

Contents

목 차

1. 일본 송이버섯	7
I. 생산현황	9
1. 연도별 생산동향	9
2. 주산지별 생산현황	10
3. 수급동향	10
II. 유통현황	12
1. 유통규격	12
2. 송이버섯 유통경로	13
3. 가격동향	14
III. 소비동향	17
1. 일반 소비현황	17
2. 지역별 소비현황	17
IV. 수입현황	18
V. 수입산 유통현황	20
1. 송이포장 사례	20
2. 수입산 규격	21
3. 수입국별 현황	22
VI. 수입관리제도	27
1. 품목분류 및 관세율	27
2. 식물방역법에 의한 검역	27
3. 식품위생법에 의한 검사	27

VII. 한국산 수출확대방안	28
1. 현지시장 여건	28
2. 수출확대방안	29
<참고> 바이어 리스트	
2. 중국 핑이버섯	31
I. 생산동향	33
1. 핑이버섯 재배규모	33
2. 주요 생산기지	34
3. 생산통계	34
4. 주요 재배품종	35
5. 핑이버섯 생산특징	37
6. 핑이버섯 생산추세	37
7. 대표적인 핑이버섯 생산기업	38
II. 유통현황	39
1. 핑이버섯의 유통경로상품 구색	39
2. 유통경로별 특징	39
3. 한국산 핑이버섯 유통현황	40
III. 핑이버섯의 시장동향	40
1. 상해 대형농산물도매시장 핑이버섯 가격동향	40
2. 상해 대형농산물도매시장 핑이버섯 거래동향	42
3. 주요상품 판매현황	43
IV. 소비현황	46
1. 소비특징	46
2. 소비추세	47
V. 수입동향	47

VI. 통관제도	49
1. 관세율	49
2. 수입규제 사항	49
VII. 수출 경쟁력 비교	49
VIII. 수출확대방안	51
1. 한국산 브랜드 강조	51
2. 가격 및 품질경쟁력 확보	51
3. 대도시의 대형 할인매장 입점추진	52
4. 실력있는 파트너 확보	52
<참고> 예포장식품 라벨통치	53
<부록 A>	62
3. 싱가포르 표고버섯	65
I. 품목분류 및 현황	67
II. 유통현황	67
III. 가격동향	68
IV. 포장형태	69
V. 소비동향	71
VI. 수출입 현황	73
1. 건버섯(Shitake Dired)	73
2. 생버섯(Other Mushrooms Fresh or Chilled)	73
3. 기타 마른버섯(Other Mushrooms Dired)	74
VII. 한국산 건버섯, 생버섯 수출확대 방안	75
4. 미국 버섯류	77
I. 생산현황	79

II. 주요 품종 및 유통특성	81
1. 느타리버섯(Oyster : Pleurotus spp.)	81
2. 팽이버섯(Enoki : Flammulina velutipes)	82
3. 양송이버섯(White Mushroom : Agaricus/Agaricus bisporus)	82
4. Crimini(Italian Brown/Agaricus bisporus)	83
5. 표고버섯(Oak, Chinese or Black Forest/Lentinus edodes)	83
6. 포타벨라(Portabella : Portobello/Agaricus bisporus)	84
7. Maitake(Hen of the Woods/Grifola frondosa)	84
8. 그물버섯(Morel : Morchella Esculentia)	85
9. 습지송이버섯(Beech : Hon-Shimeji/Hypsizygyus tessulatus)	85
III. 소비동향	86
1. 일반 소비현황	86
2. 소비특성	87
3. 버섯의 구매 형태 및 구매패턴	88
IV. 수출입 동향	90
V. 한국산 수출확대 방안	92
1. 효율적 시장진출 전략 수립	92
2. 선도유지 및 안정적 공급체계 구축	93
5. EU 팽이·새송이버섯	95
I. 유럽 전체버섯 현황	97
1. 네덜란드 생산현황	97
2. 유통현황	100
3. 소비동향	102
II. 팽이·새송이버섯 현황	103
1. 생산현황	103
2. 유통현황	104
4. 소비동향	111

5. 수입 및 통관제도 현황	112
6. 경쟁력 분석 및 수출확대방안	114
6. 홍콩 표고버섯	119
I. 생산동향	121
II. 유통 현황	121
III. 소비 동향동향	122
1. 판매 형태	122
2. 소비 특성	123
IV. 수입 시장 동향	124
V. 통관 제도 및 시장 확대방안	126

1. 일본 송이버섯

I. 생산현황

1. 연도별 생산동향

- 일본의 송이버섯 생산량은 1953년도 6,484톤의 최대 생산량을 기록한 이후 매년 감소 추세가 있으며, 2005년 생산량은 36톤으로 전년(149톤)대비 24%로 나타남
- 매년 송이버섯 생산이 줄어들고 있는 것은 벌채, 지구온난화, 병충해 등의 자연환경과 생산자 감소가 주요원인
- 생산농가 수는 1995년에 19,370호를 기록한 이후 매년 감소세를 보여 2003년에는 10,506호로 1995년에 비해 45.8% 큰 폭으로 감소하였음
- 일본의 송이버섯 생산시기는 9~11월로써 우리나라와 거의 동일함

〈연도별 생산량〉

구 분	'95	'98	'99	'00	'01	'02	'03	'04	'05
생산량(톤)	211	247	147	181	78	52	80	149	36

자료) 임야청

〈연도별 생산자수〉

구 분	'95	'99	'00	'01	'02	'03
생산자수(호)	19,370	14,863	13,231	11,196	10,224	10,506

자료) 임야청

2. 주산지별 생산현황

- 일본의 송이버섯 주요 산지는 히로시마, 나가노, 오카야마, 교토 등으로 '03년의 경우는 히로시마에서 21톤이 생산되어 전체 생산량의 약 26.2%를 차지하였으며, 그 외 나가노 12톤(15.0%), 오카야마 12톤(15.0%), 교토(3.8%) 순으로 이들 4개 지역에서 약 60%가 생산되는 것으로 나타났음
- 일본의 송이버섯은 자연에서 채취되는 무공해의 진귀한 상품으로 취급되기 때문에 채취과정에서 소비자에 이르기까지 관리가 철저하며, 향이 진하고 상품성도 좋은 편

〈주요 산지별 생산량〉

구 분	주 생산시기	생 산 량(톤)				
		1999	2000	2001	2002	2003
히로시마	10~11월	55	94	25	11	21
나 가 노	9~10월	27	28	10	11	12
오카야마	10~11월	5	10	5	3	12
교 토	10~11월	8	7	9	6	7
기 타	-	52	42	29	21	28
전국 합계	9~11월	147	181	78	52	80

자료) 임야청

3. 수급동향

- 일본의 송이버섯 수급현황은 1995년에 3,726톤이었고 매년 등락을 거듭하고 있으나 감소추세인 것으로 나타남. 또한, 2005년에는 2,917톤으로 1995년과 비교해 22% 감소한 것으로 조사됨

- 송이버섯의 일본 국내산 비중은 생산량 감소와 더불어 매년 하향세가 지속되고 있으며 2005년은 전체의 1.3%까지 하락하였음. 반면, 수입산은 저가 중국산을 중심으로 전체 98.7% 이상의 높은 점유율을 보이고 있음

〈연도별 송이버섯 수급현황〉

(단위 : 톤)





구분	'75	'85	'95	'98	'99	'00	'01	'02	'03	'04	'05
생산량	774	820	211	247	147	181	78	52	80	149	36
점유율(%)	100	31	6	7	5	5	3	2	4	6	1
수입량	0	1,817	3,515	3,248	2,674	3,452	2,395	2,109	2,221	2,317	2,881
점유율(%)	0	69	94	93	95	95	97	98	96	94	99
합 계	774	2,637	3,726	3,495	2,821	3,633	2,473	2,162	2,301	2,466	2,917

자료) 임야청

II. 유통현황

1. 유통규격

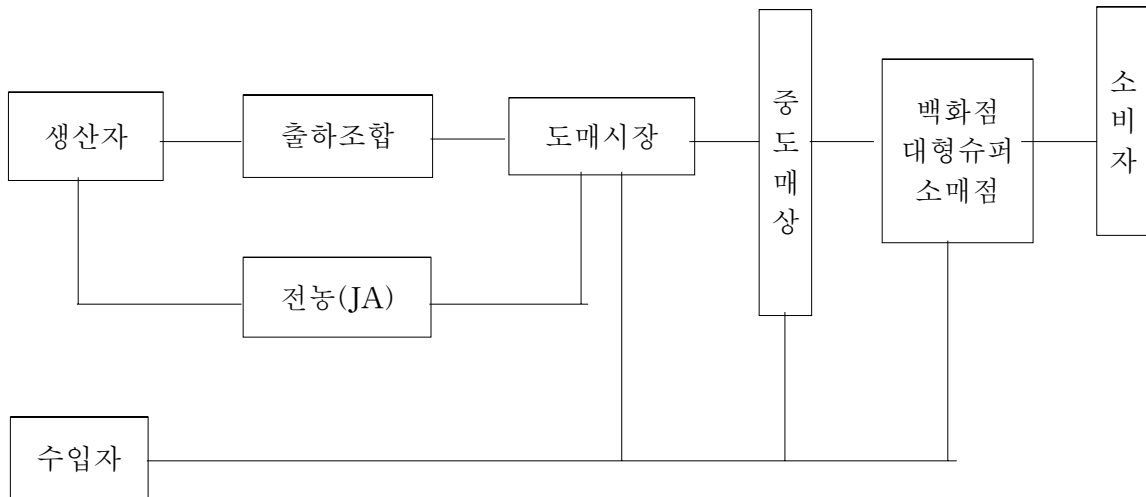
- 송이버섯의 경우 공통된 유통규격은 없지만 일반적으로 갓의 형태나 중량, 길이, 기형품 등에 따라 구분되며, 주로 아래와 같이 4가지로 분류됨

구분	등급	형상	특징
1등급품 (갓이 완전한 상태)	상 (特つぼ, 上つぼ)		갓이 전혀 펴지지 않고 완전한 형태로 중량이 100g 이상인 것
	중 (つぼみ)		갓은 전혀 펴지지 않고 완전한 형태이나 중량이 50g이상 100g 이하인 것
	하 (ころ)		갓은 전혀 펴지지 않고 완전한 형태이나 중량이 50g미만의 것
2등급품 (갓이 半開한 상태)		 (中つぼ)	한군데라도 송이의 갓부분이 줄기와 떨어져 있는 상품
3등급품 (갓이 펴진 상태)		 (上ひら, ひらき)	송이의 갓과 줄기가 붙어 있지는 않지만 갓의 가장자리가 오므라들어 있는 것(上ひら), 또는 갓이 완전히 펴져 있는 것(ひら키)
규격외 품			벌레먹은 것, 파손품, 기형품 등

2. 송이버섯 유통경로

- 일본산 송이의 경우는 출하조합이나 전농(JA)을 통하여 주로 도매시장에 출하를 하며, 입찰을 통해 판매되고 있음. 상장수수료는 채소와 마찬가지로 8.5% 정도이며 선도가 생명인 송이버섯 특성상 매매방식은 약 7할 이상이 선취매매로 이루어짐. 상품성이 좋지 못한 상품은 경매를 통해 판매되는 경향이 있음.
- 수입산의 경우는 물량이 많을 때는 도매시장을 통해 상장되는 경우가 가장 많으나, 물량이 소량일 때는 중도매상으로 직접 판매되거나 백화점, 슈퍼 등 최종 판매망으로 유통되는 경향이 있음

〈송이버섯 유통경로〉



3. 가격동향

- 일본의 송이버섯 도매가격은 매년 등락의 폭이 매우 큰 편인데 이는 일본 국내생산('03년 80톤)이 매우 저조하여 수입('03년 2,221톤/일본 생산량의 28

배) 의존도가 매우 높아, 도매시장 대부분의 물량을 차지하고 있는 수입산이 기후 등 외적요인에 따라 생산량의 굴곡이 심하기 때문임

□ 동경시장

- 2005년 동경도 중앙도매시장의 송이버섯 거래물량은 354톤으로 전년(341톤) 대비 3.8% 상승한 것으로 나타났으며 1kg당 단가는 5,869엔으로 전년대비 16% 하락하였음

〈동경도 중앙도매시장 연도별 거래현황〉

구 분	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년 (전년대비)
물량(톤)	430	574	356	329	346	341	354(103.8%)
단가(엔/kg)	8,076	5,868	8,929	7,177	7,226	6,991	5,869(84%)

- 2005년의 동경도 중앙도매시장의 주요 수입국별 전년대비 거래현황을 보면 중국, 북한의 거래량이 증가하여 강세를 보이고 있는 것으로 나타남

〈최근 동경도 중앙도매시장 주요국별 거래현황〉

구 분		중 국	캐나다	북 한	한 국	미 국	일본 (이와테현)	계
2005	물량(톤)	211	18	74	9	15	9	354
	단가(엔/kg)	4,796	6,145	3,756	15,544	7,233	24,636	5,869
2004	물량(톤)	178	54	25	12	53	3	341
	단가(엔/kg)	6,259	4,505	6,549	16,118	4,547	32,983	6,991
2003	물량(톤)	202	60	19	16	28	2	346
	단가(엔/kg)	6,006	5,119	5,311	18,109	6,010	43,352	7,226

- 월별 거래현황을 보면 8~10월 사이의 거래량(315톤)이 전체물량(354톤)의 약 89%를 차지하고 있어 이 시기에 집중적으로 출하되고 있음을 알 수 있음

〈동경도 중앙도매시장 월별 거래현황(2005)〉

구 분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
물 량(톤)	-	-	-	-	-	-	17	79	168	68	17	5	354
단가(엔/kg)	10,325	-	-	-	517,475	33,073	5,710	3,880	4,675	10,957	6,760	4,037	5,869

□ 오사카시장

- 거래물량이 가장 많은 오사카시장의 경우는 2005년 거래물량이 546톤으로 전년대비 37% 증가하였으며, 1kg당 단가는 4,547엔으로 전년대비 30% 하락한 것으로 나타났음

〈오사카 중앙도매시장 연도별 거래현황〉

구 분	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년(전년대비)
물량(톤)	504	638	410	389	373	398	546(137.2%)
단가(엔/kg)	7,797	5,660	8,336	6,722	6,455	6,485	4,547(70.1%)

- 2005년 오사카 중앙도매시장의 주요 수입국별 거래를 보면 중국산이 57%, 북한이 33%로 2개 국가의 합계가 90%를 차지하고 있음

〈2005 오사카 중앙도매시장 주요국별 거래현황〉

구 분		중 국	캐나다	북 한	한 국	미 국	일본 (야마가타)	기타	계
2005	물량(톤)	304	7	181	23	14	1	16	546
	점유율	56.7%	1.3%	33.2%	4.2%	2.6%	0.2%	1.8%	100%
	단가(엔/kg)	4,365	4,963	3,249	14,117	5,092	54,020	-	4,547

- 월별 거래현황을 보면 8~10월 사이에 484톤이 거래되어 전체 거래량(546톤)의 약 88.6%를 차지

〈 2005 오사카 중앙도매시장 월별 거래현황 〉

구 분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
물량(톤)	1	-	-	-	0	0	26	131	252	101	27	9	546
단가 (엔/kg)	3,044	-	-	-	40,432	25,864	5,830	3,594	3,196	8,335	6,319	3,424	4,547

Ⅲ. 소비동향

1. 일반 소비현황

- 일본의 송이버섯 소비는 주로 가정용과 업소용으로 구분되며 고급업소에서 는 일본산과 한국산이 주로 사용됨
- 송이는 고가로 인해 주로 적은 양으로 향을 내는데 많이 사용되고 있으며, 얇게 썰어 밥을 지을 때 함께 넣어 짓는 송이밥을 비롯해, 구이, 튀김, 국, 전골 등 다양한 용도로 이용되고 있음
- 일본의 송이버섯 소비량은 2000년까지는 연간 3,000톤대의 소비를 보여 왔으나, 2001년부터는 감소하여 2,000톤대를 보이고 있음. 05년도의 1인당 연간 소비량(총 소비량÷ 총 인구수로 산출시)은 약 23g 정도임

〈연도별 소비현황〉

구 분	'95년	'96년	'97년	'98년	'99년	'00년	'01년	'02년	'03년	'04년	'05년
총소비량 (톤)	3,726	3,061	3,331	3,495	2,821	3,633	2,474	2,161	2,301	2,466	2,917

주) 총소비량은 일본 생산량에 수입량을 합한 수치임

2. 지역별 소비현황

- 동경과 오사카 중앙도매시장에서 거래된 물량을 비교해 보면 동경 중앙도매시장이 '05년도 354톤이고 오사카 중앙도매시장이 546톤으로 관서지역(긴키권)의 소비량이 다소 많은 것으로 조사됨

- 긴키지역에서 소비가 많은 이유는, 수도권외의 경우 송이의 갓이 피지 않은 것을 선호하지만, 긴키지역의 경우는 구이용, 우동 등의 서민적인 요리의 식재로서 많이 사용되기 때문에 갓이 피어있는 송이를 이용하는데 지장이 없으므로 소비량이 많은 것으로 보여짐('05년 동경 도매시장단가는 5,869엔/kg인 반면, 오사카시장은 4,547엔/kg)

IV. 수입현황

- 일본의 송이버섯 시장은 일본 자체 생산량이 미미하고 가격변동이 심하여 그 동안 일본산과 품질면에서 그다지 차이가 없는 한국산을 중심으로 시장이 형성되어 왔음
- 그러나 1993년부터 중국산과 북한산이 물량이 증가하기 시작했고 최근에도 중국산과 북한산의 계속하여 거래물량이 늘어나고 있는 추세임
- '05년 실적으로 일본으로 송이버섯을 수출하고 있는 국가는 중국, 북한, 한국, 캐나다, 미국, 모로코, 터키, 부탄, 멕시코, 부탄, 우트라이나 등임
- 일본의 송이버섯 수입시기는 7~12월이며, 8~10월(3개월) 사이에 전체 수입량의 약 80%이상이 수입되고 있음
- 수입국가 별 주 수입시기를 보면 중국의 고산지대에서 생산되는 중국산이 7월부터 시작되어 8월에 성수기를 보이고 있으며, 이어 9월에는 북한산, 10월에는 한국산과 캐나다산, 11월~12월에는 미국산 등이 성수기를 나타내어 시기별로 수급에 균형을 이루고 있는 것으로 나타남

- 2005년 국가별 수입량을 보면 중국이 1,655톤으로 전체 수입량의 57.4%를 차지하고 있으며 한국산은 128톤으로 감소추세를 보이고 있음
- 2005년의 1kg당 수입단가를 보면 한국산이 13,109엔으로 수입국중 가장 가격이 높고 북한(2,119엔)보다는 6.2배, 중국산(6,680엔)보다는 2배 높은 수준

〈연도별, 국별 수입동향〉

(단위 : 톤, 백만엔, 엔/kg)

국명	2002			2003			2004			2005		
	수량	금액	단가	수량	금액	단가	수량	금액	단가	수량	금액	단가
중국	997	4,909	4,925	1,119	5,576	4,984	1,271	6,582	5,179	1,655	6,680	4,036
북한	502	1,894	3,770	284	971	3,422	283	991	3,502	783	1,659	2,119
한국	229	2,851	12,445	147	2,073	14,116	107	1,574	14,710	128	1,678	13,109
캐나다	208	1,084	5,209	371	1,355	3,654	427	1,385	3,244	121	587	4,851
미국	73	413	5,661	182	752	4,130	195	698	3,579	108	566	5,241
기타	100	318	3,179	118	444	3,763	34	112	3,294	86	288	3,349
합계	2,109	11,468	5,437	2,221	11,171	5,031	2,317	11,342	4,895	2,881	11,458	3,977

자료) 일본 재무성 무역통계

□ 국가별 시장점유율

- 국가별 수입액을 보면, '05년의 경우 중국산이 6,680백만엔으로 전체 수입액의 58.3%를 차지하였고, 이어 한국산 14.6%, 북한산 14.5%, 캐나다산 5.1%, 미국산 4.9%로 나타남
- 한국산의 경우는 '99년에는 5,344백만엔으로 전체 수입액의 34.5%를 차지하였으나, 이후 감소추세를 보이며 2005년에는 1,678백만엔으로 전체 수입액의 14.6%를 차지함

〈 국별 수입액 및 시장점유율 〉

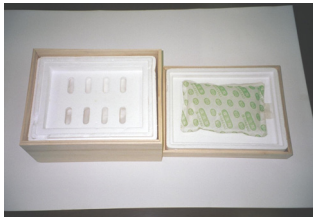

(단위 : 백만엔, %)

국명	2001		2002		2003		2004		2005	
	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율
중국	9,175	57.9	4,909	42.8	5,576	49.9	6,582	58.0	6,680	58.3
북한	1,180	7.5	1,894	16.5	971	8.7	991	8.7	1,659	14.5
한국	2,964	18.7	2,851	24.9	2,073	18.6	1,574	13.9	1,678	14.6
캐나다	1,768	11.2	1,084	9.5	1,355	12.1	1,385	12.2	587	5.1
미국	475	3.0	413	3.6	752	6.7	698	6.2	566	4.9
기타	273	1.7	318	2.8	444	4.0	112	1.0	288	2.5
합계	15,835	100.0	11,468	100.0	11,171	100.0	11,342	100.0	11,458	100.0

