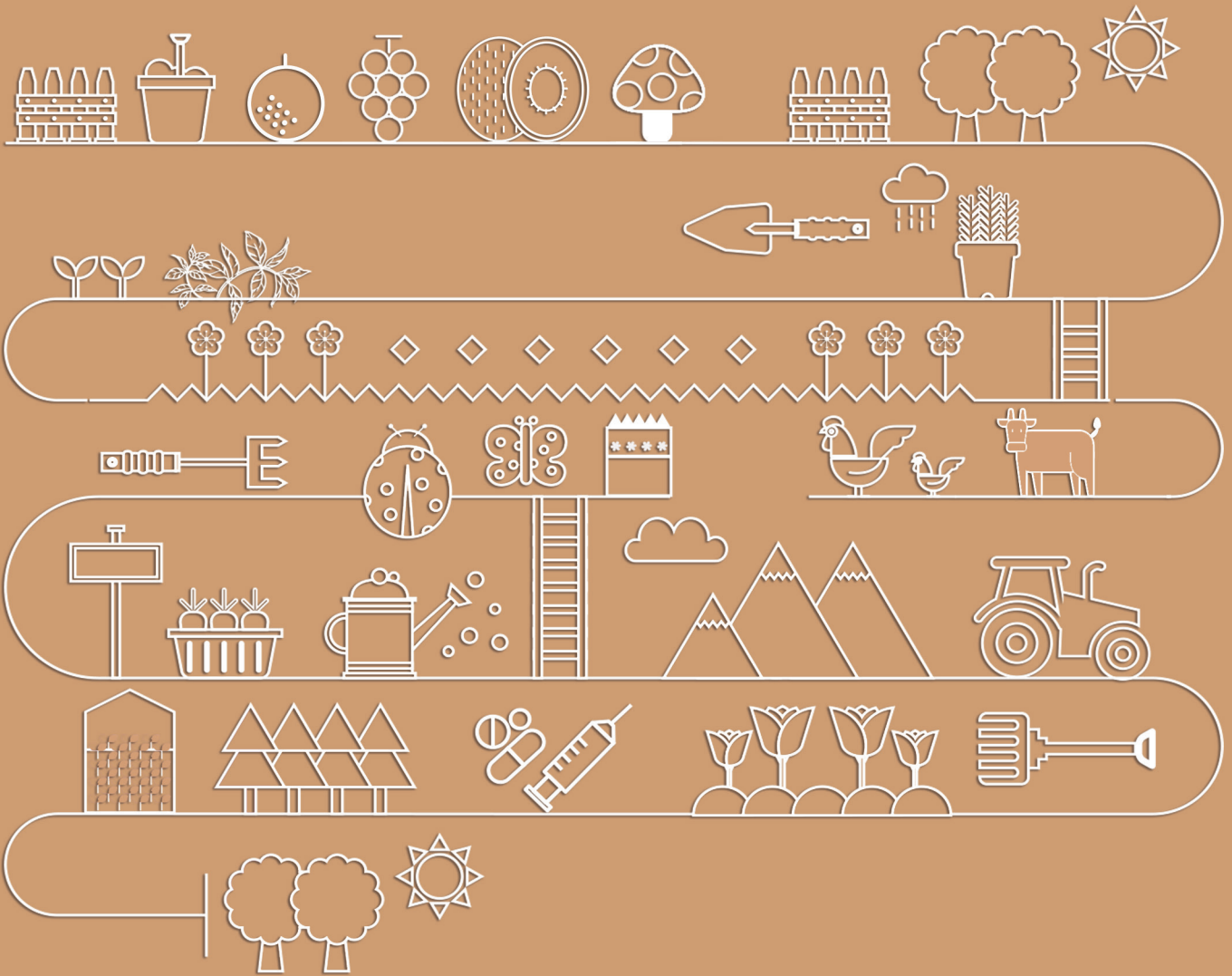


제3차년도
수출전략기술개발사업

버섯 수출연구사업단

(해외 신선버섯 및 가공품 시장 조사 동향보고서)



버섯 수출연구사업단

- ✓ 본 결과물은 농림축산식품부의 재원으로 농림식품기술기획평가원(수출전략기술개발사업)의 지원을 받아 연구되었음(No.617067-5-3-HD130)
- ✓ This work was supported by Korea Institute of Planning and Evaluation for Technology in Food, Agriculture, Forestry and Fisheries(IPET) through (Export Promotion Technology Development Program), funded by Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs(MAFRA)
- ✓내용의 무단 복사, 인용을 제한하며 인용 시 대표 저자의 사전 승인을 요청함

주관기관명 : 버섯 수출연구사업단

작성기관명 : (사) 한국 농식품 미래 연구원

목 차

제 I 장 버섯 수출시장 마케팅 전략 구축

1. 연구요약

2. 국내 버섯 산업 동향

1. 생산동향	7
2. 수급동향	10
3. 가격동향	11
4. 수입동향	14
5. 수출동향	17

3. 세계 버섯 산업 현황

1. 수입동향	21
2. 수출동향	24
3. 수출시장 조사대상국 선정	27

4. 신규시장 마케팅 전략

1. 브라질	29
2. 몽골	54
3. 카자흐스탄	79
4. 아랍에미리트	102

제 II 장 버섯가공품 수출 활성화 연구

1. 연구개요

2. 국내 가공버섯 산업 현황

- 1. 국내 가공버섯 유통동향139
- 2. 버섯가공품 산업 동향142

3. 해외 가공버섯 산업 현황

- 1. 세계 버섯 시장 조사171
 - 1.1. 미국172
 - 1.2. 호주180
 - 1.3. 네덜란드184
 - 1.4. 프랑스192
 - 1.5. 영국198
- 2. 특허·논문 및 제품·시장분석202

4. 소비자 설문 조사

- 1. 국내 소비자 조사206
- 2. 미국 소비자 조사216
- 3. 영국 소비자 조사223

제 I 장 버섯 수출시장 마케팅 전략 구축

1. 연구요약

- 우리나라의 2018년 기준 버섯 생산량은 159,018톤으로 최근 감소세를 보이고 있으며, 특히 2018년 기준 느타리버섯의 생산량은 2017년 53,532톤 대비 39,675톤으로 25.9% 대폭 감소하였음
- 우리나라의 버섯 수출은 2018년 기준 전체 수출금액이 52,606천 달러(19,945톤)으로 팽이버섯(21,479천 달러), 새송이버섯(23,497천 달러), 만가닥버섯(3,381천 달러) 등 농산 버섯이 수출을 주도하고 있음.
- 2018년 신선 버섯 주요 수출 국가는 폴란드, 네덜란드, 중국 등이며, 우리나라는 2018년 수출액 기준 10위 국가에 해당되는 반면, 버섯가공품의 수출은 통계상 미미한 것으로 나타남
- 본 연구과제는 2017년 1차년도(베트남, 인도네시아, 싱가포르, 홍콩, 인도), 2018년 2차년도(미국, 네덜란드, 독일, 호주, 캐나다, 영국, 프랑스)에 이어 2019년 3차년도에는 시장 진출 가능성이 있는 신규시장인 브라질, 카자흐스탄, 몽골, 아랍에미리트 중심의 버섯관련 산업을 파악하고 수출 진출 방향성을 도출하는데 중점을 두었음
 - 본 동향보고서의 주요 조사 품목인 새송이버섯, 팽이버섯 등은 특수버섯(Specialty Mushroom)으로 분류되며, 특수버섯은 주로 아시아 지역에서 수입된 품종들로 맛과 향, 식감의 다양성으로 인기를 끌고 있는 버섯을 포함함

<브라질>

- 브라질의 유통채널은 슈퍼마켓과 하이퍼마켓이 판매를 리드하여 점유율 54%를 차지하고 있음. 신선농산물의 경우 대형유통업체 식료품 소매점을 통해 구매. 최근 인터넷 상점과 같은 경로를 통해서도 신선한 과일을 구매하고 있음
- 타 국가에 비해 브라질의 버섯 소비량은 적은 편이지만 브라질의 버섯 시장은 공급보다 수요가 많은 상황으로 수입을 통해 수요를 충족하고 있음
- 2018년 기준 브라질의 버섯 최대 수입 대상국은 이탈리아로 2018년 수입 규모는 127천 달러이며 이는 전체 수입액의 95.5%임
- 브라질 내 버섯가공식품은 중국에서 수입되고 있는 조립 제품이 대표적이지만, 그 양이 미미하며, 주로 버섯을 건조 시킨 제품을 페루와 중국에서 수입함. 건조제품에 대한 선호도가 높아 버섯 가공제품의 수출 가능성이 높음

<몽골>

- 몽골 소비자들은 신선농산물을 주로 재래시장을 통해 구매하며, 최근 CU, 이마트 등 한국계 유통업체들이 몽골에 진출하며 이러한 매장을 중심으로 한국산 신선식품을 판매하고 있음
- 몽골은 중국과 인접하고 있어 중국산 버섯이 몽골 내 가장 많이 유통됨. 2018년 기준 몽골의 버섯 최대 수입 대상국은 중국으로 2018년 전체 수입량의 59.3%(118톤), 수입액의 49%(135천 달러)를 차지함. 대부분 정식통관을 거치지 않고 수입되고 있어 한국산에 비해 물류비용이 적게 들고, 가격경쟁력이 높음
- 한국은 전체 수입량의 0.6%(1.3t), 수입액의 1.6%(4천 달러)를 차지함. 몽골에서 거래되는 외국산 버섯 중 한국 버섯의 평균 가격은 3.21\$/kg로 타 국가 (중국 1.15\$/kg, 러시아 0.99\$/kg 등)에 비해 높은 가격에 거래되고 있음

<카자흐스탄>

- 카자흐스탄의 유통채널은 유통 기업이 54.7%, 영세소상인(재래시장 포함)이 45.3%를 차지. 대도시인 아스나타와 알마티의 경우 소매 유통의 70% 이상을 유통 기업이 점유하고 있으나, 영세소상인 및 재래 시장 또한 여전히 서민들의 이용률이 높음
- 2018년 기준 카자흐스탄의 버섯 최대 수입 대상국은 폴란드로 2018년 전체 수입량의 95%(2,120톤), 수입액의 90%(2,795천 달러)를 차지함. 한국은 전체 수입량에서 차지하는 비율이 매우 적고, 수입액의 0.07%(2천 달러)를 차지함
- 카자흐스탄은 국가 특이적으로 버섯을 여름에 말렸다가 겨울에 먹는 식습관을 보여 가공품 버섯의 수출 확대 가능성 존재

<아랍에미리트>

- 아랍에미리트의 유통채널은 두바이와 아부다비 및 도심지역의 주요 쇼핑몰에 하이퍼마켓이 입점하여 가장 많은 소비자층을 확보하고 있음. 재래시장의 소매고객 방문 빈도는 낮은 편임
- 아랍에미리트 버섯 시장은 농산물 수입에 크게 의존하고 있음
- 2018년 기준 아랍에미리트의 버섯 최대 수입 대상국은 오만으로 2018년 전체 수입량의 54.8%(3,157톤), 수입액의 51.5%(10,846천 달러)를 차지함

제 I 장 버섯 수출시장 마케팅 전략 구축

2. 국내 버섯 산업 동향

1. 생산 동향
2. 수급 동향
3. 가격 동향
4. 수입 동향
5. 수출 동향

1. 생산 동향

- 2018년 국내 버섯 총생산량은 전년 대비 8.94% 감소한 159,018톤으로 그 원인은 느타리버섯 생산량 감소에 기인됨
- 특히, 2018년 기준 느타리버섯의 생산량은 2017년 53,532톤 대비 39,675톤으로 25.9% 대폭 감소하였음

〈표〉 국내 버섯 총 생산량

(단위 : 톤)

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

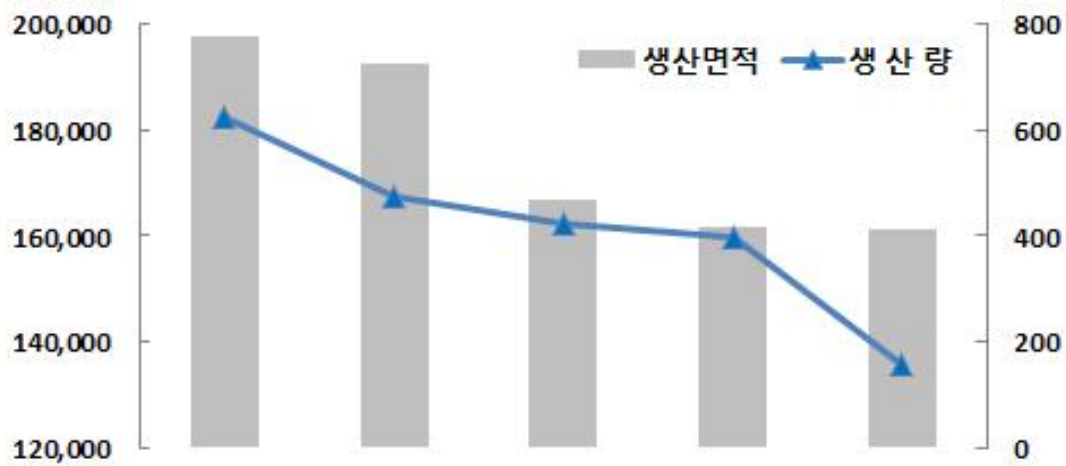
출처 : 농림축산식품부 특용작물실적 2019, 산림청 임산물생산실적 2018

* 기타 버섯은 송이, 목이, 석이 등 포함

- 국내 농산 버섯 생산면적은 최근 10년간 계속하여 감소하고 있으며, 2018년 버섯 생산면적은 411ha로 2005년 1,361ha에 비해 69.8% 감소
- 최근 5년간 생산면적이 감소함에 따라 생산량 및 생산액 또한 감소 추세

〈표〉 국내 농산 버섯* 생산면적

(단위 : ha, m/t, 10억 원)



구분	2014	2015	2016	2017	2018
생산면적	778	726	467	418	411
생산량	182,561	167,366	162,292	159,890	135,776

출처 : 농림축산식품부 주요통계 2019

* 양송이, 느타리, 영지, 팽이, 기타 버섯에 해당하는 생산면적임

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

〈표〉 국내 농산 버섯* 생산액

(단위 : 10억 원)

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

출처 : 농림축산식품 주요통계 2019

* 양송이, 느타리, 영지, 팽이, 기타 버섯에 해당하는 생산면적임

○ 국내 임산 버섯 생산액은 최근 증감을 반복하고 있으나 2018년 기준 전년 대비 3.1% 감소함

- 특히 표고버섯의 경우 2017년 고온 현상으로 인한 표고 배지 피해 및 품질 저하로 2018년 생산량과 생산액 모두 크게 감소함

〈표〉 국내 임산 버섯 생산액

(단위 : 10억 원)

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

출처 : 농림축산식품 주요통계 2019, 농림축산식품부

2. 수급 동향

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

〈표〉 국내 버섯 총 수급동향

(단위 : 톤, %)

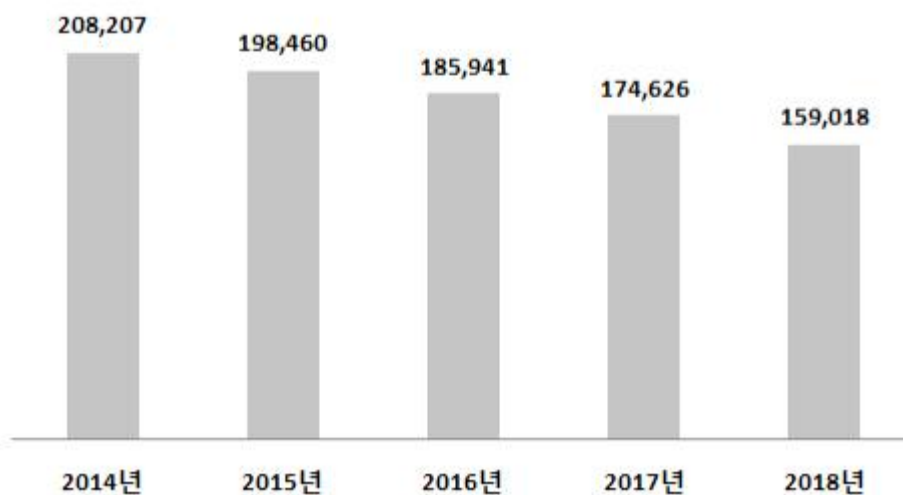
구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
총 공급량(A=B+C)	243,262	250,916	242,603	321,288	213,439
국내 생산량(B)	208,207	198,460	185,941	174,626	159,018
순수입량(C=D-E)	35,055	52,456	56,662	54,467	54,421
수입량(D)	50,521	67,647	72,462	72,026	74,366
수출량(E)	15,466	15,191	15,800	17,559	19,945
자급률	85.6	79.1	76.6	54.4	74.5

출처 : 특용작물실적, 산림청 임산물생산실적, KATI, 2019

- 2018년 기준, 국내 버섯 총 공급량은 213,439톤으로 그 중 국내 생산량 159,018톤이 공급되어 국내 자급률은 74.5%로 나타남

- 그러나, 국내 버섯 생산량은 208,207톤(2014년) → 198,460톤(2015년) → 185,941톤(2016년) → 174,626톤(2017년) → 159,018톤(2018년)으로 매년 감소 추세를 보임

(단위 : 톤, %)



[그림] 국내 버섯 총 수급동향

출처 : 특용작물실적, 산림청 임산물생산실적, KATI, 2019

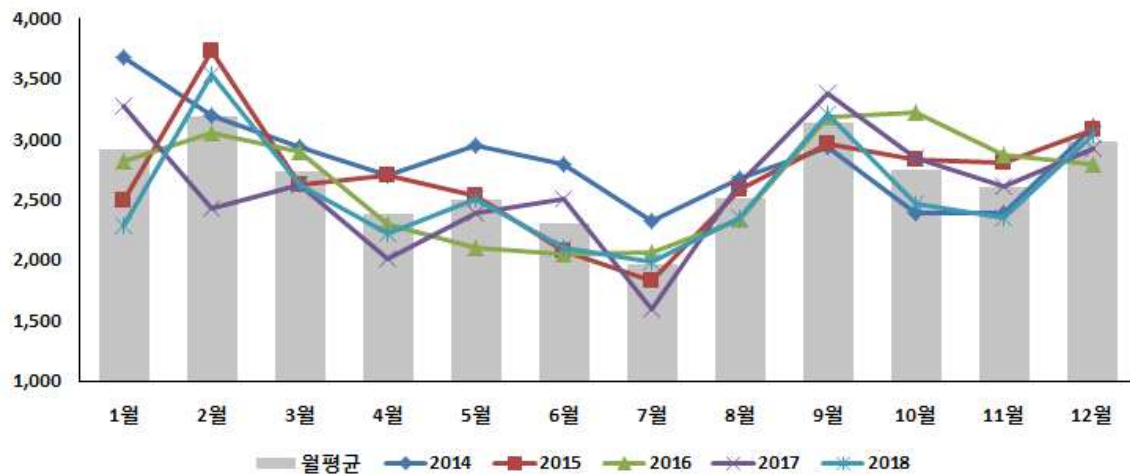
3. 가격 동향

○ 버섯 재배는 공장형 재배형태로 연중 생산되어 기후의 영향을 받지 않으나, 계절별 소비 증감에 따라 일정한 가격 패턴을 보임. 9월부터 이듬해 2월까지의 늦가을·겨울철이 소비 성수기로 가격이 높음

- 새송이버섯의 5개년 월평균 도매가격 변동 추이를 살펴보면, 9월부터 이듬해 2월까지의 가격이 다른 기간에 비해 약간 높게 형성되는 패턴을 보이고 있으나, 연중 가격 진폭이 크지 않아 도매가격의 등락이 비교적 안정되어 있음

〈표〉 새송이버섯 5개년 월 평균 도매가격

(단위 : 원/kg)



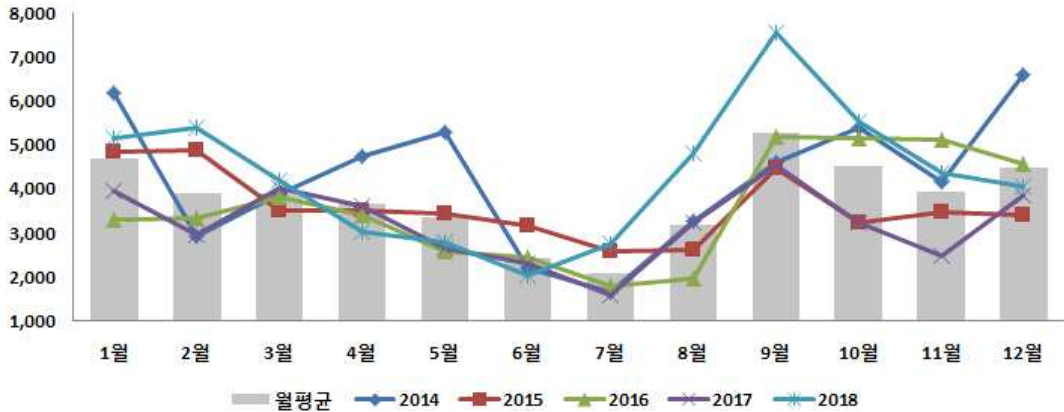
구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2014	3,680	3,202	2,936	2,702	2,953	2,788	2,326	2,674	2,934	2,385	2,388	3,103
2015	2,490	3,726	2,624	2,706	2,535	2,071	1,825	2,578	2,968	2,835	2,808	3,077
2016	2,821	3,056	2,899	2,293	2,099	2,046	2,058	2,342	3,186	3,225	2,870	2,795
2017	3,276	2,423	2,617	2,005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

출처 : 농림수산식품부 특용작물생산실적, 2019

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

〈표〉 팽이버섯 5개년 월 평균 도매가격

(단위 : 원/kg)



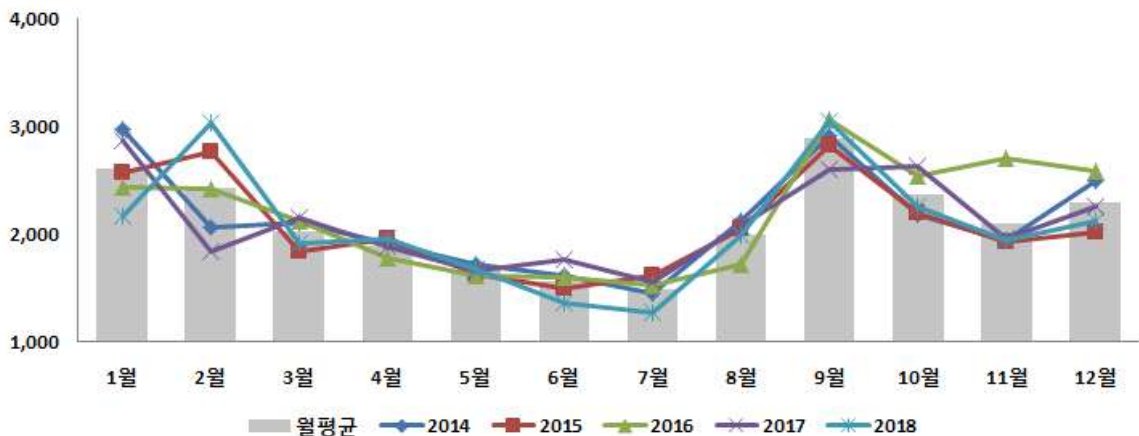
구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2014	6,205	2,942	3,899	4,746	5,303	2,216	1,653	3,283	4,598	5,398	4,180	6,595
2015	4,850	4,883	3,506	3,510	3,432	3,157	2,586	2,634	4,481	3,239	3,475	3,399
2016	3,314	3,355	3,807	3,408	2,573	2,445	1,797	1,978	5,180	5,160	5,109	4,577
2017	3,946	2,947	4,040	3,611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

출처 : 농림수산물부 특용작물생산실적, 2019

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

〈표〉 느타리버섯 5개년 월 평균 도매가격

(단위 : 원/kg)



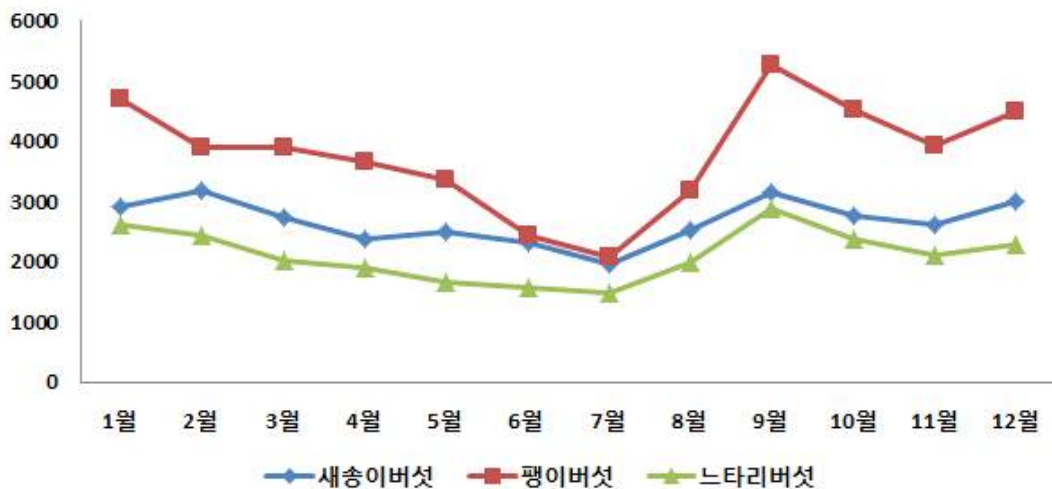
구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2014	6,205	2,942	3,899	4,746	5,303	2,216	1,653	3,283	4,598	5,398	4,180	6,595
2015	4,850	4,883	3,506	3,510	3,432	3,157	2,586	2,634	4,481	3,239	3,475	3,399
2016	3,314	3,355	3,807	3,408	2,573	2,445	1,797	1,978	5,180	5,160	5,109	4,577
2017	3,946	2,947	4,040	3,611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

출처 : 농림수산식품부 특용작물생산실적, 2019

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

〈표〉 버섯류 2014~2018년 월 평균 도매가격

(단위 : 원/kg)



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

출처 : 농림수산식품부 특용작물생산실적, 2019

4. 수입 동향

○ 2018년 국가전체 버섯 수입량은 74,366톤, 수입액 96,678천 달러로 2017년 대비 각각 3.25%, 12.13% 증가하였으며 특히 버섯류 수입액이 급격히 증가한 원인은 표고버섯, 가공 양송이버섯 등 식재료의 수요가 늘어났기 때문으로 사료됨

- 전체 수입량 중 농산 버섯은 총 55,054톤(74%), 38,715천 달러(40%), 임산버섯은 총 19,312톤(26%), 57,943천 달러(60%)가 수입됨

〈표〉 한국 버섯 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	2014		2015		2016		2017		2018	
	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
합계	50,521.1	89,500.3	67,646.4	94,702.1	72,461.7	88,240.8	72,026.0	86,221.1	74,365.6	96,677.7
농산버섯	31,770.4	24,490.1	48,975.6	33,633.2	53,915.8	35,930.0	53,997.0	37,130.8	55,053.7	38,715.1
양송이버섯	6,483.6	8,772.5	7,018.3	8,613.7	6,765.7	7,841.2	7,449.5	9,684.0	7,233.0	9,451.6
영지버섯	175.7	561.0	221.1	741.1	255.0	826.7	211.2	638.9	184.3	554.3
느타리버섯	0	0.4	0	0	0	0	0	0.2	0	0.1
팽이버섯	13.2	7.7	0	0	5.9	14.7	0	0	0	0
기타버섯	24,798.0	15,148.6	41,735.2	24,278.4	46,889.3	27,247.4	46,336.4	26,807.7	47,636.4	28,709.0
임산버섯*	18,750.7	65,010.2	18,670.8	61,068.9	18,545.9	52,310.8	18,029.0	49,091.3	19,311.9	57,942.6
송이버섯	478.5	9,810.3	467.9	9,573.3	402.6	8,095.1	324.7	6,545.6	442.9	9,047.1
표고버섯	17,507.2	5,138.2	17,164.7	47,458.3	17,164.7	38,753.0	16,773.9	37,731.3	17,898.8	43,454.4

출처 : KATI 2019

* 임산버섯 총계는 송로, 건조목이버섯을 포함

□ 농산 버섯 수입현황

- 농산 버섯에는 양송이, 영지, 느타리, 팽이, 새송이, 기타 버섯이 있으며 주요 수입국은 중국으로 2018년 기준 50,147톤(34,751천 달러)을 수입하여 수입량, 수입액 모두 90% 이상의 비중을 차지함

〈표〉 한국 농산 버섯 주요 수입국

(단위 : 톤, 천 달러)

2018년 수입액 기준	구 분	2014		2015		2016		2017		2018	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세 계	31,770	24,490	48,976	33,633	53,916	35,950	53,997	37,131	55,054	38,715
1	중 국	31,238	23,104	48,450	32,231	51,901	33,925	49,047	32,231	50,147	34,751
2	네덜란드	311	137	155	85	1,611	695	4,385	2,613	4,518	1,981
3	러 시 아	76	475	55	318	80	349	289	1,064	144	507
4	이탈리아	52	252	93	302	51	220	124	534	52	473
5	미 국	25	84	41	122	50	141	59	173	91	381

출처 : KATI 2019

- 참고적으로, 우리나라는 현재 HS Code 0602.90.9040에 해당하는 표고버섯 배지 종류의 대부분을 중국에서 수입하고 있으며, 이는 전체 수입량의 90.2%(41,750톤) 전체 수입액의 91.9%(21,333천 달러)를 차지함

〈표〉 한국 버섯의 평균 주요 수입국

(단위 : 톤, 천 달러)

2018년 수입액 기준	구 분	2014		2015		2016		2017		2018	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세 계	23,759	11,681	36,714	20,412	45,752	23,565	45,111	22,413	46,302	23,223
1	중 국	23,351	11,299	36,285	19,949	43,904	22,638	40,979	20,536	41,750	21,333
2	네덜란드	310.5	137	143.6	46	1,555	578	3,912	1,408	4,401	1,746
3	미 국	24.5	57	39.2	91	31	72	58	118	87.3	173
4	호 주	34	112	30.1	85	50.2	141	40.2	115	40.1	113
5	이탈리아	38.3	71	79.3	125	42.8	75	95.8	147	22.5	46

출처 : 관세청 수출입 무역통계(unipass) 2019

□ 임산버섯 수입현황

○ 임산버섯의 주요 수입국도 농산 버섯과 마찬가지로 중국으로, 2018년 기준 전체 수입량의 99.9%(19,295 톤), 수입액의 98.7%(57,208천 달러)로 조사됨

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

〈표〉 한국 임산버섯 주요 수입국

(단위 : 톤, 천 달러)

2018년 수입액 기준	구 분	2014		2015		2016		2017		2018	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
세 계		18,751	65,010	18,671	61,069	18,546	52,311	18,029	49,091	19,312	57,943
1	중 국	18,740	64,276	18,660	60,812	18,427	51,618	18,015	48,568	19,295	57,208
2	이탈리아	0.3	73	0.4	108	117	427	1.2	352	2	512
3	베트남	9	73	9	65	0.8	183	13	103	15	118
4	프랑스	0.1	52	0.1	48	0.1	53	0.1	51	0.1	39
5	호주	0	8.5	0	9	0	20	0	13	0.1	28

출처 : KATI 2019

5. 수출 동향

- 버섯은 꾸준한 수출 증가추세를 보이고 있으며, 2018년 기준 버섯 수출량은 19,945톤(52,060천 달러)으로 수출량은 2017년 대비 13.6%, 수출액은 12.02% 증가하였음
- 전체 수출량 중 농산 버섯은 19,822톤(99.4%), 49,644천 달러(95.4%)인 반면 임산버섯은 123톤(0.6%), 2,416천 달러(4.6%)로, 농산 버섯 위주의 수출 구조를 가지고 있음

〈표〉 한국 버섯 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구 분	2014		2015		2016		2017		2018	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
합 계	15,466.0	40,697.6	15,191.5	39,862.6	15,800	42,549	17,558.6	46,472.5	19,944.8	52,060
농산 버섯	15,397.0	36,918.5	15,079.1	36,606.1	15,611.6	37,931.7	17,452.5	42,478.4	19,821.8	49,644.4
양 송 이	3.5	185.7	2.9	11.3	21.7	109.3	33.3	135.4	10.9	22.5
영지버섯	20.3	438.5	13.4	352.0	4.7	54.3	7.8	84.0	1.6	88.5
느타리버섯	317.0	1,303.7	421.6	1,794.5	348.1	1,453.6	240.2	1,154.5	236.6	1,176.1
팽이버섯	10,235.5	18,131.1	9,193.6	16,417.1	9,348.2	16,518.5	10,615.6	18,787.4	12,032.4	21,479.3
새송이버섯	4,115.6	14,470.9	4,755.2	15,588.4	5,086.0	17,172.6	5,596.9	19,246.3	6,578.2	23,497.2
기타버섯	705.1	2,388.6	692.4	2,442.7	802.8	2,623.4	958.9	3,070.9	962.1	3,380.7
임산버섯*	69.0	3,779.1	112.4	3,256.5	188.4	4,617.3	106.1	3,994.1	123.0	2,415.6
송이버섯	8.3	2,406.5	8.3	1,151.9	10.2	1,502.7	9.9	1,802.5	3.7	554.4
표고버섯	60.6	1,369.8	103.1	2,086.4	175.4	2,982.4	95.2	2,164.4	118.6	1,840.8

출처 : KATI 2019

* 임산버섯 총계는 송로, 건조목이버섯을 포함

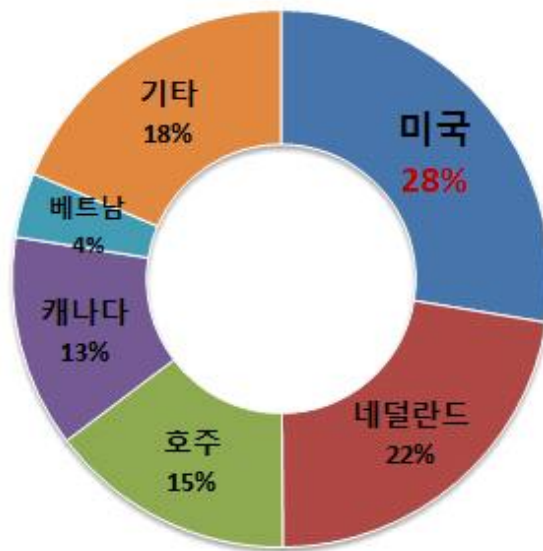
□ 농산 버섯 수출현황

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

- 2018년 수출액 기준 미국은 전체의 27.6%(13,719천 달러)를 차지하였으며 네덜란드 22.3%(11,080천 달러), 호주 14.8%(7,355천 달러), 캐나다 12.8%(6,366천 달러), 베트남 3.9%(1,932천 달러)가 그 뒤를 이음

<표> 한국 농산 버섯 주요 수출국

(단위 : %)



* 2018년 수출액 기준

(단위 : 톤, 천 달러)

2018년 수출액 기준	구분	2014		2015		2016		2017		2018	
		수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
	세계	15,397	36,919	15,079	36,606	15,612	37,932	17,453	42,478	19,822	49,644
1	미국	3,847	8,363	4,724	10,111	4,941	10,330	5,978	12,362	6,594	13,719
2	네덜란드	1,559	5,882	2,113	6,797	2,291	7,786	2,442	8,819	2,879	11,080
3	호주	1,749	4,245	1,945	4,635	2,449	5,350	2,733	6,402	3,043	7,355
4	캐나다	1,630	3,893	1,817	4,200	2,217	5,161	2,433	5,776	2,670	6,366
5	베트남	2,359	4,110	1,088	2,089	1,024	1,789	891	1,642	981	1,932

출처 : KATI 2019

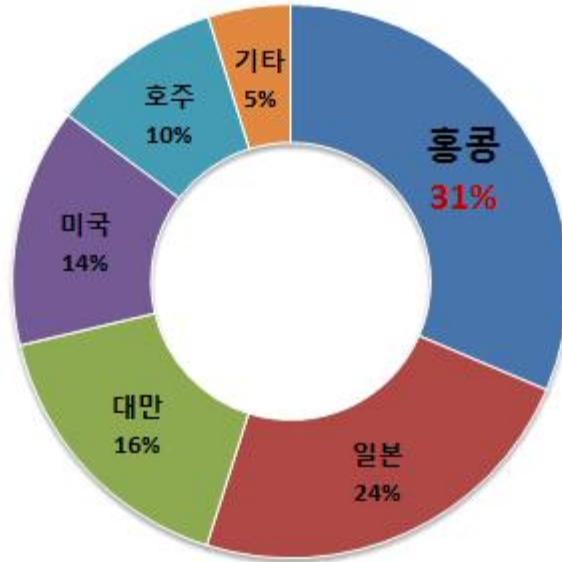
□ **임산버섯 수출현황**

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

- 주요 수출품목은 표고버섯이나, 일본으로는 새송이버섯을 주로 수출함

〈표〉 한국 임산버섯 주요 수출국

(단위 : %)



* 2018년 수출액 기준

(단위 : 톤, 천 달러)

2018년 수출액 기준	구분	2014		2015		2016		2017		2018	
		수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
	세계	69	3779	112	3257	188	4,617	106	3,994	123	2,416
1	홍콩	13	572	12	643	29	1,937	19	865	18	758
2	일본	12	2443	7	989	27	1,030	16	1,895	4	568
3	대만	18	322	43	717	47	767	13	321	30	396
4	미국	10	153	36	651	10	305	24	378	36	337
5	호주	12	176	10	152	18	288	16	235	18	242

출처 : KATI 2019

제 I 장 버섯 수출시장 마케팅 전략 구축

3. 세계 버섯 산업 현황

1. 수입 동향

2. 수출 동향

3. 수출시장 조사대상국 선정

1. 수입 동향

○ 전 세계 양송이버섯(HS CODE 0709.51)과 기타 버섯(HS CODE 0709.59)의 수입통계를 살펴보면 증가하고 있음을 알 수 있음. 2018년 수입액은 총 20억 6천 달러로 2014년에 비해 9.2% 증가

- 2018년 기준 버섯 주요 수입국은 영국으로 수입액 전체 15.3%(315,802천 달러)를 차지하며 수입액이 전년 대비 8.3% 증가하였음. 미국, 독일, 프랑스, 네덜란드, 쿠웨이트, 벨기에, 러시아, 스웨덴, 벨라루스가 그 뒤를 이음

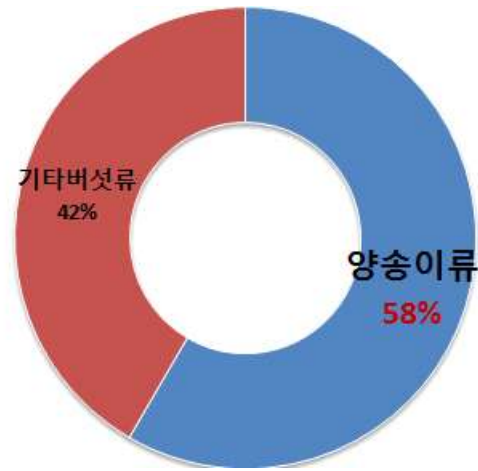
〈표〉 전 세계 버섯 주요 국가 수입통계

(단위 : 톤, 천 달러)

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

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 2018년 전체 수입액인 20억 6천 달러 중, 양송이버섯은 58.4%(12억 달러), 기타 버섯은 41.6%(8억 6천 달러)의 비중을 차지함



[그림] 전 세계 버섯 수입 현황

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 전체 버섯 수입액 순위 기준, 상위 5개국인 영국, 독일, 미국, 네덜란드, 프랑스의 품목별 수입 점유율을 비교해 본 결과 대부분의 국가에서 양송이(아가리쿠스) 버섯을 더 많이 수입하는 것으로 조사되었으나, 프랑스의 경우 기타 버섯의 수입이 더 많이 이루어짐

<표> 주요 5개국 점유율 비교

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

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

□ 양송이버섯 수입현황

- 영국, 미국, 독일이 2018년 기준 전체 수입액의 52%를 차지함. 이들 국가는 전통적으로 양송이버섯을 많이 소비하며, 영국에서 252,278천 달러(21%), 미국에서 227,559천 달러(19%), 독일에서 149,118천 달러(12%)를 수입하는 것으로 조사됨



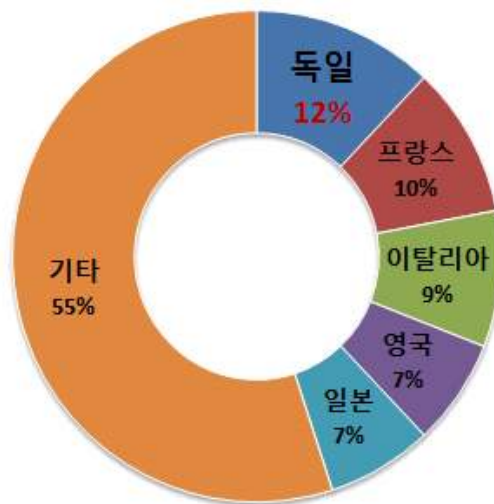
[그림] 양송이버섯 주요 수입국가

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

* 2018년 수입액 기준

□ 기타버섯 수입현황

- 상위 3개국인 전체 수입액의 31%를 차지하였으며, 독일, 프랑스, 이탈리아 순으로 103,685천 달러(12%), 86,748천 달러(10%), 73,329천 달러(9%)를 각각 수입함



[그림] 기타버섯 주요 수입국가

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

* 2018년 기준

2. 수출 동향

○ 전체 양송이버섯과 기타 버섯의 수출통계를 살펴보면 약간의 증감 폭이 있음. 2018년 전 세계 버섯 수출량은 약 71만 톤, 수출액은 19억 9천 달러로 2014년에 비해 수출량은 10.5%, 수입액은 13.2% 증가함

- 한국은 양송이버섯의 수출 비중은 그리 크지 않으나 기타 버섯으로 분류되는 팽이버섯, 새송이버섯 등의 수출 비중이 높아 10위를 차지함

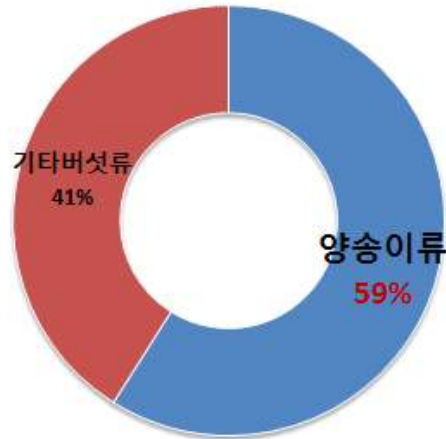
〈표〉 전 세계 버섯 주요 국가 수출통계

(단위 : 톤, 천 달러)

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

출처 : International Trade Centre (ITC) 2019

- 2018년 수출액인 19억 9천 달러 중 양송이버섯은 59%(11억 7천 달러), 기타 버섯은 41%(7억 1천 달러)의 비중을 차지함



[그림] 전 세계 버섯 수출 현황

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

* 2018년 수출액 기준

- 전체 버섯 수출액 순위 기준 폴란드, 네덜란드, 중국, 캐나다, 아일랜드는 세계 상위 5위안에 드는 주요 수출국으로 중국을 제외한 국가들의 경우 양송이버섯을 더 많이 수출하는 것으로 나타남

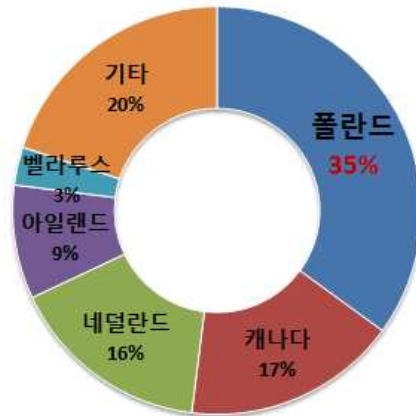
<표> 주요 5개국 수출 점유율 비교

국 가	양송이버섯 수출 점유율		기타버섯 수출 점유율	
	수출액	점유율	수출액	점유율
폴란드	411,343	35.1%	52,173	6.4%
네덜란드	193,153	16.5%	86,180	10.5%
중국	15,164	1.3%	194,396	23.7%
캐나다	193,153	16.5%	9,480	1.2%
아일랜드	103,721	8.8%	46	0.006%

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

□ 양송이버섯 수출동향

- 상위 5개국이 전체 수출액의 79.9%를 차지하였으며, 상위 5개국은 폴란드 35%, 캐나다 17%, 네덜란드 16%, 아일랜드 8.8%, 벨라루스 3.3%가 해당됨
- 양송이버섯의 경우 수입통계와 마찬가지로 수출액 기준 순위 상위 10개국 중 아시아 국가는 한 국가도 포함되지 않음. 이를 통해 생산 또한 미주 및 유럽 국가에서 많이 이루어지고 있음을 알 수 있음



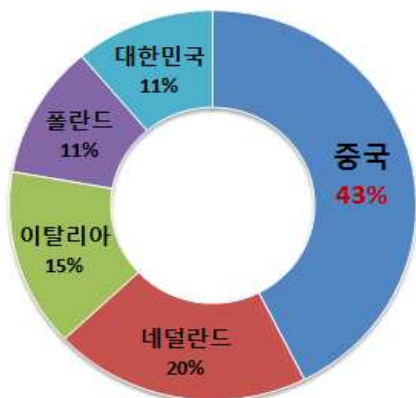
[그림] 양송이버섯 주요 수출국가

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

* 2018년 수출액 기준

□ 기타버섯 수출동향

- 상위 5개국이 전체 수출액의 대부분을 차지하고 있으며, 상위 5개국은 중국(43%), 네덜란드(20%), 이탈리아(15%), 폴란드(11%), 대한민국(11%)이 해당 됨
- 2017년 기타 버섯의 경우, 수출 1위 국가는 중국으로 전체 수출량의 23%에 해당하는 1억 9천만 달러를 수출하였으며 대한민국은 수출액 기준 5위로 약 6천백만 달러를 수출하였음



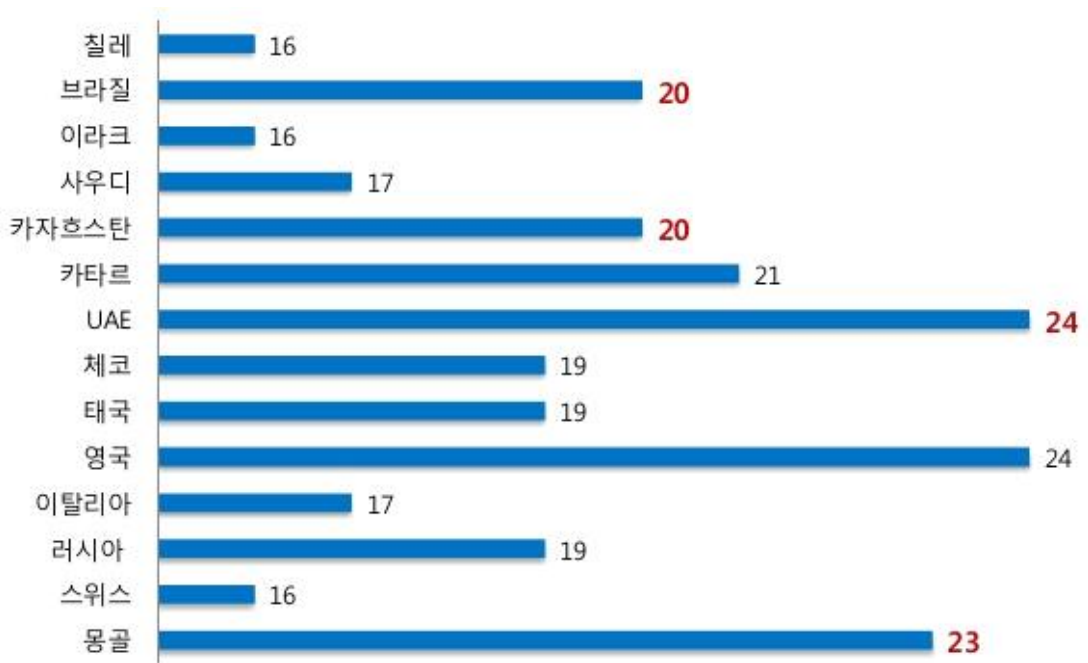
[그림] 기타버섯 주요 수출국가

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

* 2018년 수출액 기준

3. 수출시장 조사대상국 선정

- 본 연구과제는 2017년 1차년도(베트남, 인도네시아, 싱가포르, 홍콩, 인도/ 5개국), 2018년 2차년도(미국, 네덜란드, 독일, 호주, 캐나다, 영국, 프랑스/ 7개국)를 조사한 바 있음
- 3차년도 조사대상국 선정은 신규시장 진출 가능성이 있는 14개국 중에 각 국가별 경제상황과 한국산 버섯 수입량 및 전체 국가에 대한 버섯 수입량, 물류의 용이도 등을 점수화하여 검토함
 - 14국가에는 칠레, 브라질, 이라크, 사우디, 카자흐스탄, 카타르, UAE, 체코, 태국, 영국, 이탈리아, 러시아, 스위스, 몽골을 선정함
 - 신규시장 개척 필요성, 한국산 버섯 인지도 등을 고려하여 'Matrix 분석' 방법으로 카자흐스탄, 아랍에미리트(UAE), 몽골 시장 선정. 또한 버섯 시장의 공급보다 수요가 많으며, 국내 수출업체의 관심도가 높은 브라질을 추가로 선정함



[그림] 조사국가 선정

*Matrix분석방법을 이용하여 점수화함

제 I 장 버섯 수출시장 마케팅 전략 구축

4. 신규시장 마케팅 전략

1. 브라질
2. 몽골
3. 카자흐스탄
4. 아랍에미리트

1

브라질

브라질의 지역구분



- 남아메리카 동반부에 위치하는 국가로 수도는 브라질리아(Brasilia)이며, 최대 도시는 상파울루로 브라질리아 연방구와 26개의 주로 구성된 연방 국가
- 남아메리카에서 가장 큰 나라이며 세계에서 다섯 번째로 큰 면적과 다섯 번째로 인구가 많은 나라임

출처 : 위키백과

국 명	브라질 연방 공화국(The Federal Republic of Brazil)
수 도	브라질리아(Brasilia)
인 구	209,415,439명
면 적	8,511,965km ²
기 후	열대성(북부), 아열대성(중부), 온대성(남부) 연평균 기온은 23~24℃로 4계절 구분이 뚜렷하지 않음
민족 구성	백인(48.4%, 포르투갈계, 독일계, 이탈리아계, 스페인계, 폴란드계 등), 흑백혼혈(43.8%), 흑인(6.8%), 기타(1.2%: 일본계, 아랍계, 인디오)
언 어	포르투갈어
종 교	가톨릭(64.6%), 개신교(22.2%), 무교(8.0%), 기타
화폐 단위	크루제이루 (Cr\$.)
GDP	1,909.39십 억 USD

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr), CIA The World Factbook(www.cia.gov), 브라질 지리통계원(IBGE) 2019

1.1 국가개황

- 국토 면적은 약 851만km²로 세계에서 5위로 방대하며, 인구 역시 약 2억 명으로 절대적으로 소비시장이 큰 편임. 26개의 주와 1개의 연방구로 이루어져 있으며 주요 도시로는 상파울루, 리우데나제이루, 살바도르, 브라질리아, 포르탈레자 등이 있음
- 민족은 백인(47.7%), 물라토(흑백혼혈)(43.1%), 흑인(7.6%), 아시안(1.2%), 원주민(0.4%)으로 구성되어 있음. 주요 언어는 포르투갈어임

〈표〉 브라질 주요 경제지표

주요지표	단위	2016	2017	2018
인 구	백만 명	206.0	207.6	208.9
명목GDP	십억 달러	1,797	2,055	N/A
1인당 명목GDP	달러	8,720	9,895	N/A
실질성장률	%	-3.6	0.6	1.3
실 업 률	%	12.0	12.7	12.3
소비자물가상승률	%	6.29	2.91	3.69
재정수지(GDP대비)	%	-2.47	-1.69	-2.3

출처 : 대한무역투자진흥공사 2019

* N/A는 집계되지 않음을 의미

〈표〉 브라질 무역 경제지표

주요지표	단위	2016	2017	2018
총수출	백만 달러	185,235	217,739	219,967(1-11)
(對韓 수출)	백만 달러	2,881	3,077	N/A
총수입	백만 달러	137,552	150,749	150,748(1-11)
(對韓 수입)	백만 달러	5,448	5,239	N/A
무역수지	백만 달러	47,691	66,990	57,100
경상수지	백만 달러	-23,530	-38,875	N/A
환율(연평균)	현지국/US\$	3.48	3.20	3.85

출처 : 대한무역투자진흥공사 2019

* N/A는 집계되지 않음을 의미

1.2 물류

- 브라질은 거의 모든 남미 국가들과 국경을 맞대고 있어 도로 운송은 역내 교역의 자연스러운 방안으로 등장하게 되었으며, 다양한 도로망으로 이용되고 있음
- 약 150만km의 도로망이 있어 세계에서 12번째로 큰 도로 시스템을 갖춘 나라이나, 이 중 10% 이상 정도만 포장의 양호해 양에 비해 질이 현저히 떨어짐. 트럭 운송 산업이 철도나 수로 운송보다 3배 이상 비쌌음에도 불구하고 장·단거리 도로 운송을 지배함
- 해상운송의 경우 한국의 부산항과 연결되어있는 브라질 항구는 Santos, Itajai, Vitoria, Manaus 등이 있음. 부산항에서 출발해 Santos항, Itajai항, Vitoria항, Manaus항에 도착하기까지 소요되는 시간은 특별한 사정으로 지연되는 경우를 제외하고는 대략 30~38일이 걸림
- 브라질 최대의 물류 항인 Santos항에서 São Paulo, Campinas, Piracicaba, Belo Horizonte 시까지의 거리는 각각 76km, 169km, 237km, 680km임
- 인천국제공항에서 Viracopos 공항이나 Manaus 공항에 도착하기까지 소요되는 시간은 대략 3~7일인 것으로 나타남

