일 정도 보관이 가능함
- 종이 Bag에 담아 냉장고에 보관하여야 함

포 장

- 보통 통째로 또는 절단하여 3파운드나 5파운드 들이 용기에 포장

용 도

- White Mushroom 대용이나 White Mushroom과 함께 섞여 사용함
- 특히 닭고기, 송아지고기, 돼지고기, 해산물 등에 사용하면 특히 향이 좋음



⑨ Portabella (Portobello/Agaricus bisporus)

형상 및 향

- Portabella mushroom은 White and Crimini에 비해 크고 단단함
  - 큰 것은 갓의 지름이 6 인치에 이름
- Portabella mushroom은 Whites and Criminis 보다 재배 기간이 길기 때문에 향이 강하며, 재질이 고기와 같음



포 장

- 갓과 기둥이 통째로 있는 것은 5파운드 들이 용기에 포장
- 갓만 포장할 경우와 절단하여 포장할 경우에는 3파운드 들이에 포장



유통기간

- 신선한 상태로 7 - 10일 정도 보관이 가능함
- 종이봉지에 담아 냉장고에 보관하여야 함

용 도

- 통째로 또는 썰어서 굽거나 튀김용으로 사용됨
- 후식이나 곁들이는 음식으로도 사용됨
- 특히 샌드위치, 야채 요리에 고기 대용으로 사용됨

⑨ Maitake (Hen of the Woods/Grifola frondosa)

형상 및 향

- Maitake mushrooms은 검은색의 해초류와 같은 모양이나 다발 형태를 이루고 있음
- 버섯 갓의 갓 부분은 물러 부스러지기 위움
- Maitake mushrooms은 독특한 고유의 향을 가지고 있음



포 장

- 보통 3파운드 들이 용기에 포장

유통기간

- 신선한 상태로 7 - 10일 정도 보관이 가능함
- 종이봉지에 담아 냉장고에 보관하여야 함

용 도

- 버터나 오일에 살짝 튀겨서 사용하며 버섯을 필요로 하는 요리의 맛을 풍성하게 할 수 있음
- 주 음식이나 곁들이는 음식 또는 수프에 사용하면 좋음

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

㉠ Enoki (Flammulina veluptipes)

□ 형상 및 향

- 긴 줄기, 작은 갓이 마치 꽃다발과 같음
- Enoki mushrooms은 작은 다발 형태로 재배함
- Enoki mushrooms은 은은한 향이 있으며, 약간 사각사각한 맛이 있음



□ 포 장

- Enoki 버섯은 특성상 손상을 입기 쉽기 때문에 3-5 ounce 들이 용기에 진공포장을 하며 12-24개의 진공 포장물을 한상자에 담는다.

□ 유통기간

- 신선한 상태로 14일 정도 보관이 가능함
- 종이 백에 담아 냉장고에 보관하여야 함

□ 용 도

- 익히지 않고 살라드나 샌드위치에 사용함
- 수프나 샐러드에 곁들여 먹음

㉡ Morel(Morchella Esculentia)

□ 형상 및 향

- Morel mushrooms의 줄기는 짧고 두꺼우며 속이 비어 있음
- 갓은 마치 벌집과 같은 스펀지 모양을 하고 있음



□ 포 장

- 보통 3파운드 들이 용기에 포장

유통기간

- 신선한 상태로 10 - 14일 정도 보관이 가능함
- 종이 백에 담아 냉장고에 보관하여야 함

용 도

- Morels mushroom은 대부분의 요리에 널리 사용됨
- 작은 것은 소스나 수프에 사용되며 중간 및 큰 것은 프랑스 요리에 사용됨
- 가장 큰 것(Jumbo)은 소시지, 계요리 등에 사용하면 좋음

⑨ Beech (Hon-Shimeji/Hypsizygyus tessulatus)

형상 및 향

- Beech mushrooms은 흰 또는 갈색의 작은 갓을 가진 버섯임
- 달고 견과류의 맛이 있으며, 아삭아삭한 맛이 있음

포 장

- 보통 3파운드 들이 용기에 포장

유통기간

- 신선한 상태로 7 - 10일 정도 보관이 가능함
- 종이 백에 담아 냉장고에 보관하여야 함

용 도

- 통째로 또는 썰어서 사용하며 닭고기 요리와 어류의 요리에 사용하면 좋음
- 아삭아삭한 맛이 있어 수프, 스투, 소스 등에 사용하면 좋음



I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

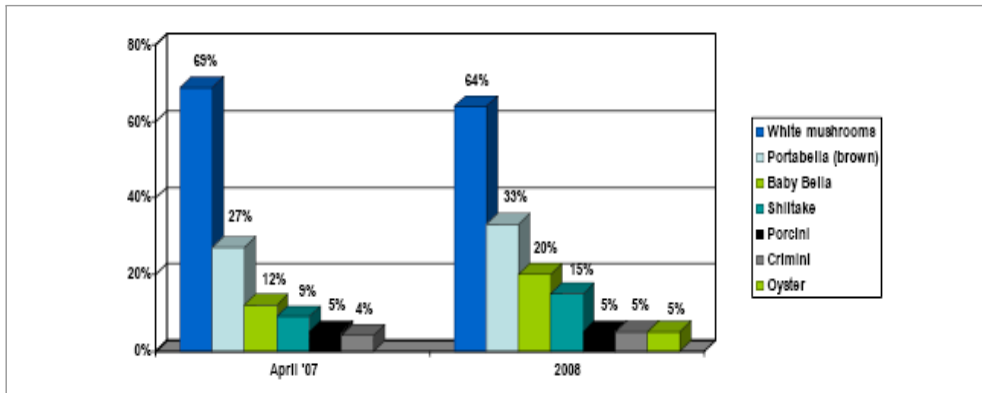
IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

라. 선호품종

White(Agaricus) 버섯	54%
Portabella	25%
Crimini/small brown	6%
기 타	1%
선호품종 없음	14%

자료원 : 미국 농산물지 「The Packer」



자료원 : 미국 Mushroom Council

- 미국인들의 선호품종은 흰색버섯으로 일반요리재료로 가장 많이 사용된다. 최근 들어서는 잘게 썬 Agaricus를 더 많이 선호하는데 간편하기도하고 오히려 양으로 따지면 더 많기 때문에 슬라이스된 제품을 찾는 것으로 나타났다. Mushroom Council이 발표한 위 그래프를 보면 2007년에는 느타리버섯 소비율이 없었으나 2008년 Agaricus버섯 소비량이 69%에서 64%로 감소하면서 Baby Bella, 표고버섯, 느타리버섯 구매량이 늘어났다.
- 새송이버섯은 기존에 고급레스토랑을 중심으로 공급되다가 최근 대형마켓을 통해 판매되기 시작하면서 소비자들에게 조금씩 알려지기 시작했다. 아직까지는 대량생산이 불가능하기 때문에 주로 수입산 새송이버섯이 한인마켓, 중국마켓, 일본마켓을 중심으로 판매되었으나 얼마전부터는 미국산 유기농 새송이버섯이 유기농 유통업체인 Whole Foods를 통해서도 판매되고 있다.

〈 Agaricus 버섯 주별 생산량 〉

주별·지역별	생산면적(평발피트)		판매물량 (천 파운드)	판매단가 (\$/파운드)	판매액 (천 달러)
	재배면적	등록면적			
캘리포니아					
- 2005-06	4,368	21,911	117,916	1,500	176,638
- 2006-07	4,919	24,831	117,851	1,590	187,473
- 2007-08	4,690	24,195	114,318	1,620	185,662
펜실베이니아					
- 2005-06	16,752	78,975	492,426	0,767	377,702
- 2006-07	16,761	83,587	496,566	0,891	442,292
- 2007-08	16,364	78,083	496,721	0,912	453,013
기타주					
- 2005-06	7,302	41,664	223,335	1,320	294,796
- 2006-07	8,221	37,325	199,432	1,430	285,796
- 2007-08	7,363	37,505	181,807	1,510	274,911
미국전체					
- 2005-06	28,422	142,550	833,677	1,020	848,836
- 2006-07	29,901	145,743	813,849	1,120	915,561
- 2007-08	28,417	139,783	792,846	1,150	913,586

자료원 : 미국 USDA, NASS

- I. 배
- 미 국
- .....
- II. 포도
- 싱가포르
- .....
- III. 감귤
- 러시아
- .....
- IV. 밤
- 일 본
- .....
- V. 양란
- 일 본
- 중 국
- .....
- VI. 새송이버섯
- 미 국
- 유 럽
- .....
- VII. 유자차
- 일 본
- 중 국
- 대 만
- .....
- VIII. 돈육
- 러시아
- 필리핀
- .....
- IX. 채소종자
- 일 본
- 미 국
- .....
- X. 쌀및기공밥
- 일 본
- 미 국
- .....

〈 특수버섯 : 생산농가수, 생산량, 판매물량 및 가격 〉

연도 및 종류	생산농가수	생산량	판 매		
			판매물량	단 가	판매가격
단 위	숫 자	천파운드	천파운드	달 러	천달러
2005-06					
Shitake	178	8,014	7,685	3.25	24,942
Oyster	67	4,765	4,563	2.15	9,827
Other	24	1,377	1,188	4.85	5,760
US	206	14,156	13,436	3.02	40,529
2006-07					
Shitake	160	7,155	6,985	3.36	23,469
Oyster	62	5,265	5,055	2.41	12,185
Other	30	2,180	2,113	4.84	10,231
US	191	14,600	14,153	3.24	45,885
2007-08					
Shitake	166	10,190	9,890	2.81	27,794
Oyster	59	4,371	4,253	2.87	12,206
Other	26	2,086	2,045	4.86	9,936
US	191	16,647	16,188	3.08	49,936

자료원 : 미국 USDA, NASS

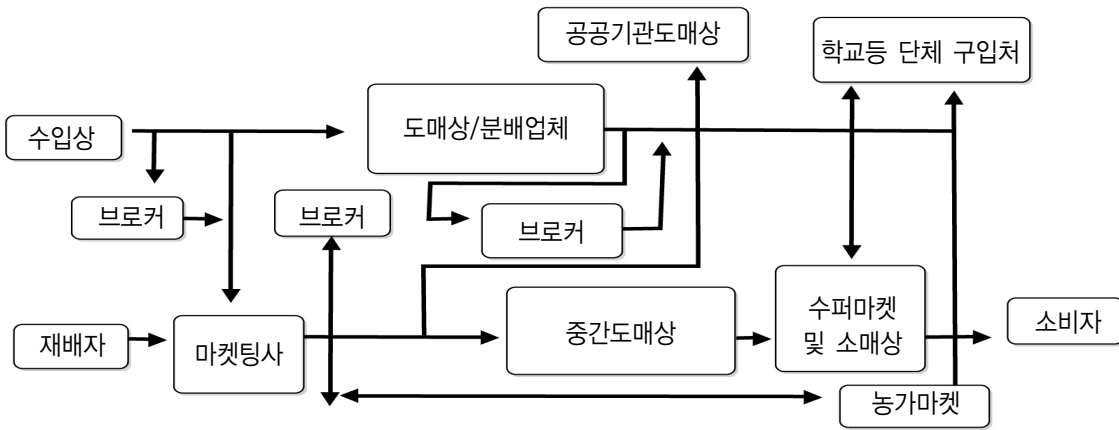
라. 미국 대표생산단체

- American Mushroom Institute : 미국버섯생산, 공급, 가공업체들이 회원으로 구성 되어 있으며 통계자료와 시장정보를 제공할 뿐 아니라 관련산업에 어려움이 있을 경우 도와줌. 산업을 위한 리서치를 하고 있음.
- Mushroom Council : 자국산버섯 마케팅을 주목적으로 하고 있으므로 주로 생산업체 를 위한 자료들이 대부분임.
- Golden Gourmet Mushrooms : 미국내 대표적인 새송이 생산업체이며 일본 Honto Kinoko 독점수입업체로 버섯건강식품도 판매하는 약용버섯 전문 공급업체 <http://www.goldengourmetmushrooms.com/>
- Gourmet Mushrooms Inc : 미국에서 처음으로 표고버섯 생산을 시작한 업체임. 유기농새송이 및 희귀버섯을 생산하고 있음 <http://www.gourmetmushroomsinc.com/fresh-wholesalers.htm>

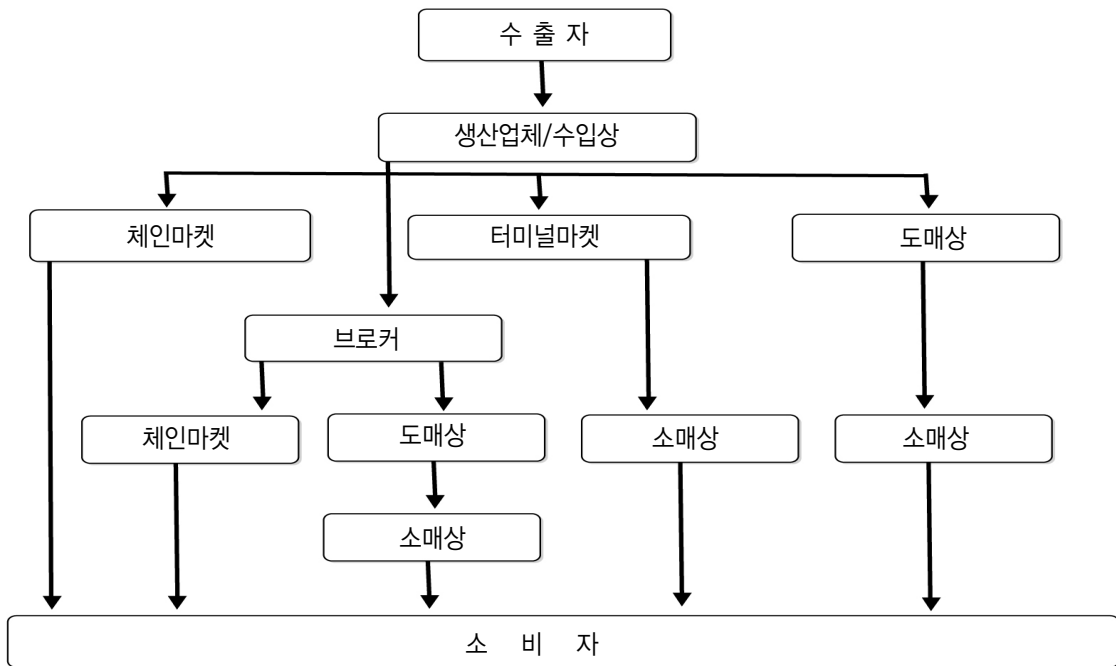
## 2. 유통동향

### 가. 유통구조

#### ㉠ 미국의 전형적인 신선 농산물 마케팅 시스템



#### ㉡ 한국산 버섯류를 포함한 수입제품 마케팅 시스템



I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 신선버섯은 일반적으로 위와 같은 유통구조를 갖고 있으나 다른 야채들과는 달리 버섯의 유통기간이 짧아 농장에서 바로 유통업체로 배송되는 경우가 많다. 한인마켓에 유통되는 새송이버섯은 생산지에서 포장되어 유통업체에 직배송되며 필라델피아에서 오는 버섯도 일주일에 보통 2회 직접 생산지에서 브로커와 직공급업체를 통해 공급된다.
- 비교적 소비율이 높은 버섯은 마켓물류센터를 통해 각 매장으로 혹은 매장으로 직접 배송되며 소비율이 낮은 버섯들은 터미널마켓을 통해 공급하는 경우도 많다. 버섯은 대금결제기간이 다른 신선야채에 비해 짧고 가격도 비싸기 때문에 일반적으로 미유통업체들은 버섯농가와 직거래를 하는 경우가 다수다.
- 현지생산 새송이버섯은 주로 고급마켓과 유명식당 그리고 동부에 있는 일부 버섯생산 및 공급업체에 공급된다. 공급물량이 한정되어있을 뿐 아니라 유기농제품이기 때문에 가격도 파운드에 \$24.50이상을 받고 있다.

## 나. 타 수입산의 진출상황

- 주 수입국은 새송이 버섯의 경우, 캐나다산과 중국산이 있으나 한국산에 비해 품질이 떨어지며 주로 아시안마켓에 납품된다. 한국산은 기존에 한국에서 항공을 통해 직수입 되었을 경우, 품질이 좋았으나 최근 일부 수입업체들이 수로를 통해 수입되면서 유통기간이 길어지면서 품질이 하락했다. 한국산은 버섯몸통이 딱딱하면서 스프링처럼 튕기는 듯한 느낌을 주며 머리부분사이즈가 비슷하며 상처가 많지 않아 소비자들이 선호함.

## ㉠ 캐나다산 새송이 버섯

- “Baby King Oyster Mushrooms”, “Sliced King Oyster Mushrooms”와 일반 새송이 버섯이 다양하게 유통되고 있음
- 품 위
  - 외포장 : 미국인들이 좋게 깔끔하고 고급스럽게 트레이 용기로 포장
  - 모 양 : 상처 없고 매끈하며 반듯한 불링핀 형태
  - 색 갈 : 순백색
  - 내 부 : 수분 함량이 거의 없어서 건조함
  - 육 질 : 스펀지와 같은 퍼석퍼석한 느낌을 갖고 있으며, 꺾으면 쉽게 부스러짐
  - 결 점 : 아무런 상처나 결점이 없음



☞ 캐나다산 및 한국산 새송이버섯(현지 판매용) 비교

- 외포장 : 캐나다산은 트레이로 포장이 되어있고, 한국산은 비닐봉지에 포장 판매되고 있음. 트레이용은 비닐봉지보다 깔끔하고 고급스럽게 보이며, 미국인들은 고급스럽고 깔끔한 제품에 관심을 갖고 있음. 또한, 트레이용은 비닐봉지보다 보관 판매에 따른 외형유지가 쉬워, 캐나다산 버섯의 갓은 한국산 갓보다 상처가 덜함.
- 모양 : 캐나다산은 운송거리상 품위 유지가 잘되어 뿌리를 제거한 상태 및 슬라스한 조각으로도 유통하는 하고 있으며, 한국산의 경우 뿌리를 제거하지 않고 판매되고 있음.
- 색깔 : 캐나다산 버섯은 순백색에 가까워 깔끔하고, 신선하게 보임.
- 육질 : 한국산 버섯의 육질은 캐나다산 보다는 뛰어난. 한국산 버섯은 닭고기의 육질과 비슷하며, 수분이 많아 꺾어도 안 부러지는 반면, 캐나다산 버섯은 스펀지와 같은 느낌을 갖으며 뻗뻗해서 꺾으면 나무 같이 쉽게 부러짐

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

캐나다산 새송이 사진



- Sliced King Oyster Mushroom (포장 : 317.5g)



- King Oyster Mushroom  
- 크기 : 10-13cm, 몸통굵기(지름) : 4-6cm, 포장: 317.5g



- Baby King Oyster Mushroom  
• 크기 : 6-9cm, 몸통굵기(지름) : 1.5-4cm, 포장: 294.8g

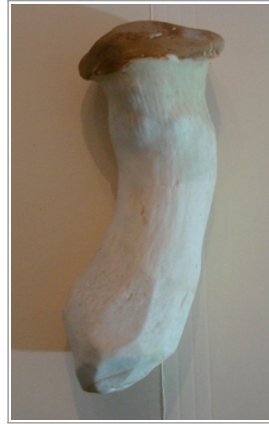
㉠ 중국산 새송이 버섯(미동부시장 유통)

- 외포장 : 대부분 중국산 새송이버섯은 포장 없이 판매되고 있으며, 포장된 제품도 일부 있음

- 모양 : 상처가 많고 크기가 15cm에 호박와 같이 크다
- 결점 : 갓에 부서진 부분도 있고 상처가 많고 신선하진 않음
- 중국산 새송이버섯은 캐나다산 및 한국산과는 비교할 수 없을 정도로 품질에서 차이가 남.
  - Flushing Market (크기 : 19cm, 몸통굵기(지름): 7cm, 포장: 0.9651b)



- Hong Kong Supermarket  
(크기 : 19cm, 몸통굵기(지름): 5cm )



### ㉠ 미국산 유기농 새송이버섯

- 외포장 : 미국산은 아래와 같은 검은 트레이에 포장되어 있음.
- 모양 : 몸통이 굵고 단단해 보임
- 현지 공급업체는 Monterey Mushroom으로 잘 알려진 버섯 미주 전역에 공급하고 있는 생산업체임



I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 다. 유통형태 및 유통규격

### ㉠ 유통형태

일반적으로 버섯은 신선, 냉동, 가공, 세가지의 형태로 유통되며 가공의 경우, 소매상용, 식당용으로 구분된다.

- 신선버섯의 경우, 벌크와 소포장으로 나누어지며 벌크는 3lb, 5lb, 10lb로 소포장은 무게별로 8oz, 10lb, 12lb, 슬라이스 한 것과 안한 것으로 나누어지며 버섯종류에 따라 포장사이즈가 줄어들 수 있다. 예를 들어 표고버섯과 느타리버섯의 경우, 전체 크기는 3.5lb로 공급된다.
- 냉동버섯의 경우, 주로 빵가루를 묻혔거나 버섯에 채워넣기를 한 제품으로 생산업체마다 차이가 있다.
- 가공버섯의 경우, 캔제품과 병제품이 있으며 이와 같은 가공제품들은 식당용으로도 많이 생산되고 있다.
- 미국 새송이버섯 생산업체들은 일반적으로 4가지에서 5가지의 다른 제품을 생산한다. 다른 종류를 함께 묶어서 판매하기도 하고 사이즈가 큰 버섯은 한 개 단위로 포장해 판매한다.

### ㉡ 유통규격

- 12lb. 박스 12/1lb개별포장
- 10lb. 박스
- 8lb. 박스, 16/8oz 혹은 8/1lb개별포장
- 6lb. 박스, 12/8oz 개별포장
- 5lb 박스
- 3lb 박스, 4/7.5oz개별포장

- 위의 규격에 맞추어 포장되어 배송되며 일반적인 소매상용 포장사이즈는 4-, 7-, 8-, 10-, 12oz가 있으나 가장 일반적인 버섯 포장사이즈는 8oz다. 단가가 비싸거나 물량이 적게 나오는 버섯들(예를 들어 느타리버섯, 표고버섯)은 포장사이즈가 상대적으로 작다.

## 라. 가격동향

원산지	품 목	가 격	\$/g
한 국 산	새송이버섯	\$3.49/400g	\$0.008725/g
캐 나 다 산	King Oyster Mushroom	\$5.99/317.5g	\$0.018866/g
	Baby King Oyster Mushroom	\$5.99/294.8g	\$0.020319/g
	Sliced King Oyster Mushroom	\$4.99/317.5g	\$0.015717/g
중 국 산	Hong Kong Supermarket	\$1.99/453.6g	\$0.004539/g
	Flushing Supermarket	\$2.40/437.7g	\$0.005483/g

주 : 2008년 8월 22일 소비자판매가 기준

- 한국산의 경우, 새송이버섯이 \$0.0087/g로 뿌리가 있는 그대로 판매되며 캐나다산은 뿌리가 없는 상태로 \$0.018/g에 판매되 한국산보다 두배가 더 비싸다. 여기에 baby king은 일반 새송이보다 \$0.002가 더 비싸며 슬라이스된것은 \$0.003가 더 저렴하다.
- 새송이버섯을 유통하는 한 관계자에 따르면 슬라이스된 새송이버섯이 다른 제품보다 \$1.00 저렴하고 요리하기에 간편하다는 이유로 매출이 더 높다고 함. 그러나 슬라이스 되어 있을 경우, 칼로 썰기 때문에 Metal과 버섯이 닿을 시 신선도가 떨어질 수 있어 보관기간은 더 짧다고 함.
- 중국산은 한국산의 절반가격인 \$0.0045/g에 판매되고 있으며 품질 역시 다른 제품에 비해 현저히 떨어짐. 아직까지 품질과 새송이버섯 제품에 대한 인식이 없어 품질에 상관없이 구매하는 소비자들이 많음.

### ㉠ 버섯의 도매가 동향

- 현재 미국내에서 판매되는 버섯의 가격은 Oyster, Shiitake 두 종류의 가격이 \$0.35/lb 로 가장 고가로 거래되고 있으며(보스톤 터미널 기준), 시카고 터미널 마켓 기준으로 Shiitake의 가격은 0.52/lb 로 가장 비싸게 거래됨.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈버섯 도매가격, 펜실베니아 피츠버그 터미널 마켓, 8월 첫째주 기준〉

(단위: \$ / Carton(10개))

Item	원산지	포장	크기	8/1/2006	8/6/2007	8/4/2008
White button	PA	10-lb ctn	Med	13.25	13.00	13.00
Oyster	PA	5-lb ctn	-	17.00	16.50	16.50
Cremini	PA	5-lb ctn	-	9.75	9.75	9.75
Portobellas	PA	5-lb ctn	Lge	9.00	9.00	13.50
Shiitake	PA	3-lb ctn	-	15.00	15.00	14.50

자료원 : 미국 USDA, AMS, Market News.

〈Black Trumpet Mushroom 도매가격, Baltimore/Dallas 터미널 마켓, 8월 첫째주 기준〉

(단위: \$/Carton(10개))

도매시장	원산지	포장	크기	8/1/2006	8/6/2007	8/4/2008
Baltimore	CA	3lb/ctn		N/A	N/A	28.50
Dallas	CA	3lb/ctn		N/A	N/A	63.00

- 새송이버섯이 터미널마켓에서 거래되는 경우는 드물지만 현재 유통되고 있는 도매 시장은 볼티모어와 달라스시장으로 캘리포니아에서 생산된 새송이버섯이 있다. 현지에서 새송이버섯은 보통 Black Trumpet Mushroom이라 불리운다.
- 새송이버섯 가격은 파운드당 볼티모어는 \$9.50, 달라스는 \$21.00에 판매되고 있으며 달라스에서 판매되고 있는 새송이버섯은 유기농으로 사료되며 단가가 2배이상 더 비싸다.

### 3. 소비동향

#### 〈 버섯의 소비 특성 및 행태 〉

(단위 : 파운드/인)

구 분	인 구 (백만명)	신 선		가 공		전 체	
		농가판매 기준	소매 기준	농가판매 기준	소매 기준	농가판매 기준	소매 기준
2000	283,943	2.6	2.4	1.5	1.0	4.1	3.4
2001	286,856	2.6	2.4	1.3	0.9	3.9	3.3
2002	289,708	2.6	2.4	1.5	1.0	4.1	3.5
2003	292,538	2.6	2.5	1.5	1.0	4.1	3.5
2004	295,347	2.6	2.4	1.6	1.0	4.1	3.5
2005	298,048	2.6	2.5	1.3	0.9	3.9	3.3

자료 : 미국 USDA/Economic Research Service, (Feb,16,2007)

#### ㉠ 일반적인 소비동향

- 우리가 일상적으로 섭취하는 음식 및 식품은 지역적, 종교적 요인에 따라 다를 수밖에 없어 인종별 소비 특성의 분석이 매우 중요하며 소득수준과 교육수준 및 가족 구성원의 상태 등에 의해서도 소비의 내용과 질이 달라지므로 이에 대한 분석도 필요함. 이러한 분석을 토대로 시장에서의 접근 전략이 구사되어야 하며, 새로운 시장 진입을 위해서는 이러한 분석에 바탕을 둔 시장 접근이 더욱 중요함
- 다음의 분석결과는 Arizona State University에서 2003년 7월에 분석한 자료임
- 소득 수준에 따른 소비 행태
  - 가구당 소득이 \$1,000 증가할 경우 버섯 소비는 0.22%가 증가하고 있음
  - 따라서 소득이 \$75,000인 가구는 소득이 \$25,000인 가구보다 약 11%정도 버섯을 더 소비하고 있음
- 교육 수준에 따른 소비 행태
  - 소득 수준이 버섯 소비를 결정하는 중요한 요소 중에 하나 이기는 하나 교육 수준 또한 버섯 소비를 결정하는 중요한 요소임
  - 가장이 남자인 여자이든 대학 졸업 이상의 학력 소지자일 경우 버섯 소비는 약 9%정도 높게 나타나고 있음

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 직업에 따른 소비 행태
  - 직업군에 따른 특별한 소비 성향은 나타나지 않음
- 가족 수에 따른 소비 행태
  - 한 사람으로 구성된 단일 세대보다는 친척이나 가족이 있는 세대의 소비가 9%정도 많음
  - 이는 두 사람 이상으로 구성된 세대가 집에서 식사를 하는 경우가 많기 때문임
- 자녀 유무에 따른 소비 행태
  - 자녀 유무가 버섯 소비에 특별한 영향을 주지는 않음
  - 이는 자녀들을 위해 버섯이 들어가는 특별한 음식을 만들지는 않는 것을 의미함
- 세대 주도권자의 성(性)에 따른 소비 행태
  - 남자가 주도권을 가진 세대의 버섯 소비가 여자가 주도권을 가진 세대의 버섯 소비보다 5%가 낮음
  - 이는 집에서 먹든 음식의 준비하는 자의 성에 따른 버섯 소비 행태를 보여주고 있으며 남자가 버섯이 들어가지 않는 전통적인 음식을 더 선호한다는 것을 의미함
  - 또한 버섯 구매자의 82.8%가 여자이며, 버섯 마케팅을 위해서는 주 타겟이 여성이어야 함을 보여주고 있음
- 종족 및 민족에 따른 소비 행태
  - 평균 소비 대비 백인은 6%, 동양인은 14%를 더 소비하고 있으며, 흑인은 17%를 덜 소비하고 있음
  - 예를 들어 백인은 흑인보다 평균 대비 23%의 버섯을 더 소비하고 있음
  - 반면에 히스패닉들의 버섯 소비는 주목할만한 특징이 없음
  - 따라서 마케팅 방향은 종족별 특성을 감안하여 방향을 정하는 것이 바람직할 것임
- 지역에 따른 소비 행태
  - 미국 중서부 지역을 기준으로 할 때 남동부와 남서부 지역이 각각 5%와 6%를 덜 소비하는 것으로 나타남
  - 동부와 서부는 주목할 만한 특징이 없으나 북동부 지역은 중서부 지역 대비 3%가 높음

### 가. 품목별 구매동향

- 버섯의 구매자의 약 94%가 흰색(White Mushroom)을 구매하며, Portabella와 Baby Bellas의 구매자는 각각 3%와 2%임



- 구매자의 약 1%는 Specialty Mushroom (Crimmi, Italian, Shiitake, Enoki, Oyster, Maitake)을 구매
- 버섯 구매자의 약 73%가 포장된 버섯을 구매하고 있으며 가장 선호하는 포장의 크기는 8 Ounce로 포장된 버섯임
  - 8 Ounce 포장 버섯 구매비율 : 56%

## 나. 버섯의 구매 패턴

- 버섯 구매자의 월평균 구매 횟수는 0.45 회이며, 가정에서 요리를 해먹는 횟수는 월 평균 3.7회임
- 세대당 월평균 구매물량은 0.31 파운드임(세대당 평균 인원은 2.6명)

## 다. 대중 소비품목인 흰색 버섯의 구매 형태

- 소득과의 관련성
  - 일반적으로 유용한 상품은 소득이 증가하면 소비도 증가하는 것으로 알려져 있으나 흰색 버섯은 소득이 일정수준까지 상승할 때까지는 소비가 감소하다가 소득이 일정수준을 초과할 때에는 소비가 상승하고 있음
  - 세대의 연간 소득이 \$79,000에 달할 때까지는 소득이 \$1,000 증가할 때마다 0.0005 파운드씩 소비가 감소하다가 연간 소득이 \$79,000을 초과할 때부터는 소비가 증가
- 세대의 구성원과 자녀의 유무
  - 결혼하여 구성된 세대나 부모 중 혼자서 자녀를 양육하는 가정이 가족이 없이 혼자 사는 세대보다 버섯 구매 횟수가 약 9%정도 많았으나 1인당 버섯 구매 물량에서는 가족이 없이 한사람으로 구성된 세대의 구매 물량이 월평균 0.06 파운드가 많았으며 가족 수가 1인 증가할 때마다 월 버섯 구매 물량은 0.02 파운드 증가하였음
- 세대 주도권자의 성(性)과의 관련성
  - 남자가 주도권을 갖는 가정의 버섯 구매가 여자가 주도권을 갖는 가정보다 5.5가 낮았으나 남자가 주도권을 갖는 가정이 일단 버섯을 구매하기 시작하면 여자가

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

주도권을 갖는 가정보다 월 0.05파운드의 버섯을 더 구매하였으며 나이와의 관련성에서는 50대 이상의 구매자가 20대 이상의 구매자 보다 0.03 파운드를 더 구매하였음

- 민족 및 지역과의 관련성
  - 종족과의 특별한 관련은 없으나 백인이 가장 많이 소비하고 있으며 서부 해안지역에 거주하는 소비자의 소비가 중서부 지역보다 월 0.05파운드 적게 구매하고 있음

## 라. 품목의 수입 국가별 선호도

### ㉠ 캐나다산

- 새송이버섯 종류가 다양하므로 소비자들이 가장 선호한다. 유기농인증을 받지 않았으나 유기농법으로 자랐다고 하는 레이블과 영양소표기가 되어 소비자들이 안심하고 먹을 수 있는 정보를 제공한다.
- 캐나다산 새송이버섯은 소비자의 구미에 맞게 3가지로 생산된다. 포장 및 라벨디자인을 바꾸고 있으며 오랜 시식행사 때문에 소비자들의 인지도도 높다.

### ㉡ 일본산

- 동부의 아시안마켓에서는 보기 어려우나 일부 일본마켓에서는 판매되고 있다. 단가가 비싸더라도 일본마켓은 다른 마켓보다 거의 모든 제품들의 가격이 높기 때문에 일본산을 구매하고 있다. 최근 들어 일부 한인업체들도 일본마켓의 문을 두드리고 있다.
- 일본교포들은 구매하는 물량이 작기 때문에 일본산을 선호하지만 일본산이 없을 경우에는 한국산을 구매하기도 한다. 지역별로 판매하는 새송이버섯의 원산지가 틀리기 때문에 사실상 소비자는 국가별로 새송이버섯을 구매할 수 있는 선택권이 없다.

### ㉢ 한국산

- 한국산 새송이버섯이 한인유통마켓을 통해 공급되기 시작하면서 현지 미국 백인, 히스패닉, 중국인들에게 조금씩 알려지기 시작했다. 한인마켓에서 판매하는 한국산 새송이버섯은 수입물량이 많고 저렴할 때 판매가 많이 되므로 가격과 품질에 따라 판매물량이 움직인다고 할 수 있다.

- 일부 한인들은 한국산을 선호하기도 하지만 상태가 좋을 때 구매하며 한국산 상태가 좋지 않을 경우, 캐나다산을 구매하기도 한다.

## 마. 향후 소비전망 및 유망품종

### ㉠ 요리를 위한 버섯포장



- 외식을 줄이고 가정에서 식사를 하는 소비자들이 늘어나면서 위와 같은 바비큐용 혹은 볶음을 위한 썰은 버섯으로 제품의 다양화가 되고 있다. 표고버섯사이즈가 크므로 곧바로 그릴하기가 쉽기 때문에 소비자 눈에도 잘 띈다.
- 요리하기를 귀찮아하고 걱정하는 소비자들을 위해 제품별 용도를 함께 표기하는 포장의 인기를 끌고 있으므로 새송이버섯도 마찬가지로 그릴용 새송이 혹은 볶음용 새송이를 개발해 소비자들의 편의 맞게 공급해야 한다.

### ㉡ 신제품 및 포장디자인개발

- 미국의 현지 생산업체들은 특이버섯이 단가가 비싸기 때문에 한품종만을 생산하지 않는다. 단가가 비싼 혼시메지나 모델등과 같은 버섯을 함께 묶어 믹스버섯으로 상품화하므로 지속적인 신제품 개발이 필요하다.
- 일부 버섯 생산업체들은 품종 뿐 아니라 라벨디자인을 바꾸고 있다. 특히, 소비자들의 다이어트를 위해 아래와 같은 라벨을 사용하고 있는데 웨이트워치 온라인을 통한 다이어트프로그램광고와 함께 칼로리, 식이섬유, 지방함유량에 따라 포인트를 주는 이 포인트시스템을 라벨에 포함시켰다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국



### 유기농 버섯제품

- 현재 미국에서 유통되고 있는 미국산 새송이버섯은 대부분이 유기농이다. 일부러 유기농버섯을 생산을 하는 것이 아닌 실내에서 자라는 새송이버섯 재배방법에 유기농법을 이용하기가 쉽기 때문에 자연스럽게 유기농인증을 받게 되고 그에 따라 제품가치도 높아졌다.
- 특이 버섯 구매자는 유기농버섯 구매자들의 비율과 비슷하다고 볼 수 있다. 특이버섯은 단가가 비싸기 때문에 고소득소비자들이 많이 구매하므로 유기농판매가 더 용이하다는 점이 유기농버섯생산의 장점이므로 유기농버섯은 앞으로도 유망이 있는 상품이라고 할 수 있다.

## 4. 수출입 동향

### 가. 미국 버섯의 수출입 현황

- 기존에 버섯 재배 군사 위주로 수출되던 것이 2005년 이후 신선 버섯의 수출이 급속하게 증가하여 군사 수출과 비슷한 비중으로 수출하고 있음. 2005년 (32% 증가), 2006년 (28% 증가)
- 미국내 수입되는 제품의 60% (2007년 기준)가 통조림 제품이며 신선제품의 경우 28%로 전체 수입 물량의 대부분을 차지하고 있음.

〈 미국 버섯 관련 제품의 수출입 규모 〉

(단위 : 1,000 lbs, product-weight)

구 분	2003	2004	2005	2006	2007
<b>수 출 :</b>					
신 선	8,285	8,041	7,970	10,482	13,452
가 공	3,472	3,810	2,835	2,320	3,042
균 사	11,725	13,645	12,573	12,047	12,551
<b>총 합 계 :</b>	<b>23,481</b>	<b>25,495</b>	<b>23,377</b>	<b>24,789</b>	<b>29,045</b>
<b>수 입 :</b>					
신 선	57,285	60,059	69,604	69,236	68,839
통 조 림	152,298	158,245	145,186	127,824	148,085
냉 동	9,065	17,559	14,876	16,232	19,301
건 조	6,445	7,034	6,496	5,449	7,434
균 사	3,758	2,811	3,317	4,197	3,994
<b>총 합 계 :</b>	<b>228,850</b>	<b>245,709</b>	<b>239,479</b>	<b>222,939</b>	<b>247,652</b>

주 : Product-weight 는 제품의 포장 무게도 포함하고 있음.

자료원 : USDA, U.S.Department of Commerce, U.S. Census Bureau 혼합 자료임.

○ 물량기준으로 볼때 미국의 버섯 주요수입국은 중국으로 전체수입의 61%를 차지하며 2006년까지 캐나다가 제 2의 수입국이었으나 2007년 한국에서 819.6톤을 수출함으로써 2위로 도약함.

○ 전체 수입 금액 규모로 볼때 캐나다산 버섯의 단위당 품목 가격이 중국산의 9배에 이르며, 일본산의 경우 중국산의 5배에 달하며 이는 캐나다와 일본이 고품질의 제품을 수출한다는 것을 유추할 수 있다.

- 한국산의 경우 중국산과 비슷한 가격에 수입되고 있음.

(중국 : \$0.8, 한국 : \$1.1 / 2007년 기준)

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

□ 버섯수입동향 (HS CODE : 0709599000 그 외 버섯)

〈 주요 수입국 현황 (물량기준) 〉

(단위 : Metric ton)

구 분	2003	2004	2005	2006	2007
캐 나 다	331.2	200.8	538.3	768.1	618.3
중 국	1,501.9	1,836.2	2,960.8	3,770.9	2,901.0
일 본	222.2	270.1	282.6	488.0	345.8
한 국	113.7	38.2	108.3	564.0	819.6
그 외	171.9	221.3	478.0	201.8	106.5
T o t a l	2,340.9	2,566.6	4,368.0	5,792.8	4,791.20

자료원 : Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

〈 주요 수입국 수입 규모 (수입신고가 기준) 〉

(단위 : 천불)

구 분	2003	2004	2005	2006	2007
캐 나 다	2,131	1,483	3,094	3,471	3,996
중 국	1,235	1,574	2,182	2,764	2,181
일 본	514	472	683	1,086	1,519
한 국	139	70	160	485	899
그 외	1,973	1,496	1,692	1,617	8,418
T o t a l	5,992	5,095	7,812	9,423	17,013

자료원 : Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

○ 위 자료에 따르면 HS CODE 07095990은 아가리쿠스버섯을 제외한 다른 버섯으로 여기에는 새송이버섯, 느타리버섯, 표고버섯, 팽이버섯이 모두 포함된다. 한국은 2004년 7만달러로 감소했으나 2005년부터 물량이 2배이상 늘기 시작하면서 지난해 89만9천불을 기록했다. 주 수입품목은 새송이버섯과 팽이버섯으로 한인유통업체가 대량 수입을 하면서 물량이 증가했다.

□ 버섯수출동향 (HS CODE : 0709599000 그 외 버섯)

〈 주요 수입국 현황(물량기준) 〉

(단위 : Metric ton)

구 분	2003	2004	2005	2006	2007
일 본	120.2	166.2	55.5	37.8	79.9
프 랑 스	8.8	62.6	7.4	0.9	163
캐 나 다	442.6	229.9	269.9	134.8	262.2
하 이 티	0	0	0	0	27.3
네 덜 란 드	3.7	3.9	1.6	0.9	37.3
스 페 인	0	0.2	0	0	32.5
기 타	89.4	157.5	81.4	47.1	119.1
총 합 계	664.7	620.3	415.8	221.5	721.3

자료원 : Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

〈 주요 수출국 수입 규모 (수입신고가 기준) 〉

(단위 : 천불)

구 분	2003	2004	2005	2006	2007
일 본	4,262	4,098	1,939	2,020	2,967
프 랑 스	112	622	207	21	2,893
캐 나 다	1,134	717	1,180	910	1,931
하 이 티	0	0	0	0	688
네 덜 란 드	134	155	59	21	612
스 페 인	0	4	0	0	530
기 타	587	1,037	315	279	1,476
총 합 계	6,229	6,633	3,700	3,251	11,097

자료원 : Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 나. 경쟁국동향

### ㉠ 단가비교

구 분	2007		
	물 량	수입액	수입단가
캐 나 다	618.3	3,996	6.46
중 국	2,901.0	2,181	0.75
일 본	345.8	1,519	4.39
형 가 리	2.1	1,323	630
한 국	819.6	899	1.1
기 타	97.3	2,762	28.3
총 합 계	4,791.20	17,013	3.55

자료원 : Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

- 수입신고액에 따른 수입단가를 위와 같이 보면 캐나다, 중국, 일본 한국 4개국에서 수입되는 버섯을 중심으로 가격을 분석해보면 캐나다가 킬로당 6.46달러로 단가가 가장 높으며 다음으로 일본이 4.39달러, 한국이 1.1달러, 중국이 0.75달러로 나타났다.
- 캐나다가 수입시장의 23.5%, 중국이 12.8%, 일본이 8.9%, 한국이 5.3%로 각각 버섯 시장을 점유하고 있으며 새송이버섯, 느타리버섯, 표고버섯이 주수입품목이라고 할 수 있다.

## 5. 통관 및 수입검사

### ㉠ 한국 버섯류 관세

(단위 : US\$)

품목번호	품 명	관 세
070951001 070959100 070959900	아가리쿠스 버섯류 송로버섯 그 외 버섯	8.8센트/kg + 20%

주 : 캐나다, 멕시코, 아프리카, 카리프지역, 이스라엘, 안데스지역, 요르단은 무관세, 쿠바, 라오스, 북한은 2.2센트/kg + 45% 관세 적용.

자료원 : Harmonized Tariff Schedule of the United States(2008)



[ 참고자료 ]

- 미국 관세제도의 근거 법령은 1930년 관세법 402조(Tariff Act of 1930 Sec. 402)와 1979년 무역협정법 제2장(Title II of the Trade agreements Act of 1979)에 그 법적 근거를 두고 있으며 시행세칙은 CFR 19편 152장에 규정되어있음.
- 미국의 세관에서는 미국국제무역협회(United States International Trade commission)에서 발행하는 관세율 표인 “Harmonzed Tariff Schedule” 의 관세를 적용하며 동 관세율 표는 매년 갱신하여 발행되고 있음.

List of Approved Fruits and Vegetables	
ALL COUNTRIES (no permit required)	
ALL	GUAM & CNMI
Aloe vera (above ground parts) Bat nut or devil pod ( <i>Trapa bicornis</i> ) Cannonball fruit Chinese water chestnut Coconut, see Seed Manual Corn smut galls <sup>1</sup> Cyperus corm Edible flowers <sup>2</sup> (inflorescences only <sup>3</sup> ) Garlic cloves, peeled Ginger root Lily bulb ( <i>Lilium</i> spp.) Maguey leaf Matsutake Mushroom Palm heart, peeled Peanut <sup>4</sup> Pomegranate arils <sup>5</sup> St. John's Bread Singhara nut ( <i>Trapa bispinosa</i> ) Tamarind bean pod Truffle Water-chestnut ( <i>Trapa natans</i> )	Corn, green— <b>except</b> from the following countries: Africa (all countries), Armenia, Australia, Azerbaijan (Republic of), Bangladesh, Belarus, Bhutan, Brunei, Bulgaria, Cambodia, China (People's Republic of), Estonia, Georgia, Hong Kong (Special Administrative Region of China), India, Indonesia, Japan and adjacent islands, Kazakhstan (Republic of), Kyrgyzstan, Laos, Latvia, Lithuania, Malaysia, Moldova, Myanmar, Nepal, New Zealand, North Korea, Oceania, Pakistan, Papua New Guinea, Philippines, Russia, Singapore, South Korea, Sri Lanka, Tajikistan, Taiwan, Thailand, Timor-Leste, Turkmenistan, Ukraine, Uzbekistan, and Vietnam. All other fruits and vegetables listed in this Reference as approved for entry into any other part or port of the United States may be imported into Guam and CNMI with the exception of those fruits and vegetables which require a treatment as a condition of entry.

- 1 For corn smut galls, see the special procedures for **Fresh or Frozen Corn Smut Galls Imported for Consumption**.
- 2 Limited to *Calendula* spp. (pot marigold), *Tagetes* spp. (marigold), *Tropaeolum* spp. (nasturtium), and *Viola* spp. (johnny-jump-ups, pansies, and violets).
- 3 If stems or leaves are attached, **prohibit entry**.
- 4 Peanuts are admissible from all countries **except** PROHIBITED ENTRY from Burkina Faso, China (People's Republic of), Côte d'Ivoire, India, Indonesia, Japan, Philippines, Senegal, Thailand, and Timor-Leste. See the *Seed Manual*.
- 5 The edible, fleshy, juicy, red colored cover of individual pomegranate seeds that entirely envelopes the seed.

자료원 : USDA/Fresh Fruit and Vegetable import manual



※ 평균소요기간은 하자 없을 시 총 3일이 소요되며 평균 경비는 관세외 통관비, 운송비등을 포함, 품대의 약 3-5% 수준

버섯은 다른 농산물과 달리 농무부 허가 (수입허가서류)가 필요없으므로 비교적 수입 하기가 수월하다. 컨테이너에 다른 품목 즉, 껌이나 다른 과일을 싣지 않는 이상 FDA에 시설물등록을 하고 수입식품이 항국에 도착하기 12시간전에만 미리 신고를 하면 통관과 농무성의 특별한 검사없이 통관을 할 수 있다.

- I. 배
- 미국
- II. 포도
- 싱가포르
- III. 감귤
- 러시아
- IV. 밤
- 일본
- V. 양란
- 일본
- 중국
- VI. 새송이버섯
- 미국
- 유럽
- VII. 유자차
- 일본
- 중국
- 대만
- VIII. 돈육
- 러시아
- 필리핀
- IX. 채소종자
- 일본
- 미국
- X. 쌀및기공밥
- 일본
- 미국

○ 9월 30일 이후로 농산물에 대한 원산지표기를 해야 하므로 개별포장제품에도 원산지 표기를 해야 하며 일반적으로 버섯영양소표기는 자발적으로 할 수 있다. 미국 Mushroom Council에서는 일반적인 버섯 영양소표기를 위 사이트 (<http://www.americanmushroom.org/Labeling%20Toolkit%20-%20MC.pdf>)를 통해 알리고 있으며 개인농장에서 다른 종류를 생산하거나 표기할 경우, FDA검사관이 조사할 때 실제 내용물 영양소가 80%이상 맞아야 한다.

#### 나. 수입 및 통관 절차

○ 개요 : 미국 버섯 수입에 대한 통관 절차에는 세관 및 동식물검역국, 미연방식품의약국 3곳으로부터 검사를 통과하여야 미국으로 들어올 수가 있음.

- 관세청(U.S. Customs Service) : U.S. Department of the Treasury 산하기관인 미 관세청은 수입자가 수입물품의 관세 가격을 평가, 산정하여 신고하는 신고 납부 방식을 채택하고 있음.
- 동식물검역국(APHIS) : 미농무성(USDA) 산하기관인 동식물검역국은 수입품으로부터 미국의 동물 및 식물을 보호키 위한 검사(병충해등검사)를 시행함.
- 미연방식품의약국(FDA) : U.S. Department of Health and Human Service 산하기관인 미연방식품의약국은 수입품으로부터 미국민들의 건강을 보호키 위한 검사(농약잔류등검사)를 시행함.

○ 수입 절차

- 수입회사 또는 그 대리인은 수입 식품의 도착후 5일 이내에 입국신청서(Entry Notice)를 접수시키고 세관에 통관을 위한 보증금(Bond)을 준비 제출함.
- 화물 입국시 관세청에서 미연방식품의약국(FDA)에 농산물의 입국을 알리고 입국허가 결정을 요청함.
- 미동식물검역국에서는 수입된 한국 농산물류가 미연방법규 7 CFR 319.28조항에 맞게 되었는지의 여부와 미연방법규 7 CFR 319.56조항에 의거 병충해 검사를 실시하며 이상이 없을 시 입국 허가를 함.
- 미동식물검역국의 검사관의 일부 샘플 검사중 지중해 열매파리등의 병충해 발견 시 동 선적품의 미국 입국을 금지시키고 선적물품의 폐기나 반환 조치를 지시하고 세관 감독하에 선적물품의 폐기나 반환 조치가 이루어짐.
- FDA는 수입 서류를 검토하여 샘플 검사가 필요한지를 검토함.
- FDA에서 수입된 배의 샘플을 검출할 필요가 없다고 결정되면 수입 수속 진행 동의서(May Proceed Notice)를 미 세관 및 수입 업자에게 통보함.
- FDA에서 샘플을 검사할 필요가 있다고 여겨지면 FDA는 샘플 조사 통보서(Notice

of Sampling)을 미 세관 및 문서상의 수입업자에게 발송함. 이 경우 수입품은 FDA의 별도 통보가 있을 때까지 다른 장소로 옮겨 질 수가 없음. 샘플이 수집된 후 문서상의 수입업자는 배를 다른 항구나 창고로 운반 할 수 있음.

- FDA는 수집된 샘플을 해당 지역 관할 FDA 시험 분석실로 송부 검사를 실시 함.
  - FDA의 표본 분석 결과가 그 식품의 법 기준에 부적합한 것으로 판명되면 위반 상태 내역이 담긴 식품 억류 및 청문회 통보서(Notice of Detention and Hearing)를 수입업자에게 송부 10일간 수입업자가 배류 반입의 허용성을 설명할 수 있는 항변 기간을 줌.
  - 식품의 양수인, 실 소유자, 문서상의 수입업자 또는 대리인중 아무도 그 억류 통보서에 응답을 않거나 청문회 기간 연기 요청을 하지 않을 경우 FDA는 문서상의 수입업자에게 반입 불가 통보(Notice of Refusal of Admission)를 발송함.
  - FDA에 반입 불가 통보된 배는 미세관의 감독 하에 해외로 반송 또는 폐기처분하며 미세관은 결과를 FDA에 통보하여줌.
  - FDA의 샘플 분석 결과가 그 식품의 법 기준에 적합한 것으로 판명이 되면 미세관과 수입업자에게 통과 통보서(Release Notice)를 발송하며 이후 FDA의 소관 사항에서 제외되어짐.
- 선적전 검사 실시관련 : 한국에서 미국으로 화물 선적전 검사가 2003. 5월부터 시범 운행후 11월부터 정상 운영되고 있음. (수출용 컨테이너를 신고 미국으로 가는 선사가 선적 24시간 전에 제출하는 적하 목록을 기초로 미국 관세청에서 위험 화물을 1차 선별해 통보하면 한미 세관원들이 한국 항에서 X-Ray 투시기 검사를 실시)
- 수입제품 사전 신고제 실시
- 미국 정부는 2003년 12월 12일부터 식품 및 음료에 대해 수입신고제를 도입, 운영 하고 있음. 동 수입신고제의 도입으로 미국으로 수입되는 대부분의 식품들은 미식품 의약국(FDA)에 수입 식품이 항구에 도착하기 하루 전날 정오까지 인터넷을 통해 사전 신고 되어야 함.
- 외국의 식품관련 시설물 등록 의무화 (2003.12.12)
- 미국 정부는 2003년 12월 12일부터 식품 제조, 가공, 포장이나 창고로 사용하는 국내 및 외국의 시설물 등록을 미 식품의약국(FDA)에하는 것을 의무화 하였음. 동 법규 실행에 따라 400,000개 이상의 국내 및 외국의 식품 관련 시설물들의 등록을 하여야 할 것으로 예상.
  - 수출업체 및 생산업체는 사전에 등록이 되어 있어야 함.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 6. 한국산 주요 수입품목 및 점유율

- 비만으로 고민하고 있는 미국인들이 건강 자연식과 유기농식품에 대한 소비가 증가하는 추세로 신선 버섯이 건강식품으로 각광받고 있으나, 미국현지에서 생산 및 유통되는 버섯은 대부분 양송이 버섯임.
- 새송이 버섯은 미국현지 주류시장에서는 생소한 품목으로 주로 한인마켓에서 캐나다 및 한국산이 유통되고 있으며, 중국마켓에서는 값싼 중국산이 유통되고 있으나 품질이 떨어지며 미국에서 생산되는 새송이버섯도 주로 서부나 일부 고급식당과 소매상을 통해 판매되기 때문에 물량이 한정되어 있음.
- 주요 수입품목인 새송이버섯은 최근 시식 및 요리시연 등 판촉홍보 행사를 통해 인지도 제고를 추진하고 있음.
- 캐나다산, 중국산 및 한국산이 주로 한인마켓에서 유통되고 있으며, 수입 및 유통업체에서는 맛과 향기등 품질에서 한국산이 가장 뛰어나다는 의견임.
- 인접국인 캐나다산의 경우 운송기간이 짧고 소비자들의 기호에 맞추어 소위 유통마켓의 주문생산을 하고 있다. 한인마켓과 중국마켓을 중심으로 시식행사를 꾸준히 해왔으며 새송이 버섯을 하나 사면 팽이버섯을 하나 주는 방법으로 마케팅을 하면서 소비자들의 인지도가 높아짐.
- 캐나다산 새송이는 한인교포업체를 통해 생산되고 있으며 캐나다가 무관세라는 이유로 수입이 수월하지만 개별 포장시 품질이 변하고 장기 보관시 색깔이 누렇게 되는 단점이 있다.

### 〈 한국산 새송이 버섯(미동부시장 유통)〉

- 포장 : 비닐봉지에 포장되어 있음.
- 모양 : 뿌리가 제거되지 않고 유통되고 있음.
- 내부 : 몸통색깔은 옅은 갈색으로 수분이 많고 구부려도 부러지지 않고 탄력성이 좋음.
- 육질 : 쫄깃쫄깃하고 닭고기살 같이 뜯어짐.
- 결점 : 갓에 부서진 부분도 있고 상처가 있음(비닐봉지 포장 원인)

○ 한국산 새송이버섯 사진



- 크기 : 9~13cm, 몸통굵기(지름) : 3.5~5.5cm, 포장 : 400g
- 현지에 유통되는 한국산 주 수입버섯은 새송이버섯과 팽이버섯이 있으며 수입버섯 시장점유율은 전체의 5%이상을 차지한다.
- 수입산 한국 새송이버섯은 주로 한인마켓을 중심으로 대량 판매되고 있으며 중국 마켓과 일본마켓에도 일부 판매가 되고 있긴 하나 소량임.
- 한인 마켓에서는 캐나다산이나 한국산 새송이버섯이 유통되고 있으며, 모든 버섯은 한국에서 포장한 그대로 냉장 선반에서 판매하고 있음
- 중국마켓의 새송이버섯은 원산지표시가 없고 거의 포장도 없이 날개로 판매하고 있으며, 냉장보관 판매가 아닌 일반선반에서 판매등으로 품질에서 한국산 및 캐나다산에 비해 품질이 매우 떨어짐.

㉠ 한국산 선호도

- 미국에서 판매되는 한국산 새송이버섯은 주로 한인마켓을 중심으로 판매되고 있기 때문에 한인들은 한국산을 선호한다. 특히, 한인마켓내에는 한국산, 캐나다산이 있으며 매장의 성격에 따라 두 종류를 함께 판매하는 곳도 있고 한국산만을 취급하는 곳도 있다.
- 한국산 새송이버섯은 현지 교포수입업체에서 다량으로 수입해 공급하고 있으므로 시장점유율이 높으나 해상을 통해 장기간 배송되어오기 때문에 품질은 캐나다산 보다 떨어진다.
- 과거 한국업체가 항공으로 직접 배송을 할 때는 한국산 새송이버섯은 몸통이 단단하면서도 탄력이 있다고 소비자들께서 직접 말하기도 했으며 캐나다버섯과 비교, 한국산이 향이 있어 더 맛있다고 의견을 전하기도 함.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- Exotic (색다른) 버섯에 점점 관심을 갖고 있는 미국인들에게는 새송이버섯은 소득이 높은 가정이 아닌 이상 구매하기 쉽지 않은 제품 가운데 하나임. 특히 현지 유통마켓에서 판매되는 미국산 새송이 버섯은 주로 유기농이며 단가가 비싼 제품이기 때문에 이에 대한 부가가치를 더 높이기 위해 유기농으로 생산되는 것으로 사료됨

## ㉠ 품목별 경쟁국 대비 장단점

### □ 캐나다산

- 현재 미 동부에서 판매되고 있는 캐나다산 새송이버섯은 3가지로 판매되고 있다. 슬라이스새송이, 베이비새송이, 일반 새송이버섯으로 나누어지며 가장 판매율이 높은 제품은 슬라이스새송이다. 유가가 올라 가격이 상승되어야 함에도 불구하고 일년 내내 소비자가는 \$4.99로 판매되고 있다.
- 캐나다산은 지역적으로 가깝기 때문에 육로를 통해 하루 만에 배송이 가능하고 새송이버섯 소비를 늘리기 위해 소비자들에게 3가지종류로 판매하면서 다양한 소비층이 형성됐다.
- 특히, 판매 초기부터 마케팅전략을 세워 지속적인 시식행사와 레서피를 개발해 소비자들에게 요리방법을 홍보하면서 판매를 시작한지 3년만에 소매상 쉘브 한 구석을 꾸준히 차지하고 있다.
- 그러나 아직도 캐나다산은 포장에 문제점을 갖고 있어 자칫 소매상에서 보관을 소홀히 하면 썩은 새송이버섯이나 베이비새송이에서 하얗게 피어나는 단점이 있어 소비자들은 물건상태가 안 좋은 것으로 판단한다.

### □ 한국산

- 한국산 새송이버섯은 두종류가 있다. 장기보관을 위해 뿌리부분이 있는 새송이와 없는 것이 있다. 뿌리부분이 있는 새송이는 주로 해상을 통해 수입되어 장기간 쉘브에서 판매할 수 있는 장점이 있는 반면 뿌리부분이 없이 수입되는 새송이는 장기보관 판매가 불가능하기 때문에 항공으로 수입, 빠른 시간안에 회전시켜야 하는 단점이 있다.
- 한국산은 캐나다산이나 미국산과는 달리 향도 좋고 맛도 좋은 것으로 알려졌다. 특히, 한국산새송이버섯은 매출을 극대화하는 효과가 있는 것으로 유명하다. 항공으로 수입되는 새송이버섯이 소량씩 들어오기 때문에 희소가치가 높아 물건이 없어서 판매가 어려울 때도 있었다.

- 한국산 새송이버섯 공급물량이 늘어나면서 현지 새송이버섯 가격은 계속 내려가고 있는 추세다. 미국에서 가장 경제위기 영향을 받는 농산물생산업체는 버섯농가들이다. 유가상승으로 인한 유지비용이 다른 농산물에 비해 더 많이 소요되기 때문에 이로 인한 가격상승이 필요함에도 소비율은 계속 하락하고 있어 더 이상 가격인상은 어려운 것으로 나타났다.

#### □ 미국산

- 미국산 새송이버섯은 대부분이 유기농버섯이다. 원래 단가가 다른 일반버섯보다 비싸다는 점을 착안해 이에 대한 합리성을 주기 위해 유기농으로 생산되고 있는 것으로 보인다. 주로 고소득자들이 구매할 수 있도록 고급레스토랑과 유기농산물 유통업체들에게만 공급되고 있으며 생산업체들 전부 일본기술을 가져와 생산하고 있다.
- 가격은 한국산이나 캐나다산보다 2~3배 이상 비싸지만 포장과 디자인이 좋으며 특히 유기농이라는 로고가 소비자들에게 더 안심하게 먹을 수 있도록 유도한다.
- 생산물량이 한정되어 있기 때문에 다량입고에 대한 가격변화가 없으므로 고급버섯이라는 인식을 갖게 한다. 미국산 새송이버섯은 Exotic(색다른)며 고가격에 판매 되고 있다는 미국인들의 편견을 갖게 만들었으며 한 트레이에 1~2개 정도의 소량포장이 되어 있어 미국인들의 소비사이즈에 맞추어 생산되고 있는 장점이 있다.

#### ㉠ 경쟁국 마케팅 동향 및 시사점

- 현재 미국버섯 생산업체들과 공급업체들은 기존의 흰색 아가리쿠스버섯에서 벗어나 Exotic (색다른)버섯을 취급하려는 시도를 계속하고 있다. 계속 취급했던 버섯은 가격을 올리기가 쉽지 않고 물가는 오르고 있기 때문에 미국버섯농가들은 대책의 하나로 특이버섯 혹은 색다른 버섯을 취급하려고 한다.
- 미국내 대표적인 새송이버섯 생산업체인 Gourmet Mushroom도 소매나 고급레스토랑에 가장 잘 판매되는 제품은 새송이버섯이라고 밝히기도 했다. 새송이버섯은 모양이 흰버섯이나 포르타벨라버섯과도 비슷하기 때문에 소비자들이 쉽게 접근할 수 있기 때문이라고 한다.
- 미국의 한 유명 요리사는 미국산 새송이버섯을 요리로 홍보하면서 “부엌의 카멜레온”이라는 별명을 새송이버섯에 붙였다. 새송이버섯을 볶아서 생선과 한 접시를 만들 수 있고 그릴에 스테이크와 함께 구워서 먹어도 좋기 때문에 이 같은 별명을 붙이게 됐다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 미국 새송이버섯회사는 미국내 유명 요리사를 통해 고급요리를 선보이며 버섯홍보를 하고 있다. Gourmet Mushroom사는 처음부터 도매상판매를 하지 않았다. 고급식당을 위주로 판매, 유명 요리사들이 새로운 메뉴를 만들 수 있도록 유도하면서 소비자들에게 새송이버섯을 알리기 시작했다. 이 회사가 도매상과 소매장에 납품을 시작하게 된 것은 유기농 새송이버섯을 본격적으로 상품화하면서다.
- 현지 새송이버섯 생산업체들은 일본으로부터 전수된 생산기술을 도매업체들과 소매업체들에게 자세히 알려줄 뿐 아니라 생산을 원하는 업체들에게 생산공정시스템을 웹사이트를 통해 소개하면서 제품홍보를 하고 있다.
- 새송이버섯 생산업체들은 새송이버섯 뿐 아니라 혼시메지와 같은 특이버섯을 함께 생산해 홍보하기도 하고 자체적으로 신제품개발에도 노력하고 있다. 일본인과의 합작투자로 이루어지기 때문에 지속적인 신제품이 개발되기도 하지만 현지시장에서 점점 특이버섯에 대한 수요가 늘어나는 것도 이유 중 하나라고 볼 수 있다.
- Gourmet Mushrooms Inc사는 얼마전 네브로디니 비안코(학명:Pleurotus nebrodenis)라는 중량이 3온스 이상 되는 버섯을 출시했다. 미국 고소득 소비자들과 식당들이 고급메뉴를 찾으면서 신제품 개발은 계속 될 것으로 보인다. 전복과 같은 육질을 갖고 있다고 생산업체는 밝히고 있다.





## 7. 한국산 수출확대방안

### 가. 신제품과 신포장개발

- 현지 한인유통마켓 매니저들에 따르면 한국산 새송이 버섯은 품질이 좋아 셀브에 두기만 하면 전량이 순식간에 판매될 정도로 매출을 올려주는 효자 상품이라는 인식이 있음.
- 당시 한국에서 오던 새송이버섯은 항공으로 주에 2회 배송되었기 때문에 한국출발 3일만에 미국 소비자들이 구매를 할 수 있었으므로 신선도가 높아 단가가 높아도 판매에 큰 무리가 없었음.
- 4년전부터 캐나다산 새송이버섯이 수입되기 시작하면서 한국산 수입이 3분의 1이상 감소했으며 새송이버섯의 종류는 다양화되긴 했지만 오히려 품질은 악화되었다고 함.
- 현지 유통업체가 캐나다산으로 교체하게 된 원인은 한국산 제품이 항공으로 오기 때문에 수입단가가 높은데다 개별포장이 되어있지 않아 매장직원들이 포장하는데 시간은 많이 소비한다는 이유로 자체브랜드 새송이버섯을 개발하면서 한국산 새송이버섯의 수입량이 상대적으로 줄어들음.
- 한국산 새송이 버섯은 향이 좋고 맛도 좋아 시식행사를 하면 소비자들이 즐겨 시식하는 제품가운데 하나임. 2005년부터 수로를 통해 한국산 새송이버섯이 수입되고 있지만 장기적인 배송기간으로 인해 가격은 1달러이상 저렴하지만 박리다매형식의 판매를 함으로 품질은 예년과 같지 않다는 평임.
- 그러나, 새송이 버섯에 대한 소비자들의 인식이 많이 바뀌어 쉽게 구매할 수 있는 제품으로 자리를 잡았음. 그러나 아직까지 볶음요리나 그릴 외에는 다른 레서피를 알고 있는 소비자들이 극히 소수임.
- 현재 유통되고 있는 한국산 새송이버섯은 미국산 새송이버섯에 비해 상대적으로 낮은 가격에 판매하고 있으므로 새송이버섯 평균가에 비해 낮은 편이다. 한국산은 또, 일반 새송이버섯으로 미국산 유기농버섯과 가격비교를 한다는 것은 실질적으로 어렵다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 상품의 품질을 향상시키고 고가격에 판매하기 위해서는 현재 미국에서 판매되고 있는 현지생산제품처럼 유기농 새송이, 썰은 새송이, 베이비새송이와 같은 신제품이 출시되어야 현지시장에서 경쟁력을 갖출 수 있다.
- 소비자들은 가계경제가 어려워지면서 외식을 줄이고 집에서 식사를 준비하는 경향이 많아졌다. 그러나 맞벌이 부부들이나 자녀가 많은 가정들은 쉽게 요리하기를 원하기 때문에 간편포장에 대한 수요가 늘어나고 있다. 장기 보관할 수 있는 농산물이 아닌 구매하자마자 집에서 금방 해먹을 수 있는 제품을 선호하므로 새로운 포장법과 이에 따른 요리법을 제공할 수 있는 라벨이 있어야 판매도 수월하다.

#### 나. 유통 및 홍보전략

- 현지 교포마켓 중심이 아닌 주류마켓을 중심으로 영양소정보와 시식행사를 해야 새송이버섯에 대한 인식을 넓힐 수 있으므로 미국버섯생산업체나 수입업체와 함께 판매전략을 세워야 함.
- 유통업체를 통해 수출도 중요하지만 버섯전문공급업체를 통해 공급해야 품질관리가 쉽고 판매채널 구축이 용이함. 이들은 현지 체인슈퍼마켓 뿐 아니라 고급식당이나 고소득층을 위한 마켓을 중심으로 판매하기 때문에 장기적인 홍보효과를 볼 수 있음.
- 고가제품의 고품질 새송이버섯을 공급해 현지 생산제품의 품질이나 가격과 경쟁할 수 있어야 하며 일반소비자들도 쉽게 접근할 수 있는 작은 소포장제품이 미국시장에는 적합함. 특히, 한국산 새송이버섯에는 영양소정보가 없으므로 포장이나 레이블에 영양소 정보를 제공, 건강식이라는 점을 알려야 함.
- 다양한 레서피를 개발해야 시식소비자들에게 여러 종류의 조리법을 소개함으로써 새송이버섯 사용도를 넓힐 수 있음. 일본 Honto Kinoko사의 웹사이트를 보면 요리법을 쉽게 다운 받을 수 있으며 포장도 깔끔하게 되어 있어 접근하기가 쉬움.
- 미국인들은 건강문제가 가장 중요한 이슈가 됨으로 새송이버섯의 약 효능을 적극적으로 홍보해야 함.
- 고기와 곁들일 수 있는 새송이버섯을 여름에 바비큐용으로 홍보함으로 겨울스테미너뿐 아닌 여름에도 소비량을 늘릴 수 있음.

## 다. 버섯 페스티벌

- 매년 펜실베이니아 체스터카운티남부지역의 케네스스퀘어에서는 버섯페스티벌이 열린다. 미국에서 아가리쿠스버섯을 제일 많이 생산하는 지역으로 현지생산업체들과 유통업체들이 참가해 소비자들에게 버섯이 건강에 유익함을 알리고 교육시킬 뿐 아니라 버섯 관광지로도 홍보한다.
- 식품채널인 Food Network에서도 이 행사를 취재하면서 더 잘 알려진 이 행사에는 약 10만명의 관광객들이 몰리며 다양한 버섯요리를 시식할 수 있기 때문에 매년 9월이 되면 행사가 개최된다.
- 한국수입업체나 생산업체들도 참가가 가능하므로 매년 2월에 웹사이트를 방문해 참가신청을 할 수 있다. 한국산 새송이버섯을 알리고 버섯시장에서 한국버섯의 가능성을 테스트할 수 있는 좋은 기회이므로 이 같은 행사를 통해서 홍보가 쉽게 이루어질 수 있다.

## 라. 버섯이사회(Mushroom Council)

- 미국의 버섯생산, 공급, 판매업체와 전세계 공급업체들이 가입된 자발적인 버섯산업단체로 회원가입이 되면 산업동향 및 시장동향에 관련된 자료를 얻을 수 있으며 현지 버섯산업과 관련된 정보를 쉽게 요청할 수 있다.
- 미국의 버섯카운슬은 관련산업을 활성화하기 위해 마케팅자료들을 가입회원에게 무료로 공급하고 있으므로 미국업체들과의 원활한 거래를 위해서 회원을 가입하는 것이 좋다.