V. 수입산 유통현황

1. 송이포장 사례

- 한국산 수출용 포장용기는 거의 1kg 스티로폼 박스를 사용하고 있으며, 최근에는 최상품의 경우 1kg 스티로폼 박스 4개를 다시 골판지 상자에 넣어 2중 포장하는 방법이 시도되고 있음

포장형태	포장규격	세부내용
	1kg들이	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국산 송이의 경우는 수입 시 대부분 1kg들이 스티로폼 용기를 사용하고 있으며, 스티로폼 박스 외부에 나무상자가 있으나 이것은 선물용으로 일반적인 상품의 경우 나무상자는 없음 ○ 오른쪽 물주머니처럼 생긴 것은 축냉제로 운송시 선도를 유지하기 위해 왼쪽의 구멍난 스티로폼 위에 올려놓은 상태로 운송됨
	„	<ul style="list-style-type: none"> ○ 여름송이이기 때문에 상품성이 다소 떨어지며, 사이즈도 일정하지 않으나 여름철에는 이 정도의 상품이면 일본 도매시장에서도 상등품으로 취급되고 있다고 함

2. 수입산 규격

- 수입송이에 대해서도 일괄적으로 정해진 규격은 없으며, 통상적으로 아래와 같이 3L, 2L, L, M, S 등 5가지로 구분하고 있음
- 길이의 경우는 어느 정도 일정하게 정해져 있지만 중량의 경우는 어느 쪽에도 속하지 않는 경우가 발생하는데 이러한 경우에는 길이와 무게를 종합적으로 판단하여 선별하고 있다고 함

구분	형상	규격	특징
3L		길이 : 17cm이상 중량 : 100g이상	1Kg에 10개 미만
2L		길이 : 14cm~16cm 중량 : 66g~83g미만	1Kg에 12~15개 정도가 들어감
L		길이 : 10cm~13cm 중량 : 35g~60g미만	1Kg에 20개 정도가 들어감
M		길이 : 8cm~10cm 중량 : 28g~33g미만	1Kg에 30~35개 정도 들어감
S		길이 : 6cm~7cm 중량 : 18g~23g미만	1Kg에 45~55개 정도 들어감

3. 수입국별 현황

□ 한국산

- 한국산의 경우는 일본산과 가장 흡사한 상품으로 수입산 중에서는 가장 인지도가 높고 가격도 가장 높은 편임
 - 일본산에 비해 가격이 1/2배 정도로 저렴하나 향과 색택을 제외하고는 거의 품질에 차이가 없어 백화점 등에서 주로 일본산과 나란히 판매되는 경우가 많음
- 일본산에 비해서는 운송에 따른 선도저하 등으로 향 및 색택이 다소 뒤떨어지나 상등품은 구분하기 힘들 정도로 품질이 우수하나 한국 국내 수요증가, 생산물량 감소 및 가격상승으로 인해 수입 물량이 많고 가격이 저렴한 중국산, 북한산, 미국산, 캐나다산 등에 밀려나고 있는 실정임
- 바이어들은 송이버섯의 경우 외관으로는 알 수 없는 송이버섯 안쪽의 벌레 먹은 상품이 많이 발생하고 있으나 한국산의 경우 이러한 벌레가 거의 없어 안심하고 거래할 수 있다며 좋은 평가를 내리고 있음
- 한국산 송이는 1kg 스티로폼 상자에 포장되어 항공편으로 수입됨
- 판매경로는 청과물 유통경로와 마찬가지로 도매시장에 공급하거나 수입자가 직접 도·소매상에 공급하는 두가지 형태로 나누어짐



- 한국산의 경우는 대부분 상등품이 주로 수입되고 있으며 수확 시기는 6월~11월 사이이지만 가장 많이 출하되는 시기는 8월 중순~10월 중순사이임.

□ 중국산

- '05년 중국산 수입량은 1,655톤으로 일본 전체 수입량(2,881톤)의 57.4%를 차지하고 있으며 일본시장의 시세를 좌우한다고 해도 과언이 아닐 정도로 많은 물량이 들어오고 있음

- 중국의 경우 운송, 저장 등 수출 인프라가 아직 부족하여 불안정한 요소가 많음. 특히 주산지인 운남성, 사천성 등지에서 인근 공항까지 운송되는데 소요되는 시간이 길뿐만 아니라 공항에서 살충을 위해 훈증하는데 하루가 걸리는 등 선도가 가장



중요시되는 송이의 향, 선도, 색택을 떨어뜨려 일본시장에서 제값을 못 받는 결과로 이어지고 있음

- 또한, 일본산이나 한국산과 비교시 상품성이 매우 떨어지며, 규격도 고르지 않는 등 일본에서도 중국산은 가장 저렴한 슈퍼에서 팔리고 있으며, 가격도 한국산의 1/4정도로 저렴한 가격으로 팔리고 있는 실정



- 일본시장에 입하되는 상품형상은 갓이 퍼지지 않은 상등품이 약 50%, 갓이 퍼진 상태의 하등품이 50%정도 입하되고 있음. 수확 시기는 6~11월 사이이며, 8월에 가장 많이 수확됨

□ 북한산

- 북한산은 향, 형상이 한국산과 거의 유사하여 시장 관계자들의 평판이 좋은 편이나 생산량이 불안정하고 운송 등 인프라가 구축되어 있지 않아 다소 불편한 점이 있음

- 일본에서는 1970년대에 조리용으로 북한산 염장송이를 수입한 적이 있었으나 북한산만 수입 하다보니 품질불량, 단가상승 등 불합리한 점이 부각되자 업계에서는 새로운 공급지를 중국 등지로 확대해 나갔음.



그 결과 1985년부터 중국산 송이 개발을 착수해 현재 최대물량을 중국으로부터 수입하고 있는 실정임

- 북한산의 경우 생산량이 많은 시기에는 비행기를 전세 내어 일본 나고야공항으로 공수할 정도로 열성적이었으나 미사일발사 등 정치적인 영향으로 중단되었음. 북한의 경우 송이버섯이 외화벌이의 최대상품으로 여겨짐
- 수확시기는 7~10월 사이이며, 가장 많이 출하되는 시기는 8월중순~10월중순 사이

□ 캐나다산 및 북미산

- 캐나다 및 북미산 송이버섯은 아시아처럼 적송에 군생하는 것이 아니라 분비나무(Hemlock)에 군생하며, 색깔은 흰색을 띠고 있으며, 향이 약한 편임. 육질은 다소 단단하며 둥근 형태임
- 캐나다의 주산지인 브리티시 콜롬비아주의 테라스, 베라쿠라, 파우웰리버

등지이며, 미국의 경우는 오리곤주, 워싱턴주, 캘리포니아주 등임. 생산 시기는 캐나다산이 8~11월, 미국산은 10~12월 사이

- 캐나다산의 경우는 포장을 발포 스티로폼 박스에 보냉제를 넣어 항공우송하고 있으며, 대체적인 수입등급 비율은 1등급 25%, 2등급 5%, 3등급 20%, 4~6등급 50% 수준이라고 함



□ 일본 교토산

- 아래의 상품은 일본 내에서도 최상품으로 주로 선물용으로 판매되고 있음. 성수기는 9월말~10월말로 주문을 하면 냉장택배로 1일 정도면 배달됨. 교토에 소재하고 있지만 전국으로부터 주문이 들어오고 있음

버섯류 해외시장 동향

구 분	상품형상	중 량	소매가격	비 고
3등급품 (ひらき)		300g	30,000円	쿄토산으로 갓은 껴진 상태이지만 상품성은 좋은 편임
2등급품 (中つぼ)		300g	50,000円	갓이 절반 정도 껴진 상태이며 요리에는 1등급품과 거의 차이가 없음
1등급품 中 (つぼみ)		500g	100,000円	1등급품 중에서도 약간 갓이 껴지거나 사이즈가 일정하지 않은 상품임
1등급품 上 (上つぼ)		750g	150,000円	갓이 오므려진 상태로 사이즈도 일정한 상품임
1등급품 特上 (特つぼ)		1kg	200,000円	갓이 오므려져 있으며, 사이즈도 일정하고 중량도 많이 나가는 등 송이 상품중 특상품임

VI. 수입관리제도

1. 품목분류 및 관세율

- HS NO. : 0709-59-010(송이버섯/신선)
- 관세율 : 기본세율 5%, 협정세율 3%
- 일본의 경우 송이버섯은 수입자유화 품목으로 특별한 규제사항이 없음

2. 식물방역 법에 의한 검역

- 검역기관은 식물방역소로 외국에서의 곤충, 벌레 등 유해동물의 세균이나 유해식물의 반입을 방지하기 위한 것으로 모든 수입농산물이 검역대상이 됨

3. 식품위생법에 의한 검사

- 검사기관은 식품위생감시사무소(노동후생성 산하)로 식품류 위생상 위해발생을 방지하기 위하여 식료품 등의 수입 시 검사를 실시하며, 이 또한 수입자나 통관업체가 수입신청서를 식품위생감시사무소에 제출하면 식품위생감시사무소는 해당 수입품의 신청서와 첨부서류로 심사를 하게 됨
- 실제 시험검사의 실시여부는 감시원의 판단이며, 만일 검사결과 불합격되면 수입자체가 불가능함. 일반적으로 노동후생성이 지정한 민간검사소의 검사결과로 검사를 대신하기도 함

Ⅶ. 한국산 수출확대방안

1. 현지시장 여건

- 최근 일본의 송이버섯 수입규모는 '05년의 경우 2,881톤으로 증가추세를 나타내고 있으며 한국의 생산량이 모두 들어온다 해도 그다지 영향을 받지 않을 정도로 시장규모가 큰 편임
- 일본의 장기불황으로 대부분의 농산물이 하락세를 면치 못하고 있으며, 송이버섯의 경우도 시세가 좋았던 1990년대 초반의 경우는 한때 1kg당 평균 수입단가가 1만엔 수준을 보인 때도 있었으나 1990년대 중반 이후 저가의 중국산이 대량 공급되면서 평균 수입단가가 4천엔~6천엔 수준
- 한국산의 경우는 일본산에 못지않을 정도로 향이 좋고 상품성도 뛰어나 수입산 중에는 최고 상품으로 인식되어 있지만 한국 전체 생산량이 일본 수입규모의 4.4% 수준으로 안정적인 공급에 우려를 표명하는 바이어들이 많음
- 수입단가의 경우도 한국산의 경우 중국산보다 3~4배, 북한산보다는 4~5배 정도 비싸기 때문에 가격 경쟁력이 약화되고 있으며, 일본의 경기불황과 맞물려 한국산이 점점 자리를 잃어가고 있는 추세임
- 한국산의 경우 가격경쟁력의 약점에도 불구하고 상품성이 뛰어나기 때문에 어느 정도 안정적인 공급만 이루어진다면 아직도 한국산을 찾는 수요는 많은 것으로 기대됨

2. 수출확대방안

- 한국산 송이버섯의 경우는 생산량에 한계는 있으나 선도 및 상품성이 뛰어나 저가의 중국산과는 어느 정도 차별화가 되어있는 만큼 이러한 장점을 최대한 활용하여 고급마켓을 상대로 최상의 상품을 공급할 수 있도록 수집, 운송, 판매과정을 최대한 단순화할 필요가 있음
- 안정적인 수출을 위해서는 물량공급이 가장 중요하므로 이를 해결하기 위해서는 산림의 황폐화 방지, 채취인력 부족 해소 모색, 세심한 송이 관리 등 국내 생산여건 조성도 중요한 과제임
- 송이버섯은 선도가 생명인 만큼 선도를 최대한 유지시키기 위한 포장용기 개발, 축냉제 개발 등이 시도되어야 하며, 한편 국내 수확시도 상품성을 훼손하지 않도록 채취봉지를 개발하는 등 다양한 연구가 필요함

〈참고〉 바이어 리스트

업 체 명	주 소	연 락 처	담 당 자
(株)ワタリ	東京都府中市宮町1-40	TEL: 042-369-8300	
東京丸果貿易(株)	東京都中央区築地2-15-14	TEL: 03-3541-3836	
エバーフレッシュ(株)	東京都台東區駒形2-1-27	TEL: 03-5492-3822	
京英ランド(株)	東京都大田區東海3-8-3	TEL: 03-5492-3733	藤江常雄
五洋食品(株)	東京都中野區新井2-28-5	TEL: 03-3319-6667	
日東貿易(株)	東京都台東區上野5-15-14	TEL: 03-5818-3741	
(株)中日物産	東京都葛飾區立石4-32-4	TEL: 03-5670-5722	
佳林貿易(株)	東京都中央区日本橋箱崎町 15-5	TEL: 03-5652-1020 FAX: 03-5652-1021	金光塚
H&F International	東京都港区海岸1-6-1-224	TEL: 03-5402-7815 FAX: 03-3432-3015	平井朋來
(株)トマトファーム	東京都中央区新川2-8-6	TEL: 03-3537-6490 FAX: 03-3537-6491	福島みどり
伊藤忠商事(株)食品 流通第2部食品開發課	大阪府中央区久太郎町 1-4-2, M&Nビル	TEL: 06-6271-3822 FAX: 06-6241-4590	中島健太
トクス(株)	鳥取縣鳥取市行徳1-103	TEL: 0857-23-1611 FAX: 0857-23-0425	武田治郎衛門

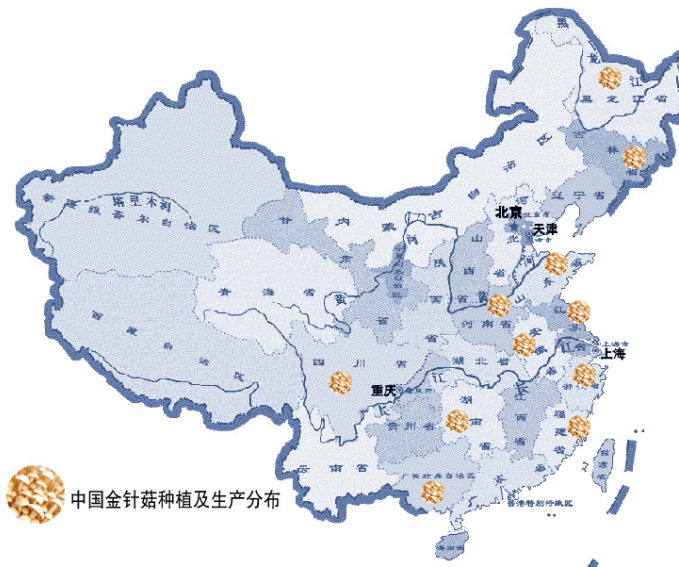
2. 중국 핑이버섯

I. 생산동향

1. 팽이버섯 재배규모

- 중국의 팽이버섯 연간 생산량은 50만 톤 내외로 중국 북쪽의 흑룡강성 일대 부터 남쪽의 운남성, 동쪽의 강소성부터 서쪽의 신장까지 모두 팽이버섯의 성장에 적합
- 팽이버섯은 재배분포가 넓은 품목이나 비교적 재배가 집중된 지역은 복건, 하남, 산둥, 사천, 호남, 강소, 안휘, 절강, 강서, 흑룡강, 길림성 등

<중국 지역별 팽이버섯 생산 분포도>



2. 주요 생산기지

- 중국은 현재 식용균 생산縣이 500개이며 그중 생산액이 1억 위안 이상 縣이 100여곳 정도이며 그중에서도 비교적 규모가 큰 생산기지로는 하남성 칭핑현(河南省 淸丰縣), 길림성 왕칭현(吉林省 汪淸縣), 강소성 진탄현(江蘇省 金壇縣) 등
- 복건성은 중국 팡이버섯 재배 및 생산규모가 가장 큰 省이며 팡이버섯의 연간 생산량이 19만 톤 내외에 이룸

〈팡이버섯 주요 생산기지 현황〉

지 역	주요 생산기지
하남성	淸丰縣、太康縣、西峽縣、丁河鎮、陳陽坪鄉
길림성	汪淸縣、蛟河市、天橋嶺鎮、黃松甸鎮、黃泥河鎮
요녕성	岫岩滿族自治縣
강소성	金壇縣、沭陽縣
산둥성	定陶縣、冉堦鎮、馬集鎮
복건성	古田縣
호남성	靖州苗族侗族自治縣
사천성	金堂縣、中江縣、淸江鎮

3. 생산통계

- 중국 식용버섯 전체생산량은 '05년 기준 1,334만톤('04년 대비 13%↑)이며, 매년 꾸준히 생산량 증가하고 있음. 그 중 팡이버섯은 약 6% 인 83만톤 차지(매년 10% 이상 증가추세)

〈중국 식용버섯의 연도별 생산량〉

(단위 : 만톤)

연 도	'03	'04	'05
식용버섯(전체)	1,038만 톤	1,183	1,334
팡이버섯(비율)	64만 톤(6.2%)	71(6.0%)	83(6.2%)

자료원) 農業部 信息中心

4. 주요 재배품종

- 인공재배하는 팡이버섯은 버섯출아의 속도, 시간으로 조생형과 만생형으로 나뉘고 발생 온도에 따라 저온형과 고온형으로 나뉘며 자실체가 발생의 과다에 따라 세밀(細密)형과 조희(粗稀)형으로 나뉜다

□ 三明 1號

- 보편적으로 재배되는 품종으로 菌絲성장이 빨라 7일이면 관을 채우고 25~30일이면 균사가 자라 병이나 주머니를 꼭 채움
- 버섯이 성숙도가 빠르고 재배주기가 짧아 70~80일이면 전체 재배주기가 완성됨. 생산량이 높고 품질이 우수하고 균일하며 색채가 양호
- 인체에 필요한 8가지 아미노산 함량이 전체 아미노산 함량의 44.5% 차지할 정도로 많으며 온도에 잘 적응하여 3~21℃에서 모두 성장할 수 있음. 저항성이 강해 병든 버섯과 기형 버섯이 적음

□ 濃色品 계열 007、008

- 어린 버섯균은 담황색에서 황갈색을 띠며 윗부분은 색깔이 연한 백색부터 황색을 띠며 아랫부분은 금황색부터 암갈색이며 갈색의 털이 있음

- 저항성이 강하고 접종 후 균사(菌絲)의 생장이 빨라 생산량이 비교적 많은 품종으로 생장과정에 약한 광선(5~10럭스)만 있으면 되고 버섯 색깔은 광선의 조도에 따라 짙어짐. 짙은 색 팽이버섯은 윗부분이 연하고 버섯 자루부분이 바삭하며 향기가 진함

□ 白色品 계열 F21

- 절강성 江山市 미생물 연구소에서 육중한 품종으로 길이가 15~23cm 정도 백색품종은 광선에 민감하지 않으며 비교적 강한 직사광선에서도 자실체가 백색을 띠고 광채가 있어 통조림용, 염장 가공용 수출용으로 적합
- 그러나 균사의 생장이 늦고 저항성이 떨어짐. 병, 주머니 재배시 균사의 영양흡수가 어려우며 생장기간 동안 이산화탄소에 대한 내구력도 약함. 바람이 잘 통하지 않은 환경에서 싹은 많이 트지만 생산량이 적고 기형이 되거나 썩기 쉬움. 맛이 담담하여 국내 판매시 濃色品 계열 팽이버섯에 비해 인기가 적음

□ 雜 19

- 복건성 三明眞菌연구소에서 육중한 것으로 버섯체가 백색에서 옅은 황색, 하부는 황색에서 옅은 갈색이며 균사(菌絲)생장온도는 3~30℃ 적합. 자실체(子實體) 형성온도는 3~18℃

□ 苏金 6号

- 강소성 미생물연구소에서 육중한 것으로 백색에서 옅은 황색, 황색을 띠며 균사(菌絲)의 생장온도는 22~24℃, 자실체(子實體) 형성온도 3~20℃, 적합온도는 13~15℃ 내외

□ FU088

- 하북성 미생물연구소가 해외에서 도입 육종한 것으로 순백색이고 균사(菌絲)생장온도는 3~30℃, 자실체(子實體) 형성온도는 3~18℃이며 12℃내외가 가장 적합

5. 팡이버섯 생산특징

- “기지+회사+농가” 형태가 주요 모델로 현재 중국 팡이버섯 생산모델은 “3위 1체”의 형태를 나타내고 있는데, 즉 1개 재배기지에 다수회사가 책임지고 시장에 상품을 판매하고 생산은 생산기지의 농민에 의존하는 형태
- 버섯이 주기적인 생산이 되지 않고 단기간에 집중적으로 출하되어 과다출하로 인한 시장의 혼란을 초래하기 쉬우며, 일반버섯의 비율이 많고 고급버섯의 비율이 적음
- 일부지역의 경우 생산기술이 떨어져 팡이버섯 품질요구를 만족시키지 못하고 있음. 또한 대다수 기업의 생산규모가 작고 생산원가가 높아 경쟁력이 낮음

6. 팡이버섯 생산추세

- 수공업식 생산에서 설비를 갖춘 체계화, 표준화로 전환되고 있어 생산효율성이 높아지고 있음
- 생산형 농장이 나타남에 따라 생산규모가 증대되기 시작함. 일반적으로 규모가 큰 농장은 1일 10톤 내외를 생산

