

# 한국산 농산물 해외유통 실태조사

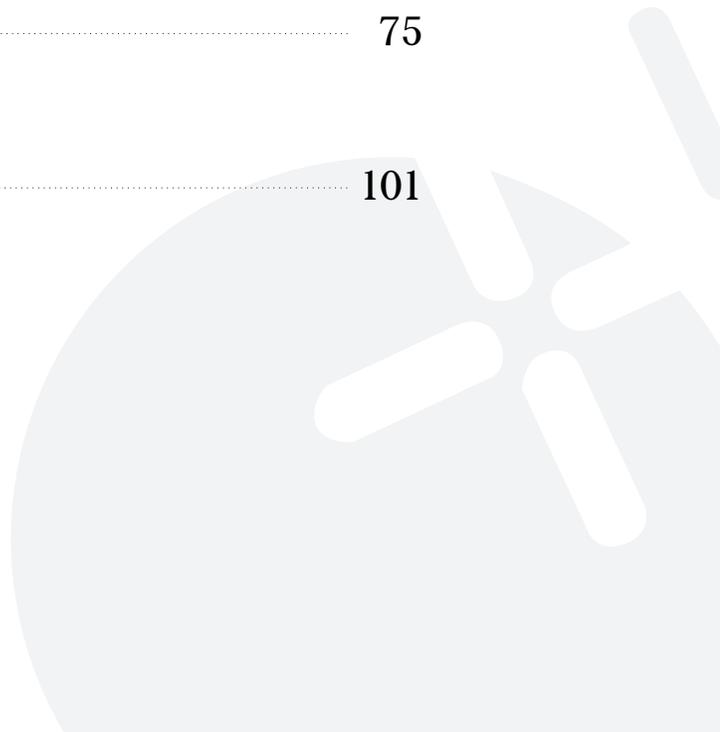
## 과 실 류

2004. 12



# 목 차

I. 배 - 일본	1
II. 배 - 싱가포르	23
III. 배 - 미국	41
IV. 배 - 네덜란드	57
V. 감귤 - 일본	75
VI. 단감 - 싱가포르	101





# 1. 배 - 일본





## 1. 개요

- 명 칭 : Pear(영명), ナシ(일명)
- HS No. : 0808-20-000(신선)
- 관세율 : 기본 8%, 협정 4.8%(2004년)

## 2. 생산현황

### 가. 연도별 생산동향

- 일본배 재배면적은 1996년에 17,700ha였고 2003년에는 15,700ha로 매년 감소 추세에 있음. 반면, 서양배의 경우는 매년 소폭 증가 추세로 2003년은 1,730ha을 기록함.
  - 일본배의 2003년 결과수면적은 전년산에 비해 약 400ha 감소를 보이고 있는데 이는 老木園의 폐원이 있었기 때문임.
  - 서양배의 2003년 결과수면적은 전년산과 비슷한 수준.

연도별 생산동향

구 분		1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
일본배	재배면적(ha)	17,700	7,400	7,200	6,900	6,700	6,400	6,100	5,700
	수확량(톤)	377,700	404,600	382,400	390,400	392,500	368,600	375,500	332,100
	출하량(톤)	349,500	374,400	353,500	361,300	363,600	340,400	345,600	305,300
서양배	재배면적(ha)	1,380	1,480	1,560	1,630	1,690	1,700	1,730	1,730
	수확량(톤)	19,500	23,700	27,300	25,300	31,400	28,400	31,100	33,700
	출하량(톤)	16,8001	20,6001	23,9001	22,1001	27,8001	25,2001	27,7001	29,800

자료) 일본 농림수산성 통계정보부

- 일본배의 2003년 품종별 재배면적을 보면 전체 15,700ha중 행수가 6,210ha로 전체의 39.5%로 가장 많이 재배되고 있으며 풍수가 3,980ha로 동 25.3%, 이십세기가 2,200ha로 동 14.0%, 신고가 1,350ha로 동 8.6%를 차지하고 있음.
- 2003년 10a당 수확량은 전년에 비해 약 9% 하락했는데 이는 6월 하순이후 저온·일조 부족 영향에 따른 미츠쇼(みつしょう) 등이 발생했기 때문임.

## 나. 주산지 생산동향

- 일본배 산지는 전국적으로 폭넓게 재배되고 있는 가운데 이 중에서도 상위 5개현(이바라기, 치바, 돗토리, 후쿠시마, 도치기)의 수확량은 전체의 43.9%를 차지하고 있음.
- 이바라키, 후쿠시마, 치바, 도치키에서는 동경시장으로의 출하가 비교적 많으며 돗토리, 토쿠시마, 후쿠오카, 나가노는 상대적으로 오사카로의 출하가 많음. 품종별로 보면 동경에는 행수, 풍수, 신고의 수요가 많고 오사카에는 이십세기, 신수(新水), 신고가 많음.
- 서양배의 주산지는 야마가타, 나가노, 아오모리 등지로 이 중 최대 산지인 야마가타현에서 전체의 58.4%를 점하고 있음.

## 다. 주요 품종 현황

### 1) 행수(幸水)

- 품종특성
    - 菊水와 早生幸藏의 교배종으로 1959년에 농수성과수시험장에서 개발된 품종임. 과중(果重)은 300g전후이고 과피는 붉은색 계통의 중간이며 당도는 12도 전후임. 과육
-

은 이십세기보다 부드럽고 과즙이 풍부하며 과숙(過熟)되면 독특한 향이 발생.

○ 생산동향

- 2003년산의 재배면적은 6,210ha, 수확량은 122,300톤으로 일본배 수확량의 36.8%를 차지. 일본 주산지로는 치바, 이바라키, 후쿠시마, 도치키, 나가노임.
- 주 출하시기는 7월~9월. 하우스 재배는 7월상순부터 출하. 노지재배는 8월중·하순부터 출하되며 성출하기는 8월하순~9월상순.

○ 소비동향

- 단맛이 강하고 과즙이 풍부한 품종으로 생산량이 증가하고 있고 소비도 안정되고 있음. 일본배의 최고의 품종으로 알려져 있음.

○ 보존조건

- 보존 최적조건은 온도 0도, 습도 90%로 저장기간은 약 50일. 얇은 콘테이너에 폴리에틸렌 시트를 깔고 0~2도의 온도를 유지한다면 1개월정도는 판매기간의 연장 가능. 5~7도에서 판매기간은 15일정도.

## 2) 풍수(豊水)

○ 품종특성

- 배 14호와 八雲의 교잡종으로 1972년에 농수성 과수시험장으로부터 등록된 품종. 과중은 350~400g으로 대과임. 과육은 행수와 비슷하고 이십세기보다는 부드러움. 당도는 12도전후로 약간 산미가 있음. 적색 계통의 배로서 행수 다음가는 출하 품종임. 과숙이 되면 미츠쇼(みつしょう : 생리장해)가 발생. 특히 冷夏の 해에 발생하는 경향이 짙음

○ 생산동향

- 2003년산의 재배면적은 3,980ha, 수확량은 88,700톤으로 일본배 수확량의 26.7%를 차지. 주산지로는 이바라기, 도치기, 후쿠시마, 치바, 나가노임.
- 수확시기는 8월하순~9월상순. 출하시기는 9월상순~하순. 수확시기가 태풍시즌에 해당하므로 품질의 격차가 있는 것이 결점.

○ 소비동향

- 풍수는 행수의 뒤를 잇는 일본배 주력품종. 행수와 거의 대등한 식미를 가진 좋은 품종으로 소비는 안정되고 있음.

○ 보존조건

- 보존 최적조건은 온도 0도, 습도 90~95%로 저장기간은 약 90일. 얇은 콘테이너에 폴리에틸렌 시트를 깔고 0~2도의 온도를 유지한다면 2개월정도는 보존 가능.

### 3) 이십세기(二十世紀)

○ 품종특성

- 이십세기는 1888년 치바현에서 우연히 발견된 품종으로 이십세기라는 이름은 다가오는 20세기를 기념하기 위해 1998년에 명명되어진 것이며, 많은 배 종류중에 역사가 오래된 재래종에 속함.
- 이십세기는 과피가 녹색 또는 녹황색인 「青梨」를 대표하는 품종. 과피가 얇아 상처가 나기 쉽지만 선도유지는 매우 뛰어난 품종임

○ 생산동향

- 2003년도의 이십세기 재배면적은 2,200ha로 행수, 풍수에 이어 3번째. 주산지로는 돗토리가 전체 재배면적의 약 50% 차지하는 최대 산지이며, 그 외 나가노, 니이가타,
-

후쿠시마 등지에서도 많이 재배됨.

- 8월하순부터 9월하순에 걸쳐 수확되며, 가장 성출하기는 9월임

○ 소비동향

- 최근 일본의 주력품종인 행수, 풍수 등에 밀려 소비가 줄고 있는 추세.

#### 4) 신고(新高)

○ 품종특성

- 1915년에 菊池秋雄씨가 天の川와 今村秋를 교잡시켜 만든 만생종 적색계통의 품종으로 1927년에 新高라고 명명.

- 樹勢가 강하고 성장이 왕성해 大木임. 黒斑病에 강하고 黒星病에 대해서도 행수, 풍수 등 기타 품종보다 강한 편임.

- 과실형태는 원형이고 과피는 황갈색이며, 과면은 윤기가 있음. 과중은 800g 이상도 있는 등 대과임. 과육은 다즙으로 육질이 양호하며 당도는 12~13도 정도이며, 산미는 적은 편임.

○ 생산동향

- 2003년도 재배면적은 1,350ha로 일본배 전체 재배면적의 8.5%를 차지. 행수, 풍수, 이십세기에 이어 4번째임. 주산지로는 구마모토, 지바, 오이타 등지임.

- 성 출하기는 9월상순~10월하순임

○ 소비동향

- 신고는 오래된 재래종이나 당도가 높고 식미가 좋아 인기가 있음

## 5) 서양배

### ○ 품종특성

- 일본내에서 주로 유통되고 있는 주력 품종은 바트렛과 라·프랑스 2품종임
- 바트렛은 영국이 원산지인 서양배. 과중은 250g, 과피는 선명한 담녹색이나 追熟되면 황색으로 됨. 형태는 표주박형. 과육은 백색으로 부드럽고 치밀. 과즙은 풍부하고 식미가 양호. 추숙되면 특유의 향기가 있음
- 라·프랑스는 프랑스가 원산지인 서양배. 과중은 160~200g으로 약간 소과이며, 과피는 황녹색임. 과육은 담황백색으로 과육은 치밀하고 과즙은 풍부, 특유의 향기가 있음. 당도는 13~14도.

### ○ 생산동향

- 2003년도 서양배 재배면적은 1,730ha로 그 중 라·프랑스가 전체 재배면적의 65% 정도를 차지. 이어서, 바트렛이 8.6% 정도를 차지함.
- 라·프랑스의 주산지로는 야마가타, 나가노 등지이며, 바트렛의 경우는 아오모리, 야마가타, 이와테 등지임.
- 품종에 따라 다소 차이는 있으나 9월~12월이 주 출하기임

### ○ 소비동향

- 서양배는 처음 일부 계층의 고급 과일로서 소량 유통되었으나 식미의 다양화, 미식가 붐 등으로 일반인에게도 널리 확산되고 있는 추세

### ○ 보존조건

- 수확후, 온도 0도, 습도 85~90%로 저장하면 바트렛은 2개월, 라·프랑스는 약 3개월 저장 가능
-

## 라. 2004년 일본배 생산·출하 예상(2004년 7월 1일현재)

- 2004년 결과수면적은 15,400ha로 전년에 비해 300ha(2%) 감소할 것으로 보이며, 이는 老木園의 폐원 등이 원인인 것으로 나타났음.
  - 품종별로는 신고는 전년과 비슷한 수준이나 행수, 풍수 및 이십세기는 전년에 비해 각각 2%, 3%, 5% 감소할 것으로 예상.
- 예상수확량은 376,900톤으로 전년에 비해 24,899톤(7%) 증가할 것으로 예상. 이는 저온·일조부족 영향에 의해 생리장해가 발생한 전년도에 비해 기후가 좋아 과실비대가 순조로이 진행된 것에 따름

### 〈 지역별 재배면적 및 예상수확량 〉

구 분	재배면적 (ha)	수확량(톤)	출하량(톤)	전년대비(%)		
				재배면적	수확량	출하량
전 국	15,400	356,900	328,700	98	107	108
지바	1,670	39,700	38,200	100	121	121
이바라기	1,570	35,900	34,200	98	106	106
돗토리	1,350	32,600	30,400	97	107	107
후쿠시마	1,170	27,600	25,300	100	107	106
나가노	990	23,000	20,600	98	110	110
도치기	883	24,700	22,800	100	108	108
구마모토	621	14,100	12,800	99	123	124
사이타마	617	16,000	14,600	91	100	99
후쿠오카	541	13,900	13,000	97	107	108
니이가타	538	17,000	15,400	99	98	98

자료) 농림수산성 통계정보부

〈 2004년 일본배 품종별 결과수면적 및 예상수확량 〉

구 분	결과수 면적(ha)	수확량(톤)	출하량(톤)	전년대비(%)		
				전년대비(%)	수확량	출하량
합 계	15,400	356,900	328,700	98	107	108
행 수(幸水)	6,050	125,200	116,900	98	102	102
풍 수(豊水)	3,870	103,300	95,800	97	117	117
이십세기(二十世紀)	2,090	49,000	44,700	95	117	117
신 고(新高)	1,340	36,300	33,500	100	106	105

자료) 일본 농림수산성

－ 품종별로는 풍수는 전년에 비해 17%의 대폭적인 증가가 예상되며, 그 외 행수가 2%, 이십세기 5%, 신고 6% 정도 증가할 것으로 예상됨.

○ 예상출하량은 328,700톤으로 전년도에 비해 23,400톤(8%) 증가가 예상됨.

### 마. 일본배 농가의 농업경영수지(2002년산 기준)

○ 2002년 배 재배농가의 경영수지를 보면 10a당 농업조수익은 646.5천엔이며, 이 중 농업경영비가 346.7천엔, 농업소득이 299.8천엔으로 농업소득율이 46.4% 수준임.

## 3. 수출입동향

### 가. 수출동향

○ 일본의 배 수출은 1997년 6,100톤을 정점으로 매년 감소 경향에 있는 가운데 2003년도 는 1,886톤이 수출되어 전년에 비해 29% 정도 감소했음

〈 분석지표 및 농업경영수지 〉

농업소득율(%)	단위당 농업소득(엔)	
	가족농업노동1시간당	농업고정자본1,000엔당
46.41	1,003	405

구 분	경영수지(천엔)			생산개황				
	농업조수익	농업경영비	농업소득	자영농가노동시간	가족	농업고정자본액	식재면적	판매량
	천엔	천엔	천엔	시간	시간	엔	a	kg
1호당	8,286.6	4,445.4	3,841.2	4,154.123	3,830.68	9,490.7	128.2	30,825
10a당	646.5	346.7	299.8	24.07	298.83천	740.3	-	2,405

자료) 농림수산성 통계정보부 「2002년산 야채·과수의 품목별 경영수지(사례)」

〈 수출동향 〉

(단위 : 톤, 백만엔)

	1999		2000		2001		2002		2003		2004.7월말	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
계	4,187	1,580	3,195	885	2,860	777	2,664	762	1,886	624	50	12
대만	400	195	385	111	498	204	556	162	725	212	18	5
홍콩	2,945	1,035	1,920	507	1,761	494	1,650	454	681	127		
미국	533	239	415	163	377	121	367	119	403	18		
호주	71	28	43	17	10	3	31	10	48	4		
괌	13	6	8	3	7	3	7	3	9	3		
태국	29	11	15	5	2	1	5	2	8	2		
싱가폴	77	28	174	34	104	22	27	7	8	1		
마리아나	6	3	1	0	3	1	4	2	4			
화란	70	21	85	21	28	7	14	3				
말레이시아	12	4	46	9	24	4	3	1				
한국					25	2					32	7
기타	31	10	103	15	21	5	0	0	0	1		

자료) 재무성 무역통계

- 일본의 배 수출은 돗토리현 신고배를 중심으로 수출되고 있으며, 주요 수출국으로는 대만, 홍콩, 미국 등임.
- 2004년 7월말 현재 수출 규모는 50톤 정도이며, 한국과 대만으로만 수출되었음. 그 중, 대 한국이 2월에 32톤이 수출되었고 대 대만으로 수출은 1월에 18톤 수출되었음

## 나. 수입동향

- 일본의 신선배 수입은 전량 한국으로부터 수입되며, 매년 증가세를 보이다가 2001년을 정점으로 급격히 수입량이 감소하였음. 이는 대만의 WTO (2001.11월) 가입에 따른 한국산 배 수출물량의 대부분이 대만수출로 이어졌기 때문임.
  - 한국산 수입량 : (2000) 461톤 → (2001) 912 → (2002) 309 → (2003) 28 → (2004.7) 92
- 한국산 배의 수입단가를 보면 '99년이후 매년 하락세를 보였으나, '02년이후 다시 상승하고 있음. 이는 대만의 WTO 가입에 따른 대일 수출물량 감소로 상대적인 수입단가 상승 작용에 영향을 미친 것으로 보임
  - 수입단가 : (2000) 124엔 → (2001) 102 → (2002) 117 → (2003) 211 → (2004.1~7) 216

### 〈 일본의 한국산 배 수입현황 〉

(단위 : 톤, 백만엔, 엔/kg)

1999			2000			2001			2002			2003			2004.7월말		
물량	금액	단가	물량	금액	단가												
332	69	208	461	57	124	912	93	102	309	36	117	28	6	211	92	20	216

자료) 재무성 무역통계

## 4. 가격동향

### 가. 동경도 중앙도매시장 연도별 도매수량 및 단가

- 동경도 중앙도매시장의 연도별 거래물량을 보면, 매년 증감을 반복하고 있는 가운데 kg 당 단가를 보면, 1999년(324엔/kg)이후 매년 감소 추세에 있음
- 또한, 월별 kg당 단가를 살펴보면, 일본산 물량이 적고 조생종이 주로 출하되는 시기인 6, 7월에 가장 높게 형성되는 것으로 나타남.
- 주요 품종별 거래량을 보면, 주 출하시기가 일본배의 경우는 풍수, 행수의 경우 7~9월이며, 신고는 9~10월, 이십세기는 8~10월이며, 서양배의 주 품목인 라·프랑스의 경우는 10~12월임.

#### 〈 동경도 중앙도매시장 연도별, 월별 도매수량 및 단가 〉

연 도	도매수량(톤)	금액(백만엔)	단가(엔/kg)
1998	37,418	11,188	299
1999	38,850	12,587	324
2000	42,215	11,567	274
2001	38,756	9,999	258
2002	39,324	9,910	252
2003	36,170	8,689	240
2004.1~7월	2,605	1192	457

자료 : 농림수산성 통계정보부

월별	도매수량(톤)							단가(엔/kg)						
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
1	212	288	242	455	205	243	217	312	282	310	225	281	260	262
2	114	91	125	236	148	97	86	322	287	260	190	211	217	256
3	99	50	77	88	53	16	12	301	300	248	200	217	223	239
4	1	-	-	13	-	-	1	158	-	-	185	-	186	265
5	-	-	4	1	1	3	-	-	-	154	145	1,295	165	-
6	75	42	64	45	66	60	49	893	1,238	1,074	1,087	994	940	985
7	3,581	1,521	1,664	2,438	3,139	1,664	2,240	436	575	598	537	414	464	474
8	12,769	13,208	11,530	11,508	12,856	10,539		282	325	325	303	269	256	
9	14,701	16,155	17,457	15,076	14,635	15,204		260	299	236	193	218	202	
10	3,405	4,737	6,793	5,858	5,162	4,946		367	321	220	206	198	230	
11	1,436	1,763	2,684	2,047	1,929	2,104		322	314	233	259	250	239	
12	1,025	995	1,575	991	1,130	1,294		291	335	247	321	274	274	

자료)일본 중앙도매시장 청과물유통연보

〈 주요 품종별 연도별, 월별 도매수량 및 단가 〉

구 분		계	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
행수	2002	수량	17,043.7				0.3	65.5	3,083.2	11,223.9	2,670.8	0.0		
		단가	291				1,546	995	416	270	220	105		
	2003	수량	15,377.0				0.0	57.6	1,628.4	9,802.8	3,883.2	5.1		
		단가	268				1,575	942	468	258	199	186		
	2004	수량	2,255.4					47.7	2,207.7					
		단가	487					986	476					

구 분		계	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	
풍수	2002	수량	11,122.7	1.8				0.1	0.5	1,174.0	8,990.3	953.2	2.2	0.6	
		단가	217	172				843	543	240	217	184	256	304	
	2003	수량	9,224.3					0.0	0.8	432.9	8,310.3	480.2			
		단가	195					1,365	732	192	194	221			
	2004	수량	0.6					0.1	0.5						
		단가	642					1,237	546						
신고	2002	수량	3,902.4	0.4	1.3					0.6	1,308.3	2,459.8	129.1	2.8	
		단가	178	410	208					89	192	169	216	135	
	2003	수량	3,892.5	0.2						0.1	0.0	1,229.6	2,582.7	70.0	9.9
		단가	206	400						406	263	210	205	201	223
	2004	수량	2.2	2.1						0.1					
		단가	282	268						815					
이십세기	2002	수량	1,466.5						1.3	304.9	968.8	189.8	0.4	1.2	
		단가	253						615	354	236	177	119	69	
	2003	수량	1,378.7		4.2					168.	1,002.0	203.3	0.4	0.8	
		단가	254		129					1	243	199	130	200	
라 프 랑 스	2002	수량	2,469.8	101.3	0.7	0.3				389	5.6	705.8	979.6	676.6	
		단가	272	337	233	82					387	284	265	259	
	2003	수량	3,076.9	139.9	11.9							897.4	1,273.8	753.9	
		단가	252	284	260					0.0		272	230	258	
	2004	수량	117.8	110.7	7.0	0.1					315				
		단가	300	304	248	139									

자료)일본 중앙도매시장 청과물유통연보

## 나. 소비동향

- 일본인의 신선과실 소비량은 매년 감소 경향에 있으며, 과일 섭취량은 구미의 약 2/3 수준에 그치고 있음. 이로 인해 일본에서는 과일의 건강기능성을 보급·계발해 소비확대로 이어가기 위해 「매일 과일 200g 운동」을 추진하고 있음.  
또한, 일부 양관점에서는 지금까지의 1봉지(1~2kg)단위 판매에서 날개단위 판매 형태로 전환하여 소비자가 손쉽게 구입할 수도 있고 한번에 다 먹을 수 있는 量の 판매로 소비를 확대시키고 있음.
- 일본의 배 소비량은 신선 과실 전체 소비량의 약 5~6%전후를 차지하고 있으며, 80년이후 지속적으로 감소 추세를 보이고 있음.
- 품종별 소비추세는 고당도이면서, 과즙이 풍부하고 육질이 좋은 풍수, 신고 등과 향과 풍미가 좋은 서양배 등은 증가 경향이나, 선도유지가 어려운 장십량 등은 감소 경향인 것으로 알려짐.
- 1세대당 배 구입량과 지출금액을 보면, 1980년에 각각 9,214g, 2,838엔으로 나타났으나 2003년에는 구입량이 5,347g이고 지출금액이 2,228엔으로 나타남. 이는 1세대당 배

〈 1세대당 배 구입량 및 지출금액 동향 〉

항 목	'80	'85	'90	'97	'98	'99	'00	'01	'02	'03
신선과실구입량(kg)	159.0	135.1	120.5	105.8	102.6	101.9	102.7	102.4	106.6	96.7
신선과실지출금액(엔)	43,778	50,354	51,070	44,739	43,758	44,004	42,519	41,932	41,092	32,587
배 구입량(g)	9,214	8,659	7,136	6,872	6,491	6,689	6,674	6,414	6,360	5,347
배 지출금액(엔)	2,838	3,256	3,351	3,276	3,050	3,194	2,916	2,754	2,684	2,228

자료) 총무청 통계국「가계조사연보」

구입량과 지출금액은 감소하고 있으나 구입단가는 상승하고 있음.