## 첨 부

### ● 주요 정보사이트 주소

- American Mushroom Institute : [www.americanmushroom.org/](http://www.americanmushroom.org/)
- Mushroom Council : [www.mushroomcouncil.org/](http://www.mushroomcouncil.org/)
- Golden Gourmet Mushroom : [www.goldengourmetmushrooms.com/](http://www.goldengourmetmushrooms.com/)

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 버섯정보센터 : [www.mushroominfo.com/](http://www.mushroominfo.com/)
- 터미널마켓도매시장가격(미농무성)  
[http://www.marketnews.usda.gov/portal/fv?paf\\_dm=full&paf\\_gear\\_id=1200002&startIndex=1&dr=1&rowDisplayMax=25&repType=termPriceDaily&dr=1&locName=&commAbr=MUSH&commName=MUSHROOMS](http://www.marketnews.usda.gov/portal/fv?paf_dm=full&paf_gear_id=1200002&startIndex=1&dr=1&rowDisplayMax=25&repType=termPriceDaily&dr=1&locName=&commAbr=MUSH&commName=MUSHROOMS)
- 버섯생산관련정보 및 통계자료  
<http://usda.mannlib.cornell.edu/MannUsda/viewDocumentInfo.do?documentID=1395>
- 미농무성 발표 버섯 통계자료  
<http://usda.mannlib.cornell.edu/MannUsda/viewDocumentInfo.do?documentID=1110>
- 버섯재배업체를 위한 정보제공  
<http://www.mushroomcompany.com/>

## ● 바이어리스트

### **BASCIANI MUSHROOM FARMS**

Fred Recchiuti

8876 Gap Newport Pike

Avondale, PA 19311

Ph: 610/637-2712 Fax: 610/268-2186

email: [fred@bascianifoods.com](mailto:fred@bascianifoods.com)

website: [www.bascianifoods.com](http://www.bascianifoods.com)

Delivering quality mushrooms since 1925, as seen on The Discovery Channel's 3-minute tour of our spotless farms

### **L.K. BOWMAN, INC.**

Robert W. Shelton

P.O. Box 80

Nottingham, PA 19362

Ph: 610/932-2240 Fax: 610/932-4186

email: [lkbowman@hanoverfoods.com](mailto:lkbowman@hanoverfoods.com)

Buyers of Fresh, Processors of Chilled,  
Canned, Frozen & Freeze Dried

**BUONA FOODS**

Bob or Rob Ferranto  
 P.O. Box 238  
 Landenberg, PA 19350  
 Ph: 610/274-0712 Fax: 610/274-0710  
 email: RoBuona@aol.com  
 All Size Cello Mushrooms, Fresh and Frozen

**C & C CARRIAGE MUSHROOM CO.**

Charles J. Ciarrocchi, Jr.  
 P.O. Box 388  
 Avondale, PA 19311  
 Ph: 610/268-3773 Fax: 610/268-0590  
 email: chuck@modernmush.com  
 Growers, Packers of Quality Fresh,  
 Canned & Quick Blanch

**COUNTRY FRESH MUSHROOM CO.**

P.O. Box 489 (Route 41 South)  
 Avondale, PA 19311  
 Ph: 610/268-3033 Fax: 610/268-0479  
 email: jsweatt@countryfreshmushrooms.com  
 eleo@countryfreshmushrooms.com  
 website: www.countryfreshmushrooms.com  
 Country Fresh Brand, Packers  
 of Fresh, Quick Blanch & Exotics

**ELITE MUSHROOM CO.**

David Santucci  
 P.O. Box 508  
 Avondale, PA 19311  
 Ph: 610/268-3533 Fax: 610/268-3203  
 Growers, Packers & Shippers of Mushrooms,  
 Fleet of Trucks to Deliver Mushrooms  
 & Produce to our Customers

I. 배  
 미 국

II. 포도  
 싱가포르

III. 감귤  
 러시아

IV. 밤  
 일 본

V. 양란  
 일 본  
 중 국

VI. 새송이버섯  
 미 국  
 유 럽

VII. 유자차  
 일 본  
 중 국  
 대 만

VIII. 돈육  
 러시아  
 필리핀

IX. 채소종자  
 일 본  
 미 국

X. 쌀및기공밥  
 일 본  
 미 국

#### **GASPARI FARMS**

Mark Gaspari or Joe Plageman  
2103 Georgia Road  
Temple, PA 19560  
Ph: 610/929-5775  
Fax: 610/685-0326  
email: GaspariFarms@comcast.net  
website: www.GaspariFarms.com  
Full Line Supplier of all Fresh Mushroom Products

#### **GRIFFONETTI MUSHROOMS**

Joe or Lou Griffonetti  
P.O. Box 528  
Avondale, PA 19311-0528  
Ph: 610/268-8033 Fax: 610/268-8507  
email: griffmush@aol.com  
Buyer & Seller of Fresh & Cannery  
Grade Mushrooms

#### **R.L. IRWIN MUSHROOM CO.**

P.O. Box 407  
Kennett Square, PA 19348  
Ph: 610/444-3800 Fax: 610/444-9453  
email: rlirwin@axs2000.net  
Mushroom Wholesale

#### **MANFREDINI ENTERPRISES, INC.**

Dominic Manfredini  
P.O. Box 366  
Landenburg, PA 19350  
Ph: 610/268-8088  
Fax: 610/268-3614  
Canned and Fresh Mushrooms

**The Mushroom Company (formerly MUSHROOM CANNING CO.)**

Dennis Newhard  
 902 Woods Road  
 Cambridge, MD 21613  
 Ph: 410/221-8970 Fax: 410/221-8952  
 email: custserv@mushroomcanning.com  
 Processor or Canned, Refrigerated, Frozen  
 Mushrooms and Sauces; breaded appetizers

**JAMES H. PAXSON & SONS, INC.**

Timothy H. Paxson  
 P.O. Box 1000  
 Oxford, PA 19363  
 Ph: 610/932-5288 Fax: 610/932-5307  
 email: tpax@zoominternet.net  
 Buyer & Shipper

**PHILLIPS MUSHROOM FARMS, LP.**

P.O. Box 190  
 Kennett Square, PA 19348  
 Ph: 610/444-4492 or 800/722-8818  
 Fax: 610/444-4751  
 email: info@phillipsmushroomfarms.com  
 Shiitake, Oyster, Crimini, Portabella,  
 Enoki, Maitake & Beech

**L. PIZZINI & SON, INC.**

Linda Pizzini Johnson  
 810 Penn Green Road  
 Landenberg, PA 19350  
 Ph: 610/268-3592 Fax: 610/268-3594  
 email: lpj@pizziniproduce.com  
 Buyer & Seller Fresh and Canned  
 Mushrooms; All Container Sizes

I. 배  
 미 국

II. 포도  
 싱가포르

III. 감귤  
 러시아

IV. 밤  
 일 본

V. 양란  
 일 본  
 중 국

VI. 새송이버섯  
 미 국  
 유 럽

VII. 유자차  
 일 본  
 중 국  
 대 만

VIII. 돈육  
 러시아  
 필리핀

IX. 채소종자  
 일 본  
 미 국

X. 쌀및기공밥  
 일 본  
 미 국

**SOUTH MILL MUSHROOM SALES, INC.**

John Pia  
P.O. Box 1037, 649 West South Street  
Kennett Square, PA 19348  
Ph: 610/444-4800 Fax: 610/444-1056  
email: [jpia@southmill.com](mailto:jpia@southmill.com)  
website: <http://www.southmill.com>  
Growers, Shippers & Packers of Quality Fresh Mushrooms

**SUNNY DELL FOODS/SPECIALTY PACKAGING**

Gary Caligiuri  
135 N. 5th Street  
Oxford, PA 19363  
Ph: 610/444/5820 Fax: 610/444/8477  
email: [info@sunnydell.com](mailto:info@sunnydell.com)  
Mushroom processor/custom toll packing. Packaging supplies  
and cartons for mushroom packers and growers

**TO-JO MUSHROOMS, INC.**

974 Penn Green Road  
Avondale, PA 19311  
Ph: 610/268-8082 Fax: 610/268-8644  
email: [woody@to-jo.com](mailto:woody@to-jo.com)  
website: [www.to-jo.com](http://www.to-jo.com)  
Distribution to 15 states east of the Mississippi.

● 유기농 버섯생산업체

**Giorgi Mushroom Co.**

Phil Coles  
PO Box 96  
Temple, PA 19560  
Ph: 610/926-8811 Fax: 610/926-8887  
email: [pcoles@giorgimush.com](mailto:pcoles@giorgimush.com)



**Gourmet Mushrooms, Inc.**

PO Box 180  
 Sebastopol, CA 95473  
 Ph: 707/823-1743 Fax: 707/823-1507  
 email: info@gourmetmushroomsinc.com  
 www.mycopia.com

**Mother Earth Organic Mushrooms**

Tim Hihn  
 600 Baker Station Road  
 West Grove, PA 19390  
 Ph: 610/869-3595 Fax: 610/869-4729  
 email: tim@organicmushrooms.com

**Mushroom Canning Co.**

Jennifer Swalla  
 902 Woods Rd.  
 Cambridge, MD 21613  
 Ph: 410/221-8972 Fax: 410/221-8952  
 email: jswalla@mushroomcanning.com -

**Phillips Mushroom Farms, Inc.**

Bill Steller  
 PO Box 190  
 Kennett Square, PA 19348  
 Ph: 610/444-4492 Fax: 610/444-4751  
 email: info@phillipsmushroomfarms.com

**TopHat, Inc.**

PO Box 657  
 Stayton, OR 97383  
 Ph: 503/584-0472 Fax: 503/371-8144  
 email: robin@tophatmushrooms.com  
 http://www.tophatmushrooms.com/

I. 배  
 미 국

II. 포도  
 싱가포르

III. 감귤  
 러시아

IV. 밤  
 일 본

V. 양란  
 일 본  
 중 국

VI. 새송이버섯  
 미 국  
 유 럽

VII. 유자차  
 일 본  
 중 국  
 대 만

VIII. 돈육  
 러시아  
 필리핀

IX. 채소종자  
 일 본  
 미 국

X. 쌀및기공밥  
 일 본  
 미 국



## 유럽

### 1. 생산현황

#### 가. 개황

- 유럽에서 일반적으로 통용되는 버섯의 개념은 양송이버섯류를 지칭하며, 이에따라 버섯 생산통계자료는 양송이버섯류에 관한 것임
- 양송이버섯 생산형태는 신선버섯, 냉동버섯, 건조버섯, 저장용 가공버섯으로서, 최근에는 야생버섯 등 고급버섯의 수요가 증가추세에 있음
- 최근 동유럽이 양송이버섯을 비롯, 야생버섯의 주요 생산 공급의 거점으로 부각하고 있음. 과거 버섯재배 강국이었던 영국은 네덜란드에 의해 영국 버섯시장을 잠식당했고, 현재는 폴란드 등의 가세로 네덜란드 업체들이 역으로 폴란드에 버섯 생산시설을 짓고 있는 중

#### 나. 유럽의 생산동향

- 유럽은 연간 1백만여톤의 버섯을 생산하며, 네덜란드, 스페인, 폴란드, 스페인이 주산지이며, 최근에는 동유럽이 저렴한 생산비 및 생산조건의 장점으로 주산지로 부각하고 있음

(단위: 톤)

구 분	2004	2005	2006
유럽 전체	1,124,189	1,078,029	1,045,694
네덜란드	260,000	245,000	245,000
스페인	138,782	137,764	137,764
폴란드	130,000	135,000	135,000
프랑스	165,466	138,541	115,846

자료원 : FAO

## 다. 네덜란드 생산현황

- 네덜란드는 연간 245천톤을 생산하여, 중국, 미국에 이어 세계 3위의 버섯 생산국이며, 세계 생산량의 10%, 유럽 생산량의 약 23%를 차지
- 네덜란드 버섯 생산실적은 2000년 316천톤 이래 하락세로서, 이는 양송이버섯의 과잉 생산과 값싼 폴란드산 양송이버섯의 공급증가 현상에 기인
- 전체 버섯 생산량의 45% 정도가 신선용, 55% 정도가 가공용으로 소비되고 있음
- 지난 35년간 네덜란드 버섯재배농가 수가 점점 감소추세로 1971년에 1,600호의 재배 농가 중에서 2006년에는 단지 300여호만 남아있는 실정
- 반면, 농가규모는 확대추세로 특히 회사형태의 재배기업이 증가세. 재배면적이 1만m<sup>2</sup> 이상인 농가 중에서 회사형태 재배기업의 비율은 84%, 1천m<sup>2</sup> 이하의 농가 중에서는 오직 4%. 농가1호당 평균재배면적은 1971년 600m<sup>2</sup> 에서 2006년 2,400 m<sup>2</sup> 로 증가
- 네덜란드의 버섯재배는 현재 95%가 배지(Compost)에서 이루어지고 있으며, 나머지는 유기농 방식으로 재배
- 새송이버섯의 경우, 유럽의 공식적인 생산통계는 없으며, 독일, 네덜란드 등 일부국가에서 소량 재배되고 있는 것으로 업계에서는 파악하고 있음.
  - 유럽의 생산방식은 한국에 비해 한단계 낮은 수준이며, 오래전부터 생산해온 중국의 경우는 품질수준이 열악한 것으로 평가되고 있음. 2000년 중반에 벨기에에 일본 회사가 버섯공장을 설립 운영중에 있음

## 2. 유통현황

### 가. 양송이버섯

- 양송이버섯의 유럽시장 유통구조는 네덜란드와 폴란드에 의해 주도. 최근 저렴한 폴란드산 양송이버섯으로 인해 네덜란드산 경쟁력은 하락 추세에 있음

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 폴란드의 양송이버섯 생산실적 및 유럽국가로의 수출실적이 2004년 EU 가입이래 지속적인 성장세
- 폴란드산 양송이버섯 수출물량은 2002-2004년 사이에 2배 이상 늘어난 반면, 네덜란드산 2006년 수출물량은 전년대비 15% 감소한 8.3만 톤 가량.
- 특히 북유럽 국가에서 네덜란드산의 경쟁력이 폴란드산에 밀리는 추세로, 버섯 수입국인 스웨덴의 경우 폴란드산이 약 43%정도를 점유하고 네덜란드산이 38%정도 점유

- 네덜란드산 양송이버섯은 주로 영국과 독일로 공급되어 유통되고 있음
- 야생버섯의 수요는 프랑스가 가장 많으며, 전통적으로 프랑스의 Rungis 도매시장을 통해 거래됨
  - 유럽의 야생버섯 시장은 4월 초 터키산 그물버섯(Morels)과 불가리아산 St. George Mushroom의 입하로 시작되어 늦여름에는 스코틀랜드산 Girolles 및 노르웨이산 살구버섯(Chanterelle) 그리고 가을에는 잉글랜드 수확 종으로 시즌 마감

## 나. 새송이버섯

- 한국산 새송이버섯은 2003년 무렵부터 유럽시장에 소개됨
- 현재 유럽의 새송이버섯 시장은 한국산이 거의 독점을 하고 있는 가운데, 중국산이 가격경쟁력을 앞세워 소량씩 유통되고 있음
- 한국업체는 G사가 시장을 주도하고 있는 가운데, M사 등 3-4개업체가 자체 바이어를 통해 유통하고 있음
  - 현재 G사는 네덜란드를 수입창구로 해서, 유럽 권역별로 현지업체에게 판매권을 부여하고 유럽시장을 개척중임
- 유럽지역에서는 주로 네덜란드, 영국, 프랑스, 벨기에, 독일지역의 도매업자와 대형소매업자에게 한국산 버섯을 판매하고 있음
- 한국산 버섯판매량은 매년 2배정도 성장세를 보이고 있으며, 이러한 추세는 당분간 계속되리라는게 업계의 공통된 견해임
  - 수출실적을 보면, 2005년 228천불, 2006년 1,065천불, 2007년 2,167천불, 2008년 4,000천불 예상

〈 한국산 유럽 수출동향 〉

구 분	2005	2006	2007
금 액 ( 천 불 )	228	1,065	2,167
물 량 ( 톤 )	43	248	484
주 요 국 가	네덜란드	네덜란드	네덜란드

다. 가격동향

버섯 명칭	사진	소매가격
새 송 이 버섯		2.5유로/180g
망 가 닥 버섯		2.8유로/150g
황 금 송 이 버섯		2.5유로/250g

3. 소비동향

- 유럽에서 버섯, 특히 양송이버섯은 파이에서부터 수프까지 각종 요리에 사용. 북유럽에서는 주로 수프 혹은 쇠고기 요리에 사용됨
- 가공형태의 양송이버섯은 납작하게 썰어 소금물 등에 저장해서 유리병 혹은 캔에 담은 포장형태, 피자를 비롯한 각종 냉동 및 냉장 즉석요리, 또한 양송이 수프 등 다양한 형식으로 판매

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 신선버섯은 유럽현지인들에게 주로 소비되며, 가공버섯은 주로 동양계에 의해 소비
- 새송이버섯은 아직까지는 유럽시장에서는 생소한 상품으로 얼마 전까지만 해도 소수의 전문가들 사이에서만 알려져 있었음
  - 하지만 최근 한국산 버섯이 유럽에 소개되면서 유통업자들 사이에서 새송이버섯에 대한 관심이 서서히 증가하고 있음
  - 새송이 버섯은 유럽의 유통업자들 사이에서 일반적으로 Eryngii로 통용
  - 유럽에서는 거의 재배되지 않고, 모양도 특이하여 현지인들이 주로 소비
  - 양송이버섯에 비해 가격이 비싸 일반가정 소비 보다는, 고급 음식점 소비 위주이며, 버섯 샐러드 요리나 고기요리에 함께 구워서 소비하는 경우가 많음

## 4. 수입동향

### 가. 종류별 수입현황

〈 HS : 070951 아가리쿠스류(양송이 포함) 〉

(단위 : 톤, 천불)

구 분	2004		2005		2006	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
E U	30,775	55,768	27,575	50,018	18,092	31,542
폴 란 드	12,517	22,444	10,424	16,747	10,842	18,588
벨 기 에	12,165	21,149	5,884	10,332	4,296	7,789
독 일	5,157	10,195	10,600	21,251	2,489	3,304

〈 HS : 070952 송로버섯류 〉

구 분	2004		2005		2006	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
E U	702	33,972	557	38,839	636	41,516
프 랑 스	72	14,103	63	14,486	95	13,462
미 국	16	2,631	10	4,560	10	6,585
일 본	13	3,412	14	4,205	18	4,592

〈 HS : 070959 송이, 느타리, 팽이버섯류 등 〉

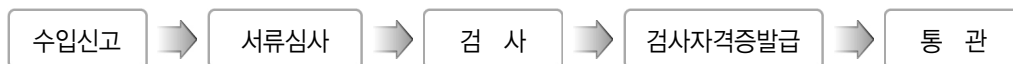
구 분	2004		2005		2006	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
E U	2,015	8,659	5,880	14,453	5,679	13,501
벨 기	472	1,097	4,077	6,693	3,527	6,198
중 에	260	849	687	2,166	1,052	2,661
한 국	2	16	27	165	226	1,040

나. 통관제도

㉠ 관세율

구 분	HS code	품 목	관세율(%)
신 선 버섯	0709.51.00	양송이류	12.8
	0709.52.00	송로버섯	6.4
	0709.59.10	기타 살구버섯	3.2
	0709.59.30	기타 Flap mushroom	5.6
	0709.59.90	기타	6.4
냉 동 버섯	0710.80.61	양송이류	14.4
	0710.80.69	기타	
건 조 버섯	0712.31.00	양송이류	12.8
	0712.32.00	Wood ears	
	0712.33.00	Jelly fungi	
	0712.39.00	기타	

㉡ 통관절차



㉢ 식물검역제도

○ 식물의 병해충이나 미생물 등의 유입을 방지하기 위한 규정은 76. 12. 21 EU규정 77/93/EEC에 근거하고 있음

○ EU 이외의 지역에서 수입되는 식물은 수출국의 공인 식물검역국의 검역증(phytosanitary certificate)이 첨부되어야 하며 이 검역증을 근거로 하여 세관은

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

수입품의 통관을 허가하게 되는데 수입품의 수취인은 이 사실을 식물검역국에 신고하여 수입검역이 이루어짐

- 유럽통합 이후 각 회원국간 무역거래가 자유화되면서 위생검사는 더욱 강화되었는데, 일단 EU에 들어온 식품은 도착지에서 충분한 검사를 거친 후 도착지의 국가 뿐만 아니라 인근회원국으로도 운송이 됨
- 검사 시 소비자의 건강보호를 위하여 상품의 성분, 품질 그리고 라벨링 등에 역점을 두고 있음
- 현재 버섯에 대한 유럽의 수입 진입장벽은 없으며, 대부분 한국의 수출서류로만 통관이 이뤄지고 있음
- 신선품 표기사항
  - 라벨링 : 종류마다 다소 다르나 기재사항은 공통적으로 아래와 같음
    - 포장업체(Packer)나 수출업자의 이름, 주소(코드)
    - 제품의 이름, 종자, 형태(Type)
    - 원산지(가능한 경우 생산지역명)
    - 등급(Class)
    - 구분 (Sorting)
    - Group Number
    - 줄(Row) 및 켠(Layer)당 개수 (밀폐포장의 경우)
    - 보존방법(Type Of Preservative)

## 5. 한국산 수출확대방안

### 가. 시장분석

- 유럽에서는 유기농 선호 및 건강지향적인 소비추세 등으로 인해 버섯에 대한 수요가 늘어나고 있는 추세. 또한 EU확대로 인해 다양한 음식문화가 소개되면서 새송이버섯 등 특수버섯에 대한 관심과 수요가 서서히 확산되고 있음



- 버섯에 대한 생산 및 물류 기술이 발전됨에 따라 버섯의 단가하락과 공급량 증가가 가능. 이에 따라 앞으로 양송이버섯의 수요가 대부분인 유럽시장에서도 새송이버섯과 같은 특수버섯에 대한 수요가 점차 증가할 것으로 예측
- 중국산 새송이버섯이 중국계마트를 중심으로 일부 유통되고 있으나, 싼 가격만큼 품질은 저급이고, 일본산은 거의 찾아볼 수 없음  
특히 중국계 소비자들은 여전히 품질보다는 가격을 우선시함에 따라, 한국산이 가격 경쟁에서 중국산에 다소 밀리고 있는 실정(보통 30-50%정도 저렴)
- 그러나, 아직은 새송이버섯이 유럽의 양송이버섯에 비해 고가임에 따라, 주류시장에 본격 진입하기 위해서는 가격경쟁력 확보가 필수요인임

## 나. 한국산 수출증대 방안

### ㉠ 적극적인 수요창출

- 유럽시장 내 수요를 창출하는 방안으로 현지인에 맞는 요리법 개발이 선행되어야 한다는 것이 유통업계와 소비자들의 공통된 의견임. 요리법 개발과 더불어 한국산 버섯에 대한 과학적인 증명도 필요. 유럽은 원래 매우 보수적인 시장으로 과학적으로 증명이 되지 않은 식품에 대해 배타적인 성향을 지님.
- 한국산 버섯의 효능을 과학적인 방법으로 증명한 후 적극적인 마케팅 전개. 한국산 버섯의 효능을 선전하는 각종 판촉홍보활동과 학회 등을 통해 적극적으로 알리는 기회를 갖을 필요

### ㉡ 생산시설의 대형화 및 선도유지 기술개발

- 중국산과의 가격 및 품질경쟁에서 이기기 위해서는 무엇보다도 생산시설의 대형화를 통한 대량생산과 지속적인 기술개발이 이뤄져야함.
- 유럽까지의 운송기간 및, 매장 진열까지는 30일, 이후 2주 정도의 유통기간이 소요됨. 이러한 여건을 감안할 때 진공포장이나 저온유통시스템 개발 등으로 선도유지 및 유통기간 연장 필요

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

### ㉠ 상호협력관계 창출 및 유지

- 유럽의 바이어들은 통상적으로 다양한 종류의 버섯을 거래. 따라서 농가 및 수출업체는 바이어가 희망하는 다양한 품목을 안정적으로 적정가격에 공급할 수 있어야 함. 이를 위해서는 농가 및 수출업자들 사이에 경쟁관계가 아닌 상호협력관계가 절대 필요

### ㉡ 수출창구의 단일화

- 개별업체의 생산규모가 작을 경우에는 기존 거래선을 확보하고 있는 대형 수출업체에 물량을 공급함으로써, 수출창구 단일화를 통해 바이어로부터 시장주도권 확보가 필요

### ㉢ 유기농 생산 등 품질강화

- 유럽에서는 오래 전부터 유렙갭(EurepGap)과 같은 식품안전정책으로 소비자가 안심하고 식품을 소비할 수 있도록 하고 있음. 유럽 식품안전정책은 내수용 상품뿐만이 아닌 대부분의 수출입 상품에도 적용. 특히 유럽 대형유통업체들은 유렙갭 혹은 유로 오가닉(Euro Organic)과 같은 식품안전관련 인증을 요구하므로, 장기적인 안목에서 유럽 유통망 확대를 위해 유로 오가닉 인증을 취득해 놓는 것이 좋음

# VII. 유자차

일본  
중국  
대만





# 일본

## 1. 일본 유자차 시장동향

- 일본에서는 유자를 유자차로서 섭취하는 식생활 문화가 그다지 정착하지 않았으나 '02년경부터 한국산의 유자차가 보급되기 시작하면서 본격적으로 시장이 형성되기 시작하였다.
- '03년은 한국여행의 선물로서 유자차를 가지고 들어오는 일본 소비자들의 입소문 등에 의해 유자차의 인지도가 높아져 왔던 것과 더불어 한류붐에 힘입어 취급점이 증가하여 시장규모는 9.5억 엔이 되었다.
- '04년은 잡지나 텔레비전 등의 매스 미디어에 유자차가 자주 다루어짐에 따라 유자차 붐이 일어나 한국산, 일본산 묻지 않고 해당 시장에서의 진출이 잇따름과 동시에 양 판점이나 약국, 디스카운트 숍 등에서의 취급도 증가하여 소비자와의 접촉이 확대됨으로써 시장규모는 18.5억 엔까지 급성장을 이루었다.
- '05년은 유자차 붐이 침착성을 보이면서 신규수요자의 구입은 전년에 비해 감소하였으나 재 구입 고객의 증가로 시장규모는 45억 엔에 이르게 되었다.
- '06년~07년은 참가기업 각사에 눈에 띌 움직임이 보이지 않고 또한 재 구입 고객을 중심으로 한 시장이 형성되고 있어 성숙기에 돌입한 것으로 보여 지고 있으며 신상품의 투입이나 적극적인 판촉활동이 없다면 시장규모는 보합세로 추이될 것으로 전망되고 있다.

〈 일본의 유자차 시장규모 〉

2003년	2004년	2005년
9억5천만엔	18억5천만엔	45억엔

자료원 : (주)후지경제 추정

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 2. 유자차 진출기업 동향

- 일본의 유자차시장에 있어서 최고점유율은 차지하고 있는 회사는 유자론으로 10.6%의 점유율을 차지하고 있다.
- 유자론에 이어 높은 점유율은 7.6%의 점유율을 차지하고 있는 토쿠야마(徳山)물산으로 한국식품 재료전반의 수입판매를 실시하고 있고 착실하게 매상을 늘리고 있다.
- 또한 업무용 식품도매업을 주요사업으로 하는 티비에가 6.4%의 점유율을 차지하고 있다. 동사는 주로 레스토랑이나 선술집 등의 음식점에 도매판매를 하고 있다. 근년의 유자차 붐에 힘입어 음식점의 드링크나 디저트, 요리의 장식용도 등에서 거래문의가 증가하고 있어 '05년의 매상고는 약 2억9,000만 엔으로 추정하고 있다. 또한 업무용이 계속하여 수요가 높아지고 있어 매상고는 3억 엔을 넘을 것으로 전망하고 있다.
- 우마지무라 농협이나 콘도 양봉장, 세존 팩토리, 호프 라이프, 마르카이코포레이션이라고 하는 일본국내산 기업에 대해서는 「안심·안전」이나 「향의 품질」, 「엄선한 고부가가치 상품」 등이 평가되고 있어 근년 수요는 높아지고 있다. '05년은 유자가 흉작으로 인해 예년에 비해 원료확보가 충분치 못한 점도 있었으나 '05년에 수확한 유자로 생산한 상품을 이미 완매하고 있는 기업이 있을 정도로 각사 모두 호조를 보이고 있다.
- 그러나 일본국내산 시장에 대해서는 유자의 수확량이 어느 정도 한정되어 있고 중소기업이기 때문에 대량생산에 대응할 수 없다고 하는 물리적인 장애가 있어 향후 시장 규모는 약간 증가하는 정도에 머물 가능성이 높다.

### 〈유자차 진출기업 점유율〉

(’05년 금액기준)

기타	유자론	덕산물산	티비에	宇利물산	세존팩토리	콘도양봉장	포프라이프
72.6%	10.6%	7.6%	6.4%	1.1%	0.8%	0.4%	0.4%

자료원 : 후지경제 추정

### 3. 유자 생산동향

#### 가. 유자 개요

- 원산지는 중국으로 독특한 향과 강한 산미가 특징이며, 일본에서는 나라시대(645~794년)에 이미 재배하였다는 사실이 고문서에 기재되어 있음.
- 수확시기는 7월하순부터 시작되며 전성기는 10월~12월로 풍년의 해와 흉년의 해의 수확량은 커다란 차를 나타냄.
- 산미가 강한 유자에는 구연산, 주석(酒石)산, 사과산 등 유기산류가 많이 포함되어 있으며, 피로회복, 근육통을 예방하고 비타민 C와 혈중 콜레스테롤 저하, 항암작용 등의 효과가 있음.
- 유자는 일본에서 일식요리, 송이버섯, 은어요리 등 요리의 맛을 살리는 조미료로 많이 사용되고 있으며, 스프류, 절임류 등에도 향을 내는 조미료로 사용되고 있음.
- 가공품에는 향신료, 과자, 유자간장, 유자 주스, 유자된장, 유자차, 유자잼, 마말레이드(잼의 일종), 목욕용의 향료 등이 있음.

#### 나. 유자 생산현황

- 일본의 유자생산량은 14~20천 톤 대를 유지하고 있으며 '05년은 15천 톤으로 감소세에 있음.
- 전체 출하량중 가공용 출하비중은 71% 수준임.
- 유자의 재배면적은 매년 소폭 감소 경향을 보이고 있음.
- 유자재배는 타 과수보다 경사지에도 재배하기가 용이하고, 농촌의 고령화 등으로 일손이 많이 들지 않는 장점이 있으며 익은 과실은 물론 미숙과도 다양한 용도로 이용되며, 냉장보관 등으로 유통기간도 연장할 수 있는 등의 장점을 지니고 있음.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 유자의 연도별 재배 및 생산동향 〉

연도별	재배면적(ha)	생산량(톤)	출하량(톤)	용도별 출하량(톤)	
				생식용	가공용
1995	2,010	14,331	12,525	4,901	7,624
1996	2,012	14,056	12,140	4,920	7,220
1997	1,975	16,032	14,686	5,537	9,149
1998	2,001	17,769	16,569	5,534	11,025
1999	2,034	15,893	14,474	4,607	9,829
2001	1,944	18,354	16,306	5,631	10,675
2002	1,942	16,861	14,676	5,323	9,353
2003	1,875	15,071	13,688	4,794	8,894
2004	1,924	20,001	17,231	3,899	13,332
2005	1,872	15,231	14,323	4,195	10,128

주 : 2000년산은 조사를 실시하지 않았으며, 2006, 2007년산은 미발표  
 자료원 : 일본 농림수산성 생산국 원예과

다. 유자 주산지 현황

- 유자의 주산지는 코우치, 토쿠시마, 에히메 등으로 출하량기준으로 보면 코우치와 토쿠시마 2개현의 합계수치가 9,657톤으로 전체출하량 14,423톤의 67%를 차지하고 있음.

〈 유자의 주산지별 생산동향 〉

( '05년 )

주산지명	생산량(톤)
코우치 (高知)	6,711
토쿠시마 (徳島)	2,946
에히메 (愛媛)	1,567
기타	4,007
합계	15,231

자료원 : 일본 농림수산성 생산국 원예과



## 4. 유자차 유통동향

### 가. 유자차 현지 유통경로

- 일본산 유자차의 경우는 유통량이 적으며 일부지역의 특산물로서 판매되거나 일부 커피숍에서의 판매되고 있으며 통신판매가 주종을 이루고 있음.
  - 제조업자 → 중·도매업자 → 소매업자 → 소비자
  - 제조업자 → 소매업자 → 소비자
  - 제조업자 → 소비자(인터넷)
- 한국산 유자차는 수입 후 대부분 한국식자재를 취급하는 소매상으로 공급되며 최근에는 통신판매 등도 늘어나는 추세임.
  - 수입업자 → 중·도매업자 → 소매업자 → 소비자
  - 수입업자 → 소매업자 → 소비자
  - 수입업자 → 소비자(인터넷)

### 나. 일본산 유자차의 동향

- 국내산 유자차의 선구자는 「호프 라이프」라는 회사로 동사는 6~7년전부터 국내산의 제조·판매를 실시하고 있다. 또한 「豊後名産 원조천연유자차」의 특허도 취득하고 있고 원조인 것을 내세워 사업을 전개하고 있다.



- 그러나 전반적으로 일본국내산을 취급하는 기업은 한류붐에 의해 유자차가 보급되어 온 것을 계기로 상품개발을 실시하여 신규진출을 하고 있는 경우가 많기 때문에 일본산의 시장이 본격적으로 형성된 것은 최근 몇 년이라고 볼 수 있다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 최근 「안심·안전」이나 「건강」을 중시하는 소비자가 증가경향에 있어 일본산에 대한 수요자는 늘어나는 추세에 있다.
- 그러나, 유자는 미묘한 소재이기 위해 고품질인 원료를 대량으로 확보하는 것이 곤란할 뿐 아니라 진출기업의 대부분이 중소기업이기 때문에 대량생산에 대응할 수 없다는 것과 부가가치가 높은 상품을 만들어 차별화를 도모하고 있는 기업이 많아 현재는 생산력 강화를 도모하는 방향성 있는 기업은 찾을 수 없는 상황이다.
- 따라서 일본산 시장에 대해서는 신규 진출기업이 증가하지 않는다면 수요가 늘어난다 하더라도 약간증가에 머무를 것으로 보인다.

#### 다. 유자차 유통형태 및 유통규격

- 유자차는 일정한 용량 규격이 없으나, 한국산의 경우 180g, 290g, 300g, 500g, 550g, 1kg 등이 가장 많으며, 일본산의 경우는 125g, 200g, 280g, 350g, 430g, 480g, 580g 등 다양한 규격이 시판되고 있음.
- 일본산 포장형태 특성 및 포장  
일본산은 대부분 고급 감을 연출하기 위해 윗부분을 천이나 종이로 포장하였으며, 유자를 그림으로 표현한 포장디자인이 많음.
- 한국산 포장형태 특성 및 포장  
한국산 유자차는 병 포장이 대부분이며, 유자사진이나 유자그림으로 포장디자인한 것이 대부분이고 한글을 병용하여 한국산임을 강조한 상품이 많음.

#### 〈 일본산 포장형태 〉



〈 한국산 포장형태 〉



I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

라. 유자 가격동향

- 유자의 도매시장 단가를 보면 '07년에 1kg당 531엔으로 최근 5년간 수치 중 가장 낮은 가격이었으며 전년대비 13.1% 하락을 나타냈음.
- 한편, 통계상으로는 나타나지 않고 있지만 저가의 한국산 수입으로 일본산 가격도 하락하고 있는 것으로 조사되고 있음.

〈 유자의 동경도중앙도매시장 도매가격 동향 〉

(단위 : 엔/kg)

2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
569	550	707	611	531

자료원 : 일본 동경청과물정보센터 청과물유통연보

마. 유자차 가격동향

- 일본산 유자차 소매가격은 품질 및 상품성에 따라 차이가 있으며, 100g당 230~400엔 정도로 한국산(120~200엔)보다 2배정도 높은 가격으로 판매되고 있음
- 한국산 유자차 소매가격은 품질 및 상품성에 따라 차이가 있으며, 아래와 같이 100g당 120~200엔 정도로 일본산보다 약 2배정도 가격이 저렴한 실정임

〈 일본산 유자차 소매가격 〉

상 품	중량	소매가격	비 고
	350g	1,350円	건강식품을 강조한 유자 건강차로 판매되고 있음
	580g	1,350円	벌꿀과 유자차를 강조하여 판매되고 있음
	480g	1,350円	유자차를 별도의 이름으로 판매되고 있음
	430g	1200円	유자차를 유자티로 표기하여 판매하고 있음

〈 한국산 유자차 소매가격 〉

상 품	중량	소매가격	비 고
	290g	630엔	OEM방식으로 덕산물산이 수입하여 판매되고 있음
	1kg	1,200엔	한국 고흥 산지표시가 되어 판매되고 있음
	300g	499엔	
	300g	600엔	제주도 특산물임을 강조
	1 kg	1,400엔	한글로 한국유자를 강조하여 판매되고 있음
	280g 550g 1kg	1,029엔 1,449엔 2,289엔	이외에도 180g(30g6개들이)상품도 있음.
	620g	900엔	한국 복음자리 업체로부터 수입
	1 kg	1,200엔	삼화메이커 꿀 유자차

〈 일본산 유자 관련 상품 〉

상품형태	상품내용	제품특징	규격	소매가격
	유자잼	용도는 일반잼과 같으며, 유자가 함유된 잼임	150g 200g	400엔 630엔
	유자마말레드	유자가 함유된 마말레이드임	150g 125g	400円 450엔
	유자폰즈	간장에 유자과즙을넣고 각종 양념을 가미하여 만든 유자간장이며, 생선요리, 냄비요리 등을먹을 때 소스로 이용됨	360mℓ 360mℓ	700엔 504엔
	유자식초	유자과즙 100%로 구운 생선 등에 뿌려먹는상품임	180mℓ 500mℓ	800엔 660엔
	유자혼합 조미료	냄비요리와 우동 등 면류 등의 향신료로 사용하는 상품	25g 45g	400엔 367엔
	유자후추	유자껍질과 고추를 섞은 조미료로 냄비요리, 면류, 된장국 등의 조미료로 사용하는 상품	60g	400엔
	유자농축주스	유자과즙과 벌꿀로 만든 농축주스로 뜨거운 물 또는 냉수에 5~7배 희석하여 마시는 상품임	500mℓ	1,350엔
	유자녹차주스	녹차음료에 유자과즙이 들어간 청량음료수	500mℓ	140엔

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

상품형태	상품내용	제품특징	규격	소매가격
	유자비누	천연유자오일을 배합하여 자연 건조시킨 비누제품	100g	2,000엔
	유자음료	유자과즙과 벌꿀로 만든 쥬스(곤도양봉장)	200ml	720엔

## 5. 소비동향

### 가. 유 자

- 일본에서 유자의 용도는 유자간장용(폰즈)으로 가장 많이 이용되고 있으며, 유자쥬스, 유자잼, 유자조미료 등으로 많이 이용되고 있는 것으로 조사되고 있음
- 신선유자의 경우는 일본요리 장식용, 무침, 수프, 조림 등의 향을 내는데 주로 사용되고 있으며, 목용탕의 약탕용으로도 많이 사용되고 있음

### 나. 유자차

- 일본의 경우 유자차에 대한 생산은 통계가 집계되지 않고 있으며, 일부 산지의 특산물로서 지역에 한해서 판매되거나, 인터넷 등의 통신판매가 주를 이루고 있음.
- 최근 한일 교류가 활발해짐에 따라 한국산 유자차의 맛을 본 경험이 있는 사람들이 한국산 유자차를 많이 찾고 있으며, 연중 소비되고 있으나 특히 겨울철에 소비가 많음.
- 유자차의 소비는 마멀레이드나 잼처럼 아침에 식빵에 발라먹거나 차를 만들어 먹는 형태가 많음.

- 주 소비처는 일반 가정이며, 커피숍을 중심으로 한 업무용 소비도 증가하고 있음.
- 이제까지는 유자청(설탕절임류) 제품이 수출주종을 이루었으나 최근 유자과립, 1회용 유자차, 기능성 유자차(설탕대신 꿀 사용 등) 등 다양한 제품개발과 효과적인 해외시장 마케팅 활동 등으로 수출 증가요인으로 작용하고 있으나 해외식품 안전성문제 등 대두로 정체된 상황임.

## 6. 수입동향

### 가. 유자차 수입현황

- 현재 일본에서 유자차에 대한 수입실적은 개별관세코드가 없고 차, 젤리, 마말레이드 등 유자차외에 다양한 상품이 포함되어 있어 파악이 곤란하며 한국발표 자료를 인용하면 '07년 유자차의 대일 수출실적은 물량이 2,771톤, 금액으로는 998만 2천불로 나타남.(단가는 3.6불/kg)
- 초창기는 주로 한국식품 전문수입업체를 통해 한국산만이 수입·유통되었으나 일본 업체의 시장참여로 일본제품 및 OEM제품 증가추세임.
- 일본산 유자차는 정확한 유통량을 파악하기 어려우나 일부지역의 특산물로서 지역한정 판매나 통신판매 등을 통해 판매되던 것이 최근엔 현지 가공 일본산 제품 확대로 한국산과의 경쟁 심화
- 한국산 유자차의 수입가격은 업체마다 차이가 많이 있으나 한 예로서 550g(20개/박스)의 수입가격이 350엔으로 도매가격은 600엔, 소매가격은 1,000~1,200엔 정도로 판매되고 있음.
- 중국 만두사건 이후 일본매장 내 수입제품 기피현상 및 일본산 유자차의 매출확대로 유자차 수출실적이 저조하였으며 일본의 저가 수출요구에 따라 국내업체들의 일본시장 진출은 감소한 것으로 보임.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 7. 통관 및 수입검사

### 가. 유자 관련제품의 HS코드 및 관세율

HS코드	제품종류	관 세 율	
		기본세율	협정세율
0805.90.090	신선유자(감귤류과실/기타에 해당)	20%	17%
<b>2007.91.119</b>	<b>유자차(감귤류과실/설탕첨가/젤리 및 마말레드)</b>	<b>28%</b>	<b>16.8%</b>
2007.91-129	유자차(감귤류과실/기타의 것/젤리 및 마말레드)	20%	12%
2007.99-111	유자차(기타의 것/설탕첨가/잼)	28%	16.8%
2007.99-119	유자차(기타의 것/설탕첨가/젤리)	28%	16.8%
2008.30-110	유자차(감귤류과실/설탕첨가/펄프형의 것)	35%	29.8%
<b>2008.30-190</b>	<b>유자차(감귤류과실/설탕첨가/기타의 것)</b>	<b>28%</b>	<b>23.8%</b>

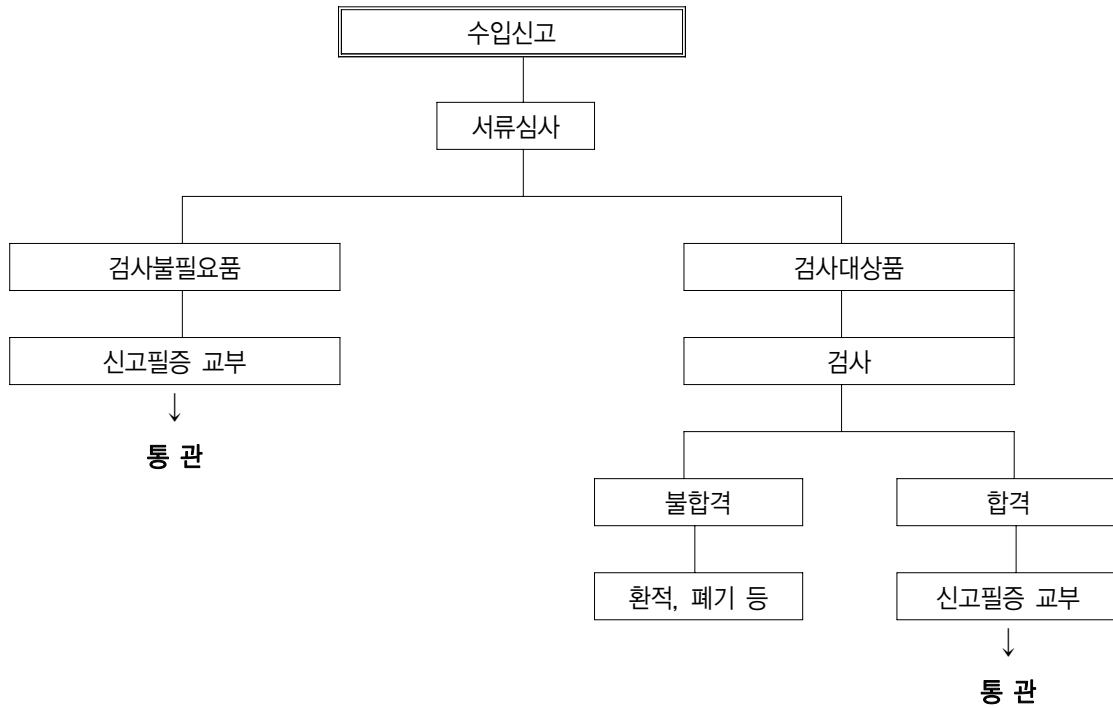
※ 한국산의 유자차는 2007.91.119 과 2008.30-190에서 대부분 수입되고 있는 것으로 파악됨.

### 나. 수입통관절차

- 일본에서는 가공식품을 수입할 때에는 수입신청서가 필요하며, 식품에 사용할 수 있는 첨가물에 대해서도 규제가 있음
- 수입 시에는 식품위생법에 의한 신청이 필요하며, 신청에 따라 심사가 필요하다고 판단될 때에는 검사를 행함
- 수입검사항목에는 식품위생검사지침(식품중의 식품첨가물분석법)에 따라 합성착색료(酸性타르계 색소), 솔빈산(검출한계 0.005g/kg), 이산화유황(검출한계 0.005g/kg) 등을 검사함.



〈 식품 등 수입신청 절차 〉



- I. 배
- 미 국
- .....
- II. 포도
- 싱가포르
- .....
- III. 감귤
- 러시아
- .....
- IV. 밤
- 일 본
- .....
- V. 양란
- 일 본
- 중 국
- .....
- VI. 새송이버섯
- 미 국
- 유 럽
- .....
- VII. 유자차
- 일 본
- 중 국
- 대 만
- .....
- VIII. 돈육
- 러시아
- 필리핀
- .....
- IX. 채소종자
- 일 본
- 미 국
- .....
- X. 쌀및기공밥
- 일 본
- 미 국

다. 포장 등 라벨링 예

〈 한국산 유자차제품 라벨링 표시 예 〉

名 稱	柚子茶(柚子マーマレード)
原 材 料 名	柚子' 砂糖' 蜂蜜' クエン酸' ビタミンC
내 容 量	180g(30g X 6袋入)
賞 味 期 限	枠外右側面に記載
保 存 方 法	常温保存' 開封後は冷蔵10℃以下保存
原 産 國 名	韓國
輸 入 者	xxx株式會社 xxx市xxx區xxx

〈 일본산 및 한국산 식품표시의 비교 예 〉

원산지	제품사진	식품표시	영양성분표시(100g당)
일 본 산		<p>품 명 : 유자가공식품                      원재료명 : 유자, 설탕, 벌꿀                      내 용 량 : 580g                      상미기간 : 3년(2010.00.00까지)                      (개봉후 요냉장 2개월)                      제 조 원 : xxxxx                      주 소 : xxxxx                      전 화 : xxxxx</p>	<p>에 너 지 : 257Kcal                      단 백 질 : 0.4g                      지질(脂質) : 0.1g                      당질(糖質) : 61.6g                      나 트 른 : 73mg                      식물섬유 : 2.1g                      비타민C : 240mg</p>
		<p>※제조과정 ; 원료해동→세척→이물질선별→가열→설탕용해→배합→빈병 살균→빈병세척→충전→저온살균→냉각→제품검사→포장</p>	
수 입 산 ( 한국 )		<p>품 명 : 유자차                      원재료명 : 생유자, 벌꿀, 올리고당                      내 용 량 : 1100g                      상미기간 : 2년(2010.00.00까지)                      보존방법 : 개봉후 냉장소 보관                      원 산 국 : 한국                      수 입 원 : xxxxx                      주 소 : xxxxx                      전 화 : xxxxx                      판 매 원 :                      소비자상담실 : 0120-xxx-xxx</p>	<p>에 너 지 : 245Kcal                      단 백 질 : 0.6g                      지질(脂質) : 22g                      탄 수 화 물 : 55.8g                      나 트 른 : 13mg                      회분(灰分) : 0.3g                      수분(水分) : 41.1g</p>
		<p>※제조과정: 세척→절단(2~3mm)→배합→가열조리살균→자동충전→포장→출하</p>	

## 8. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

### 가. 한국산 유자차의 동향

- 한국산에 대해서는 2004년의 유자차 붐 이후 매출이 감소세를 보이고 있다.
- 매상이 감소하고 있는 요인으로서 유자차 붐이 일어나기 이전부터 이용하고 있는 기존이용자가 떨어져나가거나 재 구입 이용자 정착 율이 저조한 것이 요인으로 나타나고 있다.

- 또한 상기에 열거한 요인에 가세하여 소비자의 「안심·안전」에 대한 중시도의 고조가 영향을 주고 있는 것으로 볼 수 있다. 중국의 잔류농약 문제의 영향으로 해외상품에 대한 품질에 대한 불안요소 때문에 일본산으로 수요가 이동되고 있는 경향이 있는 것 같다.
- 이러한 불리한 상황 하에서 한국산시장은 앞으로 「안심·안전」과 일본 국내산에 뒤떨어지지 않는다는 「엄선된 상품」인 것을 강조해 나가는 마케팅이 필요하다고 보여 진다.
- 한국산 유자차는 주로 한인이 경영하는 한국식품점 등에서 판매되고 있으며, 최근에는 통신판매 및 인터넷 등을 통한 판매도 늘어나고 있다.
- 일본의 경우는 겨울철에는 따뜻한 차를 많이 마시며, 특히 한국산 유자차의 경우는 마시기도 좋을 뿐만 아니라 비타민C도 많이 들어있어 감기예방에도 효과가 있는 것으로 PR되면서 판매가 매년 증가하고 있다.
- 한국산 유자차의 가격이 일본산보다 약 2배정도 저렴하여 여러 면에서 경쟁력이 있다.

#### 나. 품목별 경쟁국 대비 장단점

	일본산	한국산
장 점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「안심·안전」감이 있다.</li> <li>○ 소재, 제법에 대한 집착이 평가되고 있다</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 유자차의 본고장이다.</li> <li>○ 일본산보다 비교적 저가격이다.</li> </ul>
단 점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 대량생산 대응이 안 된다.</li> <li>○ 유자의 수확량이 매년 변동차가 심하다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「안심·안전·위생」면에서 불안이 있다.</li> <li>○ 타 상품과의 차별화 포인트가 충분히 추구되어있지 않다.</li> </ul>

#### 다. 수출경쟁력 비교

- 국내원료가격 상승으로 생산원가는 상승하였으나 국내업체간 및 일본산과의 경쟁으로 인한 수출가격 하락으로 수출업체의 채산성 악화
- 일본산에 가격 및 품질 경쟁력을 갖추고 있으나 일본산에 비해 포장디자인, 소포장, 제품다양성 면에서 열세

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 9. 한국산 수출확대방안

### 가. 한국산 유자제품의 차별화

- 한국산의 경우는 대부분이 300g~1kg 정도의 다소 큰 용기를 사용하고 있으나, 일본 인들은 소포장을 선호하는 경향이 있으므로 우선 가격이 저렴한 소포장된 유자차를 제품화하여 손쉽게 유자차를 접할 수 있는 기회를 마련.
- 일본산의 경우는 대부분 병 포장에 고급천이나 종이장식을 하여 상품이미지를 고급화 하여 선물용 등으로 판매하고 있으나, 한국산의 경우는 대부분이 별도의 포장 없이 병에만 넣어 판매하고 있어 저가품의 이미지를 풍기고 있으므로 포장디자인의 고급화 향상에 노력.
- 현재 수출되고 있는 유자 가공제품이 유자차, 유자즙에만 집중되어 보다 다양한 신제품개발에 노력.

### 나. 현지 소비자 대상 홍보활동 강화

- 한국산 유자제품을 접해본 경험이 있는 사람들은 다시 구입하려는 경향이 있으므로 유자차 시음 등을 통한 소비자 저변확대 유도
- 대형할인매장이나 백화점 등에서 프로모션 형태로 소비자에게 집중적인 광고와 시음회 등을 통해 소비자의 인지도를 제고
- 유자차를 단순한 기호식품이나 마시는 차의 이미지보다는 건강식품이라는 이미지의 마케팅 전략 구사

첨 부

● 일본 유자차 바이어 현황

회사명	대표/담당자	주소	전화
(有)大山	정규화 사장	東京都荒川区東日暮里2-43-1	03-5850-8661
(株)韓國廣場	김근희 사장	東京都新宿区歌舞伎町2-31-11	03-3232-5400
(株)ゴレスジャパン	양석원 사장	東京都新宿区北新宿1-17-3	03-5338-4177
(株)東亜トレーディング	황병익 사장	東京都江戸川区西一之江4-9-29	03-5607-1500
(株)大善ワールド	최기령 사장	大阪市中央区中寺1-1-32	06-6761-6558
(株)徳山物産	홍성익 사장	大阪市生野區桃谷3-1-21	06-6741-5755
(株)高麗貿易 JAPAN	박양기 사장	大阪市中央区安土町2-5-5本町明大ビル11F	06-6262-3205
(株)ユジャロン	中尾 誠	大阪市 北區東天満1-4-16	06-4800-7477
ティビエ(株)	古屋 부장	東京都文京区本郷3-2-15	03-5684-8631
韓国農協インターナショナル(株)	高橋 敏之부장	東京都渋谷区代々木2-10-12	03-5351-5631
(株) 元一	조원제 사장	東京都足立区鹿浜6-3-9	03-5839-3901
イーツジャパン	坂本 良一사장	札幌市東区北48條東3-1-18	011-748-6088

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국



## 중 국

### 1. 생산동향

- 중국에서 생산되는 유자는 한국과는 달리 생식용 유자로 품종은 무려 50여 가지가 넘으며 대표적인 품종으로는 유문단유(柚文旦柚) 평산유(坪山柚) 사전유(沙田柚) 섬라유(暹罗柚) 등이 있으며 이 중 사전유는 재배역사가 이미 200여년이 넘고 현재 재배 면적도 가장 넓다.

사전유(沙田柚)



유문단유(柚文旦柚)



- 중국의 유자생산량은 점점 늘어나고 있으며 주요 생산지역은 복건, 광둥, 광서 등 양자강 남부지역의 따뜻한 지역임

#### 〈 연도별 유자류 생산현황 〉

(단위 : 톤)

연 도	2002	2003	2004	2005	2006
전 체	1,525,871	1,641,780	1,800,753	1,866,985	2,025,343
복 건	427,290	472,273	532,217	605,760	670,267
광 동	414,755	380,834	371,709	396,614	425,567
광 서	263,153	281,310	306,090	326,008	357,926
사 천	139,369	184,922	206,180	209,978	206,797
절 강	143,494	169,034	224,228	143,310	177,436

자료원 : 중국농업연감

- 중국에서 유자는 비타민이 풍부하여 겨울철 감기예방과 미용 등에 좋다는 인식이 있어 수요가 계속 늘어남에 따라 생산도 지속적으로 증가 추세
- 소비자들이 가장 선호하는 품종은 사전유(沙田柚)로 무게는 무려 개당 500g에서 최대 1500g에 달하며 10월에서 11월이 성출하기임
- 중국 국가통계국에 의하면 유자차의 전국평균 생산원가는 1,575.15元/畝(1무≒200평)임
- 최근 중국 내 한국산 유자차의 소비가 증가함에 따라 중국 유자를 이용해 유자차를 만드는 가공기업이 늘고 있음

## 2. 유통동향

- 유자도 일반 채소나 과실류와 마찬가지로 통상 집산지에서 소비지 도매시장 거쳐 소매시장으로 유통
- 중국에서 유자는 대부분 생식용이며 가을, 겨울철 대표적인 과일로 일반 과일가게나 대형유통매장, 슈퍼마켓의 과일코너에서 판매
- 유통 시기는 9월부터 이듬해 4,5월까지이며 수입 유자는 없고 자몽류가 겨울철 태국 으로부터 일부 수입되어 유통

### 〈 유자 지역별 도매시장 가격 ('07.9.5 기준) 〉

(단위 : 元/kg)

도매시장명	최고	최저	평균
북경대양로농부산품도매시장	3.8	3.7	3.75
제 남 제 구 과 품 도 매 시 장	3.6	3.0	3.3
하얼빈하달농부산품도매시장	4.0	3.8	3.9

자료원 : www.foodqs.com / www.21food.cn

- 일반 대형유통매장, 슈퍼마켓 및 과일가게 등 소매가격은 10元/kg 내외에서 형성

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 유자차의 경우 한국산은 수입바이어를 통해 대형유통매장으로 직접 납품되거나 지역 대리상을 통해 해당지역 소매점으로 유통되며 현지 생산제품도 생산업체가 직접 대형 유통체인에 납품하거나 지역 대리상을 통해 해당지역 소매점으로 유통함

### 3. 소비동향

- 소비자들이 가장 선호하는 품종은 사전유(沙田柚)로 다른 유자에 비해 단맛이 비교적 좋음
- 유자차의 경우 한국산이 현지 생산 제품보다 약 50% 내외 비싼 가격으로 판매되고 있지만 한국산을 선호함
  - 현지 제조상품은 중국 유자로는 한국유자와 가장 유사한 西柚라는 품종의 유자로 생산되고 있으나 맛과 향에서 한국산 유자차와는 많은 차이가 있음
- 현재 유통되고 있는 유자차의 경우 한국산은 1kg, 860g, 580g, 550g등 다양한 규격이 유통되고 있으며 현지 제조상품은 600g 이내의 작은 용량의 제품이 많음
- 바이어들의 의견에 따르면 대형유통매장 등 소매점의 경우 회전율이 좋은 소용량을 선호하며 소비자들도 대용량보다는 소용량을 선호
- 최근 한국산에 대한 수요 증가에 힘입어 유자차 시장은 점점 커지고 있으나 한국기업의 중국현지 생산 및 OEM 생산, 과열경쟁 등으로 한국산 유자차에 대한 시장의 신뢰가 저하되고 있음
- 최근 KFC, 영화대왕 등 패스트푸드 체인점에서도 유자차를 메뉴에 추가하는 등 중국 내 유자차 시장은 앞으로 계속 성장할 것으로 예상
- 과열경쟁, 품질문제 등에도 불구하고 아직 한국 유자차에 대한 소비자들의 선호도가 높아 향후 한국 유자차 시장 확대를 위해서는 수출업체들의 자발적인 품질 유지 노력 및 자율적인 규제노력 등이 필요



〈 베이징 지역 유통매장 유자차 판매가격 〉

매장명	제조사	판매가격	중 량	수출업체	비 고
월 마 트	국제	32.8元	600g	국제식품	현지생산
	韓晶	29.9元	600g	自然食品	현지생산
	花圣	18.8元	510g	花圣蜜蜂	현지생산
까 르 푸	국제	31.2元	600g	국제식품	현지생산
	담터	64.0元	860g	담터	한국산
태 평 양 점	농협	45.00元	550g	농협	한국산
	BOS	59.80元	580g	BOS	
	국제	38.00元	600g	국제식품	현지생산
연 백 화 점	BOS	64.50元	580g	BOS	
	농협	44.00元	550g	농협	
	국제	40.00元	600g	국제식품	현지생산
	담터	77.00元	860g	담터	

주1 : 조사 시기 '08. 8월

주2 : 가격은 같은 매장에서도 판촉행사, 잔여 유통기한 등에 따라 시기별로 조금씩 달라짐

한 국 산



한국산 원료 사용 현지생산 제품



중 국 산



## 4. 수출입동향

### ㉠ 수 출

- 중국의 유자 수출은 최근 매년 100% 이상 큰 폭으로 늘고 있으며 대부분 네덜란드, 러시아 등 유자가 생산되지 않는 유럽의 북반구 국가로 수출됨

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 중국의 연도별 유자 수출현황 〉

(단위 : 천불)

구 분	2004	2005	2006	2007
전 체	3,212	8,733	18,910	48,694
네 델 란 드	298	1,483	7,500	22,858
러 시 아	264	2,345	4,859	12,618
벨 기 에	6	798	1,579	3,684

자료원 : 중국세관통계

㉠ 수입

- 중국의 유자 수입은 없으며 유자와 유사한 자몽류의 수입이 태국에서 주로 수입되며 중국·아세안 FTA 이후 태국산 비중이 매우 높아짐
  - 중국·아세안과의 FTA를 통해 태국의 대 중국 과실 수출은 크게 늘고 있으며 태국산 자몽류 역시 가격과 지리적 이점으로 타국산에 비해 경쟁우위에 있음

〈 중국의 연도별 자몽류 수입현황 〉

(단위 : 천불)

구 분	2004	2005	2006	2007
전 체	1,638	1,931	2,681	2,833
태 국	356	737	1,966	1,307
대 만	677	673	525	710
미 국	602	386	168	443

자료원 : 중국세관통계

- '07년 중국의 유자차 수입실적은 5,627천불로 전량 한국산이며 지난 몇 년간 유자차 시장의 성장으로 급격한 증가를 보였으나 '06년부터 현지 생산 유자차의 증가로 성장세는 완화
  - ※ 중국은 유자차에 대한 별도의 HS코드가 없으며 한국도 '07년부터 HS코드를 부여하여 '07년 이전의 정확한 통계자료는 없음
- 현재 한국산의 경쟁상품은 중국 현지생산제품이 유일하며 중국산 유자로 제조된 중국산은 맛과 향에서 한국산에 비해 많이 못 미쳐 싼 가격에도 경쟁이 되지 않음
- 한국에서 유자청을 수입하여 현지에서 제조한 한국기업의 현지생산제품은 한국 직수입 유자차에 비해 가격이 낮고 품질이 떨어지나 한국 직수입 제품과 혼돈되어 시장 교란의 원인으로 작용

## 5. 통관 및 수입검사

- 유자차는 일반 가공식품과 같은 통관절차로 상품검사만을 실시
- 유자차는 열 가공 병제품으로 특별한 규제사항은 없음
- 중국은 주요 성분에 대한 과대광고를 금지하고 있으며 한국산 유자차의 경우 상당수 제품이 제품명을 “꿀 유자차” 로 하고 있으나 꿀 함유량이 매우 적어 향후 문제의 소지는 있음
  - 현재까지 주요 성분 표기규정에 의해 제품명에 대한 과대광고 문제가 발생 된 경우는 없음 식품라벨관리규정
    - ※ 식품라벨관리규정 제 2장 18조 3항에 의하면 “식품 라벨 표기에 있어서 소비자들이 오해할 수 있는 방식으로 제품을 표현해서는 안 된다.” 라고 되어 있음

## 6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

- 바이어들의 의견에 의하면 중국산보다 맛과 향이 뛰어난 한국산에 대한 소비자 선호도가 높아 매년 두 자릿수 이상의 성장이 무난할 것으로 예측
- 중국 원료를 사용한 중국산의 경우 가격은 한국산에 비해 50% 내외 저렴하나 맛, 향, 색에서 한국산과 비교가 되지 않음
- 한국산 유자청을 사용한 현지 생산제품(한국기업)의 경우 전반적인 품질은 한국산에 비해 떨어짐에도 불구하고 까르푸, 월마트 등 주요 유통매장에 독립매대 운영하는 등 적극적인 마케팅 실시로 한국산의 실질적인 경쟁관계 형성
  - ※ 특히 저렴한 가격대에도 불구하고 한국산임을 강조하는 POP 광고를 실시하여 한국 직수입 제품과 가격경쟁 촉발

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 7. 한국산 수출확대 방안

- 한국산 유자차에 대한 소비자의 인지도 및 선호도는 있으나 개별 브랜드에 대한 인지도는 없어 현지생산 유자차에 대한 차별화에 어려움이 있음  
⇒ 한국산 유자차 캐릭터 등 차별화 요소 개발 및 홍보 필요
- 현지 생산제품은 소비자와 유통매장의 요구에 맞춰 소용량 제품 위주로 생산되고 있으나 한국산은 내수용 대용량 제품을 그대로 수출  
⇒ 현지 수요에 맞춰 소용량 제품, 포장의 고급화 등 개선 필요
- 중국도 전통적으로 춘절, 중추절 등 명절에 선물을 돌리는 풍습이 있음  
⇒ 명절선물용 선물세트 개발 등 다양한 상품 개발 필요



## 대 만

### 1. 유자차 개요

#### 가. 품목해설

- 명칭 : 중국어로는 柚子茶(요즈차)로 부른다. 영문명: CITRON TEA

### 2. 대만 유자(柚子) 생산 동향

#### 가. 대만에서 생산되는 유자

- 대만의 대표적인 유자는 비교적 소형인 文旦柚(원단요우)이다. 원단요우는 개당 약 0.6kg선으로 적당한 당도, 신도 & 많은 과즙으로 대만인들의 많은 사랑을 받고 있다. 그 중에서도 약 300여년 전 중국福建省에서 유입되어 대만 중.남부지역 臺南,花蓮,雲林 등지에서 주로 생산되고 있는 麻豆文旦 & 斗六文旦이 대표적인 제품이다. 원단요우는 3~4월경을 개화기로 하여 보통 8월 하순~9월 중순경에 수확하며, 추석을 대표하는 과실이다.
- 대만 유자는 麻豆文旦 외에도 白柚子西施柚子, 香柚子, 紅柚子 등이 있다. 이 중 가장 소비되고 있는 품종은 文旦柚(원단요우)이며 그 다음은 白柚子이다. 白柚는 文旦柚보다 3~4배 크며 과실높이 약 14~15cm & 표준중량은 약 1.5~1.8kg 선이다. 과실 껍질은 녹색을 띤 옅은 노란색이며 타원형이다.
- 한국 유자는 신선 과일 자체를 직접 먹지 못하는 반면, 대만 유자는 대부분 신선 과일을 껍질을 제거한 뒤 바로 먹으며, 수분은 많지만 당도가 한국 유자에 비해 덜하다. 또한 한국 유자는 황금 유자라 하여 노랗고 주먹만한 크기의 둥근 형인데 비해, 대만 유자는 연두색의 타원형으로 알 크기는 한국 유자의 2배 정도이다. 대만 원단유자의

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

영양 성분: 열량 37cal, 수분 89.6g, 단백질 0.6g 지방 0.2g 당성분 9.2g 섬유질 1.2g, 비타민 B2 52mg, 비타민 C 52mg, 광물질 풍부. 비타민 B2 52mg 비타민C 52mg, 광물질 풍부



### 나. 대만 유자 생산현황

#### ㉠ 연도/면적별 산출량 & 2006년 지역별 산출량 현황

- 대만 유자의 주요 생산지는 花蓮縣(Hualien County)으로, 2006년을 예로 들면 대만 전체 산출량의 27%선을 산출하고 있으며, 기타 지역으로는 宜蘭縣(Yilan- County), 台南縣(Tainan County) 등으로 중.동부이남 지역을 중심으로 하고 있다.
- 기후 & 태풍 등의 천재요소에 따라 연간 생산량은 다소 차이가 있으나 평균 연간 생산량 7만 여 톤 선이다.

#### 〈 文旦柚 & 白柚 연도/면적별 산출량 현황 〉

년 도	文旦柚				白柚				산출량 합계 (m.t)
	재배면적 (ha)	수확면적 (ha)	산출량/1ha(kg)	산출량 (m.t)	재배면적 (ha)	수확면적 (ha)	산출량/1ha(kg)	산출량 (m.t)	
2002	6336	5997	12419	74480	761	692	14638	10136	84616
2003	6106	5785	15311	88575	781	711	14984	10649	99224
2004	5952	5653	15453	87362	767	697	16169	11271	98633
2005	5744	5453	12805	69830	741	699	13589	9504	79334
2006	5721	5455	13486	73571	730	685	15333	10508	84079

자료원 : 台灣 2006年度 農業統計年報 (www.coa.gov.tw)

〈 文旦柚 & 白柚 2006년 지역별 산출량 현황 〉

구 분 지 역	文旦柚白柚		산출량(m.t.)		합 계
	재배면적(ha)	산출량(m.t)	재배면적(ha)	산출량(m.t)	
Taipei City	22	141	7	64	205
Kaohsiung City	-	-	-	-	
Taiwan Province	5700	73430	724	10444	83874
- Taipei County	479	4383	11	183	4566
- Yilan County	519	8950	1	14	8964
- Taoyuan County	44	488	-	-	488
- Hsinchu County	189	1793	2	17	1810
- Miaoli County	707	7114	36	435	7549
- Taichung County	99	1205	0	4	1209
- Changhua County	78	1029	47	1580	2609
- Nantou County	222	2629	51	540	3169
- Yunlin County	265	3411	27	378	3789
- Chiayi County	200	2658	76	1067	3725
- Tainan County	878	13840	291	4636	18476
- Kaohsiung County	18	153	10	99	252
- Pingtung County	5	34	3	45	79
- Taitung County	285	2952	74	896	3848
- Hualien County	1614	21849	37	379	22228
- Penghu County	-	-	-	-	
- Keelung City	41	324	-	-	324
- Hsinchu City	20	137	3	24	161
- Taichung City	22	413	1	14	427
- Chiayi City	15	68	12	135	203
- Tainan City	-	-	-	-	-

자료원 : 台灣 2006年度 農業統計年報 (자료근거: Agriculture and Food Agency, COA, Executive Yuan)

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

㉠ 연도/월별 산지농장가격

〈 文旦柚 연도별/월별 산지농장가격현황 〉

(단위 : NT\$/kg)

	2005. 1~7월	2005. 8월/9월	2005.10~ 2006.7월	2006. 8월/9월	2006. 10월	2006.10~ 2007.7월	2007. 8월/9월	2007.10~ 2008.7월
苗栗縣 苑裡鎮農會	-	- / 24.57	-	- / 21.00	-	-	- / 28.67	-
苗栗縣 西湖鎮農會	-	- / 26.53	-	- / 30.00	30.00	-	-	-
南投縣 名間鎮農會	-	- / 30.00	-	- / 30.00	30.00	-	- / 33.33	-
雲林縣 斗六市農會	-	- / 39.00	-	- / 60.00	60.00	-	- / 55.77	10월:15.0 기타: -
嘉義縣 竹崎地區農會	-	- / 30.00	-	- / 33.33	-	-	- / 36.50	-
台南縣 麻豆鎮農會	-	- / 68.67	-	- / 85.00	-	-	- / 73.33	-
台南縣 大內鎮農會	-	53.00/ 46.00	-	40.33/ 48.33	40.00	-	48.00/ 40.53	10월:23.0 기타: -
花蓮縣 玉溪地區農會	-	- / 15.56	-	- / 30.00	30.00	-	- / 24.33	-
花蓮縣 壽豐鎮農會	-	35.00/ 20.00	-	- / 31.00	22.00	-	-	-
花蓮縣 瑞穗鎮農會	-	33.00/ 24.00	-	26.30/ 31.67	-	-	- / 21.77	-
花蓮縣 富里鎮農會	-	- / 20.67	-	- / 35.00	-	-	- / 45.00	-

자료원 : 台灣 行政院 農業委員會 農糧署 (www.afa.gov.tw)



〈 白柚 연도별/월별 산지농장가격현황 〉

(단위 : NT\$/kg)

	2005. 1~9월	2005. 10월/11월	2005.12~ 2006.9월	2006. 10월	2006. 11월	2006.12~ 2007.9월	2007. 10월/11월	2007.12~ 2008.7월
苗栗縣 苑裡鎮農會	-	20.00/ 27.00	-	28.00	23.67	-	27.00/ 30.00	-
苗栗縣 西湖鎮農會	-	33.00/ 33.00	-	35.33	40.00	-	40.00/ 40.00	-
彰化縣 二水鄉農會	-	25.00/ 23.67	12월21.67 / -	25.00	22.67	12월22.00/ -	25.00/ 23.00	12월22.00/ -
南投縣 名間鄉農會	-	- / 36.67	-	-	25.00	12월25.00/ -	-/ 33.33	-
雲林縣 古坑鄉農會	-	29.33/ 26.00	12월25.00 / -	25.00	23.67	12월20.00/ -	21.33/ 20.67	12월18.67/ -
嘉義縣 竹崎地區農會	-	36.00/ 31.67	- / 9월40.67	35.00/ -	32.67	- / 9월40.00	34.67/ 30.00	-
台南縣 麻豆鎮農會	-	75.00/ 75.00	-	80.00	80.00	-	63.33/ 63.33	-
台東縣 東河鄉農會	-	-/ 16.00	-	-	22.67	12월18.3 1월18.00	-/ 23.00	-

자료원 : 台灣 行政院 農業委員會 農糧署 (www.afa.gov.tw)

🌐 台灣文旦聯盟 (Taiwan Pummelo Alliance)



- WTO가입으로 인한 수입산 유자와의 경쟁대응 및 대만 로컬산 유자 수급실태
- 문제를 해결하기 위한 방침으로 대만 행정원 농업위원회의 추진아래 성립 단체.
- 대만유자의 주요 생산지역인 台南區 苗栗區 花蓮 및宜蘭區의 유자산업을 중심으로 대만 전국 34개 農會로 조성됨.