〈표〉 브라질 해운 운임

한국선적항	단위	운임 USD (20' / 40' / 40' HQ)	Transit Time
부산	Santos	1600/2200/2500	Approx.34~35 days
	Itajai	1600/2200/2500	Approx.38 days
	Vitoria	2900/4500/4500	Approx.40~50 days
	Manaus	3100/5400/5400	Approx.46~58 days

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr)

주: 상기 가격 및 운송 기간은 선적시점 및 항공사에 따라 수시 변동

〈표〉 브라질 항공 운임

한국선적공항	브라질 도착공항	운임 USD (500kg 선적기준)	Transit Time
인천	Viracopos (São Paulo)	약 7달러/kg	Approx. 4~5 days
	Manaus	약 6달러/kg	Approx. 7 days

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr)

주: 상기 가격 및 운송 기간은 선적시점 및 항공사에 따라 수시 변동

〈표〉 브라질 내 육상운임

항구	도시	거리(km)	운임(USD)
Santos	São Paulo	76	700
	Campinas	169	1000
	Piracicaba	237	1300
	Belo Horizonte	680	3700
Vitoria	São Paulo	993	2600
	Campinas	1,050	3150
	Brasilia	1,3750	5058
Itajai	São Paulo	640	1900
	Campinas	680	2000
	Curitiba	216	950

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr)

주: 상기 가격 및 운송 기간은 선적시점 및 항공사에 따라 수시 변동

1.3 통관

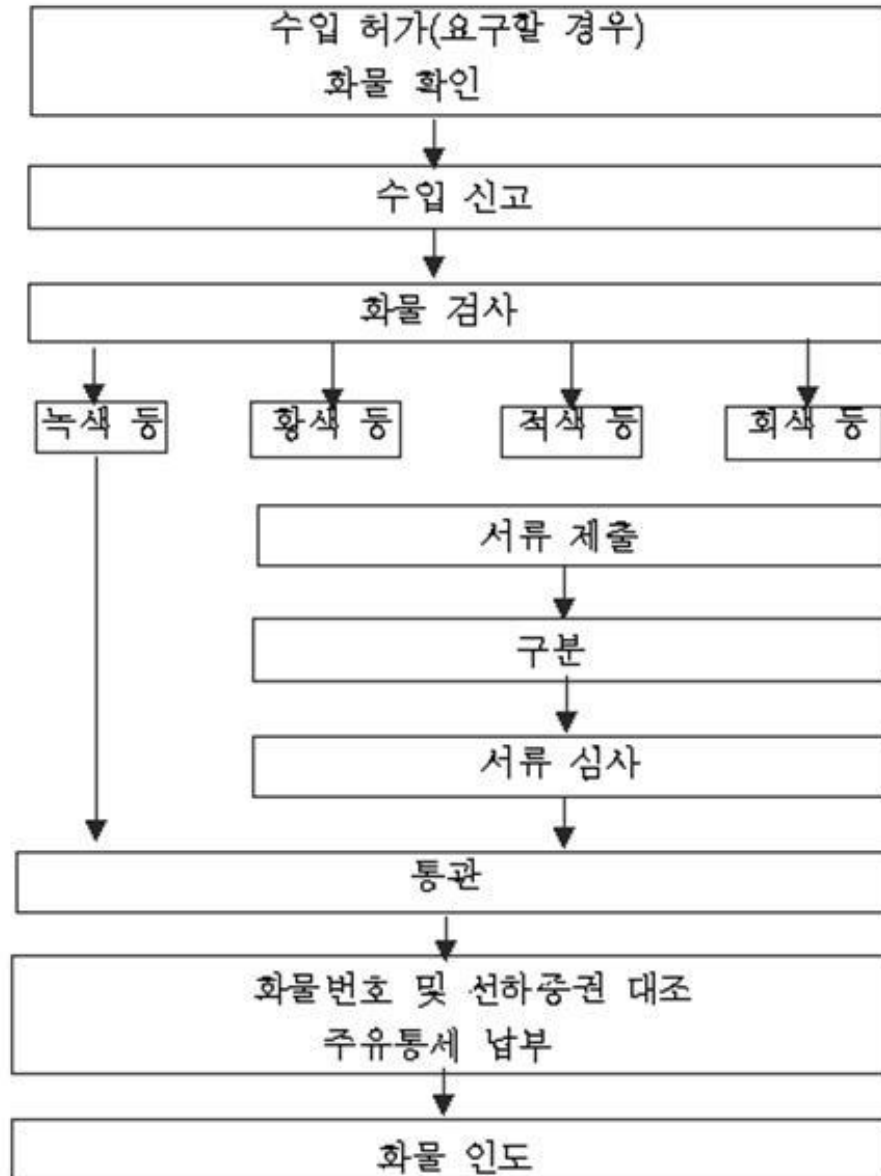
- 브라질 국제 무역부의 특별관리를 받는 제품이나 다른 정부 기관의 허가를 취득해야 하는 물품들은 선적 전 브라질 해당 기관으로부터 사전에 수입허가서를 취득해야 함. 사전 수입허가를 받아야 하는 대표적인 품목에는 중고품, 샘플, 기부품 등 무가 상품, 연구용품, 군수품, 방사능 물질, 원유, 원유가공품, 환경 유해물질, 항공기, 백색가전 완제품 등이 있음
- 상품이 브라질에 반입되면 수입자 또는 통관사는 SISCOMEX(전자무역시스템)을 통해 수입신고의 절차를 밟아야 하며, SISCOMEX는 자동적으로 세관 반출을 위한 화물검사를 지시함
- 브라질의 경우 통관 절차가 복잡하고 이해하기 어려운 방식으로 진행되는 경우가 많음. 세관의 파업 기간이 장기화 되는 경우, 오직 황색채널을 배정받은 물품만 통관을 진행하고, 그 진행속도는 현저히 줄어듦. 브라질은 FTAA(Free Trade Area of the Americas) 협상국 중 통관절차 및 기간이 가장 많이 소요되는 국가로 분류된 적도 있음

〈표〉 브라질 통관

Verde(녹색채널)	자동통관	전시회를 비롯해 모든 반입화물의 원활한 유통을 위한 최적의 채널
Amarelo(황색채널)	서류 정보 일치 여부 검사	Master Airway Bill, House Air way Bill 혹은 B/L, 상업송장 등 기본 서류 정보 검토
Vermelho(적색채널)	서류 정보 일치 여부 검사, 반입품 검토	반입품 정보와 서류상 정보가 일치해야 함
Cinza(회색채널)	서류 정보 일치 여부 검사 반입품 세밀 감정	기본적인 절차는 적색채널과 동일하지만 반입물품에 대한 세밀한 검토가 진행됨

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr)

- 통관 절차 소요시간은 반입품의 채널 배정에 따라 다르지만, 원칙적으로는 모든 반입품의 통관은 48시간 내 이루어져야 함
- 1CBM당 소모되는 통관비는 용역 시 반입품의 Gross Weight, Net Weight 그리고 물품의 가치에 따라 결정됨



[그림] 브라질의 통관절차 진행 과정

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr)

- 양송이버섯 HS CODE 0709.51 품목과 버섯 HS CODE 0709.59 품목은 2012년 이후 현재 10% 관세율을 적용받고 있음

1.4 검역제도

- 특정 상황에서 사용되는 검역(Quarantine)은 브라질에 존재하지 않는 해충/병균의 도입 및 확산을 예방하고 이를 위해 식물과 유사제품들, 생물학적 제어를 위한 유기체와 살아있는 동물들을 통제함
- 검역절차는 대부분의 식품에는 적용되지 않지만 원칙적으로 국내 반입 시 검사를 받을 수 있음
- 검역은 일반적으로 사육 또는 국내 반입되는 살아있는 동물을 대상으로 적용하며 연구를 위한 수입 식물의 표본에도 적용되는데 수입업자는 브라질 농축업부에 사전 문의를 해야 함
- 소비 또는 가공을 위한 식물 성분(과일 및 채소)과 식물 번식 성분(종자 및 모종)의 수입은 개별 병해충위험평가에 따라 2005년 3월 16일 n° 06의 규정에 의해 규제됨
 - 수입승인 식물제품(PVIA) 목록에 포함된 식물 성분만이 수입됨
 - 식물 종류, 식물 부분, 사용 목적, 원산지 등 구체적인 식물위생 검역 요건을 브라질 공식 신문(DOU)에 공표, 그러나 개별 병해충 위험평가는 비용과 시간이 많이 소요되는 과정이라는 점에서 수출국 입장에서는 장애물임

1.5 라벨링 규정

- 수출 시 수출업체는 수입업체가 송부한 상품 구성성분 등의 정보를 바탕으로 브라질 법령에 의거 해서 포르투갈어로 된 제품성분 분석표인 라벨을 제작해 각 제품에 부착하고, 제품의 정확한 사양 및 세율 분류와 제품 유통을 위한 적합한 포장 규격화를 실시하여야 함
- 브라질 정부는 모든 동물 관련 물품에 관해서 사전허가제를 진행하고 있으므로, 수출하기 위해서 수입업체, 혹은 중개업체를 통한 라벨링 허용은 필수적임
 - ANVISA가 규정하는 식품에 첨부하는 라벨에 관한 일반규칙에 따르면 가공식품표시 라벨에는 다음 내용이 표시되어야 함

가공식품 라벨 표시 목록

- ㉠ 제품명
- ㉡ 원재료 일람
- ㉢ 내용량(중량)
- ㉣ 원산지
- ㉤ 수입식품의 경우 수입업체의 명칭 및 주소
- ㉥ 로트(Lot) 식별: 회사코드, 제조일 또는 사용기한
 - 제조일(반드시 겉 포장용기에 표기)
 - 유통기한(생산자로부터 결정된 품질수명)
- ㉦ 유통(소비)기한
- ㉧ 특별히 필요한 취급사항
- ㉨ 조리법이나 사용법의 설명(필요할 경우)
- ㉩ 특별 보관방법(필요할 경우)



출처 : 농수산식품유통 버섯 해외시장맞춤보고서 2014

- 알레르기를 유발할 수 있는 17가지 식품에 대해 식품성분 표시 의무화 제도에 따라 표시하여야 함
- 2008년 3월 12일자 Normative Resolution No.5는 LMO 및 파생식품에 유전자 변형 원료가 1%라도 함유되어 있을 경우에는 소비자가 반드시 해당 원료의 특징에 대해 알아야 한다고 규정함
- 정부가 발행한 GMO 인증표시를 부착(삼각형으로 상징됨)하고, 성분표시 의무화, 생산품·원자재를 표시해야 함(곡물 종류, 혹은 혼합의 경우 분리 표시)
- GMO 식품의 경우 포장지에 T문자를 명기해야 하며 원재료의 유전자 변형 물질 여부에 대한 정보도 포함해야 함
- 2003년 ANVISA 법령에는 라벨에 필요한 식품의 용량표시에 관한 기술적 규칙과 포장된 식품의 영양표시에 관한 규칙들이 정해져 있는데 표시 의무사항은 열량, 탄수화물, 단백질, 총지방량, 포화지방산, 트랜스지방산, 식물섬유, 나트륨에 대한 정보임

1.6 유통 현황

- 브라질은 중남미 국가 중에서 슈퍼마켓과 하이퍼마켓이 판매를 리드하여 점유율 5.4%를 차지하는 유일한 국가로 이러한 특징은 과거 대규모 유통체인이 저렴한 가격으로 물품을 소비자에게 제공하였기 때문으로 분석됨
- 다른 중남미 국가들은 전통적인 소매, 잡화점, 제과점, 정육점 등이 전체 판매의 67% 차지함

- 브라질 유통구조는 크게 재래식 시장과 현대식 시장으로 구분됨
 - 재래식 시장의 경우 중산층, 저소득층이 주요 고객층으로 철저한 가격경쟁 중심, 비공식적인 유통구조가 특징으로 브랜드 이미지, 마케팅보다는 가격 경쟁력이 중요
 - 현대식 시장은 고소득층이 주요 고객층으로 품질, 디자인이 주요 소비요인이 되고 있으며 경쟁적이며 공식적인 유통경로를 통해 제품이 유통됨
- 슈퍼마켓과 하이퍼마켓 등 대형유통업체에서 주로 신선농산물을 판매하고 있으며 노동 인구의 증가로 소매점, 편의점, 인터넷쇼핑몰과 같이 더 편리하고 다양한 경로를 통해서 신선 농산물을 구매하는 경향을 보임
 - 온라인에서 소비자들은 상품검색, 주문, 배달서비스를 통해 편리함을 제공받음으로써 주요 유통망으로 인식되고 있음
- CEASA는 공공공급센터(Supply Centers)로 주가 소유한 기업 또는 조인트벤처형태이며 도매와 지역 차원의 마케팅, 홍보 등으로 시장이 활성화되어 있음. 주, 지역 정부와 동업관계를 맺는 CEASA는 브라질 수도에 위치하고 있음
 - CEASA 그룹은 연간 운영 재정이 100억 원 이상이며 분권화된 네트워크와 약 40개의 행정단위, 53개의 주요 비즈니스 단위와 많은 수의 소규모 단위로 구성되며, 도시에 식품 공급의 상당 부분을 담당하고 있음
- 현지 유통업체들이 제품을 직접 수입하는 것이 아니라 수입상을 통해 구매하는 형태이며 주로 가격이 낮은 제품을 구매하기 때문에 가격을 중요시 여김
 - 특히 브라질 수입바이어들은 신뢰관계를 중요하게 생각하는 문화로, 거래업체를 잘 바꾸려하지 않음

브라질 농수산물 유통흐름



출처 : 농수산식품유통공사 버섯 해외시장맞춤보고서 2014

1.7 버섯시장 동향

1.7.1 버섯 생산 동향

- 브라질 버섯 생산은 기후의 영향으로 주로 남부 및 남동부 지역에서 생산됨. 브라질 내 상파울루주의 도시인 Mogi das Cruzes시에서 아가리쿠스 버섯이 많이 생산되며, 이는 상파울루시에서 50km 떨어진 곳으로 일본계 후손들이 많이 거주하는 농업 도시임
 - 브라질의 연간 아가리쿠스 버섯 생산량은 약 10,000톤이며 통조림 가공과 건조형태로 판매됨
- 브라질에서 생산되는 신선 버섯은 대부분 일본 기술로 재배되고 있어 대규모 시설을 보유하고 있으나 시설이 낙후되어 있어 전반적인 버섯 생산량은 낮은 편임
- 브라질 내 버섯 산업이 크지 않아 FAOSTAT에 버섯 생산 통계정보를 찾을 수 없었으며 통계 기관마다 조사대상 모집단이 다르기 때문에 조사기관에 따라 자료가 생산량의 차이가 나타남

〈표〉 브라질 버섯 생산 현황

구분	2018년 생산량
브라질 농축산부	미발표
브라질 농업 연구청	23.3천 톤
전국버섯재배자협회	12천 톤

출처 : AMI 자체조사

- 최근 브라질은 버섯 생산 및 상품 제조에 많은 투자를 기울이고 있으며 특히 만가닥 버섯과 표고버섯을 주요 품종으로 생산하고 있음
 - 브라질 농업 연구원의 자료에 따르면, 품종별 생산량의 경우 양송이버섯(Campignon)은 9천 톤, 만가닥버섯(Shimeji)은 8.5천 톤, 표고버섯(Shitake)은 5천 톤이 생산되는 것으로 조사됨. 그 외 느타리버섯이나 팽이버섯의 생산 자료는 조사되지 않음
 - 만가닥버섯과 표고버섯의 경우, 경제 중심지이자 가장 큰 소비시장인 상파울루시를 중심으로 미나스 제라이스주 남부지역과 파라나주 북부지역에서 소규모 단위로 생산하는 것으로 조사됨

1.7.2 버섯 수입 동향

- 국제무역센터(ITC)의 통계에 따르면, 2018년 전 세계 시장 내에서 브라질이 차지하는 기타 버섯(HS CODE 0709.59) 수입 규모는 133천 달러로 2018년 수입액 기준 77위, 0.01%의 비중을 차지함. 수입량의 경우, 국제무역센터의 통계자료에 집계되지 않음

〈표〉 기타버섯(HS CODE 0709.59) 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2018년 수입액 기준 순위	구 분	2015		2016		2017		2018	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세 계	190,508	738,845	196,892	729,623	192,343	769,804	238,564	890,503
1	독 일	21,069	94,043	23,872	100,418	23,758	100,419	20,812	99,121
2	프 랑 스	21,809	73,279	19,145	71,770	17,991	71,880	20,418	86,621
3	이탈리아	10,169	52,509	7,313	45,500	7,497	68,664	6,717	73,329
4	미 국	10,139	54,890	9,852	52,862	9,981	44,404	11,225	63,524
5	일 본	3,578	59,121	3,213	60,912	3,108	64,669	2,923	58,963
77	브라질	-	94	-	140	-	89	-	133

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 국제무역센터(ITC)의 통계에 따르면, 2018년 브라질의 버섯류(HS CODE 0709.51 + HS CODE 0709.59) 주요 수입국은 이탈리아, 칠레이며, 우리나라로부터 버섯 수입이 이루어지고 있으나 그 물량이 매우 적어 통계에 잡히지 않음

- 이탈리아와 칠레에서 정확히 어떤 품종의 버섯을 수입하고 있는지는 조사 불가능 하였으나, 단위당 가격이 높은 것으로 보아 주로 고가품에 속하는 송로버섯(truffle)을 수입하는 것으로 추정됨

〈표〉 브라질의 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2018년 수입액 순위	구분	2014		2015		2016		2017		2018	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세계	1033	2768	2604	6018	4	151	0	89	0	133
1	이탈리아	3	116	0	94	0	140	0	89	0	127
2	칠레	-	0	-	0	-	0	-	0	0	5

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 가공 및 조리된 기타 버섯(HS CODE 0711.59)의 경우, 중국에서 가장 많은 양을 수입하는 것으로 나타남. 중국으로부터 수입이 차지하는 비중은 수입량, 수입액 모두 98% 이상이며 대부분 가격이 저렴한 것으로 조사됨

〈표〉 브라질 가공 및 조리 기타 버섯 수입 현황

(단위 : kg, 달러)

2019년 수입액 기준 순위	2016		2017		2018		2019(1~6월)	
	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
전체	797,264	826,406	1,228,592	1,659,021	450,462	735,189	408,824	660,964
중국	780,040	813,920	1,228,442	1,657,623	450,390	734,440	408,794	660,674
프랑스	17,200	221	150	1,398	72	749	30	290
폴란드	24	12,265	-	-	-	-	-	-

출처 : Comex Stat(www.comexstat.mdic.goc.br)

- 건조 형태의 기타 버섯 수입 동향은 근접 국가인 페루에서 가장 많은 양이 수입되고 있음. 그다음으로는 중국과 이탈리아가 주요 수입국으로 나타남

〈표〉 브라질 건조 기타 버섯 수입 현황

(단위 : kg, 달러)

2019년 수입액 기준순위	2016		2017		2018		2019(1~6월)	
	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
전체	202,671	2,130,711	262,507	2,072,082	277,951	2,163,332	162,222	1,126,348
페루	97,914	886,705	157,107	919,329	164,819	826,017	111,925	575,156
중국	83,412	827,561	71,420	672,622	102,873	952,078	47,596	403,794
이태리	5,047	230,371	3,544	223,007	5,193	251,776	2,511	125,282
미국	15	5,879	640	24,320	1,260	48,465	42	16,070
칠레	11,713	163,041	20,980	197,382	3,504	68,256	-	-
기타	4,570	17,154	8,816	35,422	302	16,740	146	6,046

출처 : Comex Stat(www.comexstat.mdic.goc.br)

1.7.3 對브라질 수출 동향

- 브라질로 수출되고 있는 농산물은 해마다 약간의 증감은 있으나 전체적으로 2015년 대비 수출량은 감소하였으나 수출액은 증가하는 추세임

〈표〉 對브라질 농수산 식품 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	2014		2015		2016		2017		2018	
	중량	금액	중량	금액	중량	금액	중량	금액	중량	금액
농수산식품-계	8,930	18,010	6,487	12,918	5,426	10,075	5,916	15,926	6,050	12,912
농산물-계	72,898	15,187	59,019	11,516	51,859	91,884	52,686	10,339	51,037	10,635
버섯류(농산물)-계	-	-	-	-	0	0	0.0128	33\$	0.0146	6\$

출처 : KATI(www.kati.net) 2019

- 브라질로의 버섯 수출량은 2018년 146kg으로 타 국가에 비해 수출량과 수출액이 매우 미미함

〈표〉 對브라질 버섯류(농산) 수출 현황

(단위 : kg, \$)

구분	2014		2015		2016		2017		2018	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
버섯류(농산물)-계	-	-	-	-	-	-	128	33	146	6
양송이-계	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
느타리버섯-계	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
팽이버섯-계	-	-	-	-	-	-	2	6	0	0
새송이버섯-계	-	-	-	-	-	-	1.2	4	146	6
기타버섯-계	-	-	-	-	-	-	9.6	23	0	0

출처 : KATI(www.kati.net) 2019

- 브라질은 남미공동시장 회원국으로서 대외공통관세를 사용하며, 수입관세, 공업세, 유통세, 사회보장세가 누진적용 됨
- 유통세의 경우 주마다 유통세율이 상이하며(상파울루주 경우 18%), 수입자는 수입 시 부담하였던 금액을 판매 시 환급받음
- 하기 관세부과 시뮬레이션은 CIF가격을 10USD로 가정하고, 세금을 누진 적용하여 최종가격을 산출한 것으로, 실제 세금 적용 시 주유통세, 사회보장세 등에 따라 달라질 수 있음

신선 및 건조버섯

조 건		
CIF 가격	10	USD
수입관세 (I.I)	10	%
공업세 (IPI)	0	%
유통세 (ICMS)	2.1	%
사회보장세 (PIS/Cofins)	9.65	%
관세부가 시뮬레이션		
CIF 가격	10.00	USD
수입관세 (I.I)	10.00	%
수입관세 산정가격	1.00	USD
공업세 산정기준 (CIF+I.I)	11.00	USD
공업세 (IPI)	0.00	%
공업세 산정가격	0.00	USD
유통세 산정기준 (CIF+I.I+IPI)	11.00	USD
새로운 유통세 산정기준 $[(CIF+I.I+IPI)*100]/(100-ICMS)$	11.24	USD
유통세 (ICMS)	2.10	%
유통세 산정가격	0.24	USD
사회보장세 산정기준 (CIF+I.I+IPI+ICMS)	11.47	USD
사회보장세 (PIS/Cofins)	9.65	%
사회보장세 산정가격 (수입자부담)	1.11	USD
최종 수입가격	12.34	USD

가공 및 조림버섯

조 건		
CIF 가격	10	USD
수입관세 (I.I)	10	%
공업세 (IPI)	0	%
유통세 (ICMS)	2.1	%
사회보장세 (PIS/Cofins)	9.65	%

관세부가 시뮬레이션		
CIF 가격	10.00	USD
수입관세 (I.I)	10.00	%
수입관세 산정가격	1.00	USD
공업세 산정기준 (CIF+I.I)	11.00	USD
공업세 (IPI)	5.00	%
공업세 산정가격	0.55	USD
유통세 산정기준 (CIF+I.I+IPI)	11.55	USD
새로운 유통세 산정기준 $[(CIF+I.I+IPI)*100]/(100-ICMS)$	11.80	USD
유통세 (ICMS)	2.10	%
유통세 산정가격	0.25	USD
사회보장세 산정기준 (CIF+I.I+IPI+ICMS)	12.05	USD
사회보장세 (PIS/Cofins)	9.65	%
사회보장세 산정가격 (수입자부담)	1.16	USD
최종 수입가격	12.96	USD

1.7.4. 주요 버섯 생산 업체

① Grupo Urakami

설립연도	1988년
주 소	Estrada Municipal Masataki Takizawa, s/n 으, Mogi das Cruzes-SP, CEP 08760-500
홈페이지	www.cogumelosurakami.com.br
이 메 일	contato@cogumelosurakami.com
연 락 처	(+55 11) 4721.4078 / 4723.1172 / 4722.4117

회사개요

- Urakami Group은 1988년 상파울루주의 Mogi das Cruzes시에 설립되었으며 이 지역은 전국 버섯 생산의 주요 생산지임
- Urakami Group은 브라질의 신선한 버섯 재배의 지침표 역할을 하는 자연산 식용 버섯 유통 업체로써 라틴 아메리카에서 가장 큰 Black Shimeji 의 생산업체이며 브라질에서 Enoki 및 Shimeji Premium 품종을 처음으로 재배한 업체임
- 살충제를 전혀 사용하지 않고 일본의 고급 기술을 통해 제품의 품질을 엄격히 관리하고 모니터링하고 있음
- 설립 당시 작은 공간에서 월평균 300kg의 Shimeji 품종을 생산을 시작으로 현재는 월평균 55톤을 생산하는 라틴 아메리카에서 가장 큰 동 품종(shimeji) 생산업체이며 이외의 다른 6가지 (Shimeji Black, Eryngui, Shiitake, Enoki, Portobello, Champignon 및 Nameko) 품종의 식용 버섯들과 함께 브라질 시장 전 지역의 유통업체, 소매점 및 레스토랑에 공급하고 있음.

브랜드 로고



생산품종



② SÍTIO CAMPEÃO

설립연도	1979년
주 소	Estrada das Aroeiras, KM 27. Bairro Taiapuêba. Mogi das Cruzes-SP
홈페이지	www.scampeao.com.br
이 메 일	contato@scampeao.com.br
연 락 처	(+55 11) 4724-0215

회사개요

- SÍTIO CAMPEÃO (시찌우 캄페영)은 브라질 전국의 버섯 생산의 80 %를 담당하는 상파울루 주의 Mogi das Cruzes시에 위치
- 40년 노하우로 식용버섯 재배 및 생산까지 이지역에서 인정받는 최대 단일 품종 생산업체
- 유럽과 아시아 국가에서 가져온 현대식 재배 장비에 지속적으로 투자하고 있으며 현재 현대식 종자 실험실을 갖춘 72개의 배양 챔버와 7개의 저온 살균 터널이 있으며 매년 평균 1,800 톤을 생산함

브랜드 로고



생산품종

CHAMPIGNON DE PARIS



SHIMEJI



SHITAKE



1.7.5. 식품 소비 동향

- 다양한 인종과 민족으로 이루어진 이민 국가로 유럽계·아프리카계·아시아계 등 다양한 이민자의 영향을 받아 타 문화에 대한 수용도가 높은 편으로 식문화 역시 주식은 쌀과 콩·고기·빵·감자 등이나 지역별로 원주민과 유럽의 식문화, 중동과 아프리카 식문화 및 일본과 중국의 식문화 등이 다양하게 어우러져 있음

- 브라질은 빈부격차가 매우 심한 편으로 소비구조가 이분화되어 고소득층의 경우 선진국의 유명 브랜드, 고가의 고품질 제품을 선호하는 등 작은 시장규모에 비해 소비력이 상상을 초월하지만 인구의 대다수를 차지하는 중산층 이하의 경우 품질보다는 가격위주의 구매 선호

- 장기간의 경기침체로 인해 저소득층이 주를 이루는 브라질에서는 품질보다 가격이 결정적인 구매요인으로 작용하며, 브랜드 상품을 구매하던 중산층 소비자도 저가의 비슷한 상품으로 소비를 대체하려는 경향이 지배적임

- 도시가구의 35% 이상이 1인 또는 2인 가구로 구성되어 있으며, 이들은 요리를 할 시간이 적고 편의성을 추구하기 때문에 도시지역을 기반으로 간편식에 대한 소비가 급격하게 증가하고 있음

- 대도시의 20대 중반~30대 초반 중산층 및 고소득층이 편리성을 추구하며 온라인을 통한 식음료 소비를 주도한 것으로 나타남
 - 온라인 쇼핑을 하는 가장 흔한 기기인 PC에 더불어 최근 모바일 앱을 활용한 온라인 쇼핑이 인기를 얻기 시작

1.7.6. 버섯 유통 현황

- 브라질 버섯 시장은 공급보다 수요가 많은 상황으로 대부분 수입을 통해 수요를 충족하고 있음
- 브라질의 연간 1인당 버섯 소비량도 생산량 통계와 마찬가지로 발표 기관에 따라 편차가 크게 나타남. 평균적으로 브라질 소비자들은 연간 약 210g의 버섯을 소비하는 것으로 나타남
 - 독일 3.5kg, 프랑스 2kg, 이탈리아 1.3kg과 비교하면 매우 소량을 소비함

〈표〉 브라질 연간 1인당 버섯 소비량

구 분	2018년 1인당 소비량
브라질 농축산부	200
브라질 농업 연구청	280
전국버섯재배자협회	160











단위 : g

출처 : 자체조사

- 하지만 최근 건강에 대한 관심과 신선재료, 영양 식품에 대한 관심이 증가함에 따라 버섯의 소비가 늘어나고 있음
- 브라질 내에서 표고버섯은 새로운 사업으로 자리 잡고 있으며 레스토랑, 가정, 호텔, 소매점, 슈퍼마켓 등에서 다양하게 소비되는 추세이나 아직은 미미함
 - 표고버섯에 대한 소비자들의 관심과 소비가 증가하고 있으며 그 다음으로는 양송이버섯, 느타리버섯, 흰들버섯 순임
- 브라질의 버섯 생산량 중에서 약 60%는 신선 버섯으로 소비되며 40% 정도는 가공 식품으로 소비되고 있음
- 브라질 내 버섯가공식품은 중국에서 수입되고 있는 조림 제품이 있지만, 그 양이 미미하며, 주로 버섯을 건조 시킨 제품을 페루와 중국에서 수입함. 건조제품에 대한 선호도가 높아 버섯 가공제품의 수출 가능성이 높음
- 브라질 내에서 일반적으로 생산, 유통 및 소비되는 버섯은 양송이버섯(Agaricus bisporus), 큰 양송이(Portobello), 만가닥버섯(Shimeji), 표고버섯(Lentinula edodes) 4종임. 그 외 새송이버섯, 팽이버섯, 느타리버섯은 시장진입 초기 단계로 아직 일반화되어 있지 않음
 - 브라질 가정 및 식당에서 조리용으로 가장 많이 사용되는 버섯은 양송이버섯으로, 신선 버섯보다는 가공 및 조림이 되어있는 경우가 일반적임
 - 만가닥버섯과 표고버섯의 경우, 최근 10년 전부터 일본 음식 붐으로 수요가 차츰 증가하고 있으며 양송이버섯과 마찬가지로 가공 형태로 많이 소비됨

* 1R\$=311.32원, 2019.08.01. 현지출장일 기준

□ 양송이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	Fazenda São Jose 브라질 200g		9.89R\$ (4.95R\$/100g)
			3,079원 (1,514원/100g)
	Fazenda São Jose 브라질 200g		20.79R\$ (10.40R\$/100g)
			6,472원 (3,238원/100g)
	ZUCA 브라질 200g		15.90R\$ (7.95R\$/100g)
			4,950원 (2,475원/100g)
	SITIO LEE 브라질 400g		7.50R\$ (1.87R\$/100g)
			2,335원 (582원/100g)
	Bela Horta 브라질 200g		6.99R\$ (3.50R\$/100g)
			2,176원 (1,090원/100g)
	URAKAMI 브라질 250g	오투기 슈퍼 (한인상가)	10.00R\$ (4R\$/100g)
			3,113원 (1,245원/100g)

□ 표고버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	ZUCA Cogumelos Shitake 브라질 200g		15.90R\$ (7.95R\$/100g)
			4,950원 (2,475원/100g)
	Selection 브라질 150g		17.69R\$ (11.79R\$/100g)
			5,507원 (3,670원/100g)
	ZUCA Cogumelos Shitake Organica 브라질 200g		22.69R\$ (11.35R\$/100g)
			7,064원 (3,533원/100g)
	URAKAMI cogumelo shitake 브라질 200g	오뚜기 슈퍼 (한인상가)	11.50R\$ (5.75R\$/100g)
			3,580원 (1,790원/100g)
	Bela Horta 브라질 200g		9.45R\$ (4.73R\$/100g)
			2,942원 (1,473원/100g)
	HICHIBRA 브라질 200g		8.99R\$ (4.50R\$/100g)
			2,799원 (1,401원/100g)

□ 만가다버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	ZUCA Cogumelos Shimeji 브라질 200g		9.79R\$ (4.86R\$/100g)
			3,048원 (1,513원/100g)
	Selection Cogumelos frescos Shimeji 브라질 150g		9.89R\$ (6.59R\$/100g)
			3,079원 (2,052원/100g)
	Taeq Cogumelos Shimeji Organico 브라질 150g		14.39R\$ (9.59R\$/100g)
			4,480원 (2,986원/100g)
	NATURALLE shimeji branco 브라질 200g	오뚜기 슈퍼 (한인상가)	4.50R\$ (2.25R\$/100g)
			1,401원 (700원/100g)
	LIN Shimeji branco 브라질 200g		3.90R\$ (1.95R\$/100g)
			1,214원 (607원/100g)
	Bela Horta Shimeji 브라질 200g		3.89R\$ (1.95R\$/100g)
			1,211원 (607원/100g)
	URAKAMI cogumelo shimeji 브라질 200g	오뚜기 슈퍼 (한인상가)	10.50R\$ (5.25R\$/100g)
			3,269원 (1,634원/100g)

8. 수출확대전략

8.1. 3C분석

<p>Customers</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 브라질은 포르투갈계, 독일계, 이탈리아계, 스페인계, 일본계, 아랍계, 인디계 등 다양한 인종과 민족으로 이루어짐 • 타 국가에 비해 브라질의 연간 버섯 소비량은 미미한 실정임 • 신선 버섯보다는 버섯 원료가 함유된 가공품(조림, 건조 등) 소비 비율이 높음
<p>Competitors (이탈리아산, 현지산, 중국산, 페루산)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 브라질은 신선 버섯의 전체 96%를 이탈리아에서 수입하며 단위당 가격이 높은 송로버섯을 주로 수입함 • 양송이버섯, 표고버섯, 만가닥버섯의 경우에는 현지산 제품이 대형마트와 한인마트에서 판매되며, 진열되어 있는 버섯 종류가 많지 않음 • 버섯 조림 제품은 거의 중국에서 수입되고 있으나 미미하며, 주로 버섯을 건조시킨 제품을 페루와 중국에서 수입하여 건조제품에 대한 선호도가 높음
<p>Company</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 버섯의 수입물량은 전무하며 한국산에 대한 버섯의 인지도는 낮은 편임 • 대형유통업체에서 신선농산물을 주로 판매하고 있기 때문에 수입업체를 통한 한국산 버섯을 판매해야 하며, 가공제품의 수출 가능성이 높음 • 브라질 바이어들은 신뢰관계를 중요하게 생각하기 때문에 좋은 품질과 물량준수로 신뢰도를 쌓아가야 함

8.2. SWOT분석 및 최적전략

강점 (Strength)	기회(Opportunity)
<ul style="list-style-type: none"> • 아가리쿠스버섯, 흰들버섯을 주로 재배하며 그 외 버섯은 수입에 의존 • 전반적으로 낮은 버섯 생산량 	<ul style="list-style-type: none"> • 건강식 및 웰빙에 대한 인기 증가 • 다양한 인종으로 구성되어 있어 타깃 소비자 층의 다양화 • 중남미 최대시장으로 인구수가 많음 • 높은 버섯가공품 소비량
약점(Weakness)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 버섯에 대한 낮은 인지도 • 홍보 등 마케팅 능력 부족 • 낮은 가격경쟁력 	<ul style="list-style-type: none"> • 장거리 물류이동 시간으로 인한 유통기한 문제 등 물리적 수송 한계 • 물류 인프라 시설 낙후로 인한 비싼 물류비용 • 높은 진입장벽과 보호무역주의 팽배 • 빈번한 검역제도 변경
SO전략 (강점-기회)	<ul style="list-style-type: none"> • 표고버섯에 대한 소비 증가 추세에 따라 고품질의 한국산 표고버섯 수출 방안 마련 필요 • 안전한 제품임을 강조하거나 건강에의 이점을 홍보하여 소비자들에게 한국산 버섯의 긍정적인 이미지 각인
WO전략 (약점-기회)	<ul style="list-style-type: none"> • 신선 버섯보다 가공품을 선호하는 소비자 니즈에 따라 다양한 한국산 버섯가공품 수출로 시장 확대 방안 마련 필요 • 고소득층 소비자가 선호하는 한국산 버섯 이미지를 구축하여 고품격 이미지 전략을 수립 • 효과적인 한국버섯 홍보 전략을 통해 중남미 최대시장을 적절히 활용
ST전략 (강점-위협)	<ul style="list-style-type: none"> • 검역제도 등 진입장벽이 높으므로 장기적으로 현지화 전략 마련 • 브라질에서 재배되지 않는 한국산 버섯 판매 가능성 검토 필요 • 높은 물류비용으로 인해 가격 경쟁력은 낮지만 다양한 버섯 품목을 수출함으로써 한국산 제품에 대한 인지도 제고 • 한국산 버섯의 맛과 품질을 부각한 차별화 전략 모색 필요
WT전략 (약점-위협)	<ul style="list-style-type: none"> • 적은 유통채널로 인한 애로사항에 대해 많은 정보 제공과 업체 간 협력 등 해결방안 모색 필요 • 대형유통매장, 편의점 등 유통매장 기반이 열악한 브라질에 진출을 희망하는 수출업체에 물류비 지원 등 높은 물류비용을 해결할 수 있는 방안 모색 필요

8.3. STP분석

<p>Segmentation (시장 세분화)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 지역별 · 인구별 시장 구분 : 상파울루 • 상파울루는 브라질 최대 도시이자 중남미에서 두 번째로 큰 도시로, Carrefour, extra, MARUKAI 등 대형유통매장이 밀집해 있음 • 브라질 내에서 가장 많은 인구가 살고 있는 지역으로 각종 상공업이 발달한 브라질 경제 중심지임
<p>Targeting (목표시장 설정)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 우선 목표시장 : 한인마트 • 한인 식품 마켓, 아시아계 마켓에도 한국산 버섯을 판매하고 있지 않아 한인 마트를 이용하는 소비자들을 대상으로 목표시장 설정 • 현지 거주인구 중심의 마켓을 우선적으로 타깃 시장으로 설정 운영 • 일본계 유통채널은 이미 브라질 전반에 걸쳐 확대되어 있으므로 이 채널을 활용하여 한국버섯 유통을 고려 ▶ 장기 목표시장 : 대형마트 및 온라인 마켓 • 현지 대형마트는 수입 버섯가공품을 판매하므로 새로운 제품에 거부감이 적은 소비자 대상 • 온라인 마케팅의 영향력 급상승
<p>Positioning (제품 포지셔닝)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 한국산 버섯에 대한 포지셔닝은 거의 전무한 실정 • 한국산 버섯에 대한 구매경험이 낮은 수준으로 타 품목, 타국산 수준의 구매 경험률 수준으로 목표설정 • 한국 버섯에 대한 적극적인 홍보 및 판촉전이 선행되어야 하며, 이를 통해 소비자들의 한국산 버섯 인지도를 제고해야 함 • 한국 버섯 인지도 제고를 위해 중기적으로 브라질 중상류층을 타깃으로 한국식품 판매와 더불어 병행 홍보 필요

8.4. 4C전략

Customer Value

▶ **버섯가공품을 선호하는 현지 소비자 니즈에 따라 표고버섯을 함유한 통조림 또는 건조제품 수출**

- 브라질은 신선 버섯 보다 가공품 형태로 소비를 많이 하기 때문에 브라질에서 재배되지 않는 양송이버섯, 새송이버섯, 팽이버섯 등을 이용한 가공제품을 현지 소비자 입맛에 맞게 제조하여 수출
- 최근 ‘식품 안전성’에 대한 관심이 커지고 있으므로 좋은 품질의 제품을 공급하여 안전하게 믿고 먹을 수 있는 한국버섯의 이미지 생성

Cost

▶ **물류비 지원 정책을 통한 비용 절감 및 가격 경쟁력 확보 필요**

- 높은 물류비용으로 인해 이탈리아 및 중국산에 비해 가격 경쟁력이 낮아 적정 수준으로 인하할 수 있는 수출 물류 다변화 지원이 필요
- 낮은 가격경쟁력을 만회하기 위해 우수한 품질을 내세워 고급화 전략 실행

Convenience

▶ **한국산 버섯을 판매하는 시장 형성이 극히 미미하여 한인마트 및 대형 유통업체 진출 필요**

- 현지산 또는 외국산 버섯은 다양한 경로와 신선 또는 가공품 형태로 구매할 수 있으나 한국산 버섯은 판매되지 않고 있는 실정으로 한인마트에 우선적으로 한국산 버섯 공급

Communication

▶ **현지 다양한 인종 및 소득 계층별 소비자에게 맞는 세분화된 프로모션 전략 구사**

- 중국산, 이탈리아산 버섯이 가격 경쟁력을 갖추고 있기 때문에 이를 품질로 극복하여 시장 지배력을 높이고, 현지인들에게는 한국 버섯의 인지도 제고 필요
- 한국산 신선 및 버섯가공품의 초기 시장 진입을 위한 홍보 및 판촉전 지원

몽골의 지역구분



- 몽골은 13세기 칭기즈칸이 건국하여 국토 면적 156만 4,116km² 규모로 세계 17위이자 카자흐스탄에 이어 세계에서 두 번째로 큰 내륙국임
- 정치 체계는 1992년 공산주의에서 민주주의로 변경된 민주 공화국임. 북쪽으로는 러시아, 남쪽으로는 중국과 국경을 접하고 있어 두 국가로부터 문화, 정치, 경제적인 영향을 많이 받았음

출처 : 위키백과

국명	몽골(Mongolia)
수도	울란바토르(Ulaanbaatar)
인구	3,234,514명
면적	1,564,116km ²
기후	건성냉대기후
민족 구성	할호민족(90%), 차차흐족(5.9%), 브라이드계(2%) 등
언어	몽골어
종교	라마불교
화폐 단위	투그릭(기호: ₮, 부호:MNT)
GDP	12.72십 \$

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr), CIA The World Factbook(www.cia.gov) 2019, 몽골 통계청 2018

2.1 국가개황

○ 몽골의 1인당 GDP는 2018년 기준 4,009 USD로 세계 113위에 해당함. 2018년 몽골은 6.9%의 경제성장률을 기록하였으며, 지속적인 경제성장이 이어져 외국인의 직접투자가 증가할 전망

- 몽골의 국내 산업은 광업, 도소매업, 농·목축업에 집중되어 있으며 2017년 기준 산업 분야별 GDP 기여율은 광업 23.4%, 도소매업 및 농·목축업은 각 10.3%, 제조업은 9.0%, 부동산업은 5.9%임

〈표〉 몽골 주요 경제지표

주요지표	단위	2016	2017	2018
경제성장률	%	1.17	5.3	6.9%
명목GDP	십억\$	11.16	11.14	12.72
1인당 GDP	PPP, \$	3,572	3,489	4,009
정부부채	% of GDP	-	-	-
물가상승률	%	0.49	4.62	7.59
실업률	%	7.95	7.96	7.96

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr)

○ 몽골의 대외교역액은 2013년부터 지속 감소세를 보이다가 2017년부터 증가세로 바뀜. 이는 중국의 광물수요 증가 및 세계 광물 가격 상승과 관계가 있는데 몽골이 중국의 광물 최대 수입국이기 때문임

○ 한국의 몽골 주요 수출 품목은 석유제품, 기계류, 전기기기, 화물차, 버스, 조제 식료품, 의료용품 등이며, 그 중 특히 기계류가 많은 부분을 차지함

〈표〉 몽골 교역 동향

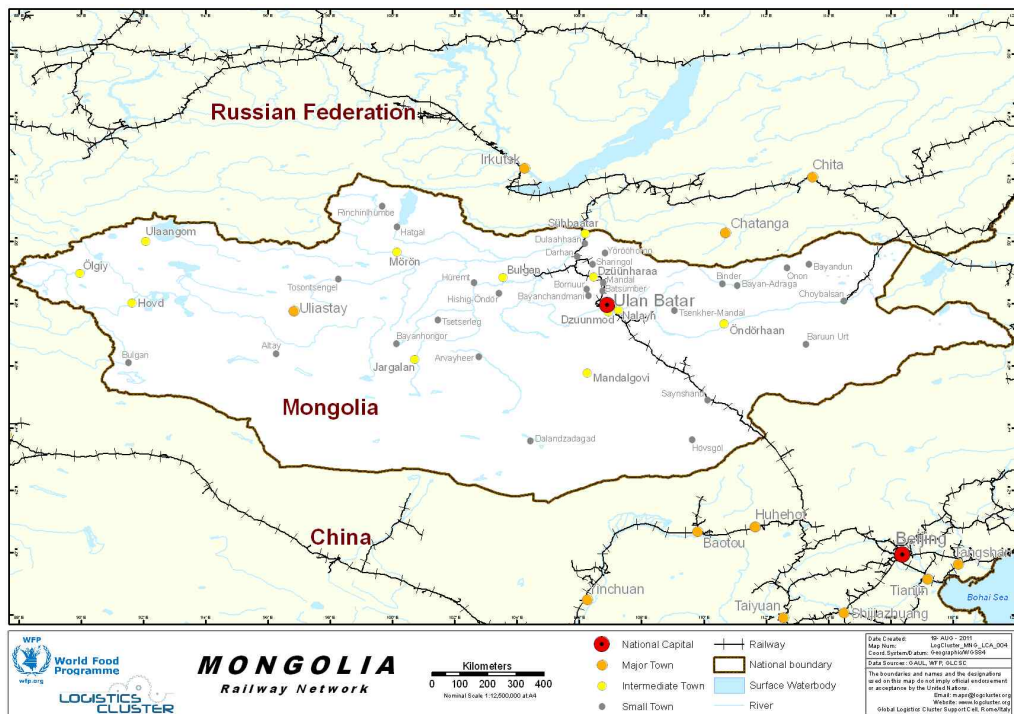
(단위 : 백만 달러, %)

주요지표	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018.7월
총 교역액	10,626.8	11,011.0	8,466.7	8,274.5	10,536.2	7,382.4
(증감률)	(-4.6)	(3.6)	(-30.0)	(-2.3)	(27.3)	(26.0)
총 수출액	4,269.0	5,774.3	4,669.5	4,916.4	6,200.7	4,116.7
(증감률)	(-2.7)	(35.2)	(-23.6)	(5.3)	(26.1)	(16.9)
총 수입액	6,357.8	5,236.7	3,797.2	3,358.1	4,335.5	3,265.7
(증감률)	(-5.7)	(-21.4)	(-37.8)	(-11.6)	(29.1)	(39.8)
무역수지	-2,088.8	537.6	872.3	1,558.3	1,865.2	851

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr)

2.2 물류

- 몽골은 내륙국이기 때문에 항구가 없으며, 몽골의 수도 울란바토르에서 최단항구인 중국의 텐진(Tianjin)항까지 거리는 1,700km이므로 수입 제품의 운임이 비싼 편임
- 몽골의 교통발전수준은 국제적으로 하위에 머물러 있는데, 이것이 운송비를 비롯한 모든 사업활동에 부정적인 영향을 미치고 있으며, 특히 외국인투자환경에 부정적인 영향을 미치고 있음
- 세계은행의 평가에 따르면 몽골의 물류성과지수(Logistics Performance Index)는 2.36점으로 전 세계 160개국 중 135위에 그침
- 국내에서 몽골로 수출되는 신선 농산물의 경로는 인천에서 천진항까지 해상으로 운송 후, 트럭을 통해 몽골로 들어오는데 약 4일 정도 소요되는 것으로 조사됨. 대략 한국에서 몽골까지 일주일 내에 도착함
- 철도운송 : 러시아 철도를 이용할 경우 그대로 통과할 수 있으나 중국 철도의 경우 CY환적이 필요해 추가 운송비용이 발생함. 중국 국경 얼렌하오터(Eriyen qota)시에서 몽골 자민우드(Zamiin-Uud) 지역으로 환적을 거쳐 운송됨

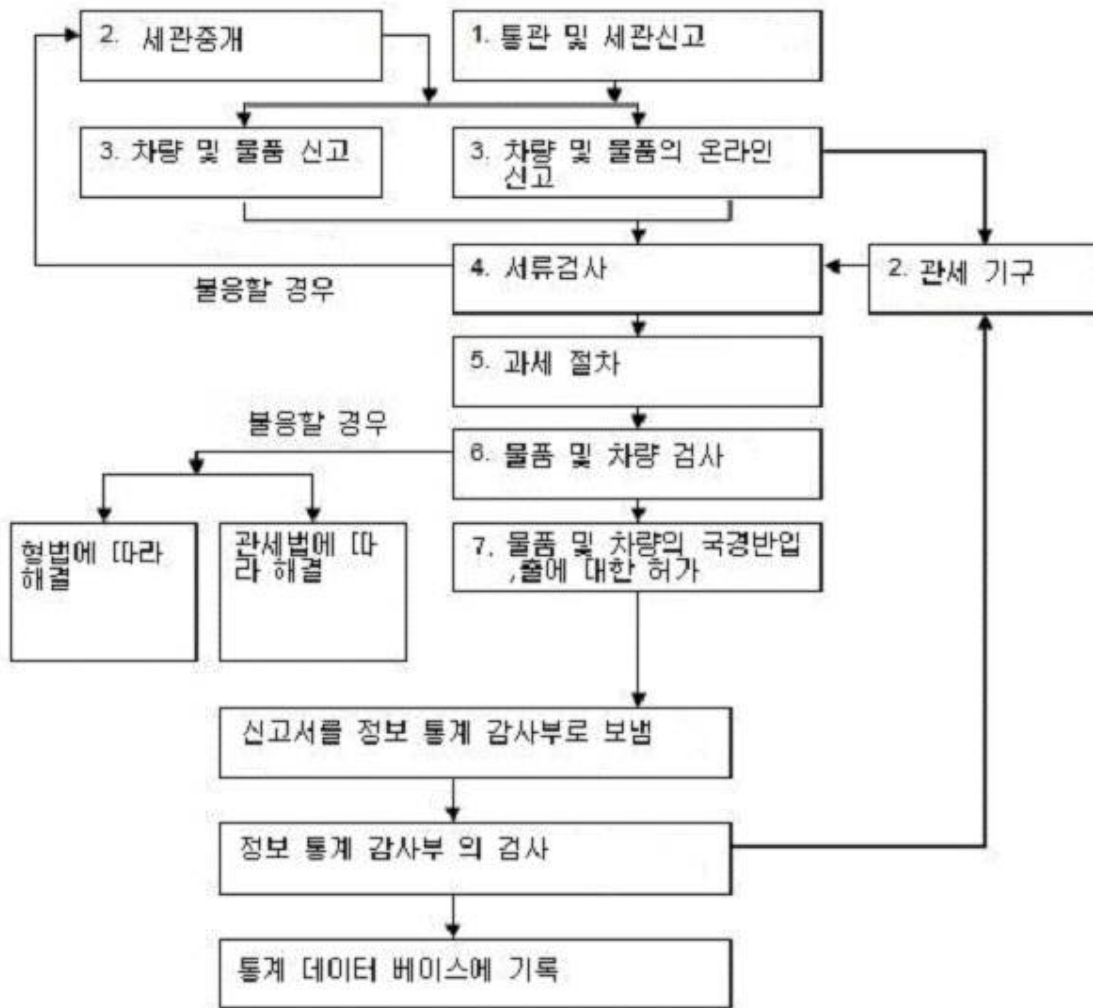


[그림] 몽골의 철도 운송 경로

- 육상 및 차량운송 : 2017년의 통계에 따르면, 전체 도로망 길이는 10,355km임. 이 가운데 포장도로가 8,431.4km를 차지하고 있으며 이는 2010년에 비해 5,415.8km 증가한 것임. 경제가 급속히 발전했던 2012년까지 철도 수용력의 한계로 인해 도로의 역할이 더욱 증대됐음
- 항공 : 몽골 항공운송사는 몽골항공, 에어차이나, 대한항공, 러시아항공, 일본항공 중심으로 집중 운영되고 있음. 항공 운송 수입화물의 경우 주로 베이징, 서울 공항을 거쳐 제 3국 수입품들이 운송됨
 - 한국에서 몽골까지 항공 운송비의 경우, 몽골항공 기준 4.5\$/kg 부과됨. 대한항공은 500kg 이상 기준 물량을 충족해야 하며, 운송비는 8~9\$/kg 수준임
 - 따라서 항공으로 신선 버섯을 유통할 경우, 운송 기간이 줄어들기는 하나 비용이 약 3배 가량 올라감

2.3 통관

- 현재 몽골은 중국과의 국경에 위치한 13개, 러시아의 국경에 위치한 10개 등 총 23개의 통관지점을 통해서 통관서비스를 운영하고 있음
- 몽골의 수입통관 절차는 ① 물품 신고, ② 통관 서류 검사, ③ 제품 및 운송수단 검사, ④ 관세 및 기타 세금 부과, ⑤ 국경반입에 대한 허가 및 반출 순으로 절차가 이루어짐
 - 수입통관 시 몽골 관세청에서 승인한 세관신고서(Customs Declaration Form; CDF)가 반드시 필요하며, 필요에 따라 외국거래 계약서, 송장, 운송 관련 문서, 포장 내역, 원산지 증명서, 권한당국으로부터 받은 증명서 등을 몽골어로 작성하거나 번역본으로 제출해야 함
- 통관절차 진행 시 부당한 통관 지연 및 과도한 지체금을 부과하는 경우가 있으며, 선적 출입 및 출고가 지연될 때 불시로 부당한 서류를 요구하는 사례가 발생하고 있음. 또한, 한국 공인기관의 인증자료를 인정하지 않아 중복검사를 시행하여 통관이 진행되는 경우가 있음



[그림] 몽골 세관수속 절차

출처 : 제약산업정보포털 몽골 통관 및 운송

<표> 수출 소요시간과 비용

지표	몽골			OECD 국가	동아시아, 환태평양 국가
	2016	2017	2018	2018	2018
수출 소요시간 : 국경 허가 과정 포함 /시간/	37	62	62	12.7	55.9
수출비용 : 국경 허가 과정 포함 /USD 기준/	41	191	191	149.9	387.5
수출 소요시간 : 서류 허가 과정 포함/시간/	115	168	168	2.4	68.2
수출 소요시간 : 서류 허가 과정 포함 /USD 기준 /	64	64	64	35.4	112.1

출처 : https://www.mongolbank.mn/documents/press_conference/20180928_01.pdf

- 몽골은 1993년 라이선스 쿼터 및 수출금지 품목을 규정하는 법을 제정하였으며, 수출입 시 7개 부문에 대한 통상산업부 및 관련기관의 허가를 얻어야 무역거래가 가능함
 - 2013년 3월 몽골 정부는 자국산 전략품목에 대한 수출입에 관한 라이선스 규정을 새롭게 제정하였으며, 전략품목인 분유와 우유, 육가공식품(소, 말, 낙타, 염소, 양), 밀가루, 생수 등을 수출입하기 위해서는 라이선스를 취득해야 가능함
- 몽골의 수입 관세는 통상 5%이며 국내에서 생산되는 냉장 또는 냉동고기, 채소류(감자, 당근, 무, 양파 등), 응고 밀크, 치즈, 아이스크림, 건축용 시멘트, 벽돌, 콘크리트, 목재 또는 플라스틱 문, 창, 가구 등에 대해 15~25% 관세가 부과됨. 그 외 수입규제나 비관세 장벽은 제조업 기반 부재로 인해 없음

2.4 검역제도

- 몽골은 2018년에 개정된 “동식물, 동식물 원재료, 제품이 몽골국경 진입 시의 검역 통제, 검사에 관한” 법으로 규제함
- 이 법의 범위 내 아래 언급한 식물 원재료는 식물 검역, 검사를 실시함
 - 자연 작물이나 재배된 뿌리채소, 열매채소 등, 나무, 그것의 씨앗, 묘목, 부위 ; 곡물, 감자, 채소, 잎, 사료, 원두, 경공업 및 식품 공장에서 사용되는 식물성 기타 원재료, 건조된 식물, 수집, 목재, 그것의 일부, 각종 과일, 밀가루, 설탕, 양념 등 식물성 원료로 만든 것
- 동물, 식물, 원자재, 제품을 수입하는데 해당 법의 제9조에 정한 공통 요구 외 다음 요구사항을 충족해야 함
 - 해당 동물, 식물, 원자재, 제품의 원산지는 동물성 전염병이 발생하지 않은, 식물의 안전성이 검증된 안전한 국가, 지역이어야 함
 - 해당 동물, 식물, 원자재, 제품의 위험요소가 없어야 함
- 법인은 다음 정보를 국가전문검역청에 요청서류를 아래와 같이 제출해야 함
 - 동물, 식물, 제품매매 계약서, 증여계약서 및 그와 유사한 서류
 - 동물, 식물, 제품을 운송할 운송수단 종류/차종/, 도로경로; 해당 국경 지역, 기간
 - 원자재, 제품 수량, 가공상태, /반가공, 원재료, 냉동, 신선 등/ 포장, 상표, 품질, 안전성에 대한 정보

2.5 라벨링 규정

- 몽골 식품법은 1999년 10월에 개정되었으며, 라벨링에 관한 규정은 9조 2.6항에 명시되어 있음

〈표〉 몽골 식품법 9조 2.6항

9조 2항	식품 생산- 서비스 및 동- 식물 원재료 단체는 다음과 같은 요구사항을 가진다.
9.2.6	Food must be wrapped, packed and labelled with nutrition facts, ingredients, usage, terms and conditions of storage and cautions in accordance with the quality, sanitary and hygienic requirements. 식품은 위생- 품질 조건에 맞는 유의사항, 저장조건- 기간, 이용방법, 영양 성분이 표시되어져 있어야 하고 포장되어 있어야 한다.