- 농장에서 체계적으로 생산된 팽이버섯은 품질이 균일하고 포장이 통일되어 높은 시장경쟁력을 지니고 있음

7. 대표적인 팽이버섯 생산기업

□ 상해푸둥 텐추버섯유한회사(上海浦东天厨菇业有限公司)

- 동 기업에서 생산하는 “텐추 1호” 팽이버섯은 색깔이 희고 품질이 양호하며 농약, 비료 등을 사용하지 않은 녹색 무공해 제품으로, 생산 후 진공포장, 냉장운송 체계를 거쳐 매일 시장에 출하하고 있음
 - 연간 판매량이 2,000톤에 달하고 미국과 캐나다, 유럽, 오세아니아, 동남아시아, 홍콩 등에 수출되며, 5성급 호텔에도 납품을 하고 있음
 - 농업폐기물을 원료로 생물작용을 거쳐 식용할 수 있는 우수 제품을 생산하고 있으며, 식용버섯으로 간식 및 보건식품을 생산하기도 하였음
- * “텐추1호” 팽이버섯은 ‘01년 상해에서 처음으로 <안전위생 우수농산품>인증 통과

□ 하북 링서우縣 식용균협회(河北灵寿县食用菌协会)

- 링제 브랜드(灵洁牌)는 하북 링서우縣 식용균협회에서 등록된 상표로 주로 해외로 수출되고 있으며 링제 팽이버섯은 링서우縣 농민들의 주 소득수단임. 링서우縣은 하북성 중서부에 위치하고 있으며 식용버섯 생산농가가 13,500여 戶, 면적이 320만㎡, 연간 생산량은 5.6만 톤, 생산액이 3억 위안
- 시장의 수요에 부응하여 팽이버섯을 비롯한 다양한 식용버섯을 재배하고 있으며, 팽이버섯의 경우 재배면적은 250만㎡, 연간 생산량이 4.5만 톤으로 식용버섯 생산의 80%이상을 차지하고 광주, 북경, 홍콩, 심천, 일본 및 동남아 각국에 판매 및 수출 진행중

II. 유통현황

1. 팡이버섯의 유통경로

- 팡이버섯의 유통경로는 크게 현대식 판매매장, 음식점, 채소시장 등 3개로 나눌 수 있음
- 대도시의 경우 현대식 판매매장, 음식점, 채소시장이 전체 시장을 차지하고 있으며 그중 채소시장이 주요 유통경로임. 중소도시의 경우 채소시장이 주요 유통경로이며 현대식 매장은 작은 일부분을 차지하고 있음

2. 유통경로별 특징

□ 현대식 매장

- 현대식 매장은 대형 할인매장, 슈퍼 등을 말하며, 동 경로는 타 매장과의 차별화를 위해 신선상품 부문을 강화하고 있음. 대부분 생산농장을 지정하여 그곳에서 제품을 구매하는 형태를 취하고 있음
- 동 경로의 특징은 유통원가가 높고 유통주기가 상대적으로 길어 상품손실이 큼. 유통량이 적어 브랜드 인지도가 낮고 팡이버섯과 기타 버섯류를 합쳐 판매하는 경우도 있음. 영업시간이 길고 구매환경이 좋아 대도시 등의 소비경로에 적합

□ 음식점

- 대형호텔, 식당, 체인화된 음식점에서는 일반적으로 지정된 재배기지에서 팡이버섯을 공급받고 중, 소 음식점은 주로 도매시장 혹은 채소시장에서 구

매하는 형태가 일반적임. 음식점의 경우 구매가 원활하고 일정한 것이 특징

- 중국에는 샤브샤브 식당이 많고 특히 겨울철에 샤브샤브를 애용하는 중국인이 많아 팡이버섯이 대량으로 소비되고 있음

□ 채소시장

- 채소(도매)시장은 팡이버섯 판매의 주요경로로 유통주기가 짧으며 유통량이 많아 교역원가가 낮은 특징이 있음. 도매시장의 팡이버섯은 포장된 제품과 산물형태가 있으며 제품이 신선하고 품종이 다양함

3. 한국산 팡이버섯 유통현황

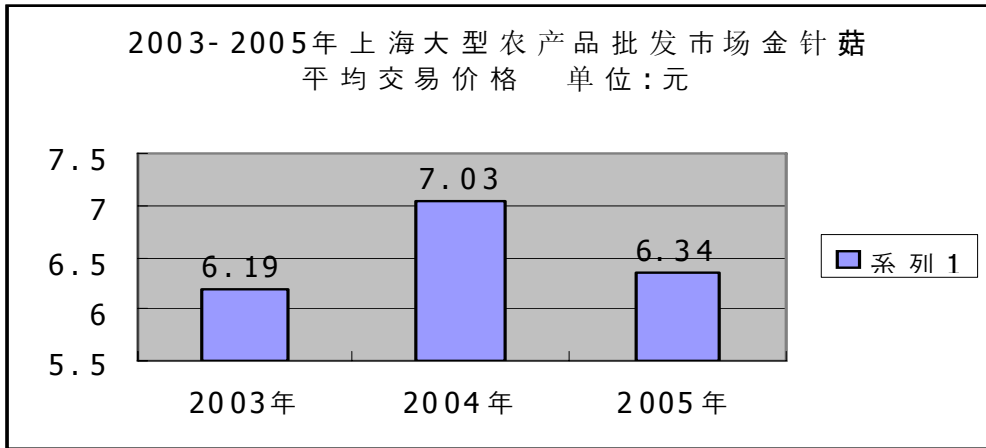
- 한국산 팡이버섯은 현재 충북지역에 소재한 도레미 업체를 비롯한 4개 생산업체에서 연합하여 중국으로 수출하고 있음
- 한국산 팡이버섯은 상해에 소재한 팡이버섯 전문 도매업체를 통해 수입되고 있으며, 수입된 팡이버섯은 상해 일대를 포함하여 하얼빈, 북경, 천진 등 북방지역의 버섯 도,소매시장으로 판매되고 있음

Ⅲ. 팡이버섯의 시장동향

1. 상해 대형농산물도매시장 팡이버섯 가격동향

- 상해상업정보중심의 조사에 의하면 '03~'05년 상해 주요 대형 농산물도매시장의 팡이버섯의 kg당 평균가격은 아래와 같음

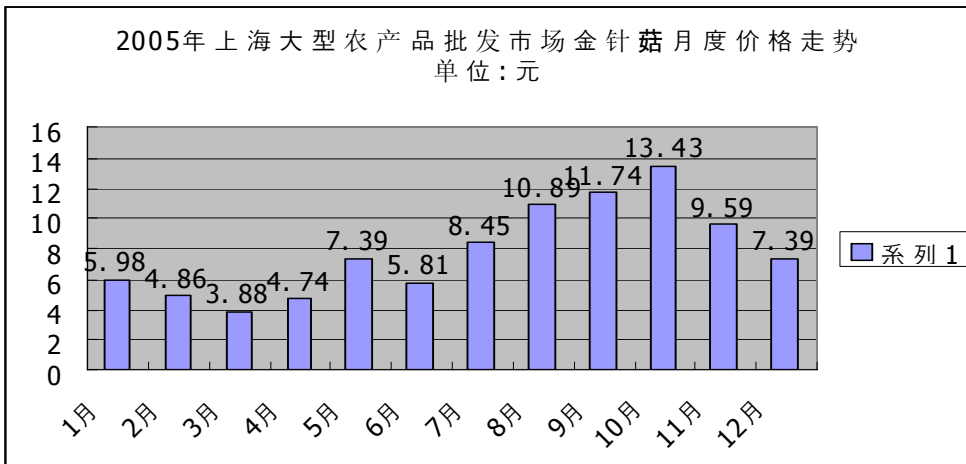
〈'03~'05년 상해 대형농산물도매시장 팡이버섯 평균 거래가격〉



자료) 上海商情信息中心

- '05년 상해 대형 농산물도매시장 팡이버섯의 월별 kg당 평균 거래가격은 4~13위안 정도임

〈'05년 상해 대형농산물도매시장 팡이버섯 월별 거래가격〉

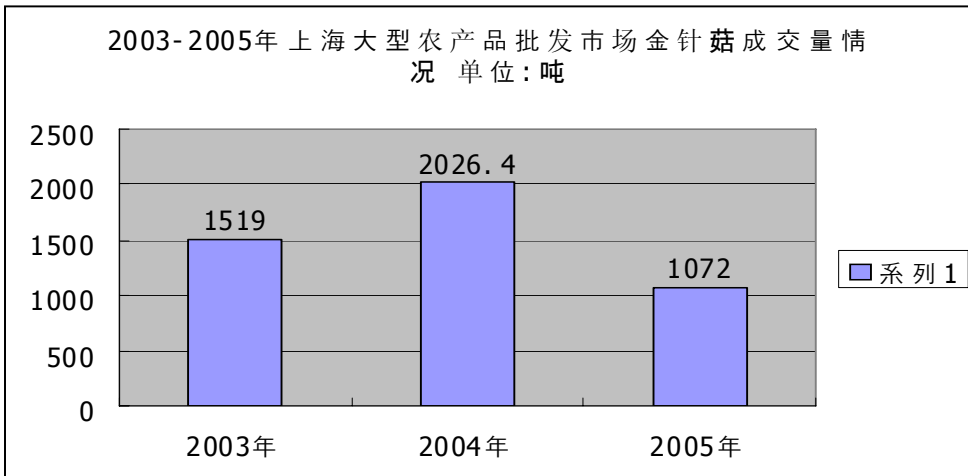


자료) 上海商情信息中心

2. 상해 대형농산물도매시장 팡이버섯 거래동향

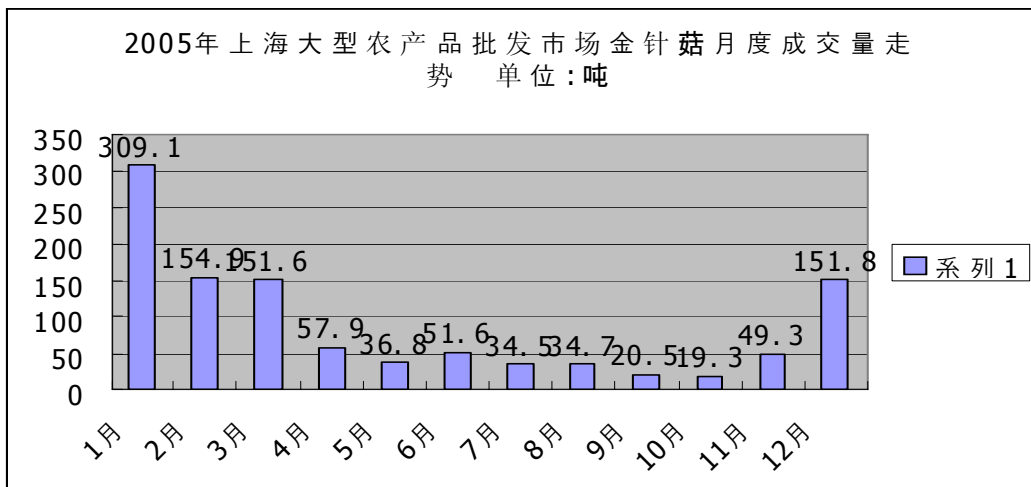
- '03~'05년 상해 주요 대형 농산물도매시장의 팡이버섯 연평균 및 월평균 거래량은 다음과 같음

〈'03~'05년 상해 대형농산물도매시장 팡이버섯 연평균 거래량〉



자료) 上海商情信息中心

〈'05년 상해 대형농산물도매시장 팡이버섯 월별 거래량〉



자료) 上海商情信息中心

3. 주요상품 판매현황


□ 대형할인매장 판매상품

	구 매 처	화론히슈퍼(華聯賣場)
	제 품 명	泗涇金針菇
	생 산 자	上海泗涇農副產品配銷有限公司
	규 격	110g
	가 격	3.0元
	포 장	pp재
	구 매 처	화론히슈퍼(華聯賣場)
	제 품 명	白 팡이버섯
	생 산 자	-
	규 격	140g
	가 격	4.14元
	포 장	pp재
	구 매 처	화론히슈퍼(華聯賣場)
	제 품 명	황 팡이버섯(黃金針菇)
	생 산 자	-
	규 격	134g
	가 격	3.4元
	포 장	pp재
	구 매 처	까르푸
	제 품 명	황 팡이버섯(黃金針菇)
	생 산 자	綠之谷農產品有限公司
	규 격	200g
	가 격	4.5元
	포 장	pp재

	구 매 처	세기렌화(世紀聯華)
	제 품 명	盒裝白金針菇
	생 산 자	-
	규 격	200g
	가 격	5.5元
	포 장	pp재
	구 매 처	까르푸
	제 품 명	白金針菇
	생 산 자	綠之谷農產品有限公司
	규 격	200g
	가 격	2.6元
	포 장	pp재
	구 매 처	러꺼우매장(上海樂購賣場)
	제 품 명	特選白雪金菇
	생 산 자	上海福茂食用菌有限公司
	규 격	145g
	가 격	2.84元
	포 장	pp재
	구 매 처	까르푸
	제 품 명	四合一食用菌
	생 산 자	綠之谷農產品有限公司
	규 격	500g
	가 격	7.2元
	포 장	pp재

□ 대형 도매시장 판매상품

	구 매 처	상해 차오안(曹安) 도매시장
	제 품 명	天州金針菇
	생 산 자	-
	규 격	100g
	가 격	1.0元
	포 장	pp재

	구 매 처	상해 차오안(曹安) 도매시장
	제 품 명	天廚一號
	생 산 자	上海浦東天廚菇業有限公司
	규 격	150g
	가 격	2.0元
	포 장	pp재

□ 한국산 판매상품

	구 매 처	상해 차오안(曹安) 도매시장
	제 품 명	KEMC
	생 산 자	-
	규 격	150g
	가 격	2.0~2.5元
	포 장	pp재

IV. 소비현황

1. 소비특징

- 요리가 발달한 지역은 팽이버섯의 소비도 왕성하여 샤브샤브 요리가 발달한 사천, 충칭 등은 팽이버섯의 소비량이 매우 많음. 상해상업정보중심의 통계에 의하면 팽이버섯의 소비량이 큰 도시는 심천, 사천, 상해 등 지역임.
- 동북 등 북방지역은 백색품종을 비교적 선호하고 산동, 하북 등 중부지역의 소비자들은 황색 품종을 더 선호
- 중국 농업부 신식중심의 자료에 의하면 식용버섯의 1인당 소비량은 10~12kg로 나타나고 있으나 팽이버섯의 경우 식용버섯에서 차지하는 비율이 적어 정확한 통계자료는 없음. 업계에서는 0.2~0.4kg으로 추정

〈1인당 연도별 식용버섯 소비현황〉

구분	'03	'04	'05
식용버섯(전체)	10kg	10	12.2
팽이버섯(비율)	0.2~0.4kg(3%)	0.2~0.4(3%)	0.2~0.4(2.5%)

자료원) 農業部 信息中心

- 팽이버섯은 주로 편리하고 신선하며 가격이 저렴한 재래시장에서 구매되고 있음. 최근 들어 대형매장에서의 구매비율이 점차 증가하고 있으나 대다수 소비자들은 채소 구매시 여전히 재래시장을 선택하고 있음

2. 소비추세

- 소비자들의 생활수준이 높아지고 또한 식용버섯 상품의 영양, 미용과 건강 기능에 대한 인식이 제고됨에 따라 식용버섯 제품의 소비시장이 점점 확대 추세에 있으며 소비자들의 소비관념도 종전의 건조품 위주에서 신선품 소비위주로 전환되고 있음
- 현재 시장(매장)에서 판매되고 있는 팡이버섯의 대부분은 유명 브랜드가 없어 소비자들이 브랜드에 대한 인지도가 높지 못함. 최근 일부 기업에서 자기의 브랜드로 생산하여 판매하기 시작하면서 포장이 양호하고 품질이 좋은 일부 브랜드 제품이 소비자들의 주목을 받기 시작함
- 중국에서 종종 발생하는 식품안전 사고로 소비자들의 식품안전에 대한 의식이 매우 높아지고 있으며 건강식에 대한 관심이 증대하여 녹색식품 또는 무공해 식품으로 알려진 버섯 제품에 대하여 갈수록 수요가 증가할 전망

V. 수입동향

- 중국의 팡이버섯은 HS No가 0709.5930이며 “신선 혹은 냉장 팡이버섯”으로 분류됨
- 중국산의 생산이 증가함에 따라 중국의 팡이버섯 수입물량 및 금액은 점차 감소하는 추세

〈중국의 최근 3년간 팡이버섯 수입현황〉

구 분	물량(톤)	금액(천\$)	증가율(%)
'04	765	394	7.3
'05	202	121	△69.2
'06. 4월	120	96	-

- 중국에서 수입하는 팡이버섯은 주로 한국, 대만에서 수입되고 있으나 대부분 중국 현지산이 유통되고 있으며 수입산의 유통량은 그다지 적은 편임
- '05년의 경우 전체 수입물량 및 금액은 크게 감소하였으나 한국산은 '06. 4월 수입실적이 '05년 전체 수입의 2배를 차지할 정도로 대폭 증가
- '04년의 겨우 대만산 수입 비중이 절대적이었으나 '05년 중국시장 진출 이후 한국산이 점진적으로 수입비중을 늘리고 있음

〈최근 3년간 국가별 수입현황〉

국가명	'04			'05			'06. 4월		
	물량(톤)	금액(천불)	금액증가율(%)	물량(톤)	금액(천불)	금액증가율(%)	물량(톤)	금액(천불)	금액증가율(%)
한국	-	-	-	60	48	-	120	96	-
일본	-	-	-	6	3	-	-	-	-
대만	765	394	7.3	136	70	△82.2	-	-	-
계	765	394	7.3	202	121	△69.2	120	96	-

VI. 통관제도

1. 관세율 : 13%(증치세 13% 별도)

2. 수입규제 사항

- 팡이버섯을 수입할 때 특별한 제한조건은 없으나 위험성 병원, 해충 및 유해생물이 발견될 경우 수입을 제한함
- 수입 팡이버섯이 포장품일 경우 주의해야 할 규정으로는 <預包裝食品通則>이 있음

* 「預包裝食品通則」는 별첨 참조

VII. 수출 경쟁력 비교

- 중국에서 유통되는 팡이버섯은 대부분 중국산이며, 일부 대만과 한국에서 수입된 팡이버섯이 유통되고 있으나 그 양은 많지 않음
- 한국산 팡이버섯의 주 유통경로가 도매시장에서 거래되기 때문에 대형매장에서 판매되고 있는 중국산 팡이버섯에 비해 가격은 낮으나 도매시장에서 거래되는 기타 중국산에 비해서는 다소 높게 거래되고 있음

〈판매가격 비교〉

중국산 (대형매장)	泗泾金针菇	白 팽이버섯	黄金针菇	盒装白金针菇	白金针菇	特选白雪 金菇
중량(g)	110	140	134	200	200	145
가격(元)	3.0	4.14	3.4	5.5	2.6	2.84
단가(元/kg)	27.3	29.6	25.4	27.5	13.0	19.6
중국/한국 (도매시장)	天州金針菇	天廚一号	KEMC (한국산)			
중량(g)	100	150	150			
가격(元)	1.0	2.0	2~2.5			
단가(元/kg)	10.0	13.3	13.3~16.7			

자료) 현지매장 실사

- '05년부터 한국산 팽이버섯이 수출되기 시작하였으며, 현재 소량이기는 하지만 품질과 위생적인 측면에서 우수하다는 인식이 알려지기 시작하였음. 한국산 팽이버섯은 버섯재배의 노하우 및 우수한 재배설비로 생산하는 등 품질면에 있어서 중국산보다 양호하며 대만산과 비슷하다는 평가를 받고 있음
- 다만, 가격경쟁력에 있어 중국산에 비해 조금 비싸기는 하나 수입산이라는 브랜드로 시장에서 수용 가능한 수준으로 알려져 있음

구 분	장점	단점
품 질	· 제품이 균일하며 색택이 밝고 위생적임	-
포 장	· 포장상태가 양호함	· 포장단위가 다양하지 않음
가 격	· 대형 매장에서 거래되는 중국산 제품에 비해 가격이 싼 편	· 도매시장에서 거래되는 중국산 제품에 비해 비쌈

VIII. 수출확대방안

1. 한국산 브랜드 강조

- 중국 소비자의 경우 팡이버섯 구매 시 브랜드 개념이 약하고 중국 대다수 팡이버섯 생산기업도 아직 팡이버섯에 대한 브랜드 의식이 결여되어 있음. 또한 중국 내 빈번하게 발생하는 식품사고로 소비자들은 자국산에 비해 수입산 식품에 대해 안전성을 높이 평가하고 있으며 또한 고급식품으로 인식하고 있어 위생측면에서 우수한 한국산의 이점을 적극 홍보
- 특히 팡이버섯의 경우 수입산이 거의 없고 자국산이 대부분이며, '06년의 경우 한국산이 유일하게 수입되었음. 이런 점을 감안하여 유통, 판매시 무공해 녹색식품인 한국산 팡이버섯임을 홍보하여 소비층(거래처)을 지속적으로 확보해 나갈 경우 가시적인 수출확대를 이룰 수 있을 것으로 판단됨

2. 가격 및 품질경쟁력 확보

- 가격경쟁력을 확보하려면 수출가격을 중국 현지 판매가격에 맞추는 것이 일반적이거나 현지 판매가격으로 지속적인 수출을 이어가기란 채산성이 떨어짐. 따라서 한국산 팡이버섯의 품질과 포장차별화 및 수입품이라는 우열요소를 통해 현지 판매가격을 점진적으로 높이고, 이것이 수출가격 상승으로 이어도록 고급화 전략을 지향해야 함
- 중국 팡이버섯의 경우 설비를 갖춘 농장에서 생산되는 것에 비해 노지 생산품의 경우 대부분 품질이 떨어짐. 현재도 한국산의 품질이 우수한 것으로 평가되나 품질이 비슷한 대만산과의 경쟁을 위해 지속적인 품질개량으로 한국산 고급인식 정착 유도

3. 대도시의 대형 할인매장 입점추진

- 팡이버섯은 현재까지는 채소(도매)시장에서의 구매가 대형 할인매장에 비해 많으나, 대도시의 경우 대부분의 대형매장에 입점 되어 일반 채소시장에 비해 고가로 판매되고 있음
- 일반 도매시장에서 거래하는 물량에 비해서는 유통량이 적어 대량물량을 일시적으로 수출하기는 힘들겠지만 품질과 포장을 차별화하고 무공해 자연 식품, 수입산임을 강조할 경우 구매고객이 지속적으로 증가할 것으로 예상

4. 실력 있는 파트너 확보

- 팡이버섯의 경우 일반가공식품과 달리 유통에 있어 신선도유지가 매우 중요하므로 신속한 통관 및 냉장창고·유통망 보유 여부, 중국 도매시장 유통망 경험, 대형유통매장 입점 경험 등 우수한 파트너 확보가 수출확대를 꾀할 수 있는 지름길

[참고 : 예포장식품 라벨통칙]

1. 범 위

- 본 표준은 아래와 같은 내용을 규정하였다.
 - 예포장식품 라벨의 기본요구(제4장 참고)
 - 예포장식품라벨의 강제성표시내용(5.1 참고)
 - 예포장식품 라벨강제성표시내용 면제(5.2 참고)
 - 예포장식품 라벨의 비강제성 표시내용 (5.3 보기)
- 본 표준은 소비자에게 제공하는 전체 예포장식품 라벨에 적용한다.