- I. 배
- 미국
- II. 포도
- 싱가포르
- III. 감귤
- 러시아
- IV. 밤
- 일본
- V. 양란
- 일본  
중국
- VI. 새송이버섯
- 미국  
유럽
- VII. 유자차
- 일본  
중국  
대만
- VIII. 돈육
- 러시아  
필리핀
- IX. 채소종자
- 일본  
미국
- X. 쌀및기공밥
- 일본  
미국

- 유자산업 전체의 생산 & 판매체제도입과 인터넷마케팅체제 도입 등을 통한 효과적인 판매확대를 가져옴에 따라 성공한 전략결맹단체라는 평을 받고 있음.
- 기존 대만유자는 신선과일을 껍질을 벗긴 후 바로 섭취하는 형태로 신선과일 외엔 부가적인 유자관련 가공제품이 없었으나 한국 유자차가 유명해지면서 台灣文旦聯盟은 유자차를 포함한 유자화장품, 유자식초 등을 개발 & 상품화 시켜 農會 중심으로 소량 판매되고 있으며, 관련제품을 특산품화 하고 있다

〈 대만 유자(文旦) 가공시리즈 제품 〉



3. 유통 및 소비동향

가. 유통 동향

① 대만 유자차시장 유통경로

□ 수입 유자차



□ 대만 현지 유자차



- 수입된 한국산 유자차는 대.중형마트 (까르프, COSTCO, WELCOME, MATSUSEI, RT-MART, PXMART) 및 전국 백화점 내 MART에서 판매되고 있으며 인터넷을 통해서도 판매가 이루어 지고 있다. 일부는 유기농 MART에서도 판매되고 있다.

㉠ 유자차 유통 형태

- 유자차의 포장형태는 업체별로 규격에 다소 차이가 있지만 대부분이 300g, 500g, 1kg, 2kg 등의 용량으로 수입되고 있으며, 그 중 1kg 단위병 포장 형태의 유통이 가장 많이 되고 있다.
- 유자차의 원산지는 한국이라는 대만 소비자들의 인식으로 인하여, 대부분 한국 내 유통 포장을 그대로 사용하여 시장 유통되고 있으며, 유자차 원청을 수입하여 대만에서 포장 가공을 하거나 OEM 형태로 수입되는 경우도 있다.
- 유자 분말, 유자 과즙, 유자 오일 등의 유자 원료는 대용량 Poly bag, 스틸캔, Bottle 등의 형태로 수입된 후 유자 분말은 제과 및 제약 회사로, 유자 과즙은 음료수 및 여러 제품에 첨가 되는 것으로 나타났다.

나. 유자차 유통가격 현황

- 브랜드별, 용량별로 가격차이가 있으나, 동일 브랜드라도 유통매장가격 & 인터넷판매 가격에 다소 차이가 있다. 평균 1kg당 매장가격은 NT\$350, 인터넷판매가는 NT\$250~300 선에 형성되어 있다.
- 대만 유자차 유통시장은 복잡하여 시장 내 유통 제품을 모두 파악하기 힘든 상황으로, 아래 상품 외에도 제조사 파악이 힘든 브랜드도 상당 수 있다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀



IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 대만 유통시장 내 한국산 병 포장형태 꿀 유자차 〉

<p><b>1. OKF 꿀 생 유자차</b> 수입상: 남대문기업 제조사: O K F</p>	<p><b>2. 韓太 꿀 유자차</b> 수입상: 韓太有限公司 제조사: 성환F&amp;B</p>	<p><b>3. 韓味不二</b> 수입상: 韓華國際有限公司 제조사: BOS CO, LTD</p>	<p><b>4. 韓味不二</b> 수입상: 韓華國際有限公司 제조사: 제주특산</p>
1150g NT\$480	1000g NT\$320	1000g NT\$ 390	1000g NT\$ 650
			
<p><b>5. 花果園 유자차</b> 수입상: 宗霖有限公司 제조사: 복음자리</p>	<p><b>6. 優龍유자밀차</b> 수입상: 嬰仁食品有限公司 제조사: INJUNGTRADING</p>	<p><b>7. 大東 유자차</b> 수입상: 吉瑞德國際有限公司 제조사: 대동식품</p>	<p><b>8. 都來旺 꿀 유자차</b> 수입상: 敬永有限公司 제조사: 고려자연식품</p>
620g NT\$ 249	1000g NT\$310	1000g NT\$270	1000g NT\$350
			
<p><b>9. 正友 꿀 유자차</b> 수입상: 正友國際有限公司 제조: B.O.S.CO, LTD</p>	<p><b>10. 三和 햇 유자 꿀차</b> 수입상: 神本事業有限公司 제조: 삼화한양식품</p>	<p><b>11. 三和 유자차</b> 수입상: 家富有限公司 제조사: 삼화한양식품 (까르프 전문 판매용)</p>	<p><b>12. 천연봉밀유자</b> 수입상: 富得國際股份有限公司 제조사: HYSUNG C&amp;C</p>
1150g NT\$480	1000g NT\$320	1000g NT\$ 390	1000g NT\$ 650
			
<p><b>13. TAKOR 꿀생유자차</b> 수입상: 達客國際有限公司 제조사: INKOTA CO,LTD</p>	<p><b>14. 鸞島 꿀 유자차</b> 수입상: 神本事業有限公司 제조사: 삼화한양식품</p>	<p><b>15. 一和 꿀 유자차</b> 수입상: 心喜貿易有限公司 제조사: 국제식품</p>	<p><b>16. 國際 꿀 진유자차</b> 수입상: 三燦國際有限公司 제조사: 국제식품</p>
1000g NT\$300	1000g NT\$390	1000g NT\$390	1000g NT\$390
			

〈 대만 유통시장 내 한국산 스틱 티백 포장형 유자차 〉

OKF 꿀 생 유자차	三和 꿀 유자차
30g x10 NT\$250(매장 판매)	30g x 10 NT\$150(인터넷 쇼핑몰 판매)
	

〈 대만 원단 유자로 만든 대만 로컬 유자차 〉

宜蘭縣 冬山 農會 (의란현 동산향 농회 생산 제조)	台北縣 八里 農會 (대북현 팔리향 농회 생산 제조)	Black Bridge(黑橋牌食品) 대만특산시리즈 蜂蜜柚子茶
420g NT\$170	360g NT\$320	580g NT\$200
		

㉠ 소비 현황

- 한국산 유자차가 대만시장 유통의 주류를 이루고 있으며, 최근 2~3년간 들어 대만 농회를 중심 하는 단체나 식품관련 기업들이 유자차를 생산 & 판매하기 시작하고 있으나 대만 현지 산의 유통량은 그다지 크지 않다.
- 한국 유자차를 제외한 기타 다른 국가 산의 수입 유자차는 아직은 모습을 찾아보기 쉽지 않다.
- 대만 유자차소비시장 규모를 확인해 볼 수 있는 체계적인 통계시스템 & 자료는 아직 구축되어 있지 않으나, 한국 유자차가 시장 대부분의 주류를 이루고 있다는 점에서 한국 유자차계열제품 수입규모를 대만소비시장의 기초적인 규모로 내다봐도 될 것으로 보인다.
- 유자차는 풍부한 비타민을 포함하고 있어 겨울철 감기 예방, 기관지 보호 및 피부 미용에 효과가 있다는 마케팅홍보로 여성 및 노년층에 인기가 좋다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽



VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 대만으로 수입된 한국 유자차는 대부분 꿀에 저민 봉밀 유자차로 뜨거운 물이나 홍차에 타서 음용하며, 개인 소비가 목적인 경우도 있지만 특히 추석을 포함한 명절의 선물용으로 많이 구매하고 있다. 유자차 외 한국 꿀 첨가 가공차로는 대추차, 알로에차 ‘생강차’ 모과차 등이 수입되어 각기 단독으로 판매되기도 하고 유자차와 함께 한국 전통 과실차 선물세트 판매로도 호응이 좋다.
- 최근 1년 들어 유자차유통시장에는 새로운 소비가 창출되고 있는데 바로 음료전문 체인라인, 제과점체인 등이다. 이들 업체는 '한국 유자차'를 마케팅 포인트로 하고 있으며, 음료전문 체인라인에서는 유자차 단독제품으로 판매되며, 제과점체인에서는 Tea Time용으로 케익 등과 함께 SET제품으로 구성되기도 한다.
- 대만 시장 내 한국산 유자차는 이미 포화상태에 달해있어 시장확대를 위해서는 새로운 제품개발로 인한 수요창출이 필요해 보인다.

대만 유명 커피&케익체인 85 C서 판매되고 한국 유자차 韓太有限公司에서 수입한 유자차 사용	대만 음료체인점의 한국 황금유자차
Hot NT\$35 / Ice NT\$35	Ice NT\$35
	

사진출처 : [www.85cafe.co](http://www.85cafe.co) / [www.50lan.com.tw](http://www.50lan.com.tw)

## 4. 수출입 동향

### 가. 유자차 HS 코드(C.C.C.CODE) 및 관세율

HS CODE	품 명	관 세 율
2007.91.9000-0	기타 감귤류 과실의 잼 과실 젤리 마말 레이드 과실 또는 견과류의 퓨레 및 과실 또는 견과류의 페이스트, 조리해서 얻어진 것에 한함 Other citrus fruit jams, fruit jellies, marmalades, fruit or nut puree and fruit or nut pastes, being cookedpreparations	20%/KGM
2008.30.0000-2	기타 방식으로 조제 혹은 저장 처리한 감귤류 과실 Citrus fruit, otherwise prepared or preserved	26%/KGM

나. 한국산 & 전체 수입동향(세번 2007.91.9000 & 2008.30.0000)

〈연도/월별 한국산 & 전체 수입동향(2007919000 & 2008300000)〉

(단위 톤/천불(US))

年	月	2007919000		2008300000		2개 항목 한국산 수입		2개 항목 대만 전체 수입현황	
		수입현황		수입현황		수입		수입현황	
		중 량	금 액	중 량	금 액	중 량	금 액	중 량	금 액
2003	01	15.04	\$32.30	36.95	\$45.40	51.99	\$77.70	133.72	\$133.60
	02	11.96	\$13.30	21.37	\$21.80	33.33	\$35.10	253.99	\$204.40
	03	6.25	\$18.40	35.18	\$51.10	41.43	\$69.50	189.27	\$218.00
	04	0.00	\$0.00	57.90	\$64.80	57.90	\$64.80	136.02	\$151.30
	05	6.85	\$20.30	20.91	\$32.10	27.76	\$52.40	82.58	\$109.40
	06	0.00	\$0.00	21.19	\$28.20	21.19	\$28.20	176.20	\$206.80
	07	8.69	\$22.10	38.58	\$60.80	47.26	\$82.90	279.09	\$246.80
	08	2.84	\$5.00	18.68	\$28.20	21.52	\$33.20	305.49	\$261.70
	09	8.50	\$24.50	20.30	\$26.90	28.80	\$51.40	219.79	\$199.40
	10	0.00	\$0.00	15.23	\$23.00	15.23	\$23.00	190.92	\$170.40
	11	5.30	\$15.60	47.27	\$73.50	52.57	\$89.10	241.40	\$228.10
	12	8.74	\$24.80	58.06	\$84.90	66.79	\$109.70	231.54	\$253.80
S,TTL		74.15	\$176.30	391.61	\$540.70	465.76	\$717.00	2,440.02	\$2,383.70
2004	01	7.42	\$20.70	73.07	\$114.50	80.49	\$135.20	308.13	\$321.80
	02	8.14	\$23.30	35.58	\$52.70	43.72	\$76.00	168.84	\$205.30
	03	11.10	\$20.00	82.17	\$108.10	93.27	\$128.10	374.23	\$327.50
	04	12.00	\$29.00	54.91	\$78.50	66.91	\$107.50	230.53	\$212.50
	05	17.08	\$30.40	73.27	\$116.20	90.35	\$146.60	440.76	\$431.10
	06	1.20	\$2.60	27.10	\$33.10	28.30	\$35.70	249.09	\$243.30
	07	8.89	\$23.60	22.10	\$33.40	30.98	\$57.00	284.17	\$260.10
	08	4.55	\$8.50	19.56	\$28.30	24.11	\$36.80	260.84	\$223.20
	09	15.03	\$35.80	12.63	\$28.20	27.66	\$64.00	207.96	\$202.40
	10	4.20	\$9.00	38.09	\$53.30	42.29	\$62.30	159.99	\$158.60
	11	10.65	\$32.70	64.51	\$111.00	75.16	\$143.70	246.57	\$263.20
	12	18.82	\$50.60	71.64	\$120.30	90.46	\$170.90	296.15	\$337.90
S,TTL		119.07	\$286.20	574.61	\$877.60	693.68	\$1,163.80	3,227.26	\$3,186.90
2005	01	17.15	\$46.30	114.61	\$168.90	131.76	\$215.20	296.73	\$332.50
	02	0.00	\$0.00	72.46	\$113.50	72.46	\$113.50	139.41	\$192.30
	03	18.22	\$61.20	117.78	\$174.00	136.00	\$235.20	377.92	\$458.30
	04	25.92	\$42.10	68.33	\$92.80	94.25	\$134.90	350.24	\$310.40
	05	8.33	\$28.70	81.99	\$119.80	90.33	\$148.50	377.16	\$343.80
	06	3.46	\$10.70	65.93	\$111.30	69.38	\$122.00	320.43	\$339.50
	07	15.64	\$44.10	53.42	\$86.80	69.06	\$130.90	369.23	\$401.40
	08	5.01	\$9.50	52.08	\$80.80	57.09	\$90.30	321.80	\$274.20

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

	09	17.22	\$43.60	53.54	\$85.10	70.76	\$128.70	272.80	\$271.60
	10	16.02	\$45.60	57.85	\$91.80	73.87	\$137.40	279.25	\$325.30
	11	30.27	\$60.00	85.05	\$139.60	115.32	\$199.60	275.72	\$324.60
	12	34.24	\$81.30	120.92	\$206.90	155.15	\$288.20	383.97	\$456.80
	S.TTL	191.47	\$473.10	943.95	\$1471.30	1,135.41	\$1,944.40	3,764.67	\$4,030.70
2006	01	41.18	\$87.00	185.94	\$306.80	227.12	\$393.80	403.84	\$536.20
	02	37.97	\$77.40	170.11	\$294.30	208.08	\$371.70	398.65	\$575.40
	03	24.42	\$46.50	116.21	\$187.00	140.63	\$233.50	365.69	\$419.00
	04	35.94	\$49.50	62.24	\$94.50	98.18	\$144.00	260.45	\$280.50
	05	12.31	\$44.70	93.95	\$161.70	106.26	\$206.40	342.20	\$419.90
	06	11.28	\$13.20	87.41	\$185.40	98.69	\$198.60	261.89	\$337.70
	07	0.00	\$0.00	50.78	\$84.80	50.78	\$84.80	347.98	\$432.30
	08	8.11	\$32.20	86.08	\$147.90	94.19	\$180.10	373.06	\$461.60
	09	19.99	\$69.30	80.09	\$127.50	100.07	\$196.80	364.02	\$425.30
	10	16.83	\$65.40	88.66	\$157.30	105.49	\$222.70	353.11	\$454.50
	11	14.43	\$30.10	100.17	\$181.30	114.60	\$211.40	227.03	\$345.30
	12	10.29	\$31.50	138.41	\$268.60	148.70	\$300.10	363.15	\$519.60
	S.TTL	232.74	\$546.80	1260.06	\$2197.10	1,492.80	\$2,743.90	4,061.07	\$5,207.30
2007	01	21.28	\$43.90	217.56	\$397.00	238.84	\$440.90	685.72	\$882.40
	02	7.68	\$29.60	104.22	\$174.90	111.91	\$204.50	350.95	\$352.50
	03	13.86	\$14.10	107.25	\$192.40	121.11	\$206.50	203.38	\$294.60
	04	8.72	\$33.50	58.85	\$106.60	67.57	\$140.10	306.72	\$346.80
	05	5.15	\$4.70	115.08	\$234.40	120.23	\$239.10	360.72	\$443.30
	06	8.35	\$32.60	46.42	\$82.20	54.76	\$114.80	252.04	\$263.40
	07	0.00	\$0.00	63.90	\$92.70	63.90	\$92.70	256.03	\$241.00
	08	20.52	\$45.30	51.49	\$87.70	72.00	\$133.00	239.93	\$254.70
	09	8.17	\$33.10	86.66	\$141.40	94.83	\$174.50	233.24	\$288.10
	10	16.44	\$25.70	95.95	\$150.60	112.39	\$176.30	249.47	\$330.80
	11	0.00	\$0.00	99.23	\$208.90	99.23	\$208.90	333.73	\$433.90
	12	17.95	\$40.60	244.59	\$429.80	262.55	\$470.40	457.09	\$623.80
	S.TTL	128.12	\$303.10	1291.20	\$2298.60	1,419.32	\$2,601.70	3,929.02	\$4,755.30
2008 (1~6)	01	13.08	\$41.90	141.31	\$274.90	154.38	\$316.80	442.06	\$543.70
	02	9.69	\$34.40	79.40	\$143.40	89.09	\$177.80	293.02	\$307.20
	03	21.12	\$56.60	82.49	\$160.00	103.60	\$216.60	297.27	\$365.70
	04	8.04	\$32.50	80.89	\$179.10	88.94	\$211.60	203.72	\$380.30
	05	0.96	\$0.80	41.28	\$92.40	42.24	\$93.20	321.91	\$306.70
	06	0.00	\$0.00	69.18	\$142.30	69.18	\$142.30	280.93	\$303.00
	S.TTL	52.88	\$166.20	494.55	\$992.10	547.44	\$1,158.30	1,838.92	\$2,206.60
	G.TTL	798.43	\$1951.70	4955.98	\$8377.40	5,754.42	\$10,329.10	19,260.96	\$21,770.50

자료원 : 台灣行政院 農業委員會(www.afa.gov.tw) - 대만세관통계자료.



- 유자차의 단일 세관번호가 부과되지 않은 관계로 유자차단일품목에 대한 정확한 수출입 통계 자료는 없으나, '2007919000 & 2008300000' 세관번호로 한국에서 수입된 제품은 대부분 유자차 및 유자 원청으로 나타남.
- 2006년 & 2007년을 기준으로 볼 때, 한국 유자차 및 관련 제품의 수입량은 전체 수입량에서 2006년 & 2007년 모두 약 37% 선의 비중을 나타내고 있으며, 수입액에서는 2006년 52%, 2007년 54.7% 선을 차지하고 있다.
- 최근 5년간 수입 통계로 볼 때 유자차 수입은 2003년 잠시 위축 되었다가 2004년 이후 다시 증가세를 나타내고 있다.
- 유자차는 1년 중 11월~3월 사이 수입량이 가장 많아, 동계 수입량이 전체 연간 수입액의 40%이상을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 반면 6월~7월 하계 수입량은 상대적으로 소량이다.

#### 다. 연도별 주요국가 수입동향(세번 2007.91.9000 & 2008.30.0000)

##### 〈연도별 주요대상국가 수입동향(2007919000 & 2008300000)〉

(단위 톤/천불(US))

구 분	2개항목 수입주요대상국가		2개항목 수입주요대상국가		2개항목 수입주요대상국가		2개항목 수입주요대상국가	
	2005년		2006년		2007년		2008년(1~6월)	
	중 량	금 액	중 량	금 액	중 량	금 액	중 량	금 액
벨 기 에	63.60	\$69.30	48.75	\$61.30	27.38	\$35.90	7.85	\$12.50
스 위 스	23.64	\$145.10	11.57	\$111.60	11.61	\$122.00	3.05	\$41.00
중 국	1,025.38	\$581.10	776.77	\$489.10	957.82	\$578.90	420.99	\$259.60
독 일	7.47	\$21.20	2.56	\$8.40	7.83	\$24.40	0.03	\$0.20
스 페 인	25.30	\$54.20	28.38	\$59.80	18.46	\$44.70	9.99	\$31.30
프 랑 스	12.22	\$39.70	21.98	\$96.00	18.88	\$67.00	7.81	\$48.90
홍 콩	201.05	\$94.80	201.35	\$98.40	510.00	\$326.30	394.33	\$233.50
이스라엘	17.22	\$12.10	26.86	\$23.80	48.61	\$46.00	4.00	\$3.20
일 본	35.48	\$155.30	97.89	\$253.50	36.93	\$98.10	39.41	\$104.00
한 국	1,135.41	\$1,944.40	1,492.80	\$2,743.90	1,419.32	\$2,601.70	547.44	\$1,158.30
멕 시 코	16.89	\$7.60	4.50	\$1.60	64.01	\$57.60	0.00	\$0.00
태 국	26.59	\$13.20	24.29	\$11.30	0.99	\$1.20	0.00	\$0.00
미 국	1,145.57	\$852.30	1,243.11	\$1,170.5	546.21	\$562.40	63.88	\$58.20
베 트 남	13.56	\$9.00	64.90	\$41.60	176.14	\$114.20	259.98	\$168.40
브 라 질	0.00	\$0.00	0.32	\$0.70	64.94	\$59.40	78.10	\$77.30
기 타	15.29	\$31.4	15.04	\$35.80	19.89	\$15.50	2.06	\$10.20
합 계	3,764.67	\$4,030.70	4,061.07	\$5,207.30	3,929.02	\$4,755.30	1,838.92	\$2,206.60

자료원 : 台灣行政院 農業委員會(www.afa.gov.tw) - 대만세관통계자료

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 세.번 2007.91.9000 & 2008.30.0000 관련 한국으로부터 수입된 제품은 유자차 및 유자관련제품이 대부분이나 기타 다른 국가로부터의 수입제품은 유자항목이 아닌 다른 과일 잼 등의 종목인 것으로 추정.

라. 수출현황 (세번 2007.91.9000 & 2008.30.0000)

〈연도별 수출동향(2007919000 & 2008300000)〉

(단위 톤/천불(US))

구 분	2007919000		2008300000		2개 항목수출 합계	
	수출현황		수출현황		중 량	금 액
	중 량	금 액	중 량	금 액		
2004	4,046.40	\$3,822.40	127.46	\$116.20	4,173.86	\$3,938.60
2005	2,546.34	\$2,943.60	121.52	\$119.50	2,667.86	\$3,063.10
2006	5,344.61	\$6,037.90	137.18	\$138.40	5,481.79	\$6,176.30
2007	4,338.66	\$4,669.10	120.34	\$113.40	4,459.00	\$4,782.50
2008(1~6월)	4,242.72	\$5,266.90	72.26	\$75.40	4,314.98	\$5,342.30

자료원 : 台灣行政院 農業委員會www.afa.gov.tw - 대만세관통계자료.

- 주요 수출국은 아시아권이 60%이상의 비중을, 북미주권이 30%선의 비율을 나타내고 있다. 아시아권 국가 중에서 한국이 2003년 전체 수출량의 50%선을 차지하다가 2004년에 진입하면서 20-30%선으로 감소한 대신 미국과 일본으로의 수출량이 증가 한 것으로 나타났다.

## 5. 유자차 통관 제도

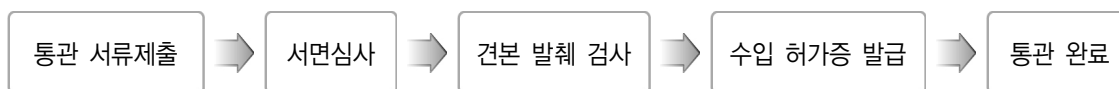
### 가. 유자차 해당 C.C.C.CODE의 수입규정

- Tariff No.(C.C.C.CODE): 2007.91.9000-0 (기타 감귤류 과실의 잼 과실 젤리 마말레이드 과실 또는 견과류의 퓨레 및 과실 또는 견과류의 페이스트, 조리해서 얻어진 것에 한함)
  - 관세율 : 20.0% /KGM.
  - 수입규정 : F01

- Tariff No.(C.C.C.CODE): 2008.30.0000-2 (기타 방식으로 조제 혹은 저장 처리한 감귤류 과실)
  - 관세율 : 26.0% /KGM.
  - 수입규정 : F01 /MP1

F01	<p>수입상품은 행정원 위생서가 공시한 「수입식품검사방법(輸入食品查驗辦法)」에 의거하여 경제부 표준검역국에 수입검사를 신청,처리한다.</p> <p>Importation of foods shall be made in accordance with the "Regulations of Inspection of Food Imports" promulgated by the Department of Health of the Executive Yuan. The importer shall apply for inspection to the Bureau of Standards Metrology and Inspection, Ministry of Economic Affairs.</p>
MP1	<p>(1) 중국제품은 조건 하에 수입을 허가하며, 「중국제품,조건 하 수입허가항목, 수입관리법규총람 (大陸物品有條件准許輸入項目'輸入管理法規彙總表)」의 규정에 부합하여야 한다.</p> <p>(2) 「중국제품,조건하 수입허가항목, 수입관리법규총람 (大陸物品有條件准許輸入項目'輸入管理法規彙總表)내에 특별 규정 「MXX」 code가 나열되어 있는 경우에는, 국제무역국에 수입허가증을 신청하여야 한다; 특별 규정 「MXX」 code가 없는 경우에는 일반비자규정에 의거하여 처리 한다.</p> <p>(1) Importation of Mainland China products in this category is conditionally permitted. The importation should conform to the regulations of "Consolidated List of Conditional Import Items of Mainland China Origin and Regulations Governing Import of Mainland China Origin Commodities". (2)Importation of items on the "Consolidated List of Conditional Import Items of Mainland China Origin and Regulations Governing Import of Mainland China Origin Commodities" with "MXX" code requires Import Permit issued by the BOFT; Importation of items without "MXX" code shall be subject to the general code of import permit issuance.</p>

### 나. 수입 검사 및 통관 절차



- 수입 검사 받을 시 필요한 서류
  - 검사 신청서, 수입신고서 복사본, 수입 식품에 관한 기본 자료 신청서, 기본으로 필요하다고 여겨지는 증빙 서류
- 현재 한국 유자차는 일반 발취 검사로 검사가 진행되며, 발취될 확률은 약 1%~ 5%사이이다.

- I. 배
- 미 국
- .....
- II. 포도
- 싱가포르
- .....
- III. 감귤
- 러시아
- .....
- IV. 밤
- 일 본
- .....
- V. 양란
- 일 본
- 중 국
- .....
- VI. 새송이버섯
- 미 국
- 유 럽
- .....
- VII. 유자차
- 일 본
- 중 국
- 대 만
- .....
- VIII. 돈육
- 러시아
- 필리핀
- .....
- IX. 채소종자
- 일 본
- 미 국
- .....
- X. 쌀및기공밥
- 일 본
- 미 국
- .....

- 대만 식품위생법 17조 및 수입식품검사법에 의거, 용기 또는 포장에 있는 식품이나 식품첨가물에는 중문 및 대만 통용 부호로 아래의 필수 표기 사항을 표시하여야 한다. (중문은 번체자를 사용하여야 함/현 중국에서 사용하는 간체자는 불가) 해외 수입품은 수입 첫 단계부터 표기하여야 중 포장개조, 분리포장 혹은 기타 가공이 필요한 경우에는 판매 전에는 중문 표시를 완성하여야 한다.

### 〈필수 중문 표기 사항〉

1. 품명 (品名)
2. 내용물 명칭 및 중량, 용량 혹은 수량 (內容物名稱及重量 容量或數量) :  
2종 이상의 혼합물일 경우는 분리 표시하여야 한다.
3. 식품 첨가물 명칭 (食品添加物名稱)
4. 제조업체 혹은 수출업체 명칭 및 연락처. (廠商名稱 電話號碼及地◆) 수입업체명, 전화번호 및 주소. (應註明國內負責廠商名稱 電話號碼及地◆)
5. 유효기간 및 지정된 제조일자, 보존조건. (有效日期, 製造日期, 保存條件)
6. 기타 중앙주관기관이 공시 지정한 표시사항. (其他經中央主管機關公告指定之標示事項):  
중앙주관기관이 지정한 식품은 중문 및 통용부호로 영양성분 및 함량을 표시하여야 한다. 표시방식 및 표준내용은 중앙주관기관이 정한다.

## 6. 한국산 수출확대 방안

- 대만 내 유자차시장은 현재 포화상태 경계선 가까이 와 있는 실정이며, 현재는 한국산이 시장 대부분을 차지하는 주류이지만 앞으로 대만 국내산 유자차 또한 성장세를 나타낼 것으로 보인다. 현 실정에서 수출확대 & 판매시장확대를 위해서는 유자차 제품개발이 필요해 보인다. 예를 들어 유자차를 이미 음료화 한 팩 포장 등의 제품으로 개발하여 일반팩 음료와 같은 유통형태를 추구한다면, 판매시장 확대에 인하여 수출규모 또한 당연히 커질 것으로 보인다.

**참 고**

〈 유자차 관련코드 수입업체 리스트 〉

● C.C.C.CODE(2007919000)

**T& T FOODS CO., LTD. (宗霆有限公司)**

4F, No.12, Lane 345, Yang Kuang St., Nei-Hu, Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-2595669 FAX : 886-2-26597755  
 E-MAIL: ttsoup@ms26.hinet.net

**ORCHIDS INTERNATIONAL CORP., (名桔有限公司)**

1F, No.17-1, Lane 65, Lung Chiang RD., Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-27310766 FAX : 886-2-87739076  
 E-MAIL: orchidstaiwan@gmail.com

**BAKER'S KINGDOM INT'L INC. (科麥股份有限公司)**

2F-3, No.27-1, Lane 169, Kang Ning St., Hsichih City, Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-26954158 FAX : 886-2-26954168  
 E-MAIL: trading@bakerskingdom.com

**FOODPRO INTERNATIONAL CORP. (富得國際股份有限公司)**

台中市西區向上北路 262巷28號  
 TEL : 886-4-23021132 FAX : 886-4-23051935  
 E-MAIL: foodpro@ms65.hinet.net

**AFA COMMODITIES COMPANY LTD. (子愛貿易有限公司)**

1F, No.3, Lane 94, Sec.1, Kai Feng St., Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-23810705

**AMBROSIA CO., LTD. (駿伸企業有限公司)**

7F, No.68, Sec.4, Cheung Kung RD., Nei-hu, Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-27955303 FAX : 886-2-27955295  
 E-MAIL: pema.food@msa.hinet.net

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

**BABI INTERNATIONAL CORP., (英屬維爾京群島商寶貝國際有限公司台灣分公司)**

14F-1, No.30, Pei-Ping E. RD., Taipei, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-23918666 FAX : 886-2-23949598

E-MAIL: dan@babicorp.com

**BACK TO NATURE CO., LTD. (苗林食品有限公司)**

No.34, Lane 170, Song-Jiang RD., Taipei, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-25810034 FAX : 886-2-25810029

E-MAIL: miaolin@ms32.hinet.net

**BORCAL CO., LTD. (柑泉國際興業有限公司)**

1F, No.31, Lane 152, Sec.3, Chong Qing N. RD., Taipei103, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-25968182

**BREEZE INTERNATIONAL CO., LTD. (微風國際股份有限公司)**

3F, No.174, Min-Sheng E. RD. Sec.2, Taipei, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-25152626 FAX : 886-2-25079393

**BRIGHTENING FOOD CO., LTD. (旺旺食品有限公司)**

1F, No.10, Alley 13, Lane 245, Sec.4, Pa Tec RD., Taipei, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-27944147 FAX : 886-2-27943932

**CHANGEHOME FRUITS CO., LTD. (全弘水果有限公司)**

2F, No.81, Sec.1, Kaifong St., Taipei 100, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-23708325 FAX : 886-2-23896100

E-MAIL: trading@bakerskingdom.com

**CHIAWEI ENTERPRISE CO., LTD. (商田實業有限公司)**

1F, No.13, Lane 315, Chi Lin RD., Taipei, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-25918839 FAX : 886-2-2597461

E-MAIL: nancyk1@seed.net.tw

**CONSERVE ENTERPIRSE CO., LTD. (長陞實業有限公司)**

2F-2, No.162, Yan Ji St., Da-an Dist. Taipei, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-27752774

**ELLIE FOOD INC. (耶里食品有限公司)**

1F, No.22, Lane 300, Sec.4, Jen Ai RD., Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-27052578 FAX : 886-2-27078968

**ESPRIT INTERNATIONAL CO., LTD. (遠客實業有限公司)**

3F, No.22, Lane 76, Jui Kwang RD., Nei-Hu, Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-87922299 FAX : 886-2-87920083  
 E-MAIL: esprit@ms1.hinet.net

**EUROTRAN EXPO SERVICE CO., LTD. (奕達運通有限公司)**

RM. 2A20, No.5, Hsinyi RD., Sec.5, Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-932-16069  
 E-MAIL: eurotran@ms24.hinet.net

**FAR EASTERN CITY SUPER LTD. (遠東都會股份有限公司)**

7F, No.64, Sec.4, Ren Ai RD., Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-77113288 FAX : 886-2-77113289  
 E-MAIL: jacky@citysuper.com.tw

**HUMAX EAST CO., LTD. (三禮企業股份有限公司)**

7F-1, NO.91, Nanking E. RD., Sec.3, Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-25018166 FAX : 886-2-26589662  
 E-MAIL: humaxasa@ms2.hine.net

**ITALIAN COFFEE COMPANY. (義式企業有限公司)**

台北市內湖區提頂大道2段 475號 1F.  
 TEL : 886-2-26589660 FAX : 886-2-26589662  
 E-MAIL: iccmonin@ms24.hinet.net

**JOHNTOWN INTERNATIONAL CO., LTD. (鈞騰國際貿易有限公司)**

4F, No.3, Lane 127, Kang Chien RD., Nei-Hu, Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-26276833 FAX : 886-2-26276298  
 E-MAIL: jtitw@ms18.hinet.net

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

**KINGMORI CORPORATION (香菇王股份有限公司)**

RM.913, 9F, No.346, Sec.3, Nanking E. RD., Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-27216611 FAX : 886-2-27415591  
 E-MAIL: kingmori@ms33.hinet.net

**KO LILY CORP. (科林商行有限公司)**

1F, No.139, Tung Hua St., Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-27380211  
 E-MAIL: kolily\_lin@pchome.com.tw

**LIAN HWA FOODS CORPORATION. (聯華食品工業股份有限公司)**

No.148, Ti Hwa St., Sec.1, Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-25534546 FAX : 886-2-2537001  
 E-MAIL: intrade@lianhwa.com.tw

**MACROSCOPIC INC. (廣紘國際股份有限公司)**

5F-1, No.23, Sec.6, Min cyuan E. RD., Nei-hu, Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-77207088 FAX : 886-2-77207051

**SENTIMANN CO., LTD. (升提實業有限公司)**

4F-3, No.27, Chung Shan N. Rd., Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-25955870 FAX : 886-2-25955459  
 E-MAIL: sentiman@email.gcn.net.tw

**SHINWAY INTERNATIONAL MARKETING CO., LTD. (新緯實業股份有限公司)**

17F, No.66, Sec.1, Jhong Siao W. RD., Taipei 100, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-23885552 FAX : 886-2-2375672

**SMARTBIO CORPORATION (智慧有機體股份有限公司)**

11F-4, No.16, Nan Jing E. RD. Sec.5, Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-27670988 FAX : 886-2-2771630  
 E-MAIL: service@smartbio.com.tw

**SNARK ASIA CO., LTD. (新高通顧問股份有限公司)**

7F-5, No.172, Chang Chuan RD., Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-25166806 FAX : 886-2-25169806



● C.C.C.CODE(2008300000)

**TAIWAN GREEN NATION CORPORATION (台灣綠源股份有限公司)**

10F-1, No.84, Fu Hsing S. RD., Sec.2, Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-27084600 FAX : 886-2-27089862  
 E-MAIL: tgn@tpts4.seed.net.tw

**GENT FOODS CO.,LTD. (敬永食品有限公司)**

桃園縣楊梅鎮環南路 110號 1F.  
 TEL : 886-2-29296792 FAX : 886-2-29214194

**TREE-X GREAT INTERNATIONAL CORP. (三紅企業股份有限公司)**

16F-1, No.57, Tun Hwa S. Rd., Sec.2, Taipei, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-27051766 FAX : 886-2-27071333  
 E-MAIL: total.food@msa.hinet.net

**HAN-WHA INTERNATIONAL CORP. (韓華國際有限公司)**

12F-6, No.107, Chung Shan RD., Sec.1, Hsin Chuang City, Taipei Hsien,  
 Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-85227501 FAX : 886-2-85227052  
 E-MAIL: hwseoul@chollian.net

**KMC HANYOUNG INTERNATIONAL CO.,LTD. (韓英國際有限公司)**

No.39, Wucyuan 8thRD. Wugu Township, Taipei County, Taiwan, R.O.C.  
 TEL : 886-2-22992390 FAX : 886-2-22992393  
 E-MAIL: kmc.food@msa.hinet.net

**TAKOR INTERNATIONAL CO.,LTD. (世星國際有限公司)**

No.6, Lane 410, Sec.2, Whnhua RD., Panchiao City, Taipei County, Taiwan,  
 R.O.C.  
 TEL : 886-2-82584326 FAX : 886-2-82584248

**TROJAN FOOD STUFF CO., LTD. (傳佳食品有限公司)**

No.10, Wu-ChuangWu RD., Wu-Gu Ind. Area, Hsin Chuang, Taipei County,  
 Taiwan, R.O.C.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

TEL : 886-2-22982961 FAX : 886-2-22982190

E-MAIL: trojan@bmx.com.tw

**TWOOS FOODS CO., LTD. (歐歐香食品有限公司)**

No.39, Lane 93, Sec.3, Sianmmin Blvd., Banciao City, Taipei County, Taiwan,  
R.O.C.

TEL : 886-2-22533888

**WOO-SEOG ENTEPRISE CO., LTD. (韓太有限公司)**

6F, No.155, Sec.2, Datong RD., Si Jhieh City, Taipei County, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-86926891 FAX : 886-2-86926858

E-MAIL: wooseog2@hanmail.net

**CHIA MEEI FOOD INDUSTRIAL CORP. (佳美食品工業股份有限公司)**

No.56, Ta-Wei RD., Ta-Li City, Taichung Hsien, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-4-24063155 FAX : 886-4-35061419

E-MAIL: juice@chiameei.com.tw

**FINE THINGS BUSINESS & INDUSTRY LTD. (華順工貿有限公司)**

No.30, Mei Tsun St., Ta-Li City, Taichung County, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-4-24920459 FAX : 886-4-24926584

**COBBY INTERNATIONAL LIMITED (果軒貿易有限公司)**

1F, No.378-1, Sec.1, Ji Lung RD., Shin Yi Chiu, Taipei, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-2528-5693

**HAPPY MIND TRADING CO., LTD. (心喜貿易有限公司)**

1F, No 333, Jin Zhou St., Taipei, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-25189265 FAX : 886-2-25045560

E-MAIL: linda@mail.happymind.com.tw

**TAIWAN BEEFITAS BIO-TECH LABORATORY INC. (台灣比非多醱酵股份有限公司)**

2F-1, No.500, Sec.4, Chung Hsiao E. Rd., Taipei, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-27231810 FAX : 886-2-27236001

**HAN JI TRADING CO. (韓濟貿易社)**

1F, No.15, Alley 2, Lane 281, Sec.3, Min Sheng Rd., Panchiao City,  
Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-83692481 FAX : 886-2-83695841

**HSING CHUN FOOD CO., LTD. (春食品有限公司)**

No.338, Chung Cheng RD., Panchiao City, Taipei Hsien, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-22723013 FAX : 886-2-29678848

E-MAIL: hcfood@foodimporter.com.tw

**JYE KEE INCORPORATION. (捷可股份有限公司)**

No.59, An-Ho RD., Chong-Ho City, Taipei Hsien, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-29446718 FAX : 886-2-29435758

E-MAIL: jyekee@ms26.hinet.net

**TEHMAG FOODS CORPORATION (德麥食品股份有限公司)**

No.31, Wu-Chuan Wu RD., Wu-Gu Ind. Area, Taipei Hsien, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-22527703 FAX : 886-2-22982263

E-MAIL: tehmag@ms37.hinet.net

**MING YUAN DRY FRUITS WORKS (明源乾果廠)**

No.156, Lane 580, Yuan Shui RD., Sec.1, Yuan Lin Chen, Chang Hua Hsien,  
Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-4-8311778 FAX : 886-4-8315388

**UNI-PRESIDENT ENTERPRISES CORP. (統一企業股份有限公司)**

No.301, Chong cheung RD., Yong Kang City Tainan Hsien, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-6-2536789 FAX : 886-6-2425036

E-MAIL: jackwu@mail.pec.com.tw

**AMARANTH ENTERPRISE CO. (艾盟企業有限公司)**

5F, No.80, Bo-ai RD., Taipei, Taiwan, R.O.C.

TEL : 886-2-23616428 FAX : 886-2-23145089

E-MAIL: amaranth@anet.net.tw

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국



# VIII. 돈육

러시아

필리핀







# 러 시 아

## 1. 러시아 돼지고기 생산동향

### 가. 생산동향

#### ㉠ 돼지고기 소비 · 생산 확대

- 최근 러시아에서는 쇠고기와 마찬가지로 돼지고기 소비도 순조롭게 확대되고 있으며, 소비확대에 따라 생산량도 확대되고 있음
  - 영국 식육가축위원회(MLC)의 예측에 의하면, 2008년에도 소비량의 약 1/3은 수입에 의지할 수밖에 없다고 보고 있음
  - 러시아 시장에서 수입 돼지고기의 비중은 약 35%이며, 외국에서 공급되는 비중이 지속적으로 증가되는 추세를 보임. 따라서 향후 러시아에선 치열한 쿼터 쟁탈전이 발생하리라 예상됨
  - 러시아 양돈업자들의 의견에 따르면, 현재 생산이 과잉상태에 이르렀으며, 현재가 아니라면 향후 몇년내에 러시아는 돼지고기를 자체적으로 공급할 수 있으리라고 밝힘

〈 러시아 양돈산업 지표 〉

(단위 : 천두)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007
사 육 두 수	16,570	17,200	17,800	165,000	16,550	17,610
도 축 두 수	29,000	30,600	31,300	31,865	37,000	39,300
식 육 생 산 량	1,650	1,710	1,725	1,735	1,800	1,910
돼지고기 수입량 (천톤, 지육기준)	834	725	629	765	800	825
생 돈 수 입 량 (천톤, 지육기준)	6	33	130	84	290	250
돼지고기 수출량 (천톤, 지육기준)	11	15	17	24	20	20
생돈 수출량(천톤)	0	0	0	0	1	1

자료원 : 미국 USDA, FAS

주 : 2006년도는 잠정치, 2007년도는 추정치

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 러시아의 돼지고기 생산·소비의 동향 〉

(단위 : 천톤, %)

구 분	2006년	2007년(잠정)		2008년(추계)	
		합계(천톤)	전년비(%)	합계(천톤)	전년비(%)
생 산 량	1,805	1,880	104.2	2,000	106.4
소 비 량	2,637	2,730	103.5	2,920	107.0

자료원 : MLC

〈 축산물 부문의 재고 및 생산량 〉

(단위 : 백만 두, 천톤)

구 분	2000	2001	2002	2003	2004	2005
재고(백만 두)						
가 축 전 체	28.0	27.3	27.1	26.5	24.9	24.1
소	12.6	12.3	11.7	11.1	10.2	10.2
돼 지	15.7	15.7	16.0	17.3	15.9	13.4
양	12.6	12.6	13.0	13.7	14.5	15.5
가 금 류	348.8	336.8	341.6	343.2	346.0	334.7
생산량(천톤)						
육 류 전 체	4,420	4,430	4,692	4,945	4,981	5,140
쇠 고 기 및 송 아 지 고 기	1,897	1,872	1,858	1,990	1,951	1,870
돼 지 고 기	1,569	1,497	1,580	1,679	1,644	1,675
양 및 염 소 고 기	140	134	136	138	144	141
가 금 류 육	755	862	935	1,030	1,152	1,130
우 유	31,938	32,864	33,507	33,290	31,995	31,000
계 란	1,819	1,883	2,023	2,040	2,005	2,067

자료원 : Agrarmärkte, 중부 유럽 및 동부 유럽, 2006:219.

㉠ 돼지 두수 점진적으로 증가

- 러시아의 축산업은 가축의 품종이 상대적으로 떨어지고 동물 사양에 대한 기술 부족으로 인해 가축의 수가 계속 줄어드는 실정임. 그러나 이러한 열악한 상황에도 불구하고, 가금육류의 생산은 2000년~2004년에 매년 10% 이상 증가하고 있으며 돼지고기 생산도 지난 5년 동안 증가하고 있음



- 일부 지역의 2006년 가금류 및 돼지 생산 증가율은 전국 평균을 크게 초과하고 있음. 모스크바, 베오그라드, 펜자, 스타브로폴 같은 지역의 경우에는 2006년 가금류 및 돼지 생산량이 130~160% 정도 증가하면서 전문적으로 축산물을 생산하는 지역으로 등장함
- 2006년도에 돼지 두수는 13% 증가했는데, 즉, 기업농의 돼지 두수 14.8%, 중소농 21.2%, 개인 9.9% 증가한 것임

〈 개별 생산 단위별 돼지 두수 〉

(단위 : 백만 두, 연말기준)

구 분	1992	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
전 체	31.5	22.6	15.7	16.0	17.3	16.0	13.4	13.5	15.8	16.1
기 업 농	23.5	14.7	8.5	8.7	9.2	8.3	7.0	7.3	8.4	8.7
개 인	-	-	6.8	-	7.6	7.1	5.9	5.6	6.6	6.5
중 소 농	-	-	0.4	-	0.5	0.6	0.5	0.6	0.8	0.8

자료원 : 러시아연방 통계위원회

주 : 2006년, 2007년 수치는 2006년 전러시아 농업연보의 전망치임

- 2008년 6월 말, 전체 농업 생산업자들의 가축 수는 소 2,270만 마리(전년동기 대비 1.1% 감소), 그 중 암소 940만 마리(1.0% 감소), 돼지 1,740만 마리(1.1% 감소), 양과 염소 2,410만 마리(4.3% 증가)로 집계됨
  - 그 중 개인 농장의 가축 수는 소의 48.5%, 돼지의 43.2%, 양과 염소의 50.8%에 해당함 (2007년 6월 말엔 각각 47.9%, 43.8%, 51.6%였음)

〈 2008년 전체 생산단위 기준 가축 수 동향 〉

(기준: 월말, %)

구 분	소		그 중 젖소		돼지		양과 염소	
	전년동기 대비	전월동기 대비	전년동기 대비	전월동기 대비	전년동기 대비	전월동기 대비	전년동기 대비	전월동기 대비
'08 1월	99.5	98.4	99.3	98.5	101.4	98.0	105.9	96.1
2월	99.4	101.5	99.2	100.3	100.6	101.7	105.9	101.6
3월	99.3	104.0	99.0	101.7	99.0	103.0	106.2	106.8
4월	99.3	101.4	99.1	100.5	98.7	102.2	105.7	105.9
5월	99.1	100.1	98.9	100.1	98.6	101.6	105.2	101.7
6월	98.9	100.2	99.0	100.0	98.9	101.0	104.3	102.0

자료원 : Webagro.net

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 러시아에서 돼지 두수 증가는 러시아 정부의 “2006-2010년, 그리고 2015년까지 러시아 연방 양돈업 발전” 프로그램 채택과 연관되어 있음. 국가 차원에서의 전면적인 지지와 지역 행정부들의 지지는 투자 유치를 이끌어냈음

㉠ 축산물 생산 동향

- 2006년도 러시아의 돼지고기 생산은 383천 톤으로 집계됨
- 2008년 상반기 전체 생산단위에서 축산물 생산은 성장세를 유지하고 있으나, 전년 동기 대비 성장률은 감소함
- 2008년 1-6월 육류 생산량은 3,797천 톤으로 8.5% 증가
  - 농축사료 가격 상승이 육류 생산 성장률 둔화에 현저하게 영향을 끼쳤으며, 이로 인해 개인 농장의 돼지와 새끼돼지 수 감소
  - 농업기관에서의 육류 생산 성장률은 114.3% 기록

〈 전체 생산단위에서 축산물 생산 〉

(단위 : 톤, %)

구 분	'08년6월 (백만 톤)	대 비(%)		'08년 상반기 전년동기대비(%)
		'07년6월(전년대비)	'08년5월(전월대비)	
육 류	0.6	107.5	97.6	108.5
우 유	3.6	100.9	108.3	101.3
계란(십억 개)	3.6	99.8	103.1	97.7

자료원 : Webagro.net

〈 전체 생산단위 기준 축산물 생산량 〉

구 분	1992	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
육류(백만 톤)	8.3	5.8	4.4	4.5	4.7	4.9	5.0	4.9	5.2	5.6
우유(백만 톤)	47.2	39.2	32.3	32.9	33.5	33.4	32.2	31.2	31.4	32.2
계란(십억 개)	42.9	33.8	34.1	35.2	36.3	36.5	35.8	36.9	37.9	37.8
양 모 ( 천 톤 )	179	93	40	40	43	45	47	48	49	-

자료원 : 러시아연방 통계위원회

주 : 전체 생산 단위는 기업농, 중소농, 개인으로 이루어짐

〈 전체 생산단위 기준 육류 생산량 〉

(단위 : 천 톤)

구 분	1992	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
육 류 전 체	8,260	5,796	4,432	4,451	4,694	4,936	4,994	4,914	5,189	5,637
쇠 고 기	3,632	2,734	1,895	1,872	1,957	1,990	1,951	1,794	1,705	1,727
돼 지 고 기	2,784	1,865	1,569	1,498	1,583	1,706	1,644	1,520	1,642	1,821
양 고 기 와 염 소 고 기	329	261	140	133	136	133	144	152	153	162
가 금 류 육	1,428	859	766	884	953	1,044	1,187	1,381	1,624	1,872

자료원 : 러시아연방 통계위원회

〈 기업농의 돼지 한 마리당 생산력 〉

(단위 : kg)

1992	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
61	50	62	79	89	83	85	107	121	121

자료원 : 러시아연방 통계위원회

⑨ 육류 산업

- 러시아의 육류가공 부문은 상당히 분화되어 있는데, 지역의 기업들은 전국적인 규모의 기업들보다 중요한 역할을 수행하고 있음
  - Cherkizovsky는 러시아 최대의 육류 가공 기업이며, 가공 육류 부문에서 10~12%의 시장 점유율을 차지하고 있는 것으로 추정됨
  - Cherkizovsky의 지주회사인 ZAO Ekotorg는 러시아의 여러 지역에 위치한 30개 이상의 육류 가공 기업들로 이루어져 있음
  - Cherkizovsky는 농장 및 가공 설비를 포함해 수직적으로 통합된 지주회사임
  - Tsaritsyno와 Mikoyan은 모스크바 지역에서 러시아 최대의 외국계(스페인) 육류 가공 업체인 Camponos 다음으로 Cherkizovsky의 주요한 2대 경쟁업체들로 알려져 있음
  - 상트-페테르부르크 지역의 주요 기업들은 Severnaya, Parnas-M, Samson 및 Finnish PIT-Produkt 등임
  
- 기업들의 시장 점유율을 추산할 때에는 가공 육류가 러시아에서 소비되는 모든 고기의 1/4까지 차지한다는 점을 주지해야 함

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 따라서 기업들은 가공 육류 부분에서 큰 비중을 차지할 수 있겠지만, 그럼에도 시장 점유율 전체는 상당히 미미한 수준에 그침

### 나. 러시아의 돼지고기 생산단체 현황

〈 러시아의 돼지고기 생산단체 순위 Top 10 〉

단체명	지역	2004-2006년 평균치					
		연평균 비육 두수	돼지고기 증가량(톤)	실수입 (천루블)	순익 (천루블)	원가 (루블/100kg)	가격 (루블/100kg)
ОАО Омский Бекон	옴스크주	183,004	40,761	2,015,935	745,686	2,970	4,713
ООО Ариант	첼랴빈스크주	138,877	18,362	1,358,306	401,398	4,725	6,707
ОАО Восточный	우드무르트 공화국	86,977	17,932	854,020	189,816	3,388	4,357
ЗАО Сибирская Аграрная группа	툼스크주	103,650	14,440	826,084	267,504	3,801	5,622
ОАО Илинское	니제고로드주	93,901	15,267	82,3791	138,368	4,078	4,901
ООО Белгородские Гранулированные Корма	벨고로드주	61,660	10,245	496,160	189,850	2,831	4,586
ШПК Усольский Свинокомплекс	이르쿠츠크주	67,198	8,039	841,556	157,219	6,102	7,504
ЗАО По Свиноводству Владимирское	블라지미르주	63,339	11,052	593,951	121,833	3,905	4,913
ООО СПК Чистогорский	케메로보주	86,509	10,311	561,266	93,010	4,046	4,849
ФГУП Пермский Свинокомплекс	페름주	115,242	17,318	882,397	43,855	4,154	4,371

자료원 : www.agronews.ru

주 : 이 순위는 2년에 한 번씩 다시 측정되는데, 전체 러시아 돼지고기 생산단체 100위까지 순위 책정이 되어있음

## 다. 국내산의 생산 증감 원인 분석

### ㉠ 생산 감소 원인

- 러시아의 축산업은 가축의 품종이 상대적으로 떨어지고 동물 사양에 대한 기술 부족으로 인해 가축의 수가 계속 줄어드는 실정임.
- 아래의 표에서 알 수 있듯이, 러시아 축산업의 생산성 평균 지표는 유럽 축산업 부문의 선도국가 중의 하나인 네덜란드 축산업 지표보다도 낮은 것을 알 수 있음

〈러시아연방 축산업과 네덜란드 축산업의 생산성 지표 비교〉

구 분	러시아		네덜란드	
	최소	최대	중간	중간
비육까지 하루평균 무게 증가량(g)*	150	850	256	763
1kg 증가를 위해 소비되는 사료량(kg/1kg)	10이상	3.5	7.89	2.6~3
제품 원가(유로/톤)	3000	750	1220	728

\* 현대식 농가에서 생체무게 110~115kg에 이르게 될 때까지의 새끼돼지 비육 기간을 의미함. 무게 증가량이 높을수록 요구되는 가축 비육 기간이 짧아지게 됨. 러시아에서 평균 비육 기간은 270일이 소요되는데 반해 덴마크에서는 180일이 소요되고 있음

- 독일 시장가격정보센터(ZMP)의 분석에 의하면, 러시아에서도 사료가격 상승이 심각하여 러시아 돼지고기 생산의 약 반을 차지하는 소규모 농가들이 계속적으로 생산을 정지하고 있다고 함
  - 따라서 2008년도 돼지고기 생산은 2006년보다 크게 증가했던 2007년에 비해 증가율이 둔화될 것으로 보고 있음
- 육류산업의 60% 이상이 기계설비가 노후화된 상황 속에서 육류 부문은 1차가공, 2차가공, 운송, 보관, 육류 원료와 가공품의 유통과 물류관리 면에 있어서 생산력의 확충과 현대화가 시급하다고 함
  - 가까운 시일 내에 육류 부문에서 근본적인 개혁이 보장되지 않는다면, 2008년 육류와 가공육류의 수입은 각각 1.9백만 톤, 1.3백만 톤으로 총 3.2백만 톤에 달할 것으로 "노르계-피쉬"는 전망하고 있음. 따라서 2008년 수입은 전년대비 11.5% 증가(330천 톤 증가)할 것으로 보임

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

### ㉠ 생산 증가 원인

- 2007년도의 급격한 돼지고기 생산 증가의 배경으로는 규모 확대나 생산의 근대화 등 활발한 투자와 더불어 유전자원의 적극적인 수입 등에 의한 생산성 개선을 들 수 있음
- 2005년 이후 국가사업으로 EU 가맹국 등에서 번식용 생우나 생돈 수입을 증가시키고 있는데, 이는 급격한 수요확대를 보충하기 위한 돼지고기의 수입 증가를 꾀하는 한편 중장기적으로 자급률 향상을 도모하기 위한 생산기반 정비에 위한 것으로 계획대로 순조롭게 진행되고 있음
  - 2007년에는 생돈 수입이 크게 감소하였는데, 이는 주요 수출국인 영국에서 같은 해 8월에 구제역이 발생했기 때문임. 영국 식육가축위원회(MLC) 관계자에 의하면 구제역 발생이 없었다면 2007년의 수출두수는 2006년보다 많았을 것으로 추정되며, 현재 수출 재개를 위해 러시아 측과 교섭 중에 있다고 함
  - 덴마크의 러시아로의 번식용 돼지 수출두수 감소는 트럭에 의한 자돈의 장시간 수송이 동물복지의 관점에서 덴마크 내 사회문제로 대두되어, 주요 수송업자가 수송을 중지했기 때문으로 풀이되고 있음

#### 〈 EU 가맹국에서 러시아로의 번식용 돼지 수출 동향 〉

(단위 : 두)

구 분	2005년	2006년	2007년(1-10월)
영 국	11,213	29,038	6,808
폴 란 드	9,376	8,821	20,716
덴 마 크	2,470	13,269	1,499
프 랑 스	661	2,652	8,114
리 투 아 니 아	159	3,453	1,222
헝 가 리	0	4,018	3,057
E U 합 계	24,114	61,957	42,000

자료원 : EUROSTAT

- 육류 수입은 쿼터 물량으로 제한되고 있으며, 국내 생산은 육류시장의 수요를 충당하지 못하고 있음
  - 따라서 한편으론 러시아의 생산업자들은 육류 및 육류제품의 생산량과 재생산량을 증대시킬 기회를 가진 것이라 할 수 있음

## 2. 러시아의 돼지고기 유통현황

### 가. 유통현황

- 러시아에서 육류 유통은 다음과 같은 비중을 보이고 있음(2000년 상반기 기준)
  - 대형 슈퍼마켓 2.2%, 중형 식료품 상점(우니베르막) 4.0%, 소형 식료품 마가진(상점) 20.1%, 키오스크(가두매점) 3.3%, 길거리 갑판 판매 12.1%, 개방시장(도매상점, 소규모 도매 및 대규모 식품 시장, 컨테이너와 키오스크에서 들여온 할인제품 시장) 43.8%, 기타 14.5%
  - 모스크바의 경우 개방시장과 소형 식료품 마가진에서 육류 소비가 높은 것으로 나타나고 있음



I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국



## 나. 가격동향

○ 개별 식료품 가격 지수

(단위 : %)

	전월대비		'08년 7월		'07년 7월('06년 12월 대비)
	6월	7월	'07년 7월 대비	'07년 12월 대비	
육류와 가공육	101.9	101.6	115.1	109.6	103.1

자료원 : WebAgro.net

- 2008년 7월 육류와 육류제품에서 육류 파르쉬(갈은 고기), 돼지고기, 소시지(사시 스키), 소시지(사르젤끼), 육류 통조림, 삶은 햄(갈바사)과 반훈제 햄(갈바사)의 가격은 2.0-2.4% 상승

○ 한달 기준 일인당 식료품 최소구매가격

(단위: %)

구 분	2007년 7월	2008년 7월
육 류 제 품	19.4	17.4

자료원 : WebAgro.net



○ 돼지고기 생산자 및 소비자 평균가격

〈 러시아의 돼지고기 생산자 평균가격 〉

(단위 : 루블/톤, %)

구 분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
연평균 생산자 가격 ( 루 블 / 톤 )	20,152	31,310	33,117	30,842	39,123	50,420	51,821	49,051
전년12월 대비 생산자 가 격 지 수 ( % )	132.3	135.8	96.4	107.5	142.9	109.3	98.0	103.2

자료원 : 러시아연방 통계위원회

〈 러시아의 돼지고기 소비자 평균가격 〉

(단위 : 연말 기준, 루블/kg)

1992	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007
0.26	15.05	58.45	80.98	82.42	110.47	131.64	142.00	149.02

자료원 : 러시아연방 통계위원회

주 : 2000년 전까지의 단위는 천 루블

○ 2008년 7월 돼지고기 가격 1.5% 상승

- 농업 마케팅 연구소의 보고에 따르면, 2008년 7월 돼지고기의 도매가격은 평균 1.5% 상승했으며, 따라서 소매가격도 대략 이와 유사하게 상승할 예정

〈 생돈가격 추이 〉

(1\$ = 24루블)

연 도	러시아		한 국		비율(%) (한국/러시아)
	달러/kg	루블	원/kg	달러/kg	
2000	0.84	20,152	1,660	1.47	175.0
2001	1.30	31,310	1,740	1.38	106.2
2002	1.38	33,117	1,780	1.42	102.9
2003	1.29	30,842	1,640	1.38	107.0
2004	1.63	39,123	2,350	2.05	125.8
2005. 12	2.14	51,436	2,460	2.40	112.1
2006. 03	2.20	52,686	-	-	-
2006. 06	2.19	52,588	-	-	-
2006. 09	2.15	51,685	-	-	-

자료원 : 한국육류유통수출입협회

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 부위별 돼지고기 소매가격 〉

(단위 : 달러/Kg)

구 분	냉 동 육		냉 장 육	
	가 격	형 태	가 격	형 태
등 심	6.26	(Bone-in)	7.84	(Boneless)
안 심	7.22	(Boneless)	9.72	(Boneless)
후 지	5.12	(Boneless)	6.48	(Boneless)
	3.90	(Bone-in)		
삼 겹 살	4.84	(Bone-in)	5.02	(Boneless)
목 심	5.26	(Boneless)	6.58	(Boneless)
갈 비	2.46	(Bone-in)	3.76	그릴용

자료원 : 한국육류유통수출입협회

주 : 조사 시점(2006. 10월)

〈 2006-2008년 부위별 돼지고기 도매가격 동향 〉

(단위 : 루블/kg)

구 분	브라질				러시아			평균 가격	수입량 (천톤)
	이분도체	어깨살 (앞다리)	넓적다리	목심	어깨살 (앞다리)	넓적다리	목심		
'06 1월	90.0	107.0	130.0	138.0	96.0	94.0	125.0	111	19
2월	93.0	127.0	140.0	149.0	100.0	100.0	143.0	122	31
3월	96.0	127.0	140.0	140.0	115.0	120.0	128.0	124	43
4월	96.0	130.0	148.0	155.0	120.0	130.0	128.0	130	52
5월	97.0	130.0	157.0	165.0	120.0	130.0	130.0	133	54
6월	100.0	138.0	150.0	166.0	130.0	135.0	140.0	137	68
7월	96.0	122.0	130.0	157.0	123.0	129.0	150.0	130	53
8월	95.0	120.0	127.0	155.0	125.0	120.0	160.0	129	50
9월	92.0	115.0	117.0	147.0	122.0	120.0	148.0	123	43
10월	87.0	114.0	117.0	148.0	110.0	110.0	140.0	118	50
11월	89.0	113.0	117.0	146.0	115.0	115.0	144.0	120	53
12월	90.0	113.0	117.0	146.0	117.0	115.0	139.0	120	88

구 분	브라질				러시아			평균 가격	수입량 (천톤)
	이분도체	어깨살 (앞다리)	넓적다리	목심	어깨살 (앞다리)	넓적다리	목심		
'07 1월	89.0	111.0	116.0	145.0	110.0	114.0	125.0	116	13
2월	83.0	105.0	114.0	135.0	100.0	115.0	131.0	112	26
3월	78.0	102.0	111.0	130.0	97.0	107.0	125.0	107	41
4월	79.0	104.0	116.0	148.0	98.0	111.0	148.0	115	43
5월	77.0	100.0	115.0	145.0	103.0	116.0	148.0	115	67
6월	82.0	101.0	112.0	142.0	103.0	118.0	142.0	114	55
7월	81.0	100.0	109.0	139.0	100.0	110.0	140.0	111	58
8월	89.0	105.0	114.0	146.0	109.0	111.0	137.0	116	51
9월	96.0	117.0	131.0	157.0	117.0	116.0	146.0	126	60
10월	99.0	121.3	137.0	156.5	120.0	132.0	147.0	130	62
11월	102.5	126.5	144.7	166.0	120.0	132.0	147.0	134	71
12월	102.5	131.0	149.7	163.5	120.0	133.0	145.0	135	90
'08 1월	97.0	126.3	139.6	159.4	114.7	135.0	139.8	130	25
2월	98.0	126.7	137.4	159.7	113.9	135.7	135.9	130	52
3월	98.0	123.6	133.3	156.3	116.8	135.7	140.0	129	57
4월	100	126	135	165	117	137	146	132	59
5월	98	127	135	187	125	137	150	137	83
6월	101	135	141	200	150	143	164	148	-
7월	102	133	138	193	148	140	179	148	-
'08년 7월 전년 동기대비 (%)	26	33	26	39	48	27	28	33	-

자료원 : Agronews

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 유럽연합의 돼지고기 가격 〉

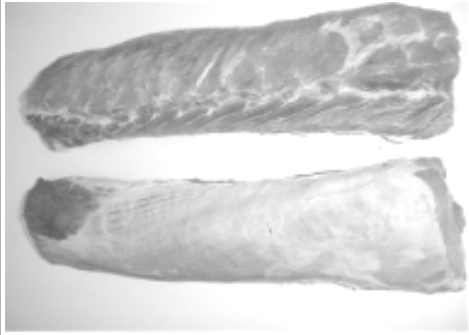

(단위 : 유로/100kg 도체)

날 짜	유로/ 100kg	환율 (유로/루블)	루블/톤	기준가 대비지수	날 짜	유로/ 100kg	환율 (유로/루블)	루블/톤	기준가 대비지수
2007.01.07	130.20	34.48	44,892.96	0.84	2008.01.06	133.06	35.94	47,821.7	3.05
2007.02.04	128.71	34.47	44,366.34	-0.32	2008.02.03	131.11	36.32	47,619.1	1.54
2007.03.04	130.58	34.48	45,023.98	1.13	2008.03.02	138.28	36.51	50,486	7.09
2007.04.01	127.75	34.69	44,316.48	-1.06	2008.04.06	146.06	36.98	54,012.9	13.12
2007.05.06	131.18	34.96	45,860.53	1.60	2008.05.04	144.3	36.9	53,246.7	11.76
2007.06.03	132.90	34.82	46,275.78	2.93	2008.06.01	158.34	36.78	58,237.4	22.63
2007.07.01	144.26	34.72	50,087.07	11.73	2008.06.15	165.33	36.68	60,643	28.04
2007.08.05	146.91	35.03	51,462.57	13.78	2008.07.06	164.04	36.94	60,596.3	27.04
2007.09.02	146.79	35.02	51,405.86	13.68	2008.07.27	172.68	36.71	63,390.8	33.74
2007.10.07	139.19	35.28	49,106.2	7.80	2008.08.03	174.15	36.54	63,634.4	34.87
2007.11.04	130.03	35.69	46,407.7	0.70	2008.08.10	174.61	36.3	63,383.4	35.23
2007.12.02	130.53	36.01	47,003.8	1.09	2008.08.17	173.72	36.14	62,782.4	34.54

자료원 : www.webagro.ru

주 : 기준가는 2006년 12월 31일의 129.12 유로/100kg 도체

㉠ 러시아 시장에서 유통되는 주요 돼지고기 부위 및 도매가격

브라질산 등심 뼈없는 것 161.65-220루블(6.29-8.48\$)	미국산 등심 뼈없는 것 113.34-175루블(4.41-6.74\$)
	

<p>브라질산 삼겹살 135루블(5.20\$)</p>	<p>브라질산 목살 뼈없는 것 156.51-210루블(6.09~8.09\$)</p>
	
<p>벨기에산 목살 뼈없는 것 190루블(7.32\$)</p>	<p>벨기에산 목살 뼈없는 것 115.10루블(4.48\$)</p>
	
<p>미국산 넓적다리 뼈없는 것 92.01루블(3.58\$)</p>	<p>미국산 넓적다리 뼈있는 것 64.25루블(2.50\$)</p>
	

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

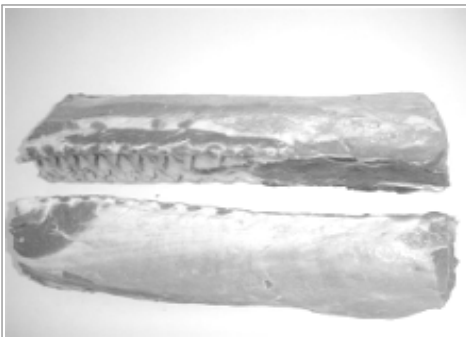
브라질산 어깨살 뼈없는 것  
110.25~140루블(4.29~5.39\$)



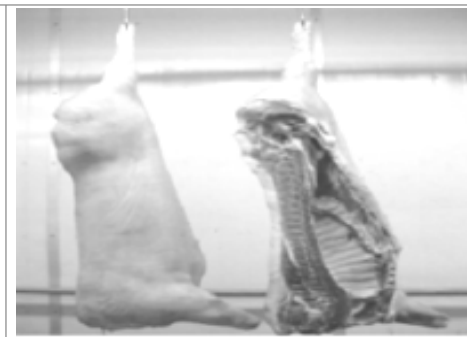
미국산 피크닉용 어깨살 뼈없는 것  
136루블(5.24\$)



브라질산 등심 뼈있는 것  
110.77루블(4.31\$)



브라질산 이분도체  
84.55~128루블(3.29~4.93\$)



독일산 이분도체 68.91루블(2.68\$)



파라과이산 이분도체 80.95루블(3.15\$)



### 3. 소비동향

#### 가. 일반적인 소비 패턴

- 러시아에서 식품 소비 경향은 지역 및 소득 계층에 따라 크게 다양함
  - 지방 및 빈곤 지역에서 주로 구매하는 제품은 기초적인 식료품이며, 상대적으로 소득 수준이 높은 사람들이 생활하는 비교적 큰 도시에서는 식품 소비 패턴이 서유럽과 매우 흡사하게 나타나고 있음. 소비자들은 다양한 고급 제품을 선택할 수 있으며, 고급 제품에 대한 수요는 증가하는 추세임
- 일반적으로 러시아 소비자들은 품질을 중요시하며, 그것을 위해 기꺼이 돈을 지출하는 성향을 보이고 있음
  - 반면에 가격을 상당히 의식하면서 상표에 대한 충성도가 그렇게 높지 않은 편으로 조사되고 있음
- 러시아인들은 일반적으로 지역 제품을 선호하며, 그 이유는 그런 제품들이 건강하며, 방부제를 함유하고 있을 가능성이 적고, 돈을 지불할 가치가 더 많다고 생각하기 때문임
- 1인당 소득의 증가 및 진취적인 중간 계층과 함께, 소비자들의 기호가 빠르게 변화하고 있음
  - 보다 고급의 더욱 다양한 인스턴트식품에 관심이 있는 주민의 비율은 향후 수년 동안 변화하는 소비 패턴과 함께 빠르게 증가할 전망이다
- 소비패턴의 고급화 추세는 냉동가공식품 시장에서도 나타나고 있음
  - 최근 러시아 냉동 가공식품 시장은 프리미엄급 제품에 대한 수요 증가, 중저가 제품 부문의 침체, 경쟁에서 가격 영향력 감소, 브랜드 영향력 증가, 제품 종류 증가 등이 주요 트렌드로 나타나고 있음
  - 러시아의 향후 냉동식품 소비구조에서 메니에(만두류)의 비중이 감소하고, 냉동 블린(러시아 팬케익), 피자 등의 비중 증가, 즉석 냉동식품 시장의 급속한 성장 추세가 지속될 것으로 전망됨
  - 메니에는 냉동식품 부문에서 여전히 가장 큰 비중을 차지하고 있지만, 전체 러시아 냉동식품 시장에서 차지하는 비중(금액)은 2005년 55%에서 2007년 45%로 감소하였음
  - 그 외 냉동 육가공제품(커틀릿, 잘게 간 고기 등)이 20%, 냉동 야채 및 베리류 10%, 피자 5%, 나머지는 기타 냉동식품이 차지하고 있음

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 나. 러시아의 돼지고기 소비량

- 평균적인 러시아 가정에서는 가처분 소득의 35%에서 40% 가량을 식음료에 지출하고 있음
  - 러시아 소비자들은 식료품 지출 비중에서 육류 제품(10.5%)과 제과 제품(6.5%)에 가처분 소득의 가장 많은 부분을 지출하고 있음
  - 아래의 표에서 알 수 있듯이, 러시아에서 돼지고기 소비량은 매년 꾸준히 증가하고 있음

### 〈 러시아의 돼지고기 소비량 〉

(단위 : 천톤, 지육기준)

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
2,019	2,119	2,429	2,329	2,337	2,429	2,484

자료원 : 미국 USDA

주 : 2006년은 잠정치, 2007년은 예상치임

### 〈 러시아의 돼지고기 1인당 소비량 〉

(단위 : kg)

2000	2001	2002	2003	2004	2005
13.8	14.5	16.7	16.1	16.2	17.0

자료원 : 미국 USDA

## 다. 러시아에서의 향후 돼지고기 소비 전망

- 러시아 육류 소비를 총체적으로 평가하면, 러시아에서 쇠고기의 생산과 소비 비중은 감소하고 있으며, 가금류 육과 돼지고기의 생산 및 소비 비중은 증가하고 있음
  - 90년대에 쇠고기의 비중이 약 45%, 돼지고기 35%, 가금류 18%에 달했다면, 2007년 무렵엔 각각의 육류 소비 비중이 30-33% 정도로 동일하게 되었음
- 러시아 정부의 "농업 개발" 프로그램에 입각하여 축산업으로 유입되는 투자 자금 중의 하나는 연방정부 예산에서 충당되는 보조금이 있음. 이외에도 러시아 정부는 수입 쿼터 방식으로 자국 육류 생산의 발전을 도모하고 있음
  - 2007년 육류 수입 쿼터 물량은 2,096백만 톤을 기록했다면, 2009년은 2,204백만 톤임.