출처 : 몽골 법무부

- 몽골 관세청의 라벨링 규정에서는 수입식품의 라벨은 몽골어, 러시아어 또는 영어로 작성되어야 하며, 몽골의 등록된 법인만이 식품을 수입할 수 있음. 또한, 수출업자는 농업, 식품 및 건강에 대한 품질관리 및 표준을 소개하는 몽골 수입업자와 협약을 체결해야 함
- 보존 유통기한이 1년인 식료품의 경우에는 남은 보존기간이 최소 3개월이어야 하며, 보존 유통기한이 6개월인 식료품의 경우에는 남은 보존기간이 최소 2개월이어야 함

〈표〉 수입 포장 식품의 라벨링 규정

3조 2항	수입된 포장식품 라벨링 요구사항	3.2.1	Product name	제품명
		3.2.2	List of ingredients	성분 리스트
		3.2.3	Net weight and gross weight and other numerical indications	순중량, 총중량, 그 외 수치적 지표
		3.2.4	Name and address of manufacturer, packager, importer, distributor and seller	제조사, 수입업체, 유통업체, 판매자의 명칭과 주소
		3.2.5	Country of origin	원산지
		3.2.6	Manufactured or packaged date	제조일자 또는 포장일자
		3.2.7	Expiry date and storage conditions	유통기한 및 저장조건
		3.2.8	Instructions for use	사용설명
		3.2.9	Relevant standards and document mark	관련기준 및 문서표시
3조 3항	추가적 정보를 포함하는 식품 라벨링	3.3.1	Calories	열량
		3.3.2	Nutritional facts	영양성분
		3.3.3	Marking for the use of infant and children	임산부 및 어린이 사용에 대한 표시
		3.3.4	Mark of origin or name of transformed organism, or special international mark	원산지 표시 또는 변형된 유기체 명칭 또는 특별한 국제적 표시

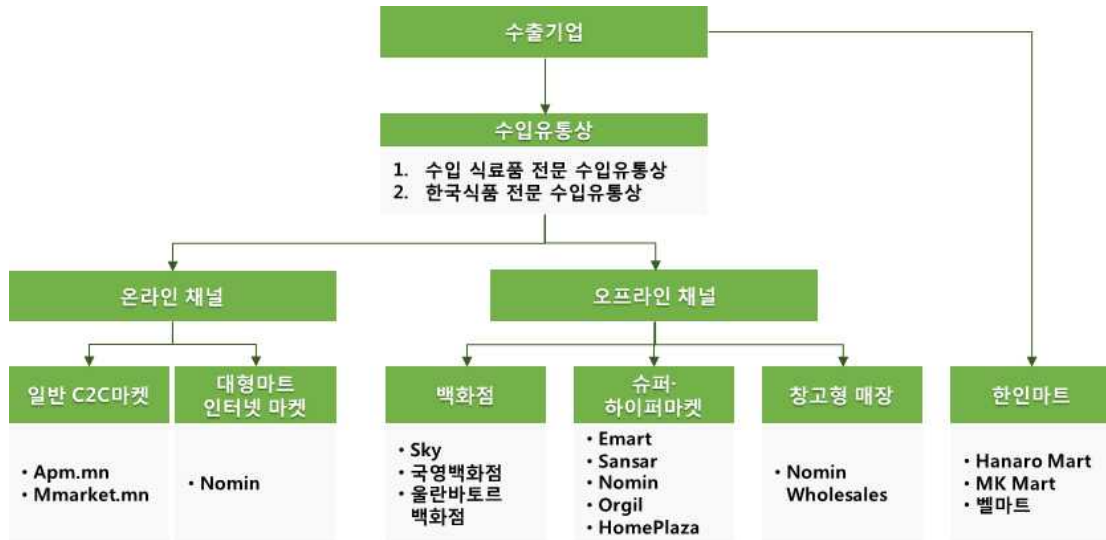
출처 : WTO

2.6 유통 현황

- 지구상에 남아있는 몇 안 되는 전통 유목국가 중 하나인 몽골은 농작물보다 목축의 비중이 매우 크며, 농경지의 대부분이 목초지로 사용되어 경작이 가능한 토지는 전체 농경면적의 1%에도 미치지 못함. 경작지에서 주로 재배되는 작물은 곡류와 감자, 채소 등이 있음
- 몽골은 축산물과 곡류를 제외한 대부분의 채소나 과일 등의 신선농산물에 대한 자급률이 낮아 대부분 중국에서 수입하고 있으며, 몽골 내 우리나라 신선식품 비중은 매우 적음
 - 몽골 식량농업경공업부(MOFA)에 따르면 몽골은 2017년 기준으로 사과, 배, 포도 등 과일 소비의 92.9%를 수입에 의존하였고, 무, 양배추, 브로콜리 등 채소 소비량의 43.5%를 수입에 의존함
- 몽골 농산물 시장에서 중국산 농산물이 차지하는 비중은 매우 높은 편이었으나, 최근 경제성장과 함께 교역 규모가 확대되면서 수입금액 기준으로 중국(32.9%), 러시아(28.1%), 일본(8.4%), 미국(4.8%), 한국(4.6%) 등으로 다양화되고 있음
 - 더불어 최근 몇 년간 몽골 정부는 국민의 먹거리 안전성을 확보하고 공급 부족 및 내륙국가의 한계를 극복하기 위해 제3국과의 교역 확대를 추진하고 있음
- 오프라인 채널로 대형 마트(Emart, Nomin 등), 슈퍼마켓(Sansar, Orgil 등), 백화점(국영백화점, 울란바타르 백화점) 등이 있으며, 온라인 채널로 대형마트 인터넷 마켓(eshop, Nomin 등), 일반 온라인 마켓(Apm.mn, Mmarket.mn 등) 등이 있음
- 한국과 몽골의 교류는 빠르게 늘어나고 있으며, 2018년 9월 기준 한국의 E-mart, CU, 벨 마트, MK마트 등 대형유통업체들이 진출하였고, 한류 등의 영향으로 한국 신선농산물의 관심이 점차 증가하고 있는 추세임
 - 현대식 유통매장에 대한 관심이 높아지고 있으며, 이러한 대형 유통매장을 중심으로 한국산 신선식품들이 판매되고 있으나 여전히 몽골 소비자들은 재래시장을 많이 이용하고 있음
- 이와 같이 몽골 소비시장의 특성은 향후 몽골이 우리나라 신선농산물 수출 확대를 위한 블루 오션으로서의 잠재력이 높다고 할 수 있음. 한국산 신선농산물의 주요 몽골 수출 농산물은 제주 감귤, 사과, 버섯, 수박 등임
- 몽골 시장으로 한국식품이 유통되기 위해서는 수입 유통상을 거쳐야 하며, 이는 수입식품 전문 수입업체, 한국식품 전문 수입 유통상 등을 통해 이루어짐. 한인 마트에 경우에는 한국 내수용 제품을 직접 수입하고 있음

○ 현대식 유통점의 수익률은 평균 20% 정도이며, 한국 내수용 식품을 직접 수입하는 한인 마트의 경우에는 평균적으로 26~27%에 유통 마진율을 책정하고 있음

- 한인 마트의 마진율 계산은 환율을 고려한 원가, 세금, 인건비가 포함된 전체비용에서 유통 마진율을 곱한 값임



[그림] 몽골 유통구조

출처 : 한국농수산물유통공사 농식품 수출시장 가이드(몽골), 2017

2.7 버섯 시장 동향

2.7.1 버섯생산동향

- 농업 통계 사이트인 FAOSTAT에 의하면, 몽골의 버섯 및 송로 버섯 생산은 연평균 성장률(CAGR) 3.5%를 보이며 증가하고 있음. 생산량은 2016년까지 증가세를 유지하였으나 2017년에 전년 대비 ∇ 8.0% 감소한 300톤을 생산한 것으로 집계됨

〈표〉 몽골 전체 버섯 생산량

(단위 : 톤)

2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
221	242	253	268	280	295	300	310	326	300

출처 : 국제연합식량농업기구(FAO)

(단위 : 톤)



[그림] 몽골 전체 버섯 생산량 증감 추이

출처 : 국제연합식량농업기구(FAO) 2019

- 조사에 따르면 2019년의 경우, 몽골 내 총 4개 업체가 버섯을 생산하고 있으며 그 중 Fangi goods와 Muujig Organic Company는 매달 1톤 이상의 버섯을 생산하며 산업을 이끌어가고 있는 것으로 나타남
- 2018년의 경우, 버섯 생산 업체에서 주로 생산한 품종은 몽골 내 소비가 가장 높은 양송이버섯과 느타리버섯 위주로 생산이 이루어짐. 하지만 Fangi Foods LLC는 향후 새송이버섯, 팽이버섯, 흰 만가닥버섯, 느타리버섯 등 생산 품종을 다양화하려고 계획 중임

〈표〉 몽골 내 버섯 생산 현황

회사명	생산량	브랜드	설립연도	1kg당 가격	생산품목
Muujig Organic Company LLC	1.6톤/월	Muujig	2017	\$3.5~5	건조
		Delbenkhi Mushroom			느타리
“Khureet Tsagaan” LLC	0.3~0.4톤/월	-	2016	\$3.5~4	느타리
“Gan Khiits” JSC	1톤/월	-	2009	\$4	느타리
“Fangi foods” LLC	30톤/월	-	2018	\$3.5~4	갈색 및 검은색 버섯

2.7.2 버섯수입동향

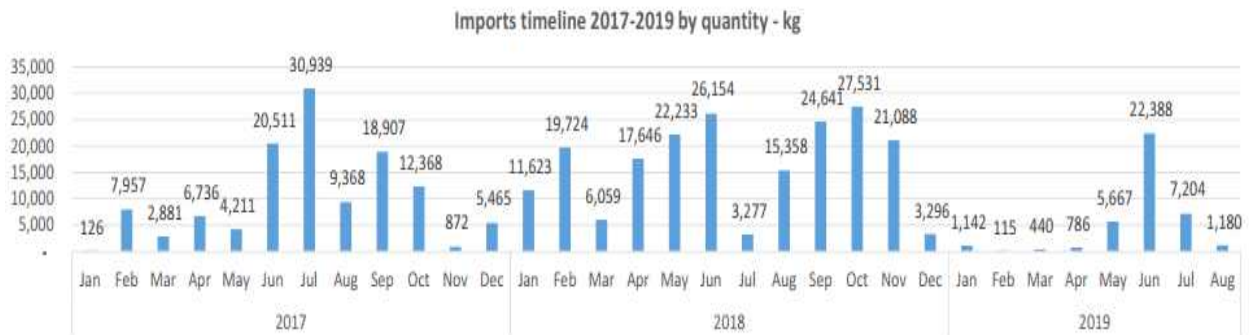
- 2019년 몽골 세관 자료에 따르면 2017년부터 2019년까지의 몽골 버섯 수입 동향은 다음과 같음
- 몽골의 2018년 버섯 수입액은 274,669.4달러로 2017년 173,945.6달러에 비해 57.9% 증가함. 수입량의 경우, 2018년 총 198,628.5kg으로 2017년 120,342.1kg에 비해 65.1% 증가함
- 수입 평균 가격(\$/kg)은 각각 2017년 1.44\$/kg, 2018년 1.38\$/kg으로 나타났으며, 한국산 버섯의 평균 가격은 2017년 4.22\$/kg, 2018년 3.21\$/kg으로 약 3~4배가량 높은 가격에 거래되고 있음

〈표〉 몽골의 버섯 수입 동향

구분	수입국	원산지	중량(kg)	금액(USD)	평균가격
2017	합계		120,342	173,945	1.4
	중국	중국	63,187.8	71,593.0	1.13
	싱가포르	중국	42,709.2	65,040.7	1.52
	러시아	중국, 러시아	5,139.4	7,659.0	1.49
	한국	한국	3,023.5	12,765.5	4.22
	터키	터키	2,784.0	4,258.5	1.53
	독일	독일	2,641.6	6,125.5	2.32
	미국	미국	5.7	41.7	7.35
2018	합계		198,629	274,668	1.4
	중국	중국	117,805.3	135,235.6	1.15
	싱가포르	중국	57,923.4	88,795.8	1.53
	독일	독일	11,277.5	27,880.5	2.47
	러시아	중국	5,858.1	5,807.5	0.99
	한국	한국	1,346.1	4,327.4	3.21
	미국	미국	1,021.9	1,507.8	1.48
	폴란드	폴란드	702	1,541.3	2.2
2019 (1월-8월)	합계		120,342	173,945	1.4
	중국	중국	20,330.0	12,178.6	0.6
	싱가포르	중국	9,624.0	14,437.7	1.5
	독일	독일	2,463.4	5,390.6	2.19
	한국	한국	1,966.3	7,266.5	3.7
	러시아	중국	1,559.4	2,141.6	1.37
	폴란드	폴란드	456	1,631.5	3.58
	스페인	스페인	118.1	277.6	2.35

출처 : 몽골 관세청, 2019

- 수입 통계를 월별로 분석한 결과, 6월~7월, 9월~11월에 수입이 가장 많이 이루어진 것을 알 수 있음. 반대로 1월과 2월에 수요가 낮았음



2.7.3 對몽골 수출동향

- 한국농수산물유통공사의 수출통계와 몽골 관세청의 수입통계는 약간의 차이가 있음
- 몽골로 수출되고 있는 농산물은 해마다 약간의 증감은 있으나 전체적으로 수출량, 수출액이 모두 증가하고 있음. 특히, 수출액의 경우 2015년 대비 46.7% 증가한 45,179.6천 달러가 수출됨

〈표〉 對몽골 농수산물식품 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	2014		2015		2016		2017		2018	
	중량	금액	중량	금액	중량	금액	중량	금액	중량	금액
농수산물식품-계	19,393.6	41,544.4	16,750.8	34,974.3	14,547.2	36,419.7	15,001.9	41,986.4	18,777.3	50,219.2
농산물-계	16,488.0	35,206.6	13,871.8	30,789.3	13,337.0	32,605.2	13,773.3	37,944.2	17,043.3	45,176.6
버섯류(농산물) -계	27.0	302.2	41.1	417.8	32.4	394.0	25.1	362.9	22.3	367.0

출처 : KATI(www.kati.net) 2019

- 그중 버섯류가 차지하는 비중은 2018년 기준, 367,046달러로 전체 농산물 수출액 중 0.8%의 비중을 차지함. 수출품목은 느타리버섯이 364,149달러로 99.2%를 차지하였고, 그 다음으로는 팽이버섯이 1,861달러(0.5%), 양송이 586달러(0.2%), 새송이버섯 387달러(0.1%)의 기타 버섯이 있음

〈표〉 對몽골 버섯류(농산) 수출 현황

(단위 : kg, \$)

구분	2014		2015		2016		2017		2018	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
버섯류(농산물) -계	265955.2	302198.0	41,146.6	417,759.	32,414.0	394,011.	25,088.1	362,937	22,326.9	367,046
양송이-계	177.2	1476.0	-	-	0.0	0.0	68.0	535.0	36.0	586.0
느타리버섯- 계	26360.2	298980	41,145.2	417,753	31,748.0	391,772	23,736.4	358,775	21,379.9	364,149
팽이버섯-계	383.8	1167.0	-	-	138.0	195.0	220.0	321.0	795.0	1,861.0
새송이버섯- 계	94.0	575.0	-	-	112.0	220.0	758.1	2,088.0	104.0	387.0
기타버섯-계	-	-	1.4	6.0	416.0	1,824.0	305.6	1,218.0	12.0	63.0

출처 : KATI(www.kati.net) 2019

2.7.4 식품 소비 동향

- 전통적으로 유제품, 육류 위주의 식문화이며, 식료품 소비량 중에서는 유제품 비율이 가장 높음
- 몽골은 한국에서 취업하여 거주하다 돌아온 국민이 10% 이상으로 한국식품에 대해 많이 알고 있으며 한국 농식품의 품질이나 건강 등 좋은 인식을 갖고 있음
- 몽골 시장이 개방되면서 국민의 소득수준이 점차 높아짐에 따라 육류를 주로 섭취하던 전통적인 식생활에서 곡물, 채소, 과일 등의 섭취가 많아지고 있으며, 식품 안전성과 신선도 등을 고려한 소비가 증가하고 있음
- 전체 가공식품 시장은 빠르게 성장하고 있으며, 소득이 110만 MNT 이상인 상류층 인구가 증가하고, 경기가 회복되면서 건강식음료에 대한 관심이 높아지고 있음. 이로 인해 식료품 구입 시 원산지, 함유량 등 품질 안전을 확인하는 경향이 늘고 있음

2.7.5 버섯 유통현황

- 2017년 기준 울란바토르에 있는 현대식 유통점은 하이퍼마켓은 10여개, 슈퍼마켓은 90여개 정도이며, 전통시장은 붐부구르, 미루꾸리, 바잉주르흐, 나랑툴 등 11개의 소매시장이 노천시장과 가설시장으로 구분됨
- 한인마트를 방문하는 소비자들은 주로 한국 내수용 가공식품을 구매하고 싶은 몽골인들이 대다수임. 한국을 경험한 몽골인들은 수출용 제품보다 한국 내수용 제품이 더 맛있다고 생각하며, 가격이 높은 편임에도 한국 내수용 식품을 구매하고 싶은 몽골 소비자들 주로 한인마트를 이용함
- 이러한 몽골 소비자들의 구매유형을 반영하여, 몽골의 대표적인 재래시장 3곳, 몽골 내 유통업체 4곳, 한국계 슈퍼마켓 1곳, 한국계 대형 유통업체 2지점을 방문하여 유통현황을 조사하였음
 - 현지 조사 결과, 몽골의 주요 재래시장에서 한국산 가공식품은 쉽게 찾아볼 수 있었지만, 신선식품은 거의 유통되고 있지 않았음. 특히, 버섯의 경우 재래시장에서 거래되고 있는 버섯은 품종에 상관없이 대부분 중국산이 판매되고 있음
- 한국산 버섯이 판매되고 있는 곳은 이마트와 몽골 대표 하이퍼마켓 중 하나인 홈플러스가 유일함. 한국산 버섯은 판매처가 많지 않았으나, 중국산에 비해 품질이 균일하였으며, 중국산에서 찾아볼 수 없는 무농약 인증 및 유기농 인증을 취득한 제품이 판매되고 있었음
 - 중국산 제품의 경우, 팽이버섯과 만가닥버섯은 한국산과 비슷한 품질을 유지하였음. 그 외 표고버섯, 새송이버섯은 크기가 제각각이고, 단순 비닐 포장된 상태로 판매되고 있어 한국산 제품에 비해 품질이 좋지 않았음

- 일부 중국산 팽이버섯과 만가닥버섯 제품의 경우, 포장지에 조리법을 그림으로 표시해두어 소비자의 이해를 돕고 있었으며, QR코드를 통해 직접 제품에 대한 상세 정보를 볼 수 있도록 해두었음

중국산 새송이버섯	중국산 만가닥버섯 포장지	중국산 팽이버섯 QR코드
		

출처 : 자체시장조사

가) 재래시장

- 최근 E-mart를 비롯한 대형유통마트가 많이 생기고 있으나, 몽골 소비자들은 여전히 전통 재래시장에서 식재료 구입을 많이 함. 특히 가게를 운영하는 사람들이 새벽에 재래시장에서 저렴하게 식자재를 구매하여 조달한다고 함
- 대부분의 재래시장은 솥인솥 약 2평 정도의 가게를 운영하고 있음. 노천시장은 일반적으로 노점의 형태를 띠며, 가설시장은 노천시장에 비해 규모는 작지만 다양한 상품을 취급하는 100개 이상의 임차상인들이 입주하여 판매하고 있음
 - 전통시장에서는 다양한 수입식품을 판매하고 있으며, 한국식품의 경우 라면, 소스류 등을 비롯한 가공제품과 한국식 반찬이 판매되고 있는 것을 쉽게 발견할 수 있음
 - 중국산 농식품이 주를 이루며 가장 흔한 중국산 팽이버섯의 경우 1,450~1,500₮에 판매됨



[그림] 재래시장 Shop-In-Shop 형태

출처 : 자체시장조사

① Mercury Food Market 현장 방문

- 여러 종류의 신선 농산품이 판매되고 있음. 현지에서 생산된 제품들도 많으나 대부분 중국에서 수입된 제품이 많으며 버섯의 경우 중국산 팽이버섯과 표고버섯을 흔하게 접할 수 있었음. 한국산 양념, 소스, 라면 등 가공식품들과 반찬류를 판매하는 곳은 많았으나 버섯을 판매하고 있는 곳은 찾을 수 없었음



[그림] 메르꾸리 시장

② 후치트 셴커르 시장 현장 방문

- 후치트 셴커르 시장에는 팽이버섯과 표고버섯 외에 만가닥버섯과 새송이버섯도 판매되고 있는 것을 확인하였으나, 전부 중국산 제품으로 조사됨





[그림] 후치트 선커르 시장

③ 바르스 시장 현장 방문

- 바르스 시장에서 모든 품종의 버섯이 판매되고 있는 것을 확인할 수 있었으며, 기존 슈퍼마켓이나 다른 시장에서 볼 수 없었던 중국산 버섯 제품들도 확인할 수 있었음
- 시장에서 판매되고 있는 중국산 버섯 제품의 가격은 마트에서 판매되고 있는 것과 비슷한 수준임. 팽이버섯의 경우, 150g에 1,500₩에 판매되고 있으며, 새송이버섯은 1kg에 5,000₩, 표고버섯은 1kg에 10,000₩, 양송이버섯은 1kg에 1,200₩에 판매됨



[그림] 바르스 시장

나) 대형마트

- 양송이버섯, 표고버섯, 만가닥버섯, 새송이버섯, 팽이버섯을 주로 판매하고 있으며 현지출장일(2019.12.06.) 기준으로 1MNT당 한화 0.44원으로 추정함

□ 양송이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	e-mart 중국산 238g		2,971₩ (1,248₩/100g)
			1,307원 (549원/100g)

□ 표고버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	e-mart 중국산 238g		2,927₩ (1,230₩/100g)
			1,288원 (541원/100g)

□ 만가닥버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	Freshmore 중국산 150g	m-mart	1,900₩ (1,267₩/100g)
			836원 (557원/100g)
	브랜드 없음 중국산 136g		5,304₩ (3,900₩/100g)
			2,334원 (1,716원/100g)
	갈색느티만가닥버섯 한국산 150g		8,900₩ (5,933₩/100g)
			3,916원 (2,611원/100g)
	졸깃한만가닥버섯 한국산 150g		8,900₩ (5,933₩/100g)
			3,916원 (2,611원/100g)
	e-mart 중국산 100g		2,500₩ (2,500₩/100g)
			1,100원 (1,100원/100g)

□ 새송이버섯


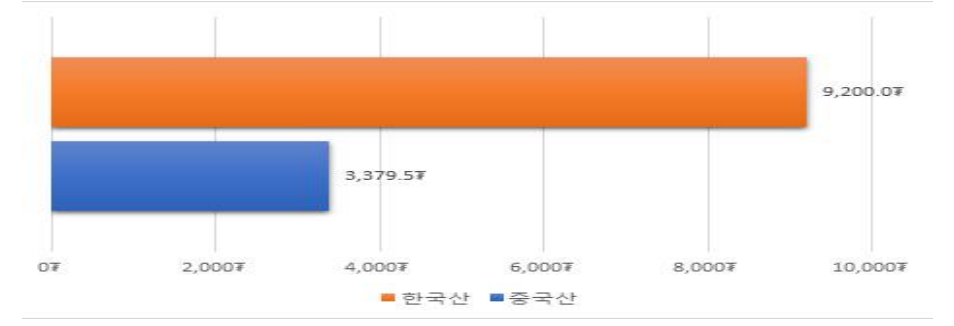

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	브랜드 없음 중국산 442g		5,259₩ (1,190₩/100g)
			2,314원 (524원/100g)
	청도버섯 한국산 400g		12,500₩ (3,125₩/100g)
			5,500원 (1,375원/100g)
	강산 새송이버섯 한국산 400g		5,900₩ (1,475₩/100g)
			2,596원 (649원/100g)

□ 팽이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	山鈺珍用 중국 150g	m-mart	2,200₩ (1,467₩/100g)
			968원 (645원/100g)
	金針菇 중국 150g	m-mart	1,900₩ (1,267₩/100g)
			836원 (557원/100g)

	<p>山鈺珍用 중국 150g</p>		<p>1,500₩ (1,000₩/100g)</p> <hr/> <p>660원 (440원/100g)</p>
	<p>중국 150g</p>		<p>1,500₩ (1,000₩/100g)</p> <hr/> <p>660원 (440원/100g)</p>
	<p>청도버섯 한국산 150g</p>		<p>4,800₩ (3,200₩/100g)</p> <hr/> <p>2,112원 (1,408원/100g)</p>
	<p>金針菇 중국 150g</p>		<p>1,450₩ (967₩/100g)</p> <hr/> <p>638원 (425원/100g)</p>
	<p>Ronfun Natural Fungus 중국산 150g</p>	<p>Korea Bell Market</p>	<p>1,500₩ (1,000₩/100g)</p> <hr/> <p>660원 (440원/100g)</p>
	<p>Eco Mushroom Organic 한국 150g</p>		<p>2,200₩ (1,467₩/100g)</p> <hr/> <p>968원 (645원/100g)</p>

다) 버섯 가격 비교

품종	원산지별 평균가격 비교						
<p>팽이버섯 (150g 및 환산액 기준)</p>	 <table border="1" data-bbox="406 347 1364 672"> <thead> <tr> <th>원산지</th> <th>평균가격 (₩)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>한국산</td> <td>3,500.07</td> </tr> <tr> <td>중국산</td> <td>1,642.97</td> </tr> </tbody> </table> <ul data-bbox="375 689 1396 896" style="list-style-type: none"> • 중국산 팽이버섯이 5개 유통매장과 3개의 재래시장 총 8곳에서 판매되고 있으며 그 중 3개의 팽이버섯이 시장을 장악하고 있음 • 같은 제품이나 판매처에 따라 크게 ₩700(308원)까지 차이가 남 • 한국산 팽이버섯은 2개 유통매장에서 판매하고 있으며 가장 비싼 제품은 중국산에 비해 3.2배 높은 가격에 소비자에게 판매됨 	원산지	평균가격 (₩)	한국산	3,500.07	중국산	1,642.97
원산지	평균가격 (₩)						
한국산	3,500.07						
중국산	1,642.97						
<p>새송이버섯 (400g 및 환산액 기준)</p>	 <table border="1" data-bbox="406 920 1364 1245"> <thead> <tr> <th>원산지</th> <th>평균가격 (₩)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>한국산</td> <td>9,200.07</td> </tr> <tr> <td>중국산</td> <td>3,379.57</td> </tr> </tbody> </table> <ul data-bbox="375 1263 1396 1411" style="list-style-type: none"> • 중국산 새송이버섯은 1개 유통매장과 3개의 재래시장 총 4곳에서 판매되고 있으며, 한국산 새송이버섯은 총 2개 유통매장에서 판매 되고 있음 • 새송이버섯의 평균가격은 한국산(₩9,200, 한화 4,048원)이 중국산(₩3,379, 한화 1,487원)에 비해 약 2.7배 높음 	원산지	평균가격 (₩)	한국산	9,200.07	중국산	3,379.57
원산지	평균가격 (₩)						
한국산	9,200.07						
중국산	3,379.57						
<p>만가닥버섯 (150g 및 환산액 기준)</p>	 <table border="1" data-bbox="406 1431 1364 1756"> <thead> <tr> <th>원산지</th> <th>평균가격 (₩)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>한국산</td> <td>8,900.07</td> </tr> <tr> <td>중국산</td> <td>4,033.37</td> </tr> </tbody> </table> <ul data-bbox="375 1774 1396 2004" style="list-style-type: none"> • 중국산 만가닥버섯은 5개 유통매장과 3개의 재래시장 총 8곳에서 판매되며, 한국산 만가닥버섯은 총 1개 유통매장에서 판매되고 있음 • 만가닥버섯의 평균가격은 한국산(₩8,900, 한화 3,916원)이 중국산(₩4,033, 한화 1,775원)에 비해 약 2.2배 높게 나타남 • 한국산 만가닥버섯은 유기농 인증과 무농약 인증을 취득한 제품으로 제품 표면에 인증 마크를 확인할 수 있음 	원산지	평균가격 (₩)	한국산	8,900.07	중국산	4,033.37
원산지	평균가격 (₩)						
한국산	8,900.07						
중국산	4,033.37						

2.8. 수출확대전략

2.8.1 3C분석

<p>Customers</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 인구 3,234천 명으로 내수 시장은 작으나 한국과 친근한 국가로 한국에 대해 긍정적인 이미지를 가지고 있으며 한국에서 일한 경력이 있는 국민이 많아 한국산 농식품에 대한 인지도가 좋음 <ul style="list-style-type: none"> - 인구 규모는 적으나 30세까지 인구가 전체의 50%를 넘는 등 젊은 국가이며 인구의 절반인 150만명이 수도인 울란바토르에 거주하는 등 도시에 집중되어 있음 • 몽골은 신선농산물에 대한 자급률이 낮으며 한국산 농식품은 품질이 좋다는 좋은 인식을 가지고 있어 시장전망은 밝은 편임 • 최근 건강에 대한 관심도 증가로 농식품 섭취 증가 및 유기농과 같은 고품질 제품에 대한 수요가 증가하고 있음 • 새송이보다는 팽이의 가격이 저렴하여 더 선호하는 편이며 몽골인들은 수출용보다는 한국 내 내수용을 더 맛있다고 생각하고 있으며 버섯중에는 표고버섯과 느타리버섯을 선호하고 있으며 아직까지는 한국산 버섯은 대중적인 품목은 아님
<p>Competitors : 중국산</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 중국과 인접하고 있어 중국산 버섯이 몽골 내 가장 많이 유통되고 있으며 대부분 정식통관을 거치지 않고 수입되고 있어 한국산에 비해 물류비용이 적게 들고, 낮은 가격으로 한국산에 비해 가격경쟁력이 높음 <ul style="list-style-type: none"> - 국민소득이 낮아 가격에 민감한 편으로 항공으로 수입하는 경우 신선도등 품질 유지는 좋으나 가격은 약 3배 정도 높아지며 대한항공의 경우 최소물량은 500kg 이상이어야 함 가격경쟁력에 불리 • 팽이버섯은 품질은 비교적 균등하여 한국산과 비슷하나, 새송이 버섯의 경우 제품 간 품질 차이가 큼 • 중국산의 경우 포장에 간단한 조리방법 및 QR코드를 통해 제품의 정보를 얻을 수 있도록 패키지에 많은 노력을 기울임 • 몽골 내 4개 업체가 양송이버섯, 느타리 버섯 위주의 버섯을 생산하고 있으나 향후 새송이 버섯, 팽이 버섯, 만가닥 버섯도 생산이 되면 향후 한국산과의 경쟁이 예상됨
<p>Company : 한국산</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 몽골 버섯수출은 물류비용 부담이 과중하여 367천불 수준에 불과한 실정이며 수출 품목은 느타리 버섯이 대부분이며 팽이와 새송이가 일부 수출되고 있음 • 몽골 내 한국산 버섯이 유통되고 있는 매장이 적었으나, 최근 e-mart를 비롯한 한국계 대형유통매장 및 편의점 등의 입점으로 몽골 내 유통망 확보 • 한국산의 수입물류는 중국을 거쳐 냉장컨테이너에 의해 수입되고 있어 물류기간도 길고 물류비용도 많이 드는 상태임 • 한국산은 한국의 유기농 인증을 취득한 고품질의 제품이 유통되고 있으며 한국산 구매경험도 낮음

2.8.2 SWOT분석 및 최적전략

강점 (Strength)	기회(Opportunity)
<ul style="list-style-type: none"> • 중국산 대비 한국산 버섯의 품질에 대한 몽골 소비자의 믿음과 선호도 • 한류의 영향으로 한국에 대한 긍정적이고 친숙한 이미지 형성 • 몽골 내 한국 대형마트, 편의점 등의 입점으로 인해 유통망 확보 	<ul style="list-style-type: none"> • 몽골 소비자들이 건강 등 복지 분야에 대한 관심 증대 • 저렴한 현지 노동력과 한국어 구사가 가능 인력
약점(Weakness)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> • 내륙국가로 높은 물류비용으로 인해 중국산과의 가격경쟁 불가피 • 불명확한 행정 및 통관 체제 • 원화 강세에 따른 가격 경쟁력 약화 	<ul style="list-style-type: none"> • 사회 전반에 만연한 부정부패에 따라 발생하는 추가 비용 • 인구 3백만이라는 제한된 시장 • 전기 공급 불안전 등 좋지 않은 기업 운영 환경
SO전략 (강점-기회)	<ul style="list-style-type: none"> • 한국에 대한 이해가 높은 소비자가 많고, 한류의 영향으로 형성된 긍정적 이미지를 바탕으로 ‘Made in Korea’ 를 내세워 적극적인 홍보 • 저렴한 가격의 중국산에 비해 가격 경쟁력은 낮으나 품질이 우수한 점을 내세워 고급화 전략 실행
WO전략 (약점-기회)	<ul style="list-style-type: none"> • 몽골 내 한국어 구사가 가능한 직원을 활용하여 한국산 버섯의 장점과 버섯의 효능에 대해 몽골 소비자들에게 효과적으로 전달
ST전략 (강점-위협)	<ul style="list-style-type: none"> • 대형유통매장, 편의점 등이 유통매장 기반이 열악한 몽골에 진출한 한국계 유통업체들을 통한 안정적인 유통망 확보 • 몽골 자체 시장은 작으나 한국에 대한 친근한 이미지를 활용한 마케팅 전략
WT전략 (약점-위협)	<ul style="list-style-type: none"> • 높은 항공 물류비용을 항공사와의 협상을 통해 해결할 수 있는 방안 모색

2.8.3 STP분석

<p>Segmentation n (시장 세분화)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 시장의 분류 <ul style="list-style-type: none"> • 한국계 마켓, 현지 주류마켓 (중국계 포함) ▶ 소비자 분류 <ul style="list-style-type: none"> • 성별 분류, 연령별 분류, 소득층 ▶ 소비패턴 <ul style="list-style-type: none"> • 한국식품 호감, 건강에 관심. 편의성 중시, 가성비 중시
<p>Targeting (목표시장 설정)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 한국계 대형유통업체 : E-mart <ul style="list-style-type: none"> • 소득수준이 높은 수준의 소비자들이 주 고객층이며, 국내 대형유통업체 (E-mart)와 협력하여 저렴한 가격에 한국 식품들을 구입할 수 있게 함 • 중국산 식품의 안전성에 문제를 제기하면서 다소 비싸더라도 안전한 식품을 찾는 현지 소비자들을 대상으로 목표시장 설정 ▶ 현지 유통업체 : Home Plaza, Nomin 백화점 <ul style="list-style-type: none"> • 현지 식품점이나 홈 플라자는 한국식품을 E-mart보다 높은 가격으로 판매하므로 구매 소비자 대상 • 중국산에 비해 가격이 높으나 한국산 식품의 경우 ‘안전하다’는 인식을 갖고 있는 현지마켓 이용자
<p>Positioning (제품 포지셔닝)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 일정한 품질 유지를 통한 중국산과의 품질 차별화하고 중국산에 비해 높은 가격으로 고급화 전략으로 포지셔닝 • 한국산임을 알아볼 수 있는 포장 디자인 개선을 통해 한국산 버섯 브랜드인 K-mush를 활용하여 가성비 좋은 제품으로 인식토록 함 • 한국산 버섯에 대한 구매경험이 낮은 수준으로 타 품목, 타국산수준의 구매 경험 수준으로 목표설정

2.8.4 4C전략

Customer Value
<ul style="list-style-type: none"> • 한국문화에 친숙한 소비자가 많고 한국의 이미지가 좋으므로 Made In Korea임을 강조하고 품질 균일화를 통해 고품질 상품의 지속적인 공급 - 최근 ‘식품 안전성’에 대한 관심이 커지고 있으므로 좋은 품질의 제품을 지속적으로 공급하여 안전하게 먹고 먹을 수 있는 버섯의 이미지 생성
Cost
<ul style="list-style-type: none"> • 물류비 지원 정책을 통한 비용 절감 및 가격 경쟁력 확보 필요 - 높은 물류비용으로 인해 중국산에 비해 가격 경쟁력이 낮아 적정 수준으로 인하할 수 있는 수출 물류 다변화 지원이 필요 • 중국산에 비해 가격 경쟁력은 낮으므로 우수한 품질을 내세워 고급화 전략 실행
Convenience
<ul style="list-style-type: none"> • 한국계 대형마트를 통한 시장 확대 전략 - 현지 대형유통업체에 비해 입점이 쉽고 홍보효과가 있는 한국계 대형마트를 통해 한국산 버섯에 대한 적극적 홍보 - 한국의 E 마트에 대한 신뢰도가 높고 3호점까지 개설되어 있어 인지도가 높으므로 대대적인 판촉홍보를 통해 한국산 버섯에 대한 인식을 제고시켜 신규 고객창출 • 현지계 마트이나 다양한 한국식품을 입점과 우호적인 대형유통마트에 방문하는 고객을 대상으로 시식 행사 및 할인 프로모션 등을 통해 신규 고객 창출
Communication
<ul style="list-style-type: none"> • 팽이버섯, 새송이버섯을 활용한 간단한 레시피 카드 배포, 홈페이지 운영 - 한국산 버섯을 어떻게 요리에 활용해야 할지 몰라 구매를 하지 못한다는 의견을 반영하여 요리 방법을 간단하게 제품 포장에 표기하거나, 제품 구매 시 가져갈 수 있도록 레시피 카드를 제작하여 구비 - 샐러드와 핫팟과 같은 버섯을 활용한 음식의 인기가 높아지고 버섯을 사용하는 음식점도 많아져 버섯의 수요가 증가하고 있으므로 • 디자인 개선 및 현지어 라벨링 표기 등 완벽한 현지화를 통한 인지도 제고 - 몽골 내 유통되고 있는 버섯은 한국어로 작성된 포장지를 그대로 사용하고 있어 몽골 소비자들이 쉽게 제품에 대한 정보를 얻을 수 없음. 따라서, 현지어로 된 라벨링 및 제품 포장디자인 개선을 통해 인지도 제고 • 식품의 안전성, 유기농에 대한 관심이 커지고 있으므로 QR코드, 생산이력제 등 한국산에 대한 믿고 신뢰할 수 있는 정보 제공

카자흐스탄의 지역구분



- 카자흐스탄공화국은 중앙아시아와 동유럽에 걸쳐 있는 공화국으로 카자흐어(국어) 및 러시아어를 공용어로 사용하며, 북서쪽으로는 러시아, 남쪽으로는 키르기스스탄과 우즈베키스탄과 국경을 마주하고 있으며, 동쪽으로는 위구르 자치구와 가까움
- 총 14개 주와 3개의 특별시로 구성되어 있으며 수도는 누르술탄임

출처 : 위키백과

국 명	카자흐스탄공화국(Republic of Kazakhstan(영어), Қазақстан(카자흐어), Казахстан(러시아어))
수 도	아스타나(Astana)
인 구	1,855만 1,427명
면 적	2억 7,249만 200ha
기 후	대륙성 기후, 평균 강수량 : 250mm
민족 구성	카자흐인(63.1%), 러시아인(23.7%), 우즈베크인(2.8%), 우크라이나인(2.1%), 기타(8.3%)
언 어	공용어 : 러시아어, 카자흐어
종 교	이슬람교(47%), 러시아정교(44%), 개신교(2%), 기타(7%)
화폐 단위	KZT(Tenge)
GDP	1,705억 3,887만 248.2달러 세계54위 (2018 한국은행, The World Bank, 대만통계청 기준)

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

3.1 국가개황

- 2018년 기준, 카자흐스탄 상위 20%가 전체 소득의 39.2%를 차지하고 있음. 2018년 카자흐스탄의 1인당 월 평균 명목 임금은 16만 2,267T(50만 3,028원)이며, 1인당 연간 소득은 46만 6,934T(144만 7,495원)임

〈표〉 주요 경제지표

주요지표	단위	2018
경제성장률	%	4.1 (2017 IMF 추정)
GDP	억\$	1,705 (IMF 추정)
1인당 GDP	\$	8,841 (IMF 추정)
외환보유고	만\$	30,794
소비자 물가상승률	%	7.43

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr) 2019

- 전체 가계소득의 상위 20%에 해당하는 5분위 소득 규모가 39.2%로 높은 비중을 차지하고 있으며, 지난 5년간(2014-2018년) 5분위 소득 가구는 연평균 0.8%의 비율로 증가하는 동향을 보임. 한편, 1분위부터 4분위까지는 매년 감소하였고, 3분위 소득 가구의 비중이 연평균 0.8%로 다른 소득 분위에 비해 높은 감소폭을 보임



분위별 소득분포	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR
1분위 (하위 20%)	9.4%	9.5%	9.5%	9.3%	9.3%	-0.3%
2분위 (20%)	13.2%	13.2%	13.3%	13%	13%	-0.4%
3분위 (20%)	17.1%	17%	17%	16.7%	16.5%	-0.8%
4분위 (20%)	22.4%	22.3%	22.3%	22.2%	22%	-0.5%
5분위 (상위 20%)	37.9%	38%	38%	38.8%	39.2%	0.8%

[그림] 카자흐스탄 분위별 가구소득분포

출처 : 카자흐스탄 통계위원회 (Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan Statistics committee)

- 전체 교역액은 2018년 1~8월 중 전년도 동기 대비 22% 증가한 598억 달러를 기록함. 원유가 하락 및 외환위기 시절인 2015년도 총 교역액은 전년 동기 대비 36.6% 감소한 765억 달러를 기록하였고, 2016년도에는 19% 감소한 619억 달러 기록함
- 카자흐스탄의 주요 수출국은 이탈리아, 중국, 러시아, 네덜란드로 석유와 역청유(HS Code 2709)를 주요 수출품목임. 수입의 경우, 러시아와 중국으로부터의 수입 비중이 크며, 주요 수입품목은 원자로, 보일러, 기계류와 부분품임

〈표〉 카자흐스탄 교역 동향

(단위 : 백만 달러, %)

주요지표	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018.2Q
교역	133,506 (0.5)	120,755 (-9.6)	76,524 (-36.6)	61,950 (-19.1)	77,646 (25.3)	49,985
수출	84,700 (-2.0)	79,460 (-6.2)	45,956 (-42.2)	36,776 (-20.0)	48,342 (31.4)	36,798
수입	48,806 (5.3)	41,296 (-15.4)	30,568 (-26.0)	25,175 (-17.6)	29,304 (16.4)	13,051

출처 : 대한무역투자진흥공사 (www.kotra.or.kr)

3.2 물류

- 세계 최대 내륙국가인 카자흐스탄은 아시아와 유럽을 잇는 요충지에 위치하며, CIS 국가 중 세 번째로 철도망이 방대함
- 한-카 물류 기간은 일반적으로 30일을 기준으로 하고 있는데 한국-중남기, 한국-유럽 간의 물류기간이 최장 40일인 점을 감안한다면 운송시간이 상당히 소요되는 편임
 - 한-카 운송구간별료, 해상이 2~3일, 중국 구간이 7~10일, 카자흐스탄-중국 국경 환적 3~5일, 카자흐스탄 보세지정구역(CBX) 통관이 4~5일 정도 소요되는 것으로 조사됨
- 카자흐스탄의 항구는 카스피해(악타우항)에 있음. 이 길을 따라 흑해, 발트해까지 나아가며, 카자흐스탄에는 이밖에도 바우티노, 쿠르크항, 아티라우 하항이 있음. 악타우항은 국제적으로 중요한 항구로, 국제해상교통의 화물류 및 건화물 운송을 취급하지만, 악타우 항을 이용할 때 일부 제한 요건이 많아 한국과 카자흐스탄 교역은 이 항구가 이용되지 않음

- 일반적인 선편 운항로는 인천항에서 선편으로 블라디보스톡까지 이동시키고 블라디보스톡에서 철도편으로 알마티까지 이동시키는 것임. 이 같은 운송노선을 이용할 경우 소요기간은 대략 30~50일 정도이며, 20피트 컨테이너 운송비용은 약 5,000달러임
- 현재 한국에서 중앙아시아로 가는 주요 철도 운송 루트는 TCR(중국경유)와 TSR(시베리아 경유)로 나뉨
 - TCR이 TSR에 비해 운송거리가 짧음에도 불구하고 운송시간이나 운송비용이 TSR에 비해 큰 차이가 없거나 오히려 경쟁력이 떨어지는 것은 중국과 카자흐스탄의 접경지역에서 구간 차이로 인해 발생하는 환적 문제와 카자흐스탄의 화차공급이 원활하지 못해 수송이 제대로 이루어지지 못하기 때문임. 또한 국경 통과시의 요구되는 각종 검사와 비공식적 요금 등이 운송 시간과 비용을 상승시키는 원인임



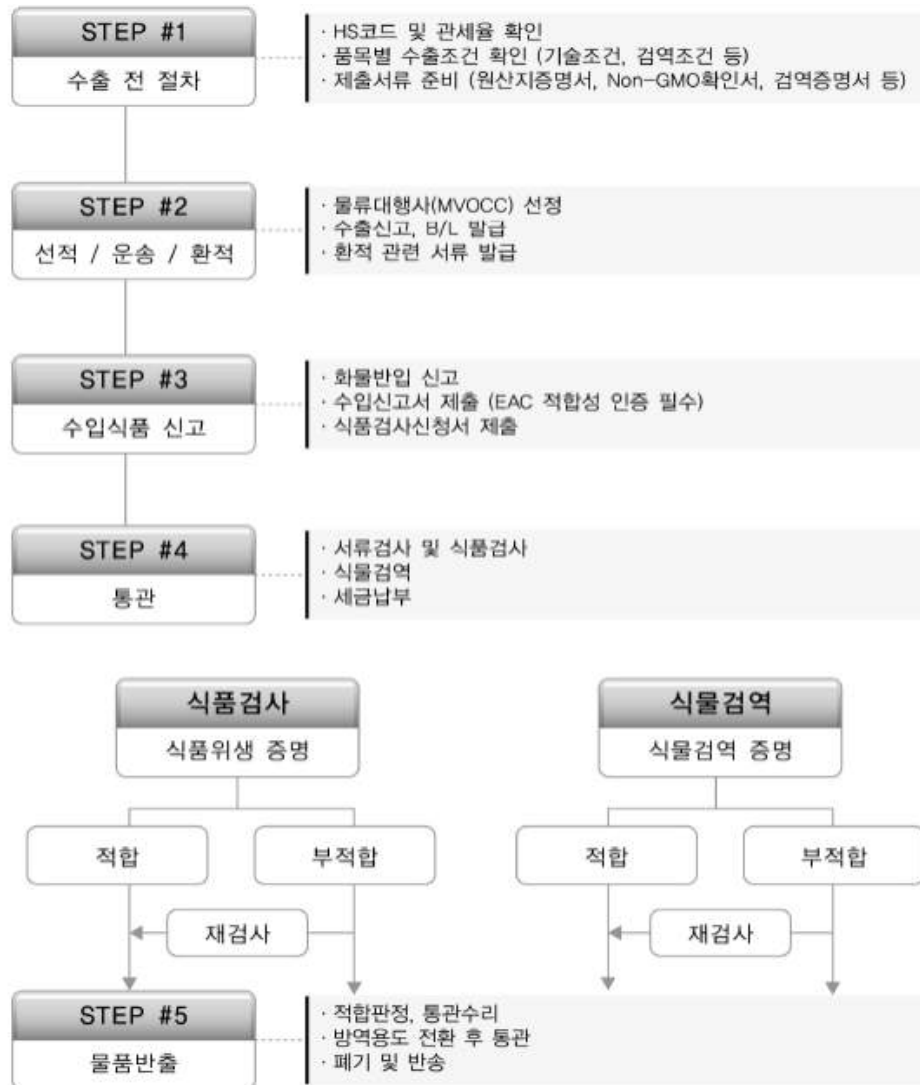
[그림] 한국-중앙아시아간 주요 운송루트

출처 : 범한 판토스

- 카자흐스탄에는 21개의 공항이 있으며, 이 중 12개 공항(아스타나, 알마티, 악타우, 아티라우, 오랄, 코스타나이, 페트로파블롭스크, 파블로다르, 타라즈, 쉘켄트, 오스카멘, 악토베)은 주요 국제공항임
 - 2019년 12월 기준 인천-아스타나 항공편은 총 2회(아시아나 1회, 에어 아스타나 1회), 인천-알마티 항공편은 총 7회(아시아나 2회, 에어 아스타나 5회) 운행 중임. 양국간 교역 및 인적 교류의 지속적인 증가로 인해 항공 수요가 매년 증가하고 있어 양국간 항공 협력 관계 강화 필요성이 제기되고 있음

3.3 통관

- 러시아, 벨라루스와 2010년 관세동맹 이후 단일 통관 시스템을 구축함. 이전에는 모든 세관 절차는 브로커(중개인)를 통해 진행되었으나 현재는 EEU법에 의거하여 브로커 개입 없이 관세청 및 소속기관을 통해 세관신고서 작성이 가능함
- 통관은 도착지에서 보통 이루어지는데 일반적으로 2~4일 소요되며 수입 물품들은 세관신고 신청일로부터 1영업일 이후에 반출됨



[그림] 농식품 수출 프로세스

출처 : aT 농식품 수출 프로세스

- 관세는 HS 품목별로 0%, 5%, 10%, 15% 등으로 일반화되어 부과되는 경우가 많으며, 평균 수입관세는 약 9%수준이고, 부가가치세는 품목별로 동일하게 12%가 적용됨