- 1980년 1세대당 구입단가 0.3엔/g → 2003년 0.4엔/g

- 1세대당 월별 배 구입형태를 보면, 배의 주 출하기인 8~10월에 가장 많이 구입하고 있는 것으로 나타남

#### 〈 1세대당 월별 배 구입량 및 지출금액 〉

구 분		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
03년	수량(g)	26	11	2	1	1	0	66	1,617	2,234	827	304	232
	금액(엔)	12	4	1	1	0	1	38	671	872	370	155	101
02년	수량(g)	30	4	5	1	1	0	148	2,202	2,654	872	257	161
	금액(엔)	10	2	2	0	0	1	84	993	1,019	357	127	89

자료) 총무청 통계국「가계조사연보」

- 1인당 연간소비량은 매년 증감을 반복하는 가운데 2003년의 경우는 1,666g으로서 2002년도의 1,994g에 비해 16% 정도 감소한 것으로 나타남.
- 지역별 배의 1인당 연간 소비량을 동경·요코하마 지역이 전국평균을 훨씬 웃도는 소비

#### 〈 연도별, 지역별 1인당 소비량 〉

단위: g

지 역	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
전국평균	2,025	57	61	27	60	92	94	66
동경·요코하마지역	2,265	2,616	2,352	2,342	2,369	2,279	2,520	1,994
나고야·교토지역	1,479	1,634	1,296	1,928	1,871	1,415	1,629	1,577
오사카·고베지역2	1,439,2,0	1,409,1,9	1,450,2,0	1,379,2,0	1,568,1,9	1,552,1,9	1,450,1,6	1,209

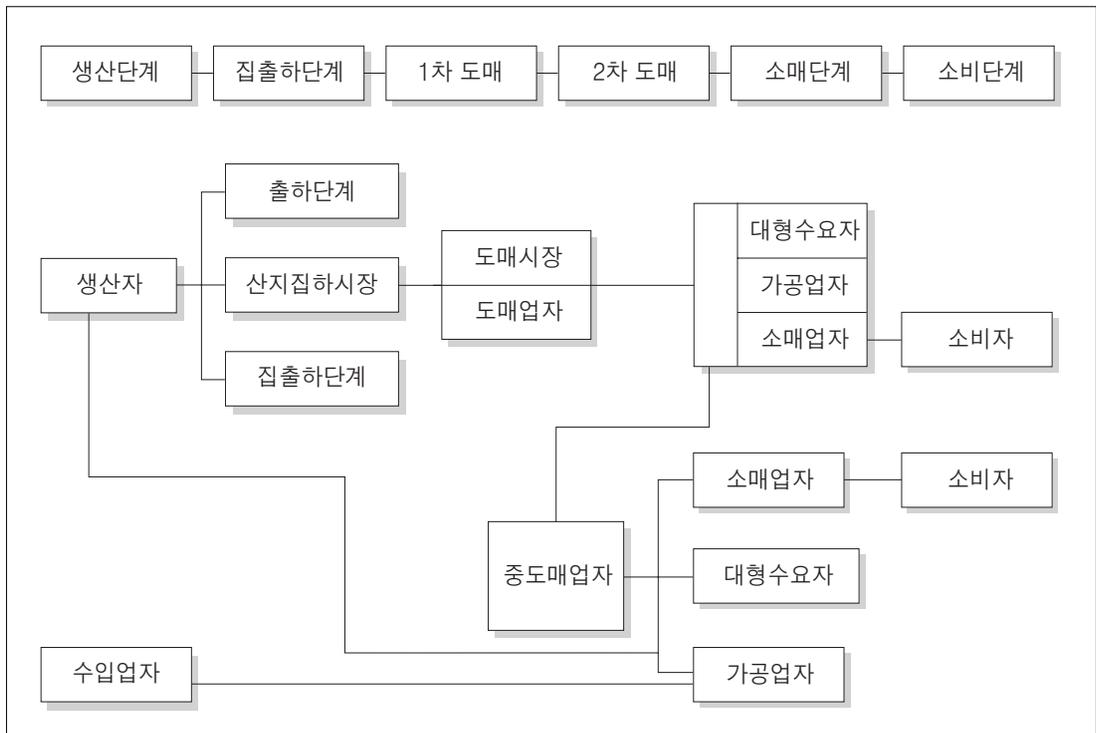
자료) 총무청 통계국「가계조사연보」

규모를 보이는 반면, 나고야·교토지역, 오사카·고베지역은 전국 평균치(1,666g)에 크게 미치지 못하는 것으로 나타남.

## 4. 유통동향

### 가. 유통경로

- 최근 도매시장을 경유하는 과일의 유통량 비율은 전체의 약 6~7할로 추정되며, 시장의 유통이 늘어나는 경향을 보이고 있음.
  - 시장의 유통 형태로는 도매점을 경유하여 소매점에 판매, 산지에서 직접 소비자에게



판매, 생협·슈퍼 등이 직접 구입 후 판매, 물류업자에 의한 택배·소포 등 다양한 형태가 존재하고 있음

- 이러한 시장의 유통이 증가하는 요인으로는 수입과일의 증가 및 생협, 슈퍼 등이 산지와의 직거래를 확대하는 경향이 강해지고 있기 때문임.

## 나. 출하 및 포장규격

- 품위기준 : 수, 우, 양
- 대소기준 : 종전의 LMS에 의한 구분에서 10kg을 기준으로 한 개수표시로변경 및 호칭구분을 간소화.(24구분에서 6구분)

대 상 품 목	이십세기, 풍수, 장십량, 행수					
기준중량(g)	417	313	250	24	32	40
호 칭	358	278	228	28	36	44

- 중량기준 : 1BOX단위의 표준중량은 10kg(2단들이)로 함. 단, 특별히 필요한 경우에는 5kg(1단들이)로도 가능.
- 포장기준 : 포장박스는 10kg 기준으로 하고 460mm×300mm×185mm(높이)로 함.

## 5. 통관제도

### 가. 관세제도

- 배는 수입 자유화품목임.

HS번호	품 명	세율(2004년)	
		기 본	협 정
0808.20.000배	(신선/냉장)	8%	4.8%

### 나. 수입절차

#### (1) 식물방역법 관계

- 수입검사절차는 식물수입검사신청서에 수출국의 식물검역기관이 발행하는 식물검역증명서 등의 관련서류를 첨부하여 식물방역소에 검사신청을 함.
- 검사결과 병해충 등이 확인되는 경우 훈증, 소독 등의 조치를 취함.
- 훈증 등의 조치는 수입한 항구의 지역에 소재하는 지정 훈증창고에서 전문 방제업자에 의해 실시되고 비용은 수입자가 부담하며, 훈증 시간은 병해충의 종류에 따라 다르나 청산훈증은 30분, 취화메칠훈증은 3시간 정도 걸림.

#### (2) 식품위생법 관련

- 후생성검역소 수입식품 감시담당에 『식품 수입신고서』를 제출하고 심사, 검사후 식품위

생법상 문제가 없으면 신고서에 신고필인을 찍어줌.

### (3) 수입통관

- 「輸入(納稅)申告書」 3부에 상기 “식물검역합격증명서” 및 “신고확인필식품수입신고서”, 인보이스(팩킹리스트) 2부, B/L, 보험명세서 등 관계서류를 첨부해서 세관에 제출함. 심사·검사종료후 세금을 납부하면 수입허가서가 교부됨.

### (4) 근거법

- 관세법, 관세정율법, 식물방역법, 식품위생법

## 6. 일본시장 확대방안

### 가. 시장 여건

- 일본에서는 6~7월부터 조생종 배가 생산되어 높은 가격으로 판매되고 있으나 저장성이 약한 단점을 갖고 있어 상품성을 유지한 한국산 저장배를 일본의 단경기에 수출할 수 있도록 수출시기를 조절이 필요.
- 일본은 배를 홍콩, 대만, 싱가포르, 미국 등으로 수출하고 있는 배 수출국가 중의 하나이며 국내 수급조절 등을 통해 안정적인 판매가격이 형성되어 있는 상태이므로 한국산 배의 수출을 확대하기 위해서는 생산비절감과 물류비용 절감 등을 통해 수출채산성이 이루어질 수 있도록 노력해야 함.

- 일본은 기계식 선별방법으로 균일한 품질의 상품을 생산하고 있는 반면, 한국산 배 수출품 선별작업은 여전히 수작업을 통한 선별작업이 이루어지고 있어 상품성 하락과 수출단가 하락의 주 요인이 되고 있음. 따라서, 정부차원의 자동화된 공동선별장을 설립 지원을 확대하여 균일한 품질의 상품을 생산을 통한 상품성 향상으로 일본 바이어와 소비자의 신뢰성 확보 필요함.

## 나. 시장확대 방안

### (1) 일본의 단경기 집중 공략을 통한 바이어 신뢰도 확보 및 수출확대 도모

- 일본의 배 출하가 거의 없는 단경기(2~5월)에 집중 출하를 통해 바이어 신뢰도 확보 및 수출확대 도모

### (2) 대형 슈퍼마켓 등과의 직거래 체제 구축 및 소비자 인지도 제고

- 일반 소비자를 대상으로 한 대면 홍보가 용이한 대형슈퍼마켓과의 직거래 체제 구축으로 한국산 배의 소비자 인지도 제고 도모

### (3) 수출포장 개선 및 품질의 균일성 제고를 통한 상품성 향상 도모

- 한국산의 경우 포장상태가 미흡하고 품질의 균일성이 떨어져 제값을 받지 못하는 사례가 빈번하므로 수출포장 개선 및 철저한 선별을 통한 상품성 향상으로 바이어 및 소비자 인지도 제고 필요.
-

## II. 배 - 싱가포르





## 1. 품목분류 및 관세제도

### 가. 품목 분류

- 품목분류(Code No.) - 08082000(Pears & Quinces Fresh)
- 싱가포르는 열대지방에 속해있어 온대성 작물인 배가 전혀 생산되고 있지 않고 있으며 소비되는 전량을 수입에 의존하고 있음. 현지 소비 과일류중에서는 다섯번째로 인기가 있는 품목임.

### 나. 관세 제도

- 싱가포르는 자유무역을 표방하고 있는 관계로, 관세는 부과되지 않으며, 소비세(GST) 5%가 배 수입시 부과되며 소비세는 싱가포르 영외로 재수출시 환급받을수 있으며, 기타 비관세장벽, 쿼터 등 무역장벽은 없음

## 2. 수입검사 및 통관제도

### 가. 수입절차

- 싱가포르 기업으로 ACRA(Accounting and Corporate Regulatory Authority)에 사업자 등록신청 및 CR할당번호(Cetral Registration Number) 신청.
  - 관세 및 소비세납부를 위해 세관(SC: Singapore Customs)에 등록신청.
  - 수출입절차를 수행할 TradeNet System 이용을 위해서 Crimsonlogic Pte Ltd에 등록
-

신청 ([www.tradenet.gov.sg](http://www.tradenet.gov.sg))

- 품목별로 수입허가 및 등록을 위해 해당 정부기관에 인허가 신청
  - 동물, 식물, 농수산물 및 식품류 : AVA (Agri-Food and Veterinary Authority)
  - 쌀 : IE Singapore (International Enterprise Singapore)
  - 보건식품 및 의약품 등 : HAS (Health Science Authority)
- TradeNet System을 통해서 수입신청 → 수입허가서 출력

## 나. 통관제도

- 모든 통관절차가 전산시스템을 통하여 이루어지기 때문에, 일부 수입제한 품목 등 특별한 경우를 제외하고는 별도의 구비서류가 필요 없으며, 통관 수속시 관련 승인번호만 통보함으로써 수속이 신속하게 이루어지고 있음.
  - PSA의 컴퓨터 시스템을 이용하여, 싱가포르세관은 수입 화물이 도착하기 전에 이미 수입품목에 대한 통관처리를 종료하고, 수입자에게 물품 인수를 통보하게 됨에 따라 수입 물품 도착전 통관절차 종료.
  - 통관업무 흐름도
    - 물품 도착 통보(세관 → 수입자)
    - TradeNet System(EDI)을 통하여 통관 승인 신청(수입자 → 세관)
    - 통관 승인번호 접수(세관 → 수입자)
    - 물품 수령
    - 수입검사
    - 통관완료
-

## ○ 소요 시간

- 특별한 사유가 없는 한, 수입검사 및 통관수속 완료까지 30분정도 소요

## ○ 통관 유의사항

- 통관 수속이 간편하기 때문에 통관만의 별도 대행법인은 없으며, 모든 운송업체 (Forwarding Company)가 통관업무를 대행하고 있음
- 싱가포르는 무역업무의 활성화를 위하여, 통관수속 및 수입검사가 요식행위처럼 매우 간편하게 이루어지고 있으나, 수입검사는 무작위 샘플 사후검사로 실시되고 있으며 정밀검사를 하는 경우도 있음. 또한 경미한 사항이라 하더라도 법규 위반에 따른 처벌이 매우 엄격함.

## 다. 수입검사

- 통관 여부 및 관세 등은 전산시스템을 통해 이미 판정이 되어 있으므로, 세관에서의 검사는 Invoice상의 품목과 실제 통관대상 품목과의 일치성 여부만을 간략히 검사하고 있고 실제로는 검사를 생략하는 경우가 대부분임.
- 일부 수입제한 품목의 경우에는 사전 샘플링검사 또는 세관 통관 후 판매 전에 해당기관에서 별도의 검사를 수행하고 있기 때문에, 순수한 통관을 위한 검사는 매우 간단하게 수행되고 있음.
- 농수산물의 경우 수입 관련서류 및 규정이 별도로 관리되고 있으며 육류, 수산물, 과일 및 채소류는 다음과 같은 수입승인 및 검사 규정을 운영하고 있음.
  - 담당기관 : AVA의 수입관리부(Ava'S Import Control Section : Ics), AVA의 Veterinary Public Health & Food Supply Division.
  - 수입면허는 AVA의 ICS로부터 받아야 하며, 연간 육류와 수산물제품은 84.00S\$, 신

선과일과 채소류는 378.00S\$의 면허비용을 납부.

- 육류 및 육류제품 수입허가

· 수입허가비용 : 냉동,냉장 및 가공제품 : 100kg당 4.20S\$

    캔제품: 화물당 77.00S\$

- 모든 수입되는 신선과일과 채소는 식물관리법(The Control of Plants 20조)에서 규정하고 있는 농약성분이 일정량이상 포함되지 않아야 하며 여기에서 규정하지 않는 농약성분이 없어야 함.

- GMO 채소 및 과일을 AVA의 특별검역을 통과해야 함.(식물관리법은 식품규정 10번째 수정계획에 의한 잔류농약기준을 사용)

○ 싱가포르에서 식품의 판매와 수입은 식품판매법(THE SALE OF FOOD ACT)과 식품규정(FOOD REGULATIONS)에 의해 관리되고 있음. 모든 음·식료품 그리고 첨가물을 포함하는 식용의 농수산물은 싱가포르에서 제조된 것이든 수입된 것이든 관계없이 식품공전에 규정된 식품표준과 라벨링 방법을 준수해야 하며 식품에 대한 검사는 무작위 샘플검사를 원칙으로 하고 유통단계에서 실시.

### 3. 유통 현황

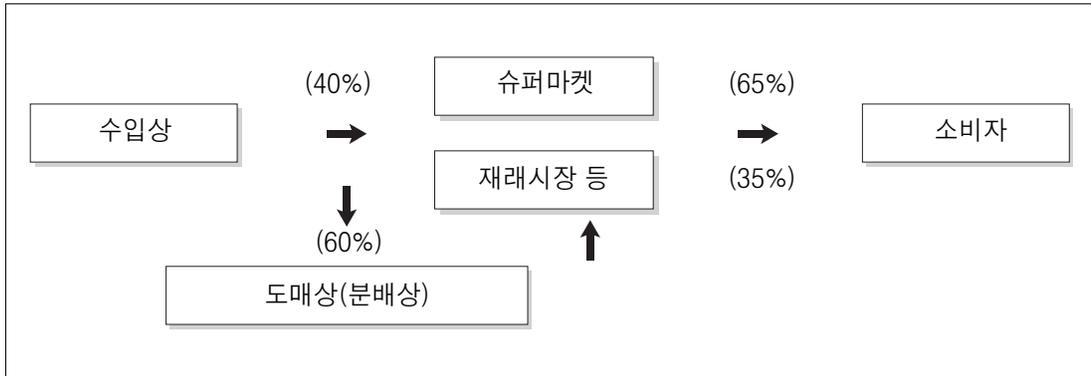
#### 가. 유통 실태

○ 신선과일은 싱가포르 수입자에 의해서 수입되고 있으며 대부분의 온대성 신선과일은 소비자가 요구하는 신선함을 유지하기 위해 항공으로 운송. 그리고 신선과일은 도매상이나 분배업자를 통해서 싱가포르 전체 소매점에 유통됨. 일부 대형소매유통업체에서 중간유통비용을 줄여서 그이익을 소비자들에게 나눠주기 위해 해외 재배자들로부터 직접 수입을 하고 있으나 대부분의 소매점이나 음식점은 아직도 신선과일을 도매업자로부터

---

공급을 받고 있음.

- 유통경로 : 수입상→도매상/분배업자→소매점/재래시장/음식점 · 호텔 →소비자



- 싱가포르에는 매년 3만여톤 규모가 수입되고 있으며 2003년에는 32백만상불이 수입되었음. 수입시장은 중국, 남아프리카 및 호주산이 91%를 점유하고 있음.  
한국수출품종인 황금, 신고배와 경쟁이 되는 품목은, 생산시기 및 품위수준이 비슷한 중국산 20세기,신고배 등이며, 한국산 배 수출가격의 1/2 수준인 중국산 배는 매년 품질수준이 크게 향상되어, 이 곳 수입자들에게 큰 인기를 얻고 있음.
- 싱가포르는 동남아시아의 무역중계항으로, 수입되는 배의 10% 정도는 말레이시아, 브루나이, 태국 등 제3국으로 재수출되고 있기 때문에, 총 수입물량 3만1천여톤 중 실제 국내 소비물량은 2만8천톤으로 추정됨.  
- 인도네시아로의 재수출은 정치적이고려에 의해 통계에 집계하지 않고 있으며 대부분 상당량이 밀거래로 유통되고 있음.
- 중국내 주요산지에 포장센터(9개소)를 설립하여 직접 수출입사업을 수행하고 있는 “FOOK HUAT TONG KEE PTE LTD”는 중국산 배 수입확대를 주도하고 있으며 도매상에 납품 또는 직접 슈퍼마켓에 공급하며, 자사 직영매장을 통해서 판매하고 있음.

- 호주, 남아프리카, 미국산은 생산자조합 또는 수출회사를 통하여 자국산 배의 인지도 향상을 위하여 싱가포르 도매상연합회 발간년보, 신문 및 잡지등에 광고를 게재하기도 하며, 고유 브랜드가 인쇄된 스티커를 부착하여 소비기반 구축을 위하여 노력하고 있음.
- 온대성과일인 배는 열대지방인 싱가포르에서 쉽게 품질이 나빠질수 있는 환경에 노출되기 쉬움. 따라서 품질과 신선도를 최적으로 유지하기 위해서는 냉장유통이 필요. 싱가포르에 수입되는 배는 대부분 수입자나 도매상의 저온창고에 보관되고 소매점까지 냉장유통되고 있음. 그러나 소매판매 단계에서는 고온에 노출되는 시간이 길어지고 진열판매되는 장소 또한 실내 상온(보통의 경우 에어컨 시설 가동될 경우도 섭씨 20 - 22에서 판매)이며 소매판매를 위한 작업시 외부온도(섭씨26-32)에 노출이 잦아 최적의 유통환경이 아닌상태에서 취급되고 있음.
  - 이렇게 대부분의 수퍼마켓에서는 배, 사과 등 온대성 신선과일이 최적의 상태에서 취급되고 있지 못하다. 대부분의 수퍼마켓에는 상품이 손상되는 것을 염두에 두고 있지 않는 듯 전통적인 재래시장(에어컨 시설이 없는 고온다습한 열대기후에 노출되는 실외 청과 매장)처럼 매장내에 가판을 설치하고 수입시 사용되는 당초의 포장을 버리고 한꺼번에 부어서 날개로 판매하고 있다. 그나마 배는 상대적으로 고가 제품으로 수출자의 날개 포장(개별포장)이 있는 경우 그대로 사용하여 판매.

## 나. 가격동향

- 싱가포르는 파시르판장 도매시장 (Pasir panjang Wholesale centre)이라는 유일한 농산물 도매시장이 운영되고 있으나, 한국과 같은 농산물경매·상장·청과법인 등과 같은 거래형태는 존재하지 않음.
- 싱가포르는 비 농업국가로서 소비되는 대부분의 농산물을 수입에 의존하고 있기 때문에 전문수입상인이 해외에서 필요한 물품을 수입하고 있으며, 수입 후 도매상 또는 소매상,

슈퍼마켓 등에 직접 납품 및 판매하는 방식으로 유통되고 있음. 판매방식은 수의매매 또는 일대일 흥정에 따라 결정됨에따라 공식적으로 통용되는 도소매가격이 없음.