- 투자분석그룹 "노르게-피쉬"의 전망에 따르면, 2013년~2015년경에는 쇠고기의 소비 비중이 18-20%까지 감소할 것이고, 가금류 육과 돼지고기의 소비 비중은 각각 대략 35-37%까지 증가할 것으로 예상되고 있음
- 향후 몇년내로 러시아 소비자들은 육류제품의 다양한 식물성 단백질과 혼합물의 함유량과 구조, 품질, 안전성, 원산지, 제품의 운송과 보관의 제조조건에도 주목하게 될 것이며, 그로 인해 자국 생산의 신선, 냉장 쇠고기, 돼지고기, 가금류 육이 훨씬 더 요구될 것으로 전망되어짐
  - 결국 이 모든 것들은 기술규정을 새로이 확립하여 완성시키게 할뿐 아니라 국내 가축수 증가와 생산량 증대를 촉진시키고 수입량을 줄이게 하며 궁극적으로 러시아 국내 식료품의 안전성을 높이게 하는 것임

## 라. 돼지고기 시장의 성장과 전망

- 지난 4년간 돼지고기 시장의 규모는 전체 육류 시장에 비례하여 성장했으며, 육류 시장에서 돼지고기 시장의 비중은 실질적으로 거의 변화하지 않고 있음
  - 2007년도에 육류 시장 규모는 물량 면에서 7.5% 성장했으며, 가격 면에서(달러로 환산 시) 육류 시장 성장률은 훨씬 높은 수치를 보이는데 21.5%를 기록함
- 러시아 육류 시장은 가금류 육과 돼지고기 시장의 성장으로 인해 앞으로도 계속 성장할 전망이며, 2008년도에는 가금류 육과 돼지고기 시장 성장률이 각각 7%, 10%로 전망되고 있음. 또한 2008년도에 육류 수입량은 2.7백만 톤을 기록할 것으로 전망됨
- 러시아의 돼지고기 시장의 향후 발전은 다음의 두가지 요소에 달려있다고 할 수 있음
  - 첫 번째로, 러시아 연방의 WTO(World Trade Organization) 가입 여부 하에 따라 변화될 수 있는 수입규제 정책
  - 두 번째로, 축산업 부문에서 진행되고 있는 러시아 정부 기획 프로그램이 얼마나 성공적으로 실현되는가에 따라 향후 달라질 국내 돼지고기 생산의 품질과 물량의 증대
- 첫 번째 요소와 관련하여 다음 사항만을 간단하게 유추할 수 있음
  - 향후 2009년까지의 돼지고기 수입 쿼터량은 이미 발표된 상태임
  - WTO 가맹국들 사이에 체결된 협정에 의거하여 WTO 가맹국들의 향후 러시아 시장에서의 유리한 위치 및 점진적인 성장 또한 예측 가능한 사실이라 할 수 있음

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 4. 러시아의 돼지고기 수출입동향

### 가. 수출입 현황

- 러시아는 전 세계에서 주요 돼지고기 수출국은 아니지만 주요 돼지고기 수입국 중의 하나임
- 2007년 기준 러시아는 돼지고기 수출국 중 37위를, 돼지고기 수입국 중 4위를 차지하고 있음

#### < 전 세계 주요 돼지고기 수입국 현황(상위 10개국) >

(단위 : 톤, 천불)

순위	국 가	2005		2006		2007	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
	전체	6,301,154	16,506,637	6,441,169	17,250,344	6,788,190	18,337,627
1	일본	873,114	4,406,063	724,902	3,299,559	760,398	3,430,106
2	이태리	857,396	1,969,064	904,500	2,241,435	922,661	2,269,023
3	독일	946,463	2,045,175	941,341	2,142,952	925,663	2,065,458
4	러시아	562,849	818,875	625,657	1,394,974	671,738	1,636,650
5	영국	431,959	1,071,465	458,892	1,263,555	465,070	1,347,164
6	프랑스	304,230	735,364	321,567	855,959	338,511	929,260
7	미국	359,736	944,564	342,243	863,264	334,859	825,589
8	폴란드	172,553	351,331	166,241	385,281	229,107	572,188
9	멕시코	304,489	515,203	321,734	533,541	324,520	509,358
10	네덜란드	180,020	404,937	215,212	460,647	200,976	488,614

자료원 : Global Trade Atlas

〈 전 세계 주요 돼지고기 수출국 현황(상위 10개국) 〉

(단위 : 톤, 천불)

순위	국가	2005		2006		2007	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
	전체	9,561,902	22,999,527	9,901,809	24,986,741	10,508,847	27,542,640
1	EU15	1,198,460	3,050,732	1,281,167	3,455,194	1,473,331	4,084,217
2	덴마크	1,126,684	3,075,649	1,149,837	3,342,296	1,162,280	3,533,460
3	EU25	933,547	2,493,242	1,037,621	2,863,053	1,091,761	3,150,222
4	독일	833,806	2,019,722	900,556	2,382,795	1,054,884	2,860,132
5	미국	821,549	2,068,021	906,679	2,221,462	966,342	2,488,250
6	네덜란드	683,985	1,471,732	665,073	1,587,932	767,303	1,840,500
7	캐나다	773,466	1,908,674	777,083	1,810,187	737,807	1,787,101
8	스페인	597,396	1,382,922	598,038	1,539,137	643,343	1,664,802
9	벨기에	546,163	1,242,420	557,284	1,342,088	606,333	1,443,498
10	브라질	579,413	1,123,150	484,217	990,118	552,176	1,162,044

자료원 : Global Trade Atlas

〈 러시아의 돼지고기 수입동향 〉

(단위 : 톤, 천불)

구분		2005		2006		2007	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체		562,849	818,875	625,657	1,394,974	671,738	1,636,650
브라질		397,722	586,788	233,249	530,825	282,198	698,861
덴마크		33,048	41,339	107,104	239,589	92,476	218,595
미국		29,687	43,510	68,424	148,115	75,129	180,387
캐나다		10,280	11,987	64,961	141,340	70,474	159,078
독일		19,438	31,540	43,686	87,141	43,533	97,329
스페인		4,005	6,206	13,623	34,033	16,427	73,198
네덜란드		10,208	16,007	16,702	40,492	17,215	46,994
벨기에		1,548	2,137	14,335	34,046	14,654	39,425
프랑스		9,759	12,520	18,086	42,266	16,006	37,610
한국		6,053	8,603	5,031	11,472	0	0

자료원 : Global Trade Atlas

주 : HS코드(0203) 돼지고기 신선, 냉장, 냉동

I. 배  
미국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일본

V. 양란  
일본  
중국

VI. 새송이버섯  
미국  
유럽

VII. 유자차  
일본  
중국  
대만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일본  
미국

X. 쌀및기공밥  
일본  
미국

- 2007년 기준, 한국은 대러 돼지고기 수출국 중 27번째 위치를 차지하고 있음

○ 러시아의 최대 돼지고기 수입처는 브라질임

- 단, 브라질에서 2005년 말에 구제역이 발생하여 2006년 브라질에서 수입한 물량이 크게 감소하였으며, 이 감소분을 보충하는 형태로 덴마크나 미국에서 수입을 증가시켰음

- 2007년에는 다시 브라질에서 수입을 회복하였고, 이것이 덴마크에서의 수입 감소로 연결되었음

○ 2006년 기준 대러 돼지고기 수출국들의 점유율을 살펴보면, 브라질 37.3%, 덴마크 17.1%, 미국 10.9%, 캐나다 10.4%, 독일 7.0%, 그 외 나머지 비중은 기타 국가들이 차지하고 있음

〈 육류의 평균수입가격 〉

(단위 : USD/톤)

구 분	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007
신선 냉동 육류 (가금류 제외)	1,525	1,145	1,159	1,232	1,402	1,460	2,336	2,440
신선 냉동 가금류육	844	542	597	596	614	651	729	824

자료원 : 러시아연방 통계위원회

〈 러시아의 돼지고기 수출동향 〉

(단위 : kg, USD)

구 분	2005		2006		2007	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전 체	12,651	7,276	104,085	261,484	90,469	184,340
카 자 흐 스 탄	521	629	1,058	1,465	38,553	64,440
독 일	60	131	98,151	248,030	21,901	64,103
미 국	0	0	0	0	20,082	43,404
네 덜 란 드	0	0	0	0	4,970	12,736
러 시 아	0	0	0	0	4,963	9,657
그 루 지 야	0	0	11,989	4,876	0	0
리 트 아 니 아	6,516	12,070	0	0	0	0

자료원 : Global Trade Atlas

주 : HS코드 0203 돼지고기 신선, 냉장, 냉동

- 러시아육류협회의 평가에 따르면, 2006년 외국의 대러 돼지고기 수출은 560~580천 톤으로 집계됨. 2006년 신선, 냉장 혹은 냉동 돼지고기 수입 킬터량은 476,100톤으로 이중 240.5천 톤은 유럽연합국들에 할당되었고, 미국 54.8천 톤, 파라과이 1천 톤 할당 되었음. 아르헨티나와 브라질의 경우 돼지고기 수입 킬터가 따로 할당되지 않고 있음
- 미국의 식품농업정책조사연구소(Food and Agricultural Policy Research Institute, FAPRI)의 자료에 따르면, 2007년~2015년 러시아의 돼지고기 수입은 500~600천 톤 수준에 머무를 것으로 전망되고 있으며, 2010년~2015년에는 순수 수입 지표의 감소가 예상됨. 이와 같은 미국 전문가들의 전망은 러시아연방 농업부의 전망과 일치하고 있음

〈 2006년~2015년 러시아연방의 돼지고기 수입량 전망 〉

(단위 : 천톤)

2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2015년
609	601	596	607	606	560

자료원 : FAPRI(2006), Agricultural Outlook

- 향후 예상되는 돼지고기의 국내 생산과 수출의 성장에도 불구하고 러시아에서 수입 원료에 대한 수요는 앞으로도 충분히 안정적인 것으로 보임
  - 러시아의 여러 지역에 산재해있는 육류가공업체들은 수입 원료를 더 선호하고 있으며, 이는 가축의 저품질과 높은 지방 함유량으로 인해 국내 원료로 가공된 육류제품 원가가 수입 원료로 가공된 육류제품보다 더 높기 때문임
- 따라서 러시아 육류 시장의 특징 중의 하나는 바로 수입 의존도가 높다는 사실임
  - “Agrikonsalt”의 평가에 따르면, 2006년 러시아 전체 육류 소비량에서 수입의 비중은 약 30%를 차지하고 있음
  - 수입 돼지고기의 비중은 이보다 약간 낮은 약 27%임

- I. 배  
미 국
- .....
- II. 포도  
싱가포르
- .....
- III. 감귤  
러시아
- .....
- IV. 밤  
일 본
- .....
- V. 양란  
일 본  
중 국
- .....
- VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽
- .....
- VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만
- .....
- VIII. 돈육  
러시아  
필리핀
- .....
- IX. 채소종자  
일 본  
미 국
- .....
- X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국
- .....

〈 2000년~2005년 러시아연방의 돼지고기 생산, 수입, 수출, 소비 동향 〉

(단위 : 천톤)

구 분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
소 비	1849.2	1955.8	2277.1	2324.7	2124.2	2115.1
생 산	1568.7	1497.8	1583.3	1706.3	1643.4	1520.1
수 입	294	471.2	708.1	640	513.2	652.8
수 출	13.5	13.2	14.3	21.6	32.4	57.8

자료원 : FAO Statistics Division(2007)

- 러시아 시장에서 수입 돼지고기의 성공은 효율성 높은 생산의 결과로 야기된 수입 돼지고기의 낮은 원가와 돼지고기 수출 지원 프로그램에 의해 가능한 것이었음

㉠ 2008년 상반기 러시아 육류 수입 동향

- 2008년 상반기 러시아 수입은 전년동기 대비 46.9% 증가한 124.7십억 달러로 집계됨 ('08년 2/4분기 수입은 1/4분기 대비 27.1% 증가)
- '08년 상반기 식료품과 그 생산원료의 수입은 13.0% 기록('07년 상반기엔 15.4% 기록)
  - 신선, 냉동 육류 수입은 13.2% 증가, 가공육 수입은 9.4% 증가

〈 2008년 상반기 러시아 주요 농림축산물 수입현황 〉

(단위 : 천톤, 백만 달러)

품 목	2007년 1-6월		2008년 1-6월	
	물 량	금 액	물 량	금 액
농 립 축 산 물 전 체	5115.6	5643.9	4254.1	6734.2
육류(쇠고기, 돼지고기, 면양과 산양고기)(신선, 냉장 혹은 냉동)	636.9	1554.8	712.4	1909.3
가금류 육과 식용설육(신선, 냉장 혹은 냉동)	534.8	419.1	585.3	557.7

자료원 : 러시아 관세청

- 러시아 정부의 수입대체 정책에도 불구하고, 육류 수입은 지속적으로 증가하고 있음
  - 러시아연방관세청의 자료에 따르면, 2008년 상반기 돼지고기와 쇠고기의 수입은 712,400 톤으로 전년동기 대비 11.9% (75,500 톤) 증가함. 가금류 육의 수입은 이처럼 현저하게 증가하진 않았지만 585,300 톤으로 전년동기 대비 9.4% (50,500톤) 증가
- 수입이 증가한 이유는 구매력 있는 수요의 증가에 기인한 것으로 분석. 가금류 육을 포함하여 국내 육류 생산은 2008년 상반기에 380만 톤까지 증가
  - 중국 돼지고기의 불법 수입량은 2007년 말까지 200,000 톤에 달했으나, 국경 폐쇄 덕분에 현재 실제적으로 제로에 가까움
  - 게다가 수입업자들은 염소로 가공한 가금류 육의 수입 금지 조치가 시작될 2009년 1월 1일 전까지 가능한 최대물량을 수입하려고 서두르고 있음
  - '07년 상반기 쇠고기 수입은 전년동기 대비 40% 이상 증가하였으며, 1년간 성장률은 7% 기록
  - 수입업자들은 상반기 동안 쿼터량의 60%를 이미 채웠음. 2008년 쇠고기 수입 쿼터량은 473,000 톤이며, 돼지고기 521,500 톤, 가금류 130만 톤임

## 나. 경쟁국 동향

### ⑨ EU

- EU 돼지고기의 EU지역 외 수출은 덴마크를 중심으로 점차 증가하여 왔음. 2001년 EU의 돼지고기 총 수출량은 약 71만 톤이지만 2006년에는 약 45% 증가한 약 104만 톤이었음
- 2001년에는 러시아로 수출한 점유율이 20% 이하였지만, 2006년의 경우 러시아 시장에 수출한 물량의 점유율이 24%로 확대되어 러시아가 최대의 수출지가 되었음
  - 단, 2006년은 브라질에서 구제역이 발생하여 러시아가 브라질로부터 수입하던 물량이 감소한 만큼 보충하는 형태로, 덴마크 등에서의 수입이 증가한 것이었음
  - 이러한 요인에 의해 2007년 EU에서 러시아로 수출한 돼지고기 물량은 브라질로부터의 수입이 회복되고 자국의 생산도 확대되어 감소하는 모습을 보였음
- 수출액으로 보면, 2006년 러시아로 수출한 금액이 약 4억 8천만 유로
  - 수출 단가는 2001년 1kg당 1.45유로였으며, 2006년에는 1kg당 1.95유로로 상승하고 있어 러시아의 구매력 상승을 알 수 있음

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 EU의 대러 돼지고기 수출 동향 〉

(단위 : 톤, 천 유로, 유로/kg)

구 분	수출량(톤)	수출액(천 유로)	수출단가(유로/kg)
2001년(EU15)	130,150	188,496	1.45
2006년(EU25)	246,290	480,203	1.95
2001년/2006년	189%	255%	135%

⑨ 덴마크

- EU 돼지고기 수출의 약 40%를 차지하는 덴마크는 수출량의 약 1/4을 러시아로 수출하고 있음
- 러시아로 수출하는 돼지고기의 특징은 포어앤드(지육 반쪽의 앞부분)의 비율 및 식용 설육(HS코드 0206)이 많음
  - 러시아로 수출되는 물량 중 2001년과 2006년의 구성비를 비교하면, 포어앤드의 비율이 감소한 반면 “뼈없는 부분육”의 비율이 급증하고 있음

〈 러시아가 덴마크에서 수입하는 냉동 돼지고기의 부위 변화 〉

(단위 : 천톤, %)

HS코드	부위명	2001		2006	
		수출량	구성비	수출량	구성비
02032110	지육, 지육반쪽	0.2	0.4	0.5	0.5
02032211	뒷다리살(뼈있는 것)	2.1	3.5	5.2	4.9
02032219	어깨살(뼈있는 것)	6.5	10.7	0.2	0.2
02032913	포어앤드(지육반쪽의 앞부분)	19.5	31.9	14.8	14.0
02032913	등심(뼈있는 것)	3.2	5.3	0.5	0.4
02032915	뺏살(뼈있는 것, 뼈없는 것)	0.2	0.3	4.3	4.1
02032955	뼈없는 부분육(뺏살 제외)	18.0	29.4	59.7	56.6
02032969	기타	9.4	15.3	17.2	16.3
	합계	61.3	100.0	105.4	100.0

자료원 : 덴마크 통계국

- 브라질산 돼지고기 수입 증감의 영향에 따라 2005년 이후 러시아로 수출하는 물량은 증감을 반복하고 있음



- 2008년에는 러시아가 브라질의 주요 생산주인 산타카타리나 주에서 돼지고기 수입을 해금할 것으로 전망되어, 덴마크가 러시아로 수출하는 돼지고기 물량 확보에 위협이 될 것으로 보고 있음

○ 최근 몇 년간 러시아는 돼지고기를 비롯한 축산물의 증산에 힘을 쏟고 있어, 만일 러시아의 자급률이 향상된다면 결과적으로 수입량은 감소하게 될 것임

○ 또한 대 브라질과의 관계는 러시아 시장에 있어서 저가격 부위는 브라질산, 고가격 부위는 덴마크를 비롯한 EU산으로 분리가 진행될 것으로 보고 있음

### ⑨ 미 국

○ 최근 대러 미국 육류 수출업자 수 증가

- 러시아로 육류를 공급할 수 있는 미국 육가공업체 명단에 쇠고기, 쇠고기 식용설육 생산업체 No19451A, 19690, 21857A, 21857, 34695와 돼지고기, 돼지고기 식용설육 생산업체 No242를 추가하기로 결정했다고 러시아농업감독국은 밝힘

○ 투자분석그룹 “노르계-피쉬”의 보고에 따르면, 러시아 연방으로 육류와 육류가공품을 수출할 수 있는 미국 업체수는 480개 업체 이상 이르고 있음

- 미국은 육류 수출량에 있어 러시아의 주요 육류 공급국이며, 육류제품의 가격 면에서 브라질에 뒤처질 뿐임

- 2007년 미국의 대러 육류 수출량은 약 900천 톤으로 765백만 달러를 기록했으며, 이는 2006년에 비해 8.3% 증가한 것임

○ 육류 수출량을 기준으로 볼 때, 러시아의 육류 공급국 중에서 미국의 점유율은 약 29%임. 가금류의 육과 식용설육은 790천 톤으로 약 87%를 차지하고 있으며, 그 외 돼지고기가 주를 이룸

### 〈 러시아에서 국가별 돼지고기 수입단가 〉

(단위: USD/kg)

연 도	평균	브라질	덴마크	미국	캐나다	독일	스페인	네덜란드	한국
2005년	1.45	1.48	1.25	1.47	1.17	1.62	1.55	1.57	1.42
2006년	2.23	2.28	2.24	2.16	2.18	1.99	2.50	2.42	2.28
2007년	2.44	2.48	2.36	2.40	2.26	2.24	2.77	2.73	-

자료원 : Global Trade Atlas

주 : HS코드(0203) 돼지고기 신선, 냉장, 냉동

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 5. 수출입 통관제도

### 가. 관세 및 통관제도

#### ㉠ 통관제도 개황

- 관세율은 평균 11% 수준이며, 제품 가공정도에 따라 원료→중간제품→완성품 순으로 관세가 높게 부과
  - 설탕(40%), 담배(30%), 자동차(25%), 가금류(25%)에는 예외적으로 고관세 부과
  - 주류, 무기류, 마약류 수입에 대해서는 수입허가 요건을 엄격하게 적용
  - 통관 시 수입품에는 수입지역 지방 국세청이 발급한 안전인증서를 첨부해야 하며, 특히 식품류의 경우는 라벨 및 포장지에 제품명, 제조자, 중량, 성분, 유효일자 등을 러시아어로 표기토록 규정
- 통관처리 기한을 최대 3일 이내로 규정, 신속성·투명성 확보에 주력
  - 관세 및 부가세 부과를 위한 물품가격이 확정되지 않아 통관이 지연될 경우, 예탁금 납입 조건하에 물품의 우선 반출이 가능
  - 세관신고에 필요한 서류 목록을 명문화함으로써 세관원이 자의적으로 부가서류를 요구, 통관을 지연시키는 폐해를 방지
  - 수입업 분야에 3년 이상 경력이 있으면서 관세법이 정한 회계처리 방식을 준용하는 업자에 대해서는 간이 통관절차를 허용
  - 상품검사의 경우 전수검사를 원칙으로 하고 있으나, 기존에 통관된 실적 이 있는 물품의 경우에는 샘플 검사로 대체 가능
  - 신제품 및 단가에 문제가 있다고 판단되는 물품에 대해서는 전수검사 실시
- 기타 행정 편의주의적 통관 시스템을 고객 위주로 전환
  - 관세납부 시한을 '통관 신고시점' 에서 '물품 반출시점' 까지로 완화
  - 기존의 보세창고 지정제도를 폐지하고, 통관 신고자가 자율적으로 자신에게 편리한 보세창고를 선택 가능토록 변경
  - 통관 신고자의 주소지 세관에서만 통관이 가능하던 것을 어느 세관에서나 통관절차를 거칠 수 있도록 세관 선택의 자유도 허용
- 2006년부터 러시아 당국은 세수 확보와 자국 산업 보호차원에서 제3국 우회 통관 등 각종 불법행위에 대한 단속을 강화

- 인기물품을 수입하는 러시아 업자들은 핀란드 자유무역지대 내 창고에 임시 보관하면서 러시아 세관과 협상을 통해 관세를 낮춘 후 반입하거나 연초에 수입업자들이 세관과 세금협상을 통해 해당 수입물품의 일년치 세금을 미리 정하는 등 탈법적 행위가 만연
  - 이와 관련 러시아 당국은 최고세율 하향 조정(30%→20%) 및 비리 세관원 색출·파면 등 투명성 강화 노력을 경주하고 있으나, 업자들이 고위층의 비호를 받고 있어 실효성은 미미
- 또한 2006년 2월부터 보따리장수에 대한 통제를 대폭 강화, 비과세 반입품의 중량 한도를 1회 35kg 이하로 제한
  - 세관행정 투명화 및 세관원 비리척결에 힘쓰고 있으나, 관련 공무원들의 커미션 요구 등 부패행위가 여전히 잔존
    - 러시아와의 무역거래를 위해서는 다소 손해를 감수하고 세무서·세관 등의 악습에 어느 정도 타협하는 것이 관행화
  - 주요 물류항인 블라디보스톡·상트-페테르부르크가 포화상태인데다 고속도로 등 신규 SOC 사업도 없어 열악한 인프라로 인한 물류 비용 부담이 적지 않음에 유의
  - 외국업체에 대해서는 까다로운 절차를 적용하고 있는데다 세관내 부서마다 통관심사 강도가 다른 점을 감안, 통관 대행업체 선정 시 세관 측과 유대관계가 있고 경험이 풍부한 업체를 모색하는 것이 유리

### ㉠ 돼지고기의 관세

- 러시아 연방 정부는 매년 쿼터 배분 품목과 그 물량을 정하여 품목 물량을 제한하고 있는데, 러시아 정부 기관에서 발행한 허가서를 제시해야만 세관 수속이 가능함. 또한 쿼터 배분 물량에 한하여 일반 관세율이 적용되고 있고, 쿼터 물량 이외의 물품들은 매우 높은 금지 관세율이 적용되고 있음
- 돼지고기(HS코드 0203)의 경우 러시아연방 경제발전통상부에서 발행한 허가서가 필요하며 이 허가서의 유효기간은 연장이 불가능함
- 돼지고기 HS코드 0203 11 100 1, 0203 11 900 1, 0203 12 110 1, 0203 12 190 1, 0203 12 900 1, 0203 19 110 1, 0203 19 130 1, 0203 19 150 1, 0203 19 550 1,

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

0203 19 590 1, 0203 19 900 1, 0203 21 100 1, 0203 21 900 1, 0203 22 110 1, 0203 22 190 1, 0203 22 900 1, 0203 29 110 1, 0203 29 130 1, 0203 29 150 1, 0203 29 550 1, 0203 29 590 1, 0203 29 900 1은 쿼터 배분 품목으로 일반 수입관세율 15%(단, 1kg당 최하 0.25유로)임

- 그 외 기타(쿼터 물량으로 배정받지 못한 물품) 수입관세율은 60%(단, 1kg당 최하 1 유로)임
- HS코드 0203 29 550 2, 0203 29 900 2는 잡육(trimming)으로 쿼터 배분 품목에 포함되며 매년 25~30천 톤 정도 책정됨
  - 2008년도에 잡육의 수입량은 28천 톤으로 정해졌으며, 그 수입관세율은 일반 수입관세율과 동일한 15%(단, 1kg당 최하 0.25유로)임
- 한국의 대러 수출 돼지고기 부위는 HS코드 0203 29로 관세율 15%(단, 1kg당 최하 0.25유로)임

### ㉠ 통관시 제출 서류

- 돼지고기 수입 시, 러시아연방경제발전통상부에서 발행한 수입허가서, 위생증명서를 제출해야만 함
  - 러시아 정부령 01-06/45065(2006년 12월 20일자)에 의거하여 소시지, 육류, 육류 찌꺼기, 혈액, 어류, 갑각류, 연체류, 기타 수생 동식물 등은 중앙 행정 기관의 허가가 필요하며 수의(Veterinary) 관리를 받아야 함

## 나. 수입규제

### ㉠ 수입규제

- 어떤 상품이 대량 수입되어 관련 자국산업에 피해를 줄 우려가 있다고 판단되는 경우 러연방 정부는 국제규범상 보편화되어 있는 자국산업 보호조치를 취할 수 있음
- 2005년도 상반기의 경우 그 동안 수입품에 상당부분을 의존했던 시장구조에서 지난 2~3년간 고유가로 유입된 오일달러를 근간으로 국 내 산업생산에 활발한 투자를 하고 있는 상황으로 이에 따라 현지 제조업체들의 입김이 증대되면서 대정부 압력이 높아지고 있어 이전에 비해 제소 건이 증가

### ㉠ 수입 라이선스(licences) 규제

- 러시아는 국가안보 등의 필요로 인해 수입허가 품목을 지정 운영하고 있으며, 대상은 식물 보호제, 암호자재 및 기구, 화학 및 폭발장치, 핵물질, 기술장비, 산업 폐기물, 호박 및 호박제품, 천연보석 및 귀금속류 제품, 마약류 등

### ㉡ 강제인증 제도

- 러시아 소비자 보호법(93.07.01)에 따라 강제인증 제도를 도입. 물품의 통관 시 인증서를 제출하도록 되어 있음
- 인증 후 정기적 사후 관리를 하는 국제적 인증제도와는 달리 매년 갱신하도록 하고 있어 수입을 규제하기 위한 수단으로 악용
- 대상 품목은 곡물, 설탕, 음료, 담배, 아동의류, 화학제품, 전구, 자전거, 측정기기, 승용차, 및 부분품, 트랙터, 스포츠용 총구류, 장난감, 전자오락기, 합판, 동식물성 기름, 어류, 육류 등 150여 품목 등

### ㉢ 수입관련 내국세

- 러시아로 상품을 수출할 때는 수입관세뿐만 아니라 부가세와 물품세도 납부하여야 함. 에틸 알코올 주정, 주정용액, 알코올제품, 맥주, 담배, 보석, 자동차 등 8개 품목에 대해서 10~400%의 과세 부과

### ㉣ 라벨링·표기

- '97.8.15일자 러시아 연방 정부 법령 No.1037호에 의거하여, 러시아 연방으로 수입 되는 모든 소비재 물품은 러시아어로 제품 이름, 원산지 국가 및 제조업체, 제품용도, 주요 특징 및 제품 사용설명서를 첨부해야 하며, 동 표기는 포장지, 라벨 또는 별지에 할 수 있으며 제품과 함께 동봉되어야 함.
- 상품설명서에 기본적으로 포함되어야 하는 내용은 8가지로서 상품명, 제조업체명, 상품의 기본용도나 사용범위, 안전한 보관·운송 및 사용방법, 기본적 소비 특성 및 특징, 강제인증에 관한 정보, 제조업체와 판매업체의 법적 주소

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

### ㉠ 수량제한

- 러시아에는 원칙적으로 수량제한이 없으나 수입 쿼터를 도입할 수 있는 경우가 있는데, 이는 국가안전보장, 국제의무의 이행 및 자국시장의 보호를 위해 도입할 수 있음
- 한편 상대국의 러시아산에 대한 수입규제에 대응하여 수량제한을 도입하는 경우도 있음

### ㉡ 러시아의 육류 수입 쿼터제

- 러시아에서는 2003년부터 모든 형태의 육류 수입이 쿼터제로 조절되고 있으며, 처음 2년간 육류 수입 쿼터 제도는 러시아 국내 육류 생산을 촉진하는 등 러시아 시장에 긍정적인 영향을 끼쳤음
- 그러나 2005년도에 들어서자 이미 쿼터 요금제는 수입을 억제시키는 역할을 수행하지 못했으며, 오히려 모든 육류의 가격을 상승시키는 결과를 초래했음
  - 2007년도에 육류 수입량은 3.7% 증가했으며, 가금류의 수입 비중은 감소한데 비해 쇠고기와 돼지고기의 수입 비중은 증가함. 전체 육류 수입량에서 돼지고기의 비중은 2007년도에 25%를 차지함

#### 〈 러시아의 돼지고기 수입 쿼터 배분 물량 〉

(단위 : 천톤)

구 분	2006년	2007년	2008년	2009년
합 계	476.1	484.8	493.5	502.2
E U	240.5	244.9	249.3	253.4
미 국	54.8	49.0	49.8	50.7
파 라 과 이	1	1	1	1
기 타 국 가	179.8	189.9	193.4	197.1

출처 : 러시아 관세청

\* 돼지고기 신선, 냉장, 냉동 (HS코드 0203 해당)

### ㉢ 육류 수입 쿼터제의 역사주의 원칙

- 러시아연방의 육류 수입 쿼터는 역사주의 원칙에 따라 시행

- 러시아연방정부 대외무역 및 관세정책 보호위원회는 2005-2007년을 쇠고기, 돼지고기, 가금류 육의 수입 쿼터 배분의 기저로 삼자고 러시아 정부에 제안했으며, 즉, 이는 2005-2007년에 육류를 공급한 대외무역 참가자들 사이에서 이들의 공급 물량에 비례하여 2009년도 육류 수입 쿼터 물량을 배분하자는 의미임
  - 2008년도 육류 수입 쿼터도 이미 이와 같은 원칙에 따라 배분되었는데, 돼지고기, 쇠고기의 경우 2007년도 물량만 고려되었고 가금류 육의 경우 2005-2006년도 물량이 고려되었음
- 그러나 연방 반독점청(FAS)은 올봄의 육류 수입 쿼터 원칙에 반대 입장을 표방하고 나섰다며 2010년부터 쿼터 배분을 기존 방식이 아닌 경매에 붙이자고 제안함. 만약 경매로 쿼터 배분이 이루어지게 되면, 쿼터 배분시 경쟁을 활성화시킬 뿐 아니라 새로운 참가자들이 러시아 육류 시장에 진출할 기회가 생기며 또한 자국 생산업자들을 부가적으로 보호해줄 수도 있다는 것임
- 러시아육류협회는 현재 외국에서 공급되는 육류 납품 시장에는 약 350개 업체들이 있으며, 경쟁이 부족한 것은 아닌 실정이라고 설명함. 만약 경매가 도입된다면 40-50개의 대형업체들이 시장을 장악하게 되며 이들이 직접 가격형성을 시작할 것이라는 우려. 이외에도 수십여 개의 러시아 육가공종합공장, 특히 경매 참가 여건이 불충분한 지역 육가공종합공장은 자신들의 쿼터 물량을 잃게 될 것이라 판단
  - 이미 2004-2005년에 쿼터 판매를 경매에 붙인 적이 있었지만, 그 당시 참가 회사들은 초과 지불을 하면서까지 쿼터 구입을 하게 되어 육류 가격만 상승시키는 결과를 초래했음
  - 올초 러시아 정부가 확정한 쿼터 배분 계획에 따라 2008년도에 수입업자들은 냉동 돼지고기 445천 톤, 신선 냉장 쇠고기 28.9천 톤, 가금류 육 1211.6천 톤까지 러시아로 들여올 수 있음

#### 다. 수입규제 조치 사례

- 러시아는 육류, 가금류, 쌀, 어류, 와인, 미네랄워터, 과일, 가축에 대해서 미국, EU, 폴란드, 독일, 일본, 한국 등 30여 개 국으로부터 수입을 금지한 바 있음
- 육류에 대해서는 2003년부터 국가별로 쿼터 물량을 배정하여 수입물량을 제한하고 있으며, 쿼터 물량 초과분에 대해서는 고율의 관세 부과
  - 지난해 말 검역문제로 미국산 쇠고기가 수입금지
  - 폴란드 쇠고기도 수입이 금지됐고, 살모넬라균 문제로 덴마크 돼지고기가 지난 4월

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 수입 금지, 동일한 원인으로 독일, 아르헨티나 수입 쇠고기 약 50톤이 지난 5월 수입 금지된 적이 있음
  - 지난해 9월에는 미국 Gress Foods 등 3개사의 가금류가 살모넬라균 문제로 수입이 금지됐고, 금년 초에는 조류독감 문제로 헝가리 닭고기, 달걀, 낙농제품 수입 금지, 살모넬라균 문제로 브라질 및 핀란드 가금류 40톤이 수입 금지된바 있음
  - 금년 6월 벨기에, 덴마크, 프랑스, 독일, 헝가리, 이탈리아, 스웨덴 등 유럽연합(EU) 7개국의 70개 회사의 닭고기와 돼지고기 수입 중단 조치가 내려진 바 있음. 이로 인한 피해액은 1억 유로(약1천600억원) 이상인 것으로 알려짐. 러시아 정부는 항생제 검출을 이유로 지난 4월부터 이들 회사의 닭고기와 돼지고기에 대해 수입 규제조치를 취하기 시작했으나, EU 집행위는 러시아가 자국 축산업계 보호를 위해 수입을 규제하는 것으로 보고 있음
  - 금년 6월 27일부터 가축 수포성 구내염이 등록된 브라질 페르남부쿠주와 고이아스주의 가축 및 쇠고기 수입이 금지된 적이 있음. 고이아스주에는 러시아로의 쇠고기 수출 자격을 가진 업체가 11곳이 있으나, 페르남부쿠주에는 전혀 없음에도 불구하고 예방 차원에서 수입금지 조치를 취함
  - 금년 7월 유럽과 호주, 남미지역 8개국의 육류에서 수입금지 물질이 발견됨에 따라 일시적으로 수입금지 조치를 내림. 이번 조치로 덴마크, 프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인은 7월 15일부터 호주, 아르헨티나, 브라질은 7월 21일부터 육류수입이 전면 금지됨
  - 또한 러시아 당국은 금년 7월 미국산 가금류에서 중금속 염(鹽)성분이 검출됨에 따라 해당 업체에서 수입되는 가금류에 대한 감시를 대폭 강화하기로 함
- 러시아 정부는 국내 축산 농가보호를 위해 현재 할당된 수입물량 이상은 앞으로 수입하지 않기로 방침을 정한 것으로 알려짐
- 금년 러시아 육류 수입 킬터량은 44만 5천 톤인데, 이미 지난 5월까지 약 30만 톤이 수입됐음



## 6. 한국산 돼지고기 유통동향

### 가. 한국의 대러 수출현황

〈 한국의 대러 돼지고기 수출 동향 〉

(단위 : 천불, kg, %)

연 도	금액(천불)	중량(kg)	증가율(%)
1995	43	17,962	-
1997	12	3,100	-
1998	136	89,833	1,042.4
1999	773	1,029,761	469.9
2000	6,171	6,216,112	698.1
2001	27,475	21,449,993	345.2
2002	9,721	6,305,705	-64.6
2003	5,836	5,524,776	-40.0
2004	2,471	1,683,448	-57.7
2005	237	378,441	-90.4
2006	14,308	3,747,526	5,939.5
2007	19,216	4,530,243	34.3
2008	19	6,750	-25.0

자료원 : 농수산물유통공사 KITA(www.kita.net)

주 : HS코드 - 0203 (돼지고기 신선, 냉장 또는 냉동)

- 식용설육(신선, 냉장 또는 냉동)(HS코드 0206)의 경우, 2005년 77,053kg(202천 달러) 수출을 마지막으로 더이상 이루어지지 않고 있음
- 살코기가 없는 돼지비계와 가금의 비계(HS코드 0209)의 경우, 2005년 19,447kg(19천 달러)이 마지막으로 이루어진 수출임
- 육과 식용설육(염장, 염수장, 건조 또는 훈제) 및 육 또는 설육의 식용의 분과 조분(HS코드 0210)의 경우, 1997년 9,680kg(27천 달러)이 마지막 수출임

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 전년대비 2008년 1-6월 한국의 대러 돼지고기 수출 동향 〉

(단위 : 천불, kg, %)

월 별	2007년 1-6월			2008년 1-6월		
	금액	중량	증가율	금액	중량	증가율
1월	-	-	-	-	-	-
2월	-	-	-	5	965	-
3월	6	1,093	-	5	965	-12.6
4월	6	1,093	-99.8	17	6,275	187.0
5월	26	5,855	-99.4	17	6,275	-33.7
6월	26	5,855	-99.4	19	6,750	-25.0
7월	32	7,045	-99.5	-	-	-
8월	32	7,045	-99.6	-	-	-
9월	37	8,250	-99.7	-	-	-
10월	3,778	1,012,115	-69.9	-	-	-
11월	3,781	1,012,860	-69.9	-	-	-
12월	19,216	4,530,243	34.3	-	-	-

자료원 : 농수산물유통공사 KITA(www.Kita.net)  
 주 : HS코드 - 0203 (돼지고기 신선, 냉장 또는 냉동)

㉠ 한국내 러시아 수출승인 작업장

〈 한국내 도축장과 가공장 업체명 〉

도축장	주 소	가공장	주 소
농협목우촌	전북 김제시 금산면 용산리 9-13	농협목우촌	전북 김제시 금산면 용산리 9-13
대상 농장	충북 음성군 삼성면 청룡리 575-1	대상 농장	충북 음성군 삼성면 청룡리 575-1
영남 산업	경남 창원군 대지면 효정리 433-1	모든	경남 창원군 대지면 효정리 432-3
한국 냉장	충북 청원군 오창면 성재리 421-3	유성	경남 창원군 대지면 효정리 432-9
-		은혜	경남 창원군 대지면 효정리 432-1
-		한국 냉장	충북 청원군 오창면 성재리 421-3

〈 한국의 대러 돼지고기 수출 부위 〉

(단위 : kg, USD)

HS코드	품명	2005		2006		2007	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
0203	신선, 냉장 혹은 냉동	6,053,955	8,603,993	5,031,999	11,472,660	0	0
020329	절단육 뼈없는 것(냉동)	6,053,955	8,603,993	5,031,999	11,472,660	0	0
02032911	포어 엔드 및 그 절단육(냉동)	269,832	350,782	244,600	317,980	0	0
02032955	뼈없는 것, 삼겹살 외 기타(냉동)	5,784,123	8,253,211	4,787,399	11,154,680	0	0

자료원 : Global Trade Atlas

주 : 포어엔드(지육반쪽의 앞부분)

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

7. 현지시장 진출 확대 방안

가. 수출 유망상품

㉠ 러시아의 국가별 돼지고기 주요 수입 부위

〈 주요 국가별 대러 돼지고기 수출 부위 〉

국가명	HS코드	품 명	2007년 수출량(톤)
브 라 질	02032955	뼈없는 것, 삼겹살 외 기타(냉동)	178,785
	02032110	도체 및 이분도체(냉동)	70,897
	02032913	등심 및 그 절단육(냉동)	13,774
	02032915	삼겹살 및 그 절단육(냉동)	11,318
	02032211	넓적다리 뼈없는 것 및 그 절단육(냉동)	8,367
	02032959	기타 뼈없는 것(냉동)	1,973
	02032911	포어엔드 및 그 절단육(냉동)	1,128
	02032190	자국산이 아닌 도체 및 이분도체(냉동)	25

국가명	HS코드	품 명	2007년 수출량(톤)
브 라 질	02032955	뼈없는 것, 삼겹살 외 기타(냉동)	178,785
	02032110	도체 및 이분도체(냉동)	70,897
	02032913	등심 및 그 절단육(냉동)	13,774
	02032915	삼겹살 및 그 절단육(냉동)	11,318
	02032211	넓적다리 뼈없는 것 및 그 절단육(냉동)	8,367
	02032959	기타 뼈없는 것(냉동)	1,973
	02032911	포어엔드 및 그 절단육(냉동)	1,128
	02032190	자국산이 아닌 도체 및 이분도체(냉동)	25
덴 마 크	02032955	뼈없는 것, 삼겹살 외 기타(냉동)	60,477
	02032211	넓적다리 뼈없는 것 및 그 절단육(냉동)	12,049
	02032959	기타 뼈없는 것(냉동)	10,614
	02032911	포어엔드 및 그 절단육(냉동)	9,555
	02031955	뼈없는 것(신선 냉장)	4,107
	02032915	삼겹살 및 그 절단육(냉동)	3,902
	02032219	어깨살 뼈없는 것 및 그 절단육(냉동)	2,560
	02032913	등심 및 그 절단육(냉동)	19
미 국	02032955	뼈없는 것, 삼겹살 외 기타(냉동)	40,239
	02032211	넓적다리 뼈없는 것 및 그 절단육(냉동)	34,301
	02032959	기타 뼈없는 것(냉동)	110
	02032913	등심 및 그 절단육(냉동)	108
캐 나 다	02032955	뼈없는 것, 삼겹살 외 기타(냉동)	46,440
	02032211	넓적다리 뼈없는 것 및 그 절단육(냉동)	23,975
	02032913	등심 및 그 절단육(냉동)	5
독 일	02032955	뼈없는 것, 삼겹살 외 기타(냉동)	20,276
	02032110	도체 및 이분도체(냉동)	14,786
	02032915	삼겹살 및 그 절단육(냉동)	6,259
	02031955	뼈없는 것(신선 냉장)	1,056
	02032959	기타 뼈없는 것(냉동)	756

자료원 : Global Trade Atlas

- 대러 돼지고기 수출 상위 5위권의 국가들의 주요 수출 부위를 살펴보면, “뼈없는 것, 삼겹살 외 기타(냉동)” 부위의 비중이 가장 높으며, 그 다음으로 도체 및 이분도체(냉동), 넓적다리 뼈없는 것 및 그 절단육(냉동)의 순을 나타내고 있음

## 나. 수출 대상지역 선정

- 구매력 있는 수요가 증가하는 장소인 모스크바, 상트-페테르부르크 등의 대도시와 극동지역 등 한국과 지리적으로 인접한 지역을 수출 대상지역으로 선정하는 것이 바람직함

## 다. 마케팅 전략 및 수출확대 방안

### ㉠ 러시아의 돼지고기 수입동향을 좌우하는 요인

- 대러 돼지고기 수출은 주로 러시아 측의 수급을 배경으로 하는 수입동향에 의해 좌우되고 있음
- 러시아의 수입동향을 좌우하는 요인으로 그 첫 번째는 향후 관세제도의 구조가 어떻게 바뀔 것인가를 들 수 있음
  - WTO(World Trade Organization)에 가맹이 예상되는 러시아가 2010년 이후 돼지고기의 관세제도를 어떻게 가져갈 것인가가 현시점에서는 불투명함
- 두 번째 요인으로 러시아의 돼지고기 수요와 생산 동향을 들 수 있음
  - 향후 경기 동향이나 생산 동향 등에도 좌우되는 부분은 있지만, 러시아의 돼지고기 소비량은 향후 크게 증가할 것이라는 것이 일반적인 견해임.
  - 이에 대해 러시아 국내의 생산이 어디까지 확대될 것인가에 의해 러시아의 돼지고기 수입량이 좌우될 것임

### ㉡ 네덜란드 분석기관의 러시아 돼지고기 산업 투자 여부에 대한 견해

- 네덜란드 워닌젠 대학 산하의 분석기관인 LEI는 러시아나 동구 제국의 사료생산에서부터 돼지고기 생산·판매에 이르는 돈육산업에 네덜란드 자본의 투자 여부를 분석한 바 있음
- 이에 따르면, 대 러시아 투자는 법제적 측면에서는 불투명하고, 돈육산업 전체에 대한 투자는 리스크가 크다고 보고 있음

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 리스크 요인 중 눈길을 끄는 것은 현재 러시아의 돼지고기 생산에 대한 투자에는 석유·가스 회사 등의 자금도 혼재되어 있는데, 그들은 단기적인 수익을 목표로 하고 있다는 점을 지적하고 있음
  - 중기적인 투자에 알맞은 수익성을 기대할 수 없는 경우에는 자본회수를 하는 방향으로 움직일 우려가 있다고 함
  - 이는 돼지고기 생산에 대하여 자급률 향상에 실패할 가능성이 있다는 것을 의미함

### ㉠ 한국의 돼지고기 수출정체 사유

- 한국의 돼지고기 수출의 장애물은 돈육과 가격, 품질, 시스템 부재 등 크게 4개 요인으로 분류할 수 있음
  - 그 해결을 위해 정책과 시설, 사양관리는 물론 종돈, 도축·가공, 포장, 육제품개발에 이르기까지 각 장애요소 전반에 걸친 수출활성화 대책을 마련할 필요가 있음
  - 특히 연구 성과의 신속한 산업화와 관련 산업체에 대한 기술이전이 시급한 실정임
- 한국의 돼지고기 수출은 한국내 국산 돈육소비 감소와 수입증가에도 불구하고, 공급 과잉과 돈가 하락을 방지함으로써 농가 생존에 기여할 수 있는 중대한 사안임
  - 특히 부가가치 증대는 물론 한국내 국내산 돈육의 품질향상으로 이어져 타국산 수입육에 대응할 수 있는 경쟁력 확보라는 순기능도 기대할 수 있을 것임
  - 수출장애요소의 극복방안 제시와 연구를 위한 연구가 아닌, 실질적인 수출추진이 이뤄져야 함
- 현재 대 러시아 수출이 정체된 이유는 러시아산에 대한 가격 열위보다는 덴마크, 미국, 캐나다, 독일 등 기타 주요 수입국에 대한 가격 열위이며 국내 시세보다 수출가격이 낮아 수출에 애로
- 또한 한국의 대 러시아 주요 수출부위가 가공용 저급 냉동육임을 고려해 볼 때 기타 다른 수입육과 비교해 가격과 품질면에서 모두 열세임
- 러시아는 돼지고기에 대한 쿼타제를 운영하고 있는데 한국의 경우 기타 국가로 분류되어 쿼터확보에 애로
- 돼지고기 부산물 및 기타 국내 비선호 부위에 대한 수출이 동남아 등으로 다변화되어 가는 추세에 따라 러시아 수출을 고집할 필요성 상실

## ㉠ 수출확대 방안

- 저급육 수출에서 고급육 수출로 전환 필요 : 가공용 돈육 등 저급육 위주의 수출에는 한계가 있기에 안심, 후지, 등심 등 러시아산보다 가격 경쟁력 우위이고 상대적으로 국내 소비량이 적은 품목 위주로 고급육 수출 기반 조성과 동시에 고품질 돼지고기 생산으로 향후 신선육 등 고품질 돈육 수출로 전환
- 쿼터 물량 확보에 국가적 지원 필요 : out quota 수출시 30%의 고관세를 적용 받기 때문에 가격 경쟁력 하락, 현재 한국은 기타국으로 분류되어 있어 쿼터확보에 애로
- 소모성 질병 발병을 및 물돼지 문제 해결 : 설사병 등 소모성 질병 발병에 따른 폐사율 및 물돼지(PSE) 발생을 줄이기 위한 종돈 보급 및 도축, 유통, 사육밀도 개선
- 마블링(Marbling : 근내지방도) 개선 : 현재 2% 내외에 머물고 있는 마블링을 적정수준으로 높여야 수출시장에서 경쟁력 확보 가능하므로 (미국 : 3~4% 목표, 일본 : 4~5% 선호) 수출용 돈육에 대해서는 사료급여체계, 출하체중 조절 필요

## 첨 부

### ● 러시아 돼지고기 관련 업체 현황

- OOO Bestmeat(모스크바)
  - 주소 : Russia, Moscow, St. pr. Vernadskogo, Dom 37, Korp.2, office 28
  - 전화 : 7-495-740-6633
  - Fax : 7-495-505-3810
  - 업종 : 쇠고기, 돼지고기 도매 공급 및 유럽, 남미, 캐나다, 뉴질랜드, 오스트레일리아산 육류가공품 납품업체
- GK Globus (모스크바)
  - 주소 : Russia, Moscow, St. Vozdvizhenka, 7/6
  - 전화 : 7-495-786-6929
  - Fax : 7-495-786-6929
  - 업종 : 러시아의 주요 수입업체로 미국, 라틴 아메리카, EU산의 냉동 가금류 육, 쇠고기, 돼지고기 공급 및 도매유통에 종사

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- Vladvneshtorg (블라지미르 주)
  - 주소 : Russia, Vladimirskaya oblast', St. P.Osipenko, Dom 41
  - 전화 : 7-4922-422704
  - Fax : 7-4922-422704
  - 업종 : 수입업체
  
- OOO Alfa Mit (상트-페테르부르크)
  - 주소 : Russia, Sankt-Peterburg
  - 전화 : 7-921-316-8846
  - 업종 : 냉동 수입 육류, 냉동 돼지고기, 쇠고기, 말고기의 도매 판매업체
  
- OOO Ideya myaso (크라스노야르 주)
  - 주소 : Russia, Krasnoyarskiy kray
  - 전화 : 7-3912-31-2231
  - 업종 : 돼지고기, 쇠고기의 도매 구입업체
  
- Eydos (로스토프 주)
  - 주소 : Russia, Rostov oblast', Rostov-na-Donu, St. 40 liniya, 5/64, office 412
  - 전화 : 7-86137-2-9703
  - Fax : 7-86137-2-9703
  - 업종 : 중국산 육류제품 공급업체, 주문판매 가능
  
- OAO Myasokombinat Bryuhovetskiy (모스크바)
  - 주소 : Russia, Moscow, 352750, Krasnodarskiy kray, St. O.Koshevogo Dom 114
  - 전화 : 7-861-563-4329
  - Fax : 7-861-563-2513
  - 취급품목 : 돼지고기와 쇠고기, 식용설육 구입
  
- OOO Paritet (모스크바 주)
  - 주소 : Russia, Moskovskaya oblast', g. Yubileyniy St. Nesterenko, Dom 25
  - 전화 : 7-498-646-8893
  - 업종 : 쇠고기, 돼지고기 도매업체
  
- OOO Dieta+ (상트-페테르부르크)
  - 주소 : Russia, Sankt-Peterburg, St.Gorohovaya, Dom 51
  - 전화 : 7-812-301-9192
  - Fax : 7-812-301-9190



- 사이트 : <http://dieta18.ru>
- 업종 : 수입 육류 원료, 돼지고기, 쇠고기 도매업체

## ● 돼지고기 통계 관련 Website 및 기타 유용한 Website

- 연방 통계위원회
  - 인구, 노동, 교육, 산업, 농업, 건축, 교통, 무역, 투자, 가격 등 각종 통계자료의 조회가 가능하며, 수산물의 연도별 평균 소비자 가격과 각종 수산물의 종류별 수출입 통계 조회
  - <http://www.gks.ru/>
- 러시아 육류시장 사이트
  - 각종 육류의 도매 구입 및 판매 정보, 육류 관련 업체 및 가격 조회
  - <http://www.meat.su/>
- 잡지 “러시아의 축산업”
  - 러시아 축산업 관련 학술 월간지
  - <http://www.zzr.ru/>
- 잡지 “농업시장”
  - 러시아 농업 관련 월간지
  - [http://www.zzr.ru/jr\\_frames.html](http://www.zzr.ru/jr_frames.html)
- 농업시장구조 연구소 “IKAR”
  - 농업관련 뉴스, 시장 동향 분석, 농산물 가격 조회
  - <http://www.ikar.ru>
- 정보 검색 시스템 Webagro.net
  - 농업 관련 뉴스, 시장 동향, 업체 및 가격 조회
  - <http://www.webagro.ru/>
- 농민신문
  - 농업 관련 뉴스, 전문가들의 평가 등을 조회할 수 있으며, 지난 한 주간 혹은 한 달간 뉴스 중 토픽을 선별해놓아서 뉴스 검색에 편리함
  - <http://www.agronews.ru/>

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국



## 필리핀

### 1. 시장동향

- 현재 필리핀 돼지고기 가격은 부위 종류에 따라 킬로그램당 187페소에서 390페소로 9월 현재 슈퍼마켓 판매가격으로 집계되고 있다. 이와 같이 시장가격이 폭등하고 있음에도 불구하고 현지 생산량이 현저히 줄어들고 있으며, 돼지고기 주 생산지인 필리핀 민다나오 General Santos city에서 마닐라 루손섬 지역까지 조달하고 있는 돼지고기 양의 20%가 계속 부족한 상태이다.
- 약 20%의 소규모 돼지 사육농가들이 오르고 있는 유지비로 인해 돼지사육을 중지하고 있는 실정이지만, 대형(전문) 돼지 사육농업 회사들의 공급으로 돼지공급에는 문제가 없을 것으로 필리핀 연방돈육연합회는 내다보고 있다.
- 2007년 필리핀의 돼지고기 수입은 43% 증가하였으며, 돼지고기 껍질, 돼지고기 살, 돼지고기 비계, 그리고 돼지고기 가공식품을 위한 수입이 큰 비중을 차지하였다.
- 주요 수입국으로는 캐나다(32%), 독일 (16%), 미국(13%) 순으로 나타났다.
- 돼지고기 최소수입비율은 상품(上品)의 돼지고기 수입이 증가하면서 2006년 5%에서 2007년 19%으로 증가하였으며, 2007년 10월 필리핀 농림부는 최소 수입량비율을 2008년 1/4분기에 다시 재조정하겠다고 발표하였다.

### 2. 수입현황 및 생산 수요

#### 가. 수입규모

- 2007년 필리핀의 돼지고기 수입은 43% 증가하였으며, 돼지고기 껍질, 돼지고기 살, 돼지고기 비계, 그리고 돼지고기 가공식품을 위한 수입이 큰 비중을 차지하였다.

○ 주요 수입국으로는 캐나다(32%), 독일 (16%), 미국(13%) 순으로 나타났다.

구 분	2005	2006	2007	2005/06	2006/07
Bellies	2,330,530	1,156,829	4,862,313	-50%	320%
Deboned	383,100	603,847	978,944	58%	62%
Fats	18,989,487	22,190,574	26,678,213	17%	20%
Offals	13,706,967	16,365,271	23,461,429	19%	43%
Pork Cuts	4,016,490	4,183,916	8,585,852	4%	105%
Rind/Skin	10,929,436	11,031,716	14,813,840	1%	34%
Total	50,356,010	55,532,153	79,380,591	10%	43%

자료원 : 필리핀 Bureau of Animal Industry, National Veterinary Quarantine Service

## 나. 돼지 생산 현황

○ 필리핀의 돼지 생산량은 2007년 2.72% 증가하였으며 2008년에는 사료비 인상으로 인하여 증가율이 미비할 것으로 내다보고 있다.

〈 돼지 생산현황 표 2005-2007 (live weight) 〉

구 분	2005	2006	2007	2006/05	2007/06
돼 지	1771.28	1836.14	1886.01	3.66%	2.72%

자료원 : 필리핀 Bureau of Agricultural Statistics

## 다. 돼지고기 소비현황

○ 필리핀 인구는 매년 2.36%씩 증가하고 있으며 대략적으로 90백만명으로 추정하고 있다. 필리핀 농수산물 통계청에 의하면 필리핀 국민들의 돼지고기 소비량은 연간 13.88kg이며 2006년 돼지내장 소비량이 3.57% 증가한 것과 비교할 때 1.39%가 증가한 수치이다.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 돼지고기 & 돼지고기 내장 소비현황 2004-2006 (1인당) 〉

구 분	2004	2005	2006	2005/04	2006/05
돼지고기 돈육 (kg/yr)	13.67	13.69	13.88	0.15%	1.39%
돼지고기 내장 (kg/yr)	3.06	3.08	3.19	0.65%	3.57%

자료원 : 필리핀 Bureau of Agricultural Statistics

라. 돼지고기 가공식품 현황

- 필리핀의 돼지고기 가공식품 소비와 인기는 생활수준의 변화와 건강식품에 대한 관심이 증가하면서 조금은 감소를 함에도 불구하고 꾸준히 이어질 것으로 본다. 국민 일인당 소득이 낮음에 따라 냉동식품 가격 결정에 많은 영향을 미치고 있으며, 핫도그, 햄, 소세지, 그리고 살라미나 햄버거용 돼지고기 등이 소비자들에게 가장 인기를 끌고 있다.
- 수입가공 육류품은 서구 음식 문화로의 관심, 가계수입 증가, 그리고 브랜드 식품에 대한 관심 증가로 수입이 꾸준히 증가할 것이며, 또한 젊은 소비계층의 도시 생활화로 수입제품에 대한 소비가 늘 것으로 보고 있다.
- 필리핀 육류가공 협회는 필리핀 육류 가공산업은 꾸준히 성장할 것으로 보고 있으며, 국내 육류 소비시장의 60%를 차지할 것으로 보고 있다. 특히, 통조림 제품은 슈퍼마켓이나 재래시장, 도시의 편의점, 또는 지방의 슈퍼마켓등에서의 판매증가로 소비가 급격히 늘고 있다.

〈 냉동 가공 육류품 (소매값) 〉

구 분	2004	2005	2006	2007
베 이 컨	32.7	35.5	40.8	43.2
햄 버 거	14.7	13.7	14.3	18.2
핫 도 그	94.9	107.4	121.3	136.4
소 세 지	11.5	15.5	18.4	20.5
살 라 미	-	-	2	3.4
기 타	9.8	10	7.1	5.7
합 계	163.7	182.1	203.9	227.4

〈 통조림 육류품 (소매가, RSP, US\$ 백만) 〉

구 분	2004	2005	2006	2007
	89.7	99.8	112.8	128.6

자료원 : 유로모니터 Packaged Food

- 전 세계적으로 식품 위생 및 안전에 대한 관심이 높아지면서 범규도 다시 재정비 되고 있으며, 특히 미가공식품인 쇠고기, 또는 통조림 육류품에 대한 수입요건이 까다로워지고 있는 실정이다. 필리핀의 축산 (소) 산업이 낮은 관계로 현지 육류 가공업자들은 필수적으로 인도, 남아메리카, 호주, 유럽 또는 미국 등에서 수입되는 육류품에 대해 적법성을 가려 수입하고 있다.
- 2008년 1월 4일 필리핀 농림부는 2006년 수족구병이 발병한 이래, 국제수역 사무국 (The Office International des Epizooties)으로부터 발행된 수족구병이 24개월간 발생한 적이 없다는 서신을 제출해야만 한다.

마. 돼지고기 소비자 가격

- 필리핀 대형 슈퍼마켓이나 재래시장에서 유통되는 돼지고기의 가격은 부위를 막론하고 거의 180~ 250 페소 사이를 웃돈다. 이러한 높은 가격으로 서민들이 즐겨 찾던 돼지고기의 소비가 급격히 줄어들고, 이는 돼지고기 생산량에도 많은 영향을 끼쳐 필리핀 내에 돈육사업이 위축되기 시작 필리핀 농림부 장관은 돼지고기 청정지역으로의 선정 을 도모 필리핀 돼지고기의 수출을 활성화 시키려 하고 있다.

(단위 : 페소/kg)

구 분	종류/부위	도 매		소매		슈퍼마켓	
		저가	고가	저가	고가	저가	고가
beef rump	lean meat/tapadera	-	-	220	250	356	390
beef brisket	meat w/bones	-	-	180	200	270	349
pork ham/kasim	lean meat	-	-	160	170	187	230
pork liempo	pork belly	-	-	170	175	195	275

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

### 바. 한국산 돼지고기 수입현황

○ 필리핀의 한국산 돼지고기 수입은 2008년 7월 현재 62%를 차지하고 있으며 돼지비계가 가장 큰 비중을 차지하고 있다.

구 분	2007		2008		2008/07	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량(%)	금 액(%)
합 계	2,677,644	1,800,395	3,389,447	2,931,919	26.6	62.8
냉동돼지고기 식 용 설 육	76,000	45,689	70,500	51,790	-7.2	13.4
신선 돼지비계	196,100	141,357	313,080	383,952	59.7	171.6
냉동돼지고기	2,401,340	1,601,083	2,995,270	2,483,649	24.7	55.1
돼지고기 넓적다리살	209	1,466	295	2,982	41.1	103.4
기 타	3,995	10,800	10,597	9,546	165.2	-11.6

## 3. 수입통관 제도 및 절차

### 가. 수입허가 과정

- 수입을 원하는 개인이나 업체는 물품 수입전에 필리핀 식물검역소에 신청서를 작성 제출해야 한다. (BPI Q Foam No. 1)
- 수입허가서 작성 및 검역이 필요한 대상은 다음과 같다.
  - 생물체 및 식물
  - 원예 작물 및 씨앗 등
  - 신선 농산물 (과일, 야채 등) 및 기타 식물 (특별한 식물해충이나, 금지지역으로 부터의 수입이라서 수입이 금지되었던 품목)
  - 균, 박테리아, 바이러스등의 무균성 제품
  - 버섯균사
  - 해조류 및 콩류
  - 토양 및 식물체
  - 그 외 식물체 및 유전자 변형 생물체
  - 조류, 원숭이, 파충류등 농산품중에 해를 입혀 해충피해를 입히는 중.

○ 신청서 평가 절차 및 방법은 다음과 같다.  
평가 및 해충위험분석(Pest Risk Analysis :PRA)은 수입허가 승인이 나기전에 수행되어진다.

1. 식물검역소는 아래기준에 의거 PRA를 실시한다.
  - 식물검역소는 수입업자에 의해 신청된 원산지로부터 해충리스트를 입수한다.
  - 해충데이터 베이스, 연구기관, 과학적 자료, 또는 전문가와의 면담에서 필요한 해당 자료를 입수한다.
2. 상품의 생산지, 경작지 평가 및 검역은 아래와 같이 실시한다.
  - 상품이 경작된 지역 검역
  - 식물검역소가 요구하는 필요한 식물위행 규정 및, 추천을 따른다.
  - 식물검역소에 의해 지역 인정
  - 식물경작지역을 모니터링, 관찰하여 후임자에게 필요한 정보를 줄 수 있도록 스케치를 한다.
3. 위험물질이나, 유전자 변형 생물체 수입은 다음과 같은 절차가 필요하다
  - Institutional Biosafety Committee (IBC) 로부터 생물학적 연구의 안전성을 평가, 승인, 모니터링을 받는다.
  - National Committee on Biosafety of the Philippines (NCBP) 로부터 평가 및 승인을 받은 후,
  - 식물검역소로부터 수입허가를 발행받는다.

○ 신청서 승인후 수입허가서는 수입업자에게 4부가 발행된다.  
원본은 상품이 도착하는 선적항의 식물검역소관에게 제출하며, 사본은 허가서에 규정이 명기된 식물 검역관련이며 3번째 사본은 입항 관세에 제출하며 4번째 사본은 식물 검역소에 제출한다.

- 물품도착에 따른 검역
- 물품이 도착하면 수입업자는 컨테이너 도착 24시간 전에 검역신청서를 식물검역소에 제출해야 한다. 제출서류는 다음과 같다.
- 원산지 국가에서 발행한 식물위생법 증명서 (원본 FAO/IPPC Model)
  - 식물검역소에서 발행한 수입허가서 원본
  - 선하증권
  - 화물 선적 및 세관으로부터의 입항 허가서 (사본) 수입허가서 또는 식물위생법

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

증명서가 빠졌을 경우, 물품은 세관에서 관리하거나 수입업자의 요청이 있을 경우 서류가 모두 제출될 때까지 식물검역소에 보관할 수 있다.

수입허가서와 식물위생법 증명서 모두 제출이 안 되었을 경우는 원산지 국가로 물품을 돌려보내거나 또는 제 3국으로 재수출 또는 폐기시킨다.

- 수입허가서가 필요없는 물품.
  - 검역제한이 없는 식물, 제한된 수량의 과일 야채,
  - 가공, 제조목적, 동물사료목적의 식물
  - 위생적으로 건조된 흙이나 모래가 없는 식물표본, 또는 식물표본집
  - 흙, 모래 등이 없는 생화, 부케등.

## 나. 돼지(HOGS) 수입절차

- 돼지 원산지국가의 동물규제병 현황에 대한 평가서가 필요하다. 특히 국제수역사무국 (The Office International Des Epizooties)으로부터의 리스트에 기재되어 있는 병에 감염되지 않았다는 확인서 제출이 중요하다.
- Hogs 수입허가서 가이드라인은 다음과 같다.
  - 수입허가신청서를 BAI (Bureau of Animal Industry) Director 앞으로 제출
  - 국가 식물검역소 (National Veterinary Quarantine Services: NVQS) 와 Livestock Development Division (LDD) 함께 농장 또는 검역이 필요한 곳을 조사할 스케줄을 협의한다.
  - 허가서를 식물검역소로부터 받는다.(허가서는 2개월간 유효하며 연장할 경우 만기일 전에 신청을 해야 한다)
  - 선적도착일이 확정되면 수입업자는 선박입항보고서 (Landing permit)를 식물검역소에 제출한다.
  - 도착과 동시에 돼지는 입항한 곳에서 식물검역소 담당자로부터 검역 및 조사를 받는다. 이상이 없을 경우 검역통지서가 발행된다.
  - 검역통지서가 발행된 후, 돼지는 수입업자가 지정해 놓은 장소로 이동하게 된다.
  - 검역비 : 100페소/두당
  - 검역통지서 발행비 : 200페소/두당



### 다. 포장 및 라벨링 규정

- 육류 및 육가공품이 직접 맞는 포장재 포장용기는 필리핀 농림부가 정한 기준이나 국제 식품 규격 위원회(Codex)가 정한 식품 기준의 위생수준에 적합한 것을 사용해야 함
- 수입 육류 및 육가공품 포장에 사용되는 목재 포장재는 국제 식물검역표준 15조를 (International Standard of Phytosanitary Measures, ISPM No. 15) 준수해야 함
- 수입 육류 및 육가공품에 사용된 식품첨가제 및 방부제는 라벨링에 적합하게 명기 되어야 하며, 라벨링 표기 의무 사항은 아래와 같음
  - 수출업자 이름 또는 제품의 브랜드 이름
  - 수출업자 수출 및 사업형태
  - 원산지
  - 롯트 번호 (lot identification)
  - 성분표 및 제품 설명
  - 내용물 순질량, 무게
  - 생산일, 포장일
  - 유통기한 ( "best before" 또는 "Expiration date" 등으로 표기)
  - 저장방법

### 라. 관세제도

#### ㉠ 돈육 (신선, 냉장 또는 냉동, 훈제)

HS Code	설 명	MFN		CEPT	
		In-quota	Out-quota	In-quota	Out-quota
0203,11,00	도체와 이분도체(신선, 냉장)	30	40	30	40
0203,12,00	햄, 어깨살(신선, 냉장)	30	40	30	40
0203,19,00	기타(신선, 냉장)	30	40	30	40
0203,21,00	도체와 이분도체(냉동)	30	40	30	40
0203,22,00	넓적다리살, 어깨살(냉동)	30	40	30	40
0203,29,00	기타(냉동)	30	40	30	40

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

㉠ 돈육(식용 부산물, 식용 설육 - 염장, 염수장, 건조, 훈제)

HS Code	설 명	MFN	CEPT
0210.11.00	넓적다리살, 어깨살(뼈있는 것)	40	5
0210.12.00	복부살과 이를 절단한 것	40	5
0210.19.00	기타	40	5
0206.30.00	식용설육 (신선, 냉장)	7	5
0206.41.00	간장 (냉동)	5	3
0206.49.00	기타 (냉동)	10	5
0209.00.00	돼지비계	5	0

㉡ 돈육(가공)

HS Code	설 명	MFN	CEPT
1601.10.00	소세지	40	5
1602.41.10	넓적다리살과 그 절단육	40	5
1602.41.90	기타	40	5
1602.42.00	어깨살과 그 절단육	40	5
1602.49.00	기타	40	5

참 고

● 관련 웹사이트

- 필리핀 Bureau of Animal Industry : [www.bai.ph](http://www.bai.ph)
- 필리핀 Livestock Development Council : 전반적인 식물관련 자료 서비스  
[www.idc.da.gov.ph](http://www.idc.da.gov.ph)
- BAS Media Service 마닐라 현지시장 상품 가격 사이트  
[www.bas.gov.ph/bms.php](http://www.bas.gov.ph/bms.php)
- 필리핀 양돈협회 웹사이트 : National Federation of Hog Farmers, Inc  
[www ldc.da.gov.ph/nfhfi.htm](http://www ldc.da.gov.ph/nfhfi.htm)  
[www.nfhfi.org](http://www.nfhfi.org)
- 필리핀 식물검역소  
[www.bpi.da.gov.ph](http://www.bpi.da.gov.ph)

● 돼지고기 및 돼지 수입업자

**New Millennium Feed's, Agrivet and livestock supply Co.,**  
 225 M, NAC Bldg, Elizabeth Pond,  
 Ext Capitol Site Cebu City 6000 Philippines  
 Tel)6332-253-6232/254-1247  
 Fax)6332-253-6232

**Mabuhay Food Supplies, Inc**

Contact Person : Mr. Jose Palon  
 2nd flr, JM Bldg, Rockefeller St. Cor. South Superhighway  
 Makati City Philippines  
 Tel)632-843-0661  
 Fax)632-843-0661

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

**Fine Nutree Trading Corporation**

Contact Person : Ms. Rose  
 San Miguel Ave, Pasig, Philippines  
 Tel)632-637-0023  
 Fax)632-637-0927

**BBC Trading**

18C San Mateo, Kapitolyo, Pasig. Philippines  
 Tel)6329-17850-7445  
 Fax)6329-16678-4175

**Oi Trading Corporation**

Contact Person : Ms. Francisco Lou  
 17 Phivedec Industrial Estate, Taguig City, Philippines  
 Tel)632-838-4840  
 Fax)632-837-2857

**Philchinkor Merchandise and Trading Co., Inc.**

Contact Person : Ms. Dayan Mondragon  
 U10b Belvedere Tower San Miguel Ave., Ortigas Center  
 Pasig City, Philippines  
 Tel)632-633-4100  
 Fax)632-637-1797

# Ⅸ. 채소종자

일본  
미국





# 일 본

## 1. 생산동향

### 가. 채소종자의 생산동향

- 일본에서는 1998년도를 마지막으로 채소종자(16품목)에 대한 생산조사를 실시하였으며, '98년도 채종면적은 910ha(전년비 10% 증가), 채종량은 707톤(전년비 2% 감소)을 나타냈음.
- 1998년도 가공종자(10품목)의 생산량은 펠릿종자는 151억7,000만알, 시드레이프는 43,200km, 필름코트종자는 107만2,000ℓ, 프라임종자는 10만8,200ℓ 였음.