3.4 검역 제도

- 카자흐스탄의 식품수입은 유라시아 경제연합법, 카자흐스탄 법률, 카자흐스탄 행정부령, 카자흐스탄 담당 행정기관 규칙에 따라 규제됨
- SPS(위생 및 식물위생조치)를 OIE(국제 수역 사무국), IPPC(국제 식물보호협약), Codex(국제식품규격)과 상충되지 않도록 조정
- 위생-전염병 검역(Sanitary-Epidemiological Control) : 수입 전 신고의무가 있으며 적합성 선언(Declaration of Conformity), 연방 국가등록(State Registration) 등 관련출처를 제출해야 함
- 수의검역(Veterinary Control) : 모든 종류의 동물, 고기 통조림, 소시지 등 가공육류, 우유 및 유제품, 동물이 원료인 기타 제품, 동물 사료 및 의약품 등을 검역
- 식물검역(Phytosanitary Control) : 수출국의 수출식물검역증명서를 반드시 첨부하도록 하고 있으며, 국내 검역 후 수출된 식품은 카자흐스탄의 식물위생검역소, 또는 차량국경교차점에서 유라시아경제연합의 통합 검역식물위생 요건에 따라 검역이 이루어짐

3.5 라벨링 규정

- 카자흐스탄의 식품 라벨링은 관세동맹 회원국인 러시아, 벨라루스와 동일한 식품라벨링규정(TRTS 022/2011)을 따르고 있음
 - 라벨은 러시아어와 카자흐스탄어 두 가지 언어로 모두 표기되어야 함
 - 라벨링은 반드시 제품명, 원산지, 생산자를 포함해야 하며, 식품의 경우 제조일자, 유통기한, 보관 및 취급 방법에 관한 설명, 영양 성분을 표기해야 함

<표> 카자흐스탄 포장식품 라벨 표기사항

- 제품명
- 제조사 또는 수입업체에 관한 정보(업체명, 국가, 주소 포함)
- 제품 용량
- 제품 성분(일부 과일제품 제외)
- 유전자 조작 성분(GMO) 유무에 관한 정보
- 제품의 영양 정보
- EAEU 기술규정에 따른 보관 방법
- 유통기한
- 제조일자
- 기타 필요한 정보
- EAC 인증마크

출처 : Food and Agricultural Import Regulations and Standards-Narrative, 미국농무부, 2017

3.6 유통 현황

- 카자흐스탄의 전체 소매시장 규모는 2013년 5조 348억 ₸(약 125억 달러)에서 2017년 8조 8,471억 ₸(약 267억 달러)로 75.7% 성장하였으며, 상품유형별로는 식품이 36.7%, 비식품이 63.3% 성장함
 - 전체 유통규모에 비해 식품의 비중이 비교적 적은 이유는 농촌인구의 자급률이 높기 때문으로 사료됨
- 유통채널별로 유통기업이 54.7%, 영세소상인(재래시장 포함)이 45.3%를 차지함
 - 기존 영세소상인 및 재래시장 중심의 소매유통시장은 외국계 대형유통기업의 진출, 대형쇼핑몰의 등장으로 과거에 비해 위축되는 경향이 있지만 여전히 서민들의 이용률은 높은 상황임
- 상권은 주로 아스타나, 알마티 등 대도시에서 집중되어 대형유통업체들이 진출했으며, 아스타나와 알마티의 경우 소매유통의 70%이상을 유통기업이 점유하고 있음
- 카자흐스탄의 유통기업은 대부분 중소규모로 대형유통기업은 전체 소매유통의 약 16%를 차지하고 있으나 정부의 신용카드와 카드할부 확대 정책, 투자유치 정책 등으로 대형유통매장의 성장세가 예상됨
- 전통 유통채널인 재래시장(Bazar)은 전체 782개로 도매시장 38개, 소매시장 744개가 운영되고 있으며 카자흐스탄 전역에 분포되어 있음
 - 소비자들은 주로 과일·채소류 등의 신선식품을 도매시장, 재래시장에서 구매하는 것을 선호하는데 이는 저가형 유통매장에서 파는 제품보다 좋은 품질의 상품을 저렴한 가격에 구매할 수 있기 때문임
- 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓, 개인 소매상점, 기타 식료품점으로 구분되며 개인 소매상점이 절반 이상(55.8%)을 차지하고 있으며 기타 식료품점, 하이퍼마켓&, 슈퍼마켓 순임. 하이퍼마켓& 슈퍼마켓 중에서는 매출액 기준, 매그넘, 램스토어, 에스몰 앤 스킵프, 갈마트, 메트로 순으로 차지하고 있음

〈표〉 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율	주요 채널
B2C 소매채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	9.0%	매그넘(Magnum), 메트로(Metro), 에스몰(Small), 아스티카잔(Astykhzan), 디나(Dina), 그린위치(Greenwich), 필칸(Firkan), 올자(Olza), 안벌(Anvar), 아이딜(Ideal), 에이투(a2), 아얀(Ayan), 갈마트(Galmart), 램스토어(Ramstore), 파이버미닛(5Minute), 리얼리스트(Realist)
	개인 소매상점	55.8%	두레마트(DuRe Mart), 다사랑(Dasarang Mart) 코리안마트(Korean Mart), 세븐마트(7 Mart), 우리식품(Woori Market)
	기타 식료품점 ¹⁾	35.2%	메디케어(Medicare), 가디언(Guardian), 김린뉴트리션 푸드(Kim Linh Nutrition Food), 파마시티(Pharmacy)

출처 : 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

〈표〉 주요 유통업체 현황

분류	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁾ , 매장 수)	취급 품목
1	매그넘(Magnum)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 243만 9,950달러 (약 29억 3,211만 원)	파인애플, 귤, 레몬, 포도
2	램스토어(Ramstore)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 9,320만 달러 (약 1,120억 원)	블랙베리, 체리, 자두, 파인애플, 복숭아
3	에스몰 앤 스킵 (Small & Skif)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 22억 9,883만 달러 (약 2조 7,625억 원)	체리, 포도, 사과
4	갈마트 (Galmart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	매장 수(* 19): 4개	체리, 포도, 수박, 귤
5	메트로 (Metro)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	매장 수(* 18): 10개	체리, 베리류, 사과

출처 : 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

1) 기타 식료품점은 건강 식품점, 키오스크(Kiosk) 형태의 식료품점 및 별도의 매장 없이 독립된 소규모 형태의 판매를 말함. 또한 농장을 방문하여 직접 구매하는 경우를 포함
2) 1달러=1,201.71원 (2019.09.27. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3.7 벼룩 시장 동향

3.7.1 벼룩생산동향

- 농업 통계 사이트인 FAOSTAT에 의하면, 2017년 기준 카자흐스탄의 벼룩 및 송로 벼룩 생산량은 전년보다 0.6% 감소한 510톤으로 집계되었으나, 1998년 대비 27.5%, 2008년 대비 1.2% 증가한 수치로 꾸준히 증가하였음

〈표〉 카자흐스탄 전체 벼룩 생산량

(단위 : 톤)

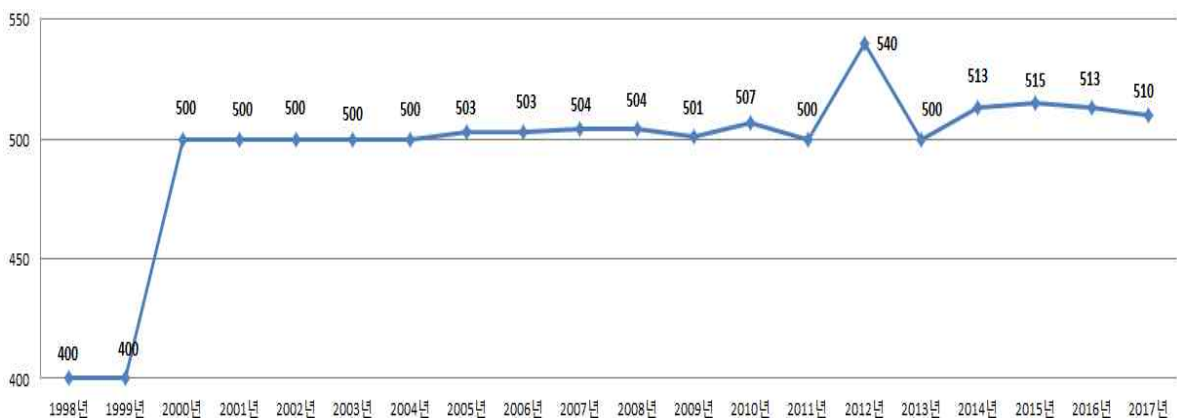
1998년	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
400	400	500	500	500	500	500	503	503	504
2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
504	501	507	500	540	500	513	515	513	510

출처 : 국제연합식량농업기구(FAO)

- 일반적으로, 카자흐스탄 내에서 생산되는 벼룩의 양은 연간 500톤 이상으로 매년 생산량이 증가하고 있음

- 카자흐스탄 내 주 생산벼룩은 양송이버섯이며 새송이버섯, 팽이버섯, 만가닥벼룩은 생산하지 않아 수입에 의존하고 있어 신선 벼룩류에 대한 중동 내 현지화 벼룩 재배 시설 투자 및 재배 기술에 대한 관심 고조 추세임

(단위 : 톤)



[그림] 카자흐스탄 전체 벼룩 생산량 증감 추이

출처 : 국제연합식량농업기구(FAO) 2019

3.7.2 수입동향

- 2018년 카자흐스탄의 기타 버섯류(HS CODE 0709.51 + HS CODE 0709.59) 주요 수입국은 폴란드, 중국, 러시아, 네덜란드 순으로 나타났으며, 우리나라로부터 버섯 수입이 이루어지고 있으나 물량이 매우 적음
 - 현지조사 결과, 중동 내 신선농산물 수입업체들은 한국산 버섯 수입에 관심이 높으나, 장거리 물류이동으로 인한 신선도 유지의 어려움으로 인해 한국산 기타버섯의 수입액이 낮은 것으로 사료됨
 - 이를 해결하기 위해서는 향후 관측, 홍보, 바이어초청 지원과 더불어 신선도를 유지할 수 있는 방안이 마련되어야 함
- 카자흐스탄은 주로 중국산 새송이버섯, 네덜란드산 양송이버섯을 수입하여 대형마트 등에 유통 중인 것으로 자체시장조사 결과 나타남

〈표〉 카자흐스탄의 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2018년 수입액 순위	구분	2014		2015		2016		2017		2018	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세계	4,257	3,305	1,369	1,773	1,111	1,427	1,547	1,751	2,120	2,795
1	폴란드	843	1,122	1,314	1,562	1,065	1,272	1,502	1,571	2,021	2,514
2	중국	10	105	7	80	11	71	39	156	57	197
3	러시아	4	13	3	9	1	6	3	7	37	56
4	네덜란드	2	22	1	10	1	9	2	13	2	21
5	한국	-	0	0	1	0	1	0	1	0	2

출처 : International Trade Centre(ITC) 2019

- 농식품 수입은 대형 농산물 수입업체 및 벤더회사를 통한 수입이 대부분으로 관세 및 물류비가 가격형성에 중요한 요소를 차지함

3.7.3 對 카자흐스탄 수출동향

- 카자흐스탄으로 수출되고 있는 농산물은 해마다 약간의 증감은 있으나 전체적으로 2015년 대비 수출량은 증가하였으나 수출액은 감소하는 추세임. 특히, 수출액의 경우 2015년 대비 2018년 23.4% 감소한 35,811.6천 달러가 수출됨

〈표〉 對카자흐스탄 농수산물 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	2014		2015		2016		2017		2018	
	중량	금액	중량	금액	중량	금액	중량	금액	중량	금액
농수산물-계	12,779.8	52,260.0	10,358.5	49,527.6	7,598.7	34,383.0	8,563.4	33,706.4	9,187.9	35,811.6
농산물-계	8,466.2	32,100.2	6,743.0	31,187.7	6,106.7	25,037.9	7,832.0	28,737.4	7,496.9	23,894.5
버섯류(농산물) -계	-	-	-	-	-	-	0.1	0.1	0.3	1.4

출처 : KATI(www.kati.net) 2019

- 그중 버섯류가 차지하는 비중은 2018년 기준, 1,429 달러로 전체 농산물 수출액 중 6.0%의 비중을 차지함. 수출 품목은 팡이버섯이 588달러로 41.1%를 차지하였고, 그 다음으로는 새송이버섯이 841달러(58.9%), 양송이버섯과 느타리버섯은 수출통계 실적에 잡히지 않을 만큼 미미함

〈표〉 對카자흐스탄 버섯류(농산) 수출 현황

(단위 : kg, \$)

구분	2014		2015		2016		2017		2018	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
버섯류(농산물)-계	-	-	-	-	-	-	75.0	143.0	325.0	1,429.0
양송이-계	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
느타리버섯-계	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
팡이버섯-계	-	-	-	-	-	-	19.0	40.0	160.0	588.0
새송이버섯-계	-	-	-	-	-	-	56.0	103.0	165.0	841.0
기타버섯-계	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

출처 : KATI(www.kati.net) 2019

3.7.4. 식품 소비 트렌드

- 카자흐스탄의 1인당 월평균 소득은 2017년 기준 81,529₯(KZT)(약 250달러)로 빈부격차가 심하고 중산층이 거의 없는 사회구조로 서민들의 구매력이 낮음
 - 연소득이 1백만 ₯(약 3,000달러) 이상 되는 지역은 대도시 아스타나, 알마티, 석유 및 가스 채굴산업이 발달한 아띠라우주, 만기스따우스주 등 4개 지역
- 월 식품소비량 중 우유 및 유제품이 19.8kg으로 가장 많고 어류 및 수산가공품이 0.9kg으로 가장 적음
 - 2000년과 비교하여 소비량이 크게 증한 품목은 계란, 육류 및 육가공품, 과일 등이며, 유일하게 감소한 품목은 감자임. 이는 소득수준이 높아지고 유통 및 물류가 발달함에 따라 신선 및 단백질 제품의 소비가 증가함
 - 채소는 전체 식품 소비 중 10%를 차지하며 우유 및 유제품(26.9%), 계란(19.0%), 빵과 곡물제품(15.1%) 다음으로 소비됨

〈표〉 연도별 1인당 월평균 식품 소비규모 추이

(단위 : kg)

구 분	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
빵과 곡물제품	10.3	9.5	10.2	10.4	10.3	10.4	10.5	10.8	10.9	11.1
육류 및 육가공품	3.7	3.3	4.4	5.5	5.6	5.8	5.9	6.1	6.1	6.1
어류 및 수산가공품	0.4	0.7	0.8	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
우유 및 유제품	19.6	15.8	17.0	19.0	18.4	19.0	18.8	19.5	19.6	19.8
계 란	8.5	9.0	10.8	12.5	13.0	13.2	13.1	13.7	13.7	14.0
유지 및 지방	0.9	0.9	1.1	1.6	1.5	1.5	1.6	1.6	1.6	1.6
과 일	1.3	3.0	4.0	4.9	4.9	5.1	5.1	5.4	5.1	5.4
채 소	7.2	5.9	5.9	7.3	7.2	7.3	7.2	7.5	7.4	7.4
감 자	5.5	3.9	3.5	4.0	4.1	4.1	4.0	4.0	4.0	3.9
설탕, 잼, 꿀, 초콜릿, 제과	1.8	2.4	2.5	3.2	3.2	3.3	3.3	3.5	3.4	3.4

출처 : Ministry of National Economy of Kazakhstan(Committe on Statistics)

- 카자흐스탄 내 무슬림 인구 비율은 70% 이상인 것에 비해 할랄식품은 2017년 기준 전체 식품의 30% 정도로 상대적으로 적은 비중을 차지함. 소비자들의 식품구매 시 할랄인증 여부보다 가격이 더 중요한 요소로 작용함
- 젊은 층의 사회활동 참여 증가로 간편 음식이 인기를 끌고 있어 유통업체들도 HMR 제품 조달에 관심이 많음. 카자흐스탄 사람들은 전자레인지에 간편하게 조리해서 먹을 수 있는 RTC 제품을 선호함
- 온라인 음식주문 및 배달서비스도 확산되고 있는 추세로 카자흐스탄 온라인 쇼핑의 22.8%가 식품이며, 이는 대부분 온라인 음식 주문임

3.7.5. 버섯 유통 현황

- 카자흐스탄 소비자 식료품 구매 시 전통적 유통 개인 소매상점 기타 식료품점에서 현대적 유통 하이퍼마켓 슈퍼마켓 편의점 등으로 구매처 변화하는 추세임
- 신선식품의 경우 유통기한과 물류비용의 문제로 한국산 신선식품은 판매되지 않으며, 가공식품 위주로 판매되고 있다.
- 한국식품점에는 라면, 음료, 과자류, 간장 등 소스류, 유자차 등 차류를 비롯한 다양한 한국식품이 판매되고 있음

□ 버섯 가공식품 동향

- 카자흐스탄 내 버섯가공식품은 주로 슈퍼마켓이나 대형마트에서 판매하며, 일부 채소 판매점에서 판매하는 경우도 있음. 버섯 피클의 경우, 대부분 통조림 캔으로 제조되기 때문에, 마트의 가공식품 코너에서 다른 채소 통조림들과 함께 판매함
- 카자흐스탄은 국가 특이적으로 버섯을 여름에 말렸다가 겨울에 먹는 식습관을 보여 가공품 버섯의 수출 확대 가능성 존재

제품사진	내 용
	<ul style="list-style-type: none"> • 메가몰(람스토어)
	<ul style="list-style-type: none"> • 매그넘(캔, 유리병-크기별, 버섯 종류별)진열 • 양송이 절임 캔(좌) 400ml에 675탱게, 양송이 버섯 절임 병(중) 580ml에 1169탱게, 버섯 모듬 절임 병(우) 580ml에 1209탱게,

[그림] 카자흐스탄의 가공제품 사례

출처 : 자체시장조사

- 카자흐스탄으로 가공 버섯제품을 수출 시, 할랄 인증과 GOST인증을 취득할 수 있음. 대부분의 인증은 필수가 아닌 선택사항임. 하지만 소비자들은 제품의 품질을 고려해 관련 인증이 부착된 제품을 선호하는 편임

〈표〉 버섯 가공식품 경쟁사 비교분석

판매매장	경쟁제품 (경쟁기업)	원산지	가격 ³⁾	가격(100ml)	용량	포장형태
메가몰 (람스토어)	양송이버섯 절임 (에코스)	중국 (광저우)	740탱게 (2,287원)	185탱게 (572원)	400	알루미늄캔
	양송이버섯 절임 (그린야드)	네덜란드	795탱게 (2,457원)	199탱게 (615원)	400	알루미늄캔
	양송이버섯 절임 (라인텍스 베테랑)	중국 (칭따오)	689탱게 (2,129원)	162탱게 (501원)	425	알루미늄캔
갈마트	양송이버섯 절임 (본두엘레)	폴란드	1,260탱게 (3,893원)	217탱게 (671원)	580	유리용기

- 카자흐스탄에 진출한 3개사(본두엘레, 로라도, 스카테르트 사모브란카)의 홈페이지에서는 ‘영양을 챙긴 한 끼’, ‘맛과 영양을 모두 챙기는’, ‘건강한 한 끼’ 등의 문구를 사용하여 경쟁제품이 영양분이 많기 때문에 건강한 한 끼를 만들어 준다는 점을 강조함
- 본두엘레는 ‘쉽고 맛있는 조리방법’ 문구를 사용하여 간단한 요리 방법으로 경쟁제품을 즐길 수 있다고 소개하고 있으며, 로라도는 ‘독특한 맛’, ‘다양한 음식과 어울리는’ 문구를 사용하여 경쟁제품이 다양한 음식과 함께 즐길 수 있다는 점을 강조하고 있음
- 스카테르트 사모브란카는 ‘러시아 전통적인 레시피’ 등의 문구를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음

3) 1탱게 = 3.09원(2019.09.26.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

가) 재래시장

- 질료니 바자르 (Зеленый базар (Zeleny Bazar))는 카자흐스탄을 대표하는 큰 규모의 재래시장으로 농수축산품 및 생필품, 가구, 제과 등 다양한 제품을 판매하고 있으며, 현지인들이 가장 많이 찾는 시장으로 알려져 있음



표고버섯(현지산)1400T(한화 4,312원)

느타리버섯(현지산)1000T(한화 3,080원)



만가닥버섯(중국산)500T(한화 1,540원)

새송이버섯(중국산) 1200T(한화 3,696원)



절임 버섯류



[그림] 질료니 바자르 시장



나) 대형마트

- 양송이버섯, 표고버섯, 만가닥버섯, 팽이버섯, 느타리버섯을 주로 판매하고 있으며 현지출장일(2019.12.08.) 기준으로 1KZT당 한화 3.08원으로 측정함



□ 양송이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	Г р у б ы Ш а м п и н ь о н ы 현지산(카자흐스탄) 440g	Г А С Т Р О Н О М ESENTAI GOURMET in association with Globus Gourmet	1,320₮ (300₮/100g) 4,066원 (924원/100g)
	Г р у б ы Ш а м п и н ь о н ы		-
	Г р у б ы Ш а м п и н ь о н ы В п о д л о ж к е 346g		569₮ (164.4₮/100g) 1,753원 (506원/100g)
	Г р у б ы Ш а м п и н ь о н ы 현지산(카자흐스탄) 500g		969₮ (193.8₮/100g) 2,985원 (597원/100g)
	Hollandse Champignons 네덜란드산 250g		1,870₮ (748₮/100g) 5,760원 (2,304원/100g)
	Г р у б ы Ш а м п и н ь о н ы 512g		939₮ (183.5₮/100g) 2,892원 (565원/100g)

표고버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	Г р у б ы о п я т а (뽕나무버섯) 374g		620.48₮ (165.90₮/100g)
			1,911원 (511원/100g)




만가닥버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	FLAVOR'S FINEST WHITE SHIMEJI (Г р у б ы ш е м е д ж и) 150g		1,560₮ (1,040₮/100g)
			4,805원 (3,203원/100g)


팽이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	황소고집 (대홍영농조합법인) 한국산 100g		1,000₮ (1,000₮/100g)
			3,080원 (3,080원/100g)
	Г р у б ы э н о к и 182g		292.11₮ (160.5₮/100g)
			900원 (494원/100g)
	Г р у б ы э н о к и 중국산 246g		394.83₮ (149.56₮/100g)
			1,216원 (461원/100g)


□ 느타리버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	<p>Г р у б ы В е ш е н к и 현지산(카자흐스탄) 274g</p>	<p>Г А С Т Р О Н О М ESENTAI GOURMET in association with Globus Gourmet</p>	548₮ (200₮/100g)
			1,688원 (616원/100g)
	<p>Г р у б ы В е ш е н к и 현지산(카자흐스탄) 264g</p>	<p>magnum cash & carry АЛМАТЫ</p>	356₮ (134.8₮/100g)
			1,096원 (415원/100g)
	<p>Г р у б ы В е ш е н к и 254g</p>	<p>gal mart</p>	342.90₮ (135₮/100g)
			1,056원 (416원/100g)

□ 기타버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	<p>Г р у б ы портабелло (포토벨로 버섯) 1KG</p>	<p>colibri</p>	7670₮ (767₮/100g)
			23,624원 (2,362원/100g)

다) 버섯 가격 비교

품종	원산지별 평균가격 비교						
<p>팽이버섯 (100g 및 환산액 기준)</p>	 <table border="1" data-bbox="391 309 1380 728"> <thead> <tr> <th>원산지</th> <th>평균가격 (₩)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>한국산</td> <td>₩3,080</td> </tr> <tr> <td>중국산</td> <td>₩494</td> </tr> </tbody> </table> <ul data-bbox="367 772 1396 1008" style="list-style-type: none"> • 중국산 팽이버섯은 유통매장 2곳에서 판매가 되고 있으며, 중국산 버섯은 제조업체나 판매처에 의한 가격변동이 없으며 중량에 따라 일정하게 가격이 책정되어 있음 • 한국산 팽이버섯은 한인 마트 1곳에서만 판매 중이며 중국산에 비해 약 6배 높은 가격(3,080원)에 판매되고 있음 	원산지	평균가격 (₩)	한국산	₩3,080	중국산	₩494
원산지	평균가격 (₩)						
한국산	₩3,080						
중국산	₩494						

3.8. 수출확대전략

3.8.1 3C

<p>Customers</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 카자흐스탄의 버섯 생산량은 약 500톤수준에 불과하며 수입액도 108천불 수준으로 미미한 실정으로 버섯의 소비수준은 낮은 편임 • 수도인 아스타나보다 예전의 수도이며 경제도시인 알마티에 더 많은 인구가 거주하고 있고 중국과 인접하고 있어 중국과의 교역이 많은 편임 • 카자흐스탄은 중앙아시아, 과거 소비에트 연방 중에서 1인당 소득이 높은 국가로 과거 소비성향이 높은 편임 • 현지 대형유통업체 유통물량이 16%에 불과하고 대부분이 전통시장을 통해 유통되는 상황으로 저가의 중국산 버섯의 유통이 많은 편이며 한국산 버섯의 유통은 매우 적은 편임 • 알마티에 거주하고 있는 교민 대상으로 한국산 제품을 현지화 시키는 것이 중요하며 맛과 유기농 등 건강을 중시하며 관련 제품에 대한 수요가 증가하고 있으나 버섯은 아직까지는 대중적으로 구매되지 않는 편임
<p>Competitors (중국산 및 현지산)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 느타리 버섯은 현지산이 주로 유통되고 있으며 수입의 경우 중국산, 폴란드산 버섯이 수입되고 있으며 한국산의 수입은 극히 소량임 • 중국의 경우 인접국가로 정식통관을 거치지 않고 유입되는 물량이 많아 정확한 수입물량 파악이 어려우며 품질등에 대한 규격화나 신선도등이 많은 차이가 있어 수입가격은 저렴한 편임 • 팽이버섯은 한국산과 중국산이 있으나 최근 한국산은 핸드캐리 또는 혼적으로 수출된 것으로 보이며 새송이버섯과 만가닥버섯은 중국산, 표고버섯과 느타리버섯 등 기타버섯은 현지산이 주로 유통되고 있음
<p>Company</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 버섯은 2018년 안테나숍의 시험 판매용으로 1,429불이 수출되었으며 현재 마켓테스트 단계이며 팽이버섯은 서티를 이미 받아 있어 수입상의 제한은 없으나 현재는 수입을 중단하고 있는 상태임 • 물류는 중국을 거쳐 운송되므로 물류비용부담이 과중하고 판매수요가 많지 않아 적정물량 수입이 어려운 실정이므로 현재 안테나숍으로 운영되고 있는 한국계 현지마트에서 판촉홍보행사시 혼적하여 수입하여 판매한 실적이 있음 • 한국산 버섯에 대하여는 서티를 받은 경험이 있어 수입통관의 문제는 거의 없다고 보아야 함 • 카자흐스탄의 한인 인구는 약 10만명 정도이나 교민은 1만명 이내, 주시장인 알마티는 4천명수준에 불과하고 대부분이 고려인으로 한국식문화와는 다르게 현지화 되어있음 • 설문조사 결과 구매경험 24%에도 불구하고 미구매자의 향후 구매의향도 25%에 가장 낮은 수준임 이는 현지에서 버섯의 인지도나 요리 방식 등에 잘 알지 못하고 한국산버섯을 시식이나 구매한 경험이 없어 나타난 결과로 보여짐

3.8.2. SWOT분석 및 최적전략

강점 (Strength)	기회(Opportunity)
<ul style="list-style-type: none"> • 버섯을 여름에 말렸다가 겨울에 먹는 식습관이 있음 • 도매시장에 큰 버섯 코너가 있어 높은 버섯 소비 기대 	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농, 건강에 대한 높은 관심 • 1인 가구 증가에 따른 전처리 제품 또는 버섯 가공식품 개발을 통한 시장 확대
약점(Weakness)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> • 구별되지 않는 라벨링으로 중국산 버섯과의 혼동 • 한국 버섯의 낮은 인지도와 니즈 	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자들의 현지 생산 제품에 대한 높은 선호도 • 값싼 중국산과의 경쟁
SO전략 (강점-기회)	<ul style="list-style-type: none"> • 버섯을 신선 버섯채로 섭취하는 것보다는 여름에 말렸다가 겨울에 먹는 식습관을 가지고 있어 말린버섯, 건버섯, 또는 과자 칩으로 가공제품 필요
WO전략 (약점-기회)	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 버섯에 대한 인지도와 니즈를 위해 1인 가구 증가에 따른 전처리 제품 또는 버섯 가공식품 개발을 통한 시장 확대 방안 마련 필요 • 중국산과 구별되지 않는 라벨링으로 한국산 버섯 구매력이 저하되고 있으나 K-MUSH 로고 또는 한국 국기를 스티커 부착 활용 홍보 병행 • HMR식품 등 간편식 등 현지 맞춤형 가공식품 개발 필요
ST전략 (강점-위협)	<ul style="list-style-type: none"> • 도매시장에 큰 버섯 판매대가 있어 한국산 버섯 판매 가능성 검토 필요 및 도매상을 통한 카자흐스탄 진출방안 모색 필요 • 유통경로를 줄여 한국산 버섯의 가격경쟁력 제고 필요
WT전략 (약점-위협)	<ul style="list-style-type: none"> • 원산지의 중요성과 한국산 버섯에 대한 차별성 홍보 위주의 포장 실시 필요 • 한국산 프리미엄 버섯화 전략 상품판매 필요

3.8.3. STP분석

<p>Segmentation (시장 세분화)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 소비자에 의한 시장 세분화 필요 • 가격에 민감한 소비자 : 버섯 구매 시, 건강 및 웰빙에 대한 관심보다는 가격적인 부담감이 높은 소비자들을 위한 생산유통절차를 최소화하여 가격적 측면을 기준으로 소비 시장 구분 • 제품 품질을 중시하는 소비자 : 카자흐스탄의 경제적인 성장으로 인해 소비자들의 구매력이 향상되고 있기때문에 고가격, 고품질 버섯의 유통채널로 시장의 구분이 필요함
<p>Targeting (목표시장 설정)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 우선 목표시장 : 현지 한인마켓 • 대형유통시장 입점보다 우선적으로 시행되어야 할 한인마켓 내 한국산 버섯 입점하여 점진적으로 현지 시장 진출 • 카자흐스탄의 버섯시장은 극히 제한적인 유통경로로 입점이 가능하고 정보자체가 잘 오픈되어 있지 않음 • 현지 한인마켓 또는 안테나숍을 활용하여 한국산 버섯의 좋은 품질을 알려야하며, 이를 위해 마켓 내 시식 등을 통해 접근성을 높여야 함
<p>Positioning (제품 포지셔닝)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 한국산 버섯에 대한 포지셔닝은 거의 전무한 실정임 • 중국산 버섯을 한국산으로 인식하는 경우도 빈번하며, 카자흐스탄인들은 신선채소 및 버섯을 구매할 때 원산지를 잘 확인하지 않고 있어 중국산 수준으로 인지도 향상이 필요함 • 우선적으로, 한국 버섯에 대한 고품질, 프리미엄화에 대한 홍보가 선행되어야 할 것임

3.8.4. 4C전략

Customer Value

- ▶ 한국에 대한 이미지가 좋으므로 Made In Korea임을 강조하고 품질균일화를 통해 고품질 상품의 지속적인 공급으로 가격이 저렴한 중국산과의 차별화
- ▶ 현지 규정에 맞는 라벨링 개발을 통한 소비자 신뢰감 구축
- 한국산 신선 버섯을 판매하기 위해서 중국산과의 혼동을 피하기 위한 차별화된 다양한 라벨링 방안 강구
- ▶ 신선 버섯의 수출상의 물류비용, 중국산과의 가격경쟁, 현지인의 버섯수요에 대한 인식이 낮은 점 등 고려 시 현지에 맞는 버섯가공품의 개발 및 보급
- 한국 버섯에 대한 인지도와 니즈를 위해 HMR식품 등 현지 맞춤형 가공식품 개발 필요

Cost

- ▶ 수출 초기단계에는 구매 벤더에게 좋은 이미지를 주기 위해 신선물품 항공운임 할인적용 등 물류비 절감방안 마련 필요
- 물류비용 절감을 통해 수입원가 절감 및 신선도 유지를 위한 품질 관리 등 다양한 물류추진 대책이 필요
- ▶ 현지 법규에 맞으며 소비자에게 신뢰감을 주는 라벨링을 위해 현지 전문 업체에 컨설팅을 받는 비용 지원 필요

Convenience

- ▶ 시장 초기 진입을 위해서 장기적 신규 투자가 할수 있는 우수 신규 바이어를 확보하고 항공 운임 할인, 물류비지원 확대, 판촉 행사지원, 홍보확대 등 다양한 지원책 모색이 필요
- 유력 바이어들을 한국에 초청하여 유통되는 매장과 산지 재배 현황 견학을 통한 한국산 버섯 품질 강조 및 홍보 필요
- 도매시장에 큰 버섯 코너가 있어 한국산 버섯 판매 가능성 검토 및 도매상을 통한 다양한 진출 방안 모색 필요
- ▶ 버섯의 시식 행사 등 입맛들이기를 위해서는 적정한 물류비용의 지원등 대대적인 판촉행사를 통해 소비자가 구매를 할 수 있는 여건 조성이 필요
- 시식홍보행사 이후 소비자가 구매로 이어질 수 있는 다양한 홍보방안등 강구하고 지속적인 물량공급이 이루어 질수 있는 방안 필요

Communication

- ▶ 한국산 버섯의 건강상의 이점이나 요리 방식 등 먼저 버섯에 대한 새로운 인식을 심어주기 위한 홍보 등이 절대적으로 필요함
- 한국산 버섯 구매력이 저하되고 있으나 K-MUSH 로고 또는 한국 국기를 스티커 부착 활용 홍보 병행
- ▶ 현지의 한인은 대부분 고려인으로 한국식문화와는 다르게 현지화 되어있으므로 교민을 중심으로 한 시장을 우선적으로 공략하고 점진적으로 현지시장 진입이 필요함
- ▶ 한국산 버섯을 수출하기 위한 애로사항, 개선사항 및 현지 상황을 주기적으로 모니터링 할 수 있는 창구를 마련하여 수출업체가 정보를 제공 받을 수 있는 여건 조성

4

아랍에미리트(UAE)

카자흐스탄의 지역구분



- 아랍에미리트는 아랍에미리트 연합국 또는 아랍에미리트 연방, 아랍 토후국 연합으로도 부르며, 약칭은 UAE임
- 서남아시아의 아라비아 반도 남동부에 있는 나라로, 7개 토후국(아부다비 토후국, 두바이 토후국, 샤르자 토후국, 아지만 토후국, 움알쿠와인 토후국, 라스알카이마 토후국, 푸자이라 토후국)으로 이루어진 연방 국가임

출처 : 위키백과

국명	아랍에미리트연합국 (United Arab Emirates)
수도	아부다비 (Abu Dhabi)
인구	약 1,075만 명
면적	83,699km ² (한반도 면적의 약 37%, 전 국토의 97% 사막)
기후	고온 다습한 사막기후 (여름철 35~45도, 겨울철 15~35도)
민족 구성	아랍계, 인도계, 이란계 및 기타
언어	공용어 : 아랍어, 상용어 : 영어, 이란어, 인도어 등
종교	이슬람교 약 96%(수니파 다수), 기독교 및 힌두교 4%
화폐 단위	UAE Dirham (1 Dirham = 100 Fils)
GDP	US\$ 4,246억 (2019년 IMF추정)

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

4.1 국가개황

- 아랍에미리트는 아랍에미리트 연합국 또는 아랍에미리트 연방, 아랍 토후국 연합으로도 부르며, 약칭은 UAE임. 서남아시아의 아라비아반도 남동부에 있는 나라로, 7개 토후국(아부다비 토후국, 두바이 토후국, 샤르자 토후국, 아지만 토후국, 움알쿠와인 토후국, 라스알카이마 토후국, 푸자이라 토후국)으로 이루어진 연방 국가임. 사우디아라비아, 오만과 국경을 접함.
- UAE는 석유 산업 중심의 아부다비와 서비스업 중심의 두바이가 경제의 양대 축임. UAE는 석유 매장량 기준 세계 6위(978억 배럴), 2017년 생산량 기준 세계 7위(297만 b/d)로 전체 석유 중 95%가 아부다비에 매장되어 있음. 두바이는 석유보다는 무역, 물류, 관광업을 기반으로 성장을 도모함
- 글로벌 경기의 하락세에도 불구하고 UAE는 완만한 성장세를 이어나갈 것으로 예상됨. IMF는 2017년도에 0.8%에 머물렀던 UAE 실질성장률이 2019년에는 2.8%에 달할 것으로 전망함
 - 2018년 내 부가가치세 도입, 대이란 제재 등의 경기 하방 요인들이 발생했으나, UAE정부에서 확장 재정 정책을 펼치고 있어 성장세를 이어나갈 것으로 기대됨

〈표〉 주요 경제지표

주요지표	단위	2019
경제성장률	%	2% (IMF 추정)
GDP	억\$	4,246 (IMF 추정)
1인당 GDP	\$	40,711 (IMF 추정)
외환보유고	만\$	10억1천1백9십1만4천
소비자 물가상승률	%	2% (IMF 추정)
외채	억\$	2,360.27

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr)

- 지리적 이점과 비즈니스 친화적 환경으로 중동아프리카(MENA) 지역 물류허브로 아시아와 아프리카, 유럽을 잇는 지리적 요충지임. UAE의 2017년 수입 중 한국으로부터 수입은 54억 달러로 전체의 3% 수준임

〈표〉 UAE 교역 동향

(단위 : 백만 달러, %)

연도	수출	수입	무역수지	재수출 비중
2013	379,489	294,967	84,522	31.8
2014	380,340	298,611	81,728	32.6
2015	333,362	287,025	46,338	18.1
2016	298,651	270,882	27,769	19.6
2017	308,537	269,735	38,802	N/A

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr)

4.2 물류

- UAE는 국제 무역의 중심지로 아부다비의 칼리파하, 자예드항, 두바이의 제벨알리항, 라시드항, 샤르자의 함리야항, 푸자이라의 푸자이라항 등이 운영 중이며 잘 정비된 항만시설을 갖추고 있음



[그림] UAE 대표 항구 위치 안내

출처 : 구글맵, Kotra 두바이 무역관 자체 제작

- UAE는 토후국별로 국제공항을 운영하고 있으나 주로 두바이 국제공항, 알막툼 공항, 아부다비 국제공항 및 샤르자 국제공항이 이용되며 이 중 두바이 국제공항이 상업의 중심지로서 가장 이용률이 높음



[그림] UAE 공항 위치 안내

출처 : Maps of World

<표> 두바이에서의 컨테이너 운송 비용(부산항 기준)

부산항 → 두바이	20TEU	300달러 + Local Charges(2,000디르함)
	40TEU	600달러 + Local Charges(3,500디르함)
두바이 → 부산항	20TEU	50~100달러 + Local Charges(2,000디르함)
	40TEU	100달러 + Local Charges(3,500디르함)

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr)

- UAE에서 우리나라로 향하는 컨테이너 운송비용이 더욱 저렴한 이유는 우리나라로 향하는 물동량이 적어 컨테이너 선적 비율이 낮아 운송비도 낮게 책정되기 때문임

○ 한-UAE 간 컨테이너 운송기간은 3~4주 정도 소요됨

4.3 통관

- UAE는 바레인, 카타르, 사우디아라비아, 오만, 쿠웨이트과 함께 GCC 회원국으로서 역내 ‘단일통관항(Single Port of Entry) 원칙’ 을 적용함. 즉 여섯 개의 국가는 단일시장으로 여겨져 하나의 국가를 거쳐 다른 역내 국가로 수입할 때 모든 품목은 첫 도착지에서만 관세가 부과됨
- 아랍 에미리트로 농식품을 수출하기 위한 프로세스는 크게 6단계로 나눌 수 있음
 - ① 수입물품 보세 구역 반입
 - ② bill of Entry Form 작성 및 제출 : 서류 첨부 요함
 - ③ 관세납부 및 수입 물품 보관 장소 확인
 - ④ 수입물품 검사 및 확인스탬프 날인
 - ⑤ 반출확인서 및 운송차량 통과증 발급
 - ⑥ 물품반출 6단계로 나뉘짐
- 모든 서류가 다 준비되어 있을 경우 UAE 세관을 통과하는 데 1~2일 정도 소요됨

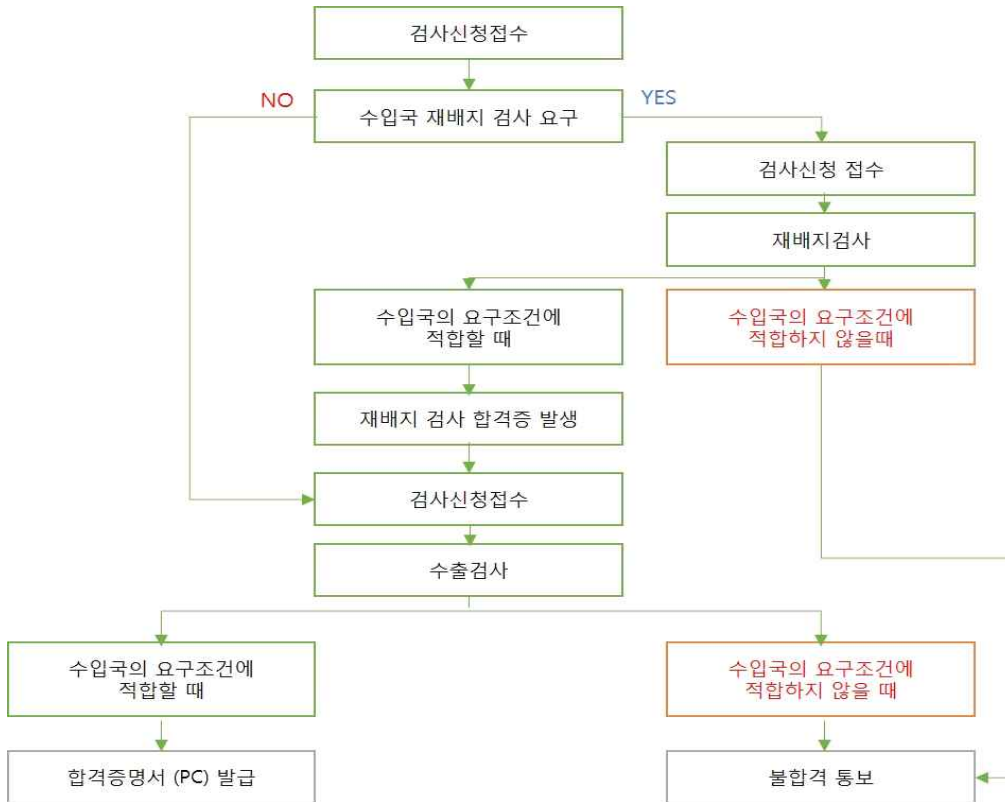
<표> UAE 세관 통과에 필요한 서류

순번	서류	비고
1	수입신고서	-
2	화물인도 지시서 (D/O)	인도회사는 UAE 내 사업자를 보유하고 있는 수입업체여야 함
3	선하증권(B/L) 원본	-
4	수입허가 증서	수입식품이 수입제한 품목에 해당되는 경우, 관할기관들이 발급한 수입허가 증서가 필요함
5	원본 송장	수출업체가 발급한 물품 수량, 상세내역 및 총 가치가 명시되어 있는 원본 송장
6	원산지 증명서 원본	원산지의 상공회의소에서 승인한 원산지 증명서 원본
7	중량, 포장방법 및 HS 코드가 명시된 포장명세서(Packing List)	-
8	관세청에서 발급한 공문서 (Local Purchase Order 포함)	수입품목이 면세품인 경우
9	수입업체(판매자)의 사업자 등록증(Trade License)	

출처 : aT 한국농수산물유통공사 신선농산물 시장보고서

4.4 검역 제도

- 식품 수입은 UAE의 자치사무국(GSM), 국가식품 안전 위원회(NFSC), 수의위원회(VC)에서 수행하며 세부적인 수입식품검사 절차는 아래의 순서로 진행됨
- 식품 성분표시 및 유통기한 등의 확인 후 수입 식품의 정밀 시험 검사의 필요성을 확인함
- UAE의 식품 수입은 돈육 함유 여부 검사가 관건이며 특히 영문성분분석표를 반드시 첨부시켜야 샘플 테스트를 통과하고 수입될 수 있음
- 농산물은 UAE의 수입 가능 품목에 해당하며 우리나라 농림축산검역본부를 통해 식물 위생 증명서를 발급받아 제출하면 큰 문제 없이 통관이 가능함
 - 다만 해당 품목이 다른 국가에서 문제가 발생한 것을 인지하였을 경우, 수출국 검역 및 보건 관련 기관에서 수출 제품이 해당 문제가 없다는 증명을 한국 주재 UAE 대사관을 통해 요청함
- 수출국으로부터 문제가 없다는 증명을 접수한 UAE 검역 당국은 UAE 내 분석 기관에서 해당 문제에 대한 재시험을 실시하고, 수출국으로부터 받은 보고서의 진위 여부 판정 등의 검토를 98시간 이내에 실시함
- 검토 결과 문제가 없음을 증명하면 UAE 국내로 유통시키고 그렇지 않을 경우 폐기 또는 반송, 이웃 국가(오만, 바레인, 쿠웨이트 등)로 수출 등의 조치를 취하게 됨



[그림] UAE 검역절차

출처 : aT 한국농수산물유통공사 신선농산물 시장보고서

4.5 라벨링 규정

- UAE의 라벨링 규제는 “UAE.S. GSO 9 : Labeling of Prepackaged Foodstuffs(포장식품의 라벨링)” 등을 근거로 함
 - “UAE.S. GSO 2233 : Requirements on nutritional labelling(영양라벨링 요건)” 등 다양한 유관표준과 할랄식품 표준인 “UAE.S. GSO 2055-1” 및 수입식품관리 지침인 “GCC Guide for Control On Imported Foods” 에 언급되고 있는 라벨링 규정을 종합적으로 참고

<표> 라벨링 관련 규정

UAE.S. GSO 9 : Labeling of Prepackaged Foodstuffs	ESMA
UAE.S. GSO 2055-1 : General Requirements for Halal Foods	ESMA
Import & Re-export Requirements for Foodstuffs	Food Control Dept, Dubai Municipality
GCC Guide For Control On Imported Foods	GCC
Food Importers Guide	Abu Dhabi Food Control Authority
Food Code	Dubai Municipality

- 포장식품을 수입하고자 할 때 수입 전에 라벨 승인 신청을 통해 라벨의 내용을 미리 승인받아야 함
 - 라벨 승인 신청은 두바이 식품관리부(Dubai Food Control Department), 아부다비 식품관리국(Abu Dhabi Food Control Authority) 담당
 - 두바이의 경우 전자신청시스템인 FIRS(Food Import Re-export System)를 통해 라벨 승인 신청이 이루어짐
- 표기항목 : 브랜드명, 상품명(간단한 상품 묘사), 식품원료(함량에 따른 내림차순), 생산일자 및 유통기한, 제조사명, 포장회사, 수입자 혹은 유통업차명, 순 중량, 원산지, 상품 바코드, 제품번호(Lot), 저장방법의 특이사항, 과민성 질환 유발 가능한 원재료명(함유 시)
- 가공식품의 라벨에는 다른 식품과 혼동을 야기하거나 또는 다른 식품과 관련이 있다고 생각하도록 유도하기 위한 일체의 표현, 기술을 할 수 없음
- 포장식품의 라벨에는 식품의 특성과 관련하여 사실과 다른 인상을 만들어낼 수 있는 방식으로 기술할 수 없음
- 품질이나 유기농 제품처럼 특별한 로고를 사용하려면 반드시 이 주장의 타당성을 입증할 증거를 제공해야 함
- 품질경영시스템 QMS와 관련된 문구, 로고 또는 상징은 쓸 수 없음
- 할랄식품의 요건을 근거하는 UAE.S/GSO2055-1 : 2015는 할랄식품 관련 주요 용어의 정의, 일반적 요건, 포장, 판매, 유통, 보관, 운송, 라벨링을 규정하고 있음
- UAE 포장식품의 라벨링에 관한 규정(UAE.S. GSO9 : 2013)에 명기되지 않은 경우 하기의 내용을 따라야 함
 - 제품의 종류와 이름
 - 성분표 : 제품에 포함된 모든 성분은 정확하게 공개되어야 하며 금지 품목은 포함될 수 없음
 - 라틴, 레닛 등 지방, 육지, 육류 부산물, 추출물을 포함하는 경우 출처를 명기
 - GMO 포함 여부
 - 할랄식품 표식을 부착할 경우 GSO2055-2 준수
 - 도축한 가축과 육류의 경우 GSO993 준수
 - 식품첨가물의 경우 GSO9 준수
 - 비늘이 있는 수산물(새우 및 그 알과 부산물은 비늘이 있는 수산물), 아닐 경우 비늘이 없는 물고기를 별도 표기

4.6 유통 현황

- 대형매장의 성장세 강화, 글로벌 외국계 기업과 현지 기업 간 치열하게 경쟁하고 있음
- UAE 인구의 75%가 거주하는 아부다비, 두바이, 샤르자의 소비자들은 대형 유통매장을 이용하는 비중이 높으며 이들 매장을 선호
- 인구밀집도가 높은 대도시를 중심으로 대형쇼핑몰이 형성되면서, 도시 소비자를 중심으로 몰링(Malling)문화가 형성되었으며, 대형유통매장 선호도가 높아짐
- 대형쇼핑센터의 증가와 함께 센터 내 하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 매장 수가 급증함. 2017년 전년대비 100만㎡의 유통매장이 신규 개설됨
- 대형 식품소매업체마다 이미지와 포지셔닝이 다르다는 것을 염두에 두어야 함. 예를 들어, Waitrose와 Spineys는 가격보다 고품질 제품과 신선제품을 취급함으로써 고급 이미지를 구축함
- 최근에는 접근이 용이한 소규모 ‘Express’ 형태의 매장이 거주 지역 곳곳에 생겨나고 있으며 이러한 매장은 기존의 전통매장과 달리 서구적인 분위기, 고급 식료품을 함께 제공함으로써 고객들이 방문 횟수가 증가함
- 일부 대형유통업체는 중간과정을 거치지 않고 직접 제품을 제공하기도 하며 Co-op의 경우 ‘공동구매협정’에 따라 쌀, 차, 식용유, 분유 등의 필수식품을 조합을 통해 직접 구매하기도 함
- UAE 전통채래시장은 Souk이라고 부르며 취급품목에 따라 Old Souk, Gold Souk, Souk Madinat로 나누어짐
- 건강과 웰빙을 중요시하는 라이프스타일이 확산되면서, 여가시간을 쇼핑몰에서 보내기보다 양질의 여가시간을 보내고자 하는 소비자가 증가하면서 온라인 쇼핑이 인기를 끌고 있음
- 온라인 식품 시장은 온라인 인프라 개선, 소비자 구매패턴 및 온라인 구매 인식 개선, 금융정보 보안시스템 정착 등으로 지속적인 성장세를 유지할 것으로 예상됨

4.7 버섯 시장 동향

4.7.1. 버섯생산동향

- 농업 통계 사이트인 FAOSTAT에 의하면, 아랍에미리트 내에서 생산되는 버섯의 양은 집계가 불가능할 정도로 미미하며 척박한 기후로 UAE 식품수요의 대부분은 수입에 의존하고 있음

4.7.2 수입동향

- 2018년 아랍에미리트의 버섯 (HS CODE 0709.51 + HS CODE 0709.59) 주요 수입국은 오만, 네덜란드, 이란, 아르메니아, 중국 순으로 각 51.5%, 16.5%, 8.2%, 5.4%, 3.9%의 수입 비중을 차지하고 있음. 아랍에미리트 내 HS CODE 0709.59 수입은 주로 이탈리아에서 이루어지며 약 33.6%를 차지하고 있음. 평균 수입단가는 19.29달러/kg 수준임

〈표〉 아랍에미리트의 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 톤, 천 달러)

2018 수입액 순위	구분	2014		2015		2016		2017		2018	
		수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
	세계	6,130	19,830	5,790	18,643	6,452	19,679	6,843	21,098	5,753	21,044
1	오만	4,135	10,764	3,840	10,114	4,164	10,966	4,200	11,054	3,157	10,846
2	네덜란드	638	3,920	651	3,670	762	3,964	952	4,217	676	3,474
3	이란	883	2,640	766	1,425	756	1,059	642	849	798	1,736
4	아르메니아	86	309	13	51	159	452	317	903	395	1,131
5	중국	213	433	248	522	292	413	397	978	433	811

출처:International Trade Centre(ITC)

4.7.3. 對아랍에미리트 수출동향

- 아랍에미리트로 수출되고 있는 우리나라 농산물은 2015년부터 2017년까지는 평균 15% 증감률로 수출액이 증가하였으나, 2018년에는 연초류(담배 등)의 수출제한으로 인하여 수출액 253백만 달러가 감소하였음 . 그중 버섯류가 차지하는 비중은 2018년 기준, 7,138달러로 전체 농산물 수출액 중 3.7%의 비중을 차지함

〈표〉 對아랍에미리트 농수산물 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	2014년		2015		2016		2017		2018	
	중량	금액	중량	금액	중량	금액	중량	금액	중량	금액
농수산물-계	33128.1	304505	36,583	335,375	48,401	415,688	49,298	448,327	29,489	196,304
농산물-계	31463.0	297726	35,759	331,154	47,736	412,019	47,596	443,748	27,315	192,497
버섯류(농산물)-계	0.4	3.5	0.1	0.3	0.4	1.1	0.7	7.6	2.1	7.1

출처 : KATI(www.kati.net)