- 도매시장은 싱가포르 정부기관인 Housing & Development Board(주택공사)가 설립 및 소유하고 있으나, 개인사업자에게 모든 상점을 임대하는 방식으로 운영하고 있으며, 청소·건물 유지보수관리를 제외한 일체의 사업에 대해서는 간여하지 않고 있음에 따라, 매출액·거래품목에 대한 통계자료가 존재하지 않음.
- 일반 슈퍼마켓 소매가격
  - 중국산 시양리(Fragrant) : S\$2.20 ~ 3.50 /kg
  - 중국산 호수이(Hosui) : S\$ 0.85 ~1.35/kg
  - 중국산 썩(kung) : S\$1.20 ~ 2.50 /kg
  - 중국산 신고배 : S\$2.00 ~2.20/1개(2-3월가격)
  - 중국산 야(Ya, 서양배모양): 0.75 ~ 0.99/5개
  - 중국산 수(Su) : S\$ 2.50 ~ 3.00 /kg
  - 남아공 윌리엄(william, 서양배) : S\$0.50 ~ 0.60/개
  - 호주 배 : S\$ 2.00 ~ 2.50 /kg(개당 0.80S\$수준)
  - 한국산 황금배 : S\$6.50 ~ 7.00 /kg
  - 일본산 행수 : S\$8.50 ~ 9.00 /kg(개당2.93S\$)

## 다. 포장 형태

- 싱가포르 식품위생법(Food Regulation Part III)에 따르면, 모든 수입 가공식품은 라벨을 부착하여야되며 라벨은 영문으로 작성되며, 제품명, 성분, 유효기간, 중량, 원산지표시, 수입자명 등이 필히 기재되어야하나, 신선농산물인 과일의 경우에는 라벨링 법규를 적용하지 않기 때문에 과일 자체 및 포장상자에 별도의 라벨을 부착할 필요가 없음.

- 대부분 수출품은 대포장에 수출되어 벌크형태로 소매점에서 판매되고 있음. 그러나 최근에는 각각의 상품에 스티커를 부착할 수 있도록 수출업체에서 자체제작한 상표 또는 고유지명등을 인쇄하여 포장상자에 삽입하여 소매단계에서 부착하여 판매할 수 있도록 하고 있음.
  - 관행적으로 제품명, 원산지, 생산자, 품종, 등급, 속포장재질 등을 표시
- 포장상자에 대한 법적 규제나 제한사항이 없으나 대부분 10kg 단보루 상자를 수출포장으로 이용하고 있음.
- 중국산 포장상자 : 10kg 또는 20kg 단보루상자를 이용하며, Su pear 또는 Hosui Pear, Huang Guan, 20세기는 10kg 상자를, Duck Pear 또는 Ya Pear는 20kg 상자를 이용함
  - 호주, 남아프리카의 포장상자 : 10kg 단보루상자로, 2단 적재방식 이용
    - 외포장은 이중골판지상장 사용, 속포장은 폴리에틸렌백을 사용
  - 한국산 : 10kg 단보루 상자에 2단 적재방식을 이용



중국산 황관배  
속포장 - 조생종



중국산 20세기  
(도토리배)  
속포장



호주 Packham 배 속포장

## 4. 소비동향

### 가. 소비 실태

- 배는 싱가포르에서 5번째로 많이 소비되는 과일이며 서양배보다는 동양배가 맛과, 육질, 선택면에서 선호되고 있다. 동양배는 아삭아삭하고 즙이 많은 특징 때문에 선호된다. 동양배는 싱가포르 배시장의 약 70%를 차지하고 있다. 동양배와 다르지만 단맛과 비교적 즙이 많은 호주산 Packham배는 서양배중 가장 인기가 있는 품종임.
- 열대지방으로 연중 무더운 날씨가 계속되기 때문에, 계절에 따른 소비물량 변화는 거의 없는 반면, 한국산 및 중국산 호수이 품종의 주수출시기인 9월부터 익년 2월까지 70% 이상 소비되는 계절적 특성을 가지고 있음.
- 하절기에는 호주산 배가, 동절기에는 중국산 배가 거의 모든 시장을 장악하고 있으며, 한국산 배는 크기와 색깔, 맛에서는 최상품으로 인정받고 있으나 수입가격이 다른국가 상품보다 높아 비싼 상품으로 인식되어 있음.
- 싱가포르는 유통업체중 슈퍼체인점이 활발하게 발달한 나라임에따라 슈퍼마켓체인점인 Coldstorage, NTUC fairPrice를 비롯하여 까루프, 자이언트등 대형 할인매장에서는 과일류 전용판매부스에서 다른 품목과 함께 진열·판매하고 있으며, 현지 백화점 및 재래시장에서도 배를 판매하고 있음.

### 나. 소비 패턴

- 배소비는 현대화된 유통시설인 슈퍼체인, 백화점에서 소비되는 물량이 65%이상이며, 재래시장 등을 통하여 소비되는 물량이 35%로 추정됨.

- 연중 총 소비량은 약 2만8천여톤으로, 국민 1인당 소비량은 7.1kg으로 추정되며 저가의 중국산 및 남아프리카산의 소비확대에 따라, 타국산의 수입은 감소하고 있는 추세임.
- 배는 대과보다는 중과 또는 소과가 선호되고 있으며, 너무 큰 사이즈는 좋아하지 않고 있으며 수입되는 배는 대부분 요리의 부재료로 이용되며, 생식 (간식, 디저트등) 용으로 소비됨. 따라서, 즙이 많고 당도가 높은 한국산 황금배, 중국산 황금배는 생식용으로 널리 사용되고 있으나, 신고배는 껍질이 두꺼워 생식용보다는 요리 재료 (샐러드 등)로 사용되는 것이 일반적이기 때문에 가격이 저렴한 중국산이 선호되고 있음.
- 소매단계에서 소비자 구매단위는 평균 3개 또는 5개이며 소비자 평균 희망구매가격 수준은 S\$4.00수준이며, 싱가포르 배의 개당 평균 가격은 S\$0.68 수준임.

#### 다. 상품성 비교

- 중국산 호수이 품종 : 한국의 황금배와 비슷한 품종으로, 한국산보다 크기가 약간 적은 대신 동녹 발생률이 낮은 관계로 한국산보다 외관은 깨끗하며 당도는 비슷하나 가격이 저렴하여 소비자에게 인기가 가장 높음
- 중국산 황금배 품종 : 한국의 황금배와 비슷한 품종으로 한국산보다 크기가 작으며 조생종으로 한국산보다 일찍출하되며 가격이 저렴하여 바이어 및 소비자에게 인기가 높으며 소비자들은 첫맛부터 단맛이 나며 한국산 배를 씹을 때처럼 아삭아삭한 소리가 나며 시원한 느낌이 난 것으로 인식하고 있음.
- 중국산 20세기 품종 : 일본 20세기 품종을 중국에서 재배한 것으로 한국의 황금배보다는 색택이 푸르고 점이 있으나 맛에서는 거의 황금배와 비슷하며 수입가격은 절반수준

으로 한국산 황금배의 대체품으로 현지수입상들에게 인기를 얻고 있음(수입가격 US\$9-10/10kg, 도매가격 S\$18.00/10kg)

- 중국산 신고배 : 외형으로 볼때에는 한국산 신고배와 다름이 없으며 한국산보다는 조금 즙과 당도가 낮으나 수입자들은 충분히 한국산 신고배를 대체하는 상품으로 인식하고 있으며 가격도 중국산 20세기배(도토리배, 산동배등)와 같은 수준으로 한국산의 1.5-2 배이하임.
- 호주 Packham 품종 : 가장 많이 소비되는 서양배로, 한국산과 비교시 수분이 적고 매우 단단하여 요리시 익혀서 식용 및 생식용으로 상온에 보관후(상온에 보관할 경우 숙성이 되어 과육이 부드러워짐) 식용
  - 첫 맛은 단맛이 나며 뒷맛은 풋사과가 같은 약간 신맛이 나고 육질이 단단함 따라서 생 식용일 경우는 열대지방 상온에 보관후 숙성하여 소비하고 있음.
- 중국산 시앙리 (fragrant) : 당도가 낮은 반면 표주박 모양으로 서양배와 모양은 비슷하며 중국 요리의 부재료로 많이 사용되며 상당히 단단한 상품 특성을 가지고 있으며 가격이 매우 저렴하여 소비저변이 넓은 편임.
- 한국산 황금배 : 사이즈가 크고 외관이 깨끗하며, 수분이 많고 당도가 높아 생식용으로 최고의 인기를 얻고 있으나 가격이 높고 2003년 수출품 품위가 좋지않아 중국산 20세기 등에 뒤지고 있음.
- 한국산 신고배 : 두꺼운 껍질 및 비슷한 품질 수준을 갖춘 중국산 호수이 품종과의 가격 경쟁력이 약하여 소비가 정체되고 있으며 산동성에서 한국인이 재배한 한국품종의 신고 배가 출하되고 있어 가격경쟁이 어려운 실정임.

## 5. 수출입 현황

### 가. 수입 현황

- 중국산은 매년 2만톤 이상이 수입되어 76%, 호주산은 3~4천여톤이 수입되어 10%, 남아프리카는 2천여톤으로 7%의 시장점유율을 가지고 있으며, 이 들 3개국이 95%의 시장점유율을 가지고 있는 반면, 한국산 배는 03년 1백여톤이 수입되어 약 0.4%의 시장점유율을 가지고 있음.
- 한국산 배는 매년 수입이 정체 및 감소추세에 있으며 2002년도 국내가격 폭락에 따른 수출가격 인하에따라 일시적으로 수출물량이 증가하였을뿐 감소세를 유지하고 있음.
- 한국산 황금배는 품질을 인정받아 수입을 원하는 수입상이 많은 반면 공급이 원활치 못한 형편이었으나 2001년도부터 중국에서 유사한 품종인 皇冠(Huang Guan Pear, 소과, 조생종)배, 20세기를 본격수출하고 있어 황금배 수요를 대체하고 있음. 또한 한국의 주 생산수출품인 신고배도 중국산 신고배의 품질 향상으로 현지 수입상들에게 기피되고 있으며 특히 많은 마진과 상품회전성이 좋은 중국산을 선호하고 있는 추세임. 한국산 배는 매년 9월~11월중에 집중되고 있음.
- 북반구산인 중국산 및 미국산 배는 9월~익년 5월까지 수많은 종류가 시기별로 수출되고 있는 반면, 남반구산인 호주산 배는 4월~9월까지 집중 수출됨으로서, 연중 수입이 이루어지고 있음.
- 수출가격은 중국산이 가장 저렴한 반면, 한국산이 가장 높은 것으로 분석됨
  - 한국산 평균 수입가격 : U\$12~13/10kg(황금, 신고배)
  - 중국산 평균 수입가격 : U\$5~6/10kg

- 중국산 호수이/수(신고 소과) 품종 수입가격 : U\$8~8.50/10kg
- 중국산 황관배(황금배보다 조생종이며 적은사이즈) 수입가격 : U\$7~8/10kg
  - 수입상의 도매공급가격 : S\$18.00/10kg
- 호주산 평균 수입가격 : U\$7.50~8.50/10kg
- 미국 및 남아공산 평균 수입가격 : U\$8~9/10kg
- 중국산 신고배(한국산과 동일 크기) 2003 수입가격 : US\$9/10kg

### 나. 재수출 현황

○ 매년 2-3천여톤이 제3국으로 재수출되고 있으나(인도네시아로 수출량 제외), 무역중계 향으로의 역할 감소에 따라 매년 재수출물량이 크게 감소되고 있는 추세임.

단위 : 톤, 싱천불

국 가 별	2001		2002		2003		2004. 1~5	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
중 국	19,832	23,877	22,419	21,818	23,089	21,672	7,647	7,495
호 주	6,398	5,795	4,420	6,930	3,058	5,070	495	968
남아공	1,328	2,552	2,417	3,035	2,284	2,977	1,723	2,086
미 국	595	1,546	959	1,439	1,172	1,717	502	653
한 국	227	1,011	521	873	146	307	7	17
뉴질랜드	-	-	109	249	52	162	83	257
일 본	199	380	30	141	14	60	2	6
대 만	-	-	53	119	30	64	50	67
칠 레	53	297	17	54	228	375	207	392
홍 콩	1,353	640	66	82	39	63	1	2
기 타	126	302	188	198	97	69	28	18
계	30,111	36,400	31,199	34,938	30,209	32,536	10,745	11,961

- 최대 수출국가는 인접국가인 말레이시아로 재수출물량의 대부분 (60% 이상)을 점유하고 있으나, 최근에는 수도 쿠알라룸푸르 인근 포트클랑이라는 말레이시아 최대 무역항이 자유무역항으로 개발되어 직수입할 경우 세제혜택을 부여함에 따라 싱가포르를 통한 중계무역에 경쟁상대가 되고 있음. 따라서 최근에는 동말레이시아(물류비등으로 인해 수도 KL보다는 싱가포르가 지리적으로 근접) 및 브루나이에 대한 재수출량 정도가 유지되고 있음.

(단위 : 톤, 싱천불)

국 가 별	2001		2002		2003		2004.1-5	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
말레이시아	3,170	4,097	2,046	2,535	1,654	2,101	580	622
부르나이	684	880	630	834	637	816	263	350
태 국	452	711	173	267	182	250	43	85
캄보디아	304	513	170	264	121	189	33	58
기 타	12	25	25	70	8	19	29	68
계	4,622	6,226	3,044	3,970	2,602	3,375	948	1183

자료) IE SINGAPORE

## 6. 한국산 유통실태

### 가. 한국산 수입 및 유통 현황

- 한국산 배는 2002년까지 매년 2백~4백여톤이 수입되었으나 2003년에는 저가의 중국산에 가격경쟁력이 약화되고 수확시기 우기로 인한 비피해로 품질이 좋지않아 146톤정도가 수입되었음. 한국산배는 최고의 품질을 가지고 있는 품목으로 평가되고 있으나 가격경쟁력이 낮기 때문에 국내생산량 증감에 따른 가격등락에 따라 수출 증가 또는 감소되는 추세를 보이고 있음.

- 한국산은 대, 중, 소과로 구별되어 수출되고 있으며 평균 수입가격은 US\$12.00 /10kg (신고배 기준)으로 가장 가격경쟁력이 약화되고 있으나 고품질 제품을 선호하는 일부 소비자에게는 인기가 높음.
  - 저가의 중국산이 무차별적으로 반입됨에 따라, 한국산이 크게 위협받고 있으며 일부 계층에서만 한국산을 선호하는 반면 대부분의 소비자들은 저가로 판매되는 중국산을 선호하는 추세임. 2003년도에는 한국산 황금배의 경우 중국산 황관배 및 20세기의 품질개선 및 저가공세가 강화됨에 따라 가격경쟁력이 약화되고, 한국산 배를 중국에서 재배하여 출하하고 있어 더욱 시장상황은 어려워질 것으로 예상되고 있음.

## 나. 포장형태

- 한국산배 포장은 A-1형(윗면에 가로,세로,높이가 다른 날개로 봉합)이며, 골판지상자 내에 비닐을 깔고, 속포장은 먼저 난자를 깔고, 그 위에 배를 담은 후, 골판지 시이트를 한층 깔고 다시 그 위에 난자를 놓고 배를 담은 식으로 2단 적재방법을 사용한후, 윗부분에 골판지 시이트를 놓고 덮은 다음 테이프로 봉합.
  - 포장은 10kg 단보루상자가 주로 이용되고 있음.

## 7. 한국산 수출확대 방안

- 수출품종 발굴 및 품질고급화·균일화 노력확대
  - 한국산 배 주수출품종은 주로신고배 및 황금배에 집중되어 있어 중국산 및 중국현지의 한국품종 신고배와 경쟁이 어려워지고 있음에 따라 현재 국내생산되고 있는 신고배이외의 품종으로 수출품목을 확대하고 시장에 따라 가격대를 차별화하여 공급할 수 있는 탄력적 시장대응 노력이 요구되고 있음.
  - 또 한편으로는 고품질 제품으로 차별화하고 고품질제품을 선호하는 수요층에게는

지속적으로 한국산 신고배를 공급할 수 있도록 노력해야됨. 매년 반복되는 수확기 비피해 등 자연적인 현상을 극복하고 지속적으로 균일한 품질의 이미지를 확보해야만 수요층이 확대되고 수출을 지속유지할 수 있음. 수출단지뿐만아니라 수출업체에게까지도 수출컨설팅 교육을 실시하여 매년 균일한 품질의 고급품을 공급할 수 있는 시스템을 마련할 필요성이 있음.

○ 구매편의성과 고급이미지확보를 위한 수출포장 개선

- 한국산 배는 10kg 단보루상자 위주로 수출됨으로서, 슈퍼마켓에서 날개 위주로 판매되고 있으나, 고급 선물용으로의 선호도가 높은 한국산 배를 1.5kg, 3kg, 5kg 등의 소포장 선물용 고급상자를 개발하여 수출함으로써 신규 소비자 개발 및 수출확대 필요
- 또한 10kg포장상자의 경우에도 유통업체에서 취급이 용이하도록 소포장 트레이를 삽입하여 수출포장상자가 소매유통단계까지 사용될 수 있도록하고, 수출품의 브랜드(예를 들면 생산자 브랜드 또는 수출자브랜드)가 소매단계에서도 소비자에게 노출되고 홍보될 수 있도록 개별스티커를 부착하여 제품이미지 홍보를 통한 고정수요층 창출 노력필요.
- 소포장품은 정확한 무게표시가 불가능하므로 판매편의를 위한 고려사항으로 현재 유통되고 있는 타국산과 같이 유통업체와 소비자 구매편의를 위해 다음과 같이 표시

사례) 배, 5kg 상자    □ 7 PCS(650 - 750g)  
                               ☒ 8 PCS(510 - 670g)  
                               □ 9 PCS(500 - 600g)

- 정확한 무게 표시를 하지 말고 과수 및 개당 무게 범위만을 표시해도 이의 제기가 없을 것이며, 수출시 바이어와 전체 무게에 대한 조율이 있을 경우에는 문제가 없을 것으로 보임. 특히 소매 판매시에는 상자당 판매가격을 단일화하는 것이 효과적임.

### III. 배 - 미국





## 1. 개황

- 미국에서 생산 유통되고 있는 Pear는 통상적으로 알려져 있는 서양배와 일부 기호층에 국한되어 선호되고 있는 동양배로 나누어 짐
  - 학술적 명칭으로는 서양배는 *Pyrus communis*이라 하고 동양배는 *P. pyrifolia* 이라 함
- 서양배는 유럽이 원산지로서 기원전 2,000년 이전부터 재배된 오랜 역사를 갖고 있으며 미국의 배는 유럽인들의 신대륙 이주시에 소개된 것으로 알려져 있음
- 서양배는 일반적으로 사과보다 훨씬 단맛이 강하고 조직이 부드러운 특징을 갖는데 비하여 아시아 지역을 기원으로 하는 동양배는(Asian pear, Oriental pear 또는 Sand pear 라고도 불려진다) 껍질 색깔이 황갈색이고 서양배 보다는 과육의 조직이 훨씬 단단함
  - 따라서 서양배는 일반 생식용보다는 조리용 및 가공용으로 더 많이 사용됨
- 그리고 동양배는 간혹은 Asian apple이라고도 불려지고 있는데 그 이유는 마치 사과처럼 바삭바삭하며 단물이 많기 때문임. 따라서 최근에는 이들 두가지 품종의 특징을 살린 신품종의 교배에 많은 관심을 기울이고 있음
- 동양인이 밀집지역인 캘리포니아에서는 이들 동양인을 위해 동양배가 재배되고 있으며, 마켓에 출품되는 시기는 10-12월임
  - 캘리포니아에서 재배되는 동양배는 보관기간(약2개월)이 짧음



## 2. 생산 현황

- 미국에서 가장 널리 보급되고 있는 배의 품종은 William Born Chrien이 교배한 Bartlett 종임
- 미국에서는 Washington, California, Oregon州가 있는 미국 북서부 지역이 배의 주산단지로 알려져 있음. 미국에서 생산되는 배의 90% 이상이 Washington, Oregon, California州에서 생산되기 때문임
  - 최근에는 Michigan, Pennsylvania, New York州 등에서도 배의 재배에 큰 관심을 기울이고 있음
- ※ 국가별로는 중국이 세계에서 제 1위의 배 생산국이며 다음으로는 이태리, 미국 순이며 일본과 한국에서도 많은 양을 생산하고 있음

### 가. 미국에서 재배되는 서양배의 품종

- 미국 시장에서 가장 널리 보급되고 있는 서양배의 주요 품종으로는 Bartlett와 Anjou 등임. 미국에서 상업적으로 이용되고 있는 서양배의 주요 품종별 특징을 간략하게 요약하면 다음과 같음.
    - Yellow Bartlett : 껍질은 밝은 황색. 향미가 훌륭하고 생과용으로 적합. 단맛이 뛰어나고 과즙이 많음. 통조림 가공이나 요리용으로 우수함. 수확기는 7월-12월.
    - Red Bartlett : 껍질은 밝은 홍색. 향미가 우수하고 조직감도 좋으며 용도는 Yellow Bartlett와 유사함. 수확기는 6월-12월
    - Green Anjou : 과즙과 단맛이 매우 많으며 성숙기에도 과실의 껍질 색깔 변하지 않음. 수확시기는 10월-6월.
    - Red Anjou : 과실의 특징은 Green Anjou와 흡사함. 성숙기에 적갈색 붉은 빛을 나타
-

냄. 수확시기는 10월-5월.

- Bosc : 향미가 매우 뛰어난. 제빵용과 요리용으로 적합. 껍질 색깔은 갈색이나 적갈색임. 수확시기는 8월-4월.
- Comice : 가장 단맛이 강하고 과즙이 많은 품종 중의 하나임. 과실이 매우 크며 후식용으로 인기 있음. 수확시기는 8월~2월.
- Seckel : 단맛이 매우 강한 소형 과실임. 껍질 색깔은 황갈색과 olive 초록색을 나타냄. 어린이용 스낵제품 가공과 절임제품이나 장식용품 가공에 최적임. 수확시기는 8월-2월.
- Forelle : 과실 크기는 소형이나 달고 과즙이 많음. 껍질 색깔은 진홍색 반점이 있는 밝은 황색임. 수확시기는 9월~2월.

