

신규 수출유망품목 발굴조사

2005. 12

머 리 말

최근의 WTO, DDA 협상동향에 따르면 관세율 인하, 보조금 철폐 등 농업 분야에 대한 개방 압력이 당초 예상보다 강력하여 우리 농업에 미치는 과장 또한 의외로 클 전망입니다.

그러나 농산물시장 개방은 위기이면서 새로운 기회이기도 합니다. 경쟁력 있는 신규 품목을 개발하고 지원, 육성하여 새로운 수출기회와 소득을 창출할 수 있는 계기 또한 마련 할 수 있기 때문입니다. 이에 기존의 김치, 인삼 등의 일부 수출 주력품목 위주에서 탈피하여 수출 품목의 다양화를 통한 농산물 수축확대를 위하여 신규 수출 유망품목에 대한 조사를 실시하였습니다.

본 보고서는 해외 aT센터가 주재국 현지에서 향후 성장 가능성이 높거나 현재 인기가 있는 품목을 직접 선정하여 해당품목의 현지 농산물 시장 특성, 상품 트렌드, 소비 성향, 수입품의 유통현황 등을 조사한 것입니다. 이는 해외 유망 시장에서 향후 수출이 예상되는 품목을 조기 선정하고 국내 생산의 유도를 꾀하는 한편 시장 선점을 통한 경쟁국간 우위를 선점하기 위해서 꼭 필요한 선행 조사라고 하겠습니다.

새로운 수출 유망품목을 개발해내고 육성하기 위하여는 노력과 땀을 필요로 할 것입니다. 우리 공사는 그 땀과 노력을 조금이라도 덜어 드리고자 본 보고서를 발간하였으니 참고하시기 바라며, 앞으로도 농수산물 수출 전담기관으로서의 역할을 충실히 수행하겠습니다.

2005. 12

aT농수산물유통공사

정보서비스센터 본부장 **박 감 춘**

목 차

새송이버섯 일본시장 동향	11
I. 생산현황	13
1. 품종동향	13
2. 생산동향	26
3. 최근의 생산동향	27
4. 주생산시기	28
5. 주생산지	28
II. 유통현황	29
1. 시장규모 및 특성	29
2. 유통경로	31
3. 도매가격	31
4. 최근시장동향	34
5. 소매가격	34
6. 포장형태	36
7. 수입산 유통동향	36
III. 소비실태	38
1. 주 소비시기	38
2. 소비량	38
3. 소비계층 및 소비형태	38
4. 소비자 반응	38
IV. 수출입 동향	40
1. 수출 동향	40
2. 수입 동향	40
3. 국가별 점유율	40
V. 통관제도	41
1. 관세제도	41

2. 수입절차	41
3. 통관관련 이슈 및 법률	42
VI. 국내 새송이버섯 현황	44
VII. 시장진출방안	47
1. 한국산 경쟁력	47
2. 수출 가능성	47
3. 시장 접근방법	47
4. 수출시 발생가능한 문제점 또는 애로사항	48
5. 시장진출 방안(종합)	48
표고버섯 유럽 시장동향	51
I. 생산현황	53
1. 세계 버섯 생산현황	53
2. 네덜란드 버섯 생산현황	55
II. 소비 및 유통현황	59
1. 네덜란드 내 유통 버섯종류	59
2. 소비동향	75
3. 가격 현황	77
III. 통관제도	78
1. Taric code(HS code) 및 관세(제3국대상 관세)	78
2. 관세종류 및 non-tariff barriers	80
3. 버섯 등급 규정	80
4. 신선물 표기사항	83
5. 네덜란드의 신선물(제3국 수입) 수입검사	83
IV. 수출입 동향	89
1. 수 입	89
2. 수 출	94

V. 국내 표고버섯 현황	95
1. 생산추이	95
2. 유통 및 가격	97
VI. 수출 확대 방안	100
1. 운송료 절감으로 가격 경쟁력 높여	100
2. 신상품 개발	100
3. 청결한 버섯	101
4. 고정수입상을 통해 정기적으로 공급	102
5. 수입상과의 협의	102
VII. 기 타	102
1. 연구기관	102
2. 버섯 재배농가 및 무역업체	103
3. 유럽내 공항 시설 및 역량 비교	108
4. 프랑스버섯 마켓	110
일본의 체리동향	111
I. 체리(사쿠람보)의 개요	113
II. 생산현황	113
1. 연도별 생산동향	113
2. 주요 산지별 생산동향(04년)	114
III. 품종현황	116
1. 일본 대표적인 재배품종 동향	116
2. 주 생산시기 및 상품특징	118
IV. 시장규모 및 수급현황	121
1. 시장규모 및 특성	121
2. 수급현황	121

V. 유통현황	122
1. 유통경로	122
2. 포장 형태	124
3. 수입산 주요 국가별 유통동향	126
4. 전국도매시장의 도매수량 및 단가	127
5. 도쿄 중앙도매시장 연도별 도매수량 및 단가	128
6. 오사카 중앙도매시장 연도별 도매수량 및 단가	129
7. 주 산지별 도매시장 물량동향	130
VI. 소비실태	132
1. 주 소비시기 및 소비실태	132
VII. 수출입 동향	133
1. 수출 동향	133
2. 최근 외국산 체리의 수입동향	133
3. 수입현황	135
VIII. 통관제도	137
1. 관세제도	137
2. 수입절차	137
3. 통관관련 법률	138
4. 관련기관	138
IX. 국내 체리 현황	139
1. 재배역사	139
2. 재배현황	139
3. 체리 수출입현황	139
4. 도매시장 가격	140
X. 시장진출 방안	140
1. 한국산 경쟁력	140
2. 수출 가능성	142
3. 시장접근 방법	143

4. 수출시 발생 가능한 문제점 및 애로사항	143
5. 시장 진출 방안(종합)	144
분유 중국 시장동향	147
I. 분유산업 개요	149
1. 분유의 정의 및 분류	149
2. 분유산업의 관리기준	150
II. 유제품산업 개황	151
1. 개 관	151
2. 유제품 산업 발전단계	151
III. 중국 분유시장 동향	154
1. 생산현황	154
2. 유통실태	157
3. 소비동향	161
4. 주요 제품 판매현황	164
5. 수출입 동향	171
IV. 국내 분유시장 동향	173
1. 생산현황	173
2. 소비동향	174
V. 수출확대 방안	175
유자차 중국 시장동향	179
I. 중국의 유자 생산현황	181
1. 중국유자의 주요품종	181
2. 중국유자의 생산 및 수출량	183
3. 중국유자의 주요 생산시기	184

4. 중국 주요품종 유자 산지	184
5. 유자차 유통현황	185
II. 중국유자차의 소비현황	189
1. 상품구매 경로	189
2. 소비자 평가	189
3. 소비자의 심리가격	189
4. 유자차 구매시 고려요소	190
5. 소비계층	190
6. 주 소비시기	190
III. 수출입동향	191
1. 수출동향	191
2. 수입동향	191
IV. 통관제도	192
1. 관세제도	192
2. 수입절차(제출서류 등)	192
V. 국내 유자 동향	194
1. 연도별 생산현황	194
2. 연도별 가격변동 현황	195
3. 유자(제품) 수출동향	196
VI. 중국시장 진출방안	197
1. 한국유자차의 경쟁력 분석	197
2. 중국시장 진출전략	197
3. 한국유자차의 효율적인 중국시장 진출방안	198

포도 싱가포르 시장동향	201
I. 생산현황	203
II. 유통현황	203
1. 시장규모 및 특성	203
2. 유통경로	204
3. 가격 동향	205
4. 포장형태	207
5. 소비동향	209
III. 수출입 동향	211
1. 수입동향	211
2. 수출동향	212
IV. 통관제도	213
1. 수입관리 제도	213
2. 검역 및 통관 절차	214
3. 수입식품의 판매	217
V. 국내 포도 동향	219
1. 연도별 생산현황	219
2. 주요품종	219
3. 소비자 유통실태(가락동농산물도매시장)	220
VI. 시장진출 방안	223
1. 한국산 수출 및 판촉행사 추진현황	223
2. 한국산 경쟁력	225
3. 시장진출방안	226

불고기(BBQ)소스 미국 시장동향	229
I. 생산현황	231
1. 제품개요	231
2. 미국 현지 주요 생산제품	232
II. 유통현황	235
1. 유통구조	235
2. 마켓별 유통상황	237
3. 유통상품	238
4. 소비동향	245
III. 수출입 현황	247
1. 수입동향	247
2. 수출동향	248
IV. 통관제도	249
1. 통 관	249
2. 수입 규제사항	250
V. 한국산 평가	252
1. 한국산 바비큐 소스 생산 및 유통동향	252
2. 타국산과의 비교	255
VI. 국내 바비큐 소스 동향	256
1. 연도별 소스류 판매현황	256
2. 조미식품 원료 채소류 생산현황	257
3. 원료의 수출입현황 및 전망	257
VII. 수출 확대방안	259
1. 현지시장 진출여건	259
2. 한국산 수출확대방안	259

청국장 가루 미국 시장동향	261
I. 생산현황	263
1. 청국장 대두 생산	263
2. 나토키나제 건강보조식품 및 기능성 식품	263
II. 유통현황	264
1. 유통동향	264
2. 유통경로	266
3. 유통상품	269
III. 소비실태	272
1. 소비동향	272
2. 소비자 소비자 반응	272
IV. 수출입동향	273
V. 통관제도	273
1. 통관절차	273
2. FDA 검역절차	273
3. 관세율	274
4. 수입제한사항	274
VI. 국내 청국장 동향	275
1. 국내 장류 생산동향	275
2. 유통동향	276
3. 업계 반응	277
VII. 시장진출방안	278
1. 청국장 가루의 수출시장 확대 가능성	278
2. 청국장 가루의 수출확대 방안	280

새송이버섯 일본시장 동향

신규수출유망품목발굴조사

새송이버섯 일본시장 동향

I. 생산현황

1. 품종동향

- 새송이버섯의 학명은 *Pleurotus eryngii* (De Candolle ex Fries Quel) 이며, 분류학적으로 느타리과에 속하는 담자균 버섯으로서 원산지는 남유럽 일대이며 북아프리카, 중앙아시아, 남러시아 등지에도 분포하고 있는 것으로 알려져 있고 한국, 일본, 중국, 대만 등 아시아를 대표하는 버섯 산국에서는 자생하지 않음

(1) 새송이버섯 (일명; 에린기 “Eryngii”) 재배역사

- 새송이버섯의 인공재배는 남유럽의 시장에서 인기가 높아 이탈리아에서 밀짚을 배지재료로 저온 살균하여 접종 배양후 지면에 묻고 복토하는 자연 재배방식을 1990년 대만에서 도입하여 벚짚을 재료로 재배 검토하였으나 생산이 불안정하여 자연 재배방식을 포기하고, 1991년부터는 팽이버섯 시설을 이용하여 새송이버섯의 공조재배화 기술을 연구 개발한 것이 유효하여 본격적인 인공재배가 시작되었음
- 일본은 1993년경 대만에서 균주를 도입하여 적극적으로 연구개발하고 다수의 신품종을 육성하여 안정된 인공재배화의 가능성을 확립하고 있음

- 한국에 새송이버섯이 처음소개된 것은 1995년 일본의 사이신 종균 개발 연구소에서 “에린기”라는 이름으로 소개되어 경남 농업기술원과 병재배 농가에서 연구되어 오늘에 이르게 된 것으로 알려져 있음

(2) 재배품종의 특성

- 1998년12월 종묘법의 전면개정에 따라 새송이버섯은 농림수산물에 지정되어 품종등록의 권리가 취득되었음. 아이치현 임업센타에서도 새롭게 개발된 새송이버섯의 신품종 돗토키 1호와 돗토키 2호의 품종 등록신청을 하여 1999년 11월에 출원공표를 하였음

〈교배에 사용한 균주 개요〉

균주	입수처	소요일수	발생량	특 징
AER 9301	대만	중간	보통	육질이 단단, 대 굵기 중간
AER 9501	동경농대	단기	다량	본수가 많음, 대 굵기 가늘
AER 9502	대만	장기	소량	본수가 적음, 대가 굵음

- AER9301 품종특성
 - 1993년에 대만으로부터 도입한 품종으로 아이치현에서는 이 품종을 카오리 히라다케로 명명하여 5-6년 사용하여 왔음
 - 현상은 갓이 약간 크고 중앙이 갓의 색은 짙은 회갈색으로 육질은 단단함
 - 발생온도는 13-15도가 최적이며 1병당 발생량은 107그램이며 1사이클의 재배기간은 약 56일 정도임
 - 냉장고에서 1주일이상 선도를 보존할 수 있음

(3) 주 품종과 특성

2005. 3. 14 현재 일본의 농림수산물성에 등록되어 있는 새송이 버섯의 품종은 9개임

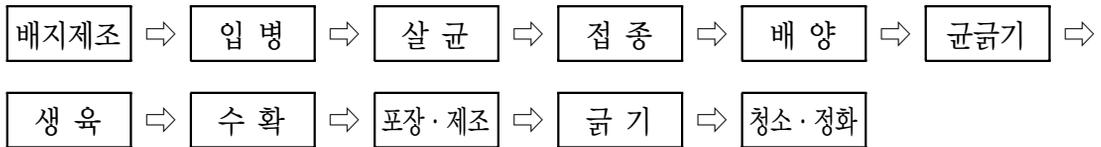
- 돗토키1호 (2002. 9. 30등록) / 육성자권 : 아이치현
 - 1993년에 대만에서 도입한 AER9301과 1995년에 동경 농업대학으로부터 분양해 받은 AER 9501과의 교배품종으로 이후 증식을 하면서 특성 조사를 계속하여 1998년에 그 특성이 안정된 것을 확인하여 육성을 완료한 것임. 출원시의 명칭은 「카오리 히라다케 1호」였음
 - 형상은 갓이 작고 중앙의 색은 짙은 회갈색으로 육질은 단단함
 - 발생온도는 13-15도가 최적으로 1병당 발생량은 136그램으로 발생은 집중성이 있고 1사이클의 재배기간은 약 50일 임
- 돗토키2호(2002. 9. 30등록) / 육성자권 : 아이치현
 - 1995년에 동경농대로부터 분양받은 AER9501과 1995년에 대만에서 도입한 AER9502와의 교배품종으로 1998년에 그 특성이 안정된 것을 확인하여 육성을 완료한 것임. 출원시의 명칭은 「카오리 히라다케 2호」였음
 - 갓의 색은 짙은 담회갈색으로 육질은 부드러움
 - 발생온도는 15-17도가 최적이며 1병당 발생량은 132그램으로 발생은 집중성이 있고 1사이클의 재배기간은 약 53일 임
- 호쿠토평LE-2호(2002. 9. 4등록) / 육성자권 : 호쿠토 산업주식회사(나가노현 소재)
 - 1995년에 출원자 소유의 육성계통(외국산)끼리를 교배하여 선발한 것에 자외선을 조사하여 육성한 것으로 이후 재배시험 및 특성조사를 계속하여 1999년에 이 특성이 안정된 것을 확인하여 육성을 완료한 것임
- KX-EG077호(2003. 11. 18등록) / 육성자권 : 주식회사 키녹크스
 - 1997년에 출원자의 시설(미야기현 센다이시)에서 출원자 소유의 육성 계통끼리 교배하여 그 균주 중에서 선발한 것에 이후 증식을 하면서 특성조사를 계속, 2000년에 그 특성이 안정된 것을 확인하여 육성을 완료한 것임

- 오오키노모리MS5(2004. 8. 18등록) / 육성자권 : 기타지마
 - 2000년에 육성자의 시설(후쿠오카현)에서 출원자 소유의 외국산 균주(네덜란드산, 대만산)끼리를 교배하여 그 균주 중에서 선발한 것에 이후 증식을 하면서 특성조사를 계속하여 2001년에 그 특성이 안정된 것을 확인하여 육성을 완료한 것임
- 오오키도리무MS55(2004. 8. 18등록) / 육성자권 : 기타지마
 - 2000년에 육성자의 시설(후쿠오카현)에서 출원자 소유의 외국산 균주(네덜란드산, 대만산)끼리를 교배하여 그 균주 중에서 선발한 것에 이후 증식을 하면서 특성조사를 계속하여 2001년에 그 특성이 안정된 것을 확인하여 육성을 완료한 것임
- 시나노비진 (2005. 2. 7등록) / 육성자권 : 나가노현
 - 2000년에 나가노현 야채·화훼 시험장에서 출원자소유의 균주(스페인산)에 「Ach」를 교배하여 그 균주 중에서 선발한 것에 이후 증식을 하면서 특성 조사를 계속하여 2001년에 그 특성이 안정된 것을 확인하여 육성을 완료한 것임
- 치쿠맛슈E-25(2005. 3. 14등록) / 육성자권 : 주식회사 千曲化成
 - 2001년에 출원자의 시설(나가노현)에서 「E-1」에 품종불명의 균주(시가 현립 대학에서 분양)를 교배하여 그 균주중에서 선발한 것에 이 후 증식을 하면서 특성 조사를 계속하여 2002년에 그 특성이 안정된 것을 확인하여 육성을 완료한 것임
- KX-EG079호(2005. 3. 23등록) / 육성자권 : 주식회사 키녹크스
 - 2000년에 출원자의 시설(미야기현 센다이시)에서 「ATCC9021」(그리스산균주)에 「KX-EGO77호」를 교배하여 그 균주 중에서 선발한 것에 이후 증식을 하면서 특성조사를 계속하여 2002년에 그 특성이 안정된 것을 확인하여 육성을 완료한 것임

(4) 재배방법

- 현재는 850ml 병과 1,100ml 병이 일반적으로 유통되고 있으며 850ml 병에서는 버섯 1~2개를 길러 100~120g 을 수확하는 반면 1,100ml 병은 버섯 2~3개를 길러 150~170g 을 수확할 수 있음

〈새송이버섯 병 재배과정〉



■ 배지 제조

- 주재료는 미송 톱밥으로 입자의 크기는 0.5~2mm의 것이 적당하고 3~4개월 동안 발효시킴. 다른 버섯보다 쌀겨, 밀기울, 대두박 등 가용성 무질소물 및 조단백질의 함량이 높은 영양원을 많이 첨가해야 함
- 대체적으로 톱밥 60+콘코브 40에 첨가영양원으로 밀기울 15, 대두박 20, 탄산칼슘 5를 첨가하는 경우가 있고, 톱밥 80+콘코브 20에 첨가영양원으로 탄산칼슘 8%에 밀기울 30%을 넣거나 그 대신 미강을 30% 넣고, 탄산칼슘 8% 등을 넣을 수 있음
- 배지 제조시 수분함량은 65~68%가 적당하며 배지 제조시의 수분함량이 적당하다고 해도 배양이 진전될수록 적어져 건조 피해가 발생하기도 함 그러므로 외국에서는 배지 제조시에 특수재료로서 보수력이 강한 등근 입자로 제조된 ‘스탁서브’같은 첨가제를 넣기도 함. 이는 배양 초기에는 톱밥 속에서 물을 머금고 있다가 균사 배양 후기에 물을 서서히 내보내는 역할을 함
- 최적량의 배지 입병이 아주 중요하며 1병에 입병되는 배지 전체의 무게 (수분 포함)는 1,100ml인 병에서는 780~800g 이고 800ml 병일 경우에는 480g 정도가 적당함. 이는 병부피 100ml당 배지는 60g(수분 포함)이 최적임

■ 배지 살균

- 새송이는 다른 버섯류보다도 병원균에 대한 저항성이 약하므로 살균이 아니고 멸균이 요구된다고 할 수 있음
- 살균방법으로는 고압 살균과 상압 살균법이 있음. 고압 살균시에는 121℃ (1.2kg/cm²)에서 1시간 정도 두어야 하지만 온도 상승시간 및 하온시간 등이 있어서 많은 시간이 요구되며 살균시에는 살균기 안의 공기를 배기시켜야 함
- 상압 살균방법은 98℃에서 5시간 동안 유지하여 배지의 연화 및 살균작용이 이뤄지도록 하며 최근에는 이 두가지 방법의 장단점을 활용한 살균법도 늘고 있으며 살균을 마치고 냉각시에는 병 안으로 내부의 공기가 다시 들어가지 않도록 무균시설을 갖춘 냉각실에서 함

■ 접 종

- 살균작업이 끝난 배지는 각실에서 20℃ 이하로 하루 정도 냉각하고 이어 접종실로 옮긴 뒤 새송이종균(접종원)을 이식 접종함
- 접종작업은 자동접종기를 이용하거나 액체 종균(접종원)을 제조하여 활용하는 것이 좋으며 종균은 무작위로 시료를 몇병 채취해 왁스만 배지에 떼어 넣어서 25℃와 45℃에서 각각 배양, 잡균의 혼입 여부를 미리 검정한 후에 사용해야 함. 종균은 가능하면 배양이 완료된 직후에 사용하는 것이 좋지만 일시 저장시에는 5℃로 유지해야 함
- 종균 접종량은 배지 1병에 13g 정도씩 접종하는 것이 적당함. 즉 1병으로 40~50병을 접종하는 것이 좋은데, 이는 다른 버섯류보다 접종량을 많게 하고 배지 표면에 종균을 고르게 코팅시키기 위한 것으로 매우 중요함



■ 배 양

- 종균이 접종된 배지는 배양실로 옮김. 새송이버섯 균은 병원균에 대한 저항력이 약하며, 배양 초기에는 균사활착 속도가 늦고 또 배양이 진행될수록 호흡열이 발생해 고온발열 피해를 받기 쉬움. 배양기간 동안 초기·중기·후기의 3 단계로 나눠 관리해야함



- 초기배양
 - 균사가 배지 표면에 활착하여 병목부분까지 성장되는 10일간의 기간으로 배지가 살균이 완료된 상태로 잡균이 오염되기 쉬움. 가능한 한 버섯균사가 조기에 먼저 활착되도록 최적온도 유지에 유의해야함
 - 접종 후 3일 이내에 발균 되도록 온도를 20~23℃로 유지해야하며 무풍 관리하고, 습도는 60~70%로 낮게하며 배지 병안의 온도가 25℃ 이상이 되지 않게 하고 암흑배양을 해야함
- 중기배양
 - 균사배양 관리에서 가장 중요한 15일간의 기간으로 정밀한 관리가 필요하며 균사가 가장 왕성하게 활동하는 시기이기 때문에 병안에서 호흡열(발열)과 탄산가스 방출량이 가장 많은 시기임
 - 균사 생육이 진행될수록 배지 온도가 상승해 접종 후 18~20일에 최고도에 도달하게 됨. 실내온도는 16~18℃로 유지해 배지온도가 24~26℃ 이상이 되지 않게 하며 배지온도 또는 배지병 사이의 온도를 자주 측정해야함 비교적 병원균 혼입의 염려는 적은 시기지만 가능한 한 실내 공기를 순환 시키고, 상하단의 온도차가 2℃ 이하가 되도록 하고 또한 탄산가스를 방출 시키기 위해 순환 팬을 자주 작동시켜야 함

- 탄산가스 농도는 병 속에서는 10만(10%) 이하가 돼야 하고, 배양실내의 공기 중에는 800~3,000으로 다소 높아도 큰 문제가 없음. 환기량은 초기 배양보다 3배를 더 증가시켜 1시간에 15분 정도씩이 적당함
- 실내 습도는 60~70%이면 적당하고 빛은 균사생장을 억제시키기 때문에 암흑배양이 바람직함

○ 후기배양

- 숙성배양 10일간의 시기로 균사에 영양체를 축적시키고 톱밥에 균사가 고르게 분포, 성장되고 균사 밀도가 치밀해짐
- 배지의 발열이 약해지는 시기이므로 열교환기를 사용해 23~24℃를 유지하고 배지온도가 29~30℃ 이상이 되면 잡균피해는 물론 버섯이 작아지고 수량 감소의 원인이 됨. 실내온도와 배지온도와의 차이를 초기에는 3℃ 정도로 관리하면 열흘 정도 지나 거의 같아짐
- 또한 배지 속도를 촉진시키고 균사가 배지에 고르게 퍼지도록 하기 위해 균일한 온도 관리가 중요하며 이를 위해 배지를 쌓은 위층의 온도와 하층의 온도 차이가 2℃ 이내가 되도록 순환팬 등을 사용해야함
- 후기배양기에는 환기보다도 온도를 우선적으로 관리하고, 상·하단의 온도 차도 나지 않도록 관리해야함
- 실내습도를 보충하는 관리가 필요하며 이는 배지 속에서 호흡수의 발산이 저하되면서 배지표면이 건조하기 쉽기 때문임. 실내습도는 70%이상 유지해 배지표면 수분함량이 75% 정도까지 유지되도록 해야함
- 배양중의 간접 광선은 원기 형성을 촉진시키므로 암흑 배양이 바람직하며 균사의 호흡작용이 약해지면서 병안의 가스농도도 서서히 감소해 5,000까지 떨어지게 됨. 환기량은 3~4시간에 15분간 하는 것이 적당하며 환기 작업 시 특별한 경우만 환기팬을 사용하고, 열교환기를 사용하는 것이 이상적임
- 후기배양은 종료시점을 잘 관찰해야 하며 즉 탄산가스의 방출량이 낮아지는 시기 또는 배지 온도와 실내온도와 거의 일치하는 시기를 체크하여

확인한 다음 균 굵기 작업을 해 버섯을 발생시켜야 하며 이 기간은 대략 10일 정도임

○ 균사배양 불량원인과 대책

- 접종된 종균이 활착되지 않는 경우에는 배양 온도가 낮거나 종균 접종량의 부족, 노화된 종균(접종원)을 사용할 때 생기기 쉬움
- 배지의 균사 활착성장 속도가 늦은 것은 배지의 입병량이 많거나 수분 과다 또는 톱밥의 입자가 작은 경우 등으로 인해 배지 병안의 공급량이 적어 산소부족 현상에 의하여 나타남
- 또한 배지의 산도(pH)가 낮거나 영양원을 과다하게 첨가한 경우에서 볼 수 있음
- 이와 함께 병 입구에서 오렌지색 균사의 덩어리가 생기는 등 잡균은 붉은 빵곰팡이병으로, 살균 후 냉각과정에서 오염된 공기의 혼입에 의해 생김
- 또한 폐상배지 방치 또는 배양초기에 팬쿨러 등으로 강한 바람이 발생했을 때도 볼 수 있음
- 배지 표면에 푸른색의 곰팡이가 발생하는 것은 배양후기에 실내가 건조하기 때문으로 배양중에 배지가 적자색 또는 검게 되는 것은 크레도스포리움 속의 병원균이고, 적자색은 후사리움속균이 발생된 것임. 톱밥의 운반과 발효시에 흙이 혼입되지 않게 살균작업을 철저히 해야함
- 배양시 온도부족, 산소부족 등에 의해 배지 표면의 건조 또는 균사 활착이 미숙한 상태에서 버섯이 발생할 때는 원기 형성이 균사덩어리 모양으로 됨. 또한 배양시 수분부족, 세균 오염시에는 배지 표면에 균사 재생이 안되는 경우를 많이 볼 수 있음. 배지 입병량이 너무 적거나 톱밥과 병목 사이에 틈이 생기는 경우에는 버섯이 기형으로 형성되기 쉬움

■ 균 굽기

- 균 접종후 35일째 굽어내 생육촉진
 - 균사배양이 완료되면 영양생장에서 생식생장으로 유도해야 하며 이를 촉진시키기 위해서는 배지표면의 노화된 균사층을 굽어내야함. 균 굽기를 함으로써 버섯이 빨리 형성되고, 생육도 고르며, 버섯 발생수가 억제되는 효과가 있음

- 균 굽기 시기와 방법
 - 균 굽기는 배지에 균사가 완전히 숙성된 후인 종균 접종 후 30~35일째 실내온도와 배지온도가 거의 일치하는 시점이 가장 적절하며 균 굽기는 10mm 정도로 깊게 하면 버섯 발생수가 적으면서 대형화되고, 5mm 이하로 얇게 하면 버섯 발생수가 많고 크기는 작아지므로 1병에 2~3개가 자랄 수 있도록 깊이를 잘 조절해야 함. 균 굽기 후 일반 버섯은 수분보충을 위해 물을 주고 있으나 새송이 균사체는 과습시 각종 병원균에 대한 저항성이 약해지기 쉽고 배지표면의 수분이 50% 정도에서도 원기가 형성되므로 특별히 물을 줄 필요가 없음

- 버섯 발생시 관리
 - 버섯을 발생시킬 때는 균 굽기한 병을 거꾸로 세워서 관리하는 도립(倒立) 발생법과 병을 바르게 세워 표면을 마개 등으로 덮어서 관리하는 피복 발생법이 있음
 - 도립방식은 물방울로 인한 균사표면의 병원균 오염을 방지할 수 있고, 원기 형성이 빨리되는 장점이 있으며 버섯이 10mm정도 자라면 바르게 세워 생육실로 이동시키면 됨
 - 피복발생법에서는 병 배지표면의 수분이 높아지는 경향이 있기 때문에 실내습도를 낮게 관리하는 것이 좋고 피복재는 통기성이 좋아야 하며, 걷어내는 시기가 지연되지 않도록 관리해야함

■ 버섯발생 관리(전기)

- 균 굵기 후 고습도 환경조건에서 5~6일 동안 균사재생을 촉진하고 유도하는 시기로 이 시기에는 각종 병원균에 대한 저항력이 약하기 때문에 정기적으로 청소해야함
- 온도는 16~18℃로 유지하는 것이 가장 적당하며 특히 이때는 배지온도와 실내온도가 일치하는 것이 정상이므로 이보다 높으면 버섯 발생이 순조롭지 못함. 습도는 균 굵기 직후에는 95% 이상 높게 하여 균사생장을 유도한 후에 원기형성기에는 65%로 낮게 관리하고 간접광선은 200룩스(Lux) 정도면 충분함
- 균 굵기 후 2~3일 정도 지나면 병 안의 탄산가스 농도는 실내농도와 거의 동일해짐으로써 원기형성이 시작되며 실내 탄산가스 농도는 1,000~3,000이 유지되도록 3시간마다 15분씩 공급하는 것이 좋음

■ 버섯발생 관리(후기)

- 균사 재생 후 온도 자극으로 영양생장기에서 생식생장으로 전환시키는 공정으로 이때는 버섯 수량과 발생수, 병원균감염 여부 등을 결정짓는 중요한 과정. 온도는 14~15℃를 유지해야 저온자극에 의한 원기형성과 병원균 감염방지에 유리하며 습도는 너무 낮거나 높으면 원기형성수가 많아짐
- 따라서 버섯 발생수 조절과 함께 대형 버섯을 발생시키기 위해서는 건조와 습도의 교차가 크게 되도록 관리하는 것이 좋음. 습도는 75% 이상과 이하로 구분해 과습과 과건조를 교차로 관리하면 원기형성수를 조절할 수 있음
- 광선은 200~500룩스가 되도록 낮에만 점등해 관리하되, 환기는 탄산가스 농도가 800~2,000 사이가 되도록 2시간마다 15분씩 공급하는 것이 적당함. 후기 버섯발생기가 시작되면 3일 이내에 원기가 형성되기 때문에 5~7일 간은 배지병을 도립상태로 유지해 원기 크기가 10mm 정도될 때까지 생육시킴



〈균 재생〉



〈생 육〉

■ 버섯 생육시 관리

- 배지에서 정상적인 자실체의 원기형성이 확인되면 배지병을 도립상태에서 바로 세워 생육실로 이동시키고 생육실은 한평(3.3m²)당 800병 정도가 적당함. 버섯 발생 최적온도는 20~22℃이지만 실제적인 생육에는 16~18℃로 관리하는 것이 보통이며 버섯 생육시 습도는 온도처럼 성장과 육질에 영향을 주기 때문에 습도관리시에는 60~98%의 범위 내에서 건조 및 습도의 교차 폭이 크도록 관리하는 것이 유리함
- 버섯 원기가 형성되면 갓과 대의 균형을 위해서 주간에 50룩스 이상의 광을 주는 것이 필요하며 버섯이 원기상태에서 자실체로 성장하는 과정에서는 다량의 산소를 필요로 함. 버섯 생육중에 탄산가스 농도가 5,000일 경우에는 대가 길어지는 반면, 갓이 일찍 깔대기 모양으로 변화되고, 주름살이 내려앉게 되므로 3,000 이하가 되도록 관리해야함. 환기시에는 팬쿨러에 타이머를 부착해 농도교차를 크게 함
- 품질은 환기나 생육온도, 광도, 수분, 탄산가스 농도 등 종합적인 관리방식에 의해 결정되며, 갓이 둥근형을 유지할 때까지는 대도 성장하지만 편편형에서 깔대기형이 된 후에는 대의 생장이 정지되는 것이 특징임. 수확까지의 기간은 버섯 발생실에서 생육실로 옮긴 후부터 10일 정도가 지나면 됨



〈수확작업〉



〈포장작업〉



〈출 하〉

■ 미에현의 노송나무 폐재이용 재배방식(동방산업주식회사)

- 보통 버섯재배에는 삼나무의 톱밥이 사용되나 노송나무를 사용할 경우는 항균작용이 있는 성분인 휘톤치도가 포함되어 있으므로 그대로는 버섯이 성장할 수 없어 버섯균을 키우기 위해서는 톱밥에서 그 성분을 제거하는 작업이 필요함
- 톱밥에서 휘톤치도를 포함하는 정유를 빼내어 노송나무기름으로서 상품화 하고 남은 톱밥은 새송이버섯을 키우는 배지로서 사용하는 불필요가 없는 자원이용을 하고 있음
- 새송이버섯 재배는 먼저 버섯을 키우기 위한 균상(배지) 만들기를 하며 톱밥에 소맥의 밀기울, 옥수수의 심을 부순것을 섞어 병에 넣어서 105℃의 고압증기에서 5시간 걸쳐서 잡균을 살균하며 이후에 병안에 종균을 이식하여 병전체에 균사가 돌기까지 30일간 배양 후, 건조한 표면을 기계로 긁어냄
- 성육실은 1실에 병을 2만본 수용할수 있으며 여기에서 실온15℃에서 17℃, 습도 90%이상의 환경을 보존하여 새송이버섯을 육성하고 있으며 버섯은 산소를 마시고 이산화탄소를 내기 때문에 밀폐된 실내의 이산화탄소 농도가 높아지지 않도록 공기를 바꿔줘야 함

- 성육실에 넣어져 12~15일 경과 후 새송이버섯은 수확기를 맞으며 1병에 100g이상의 새송이버섯이 수확됨
- 수확후, 밑뿌리를 커트하여 사이즈별로 나누어 포장한 후 제거된 밑뿌리는 건조시켜 추비로 사용하며 새송이버섯의 생산을 종료한 후의 폐균상도 참기름 공장에서 나오는 깨의 찌꺼기와 합쳐서 퇴비로 이용하고 또, 장래는 발전의 연료로서 사용할 수 있도록 연구 추진하겠다고 회사 측은 말하고 있음



2. 생산동향

- 일본에서 새송이버섯(일명; 에런기)은 다양한 명칭으로 10년전부터 재배가 본격적으로 시작되었음. 버섯자체에 볼륨감이 있고 미각과 씹는 촉감, 요리의 폭이 넓기 때문에 장래의 새로운 버섯으로서 정착할 것이라는 기대가 모아져 당초는 대만으로부터 도입된 유럽계의 종묘를 사용하여 재배가 이루어졌으나 재배기술이 안정되지 않는 것과 종묘의 안정성이 확보되지 않은 것 등이 원인이 되어 생산량은 안정되지 못했음
- 2000년대에 들어서 나가노현의 버섯 재배기업이 종래의 팽이버섯의 대용 품목으로서 새송이버섯을 도입하고 기술의 안정화에 성공한 것과 종묘 메이커의 품종이 안정화되어 생산량은 착실하게 급속히 증가하고 있는 추세임
- 2000년 통계를 보면 전체생산량은 6,734톤으로 이중에서 5,000톤 가까이가 나가노현의 기업 1개회사에 의해 재배되었고 대부분이 시장유통을 포함한 판매점과 직접계약하는 경우가 많았고 1998년경에 1kg당 1,800엔 정도하였던

것이 서서히 가격이 하락되어 2000년에는 기업적인 생산품이 900엔 정도까지 하락하였음

- 새송이버섯은 재배기술이 확립된 이후 비교적 기업적인 재배가 가능한 버섯으로서 중소기업의 생산자로부터 대형재배기업까지 참여하게 되었음. 그러나 근년은 나가노현의 기업과 더불어 니이가카의 버섯재배기업이 새롭게 진출하는 등 투자경쟁이 과열하여 중소기업 수준의 재배자는 곤경에 처해있는 실정임
- 특히 생산코스트가 대기업의 경우 1kg당 400엔대 이하까지 내려간 것에 대해서 일반재배자는 600엔이 최저한으로 알려져 생산코스트 면에서 큰 차가 벌어지고 있음. 또한 근년은 잔류농약 문제로 잠시 멈추고 있던 중국 산과 대만산의 수입품이 시장으로 유통되고 있어 가공품 분야로의 진출이 두드러지고 있음. 중국에서는 새송이버섯의 조방재배가 각지에서 행해지고 있고 우리나라에서는 일본의 기술을 응용한 시설형의 새송이버섯 재배가 번성하고 있음

3. 최근의 생산동향

- 새송이버섯의 생산량 통계를 보면 1998년이 3,600톤, 1999년이 5,515톤, 2000년이 6,734톤으로 점차 증가하여 2001년이 10,000톤을 돌파하였고 2002년은 2001년의 10,070톤에서 19,472톤으로 단번에 2배 가까이 93.4% 증가하였음
- 그러나 생산액에 대해서는 2001년의 생산액이 97억엔으로 전년을 83% 상회한것에 대해서 2002년은 146억엔으로 50.4%의 상승에 멈춤. 2001년 생산량, 판매금액 모두 순조롭게 확대된 반면에 2002년은 생산량의 성장만큼에 비해 생산액의 성장은 둔화되었음

- 2003년의 생산량은 29,942톤으로 전년대비53.8%증가한 반면에 생산액은 187억엔으로 전년대비28.5%증가하였음. 2004년의 생산량은 전년대비 41.9% 증가한 42,488톤으로 나타나 1998년에 비하면 6년 사이에 12배 가까이 증가하였음. 현재 일본버섯류 중 생산량 5위를 차지하고 있음

〈새송이버섯 생산량〉

(단위 : 톤)

1998년	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년
3,600	5,515	6,734	10,070	19,472	29,942	42,488

자료 : 임야청 경영과 특용임산대책실 특용임산기획반 03-3592-8111(내선6144)

직통 03-3591-6318 담당: 마키, 이시이 2005/4/27

4. 주생산시기

시설재배로 주년 재배되고 있음

5. 주생산지

- 2003년을 기준으로 보면 주생산지는 니이가타가 생산량이 가장 많은 전체의 38%인 11,147톤이고, 이어 나가노가 20%인 6,100톤, 후쿠오카가 9%인 2,628톤, 군마가 7%인 2,136톤, 카가와가 7%인 2,081톤으로 기업의 규모가 확대되고 있고 타 품종으로 전환되고 있는 움직임이 보이고 있음

II. 유통현황

1. 시장규모 및 특성

■ 시장규모

- 현재 수요확대로 급격히 생산이 증가하고 있어 새송이버섯의 시장규모는 매년 대폭 증가하고 있음. 금년은 5만톤대를 넘을 것으로 예상하고 있으며 약 500억엔의 시장규모가 될것으로 전망하고 있음

■ 형태적인 특징

- 초기발생시 갓모양은 흑갈색의 작은 구슬모양으로 버섯의 발생초기 형태와 매우 흡사하며 수확적기의 모습은 대가 매우굵고 길며 밑으로로 내려올 수록 통통한 형태를 이루고 대의 속이 꽉차있음
- 대의 크기에 비해 상대적으로 갓이 작고, 갓이 대에 역삼각형으로 분화되어 있으며 갓의 맨 윗부분이 편상처럼 평평한 것이 매우 특징적임
- 대는 회백색 내지 유백색이며, 갓은 생육시의 광량에 따라 다소 차이는 있으나 연회색 또는 연분홍색을 띄고있음. 대의 길이는 5~15cm 정도로서 보통 10cm 내외이며 대의 직경은 1.0~3.5cm이며 갓의 크기는 직경 2~7cm 정도로서 4cm 내외가 보통이며 두께는 0.2~3.6cm로서 가장자리는 칼날처럼 매우 날카롭고 중심부로 갈수록 두터운 형태를 하고 있음

■ 맛의 특징

- 새송이 버섯은 자실체의 균사조직이 치밀하여 육질이 뛰어나 맛이 탁월하고, 자연산 송이와 식미가 비슷함

- 대부분의 버섯이 비타민C가 없거나 매우 적은것에 비해 새송이버섯은 비타민 C가 느타리버섯의 7배, 팽이버섯의 10배정도 많은것으로 알려져 있음
- 수분함량은 다른 버섯에 비해 4%정도 적어 저장력이 좋으며, 이밖에 무기물 (특히 칼슘과 철)함량도 기타버섯에 비해 매우 높음

■ 버섯의 재배기간은 버섯종류, 병과 용기의 용량에 따라 다르나 재배기간의 소요일수는 연간 재배회수와 더불어 소요된 경비가 어느 정도의 기간에 회수 가능한지에 대해 영향을 미치고 있음. 단순히 장기, 단기만으로는 판단 할 수 없는 부분도 있으나 새송이버섯은 56일정도로 짧은편에 속해 비교적 타버섯에 비해서 유리한 버섯이라 할 수 있음

■ 새로운 버섯을 소비자에게 제공할 시에 받아들여질지의 여부는 씹는 촉감, 식미, 형태, 색상등도 영향을 미치나 이외에 보존성도 크게 영향을 미치고 있음. 아이치현 임업센타에서는 새송이버섯과 타 버섯과의 보존성을 비교 시험한 결과 새송이버섯이 가장 보존성이 좋은 버섯으로 조사되었음

■ 생산량이 급속히 늘어나 과잉공급이 되어 가격의 급락도 걱정되고 있으나 소비도 늘어나고 있어 급격히 가격이 하락하는 것은 없을 것으로 보임 단지 품질적으로 열세에 있는 것은 좋은가격은 기대할수 없으므로 소비의 확대와 더불어 품질이 좋은 것을 생산하는 것이 중요함

■ 여름철의 버섯은 보존성이 나쁘고 탕 요리 등의 수요가 적기 때문에 소비가 저하되어 가격도 하락되는 경우가 있으나 새송이버섯은 타 버섯에 비해 가격이 폭락되는 경우는 극히 적으며 이는 보존성이 좋기 때문임. 또한 볶음요리, 튀김요리 등 계절에 좌우되지 않는 수요가 있는것도 커다란 이유라고 생각됨

2. 유통경로

○ 신선버섯의 유통경로는 신선청과물과 같은 유통경로를 보이고 있음

- (1) 일본국내생산자 → 소비자
- (2) 일본국내생산자 → 시장 → 판매점 → 소비자
- (3) 일본국내생산자 → 농협·출하조합 → 시장 → 판매점 → 소비자
- (4) 해외생산자 → 수입상사 → 소비자
- (5) 해외생산자 → 판매점 → 소비자
- (6) 해외생산자 → 상사 → 판매점 → 소비자
- (7) 해외생산자 → 수입상사 → 시장 → 판매점 → 소비자

3. 도매가격

〈새송이버섯의 연간 거래실적(동경도 중앙도매시장)〉

(단위 : 톤, 천엔, %)

수량		전년 대비	금액		전년 대비	전체 야채중 점유율			
2004년	2003년		2004년	2003년		수량		금액	
						2004년	2003년	2004년	2003년
2,292	2,226	103.0	1,398,411	1,372,114	101.9	0.1	0.1	0.4	0.4

〈새송이버섯 일본산과 수입산의 입하수량과 점유율(동경도중앙도매시장 2004년)〉

(단위 : 톤, %)

입하수량			전년대비		수입국비율
총수량	수입산	점유율	총수량	수입산	
2,292	79	3.4	102.9	90.9	중국 100

〈새송이버섯 연도별 거래실적 (동경도중앙도매시장)〉

(단위 : 톤, %)

	2002년	2003년	2004년	전년대비
수량(톤)	1,636	2,226	2,292	103.0%
단가(엔/kg)	706	616	610	99.0%

〈새송이버섯 산지별 거래가격 (동경도 중앙도매시장)〉

(단위 : 엔/kg)

지역별	년월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	연계
전체	2003	637	639	581	552	515	417	439	468	786	907	747	634	616
	2004	653	642	568	495	478	470	434	477	851	805	756	615	810
니이가타	2003	661	638	547	502	487	412	467	488	767	866	787	721	629
	2004	713	669	602	517	471	446	422	447	799	777	738	621	775
나가노	2003	861	788	755	711	631	543	591	677	928	1,096	975	836	798
	2004	866	812	728	623	618	625	590	600	1,011	930	941	831	786
군마	2003	555	595	476	466	430	365	325	279	627	689	494	463	471
	2004	500	508	468	375	377	394	326	352	688	605	528	431	461
돗토리	2003	701	624	613	521	487	353	416	428	759	918	795	667	601
	2004	690	676	559	490	396	381	328	365	812	740	754	583	565
시즈오카	2003	661	644	585	515	453	382	423	417	664	878	768	612	591
	2004	606	629	538	439	417	390	342	368	824	770	733	656	580
중국 (수입)	2003	277	414	357	285	840	263	83	-	-	428	380	348	341
	2004	322	375	267	203	315	-	-	-	-	497	341	237	290
후쿠시마	2003	627	636	642	622	486	551	419	414	558	791	961	840	791
	2004	631	817	725	654	608	577	417	342	482	753	729	816	749
아키타	2003	796	787	790	615	619	615	562	501	957	1,095	997	884	788
	2004	811	739	664	596	563	505	449	572	1,196	1,169	1,182	899	769
토치기	2003	580	519	501	484	418	311	349	348	682	856	701	598	535
	2004	625	594	521	489	439	384	325	421	816	737	723	638	551

지역별	년월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	연계
이바라키	2003	755	774	728	615	537	400	412	500	750	930	694	641	632
	2004	676	668	576	462	467	409	342	402	826	777	728	610	595
기타	2003	673	593	560	508	457	362	378	471	879	943	639	502	548
	2004	558	611	525	606	554	608	606	619	929	932	1,013	907	676

〈새송이버섯 월별 도매수량 및 가격(동경도중앙도매시장)〉

구분	2003년		2004년	
	도매수량(톤)	가격(엔/kg)	도매수량(톤)	가격(엔/kg)
1월	165	637	202	653
2월	156	639	188	642
3월	167	581	211	568
4월	182	552	188	495
5월	180	515	188	478
6월	175	417	180	470
7월	190	439	158	434
8월	166	468	149	477
9월	173	786	162	851
10월	205	907	213	805
11월	288	747	217	756
12월	249	634	236	615
년계	2,226	616	2,292	610