2. 규범성 인용문건

- 아래 문건중의 조항은 본 표준의 인용을 통해 본 표준의 조항이 되었다. 날짜를 표시한 인용문건은 그 뒤 모든 修正單 혹은 修正版은 본 표준에 적용하지 않는다. 하지만 본 표준에 근거하여 협의를 달성한 각 방면 연구에서 최신판 사용을 권장한다. 날짜를 표시하지 않는 인용문건은 그 최신판을 본 표준에 적용한다.
 - GB 2760 식품첨가제사용위생표준
 - GB/T 12493 식품첨가제분류와 부호
 - GB 13432-2004 특수膳식용식품라벨통칙

3. 용어의 정의

- 아래 용어의 정의가 본 표준에 적용된다.

3.1

- 예포장식품(prepackaged foods)
 - 먼저 정량 포장하거나 용기속에 넣어 소비자에게 직접 제공하는 식품

3.2

- 식품라벨(food label)
 - 식품포장상의 문자, 도형, 부호와 모든 설명물

3.3

- 성분(ingredient)
 - 제조 혹은 가공식품을 사용하는 제품에 존재(성질을 바꾼 형식존재도 포함)하는 그 어떤 물질, 식품첨가제도 포함.

3.4

- 가공보조제/가공보조물(processing aid)
 - 식품성분용으로 사용되지 않고 가공, 만들거나 혹은 처리과정에 모종의 공예목적의 실현하려고 사용하는 물질(설비와 용기를 포함하지 않음)

3.5

- 생산일자/제조일자(date of manufacture)
 - 식품이 최종상품으로 되는 날짜

3.6

- 포장일자(date of packaging)
 - 식품을 포장물 혹은 용기에 넣어서 최종판매단위로 되는 날짜

3.7

- 품질보증기간(date of minimum durability)
- 최적 식용기(best before)
- 최단 적합일자(date of minimum durability)
 - 예포장식품의 라벨에 표시한 저장조건하에 품질을 보존하는 기한이다. 이 기한내 상품은 판매에 적합하며 라벨에 설명할 필요가 없거나 이미 설명한 특수품질유지한다. 이 기한을 초과하여 일정 시간내에 예포장식품은 여전히 식용할 가능성이 있다.

3.8

- 보존기(use-by date)
- 추천한 최후 식용일자(recommended last consumption date, expiration)

date)

- 예포장식품이 라벨에 표시한 저장조건하의 최종 식용일자를 말한다. 이 일자 이후 예포장식품은 소비자가 기대한 품질특성을 가지고 있지 않아 식용에 적합하지 않다.

3.9

- 주요전시면(principal display panel)
 - 소비자가 예포장식품을 구매할 때 포장물 혹은 포장용기에서 가장 쉽게 관찰할 수 있는 면

4. 기본요구

- 4.1 : 예포장식품의 모든 내용은 반드시 국가법률, 법규규정에 부합되어야 하고 관련 상품표준 규정에 부합되어야 한다.
- 4.2 : 예포장식품 라벨의 모든 내용은 반드시 명확하고 뚜렷하고 오래 유지되어야 하며, 소비자들이 구매할 때 쉽게 알아볼 수 있어야 한다.
- 4.3 : 예포장식품 라벨의 모든 내용은 통속적이고 이해하고 쉽고 정확하고 과학적인 근거가 있어야 한다. 봉건미신, 선정성과 기타식품을 헐뜯거나 혹은 과학 영양상식을 위반하는 내용을 표시해서는 안된다.
- 4.4 : 예포장식품 라벨의 모든 내용은 허위여서는 않되며 소비자의 오해를 불러일으키거나 기만성 문자, 도형 등 방식으로 식품을 소개해서는 않되며, 글자크기 혹은 색깔차이로 소비자의 오해를 불러일으키지 않아야 한다.
- 4.5 : 예포장식품라벨의 모든 내용은 직접 혹은 간접적으로 암시적인 언어, 도형, 부호로 소비자들로 하여금 식품을 구매하게 하거나 모종의 성질이 다른 상품과 혼돈 되게 해서는 않된다.
- 4.6 : 예포장식품의 라벨은 포장물(용기)와 분리되지 않아야 한다.
- 4.7 : 예포장식품의 라벨내용은 규범화된 한자를 사용하여야 하지만 등록된 상표는 이에 해당되지 않는다.
 - 4.7.1 : 병음 혹은 소수민족문자를 동시에 사용할 수 있지만 상응한 한자 보다 크지 않아야 된다.

- 4.7.2 : 동시에 외국어를 사용할 수 있지만 한자와 상응관계가 있어야 한다.(수입식품의 제조자와 주소, 외국 판매대리상의 명칭과 주소, 홈페이지 제외) 모든 외국어 문자는 상응하는 한자보다 커지 않아야 한다.(국외등록상표 제외)
- 4.8 : 포장물 혹은 포장용기의 최대표면 면적이 20cm²보다 클 때 강제표시 내용의 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm보다 작아서는 안된다.
- 4.9 : 외포장물을 통해 뚜렷하게 내포장물 혹은 용기상의 모든 혹은 부분 강제표시내용을 식별할 수 있을 경우 외포장물에 관련되는 내용을 중복하여 표시하지 않아도 된다.
- 4.10 : 내포장물(혹은 용기)외면에 직접 소비자에게 전달되는 외포장(혹은 큰 포장)이 있을 경우, 그저 외포장(혹은 큰 포장)에 강제표시 내용을 표시 하면 된다.

5. 표시내용

- 5.1 강제표시내용
 - 5.1.1 식품명칭
 - 5.1.1.1 : 식품라벨의 뚜렷한 위치에 명확하게 식품의 진실속성을 반영하는 전용명칭을 표시하여야 한다.
 - 5.1.1.1.1 : 국가표준 혹은 산업표준에서 이미 모 식품의 한 개 혹은 몇 개 명칭을 규정하였을 경우 그중의 하나 혹은 등호(等效) 명칭을 선택하여야 한다.
 - 5.1.1.1.2 : 국가표준 혹은 산업표준규정에 없는 명칭을 사용할 경우 소비자가 오해하는 상용명칭 혹은 통속명칭을 사용하지 말아야 한다.
 - 5.1.1.2 : “새로 창조한 명칭”, “특이명칭”, “음역명칭”, “상호명칭”, “지역사투리명칭” 혹은 “상표명칭”은 표시할 수 있지만 명칭의 옆에 5.1.1.1에서 규정한 임의의 한 개 명칭을 표시하여야 한다.
 - 5.1.1.2.1 : “새로 창조한 명칭”, “특이명칭”, “음역명칭”, “상호명칭”,

“지역사투리명칭” 혹은 “상표명칭”속에 사람들이 식품속성을 오해하는 문자 혹은 용어(단어)가 들어있을 때 표시한 명칭의 옆에 동일한 문자크기로 식품진실속성을 나타내는 전용명칭을 표시하여야 한다.

- 5.1.1.2.2 : 식품진실속성이 전용명칭이 문자크기로 인해 사람들이 식품속성에 오해를 가지게 하였을 경우 동일한 문자크기로 식품 진실속성의 전용명칭을 표시하여야 한다. 예를 들면 '쥬스음료'의 '쥬스'가 반드시 동일한 글자크기로 하여야 한다.
- 5.1.1.3 : 소비자들이 식품의 진실속성, 물리상태 혹은 제조방법에 대하여 오해를 가지지 않기 위하여 식품명칭 앞 혹은 식품명칭 뒤에 상응하는 단어 혹은 구절을 붙일 수 있다. 예를 들면 "건조한, 농축한, 복원한, 훈제한, 기름에 튀긴, 가루상태인, 알갱이 모양인" 등이 있다.

- 5.1.2 성분리스트

- 5.1.2.1 : 예포장식품의 라벨에 성분리스트를 표시하여야 한다. 단일성분 식품은 제외
 - 5.1.2.1.1 : 성분리스트는 제목을 <성분> 혹은 <성분표>로 하여야 한다.
 - 5.1.2.1.2 : 각종 성분은 제조 혹은 식품가공 때 투입량이 많은 순서에 따라 배열하여야 한다. 투입량이 2%를 초과하지 않은 성분은 상술한 순서대로 배열하지 않아도 된다.
 - 5.1.2.1.3 : 모종 성분이 2가지 혹은 2가지 이상의 기타 성분으로 구성된 복합성분일 경우 성분리스트에 복합성분의 명칭을 표시하여야 하며 그 뒤에 괄호로 투입량이 많은 순서대로 복합성분의 원래성분을 표시하여야 한다. 모종의 복합성분이 국가표준 혹은 산업표준이 있을 경우 투입량이 식품총량의 25%보다 적을 때 복합원료의 원래성분을 표시하지 않아도 되지만 최종상품에 공예작용(工藝作用)을 일으키는 식품첨가제는 전부 표시하여야 한다.
 - 5.1.2.1.4 : 식품제조 혹은 가공과정에 투입되는 물은 반드시 성분리스트에 표시하여야 한다. 가공과정중에 휘발된 물 혹은 기타 휘발성 성

분은 표시할 필요가 없다.

- 5.1.2.1.5 : 식용할 수 있는 포장물도 성분리스트에 원래성분을 표시하여야 한다. 예를 들면 식용할 수 있는 캡슐, 캔디, 찹쌀종이 등이다.
- 5.1.2.2 : 각종 성분은 5.1.1에 따라 구체적인 명칭을 표시하여야 하지만 아래경우는 제외한다.
 - 5.1.2.2.1 : 감미제, 방부제, 착색제는 반드시 구체적인 명칭을 표기하여야 하고 기타 식품첨가제는 GB2760의 규정에 따라 구체적인 명칭 혹은 종류명칭을 표시하여야 한다. 1가지 식품첨가제에 2가지 혹은 2가지 이상의 착색제를 첨가할 때 유형명칭(착색제)을 표시할 수 있으며 그 뒤에 괄호로 GB/T 12493에 규정한 부호로 표시할 수 있다. 예를 들면 어떤 식품에 姜黃, 菊花黃浸膏, 誘惑紅, 金櫻子棕, 玫瑰茄紅은 “착색제(102、113、012、131、125)”로 표시할 수 있다.
 - 5.1.2.2.2 : 아래의 식품성분은 표1 표시대로 유형소속명칭을 표시할 수 있다.

〈표 1〉

성 분	유형소속명칭
각종 식물유 혹은 정제식물유, 올리브유를 포함하지 않음	“식물유” 혹은 “정제식물유” 수소첨가 처리를 통하였으면 <수소첨가> 혹은 <부분 수소첨가>라고 하여야 한다.
각종 전분, 화학적 성질변화전분 불포함	“전분”
투입량이 2%를 초과하지 않은 각종 향신료 혹은 향신료 침전물 (단일 혹은 합한 것)	“향신료”, “향신료류” 혹은 “복합향신료”
츄잉껌의 각종 glue 물질製劑	“츄잉껌 기초제”
첨가량이 10%를 초과하지 않은 각종 꿀에 절인과일	“꿀에 절인 과일”

- 5.1.2.3 : 가공과정에서 原 원료가 기타 성분(발효제품, 예를 들면 술, 간장, 식초를 말함)으로 변했을 경우 “원료” 혹은 “원료와 보조재료”로 “성분”, “성분표”를 대체할 수 있으며, 5.1.2.1.2에 근거하여 각종원료, 보조원료와 식품첨가제를 표시할 수 있다.
 - 5.1.2.4 : 식품을 제조, 가공할 때 사용되는 가공보조제는 성분리스트에 표시하지 않아도 된다.
- 5.1.3 성분의 정량표시
- 5.1.3.1 : 만약 식품라벨 혹은 식품설명서에 특별히 모종 혹은 여러가지 가치가 있고 특성이 있는 성분을 첨가하였다고 강조할 경우 강조하는 성분의 첨가량을 표시하여야 한다.
 - 5.1.3.2 : 만약 식품라벨에 특별히 강조하는 모종 혹은 여러가지 성분의 함량이 비교적 낮을 경우 강조하는 성분을 제품 중 함량을 표시하여야 한다.
 - 5.1.3.3 : 식품명칭중에 제기된 모종성분이 라벨에 특별히 강조하지 않은 경우 모종성분을 완성품중의 함량을 표시할 필요가 없다. 첨가량이 매우 적어 다만 향료로 사용하고 라벨에 특별히 강조하지 않은 경우에도 향료를 제품 중 함량을 표시할 필요가 없다.
- 5.1.4 순함량과 瀝干物(고형물) 함량
- 5.1.4.1 : 순함량의 표시는 반드시 순함량, 숫자와 법정계량단위로 구성되어야 한다. 예를 들면 “순함량 450g”, 혹은 “순함량 450그램”이다.
 - 5.1.4.2 : 법정계량단위에 근거하여 아래 방식으로 포장물(용기)중의 식품의 순함량을 표시하여야 한다.
 - a. 액체식품, 체적을 사용 : L(l), mL(ml)
 - b. 고체식품, 질량을 사용 : g, kg
 - c. 반고체 혹은 점성(黏性)식품은 질량 혹은 체적으로 한다.
 - 5.1.4.3 : 순 함량의 계량단위는 표2에 따라야 한다.

〈표 2〉

계량방식	순합량Q 범위	계량단위
체 적	Q < 1000mL Q ≥ 1000mL	mL (ml) (미리리터) L (1) (리터)
질 량	Q < 1000 g Q ≥ 1000 g	g (그람) kg (키로그램)

- 5.1.4.4 : 순합량의 문자부호의 최소높이는 표3의 규정에 부합하여야 한다.

〈표 3〉

순합량Q 범위	문자부호의 최소높이/ mm
5mL < Q ≤ 50mL 5g < Q ≤ 50g	2
50mL < Q ≤ 200mL 50g < Q ≤ 200g	3
200mL < Q ≤ 1L 200g < Q ≤ 1kg	4
Q > 1kg Q > 1L	6

- 5.1.4.5 : 순합량은 식품과 함께 포장물 혹은 용기와 동일한 전시면에 배열해야 한다.
- 5.1.4.6 : 용기에 고체, 액체 2가지 혼합한 물질이 함유된 식품(예를 들면 배 통조림)일 경우, 순합량 외에 고형물의 함량을 표시하여야 한다. 질량 혹은 질량분수로 표시한다.

* 예 : 배 통조림

- 순합량 : 425g

- 고품질 혹은 배조각으로 표시 : 255그램보다 적지 않고 혹은 60%보다 적지 않다.
 - 5.1.4.7 : 동일한 예포장내에 서로 독립된 몇 가지 동일한 예포장식품이 있을 경우 순합량을 표시하는 동시에 식품의 수량 혹은 갯수도 표시하여야 한다. 대 포장내 날개 판매를 하지않는 소포장은 포함하지 않는다. 예를 들면작은 사탕이다.
- 5.1.5 제조자, 판매자의 명칭과 주소
 - 5.1.5.1 : 식품의 제조, 포장과 판매단위는 법에 근거하여 등록된 명칭과 주소를 표시하여야 한다. 아래 상황중의 하나에 해당할 경우 아래 규정대로 표시하여야 한다.
 - 5.1.5.1.1 : 법에 따라 독립적으로 법률책임을 지는 그룹, 그룹회사의 지사(자회사)는 반드시 각자의 명칭과 주소를 표시하여야 한다.
 - 5.1.5.1.2 : 법에 따라 독립적으로 법률책임을 지지 못하는 그룹의 지사(자회사) 혹은 그룹의 생산기지는 그룹의 지사(생산기지)의 명칭, 주소를 표시하거나 혹은 단지 그룹의 명칭, 주소를 표시하여도 된다.
 - 5.1.5.1.3 : 기타 단위의 위탁을 받고 예포장식품을 가공하지만 대외판매를 책임지지 않은 경우 위탁단위의 명칭과 주소를 표시해야 한다.
 - 5.1.5.2 : 수입예포장식품은 원산지의 국가명 혹은 지역명(홍콩, 마카오, 대만을 말함)을 표시하여야 하고 중국에서 법에 따라 등록된 대리상, 수입상 혹은 판매상의 명칭과 주소를 표시하여야 한다.
- 5.1.6 날짜표시와 저장설명
 - 5.1.6.1 : 예포장식품의 생산날짜(혹은 포장날짜)와 품질보증기한(保質期)을 명확하게 표시하여야 하며, 보존기간을 부가하여 표시할 수도 있다. 만약 날짜표시가 <포장의 어느 부위를 보라>는 방식으로 표시한다면 해당되는 포장물의 구체적 부위를 표시하여야 한다. 날짜표시는 붙이거나 추가 인쇄하거나 고쳐서는 않된다.
 - 5.1.6.1.1 : 년, 월, 일의 순서대로 날짜를 표시하여야 한다. 예를 들면

20040115를 한칸씩 뛰어(2004 01 15) 표시할 수는 있으나 간격문자(/ : 등)로 표시하면 안되며, 2004-01-15, 2004년 1월 15일로는 표시할 수 있다. 연대는 일반적으로 4자리 숫자로 표시하여야 하며 4자리 숫자로 표시할 수 없는 소포장식품은 2자리숫자로 표시할 수 있다.

- 5.1.6.1.2 : 다음방식의 하나로 품질보증기간 혹은 보존기간을 표시해야 한다.

a) 품질보증기간에 사용되는 것

- “~전에 식용이 가장 좋음” 혹은 “~전에 음용이 가장 좋음”
- “~전이 제일 좋다”, “~전에 식용이 제일 좋다” 혹은 “~전에 음용이 제일 좋다”
- “이 날짜전이 제일 좋다……”, “이 날짜 전에 식용하는 것이 제일 좋다……” 혹은 “이 날짜 전에 음용하는 것이 제일 좋다……”
- “품질보증기간은 ~까지”
- “품질보증기간 xx개월[xx일 (날) , x년]”

b) 보존기간에 사용되는 것

- “~전에 식용”, 혹은 “~전에 음용”
- “이 날짜 전에 식용……”, 혹은 “이 날짜 전에 음용……”
- “보존기간 ~까지”
- “보존기 xx개월”[xx일 (날) , x년].

- 5.1.6.2 : 만약 식품의 품질보증기간 혹은 보존기가 저장조건과 관련되면 식품의 특정 저장조건을 표시하여야 한다.

- 5.1.7 상품표준번호

국내에서 생산하고 국내에서 판매하는 예포장식품(수입 예포장식품을 포함하지 않음)은 반드시 기업에서 집행하는 국가표준, 산업표준, 지방표준 혹은 등록된 기업표준의 번호와 순서번호를 표시하여야 한다.

- 5.1.8 질량(품질) 등급

집행하는 상품표준이 질량(품질)등급을 명확히 규정한 식품은 반드시 질량

(품질)등급을 표시하여야 한다.

- 5.1.9 기타 강제표시내용

• 5.1.9.1 복사(방사선)식품

• 5.1.9.1.1 : 電離복사선 혹은 전리에너지 처리를 거친 식품은 식품명칭 부근에 "복사선 식품"이라고 표시하여야 한다.

