

... 머리말 ...

우리나라 딸기 생산규모는 '10년 기준 약 20만 톤으로 미국, 스페인, 터키, 멕시코에 이어 세계 5위입니다. 특히 수출용 딸기는 고소득 작물로의 인식이 확산되면서 수출이 증가하고 있으며, 수출 농업에서 차지하는 비중과 중요성이 날로 증대되고 있습니다.

신선딸기의 수출규모는 '10년 2,500만 달러로 전년 대비 약 40% 신장되는 등 최근 꾸준한 수출 증가세를 보이고 있으며, 당도가 높고 과즙이 많으면서도 쉽게 무르지 않는 특성으로 해외에서도 상품성이 우수하다는 평가를 받고 있습니다.

그러나 한국 딸기는 '08년 기준 세계 5위라는 생산규모에 비해 수출비중이 약 0.2%로 수출규모는 세계 21위에 그치고 있습니다. 이는 높은 수출 단가와 일본 딸기 육종권 주장에 따른 로열티 문제 등에 영향을 받은 바 큼니다.

다행히 올해 7월부터 한·EU FTA가 발효되어 최대 딸기 소비 지역인 유럽 시장으로의 진출 여건이 개선되었으며, 새로이 개발한 국내 육종 품종인 매향 등에 힘입어 한국 딸기의 수출 경쟁력이 강화되고 있습니다. 또한 농림수산식품부는 수출 드라이브 정책을 통해 그리고 우리 공사는 다양한 해외 시장 개척 사업 추진을 통해 딸기 수출 시장 다변화와 수출 확대를 위해 다각적인 노력을 기울이고 있습니다.

이 같은 노력의 일환으로 금년에 일본, 유럽 지역 딸기 수출 여건 조사를 실시하였습니다. 본 자료집이 한국 딸기의 수출 확대 전략을 수립하는 데 도움이 되고 더 나아가 수출 증대로 이어질 수 있기를 기대합니다.

2011. 7

aT 농수산물유통공사
수출이사 박종서

차 례

일본 / 1

1. 생산동향	3
2. 유통동향	15
3. 소비동향	18
4. 수출입동향	30
5. 통관 및 수입검사	33
6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향	37
7. 한국산 수출확대 방안	50

유럽 / 55

1. 생산동향	57
2. 유통동향	74
3. 소비동향	86
4. 수출입동향	96
5. 통관 및 수입검사	116
6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향	120
7. 한국산 수출확대 방안	125

조사개요 및 조사요약



조사 개요

❑ 조사 목적

- 시장 확대 가능성이 높은 지역에 대한 심층조사를 통해 딸기 수출확대 지원

❑ 조사 필요성

- 딸기는 '10년 2,500만 달러가 수출(신선딸기 기준)되어 전년 대비 약 40% 수출이 신장되는 등 최근 꾸준한 수출 증가세를 보이고 있으며, 수출 대상국도 늘어나는 추세로 수출확대 및 신규시장 진출을 위해 해외 주요 수출 유망 시장에 대한 심층 조사가 필요

❑ 조사 지역

- 일본, 유럽

❑ 주요 내용

- 생산동향
- 유통동향
- 소비동향
- 수출입동향
- 통관 및 수입검사
- 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향
- 한국산 수출확대 방안 등

❑ 조사기간 및 방법

- 조사기간 : '11년 3월 ~ 5월
- 조사방법 : 일본(오사카 aT센터), 유럽(로테르담 aT센터)

주요 조사내용 요약

◆ 일본

▣ 생산동향

- 2009년 일본의 딸기 생산 규모는 약 17만 톤 수준이며, 일본인의 1인당 신선 딸기 소비량은 1,413g으로 한국에 비해 소비 규모가 2.5배이나, 농업 인구의 고령화 등으로 인해 딸기 재배 면적은 감소 추세임
- 예전에는 프랑스, 영국, 미국으로부터 수입한 품종을 교배하여 일본산 딸기를 만들었으나, 근래에는 지방 자치단체가 중심이 되어 독자적인 품종 개량 연구를 함

▣ 소비동향

- 세대별, 성별 조사 결과에 따르면 딸기는 60세 미만의 연령대에서 과일 중 최고의 인기를 누리고 있음. 또한 60세 이상에서도 좋은 반응을 얻고 있으며, 연령대가 높을수록 남성보다는 여성이 과일을 좋아함
- 일본에서는 연간 1인당 딸기 구입액이 3,000~4,000엔이며, 구입 빈도는 6~7회임. 고급화가 진행되는 일본산 딸기 시장에서는 적당한 수치라고 볼 수 있으나, 딸기는 일본에서 가장 인기 있는 과일이기 때문에 저렴하고 영양가가 높은 딸기를 매일 먹을 수 있다면 소비 수요가 확대될 것으로 예측됨

▣ 수출입동향

- 일본이 딸기를 수입하고 있는 국가는 미국, 한국에 한정되어 있으며, 1위인 미국산 딸기는 일본산이 출하되지 않는 여름~가을에 걸쳐 수입 되는 것이 특징으로 2010년에 24.3억 엔이 수입되었음
- 한국산 딸기는 2000년 약 1,416톤, 8억 엔이 수입되었으나, 최근에는 급감하여 2010년에는 약 136톤, 2.3억 엔이 수입되었음

▣ 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

- 2010년 수입산 딸기 중 한국산 딸기의 비중은 4.2%, 미국산 딸기는 95.8%임. 특히 2010년에는 미국산 딸기의 일본 수출이 급증하였으며, 그 요인 중 하나는 공급 기간의 확장 때문으로 2008년까지는 9월, 10월, 11월 상순으로 한정되었지만, 2009년은 공급 기간이 6월~11월까지로 확장되었음

▣ 한국산 수출확대방안

가. 품질 및 가격

- 일본인 선호 품종 도입 및 육종 개발을 통한 수출 확대 도모
- 지속적인 국내 육종 수출 품종 재배 확대 및 여름딸기의 수출국 소비자 입맛에 맞는 국내 육종 신품종 개발
- 업무용(케이크) 여름딸기 수요 증가에 대비 적합한 품종 개발
- 고설재배는 딸기가 토양에 접촉되지 않아 병충해 방제 및 경영비 절감 효과가 있으므로 고설재배 도입을 확대해야 함
- PTC+ 등 해외 기술전문가 초청 수출컨설팅을 통한 딸기 생산 기술 향상(양액 재배 및 환경 제어 기술 등) 노력이 필요함
- 3월 이후 잣빛곰팡이병이 발병하여 품질이 하락하는 경향이 있으므로 연구기관과 연계하여 원인 규명을 통한 품질 향상이 요구됨

나. 홍보 및 마케팅

- 전문지, 잡지, 신문 등 현지 광고 방법
 - 바이어나 외식업체, 양과자점 등의 사람들이 많이 보는 전문잡지나 유통 전문지 등에 한국산 딸기의 안전성과 우수성을 어필하기 위해 광고를 해야 함. 특히, 한국산의 주 수입 시기인 때에 광고를 내면 더욱 효과적이라고 봄

- 판촉, 이벤트 행사 실시, 외식 박람회 참가 등의 마케팅 방법
 - 일본의 유명 외식 산업 박람회 등에 출전, 홍보 행사를 추진하여 한국산의 국내 생산 상황, 유통 등의 정보를 소개하여 안전성과 우수성을 알릴 수 있도록 이벤트 행사를 실시함
- 바이어 초청 상담회 개최
 - 외식업체 및 수입업체의 구매 담당자들을 초청하여 상담회를 실시하고 한국산에 대한 자세한 정보 제공으로 우수성을 인식하게 하여 수출 시장을 개척해야 함

다. 유통

- 선적 전 및 수확 후 관리 강화를 위한 산지 예냉 시설 확충 설치
 - 신선딸기는 수확하여 3℃ 상태에서 예냉을 실시, 선적하여야 하나 주산지 현장에 예냉실이 없거나 부족하여 신선도 유지, 빛깔 보호 등 품위 관리에 다소 어려움을 겪고 있음
- 냉장 컨테이너를 이용한 해상운송 방법 개발
 - 항공 운송비 인상에 따른 물류비용 상승으로 원가 부담이 커지고 있어 냉장 컨테이너를 이용한 해상 운송 방법 개발로 수출 원가(물류비) 절감을 통한 가격 경쟁력 확보 필요

라. 기타

- 수출 단지별 공동선별, 수출 규격 균일화로 상품성 향상과 이미지 제고 도모
- 수출 물량의 안정적 확보 및 지속적인 바이어 관리
 - 우수 수출 단지 추가 지정 및 부진한 수출 단지 정비를 통하여 수출품 안정적 확보
 - 잔류농약 허용 기준 준수 등을 통한 식품 안정성 확보

- 바이어 초청, 상호 방문을 통한 바이어와의 유대 강화
 - 백화점, 유통체인점 등 대형 유통마켓 중심의 안정적인 판매망 구축
 - 일본의 대도시, 인구 밀집 지역에 한국산 딸기의 안정적 수출, 판매를 위해 조직화, 시스템화 된 판매망 구축 필요
- 가격과 안정적인 공급이 가장 중요
- 여러 상황을 종합해 보면 일본의 유통 관계자들은 가격을 중시하고는 있으나 가장 중시하는 것은 안정적인 공급이며, 그 다음이 가격, 그 다음이 안전성으로 안정적인 공급 체제의 확보가 수출 확대와 직결된다고 해도 과언은 아님

◆ 유럽

▣ 생산동향

- 유럽 27개국 중 딸기 생산량이 가장 많은 국가는 스페인으로 2009년 263,700톤을 생산하였으며, EU 27개국의 총 딸기 생산량 중 스페인, 폴란드, 이탈리아, 독일, 영국, 프랑스 6개국이 차지하는 비중은 82%임

▣ 유통동향

- 딸기의 유통 구조는 다른 과일에 비해 단순하면서 거의 직거래 형태를 띄고 있으며, 딸기를 전문으로 하는 도매/공급 업체들은 여러 재배 농가들과 재배 계약을 맺은 후 제품을 납품 받고 딸기를 대형 슈퍼마켓 체인 또는 기타 소매 업체로 바로 공급함
- 수입산 딸기의 경우, 도매/공급 업체가 직접 수입한 후 바로 소매 업체에 납품하고 있어 유통 단계가 매우 짧음

▣ 소비동향

- 2009년 1인당 딸기 구매량을 분석해 보면 이탈리아의 1인당 딸기 구매량이 2.88kg으로 가장 많았고, 독일과 영국이 각각 2.73kg과 2.16kg으로 1인당 2kg이 넘었으며, 스페인이 1.79kg으로 가장 적은 것으로 분석됨
- 소비자들의 성별, 가족 구성원수, 소득 수준, 사회·경제적 지위를 바탕으로 과일의 주요 구매층을 분석해 봤을 때, 주로 자녀가 있는 4인 이상의 가족으로 중/고위급 경영직 또는 전문직에서 일하고 있는 중산층이 과일을 가장 많이 구매한다고 볼 수 있음

▣ 수출입동향

- 딸기 생산량이 가장 많은 스페인이 수출도 가장 많이 하고 있는 것으로 나타났으며, 다음으로 네덜란드와 벨기에가 그 뒤를 잇고 있음. 2010년 위 3개 국가는 딸기 수출 금액 1억 달러 이상, 수출량 3만 톤 이상을 기록하고 있음

- 수입은 2010년 금액을 기준으로 보면 이집트산 딸기와 모로코산 딸기 수입 규모가 각각 38.7백만 달러(점유율 42.1%), 36.7백만 달러(40.0%)로 가장 크고, 다음으로 미국 7.5백만 달러(8.2%), 터키 3.5백만 달러(3.9%), 이스라엘 2.7백만 달러(3.0%) 순으로 나타남

▣ 한국산 수출확대 방안

가. 수출 시장 선정

- 인구수가 많은 국가 중에서 딸기를 대규모로 수입해야 하는 국가들을 한국산 딸기 수출 우선 시장으로 선정하고 이 시장을 대상으로 적극적인 홍보 활동을 펼쳐야 함
- 수출 시장별로 자국산 딸기가 출시되는 시기와 수입산 딸기에 의존하는 시기, 딸기가 거의 출시되지 않는 시기로 나누어 각각 다른 딸기 품종을 홍보하는 전략도 채택이 가능함

나. 품질 및 가격

- 출시시기를 비교하면 유럽산 딸기의 경우 대부분 딸기의 출시가 4월이 되어야 본격적인 유럽산 딸기가 유통되는 반면, 한국산 딸기는 여름철 보다는 겨울철 딸기의 상품성이 더 우수한 것으로 평가되고 있어 시장 공략에 용이함
- 유럽 시장 공략 시 세계적인 관련 기관을 통해 한국산 딸기의 우수성을 객관적으로 인증 받고, 인증 마크를 패키지에 표기하는 등 딸기 제품의 패키지를 통해 한국산 딸기의 우수성을 알리는 것이 중요함
- 한국산 딸기의 우수성에도 불구하고 수출을 어렵게 하는 가장 큰 문제점은 높은 수출단가로, 한국산의 수출단가가 유럽산과 제 3국에서 수입된 딸기보다 2.5배 이상 높아 품질로 높은 가격을 쇄신하기는 어려운 상황임
- 특히 유럽의 경제 침체로 인해 유럽 소비자들이 원산지보다는 저렴한 과일을 선호하는 경향이 유럽 전역에서 나타나고 있어 가격이 가장 중요한 시기임
- 따라서 한국산 딸기의 수출단가를 낮출 수 있는 방안이 요구됨

다. 홍보 및 마케팅

- 유럽 농산물 관계자들이 구독하고 있는 산업정보지를 통해 한국 딸기의 우수성을 지속적으로 적극 홍보하여 유럽산 딸기 비수기에 한국 딸기가 침투할 수 있도록 해야 함
- 유럽의 주요 딸기 공급 및 도매업체들은 자국뿐만 아니라 유럽, 더 나아가 세계 주요 지역의 딸기 재배자들과 계약을 맺고 딸기를 공급받고 있음. 따라서 이와 같이 세계적으로 딸기를 계약·공급받고 있는 업체와 파트너십을 체결하여 보다 안정적으로 딸기를 수출하는 것도 단기적으로 수출을 증대시킬 수 있는 방법이 될 수 있음

일 본



1. 생산동향	3
2. 유통동향	15
3. 소비동향	18
4. 수출입동향	30
5. 통관 및 수입검사	33
6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향	37
7. 한국산 수출확대 방안	50

1. 생산동향

가. 개요

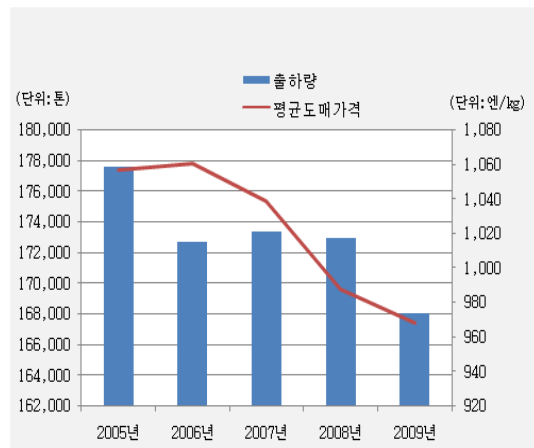
- 일본의 딸기 생산 규모는 약 17만 톤 수준이며, 현재 일본인의 1인당 딸기 소비량은 1,413g으로 한국에 비해 소비 규모가 2.5배임. 예전에는 프랑스, 영국, 미국으로부터 수입한 품종을 교배하여 일본산 딸기를 만들었음

《딸기 출하 규모는 감소경향》

- 딸기의 출하금액을 살펴보면 2006년은 전년대비 2.8% 상승했으며, 2009년에는 전년보다 감소했음. 또한, 출하량과 병행하여 평균 도매가격도 하락하고 있음. 농작물이기 때문에 기후의 변동에 의해 출하량이 좌우되기 쉽다고 여겨지지만, 비닐하우스 재배가 주류가 된 지금은 기후의 영향이 그다지 크지 않다고 볼 수 있음. 아래 표는 재배 면적과 수확효율을 나타낸 그래프로 10a 당 수확량은 증가하고 있지만, 재배 면적은 감소하고 있음

〈 일본 딸기 출하액 및 평균 도매가격 현황 〉

연도	출하량	평균 도매가격
2005년	177,600	1,057
2006년	172,700	1,061
2007년	173,400	1,039
2008년	173,000	988
2009년	168,100	968



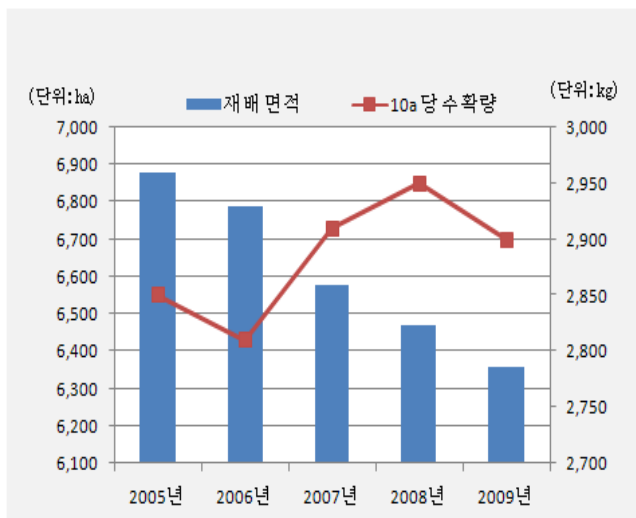
자료 : 농림수산성 『작황조사』

《심각한 농가 고령화 문제》

- 재배면적이 감소하는 이유는 농업인구의 고령화 때문임. 농림수산성의 「농림수산 기본 데이터」에 의하면, 2010년 농업 종사 인구는 261만 명인데, 이는 5년 전의 수치와 비교하면 22%나 감소한 것임
- 게다가 2010년의 65세 이상 인구비율은 62%이고, 평균연령은 65.8세로 육체노동이 많은 딸기 재배나 팩 포장은 연장자에게 매우 부담이 크기 때문에 농지를 떠나거나 재배 품목을 변경해야만 하는 상황임. 한국의 상황도 비슷하지만, 선진국 중 65세 이상 인구 비율이 처음으로 25%를 넘은 일본은 더욱 심각한 문제라고 말할 수 있음

〈 딸기 재배 면적과 수확 효율성 〉

연도	재배면적	10a당 수확량
2005년	6,880	2,850
2006년	6,790	2,810
2007년	6,580	2,910
2008년	6,470	2,950
2009년	6,360	2,900



자료 : 농림수산성 『작황조사』

《독자 브랜드 육성에 중점》

- 「도요노카」, 「여봉(女峰)」이 점포에 진열되어 생산지가 중요시되었던 것은 1990년대였으나, 지금은 각 현(縣)의 독자적인 개발 품종이 점포에 진열되고 있음. 지방자치단체가 중심이 되어 독자적인 품종 개량 연구를 계속하여 상품화함. 이는 관이 민간의 발상에 의해 품종 개량에 매진하고 있다는 것임. 주요 지방자치단체가 그들이 개발한 브랜드 품종은 다음과 같음

<ul style="list-style-type: none"> · 도치기현 - 도치오토메 · 후쿠오카현 - 아마오우 · 사가현 - 사가호노카 · 구마모토현 - 히노시즈쿠 	<ul style="list-style-type: none"> · 나가사키현 - 사치노카 · 시즈오카현 - 베니훗페 · 아 이 치 현 - 유메노카 · 미 야 기 현 - 모우잇코
--	--