자료 : 청과물유통연보

4. 최근시장동향

- 2002, 2003년에 들어서 동경, 오사카의 양 중앙도매시장에서는 합쳐서 연간 5,000톤 정도가 입하되고 있으며 양 시장에 대한 버섯류의 취급은 식문화의 차이를 반영하여 각 품목마다 큰 차이가 있으나 새송이버섯에 대해서는 동경과 오사카시장이 큰 차이가 없어 새송이버섯이 관서지방에서 높은 비율로 받아지고 있는 것으로 보여짐
- 시황은 1Kg당 800엔 정도가 시장의 적정단가로 알려져 왔으나 2002, 2003년의 대폭적인 생산증가에 따라 대폭적인 하락이 계속되고 있음. 시장별로는 동경시장에서 2002년에 706엔이었던 것이 2003년은 616엔, 2004년은 610엔으로 하락하고 있음
- 2003년은 양 시장모두 1월경부터 급격히 단가가 하락하여 4월 이후는 더욱 심각해져 7월까지의 동경, 오사카 양시장의 평균단가는 500엔대를 넘지 못하였음
- 가을이후 송이버섯의 흉작과 중국산 송이버섯의 수입감소로 고급버섯으로서의 새송이버섯이 부각되어 10월 이후는 거의 전년수준의 상장으로 회복은 되었으나 년초부터의 저가와 봄에서 여름사이의 대폭하락은 심각하여 나가노, 니이가타의 대형 버섯생산기업은 중간결산보고에서 적자를 보였음
- 앞으로 더욱 설비투자에 의한 증산계획이 발표되고 있고 새송이버섯은 1kg당 400엔 시대를 염두에 둔 경영의 재구축이 큰 과제로 대두되고 있음

5. 소매가격

- 상품에 따라 가격차가 크며 선물용 통신판매는 가격이 높은 편이나 일반 슈퍼에서 판매되고 있는 상품은 제일판매가 많고 가격이 상당히 저렴한 편임



〈점보사이즈 1팩(300g)×4〉
(통신판매 2,079엔)



〈점보사이즈 1팩(200g)〉
(통신판매 357엔)



〈보통사이즈 1팩(100g)〉
(통신판매 134엔)



〈소사이즈 1팩(300g)〉
(통신판매 368엔)



〈선물용 1팩(500g)×4개〉
(통신판매 4,000엔)



〈선물용 1팩(500g)×2개〉
(통신판매 2,500엔)



〈슈퍼판매 니이가타산 100g(103엔)〉



〈슈퍼판매 나가노산 100g(103엔)〉

6. 포장형태

- 수확한 버섯은 1분 수확한 것은 대중소로 분류하고 그루 수확한것도 1분씩 쪼개어 대중소로 분류하여 포장준비를 하며 돌 붙은 배지가 붙지 않도록 가지런히 잘라야하며 이렇게 그루마다 또는 1분씩 사이즈마다 분류하여 포장되고 있음
- 1개의 용기 또는 봉지에 100-150그램씩 결속하고 이것을 랩 포장하여 30-40용기(봉지)씩 상자 결속하여 출하되며 규격 등은 아직 결정된 것이 없고 출하처의 요망에 따라 포장되고 있음. 대소를 혼합하여 포장하거나 작은 것 만을 덕용으로서 봉지결속하거나 보통의 절반가격으로 판매하는 경우도 있음

7. 수입산 유통동향

- 중국산은 품질면에서 크게 차이가 있어 중국산의 경우는 안정공급을 바라는 업무용 수요에 대부분 유통되고 가공, 외식용등에 이용되고 있음. 가격은

일본산과 비교가 안 될 정도로 큰 차이를 보이고 있고, 반면에 일본산은 고급음식점, 호텔 등 가정용으로 소비되고 있음

- 수입시기는 중국산의 경우 2003년이 1-7월과 10-12월에 수입되었으며 2004년은 1-5월과 10-12월에 수입되었음
- 새송이버섯의 수입형태는 종이상자 포장으로 들어오며 1kg의 폴리에틸렌 봉지포장이나 1상자 15kg들이로 수입되기도 하며 바이어 요청에 따라 소포장 등 별도로 들어오는 경우도 있음

Ⅲ. 소비실태

1. 주 소비시기

- 주년 소비되고 있으나 가을철인 9월에서 11월이 주 소비시기로 비싼 송이버섯의 대체품으로 소비되고 있음

2. 소비량

- 소비량에 대한 정확한 통계자료는 없으나 국내 생산량과 중국산의 소량 수입량을 감안하여 추정 집계하면 1인당 연간소비량은 360그램 정도로 추정되며 매년 대폭 증가하고 있음

3. 소비계층 및 소비형태

- 소비계층은 큰 차별 없이 남녀노소, 젊은층, 장년층 모두 선호하고 있으며 소비형태는 가정용보다는 외식산업에서 접하는 경우가 많으며 최근 가정용 소비도 증가하는 추세를 보이고 있음
- 일식, 양식, 중국식 등 어떤 요리에든 잘 이용되며 보존성이 좋아 야외에서 바베큐용으로도 이용되고 있음

4. 소비자 반응

- 새송이버섯에 대한 소비자의 반응은 가격도 그다지 높지 않고 맛과 보존성이 좋아 매우 좋은 것으로 나타남

- 새송이버섯에는 섬유질이 높게 함유돼 있어 씹는 촉감과 맛이 좋으며 저칼로리 식품으로 다이어트 등에 유리한 건강식품으로서 가치가 높고 이와 함께 식물섬유소가 많아 발암성 물질과 콜레스테롤을 흡착시켜서 체외로 배출시키고, 위장 안의 유용세균의 발육촉진 작용이 있으며 또한 저칼로리 식품이기 때문에 비만억제 작용도 높은 것으로 알려져 건강지향적인 연장자와 다이어트에 관심 있는 여성에게 인기가 확산되고 있는 실정임

〈상품 새송이버섯 구별방법〉

- | | |
|---------------------|---------------------|
| ○ 갓의 모양이 둥근모양인 것 | ○ 대와 갓의 구분이 확실한 것 |
| ○ 대의 색은 회고 윤택이 나는 것 | ○ 육질이 단단하고 탄력이 있는 것 |
| ○ 버섯의 색깔이 변하지 않은 것 | |

IV. 수출입 동향

1. 수출 동향

- 일본에서의 새송이버섯은 1998년에 처음으로 유통되기 시작하였고 일본시장도 최근에 확대되기 시작하여 아직까지 수출실적은 없는 것으로 나타남

2. 수입 동향

- 새송이버섯의 HS 세번이 분류되어있지 않아 공식적인 수입실적 발표자료는 없으며 2002년부터 중국산이 소량 수입되고 있다는 것이 시장관계자의 의견임

3. 국가별 점유율

- 현재 수입산은 100% 중국에서만 들어오고 있으며 수입실적 통계가 발표되지 않고 있어 파악이 곤란하나 2004년의 동경도 중앙도매시장의 입하비율을 보면 일본국내산이 96.6%, 중국산이 3.4%의 점유율을 차지하고 있음

V. 통관제도

1. 관세제도

■ 관세율

- 일본의 새송이버섯의 단독 세번이 없고 기타 버섯류에 포함되어 있음

상품분류번호	품 명	세 율	
		기 본	양허(WTO)
0709.59-090	기타버섯류	5.0%	4.3%

2. 수입절차

■ 수입통관 절차

- 수입 자유화품목이며 단지 식품위생법과 식물방역법의 규정에 따라야 함

① 식물방역법 관련

식물방역법에 따라 수입 시에는 식물방역소에 신고를 하고 지정된 장소에서 검사를 받지 않으면 안됨. 신청 시에는 수출국정부기관에서 발행된 식물 검역증명서를 첨부하여야 함

② 식품위생법 관계

식물방역법에 의한 절차를 마치고 합격한 상품은 검역증명서와 수입상대국 정부기관이 발행한 위생증명서를 첨부하여 후생노동성 검역소 수입식품 감시담당에게 「식품등 수입신고서」를 제출하여야 함. 수입야채에 적용되는 규격기준은 ㉠「식품 잔류농약기준」 ㉡식품 또는 첨가물의 기준규격의 제정 ㉢상기에 의거한 검사 등 3가지가 있음

③ JAS법 관련

JAS법 개정에 따라 품질표시 의무의 대상이 종래의 정령지정품목에서 전의 음식료품으로 확대되었기 때문에 판매 시에는 품질표시기준에 따라 일괄표시를 하여야 함. 이 중에서 신선식품에는 원산지 표시가 의무화되었고 또한 「유기식품」의 검사 인증·표시제도가 도입되어 특정 JAS규격에 의한 격부를 받지 않으면 「유기」, 「오가닉」등의 표시는 할수 없도록 되어있음

④ 수입통관 관련

「수입(납세)신고서」에 상기에서 취득한 관계서류, 인보이스, B/L, 보험 명세서의 서류를 첨부하여 세관에 제출하여야 하며 세관에서 심사, 검사 및 납세 후에 수입허가서가 교부됨

3. 통관관련 이슈 및 법률

■ 중국산 새송이에 대한 수입위반 사례

○ 2002년에 검역소에서 모니터링검사 결과 중국산 새송이버섯에서 잔류 기준치를 초과하는 크로르피리호스의 검출이 확인되었음. 이로 인해 '02년 11월21일 중국산 새송이버섯 및 가공품에 대해서 식품위생법 제15조3항에 의거 검사 명령을 실시하였고 검역소에서는 수입자에 대해서 전량의 폐기 또는 반송 조치를 하도록 하고 화물의 수확처, 생산자 및 농약의 사용상황 등에 대해서 조사하도록 지도하였음

○ 경위

- 2002년4월19일 첫번째 위반

- 신고수량 및 중량 : 618카톤, 7,416kg
- 검출농약 : 크로르피리로스0.03ppm(기준치0.01ppm)
- 신고처 : 동경검역소 카와사키검역소 지소

- 2002년11월20일 두번째 위반

- 신고수량 및 중량 : 200카톤, 1,200kg
- 검출농약 : 크로르피리로스0.09ppm(기준치0.01ppm)
- 신고처 : 후쿠오카검역소

<참고> 중국산 새송이버섯 수입실적(2002.4.20-2002.11.21)

- 신고건수 : 71건 ○ 검사건수 : 71건
- 수입신고중량 : 95,154kg

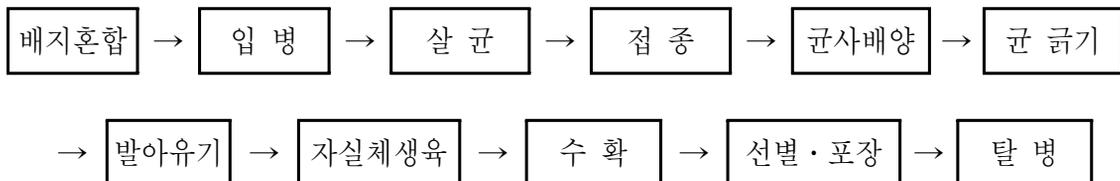
Ⅵ. 국내 새송이버섯 현황

■ 생산동향

구 분	'03	'04	'04/'03
면적(ha)	122	183	50%
단수(kg/10a)	50	59	18%
생산량(톤)	18,358	32,736	78%

자료) 농림부 2004 특용작물생산실적

- 분류학적 명칭 : 큰느타리버섯(King Oyster Mushroom)
- 일반 느타리버섯에 비해 균사생육이 늦고 환경조건에 민감하여 재배하기가 상당히 까다로운 버섯으로 일반 균상재배보다는 병재배용으로 재배
- 재배면적은 전남(58ha), 경남(55ha), 경북(24ha), 충남(18ha) 순임
- 재배과정



■ 유통 및 소비동향

- 새송이 버섯은 맛이 뛰어나면서도 육질이 쫄깃해 소비가 꾸준히 증가
 - 전반적인 수요패턴은 식자재물량과 가정용물량이 주류를 보이고 있으며, 식자재 수요는 시세에 따라 꾸준히 형성되는 반면 가정용 수요는 계절성과 행사시 집중 소비 패턴을 보이고 있음
 - 최근에는 몸체 과육이 두껍지 않고 단단하며 선도가 높은 것을 선호

○ 새송이버섯의 소비 및 유통량은 최근 5년 사이에 급증

- 새송이버섯 출하량(서울 가락시장)

(`00) 111톤 → (`01) 350 → (`02) 1,326 → (`03) 5,515 → (`04) 4,255

○ 가격동향

(도매, 上品기준단위 : 원/kg)

연 도	`02	`03	`04	`05. 1~5
가 격	6,745	5,590	4,841	4,078

자료) 가락동 도매시장 가격정보

- 새송이 버섯은 1/2/4kg 골판지상자, 스티로폼 용기와 랩을 이용한 150/200/300/500g 소포장 등 다양한 형태로 유통되고 있으나 주로 2kg 상자가 거래됨

- 새송이 버섯의 가격은 매년 하락 추세임

- 월별 가격추세를 보면, 설날이 있는 1, 2월 및 추석에 있는 9월에 가격이 높게 형성됨

■ 수출 동향

(단위 : 톤, 천불)

수출국	2002		2003		2004		2005.4	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
계	5	155	15	164	66	229	52	186
미 국	-	3	3	9	42	123	41	126
캐 나 다	-	-	-	-	3	19	4	21
네덜란드	-	-	-	-	-	-	5	27
기 타	5	152	12	155	21	87	2	12

자료) 농수산물유통공사 통계자료

주) 기타버섯(신선/냉장)의 수출실적임.

○ HS code : 0709-59-9000

- 새송이의 별도 HS code는 없어 기타버섯(신선/냉장)으로 구분하고 있으나 대부분 새송이버섯임
- 새송이 버섯은 주로 미국으로 수출되고 있으며 최근 캐나다 및 네덜란드로 수출이 증가하는 추세임

Ⅷ. 시장진출방안

1. 한국산 경쟁력

- 현재 한국국내의 가격과 일본에 들어오고 있는 중국산의 가격을 보면 한국산은 가격 경쟁력에서 상당히 열세에 있다고 볼수 있음. 또한, 한국 국내의 생산량이 일본에 비하면 월등히 적어 안정적인 수량확보의 문제점을 내포하고 있음

2. 수출 가능성

- 일본은 새송이 버섯의 수요가 급속히 늘어나고 있어 수출가능성은 충분히 있다고 볼수 있음. 현재 일본에서의 유통은 소수의 대기업이 대량생산으로 시장을 독점하고 있고 대량생산으로 가격도 점차 낮아지고 있어 일본의 대기업이 생산하고 있는 정도의 가격을 제시할 수 있다면 수출이 가능하다고 판단됨

3. 시장 접근방법

■ 도매시장 상장판매 수출방식 검토

- 소규모, 소량의 수출형태로서 수출확대에는 한계가 있으므로 대량으로 수출 가능한 도매시장에 상장판매 수출을 시도, 수출을 확대해 나가야 하겠음
- 상장수출시 경락가에 따라 결손 우려가 있으나 2-3년 지속적으로 수출이 이어지고, 품위만 인정받는다면 오히려 고가 수출이 가능하며, 장기적으로

수출농업을 육성해야 하는 우리나라 실정에서 수출확대에도 크게 기여가 가능할 것으로 보임

- 상장수출은 일시적이 아닌 품목 당 최소한 5-6개월은 계속적으로 물량을 공급해야하는 것이 가장 주요한 사항으로 장기적인 안목이 필요함

■ 일본산의 고가출하기 집중공략

- 일본산이 가격이 가장 좋을때가 9-11월로 송이버섯과도 같은 상황임. 이 시기에 한국산 송이버섯과 병행하여 새송이버섯도 집중수출이 필요

4. 수출시 발생가능한 문제점 또는 애로사항

- 안정적인 수출 물량확보가 필요하나 한국국내의 수요증가로 국내가격이 높아져 수출지향보다는 내수지향으로 국내여건이 조성되어있음
- 저가의 중국산에 비해 가격경쟁력확보에 애로가 있음

5. 시장진출 방안(종합)

■ 가격과 안정공급이 조건

- 현재 여러 상황을 종합해 보면 일본의 유통관계자들은 가격을 중시하고는 있으나 가장 중시로 여기는 것은 안정공급이며 그 다음이 가격, 그 다음이 안전성으로 안정적인 공급체제의 확보가 수출확대와 직결된다고 볼 수 있음

■ 고품질 버섯 생산 기술개발

- 품질에 따라 커다란 가격차이가 있어 고품질일수록 시장성이 높고 고가로

수출이 가능하기 때문에 앞으로 품질향상의 기술개발이 요청되고 있음. 고품질의 버섯 생산기술을 개발하기 위해서는 고품질 우량상품 종을 육성하여야 하고 우수 배지재료를 개발하여 실용화하여야 함. 또한 균상 관리시 온, 습도의 정확한 관리기술과 정밀기계의 이용에 의한 자동시설의 전산화도 이루어져야 함. 한국산의 수출시 중국산의 저가격에는 가격 경쟁력에서 이길 수 없기 때문에 차별화되는 고품질의 버섯을 개발하여 수출하는 것이 바람직하다고 생각됨

- 새송이버섯을 생산하기 위해서는 초기 투자비용이 많이 소요되고 직접 종균을 제조하려면 살균기·접종기·입병기·균급기·탈병기·혼합기·실험실 등을 갖추어야 하는데 최소 수억원이 소요되기 때문에 수지를 맞추려면 어느정도의 수량을 생산해야하고 또한 배양할 공간도 확보해야 등 소규모의 농가에서는 손을 대기 힘들고 또한 해외수출까지 시도하려면 다수확 기술을 소유하고 있는 대규모 생산업체만이 가능 할 것으로 판단됨
- 중국산과 차별화된 고품질의 상품을 안정적으로 공급할수 있다면 일본시장에서 제값을 받을 수 있을 것으로 생각되나 문제는 한국에서의 생산코스트를 얼마나 내릴 수 있는가에 따라 수출가능여부가 달려있다고 볼수 있으며 현재는 한국산이 국내가격이 높고 또한 수출할 수 있는 만큼의 물량이 확보되어 있지 않은 상황임

표고버섯 유럽 시장동향

신규수출유망품목발굴조사

표고버섯 유럽 시장동향

I. 생산현황

1. 세계 버섯 생산현황

- 세계 버섯 생산량은 2.3백만톤
 - 대부분이 아시아와 유럽에서 재배
 - 유럽과 미국지역의 주요생산 버섯류는 95%가 양송이버섯
 - 아시아의 주요 재배버섯은 표고버섯과 느타리버섯(oyster mushroom)
- 주요 생산국은 중국 32%, 미국 16%, 네덜란드 10%, 프랑스 8%, 영국 5%, 이태리, 일본 및 폴란드 각각 4%, 독일 및 아일랜드 각각 3% 등
- 1994-1999년간 세계 생산량은 매년 평균 3%씩 증가
 - 중국, 미국, 헝가리, 아일랜드 국가의 증가율은 네덜란드보다 높은 반면 프랑스 및 영국의 생산은 감소
 - 헝가리의 경우 세계생산량의 1%에도 미치지 못하나 5년간 2배로 증가
 - 아일랜드의 경우 세계 생산의 2.5%이며 매년 7%씩 증가
 - 스페인은 유럽생산의 3.5%, 이태리 3%, 벨기에 2%를 각각 차지하며, 스페인의 증가율은 2.5%, 벨기에의 증가율은 15%인 반면 이태리생산은 감소

생산국	생산량(Mt)				
	'00	'01	'02	'03	'04
EU 전체	1,016,449	1,087,542	1,085,119	1,059,032	1,061,815
오스트리아	100	200	100	100	100
벨기에	46,300	40,500	42,500	43,000	43,000
키프로스	1,730	1,470	1,270	1,300	1,300
체코	1,000	500	800	800	800
덴마크	8,300	8,300	8,300	8,300	8,300
에스토니아	200	100	100	100	100
핀란드	1,536	1,465	1,756	2,020	2,000
프랑스	203,811	196,254	175,288	165,647	170,000
독일	62,000	63,000	62,000	60,000	58,000
그리스	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
헝가리	16,926	18,414	20,257	20,000	20,000
아일랜드	59,800	68,000	69,000	69,000	70,000
이탈리아	72,492	79,200	90,683	90,000	90,000
라트비아	500	534	500	600	550
리투아니아	6,000	2,900	2,900	3,000	3,000
룩셈부르크	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
네덜란드	263,000	275,000	270,000	263,000	260,000
폴란드	100,000	110,000	120,000	120,000	120,000
포르투갈	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
슬로바키아	600	500	800	900	1,000
슬로베니아	1,500	1,500	1,500	1,500	1,000
스페인	63,254	109,605	115,165	115,165	115,165
영국	89,900	92,600	84,700	77,100	80,000

2. 네덜란드 버섯 생산현황

(1) 개요

- 네덜란드는 중국, 미국에 이어 세계 3위의 버섯생산국가로 대부분이 양송이 버섯을 생산
- 2004년도 생산량은 260천톤에 달하며 그중 60%가 가공 및 수출
 - 주요 수출국가는 독일, 벨기에, 이태리, 프랑스, 덴마크, 영국 등지이며 미국으로의 수출도 증가
- 1950년도만해도 양송이 재배는 거의 황무지상태
 - 1970년대 1,100재배자 및 30천톤 생산
 - 1980년 800재배자 60천톤 생산
 - 2001년도 450재배자 265천톤 생산으로 대폭 증가
- 이같은 생산 증가의 주요인은 양송이 재배자협회(CNC : Cooperatieve Nederlandse Champignonkwekersvereniging)의 결성 결과
 - ‘뭉치면 강해진다’는 슬로건 아래 1953년도 설립
 - 현재 연구와 교육이 한곳으로 집중한 결과 재배 기술이 향상으로 세계 각국에서 견학오고 있음
- 양송이 재배외에도 동양에서 특히 많이 알려진 버섯류들을 재배
 - 밤 양송이, 느타리버섯, 표고버섯, paarse ridderzwam, potabella's, akker-paddestoel, bundelzwam 등

〈네덜란드 양송이농가 통계〉

구분	단위	1990	1999	2004
생산액	백만유로	180	284	260
총농산물 중의 비중	%	1	2	2
무역용 생산량	천톤	147	258	263
- 그중 기업용	천톤	93	160	-
신선마켓	천톤	54	98	-
수출(신선)	천톤	30	73	-
업체수	개소	852	576	350
기업평균생산면적	m ²	1,231	1,640	2,417
생산성	kg/m ² /연간	138	243	278.6

〈네덜란드 양송이 농가 생산성〉

(단위 : 유로/m²)

연도	생산성	비용						net- 기업결과
		은행이자비 감가상각비	에너지	노동	퇴비	기타	총비용	
2002	271.5	28.9	14.3	101.2	93.6	57.5	295.6	-24.1
2003	282.4	29.7	15.2	110.6	99.7	59.0	315.0	-31.4
2004	278.6	33.1	15.8	112.5	103.2	66.3	330.9	-52.3

자료 : informatienet

(2) 버섯 재배면적

연도	양송이버섯 (cell수)	양송이재배면적 (천m ²)	그중 지속성장 com- post로 재배되는 양송이버섯(천m ²)	기타 버섯 (천톤)
1992	5,090	1,127	574	-
1993	4,669	1,046	692	1.5
1994	4,577	1,063	761	2.4
1995	4,569	1,089	816	0.8
1996	4,198	997	781	2.3

연도	양송이버섯 (cell수)	양송이재배면적 (천㎡)	그중 지속성장 com- post로 재배되는 양송이버섯(천㎡)	기타 버섯 (천톤)
1997	3,975	998	820	50
1998	3,846	975	834	57
1999	3,653	944	859	120
2000	3,470	950	904	122
2001	3,269	968	921	135
2002	4,432	926	891	44
2003	2,729	878	863	50
2004	2,398	846	832	52

※ 기타버섯 : 표고버섯, 느타리버섯 등의 버섯, 단위 톤은 버섯을 재배하는 신선배양기(substrate)무게임
자료 : CBS

(3) 신선 버섯 생산량

(단위 : 천톤)

구 분	1990	1995	2000	2001	2002	2003
총 야채	2,843	3,035	2,793	2,798	2,887	2,967
그중 온실야채	1,419	1,515	1,298	1,351	1,379	1,426
양송이버섯	147	230	265	275	270	263

자료 : productschap tuinbouw, 통계청CBS

(4) 신선 버섯 생산액

(단위 : 백만유로)

구 분	1990	1995	2000	2001	2002	2003
온실야채	1,173	1,067	1,259	1,163	1,192	1,300
절화	1,480	1,614	2,086	2,065	2,149	2,160
분화/정원화	769	865	1,149	1,213	1,301	1,385
온실원예총생산	3,422	3,546	4,494	4,441	4,642	4,845
버섯류	182	245	316	318	303	285

(5) 유기농(organic) 신선 버섯 생산

(단위 : 천Cells)

연 도	양송이 compost 재배	기타버섯류
1999	859	120
2000	906	122
2001	921	135
2002	891	44
2003	863	51

Ⅱ. 소비 및 유통현황

1. 네덜란드 내 유통 버섯종류

- 예전에 버섯은 무당(witch)문화와 연관 지었으며 독성의 식품으로 간주하였으나 현대요리에 빼놓을 수 없는 식품으로 등장하고 있음
- 네덜란드는 물론 주위유럽국가의 버섯소비는 거의 대부분이 양송이 버섯으로 네덜란드의 경우 연간 1인당 소비량은 2.5kg에 달함
- 사용방법은 생 버섯을 썰어 그대로 샐러드용으로 사용하거나, 육류요리에 곁들여 먹거나, 바베큐용, 리조토 등의 쌀(죽)밥에 넣어 요리하는 등 셀 수 없이 다양하며 또한 매일 매일 새로운 요리방법이 개발되고 있는 실정임
- 유럽 가정에서는 신선 버섯을 대부분 사용하는 반면 건조버섯은 중국인 등 동양인들이 주로 사용하는데 최근 들어 건조버섯에 대한 인식이 높아지고 있어 TV 요리 프로그램이나 식당가에서의 사용이 확대되고 있음
- 그러나 아직까지도 소비자대상 건조버섯은 동양계 슈퍼에서만 제한 판매되며 대형 슈퍼에서는 신선버섯류만이 냉장 판매되고 있음
- 또한 최근들어 양송이 이외의 기타 버섯류에 대한 관심과 소비가 대폭 증가되고 있는데 그 주요 버섯류는 아래와 같음

(1) 표고버섯(Shii-take)



- 라틴어 명칭 : *Lentinus edodes*
- 원산지 : 일본, 참나무(통나무) 재배
- 재배방법
 - oak tree 나무짚(sawdust), 잘게 자른 밀짚, 물의 혼합 compost인 substrate에서 연중재배
 - 통나무재배도 소량 실시
- 네덜란드산 특징
 - 머리부분이 양송이버섯보다 납작
 - 재배방법에 따라 머리 윗부분색상은 연한 고동색에서 짙은 고동색을 띠며, 밑부분 및 줄기부위는 크림색
 - 머리부위 지름은 약 3-10cm
- 보관 : 내장으로 5일간 보관가능
- 세척 : 젖은 취사용(부엌)휴지로 세척 건조성이 양송이보다 높아 조리시 물이 적게 빠짐

- 사용방법
 - 비타민 B2와 D가 풍부하며 콜레스테롤을 낮추는 효과가 있어 일본에서 특히 애용
 - 조각으로 잘라 요리하거나 소형의 경우 통째로 조리하기도 함
 - 양송이보다 단단한 재질로 동양볶음요리에 적합

(2) 팡이버섯(Enoki)

- 라틴어 명칭 : *Flammulina velutipes*
- 원산지 : 일본
- 재배방법 : 짙혼합체에서 재배, 네덜란드에서는 매우 소량재배
- 특징
 - 대량의 길고 가는 줄기덩이와 작은 머리부위가 특징
 - 송이형으로 자라며 소형 송이형 포장으로 특별 전문점에서만 판매
 - 머리부위는 크림색상, 줄기는 흰색이며 살부위는 흰노란색상
 - 또한 송이 밑부분에 짙혼합체가 남아 있을 수 있음
- 보관 : 적절한 포장과 온도(냉장보관)으로 2-3일 보관가능
- 세척 : 부엌용 휴지로 세척하며 짙혼합체가 있는 경우 요리전후로 제거하며 아래부위는 질길 수 가 있으므로 절단하는 것이 좋음
- 사용방법 : 동양요리와 샐러드에 적합



(3) Trompette de la mort



- 라틴어 명칭 : *Craterellus cornucopioides*
 - 네덜란드에서는 Hoorn van overvloed로 불리며, 영국에서는 Black Trumpet으로 알려짐
- 원산지 : cantharellen의 일종
- 재배가 불가능, beech wood나무숲에서 자람
- 특징
 - 깔때기(funnel)형으로 줄기속이 빈 상태
 - 색상은 외부가 고동색/검은색, 내부는 옅은 회색임
 - 살부위는 옅으며 냄새가 좋음
 - 맛이 부드러우며 허브향이 짙음
- 보관 : 건조가 용이하며, 잘 건조된 경우 냉장고에서 며칠간 보관가능
- 세척 : 물로 세척 가능
- 사용방법
 - 줄기아래부위 절단하거나 통째로 조리 가능
 - 라구(ragout : 매우 걸죽한 소스를 구운 빵 등의 파스테이에 얹은 요리) 및 소스에 주로 사용

(4) Eekhoortjesbrood



- 라틴어 명칭 : Boletus Edulis
 - 식당가에서 Cepes(프랑스 이름), Porcini(이태리), Steinpilz(독일)로 각각 불리고 있음
- 원산지
 - 프랑스 및 이태리의 잎사귀가 넓은 나무숲(broad-leaved forest) 혹은 침엽수 숲에서 자생하는 야생버섯
- 특징
 - 육질형 재질로 다소 끈적한 느낌이 있음
 - 색상은 붉은 고동색에서 짙은 고동색상
 - 밑부위는 스폰지와 같은 재질
 - 줄기는 매우 두꺼운 편
 - 수확 시기는 초여름에서 늦가을까지
 - 기후에 따라 어느 해에는 대량생산되며 어느 해는 전혀 수확이 불가능
- 보관 : 장기보관이 불가능하므로 사는 즉시 소비할 것
- 세척 : 소량의 물로 세척이 가능

○ 사용방법

- 재질이 단단하며 nuts맛이 나며 부드러운 맛
- 특별한 맛으로 식당가의 요리사들이 애용하는 버섯류임
- 줄기 밑부위 절단하여 조리
- 줄기가 다소 질긴 편으로 국이나 소스용으로 사용

(5) Portabella



○ 라틴어 명칭 : Agaricus bisporus

- 원래 밤양송이 버섯으로 특별한 재배방법을 통해 대형버섯으로 재배

○ 원산지

- 미국에서 오래전부터 바비큐용 버섯으로 널리 알려져 있음
- 미국에서 네덜란드로 옮겨진 버섯으로 네덜란드에서는 일부 재배자들에 의해 특별히 재배

○ 특징

- 작은 줄기와 대형의 머리부위가 특징
- 살은 단단하며 흰색상

○ 보관 : 보관기간이 다소 길며, 완숙한 버섯으로 버섯가루가 떨어질 수 있으나 전혀 해롭지 않음

- 세척 : 축축한 부엌휴지로 세척하며 줄기 아래부위 절단
- 사용방법
 - 이 버섯에 치즈나 간고기를 채워 넣어 통째로 요리하거나 썰어 조리
 - 속을 채울수 있는 옵션이 있어 채식요리에 적합
 - 전식 및 점심요리에 적합

(6) Pom Pom Blanc

- 라틴어 명칭 : *Hericium erinaceus*
 - 네덜란드에서는 프라우즈왈(pruikzwam : 가발버섯이란 뜻)으로도 불림
- 원산지 : 중국, 야생은 찾아보기 힘들며, 극소량이 재배되고 있음
- 특징
 - 둥근 불형으로 선명한 흰색 및 크림 흰색상
 - 표면은 부드러운 털재질
 - 부드러운 맛, 단맛이나며 다소 nuts 맛이 나기도함
- 보관 : 단단한 재질로 냉장고에서 7일간보관 가능
- 세척 : 원래 세척할 필요 없음
- 사용방법 : 대부분 얇게 썰어 볶음. 또한 속을 채우는 요리에도 적합



(7) Pied de mouton



- 라틴어 명칭 : *Hydnum repandum*
 - 네덜란드에서는 스테이크즈왐(*tekelszwam* : 삐죽한 버섯), 독일에서는 *Semmelstoppelpilz*로도 불림
- 원산지 : 상업 및 침엽수숲에서 자생, 7~11월사이 네덜란드 마켓에 판매 되는데 대부분이 프랑스산
- 특징
 - 색상은 크림색상에서 살구노란색상
 - 버섯모양은 매우 불규칙하며 머리 아래부위에는 부드러운 것들이 튀어나오며 머리부위크기는 불규칙함
- 보관 : 며칠간 냉장보관이 가능함
- 세척 : 부엌용 휴지로 조심스럽게 세척, 납작하게 썰어 요리함
- 사용방법 : 살이 단단하며 맛이 부드럽고 chanterelle과 함께 사용함. 생것 그대로 사용하지 않는 것이 좋음

(8) Paarse ridderzwarm



- 라틴어 명칭 : *Lepista nuda*
 - 프랑스에서는 Pied Bleu 로 불리며, 영국에서는 Blue Foot로 불림
- 원산지
 - 프랑스에서 beech wood잎사귀와 oak tree 나무껍질의 혼합 substrate에서 재배되었음
 - 화란에서는 전문가에 의해 소규모로 재배됨, compost를 채운 후 80-120일 만에 처음 수확할 수 있음
- 특징
 - 보라색상이 도는 푸른색상의 줄기
 - 크림색/연고동색상의 머리부위
 - 8cm크기로 자라며 머리지름은 5~6cm
- 보관 : 냉장의 경우 5~7일간 보관 가능
- 세척 : 축축한 부엌용 휴지로 세척
- 사용방법
 - 줄기 밑 부분절단 후 사용

- 요리후에도 단단한 대로 남아 있음
- 다른 버섯류보다 오래 조리하며, 생것으로 사용할 수 없음
- 들짐승/새소리에 적합함

(9) Oesterzwam(oyster mushroom)

- 라틴어 명칭 : Pleurotus ostreatus
 - oyster형의 머리모양에서 기인된 이름임
- 원산지 : 야생에서 죽은 나무에 자람, 네덜란드에서는 잘게자른 짚과 물의 혼합체를 봉지에 담은 것에서 연중 재배됨
- 특징
 - 부채형의 머리와 짧은 줄기가 특징, 머리 크기도 다양함
 - 머리아래부위 줄이 매우 선명
 - 머리색상은 연한 베이지색에서 연한 회색까지 매우 다양
 - 소량의 노란색상도 재배됨
 - 송이로 뭉쳐서 자라며 일일이 잘라 포장함
- 보관 : 일반 흰 양송이버섯보다 오래보관이 가능함. 냉장 보관해야함
- 세척 : 물로 세척하지 않는 것이 좋으며 부엌휴지로 세척
- 사용방법
 - 전체 혹은 잘라 요리
 - 부드러운 살로 인해 요리시간은 매우 짧아야 함
 - 닭/어린쇠고기/생선요리에 적합
 - 또한 채식용 schnitzels(돈가스)로도 불려 고기대신 버섯통째로 밀가루에 얹어 돈가스처럼 요리함

(10) Morieljes

- 라틴어 명칭 : *Morchella esculenta*
- 원산지 : 터키, 미국, 캐나다의 대형잎 및 침엽수숲에서 성장
- 특징
 - 드물게 봄철에 성장되는 버섯류
 - 뿔족 형으로 구멍이 뚫린 스펀지 형태를 갖추
 - 대부분 건조형으로 판매
- 보관 : 냉장에서 며칠 보관가능
- 세척 : 모래부착가능성이 많으므로 절반으로 절단 후 세척하며 즉시 사용
- 사용방법
 - 건조형은 물에 불린 후 사용
 - 허브맛이 강하며 야생육류요리에 적합
 - 혹은 ragout에 사용이 적합
 - 생버섯 그대로 식용 불가능



(11) Akkerpaddestoel



- 라틴어 명칭 : Agaricus Arvensis
 - 네덜란드에서는 다소 anise맛이 나므로 anijschampignon(anise mushroom)이라고도 불림
- 원산지 : fir wood숲에서 야생
 - 네덜란드에서 소량 판매되는데 이는 연중 재배되는 것임
- 특징
 - 머리는 연한 노란색 줄기는 흰색
 - 줄기가 굵고 머리가 적음
 - 살이 희며 매우 단단
- 보관 : 2~3일간 냉장보관 가능
- 세척 : 브러쉬나 젖은 부엌용 휴지로 세척
- 사용방법
 - 줄기 밑부분 절단후 얇게 썰거나 4각으로 절단 요리
 - 샐러드용으로 매우 적합(매우 짧게 볶거나 생으로 사용)
 - anise 맛은 오래 요리하는 경우 사라짐

(12) Beukenzwam(beech wood mushroom)



- 라틴어 명칭 : *Hypsizygu*s Tessulatus
 - Clamchell과 Shimeji로 널리 알려져 있음
- 원산지 : 원래 일본산
 - 소량이 네덜란드와 벨기에에서 재배
- 특징
 - 초기에는 어두운 회색/고동색이나 성장하면서 머리 부분의 색상이 변화되어 수확시기에는 크림색상 및 연한고동색
 - 살 및 줄기색상은 흰색이며 머리지름은 2~5cm임
- 보관 : 냉장고에서 며칠 보관가능
- 세척 : 젖은 부엌용 휴지로 세척
- 사용방법
 - 통째로 사용할 수 있으며 특히 생선요리에 적합
 - 줄기 밑부분 절단후 사용
 - 적절히 요리하는 경우(오래 가열하지 말 것) 버섯이 바삭바삭함
 - 연약한 버섯으로 조심스럽게 다뤄야 함

(13) Bundelzwam(bundle mushroom)



- 라틴어 명칭 : *Pholiota Nameko*
 - 몽쳐서 자라므로 bundelzwam(bundle mushroom)라 불림
- 원산지 : 일본
 - 소량이 네덜란드와 벨기에에서 재배됨
 - beech wood가 재배에 선호됨
- 특징
 - 소형의 붉은 고동색 머리와 가늘고 연한 고동색의 줄기가 특징
 - 머리지름이 1~2cm이며 다소 끈적거림
- 보관 : 오래보관 불가능하므로 구매즉시 사용
- 세척 : 습기있는 부엌용 휴지로 세척, 통째로 요리에 사용
- 사용방법
 - 다소 생선냄새가 나므로 버섯이 신선하지 못하다고 오인 할 수 있음
 - 바삭바삭한 버섯으로 국이나 ragout요리에 적합

(14) Cantharel(Chanterelle)

- 라틴어 명칭 : *Cantharellus cibarius*
 - 프랑스에서는 cantharel Girolle로 불림
- 원산지 : 야생버섯으로 재배가 불가능
 - 넓은 잎사귀 및 침엽수 숲에서 자람
 - 산성의 토질에서 자람
 - 네덜란드 숲에서는 찾아보기 힘들며, 동유럽 및 프랑스, 이태리, 스페인에서는 cantharel이 많이 발견
 - 유럽의 이 버섯시즌은 6월에 시작 10월에 끝남. 10월이후에는 주로 미국에서 수입
- 특징
 - 머리부위는 깔대기 형, 줄기는 머리 부분에서 밑으로 소형화됨
 - 여러 가지 크기로 공급
 - 색상은 연한 노란색에서 어두운 노란색(의 오렌지색)까지로 다양한데 기후 조건과 원산지에 따라 상이
- 보관
 - 신선 및 건조 cantharel은 냉장고에서 5~7일 보관 가능
 - 장마시즌의 버섯은 연하므로 즉시 사용하는 것이 좋음
- 세척
 - 야생에서 자라므로 흙이 많으며 젖은 수건으로 세척
 - 다른 버섯과는 달리 물로 세척이 가능하나 즉시 수건으로 건조해야함
- 사용방법
 - 줄기 밑부분 절단 후 사용
 - 허브맛이 나며 다소 후추 맛이남
 - 육류요리나 소스에 적합
 - 섬세한 맛으로 야생육요리 사용에 적합



(15) (white)champignon(양송이버섯)

- 라틴어 명칭 : Agaricus bisporus
 - 네덜란드에서 가장 잘 알려진 버섯으로 유럽 각지역에서 연중 재배됨
- 원산지 : 1650년 파리에에서 발견
 - 그후 1세기후 굴에서 번식이 매우 좋은 것을 발견 재배시작
 - 네덜란드에서는 19세기초에 처음으로 재배시작
 - cell이라 불리는 습도와 온도를 적절히 조절하는 공간에서 재배
 - 수퍼판매 양송이는 손으로 절단하여 즉시포장 판매함
- 특징 : 줄기 및 머리부위 흰색, 머리지름 40mm에서 100mm까지로 다양
- 보관
 - 구매후 2~3일간 냉장고 보관 가능
 - 매우 변질하기 쉬우며 상처받기 쉬움
 - 양송이는 수확 후에도 계속 자라는데 적절한 포장으로 냉장보관하는 경우 성장 프로세스가 감소됨
- 세척 : 특별한 브러시로 세척하거나 젖은 부엌용 휴지로 요리 바로 전에 세척 물에 담구지 말 것(스펀지처럼 물을 흡수하기 때문)
- 사용방법
 - 여러 요리에 사용이 가능
 - 요리시 물이 다시 빠져나가 요리에 물이 많아짐
 - 줄기 밑부분 절단 후 사용가능하며, 잘게 썰거나 혹은 4등분하여 요리



2. 소비동향

- 1999-2002년간 양송이버섯 소비는 다소 감소된 반면 밤양송이버섯, 느타리버섯 및 표고버섯등 기타 버섯류소비는 대폭 증가
 - 가구당 연간 1인당 양송이 소비량은 2%가 감소한 2.28kg인 반면 기타버섯류 소비는 2배가 증가한 170g(그중 110g이 밤양송이버섯임)
 - 그러나 기타버섯류 소비는 양송이버섯에 비해 여전히 소량에 불과
- 유기농버섯(biological mushroom)
 - 유기농버섯 공급량이 소요보다 많은 상태로 버섯 bio-농가수는 많으나 단지 10개 농가만이 실제로 bio-버섯을 공급하고 있음
 - bio-버섯의 대부분이 양송이버섯이나 느타리버섯과 표고버섯도 일부 유기농으로 재배
- 수출은 대부분 독일에 편중되어 있으며 그밖에 벨기에, 프랑스, 영국 및 스칸디나비아에도 수출
- 유럽의 소비자대상 버섯류판매는 대부분이 신선물
 - 가공기업용으로 각종 스프 및 혼합 냉동야채 등의 식품(요리)원료로 사용하거나 병 및 캔포장의 버섯가공품으로 판매
 - 반면 건조버섯소비는 주로 중국인 및 동양인들에게 제한되어 있으며, 아직 일반수퍼마켓에서 찾아 볼수 없고 중국수퍼에서 대부분 판매
 - 네덜란드 현지인들은 건조버섯에 대한 인지도가 거의 없으며 식당가 및 TV 요리 프로그램에서 건조표고버섯에 대해 이따금씩 다소 언급
- 신선 표고버섯에 대한 인식은 현재 거의 대중화된 상태
 - 신선 표고버섯은 느타리버섯과 함께 모든 대형 슈퍼마켓의 고정 냉장판매 식품

- 화란 표고버섯(shii-take) 재배자협회와 국제 재배기술 브라반트(CTBI)는 그간 재배와 판매로를 직접 개척해 왔으며 그후 몇 년간 잘트봄멜 경매장(Zaltbommel)을 통해 경매해 왔으나 최근 잘트봄멜 경매장은 버섯류에 대한 경매를 전면 중단
 - 현재 버섯판매는 The Greenery International이 거의 전담
 - 그린너리는 모든 신선물에 대한 경매를 전면 중단하고 직재배자 공급, 직수입 및 판매, 수출을 실시
- 일반 양송이 소매가격은 킬로당 6유로인 반면 shii-take는 킬로당 20유로로 고가에 판매되고 있음에도 불구하고 전세계적으로 그 소비량은 다른 (이국적인)버섯류와 같이 계속 증가
 - 현재 소비량은 느타리버섯(oyster mushroom)보다도 많은 제3위의 버섯류임(양송이버섯1위 및 밤양송이버섯 2위)
- 양송이와는 달리 볶을 때 물이 생기지 않는 것이 큰 장점이며 발암방지, 고혈압방지, 콜레스테롤을 낮추는 등의 약효가 있는 것으로 알려지고 있어 판매량은 계속 증가할 것으로 예상
- 각종요리에 사용하는 것은 물론 크림, 허브농축액, 홍차, 맥주 등의 원료로도 사용
- 표고버섯맥주
 - 쉬마케(Shimake)로 불리며 Mycelia사에서 생산한 맥주
 - 표고버섯으로 향을 낸 후 병에서 발효한 것으로, 3년이 유효기간인데 그 기간동안 지속적으로 맛이 향상됨
 - 알코올농도 9%이며 용량은 33cl 혹은 75cl 의 용량크기로 소매판매



3. 가격 현황

■ 화란 슈퍼판매- Albert Heijn

- 신선 표고버섯(shii-take) : €1.99/100g
- 신선 느타리버섯 및 표고버섯 혼합포장 : €2.99/200g
- 신선 느타리버섯 : €1.49/150g ○ 신선 canthabel : €2.99/100g
- 신선 Portabella : €1.49/2개 ○ 신선 양송이버섯 : €1.25/250g

■ 중국슈퍼판매- 화남홍

- 건조 표고버섯(비닐포장) :
 - €29.95/3kg- €32.95/3kg(Kirin quality)- €11.5/1kg
 - €2.56/200g- €2.80/200g(진공포장)- €1.35/100g
- 팡이버섯 및 느타리버섯 혼합 캔 : €1.25/280g
- 중국산 건조버섯유효기간 : 2년

Ⅲ. 통관제도

1. Taric code(HS code) 및 관세(제3국대상 관세)

(1) 신선버섯 및 냉장버섯

-0709 51	-- 버섯 및 트러플(truffles)
--0709 5	--버섯종자 genus Agaricus
--0709 52	--Truffles
--0709 59	--기타
---0709 59 10	---Chanterelles (관세 3.2%, unit value 926.44유로/100kg)
---0709 59 30	---Flap mushroom (관세 5.6%)
---0709 59 90	---기타 (관세 6.4%)
----0709 59 90 10	----채배 버섯 (관세 6.4%)
----0709 59 90 90	----기타 (관세 6.4%)

(2) 가공버섯

○ 냉동버섯, uncooked, 스팀 혹은 끓는 물에 삶은 것

--0710 80 61	--버섯
---0710 80 61	---genus Agaricus (관세 14.4%)
---0710 80 69	---기타(관세 14.4%)

○ 임시저장버섯, 그러나 즉석소비에 적합하지 않은 것

-0711 51	-버섯 및 truffles
--0711 51	--버섯 genus agaricus

(9.6%+€191/100kg/net eda, tariff quota 적용(12%))