• 5.1.9.1.2 : 電離복사선 혹은 전리에너지 처리를 거친 그 어떤 성분이 라도 성분리스트에 표시하여야 한다.

• 5.1.9.2 유전자변형식품

유전자변형식품의 표시는 반드시 국무원행정관리부문의 규정에 부합되어야 한다.

5.2 강제표시내용의 면제

- 5.2.1 아래 예포장식품은 품질보증기간 표시를 면제할 수 있다.

에칠알코올 함량이 10% 혹은 10%이상인 음료술, 식초, 식용염, 고체 설탕류.

- 5.2.2 : 포장물 혹은 포장용기의 최대 표면면적이 10m²보다 작을 때 산지 명칭, 순함량, 제조자(혹은 판매자)의 명칭과 주소만 표시할 수 있다. 수입 예포장식품은 원산지의 국가명 혹은 지역명(홍콩, 마카오, 대만을 말함)을 표시하여야 하며 중국에서 법에 따라 등록된 대리상, 수입상 혹은 판매상의 명칭과 주소를 표시하여야 한다. 제조상의 명칭과 주소는 면제할 수 있다.

* 포장물 혹은 포장용기의 최대 표면면적의 계산방법은 부록A 보기

5.3 비강제 표시내용

- 5.3.1 Lot 번호

필요시 상품의 Lot번호를 표시할 수 있다.

- 5.3.2 식용방법

필요시 용기를 여는 방법, 식용방법, 매일(매 때) 식용량, 요리법 등 소비자에게 필요가 되는 설명을 표시할 수 있다.

- 5.3.3 에너지와 영양소

에너지수치, 영양소함량, 영양소 함량수준, 영양소 함량비교, 영양소 작용을 표시할 경우 GB 13432-2004의 규정에 부합되어야 한다.

〈부록A〉

(규범성부록)

포장물 혹은 포장용기의 최대 표면면적 계산방법

A.1 장방체형 포장물 혹은 장방체형 포장용기의 계산방법

- 장방체형포장물 혹은 장방체포장용기의 최대 한 개 측면의 높이(cm) 곱하기 넓이(cm)

A.2 원추형 포장물, 원추형 포장용기 혹은 원추형 포장물, 원추형 포장물용기와 비슷한 포장물의 계산방법

- 포장물 혹은 포장용기의 높이(cm) 곱하기 원 둘레 길이(cm)의 40%.

A.3 기타 모양의 포장물 혹은 포장용기의 계산방법

- 포장물 혹은 포장용기 총 표면적의 40%.

만약 포장물 혹은 포장용기에 명확한 주요 전시면이 있을 경우 주요전시면의 면적을 최대표면면적으로 하여야 한다.

주 : 만약 瓶型 혹은 캔型일 경우 표면면적을 계산할 때 어깨부분, 목 부분, 정상부분과 아랫부분의 볼록한 부분을 포함하지 않는다.

3. 싱가포르 표고버섯

I. 품목분류 및 현황

- 품목분류(Code No.)07123920 : Shitake Dried
07123990: Other Mushroom Dried
07095900:Other Mushrooms Fresh or chilled
- 표고버섯 중 일부만이 Shitake로 분류되고, 나머지는 다른 건버섯과 함께 기타 마른버섯으로 분류되고 있음
- 수입시 관세는 없고, 농약 잔류검사 등이 면제되고 있는 품목임

II. 유통현황

- 싱가포르의 건표고버섯 시장은 중국산이 90%이상의 압도적인 시장점유율을 가지고 있으며 그 다음으로 한국, 일본, 대만임
- 홍콩에서 수입되는 건표고버섯의 대부분은 중국산으로 조사되고 있으며, 일본산은 대부분 중국에서 일본인이 일본으로 수출, 다시 싱가포르로 수입된 것으로서 순수한 의미의 일본산은 아님
 - * 일본시장을 목표로 하였기에 일본어 표기를 한것으로 실제 원산지는 중국으로 확인됨
- 싱가포르에서 소비되는 생버섯은 생표고, 느타리, 팽이, 양송이버섯이 주를 이루고 있으며, 생표고버섯은 대부분 중국에서 수입되며, 팽이버섯은 태국, 대만에서, 느타리버섯은 호주 및 뉴질랜드, 양송이 버섯은 중국, 말레이시아 등에서 수입되고 있음

- 한국산 건버섯은 도매시장에서 거래되지 않고 있으며 (2006년 3월 현재), 도매점 관계자에 따르면 거의 100% 중국산이라 함. 중국산은 품질과 가격 면에서 소비자들이 만족하고 있는 것으로 나타남.
- 생버섯, 건표고버섯의 유통경로는 수입상->슈퍼마켓, 재래시장, 직영판매장 -> 소비자로 매우 단순함

Ⅲ. 가격동향

- 도매시장에서 중국산 건버섯은 S\$30/kg 대로 거래되고 있으며, 고가품으로 인정받고 있는 일본산은 도매점에 따라 상당한 가격차이를 보이고 있음 (S\$60~120/kg)
- 시장가격은 슈퍼마켓에 따라 다소 차이를 나타내고 있음
 - * 중·상류계층이 찾고 있는 Takashimaya백화점내의 Cold Storage, 그리고 일본인들이 주 소비자인 Isetan에서의 가격형성이 제일 높았음. 같은 슈퍼마켓체인 일지라도 지역에 따라서 가격이 다르게 나타남

〈 품목별 가격('06년 3월) 〉

(Packet, S\$)

품 목	원 산 지	포장단위	가 격	비 고
Oyster	Malaysia	150g	1.1	Cold Storage
White Button	Malaysia	200g	3.95	
		200g	3.2	
	New Zealand	1Pkt	4.6	Isetan

Brown Button	Malaysia	200g	4.2	Cold Storage
		200g	3.2	Giant
Enoki	Japan	100g	1.05	Cold Storage
		3Pkt	1.55	Giant
		1Pkt	3.6	Isetan
		1Pkt	3.2	Takashimaya
Bunashimeji	Japan	160g	3.5	Isetan
		1Pkt	4.3	
Whiteshiemeji	Japan	100g	3.3	Takashimaya
Dried Mushroom	China	50g(1Pkt)	2.9	Cold storage
		50g	4.55	Takashimaya
		150g	6.07	Giant

IV. 포장형태

- 한국산 표고버섯은 습기방지를 목적으로 카톤박스(종이상자)내에 비닐로 내포장하여 수출하고 있으며, 현지수입상들이 외식업체에 그대로 납품하거나, 자체적으로 1kg 또는 500g 소포장으로 판매 또는 중량단위 판매방식으로 유통시키고 있음(포장지에 원산지를 표기)
- 일본산 생버섯은 플라스틱 팩으로 대부분 소비자들이 품질상태를 볼 수 있도록 100g~200g 단위로 소포장되어 판매되고 있음
- 중국산이 전체 90%이상을 차지하고 있는 건버섯은 50g~100g 단위로 비닐포장, 또는 플라스틱병에 포장되어 판매되고 있으며, 도매시장에서는 중량단위 또는 1kg에서부터 20kg까지다양하게 판매되고 있음

버섯류 해외시장 동향



〈중국산 건버섯 3kg, 5kg./
* S\$15/1kg〉



〈중국산 건표고, 플라스틱 용기/
\$14/450g, \$12/350g〉



〈일본시장을 목표로
일본어 표기를 한 예〉



〈일반슈퍼마켓 유통포장/
*중국산 S\$1.55/250g〉



〈일본산 Enoki 버섯/
*S\$1.05/100g〉



〈호주산 Portobello /
*\$5.45/250g〉



〈말레이시아산 Mushroombutton/
*S\$1.79/100g〉



〈말레이시아산 Brown Fung/
S\$4.20/200g〉

V. 소비동향

- 싱가포르의 연간 버섯 소비량은 15,000톤 규모로 상당히 규모가 큰 시장이며, 최근 소득증가에 따라, 품질이 우수한 한국산 건표고 버섯이 일부 상류층에서 선호되고 있음. 그러나 압도적 저가공세 및 지속적 품질향상을 보이고 있는 중국산이 거의 시장을 독점하고 있어, 한국산의 수출시장이 어려워지고 있는 상황임
- 최근 소득증가에 따라 팽이버섯, 느타리버섯, HonShimeiji버섯, Portobello버섯 등 고품질 버섯에 대한 선호도가 높아지고 있는 반면, 캔제품과 같은 가공버섯의 수요는 감소되고 있는 추세임
- 중국산은 대부분 품질면에서 중급품으로, 가공식품, 외식산업 등에 널리 이용되고 있으며, 한국산은 고급품에 속하기 때문에 고급요리점, 선물용으로 선호되고 있음

- 싱가포르는 외식산업이 발달된 국가로서, 가정에서 그다지 요리를 하지 않음에 따라, 외식업계에서는 가격이 비싼 고가품 보다는 품질이 다소 낮더라도, 저가품인 중국산을 선호하고 있음
- 팡이버섯 등 생버섯은 중국식 탕 또는 볶음요리 그리고 스프용으로 사용되며, 소비자들은 원산지에 대해 차별이 없으나 구입에 있어서 가격에 따라 많은 차이를 보이고 있음
- 고가 버섯류는 주로 일본제품으로 일본 소비자들이 주로 구매하고 있으며, 일본제품에 대한 구매 충성도가 강한 편임. 일반적으로 싱가포르에서 일본 버섯류는 고가품, 고품질이라는 인식이 형성되어 있음
- 일본 소비자들은 일본내에서 유통되고 있는 작은 사이즈의 새송이버섯을 선호하고 있으며, 한국계 소비자들은 가격이 비싼 한국산 채소류에 대해서 호감을 보이지 않고 있어 판매가능성이 그다지 높지 않은 것으로 조사됨

VI. 수출입 현황

1. 건버섯 (Shitake Dried) : 07123920

(단위 : 톤, 싱천달러)

국 가	2003년		2004년		2005년		2006년(1-2)	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
한국		-	-	-	11.49	160	-	-
중국	588	5,994	447.42	4,048	560.34	5,666	56	955
일본	-	-	0.19	21	3.41	74	3	38
홍콩	-	-	1.82	5	0.43	2	-	-
대만	-	-	3.05	70	3.44	60	2	38
마카오	-	-	-	-	0.18	2	-	1
계	588	5,994	452.48	4,144	579.29	5,964	61	1,032

(자료원 : IE SINGAPORE)

2. 생버섯 (Other Mushrooms Fresh or Chilled) : 07095900

(단위 : 톤, 싱천달러)

국 가	2003년		2004년		2005년		2006년(1-2)	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
중국	838	2,806	1,157	3,600	1,451	5,020	329	1,211
프랑스	2	95	1	86	1	74	-	14
홍콩	99	326	34	116	2	19	-	2
일본	34	386	36	420	53	564	10	115
한국	29	110	11	33	0.15	2	-	-
말레이시아	313	932	431	1,721	592	3,108	101	588
대만	118	648	99	658	130	662	17	113
태국	423	1,672	454	1,722	466	1,563	109	359
계	1,856	6,975	2,223	8,356	2,695.15	11,012	566	2,402

(자료원: IE SINGAPORE)

3. 기타 마른버섯 (Other Mushrooms Dried) : 07123990

(단위:톤, 싱천달러)

국가	2003년		2004년		2005년		2006년(1-2)	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
한국	5	145	5.03	134	0.03	-	38	566
중국	431	3,842	296.19	2,442	292.86	2,744		
일본	-	-	7.34	200	8.66	260	1	41
홍콩	107	986	89.38	1,042	57.52	704		3
대만	-	-	0.06	1	0.31	5		8
미국	-	-			0.24	4		
프랑스			6.54	242	3.59	140		21
계	543	4,973	404.54	4,061	363.21	3,857	39	639

(자료원: IE SINGAPORE)

- 통계에서 보는 바와 같이 이미 건버섯 시장은 중국이 독점하고 있는 상태이며, 생버섯 시장 점유율도 점차 높아지고 있는 실정임. 고가 상품으로 인정받으며 상류층 그리고 현지 일본인이 많이 찾고 있는 일본 생버섯의 수입도 꾸준히 증가되고 있는 상황임
- 한국산 생버섯(팽이, 맛타리, 새송이)의 품질은 시중의 일본제품과 비교하여 부족함이 없으며, 현재 가장 많이 소비되고 있는 팽이(Enoki)는 가격면에서 탄력성 없이 일본인 소비자를 주 대상으로 하고 있는 것을 견주어 볼때, 거래 가능성이 있다고 보여짐

VII. 한국산 건버섯, 생버섯 수출확대 방안

- 현지 수입사의 의견으로 볼때, 한국산 버섯은 포장, 품질면에서 손색이 없으며, 단지 걸림돌은 가격 경쟁력이 열세라는 것임 (중국:SS\$4/kg, 한국산:SS\$18/kg)

□ 현지에서의 버섯재배 가능성 검토

- 과일, 채소, 버섯의 주수입상인 Ban Choon Marketing Pte. Ltd의 관계자에 따르면, 지금 현재 Korea Agro Genesis Pte. Ltd사의 관계자가 현지에서 버섯재배를 통한 생산, 판매방안을 강구하고 있다고 함. 이경우 4배 이상 차이가 나는 한국산 버섯의 가격을 중간가격으로 생산·판매가 가능할 것으로 예상하고 있음
- 중국은 '05년에 Horitake Grey Oyster버섯을 생산하다가 실패하였음. 이를 계기로 KAG사는 Shitake와 Abalone Mushroom (오이스터 버섯과 거의 같으나, 크기가 작음)을 생산가능한 품목으로 보고 있음

□ 차별화된 제품으로 프로모션을 적절히 시행

- 한국산은 외양, 포장, 품질면에서 인정받고 있으며, 인삼 팽이버섯과 같은 차별화된 제품을 가지고 시장을 공략하는 것도 다른 한 방도일 것이라는 의견을 제시하기도 하였음
- 현지 소비자가 한국제품에 대한 인식이 전무한 상태이므로 소수의 물량이라도 유통시켜 소비자의 인지도를 높이고 현지 수입업자들과 함께 슈퍼마켓 또는 재래시장에서 많은 홍보 활동을 해야할 필요가 있음
- * 현지 대형슈퍼마켓에서 직접 맛을 볼 수 있게 하고, 차이점을 느껴볼 수 있게 하는 등의 현지 마케팅이 중요하다는 의견임

- 한국 생버섯 수출의 최대 걸림돌은 운송비라고 보아야 할 것이며, 어떻게 물류비용을 최소화할 것인지가 관건임. 현재 일본 제품이 싱가포르에 해상으로 수입되고 있는 점을 고려한다면, 한국에서도 해상으로의 수출가능성을 타진해 볼 필요가 있음

□ 1년 단위 계약체결의 필요성

- 싱가포르의 타농산물 계약기간은 모두 출하 시기별로 일정하게 정해지는 것이 일반적임
 - * 예를 들어 사과는 11월~익년 2월까지, 단감은 10월~익년 1월까지를 계약기간으로 정하고 있음. 이것은 수출시기에 안정된 공급량을 유지하고자 하는 목적이 강하기 때문임. 특히 팽이버섯의 경우, 연중 생산이 가능하므로, 1년 단위로 계약을 체결하는 것이 상호간의 안정적 사업에 도움이 될 것으로 판단되며, 태국산, 호주산 모두 1년 단위로 계약하고 있는 것으로 나타남

4. 미국 버섯류

I. 생산현황

- 미국의 버섯류 생산은 중국 다음으로 많으며, 세계 생산량의 약 16%를 점유하고 있음
- 2004/05년 현재 미국의 버섯 생산농가는 275 농가 정도로 호당 재배규모가 대규모이며, 생산량은 853백만 파운드(약 384천톤), 생산액은 908백만 달러에 달하고 있음
- 미국의 버섯 주요 산지는 펜실베이니아가 전체의 약 60%를 생산하고 있으며, 그 다음으로 캘리포니아 약 14%, 플로리다 등 기타 지역이 26%로 나타나고 있음

〈미국의 연도별 버섯류 생산 및 판매 현황〉

연 도	생산농가 수 (호)	판 매 액		
		물량(천파운드)	단가(\$/파운드)	판매액(천\$)
1999/00	262	851,211	1.070	911,509
2000/01	266	860,093	1.010	867,737
2001/02	268	844,590	1.070	907,799
2002/03	265	848,306	1.050	890,394
2003/04	278	854,514	1.080	918,914
2004/05	275	853,132	1.060	908,370

자료) NASS, Mushrooms, 2005. 8

- 품종별로는 Agaricus 버섯의 미국 생산량이 가장 많으며, 생산액 기준으로 862백만 달러에 달함. 이는 버섯류 총생산액의 약 95% 수준임

- 2004/05년 Agaricus 버섯의 용도별 판매액은 신선 버섯으로 판매된 것이 692백만 달러(81.2%), 가공용으로 판매된 것이 139백만 달러(18.8%)로 대부분 신선 버섯으로 판매되고 있음
- 아가리쿠스 버섯의 재배면적은 펜실베니아주를 중심으로 한 동부지역에 집중되어 있어 이 지역이 차지하는 비율은 미국 전체 재배면적의 약 60% 수준임
- 그러나 생산지역의 대부분은 버섯재배 등록면적에 비하여 재배면적은 30% 미만으로 시장 가격 추이 또는 수요의 증가에 따라 언제든지 생산량을 늘릴 수 있는 잠재적 공급시설 및 여건이 갖추어져 있는 것으로 생각됨
- 아가리쿠스 버섯의 2004/05년 파운드당 판매단가는 캘리포니아지역이 1.450달러로 가장 높으며, 펜실바니아주의 경우 0.790달러로 큰 차이가 나고 있으며, 전체적으로 평균 1.030달러로 나타나고 있음
- 현재 백색 아가리쿠스(White Agaricus) 버섯의 생산자는 조금씩 감소하였으나 생산물량 면에서는 큰 차이를 보이지 않고 있으나, 크리미니(Crimini), 포트벨라(Portabella) 갈색 아가리쿠스의 생산량은 크게 증가추세에 있는데, 이러한 추세는 같은 시설을 갖춘 버섯 농장에서 시장 변화에 따라 재배 품종을 변경하면서 시장에 적응하고 있다는 반증으로 해석할 수 있음

〈아가리쿠스 및 브라운 계통의 생산현황〉

구 분	아가리쿠스(Agaricus)			브라운(Brown)		
	생산자수	물량(천 lb)	판매액(천\$)	생산자수	물량(천 lb)	판매액(천\$)
2002/03	127	836,398	855,983	62	110,710	140,051
2003/04	125	841,162	878,405	59	96,995	127,035
2004/05	118	838,083	862,303	58	100,528	130,163

자료) NASS, Mushrooms, 2005. 8.

- 기타 버섯의 생산자 수는 약간 씩 감소하고 있으며, 품종간의 전환도 어느 정도 이루어진 것으로 보이나 큰 변화는 보이지 않고 있음
- 기타 버섯의 판매단가가 주 품종인 아가리쿠스 보다는 비싸나 기타 품종으로 전환하는 경우가 많지 않은 것은 품종별 버섯 생산이 어느 정도 특화되어 있기 때문임

〈기타 버섯의 생산현황, 2004/05〉

구 분		생산자 수	생산량 (천 lb)	농가판매		
				판매량(천 lb)	단가(\$.lb)	판매액(천\$)
2002/03	표고버섯	134	7,476	7,059	3.08	21,718
	새 송 이	62	3,997	3,562	1.91	6,820
	기 타	23	1,431	1,287	4.56	5,873
	계	153	12,904	11,908	2.89	34,411
2003/04	표고버섯	146	7,731	7,517	3.24	24,391
	새 송 이	70	4,428	4,185	2.08	8,714
	기 타	25	1,691	1,650	4.49	7,404
	계	170	13,850	13,352	3.03	40,509
2004/05	표고버섯	146	9,081	8,613	3.21	27,677
	새 송 이	74	5,409	5,109	2.33	11,889
	기 타	26	1,435	1,327	4.90	6,501
	계	172	15,925	15,049	3.06	46,067

자료) NASS, Mushrooms, 2005. 8.

II. 주요 품종 및 유통특성

1. 느타리버섯(Oyster : Pleurotus spp.)