## 나. 미국에서 재배되는 동양배의 품종

- 미국 시장에서 동양배의 수요가 늘어나게 된 것은 1980년대 초 미국과 캐나다 Vancouver지역에 급작스럽게 늘어나기 시작한 아시안계 인구의 증가로 인하여 동양배의 수요가 늘어나게 되었고 이들 상품에 대한 판매가격이 상승되었기 때문임.
- 따라서 1982년부터 California지역을 선두로 Asian pear의 재배가 본격적으로 시작되었으며 그 여파로 인하여 타 주에서도 동양배의 재배에 관심을 기울이게 된 것으로 보임.
- California주에 알려진 Asian pear의 품종은 대략 25종 이상이며 보편적으로 다음의 3가지 형태의 품종으로 구분됨.
  - 원형 또는 편형이며 껍질이 녹색과 황색을 띠는 것.
  - 원형 또는 편형이며 껍질이 청동색 빛갈과 밝은 황갈색을 가짐.
  - 배 형태이며 껍질이 녹색 또는 황갈색을 띠는 것.

- 미국에서는 Asian pear에 대한 재배가 수많이 시도되었으나 최근에 미국 소비자들로부터 가장 많이 호응을 받고 있는 품종은 다음의 4가지로 압축되는 경향이 있음
  - 20th Century (Nijisseki) : 일본과 미국에서 가장 많이 재배되고 있는 품종임. 과실 형태는 원형이며 황금빛 색택을 갖는 중간 크기임. 동양배 중에서 가장 단맛이 뛰어나. 주스 가공에 많이 이용되고 스낵제품 가공 및 사라다 가공 등 여러분야에서 가공 이용됨. 일본이 원산지이며 타박상을 입기 쉬우나 저장성이 뛰어나(6개월 까지 가능). 그러나 다른 품종보다 과실 크기를 조절하기 힘들. 수확시기는 8월 중순.
  - Shinsieki : 원형 과실. 껍질은 황색. 경도가 단단한 조생종 (7월 하순). 저장성이 뛰어나(3개월 까지 가능). 겉모습은 20th Century와 비슷하나 크기가 큼. 堅枝性이 높음.
  - Shinko : 과실이 크고 원형이나 약간 편형인 것도 있음. 껍질 색깔은 아름다운 청동색과 황갈색임. 향미는 매우 뛰어나나 저장성은 떨어짐. 과수의 재배가 용이하고 생산성이 매우 높음. 수확시기는 9월 초순.
  - Hosui : 과실이 매우 크고, 당도가 높고 산도가 낮으며, 경도가 높은 청동색 빛깔을 가짐. 수확시기는 8월 초순. 일본과 California 지역에서 매우 인기 있는 새로운 품종임.
- 이상의 4가지 품종이외에도 미주 지역에서 널리 재배되는 동양배의 품종은 다음과 같은 것이 있음
  - Ichiban Nashi : 조생종. Shinseiki, Shinsui, Kosui 보다 빠른 6월 중순경에 수확되는 원형 또는 편형 과실
  - Shinsui : 조생종. Ichiban Nashi보다는 수확시기가 약간 늦으나 Shinsieki 보다는 빨리 수확됨(7월 중순). 과실의 색깔은 황색이며 크기는 적당함.
  - Kosui : 조생종. 소형 과실. 청동색 및 황갈색. 껍질이 부드럽고 단맛이 뛰어나. 7월 중순 경 수확.
  - Okusankichi : 한국과 일본의 옛날 품종임. 수확시기는 10월. 저장성이 뛰어나며 껍질은 황갈색이나 간혹 형태가 비정상적인 것도 있음. 수확기에는 향미가 뛰어나나 저장 중에 향미가 변함.

- Kikisui : 편형. 황록색. 향미가 뛰어난 중형 크기. 수확시기는 8월 하순경. 낙과가 많은 단점이 있음.
- Nitaka : 과실이 매우 크고, 과육이 단단하며 껍질 색깔은 황갈색임. 생산성이 높은 편이며 수확시기는 9월 초순. 약 2개월 정도 저장 가능.
- Ya Li : 중국에서 가장 인기있는 품종. 배 형태이며 껍질은 초록색. 단맛과 부드러운 맛이 우수함. 저장성이 양호함.
- Tsu Li : 과실이 크고 형태는 축구공 모양임. 초록색. 저장성이 몹시 뛰어나며(6~10개월 정도) 저장기간이 길수록 품질도 좋아짐. 수확시기는 9월 중순.

## 다. 미국에서 생산 · 소비되는 동양배의 실태

### 1) 재배지역 및 면적

- 미국에서 Asian pear의 재배 지역은 주로 서부 지역과 중부 지역 일부이며 Texas 지역에서도 수년 전부터 재배를 위한 노력이 한창 진행중에 있음.
- 서부 지역인 California, Oregon, Washington州 지역에서 재배되고 있는 Asian pear의 재배면적은 4,000~5,000 에이커 정도될 것으로 추정되고 있으며, 1981년부터 과수 재배가 시작되어 이제는 본격적인 수확단계에 들어 선 것으로 보임.
- 1984년 이후로 California에서는 매년 약 100,000株(500 에이커) 씩 Asian pear의 재배면적이 증가되고 있음.
- California 지역에서 가장 많이 새로운 품종의 Asian pear를 재배하는 곳은 Fresno, Tulare, Kern 카운티 지역임. Placer와 Sacramento지역에는 오래된 과수원이 있으며 Sacramento계곡 지역에는 새로운 품종의 과수원이 신규로 조성되고 있음.

- Oregon州의 Hood River지역과 Willamette계곡에서도 약간씩 재배되고 있으며 Washington州의 Yakima와 Wenatchee지역에도 소형이지만 재배되고 있음
- 지난 2-3년 전부터는 New Zealand, Australia, Chile, France, 그리고 미국의 동부와 남동부 지역에서도 Asian pear를 재배하고 있음
- 1997년도 현재 미국의 배 생산면적(서양배와 동양배를 모두 합친 것임)은 69,310 에이커이며 에이커 당 수확량은 15.1톤인 것으로 USDA 자료는 보고하고 있음

〈 USA의 주요 과실별 재배 면적과 에이커당 수확량 〉

작 물	재배면적(Acres)			Acre당 생산량(Ton)		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003
사과	409,300	394,800	395,900	10.35	9.72	9.81
살구	19,360	17,340	17,840	4.26	5.19	5.47
바나나	1,490	1,330	1,350	8.46	6.75	7.52
포도	932,470	949,950	950,610	7.04	7.73	6.91
복숭아	147,520	146,350	145,330	7.34	7.79	7.79
배	65,050	64,115	64,150	15.80	13.90	14.50
딸기	47,100	48,900	50,000	16.25	17.82	19.35

주) 1 acre = 1,224.2평(40.468 a), 딸기는 Strawberry임

자료) USDA, Noncitrus Fruits and Nuts, 2003

## 2) 수확시기

- California 주의 조생종이나 만생종의 배 수확시기는 경우 9월 중순 부터 시작되어 12월 까지 마켓에 출하되고 있으며 Washington州의 경우는 8~10월에 생산됨
- 수확기의 과실의 당도는 12.5% 이상으로 매우 단 특성이 있음

### 3) 경제성

- Asian Pear의 단위면적(에이커)당 과실 수확량은 서양배의 품종인 Bartlett이나 Bosc보다 떨어지나 우수한 상품(껍질이 얇고 과실 경도가 높은 상품)은 시장에서 이들 보다 고급 상품으로 인정 받고 있음
- 과실株의 초기 3년간은 수확량이 극히 저조하고 4년 차부터 점차 나아지기 시작하는데 5~7년된 과실주로 부터의 생산량은 에이커당 200~400 box 정도 된다. 나무가 완전히 성장(폭과 높이가 12 feet 정도)하기 까지에는 10~14년이 소요되고 수확량도 에이커당 800~1,000 box(과실 직경이 3~4인치 정도)가 됨
- 생산 원가는 에이커 당 약 \$2,500~\$3,000 정도로서 서양배 Bartletts 보다 높은데 그 이유는 껍질을 얇게 하기 위한 생산비용과 수확 비용이 더 많이 소요되기 때문이며, box당 포장비용은 거의 비슷함.

### 라. 미국의 배 생산량

- 1997년도 미국의 배 생산에 관한 USDA 보고자료에 의하면 이용된 배의 생산량은 1,044,100톤이며 1996년도에 비해 27%가 증가되었음.
  - 배의 주산지역인 California州는 전년대비 2%가 감소 되었으나 다른 지역인 Oregon 과 Washington州 에서는 각각 전년대비 45%와 52%씩 증가되었음.
- California지역에서는 서양배의 주 품종인 Bartlett의 생산량이 다른 주에 비하여 월등히 높게 나타났고 이와는 달리 Oregon 주와 Washington 주 지역은 상대적으로 낮은 것으로 보아 동양배는 이들 주에서 더 많이 생산될 것으로 추정 할 수 있음.

- 그러나 동양배와 서양배의 생산량을 구분한 통계자료를 찾을 수 없어 정확히 동양배의 생산 소비량이 얼마인지는 표기 할 수 없으나 주 생산 품종인 Bartlett이 전체 재배면적의 80%를 차지하고 있으며 동양배는 미 북서부 지역에 약 4,000-5,000 에이커 정도가 재배되어 있는 것으로 알려지고 있음

〈 미국내 State별 연도별 배 생산량 〉

(단위 : 톤)

State	2001	2002	2003
CA	330,200	283,600	272,000
CO	1,900	2,400	2,800
CT	480	500	1,300
MI	4,600	1,400	4,800
NY	11,000	10,000	15,500
OR	230,000	199,000	204,000
PA	5,500	3,800	5,200
UT	250	320	450
WA	443,000	389,000	422,000
US Total	1,026,930	890,020	928,050

자료) USDA, Noncitrus Fruits and Nuts, 2003

〈 미국 북서부 지역의 배 품종별 생산량 〉

State		재배면적(Acres)			생산량(Tons)		
		Bartlett	Others	Total	Bartlett	Others	Total
CA	2001	14000	4600	18,600	275000	55200	330,200
	2002	13500	4300	17,800	232000	51600	283,600
	2003	13000	4300	17,300	217000	55000	272,000

State		재배면적(Acres)			생산량(Tons)		
		Bartlett	Others	Total	Bartlett	Others	Total
OR	2001	4600	13000	17,600	70000	160000	230,000
	2002	4600	13000	17,600	58000	141000	199,000
	2003	4600	13000	17,600	54000	150000	204,000
WA	2001	11300	13500	24,800	201000	242000	443,000
	2002	11300	13500	24,800	158000	231000	389,000
	2003	11500	14000	25,500	185000	237000	422,000
Total	2001	29900	31100	61,000	546000	457200	1,003,200
	2002	29400	30800	60,200	448000	423600	871,600
	2003	29100	31300	60,400	456000	442000	898,000

자료) USDA, Noncitrus Fruits and Nuts, 2003

〈 미국의 연도별 주요과실 생산량 〉

작 물	총 생산량(1,000 Tons)		
	2001	2002	2003
사 과	4240.4	3835.8	3876.0
살 구	82.5	90.0	97.6
포 도	6569.3	7338.9	6572.7
복 승 아	1082.2	1140.8	1133.6
배	1026.9	890.0	928.0
딸 기	742.9	848.0	936.0

주) 딸기는 Strawberry임

자료) USDA, Noncitrus Fruits and Nuts, 2003

### 3. 유통현황

#### 가. 미국의 배 시장 가격

- 1980대초에는 미국과 캐나다 Vancouver지역에 급작스럽게 늘어나는 아시안계 인구의 증가로 배의 수요가 증가하고 가격도 매우 상승하였고 당시의 도매 가격은 \$1.5/파운드 정도이었음.  
그러한 이유로 1982년부터 California 지역에 Asian Pear의 재배가 시작되었으며 1980년대 후반에는 연간 공급량이 600,000-800,000 box 정도가 되었고 가격은 box당 \$6.0-\$20.0 이었음
- 보편적으로 과실 직경이 3-4인치가 되는 큰 것은 직경이 2인치 정도되는 작은 것에 비하여 가격이 3배가량 더 나간다. 선택이 우수하고 당도가 13%이상되는 좋은 상품은 푸른 빛이 감도는 제품보다 값이 더 높음
- 2003년도 미국의 배 평균가격은 Ton당 \$341.00으로 복숭아, 포도, 딸기 등이 전년수준

#### 〈 미국의 연도별 주요 과실의 가격동향 〉

	2001	2002	2003
사과(\$/lb)	0.158	0.188	0.209
살구(\$/톤)	1,360	1,550	1,630
포도(\$/톤)	449	387	401
복숭아(\$/lb)	0.209	0.200	0.189
배(\$/lb)	304	345	341
딸기(\$/lb)	0.647	0.616	0.639

자료) USDA, Noncitrus Fruits and Nuts, 2003

의 가격과 유사한데 반하여 사과, 살구 등과 함께 가격이 상승하였음을 보여주고 있음

### 1) 도매 가격

- 도매시장 가격은 연중 큰 차이를 보이지 않고 있는데 이는 자유무역에 따라 단경기에는 남미의 칠레 산 및 뉴질랜드 산이 대량 수입되기 때문임

#### 〈 미국 배의 도매시장가격 〉

품 종	산지	등 급	규 격	월 별 가 격			
				2003.1월	2월	3월	4월
Anjou 또는 Bartlett	CA	US One	100개/45lb	\$14-15	\$14-15	\$14-15	\$15-17

자료) USDA, AMS

- 미국내에서도 지역에 따라 배의 가격은 굉장한 차이를 나타내고 있는데 코네티컷트 (CT)주나 펜실바니아(PA)주 산의 경우에는 주산지역인 서부지역에 비하여 가격이 2~3배에 이름.

### 2) 소매 가격

- 2003년 6월 현재 LA지역의 소매시장에서 판매되고 있는 동양배는 Chile산이 수입되어 팔리고 있으며 외형은 한국산 신고와 흡사해 보이나 씨알이 작고(개당 0.67 lbs 정도임) 조직이 약하여 물렁한 상태로서 가격은 대략 \$1.80-\$2.50/lb 정도임.
- 서양배는 Bosc품종이 파운드당 \$0.99 내외 이었음.
  - 4월 이후에는 단경기로 계절이 반대인 칠레산 수입산 배가 일부 유통됨.

〈 미국내 주별 연도별 배의 가격동향 (\$/톤) 〉

State	2000년	2001년	2002년
CA	282.00	268.00	261.00
CO	375.00	500.00	576.00
CT	562.00	644.00	858.00
MI	270.00	297.00	318.00
NY	353.00	401.00	374.00
OR	303.00	278.00	318.00
PA	509.00	569.00	480.00
UT	533.00	583.00	643.00
WA	261.00	245.00	299.00
US Total	264.00	264.00	295.00

자료) USDA, Agricultural Prices, 2003

〈 배의 LA시 소매가격 〉

2004, 6월 중순 현재

품 종	판 매 가 격	개 수
Chilean Asian pear (nashi)	\$16.99/Box	10
Asian pear	\$1.99/ea	-
Chilean Asia pear (nashi)	14.99/Box	14

자료) 탐문조사

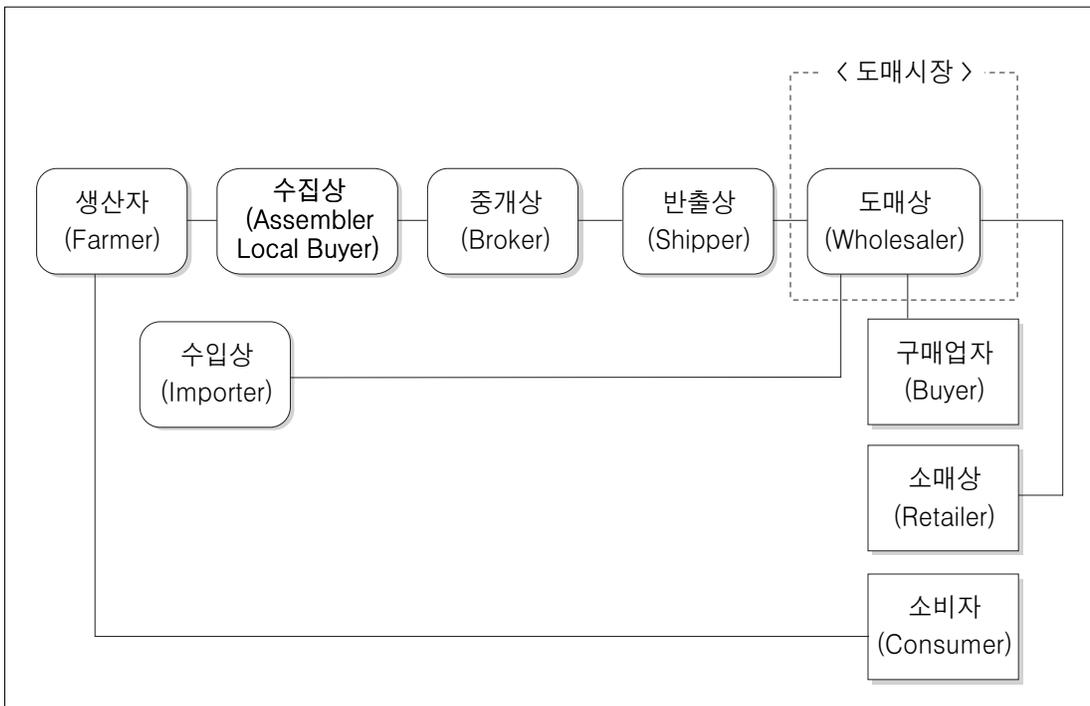
**나. 동양배의 소비추세 및 용도**

- 동양배의 소비는 미국 서부지역과 캐나다 Vancouver지역 그리고 미국의 큰 도시에 거주하는 아시안계 인구가 주로 소비함.

- 소비 판매 시기는 주로 9월 초순부터 11월 하순까지임.
- 동양배는 우두둑하며 씹는맛이 뛰어나고 과즙이 많은 과일로서 껍질을 벗긴 후에도 다른 서양배나 사과보다는 갈변하는 정도가 늦기 때문에 식사후의 후식으로 많이 소비되며 딸기, 사과, 키위 등 다른 과실류와 혼합된 신선 salad가공에 많이 이용된다.
- 일본산, 중국산과 한국산 동양배는 10월-11월중에 미국 지역으로 수출되므로 소비시기가 국한되고 있으며 소비자 판매가격도 미국산 동양배보다 매우 높다는 의견이 높다.

### 다. 유통경로

- 유통체계



- 미국 농산물의 유통구조는 의외로 단순한 체계를 띠고 있는데 그 이유는 생산규모가 클 뿐 아니라 유통업체들도 체인화되어 바로 농장과 직거래가 가능하기 때문임
  - 도매시장에서 거래되는 물량은 소규모 개별 마켓들이 자체 물량을 확보하거나 유통체인들이 지역별 특성을 고려하여 소규모 물량이 필요한 일부 품목에 국한되고 있음
    - 농산물 거래에 있어 도매시장의 기능이 점점 약화되어 가는 경향이 있음
-

---

## IV. 배 - 네덜란드





---

## 1. 유럽의 배 현황 및 특성

### 가. 유럽 배 일반현황

#### 1) 유럽 품종

- 유럽에서 생산되고 있는 배 품종 약 14종.
- 현재 시중에서 보편적으로 유통되고 있는 품종은 윌리엄스(Williams), 컨퍼런스(Conference), 귀요(Dr Jules Guyot), 컨퍼런스(Conference), 코미스(Doyenne du Comice) 등.

#### 2) 아시아계 품종

- 유럽지역 내에서 일본 나시계 배가 10여 년 전부터 생산되고 있으나, 기후조건의 차이와 생산기술의 차이로 인해 현재는 극히 소량 생산.
- 이태리는 한국 신고계통의 배를 수년 전부터 생산 판매되고 있으며, 중국에서 생산된 노란색의 야리, 신세기, 황금배 등의 배 수입.

#### 3) 남반구계 품종

- 아르헨티나, 남아공, 칠레 등은 반대 시즌(즉 여름)에 수출을 주도하고 있으며 주력 품종은 유럽계, 칠레는 일부 신세기 계통의 배 수출.
-

## 나. 유럽 배 생산 및 판매현황(2002년도 기준)

### 1) 유럽연합 총생산량 : 약 250만톤

- 주요 생산국 : 이태리 89만톤(37%), 스페인 67만톤(28%), 프랑스 26만톤(11%), 벨기에 16만톤(6.8%), 네덜란드 16만톤(6.7%)

### 2) 총 수출량(유럽역내교역 포함) : 약 67만톤

- 주요 수출국 : 벨기에(25%), 네덜란드(24%), 이태리(20%), 스페인(18%)

### 3) 총 수입량(유럽역내 교역포함) : 약 81만톤

- 주요 수입국 : 독일(22%), 영국(15%), 네덜란드(14%), 이태리(14%), 프랑스(11%)

### 4) 특징

- 프랑스는 경쟁력이 약화되어 생산이 지난 10년 동안 15% 이상 감소 추세인 반면 벨기에와 이태리는 증가 추세
  - 유럽연합 국가 중 가장 많은 양을 수출하는 국가는 이태리(1만 8천톤)와 벨기에(1만 3천톤)로 대부분 9월부터 익년 6월까지 수출
  - 유럽연합 이외 지역국가 중 유럽연합에 가장 많은 양을 수출하는 국가로는 아르헨티나(1만 5천톤)와 남아공(1만3천톤)으로 2월부터 7월 까지이며, 칠레(5천톤)는 4월부터 7월까지 수출
-

## 다. 배 유통 및 소비동향

### 1) 유통구조 및 특성

- 유럽산 배는 다른 청과물과 마찬가지로 산지 출하조직과 대형유통업체(하이퍼마켓과 슈퍼마켓)와의 거래가 전체의 67%를 차지하며, 일반 도매조직을 통한 출하는 약 33%
  - 슈퍼 37%, 하이퍼 30%, 전통시장 21%, 전문과일상 8%, 기타 4%.
- 도매상을 거쳐 전문 소매상점으로 출하되는 상품이 대형유통업체를 통해 유통되는 상품에 비해 품질이 다소 높은 편이며, 대형유통업체는 대도시 근교에 있는 서민층 대상 하이퍼마켓은 중 가격이고, 대도시시내의 고급 슈퍼마켓은 중·고 가격 상품을 주로 취급.
- 국가별 하이퍼마켓의 취급품목 추세는 프랑스 서민을 대상으로 적정가격(중)을 가장 중요시하고, 영국은 고품질과 고급 서비스 제공을 우선하여 중산층 고객을 대상으로 고가 판매를 위주로 하며, 스페인과 이태리는 두 나라의 중간적인 성격.