2. 관세종류 및 non-tariff barriers

- 매년 반 가공 및 가공양송이 버섯에 대한 쿼타가 새로이 변경되어 적용됨 (0711 51버섯 genus agaricus : 9.6%+€ 191/100kg/net eda, tariff quota 적용12%)
- 2003 10 20 임시저장, 완전히 조리 : 관세 18.4% + 191유로/100kg/net eda, quota tariff 23%)
- 2003 10 30 기타 : 관세 18.4% + 222유로/100kg/net eda, quota tariff 23%

3. 버섯 등급 규정

■ Champignon :

- Agaricus bisporus
- Agaricus bitorquis
- 기타 Agaricus 종자
- 기타버섯류에 대한 공식 등급규정은 현재 없음

■ 품질규정

- 최소규정(양송이 버섯)
 - 상하지 않을 것, 줄기 끝부분 절단가능 할 것
 - 신선할 것
 - 어두운 갈색 및 검은색의 머리 아래부위 없을 것
 - 건강할 것(싱싱), 그러나 허가된 변형 감수
 - 곤충 및 편충(parasite)이 없을 것
 - 식용에 불리한 영향을 미칠 정도의 곤충 및 편충에 의한 피해가 없을 것

- 청결할 것, 다시 말해 실질적으로 흙이 없으며 다른 눈에 띄는 이물질이 없을 것, 단지 허가된 범위내의 비청결성 허락
 - 비정상적인 외부상의 습기가 없을 것
 - 비정상적인 내부상의 습기가 없을 것
 - 이상한 냄새나 맛이 없을 것
- 그밖에도 절단된 양송이는 모래발이 없어야 하고, 신선도는 운반과정을 통해 보존되어 최종판매처의 요구조건에 충족해야 함
- 등급(Classification)
- * Extra class
 - 이 class의 버섯은 superior quality를 갖추어야함, 색상 및 성장상태 등이 상업적인 형태(commercial type)를 갖추고 있어야 하며, 좋은 형태(well formed)를 갖추어야함
 - defect가 없어야함. 단지 표면적인 결점(defect)으로 전체적인 모양에 영향을 주지 않는 경우 허가.
 - 절단한 버섯의 경우 절단면은 줄기와 직각이어야 함
 - 실질적으로 casing material이 없어야함.
 - * class I
 - 좋은 품질이어야 함, 품종별로 갖는 특징을 소유하고 있어야 함
 - 조심스럽게 수확하여 흠집이 없어야 함. 절단한 버섯은 매끈하고 절단면은 거의 줄기와 90도를 이루며 30도까지의 변의 허가
 - 표면상 보관기간에 악영향을 주지 않는 한도 내에서 아래와 같은 변이 사항이 허가됨
 - 색상에 있어 소형의 변이 사항
 - 형태에 있어 소형의 변이 사항
 - light한 표면상의 손상상태
 - 소량의 표면상의 눌린 자욱
 - 매우 적은 오염으로 세척시 쉽게 없어지는 것

* class II

- 이보다 높은 class에 속하지 못하나 최소품질규정에 충당한 버섯
- 버섯특유의 특성을 유지 할수 있는 한도내의 아래와 같은 defect 변이사항이 허가됨
 - 모양에 있어서의 defect
 - 색상상의 defect
 - 약간의 눌린자국
 - 줄기에 다소의 손상
 - 줄기에 다소의 내부 습기
 - 변색된 머리아래부위
 - 줄기의 빈공간
 - casing material 흔적

크 기

○ 최소크기

- 머리지름이 최소한 15mm((closed), 20mm(open & flat) 일 것

○ 신선버섯(양송이)

구 분	cap의 지름	줄기 자른 길이	
		cut	uncut
'closed mushroom' 소형(소비자판매용 포장판매) 소형(날개) 중형 대형	20-42mm	머리지름의 1/2 15mm	머리지름의 2/3
	15-45mm	15mm	
	30-65mm	25mm	
	50mm이상	50mm	
'open mushroom'			
모두	25-70mm	50mm	
'flats'			
소형 대형	20-55mm 50mm 이상	머리지름의 2/3	

4. 신선물 표기사항

- 채소, 과일 등 종류마다 다소 차이가 있으나 공통 기재사항은 아래와 같음
 - PACKER나 수출업자의 이름, 주소(코드)
 - 제품의 이름, 종자, TYPE- 원산지(가능한 경우 생산지역명)
 - CLASS- 구분 (SORTING)
 - GROUP NUMBER
 - 줄(row) 및 켄(layer)당 과일개수 (밀폐포장의 경우)
 - 보존방법(TYPE OF PRESERVATIVE)

5. 네덜란드의 신선물(제3국 수입) 수입검사

(1) Party 선적

- 동일 품종의 일정 선박량, 동일 원산지, 동일 품질(class) 및 동일 상품으로 한 party를 여러 번에 나누어 보내는 경우도 검사시의 party로 간주

(2) 검사 신청

신청시간	검사시간
○ 며칠전에 신청한 경우	- 10 : 00시 이후 언제든지 원하는 시간에 검사가능
○ 9 : 00시 이전에 신청한 경우	- 오후 언제든지 원하는 시간에 검사가능
○ 12 : 00시 이전에 신청한 경우	- 하루 중 언제든지 원하는 시간에 검사 가능
○ 16 : 00시 이전에 신청한 경우	- 급송의 경우 그날중 늦게까지 가능하나, 검사지역장이 급송의 가부를 결정함
○ 16 : 00시 이후에 신청한 경우	- 그 다음날(지역장이 다른 특별한 약속이 없는 한 도내에서)

주) : 위와 같은 조건은 검사부의 정상적인 신청량 한도 내에서만 가능하므로 모든 업체가 일시에(동시에) 검사받을 수는 없음. 다른 검사신청이 많을 경우 PD(식물병리학부plantenziektenkundige dienst)의 권한으로 위 검사스케줄을 변경할 수 있음

(3) 검사진행

- 검사가 의무적으로 실시되어야하는 제3국산 수입 과일 및 채소의 경우, EU 내 공급(도착)즉시 검사할 수 있도록 조치해야함
- 단지 검사에서 제외되는 선적(party)은 식물 보건증명서(phytosanitary certificate)에 의거 선적이 곧바로 다른 국가로 운송되는 경우임
- ‘품질검사(quality)’와 ‘식물 보건검사(phytosanitary)’를 따로 구분하지 않고 일시에 실행
- 모든 해당 검사선적품은 EU내에 전체적으로 혹은 부분적으로 수입하는 경우에 관계없이 한선적(one party)으로 간주하여 선적을 내리는 장소에서 모두 한꺼번에 검사

(4) 항구 혹은 육지(국내)에서의 검사

- 모든 선적품(party)은 ‘품질검사(quality)’와 ‘식물보건검사(phytosanitary)’의 2개 항목을 선적이 풀리는 항구에서 받음

※ 예외

- 선적을 항구에 풀은 후 계속 다른 국가로 운행 할 때,
- 선적을 검사 할 PD가 없는 경우(예를 들어 주말, 저녁(5:00시 이후), 밤)
- 선적을 “overboard” 로 풀고 곧장 다른 나라(장소)로 운행을 계속하는 경우 (그러나 이와 같은 경우는 가능한 제한하고 있음)
- 위 2개의 경우 수입업체는 즉시 항구사무소와 그지역 PD에 신고하여야 함. 단지 선적전체가 그대로 다른 국가(3국)로 운반되는 경우 검사 실시 않음

(5) 공항에서의 검사

- 8:00시~17:00시 사이 수입/수출업자는 그 지역 검역사무소에 선적전체에 대한 검사신청을 해야 하며 검사는 공항 내에서 실시
- 저녁시간과 주말의 경우 화란 내 도착장소로 물품이 운송(model 9)되며 그 도착장소에서 검사가 실시됨
- 검사의무가 있는 수입품의 경우, 검사이전에는 수입품을 구분(분리)하거나 그 일부분을 다시 전송할 수 없음

(6) 검사결과와 그에 따른 조치

- phytosanitary에 합격(통과)한 경우 : EU내 무역이 가능해짐 model 52
- phytosanitary에 불합격(비통과)한 경우 : EU내 수입이 거절됨
- ※ 그 후 처리방법은 :
 - 선적 반송- PD 감시 하에 선적말살
 - PD 감시 하에 선적으로 EU밖의 국가로 운송됨
- Quality에 합격한 경우
 - 검사자격증(control certification)을 발급(선적전체 혹은 원하는 선적일부분)
 - ‘검사자격증’에 도장으로 유효기간 표시(7일 혹은 28일)

28일	7일
오렌지, 귤, 시트론 사과, 배, 키위 서양참외, 아보카도 바나나, 포도 마늘, 배추/양배추류, 둥근양파 치커리 복숭아, 자두, 살구	딸기, 베리 샐러드용 상추류, 콩류 컬리플라워, artichoke, 아스파라가스 가지, 호박 오이, 토마토, 파프리카

- Quality 불합격한 경우
 - 선적(수입품)이 요구되는 품질기준에 미치지 못하는 경우 EU내에서 무역 거래할 수 없게됨
- ※ 그후 처리방법은
 - 선적 반송
 - PD(혹은 관세청) 감시하에 선적말살
 - PD 와 관세청감시하에 다른국가로 운송됨
 - 적절한 조치후(공업용, 품질별 재분리, 품질(class)을 낮춤)수입가능
- Quality 와 phytosanitary 에 합격한 경우
 - 검사자격증(control certification)발급, 조항 13에 다음과 같은 문구 기재 “fyto akkoord, certificaat nr.”(phyto agreed, certificate no.)

(7) EU 무역시

- 검사후 검사자격증이 발급되고 무역이 가능하도록 풀려난 선적은 그 일부분 무역도 가능
- 이 경우 해당업체는 세관이나 PD가 발급한 원본 검사자격증에서 그 일부분을 분리(빼어냄)시킬 수 있음
- 세관이나 PD로부터 ‘일부선적’에 대한 인증각인(hallmark)을 얻을 수 있음
- 인증각인이 찍힌 원본검사 자격증은 화란전체의 어느 세관에도 제출할 수 있으며, 이로 인해 EU내 무역(판매)이 가능

(8) 재수출(re-export)

- 재수출시, 검사자격증(control certification)의 유효기간은 3일간

- 유효한 검사자격증이 있는 선적을 재수출하는 경우, 사전에 선적 검사 없이도 phytosanitary re-export certification이 발급(재수출지역의 특별한 요구사항이 없는 한)
- 검사자격증 없이도, 원산지자격증 복사판에 현지 세관이 인증 각인한 re-export certification model 20+발행이 가능함
- 화란이외의 EU국가산 생산품의 경우, 재수출서류(re-export document)를 발행하기 이전에 선적검사를 실시해야함
- 수입량이 대량인 경우 1번에 검사하며, 제3국산 수입품과 동일하게, 그 후 일부분씩 분리하여 무역(운송) 할 수 있음
- 재수출지역이 특별한 phytosanitary 조건을 요구하는 경우 그 수입규정에 적합한 재수출검사가 실시됨

(9) 수입시 phytosanitary certification

- phytosanitary certification이 요구되는 선적의 경우, 실제 선적검사 시작과 동시에 phytosanitary certification이 제출되어야함
- 선적검사시 phytosanitary certification나, 인증각인이 찍힌 phytosanitary certification의 복사판을 제출하지 않는 경우
 - 검사관은 Wageningen의 PD(부서HIE)에 신고(연락)하며 HIE부서는 (매우 드물게) 이 규정을 무시하고 일을 진행 할수 있음

(10) 불합격된 수입품(party)의 분리

- 불합격된 과일, 야채 중 1000패키지보다 적은 경우 분리할 수 없음. 즉 한 party로 간주하여 일부분의 문제 발생시에도 전체적으로 문제를 처리한 후 운송이 가능

- 1000-2000package의 경우 2개로 분리 각기 처리되며,
- 2000-3000package의 경우 3개로 분리되는 등 계속같은 방식으로 분리할 수 있음
- 새로 만들어진 party만큼 새로운 서류 A 가 만들어짐
- 불합격된 party가 규율에 맞게 다시 재조정(완성)된 경우 다시 재검사를 신청할 수 있음

(11) controle certificate/ inspection note의 사용

- 한선적(party)이 검사를 받고 합격(통과)되었음을 증명하는 것으로
 - 수입시 즉시로 controle certificate를 인증각인(hallmark)받거나
 - 재수출시 즉시로 controle certificate를 인증각인하거나 inspection note (model 177)발급 받음
 - 단지 거쳐가는 party에 대해서는 controle certificate를 발급하지 않음
- 자료 : Productschap Tuinbouw(PT), 식물병리학부(PD)

IV. 수출입 동향

1. 수 입

가. EU

(1) 건조야채 EU 수입현황

(단위 : 백만유로/천톤)

구 분	2001		2002		2003	
	금액	량	금액	량	금액	량
총 건조야채	432	186	461	204	418	193
EU간의 수입	210	112	228	119	223	109
EU이외 수입	221	74	233	86	195	83
(개발도상국)	(140)	(50)	(156)	(61)	(134)	(62)
기타야채 및 믹스야채	142	64	152	64	132	55
양파	102	52	108	57	93	52
버섯 및 송로버섯	110	8	103	9	87	10
(그중 개발도상국으로부터의 수입량)	(62)	(5)	(60)	(5)	(52)	(5)
토마토	50	28	66	38	81	55
당근	14	9	16	11	15	11
감자	9	13	10	13	8	9
옥수수	6	11	5	12	3	1

자료 : Eurostat

(2) EU로 수출하는 주요 국가

○ 버섯 및 송로버섯(truffles) :

- 중국(33%), 서비아 몬테네그로(11%), 독일(8%), 루마니아(8%)

○ 전체 건조야채 :

- 중국(14%), 프랑스(13%), 독일(11%), 네덜란드(7%), 스페인(5%), 이태리(5%), 미국(5%), 터키(5%)

(3) EU국가별 한국산 수입현황

(단위 : 금액/유로, 량/100kg)

HS code 0709(품목 : 신선/냉장 버섯 및 송로버섯)										
	2000		2001		2002		2003		2004	
	금액	량	금액	량	금액	량	금액	량	금액	량
벨기에										
독일	2,538	99	5,618	36	1,474	3	1490	3	3,096	12
스페인										
프랑스	2,193	8								
영국	2,380	8					12,372	17	2,743	11
이태리					599	1				
네덜란드	195	1	688	1	4,518	6			12,431	19
HS code 0710(냉동버섯, 조리안된 것, 스팀 혹은 끓는 물에 삶은 것)										
벨기에					8,198	80				
독일	33,669	255	1,642	4	5,152	8			17,827	52
스페인									45,550	224
프랑스									5,509	9
영국			1,631	1			1,803	7		
이태리										
네덜란드										
HS code 0711(임시저장 야채, 버섯류그러나 일상용으로 사용 불가능, Agaricus제외)										
벨기에										
독일	27,320	143	32,860	256						
스페인										
프랑스										
영국							1,097	6	2,350	17
이태리										
네덜란드					1,355	1	78	0		

HS code 0712(건조버섯 및 truffles)										
	2000		2001		2002		2003		2004	
	금액	량	금액	량	금액	량	금액	량	금액	량
벨기에										
독일	2,392	4	13,891	42	12,923	37	31,935	49	18,457	49
스페인										
프랑스									4,114	1
영국					4,860	8			71,504	31
이태리										
네덜란드					1,775	6				
HS code 2001(식초 혹은 acetic acid 로 저장한 버섯 및 가공품)										
벨기에										
독일	19,187	104	97,975	459	56,522	229	60,320	294	42,471	239
스페인										
프랑스			20,336	39					8,640	22
영국	25,611	85	15,673	57	25,350	113	52,348	270	216,515	941
이태리										
네덜란드	19,141	71	66,020	236	131,919	476	159,483	682	27,845	150
HS code 2003((식초 혹은 acetic acid 이외로 저장 및 가공된 버섯 및 truffles)										
벨기에									1,468	1
독일			942	0	600	0			2,269	6
스페인										
프랑스										
영국										
이태리										
네덜란드							2,593	1		

나. 네덜란드 버섯류 수입현황

■ 국가별 수입현황

(단위 : 천유로, 톤)

구 분	'03		'04	
	물 량	금 액	물 량	금 액
합 계	47,661	68,433	28,364	42,352
폴 란 드	12,383	16,226	12,240	16,524
벨 기 에	18,526	22,486	7,533	10,592
중 국	4,782	5,701	4,203	5,070
독 일	9,459	18,215	3,529	7,094
덴 마 크	21	61	198	375
영 국	6	14	158	107
스 페 인	1,243	1,649	115	179
프 랑 스	457	2,231	100	486
캐 나 다	23	266	59	586
체 코	-	-	51	96
기 타	761	1,584	178	1,243

■ HS code별 수입현황

(단위 : 금액/천유로, 량/톤)

HS code(taric code)	년도	수입액	수입량
070902 신선/냉장 버섯 및 truffels	1997	21,638	15,643
	1998	30,845	19,396
	1999	45,919	26,129
	2000	55,297	35,152
	2001	76,314	50,865
	2002	79,561	52,460
071102 임시저장 야채, 버섯류 Agaricus제외 (그러나 일상용으로 사용 불가능)	1997	11,041	15,778
	1998	10,064	14,538
	1999	11,095	21,904
	2000	17,704	29,681
	2001	12,372	15,204
	2002	10,789	14,493
HS code(taric code)	년도	수입액	수입량
071181 임시저장 버섯류 Agaricus (그러나 일상용으로 사용 불가능)	1997	1,838	1,123
	1998	3,053	2,054
	1999	3,315	2,189
	2000	11,601	8,379
	2001	7,585	4,608
	2002	8,279	3,500
079902 신선, 냉장 야채(제외 : 감자, 토마토, 양배추 버섯류 등 제외)	1997	162,237	235,580
	1998	161,024	237,957
	1999	173,841	266,540
	2000	182,149	238,896
	2001	222,244	283,099
	2002	238,729	290,141
209905 식용, 가공 혹은 식초등으로 가공한야채(버섯포함, 양송이 버섯제외)	1997	128,069	127,310
	1998	127,878	137,924
	1999	137,321	144,972
	2000	141,621	145,198
	2001	128,903	142,864
	2002	140,014	141,139
209982 오이 및 피클등 식초등으로 가공한 야채(양송이 버섯포함)	1997	40,270	25,033
	1998	55,315	39,575
	1999	67,614	52,046
	2000	49,706	31,379
	2001	46,974	32,683
	2002	38,510	28,122

2. 수 출

네덜란드 버섯류 수출동향

(단위 : 천유로, 톤)

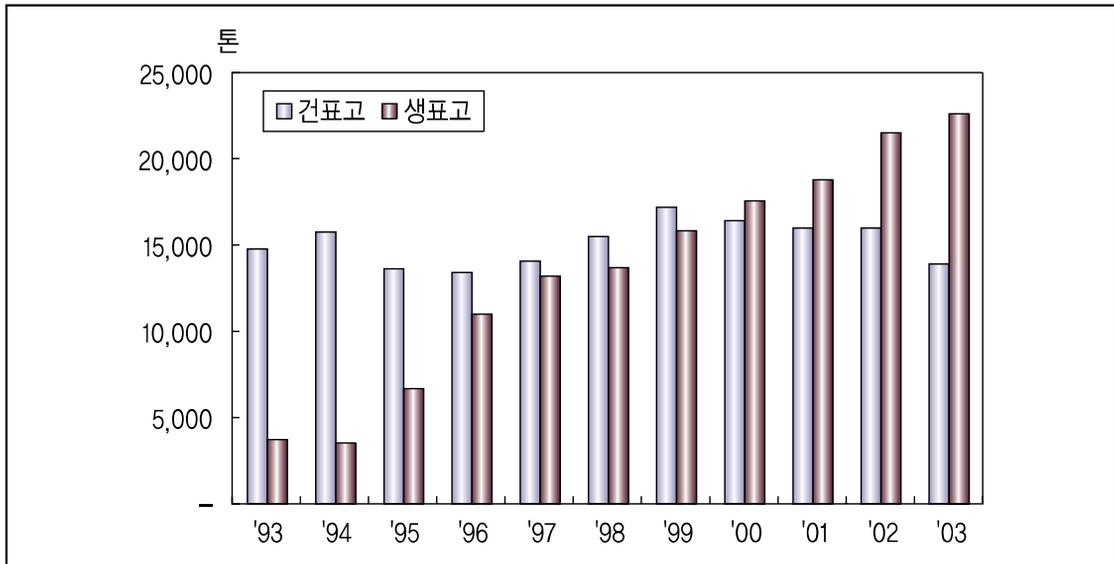
구 분	'03		'04	
	물 량	금 액	물 량	금 액
합 계	127,152	230,533	72,718	142,773
영 국	26,841	74,363	27,156	58,336
독 일	4,272	65,901	14,506	30,515
프 랑 스	1,772	30,628	8,796	17,695
미 국	272	1,995	4,409	3,874
벨 기 에	875	11,790	3,297	5,292
스 웨 덴	427	9,980	3,085	5,887
노 르 웨 이	174	8,305	2,604	6,382
아 일 랜 드	272	8,874	2,369	3,678
덴 마 크	107	3,707	1,124	2,288
러 시 아	174	849	1,073	561
스 위 스	69	1,328	755	1,401
일 본	20	650	537	948
호 주	30	786	426	706
이 탈 리 아	161	2,280	390	499
기 타	44	1,420	737	1,171

V. 국내 표고버섯 현황

1. 생산추이

구 분	건 표 고		생 표 고	
	생산량(kg)	생산액(원)	생산량(kg)	생산액(원)
2002	2,230,972	62,424,827,532	21,545,351	141,940,772,388
2003	1,936,904	52,488,154,200	22,374,218	183,699,346,260
2004	1,921,567	52,918,829,486	24,397,274	189,577,586,010

자료) 산림청 (www.foa.go.kr) “2004년말 임산물 생산통계표”



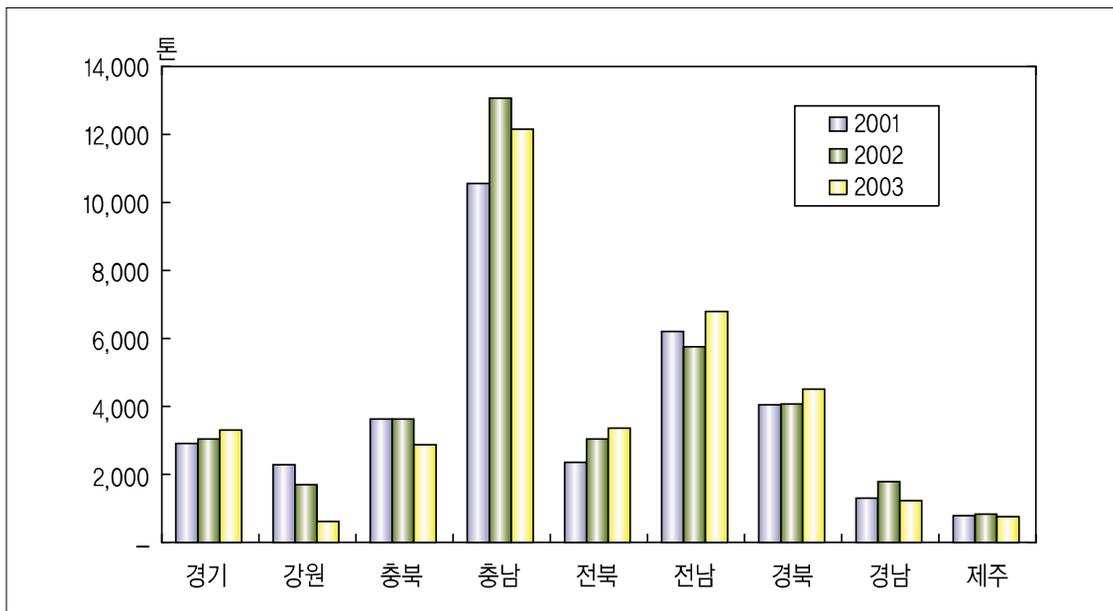
*주 : 생표고 기준으로 환산하였음(건표고 : 0.14, 생표고 : 1.0).

자료) 한국농촌경제연구원(www.krei.re.kr)

- 건표고의 생산량(생표고로 환산)은 1993년 1만 4,707톤에서 2003년에는 1만 3,835톤으로 지난 10년 동안 연평균 0.26%씩 감소하였으나, 생표고 생산량은 1993년 3,721톤에서 2003년 2만 2,374톤으로 크게 증가함

- 이처럼 생표고 생산량이 급증한 것은 소비자 선호의 고급화와 해외시장에서 중국산과의 경쟁이 심해지면서 내수 중심의 생표고 생산이 증가하였기 때문으로 분석됨
- 표고버섯의 재배방법은 크게 원목재배와 톱밥재배로 구분되는데, 톱밥재배는 연중생산이 가능하여 원목재배 보다 생산성이 높지만 국내는 아직 생산기반이 미약함
- 한편, 원목재배는 다시 노지재배와 시설재배로 구분되는데 현재 재배면적을 기준으로 보면 노지재배보다 시설재배의 비율이 높으며 이러한 경향은 확대될 것으로 보임
- 표고버섯은 전국적으로 생산되고 있으나 충남, 충북, 경북, 전남에서 전체의 70% 이상 생산되고 있음. 특히 충남은 생표고 기준으로 2003년 생산량이 1만 2,143톤으로 전체의 33.5%를 차지하며, 주요 생산지는 부여, 청양, 공주 등

〈지역별 표고 생산(생표고 환산 기준)〉



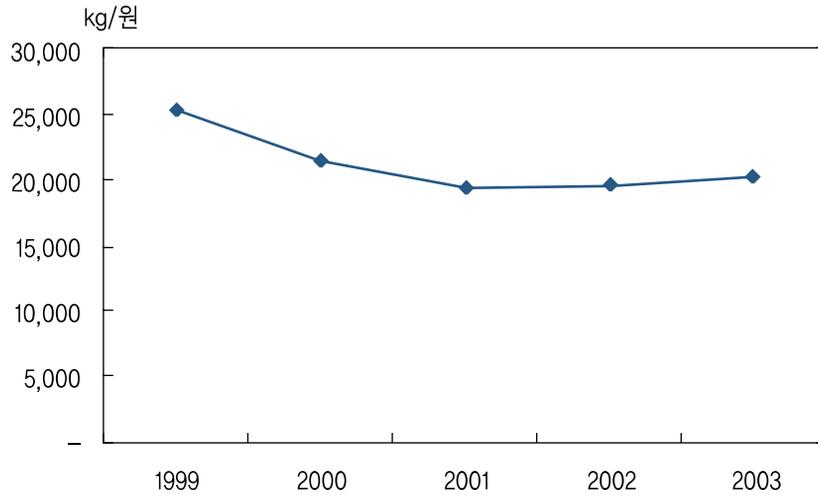
자료 : 산림청, 「임산물생산통계」, 각 연도

- 표고버섯의 1인당 소비량은 생표고 기준으로 1993년 402g에서 2003년 988g으로 꾸준히 증가함. 소비증가의 원인은 국민소득 증가에 따른 식생활 향상과 건강식품으로서의 수요 증가에 기인한다 할 수 있음

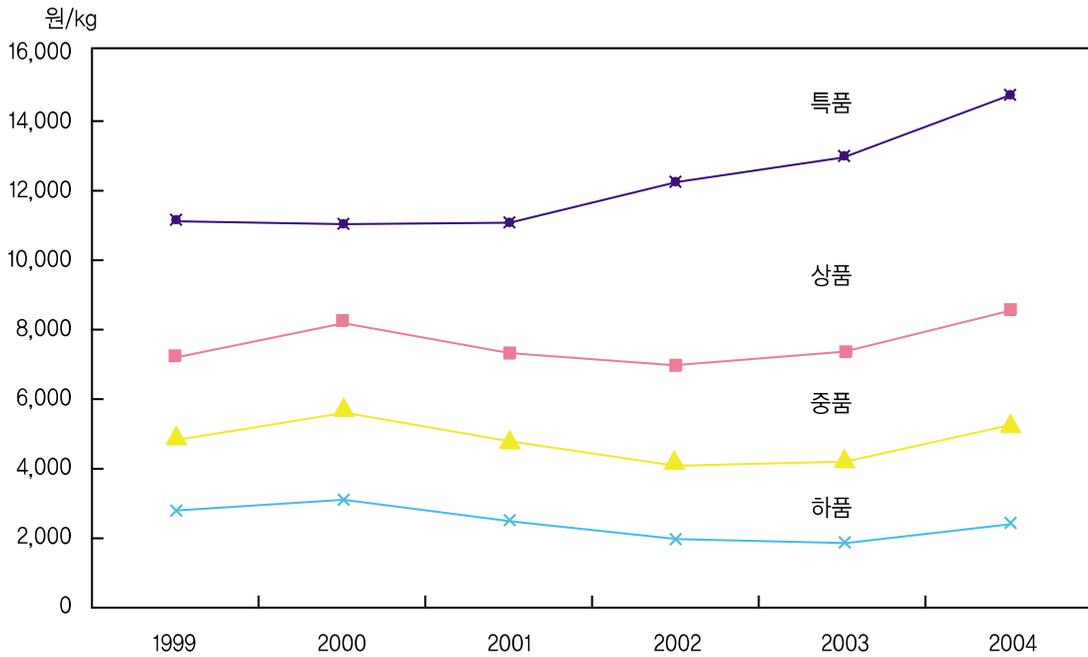
2. 유통 및 가격

- 건표고는 주산지인 장흥, 거제 등의 산지농협 및 산지 표고협회에서 봄, 가을에 실시하는 경매를 통해 거래됨. 생표고는 공주, 부여, 천안 등 중부 지역에서 가장 많이 생산되며 단위농협(60%)과 작목반(40%)을 통해 출하되는데, 전체 물량의 40%가 가락시장으로, 나머지는 기타 지역 도매시장 등을 통해 출하
- 건표고의 가격 동향(건표고 향신 2등급)을 생산지 실질가격(2000년 기준)으로 살펴보면 1999년에 2만 5,252원에서 2003년에는 2만 193원 정도로 하락한 것으로 나타남
- 이러한 가격하락은 국내 표고 수요가 건표고에서 생표고로 전환되었고, 건표고의 수출 수요는 감소하는 반면에 중국산 수입표고와의 가격경쟁이 심화되었기 때문
- 생표고 가격은 비교적 안정되어 있다고 할 수 있으나 2003년과 2004년에는 생산량 감소로 상승하는 추세
 - 제품의 등급별로는 고급품의 가격 상승폭이 큰 반면에 저급품은 가격이 상대적으로 안정적
- 생표고의 월별 가격동향을 보면, 일정 수준내에서 계절변동을 보이고 있음을 알 수 있음
 - 즉 겨울철에는 가격이 상승하였다가 이후에는 가격이 하락하는 추세를 보임

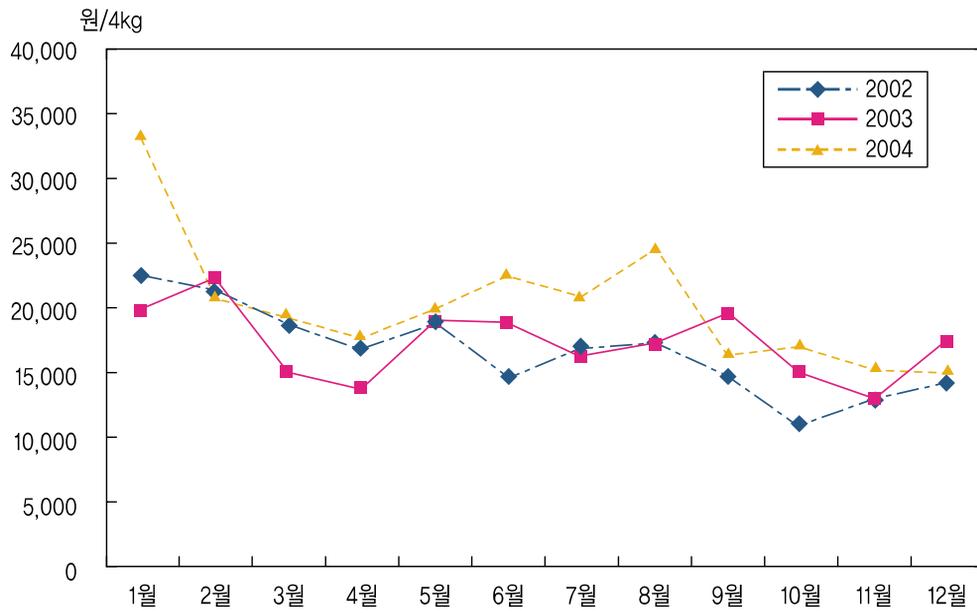
〈건표고의 실질가격 추이〉



〈생표고의 월별 가격추이(가락동시장)〉



〈생표고의 월별 가격추이(2002-04년) : 중품기준〉



Ⅵ. 수출 확대 방안

1. 운송료 절감으로 가격 경쟁력 높여

- 서구 현지인들을 판매대상으로 하는 경우는 주로 가공 및 신선물 표고버섯을 수출해야 하는데 신선버섯의 경우 항공운송 비용이 고가이므로 항공업체와의 운송요금 조절협상으로 수입가를 절감해야 할 것임
 - 네덜란드 화훼수출의 경우 기업은 정부의 보조금 없이 항공업체와 협상으로 다소 저렴한 가격에 정기수출하고 있음. 예를 들어 아프리카-유럽간의 정기운항기의 경우 아프리카에서 돌아오는 비행기가 비는 경우가 많으므로 이를 이용하여 저렴한 가격에 운송할 수 있음

2. 신상품 개발

- 일반 버섯가공품 특히 양송이의 경우 다소 값싼 식품이라는 인상이 있는데 이같은 인상을 피할 수 있는 표고버섯을 원료로한 가공식품 개발이 필요
예를 들어 냉장포장 및 병포장으로 현지인 구매에 맞도록 개발 수출
- 소스용으로 개발 : 이 경우 각종 크림소스 등에 표고버섯을 넣은 식품
- 마른표고버섯을 용액에 저장판매
 - 소스용 및 요리에 편리하게 직접 사용할 수 있도록 저장 판매하는 방법
 - 예를 들어 태양에 말린 이태리 건조 토마토를 (올리브)기름에 저장하여 판매하는 것처럼 마른 표고버섯을 기름에 넣어 병포장으로 판매하는 방법 등을 고려할 수 있음

- 표고스프로 개발
 - 캔스프는 값싼 식품으로 인식되고 있으므로 원가가 비싼 표고버섯에 부적합
 - 최근 들어 luxury스프형으로 고급스러운 포장(한국 파우치김치포장과 유사)으로 냉장스프가 판매되고 있음.(이들 lux포장판매 스프 종류에는 야생버섯 스프, 양송이버섯 스프, 토마토 스프, 겨자 스프 등이 있음)
 - 이 포장 스프는 종전의 값싼 식품으로 인식된 캔 포장 스프의 인식이 전환되고 있음
- 간편성을 강조한 소형 건조버섯
 - 조리시 건조한 버섯을 물에 불리지 않고 그대로 요리에 넣을 수 있도록 소형으로 제조 판매하는 방법
 - 예를 들어 태양에 말린 건조토마토 : 소형비닐포장으로 판매되며 요리에 신선토마토 대신 그대로 요리에 넣어 사용하는데 강한 토마토 맛으로 비싼 가격임에도 불구하고 많이 애용되고 있음
- 신선 냉동버섯 : 신선냉동 및 가공형의 다른 야채와 혼합된 냉동버섯 식품으로 ready to use(혹은 eat)형 식품

3. 청결한 버섯

- 대부분 신선버섯은 세척시 물을 흡수하므로 물로 세척하지 않고 건조세척을 하여 화학물질이나 이물질이 없는 깨끗한 버섯을 공급해야 할 것임
- 특히 화학물질에 대한 EU 잔류량 규정(maximum residue)은 매우 철저하므로 이를 준수할 것

4. 고정수입상을 통해 정기적으로 공급

- 신선버섯류의 경우 수확이 많은 경우 수출하고 적은 경우 중단하는 일시적인 수출을 지양
- 수출하기위한 생산으로 고정수입상을 통해 지속적인 수출지향

5. 수입상과의 협의

- 현지에 어필하는 식품을 잘 알고, 수입포장 및 세관을 잘 아는 수입상과 협의하여 수입상이 원하는 형태의 포장, 라벨링 및 크기 등을 고려하여 수출할 것

VII. 기 타

1. 연구기관

- STICHTING PROEFSTATION VOOR DE CHAMPIGNONCULTUUR
 - 주소 : Peelheideweg 15966 PJ America Netherlands
 - TEL : 077 464 7575
 - FAX : 077 464 1567
- IPC PLANT(Innovatie en praktijk centrum plantaardige productie en levensmiddelen technologie)
 - 기 능 : 식물성생산품 및 식품의 개선 / 실험연구소) 및 Horst centrum voor champignonteeltonderwijs양송이버섯 교육센터
 - 주 소 : Westerholtstraat 2, 5961 BJ Horst(L)

- TEL : 007 398 45 55
- FAX : 007 398 41 60

○ Informatie en KennisCentrum Landbouw

- 기능 : 농업 정보 및 자료센터, Sectie Glasgroente(시설채소분야)
- 주소 : Postbus 6, 2670 AA Naakdwijk
- TEL : 017636825
- FAX : 0174-636873

2. 버섯 재배농가 및 무역업체

기업 및 기관 장소(도시명) 전화

■ Agarica B.V.	HOOGEVEEN	tel. 0528263909
■ Agrichamp	VOGELWAARDE	tel. 0114671578
■ Banken Champignons B.V.	INGELMUNSTE	
■ Baromi B.V.	R KERKDRIEL	tel. 0418631789
■ Baron Champignoncultuur B.V.	MARUM	tel. 0594641749
■ Bleij-Vermeulen Beheer B.V.	DREUMEL	tel. 0487572829
■ Boméla Fungi B.V.	ZALTBOMMEL	tel. 0302898924
■ Braam Champignon Cultures B.V.	YERSEKE	tel. 0113572386
■ BUL Bedrijfsuitkomsten in de Landbouw- LEI-DLO	DEN HAAG	
농림부산하 경제연구기관으로 매년 기업실적 및 가격 등 경제 통계 자료 발표.		
■ C.C.B. Champignon Cultuur Beers	BEERS NB	tel. 0485312762

■ C.M.C.	AMERICA	tel. 0774642047
■ Champi-Mer B.V.	KESTEREN	
■ Champignonbedrijf Van Roij B.V.	WEERT	
■ Champignoncentrale Maasdriel Holding B.V.	KERKDRIEL	tel. 0418634805
■ Champignoncultuur C. Donkers Boekel B.V.	BOEKEL	tel. 0492321713
■ Champignonkwekerij A.J. van den Nobelen B.V.	STANDDAARBUI TEN	tel. 0165313121
■ Champignonkwekerij A.W. van den Dungen V.O.F.	ROSSUM GLD	tel. 0418661778
■ Champignonkwekerij Agaricus B.V.	SEVENUM	tel. 0774671745
■ Champignonkwekerij Arjan Stello	KERKDRIEL	
■ Champignonkwekerij Beerepoot B.V.	SOMEREN	tel. 0493494435
■ Champignonkwekerij Champibelle B.V.	HORST	tel. 0773971370
■ Champignonkwekerij Erico	VELDDRIEL	tel. 0418633846
■ Champignonkwekerij Ghielen B.V.	NEDERWEERT	tel. 0495626121
■ Champignonkwekerij Gielleit-Buysse	BIERVLIET	tel. 0115482075
■ Champignonkwekerij J.D. Balder B.V.	ZUID-SCHARW OUDE	tel. 0226312686
■ Champignonkwekerij Janssen	VENHORST	tel. 0492321873
■ Champignonkwekerij Kimenai B.V.	DONGEN	tel. 0162313235
■ Champignonkwekerij Koolen	SLOOTDORP	tel. 0227603054
■ Champignonkwekerij L. van Leeuwen	RIJNSBURG	tel. 0714030433
■ Champignonkwekerij Lichtenberg	MAASTRICHT	tel. 0433433722
■ Champignonkwekerij Paul	BOEKEL	tel.

van den Berg B.V.		0492324068
■ Champignonkwekerij Smits	ZEELAND	tel.
en Bouw C.V.		0486453342
■ Champignonkwekerij Van der	DOEZUM	tel.
Veen		0594659065
■ Champignonkwekerij Van	HOENZADRIEL	tel.
Oers-van Kleef		0418632156
■ Champignonkwekerij	LOMM	tel.
Vissers-Geerts C.V.		0774732174
■ Champignonkwekerij Willems	KESSEL LB	tel.
B.V.		0774629185
■ champignons.nl / PR Bureau		
Champignons		
■ CNC- Cooperatieve	GENNEP	tel.
Nederlandse		0485516541
Champignonkwekersverenigin		
g		
Gericht op de ondersteuning van de Nederlandse		
champignonsector.		
■ Coöperat. Nederl.	GENNEP	tel.
Champignonkw.ver. BA		0485516541
■ De Rijk-Stenssen B.V.	ROSSUM GLD	tel.
		0418664001
■ Gebr. Leenders	MARIAHOUT	tel.
Champignoncultuur B.V.		0413209675
■ Han Mol Champignons B.V.	VENHUIZEN	tel.
		0228542609
■ Heeren Champignonkwekerij	UDEN	tel.
B.V.		0413264569
■ Heveco Operations	HORST	
■ Horst Champignons B.V.	HEGELSOM	tel.
		0773984693
■ Hoskam Champignonkwekerij	HURWENEN	tel.
		0418662321
■ J. Krijnen Champignoncultuur	KLUNDERT	tel.
B.V.		0168402392
■ Janssen Champignons B.V.	AMERICA	tel.
		0774641546
■ Javaero Champignons B.V.	ZUNDERT	
■ Johan van Namen B.V.	HOENZADRIEL	tel.