- 수출 품목은 팡이버섯이 2,331달러로 39.8%를 차지하였고, 그 다음으로는 새송이버섯이 2,331달러(32.7%), 기타버섯 1,958달러(27.4%), 느타리버섯 5달러(0.1%)가 수출되고 있으며 양송이버섯 수출은 전무함
- 양송이버섯 HS CODE 0709.51 품목과 버섯 HS CODE 0709.59 품목은 2017년 이후 관세가 철폐되어 현재 0% 관세율을 적용받고 있음

〈표〉 對아랍에미리트 버섯류(농산) 수출 현황

(단위 : kg, \$)

구분	2015년		2016년		2017년		2018년	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
버섯류(농산물)-계	108.8	299.0	366.6	1,127.0	718.2	7,612.0	2,129.6	7,138.0
양송이-계	0.0	0.0	8.0	30.0	140.7	1,240.0	0.0	0.0
느타리버섯-계	20.0	75.0	6.8	30.0	95.9	1,912.0	2.4	5.0
팡이버섯-계	40.8	81.0	313.1	940.0	388.4	2,451.0	1,101.6	2,844.0
새송이버섯-계	0.0	0.0	1.6	0.0	12.0	105.0	680.0	2,331.0
기타버섯-계	48.0	143.0	37.1	127.0	81.3	1,904.0	345.6	1,958.0

출처 : KATI(www.kati.net)

4.7.4. 식품 소비 트렌드

- 최근 UAE 내 유기농 시장은 급성장하고 있음. UAE를 비롯한 많은 중동 국가들에서는 건강에 대한 관심과 우려가 커짐에 따라 화학농약을 사용하지 않고 자연적으로 재배되는 유기농 식품에 대한 수요가 꾸준히 늘고 있음
 - 현재 UAE에서 판매중인 유기농 식품은 과일, 채소, 육류, 가금류 및 계란 등을 포함하여 1,110가지 이상임 UAE는 막대한 자금력을 바탕으로 식량 자급을 위한 농업 개발에 집중하고 있으며, 특히 새로운 유기농 농장의 수와 생산품목을 늘려가고 있는 중임
- 유기농에 대한 관심과 더불어 UAE 내 국민 건강이 사회의 가장 큰 이슈로 떠오르고 있어 건강한 식이요법 소개와 도입이 이어지고 있음
 - 건강에 대한 관심이 어느 때보다 높은 UAE에서는 북유럽식 식이요법(Nordic Diet)과 같이 새로운 웰빙 식이요법이 인기를 끌며 신선 과일 및 채소의 수요가 급격히 증가하고 있음
 - 가격이 조금 비싸더라도 더욱 건강하고 안전한 먹거리를 선호하는 UAE 소비자들의 소비패턴 변화로 인해 프리미엄 한국 신선 농산물의 UAE 시장 진출에 좋은 기회임

4.7.5. 버섯 유통 현황

- 현대화된 대형 유통채널에서 주로 소비가 이루어짐
 - 주요 식품 소비액 중 대형 유통업체 판매액이 차지하는 비율은 68.2%로, 대부분 대형 유통채널을 통해서 소비가 이루어짐
- 한국산 신선식품은 한인마트 위주로 유통되나, 버섯류와 배는 현지 대형마트 채널(까르푸)에서 유통된 적이 있음
 - 이런 한국산 신선식품은 항상 판매되는 제품은 아니며 현지 공급 및 유통 상황에 따라 결정됨
- 구매의 편리성과 판촉행사 등의 장점으로 가공 식품은 대형 마트에서 구입하는 것을 선호함
 - 특가행사와 대용량 판매, 편리하고 다양한 제품을 구비했다는 점에서 소비자들은 가공식품을 대체로 대형 마트에서 구입함

가) 대형마트

- 양송이버섯, 새송이버섯, 팽이버섯, 느타리버섯, 표고버섯, 만가닥버섯 등 다양한 종류의 버섯을 판매하고 있으며 현지출장일(2019.12.09.) 기준으로 1DH당 한화 324.26원으로 추정함

□ 양송이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	S.A.O.G WHITE BUTTON MUSHROOMS 250g 현지산(UAE)		6.0 DH (2.4 DH/100g)
			1,946원 (778원/100g)
	ANSAR GALLERY WHITE BUTTON MUSHROOMS 1 PACKS 오만산		3.50DH 1 PACKS 1,135원
			5.95DH (2.38DH/100g)
	S.A.O.G WHITE BUTTON MUSHROOMS 250g 현지산(UAE)		5.95DH (2.38DH/100g)
			1,929원 (772원/100g)
	NEWS BOX BROWN BUTTON MUSHROOMS 250g 현지산(UAE)		5.95DH (2.38DH/100g)
			1,929원 (772원/100g)
	kinoko WHITE BUTTON MUSHROOMS 250g 현지산(UAE)		7.50DH (3DH/100g)
			2,432원 (973원/100g)

	<p>WHITE BUTTON MUSHROOMS 250g/ 현지산(UAE)</p>		<p>7.95DH (3.18DH/100g)</p> <hr/> <p>2,578 원 (1031원/100g)</p>
	<p>CHAMPIGNONS BROWN MUSHROOMS 250g/ 오만산</p>		<p>7.75DH (3.1DH/100g)</p> <hr/> <p>2,513 원 (1005원/100g)</p>
	<p>CHAMPIGNONS BROWN MUSHROOMS 1kg/ 오만산</p>		<p>36.00DH (3.6DH/100g)</p> <hr/> <p>11,673 원 (1167원/100g)</p>
	<p>Mushroom white gia 1kg/ 오만산</p>		<p>36.00DH (3.6DH/100g)</p> <hr/> <p>11,673 원 (1167원/100g)</p>
	<p>MUSHROOM GIROLLES 1kg/ 프랑스산</p>		<p>195.00DH (19.5DH/100g)</p> <hr/> <p>63,231 원 (6323원/100g)</p>
	<p>BABY MUSHROOM 250g 현지산(UAE)</p>		<p>6.95DH (2.78DH/100g)</p> <hr/> <p>2,254 원 (901원/100g)</p>

	<p>KINOKO WHITE BUTTON MUSHROOM 250g 현지산(UAE)</p>		<p>5.95DH (2.38DH/100g)</p> <hr/> <p>1,929원 (772원/100g)</p>
	<p>WHITE BUTTON MUSHROOM 현지산(UAE)</p>		<p>미기재</p>
	<p>WHITE BUTTON MUSHROOM 현지산(UAE)</p>		<p>5.95DH</p> <hr/> <p>1,929원</p>
	<p>WHITE BUTTON MUSHROOM 250g/ 네덜란드산</p>		<p>미기재</p>
	<p>BROWN BUTTON MUSHROOM 138g/ 네덜란드산</p>		<p>4.50DH (3.26DH/100g)</p> <hr/> <p>1,459원 (1057원/100g)</p>
	<p>Portabella Mushroom 130g/</p>		<p>5.45DH (4.19DH/100g)</p> <hr/> <p>1,767원 (1359원/100g)</p>











□ 새송이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	도담새송이 400g 한국산		26.25DH (6.56DH/100g)
			8,512원 (2127원/100g)
	MUSHROOM SAKHATI 400g 중국산		7.95DH (1.98DH/100g)
			2,578원 (642원/100g)
	Eryngii Mushroom 현지산(UAE)		-

□ 팡이버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	농업회사법인 그린피스 Pengy Mushroom 150g 한국산		9.00DH (6DH/100g)
			2,918원 (1,946원/100g)
	MUSHROOM ENOKI 100g 중국산		1.95DH (1.95DH/100g)
			632원 (632원/100g)
	United Mushroom Center co MUSHROOM ENOKI 100g		-

□ 느타리버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	<p>The greenery Grey Oyster MUSHROOMS 200g 중국산</p>		-
	<p>물 맑은 양평 무농약 느타리 Korean Nutari Oyster Mushroom 200g 한국산</p>		<p>21.00DH (10.5DH/100g) 6,809원 (3,405원/100g)</p>
	<p>Oyster Mushroom 30g 현지산(UAE)</p>		<p>4.50DH (1.5DH/100g) 1,459원 (486원/100g)</p>
	<p>Oyster Mushroom 144g 현지산(UAE)</p>		<p>8.05DH (5.59DH/100g) 2,610원 (1,813원/100g)</p>
	<p>Oyster Mushroom 1 Pack</p>		<p>미기재</p>

□ 표고버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	<p>PB BRAND WHITE BUTTON MUSHROOMS 240g</p>		<p>50.40DH (21DH/100g)</p> <hr/> <p>16,343원 (6,809원/100g)</p>
	<p>MUAHROOM SHITAKE 1kg 프랑스산</p>		<p>135.00DH (13.5DH/100g)</p> <hr/> <p>43,775원 (4,378원/100g)</p>
	<p>Shitake Mushroom 136g</p>		<p>10.85DH (7.98DH/100g)</p> <hr/> <p>3,518원 (2,588원/100g)</p>




□ 만가다버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	vigor foods WHITE SHIMEJI MUSHROOMS 150g 중국산		6.0DH (4DH/100g)
			1,946 원 (1,297원/100g)
	vigor foods SHIMEJI MUSHROOMS 150g 중국산		6.0DH (4DH/100g)
			1,946 원 (12,957 /100g)
	Brown bunashimegi 150g 중국산		3.95DH (7.9DH/100g)
			1,281 원 (2,562원/100g)
	WHITE SHIMEJI MUSHROOMS 150g 중국산		3.95DH (7.9DH/100g)
			1,281 원 (2,562원/100g)
	WHITE SHIMEJI MUSHROOM 150g 중국산		4.95DH (3.3DH/100g)
			1,605 원 (1,070원/100g)
	EVERLIFE WHITE SHIMEJI MUSHROOM 중국산		3.50DH
			1,135 원

□ 기타버섯

사진	브랜드명 / 원산지 / 중량	판매처	판매가 (100g당 가격)
	<p>modhvadia Thai Black MUSHROOMS (jelly mushroom) 100g 태국산</p>		<p>5.50DH (5.5DH/100g)</p> <hr/> <p>1,783원 (1,783원/100g)</p>
	<p>Hokto Maitake Mushroom(잎새버섯) 100g 일본산</p>		<p>15.75DH (15.75DH/100g)</p> <hr/> <p>5,107원 (5,107원/100g)</p>
	<p>pied bleu 1kg 프랑스산</p>		<p>230.00DH (23DH/100g)</p> <hr/> <p>74,580원 (7,458원/100g)</p>

나) 버섯 가격 비교

품종	원산지별 평균가격 비교						
<p>팽이버섯 (150g 및 환산액 기준)</p>	 <table border="1" data-bbox="368 293 1390 656"> <thead> <tr> <th>원산지</th> <th>평균가격 (₩)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>한국산</td> <td>₩2,920</td> </tr> <tr> <td>중국산</td> <td>₩950</td> </tr> </tbody> </table> <ul data-bbox="368 663 1390 779" style="list-style-type: none"> • 중국산 팽이버섯은 유통매장 2곳에서 판매되고 있음을 확인함 • 모두 다른 브랜드의 제품이었으나 마트 내 가격표시가 충실하게 되어 있지 않음 • 한국산 팽이버섯은 중국산에 비해 약 3배 높은 가격에 판매되고 있음 	원산지	평균가격 (₩)	한국산	₩2,920	중국산	₩950
원산지	평균가격 (₩)						
한국산	₩2,920						
중국산	₩950						
<p>느타리버섯 (200g 및 환산액 기준)</p>	 <table border="1" data-bbox="368 790 1390 1108"> <thead> <tr> <th>원산지</th> <th>평균가격 (₩)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>한국산</td> <td>₩6,813</td> </tr> <tr> <td>현지산</td> <td>₩3,340</td> </tr> </tbody> </table> <ul data-bbox="368 1115 1390 1276" style="list-style-type: none"> • 한국산 느타리버섯은 1개 유통매장(한인마트)에서 판매가 되고 있음 • 원산지는 한국산, 중국산, 현지산(UAE)의 버섯이 판매되고 있으나 중국산 버섯 가격 미기재 • 한국산(6,813원)이 현지산(₩3,340)에 비해 약 2배 이상 높음 	원산지	평균가격 (₩)	한국산	₩6,813	현지산	₩3,340
원산지	평균가격 (₩)						
한국산	₩6,813						
현지산	₩3,340						
<p>새송이버섯 (400g 및 환산액 기준)</p>	 <table border="1" data-bbox="368 1288 1390 1606"> <thead> <tr> <th>원산지</th> <th>평균가격 (₩)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>한국산</td> <td>₩8,513</td> </tr> <tr> <td>중국산</td> <td>₩2,579</td> </tr> </tbody> </table> <ul data-bbox="368 1612 1390 1854" style="list-style-type: none"> • 한국산 새송이버섯은 한인마트 1개소에서 판매되고 있음 • 만가닥버섯의 평균가격은 한국산이 중국산에 비해 약 3.3배 높게 나타남 • 한국산 만가닥버섯은 위생관련 마트(CESCO)와 한국산 국기가 디자인 된 포장지를 사용하여 한국산 제품임을 제품 표면에서 확인할 수 있음 • 포장 디자인의 경우 한국어로 표기되어 있기 때문에 현지인 대상 라벨링이 요구됨 	원산지	평균가격 (₩)	한국산	₩8,513	중국산	₩2,579
원산지	평균가격 (₩)						
한국산	₩8,513						
중국산	₩2,579						

4.8 수출확대전략

4.8.1. 3C분석

<p>Customers</p>	<ul style="list-style-type: none"> • UAE는 외국인 비중이 약 90% 수준으로 중국인 26만명, 필리핀 60만명, 인도계, 파키스탄계(서남)가 800만으로 인구의 대부분이 외지인임 • 버섯의 총 수입액이 1,987천불 수준으로 소비규모는 미미한 실정이며 한국산의 수입실적은 7천불 수준으로 시험수출 수준이나 한국산에 대한 인식 및 반응이 좋아 긍정적임 • 한국산 버섯에 대한 높은 선호도와 맛의 중요성, 원산지를 확인하고 물건을 구매하고 있으며 유기농 등 건강에 관심이 많고. 버섯은 느타리 버섯을 가장 선호함 • 두바이는 중동국가의 물류거점지로 대부분의 농식품은 두바이로 수입되어 중동 각국으로 물류가 이루어 지고 있음 • UAE는 건강과 웰빙을 중요시하는 라이프스타일 확산되는 추세이며 간편식과 유기농에 대한 관심이 높아지고 있으며 이슬람국가이므로 수출 상품 내 주정, 소주 함유여부를 꼭 확인해야 함
<p>Competitors (중국산, 현지산)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 팽이버섯과 새송이 버섯의 경우에는 한국산 버섯이 중국산 버섯에 비해 3배이상 비싼가격에 수입 및 판매되고 있어 수입애로 요인으로 작용하고 있음 • 팽이버섯은 아시아권 사람들이 많이 구매하고 있으며 유럽계, 인도계는 거의 섭취하지 않음 • 새송이버섯은 한국산과 중국산, 현지산이 경합하고 있고 팽이는 한국산과 중국산, 느타리버섯은 한국산, 중국산, 현지산, 만가닥버섯은 중국산이 대부분이며 기타버섯은 일본의 호쿠도의 마이타케 와 태국산이 판매되고 있는 등 세계 각국의 버섯시장으로 경쟁이 치열한 상황임 • 새송이, 팽이버섯 등 중국산 버섯의 가격이 너무 저렴하여 한국산 버섯은 품질 위주로 경쟁이 필요함 특히 새송이(King Oyster)가 품질면에서 경쟁력이 높으며, 특히 호텔에서 많이 사용하고 있음 • 최근 현지 버섯생산 농장이 설립되어 주로 느타리를 생산중이며 일부 새송이를 생산하고 있고 향후 팽이버섯 등 다양한 버섯생산을 계획 중임
<p>Company</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 버섯의 수입물량은 소량에 불과하여 한국산에 대한 버섯의 인지도는 낮은 편임 • 마트에 소비자들을 유입시키는 데에는 한계가 있어 직접 식음료를 납품해야 하는 방안 또는 경로를 찾아야함 • 건설현장 납품, 호텔 납품 등을 하고 있으며 향후 온라인 유통을 활성화 시켜 소비자에게 B2C 판매를 계획 중임 • 한국마트 소비자를 대상으로 한 설문조사 결과 대부분 한국버섯을 구매한 경험이 있으며 구매 의향이 있다고 응답하여 시장 진출에 긍정적 반응을 보임

4.8.2. SWOT분석 및 최적전략

강점 (Strength)	기회(Opportunity)
<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 버섯의 맛에 대한 아랍에미리트 소비자의 높은 선호도 • 버섯 구매 시 원산지에 대한 민감도가 높음 	<ul style="list-style-type: none"> • 중동지역의 유기농 농식품에 대한 인기가 나날이 높아짐 • UAE는 GCC 지역에서 유기농 농업이 가장 발달해있고 확장 속도도 빠름
약점(Weakness)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 버섯의 가격적 경쟁력이 낮음 • 판매를 위한 유통채널이 오픈되어 있지 않음 • 상위 5% 미만이 시장을 좌우하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 이란 핵 문제 등 안보 위협에 대해 주요 동맹국과의 안보협력 강화 추세 • gray dealer(병행 수입자)가 많아지고 있음

SO전략 (강점-기회)	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 품질에 대한 아랍에미리트 소비자의 믿음과 선호도를 기반으로 유기농 농식품의 수출 방안 마련 필요 • 환경 친화적인 기업 및 제품임을 강조하거나 건강에의 이점을 홍보하여 소비자들에게 긍정적인 이미지 메이킹 필요
WO전략 (약점-기회)	<ul style="list-style-type: none"> • 가격적인 경쟁력을 갖출 경우 가격민감도가 높아 기존에 유기농 구매한 경험이 없던 소비자들까지 추가로 끌어 모을 수 있을 것임 • 상위 5%(두바이 왕실)가 선호하는 한국산 버섯 이미지를 구축하여 고품격 이미지 전략을 수립
ST전략 (강점-위협)	<ul style="list-style-type: none"> • 동맹국과의 안보협력 강화 추세에 따른 정세 변화에 민감하게 반응해야 할 필요성 제기 • 한국산 버섯의 맛을 부각한 차별화 전략 모색 필요
WT전략 (약점-위협)	<ul style="list-style-type: none"> • 한정된 유통채널로 인한 애로사항에 대해 많은 정보 제공과 업체 간 협력 등 해결방안 모색 필요 • gray dealer(병행 수입자)가 많아짐에 따라 대리점 활동이 점점 더 위축될 가능성 있음. 이를 위한 현지 내 정책적 장치가 마련되어야 할 필요성 제기

4.8.3. STP분석

<p>Segmentation (시장 세분화)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 지역별 시장 구분 : 아부다비, 두바이 우선 공략 • UAE는 7개 토후국⁴⁾의 연합으로 경제개발 정책은 토후국별로 추진하고 있으며 아부다비가 수도이나 두바이가 경제도시로 경제권이 두 개 지역에 집중되어 있음 ▶ 현지 거주인구는 현지인이 10%수준에 불과하고 인도, 파키스탄 등이 약 80%, 중국계 등 아시안 계가 10%수준임 •외지인 거주자의 현지 마켓별 소비시장 구분
<p>Targeting (목표시장 설정)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 우선 목표시장 • 한인 식품 마켓, 아시아계 마켓, 현지 식품 마켓 • 현지 거주인구 중심의 마켓을 우선적으로 타겟 시장으로 설정 운영 ▶ 장기 목표시장 : 대형마트 및 온라인 마켓 • 온라인 마케팅의 영향력 급상승
<p>Positioning (제품 포지셔닝)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 한국산은 중국산과 태국산에 비해 가격은 높으나 품질은 높은 상품으로 인식되어 있음 • 새송이버섯 등 현지산 버섯이 본격 출하되고 있어 신선도 적기 물량 공급 등에 유리 하나 생산량이 미미하여 수요를 충족하기에 어려움이 많음 • 가격은 중국산과 태국산에 비해 다소 높으나 품질 및 포장 등에 있어서 차별화된 상품으로 인식되도록 포지셔닝 필요 <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> </div>

4) 아부다비, 두바이, 샤르자, 라스알카이마, 아즈만, 움알콰인, 푸자이라

4.8.4. 4C전략

Customer Value
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 품질에 대한 고객 만족도가 높기 때문에 ‘Made in Korea’ 임을 강조하고 품질 상품의 지속적인 이미지 유지 • 한국 문화와 사회에 친숙한 소비자가 많은 이점을 활용하여 한국산 제품에 대한 신뢰도 제고 • 아랍에미리트에서 일반적으로 소비되는 버섯은 양송이 버섯이므로 한국산 새송이버섯이나 팽이버섯의 안전성, 고품질, 건강상 이점을 부각시켜 이에 대한 고급소비를 늘리는 전략 필요 ▶ 가격이 저렴한 중국산과 차별화, 현지산과의 품질 비교 등 지속적인 품질관리, 안정적인 상품 공급을 통해 프리미엄 제품으로 가격 차이를 보완방안 강구 <ul style="list-style-type: none"> - 무농약 또는 유기농제품으로 고급화, 제품 패키징을 현지 상황에 맞는 디자인(규격화)으로 변경 등을 통해 선호도 제고
Cost
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 일반적으로 아랍에미리트에서 구매하고 있는 버섯은 대부분 현지산으로 한국산 버섯은 적정품질의 저렴한 가격으로 판매되고 있는 현지산 버섯과 경쟁하기 위해서는 지속적인 품질 관리와 안정적인 유통망 형성, 이로 인한 적정 수준의 안정적인 상품 공급 필요 ▶ 가격이한국산 버섯에 대한 인지도를 높이기 위해 대대적인 판촉홍보 행사를 통해 한국산 버섯의 품질의 우수성 과 안전성을 집중 홍보하여 시장지배력을 높이도록 함 • 꾸준한 상품공급을 통해 소비자의 접근성을 높이기 위한 판촉행사 지원 등 지속적인 정부 지원방안 마련
Convenience
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 한국산 버섯에 대한 인지도를 높이기 위해 대대적인 판촉홍보 행사를 통해 한국산 버섯의 품질의 우수성 과 안전성을 집중 홍보하여 시장지배력을 높이도록 함 ▶ 아시안계 시장 및 대형 유통업체 진출 필요 • 현지산 또는 중국산 버섯은 다양한 경로를 통해 구매할 수 있으나 한국산 버섯은 한인마트에서만 판매되고 있는 실정으로 아시안계 마켓 등 다양한 버섯 공급채널을 확보 ▶ 현지계 마트이나 다양한 한국식품을 입점과 우호적인 대형유통마트에 방문하는 고객을 대상으로 시식 행사 및 할인 프로모션 등을 통해 신규 고객 창출
Communication
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 한국산 버섯 구매력이 향상을 위해 K-MUSH 로고 또는 한국 국기를 스티커 부착 등을 활용 홍보 병행 • 한국산 버섯의 요리방법을 간단하게 제품 포장에 표기하거나, 제품 구매 시 가져갈 수 있도록 레시피 카드를 제작하여 구비 ▶ 소비자의 만족도, 재 추천의향이 높은 한국산 버섯의 현지버섯, 중국버섯과의 이미지를 확대해야 함 • 중국산 버섯이 가격 경쟁력을 갖추고 있기때문에, 이를 품질로 극복하여 시장 지배력을 높임과 동시에 현지인들에게는 양송이버섯 이외의 팽이버섯, 새송이버섯의 소비 촉진이 필요함

제 II 장 버섯가공품 수출 활성화 연구

1. 연구개요

1 연구 요약

2. 연구 필요성

3. 연구 목적

4. 가공품 규정

1. 연구요약

- 버섯의 국내 가공 산업은 아직 미약한 단계이며 해외의 경우에는 양송이버섯을 원료로 활용한 수프, 반절임 제품과 표고버섯을 이용한 건조 및 분말제품으로 상품화가 적은 편임. 따라서 팽이버섯이나 새송이버섯의 가공품에 대한 해외에서의 인지도가 낮은 실정
- 국내에서 판매 및 생산되고 있는 버섯가공품은 크게 ①가정간편식 ②차 및 음료 ③절단 및 건조 ④분말 ⑤소스 및 조미료 ⑥과자 ⑦건강기능제품으로 나타남
- 국내 버섯가공제품을 제조 및 수출하는 63개 업체 중 버섯 원료 함유량이 50% 이상인 업체는 29곳이며, 차 및 음료, 과자, 분말, 절단 및 건조제품을 주로 취급하며, 나머지 34개 업체는 버섯 원료 함유량이 50% 미만임
- 가공품 개발과 산업화를 통해 해외 수요 창출을 제고해야 향후 한국 버섯산업이 성장산업으로 견인될 수 있음. 따라서 본 연구를 통해 버섯가공품 공동브랜드 사업화를 중심으로 수출경쟁력을 제고시키는 연구의 방향성 수립이 필요
- 버섯가공품 공동브랜드 수출을 통해 향후 버섯 가공품이 신선 버섯 수출과 병행되는 구조로 선순환되면서 선진국형 버섯 산업으로 도약할 수 있기를 기대
- 버섯가공품 산업이 가장 활발한 유럽의 경우, 전체 생산량 중 35%가 신선 버섯이고, 65%가 가공품으로, 유럽 시장 내 주요 소비 국가인 스페인, 네덜란드, 프랑스, 독일의 경우 신선 버섯과 가공 버섯에 대한 수요가 모두 높음
- 유럽에서 버섯을 원료로 하여 생산 및 판매되는 가공품은 가공방법에 따라 절단, 건조, 통조림/절임으로 분류되고, 가공 버섯 제품 종류에 따라서는 소스 및 스톡, 수프, 분말, 레토르트, 과자 등으로 다양화되고 있음

<미국>

- 한국산 버섯에 대한 이미지가 좋고 선호도가 높으므로 중국 등 아시안계, 히스패닉계 등 에스닉푸드 시장에 먼저 진출하고 점진적으로 주류시장 진출을 추진하여야 함
- 미국 현지인들이 먹는 버섯의 종류가 다르기 때문에 시장 개척을 위해서는 현지인들이 주로 먹는 양송이버섯을 활용하여 새로운 아이템을 개발해야 함

- 미국 유통시장은 슈퍼와 하이퍼마켓의 점유율이 73%로 높은 편으로 월마트, 코스트코 등 현지마켓에 대한 적극적이고 새로운 마케팅 전략이 필요하며 최근 급속히 성장하고 있는 온라인시장에 대한 시장진출 필요
- 미국은 버섯 가공식품의 수입규모가 큰 시장이므로 신선 버섯보다는 부가가치가 높은 신규 버섯 가공식품 개발 및 식자재 공급을 위한 전처리 가공 버섯 등에 대한 다양한 수출방안 마련 필요
- 미국 수출은 2주 이상의 장기간의 선박운송으로 신선도 유지 등 품질관리가 관건이며 건강중심의 현지여건을 감안하여 무농약, 유기농버섯 수출을 적극적으로 추진

<호주>

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

<네덜란드>

- 주로 양송이버섯 생산을 생산하며 생산량의 64%가 잼, 통조림 등 가공품으로 소비되고 36%가 신선 버섯 상태로 농산물 도매시장에 유통되어 가공제품 시장이 큰 것으로 사료됨
 - 버섯 가공업체에서 생산한 버섯제품 중 95%를 수출하며 절임, 수프, 건조, 수프 등 다양한 종류의 가공제품을 수출함
- 항공수입에 따른 물류비용 부담을 크므로 선박운송에 따른 신선도 유지 등 품질개선을 위한 노력을 강화하고 가공제품의 다양화 필요

- 항공수입 버섯의 소분상품에 대한 소비자의 신뢰성과 투명성 제고를 위하여 벌크 보다는 선박을 통한 개별 소포장 상품의 직접 수출 방안, 포장의 차별화 방안 등 강구

- 한국산 버섯에 대한 현지인의 인지도가 낮으므로 한국산 버섯을 알리고 믿고 구매할 수 있는 이미지 제고를 위해 K-MUSH에 대한 브랜드 구축이나 온라인 마케팅, SNS 홍보를 병행할 필요

<프랑스>

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

<영국>

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

2. 연구의 필요성

- 2018년 버섯 수출 규모는 총 52,060천 달러 (농산 : 49,644천 달러 / 임산 2,416천 달러)로 농산 버섯의 경우 전년 대비 16.9%의 성장을 보임. 수출은 성수기(9월~3월)와 비수기(4월~8월)의 차이가 뚜렷하여 비수기에는 농가에서 생산을 줄여 수급을 조절함으로써 버섯 산업 성장의 한계를 조정하고 있는 현황
- 가격이 높은 성수기에는 국내 수요량 증가로 수출주문을 충분히 충족하지 못하는 현상이 발생하기도 하며, 반면 비수기에는 국내 소비수요 부족으로 생산 규모를 축소 운영하는 패턴을 보임
 - 따라서 농가가 평균적으로 생산성을 유지하기 위해서 버섯가공품 개발에 대한 필요성이 대두됨
 - 버섯은 80~90%의 수분을 함유한 식품으로 생버섯으로는 장기간 저장이 불가능한 한계성을 내포하고 있어 국내유통 및 수출 시 버섯의 신선도 저하가 문제시됨
 - 국내 버섯가공품 개발 현황은 양송이 통조림과 저장식품 형태의 염장 버섯, 버섯 장아찌류 등이 있으며, 1차 반가공제품인 차·음료, 과자류 및 통조림, 분말류, 건조버섯류 등이 있음. 가정편의식(HMR) 형태로 스프, 죽, 버섯밥, 버섯 두루치기, 버섯 부대찌개 등이 출시되어 있음
- 버섯 가공식품 제조 기술 논문은 2018년 기준 전체 794건으로 이 중 한국이 22.9%로 유럽에 이어 두 번째로 많이 게재하고 있으나 세계 가공품 시장점유율은 1.8%에 불과
 - 국내 식품산업은 생산의 90% 이상이 내수로 소비되는 내수 중심산업이나, 산업의 외연확대를 위해서는 해외 수출국 다변화 의한 해외 진출의 필요성이 지속적 확대되고 있음
- 가공품 개발과 산업화를 통한 유효수요 창출을 적극적으로 이끌어내야 향후 버섯산업이 성장산업으로 건인될 수 있음. 버섯가공품 제품의 수출 모델 개발을 위해서는 수출대상국 현지 실정에 맞는 제품개발이 요구됨

〈표〉 국가별 식품시장 규모

(단위 : 10억 달러)

구 분	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
전 체	6,317.7	6,347.2	6,651.6	6,981.4	7,340.5	7,735.0
유 럽	2,216.8	2,084.6	2,145.9	2,209.2	2,276.0	2,350.3
아 시 아	2,123.0	2,207.1	2,397.3	2,597.1	2,813.1	3,050.0
한 국	109.1	112.0	122.4	127.6	134.5	141.0
북 미	1,298.4	1,331.1	1,369.1	1,410.4	1,453.8	1,498.6
중 남 미	603.1	565.6	588.4	606.0	630.4	658.5
중앙아시아	166.3	159.0	150.8	158.7	167.3	177.5

출처 : 한국무역보험공사, 국내외 식품산업 동향 및 최근 트렌드, 2018

*2020년은 예상치를 나타냄

- 반면, 해외는 신선 버섯 중심산업에서 가공 버섯 산업의 활성화로 시장 성장이 급속하게 이루어지고 있음. 네덜란드의 경우, 2015년 버섯가공품 수입 규모는 230,407천 달러로 전체 버섯 수입 규모의 53%를 차지하였으며, 프랑스는 가공품 수입이 136,119천 달러로 전체 버섯 수입 규모의 62%를 차지할 만큼 버섯 가공제품의 수요가 높음

- 미국 버섯 생산량의 경우, 신선 버섯은 전체의 85%, 가공 버섯은 15%를 차지하며 미국 내 수입되는 버섯 제품 중 신선 버섯은 28%이며, 통조림 제품이 60%로 전체 수입 물량의 대부분을 차지함

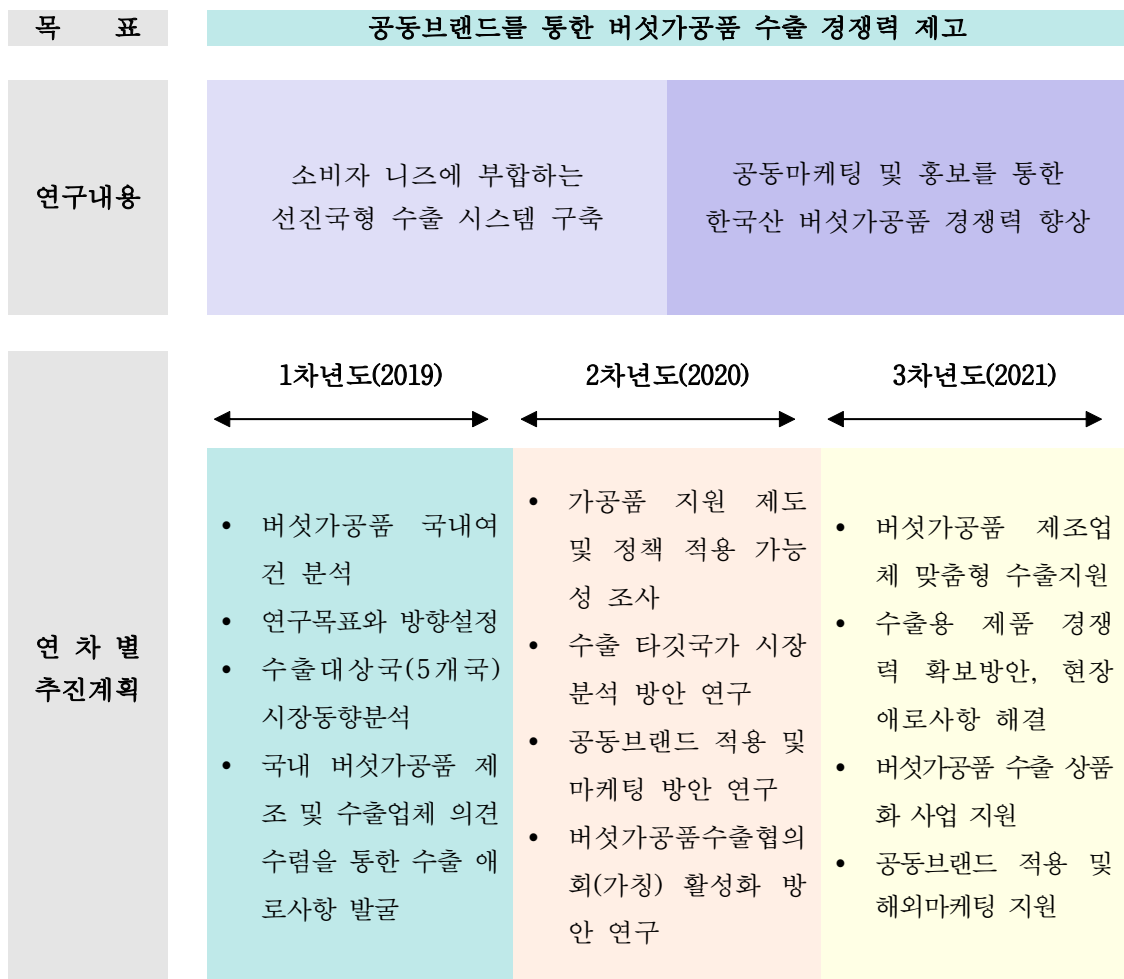
- 이처럼 해외 가공 버섯 산업은 내수시장의 수요를 기반으로 수출까지 시장을 확대하여 급성장을 이루고 있으나 국내 가공 버섯 산업은 내수의 확산이 부진한 실정이고 수출 또한 매우 저조한 실정에 있음. 따라서 신선 버섯의 적극적인 수출과 병행하여, 가공품 개발과 산업화를 통한 해외 수요 창출을 제고 해야 향후 한국 버섯 산업이 성장산업으로 견인될 수 있을 것임

- 우리나라의 버섯가공품 산업 활성화를 위해서는 버섯가공품의 낮은 인지도 개선, 가공 버섯의 우수성 홍보, 가공 버섯의 상품화 및 소비 보편화 확산 등을 위해 정책적 지원의 탐색이 필요하며, 특히 초기산업에 머물고 있는 버섯가공품의 수출은 공동브랜드(통합브랜드) 적용을 통한 통합마케팅 필요성이 진행형으로 제기되고 있음

- 가공품 버섯의 수출 활성화를 통해 버섯 원물 수요의 확대에 따른 여름철 비수기 버섯 재배 농가 생산성 유지로 소득증대에 기여할 수 있을 것임. 특히 가공품 수출이 신선 버섯 수출과 병행되는 구조로 선순환되면서 선진국형 버섯 산업의 활성화가 기대됨

3. 연구의 목적

- 우리나라 버섯 산업의 선진화를 위해서는 신선 버섯과 가공제품 버섯의 Two-track 수출을 통한 고도화 달성 필요. 이를 위해, 수출기반이 열악한 버섯가공품의 생산에서 수출까지 전 과정에 걸쳐 각 현장의 애로사항을 발굴하고 R&D를 통해 산업의 발전 방향성 제시하고자 함
- ‘버섯가공품 수출 활성화 연구’를 통해 버섯가공품 공동브랜드 사업화를 중심으로 해외 수출 경쟁력 제고



[그림] 버섯가공품 수출 활성화 연구

4. 가공식품 규정

- 본 연구에 앞서 버섯가공품 기준 확립에 필요한 주요 법률과 규정에 대해 조사하고, 버섯가공품 업계의 의견을 수렴하여 그에 대한 범위를 규정하고자 함

- 「식품위생법」 제 7조 ‘식품의 기준 및 규격’에 따른 가공식품은 다음과 같음

「식품의 기준 및 규격」 제 1.2.29

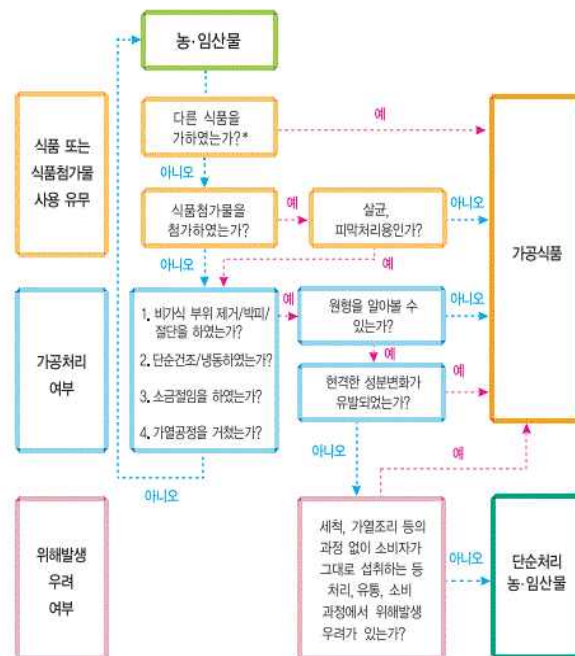
가공식품이라 함은 ①식품원료(농·임·축·수산물 등)에 식품 또는 식품첨가물을 가하거나, ②그 원형을 알아볼 수 없을 정도로 변형(분쇄, 절단 등) 시키거나 ③이와 같이 변형시킨 것을 서로 혼합 또는 이 혼합물에 식품 또는 식품첨가물을 사용하여 제조·가공·포장한 식품을 말한다.

다만, 식품첨가물이나 다른 원료를 사용하지 아니하고 원형을 알아볼 수 있는 정도로 농·임·축·수산물을 단순히 자르거나 껍질을 벗기거나 소금에 절이거나 숙성하거나 가열(살균의 목적 또는 성분의 현격한 변화를 유발하는 경우를 제외한다) 등의 처리과정 중 위생상 위해 발생의 우려가 없고 식품의 상태를 관능으로 확인할 수 있도록 단순 처리한 것은 제외한다.

출처 : 식품의약품안전처

- 위의 기준에 따라, 가공식품 해당 여부를 ①식품 혼합 또는 식품첨가물의 첨가 유무, ②가공처리 여부, ③위해발생우려(섭취방법 등 여부)의 3가지 조건으로 판단할 수 있음

〈그림〉 가공식품 규격



* 소금 및 농·임산물이 원형의 상태로 단순 혼합된 것은 제외

출처 : 식품의약품안전처

〈표〉 가공식품 해당여부 판단기준에 따른 구분

① 식품 또는 식품첨가물의 첨가 유무에 의한 판단	가공식품	- 가열 등 처리 공정이 없더라도 농·임산물에 식품첨가물(살균, 피막처리용 제외) 또는 다른 식품을 가하였다면 가공식품 ※ 다만, 농·임산물을 단순 혼합 포장한 것은 농·임산물 예) 쌀과 보리를 혼합한 혼합곡
	농·임산물	- 농·임산물에 가공처리 공정 없이 다른 식품 또는 식품첨가물을 가하지 않았거나, 식품첨가물을 첨가하였다 하더라도 그 목적이 살균, 피막이라면 농·임산물 ※ 살균 : 식품첨가물 중 식품살균제(이산화염소수, 차아염소수, 차아염소산나트륨, 오존수)만 해당
② 가공처리 여부에 의한 판단	가공식품	- 원형을 알아볼 수 없을 정도의 가공 공정을 거치거나, 가열살균 등 현격한 성분변화를 유발할 수 있을 정도로 가공한 것은 가공식품 ※ 분쇄공정, 착즙공정, 볶음공정, 살균·멸균공정을 거친 제품은 가공식품
	단순처리 농·임산물	- 원형을 알아볼 수 있는 정도로 농·임산물을 단순히 자르거나 껍질을 벗기거나, 소금에 절이거나, 숙성하거나, 냉동하거나 건조하거나 성분의 현격한 변화를 유발하지 않은 정도의 데치기 등은 단순처리 농·임산물
③ 위해발생우려 (섭취방법 등) 여부에 의한 판단	가공식품	- 단순처리 농·임산물이라 하더라도 섭취 시 세척, 가열조리 등의 과정 없이 바로 또는 양념만을 혼합하여 소비자가 그대로 섭취할 수 있는 제품은 가공식품 : 해동 후 바로 섭취하는 냉동 단순처리 과채류는 과·채가공품으로, 바로 즉석 섭취가 가능하도록 단순 처리한 냉장 과채류는 신선편의식품으로 분류
	단순처리 농·임산물	- 단순 처리한 농·임산물로서 섭취 시 세척, 가열조리 등의 과정을 필요로 하는 것은 단순처리 농·임산물로 판단 예) 데치거나 세척 후에 섭취하도록 한 나물은 단순처리 농산물 다만, 세척 없이 바로 또는 양념을 혼합하여 섭취하도록 가공한 나물은 가공식품(과·채가공품)

출처 : 식품의약품안전처

- 식품의약품안전처의 식품공전에 따르면 ‘농산가공식품류’란 농산물을 주원료로 하여 가공한 전분류, 밀가루류, 땅콩 또는 견과류 가공품류, 시리얼류, 찌쌀, 효소식품 등을 말하며, 따로 기준 및 규격이 정하여진 것은 제외한다고 정의함
- 버섯을 활용한 가공식품의 경우 그중에서도 기타 농산 가공품류 중 과·채공품으로 분류할 수 있음

「식품의약품안전처 : 식품 및 식품첨가물 공전」

농산가공식품류

농산가공식품류라 함은 농산물을 주원료로 하여 가공한 전분류, 밀가루류, 땅콩 또는 견과류가공품류, 시리얼류, 찌쌀, 효소식품 등을 말한다. 다만, 따로 기준 및 규격이 정하여진 것은 제외한다.

기타 농산가공품류

1) 정의 : 기타 농산가공품이라 함은 과일, 채소, 곡류, 두류, 서류, 버섯 등 농산물을 가공한 것을 말한다. 다만, 따로 기준 및 규격이 정하여진 것은 제외한다.

2) 원료 등의 구비요건

3) 제조, 가공기준

4) 식품유형

(1) 과·채가공품 : 과일류, 채소류 또는 버섯류를 주원료로 하여 제조, 가공하거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가하여 가공한 것을 말한다.

출처 : 식품의약품안전처

- 가공식품의 세부적인 구분은 다음과 같음

「가공식품 세부 구분」

- ① 가정간편식 : 가정에서 바로 또는 간단히 조리해 섭취할 수 있는 것
- ② 차 및 음료 : 식물을 우려내거나 추출한 차 및 음료
- ③ 절단 및 건조 : 절단하거나 혹은 통으로 건조시킨 것으로 소비자가 바로 섭취할 수 있도록 한 것
- ④ 분말 : 농·임산물을 동결 건조하여 분말화 한 것
- ⑤ 소스 및 조미료 : 버섯 추출액 또는 발효액을 첨가하여 제조한 제품
- ⑥ 과자류 : 곡물 등 식물성 원료를 주원료로 하여 굽기, 팽화, 유당 등의 공정을 거친 것이나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것
- ⑦ 건강기능제품 : 인체에 유용한 기능을 가진 원료나 성분을 사용하여 제조한 것

출처 : 식품의약품안전처

□ 버섯가공품 수출 물류비 지원

- 농식품 수출물류비 지원품목에 버섯가공제품이 명시되어 있지는 않음. 하지만 기타 가공류 생산 기준에 부합하는 제품은 수출물류비 지원(중앙물류비 기준)이 가능함

〈표〉 수출물류비 지원품목 및 지원 대상

지원 부류	국내산 과일류, 채소류, 버섯류, 화훼류, 김치류, 인삼류, 축산물, 전통주, 장류, 차류, 쌀가공품류, 곡류 및 기타가공류 등 13개 부류
지원품목	<p>국내산 신선농축산물 및 신선농축산물을 주원료로 사용한 가공식품 일체</p> <ul style="list-style-type: none"> - 쌀 가공품, 장류, 과채음료 등 가공식품은 주원료(단일원료)의 50% 이상이 국내산인 경우 지원 (주원료의 외국산 혼입율 50% 미만 시 지원가능) * 단, 김치, 인삼제품, 전통주(막걸리 제외), 녹차, 유자제품 및 축산가공품 등 일부품목은 품목의 특성을 고려하여 주원료가 100% 국산인 경우에 한해 지원(수입산 혼입 시 지원제외) * 주원료 기준은 농산물은 [식품공전 제5. 식품별 기준 및 규격], 축산물은 [축산물의 가공기준 및 성분규격 제2. 축산물별 기준 및 규격]에 준하여 설정함 - 식물성원료(곡류, 서류, 콩류, 과일, 채소 등)와 동물성원료(식육, 원유, 알류)를 대상으로 하며, 물, 식품첨가물, 주정(酒精) 및 당류(당류가공품 포함)는 주원료 대상에서 제외
지원 대상	<p>등록기준일로부터 과거 1년 이내의 단일부류 수출액이 FOB 기준 US10만불 이상인 법인 또는 개인 수출자</p> <ul style="list-style-type: none"> * 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 제14조 제1항에 따른 상호출자제한기업집단은 지원제외 * 당해 연도 중 최근 12개월 이내 단일부류 수출액이 지원요건을 충족하면 지원 대상 업체로 등록이 가능하며, 물류비 지원은 10만 달러를 초과하는 선적 분부터 지원함 * 복수 부류의 지원대상이 되기 위해서는 각 부류별 수출액이 10만 달러 이상 되어야 함 * 수출자의 동의를 득할 시 화주 및 제조자(물품공급자 포함)도 지원대상이 될 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 이 경우 지원요건 대상 수출실적은 수출자가 물류비를 수령한 사실과 관계없이 인정하되, 수출자가 수령한 수출물류비에 대해서는 중복지원 불가 - 단, 수출신고필증 상의 수출자가 상호출자제한기업집단일 경우 지원 대상 등록 불가 <일본수출 채소류 안전관리지침>, <대만수출배추 사전등록제>에 의거 ID 보유 수출 건 및 대만 수출배추 사전등록 업체에 한해 지원 <ul style="list-style-type: none"> - ID 대상품목 : 파프리카, 방울토마토, 대과토마토, 청고추, 참외 * 단, 깻잎, 오이 및 홍고추는 명령검사 해제에 따라 ID 보유여부와 관계없이 지원하며, 연중 대상품목 추가·변경 시 동일요건 적용 - 농산물 의무자조금 운영품목(인삼 등)은 참여대상 업체가 자조금 미납 시 지원 제한 - 한우(축산물)의 경우 한우수출분과위원회 지원 물류비와 중복수령 불가

제 II 장 버섯가공품 수출 활성화 연구

2. 국내 가공 버섯 산업 현황

1. 국내 가공 버섯 유통동향

2. 국내 가공품 산업동향

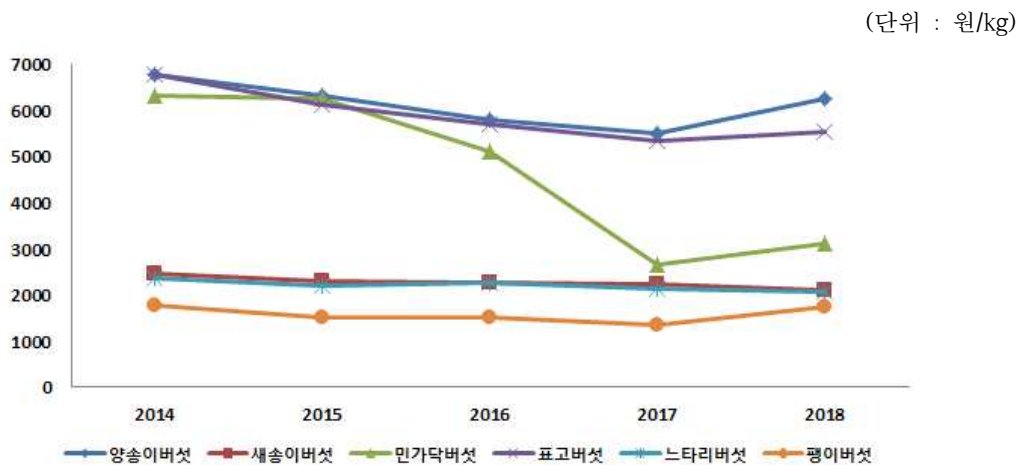
2 국내 가공 버섯 산업 현황

1. 국내 가공 버섯 유통 동향

1.1. 신선 버섯 생산 및 판매현황

○ 버섯 재배시설의 자동화 및 사계절 일정한 수준으로 생산하는 시스템의 발달과 함께 국내 버섯 생산량은 크게 증가하고 버섯의 품목도 다양해지면서 버섯 산업이 크게 발달하였으나 버섯 가격의 하락을 야기함

- 버섯의 연평균 도매가격을 기준으로 버섯 1kg의 가격을 비교해보면, 양송이버섯의 가격은 2014년 6,794원에서 2018년 6,265원으로 5년간 7.8% 감소, 표고버섯은 2014년 6,771원에서 2018년 5,524원으로 5년간 18.4% 감소, 만가닥버섯은 2014년 6,337원에서 2018년 3,113원으로 5년간 50.9% 감소

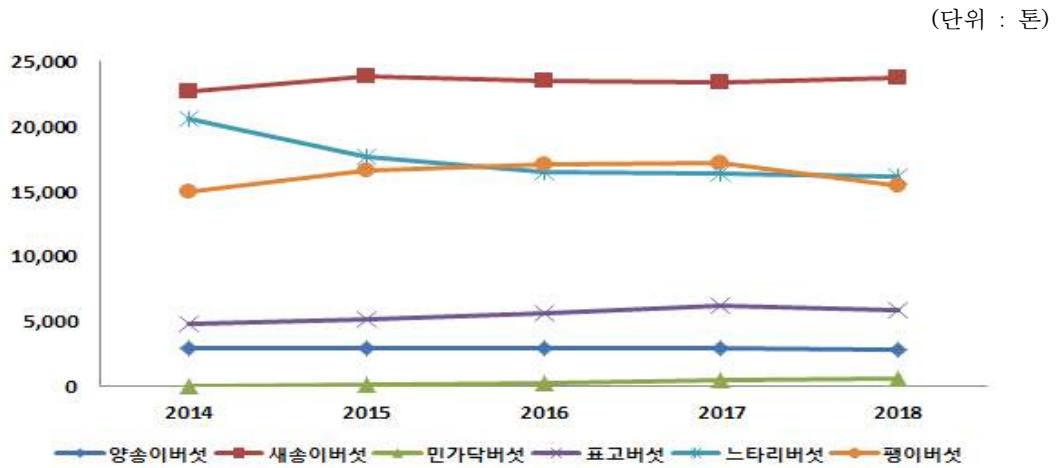


구분	2014	2015	2016	2017	2018
양송이버섯	6,794	6,313	5,790	5,489	6,265
새송이버섯	2,446	2,311	2,264	2,228	2,092
만가닥버섯	6,337	6,268	5,105	2,665	3,113
표고버섯	6,771	6,141	5,684	5,325	5,524
느타리버섯	2,363	2,184	2,252	2,140	2,079
팽이버섯	1,765	1,510	1,513	1,357	1,750

[그림] 2014-2018 국내버섯 도매단가

출처 : 서울특별시농수산물공사, 2019

- 반면, 최근 5년간 만가닥버섯 거래량은 2014년 53톤에서 2018년 560톤으로 약 11배 증가, 표고버섯은 2014년 4,775톤에서 2018년 5,912톤으로 23.8% 증가



구분	2014	2015	2016	2017	2018
양송이버섯	2,903	2,912	2,924	2,963	2,870
새송이버섯	22,679	23,837	23,544	23,437	23,741
민가닥버섯	53	90	214	500	560
표고버섯	4,775	5,185	5,645	6,210	5,912
느타리버섯	20,630	17,716	16,556	16,426	16,114
팽이버섯	15,037	16,582	17,136	17,148	15,501