### 2) 소비경향 및 시기

- 1인당 평균 소비량은 약 3.5kg.
- 연령별 소비경향은 35-54세의 장년층의 소비비중이 가장 높으며, 55세 이상의 고령, 15세에서 34세, 14세 이하의 순으로 전반적으로 소비 감소 추세.
- 배는 사과와 비슷하게 가을부터 이듬해 초봄까지 품종이 바뀌면서 지속적으로 출하.

### 3) 거래방법(출하조직과 유통업체)

- 산지출하조직과 대형유통업체간의 거래는 가격을 사전에 설정하는 계약방식이 사라지고 선 판매, 후 정산하는 방식이 일반화되었는데, 이유는 과잉생산에 따른 산지출하 조직간의 경쟁, 대형유통업체 간의 경쟁을 지양하고 판매가격보다는 거래비용의 절감을 우선하는 것이 요인
- 대형유통업체와의 거래는 충분한 물량, 일정 수준 이상의 규격화된 품질을 지속적으로 공급할 수 있어야 하며, 동일품질(품질등급, 산지, 크기, 등)의 상품이 팔레트 또는 컨테이너 단위로 균일한 공급 조건

### 라. 소비자 판매방법

- 배는 주로 신선 과실 또는 요리용으로 소비되며, 한국에 비해 요리용 소비의 비중이 크게 높은 경향
  - 소비자 판매방법은 대부분 청과물 공히 kg 단위로 거래하고 있으며, 대형유통업체에서는 벌크형으로 판매
  - 그러나 최근에는 작은 용기에 일정량을 포장하여 판매기도 하며, 특히 가격이 비싸고 고급스러운 농산물일수록 이런 경향이 많으며, 중국계 슈퍼마켓은 과일 두개를 한 포장으로 판매
-

## 마. 유럽 및 중국 배 특성

### 1) 유럽산 배의 특성

구 분	월리암스	귀 요	컨퍼런스	코미스
생산비중	35%	25%	14%	9%
장 점	생산성, 보관성	생산성, 견고성	생산성	-
생산지역	전지역	동남부	르와르 지방	르와르 동남부
수확시기	8월	7월말-8월초	9월 중순	9월
저장기간	3개월	냉장고 3개월	냉장고 4월까지	냉장고 2월까지
소비기간	8월-11월	7월말-10월말	11월-4월	11월 -2월
품종선발지	영국	영국	영국	프랑스
모 양	표주박/대칭형	비대칭, 투박형	긴표주박/대칭	비대칭,투박형
선택(외관)	광택이 좋음 병충해흔적적음	병충해 흔적	병충해 흔적 녹황색	병충해흔적 노란색
과 육	선명한 흰색	선명흰색	선명흰색	선명흰색
당 도	13BX 이상	13BX 이상	13BX 이상	13.5BX이상
맛	과즙 많음 향이 우수	향이적음	향이 많음 과즙 많은편	당도 우수 부드러운 맛
종합품질	우수품질	중간품질	우수품질	우수품질
크기(등급)	65/70mm	60/70mm	60/65mm	75/80mm

귀요



월리암스



컨퍼런스



## 2) 중국산 배의 특성

### ○ 수입 및 유통

- 최근 들어 중국산 배의 유럽 진출이 활발한 편이며 프랑스의 경우 2002년도 약 200톤으로 추정
- 주로 중국계 슈퍼마켓 등에서 판매되고 있으며, 현지 슈퍼마켓이나 전문 소매상점에는 거의 판매되지 않고 있는 실정
- 이는 한국산 배가 현지 시장으로 진출하고 있는 것과는 차이가 있는 것으로, 중국산 신선 농산품에 대한 현지소비자들의 신뢰성이 부족 한 현실을 반영한 것으로 추정
- 중국산 배는 아직 품질과 안전성이 확보되지 않아 유럽 현지 대형유통업체 판매 기피

### ○ 주요 수입 품종과 특성

- 주요 수입품종은 야리, 신세기, 금향리 등
  - 야리는 품위가 떨어져 소비자 가격은 1.2유로/kg 내외, 한국산과의 경쟁 대상 품목에 서는 제외
  - 신세기는 모양과 색택은 한국의 황금배와 유사하나, 과육의 특성이 황금배와는 달리 약간 거친 편, 소비자 가격은 2.0유로/kg 내외
  - 금향리는 한국산 황금배와 모든 면에서 거의 유사한 편이며, 소비자 가격은 2.0유로/kg 내외
  - 신세기와 금향리 품종은 한국산 황금배와 경쟁관계에 있으며, 한국산의 장점은 품 위 · 크기 · 모양 모두 우수(동양계 소비자들은 큰 과일을 선호)하며 식품 안전에 대한 신뢰도가 높은 반면 가격이 높고 당도가 낮은 것은 단점
  - 그러나 한국산 황금배는 소비자 가격이 2.5-3.0 유로/kg로 가격경쟁에서 크게 불리 하지 않으며, 품질과 안전성의 우위로 중국산에 대한 경쟁력 확보 가능
  - 중국산이 현지 유통업체로 진출하지 못하고 중국계 슈퍼에만 국한되어 판매되고 있으 므로 이러한 시점에 한국산 현지시장 적극 공략으로 기반구축
-

## II. 한국산 배의 현황 및 특성

### 가. 한국산 및 제 3국 배 수입현황

#### 1) 한국산 배 EU 주요국 수입현황

단위 : 톤, 천\$

구 분	2001년		2002년		2003년	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
프 랑 스	239	352	478	777	181	262
독 일	8	13	21	33	29	41
영 국	10	16	22	39	6	12
네덜란드	149	219	336	545	397	580
스 페 인	-	-	6	8	20	27
이 태 리	-	-	1	4	1	3

#### 2) 칠레산 및 중국산 배 EU 수입현황

단위 : 톤, 천유로

구 분	2002년		2003년	
	수 량	금 액	수 량	금 액
칠레	43,390	32,533	51,209	37,833
중국	8,993	6,681	11,981	7,978

## 나. 한국산 배 판매현황

### 1) 수입 및 유통현황

#### □ 수입현황

- 수입은 주로 형지스 국제도매시장, 로테르담 항만 등에 위치한 전문 수입업체가 대부분 취급하며, 대형유통업체들은 유럽연합 역외에서 수입되는 신선 청과물을 전문수입업체를 통해 구매하며 수출업체와 직접 거래하지 않는 것이 특징
- 대형 유통업체가 현지 전문 수입업체를 통해 거래하는 주요 이유는 장거리 수송되는 신선 청과물의 취급에 따른 위험부담을 줄이고 판매 물량이 적을 경우 물류비 등을 감안하면 수출자와의 직거래가 비용절감의 요인이 되며 유통업체의 지속적 공급 및 품위 확보 등

#### □ 유통현황

- 전문 수입업체들은 대형유통업체에 대한 판매 외에도 전통 도소매상, 중국계 슈퍼마켓, 다른 지역 국가로 판매, 전통소매상을 제외하고는 대부분 팔레트 단위로 거래
- 한국계 마켓들은 지역 도매시장(현지인 수입업체)에서 구입하거나, 유럽 내 한국식품 수입유통업체로부터 구매하며, 대부분 후자가 많은 편이나 취급 물량은 많지 않은 편

### 2) 현지 소비시기

- 한국산 배
    - 황금배 : 9월 - 익년 1월(12월까지가 주 소비시기)
-

- 신고배 : 11월 - 익년 5월(3월까지가 주 소비시기)

- 중국산 배(황금배) : 한국산 황금배와 시기 동일.
- 칠레산 배(한국산 황금배와 유사) : 4월 말 ~ 8월.
  - ※ 한국산 황금배는 푸른색에서 점차 황금색으로 변하나, 칠레산은 계속 푸른색을 유지하는 것이 특징.
  - ※ 칠레산 황금배 가격은 중국산 황금배와 유사하나 크기는 소과.

### 3) 한국산 배의 포장 단위

- 한국산 신고배 및 황금배의 상자 포장단위는 2002년도까지는 대부분 10kg, 2단으로 수출되었으나 2003년도에는 5kg, 1단 포장 확대.
- 수출확대를 위해서는 10kg, 2단 포장을 지양하고 7.5Kg 또는 5Kg, 1단 포장으로 변경..
- EU에서 유통되는 과일류의 포장단위는 7.5kg 또는 5kg, 1단 포장 단위가 대부분이고, 2단으로 되어 있을 경우 위(上) 단 판매 후 중간 간지를 제거하지 않으면 상품이 없는 것으로 소비자가 인식, 이러한 현지 사정으로 인해 매장 담당자가 일일이 간지를 제거해야 하는 불편이 있어 수입업체 및 유통업체는 7.5kg 또는 5kg, 1단 포장 요구.

### 4) 소비점유율(주 소비층)

- 소비점유율은 현지인 약 55%이며, 아시아계 45%, 한국 교민 5%.
- 주 소비층은 현지인, 아시아계 등 대부분 40대 이후의 중장년층.

- 까르푸, 오상 등 대형유통매장 판매는 대부분 현지인이며, 중국계 마켓, 한국 교민 마켓 등의 이용 고객은 대부분 아시아계

### 5) 거래 및 판매방법

- 수입업체로부터의 유통업체(일반 마켓 및 대형유통업체 마켓 단위별) 거래 단위는 20-100상자/파레트 단위
- 대부분 유통업체는 벌크형(중량 단위) 판매이며, 일부 소형 마켓은 2-3개씩 소형 포장하여 판매

### 6) 구매방법(선호도)

- 현지인 및 중국 등 아시아계는 소량(무게, 1-3kg) 단위, 한국 교민은 박스 단위(5kg, 7.5kg, 10kg) 구매가 대부분
- 현지인은 신고배보다 황금배의 구매를 선호하나 한국 교민 및 중국 등 아시아계는 신고배를 선호하며, 수입업체(유통업체)는 장기 보관 판매가 유리한 신고배 선호

### 7) 수입 및 유통가격

- 수입가격→도매가격→소매가격
    - 한국산 황금배 : 15~16유로→20유로→23유로 내외/10kg
    - 중국산 황금배 : 6~8유로→10~12유로→15유로~17유로 내외/10kg
    - 한국산 신고배(소과) : 13~15유로→18~19유로→22유로 내외/10kg
    - 칠레산 황금배 : 중국산 황금배와 유사
-

## 8) 규격(사이즈)

- 한국산 황금배는 일반적으로 16과~20과/10kg
- 중국산 황금배는 일반적으로 40과~45과/10kg
- 칠레산 황금배는 일반적으로 40과~45과/10kg
- 한국산 신고배는 일반적으로 20과~26과/10kg
  - ※ 중국산 및 칠레산은 대체로 40과 이상 초과

## 다. 소비자(수입업체 및 유통업체 등) 반응

### 1) 외관

- 한국산 배(신고배, 황금배) 칠레산, 중국산 및 유럽산 배에 비해 색상, 모양 등 외관 양호.
- 사이즈는 현지인 선호도에 비해 큰 편으로 초과 선호(12-14개/5kg)

### 2) 품위

- 색상은 신고배에 비해 황금배를 선호하나 맛은 현지인은 황금배, 아시아계는 신고배 선호, 당도면에서는 공히 신고배 선호.
  - 신고배는 당도와 시원한 맛 등 대부분 긍정적 평가를 받고 있으나, 품질 불균일(지역, 시기 등에 의한 품질 차이인 것으로 추정) 단점.

- 황금배는 보관기간이 짧아 판매 애로로 수입업체 및 유통업체 기피

### 3) 가격

- 칠레산, 중국산에 비해 가격이 비싼 편(약 2배)이며, 기타 과실류에 비해서도 한국산 배의 가격은 고가 수준
- 소과 위주의 수출로 가격경쟁력 강화 필요

### 라. 한국산 배 수출 시 유의사항

- 포장 단위는 7.5kg 또는 5kg, 1단으로 하여 소비자 선호도 만족과 수입(유통)업체의 팜렛트 작업 편의 도모
    - 유럽에서 취급하지 않는 10kg/상자, 2단 포장은 매장담당 직원 및 소비자 공히 익숙치 않아 유통업체(특히, 대형유통업체) 기피
  - 소과(12-14개/5kg) 수출로 가격경쟁력 강화 및 소비자 선호도 충족
  - 한국산 배 등 신선 농산물 수출 시 라벨 주변에 CAT: I 표시
    - 1등급 미표시할 경우 비 정상품으로 간주되어 통관 애로(고무인 가능)
  - 포장 상자에 해당 수출국 명기(예, 미국산 수출품을 프랑스로 전환 하여 수출할 경우 포장에 수출국이 미국으로 명기되어 통관 애로)
-

---

## 마. 한국산 배의 수출경쟁력 증진 방안

### 1) 균등한 품질 및 품질향상

- 파레트 단위로 품질(크기, 과수, 등급, 산지 등) 동일.
  - 유럽 현지의 도매거래 관행과 유럽연합 청과물 품질규범.
- 위생안전을 준수한다는 인증 로고가 있으면 신뢰성 확보.
- 당도 향상(9-10BX → 11-13BX).

### 2) 포장

- 팔레트는 필수적이며 가능한 유럽연합 규격에 적응.
  - 1단 포장으로 판매점포의 매대에 설치하기위한 크기(40×60) .
  - 포장 디자인이 간결하면서도 신선 과실의 이미지 부각.
  - 수출업체 또는 출하업체의 로고와 도안 부착(브랜드 인지도).
  - 내 포장은 수입자의 요청에 따라 결정.
    - 고급매장은 내 포장을 요구하나 대형할인매장은 취급상 불편으로 제외 요구 가능, 단 이러한 협의는 운송 시 품질 손상이 발생되지 않는 조건 내에서 검토(협의).
-

### 3) 마케팅

- 마케팅의 우선 대상은 주요 국가들의 도매시장에 위치한 에그조틱(열대과일) 청과물 수입회사와 규모가 큰 도매업체(에그조틱 취급)를 대상으로 하는 것이 물량 공급과 대금 정산 등 유리
    - 프랑스 헝지스 국제도매시장
    - 네덜란드 로테르담 중앙시장
    - 스페인 바르셀로나 중앙시장
    - 이태리 밀라노 중앙시장 등
  
  - 규모가 비교적 큰 수입업체와 지속적 거래 관계를 가져야 하며, 초기에는 대형유통업체 또는 슈퍼마켓 체인 등에 판촉행사를 조건으로 공급하는 방법이 수출확대 및 기반 구축에 유리한 마케팅 방법
  
  - 대형 수입업체들의 대부분은 대형유통업체들에 공급하고 있으므로 이러한 업체들과의 거래는 대형 마켓 진출에 유리
  
  - 한국산 배를 먹는 방법으로 신선과일로 먹는 방법 이외에 요리로서 먹는 방법을 개발하여 접근할 경우 수요 확대 및 이미지 제고 효과
    - 요리의 재료, 과일 칵테일 재료, 전식용으로 돼지고기 훈제와 같이 먹는 방법 등 다양한 방법을 개발, 이를 홍보 수단으로 활용
  
  - 현지의 배 시장동향을 면밀하게 파악하고 수입업체들과 긴밀하게 협의하여 적절한 수출 시점(시기별 틈새시장 포함)을 발견하고 중장기 적으로 시장상황을 분석하여 파악하는 등 전략 수립
-

---

#### 4) 광고 및 홍보

- 청과물 전문잡지에 한국 배의 특성을 소개하는 광고 게재.
  - 이를 경우 관련 기사 게재 기회 제공.
- 주요 국가 도매시장의 시장 내 옥외 벽보 광고판 광고개재.
- 현지어로 제작된 안내 책자 발간 배포, 책자에 품종의 특성, 재배기술, 역사, 보관 기술, 시식방법, 식품안전 등 비교적 다양한 기술적인 특성을 소개하고 한국 내 수출업체와 주요 생산 조합 소개 등.

#### 5) 수출자들에 대한 교육

- 유럽 현지의 유통현황, 청과물 품질규범, 계약과 계약관행 등에 대한 체계적인 교육.
    - 유럽연합 신선청과물 품질규범, 신선청과물 유통구조와 최근의 경향.
    - 유럽연합의 품질관리기술과 마케팅기술.
    - 수입업체 및 대형유통업체 등의 거래 관행, 소비자들의 선호도 등.
  - 수출관련 청과물 기술 및 유통관련 교육 기관 해외(국내) 연수 필요.
-



## V. 감귤 - 일본





## 1. 생산현황

### 가. 품목개요

- 명 칭 : 감귤(Mandarins)
- HS No. : 0805-20-000
- 관세율 : 협정세율 17%

### 나. 연도별 생산현황

- 2003년 일본의 감귤 결과수 면적은 53,700ha로 최근 풍년이었던 2001년에 비해 2,600ha(5%) 감소를 나타내고 있음. 이는 노목원의 폐원과 수급조정대책에 의한 계획적인 改植 등이 추진된 것에 따름.
- 생산량은 1,147천톤으로 2001년에 비해 134천톤(10%) 감소했으며, 이는 결과수 면적

#### 〈 연도별 생산현황 〉

연 도	재 배 면 적(ha)	생산량(천톤)	출하량(천톤)
1998	60,600	1,192	1,063
1999	59,700	1,447	1,287
2000	58,400	1,143	1,019
2001	56,300	1,281	1,134
2002	55,000	1,130	996
2003	53,700	1,147	1,014

자료) 농림수산성 통계정보부

이 감소와 계획적인 적과 진행 및 8월하순부터 9월중순에 걸쳐 고온과 일조량 과다로 인한 상처과가 발생했기 때문임. 출하량은 1,014천톤으로 2001년에 비해 120천톤(11%) 감소했음.

- 일본 농림수산성에서 발표(04년산 밀감 개화상황)한 2004년산 감귤 생산전망을 보면 결과수면적이 노목원의 폐원 및 우량품종에의 改植, 高接갱신 등으로 인해 전년에 비해 약간 감소하나 생산량은 전년과 비슷할 것으로 전망함. 이는 전년산에 비해 개화수가 적고 결과수면적이 감소했지만, 계획적인 적과 추진 및 상처과 발생으로 인해 전년도 생산량이 적었기 때문임.
- 품종별 생산량을 보면 하우스감귤이 속하는 조생온주가 682톤으로 약 59%를 차지하고 그 다음이 보통온주가 465 약 40%, 그 외 극조생이 1%를 차지함
- 특히, 하우스감귤은 극조생종인 上野早生에서 6월중순경에 宮川早生으로 전환되어 재배되고 있는 것으로 조사됨.

#### 〈 2003년 품종별 생산현황 〉

품 목	재 배 면 적(ha)	생산량(천톤)	출하량(천톤)
합 계	53,700	1,147	1,014
조생온주	30,400	682	614
하우스감귤	1,200	57	54
극조생감귤	9,160	183	166
보통온주	23,300	465	400

자료) 농림수산성 통계정보부

## 다. 주산지별 생산현황

- 일본에서 감귤 재배면적이 가장 많은 에히메현은 2003년 재배면적이 8,150ha로 2001년 대비 96%를 나타내고 있으며, 생산량도 2001년 대비 93%를 나타냈음.
- 또한, 아래 8개 주산지의 생산량(880천톤)이 전국 생산량의 약 77%를 차지하고 있으며, 출하량의 경우도 약 78%에 달하고 있음.

### 〈 2003년 감귤 주산지별 생산현황 〉

구 분	재배면적 (ha)	생산량 (천톤)	출하량 (천톤)	2001년 대비(%)		
				재배면적	생산량	출하량
계	53,700	1,147	1,014	95	90	89
에히메	8,150	195	178	96	93	93
와카야마	7,640	190	174	101	101	101
시즈오카	5,970	131	114	98	88	87
쿠마모토	4,690	100	90	95	94	94
사가	3,810	83	76	93	82	82
나가사키	3,800	85	76	93	86	87
히로시마	2,920	54	46	96	89	88
후쿠오카	2,310	42	39	90	82	82
기 타	14,410	267	22	-	-	-

자료) 농림수산성 통계정보부

주) 감귤의 경우 생산량 증감이 2년마다 주기적으로 반복되므로 대비는 2년전인 2001년과 비교함.

## 라. 하우스감귤 생산현황

### 1) 연도별 생산현황

- 일본의 하우스감귤의 생산은 매년 감소 추세를 보이고 있는 가운데 2003년도는 재배면적은 1,200ha로 전년에 비해 1.7% 감소했으며, 생산량은 56,700톤으로 전년도(58,000톤)에 비해 2.2% 감소했음

#### 〈 2003년 하우스감귤 연도별 생산현황 〉

연 도	재 배 면 적(ha)	생산량(톤)	출하량(톤)
1999	1,300	63,100	60,000
2000	1,270	62,300	59,500
2001	1,250	61,500	58,600
2002	1,220	58,000	55,000
2003	1,200	56,700	53,800

자료) 농림수산성 통계정보부

#### 〈 2003년 하우스감귤 주산지별 생산현황 〉

구 분	재배면적 (ha)	생산량 (천톤)	출하량 (천톤)	01년 대비(%)		
				재배면적	생산량	출하량
전체(계)	1,200	56,700	53,800	96	92	92
사 가	250	12,100	11,500	101	94	92
아이치	173	8,330	7,830	96	93	93
오이타	117	5,180	4,850	102	92	91
에히메	116	5,480	5,290	93	91	91
기 타	544	25,610	24,330	-	-	-

자료) 농림수산성 통계정보부

- 주요 산지로는 사가현, 아이찌현, 에히메현, 오이타현으로서 이들 4개현이 전체 재배면적의 약 55%를 차지하고 있음.