- 신맛, 단맛, 식감, 크기에 따라 서로 다른 특징을 나타내며, 다른 부현(府縣)에서 생산하고 있는 품종도 있음. 또한 아시아에서 브랜드 전략을 펼치고 있는 품종도 있다는 점을 고려해 보면, 브랜드를 육성하고 침투시키는 것이 중요한 시대임을 알 수 있음

《시장 점유율 50% 이상을 차지하는 「도치오토메」와 「사가호노카」》

- 딸기 생산현(縣) 협의회에서 공표한 자료에 의하면, 「도치오토메」의 시장 점유율이 가장 높으며, 이어서 「사가호노카」, 「아마오우」, 「사치노카」와 현의 독자적인 품종이 상위를 차지하고 있음



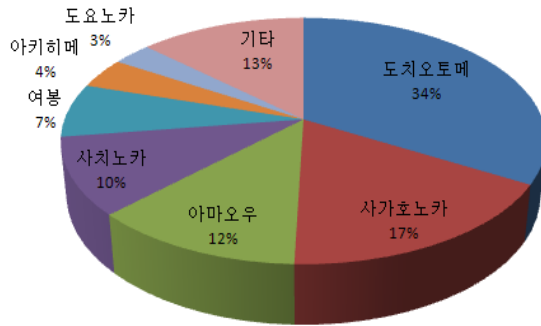
〈 도치오토메 〉

〈 사가호노카 〉

〈 아마오우 〉

〈 2009년 딸기 품종별 점유율(계통재배 면적비) 〉

품종	재배면적(ha)	구성비율(%)
도치오토메	1,025,0	33
사가호노카	511,7	17
아마오우	368,0	12
사치노카	301,3	10
여봉	228,7	7
아키히메	121,6	4
도요노카	102,6	3
기타품종	409,7	13
합계	3,068,6	100



- 서일본의 대부분에서 생산되었던 「도요노카」, 관동지방에서 많이 생산되었던 「여봉」, 중부지방을 중심으로 생산되어 온 「아키히메」는 이전에 비해 재배 면적 순위가 하락했음. 상기 품종들이 교배를 거듭한 결과 탄생한 현의 독자적인 품종에 상기 품종의 유전자가 계승되고 있음



〈 도요노카 〉

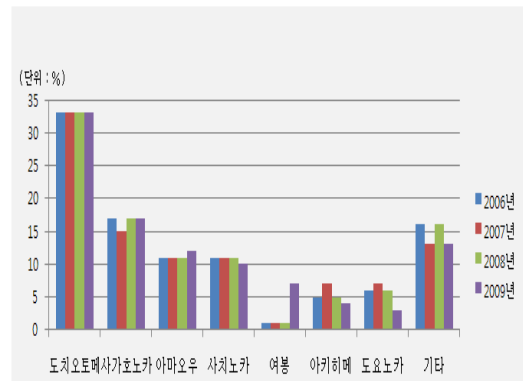
〈 여봉 〉

〈 아키히메 〉

- 단, 아래의 그래프를 보면 2009년 「여봉」의 재배 면적 비중이 급격하게 증가하고 있음. 「여봉」은 작고 형태가 좋아 쇼트케이크 등의 업무용 수요가 있음. 생산 방법도 복잡하지 않기 때문에 대규모 생산이 가능한 기업이 딸기 농사에 참여한 결과 재배 면적이 증가했음을 유추할 수 있음. 앞서 언급한 것처럼 독자 브랜드가 소비자에게 침투하고 있기 때문에 오리지널 브랜드도 성숙기를 맞이하고 있다고 생각할 수 있음

〈 딸기 품종별 점유율(계통재배 면적비) 〉

구분	2006년	2007년	2008년	2009년
도치오토메	33	33	33	33
사가호노카	17	15	17	17
아마오우	11	11	11	12
사치노카	11	11	11	10
여봉	1	1	1	7
아키히메	5	7	5	4
도요노카	6	7	6	3
기타	16	13	16	13



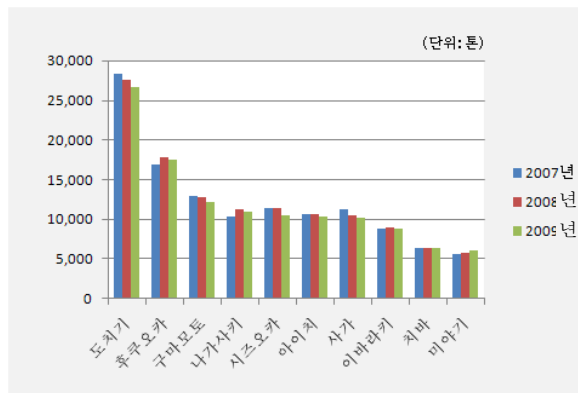
자료 : 딸기 주 생산 현(縣) 협의회 자료

《최대 주산지는 도치기현(22년 연속 1위)과 큐슈》

- 도치기현이 딸기 출하량 1위로 전체의 15%를 차지하고 있으며, 도쿄도 중앙도매시장에 가까워 수도권에서 지지를 획득하였음. 2위~4위는 큐슈 세력인 후쿠오카, 구마모토, 나가사키로 주로 후쿠오카 중앙도매시장이나 오사카 중앙도매시장에 보내져 서일본의 지지를 받고 있음. 전체적으로 감소하는 경향이 있으며, 특히 전체의 33%를 차지하는 '도치오토메'의 주력 생산지인 도치기, 전체의 17%를 점하는 '사가호노카'의 주력생산지인 사가의 감소폭이 큼
- 현 단위로 계속하여 독자브랜드가 탄생하는 상황에서 현 외에 재배가 허가된 상위 품종을 보유한 양쪽 현의 연구시설에서는 한층 더 나은 품종의 개발을 진행하고 있음. 한편, 2002년부터 현과 JA(Japan Agriculture)가 주축이 되어 현 특산 딸기 '아마오우'를 개발한 후쿠오카는 현(縣) 독점 품종이어서 상승효과가 계속되고 있음

〈 현(縣)별 딸기 출하량 현황 〉

구분	2007년	2008년	2009년
도치기	28,300	27,600	26,600
후쿠오카	16,900	17,800	17,500
구마모토	13,000	12,800	12,200
나가사키	10,300	11,300	11,000
시즈오카	11,400	11,400	10,500
아이치	10,700	10,600	10,300
사 가	11,300	10,500	10,200
이바라키	8,770	8,920	8,880
치 바	6,340	6,430	6,350
미야기	5,640	5,740	6,130
전 국	173,400	173,000	168,100



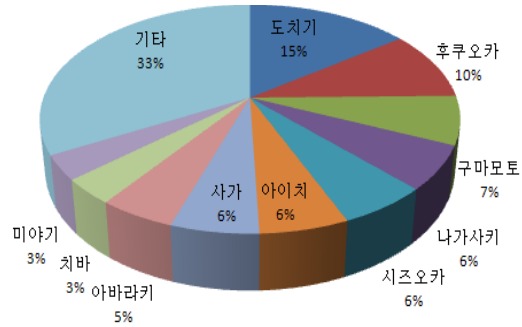
자료 : 농림수산성 '작황조사'자료

《 판매 규모도 도치기현이 16년 연속 1위 》

- 농림수산성에서는 아직 공표하지 않았지만 2010년 7월 23일자 시모츠크신문(下野新聞)에 따르면, 2010년산 도치기현의 딸기 판매액은 209억 4,300만 엔으로 16년 연속 일본 딸기 판매액 1위를 유지하고 있다고 보도함. '여봉'과 '도요노카'의 경쟁 구도에 위기감을 느낀 도치기현이 3억 엔의 딸기 전문 연구 시설을 설립하여 개발한 것이 '도치오토메'임

〈 월별 딸기 출하량 시장 점유율 〉

지역	점유율 (%)
도치기	15.8
후쿠오카	10.4
구마모토	7.3
나가사키	6.5
시즈오카	6.2
아이치	6.1
사가	6.1
아바라키	5.3
치바	3.8
미야기	3.6
기 타	34.9



자료 : 농림수산성 '작황조사 2009년' 자료

《No.1 브랜드 '도치오토메'의 위기》

- 20년 전 도치기 현에서 개발한 '도치오토메'는 도치기현이 종묘업자 등을 통하여 다른 산지(부현)에 사용 허가료를 받으면서 확대·보급한 품종이지만, 2011년 11월 육성자 권리가 소멸됨. 이에 따라 현 외에서도 도치기현의 허가 없이 생산이 가능해져 해외를 포함하여 급속하게 확대되어 브랜드 가치 하락이 염려되는 상황임. 현재 도치기현에서는 거의 100% '도치오토메'를 생산하고 있으며, 도치기현에 있는 도치기현 농업시험장 딸기 연구소에서는 딸기 품종 개발·연구가 진행되고 있음
- 그러나 단기간 내에 브랜드화 하기에는 어려움이 있으며, '도치오토메'는 품종의 명칭이지 상표권이 아니기 때문에 '도치오토메'의 품종 개량에 의한 새로운 딸기가 개발 되었다고 해서 그것에 '도치오토메'라는 이름을 사용할 수는 없음. '여봉' → '도치오토메'로의 이행에 성공한 도치기현이지만, 당시의 딸기 품종이 '여봉', '도요노카'만 있었기 때문에 다양한 품종이 출시되는 현재의 상황에서 어떤 전략을 취할지 주목되며, 이와 관련하여 4위 브랜드인 '사치노카'도 같은 이유로 금년도에 육성자권을 상실하게 됨

나. 품종 개발 동향

- 품종 개발에 매진하는 지방 자치단체는 많음. 여기서는 '독립 행정법인 농업·식품산업기술 종합연구기구 큐슈오키나와 농업연구센터', '현(縣) 종합 농업기술센터', '딸기 연구소' 그리고 현으로서는 처음 개발에 성공한 이바라키현의 사례부터 최근 개발된 품종을 열거하여 경향을 살펴보고자 함

《비타민C를 다량 함유한 딸기 '오이C베리'》

- 출시일 : 2010년 12월 14일
- 특징 : 비타민C가 시판 품종 중에서 가장 많은 '사치노카'의 1.3배 포함되어 있어 높은 항산화활성(抗酸化活性)을 가지고 있음. 게다가 과실의 선도 유지 기간이 길고 당도가 높으며, 맛도 좋음. '도오노카' 정도의 조생으로 축성재배에 적합하며, 지금까지는 없었던 비타민 C의 함유량이 높은 품종으로서의 보급 확대가 기대됨
- 생산지 : 현재 나카사키현, 사가현, 오카야마현 등에서 시험 재배가 이루어지고 있으며, 향후 민간 종묘회사 등에 보급을 요청할 예정임
- 연구기관 : 독립 행정법인 농업·식품기술 종합연구기구 큐슈오키나와 농업연구센터



《도치기의 여름 딸기 '나츠오토메'》

- 출시일 : 2010년 2월 18일
- 특징 : 업무용의 수요가 높은 여름부터 가을에 걸쳐서 수확이 가능한 품종으로

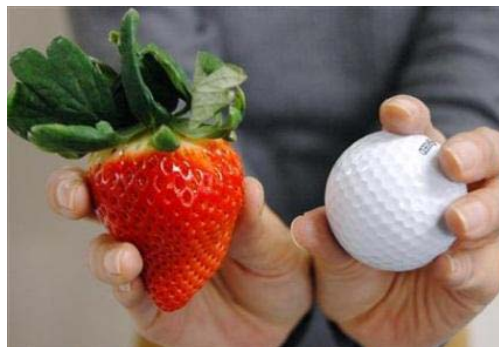
색·형태가 좋고, 신맛이 어우러진 식미는 단맛을 더욱 향상시킴. 수확량이 많고 수품률(秀品率, 정형과율)이 높으며, 과실품질이 우수하여 맛·외관·수송성 모두 높은 수준임. 단면은 담적색으로 잘게 썰 때 보기도 좋음

- 생산지 : 나스시오바라시(那須塩原市), 닛코시(日光市) 등 현내 6개 시·마을 13농가에서 시험적으로 재배를 출시하고 있고, 2011년도부터의 본격적인 출시를 목표로 재배 기술을 확립을 위해 매진하고 있음
- 연구기관 : 도치기현 농업실험장 딸기 연구소



《병충해에 강하고 맛이 좋은 특대(特大) 딸기 ‘오오키미’》

- 출시일 : 2008년 12월 25일
- 특징 : 평균 과실 중량이 20g 이상의 특대 과실로서 선도 유지 기간이 길고 맛이 우수하며, 수확 작업을 생략한 절약 재배가 가능함. 게다가 딸기 재배에 큰 문제가 되는 탄저병, 흰가루병(powdery mildew) 및 황위병(萎黃病)에 저항성을 가지고 있음. 품종의 특대 과실성과 우수한 품질을 살려 가정 소비용만이 아닌 선물용 수요 확대도 기대됨



《이바리키현의 독자 브랜드 ‘하타치히메’》

- 출시일 : 2005년 7월
- 특징 : ‘도치오토메’와 ‘아키히메’의 교배종으로, 당도는 ‘도치오토메’만큼 높고, 신맛은 적기 때문에 단맛이 강함. 과실의 경도는 ‘아키히메’보다는 단단하지만, ‘도치오토메’보다는 부드러움. 수확량은 ‘도치오토메’보다 조금 많으며, 수확기간을 통틀어 안정적임. 과실 한 개의 평균 중량은 ‘도치오토메’보다 무거운 15g 이상으로 큰 과실의 비율이 높음
- 생산지 : 이바리키현
- 연구기관 : 이바라키 농업종합센터 생물공학연구소 · 원예연구소



다. 재배 방법

- 축성재배는 육묘·관리, 수확·조제 등의 작업에 연중 10g당 2,000시간 이상을 필요로 함. 노동 집약적인 딸기 재배는 생산자의 고령화와 신규 취농자 부족 등의 과제를 안고 있어 산지의 취약화·축소화가 진행되고 있음. 이러한 문제를 해결하기 위해 각종 고설(高設)재배 시스템이 개발·도입되어, 작업 자세의 개선에 의한 노동력 절감 효과를 가져올 것으로 기대되고 있음

〈 딸기의 고설재배 〉



《고설 재배의 장점》

- ① 작업 자세가 개선되어 노동 부담이 줄어들음
 - ② 과실이 단단하고 색깔이 좋으며, 품질이 우수함
 - ③ 합리적으로 거름을 줄 수 있고, 소량의 비료로 재배가 가능함
- 고설 재배는 재배 시설이 지면으로부터 격리된 곳에 있는 재배 방법을 말함. 높은 위치에 재배 시설을 설치하여 작업 자세가 개선되기 때문에 일손을 덜어 보다 손쉬운 작업이 가능함. 또한 일손을 덜어 작업시간의 단축되기 때문에 넓은 면적에서 딸기 재배가 가능하게 되어 규모 확대에 의한 수익의 증가도 기대됨. 이러한 이점 때문에 고설 재배 시스템의 도입이 진행되고 있음

《고설 재배의 단점》

- 초기 도입 비용이 10g당 200~600만 엔으로 비싸기 때문에 재배 농가의 재정·경영 측면의 어려움을 해결할 수단이 되지 못하고 있음. 고설 재배 시스템은 도입 비용이 높아 초기 투자비용이 크에도 불구하고, 수량과 품질의 개인차가 커서 경영적인 면에서 기대한 효과를 얻지 못하는 경우가 많음. 그 이유 중 하나는 고설 재배 시스템의 도입에 고액의 비용이 필요하기 때문에 향후 이것이 경영을 압박하는 원인이 되기 때문임

- 또한 고설재배 시스템 중에는 지상 재배 기술을 활용하기 어려운 측면도 있음. 게다가 지금까지 딸기 재배를 해 본 경험이 없는 농가의 경우는 재배 기술도 문제가 됨
- 에히메(愛媛) 대학의 연구에 의하면 현재의 딸기 고설 재배 손익분기점 매출은 평균적으로 약 420만 엔임. 그러나 현재 딸기 고설 재배 농가의 경영 실태를 보면, 이 수준은 실제 생산 가격이 손익분기점을 웃돌게 하는 것이 불가능한 수준임. 경영비용의 변화율을 보면 각 농가의 수입은 시험장보다 약 150만 엔 적음. 현재의 딸기 고설 재배 기술은 고비용을 투자할수록 수확량이 많고, 비용을 적게 투자하면 수확량이 적은 실정임

〈 OO 민간회사의 딸기 고설재배 시설 견적표 〉

종류	가격	내용연수(평균)	1년간 단가
재배시설(플라스틱)	약 350만 엔/10a당	15년 이상(15년)	약 23만 엔
EPS방식(발포스티롤)	약 450만 엔/10a당	5 ~ 7년(6년)	약 75만 엔
SHEET방식	약 200만 엔/10a당	3 ~ 5년(4년)	약 50만 엔

《초기 도입 비용이 저렴한 고설재배 시설 필요》

- 저비용의 고설 재배 시스템이 요구됨과 동시에 환경에 부담을 준다는 점이 염려되고 있음. 비배(肥培) 관리의 방법, 재배지의 취급 등 재배 방법을 개선하는 것으로 초기 정착 비용을 경감하는 노력이 필요함

2. 유통동향

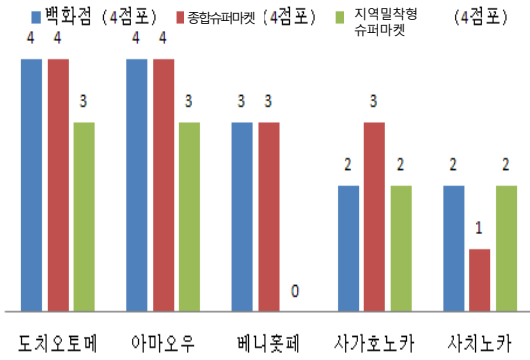
- 앞서 「아마오우」, 「사가호노카」의 사례를 살펴보았으나, 어떤 사업체도 자금이 풍부하다고는 할 수 없음. 현실적으로 딸기를 점포에 홍보하는 것이 어려운데 이는 점포의 경영방침이나 바이어의 의향에 좌우되기 때문으로 우선 바이어의 의향을 파악하는 것이 중요함

<p>◆ 조사일 : 2010년 2월 3일(목)</p> <p>◆ 조사대상 : 수도권에서 딸기를 판매하고 있는 소매점 12개 점포를 대상으로 딸기의 소매가격, 판매상황 등에 관하여 조사를 실시하였으며, 동시에 담당자 인터뷰도 실시하였음</p> <p>(1) 백화점 (4개 점포)</p> <p>(2) 종합슈퍼마켓 (4개 점포)</p> <p>(3) 지역밀착형 슈퍼마켓 (4개 점포)</p> <p>◆ 조사기관 : 이바라키현 농산물판매추진 도쿄본부</p>

<p>★ 바이어 인터뷰</p> <p>◆ 히트상품 : 아마오우, 도치오토메 등은 붉고 달며, 저렴한 가격 등으로 인해 인기임(슈퍼마켓에서는 300엔대 이하에 판매되고 있음)</p> <p>◆ 산지의 지정 : 특별히 산지를 지정하지는 않음(본부 일임). 품종은 구매를 받지만, 산지에는 그다지 구매받지 않음. 매일 아침 산지로부터 직접 공급받아 판매하고 있는 슈퍼마켓도 있음</p>
--