[그림] 2014-2018 국내버섯 거래량

출처 : 서울특별시농수산물공사, 2019

1.2. 버섯가공품 수출동향

- 한국은 2018년 기준 미국으로 버섯 가공제품을 가장 많이 수출하였으며 수출액 기준 전체의 74%(83천 달러)를 차지함
 - 베트남(14천 달러), 홍콩(13천 달러), 싱가포르(1천 달러)가 그 뒤를 이으며 호주로는 2016년 23천 달러를 제외하고 버섯가공품 수출이 되지 않고 있음
- 2014년부터 2018년까지 최근 5년 동안 수출액을 조사한 결과, 수출액이 많지 않고 안정적이지 않음. 이는 한국 버섯가공품 시장이 수출 초기단계임을 의미함

〈표〉 국내 가공 버섯(HS CODE 2003) 주요 수출국 및 수출액

(단위 : 천 달러)

2018년 수출액 기준 순위	구분	2014	2015	2016	2017	2018
	세계	214	277	201	309	112
1	미 국	180	1	74	81	83
2	베 트 남	34	16	29	27	14
3	홍 콩	0	0	0	5	13
4	싱가포르	0	0	0	0	1
5	호 주	0	0	23	0	0

출처 : International Trade Centre(ITC)

Hs Code 2003은 조제 또한 저장 처리한 버섯을 나타냄

1.3. 버섯가공품 수입 동향

- 최근 5년간(2014~2018년) 버섯가공품의 수입액은 증가추세이며, 중국이 최대 수입국으로 2018년 기준 전체 95.6%(18,330천 달러)를 차지함
 - 이탈리아(461천 달러), 네덜란드(234천 달러), 벨기에(39천 달러), 그리스(37천 달러)가 그 뒤를 이음. 한국은 2016년부터 그리스로부터 버섯가공품을 수입하였으며, 벨기에로부터는 2018년부터 수입함
- 2018년 기준 버섯가공품 수입액(19,182천 달러)이 수출액(112천 달러)보다 약 171배 많은 것으로 조사되었으며, 국내 버섯가공품 수요에 비해 국내 제조업체들의 생산량이 적은 것으로 예측할 수 있음

〈표〉 국내 가공 버섯(HS CODE 2003) 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 천 달러)

2018년 수입액 기준 순위	구분	2014	2015	2016	2017	2018
	세계	15,557	16,229	15,983	18,132	19,182
1	중 국	15,302	15,921	15,664	16,430	18,330
2	이탈리아	145	191	158	411	461
3	네덜란드	0	38	116	1,133	234
4	벨 기 에	0	0	0	0	39
5	그 리 스	0	0	1	24	37

출처 : International Trade Centre(ITC)

Hs Code 2003은 조제 또한 저장 처리한 버섯을 나타냄

2. 버섯가공품 산업 동향

- 우리나라 버섯 산업은 새송이버섯, 팽이버섯, 느타리버섯, 표고버섯이 산업을 주도하고 있음. 버섯 산업의 국내유통과 수출은 신선 버섯 중심의 구조로 성장하고 있으며 가공품 시장은 아직 미약한 단계에 머물러 있어 소비촉진 필요
 - 특히 절단, 건조, 통조림, 절임 등 보편적 기술 축적이 낮은 수준. 수출 지향적이며 고도화된 고급 수준의 가공 제품의 개발과 목표시장에 제품을 출시할 수 있는 해외시장 마케팅 지원이 병행되어야 함
- 가공 버섯은 주로 반가공제품 형태의 salted mushrooms, pickled mushrooms, marinated mushrooms들이 주로 캔이나 병 등에 포장되어 생산되고 있으며, 버섯 파우더, 반죽, 추출분말 등도 식품소재로 이용되고 있음⁵⁾
 - 식품산업 분야에서는 동결(freezing), 산저장(pickling), 아페르타이징(appertizing)⁶⁾ 기법을 이용한 제품 증가 추세
 - 버섯 시장 판매 시, 색상 및 물성의 변화로 인한 상품가치의 하락을 막기 위하여 포장 및 건조법을 이용한 저장기술의 발전을 밑바탕으로 버섯을 이용한 음료, 엑기스, 농축류 등으로 개발된 제품 출시

동결	산저장	아페르타이징
		

[그림] 다양한 버섯 반가공기법

출처 : 판매사이트

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

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

- 국내 버섯가공품의 건조방식은 진공건조(40~50℃), 냉풍건조(10℃), 열풍건조(40~70℃), 동결건조(-78℃) 총 4가지 방식이 있으며 그 중 열풍건조가 건조 전과 비교하였을 때 색의 변조가 적으며 시간 대비 건조 효율이 우수함⁷⁾



[그림] 버섯건조방법

출처 : 건조기 판매사이트

- 또한 농촌진흥청에서 버섯을 이용하여 천연조미료 제품을 개발하는 등 정부 및 민간기업 주도의 가공 버섯 산업이 도약하는 추세로 다양한 버섯가공품의 개발 및 수출을 통한 농업 생산성 제고를 위해 버섯가공품의 지표적인 표준기술 개발 및 적용과 확산 필요



출처 : 농촌진흥청

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

2.1. 버섯가공산업협의회 현황

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

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

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

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

예) 버섯의 건조 및 분말조건, 가공품 활용도 등

2.2. 국내 가공 버섯 업체동향

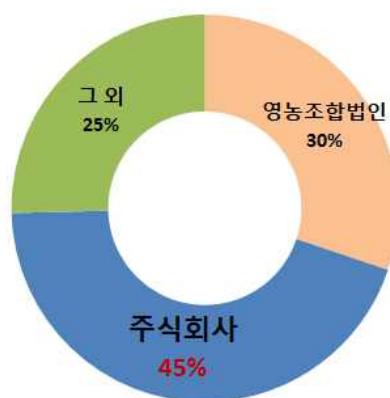
○ 국내 버섯가공제품을 생산 및 판매하는 총 63개 업체를 현장조사 및 데스크 리서치로 조사하였으며 대기업은 제외함(첨부 1 참고)

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

□ 기업정보

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

(단위 : %)



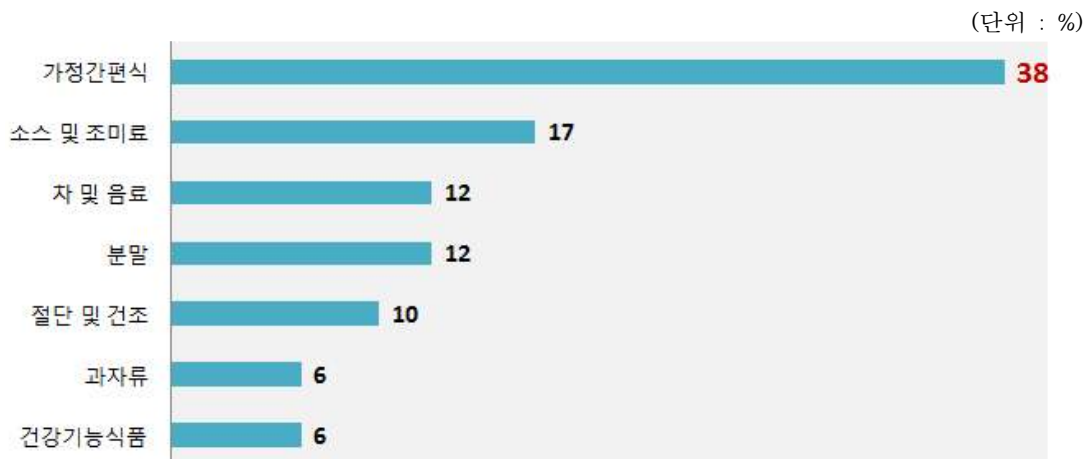
[그림] 국내 버섯 가공업체 기업형태

○ 대부분이 2017년 기준 인원수가 10명 이하의 영세 기업이며 주로 원재료와 제품명만 바꾸어 소품종의 제품을 판매하고 있음

- ‘농업회사법인 그린합명회사’와 ‘마타리푸드(주)’가 예외적으로 음료, 가정간편식, 과자, 피클, 건조제품 등 다양한 품목을 취급함
- 63업체의 기업들은 주로 식품가공, 제조, 도소매업으로 분류되었으나, 일부 기업은 파우더사업, 육류도매, 부동산/토지 등도 병행하고 있어 전문성이 낮은 것으로 판단됨
- 하지만 일부 기업은 버섯 재배 경력을 바탕으로 꾸준한 기술 혁신 및 관련 발명특허 보유 등으로 지속적인 품질 향상을 위해 노력하고 있음
 - 각 제품군별로 시리즈 형태로 만들고 있으며, 버섯의 쓴맛을 최소화하여 버섯에 함유되어 있는 영양분이 녹여들 수 있도록 혼합기술을 개발에 주력
 - 일부 가공업체는 지역농업 클러스터 및 컨설팅 활동, 대학 산학 협력농가로 후계 인력 양성에 적극적으로 지원하고 있으며 온라인 숍을 운영
- 총 63개 업체 중에 버섯 원료 함유량이 50%이상인 기업은 29곳이며, 차 및 음료, 과자, 분말, 절단 및 건조제품을 취급함. 나머지 34개 업체는 버섯 원료 함유량이 50% 미만이거나 라벨에 함유량 미표기 상태로 소비자에게 판매하고 있음
 - 가정간편식(HMR), 소스 및 조미료, 수프류 제품에서 버섯이 약 1%에서 약 35% 함유되어있으며, 일부 기업은 버섯을 포함한 제품에 사용된 모든 원료 함유량을 표기하지 않은 제품을 온·오프라인에 판매하고 있는 것으로 조사됨

□ 가공제품

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



[그림] 국내 버섯가공품 유형

출처 : 자체시장조사, 2019

- 총 84개 제품을 조사한 결과 가정간편식 제품이 38%(32개)로 가장 많은 비중을 차지하며 소스 및 조미료 17%(14개), 차 및 음료 12%(10개), 분말 12%(10개), 절단 및 건조 10%(8개), 과자류 6%(5개), 건강기능식품 6%(5개)이 그 뒤를 이음
- 국내산 느타리버섯, 새송이버섯, 표고버섯, 양송이버섯, 목이버섯을 원료로 이용한 가공품이 주를 이루며 일부 제품은 중국산, 네덜란드산, 싱가포르산 버섯을 수입하여 가공품 제조
- 가정간편식 제품은 총 38개 중 밥 21%(11개), 죽, 수프, 도시락, 반찬이 각각 11%(4개), 찌개 8%(4개)가 주를 이루었으며 전골, 샐러드도 각각 5%(2개)를 차지함
 - 밥류(21%)는 밥에 버섯을 넣어 먹을 수 있는 반가공제품과 영양밥, 비빔밥, 주먹밥, 리조또 등의 완제품을 개발 및 판매하고 있으며, 버섯불고기와 버섯미트볼, 버섯볶음을 이용한 도시락(11%) 출시 비중이 증가 추세임
 - 수프는 양송이버섯 또는 모듬버섯에 크림을 혼합하여 부드러운 맛을 강조하며, 죽은 새송이버섯에 마, 더덕, 소고기 등을 각각 혼합함
 - 기타(16%)에는 두루치기, 라볶이, 리조또, 삼계탕 등이 포함되어 있음. 두루치기와 라볶이는 샘플 형태로 소비자에게 배포하여 제품 만족도를 조사하고 있는 단계임

(단위 : %)



[그림] 가정간편식(HMR) 세부 유형

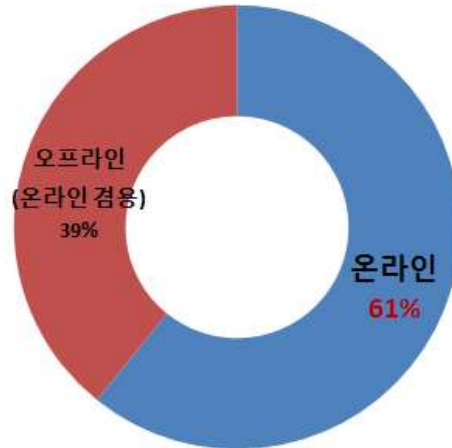
출처 : 자체시장조사, 2019

- 차 및 음료는 무농약 재배한 팽이버섯과 표고버섯을 7:2 비율로 혼합하거나 팽이버섯, 느타리버섯, 상황버섯만을 이용하여 티백, 건조, 물 형태로 판매됨
- 특히 과자는 기름에 튀기는 과거 유당처리공법에서 기름을 사용하지 않는 진공강압공법을 이용하여 건강을 생각하는 소비자 트렌드에 맞춘 제품이 출시되고 있음

□ 판매처

- 버섯가공품을 판매하고 있는 국내 74개 온·오프라인 매장의 유형을 조사한 결과, 온라인이 61%(45개)로 가장 많았으며 오프라인 39%(29개)는 온라인을 겸용하고 있어 실제 온라인 시장이 활성화 된 것을 알 수 있음(첨부 3 참고)

(단위 : %)

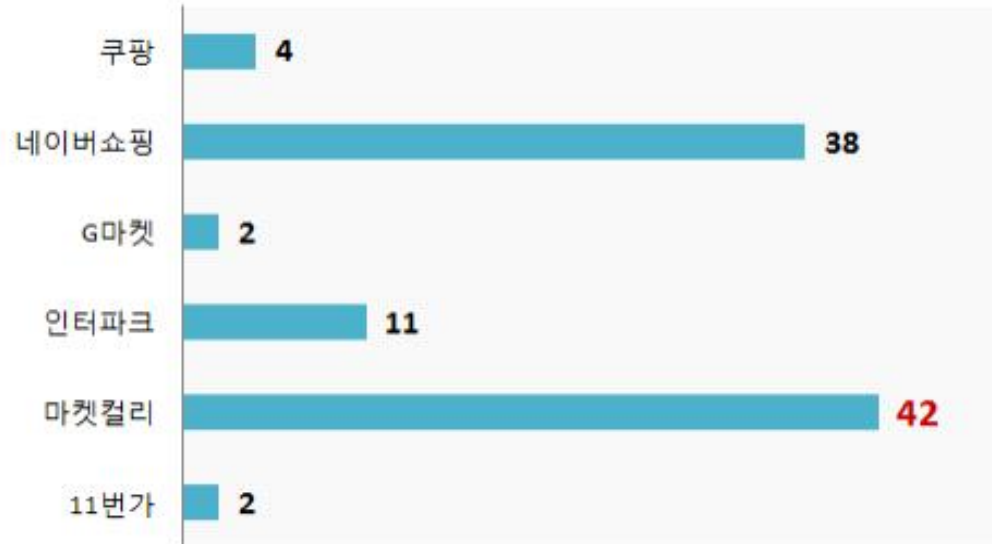


[그림] 국내 버섯가공품 온오프라인 판매매장

출처 : 자체시장조사, 2019

- 온라인매장은 마켓컬리 42%(19곳)가 가장 비중이 높으며, 네이버쇼핑 38%(17곳), 인터넷파크 11%(5곳), 쿠팡 4%(2곳), 11번가 2%(1곳), G마켓 2%(1곳)이 그 뒤를 이음
- 다른 판매처에 비해 ‘마켓컬리’에서 차음료, 분말, 반찬류, 스낵류, 스프, 샐러드, 리조또 등 버섯을 이용한 다양한 유형의 가공품을 판매하고 있음
 - 상황버섯을 이용한 차음료, 모듬버섯 또는 표고버섯을 다지거나 건조시킨 절단 및 건조제품, 능이버섯이 함유된 삼계탕, 새송이버섯 조림, 양송이버섯이 함유된 스프, 목이버섯과 해초가 혼합된 샐러드 등 다양한 종류의 가공제품 판매
 - 특히 리조또는 민가닥버섯과 새송이버섯에 닭가슴살 또는 트러블오일이 혼합된 제품이 마켓컬리에서만 판매함

(단위 : %)



[그림] 국내 버섯가공품 온라인 매장

출처 : 자체시장조사, 2019

- 네이버쇼핑이 차지하는 비중은 38%(17곳)으로 이를 통해 판매하는 업체는 세명제다, 바다농부, 엄마애뜰, 잎새닷컴, 또와월드, 오픈메디컬, 건강이재산 등으로 대부분 차, 분말, 건조제품을 한정적으로 판매하고 있음
- 오프라인매장은 이마트가 97%(28곳)로 압도적인 비중을 보이며 죽, 수프, 차, 분말, 조미료, 건강기능식품, 찌개 등 다양한 제품 판매

(단위 : %)



[그림] 국내 버섯가공품 오프라인 매장

출처 : 자체시장조사, 2019

- 이마트는 자체적으로 ‘이마트몰’을 운영하고 있어 오프라인(온라인 겸용)매장으로 간주되며 신세계 또한 자체 온라인 홈페이지를 구축하여 온/오프라인에서 동시에 판매 중임

2.3. 국내 버섯 가공업체 방문조사

- **조사목적** : 국내 버섯가공품 생산 및 수출조사를 위해 수출업체 담당자와 회의를 통해 애로사항을 도출하는 방식으로 진행함
- 국내 버섯 가공제품을 생산 및 판매하는 총 63개 업체 중, 방문업체로는 총 4곳이며, 국내 버섯 생산 및 수출현황, 가공품 수출 애로사항, 공동브랜드에 대한 의견 등을 청취함
- **조사일자** : 2019. 10. 15(확인필요) ~ 2019. 11. 26
- **조사대상** : 풍부한 업력으로 다양한 버섯가공품을 취급하는 업체 2곳(G사, M사)과 신생기업 2곳(S사, Y사)으로 총 4곳을 방문 조사함

업체명	G사	M사	S사	Y사
주요사업	농산물, 축산물, 임산물 등	농산물 생산 및 가공	특용작물 재배, 식품 제조, 교육, 연구용역 등	버섯건조 및 제조
주력 버섯가공품	버섯 스낵, 음료, 수프, 가정간편식, 피클, 장아찌, 건조제품 등	버섯 스낵, 수프, 가정간편식, 차	버섯차, 조미료	버섯스낵
버섯 원료	표고버섯, 새송이버섯, 느타리버섯, 만가닥버섯	표고버섯, 새송이버섯, 느타리버섯, 만가닥버섯	상황버섯, 노루궁뎅이버섯, 영지버섯, 표고버섯	느타리버섯, 새송이버섯
수출국	호주, 말레이시아, 싱가포르, 중국, 홍콩, 인도네시아, 베트남, 캄보디아, 필리핀	미국	미국, 태국, 싱가포르, 베트남	미국
비고	신선 버섯도 병용하여 판매	신선 버섯도 병용하여 판매	가공품만 판매	가공품만 판매

○ **버섯 가공 필요성** : 버섯은 성수기(10월 ~ 익년 3월)에는 국내 수요요구량이 많아 수출 물량이 부족한 반면 비수기(4월 ~ 9월)에는 소비수요 부족으로 생산 규모를 축소 운영함으로써 농가의 평균적 생산성 극대화를 위해 가공품 개발에 대한 필요성이 대두됨

○ **제품 사례** : G사는 2011년부터 버섯가공품 개발에 약 40억 원을 투자하여 약 10개 이상의 제품개발과 샘플 제작이 완료된 상황임

- 예) ① 팽이버섯 드링크 음료 제조

팽이버섯 추출물, 생약재 추출물 등을 첨가하여 팽이버섯 드링크 음료를 개발하였으며 최종 배합비율은 팽이버섯 추출물 35%, 대추 추출물 15%, 구기자 추출물 20%로 구성



[그림] 팽이버섯 음료 제조 공정도

출처 : 농림축산식품부, 2017

[그림] 팽이버섯 드링크 음료

- 예) ② 버섯 카레제품 개발

다양한 향신료와 맛 성분의 배합조건을 설정하여 느티만가다버섯과 새송이버섯을 함유한 인도식 버섯카레 개발하였으며 카레분말을 200g 씩 레트로트 포장재에 담아 실링 후 고온살균



[그림] 버섯수프 분말

출처 : 농림축산식품부, 2017

- 예) ③ 버섯전골

자사에서 생산한 신선 버섯 3종(새송이버섯, 민가닥버섯, 꽃팽이버섯)을 반자숙한 후 멸균 처리한 HMR 가공식품으로서 한국전통의 간장맛과 매운맛의 두 종류로 구성. 알루미늄 용기이지만 가스레인지나 인덕션, 가스버너 등의 직화 조리 기구에서 스파크 발생 없이 조리 가능하도록 포장 설계



출처 : 현장조사 및 카탈로그

- M사는 표고버섯, 새송이버섯, 느타리버섯, 만가닥버섯을 원료로 한 과제 제품이 개발되었으며 원물 함량 1%미만에서 90%이상까지 진공공법의 차이에 따라 다양한 제품이 생산됨



[그림] 개발 중인 버섯 과자

출처 : 홈페이지 및 카탈로그

- 그 외 개발된 제품은 버섯장아찌, 버섯피클, 버섯올리브유, 건조팽이버섯이 있으며 벨기에 소재 국제식음료평가원(iTQt; International Testy & Quality Institute in Brussels)에서 개최된 ‘2018 Superior Taste Award’ 에서 Two Golden Star를 수상하여 한국산 버섯가공식품의 맛과 향을 인정받음

버섯장아찌	버섯피클
-------	------



- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 버섯 고유의 식감을 느낄 수 있는 한국 전통맛과 향의 양조간장을 주된 액상 베이스로 사용 | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 서양의 식초맛과 향을 주된 액상 베이스로 사용하여 면류나 패스트푸드, 각종 서양요리와 어울려지도록 개발 |
|---|---|

버섯 올리브유	건조팽이버섯
---------	--------



- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 불포화지방산이 많이 함유되어 있어 혈관 건강에 도움을 주는 엑스트라 버진 올리브오일을 주된 조미 베이스로 사용 | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 무농약 재배 인증을 받은 팽이버섯에 다른 조미료나 첨가물이 일체 첨가되지 않은 순수한 건조 버섯 100% |
|---|--|

출처 : 카탈로그

- 상황버섯, 노루궁뎅이버섯, 영지버섯을 이용하여 각 제품군별로 시리즈 형태로 만들고 있으며, 버섯의 쓴맛을 최소화하여 버섯에 함유되어 있는 영양분이 녹여들 수 있도록 혼합되어 있음

린테우스 상황버섯차

노루궁뎅이 버섯차

을담 영지차



[그림] 버섯 차

출처 : 홈페이지

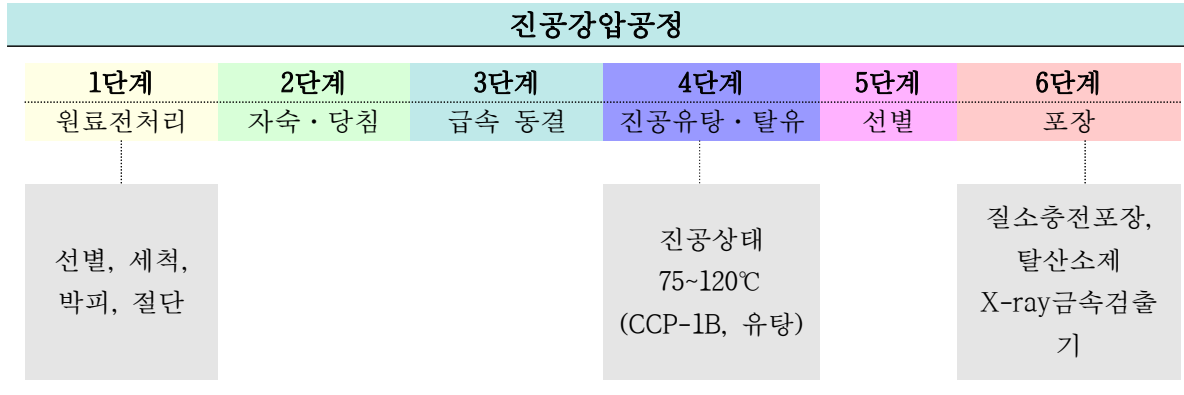
- 침출자의 경우 상황버섯, 노루궁뎅이버섯, 영지버섯, 표고버섯 4가지의 각각 다른 버섯을 원재료로 허브와 스파이스를 함께 혼합한 제품을 개발하여 수입업체의 요구에 맞춰 자사에서 직접 포장용기를 디자인하여 홍보함

버섯 침출차



출처 : 판매처 및 현장조사

- **공정과정** : 과자 제품 제조의 경우에는 버섯 밀동을 자르고 데쳐 당 처리 후, 동결해서 80℃에서 진공감압공법을 통해 제조되며 다음의 6단계를 통해 진행됨
 - 진공감압공법은 대기압보다 낮은 압력, 낮은 온도로 튀기는 공법으로 높은 온도(160~190℃)의 기름에서 튀기면 발생할 수 있는 발암물질인 마크릴아마이드 생성을 감소하고 일반 제품보다 지방 함량을 감소시켜 원재료 고유의 맛과 신선함 유지



출처 : M사 홈페이지

- X-ray 금속검출기, 포장공정, 진공후라이어 등 최신식 설비를 통해 제품 생산과정에서 엄격하게 품질관리를 수행하고 있음



[그림] 품질관리시스템

출처 : 홈페이지 및 카탈로그

- 수출현황 : 농식품유통공사의 지원을 받아 일본, 홍콩, 독일, 호주, 두바이, 미국 등에 버섯 과자, 차 및 음료를 수출하고 있으나 수출량이 소량이며 제품 종류가 다양하지 않음

일본/시라기쿠 (새송이버섯, 느타리, 만가닥버섯)	OEM/그라니트 (느타리버섯)	OEM/민음영농조합법인 (표고버섯)
--------------------------------	---------------------	------------------------



[그림] 버섯 수출 제품

출처 : 홈페이지

- 표고버섯, 새송이버섯, 느타리버섯, 만가닥버섯을 원료로 한 과자 제품이 개발되었으나 현재는 느타리버섯칩 만이 주로 미국 내 아시안계마트에 유통되고 있으며 그 외 다른 국가로는 홍보용으로 수출이 시도되고 있어 실질적으로 수출량이 적음

Q. 미국에는 독점계약으로 수출하는 건가요?

A. 일본계 업체를 통해 10개월 한시적으로 독점계약 형태로 진행되었습니다.

- 이에 대응하기 위해 국내 버섯 가공업체들은 유아를 겨냥한 버섯 쌀 과자 제품 개발에 주력하여 해외 박람회 및 판촉전 참여 등으로 적극적인 홍보를 진행하고 있음

G사 버섯 쌀과자	M사 버섯 쌀과자
-----------	-----------



출처 : 자체현장조사 및 홈페이지

- 한국산 제품에 대한 현지 소비자들의 반응은 좋으나 중국, 홍콩, 대만에 비해 가격경쟁력이 낮음
 - 국내의 경우 가공제품 제조 시 등외품 원료를 사용하게 되면 가공 처리에 따른 인건비증가 및 제품 수율이 떨어지는 문제가 발생할 우려가 있음
 - 국내 소비자들은 제품 구매 시 제품에 사용된 원물의 원산지를 중요하게 생각하는 반면, 해외 수출용 제품은 원산지가 필수표기사항이 아니기 때문에 해외에서 수입된 가공 처리 된 버섯을 원료를 이용해 제품을 생산할 계획임

Q. 버섯이 가지고 있는 수분을 제거하여 제품을 생산하면, 중량이 많이 줄어들게 되니 수분을 함유한 상태로 가공제품을 만들 수 있는 방법은 없는지요?

A. 현재 진공유탕처리 된 제품들은 유통기한이 9개월인데, 수분을 함유하게 되면 제품 보전이 어렵고, 버섯이 질겨져서 상품성이 없습니다.

- **수출 애로사항** : 버섯 가공식품은 아직 시장규모가 작아 새로운 시장과 식문화를 개척하는 단계이며 국가별 선호하는 제품의 형태가 다양하기 때문에 철저한 시장조사를 바탕으로 수출 계획을 수립하여야 함
- 버섯은 다른 원물에 비해 가격이 비싸고 수분을 많이 함유하고 있어 가격경쟁력이 낮고, 제품 제조과정이 까다로움


Q. 자사에서 생산하고 있는 다른 가공제품과 가격을 비교 하였을 때, 버섯을 이용하여 제조된 가공품의 가격이 높은가요?

A. 네, 버섯이 다른 원물 가격들에 비해 비싸고 수분을 많이 함유하고 있는 제품이라 수분을 제외하고 나면 남는 게 적기 때문에 가격이 증가하게 됩니다.

- 제품 홍보 및 바이어 연결을 위해 소규모 기업들은 해외 박람회에 참여하고자 하나, aT에서 지원해주는 규모가 작아 영세 및 중소기업은 홍보에 어려움을 겪음
 - 따라서, K-MUSH 중심으로 해외박람회 참가 및 BKF 국내 박람회를 통하여 가공제품을 공동 홍보 및 바이어와 1:1 연결 상담을 진행하는 방안을 고려해야 함

- **공동브랜드에 대한 의견** : 제조업체에 현장 방문하여 공동브랜드에 대한 의견을 물어본 결과, 버섯가공품 수출 초기 단계에서 공동브랜드가 긍정적인 역할을 할 것으로 생각함
 - 공동브랜드 수출용 CT박스(골판지 박스)를 만들어 수출 시 활용하는 방안이 제안됨
 - 중소기업의 경우, 제품 작업 시 실링 스티커 작업을 수작업으로 진행하는 경우가 많기 때문에 스티커를 공동브랜드용으로 제작하여 배포하면 저비용으로 공동브랜드 홍보효과를 얻을 수 있을 것으로 사료됨
- 공동브랜드를 통해 수출 및 마케팅을 진행하는 동시에 유통단계에서 유통업체의 협조를 얻을 수 있는 방법 또한 모색할 필요가 있음
 - 유통업체의 경우, 매출을 최우선시하기 때문에 수익이 나지 않는 상품들은 매대에 올리는 것 자체가 쉽지 않으며 특히 농산물 가공식품의 경우 더 어려운 경우가 많음
 - 버섯 가공식품의 경우, 현재 시장 내 수요가 높지 않고 소비자들이 잘 모르기 때문에 제품의 품질 및 우수성에 대한 적극적인 홍보와 소비자들의 제품을 쉽게 찾을 수 있도록 도와주는 것이 중요
 - 마트에 버섯 전용 코너를 만들어서 신선 제품과 가공 제품을 한 곳에 모아놓고 소비자들이 찾아서 이용할 수 있게끔 하는 것도 방법임

2.4. 국내 박람회 가공 버섯 현황 사례

박람회명	2019 농업기술 박람회	
일시	2019. 06. 19. ~2019. 06. 22.	
주요내용	가공 버섯(조청, 과자, 분말 등) 홍보 및 시식	
참여 버섯 가공업체	전체 업체 중 총 5개의 버섯 가공업체 참여 (Y사, E사, M사, K사, B사)	

□ Y사

- Y사는 칼라느타리버섯, 사슴뿔영지버섯, 상황버섯, 표고버섯과 야생버섯 등 다양한 버섯을 재배하고 수확함
- 영지버섯과 상황버섯을 이용한 조청과 느타리버섯, 영지버섯, 상황버섯을 혼합하여 식초로 만든 제품 등을 선보임
 - 자사 홈페이지에는 사슴뿔영지버섯이 함유된 비타민제, 노랑느타리버섯과 건 표고버섯을 말린 제품 등을 판매함



출처 : 자체 현장조사 및 홈페이지

□ E사

- 유기농농법으로 재배된 느타리버섯 연간 생산량 25톤 중 일부 등외품 버섯을 건조제품 및 천연조미료를 만들어 판매함

- 100% 자연건조방식을 이용하여 조미료 및 버섯차를 개발함으로써 원료의 품질 유지



출처 : 자체 현장조사 및 홈페이지

□ M사

- 유기농 농업으로 재배된 표고버섯(79.9% 함유), 느타리버섯(90% 함유)을 이용하여 만든 과자를 전국 농협과 수도권 백화점에 공급하고 있으며 표고버섯을 환으로 만든 제품과 슬라이스 제품은 자사 홈페이지에서 판매중임



출처 : 자체조사 및 블로그

□ K사

- 유기농과 GAP인증을 받은 표고버섯을 이용하여 조미료와 분말제품을 개발하여 회사 홈페이지에서 판매

슬라이스 버섯 및 조미료



표고분말




출처 : 자체 현지조사 및 홈페이지

□ B사

- 건 표고버섯을 원형, 깍두기, 슬라이스, 분말 등 다양한 형태로 가공하여 국내 온라인몰에서 판매하고 있으며, 시장다변화를 위해 2018년 베트남의 한 기업과 수출계약 체결 및 현지화 작업을 진행 중임

건 표고 선물세트



박람회명	2019 서울 HMR 쿠킹&푸드 페어	
일시	2019. 07. 03. ~2019. 07. 05.	
주요내용	가공 버섯(고추장, 장아찌, 버섯밥) 관측행사	
참여 버섯 가공업체	전체 업체 중 총 5개의 버섯 가공업체 참여(P사, H사, M사, D사, M사)	

□ M사

- M사는 김치와 고추장 제품을 개발 및 판매하는 기업으로 HACCP, ISO22000, FDA검사 완료 등 품질 보증된 제품을 주로 중국, 미국, 싱가포르에 수출하며 최근 표고버섯 엑기스를 이용한 볶음 고추장을 선보임

표고 볶음 고추장



출처 : 자체 현장조사 및 홈페이지

□ H사

- H사는 30여개 농가와 연합하여 다양한 신선농산물 가공품을 하나로마트, 친환경농업매장 등에 판매하고 있으며 최근 중국시장 진출을 추진하고 있음
- 소비자의 먹을거리 안전을 보장하면서 지역 활성화를 위해 로컬푸드를 지향하며 최근 버섯을 이용하여 부대찌개, 라볶이, 모듬전골제품을 개발하였으며 시판 전 단계

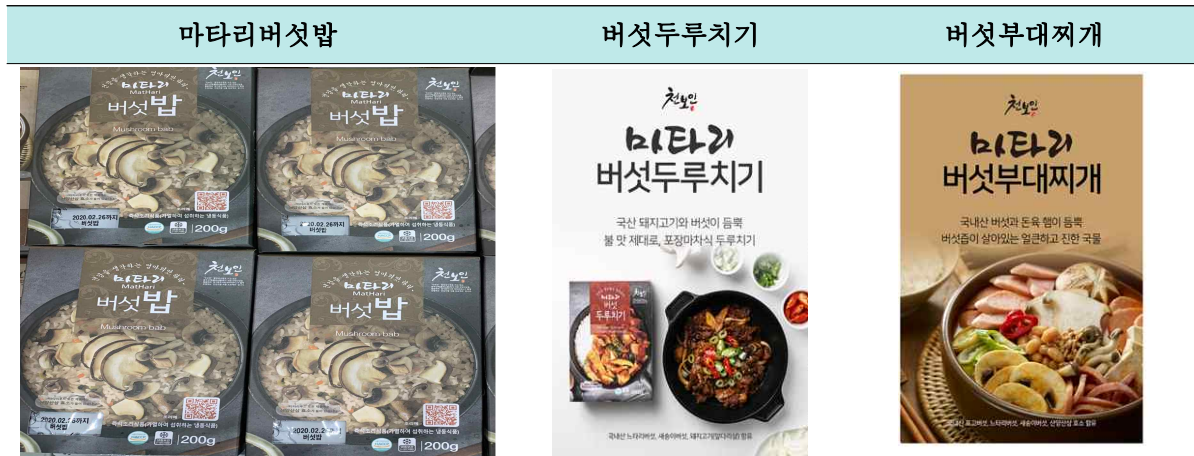
버섯부대찌개, 버섯라볶이, 버섯모듬전골



출처 : 자체 현장조사

□ M사

- M사는 광주산양삼육성사업단과 함께 표고버섯, 느타리버섯, 양송이버섯을 이용하여 개발한 가정간편식 제품을 전시하고 있었음
- 영하 50° 급속냉동으로 버섯의 영양소 85% 이상 보존하고 원재료의 맛과 식감을 유지하고 있음. 특수 개발한 찜기용기를 개발하여 전자레인지 조리 시 수분 증발에 인하여 식감이 떨어지는 간편식의 단점을 보완하여 촉촉함과 본연의 풍미를 유지



출처 : 자체 현장조사 및 홈페이지

- 산양삼과 버섯을 이용한 음료와 개별급속냉동(IQF; Individual Quick Frozen)을 이용한 버섯제품을 개발 중에 있음
- 개별급속냉동은 영하 60° 에서 196° 까지 매우 짧은 시간에 과일, 육류, 농산물 등 다양한 식품군을 개별 냉각하는 기술로, 5분 이내로 순간 초저온 급속 냉동하여 버섯 고유의 특성, 신선도, 품질을 최상으로 유지

□ D사

- D사는 표고버섯(60% 함유)과 전통재래인증 한식간장으로 저염, 숙성하여 버섯 본연의 식감과 향을 살림과 동시에 품질 유지기한을 늘려 2년 이상 냉장보관이 가능한 비빔밥용 장아찌 개발하여 자사 홈페이지에서만 판매 중임



출처 : 자체 현장조사 및 홈페이지


□ M사

- M사는 ISO9001, ISO14001, 유기가공인증, HACCP인증 등 다양한 품질보증 인증 획득 하였으며, 쌀 분말(98%)에 표고버섯분말(2%)이 함유된 제품이 현재 시판 중임

밥할 때 표고



출처 : 자체 현장조사 및 홈페이지

박람회명	2019 대한민국식품대전(Korea Food Show)	 KOREA FOOD SHOW 2019 대한민국식품대전
일시	2019. 10. 23. ~ 2019. 10. 25.	
주요내용	가공 버섯(장아찌, 버섯육수, 건조분말 등) 홍보	
참여 버섯 가공업체	전체 업체 중 총 4개의 버섯 가공업체 참여(W사, J사, S사, N사)	

□ W사

- 인공재배가 가능한 액체 종균배양기술을 개발하여 재배한 해송이버섯을 이용하여 건조분말 제조

해송이버섯 건조분말제품



출처 : 자체 현장조사

□ J사

- 버섯 장아찌 개발하여 로컬푸드 직매장에 판매하고 있으나, 시중에 판매되고 있는 장아찌 대비 높은 가격과 상온에 발효가 계속 진행되어 유통과정에서 애로사항을 겪고 있음

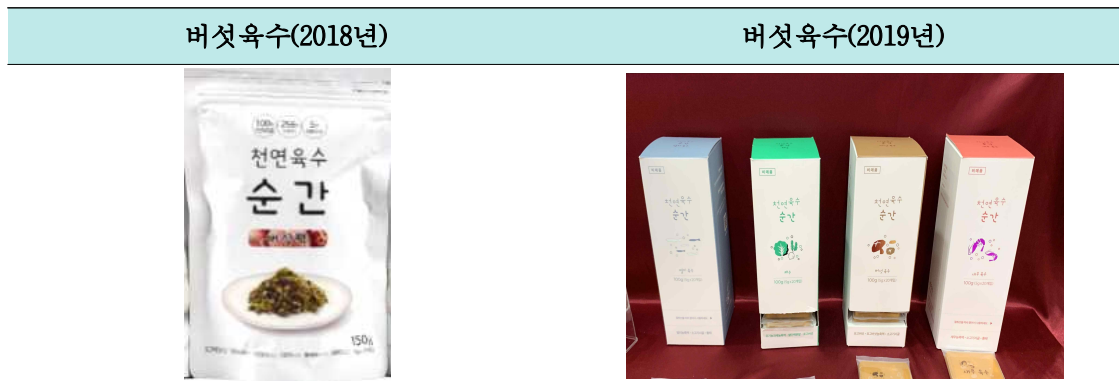
버섯장아찌



출처 : 자체 현장조사

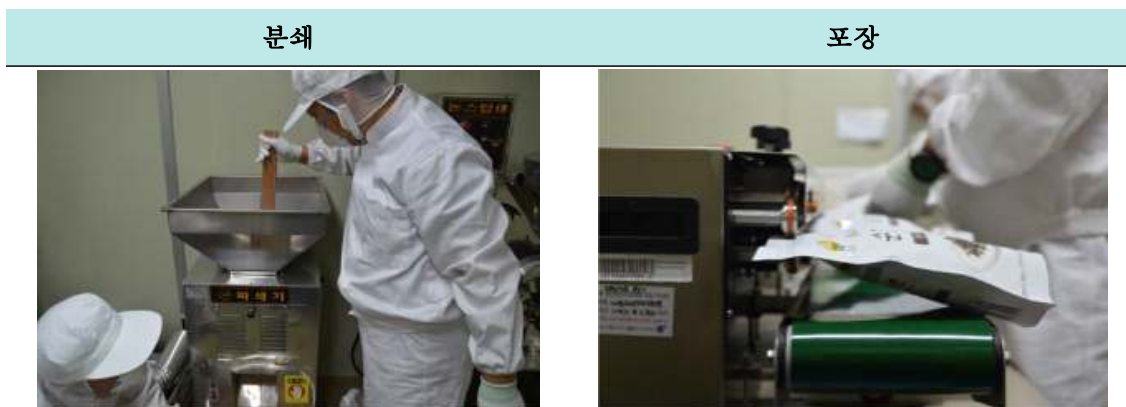
□ S사

- 한국식품연구원과 공동연구를 통해 고품질 표고버섯을 조분쇄하여 육수가 빠르게 우리나라로 개발하였으며 제품의 국내소비자 호응도가 높아 카카오페이커스, 네이버 스마트스토어, 오픈마켓, 마켓컬리 등으로 유통 채널을 넓힐 예정임



출처 : 자체 현장조사 및 홈페이지

- 국내산 멸치, 다시마, 버섯 등 다양한 맛을 내는 재료를 혼합하였으며, 비린 맛을 제거하기 위해 순간온도 200~300° C 에서 로스팅하였으며 끓는 물에는 3초, 찬물에는 1분 만에 육수제조 가능



[그림] 가공제품 시설

출처 : IT동아 뉴스보도자료, 2019

□ N사

- 식품의 안전성을 보증하기 위해 식품의 원재료 생산, 제조, 가공, 보존, 유통을 거쳐 소비자가 최종적으로 식품을 섭취하기 직전까지를 15단계로 나누어 생산 및 공정



[그림] 품질관리시스템

출처 : 홈페이지

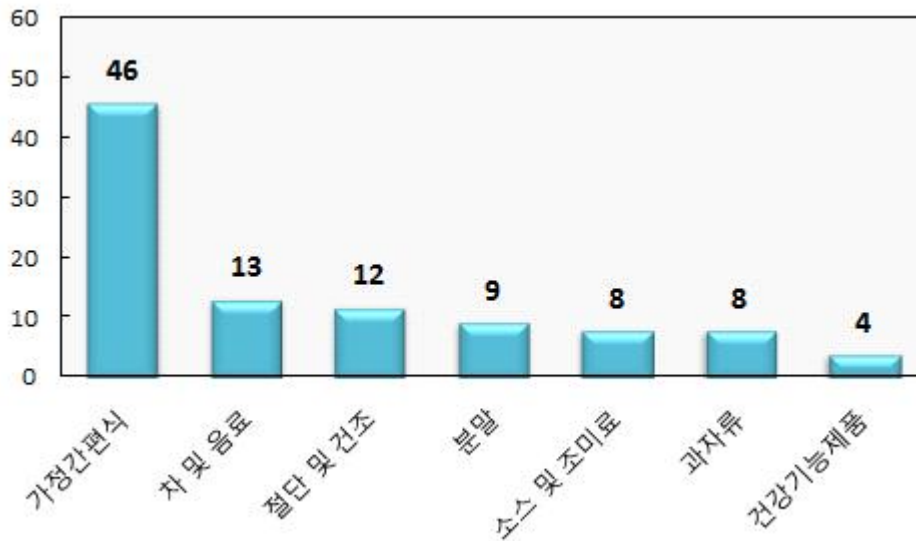
- 건 표고버섯 분말을 이용하여 햅쌀과 함께 혼합하였으며 3無(무염, 무설탕, 무조미료)의 원칙으로 자연의 맛을 살림



2.5. 국내 가공 버섯 제품

- 2019년 6월 ~ 12월(약 6개월)동안 오프라인에서 판매되고 있는 버섯가공품 총 75개를 데스크리서치함
- 국내 오프라인에서 판매하고 있는 버섯가공품은 크게 ①가정간편식, ②차 및 음료, ③절단 및 건조, ④분말, ⑤소스 및 조미료, ⑥과자류, ⑦건강기능제품으로 조사됨
- 총 75개 제품을 조사한 결과 가정간편식 제품이 46.1%(35개 제품)로 가장 많은 비중을 차지하며 차 및 음료(13.2%), 절단 및 건조(11.8%), 분말(9.2%), 소스 및 조미료(7.9%), 과자류(7.9%), 건강기능제품(3.9%) 이 그 뒤를 이음

(단위 : %)

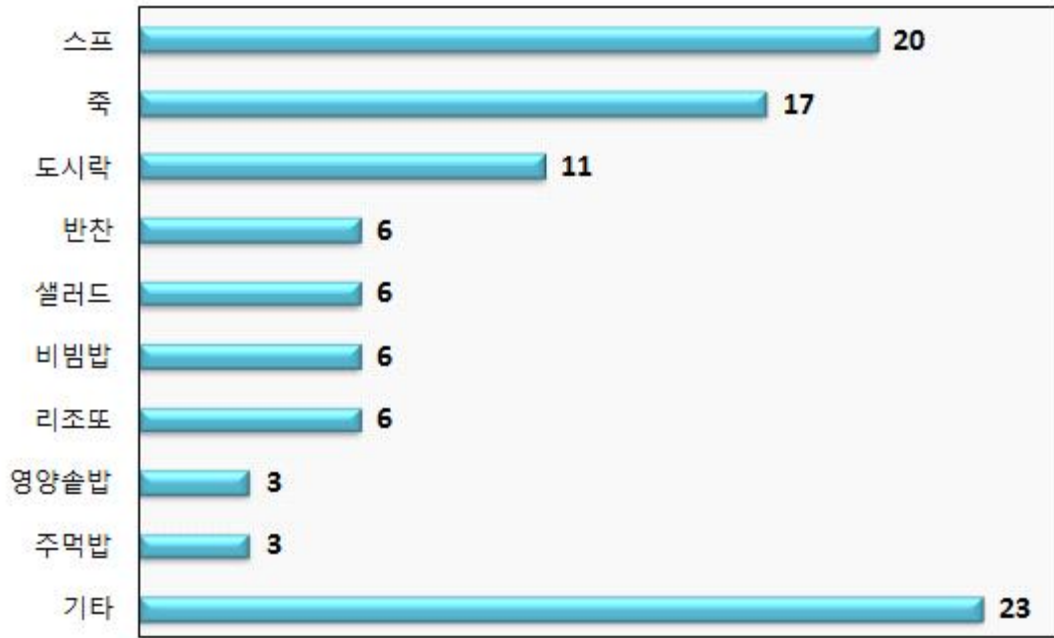


[그림] 국내 버섯가공품 판매 유형

출처 : 자체시장조사, 2019

- 가정간편식 제품은 총 35개 중, 스프 20%(7개), 죽17%(6개), 도시락11%(4개)이 주를 이루었으며 반찬류, 샐러드, 비빔밥, 리조또도 각각 6%를 차지함
 - 스프는 양송이버섯 또는 모듬버섯에 크림을 혼합하여 부드러운 맛을 강조하며, 죽은 새송이버섯에 마, 더덕, 소고기 등을 각각 블렌딩. 2019년 6월에 비해 버섯불고기과 버섯미트볼, 버섯볶음을 이용한 도시락 출시 비중이 증가함(2019년 12월 기준)

(단위 : %)



[그림] 가정간편식 판매 세부유형

출처 : 자체시장조사, 2019

- 차 및 음료는 무농약 재배한 팽이버섯과 표고버섯을 7:2 비율로 혼합하거나 팽이버섯, 느타리버섯, 상황버섯만을 이용하여 티백, 건조, 물 형태로 판매됨
- 특히 과자는 기름에 튀기는 과거 유당처리공법에서 기름을 사용하지 않는 진공강압공법을 이용하여 건강을 생각하는 소비자 트렌드에 맞춘 제품이 출시되고 있음
- 2019년 12월 기준, 이마트몰, 네이버쇼핑, 인터파크 등의 판매처에 비해 ‘마켓컬리’에서 차음료, 분말, 반찬류, 스낵류, 스프, 샐러드, 리조또 등 버섯을 이용한 다양한 유형의 가공품을 판매하고 있음
 - 상황버섯을 이용한 차음료, 모듬버섯 또는 표고버섯을 다지거나 건조시킨 절단 및 건조제품, 능이버섯이 함유된 삼계탕, 새송이버섯 조림, 양송이버섯이 함유된 스프, 목이버섯과 해초가 혼합된 샐러드 등 다양한 종류의 가공제품 판매
 - 특히 리조또는 민가닥버섯과 새송이버섯에 닭가슴살 또는 트러블오일이 혼합된 제품이 오직 ‘마켓컬리’에서만 판매함

제 II 장 버섯가공품 수출 활성화 연구

3. 해외 가공 버섯 산업 현황

1. 세계 버섯 시장 조사

2. 특허·논문 및 제품 시장 분석

1.1 미국

미국의 지역구분



- 미국의 행정 구역은 크게 4단계로 나누어 구분
- 가장 일반적으로 알려진 단위인 제1단계는 미국 전체 영토를 50개의 주(State), 1개의 특별구(Federal district), 즉 워싱턴 D.C.으로 구분하고 있음

출처 : 위키백과

국명	미합중국(The United States of America)
수도	워싱턴 D.C.(Washington, District of Columbia)
인구	3억 2,819만 5,137명
면적	9,833,517km ² (세계 3위, 한반도의 약 42배, 남한의 95배)
기후	북위 40° 선을 중심으로 한 온대에 위치, 전반적으로 따뜻하지만 남북의 위도차가 24° 나 되는 대륙만큼 기후 차이가 심함. 남부 플로리다의 아열대로부터 하와이의 열대, 북부 알래스카의 한 대에 이르기까지 기후 조건이 다양함
주요 도시	뉴욕(862만), 로스앤젤레스(400만), 시카고(272만), 휴스턴(231만), 피닉스(163만), 필라델피아(158만), 샌안토니오(151만), 샌디에고(142만), 달라스(134만), 산호세(104만), 오스틴(95만), 잭슨빌(89만), 샌프란시스코(88만), 콜롬버스(88만), 포트워스(87만)(US Census Bureau, 2018년 7월 기준 최신자료)
민족 구성	백인(76.5), 흑인(13.4%), 아메리카 인디언/알래스카 원주민(1.3%), 아시아인(5.9%), 하와이 원주민/기타 태평양 섬주민(0.2%), 2개 이상 인종(2.7%)
언어	영어(일부 지역은 스페인어도 통용)
종교	기독교/가톨릭(70.6%), 유대교(1.9%), 불교(0.7%), 이슬람(0.9%), 힌두교(0.7%), 토착신앙(0.3%), 기타(1.5%), 무교(22.8%)
화폐 단위	United States dollar, US\$
GDP	<ul style="list-style-type: none"> ■ 총 GDP : 20조 5,130억 달러 ■ 1인당 GDP : US\$ 6만 2,517/PPP(구매력 기준)
산업 구조	금융·부동산(13.4%), 전문서비스(12.1), 제조업(11.7), 교육/의료(8.4%), 도소매(11.8%), 정보통신(4.8%), 건설(4.3%), 문화서비스(4.0%), 교통(3.0%), 광업(1.8%), 전력(1.5%), 농업(0.9%), 기타 서비스(2.2%), 정부 부문(12.5%)

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr), CIA The World Factbook(www.cia.gov), 2019

□ 미국 가공 버섯(HS CODE 2003.90) 시장

1.1.1. 수입현황

- 2018년 수입액 기준 이탈리아가 4,446천 달러로 전체의 약 32%를 차지하며 중국(2,884천 달러), 베트남(2,618천 달러), 프랑스(2,556천 달러)가 그 뒤를 이음
- 미국 버섯 수입액 기준 한국은 11위이며, 2018년 수입액은 92천 달러로 전체 0.6%를 차지하며 1위국인 이탈리아와는 약 48배 차이를 보임

〈표〉 가공 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 천 달러)

2018 수입액 기준 순위	구분	2014	2015	2016	2017	2018
총 수입액		18,469	15,938	13,269	14,930	13,913
1	이탈리아	4,104	4,392	4,150	6,162	4,446
2	중 국	3,297	3,113	2,422	2,789	2,884
3	베 트 남	4,568	4,189	3,144	3,002	2,618
4	프 랑 스	4,439	2,381	2,186	1,916	2,556
11	한 국	0	10	0	2	92

출처 : International Trade Centre(ITC), 2019

1.1.2. 수출현황

- 캐나다는 미국에서 가장 많이 수출하는 국가이며, ITC통계자료에 의하면 대한민국의 수출액이 집계되지 않음
 - 2018년 기준 캐나다는 전체 버섯가공품 수출액 중 40%(290천 달러)를 차지함

〈표〉 가공 버섯 주요 수출국 및 수출액

(단위 : 천 달러)

2018년 수출액 기준 순위	구분	2014	2015	2016	2017	2018
총 수출액		2,394	1,725	666	782	723
1	캐 나 다	1,098	1,058	216	325	290
2	U A E	0	0	9	8	75
3	멕 시 코	28	115	37	70	67
4	칠 레	0	0	121	19	48
22	대한민국	0	0	-	-	-

출처 : International Trade Centre(ITC), 2019

* - 표기 : 집계되지 않음

1.1.3. 신선제품 가공 현황

- 미국은 1987년도부터 신선편이 제품 협회 IFPA(International Fresh cut Products)를 통해 신선제품 가공 산업이 발달해 왔음. 한국과 같이 신선 편이와 전처리에 대한 개념이 존재함⁸⁾
- 미국 내 신선 편이는 Fresh-cut, 전처리는 Lightly processed로 구분되는데, 버섯 원료 수확, 진공예냉, 저온저장, 선별 다듬기까지의 과정만 거친 버섯을 전처리 버섯이라고 칭하며, 그 이후의 세척과 탈수 작업을 거쳐 포장된 버섯을 신선 편이 버섯이라 칭함
- 신선 편이 버섯은 마트에서 구매해서 별도의 세척 과정 없이 바로 섭취할 수 있지만, 전처리 버섯은 자체 세척 후 섭취를 해야 한다는 차이점이 있음