## 2) 2004년산 하우스감귤 주산지 생산예상

- 2004년산 하우스감귤의 물량은 각 현마다 증감은 다소 있으나 전체로는 전년과 비슷한 수준으로 예상되며, 품질은 전체적으로 소과경향이고 당도는 각 현 모두 높아 상등품이 많아질 것으로 예상되고 있음.
  - 아이치현 : 결과수면적은 105ha, 출하량은 전년을 2% 상회하는 5,150톤을 예상하고 있으며 품종은 「宮川早生」으로 통일되어 있으며, 1월부터 날씨가 좋아 당도는 12도 이상이 될 것으로 예상됨. 첫 출하는 4월1일로 전년보다 1일 빨랐으며 7월 중순이 성출하기로 10월까지 계속 출하될 것으로 예상됨. 고품질 감귤의 요구가 높은 만큼 안정된 가격을 기대하고 있음.
  - 에히메현 : 전년 재배면적은 현 전체에서 116ha였으며, 시장출하량은 전년실적(약 3,500톤)에서 큰 변동은 없을 것으로 예상됨. 출하시기는 4월부터 10월까지이며, 출하시작은 예년과 비슷한 4월 하순부터 시작됨.
  - 사가현 : 결과수면적은 전년과 비슷한 241ha, 생산량은 전년보다 4% 상회하는 11,475톤을 예상. 1월과 2월 좋은 날씨로 당도 및 착색 모두 양호한 편이며 사이즈는 M, S사이즈가 중심. 성출하기는 7월~8월로 예상되며, 주력품종은 「宮川조생」임.
  - 오이타현 : 결과수면적은 전년비 8% 감소한 84ha, 생산량은 3% 감소한 3,999톤을 예상. 고령화와 낮은 가격대의 영향으로 재배 전환이 추진되고 있으며 금년에는 비가 적어 품질은 양호한 편임. 외관도 보기 좋고 당도는 전년을 웃돌고 있으며, 4월부터 출하가 시작됨. 성출하기는 7월하순부터 8월상순으로 예상됨.
  - 미야자키현 : 결과수면적은 전체 31.9ha로 전년비 9% 감소를 나타내고 있으며, 이중

7월에 출하가 시작되는 그린하우스품이 7.45ha로 전년비 6% 감소를 나타내고 있음. 나머지가 가온품으로 4월중순 부터 출하가 시작되었으며, 생산자의 고령화 등으로 재배면적은 매년 감소를 나타내고 있음. 전년도의 생산량은 전체 1,355톤 중 그린하우스가 303톤으로 금년산은 약간 밀돌 것으로 예상됨.

### 마. 일본 감귤 농가의 농업경영수지(2002년산 기준)

- 2002년 감귤 재배농가의 경영수지를 보면 10a당 농업조수익은 418.6천엔이며, 이 중 농업경영비가 23807천엔, 농업소득이 180.6천엔으로 농업소득율이 44.1% 수준임.

#### 〈분석지표 및 농업경영수지〉

농업소득율(%)	단위당 농업소득(엔)	
	가족농업노동1시간당	농업고정자본1,000엔당
43.1	974	195

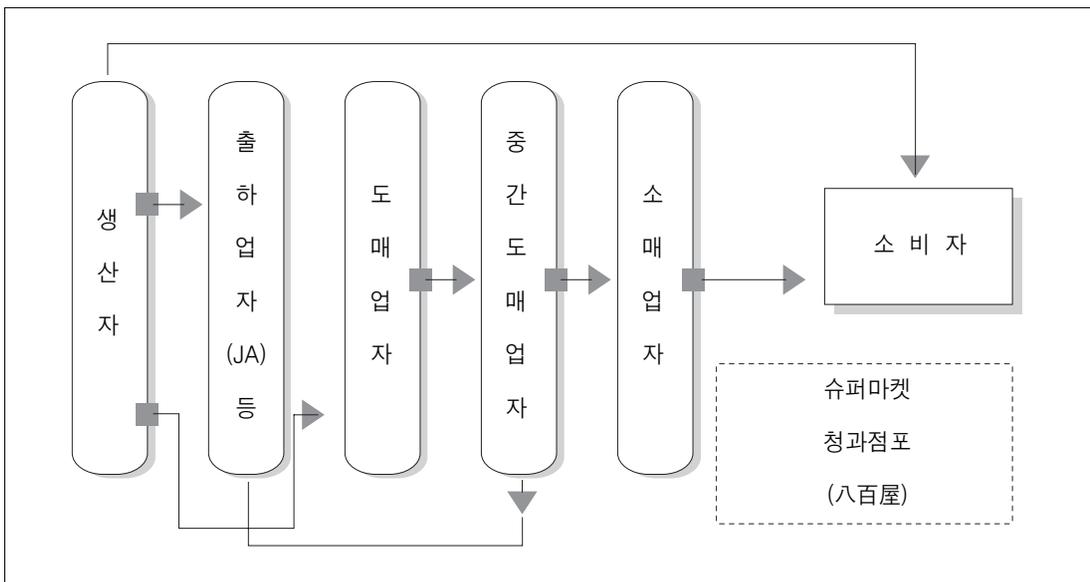
구 분	경영수지(천엔)			생산 개황				
	농업조수익	농업경영비	농업소득	자영농가노동시간	가족	농업고정자본액	식재면적	판매량
	천엔	천엔	천엔	시간	시간	천엔	a	kg
1호당	6,391.1	3,635.4	2,755.7	3,258.22	2,829.67	14,099.5	152.6	41,567
10a당	418.6	238.0	180.6	213.46	185.38	923.7	-	2,723

자료) 농림수산성 통계정보부 「2002년산 야채·과수의 품목별 경영수지(사례)」

## 2. 유통현황

### 가. 유통경로

- 일본의 감귤유통은 크게 3가지로 구분할 수 있으며, 도매시장을 경유하는 것과 출하업자(JA)가 중간도매업자 경유, 통신판매를 통한 산지직거래인 시장외 유통으로 구분됨.
- 감귤은 최근 인터넷을 통한 산지직송 시장규모도 약 7억엔 정도를 시장관계자는 추정하고 있음.



### 나. 유통실태

- 감귤 포장상자는 대부분 10kg, 5kg 골판지상자로 유통되고 있으며, 과일 크기는 5등급(3L, 2L, L, M, S)으로 주로 L, M사이즈가 선호되고 있음.

- 일본산은 감귤 포장시 스테이플러 등을 일체 사용하지 않고 주로 포장재 자체를 버텨식으로 제작해 유통하고 있음



### 다. 감귤의 품종동향

- 감귤 품종은 극조생감귤, 조생감귤, 중생감귤, 만생감귤 등 크게 4종류로 구분할 수 있으며, 중생감귤은 보통온주의 조숙(早熟)계로 연말부터 연초에 유통됨. 만생감귤은 저장된 감귤 2월, 3월에 출하되는 것이 일반적임.

#### 〈 감귤 품종의 구별 〉

구 분	출하시기	주요 품종
극조생감귤	9월10일~10월말	日南1号, 紀宝早生, 森早生, 上野早生, 白浜1号, 高林早生, 石塚早生, 市文早生, 宮本早生, 堂脇早生, 井上早生, 力武早生
조생감귤	10월중순~12월중순	宮川早生, 興津早生, 三保早生
중생감귤	12월중·하순	繁田温州, 橋川温州, 南柑20号, 米沢温州
만생감귤	12월하순~4월말	杉山温州, 青島温州, 寿太郎温州, 金峰, 大津4号, 十万温州, 林温州
네이블오렌지류	4월말	森田네이블, 丹下네이블, 鈴木네이블, 青家네이블, 吉田네이블, 福原오렌지
여름감귤류	1월상순~6월말	川野夏橙, 立花오렌지, 紅甘夏, 甘夏つるみ
킹캉류	11월말~3월	長実金柑, 豆金柑, ニンポウ金柑, 福州金柑
하우스감귤	4월하순~10월상순	극조생종→조생종

자료) 오사카시중앙도매시장 동부시장

- 그러나, 최근에는 하우스감귤 등 멸칭피복, 감귤의 완숙재배 등에 따른 출하시기 지연 등으로 당연히 조생이니까 빠르고 만생이니까 늦다는 개념은 최근 희박해지고 있는 실정임.

## 라. 한국산 감귤 유통실태

- 한국산 감귤은 주로 宮川와 興津품종이 수입되고 있으며, 포장은 5kg 골판지상자에 벌크로 담아서 수입되고 있음.
- 사이즈별 포장 갯수는 S(60개), M(48개), L(40개), 2L(36개) 임.

## 3. 가격동향

### 가. 연도별 가격동향

- 동경도 중앙도매시장의 연도별 감귤류 시장가격을 보면 가장 높은 시세를 보인 1998년도의 kg당 274엔이후 크게 하락하여 등락을 반복하고 있으며, 2003년도는 kg당 203엔으로 1998년 가격의 약 74% 수준에 머물고 있음. 이는 경기불황 등으로 소비가 침체되어 있는데다 열대과일, 주스등의 소비증가로 구매력이 약화되었기 때문임.

#### 〈 동경도 중앙도매시장 감귤류 연도별 거래현황 〉

구 분	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004.8월
물량(톤)	156,051	151,370	153,596	157,090	145,324	129,056	39,491
단가(엔/kg)	274	216	232	208	214	203	273

자료) 청과물유통연보

- 월별 kg당 단가를 살펴보면, 하우스 감귤이 주로 출하되는 시기인 5, 6월에 가장 높게 형성되는 것으로 나타남.

〈 감귤류 연도별/월별 도매수량 및 가격 〉

월별	도매수량(톤)							단가(엔/kg)						
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
1월	23,707	19,068	18,753	17,496	20,401	16,419	18,265	132	90	41	69	52	72	77
2월	15,890	10,463	16,941	9,547	14,443	12,304	12,614	164	285	156	279	164	178	213
3월	5,830	2,507	6,423	2,997	4,590	4,784	3,573	199	295	177	247	174	192	245
4월	511	81	894	253	639	367	392	336	742	259	551	311	479	442
5월	403	329	446	489	560	444	421	1,316	1,367	1,052	1,116	1,042	1,137	1,093
6월	1,041	1,103	1,279	1,250	1,008	1,207	1,014	942	936	843	884	887	804	874
7월	1,985	2,259	2,114	1,965	2,102	1,892	1,577	870	768	746	810	704	727	857
8월	2,036	2,279	2,142	2,029	2,254	1,937	1,636	739	718	733	717	610	705	689
9월	6,324	6,200	5,305	6,017	5,341	4,910		435	380	434	343	378	365	
10월	22,499	22,052	21,593	23,934	22,762	18,508		281	176	180	188	171	191	
11월	28,666	32,426	30,996	37,212	29,837	24,461		270	152	221	146	198	154	
12월	47,159	52,603	46,710	53,900	41,388	41,833		2992	1401	2402	1431	2051	1611	

자료) 일본 중앙도매시장 청과물유통연보

## 나. 품종별 가격동향

- 동경도 중앙도매시장의 감귤의 품종별 월별 가격동향을 살펴보면
- 보통감귤은 5~6월의 가격이 가장 높게 형성되며 이 시기의 가격은 연평균가격보다 약 1.5~2배 높게 형성되고 있음. 또한, 2003년도는 평균가격이 kg당 177엔으로 2002년(213엔)에 비해 17% 하락하고 있음

## 〈 감귤의 품종별 월별 거래량 및 단가 〉

(단위 : 톤, 엔/kg)

구 분		계	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	
보통감귤	2002	수량	61,590	18,921	13,938	4,524	586	14	15	50	61	3	38	322	23,116
		단가	177	147	161	174	187	509	313	85	32	174	136	149	213
	2003	수량	54,525	15,043	11,920	4,733	318	33	13	10	2	6	39	175	22,232
		단가	176	169	174	192	263	459	252	192	213	228	121	153	177
	2004	수량	32,869	16,758	12,198	3,553	336	9	11	3	1	0	0	0	0
		단가	195	172	210	245	226	521	316	228	312	-	-	-	-
조생감귤	2002	수량	47,786	1,479	504	65	2	1	1	5	0	187	1,036	26,252	18,254
		단가	202	220	270	205	201	580	1,060	1,000	775	248	170	206	194
	2003	수량	43,099	1,368	384	48	1	0	0	2	0	69	741	20,911	19,574
		단가	155	214	302	164	134	492	890	876	539	270	190	159	142
	2004	수량	1,953	1,506	416	20	1	8	1	0	0	0	0	0	0
		단가	245	230	293	193	628	523	976	952	-	-	-	-	-
극조생감귤	2002	수량	28,282	1	0	0	0	0	0	0	106	3,316	21,579	3,263	17
		단가	176	86	59	0	121	0	0	0	306	248	169	141	163
	2003	수량	24,110	3	0	3	0	0	0	0	80	3,022	17,603	3,374	26
		단가	182	110	0	95	0	0	0	0	293	206	188	126	98
	2004	수량	47	0	0	0	0	0	0	0	47	0	0	0	0
		단가	296	0	0	0	0	0	0	0	296	-	-	-	-
하우스감귤	2002	수량	7,666	1	0	1	51	545	992	2,048	2,087	1,834	108	0	2
		단가	729	298	0	519	1,749	1,056	895	719	642	628	661	551	273
	2003	수량	7,321	4	0	0	48	411	1,194	1,870	1,855	1,813	126	1	0
		단가	749	230	0	525	1,929	1,192	810	730	724	633	659	425	491
	2004	수량	4,622	0	0	0	55	404	1,002	1,574	1,588	0	0	0	0
		단가	842	0	0	0	1,766	1,118	880	858	701	-	-	-	-

자료) 청과물유통연보

- 조생감귤은 6~7월이 가장 높게 형성됨. 2003년의 경우는 kg당 142엔으로 2002년에 비해 26% 하락함
  - 극조생감귤은 8~9월 가격이 가장 높으며 2003년은 kg당 89엔으로 2002년(163엔)에 비해 40% 하락함
- 한국산 주 수출품목인 하우스감귤은 한국산 평균가격이 kg당 2002년 403엔, 2003년 500엔으로 일본산 가격의 약 55~67% 수준에 머물고 있는 것으로 나타남.

〈 동경도 중앙도매시장 하우스감귤 가격동향 〉

(단위 : 엔/kg, %)

구 분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	평균	
2002	일본산	298	-	519	1,749	1,056	895	719	642	628	661	551	273	729
	한국산	-	-	-	-	608	536	390	296	-	-	-	-	403
	대비%	-	-	-	-	57.6	59.9	54.2	46.1	-	-	-	-	55.3
2003	일본산	230	-	525	1,929	1,192	810	730	724	633	659	425	491	749
	한국산	-	-	-	-	-	511	-	72	-	-	-	-	500
	대비%	-	-	-	-	-	63.1	-	9.9	-	-	-	-	66.7

자료) 일본 중앙도매시장 청과물유통연보

#### 4. 소비현황

- 감귤은 오렌지에 비해 먹기 편하며, 풍부한 과즙과 감미성 등으로 사과와 함께 일본인에게 가장 일반적인 과일로서 소비가 정착되어 있으나 식생활의 다양화, 생식 수요의 감소 경향, 가공된 수입과즙으로의 수요이동 등으로 소비가 매년 감소하고 있는 추세임.

- 한편, 이러한 소비 감소에 반해 소비의 질은 높아지고 있어 이에 부응한 고당도 계통의 품질개발이 지속적으로 이뤄지고 있으며, 또한 시장에서도 상품의 질에 따라서 가격차가 심하게 나타나고 있음.
- 일반적인 소비형태는 대부분이 생식용(약 90%)으로 소비되고 있으며 나머지는 과즙음료 등 가공용으로 이용되고 있음. 슈퍼나 일반 소매점에서는 주로 소포장 상태로 판매하고 있음.

〈 1세대당 월별 감귤 구입량 및 지출금액 〉

	구분	1991	1995	2000	2001	2002	2003
신선과실	소비액(엔)	53,646	47,466	42,519	41,932	41,092	32,587
	소비량(kg)	115.4	108.4	102.7	102.4	106.6	96.7
감귤	소비액(엔)	9,334	7,810	6,186	6,232	5,774	5,109
	소비량(kg)	25.1	21.4	19.2	20.4	20.0	17.7

자료) 총무성 가계조사연보

〈 1세대당 월별 감귤 구입량 및 지출금액 〉

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	
2003	수량(g)	2,521	1,752	727	113	80	196	192	278	410	2,015	3,225	5,755
	금액(엔)	672	446	214	51	56	141	192	238	245	618	802	1,433
2002	수량(g)	2,929	2,058	858	213	127	112	249	286	528	2,664	3,675	6,040
	금액(엔)	729	484	211	57	59	103	230	236	319	790	953	1,603

자료) 총무성 가계조사연보

- 1세대당 연간 소비량을 보면 1986년 34kg을 정점으로 매년 감소하여 1991년 25kg, 2002년 20kg, 2003년 17kg로 소비가 지속 감소하고 있는 추세임.
- 1세대당 월별 구입량을 보면, 10월 ~익년1월이 가장 구매가 많은 달로 나타났으며, 특히, 12월의 경우는 연간 구매량의 약 30%이상을 차지하고 있음.
- 한편, 지역별 소비를 보면 2003년의 경우는 동경·요코하마, 오사카·고베지역, 나고야·교토지역 등 대도시 지역 모두가 전국 평균치를 밑도는 것으로 나타남.

〈 감귤의 연도별, 지역별 1인당 소비량 〉

단위 : g

지 역	1990	1995	2000	2001	2002	2003
전국평균	7,807	6,273	5,912	7,580	6,521	5,176
동경·요코하마지역	6,267	5,527	6,300	6,754	5,439	5,511
나고야·교토지역	5,937	8,057	5,781	5,626	7,139	5,380
오사카·고베지역	6,350	6,263	5,210	6,544	5,358	4,721

자료) 총무성 통계국 가계조사연보

## 5.수출입동향

### 가. 수출동향

- 일본의 감귤 수출은 연간 5천톤내외로 세계 13여개국으로 수출되고 있음.
- 주 수출국으로는 캐나다로서 전체의 90%이상 수출되고 있으며, 그 외 미국, 홍콩, 괌, 싱가포르 등으로 수출되고 있음.

- 2003년도의 경우 5,346톤으로 2002년의 5,060톤에 비해 286톤 증가했으나 수출이 가장 많았던 2001년(5,358톤)에 비해서는 다소 감소하고 있음.
- 감귤의 수출가격은 전체 평균 kg당 100엔 내외이며, 수출국별로 다소 차이를 보이고 있는 가운데 2003년도는 kg당 98엔으로 2002년에 비해 7엔정도 하락함.
  - 수출단가 : (1999) 113엔/kg ⇒ (2000) 102 ⇒ (2001) 100 ⇒ (2002) 105 ⇒ (2003) 98

〈 감귤 연도별 수출현황 〉

단위 : 톤, 백만엔, 엔/kg

국 명	1999			2000			2001			2002			2003			2004.8월		
	수량	금액	단가	수량	금액	단가												
계	4519	511	113	4760	484	102	5358	538	100	5060	533	105	5346	526	98	51	17	339
캐나다	3915	370	95	4325	393	91	4728	416	88	4763	470	99	4889	445	91			
미국	343	76	221	107	21	193	292	51	175				276	40	145			
홍콩	75	14	186	64	11	175	91	16	172	138	23	164	98	16	167	30	7	223
괌	21	7	321	19	5	287	27	8	297	28	8	287	36	10	275	5	1	306
대만	2	1	314							13	4	279	11	7	577	10	8	747
싱가포르	19	4	227	24	6	236	16	3	211	39	9	244	26	6	234	4	1	251
마리아나	22	5	248	27	7	266	25	7	275	15	5	307	8	3	304			
북한	114	33	291	127	29	231	107	26	247	56	13	226	2	1	331	2	0.4	193
한국							29	1	23									
말레이시아	8	1	71	5	1	186	5	0	71	3	0.2	80						
인도네시아							0.4	0.3	815									
영국							7	2	341									
뉴질랜드				62	11	178	31	6	204	6	1	214						

자료 : 재무성 무역통계

## 나. 수입동향

### 1) 연도별 수입동향

- 일본의 감귤 수입량은 연간 1만톤 내외이며 가장 수입이 많았던 해는 2001년으로서 1만 2천톤에 이르고 있음. 그러나, 2004년의 경우 8월말 현재 주 수입국인 미국으로부터의 수입 급증으로 예년에 비해 크게 증가할 것으로 보임.
- 2003년 수입물량을 보면, 미국산은 6,477톤으로 전체 물량대비 약 67%를 차지하고 있으며, 매년 증가를 나타내고 있음. 기타 칠레산 1,096(11%), 호주산 1,010(11%), 뉴질랜드 885톤(9%), 한국산은 135톤(1%) 순으로 수입되고 있으며, 최근 대만에서도 약간 수입되고 있음.
- 2003년 평균 수입단가는 147엔으로 전년(160엔) 대비 8.1% 하락한 것으로 나타났음. 전반적으로 미국산(119엔), 칠레산(128엔) 호주산(138엔) 등이 가장 낮은 가격으로 수입되고 있으며, 일본산의 단경기인 5월과 6월에 주로 수입되고 있는 한국산(315엔) 뉴질랜드산(350엔)으로 가장 높게 수입되고 있는 것으로 나타났음.