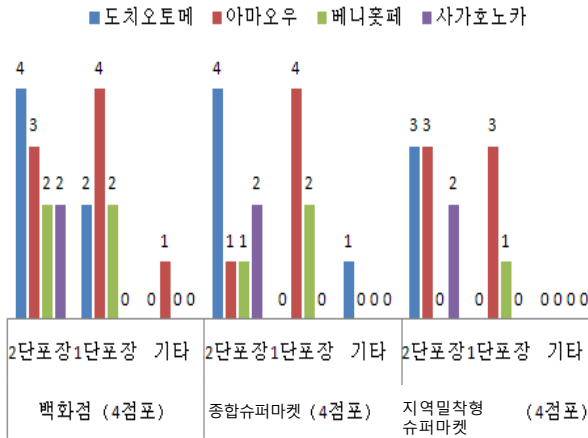
- 딸기 매장에는 「아마오우」와 「도치오토메」가 메인으로 있음. 백화점에서는 선물용으로 냉장 시설이 갖춰진 공간에 진열되어 있고, 선물용 장식이 되어 있으며, 장식은 품종이나 산지의 포스터 등을 주로 이용하고 있음. 그 중에서도 산지나 생산자 정보가 수작업의 POP로 게시되어 있기도 하며, 진귀한 품종의 경우에는 특징 등을 기입한 미니 팸플릿을 배포하고 있는 점포도 있음

< 품종별 판매 상황 (점포단위) >



- 포장 형태별 판매를 보면 2단 포장과 1단 포장의 판매가 거의 대부분이 었음. 백화점에서는 「1과(果) 단위」, 「2개들이 1상자」, 「과일 종합 세트」 등이 판매되고 있으며, 슈퍼마켓에서는 미니 포장이나 컵 형태의 용기 등에 소량 판매를 하는 점포도 있었음

< 주요 품종별 판매상황(포장 형태별) >



구분		도치오토메	아마오우	베니훗페	사가호노카
백화점(4개 점포)	2단 포장	4	3	2	2
	1단 포장	2	4	2	0
	기타	0	1	0	0
종합 슈퍼마켓(4개 점포)	2단 포장	4	1	1	2
	1단 포장	0	4	2	0
	기타	1	0	0	0
지역밀착형 슈퍼마켓(4개 점포)	2단 포장	3	3	0	2
	1단 포장	0	3	1	0
	기타	0	0	0	0

< 주요 품종의 판매 가격 >

(단위 : 엔)

구분		도치오토메	아마오우	베니훗페	사가호노카
백화점 (4개 점포)	2단 포장	390~960	735~980	630~680	680~735
	1단 포장	840~3150	525~5250		
종합슈퍼마켓 (4개 점포)	2단 포장	298~499	498	398	498
	1단 포장	1100	580~799	258~880	
지역밀착형 슈퍼마켓 (4개 점포)	2단 포장	199~399	338~499	338~399	
	1단 포장		498~580		

3. 소비동향

가. 소비자 기호조사

- 일본인은 딸기를 좋아하는 민족이지만, 일본에는 4계절이 있어 봄은 딸기, 여름은 수박, 가을은 감, 겨울은 귤로 특징지어지며, 인기 있는 과일은 셀 수 없이 많음. 그렇다면 많은 과일 중 딸기의 인기는 어느 정도인지 알아보려고 함

《최고의 인기 과일은 딸기》

- NHK의 방송문화연구소는 2007년 전국의 300개 지점에서 16세 이상의 국민 3,600명을 대상으로 현재 일본인이 좋아하는 청과물 조사를 실시하였음(유효응답률 66.5%). 여기서는 「좋아하는 과실(과일)」에 대한 조사 결과를 살펴보고자 함
- 과실(과일) 중 일본인이 가장 선호하는 것은 딸기로 75%, 4분의 3의 응답자가 좋아한다고 답했음. 전반적으로 과일을 좋아하는 일본인이 많지만, 1위의 딸기 75%와 20위의 서양배 31%와는 44포인트의 큰 차이가 있음. 제2위는 귤, 제3위는 복숭아, 제4위는 배, 제5위는 사과로 이어졌음

〈 일본인이 좋아하는 과일 순위(복수 응답 가능) 〉

순위	품목	점유율(%)
1	딸기	75
2	귤	68
3	복숭아	68
4	배	65
5	사과	64
6	포도	61
7	메론	59
8	수박	58
9	바나나	56
10	체리	53
11	감	53
12	밤	44
13	파인애플	44
14	이요캥(귤의 한 종류)	43
15	그레이프후르츠	39
16	키위	36
17	햇사쿠(귤의 한 종류)	35
18	비파	33
19	여름귤	31
20	서양배	31

자료 : NHK의 방송문화연구소

《60세 미만의 연령층에서 인기 있는 딸기》

- 세대별, 성별 조사에서 딸기는 60세 미만의 연령대에서 최고의 인기를 누리고 있음. 또한 60세 이상에서도 좋은 반응을 얻고 있으며, 연령대가 높을수록 남성보다는 여성이 과일을 좋아함

구분		1위	2위	3위
남	20대	딸기(62%)	복숭아(61%)	배(57%)
	30 ~ 50대	딸기(71%)	배(67%)	귤(64%)
	60대 이상	귤(76%)	딸기(71%)	감(71%)
여	20대	딸기(77%)	복숭아(72%)	배(65%)
	30 ~ 50대	딸기(79)	복숭아(72)	배(67)
	60대 이상	귤(81%)	딸기(80%)	감(75%)

《하이구 시인도 읊은 딸기의 변화가(變化歌)》

- 한 때 어린이가 딸기를 우유에 녹여 먹는 광경이 있었는데, 그것은 시인이 시를 읊을 정도로 사랑스럽고 누구라도 기억나는 그리운 추억임. 지금은 겨울에서 봄에 먹는 과실로 정착하였지만, 본래는 봄~여름에 절정을 맞이하는 과일임. 아래는 다카하마 교시(高浜虛子)가 읊은 구절을 소재로 딸기 재배기술의 향상과 맛의 변화를 지적한 아사히신문의 기사임. 신맛이 적고 단 딸기가 많기 때문에 먹는 방법도 변화했다는 것이 주된 내용임

<으깬 딸기, 우유 속에>

하이구 시인 다카하마 교시는 이렇게 읊었다. 딸기를 우유에 담그고 설탕을 넣어 숟가락으로 으깨 먹는다. 물론 예전에는 딸기를 그런 식으로 먹었다. 으깨어 부서지면 비참하고, 우유가 튀겨져 퍼진다. 부모의 얼굴은 일그러진다. 화려한 식탁에는 그림자가 드리워진다.

(중략)

일본인은 딸기를 좋아한다. 1인당 연간 구입 수량은 1kg을 넘어 생식에서의 소비량은 세계 최고 수준이다. 「딸기 맛」을 강조한 다양한 과자류나 음료류도 슈퍼에 진열되어 있으나, 작물로서의 역사는 오래되지 않았다. 네덜란드로부터 딸기가 전해진 것은 에도말기이며, 처음에는 관상용이었다. 메이지 이후에 식용화되어 가지만, 재배기술이 발달하여 서민의 식탁에 올라오는 것은 60년대에 들어서면서 부터이다.

원래는 봄부터 여름에 나는 과실로 절정기는 여름이다. 그렇지만 지금은 하우스 재배가 주류를 이루어 추위가 심한 계절이 출하의 최전성기가 되었다. 품종 개량으로 맛도 변했다. 신맛은 절제되고 당도는 높아졌으며, 설탕을 넣어 으깨먹는 방법은 이제 일반적이지 않다. 우유를 튀겨 퍼지게 하여 꾸중을 듣는 아이들이 없다는 것은 행복한 것인가? 아니면, 아쉬운 일인가?(오오시마 다쯔오(大島辰男))

자료 : 2011년1월23일 아사히신문(조간)

《당도가 중요한 겨울 딸기》

- 「여봉」과 「도요노카」의 대결은 「도요노카」의 승리였는데, 그 원인은 단 맛에 있었음. 지금의 히트상품인 「도치오토메」, 「사가호노카」, 「아마오우」, 「사치노카」는 「도요노카」의 당도와 비슷하거나 웃도는 수준임. 게다가 최근에는 과일의 단 맛을 당도계로 간단하게 측정하는 것이

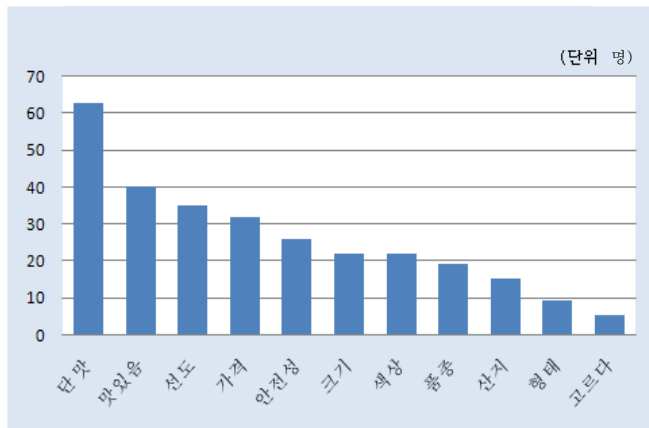
가능하여 「당도 ○○도」라고 표시되고 있는 경우도 있음. 딸기의 경우 20년 전에는 8도~9도였지만, 지금은 11도까지 상승하고 있음 (일본 경제신문)

《구매 시 당도와 맛을 중시》

- 재배 농가나 JA 담당자들은 시험판매와 앙케이트 조사를 실시하여 향후 대처나 대책 자료로 활용하고 있음. JA나 스기딸기생산부회는 요나고(米子)시, 돗토리(鳥取)시의 대형 슈퍼나 백화점에 매년 실시하고 있음
- 2007년 조사에 따르면 구입할 때 중시하는 점으로 가장 많은 응답률을 나타낸 것은 단 맛이었고, 이어서 맛있음, 선도, 가격, 안전성, 크기의 순이었음. JA는 향후 브랜드 육성을 위해 정기적인 조사를 실시하고 있다고 발표하였음

<딸기 구매 시 중시하는 요소(복수응답가능) >

구분	응답자 수(명)
단 맛	63
맛있음	40
선도	35
가격	32
안전성	26
크기	22
색상	22
품종	19
산지	15
형태	9
고르다	5



《가격과 신선도가 중요》

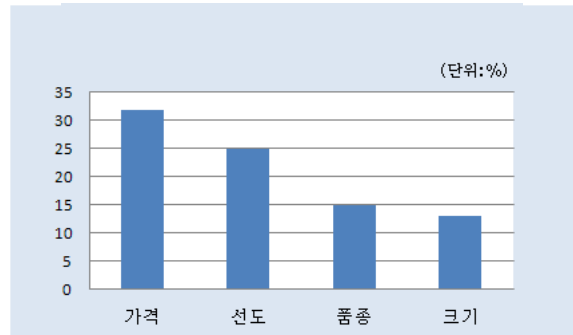
- 사누키히메의 산지인 가가와(香川)현이 실시한 조사에 의하면 구입 시 중시하는 점으로 가장 많은 응답률을 보인 것은 가격이 32%였고, 그 다음으로 신선도가 25%였음. 이어서 품종이 15%, 크기가 13%였음

< JA 가가와의 소비자 앙케이트 결과 >

- 실시일 : 2009년 1월 21일
- 장소 : 효고(兵庫)현 니시노미야(西宮)시의 양판점
- 조사방법 : 여봉과 사누키히메의 샘플을 제공할 때와 딸기 구입 시 엽서를 이용한 앙케이트 조사를 실시

< 딸기 구매 시 중시하는 요소 >

구분	응답자 비율(%)
가격	32
선도	25
품종	15
크기	13



《외관이 중요》

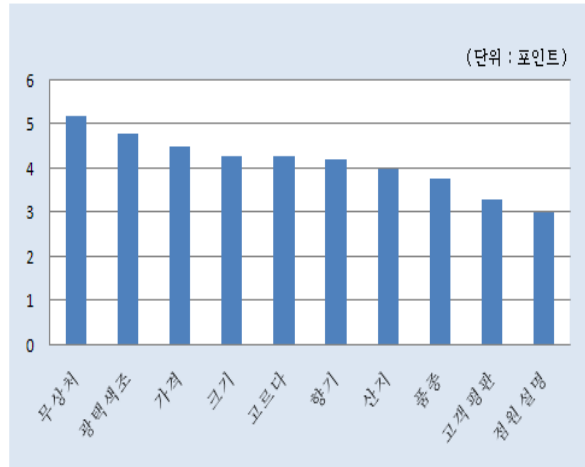
- 딸기를 구입할 때 「중시하는 것」에 관한 설문 조사 결과를 보면, 「상처가 없는 것」과 「윤기 있는 색깔」이 중요함을 알 수 있음. 조사 포인트는 「전혀 맞지 않음」을 1포인트, 「잘 맞는다」를 6포인트로 하여 6단계 평가를 한 것으로 평균치로 순위를 매김

< 후쿠시마현 농업연구센터 조사 결과 >

- 실시일 : 2006년 12월
- 조사방법 : 후쿠시마(福島)현 고오리야마(郡山)시의 전세대를 대상으로 NTT전화번호부에서 무작위 추출
- 표본수 : 465건

〈딸기 구매 시 중시하는 요소〉

구분	점수(포인트)
무상처	5.2
광택색조	4.8
가격	4.5
크기	4.3
고르다	4.3
향기	4.2
산지	4
품종	3.8
고객 평판	3.3
점원 설명	3



《당도는 눈으로 알 수 없기 때문에 외관과 가격이 중요》

- 시식이 있는 판촉 행사라면 「단 맛」도 홍보가 가능하지만, 그 외의 경우에 소비자는 「품종·산지」, 「외관」, 「가격」, 「크기」 등 눈에 보이는 것들로 판단할 수밖에 없음. 물론 당도가 높은 딸기를 소비자들이 선호한다는 사실은 위의 조사를 통해 명백하게 알 수 있음. 인지도가 낮은 딸기를 점포에 진열하기 전에 어떻게 하면 소비자에게 인식시키고, 매장에서 좋은 진열 위치를 획득할 수 있을지에 대한 전략이 필요함
- 겨울 딸기의 소비자는 업무용 딸기가 중심이 되는 양과자점·일본과자점 등의 가공점임. 이러한 판매처를 대상으로 한 앙케이트를 바탕으로 여름·가을 딸기에서는 무엇이 요구되는지를 파악하고자 함

◎ 앙케이트 조사 개요

- 조사명 : 딸기 소비 동향
 - 조사 대상 : 센다이시 및 주변 마을의 양과자점 179개 점포(일부 빵 제조·판매점, 일본과자점을 포함)
 - 조사방법 : 우편 앙케이트 조사
 - 조사 시기 : 2004년 2월 ~ 3월
 - 응답자 분류 : 유효응답자 46명 중, 양과자점36, 양·일본과자점 2, 일본과자점 3, 양과자·빵 제조판매점 4, 기타 1임. 경영별로 보면 개인자영업 19, 유한회사 24, 주식회사 3임
 - 조사기관 : 농업·원예종합연구소(도호쿠)
- ※ 전국적으로 영업하는 대규모 과자 제조업은 조사 대상에서 제외함
※ 복수 응답의 경우는 1위부터 3위(또는 5위)까지 중요한 순으로 응답함

〈 딸기의 양과자점(케이크) 이용 사례 〉

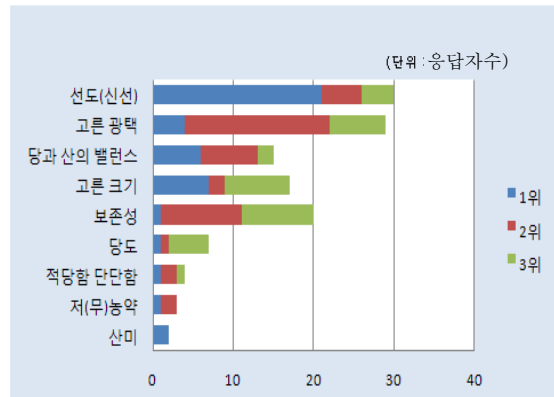


《케이크용은 당도보다 윤기 있는 빛깔을 중시》

- 제일 중시하는 품질 조건은 「선도(신선)」 이고 다음으로 중요시하는 것은 「보존성」이며, 케이크용으로는 외관과 보존성이 중요시되고 있음. 게다가 케이크는 원래 당도가 높기 때문에 단 맛의 딸기보다는 단맛과 신맛의 균형 및 조화를 우선시함

〈 여름·가을 딸기의 선호 조건 〉

구 분	1위	2위	3위
신선도	21	5	4
고른 광택	4	18	7
단맛과 신맛의 균형	6	7	2
고른 크기	7	2	8
보존성	1	10	9
당도	1	1	5
적당함 단단함	1	2	1
저(무)농약	1	2	
신맛	2		

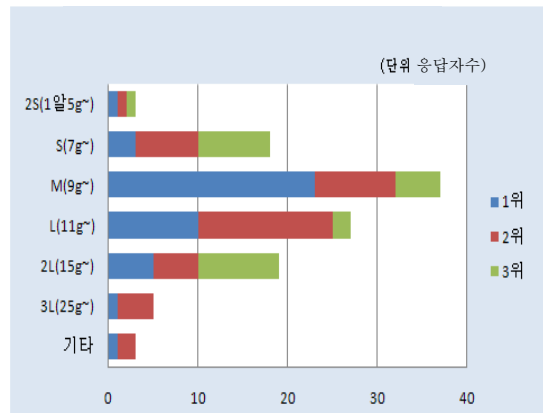


《 너무 크지도 않고 너무 작지도 않은 사이즈 선호 》

- 보통 크기의 딸기 수요가 가장 많고 큰 딸기는 그 다음 순위를 차지함

〈 선호하는 딸기의 크기 〉

구 분	1위	2위	3위
2S(1알 5g~)	1	1	1
S(7g~)	3	7	8
M(9g~)	23	9	5
L(11g~)	10	15	2
2L(15g~)	5	5	9
3L(25g~)	1	4	
기타	1	2	

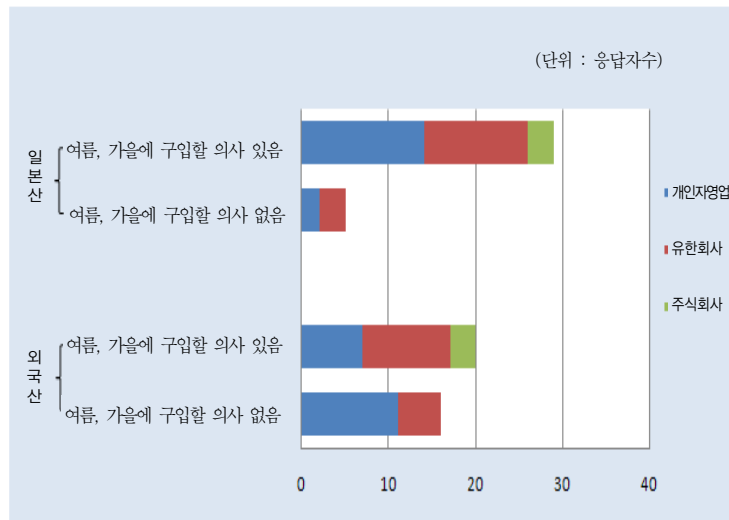


《일본산을 선호하지만, 외국산 수요도 많음》

- 여름·가을 딸기는 외국산이 거의 과반수를 점유하고 있으며, 구입 가격은 일본산이 외국산과 비교하여 1팩 당 250~300엔 높음. 산지 보다는 신선도나 외관 등을 중시하는 경향이 있어 새롭게 외국산이 들어 올 여지는 아직 크다고 할 수 있음