〈 채소종자의 생산현황('98) 〉

구 분	채종면적(ha)	채종량(톤)	전년대비(%)	
합 계	910	707	110	98
무	171	87	110	81
순 무	42	16	105	64
당근(털 포함)	15	11	125	110
당근(털 제외)	13	7	72	58
우 영	39	50	134	119
배 추	56	23	92	65
양배추(케일제외)	72	31	96	70
시 금 치	23	27	575	675
썩 갓 등	75	45	112	71
파	54	20	113	87
양 파	104	70	99	82
가 지	3	2	100	100
토마토(가공용 제외)	3	1	75	100
오 이	23	9	110	129
완두콩(열매용 포함)	99	110	118	120
잠 두 콩	29	30	107	77
강 남 콩	86	166	113	130

자료원 : 일본 농림수산성 생산국 증묘과

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 〈 가공종자의 생산현황('98) 〉

구 분	펠릿종자 (만알)	시드테이프 (km)	필름코트종자 (ℓ)	프라임종자 (ℓ)
합 계	1,517,000	430,200	1,072,000	108,200
무	45,900	121,400	259,500	-
순 무	11,700	44,100	13,000	-
당 근	1,157,000	51,500	9,890	7,600
우 영	675	98,800	4,420	100
배 추	39,700	2,930	7,470	-
양배추(케일 제외)	46,700	12,100	3,690	34
시 금 치	1,000	84,000	773,600	98,300
파	107,500	7,480	142	-
양 파	102,900	7,640	55	2,000
토마토(가공용 제외)	3,120	213	-	170

자료원 : 일본 농림수산성 생산국 종묘과

## 나. 채소종자와 묘목현황

## ㉠ 종묘업계의 정의 및 규모

- 일본의 채소종자에 관해서는 위에서 언급한 바와 같이 1998년을 기점으로 각종 통계가 중지된 상태이어서 이하에서는 종묘를 종자와 함께 정의하여 조사.
- 일본에서 종묘란 식물의 종자와 묘목을 칭하며, 농업 및 원예용에 사용되는 식물의 종자와 묘목을 생산, 판매하는 사업을 종묘사업으로 정의하고 있음.
- 최근에는 품종개량으로 인한 신품종의 개발을 중심으로 한 바이오 비즈니스적 측면이 강해 일본의 농업에 있어서 그리 많지 않은 고부가가치 분야로서 볼 수 있음.

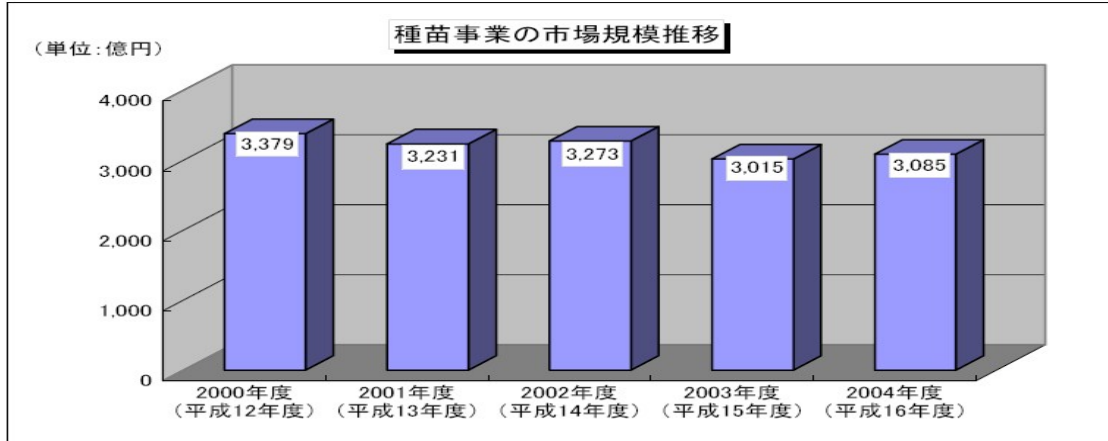
## ㉡ 일본의 종묘업계 규모

- 일본에 있어서 종묘사업의 시장규모는 농림수산성의 『농업·식료관련산업의 경제계산』에서 나타난 『농업중간투입』의 『종묘』 항목으로 규모를 알 수 있으며, 이에 따르면, 일본국내 종묘사업의 시장규모는 3,000억엔을 초월하는 수준으로 추정할 수 있음.



〈 표1. 일본의 종묘사업 시장규모 추정 〉

(단위 : 억엔)



자료원 : 일본 농림수산성 『농업·식품관련산업의 경제계산 - 농업의 경제계산 - 중간투입(실수)』

〈 표2. 일본의 종묘사업 시장규모 추정 〉

(일본의 경종(耕種)농업에 있어서 종묘의 중간투입비용의 추정)

(단위 : 억엔)

구분	2000년도	2001년도	2002년도	2003년도	2004년도
일본의 경종농업에 있어서 종묘에의 중간투입비용	3,379	3,231	3,273	3,015	3,085
대전년도비(%)	102.9	95.6	101.3	92.1	102.3

자료원 : 일본 농림수산성 『농업·식품관련산업의 경제계산 - 농업의 경제계산 - 중간투입(실수)』

- 일반적인 종묘사업의 시장규모에 대해서는 위의 표에서 나타난 바와 같이 경종농업에 있어서 종묘에의 중간투입비용으로 총망라할 수 있을 것으로 추정되나 주변의 바이오 테크놀로지 관련 사업 등을 포함하면 1조엔 내지 1조5,000억엔의 규모로 추정됨.
- 중간투입금액이란 생산에 필요로 한 물재와 서비스의 비용을 말하며, 농산물의 경우에는 농산물을 얻기 위해 투입되는 비용의 총액임. 이중에서도 종묘를 얻기 위해 투입되는 비용을 말함.

㉠ 종묘업계의 구조

- 일본에서는 쌀이 기간식료로서 국가와 지방공동단체 등에 의해 품종개량과 생산기술

- I. 배
- 미국
- II. 포도
- 싱가포르
- III. 감귤
- 러시아
- IV. 밤
- 일본
- V. 양란
- 일본
- 중국
- VI. 새송이버섯
- 미국
- 유럽
- VII. 유자차
- 일본
- 중국
- 대만
- VIII. 돈육
- 러시아
- 필리핀
- IX. 채소종자
- 일본
- 미국
- X. 쌀및기공밥
- 일본
- 미국

연구가 행해지고 있으며, 종묘의 판매는 주로 농협 등을 이용한 역사가 있음. 이러한 역사를 반영하여 일본의 종묘업자가 착수하는 분야는 화훼나 청과물을 중심으로 하는 경우가 많고 미곡 등에 대해서는 국가와 지방공동단체 등의 시험연구기관이 품종개발을 추진하는 경우를 흔히 볼 수 있음.

- 종묘의 생산에 대해서는 종묘회사와 농가(농협·생산조합기타 임의 그룹 등 조직화된 경우가 많음) 사이에 위탁채종농가 계약을 체결하여 계약채종이 행해지고 있음. 예를 들면, 대형 종묘메이커에 의한 계약채종의 사례로는 위탁채종 농가는 약 1,000농가 정도로 보고 있으며, 재배일정, 유용 등 금지사항, 공제 등의 확인을 하고 있음. 가격은 수확시에 교섭으로 하는 경우가 많음. 또, 이러한 경우, 자재의 임대, 교잡방지 등의 환경정비, 작업지원(월 5~6회의 기술지도) 등도 행하고 있는 경우가 일반적임.
- 최근에는 종자의 수출·해외생산을 중심으로 한 글로벌화와 우량품종 개량으로 인한 지적재산 비즈니스화가 현저해지고 있음.

## ⑨ 참가 기업수

- 종묘메이커(품종개발·종묘생산), 도매 또는 소매업자를 구성회원으로 하는 사단법인 일본육묘협회의 정회원수는 2007년3월31일 현재로서 1,403명이며, 주산지별(道都府縣)로는 치바현, 사이타마현, 아이치현 등의 순으로 많게 나타나고 있음.

### 〈 사단법인 일본육묘협회의 도도부현별 회원수 〉

주산지 (도도부현)	회원수 (명)	주산지 (도도부현)	회원수 (명)	주산지 (도도부현)	회원수 (명)	주산지 (도도부현)	회원수 (명)
홋카이도	55	도쿄	46	시가	10	가가와	14
아오모리	18	가나가와	55	교토	30	에히메	16
이와테	30	야마나시	1	오사카	30	고치	17
아키타	28	니이가타	56	나라	41	후쿠오카	40
미야기	39	도야마	6	와카야마	22	사가	16
야마가타	29	이시카와	13	효고	40	나가사키	17
후쿠시마	59	후쿠이	2	돗토리	9	구마모토	41
이바라키	59	나가노	42	시마네	11	오이타	12
도치기	30	시즈오카	43	오카야마	15	미야자키	24
군마	33	미에	17	히로시마	23	가고시마	18
사이타마	78	아이치	71	야마구치	18	오키나와	8
치바	90	기후	12	도쿠시마	19	합계	1,403

자료원 : 사단법인 일본육묘협회 홈페이지(<http://www.jasta.or.jp>)

○또, 참고자료로서 경제산업성의 『상업통계표』에서는 2002년의 종묘 소매업자의 사업소 수는 2,972사업소로 나타내고 있음.

㉠ 유력 참가 기업

- 유력 참가기업으로서는 사카타종묘, 타키이종묘, 카네코종묘, 기린맥주, 삿포로맥주, 산토리플라워즈 등이 있음. 또한, 이하의 유력한 참가기업의 업적일람 등으로 맥주 메이커는 제외하고 있음(주류판매의 매출액이 높기 때문)
- 1998년의 종묘법 개정후에는 이업종으로부터 참가가 눈에 띄었음(미츠이화학, JT 등). 그러나, 화훼류에 특화하여 성공한 대형 맥주회사 이외에는 대부분이 이미 철퇴한 상황임.

〈 유력 참가기업의 업적일람 〉

(단위 : 천엔)

매출 순위	기업명	2005.1 ~ 12						2004.1 ~ 12			
		매출액	전기비		당기이익	전기비		당기	매출액	당기	당기
		2005년	증감액	증감율 (%)		증감액	증감율 (%)	이익률 (%)	2004년	이익	이익률 (%)
1	카네코종묘(주)	42,692,000	-1,050,000	97.6	584,083	64,083	112.3	1.4	43,742,000	520,000	1.2
2	타키이종묘(주)	40,522,000	-961,000	97.7	3,297,411	304,955	110.2	8.1	41,483,000	2,992,456	7.2
3	유키즈루시종묘(주)	40,250,000	1,595,000	104.1	386,970	93,177	131.7	1.0	38,655,000	293,793	0.8
4	(주)사카타종묘	33,071,000	-2,361,000	93.3	676,000	-567,000	54.4	2.0	35,432,000	1,243,000	3.5
5	토요하시종묘(주)	6,065,000	190,000	103.2	25,923	15,113	239.8	0.4	5,875,000	10,810	0.2
6	八江농예(주)	4,349,000	103,000	102.4	27,572	6,798	132.7	0.6	4,246,000	20,774	0.5
7	토키타종묘(주)	3,744,000	200,000	105.6	88,026	10,831	114.0	2.4	3,544,000	77,195	2.2
8	(주)武藏野종묘원	3,459,000	212,000	106.5	51,019	22,148	176.7	1.5	3,247,000	28,871	0.9
9	(주)柳川채종연구회	2,354,000	-12,000	99.5	141,743	18,702	115.2	6.0	2,366,000	123,041	5.2
10	中原채종장(주)	2,018,000	68,000	103.5	93,517	1,766	101.9	4.6	1,950,000	91,751	4.7
11	(주)토호쿠	1,160,000	-15,000	98.7	-	-	-	-	1,175,000	107,650	9.2
12	(주)小松屋종묘	1,100,000	0	100.0	-	-	-	-	1,100,000	3,000	0.3
13	野原종묘(주)	1,056,000	-7,000	99.3	760	-2,466	23.6	0.1	1,063,000	3,226	0.3
14	松永종묘(주)	910,000	8,000	100.9	9,608	5,367	226.6	1.1	902,000	4,241	0.5
15	丸種(주)	907,000	-32,000	96.6	44,000	7,500	120.5	4.9	939,000	36,500	3.9

주 : 1. 업적일람 중 매출액 및 당시이익은 기업신용정보데이터를 기초로 기재. 매출액은 기업단체의 금액으로 소비세 포함하지 않은 금액임

2. 상장회사의 세그먼트정보

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 〈 유력 참가기업 개요일람 〉

매출 순위	기업명	영업종목	상장	기업 소재지	전화	설립 연도	자본금 (백만엔)	종업 원수 (명)
1	카네코 종묘(주)	종묘생산판매, 훼원예, 농약, 농업자재도매	JASDA Q	群馬県前橋市古市町 1丁目50-12	027-251-16 17	1947.6	1,491	515
2	타키이 종묘(주)	종묘생산, 농업용자재판매	비상장	京都府京都市下京区梅小路通 猪熊東入南庚町180	075-365-01 23	1920.5	200	721
3	유키즈루시 종묘(주)	배합사료제조, 종묘생산도매, 녹화조원공사	東証 2부	北海道札幌市厚別区上野幌 一条5丁目1-8	011-891-591 1	1950.12	4,643	367
4	(주)사카타 종묘	종묘, 농업 및 원예자재 판매	東証 1부	神奈川県横浜市都筑区仲町 台2丁目7-1	045-945-8 800	1942.12	13,500	578
5	토요하시 종묘(주)	종자, 종묘도매, 소매, 농업비닐자재도매, 소매	비상장	愛知県豊橋市向草間町字北 新切12-1	0532-45-41 37	1968.10	300	140
6	八江농예 (주)	종묘육종생산판매, 농원예용자재판매	비상장	長崎県諫早市厚生町 3-18	0957-24-11 1	1956.12	30	103
7	토키타 종묘(주)	농산종묘연구개발생 산판매 및 수출입, 폴리에틸렌, 비닐, 기타 농업용자재도매	비상장	埼玉県さいたま市見沼区大 字中川1069-1	048-683-3 434	1947.11	148	80
8	(주)武藏野 종묘원	조원, 시설원예, 종묘육종, 도매, 수출입, 건물임대	비상장	東京都豊島区南池袋1丁目 26-10	03-3986-0 711	1963.5	30	110
9	(주)柳川 채종연구회	종묘육종, 생산판매, 농업자재판매, 정미, 미곡류판매	비상장	茨城県小美玉市羽鳥256	0299-46-0 311	1962.4	30	50
10	中原 채종장(주)	종묘도매, 생산, 육종	비상장	福岡県福岡市博多区那珂5 丁目9-25	092-591-03 10	1977.8	20	47
11	(주)토호쿠	종자판매	비상장	熊本県熊本市小山町603 -1	096-380-8 624	1979.3	80.5	36
12	(주)小松屋 종묘	농업용자재소매, 종묘소매	비상장	千葉県旭市新町457-2	0479-64-26 00	1986.7	10	10
13	野原종묘 (주)	농산원예종묘생산, 농업용자재판매	비상장	埼玉県久喜市大字野久喜1 -1	0480-21-0 002	1948.6	15	35
14	松永종묘 (주)	농산종묘, 농원예자재도매	비상장	愛知県江南市古知野町瑞穂 3	0587-54-51 51	1952.1	30	35
15	丸種(주)	종묘생산, 원예자재도매, 수출입	비상장	京都府京都市下京区七条新 町西入	075-371-51 01	1948.5	30	38

자료원 : 각사의 HP, IR자료를 토대로 『(株) DELTA i.D. 総合研究所』 작성




- 사카타종묘, 타키이종묘, 카네코종묘, 기린맥주 등 대형종묘메이커의 대두가 현저하게 과점(寡占)화가 강해지고 있는 경향이 있음.

#### 다. 종묘업계 및 제품과정 현황

- 1835년에 大森屋治右衛門(초대 滝井治三郎)이 우량 종묘를 채종하여 희망에 의해 분양을 개시했음. 이것이 현재의 타키이종묘의 전신이며, 일본에 있어서 종묘사업의 창시자로 칭하고 있음.
- 1905년에는 타키이종묘는 일본에서 처음으로 카탈로그를 통해 종묘의 통신판매를 개시함.
- 1945년 이후에는 주요 종묘메이커가 시험장을 설치하고 신품종의 육종이 본격화됨. 수확성(수확량이 많음), 내병·내충성(병과 해충에 강함), 환경스트레스저항성(한파와 무더위 등에 강함), 품질특성(맛, 외관, 가공유통적정성 등)에 뛰어난 품종의 육성을 겨냥하여 품종개량이 계속됨.
- 1930년대에는 『F1(1대교배종)』 기술이 실용화되어 1950년대 이후에는 세계적으로 1대교배종 시대에 돌입했음.
- 또, 일본국내 주요 종묘메이커는 품질의 우위성을 살려 1960년대 이후에는 해외진출을 서서히 추진하여 현재에는 종자에 관해서는 수출뿐만 아니라 해외생산도 확대하여 해외비즈니스가 중심이 되고 있음.

#### 라. 주요 대표품종 및 최근 선호되는 품종

- 종묘업계에서 1위를 나타내고 있는 카네코종묘 신상품 및 오리지널 상품을 중심으로 소개함.

구 분	품목명	품종형상		
과 채 류	대과토마토			
		至福	優福	招福파워

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만




VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국




X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국




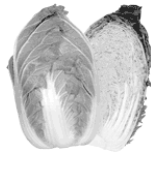






구 분	품목명	품종형상	
과 채 류	중과토마토		
		레드 오레	옐로우 오레

구 분	품목명	품종형상		
과 채 류	미니토마토			
		핍피	옐로우 미미	파스타

구 분	품목명	품종형상		
과 채 류	오이			
		四川	四川2호	風神

구 분	품목명	품종형상	
과 채 류	가지		
		大黒田	一富士

구 분	품목명	품종형상		
과 채 류	밤호박			
		九重栗	구주쿠리 EX	白九重栗

구 분	품목명	품종형상		
과 채 류	오쿠라			
		걸리버		
구 분	품목명	품종형상		
엽 채 류	양배추			
		恋風	츠마이도리	이로도리
구 분	품목명	품종형상		
엽 채 류	배추			
		萌黃	黃良好70	黃月77
구 분	품목명	품종형상		
엽 채 류	유채 (코마츠나)			
		요카타菜	요카타菜G	스테키다菜
구 분	품목명	품종형상		
엽 채 류	청경채 (칭겐사이)			
		夏신토쿠	신토쿠	冬御前

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만







VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

구 분	품목명	품종형상		
엽 채 류	시금치			
		그린 호프	썬 피아	썬 파워
구 분	품목명	품종형상		
근 채 류	무			
		冬다요리	夏味115	冬美人
구 분	품목명	품종형상		
근 채 류	당근			
		히토미五寸	紅粹	T号新国分
구 분	품목명	품종형상		
근 채 류	우엉			
		正作	地皇	山우엉
구 분	품목명	품종형상		
근 채 류	파			
		夏場所	冬場所	冬若



구 분	품목명	품종형상		
근 채 류	양파			
		浜笑	濱宝	貴錦
구 분	품목명	품종형상		
근 채 류	부추			
		니코니코太郎		니코니코花子
구 분	품목명	품종형상		
두 류	꼬투리채 강남콩			
		이치즈	이츠즈그린	슈퍼 쇼트
구 분	품목명	품종형상		
두 류	가지꽃콩			
		유아가리娘	綠碧	후쿠라
구 분	품목명	품종형상		
두 류	옥수수			
		키라키라 콘	키라키라85 콘	티가

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

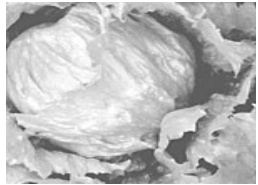

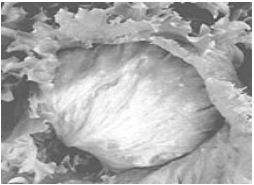
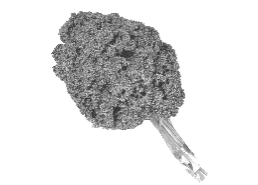


VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

구 분	품목명	품종형상		
서 양 야 류	양상추			
		파인 그린	V	산바레이(KA-1219)
구 분	품목명	품종형상		
서 양 야 류	파세리 아스파라가스			
		케사오	그린 풋	바이톨

자료원 : 카네코종묘

## 2. 시장 유통동향

### 가. 최근 종묘시장의 추정

- 일본국내에 있어서 채소의 수확량은 감소경향을 나타내고 있음. 단, 신품종의 투입에 의한 종자가격의 상승 등이 일부에서 나타나고 있기 때문에 채소종묘의 일본국내 시장은 약간 감소에서 수평을 나타내고 있음.
- 원예종자에 대해서는 소비자들의 가든 붐은 뿌리 깊게 정착되어 있으나 이미 일정의 보급을 달성한 것도 있어 시장의 급격한 진전은 없는 편임. 따라서 수평 또는 약간 증가경향이 계속되고 있어 채소종묘와 원예종자를 합한 전체시장은 수평을 나타내고 있음.

〈 연도별 농업생산자재 품목별 가격 (농업생산자재) 〉

(단위 : 엔, %)

품 목 별	연차지수							대전년 등락률 (2005년/ 2004년)	전국평균가격	
	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년		단위	2005년
농업생산자재 (종합)	100.2	100.0	100.4	99.5	100.2	101.6	102.7	1.1	-	-
종묘 및 묘목	100.2	100.0	100.8	100.7	100.6	101.1	101.5	0.1	-	-
법 씨	100.7	100.0	99.4	99.2	98.9	102.3	101.6	0.7	10kg	5568.0
오 이 종 자	99.2	100.0	100.7	100.5	101.2	100.9	101.8	0.9	20ml	5695.0
수 박 종 자	100.1	100.0	100.1	101.7	103.0	104.4	103.0	1.3	20ml	5975.0
멜 론 종 자	99.6	100.0	100.1	100.4	100.1	99.9	100.0	0.1	100알	3874.0
결구배추종자	99.0	100.0	102.1	104.5	103.7	104.2	103.3	0.9	20ml	2861.0
양 배 추 종 자	99.3	100.0	100.7	103.2	103.8	104.9	105.6	0.7	20ml	4111.0
파 종 자	99.3	100.0	100.5	100.3	100.3	101.2	101.8	0.6	20ml	441.0
양 파 종 자	99.2	100.0	101.8	104.4	104.6	106.0	106.6	0.6	20ml	826.0
무 종 자	100.3	100.0	102.2	103.9	104.7	104.7	104.7	0.0	20ml	621.0
당 근 종 자	98.7	100.0	108.3	108.2	107.0	108.1	110.0	1.8	20ml	580.0
감 자 종 자	99.6	100.0	99.7	98.4	95.6	95.5	96.0	0.5	20kg	4142.0
사료용옥수수종자	100.9	100.0	100.2	99.8	99.6	100.3	100.8	0.5	1kg	1316.0
벼 묘 목	99.9	100.0	100.0	101.4	101.1	100.4	100.6	0.2	1상자	701.0
오 이 묘 목	100.0	100.0	100.1	98.0	98.0	97.9	98.0	0.1	10본	1433.0
가 지 묘 목	100.8	100.0	100.6	99.2	101.2	100.5	101.9	1.4	10본	1164.0
토 마 토 묘 목	100.1	100.0	101.1	101.5	101.0	100.4	101.2	0.8	10본	1169.0
멜 론 묘 목	99.7	100.0	100.5	99.2	98.7	100.5	100.9	0.4	10본	1617.0
온주밀감묘목	103.9	100.0	100.5	97.4	97.9	97.8	98.3	0.5	1본	975.0

주 : 연차지수는 2000년을 100으로 함.  
 자료원 : 일본 농림수산성 『농업물가지수』

- I. 배
- 미 국
- II. 포도
- 싱가포르
- III. 감귤
- 러시아
- IV. 밤
- 일 본
- V. 양란
- 일 본
- 중 국
- VI. 새송이버섯
- 미 국
- 유 럽
- VII. 유자차
- 일 본
- 중 국
- 대 만
- VIII. 돈육
- 러시아
- 필리핀
- IX. 채소종자
- 일 본
- 미 국
- X. 쌀및기공밥
- 일 본
- 미 국

## 〈 연도별 채소의 출하량(전국) 〉

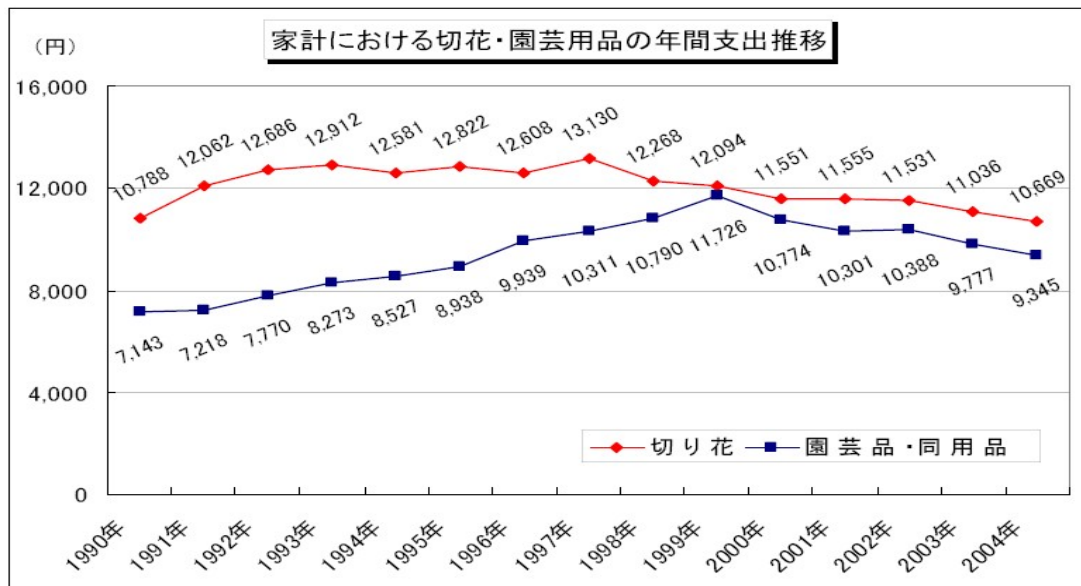
(단위 : 천톤)

연 도	2000년산	2001년산	2002년산	2003년산	2004년산	2005년산
근 채 류	4,977	5,018	5,024	4,902	4,722	4,607
무	1,419	1,413	1,361	1,334	1,241	1,248
순무	145	142	145	141	132	121
당근	593	604	562	576	533	540
우엉	154	144	135	139	141	133
연근	59	59	57	48	49	51
감 자	2,312	2,385	2,498	2,401	2,357	2,242
토란	138	129	123	125	110	109
산마	156	142	144	137	159	164
엽경채 류	4,372	4,392	4,583	4,493	4,239	4,346
배추	780	780	767	728	673	702
유채(코마츠나)	-	-	58	57	71	72
청경채(칭겐사이)	-	-	40	40	40	43
시금치	250	254	250	251	232	240
머위(후키)	-	-	17	16	15	14
파드득(미츠바)	-	-	18	18	18	17
썩갓(기쿠)	-	-	36	34	33	32
셀러리	38	35	35	34	34	33
아스파라가스	-	-	25	24	25	24
콜리플라워	25	25	24	23	18	20
브로콜리	70	76	80	91	80	91
양상추	497	512	519	508	473	507
파추	416	406	402	397	375	381
부추	-	-	61	57	54	54
양파	1,072	1,085	1,042	1,025	986	944
마늘	-	-	14	11	12	11
과 채 류	2,371	2,257	2,248	2,159	2,142	2,146
오이	645	616	612	572	566	566
밤호박	185	165	160	172	168	176
가지	353	328	317	293	290	294
토마토	709	700	689	669	666	668
피망	146	134	137	129	131	131
옥수수	218	206	211	204	205	192
꼬투리채강남콩	39	38	36	35	33	33
꼬투리채완두콩	24	21	21	18	18	18
잠두콩	-	-	17	16	17	17
가지뾰콩	53	50	48	50	49	52
향신야채	-	-	24	23	27	28
생강	-	-	24	23	27	28
과실적야채	974	961	903	843	792	783
딸기	186	190	191	183	180	178
멜론	290	279	261	244	226	220
수박	498	493	451	418	387	385
출하량 합계	12,694	12,628	12,781	12,419	11,922	11,910

자료원 : 일본 농림수산성 『야채생산출하통계(2005년)』

〈 가계에 있어서 원예용품 및 절화의 연간지출 추정 〉

(단위 : 엔)



주) —■— : 원예용품 / —◆— : 절화  
 자료원 : 일본 총무성 통계국 「가계조사」

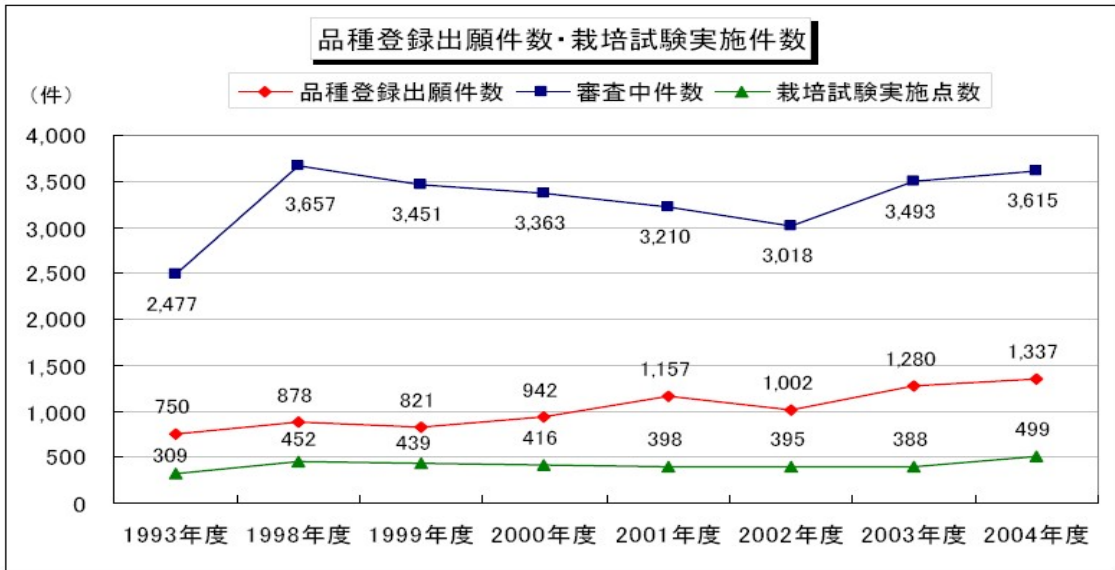
- I. 배
- 미 국
- II. 포도
- 싱가포르
- III. 감귤
- 러시아
- IV. 밤
- 일 본
- V. 양란
- 일 본
- 중 국
- VI. 새송이버섯
- 미 국
- 유 럽
- VII. 유자차
- 일 본
- 중 국
- 대 만
- VIII. 돈육
- 러시아
- 필리핀
- IX. 채소종자
- 일 본
- 미 국
- X. 쌀및기공밥
- 일 본
- 미 국

나. 시장분류와 분야별 동향

- 현재 종묘사업은 위에서 언급한 바와 같이 종자의 수출·해외생산을 중심으로 한 글로벌화와 우량품종 생산에 의한 지적재산 비즈니스화의 움직임이 현저하게 나타나고 있음.
- 저가격 외국산 농산물 공세와 후계자 부족 등, 일본국내 농업을 둘러싼 정세는 악화되고 있으며, 종묘에 있어서도 일본국내 소비의 급격한 신장은 기대하기 어려움. 그러나, 종자의 수출을 중심으로 한 해외사업은 장래적으로도 호조를 나타낼 것으로 추정됨.
- 향후에는 부가가치가 그다지 높지 않은 품종은 코스트가 낮은 해외생산으로 전환되어 가며, 부가가치가 높은 종자에 대해서는 일본국내 생산에 의한 수출이 계속될 것으로 추정됨.
- 또한, 신품종의 개발경쟁은 더욱더 심하게 되는 경향이 있으며, 아래의 표에서 나타내고 있는 것처럼 품종등록 출원건수와 재배시험실시점수는 매년 증가경향을 나타내고 있음.

## 〈 품종등록출원건수·재배시험실시건수 〉

(단위 : 건)



주) ■ : 심사중인 건수 / — : 품종등록출원건수 / ▲ : 재배시험실시건수

## 〈 품종등록출원건수·재배시험실시건수 〉

연 도	1993	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
품 종 등 록 출 원 건 수	750	878	821	942	1,157	1,002	1,280	1,337
심 사 중 인 건 수	2,477	3,657	3,451	3,363	3,210	3,018	3,493	3,615
재 배 시 험 실 시 점 수	309	452	439	416	398	395	388	499

주 : 1. 1999년도의 품종등록출원건수가 감소한 것은 ①종묘법개정과 더불어 새로운 품종등록제도의 절차(출원양식의 변경 등)의 서툰으로 기인한 출원의 지연, ②법개정에 의한 미양도성이 완화되어 테스트마케팅 실시로 인한 출원의 유예 등이 복합적으로 영향을 준 결과로 봄.

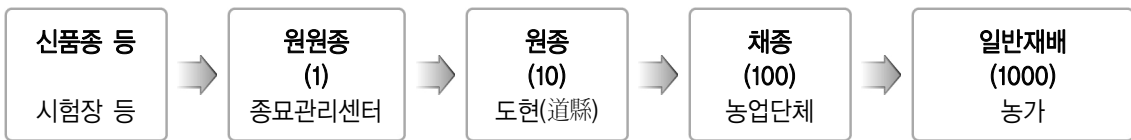
2. 재배시험실시건수에 대해서는 2001년 이후에는 해당연도 재배착수점수임.

- 일본은 세계에서든 톱클래스의 육종·교배기술을 자랑하고 있어 국제적으로도 높은 평가를 받고 있으나 2006년도 특히 중국과 한국을 비롯한 아시아에 있어서 일본에서 개발된 신품종을 무단 사용되는 문제로 일본정부는 1991년 개정된 UPOV조약을 비준하고 있어 중국과 일본 등에서도 동 조약을 비준하도록 하는 등 신품종의 육성자권의 확보를 꾀하고 있음.

### 3. 소비동향

- 일본국내 중요시장은 성숙된 시장으로서 당분간 수평상태가 계속될 것으로 추정됨. 향후에는 해외시장 전략이 대형 종묘업자에 있어서 점점 중요시 되고 있음. 연구개발력과 마케팅력을 가지고 시장에서 요구하는 상품(신품종)을 개발, 판매함으로써 세계적인 종자 비즈니스의 점유를 확보해 나가는 것이 요구되고 있음.

#### 〈 감자의 종묘생산의 흐름 〉

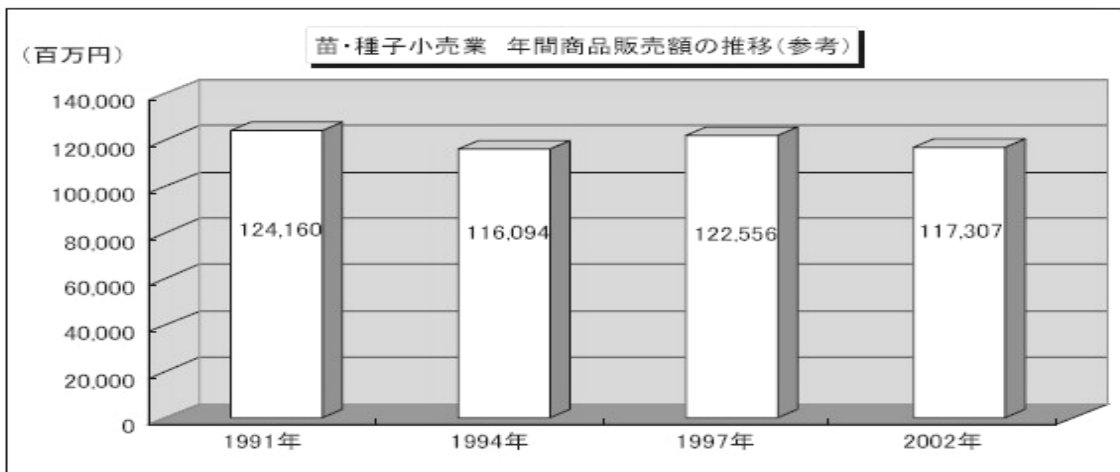


주 : ( )안의 수치는 원원종 (1)을 기초로 증식했을 때의 각 단계의 증식량(수확량)임

- 또, 참고로 상업통계에서 『묘목·종자소매업』의 연간상품판매의 추정을 살펴보면 아래와 같음.

#### 〈 묘목·종자소매업 연간 상품판매금액의 추정(참고) 〉

(단위 : 백만엔)



자료원 : 일본 경제산업성 『상업통계표 품목편』

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 4. 시장전망

- 종묘업자는 지금까지 시장의 요구에 따라 내병·내충성과 환경스트레스저항성에 강한 품종, 다수확성 품종 등을 개발해 왔으나 1980년대 이후에는 개발의 포인트가 가공 유통적성(곧바르고 돌기물이 없는 오이), 농작업기계화적성(기계화에 적합한 대두 등) 등으로 전환되었음. 이러한 품종은 당연히 F1품종이며, 향후에도 시장요구에 맞는 신품종이 등장하는 것은 틀림이 없음.
- 그러나, 시장을 F1품종이 석권하므로써 재배작물의 획일화가 추진되는 것에 반발하여 유전적 다양성을 가진 재배지의 자연조건에 적응되어 온 재래종·고정종을 평가하는 움직임도 있음. 교토채소처럼 본고장 재래종을 브랜드화해 나가는 지역도 생겨났으며, 기타 산지에서도 향후 이러한 추진을 볼 수 있을 것으로 예상됨. F1품종을 중심으로 한 녹색의 공장화와 이에 상대할 수 있는 재래종의 브랜드화가 향후 종묘사업의 커다란 방향성이 될 것으로 예상됨.
- 또, GM종자(유전자조작 작물)를 둘러싼 정세도 주시해야만 하는 포인트임, 세계적으로 압도적인 점유를 차지하고 있는 미국의 몬산트사의 GM종자가 시장을 석권하고 있어 전세계의 옥수수의 4할, GM옥수수의 9할을 초과하고 있는 제품이 몬산트 제품이라고 말할 수 있음. GM종자의 재배면적도 매년 증가되고 있으나 건강과 생태계에 대한 영향에 대해서는 평가가 정해지지 않고 있는 것이 현실임.



### 〈종자 용어(상품, 서비스)〉

- F1 : 유전학에서 『잡종 제1대』를 말함. 종묘업계에서는 2종류의 다른 뛰어난 종자(원종)를 교배시켜 만든 1대 교배종을 말하며, 원종의 좋은 점을 받아들여 기대했던 성질(색, 형태, 맛 등)을 가진 균질한 개체를 발현시킬 수 있음. 그러나, F1종자로부터 얻은 종자를 심어 재차 재배를 해도(F2) 같은 F1종자는 재배할 수 없어 성질이 각기 다른 것이 발현됨.
- 지정종묘 : 종묘 중 품질의 식별을 쉽게 하기 위해 판매할 때 일정의 사항을 표시할 필요가 있다고 보고 농림수산성 대신이 지정한 종묘를 말함. 2006년6월21일에 개정되어 지정업종의 범위가 확대되었음.
- 종묘관리사 : 사단법인 일본종묘협회에 의해 설립되었으며, 종묘에 관한 정확한 지식을 가진 것을 말하는 제도임. 일본종묘협회가 실시하고 있는 시험에 합격하면 『종묘관리사합격자』로서 인정되어 그 중에서 일본종묘협회 회원 각사 1명이 『종묘관리사』로서 인정됨. 『종묘관리사』 및 『종묘관리사합격자』를 『씨드 어드바이저』로 칭함.
- 육성자권 : 1998년에 전면 개정된 『종묘법』에 있어서 명문화된 권리. 품종 등록된 신품종을 육성하고 이것을 이용하여 사업을 행하는 권리를 말하며, 종묘의 생산, 조정, 수출입, 보관 등의 권리를 가짐. 『종묘법』은 식물의 신품종의 지적재산권에 대해 대폭 강화한 법률이며, 육성자권은 특허권과 실용신안권과 매우 비슷함. 이 육성자권은 신품종의 품종등록자에게 주어짐.
- UPOV조약 : UPOV란 국제식물신품종보호연맹의 약자로 UPOV조약은 1961년에 체결된 『식물의 신품종의 육성자 등의 권리를 승인하고 보증하는 것을 목적으로 한 조약』임. 현재의 조약은 1991년에 개정된 것이며, 일본은 1978년판의 UPOV조약으로 가맹했음.
- GM종자 : 유전자조작기술을 사용한 품종을 말함. GMO라고도 불리며, 최근 세계적으로 GM종자의 재배면적이 신장되고 있음. 건강과 생태계에 악영향을 준다는 의견도 있어 평가는 정해져 있지 않는 것이 현실임.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

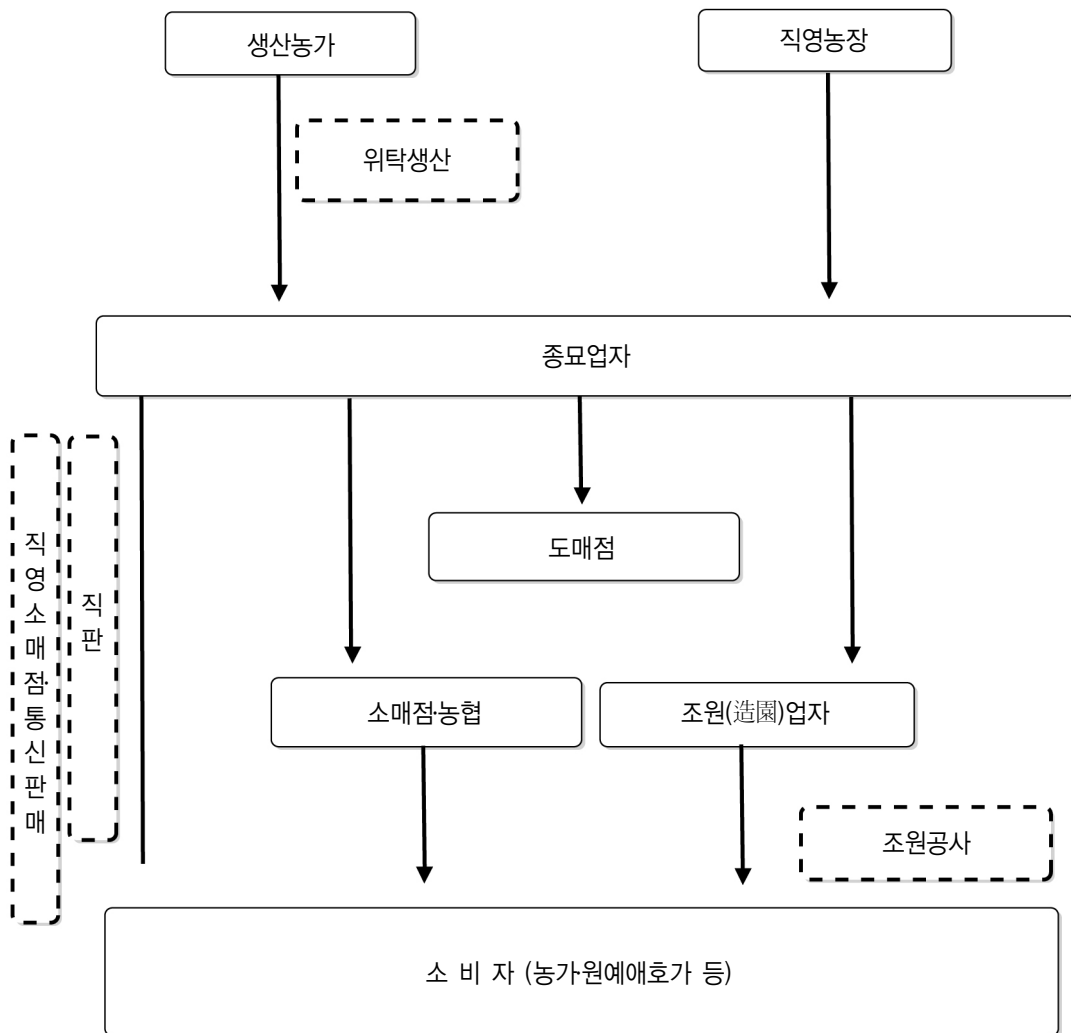
IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 5. 생산·유통과정

○아래의 표는 종묘의 생산 및 유통과정을 나타낸 것임.

〈 종묘의 생산 및 유통과정 〉



자료원 : (株) DELTA i.D. 総合研究所 작성

## 6. 거래조건 및 형태

- 종묘업자의 매출액에 점유하고 있는 매출원가는 45% 정도임. 또, 판매관리비·일반 관리비에 있어서는 연구개발비의 비율이 높은 것이 특징임.

### 가. 판매형태 및 조건

- 일본국내에서는 도매점을 경유하여 홈센터 등에서 판매되는 것 외에 직영소매점(실점포)에서의 판매와 인터넷 통신판매로 인한 직판도 행해지고 있음.
- 채소종자를 중심으로 수출·해외생산 등의 해외비즈니스도 확대되고 있음.

### 나. 구매형태 및 조건

- 종자 등의 생산은 생산계약을 맺은 계약농가에서 생산되는 경우가 많음.
- 계약농가 사이에는 기술유출금지 등의 계약이 맺어져 자재임대와 작업지원 등을 행함.

### 다. 영업형태 및 방법

- 직영점에서 판매와 인터넷 통신판매는 주로 국내의 원예애호가 고객이기 때문에 품종특성과 재배방법의 해설 등을 상세히 행하며, 소비자의 편리를 위해 노력하는 것이 많음.
- 해외비즈니스에 있어서는 지역성의 다른 점을 고려한 상품(품질특성)의 선택이 포인트가 되기 때문에 마케팅 등의 노력도 중요함.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

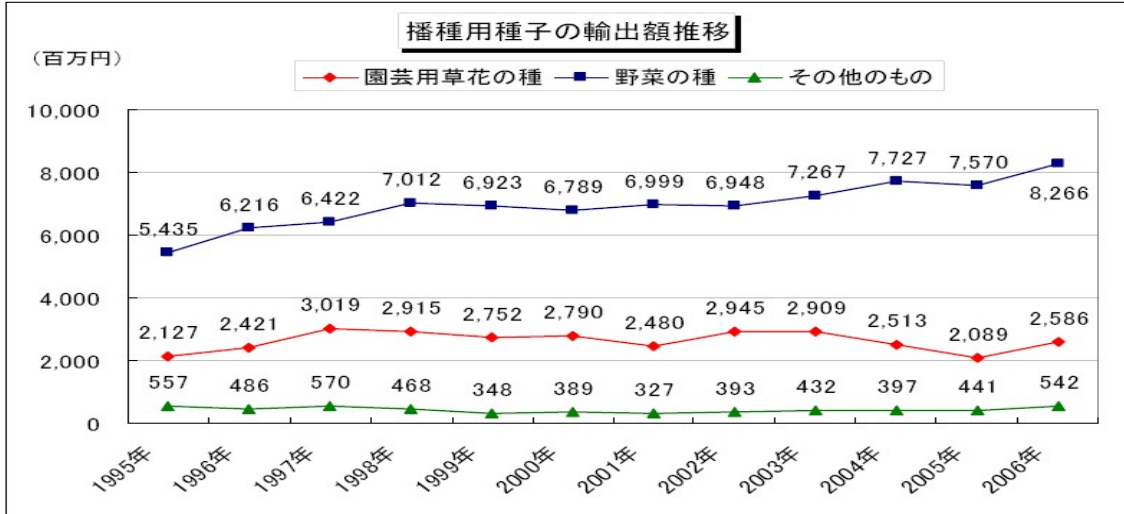
## 7. 수출입동향

### 가. 수출동향

- 일본국내 마켓이 수평을 이루고 있는 것에 비해 해외용 비즈니스는 비교적 호조를 나타내어 특히, 채종용 종자에 대해서는 매년 수출액이 증가하고 있음. 2006년의 수출액은 약 114억엔으로 1988년도와 비교하면 190%에 달함. 또한, 채종용 종자에 관해서는 수입액을 수출액이 상회하고 있음.
- 채종용 종자 중에서는 특히 채소의 종자가 현저하게 증가되고 있으며, 수출상대국은 중국과 한국 등 아시아가 물량 및 금액 모두 가장 많음. 또, 세계적으로 일본의 고부가가치 종자의 수요는 높아지고 있다고 말할 수 있음.

#### 〈 채종용 종자의 수출액 추정 〉

(단위 : 백만엔)



주) ■ : 채소의 종자 / — : 원예용 초화(草花)의 종자 / ▲ : 기타의 종자

〈 연도별 채종용 종자의 수출금액 추정 〉

(단위 : 백만엔)

연 도	원예용 초화의 종자	채소의 종자	기타의 종자	합 계
1995	2,127	5,435	557	8,120
1996	2,421	6,216	486	9,122
1997	3,019	6,422	570	10,010
1998	2,915	7,012	468	10,395
1999	2,752	6,923	348	10,023
2000	2,790	6,789	389	9,968
2001	2,480	6,999	327	9,807
2002	2,945	6,948	393	10,285
2003	2,909	7,267	432	10,608
2004	2,513	7,727	397	10,638
2005	2,089	7,570	441	10,100
2006	2,586	8,266	542	11,394

자료원 : 일본 재무성 『무역통계』

〈 일본의 채소종자 전체 수출동향 〉

(단위 : 톤, 백만엔, 엔/kg, %)

구 분	'05			'06			'07			전년비		
	물량	금액	단가	물량	금액	단가	물량	금액	단가	물량	금액	단가
중 국	290	1,087	3,747	386	1,447	3,753	314	1,233	3,924	-18.7	-14.8	4.6
한 국	255	1,758	6,893	212	1,625	7,669	260	1,992	7,650	22.6	22.6	-0.2
대 만	95	352	3,542	84	326	3,882	108	354	3,278	28.6	8.6	-15.6
인 도	96	216	2,243	83	247	2,979	76	324	4,244	-8.4	31.2	42.5
홍 콩	60	511	8,537	78	715	9,155	67	680	10,161	-14.1	-4.9	11.0
베 트 남	39	187	4,812	59	244	4,115	62	243	3,910	5.1	-0.4	-5.0
미 국	43	443	10,255	51	558	10,849	61	498	8,112	19.6	-10.8	-25.2
파 키 스탄	60	57	951	50	73	1,464	70	83	1,201	40.0	13.7	-18.0
필 리 핀	40	137	3,443	48	170	3,522	43	168	3,871	-10.4	-1.2	9.9
태 국	43	327	7,585	38	296	7,854	48	326	6,742	26.3	10.1	-14.2
브 라 질	26	239	9,054	35	314	9,103	26	276	10,628	-25.7	-12.1	16.8
화 란	34	474	13,737	33	438	13,200	44	808	18,452	33.3	84.5	39.8
이 집 트	24	33	1,399	33	41	1,243	41	55	1,340	24.2	34.1	7.8
스 리 랑 카	26	51	1,932	27	50	1,877	31	58	1,891	14.8	16.0	0.7
뉴 질 랜드	31	376	12,239	24	275	11,645	22	248	11,128	-8.3	-9.8	-4.4
합 계	1,400	7,570	5,407	1,445	8,268	5,722	1,492	8,787	5,890	3.3	6.3	2.9

자료원 : 일본 재무성 『무역통계』 / HS코드 : 1209,91,000

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일본

V. 양란  
일본  
중국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일본  
중국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일본  
미 국

- 일본 수출종자의 주요 종류는 당근, 시금치, 무, 양배추 등이며, 해외에서 생산된 종자를 일본으로 수입하여 조정 및 포장을 하여 재수출하는 경우도 있음.
- 일본이 수출하고 있는 국가는 '07년도 전 세계를 대상으로 약 75개국에 해당하며, 이중 점유율은 금액으로 한국이 전체의 22.7%로 가장 많고 다음으로 중국 14%, 화란 9.2%를 나타내고 있음.

#### 나. 수입동향

- 일본의 채소종자의 품목별 HS코드 및 관세율은 아래와 같음.
- HS코드 및 관세율

HS번호	품 명	실행관세율
0712.90-031	옥수수(약품처리)	무세
0713.10-010	완두콩(약품처리)	
20-010	병아리(이집트)콩(약품처리)	
33-010	강남콩(약품처리)	
39-010	기타의 비진도콩 및 강남콩속의 콩(약품처리)	
40-010	렌즈콩(약품처리)	
50-010	잠두콩(약품처리)	
90-010	기타의 콩(약품처리)	
1209.91-010	무의 종자	
91-090	기타의 채소의 종자	
0713.10-211	완두콩(채소재배용)	
33-210	강남콩(채소재배용)	
39-210	기타의 비진도콩 및 강남콩속의 콩(채소재배용)	
50-210	잠두콩(채소재배용)	
90-210	기타의 콩(채소재배용)	

- 일본 수입종자의 주요 종류는 무속(屬), 시금치, 당근, 강남콩, 완두콩 등이며, 외국 육성품종을 수입하는 경우와 일본국내 육성품종을 위탁생산하여 수입하는 경우가 있음.
- 수입하는 채소재배용의 콩 중 식용콩과 구별이 되지 않는 무처리에 대한 것은 수입자가 사전신청하고 농림수산성 대신의 증명을 받아야 함.

< 일본의 채소종자 품종별 수입동향 >

(단위 : 톤, 백만엔, 엔/kg, %)

구분	'05			'06			'07			전년비		
	물량	금액	단가	물량	금액	단가	물량	금액	단가	물량	금액	단가
수입합계	6,351	6,849	1,078	7,039	8,299	1,179	6,361	8,701	1,368	-9.6	4.8	16.0
미국	2,147	1,646	767	2,342	2,360	1,008	2,171	2,098	966	-7.3	-11.1	-4.2
이탈리아	1,081	958	886	1,185	1,222	1,031	922	1,465	1,589	-22.2	19.9	54.1
강남콩	333	118	353	368	148	401	412	164	398	12.0	10.8	-0.7
미국	271	90	331	281	98	350	281	96	343	0.0	-2.0	-2.0
칠레	24	11	475	24	11	430	28	17	621	16.7	54.5	44.4
태국	23	7	316	23	7	320	48	20	416	108.7	185.7	30.0
중국	10	3	272	22	8	357	18	7	374	-18.2	-12.5	4.8
화란	5	5	1,129	11	18	1,632	31	20	638	181.8	11.1	-60.9
완두콩	283	65	229	273	61	223	349	92	264	27.8	50.8	18.4
미국	107	21	197	166	32	194	218	57	260	31.3	78.1	34.0
이탈리아	26	4	137	35	7	186	35	8	218	0.0	14.3	17.2
태국	45	17	385	25	9	379	19	7	367	-24.0	-22.2	-3.2
중국	35	10	285	21	6	302	44	11	246	109.5	83.3	-18.5
인도	22	6	283	13	4	277	22	6	272	69.2	50.0	-1.8
옥수수	305	472	1,547	379	711	1,876	296	617	2,084	-21.9	-13.2	11.1
미국	232	389	1,677	341	646	1,897	271	556	2,051	-20.5	-13.9	8.1
칠레	68	76	1,125	19	46	2,492	23	59	2,591	21.1	28.3	4.0
프랑스	5	7	1,237	11	9	800	-	-	-	-	-	-
잠두콩	91	57	627	88	49	563	184	116	630	109.1	136.7	11.9
미국	81	53	656	59	34	572	157	101	645	166.1	197.1	12.8
칠레	7	3	468	27	15	539	20	8	407	-25.9	-46.7	-24.5
무종자	1,638	1,036	632	1,997	1,414	708	1,476	1,306	885	-26.1	-7.6	25.0
미국	688	270	392	765	441	576	702	375	535	-8.2	-15.0	-7.1
이탈리아	591	211	357	679	283	417	350	185	528	-48.5	-34.6	26.6
뉴질랜드	256	143	558	433	204	471	229	128	559	-47.1	-37.3	18.7
한국	52	341	6,607	55	418	7,642	49	444	9,042	-10.9	6.2	18.3
비진도콩강콩속	4	2	639	3	2	810	3	2	707	0.0	0.0	-12.7
베트남	1	1	883	2	2	909	1	1	992	-50.0	-50.0	9.1
인도네시아	-	-	-	1	1	648	-	-	-	-	-	-
기타의 채소종자	3,647	5,100	1,398	3,921	5,903	1,506	3,628	6,389	1,761	-7.5	8.2	16.9
덴마크	652	451	692	844	545	646	602	427	711	-28.7	-21.7	10.1
미국	768	823	1,072	729	1,109	1,521	542	913	1,685	-25.7	-17.7	10.8
이탈리아	464	743	1,601	470	932	1,981	537	1,272	2,370	14.3	36.5	19.6
칠레	119	316	2,669	179	543	3,026	229	686	2,991	27.9	26.3	-1.2
한국	37	84	2,258	67	108	1,609	43	138	3,228	-35.8	27.8	-99.8
기타의 콩	50	56	1,126	10	11	1,120	13	15	1,214	30.0	36.4	8.4
대만	25	34	1,377	6	8	1,361	6	8	1,251	0.0	0.0	-8.1
태국	2	1	289	1	1	784	3	2	790	200.0	100.0	0.8
베트남	1	2	1,215	1	1	1,101	1	1	1,488	0.0	0.0	35.1

자료원 : 일본 재무성 『무역통계』

- I. 배
- 미국
- II. 포도
- 싱가포르
- III. 감귤
- 러시아
- IV. 밤
- 일본
- V. 양란
- 일본
- 중국
- VI. 새송이버섯
- 미국
- 유럽
- VII. 유자차
- 일본
- 중국
- 대만
- VIII. 돈육
- 러시아
- 필리핀
- IX. 채소종자
- 일본
- 미국
- X. 쌀및기공밥
- 일본
- 미국

- '07년 채소종자의 수입량은 6,361톤(전년비 9.6% 감소), 수입액은 8,701백만엔(전년비 4.8% 증가)으로 국가별 수입량은 미국이 2,171톤(전년비 7.3% 감소)으로 가장 많고 다음으로 이탈리아가 922톤(전년비 22.2% 감소)을 나타냈으며, 이 2개국에서 전체물량의 48.6%를 차지하고 있음.

## 8. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

### 가. 한국산

- 한국종자협회에 따르면, 한국의 종자시장은 80% 이상이 해외로부터 수입에 의존하고 있으며, 한국국내산은 배추, 무 등 김치재료의 야채가 대부분을 차지하고 있음. 이중 '07년 일본으로의 수출은 전체 수출물량(21,482천불) 중 26.7%를 차지하고 있음.
- 일본수입물량 중 '07년 한국산은 무 종자가 전체물량(1,476톤)의 3.3%인 49톤을 차지했으며, 단가면에서는 매우 높은 단가를 나타내고 있음. 기타의 채소종자에서도 전체물량(3,628톤)의 1.2%인 43톤을 차지했으며, 역시 단가면에서 가장 높게 나타내고 있음.

### 나. 미국산

- 미국의 채소종자 수출국은 제1위가 멕시코이며, 다음으로 일본이 차지하고 있으며, 일본 전체 수입물량 중 34.1%를 차지하고 있음. 특히, 무 종자(702톤)가 가장 많고 강낭콩, 옥수수, 완두콩 등의 수출이 이루어지고 있음. 기타의 채소종자도 542톤을 나타내고 있음.

### 다. 이탈리아산

- 이탈리아의 채소종자 수출은 일본이 가장 많으며, 일본 전체 수입량의 14.5%를 차지하고 있음. 특히, 무 종자(350톤)가 많고, 기타의 채소종자도 537톤을 나타내고 있음.