- 색상은 갈색부터 회색까지 다양하며, 민감하면서도 온후한 향이 있고 재질은 부드러운 것이 특징임

- 유통기간은 신선한 상태로 5~7일 정도 보관이 가능하며, 종이봉투에 담아 냉장고에 보관하며, 보통 통째로 또는 절단하여 3파운드나 5파운드 들이 용기에 포장되어 판매되고 있음
- 용도는 White Mushroom 대용이나 White Mushroom과 함께 섞여 사용하며, 특히 닭고기, 송아지고기, 돼지고기, 해산물 등에 사용하면 특히 향이 좋음

2. 팡이버섯(Enoki : Flammulina veluptiones)

- 긴 줄기, 작은 갓이 마치 꽃다발과 같으며, 작은 다발 형태로 재배되고 은은한 향이 있으며, 약간 사각사각한 맛이 있음.
- 특성상 손상을 입기 쉽기 때문에 3~5 온스 들이 용기에 진공포장을 하며 12~24개의 진공 포장물을 한 상자에 담아서 판매하고 있으며, 유통기간은 신선한 상태로 14일 정도 보관이 가능함
- 용도는 익히지 않고 샐러드나 샌드위치에 사용하며, soups이나 샐러드에 곁들여 먹음

3. 양송이버섯(White Mushroom: Agaricus/Agaricus bisporus)

- White Mushroom은 크림색에서 옅은 갈색까지 색깔이 다양하며 크기도 매우 다양하며, 신선한 버섯은 버섯 갓이 닫혀 있으며 향이 매우 강한 특성이 있으며, 갓이 열리면서 어두운 색을 띄게 됨
- 보통 통째로 또는 절단하며 5~10파운드 들이 용기에 포장되어 판매되고

있으며, 유통기한은 대체로 신선한 상태로 5~7일 정도 유통이 가능. 일반적으로 봉지에 담아 냉장 보관해야 함

- 용도는 보통 야채샐러드 등에 생채로 넣어 사용하며, 데치거나 삶거나 구워서 Soup이나 소스 등의 맛을 안은 재료로 활용되고 후식이나 Side Dish로도 사용됨

4. Crimini(Italian Brown/Agaricus bisporus)

- Crimini는 White Mushroom과 유사하나 햇빛에서 보면 white Mushroom보다 더 갈색이면서 섬유질이 많은 것이 특징이며, White Mushroom에서 개발된 것으로 향이 white Mushroom 보다 깊고 강함
- 판매 형태는 보통 통째로 또는 절단하여 5~10파운드 들이 용기에 포장되고 있으며, 신선한 상태로 5~7일 정도 유통이 가능함
- 주요 용도는 White Mushroom 대용으로 사용되거나 함께 같이 사용되고 있으며, 푹 삶아서 소고기 요리나 야채 요리에 사용하면 맛이 좋음

5. 표고버섯(Oak, Chinese or Black Forest/Lentinus edodes)

- 색깔은 황갈색에서 진한 갈색까지 다양하며, 갓은 넓고 크며 갓 안쪽에 주름이 많으며, 특히 갓은 스펀지처럼 부드러우며 요리를 했을 때 고기 같은 쫄깃쫄깃한 맛이 있음
- 보통 통째로 또는 절단하여 3파운드나 5파운드 들이 용기에 포장되고 있으며, 유통기간은 신선한 상태로 14일 정도 유통이 가능하며, 통기성 종이봉투에 담아 냉장 보관함

- 용도는 White Mushroom 대용으로 사용되거나 함께 같이 사용하고 있으며, 삶아서 소고기 요리나 야채 요리에 사용하면 맛이 좋고 파스타, Soup 요리에 사용될 뿐만 아니라 Side Dishes로도 사용됨

6. 포타벨라(Portabella: Portobello/Agaricus bisporus)

- 포타벨라는 White and Crimini에 비해 크고 단단하며, 큰 것은 갓의 지름이 6인치에 이르고 있으며, White and Crimini보다 재배 기간이 길기 때문에 향이 강하며, 재질이 고기와 유사함
- 갓과 기둥이 통째로 있는 것은 5파운드 들이 용기에 포장하고, 갓만 포장할 경우와 절단하여 포장할 경우에는 3파운드 들이에 포장되어 판매되며, 유통기간은 신선한 상태로 7~10일 정도 보관이 가능하며, 종이봉투에 담아 냉장고에 보관함
- 용도는 통째로 또는 썰어서 굽거나 튀김용, 후식이나 Side dishes로도 사용되며, 특히 샌드위치, 야채 요리에 고기 대용으로 사용됨

7. Maitake(Hen of the Woods/Grifola frondosa)

- Maitake는 검은색의 해초류와 같은 모양이나 다발 형태를 이루고 있으며, 버섯 갓의 끝 부분은 물러 부스러지기 쉽고 독특한 고유의 향을 가지고 있음
- 보통 3파운드 들이 용기에 포장되어 판매되고 있으며, 유통기간은 신선한 상태로 7~10일 정도 보관이 가능함
- 용도는 버터나 오일에 살짝 튀겨서 사용하며 버섯을 필요로 하는 요리의

맛을 풍성하게 할 수 있으며, 주 음식이나 side dishes 또는 soup에 사용하면 좋음

8. 그물버섯(Morel: Morchella Esculentia)

- 줄기는 짧고 두꺼우며 속이 비어 있으며, 갓은 마치 벌집과 같은 스펀지 모양을 하고 있음
- 보통 3파운드 들이 용기에 포장되어 판매되고 있으며, 유통기간은 신선한 상태로 10~14일 정도 보관이 가능함
- 용도는 대부분의 요리에 널리 사용되며, 작은 것은 소스나 soups에 사용되며 중간 및 큰 것은 프랑스 요리에 사용되고 가장 큰 것(Jumbo)은 소시지, 계요리 등에 사용되고 있음

9. 습지송이버섯(Beech: Hon-Shimeji/Hypsizygus tessulatus)

- 흰색 또는 갈색의 작은 갓을 가진 버섯으로 달고 견과류의 맛이 있으며, 아삭아삭한 맛이 있음
- 보통 3파운드 들이 용기에 포장되어 판매되고 있으며, 유통기간은 신선한 상태로 7~10일 정도 보관이 가능함
- 용도는 통째로 또는 썰어서 사용하며 닭고기 요리와 어류의 요리에 사용하며, 아삭아삭한 맛이 있어 soups, stew, 소스 등에 사용하면 좋음

Ⅲ. 소비동향

1. 일반 소비현황

- 미국의 버섯 소비량은 과거 수십년 동안 꾸준히 증가해 왔으며, 특히 미국 서부와 중서부 지역의 1인당 소비량이 상대적으로 많은 것으로 나타나고 있음
- 신선버섯의 1인당 소비량은 '95년 2.02파운드, '00년 2.58파운드, '04년 2.59파운드로 지속적인 증가추세를 유지하고 있으나, 가공버섯은 동기간 각각 1.74파운드, 1.48파운드, 1.55파운드 등으로 나타나고 있음
- 현재 미국의 소비자들은 버섯을 하나의 웰빙식품으로 인식하기 시작하여 점차 소비량이 증가추세에 있음
- 버섯의 소비는 20~30대의 연령층의 소비량이 가장 크며, 12세 이하의 연령층의 소비량이 가장 적은 것으로 나타나고 있음
- 버섯류의 소비추세를 보면 브라운 색깔 계통의 Agaricus Bisporus(Crimini and Portabella)가 가장 인기가 있는 것으로 나타나고 있으며, 이 품종의 판매비율은 버섯류 전체 판매물량의 약 11% 정도를 차지하는 것으로 나타나고 있음
- 그 외 양송이 버섯과 팽이버섯이 가장 소비가 일반화된 품목이며, 새송이버섯(King Oyster)은 한국에서 미국 동부지역에 일부 수출되고 있으나, 아직 인지도가 낮은 편이지만 동양인 마켓을 중심으로 한국산 품질이 양호한 것으로 평가받고 있으며, 소비도 증가추세임

- 현재 뉴욕에서 캐나다산 새송이 소매가격은 6달러/317g, 25달러/5파운드, 1.99달러/454g, 3.99달러/450g 등 포장단위와 가격이 다르게 나타나고 있음

〈미국의 1인당 버섯류 소비량〉

(단위 : 파운드/인)

구 분	인구 (백만 명)	신 선		가 공		전 체	
		농가 판매기준	소매 기준	농가 판매기준	소매 기준	농가 판매기준	소매 기준
1990	251,889	2.0	1.9	1.7	1.1	3.7	3.0
1995	268,151	2.0	1.9	1.7	1.2	3.8	3.1
2000	283,939	2.6	2.4	1.5	1.0	4.1	3.4
2002	280,976	2.6	2.5	1.5	1.0	4.1	3.5
2003	284,069	2.6	2.5	1.5	1.0	4.1	3.5
2004	287,150	2.6	2.4	1.6	1.0	4.1	3.5

자료) Mushroom Council

- 미국의 버섯의 소비특성 및 형태(아리조나 주립대학의 분석결과, 2003.7)
 - 소득 수준에 따른 소비 행태에서 가구당 소득이 1,000달러 증가할 경우 버섯 소비는 0.22%가 증가하는 것으로 나타남에 따라, 예를 들어 소득이 75,000달러인 가구는 소득이 25,000달러인 가구보다 약 11%정도 버섯을 더 소비하고 있음

2. 소비특성

- 교육 수준에 따른 소비 행태를 보면 가장이 남자인 여자이든 대학 졸업 이상의 학력 소지자일 경우 버섯 소비는 약 9%정도 높게 나타나고 있음
- 가족 수에 따른 소비 행태는 한 사람으로 구성된 단일 세대보다는 친척이

나 가족이 있는 세대의 소비가 9%정도 많음

- 직업에 따른 소비 행태를 보면 직업군에 따른 특별한 소비 성향은 나타나지 않았으며, 자녀 유무에 따른 소비 행태의 경우 역시 특별한 영향을 주지는 않는 것으로 나타나고 있음
- 세대 주도권자의 성에 따른 소비 행태를 보면 남자가 주도권을 가진 세대의 버섯 소비가 여자가 주도권을 가진 세대의 버섯 소비보다 5%가 낮은 것으로 나타나고 있음
- 종족 및 민족에 따른 소비 행태를 보면 평균 소비 대비 백인은 6%, 동양인은 14%를 더 소비하고 있으며, 흑인은 17%를 덜 소비하고 있는 것으로 나타나고 있음
- 지역에 따른 소비 행태를 보면 미국 중서부 지역을 기준으로 할 때 남동부와 남서부 지역이 각각 5%와 6%를 덜 소비하는 것으로 나타났으며, 동부와 서부는 주목할 만한 특징이 없으나 북동부 지역은 중서부 지역 대비 3%가 높음

3. 버섯의 구매 행태 및 구매패턴

- 버섯 구매자의 약 94%가 양송이버섯(White Mushroom)을 구매하며, Portabella와 Baby Bella의 구매자는 각각 3%와 2%임
- 구매자의 약 1%는 특이버섯(갈색양송이버섯, 표고버섯, 팽이버섯, 느타리버섯 등)을 구매하고 있음

- 버섯 구매자의 약 73%가 포장된 버섯을 구매하고 있으며, 가장 선호하는 포장의 크기는 8 온스로 포장된 버섯임(56%)
 - 버섯 구매자의 월평균 구매 횟수는 0.45회이며, 가정에서 요리를 해먹는 횟수는 월평균 3.7회로 대부분 버섯요리는 가정에서 조리하여 먹는 것 보다 외식에서 의존하는 것으로 나타남
 - 세대당 월평균 구매물량은 0.31파운드임(세대당 평균 인원은 2.6명).

- 버섯의 수급 및 용도별 소비
 - 미국의 버섯 소비가 점차 증가하고 있어 국내 생산량과 수입량 등에서 1990년대 후반 이후 꾸준히 증가하고 있음
 - 미국의 버섯 소비량은 1990년 929.7백만 파운드에서 2004년 1,224.5백만 파운드로 크게 증가하였으며, 수입량도 동기간 208.7백만 파운드에서 2004년 389.1백만 파운드로 크게 증가하였음. 그러나 수출은 동기간 각각 32.3백만 파운드에서 18.6백만 파운드로 감소하였음

- 미국 버섯류 소비 특성은 신선버섯의 소비량은 증가하고 있으나 가공용 소비는 감소 추세에 있는데, 이것은 웰빙식품·기능성 건강식품으로서의 버섯에 대한 인식변화와 그에 따른 소비량 증가현상으로 볼 수 있음

- 신선버섯 소비량은 1990년 501.8백만 파운드, 1995년 542.7백만 파운드, 2000년 732.4백만 파운드, 2004년 766.4백만 파운드로 지속적인 증가추세를 유지하고 있음

- 진공 포장 등 포장기술과 냉장기술이 발달하면서 집에서 별도로 손질을 하지 않고도 바로 먹을 수 있는 신선 샐러드 제품이 발달하면서 버섯의 1인당 소비량도 증가추세에 있음

IV. 수출입 동향

- 미국의 버섯 수입은 캐나다로부터 수입하는 비중이 많으며, 수출에 비해 수입이 많은 특징을 지니고 있음

〈미국의 버섯류 수급현황〉

구 분	인구 (백만 명)	공급(백만 파운드)			소비(백만 파운드)	
		생산	수입	계	수출	소비
1990	251,889	753.3	208.7	962.0	32.3	929.7
1995	268,151	786.7	241.3	1,028.0	19.8	1,008.2
2000	283,939	860.8	318.3	1,179.1	26.0	1,153.2
2002	289,659	849.3	357.9	1,207.2	21.8	1,185.4
2003	292,560	855.0	385.3	1,240.3	29.1	1,211.2
2004	295,412	854.0	389.1	1,243.1	18.6	1,224.5

자료: Mushroom Council.

〈미국의 신선 버섯의 수급현황〉

구 분	인구 (백만 명)	공급(백만파운드)			소비(백만파운드)	
		생산	수입	계	수출	소비
1990	251,889	516.1	3.5	519.5	17.7	501.8
1995	268,151	546.0	7.0	553.0	10.3	542.7
2000	283,939	707.2	38.2	745.4	13.0	732.4
2002	280,976	710.2	54.0	764.1	8.3	755.9
2003	284,069	717.3	59.9	777.2	7.7	769.5
2004	287,150	712.2	62.4	774.7	8.3	766.4

자료: Mushroom Council.

〈미국의 버섯류 수입동향〉

단위: 백만달러, kg, 달러/kg

분류	국가	2003			2004			2005		
		금액	물량	단가	금액	물량	단가	금액	물량	단가
버섯, Agaricus	전 체	61.898	23,632,970	2.62	66.089	24,659,021	2.68	75.870	27,200,455	2.79
	캐나다	59.116	22,310,140	2.65	62.441	22,924,219	2.72	72.908	25,716,230	2.84
	멕시코	2.166	982,400	2.20	3.130	1,429,076	2.19	2.579	1,294,599	1.99
	중 국	0.305	295,530	1.03	0.267	276,097	0.97	0.175	175,028	1.00
	남아프리카	0.199	12,205	16.29	0.100	5,716	17.52	0.140	7,439	18.77
	터 키	0.043	3,524	12.31	0.000	0	0	0.057	6,175	9.22
	프랑스	0.009	748	11.81	0.000	0	0	0.006	362	15.36
	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
	한 국	0.017	21,422	0.80	0.016	2,155	7.29	0.000	0	0
버섯, 기타	전 체	5.992	2,340,866	2.56	5.095	2,566,647	1.99	7.820	4,367,856	1.79
	캐나다	2.131	331,198	6.44	1.483	200,777	7.39	3.095	538,334	0.74
	중 국	1.235	1,501,875	2.56	1.574	1,836,231	0.86	2.182	2,960,798	1.79
	남아프리카	0.577	30,759	18.76	0.578	33,973	17.02	0.731	63,110	11.59
	일 본	0.514	222,207	2.31	0.472	270,148	1.75	0.678	281,895	2.41
	프랑스	0.364	35,682	10.20	0.290	33,884	8.56	0.314	33,176	9.47
	대 만	0.000	0	0	0.064	96,683	0.67	0.256	321,751	0.80
	한 국	0.139	113,675	1.22	0.070	38,199	1.83	0.160	108,321	1.47

V. 한국산 수출확대 방안

1. 효율적 시장진출 전략 수립

- 최근 기능성 건강식품과 웰빙식품에 대한 관심이 높아지고 있으므로, 대도시의 고급 소비층을 겨냥, 생채 샐러드, 피자용 등을 위한 신선버섯 수출
 - 주류사회의 버섯 소비는 생채로 샐러드 형식으로 소비하는 것과 피자 등의 재료로 활용하는 양이 매우 많음
 - 최근에는 건강에 대한 관심이 높아지면서 유기 농산물 소비 뿐 아니라 비만을 예방할 수 있는 채식 위주의 식단이 붐을 이루고 있는 상태에서 한국산 버섯류의 수출 및 시장개척의 기회로 활용할 수 있음
- 미국의 버섯시장에서 한국산 버섯류의 인지도는 매우 낮은 수준이므로 주류시장(백인시장)에 진입하기 전 유통채널 및 시장교두보 구축과 인지도 제고를 위해 동양인 마켓을 목표시장으로 설정
 - 동양인 시장의 주요 대상은 교민시장, 중국인시장, 일본인시장, 기타 동남아시아를 포함한 아시아시장이 대표적이거나 시장 진입초기에는 먼저 한인시장을 목표시장으로 하는 것이 좋을 것으로 보임
- 현재 미국의 동양인 시장에 반입되는 새송이버섯은 주로 캐나다와 멕시코에서 반입되고 있으며, 한국산 새송이버섯과 비교하면 품질 면에서는 한국산이 월등히 경쟁력이 있으나 가격 면에서는 열세에 있기 때문에 성공적인 시장진입을 위해서는 가격경쟁력을 확보하는 것이 중요
 - 일정 기간 수송비를 포함한 물류비용에 대한 지원이 필요
- 현지의 주류시장을 공략을 위해서는 교민시장을 활용한 홍보 및 판촉활동이 매우 중요한 역할을 수행할 수 있으므로 주류시장의 잠재적 소비자에

대해 직접 음식을 맛보일 수 있는 시식회를 활용하되 현지의 언론인 등 대중에게 영향력이 큰 인사들을 활용하는 것이 가장 바람직

2. 선도유지 및 안정적 공급체계 구축

- 새송이를 중심으로 하는 한국산 버섯류는 품질, 상품성 등에서 캐나다산보다 월등히 경쟁력이 있는 것으로 나타나고 있으나, 수송거리와 수송기간이 길어 선도유지가 가장 관건으로 지적되고 있음
- 버섯류는 냉장 보관 및 유통이 필수조건이며, 한국산 버섯의 수출 시 장거리 운송 등 조건 등을 고려해야 하기 때문에 진공포장이 가능한 버섯의 수출도 고려할 수 있을 것임
- 한국산 버섯류의 미국시장 개척을 위해서는 지속적이고 안정적인 물량공급과 안정된 가격 수준의 유지로 쌍방간 신뢰성을 구축하는 것이 중요하므로 수출업자들이 어느 정도 규모를 갖출 수 있도록 유도해야 함. 특히 개인별 생산규모가 적을 경우에는 조합 및 공동수출업체 설립 등을 통해 경쟁력을 갖추어 나가야 함
- 신선도유지를 위해 항공운송을 주로 이용하나 해운운송을 고려하여 가격경쟁력 확보 노력 방안 강구
 - 해운운송의 경우 미국 동부지역까지는 약 1달간의 장기간 수송기간이 필요하기 때문에 서부지역까지는 해운을 활용하고 서부에서 동부 뉴욕지역까지는 육로로 운송하는 방법도 고려할 대상임

5. EU 핑이·새송이버섯

I. 유럽 전체버섯 현황

- 유럽에서 일반적으로 통용되는 버섯의 개념은 양송이버섯류를 지칭
- 이에 따라 대부분의 버섯생산통계자료는 양송이버섯류에 관한 것
- 양송이버섯 생산형태는 신선버섯, 냉동버섯, 건조버섯, 저장용 가공버섯
- 유럽 야생 및 고급버섯 수요 최근 서서히 증가추세
- 최근 동유럽이 양송이버섯을 비롯해서 양식 및 야생버섯의 주요 생산 및 공급의 거점으로 부각하고 있음. 버섯재배강국이었던 영국은 네덜란드에 의해 영국 버섯 시장을 잠식당했고, 현재는 폴란드 등의 가세로 네덜란드 업체들이 치열한 경쟁에 시달리다 못해 역으로 폴란드에 버섯생산시설을 짓고 있는 중

1. 네덜란드 생산현황

- 양송이버섯 재배 1위 국인 네덜란드의 버섯생산현황은 네덜란드 농업경제 연구소 LEI의 2006년 상반기 발간자료에 의거함

가. 네덜란드 농가현황

- 지난 35년간 네덜란드 버섯재배농가 수가 점점 감소추세로 1971년에 1,600호의 재배농가 중에서 2005년에는 단지 330호만 남아있는 실정
- 이 중 양송이버섯 재배농가 수는 2005년 현재 299호이며, 앞으로 계속 줄어들어 2015년에는 130호 재배농가만 남아있을 것으로 예상
- 반면, 농가규모는 확대추세, 특히 주식회사형태의 재배기업 증가세
 - 2001년 17%에 해당하던 주식회사형태의 재배기업이 2005년에는 22%로 확대
 - 재배면적이 1만m² 이상인 농가 중에서 주식회사 재배기업의 비율은 84%

- 1천m² 이하의 농가 중에서는 오직 4%
- 농가1호당 평균재배면적은 1971년 600 m²에서 2005년 2,400 m²로 증가
- 네덜란드의 버섯재배는 현재(2005년) 95~98%가 배지(compost)에서 이루어지고 있으며, 극히 소량은(1~2 %)은 유기농 방식에 의해 재배
- 표 : 버섯생산현황(네덜란드, 1971-2005년)

	1971	2005
전체버섯 재배농가 수 (호)	1,600	330
양송이 재배농가 수 (호)	-	299
양송이 재배면적 (m ²)	647,000	770,000
유기농 방식 재배면적 (%)	-	1~2
배지(compost) 재배비율 (%)	-	95~98
농가 1호당 평균재배면적 (m ²)	600	2,400

* 자료제공: 네덜란드 농업경제연구소(LEI) 2006년 상반기 자료

나. 네덜란드 생산실적

- 네덜란드 전체버섯생산실적은 2000년 이래 하락세
- 이는 주로 양송이버섯의 과잉생산과 값싼 폴란드산 양송이버섯의 공급증가 현상에 기인
- 네덜란드 최대의 농업계 재정투자은행인 Rabo(라보) Bank에 따르면 현재(2005년) 네덜란드 양송이재배농가의 30~40%가 파산위기에 처해 있고, 이로 인한 라보은행의 재정손실은 10백만 유로에 달할 것으로 추정
- 연도별 생산실적
 - 2004년도 총생산량은 26만톤이었고, 이 중 42% 가량은 신선용, 나머지 58%는 가공용으로 소비
 - 2005년도 총생산가치는 전년대비 11% 가량 하락한 2억3천5백만 유로.