〈여름·가을 딸기 구입 의사 조사 현황〉

구분		1위	2위	3위
일본산	여름, 가을에 구입할 의사 있음	14	12	3
	여름, 가을에 구입할 의사 없음	2	3	
외국산	여름, 가을에 구입할 의사 있음	7	10	3
	여름, 가을에 구입할 의사 없음	11	5	



나. 100억 엔 시장 여름·가을 딸기

- 많은 생산지가 단경기(端境期)이기 때문에 여름부터 가을까지는 미국 등의 수입품에 의존할 수밖에 없지만, 최근 일본산 선호 풍토와 각 현의 독자 품종 개발로 인해 일본산 신품종이 등장하고 있음. 케이크 등 업무용을 중심으로 수요가 높아 산지 간 경쟁은 더욱 치열해지고 있음

《한랭지에서 성장 중인 여름·가을 딸기》

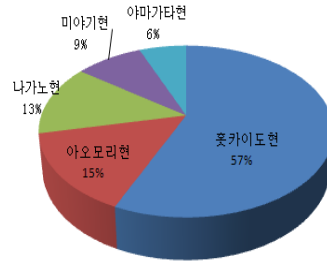
- 독자적인 품종을 소유하지 않은 아오모리(靑森)현은 여름에도 서늘한 기후를 살려 여름·가을 딸기를 현의 전략 작물로 자리매김 시키고 있음. 현이 산지 조성을 지원하고 있으며, 민간 회사가 개발한 묘목으로 생산 확대를 시도하여 빠른 시일 내에 시장 점유율을 높이고자 하고 있음. 재배 면적 10.2헥타르(2009년)를 2012년까지는 3배로 키울 계획임
- 도쿄 중앙도매시장에 8월에 들어 온 것은 홋카이도산이 9톤, 나가노현산이 8톤으로, 이 시기에 중심이 되는 미국 등으로부터의 수입산의 12톤에 뒤지지 않음을 알 수 있음. 대형 도매상 「도쿄세이카(東京靑果)」의 과실부문 담당자는 '안정적인 생산이 이루어진다면 여름에도 슈퍼마켓에서 딸기가 진열되는 시대가 올지도 모른다'고 말함

〈현(縣)별 딸기 품종 현황〉

품종 등록일	품종명	도도부현명
2003년 3월	서머프린세스	나가노현
2008년 3월	서머캔디	미야기현
2008년 12월	서머티아라	야마가타현
2009년 2월	서머페아리	도쿠시마현
2009년 2월	서머아미코	도쿠시마현
2009년 3월	카이서머	야마나시현
2009년 5월	서머도롯프	미야기현
2010년 2월	나츠오토메	도치기현
2010년 3월	미야자키나츠하루카	미야자키현
2010년 8월	서머엔젤	나가노현

〈 여름·가을 딸기의 재배면적 비중(상위 5개 도도부현 기준) 〉

구분	재배면적(ha)	비중 (상위 5개 지역 기준)
홋카이도	38.6	57%
아오모리현	10.2	15%
나가노현	9.1	13%
미야기현	6	9%
야마가타현	4.2	6%
전체	68.1	100%



자료 : 2009년 아오모리현 농산원예과 조사

《100억 엔 시장 쟁탈전》

- 「서머프린세스」는 나가노현이 약 16년에 걸쳐 노력한 결과 2003년 독자적으로 개발한 신품종임. 표고가 높은 토지의 특성을 살려 재배를 시작해 수도권이나 나고야, 오사카에 출하하여 「맛이 좋고 크며, 모양도 좋다」는 평가를 받으며, 1kg당 1,700엔이 넘는 높은 가격을 받음. 나가노현은 2008년 새롭게 「서머엔젤」을 개발하였으며, 09년에는 신슈(信州)대학교가 당도가 높은 신품종을 개발하여 2012년에는 국내 점유율 20% 이상을 목표로 하고 있음

<p><써머프린세스></p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ 교배 : (麗紅 × 夏芳) × 女峰 ▸ 특징 : 과실은 원추형, 과피는 선명한 적색으로 광택이 좋고 사계절형 딸기임. 과육의 색깔은 황백색, 과심의 색깔은 백색, 과실의 경도는 약간 부드러움 	<p>形:円錐形 色:果皮 明赤色</p>
---	-----------------------

- 금년부터 「서머티아라」가 본격 데뷔한 야마가타현은 타 품종과 함께 현 내의 여름·가을 딸기의 전체 재배 면적이 5.5 헥타르로 작년보다 30% 증가함. 2012년에는 10헥타르로 증가시켜 판매액도 5.5억 엔을 목표로 함

<서머티아라>

- ▶ 교배 : Selva(캘리포니아대학 데이비스교 육성)×베니훗베(紅ほっぺ/시즈오카현 농업시험장 육성)
- ▶ 특징 : 과형은 원추형, 과피색은 선명한 적색으로 광택이 있음. 당도 및 당산비가 높고 식미가 좋음. 과실 경도는 「에치 에스-138」와 비슷한 정도임



图2 四季成り性イチゴ「サマーティアラ」の果実
※「砂丘S6号」は系統名

《품종보다 가격과 외관이 중요한 여름·가을 딸기》

- 그 동안 미국산으로 보충되었던 여름·가을 딸기는 크고 단 딸기가 인기인 겨울 딸기와는 달리 업무용으로 사용되는 경우가 많기 때문에 시고 붉으며, 단면이 고른 딸기를 대량 생산 가능한 품종에 매력이 집중되고 있음. 금년부터 도치기현도 표고 200미터 정도의 지역에서도 재배되는 신품종 「나츠오토메」를 개발하였으며, 2012년 본격적인 출시를 앞두고 홍보 활동에 여념이 없음

< 도치기현의 '나츠오토메' >



4. 수출입 동향

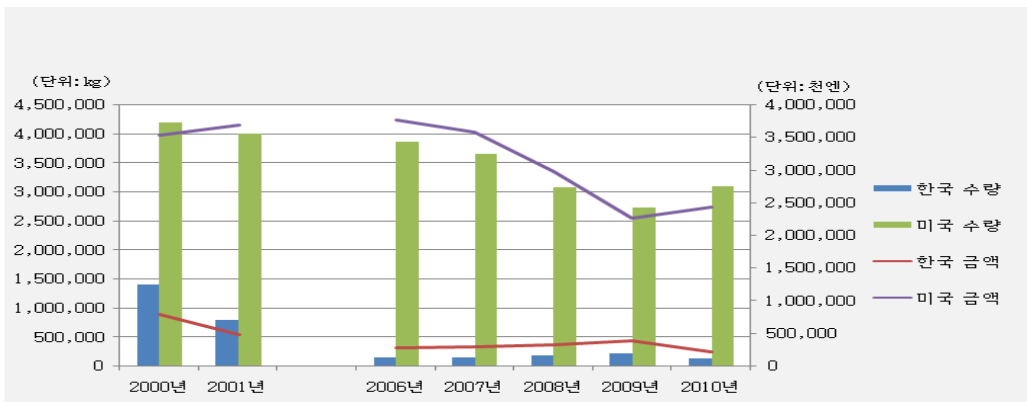
가. 일본의 주요 딸기 수입국 동향

- 일본이 딸기를 수입하고 있는 국가는 미국, 한국에 한정되어 있음. 먼저, 최근의 수입물량과 금액을 조사하고자 하며, 아울러 일본에서의 수입가격 동향과 한국산 딸기의 위치를 파악하고자 함

《한국은 제2위의 수입국이나 근래에는 10년 전에 비해 급감》

- 한국으로부터 일본에 수입된 딸기는 10년 전과 비교하여 격감하고 있음. 한국산은 인접국이고 당도가 높아 10년 전에는 약 1,416톤이 수출되었지만, 근래에는 저조한 상황임. 그러나 2009년까지는 꾸준히 증가하고 있어 회복 기조도 보이고 있음

〈 일본의 국별 딸기 수입 현황 〉



연도	한국		미국	
	물량	금액	물량	금액
2000년	1,415,642	797,396	4,197,039	3,543,661
2001년	802,017	484,005	4,018,976	3,700,699
2006년	160,603	283,998	3,866,547	3,779,036
2007년	163,820	298,832	3,664,564	3,584,329
2008년	198,626	336,371	3,086,956	2,980,815
2009년	234,313	391,453	2,743,774	2,262,526
2010년	136,100	225,908	3,110,404	2,434,469

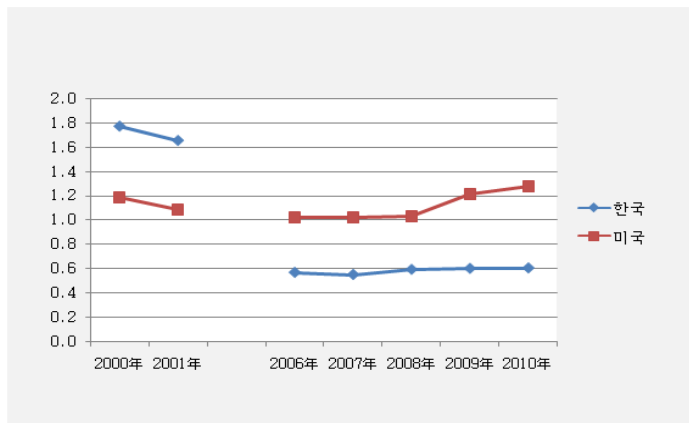
자료 : 일본 재무성 무역통계

《한국산 딸기의 수입단가는 10년 전에 비해 1/3이하로 감소》

- 10년 전, 한국산 딸기는 미국산 딸기의 1.5배 가격으로 수입되었지만, 현재는 미국산의 절반 가격으로 수입되고 있음. 이는 수년전 대일 수출이 급증한 토마토나 딸기가 일본 내 농산물 가격 저하 및 일본에서 육성된 품종의 무단 수입을 막는 육성자권 보호 정책의 영향으로 계속 감소하고 있기 때문으로 파악됨
- 미국산이 수입 가격을 유지하고 있는 와중에 한국산만이 시장원리에 의해 가격이 하락한다는 것은 생각하기 어려우며, 엔고(원저)인 상황에서 통상 일본으로의 수출가격은 상승하는 것이 일반적이므로 자의적인 조정이 있었다고 결론 내릴 수 있음. 즉, 일본 정부의 규제에 의해 한국산 딸기의 수출가격이 제약을 받고 있음을 유추할 수 있음

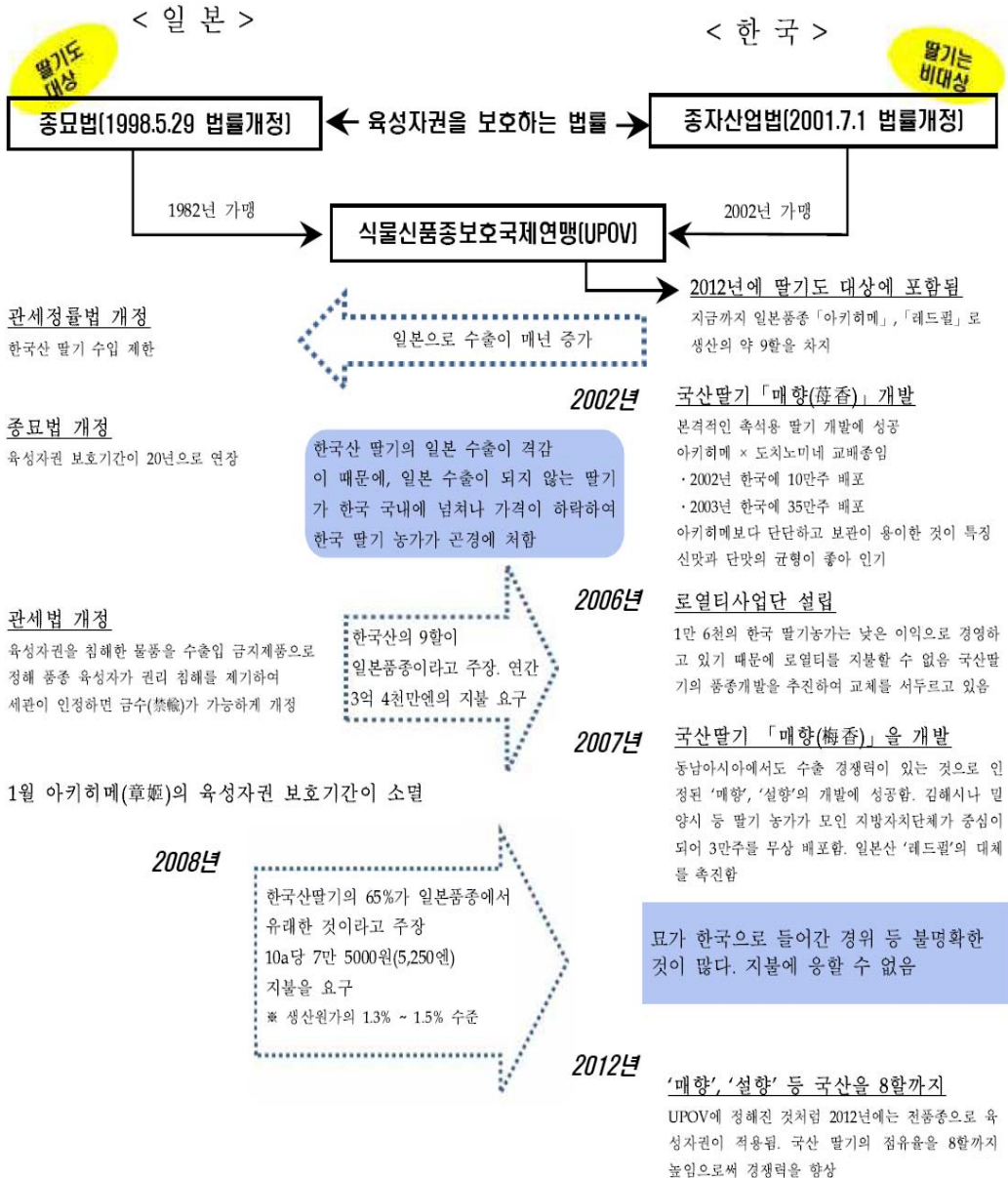
〈 딸기 1kg당 금액(단위 : 천 엔) 〉

연도	한국	미국
2000년	1.8	1.2
2001년	1.7	1.1
2006년	0.6	1.0
2007년	0.5	1.0
2008년	0.6	1.0
2009년	0.6	1.2
2010년	0.6	1.3



2. 한국산의 로열티 문제

- 앞에서 언급한 바와 같이 한국산 딸기는 일본으로 수입되는 과정에서 일본 정부의 제재를 받고 있음. 여기서는 그 배경을 알아보고, 한국과 일본의 농작물에 대한 사고방식 차이를 알아보고자 함



《한국산 딸기의 개발로 일본 및 아시아 시장을 개척》

- 한·일 양국 간의 법률 차이로 인해 최근 한국산 딸기의 일본 수출은 큰 영향을 받음. 그러나 이를 계기로 지방자치단체에 의한 한국산 딸기의 연구·개발이 진행되었기 때문에 한국산 딸기의 경쟁력이 향상되었음. 수출 경쟁력이 인정되는 「매향(梅香)」, 「설향(雪香)」 등의 한국산 딸기가 일본과 동남아시아에서도 등장하고 있으며, 한국산 딸기의 생산·개발이 계속되고 있기 때문에 저조했던 일본 수출도 부활할 조짐을 보임

5. 통관 및 수입검사

- 재무성과 JETRO 홈페이지에서 관련 항목을 발췌하였음

◆ 관세율

HS코드	품종	기본 (General)	잠정 (Temporary)	WTO협정 (WTO)
0810-10-000	신선딸기	10%		6%
0811-10-100	냉동딸기(설탕첨가)	16%		9.6%
0811-10-200	냉동딸기(기타의 것)	20%		12%

◆ EPA(economic partnership agreement) 관세율

싱가포르	멕시코	페루	태국	인도네시아	브루나이	아세안 (ASEAN)	필리핀	스위스	베트남
1.0%	무관세	1.0%	2.3%	2.0%	3.0%	3.8%	3.8%	2.0%	4.4%

자료 : 재무성·실행관세율표(2011년 4월부터)

◆ 수입절차·관련법률

- 과실(신선, 냉장, 냉동)의 수입 절차를 살펴보면, 신선·냉장품, 냉동품, 건조된 과실 등 가공 상태 등에 따라 다른 부분도 있지만 주요한 관련 법령은 다음과 같음

《식물방역법》

- 동법 시행규칙에 따라 지정된 유해 동식물(제40조 : 예를 들면 감, 감귤, 키위, 배, 비파, 복숭아의 거북벌레류 외)과 별표 2(제9조 : 수입금지 지역 및 수입 금지 식품)에 주의를 필요로 함
- 단, 병충해의 발생 상황은 국가·지역에 따라 다르기 때문에 같은 식품이라도 수입 조건이 다른 경우가 있음. 예를 들어, 치츄우카이미바에, 미칸코미바에 종균, 쿠인스란도미바에 우리미바에 등의 검역 유해 동물이 발생한 국가·지역으로부터의 신선과실 수입은 원칙적으로 금지되어 있음
- 그러나 조건부로 수입이 인정되는 경우도 있는데 일본 식품검역당국(농림수산성)과 해금(解禁) 요청국 정부기관과의 기술 협정을 거쳐, 수출국에 완벽한 방역 체계가 확립된 경우에는 식물검역 기준을 규정하여 이것들의 조건을 충족하는 것에 관해서는 수입 금지를 해제하고 있음(조건부 해금 정보는 식물 방역소의 일본어 웹사이트에서 확인 가능함)
- 수입 절차의 일환으로 농림수산성 식물 방역소에서 검사를 실시하지는 않지만, 수출국 식물 검역 기관에 의한 병균·해충이 없음을 기재하여 국제 식물 방역 조약에서 정한 「식물검역증명서」가 필요함. 식물방역소의 검사 결과 병해충 등이 있다고 판명되는 경우는 소독, 구제, 폐기 등의 조치가 내려짐. 흙이 붙어있는 것은 수입이 불가능하지만, 소금 절임·설탕절임, 소매용 밀봉 용기 포장, 건조과실 중 이하의 품목에 관해서는 검역 제외 대상으로 되어 있음(살구, 무화과, 감, 키위, 자두, 배, 대추, 야자, 파인애플, 바나나, 파파이야, 포도, 망고, 복숭아 등)

《식품위생법》

- 농산물의 농약 잔류 기준은 동법에 근거하여 후생성 고시 제 370호 「식품, 첨가물 등의 규격 기준」에 수록되어 있음(포지티브 리스트 제도). 또한 포지티브리스트에 언급되지 않은 농약의 허용 잔류량은 0.01ppm 이하로 규정되어 있음. 신선과실은 품목별로 잔류 농약기준이 정해져 있기 때문에 수입 전 생산국의 사용 농약 종류나 사용 상황 등을 확인한 후, 동 기준에 부합할 수 있도록 적절한 농약 사용·관리에 관하여 합의해 두는 것이 중요함