## 9. 한국산 수출확대 방안

- 위에서 언급한 바와 같이 일본국내 종자, 종묘시장은 성숙된 시장으로서 당분간 수평 상태가 계속될 것으로 추정됨. 향후에는 해외시장 전략이 대형 종묘업자에 있어서 점점 중요시 되고 있음. 연구개발력과 마케팅력을 가지고 시장에서 요구하는 상품(신품종)을 개발, 판매함으로써 세계적인 종자 비즈니스의 점유를 확보해 나가는 것이 요구되고 있음.
- 채소작물 육종기능에 있어서 농작물의 유용성질의 집적(集積) 등 유전적 개량을 행하는 체계적인 기술 확립과 농업의 발전을 지탱하는 기간(基幹)기술 확립이 필요.
  - 육종목표의 기본으로는 다수확성 육종, 환경스트레스저항성 육종, 내병 및 내충성 육종, 품질육종(외관특성, 소비적성, 가공적성, 유통적성) 등으로 생산성향상 및 생산안정, 작형·적응지역의 확대 등을 들 수 있음.
- 제3국으로 개발수출이 필요.
  - 개발수출이란 국내기업이 기후와 환경이 적절한 해외 및 해외생산자에 대하여 현지 생산 특히 수출용 생산미실시 품목 등에 대해 종자(종묘), 육종재배기술, 가공시설, 가공기술 등을 공여하고 특정사양에 의한 생산된 청과물 및 가공품을 독점적으로 제3국에 수출하는 형태로서 원료재배, 종자회사와 재배전문기술자 등에 의한 대상 지역에 맞는 품종의 선택과 개량, 재배기술 등의 공여가 불가피함.
- 최근 세계적인 동향을 보면, 다국적 에그리비즈니스에 의한 종자지배가 이루어지고 있으며, 다국적기업의 장기 전략으로서는,
  - 생산성을 높임(對농업생산자) : 환경스트레스저항성품종, 제초제내성품종
  - 식품의 기능성을 높임(對수요자소비자) : 고유량(高油量), 단백질 및 전분함량, 보존성
  - 의약품의 산생(產生) : 의약품원료를 산생하는 식물, 먹는 백신 등
  - 식물원료소재 : 바이오폴리머, 생분해성플라스틱 등
  - 식물원료에너지 : 에탄올 등
 ⇒ 종자지배에서 농업지배, 그리고 식량지배로

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 참 고

## 〈 업계단체 및 관련법규 〉

## ● 업계단체

- 단체 : 사단법인 일본종묘협회  
주소 : 〒113-0033 東京都文京区本郷2丁目26-11  
전화 : 03-3811-2654  
홈페이지 : <http://www.jasta.or.jp/>
- 단체 : 사단법인 일본과수종묘협회  
주소 : 〒143-0001 東京都大田区東海3-2-1 (大田市場事務棟7階)  
전화 : 03-5492-5433  
홈페이지 : <http://www.kasyukyo.or.jp/>
- 단체 : 사단법인 일본시설원예협회  
주소 : 〒113-0033 東京都中央区東日本橋3丁目6-17  
전화 : 03-3667-1631  
홈페이지 : <http://www.jgha.com/>
- 단체 : 사단법인 농산어촌문화협회  
주소 : 〒107-8668 東京都港区赤坂7丁目6-1  
전화 : 03-3585-1141  
홈페이지 : <http://www.ruralnet.or.jp/>
- 단체 : 사단법인 전국농업개량보급지원협회  
주소 : 〒107-0052 東京都港区赤坂1丁目9-13  
전화 : 03-5561-9561  
홈페이지 : <https://www.ek-system.ne.jp/>

● 관련법규

- 종묘법 : 1998년5월29일 법률 제 83호 최종개정 : 2005년6월17일 법률 제 59호. 식물의 품종육성의 진흥과 종묘의 유통의 적정화를 목적으로 정한 법률. 품종등록에 관한 제도, 지정종묘의 표시에 관한 제도 등에 대해서 정한 것임. 1998년의 전면개정으로 신품종의 육성에 대한 지적재산권의 보호를 강화, 등록품종육성자의 권리를 『육성자권』으로서 명문화함.
- 임업종묘법 : 1970년5월22일 법률 제89호 최종개정 : 2007년3월30일 법률 제8호. 임업에 대한 종묘에 대해서 우량한 채취원의 지정, 생산의 사업을 행하는 자의 등록, 배부시의 표시의 적정화 등에 관한 조치를 정함으로써 우량한 종묘의 공급을 확보하고 또한, 적정 및 원만한 조림을 추진하여 임업총생산의 증대 및 임업의 안정적 발전에 이바지하는 것을 목적으로 한 법률.
- 상표법 : 1959년4월13일 법률 제127호 최종개정 : 2006년6월7일 법률 제55호. 상표를 보호함으로써 상표 사용을 하는 자의 업무상 신용유지를 꾀하고 더욱 산업발달에 기여하고, 동시에 수요자의 이익을 보호하는 것을 목적으로 한 법률이나 종자류, 묘목, 야채, 과실, 농산물의 수송, 묘목의 완성 등의 상품, 역무(役務)에 대해서는 상표등록이 가능함. 단, 종묘법에 의한 품종등록을 한 품종명칭과 동일 또는 비슷한 상표를 그 품종등록을 한 종묘와 동일 또는 비슷한 상품과 역무에 사용하는 상표는 등록할 수 없게 되어 있음(상표법 4조1항14호). 특히, 타인의 라고는 규정되어 있지 않아 상표등록의 출원인과 육성자권자가 동일해도 품종등록을 이유로 거절되는 경우가 있음.
- 유전자조작생물 등 사용 등의 규제에 의해 생물의 다양성 확보에 관한 법률 : 2003년 6월18일 법률 제97호 최종개정 : 2007년3월30일 법률 제8호. 국제적으로 협력하여 생물의 다양성 확보를 꾀하기 위해 유전자조작생물 등 사용 등의 규제에 관해 조치를 강구함으로써 생물의 다양성에 관한 조약의 바이오안전에 관한 카르타헤나의정서의 정확 또한 원만한 실시를 확보하고 이에 인류의 복지에 공헌함과 동시에 현재 및 장래의 국민건강으로 문화적인 생활 확보에 기여하는 것을 목적으로 한 법률.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 〈 2007년 한국 채소종자 작물별 매출액 (백만원) 〉

작 물	총매출	%	국내	%	수출	%
고 추	35,101	21.7	28,317	19.9	6,783	34.4
무	29,087	18.0	24,194	17.0	4,893	24.8
양 파	14,545	9.0	14,449	10.2	96	0.5
배 추	13,992	8.7	12,141	8.6	1,851	9.4
수 박	9,996	6.2	9,433	6.6	562	2.9
토 마 토	9,069	5.6	8,651	6.1	417	2.1
오 이	5,723	3.5	5,243	3.7	481	2.4
참 외	5,704	3.5	5,639	4.0	66	0.3
호 박	3,710	2.3	3,430	2.4	280	1.4
양 배 추	3,432	2.1	1,188	0.8	2,244	11.4
시 금 치	3,330	2.1	3,305	2.3	26	0.1
상 추	3,121	1.9	3,014	2.1	107	0.5
파	2,787	1.7	2,662	1.9	125	0.6
당 근	2,463	1.5	2,091	1.5	372	1.9
대 목 용	7,091	4.4	7,091	5.0		
고 추	621		621			
토 마 토	1,354		1,354			
오 이	707		707			
참 외	1,119		1,119			
수 박	1,311		1,311			
호 박	1,571		1,571			
박	322		322			
기 타	87		87			
기 타	12,497	7.7	11,096	7.8	1,401	7.1
계	161,647	100.0	141,943	100.0	19,704	100.0

\* 1 US\$ = 950원  
 자료원 : 한국종자협회



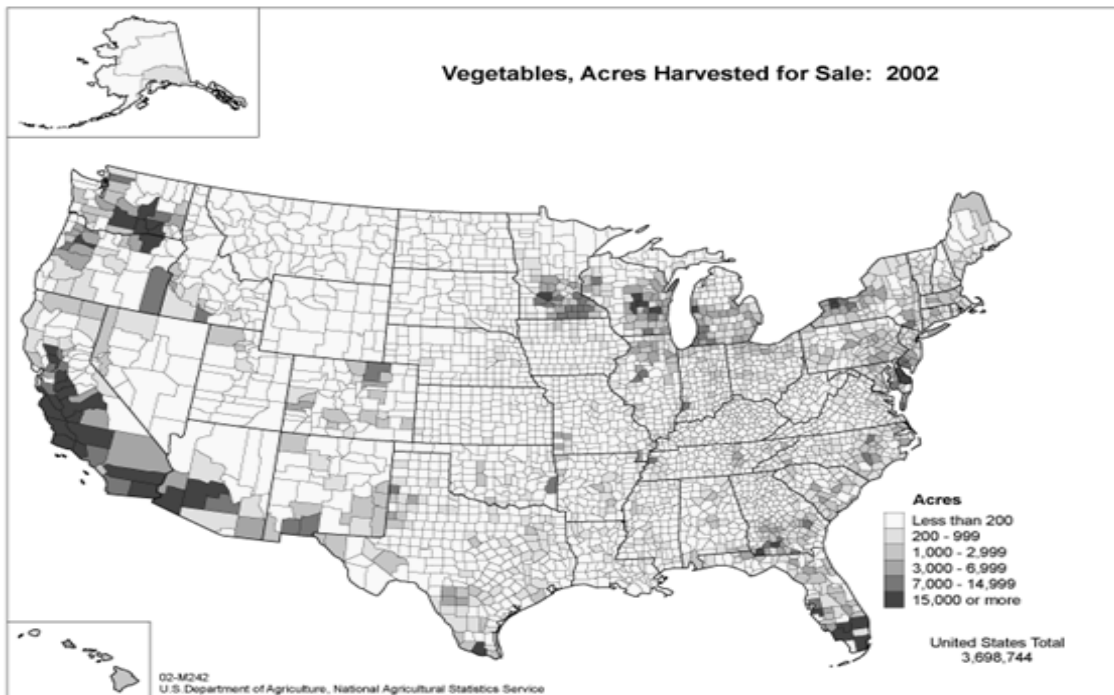
# 미 국

## 1. 채소류 생산동향

○ 미국의 채소/과일 생산량은 생산기술과 관리기법의 발달과 더불어 지난 50여년 간 증가하여 왔으며 국내 소비의 증대, 수출증가에 힘입어 향후에도 증가할 것으로 보여짐

○ '02~'04년간 미국의 채소/과일 생산량은 연평균 100백만톤 정도로 '92~'94년에 비해 10%정도 증가하였으며 이중 채소가 12%증가, 과일이 7%증가를 나타내고 있음. 채소의 수확량은 늘었으나 경작지는 1%정도 줄어들었는데 이러한 경작단위 생산량의 증가는 품종개량, 경작기술발전, 농약 및 비료기술 발전 등에 따른 결과임

### 〈 미국의 주요 채소 경작지역 〉



자료원 : USDA, National Agricultural Statistics Service

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 가. 미국의 채소생산

- 미국의 채소와 과일은 미국전역에서 생산되나 주 생산지역은 캘리포니아 주와 플로리다 주임. 북중부지역(미시간 주, 미네소타 주, 위스콘신 주)과 북서부지역(워싱턴주, 오레곤 주)은 주로 가공용 채소생산 지역인데 비해 캘리포니아 주, 플로리다주, 텍사스 주는 주요 신선 채소 생산지역임
- 조지아 주에서 뉴욕 주에 이르는 동부지역 역시 주요 채소 생산지역으로 캘리포니아 주가 동절기 신선채소 생산의 대표지역이라면 플로리다 주는 토마토와 고추같은 하절기 작물을 주로 생산하는 지역임 감자의 경우 생산지역이 아이다호 주, 워싱턴 주, 오레곤 주와 같은 북서부 지역이 대표적이거나 콜로라도 주, 노스 다코다 주, 캘리포니아 주, 위스콘신 주, 메인 주 등에서도 많이 생산되고 있음
- 캘리포니아 주를 비롯한 남서부 지역의 채소생산에 있어서 관개수로의 역할이 필수적으로 '02년도에 전체 채소 생산지의 69%가 관개수로지역임. 유기농 채소생산의 경우 아직까지는 시장의 비교적 작은 부분을 차지하나 최근 들어 매우 빠른 증가세를 나타내고 있으며 '03년도 유기농 경작면적은 전체 경작지의 2%정도이나 이는 '97년에 비해 81% 증가한 것임

## 〈 미국의 채소 재배면적 및 생산량 〉

(단위 : 에이커, 천cwt, 천달러)

품 목		1992	1997	2002	2005	2006	2007
브 로 컬 리	재배면적	111,400	130,800	130,400	134,900	138,900	137,700
	생산량	10,602	15,744	17,595	18,032	19,698	19,462
	생산금액	248,819	457,423	552,713	563,673	664,383	713,608
양 배 추	재배면적	82,150	75,230	75,680	74,100	73,550	74,000
	생산량	23,268	25,267	24,227	24,275	24,823	25,824
	생산금액	207,108	273,032	307,856	326,043	342,923	413,199
당 근	재배면적	106,900	111,380	86,500	82,500	82,800	86,200
	생산량	21,698	38,589	25,865	26,924	26,199	27,162
	생산금액	352,735	497,202	493,266	564,007	539,028	614,020
상 추	재배면적	273,520	285,960	296,700	302,400	357,800	361,300
	생산량	84,697	89,039	100,114	101,566	111,914	112,568
	생산금액	1,169,136	1,692,093	2,354,466	1,936,217	2,449,409	2,750,908

품 목		1992	1997	2002	2005	2006	2007
양 파	재배면적	141,730	165,910	162,720	165,220	164,980	159,280
	생산량	54,731	68,769	69,844	73,504	73,177	79,413
	생산금액	629,019	769,974	764,994	848,798	1,056,969	840,002
토 마 토	재배면적	131,910	115,190	129,020	125,700	122,600	119,200
	생산량	39,033	32,777	39,588	38,268	36,809	37,032
	생산금액	1,396,950	1,040,382	1,252,801	1,598,828	1,618,533	1,277,559
오 이	재배면적	48,050	57,450	54,900	55,170	54,550	52,770
	생산량	9,156	11,571	10,939	9,691	9,709	9,352
	생산금액	174,740	204,674	207,784	223,249	245,268	228,292
마 늘	재배면적	23,000	33,000	32,800	29,900	29,520	29,810
	생산량	3,795	5,610	5,650	4,771	4,814	4,890
	생산금액	102,854	268,776	155,673	208,018	152,606	218,686
피 망	재배면적	66,600	56,200	53,800	56,800	54,600	54,300
	생산량	14,428	14,959	15,668	16,036	15,243	14,677
	생산금액	386,153	479,512	464,401	534,703	511,978	468,387
수 박	재배면적	229,540	179,300	152,500	138,100	141,100	150,700
	생산량	37,783	39,923	39,585	38,403	42,245	42,869
	생산금액	223,400	305,017	328,497	445,917	436,805	476,209

자료원 : USDA Economic Research Service

## 나. 가공용 채소와 신선채소

- 채소와 과일생산은 그 용도에 따라 크게 신선상품시장과 가공상품시장의 두가지로 나뉘어지며 가공용은 다시 통조림, 냉동, 주스, 건조제품으로 나눌 수 있음
- 가공용 채소는 신선 채소에 비해 크기나 품질에 있어 완화된 기준이 적용되며 기계 수확이 용이한 특징이 있으며 신선 채소와는 달리 가공업체와 생산자와의 계약에 의한 재배가 대부분을 차지하고 있음 미국 채소 및 과일생산의 절반이상이 가공용으로 사용되며 토마토는 85%, 감자는 68%, 오렌지는 70% 정도가 가공용으로 쓰여짐
- 신선상품 시장의 경우 대부분 현장 판매 중심이었으나 최근들어 계약재배가 증가하고 있는데 이는 증가하는 신선 채소의 가공상품을 가공하는 업체와 신선상품의 대형 유통업체들이 상품을 안정적이고 지속적으로 공급받고자 하기 때문임

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 2. 채소종자 시장동향

### 가. 미국의 채소종자 시장현황

- 채소종자 생산은 다른 종류의 병충해와 비료사용을 제외한 많은 측면에서 채소 생산과 유사성을 나타내고 있으므로 생산량, 품종 등의 통계적 또는 유통적 측면에서 채소를 참고하는 것이 바람직하다고 판단됨

〈 미국의 채소종자 생산현황(미국, 캐나다포함/ 1998년도기준) 〉

종 자	면 적(Acres)	생산량 (lbs)	생산금액(US\$)
브 로 컬 리	144,947	90,968	25,882,988
양 배 추	93,608	33,303	6,775,834
당 근	129,606	396,619	25,292,893
컬 리 플라 워	61,245	8,954	3,560,307
오 이	64,599	133,215	6,399,179
가 지	5,020	603	117,744
상 추	273,721	78,476	19,228,121
양 파	178,858	396,229	31,273,697
피 망	54,695	25,166	18,918,613
무	30,174	301,741	2,908,090
시 금 치	54,129	1,045,669	8,090,578
호 박	73,426	216,847	9,570,325
토 마 토	114,588	4,493	10,682,072
수 박	203,411	110,622	24,326,923

자료원 : USDA Economic Research Service

### 나. 미국 채소종자 산업의 역사

- 미국의 종자산업은 동부지역에서 처음 시작되었으나 날씨와 습도가 종자생산에는 이상적이지 못한 이유로 1800년대 후반 판매거점은 동부에 머무르되 생산지는 캘리포니아 주와 워싱턴 주 등의 서부지역으로 이동하였음. 이후 1940년대에 이르러 판매 및 본사를 서부지역으로 옮기는 종자회사들이 생겨남



- 미국에서의 상업용 채소종자의 생산은 날씨가 좋고 습도가 낮아 병충해의 위험이 낮고 토양이 비옥한 오레곤 주, 워싱턴 주, 아이다호 주, 캘리포니아 주 등의 서부지역을 중심으로 이루어짐
- 채소종자생산은 크게 채소생산을 위한 시장용종자와 종자생산을 위한 저장용종자의 두가지 종류로 나누어지는데 종자생산의 핵심은 발아율과 순도에 있으며 이는 종자회사들이 가장 신경을 써서 관리하는 부분임
- 종자생산에는 전통적인 개방수분생산과 하이브리드생산의 두가지 방식이 있으며 생산량과 맛, 병충해 내성을 개량한 하이브리드 종자의 개발과 수요증가에 따라 생산량도 증가하고 있음

#### 다. 생산종자의 처리과정

- 종자용 채소는 현장에서 절삭, 건조된 후 기계를 사용해 탈곡되어 짐. 이 후 산업표준인 99%의 순도기준을 맞추기 위해 가공공장으로 운송되어 지는데 대부분의 현지 가공공장은 종자회사들에 의해 운영되어지고 있음

〈 탈곡된 종자의 가공처리 과정은 다음과 같음 〉



#### □ 양 파

- 양파는 미국의 전지역에서 재배되나 종자생산을 위한 기후는 보다 까다로워 대부분의 양파종자는 아이다호 주, 오레곤 주, 워싱턴 주, 캘리포니아 주에서 생산되고 있음
- '03년도 워싱턴 주의 종자생산면적은 양파 640에이커, 파 109에이커로 미국전체의 20%정도를 차지하고 있음. 캘리포니아 주의 양파종자는 중, 북부지역을 중심으로 8~9월에 파종되어 이듬해 6월에 수확되어 짐
- 대부분의 채소종자와 마찬가지로 양파종자도 종자회사와 경작자의 계약에 의해 생산되며 가격은 경작면적과 수분방식에 따라 결정됨 종자경작은 생산자가 책임지며 종자 및 기술정보지원, 생산된 종자의 판매는 종자회사가 맡는 구조로 이루어짐

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

미국양파생산지	양파채소종자	양 파
		

□ 양배추

- 양배추는 텍사스 주, 플로리다 주, 캘리포니아 주, 조지아 주에서 주로 재배되며 종자는 워싱턴 주에서 중점적으로 생산되는데 이 지역은 기후와 토양적 조건 외에도 별도의 곤충들이 많아 수정을 위해 좋은 조건을 갖추고 있음

미국양파생산지	양파채소종자	양배추
		

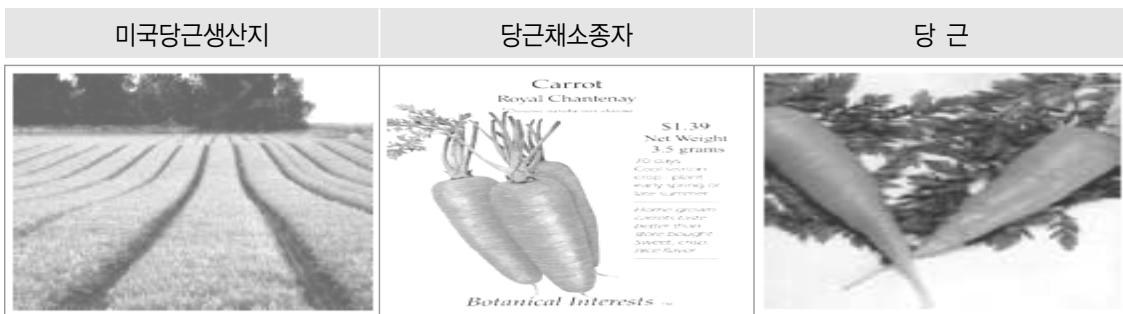
□ 상 추

- 미국에서 생산되는 상추종자의 70%정도가 캘리포니아 주에서 생산되는데 이는 비옥한 토양, 좋은 기후, 수로의 발달과 함께 노동집약적인 상추종자생산의 중요한 관건인 노동력이 싸고 풍부하기 때문임

미국상추생산지	상추채소종자	상 추
		

□ 당근

- 당근은 미국 전역에서 생산되며 겨울철에는 플로리다 주, 텍사스 주, 캘리포니아 주, 아리조나 주와 여름철에는 뉴욕 주, 위스콘신 주, 미시간 주 등이 주요 생산지역임
- 캘리포니아 주가 당근종자의 주요 생산지였으나 기온상승으로 인해 현재는 워싱턴 주, 오레곤 주, 아이다호 주가 최적의 생산지로 꼽히고 있음. '03년도 워싱턴 주의 당근 종자 생산면적은 2448에이커로 미국전체 생산면적의 75%를 차지하고 있음



라. 미국의 유기농채소와 종자에 대한 수요

- 최근들어 소비자들의 유기농상품에 대한 선호가 급증하면서 유기농채소와 종자산업도 호황을 누리고 있으며 이에 따라 슈퍼마켓과 식당에서 다양한 종류의 채소를 선택할 수 있게 됨
- 또한 유기농 채소의 표시규정에 의해 많은 유기농 채소 생산자들이 유기농 채소종자를 찾고 있으며 현재 비교적 작은 규모의 종자회사들이 공급을 주도하고 있음

3. 채소/과일 유통상황

- 생산된 채소와 과일은 몇가지 유통단계를 거쳐 소비자에게 전달되는데 신선 채소의 경우 신선도와 품질을 유지할 수 있는 신속성이 관건임
- 신선 채소는 주로 중간 도매시장을 거쳐 소매상 및 대형식당 등에 유통되는데 일부는 생산현장에서 포장되어 소매상으로 바로 판매되기도함

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 채소와 과일의 가공상품들은 다양한 도매상들과 유통업체를 거치나 이 또한 가공공장  
에서 바로 소매상으로 판매되기도 함.
- 등급판정, 포장, 저장, 운송을 모두 처리하는 채소 생산조합은 '02년도에 212개의  
조합이 73억 달러의 채소, 과일 판매량을 기록하였으며 상품의 판매 외에도 재배 기술  
제공, 가공처리등의 지원도 제공하고 있음
- 신선 및 가공 채소 상품의 절반이상은 슈퍼마켓과 소매점을 통해 소비되며 그 다음으  
로 식당, 패스트푸드점, 급식용부분이 차지하며 10%정도가 해외로 수출됨
- 미국내 생산 채소의 생산지에서 유통지역으로 대부분 트럭을 통해 운송되며 철도,  
항공 등의 방법도 사용됨. 주로 캘리포니아 주, 플로리다 주, 텍사스 주, 뉴욕 주 등에  
대형 운송 허브가 자리잡고 있음

#### 가. 채소 가격변동 및 유통마진

- 가격결정에 있어 여러 변수가 존재하는 채소품목의 경우 품목간의 가격 상관 관계를  
발견하기가 매우 어려우나 브로콜리와 컬리플라워, 감자와 양파 등 생산지와 경작방법,  
판매경로가 유사한 일정 품목들에서는 발견할 수 있음
- 공산품과 달리 경작자의 완벽한 통제가 어려운 농산물의 경우 주로 날씨와 병충해에  
의한 생산량에 따라 시장가격의 격차가 크며 적절한 가격을 유지할 수 있는 생산량  
수급의 조절이 매우 중요한 요인임
- '04년도의 경우 전체 시장금액에서 신선채소와 과일의 생산자가치 비중이 19%, 가공  
용의 비중이 16%를 각각 차지하였으며 나머지가 노동, 에너지, 운송, 저장 등을 포함  
한 유통마진이었음
- 신선채소의 경우 상추, 양파, 브로콜리 등의 높은 수요와 가격형성에 힘입어 '02~'04  
년도 생산자 가격이 '92~'94년에 비해 22% 상승하였으며 가공 채소 및 주스의 경우  
16%, 냉동채소 11%, 건조채소 7% 의 상승률을 나타내었음
- 생산자 가격이 소비자 가격에 비해 완만한 상승률을 나타내는 이유는 마케팅과 운송비  
용이 급증한 반면 생산, 관리기술의 발달로 보다 효율적인 생산이 가능해졌기 때문임

## 4. 채소 소비동향

### 가. 미국의 일인당 채소류 소비동향

(단위 : 파운드)

품 목	1977	1982	1987	1992	1997	2002	2007
브 로 컬 리	2.4	3.5	5.3	5.8	7.3	7.5	8.7
양 배 추	10.5	10.3	10.7	9.8	10.4	9.5	9.8
당 근	9.0	9.4	11.3	12.3	18.2	11.6	11.2
오 이	9.3	9.3	10.6	9.4	11.6	12.0	9.8
버 섯	2.5	2.9	3.6	3.7	4.0	4.1	4.0
양 파	12.4	14.2	14.9	17.5	19.7	20.4	22.7
고 추	2.8	6.1	8.4	11.7	10.9	12.6	13.1
상 추	25.8	24.9	28.2	30.5	30.5	32.1	35.4
토 마 토	75.2	73.0	81.0	88.7	89.9	89.6	88.9
수 박	12.6	12.5	13.0	14.7	15.5	14.0	16.2

자료원 : USDA Economic Research Service

- 통계에 따르면 채소 및 과일의 소비가 '04년도 미국 가정의 식재료 비용 중 17%를 차지하고 있으며 미국인 일인당 평균 224달러를 가정에서 소비되는 채소와 과일의 구매에 사용하고 있음
- 미국인들의 채소섭취량은 지난 20년간 꾸준히 증가하여 왔으며 소득증대, 이민자증가, 소비기호의 변화에 따라 채소의 수요가 급증하고 있음
- '80년대까지만 하더라도 채소의 가공식품은 주로 통조림, 냉동, 건조형태에 불과했으나 기술혁신 및 생활패턴의 변화로 현재는 각종 샐러드용 포장상품, 손질된 신선채소류, 간편조리용 채소류 등의 시간절약형 부가가치 상품들을 손쉽게 찾아볼 수 있게 되었음
- 또한 소비자의 기호변화와 식생활의 세계화에 따른 채소종자 개발과 외국 종자의 수용으로 품종면과 색상면에서 새롭고 다양한 채소류들을 접할 수 있게 됨

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 전체 채소 소비량 중 신선 채소가 39%, 가공 채소가 27%, 감자(신선 및 가공포함)가 30%를 나타내고 있음. 지난 20년간 일인당 채소 소비량이 증가하였다고는 하나 아직 정부의 일일섭취 권장량에는 미치지 못하고 있으며 이를 위해서는 앞으로 채소의 경우 25%이상, 과일의 경우 두배이상의 소비증대가 이루어져야 함
- 현재 미국인들의 비만 및 식습관문제점이 대두되면서 채소와 과일섭취의 중요성이 부각되고 건강에 대한 관심이 증대되면서 향후 채소와 과일의 소비가 늘어날 전망이다

## 5. 채소 및 종자 수출입 동향

### 가. 미국의 채소류 수출동향

(단위 : 천개, 천US\$)

품 목	07/2005 ~ 06/2006		07/2006 ~ 06/2007		07/2007 ~ 06/2008	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
브 로 컬 리	4,329	23,785	1,539	18,414	1,247	13,247
양 배 추	825	5,711	1,055	14,709	1,194	11,368
당 근	3,491	15,759	1,175	14,903	1,162	14,416
오 이	1,433	19,176	591	20,321	813	28,191
호 박	1,138	14,415	488	15,757	475	17,112
버 섯	5,699	9,011	5,178	9,375	6,192	11,073
양 파	2,199	26,291	673	29,243	870	34,576
고 추	3,365	28,835	713	29,463	739	32,584
무	1,085	5,790	899	5,771	973	7,586
토 마 토	2,023	47,953	357	45,741	303	40,494
수 박	2,203	16,895	1,381	17,397	1,637	20,919

자료원 : USDA FAS, U.S. Trade Data Collection

## 나. 미국의 채소 / 과일 수출입 동향

(단위 : 백만US\$)

년 도	채소(멜론, 콩, lentiles 포함)		채 소 및 과 일	
	수 입	수 출	수 입	수 출
1995	2,636	2,819	6,470	7,207
1996	2,945	2,802	7,398	7,460
1997	3,095	3,067	7,634	7,661
1998	3,699	3,254	8,224	7,547
1999	3,805	3,171	9,138	7,360
2000	3,934	3,359	9,132	7,827
2001	4,370	3,323	9,431	7,830
2002	4,620	3,356	10,147	8,044
2003	5,259	3,403	11,429	8,586
2004	5,927	3,574	12,809	9,383
2005	6,260	3,868	14,099	10,701

자료원 : USDA, Foreign Agricultural Service

- '05년도 미국의 채소/과일 수출량은 107억 달러, 수입량은 141억달러로 채소와 과일의 수출이 미국의 전체 농산물 수출량의 17%를 차지하고 있으며 '98년 이후 채소/과일 무역에 있어 적자상태를 유지하고 있음
- 내수시장이 국내 생산량의 대부분을 소비하고는 있으나 몇몇 상품의 경우 수출의존도가 계속 높아지고 있는 추세로 컬리플라워 생산량의 27%, 브로컬리 생산량의 17%가 수출되고 있음
- 미국산 채소/과일의 최대 수출국으로는 캐나다(33%), 일본(12%), 멕시코(9%), 독일(3%), 스페인(3%) 등이 있으며 신선 채소의 경우 캐나다가 47%, 멕시코가 14%를 차지하여 일본, 대만, 한국과 함께 미국 채소의 5대 수입국을 형성하고 있음
- 미국이 채소를 수입하는 주요 국가는 멕시코(47%), 캐나다(25%), 중국(5%), 페루(4%), 과테말라(2%) 등으로 주요 수입 채소 품목으로는 토마토, 멜론, 버섯, 양파, 피망 등이 있음. 미국의 채소 수입은 '70년대 이후 계속 증가하였는데 이는 이민자 수 증가, 채소에 대한 인식변화, 계절에 관계없는 채소의 수요 등의 요인에 기인한 것임

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 토마토, 오이, 호박, 고추 등의 온대성 작물들은 플로리다 주를 제외하면 겨울철에는 미국내에서 거의 생산할 수 없는 여건이므로 채소 수입량의 대부분은 국내생산이 어려운 겨울철에 수입되고 있음. 비교적 선선한 지역에서도 재배될 수 있는 상추, 브로컬리, 시금치, 샐러리 등의 작물들은 겨울철에도 캘리포니아 주와 아리조나 주, 그리고 텍사스 주에서 생산되므로 온대성 작물에 비해 수입량이 작은 편임

#### 다. 미국의 채소 수출시장이자 경쟁국으로서의 중국

- '00년에서 '05년사이 미국의 채소수입량은 59% 증가한 반면 중국으로부터의 채소수입량은 184% 증가하는 등 미국의 채소 생산자들은 미국내시장과 주요 수출국 채소시장에서 상당한 부분의 시장을 잠식하는 강력한 경쟁자로 급부상한 중국의 채소산업을 경계하고 있음
- 채소를 비롯한 중국산 농산물은 가격과 물류의 이점을 살려 미국의 주요 수출국이었던 일본, 한국, 대만, 홍콩 등의 시장점유율을 크게 높이고 있으며 미국 수출의 주요 품종인 브로컬리, 마늘, 사과, 오렌지 등의 재배도 크게 증가하고 있는 등 현재의 약점인 품질만 개선된다면 향후 세계 채소 시장에서 미국의 가장 큰 위협이 될 것으로 보임 한편으로는 미국산 채소의 중국수출도 증가하였으나 이는 주로 냉동/가공상품이 중심을 이루고 있음

#### 라. 미국의 종자 수입 및 수출동향

(단위 : 백만달러)

구 분		1986	1991	1996	'97~' 05	2006
곡물 종자	수 입	70	86	207	N/A	412
	수 출	243	452	467	N/A	581
채소 종자	수 입	42	79	107	N/A	189
	수 출	128	220	231	N/A	288
합 계	수 입	112	165	314		601
	수 출	371	672	698		869

자료원 : USDA Foreign Agricultural Service



마. 미국의 채소종자 수입 및 수출동향

(단위 : 천달러)

품 목		2001	2002	2003	2004	2005
토 마 토	수 입	27,181	23,488	20,242	24,538	29,721
	수 출	33,076	32,787	37,576	46,196	37,436
양 파	수 입	10,890	9,253	6,204	7,280	8,769
	수 출	15,226	17,466	18,646	25,880	24,136
오 이	수 입	6,658	4,623	9,197	9,125	9,765
	수 출	17,383	15,362	18,617	22,418	18,958
고 추	수 입	11,494	8,327	14,240	14,940	20,038
	수 출	14,793	15,417	11,975	16,893	22,786
수 박	수 입	5,569	4,601	5,564	8,788	12,506
	수 출	11,807	10,531	12,189	16,752	18,920
브 로 컬 리	수 입	2,544	1,126	3,269	3,823	8,773
	수 출	10,078	13,311	13,388	15,702	20,737
호 박	수 입	4,361	2,852	4,353	4,966	5,401
	수 출	10,206	12,588	13,515	15,404	12,832
땅 근	수 입	1,938	1,863	1,868	2,012	2,314
	수 출	6,346	8,534	9,766	10,137	7,406
버 섯	수 입	1,720	1,449	1,404	1,480	1,216
	수 출	11,103	10,080	9,359	9,655	9,195
무	수 입	906	883	1,233	2,381	1,255
	수 출	3,830	4,247	4,135	4,297	4,887
상 추	수 입	1,841	2,004	1,997	2,059	2,586
	수 출	5,880	5,682	4,129	3,865	4,603

자료원 : Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

- '01년과 '02년의 세계 종자 무역에서 채소종자가 차지하는 비율은 27%정도인 10억 달러였으며 미국은 전년도에 비해 채소종자의 수출이 10백만 달러정도 증가한 205백만 달러를 나타냄
- 주요 수출 품종은 토마토, 양파, 고추 및 오이로서 미국 채소종자 수출의 40%를 차지함. '02년과 '03년의 미국의 채소종자 수입은 전년도에 비해 15% 감소한 91백만 달러였으며 네덜란드와 중국, 칠레가 총 채소종자 수입량의 60%를 차지하였음
- 북남미대륙의 최대 채소종자 공급자인 미국은 세계 종자무역의 15%를 차지하며 채소

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

무역의 20%를 차지하는 아시아-태평양 지역으로의 수출도 급증하고 있음. 일본의 경우 미국으로부터의 수입량이 절반가량을 차지하며 한국과 중국은 대부분 일본으로부터 수입하고 있음

- 미국의 채소/과일 산업은 전체작물의 1/3정도를 차지하며 농업관련 수출품목의 5위를 차지하는 중요한 품목임. 다른 농업분야에 비해 노동집약적 성격이 강한 채소산업은 이민개혁에 따른 노동자 수급의 문제와 노동비용이 낮은 국가들과의 경쟁 등의 문제에 직면하고 있으나 반면 건강에 대한 관심증대와 채소/과일섭취의 중요성의 부각에 따른 기회도 동시에 맞이하고 있음
- 미국인들의 채소소비 동향을 살펴볼때 20년 전에 비해 일인당 소비량은 증가하였으나 아직 권장량에는 미치지 못하고 있음. 일인당 소비량을 기준으로 상위 5개 채소품목은 감자, 토마토, 상추, 감미종옥수수, 양파이며 과일은 오렌지, 포도, 사과, 바나나, 파인애플 순으로 나타남

〈 현지마켓에서 판매되는 채소종자제품(일본산) 〉

채소종자 진열대	채소종자 진열대	파	오이
			
무	단호박	토마토	고추
			
무우순	고추	피망	
			

## 바. 세계의 주요 종자회사

회 사 명	'04년도 종자 판매량(백만달러)
Monsanto/Seminis (US)	2,803
Dupont/Pioneer (US)	2,600
Syngenta (Swiss)	1,239
Groupe Limagrain (France)	1,044
KWS AG ( Germany)	622
Land O' Lakes (US)	538
Sakata (Japan)	416
Bayer Crop Science (Germany)	387
TaiKii (Japan)	366
DLF - Trifolium (Denmark)	320
Delta & Pine Land (US)	315

○ 전세계의 상업용 종자시장규모는 약 \$21,000백만 달러로 추정되는데 종자회사와 비료, 화학회사들간의 인수합병이 매우 활발하여 세계 10대 종자회사가 전체 시장의 약 50%를 차지하고 있는 집중적 구조임

○ Monsanto 그룹의 경우 시장 점유율은 다음과 같음

- 콩 : 전 세계시장의 31% 점유
- 오이 : 전 세계시장의 38% 점유
- 고추 : 전 세계시장의 34% 점유
- 피망 : 전 세계시장의 29% 점유
- 토마토 : 전 세계시장의 23% 점유
- 양파 : 전 세계시장의 25% 점유

## 6. 한국산 채소종자 미국내 유통현황

### 가. 한국산 채소종자의 대미 수출현황

〈 물 량 기 준 〉

(단위 : kg)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007
채 소 종 자 ( 전 체 )	9,424	31,569	15,775	10,635	8,572	16,004
합 계	9,424	31,569	15,775	10,635	8,572	16,004

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 〈 금 액 기 준 〉

(단위 : US \$)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007
채 소 종 자 ( 전 체 )	1,709,863	1,606,794	2,241,869	1,860,839	1,872,802	2,970,442
합 계	1,709,863	1,606,794	2,241,869	1,860,839	1,872,802	2,970,442

자료원 : 한국 관세청 통계기준

## 나. 미국의 채소종자(양파 / HS Code : 1209914000) 국가별 수입현황

(단위 : 천US\$)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007
네 델 란 드	3,215	2,822	4,166	4,852	5,742	5,924
아 르 헨 티 나	989	926	646	1,108	1,148	2,508
일 본	1,674	1,299	1,970	1,532	2,005	1,736
남 아 공	1,906	1,443	1,052	1,153	1,485	1,580
이 태 리	69	95	230	390	437	365
이 스 라 엘	83	107	154	238	105	344
한 국	105	164	-	-	8	29
합 계	8,041	6,856	8,218	9,273	10,930	12,486

자료원 : 미국 Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

## 다. 미국의 채소종자(고추, 기타 / HS Code : 1209916090) 국가별 수입현황

(단위 : 천US\$)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007
이 스 라 엘	2,148	3,222	3,749	5,114	4,790	5,984
칠 레	2,451	1,724	4,750	4,911	2,868	4,340
중 국	1,633	2,478	2,197	1,649	1,586	3,066
프 랑 스	336	344	1,853	1,792	765	1,787
한 국	1,138	340	1,210	1,645	1,370	1,361
멕 시 코	660	532	1,137	1,083	823	1,347
네 델 란 드	508	1,334	1,085	874	519	1,318
합 계	8,874	9,974	15,981	17,068	12,721	19,203

라. 미국의 채소종자(브로컬리 / HS Code : 1209918005) 국가별 수입현황

(단위 : 천US\$)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007
칠 레	613	1,203	1,221	1,947	2,131	1,566
멕 시 코	1,095	565	5,215	2,204	1,475	824
네 덜 란 드	418	1,108	671	505	557	454
남 아 공	21	82	62	95	173	351
아 르 헨 티 나	-	3	19	32	41	166
일 본	9	324	660	3	161	57
한 국	-	94	260	33	42	18
합 계	2,156	3,379	8,108	4,819	4,580	3,436

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

마. 미국의 채소종자(배추, 기타 / HS Code : 1209918009) 국가별 수입현황

(단위 : 천US\$)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007
네 덜 란 드	785	1,006	541	759	351	987
일 본	226	261	150	145	244	277
칠 레	731	122	47	49	38	134
홍 콩	65	59	46	90	60	108
한 국	97	462	66	89	39	71
프 랑 스	46	110	88	242	80	68
뉴 질 랜드	-	11	3	13	15	47
합 계	1,950	2,031	941	1,387	827	1,692

자료원 : 미국 Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

바. 미국의 채소종자(무 / HS Code : 1209918020) 국가별 수입현황

(단위 : 천US\$)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007
네 덜 란 드	77	291	653	142	566	563
뉴 질 랜드	386	414	550	507	317	386
일 본	262	224	265	170	191	213
중 국	-	-	14	16	4	204
한 국	168	244	248	133	182	141
이 태 리	52	335	36	135	164	128
프 랑 스	86	129	77	27	44	104
합 계	1,031	1,637	1,843	1,130	1,468	1,739

## 사. 미국의 채소종자(호박 / HS Code : 1209918060) 국가별 수입현황

(단위 : 천US\$)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007
중 국	821	898	1,248	1,315	1,617	2,306
칠 레	1,056	1,394	1,860	2,085	1,693	1,660
프 랑 스	398	418	887	761	978	976
일 본	760	460	229	990	548	557
페 루	4	3	29	103	272	268
네 델 란 드	114	601	202	26	-	250
한 국	53	20	14	43	2	5
합 계	3,206	3,794	4,469	5,323	5,110	6,022

## 아. 미국의 채소종자(오이 / HS Code : 1209918040) 국가별 수입현황

(단위 : 천US\$)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007
네 델 란 드	1,431	3,886	1,892	4,928	3,517	5,189
칠 레	1,213	3,457	6,194	4,347	3,792	3,709
프 랑 스	116	392	733	295	937	851
이 스 라 엘	497	357	251	329	419	537
중 국	53	111	81	86	98	478
멕 시 코	908	557	607	438	278	243
한 국	35	2	32	-	4	10
합 계	4,253	8,762	9,790	10,423	9,045	11,017

자료원 : 미국 Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

## 7. 한국산 채소종자의 미국내 유통현황 및 수출확대방안

- 외환위기를 겪으면서 서울종묘, 흥농종묘와 중앙종묘가 세미니스 등의 다국적 종자 회사에 인수, 합병됨으로써 대부분의 한국종자는 다국적 기업을 통해 수입되고 있으며 일부의 물량이 현지의 수입업자에 의해 한국의 중, 소규모 종묘회사에서 수입, 유통되고 있음

- 수입된 종자는 마켓 및 화원 등을 통해 개인들에게 판매되기도 하지만 대부분의 물량은 수입상을 통해 현지 한국마켓에 조달하기 위한 한국채소를 재배하는 농장으로 판매되고 있음
- 아시안 채소의 소비는 주로 아시안 마켓을 중심으로 이루어지고 있으며 먼저 한국 교포마켓에서의 물량을 높이기 위해서는 중국과 일본산 채소종자와의 경쟁력 확보를 통하여 현지 농장에서의 한국산 종자점유율을 끌어올려야 함
- 한국산 종자는 중국산에 비해 가격이 비싸고 일본산에 비해 품질 경쟁력이 떨어지는 어려움을 안고 있으므로 지속적인 품종개발을 통한 경쟁력 제고 필요
- 현재 미국 채소산업에 있어 유기농의 중요성을 인식하여 품종개발시 이러한 시장트렌드에 부합한 친환경적인 품종과 기능성 강화품종 등을 개발하는 차별화 전략을 구사 필요
- 외국 종자에 대해 경쟁력이 있는 품종 등은 적극적인 마케팅과 시장확대전략을 통해 한국마켓은 물론 아시안 마켓과 주류마켓에서의 시장점유율을 확대시켜 나가야 함
- 현재 단계에서 아시안 마켓에서의 한국형 품종의 시장점유율 증가 이외에도 미국인들이 즐겨먹는 미국형 품종들을 개발하여야 하며 이를 위해 미국 대형 종자회사와의 전략적 제휴를 통한 기술습득 및 마케팅 채널의 활용도 모색 필요

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국





# X. 쌀 및 가공밥

일본  
미국





# 일본

## 1. 생산동향

### 가. 생산량 및 출하량

- '07년 수확량은 8,714천톤 규모이며 주요 쌀 생산지는 니이가타(651천톤), 홋카이도(603천톤), 아키타(550천톤), 후쿠시마(445천톤), 야마가타(420천톤) 순임
- 최대 쌀 생산 품종은 '07 기준으로 코시히카리이며 수확량은 3,148천톤으로 일본 전체 생산량의 36.2% 점유하고 있으며, 이어서 히토메보래(857천톤), 히노히카리(839천톤), 아키타코마치(751천톤) 등의 순서임

〈 일본의 연도별 쌀 수확량 〉

년 도	전 체		수 전 재 배	
	재배면적(ha)	수확량(톤)	재배면적(ha)	수확량(톤)
2000	1,770,000	9,490,000	1,763,000	9,472,000
2002	1,688,000	8,889,000	1,683,000	8,876,000
2004	1,701,000	8,730,000	1,697,000	8,721,000
2006	1,688,000	8,556,000	1,684,000	8,546,000
2007	1,673,000	8,714,000	1,669,000	8,705,000

〈 2007년 일본 쌀 지역별 생산량(상위 10위) 〉

순 위	지 역	재배면적(ha)	수확량(톤)	10a당 수확량(kg)
	전 국	1,673,000	8,714,000	522
1	니가타	120,700	650,600	539
2	홋카이도	116,000	603,200	520
3	아키타	94,100	549,500	584
4	후쿠시마	82,700	445,200	539
5	야마가타	69,800	419,500	601

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

순 위	지 역	재배면적(ha)	수확량(톤)	10a당 수확량(kg)
6	미야기	76,700	408,000	532
7	이바라키	80,700	404,000	508
8	토치기	68,000	360,700	534
9	치바	63,000	328,600	522
10	이와테	58,500	309,500	529

#### 나. 쌀(수전) 생산비 통계

- 10a당 생산비는 2006년 기준 143,538엔으로 2002년 대비 6.5% 감소하였으며 매년 감소하고 있음
- 10a당 물재비는 2007년 기준 76,610엔으로 2002년 대비 1.7% 감소하였으며 매년 감소하고 있음

(단위 : 엔, 시간)

구 분	10 a 당 전체생산비	10 a 당 물재비	10 a 당 투하노동시간	10a당 조수익
2002년	153,592	77,950	32.39	126,194
2003년	151,901	78,526	31.55	151,992
2004년	148,161	77,038	31.02	118,504
2005년	146,687	76,831	30.02	116,382
2006년	143,538	76,610	29.16	113,036

#### 다. 주요품종 생산현황

- 일본의 품종별 생산량은 코시히카리, 히토메보레, 히노히카리, 아키타코마치, 하에 누키이며 이 5개 품종은 일본전체 생산량의 67.6%를 차지함
- 생산량 1위인 코시히카리 생산량은 3,148천톤이며 주요 산지는 니이가타(507천톤), 이바라키(313천톤), 토치기(297천톤), 후쿠시마(273천톤), 치바(216천톤)임
- 2위인 히토메보레의 생산량은 857천톤으로, 주요산지는 미야기(324천톤), 이와테(195천톤), 후쿠시마(115천톤), 아키타(45천톤)임

〈연도별 주요품종 생산동향〉

구 분	2007년			2006년			2005년			2004년		
	순위	수확량 (천톤)	비율 (%)	순위	수확량	비율	순위	수확량	비율	순위	수확량	비율
전 국		8,705	100.0		8,546	100.0		9,062	100.0		8,721	100.0
코시히카리	1	3,148	36.2	1	3,200	37.4	1	3,361	37.1	1	3,296	37.8
히토메보레	2	857	9.8	2	841	9.8	2	903	10.0	2	893	10.2
히노히카리	3	839	9.6	4	704	8.2	3	833	9.2	4	729	8.4
아키타코마치	4	751	8.6	3	767	9.0	4	795	8.8	3	734	8.4
하에누키	5	290	3.3	5	293	3.4	5	297	3.3	6	266	3.0

〈07년 주요 품종별 지역별 생산현황〉

순위	품종·지역	재배면적(ha)	10a당수량(kg)	수확량(톤)	전국비율(%)	품종비율(%)
	전 체	1,669,000	522	8,705,000	100.0	-
1	코시히카리	620,800	507	3,148,000	36.2	100.0
	니이가타	95,400	531	506,600	5.8	16.1
	이바라키	61,800	506	312,700	3.6	9.9
	토치기	55,900	531	296,800	3.4	9.4
	후쿠시마	50,300	543	273,100	3.1	8.7
	치바	42,300	511	216,200	2.5	6.9
2	히토메보레	161,800	530	857,100	9.8	100.0
	미야자키	60,800	532	323,500	3.7	37.7
	이와테	37,000	527	195,000	2.2	22.8
	후쿠시마	21,400	538	115,100	1.3	13.4
	야마가타	8,000	568	45,400	0.5	5.3
	아키타	7,610	584	44,400	0.5	5.2
3	히노히카리	168,000	500	839,300	9.6	100.0
	구마모토	20,300	512	103,900	1.2	12.4
	오이타	20,200	494	99,800	1.1	11.9
	후쿠오카	19,200	497	95,400	1.1	11.4
	가고시마	16,100	509	81,900	0.9	9.8
	미야자키	10,900	501	54,600	0.6	6.5
4	아키타코마치	133,800	561	750,900	8.6	100.0
	아키타	79,900	584	466,600	5.4	62.1
	이와테	11,400	539	61,400	0.7	8.2
	이바라키	7,400	529	39,100	0.4	5.2
	나가노	5,820	597	34,700	0.4	4.6
	야마가타	4,960	553	27,400	0.3	3.6
5	하에누키	47,000	617	290,100	3.3	100.0
	야마가타	45,200	620	280,200	3.2	96.6
	카가와	1,040	492	5,120	0.1	1.8

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 라. 쌀 관련 단체

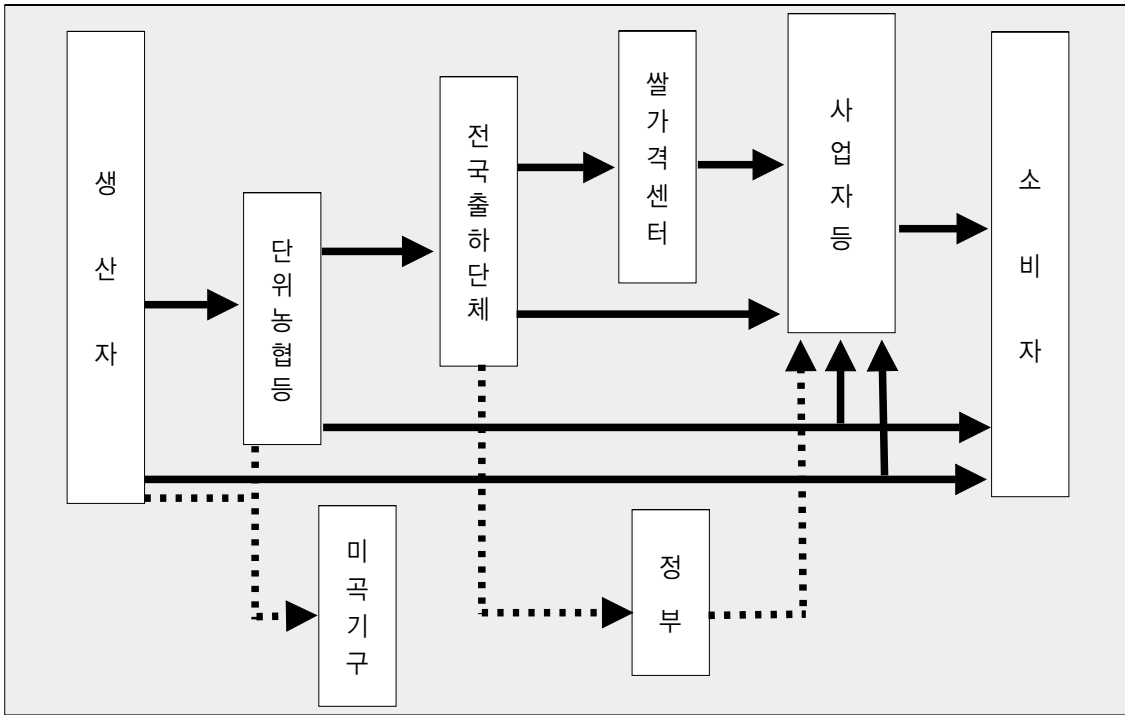
- (사단법인)일본식량협회  
東京都千代田区紀尾井町3-29 TEL 03-3265-4917
- (사단법인)미곡 안정공급확보지원기구  
東京都千代田区麴町3-3-6 TEL 03-3222-9611
- (재단법인)전국미곡취인·가격형성센타  
東京都中央区築地4-5-9築地安田第2ビル3F TEL 03-3546-6811
- (사단법인)전국미맥개량협회  
東京都千代田区紀尾井町3-29 TEL 03-3262-1325
- (재단법인)전국미곡협회  
東京都千代田区麴町3-3-6 TEL 03-3222-9581
- (사단법인)일본정미공업회  
東京都千代田区麴町3-3-6 TEL 03-3222-9591
- (사단법인)일본미곡소매진흥회  
東京都中央区日本橋堀留町1-6-5 TEL 03-5614-7166

## 마. 쌀농가의 고령화와 후계자 확보 상황

- 농산물 판매금액 중 쌀 판매금액이 80% 이상의 쌀농가 농업종사자의 연령 구성을 보면 약 50%를 70대 이상이 점유하고 있어 고령화 현상이 두드러짐
- 쌀농가의 연령 구성(05년도 기준)
  - 29세이하 : 7%
  - 30~39세 : 2%
  - 40~49세 : 4%
  - 50~59세 : 11%
  - 60~69세 : 27%
  - 70세이상 : 49%
- 쌀농가의 고령화 추세에 동거 농업후계자가 없는 비율은 2000년 40%에서 2005년 52%로 증가함

## 2. 유통현황

### 가. 쌀 유통구조



### 나. 외식업자 등에 대한 쌀 매입 동향

- 자료근거 : 농림수산성 앙케이트 조사결과
  - 조사대상 : 444업체(외식사업자 208, 중식제조업자 141, 취반(炊飯)사업자 95)
    - 쌀 연간구입량 120톤(정미) 이상 업자
    - 쌀밥류 판매량이 120정미톤 이상 업자 및 120정미톤에는 미달되나 각 도도부현에서 쌀 사용량이 많다고 판단되는자
    - 취반(炊飯)사업을 경영하는 업자로 연간 취반량이 500톤 이상의 업자
- 연간 매입량, 제조량
  - 외식사업자 및 중간제조업자의 쌀 연평균 사입량은 1,777톤(정미)이며, 취반(炊飯)의 연평균 제조량은 1,635톤임

I. 배  
미국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일본

V. 양란  
일본  
중국

VI. 새송이버섯  
미국  
유럽

VII. 유자차  
일본  
중국  
대만

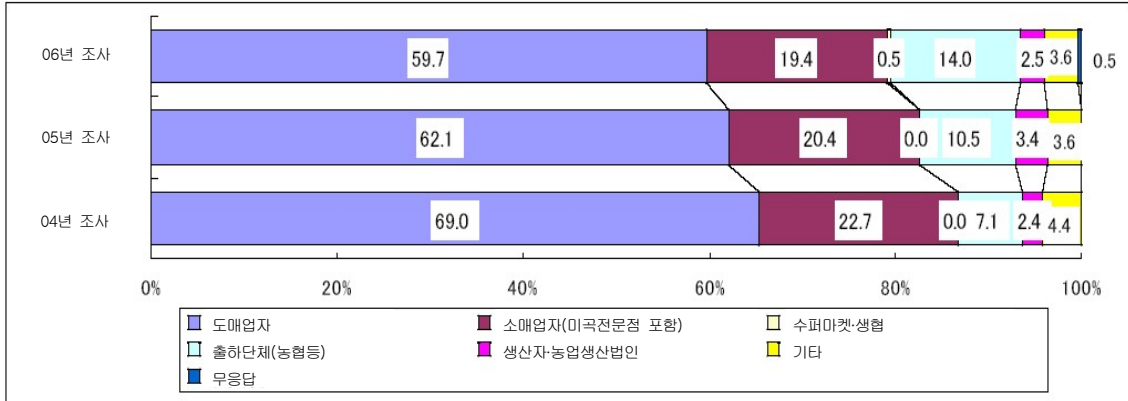
VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일본  
미국

X. 쌀및기공밥  
일본  
미국

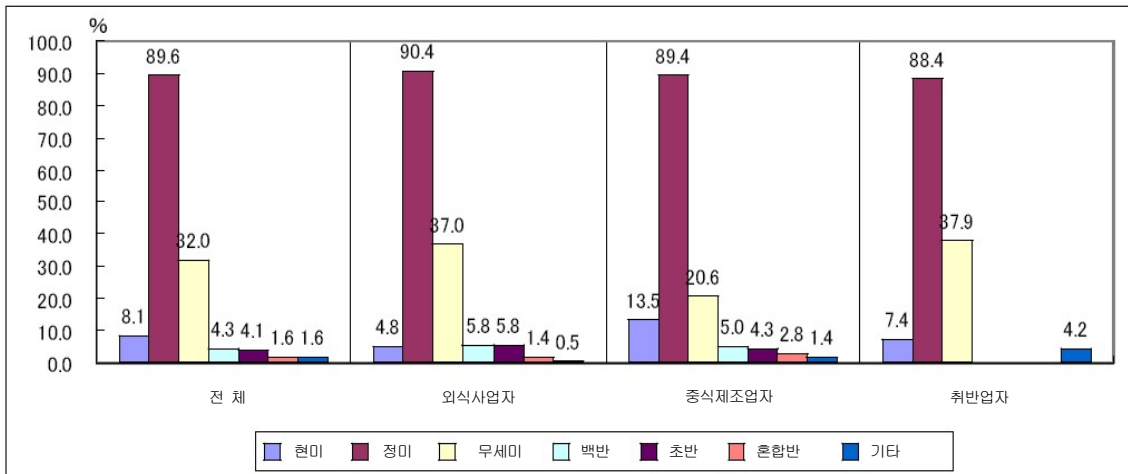
○ 주요 쌀 매입처

- 사입처에 대한 비율은 도매업자가 59.7%, 소매업자(미곡전문점 포함)가 19.4%
- 전회, 전전회 조사와 비교해 볼 때 도매업자, 소매업자(미곡전문점 포함)로 부터의 매입이 조금 감소한 반면, 집단출하단체(농협등)에 대해서는 14.0%로 약간 증가하고 있음



○ 매입 쌀의 종류

- 매입 쌀 종류의 업자 수를 보면 전체적으로는 정미의 매입이 89.6%로 가장 많으며, 이어서 무세미가 32.0%
- 업체별 매입 경향에 대해서는 특별한 차이는 없으나 무세미 사입에 대해서는 중식제조업자가 타 업종 보다 낮음



○ 쌀의 연간 매입량



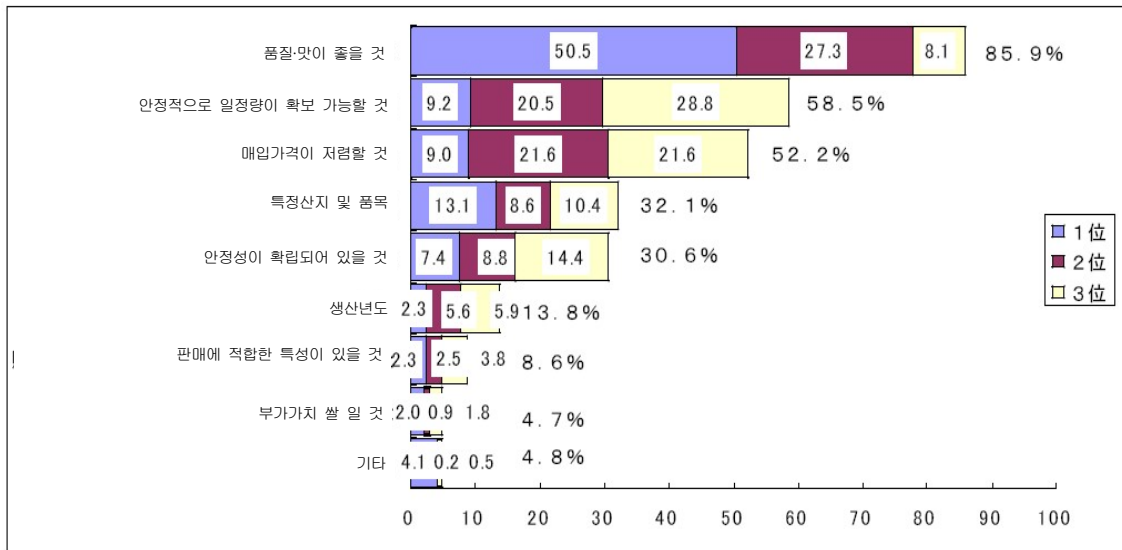
- 2005년 4월부터 2006년 3월까지의 종류별 연간 매입량을 답변자의 평균수량으로 보면 현미가 6,278톤으로 가장 많고 다음으로 정미가 914톤임

(단위 : 톤)

현미	정미	무세미	백만	초반	혼합반	기타
6,278	914	668	334	389	72	609

○매입시 판단기준

- 많은 업자가 “품질·맛이 좋을 것”을 85.9%로 매입시 판단기준으로 하고 있으며, 1위로 하고 있는 업자도 많아지고 있음
- 이어서 “안정적으로 일정량이 확보 가능할 것”이 58.8%로 많았으며, “매입 가격이 저렴할 것”이 52.2%임



\* 부가가치 쌀 : 유기재배쌀, 무농약재배쌀, 저농약재배쌀, 발아현미, 무세미 등

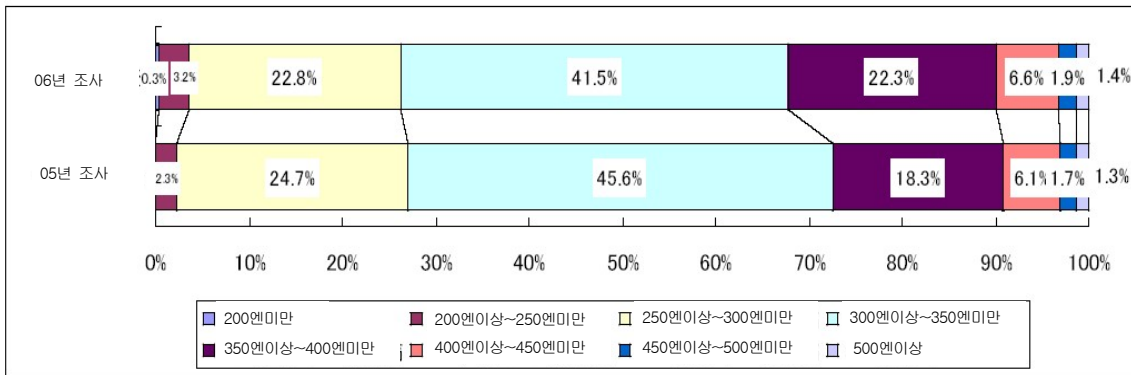
○매입하고 있는 단품종 쌀의 주요 내용

- 단품종 쌀을 매입하고 있는 업자가 매입한 상위 7개 품종은 아래와 같으며 품종별로 보면 코시히카리가 38.4%로 1위이며, 2위의 히토메보래 이하와 많은 격차를 보이는 등 시장점유율이 매우 높음
- 코시히카리 38.4%, 히토메보래 13.7%, 아키타코마치 8.7%, 히노히카리 6.0%, 하에누키 4.8%, 키누히카리 3.5%, 키라라397 3.3%

- I. 배미국
- II. 포도싱가포르
- III. 감귤러시아
- IV. 밤일본
- V. 양란일본중국
- VI. 새송이버섯미국유럽
- VII. 유자차일본중국대만
- VIII. 돈육러시아필리핀
- IX. 채소종자일본미국
- X. 쌀및기공밥일본미국

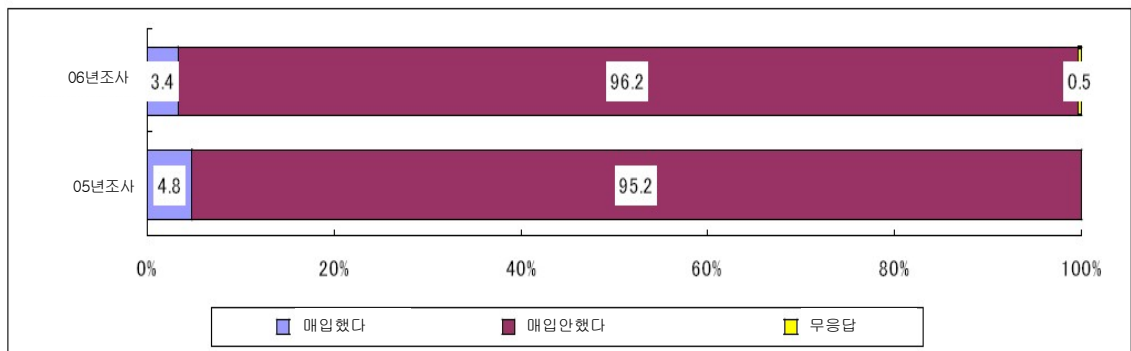
○ 단품종 쌀의 가격대

- 단일 품종쌀을 매입하고 있는 업자의 1kg당 매입가격은 “300엔이상~350엔미만”이 41.5%로 가장 많으며, 이어서 “250엔이상~300엔미만”이 22.8%, “350엔이상~400엔미만”이 22.3%의 순서로 되어 있음
- 전화와 비교해 볼 때 “300엔이상~350엔미만”이 감소한 반면 “350엔이상~400엔미만”이 증가하고 있음



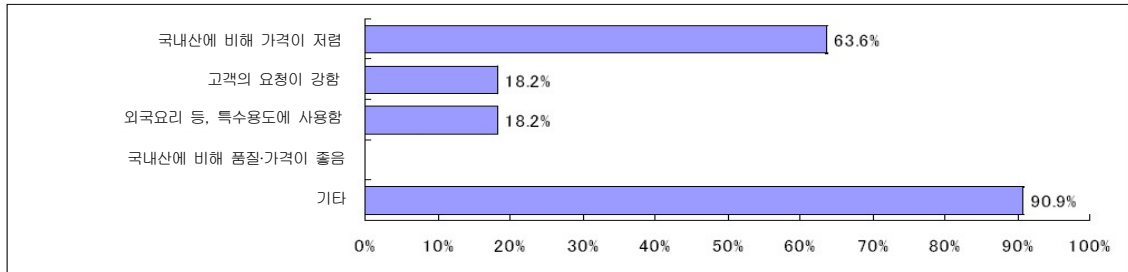
○ 수입쌀(주식용) 매입 상황

- 2005년 4월부터 2006년 3월까지 수입쌀을 “매입한적 없음”이 96.2%로 거의 대부분이며, 국내산 매입이 주류라고 할 수 있음



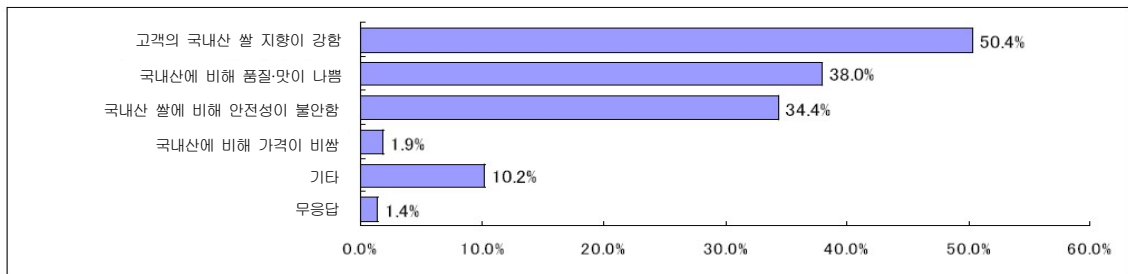
○ 수입쌀(주식용)을 매입하는 이유

- “국내산 쌀에 비하여 가격이 저렴”이 63.3%이며, “고객의 요청이 강함”과 “외국요리 등, 특수한 용도에 사용” 이 각각 18.2%임
- 기타가 90.9%로 가장 많으나, “볶거나 조리하기 때문에 품질에 신경쓰지 않아도 좋음”이라는 요지의 답변이 있었음



○수입쌀(주식용)을 매입하지 않는 이유

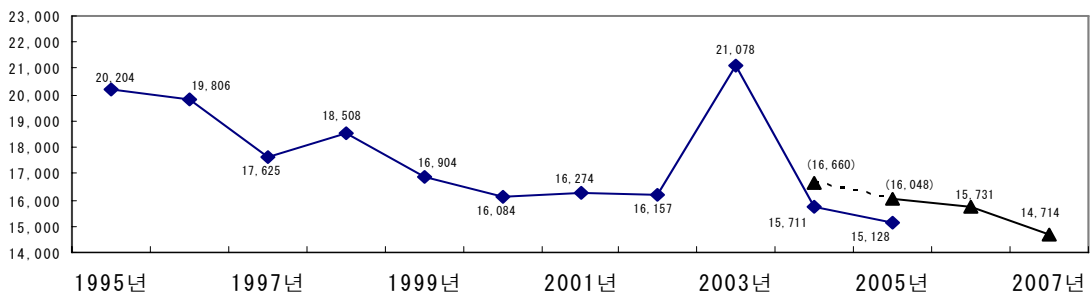
- “고객의 국내산 쌀 지향이 높음”이 50.4%로 가장 많았으며, 다음으로 “국내산 쌀에 비하여 품질·맛이 나쁨”이 38.0%, “국내산 쌀에 비하여 안정성에 불안이 있음”이 34.4%로 국내산 쌀 지향이 상당히 강하게 나타남



#### 다. 년도별 쌀 입찰 평균가격 추이

○쌀 입찰 평균가격을 2007년도는 14,714엔/60kg으로 최근 하락추세이며, 2005년 대비 8.3% 감소함

(단위 : 엔/60kg)



자료원 : 일본 농림수산성 “미맥등의 거래동향조사”, “미곡의 거래가격조사”

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

㉠ 쌀 판매가격(유통매장 및 백화점)

구매처	품 목 명	가 격	단 위	비 고
자 스 코 (대형슈퍼)	토요 킨메마이	1,080엔	2KG	
	우오누마 코시히카리	1,380엔	2KG	
	우오누마 코시히카리	1,380엔	2KG	
	미야자키 히토메보레	980엔	2KG	
	아키타 고마치	980엔	2KG	
	무세미 니가타 코시히카리	2,480엔	5KG	
이 토 요 카 도 (대형슈퍼)	미야자키 사사니시키	1,000엔	2KG	
	이바라기 밀크퀸	1,100엔	2KG	
	니가타 코시이부키	1,300엔	2KG	안심시스템 부착
이세탄 백화점	유키밀크퀸	819엔	1KG	유기재배
	오오가타코마치	892엔	1KG	마크부착

### 3. 소비동향

#### 가. 쌀 소비량 동향

- 쌀 소비량은 장기적으로는 지속적인 감소추세임
- 향후 소비량에 대해서도 감소경향이 지속될 것으로 예상됨

#### 나. 전국의 소비량

- 쌀의 1인당 소비량은 장기적으로는 1962년을 피크로 계속해서 감소함
- 구체적으로는 1962년 1인당 연간 118.3kg이었으나, 2005년도에는 절반 정도인 61.4kg 까지 감소하고 있음

〈쌀의 1인 1개월당 소비량〉

(단위 : 정미 g, %)

구 분	전세대		소비세대		생산세대	
		전년대비		전년대비		전년대비
2002년	5,007	▲ 1.1	4,895	▲ 1.1	6,294	▲ 0.4
2003년	4,961	▲ 0.9	4,850	▲ 0.9	6,283	▲ 0.2
2004년	4,913	▲ 1.0	4,814	▲ 0.7	6,158	▲ 2.0
2005년	4,877	▲ 0.7	4,772	▲ 0.9	6,232	1.2
2006년	4,852	▲ 0.5	4,754	▲ 0.4	6,190	▲ 0.7
2007년	4,814	▲ 0.8	4,727	▲ 0.6	6,104	▲ 1.4

다. 향후 소비량 전망

○ 향후 쌀 소비량에 대해서는 인구의 감소, 저출산·고령화(어린이와 고령자의 비율변화), 세대교대(소비성향의 변화) 등의 영향에 의하여 향후에도 지속적으로 감소될 것으로 전망

㉠ 인구감소의 영향

○ 일본전체 인구의 증감에 대해서는 지금까지는 증가경향이었으나, 총무성의 국세조사에 의하면 인구는 2005년도에 감소로 바뀌어 향후는 인구감소가 쌀 수요량 감소의 커다란 요인인 될 것으로 예상됨

㉡ 젊은층, 고령자층의 비율 변화에 의한 영향

○ 젊은층의 비율이 감소하고 고령자의 비율이 증가하면 인구가 현저히 감소하지 않아도 국민 1인당 평균 섭취 칼로리가 감소하기 때문에 확실히 쌀의 수요는 마이너스 요인이 될 것으로 예상됨

○ 10년후, 20년후의 연령단층별 인구의 추이를 보면, 39세이하의 단층에서는 인구가 감소하였으며, 70세이상의 단층에서는 현저히 증가(40~69세까지의 단층에서는 베이비붐 세대와 그 자년 세대의 가령의 영향으로 복자한 움직임)로 되어 있음

㉢ 세대교대에 따른 소비성향 변화의 영향

○ 일본에서는 고령자만큼 주식에 있어서 쌀의 의존도가 높으나, 역으로 젊은층일수록 빵·면의 의존도가 높아지고 있음

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

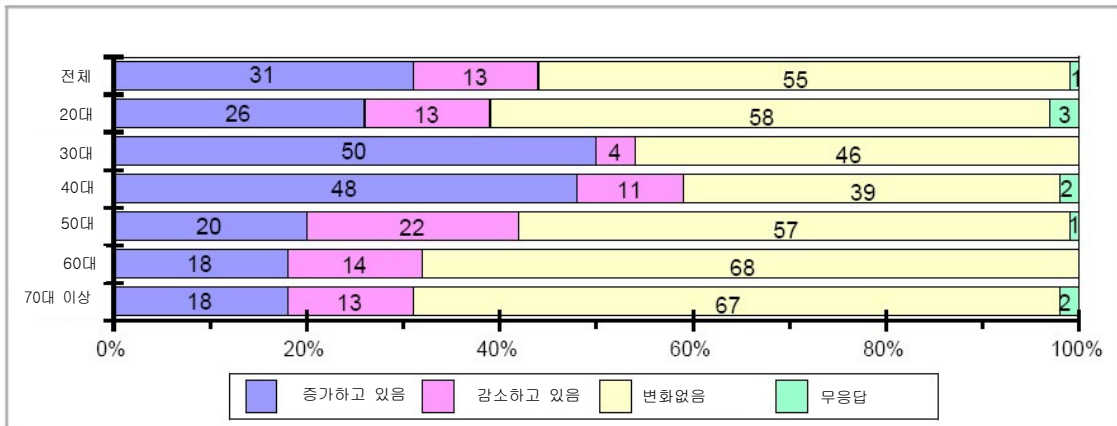
- 가령에 의한 소비성향이 크게 변화지 않으면 쌀에의 의존도가 높은 세대에서 빵·면류에의 의존도가 높은 세대에의 세대교대가 진행되나 쌀의 수요량 감소의 원인이 될 것으로 예상됨

### 라. 쌀 소비 및 구입 동향 (일본 농림수산성 조사결과)

- 조사시기 : 2007년 3월
- 조사대상 : 식료품 소비모니터 990명
- 집계구분 : 20대 99명, 30대 193명, 40대 176명, 50대 213명, 60대 188명, 70대 121명

- 가정에서 밥을 하여 소비한 쌀의 양의 변화
  - 1년전과 비교하여 가정에서 밥을 하여 소비한 쌀의 양을 조사한 결과 “변함없음”이 55%, 이어서 “증가하고 있음”이 31%임
  - “증가하고 있음”으로 답변한 사람의 연령대별 비율은 30대, 40대에서 높았으며, 각각 50%, 48%임

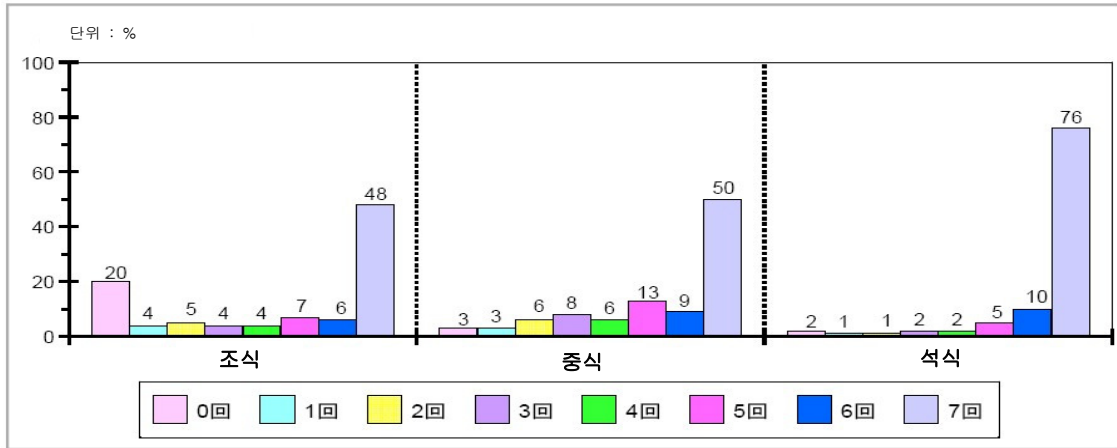
〈 가정에서 밥을 하여 소비한 쌀 양의 변화 〉



- 쌀(밥)의 양이 증가한 이유를 보면, “자녀가 많이 먹어서”, “건강이나 영양 밸런스를 고려해서 주식으로 먹게 되어서”, “도시락을 만들게 되어서”라고 답한 사람의 비율이 높으며 비율은 57%, 34%, 32%임
- 쌀(밥)의 양이 감소한 이유를 보면, “식사를 함께 하는 사람수가 줄어서”, “빵, 면류 등이 증가해서” 라고 답한 사람의 비율이 52%, 37%로 높았음

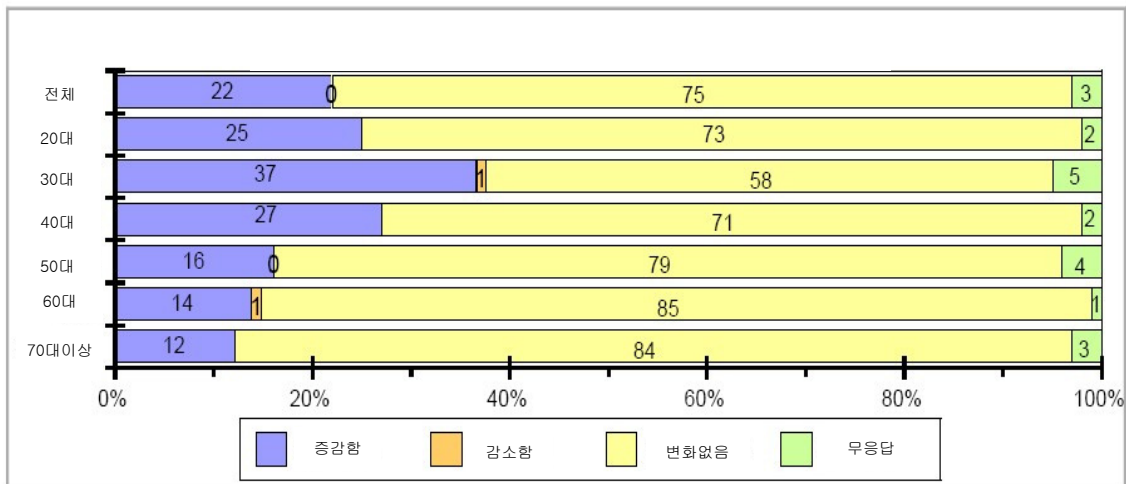
- 최근 1주일간의 조식·중식·석식에서 밥을 먹는 횟수
  - 1주일간 석식으로 매일 밥을 먹는 사람은 약 80%, 조식·중식으로 매일 밥을 먹는 사람은 약 50%, 1주일간 조식으로 밥을 먹지 않은 사람은 20%임