■ Keijsers Champignons B.V.	METERIK	0418633571 tel.
■ Kirkels Champignons	WEERT	0773987203 tel.
■ Kouwenberg C.V.	HOENZADRIEL	0495535510 tel.
■ Lekkamp Champ B.V.	HOENZADRIEL	0418631866 tel.
■ Marius van Namen B.V.	KERKDRIEL	0418632179 tel.
■ Michels Champignoncultures	MERSELO	0418631789 tel.
■ Nooijen Champignons B.V.	HELENAVEEN	0478546294 tel.
■ Ostrea V.O.F.	DE MOER	0493539731
■ P.P.W.J. van den Oord	HEDEL	tel.
■ Peffer B.V.	KERKDRIEL	0735949434 tel.
■ Peter van Asseldonk B.V.	VEGHEL	0418632330 tel.
■ Peter van den Berg	BOEKEL	0413340492 tel.
■ Champignons B.V.		0492324069
■ Polman-van Houtum B.V.	BOEKEL	tel.
■ Rob Leenders Champignons B.V.	MARIAHOUT	0492321797 tel.
■ Rucha	VELDDRIEL	0413209512
■ Stender B.V.	BOEKEL	tel.
■ Sunrise Mushrooms	LEERBROEK	0492322802 tel.
■ Teeuwen Champignoncultuur B.V.	HELDEN	0345599655 tel.
■ Thijko V.O.F.	GRASHOEK	0773072459 tel.
■ V.O.F. 'Van Dongen'	ZEELAND	0493536053 tel.
■ V.O.F. Ackermans Van Wel	KERKDRIEL	0486453347 tel.
		0418637080

■ V.O.F. Champignonkwekerij Hawico	DREUMEL	tel. 0487571732
■ V.O.F. H. Knijnenburg	DEURNE	tel. 0493317591
■ V.O.F. Hateri	WAMEL	tel. 0487501366
■ V.O.F. Paulissen-Everts Champignoncultuur	SWOLGEN	tel. 0478691721
■ V.O.F. Van den Oever-van Dommelen	VEGHEL	tel. 0413352263
■ V.O.F. Veeke en Veeke	KLUNDERT	tel. 0168402785
■ Van Asseldonk Champignons	BOEKEL	tel. 0492323923
■ Van den Elsen Champignons V.O.F.	SINT OEDENRODE	tel. 0413473088
■ Van Dooren	LIESSEL	tel. 0493341476
■ Van Es Foods International B.V.	BABBERICH	tel. 0316248510
■ Van Lieshout-van Gog B.V.	LIESSEL	tel. 0493341319
■ Verbruggen Paddestoelen V.O.F.	ERP	tel. 0413211893
■ Verburg Champignons	NIEUWEGEIN	
■ Vereniging Paddenstoelenteelt Nederland (VPN)	ZALTBOMMEL	
■ Verschoor Champignonkwekerij B.V.	BREEZAND	tel. 0594613959
■ Vervoortchampi B.V.	ERP	tel. 0413213482
■ W. Geurts Champignonkwekerij B.V.	MILHEEZE	tel. 0492342925
■ Worldchamp Sorteert B.V.	KERKDRIEL	tel. 0735996111

3. 유럽내 공항 시설 및 역량 비교

■ 공항별 통계

구분	Brussels Zaventem	London Heathrow	Frankfurt am Main	Roissy/Charles de Gaulle	Schiphol Amsterdam	Rome Fiumicino	Sofia Bulgaria	Ruzyne Czech Republic
수입서류	325,385	1,452,000	281,240	548,095	611,975	185,000	79,204	199,201
수입 express 서류 (1)	위에 포함 + 800,000 low value (3)	위에 포함 +low value 300,000	3,483,828 (low value와 선박우편 2,862,854포함)	4,608,256 (low value 포함)	654,643 (low value 475,823 포함)	180,000 (low value 90,000 포함)	위에 포함 +low value	-
수출서류	452,061	2,070,000	2,453,086	915,599	636,624	260,000	18,871	5,143
수출 express 서류(1)	498,200 (위에 포함+ low value 498,200)	500,000 (위에 포함)	1,124,030	2,059,032	162,709	240,000 (low value 110,000)	위에 포함 (low value 포함)	-
transit 서류(2)	177,847	1,500,000	487,010	321,414	704,266	49,000	40,701	135,607
항공 운항수	252,233	464,000	458,359	515,025	426,194	320,000	26,192	115,756

■ 관세 취득액

구분	Brussels Zaventem	London Heathrow	Frankfurt am Main	Roissy/ Charles de Gaulle	Schiphol Amsterdam	Rome Fiumicino	Sofia Bulgaria	Ruzyne Czech Republic
수입관세수취액 (백만유로)	45	259	1,321(모든 세금포함)	110.05	84.2	17.9	5.6	6.5
부가가치세수취 액(백만유로)	155.2	3513	-	987.93	53.5	141.6	87.8	104.9
기타세금수취액 (백만유로)	30.14	1119	-	5.4	0.6	1.05	1.3	0.04

■ 수입 신고 수속절차

구 분	Brussels Zaventem	London Heathrow	Frankfurt am Main	Roissy/Ch arles de Gaulle	Schiphol Amsterdam	Rome Fiumicino	Sofia Bulgaria	Ruzyne Czech Republic
시스템	SABEL	CHIEF	ATLAS	SOFI	SAGITTA import	REAL-TIME	BIMIS	CDS
routing 시스템 (송신시스템)	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes
수입품 실제검사비중 (%)	4.1%	1%	5%(항공) 2%(express freight)	4.55%	1.7%	8%	6%	3-5%
미리제출한 서류검사비중 (%)	61.55%	8%	15%	-	31.3%	12%	-	80%
차후제출서류 검사비중 및 검사비중	34.35%	13%	80%(항공) 83%(express freight)	-	67%	80 무검사(post -release 서류검사 20%)	-	20%
즉석 무역 신고(Direct trader in- put : DTI)	yes	yes	yes	-	yes	yes	none	yes
DTI 비중	95.75%	95-99%	97%	99%	99%	-	none	0%(1)

4. 프랑스버섯 마켓

버섯소비동향(1997)

	가구 %	식당가 %	기업 %	총계 %	총량(톤)
신선	22	5	3	30	56,000
저장	50	7	1	58	108,500
냉동	6	5	1	12	22,000
총계	78	17	5	100	186,500

자료 : ANICC

소비자 버섯구매

	신선	가공	냉동
가구 %	49	68	15
연간 지출액(유로)	7.50	6.90	3.55

자료 : SECODIP(1998)

신선양송이 소매 판매로

	1994	1998	연간 성장률(%)
Hypermarches	30.9	44.4	9
수퍼마켓	29.7	31.3	1
전문상점	11.1	6	-9
시장(market)	22.2	16	-5

유럽국가별 1인당 소비량 (1992)

	kg/1인당		kg/1인당
독일	3.43	프랑스	2.49
벨기에/룩셈부르크	3.18	아일랜드	1.50
영국	2.90	스페인	1.05
덴마크	2.90	이태리	1.00
네덜란드	2.60	포르투갈	0.40

자료 : GEPC

일본의 체리동향

신규수출유망품목발굴조사

일본의 체리동향

I. 체리(사쿠람보)의 개요

- 명 칭 : Cherry(영문), さくらんぼ[櫻ん坊], オウトウ[櫻桃](일문)
- H S 코드 : 0809.20.000
- 관 세 율 : 협정세율 8.5%



II. 생산현황

1. 연도별 생산동향

- 일본의 체리 재배면적은 매년 증가추세를 보이고 있으며, '04년에는 재배면적 4,180ha로 전년(3,990ha)에 비해 약 4.8% 증가한 것으로 나타났음
그러나, 재배면적이 증가한 반면 생산량은 15.0% 출하량도 15.8% 각각 감소한 것으로 나타남. 이는 10a당 수확량이 '04년에는 393kg인데 비해 전년에는 482kg으로 18.5% 감소한 것이 원인으로 나타났음

〈연도별 생산동향〉

구 분	'99	'00	'01	'02	'03	'04
재배면적(ha)	3,750	3,820	3,920	3,970	3,990	4,180
생산량(톤)	16,800	17,100	19,600	21,200	19,300	16,400
출하량(톤)	15,000	15,100	17,500	18,900	17,100	14,400

자료) 일본 농림수산성 통계

2. 주요 산지별 생산동향(04년)

- 주산지별 재배면적은 야마가타현을 비롯하여 홋카이도, 아오모리, 야마나시 순으로 매년 증가경향을 나타내고 있음. 생산량의 비율을 보면, 야마가타현은 전국의 약 65.9%로 가장 많은 비율을 차지하고 있으며, 다음으로 홋카이도 10.6%, 야마나시 9.4%를 나타내고 있음

〈'04년 주 산지별 생산현황〉

구 분	재배면적 (ha)	생산량 (톤)	출하량 (톤)	전년대비(%)		
				재배면적	생산량	출하량
전 국	4,180	16,400	14,400	105	85	85
야마가타	2,640	10,800	9,580	75	77	76
홋카이도	511	1,290	1,150	-	-	-
아오모리	367	1,780	1,390	95	97	88
야마나시	311	1,540	1,480	-	-	-

자료) 농림수산성 통계정보부

〈'04년 주 산지별 순위현황〉

순위	체 리								
	재배면적(ha)		점유율 (%)	생산량(톤)		점유율 (%)	출하량(톤)		점유율 (%)
1	야마가타	2,640	63.2	야마가타	10,800	65.9	야마가타	9,580	66.5
2	홋카이도	511	12.2	아오모리	1,780	10.6	야마나시	1,480	10.3
3	아오모리	367	8.8	야마나시	1,540	9.4	아오모리	1,390	9.7
4	야마나시	311	7.4	홋카이도	1,290	7.9	홋카이도	1,150	8.0

〈'04년 품종별 생산현황〉

사토니시키 (佐藤錦)	재배면적 (ha)	생산량 (톤)	출하량 (톤)	전년대비(%)		
				재배면적	생산량	출하량
전 국	2,770	11,500	10,200	104	81	80
야마가타	1,960	8,430	7,500	102	75	75
아오모리	256	1,240	975	100	95	87
홋카이도	178	450	405	-	-	-
야마나시	145	707	686	-	-	-

타카사고 (高砂)	재배면적 (ha)	생산량 (톤)	출하량 (톤)	전년대비(%)		
				재배면적	생산량	출하량
전 국	229	1,020	935	78	101	107
야마나시	128	636	617	-	-	-

자료) 농림수산성 통계정보부

Ⅲ. 품종현황

1. 일본 대표적인 재배품종 동향

- 체리는 터키원산의 장미과식물로 유럽의 지중해 연안과 미국 서해안에서 많이 재배되고 있는 과실로 일본에는 메이지(1868년) 초기에 유럽과 미국으로부터 도입되어 전국에 재배되었음
- 주요 산지인 야마가타현은 여름에는 무덥고 장마철에도 비가 적으며, 바람도 강하지 않아 체리의 재배에 적당한 기후조건을 갖추고 있어 야마가타현내에서 많이 재배되고 있음
- 주요 재배품은 조생종인 히노데(日の出), 세네카, 샤보레, 베니(紅)사야카, 중생종인 타카사고(高砂), 사토니시키(佐藤錦), 야마가타비진(山形美人), 만생종으로는 나폴레옹, 난요우(南陽), 베니슈호우(紅秀峰) 등이 재배되고 있음 최근에는 적자색인 아메라칸 체리가 수입되어 정착되고 있음

〈조 생 종〉

구분	품종형상	품종특성
히노데 (日の出)		히노데는 조생종으로 알이 작고 약간 신맛이 있음.
샤보레 (シャボレー)		1822년경 프랑스에서 실생(實生)으로 선출 육성되었음. 과육색은 적색으로 육질은 부드러우며, 단맛이 적고, 신맛이 많음. 과즙은 많지만 풍미가 적고 담백함.
베니사야카 (紅さやか)		사토니시키에 세네카를 교배해 얻은 교잡 실생으로 선발 육성 된 조생종 감과(甘果) 체리임. 당도는 14~19도로 과즙도 많고 맛이 양호한 품종으로 생식용에 매우 적당한 품종임. 1991년11월19일에 등록, 등록자 : 야마가타현

〈중 생 종〉

구분	품종형상	품종특성
타카사고 (高砂)		1842년에 미국에서 福壽(Yellow Spanish)의 실생으로부터 선발 육성하여 1910년에 명칭을 타카사고로 통일했음. 야마가타에서는 별명 11호, 후쿠시마에서는 다테(伊達)니시키, 홋카이도에서는 8호로 부름. 과육은 유백색으로 단맛은 중간 정도이며, 신맛이 많음. 육질은 부드럽지만 과즙이 많아 맛은 양호함.
사토니시키 (佐藤錦)		1912년에 Napoleon과 황옥(黃玉)을 교배한 것으로 추정되는 실 품종. 이후, 품질이 양호하여 체리의 주력 품종이 되고 있음. 과육의 색은 유백색으로 육질은 부드러우며, 과즙이 많음. 당도는 14도 이상, 산도 0.5% 정도로 체리 중에서 가장 아름다운 품종임.
야마가타비진 (山形美人)		크기와 형태는 사토니시키와 비슷하며, 과중은 7~8g으로 농림수산성 등록품종임.

〈만 생 종〉

구분	품종형상	품종특성
나폴레옹 (ナポレオン)		품종의 기원은 불명확하지만 18세기 유럽에서 재배되고 있는 오래된 품종임. 일본에 수입되어 명칭이 통일될 때까지 야마가타와 아키타현에서는 10호, 후쿠시마에서는 11호, 야마가타 10호, 토고(東郷), 홋카이도에서는 20호로 불리었음. 과육은 옅은 황색으로, 육질은 치밀하고 과즙은 많으며, 생식과 가공에도 적합한 품종임. 당도는 16도, 산도는 0.8~1%, 사토니시키와 비교해 신맛은 강하지만 완숙된 맛은 농후함.
난요우 (南陽)		야마가타현 농업시험장 오키타마분장에서 배양의 시험시에 얻은 품종으로 당도는 14~16도, 산도는 0.5~0.6%로 육질도 딱딱하고 맛은 매우 양호함.
베니슈호우 (紅秀峰)		사토니시키와 천향(天香)니시키를 교배하여 야마가타현 원예시험장에서 육성한 품종이며 과육은 옅은 황색으로 육질도 딱딱하고 치밀함. 당도는 18~21도, 산도는 3.8~4.0%로 맛은 양호한 품종임. 1991년11월19일 등록, 등록자 : 야마가타현

2. 주 생산시기 및 상품특징

- 체리는 일반적으로 일본에서 나무는 櫻桃(오우토우/농림수산성 통계자료), 열매는 사쿠람보, 가공한 것을 체리로 구분하여 불리고 있으며, 고급과실로 취급되어 현재에도 높은 가격대로 거래되고 있음. 일본 고유의 신품종을 개발, 서양체리보다 품질이 좋은 체리를 생산하고 있음. 하우스재배, 무가온 재배, 노지재배 등의 작형으로 재배되고 있음
- 체리는 많은 품종 중에 사토니시키가 80%, 나폴레옹이 10%, 기타 품종이 10%를 차지하고 있음

〈체리의 주요 품종별 수확시기〉

품종명	만개(滿開)일	만개 후 일수	수확시기
베니사야카	4/27	40~45	6월상순
타카사고	4/26	45~50	6월상순~중순
사토니시키	4/28	50~55	6월중순~하순
난요우	4/30	55~60	6월하순~7월상순
베니슈호우	4/25	60~70	6월하순~7월상순
나폴레옹	4/27	60~70	6월하순~7월상순
베니테마리	4/27	70전후	7월상순

주의) 1. 만개일은 야마가타원예시험장 1995~2002년의 평균치임

2. 수확시기는 야마가타현의 수확시기임

- 체리는 하나의 품종만으로 결실을 맺지 못하므로 품종선택이 특히 주의되며, 동일 품종만으로는 묘목을 많이 심어도 열매를 맺지 못하는 특성을 가지고 있음. 또한, 이품종간이라도 조화를 이루지 못하면 같은 위험이 있으며, 나폴레옹, 사토니시키, 타카사고의 편성이라면 개화기에도 엇갈림이 없고 화분의 수정율이 좋아 결실에 유리함

- 체리는 생육기간 중 4월~9월에 비가 적은 비교적 서늘한 기후를 좋아하기 때문에 일본에서는 홋카이도, 동북지방에서 많이 재배되고 있음. 지하수가 낮고 배수성이 좋은 모래질 토양에 적합하며, 비옥한 토양이 좋음. 또, 산성 토양을 싫어하기 때문에 산성토에는 마그네슘이 섞인 석회 등을 뿌려 유황 암모늄을 피해야 함
- 체리는 한알 한알 가볍게 먹을 수 있으며, 과실의 85%가 수분임. 당분은 13~18%로 높고 먹기 좋은 산미와 조화되어 체리특유의 달고 신맛이 매력임. 각종 비타민도 포함되어 있으며, 특히 비타민A와 C가 풍부하며, 칼륨, 칼슘, 철분 등 많은 미네랄분과 안토시아닌 등의 항산화폴리페놀을 포함하고 있음
- 체리는 다른 과실과 달리 수확후의 품질저하가 빠르며, 출하 후에는 회성(灰星)병 등에 의해 과실부패가 발생하는 것이 많아 주의가 필요함

〈체리의 주요 품종 교배 화합성(2002년까지의 시험장 결과)〉

품종명 ↑ ♀	베니 사야카	타카 사고	사토 니시키	난요우	베니 슈호우	나폴 레옹	베니 테마리	大將錦	北光	香夏錦	正光錦
	4/27	4/26	4/28	4/30	4/25	4/27	4/27	4/28	4/28	4/28	4/29
베니 사야카	×	(△)	○	(○)	○	○	×	-	×	○	○
타카 사고	(×)	×	○	(△)	○	○	×	(△)	×	○	○
사토 니시키	○	○	×	×	○	○	(○)	○	(○)	○	(○)
난요우	○	○	×	-	(○)	○	○	(○)	○	○	○
베니 슈호우	○	○	○	(○)	×	○	○	○	○	×	×
나폴 레옹	○	○	○	○	○	×	○	○	○	○	○
베니 테마리	(×)	△	○	○	○	○	×	-	(×)	○	○

주의) 1. ○ : 화합성(10%이상), △ : 요검토(2~10%미만), × : 불화합성(2%미만)

2. 단, ()는 한해의 결과 등에 의한 추정

3. 품종명(♂) 아래의 월일은 야마가타원예시험장의 1995~2002년의 만개일의 평균임

〈체리의 주요 품종의 과실품질(2000~2003년)〉

품종명	수확일	만개 후 일수	1과 중량 (g)	당도 (Brix)	사과산 (%)	품질의 평가
베니사야카	6/5	40	5.1	16.0	0.76	착색양호. 과즙이 많음. 약간 산미가 강함.
타카사고	6/13	48	5.4	16.7	1.10	착색이 짙음. 과육이 연함. 산미가 강함.
사토니시키	6/22	56	6.9	19.5	0.79	착색 중간 정도. 약간 산미가 강하나 맛은 양호.
난요우	6/27	63	10.8	16.2	0.58	대과. 착색 중간 정도. 맛은 담백함.
베니슈호우	7/2	67	9.6	21.8	0.62	착색이 짙음. 과육이 단단함. 단맛이 강하고 농후함.
나플레옹	7/3	68	7.7	16.4	0.82	착색 약간 불량. 산미가 강함.
베니테마리	7/7	73	11.7	20.5	0.72	대과. 착색이 짙음. 맛이 농후함.

주의) 야마카타원예시험장 2000~2003년 평균치. 단, 맛의 평가는 2003년의 결과임.

※ 체리의 자세한 재배에 관한 서적은 (社)農山漁村文化協會(農文協)의 『オウトウの作業便利帳-고품질 안정생산의 포인트』(佐竹正行·矢野和男 著)를 참고(전화 : 03-3585-1141/1,600엔).

IV. 시장규모 및 수급현황

1. 시장규모 및 특성

- 체리의 수입증가와 더불어 일본 국내 산지의 고령화 등으로 인해 생산량이 매년 감소되고 있으며, 수입산의 점유율은 매년 증가되고 있음. '04년의 수입 물량으로는 13,941톤, 수입금액은 107억엔, 수입단가는 771엔/kg으로 높은 고가품목으로서 거대한 수입시장 규모를 가지고 있음

2. 수급현황

- 체리의 수급동향은 '01년을 절정으로 매년 감소경향을 나타내고 있으며, 이는 일본내 생산량이 줄고 수입산이 증가되고 있는 것을 알 수 있음. '04년에는 30,341톤으로 '01년에 비해 17.2% 감소한 것으로 나타났음
- 체리의 수입산 점유율을 보면 '02년에는 일본내 생산량의 증가로 수입산 점유율이 40%로 가장 적은 수준을 나타냈으며, 그 이후부터 매년 증가를 나타내고 있음. '04년에는 13,941톤 전체의 45.9%로 전년에 비해 증가한 것으로 나타났음

〈체리의 수급현황〉

연도	수입량(톤)	일본 생산량(톤)	합 계(톤)	수입산 점유율(%)
'01	17,031	19,600	36,631	46.5
'02	14,162	21,200	35,362	40.0
'03	14,526	19,300	33,826	42.9
'04	13,941	16,400	30,341	45.9

자료) 농림수산성 야채생산출하통계, 대장성 무역통계

V. 유통현황

1. 유통경로

- 일본산 체리의 유통은 산지에서 농협을 통해 도매시장으로 유통되는 것과 개인이 직접 도매시장으로 유통시키는 것으로 구분되며, 일부 인터넷을 통해 직접 소비자에게 판매하는 경우도 많이 있음. 농협을 통해 도매시장으로 유통시키는 것은 전체의 약 85~90%를 차지하고 있음.
- 야마가타, 야마니시, 나가노 등의 산지에서는 하우스 재배품 → 무가온 재배품 → 노지 재배품으로 연결 재배하여 유통시키고 있음

〈체리의 집출하조직 및 출하량(2001년)〉

구분	조직수	출하량(톤)
집출하조직 합계	199	8,950
집출하단체	92	6,510
종합농협	71	6,140
전문농협	3	25
임의조합	18	345
집출하업자	104	2,310
산지집출하시장	132	132

자료) 농림수산성 통계정보부



〈체리의 용도별 출하량(2001년)〉

구 분	합 계		도매시장		소매점		가공업자	
	조직수	출하량 (톤)	조직수	출하량 (톤)	조직수	출하량 (톤)	조직수	출하량 (톤)
집출하조직합계	199	8,950	127	6,150	31	558	68	1,480
집출하단체	92	6,510	77	5,180	6	84	17	777
종합농협	71	6,140	63	4,840	6	84	9	747
전문농협	3	25	3	23	-	-	1	×
임의조합	18	345	11	317	-	-	7	28
집출하업자	104	2,310	49	955	22	356	51	704
산지집출하시장	3	132	1	×	3	118	-	-

구 분	외식산업		직접판매		기 타	
	조직수	출하량(톤)	조직수	출하량(톤)	조직수	출하량(톤)
집출하조직합계	-	-	16	49	4	15
집출하단체	-	-	15	47	3	12
종합농협	-	-	15	47	2	×
전문농협	-	-	-	-	1	×
임의조합	-	-	-	-	-	-
집출하업자	-	-	1	×	1	×
산지집출하시장	-	-	-	-	-	-

자료) 농림수산성 통계정보부



〈광센서 선별장(JA야마가타 東郷)〉

2. 포장 형태

- 체리의 포장은 가지런히 진열될 수 있는 팩(화장박스)포장과 그대로 용기에 포장하는 벌크포장으로 구분되며, 팩포장의 경우는 딸기팩과 같은 500g의 팩에 과실을 가지런히 진열하듯이 포장하고 이를 1~2g의 골판지박스로 포장하여 출하함. 벌크포장은 1kg 또는 2kg의 골판지박스에 직접 날개로 포장하여 출하함. 최근에는 양판점용의 상품으로서 미니토마토용과 비슷한 200g 팩(푸드팩)에 벌크로 포장하고 8개씩 골판지박스에 넣어 출하하는 형태가 많아지고 있음

○ 체리는 시장용 출하 외에 선물용으로 택배 등 시장을 통하지 않고 직접 판매 되는 경우가 많음. 직접 판매되는 경우에는 팩포장 또는 벌크포장으로 1~2kg의 골판지박스 그대로 판매되고 있음

〈체리의 출하규격〉

체리의 규격	체리의 직경	비고
S	20mm이하	팩포장 : 200g, 500g 벌크포장 : 1kg, 2kg
M	23mm까지	
L	25mm까지	
2L	28mm까지	
3L	31mm까지	
4L	31mm이상	



화장박스	팩포장	벌크포장
		

3. 수입산 주요 국가별 유통동향

- 미국 캘리포니아산 수입체리의 경우, 적지의 선정, 대과로 강한 과실을 여물게 하기 위해 건강한 과수 만들기가 중요하며, 겨울철에 전정하여 봄 개화 후 관수시에는 비료주기를 행하고 적과는 하지 않음
- 수확전에 과실의 연화방지와 수확 시기를 연장시키기 위해 지베렐린의 살포(지브처리)를 행하는 경우가 늘어나고 있음. 일부의 조생종에서는 개화 시기를 앞당기기 위해 겨울철에 맹아촉진제의 살포(드맥스처리)를 하며, 관수는 연중 필요에 따라서 함

구 분	품종명	포장형태	기 타
워싱턴산	레이니아		수입시기 : 7월중순에서 약 2주일간 중 량 : 4kg박스 소요시간 : 수확에서 일본도착까지 항공편으로 약 5일이 소요됨.
노스웨스트산	브룩스 츠라레 가넷트 빙		수입시기 : 4월~8월 중 량 : 9.1kg박스 소요시간 : 수확에서 일본도착까지 항공편으로 약 5일이 소요됨.
캘리포니아산	브룩스 츠라레 가넷트 빙		수입시기 : 4월~8월 중 량 : 8.2kg박스 소요시간 : 수확에서 일본도착까지 항공편으로 40~60시간이 소요됨.
			

- 한국에서 체리재배는 매우 적은 편이며, 재배되고 있는 것은 거의 대부분이 감과(甘果)체리임. 주요 재배품종으로는 조생종은 일출(日出), 중생종은 자브레, 황옥(黃玉), 좌등금(佐藤錦), 고사(高砂), 만생종은 나폴레옹, 빙 등임. 산과(酸果)체리는 몬모렌시, 어얼리리치몬드 등이 재배되고 있는 것으로 조사됨

4. 전국도매시장의 도매수량 및 단가

- '04년 체리의 전국 도매시장의 도매수량은 약 9천톤으로 전년비 29% 감소 하였으며, 금액은 16% 감소한 것으로 나타났음. 단가는 1,895엔/kg으로 전년비 18% 증가한 것으로 나타났음. 또한, 수입산 체리의 물량은 전체의 74.1%를 차지하고 있으며, 물량과 금액은 전년에 비해 감소, 단가는 약 1% 증가한 것으로 나타났음

2004년	도매수량 (톤)	금액 (백만엔)	단가 (엔/kg)	전년대비(%)		
				도매수량	금액	단가
전 국	8,808	16,689	1,895	71	84	118

2004년	도매수량 (톤)	금액 (백만엔)	단가 (엔/kg)	전년대비(%)		
				도매수량	금액	단가
수입산	6,526	6,407	982	85	86	101

자료) 농림수산성 통계정보부



5. 도쿄 중앙도매시장 연도별 도매수량 및 단가

○ 도쿄도 중앙도매시장의 체리 전체의 도매수량은 매년 증감을 반복하면서 '04년에는 급격히 감소하여 전년비 21.6% 감소한 것으로 나타났음. 연도별 kg당 단가는 매년 증가추세를 나타내고 있으며, '04년에 가장 높은 1,803엔으로 전년에 비해 12.1% 증가한 것으로 나타났음

〈도쿄 중앙도매시장 연도별, 월별 도매수량 및 단가〉

연도	도매수량(톤)	금액(백만엔)	단가(엔/kg)
'00	2,339	3,654	1,562
'01	2,790	3,873	1,388
'02	2,548	3,904	1,532
'03	2,336	3,756	1,608
'04	1,831	3,301	1,803

월별	도매수량(톤)					단가(엔/kg)				
	'00	'01	'02	'03	'04	'00	'01	'02	'03	'04
1월	-	-	-	-	-	17,048	14,918	10,984	6,804	27,920
2월	-	-	-	-	1	22,396	21,402	19,661	21,941	3,639
3월	-	1	1	1	1	23,192	24,238	19,549	20,121	21,464
4월	7	8	15	11	23	9,943	11,023	8,315	9,591	6,060
5월	253	428	380	268	384	2,147	1,605	2,051	2,317	1,719
6월	1,181	1,802	1,599	1,504	1,211	1,591	1,398	1,440	1,522	1,777
7월	876	530	546	546	206	1,279	1,035	1,213	1,307	1,597
8월	19	15	2	3	3	1,015	685	1,377	1,139	605
9월	-	-	-	-	-	822	687	4,616	762	591
10월	-	1	-	-	-	-	715	689	762	-
11월	-	1	-	-	-	16,013	1,260	2,554	1,605	1,222
12월	2	6	4	2	2	2,277	1,359	1,133	1,669	1,262

자료) 도쿄청과물정보센터「청과물유통연보」(아체편)

6. 오사카중 앙도매시장 연도별 도매수량 및 단가

- 오사카 중앙도매시장의 체리의 도매수량은 증감을 반복하면서 '04년에는 1,199톤으로 전년비 24.8%로 대폭 감소되었음. 연도별 kg당 단가는 '04년에 1,628엔으로 가장 높았으며, 전년비 10.7% 증가한 것으로 나타났음

〈오사카 중앙도매시장 연도별, 월별 도매수량 및 단가〉

연도	도매수량(톤)/일본산	금액(백만엔)	단가(엔/kg)
'00	1,387/450	2,218	1,599
'01	1,594/516	2,294	1,439
'02	1,516/662	2,215	1,461
'03	1,594/597	2,343	1,470
'04	1,199/463	1,952	1,628

월별	도매수량(톤) 상단 : 일본산 하단 : 외국산					단가(엔/kg) 상단 : 일본산 하단 : 외국산				
	'00	'01	'02	'03	'04	'00	'01	'02	'03	'04
1월	0	0	0	0	0	44,625	55,650	43,858	37,240	32,693
	0	0	1	0	1	1,041	569	1,072	1,310	1,259
2월	0	0	0	0	0	24,107	28,135	19,602	20,883	19,265
	-	-	0	-	-	-	-	9,000	-	-
3월	0	0	0	0	0	21,081	23,410	19,072	18,731	20,784
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4월	4	4	7	6	6	10,753	11,116	8,803	9,019	8,740
	0	-	0	-	2	3,014	-	2,967	-	2,244
5월	16	22	67	26	33	7,362	5,898	3,484	5,743	4,826
	133	184	223	181	261	1,538	1,233	1,360	1,375	1,065
6월	263	372	433	390	342	2,170	1,795	1,679	1,840	2,032
	434	593	406	536	325	917	882	969	916	923
7월	165	116	154	172	80	1,650	1,307	1,367	1,425	1,713
	332	261	198	245	124	767	819	837	770	889
8월	1	1	1	2	1	1,283	1,536	2,881	1,865	4,190
	36	33	13	22	17	773	817	793	725	604

월별	도매수량(톤) 상단 : 일본산 하단 : 외국산					단가(엔/kg) 상단 : 일본산 하단 : 외국산				
	'00	'01	'02	'03	'04	'00	'01	'02	'03	'04
9월	0	-	-	0	-	936	-	-	1,680	-
	1	-	-	-	-	833	-	-	-	-
10월	-	-	0	-	-	-	-	4,791	-	-
	-	-	2	-	-	-	-	811	-	-
11월	-	-	0	-	-	-	-	41,650	-	-
	-	1	1	0	0	-	1,988	1,689	1,607	1,494
12월	0	0	0	0	-	40,556	24,990	26,425	24,953	-
	1	6	10	12	6	3,061	1,432	1,353	840	1,316

자료) 오사카유통정보협회「청과물유통연보」(아체편)

7. 주 산지별 도매시장 물량동향

- 도쿄도 중앙도매시장의 '04년의 거래물량 중 야마가타산이 가장 많은 전체 물량의 57.8%를 차지하고 있으며, 다음으로 미국산은 33.5%를 차지하고 있음. 연간 평균단가를 보면, 물량이 가장 많은 야마가타산은 1,803엔/kg, 미국산은 958엔/kg, 야마나시산은 2,425엔/kg 등이며, 기타 외국산에서 칠레 1,452엔/kg, 멕시코 999엔/kg 등을 나타냈음

〈'04년 도쿄도 중앙도매시장의 주 산지별 도매물량〉

구 분	주산지	야마가타	미국	야마나시	홋카이도	아키타	나가노	기타
합계	1,831	1,058	614	97	26	12	7	17
1월	-	-	-	-	-	-	-	-
2월	1	1	-	-	-	-	-	-
3월	1	-	-	-	-	-	-	-
4월	23	8	9	2	-	-	3	1
5월	384	43	318	19	-	-	3	1
6월	1,211	896	226	76	-	4	1	8

구분	주산지	야마가타	미국	야마나시	홋카이도	아키타	나가노	기타
7월	206	111	57	-	26	8	-	4
8월	3	-	3	-	-	-	-	-
9월	-	-	-	-	-	-	-	-
10월	-	-	-	-	-	-	-	-
11월	-	-	-	-	-	-	-	-
12월	2	-	-	-	-	-	-	-

자료) 도쿄청과물정보센터「청과물유통연보」(야채편)

- 오사카 중앙도매시장의 '04년의 거래물량 중 미국산이 가장 많은 전체물량의 60.5%를 차지하고 있으며, 다음으로 야마가타산은 23.5%를 차지하고 있음. 연간 평균단가를 보면, 물량이 가장 많은 미국산은 966엔/kg, 야마가타산은 2,326엔/kg, 야마나시산은 2,064엔/kg 등이며, 기타 외국산에서 칠레 1,314엔/kg 등을 나타냈음

〈'04년 오사카 중앙도매시장의 주산지별 도매물량〉

구분	주산지	미국	야마가타	야마나시	홋카이도	나가노	아오모리	기타
합계	1,199	725	282	104	55	11	9	13
1월	1	-	0	-	-	-	-	1
2월	0	-	-	-	-	0	-	-
3월	0	-	-	-	-	0	-	-
4월	9	2	2	1	-	4	0	-
5월	294	261	11	18	0	4	0	-
6월	667	321	246	85	2	4	4	5
7월	204	124	23	0	52	0	4	1
8월	18	17	-	-	1	-	-	-
9월	-	-	-	-	-	-	-	-
10월	-	-	-	-	-	-	-	-
11월	0	-	-	-	-	-	-	-
12월	6	0	-	-	-	-	-	6

자료) 오사카유통정보협회「청과물유통연보」(야채편)

Ⅵ. 소비실태

1. 주 소비시기 및 소비실태

- 체리는 초여름 계절상품으로 소비자에게 인기가 있는 과실로 특히, 최근 사과, 밀감 등의 소비가 정체되고 가격이 저하되는 가운데 높은 가격으로 거래되고 있으며, 수익이 높고 안정된 작물 중에 하나임
- 현재, 체리는 계속적으로 신품종이 발표되고 있으나 도입에 관해서는 충분한 특성을 파악하고 행하는 것이 중요하며, 현재 가장 주력품종은 「사토니시키」임
- 일본산 체리의 주요 출하시기는 6월에서 7월에 이루어지고 있으며, 수입품인 미국산은 6월하순부터 7월상순에 워싱턴, 오레곤산이 주로 수입되어 소비되고 있음
- 주요 소비형태는 생식용이 대부분이며, 하우스재배품은 화장박스를 사용하여 선물용으로 소비됨. 노지재배품은 200g 팩포장으로 슈퍼나 백화점 등에서 소매되고 있음. 인터넷으로 통신판매상품은 각각 포장형태가 다르나 대부분 벌크포장인 1kg 또는 2kg의 골판지박스를 사용하여 소비되고 있음
- 소비자들로부터는 과실 중에 부가가치가 높은 상품으로 인식되어 있으며, 계절상품으로 약간 높은 가격대(398엔/200g)이지만 소비는 매우 높음



VII. 수출입 동향

1. 수출 동향

- 일본에서의 수출은 현재 이루어지지 않고 있음

2. 최근 외국산 체리의 수입동향

〈미 국 산〉

- 일본에서 미국산 체리가 소매점포에 판매되기 시작하고 있으나 '05년 금년산은 수확직전의 호우로 인해 조생종인 『브룩스』가 열과 피해를 입어 생산이 감소될 것으로 예상되어 대일 수출용에도 영향이 생길 것으로 전망됨. 수입품은 4~7월에 수입되며, 대부분이 미국산이 차지하고 있으며, '92년에 완전 자유화된 이후 수입물량은 급증했으며, 최근에는 자유화 이전보다 수입물량이 약 3배 정도로 추정되고 있음
- 재무성 무역통계에 따르면, '04년의 수입물량은 전년비 4% 감소한 13,900톤을 나타냈음. 슈퍼 등 소매점포에도 판매되기 시작했으며, 도쿄도내의 과실 전문점에서는 열과 기미로 알고 있으나 알이 크다고 품평한데다 일본산과의 경합은 없다고 말하고 가격이 분리되어 소비자는 완전히 별도의 과실로 구매하고 있다고 설명하고 있음
- 미국 캘리포니아주를 4월말에 휩쓴 호우의 영향 등으로 체리의 생산감소는 불가피한 상황이며, 조생종인 『브룩스』는 절반정도로 예상하고 있음. 관계자에 따르면, 4월28일의 강우로 『브룩스』는 60~70%가 출하할 수 없다고 보고 있음. 한편, 주력 품종인 『빙』은 강우의 영향을 별로 받지 않았으나

원래 생산량이 적어 출하는 전년산을 밑돌 것으로 예상하고 있음. 동 주의 생산자 단체에 따르면, 『빙』은 작년보다 30% 적을 것으로 예상되고 있으나 물량이 적은 경우에는 대과가 될 가능성이 높다고 설명하고 있음

- 미국 농무성에 따르면, 작년의 미국 전체의 신선체리 생산량은 184,000톤으로 캘리포니아주는 이중 58,000톤을 차지하고 있으며, 금년에는 최저 20% 정도는 감소될 것으로 예측하고 있음. 『빙』은 5월10일경에 출하를 시작하여 6월초까지 계속될 것으로 예상되며, 그 후에는 워싱턴주산이 주류가 될 것으로 예상됨

〈호 주 산〉

- 일본 국내 주력품종인 『사토니시키』는 2005년 12월부터 수입될 것으로 예상되고 있으며, 호주의 타스마니아섬의 수출업자가 전망하고 있음. 초년도 수입량은 1~1.5톤으로 예상하고 있음. 야마가타현 등 일본국내 주요 산지와는 유통시기가 다르기 때문에 영향은 적을 것으로 보고 있음. 수입이 해금되는 것은 2005년 3월로 동 지구산 체리에 한해 훈증을 조건으로 수입이 인정되었음
- 수출업자인 S·D레이드사의 레이드사장은 크리스마스과 정월 등 연말연시 수요를 겨냥한 것이라고 설명하고 있으며, 크리스마스 전에 출하를 목표로 하고 있음. 동사가 취급하는 체리 전체의 생산자는 약 90농가이며, 이중 『사토니시키』의 생산은 1농가 1ha임. 수출업자에 따르면, 아직 시험단계라고 말하고 『사토니시키』이외에도 검은 품종이 43ha가 있어 체리 전체의 대일 수출량은 50톤 정도로 예상됨
- 수송수단은 항공으로 수확에서부터 일본국내 점포에 진열까지 3일 정도 걸리며, 코들링나방의 방제가 필요하여 미국산 체리와 같은 양상으로 취화 메칠훈증이 의무화되어 있음. 『사토니시키』는 과육이 부드럽기 때문에 수송시를 포함하여 품질이 어디까지 보존될지는 아직 불투명함

- 어느 대형 수입업자는 취급을 원하고 있지만 문제는 품질과 가격이라고 지적하고 있으며, 다른 수입업자도 일본과 출하시기가 달라 맛과 가격경쟁력이 있다면 수입하고 싶다는 의사를 밝히고 있음
- 일본산의 유통시기는 5~7월이며, 2004년산 『사토니시키』의 생산량은 11,500톤이었으며, 호주에서는 남반구에 위치하고 있기 때문에 계절이 일본과 반대로 일본산이 거의 없는 시기에 수입이 되고 있음. JA전농야마가타는 호주산에 대해서 경합은 되지 않는다고 설명하고 있음

3. 수입현황

- '04년 체리의 수입량은 13,941톤으로 전년(14,526톤)대비 4% 감소한 것으로 나타났으며, 매년 증감이 반복되고 있음
 - 수입물량 : ('02) 14,162톤 → ('03) 14,526톤 → ('04) 13,941톤
- '04년 체리의 수입금액을 보면 10,749백만엔으로 전년(11,213백만엔)대비 4.1% 감소한 것으로 나타났음. '04년 수입단가는 771엔/kg으로 전년대와 거의 비슷한 수준으로 나타났음
 - 수입금액 : ('02) 11,920백만엔 → ('03) 11,213백만엔 → ('04) 10,749백만엔
 - 수입단가 : ('02) 842엔/kg → ('03) 772엔/kg → ('04) 771엔/kg
- '04년 국별 수입물량 비중을 보면, 미국산이 전체의 98.7%로 대부분을 차지하고 있으며, 다음으로 칠레산이 약간 수입된 것으로 나타났음

〈국가별 체리의 수입현황〉

(단위 : 톤, 백만엔, 엔/kg)

구 분	`02			`03			`04		
	물량	금액	단가	물량	금액	단가	물량	금액	단가
미국	13,937	11,665	837	14,399	11,072	769	13,765	10,574	768
칠레	220	240	1,091	124	130	1,047	176	174	989
뉴질랜드	5	15	2,777	2	12	5,005	-	-	-
계	14,162	11,920	842	14,526	11,213	772	13,941	10,749	771

자료) 일본관세협회, 무역월표

VIII. 통관제도

1. 관세제도

- 신선체리는 수출입 자유화 품목으로 협정세율은 8.5%임

2. 수입절차

- 수속 개요

체리의 수입은 자유로우나 다만, 식물방역법으로 「농림수산부 장관이 정하는 기준에 의한 조건부 수입해금 지역」의 지정이 필요함. 또, 식품위생법과도 관련되므로 사전에 충분히 조사가 필요함

- 수입 수속

〈식물방역법 관계〉

식물방역법에 의해 수입될 때에는 식물방역소에 신고하여 지정된 장소에서 검사를 받지 않으면 안 됨. 신청시에는 수출국 정부기관에 의해 발행된 식물검역증명서의 첨부이 필요함. 현재, 호주, 유럽 등으로부터의 체리의 수입은 금지되고 있지만 한국, 미국, 캐나다, 뉴질랜드로부터의 수입은 조건부 수입해금이 되어 있음. 상세한 것에 대하여는 식물방역소에 문의가 필요함

- * 한국에서 대일 수출은 한국측에서 발행한 식물검역증명서를 첨부하면 별다른 수입규제사항은 없음

〈식품위생법 관계〉

식물방역법에 따르는 수속을 끝내고 합격한 상품은 검역증명서를 첨부하여 후생노동성 검역소 수입식품감시 담당에 「식품 등 수입신고서」를 제출함. 잔류농약, 첨가물 등의 사용에는 주의를 요함

〈「농림 물자의 규격화 및 품질 표시의 적정화에 관한 법률(JAS법)」〉

동법에 따라 판매시에는 품질표시 기준에 따라서 표시를 실시해야 함. 이 중에서 신선식품에는 원산지(국가) 표시가 의무화되어 있으며, 「유기식품」의 검사인증 및 표시제도가 도입되어 특정 JAS규격에 의한 등급설정을 받지 않으면, 「유기」 또는 「오가닉」등의 표시는 할 수 없음

〈수입 통관 관계〉

「수입(납세)신고서」에 인보이스(invoice), B/L, 보험명세서 등 및 상기에서 취득한 「식물검사 합격증명서」 및 「신고확인제 식품 등 수입신고서」의 관계 서류를 첨부해 세관에 제출함. 세관에서는 심사, 검사 및 납세한 후 수입허가서가 교부됨

3. 통관관련 법률

- 근거법
- 관세법
- 관세정률법
- 식물방역법
- 식품위생법
- 농림 물자의 규격화 및 품질 표시의 적정화에 관한 법률

4. 관련기관

- 농림수산성 : 03-3502-8111
- 농림수산성 식물방역소(요코하마) : 045-211-7152
- 후생노동성 : 03-5253-1111
- 세관(도쿄) : 03-3529-0700

IX. 국내 체리 현황

1. 재배역사

- 재래종 : 1~2세기경 한사군 당시 중국유입(관상용, 자가생식용, 전국분포)
- 양앵두 : 1908년 19품종 도입(권업모범장)
 - 1920년대 이후 이주 일본인들이 본격적으로 재배시작

2. 재배현황

- 면 적 : 30 ('89) ⇒ '05년 현재 약 50ha 추정
- 생 산 량 : 74.2('89) ⇒ '05년 현재 약 300톤 추정
 - 신규조성 : 강원 양양, 경남 남해, 제주(시설)
 - 주 산 지 : 경주시 건천면, 대구시 동촌지역

3. 체리 수출입현황

〈우리나라의 체리 수입 현황〉

(톤/천불)

구분	1995		2002		2003		2004	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
계	1,312	3,150	2,502.6	6,236	3,275.7	10,555	2,878.7	11,433.5
신선	49.6	362.3	260.4	1,689.3	690.7	4,111.4	766.5	6,053.3
가공용	1,262.5	2,787.8	2,242.2	4,546.8	2,585	6,443.7	2,112.2	5,380.2

- 주요 수입국은 '04년 기준 미국(9,101천불), 프랑스(1,199천불), 뉴질랜드(682천불), 중국(428천불) 이며 기타 캐나다, 네덜란드, 이탈리아 등임
- 수출은 거의 이루어지지 않고 있는 실정임

4. 도매시장 가격

〈도매시장 가격〉

(상품기준, 원/Kg)

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005
수입산	15,479	13,257	13,333	15,187	12,000	12,000
국내산	5,291	4,634	8,284	6,000	6,500	9,750

자료) 가락동 농수산물시장, 6월 상순가격

IX. 시장진출 방안

1. 한국산 경쟁력

〈체리의 우수 품종의 선택〉

- 일본의 경우, 체리의 재배품종은 『사토니시키/佐藤錦』가 70% 이상을 차지하고 있으며, 수확 전의 열과방지시설의 설치에서부터 6월 중순과 하순의 단기간에 수확, 조정, 출하 등의 작업이 집중적으로 행해지기 때문에 규모 확대를 꺼려 판매기간의 제한을 받고 있음. 이로 인해 『사토니시키』와 숙성 시기가 다른 품종의 도입이 요구되고 있음

- 현재 야마가타원 예시시험장에서는 수년 후의 품종등록을 목표로 『사토니시키』에 버금가는 품질로 과육이 백색인 조생계통과 수정이 필요치 않는 자율화합성을 가진 계통 등 육성하고 있으며, 조사 검토 중에 있음
- 향후 『사토니시키』이외의 우수품종을 도입하여 노력 및 판매의 집중을 없애고 단지 체리의 생산과 소비확대를 꾀할 필요가 있음
- 한국의 경우, 산지에 맞는 우수품종의 도입과 재배기술 등의 연구조사가 우선되어야 할 것으로 판단됨

〈체리의 산지조성〉

- 무엇보다도 체리의 재배작형에 맞는 주산지의 조성이 시급함. 일본의 경우, 야마가타현, 홋카이도, 아오모리현, 야마나시현 등이 주요 4대 산지로 꼽히고 있음

〈하우스재배의 추진〉

- 체리는 초여름의 과실로서 계절상품으로 시장성이 강하나 기상적인 영향을 받기 쉬우며, 수정수의 감소, 과수형태의 개조 등에 의해 생산량이 불안정한 실태로 왕성한 소비수요에 대응하지 못하고 있는 것이 현실임. 이러한 상황을 타개하고 안정생산을 향해 여러 가지 대응하고 있으나 조기출하로 인한 유리(有利)판매, 작업의 분산화 등을 피하기 위해 『가온하우스재배』가 추진이 급속히 신장되고 있음

〈체리 관광농업 및 체리 시식체험 농장의 조성〉

- 선진적인 체리의 관광농업 조성을 추진하고 있는 유럽 등에서는 장기간 숙박하는 체재형이 많고 1개월 이상 체재하여 일상적으로 할 수 없었던 가족과의 관계와 자신이 하고 싶은 일을 하는 『인간성을 되찾기 위한 가족 체재』가 많은 것으로 알려져 있음. 일본의 경우는 시식체험 농장이 인터넷

등을 통해 약간의 입장료를 지불하고 시식체험을 할 수 있는 형태가 인기를 끌고 있어 주산지의 활성화에 연결됨과 동시에 소비확대에도 연결되고 있음

2. 수출 가능성

〈해외의 체리생산과 수입동향〉

- 초여름 과실로 일본시장에 뿌리 깊게 정착한 것이 아메리칸 체리임. 미국의 주산지인 워싱턴, 캘리포니아, 오레곤 등 각 주에서 대일 수출확대를 의식한 품종개량과 생산기술의 개선 등이 계속적으로 행해지고 있음

〈미국의 감과(甘果)체리 품종의 특성〉

품종명	과실색깔	과실사이즈(g)	과실경도	생산성	교배특성
Chelan	짙은 적색	8.5	높음	높음	자율 불결실
Cristalina	짙은 적색	10	약간 높음	양호	자율 불결실
Bing	짙은 적색	8.5	높음	양호, 높음	자율 불결실
Rainier	황색+홍색	10	높음	높음	자율 불결실
Sonata	흑색	12.7	높음	높음	자율 결실
Lapins	짙은 적색	10.6	높음	높음	자율 결실
Skeena	적색, 짙은 적색	11.6	높음	높음	자율 결실
Sweet Heart	적색	8.8	높음	높음	자율 결실

- 1987년의 일본시장에의 수출개시를 계기로 미국의 감과체리 생산은 급속히 확대되었으며, 이후 대일 수출량은 대폭 증가되었으나 일본에서 요구하는 검역처리를 포함하여 불만을 느끼고 있는 양상임. 한편, 미국내에서 비교적 유리한 조건을 가지고 있는 캘리포니아주의 관계자는 향후 일본의 감과체리 시장에 중국의 참가를 우려하고 있음

〈일본 체리의 수급동향〉

- 앞에서 언급한 바와 같이 체리의 수급동향은 '01년을 절정으로 매년 감소 경향을 나타내고 있으며, 이는 일본 내 생산량이 줄고 수입산이 증가되고 있는 것을 알 수 있음
- 체리의 수입산 점유율을 보면 '02년에는 일본 내 생산량의 증가로 수입산 점유율이 40%로 가장 적은 수준을 나타냈으며, 그 이후부터 매년 증가를 나타내고 있음. '04년에는 13,941톤 전체의 45.9%로 전년에 비해 증가한 것으로 나타났음
- 수입산은 대부분이 미국산(98.7%)이며, 한국산의 경우, 일본산과 대등한 품질과 가격 경쟁력을 토대로 일본시장을 접근한다면 수출가능성은 높을 것으로 판단됨

3. 시장접근 방법

- 생산자를 명기하고 품질을 보장
- 종래의 내용에 그치지 말고 소비자의 요구에 맞는 상품화 추진
- 일본 중앙도매시장을 통한 시험수출로 안정적인 공급 체계 구축

4. 수출시 발생 가능한 문제점 및 애로사항

- 검역상 병충해와 잔류농약검사의 철저
- 선별 및 진열, 포장
- 저코스트에 의한 원가절감 등

5. 시장 진출 방안(종합)

- 주산지 선정 및 재배환경 조성
- 우수 품종도입 및 식재, 재배기술의 확립
- 수입개방에 대비한 안정적 고소득 작물로 육성
- 관광농업 및 시식체험 농장으로 육성
- 도매시장을 통한 시험수출 및 안정공급 체계 조성

[참고자료]

〈야마가타산 체리의 생산이력〉

우리들이 재배했습니다			
품목	오우토우(櫻桃)	카탈로그번호	00012430
JA사쿠람보 히가시네 와카기지소 오우토우부회			
《상품의 개요》		《생산자 정보》	
			