- 판매 목적으로 수입하는 경우는 후생 노동성 검역소 수입식품 감시 담당자에게 「식품 등의 수입신고서」에 필요 서류를 첨부하여 신고해야 함. 심사 단계에서 규격 기준이나 안전성에 관하여 확인할 필요가 있다고 판단되는 것에 대해서는 검사가 실시되며, 심사·검사 결과 문제가 없으면 신고필증이 반각되기 때문에 세관에 수입 신고 시 통관서류와 함께 제출해야 함. 부적격으로 판명되면 수입이 불가능하기 때문에 수입업자는 반품 또는 폐기 등의 조치를 취하게 됨
- 특히 과실류는 방역소에서 실시하는 모니터링 조사 기준치를 초과하는 잔류 농약이 검출되는 경우 해당 수출국의 동일 과실 전부를 대상으로 수입 검사 명령이 내려지는 경우가 많기 때문에 주의를 필요로 함
- 식품첨가물이나 사용기준이 정해진 물질의 함유에도 주의를 필요로 함. 일본에서 사용이 금지된 발색제, 착색료, 보존료 등의 식품 첨가물이 사용된 경우가 있는데 과거의 위반 사례로는 크로필리호스(인도산 망고), 후루시라졸(프랑스산 블랙카란트) 등의 검출이 있음
- 용기 포장 과일(감귤류, 바나나)은 동법 시행 규칙(제21조)에 표시 기준 원칙이 정해져 있고, 알레르기 물질의 표시도 정해져 있으며, 오렌지, 키위, 복숭아, 사과, 바나나는 표시 권장 품목으로 지정되어 있음. 이러한 과실들이 함유 성분으로 들어가 있는 경우에는 판별이 어렵기 때문에 주의가 필요함

《농산물의 규격화 및 품질표시 적정화에 관한 법률(JAS법)》

- 일본 내 판매의 경우 동법의 품질표시 기준에 따라서 일괄 표시를 실시할 필요가 있으며, 수입품에는 원산지(국가) 표시가 의무화되어 있음. 신선 과실은 「신선식품 품질표시 기준」, 가공품은 「가공식품 품질표시 기준」을 준수해야 하며, 이 외에도 농산물 통조림 및 병조림, 과실음료, 잼류 등의 개별 품질표시 기준이 정해져 있음
- 또한 임의규격의 JAS 마크 인정 품목으로서 다음과 같은 JAS규격이 있음
 - (1) 일반 JAS : 농산물 통조림·농산물 병조림, 과실음료, 사과 스트레이트 퓨어 주스, 잼류
 - (2) 유기 JAS : 유기농산물
 - ▶ 유기 JAS 규격에 적합하지 않으면 「유기」, 「오가너」 등의 표시는 금지됨
 - (3) 생산정보공표 JAS : 농산물

《기타 일본 국내 관련법》

(1) 관세정률법 / 관세잠정조치법

- 관세할당은 농림수산성이 매년 수입업자의 신청을 받아 수입 할당량(1차 세율)을 정해 수입 한도를 할당하고, 이 한도를 넘어 수입되는 경우에는 높은 관세(2차 세율)를 적용하는 것으로써 국내 생산자 보호를 목적으로 하는 제도임. 관세 할당에 의한 1차 세율의 적용을 받는 품목은 수입 전에 관세 할당 신청 절차를 필요로 함. 파인애플 통조림은 관세 할당 품목이며, 신선 바나나, 오렌지, 크레이프 후루츠 등은 수입 시기에 따라 관세율이 다른 품목임

(2) 종묘법

- 식물 신품종 보호에 관한 국제조약(UPOV조약)에 따라 개발된 신품종은 등록을 통해 육성자의 권리를 보호하고 있으며, 등록된 품종을 수입하는 경우에는 육성권자의 허락을 필요로 함
- 또한 무단으로 해외에서 재배된 등록 품종의 역수입 방지를 위해 적용 대상을 종묘만이 아닌 수확물까지로 정하고 있어 권리 침해를 행한 자까지 동 법의 적용을 받음. DNA 감정 등 방역에 해가 되는 물품이라고 인정된 경우에는 관세법에 의해 몰수·폐기 등의 처분이 내려짐

(3) 자원 유효이용 촉진법 / 용기포장 재활용법

- 통조림·병조림 용기 등은 분리수거 촉진을 위해 자재 표시가 의무화되어 있으며, 특정 사업자(수입업자도 포함)는 용기 폐기물의 재상품화 의무를 지님

※ 자료 : JETRO 홈페이지

6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

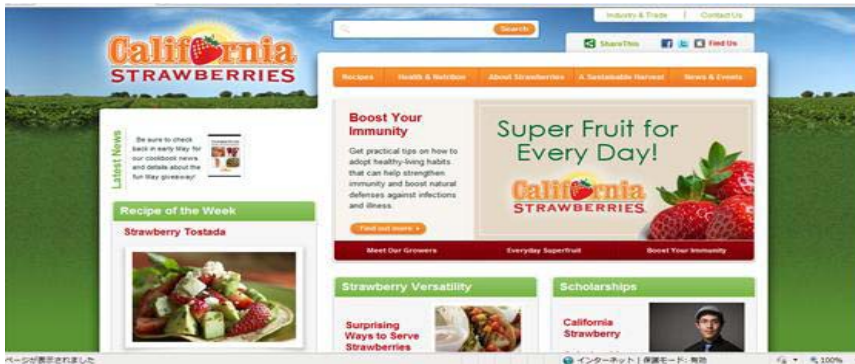
가. 미국산 동향

- 세계 주요 딸기 생산국은 1위 미국, 2위 스페인, 3위 터키, 4위 러시아, 5위 한국임. 일본의 수입 딸기는 미국산과 한국산에 한정되어 있음. 미국산 딸기는 대규모 농장에서 대량으로 생산 가능한 것이 특징으로 일본산이 출하되지 않는 여름~가을에 걸쳐 업무용 케이크에 사용되었으며, 최근에는 브랜드 경쟁력까지 갖추

《미국의 최대 딸기 생산지 캘리포니아 주》

- 미국은 세계 최대의 딸기 생산국이며, 캘리포니아 주가 주산지로서 전미 딸기 생산의 88%를 차지하고 있음. 캘리포니아 딸기 협회(California Strawberry Commission)에 의하면 수확된 딸기의 75%는 신선 딸기로, 나머지 15%는 냉동 딸기로 사용됨. 또한 신선딸기 중 16%를 수출하고 있고 최대의 수출 상대 국가는 캐나다이며, 그 외에 멕시코, 일본, 홍콩이 주요 수출국임

〈 캘리포니아 딸기 협회 〉



- 또한 캘리포니아 딸기 협회 홈페이지에는 딸기의 영양 성분이 건강에 미치는 효과에 관하여 알기 쉽게 설명되어 있고, 주부를 대상으로 딸기를 사용한 요리법을 게재하고 있으며, 페이스북, 아이폰을 활용한 홍보 활동도 하고 있음

《2009년까지는 미국산 딸기의 일본 수출 감소》

- 그러나 위에서 언급하였듯이 미국산 딸기의 일본 수출은 감소 추세임. 수입식품 도매업체인 (주)유료(www.yuryo.jp)에서는 수출 감소 원인을 다음과 같이 분석하고 있음
- 일본산의 출하 시기가 매년 길어져서 미국산이 필요한 기간이 단축되는 경향이 있음
- 일본산의 여름·가을 딸기 산지가 매년 확대되고 출하량이 증가하여 미국산의 수요가 감소 추세임
- 일본산·미국산에 관계없이 여름에는 딸기 이외의 복숭아, 망고 등과 같은 과일의 소비가 증가하는 경향이 있음

〈 (주) 유료의 상품안내 웹사이트 〉



《2010년 미국산 딸기의 일본 수출 30% 증가》

- 2010년은 미국산 딸기의 일본 수출이 급증하였으며, 그 요인 중 하나는 공급 기간의 확장 때문임. 2008년까지는 9월, 10월, 11월 상순으로 한정되었지만, 2009년은 6월~11월까지로 확장되었음

- 또한 25년 이상 미국산 농산물의 일본 보급을 위해 전력을 기울인 캘리포니아 딸기 협회 일본 대표인 S.C 히치맨에 따르면 일본 슈퍼마켓의 변화와 품종이 개량된 캘리포니아산 딸기가 미국에서 호평을 받은 것도 큰 요인이라고 함
- 10년~20년 전 미국산 수입 딸기라고 하면 단단하고 시다는 이미지였지만, 캘리포니아 주립대학과 캘리포니아 재배 농가가 연계하여 맛에 엄격한 일본의 소비자들을 만족시키는 '달고 부드러우며, 맛이 좋은 딸기'를 개발·육성하고, 남북이 긴 캘리포니아 주 재배 지역의 온도차를 이용하여 장기적인 수확을 가능하게 한 것이 미국산 딸기의 인기 상승에 기여함
- 일본 소비자에게는 부드럽고 크며, 시지 않고 단맛이 강한 딸기가 인기가 있다고 판단하여 수송에 불리한 부드럽고 큰 딸기를 제외하고, 맛을 강화한 품종 개량을 계속한 결과 본국에서 호평을 받고, 세계 각국에의 수출량도 증가하고 있음. 캘리포니아 딸기 협회는 일본산보다도 싼 가격과 품질 좋은 딸기로 자리 잡아 한층 더 공세를 가할 예정임

〈 한국과 미국의 수입 점유율 현황 〉

연도	한국		미국	
	중량(kg)	비중(%)	중량(kg)	비중(%)
2007년	163,820	4.5	3,664,564	95.7
2008년	198,626	6.0	3,086,956	94.0
2009년	234,313	7.9	2,743,774	92.1
2010년	136,100	4.2	3,110,404	95.8



나. 일본산의 지적재산(知的財産) 전략

- 도치기의 '도치오토메'와 후쿠오카현의 '오마오우'는 현과 JA(Japan Agriculture)가 합심하여 개발한 것이지만, 1991년에 개발된 '도치오토메'와 2002년에 개발된 '아마오우'는 전략상 서로 다른 점이 있어 살펴보기로 함
 - 도치기현 '도시오토메' : 육성자권의 점유
 - 후쿠오카현 '아마오우' : 상표권의 점유
- ※ 육성자권은 별도 명칭인 <후쿠오카S6호>로 등록

- 종묘법에서 20년간 사용이 인정되는 육성자권에 비해, 상표권은 특허법에 영구히 인정되어 있음. 품종개발 뿐만 아니라 지적재산 전략이 성공의 열쇠이며, 딸기는 과자류 시장에서도 큰 존재감을 가진 과일인 만큼 향후 상표권을 독점함으로써 비즈니스 영역의 확대를 노리는 사례가 증가할 것이라고 생각됨

《종묘의 대량판매 전략을 구사하는 ‘도치오토메’》

- 앞서 살펴보았듯이 ‘도치오토메’는 육성자권에 있어서 품종의 명칭으로 사용하고 있음. 결국 ‘도치오토메’는 품종을 가리키는 보통 명칭이기 때문에 제3자가 ‘도치오토메’의 종묘를 구입하여 수확물인 딸기를 판매할 때 ‘도치오토메’라고 표시하는 것이 가능함

《상표의 브랜드화 전략을 구사하는 ‘아마오우’》

- ‘아마오우’는 육성자권에 있어 품종의 명칭을 ‘후쿠오카 S6호’로 등록하고, ‘아마오우’는 상표로서 권리화되어 있음. 또한 상표 ‘아마오우’는 종묘나 과실만이 아닌 과실음료나 과실주 등의 가공품 분야에 관해서도 상표권을 취득하고 있음
- 이와 같은 상표전략에 의해 가공품 업계도 브랜드를 활용한 지역 활성화도 도모하는 것이 가능하게 되었음. ‘아마오우’를 상표로서 권리화함에 따라 영구적으로 ‘아마오우’를 독점 사용하는 것이 가능한데다가 품종 개량 후의 딸기에 관해서도 상표 ‘아마오우’를 달고 판매하는 것이 가능하기 때문에 ‘아마오우’의 브랜드 파워를 계속적으로 향상시킬 수 있음
- 그러나 종묘법상의 규정에 의해 종묘로 유통시킬 때에는 종묘의 명칭인 ‘후쿠오카 S6호’를 사용해야만 하기 때문에 ‘○○○산 아마오우’라는 품종은 영구히 존재할 수 없으며, ‘아마오우’는 영구히 후쿠오카산임. 가공품업계에 의한 ‘아마오우’ 브랜드를 활용한 예를 다음과 같이 소개하고자 함

〈 아마오우 브랜드를 활용한 사탕, 우유, 쿠키, 빵 등 〉



다. 후쿠오카산 ‘아마오우’의 성공사례

- 2000년 이후 많은 품종이 개발되었지만, 가장 성공한 품종은 ‘아마오우’임. 성공의 비밀 전략을 다각도로 분석해 보면, 일본의 소비자와 생산자가 필요로 하는 딸기의 대략적인 범위를 유추할 수 있음

《빨갳다, 둥글다, 크다, 맛있다가 개발의 포인트》

- 후쿠오카현은 1996년까지 ‘도오노카’의 대표적인 산지로서 유명하였음. 그러나 ‘도치오도메’, ‘사치노카’ 등 달고, 크고, 빨간 품종의 등장으로 인해 상대적으로 지위가 떨어졌으며, 농가들이 팩 포장 작업의 일손을 덜고자 하는 요구도 지위 하락에 영향을 미침
- 큰 품종과 수송 시에 형태가 망가지는 것을 막으면서 식감이 좋은 신품종을 원하는 생산자의 목소리가 높았기 때문에 4년의 세월을 투자하여 2001년에 신품종을 완성함. 2002년 초 출하 전에 명칭을 공모한 결과 현민으로부터 1,913건의 응모가 있었으며, 그 중 ‘아마오우’가 채택되었음. ‘아마오우’는 과실의 특색을 나타내는 ‘아카이·赤い’, ‘마루이·丸い’, ‘오오키이·大きい’, ‘우마이·美味しい’의 첫 글자와 ‘단맛을 내는 딸기의 왕’이라고 하는 것에서 명명되었음 (아마 : 단맛, 오우 : 왕)

〈 아마오우(좌), 도요노카(우) 〉



《철저한 품질관리》

- ‘아마오우’가 후쿠오카현의 딸기 농가에서만 재배가 인정되고 있는 것은 단순히 후쿠오카현의 이기주의가 아니며, 눈길이 닿는 지역에서 ‘아마오우’를 관리하는 것으로 상호 체크가 가능한 환경을 만들고 있음. ‘아마오우’는 당초 안정적인 맛을 지닌 딸기를 재배하는 것이 어려워 품종을 보급하면서 업 종합 시험장, 현 관계 기관, 농업단체, JA(Japan Agriculture), 생산자가 협력하여 재배 시험, 재배 우량 사례 수집, 데이터 및 정보의 분석을 실시하여 재배 기술을 향상시킬 필요가 있었음
- 또한 ‘아마오우’는 기온이 높아지면 수확 후에도 착색이 진행되어 점포에 진열할 때 지나치게 붉게 될 가능성이 높아지기 때문에 일정한 품질을 유지하기 위해서는 시기별로 어느 정도 착색이 되면 수확할 것인지의 기준을 설정하는 것이 필요하게 되었음

《적극적인 해외 시장 공략은 홍보 및 젊은 층 귀농으로 연결됨》

- ‘아마오우’가 지금까지의 일본산 딸기와 결정적으로 다른 점은 처음부터 해외시장으로 방향을 잡았다는 것임. 후쿠오카현 지사들이 프로모션 비디오를 제작하여 품질의 좋은 점, 맛있음, 커다란 크기 등을 홍보하였음. 홍콩, 태국, 중국, 싱가포르, 러시아에 적극적으로 홍보하였으며, 각국에 상표를 등록하여 지적재산권의 침해를 막고, 브랜드 가치를 지키는데 온 힘을 쏟았음

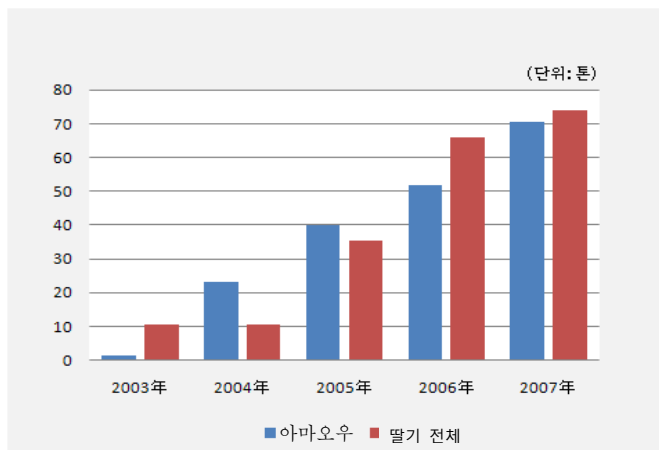
- 이러한 노력에 힘입어 태국에서는 1팩에 3,000엔, 모스크바에서는 1팩에 6,000엔에 판매되는 등 고급 딸기로서의 지위를 확립하였음. 더욱이 수확일로부터 2일이 채 되기 전에 홍콩에 판매 가능한 유통 체제를 정비하고 있음

〈 시식행사 홍보 예시 〉



- 또한 이러한 활동을 미디어가 적극적으로 보도하여 소비자들의 관심을 불러 일으켜 일본 시장에서 점유율을 확대하였음. 현재, 일본에 유통되고 있는 평균적인 딸기보다도 평균 160엔~200엔 높은 가격에 거래되고 있음. 또한 해외 시장 진출은 일본 시장에서 딸기 가격의 안정화를 달성함과 동시에 젊은층의 농업 참여를 촉진하여 농업 종사자들의 동기 부여에 큰 역할을 하였음

〈 ‘아마오우’와 전체 딸기 수출 현황 〉



라. 사가산 '사가호노카'의 홍보 전략

- 앞서 소개한 지적재산권을 무기로 브랜드 전략을 구축하여 품종의 홍보에 성공한 '아마오우'와는 달리, 사가현을 중심으로 재배되고 있는 '사가호노카'는 구매 비중이 높은 여성층에 효과적으로 침투해 성공한 사례임

《모든 이에게 사랑받는 인형 '리카짱'을 캐릭터로 기용》

- 사가의 주력 딸기 품종인 '사가호노카'는 2007년~2008년에 걸쳐 국민적으로 사랑받고 있는 옷 갈아입히는 인형 '리카짱(リカちゃん)'을 캐릭터 이미지로 기용하여 인지도 향상과 이미지 상승을 시도하였음.
- 리카짱은 금년에 출시 40주년을 맞이하는 일본산 '옷 갈아입히는 인형'으로 일본에서 누구나 알고 있는 국민적 캐릭터임. '리카짱'의 귀엽고 청순함이 '사가호노카'가 지닌 신선한 이미지에 잘 어울리기 때문에 리카짱을 이미지 캐릭터로 기용하여 '사가호노카'의 신선하고 사랑스런 이미지를 보다 부각시켰음

〈 옷 갈아입히는 인형 '리카짱' 〉



《매장에 눈에 띄는 POP 광고 설치》

- 전국의 주요 '사가호노카' 판매 매장에 리카짱의 포스터, POP, 장식용 현수막 등을 설치하여 리카짱을 가지고 놀았던 주부나 여성층을 공략 하였음. 또한 특별한 전시회나 이벤트 등에서는 커다란 등신대의 리카짱 POP 등을 설치하고, 리카짱의 미니 키홀더를 제작하여 프리미엄 상품으로 배포하였음

〈 리카짱을 활용한 '사가호노카' 딸기 홍보 예시 〉

さがほのか販売促進キャンペーン用ツールデザイン案

ポスターデザイン4タイプ



その他 SP ツール



※デザインはイメージです。完成品とは異なります。

《수제품으로 신토불이(地産地消/지산지소) 실천》

- 포스터에 리카짱이 착용하고 있는 옷과 장신구 등은 우시즈(牛津) 고교 학생들이 디자인한 것으로, 딸기뿐만 아니라 의복 자체도 수제품이어서 옷에도 신토불이의 마음을 담았음