- 미국에서 판매 중인 버섯가공품은 가공방법에 따라 건조, 통조림, 절임, 과자류로 분류되며 현재 한국산 가공 버섯의 주요 판매처는 한인마트, 중국마트, KOREAN BBQ, 샤브샤브 레스토랑 등으로 현지 소매유통점에서는 판매하고 있지 않음
- 한국산 버섯 수입업체는 대부분 중국 업체이며 한국산 제품에 대한 재고가 일정하지 않아 판매 계획을 체계적으로 구축하기 어려운 실정
- 홍보와 판촉행사 또한 진행되고 있지 않아, K-MUSH와 연계하여 신선 버섯과 가공 버섯의 공동 판촉행사 진행이 필요할 것으로 분석됨

8) 한국산 버섯 수출확대를 위한 미국 식재료 시장 개척방안, 2018, K-mush

- 한국 제품은 표고버섯으로 만든 분말이 미국 내 한인마트(가주마켓, 한남체인)에서 150g당 \$9.99에 판매하고 있음

표고버섯분말



출처 : 자체시장조사

- 건조 가공 버섯제품들은 14g 또는 28g 단위로 비닐팩에 포장되어 판매되고 있으며, 낮게는 kg당 \$242 높게는 kg당 \$1,142에 이르고 있음
- 건조 가공 버섯들은 주로 세르비아산과 미국산 제품이 현지 소비자에게 판매되고 있으며 주로 리조또에 사용됨

ORGANIC PORCINI MUSHROOMS (그물버섯/세르비아)	ORGANIC PORCINI MUSHROOMS (그물버섯/미국)	MOREL MUSHROOMS (곰보버섯/미국)
---	---	-------------------------------------



[그림] 건조 버섯 제품

출처 : 자체시장조사

- 양송이버섯을 통째로 또는 얇게 절단한 후 식포에 절여 유리병 또는 캔에 담은 제품이 시중에 판매되고 있음. 절여진 상태이기 때문에 보관기간이 길고 실온상태에서 판매됨
- 통조림제품은 프랑스와 네덜란드에서 수입하여 일반적으로 113g단위로 판매되고 있음

PIECE & STEM MUSHROOM (양송이버섯/네덜란드)	NO SALT ADDED PIECE & STEM MUSHROOMS (양송이버섯/네덜란드)	SLICED BUTTON MUSHROOMS (양송이버섯/네덜란드)	MUSHROOMS STEMS & PIECES (양송이버섯/프랑스)
			
SLICED MUSHROOMS (양송이버섯/프랑스)	MUSHROOMS PIECES & STEMS (양송이버섯/프랑스)	STEMS & PIECES MUSHROOMS (양송이버섯/미국)	
			

[그림] 통조림 제품

출처 : 자체시장조사

- 유리병에 담겨 판매되는 제품은 200g 이하로 작은 포장용기에 담겨 있으며 kg당 평균 가격은 14.5 달러임
- 네덜란드 버섯 절임 제품이 시장을 주도하고 있으며 그 외에는 미국산, 네덜란드산 제품임



[그림] 절임 제품

출처 : 자체시장조사

○ 미국의 제조사들은 최근 다양한 버섯 스낵 제품들을 출시하고 있음

- Giorgio Foods는 양송이과 버섯류 중 하나인 포타벨라버섯(Portabella Mushroom)으로 만든 채식주의자용 육포 출시. 채식을 선호하는 소비자에게 각광받아 기존 제품에 생강·고추 맛을 더한 신상품을 개발함



[그림] Giorgio Foods 버섯 육포 사진

출처 : Giorgio Foods 홈페이지

- FlyGreen사는 최근 자매회사인 Mudlrk를 통해 진공튀김 공법을 이용한 오리지널, 매운 버팔로, 꿀·양파 머스터드, 검은 페퍼 4가지 맛의 표고버섯 스낵을 출시
- 진공튀김공법은 기존 공기건조와 냉동건조 공법에 비해, 공기가 거의 없는 환경에서 튀겨 발아점이 낮아 기름이 적게 들고 시간이 단축되어 바삭한 식감을 살리면서 건강한 스낵으로 소비자에게 인식되고 있음



[그림] FlyGreen 제품 사진

출처 : Fly Green 홈페이지

- 스낵회사인 켈로그(Kellogg)도 지난 가을 표고버섯 단백질을 만드는 Myco Technology사에 투자하는 등 가공업계의 다양한 버섯 상품 출시가 전망됨
- 미국에서 버섯을 가장 두드러지게 활용하는 곳은 음료시장으로 과당음료의 인기가 하락하면서 버섯커피 등이 빠르게 그 자리를 메우고 있음. 이와 관련하여 관련 업계나 평가기관들은 ‘버섯’을 활용한 음료라는 점만으로도 구매 포인트가 될 수 있다고 분석함⁹⁾
- 특히 버섯은 특유의 향 덕분에 커피, 차 등의 강한 향의 음료와도 잘 어울린다는 평가를 받고 있으며, CR Creat의 버섯 커피, Four Sigmatic의 버섯 커피 믹스 등 버섯 향을 살린 버섯 음료 출시

9) ‘건강트렌드에 힘입은 버섯 가공식품의 인기’, 지구촌리포트, 2018



[그림] CR Creat 버섯 커피

출처 : 홈페이지



[그림] Four Sigmatic 버섯 커피 믹스

- 최근 북미 소비자들이 다양한 버섯에 눈을 돌리고 다양한 버섯 상품들을 기대하고 있으므로, 한국의 느타리버섯, 팽이버섯, 새송이버섯 등 신선 버섯들과 버섯 스낵, 파우더 등 다양한 버섯 상품들을 개발, 수출하기에 좋은 시기임

1.1.4. 전처리 제품 수입 및 유통동향

- 미국의 수입 데이터를 보면 한국을 제외한 해외 전처리 버섯의 경우 이탈리아, 중국, 캐나다 제품을 주로 수입하고 있음
 - 최근 3년간 헝가리 제품의 수입이 급증하였으며, 가공 버섯의 경우 이탈리아, 베트남, 중국, 프랑스산 제품이 전체 수입 규모의 90% 이상 차지
- K-MUSH에서 조사한 결과에 따르면 외국산 버섯 제품을 취급하고 있는 업체의 인터뷰를 통해 취급하고 있는 버섯의 주요 원산지는 프랑스, 이탈리아, 중국이 가장 많았으며 러시아, 남아프리카 제품을 취급하고 있음을 알 수 있음
 - 주로 취급하고 있는 버섯 종류로는 화이트, 브라운, 점보, 포토벨로, 포시니, 살구 버섯임

1.2 호주

호주의 지역구분



- 6개의 주
 - 뉴사우스웨일스주(NSW)
 - 빅토리아주(VIC)
 - 퀸즐랜드주(QLD)
 - 사우스오스트레일리아주(SA)
 - 웨스턴오스트레일리아주(WA)
 - 테즈메이니아주(TAS)
- 2개의 준주
 - 노던 준주(Northern Territory, NT)
 - 오스트레일리아 수도 준주 (Australian Capital Territory, ACT)

출처 : 위키백과

국명	호주(Commonwealth of Australia)
수도	캔버라(Canberra)
인구	2,542만 명
면적	7,692,024km ² (한반도의 약 35배, 남한의 약 80배)
기후	남부(온대), 북부 및 서부(열대), 내륙(대륙성)
주요 도시	시드니(513만 명), 멜버른(485만 명), 브리즈베인(241만 명), 퍼스(204만 명) 등
민족 구성	영국계(36.1%), 호주계(33.5%), 중국계(5.6%), 인도계(4.6%) 등
언어	영어(공용어), 원주민어(수백 개 방언)
종교	천주교(22.6%), 영국성공회(13.1%), 기독교(16.3%), 이슬람교(2.6%), 불교(2.4%) 등
화폐 단위	Australian Dollar, A\$
GDP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 총 GDP : US\$ 1조 4,278억 ▪ 1인당 GDP : US\$ 5만 2,363(PPP(구매력 기준))
산업 구조	서비스업:76.5%, 건설업:7.9%, 제조업:6.3%, 광업:6.3%, 농림수산업:3.0%

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr), CIA The World Factbook(www.cia.gov), 2019

□ 호주 가공 버섯(HS CODE 2003.90) 시장

1.2.1. 수입현황

- 2018년 수입액 기준 5대 수입국으로는 중국, 이탈리아, 세르비아, 프랑스, 대만이 있으며, 그 중 중국과 이탈리아로부터의 수입이 차지하는 비중은 2018년 기준 전체 수입액의 47%(945천 달러), 27.6%(556천 달러)임
- 통조림, 건조제품이 주로 수입되며, 현지매장에서 표고버섯을 건조시킨 한국산 제품이 판매되고 있음이 조사되었지만, 수량이 미미하여 집계되지 않은 것으로 사료됨

〈표〉 가공 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 천 달러)

2018년 수입액 기준 순위	구분	2014	2015	2016	2017	2018
	세계	2,403	2,818	2,057	2,218	1,997
1	중 국	1,032	1,616	908	1,023	945
2	이탈리아	751	766	714	748	556
3	세르비아	0	0	0	64	112
4	프 랑 스	107	75	29	60	100
5	대 만	85	80	87	48	64

출처 : International Trade Centre(ITC), 2019

1.2.2. 수출현황

- 호주의 가공 버섯 수출 1위 국가는 영국이며, 전체의 43.8%(228천 달러)를 차지하며 미국(125천 달러), 프랑스(59천 달러), 파푸아뉴기니(32천 달러), 홍콩(27천 달러)이 그 뒤를 이음

〈표〉 가공 버섯 주요 수출국 및 수출액

(단위 : 천 달러)

2018년 수출액 기준 순위	구분	2014	2015	2016	2017	2018
	세계	78	38	66	192	520
1	영 국	0	17	3	30	228
2	미 국	0	0	21	10	125
3	프 랑 스	0	0	3	42	59
4	파푸아뉴기니	15	1	16	5	32
5	홍 콩	0	0	0	0	27

출처 : International Trade Centre(ITC), 2019

1.2.3. 신선제품 가공 현황

- 최근 바쁘고 편리성을 추구하는 가정이 늘어나면서 구매 후 바로 사용가능한 얇게 썰어져 포장된 버섯 제품의 수요가 지속 증가하고 있음
- 호주에서도 버섯을 이용한 가공식품이 생산되고 있지만 여전히 소비는 신선 버섯에 집중되어 있음
- 2017년 호주의 한 회사에서 인위적인 첨가물(MSG, 색소)을 사용하지 않은 표고버섯을 기름에 튀기지 않고 건식 가공법을 사용하여 원재료의 성분 및 영양분을 유지한 상품을 출시. 이는 FSSC22000, 하랄, 코셔 등 엄격한 기준을 통과함



[그림] 호주에서 생산하는 가공표고버섯

출처 : DJ&A 홈페이지

- 중국산 가공 버섯은 통조림에 양송이버섯, 새송이버섯 등을 채우고 밀봉한 후 가열 살균 후 미국 OSHA(Occupational Safety and Health Administration, 안전관리청)의 승인을 받아 호주에 수출. 1캔당 무게는 425g이며 \$1.55에 판매



[그림] 중국산 버섯 통조림

출처 : 자체시장조사

- 호주 Chefa Choice에서 프리미엄 제품으로 고소득층을 겨냥하여 새송이버섯, 모듬 버섯을 건조시켜 20g단위로 포장하여 Woolworths 판매하고 있음



[그림] 호주 건조버섯 제품

출처 : 자체시장조사

- 호주 현지 마트에서는 한국과 중국에서 제조된 제품이 판매되고 있으며, 주로 표고버섯을 슬라이스하거나 통째로 건조시킴



[그림] 건조버섯 수입제품

출처 : 자체시장조사

1.3 네덜란드

네덜란드의 행정구역 구분



- 네덜란드 왕국은 구주 본토(The Netherlands)와 구주 본토에 편입된 3개 도시(Bonaire, St.Eustatius 및 Saba), 3개 자치령(Curacao, St.Marrten,Ariba)로 구성
- 네덜란드의 행정구역은 12개의 주(provincie)로 이루어짐

출처 : 위키백과

국명	네덜란드(The Kingdom of the Netherlands)
수도	암스테르담(Amsterdam) *암스테르담은 공식수도, 행정·사법·입법부는 헤이그(Den Hagg)에 위치
인구	1,733만 45,331명
면적	41,526km ² (한반도의 약 20%)
기후	서안해양성 기후
주요 도시	암스테르담(85만 4,000명), 로테르담(63만 8,000명), 헤이그(53만 3,000명) 등
민족 구성	네덜란드인 78.9%, 비서구계 11.7%, 서구계 9.4%
언어	네덜란드어(영어 통용)
종교	무교(51%), 가톨릭(24%), 신교(15%), 무슬림(5%), 기타(5%)
화폐 단위	Euro, €
GDP	<ul style="list-style-type: none"> ■ 총 GDP : US\$ 1조 831억 ■ 1인당 GDP : US\$ 5만 6,570(PPP(구매력 기준))
산업 구조	<ul style="list-style-type: none"> ■ 운송, 물류, 금융 등 서비스 산업이 GDP의 70% 이상을 점유 ■ 주요 육성산업 분야 : 농업과 식품산업, 크리에이티브 산업, 화학, 에너지, 하이테크, 원예, 생명공학, 물류, 수자원 산업 ■ 중소기업(중업원 250명 이하)이 99.8% 이상을 차지하고 있음

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr), CIA The World Factbook(www.cia.gov), 2019

□ 네덜란드 가공 버섯 시장

1.3.1. 수입현황

- 한-EU FTA 적용으로 관세율은 0%이나 한국산 제품에 대한 수입량은 집계되지 않음
- 네덜란드는 2018년 수입액 기준 전체의 43.6%(1,018천 달러)를 차지하는 버섯가공품을 중국으로부터 수입하며 이탈리아는 전체 26.6%(658천 달러)로 그 뒤를 이음

<표> 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 천 달러)

2018년 수입액 기준 순위	구분	2014	2015	2016	2017	2018
	세계	4,452	2,934	2,595	2,462	2,475
1	중 국	1,519	1,690	1,215	1,051	1,018
2	이탈리아	885	356	519	608	658
3	폴 란 드	485	200	176	154	245
4	독 일	244	327	256	211	160
19	대한민국	0	0	-	-	-

출처 : International Trade Centre(ITC)

* - 표기 : 집계되지 않음

1.3.2. 수출현황

- 미국, 영국, 벨기에, 독일이 네덜란드의 버섯가공품 주요 수출국으로 집계되나, 수출액이 일정하지 않은 것으로 조사됨
- 네덜란드는 2017년(28천 달러)을 제외하고 최근 5년간 한국으로 버섯 가공제품을 수출하지 않음

<표> 버섯 주요 수출국 및 수출액

(단위 : 천 달러)

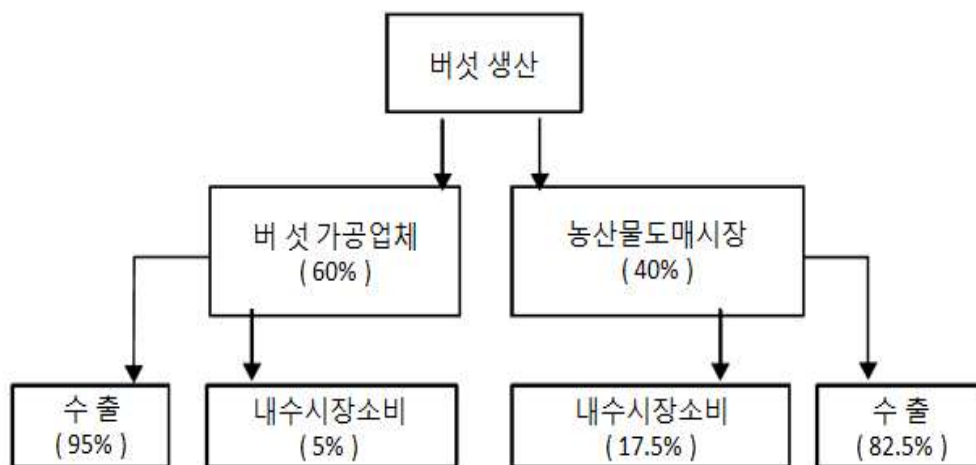
2018년 수출액 기준 순위	구분	2014	2015	2016	2017	2018
	세계	1,403	1,449	2,167	2,187	2,997
1	미 국	0	75	68	10	931
2	영 국	248	142	354	486	591
3	벨 기 에	238	240	266	450	418
4	독 일	386	353	700	483	417
35	대한민국	0	0	0	28	0

출처 : International Trade Centre(ITC)

1.3.3. 가공시장

○ 네덜란드에서 생산된 버섯의 64%는 버섯 가공업체, 36%는 신선 상태로 농산물 도매 시장에서 유통¹⁰⁾

- 버섯 가공업체에서 생산한 버섯 제품 중 95%는 수출, 나머지 5%는 내수시장에서 소비
- 농산물 도매시장으로 유통된 버섯 제품의 82.5%는 수출, 나머지 17.5%는 내수시장에서 소비



[그림] 네덜란드 버섯 유통경로 및 비율

출처 : 유럽원조협력기구

○ 버섯 유통경로 및 경로별 비율과 2012년 생산량, 그리고 버섯가공품 수입량을 바탕으로 네덜란드의 버섯가공품 시장규모를 도출해 볼 수 있음

- 전체 버섯 생산량 307,000톤의 60%인 184,200톤이 버섯 가공업체에서, 이 중 5%인 9,210톤이 내수 시장에서 소비되며, 같은 해 네덜란드의 버섯가공품 수입규모는 189,014톤임
- 네덜란드 생산 버섯가공품 수입 규모와 수입 버섯가공품을 더한 198,224톤을 네덜란드 전체 버섯가공품 시장규모로 추정할 수 있음

10) 유럽 원조 협력기구(Europe Aid Co-operation Office)

네덜란드 버섯가공품 시장규모(추정)

네덜란드 국내생산 버섯가공품 중 내수시장 소비규모	+	버섯가공품 수입규모	=	네덜란드 전체 버섯가공품 시장규모
전체 생산량 307,000톤 버섯 가공업체 (60%) 184,200톤 내수시장 소비규모 (5%) 9,210톤		189,014톤		198,224톤

출처 : 유럽원조협력기구

1.3.4. 신선제품 가공 현황

- 네덜란드는 신선 버섯 외에도 가공된 형태의 버섯 제품을 많이 수출하는데 주로 통조림이나 냉동 형태로 수출함. 특히 통조림의 경우 해외에서 인기가 많으며, 주요 수출국은 미국임



- 280g, 0.65유로
- Albert Heijn 제품



- 36g, 2.99유로
- 말린 버섯
- Euroma 생산



- 515ml, 1.33유로
- 캔 통조림
- Unox 제품



- 16g, 3개입, 1.30유로
- 인스턴트 버섯 스프
- Unox 제품

[그림] 네덜란드의 대표 수출 버섯 가공 제품들

- 네덜란드 최대 유통업체 체인인 알버트 하인(Albert Heijn) 을 중심으로 네덜란드 일반 소매 슈퍼마켓에서 판매 중인 버섯가공품은 가공방법에 따라 절단, 건조, 통조림/절임으로 분류할 수 있으며, 가공 버섯 제품종류에 따라서는 버섯소스 및 스탁, 스프, 그리고 기타로 구분함

- 볶음 또는 버섯이 들어가는 다양한 요리에 쉽게 사용할 수 있도록, 신선 상태의 양송이버섯, 밤나무버섯을 절단하여, 비닐 팩에 담아 냉장 상태로 판매하고 있음

AH Champignons gesneden

AH Kastanjechampignons gesneden



[그림] 절단된 건조가공 버섯

출처 : 알버트 하인 홈페이지

- 특수 버섯으로 분류되는 남부 유럽(포르치니버섯, 피꼬리버섯)과 아시아(표고버섯)에서 수입된 버섯들이 주를 이루고 있으며 모두 절단된 형태임
- 건조 가공 버섯제품들은 15g 의 매우 작은 단위로 비닐 팩에 포장되어 판매되고 있으나 kg당 가격은 모두 100유로 이상으로, 낮게는 kg당 132.67 유로(포르치니버섯), 높게는 266유로(피꼬리버섯)에 이르고 있음
- 건조 가공 버섯들은 주로 리조또에 사용되고 있어 리조또에 사용되는 아보리오 (Arborio) 쌀과 건조 버섯을 섞은 후 포장 판매하는 제품도 있음

Funghi porcini secchi (포르치니버섯)

Finferli funghi secchi (피꼬리버섯)

Funghi shiitake secchi (표고버섯)

Risotto met truffel (송로버섯)



[그림] 건조 버섯 제품

출처 : 알버트 하인 홈페이지

- 버섯을 통째로 또는 반으로 토막을 내거나 얇게 절단한 후 식초에 절여 유리병 또는 캔에 담아 판매되고 있는 제품들로, 통조림/절임 가공에 사용되는 버섯들은 주로 양송이이며 절여진 상태이기 때문에 보관기간이 길고 실온 상태에서 판매됨
- 유리병에 담겨 판매되는 제품들은 300g이하로 작은 포장용기에, 캔에 담긴 통조림은 400g이하로 큰 포장용기에 담겨 판매되고 있음
 - 가격은 유리병 제품이 kg당 6.03유로, 통조림이 1.98유로로, 유리병 제품의 가격이 월등히 높은 것으로 조사됨

Aarts Champignons half (양송이버섯)	Aarts Champignons heel (양송이버섯)	AH BASIC Champignons gesneden (양송이버섯)
-----------------------------------	-----------------------------------	--



[그림] 통조림/절임 가공 버섯 제품

출처 : 알버트 하인 홈페이지

- 버섯 소스는 제품형상에 따라 완전 건조된 파우더형, 묽은 액상형, 이보다 좀 더 되직한 중간 액상형으로 다양
- 또한 소스 제품에 사용되는 버섯들도 양송이에서 포르치니, 그리고 트러플 등으로 다양함. 2가지 이상의 버섯 종류가 혼합된 제품들로 구성되어 있으며, 버섯뿐만 아니라 크림, 각종 양념 등을 함유하고 있음
- 파우더형 제품은 물과 혼합 후 끓여 조리를 해야 하며, 묽은 액상형은 내용물을 냄비에 옮긴 후 끓이기만 하면 되는 제품임
 - 되직한 형상의 트러플 테판나드는 스프레드 형으로, 빵에 발라 먹는 용도의 소스이며, Bospaddestoelenfond는 소스나 스프를 만들 때 넣어 버섯 향을 증진시키기 위해 사용되는 일종의 조미료임
- 이 제품들의 가격은 어떤 종류의 버섯을 함유하고 있는지에 따라 가격에 큰 차이를 보이며 특수 버섯으로 분류되는 트러플 버섯을 함유한 제품은 kg당 62.38유로에 달함

Maggi Champignonsaus (양송이버섯)	Grand'Italia Funghi porcini (포르치니버섯)	Sulpizio Tartufi Truffel (송로버섯)	AH Bospaddestoelenfond (혼합버섯)
---------------------------------	---	------------------------------------	----------------------------------



[그림] 소스 및 스톡 버섯 제품

출처 : 알버트 하인 홈페이지

- 버섯 수프 제품은 비닐 팩에 들어 있는 제품과 캔에 들어 있는 제품, 그리고 파우더형 제품으로 구분할 수 있음
 - 스프에는 주로 양송이버섯을 사용하고 있으며 1-2인분 정도로 소량포장 형태로 판매하고 있음. 비닐 팩과 캔에 들어 있는 제품은 소스 팬에 내용물을 옮겨 담은 후 가열하여 조리하여 완성시키는 방식이고, 파우더형 제품은 그릇에 수프 파우더를 담고 뜨거운 물을 붓고 저어 스프를 만드는 방식임
- 파우더형 제품 보다는 비닐 팩과 캔에 포장된 제품이 더욱 다양하고, 이를 통해 소비자들의 선호도를 간접적으로 알 수 있음
- 유통기한이 상대적으로 짧은 비닐팩 포장 제품은 kg당 2.93유로로 캔 제품 1.81유로보다 약 60% 높은 가격을 형성하고 있음

AH Soep in zak romige champignonsoep (양송이버섯)	Unox Soep in zak champignonsoep (양송이버섯)	Euro Shopper Champignonsoep 1 kops (양송이버섯)	AH Champignonsoep extra gevuld (양송이버섯)
---	--	---	---



[그림] 수프 버섯 제품

출처 : 알버트 하인 홈페이지

- 버섯은 냉동·냉장·실온 형태의 다양한 사전조리식품 및 레토르트식품에 부재료로 사용되고 있으며, 네덜란드에서 가장 쉽게 찾아볼 수 있는 버섯 활용 가공 제품으로는 피자와 리조또가 있음
- 사전조리식품 및 레토르트식품에는 주로 양송이버섯과 포르치니버섯이 사용되고 있음

Dr. Oetker Ristorante pizza funghi (양송이버섯)	Grand'Italia Risotto ai funghi (포르치니버섯)
--	---



[그림] 사전조리식품 및 레토르트식품

출처 : 알버트 하인 홈페이지

1.4 프랑스

프랑스의 지역구분



- 프랑스 행정구역은 크게 레지옹, 데파르트망, 코뮌으로 나뉨
 - 레지옹 : 광역지자체(본토 22개+해외5개)
 - 데파르트망 : 중간지자체(본토 96개+해외5개)
 - 코뮌 : 기초지자체(본토 36,527개_해외 129개)

출처 : 위키백과

국명	프랑스 공화국(La Republique de la France)
수도	파리(Paris)
인구	670만 명
면적	632,733km ²
기후	서부(해양성), 남부(지중해성), 중부(준 대륙성), 남서부 및 남동부(산악성)
주요 도시	파리, 마르세유, 리옹, 툴루즈 등
민족 구성	켈트족, 라틴족, 게르만족, 슬라브족, 마그레브족, 인도차이나족, 바스크족
언어	프랑스어
종교	가톨릭 및 개신교(51.1%), 무교(39.6%), 이슬람교(5.6%), 유대교(0.8%), 기타(2.9%)
화폐 단위	Euro, €
GDP	<ul style="list-style-type: none"> ■ 총 GDP : US\$ 2조 7947억 ■ 1인당 GDP : US\$ 4만 5601/PPP(구매력 기준)
산업 구조	서비스업:56.8%, 비 상품 서비스업:22.4%, 건설업:5.6%, 제조업:13.4%, 농림수산업:1.8%

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr), CIA The World Factbook(www.cia.gov), 2019

□ 프랑스 버섯가공품 시장

1.4.1. 수입현황

- 2018년 기준 프랑스의 주요 버섯가공품 수입국은 스페인으로 수입액 기준 전체의 34.7%(4,473천 달러)를 차지하며 이탈리아(1,585천 달러), 폴란드(1,585천 달러), 독일(1,310천 달러), 벨기에(576천 달러)가 그 뒤를 이음

<표> 가공 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 천 달러)

2018년 수입액 기준 순위	구분	2014	2015	2016	2017	2018
	세계	12,573	11,931	9,906	11,087	12,876
1	스 페 인	4,564	4,341	4,189	4,053	4,473
2	이탈리아	1,839	1,067	1,226	1,601	1,585
3	폴 란 드	1,245	786	1,226	1,601	1,585
4	독 일	1,402	1,088	1,103	1,862	1,310
5	벨 기 에	439	154	158	120	576

출처 : International Trade Centre(ITC)

1.4.2. 수출현황

- 최근 5년간 미국은 프랑스의 버섯가공품 주요 수출국으로 2018년 기준 전체 55.2%(6,306천 달러)를 차지함
- 2016년을 제외하고 대한민국으로 가공 버섯 수출한 통계가 집계되며 프랑스는 통조림, 절임, 소스류, 절단제품 등 다양한 제품을 생산하고 있음

<표> 가공 버섯 주요 수출국 및 수출액

(단위 : 천 달러)

2018년 수출액 기준 순위	구분	2014	2015	2016	2017	2018
	세계	26,513	19,967	16,839	19,985	11,428
1	미 국	16,649	11,344	10,013	15,301	6,306
2	일 본	834	1,010	41	600	803
3	스 위 스	758	655	784	465	631
4	독 일	1,240	743	855	735	547
33	대한민국	15	7	0	62	19

출처 : International Trade Centre(ITC)

1.4.3. 신선제품 가공 현황

- 프랑스 대표 유통업체 체인인 까르푸(Carrefour)와 제앙(Géant)을 중심으로 프랑스 일반 소매 슈퍼마켓에서 판매 중인 버섯가공품들을 분류해보면 가공방법에 따라 절단, 건조, 통조림·절입으로 분류할 수 있고, 가공 버섯 제품종류에 따라서는 소스, 스프, 그리고 기타로 구분할 수 있음
- 절단 가공 버섯 제품들은 볶음 또는 버섯이 들어가는 다양한 요리에 쉽게 사용할 수 있도록, 신선 상태의 버섯을 절단한 것으로, 비닐 팩에 담아 냉장 또는 냉동 상태로 판매하고 있음
 - 프랑스의 경우, 냉장보다는 냉동 상태로 판매하는 절단 가공 버섯 제품들이 더 많음
- 냉장 제품의 경우, 양송이를 절단한 제품만 판매되고 있으나, 냉동 제품의 경우 1회 절단하여 조각이 큰 제품과 2회 이상 절단하여 얇은 조각을 낸 제품, 버섯 종류에 따라서 여러 가지 버섯이 혼합되어 있는 제품도 있음

CHAMPIGNONS DE PARIS ÉMINCÉS BIO (양송이버섯)	MAGDA MÉLANGE DE CHAMPIGNONS LAMELLES (양송이버섯)	Champignons de paris émincés (양송이버섯)	CARREFOUR ASSORTIMENT DE CHAMPIGNONS (혼합버섯)
---	--	---	--



[그림] 절단 가공 버섯 제품

출처 : 까르푸/제앙 홈페이지

- 건조 가공 버섯 제품에는 주로 특수 버섯으로 분류되는 남부 유럽 수입 트러플과 아시아 수입 표고버섯이 사용됨
- 건조 가공 버섯만 단독으로 들어있는 제품도 있으나 건조 트러플의 경우, 쌀과 함께 리조토 제품으로 포장되기도 함

CHAMPIGNONS NOIRS

(목이버섯)

CASALE PARADISO RISOTTO AUX TRUFFES

(송로버섯)



[그림] 건조 가공 버섯

출처 : 까르푸/제앙 홈페이지

- 통조림/절임 가공 버섯 제품은 버섯을 식초에 절이거나 크림에 조리하여 캔에 담은 제품으로 장기간 보관이 가능하도록 만들어졌으며 주로 양송이버섯이 사용됨
- 동일한 브랜드의 버섯 통조림 제품이라도 유기농 버섯은 kg당 6.13유로로 일반 버섯 5.61유로보다 약 9.3% 높게 판매

CASINO Champignons de paris émincés (양송이버섯)

CHAMPIGNONS DE PARIS EMINCÉS (양송이버섯)

CHAMPIGNONS DE PARIS 1ER CHOIX ENTIERS (양송이버섯)

CASEGRAIN CHAMPIGNONS DE PARIS À LA CRÈME FRAICHE (혼합버섯)



[그림] 통조림 · 절임 버섯 제품

출처 : 까르푸/제앙 홈페이지

○ 프랑스에는 양송이버섯, 'Cèpe'와 'boletus'라는 그물버섯류의 식용버섯을 사용한 버섯 스프 제품이 존재하며 제품 형태는 크게 파우더 형태의 인스턴트와 액상형의 레토르트가 있음

- 파우더 형태는 컵 또는 그릇에 스프 파우더를 넣고 끓는 물을 부은 후 1분간 저어 주면 완성되는 인스턴트 조리 제품이고, 액상형은 완전 조리된 버섯 스프가 종이 팩에 담겨 있어 내용물을 냄비에 넣은 후 가열만 하면 완성되는 조리방식임

- 파우더 및 액상형 모두 실온 보관 제품으로 상대적으로 장기간 보관 가능

○ 소스류는 양송이가 함유된 가열조리용 액상형의 리조또 소스가 유리병에 포장되어 판매되고 있음

LIEBIG CRÈME DE CÈPES ET BOLETS (그물버섯)	KNORR Soupe Forestière aux cèpes II (양송이/그물버섯)	KNORR SOUPISSIME CHAMPIGNON (양송이버섯)	PANZANI SAUCE RISOTTO CHAMPIGNONS (양송이버섯)
--	--	---	---



[그림] 소스류 제품

출처 : 까르푸/제양 홈페이지

○ 버섯은 다양한 사전조리식품에 사용되고 있으며, 프랑스에서 가장 쉽게 찾아볼 수 있는 버섯 가공 제품은 버섯이 들어간 크레페, 파스타와 파이, 피자, 시리얼 등이 있음

- 시리얼의 경우, 액체 상태의 유제품을 첨가하여 먹는 아침식사의 일종이 아니라 시리얼의 일종인 통밀, 불린 밀레(millet) 등과 다진 버섯을 뭉쳐 납작한 스테이크 모양으로 만든 후 구운 것으로 샐러드를 곁들여 주로 점심 또는 저녁식사의 메인 요리로 섭취함

- 사전조리식품에는 양송이버섯이 가장 많이 사용되며, 독특한 버섯의 풍미를 더하기 위해 나도팽나무버섯이 사용되며, 냉장 또는 냉동상태로 판매되고 있음

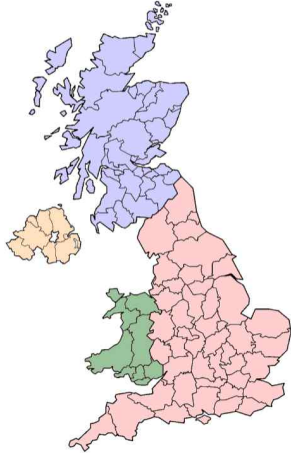
<p>CRÊPES DE FROMENT AUX CHAMPIGNONS (양송이버섯)</p>	<p>Croc cereales au millet et champignons (양송이버섯)</p>	
		
<p>CARREFOUR RISOTTO, RIZ CUISINÉ AUX CHAMPIGNONS (혼합버섯)</p>	<p>IGLO PÂTES FRAÎCHES AUX CHAMPIGNONS, CÈPES ET AROMATES (나도팽나무버섯/양송이버섯)</p>	<p>CARREFOUR RISOTTO, RIZ CUISINÉ AUX CHAMPIGNONS (양송이버섯)</p>
		

[그림] 버섯 가공 제품

출처 : 까르푸/제양 홈페이지

1.5. 영국

영국의 지역구분



- 영국은 잉글랜드, 스코틀랜드, 웨일스, 북아일랜드의 네 나라로 구성되어 있으며 이들 구성국들을 홈 네이션스라고 칭함
 - 잉글랜드 : 9개의 지역으로 나뉨
 - 스코틀랜드 : 32개 의회 구역으로 나뉨
 - 웨일스 : 22개 단일 행정구로 나뉨
 - 북아일랜드 : 26개 구로 나뉨

출처 : 위키백과

국명	그레이트브리튼 북아일랜드 연합 왕국 (The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland)
수도	런던(London)
인구	6,644만 명
면적	243,610km ²
기후	온대 해양성
주요 도시	London, Brighton, Cambridge, Oxford, Manchester, Edinburgh 등
민족 구성	백인(86%), 아시안(7.5%), 흑인(3.3%), 혼혈(2.2%), 기타(1%)
언어	영어(공용어), 웨일스어, 스코티시 게일릭, 아이리시 게일릭
종교	기독교(영국성공회, 로마가톨릭, 장로교, 감리교 포함)(59.3%), 무교(25.1%), 불특정교(7.2%), 이슬람교(4.8%), 힌두교(1.5%), 기타(2.1%)
화폐 단위	Pound sterling, £
GDP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 총 GDP : US\$ 2조 8089억 원 ▪ 1인당 GDP : US\$ 4만 5,642/PPP(구매력 기준)
산업 구조	도소매업(11.6%), 운송(6.9%), 금융(7.7%), 부동산/비즈니스 서비스(23.2%), 공공행정(5.4%), 교육(5.9%), 보건복지(7%), 생산 분야(14%), 건설업(6.3%), 농림수산(1%), 광업(2.5%), 제조업(13%), 전기가스수도(1.6%)

출처 : 대한무역투자진흥공사(www.kotra.or.kr), CIA The World Factbook(www.cia.gov), 2019

□ 영국 버섯가공품 시장

1.5.1. 수입현황

- 영국 버섯가공품 5대 수입국으로는 2018년 수입액 기준으로 중국, 이탈리아, 프랑스, 네덜란드, 말레이시아 순임. 한국으로부터 수입된 금액은 집계되지 않음
- 2018년 기준 영국의 최대 수입 상대국은 중국과 이탈리아로 2018년 수입규모는 전체 수입액의 중국 31.6%(1,460천 달러), 이탈리아 23.4%(1,081천 달러)임

〈표〉 가공 버섯 주요 수입국 및 수입액

(단위 : 천 달러)

2018 수입액 기준 순위	구분	2014	2015	2016	2017	2018
	세계	5,103	5,038	5,129	4,929	4,615
1	중 국	2,191	2,124	1,673	1,484	1,460
2	이탈리아	1,992	2,155	2,315	1,944	1,081
3	프 랑 스	316	209	497	504	608
4	네덜란드	165	78	75	357	386
5	말레이시아	40	46	48	50	209

출처 : International Trade Centre(ITC), 2019

1.5.2. 수출현황

- 최근 5개년 버섯가공품 수출액을 비교한 결과, 2018년 수출액(2,160천 달러)은 전년 대비 31.2% 증가하였으며 수출 1위국은 미국임
- 영국은 2017년부터 대한민국에 버섯가공품을 수출하였으며, 수출액은 2018년 기준 전년 대비 23.5% 증가

〈표〉 가공 버섯 주요 수출국 및 수출액

(단위 : 천 달러)

2018 수출액 기준 순위	구분	2014	2015	2016	2017	2018
	세계	641	241	603	682	2,160
1	미 국	108	49	65	131	441
2	아일랜드	148	47	105	95	403
3	일 본	17	5	162	228	375
4	대한민국	0	0	0	66	281
5	프 랑 스	4	0	1	0	256

출처 : International Trade Centre(ITC), 2019

- 최근 온라인 식품 유통의 증가, 냉동 과채류 시장의 증가, 건강에 대한 관심 증가, 경제적 소비 지향으로 유통업체 내에서도 가성비 좋은 자체브랜드(PB) 상품에 대한 확대를 판매하고 있음
 - 식품 소비에 있어서는 보다 신선하고 안전한 제품을 구입하고자 하는 경향이 높으며 건강에 대한 관심도 높아지고 있어 유기농식품시장이 빠르게 성장하고 있음
- 블랙시트를 계기로 농식품 수출입시장에 변화가 나타날 것으로 전망됨

1.5.3. 신선제품 가공 현황

- 영국의 신선제품 가공시장은 초기단계이나 파우더, 스프, 페이트 등 현지 제품이 판매되고 있음
 - 버섯의 자실체 부분만을 사용하였으며 수용성 및 비수용성 유기 물질을 추출하기 위해 물 및 알코올에서 이중 추출방식을 사용하고, NO GMO, NO GLUTEN을 지향함

Chaga Mushroom Extract Powder



[그림] 차가버섯 파우더

출처 : 아로니아오리지널코리아 홈페이지

- 하인즈(Heinz)는 고품질 재료만을 엄선해 영국 왕실 인증(Royal Warrant)을 받은 업체로 양송이버섯(6% 함유)과 건조스팀우유 또는 치킨을 혼합하여 만든 크림스프를 400g 단위로 통조림 형태로 판매

하인즈 클래식 버섯 스프 하인즈 클래식
치킨 앤 버섯 스프



[그림] 하인즈 버섯 스프

출처 : 하인즈 홈페이지

- 영국 Fortnum & Mason에서 제조하였으며 화이트 트러블로 만든 페이트를 병에 담아 45g단위로 판매

Trivelli Tartuffi White Truffle & Porcini Mushroom Pate



출처 : Fortnum & Mason 홈페이지

2. 특허·논문 및 제품·시장분석

2.1. 특허분석

- 버섯 관련 특허는 전체 50,454건이 검색되었으며, 중국 특허가 전체 66.3%로 비중이 가장 높고, 그 외 한국(15.5%), 일본(11.6%), 미국(3.9%), 유럽(2.7%)로 확인

- 전체 버섯 관련 특허 중 버섯 가공식품 제조 관련 특허는 12,511건 검색됨

- IPC 분류 기준으로 버섯 가공식품 제조 기술 관련 특허는 식품 또는 식료품 제조 관련 특허 비중이 상대적으로 높게 확인됨

- 식품 또는 식료품 제조 관련 특허 중 특히 식품 처리·보존, 비 알코올성 음료제조, 향신료 및 처리와 관련된 특허가 주를 이루는 것으로 나타남

(단위 : 건, %)



[그림] 식품 또는 식료품 제조 관련 특허 현황

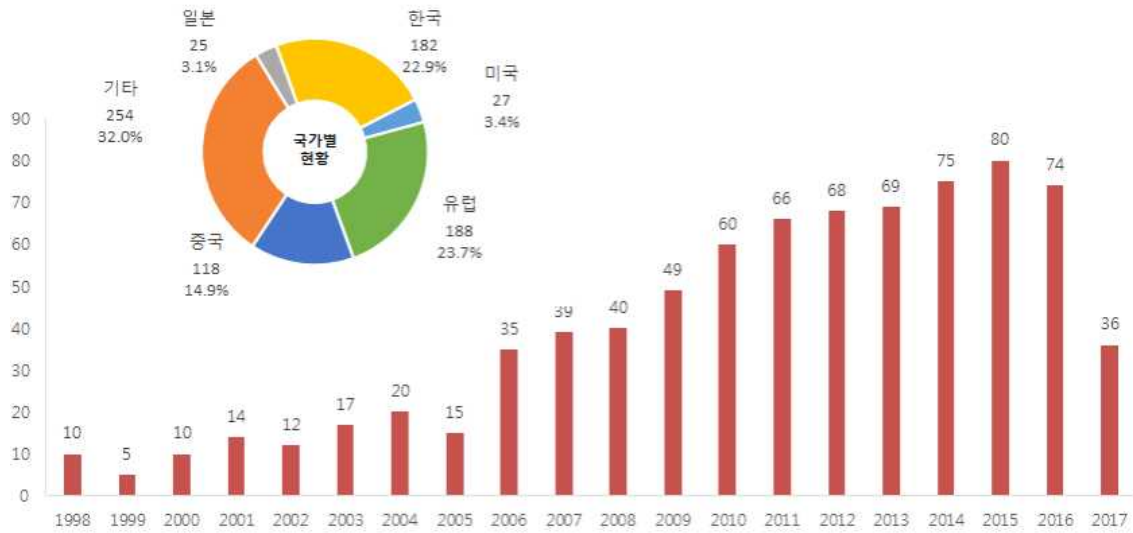
출처 : 농림식품기술기획평가원, 버섯수출연구사업단 연구개발계획서, 2018

2.2 논문분석

- 버섯 가공식품 제조 기술 관련 논문은 2006년 이후 증가하기 시작하였으며, 전체 794건 중 한국 22.9%, 유럽 23.7%, 중국 14.9%, 미국 3.4%, 일본 3.1%로 나타남

- 유효 논문 분석결과 버섯 가공식품 제조 기술 관련 논문은 버섯 가공식품(분말, 스프 등), 간편식, 레토르트 식품, 빵, 차, 쿠키, 건강기능(항산화, 콜레스테롤 감소)등의 논문이 주를 이루는 것으로 확인

(단위 : 건, %)



[그림] 버섯 가공식품 기술 관련 논문 현황

출처 : 농림식품기술기획평가원, 버섯수출연구사업단 연구개발계획서, 2018

2.3. 제품 · 시장분석

- 버섯의 소비증진을 위해서는 버섯류의 소비가 국내에 머물지 않고 해외 수출에 염두를 두어 그 나라의 식습관에 맞고 손쉽게 섭취할 수 있는 유형의 버섯가공제품이 개발되어야 함
 - 과학적이고 체계적인 연구가 뒷받침되는 제품 개발로 제품의 가치가 높아지고 있으며, 해외 수출을 고려하여 세계적으로 통용될 수 있는 개념 및 기술을 적용 중임
- 국내 신선 버섯의 포장은 플라스틱 용기, 비닐 팩, 유리병 등의 형태로 유통되고 있으며, 버섯 가공식품 및 기능성 식품은 건조, 분말, 추출, 절임 등 1차 가공 제품이 주를 이루고 있으며, 편의식, 스낵 등의 고부가가치 제품은 부족한 실정
- 국내 버섯 시장은 수출용 유통구조 개선을 위해 특허 및 논문 연구가 지속적으로 증가하는 추세이며, 관심도가 높은 유기농 제품, 통조림 및 간편식, 건강개선보조식품 시장으로 수출 다각화를 모색해야하는 상황
 - 국내 및 국외시장 분석결과 향산화 및 항비만 관련 식품시장은 연간 매출이 해를 거듭하며 상승 또는 하락을 반복하고 있으며, 이는 시장의 신뢰가 여전히 낮은 것으로 분석됨

- 따라서 미국, 유럽, 일본에서 큰 비중을 차지하고 있는 통조림 형태의 버섯가공식품과 레토르트, 간편식에 사용되는 버섯의 품질과 수출 유통 신선도 유지를 위한 연구가 필요
- 버섯 포장은 플라스틱 용기, 비닐 팩, 유리병, 캔 등의 형태로 유통되고 있으며, 버섯가공식품에서 통조림 형태의 1차 가공 제품이 주를 이루고 있기 때문에 전세계적으로 비슷한 구조를 이루고 있는 실정
- 미국과 유럽은 유기농 신선 버섯과 건강개선보조식품 시장이 아직 크게 형성되어 있지 않으며, 플라스틱 용기, 유리병, 통조림 형태로 된 소스 제품이 주를 이룸
- 최근 미국과 유럽에서 건강과 밀접하게 관련된 유기농 식품의 관심이 높아져 티백 형태의 버섯차 종류가 생겨나고 있는 실정
- 국내 유기농 버섯을 사용한 건강개선보조식품 및 버섯 티백차를 개발한다면 트렌드를 따라갈 수 있을 것으로 사료됨
- 일본은 간편식, 레토르트 식품에 버섯 소비량이 집중되어 있으므로 앞서 설명한 고부가가치 제품(편의식, 간편식, 스낵, 레토르트) 개발 연구가 진행되어야 수출 판로를 넓힐 것으로 사료됨
- 국내 및 국외시장 버섯 시장은 대체로 유기농, 포장, 제품 다각화 등의 초점이 맞춰져 있으며, 버섯 시장은 대체로 상승기를 지나 안정기에 접어들었음
- 따라서 소비자들이 안전하게 먹을 수 있는 친환경 버섯 제품과 건강개선보조식품 쪽으로 연구를 진행한다면 국내 버섯은 세계 시장에서 유리한 고지를 점유할 것으로 기대됨

제 II 장 버섯가공품 수출 활성화 연구

4. 소비자 설문조사

1. 국내 소비자 조사
2. 미국 소비자 조사
3. 영국 소비자 조사

1. 국내 소비자 조사

1.1. 조사 개요

□ 조사방법

- 조사대상 : 와이즈컴퍼니(설문조사 전문 기관) 의뢰
- 조사방법 : 온라인 설문조사
- 조사기간 : 2020.01.15. ~ 2020.01.23.
- 조사표본 수 : 50

□ 표본구성 및 응답자 특성

- 소비자 성별, 연령별 균등 할당

구 분	범 례	표 본 (명)	계
성별	남	50% (25)	100%
	여	20% (25)	
연령별	21~30세 이하	20% (10)	100%
	31~40세 이하	20% (10)	
	41~50세 이하	20% (10)	
	51~60세 이하	20% (10)	
	60세 초과	20% (10)	
소득 규모(월)	250만 원 이하	44% (22)	100%
	250~300만 원 이하	22% (11)	
	300만 원 초과	34% (17)	
거주지	서울시	26% (13)	100%
	경기도	40% (20)	
	경상도	14% (7)	
	충청도	12% (6)	
	강원도	2% (1)	
	전라도	2% (1)	
	기타	4% (2)	

○ 최대한 다양한 업종에 종사하고 있는 소비자 중 최근 1년 식자재를 구매한 경험이 있는 소비자 중에 신선 버섯을 구매한 경험이 있는 소비자 선별

- 객관적인 설문 조사를 위해 농어촌 직군 종사자는 제외하였으며 전문가, 사무 종사자, 서비스 종사자, 판매 종사자, 기능 종사자, 단순 노무 종사자, 관리자, 기타 등 최대한 다양한 업종의 소비자의 의견을 수렴

구 분	범 례	표 본 (명)	계
최근 1년간 식자재 구매 (중복)	곡류	24% (46)	100%
	채소류	26% (49)	
	버섯류	26% (50)	
	축산물	24% (47)	
종사 업종	전문가	18% (9)	100%
	사무 종사자	24% (12)	
	서비스 종사자	10% (5)	
	판매 종사자	4% (4)	
	농어촌 종사자	0% (0)	
	기능 종사자	6% (6)	
	단순 노무 종사자	4% (4)	
	관리자	2% (2)	
	기타	32% (32)	

1.2. 조사 결과

1.2.1. 신선 버섯 소비 행태

- Q) 어떤 종류의 버섯을 구매하십니까?
 Q) 얼마나 자주 버섯을 구매하십니까?
 Q) 버섯 1회 구매 시 얼마를 지출하십니까?

- 국내 소비자들이 가장 많이 구입하는 품종은 팽이버섯이고, 다음으로는 새송이버섯, 느타리버섯 구매비율이 높게 나타나며, 만가닥버섯의 구매율이 가장 낮음

(단위 : %)

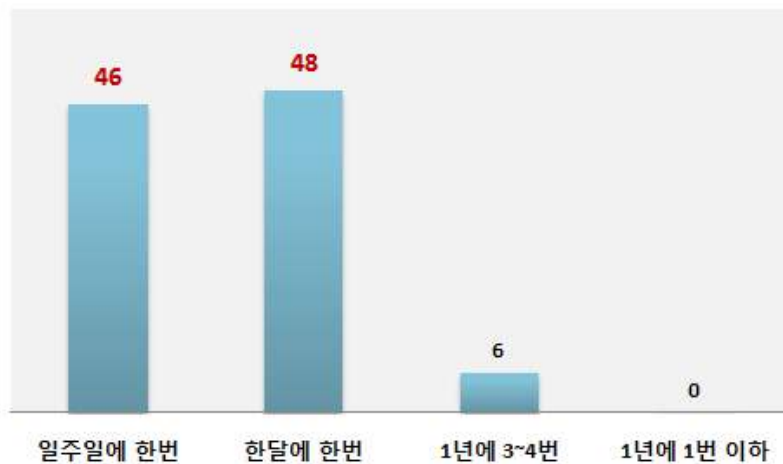


[그림] 품종별 구매버섯

*중복 구매 포함된 수치임

- 버섯 구매 빈도는 주 1회 구매하는 가구와 월 1회 구매하는 가구가 각각 46%, 48%로 국내 소비자들에게 버섯은 매우 친숙하게 소비되는 식재료임을 알 수 있음

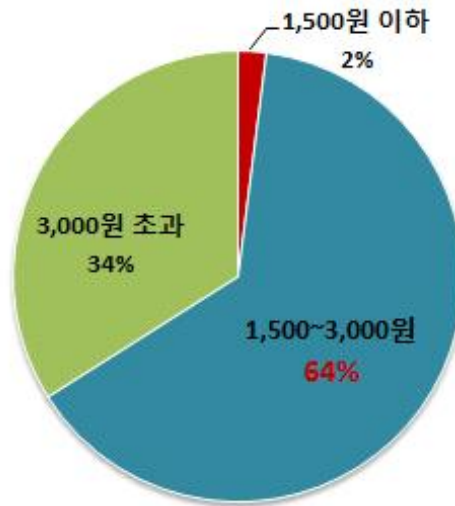
(단위 : %)



[그림] 버섯 구매 횟수

- 버섯 1회 구입시 지출규모는 1,500~3,000원 구입하는 가구가 64%로 가장 많으며 소비자들은 한번 구매 시 소량 구매하는 것으로 나타남

(단위 : %)



[그림] 버섯 1회 구입 시 지출규모

1.2.2. 신선 버섯 조리 방식

Q) 버섯을 어떻게 조리하여 먹나요?

- 국내 소비자들은 버섯을 주로 볶음용(40%)과 국물용(32%)으로 사용하고 있고 버섯 품종에 따른 조리방식에는 차이가 없는 것으로 나타남

- 고기나 다른 야채와 볶아먹거나, 찌개류에 넣어서 섭취하는 경우가 대부분이고 샐러드용(신선)으로 섭취하는 경우는 매우 적음

(단위 : %)



[그림] 버섯 주 조리방식

1.2.3. 버섯 구매 시 고려사항

- Q) 버섯을 구매할 때 무엇을 가장 고려하나요?
 Q) 주로 어디서 버섯을 구매하시나요?