<p>체리생산량 일본 1위, 사토니시키 발상의 산지, JA 사쿠람보 히가시네의 역사와 전통의 맛을 감미하십시오</p>		<p>전원이 에코팜어를 취득하고 특별재배농산물을 목표로 하고 있음. 여러분의 안심, 안전, 환경에도 배려하여 재배하고 있음. 「먹어서 맛있고 먹어서 건강」을 표어로 추진하고 있음.</p>	
품종	사토니시키(佐藤錦)	생산자명	JA사쿠람보 히가시네 와카기지소 오우토우부회
	나포레옹(ナポレオン)	멤버 수	54명
	베니슈호우(紅秀峰)	《출하자 정보》	
재배구분	관행재배	출하자명	東根市農業協同組合
작형	노지	주소	우999-3701 山形縣東根市大字東根甲1390-1
재배면적	3,100a	전화	0237-43-1117
총출하량	144톤	팩스	0237-43-1127
출하시기	첫 출하	6월중순	U R L http://www.jahigashine.or.jp
	전성기	6월하순~7월상순	
	종료시기	7월중순	
병충해방제	살충제 6회	JA그룹야마가타 안전·안심 브랜드 추진위원회 우990-0042 山形市七日町3-1-16JA전농야마가타 원예부회 내 전 화 : 023-634-8145 팩 스 : 023-641-5491 E-mail : jaym@yt.zennoh.or.jp	
	살균제 9회		
	제초제 1회		
	야마가타현 농작물 병해충 방제기준을 하회하도록 또, 공동방제조합에 의한 일제 방제에 의해 적정방제에 노력하고 있음. 또, 설파로몬제(스카시바콘) 이용에 의해 지속형농업에도 추진하고 있음.		
《주요 약제》			
사용약제 [1]	시 기	6월상순	
약제명	아미스타10프로아블	사용약제 [3]	
목적	회성병(灰星病)방제	약제명	진드기 구제
시 기	6월중순, 6월하순	목적	6월상순
사용약제 [2]	시 기	6월상순	
약제명	안필프로아블		
목적	회성병(灰星病)방제		

〈일본 체리의 품종등록 현황〉

등록번호	품종명칭	등록일	육성자권 소멸일	육성자권
제358호	羽陽ことぶき(우요코토부키)	'83.2.24	'00.2.25	近野徳寿
제522호	香夏錦(코우카니시키)	'84.3.19	'02.3.19	(株)天香園
제921호	ジャンボ錦(점보니시키)	'85.7.18	'03.7.18	桜井茂隆
제1035호	豊錦(유타카니시키)	'86.7.11	'92.7.12	斎藤一博
제1036호	東香錦(토우코우니시키)	'86.7.11	'04.7.11	(株)天香園
제1037호	光麗(코우레이)	'86.7.11	'03.7.12	小沢光男
제1146호	弘寿(코우쥬)	'86.8.26	'04.8.26	(株)天香園
제1407호	正光錦(세이코우니시키)	'87.8.7		(株)天香園
제1408호	まさみ(마사미)	'87.8.7	'99.8.9	保坂正巳
제1409호	瑞光(즈이코우)	'87.8.7	'93.8.8	渡辺富多
제1447호	陽峰(요우호우)	'87.11.12	'99.11.15	中山進
제1758호	桜頂錦(오우쵸우니시키)	'88.11.5	'99.11.8	(株)天香園
제1759호	夕紅錦(코우코우니시키)	'88.11.5		(株)天香園
제1760호	ダイアナブライト(다이아나브라이트)	'88.11.5	'94.11.6	佐藤光之助
제1985호	高陽錦(코우요우니시키)	'89.9.14		高橋庄次郎
제2216호	大将錦(타이쇼니시키)	'90.4.6	'99.4.7	加藤勇
제2589호	コブ(코부)	'91.2.21	'04.2.24	(株)天香園
제2701호	八興錦(핫코우니시키)	'91.6.19	'97.6.20	今田興一郎
제2892호	紅さやか(베니사야카)	'91.11.19		야마가타현
제2893호	紅秀峰(베니슈호우)	'91.11.19		야마가타현
제3408호	キラズ(키라즈)	'93.3.10	'99.3.11	芳賀濤
제3815호	マドンナの瞳(마돈나노히토미)	'94.3.2	'02.3.4	(株)天香園
제3945호	みよし	'94.3.14	'00.3.15	菅野但夫
제4235호	ミス平成(미스헤이세이)	'95.1.26	'02.1.28	(株)天香園
제4236호	紅真珠(베니진쥬)	'95.1.26		(株)天香園
제4426호	今田錦(이마다니시키)	'95.3.23	'98.3.24	今田興一郎
제4427호	秀雅錦(슈가니시키)	'95.3.23	'98.3.24	遠藤庄太
제4728호	さおり(사오리)	'95.9.14		雨宮正明
제5252호	芳香錦(호우코우니시키)	'96.11.21	'02.11.22	永野芳男
제5253호	あずまわせ(아즈마와세)	'96.11.21		東条益雄
제5374호	スパー6(수퍼6)	'97.2.28		(株)天香園
제6150호	山形美人(야마카타비진)	'98.3.9		(株)天香園
제7911호	夢あかり(유메아카리)	'00.3.30		遠藤庄太
제8567호	Jのしずく(J노시즈쿠)	'00.12.22		아오모리현
제8568호	紅てまり(베니테마리)	'00.12.22		야마가타현
제8569호	はやぶさ(하야부사)	'00.12.22		佐久間英夫
제9660호	おりひめの季節(오리히메노기세즈)	'02.1.16		(株)天香園
제9927호	晶のよそおい(소노요소오이)	'02.3.15		菅野但夫
제9928호	緋のひとみ(아야노히토미)	'02.3.15		菅野但夫
제9929호	ロマン錦(로망니시키)	'02.3.15		佐藤正光
제12987호	紅福(베니후쿠)	'05.3.23		福地功一

분유 중국 시장동향

신규수출유망품목발굴조사

분유 중국 시장동향

I. 분유산업 개요

1. 분유의 정의 및 분류

분유는 중국 국가기준인 <GB5410-1999>에 근거하여 전지분유, 탈지분유, 전지가당분유 및 조제분유로 나누어 짐

<분유의 정의(GB5410-1999)>

구 분	정 의
○ 전지분유 - 全脂乳粉 - whole milk powder	소젖 혹은 양젖을 원료로 하여, 농축 건조과정을 거쳐 가루 형태로 만든 제품
○ 탈지분유 - 脱脂乳粉 - skimmed milk powder	소젖 혹은 양젖을 원료로 하여, 지방 분리, 농축 및 건조시켜 가루형태로 만든제품
○ 전지가당분유 - 全脂加糖乳粉 - sweetened whole milk power	소젖 혹은 양젖 및 백설탕을 원료로 하여, 농축 및 건조시켜 가루형태로 만든 제품
○ 조제분유 - 调味乳粉 - flavoured milk powder	소젖 혹은 양젖 (혹은 전지분유, 탈지분유) 을 원료로 하여, 조미료를 첨가한 후, 농축 및 건조(혹은 건조혼합)시켜 만든, 고체유(乳) 함유량이 70%이상 인 가루형태의 제품

또한, 원료, 가공방법 및 성분에 따라 분유는 전지분유, 탈지분유, 가당분유, 조제분유, 분말유청(乳清粉), 분말크림 등으로 분류됨

2. 분유산업의 관리기준

관리기준	관리 항목
GB 5410-1999	전지분유, 탈지분유, 전지가당분유 및 조제분유
GB 191-1990	포장, 보관, 운송표시마크
GB 2760-1996	식품첨가제 사용 위생표준
GB 4789.2-1994	식품미생물학 검사 균락총량 측정
GB 4789.3-1994	식품미생물학 검사 대장균 측정
GB 4789.4-1994	식품미생물학 검사 살모넬라균 측정
GB 4789.5-1994	식품미생물학 검사 리스테리아 측정
GB 4789.10-1994	식품미생물학 검사 금황색 포도상구균 측정
GB 4789.11-1994	식품미생물학 검사 용혈성 연쇄상균 측정
GB 4789.15-1994	식품미생물학 검사 효모균 및 곰팡이균계수
GB 4789.18-1994	식품미생물학 검사 우유 및 유제품 검사
GB/T 5009.12-1996	식품 중 납의 측정방법
GB/T 5009.24-1996	식품 중 Aflatoxin M1 및 B1의 측정방법
GB/T 5413.1-1997	영(유)아 배합식품 및 분유 단백질의 측정
GB/T 5413.3-1997	영(유)아 배합식품 및 분유 지방의 측정
GB/T 5413.5-1997	영(유)아 배합식품 및 분유 유당, 설탕 및 당류 측정
GB/T 5413.8-1997	영(유)아 배합식품 및 분유 수분 측정
GB/T 5413.21-1997	영(유)아 배합식품 및 분유 칼슘, 철, 아연, 칼륨, 마그네슘, 동 및 망간 측정
GB/T 5413.28-1997	분유 적정 산도 측정
GB/T 5413.29-1997	영(유)아 배합식품 및 분유 용해성 측정
GB/T 5413.30-1997	우유 및 분유 잡지 함유량 측정
GB/T 5413.32-1997	분유 질산염 및 아질산염 측정
GB 7718-1994	식품마크 통용표준
GB 14880-1994	식품 영양강화제 사용위생표준

Ⅱ. 유제품산업 개황

1. 개 관

- 중국 유제품 산업은 오랜 역사를 지니고 있으나 해방('49년) 전까지는 매우 낙후한 상황이었으며 해방을 계기로 규모화 생산이 가능한 산업형태를 갖추기 시작함
- 중국 유제품 산업은 해방시기('49~'50년)에 형성되기 시작하였으며 정부의 유제품 가공공장 건설에 대한 적극 지원으로 유제품산업이 발전하기 시작
- 1950년 루이안바이호(瑞安百好)연유공장은 연유 생산을 회복했고 상하이 이민(上海益民) 제3식품공장은 분사법으로 분유 생산을 시작하였으며 상하이 캉얼쑤(上海康爾素) 유제품 공장은 1951년부터 분사법으로 분유를 생산하기 시작
 - 동 시기 내몽고자치구의 하이라얼(海拉爾), 야커스(牙克石) 등 9개 유제품 공장의 연간 유제품 생산량은 624톤에 달했다. 중국의 유제품 산업 발전 단계를 구분해 보면 다음과 같음

2. 유제품 산업 발전단계

(1) '52년~'57년

- 중국 유제품산업은 비교적 빠른 속도로 발전하였으며 유제품 자원이 풍부한 흑룡강성 및 내몽고자치구에 안다(安達), 쌍청(雙城) 등 25개의 유제품공장이 설립되고, '57년의 중국 유제품 생산량은 '52년 대비 19배 증가한 12,700톤에 달함

(2) '58년~'62년

- '58년 "대약진(大躍進)"시기 내몽고, 흑룡강지역에 다수의 소형 분유 가공공장의 출현으로 전국 유제품 생산량이 19,700톤에 달했으나 품질문제가 심각하였음
- 60년대 초, 농업 생산량의 대폭 하락에 따라 유제품공업도 심각한 영향을 받아 우유 생산량도 급속히 하락, 대량의 소형 분유공장은 파산 혹은 폐쇄됨. '60년의 전국 유제품 생산량은 '61년 대비 6,528톤 감소된 19,300톤 정도에 머무름

(3) '63년~'67년

- 농업생산의 "부활"에 따라 유제품산업도 생기를 띠. 또한 기계화생산의 출시, 보급에 따라 생산 능력이 대폭 제고되었으며 품질도 향상됨. '65년의 전국 유제품 생산량은 사상 최대인 21,194톤에 달함

(4) '66년~'75년

- 문화대혁명시기 젓소 수량이 감소됨에 따라 우유 생산량도 하락. 중국의 유제품산업은 이 기간동안 기본적으로 성장을 멈춘 상태였으며, 생산량은 연평균 5.6%의 성장률을 나타냈으나 심각한 공급부족으로 소비자의 수요를 만족시킬 수 없었음

(5) '76년~

- 1976년부터 농촌 경제개혁에 따라 정부는 농민들의 젓소 사육을 적극 지원, 유제품 원료 공급원의 확장에 따라 유제품산업도 빠르게 발전하기 시작함
- 또한 전국적으로 일련의 유제품공장을 신설하고 오랜 공장의 기술장비를 개조하여, 흑룡강성의 일일 유제품가공 능력은 300톤에서 600톤으로, 1981년에는 1,000톤으로 증가했고 1978년의 전국 유제품 생산량은 46,536톤에 달함

(6) 개혁개방 이후

- 중국의 우유산업 및 유제품 가공업이 비약적인 발전을 가져온 시기. 1978년부터 1994년까지 16년간, 우량종 젖소 및 개량종 젖소 수량은 48만두에서 7배 증가한 384만두로, 생우유 생산량은 97만톤에서 5.3배 증가한 609만톤으로, 유제품 생산량은 4.7만톤에서 8배 증가한 42.5만톤으로 늘어남

(7) 1995년~2004년

- 10년간 중국 유제품 가공업은 고속 성장단계에 들어섬. 전국 우량종 및 개량종 젖소 417.2만두, 유제품 가공공장 500개, 그 중 일일 생우유 가공능력이 100톤 이상인 공장은 5%, 일일 가공능력이 50톤 정도인 공장은 40%를 차지

(8) 2004년

- 전국 개량종 및 우량종 젖소 수량은 만여두, 젖류 생산량은 1996년의 735.8만톤에서 3.2배 증가한 2,368.4만톤으로, 우유 생산량은 1996년의 629.4만톤에서 3.59배 증가한 2,260.6만톤에 달함
- 전국 유제품 생산량은 1995년의 52.6만톤에서 2004년에는 2.71배 증가한 142.44만톤으로, 액상우유 생산량은 1996년의 51.9만톤에서 2004년에는 15.5배 증가한 806.7만톤에 달하였음. 유제품산업의 비약적인 발전에 따라 사람들의 생활수준 향상에 따른 수요도 만족시킬 수 있게 됨
- 중국 분유산업은 중국 해방 후부터 점차적으로 산업화 생산단계에 들어섰으며 개혁개방을 계기로 발전단계에 진입하였고 특히, 최근 10년 동안 빠르게 성장하였음
- 또한 분유제품 구조의 개선에 따라 분유제품 중 전지분유 즉 공업용 분유의 생산비율이 증가하고 전통적인 가당분유 비율은 감소하고 기능성 조제분유는 안정적으로 발전하고 있는 상황임

Ⅲ. 중국 분유시장 동향

1. 생산현황

- '02년~'04년까지 최근 3년간 중국 유제품산업은 시장수요의 뒷받침으로 고속 성장단계에 들어섬
- 2004년 전국 규모이상 액상우유 및 유제품 생산업체는 636개, 누계 663.25억위엔의 공업총생산액을 실현하였는데, 이는 전년 동기대비 28.8% 증가 및 전국 식품산업의 4.1%를 차지하는 수치
- 동 산업 취업인수는 전국 식품산업 취업인수의 4.1%를 차지한 17.1만명이며, 이윤세금총액은 전국 식품산업 이윤세금총액의 2.2%인 59.5억위엔
- 전국 유제품 생산량은 949.2만톤, 그 중 액상우유 생산량은 806.7만톤, 유제품 생산량은 142.4만톤, 분유 생산량은 90만 톤에 달함
- 중국에서 유제품 연간 생산량이 100만톤 이상인 성·자치구는 내몽고자치구(270.14만톤), 하북성(126.53만톤)이고 연간 생산량이 10만톤 이상인 성 및 자치구는 흑룡강성, 산둥성, 산서성, 상해시, 절강성, 강소성, 섬서성, 요녕성, 하남성, 호북성, 천진시, 광둥성, 영하자치구, 복건성, 운남성, 호남성, 신강자치구, 강서성 등 21개임(그 중 연간 생산량이 100만톤 이상인 2개 성, 자치구 포함)

〈전국 유제품 생산량(만톤)〉

구 분	젖 류	그 중 : 우유	유제품	그 중 : 액상우유	분유
2002	1400. 4	1,299. 8	448.63	355.14	75
2003	1848. 6	1,746. 3	723.50	582.90	85
2004	2368. 4	2,260. 6	949.18	806.74	90

- 상기 표와 같이 최근 3년간 액상우유 생산량은 빠르게 증가하였으며 분유 생산량 증가율은 액상우유 생산량 증가율보다 다소 낮은 수준임
- 중국은 땅이 넓고 남방 및 북방의 우유 산업 발전수준이 불균형적이어서 분유 생산업은 중요한 산업으로 각광받고 있음
- 분유제품은 식용하기 편리하고 안전한 유제품으로서 경제적이고 실용적이며 대중 소비수요에 부합되는 특징이 있어 큰 소비시장을 형성하여 큰 발전 잠재력이 있음
- 이밖에 분유는 직접적인 식용 외에도 기타 식품 제조시의 보조 원료로도 사용되며 따라서 분유시장에 잠재된 커다란 사업기회도 주목할 필요가 있다 보여짐

〈전국 지역별 유제품 생산량(톤)〉

구 분	2002년		2003년		2004년	
	유제품 생산량	그 중 : 고체유제품	유제품 생산량	그 중 : 고체유제품	유제품 생산량	그 중 : 고체유제품
전국	448.48	93.34	723.46	140.59	949.18	142.44
북경시(北京市)	25.97	1.39	28.30	1.34	35.33	13.69
천진시(天津市)	9.49	0.47	10.79	0.23	19.54	1.46
하북성(河北省)	49.16	14.28	92.66	16.11	126.53	11.45
산서성(山西省)	7.18	2.80	25.99	2.92	40.88	4.08
내몽고(內蒙古)	83.59	9.92	171.21	10.40	270.14	13.79

구 분	2002년		2003년		2004년	
	유제품 생산량	그 중 : 고체유제품	유제품 생산량	그 중 : 고체유제품	유제품 생산량	그 중 : 고체유제품
요녕성(遼寧省)	9.97	1.13	18.42	0.76	24.57	1.58
길림성(吉林省)	0.27	0.07	5.00	0.09	4.17	0.12
흑룡강(黑龍江)	46.18	19.25	73.30	37.66	76.71	39.29
상해시(上海市)	42.96	1.98	41.41	2.16	40.74	2.17
강소성(江蘇省)	26.48	5.86	28.46	4.66	30.17	2.18
절강성(浙江省)	20.24	2.83	26.62	3.42	31.96	3.47
안휘성(安徽省)	2.86	1.13	3.43	1.55	5.03	2.35
복건성(福建省)	6.08	0.00	10.27	0.56	12.57	1.07
강서성(江西省)	6.54	0.66	8.42	1.38	10.06	2.00
산둥성(山東省)	36.34	14.27	53.14	22.16	59.59	11.03
하남성(河南省)	7.75	0.17	17.05	0.44	22.79	1.68
호북성(湖北省)	10.03	0.37	13.76	0.70	22.21	0.82
호남성(湖南省)	3.46	1.24	7.27	3.11	11.61	3.88
광둥성(廣東省)	14.45	1.41	16.91	2.67	14.13	2.59
광서(廣西)	2.40	0.02	2.25	0.09	3.10	0.00
해남성(海南省)	0.18	0.00	0.24	4.81	0.43	0.15
중경시(重慶市)	5.83	0.13	7.54	0.05	8.97	0.10
사천성(四川省)	4.48	1.86	9.44	2.73	7.57	4.62
귀주성(貴州省)	1.78	0.05	2.00	0.14	2.42	0.04
운남성(雲南省)	1.89	0.57	8.45	12.30	12.03	0.89
티벳(西藏)	0.12	0.12	0.14	5.94	0.17	0.17
섬서성(陝西省)	9.58	7.44	14.04	0.04	25.37	13.79
감숙성(甘肅省)	4.59	2.46	7.56	1.32	5.00	0.87
청해성(青海省)	0.03	0.03	0.28	0.85	1.06	0.02
영하(寧夏)	5.59	1.11	11.70	140.59	12.73	1.98
신강(新疆)	3.03	0.32	7.44	1.34	11.61	1.15

자료원) 국가통계국, 중국식품공업협회, 중국식품공업연감

* 상기표와 같이 중국의 주요한 분유 생산지역은 주로 흑룡강성 및 내몽고자치구이며 북방지역에서 남방지역보다 상대적인 생산우위를 갖추었고, 북방은 남방에 비해 원료 출처가 다양하고 기초자원이 풍부함

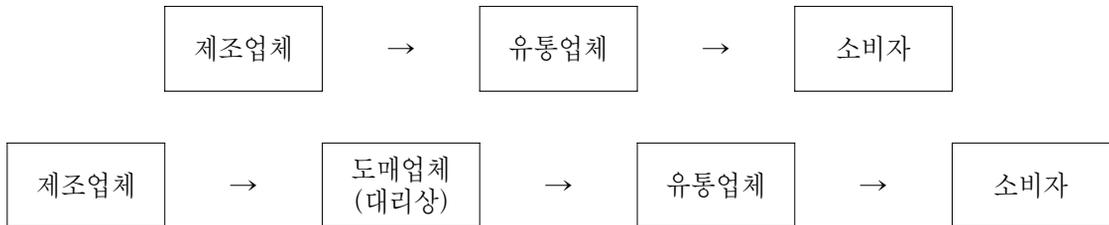
2. 유통실태

(1) 유통구조

- 중국 분유의 유통구조는 일반적으로 제조업체에서 유통업체를 통하여 소비자에게 판매되거나 제조업체가 도매업체를 경유한 뒤 유통업체를 통하여 소비자에게 판매됨

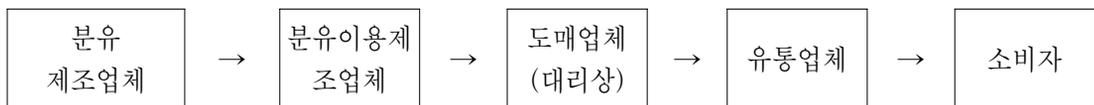
〈분유의 유통구조〉

- 유통구조 A



- 대부분 분유 제조업체들이 전국 각지의 도매업체(대리상)를 통하여 유통업체에 납품하며 일부 대도시에서는 직접 자사 영업조직을 통하여 유통업체에 공급하기도 함
- 도매업체(대리상)에 대해서는 대, 중도시 내의 판매 대행업체, 각 지구급 도시내의 판매 대행업체 및 중, 소도시 및 농촌의 판매업체 등 3급 도매체도를 실시하고 있음
- 대형 유제품기업은 중국 전역에 판매망을 두고 2백여개의 판매업체를 두고 있음

- 유통구조 B



- * 분유이용 제조업체는 분유를 사용한 기타 가공식품의 제조업체(우유사탕, 아이스크림, 케익 등 제품)임

- 분유공장에서 직접 식품가공업체와 연락하며 분유는 우유사탕, 아이스크림, 케익 등 기타 식품제조시 보조원료로 사용됨
- 이러한 유형의 분유는 일반적으로 전지분유로써 기타 영양소를 첨가하지 않았기 때문에 소비자들이 직접 식용하는 조제분유보다 가격이 저렴하며 현재 식품제조업에서 사용되는 분유 사용량은 매우 큼

(2) 주요 브랜드 현황

- 중국 분유시장에는 nestle, 산루(三鹿), 완다산(完達山), 이리(伊利), 친용(秦俑), 구청(古城), 룡단(龍丹), DMZ 등 다양한 브랜드제품이 있음
 - 이 중, 완다산, 룡단, 산루 등 브랜드제품은 중국산 분유 중 최고 신용도를 자랑하고 있는 토종 브랜드이며 고정적인 시장 점유율을 유지하고 있음
- 중국시장에 있는 외국 분유 브랜드는 nestle, DMZ, 리뒤징(力多精), Enfamil, Wyeth, snyon 등
 - Nestle사에서 생산한 영(유)아 분유는 국내 동종 제품 중, 최대 시장점유율을 자랑하며 연간 6-7만톤 가량의 매출액을 올리고 있음
 - 뒤를 이어 잉터얼(英特兒) 영양유제품유한공사에서 생산한 DMZ영(유)아 분유로서 연간 매출량이 만톤 가량이지만 매출액은 비교적 높은 수준
 - 이외에 Wyeth 및 snyon 등 제품도 비교적 높은 매출소득을 올리고 있으나 매출량이 적어 중국 10대 우수 분유 제조업체에 오르지 못하고 있음

〈2004년 중국 분유시장 주요 브랜드 현황〉

구분	기업명칭	브랜드	매출액 (만위엔)	매출량 (만톤)	시장점유율 (%)
1	황청스Nestle유한공사 (雙城市nestle有限公司)	Nestle	21.58	7.30	8.11
2	스자좡산루그룹주식유한공사 (石家莊三鹿集團股份有限公司)	산루 (三鹿)	60.21	7.60	8.44

구분	기업명칭	브랜드	매출액 (만위엔)	매출량 (만톤)	시장점유율 (%)
3	헤이룽장완다산루예주식유한공사 (黑龍江完達山乳業股份有限公司)	완다산 (完達山)	13.54	4.90	5.84
4	네이멍구이리실업그룹주식유한공사 (內蒙古伊利實業集團股份有限公司)	이리(伊利) TOPFER	87.34	4.85	5.44
5	시안인초우그룹(西安銀橋集團)	친용 (秦俑)	15.61	3.66	4.07
6	헤이룽장루예그룹(黑龍江乳業集團)	룽단(龍丹) 진싱(金星)	11.70	3.41	3.79
7	산시구청루예그룹(山西古城乳業集團)	구청 (古城)	18.40	3.30	3.67
8	잉터얼잉양루핀유한공사 (英特兒營養乳品有限公司)	DMZ	11.00	1.85	2.06
9	Mead Johnson (광저우)유한공사 (美贊臣(廣州)有限公司)	Enfamil	9.92	1.28	1.42
10	광밍루예집단(光明乳業集團)	광밍 (光明)	67.86	1.05	1.17

* 상기표의 매출액은 액상우유 등 기타 유제품 매출액도 포함되는 종합 매출액임

- 그러나 전체적인 분유시장과는 반대로 대도시의 영(유)아 분유시장은 외국 브랜드가 절대적인 우세를 차지하여 거의 독점형태를 이루고 있음
 - 상하이 비즈니스 정보센터에서 '04년 상하이 3,000여개 슈퍼마켓, 매장, 식품상점 등에 대한 조사를 진행한 결과 영(유)분유 시장에서 외국 브랜드 제품이 절대적인 우위를 차지하고 있는 것으로 나타남
- '04년 시장점유율의 경우 dumex, Nestle, Mead johnson 등이 각각 35.0%, 27.9%, 19.9%를 차지해 1, 2, 3위를 차지했고 wyeth, baby, 산루(三鹿), Abbott, 메이지 등이 각각 3.3%, 2.4%, 2.2%, 2.1%, 1.3%를 차지해 그 뒤를 이었으며 이 중 오직 산루(三鹿)만이 중국산 브랜드 제품

- 영(유)아 분유가 기타 유제품에 비해 가격보다 품질을 중요시하고 특히 큰 도시에서는 아이를 위해 분유 구입에 4~5백위엔/월 지출을 하고 있으며 이에 따라 고급시장의 운영경험이 풍부한 외국 업체들의 시장우위 차지하게 된 것으로 분석됨
- 시장 세분화 차원에서 브랜드의 인지도가 관건적인 역할을 하고 있음
 - 특히 외국 브랜드의 인지도는 중국시장에 진출해서부터 널리 알려졌고 시장규모 및 연구개발면에서도 중국 업체에 비해 훨씬 앞서고 있음
 - Nestle, wyeth, MeadJohnson, Abott 등은 세계적으로 유명한 브랜드 제품으로 영(유)아 분유 마케팅, 포장기술, 기술 서비스 등 면에서 중국업체에 비해 앞서고 있으며 특히 외국 분유제품은 상이한 연령대의 영(유)아 분유 제품을 세분화함으로써 많은 소비자들이 선호하고 있음
- 산루(三鹿), 완다산(完達山), 이리(伊利) 등 현지 브랜드 제품은 과거 주로 저급, 중급 시장을 겨냥했고 고급 시장에는 큰 신경을 쓰지 않았으며 또 외국 브랜드 제품과의 정면적인 충돌을 피해왔음
- 그러나 가짜 아동분유 제품이 매우 낮은 가격으로 농촌시장에 침투함에 따라 중국 브랜드 제품의 "농촌 혁명노선"이 진정으로 관철되지 못하는 현상이 나타나기도 하였음
- '05년에 들어서 지난 안후이푸양 저질분유사건으로 중국 소비자들 특히 농촌소비자들이 유아용 분유 품질에 대한 요구가 높아지고 있음을 감안하여 중국 브랜드인 이리(伊利)사, 산루(三鹿)사 등은 자신의 고유시장인 일반 분유시장외에 유아용 고급 분유시장에 진출하여 국외 브랜드보다 낮은 가격으로 유아용 고급 분유시장의 분할을 꾀하고 있음
- 한편 Wyeth(惠氏)등 외국브랜드들은 유아용 고급 분유시장에서 중국 브랜드와의 가격경쟁을 위하여 원가절감을 위한 종이박스 포장 등 제품을 선보이고

있으며 중국산 브랜드가 장악하고 있는 일반 분유시장으로의 진출을 적극 추진하고 있음

〈저질 분유사건 개요〉

'03년 7월, 안후이성 푸양셴에서 저질분유를 복용한 어린이들이 중독된 사건이 발생하였다. 현지 기업에서 전지분유, 크림, 맥아 텍스트론, 백설탕 등을 원료로 가공한 영(유)아 분유로 인해 많은 어린이들이 심각한 영양실조에 걸렸고 현지의 171명의 영아들이 중독되었다. "안후이 푸양" 분유사건 발생 후, 분유 안전에 대한 중요성이 거론되고 있다. 중국정부는 QS(Quality Safety) 시장진출허가제도 및 라이선스 제도를 도입, 분유 생산 및 유통과정에서의 감독관리를 강화하고 있으며 경영업체들은 성실신의를 고취하고 시장질서는 점차 규범화되고 있다.

3. 소비동향

(1) 소비 실태

- 2004년 중국 인구는 총 129,988만명으로 집계되고 있는데, 그 중 도시인구 54,283만명, 농촌인구 75,705만명, 0-14세 인구는 총 인구의 21.5%, 65세 이상 인구는 총 인구의 7.6% 차지하고 있음
- 2004년 전국 도시 주민가정 일인당 소비성 지출은 7,182.10위엔, 엔겔지수는 37.7%, 농촌 주민가정 일인당 생활소비지출은 2,184.64위엔, 엔겔지수는 47.2%로 나타났음
- 현재 중국의 대형 분유기업은 주로 대, 중도시의 분유 소비수요를 충족시키는 상황이며 중국 인구의 60%정도 되는 농촌인구의 분유소비 시장은 아직도 시장 공간이 크다고 할 수 있음
 - 중국 분유의 주요 소비군체는 영(유)아, 노인, 청소년, 임신부, 환자 등 특수 군체이며 이밖에 일반 소비자도 있음

- 그 중 특수 군체의 소비량이 비교적 크며 수요도 비교적 많음
 - 중국에서 생산한 90만톤의 분유 중 30%는 영(유)아 조제분유이며 연간 소비량은 약 27~30만 톤 정도로, 모유가 부족한 수천만명의 아기들에게 공급되고 있음
 - 이밖에 전지분유는 23만톤, 기타 군체에 소비되는 조제분유는 24만톤이며 기타 분유는 식품공업용 보조원료로 사용되고 있음
- 최근 몇 년간 중국 고급 아동분유 시장은 해마다 두 자리수의 성장을 보이고 있으며 일본을 제치고 미국의 뒤를 이어 이미 세계 제 2위의 고급 아동분유 시장으로 부상했음
 - 통계에 따르면 현재 중국의 유제품 생산업체수는 1,000여개로 거의 아동분유를 생산하고 있는 동시에 기업의 아동분유 생산량은 전체 분유 생산량의 1/3 이상 차지하고 있지만 고급 아동분유가 차지하는 비중은 전체 분유의 1/3도 되지 않음. 한편 '04년 중국 고급 아동분유 시장규모는 40억위엔으로 추정
- 소비량 및 습관으로 보면 영(유)아 소비자가 주식으로 일일 3식하는 이외에 일부 특수 소비자(환자 등)가 주식으로 소비하고 있으며 일반 소비자들은 아침 및 취침전에 한컵씩 마시는 것으로 나타남
- 판매장소는 주로 대형유통매장, 백화점, 편의점, 영(유)아 제품 전문매장, 병원(위생소) 내 식품코너에서 최종 소비자에게 판매되며 일부 브랜드 제품은 병원(위생소), 약방을 통해 환자에게 판매되기도 함 (의료제도 개혁에 따라 이 현상은 거의 소실됨)
 - 상기 소매경로 중, 대형 유통매장은 가장 주요한 소매 경로이며 각 제조업체들의 경쟁이 매우 치열한 경로이기도 함
 - 백화점은 또한 비교적 양호한 분유 매출실적을 올리고 있으나 편의점은 가격이 비교적 높은 원인으로 소량의 제품만 입점하는 상황

(2) 주요 브랜드별 현황

- 중국의 분유시장은 중국산 브랜드와 외국 브랜드가 복잡한 국면을 보여 주지만 각자의 시장영향이 구분되어 있음
 - 외국 브랜드인 "Nestle", "DMZ", "Wyeth", Mead Johnson의 "Enfamil" 등은 고급 분유시장을 겨냥하고 있으며 제품가격도 130~160元/500g으로 비교적 높은 편이며, 제품 품질이 우수하고 인지도가 높아 대, 중도시의 소비자들이 선호하고 있음
 - 특히 이들 회사의 영(유)아 분유는 현재 더욱 많은 소비자들의 사랑을 받고 있는 것으로 나타나고 있음
- 중국산 브랜드는 산루(三鹿), 완다산(完達山), 이리(伊利) 등 비교적 유명한 중국산 브랜드 분유의 품질은 양호하며 가격이 싸고 신용도도 비교적 높은 것으로 나타나고 있음
 - 특히 오리지날 브랜드인 "홍성(紅星)" 분유 등 제품은 양호한 품질 및 신용으로 소비자들이 선호하고 있다. 중국산 분유는 전국의 대, 중, 소도시에서 판매되고 있지만 아직 농촌까지는 완전히 장악하지 못한 상황
 - 따라서 농촌에서는 지방의 소형 분유공장에서 생산한 분유가 상당한 시장 점유율을 나타내고 있음. 지난해에 사회적으로 큰 이슈가 되었던 "안후이 푸양(安徽阜陽)" 분유사건과 같이 중국의 편벽한 농촌에서는 아직도 국가 기준에 도달하지 못한 불법 분유들이 대량으로 유통되고 있는 것으로 나타났으며 농촌의 다수의 유아 및 어린이들이 불법분유를 장기 복용하는 것으로 조사됨

(3) 한국산 소비동향

- 한국산은 중국시장 진출이 늦은 편으로 중대형유통매장에서는 판매가 되지 않고 있으며 한국인이 밀집해 있는 왕징지역의 소형 한국 식품점에서 일부 제품이 판매되고 있음

- 구매하는 소비자는 대부분 한국인이며 중국인 소비는 극히 일부라고 할 수 있음
- 한국산은 중국산 제품에 비해 가격이 3배이상 고가이며 수입품에 비해서도 비싸 대중적인 제품으로 자리잡고 있지 못하고 있는 상황임. 따라서 중국 시장에 진출하기 위해서는 적극적인 브랜드 홍보와 마케팅이 필요한 실정

4. 주요 제품 판매현황

〈幼儿喜康力(Gain Plus Advance)- 덴마크산〉

	제 품 명	金裝幼儿喜康力
	브 랜 드	雅培/abbott
	원 산 지	덴마크
	수 입 사	雅培貿易(上海)有限公司
	주 소	上海市外高橋保稅區希雅路69号1905
	전 화	86-800-820-6111
	제품원료	탈지우유, 식물유, 유당, 설탕, DHA, 광물질, 비타민, 우황산 등
	포장용량	900g
	포장방법	알루미늄 캔 포장
	표기사항	제품명, 브랜드, 내용량, 배합원료, 영양성분, 식용 방법, 저장방법, 생산일자, 유통기한, 제조사, 원산지, 바코드 등
	시장가격	198元/900g 연사백화점
	거 래 처	백화점.대형유통매장
제품용도	1~3세 유아용 고급분유	

〈恩貝兒- 뉴질랜드산〉

	제 품 명	較大嬰兒配方奶粉
	브 랜 드	恩貝兒
	원 산 지	뉴질랜드
	수 입 사	NUTRICIA(香港)
	주 소	香港灣仔告士打道39號1505
	전 화	86-800-820-5098
	제품원료	탈염유청분, 식물유, 탈지분유, 유청분, 유당, DHA, 광물질, 비타민 등
	포장용량	900g
	포장방법	알루미늄 캔 포장
	표기사항	제품명, 브랜드, 내용량, 배합원료, 영양성분, 식용방법, 주의사항, 생산일자, 유통기한, 수입사, 원산지, 바코드 등
	시장가격	145元/900g 까르프
	거 래 처	백화점, 대형유통매장
	소 비 층	6~12개월 유아용 고급분유

〈安怡/Anlene- 중국제조〉

	제 품 명	安怡長青高鈣脫脂奶粉
	브 랜 드	安怡/Anlene
	제 조 사	安佳乳品(廣州)有限公司
	주 소	廣州經濟技術開發區東區駿功路5號
	전 화	8620-8351-1782
	제품원료	탈지우유, 광물질, 농축유청단백, 비타민등
	원료산지	100% 뉴질랜드산 우유사용
	포장용량	800g
	포장방법	알루미늄 캔 포장
	표기사항	제품명, 브랜드, 내용량, 배합원료, 영양성분, 식용방법, 저장방법, 생산일자, 유통기한, 제조사, 원료산지, 바코드 등
	시장가격	88.00元/800g 연사백화점
	거 래 처	백화점, 대형유통매장
	소 비 층	50세 이상 고급분유

〈임페리얼드림 XO- 한국산〉

	제 품 명	임페리얼드림
	브 랜 드	남양
	원 산 지	한국
	수 입 사	東日樂園食品公司/낙원식품
	주 소	北京市望京新城A3區316
	전 화	8610-6470-6841
	제품원료	원유, 유청분말, 텍스트린, 혼합식용유지, 대두유, 유당등
	포장용량	800g
	포장방법	알루미늄 캔 포장
	표기사항	제품명, 브랜드, 내용량, 사용법, 주의사항, 배합원료, 유통기한, 바코드 등
	시장가격	272.00元/800g 낙원식품
	거 래 처	한인대상 슈퍼
	소 비 층	6개월부터 3첫돌까지 (한인시장)

〈惠氏 / Wyeth- 싱가포르산〉

	제 품 명	金裝健儿樂
	브 랜 드	惠氏/Wyeth
	원 산 지	싱가포르
	수 입 사	惠氏(上海)貿易有限公司
	주 소	上海市外高橋保稅區台中路2号282
	전 화	86-800-820-1826
	제품원료	탈지우유, 식물유, 탈염 유청분, 설탕, 레몬산, DHA, 광물질, 비타민 등
	포장용량	400g
	포장방법	종이박스 포장
	표기사항	제품명, 브랜드, 내용량, 배합원료, 영양성분, 식용방법, 저장방법, 생산일자, 유통기한, 수입사, 원산지, 바코드 등
	시장가격	169元/900g 까르프
	거 래 처	백화점, 대형유통매장
	소 비 층	Wyeth사에서 중국산 유아용분유와의 경쟁을 위하여 원가절감 차원에서 종이박스포장 사용 한 6~12개월 유아용 고급분유

〈多美滋/DUMEX- 중국산〉

	제 품 명	1加奶粉
	브 랜 드	多美滋/DUMEX
	제 조 사	英特儿营养乳品有限公司
	주 소	上海市浦东区金桥出口加工区宁桥路188号
	전 화	8621-5899-0899
	제품원료	탈지우유, 유청분, 탈염유청분, 자당, 식물유, 광물질, 비타민, DHA, 우황산 등
	포장용량	700g
	포장방법	비닐 포장
	표기사항	제품명, 브랜드, 내용량, 배합원료, 영양성분, 식용방법, 저장방법, 생산일자, 유통기한, 제조사, 바코드 등
	시장가격	80.20元/700g 연사백화점
거 래 처	백화점, 대형유통매장	
소 비 층	1~3세 유아용 고급분유	

〈美赞臣/Mead johson- 중국제조〉

	제 품 명	安儿宝高蛋白成长奶粉
	브 랜 드	美赞臣/Mead johson
	제 조 사	美赞臣(广州)有限公司
	주 소	广州经济技术开发区东基工业区
	전 화	86-20-3811-1188
	제품원료	탈지분유, 전지분유, 유당, 식물유, DHA, 광물질, 비타민, 우황산 등
	원료산지	수입우유 사용 표기
	포장용량	400g
	포장방법	비닐포장
	표기사항	제품명, 브랜드, 내용량, 배합원료, 영양성분, 식용방법, 저장방법, 생산일자, 유통기한, 수입 우유 사용표기, 제조사, 바코드 등
시장가격	60元/400g 연사백화점	
거 래 처	백화점, 대형유통매장	
소 비 층	1~3세 유아용 고급분유	

〈雀巢/Nestle- 중국제조〉

	제 품 명	高鈣高鐵奶粉
	브 랜 드	雀巢/Nestle
	제 조 사	双城雀巢有限公司
	주 소	黑龍江省双城市友誼路
	전 화	86-451-5311-9000
	제품원료	탈지우유, 유당, 칼슘, 비타민 등
	포장용량	400g
	포장방법	비닐포장
	표기사항	제품명, 브랜드, 내용량, 배합원료, 영양성분, 식용방법, 저장방법, 생산일자, 유통기한, 품질 안전마크, 제조사, 바코드 등
	시장가격	28元/400g seven-11
	거 래 처	대형유통매장, 편의점 등
	소 비 층	네슬레사에서 일반분유시장에서 중국산 브랜드와의 경쟁을 위하여 출시한 일반소비자용 일반분유

〈伊利/이리- 중국제조〉

	제 품 명	金裝嬰兒配方奶粉
	브 랜 드	伊利/이리
	제 조 사	內蒙古伊利實業集團股份有限公司
	주 소	內蒙古呼和浩特市金川開發區
	전 화	86-471-3388-888
	제품원료	신선우유, 탈염유청분, 탈지우유, 농축유청단백, 유당, 유지, 식물유, 광물질, 비타민, 우황산, DHA 등
	포장용량	400g
	포장방법	비닐포장
	표기사항	제품명, 브랜드, 내용량, 배합원료, 영양성분, 식용방법, 저장방법, 생산일자, 유통기한, 품질 안전마크, 제조사, 바코드 등
	시장가격	28.80元/400g 까르프
	거 래 처	대형유통매장, 편의점
	소 비 층	이리사에서 유아용 분유시장에서 외국 브랜드와의 경쟁을 위하여 출시한 1~6달 유아용 고급분유

〈三鹿/산루- 중국제조〉

	제 품 명	高鐵高鋅奶粉
	브 랜 드	三鹿/산루
	제 조 사	石家莊三鹿集團股份有限公司
	주 소	河北省石家莊市和平路539號
	전 화	86-311-8704-4184
	제품원료	신선우유, 탈염유청분, 탈지우유, 비타민, 광물질 등
	포장용량	400g
	포장방법	비닐포장
	표기사항	제품명, 브랜드, 내용량, 배합원료, 영양성분, 식용방법, 저장방법, 생산일자, 유통기한, 품질 안전마크, 녹색식품표기, 제조사, 바코드 등
	시장가격	19.80元/400g 까르프
	거 래 처	대형유통매장, 편의점
	소 비 층	일반소비자용 일반분유

〈完達山/완다산- 중국제조〉

	제 품 명	全脂甜奶粉
	브 랜 드	完達山/완다산
	제 조 사	完達山乳業股份有限公司
	주 소	黑龍江省哈爾濱市南崗區長江路
	전 화	86-451-8229-5732
	제품원료	신선우유, 설탕
	포장용량	400g
	포장방법	비닐포장
	표기사항	제품명, 브랜드, 내용량, 배합원료, 영양성분, 식용방법, 저장방법, 생산일자, 유통기한, 녹색 식품표기, 제조사, 바코드 등
	시장가격	10.60元/400g seven-11
	거 래 처	대형유통매장, 편의점
	소 비 층	일반소비자용 일반분유

〈伊利/이리- 중국제조〉

	제 품 명	高钙高铁奶粉
	브 랜 드	伊利/이리
	제 조 사	內蒙古伊利實業集團股份有限公司
	주 소	內蒙古呼和浩特市金川開發區
	전 화	86-471-3388-888
	제품원료	신선우유, 탈지분유, 설탕, 유산칼슘, 비타민 등
	포장용량	400g
	포장방법	비닐포장
	표기사항	제품명, 브랜드, 내용량, 배합원료, 영양성분, 식용방법, 저장방법, 생산일자, 유통기한, 품질 안전마크, 제조사, 바코드 등
	시장가격	18.19元/400g 까르프
	거 래 처	대형유통매장, 편의점
	소 비 층	일반소비자용 일반분유

〈紅星/홍싱- 중국제조〉

	제 품 명	邦健多奶粉
	브 랜 드	紅星/홍싱
	제 조 사	黑龍江省紅星集團股份有限公司
	주 소	黑龍江省安達市鐵西
	전 화	86-455-7555-155
	제품원료	탈지우유, 탈염유청분, 광물질, 비타민 등
	포장용량	400g
	포장방법	비닐포장
	표기사항	제품명, 브랜드, 내용량, 배합원료, 영양성분, 식용방법, 저장방법, 생산일자, 유통기한, 제조사, 바코드 등
	시장가격	18.50元/400g 까르프
	거 래 처	대형유통매장, 편의점
	소 비 층	일반소비자용 일반분유

5. 수출입 동향

(1) 관세 및 통관

- 분유를 포함한 유제품은 일반적인 농산물로 취급되며 중국 정부는 유제품 수출입에 별도의 제한조치를 취하지 않으며 일반 제품무역과 동등한 제도를 실시하고 있음
 - 분유의 관세율은 10%이며 증치세가 17%

〈분유의 수입 관세율〉

구 분	HS CODE	관세율 (%)	증치세율 (%)
농축한 것, 설탕 및 기타첨가물을 더한 우유와 크림			
- 분, 립 또는 기타 고체형태, 지방함유 1.5% 이하	0402.1000	10	17
- 설탕 또는 기타 첨가물을 더하지 않은 것	0402.2100	10	17
- 기타 설탕 또는 기타 첨가물을 더하지 않은 것	0402.9100	10	17
- 기 타	0402.9900	10	17

(2) 수출입 동향

- 중국은 유제품의 수입국으로 유제품 분야에서 수입이 수출을 초과하고 있음
 - 분유 수입량은 2004년 136천톤, 255백만불을 수입하였으며 매년 빠른 수입 증가를 보이고 있음
 - 중국 유제품 및 분유산업의 발전 상황을 감안할 때 수입이 중국시장 수요를 만족시키고 산업발전에 일정한 기여를 하고 있는 것으로 보임