《시식 행사 개최 및 적극적인 판촉물 활용》

- JA그룹 사가의 사가 딸기 특별 소비 선전 위원회는 2007년 12월 3일 사가산 딸기 '사가호노카'의 발매 축진회를 도쿄 오타시장에서 열었으며, 리카짱의 포스터를 사용한 전국의 슈퍼 등에 홍보하였음. 경매 전 JA사가 (佐賀)의 나카노(中野) 회장은 '화창한 날에 맛과 모양이 좋고, 하늘도 좋아하는 맛, 제일 잘 생긴 과일을 금년에는 리카짱과 함께 선전하겠습니다.'고 인사하였음

〈 사가호노카의 시식 행사 〉



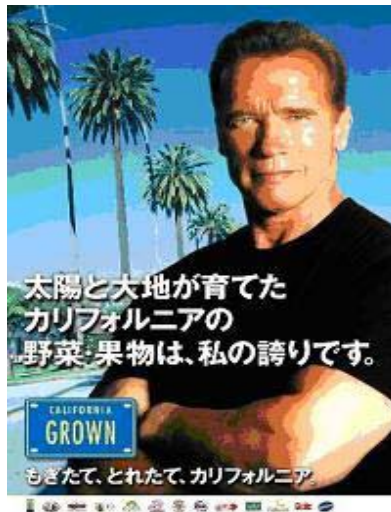
마. 캘리포니아 농산물의 홍보 전략

- 일본에 수입되는 딸기의 반 이상이 캘리포니아산이지만, 캘리포니아 주로부터 수입되는 것이 딸기만은 아님. 2010년 가을 'NPO법인 바이캘리포니아 마케팅 협회'와 공동으로 포도, 석류를 홍보하는 캠페인을 실시하였음

《일본을 방문하여 POP 광고를 한 아놀드 슈왈제네거 주지사》

- 캘리포니아산 농산물의 보급을 위해 일하는 비영리단체인 바이캘리포니아 마케팅 협회(Buy California Marketing Agreement, 이하 : BCMA, 본부 : 미국 캘리포니아 주 세크라멘토)는 2010년 11월 30일부터 간사이 슈퍼마켓 20개 점포에서 캘리포니아산 포도, 석류, 딸기를 대상으로 한 매장내의 프로모션을 실시하였음. 아놀드 슈왈제네거 캘리포니아 주지사의 POP가 상징이 되어 많은 방문객의 주목을 받는데 성공하였음

〈 아놀드 슈왈츠제네거 캘리포니아 주지사를 활용한 POP광고 〉



- 이 프로모션을 기획한 것은 생선·야채 과일 수입업자인 주식회사 로알 (본사 : 교토부 교토시)이였음. 프로모션 기간 중 주지사로서는 4년 만에 일본을 방문한 아놀드 슈왈제네거 캘리포니아 주지사의 포스터 등을

전시하여 캘리포니아산 과일 매장의 분위기를 고조시켰음. 또한, 프로모션 첫날인 11월 30일에는 20개 점포에서 포도 시식·판매를 하여 많은 방문객에게 캘리포니아산 과일 맛의 우수성을 소개하였음

- ◎ 주식회사 간사이 슈퍼마켓과 바이어 오모토 다카히로(尾本 隆弘)씨의 코멘트
 - 잼시드리스(껍질째 먹는 포도) 포도는 3년 전부터 판매되고 있으며, 쓴 맛이 적고 껍질도 먹을 수 있어 아이부터 어른까지 폭 넓은 층에서 인기 있는 포도로서 매년 그 인기가 더해지고 있습니다. 이 기회에 당사가 추천하는 잼시드리스 포도를 꼭 시식해 주세요.
- ◎ 주식회사 로얄 영업본부 토로피칼 후루츠 그룹 담당 다카하시 마사키(高橋 正記)의 코멘트
 - 잼시드리스 포도는 발매 3년째가 되지만, 이번에는 캘리포니아 농산물을 한데 묶어 석류, 딸기 등 다양한 상품을 선보이게 되었습니다. 캘리포니아 농산물의 우수성을 전달하는 기회가 되었으면 합니다.

- 이처럼 잼시드리스 포도가 프로모션의 중심인 것처럼 보이지만, 주지사 자신이 직접 포스터의 캐릭터가 되는 것은 일본의 딸기 품종과는 다른 방법으로 홍보 노력을 쏟고 있는 것이며, 간사이 슈퍼마켓과의 이해관계도 일치하여 판매도 호조였음
- 또한 이 기사는 미국의 식문화, 농산물 포털 사이트인 myfood.jp에 게재되었음. 언론에서는 좀처럼 취급하기 힘든 내용을 스스로 채택하여 관련항목에 흥미를 가진 인터넷 사용자의 검색에서 히트하게끔 데이터를 아카이브(기록 보존)화하였음
- 이 사이트는 미국 대사관의 제언에 따라 미국 농산물 무역 진흥기관의 지원으로 운영되고 있음. 일본인이 미국의 식생활을 즐겁게 배우는 것이 가능하게끔 농산물 소개, 요리방법의 소개, 계절 이벤트를 비롯하여 여행 정보까지 소개하는 등 폭넓은 정보를 망라하고 있음

< 미국의 식문화 및 농산물 소개 포털 사이트 myfood.jp >

myfood.jpはアメリカの農産物・食材と食文化に関する情報を提供しております。 テキストサイズ [A] [B] [C]



アメリカの笑顔が買んだ娘です。
myfood.jp
アメリカの農作物・食材と文化に関する情報を
アメリカ農産物貿易事務所が提供しております。

東日本大震災により被災された皆様に心よりお見舞い申し上げます。
皆様の一日も早い安全、安心の確保、
および皆様に繋がる方々のご無事を心より祈念しております。

アメリカ農産物貿易事務所

English Highlight

特集記事
週刊myfood
アメリカ食材辞典
アメリカ食材レシピ
myfood.jpとは?

食べる・飲む・作る

アメリカの食を「食べる・飲む・作る」

- アメリカ食材レシピ ▶
- アメリカ食材辞典 ▶
- キレイの食育 ▶
- 食べる・飲む ▶

オススメレシピ



毎日一振り!
アーモンドレシピ

オススメレシピ一覧 ▶

NEWS

アメリカの食の今を知る「NEWS」

ニュース&トピックス 一覧を見る ▶

Now on Twitter! ▶

myfoodの最新情報をツイッターで!

教えてmyfood!

もっと知りたい、アメリカの食と食文化!

myfoodの読者に
プレゼント企画中!!

文化・生活・人

アメリカの食文化について知る、触れる、出会う

- 季節のイベント ▶
- アメリカの旅 ▶
- クローズアップ・インタビュー ▶



7. 한국산 수출확대 방안

《품질 및 가격》

- 일본인 선호 품종 도입 및 육종 개발을 통한 수출 확대 도모
 - 일본 소비자들이 선호하는 품종이 어떤 것들이 있는지, 장기 보관 및 운송이 가능한지 등 다양한 방면의 연구와 개선을 해나가야 함
- 지속적인 국내 육종 수출 품종 재배 확대 및 여름딸기의 수출국 소비자 입맛에 맞는 국내 육종 신품종 개발
 - 신품종인 매향, 수경 등 국내 육종 품종의 재배 보급 확대 및 수출용에 적합한 고품질·저장성 우수 품종 지속 육성
 - 업무용(케이크) 여름딸기 수요 증가에 대비 적합한 품종 개발
 - 수출용 품종은 유럽계(샤롯데, 플라멩고)에 의존하고 있음
- 딸기 생산량 증가 및 품질 균일화 노력
 - 고설재배는 딸기가 토양에 접촉되지 않아 병충해 방제 및 경영비 절감 효과가 있으므로 고설재배 도입을 확대해야 함
 - PTC+ 등 해외 기술전문가 초청 수출컨설팅을 통한 딸기 생산 기술 향상(양액 재배 및 환경 제어 기술 등) 노력이 필요함
 - 3월 이후 잣빛곰팡이병이 발병하여 품질이 하락하는 경향이 있으므로 연구기관과 연계하여 원인 규명을 통한 품질 향상이 요구됨

《홍보 및 마케팅》

- 현지 광고(광고방법 등)
 - 전문지, 잡지, 신문 등

- 바이어나 외식업체, 양과자점 등의 사람들이 많이 보는 전문잡지나 유통 전문지 등에 한국산 딸기의 안전성과 우수성을 어필하기 위해 광고를 해야 함. 특히, 한국산의 주 수입 시기인 때에 광고를 내면 더욱 효과적이라고 봄

■ 마케팅 방법(광고, 판촉, 이벤트 행사 실시 등)

● 외식 박람회 참가

- 일본의 유명 외식 산업 박람회 등에 출전, 홍보 행사를 추진하여 한국산의 국내 생산 상황, 유통 등의 정보를 소개하여 안전성과 우수성을 알릴 수 있도록 이벤트 행사를 실시함

● 바이어 초청 상담회 개최

- 외식업체 및 수입업체의 구매 담당자들을 초청하여 상담회를 실시하고 한국산에 대한 자세한 정보 제공으로 우수성을 인식하게 하여 수출 시장을 개척해야 함

《유통》

■ 선적 전 및 수확 후 관리 강화를 위한 산지 예냉 시설 확충 설치

- 신선딸기는 수확하여 3℃ 상태에서 예냉을 실시, 선적하여야 하나 주산지 현장에 예냉실이 없거나 부족하여 신선도 유지, 빛깔 보호 등 품위 관리에 다소 어려움을 겪고 있음

■ 선도 관리 철저

- 딸기는 과실 중 저장 기간이 짧고 선도 유지가 어려운 품목으로 선도 관리에 철저를 기해야 함
- 수출 확대를 위해서는 산지에서 수확 후 바로 보관할 수 있는 저온 보관 시설을 갖추어야 하며, 선도 유지 운송 체계가 확립되어야 함

❑ 냉장 컨테이너를 이용한 해상운송 방법 개발

- 항공 운송비 인상에 따른 물류비용 상승으로 원가 부담이 커지고 있어 냉장 컨테이너를 이용한 해상 운송 방법 개발로 수출 원가(물류비) 절감을 통한 가격 경쟁력 확보 필요

《기타》

❑ 수출 단지별 공동선별, 수출 규격 균일화로 상품성 향상과 이미지 제고 도모

❑ 생산농가의 수출마인드 제고, 의식 개혁을 위한 교육 강화

- 계약 재배에도 불구하고 국내 가격 상승 시 국내에서 처분하고, 수출을 기피하여 바이어와의 신뢰를 손상시키는 사례가 빈발함
- 출하, 선별, 포장 등 마무리 작업에 주의할 수 있도록 교육 강화

❑ 수출 물량의 안정적 확보 및 지속적인 바이어 관리

- 우수 수출 단지 추가 지정 및 부진한 수출 단지 정비를 통하여 수출품 안정적 확보
- 잔류농약 허용 기준 준수 등을 통한 식품 안정성 확보
- 바이어 초청, 상호 방문을 통한 바이어와의 유대 강화
- 백화점, 유통체인점 등 대형 유통마켓 중심의 안정적인 판매망 구축
 - 일본의 대도시, 인구 밀집 지역에 한국산 딸기의 안정적 수출, 판매를 위해 조직화, 시스템화 된 판매망 구축 필요

❑ 가격과 안정적인 공급이 가장 중요

- 여러 상황을 종합해 보면 일본의 유통 관계자들은 가격을 중시하고는 있으나 가장 중시하는 것은 안정적인 공급이며, 그 다음이 가격, 그 다음이 안전성으로 안정적인 공급 체제의 확보가 수출 확대와 직결된다고 해도 과언은 아님

▶ 참고 ▶

▣ 관련바이어 리스트(수입상)

회사명	주소	연락처	설립연도	매출액	취급상품	웹사이트
소화무역(주)	大阪市西區江戸堀 1-18-27	06-6441-8122	1877.9	120억 엔	농산물	http://www.showa-boeki.co.jp
IPM나시모토(주)	神戸市中央區磯辺通 4-1-38	078-222-7555	1998.10	10억 엔	농산물	http://www.ipm.co.jp
(주)로얄	京都市下京區朱雀正 會町1番地の1 京果 會館内	075-344-8556	1964.1	400억 엔	농산물	http://www.royal-jp.com
오션무역(주)	京都市中京區六角通 烏丸東入堂之前町 254	075-255-3300	1973.1	98억 엔	농산물	http://www.oceantrading.co.jp

▣ 참고자료

- 재무성 「무역통계」
- 농림수산성 「통계자료」
- 전국지, 지방지, 업계지의 과거 10년간 기사
- 과일이 있는 식생활추진전국협의회 : <http://www.kudamono200.or.jp/>

유럽



1. 생산동향	57
2. 유통동향	74
3. 소비동향	86
4. 수출입동향	96
5. 통관 및 수입검사	116
6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향	120
7. 한국산 수출확대 방안	125

1. 생산 동향

가. 생산 동향

▣ 유럽 및 지중해 연안 국가 쌀 생산량 동향

- 국제연합 식량농업기구인 FAO의 통계자료에 따르면 2009년도 기준, 유럽 및 지중해 연안 국가 중에서 쌀 생산량이 가장 많은 국가는 스페인으로 연간 263,700톤을 생산함
- 다음으로는 터키, 폴란드, 이집트가 스페인에 이어서 2-4위를 차지하고 있으며, 이 4개국은 연간 20만 톤 이상의 쌀을 생산하고 있음
- 또한 이탈리아, 독일, 러시아, 모로코도 쌀을 많이 생산하는 국가들로, 연간 10만 톤 이상의 쌀을 생산하고 있음
- 쌀을 연간 10만 톤 이상 생산하는 위의 8개 국가 중 5개국이 지중해 연안에 위치하고 있어 일조량이 쌀 생산량에 많은 영향을 미치고 있음을 보여줌

〈 2000-2009 유럽 및 지중해 연안 국가 쌀 생산 현황 〉

(단위 : 톤)

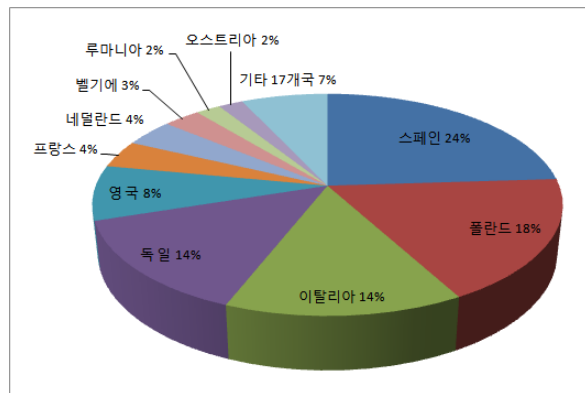
국가	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
스페인	344,865	314,079	279,441	264,237	334,892	320,853	330,485	269,139	267,500	263,700
터 키	130,000	117,000	145,000	150,000	155,000	200,000	211,127	250,316	261,078	291,996
폴란드	171,314	242,118	153,083	131,332	185,583	184,627	193,666	174,578	200,723	198,907
이집트	70,612	68,137	60,017	79,771	104,971	100,000	128,349	174,414	200,254	200,000
이탈리아	195,661	181,000	150,901	154,861	167,727	146,769	143,315	160,558	155,583	56,400
독 일	104,276	110,130	105,297	95,278	119,384	146,500	173,230	158,658	150,854	158,563
러시아	160,000	175,000	194,500	198,500	207,000	221,000	227,000	230,400	145,000	158,000
모로코	105,000	90,000	70,000	90,500	106,100	118,600	112,000	120,000	130,000	124,239
영 국	37,300	36,600	41,400	47,100	52,500	68,600	73,900	87,200	87,200	84,965
프랑스	57,819	52,737	49,693	45,483	53,457	51,491	51,192	46,900	43,541	46,912
네덜란드	34,000	34,000	35,000	36,000	37,000	39,000	39,200	43,000	41,000	52,618
벨기에	46,000	41,300	40,000	41,000	44,000	42,000	40,500	40,000	40,000	33,000
EU 27개국									1,103,263	1,014,163

자료 : FAO 국제연합 식량농업기구

■ 유럽 주요 국가 딸기 생산량 동향

- 2008년을 기준으로 유럽 27개국의 총 딸기 생산량 중 스페인, 폴란드, 이탈리아, 독일, 영국 및 프랑스 6개국이 차지하는 비중은 82%로 거의 대부분을 차지하고 있음
- 따라서 이 6개국을 중심으로 2000년 이후의 생산량 동향을 살펴보고자 함

〈 2008 주요 유럽 국가의 딸기 생산량 비중 〉



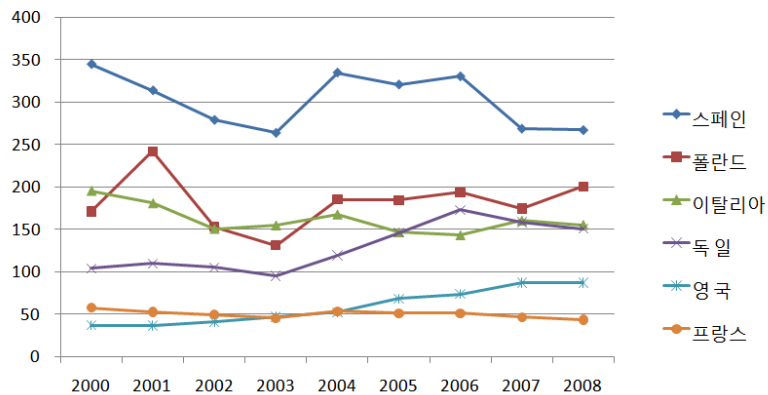
자료 : freshfel 유럽 2010

- 딸기 생산량이 가장 많은 스페인의 경우, 2000년 이후 변함없이 최대 딸기 생산국으로서의 위치를 유지하고 있으나 생산량에는 변동이 심한 것을 알 수 있음
- 2000년에 344,865톤을 생산하여 최고치를 달성한 이후 생산량 감소 추세를 보이며 2003년에는 264,237톤으로 최저치를 기록함
- 이후 2004년에서 2006년까지 30만 톤 이상으로 생산량이 상승하였다가 2007년부터 30만 톤 이하로 생산량이 감소하였으며 2008년도에는 2003년에 기록했던 최저치보다 3천여 톤이 많은 267,500톤을 기록함
- 폴란드는 2001년도에 242,118톤을 생산하여 최고치를 달성한 이후 2003년에 153,083톤으로 감소하였다가 다시 증가세를 보이며 2008년도에 생산량이 20만 톤 선을 넘어 섰으나, 최근 9년간의 최고치를 경신하지는 못함

- 이탈리아는 2000년도 이후 생산량이 증가와 감소를 반복하고 있으나 생산량 변동률은 $\pm 3\% \sim \pm 12\%$ 로 변동폭은 크지 않으며 전반적인 추세를 봤을 때는 생산량이 감소하고 있음
- 딸기 생산량은 2000년도에 최고치인 195,661톤을 기록한 이후 14만 톤에서 17만 톤 사이의 생산량을 보이고 있으며, 2008년도에는 최고치보다 2만 5천여 톤이 적은 155,583톤을 생산한 것으로 집계됨

〈 2000-2008 주요 유럽 국가의 딸기 생산 현황 〉

(단위:천 톤)