### 2) 월별 수입현황

- 감귤의 월별 수입량 추이를 살펴보면, 가장 수입이 많은 시기는 3~6월이며, 가장 적은 시기는 11~1월임.
- 주요 수입국가로는 1월은 한국, 미국산이 주로 수입되며, 2~4월은 미국산, 5월은 뉴질랜드, 미국산, 6~7월에는 칠레산, 8~10월에는 호주산, 12월에는 대만산이 가장 수입이 많은 것으로 나타남



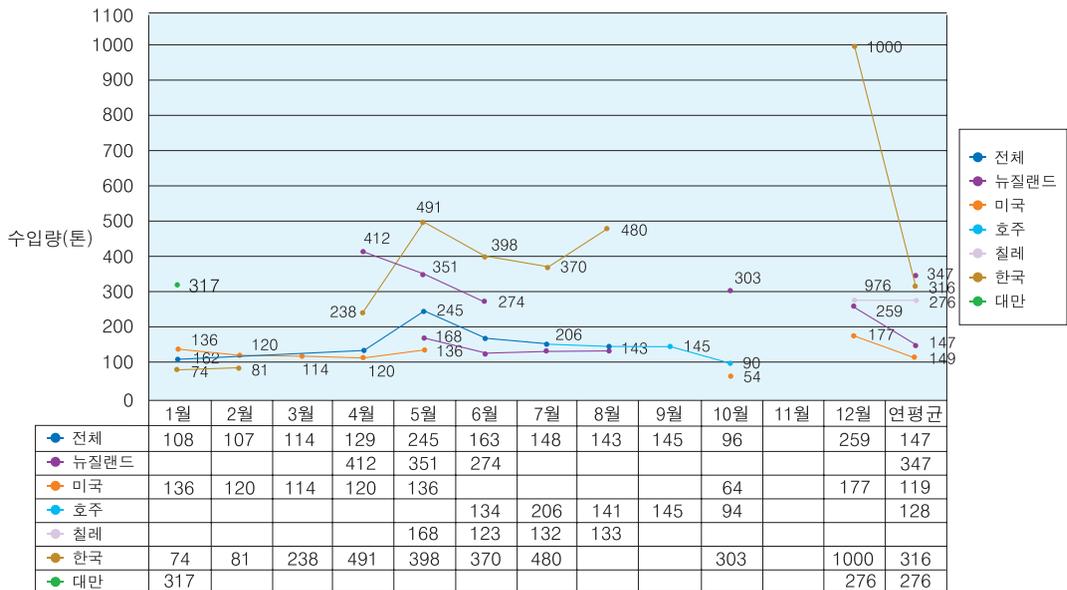
### 3) 수입단가 추이

〈 월별 수입단가 추이 〉

(단위 : 엔/kg)

연도	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	평균	
2001	전체	87	106	134	152	327	257	205	190	151	131	327	257	171
2001	한국	86	88	233	570	545	427	339	324	339	360	545	427	197
2002	전체	145	156	143	144	317	194	132	135	135	128	131	189	160
2002	한국	108	125	297	307	596	406	323	267	380	-	-	84	266
2003	전체	108	117	114	129	245	163	148	143	145	96	-	259	146
2003	한국	74	81	-	238	491	398	370	480	-	303	-	1,000	316

자료) 재무성 무역통계



- 감귤 수입단가는 전반적으로 하락추세에 있음. 반면, 한국산 수입단가는 매년 상승하는 것으로 나타났으나 이는 국내가격 상승 및 수출채산성 악화 등으로 수출물량이 크게 감소한 것에 기인함
  - 전체 단가 : (2001) 171 ⇒ (2002) 160 ⇒ (2003) 146 (전년대비 8.7% 하락)
  - 한국산 단가 : (2001) 197 ⇒ (2002) 266 ⇒ (2003) 316 (전년대비 18.8% 상승)
- 수입국별로는 일본산 생산이 적은 시기 4~8월에 주로 수입되는 뉴질랜드, 한국산의 수입단가가 kg당 274엔~491엔으로 가장 높게 형성되고 있음.

## 6. 수입통관제도

### 가. 수입관세율

- HS번호품 명세율(2004년)기 본협정(WT O)0805.20.000

HS번호	품 명	세율(2004년)	
		기 본	협 정(WTO)
0808.20.000	밀감(신선/냉장)	20%	17%

### 나. 검역제도

#### 1) 식물검역법 관련

- 감귤류는 식물방역법에 따라 나방류, 응애 등 주요 병해충이 없으면 무난히 수입이 가능하나 잔류농약이 문제되는 경우가 있으므로 주의가 필요함

- 감귤은 주로 꼭지부분에 병충해가 기생하고 있으므로 선적전에 주의가 요구됨
- 수입검사절차는 식물수입검사신청서에 수출국의 식물검역기관이 발행하는 식물검역증명서 등의 관계서류를 첨부하여 식물방역소에 검사신청을 함
- 검사결과 병해충 등이 확인되는 경우 훈증, 소독 등의 조치를 취함
- 훈증 등의 조치는 수입한 항구의 지역에 소재하는 지정 훈증창고에서 전문 방제업자에 의해 실시되고 비용은 수입자가 부담하며, 훈증시간은 병해충의 종류에 따라 다르나 청산훈증은 30분, 취화메칠훈증은 3시간 정도 걸림

## 2) 식품위생법 관련

- 후생성검역소 수입식품 감시담당에 「식품등수입신고서」를 제출하고 심사, 검사후 식품위생법상 문제가 없으면 신고서에 신고 필인을 찍어줌
- 농약잔류기준이 정해져 있으며 첨가물 사용은 금지되어 있음

## 나. 잔류농약

### 1) 감귤의 잔류농약 기준치

BHC	0.2ppm	2,4,5-T	不檢出	이브로지온	10ppm
DCIP	0.2ppm	아세헥트	5.0ppm	이미벤코너졸	1ppm
DDT	0.2ppm	아미토라즈	0.5ppm	에치오헨칼르브	5.0ppm
EPN	0.1ppm	아미토롤	不檢出	에토헤블록스	2ppm

에도림호스	0.2ppm	시브르토린	0.5ppm	비리웨룩스	2.0ppm
엔도린	不檢出	지브르펜즈론	1.0ppm	비리미카브	0.05ppm
오키사밀	3.0ppm	시헤키사친	不檢出	비리미호스메칠	0.10ppm
가부타홀	不檢出	시베르메토린	2.0ppm	비레토린	1ppm
칼파릴	1.0ppm	지메도에트	1.0ppm	웨이나리몰	1.0ppm
기널호스	0.02ppm	臭素	30ppm	웨이도로치온	0.2ppm
기노누치오넷	0.5ppm	세토키시짐	1.0ppm	웨이노브카르브	0.3ppm
구리오사트	0.5ppm	다미노지드	不檢出	웨이트에트	0.1ppm
굴호시넷	0.30ppm	치오메트린	0.02ppm	웨이바레렛	0.20ppm
구로웨이덴진	1.0ppm	덜도린	不檢出	웨이비로키시멧	0.5ppm
구롤피리호스	0.3ppm	치브웨이빠라도	0.1ppm	웨이홀이미드	5ppm
구롤웨이핀호스	0.1ppm	테레후탈酸銅	5ppm	웨이시도리넷	0.10ppm
구롤후루아즈론	2.0ppm	도라로메토린	0.5ppm	웨이홀도라닐	5.0ppm
알도린	不檢出	토리쿠물혼	0.10ppm	웨이홀바리넷	0.5ppm
에도키사줄	1ppm	토리후르미줄	2.0ppm	웨이브로치오호스	0.05ppm
프로피코나줄	0.05ppm	돌쿠로호스메칠	0.1ppm	웨이벨메트린	0.5ppm
피오레스메토린	0.1ppm	바쿠로브도라줄	0.5ppm	웨이마라치온	0.5ppm
시프로지닐	0.1ppm	루웨이누론	0.3ppm	웨이마레인酸히도라지도	40ppm
피리메타닐	0.5ppm	웨이렌디메타린	0.05ppm	웨이메브로닐	2.0ppm
구롤브로함	0.05ppm	프로시미돈	1ppm	웨이레니실	0.3ppm
구롤벤진넷	5.0ppm	웨이홀아지홉프	0.1ppm	웨이웨이헤키사미도	0.5ppm
酸化웨이브타스즈	0.5ppm	웨이쿠레스키섬메틸	2ppm	웨이웨이프프로파토린	0.5ppm
웨이트웨이카르브	5.0ppm	웨이스피노사도	0.3ppm	웨이후라자슬후론	0.1ppm
웨이쿠로홀아니도	15ppm	웨이바라치온	0.3ppm	웨이차웨이치우론	0.3ppm
웨이쿠롤포스	0.1ppm	웨이바라치온메칠	0.2ppm	웨이지홀웨이니칸	0.02ppm
웨이코홀	3.0ppm	웨이할웨이블룩스	0.05ppm	웨이피라홀웨이에틸	0.1ppm
웨이하로토린	0.5ppm	웨이비리다벤	0.2ppm	웨이타이빠실	0.1ppm

## 7. 한국산 수출확대방안

### 가. 시장여건

- 일본에서 감귤은 오렌지에 비해 먹기 편하고 풍부한 과즙과 감미성으로 일본인의 가장 일반적인 과일로 정착되어 왔으나 식생활의 다양화에 따른 생식 수요 감소 및 경기침체 등으로 매년 소비가 감소하고 있는 실정임.
  - 감귤 소비추이 : (1995) 21.4kg ⇒ (2001) 20.4 ⇒ (2003) 17.7(2001년대비 13.2% 減)
- 또한, 감귤 재배농가의 고령화에 따른 재배면적 감소로 생산량도 매년 감소 추세임
  - 생산량 추이 : (1999) 1,447천톤 ⇒ (2001) 1,281 ⇒ (2003) 1,147 (2001년대비 10.4% 減)

### 나. 수출확대방안

#### 1) 출하시기 조절을 통한 일본의 단경기 집중 공략

- 한국산은 하우스감귤의 출하시기를 앞당겨 일본의 감귤 출하가 적은 단경기(4~8월)에 출하시, 경쟁력이 있는 것으로 조사됨. 이를 위하여 조기 가온 등으로 출하시기를 앞당긴 집중적 공략 필요

#### 2) 철저한 선별 및 당도 안정을 통한 신뢰도 확보

- 한국산은 여전히 선별 및 당도 등이 불안정한 요소로 꼽고 있음.
    - 시장측에서는 품질을 상·중·하로 나누어 표시해야 하나 상·하품이 섞여져 있어 상
-

---

대적으로 하품 가격으로 거래되는 경우가 많다고 설명하고 있음.

- 또한, 일본산 하우스감귤의 당도는 11.5Brix~13Brix 수준이나 한국산은 9Brix 이하의 상품도 있다고 지적하고 있으며, 산미도 0.8 정도가 가장 적당한 것으로 조사됨. 산미가 너무 적어도 곰팡이가 피는 요인이 됨.

### 3) 수확 후 관리 및 유통 철저

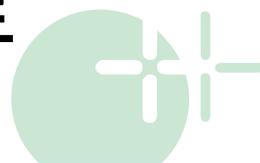
- 한국산은 포장상자의 개선등을 좋아지고 있으나 수확 후의 관리가 미흡
  - 특히, 감귤 꼭지는 2회 이상 잘라야하나 그대로 유통되고 있어 출하시에는 보이지 않지만 2~3일 경과되면 수확 후 꼭지상처가 나타나 상처과가 되고 있다고 함.

### 4) 코스트 절감 노력을 통한 수출경쟁력 확보

- 일본의 경기침체 등으로 감귤 시세가 하락하고 있는 실정으로 감귤의 유통비용 및 생산원가 절감 노력을 통한 경쟁력 확보가 필요
-



## VI. 단감 - 싱가포르





---

## 1. 품목 분류 현황

### 가. 품목 분류

- 품목분류(Code No.) - 08109090(Other Fruit Fresh)
  - 단감에 대한 별도의 품목분류는 없으며, 기타 과일로 통합 분류되고 있으나, 한국·일본·이스라엘·호주, 뉴질랜드, 남아공에서 수입되는 기타과일은 단감으로 추정됨
- 싱가포르는 열대지방에 속해있어 온대성 작물인 배가 전혀 생산되고 있지 않고 있으며 소비되는 전량을 수입에 의존하고 있음. 현지소비 과일류중에서는 주로 젊은소비자층에게 인기가 있으며 상류층소비자들이 기호식품으로 선호하고 있음.

### 나. 관세 제도

- 싱가포르는 자유무역을 표방하고 있는 관계로, 관세는 부과되지 않으며, 소비세(GST) 5%가 단감 수입시 부과되며 소비세는 싱가포르 영외로 재수출시 환급받을수 있으며, 기타 비관세장벽, 쿼터 등 무역장벽은 없음.

## 2. 수입검사 및 통관제도

### 가. 수입절차

- 싱가포르 기업으로 ACRA(Accounting and Corporate Regulatory Authority)에 사업자 등록신청 및 CR할당번호(Central Registration Number) 신청
-

- 관세 및 소비세납부를 위해 세관(SC: Singapore Customs)에 등록신청
- 수출입절차를 수행할 TradeNet System 이용을 위해서 Crimsonlogic Pte Ltd에 등록신청 ([www.tradenet.gov.sg](http://www.tradenet.gov.sg))
- 품목별로 수입허가 및 등록을 위해 해당 정부기관에 인허가 신청
  - 동물, 식물, 농수산물 및 식품류 : AVA (Agri-Food and Veterinary Authority)
  - 쌀 : IE Singapore (International Enterprise Singapore)
  - 보건식품 및 의약품 등 : HAS (Health Science Authority)
- TradeNet System을 통해서 수입신청 → 수입허가서 출력

## 나. 통관제도

- 모든 통관절차가 전산시스템을 통하여 이루어지기 때문에, 일부 수입제한 품목 등 특별한 경우를 제외하고는 별도의 구비서류가 필요 없으며, 통관 수속시 관련 승인번호만 통보함으로써 수속이 신속하게 이루어지고 있음.
  - PSA의 컴퓨터 시스템을 이용하여, 싱가포르세관은 수입 화물이 도착하기 전에 이미 수입품목에 대한 통관처리를 종료하고, 수입자에게 물품 인수를 통보하게 됨에 따라 수입 물품 도착전 통관절차 종료.
  - 통관업무 흐름도
    - 물품 도착 통보 (세관 → 수입자)
    - TradeNet System(EDI)을 통하여 통관 승인 신청(수입자 → 세관)
    - 통관 승인번호 접수 (세관 → 수입자)
-

- 물품 수령
  - 수입검사
  - 통관완료
- 소요 시간
    - 특별한 사유가 없는 한, 수입검사 및 통관수속 완료까지 30분정도 소요
  - 통관 유의사항
    - 통관 수속이 간편하기 때문에 통관만의 별도 대행법인은 없으며, 모든 운송업체 (Forwarding Company)가 통관업무를 대행하고 있음
    - 싱가포르는 무역업무의 활성화를 위하여, 통관수속 및 수입검사가 요식행위처럼 매우 간편하게 이루어지고 있으나, 수입검사는 무작위 샘플 사후검사로 실시되고 있으며 정밀검사를 하는 경우도 있음. 또한 경미한 사항이라 하더라도 법규 위반에 따른 처벌이 매우 엄격함

## 다. 수입검사

- 통관 여부 및 관세 등은 전산시스템을 통해 이미 관정이 되어 있으므로, 세관에서의 검사는 Invoice상의 품목과 실제 통관대상 품목과의 일치성 여부만을 간략히 검사하고 있고 실제로는 검사를 생략하는 경우가 대부분임.
- 일부 수입제한 품목의 경우에는 사전 샘플링검사 또는 세관 통관 후 판매 전에 해당기관에서 별도의 검사를 수행하고 있기 때문에, 순수한 통관을 위한 검사는 매우 간단하게 수행되고 있음
- 농수산물의 경우 수입 관련서류 및 규정이 별도로 관리되고 있으며 육류, 수산물, 과일

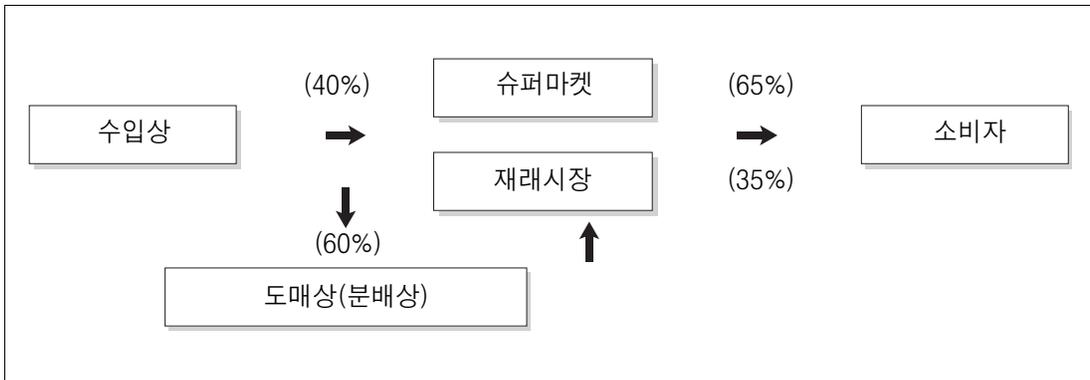
및 채소류는 다음과 같은 수입승인 및 검사 규정을 운영하고 있음.

- 담당기관 : AVA의 수입관리부(Ava'S Import Control Section: Ics), AVA의 Veterinary Public Health & Food Suply Division
  - 수입면허는 AVA의 ICS로부터 받아야 하며, 연간 육류와 수산물제품은 84.00S\$, 신선과일과 채소류는 378.00S\$의 면허비용을 납부해야 함.
  - 육류 및 육류제품 수입허가
    - 수입허가비용 : 냉동,냉장 및 가공제품 : 100kg당 4.20S\$ / 캔제품: 화물당 77.00S\$
  - 모든 수입되는 신선과일과 채소는 식물관리법(The Control of Plants 20조)에서 규정하고 있는 농약성분이 일정량이상 포함되지 않아야 하며 여기에서 규정하지 않는 농약성분이 없어야 함.
  - GMO 채소 및 과일을 AVA의 특별검역을 통과해야 함.(식물관리법은 식품규정 10번째 수정계획에 의한 잔류농약기준을 사용)
- 싱가포르에서 식품의 판매와 수입은 식품판매법(THE SALE OF FOOD ACT)과 식품규정(FOOD REGULATIONS)에 의해 관리되고 있음. 모든 음·식료품 그리고 첨가물을 포함하는 식용의 농수산물은 싱가포르에서 제조된 것이든 수입된 것이든 관계없이 식품공전에 규정된 식품표준과 라벨링 방법을 준수해야 하며 식품에 대한 검사는 무작위 샘플검사를 원칙으로 하고 유통단계에서 실시함.

### 3. 유통 현황

#### 가. 유통 실태

- 단감 유통경로는 수입상→도매상→슈퍼마켓/재래시장→소비자가 일반적이 나, 일부 수입상의 경우, 도매상을 경유하지 않고 직접 유통경로를 이용하기도 함



- 2004년 5월부터 최초로 싱가포르 NTUC FairPrice 슈퍼마켓에서 남아공산 단감(샤론품종)을 직수입하여 판매하고 있으며, 역으로 도매상에게도 공급하고 있음.

- 매년 기타과일 수입물량 23천여톤 중 단감은 호주, 뉴질랜드, 이스라엘, 한국, 일본, 남아공(남아공은 2004년부터 수입)에서만 수입되고 있으며, 이들 국가로부 수입되는 기타과일중 12%가 단감으로 추정되어 매년 단감이 약 3천여톤을 수입하고 있는 것으로 파악되고 있음
- 싱가포르는 동남아시아의 무역중계항으로, 수입되는 단감의 20% 정도는 말레이시아, 브루나이 등 제3국으로 재수출되고 있기 때문에, 총 수입물량 톤중 실제 국내 소비물량은 2천4백여톤으로 추정됨

※ 인도네시아로의 재수출은 대부분 밀거래로 유통되기 때문에, 양국간의 외교분쟁을 방지하기 위하여, 공식적으로 통계에 집계되지 아니하고 있음

- 매년 4월부터 7월에는 남반구산인 뉴질랜드산 단감이 수입되며, 이스라엘산은 10월부터 익년 3월까지, 한국산은 10월부터 익년 1월초까지 수입되고 있기 때문에, 한국산 조

생종 차량 및 부유품종 단감과 경쟁이 되는 것은 생산시기가 비슷한 이스라엘산 “샤론” 품종임. 2003년 하반기 중국산 단감이 수입되기 시작하였으며 2004년부터는 품질개선에 따른 가격경쟁이 예상되고 있음.

- 수입되는 단감은 대부분 부유 품종이나, 아삭아삭한 맛을 가지고 있는 한국산이 이곳 소비자들에게 큰 인기가 있음. 또한 조생종인 차량이 10월중순이후 한달여간 부유품종이 출하되기전에 수출되고 있음.
- 한국, 뉴질랜드, 호주산 단감은 모두 D/P 또는 현금 지급등 방식으로 수입되고 있으나, 이스라엘산 단감은 Consignment Base(위탁판매형태)로 수입되어, 수입회사는 판매후 1~2개월 이후에 10%의 마진을 공제하고 대금을 송금하는 방식으로 수출을 장려하고 있으며 싱가포르에 독점 에이전트를 2-3개업체로 제한하여 수출하고 있음.
- 뉴질랜드, 호주, 이스라엘, 남아공의 단감 생산자조합 또는 수출회사들은 자국산 단감의 인지도 향상을 위하여, 현지 신문 또는 잡지에 광고를 게재하기도 하며, 고유 브랜드가 인쇄된 스티커를 수출단계에서 개별과일에 모두 부착함으로써 브랜드화를 통한 소비기반 구축을 위하여 노력하고 있음

## 나. 가격 동향

- 싱가포르는 파시르판장 도매시장 (Pasir panjang Wholesale centre)이라는 유일한 농산물 도매시장이 운영되고 있으나, 한국과 같은 농산물경매·상장·청과법인 등과 같은 거래형태는 존재하지 않음.
- 싱가포르는 비 농업국가로서 소비되는 대부분의 농산물을 수입에 의존하고 있기 때문에 전문수입상인이 해외에서 필요한 물품을 수입하고 있으며, 수입 후 도매상 또는 소매상,

슈퍼마켓 등에 직접 납품 및 판매하는 방식으로 유통되고 있음. 판매방식은 수의매매 또는 일대일 흥정에 따라 결정됨에 따라 공식적으로 통용되는 도소매가격이 없음.

- 도매시장은 싱가포르 정부기관인 Housing & Development Board(주택공사)가 설립 및 소유하고 있으나, 개인사업자에게 모든 상점을 임대하는 방식으로 운영하고 있으며, 청소·건물 유지보수관리를 제외한 일체의 사업에 대해서는 간여하지 않고 있음에 따라, 매출액·거래품목에 대한 통계자료가 존재하지 않음.
- 뉴질랜드 단감은 S\$1.95~2.00/개당, 호주산 1.50~1.95/개당, 남아공산은 1.30S\$/개당, 한국산은 S\$6.50~6.30/2kg, S\$1.95/3개당, S\$2.00/5개당(재래시장), 이스라엘단감은 S\$4.20~4.95/상자당(약1kg, 9-10개포장)에 소매되고 있음.

## 다. 포장 형태

- 싱가포르 식품위생법(Food Regulation Part)에 따르면, 모든 수입 가공식품은 라벨을 부착하여야되며 라벨은 영문으로 작성되며, 제품명, 성분, 유효기간, 중량, 원산지표시, 수입자명 등이 필히 기재되어야하나, 신선농산물인 과일의 경우에는 라벨링 법규를 적용하지 않기 때문에 과일 자체 및 포장상자에 별도의 라벨을 부착할 필요가 없음.
  - 대부분 수출품은 대포장에 수출되어 벌크형태로 소매점에서 판매되고 있음. 그러나 최근에는 각각의 상품에 스티커를 부착할 수 있도록 수출업체에서 자체제작한 상표 또는 고유지명등을 인쇄하여 포장상자에 삽입하여 소매단계에서 부착하여 판매할 수 있도록 하고 있으며 취급부주의 등을 방지하고 소비자의 구매의욕을 돋우고 있음.
  - 관행적으로 제품명, 원산지, 생산자, 품종, 등급, 속포장재질 등을 표시
- 포장상자에 대한 법적 규제나 제한사항이 없으나 대부분 10kg단보루 상자, 1kg, 2kg 소포장상자를 수출포장으로 이용하고 있음.