- 버섯 구매 시 중요하게 고려하는 요소는 1순위-가격(29%), 2순위-맛(24%), 3순위-원산지(15%), 건강으로 나타났으며 소포장 또는 고급포장이나, 브랜드는 중요시하지 않는 것으로 조사됨

(단위 : %)

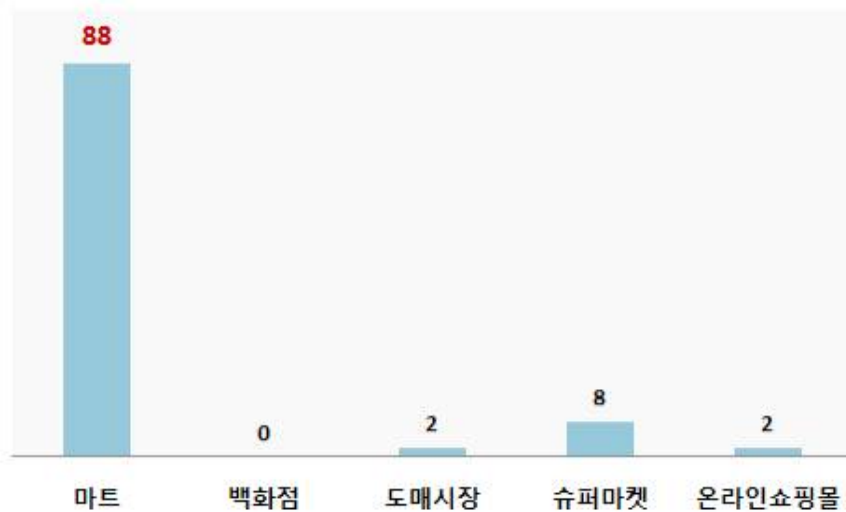


[그림] 구매 주요요인

*중복 구매 포함된 수치임

- 버섯의 구매 장소로는 응답자의 88%가 마트에서 직접 제품을 보고 구입하는 것으로 나타남

(단위 : %)



[그림] 버섯가공품 구매처

1.2.4. 가공 버섯 소비 행태

- Q) 가공 버섯 구매 경험이 있습니까?
 Q) 1년간 구매한 가공 버섯 종류는 무엇입니까?
 Q) 얼마나 자주 가공 버섯을 구매합니까?
 Q) 주 구매처는 어디입니까?

○ 응답자의 44%가 가공 버섯 구매 경험이 있다고 응답하였으나 구매 경험이 없는 56%는 버섯 가공제품을 보지 못했다고 응답함

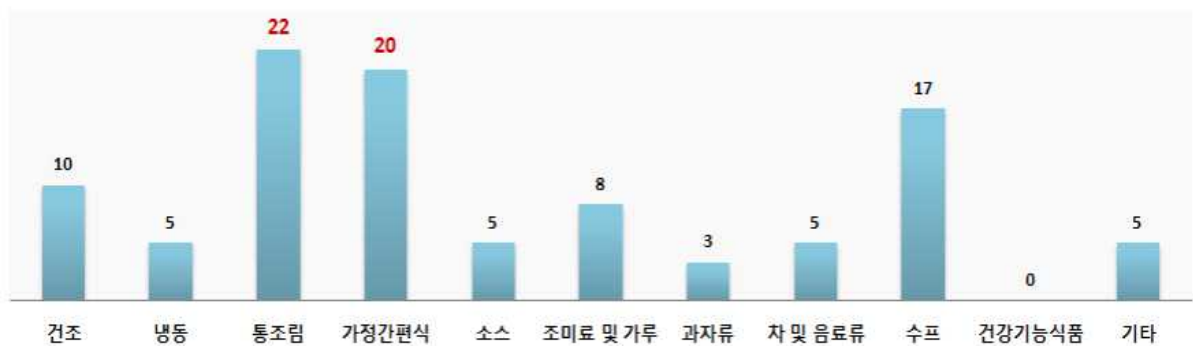


[그림] 버섯가공품 구매 경험

○ 구매 경험이 있는 소비자들은 최근 1년간 버섯이 함유되어 있는 통조림(22%)과 가정간편식(20%)의 가공제품을 주로 구매하며 수프(17%), 건조(10%)제품이 그 뒤를 이음

- 현재 가공업체에서 제조 및 추진하고 있는 과자류, 차 및 음료류, 건조제품에 대한 선호도는 낮으며, 버섯이 함유된 건강기능식품을 구매한 소비자는 없는 것으로 조사됨

(단위 : %)



[그림] 최근 1년간 구매품목

*중복 구매 포함된 수치임

- 가공 버섯 구매 주기는 1달에 한 번 구매한다는 소비자 비율이 45%로 가장 높았으며, 그 뒤를 이어 1년에 3~4번 구매한다는 응답자 비율이 32%로 조사됨
- 주 1회 버섯 함유 가공품을 구매하는 소비자 또한 23%로 국내 소비자들의 버섯가공품 선호도가 높은 것을 알 수 있음

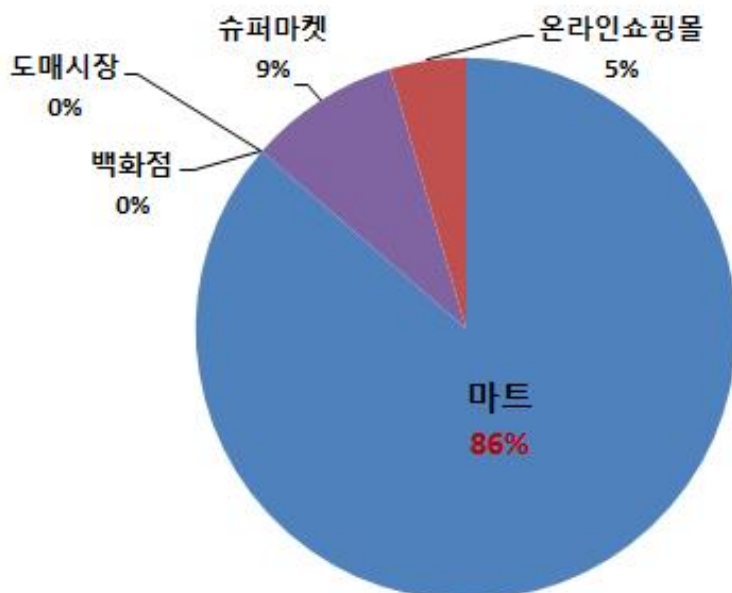
(단위 : %)



[그림] 버섯가공품 구매주기

- 가공품의 구매 장소로는 응답자의 86%가 마트에서 구입하고 있는 것으로 나타났으며 신선 버섯 구매처와 같음을 알 수 있음

(단위 : %)



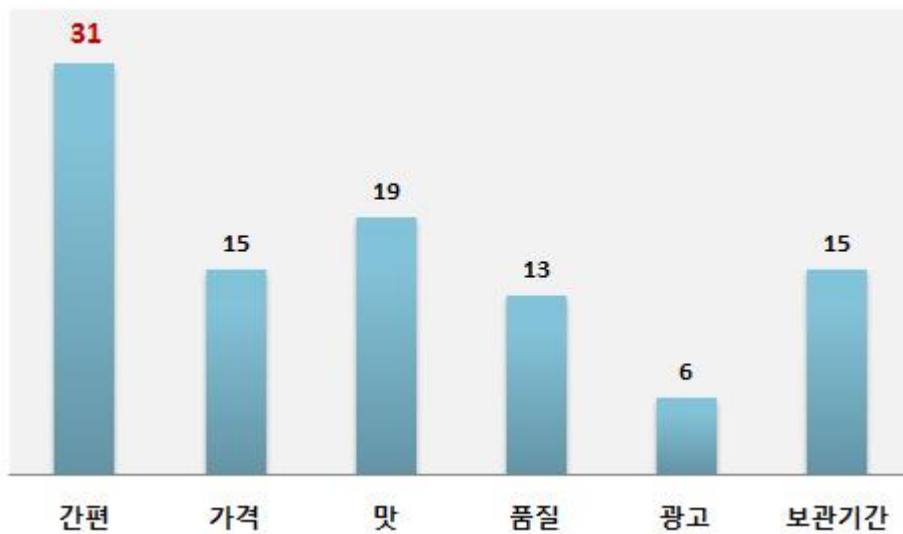
[그림] 버섯가공품 주요 구매처

1.2.5. 버섯가공품 구매 시 고려사항 및 활성화 방안

- Q) 제품을 구매할 때 무엇을 가장 고려하나요?
- Q) 시중에 판매되고 있는 버섯가공품에 대해 어떻게 생각하시나요?
- Q) 개선되어야 할 점은 무엇이라고 생각하시나요?
- Q) 버섯가공품 시장 활성화 방안에 대한 귀하의 의견은 어떤가요?
- Q) 공동브랜드를 통한 홍보가 시장 활성화에 도움이 될 것으로 생각하시나요?

- 가공제품 구매 시 중요하게 고려하는 요소는 1순위-가격(31%), 2순위-맛(19%), 3순위-가격, 보관기간(15%), 4순위-품질(13%), 5순위-광고(6%)로 조사되었으며 소비자들은 간편하면서 맛있는 제품을 선호한다는 것을 알 수 있음

(단위 : %)

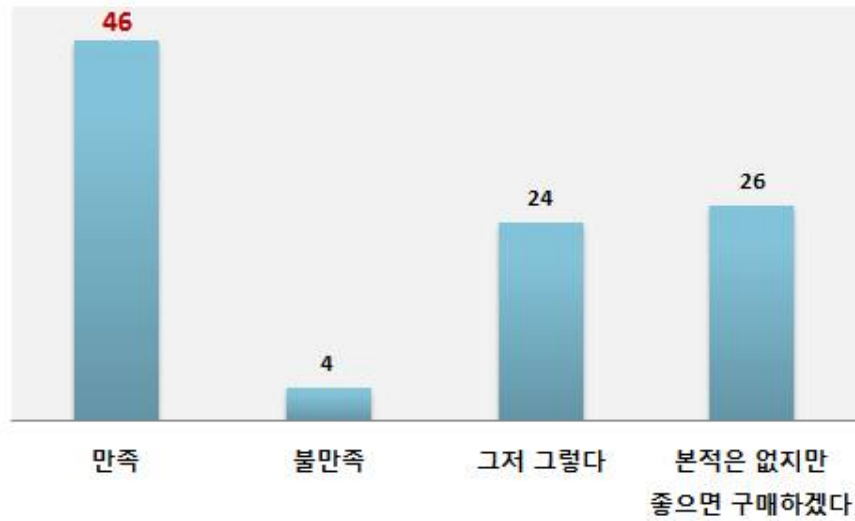


[그림] 제품 구매 고려요소

*중복 구매 포함된 수치임

- 시중에 판매되고 있는 버섯 가공제품에 대해 만족한다는 의견이 46%로 가장 높았으며 그저 그렇다 24%, 불만족 4%를 나타냄
- 마트나 슈퍼마켓 등에서 버섯이 함유된 가공제품을 본 적은 없으나 제품이 좋으면 구매하겠다는 응답률이 26%로 조사됨으로서 일부 소비자에게 버섯가공품에 대해 인지도는 낮음을 알 수 있음
 - 하지만 제품이 좋으면 구매하겠다는 의견을 보여 긍정적인 국내 버섯가공품 시장 확대 가능성을 나타냄

(단위 : %)



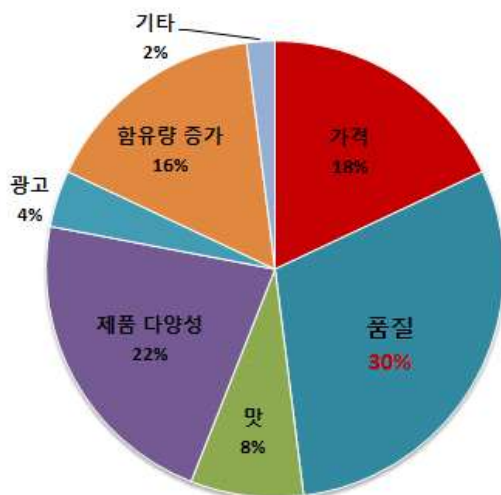
[그림] 버섯 가공제품 만족도

○ 시중에 판매중인 버섯가공품에 대해서는 30%가 품질을 개선해야 한다고 답했으며 제품다양성 22%, 가격 18%, 함유량 증가 16%가 그 뒤를 이음

- 품질과 제품이 다양화 된 후에 광고를 하는 것이 적합하다고 응답한 비율은 4%였으며 기타 2%는 가공품에 대한 전반적인 개선이 필요하다고 생각함

○ 활성화 방안 역시 품질향상(23%)과 제품다양성(22%)으로 응답하는 비율이 높았으며, 이는 현재 과자, 음료 및 차, 조미료, 건강기능식품 등 다양한 제품이 개발되어 있지만 소비자들이 알고 있는 제품은 ‘통조림, 가정간편식, 수프’로 한정되어 있기 때문으로 사료됨

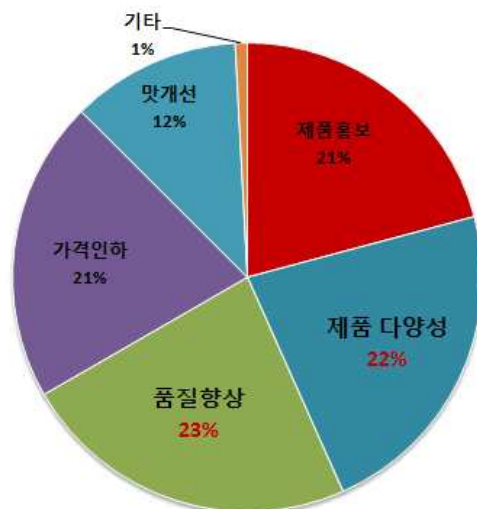
(단위 : %)



[그림] 국내 가공품 개선사항

*중복 구매 포함된 수치임

(단위 : %)

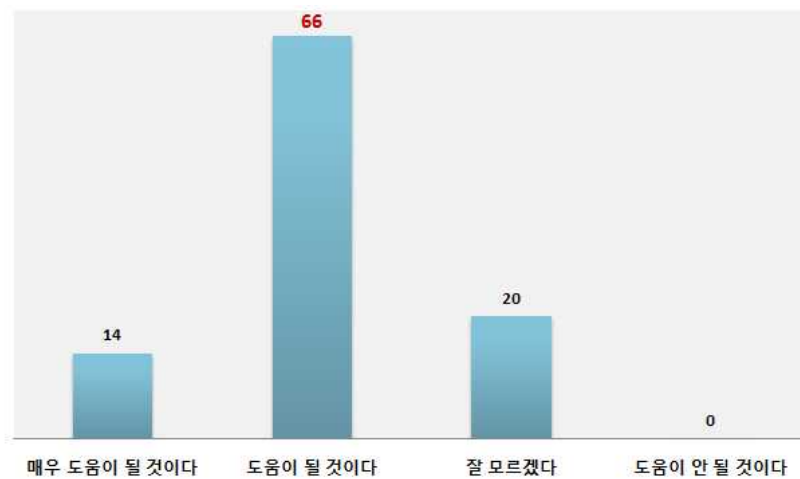


[그림] 활성화방안

*중복 구매 포함된 수치임

- 공동브랜드 ‘K-MUSH’ 를 활용한 수출 활성화에 대한 소비자 의견은 80%의 소비자들이 공동브랜드에 긍정적인 것으로 조사됨
 - 공동브랜드 K-MUSH 로고 및 연구목적을 소비자에게 충분히 설명 한 후 버섯가공품의 국내 내수 활성화 및 수출증진을 위한 공동브랜드 역할에 대한 의견을 수렴함
 - 세부적으로 도움이 될 것이다 66%, 매우 도움이 될 것이다 14%로 나타났으며 잘 모르겠다 20%로 낮음

(단위 : %)



[그림] 공동브랜드에 대한 소비자 의견

- 우리나라 버섯 산업의 활성화를 위해서 버섯가공품의 품질 향상, 제품 다양화를 도모하여 국내 내수 소비를 확산하고, 공동브랜드 적용을 통한 통합마케팅을 추진함으로써 수출증진을 모색할 필요가 있음

2. 미국 소비자 조사

2.1. 조사 개요

□ 조사방법

- 조사대상 : 미국 LA 지역 트레이더조 USC점, 가주마켓, 홀푸드 마켓 다운타운점 방문 소비자
- 조사방법 : 대면조사
- 조사기간 : 2019.12.30.~2020.01.26.
- 조사표본 수 : 50

□ 표본구성 및 응답자 특성

- 미국 LA지역 마트를 방문한 소비자를 성별 및 연령별로 균등 할당하였으며 현지 소비자 의견을 최대한 수렴하기 위해 한인 2세 및 교민은 제외함
- 기본적으로 미국인들은 양송이버섯 소비량이 많으며 최근 멕시코, 아시아 인종 및 20~30대 젊은 세대위주의 다양한 버섯을 경험하고 소비하는 식문화가 발달함

구 분	범 례	표 본 (명)	계
성별	남	46% (23)	100%
	여	54% (27)	
연령별	20세 이하	18% (9)	100%
	21~30세 이하	14% (7)	
	31~40세 이하	18% (9)	
	41~50세 이하	22% (11)	
	51~60세 이하	18% (9)	
	60세 초과	10% (5)	
소득 규모(월)	\$5,000이하	62% (31)	100%
	\$5,000~8,000이하	24% (12)	
	\$8,000 이상	14% (7)	

* \$1=1,159원(2020.01.02. 매매기준율)

2.2. 조사 결과

2.2.1 신선 버섯 소비 행태

- Q) 어떤 종류의 버섯을 구매하십니까?
- Q) 얼마나 자주 버섯을 구매하십니까?
- Q) 버섯 1회 구매 시 얼마를 지출하십니까?

○ 미국 소비자들이 가장 많이 구입하는 품종은 양송이버섯(24%)이고, 그 다음으로는 팽이버섯(20%)으로 영국과 유사한 구매패턴을 나타냄

- 한국식 바비큐식당에서는 고기와 함께 새송이버섯을 제공하며, 최근 마켓 시식 행사와 대학가 중심의 변화가에서 세계요리 행사 등으로 팽이버섯, 느타리버섯, 표고버섯 등에 대한 소비자들의 체험 기회가 증가하고 있음

(단위 : %)



[그림] 품종별 구매버섯

*중복 구매 포함된 수치임

○ 월 1회 구매하는 가구 44%, 주 1회 구매하는 가구 32%로 미국 소비자들의 버섯 구매 빈도는 높음

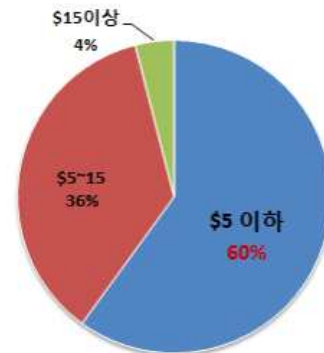
○ 버섯 1회 구입 시 지출규모는 £ 5(5,795원)이하 구입하는 가구가 60%로 가장 많아 소비자들은 버섯을 구매할 때 소량 구매하는 것을 알 수 있음

(단위 : %)

(단위 : %)



[그림] 버섯 구매 횟수



[그림] 버섯 1회 구입 시 지출규모

2.2.2 신선 버섯 조리 방식

Q) 버섯을 어떻게 조리하여 먹나요?

- 미국 소비자들은 버섯을 주로 고기와 함께 새송이버섯을 주로 구워(33%)서 섭취하거나 다양한 종류의 버섯을 샴브샴브(27%)로 요리하여 섭취함

(단위 : %)



[그림] 버섯 주 조리방식

2.2.3. 버섯 구매 시 고려사항

Q) 버섯을 구매할 때 무엇을 가장 고려하나요?
Q) 버섯 구매 시 유기농 마크를 얼마나 고려하나요?

- 버섯 구매 시 중요하게 고려하는 요소는 가격(38%)과 맛(34%)이며 유기농 여부, 브랜드, 건강은 중요한 요소가 아님. 특히, 원산지에 대해 중요하다고 생각하는 소비자 비율이 0%를 보임

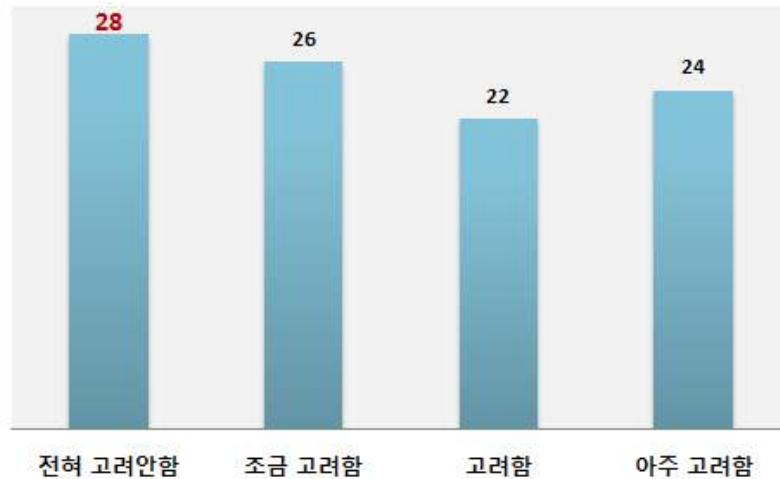
(단위 : %)



[그림] 구매 주요요인

- 신선 버섯 구매 시 유기농 마크 고려에 대해 ‘전혀 고려안함’, ‘조금 고려함’ 이라고 응답한 소비자가 전체 응답자의 28%, 26%로 미국 소비자들의 버섯 구매에 유기농 마크 유무가 큰 영향을 끼치지 않는 것으로 나타남

(단위 : %)



[그림] 유기농 마크 고려 정도

2.4.4. 한국산 버섯 소비 행태

- Q) 지난 1년간 한국산 버섯 구매 경험이 있습니까?
- Q) 한국산 버섯 구매 장소는 어디입니까?
- Q) 한국산 버섯 구매 이유는 무엇입니까?

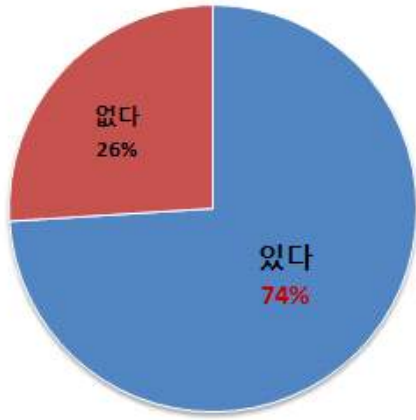
- 응답자의 74%가 한국산 신선 버섯 구매 경험이 있다고 응답하였으며 미국 소비자들의 한국산 버섯에 대한 인지도는 높은 것으로 나타남

- 주로 한국산 버섯 경험해 본 외국인들이 한국산 버섯을 구매하는 것으로 나타나 미국 소비자들은 음식과 식재료에 대한 경험이 구매에 큰 영향을 미치는 것을 알 수 있음

- 한국산 버섯의 구매 장소로는 응답자의 73%가 한국계 마트에서 구입하고 있는 것으로 나타났음

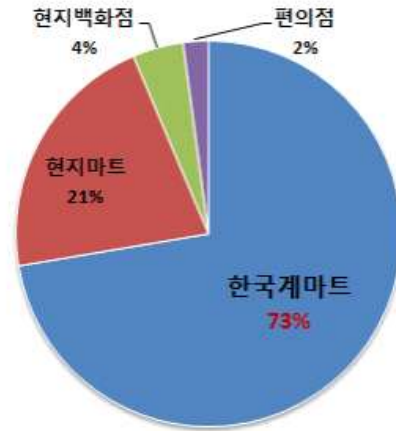
- 어려서부터 가정에서 버섯요리를 섭취했거나 한식당에서 버섯요리를 경험해본 미국 현지인들은 집과 가까우면서 여러 버섯품목이 진열되어 있는 한국계마트에서 버섯을 구매하는 것으로 조사됨

(단위 : %)



[그림] 한국산 버섯 구매 경험

(단위 : %)



[그림] 한국산 버섯 구매장소 경험

*중복 구매 포함된 수치임

○ 한국산 버섯을 구매하는 주된 이유는 1순위-맛(36%), 2순위-품질과 가격(28%)으로 나타남

- 버섯을 구매할 때 포장이나 광고, 신제품은 중요한 요소로 작용하지 않음을 알 수 있었으며 기타는 직접 식당을 운영하는 소비자가 요리 판매를 위해 구매하는 것으로 조사됨

(단위 : %)



[그림] 한국산 버섯 구매 원인

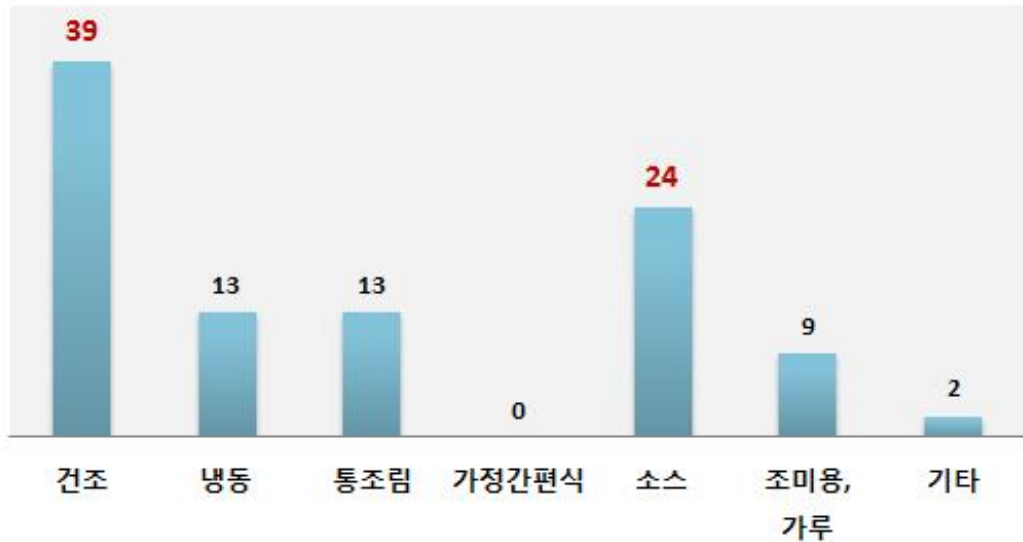
○ 한국산 버섯을 선호하지 않는 이유로는 가격이 높다는 응답이 50%로 가장 많았고 이어서 맛을 문제로 지적한 소비자는 38%에 해당함. 품질에 대한 응답은 전혀 나타나지 않음. 기타 이유로는 한국산 버섯을 활용한 요리방법을 모르거나, 주변에 구매할 수 있는 식품점이 없다는 답변이 있었음

2.4.5. 버섯가공품 소비 행태 및 활성화방안

- Q) 가공 버섯 구매 경험이 있습니까?
- Q) 구매했던 가공 버섯 종류는 무엇입니까?
- Q) 얼마나 자주 가공 버섯을 구매합니까?
- Q) 어디에서 가공 버섯을 구매합니까?
- Q) 한국산 버섯가공품에 대한 귀하의 의견은 어떤가요?

- 응답자의 60%가 가공 버섯 구매 경험이 있다고 응답하여 가공 버섯 수요 기반이 구축되어 있는 것으로 나타남
- 주로 구매하는 가공 버섯 제품은 건조품(39%)과 소스(24%)이며 조미용 및 가루제품(9%)의 구매가 제일 적은 것으로 나타남
- 가정간편식(HMR)를 구매해 본 소비자가 없는 점에서 영국 및 국내소비자와 다른 구매패턴이 관찰되었으며, 기타에는 시식용으로 경험해 본 과자류로 소비자 만족도는 낮은 것으로 조사됨
- 현재 국내 가공업체에서 많이 연구·개발하고 있는 가정간편식과 과자는 미국 소비자에게 인기가 없는 것으로 조사되어 소스류 및 건조제품의 다양화를 통한 미국시장 진출을 고려해야 함

(단위 : %)



[그림] 구매경험 버섯가공품

*중복 구매 포함된 수치임

- 가공 버섯 구매 주기는 1년에 1번 이하 구매한다는 소비자 비율이 47%로 가장 높았으며, 그 뒤를 이어 1년에 3~4번 구매한다는 응답자 비율이 27%로 조사되어 가공제품 경험 비율이 전반적으로 낮음

○ 버섯가공품을 구매하는 장소는 한국계마트가 73%로 가장 많았으며 현지마트(21%), 현지백화점(4%)이 그 뒤를 이음

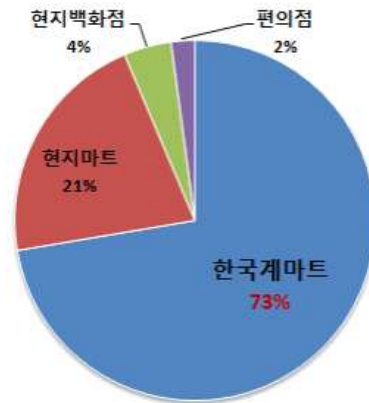
- 현지마트, 멕시칸마트, 중국계마트의 경우 캔이나 병 형태의 가공제품이 많이 진열되어 있으나 한국계마트는 신선 버섯 위주로 판매되고 있고 건조버섯이나 분말 정도의 소수의 제품만 구비되어 있음

(단위 : %)



[그림] 한국산 버섯 구매 경험

(단위 : %)



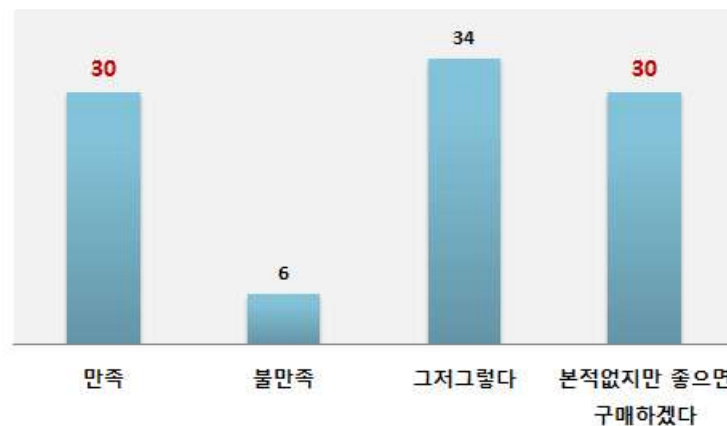
[그림] 한국산 버섯 구매장소 경험

○ 한국산 버섯가공품을 구매해 본 경험이 있는 소비자들의 30%는 제품에 대해 만족한 반면, ‘불만족’ 및 ‘그저 그렇다’ 고 응답한 비율은 각각 6%, 34%로 나타남

- 미국 소비자들은 한국산 가공제품의 품질과 가격 측면에서 긍정적인 반응을 보인 반면, 제품 다양성과 기존 제품과의 차별화 부족 등은 개선해야 한다는 의견이 많았음

- 그 외 현지 주요마켓에서는 이미 제조회사들이 오랫동안 기반을 다져놓은 만큼 브랜드인지도를 뛰어넘을 만한 한국만의 마케팅 전략이 필요하다는 의견도 있었음

(단위 : %)



[그림] 한국산 버섯가공품 만족도

3. 영국 소비자 조사

3.1. 조사 개요

□ 조사방법

- 조사대상 : 영국 뉴몰든 소재 Korea Foods 내방 소비자
- 조사방법 : 대면조사
- 조사기간 : 2019.11.25.~11.30
- 조사표본 수 : 46

□ 표본구성 및 응답자 특성

- 매장 내방 현지인 소비자 대상 무작위추출

구 분	범 례	표 본 (명)	계
성별	남	46.7% (21)	100%
	여	53.3% (24)	
연령별	20세 이하	2.2% (1)	100%
	21~30세 이하	30.4% (14)	
	31~40세 이하	19.6% (9)	
	41~50세 이하	28.3% (13)	
	51~60세 이하	13.0% (6)	
	60세 초과	4.3% (2)	
	미기재	2.2% (1)	
소득 규모(월)	£ 20,000이하	32.6% (14)	100%
	£ 20,000~£ 30,000이하	37.2% (16)	
	£ 30,000~£ 40,000이하	14.0% (6)	
	£ 40,000 이상	16.3% (7)	

* £ 1=1,562.11원(2019.12.6. 매매기준율)

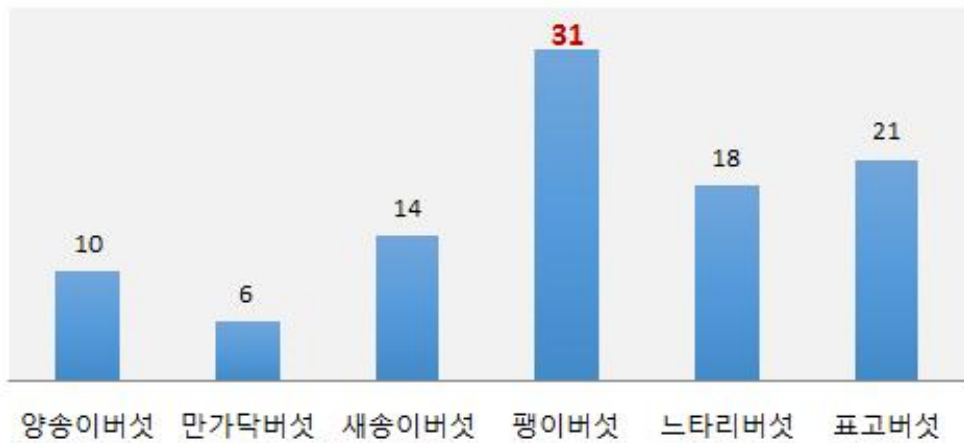
3.2. 조사 결과

3.2.1. 신선 버섯 소비 행태

- Q) 어떤 종류의 버섯을 구매하십니까?
- Q) 얼마나 자주 버섯을 구매하십니까?
- Q) 버섯 1회 구매 시 얼마를 지출하십니까?

○ 영국 소비자들이 가장 많이 구입하는 품종은 양송이버섯이고, 그 다음으로는 팽이버섯 구매비율이 높게 나타남. 그 뒤를 이어 표고버섯, 느타리버섯, 새송이버섯 순으로 주로 구입하는 것으로 나타남

(단위 : %)

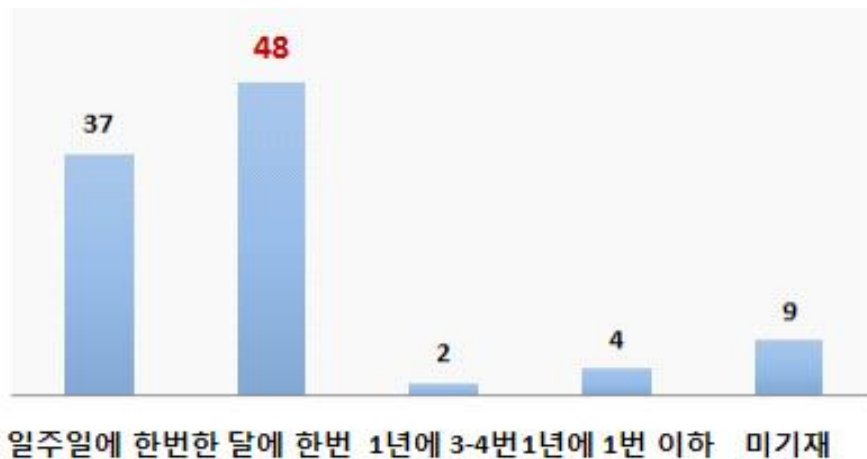


*중복 구매 포함된 수치임

[그림] 품종별 구매버섯

○ 버섯 구매 빈도는 월 1회 구매하는 가구와 주 1회 구매하는 가구가 각각 48%, 37%로 영국 소비자들의 버섯 구매 빈도는 굉장히 높음

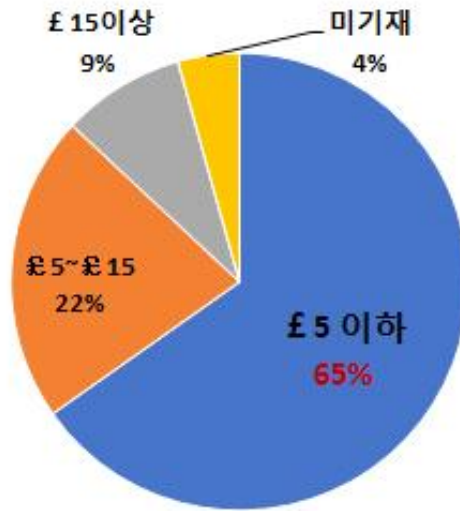
(단위 : %)



[그림] 버섯 구매 빈도

- 버섯 1회 구입 시 지출규모는 £ 5(7,810원)이하 구입하는 가구가 68.2%로 가장 많고, 소비자들은 한번 구매 시 소량 구매하는 것으로 나타남

(단위 : %)



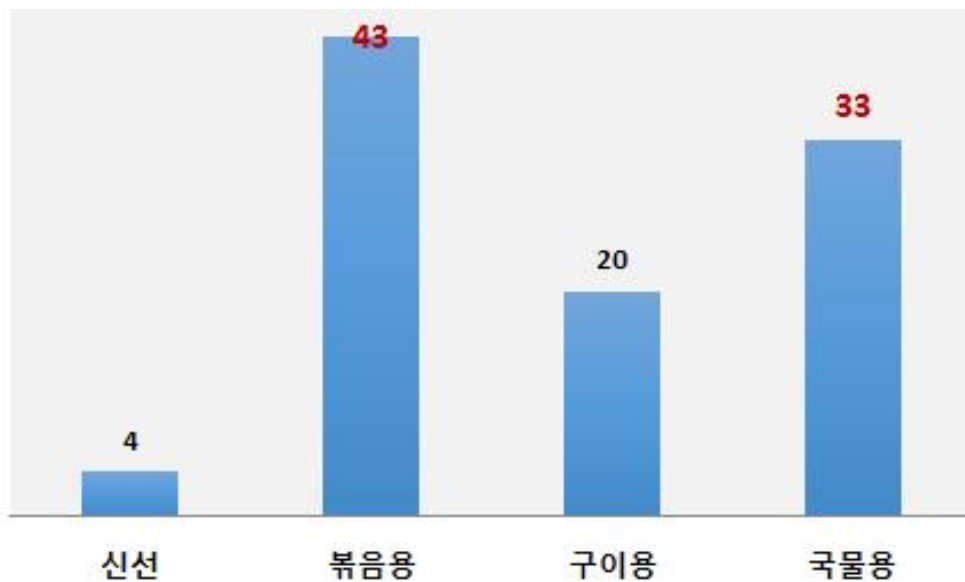
[그림] 버섯 1회 구입 시 지출규모

3.2.2. 신선 버섯 조리 방식

Q) 버섯을 어떻게 조리하여 먹나요?

- 영국 소비자들은 버섯을 주로 볶음용(43%)과 국물용(33%)으로 사용하고 있고 버섯 품종에 따른 조리방식에는 차이가 없는 것으로 나타남

(단위 : %)

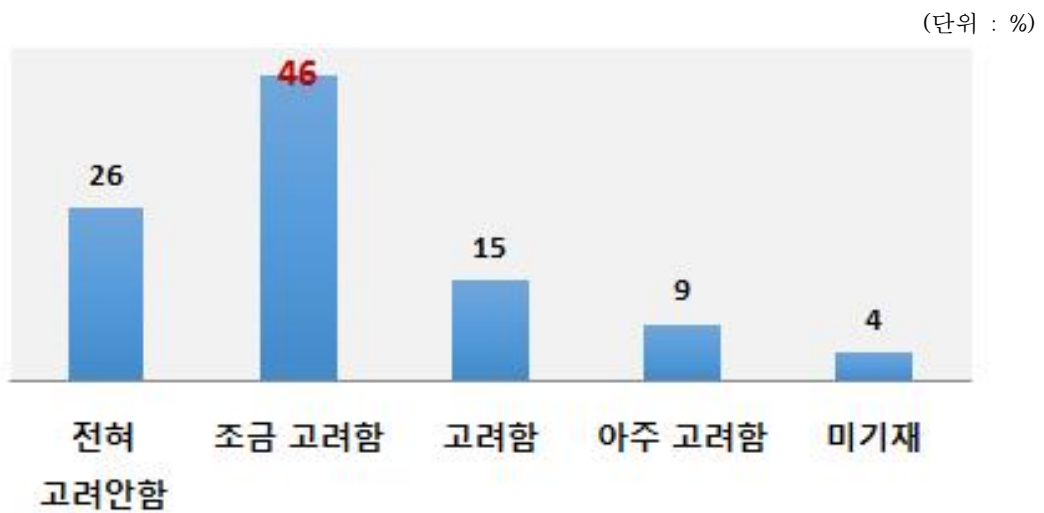


[그림] 버섯 주 조리방식

3.2.3. 버섯 구매 시 고려사항

- Q) 버섯을 구매할 때 무엇을 가장 고려하나요?
 Q) 버섯 구매 시 유기농 마크를 얼마나 고려하나요?

- 버섯 구매 시 중요하게 고려하는 요소는 1순위-맛, 2순위-가격, 3순위-건강, 4순위-원산지, 5순위-포장, 6순위-유기농, 7순위-브랜드로 조사됨
- 신선 버섯 구매 시 유기농 마크 고려에 대해 ‘아주 고려함’, ‘고려함’ 이라고 응답한 소비자가 전체 응답자의 25%에 그쳐 영국 소비자들의 버섯 구매에 유기농 마크 유무가 그리 큰 영향을 끼치지 않는 것으로 나타남

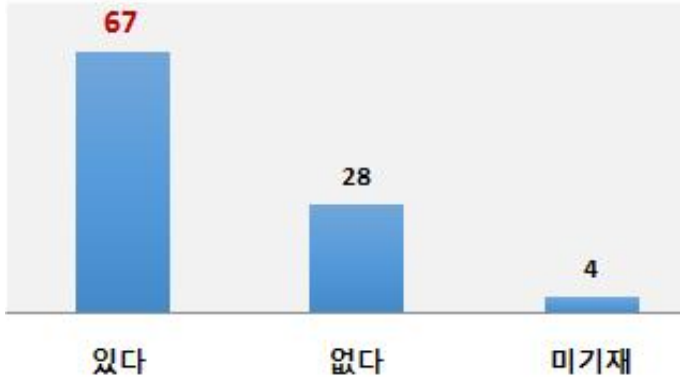


[그림] 유기농 마크 고려정도

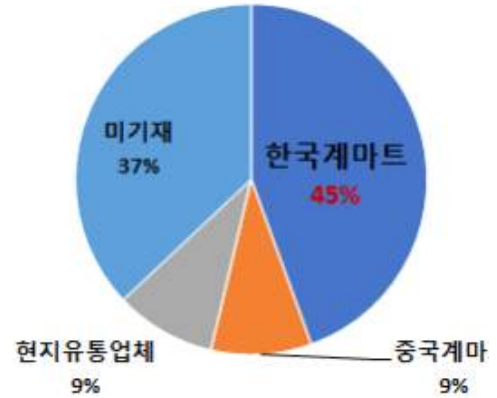
3.2.4. 한국산 버섯 소비 행태

- Q) 지난 1년간 한국산 버섯 구매 경험이 있습니까?
 Q) 한국산 버섯 구매 장소는 어디입니까?
 Q) 한국산 버섯 구매 이유는 무엇입니까?
 Q) 한국산 버섯 구매 의향이 있습니까?
 Q) 한국산 버섯을 좋아하지 않는 이유는 무엇입니까?

- 응답자의 67%가 지난 1년간 한국산 버섯 구매 경험이 있다고 응답함
- 한국산 버섯의 구매 장소로는 응답자의 45%가 한국계 마트 및 한국 식료품점에서 구입하고 있는 것으로 나타났음



[그림] 최근 1년간 한국산 버섯 구매 경험



[그림] 한국산 버섯 구매 장소

- 한국산 버섯을 구매하는 주된 이유는 1순위-맛, 2순위-품질, 3순위-저렴, 4순위-포장, 5순위-신상품, 6순위-광고 순으로 나타남
- 한국산 버섯을 구매한 경험이 없다고 응답한 고객 중 향후 한국산 버섯을 구입하겠다고 응답한 비율은 65%로 향후 한국산 버섯의 구매 확대 가능성이 있음

(단위 : %)



[그림] 한국산 버섯 구매의향

- 한국산 버섯을 선호하지 않는 이유로는 가격이 높다는 응답이 50%로 가장 많았고 이어서 맛을 문제로 지적한 소비자는 38%에 해당함. 품질에 대한 응답은 전혀 나타나지 않음. 기타 이유로는 한국산 버섯을 활용한 요리방법을 모르거나, 주변에 구매할 수 있는 식품점이 없다는 답변이 있었음

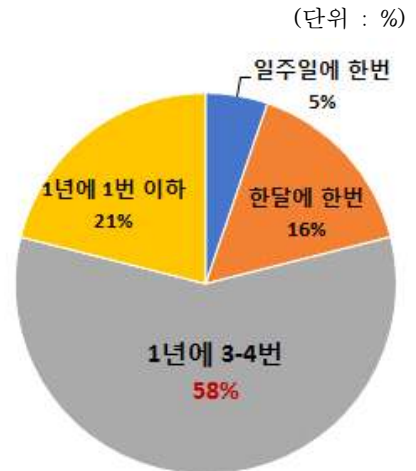
3.2.5. 버섯가공품 소비 행태

- Q) 가공 버섯 구매 경험이 있습니까?
 Q) 구매했던 가공 버섯 종류는 무엇입니까?
 Q) 얼마나 자주 가공 버섯을 구매합니까?

- 응답자의 41%가 가공 버섯 구매 경험이 있다고 응답하여 가공 버섯 수요 기반이 구축되어 있는 것으로 나타남
- 주로 구매하는 가공 버섯 제품은 건조품(35%)과 통조림(23%)이며 냉동 제품을 구매가 제일 적은 것으로 나타남
- 가공 버섯 구매 주기는 1년에 3-4회 이상 구매한다는 소비자 비율이 58%로 가장 높았으며, 그 뒤를 이어 1년에 1번 이하 구매한다는 응답자 비율이 21%로 조사됨



[그림] 가공 버섯 제품 구매행태



[그림] 가공 버섯 구매주기

- 기타 의견으로는 버섯을 어떻게 요리에 활용해야 하는지 잘 모르기 때문에 버섯을 활용한 무료 레시피 카드나 책을 배포하면 좋을 것 같다는 의견이 가장 많았고, 버섯이 건강에 어떻게 좋은지에 대해 적극적으로 홍보가 필요하다고 함
- 그 외 싱글족을 위해 소량 패키지 개발이나 좀 더 다양한 버섯 믹스 패키지가 필요하다는 의견도 있었음

참고문헌 및 사이트

2019 농림축산식품부 주요통계, 농림축산식품부

2019 농림수산물부 특용작물생산실적

2017 신흥시장 클로즈업 브라질, aT한국농수산물유통공사

2017 신흥시장 클로즈업 카자흐스탄, aT한국농수산물유통공사

2017 농식품 수출시장 가이드 몽골, aT한국농수산물유통공사

2019 국별 진출전략 몽골, KOTRA

2019 국별 진출전략 아랍에미리트, KOTRA

2019 국별 진출전략 카자흐스탄, KOTRA

해외시장 맞춤형보고서 UAE 신선농산물 등, aT한국농수산물유통공사

해외시장 맞춤형보고서 브라질 버섯, aT한국농수산물유통공사

2019 해외시장 맞춤형조사 버섯 가공식품 카자흐스탄, KATI, aT한국농수산물유통공사

몽골 울란바토르 지역 소비자들의 한국산 신선 농산물 구입 결정요인 분석, 한국농촌경제연구원

2017 유럽 버섯 시장 현황, aT한국농수산물유통공사

미국과 캐나다 버섯 시장 현황, KATI

2018 국내외 식품산업 동향 및 최근 트렌드, 한국무역보험공사

가공식품 해당여부 판단 매뉴얼, 식품의약품안전처

국제연합식량농업기구 FAO (<http://fao.or.kr>)

FAO STAT (fao.org/faostat/)

ITC (<http://www.intracen.org>)

농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)

한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)

aT 농수산물수출지원정보 KATI (www.kati.net)

KOTRA (www.kotra.or.kr)

관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)

농촌진흥청 (rda.go.kr)

식품의약품안전처 (mfds.go.kr)

버섯 가공품 생산(제조)업체 설문 조사

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

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

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

2020년 1월 15일 (사)한국농식품미래연구원장

1. 기본조사

1-1. 귀사에서 가공품 제조 시 사용하는 버섯 종류는?

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

1-2. 귀사에서 생산 및 판매하는 버섯 가공제품은?

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

1-3. 가공제품의 포장 형태는?

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

1-4. 귀사 제품 판매처는?

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

2. (가칭) 버섯가공품 수출협의회 필요성

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

2-1. 해외시장 개척을 위한 '버섯가공품 수출협의회' 필요성은 ?

- ① 필요 ② 그저 그렇다 ③불필요

2-2. '버섯가공품 수출협의회'의 참여 의사는 ?

- ① 있다 (의견 : _____)
- ② 없다 (의견 : _____)

2-3. 귀사가 생각하는 수출협의회의 역할은?

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

3. 버섯가공품 수출품에 대한 공동브랜드 필요성

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

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

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

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

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

3-3. 귀사가 생각하는 공동브랜드의 역할은?

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

3-4. 버섯가공품 공동브랜드에 참여할 의사는?

- ① 있다 (의견 : _____)
- ② 없다 (의견 : _____)

3-4. 공동브랜드 사용시 의견은?

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

설문에 응해주셔서 감사합니다!

Mushroom Consumption in USA

We promise that this survey is used for a "Market research purpose for mushroom" responding to "Consumer preferences", not for any other purpose.

[Respondent] * Check (v)

1. Sex	① Male	② Female	
2. Age	① Less than 20	② 21~30	③ 31~40
	④ 41~50	⑤ 51~60	⑥ 60 or more
3. Income (1 month)	① ~ \$5,000	② \$5,000~8000	③ \$8,000 ~

1. What kinds of mushrooms do you buy? (Check all numbers)

① Button mushroom ② Shimeji ③ King Oyster Mushroom ④ Enoki Mushroom ⑤ Oyster Mushroom ⑥ Shiitake

2. How often do you buy mushroom?

① Once a week and more ② Once a month or so ③ 3-4 times a year ④ 1-2 times a year

3. How much do you usually spend, when you buy mushroom?

① ~ \$5 ② \$5~15 ③ \$15 ~

[Cooking type]

4. How do you usually cook and eat mushrooms?

① Fresh(Salad) ② Panbroiled ③ Grilled ④ Soup ⑤ Others(____)

[Fresh mushroom]

5. When you buy fresh mushroom, what do you consider the most? (In order of importance)

① Taste () ② Price () ③ Brand () ④ Origin () ⑤ Organic () ⑥ Healthiness () ⑦ Package ()

6. When buying fresh mushroom, how much do you consider the organic mark?

① Not at all ② Little ③ Much ④ Very much

[Korean mushroom]

7. Over the past year, have you ever bought "Korean Mushroom"?

① Yes

② No

8. Where do you usually buy Korean mushroom?

① Korean Mart

② Local Mart

③ Local Department

④ Convenience Store

④ Others(_____)

9. What is the biggest reason that you buy Korean mushroom? (In order of importance)

① Price (____)

② Taste (____)

③ Quality(____)

④ Package(____)

⑤ Promotion (____)

⑥ A New Product (____)

⑦ Others(_____)

[Processed mushroom]

10. Over the past year, have you ever bought "Processed mushroom"?

① Yes

② No

11. What kinds of processed mushroom products did you buy?

① Dried

② Frozen

③ Canned

④ HMR

⑤ Sauce

⑥ Mushroom Powder

⑦ Others

⑧ No

12. How often do you buy Processed mushroom products?

① Once a week

② Once a month

③ 3-4 times a year

④ 1-2 times a year

13. What is the biggest reason that you buy Processed mushroom? (In order of importance)

① Price (____)

② Taste (____)

③ Quality(____)

④ Package(____)

⑤ Promotion (____)

⑥ A New Product (____)

⑦ Others(_____)

14. Where do you usually buy Processed mushroom?

① Korean Mart

② Local Mart

③ Local Department

④ Convenience Store

⑤ Others(_____)

15. What do you think about Korean processed mushroom?

① Satisfied ② Dissatisfied ③ Neither satisfied nor dissatisfied ④ Never seen but willing to buy

Thank you for your response!

Mushroom Consumption in England

We promise that this survey is used for a "market research purpose for mushroom" responding to "consumer preferences", not for any other purpose.

[Respondent]* Check (√)

1. Sex	① Male	② Female		
2. Age	① Less than 20	② 21-30	③ 31-40	
	④ 41-50	⑤ 51-60	⑥ 60 or more	
3. Income (1 month)	① ~ £ 20,000	② £ 20,000 ~ £ 30,000	③ £ 30,000 ~ £ 40,000	④ £ 40,000 ~

1. What kinds of edible mushrooms do you know? _____

- ① Button mushroom ② Shimeji ③ King Oyster Mushroom (Eringi) ④ Enoki ⑤ Oyster Mushroom ⑥ Shiitake

2. How often do you buy mushroom? _____

- ① Once a week and more ② Once a month or so ③ 3-4times a year ④ 1-2 times a year

3. How much do you usually spend, when you buy mushroom? _____

- ① ~£5 ② £5 ~ £15 ③ £15 이상

<Cooking type>

4. How do you usually cook and eat mushrooms? _____

- ① Fresh (salad) ② panbroiled ③ Grilled ④ Soup ⑤ Others (_____)

<Processed mushroom>

12. Over the past year, have you ever bought "processed mushroom"?

① Yes

② No

13. What kinds of processed mushroom products did you buy? _____

① Dried

② Frozen

③ Canned

④ HMR

⑤ sauce

⑥ mushroom

⑦ Others

⑧ No

powder

(_____)

14. How often do you buy processed mushroom products? _____

① Once a week

② Once a month

③ 3-4 times a

year

④ 1-2 times a

year

15. Please give some ideas to increase mushroom consumption and to make processed mushroom products.

Thank you for your response!



제3차년도
수출전략기술개발사업

버섯 수출연구사업단

(해외 신선버섯 및 가공품 시장 조사 동향보고서)