자료 : FAO 국제연합 식량농업기구

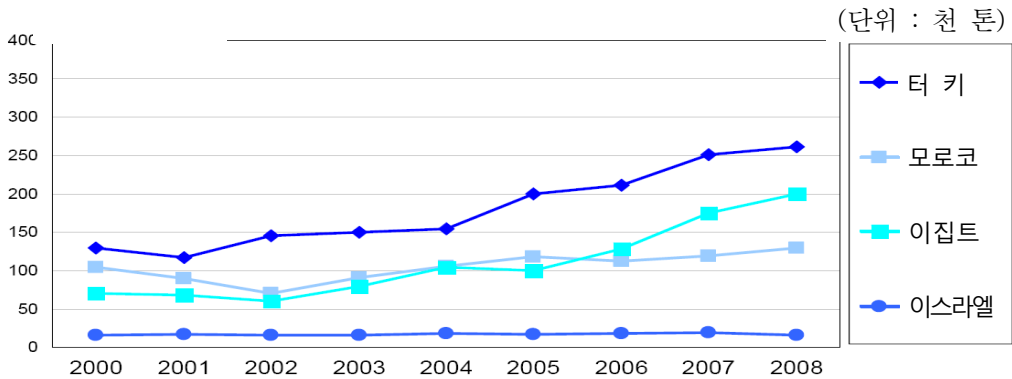
- 독일의 딸기 생산량은 스페인, 이탈리아와는 다르게 2000년도 이후 전반적으로 증가 추세를 보이고 있음
- 독일은 2003년도에 최저치인 95,278톤을 기록한 이후 딸기 생산량이 연간 18% 이상의 높은 수준으로 꾸준히 증가하여 2006년도에 최고치인 173,230톤에 달함
- 그러나 2006년도에 생산량이 최고치에 달한 이후 감소 추세를 보이고 있으나 여전히 15만 톤 이상의 딸기를 생산하며 2005년 이전보다 높은 생산량을 유지하고 있음
- 영국은 유럽의 주요 6개국 중 유일하게 2001년도 이후 2008년도를 제외하고는 지속적으로 8%~31%의 높은 딸기 생산량 증가율을 보이고 있는 국가임

- 2001년도 영국의 딸기 생산량은 36,600톤에 불과하였으나 2007년과 2008년도에는 87,200톤에 달하면서 8년간 138% 이상의 신장률을 보임
- 그러나 2008년도에 2007년도와 동일한 87,200톤의 생산량을 기록한 것으로 미루어 보았을 때 영국의 딸기 생산량은 거의 최대 정점에 달하였으며, 향후 생산량이 증가하더라도 10만 톤을 넘지는 않을 것으로 예측됨
- 프랑스는 전반적으로 2000년도 이후 생산량이 감소하고 있는 국가임
- 프랑스는 2000년도에 최고치인 57,819톤에 달한 이후 딸기 생산량이 지속적으로 1~8% 가량씩 감소하여 2008년에 43,541톤의 딸기를 생산하였으며, 이는 2000년 이후 최저 생산량임

■ 지중해 연안 국가 딸기 생산량 동향

- 터키, 모로코, 이집트, 이스라엘을 중심으로 지중해 연안에 위치하고 있는 유럽 외 국가들의 딸기 생산량 동향을 살펴보면 아래 그림과 같음
- 지중해 연안 국가 중에 가장 많은 딸기를 생산하고 있는 터키는 2000년 이후로 거의 지속적으로 생산량이 증가하고 있음
- 터키의 2000년 딸기 생산량은 130,000톤으로 스페인의 344,865톤의 절반에도 미치지 않았으나, 이후 평균 10% 이상 지속적으로 생산량이 증가한 결과 2008년에는 250,316톤에 달함
- 터키와 더불어 모로코와 이집트도 2000년 이후 연평균 생산량 증가율이 각각 4%와 15%에 달하며 전반적으로 생산량이 증가 추세를 나타내고 있음
- 반면, 이스라엘은 2000년 이후 딸기 생산량의 변동이 극히 적은 것으로 조사됨

〈 2000-2008 지중해 연안 국가의 딸기 생산량 동향 〉

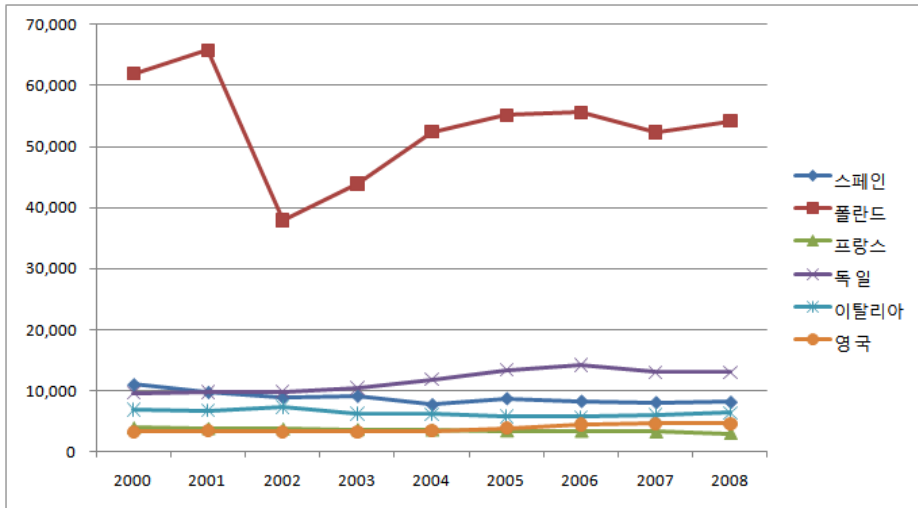


■ 재배 면적 동향

- 유럽 내 주요 딸기 생산국의 재배 면적 동향을 살펴보면 아래 도표와 같음
- 주요 6개국 중 최대 딸기 생산국인 스페인을 비롯한 폴란드, 이탈리아, 프랑스의 총 4개국에서 딸기 재배 면적이 감소 추세를 나타내고 있는 것으로 조사됨
- 특히 최대 딸기 생산국인 스페인은 2000년에서 2008년까지 9년간 딸기 재배 면적이 26%로 가장 많이 감소했고, 다음으로는 프랑스로 -24%, 폴란드 -13%, 이탈리아 -8% 순으로 분석됨
- 반면, 독일과 영국은 딸기 재배 면적이 각각 35%와 41% 증가함

〈 2000-2008 주요 유럽 국가의 딸기 재배 면적 동향 〉

국가	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	'00-'08 변동률
스페인	11,055	9,775	8,904	9,145	7,713	8,748	8,296	8,078	8,134	-26%
폴란드	61,967	65,754	37,962	43,931	52,388	55,139	55,600	52,309	54,160	-13%
이탈리아	6,934	6,779	7,339	6,243	6,195	5,826	5,746	6,033	6,409	-8%
독 일	9,619	9,795	9,900	10,421	11,844	13,435	14,214	13,013	13,032	35%
영 국	3,300	3,420	3,300	3,320	3,450	3,900	4,500	4,656	4,656	41%
프랑스	3,971	3,856	3,779	3,692	3,609	3,451	3,403	3,266	3,021	-24%



자료 : FAO 국제연합 식량농업기구

■ 국가별 생산성 비교

- 앞에서 국가별 딸기 생산량과 면적을 살펴본 바와 같이 그 순위가 동일하지 않음을 알 수 있음
- 따라서 생산량과 면적을 비교하여 딸기의 생산성을 비교해 보고자 함
- 2008년도를 기준으로 딸기의 생산성을 분석해 보면 스페인이 헥타르당 34.9톤을 생산하여 가장 생산성이 높은 것으로 나타남
- 다음으로 이탈리아가 25.8톤으로 2위를 차지했으며, 영국, 프랑스, 독일이 각각 19.9톤, 15.3톤, 12.3톤으로 헥타르당 10톤 이상의 딸기를 생산한 것으로 분석됨
- 폴란드는 헥타르당 3.9톤으로 가장 생산성이 낮은 것으로 나타남
- 생산성이 가장 높은 스페인과 가장 낮은 폴란드를 비교해 보면 스페인의 생산성이 폴란드보다 8.9배 높음

〈 2008 주요 유럽 국가의 딸기 생산성 비교 〉

국가	생산량(톤)	면적(헥타르)	생산성(톤/헥타르)
스페인	283,790	8,134	34.9
폴란드	212,947	54,160	3.9
이탈리아	165,058	6,409	25.8
독 일	160,041	13,032	12.3
영 국	92,510	4,656	19.9
프랑스	46,192	3,021	15.3

자료 : FAO 국제연합 식량농업기구

나. 생산비용

- 생산비용과 관련하여 스페인과 폴란드의 사례를 찾아볼 수 있음

■ 스페인

- 스페인의 환경단체인 WWF가 스페인의 딸기 산업이 환경에 미치는 영향에 관해 발표한 자료에 따르면 스페인의 평균 딸기 생산비용은 헥타르당 24,500유로(약 한화 38,532,540원)로, 이 중 인건비가 63%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남

■ 폴란드

- Piotr Brzozowski와 Krzysztof Zmarlicki씨가 2010년 과일 및 관상목 연구 학회지(Journal of Fruit and Ornamental Plant Research)에 발표한 '폴란드 딸기 생산의 경제학'이라는 연구에 따르면 폴란드에서 딸기를 생산하는데 드는 총 비용은 일반 딸기는 헥타르당 18,365즈워티(폴란드 화폐단위, 약 4,650유로, 한화 7,310,125원), 유기농 딸기는 헥타르당 19,007즈워티(약 4,813유로, 한화 7,569,678원)에 달하는 것으로 분석됨
- 또한 직접 생산비용 구조를 분석했는데, 수확 시기에 딸기를 따고 운반하는데 드는 비용이 일반 딸기는 7,500 즈워티로 65.9%, 유기농 딸기는 6,000 즈워티가 약간 못 미치는 수준으로 48.1% 차지하고 있음

- 수확 시기에 드는 비용이 가장 높은 비중을 차지하고 있는 것은 딸기 수확시기에 가장 많은 노동인력이 투입되는 것과 관련이 있을 것으로 판단됨

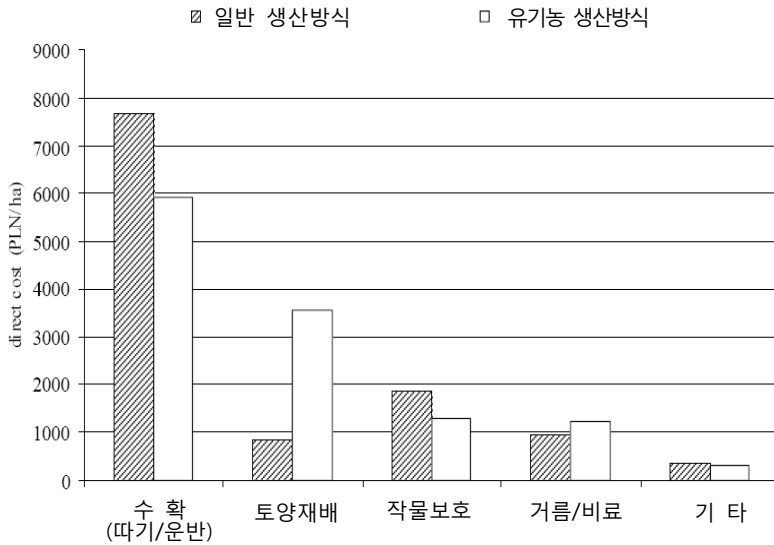
〈 딸기 생산 방식별 총 생산비용 비교 〉

(단위 : 즈위티/헥타르)

항 목	일반 딸기	유기농 딸기
직접 생산비용	11,665	12,328
설치물의 감각상각비용	4,950	4,830
간접 생산비용	1,750	1,849
총 생산비용	18,365	19,007

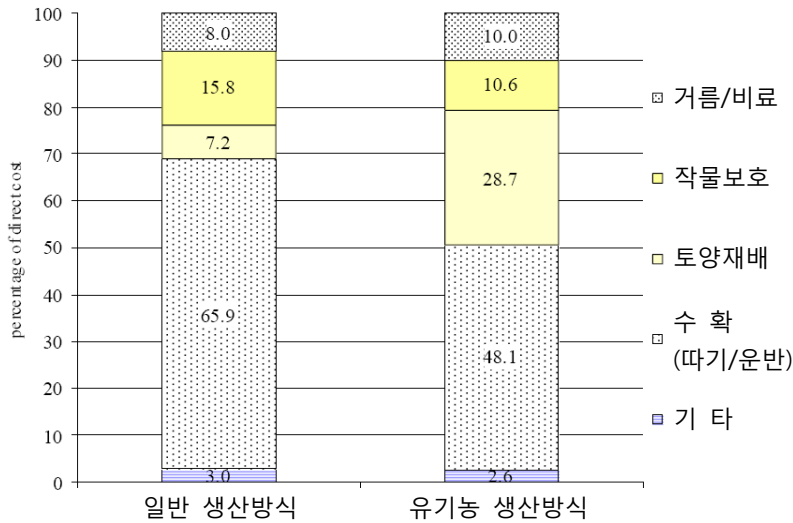
자료 : Piotr Brzozowski 및 Krzysztof Zmarlicki, 2010

〈 딸기 생산방식별 직접 생산비용 비교 〉



자료 : Piotr Brzozowski 및 Krzysztof Zmarlicki, 2010

〈 딸기 생산방식별 직접 생산비용 구조 비교 〉



자료 : Piotr Brzozowski 및 Krzysztof Zmarlicki, 2010

- 스페인과 폴란드의 딸기 생산비용을 비교해 보면 스페인의 딸기 생산비용이 5.2배 정도 많은 것을 알 수 있음
- 이는 생산비용에서 많은 비중을 차지하고 있는 인건비와 관련이 있을 것으로 추정할 수 있는데, 딸기 수확은 실제 노동 집약적인 산업으로 인건비가 상대적으로 높은 스페인에서는 딸기 수확철에 아프리카에서 온 이민자 또는 상대적으로 인건비가 저렴한 유럽 연합 지역 출신의 노동자들을 고용하고 있음

다. 재배 시설 동향

- 많은 국가들이 딸기 생산량을 증대하기 위해 비닐하우스 재배 방식을 선호하고 있는 것으로 파악되고 있는데, 영국의 경우 딸기의 80%가 비닐하우스에서 재배되고 있고 프랑스도 83% 이상의 딸기가 비닐하우스에서 재배되고 있다고 집계되고 있음
- 따라서 본 보고서에서는 비닐하우스 재배를 중심으로 어떠한 시설을 이용하고 있는지 살펴보고자 함

■ 비닐하우스의 종류

- 비닐하우스는 크게 프랑스식과 스페인식으로 나누어지는데 스페인식은 폭이 넓고 높이도 4m에 달해 프랑스식보다 규모가 더 크다는 특징을 지니고 있음
- 또한 스페인식은 원활한 공기순환을 위해 비닐하우스 각 동의 프레임이 겹쳐지는 부분 1m 이상 위에 비닐을 연결하여 덮어씌우는 방식을 채택하고 있음
- 반면 프랑스식은 높지 않고 각 비닐하우스 동별로 별도로 비닐에 덮여 있다는 특징을 가지고 있음

〈 스페인식과 프랑스식 비닐하우스 〉



■ 테이블탑 재배 시스템

- 테이블탑 재배 시스템은 모종을 토지에 심는 방식이 아니라, 긴 비닐백 또는 코코넛 열매 겉껍질로 만든 섬유(coir)에 모종을 담고 이를 일정한 구조물 위에 얹어서 재배하는 방식임

〈 테이블탑 재배 시스템의 예 〉



- 이와 같은 테이블탑 재배 시스템은 다음과 같은 장점 때문에 선호되고 있음
 - 생산량의 극대화
 - 1등급 품질의 생산량 30% 증대
 - 수확비용 25-50% 감축
 - 화학적 비료 사용 감소
 - 딸기 관련 질병 통제

- 테이블탑 재배 시스템은 영국을 비롯한 벨기에, 네덜란드 등의 유럽 국가에서는 일반화되었고 스페인, 이탈리아와 같은 지중해 연안 국가에서는 최근 도입을 시작하고 있는 것으로 보임

- 잡초 방지망
 - 테이블탑 재배 시스템을 도입하는 경우, 토지와 딸기를 올린 구조물 사이에 잡초 방지망을 설치하여 다음과 같은 효과를 거두고 있음
 - 잡초 발생 감소
 - 잡초 뽑는 인력 감축
 - 잡초 억제를 위한 비료 사용 감소
 - 위생적 재배 환경 촉진

〈 잡초 방지망 설치 예 〉



라. 생산량 증감 원인

▣ 경작지 면적의 증감

- 이탈리아는 2009년 딸기 재배면적이 약 7% 감소하면서 이에 따라 딸기 생산량도 함께 감소했음
- 딸기 경작지 면적의 감소는 딸기의 경쟁 상품인 블랙베리와 블루베리의 경작지 면적 증가와 관련이 있음
- 영국은 2008년도에 크로아티아에서 개최된 '소규모 과일 재배 시스템' 컨퍼런스에서 블루베리에 대한 소비자들의 수요가 급증하면서 아직 경작 규모는 작지만 블루베리 경작지가 급격하게 증가하고 있다고 발표한바 있음

▣ 재배방식의 변경

- 2009년 벨기에는 비닐하우스에서 딸기를 재배하는 방식으로 변경하면서 연간 딸기 생산량이 3-5% 증가했다고 밝힘

- 이와 같은 재배방식의 변경으로 인해 딸기 재배에 날씨가 미치는 영향을 최소화하고 품질관리가 용이해진 것으로 분석됨
- 또한 벨기에는 비닐하우스 도입 이후 딸기 수확시기를 4월부터 다음해 1월까지로 연장할 수 있게 되었고, 영국은 비닐하우스 재배 방식으로 인하여 딸기 수확기간이 기존 6주에서 6개월로 연장되었다고 밝힘
- 비닐하우스 재배는 서유럽 및 북유럽을 중심으로 활성화되고 있는 반면, 지중해 연안 국가에서는 비닐하우스 재배가 일반화되지 않은 것으로 추정됨

■ 날씨의 변화

- 딸기의 생산량에는 날씨의 변화가 가장 많은 영향을 미치는 것으로 추정됨
- 유럽의 최대 딸기 생산국인 스페인의 경우 2010년 1월 딸기 주산지인 우엘바(Huelva) 지역에 내린 강우로 인하여 딸기 생산량이 급감하였으나, 2011년에는 이 지역의 날씨가 건조해서 딸기 생산량이 증가했다고 함
- 반면, 독일은 2008년 봄에 날씨가 매우 건조하고 더워서 오히려 생산량이 감소했다고 밝힘

마. 생산 제품 동향

■ 국가별 주요 재배 품종

- 국가별로 생산하는 딸기 품종에는 차이가 있으나 주로 많이 재배하는 품종으로는 Camarosa, Candoga, Darselect, Elsanta 등이 있음
- 스페인에서는 Camarosa 종이 딸기 생산량의 70%를 차지하고 있으며, 폴란드와 영국에서는 Elsanta, 프랑스에서는 Gariguette를 주로 재배하고 있음
- 영국의 재배 품종 중 Ava, Driscoll Camarillio, Sweet Eve 등은 딸기 전문 도매 업체가 개발하여 독점으로 재배 및 공급하고 있는 딸기임

- 재배 품종이 여러 가지인 이유는 품종별로 맛과 크기, 생김새에 차이가 있을 뿐 아니라 수확 시기도 달라서 수확시기에 따라 여러 품종을 심어 딸기를 수확할 수 있는 기간을 최대한으로 연장하고자 하는 것임