〈 최근 1주일간 조식·중식·석식에서 밥 먹는 횟수 〉



- 쌀 가격이 하락시 가정에서 구입수량 증감 여부
  - 쌀 가격이 하락해도 쌀 구입량은 “변함없음”이라고 답변한 사람의 비율이 75%, “증가함”이 22%의 순위였으며, “증가함”이라고 답한 사람의 연령별 비율을 보면 50대 이상 연령대에 비해 20대~40대가 높았음

〈 쌀 가격 하락시 구입수량 증감 여부 〉



I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

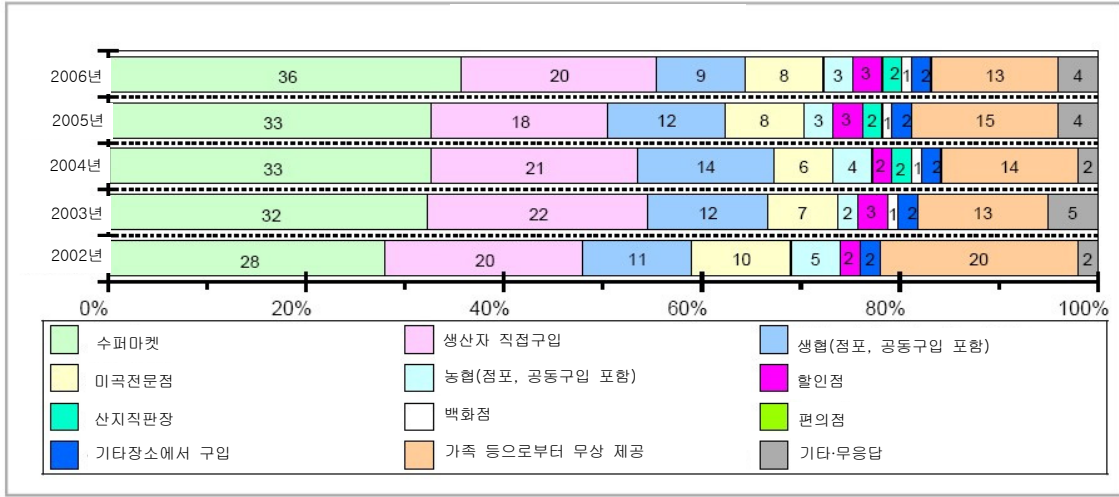
IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

○ 쌀 구입처

- 슈퍼마켓에서의 구입이 36%, 생산자로부터의 직접구매가 20%이며, 몇 년간의 동향을 보면 구입처 순위는 크게 변화가 없으나, “슈퍼마켓”에서의 구매비율은 매년 증가하고 있음

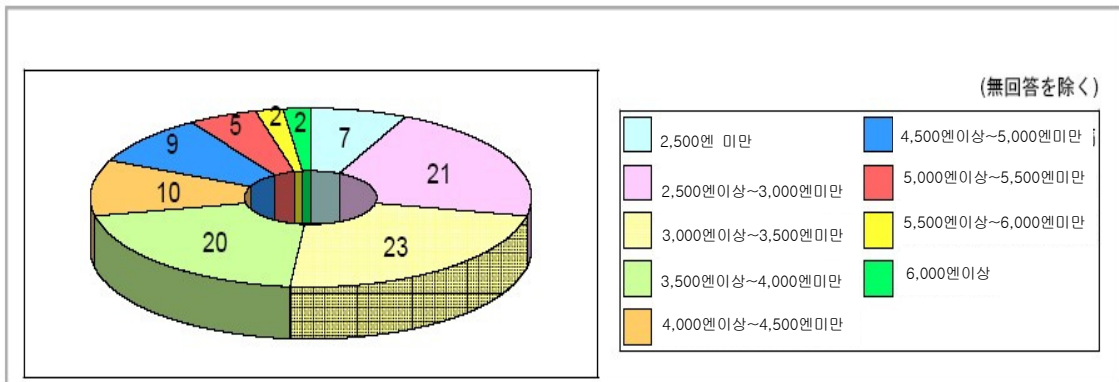
〈 쌀 구매처 〉



○ 쌀의 구매가격(10kg당으로 환산, 소비세 포함)

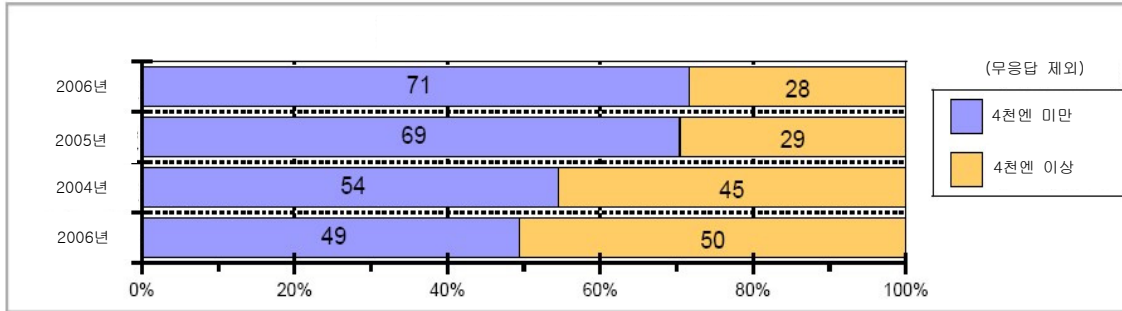
- 약 70%의 모니터가, 쌀 구매가격이 10kg당 4,000엔 미만이라고 답했으며 2003년도 조사와 비교하여 20% 증가하였음
- “3천엔이상~3,500엔이하” 23%, “2,500엔이상~3,000엔미만” 21%, “3,500엔이상~4,000엔 미만”이 20%임

〈 최근 구입한 쌀 가격 〉





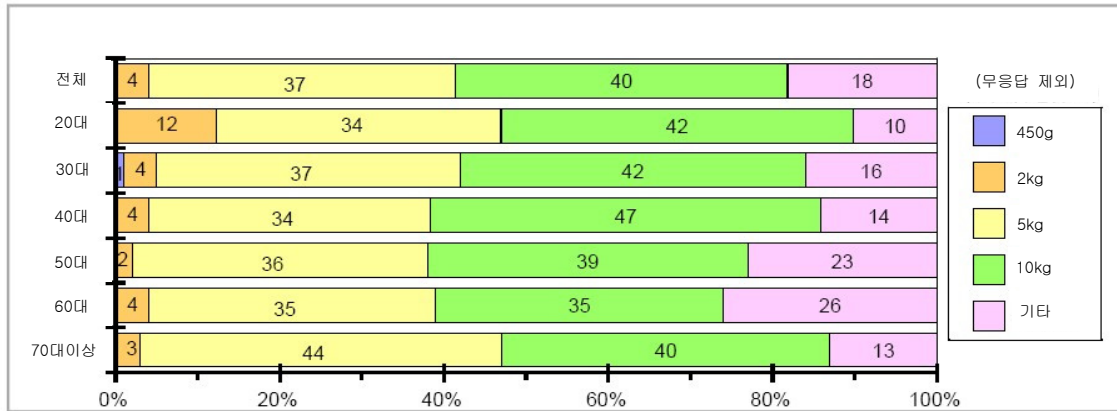
〈 최근 구입한 쌀 가격 변화 〉



○ 구입하는 쌀의 양

- “10kg”, “5kg”이라고 답한 비율이 40%, 30%로 높았으며, “기타”라고 답한 비율은 18%이나 구입한 내용을 보면 “30kg 이상”이 많았음

〈 주로 구입하는 쌀의 양 〉

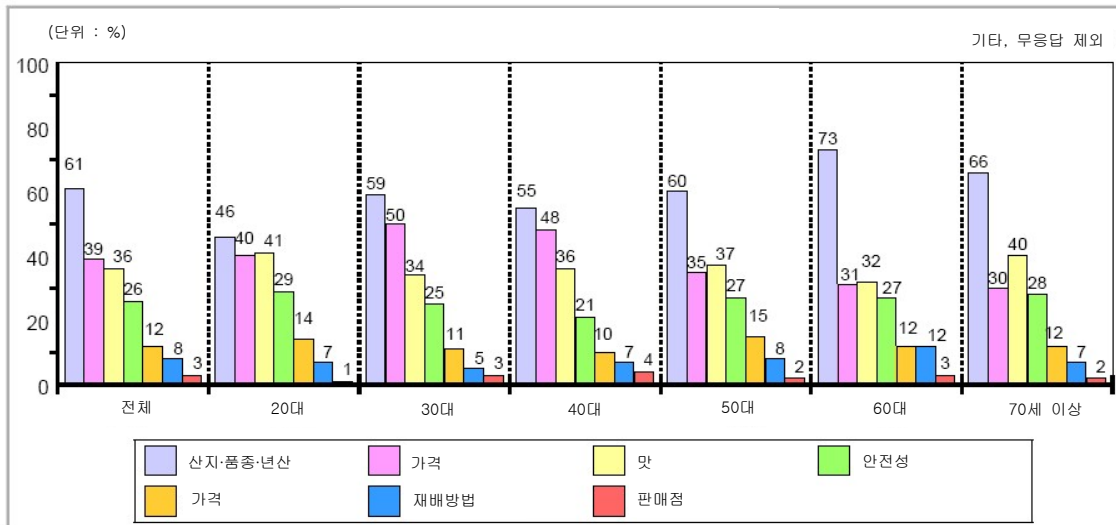


○ 쌀 구입시 중요시 하는 점

- 쌀 구매시 중요시 하는 것은 “산지·품종·년산”이 61%로 가장 많았으며, “가격” 39%, “맛” 36%, “안전성” 26% 순임
- “산지·품종·년산”은 모든 연령대에서 매우 중요시 하고 있으며 “가격”은 전체에서는 2번째로 중요시 하는 품목이며, 40대 이하의 연령대에서의 비율이 높아지고 있음

- I. 배
- 미 국
- II. 포도
- 싱가포르
- III. 감귤
- 러시아
- IV. 밤
- 일 본
- V. 양란
- 일 본
- 중 국
- VI. 새송이버섯
- 미 국
- 유 럽
- VII. 유자차
- 일 본
- 중 국
- 대 만
- VIII. 돈육
- 러시아
- 필리핀
- IX. 채소종자
- 일 본
- 미 국
- X. 쌀및기공밥
- 일 본
- 미 국

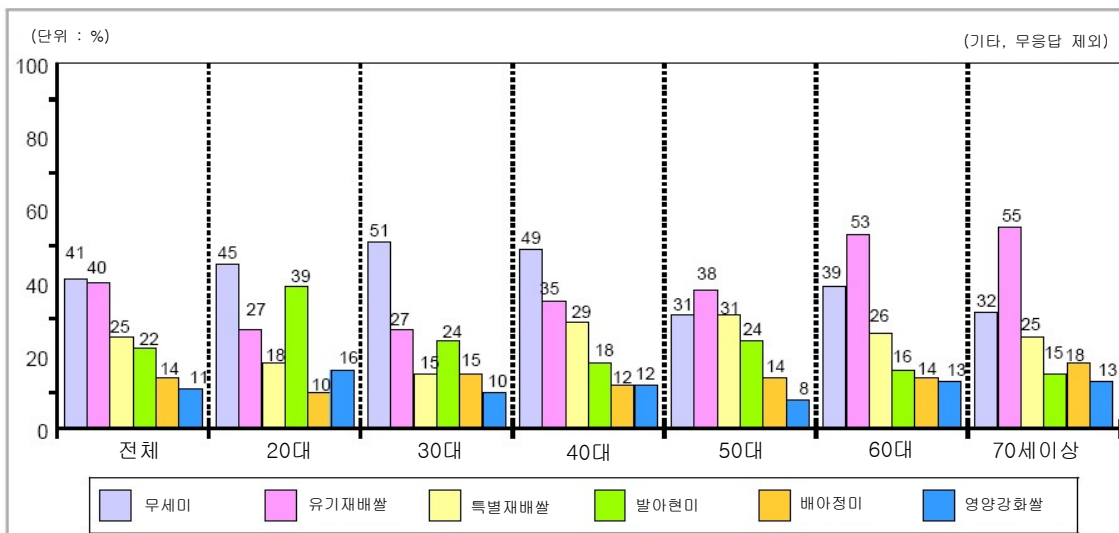
〈쌀 구입시 중요시 하는 점〉



○가정에서 먹고 있는 부가가치 쌀 종류

- 가정에서 먹고 있는 부가가치 쌀은 “무세미”, “유기재배쌀”이라고 답한 사람이 41%, 40%로 비율이 높았음
- “무세미”는 20대에서 40대의 답변 비율이 높았으며, 50대 이상은 “유기재배쌀”의 비율이 높았음

〈가정에서 먹고 있는 부가가치 쌀 종류〉



〈 부가가치 쌀 종류 〉

유 기 재 배 쌀	•퇴비등에 의한 토양만들기를 실시한 논에서 파종, 모내기 전 2년 이상 및 재배 중, 허가된 이외의 화학비료 및 농약을 사용 안함 •유전자 전환 종묘를 사용 안하고 생산되어 유기 JAS마크 표시가 있는 쌀
특 별 재 배 쌀	•재배기간 중에 절감대상 농약의 사용횟수 및 화학비료의 질소성분량이 그 지역의 동작기에서 관행적으로 행한 레벨의 50% 이하로 생산된 쌀
배 아 정 미	•정백미에 배아가 붙어 있는 쌀이 제품의 80%를 점하고 있는 것
발 아 현 미	•발아한 현미를 상품화 한 것
무 세 미	•전혀 또는 거의 씻지 않고 밥을 지을 수 있는 쌀
영 양 강 화 쌀	•영양분을 강화한 쌀로, 백미와 혼합하여 밥을 지음 •비타민, 칼슘 등 여러 가지 종류가 있음

○가정에서 부가가치 쌀을 먹는 이유는 “건강유지를 위하여 효과가 있을 것 같기 때문”, “재배방법, 품질 등에서 안심감이 있기 때문”의 응답비율이 43%, 40%로 높았음

4. 가공밥

가. 판매동향(총 팔)

(단위 : 톤, 백만엔)

품 목	구분	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년(예상)
냉동밥류(성형타입)	수량	-	34,200	34,400	35,000	35,200	35,050	35,200
	금액	-	20,900	21,000	21,350	21,450	21,350	21,450
냉동밥류(바라타입)	수량	-	110,200	101,700	103,500	107,300	105,400	105,100
	금액	-	66,200	61,000	62,000	64,300	63,150	63,000
레토로트라이스·무균포장밥	수량	69,600	78,550	89,700	97,400	100,000	105,300	107,200
	금액	41,900	46,400	51,300	54,350	55,700	58,500	59,400
( 셋 트 식 품 )	수량	-	-	-	13,350	13,250	12,300	12,100
	금액	-	-	-	9,800	9,700	9,000	8,850
죽 류	수량	18,100	16,400	16,700	17,300	17,800	18,000	18,500
	금액	7,600	6,900	7,000	7,300	7,500	7,600	7,800
포 장 떡	수량	58,300	57,100	55,000	54,200	54,050	54,200	54,600
	금액	50,600	49,500	48,000	47,600	47,400	46,400	46,700
발 아 현 미	수량	6,800	15,800	15,100	14,600	13,000	12,900	9,300
	금액	4,500	10,400	9,900	9,550	8,500	8,400	5,800
( 무 세 미 )	수량	528,000	803,000	843,000	846,000	920,000	980,000	1,010,000
	금액	-	-	-	-	-	-	-
합 계 ( 금 액 )		104,600	200,300	198,200	202,150	204,850	205,400	204,150

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

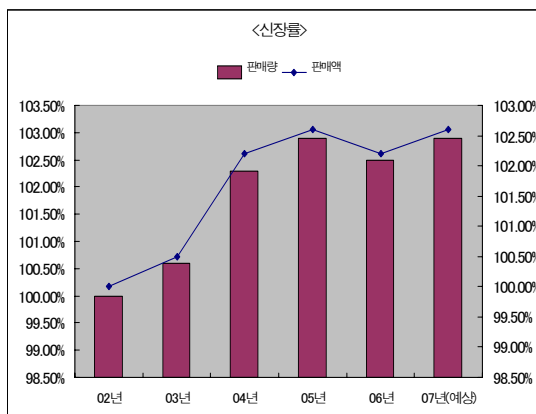
## 나. 냉동밥류(성형타입)

### ○ 시장규모 및 추이

- 냉동밥(성형타입)은 BQR제품을 사용한 상품을 말하며 오니기리, 슌시류, 옴라이스, 치마키, 라이스버거 등을 대상으로 함
- 라인업에는 장기간 인기상품이 많으며 수요도 꾸준하기 때문에 제조사 각사 모두 주력도는 높지 않은 상황임
- 07년에는 철거하는 제조사도 있는 가운데 원핸드 타입의 상품의 실적이 증가하기 때문에 시장은 약간 증가 할 것으로 예상됨

(단위 : 톤, 백만엔)

년 도	판매량	전년 대비	신장률	판매액	전년 대비	신장률
99년	-	-	-	-	-	-
00년	-	-	-	-	-	-
01년	-	-	-	-	-	-
02년	34,200	-	100.0%	20,900	-	100.0%
03년	34,400	100.6%	100.6%	21,000	100.5%	100.5%
04년	35,000	101.7%	102.3%	21,350	101.7%	102.2%
05년	35,200	100.6%	102.9%	21,450	100.5%	102.6%
06년	35,050	99.6%	102.5%	21,350	99.5%	102.2%
07년(예상)	35,200	100.4%	102.9%	21,450	100.5%	102.6%



※ 판매액은 제조사 출하 기준

### ○ 종류별 판매동향

- 용도에 있어서 오니기리류가 해당 카테고리 주력상품으로서 라인업이 가장 많이 되어 있으며 최근에는 쌀에 옴쌀 및 산지정쌀을 사용한 부가가치 상품이 약간 수량이 늘어나고 있음
- 옴라이스는 양식 붐의 저하와 바스타와의 경합으로 최근에는 좀처럼 시장이 확대되고 있지 않으며, 업무용에서는 인스타아 가공으로 수제 감을 내는 반제품이 증가 하고 있음
- 슌시류는 업무용을 메인으로 하여 전개되고 있으나, 국내에서는 즉석 슌시와 경합이 있어 해외수출로 전환하는 움직임도 보여짐.

(단위 : 백만엔)

구 분	2004년		2005년		2006년		2007년(예상)	
	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비
오니기리류	18,700	87.6%	18,800	87.6%	18,650	87.4%	18,250	85.1%
기 타	2,650	12.4%	2,650	12.4%	2,700	12.6%	3,200	14.9%
합 계	21,350	100.0%	21,450	100.0%	21,350	100.0%	21,450	100.0%

○용도별 판매동향

- 시장용은 어리 스낵, 간식으로서의 수요가 높으며, 2007년에는 오니기리류 및 라이스버거 등 원핸드 타입의 움직임이 좋아서 실적이 증가함
- 업무용에서는 일부 치마키 및 수시류가 호조의 움직임을 보였으나 볼륨 구성비율이 높은 오니기리류 및 오무라이스에서의 어려움으로 인해 실적은 하락함

구 분	2006년		2007년	
	판매액 (백만엔)	구성비	판매액 (백만엔)	구성비
시 판 용	15,750	73.8%	15,950	74.4%
업 무 용	5,600	26.2%	5,500	25.6%
가 공 용	-	-	-	-
합 계	21,350	100.0%	21,450	100.0%

○시장점유 현황

- “오오키나 오오키나 야키오니기리”를 주력으로 하는 일본수산은 2006년 시판용으로 판매하 호조로 이동한 관계로 경쟁이 격화되고 있는 업무용 시장에서 점유율을 조금씩 확대하고 있음
- 니치레이푸즈는 2006년은 “야키오니기리”의 경쟁격화에 의하여 실적이 감소하였으나, 보다 세분화된 마케팅으로 새로운 식감 및 지역성, 연령층에 대응한 상품개발을 추진하여 해당 카테고리에서는 성인을 타겟으로 한 “어른 야키오니기리” 등을 투입하여 감소를 줄일 방침임
- 업무용을 전개하는 야요이식품은 주력의 오무라이스, 야키오니기리 모두 미묘히 감소경향이며 2006년은 전체로 전년을 하회함
- 아지노모토 냉동식품은 학교급식 등 업무용으로 성형오니기리를 전개하고 있으나 보다 니즈가 높은 바라타입에 주력하고 있는 점 때문에 해당 카테고리 실적은 약간 감소추이에 있는 것으로 보임

(단위 : 백만엔)

구 분	2006년		2007년(예측)	
	판매액	점유율	판매액	점유율
일 본 수 산	5,600	26.2%	5,650	26.3%
니 치 레 이 푸 즈	3,850	18.0%	3,850	17.9%
동 양 수 산	1,400	6.6%	1,450	6.8%
야 요 이 식 품	1,350	6.3%	1,300	6.1%
아 지 노 모 토 냉동식품	850	4.0%	800	3.7%
기 타	8,300	38.9%	8,400	39.2%
합 계	21,350	100.0%	21,450	100.0%

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

○향후전망

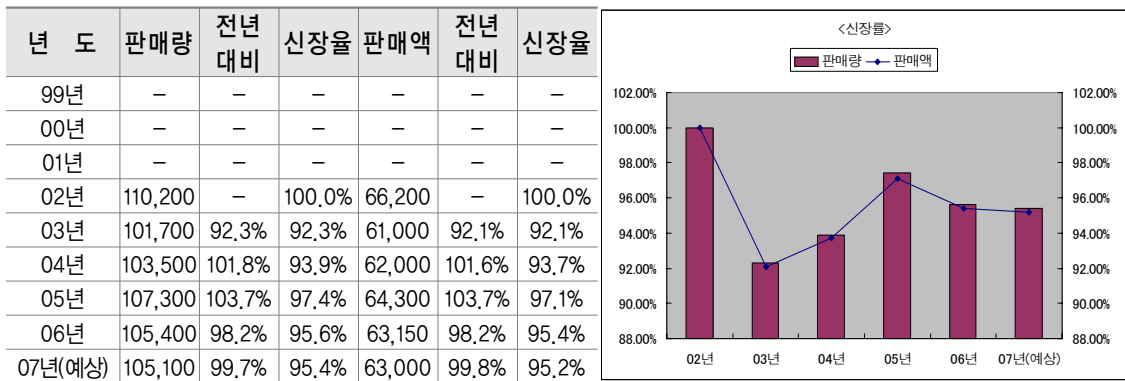
- 해당시장은 볼륨이 높은 야키오니기리를 시작으로 오랫동안 팔리는 상품이 많아서 향후에도 시장에 커다란 움직임을 없을 것으로 보임
- 한편, 특정원료를 사용하고 있어 종래의 스낵·간식이라는 이미지를 탈피하려는 상품의 규모가 증가하고 있으나 고가여서 전체를 움직이기는 힘들며 일정규모에서 정착할 것으로 보임

다. 냉동밥류(바라타입)

○시장규모 및 추이

- 냉동밥(바라타입)은 IQF제법의 상품을 말하며, 볶음밥 및 피라후 등을 대상으로 하고 있음
- 최근에는 대형 제조사의 생산라인에 의한 저가격 전략이 격화되어 시판용, 업무용 모두 대형기업으로 집약되고 있음
- 2007년은 톱인 아지노모토냉동식품이 해당품목에 주력도를 높혀 적극적인 판매전략을 하였으나 하위 제조사에서 고전을 하여 시장은 약간 감소한 것으로 예상됨

(단위 : 톤, 백만엔)



○종류별 판매동향

- 시판용, 업무용 모두 버터라이스를 베이스로 한 상품 니즈가 높으며, 피라후는매년 구성비가 높아지는 경향에 있고, 타 카테고리에는 소매 아이템의 집약적 움직임의 영향으로 보합세에서 약간 감소경향에 있음
- 기타로는 모수는 작지만 최근에 일본식 밥의 움직임이 좋으며 시판명 뿐만 아니라 FR에서도 채용경향이 강해져 각사 모두 아이템의 내실을 도모하여 판매수량이 증가하고 있음

(단위 : 백만엔)

구 분	2004년		2005년		2006년		2007년(예상)	
	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비
피 라 후	39,000	62.9%	40,300	62.7%	40,100	63.5%	40,400	64.1%
볶 음 밥	10,400	16.8%	11,200	17.4%	11,250	17.8%	11,250	17.9%
소 바 메 시	2,500	4.0%	2,300	3.6%	2,250	3.6%	2,250	3.6%
기 타	10,100	16.3%	10,500	16.3%	9,550	15.1%	9,100	14.4%
합 계	62,000	100.0%	64,300	100.0%	63,150	100.0%	63,000	100.0%

○용도별 판매동향

- 최근 시판용, 업무용 비율이 거의 5:5 전후로 이동하고 있어 안정적인
- 단, 업무용에서는 유저측에서 상품의 차별화 전략으로서 특수주문품을 요망하는 목소리가 높아지고 있음

(단위 : 백만엔)

구 분	2006년		2007년(예상)	
	판매액	구성비	판매액	구성비
시 판 용	32,200	51.0%	31,900	50.6%
업 무 용	30,950	49.0%	31,100	49.4%
가 공 용	-	-	-	-
합 계	63,150	100.0%	63,000	100.0%

○시장점유 현황

- 아지노모토냉동식품은 2006년의 주력상품인 “에비피라후”가 보합세이나, 업무용에서는 영업을 강화하는 등 중점적인 노력 덕분에 약간 증가 추이가 되었으며, 2007년은 가공밥 톱 메이커로서 “벡다상오이시이!선언”을 발매하여 주력인 “에비피라후”로 에비(새우)의 증량화를 도모함과 동시에 일본식 가공밥을 포함한 신제품을 투입한 것이 성공하여 서일본 지역에서 출하가 증가하여 약 5% 증가할 것으로 보여짐
- 니치레이푸즈은 2006년 냉동식품의 가치를 개선하여 기호 및 지역성 등 라이프스타일에 맞춘 상품을 투입하거나 판촉활동을 강화하는 등 효율화, 세분화를 전개하여 이익이 증가하였으나, 특판빈도가 줄어들어 실적은 전년도를 밑돌. 2007년은 시판용인 “본경이타메볶음밥” 등 중점상품의 판매확대에 주력하여 각 지역에서 인기가 높은 상품을 전국판매로 이동하는 등 실적이 유지될 것으로 보여짐
- 업무용을 메인으로하는 전국농협식품은 2006년 PB 매상이 증가하여 전체 실적이 약간 증가하였으며 2007년은 업무용 메뉴가 결정되어 실적이 약간 증가할 것으로 보여짐

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

구 분	2006년		2007(예측)	
	판매액	점유율	판매액	점유율
아지노모토냉동식품	16,800	26.6%	17650	28.0%
니치레이푸즈	15,700	24.9%	15,600	24.8%
니치로	5,800	9.2%	5,700	9.0%
카토키츠	4,700	7.4%	4,650	7.4%
일본수산	3,800	6.0%	3,800	6.0%
전국농협식품	2,800	4.4%	2,850	4.5%
엠·씨씨식품	630	1.0%	600	1.0%
기타	12,920	20.5%	12,150	19.3%
합계	63,150	100.0%	63,000	100.0%

○향후전망

- 2007년은 잡곡을 사용한 상품발매가 눈에 띄며 “건강” 및 “영양 밸런스”를 테마로한 홍보가 많으나, 일본봉 가공밥은 서양품 가공밥과 비교하여 보다 작은 소용량 니즈가 있는 특성상 판매수량 베이스로 신장률은 높지 않음
- 핵가족화 및 고령화, 그리고 라이프스타일 변화로 고식화, 소량상품 수요가 증가하고 있는 가운데, 해당품목도 “부담없음”이라는 특징을 최대한으로 활용하면서 보다 가까운 식품으로서의 위치 확보에 주력할 것으로 보임

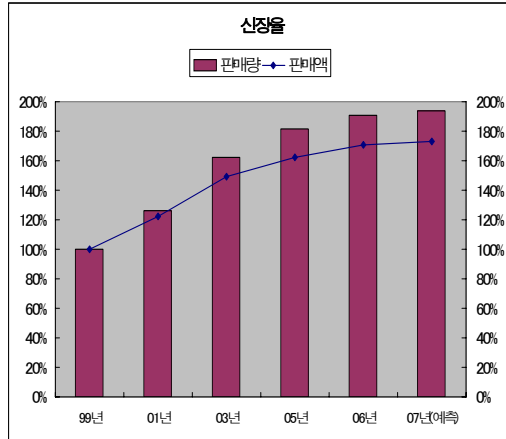
라. 레토르토 라이스·무균포장 밥

○시장규모 추이

- 해당시장은 레토르토와 무균포장 가공품의 합산품목이며, 레토르토라이스에 대해서는 레토르토 밥류 중 죽, 잡취(雜炊), 리조트를 제외한 가공밥 메뉴를 대상으로 함
- 무균포장 밥은 고압가열살균을 하지 않기 때문에 비타민 감소가 적으며, 백반에서는 레토르토 라이스 보다 식감이 뛰어나며, 렌지조리가 가능하기 때문에 간편성과 개식(個食) 니즈를 배경으로 시장이 확대되어 옴
- 전에는 백반이 대부분을 차지하고 있으며, 2000년부터는 카레 및 리조트 등 세트 가공밥의 급증에 의한 다양화가 진행되고 있으나 아직도 백반이 많은 부분을 점유하고 있음
- 백반상품의 가격경쟁은 여전히 격화되고 있으나 브랜드 쌀 100% 사용 등 부가가치 상품의 호조이며, 한편 세트 가공밥은 정체기에 들어가 있음



년도	판매량	전년비	신장률	판매액	전년비	신장률
99년	55,200	-	100.0%	34,300	-	100.0%
00년	60,900	110.3%	110.3%	35,850	104.5%	104.5%
01년	69,600	114.3%	126.1%	41,900	116.9%	122.2%
02년	78,550	112.9%	142.3%	46,400	110.7%	135.3%
03년	89,700	114.2%	162.5%	51,300	110.6%	149.6%
04년	97,400	108.6%	176.4%	54,350	105.9%	158.5%
05년	100,000	102.7%	181.2%	55,700	102.5%	162.4%
06년	105,300	105.3%	190.8%	58,500	105.0%	170.6%
07년(예측)	107,200	101.8%	194.2%	59,400	101.5%	173.2%



○종류별 판매동향

- 백반이 대부분을 점유하고 있는 상황에는 변화가 없으며, 간편지향 트렌드를 배경으로 실적이 증가하고 있음
- 셋트밥은 일시적인 호조없이 저조한 움직임을 보이고 있음

(단위 : 백만엔)

구 분	2006년		2007년(예측)	
	판매액	구성비율	판매액	구성비율
시 판 용	55,700	95.2%	56,600	95.3%
업 무 용	2,800	4.8%	2,800	4.7%
가 공 용				
합 계	58,500	100.0%	59,400	100.0%

○시장 점유상황

- 사토식품공업은 2006년 “니가타 코시히카리”, “아키타산 아키타코마치”의 판매에 주력하여 이러한 상품이 결과적으로 매출액 증가에 기여하여 전체로도 전년 대비 106% 플라스가 되었음
- 가토키츠는 2006년 5식 팩을 발매하여 판매호조로 인하여 플라스로 되었으나 2007년은 미트호프의 식육위장사건의 여파에 의하여 일시적으로 고전하여 동년은 최종적으로 전년을 밑돌 것으로 예상됨
- 에스비식품은 셋트 밥을 제외한 무균포장밥의 실적은 고전하는 경향이 지속되어 2006년 셋트밥 “피아트”의 상승으로 플라스가 되었으나 2007년에는 마이너스가 될 것으로 전망됨

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

구 분	2006年		2007年(예측)	
	판매액	점유율	판매액	점유율
사 토 식 품 공 업	13,000	22.2%	13,800	23.2%
카 토 키 츠	11,000	18.8%	10,800	18.2%
에 스 비 식 품	8,600	14.7%	8,400	14.1%
동 양 수 산	8,200	14.0%	9,000	15.2%
카 고 메	2,600	4.4%	2,500	4.2%
타 카 노	2,000	3.4%	2,000	3.4%
하 고 로 모 후 즈	1,100	1.9%	1,100	1.9%
에 츠 고 제 과	750	1.3%	750	1.3%
기 타	11,250	19.2%	11,050	18.6%
합 계	58,500	100.0%	59,400	100.0%

○ 시장전망

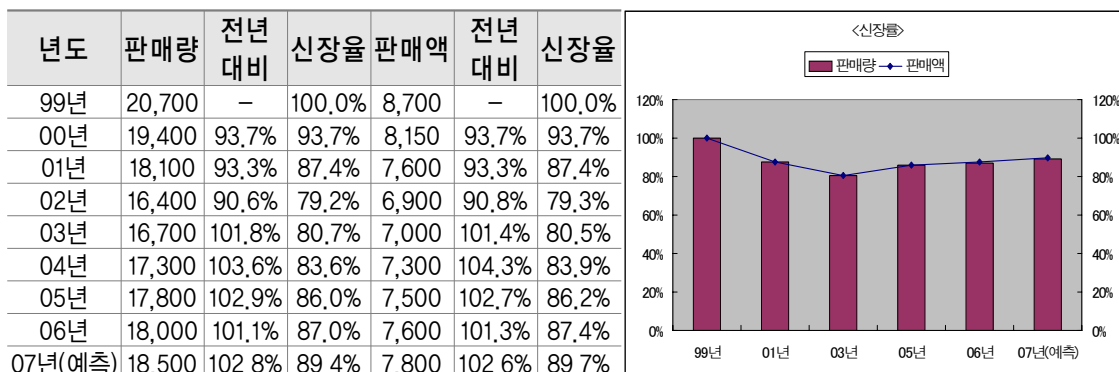
- 무균포장밥은 성숙화된 가공식품 업계에서 개식(個食)화 및 간편지향 등 니즈에 맞는 상품으로서 안정성장을 장기적으로 지속할 수 있는 몇몇 안되는 분야임
- 그러나, 2007년 가격경쟁이 과열된 가운데 시장 전체가 약간의 성장에 머물러 안정성장을 이룬 상위 제조사는 사토식품공업과 동양수산의 2사만으로 셋트밥의 마이너스 재료도 있어 향후 동향은 불투명함

㉠ 죽 류

○ 시장규모 동향

- 죽류는 레토르트, 통조림, 냉동, 푸리즈드라이 상품을 대상으로 하고 있으며 무균 포장밥 상품은 포함되지 않음
- 동 시장은 80년대부터 레토르트 흰죽이 등장하면서 형성되었고 죽은 조리가 간단한 식품인 관계로 간편성을 선호하는 소비자에 애용되었으며, 환자식으로서도 수요가 높아 맛이나 종류가 다양화 되고 있음

(단위 : 톤, 백만엔)



○종류별 판매동향

- 상위 제조사는 죽에 주력하고 또한 2007년에는 신제품 투입효과에 힘입어 실적이 늘어나고 있음
- 기타 죽류는 확대 추세는 아니나 기반이 견고한 수요층을 확보하고 있음

(단위 : 백만엔)

구 분	2004년		2005년		2006년		2007년(예측)	
	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비
죽	6,300	86.3%	6,600	88.0%	6,600	86.8%	6,800	87.2%
기타죽류	1,000	13.7%	900	12.0%	1,000	13.2%	1,000	12.8%
합 계	7,300	100.0%	7,500	100.0%	7,600	100.0%	7,800	100.0%

○시장점유 상황

- 아지노모토는 2006년에 두여에서 만든 “두유 죽”을 투입하여 기존의 “흰죽”, “매실 죽”, “현미 죽” 등 합쳐서 7라인업 체제를 전개하고 있으며 전용 홈페이지에서는 통신판매도 전개하여 고령자도 가정내에서 구입할 수 있는 시스템을 구축하고 있음
- 큐피는 “아오하타 죽”을 전개하고 “후지산 명수 사용”, 일부의 상품에서 “코시히카리 사용” 등 부가가치를 홍보하고 있으며 2007년에는 건강성을 의식한 신상품 2제품을 투입하는 등 실적 상승이 예상됨

(단위 : 백만엔)

구 분	2006년		2007년(예측)	
	판매액	점유율	판매액	점유율
이지노모토	4,100	53.9%	4,100	52.6%
키 코 피	1,850	24.3%	2,000	25.6%
마 루 하	200	2.6%	200	2.6%
기 타	1,450	19.1%	1,500	19.2%
합 계	7,600	100.0%	7,800	100.0%

- I. 배
- 미 국
- II. 포도
- 싱가포르
- III. 감귤
- 러시아
- IV. 밤
- 일 본
- V. 양란
- 일 본
- 중 국
- VI. 새송이버섯
- 미 국
- 유 럽
- VII. 유자차
- 일 본
- 중 국
- 대 만
- VIII. 돈육
- 러시아
- 필리핀
- IX. 채소종자
- 일 본
- 미 국
- X. 쌀및기공밥
- 일 본
- 미 국

○ 시장전망

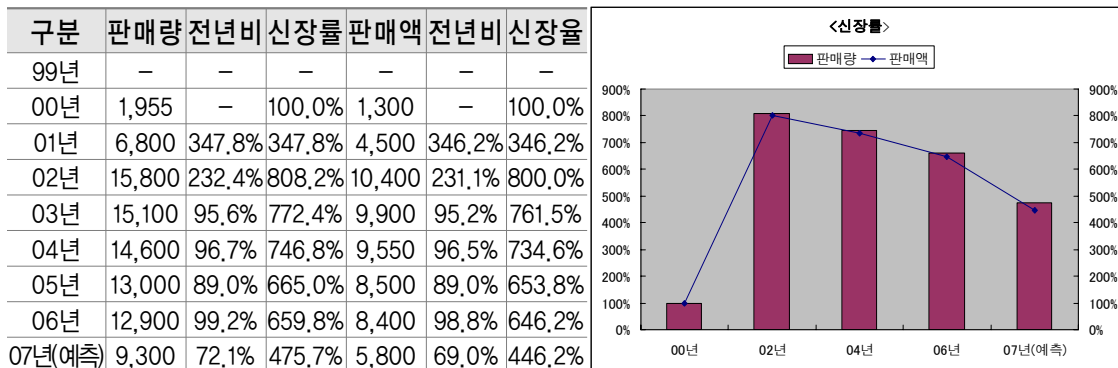
- 건강성을 강조하는 죽제품은 고령자 뿐 만 아니라 여성층 등의 신규수요도 있어 향후 성장이 기대되는 분야로 시장에서의 위치가 중요해 질 것으로 예상됨
- 그리고, 아지노모토가 전개하는 있는 독특한 제안도 유효할 것으로 보임

마. 발아현미

○ 시장규모 추이

- 발아현미는 현미를 발아시키는 것으로 아미노산 등 영양가가 높아져 현미 보다도 부드러워 먹기 쉬우며 건강지향 트렌드에 힘입어 시장이 확대되어 왔음
- 특히, 2000년대 전반은 TV방송에서 발아현미의 건강효과에 대해 집중 조명한 것이 시장에서 급성장을 이룬 계기가 됨
- 그러나, 일본인의 건강식에 대한 흥미가 자주 바뀌기 때문에 TV·매스컴에 의한 발아현미를 다루는 기회가 점차 감소하여 새로운 것으로 이동하게 되면 수요는 감퇴로 이동하여 2003년 이후는 마이너스가 되고 있음

(단위 : 톤, 백만엔)



○ 종류별 판매동향

- 발아현미는 수분함유율이 30~35%의 웨트타입과 수분함유율 15% 이하인 드라이타입이 있으며, 드라이타입이 주류를 이룸
- 2007년은 큰폭으로 감소하였으나, 구성비의 큰 변화는 없음

(단위 : 백만엔)

구분	2004년		2005년		2006년		2007년(예상)	
	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비
드라이타입	6,850	71.7%	6,100	71.8%	6,400	76.2%	4,400	75.9%
웨트타입	2,700	28.3%	2,400	28.2%	2,000	23.8%	1,400	24.1%
합계	9,550	100.0%	8,500	100.0%	8,400	100.0%	5,800	100.0%

○용도별 판매동향

- 시판용은 잡곡 붐의 영향으로 2007년에는 큰 폭으로 감소될 것으로 예상됨
- 업무용에 대해서는 잡곡과의 브랜드타입이 붐의 덕을 받아서 2007년은 감소폭이 미미할 것으로 보임

(단위 : 백만엔)

구 분	2006년		2007년(예측)	
	판매액	구성비	판매액	구성비
시 판 용	6,500	77.4%	4,000	69.0%
업 무 용	1,900	22.6%	1,800	31.0%
가 공 용				
합 계	8,400	100.0%	5,800	100.0%

○시장점유 상황

- 판켈은 2006년 전반에 건강정보 방송 효과로 높은 신장율을 기록했으나 후반에는 신장율이 둔화되어 전체로는 전년대비 5%정도 증가하였으며, 2007년에는 전년의 반동 이외에 잡곡 붐의 여파로 실적이 저조하여 저가격 전략을 실천함에도 불구하고 효과가 매우 적었음
- 도마도 잡곡붐의 영향으로 2007년 고전을 면치 못했으며, 실적이 크게 떨어질 것으로 보이나 불륨은 적지만 학교급식에 의욕적으로 사업을 전개하여 사이타마현 및 치바현에서 실제로 채용되고 있음

(단위 : 백만엔)

구 분	2006년		2007년(예측)	
	판매액	점유율	판매액	점유율
판 켈	4,800	57.1%	3,600	62.1%
도 마	1,200	14.3%	600	10.3%
기 후 팔 라 이스	700	8.3%	600	10.3%
기 타	1,700	20.2%	1,000	17.2%
합 계	8,400	100.0%	5,800	100.0%

○시장전망

- 2007년은 판켈이 저가격 정책을 전개하였으나 이런 부류의 상품은 가격이 저렴하다고 해서 수요가 확대되는 것이 아니라를 것을 증명함
- 시장의 위축은 붐적인 요소가 강했던 점도 있지만 통신판매 채널 등에서 지속적인 구매를 하고 있는 견고한 고정 소비자가 존재하고 있어 가까운 장래에 회복될 것으로 예상됨

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

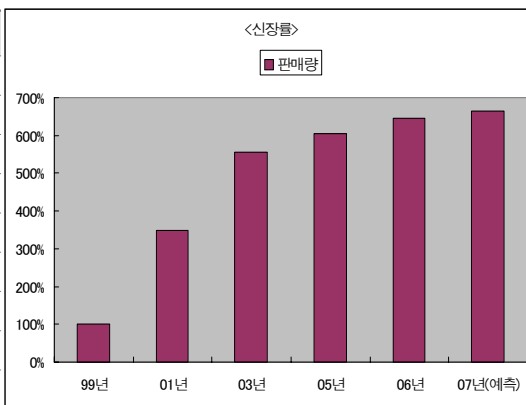
## 바. 무세미

### ○ 시장규모 추이

- 무세미는 일반적인 가공식품과 달라서 식품 제조사가 제조·판매하는 상품이 아니라 미곡 도매 등 가공업자가 무세미 가공제조사의 장치를 구입·리스해서 무세미를 제조·가공하고 소매업자 및 외식·중식기업 등에 판매하고 있음
- 쌀을 씻을 필요가 없으며 대량의 쌀을 소비하는 업무용의 경우에는 세미업무의 인건비 및 물사용량의 삭감에 연결되기 때문에 외식산업을 중심으로 수요가 확대되어 왔음
- 가사의 부담을 줄여주고, 쌀뜻물이 나오지 않아 환경을 배려한 상품으로서 매스콤에서 방송하고 있기 때문에 생협 및 소매점에서도 무세미를 취급하는 점포가 증가하고 일반가정에도 보급되었음
- 업무용 수요가 여전히 확대되고 있는 가운데, 시판용에서는 도심부 중심의 수요가 착실히 지방으로 파급되는 경향이 보이며, 일시적인 급격한 증가는 예상되지 않으나 완만한 성장은 당분간 지속될 것으로 보임

(단위 : 톤)

년 도	판매량	전년비	신장율
1999년	152,000	-	100.0%
2000년	227,000	149.3%	149.3%
2001년	528,000	232.6%	347.4%
2002년	803,000	152.1%	528.3%
2003년	843,000	105.0%	554.6%
2004년	846,000	100.4%	556.6%
2005년	920,000	108.7%	605.3%
2006년	980,000	106.5%	644.7%
2007년(예측)	1,010,000	103.1%	664.5%



### ○ 종류별 판매동향

- 무세미의 제조방법은 가공공정에서 물을 사용하지 않는 건식과 물을 사용하는 가수식으로 나뉘며, 건조식은 점착겨를 사용하는 동양정미기계제작소의 BG제법 및 특수 브래시로 겨를 제거하는 야마모토제작소의 제법이 대표적임

(단위 : 백만원)

구 분	2004년		2005년		2006년		2007년(예측)	
	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비
건 식	420,000	49.6%	462,400	50.3%	493,400	50.3%	509,000	50.4%
가 수 식	426,000	50.4%	457,600	49.7%	486,600	49.7%	501,000	49.6%
합 계	846,000	100.0%	920,000	100.0%	980,000	100.0%	1,010,000	100.0%

○용도별 판매동향

- 시판용은 도심부를 중심으로 착실히 침투되고 있으며 2007년 역시 증가할 것으로 보임
- 업무용은 오퍼레이션의 간략화를 도모할 목적으로 폭넓게 보급되고 있어 시판용보다도 신장율이 높아지고 있음

(단위 : 톤)

구 분	2006년		2007년(예측)	
	판매량	구성비	판매량	구성비
시 판 용	358,700	36.6%	365,600	36.2%
업 무 용	621,300	63.4%	644,400	63.8%
가 공 용	-	-	-	-
합 계	980,000	100.0%	1,010,000	100.0%

○시장점유 상황

- 전농팔라이시동일본은 전농계열로 수도권 및 니이가타현을 중심으로 하고 있으며 최대의 매출액 규모임. 무세미에서는 “코시히카리”, “아키타코마치”, “히토메보레” 등 브랜드 쌀 중심으로 전개하고 있으며, 소매점, 편의점 등 시판용 루트 주체로 사업을 추진하고 있음
- 코베에 본거지를 두고 있는 유력미곡 도매인 神明은 브랜드쌀외 폭넓은 라인업을 보유 하고 있으며 무세미는 사내 비중이 높으며 착실히 판매량이 증가하고 있음

(단위 : 톤)

구 분	2006년		2007년(예측)	
	판매량	점유율	판매량	점유율
전농팔라이시동일본	34,000	3.5%	35,200	3.5%
神 明	27,800	2.8%	28,700	2.8%
木 德 神 糧	24,000	2.4%	25,000	2.5%
호 쿠 렌 팔 라 이 스	16,000	1.6%	16,500	1.6%
미 츠 하 시	15,300	1.6%	15,600	1.5%
전농팔라이시서일본	9,000	0.9%	9,300	0.9%
기 타	853,900	87.1%	879,700	87.1%
합 계	980,000	100.0%	1,010,000	100.0%

○시장전망

- 시장은 일시적인 급증가는 기대할 수 없으나, 업무용 수요의 증가로 인하여 완만한 성장이 계속될 것으로 보임
- 향후 환경문제에 대한 의식이 높아지고 수질오염 문제를 고려해 볼 때 업무용, 시판용 모두 무세미 취급의욕이 높아질 가능성이 있음

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 5. 수출입동향

### 가. 수출동향

- 일본산 쌀의 수출에 대해서는 최근에 대만, 홍콩, 싱가포르 등 동아시아 지역의 경제 발전 영향으로 부유층이 증가하여 일본식도 보급·정착하고 있어 수출실적은 증가 추세에 있음.
- 2007년 수출총액은 약 5.3억엔(전년대비 124%), 수출수량은 940톤(전년대비 97%)임

#### 〈 년도별 상업용 쌀 수출실적 〉

(단위 : 톤, 백만엔)

2004년		2005년		2006년		2007년	
물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
408	234	634	320	967	427	940	527

\* 실적에는 원조용 쌀 수출실적 제외

#### 〈 상업용 쌀 수출의 주요 수출국 및 지역(07년) 〉

(단위 : 톤, 백만엔)

구 분	대만	홍콩	싱가포르	중국	기타	계
수 출 수 량	450	218	92	72	108	940
수 출 총 액	175	119	48	43	142	527

- 중국용 수출이 작년부터 잠정적으로 재개되어 2009년 6월에는 24톤, 12월과 08년 1월에 50톤씩이 수출되어 북경, 상해 등 중국 주요도시에서 판매되고 있음

#### 〈 상업용 쌀 수출의 주요 사례 〉

수출국	브랜드	판매방법등	수출실적
대 만	"헬씨건강쌀 (코시히카리)"	생산자가 직접 대만 판매점포에 가서 현지 소비자에게 산지의 얼굴이 보일 수 있는 판매를 실시	6.2톤(07년)
대 만	특별재배쌀 "히토메보레"	박람회 및 물산전에 참가하여 수출 브랜드의 현지소비자 침투 도모	3.6톤(06년)
홍콩, 대만	"코시히카리"	경제연과 현이 연계하여 적극적으로 현산 쌀을 PR, 담당자가 현장에 가서 시음시식 실시	홍콩5.5톤 대만2.1톤(06년)
말레이시아	"히토메보레"	말레이시아 일본대사관저에의 리셉션에 현산 식재와 함께 쌀 PR	5톤(07년)



- 일본의 쌀 수출은 상업용에 비용 원조용 비율이 매우 높음
  - ('07년 실적) : 전체 1,165백만엔, 18,561톤 / 상업용 527백만엔, 940톤
- 수출단가를 비교하면 미국 등 구미 국가용은 1천엔/kg을 크게 넘었으며 기타 국가는 500엔/kg 수준이며, 대만은 400엔/kg으로 약간 저가임

〈 상대국별 쌀 수출량·금액, 단가 〉

(단위 : 톤, 백만원, 엔/kg)

구 분	2002년			2004년			2006년		
	물량	금액	단가	물량	금액	단가	물량	금액	단가
전 체	444	216	486	408	234	573	967	427	441
대 만	286	112	393	183	77	421	593	161	271
홍 콩	78	42	535	115	64	558	155	74	477
싱 가 폴	26	21	795	63	45	712	63	40	634
미 국	24	18	755	6	15	2,342	128	99	774

나. 쌀 수출촉진을 위한 노력

- 쌀 수출 촉진에 대해서는 제외국의 고소득자층을 타겟으로 한 판매를 기본으로 하며 일본 쌀이 갖고 있는 맛이나 품질의 좋은 점을 활용하면서 일본식의 보급촉진 등을 통한 적극적인 노력을 하고 있음
- 구체적으로는 수출국의 검역·통관제도 등에 의한 수출 장애요인이 되고 있는 점에 대해서는 상대국에 대하여 계속적으로 필요한 개선에 대해서 요청 및 협의를 함
- 수출에 관심이 있는 주요 수출국 제도에 대한 정보 및 시장동향 등의 제공, 생산자 단체 등의 해외에서의 판매촉진활동에 대한 지원, 일본식의 보급과의 상승효과를 겨냥한 일본산 쌀의 PR활동 같은 노력을 실현하여 민간사업자에 의한 수출을 지원하고 있음

구 분	구체적 내용
수출국의 제도·시장 동향 등의 제공	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입제도, 수입수속 등에 관한 정보 수집</li> <li>• 해외시장조사의 실시</li> </ul>
생산자 단체 등의 판촉활동에 대한 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상설점포에서 시식회, 조리강습회 등을 실시</li> <li>• 수출확대에 의지가 있는 사업체의 해외판촉활동 등에 대 지원</li> </ul>
일본산 쌀의 PR활동 (일본식의 보급과의 상승효과)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국에서의 일본산 쌀 판매개시 세레모니(7월) 및 재외공관에서의 리셉션 이벤트 등을 활용한 일본산 쌀 PR활동</li> <li>• 홍보용 팸플렛 및 레시티집 등의 판촉용 자재 작성</li> </ul>

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

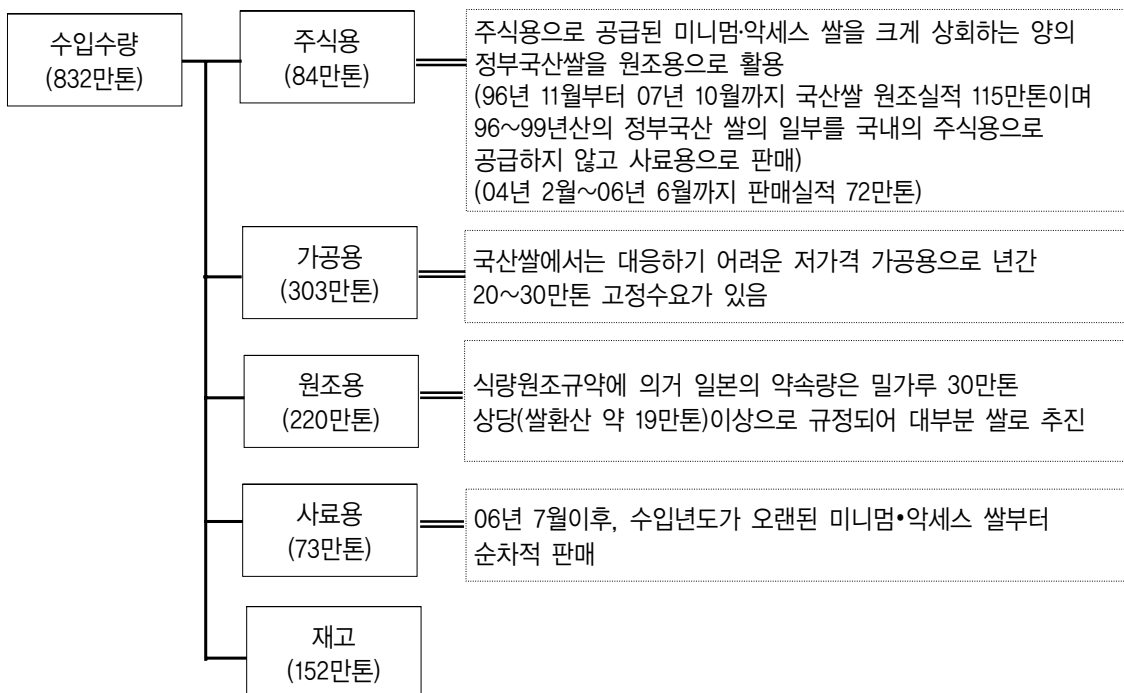
IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 다.수입동향

- 미니멈·악세스 쌀에 대해서는 전량 국가무역이며, 기본적으로 정부가 전량을 매입하고 시장상황을 고려하여 가격 등의 면에서 국산쌀에서는 충분히 대응하기 어려운 용도 (주로 가공용)로 판매하고 있음
- 판매되지 않은 미니멈·악세스 쌀은 국산쌀과 함께 원조용으로 보내지며, 이외에 신규용도 수요 등에 충당하도록 정부가 재고관리 하고 있으나, 2006년 7월 이후 수입년도가 오래된 미니멈·악세스 쌀에서 순차적으로 사료용으로 판매를 게시하여, 미니멈·악세스 쌀의 재고는 2006년 10월말 현재 189톤에서 2007년 10월말 152톤으로 감소하고 있음
- 향후에도 수요에 대응하기 위하여 사료용으로 판매해 감과 동시에 가공용도로의 수요 확대를 적극적으로 유도하는 등 지속적으로 재고감축을 위하여 한층 노력해 가고 있음
- 미니멈·악세스 쌀 이외의 쌀 수입에 관해서는 높은 관세율로 인하여 실제 수입수량은 아주 소량으로 한정되어 있음

### 〈 미니멈·악세스 쌀의 매매상황 〉



## 라. 수입방침

- 2008년도의 수입수량에 대해서는 WTO 농업교섭에서 새로운 합의가 될 때까지는 접근가능(Access) 수량은 2000년도 수준이 유지되므로 2007년과 동수준인 77만현미톤이 됨
- SBS수입에 대해서는 년4회 정도 입찰을 실시하며 예정수량은 10톤임
- 국별·종류별 수입방침에 대해서는 2007년도 미니멈·악세스 수량의 범위내에서 국내수급의 상황을 고려하여 탄력적인 수입을 실시하고 있어 2008년도에도 계[속해서 국내의 수요동향을 고려하여 안정적인 판매가 되도록 고려하면서 수출국의 수출여력, 국제시장 등을 감안하여 적절히 수입실시

## 6. 통관 및 수입검사

### 가. 쌀이 주 원료인 조제식료품의 수입수속

- HS번호 1901 190490110 190490120 190490130

#### ㉠ 수속개요

- 쌀을 주 원료로 한 조제식료품은 주요식량의 수급 및 가격의 안정에 관한 법률(식량법)에 근거하여 농정사무소에 납부금을 납입할 필요가 있으며 또한 식품위생법에 근거하는 식품 등의 수입신고 수속이 필요함

#### ㉡ 수입수속

- 관세분류 관계
  - 관세의 국내분류에 있어서 쌀가루 등을 함유하는 쌀 조정식료품에서 쌀가루 등의 함유량의 합계가 85%를 넘는 것(케이크 믹스 및 육아식용 또는 식사요법용의 것은 제외)은 1901항으로 분류되며 쌀의 함유량이 전체의 30%를 넘는 가열·조리가 끝난 조정식료품은 1904항으로 분류됨
  - 1904항의 세가지 분류
    - (1) 쌀의 함유량이 전 중량의 30% 이하의 것 1904.90-110
      - ▶ 관세율 : 기본세율은 402엔/1kg 협정세율은 25%
    - (2) 상기(1) 이외로 주요식량의 수급 및 가격의 안정에 관한 법률 등에 의해 수입되는 것

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- ▶ 1904.90-120
- ▶ 관세율 : 기본세율은 402엔/1kg 협정세율은 25%
- (3) 그 외의 것 1904.90-130
- ▶ 관세율 : 341엔/1kg

○ 주요식량의 수급 및 가격의 안정에 관한 법률(식량법)관계

- 쌀의 함유량이 전체의 30%를 넘는 가열·조리제 조정식료품, 또는 쌀가루 등을 함유하는 쌀 조정식료품으로 쌀가루 등의 함유량의 합계가 전체의 85%를 넘는 것(케이크 믹스 및 육아식용 또는 식사요법용의 것을 제외)을 수입하는 경우는 주요식량의 수급 및 가격의 안정에 관한 법률에 근거하여 농정사무소에 「미국 등 수입납부금 납부신고서」의 서류를 첨부하여 납부금을 납입할 필요가 있으며,
- 다만, 쌀의 함유량이 전체의 30%를 넘고 있어도 고기, 생선, 야채 등 쌀 이외의 원료비율에 따라서는 납부금의 납입수속이 불필요하게 되는 경우도 있음
- 납부금의 대상이 될지를 알려면 수입하려고 하는 쌀 조정식료품의 모든 원료비율을 세관에 제시하고 문의하여 확인하는 것이 좋으며, 제출해야할 서류 등 자세한 사항은 농림수산성 종합식료국 식량부에 문의 필요함

○ 식품위생법 관계

- 식품 등의 수입수속은 화물을 통관하는 장소의 관할검역소의 수입식품 감시담당과에 「식품 등 수입신고서」를 제출하여 실시함
- 신고서는 검역소의 식품위생감시원에 의해 심사되어 필요에 따라서 검사를 받아 식품위생법으로 적합하다고 판단된 것에 대해서 수입이 인정되며 검사를 필요로 한 것은 「위생검사실시, 합격」의 도장이 찍히고 검사 불필요한 것에는 「신고필」의 도장이 찍히므로 통관 시에는 각각의 날인이 된 「신고확인제식품등 수입신고서」를 세관에 제출하여야 함
- 쌀을 주원료로 한 조정식료품을 용기포장에 넣어 판매하는 경우는 동법에 근거하는 표시가 의무화되어 있으며 계란, 우유, 밀, 메밀, 낙화생 등 알레르기 물질을 포함한 가공 식품에 대해서는 알레르기 표시제도의 적용을 받는 경우가 있음
- 덧붙여 잔류농약, 사료첨가물 및 동물용 의약품의 규제에 관해서 2006년 5월에 포지티브 리스트제(식품위생법 제11조 제3항)가 시행되었기 때문에 주의가 필요함

○ 농림물자의규격화 및 품질 표시의 적정화에 관한 법률(JAS법) 관계

- 동법에 근거하여 판매 시에는 품질 표시기준에 따라 일괄표시를 실시할 필요가 있으며, 이 안에서 수입품에는 원산지(국가)표시가 의무화되어 있음
- 유기식품의 검사인증제도에 의해, 유기JAS 규격에 적합하지 않으면 「유기」 「오가닉」 등의 표시는 금지되고 있음

○수입통관 관계

- 「수입(납세) 신고서」에 인보이스(invoice), B/L, 보험명세서, 「신고확인제식품 등 수입 신고서」의 사본, 「미국 등 수입납부금 납부신고서」의 사본, 납부금의 영수증 등의 관계서류를 첨부해 세관에 제출해야 하며, 세관에서는 심사·검사 및 납세 후에 수입허가서가 교부됨

○건강증진법 관련

- 임의 표시이나, 식생활에 대해 「배속의 상태를 정돈하는 식품」 등, 그 섭취에 의해 특정의 보건목적에 기대할 수 있는 것은 「특정보건용식품」으로서 후생노동대신의 허가에 의해 그 취지의 표시를 할 수 있음

○그 외의 유의사항

- 부당경품류 및 부당표시 방지법(경품표시법)에 의해 과대한 경품판매나 소비자에게 오인될 우려가 있는 과대·허위 표시등을 금지하고 있음

○근거법

- 수입무역관리령 : 경제산업성 무역경제협력국 무역관리부 무역관리과  
<http://www.meti.go.jp/>
- 관세법 : 세관 <http://www.customs.go.jp/>
- 관세정률법 : 세관 <http://www.customs.go.jp/>
- 주요식량의 수급 및 가격의 안정에 관한 법률(식량법) :  
농림수산성 종합식료국 식량부 계획과 <http://www.maff.go.jp/>
- 식품위생법 : 후생노동성 의약식품국 기획정보과 규격법령계  
<http://www.mhlw.go.jp/>
- 농림물자의 규격화 및 품질표시의 적정화에 관한 법률(JAS법) :  
농림수산성 소비·안전국 표시·규격과 <http://www.maff.go.jp/>
- 건강증진법 : 후생노동성 의약식품국 식품안전부 신개발식품 보험대책실
- 부당경품류 및 부당표시 방지법(경품표시법) :  
공정거래위원회 경제거래국 거래부 소비자 거래과 <http://www.jftc.go.jp/>

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 나. 대일 쌀 수출 가능여부 및 통관절차

아래의 HS코드의 쌀과 관련제품의 수출이 가능한지 여부 및 수입을 금지하거나 수입쿼터로 관리하는 등 별도의 규제가 있는지 여부

- 만약, 수출이 가능하다면 수입관세 부과방법(증가, 종량)과 세율은 어떻게 되는지?
- MMA 물량 68만2,200톤은 농림수산성에서 직접 국영무역체제를 유지하여 무세로 수입하고 있으며, MMA 물량 이상에 대해서는 종량세 292엔/kg, 관세49엔/kg 합계341엔/kg의 높은 과세를 부과하고 있고 인보이스금액에 종량세를 더한 금액의 5% 소비세는 별도
- MMA물량은 일정자격요건을 갖춘 수입상사가 매년 농림수산성에 등록하여 한도수량을 배정받아 수입대행을 하여 정부에 재판매하는 방식을 취하고 있으며, 비축미는 주로 된장, 간장등 가공용으로 방출되며 일부는 원조미로 제공되고 있음
- 아래에 열거한 HS코드 관련제품은 전 제품 대일 수출 가능한 것으로 보이나, 높은 관세율로 인해 수출에 어려움을 겪을 것으로 전망

미곡 수입시의 병해충검사 등 식물검역사항, 잔류농약검 등, 식품검사 등 관련 통관검사 사항과 검사시 주요 검사 내용

- ex) 잔류농약 검사시 주요 농약 허용치, 병해충 검사시 나오면 안되는 병해충 등
- 벼, 현미, 조제품등의 경우 식물검역(병해충검사)을 받아야 하나 가공처리 여부에 따라 식물검역이 면제되는 경우도 있으므로 사안별로 검토가 필요하며 벼, 현미의 경우 모니터링검사에 의한 잔류농약 및 곰팡이독 검사를 받게 되어 조제품일 경우 솔빈산 첨가 여부등의 시험성적서가 필요하고 기타 냉동식품등의 경우에는 세균수 검사등이 필요
- 현미의 잔류농약 기준치는 일본 후생노동성 관련 홈페이지 참고  
([http://m5.ws001.squarestart.ne.jp/zaidan/fooddtl.php?f\\_inq=100](http://m5.ws001.squarestart.ne.jp/zaidan/fooddtl.php?f_inq=100))

쌀 수입시 통관절차 및 포장된 쌀 수입시의 현지 라벨링 관련 규제사항과 기타 쌀 수출 관련 유의사항

- 쌀 수입시에는 식량법, 식물방역법, 식품위생법의 규제를 받으며, 식물검역소(농수성) 및 검역소(후생노동성)에 각각 검역을 받음
  - 식량법 : 농림수산성 산하 관할 식량사무소에 미곡등수입납부금 및 인보이스등 관계서류를 제출하여 납부금을 납부(292엔/kg)하고 수입수량 신고하며, 관세(49엔/kg)는 별도 통관시 세관에 납부
  - 식물방역법 : 한국 검역소의 식물검역증을 첨부하여 검역신청서를 식물검역소에 제출. 병충해 발생시 소독, 폐기, 반송등의 조치
  - 식품위생법 : 관할 검역소에 수입식품신고서와 성분표, 가공공정표등을 첨부하여 제출하고 검역관 판단에 의해 모니터링 검사에 의해 잔류농약 검사를 실시하며, 별도, 가공공정에 따라 첨가물등 성분검사 실시하나, 수입자가 사전에 시험성적증명서를 제출할 경우 검사 생략됨
  - 표시의무 : 수입미가 최종적으로 소비자에게 판매시에는 JAS법등의 규정에 의거 현미 및 정미 품질표시기준과 계량법에 의거 표시가 의무화 되어 있으며, 수입쌀을 현미 베이스로 수입하여 일본에서 가공하여 도매상등이 최종소비자에게 판매시 산지, 품종, 생산년도를 표시하기 위해서는 상대국 공적기관의 증명서가 있어야 표기가 가능함

〈표시사항〉

○ 명칭, 원료현미, 내용량, 정미 년월일(현미의 경우 조제년월일, 수입품으로 조제년월일이 불분명할 경우 수입년월일), 판매업체명, 주소, 전화번호

다. 관세 및 검역사항

㉠ 수입 관세 및 검사사항

HS코드 (한국기준)	현지 HS코드	수입가능 여부 및 관세				수입시 검사					포장쌀 수입시 라벨링규제	기타 (쌀수입관련 유의사항)
		수입 가능 여부	쿼터 유무	기타 규제	관세	식물 검역	병해충 검사	잔류농 약검사	식품 검사	기타 검사		
1006-10-0000	1006-10-010 1006-10-090	가능	쿼터 비쿼터		무세 341엔/kg	필요	필요	필요	무	무	있음	수입실적없음
1006-20-1000	1006-20-010 1006-20-090	가능	쿼터 비쿼터		무세 341엔/kg	필요	필요	필요	무	무	있음	
1006-20-2000	-											
1006-30-1000	1006-30-010 1006-30-090	가능	쿼터 비쿼터		무세 341엔/kg	필요	필요	필요	무	무	있음	
1006-30-2000	-											
1006-40-0000	1006-40-010 1006-40-090	가능	쿼터 비쿼터		무세 341엔/kg	필요	필요	필요	무	무	있음	
1102-30-0000	1102-30-010 1102-30-090	가능	쿼터 비쿼터		25% 375엔/kg	필요	필요	필요	무	무	있음	
1103-19-3000	1103-19-510 1103-19-590	가능	쿼터 비쿼터		25% 375엔/kg	필요	필요	필요	무	무	있음	
1103-20-2000	1103-20-350 1103-20-390	가능	쿼터 비쿼터		25% 375엔/kg	필요	필요	필요	무	무	있음	
1104-19-1000	1104-19-250 1104-19-290	가능	쿼터 비쿼터		25% 341엔/kg	필요	필요	필요	무	무	있음	
1806-90-2290	1806-90-100	가능	비쿼터		10%	필요	필요	필요	무	무	있음	
1806-90-2999	1806-90-321	가능	비쿼터		23.8%	필요	필요	필요	무	무	있음	
1901-20-1000	1901-20-122	가능	쿼터		25%	필요	필요	필요	무	무	있음	
1901-20-9000	1901-20-128	가능	비쿼터		375엔/kg	필요	필요	필요	무	무	있음	
1901-90-9091	1901-90-142 1901-90-148	가능	쿼터 비쿼터		25% 375엔/kg	필요	필요	필요	무	무	있음	

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

9 정부기관별 검역사항

구 분	관할청	미곡		쌀 가공품		
		벼	현미	쌀과자	조제품(분말)	베커리제조물, 반죽 1901-20-111
식물검역부	농림성 식물검역소 03-3599-1136	병행총검사	병행총검사		원료 혼합율에 따라 실시여부 결정	가공처리 내용에 따라 검사 여부 결정
식품검역부 (잔류농약, 첨가물)	동경검역소 수입상담 03-3599-1520	모니터링검사 (잔류농약/ 곰팡이독)	모니터링검사 (잔류농약/ 곰팡이독)	모니터링검사 (이산화이황, 솔 빈산등)	모니터링검사 (이산화이황, 솔 빈산등)	냉동식품일 경우 세균수검사등
식품위생법	후생노동성	-	-	식품표시(원산지표기등)		
수입시 주의사항	식량사무소 03-6744-2091	한국으로 부터의 양적 규제는 특별히 없음 * 벼는 한국 및 대만지역에서만 수입가능				

7. 한국산 수출확대방안

가. 한국산 및 경쟁국 동향

- 일본내에서 한국산 등 수입산 쌀 및 가공품은 높은 관세율, MMA 물량, 자국산의 품질 신뢰 경향 등으로 인하여 거의 발매되지 않음
  - MMA물량외의 추가로 수입되는 쌀 및 보리에 대해서는 높은 종량세를 부과하고 있어 실질적으로는 거의 수입이 되지 않고 있으며, 2006년도(06.4-07.3) 수입량은 이탈리아에서 120톤(이탈리아 요리용)이 수입된 것이 전부라고 함
- 쌀 자체를 수출할 경우에는 일본 정부의 MMA쌀 쿼터를 가지고 있는 수입상사와 접촉할 필요가 있을것으로 보여지며, 기타 쌀 조정품은 현재에도 한국에서 수입되고 있음(떡복기, 분말조정품등)
  - 떡복기의 경우 쌀 함량 30%미만일 경우 25%관세 부과