○ 표 : 네덜란드 버섯생산실적 (1990-2005년)

(단위 : 백만 유로, %)

재배품목	1990	1995	2000	2004	2005	증감률
버섯(전체)	182	245	316	265	235	-11.0

* 자료제공: 네덜란드 생산위원회(PT)

다. 생산 및 가공비용: 양송이

- 양송이버섯의 생산 및 가공비용은 2001년부터 각각 연평균 4.5% 와 8%의 하락세
- 2005년에는 다시 한번 각각 5% 와 15%의 하락세를 보임
- 주 요인은 서유럽 시장에서 네덜란드산에 비해 상대적으로 저렴하게 유통되는 폴란드 산의 물량공급
- 농가생산비용은 2005년의 경우 1 kg 당 1.40유로
 - 당시 양송이버섯의 농가판매가격이 일등급의 경우 1kg당 1.20유로, 저등급은 1유로로 거래되었음을 고려하면 일주일에 평균 12,000 kg을 생산하는 양송이 재배농가의 경우 최소한 1주당 2,400유로를 손해본 것으로 추정
- 연평균 농가소득은 2004년 이래 하락세
- 2005년 연평균 농가소득은 1호당 29,500유로
- 표 : 네덜란드 버섯재배농가현황 (2002-2005년)

	2002-2003	2004	2005
매출액/비용(%)	94	93	89
농가소득(1호당, 천 유로)	43.0	49.6	29.5
Saving(1호당, 천 유로)	-5.6	11.9	-5.0

* 자료제공: Informatienet

2. 유통현황

가. 양송이버섯

- 양송이버섯(신선품)의 유럽시장유통구조는 현재 네덜란드와 폴란드의 두 국가에 의해 주도, 하지만 최근 저렴한 폴란드산 양송이버섯으로 인해 네덜란드산 경쟁력 급하 추세
- 폴란드는 최근 버섯재배규모확대와 전문화를 통해 버섯시장혁신을 이룬 결과, 현재 프랑스를 물리치고 네덜란드에 이어 양송이버섯 재배 2위 국
 - 폴란드의 양송이버섯 생산실적 및 유럽국가로의 수출실적이 2004년 5월 EU 가입 이래 지속적인 성장세
 - 폴란드산 양송이버섯 수출물량은 2002-2004년 사이에 2배 이상 늘어난 반면, 네덜란드산의 2005년 수출물량은 전년대비 15% 감소한 8.3만 톤 가량.
 - 특히 북유럽 국가에서 네덜란드산의 경쟁력이 폴란드산에 점점 밀리는 추세 : 버섯수입국인 스웨덴은 단기운송기간에 의한 신선도유지를 목적으로 현재 네덜란드산과 폴란드산 양송이를 주로 수입(네덜란드산은 육상으로 밤새 운송이 되어 하루가 채 걸리지 않으며, 폴란드산은 통상 육상과 선박을 이용하여 하루가 걸리지 않는 편). 이 두 국가의 스웨덴양송이버섯시장점유율은 폴란드산이 43% 그리고 네덜란드산이 38% 로 폴란드산이 다소 높은 편
- 네덜란드산 양송이버섯은 영국과 독일로도 수출
 - 2005년 수출물량의 48%가 공급된 영국의 경우는 전년대비 18% 하락
 - 독일의 경우에는 총수출물량 중 28%가 공급되었고, 유일하게 1%의 성장
 - 노르웨이는 거의 전량을 네덜란드에서 수입하며 네덜란드산 양송이의 노르웨이 시장점유율은 90% 이상

나. 기타 버섯

- 야생버섯의 수요는 프랑스가 가장 많음
 - 야생버섯은 전통적으로 프랑스의 Rungis 및 Brive도매시장을 통해 거래됨.
 - 하지만 최근 야생버섯의 수요가 세계 도처에서 대폭 증가하면서 프랑스는 야생버섯 도매시장의 맹주로서 자리를 점차 내어주고 있는 실정
 - 유럽의 야생버섯 시장은 4월 초 터키산 그물버섯(Morels)과 불가리아산 St. George Mushroom의 입하로 시작되어 늦여름에는 스코틀랜드산 Girolles 및 노르웨이산 살구버섯(Chanterelle) 그리고 가을에는 잉글랜드 수확 종으로 시즌 마감
 - 영국 버섯전문도매회사Mushroomman사의 경우는 야생 및 양식버섯 모두 취급
 - 주 구매처는 중국, 캐나다, 일본, 헝가리, 벨기에, 네덜란드, 폴란드, 불가리아 등
 - 주 수입품목은 Morels, Chanterelles, Mousserons, St.George Mushroom, Pieds Bleus, Shimeji, 새송이, 표고, 팡이, 느타리 등
 - 매출은 2002년 이래 8배 급신장, 현재는 연간 3백만 파운드(한화 약 60억 원)
 - 양식버섯과 야생버섯의 판매비율은 2006년 5월 기준 7:3 수준이지만 이는 시즌내내 변화
 - 품목별 수입현황을 보면: Pieds Bleus는 일주일에 2 팔레트 정도 프랑스에서 수입하고, 망가닥버섯(Shimeji)은 벨기에 일본 버섯농장에서 수입하고 있음.
- 망가닥버섯의 경우 현재 영국 내 수요 증가세로, 특히 유명한 TV 요리사들이 많이 소비하고 있음. 새송이와 표고버섯은 모두 중국에서 수입하며, Horse버섯, 노란색 느타리버섯(Yellow Oyster), 팡이버섯은 네덜란드에서 수입하고 있음. 느타리 버섯은 헝가리에서 1주당 한 트럭분을 구매하고 있음

- 야생버섯의 가격등락은 매우 심한 편: 예를 들면 불가리아산 St.George mushroom 및 Mousserons 등은 1kg당 20파운드(한화 4만원)에서 5 파운드(한화 1만원)으로 급락하기도 해 거래에 매우 주의를 요함
- 야생버섯은 일반적으로 자연목재상자에 포장되어 수입되며, 고객의 요구에 따라 이종의 야생 및 양식버섯 6~8개를 섞어 작은 단위로 소포장해서 공급. 이런 방식으로 상품의 부가가치를 대폭 증대시킴과 동시에 구매자의 요구도 충족시켜주고 매출신장은 물론 고수익도 창출하고 있음
- 네덜란드산 느타리버섯 시장점유율: 영국 41%, 독일 43%

다. 표 : 버섯시중가격현황(1kg당, 노르웨이)

수입품목	원산지	시중가(1KR=약 160원)
양송이	네덜란드	29~34
Easter 버섯	네덜란드	79~98
PortoBello	네덜란드	98
아로마버섯	네덜란드	39
표고버섯	네덜란드	149
Chantareller	에스토니아	169

* 자료제공: 노르웨이 KOTRA

3. 소비동향

- 유럽에서 버섯, 특히 양송이버섯은 파이에서부터 수프까지 헤아릴 수 없이 많은 각종 요리에 사용: 노르웨이에서는 주로 수프 혹은 (쇠)고기 요리에 사용됨
- 가공형태의 (양송이)버섯은 납작하게 썰어 소금물 등에 저장해서 유리병 혹은 캔에 담은 포장형태, 피자를 비롯한 각종 냉동 및 냉장 즉석요리, 또한 양송이 수프 등 다양한 형식으로 판매

- 유럽에서 가장 많이 소비되는 버섯은 흰양송이버섯
- 최근 몇 년 사이 밤양송이의 인기 역시 증가 추세
- 네덜란드의 경우 2005년 상반기 기준 흰양송이와 밤양송이의 1가정당 소비량은 각각 1.2kg과 65g으로 전년동기대비 각각 6%와 32% 증가세
- 느타리버섯의 네덜란드 1가정당 소비량은 70g (전년동기대비 9g 감소)

영국의 경우 새송이 버섯은 보기도 좋고 값도 비싸지 않아 소비자 반응이 좋고, 팡이 버섯은 Mush

II. 팡이·새송이버섯 현황

1. 생산현황

- 팡이 및 새송이버섯의 생산현황에 대한 공식적인 자료는 없으며, 네덜란드 버섯수입업체인 라우라(Laura) 사와의 서신인터뷰 자료에 의거해 조사
- 생산국가 - 독일, 네덜란드, 영국 등 일부 유럽국가
- 생산형태 - 병이나 배지(compost)를 이용해서 소량 재배형태
 - 유럽의 생산기술은 일본 방식을 도입·응용한 한국의 전문적인 기술에 비해 한 단계 낮은 수준
 - 중국의 경우는 오래 전부터 팡이와 새송이버섯을 생산해 오고 있지만 대부분의 품질이 유럽수준에 미치지 못함
 - 최근 벨기에에서는 한 일본 회사가 버섯공장을 설립·운영 중에 있음

- 표 : 팡이 및 새송이버섯 유럽생산현황

생산국	생산품목	1주당 생산량(kg)
독 일	새송이버섯	2,000
덴 마 크	팡 이	200
네덜란드	새송이버섯	1,000
벨 기 에	새송이버섯	500

* 자료제공: Laura International

2. 유통현황

가. 유럽진출현황

- 한국산 팡이 및 새송이버섯의 유럽시장진출은 서서히 확대 추세
 - 2003년부터 일부 유럽시장에 한국산 버섯이 소량유통되고 있었으나, 네덜란드 라우라 사가 2006년 5월부터는 한국 버섯 수출업체와 독점계약을 맺고 유럽시장 내 한국산 버섯의 수요확대를 위한 본격적인 마케팅 작업 착수
 - 현재 유럽에서는 네덜란드 라우라 사가 유일하게 한국산 버섯을 직수입해서 주요 유럽시장에 공급하고 있음

1) 라우라 인터내셔널

- 공 식 명 : Laura International B.V.
- 회사대표 : Mr. Kees de Jong (케이스 더 용)
- 종업원수 : 총 35명
- 회사역사 : - 1965년 가족사업형태의 야채도매업으로 시작
 - 1970년 라우라 버섯회사를 창립
 - 2000년부터 사업이 확대: 현재 네덜란드에 본사(헤이그)와 1개의 지사(Zuilichem) 그리고 홍콩, 헝가리, 코소보에 각각 지사 1개씩

- 헤이그 본사 연락처 및 담당자

Laura International B.V.

주소 : Frederikstraat 54/1, 2514 LL Den Haag, The Netherlands

전화 : + 31 (0)70 312 2474

팩스 : + 31 (0)70 345 6476

웹사이트 : www.laura-int.com (현재 공사 중)

담당자 : 김윤진

- 업종 : 버섯, 특히 특수버섯 전문수출입 및 분배업체
 - 주요 수입국은 한국, 중국, 독일, 헝가리, 중국 등
 - 이를 유럽 주요국 (네덜란드, 벨기에, 프랑스, 독일, 영국, 덴마크)의 수출입 및 도매업자에게 공급
 - 최근에는 일부 대형소매업자에게도 직접공급
- 품목 : 신선버섯, 건조버섯, 냉동 버섯, 야생버섯, 버섯스낵, 기타 버섯관련 상품
 - 이중 한국으로부터는 신선버섯 (팽이, 새송이, 망가닥), 건조버섯 그리고 버섯스낵 등을 상시 수입
 - 주요 신선버섯과 야생 버섯의 종류: 한국산 팽이 및 새송이 버섯을 비롯해서 양송이버섯, 느타리버섯, 표고버섯 등
- 표 : 라우라 판매상품 수입관련정보

판매상품	수입시기	원산지
신선버섯(40종)	상 시	중국, 한국, 네덜란드, 핀란드, 폴란드, 독일
건조버섯(40종)	상 시	중국, 한국, 네덜란드, 핀란드, 폴란드, 독일
야생버섯(10종)	시즌별	코소보, 터키, 러시아, 헝가리, 캐나다
버섯스낵 및 관련상품	상 시	중국, 한국
냉동버섯	상 시	-

* 자료제공: Laura International

○ 표 : 라우라 신선 및 야생버섯 상품종류

상품명(원산지)	사진	상품명(원산지)	사진
신 선 버섯			
Mini-Shitake (핀란드)		Baby White Champignon	
Shitake (중국)		White Champignon	
White Shimeji (중국)		Baby Brown Champignon	
Brown Shimeji (중국)		Brown Champignon	
Pink Oyster		Eryngii (한국)	
White Oyster		Baby Eryngii (한국)	
Yellow Oyster		Hakuraitake	

Grey Oyster		Pied Bleu	
Brown Shimeji (한국)		Pom Pom Blan	
White Enoki (한국)		Portobello	
Golden Enoki (한국)		Akker Champignon	
Flower Enoki (한국)		Pioppino	
야 생 버섯			
Boletus		Truffles	
Black Trumpet		Hedge Hockes	

Judas Oor		Maitake	
Chanterelle Jaunes		Morel	

* 자료제공: Laura International

나. 유통실태

1) 유통구조

- 한국산 팡이 및 새송이버섯은 2003년 무렵부터 유럽시장에 소개됨
- 당시 비체계적이던 한국산 버섯의 유럽 유통망이 2006년부터 라우라사와 한국 수출업체 간의 독점계약에 의해 서서히 체계적인 구조로 자리잡고 있음

2) 판매현황

- 현재 라우라는 네덜란드를 비롯해서 영국, 프랑스, 벨기에, 덴마크, 독일의 수출입 도매업자와 대형소매업자에게 한국산 버섯을 판매하고 있으며, 이들은 다시 내수공급 외에도 다른 국가로의 수출 시도
- 라우라 관계자에 따르면 바이어마다 구입량 차이가 있고, 특히 대형소매업자 대상 직접 판매는 최근 시작한 관계로 세세히 양을 나누기 어려운 실정 이지만 총판매량은 증가세
- 팡이버섯 판매량은 계절에 따라 차이가 남: 날씨가 서늘해지면 판매량 증가
- 한국계 슈퍼마켓 ‘신라’(네덜란드, 벨기에)의 한국산 팡이버섯 1주당 판매량은 현재 암스테르담 본점에서만 50개(1개당 100g)들이 한 박스이며, 벨기에 지점에서도 이와 같은 수준

- 2005년에는 중국산 팡이버섯 판매, 당시 1주당 평균 판매량은 15kg 정도

○ 표 : 한국산 버섯 유럽 판매 현황 (2006. 6월까지)

품목	구매업자		1주당 판매량(kg)	
새송이	도매업자	런 던	영 국	100
		파 리	프 랑 스	1,000
		브 뤼 셀	벨 기 에	500
		코펜하겐	덴 마 크	200
		뒤셀도르프	독 일	1,000
		스튜트가르트	독 일	200
	소매업자	Macro, Albert Heijn	(네덜란드)	500
		Carrefour	(프 랑 스)	
		ALDI, Rewe	(독 일)	
	팡 이	도매업자	파 리	프 랑 스
로테르담			네덜란드	200

* 자료제공: Laura International

* 대형소매업자의 경우는 자국 외에도 유럽 및 세계 전역에 지사를 두고 있음.

다. 가격동향

1) 도매가격

- 라우라 사 판매가격은 구입량 및 운송거리에 따라 달라지므로 고정가격이 존재하지 않음
- 팡이 버섯의 경우 2006년부터 한국산을 구입하고 있는 네덜란드 로테르담 도매업자가 라우라로부터 구입하는 가격은 1개(100g)당 0.35 유로이며, 로테르담 도매업자는 이를 다시 네덜란드, 영국, 그리고 프랑스의 아시아계 소매업자 (80% 가 중국계 슈퍼)에게 100g당0.55~0.65유로로 판매

- 라우라 사가 가격제시를 거부하고 있어, 상기 가격은 로테르담 도매업자와의 인터뷰 결과
- 새송이 수입단가는 팡이보다 평균 0.20~0.25 유로 가량 높은 수준으로 추정

2) 소매가격

- 현재 한국산 팡이버섯의 소비자 가격은 암스테르담에 위치한 한국계 슈퍼마켓
- ‘신라’ 기준 1.2 유로
- 벨기에 지점(1개)을 소유하고 있는 신라는 되도록이면 한국산을 판매하자는 의도 하에 2006년부터 로테르담 도매업자로부터 한국산 팡이를 구입
- 신라는 2005년의 경우 중국산 팡이를 중국에서 항공으로 직수입해서 판매. 당시 판매가격은 한국산보다 다소 높은 1.3~1.4 유로 수준이었는데, 이는 항공에 의한 직수입형태와 진공포장형태로 인한 신선도 및 신선도 유지가 최고 수준이었기 때문.
- 선박운송형태로 수입되는 중국산 팡이버섯의 소비자 가격은 0.55~0.65유로로 매우 저렴한 반면, 품질은 하급이고, 주로 중국계 슈퍼마켓에서 판매

3) 표 : 한국산 팡이버섯 네덜란드 유통단계별 가격현황 (2006년)

라우라(수입업자)	로테르담 도매업자	한국계 슈퍼 ‘신라’
0.35	0.55~0.65	1.2

* 단위 : 유로 / 1개(100g) 당

라. 포장형태

- 한국산 팡이버섯은 한국에서 1개당 100g 포장 5kg 박스 단위, 그리고 한국산 새송이 버섯은 1개당 2kg 포장 4kg박스 단위로 라우라에 공급
- 라우라는 이어서 고객이 원하는 대로 재포장해서 판매

- 일반적으로 한국공급포장형태 그대로 공급
- 대형슈퍼마켓의 경우 각각 주문하는 사이즈 및 포장형태로 재포장해서 공급
- 요리법을 붙이기를 원하는 슈퍼, 바코드를 따로 주문하는 슈퍼도 있음
- 한국계 슈퍼마켓 신라를 비롯한 아시아계 슈퍼마켓에서는 한국공급포장형태 그대로 판매

4. 소비동향

- 팡이와 새송이버섯은 유럽시장에서는 아주 생소한 상품으로 얼마 전까지만 해도 소수의 전문가들 사이에서만 알려져 있었음
- 하지만 최근 한국산 버섯이 유럽에 소개되면서 일부 전문유통업자들 사이에서 팡이와 새송이버섯에 대한 관심이 서서히 증가하고 있음
- 팡이와 새송이 버섯은 유럽의 전문가들과 전문유통업자들 사이에서 일반적으로 Enoki(팡이)와 Eryngii(새송이)로 통용
 - 새송이 버섯은 Eryngi 혹은 Eringi(i) 로도 알려짐
 - 팡이버섯은 프랑스에서는 Velutipes de flammulina라는 학명 외에도 일본명인 Enokidake, 팡이버섯의 생김새나 촉감을 그대로 표현하는 Aiguille d'or (금바늘), Champignos d'hiver (겨울버섯), Pieds de velours (비로드발) 등으로 인지됨
- 팡이버섯의 경우 이미 아시아계 슈퍼마켓에서 일본산과 중국산이 판매되고 있지만, 대부분의 현지 유통업자들과 소비자들은 아직까지도 팡이와 특히 새송이버섯의 존재에 대해 거의 알지 못하는 실정
- 팡이 버섯은 신선버섯의 형태 이외에도 통조림 형태로 시중에 판매
- 팡이 및 새송이 버섯을 인지하고 구입하는 소비계층은 한국, 일본, 중국 사람들과 아시아 음식에 관심 혹은 식견이 있는 일부 현지인에 불과
- 새송이는 주로 현지인에게, 팡이버섯은 아시아인에게 인기 추세
- 일본인들과 일부 현지인들은 팡이버섯을 스끼야끼 등의 일본요리 혹은 볶

- 음요리 등에 주로 사용하며, 중국인들은 특히 중국식 풍류 요리용으로 소비
- 라우라 협력사인 버섯레스토랑 ‘Dining Restaurant’에서는 고기 및 생선 요리와 함께 팡이와 새송이버섯을 유럽시장에 소개: www.diningrestaurant.nl
- 예 : ENOKI MUSHROOMS WITH LUKEWARM SALMON AND HOLLANDAISE SAUSE (연어와 홀란드 소스가 어우러진 팡이버섯요리)

5. 수입 및 통관제도 현황

가. 수입현황

- 한국의 수출업체에 따르면 2006년 한국산 팡이 및 새송이 버섯의 대 네덜란드 수출은 1월부터 12월 까지 고정적 수요가 예측되며, 원거리 수출관계로 최상급만을 수출하기 때문에 수출가격은 1년 중 고정계약가격
- 표 : 한국 수출업체의 팡이 및 새송이 대 네덜란드 수출량 (2006년)