〈중국의 분유제품 수입동향〉

(단위 : 톤, 천불)

구 분	2002		2003		2004	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
계	91,977	133,735	116,863	188,181	136,463	255,521
- 분, 립 또는 기타 고체형태, 지방함유 1.5% 이하	34,942	51,268	44,585	71,387	55,243	105,308
- 설탕 또는 기타 첨가물을 더하지 않은 것	56,562	82,004	71,360	115,388	80,130	147,987
- 기타 설탕 또는 기타 첨가물을 더하지 않은 것	473	463	918	1,406	1,090	2,226
- 기 타	379	349	44	80	30	154

자료원) 중국해관통계

- 주요 수입 대상국은 뉴질랜드, 오스트레일리아, 미국, 핀란드, 벨기에, 독일 등의 국가임
- 중국의 분유 수출입은 최근 몇년간 수입이 수출을 초과한 상태였으며 중국의 WTO 가입 후 분유 세율 하락에 따라 수입이 더욱 촉진될 것으로 보임

〈분유의 국별 수입동향(2004)〉

(단위 : 톤, 천불)

구 분	분, 립 또는 기타 고체형태, 지방함유 1.5% 이하		설탕 또는 기타 첨가물을 더하지 않은 것		계	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
계	55,243	105,308	80,130	147,987	135,373	253,295
뉴질랜드	26,974	52,952	74,567	137,271	101,541	190,223
호 주	10,070	19,124	4,716	8,887	17,786	28,011
미 국	4,565	8,404	104	252	4,669	8,656
핀란드	2,471	4,663	-	-	2,471	4,663
벨기에	2,450	4,408	-	-	2,450	4,408
기 타	8,713	15,757	743	1,577	9,456	17,334

IV. 국내 분유시장 동향

1. 생산현황

- 전지분유와 탈지분유는 원료유의 수급조절용 및 제과 제빵 등의 원료로 사용
- 전지분유는 최근 코코아 조정품의 수입급증으로 국내 수요는 크게 감소했으며 유제품시장이 개방되면서 대부분 실수요업체에서는 국내분유를 상당부분 수입우유 함유조제품으로 대체
- 유당, 유장분말 등 기타 유제품은 식품원료용으로 수요는 많으나 국내에서 생산되지 않아 수입으로 충당하고 있음

〈연도별 우유 생산 및 수급현황〉

(단위 : 톤)

연 도	공 급				재 고
	이 월	생 산	수 입	계	
1995	15,170	1,998,445	195,876 (전지532, 탈지7,045)	2,209,491	65,650
2001	124,480	2,338,875	652,584	3,115,939	70,207
2002	70,207	2,536,648	646,461	3,253,316	161,037
2003	161,037	2,366,214	603,646	3,130,897	93,980
2004	93,980	2,260,986	835,000	3,189,966	56,740

자료) 식품유통연감(2005)

〈연도별 우유 처리가공 현황〉

(단위 : 톤, %)

연 도	납유량 (톤)	처리 가공실적		인구 1인당 소비량/Kg	총소비량 (톤)
		음용유용(%)	가공용(%)		
1995	1,998,445	74.6	25.4	47.8	2,143,841
2001	2,338,874	70.7	30.0	63.9	3,045,732
2002	2,536,648	61.3	38.7	64.2	3,092,279
2003	2,366,214	70.0	30.0	62.4	3,036,917
2004	2,260,986	71.4	28.6	63.6	3,133,226

자료) 식품유통연감(2005)

2. 소비동향

- 조제분유의 경우 80년대 말까지 꾸준한 성장을 지속하다가 90년대에 들어 소비 증가율이 다소 둔화
- '98년에는 전년 대비 24%의 큰폭의 감소가 있었고 2002년에는 전년대비 28%의 큰폭으로 감소되었는바 이는 최근들어 출산율의 급격한 감소와 모유먹이기 운동 확산으로 해석됨
- 65년 서울우유에서 처음 생산을 시작하여 67년 남양유업, 74년 매일유업이 시장에 참여해 이들 3사가 시장을 점유하였으나 88년 서울우유가 생산을 중단한 대신 파스퇴르가 90년 6월 조제분유시장에 참여
 - 현재 남양, 매일 양사가 시장을 주도하고 있고 그 외 파스퇴르유업, 미국과 뉴질랜드 일부 수입제품이 뒤를 잇고 있음

〈분유제품 소비량 추이〉

(단위 : 톤)

구분	전지분유	탈지분유	조제분유	계
1995	2,619	17,568	25,932	46,119
1999	3,683	15,273	21,943	40,899
2000	5,544	20,625	25,280	51,449
2001	6,469	30,764	25,234	62,467
2002	8,463	33,957	18,509	60,479

자료) 한국 식품산업 연합(2005)

V. 수출확대 방안

- 중국은 자국산 분유의 품질에 대해 만족하지 못하고 있어 수입산 분유에 대한 소비가 많다고 할 수 있음. 현재 뉴질랜드, 호주, 미국, 핀란드, 벨기에 등 선진국들의 분유제품 수입이 활발하고 상호 치열한 경쟁을 벌이고 있음. 이들 수입산 제품은 가격이 중국산에 비해 2-3배 고가임에도 일정한 시장을 점유하고 있는 반면 한국산은 중국시장이 상당히 더딘 편으로 아직 중국 소비자에게 인지도가 낮은 상황
- 한국산의 중국시장 진출을 위해서는 우선 브랜드 인지도를 높이기 위한 홍보, 마케팅이 필요할 것으로 보임. 중국의 북경, 상해 등 대도시 대형유통매장 입점 추진과 함께 소비자 대상으로 판촉행사 개최를 통하여 인지도를 높이는 것이 선행되어야 하며 다양한 제품의 테스트를 통하여 중국시장에 진입할 수 있는 상품의 선정이 필요
- 한국산은 중국산에 비해 고가이므로 중국의 특정 계층을 대상으로 한 마케팅이 이루어져야 하며 중국산과 경쟁보다는 차별화를 추진해야 할 것임
 - 중국산이 2003년 저질 분유 사건이 발생하는 등 안정성이 취약한 점을 감안할 때 한국산은 안전성과 위생을 강조하는 전략을 펴는 것이 필요함
 - 한국산은 유기농 원료를 엄선하여 사용한 제품임을 강조하는 전단지 제작 등을 통한 소비자 홍보가 이루어져야 하며 분유의 제품속성상 인지도가 낮은 제품은 쉽게 구매가 이루어지지 않는 점을 감안, 시식용 제품의 배포를 통한 브랜드 알리기도 효과적일 것으로 판단됨

<참고자료>

주요 분유제조업체 현황

石家庄三鹿集團股份有限公司

브랜드명	三鹿
주요제품	분유, 액상우유, 아이스크림 등
소재지	河北省石家庄市和平西路539號
설립일	1956년 2월
연락처	86-311-8704-4184

双城市雀巢有限公司

브랜드명	nestle/雀巢
주요제품	분유, 영아 쌀가루, 소맥가루 등
소재지	黑龍江省哈爾濱市雙城市友誼路
설립일	1990년 7월
연락처	86-451-5311-9000

內蒙古伊利實業集團股份有限公司

브랜드명	伊利
주요제품	액상 우유, 분유, 냉동음료 등
소재지	內蒙古呼和浩特市金川開發區台閣牧鄉金四道8號
설립일	1993년 2월
연락처	86-471-3601-403

黑龍江省完達山乳業股份有限公司

브랜드명	完達山
주요제품	분유, 콩가루, 쌀가루, 액상우유 등
소재지	黑龍江省哈爾濱市南崗區長江路368號
설립일	1996년 12월
연락처	86-451-82341887

黑龍江省乳業集團總公司

브랜드명	龍丹, 金星
주요제품	분유, 액상우유, 주스 등
소재지	黑龍江省哈爾濱市南崗區學府路337號
설립일	1993년 12월
연락처	86-451-8668-8490

□ 英特兒營養乳品有限公司

브랜드명	DMZ/多美滋
주요제품	영아 분유
소재지	上海市浦東新區金橋寧橋路188號
설립일	1995년 5월
연락처	86-21-5032-5122

□ 美贊臣(廣州)有限公司

브랜드명	Enfamil/安嬰
주요제품	영아 분유
소재지	廣州市黃浦區廣州經濟技術開發區夏港街東基夏園路
설립일	1993년 7월
연락처	86-20-3811-1188

□ 內蒙古蒙牛乳業集團股份有限公司

브랜드명	蒙牛
주요제품	액상우유, 냉동음료, 유제품
소재지	內蒙古呼和浩特市和林格爾縣
설립일	1999년 8월
연락처	86471-7391-015

□ 上海光明乳業股份有限公司

브랜드명	光明
주요제품	액상우유, 분유 등
소재지	上海市閔行區吳中路578號
설립일	1997년 1월
연락처	86-21-5458-4520

□ 北京三元食品股份有限公司

브랜드명	三元
주요제품	액상우유, 분유, 냉동음료 등
소재지	北京市西城區鼓樓西大街75號
설립일	1997년 3월
연락처	86-10-6404-5361

유자차 중국 시장동향

신규수출유망품목발굴조사

유자차 중국 시장동향

I. 중국의 유자 생산현황

1. 중국유자의 주요품종

- 중국유자는 우수한 산지 자연환경과 각 산지의 생태조건의 다양성 등으로 수천년에 걸쳐 다양한 종자가 개발되었음
- 중국 유자의 품종은 200종 이상으로 과실의 특징에 따라 다음과 같이 분류할 수 있음

〈품종군에 따른 분류〉

品種群	설 명
샤텐(沙田) 유자 品種群	현재 재배하는 沙田유자와 과생품종을 포함한다. 예를 들면 廣西容縣, 平樂, 恭城 등 대부분 지역의 沙田柚, 桂林 沙田柚, 湖南 江永香柚, 祁東 香絲柚, 江西 齋婆柚, 貴州 石阡沙田柚 四川遂寧 沙田柚, 重慶 長壽正形 沙田柚, 菊花心 沙田柚, 火印柚, 古老錢變種 沙田柚, 冬瓜圈 沙田柚, 癩疥疤 沙田柚, 眞龍柚 등
원단(文旦)유자 品種群	전형적인 文旦유자류 및 보통 유자류를 포함하며 이 종류의 품종군이 가장 많다. 맛은 시큼하고 달달한 편이며 일부품종은 쓴맛이 난다. 동 유형에는 매우 많은 우수품종이 있다. 예를 들면 玉环柚, 璃溪蜜柚, 早香柚, 四季柚, 下河蜜柚, 湖濱蜜柚, 度尾文旦柚, 坪山柚, 墊江白柚, 通賢柚, 脆香話柚, 鳳凰柚, 梁平柚, 五布柚, 安江香柚, 橫嶺話柚, 晚白柚, 白市柚, 龍安柚, 新都柚, 冰糖柚, 彭州柚, 牽牛山柚, 漳州柚, 龍都早香柚, 三元紅心柚, 蓬溪柚 등이 있다.
種間잡종 유자군	橘柚, 夔柚, 香圓(宜昌檸檬), 常山胡柚, 蘇柑, 武夷橙, 秀山橙柑, 溫嶺高橙, 都安大沙柑 등이 있다. 이 밖에 국내 개별문헌에는 포도 유자류도 유자의 한 품종으로 구분하고 있다.

〈과실 酸·糖도에 따른 분류〉

품 종	설 명
舔柚 (단 유자)	固定酸비가 20~56사이이며, 100ml 과즙 당 酸 함유량이 0.2~0.6g인 低酸類에 속하는 품종으로 沙田柚의 각 유형、梁平柚、湖北恬柚、北碚柚、六月柚、白市柚、龍都早香柚、書都柚 등이 있다.
酸柚 (신 유자)	固定酸비가 9이하이며 100ml 과즙당 酸 함유량이 1.2~1.8g인 高酸類에 속하는 품종으로 興山1号紅柚、金堂无核柚、毛橘紅柚、化州紅橘柚、麻豆柚、菊花心柚、太极圖柚 등이 있다.
舔酸柚 (달고신 유자)	舔柚와 酸柚 사이에 있고 固定酸비가 10~19사이이며 100ml 과즙 당 酸 함유량이 0.7~1.18g인 中酸類에 속하는 품종으로 玉环柚、璃溪蜜柚、墊江白柚、鳳凰柚 등이 있다. 상술한 2가지종류외의 대부분 품종과 유형은 모두 동 종류에 속한다.

〈과육색택에 따른 구분〉

품종	설 명
紅柚類	안쪽껍질과 과육이 분홍색 혹은 빨강색인 품종으로 坪山柚、五布柚 등이 있다.
白柚類	안쪽껍질은 흰색이며 과육은 붉은색이 아닌 품종으로 珀溪蜜柚、文旦柚 등이 있다.

〈果形에 따른 구분〉

품 종	설 명
원형	晚白柚、毛橘紅柚、德慶蜜柚、橘紅柚、白酸柚 등이 있다.
납작한 원추형	玉环扁錐圓形文旦柚、五布柚、鳳凰柚、安江石榴柚、八月柚、渡尾文旦柚、書都柚、大湖特早熟柚 등이 있다.
납작한 원형부터 높은 납작 원형	梁平平頂柚、砧板柚、蓬溪柚、大馬八斤柚 등이 있다.
긴 원추형	如玉环長圓錐形文旦柚、鄂1号早熟琯溪蜜柚 등이 있다.
긴 원형	金香柚
卵形, 긴 卵形	脆香恬柚、四季抛柚、安江香柚、渡口柚、下河蜜柚、金蘭柚、麻豆文旦柚 등이 있다.
배(梨)형, 표주박형	如沙田柚、齋婆柚、永嘉早香柚、墊扛白柚、段氏柚、白宮早柚、早禾柚 등이 있다.

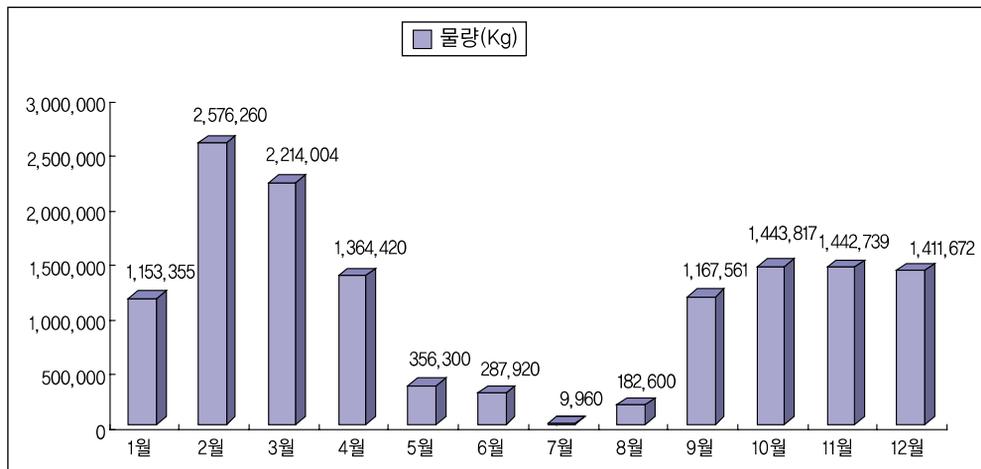
2. 중국유자의 생산 및 수출량

- 중국은 과일생산 대국으로서 생산된 유자는 국내의 수요를 충족하는 것 이외에 많은 물량은 대외수출이 이루어지고 있다.

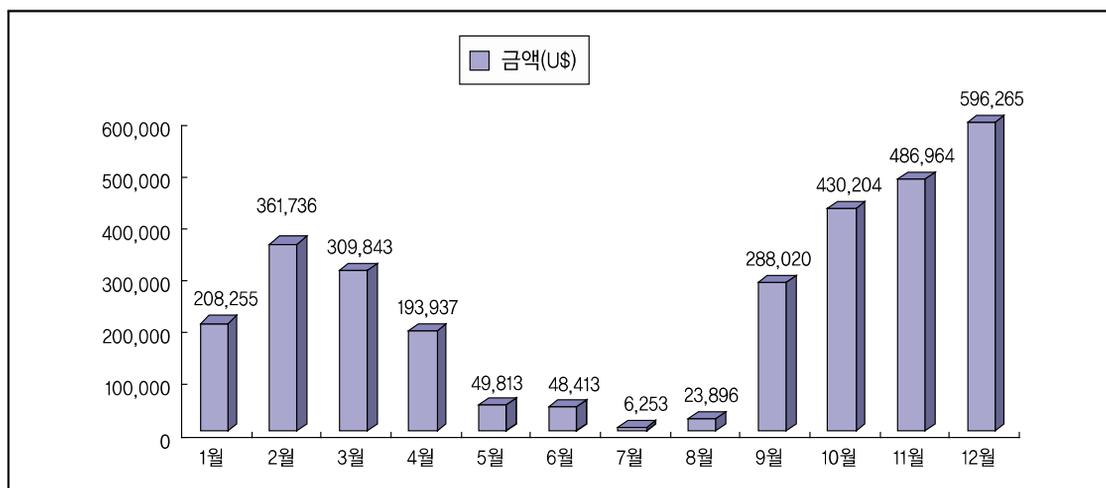
〈'04년 중국유자 월별 수출현황〉

月	물량(kg)	금액(US\$)
1	1,153,355	208,255
2	2,576,260	361,736
3	2,214,004	309,843
4	1,364,420	193,937
5	356,300	49,813
6	287,920	48,413
7	9,960	6,253
8	182,600	23,896
9	1,167,561	288,020
10	1,443,817	430,204
11	1,442,739	486,964
12	1,411,672	596,265
계	13,610,608	3,003,599

〈'04년 중국유자 월별 수출물량 현황〉



〈'04년 중국유자 월별 수출금액 현황〉



- 윗 그림에서 볼 수 있듯이 '04년 중국의 유자 수출량은 5~8월 사이에 가장 낮은 것을 알 수 있음
- 이는 중국 유자의 생산시기가 9~11월로 주 생산시기와 맞물려 있어 가장 활발한 수출이 이루어지기 때문으로 분석됨

3. 중국유자의 주요 생산시기

- 중국 유자의 주요생산 시기는 매년 추석전후인 9~11월에 집중되어 있음

4. 중국 주요품종 유자 산지

품종	산지
絲線柚	원산지는 廣東 南海市로 현지 추석 전 성숙된 과일이 시장에 출하되는 유명한 조생종임
梅花早柚	원산지는 廣東省 梅縣 丙村鎮 梅花村 임
砧板柚	주로 廣西省 容縣 등지에서 생산됨
金蘭柚	원산지는 廣東省 廣州市 교외지역인 廣東 紫金縣, 博羅縣, 江西省 雙金縣, 永新縣 등지에서 생산됨
沙田柚	원산지는 廣西省 容縣으로 廣西, 廣東, 四川, 湖南 등지에서 생산이 많으며, 福建, 浙江, 江西와 대만 등지도 소량 생산 됨

5. 유자차 유통현황

가. 시장규모 및 특성

- 중국에서의 유자차 시장은 매년 괄목할 만한 성장을 하고 있으며, '05년 4월 현재 전년도 전체 수입액(1,228천불)의 35% 내외인(429천불) 수입
 - '04년 동기 수입 누계액 : 3천불
 - 유자차가 추운 겨울철에 수입이 증가하는 추세를 감안한다면 금년 유자차 수입액은 1.5백만불은 무난히 달성할 것으로 전망됨
 - 중국 유자차는 화동지역을 중심으로 화남, 화북지역으로까지 시장이 확대되고 있으며, 규모는 매년 증가할 것으로 예상됨
- 유자차의 경우 중국에서 생산되지 않는 품목의 특성으로 인해 시중에 유통되고 있는 대부분의 유자차는 한국산임
 - 중국산 유자차가 생산되지 못하고 있는 주요 사유로는 중국산 유자가 제품가공에 부적합하기 때문인 것으로 알려져 있음

나. 유통 및 판매현황

- 유통경로
 - 수입된 유자차는 크게 3가지 경로를 통해 소비자에게 판매되고 있음
- ① 대형 할인매장 또는 백화점을 이용한 판매

중국의 주요 할인매장인 까르푸, Metro, 樂購, 이마트, Lotus 등 전국적 또는 일부지역의 체인망이 형성된 매장 및 백화점에서 판매하는 형태로 판매비중이 가장 높음
- ② 수입 후 도매형태로 판매

동 판매형태는 타 지역의 판매망이 구축되지 않은 경우에 주로 이용하는 형태로 수입 후 각 지역의 도매상에게 일괄적으로 판매

③ 인터넷 등 통신망을 이용한 판매

중국 최대 전자상거래망인 阿里巴巴(www.alibaba.com.cn)와 중국최대 인터넷 쇼핑몰인 ebay(www.ebay.com.cn) 및 통신(전화 등)을 이용하여 판매하는 방식으로 최근 비율이 증가 추세에 있음

다. 포장형태

- 중국시장에서 판매되는 유자차는 일반적으로 유리병으로 포장되어 있으며 일부 유자차는 선물용 세트를 구비 판매하고 있음



〈중국에서 유통중인 유자차 주요 브랜드〉



* 제품명 : 金怡蜂蜜柚子茶



* 제품명 : 健康村蜂蜜柚子茶



* 제품명 : 韓國蜂蜜柚子茶



* 제품명 : 高島蜂蜜柚子茶



* 제품명 : 韓國農協蜂蜜柚子茶



* 제품명 : 거제蜂蜜柚子茶



* 제품명 : KJ蜂蜜柚子茶

Ⅱ. 중국유자차의 소비현황

1. 상품구매 경로

- 유자차를 구매하는 소비자의 유형은 크게 2가지로 기 구매한 친구나 친지를 통해 제품의 우수성을 알게 되거나 할인매장의 판촉행사시 구매한 것으로 나타남
 - 이는 유자차가 중국 시장개척에 있어 차별화된 품질과 가격경쟁력으로 중국인들 시장에 안정적으로 진입하였음을 의미
 - 향후 적극적인 판촉행사와 홍보활동을 병행한다면 시장확대 가능성이 매우 큰 품목이라 할 수 있음

2. 소비자 평가

- 유자차를 구매한 대부분의 소비자는 유자차가 비타민C 등이 풍부한 자연 상태의 천연차로 인식하고 있으며, 중국차와는 달리 과육이 씹히는 등 신선한 느낌의 건강차로 인식

3. 소비자의 심리가격

- 500ml 용량의 유자차를 예로 들면 소비자들이 쉽게 받아들일 수 있는 심리가격은 20~30元 수준인 것으로 조사되었다.
 - 현재 유통중인 500ml 정도의 유자차의 가격은 판촉행사를 하지 않을 경우 일반적으로 30~40元사이로 소비자의 심리가격과 일부 차이가 있다는 것을 알 수 있음

4. 유자차 구매시 고려요소

- 소비자들이 유자차를 구매시 가장 먼저 고려하는 사항은 품질(맛)이며, 그 다음이 브랜드인 것으로 조사됨
 - 중국시장의 특성상 “입소문”이 주요한 광고수단임을 감안할 때, 유자차가 중국시장을 개척하는데 있어 품질(맛)은 매우 중요하며, 동시에 브랜드 홍보 등 판촉활동에 주의를 기울여야 함을 알 수 있음

5. 소비계층

- 유자차를 선호하는 소비계층은 건강을 중요시하는 장년층 및 미용을 중시하는 젊은 여성 등 다양한 것으로 나타났으나 주 구매층은 젊은 계층이 많은 것으로 조사

6. 주 소비시기

- 한국과는 달리 중국의 소비자들은 유자차를 1년 사계절 모두 마실 수 있다고 여기고 있어 1년 내내 소비가 이루어지나 가을 및 겨울철 소비가 여름에 비해 많은 것으로 조사

Ⅲ. 수출입동향

1. 수출동향

- 상술한 바와 같이 중국에서 생산되는 유자의 차 가공으로의 부적합으로 인해 유자차 생산은 되고 있지 않고 있어 수출실적은 없음

2. 수입동향

- 중국에서 유통되고 있는 대부분의 유자차는 한국에서 직접 수입한 한국산임
 - '05. 4월 현재 수입액 : 429천불('04년 4월 동기 : 3천불)
- 그러나, KJ유자차의 경우 유자차 원료를 수입하여 중국 베이징에서 가공 및 포장하여 판매하고 있음
 - 이를 경우 원산지는 중국산으로 인정되며, 수입식품이 아닌 일반 중국식품 형태로 판매
- 한국산 유자차 품질의 우수성과 중국에서는 볼 수 없는 신선한 건강 제품이라는 인식으로 최근 수요가 증가하고 있으며, 화동, 화북, 화남권 시장에 이어 중국 내륙으로의 개척에 따라 수입이 크게 증가할 것으로 전망

IV. 통관제도

1. 관세제도

- 관세율 : 25% 내외(Invoice×25%)
 - 유자차의 품목특성상 명확한 H.S 분류가 이루어지지 않아 수입항구별로 차이를 보임
- 증치세 : 17%(Invoice+관세×17%)

2. 수입절차(제출서류 등)

- ① 선박도착 후 B/L을 가지고 선박회사에 제출하고 D/O 수령
- ② 해당 出入境檢驗檢疫局에 상품검사 신청
 - 수입식품에 대한 중문표찰증서 원본 제출
- ③ 상품검사 통과 후, 상품검사합격 허가증 및 다음의 서류를 가지고 海關에 통관신고
 - B/L
 - Invoice
 - Packing List
 - Certificate of Origin(항구별 요구시)
 - 계약서
 - 无木質包裝證明書(포장시(파렛트 등) 목재를 사용하지 않았다는 증명서)
- ④ 海關에서 HS 품목분류 및 Invoice금액 확인 후 관세납부증 교부
- ⑤ 관세 및 증치세(부가세) 납부
- ⑥ 해관 수입허가(또는 해관검사 후 수입허가)

- 해관검사시 신고물품과 실제수입물품 적합 여부 검사
- ⑦ 식품 위생검사
 - 해당 出入境檢驗檢疫局에서 실시
 - 위생검사 합격증 발급까지 2주 내외 기간 소요
 - * 수입물품은 상기 수입절차 중 ⑥번의 해관수입허가를 필하면 인수할 수 있으나, 판매는 ⑦번의 식품위생검사를 필해야 가능함

V. 국내 유자 동향

1. 연도별 생산현황

구 분	'99	'00	'01	'02	'03	'04
면적(ha)	3,335	2,441	1,789	1,696	1,508	1,300
생산량(톤)	12,559	13,534	10,879	9,266	7,379	11,601

* 유자는 해거리가 특히 심한 품종으로 재배면적 대비 생산량의 차등폭이 심함

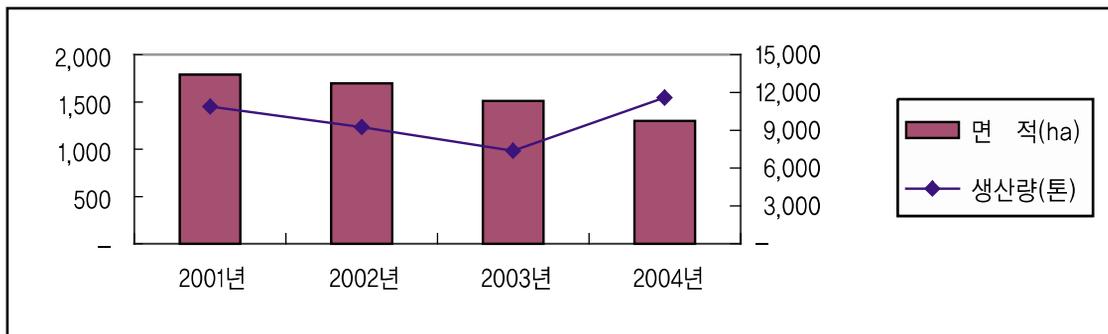
○ 생산농가 : ('97) 16천 농가 → ('02) 8천 농가

○ 식재 수 : ('97) 2,779천 수목 → ('02) 1,389천 수목

* 1990년대 중반 국내수요 급증으로 재배면적이 크게 증가하였으나 1997년 IMF를 고비로 가격이 폭락함에 따라 지속적으로 재배면적이 감소

○ 재배면적 : ('96) 5,121ha → ('00) 2,441 → ('04) 1,300

〈2001년 이후 재배면적 및 생산량〉



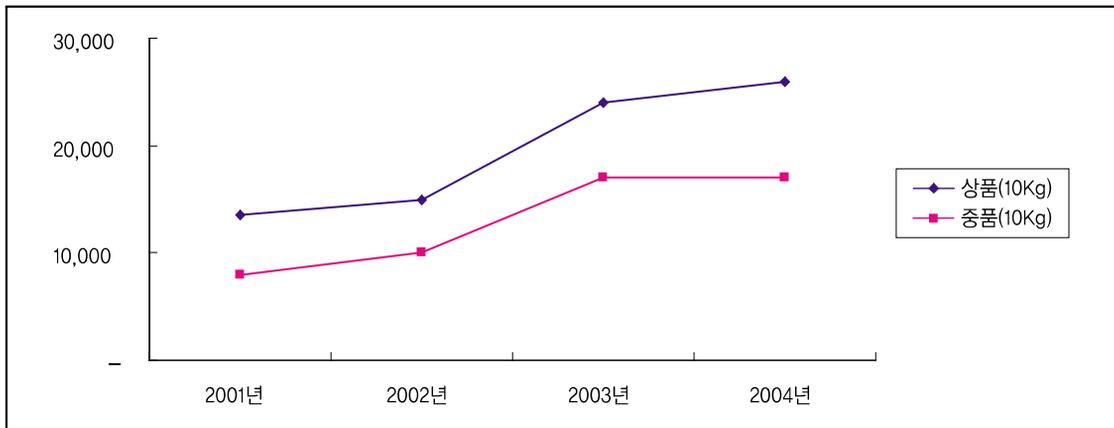
2. 연도별 가격변동 현황

구분	'01	'02	'03	'04
상품(원/10kg)	13,500	15,000	24,000	26,000
중품(원/10kg)	8,000	10,000	17,000	17,000

자료 : 가락동 농산물시장(유자 성출하기 30일 간의 평균가격)

- 2000년 이후에는 건강에 대한 관심증가와 유자의 웰빙식품 이미지가 부각됨에 따라 국·내외 수요증가로 매년 가격이 상승하고 있음
- 상품기준 : ('01) 13,500/10kg → ('04) 26,000/10kg (증 93%)
- 중품기준 : ('01) 8,000/10kg → ('04) 17,000/10kg (증 113%)

〈연도별 가격변동〉



* 최근 국내외 수요증가로 인한 가격상승에도 불구하고 타 과실류 재배에 비해 소득수준이 낮아 재배 면적이 감소하고 있는 추세

- 표준소득(년/10a) : 사과 2,189천원 / 노지포도 2,250 / 배 1882 / 유자 1,442

〈과실류 재배농가 표준소득〉

(단위 : 천원, 년/10a)

구분	노지포도	사과	참다래	복숭아	배	유자	단감
조수입	3,311	3,469	3,392	2,964	3,396	1,666	1,764
경영비	1,061	1,307	1,301	1,040	1,514	524	622
소득	2,250	2,189	2,091	1,924	1,882	1,442	1,142
순위	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

* 자료 : 농촌진흥청 과실류 표준소득표(2002년)

〈한·일 유자생산 현황〉

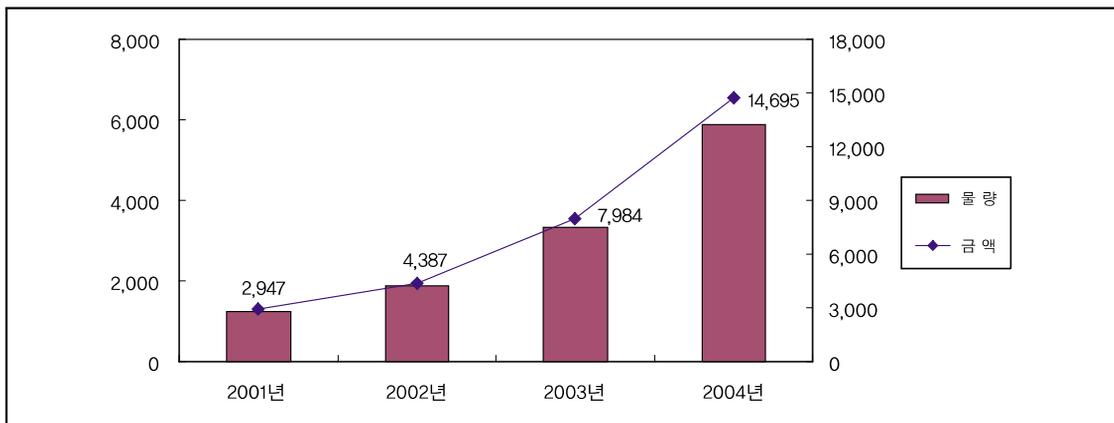
구 분	한국(2003)		일본(2003)		비고
	재배면적	생산량	재배면적	생산량	
유 자	1,508	7,379	1,875	15,071	

* 중국은 양쯔강 및 황화강 지역에 유자를 재배(규모는 확인하지 못함)

3. 유자(제품) 수출동향

- 세계 각국 소비자의 식품에 대한 안정성과 건강성에 대한 관심고조와 한국 유자의 품질우수성으로 인해 국내산 유자(제품)의 수출이 급증 추세
- 수출물량 : ('01) 1,257톤 → ('04) 5,878톤 (증 367%)
- 수출금액 : ('01) 2,947천불 → ('04) 14,695천불 (증 398%)

〈최근 4개년 수출동향〉



- 2001년 이후 국가별 차이는 다소 있으나 일본, 홍콩, 중국, 대만 등지의 수출이 급신장하였으며, 미국은 1백만불 수준을 유지
- 주수출국 : 일본, 홍콩, 미국, 대만, 중국 등 5개국
- '03년까지 홍콩이 1위 수출국이었으나 '04년부터 일본이 1위 수출국으로 부상

〈국가별 수출 현황〉

(단위 : Kg, 천\$)

구 분	2001년		2002년		2003년		2004년	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
합 계	1,257	2,947	1,875	4,387	3,327	7,984	5,878	14,695
일 본	315	638	495	1,049	779	2,182	1,732	5,365
홍 콩	518	1,211	593	1,277	1,124	2,479	1,802	3,561
미 국	207	624	378	1,004	432	1,199	367	1,079
대 만	63	147	211	494	401	924	705	1,767
중 국	22	28	31	162	155	337	458	1,052
카 나 다	73	203	64	162	194	471	232	643
기 타	59	95	102	239	241	392	582	1,228

Ⅵ. 중국시장 진출방안

1. 한국유자차의 경쟁력 분석

- 신선한 상품이미지
 - 현재 중국시장에는 단순한 차 음료 또는 벌꿀제품만 있을 뿐 이 둘을 결합한 제품은 거의 없으며, 특히 유자차의 경우 중국에서 생산되지 않아 중국인에게 신선한 이미지로 어필
- 전통음료와의 조화
 - 벌꿀유자차는 유자와 벌꿀의 개념을 결합한 새로운 제품이나 중국인의 전통 음식습관을 벗어나지 않아 소비자들이 비교적 쉽게 접근

- 제품기능 경쟁력 구비
 - 벌꿀유자차는 풍부한 비타민C를 함유하고 있으며, 방부제와 첨가제, 인공 색소가 없는 천연 건강음료로 타 음료에 비해 풍부한 영양소를 구비
- 제품의 가격경쟁력 취약
 - 현재 시장에서 유통되는 벌꿀제품과 각 종 차 관련 음료와 비교하면 한국 유자차의 가격이 높은 것은 사실이나 신선한 제품의 건강차, 미용차로 홍보하여 품질로 어필

2. 중국시장 진출전략

- 소득수준이 높은 거점도시를 중심으로 개척
 - 소득수준이 높은 상하이, 북경, 광주, 심천 등 경제가 발달한 연해도시 또는 성도(省都)를 거점으로 한 지속적인 홍보 및 관측활동 추진
 - 최근 몇 년 과일류 건강음료가 소득증가 및 소비수준 향상으로 상하이 등 대도시를 시작으로 빠르게 확산되고 있음
 - 무한, 중경 등 중국내륙 대도시 진출로 시장 확대 추진
- 한류를 이용한 적극적인 마케팅 실시
 - 최근 한류로 인한 한국식문화에 대한 관심이 높아지고 있으며, 아울러 한국식품에 대한 관심고조로 구매의욕이 어느 때보다 높은 편임
- 상품만의 특성개발 및 홍보
 - 유자와 벌꿀이 결합된 독특한 상품의 이미지가 기존 중국의 차 음료(홍차, 녹차, 우롱차, 레몬차, 자스민차 등 수십 품종)와 구분
 - 제품의 이미지를 기존의 차와는 달리 신선하고 건강에 좋은 천연차라는 점을 부각하여 건강에 관심이 높은 중국인에게 공략

3. 한국유자차의 효율적인 중국시장 진출방안

- 실력 있는 바이어와 거래를 통한 시장진입
 - 풍부한 유통망 및 경험으로 단기간에 시장점유율 제고가 가능
 - 중국소비자의 소비습관과 특성을 잘 알고 유통업체와의 관계도 좋아 효과 있는 판매전략 수립이 가능
- 매장 판매위치 선정의 중요성
 - 판매 매장별 진열위치를 보면 어떤 매장은 수입차 진열대에 판매를 하고 어떤 매장은 벌꿀제품 진열대에서 판매를 하고 있음
 - 유자차가 기존의 차 음료 혹은 벌꿀제품에 속하지 않는 “벌꿀유자차”만의 신선한 건강음료 이미지로 접근이 필요하므로 가급적 단독 매대를 이용한 상품홍보가 필요
- 상품규격과 포장전략
 - 중국에서 유통되고 있는 유자차의 상품규격은 크게 500ml~1,000ml가 있으나, 시장 개척초기에는 구매의 부담이 적은 500ml 위주의 판매가 필요하며, 시장 정착 후 1,000ml 판매를 병행 추진이 바람직할 것으로 판단됨
 - 포장은 현재와 같이 내용물이 보이는 유리포장이 적합하며, 외포장 그림은 유자를 위주로 하고 한국어 사용으로 수입산임을 강조
 - 중국의 춘절, 5.1절 등 명절 선물용에 맞춘 포장개발이 필요하며, 귀한분에게 귀한 선물을 한다는 이미지 전략이 필요
- 효율적인 홍보전략
 - 중국소비자들이 유자차를 구매하는 주 이유는 중국에서 생산되지 않는 새로운 것에 대한 호기심과 비타민C 함유 등 건강기능이 있는 천연음료로 여기기 때문임

- 따라서, 시장개척 초기 한국에서 직수입한 새로운 건강음료라는 것을 강조하고 소비층에 따른 구분 전략이 필요(여성 : 미용기능, 중장년 : 보건기능 등)
- 일반 시민들이 자주 이용하는 지하철, 버스 등의 광고를 이용하여 한국 유자차의 신선함 및 우수성을 홍보하여 대중화 추진

포도 싱가포르 시장동향

신규수출유망품목발굴조사

포도 싱가포르 시장동향

I. 생산현황

- 싱가포르는 열대지방으로 포도생산실적이 없으며 소비량 전량을 수입에 의존
- 품목 분류 : 08061000(신선포도, GRAPE FRESH), 08062000(건포도, GRAPE DRIED)
 - 포도는 온대성과일로서 생산되지 않으며 수입시 관세는 0%, 소비세(GST, 5%)가 부과되며 수입자의 매출 및 매입 소비세 납부상황에 따라 환급을 받을 수 있는 대상임

II. 유통현황

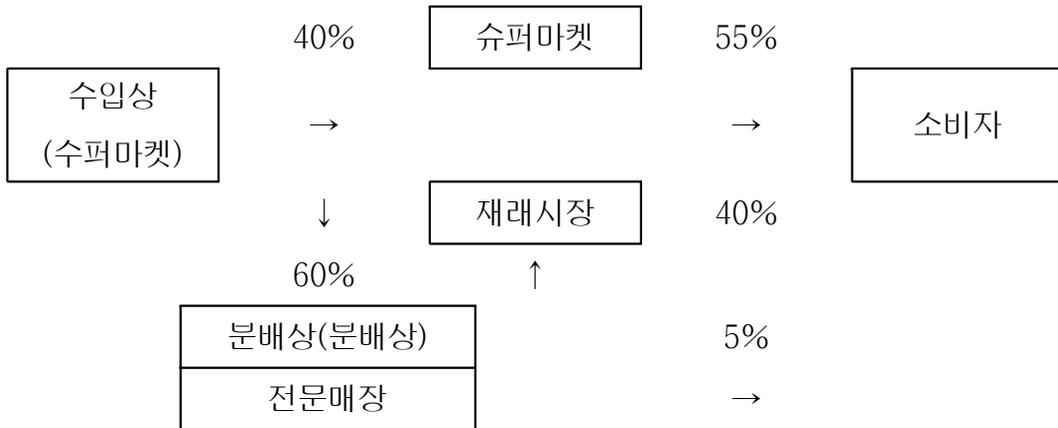
1. 시장규모 및 특성

- 신선포도 시장규모는 연간 12,500톤, S\$ 42,098천불 수준이며, 미국산이 5,294톤, 19,143천불로서 45.5%, 호주산이 연간 3,937톤, S\$ 12,749천불로서 30.3%로 각각 1, 2위를 차지하고 있음. 기타 수출국가로는 남아프리카 공화국 (1,533톤), 칠레(661톤), 중국(367톤), 페루(289톤), 이집트, 인도, 이스라엘 등임

- 미국산은 7월부터 12월까지 집중 수입되고 있으며 남반구 국가인 호주, 남아공산 등은 1월부터 5월까지 주로 수입되고 있음
 - 시중판매가격은 최저 0.48\$ /100g에서 최고 0.99\$ /100g에 판매되고 있음
 - 또한 한국산과 경쟁이 되는 시기인 9월이후 가격은 호주산이 0.48\$ /100g, 미국산이 0.62\$ /100g 수준임
- 한국산과 같은 품종인 거봉, 캠벨등 일본산 포도가 수입되고 있으며 주로 거봉을 위주로 수출되며 최고가격은 1kg 박스에 \$ 65.00에 이름
 - 일본산은 5-6월에 주로 수출되고 있으며 일본계 슈퍼마켓 2곳과 고급수퍼마켓에서 주로 일본인과 현지상류층 소비자를 대상으로 판매하고 있음
- 싱가포르 시장에서 포도는 소비자들에게 그동안 미국 및 호주산 Red Globe 또는 Thomson Seedless 품종으로 인식되어 왔으며 선택기준도 당도와 가격임
 - 이들 품종은 단맛이 강하고(16brix이상) 껍질째 먹는 포도임에 따라 한국 및 일본산 포도는 전혀 다른 과일로 인식되거나 이들 품종과 같이 통째로 먹는 포도로 인식됨
- 싱가포르에는 파시르판장 도매센터에 청과 수입 및 도매상회들이 밀집되어 있으며 일반 온대성과일과 마찬가지로 이들 수입상을 통해서 수입되어 싱가포르 전역의 슈퍼마켓, 재래시장 등에 공급됨

2. 유통경로

- 싱가포르에 유통되는 포도는 전량 수입되어 유통되는 관계로 유통채널의 첫 단계는 수입상이 대부분은 차지하고 있으며 최근에는 대형마켓에서 취급량이 많아짐에 따라 직수입을 하기도하나 현재까지는 대형 수입상을 통하는 경우가 보편적인 형태



○ 포도 주요 판매처

- 까루프, 자이언트 등 대형 할인매장, 대형 슈퍼체인인 NTUC Fair Price, Cold Storage, Shop & Save에서는 과일류 전용판매부스에서 다른 과일들과 함께 연중 진열·판매하는 일반적인 상품임
- 대부분 정부주택단지(HDB) 인근에 위치한 재래시장(WET MARKET)에서 가장 흔하게 취급하는 온대성과일이 포도임. 이들 점포의 판매가격은 일반적으로 슈퍼마켓보다 저렴한게 특징이며 중년층이상의 소비자들은 아직도 재래시장의 과일이 신선할 것이라고 생각함
- 최근에는 과일전문매장을 수입업체들이 운영하는 경우가 흔하며 이들 과일 전문매장에서도 가격이 저렴하고 소비가 활발한 Red Globe 등의 포도를 판매함

3. 가격 동향

- 싱가포르에 정부에서 설립하여 관리하고 있는 유일한 도매시장인 파시르판장 도매센터(Pasir panjang Wholesale centre)은 한국과 같은 농산물경매·상장·청과법인 등과 같은 제도 자체가 없고 주로 수입업체 및 도매상들이 입주하여 자율적으로 거래

- 싱가포르는 비농업국가로서 소비되는 거의 모든 농산물을 수입에 의존하고 있기 때문에 대부분의 상인들은 직접 해외에서 필요한 물품을 수입하고 있으며, 수입 후 도매상 또는 소매상, 슈퍼마켓 등에 직접 납품 및 판매하는 방식으로 유통됨. 판매방식은 수의매매 또는 일대일 흥정에 따라 결정되어, 도매가격이 없으며 이를 관리하는 정부기관이나 조직이 없음
- 도매시장은 정부기관인 Housing & Development Board (주택공사)가 설립 및 위탁운영하고 있으나, 부류별 사업자에게 모든 상점을 임대하는 방식으로 운영되고 있으며, 청소·건물 유지보수관리를 제외한 일체의 사업에 대해서는 간여하지 않고 있음에 따라, 매출액·거래품목에 대한 통계자료가 관리되지 않고 있음

〈포도 소매 가격 동향〉

원산지별	품 종	소매가격	규격	판매처	주판매시기
미국산	Flame seedless grape	0.55- 0.68S\$	100g	Coldstorage	7월
	Thomson seedless	0.75S\$	100g	이세탄백화점	7월
	Crisom/Thompson	0.49S\$	100g	shop & save	5월
	Red Globe	0.49-0.99S\$	100g	Coldstorage등	2-4월
호주산	Thompson seedlees	0.39-0.55S\$	100g	Coldstorage등	1-6월
	RedGlobe(Seedless)	0.27-0.80S\$	100g	NTUC 등	1-6월
	Crimmson seedless	0.50-0.89S\$	100g	coldstorage등	1-6월
	Flame Seedless				
일본산	Kyoho Grape(거봉)	26.8S\$	250g 소포장	이세탄 등	5-7월
		60.00S\$	1kg	메이디아 등	5-7월
	Delaware	19.90	242g	"	5-7월
	Muscat(청포도)	29.90	240g	"	6-7월
한국산	캠벨포도	9.0-12.00S\$	kg	Coldstorage	9-10월

- 따라서 포도 수입 및 도매, 소매 가격 결정은 시장 상황에 따라 자율적으로 결정되며 전세계 어느곳이든 판매가격만 적절할 경우 수입되고 있으며 이에 따라 시장에서 가격경쟁이 치열
 - 싱가포르 포도 소매가격은 대부분의 과일과 마찬가지로 수입가격에서 수입상이윤 약 25%, 소매업체 약20-30%등이 추가된 수준에서 결정됨
 - 현재 미국 및 호주산등의 소매가격은 공급시기에따라 차이가 있으나 최고 가격기준으로 100g 0.90S\$ 달러이하에서 판매됨