- 한국산 단감은 대부분 10kg 단보루상자를 수출포장으로 이용하여, 3단 적재후 비닐로 전체를 봉합하는 방식을 이용하고 있으나, 2kg 소포장 박스를 이용하여 소매판매 단위로 수출되는 사례도 늘고 있음.
- 뉴질랜드산 포장상자는 4kg 트레이 상자에 1단 적재방식 이용하며, 전체를 진공 포장하여 신선도와 유통기한을 연장하고 있음.
- 이스라엘산 포장상자는 0.9 ~ 1.2kg 소포장< 패밀리팩으로 중량과 같이 개수를 단위로 표시하여 9-10개를 포장 >
  - 상자에 9개~10개를 1단으로 적재하는 방식을 사용함으로써, 개수로 판매하지 않고, 소포장 전체를 판매할 수 있기 때문에 소비량이 상대적으로 많고 소매업체에서 선호하고 있음.
  - 2002년 1.5kg에서 이제는 1.2kg이하로 소형화 추세
- 남아프리카 공화국 샤론단감은 2004년 싱가포르에 처음으로 수출되었으며, 2kg 소포장을 이용하고 있음.
  - ※ 뉴질랜드산 부유단감 포장 정보(과거 일본산 수출포장을 벤치마킹)
- 단보루상자 내부에 과일의 운송시 마찰을 방지하기 위하여 난자를 1단만 깔고, 단감의 중량에 따라, 14과 ~ 16과를 4열로 난자의 형태에 따라 배열
- 단감이 놓여져 있는 난자와 함께 비닐 포장을 한 후, 비닐 내부에 gas를 주입하여, 장기 보관 가능하도록 단감의 호흡을 중지시킴(CA백이라고 함)에 따라
- 품질유지가 장기간 가능하며, 비닐 포장을 개봉하기 전에는 반드시 0℃의 냉장창고에서 보관해야되며 (수입후 1~2개월 보관가능), 슈퍼에서 판매를 위하여 비닐을 개봉한 뒤에는 시원한 곳에서 보관하고(7일~10일 보관 가능), 시원한 곳에서 2일 이상 보관하게되면, 뚝은 맛이 없어지면서 당도가 높아지는 특성을 가지고 있음
- 단보루 상자에 상판 덮개를 씌워서 운송함에 따라 압상 방지.

## 4. 소비동향

### 가. 소비 실태

- 까루프, 자이언트등 대형 할인매장, 대형 슈퍼체인인 NTUC Fair Price, Cold Storage, Shop & Save에서는 과일류 전용판매부스에서 다른 품목과 함께 진열·판매하고 있으며, 현지 백화점 및 재래시장에서도 단감을 판매하고 있는 등 단감의 판매가 매우 일반화 되어 있으며, 어디에서나 구입이 가능함.
- 한국산 단감이 수출되지 않았던 1997년 이전에는 하절기에는 뉴질랜드산 단감이, 동절기에는 이스라엘산과 일본산 단감이 시장을 장악하고 있었으나 한국산 단감의 시장개척이 성공한 1998년 이후부터는 한국산의 소비가 매년 급신장하였으나 이스라엘산의 공격적인 시장개척과 한국산 품질저하로 한국산은 고급품으로서가 아니라 해년마다 품질에 문제가 있는 상품으로 인식되고 있어 이의 개선이 시급한 과제로 대두되고 있음.
- 맛에서는 싱가포르인들은 아삭아삭한 독특한 맛을 지니고 있는 한국산 부유단감을 가장 선호하고 있으며, 그 다음으로는 외관상의 모양은 다소 한국산에 뒤지나 당도가 매우 높으면서 장기보관이 가능한 이스라엘산 부유단감의 선호도가 높음. 뉴질랜드산은 당도가 낮고 가격이 비싼 관계로 매년 소비량이 감소되고 있으나 전량 항공운송으로 신선도를 유지하고 있음.
- 매년 4월부터 8월까지(실제수출은 6월말 7월초에 종료되고 이후 수입상 저온창고에 장기보관)는 뉴질랜드산 단감이 소비되고, 10월부터 12월까지는 한국산 단감이, 10월부터 익년 2월까지의 이스라엘산 단감이 주로 소비되는 계절적 특징을 가지고 있음.

- 최근래에는 한국산과의 경쟁을 염두에 두고 있는 이스라엘이 자국산 단감 소비확대를 위하여, 현지 과일수입상 초청사업을 대대적으로 전개하고 있으며, 현지수퍼마켓에 수퍼 자체브랜드로 2003년부터는 공급하여 판매하는 전략을 추진하였고 이를 계기로 말레이시아 독점공급에이전트를 싱가포르정부기업인 Singapore Food Industries에 부여하고 있음. 현재 이스라엘은 샤론단감 수입자를 3개업체 이내로 지정하여 운영하고 있으며 말레이시아등 회교권 국가에는 직수출이 막혀있어 싱가포르를 활용하여 동남아 시장을 개척하고 있음.

## 나. 소비 패턴

- 유통경로에서 볼 수 있는 것처럼 현대화된 유통시설인 슈퍼체인, 백화점에서 소비 되는 물량이 65%이며, 재래시장을 통하여 소비되는 물량이 35%로 추정됨
- 열대지방으로 연중 무더운 날씨가 계속되기 때문에, 계절에 따른 소비물량 변화는 거의 없는 반면, 한국산 및 이스라엘산 단감의 주수출시기인 10월부터 익년 1월까지 80% 이상 소비되는 계절적 특성을 가지고 있음.
- 연중 총 소비량은 약 2천4백톤으로, 국민 1인당 소비량은 0.8kg으로 추정되며, 동절기에 주로소비되는 특성을 인해 한국산과 이스라엘산이 확대되고 있으나 최근에는 중국산이 시장개척을 위해 수출되고 있으며 2003년에는 품질문제로 초기 일부물량이 수출되었으나 2004년부터는 확대될 것으로 예상되고 있음. 하절기(10월이후)는 연말, 성탄절, 중국춘절등이 있고 절기상 우기에 속해 계절성 과일중 온대성과일이 주로소비되는 특성이 있어 한국산 단감도 품질유지만 확보될 경우 다시 시장을 회복할 것으로 기대되고 있음.
- 수입되는 단감은 대부분 생식 (간식, 디저트등)용으로 소비되고 있으며 온대성 과일중 단감등은 40대이하의 고소득층에서 주로 소비되는 특성이 있음.

- 싱가포르 소비자의 70%정도는 중국인으로 숫자 8(卍)은 행운을 뜻하며, 9는 영원함을 뜻하는 것으로 생각되고 있어 이스라엘 샤론단감은 패밀리 소포장을 8~9개로 수출하고 있음.

## 다. 상품성 비교

- 한국산 부유 품종 : 한국, 뉴질랜드, 호주의 주력 수출품종으로 상품성은 한국산 > 호주, 뉴질랜드산 > 중국산 순위이나 계절적으로 호주, 뉴질랜드산은 한국산과 출하시기가 다름. 중국산은 아직 품위수준은 한국산에 미치지 못하고 있는 것으로 조사됨. 한국산은 당도가 조금 떨어지는 단점을 가지고 있으나, 아삭아삭한 독특한 과육의 특징으로 인하여 가장 인기가 높음
- 이스라엘산 샤론품종: 이스라엘산은 같은 부유계통이면서도 과일의 크기가 상대적으로 적고, 모양은 각진모양의 차량과 유사한 반면, 당도가 매우 높으면서도 장기보관이 가능하며 육질은 한국, 호주, 뉴질랜드산보다는 부드러운 특징을 지니고 있음(대부분 씨가 없는 특징이 있으며 꼭지부분이 움푹들어가는 모양을 띄는 것이 특징, 이것은 씨가 없는 단감의 특징임)
- 뉴질랜드 및 호주산 부유 품종 : 크기와 색깔면에서는 최고로 인정받고 있으나, 당도가 낮고 과육이 씹히는 맛이 크게 뒤떨어지는 것이 단점이며 유통기한이 짧아 전적으로 항공운송에 의존하고 있으며, 호주산은 진공비닐포장없이 상온에서 항공운송이 가능하나, 뉴질랜드산은 진공비닐포장후 저온상태(10℃ 전후)을 유지해야됨(대부분이 씨가 없는 것이 특징임).

## 5. 수출입 현황

### 가. 수입 실적

- 한국산 단감은 매년 1천톤 이상 수입되었으나 2002년부터 수확기 비피해에따른 품질저하로 수입이 급감하고 있음. 이스라엘산은 연간 1,200톤에서 1,400톤으로 가장 많이 수입되고 있으며 약 47%의 시장점유율을, 뉴질랜드산은 13%로 3개국이 99%의 시장점유율을 가지고 있으며, 일본산 및 미국산 단감이 극히 소량 수입되기도 함.
- 한국은 1997년 이전까지는 전혀 수출하지 않았으나, 1998년 싱가포르농업무역관의 신수출상품 개발사업 성공에 따른 시장개척 성공으로 초년도 360톤 수출 성공에 이어 1999년 640톤, 2000년 900여톤, 2001년 1천5백톤등 매년 50%이상 수출이 신장되어 2001년 현재 45%의 시장점유율을 가지고 있으며, 향후 시장점유율 확대 가능한 품목임,

(단위 : 톤, 상천불)

국 가 별	2000		2001		2002		2003		2004. 1~5	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
호주	234	1,146	216	1,019	287	1,310	261	1,293	163	883
이스라엘	2,293	7,666	1,287	4,727	1,243	4,138	1,417	4,411	408	1,421
일본	149	445	-	-	-	-	2	22	-	4
한국	1,103	2,476	1,593	3,113	1,135	2,191	433	768	-	1
말레이시아	12,951	9,730	12,506	9,288	18,142	11,537	11,984	7,913	2,679	1,693
뉴질랜드	670	2,799	614	2,558	445	1,910	372	1,660	86	405
남아공	-	-	-	-	-	-	-	-	11	36
기타	3,734	5,427	5,310	6,536	6,677	7,680	9,382	10,257	3,272	3,721
계	21,134	29,689	21,526	27,241	27,929	28,766	23,851	26,324	6,619	8,164

자료) IE SINGAPORE

- 한국산은 10월말~익년1월초까지 수입되나, 10월말~12월초까지는 노지산이, 12월~1월초까지는 냉장단감이 수입되고 있음. 최근에는 10월말부터 한달달여간 조생종인 차량이 출하되어 판매되고 있으며 모양은 샤론단감과 같이 조금 각진 모양이나 부유단감과 같은 품종으로 인식되고 판매되고 있음.
- 뉴질랜드산 단감은 부유품종으로 5월~7월중 US\$2.6~2.7/kg에 수입되고 있으나, 가격 경쟁력이 낮은 관계로 수입량이 점차 급감되고 있음.
- 이스라엘산 단감은 타국산과 달리 “샤론”품종으로 당도는 가장 높은 반면, 크기가 적고 각진모양으로 11월~익년 2월까지 수출되며, 수입단가는 US\$1.7~1.8/kg임.

※ 기타과일의 총수입실적을 나타낸 것으로서, 이스라엘, 한국, 뉴질랜드 3개국으로부터 수입된 기타과일은 전량 단감인 것으로 보이나, 호주에서 수입된 기타과일은 5월-6월중 수입분만 과일인 것으로 조사됨.

## 나. 수출 실적

- 매년 1천여톤의 기타 과일이 제3국으로 재수출되고 있으며(인도네시아로 수출량 제외), 이중 6백여톤이 단감으로 추정되고 있으며, 최대 수출국가는 인접국가인 말레이시아로 재수출물량의 대부분 (80% 이상)을 점유하고 있음.
- 그러나, 최근 말레이시아의 단감 소비량이 급증하였음에도 불구하고, 싱가포르를 통한 재수출물량이 정체되어있는 것은 포트클랑이라는 말레이시아 최대 무역 항이 자유무역항으로 개발되어 한국산등이 직수출되고 있는 것으로 파악되고 있음. 그러나 이스라엘산은 전량 싱가포르에서 재포장되어(이슬람 국가로 직수출할수 없음) 수출되고 있으며 싱가포르 국영기업이 독점공급하고 있음.

(단위 : 톤, 상천불)

국 가 별	2000		2001		2002		2003		2004. 1~5	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
말레이시아	1,181	3,564	1,213	2,741	592	1,299	872	1,748	206	417
태 국	159	503	73	225	29	93	3	8	-	-
부르나이	79	230	91	206	71	183	85	167	33	61
캄보디아	67	194	76	184	144	360	37	108	7	31
기 타	12	22	35	119	36	115	36	107	19	160
계	1,498	4,513	1,488	3,475	872	2,050	1,033	2,138	265	669

자료) IE SINGAPORE

## 6. 한국산 유통 및 소비실태

### 가. 한국산 수입 및 유통 현황

- 한국산 단감은 매년 1천여톤이 수입되었으나 2002년이후 감소하여 2003년에는 품질저하로 급감하였음.
- 한국산은 그동안 대,중,소과 구분없이 선별장에서 선별된 물량비율에 따라 전체물량이 혼적되어 선적되었으나 2003년이후 일부업체에서부터 규격선별 및 소포장품출하로 바뀌어로부터 선호받고 있으며 특히 슈퍼마켓용으로 선호되고 있음.
- 시장개척 초기단계에서는 10월말~12월초까지 노지산 단감만을 수출하였으나, 장기보관방법 개발 및 수출품 품질향상으로 인하여, 12월~1월초까지 냉장단감 수출이 가능해짐에 따라, 수출가능기간이 늘어나고 있으며 조생종인 차량품종 수출개시로 향후 수출증대가 가능할 것으로 조사됨.

## 나. 포장 상태 및 인지도

- 포장형태는 A-1형(윗면에 가로,세로,높이가 다른 날개로 봉합)이며, 골판지상자 내에 비닐을 깔고, 속포장은 먼저 골판지 시이트를 깔고 감을 한층 깔고 다시 골판지 시트를 덮는 방식으로 3개층을 담은 후 윗부분에 골판지 시이트를 놓고 덮은 다음 테이프로 봉합.
- 포장은 10kg 단보루상자가 주로 이용되나, 일부 수출업체들은 2kg 소포장상자를 개발하여, 그동안 수출용으로 사용되지 못하였던 SS사이즈(70과/10kg 이상)의 소과를 이스라엘 단감과 비슷한 형태로 개발하여 시장개척에 성공하였음.

## 7. 한국산 수출확대 방안

### 가. 지속적인 품질관리 강화

- 연간 1천여톤이상으로 성장하고 있던 싱가포르 한국 단감시장이 급격하게 축소된데에는 현지시장상황이 아니라 한국수출여건이 크게 영향을 주었다. 2002년부터 단감 품질에 문제가 있다는 것을 현지 바이어들이 제기하였으나 2003년에는 수확기 비피해를 예견하지 못하고 수확후 예견 미흡으로 인해 현지 도착시부터 물러지는 현상이 발생하였음. 현대화된 유통업체에서는 소비자 반품등으로 한국단감 취급을 기피하였음. 따라서 해년마다 지속되는 비피해를 방지하고 수출품의 품위를 유지할 수 있는 기술과 수확후 관리기술의 보급이 시장확대를 위한 선결과제이다.

### 나. 수출 포장 개선

- 한국산 단감은 10kg 단보루상자 위주로 수출됨으로서, 슈퍼마켓에서 날개 위주로 판매

됨에 따라, 소비자들의 1회당 구매물량이 3~5개로 한정되어 있는바, 1kg, 2kg 등 소포장 가족용 구매단위박스 개발로 1회당 구매물량을 1kg 또는 2kg으로 유인하고 유통업체 취급편의 및 소비자 구매편의를 제공하여 소매를 증가시켜 수출확대로 연결.

- 유통업체 취급과정에서의 번거로움과 상품 품위 손상, 소비자 구매편의를 위해 소비자 구매단위로 소포장이 개발될 경우 많은 양을 판매가능하여 수출확대를 다시 시현할 수 있는 것으로 조사됨. 현재 싱가포르 시장을 석권하고 있는 이스라엘 샤론단감에 비해 한국산 부유단감은 크기가 훨씬크고 색깔도 월등하며 맛도 더 좋으나(2003년산 한국단감은 당도면에서는 이스라엘 산에비해 떨어짐) 우선 소비자 구매단위 포장에서 한국것이 뒤지고 이스라엘산이 고당도 및 씨없는 제품인 것을 강하게 부각시켜 성공한 것에 착안하여 소비자구매단위로 소포장을 바꾸고 품질이 균일한 것을 공급할 경우 충분한 경쟁력을 갖추고 다시 시장을 회복할 것으로 보임.

- 포장단위는 이스라엘 샤론단감과 같은 1KG 포장이 추천되며, 포장상자 재질은 냉장실에서 상온에 노출될 때 생기는 결로현상을 방지할 수 있도록 CRAFT PAPER로 미감처리된 얇은 골판지 포장이 권장됨.

\* 단감 소포장 개발시 소매단위판매 무게표시 사례 제안

- 신선농산물은 상세한 무게조절 표시가 불가능한 품목이므로 정확한 무게를 표시하면 소비자와 판매자 사이에 불필요한 오해의 소지가 있으므로 유통업체(소매점)의 판매편의를 위한 고려사항으로 아래와 같이 표시하는 것이 권장됨.

→ 단감, 1.2kg 상자                     5 PCS(220 - 260G)  
     6 PCS(180 - 240G)  
     7 PCS(150 - 190G)

<싱가포르 및 말레이시아 단감소비자는 대부분이 중국계통으로 동남아 중국인들은 만다린, 호켄, 켄토니스등의 중국어를 사용하며 대부분은 숫자에대한 고정관념이 강함에따라 이를 포장개수에 활용할 필요성이 있음 >

숫자 3 - (켄토니스) 발전을 의미

숫자 5- (호켄니스, 만다린) no more

숫자 4- (공통)죽음

숫자 6- (호켄니스) no good(drop)

숫자 8- 행운, 숫자 9 - 영원함

<이스라엘산은 따라서 대부분 소포장 개수를 8-9개로 포장>

→ 소포장가격을 4-5상불 수준으로 맞추기 없을 경우에는 비닐소포장으로 3개들이가 권장됨(실제 인도네시아에서는 한국산 5개들이 비닐소포장을 다시 개봉하여 3개들이 판매하였음. 이는 소비자의 숫자에 대한 고정관념을 중요하게 생각하는 마케팅전략이라고 볼수 있음).

- 정확한 무게 표시를 하지 말고 과수 및 개당 무게 범위만을 표시해도 이의 제기가 없을 것이며, 수출시 바이어와 전체 무게에 대한 조율이 있을 경우에는 문제가 없을 것으로 보임. 특히 소매판매시에는 상자당 판매가격을 단일화하는 것이 효과적임.

## 다. 신수출 품종 개발 및 품종개량

- 만생종인 부유품종만을 수출함으로서, 이스라엘산 단감과 수출시기가 중복되어 상호간의 경쟁이 치열하나, 10월중에는 남반구, 북반구 어느 나라도 단감을 수출하지않기 때문에, 한국산 조생종 품종인 “차량”의 시장개척을 통하여 10월초 수출 추진하게되면, 10월 1개월 동안 경쟁 상대없이 단독 수출 가능하여 높은 가격에 수출물량 대폭 확대 가능함(그러나 차량은 유통기한이 짧은 단점이 있으므로 유통기한 연장을 위한 기술개발 필요).
- 2003년산 우리단감은 수확후 예건미흡 및 당도가 낮아 소비자 반응이 좋지 않았음. 따라서 시장확대방안으로 현재 생산중인 부유품종으로 씨없는 단감으로 개량하여 생산할 경우 수출확대 전망됨.

## 라. 수출기간 확대노력 등

- 한국산 단감은 10월말부터 11월말까지 성출하 시기에 노지산 단감(부유 품종)을 집중 선적시킴으로서, 약 30일간에 집중수입되어, 수입업체들간의 과당경쟁현상 발생 및 판매부진 현상이 발생되고 있음. 따라서 장기보관기술 개발로 수출 가능기간을 최고 소비 시즌인 구정까지 연장시키는 것이 가능하게 되면, 수출 확대가 가능할 것으로 보임.
- 호주산, 뉴질랜드산은 유통기한이 짧아 전량 항공운송으로 수출하고 있으며 호주산은 일본산 수출기술(CA BAG사용)을 벤치마킹하여 유통기한을 연장시키고 품질을 균일하게 유지하여 수출하고 있음. 또한 정부차원에서 항공사 지원을 통한 항공운송료를 간접 지원방식으로 지원하여 항공운송에 따른 물류비 부담을 줄여주고 있음. 따라서 한국산도 이러한 간접지원 방식의 항공운송지원 방안을 강구하여 항공운송이 가능하게 될 경우 수출이 확대될 수 있을 것으로 보임.

## 마. 현지 대형유통업체 직수출거래선 발굴을 통한 대량수출 추진

- 최근에는 현지유통업체에서 직수입하여 자사브랜드로 판매하는 경향이 높아짐에따라 이를 활용하여 현지유통업체중 현재 동절기 수출국가중 직수입선이 없는 NTUC FAIRPRICE, 까르푸등과 연계하여 직거래선으로 개발하여 수출을 추진할 경우 수출확대가능성이 높을 것으로 보임.
- 그러나 대형유통업체와의 직수출거래는 현지업체가 수출국의 수출자 연합회나 대형업체와 거래를 희망하고 있어, 생산자조합 또는 수출업체 연합회가 철저히 품질을 관리하고 연중 수출가격을 균일하게 유지할 수 있을 경우 대량수출 방법으로 가능한 것으로 파악됨.

---

본 자료의 내용에 대한 문의는 농수산물유통공사 정보지원처  
마켓분석부로 문의하여 주시기 바랍니다.

서울특별시 서초구 양재동 232 aT센터

TEL : (02) 6300-1381~5

FAX : (02) 6300~1609

<http://www.afmc.co.kr>

---