나. 수출방안

- 일본의 높은 관세율을 감안하여 쌀 가공품 위주로 접근하고, 일본의 다양한 식품수요에 대응하여 일본인이 선호할 수 있는 제품 개발



- 떡 제품, 오곡밥, 송이버섯 밥 등
- 한국식문화의 세계화와 연계하여 한국전통음식에는 한국산 식자재 사용 등 홍보하여 타 식자재와 같이 수출 추진
- 우리쌀의 다양한 상품화를 통해 타켓별 마케팅 추진
  - 고소득층 가정용(고급), 가공용(중하급), 쌀 가공제품 등
- 해외 시장조사, 해외 식품박람회 참가 등 적극적인 마케팅활동 전개
  - 주요 수입국의 수입제도, 소비자선호도 등 정보 조사제공
  - 식품박람회 참가하여 우리 쌀의 우수성 홍보 및 상품 런칭
- 재외공관과 연계하여 리셉션 등을 통한 홍보로 한국산 쌀의 우수성에 대한 구전마케팅 도모

## 첨 부

### ● 쌀 관련 정보 사이트

#### □ 정부기관

- 농림수산업성 종합식료국 식량부 계획과, 소비·안전국 표시·규격과
  - 03-3502-8111 <http://www.maff.go.jp/>
- 경제산업성 무역경제협력국 무역관리부 무역 관리과
  - 03-3501-0538 <http://www.meti.go.jp/>
- 후생노동성 의약식품국 기획정보과 규격법령계 03-5253-1111
  - <http://www.mhlw.go.jp/>
- 후생노동성 의약식품국 식품안전부 신개발식품 보험대책실
  - 03-5253-1111 <http://www.mhlw.go.jp/>
- 세관(도쿄)
  - 03-3529-0700 <http://www.customs.go.jp/>
- 공정거래위원회 경제거래국 거래부 소비자 거래과
  - 03-3581-5471 <http://www.jftc.go.jp/>

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

□ 정보제공

- 미국안정공급확보지원기구
  - 03-3222-9583    www.komenet.jp
- 전국미국판매사업공제협동조합
  - 03-3222-9511    www.zenbeihan.com
- 일본곡물검정협회
  - 03-3668-0911    www.kokken.or.jp
- 전국미국협회
  - 03-3222-9581    www.ricetrace.jp
- 전국미국거래·가격형성센터
  - 03-5817-3641    www.komekakakucenter.jp
- 일본정미공업회
  - 03-3539-5687    www.jrma.or.jp

● 일본정부의 쌀, 쌀가공품 종합적인 수출전략

□ 품목별 전략적인 수출촉진 전략

- 쌀·쌀 가공품을 시작으로 하는 11개의 주요 품목 각각에 대해서 중점적으로 수출 촉진을 도모하는 중점 개별품목과 중점국을 설정하는 것과 동시에 품목별로 공정표를 책정
- 품목별 홍보전략의 책정과 홍보매체의 정비, 지적재산전략·브랜드전략의 추진, 공급기반의 강화를 일체적으로 진행

① 중점 개별품목과 중점국의 설정

- 각각의 주요품목에 있어서의 중점 개별품목과 중점국을 설정하여 각종 수출촉진 시책을 중점적으로 실시
- 중점국에 대해서는 무역, 위생, 표시등과 관련되는 제반제도나 상관행, 시장특성, 시장동향 등을 조사하여 그 결과를 홈페이지에 게재하여 알기 쉬운 형태로 농림어업자등에 정보제공

② 품목별 공정표의 책정

- 수출확대를 위해서는 품목마다의 과제해결에 부합되도록 행정, 관계단체, 산지관

계자등이 일체가 되고, 도입의 순서와 실시시기를 명확화한 공정표를 별첨대로 책정하여 도입의 계획적인 추진을 도모

- 공정표에 대해서는 매년, 도입의 진척상황을 검증하면서 재검토 실시

③ 품목별 홍보전략의 책정과 홍보매체의 정비

- 해외바이어나 소비자에게 우수한 이미지를 전달할 수 있도록 국가, 관계단체, 산지관계자 등이 하나가 되어 품목별 홍보전략을 수립하고 이 전략에 따라서 품목마다 DVD나 팜플렛 등의 홍보매체를 정비

④ 지적재산전략·브랜드전략의 추진, 공급기반의 강화

- 타국산과의 차별화 및 신뢰를 높일 수 있는 브랜드화 도모를 위해 쌀의 홀로그램 마크 등의 도입 추진하고 아시아 국가중심으로 위장표시 실태조사 실시

- 고부가가치화를 도모하는 것과 동시에 해외바이어가 요구하는 수량이나 출하기간 등의 요구에 응할 수 있도록 수출촉진에 관한 생산·유통·가공기술의 개발 등 수출을 위한 공급기반의 강화

□ 중점개별품목과 중점국가

- 쌀 : 대만, 미국, 홍콩, 싱가포르, 중국
- 쌀가공품 : 미국, 캐나다

□ 수출확대 현황 및 계획

- 검역에 관한 협의(중국)
  - 2004년~2006년 : '04년 수출해금요청이후 계속적으로 협의실시
  - 2007년
    - 검역조건에 따른 시설의 지정, 수출체재정비 등 일본과 중국이 검역조건에 대해 일치
  - 2008년~2010년 이후
    - 산지, 업자의 요청에 대해 우선순위에 대응하여 검역조건완화에 관한 협의를 실시하고 요청에 대응하여 정미공장의 추가에 대한 수속을 실시
- 수출해금 이벤트(중국)
  - 2007년 : 판매개시이벤트의 실시(북경, 상해)

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 수출정책의 연구(중국)
  - 2007년 : 마케팅조사, 소매점에서의 소개, 음식점과의 연계, 요리교실개최 등의 판매촉진활동을 실시
  - 2008년~2010년 이후 : 계속하여 중국에 대한 연구를 강화
- 판매전략의 확립, 브랜드전략 추진, 지적재산권의 보호
  - 2007년 : 수출실행계획 및 홍보전략 작성
  - 2008년~2010년 이후
    - 산지간 연계 등의 수출에 관한 제반과제, 수출상대국 등의 확대 및 조정을 검토
- 판매촉진활동
  - 2004년~2005년
    - 전국농업협동연합회가 해외에서의 마케팅조사 및 판매촉진활동 실시
    - '04년 대만, 홍콩, 싱가포르, 태국, 미국, '05년 호주 추가
  - 2006년
    - 농림수산성이 해외에 대한 일본농산물의 PR활동 등을 실시
    - 대만, 홍콩, 싱가포르, 미국, 프랑스, 필란드, 호주, 아랍수장국연방, 말레이시아
  - 2007년~2010년
    - 소매점의 소개, 소매점과의 연계, 요리교실의 개최 등 판매촉진 활동
- 나리타공항의 국산농산물 판매정보에 대한 홍보활동
  - 2006년~2010년
    - 나리타공항에서 외국인에 대한 일본산농산물에 대한 PR활동 실시
- 수출상대국의 정보수집, 제공
  - 2004년
    - 농림수산성이 식품별 수입관련규칙, 유통사정을 조사
    - 중국, 홍콩, 대만, 한국, 싱가포르, 미국, 영국, 독일, 호주
  - 2005년
    - 농림수산성이 농림수산물, 식품 수출메뉴얼 작성
    - 중국, 대만, 한국, 태국
  - 2007년~2010년
    - 판매상황이나 상업상의 과제분석, 제도적 수출저해 요인의 파악과 시정요구 지속 실시
    - 관세할당제도, 잔류농약기준, 표시제도등에 관한 정보수집, 제공을 순차적으로 수출상대국의 확대 및 정보의 경신

- 수출촉진의 협력기업개척(협력기업에 의한 수출추진)
- 가공쌀밥 위생조건
  - 2007년 : 상대국의 위생조건과 그 운영실태 조사
  - 2008년~2010년 이후
    - 상기의 조사결과를 관계단체에 제공함과 동시에 위생조건을 크리어 하는 방안을 검토하고 대응 가능한 기업에서 수출촉진을 추진
- 가공쌀밥 수출개척을 위한 실태파악
  - 2007년 : 해외에 대한 가공쌀밥의 수요를 조사
  - 2008년~2010년 이후
    - 상기의 조사결과를 관계단체에 제공함과 동시에 수출국으로서 전망되는 지역에 수출촉진을 추진
- 가공쌀밥 PR의 실시
  - 2007년 : 전시상담회 등을 통해서 구미지역에 PR(예정)
  - 2008년~2010년 이후 성과를 분석 하여 지속여부 검토

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국



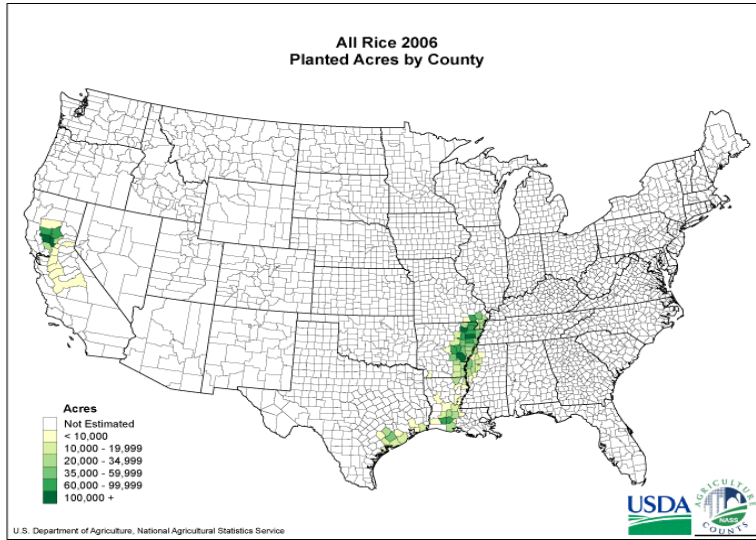
## 미 국

### 1. 쌀 생산현황

#### 가. 쌀 생산현황

- 미국의 쌀주산지는 Arkansas, California, Missouri, Louisiana, Texas, Mississippi 주이며, 특히 Arkansas 주는 미국의 최대 생산지로 전체 생산량의 50%를 차지하며 대부분이 장립종 임
- 미국내 자포나카 타입의 중단립종의 최대 산지인 California 주로 미국 전체 생산량의 25%를 차지하며, 중단립종의 60%를 생산하며, 주 전체 쌀 생산량 중 중립종이 90%이상을 차지 함
- '02년~'04년도 미국의 쌀 생산이 전체 곡물 생산에서 차지하는 비율은 2%정도였으며 생산량과 생산면적에 있어 8위를 나타내고 있음 '02년 통계청의 조사에 의하면 전체 2.1백만 농가 중 쌀 생산농가는 8,046곳이었으며 생산량은 약 980백만 달러임
- '02~'04년 농가당 평균 경작면적은 '97년의 328에이커보다 많아진 397에이커로 옥수수(196에이커), 대두(228에이커), 밀(269에이커)에 비해 넓은 편이었으며 주요 곡물 중 면화 경작지만이 쌀 경작지보다 넓은 506에이커였음. 쌀의 생산에 필요한 관개수로의 비용 등을 감당하기 위해 경작면적과 생산량을 높일 수 밖에 없으며 모든 경작지의 관개수로시설 또한 생산량이 높은 요인임

< 미국의 쌀 생산지역 >



I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

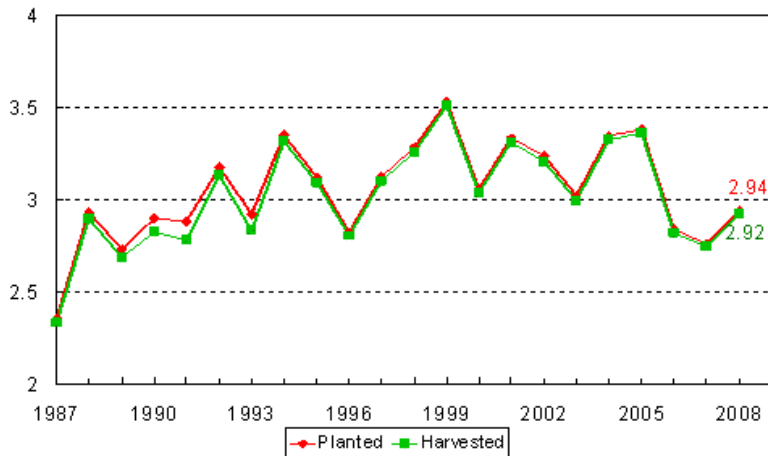
X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

< 미국의 쌀 경작면적 >



U.S. Rice Acres

Million Acres

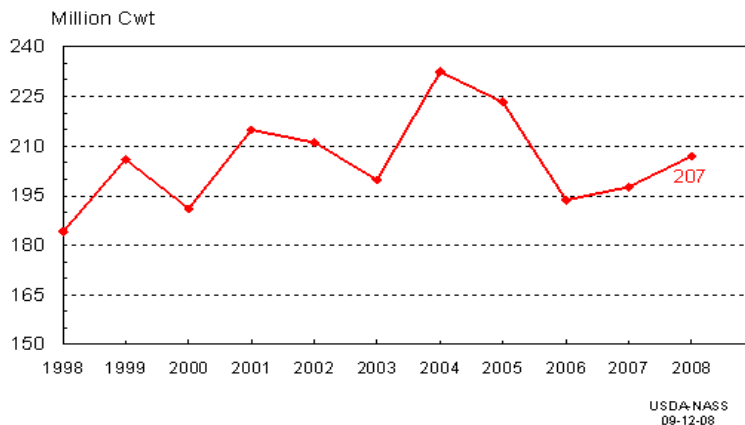


USDA-NASS  
09-12-08

〈 미국의 쌀 생산량 〉



U.S. Rice Production



자료원 : USDA National Agricultural Statistics Service

〈 미국의 주별 재배면적 〉

(단위 : 천에이커)

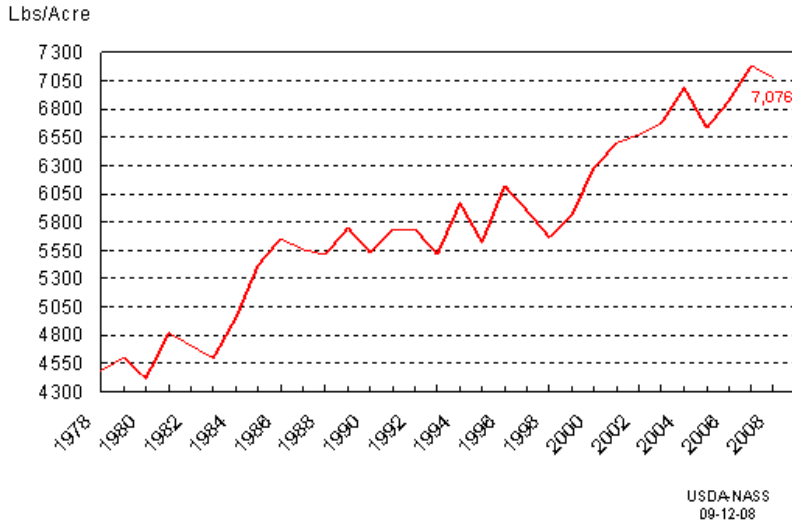
구 분	파종면적		수확면적	
	2006	2007	2006	2007
장립종 계	2,200	2,096	2,186	2,082
Arkansas	1,300	1,180	1,295	1,175
California	6	7	5	7
Louisiana	340	380	335	375
Mississippi	190	175	189	174
Missouri	215	205	213	203
Texas	149	149	149	148
중립종 계	577	587	574	583
Arkansas	105	120	104	119
California	460	455	458	452
Louisiana	10	10	10	10
Missouri	1	1	1	1
Texas	1	1	1	1
단립종 계	61	61	61	61
Arkansas	1	1	1	1
California	60	60	60	60
전체 합계	2,838	2,744	2,821	2,726
Arkansas	1,406	1,301	1,400	1,295
California	526	522	523	519
Louisiana	350	390	345	385
Mississippi	190	175	189	174
Missouri	216	206	214	204
Texas	150	150	150	149



〈 미국의 단위면적당 쌀 생산량 〉



**U.S. Rice Yields**



자료원 : 미국 National Agricultural Statistics Service

**나. 품종별 생산현황**

○ 2007년 기준 전체적인 수확 면적은 2006년에 비해 감소하였으나 단위당 수확량의 증가로 전체 생산량은 2.1% 증가하였음. 특히 California 지역은 전년대비 8.4%의 증가를 보였음

〈 산지별 수확량, 생산량 〉

구 분	수확면적(천에이커)		에이커당 수확량(파운드)		생산량(천Cwt)	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
전 체	2,821	2,731	6,868	7,247	193,736	197,911
Arkansas	1,400	1,325	6,850	7,200	95,917	95,400
California	523	520	7,660	8,350	40,040	43,420
Louisiana	345	373	5,820	6,250	20,093	23,313
Mississippi	189	189	7,000	7,350	13,230	13,892
Missouri	214	178	6,400	6,800	13,696	12,104
Texas	150	146	7,170	6,700	10,760	9,782

자료원 : 미국 National Agricultural Statistics Service

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 품종 별로는 장립종이 점차 감소세를 보이고 있는 가운데 중, 단립종은 지속적인 증가세를 보이고 있음

〈 품종별 생산량 〉

(단위 : 천Cwt)

구 분	장립종	중립종	단립종	전체 합계
2005	177,527	42,408	3,300	223,235
2006	146,214	43,802	3,720	193,736
2007	142,623	50,702	4,586	197,911

자료원 : 미국 National Agricultural Statistics Service

다. 품종별 출하시기(2006년 기준)

- 단립종(아키타코마치) : 8.26 ~ 9.9
- 중립종(조생종) : 9.5 ~ 9.19
- 중립종(만생종) M-402 : 10.5 ~ 10.12
- 중립종(만생종) M-401 : 10.6 ~ 10.26

2. 캘리포니아 쌀 생산현황

가. 쌀 재배역사

- 캘리포니아에서 자포니카쌀이 재배되기 시작한 것은 1909년경 '워터리븐'이라는 품종이 세크라멘토 지역에 심기 시작하면서부터이며, 이후 동양계 이민의 증가와 국제시장의 쌀 교역량이 늘면서 쌀 재배면적이 증가해 왔음
- 특히 낮에는 덥고 밤에는 서늘한 기후와 잘 발달된 관개시설에 의한 원활한 물공급으로 점차 쌀은 캘리포니아 주 농업의 주요 한 작물로 자리를 차지하게 됨

## 나. 재배면적 및 생산량

- 캘리포니아 산 중립종 쌀의 생산량은 재배면적은 감소하고 있으나 단위단 수확량의 꾸준한 증가로 증가세를 유지하고 있음

구 분	2004	2005	2006	전년대비(%)
재배면적 (ha)	238,950	213,030	211,815	Δ0.6
단수 (kg/ha)	9,641	8,273	8,520	3.0
생산량 (천톤)	2,137	1,551	1,591	2.6

자료원 : 미국 National Agricultural Statistics Service

## 라. 주요 재배품종별 특징 및 재배면적

- 캘리포니아의 장미(California Rose)란 뜻을 가진 칼로스는 1958년 처음 개발된 이래 개량을 거듭하여 지금은 자포니카 쌀 재배면적의 70% 이상을 점유하고 있으며, 기타 품종으로는 고시히카리 등 동 아시아 계 또는 이를 개량한 품종들이 있음
- 현재 캘리포니아에서 주로 재배되고 있는 벼 품종은 단립종 5개 품종 (Akitakomachi, Calmochi-101, Koshihikari, S-201, Calhikari-201), 중립종 9개 품종 (M-103, M-104, M-202, M-204, M-205, M-206, M-207, M-401, M-402), 장립종 5개 품종 (L-204, L-205, A-201, A-301, Calmati-201)임
  - 이 가운데 중립종 쌀은 칼로스(Calrose) 품종인 M-1××과 M-2×× 시리즈를 주로 재배하고 있으며, 프리미엄 품종으로 인식되는 M-4××시리즈도 재배하고 있음
  - 중립종 가운데 가장 많이 재배되고 있는 품종은 M-202이며 그 다음으로는 M-205임
- 캘리포니아산 중립종 품종의 명칭은 M(Medium)으로 시작하며, 파종시기에 따라 극조생종, 조생종, 중생종, 만생종으로 나뉘는데 극조생종은 일반적으로 M-1××, 조생종은 M-2××, 중생종은 M-3××, 만생종은 M-4××의 일련번호로 불리어 짐
  - 생육기간 : 극조생종 125~130일, 조생종 130~140일, 중생종 150일, 만생종 160~175일

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

쌀 형태	품종 구분(생태형)			
	극조생종	조생종	중생종	만생종
단립종 ( S )	S101-199	S201-299	S301-399	S401-499
중립종 ( M )	M101-199	M201-299	M301-399	M401-499
장립종 ( L )	L101-199	L201-299	L301-399	L401-499
찰쌀(Calmochi)	Calmochi101-199	Calmochi201-299	Calmochi301-399	Calmochi401-499
향미 ( A )	A101-199	A201-299	A301-399	A401-499

자료원 : California Rice Commission, California Rice Research Board

- 캘리포니아산 중립종 쌀은 품위에 따라 일반등급의 쌀과 프리미엄 등급의 쌀로 구분하는데, M-401과 M-402의 쌀이 프리미엄급의 쌀이고 그 외 중립종 쌀은 칼로스(Calrose)로 일반인에게 알려짐
- 캘리포니아산 쌀의 입형별 용도
  - 중립종(칼로스) : 파엘라, 필라프, 공기밥과 같은 아시아 요리
  - 프리미엄급 중립종(찰기 많음) : 아시아 퓨전 요리, 초밥, 정식용
  - 단립종 : 초밥, 공기밥 등 아시아 요리, 쌀 푸딩과 같은 디저트
  - 특수미(Basmati, Jasmine, Calmochi, 유색미) : 쌀 푸딩, 쌀 샐러드

### 〈 주요 캘리포니아산 중립종 품종별 일반현황 〉

품종	특 징
M-103	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1989년부터 재배되기 시작함</li> <li>• 칼로스 품종 중 극조생종 품종으로 저온에서도 잘 견디며, 도정율이 높은 품종임</li> </ul>
M-104	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 극조생종 품종으로 2000년부터 재배되기 시작함</li> <li>• M-103의 개량형 품종으로 M-103보다 더 낮은 기온에서도 잘 견디며 도정율은 M-103과 비슷한 수준임. 따라서 칼로스 품종 중에서 가장 많이 재배되고 있는 M-202를 심기에는 기온이 비교적 낮은 지역(특히 San Joaquin Valley)에서 M-202에 대체 품종으로 주로 재배됨</li> <li>• M-202품종(중생종 품종)에 비해 8일에서 10일정도 이삭이 먼저 팸</li> <li>• 기온이 높은 지역에서 재배할 경우 품질과 단수가 저하될 가능성이 있음</li> </ul>
M-202	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 조생종 품종으로 1986년부터 재배되기 시작함</li> <li>• 단수가 높은 품종으로 칼로스 품종 가운데 가장 많이 재배되는 품종</li> <li>• 칼로스 재배면적의 대략 47%를 차지하고 있음</li> <li>• 기온이 낮은 지역에서도 재배가 가능한 이점이 있음</li> </ul>
M-204	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 조생종 품종으로 1991년부터 재배되기 시작함</li> <li>• M-202에 비해서 모가 더 강하고, 길이는 3 인치 정도 작으며 이삭은 3일 정도 늦게 팸</li> <li>• M-202에 비해서 단수는 약간 높은 편이며, 탈곡이 용이하나 기온이 낮은 지역 특히 (Escalon이나 Natomas지역 등)에서 재배할 경우에는 단수나 품질저하의 가능성이 있음</li> </ul>

품종	특징
M-205	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 조생종 품종으로 2000년부터 재배되기 시작함</li> <li>• 벼포기는 M-202에 비해 덜 강한 편이고 벼의 크기와 이삭은 M-204와 비슷한 수준이며, M-202에 비해 도정율이 높음</li> <li>• 주요 재배지역은 Highway 70번의 서쪽, Highway 20번의 북쪽 지역임</li> <li>• 기온이 비교적 높은 지역에 적합한 품종이므로 Escalon이나 Natomas지역 같은 저온 지대에는 재배가 권장되지 않음</li> </ul>
M-206	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 극조생과 조생종 중간단계의 품종으로 2003년부터 재배되기 시작하여 꾸준히 재배면적이 증가하고 있는 품종임</li> <li>• M-204나 M-205처럼 비교적 기온이 높은 지역에서도 재배가 가능하며, M-104, M-103, M-202처럼 기온이 낮은 지역에서 재배하여도 품질이나 단수가 크게 영향을 받지 않는 이점이 있어 향후 캘리포니아 전역에서 재배하는 면적이 확대될 것으로 예상되는 품종임</li> <li>• 밥맛은 M-104나 M-202와 비슷한 편임</li> </ul>
M-401	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 만생종이며, 프리미엄급 쌀의 대표 품종임. 1981년부터 재배되기 시작함</li> <li>• 단수가 좋은 편이나 일반적으로 쪽정이 이삭을 맺을 가능성도 크다고 알려져 있음</li> <li>• 주로 기온이 온난한 지역에 적합한 품종이며, 벼씨는 크나 도정율은 일반등급 쌀에 비해 적은 편임</li> </ul>
M-402	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 만생종이며, 프리미엄급 쌀 품종임. 1999년부터 재배되기 시작함</li> <li>• M-401의 개량 품종으로 M-401에 비해 쌀의 투명도가 높고 도정율도 높은 편임</li> <li>• M-402는 M-401에 비해 약 6일정도 이삭이 일찍 패며, 벼 포기는 약 2인치 정도 작음</li> <li>• M-401에 비해 기온이 조금 더 낮은 지역에서도 재배에 적합함</li> </ul>

자료원 : California Rice Commission, California Rice Research Board

〈주요 캘리포니아산 중립종 품종별 외형 특징〉

구분		M-103	M-104	M-202	M-204	M-205	M-206	M-401	M-402
조곡	길이(mm)	8.19	8.56	8.42	8.41	8.67	8.46	8.83	8.42
	폭(mm)	2.95	3.07	3.07	3.01	3.01	3.13	3.07	3.01
	장폭비	2.8	2.8	2.7	2.8	2.9	2.7	2.9	2.8
현미	길이(mm)	5.97	6.31	6.08	6.22	6.48	6.16	6.42	6.19
	폭(mm)	2.74	2.79	2.84	2.80	2.78	2.80	2.80	2.69
	장폭비	2.2	2.3	2.1	2.2	2.3	2.2	2.3	2.3
	중량(g/1000알)	22.6	24.4	23.9	25.1	25.2	24.0	26.2	22.8
백미	길이(mm)	5.62	5.86	5.78	5.91	6.02	5.84	6.13	5.88
	폭(mm)	2.63	2.71	2.81	2.73	2.66	2.71	2.73	2.63
	장폭비	2.1	2.2	2.1	2.2	2.3	2.2	2.3	2.2

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일본

V. 양란  
일본  
중국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유럽

VII. 유자차  
일본  
중국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일본  
미 국

〈 캘리포니아주 주요 품종별 재배면적(2004년 기준) 〉

품 종	곡종/종류	재배면적(ha)	점유율(%)
M - 1 0 4	중립종	21,855	9.2%
M - 2 0 2	중립종	111,251	46.5%
M - 2 0 4	중립종	11,792	4.9%
M - 2 0 5	중립종	37,562	15.7%
M - 2 0 6	중립종	12,164	5.1%
M - 4 0 1	프리미엄 중립종	13,419	5.6%
M - 4 0 2	프리미엄 중립종	1,874	0.8%
아 키 다 고 마 치	단립종	2,189	0.9%
S - 1 0 2	단립종	3,191	1.3%
고 시 히 카 리	단립종	2,815	1.2%
칼 모 치 - 1 0 1	찰쌀	8,033	3.4%
L - 2 0 4	장립종	734	0.3%
기 타	-	12,169	5.1%
계	-	239,048	-

자료원 : California Rice Commission, California Rice Research Board

### 3. 쌀 수출현황

#### 가. 개 황

- 미국의 쌀 산업은 국내생산의 50%이상을 수출하는 수출지향적인 산업으로 국내외 쌀 수요증가에 따라 쌀 생산량은 꾸준히 증가하여 왔으나, 높은 생산비, 농업법 개정 및 WTO체제의 출범 등으로 인하여 큰 변화에 직면해 있고 이를 극복하기 위해 새로운 시장개척에 노력 중임
- 미국은 조곡 형태의 수출량 증가로 경쟁력이 열위에 있는 백미 및 현미의 수출량 감소에도 불구하고 수출실적이 일정하게 유지되고 있음
  - 국제 시장의 쌀 교역은 조곡, 현미, 백미 3가지 형태로 이루어지고 있으며, 백미 형태의 거래가 가장 큰 비중을 차지하고 있음
- 미국은 쌀 세계교역 물량에서 12%를 점유하고 있으며, 태국, 베트남에 이은 3위의

수출국으로 매년 전체 생산량의 약 50% 이상을 수출하고 있으나, 저렴한 생산비용이 투입되는 아시아 국가와 비교 가격경쟁력이 떨어지는 추세임

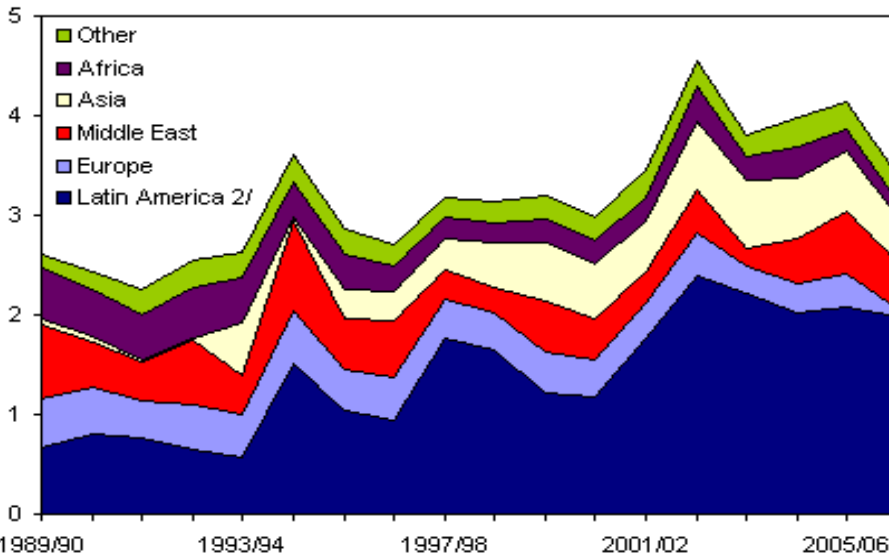
- 1980년대 까지 미국은 세계 최대 쌀 수출국이었으나, '81년이후 태국이 최대 수출국으로 부상

- 미국쌀의 주요 수출지역은 동북아시아, 중동, 유럽, 아프리카 및 캐나다로 동북아시아와 동지중해 지역이 주로 medium/short grain 품종을, 나머지는 주로 Long grain 품종을 수입함 비정미쌀, 현미, 정미쌀을 포함한 medium/short grain 품종이 국제 거래량의 12%를 차지하며 이집트, 호주, 중국이 경쟁국가들임
- 일본, 한국, 대만 등의 국가들은 세계무역기구의 협정에 따라 주로 캘리포니아산 쌀을 수입하고 있으며 일본의 연간 쌀 수입량의 절반이 미국에서 수입되는 등 이러한 국가들이 미국의 medium/short grain 품종 수출량의 2/3이상을 차지하는 주요 수입국들임
- '07년 전체 수출량은 3,477천톤으로 전년 대비 89%가 감소한 것으로 나타남

〈 미국의 지역별 쌀 수출량 〉

**U.S. rice exports by destination**

Million metric tons 1/



1/ Product-weight. 2/ Includes Mexico.

Source: USDA, Foreign Agricultural Service, Foreign Agricultural Trade of the United States.

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 미국의 쌀 수출 현황 〉

(단위 : 톤)

구 분	2005	2006	2007
멕시코	751,988	808,524	828,610
일본	423,373	329,955	303,130
하티티	336,908	311,814	277,159
캐나다	233,456	240,930	245,381
이라크	310,407	381,495	222,710
쿠바	153,854	157,539	59,750
니카라과	192,417	144,120	173,152
코스타리카	147,823	156,995	183,257
사우디아라비아	97,665	80,935	127,151
파나마	67,109	43,834	73,915
대만	45,897	40,135	73,587
엘살바도	100,164	102,236	97,200
한국	16,040	65,989	73,283
필리핀	52,640	67,348	33,508
브라질	497	166	737
기타	1,279,559	702,054	704,583
계	4,387,826	3,779,102	3,477,113

자료원 : UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE, FOREIGN AGRICULTURAL SERVICE

나. 수출규격

(백 미)

등급	최대허용치											색택	도정도
	종자, 열손립, 누적미, 피해립			분상질립		쇄립				타명표립			
	계 (500g 당립)	열손립, 금기종자 (500g 당립)	적미, 피해립 (%)	장립종 (%)	중·단립종 (%)	계 (%)	Removed by a 5 plate (%)	Removed by a 6 plate (%)	Through a 6 sieve (%)	완전립 (%)	완전립, 쇠립 (%)		
1	2	1	0.5	1.0	2.0	4.0	0.04	0.1	0.1	-	1.0	백색 또는 크림색	완전한 도정
2	4	2	1.5	2.0	4.0	7.0	0.06	0.2	0.2	-	2.0	약간 회색빛을 띠	완전한 도정



등급	최대허용치											색택	도정도
	종자, 열손립, 누		적미, 피해립 (%)	분상질립		쇄립				타명표립			
	계 (500g 당 립)	열손립, 금기종자 (500g 당 립)		장립종 (%)	중·단립종 (%)	계 (%)	Removed by a 5 plate (%)	Removed by a 6 plate (%)	Through a 6 sieve (%)	완전립 (%)	완전립, 쇠립 (%)		
3	7	5	2.5	4.0	6.0	15.0	0.1	0.8	0.5	-	3.0	약간 회색빛을 띠	도정도 약간 저하
4	20	15	4.0	6.0	8.0	25.0	0.4	1.0	0.7	-	5.0	회색빛을 띠거나 약간 담홍색	도정도 약간 저하
5	30	25	6.0 [5]	10.0	10.0	35.0	0.7	3.0	1.0	10.0	-	어두운 색 또는 담홍색	도정도 저하
6	75	75	15.0 [6]	15.0	15.0	50.0	1.0	4.0	2.0	10.0	-	짙은 회색 또는 담홍색	도정도 저하

- 수분이 15%를 초과하거나
- 곰팡이 냄새가 나거나, 신맛이 나거나 열해가 있거나
- 특이한 냄새(상업적으로 이의를 제기할 수 있는)가 나거나 0.1%이상의 이물질을 포함하거나
- 생사와 관계없이 2마리 이상의 바구미, 곤충, 곤충의 분비물, 거미집 등이 있으면 품위저하의 쌀임

(현 미)

등급	최대허용치									
	누		종자, 열손립			적미, 피해립 (%)	분상질립 (%)	쇄립 removed by a 6 plate or a 6 1/2 seive (%)	타명표립 (%)	완전한 도정립 (%)
	%	500g 당 립	계 (500g 당 립)	열손립 (500g 당 립)	금기종자 (500g 당 립)					
1	-	20	10	1	2	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0
2	2.0	-	40	2	10	2.0	4.0	2.0	2.0	3.0
3	2.0	-	70	4	20	4.0	6.0	3.0	5.0	10.0
4	2.0	-	100	8	35	8.0	8.0	4.0	10.0	10.0
5	2.0	-	150	15	50	15.0	15.0	6.0	10.0	10.0

- 수분이 14.5%를 초과하거나
- 곰팡이 냄새가 나거나, 신맛이 나거나 열해가 있거나
- 특이한 냄새(상업적으로 이의를 제기할 수 있는)가 나거나

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀짓기공밥  
일 본  
미 국

- 관련 물질 0.2% 이상 또는 비관련 물질 0.1% 이상 포함되거나
- 2마리 이상의 살아있는 바구미나 곤충이 있으면 품위저하의 쌀임

## 4. 쌀수입 현황

### 가. 쌀의 HS 번호 및 관세

구 분	단 위	HS 번호	관 세	
			일반관세	특별관세
○ 맵쌀(장립종)	kg	1006.30.9010	1.4%	Free
○ 맵쌀(중립종)	kg	1006.30.9020	"	Free
○ 맵쌀(단립종)	kg	1006.30.9030	"	Free
○ 맵쌀(혼합)	kg	1006.30.9040	"	Free
○ 현미(장립종)	kg	1006.20.4020	2.1%	Free
○ 현미(중립종)	kg	1006.20.4040	"	Free
○ 현미(단립종)	kg	1006.20.4060	"	Free
○ 현미(혼합)	kg	1006.20.4080	"	Free

주 : 특별관세는 미국과 FTA체결국가에 적용

자료원 : Harmonized Tariff Schedule of United States, 2007

### 나. 수입 통관시 필요서류

- 선적서류 (Bill of Lading, Commercial Invoice, Packing List)
- 식물 검역증 (Phyto Certificate)
- 원산지 증명서(Certificate of Origin)
- 그 외에 있으면 통관 시 문제 발생 소지자 낮아지는 서류
- 살균된 파레트 사용 증명서 (Certificate of pallet)
  - 나무 파레트 사용시 USDA에서 요구
  - 다른 자재로 만들어진 파레트는 본 서류가 필요 없음
- 살균 증명서 (Certificate of Fumigation)
  - Dry 컨테이너로 수입될시 USDA측에서 요청할 수 있는 가능성이 높음
  - 단, 냉장 컨테이너로 수입될 시, 본 서류가 필요 없음

### 다. 라벨링 규정

- 제품명 : 소비자가 쉽게 알아볼 수 있도록 앞면에 포장지 바닥과 평행하게 표기
  - 한글 표기 가능 (영문과 같이 표기 시)
- 용량 : 포장지의 하단 30% 부분 안에 표기하되 바닥과 평행하게 표기
  - Metric(grams, liters)과 미국 Customary System(ounces, pounds)으로 병행 표기 필요
  - 글씨체 사이즈는 포장지가 총 2,580 sq. cm보다 클시 1/2 inch (12.7mm)로 함
  - 내용물 무게만 표기 ( Net Wt.: )
- 제조사/도매상 : 제조사/도매상 이름, 도시명, 주, 우편번호 표기
- 원산지 : 제조사/도매상 표기,
  - 성분내역과 같은 위치에 같은 글씨체 사이즈로 표기
- 성분내역 : 제품에 들어가는 모든 원료를 제일 많이 들어가는 원료 순으로 표기
  - 표기 위치 성분분석표와 생산자나 도매상과 같은 부위 표기하되 순서는 필요 없음
  - 글씨체 사이즈는 1/16 inch 높이 이상
- 성분 분석표 (Nutrition Facts) : 생산자와 성분내역과 같은 부위에 표기
  - 글씨체 사이즈는 4, 6, 8 크기이상으로 표기 (Helvetica Black/ Regular type)

#### 〈 국내 유통용 쌀 Nutrition Fact 표시 사례 〉

Nutrition Facts	
Serving Size 1/4 cup (47g) Uncooked	
Servings Per Container about 241	
Amount Per Serving	
<b>Calories</b> 160	Calories from Fat 10
<b>% Daily Value*</b>	
<b>Total Fat</b> 0g	0%
Saturated Fat 0g	0%
<b>Cholesterol</b> 0mg	0%
<b>Sodium</b> 0mg	0%
<b>Total Carbohydrate</b> 37g	12%
Dietary Fiber Less than 1g	2%
Sugars 0g	
<b>Protein</b> 3g	
Vitamin A 0%	Vitamin C 0%
Calcium 0%	Iron 4%
Thaimin 2%	Niacin 2%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:	
	Calories 2,000 2,500
Total Fat	Less than 65g 80g
Sat Fat	Less than 20g 25g
Cholesterol	Less than 300mg 300mg
Sodium	Less than 2,400mg 2,400mg
Total Carbohydrate	300g 375g
Dietary Fiber	25g 30g
Calories per gram:	
Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4	

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 라. 쌀 수입 동향

- 미국으로 수입되는 쌀의 80% 이상은 태국산 자스민쌀과 인도산 비스마티 쌀이며, 2006년 기준 태국산 자스민쌀이 63% 정도를 차지
- 장립종은 지속적인 이민인구 유입으로 인한 수입량이 지속적으로 증가 하고 있으며 최근 Puerto Rico지역의 저가의 외국산 쌀의 수입이 증가
- 미국내 연간 소비량의 약 13%이상을 수입쌀이 차지하고 있는데, 주요 품조은 아로마틱 (aromatic) 또는 향미 (fragrant rices)로 볼 수 있으며, 자스민쌀 (jasmine rice, Thailand)과 바스마티쌀 (basmati rice, India)이 주종임
- 향미는 미국내 생산이 거의 없으며, 대부분의 수입 향미는 미주내 동양계 소비자와 식당을 통해 소비되고 있음
- 중립종은 2001년부터 중국과 호주에서 본격적으로 수입되고 있으며, 한국은 2007년 5월 쌀 수출에 관한 각계 여론수렴을 하고, 경제정책조정회의를 거쳐 쌀 수출 추천을 개시기로 결정 함에 따라 6월부터 미국 수출이 시작 되었음

### 〈 미국의 쌀 수입현황 〉

(단위 : 천불)

구 분	2004	2005	2006	2007
태 국	329,120	320,945	372,948	376,506
인 도	52,912	59,951	70,874	107,473
파 키 스 탄	16,343	15,393	16,726	16,279
멕 시 코	863	343	1,290	12,749
중 국	53,596	924	105,185	129,210
이 집 트	86	280	27,490	19,349
아 르 헨 티 나	153	193	14,799	3,384
브 라 질	434	570	558	2,499
캐 나 다	124	389	1,321	2,252
이 탈 리 아	3,929	4,866	5,442	6,433
아랍에미레이트	671	2,235	2,466	1,506
베 트 남	241	157	467	803
한 국	242	18	10	338
기 타	5,020	1,792	2,553	3,914
합 계	463,734	408,056	622,129	682,695

자료원 : UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE, FOREIGN AGRICULTURAL SERVICE

## 5. 쌀 유통 및 소비현황(가공밥 포함)

### 가. 쌀

#### ㉠ 주류마켓 유통현황

- 미국의 주류마켓에서 유통되는 쌀은 대부분 장립종이며, 일부마켓에서 소포장의 중립종이 판매되고 있음
- 미국인들의 식생활에서 쌀은 주식이 아니므로 유통되는 쌀들은 2lbs(907g), 4lbs(6.8kg) 등 소포장 형태로 판매
- 특수미의 수요도 일부있어 이태리산 아르보리오, 태국산 자스민 쌀 등도 소량으로 판매되고 있음
- Whole Foods Market과 같은 고급마켓에서는 Sushi Rice라하여 중립종 쌀을 벌크 용기에 담아 소비자가 필요량 만큼 소량 판매 할 수 있도록 하는 경우도 있음
- 대형 도매유통업체인 COSTCO에서는 중립종 대포장 제품 25lbs(11.34kg), 50lbs(22.68kg)가 일부 판매되는 실정임
- 미국내 쌀을 전문으로 취급하는 도매시장은 형성되어 있지 않으며, 공장에서 도정된 쌀이 대형 할인점으로 유통되는 간단한 구조를 지님
- 일부 대형할인점의 경우 PB(자사브랜드)로 판매되고 있으나, 대부분은 도정공장의 브랜드로 유통되고 있음
- LA도매시장 청과류 시장에서는 구색상품으로 아칸소주산 PP대 50lbs포장 단위 초장립종(Extra L/G)을 판매하는 경우도 있음

#### ㉡ 한인마켓 유통현황

- LA, 뉴욕, 시카고 등 한인들이 밀집한 지역의 한인 마켓에서는 쌀을 주식으로 하는 한인소비자를 위해 중립종과 단립종을 중심으로 판매하고 있음
- 지대 및 PE포장으로 주 거래단량은 20lbs(9.07kg)이며, 찰쌀 및 프리미엄 쌀(만생종) 등은 15lbs(6.8kg)로 포장되어 판매

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

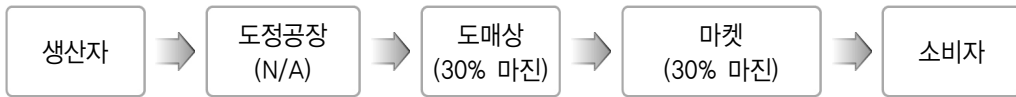
VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

㉠ 미국산 쌀의 유통경로 및 추정마진



○ 통상적으로 미국내 쌀의 소비자 가격은 도매상 원가의 2배 수준

㉡ 유통 포장재 및 표시 사항

- 포장단위는 1lbs, 2lbs, 5lbs, 10lbs, 15lbs, 20lbs, 25lbs, 50lbs
  - 미국 주류마켓은 1lbs, 2lbs, 5lbs, 10lbs 포장이 주종이며, 15lbs, 25lbs는 일본계 또는 한인마켓에서 유통
  - ※ 1lb ≒ 0.45kg
- 포장재질은 소포장의 경우 약 90%는 폴리에틸렌(PE) 포장이며 15lbs이상 대포장은 Laminated(지대 + PE) 또는 지대입
  - 20lbs기준 지대는 PE대보다 12 ~ 15¢ (US\$13 ~ 17/톤) 고가임

○ 포장재별 장·단점

구 분	PE	지대	Laminated
장 점	내부 확인 용이	• 제작비용이 저렴함	• 동판인쇄로 색상이 깨끗하고 번짐현상이 없음
단 점	내구성이 떨어짐	• 인쇄 시 고무판으로 찍어 색이 일정하지 않음	• 제작비용이 지대보다 높음

㉢ 내수용 포장재 필수 표시사항

- Name of Food (제품명)
- Net WT./Net Quantity of Contents Statements (순중량)
- Ingredient List (성분표)
- Nutrition Facts (영양표)
- County of Origin (원산지)
  - ※ 쌀에 대한 유통기한은 별도로 없어 표시하지 않고있으며 일부 쌀 포장재에는 홍보용으로 상미 권장기간(Best if used by 일자)을 표시하는 경우가 있음

## ㉠ 미국의 쌀 소비 동향

- 미국의 2007년/2008년 쌀 예상소비량은 124.7백만 Cwt(5.7백만톤)으로 예상되며, 쌀을 주식으로 하는 동양계와 남미계 이민인구의 지속적인 증가와 미국인들의 육류중심 의식생활이 건강지향적으로 변화함에 따라 쌀 소비는 지속적으로 증가 할 것으로 전망
- 1980년대부터 쌀을 주식으로 하는 아시아와 히스패닉 인구 증가와 건강식품으로써 쌀에 대한 소비자 선호로 미국 내 쌀 소비량이 증가추세임
- 미국내 쌀의 주 소비형태는 식용으로 사용되며, 이외 시리얼 및 맥주 원료 등 가공식품용으로 소비되고 있음. 총 소비량에서 식용이 차지하는 비중은 57~63% 정도임
- 1인당 쌀 소비량은 2005년도 기준 25.6LBS(11.6KG)/1인으로 매년 지속적으로 증가하고 있는 추세
- 1980년대에는 미국 쌀 총생산량에서 약 41%만 미국내에서 소비를 했으나, 2003년에는 약 56% 이상으로 증가하고 있는 추세임
- 소비증가 사유는 미국인구중 동양인과 남미인의 증가와 동물사료 (Pet food)용 쌀 사용의 증가로 볼수 있음
- 주요 소비용도는 아직까지 주식용 쌀의 소비가 대표적이고, 그 외에는 가공식품 즉 pet food, 스낵, 크레커, 시리얼 인데 건강지향적인 소비자 선호도의 증가로 가공식품의 소비량이 매년 큰폭으로 증가하고 있음
- 특히 맥주에 사용되는 쌀 소비는 미국 내에서의 맥주 소비 부진의 영향으로 최근 15년 동안 계속적으로 같은 양의 소비추세를 보여 주고 있음
- 미국내 쌀 소비 비중('05년기준, 수입쌀 제외)
  - 소비자 소비량 : 57%
  - 가공식품 : 5%
  - 맥주 : 18%
  - Pet food : 10%
- 맵쌀이 소비자에게 판매되는 경로('05년기준)
  - 그로서리 : 48%
  - 외식사업 : 42%
  - warehouse clubs : 9%
  - 기 타 : 1%

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

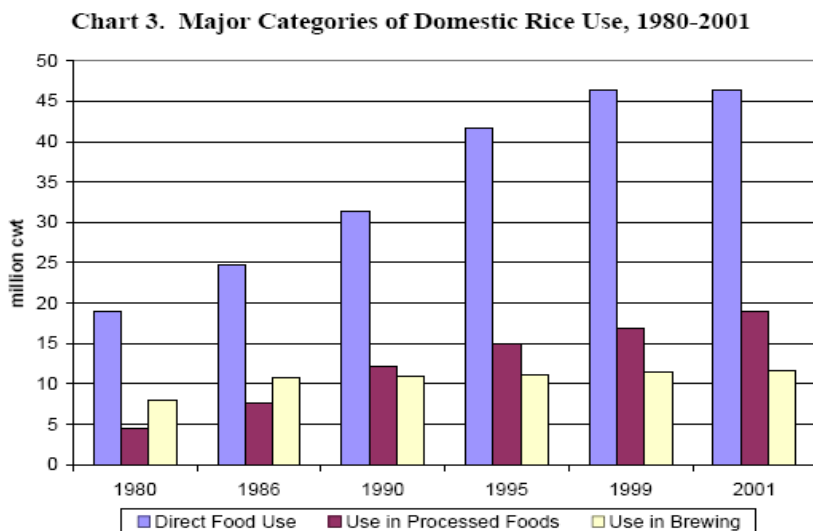
VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

〈 미국의 쌀 과거 소비량 추이 (1990~2001) 〉



자료원 : 미국 National Agricultural Statistics Service

㉠ 현지에 유통되는 쌀 주요브랜드 및 유통가격

- 현지 대형유통업체서 판매되는 쌀은 장립종이 주를 이루고 있으며, 중립종 및 특수미 (향미, 바스마티, 아르보리오, Wild Rice)가 일부 판매되고 있음
- 장립종의 판매단위는 2lbs(907g), 4lbs(1.8kg) 등 소포장 형태로 일반적임
- 일반 백미제품의 경우 미국산, 향미는 태국산, 바스마티는 인도산, 아르보리오는 이탈리아산, 찰쌀은 미국산(캘리포니아에서만 재배되며 연간 약 0.6백만톤 생산)이 주 월산지임
- 한인·일본인 마켓에서는 대부분 칼로스 쌀(M202, M205 등)이 판매되고 있으며, 만생종 (프리미엄 쌀), 기능성 쌀(영양강화 쌀 등), 일본계 단립종(코시히카리, 아키타오토보메, 히토메보레 등)이 칼로스에 비해 고가에 유통
- 현지 대형마트에서 판매되는 쌀의 경우 투명 PE백 및 지대백으로 포장되어 있으나, 한인 마켓에서는 Laminated 백 등이 사용되며 지대의 경우 투명창이 설치된 경우도 있음



< 미국의 주류마켓 유통제품 및 가격 >

사진자료		제품설명	판매가격 (US\$)
전면	후면		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : NISHIKI</li> <li>• 종 류 : 프리미엄 중립종(백미)</li> <li>• 단량 : 5lbs(2,26kg)</li> </ul>	9.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Lundberg</li> <li>• 종 류 : 프리미엄 단립종 (현미참쌀)</li> <li>• 단량 : 2lbs(0,91kg)</li> </ul>	2.69
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Sunny Select</li> <li>• 종 류 : 중립종(백미)</li> <li>• 단 량 : 2lbs(0,91kg)</li> </ul>	2.50
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 벌크판매</li> <li>• 종 류 : 백미, 현미 등</li> <li>• 파운드 단위로 판매</li> </ul>	(백미) 2.39/LB

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

< 미국의 한인마켓 유통제품 및 가격 >

사진자료		제품설명	판매가격 (US\$)
전면	후면		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : NISHIKI</li> <li>• 종류 : 만생종(현미)</li> <li>• 단량 : 20lb(9.07kg)</li> <li>• 업체 : JFC</li> </ul>	25.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 대풍</li> <li>• 종류 : 만생종(현미)</li> <li>• 단량 : 20lb(9.07kg)</li> <li>• 업체 : Haitai Global</li> </ul>	26.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 햇현미</li> <li>• 종류 : 만생종(현미)</li> <li>• 단량 : 20lb(9.07kg)</li> <li>• 업체 : CJ America</li> </ul>	24.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : WANG</li> <li>• 종류 : 만생종(현미)</li> <li>• 단량 : 20lb(9.07kg)</li> <li>• 업체 : Hanmi</li> </ul>	26.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : BOTAN</li> <li>• 종류 : 조생종(백미)</li> <li>• 단량 : 20lb(9.07kg)</li> <li>• 업체 : JFC</li> </ul>	20.99

사진자료		제품설명	판매가격 (US\$)
전면	후면		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : KOKUHO ROSE</li> <li>• 종류 : 슌시용(백미)</li> <li>• 단량 : 20lb(9.07kg)</li> <li>• 업체 : NOMURA &amp; COMPANY</li> </ul>	23.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 배아미</li> <li>• 종류 : 조생종(백미)</li> <li>• 단량 : 15lb(6.8kg)</li> <li>• 업체 : CJ America</li> </ul>	25.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : NISHIKI</li> <li>• 종류 : 만생종(백미)</li> <li>• 단량 : 20lb(9.07kg)</li> <li>• 업체 : JFC</li> </ul>	23.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 그린쌀</li> <li>• 종류 : 조생종(백미)</li> <li>• 단량 : 20lb(9.07kg)</li> <li>• 업체 : Haitai Global</li> </ul>	20.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 슈퍼코끼리</li> <li>• 종류 : 찰쌀 혼합미</li> <li>• 단량 : 20lb(9.07kg)</li> <li>• 업체 : Haitai Global</li> </ul>	21.99

I. 배미국

II. 포도싱가포르

III. 감굴러시아

IV. 밤일본

V. 양란일본중국

VI. 새송이버섯미국유럽

VII. 유자차일본중국대만

VIII. 돈육러시아필리핀

IX. 채소종자일본미국

X. 쌀및기공밥일본미국

사진자료		제품설명	판매가격 (US\$)
전면	후면		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Shirakiku</li> <li>• 종류 : 조생종(백미)</li> <li>• 단량 : 20lb(9.07kg)</li> <li>• 업체 : Nishimoto</li> </ul>	19.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 천하일미</li> <li>• 종류 : 조생종(백미)</li> <li>• 단량 : 20lb(9.07kg)</li> <li>• 업체 : CJ America</li> </ul>	20.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 대풍골드</li> <li>• 종류 : 만생종(백미)</li> <li>• 단량 : 20lb(9.07kg)</li> <li>• 업체 : Haitai Global</li> <li>• 특징 : 합쌀</li> </ul>	26.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 대풍</li> <li>• 종류 : 만생종(백미)</li> <li>• 단량 : 20lb(9.07kg)</li> <li>• 업체 : Hatai Global</li> </ul>	25.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 아키타오토메</li> <li>• 종류 : 단립종(백미)</li> <li>• 단량 : 15lb(6.8kg)</li> <li>• 업체 : Keisenmai</li> </ul>	24.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 히토메보레</li> <li>• 종류 : 단립종(백미)</li> <li>• 단량 : 15lb(6.8kg)</li> <li>• 업체 : Keisenmai</li> </ul>	24.99

### ㉠ 한국산 쌀 수입현황

○ 07년 서부지역기준 미국에 수입된 한국쌀은 7개 지자체, 12개 브랜드의 263톤(약 664천불)이 수입 되었음

○ 업체별 수입상황(미 서부지역 기준)

구 분	브랜드명(산지)	물량(톤)	수출자
Haitai Global	철새도래지(전북군산)	72.5	체희 RPC
	황토쌀(경북의성)	20.0	한가위 RPC
	대왕님표쌀(경기여주)	17.0	여주농협
	미감래청(충남서천)	20.0	대원 RPC
Pacific Giant	슈퍼오닝(경기평택)	25.0	농협무역
	오대쌀(강원철원)	14.0	농협무역
Choice Produce	섬드리쌀(전남신안)	15.0	안좌농협
Wang Global	하동포구쌀(경남하동)	6.0	삼진글로벌
	뜸부기쌀(충남서산)	18.6	삼진글로벌
ETR Trading	해나루쌀(충남당진)	40.0	송산농협
Jayone Food	지리산황토쌀(경남함양)	10.0	함양농협 RPC
합 계		258.1	

※ Haitai Global, Wang Global, Pacific Giant는 기존의 캘리포니아산 쌀 교포시장 유통업체 임

### ㉡ 미국 교포시장의 쌀 시장규모(추정)

- 미국 내 교포시장의 쌀 시장규모는 미국화된 식생활 변화와 교포인구 감안시 120천톤 정도로 추산 됨
- 대부분(90%이상)의 교포 소비자는 쌀의 품질 등 타 여건보다 가격 이 구매의사에 큰 영향을 미치며, 저렴한 가격인 칼로스쌀 중 선호하는 브랜드를 구매하는 경향이 강함
- 교포 소비자 등 고급미, 기능성쌀 소비 성향을 가진 층은 5% 내외로 추산되며, 고급미의 시장 규모는 6,000톤 ~ 7,000톤으로 추산됨

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

## 나. 쌀가공밥

### ㉠ 시장상황

- 비만 및 성인병 유발제품에 대한 거부감 확산으로 햄버거, 콜라 등은 기피추세이나 간편하게 먹을 수 있는 야채류, 밥제품 등은 미용식, 자연식, 건강식으로 인식되어 소비확산
- 일본식시문화의 유행의 영향으로 쌀 및 쌀가공제품에 대한 인지도가 점차 높아지고 있으며 덮밥제품의 경우 냉동식품의 격을 높인 동시에 그 편의성으로 인기
- 현지의 음식소비패턴이 육류와 햄버거, 감자튀김과 같은 기름에 튀긴 음식을 기피하는 추세인데다, 밥제품을 야채와 같은 다이어트건강식품으로 인식하고 있어 수출 수요는 계속 늘어날 전망

※ 즉석제품의 소비증가에 관한 현지언론보도내용

#### 〈미국, 전자레인지용 식품 큰 인기〉

최근 몇 년 사이 미국에서는 전자레인지에서 쉽게 익혀 먹을 수 있도록 포장되어 나오는 steamable vegetable이 큰 인기를 끌면서 미국 야채 업계에 큰 영향력을 끼치고 있다. 예를 들어, 미국의 최대 전자레인지용 야채를 생산하고 있는 Mann Packing Co.는 올 상반기에 자사의 Steam & Serve line등이 200% 성장률을 나타냈다고 밝혔다. 이같이 전자레인지에서 그대로 익혀서 함께 포장된 소스와 함께 간편하게 요리할수 있게 만든 steamable vegetable 제품이 작년에 비해 세자리 이상 성장률을 보일 만큼 크게 인기를 끌고 있으며 steamable vegetable 전체적으로는 7.8% 증가율을 보여줬다고 Perishable group이 발표했다. 이는 작년대비 1% 미만 성장에 그친 신선 야채 판매량에 비해선 아주 괄목할만한 성장세라고 말할 수 있다. 전자레인지용 야채중 가장 인기있는 품목은 그린빈, 혼합야채, 브라콜리 세가지 품목이라고 관계자는 밝혔다. 한편 감자의 경우, steamer bag에 넣어 판매함으로써 집에서 손쉽게 익혀 먹을수 있도록 포장되어 소비자들의 호응을 얻고 있긴 하지만, 이 같은 새로운 아이템의 마케팅 전략상의 큰 관건은 소비자들이 그 용도를 확실히 알고 응용하는데 있다고 Wada Farms marketing group 관계자는 밝혔다. 지난 5년동안 개별감자에 랩을 씌워 전자레인지에서 쉽게 익혀 먹을수 있는 감자를 판매하고 있는 Russet potato exchange의 경우 25%의 성장률을 보여주고 있다고 밝혔다.

(※ 자료원 : The Packer, 2008. 10.27)

㉠ 가공밥 제품비교

구 분	생산방식	특 성	시 장 성	생산업체(국내)
냉 동 밥	• 쌀을 조리한 후 영하 40℃이하의 냉동조건에서 1시간이내에 급속냉동	• 자연상태에 가장 가까우나 보관의 불편함	• 현지시장에서 가장 많이 볼 수 있는 가공밥 제품형태로 지속적인 시장성장추세	• 천일식품 우리음식 이야기
무 균 포 장 밥	• 개별용기에 쌀을 넣어 130℃ 이상의 고온살균을 여러번가해 취반(포장은 질소가스 충전방식)	• 보관이 편리하나 영양분일부손상 및 질소냄새 잔류	• 상온 보관유통 편리 제품의 자연보존성은 다소저하	• 제일제당(햇반 농심(햅쌀밥) 오뚜기 동원 F&B 등
레토르트밥	• 130℃ 이상의 고온, 고압을 1시간이상 가하여 멸균하는 방식	• 보관이 편리하나 영양분 파괴 및 제품성 다소저하	• 라면에 넣어먹는 제품 현지시장에선 거의 볼 수 없음	• 한국아쿠르트
건 조 밥	• 동결건조방식	• 보관이 편리하나 제품성 저하	• 군대비상식량제품 현지 시장에서 거의 볼 수 없음	• (주)불로

< 미국의 주류마켓 유통제품 및 가격 >

사진자료		제품설명	판매가격 (US\$)
전면	후면		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Lean Cuisine</li> <li>• 종류 : Chicken fried rice</li> <li>• 단량 : 10oz(283g)</li> <li>• 업체 : NESTLE USA</li> </ul>	3.59
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Healthy &amp; Choice</li> <li>• 종류 : Mandarin Chicken</li> <li>• 단량 : 9.1oz(258g)</li> <li>• 업체 : ConAgra Food</li> </ul>	2.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Marie Callenders</li> <li>• 종류 : Chicken Teriyaki</li> <li>• 단량 : 14oz(397g)</li> <li>• 업체 : ConAgra Food</li> </ul>	3.79
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Marie Callenders</li> <li>• 종류 : Sweet Chicken rice</li> <li>• 단량 : 14oz(397g)</li> <li>• 업체 : ConAgra Food</li> </ul>	3.79
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Steamfresh</li> <li>• 종류 : Long Grain White rice</li> <li>• 단량 : 10oz(283g)</li> <li>• 업체 : Birds Eye Food</li> </ul>	2.99

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일본

V. 양란  
일본  
중국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

< 미국의 한인마켓 유통제품 및 가격 : 냉동덮밥중심 >

사진자료		제품설명	판매가격 (US\$)
전면	후면		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 천일냉동</li> <li>• 종류 : 야채볶음밥</li> <li>• 단량 : 10oz(285g)</li> <li>• 업체 : 천일냉동</li> </ul>	3.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 천일냉동</li> <li>• 종류 : 산채비빔밥</li> <li>• 단량 : 10oz(285g)</li> <li>• 업체 : 천일냉동</li> </ul>	3.49
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 천일냉동</li> <li>• 종류 : 새우볶음밥</li> <li>• 단량 : 10oz(285g)</li> <li>• 업체 : 천일냉동</li> </ul>	3.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : 천일냉동</li> <li>• 종류 : 낙지볶음밥</li> <li>• 단량 : 10oz(285g)</li> <li>• 업체 : 천일냉동</li> </ul>	4.99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Ourfood Story</li> <li>• 종류 : 김치덮밥</li> <li>• 단량 : 11.2(320g)</li> <li>• 업체 : 휴먼라이스</li> </ul>	3.49



사진자료		제품설명	판매가격 (US\$)
전면	후면		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Ourfood Story</li> <li>• 종류 : 새우볶음밥</li> <li>• 단량 : 9.1oz(260g)</li> <li>• 업체 : 휴먼라이스</li> </ul>	3.49
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Ourfood Story</li> <li>• 종류 : 오징어덮밥</li> <li>• 단량 : 11.6oz(330g)</li> <li>• 업체 : 휴먼라이스</li> </ul>	3.49
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Ourfood Story</li> <li>• 종류 : 해물덮밥</li> <li>• 단량 : 11.6oz(330g)</li> <li>• 업체 : 휴먼라이스</li> </ul>	3.49
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Ourfood Story</li> <li>• 종류 : 산채비빔밥</li> <li>• 단량 : 11.6oz(330g)</li> <li>• 업체 : 휴먼라이스</li> </ul>	3.49
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 : Ourfood Story</li> <li>• 종류 : 굴소스볶음밥</li> <li>• 단량 : 9.1oz(260g)</li> <li>• 업체 : 휴먼라이스</li> </ul>	3.49

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일본

V. 양란  
일본  
중국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유럽

VII. 유자차  
일본  
중국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일본  
미 국

## 6. 수출확대 방안

### ㉠ 한국산 쌀 수출확대방안

- 미국산 쌀 가격은 지난해 대비 평균 100% 정도 인상되어 판매되고 있고 한국산의 가격경쟁력은 호전됨
  - 조생종쌀은 지난해 \$6~\$8불대에 판매되었으나 금년에는 \$10 ~ \$14불대에 판매되고 있으며, 년초에는 그나마 소비자당 판매물량을 제한 할 정도로 공급부족 현상이 있었음
  - 대풍골드 등 만생종과 일본종자쌀의 경우 지난해 \$15 ~ \$18대에서 금년에는 \$22 ~ \$26대로 판매되고 있으며, 9월 햅쌀출시 이후에도 더욱 상승세를 보임
- 한국쌀에 대한 현지마켓(교포마켓 중심)의 인지도와 관심은 '07년 재고처리와 텀핑 과정에서 겪은 학습효과로 아직 큰 관심을 보이고 않고 있으며, 한국쌀의 입점에 대하여도 대부분의 마켓이 적극적이지 않은 편임
- 소비자들의 인지도는 '07년 집중적인 홍보의 영향으로 한국쌀의 인지도가 일부 형성 되어 있는 상황이나, 지속적인 홍보부족으로 금년들어 특별한 관심을 끌지 못하고 있는 실정임

### □ 수출확대 방안

- 한국 쌀이 미국시장에서 유망 품목으로 정착하기 위해서는 가격경쟁보다 철저한 고품질 쌀의 안정적인 공급을 통한 시장차별화 필요
  - 목표 소비층 : 일반적인 쌀 소비자가 아닌 현지의 고급미 소비자(약 5~10%) 및 설, 추석 등 명절의 선물용 구매층
- 한국 내에서 명품 쌀로 인지도가 있는 브랜드 중심의 수출 관리가 반드시 필요
  - 여러 품종이 혼합된 쌀이나, 미질이 떨어지는 쌀이 수출될 경우 기존에 형성된 고품질 친환경 쌀의 이미지에 치명적인 손상 초래
  - 장기간 운송 및 유통에도 우수성이 보존 될 수 있는 콜드체인 시스템생산 유통 제품, 진공포장, 친환경 농법제품 등의 우수한 브랜드에 한해 수출 추천 필요
- 지자체간의 과도한 경쟁에 따른 시장왜곡 현상 최소화 필요
  - 도 단위는 물론 시군단위까지 수출명분 유지를 위한 현지시장성에 대한 고려 없는 무분별한 수출로 현지 가격질서 교란

- 현지 생산된 쌀과의 차별화를 위한 현지 매장내 한국 쌀 전용 매대설치를 위한 지원
  - 현재는 현지 쌀과 혼합 적재되어 현지 쌀과의 구분이 쉬지 않음
- 현지의 추세에 맞는 소포장 제품, 선물용 포장제품 출시 필요
  - 1Kg, 2Kg, 4Kg 제품 및 쌀과 잡곡이 세트로 포장 된 선물용 제품의 경우 판매가 보다 활발할 것으로 전망
- 현지의 지속적인 소비촉진을 위한 초기단계의 꾸준한 매체 홍보
  - 시장 조성 초기단계에 소비자의 인지도와 관심도를 높이는 가장 효율적인 방법인 TV, 라디오, 신문을 통한 우수성 홍보필요
- 설, 추석, Thanks Giving 등 명절 시기에 주요 거점 매장에 대한 정례적인 홍보 판촉행사 실시

㉠ **현지냉동뽕밥 수입바이어 개선요구사항 및 수출확대방안(2008. 8.20 현지 냉동뽕밥류 수입업체[Korean Farm] 면담조사결과)**

- 냉동뽕밥 용기문제
  - 해동과정에서 용기가 눌러 붙거나 무르는 문제발생
  - ⇒ 무르는 현상방지를 위하여 Shrink Film 포장개선 필요
- 기존제품의 경우 기름기가 지나치게 많음
  - ⇒ 제조공정상 기존의 컨베이어 이동시 기름을 분사하는 방식에서 컨테이너에 밥과 기름을 넣고 섞는 방식으로서의 공정개선 필요
- 비빔밥 제품의 경우 시식시 수분이 많아지는 문제발생
  - 전자레인지에 데워 먹을시 수분이 많이 발생함
  - ⇒ 제품별로 밥의 수분함량을 조절 할 필요가 있고 비빔밥의 경우 나물류에 대한 별도 탈수과정 제조공정상 추가 필요
- 사용의 편의성측면에서 제품에 숟가락 삽입 필요
  - ⇒ 원간상승의 요인으로 작용 할 수 있으나 즉석제품의 용도 상 바로 먹을 수 있게 제품에 숟가락 삽입필요
- 제품용기의 친환경적 측면 고려 필요
  - 일반적인 PC(폴리카보네이션) 제품은 위험물질 유발로 건강식품으로서의 제품 이미지 저하초래 및 향후 주류마켓 입점 불가
  - ⇒ PEC 등 천연소재 용기개발 필요

I. 배  
미 국

II. 포도  
싱가포르

III. 감귤  
러시아

IV. 밤  
일 본

V. 양란  
일 본  
중 국

VI. 새송이버섯  
미 국  
유 럽

VII. 유자차  
일 본  
중 국  
대 만

VIII. 돈육  
러시아  
필리핀

IX. 채소종자  
일 본  
미 국

X. 쌀및기공밥  
일 본  
미 국

- 현지의 음식소비패턴이 육류와 햄버거, 감자튀김과 같은 기름에 튀긴 음식을 기피하는 추세인데다, 밥제품을 야채와 같은 다이어트건강식품으로 인식하고 있어 향후 수요는 계속 늘어날 전망
  - ⇒ 최근 중국산제품에서의 지속적인 문제발생에 따라 소비자의 구매패턴도 중국산을 기피하고 제품 구매시 원산지확인 및 유통기한 확인을 제일먼저 하는 추세에 따라 중국산과의 차별화 전략을 통한 제품이미지 제고노력과 함께 지속적인 프로모션 및 홍보행사를 통한 입맛들이기 필요

## 세계일류 30대 품목육성을 위한 수출확대전략

---

발행일 : 2009년 1월

발행처 : **aT** 농수산물유통공사

주 소 : 서울특별시 서초구 강남대로 672 aT센터

자료문의처 : **aT** 농수산물유통공사

(Tel) 02-6300-1392 ~ 1400

(Fax) 02-6300-1615

[www.at.or.kr](http://www.at.or.kr) / [www.kati.net](http://www.kati.net)

조사참여

도쿄 aT센터

오사카 aT센터

베이징 aT센터

상하이 aT센터

홍콩 aT센터

타이베이 aT센터

싱가포르 aT센터

필리핀 해외정보조사위원

뉴욕 aT센터

로스앤젤레스 aT센터

모스크바 aT센터

로테르담 aT센터

인 쇄 : 대한정보통신(주)

---

※ 우리 공사는 임직원에게 대한 부정비리 신고 편의를 도모하고자 수신자부담 『24시간 부정비리신고 핫라인(080-112-2580)』을 개설하였습니다. 신고내용은 비밀이 절대 보장되오니 안심하고 신고하여 주시기 바랍니다.