4. 포장형태

- 싱가포르 식품위생법에 따라 수입되는 가공식품의 경우는 라벨을 부착하고 의무적으로 제품명, 원료, 유효기간, 원산지 등을 표시하여야 되나 신선농산물의 경우에는 라벨링을 표시할 필요가 없음
- 따라서 싱가포르에 수입되는 포도를 포함한 모든 과일류는 수출국 현지의 포장형태와 표기방식을 그대로 사용하여 운송 및 유통 편리성을 고려한 형태로 수입되고 있음
- 최근에는 일부 고가의 과일 품목에 대해서 수입상태의 포장상자를 소매단계에서 이용할 수 있도록 소포장 형태로 포장상자가 제작되고 있으나 포도의



경우는 일본 및 한국산을 제외하고는 대중적인 품목임에 따라 소포장으로 비닐봉지를 활용하고 1단 적재방식을 외포장을 사용하고 있음

- 미국, 호주, 남아공산 등은 10kg 단보루 종이상자(또는 스티로폼상자)를 수출포장으로 이용하며 안에는 10개 비닐봉지로 포장되어 있음
- 일본산은 주로 고급품으로 인식되며 거봉, 텔라웨어 품종이 지속적으로 일본 교포시장을 상대로 수입되고 있음. 수출포장은 거봉 1kg은 수출포장 자체가 소매판매용으로 진열되며, 200-300g이내의 소포장은 포장상자내에 4개들이 포장을 이용하여 소매판매 시에도 활용할 수 있도록 하여 이를 통해서 품질 손상을 방지하고 있음



일본거봉 1kg 상자- 2송이



일본 거봉 소포장- 2개들이



일본산 텔라웨어 포장



일본산 청포도 소매판매포장

- 한국산포도는 5kg 1단 단보루 포장상자에 625g 소포장을 넣어 소매판매에서 사용할 수 있도록 하고 있음(2004년기준)



거봉 2kg 상자-
소포장개들이(수출상담품목)



소매판매 품목- 2004 슈퍼마켓

5. 소비동향

- 싱가포르 연간 신선포도 소비량은 1만톤 정도이며 월평균 830톤 가량으로 추정됨
- 포도는 사과, 배 다음으로 가장 많이 소비되는 대표적인 열대성과일로 고온 다습한 기후가 연중 지속됨에 따라 대부분의 열대성과일이 당도가 높는데 반해 온대성 과일은 이와 비교하면 당도가 떨어지는 특성이 있음
- 그러나 현재 대중적으로 소비되는 미국, 호주산 등의 포도는 열대성과일과 마찬가지로 당도가 높고 유통 및 취급상에도 열대성 과일처럼 상온 판매가 가능하기 때문에 소비가 보편화되고 있음

- 취급상의 편리성으로 인해서 저온시설이 갖추어진 슈퍼마켓 뿐만 아니라
채래시장(Wet Market), 과일전문 판매점에서 연중 가장 흔하게 판매되고
있는 과일이며 가격대 또한 상대적으로 다른 온대성과일에 비해 저렴
 - 가장 보편화된 포도품종은 Red Globe이며 미국산과 호주산이 생산시기가
교차되어 연중 수입되고 있음
- 두 번째로 선호되는 품종은 Thomson seedlees로 씨가 없고 당도가 높은
것이 특징
 - 최근에는 남아공, 칠레 등지로 수입선이 다변화되는 추세에 있으며 미국산은
주 출하시기인 7월부터 12월까지 슈퍼마켓을 통한 판촉행사를 연중 실시
하고 있음
- 싱가포르 등 동남아 시장에서 포도는 껍질을 벗기지 않고 먹는 미국산,
호주산에 대한 고정관념이 높아 껍질을 벗기고 먹어야 되며 안에 씨가 많은
한국산 포도에 대해서는 전반적으로 생소한 품목으로 인식하는 경향이 높고
한국산도 껍질째 씨와 함께 소비하려는 소비자가 많음
- 한국산 포도는 2003년부터 본격적으로 시장개척을 시작하여 판촉행사를 매개로
하여 현지소비자들에게 시식홍보를 실시해오고 있음
 - 한국산은 캠벨품종을 수출하여 현지 고급 슈퍼마켓에서 시식행사 및 판매를
병행하였으며 초기에는 생소한 품종임에 따라 소비가 부진하였으나 시식행사를
통해서 접해본 소비자들은 타 포도 품종에 비해서 향이 뛰어나고 특유의
맛(신맛과 포도주향)을 가지고 있어 재구매 비율이 높음
 - 따라서 시식방법에 대한 설명과 홍보가 확대될 경우 현지사회에 기존의
포도와는 차별화한 품목으로서 시장개척이 가능한 것으로 평가됨

Ⅲ. 수출입 동향

1. 수입동향

- 싱가포르 포도 수입시장은 미국산이 45.5%, 호주산이 30.3%를 차지하고 있으며 그 외 최근에 남아프리카 공화국, 칠레, 중국, 페루 등의 시장진입 시도가 활발해지고 있음
- 북반구 국가인 미국산은 7월부터 12월까지 집중 수입되고 있으며 남반구 국가인 호주, 남아공산 등은 1월부터 6월까지 주로 수입되고 있어 시장을 양분하고 하고 있음

(단위 : 톤, 천불)

국 가 별	2003		2004		04.1-4월		'05.1-4월.	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
미 국	5,163	17,655	5,294	19,143	121	238	6	24
호 주	4,101	13,709	3,937	12,749	2,187	7,973	2,378	8,726
남 아 공	1,051	3,457	11,533	5,457	1,378	4,756	1,189	4,328
칠 레	413	1,028	661	1,844	511	1,451	227	629
페 루	148	496	289	1,020	289	1,020	229	937
중 국	306	619	367	748	-	-	-	-
이 집 트	28	107	94	378	-	-	-	-
일 본	7	94	7	134	-	2	-	4
한 국	5	23	9	50	-	-	-	-
기 타	371	1,174	252	575	131	335	120	295
합 계	11,593	38,362	12,443	42,098	4,617	15,775	4,149	14,943

2. 수출동향

- 싱가포르는 지리적 이점을 활용한 중계무역 발달로 인하여 동남아 주변국 특히 항구시설이나 사회구조상 외부국가와 무역발달이 상대적으로 뒤진 동말레이시아, 브루나이, 메콩강 주변국 등으로 온대성 과일을 재수출 공급 하는 역할을 담당하고 있음

(단위 : 톤, 상천불)

국 가 별	2003		2004		04.1-4월		'05.1-4월.	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
말레이시아	878	2,716	687	2,113	265	884	225	635
브루나이	486	1,713	515	1,840	141	463	136	477
캄보디아	414	1,607	405	1,688	171	716	185	749
태 국	78	346	27	133	27	133	34	179
필 리 핀	-	-	48	113	-	-	-	-
베트남	-	-	22	81	-	-	18	66
기 타	1,856	6,382	1,704	5,968	43	128	10	45
합 계	1,883	6,558	1,720	6,049	647	2,324	608	2,151

- 인도네시아에 대한 재수출실적

구분	2003년		2004년	
	금액	물량	금액(US천불)	물량(톤)
인도네시아	24	34	103	126

- 인도네시아에 대한 재수출 실적은 싱가포르에서는 정치적인 이유로 집계를 하지 않기 때문에 이부분에 대한 재수출실적이 공식통계에는 포함되어 있지 않음

IV. 통관제도

1. 수입관리 제도

(1) 현황

- 싱가포르는 교역규모가 국내총생산의 3배에 달할 정도로 무역의존도가 매우 높은 국가로, 교역 활성화가 최대목표이며, 이러한 자유무역정책에 초점을 맞추어 수입 관리 제도를 운영하고 있음
- 수입에 대한 통제가 거의 없는 것은 수입품목의 대부분이 수출용 원자재이거나 말레이시아, 인도네시아, 태국, 인도 등 주변국가로의 재수출을 위한 용품이기 때문이며, 수입의 증가가 곧 수출의 확대로 연결되는 대외 의존적 경제산업 구조에서 기인하고 있음
- 수입대상품목은 대부분이 무관세이며, 일부 수입금지 및 제한품목의 설정은 무역장벽차원이 아닌 사회 안전 및 질서유지 등에 따른 정책적 고려에서 책정되고 있음

(2) 수입관리 관련법

- 수출입 관리법(Control of imports & exports Act) : 수출입 허가 및 수입검사
- 세관법(Customs Act) : 세관의 활동에 관한 제반 법규
- 식품판매법(The Sale of Food Act) : 식품 제조, 유통 및 수입 검사 기준

(3) 수입금지 및 제한 품목

- 수입금지 품목 : 휴잉검(단, 미국과의 FTA에 따라 미국산의 의학용허용), 모조화폐 등
- 수입제한 품목 : 커피, 쌀, 동물 및 육류, 우유, 주류, 담배, 자동차 등

2. 검역 및 통관 절차

(1) 수입식품의 검사

- 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 대부분
- 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(AVA의 Import Control Section : Ics), AVA의 Veterinary Public Health & Food Supply 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 식품 규정 10번째 수정계획에 의한 잔류농약기준을 사용)

- 수입되는 가공식품은 사전에 AVA의 전산망을 통해 수입하고자 하는 품목을 Code별로 등록해야 하며 수입검사는 무작위 샘플검사를 원칙으로 하고 있음
 - 일반적으로는 무작위 샘플검사는 판매되고 있는 대형 유통마켓에서 부정기적으로 의심되는 물품을 랜덤(Random) 수집후 조사하는 방법을 택하고 있으며, 기본적으로 모든 책임을 수입자가 지도록 위임하고 있음
 - 가공식품중 원산지보건증명서, 실험실 분석보고서등 수입면허가 필요한 품목
 - Soy sauce, Oyster sauce, Irradiated food, Mineral water
 - Traditional Kueh(cakes), Infant formulae, Brandy, whisky
 - Beef gelatine, Beancurd sheets/sticksd 등
- 육류 및 일부 품목(수산물등)에 대해서는 엄격한 수입검역 제도를 채택하고 있으며, 육류 및 특정 수산물을 수출하고자할 경우, 싱가포르 정부로부터 사전에 수입국 지정승인을 받아야하며 수입신청 시 생산국에서 발행된 가축보건증명서(Veternary Health Certificate)를 제출하여야 하며 수입검사시 샘플검사를 실시
- 현재 육류 수입이 승인된 국가는 9개국이며 수산물은 생/냉동굴, 상어지느러미/해삼, 홍합, 가리비, 냉동가공 새우류, 냉동계살, 냉동피조개류 등이 보건증명서 및 샘플검사가 필요한 품목임

(2) 수입식품의 통관

(가) 수입절차

- 싱가포르 기업으로 ACRA(Accounting and Corporate Regulatory Authority)에 사업자등록신청 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 등록신청(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 신속 시 관련 승인번호만 통보함으로서 신속이 신속하게 이루어지고 있음
- PSA의 컴퓨터 시스템을 이용하여, 싱가포르세관은 수입 화물이 도착하기 전에 이미 수입품목에 대한 통관처리를 종료하고, 수입자에게 물품 인수를 통보하게 됨에 따라 수입물품 도착전 통관절차 종료

(다) 통관절차

- 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

(라) 통관 유의사항

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

3. 수입식품의 판매

- 싱가포르에서 식품의 판매와 수입은 식품판매법(THE SALE OF FOOD ACT)과 식품규정(FOOD REGULATIONS)에 의해 관리된다. 모든 음·식료품 그리고 첨가물을 포함하는 식용의 농수산물은 싱가포르에서 제조된 것이든 수입된 것이든 관계없이 식품공전에 규정된 식품표준과 라벨링 방법을 준수해야 함
- 현행 식품공전은 싱가포르에서 자체적으로 만들어졌고, 새로운 제품, 새로운 첨가물, 신기술과 다른 중요한 요인들 예를 들어, 음식에 대한 바이러스 또는 식품오염을 일으키고 있는 또는 잠재적인 가능성이 있는 국가에 대한 지속적인 모니터가 시행되고 있음
- 식품공전은 특정나라의 규정에 근거를 두고 있지 않으며 세계적으로 적용되는 법과 규정을 수정하여 싱가포르의 상황에 맞게 도입한 것임
 - CODEX, 미국과 유럽을 포함하는 선진국의 법과 규정을 참고로 하였음

- 식품법과 정책의 목적은 싱가포르에서 안전하고 위생적인 식품의 공급을 촉진하는 것임
- 식품판매법과 규정은 식품표준, 식품표시 조항기준, 식품광고 및 라벨기준, 허가된 식품 첨가물 목록, 식품첨가물 최대허용량, 화학물질 및 미생물 제한 등의 내용을 포함하고 있음
- 신선농산물인 포도는 가공식품을 위주로 제정된 식품규정의 라벨링을 준수할 필요가 없으나 라벨링 부착시 일부 강제규정을 준수해야 함
 - 라벨링에는 의학적인 표현을 사용할 수 없으며 다음유형의 표시 금지
 - * 정부당국에 의해 허가되지 않는 “치료효과” 또는 “질병예방” 표시
 - * 질병의 방지, 완화, 치료, 인체에 영향 : 특히 “암의 방지와 치료에 효과적”이라는 표현
 - * 체질 개선과 보강을 가능케한다는 표현 : 예 “달리기하는 사람이 더 빨리 달릴 수 있다”

V. 국내 포도 동향

1. 연도별 생산현황

구 분	'00	'01	'02	'03	'04
면 적(ha)	29,200	26,803	26,007	24,801	22,909
단수(kg/10a)	1,629	1,692	1,623	1,518	1,606
생 산 량(톤)	475,594	453,578	422,036	376,430	367,894

자료 : 국립농산물품질관리원 『2004 작물통계』 2005, 3

- '04년 재배면적은 '03보다 약 8% 감소하였고, 생산량은 성목단수는 증가했으나 재배면적이 줄어 약 3% 수준 감소

2. 주요품종

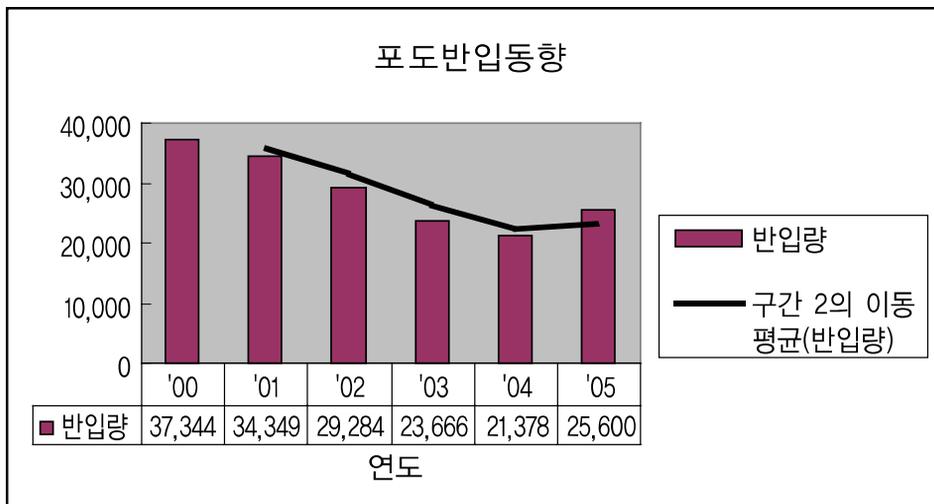
- 특 징
 - 캠벨 : 가장 일반적인 품종으로 숙기는 8월 하순이며, 특히 중부지방 재배에 적합
 - 거봉 : 숙기는 9월 중순, 보통 캠벨보다 당도가 높고 육질이 연하면서 과즙이 많음
 - MBA : 정식명칭은 마스캇 베일리 에이(Muscat Bailey A)로 숙기는 9월 하순, 캠벨보다 푸른빛이 강함
 - 세레단 : 숙기는 10월 상순, 육질이 질기며 과육과 껍질이 잘 분리되지 않음

○ 재배면적 (단위 : ha, (%))

구 분	캠벨	거봉	MBA	세레단	델라웨어	기타	전체
'04	17,017 (74.3)	3,009 (13.1)	1,352 (5.9)	782 (3.4)	105 (0.5)	644 (2.8)	22,909 (100.0)

자료 : 한국농촌경제연구원 『농업전망 2005』

3. 소비자 유통실태(가락동농산물도매시장)



자료 : 서울특별시 농수산물공사 『2004 거래연보』

- '05년 반입량은 8월까지의 반입량 추세를 고려하여 도출된 작년대비 20% 증가한 예상치 임
- 구간 2의 이동평균은 전년 값과의 단순평균을 다음 기간의 예측값으로 추정하는 것으로 당년의 불규칙변동을 제거한 추세를 보여줌
- 일 평균 반입량(8월 기준)
 - '04년 : 280 ~ 300톤
 - '05년 : 350 ~ 375톤(전년대비 약 26% 증가)

○ 품종 · 품위별 반입현황

- 품종별 반입비율

품종	반입비율(%)	비고
캠벨	60	가장 대중적인 품목으로 금년 반입량이 증가함
거봉	20	증가 추세
MBA	17	세레단이 MBA로 전환중
기타	3	델라웨어, 네오 마스캇(청포도의 일종) 등

- 국내포도는 주로 4월부터 11월까지 출하 · 반입되고 수입포도는 11월부터 익년 6월까지 반입되기 때문에, 특히 조기 출하시에 하우스 거봉이나 캠벨이 타격을 받을 수 있음
- 세레단은 MBA로 전환중이며 그 비율이 급격히 줄어 사양품목이 되고 있음

수입포도 거래동향

- 거래방법 : 수의매매(정가판매)
 - 수입기간이 1개월이 소요되고 구매자가 없으면 수입업체가 전량 손해를 감수해야 하기 때문에 수입업체는 도매법인에게 실소요량 파악을 의뢰
 - 도매법인은 중도매인을 상대로 수요량을 파악한 후 수입업체에게 통보 하면, 수입업체는 물량을 확보한 후 수입
 - 거래가격 : 수입가격+부대비용+이윤을 보장해 주는 가격으로 중도매인에게 판매
 - 도매법인은 상장수수료 : 4%
- 거래시간 : 주로 오전 중
- 주 소비처 : 대형유통업체 30~40%, 재래시장 20%, 일반 마트 및 상회, 요식업소 등
- 주 수입국 : 칠레 90%, 미국 등 10%
- 품종 : 레드글로브 90%, 청포도·톰슨시들레스 10%
- 주 수입시기
 - 미국 : 9월부터 수입되어 주로 12월~익년 1월 중순
 - 칠레 : 1월~5월
- 포장단위 : 주로 8.2kg(골판지상자)이고, 종이·나무상자 등도 있음
- 중도매인 구입가격 : 품종에 따라 다르나 20,000~30,000원/8.2kg에 형성됨 (작년 25,000~30,000/8.2kg보다 약 10%이상 하락)

Ⅵ. 시장진출 방안

1. 한국산 수출 및 판촉행사 추진현황

(1) 추진경과

- 한칠레 FTA 협상에 따라 국내 포도농가의 피해가 예상되어 그동안 말레이시아 등 소규모 교포시장 위주로 수출되던 포도를 판촉행사를 통해서 수출 수요를 개발하고 수출작목으로 육성 지원코자 시범사업으로 2003년부터 싱가포르 aT센터에서 판촉행사를 주관하여 실시함
- 초기 시작단계에서는 행사를 개최할 현지 유통업체의 판매부진에 대한 우려를 불식시키는 것이 관건이 되었으나 유통업체의 행사협조 약속을 받고서도 수입업체를 찾지 못하는 어려움을 겪었음
- 포도시장개척을 위해서는 판촉행사를 위한 포도를 수입할 수입업체가 있어야 되나 싱가포르 과일수입상들은 유통업체에서 한국과일 독점공급권을 주겠다는 제의에는 관심이 있었으나 정작 한국산 포도에 대해서 전혀 아는 바가 없어 모든 수입상들이 제의를 거절함
 - 이에 따라 과일수입 경험이 많지 않은 한국계 수입업체를 설득하여 현지 고급 슈퍼마켓 Coldstorage에 대한 한국과일 독점 공급권과 포도수입후 판촉행사 제의를 하여 2003년부터 현지 소비자를 대상으로 입맛들이기 및 판촉행사를 진행함

(2) 포도 판촉행사 실시

- 행사장소 : 현지 최고급수퍼마켓 체인 Coldstorage, 일본계 수퍼마켓, 까르푸 등
- 행사물량 : 경기도 화성 캠벨포도 (2003년 6톤, 2004 8.8톤)

○ 소비자반응 : 처음부터 현지 시장개발을 위해서 포장에서부터 소포장으로 고급화하고 시식대상도 현지인 소비자를 대상으로 실시하였으나 전반적인 반응은 연구 보완을 통해서 충분히 개발이 가능한 품목으로 평가됨

- 유통업체

- 싱가포르 유통업체 관계자들은 열대과일과 온대성과일의 취급상의 차이점에 대해서 잘 아는 편이 아님에 따라 이점을 수출작업시 부터 유의할 필요성이 있음
- 보통 과일은 판매에 용이하고(재포장 등이 필요 없이) 매대에서의 품질 유지기간이 긴 상품을 선호하나 한국산 캠벨얼리 품종이 취급시 손상되기 쉬우며 온도변화에 민감하여 매장 책임자들이 기피할 조건이 너무 많은 매우 불리한 상품으로 파악된바 이를 상쇄할 만한 판촉요원 파견, 증정품 제공 등의 매력적인 조건의 제시가 당분간은 꼭 필요한 상품임
- 또한 소매가가 고가인 상품이어서 매출확대에 도움이 되나, 잔품의 폐기 시에는 역으로 매장의 손익에 마이너스 요인으로 작용을 하여 매장 바이어 들의 신뢰 획득이 반드시 선행되어야 하므로 취급 및 구매에 간편한 포장 및 품질로 승부를 할 수 밖에 없음
- 2년간 행사를 실시하였으나 아직은 유통업체의 신뢰가 쌓이지 않았고 공급기간이 짧아 인지도 형성이 높지 않은 편임

- 일반 소비자

- 한국산 캠벨 품종의 포도를 처음 접해본 소비자들의 반응은 각양각색. 일반적으로 신맛을 싫어하는 경향으로 처음 시식할 시에는 당황해하는 경우가 많았으나 몇 번 시식후에는 포도주향과 독특한 향을 좋아하는 소비자가 차츰 증가하면서 매출이 이루어짐에 따라 소비창출이 가능한 품목으로 확인되었음

○ 상품성 평가 : 일부 해상운송상의 적재문제를 제외하고는 품질에 대해서는 만족할 만한 평가를 유통업체 및 소비자들로부터 받았음

- 특히 수출품은 장기간 운송 및 판매기간을 고려하여 수확시기부터 수확후 유통, 운송에 이르기까지 세심한 배려가 요청되나 화성 송산작목반, 지역 농협, 농업기술센터 등 민관협력으로 현지유통매장에서 포도알이 분리되는 그동안 한국산 포도의 가장 큰 문제점을 개선하는데 성공하였음

(3) 행사평가

- 한국산 포도는 동남아 현지시장에서 그동안 수출되던 미국등의 포도와는 전혀 다르고 일본의 거봉포도와도 품종이 달라 생소한 과일로 인식되었으나 시식 및 판매를 통해서 시장개척이 가능한 품목으로 평가되었음
- 2003년 첫 행사시에는 입맛들이기 차원에서 수출 판매하였으나 2004년도 행사시에는 수출유망품목으로 육성가능한 품목으로 확인되었고 동남아 인근 국가에서 동시에 판촉행사를 실시하고 국내 추석연휴등에따른 성출하기 국내 물량 부족으로 수출물량 확보가 쉽지 않아 행사를 조기에 종료하였음
- 2년간의 판촉행사를 통해서 현지인들에게 한국산 포도가 인식되기 시작하여 2005년부터는 그동안 기피하던 현지수입상들이 한국산 포도를 적극적으로 취급하고자 하는 등 시장진입에 성공한 것으로 평가됨

2. 한국산 경쟁력

- 품질 경쟁력
 - 한국산은 현재 캠벨포도만이 수출되고 있으며 같은 시기에 미국산이 본격 수출되고 있음
 - 미국산은 당도가 높고 씨가 없는 것이 특징이며 껍질째먹는 포도로 현지에서는 가장 대표적으로 소비되는 열대성과일
 - 또한 일부 대만산이 시장개척차원에서 수출되고 있으며 일본산도 거봉이 같은 시기에 수출되고 있음

- 그러나 한국산은 9-10월에 수출되는 미국산등 이러한 포도와는 차별화된 맛을 가지고 있고 상품성 또한 우수하게 평가받고 있어 새로운 품목에 우호적인 소비군인 젊은층과 여성소비자들에게 좋은 평가를 받고 있어 충분한 시장잠재력이 있다고 평가됨

○ 가격 경쟁력

- 2004년 한국산 캠벨 포도는 소매가격 기준으로 100g에 1.30S\$ 이었으며 같은 시기에 일본산 거봉은 3.3S\$, 미국산 Red Globe는 0.90S\$
- 단순비교로는 미국산에 비해 가격 경쟁력이 없는 것으로 보이나 한국산 소비자는 한국산의 향과 맛에 대해서 충분히 높은 가격을 지불할 의사가 있는 소비자들이 구매하는 품목임에 따라 가격경쟁력이 큰 문제점으로 대두되지 않음
- 다만 한국산 거봉의 경우는 일본산보다 당도가 낮고 신맛이 나는 경향으로 인해 일본산과 가격 비교대상이 되는 품목임이나 6월에 출하되는 하우스 거봉포도의 경우 신맛이 강해 가격이 상대적으로 일본산보다 저렴함에도 비싼 품목으로 인식됨

3. 시장진출방안

○ 공급기간 확대

- 현지 수출가능산 한국산포도는 경기도 화성 송산포도 뿐 임
- 따라서 가능한 공급가능기간을 확대하여 시장인지도를 높이고 소비저변을 확대할 필요성이 있으며 여타지역 포도 주산지 생산품도 수출품으로 육성하기 위한 재배 및 수확기술 지도를 실시하여 수출을 통한 부가가치를 높여야 함
- 공급기간은 단순히 현재 수출되는 품종 출하기간을 확대하는 것 뿐만아니라 새로운 수출작목반 육성, 거봉 등으로 품목을 확대하는 전략이 필요함

○ 소포장 개발

- 현재까지 한국산 포도의 소포장 단위는 가장 적은 것이 625g이나 일본산 포도는 대부분 200-300g의 소형 포장단위를 사용하고 수출단계에서 소매 유통단계까지 사용될 수 있도록 하여 상품성 유지와 취급상의 편리, 고급 상품으로서의 이미지를 관리하고 있음
- 따라서 현지인을 대상으로 시장개발을 추진하는 포도는 현지 소비자의 구매단위가 크지 않고 가격이 고가임에 따라 가격부담이 적으며 현지 유통업체 관계자들의 구매편의, 상품손상 방지 등을 고려하여 가능하며 1회 구매단위 소포장으로 고급화하여 수출단계부터 사용해야 되며 외포장도 2-5kg으로 소형화 할 필요성이 있음

○ 브랜드화 및 현지 홍보확대

- 소비자의 입맛은 변하며 시장은 항상 새로운 것을 찾아 이동하므로 수입 업체도 이들 새로운 것과 고정적인 수익이 보장되는 품목의 적절한 배분을 통해서 시장경쟁에서 살아남아야 할 것임
- 따라서 포도는 시장을 개척하는 단계이나 처음부터 고급화 차별화를 통한 시장개척을 시도해야 되며 신선 포도일 경우라도 지역명 또는 고유브랜드 이미지 홍보를 병행 실시하여 고정 수요를 확보할 필요성 있음
- 한국산 포도와 비슷한 맛의 품종이 대만산이 있으며 이들 품종도 시장 개발을 위해서 2004년부터 판촉행사를 실시하고 있음
- 또한 미국 및 호주산은 수출하시기 내내 소매판매대에 포스터 광고(포스터 광고는 유통업체에 부착료를 매달 지급해야 함), 신문광고, 할인판매 등을 실시하고 있음에 비교하면 한국산 포도 판촉행사는 소규모에 불과하고 시작 단계일 뿐으로 평가되므로 지속적인 홍보판촉지원이 필요함

불고기(BBQ)소스 미국 시장동향

신규수출유망품목발굴조사

불고기(BBQ)소스 미국 시장동향

I. 생산현황

1. 제품개요

- 김치와 더불어 한국의 대표적인 식품으로 인식되고 있는 불고기·불갈비요리 수요증가로 바비큐소스는 현지 미국인 및 타인종 고객들의 ‘코리아푸드’에 대한 새로운 인식과 더불어 수요확산 추세로 Korean BBQ Sauce, Boolgogi Sauce, Kalbi Sauce, Korean Style BBQ Sauce 등으로 명명
- 바비큐 요리는 고기 부위가 중요하지만 제대로 한 양념이 적당히 배어야 고기 맛이 나므로 바비큐는 우선 큼직하게 썬 고기를 쇠꼬챙이에 끼거나 석쇠에 올려놓고 서서히 구워 진한 숯불구이 향이 배어나야 하고, 천천히 구우며 고기 표면에 발라주는 바비큐 소스가 중요함
- 보통 바비큐 소스는 토마토케첩, 식초, 설탕, 소금, 후춧가루 혹은 고춧가루 등의 자극성 강한 조미료를 섞어서 만든 것으로, 돼지갈비와 닭고기 등의 고기요리에 잘 어울림
- 토마토케첩에 있는 산과 식초가 연육 작용을 하므로, 바비큐 한 고기가 연해지는 것이 특징. 미국 현지에서는 이름난 스모크 하우스마다 고유의 브랜드로 바비큐 소스를 제조 판매

2. 미국 현지 주요 생산제품

(1) 모스 스모크하우스(Mo's Smokehouse)의 필시 필스 조지아 스타일 바비큐 소스

- 샌 루이스 오비스포에 본사가 있고 여러 지역에서 레스토랑을 운영하는 모스 스모크하우스의 필시 필스 조지아 스타일 소스(Philthy Phil's Georgia Style BBQ Sauce)는 겨자 맛이 나는 게 특징
- 달짝지근하면서 씹쌀하고 자극성이 강한 끝 맛이 특징으로, 닭고기, 돼지고기, 쇠고기 할 것 없이 가정용 바비큐 소스로는 최고라는 평가
- 웹사이트 www.mosbbq.com에서 구입할 수 있다. 12온스 병 3.95달러, 4가지 소스 세트 팩은 14.95달러

(2) 직스(Zeke's)의 백 포치 바비큐 소스

- 겨자 맛이 나는 바비큐 소스로서 백 포치 바비큐 소스(Back Porch BBQ Sauce)가 필시 필스 소스에 비해 맛이 부드러움
- 다용도 소스로 샐러드 드레싱 대신 사용하기도 하며, 직스 스모크하우스는 몬트로즈와 웨스트 할리웃에 위치
- 18온스 병 4.95달러

(3) 왈도 워드 앤 선(E. Waldo Ward & Son) 및 앤 바비큐 소스

- 시에라 마드레에 위치한 조미료 통조림 회사가 생산하는 밋 앤 바비큐 소스(Meat & BBQ Sauce·사진)는 토마토 맛이 농축돼 있는 매운맛 소스로, 식초 맛이 강함
- 14.5온스 병 3.70달러

(4) 디스(D's) 오리지널 올 내추럴 바비큐 소스

- 버뱅크에 있는 바비큐 하우스 ‘립스 유에스에이’(Ribs USA)가 만들어내는 소스
- 오리지널 올 내추럴 바비큐 소스(Original All Natural BBQ Sauce)는 단맛이 강하고 파인애플 맛이 약간 첨가돼 상큼하지만 뒷맛이 약간 씹쓸함
- 홀푸즈 마켓에서 19.5온스 병 2.99달러

(5) H&W 스모크하우스(H&W Smokehouse) 오리지널 애플 바비큐 앤 배스팅 소스

- 오리지널 애플 바비큐 앤 배스팅 소스(Original Apple BBQ & Basting Sauce·사진)는 시골서 재배한 토마토의 소박한 맛에 사과술(cider) 맛이 살짝 가미된 제품임
- 닭고기나 돼지고기 바비큐 소스용으로 적당하며, 1.5파운드병이 5.99달러

(6) 마샬스(Marshall's) 립 소스

- 고기 맛과 어우러져 입안 가득 소스 맛이 퍼지는 스모키 소스로 당밀의 단맛과 식초의 신맛이 잘 조화를 이룸
- 벤추라와 카마리요에 있는 마샬스 보데이셔스 바비큐(Marshall's Bodacious BBQs)나 홀푸즈 마켓에서 4.29달러에 구입 가능

(7) 게일리스(Gayle's) 엑스트라 새시 바비큐 소스

- 엑스트라 새시 바비큐 소스(Extra Sassy Barbecue Sauce)는 오리지널 게일리스 소스보다는 매운 맛이 강하지만 남부지방 사람들이 좋아하는 설탕 맛이 강함
- 끝에 부드러운 식초 맛과 커민(cumin)향이 있고, 일반 슈퍼마켓에서 2.99달러

(8) 루실스(Lucille's) 오리지널 바비큐 소스

- 풍부하면서도 단맛이 느껴지는 바비큐 소스로 연한 식초 맛을 냄
- 롱비치, 브레아, 토렌스, 벨몬트 쇼어, 랜초 쿠카몽가에 있는 루실스 스모크 하우스 바비큐(Lucille's Smoke Bar-B-Que) 식당에서 3.95달러에 판매

(9) 베스트 바비큐 소스 유월 에버 테이스트

(The Best Barbeque Sauce You'll Ever Taste)

- 농도면에서 최고로 손꼽히는 소스로, 걸쭉한 딸기잼 맛
- 갈비(ribs)용으론 적합해도 다른 고기에는 지나치게 달다
- 앨벗슨 마켓(Albertsons Market)이나 정육점, 오렌지카운티의 바비큐 갤로어 스토어(Barbeques Galore stores)에서 판매(16온스 1병 5.95달러, 3병 20달러)

II. 유통현황

1. 유통구조

(1) 제조 및 유통형태

■ 한국에서 제조된 제품이 미국으로 수출되어 한국마켓을 통해 유통

- CJ, 샘표식품, 청정원, 오투기 등 한국에서 생산된 제품이 미국으로 수출되어 한국마켓을 통해 유통됨
- 제품용량은 250g~1000g 용량으로 일반병 또는 플라스틱병 용기를 사용
- 요리 시 한국불고기 고유의 맛과 향이 강하다는 장점이 있는 반면 화학조미료 MSG가 들어있어 현지 건강식품점에는 공급이 되지 않음
- 주류 유통망을 통해 대형마켓체인에 공급되고 있는 제품은 CJ제품이 유일하고, 그 외의 제품은 한인마켓이나 아시안마켓을 통해 공급

■ 한국에서 제조된 제품이 미국으로 수출되어 중국·베트남마켓을 통해 유통

- 한국에서 제조되어 CTC(Chinese), Rockman(Vietnam) 등 타인종도매상에 의해 유통되는 경우로서, 한인도매상에 의해 유통되는 제품에 비해 가격이 저렴한 대신 품질이 떨어짐
- 타인종 마켓간 가격경쟁 심화추세

■ 미국 현지 한국계 회사에서 제조되어 한국마켓 또는 주류마켓을 통해 유통

- J-1 Korean BBQ Sauce는 한국식품 제조도매회사인 ‘자연나라’가 미 주류

시장을 겨냥하여 내놓은 제품으로 불고기·갈비 겸용양념소스인 오리지널(Original)과 돼지불고기 및 치킨, 해물요리용 매콤한 맛의 마일드 스파이시(Mild Spicy) 등 2종류

- 한인마켓을 비롯 주류체인인 ‘스마트&파이널(Smart & Final)의 남가주 지역 매장에서 팔리고 있으며, 특히 ‘랄프스(Ralphs)’등 대형 마켓체인에서도 관심이 높아 조만간 랄프스(Ralphs)와 알버트슨(Albertson)등에도 진출계획인 것으로 확인
- 주로 1Lb, 2.5 Lbs, 10Lbs들이 용량으로 No MSG, All Natural을 표방 고급제품으로 인식확산 노력
- 한국마켓을 비롯하여, 대형 디스트리뷰터를 통해 건강식품점, 주류 대형 마켓체인에 공급 중

■ 미국 현지 타인종계 회사에서 제조되어 타인종 마켓 또는 주류마켓을 통해 판매

- Trader Joe’s (Caucasian), Napa Valley (Caucasian) 등 미국계 회사에서 제조된 것은 주로 340g, 454g 들이 용량으로 식초성분이 다량 함유되어 맛과 향에 차별이 있으며 주류유통망을 통해 대형마켓체인, 건강식품점 등을 통해서 유통
- JFC(Japan), Kikkoman(Japan) 등 일본계회사에 의해 유통되는 제품은 간장을 주원료로 만들어 테리야끼 소스와 맛이 유사

(2) 한국산 제품의 주류시장 진입단계

- 바비큐소스는 한인 마켓을 비롯한 아시안 마켓에 유통이 집중되어 있으며, 한국계 도매상에 의해 수입된 제품들은 주류대형마켓체인 진입 미미한 현실

- Jayone Foods의 J-1소스와, CJ소스는 최근 미국 주류 대형 유통체인 입점 확대추진 중

2. 마켓별 유통상황

(1) 한인 마켓

- 한국으로부터 수출된 제품이 주를 이루며 불고기용, 돼지불고기용을 비롯한 일반제품에서 배, 버섯 성분을 추가한 제품, No MSG제품 등 건강 기능성을 강조한 다양한 신제품 출시추세
- 최근 코카시안 등 비한인(Non-Korean) 구매비율이 전체 구매객의 50% 상회추세

(2) 중국계 마켓

- CJ, Wang Global, 삼양 등 한국계 제품과 일본계, 중국계 유통상 제품이 판매
- 불고기 소스가 주종을 이루며 돼지불고기 소스는 판매가 극히 미미

(3) 일본계 마켓

- 하와이 및 일본본토 일본계 식품제조사 제품 위주로 판매

(4) 미국 주류마켓

- Kikkoman, JFC 등에서 제조한 제품들이 Conventional Market Chain 의 Asian Food 섹션에서 판매

- 대형 건강식품 전문점인 Trader Joe's 에서는 OEM 방식으로 제조 자사 브랜드로 판매
- Napa Valley 브랜드의 'Koran Soy Ginger Marinade' 제품은 쌀식초를 가미 강한 신맛이 특징으로 대형 건강식품 전문 체인인 Whole Foods Market 등에서 판매
- 한국계 제조사 제품 중에는 Jayone Foods사의 코리안 바베큐 소스가 Smart & Final에 CJ 불고기소스가 Gelson에 입점 유통 중
 - * Smart & Final은 레스토랑용 중대형 용량을 주로 취급
 - * Gelson은 중고가 상품위주 대형식품체인점

3. 유통상품

(1) 미국산

	제품명	Mo's BBQ Sauce
	생산업체	Mo's Smokehouse
	소매가/용량	\$ 3.95/12oz 4가지 소스 세트팩은 \$ 14.95 12병 들이 1상자는 \$ 36
	성분 및 특징	토마토를 주성분으로 하고 식초맛, 단맛, 겨자맛 등을 가감, 달짝지근하면서 짹짹하고 자극성이 강한 끝맛이 있음. 닭고기, 돼지고기, 쇠고기 등 가정용으로 많이 사용
	기타	성분 및 맛에 따라 Original, Hot, Sweet 등으로 구분
	제품명	Back Porch BBQ Sauce
	생산업체	Zeke's Smoke House
	소매가/용량	\$ 4.95/18oz
	성분 및 특징	겨자맛이 강하고 Mo's BBQ소스에 비해 맛이 연함. 다용도 소스로 샐러드드레싱 등에 대신 사용하기도 함
	기타	

	제품명	Meat & BBQ Sauce
	생산업체	E. Waldo Ward & Son
	소매가/용량	\$ 3.70/14.5oz
	성분 및 특징	시에라 마드레에 위치한 조미료통조림제조회사에서 생산 토마코 맛이 농축되어 있는 매운맛 소스로, 식초맛이 적당
	기타	

	제품명	D's Original All Natural BBQ Sauce
	생산업체	Ribs USA
	소매가/용량	\$ 2.99/19.5oz
	성분 및 특징	단 맛이 강하고 파인애플 맛이 약간 첨가되어 상큼하지만 뒷 맛이 약간 씹쓸함
	기타	

	제품명	Marshall's Bodacious Sauce
	생산업체	Marshall
	소매가/용량	\$ 4.29/18oz
	성분	고기맛과 어우러져 입안 가득히 소스맛이 퍼지는 스모키소스로 당밀의 단맛과 식초의 신맛이 조화를 이룬다는 평가
	기타	

	제품명	Primo Gourmet's Habanero Rub
	생산업체	Primo
	소매가/용량	\$ 5.49
	성분 및 특징	○매운맛을 좋아하는 사람들에게 적합 ○스테이크, 닭고기, 돼지고기요리에 좋으며 샐러드 드레싱으로도 적합 ○7온스 셰이커 통
	기타	성분 : 소금, 향신료, 마늘, 칠리, 양파, 파프리카 고추, 파슬리 등

	제품명	Primo's Jamaican Jerk Spice Rub
	생산업체	primo
	소매가/용량	\$ 5.49
	성분 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ 카리브해의 맛을 느낄수 있는 소스 ○ 닭요리에 적합 ○ 6.5 온스 셰이커 통
	기타	성분 : 향신료, 소금, 설탕, 소이프로틴, 이스트, 파프리카 고추 등
	제품명	Primo Gourmet's NO SALT Grill Mix
	생산업체	primo
	소매가/용량	\$ 5.49
	성분 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소금이 전혀 들어있지 않는게 특징 ○ 4 온스 셰이커 통
	기타	성분 : 향신료, 마늘, 양파, 파프리카고추, 파슬리
	제품명	Big Acres Mango Peach Chile Sauce
	생산업체	Big Acres
	소매가/용량	\$ 5.89
	성분 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ 망고와 복숭아 주스에 양파, 칠리, 새보리를 혼합해서 달콤한 맛을 내는게 특징 ○ 생선, 닭, 새우, 칠면조, 오리, 샐러드, 밥에 적합 ○ 13 온스 병
	기타	
	제품명	Primos gourmet's Grill Mix Spice
	생산업체	Primos gourmet's
	소매가/용량	\$ 5.49
	성분 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ 마늘과 허브의 독특한 조화 ○ 쇠고기 바비큐에 적합 ○ 스프와 샐러드 드레싱에 약간씩 사용해도 좋음 ○ 7온스 셰이커 통
	기타	성분 : 소금, 향신료, 마늘, 양파, 파슬리, 파프리카고추등

	제품명	H&W Smokehouse's Original Barbeque Spice Rub
	생산업체	H&W Smokehouse's
	소매가/용량	\$ 5.99
	성분 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○BBQ 요리에 필수적 ○닭고기, 돼지고기 밑간에 좋음 ○4온스 병
	기타	

	제품명	Primo's Garlic Rage-en Cajun Spice
	생산업체	Primo
	소매가/용량	\$ 5.49
	성분 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○이탈리아 특유 맛이 특징 ○생선에 뿌리거나, 닭요리, 칠면조요리에 좋으며 캐이전 요리에 적합 ○매우 매우며, 소금이 없음 ○4온스 셰이커 통
	기타	성분 : 향신료, 마늘, 파프리카고추, 양파, silicon dioxide

	제품명	H&W Smokehouse's Original Apple BBQ & Basting Sauce
	생산업체	H&W Smokehouse
	소매가/용량	\$ 5.19
	성분 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○새콤달콤한 맛을 내는 바비큐 소스 ○사과를 사용해서 만듦 ○돼지고기와 닭고기요리에 적합 ○캐첩대신 햄버거에 사용해도 좋음 ○어린이들이 좋아함 ○16온스 병
	기타	

	제품명	Wing-Time Buffalo Wing Sauce (BBQ sauce)
	생산업체	Wing-Time
	소매가/용량	\$ 4.99
	성분 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ 독특한 맛의 그릴용 소스 ○ 새콤 달콤한 맛 ○ 후추의 톡쏘는 맛을 느낄수 있음
	기타	

	제품명	Big Acres Rich and Mild Gourmet BBQ Sauce
	생산업체	Big Acres
	소매가/용량	\$ 4.99
	성분 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ 꿀, 시럽, 당밀 과 향신료를 혼합해서 만든 진한맛이 특징 ○ 갈비, 쇠고기, 닭고기, 해산물과 야채요리에 적합 ○ 굽거나 볶음 요리에 좋음 ○ 애피타이저 요리에도 적당 ○ 기름기가 없으며, 자연식이며, 방부제나 MSG가 없음 ○ 14.5 온스 병
	기타	

	제품명	Primo's Mild BBQ Sauce
	생산업체	Primo's
	소매가/용량	\$ 4.99
	성분 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ 캔서스시티 스타일의 바비큐 소스 ○ 독특한 히코리 맛을 냄 ○ 돼지고기, 닭고기, 쇠고기 요리에 좋음 ○ 12온스 병
	기타	성분 : 케첩, 흑설탕, 물, 머스터드, 마늘, 식초 소금등

	제품명	Primo's Hot Barbeque Sauce
	생산업체	Primo
	소매가/용량	\$ 4.99
	성분 및 특징	○ 프리모 마일드 바비큐 소스와 동일하나 약간 매운맛 ○ 14온스 병
	기타	성분 : 케첩, 흑설탕, 물, 머스터드, 마늘, 식초, 소금, 할뇨피뇨 고추

	제품명	Andy's Original D-P Barbecue Sauce (Spicy)
	생산업체	Andy's
	소매가/용량	\$ 4.49
	성분 및 특징	○ 매운맛 ○ 매운맛을 좋아하는 사람에게 적합 ○ MSG, 인공감미료가 첨가되지 않음 ○ 소금이 아주 조금 들어있으며 지방이 없음 ○ 13온스 병
	기타	

	제품명	Andy's Original D-P Barbecue Sauce
	생산업체	Andy's
	소매가/용량	Price : \$ 4.49
	성분 및 특징	○ 허브와 향신료의 조화로 이루어짐 ○ 1994년부터 판매시작 ○ 한번 데워서 먹기만 하면 됨 ○ 약간의 매운맛이 있음 ○ 짭어먹는 소스로도 적당 ○ 쇠고기, 소시지, 닭고기, 돼지고기에 적합 ○ MSG, 인공첨가물이 없음 ○ 소금이 아주 적으며 지방이 없음 ○ 13온스 병
	기타	

	제품명	Ludy's BBQ Sauce- Original 13.5 oz.
	생산업체	Ludy's
	소매가/용량	\$ 4.49
	성분 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○우드랜드의 유명 바비큐 식당에서 만들어서 판매 ○지방과 콜레스테롤 없음 ○13.5 온스 병
	기타	