수출시기	수출량
1~4월	월 20피트 4컨테이너
5~8월	월 20피트 2컨테이너
9~12월	월 40피트 4컨테이너

- 현재(2006년 6월 말) 네덜란드 라우라 사는 한국산 버섯을 2주마다 정기적으로 수입하고 있음
 - 팡이와 새송이 버섯은 2주마다 고정 수입량
 - 갈색 팡이는 시기에 따라 수입량이 달라짐
 - 망가닥 버섯은 6월 4째 주부터 수입

○ 표: 라우라 사의 한국산 버섯 수입현황 (2006년)

한국산	수입시기	수입량
팡 이	2주마다	500kg
새 송 이	2주마다	3.5ton
갈색팡이	2주마다	400-500kg
망 가 닥	2주마다	200kg

* 자료제공 : Laura International

나. 통관제도

1) 수입장벽, 검역 그리고 식품안전

- 팡이 및 새송이 버섯에 대한 유럽 인지도가 낮은 관계로 수출입 장벽이 현재까지는 없는 것으로 확인
 - 한국에서는 신선버섯이 검역품목에 해당되지 않고, 유럽 세관에서도 검역을 받지 않고 한국수출서류로만 통관

2) 수출입관련정보

- 한국에서 유럽으로 신선버섯수출 시 필요한 서류는 인보이스, 패킹리스트, 원산지 증명서, B/L 이며, CIF의 경우에는 보험증도 필요

○ 표 : 팡이 및 새송이버섯 HS Code와 수입관세율

수입품목	HS Code	수입관세율
팡 이	0.07-59-5000	4%
새송이	0709-59-9000	

* 자료제공: Laura International

3) 운송형태

- 한국산 신선버섯 운송형태는 주로 해상으로 이루어짐
- 하지만 최근 판매량이 증가함에 따라 항공운송도 이용

- 표 : 팡이 및 새송이 운송 현황

운송방법 : 냉장(-1도 유지)		운송기간	운송비
해상	20피트 냉장(5톤)	22~25일 정도 (부산항에서 로테르담항까지)	USD 2,700
	40피트 냉장(10톤)		USD 3,700
항공	500kg 이상	3일(내륙 및 현지 통관)	1kg당 4,200원

6. 경쟁력 분석 및 수출확대방안

가. 경쟁력 분석 및 비교

1) 시장분석

- 최근 유럽에서는 비만을 비롯한 성인병이 증가하면서 건강식에 대한 관심과 수요가 늘어나고 있는 추세
- 또한 EU확대로 인해 다양한 음식문화가 소개되면서 특수버섯에 대한 관심과 수요가 서서히 확산되고 있음
- 이와 더불어 특수버섯에 대한 생산 및 물류 기술이 발전됨에 따라 특수버섯의 단가하락과 공급량 증가가 가능
- 이에 따라 앞으로 양송이버섯의 수요가 대부분인 유럽시장에서도 팡이 및 새송이버섯과 같은 특수버섯에 대한 수요가 점차 증가할 것으로 예측
- 이러한 추세와 더불어 한국산 팡이 및 새송이 버섯도 유럽시장에서 경쟁력을 지닐 수 있을 것으로 예상

2) 경쟁력 분석 및 비교

- 특수버섯 전문수출업체인 네덜란드 라우라 사는 팡이와 새송이 버섯만큼은 한국산을 고집하고 있는데, 우수한 생산시설에서 생산된 한국산 버섯이 최상급의 품질을 지닌 데 비해 상대적으로 가격이 적절하기 때문
- 대부분의 중국산은 싼 가격만큼 품질은 저급이고, 일본산 팡이버섯의 품질은 한국산과 비슷하거나 조금 더 나은 수준이지만 가격은 상대적으로 높은 편
- 하지만 대부분의 소비자들, 특히 중국계 소비자들은 여전히 품질보다는 가격을 우선시. 이에 따라 한국산이 가격경쟁에서 중국산에 다소 밀리고 있는 실정
 - 네덜란드의 경우 한국산 팡이버섯이 한국계 혹은 중국계 슈퍼에서 0.8~1.2 유로로 판매되는 반면, 중국산 판매가는 로테르담 도매업자의 판매가와 비슷한 수준인 0.55~0.65 유로
 - 로테르담 도매업자가 2006년 1월부터 2월까지 두 달 동안 한국산 팡이를 아시아계, 특히 중국계 슈퍼에 1톤 이상 프로모션 용으로 무상공급했음에도 불구하고 중국계 슈퍼들은 중국산 구입을 더 선호, 한국산 구입은 비정기적
- 유럽 내 전문 유통업체들과 일부 소비자들은 가격만큼 품질도 중요하게 여기고 있으며 앞으로 이러한 추세가 점점 증가할 것으로 예상
 - 중국산 새송이 버섯을 수입하고 있는 영국의 한 버섯업체는 수입 시 버섯의 머리(cap) 부분이 부서져 오는 경우가 빈번하다며 한국산 새송이 버섯의 품질이 더 좋을 경우 한국산을 구입할 의사를 표명
- 결국 한국산 팡이와 새송이 버섯의 유럽시장확대에 있어서 가장 큰 애로사항은 가격이 아닌 절대수요가 너무 적다는 사실. 즉 팡이와 새송이 버섯을 비롯한 특수버섯에 대한 현 유럽시장은 공급자가 수요를 창출해야 하는 실정

나. 한국산 수출증대 방안

1) 수요 창출

- 한국산 팥이와 새송이 버섯에 대한 유럽시장 내 수요를 창출하는 방안으로 우선 현지에 맞는 요리법 개발이 선행되어야 한다는 것이 전문유통업자들과 소비자들의 공통된 의견.
 - 현재 한국농산물유통공사는 로테르담 지사의 협력 하에 프랑스 ‘꼬르동 블르’와 함께 한국산 팥이 및 새송이 요리법 개발 예정
- 요리법 개발과 더불어 한국산 버섯에 대한 과학적인 증명도 필요
 - 세계 각국의 음식을 종합적으로 맛보고 응용하여 이를 생활화하는 프랑스는 원래 매우 보수적인 시장으로 과학적 증명이 되지 않은 식품에 대해 매우 배타적인 성향을 지님. 하지만 80년대 중반 미국의 한 대학에서 표고버섯이 항암효과를 지니고 있다고 발표하자 프랑스는 이 버섯에 관심을 가지고 연구, 현재는 프랑스 내 대다수의 버섯공급업체에서 표고버섯을 판매하고 있을 뿐만 아니라 심지어는 일부 지방에서는 생산까지 하고 있음
- 한국산 버섯의 효능을 과학적인 방법으로 증명한 후 적극적인 마케팅
 - 한국산 버섯의 효능을 선전하는 각종 판촉물 분배와 학회 및 전시회 개최
 - 슈퍼마켓 혹은 TV요리사와 함께 팥이,새송이 요리 소개
- 현재 한국농산물유통공사는 로테르담 지사의 협력 하에 한국산 버섯의 유럽시장 내 수요창출 및 확대를 위한 정보조사와 사업수행에 적극적인 지원과 협력 제공

2) 상호협력관계 창출 및 유지

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

- 이와 같은 협력관계가 더욱 발전해서 전국적인 협력관계를 이루고 나아가 생산시설의 대형화, 선진국과의 기술협력, 신상품 개발 및 품질개선 노력 그리고 수출창구의 단일화가 이루어질 때 한국산 버섯의 세계 경쟁력이 더욱 강화될 전망
- 이러한 협력관계는 전세계적인 현 추세이기도 하며, 특히 생산 및 수출 비용의 절감효과 유도

3) 생산시설의 대형화 및 생산기술개발

- 다른 농산물 분야와 마찬가지로 한국산 팡이 및 새송이버섯도 세계시장에서 가격경쟁은 중국산과 그리고 기술경쟁은 일본산과 치열한 각축전을 벌이고 있음.
- 이러한 경쟁시장에서 살아남기 위해서는 무엇보다도 생산시설의 대형화를 통한 다량생산과 안정적인 공급물량유지가 필수. 하지만 단순한 시설규모의 확대는 비용상승만 초래. 이와 더불어 끊임없는 기술개발이 이루어져야 함. 아무리 한국의 생산 및 관련 기술이 발달되어 있다고 하더라도 아직까지는 일본에 비해 다소 뒤지는 게 현실. 이를 극복하기 위해 해외선진기술을 습득하고 자체적인 신기술 개발에도 힘을 쓰는 등 해외시장에서 경쟁력을 유지할 수 있어야 함

4) 신상품 개발 및 품질개선

- 한 제품이 경쟁력이 있다고 하여 계속해서 그것만 생산하려 한다면 그 업체는 치열한 경쟁에서 살아남을 수 없음. 농산물 생산업체 역시 세계시장에서 경쟁력을 유지하기 위해서는 끊임없이 신상품 개발과 기존 제품에 대한 품질 개선을 위한 노력 절대 필요.
- 한국 그린합명은 자체 연구소를 설립하고 신상품 개발에 힘쓴 결과 기존의 팡이버섯 외에 새로운 황금팡이버섯을 개발, 해외시장에서 좋은 반응을 얻은 바 있음. 또한 신선버섯의 원거리 수출이란 점을 고려할 때 신선도 유지

에 대한 기술개발이 절대 필요하다는 현실에 따라 배지(compost)에 들어가는 원자재 성분을 분석·검토하고 개선방안을 모색한 결과 팽이버섯 유통기한 연장기술을 개발하는 성과를 거둠

5) 수출창구의 단일화

- 세계적인 사과수출국인 뉴질랜드는 지난 해 해외시장에서 자국업체끼리의 경쟁으로 인해 수출가격 하락을 초래.
- 뉴질랜드 사과수출시장에서 40% 점유율을 가지고 있는 엔자(Enza)사는 최근 합병 및 협력 관계 등을 통해 뉴질랜드 사과수출시장 점유율을 70% 까지 늘리는 방법으로 수출창구를 단일화해서 자국업체 간의 경쟁 사전방지 방안 마련 중
- 우리나라 역시 농가 및 수출업체 그리고 정부의 상호협력에 의한 수출창구를 단일화를 통해 해외시장에서 한국업체끼리 경쟁하는 불상사를 사전에 방지할 필요있음. 생산시설의 대형화, 생산기술 및 신상품 개발 그리고 품질개선 등의 모든 노력이 해외시장에서 한국업체끼리 경쟁하기 위한 것이 아니기 때문

6) 식품안전정책의 통일화 및 세계화

- 전세계 소비시장의 현 추세는 식품안전에 대한 관심이 증가하고 있다는 것
- 유럽에서는 오래 전부터 유렙갭(EurepGap)과 같은 식품안전정책으로 소비자가 안심하고 식품을 소비할 수 있도록 하고 있음. 한 상품의 생산단계에서부터 상품화 및 소비자 유통단계까지 적용되는 유럽식품안전정책은 내수용 상품 뿐만이 아닌 대부분의 수출입 상품에도 적용. 특히 유럽 대형유통업체들은 유렙갭 혹은 유로오가닉(Euro Organic)과 같은 식품안전관련 인증 요구 하므로 한국산 버섯의 유럽 유통망 확대를 위해 유로오가닉 인증을 취득해 놓는 것이 좋음

6. 홍콩 표고버섯

I. 생산 동향

- 학 명 : Lentinus edodes (Berk) Sing.
- 영 어 : Oak mushroom
- 중국어 : 香菇

- 홍콩 자체에서는 표고 버섯을 전혀 생산하지 않으며, 전량 수입에 의존하고 있는 실정임

II. 유통 현황

- 표고 버섯은 전량 수입에 의존하고 있으며, 그 유통 형태는
수출국 -> 수입상 ->도매 시장 -> 소매상, 음식점 ->최종 소비자
수출국 ->슈퍼마켓 ->최종 소비자

- 최근에는 전통적 수입상/도매상외에 슈퍼마켓과 일반 농산물 수입상들이 버섯을 수입, 판매하는 물량이 증가추세임
- 중간도매상을 배제함으로써 상대적으로 낮은 가격으로 판매하고 있어 소비자들로부터 인기를 얻고 있음

- 생표고 버섯은 야채 시장, 슈퍼마켓 등에서 주로 판매하고, 건표고 버섯은 건어물상, 약재상, 슈퍼마켓 등에서 주로 판매함

- 건표고가 주로 취급되는 일반 건어물상이나 약재상에서는 주로 큰 비닐 봉투에 담아 두고 소비자의 요구에 따라 저울에 달아 판매하고 있으며, 생표

고는 슈퍼마켓이나 채소가게에서는 일정량을 포장해 두고(예: 300g, 320g 등) 포장 단위로 주로 판매되고 있음

- 홍콩에서 건표고는 일본산을 최상품으로 취급하고, 그 다음으로는 한국산, 극소량 수입은 되고 있으나, 프랑스, 이태리산이 고가품으로 인정받고 있음
- 표고버섯은 중국인들도 매우 좋아하는 기호식품으로 홍콩에서는 건어물상, 약재상, 슈퍼마켓, 재래 식품점, 청과물점 등 표고버섯을 판매하는 곳이 많음
 - 참고로, 표고버섯은 일본산이 가격이 높기 때문에 일본산 종자로 중국에서 재배한 후 일본으로 선적하여 다시 제 3국으로 수출하여 일본산으로 둔갑시키는 경우가 많음
- 건어물상, 약재상 등에서 주로 판매되는 건표고는 품질에 따라 600g당 HKD40~HKD200에 판매되고 있음

〈홍콩 주요 유통매장 생표고 버섯 소매가격〉

판매점	상표	용량(g)	가격(HKD)
Wellcome	First Choice	300	92.80
	Treasure Tree	320	71.60
Parknshop	Flying Dragon	450	66.80

Ⅲ. 소비 동향

1. 판매 형태

- 일반적으로 건어물상이나 약재상에서는 도,소매상을 겸하고 있기 때문에대 포장을 하거나, 수요자의 요구에 따라 무게를 달아서 판매하고 있음

- 슈퍼마켓에서는 일반적으로 소포장(100g 단위)하여 판매하고 있음

2. 소비 특성

- 버섯은 일반적으로 중국인들이 좋아하는 식품으로, 홍콩에서는 버섯을 사용한 음식이 많아 외국과 비교해 인구 비례로 보면 버섯의 수요가 많은 편
- 표고는 홍콩내 대부분의 해산물 및 식품류 취급점에서 쉽게 찾아볼 수 있으며, 특히 명절 때 친척 및 친지들의 선물로 홍콩인들이 즐겨 찾는 품목중 하나임
 - 현지인들은 명절 선물로 사탕이나 과자류를 준비하는데 장년층이나 노인에게는 건강식품으로 인식되어 있는 표고버섯을 선물하기 때문임
- 대형 식당뿐만 아니라, 일반 가정에서도 버섯을 사용한 요리를 즐겨 먹고 있음
- 일본산은 선물용, 고급레스토랑 등으로 소비용도가 한정되어 있음

〈주요국별 건표고버섯에 대한 품질평가〉

국가	색	향 기	맛	크기 및 형태	건조도
일본	버섯특유의 색이 보존되어 있으며 장기간 저장시에도 색상불변	버섯 특유의 향이 잘 보존되어 있음	부드럽고, 뒷맛이 여운이 있음	크기가 일정, 잘 정돈된 버섯형태 유지	건조도 높음
한국	일본산과 대등한 수준이나 건조상의 부주의로 인해 간혹 변색되는 경우가 있음	일본산과 대등함	일본산과 비슷하나 맛이 다소 강함	일본산과 대등함	일본산과 대등함
중국	쉽게 변색되기 때문에 장기저장 판매가 어려움	일본산과 대등함	맛이 강함	크기가 일정하지 않고 형태가 정돈되어 있지 못함	건조도가 다소 낮음

IV. 수입 시장 동향

- 최근 몇 년 동안은 수입량이나, 금액면에서 비슷한 수준을 유지하고 있으며, 각 해당 연도의 작황 현황이나 수입품의 품질에 따라 가격의 폭이 심한 편이어서 어느 해에는 전혀 수입이 안 되는 경우도 있음
- HS Code에는 표고버섯 단독 품목은 없고, 기타 마른버섯으로 분류되어 있음(HS Code 07123990/Other Dried Mushrooms and Truffles, Whole, Cut, Sliced, Broken or in Powder, But not further Prepared)
- 중국산이 물량(점유율 95%)과 금액에서(85%) 압도적임
- 한국산은 '05년 물량기준 58톤(점유율 약1%), 금액기준 13백만 홍콩\$(약 5%)로 매년 수입이 감소하고 있는 추세이며, 중국산의 품질이 점점 좋아지고 있는 등 품질과 가격면에서 홍콩시장에서 한국산의 경쟁력은 지속적으로 약화되고 있다고 보여짐
- 또한 홍콩은 중개 무역 내지는 재수출 기지로 활용되고 있어 어떤 품질의 상품을 수입·재수출 하느냐에 따라 가격의 차이가 심할 수 있음

〈기타 마른 버섯류 수입 동향(국가별)〉

구분	2003		2004		2005		2006.1~8	
	물량 (톤)	금액 (천홍콩\$)	물량 (톤)	금액 (천홍콩\$)	물량 (톤)	금액 (천홍콩\$)	물량 (톤)	금액 (천홍콩\$)
미국	8	179	9	265	2	113	1	72
대만	69	1,366	53	4,336	27	391	0.1	9
한국	94	18,830	97	16,476	58	12,667	38	8,930

일본	53	17,211	121	19,503	41	13,079	45	13,085
중국	7,036	224,631	6,397	207,294	5,731	207,047	3,808	152,322
네덜란드	0.1	11	0.8	47	0.7	43	-	-
프랑스	0.8	291	1	379	1	422	0.8	831
이태리	0.8	201	0.2	50	0.6	196	0.9	295
브라질	0.1	155	1	438	1	119	-	-
싱가폴	9	74	0.5	15	-	-	6	384
호주	3	114	1	39	3	38	-	-
기타	1.2	96	6.5	639	9.7	1,628	45.2	1,305
합계	7,276	263,159	6,688	249,481	5,875	235,743	3,945	177,233

자료) 홍콩정부 통계처. HKD7.75 = USD1.00

〈기타 마른 버섯류 재수출 동향(국가별)〉

구분	2003		2004		2005		2006.1~8	
	물량 (톤)	금액 (천홍콩\$)	물량 (톤)	금액 (천홍콩\$)	물량 (톤)	금액 (천홍콩\$)	물량 (톤)	금액 (천홍콩\$)
미국	541	24,012	430	18,429	264	10,727	171	11,050
캐나다	381	13,821	305	13,674	323	14,203	173	9,781
네덜란드	9	527	9	1,906	4	300	4	303
대만	80	755	39	2,244	65	3,826	-	-
태국	36	1,610	106	2,174	21	687	21	447
일본	28	1,559	21	1,451	0.5	108	4	752
한국	0.05	6	21	428	5	153	0.8	115
중국	52	1,256	89	5,385	20	328	8	639
말레이시아	153	4,412	158	4,567	101	3,168	59	3,058
싱가폴	228	9,600	110	5,968	95	5,985	38	3,474

호주	5	325	45	2,389	3	128	29	2,121
뉴질랜드	21	772	18	735	13	539	10	612
프랑스	11	3,581	1	80	0.7	426	4	1,570
필리핀	18	492	-	-	60	1328	86	1,972
기타	159	7,259	127	5,118	195.8	10,104	41.2	3,971
합계	1,722	69,987	1,479	64,548	1,171	52,010	649	39,865

자료원 : 홍콩 정부 통계처. HKD7.75 = USD1.00

V. 통관 제도 및 시장 확대방안

- 홍콩은 자유 무역 지역이므로, 수출입 절차가 대단히 간단하며, 대부분의 경우에는 비록 식품일지라도 검역이 생략되고, 수입 신고만 하면 됨
- 통관은 주로 수출상으로부터 B/L을 받은 후에 일정 수수료를 지불하고 통관 대행을 시키는 경우가 많음
- 표고 버섯에 대한 수입 규제 사항은 없음
- 한국산은 현지소비자들에게 품질에 상응하는 충분한 가격을 인정받지 못하고 있으므로, 슈퍼마켓 및 식품점 등을 통한 시식회 등의 홍보활동 전개 필요
- 버섯시장 유통라인중 슈퍼나 일반 농산물 수입상의 비중이 커지고 있는 점을 고려 대량수요처에 대한 직판라인 형성을 통한 수출 증대 도모

문의처

조사책임 : 정보서비스본부 본부장 이동혁
조사참여 : 무역정보1팀 팀장 변동헌
무역정보1팀 대리 정현철

서울특별시 서초구 양재동 232 aT센터
전화 : 02)6300-1392~1396
팩스 : 02)6300-1609

본 자료집에 실린 내용의 무단전제, 복사 또는
인터넷 게재 등을 금합니다.

※ 본 자료집은 조사시점의 제도, 통계자료 및 현지 시장여건 등을 감안하여 조사된 것임을 알려드리오며, 본 자료집의 발간 이후 조사 대상국의 상황변화 등에 따라 자료집 내용과 다소 차이가 있을 수 있는 점 양지하시기 바랍니다.

“우리 공사는 임직원에 대한 부정비리 신고 편의를 도모하고자 수신자 부담 「24시간 부정비리신고 모바일 핫라인(080-112-2580)」를 개설하였습니다. 신고내용은 비밀이 절대 보장되오니 안심하시고 신고하여 주시기 바랍니다.”