(2) 수입산

	제품명	TERYYAKI(Baste & Glaze)
	생산업체	KIKKOMAN
	소매가/용량	\$ 2.49/12oz
	성분	간장, 설탕, 녹말가루, 양파, 마늘 가루, 이스트, 통밀 단백질
	기타	일본 수입산

	제품명	Barbecue Sauce
	생산업체	고바우식품
	소매가/용량	\$ 3.99/8.5oz
	성분	간장, 설탕, 사과, 채소단백질, 요리용와인, 옥수수시럽, 마늘 가루등
	기타	일본 수입산

	제품명	Barbecue Sauce
	생산업체	U.S. Trading Co.
	소매가/용량	\$ 2.79/8.0oz
	성분	코코넛, 칠리후추, 참깨, 말린새우, 양파, 마늘, 팜오일 등
	기타	타이완 수입품

	제품명	Vietnamese Bar-B-Q Sauce
	생산업체	Lee Brand
	소매가/용량	\$ 1.39/12.3oz
	성분	레몬 글래스, 양파, 생선소스, 참기름, 마늘, 고춧가루등
	기타	타일랜드 수입품

	제품명	Korean B-B-Q Sauce
	생산업체	Lee Brand
	소매가/용량	\$ 1.39/10.3oz
	성분	글루코스시럽, 간장, 참기름, 마늘, 고춧가루 등
	기타	타일랜드 수입품

4. 소비동향

(1) 상품명 표기의 예

- Korean BBQ Sauce
- Boolsogi Sauce
- Kalbi Sauce
- Korean Soy Ginger Marinade
- Spicy Korean BBQ Sauce
- Korean Style BBQ Sauce(Boolsogi)

(2) 소비동향

- 소매점용으로 주로 유통되는 사이즈는 250g~1,200g 용량으로 판매가격대는 \$ 1.99~\$ 7.49
- 500g들이가 가장 인기가 있으며 250g과 1,000g들이도 다수 시판

- 푸드 서비스사, 레스토랑용의 Industrial Size는 미국내 일본·중국계 소스 전문 제조사들이 주로 제조 및 판매
- 레시피나 맛이 매우 변형된 경우도 있어 불고기소스와는 전혀 다른 제품이 Korean BBQ Sauce로 표기되어 판매되고 있는 경우도 있음
- 한국마켓에서 판매되는 바비큐소스 제품의 50-60%는 비한국인으로 코카시안 등 비한인(Non-Korean) 구매비율 상승추세
- 한국인의 경우 주로 집에서 소스를 만들어서 먹는 경향이 높은 반면, 타인 종계 및 한국인 2세 등은 대부분 마켓에서 바비큐소스를 구입하여 요리
- 바비큐소스 구매비율은 아시안을 제외하고는 히스패닉이 주 구매 층이며, 최근에는 중국인 구매비율 증가세가 두드러짐. 코카시안에게는 새롭게 관심을 끌고 있는 단계로 판단

(3) 유통 형태

- 한국수출품, 미국내 제조를 막론하고 모든 제품이 상온 유통
- 한국에서 수입된 제품은 Heating 과정을 거치며, 미국에서 제조된 제품은 Heating을 하지 않고 산도조절을 통해 부패 방지 가능

(4) 용량별 소매가격

규격	250g	386g	500g	1,000g	1,200g
가격 (US\$)	1.99	2.99	2.99-3.49	4.99-5.99	7.49

Ⅲ. 수출입 현황

1. 수입동향

- 2004년 기준 미국전체 수입금액은 204백만불로 전년대비 24% 증가하였으며, 수입물량은 138천톤으로 11% 증가
- 주요 수입국은 뉴질랜드, 캐나다, 멕시코, 일본 등으로 한국은 수입금액 기준 8위
- 수입단가도 품질고급화 영향 등으로 전반적으로 매년 증가추세
- 2004년도 한국으로부터의 수입은 3백만불로 전년대비 63% 증가

〈최근 3년간 주요수입국별 금액·물량·단가〉

수입국	수입금액 (\$ 백만)			수입물량 (ton)			수입평균가 (\$ /Kg)		
	2002	2003	2004	2002	2003	2004	2002	2003	2004
미전체	165.879	165.077	203.905	124,523	124,873	138,215	1.33	1.32	1.48
뉴질랜드	43.371	33.518	65.015	29,919	29,620	46,072	1.45	1.13	1.41
캐나다	40.118	44.138	43.836	26,313	27,118	22,100	1.52	1.63	1.98
멕시코	27.182	30.130	29.153	24,526	27,624	28,413	1.11	1.09	1.03
일본	8.160	8.187	12.058	2,372	2,227	2,864	3.63	3.67	4.21
이탈리아	11.118	12.346	10.855	17,316	12,345	8,615	0.64	1.00	1.26
태국	4.135	4.924	6.279	3,374	4,248	5,172	1.23	1.16	1.21
중국	3.872	4.807	5.840	5,619	6,685	7,370	0.68	0.72	0.79
한국	1.521	1.867	3.039	862	1,013	1,561	1.77	1.84	1.98

자료) WTA

* 바비큐소스는 별도 품목구분이 없어 “기타소스조제품” 통계치 준용

2. 수출동향

- 2004년 기준 미국전체 수출금액은 151백만불로 전년대비 15% 증가하였으며, 수출물량은 73천톤으로 9% 증가
- 주요 수입국은 캐나다, 멕시코, 일본, 홍콩 등으로 한국은 수입금액 기준 11위
- 2004년도 한국으로의 수출은 235만불로 전년대비 36% 증가

〈최근 3년간 주요수출국별 금액·물량·단가〉

수출국	수출금액 (\$ 백만)			수출물량 (ton)			수출평균가 (\$ /Kg)		
	2002	2003	2004	2002	2003	2004	2002	2003	2004
미전체	128.557	130.829	150.652	70,869	67,426	73,170	1.81	1.94	2.06
캐나다	41.597	43.668	51.545	30,377	29,207	28,273	1.37	1.50	1.82
멕시코	16.364	18.708	23.115	8,122	9,356	12,333	2.01	2.00	1.87
일본	13.320	14.113	14.698	2,297	2,746	2,932	5.80	5.14	5.01
홍콩	2.763	2.747	4.773	661	357	595	4.18	7.69	8.02
영국	5.467	4.425	4.721	1,968	1,183	1,158	2.78	3.74	4.07
사우디아라비아	4.155	4.302	4.350	6,586	6,219	6,656	0.63	0.69	0.65
프랑스	2.386	3.042	2.712	591	619	436	4.04	4.91	6.22
스웨덴	1.360	1.666	2.620	749	919	1,405	1.81	1.81	1.86
스페인	1.785	2.411	2.424	482	649	583	3.70	3.71	4.16
말레이시아	0.454	0.928	2.373	112	293	1,800	4.04	3.16	1.32
한국	2.879	1.736	2.357	1,503	1,042	1,287	1.91	1.66	2.83

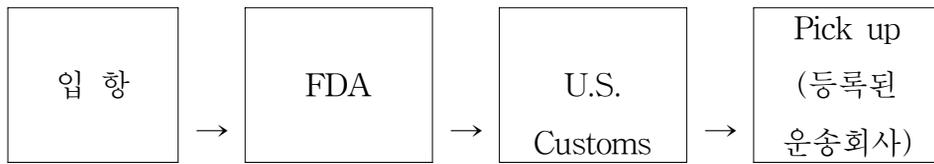
<자료원 : WTA>

* 바비큐소스는 별도 품목구분이 없어 “기타소스조제품” 통계치 준용

IV. 통관제도

1. 통 관

(1) 통관절차



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

(2) FDA 검역절차

- FDA 서류 접수증을 받고 서류 심사후 문제가 없을 경우 약 3일 후에 Release Notice나 Notice of Sampling을 보냄
- 통관 서류 검토시 문제점이나 주의 사항이 발견되는 경우 전체 검사나 샘플 검사를 함
 - Sample 채취기간은 1주일이며 FDA 실험실 검사(2주)후 통관이나 통관 보류 통보를 보냄
- 기록 자료 검사시 전례 (예 : 문제가 있었던 수입 업자 · 국가 · 제조업자)에 따라 정밀히 검사 함
- 위법 사항이 발견될 경우 표본 검사를 하며 입항된(보세구역 보관) 화물에 하자가 있을시 수입 거절(Refusal of Admission)을 먼저 보내고 이에 따라 수입업체는 폐기나 재수출을 하여야 함

(3) 관세율

품 목	H.S. 번호	관세율
양념소스	2103100000	6%

2. 수입 규제사항

(1) 저염소스류(Light Soy Sauce)의 영양성분 클레임

- Federal Food, Drug, and Cosmetic Act, section 403(r)(1)(A)
- "light" 또는 "lite"라는 영양성분에 대한 문구를 기재하기 위해서는 표준 소스류와 비교해서 나트륨 함량이 50% 이상 적어야 함

(2) 필수 표기사항

① Food Name (제품명)

- Statement of Identity로 정의되는 항
- 일반명(common or usual name)으로 표기

② Net Quantity (순중량)

- 인치나 파운드 단위와 미터법 단위 동시 표기

③ Nutribution Fact (영양 분석표)

- 대부분의 식품에 의무사항
- 양념류, 차류, 알콜 드링크, 연간 매출액 \$ 50,000 이하인 기업은 제외가능
하나 소비자 신뢰도 고려 게재 바람직

④ Ingredients (성분표기)

- 무게를 기준으로 많은 것에서 적은 것의 순으로 게재

⑤ Company Name

-생산자, 수입자, 판매자 중 한 업체의 주소 표기

⑥ Country of Origin (원산지)

- Product of Korea

* 가열살균 처리없이 상온유통제품으로 제조시 캘리포니아주 내에서는 주정부의 허가를 요함

V. 한국산 평가

1. 한국산 바비큐 소스 생산 및 유통동향

- 한국식품 제조도매회사인 ‘자연나라(Jayone Food USA)’가 미 주류시장을 겨냥하여 내놓은 제품으로 J-1 Korean BBQ Sauce가 있음
 - 불고기·갈비 겸용양념소스인 오리지널(Original)과 돼지불고기 및 치킨, 해물요리용 매콤한 맛의 마일드 스파이시(Mild Spicy) 등 2종류
 - 한인마켓을 비롯 주류체인인 ‘스마트&파이널(Smart & Final)’의 남가주 지역매장에서 팔리고 있으며, 특히 ‘랄프스(Ralphs)’등 대형마켓체인에서도 관심이 높아 조만간 랄프스(Ralphs)와 알버트슨(Albertson)등에도 진출 계획인 것으로 확인
- CJ푸드에서 개발한 불고기양념 소스는 현재 켈슨, 브리스톨팜 등 200여개의 고급마켓체인에 들어가고 있음
 - 수요확장 추세로 관련업계에서는 대형유통마켓과 연계해 주류 소비자들을 상대로 한국음식요리(불고기·불갈비요리)강습을 통한 홍보확대 중
- 기타 현재 수입되고 있는 한국산 바비큐소스는 샘표, 오뚜기, 맛손 등에서 교민마켓에 진출 대부분 한인시장 및 베트남, 중국 등 아시안마켓에 한정 유통 됨

	제품명	Marinade Original Sauce
	생산업체	CJ corporation
	소매가/용량	\$ 3.49/14.8oz
	성분	Soy sauce, high-fructose corn syrup, sugar, pear puree, water, onion, garlic, rice wine, salt, beef extract, black pepper, caramel, xanthan gum, ginger extract, sesame seed, sesame oil, citric acid
기타	Roasted Bulgogi, Steak Beef, Roast Chicken Legs/Wings, Korean-style Slow Braised Kalbi Beef, Broiled Swordfish with Cilantro & Orange, Refreshing Tofu Salad with Light Soy Vinaigrette, Korean-style Marinated Flank Steak BULGOGI	

	제품명	Marinade Hot & Spicy Sauce
	생산업체	CJ corporation
	소매가/용량	\$ 3.49/14.8oz
	성분	High fructose corn syrup, Korean hot pepper paste (corn syrup flour, water, powered red pepper, salt), soy sauce (water, soybeans, salt), water, sugar, hot pepper mix (water, red pepper powder, salt, garlic powder), Asian pear puree, apple puree, salt, gulfic, black pepper, citric acid, ginger extract, caramel, xanthan gum, sesame
기타	Hot & Spicy Beef Steak, Hot & Spicy Chop Steak, Hot & Spicy Chicken & Shrimp Kebabs, Korean Style Spicy Chicken Wrap	

	제품명	Korean BBQ Sauce(Bulgogi Marinade)
	생산업체	CJ 식품
	소매가/용량	\$ 3.49/17.63oz
	성분	Soybean, Lactic Acid, Corn Syrup, Pear Puree, Sugar, Onion, Garlic 등
기타	한국수입품	

	제품명	J-1 Korean BBQ Sauce
	생산업체	Jayone Foods, Inc.
	소매가/용량	\$ 2.99-7.49/17-35.7oz
	성분	Soy Sauce, Sugar, High Fructose Corn Syrup, Onion, Pear Concentrate, Oriental Herb Concentrate, Garlic, Red Pepper Power 등
	기타	미국현지공장 생산(한국계)

	제품명	Meat Marinade(Wine & Herb)
	생산업체	샘표식품
	소매가/용량	\$ 3.99/10.58oz
	성분	Red wine, Sugar, High Fructose Corn Syrup, Pear Concentrate, Orange Concentrate, Salt, Beef Extract
	기타	한국 수입품

	제품명	Meat Marinade(Oriental Herb)
	생산업체	샘표식품
	소매가/용량	\$ 3.99/10.58oz
	성분	Soy Sauce, Sugar, High Fructose Corn Syrup, Onion, Pear Concentrate, Oriental Herb Concentrate, Garlic, Welsh Onion
	기타	한국 수입품

	제품명	Meat Marinade(Hot & Spicy)
	생산업체	샘표식품
	소매가/용량	\$ 3.99/10.58oz
	성분	Red Pepper Paste, High Fructose Corn Syrup, Tomato Ketchup, Soy Sauce, Sugar, Hot Barbecue Sauce, Barbecue Base Garlic, Red Pepper Power
	기타	한국 수입품

	제품명	Korean Barbecue Sauce
	생산업체	맛손
	소매가/용량	\$ 2.49/21oz
	성분	Soy Sauce, Sugar, Onion, Garlic Power, Pepper등
	기타	한국수입품

2. 타 국산과의 비교

○ 가격

- 한국산의 가격은 일본산보다는 낮게 중국산보다는 높게 형성되고 있으며 현지산과 비교했을 때 비슷한 수준

○ 포장

- 한국산을 포함한 수입산은 대부분 페트(PET)병 포장제품이며, 최근 한국산은 전통적인 간장 포장 방식에 변화를 주어 페트병에 압축비닐 포장과 건강과 자연적 이미지를 강조한 디자인 제품이 소비자들의 눈길을 끌고 있음
- 현지산이 식탁용 병포장 제품 등을 포함 20온스 이하의 소형 포장 추세인 반면, 한국산은 소형을 비롯 부엌용 중형 및 대형 포장이 많음

Ⅵ. 국내 바비큐 소스 동향

1. 연도별 소스류 판매현황

(단위 : 톤, 백만원, % / 업계추정치)

구 분		'01	'02	'03	'04	증감률(%)
양념장류 (바비큐소스)	중량(톤)	11,900	11,800	10,900	8,000	△ 26.6
	금액(백만원)	29,800	27,800	26,000	20,000	△ 23.1
양조식초	중량(톤)	28,500	28,000	32,000	34,000	6.3
	금액(백만원)	26,000	25,500	29,000	32,000	10.3
즉석카레	중량(톤)	5,000	5,800	6,500	6,900	6.2
	금액(백만원)	25,000	29,600	35,000	39,500	12.9
마요네즈	중량(톤)	46,500	58,000	62,000	65,500	5.6
	금액(백만원)	70,700	78,800	86,000	105,000	22.1
드레싱류	중량(톤)	8,000	9,900	10,000	10,200	2.0
	금액(백만원)	18,000	20,000	20,500	22,300	8.8
토마토케첩	중량(톤)	56,700	57,500	53,500	58,500	9.3
	금액(백만원)	54,700	54,000	52,500	57,000	8.6
소스류	중량(톤)	7,500	10,000	11,500	12,500	8.7
	금액(백만원)	20,300	24,100	27,000	30,000	11.1
후추, 겨자 등	중량(톤)	1,830	1,830	2,500	2,700	8.0
	금액(백만원)	21,200	21,000	25,600	28,500	11.3

자료 : 식품저널 『식품유통연감 2005』

- 바비큐 소스는 양념장류로 분류되며 쇠고기양념, 돼지고기양념, 갈비양념이 주품목이며 시장점유율은 대상(42%), CJ'(40%), 오뚜기(15%)를 차지하고 있음
- 양념장류는 편리성으로 급성장하는 추세에 있었으나 최근의 광우병, 조류독감, 미국산 쇠고기 수입금지 등으로 야기된 축산물 안전성 문제 및 소비자의 육류소비 기피로 축산물, 축산가공품의 소비가 감소되면서 양념장류의 판매는 감소세로 반전 됨

- 감소내용은 통닭과 닭고기 양념이 37%, 돼지갈비, 돼지고기 양념이 35%이며 쇠고기나 소갈비 양념은 27% 수준을 보임

2. 조미식품 원료 채소류 생산현황

(단위 : 천톤)

채소명	'98	'99	'00	'01	'02	'03
조미채소	2,101.8	2,502.5	2,417.4	2,548.1	2,305.4	2,028.3
양파	872.1	935.8	877.5	1,073.7	933.1	745.2
고추류	288.1	436.6	391.3	411.8	381.2	350.2
마늘	393.9	483.8	474.4	406.4	394.5	378.8
생강	47.2	39.7	16.4	20.6	29.9	19.2

자료 : 농수축산신문 『한국식품연감 2004』

- 조미식품의 원료는 대부분 국내에서 생산되어 수급에는 어려움 없음
- 그러나 최근 중국산이 국산에 비해 염가인 동시에 품질도 향상되고 있어 국산 조미 채소의 품종 개발이 필요한 실정 임

3. 원료의 수출입현황 및 전망

〈향신 원료의 수입량 추이〉

구분	'01		'02		'03		'04	
	금액 (천불)	물량 (톤)	금액 (천불)	물량 (톤)	금액 (천불)	물량 (톤)	금액 (천불)	물량 (톤)
고추류	14,341	9,001	12,583	7,848	17,691	12,107	24,875	11,725
후추	9,375	2,630	6,273	3,378	7,160	3,576	5,774	3,250
마늘	13,424	20,483	13,235	23,402	11,352	28,059	18,426	44,300
생강	5,231	19,021	4,095	15,077	2,337	11,332	5,225	10,055
계피류	2,653	2,922	2,973	3,517	2,214	2,821	1,887	2,381
정향	253	56	408	90	408	84	79	27

자료 : 식품저널 『식품유통연감 2005』

〈육어류 엑스류의 수출입 추세〉

구분		'02		'03		'04		증감률(%)	
		금액 (천불)	물량 (톤)	금액 (천불)	물량 (톤)	금액 (천불)	물량 (톤)	금액	물량
육류엑스	수입	10,501	3,148	11,167	3,537	6,972	2,678	△ 37.6	△ 24.3
	수출	13	6	11	4	17	3	54.5	△ 25.0
어류엑스 및 즙	수입	1,405	2,966	1,918	4,634	1,673	3,952	△ 12.8	△ 14.7
	수출	273	160	314	265	236	200	△ 24.8	△ 24.5
기타 엑스류	수입	234	60	506	102	385	74	△ 23.9	△ 27.5
	수출	2,648	729	2,983	835	2,611	667	△ 12.5	△ 20.1

자료 : 식품저널 『식품유통연감 2005』

- 조미식품의 원료는 대부분 국내에서 생산되지만 국내에서 생산되지 않는 것, 수입하는 편이 저렴하여 제조원가 절감에 기여할 수 있는 것은 수입에 의존
- 양념장류 및 소스류의 원료는 매우 다양한데 그중 축산물, 수산물 및 야채류의 엑스류가 맛을 좌우하는 관건이며 상당량을 수입에 의존하고 있음
- 양념장류는 다른 식품과 어우러져 맛을 향상시키는 것이 기본 목표이므로 맛 향상에 대한 끊임없는 연구개발이 요구 됨
- 최근 강화된 안전기준에 적합하도록 안전성 향상이 필요
 - 수입식품 소재의 안전성 및 농약, 화학원료, 이물질 혼입 등의 대한 품질 관리 체재에 대한 투자 필요
- 현재 신장추세에 있는 소스류와 양념장시장에서 다양한 제품 개발과 원료가 되는 조미소재의 개발이 필요
 - 육류요리용과 병행하여 나물 요리용 개발 등 다양한 제품 개발로 구매의욕 자극 전략 등

VIII. 수출 확대방안

1. 현지시장 진출여건

- 동양의 식문화와 서구식문화가 혼합된 퓨전 스타일의 요리법이 확산되고, 점심과 저녁의 외식 빈도도 증가하는 상황에서 바비큐소스 수요는 급속히 확산되고 있으며, 소스류 업계는 더 이상 동양식품 전문회사들 간의 경쟁이 아니라 주류시장 대기업들이 동양식품으로 카테고리를 확장하기 위하여 소스류 브랜드 취득경향 증가

2. 한국산 수출확대방안

- 한국식문화 홍보행사를 통한 홍보
 - 미국인들에게 인지도가 높아지고 있는 불고기와 결합하여 홍보 및 마케팅
 - “맛있는 불고기를 만들기 위해서는 XX표 불고기소스를 넣으시고....”
- 미국의 음식과 조화되는 소스의 개발
 - 바비큐 용도 뿐만이 아니라 육류 및 채소류볶음소스 등 미국인들의 식문화에 적용 가능한 소스의 개발 필요
- 고급 간장의 개발
 - 대표적인 콩식품으로 인식되고 있는 간장의 경우 유전자조작 콩을 사용하지 않은 간장, 유기농 간장 등 제품을 고급화, 차별화하여 자연식품 시장 개척
- 제품포장
 - 제품포장은 영문과 스페니쉬는 기본으로 하고 디자인화한 한국어를 가미 한국대표식품화 도모

- 현재 대부분의 한국에서 수입되는 일부제품은 영문표기조차 제대로 되어 있지 않음
- 맛의 현지화
 - 불고기 소스의 기본 맛은 유지하되 인종별 선호도에 따라 현지화 필요
 - 코카시안들은 달고 맵지않은 맛을 선호, 중국인은 단맛을 약하게, 히스패닉들은 매운 맛을 강하게 등
- 유통 구조 개선
 - 대형유통구조에 편입되어야 대형마켓 체인에 공급 가능
 - 푸드 브로커와의 계약을 통해 대형디스트리뷰터 공급시도 강화 필요

청국장 가루 미국 시장동향

신규수출유망품목발굴조사

청국장 가루 미국 시장동향

I. 생산현황

1. 청국장 대두 생산

- 미국내 청국장 대두의 생산은 일본의 생산량 증가로 인한 낮은 수출수요로 거의 이루어지지 않고 있으며 청국장 가루 또한 대부분 전량 수입에 의존
- 현재 알칸사스주와 캐나다 온타리오에서 극소량 재배

2. 나토키나제 건강보조식품 및 기능성 식품

- 나토키나제는 삶은 대두와 바실리우스 나또에서 추출한 효소로 인체순환 시스템과 심혈관을 튼튼하게 하는 효과가 있는 것으로 알려져 있음
- 나토키나제는 일본의 Dr. Hiroyuki Sumi 박사가 발견하였으며, 이를 주제로 17개의 연구가 진행되었고 그중 인체실험이 두 번 있었음
- 수입 청국장 가루는 대부분 나토키나제를 사용한 건강보조식품 형태로 만들어지며 현재 생산되는 제품은 20여종의 캡슐형 제품
- 최근에는 나토키나제를 첨가한 과자류, 음료류 등 기능성 식품 시장에서 나토키나제가 주목을 받으며 시장 확장 가능성이 높음

II. 유통현황

1. 유통동향

(1) 주류시장

- 주류시장에서 청국장은 ‘나또’라는 일본식 청국장으로 알려져 있으며 나또에서 추출한 효소인 나또키나제(Nattokinase)가 기능성 식품, 건강보조식품으로 인기상승 중
- Amano Enzyme USA의 나또키나제 미국시장 진출
 - 2002년 Amano Enzyme USA사가 ET Horn사의 유통채널을 통해 미국 시장에 처음 소개
 - 이후 캡슐 형태의 건강 보조식품으로 인기 판매 상승하다가 2004년부터 과자류, 음료류, 스낵바 등 기타 다양한 방법으로 식품에 적용할 수 있는 방법 모색 중
 - 미 최대의 스낵바 제조업체인 Nutri Granulations사와 공조하여 나또키나제 음료제품을 생산 계획 중이며 2005년 하반기 신상품을 출시 예정
 - 현재 나또키나제는 Amano Enzyme사의 50개 제품 중 3번째로 잘 팔리는 품목으로 미국에서 3년간의 성공적인 무역 이후 2004년초부터 유럽 진출
 - Amano Enzyme USA Co., Ltd.
2150 Point Boulevard, Elgin, IL 60123
techhelp@amanoenzymeusa.com
전화 : 847-649-0101
 - Amano Enzyme USA 정경 및 공기세척장치



(2) 한국계 시장

- 건강식품에 민감한 중년 이상의 계층에서 인기를 끌고 있는 비타민, 우메켄, 크로렐라 캡슐형 또는 정제형 제품 외에 청국장가루가 새롭게 각광을 받고 있음
- 생활양식 전반의 웰빙바람과 함께 청국장의 각종 건강상 효능을 방송한 건강관련 다큐멘터리 프로그램이 미주지역에도 전파되어 청국장 및 관련 제품의 인기 급상승의 주요 원인으로 작용
 - 일본과 한국의 식품 연구소에서 발표한 연구 결과에 따르면 청국장과 나또가 대부분의 성인병을 근본적으로 치유할 수 있는 특효약
 - 청국장과 나또는 콜레스테롤을 파괴하고 혈전을 녹이는 성분이 현재 알려진 그 어떤 식품보다 많이 들어있어 고혈압, 심장병, 뇌졸중 등 심혈관계 질환의 예방에 좋다는 것
 - 청국장과 나또에 들어있는 후코이단 성분은 위궤양, 위암의 원인이 되는 세균의 활동을 억제
- 청국장 가루 인기 상승
 - 생청국장, 청국장 제조기 등 청국장 관련제품의 판매량이 증가하고 있는 가운데, 청국장 가루 및 정제형 제품의 인기 상승 중

- 특히 청국장 가루는 냄새가 나지 않고 요구르트나 우유에 타서 먹거나 음식에도 넣어 조리할 수 있는 등 사용이 간편한 점 등으로 인해 청국장의 효능과 맛을 아는 노년층을 중심으로 인기
- 정제형 청국장가루 제품
 - 2004년 종근당건강의 생메디청국이 한인시장에 소개되어 이 분야의 대표적인 제품으로 한인들의 인기를 얻고 있으며, 최근 매실, 크로렐라 등을 소개하며 건강보조식품 업체로 각광을 받고 있는 우메켄도 정제형 나또키나제를 선보임

2. 유통경로

- 미국시장은 일본의 Amano Enzyme사 미국현지법인인 Amano Enzyme USA를 통해 수입되어, 청국장 가루는 식품의 재료로서 건강식품, 기능성식품 제조업체에 판매
- 원료시장 진출은 건강식품, dvrlshd 식품, 자연식품 전문 브로커를 통해 생산업체에 납품하거나 박람회 등에서 생산업체와 직접 거래를 할 수도 있으나 미국 유통구조의 특성상 브로커를 통한 진입이 용이하며 효율적임
 - 현재 한국의 맛가마 식품이 건강보조식품 전문 브로커인 MMG Consulting사와 계약을 체결하고 일본산 나또 가루 일색인 미국의 식품 원료시장을 뚫기 위한 작업 진행 중
- 한국계 시장은 청국장 가루의 경우 일반적인 식품 수입 및 도매업체를 통해 수입되어 수퍼마켓 체인점에서 판매되고 있으며, 정제형 제품은 건강식품 전문점 및 비디오 가게 등 주택가 점포, 인터넷, 우편주문 등을 통해 판매되고 있음

〈청국장 가루 원료시장 리스트〉

○ Bio-Foods Ltd.

- 브랜드 : SOYNATTO(R)
- 주소 : 4 Barnet Rd. Pine Brook, NJ 07058-9504
- 전화 : 973-808-5856
- 팩스 : 973-808-5552
- 웹사이트 : www.biofoodsltd.com

○ National Enzyme Co.

- 브랜드 : Nattozimes(TM), Nzimes PA(TM) 등
- 주소 : 15366 US Hwy. 160, Forsyth, MO 65653
- 전화 : 417-546-4796
- 팩스 : 417-546-6433
- 웹사이트 : www.nationalenzyme.com

○ Natural Inc.

- 브랜드 : Natto Cardio, Natto K2
- 주소 : 50 Lakeview Pkwy., # 117, Vernon Hills, IL 60061
- 전화 : 847-362-2226
- 팩스 : 847-362-9381
- 웹사이트 : www.naturalinc.com

○ Specialty Enzymes & Biochemicals Co.

- 브랜드 : Natto SEB
- 주소 : 13591 Yorba Ave. Chino, CA 91710
- 전화 : 909-613-1660
- 팩스 : 909-613-1663
- 웹사이트 : www.specialtyenzymes.com

○ Alfa Chem

- 주소 : 2 Harbor Way, Kings Point, NY 11024-2117
- 전화 : 516-504-0059 / 800-375-6869
- 팩스 : 516-504-0039
- 웹사이트 : www.alfachem1.com

○ Herb Trade Inc.

- 12101 Moya Blvd., Reno, NV 89506
- 전화 : 775-971-8550
- 팩스 : 775-971-8551
- 웹사이트 : www.cinnvlin.com

○ RFI Ingredients

- 브랜드 : Chocamine ®, Oxyphyte, OxyPhyte ®
- 주소 : 300 Corporate Dr., Ste. 14, Blauvelt, NY 10913
- 전화 : 800-962-7663
- 팩스 : 845-358-9003
- 웹사이트 : www.rfiingredients.com

○ Ria Int'l. LLC

- 주소 : 9 Whippany Rd., Bldg. C3, Whippany, NJ 07981-1530
- 전화 : 973-581-1282 / 888-301-2011
- 팩스 : 973-581-1283
- 웹사이트 : www.riausa.com

○ Wright Group, The

- 브랜드 : SuperBlend, SuperCoat
- 주소 : 6428 Airport Rd., Crowley, LA 70526
- 전화 : 337-783-3096 / 800-201-3096
- 팩스 : 337-783-3802
- 웹사이트 : www.thewrightgroup.net

3. 유통상품

○ Best Nattokinase

	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제조업체 : Doctor's Best ○ 용량 : 100mg 90캡슐 ○ 가격 : \$ 49.99 ○ Nattokinase (fibrinolyticunits) enzyme activity : 2,000 FU / 1capsule
--	---

○ Rutezym

	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제조업체 : WobenzymUSA ○ 용량 : 120캡슐 ○ 가격 : \$ 44.99 ○ Nattokinase enzyme activity : 20,000 FU/gm
---	---

○ MK-7

	<ul style="list-style-type: none">○ 제조업체 : Jarrow Formula○ 용량 : 30 소프트젤○ 가격 : \$ 23.95○ Natto Extract 78 mg, Nattokinase 320 FU / 캡슐
---	---

○ Natto-K

	<ul style="list-style-type: none">○ 제조업체 : Enzymedica○ 용량 : 90캡슐○ 가격 : \$ 47.96○ 특징 : 100% 식물성 캡슐○ Nattokinase NSK-SD, 800 FU / 캡슐
--	--

○ Natto-Z

	<ul style="list-style-type: none">○ 제조업체 : Baywood International○ 용량 : 90캡슐○ 가격 : \$ 49.50
---	--

○ Nattokinase

	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제조업체 : Allegy Research Group ○ 용량 : 300소프트젤 ○ 가격 : \$ 195 ○ Nattokinase 1825 FU / 캡슐
---	---

○ 생메디청국

	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제조업체 : 종근당건강 ○ 용량 : 3병/1box ○ 가격 : \$ 145 ○ 특징 : 100% 식물성 캡슐
--	---

Ⅲ. 소비실태

1. 소비동향

- 정제형 제품은 하루 1-2 개씩 매일 섭취하며 연중 소비되는 상품으로 최근 나또키나제가 새로운 기능성 성분으로 부각되면서 인기 상승중이며, 주류시장에서 기타 기능성 제품의 첨가물로도 주목을 받고 있음
- 가루제품은 소비자 시장의 경우 동양계 시장에서만 유통되고 있으며, 특히 한국커뮤니티에서는 음료, 나물, 찌개 등에 첨가하여 먹는 것으로 수요를 확대하고 있음

2. 소비자 소비자 반응

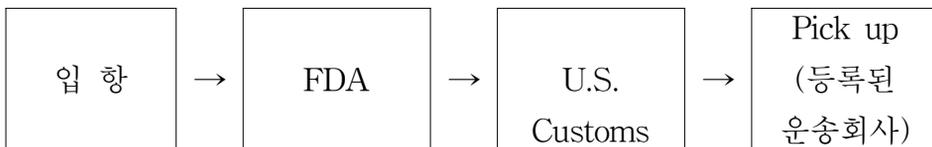
- 주류시장에서 콩식품의 전반적인 시장 성숙과 최근 발표되고 있는 청국장의 효능이 나또키나제에 대한 관심을 더욱 높이고 있으며, 항상 새로운 성분을 찾는 기능성 식품 시장의 요구에도 부합하고 있음
- 건강보조식품의 형태로 인기를 모으면서 스낵바, 음료 등에 첨가한 기능성 식품 시장 형성 초기
- 한국 시장에서 정제형 제품은 고가의 제품가격으로 폭발적인 수요는 일어나고 있지 않으나, 한 번 먹어본 사람들을 중심으로 꾸준히 시장을 확대하고 있으며, 가루제품의 경우 청국장을 잘 아는 노년층을 중심으로 수요 꾸준히 확대되고 있음

IV. 수출입동향

- 현재 정확한 통계를 잡기는 어려우나 주류시장의 나또가루 원료시장을 선점한 일본산 제품이 시장을 확대하며 ‘나또 가루’ 전체 시장 확대 중

V. 통관제도

1. 통관절차



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

2. FDA 검역절차

- FDA 서류 접수증을 받고 서류 심사후 문제가 없을 경우 약 3일 후에 Release Notice나 Notice of Sampling을 보냄
- 통관 서류 검토시 문제점이나 주의 사항이 발견되는 경우 전체 검사나 샘플 검사를 함
 - Sample 채취기간은 1주일이며 FDA 실험실 검사(2주)후 통관이나 통관보류 통보를 보냄
- 기록 자료 검사시 전례 (예 : 문제가 있었던 수입 업자 · 국가 · 제조업자)에 따라 정밀히 검사함

- 위법 사항이 발견될 경우 표본 검사를 하며 입항된(보세구역 보관) 화물에 하자가 있을시 수입 거절(Refusal of Admission)을 먼저 보내고 이에 따라 수입업체는 폐기나 재수출을 하여야 함

3. 관세율

품 목	H.S. 번호	관세율
청국장가루	2008999010	6%

4. 수입제한사항

- 일반적인 식품 수입규정을 준수하면 별다른 제한 없음

VI. 국내 청국장 동향

1. 국내 장류 생산동향

〈장류 제품 생산 현황〉

품 목	연 도	생 산 현 황			비 고
		생산능력(톤)	생산량(톤)	생산액(천원)	
된 장	'03	166,829	77,579	68,505,977	
	'04	171,805	79,033	84,317,988	
고추장	'03	230,057	120,258	159,663,146	
	'04	174,784	101,578	179,850,171	
춘 장	'03	30,990	14,978	11,703,358	
	'04	35,201	16,908	13,426,164	
혼합장	'03	109,436	43,841	47,860,960	
	'04	89,161	40,460	65,004,357	
청국장	'03	10,074	3,980	4,755,929	
	'04	9,712	3,998	7,294,970	

자료 : 식품의약품안전청(www.kfda.go.kr)

* 청국장 제품의 세부 품목에 대한 통계 자료 불충분으로 청국장 전제품 통계사용

- '04년 생청국장 생산량은 '03년과 비교해 거의 차이가 없으나 생산액은 '03년 비교 53%의 성장을 보임
- 이는 분말, 환 제품의 증가 등 청국장 제품 가공 품질향상, 제조공정의 과학화, 건강·기능성 식품화에 따른 금액 상승효과로 볼 수 있음

2. 유통동향

〈장류 제품 출하 현황〉

구 분	연도	출 하 현 황				비고
		출하량 (톤)	출하액 (천원)	수출량 (톤)	수출액 (달러)	
된 장	'03	73,631	75,358,977	1,489	925,454	
	'04	74,643	87,966,371	1,428	1,590,193	
고추장	'03	115,098	188,656,426	3,364	5,492,988	
	'04	94,171	228,214,048	3,599	7,544,211	
춘 장	'03	14,561	11,954,604	323	855,274	
	'04	18,961	18,312,150	398	377,294	
혼합장	'03	42,932	61,545,600	162	277,223	
	'04	40,194	69,960,233	336	588,273	
청국장	'03	3,833	5,059,695	109	116,434	
	'04	3,881	7,744,871	120	157,998	

자료 : 식품의약품안전청(www.kfda.go.kr)

〈청국장 지역별 업체수('03년 12월 현재)〉

총계	강원	경기	경남	경북	광주	대구	대전	인천	전남	전북	충남	충북
151	16	29	8	20	3	6	4	2	7	16	15	25

자료 : 대한장류공업협동조합

- 최근 혈압강화, 항암효과, 혈전 용해효과, 항산화작용 등에 대한 연구가 활발하며 언론 보도로 청국장제품의 인기 상승
- 청국장 가루제품은 주로 백화점, 대형 유통매장에 제조업체가 직접 납품하고 있는 실정으로 홈쇼핑 또는 제조업체 홈페이지를 통한 매매도 성행

- 청국장 가루 등 청국장 세부품목에 대한 통계자료가 불충분하나 청국장 가루를 수출하는 국내 업체에 따르면 미국에 소량으로 수출하고 있으며 현지 구입처로부터 재발주가 계속 들어오는 상황으로 꾸준한 수출이 이루어질 것으로 전망하고 있음

3. 업계 반응

- 청국장은 비교적 제조가 간단하며 제조기일이 짧아 청국장 제조업체가 우후죽순처럼 난립하고 있으며 기업형태의 제조업체는 소수이며 대부분 영세업체
- 특히 청국장 고유의 향을 기피하는 소비자를 위한 분말 청국장, 건조 청국장, 환청국장의 개발로 업체간 경쟁이 치열한 상황
- 많은 제조업체가 비위생적이고 설비가 열악한 상황으로 설비에 대한 투자가 시급히 요구되며 유통질서를 흐리는 업체에 대한 체제방안 등 대책이 시급하다는 것이 업계 주요반응임

Ⅶ. 시장진출방안

1. 청국장 가루의 수출시장 확대 가능성

(1) 성장하는 기능성 식품시장

- 2002년 미국의 기능성 식품 시장 규모는 전체 식품산업의 4%에 해당되는 202억불로 2005년에는 327억불, 2007년에는 377억불로 연간 평균성장률 13.3%를 기록할 것으로 전망되며 전체산업시장 규모에서 차지하는 비중도 5.4%로 증가할 것으로 전망되고 있음

〈기능성식품 및 전체식품 시장 성장 비교〉

(단위 : \$ Billions)

비 고	2001	2002	2007	연평균 성장율% 2002-2007
기능성식품	18.3	20.2	37.7	13.3
전체식품	469.0	502.0	704.0	7.0
전체 식품시장에서 기능성 식품 비율	3.9	4.0	5.4	

자료원 : BCC, Inc.

- 2004년 미국의 자연식품 소비자 시장 규모는 전년 대비 6.9% 증가하여 총 판매액 458억불에 이룸
 - 미 최대의 자연식품 전문체인점인 'Whole Foods Market'의 판매액은 41억불로 2003년 대비 23% 증가, 업계 서열 2위인 'Wild Oats Markets'는 판매액 10.5억불로 8.1% 성장, 2003년의 판매액 970백만불, 성장률 4.7% 대비 큰 폭의 성장세 구가

- 500억불 규모의 민족식품 업계에서 유기농 및 자연 식품의 비중이 점점 더 커지고 있음
 - 불과 수년전까지만 해도 유기농 및 자연식품 시장에서 정통 민족식품은 찾아보기 힘든 상황이었으나, 정통 민족식품업계의 유기농 및 자연식품 시장 채택
 - 1990년 이후 18세 이하의 40%가 비백인일 정도로 미국의 인구구성이 다양해 짐
 - 18~24세에서는 45.8%, 25-34세에서는 50.4%, 35-44세에서는 46.4%가 정통 외국 음식을 즐긴다고 대답하면서 젊은 세대들이 식문화 추세를 선도해가고 있음
 - ‘Packaged Facts’에 의하면, 2002-2004년의 3년간 아시아 및 인도 식품 판매액 15% 증가, 히스패닉 식품은 26.1% 증가
 - 총 500억불 규모의 민족식품 시장에서 35%가 소매업체에서 판매되는 것이고 나머지는 요식업계로, 소매업계의 성장 가능성이 매우 높으며, 향후 10년간 민족식품 수요가 50% 증가할 것으로 전망되고 있음

(2) 전통 민족식품에 대한 관심 증가

- 유기농 및 자연식품 소비자들은 교육수준이 높고 식품관련 정보가 풍부하며, 민족식품에 대한 호기심과 이해도가 높음
- 이들은 기존의 스파게티, 중국식 볶음 요리 등 미국화된 민족식품에 지루함을 느끼기 시작하면서, 정통 민족 식품에 대한 흥미와 수요도 증가

(3) 주류시장에서 주목받는 청국장 성분

- 2002년 일본의 Amano Enzyme사의 나또키나제가 미국에 처음 진출한 이후 나또키나제를 사용한 캡슐형 건강보조식품이 20여종 출하되었으며, 과자류,

음료류, 스낵바 등 일반식품의 성분을 강화하는 방향으로 그 쓰임새가 발전하고 있는 단계

- 기능성 식품 시장의 증가추세, 동양식품에 대한 관심과 선호도 증가 추세와 함께 과자류, 음료류, 식사대용식 등 일반식품의 성분으로 본격적으로 사용되기 시작할 경우 청국장 가루의 시장 규모는 폭발적인 증가세를 보일 것으로 예상 됨
- 현재 미국산 청국장 가루는 생산되지 않고 있으며 기능성 식품이 가장 발달한 일본산이 선점한 상황에서 원료시장을 주 타겟으로 시장 공략을 할 경우 수출 확대 가능성 있음

2. 청국장 가루의 수출확대 방안

(1) 유기농 인증서 확보

- 기능성 식품은 건강을 우선으로 생각하는 사람들이 주요 소비자인 만큼 주요 식품시장 추세 중 하나인 유기농 원료의 사용이 주요한 추세이며 바이어도 이를 요구하는 추세. 뿐만 아니라 수출가격 및 이윤 확보 면에서도 유리함
- 미국의 유기농 시장의 급성장세를 감안할 때 미 농무부 발행 유기농 인증서를 취득하는 것이 가장 확실한 방법이나 현재 개인 업체가 추진하기에 절차적, 경제적으로 어려움이 큼
- 한국의 유기농 인증서가 국제시장과 미국시장에서 동등하게 인증받을 수 있는 시스템을 확립하는 것이 중요함

(2) 건강식품 및 기능성 식품 시장 전문 마케팅그룹, 브로커와의 연계

- 제한적이고 전문적인 시장을 개척하기 위해서는 유통구조 및 관행, 접근방법 등에 정통한 마케팅 그룹을 통해 초기 홍보에서 접근까지 컨설팅을 받는 것이 중요하며 대부분 중소기업체인 청국장 가루 생산업체들이 시장개척까지 소요되는 시간을 감내할 시간과 돈, 인내심이 필요함
- 미국에는 많은 컨설팅 회사가 있고 개인 단위의 작은 규모도 많이 있음
 - 대체로 상품 판매에 대한 의뢰를 받으면 시간 당 비용을 부과하고 가능성을 사전 진단하여 상품의 적합성을 진단
- 미국은 지역이 넓은 관계로 판매를 영업조직과는 별도로 식품 브로커를 통해 운영함
 - 지역별로 판매 및 수금을 담당하는 브로커도 있고 단순히 소개 수수료를 받는 브로커가 있는 반면 연 매출 100억불에 육박하는 대규모의 회사도 있음
- 식품의 분류에 따라 2-5%(대체로 3% 이상)의 수수료를 요구하며, 좋은 브로커를 이용하면 바이어에 쉽게 접근할 수 있고 많은 경비를 줄일 수 있게 됨
- 직접 바이어를 만나고자 할 때에 심한 경우 샘플 제시 후 6개월 까지 기다려야 하며 면담 시간은 15분 이내에서 끝나는 경우가 대부분이어서 브로커를 사용하는 것이 많은 시간과 비용을 절약할 수 있는 방법

(3) 전문박람회 참가

- 건강식품 및 기능성식품 전문박람회 참가로 브로커, 생산업체 등 관련 바이어 연계

○ Natural Products Expo

- 건강식품, 유기식품, 자연식품 전문박람회로 미국의 경우 4월은 서부에서 9월은 동부에서 개최됨
- Natural Products Expo East : 2005. 9. 15- 9. 18, Washington D.C.
- [http : //www.expoeast.com](http://www.expoeast.com)

○ World Nutra

- 기능성식품 전문박람회
- 2005. 10. 16- 10. 19, 샌프란시스코
- [http : //www.worldnutra.com](http://www.worldnutra.com)

자료 문의처

- aT 농수산물유통공사 무역정보 1팀
TEL : (02)6300-1391~1397 / FAX : (02)6300-1610
- 새송이버섯 일본시장 동향 문의처(도쿄 aT 센터)
TEL : 81-3-5367-6656 / FAX : 81-3-5367-6657
- 표고버섯 유럽시장 동향 문의처(로테르담 aT 센터)
TEL : 31-10-415-1091 / FAX : 31-10-462-1271
- 체리의 일본시장 동향 문의처(오사카 aT 센터)
TEL : 81-6-6260-7661 / FAX : 81-6-6260-7663
- 분유 중국시장 동향 문의처(베이징 aT 센터)
TEL : 86-10-6410-6120-1 / FAX : 86-10-6410-6122
- 유아차 중국시장 동향 문의처(상하이 aT 센터)
TEL : 86-21-6236-8341-2 / FAX : 86-21-6236-8343
- 포도 싱가포르시장 동향 문의처(싱가포르 aT 센터)
TEL : 65-6324-1233, 0402-3 / FAX : 65-6324-0446
- 불고기(BBQ)소스 미국시장 동향 문의처(로스엔젤레스 aT 센터)
TEL : 1-714-901-7717 / FAX : 1-714-901-7757
- 청국장 가루 미국시장 동향 문의처(뉴욕 aT 센터)
TEL : 1-516-829-1633 / FAX : 1-516-829-6521