〈 국가별 주요 재배 품종 〉

국가	딸기 품종
스페인	<u>Camarosa</u> (딸기 생산량의 70% 차지), <u>Candonga</u> (12%), <u>Festival</u> (12%), Ventana(2%), Chiflón, Aguedilla, Coral
폴란드	<u>Elsanta</u> , <u>Honeoye</u> , Kent, Darselect, Camarosa, Onebor®Marmolada, Elkat
이탈리아	Camarosa, Ventana, Candonga, Tudla, Pajaro, Tethis(이상 남부지방에서 생산), Patty, Darselect, Eva, Irma, Alba, Onda, Clery, Dora, Queen Elisa (이상 Emilia-Romagna 및 Veneto 지역), Alba, Arosa, Seascape, Diamante, Irma(이상 Piemonte 지역), Elsanta(Trentino 지역)
독일	Elsanta, Clery, Sonata, Darselect
영국	Ava, Elsanta, English Rose, Eves Delight, Evie, Sonata, Sweet Eve, Jubilee, Driscoll Camarillio, Red Glory, Red Princess
프랑스	<u>Gariguette</u> , Darselect, Elsanta, <u>Ciflorette</u> , Clery(남서부, 남동부 지방에서 생산), Naïad(남동부 지방에서 생산), Cigaline와 Cireine(중서부 지방에서 생산), Mara des Bois, Charlotte

자료 : 소규모 과일 생산 시스템 컨퍼런스 자료(스페인, 폴란드, 이탈리아, 프랑스), 영국 여름 과일 협회 홈페이지(영국), 국제 딸기 회의 자료(독일)

■ 국가별 딸기 생산시기

- 아래 도표를 보면 국가별로 딸기 생산시기가 다른 것을 알 수 있음
- 이집트, 모로코, 독일은 상대적으로 생산시기가 짧고, 벨기에, 네덜란드, 영국은 생산시기가 긴 것을 알 수 있는데 이는 생산방식 차이에서 비롯됨
- 이집트, 모로코와 같이 상대적으로 딸기 생산시기가 짧은 곳은 딸기 생산을 일반 밭에서 하고, 벨기에, 네덜란드, 영국 등은 주로 비닐하우스에서 딸기를 재배함

〈 국가별 딸기 수확시기 〉



자료 : 국제 딸기 회의 2010

■ 딸기 품종별 특징

- 많이 재배되고 있는 딸기 품종들의 특징을 정리해 보면 아래 표와 같음
- 많이 재배되고 있는 딸기 품종들의 공통점을 보면 모양이 원뿔모양이고 생산성이 높고 단단하여 비교적 긴 유통기한을 가지고 있음
- 색깔로 보면 붉은색 또는 밝은 붉은색이 대부분이고 딸기 겉면의 색이 전체적으로 동일한 딸기 품종이 선호되고 있는 것으로 추정됨
- 프랑스의 Gariguette의 경우는 다른 품종들에 비해 크기가 작으나 맛이 달고 과즙이 많아 최고의 딸기로 여겨지고 있으며, Ciflorette는 Gariguette의 경쟁 품종으로 많은 면에서 유사하나 Gariguette보다 늦게 수확되어 Gariguette철이 끝날 무렵부터 판매되는 것으로 조사됨

〈 딸기 품종별 특징 〉

품종명	모양	색깔	당도	단단함	생산시기	기타
 Camarosa	원뿔	밝은 붉은색	일정치 없음	*****	5-6월	강한 신맛
 Candonga	원뿔	붉은색	*****	*****	1-6월	
 Ciflorette		붉은색	***** (Gariguette과 유사하거나 우월)	*****	2-7월	일정한 맛
 Clery	원뿔	스칼렛 붉은색	*****	*****	6-7월	많은 과즙
 Darselect	원뿔	붉은색	*****	***	3-7월 /10-11월	
 Elsanta	원뿔	어두운 오렌지, 붉은색	***	*****	6-7월	긴 유통기한, 생산성이 높은 종
 Gariguette		붉은색	***** (유럽 최고 딸기로 알려짐)	***	2-6월	프랑스산, 작은 크기
 Honeoye		붉은색	***	*****	1-4월	생산성이 높은 종
 Sonata	원뿔	밝은 붉은색	*****	-	6-7월	많은 과즙
 Ventana		밝은 붉은색	*****	*****	4-5월	

■ 제품 관련 동향

● 다른 베리 종류와의 경쟁 심화

- 최근 블루베리의 인기가 높아지면서 블루베리의 경작면적 또한 증가하고 있는 추세를 보이고 있음
- 스페인의 딸기 주산지인 우엘바(Huelva) 지역에서는 최근 5년간 블루베리 재배면적이 급격하게 증가하여 현재 750헥타르에 달하고 있으며, 이중 26헥타르는 유기농법으로 재배하고 있다고 보고함
- 독일은 베리류 제품별로 생산량을 비교할 수 있는 공식적인 통계자료는 없으나, 1996년 이후 붉은 건포도(red currant)와 블랙베리 판매량이 각각 120%와 46% 증가하였고 2001년 이후 블루베리의 판매량은 97% 증가함
- 이와 같은 판매량 증가로 미루어 보았을 때 생산량 및 재배면적도 증가했다고 추정할 수 있음

● 늦은 시기 재배종의 감소 및 사계절 재배종(everbearing varieties)의 증가

- 최근의 딸기 생산 품종 관련 동향으로는 늦은 시기에 재배하는 Daisy, Yamaska, Florence와 같은 품종이 감소하는 대신에 사계절 재배종인 Mara des Bois 및 Charlotte 등의 재배가 증가하는 것을 들 수 있음

● 파인베리의 인기상승

- 파인애플과 스트로베리를 결합한 파인베리의 인기가 유럽 각지에서 상승 중이며, 영국에서는 2010년 대형 슈퍼마켓 체인 업체 중 하나인 웨이트로즈(Waitrose)에서 파인베리를 출시한 이후 소비자들의 큰 관심과 인기를 받으면서 올해도 전국 45개 지점에서 판매에 들어감
- 파인베리는 일반 딸기보다 작고 겉면이 흰색을 띠는 반면 씨가 붉은 색이라는 특징을 지니고 있으며, 유전적 특징은 일반 딸기와 유사하나 향과 맛은 파인애플과 유사함

〈 파인베리 〉



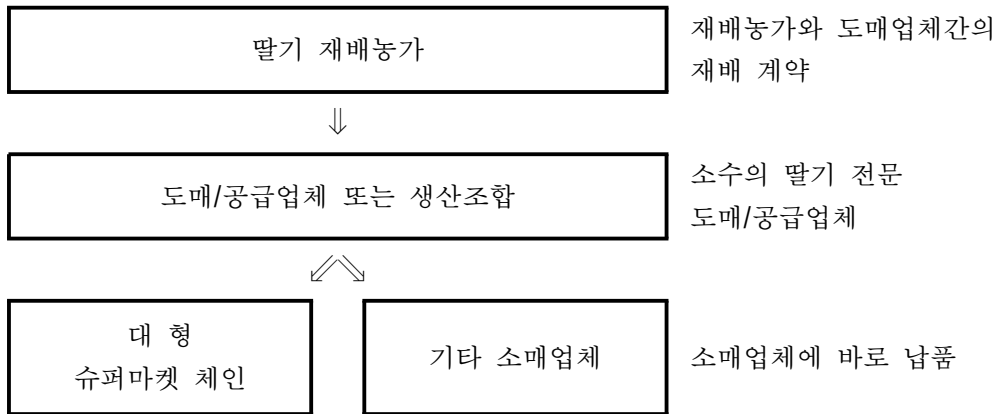
2. 유통동향

가. 현지 유통 구조

■ 유통구조

- 딸기의 유통구조는 다른 과일에 비해 단순하면서 거의 직거래 형태를 띄고 있는데 이는 딸기의 유통기한이 짧은 제품 특성 때문인 것으로 판단됨
- 딸기를 전문으로 하는 도매/공급업체들은 여러 재배농가들과 재배 계약을 맺은 후 제품을 납품받고 딸기를 대형 슈퍼마켓 체인 또는 기타 소매업체로 바로 공급함
- 딸기 전문 도매/공급업체들의 웹사이트를 통해 조사한 결과 이 업체들 중에는 각국의 재배농가와 계약을 맺는 것 외에도 다른 국가에 있는 재배농가와도 재배 계약을 맺어 수입을 하고 있는 곳도 있는 것으로 조사됨
- 또한 국가에 따라서는 생산조합이 이러한 도매/공급업체의 역할을 하기도 하는데, 대표적인 국가가 네덜란드로 생산조합과 소매업체들이 직거래를 하고 있음
- 수입산 딸기의 경우, 도매/공급업체가 직접 수입한 후 바로 소매업체에 납품하고 있어 유통 단계가 매우 짧음

〈 딸기 유통구조〉



자료 : 네덜란드 생산자 연합회 2010

나. 유통규격

- 일반 대형 슈퍼마켓 체인에서 판매 중인 딸기의 규격을 보면 대체적으로 작은 것은 225g, 227g, 250g, 큰 것은 300g, 400g이나 대부분 227g 또는 400g 두 가지 크기로 판매하고 있음
- 또한 포장 유형을 살펴보면 크게 세 가지로 구분할 수 있는데 1) PET 재질의 바구니에 딸기를 담은 형태, 2) PET 재질의 투명 박스에 담은 형태, 3) PET 재질의 바구니에 담은 후 비닐에 넣거나 비닐로 덮어 열처리를 한 형태가 있음
- 대형 슈퍼마켓 체인에서는 모두 2)번과 3)번 유형의 포장으로 판매하고 있는데 2)번과 3)번 포장에는 품종, 원산지, 중량, 유통기한 등의 제품 정보를 스티커 처리할 수 있기 때문임
- 포장 유형 1)번은 일부 야채 및 과일 전문 소매업체 또는 1주일에 2-3일 동안 열리는 야채 및 과일 시장에서 발견할 수 있음
- 도매/공급업체가 납품할 때에는 이와 같은 형태로 딸기를 소량으로 개별 포장한 후 튼튼한 종이 상자에 10개씩 1단으로 넣는 방식을 채택하고 있음(아래 그림 참조)

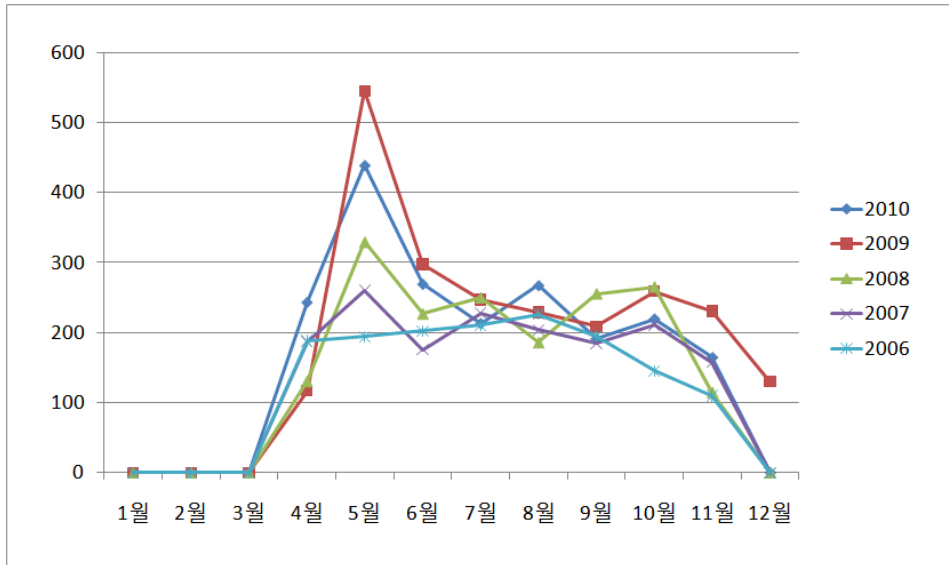
〈 딸기 포장 형태 〉



다. 가격동향

- 영국을 중심으로 영국산 딸기와 벨기에, 모로코, 이집트산 딸기의 도매 시장 거래 가격을 살펴보고자 함
- ▣ 영국산 딸기 도매시장 거래가격 동향
 - 영국의 농림부라고 할 수 있는 Defra에서 발표하는 영국산 야채 및 과일 가격 통계자료를 바탕으로 영국산 딸기의 도매시장 거래 가격(펜스/킬로그램)을 월별로 분석해 보면 아래 그림과 같음

〈 2006-2010년 영국산 딸기 도매시장 거래가격 동향 〉



자료 : 영국 환경식품 및 농업부 Defra

- 2006년부터 2010년까지 월별로 영국산 딸기 도매시장 거래 가격을 보면 4월부터 거래가 본격적으로 시작되어 11월에 끝나 12월에는 거래가 이루어지지 않고 있음을 알 수 있음
- 또한 5월에 가장 높은 가격대로 거래되고 이후 6월부터는 다시 가격이 낮아졌다가 8월 또는 10월에 다시 가격이 약간 상승하는 패턴을 보이고 있음
- 연도별로 가격을 비교해 보면 2006년부터 2009년까지는 가격이 연간 9-21% 상승하는 추세를 나타내다가 2010년에는 2009년보다 가격이 5% 하락하는 추세를 보임
- 가장 높은 가격은 2009년 5월, 1킬로그램당 545.12펜스(5.45 파운드, 한화 9,740원)였고, 가장 낮은 가격은 2006년 11월, 1킬로그램당 109.8펜스(1.09 파운드, 1,949원)였음

〈 2006-2010년 영국산 딸기 도매시장 거래가격 동향〉

(단위 : 펜스 / 킬로그램)

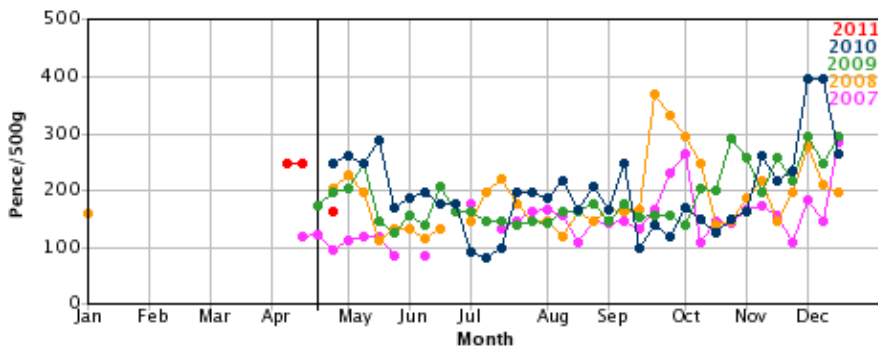
연도	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	연평균
2010	243.47	439.09	269.48	213.35	267.38	191.36	219.67	164.65	251.06
2009	116.74	545.13	297.39	246.89	228.68	209.03	259.11	230.60	266.70
2008	130.40	329.42	227.01	250.08	185.85	255.79	265.57	114.67	219.85
2007	187.22	259.97	175.76	227.78	203.81	184.47	210.71	157.56	200.91
2006	188.00	194.06	202.17	210.45	226.47	194.67	145.36	109.80	183.87

자료 : 영국 환경식품 및 농업부 Defra

■ 외국산 딸기 영국 도매시장 거래 가격 동향

- Freshinfo에서 제공하고 있는 영국 주요 4개 농산물 도매시장의 거래 가격을 바탕으로 벨기에, 이집트, 모로코에서 영국으로 수입된 딸기의 가격 동향을 살펴봄
- 벨기에산 딸기는 500g짜리가 낮게는 1파운드에 약간 못 미치는 수준에서 높게는 4파운드까지 오르는 것을 알 수 있음
- 연간 월별 가격 동향을 살펴보면 5월에 비교적 높은 가격에 거래되다가 6월 이후 가격이 하락했다가 9월에서 12월에 상승하는 패턴을 보임

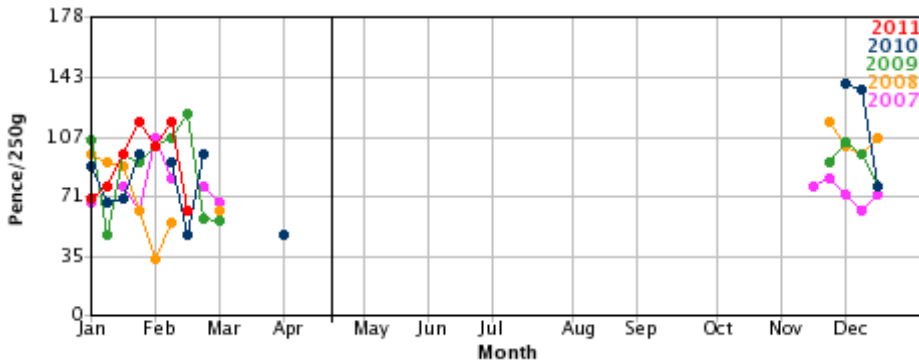
〈 2007-2011년 벨기에산 딸기 가격 동향 〉



자료 : Freshinfo.com 2011

- 아래 그림을 보면 이집트산 딸기는 영국에서 11월 중순부터 3월까지 주로 거래되고 있음을 알 수 있음
- 이 기간은 영국산 딸기가 거래되지 않는 시기인 것을 감안했을 때 영국에서 딸기가 생산되지 않는 시기에 이집트에서 딸기를 수입하고 있는 것으로 추정할 수 있음
- 이집트산 딸기 250g짜리 제품의 도매시장 거래 가격은 낮게는 35펜스부터 많게는 1.43파운드에 거래되고 있음
- 연간 월별 가격 동향을 살펴보면 11월~12월에 비교적 높은 가격에 거래되다가 1월에 하락했다가 다시 2월 초~중순에 가격이 상승하고 이후 다시 가격이 하락하는 패턴을 보임

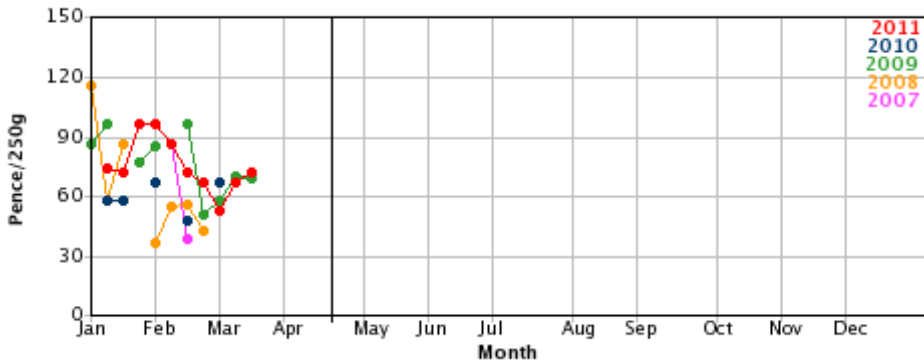
〈 2007-2011년 이집트산 딸기 가격 동향 〉



자료 : Freshinfo.com 2011

- 모로코산 딸기의 도매시장 거래 가격 동향을 봤을 때 모로코산 딸기는 영국에서 1월 초부터 3월 중순까지 거래되는 것으로 나타나 이집트산 딸기와 마찬가지로 영국에서 딸기가 생산되지 않는 시기에 수입되는 것을 알 수 있음

〈 2007-2011년 모로코산 딸기 가격 동향 〉



자료 : Freshinfo.com 2011

- 모로코산 딸기의 도매가격은 250g당 낮게는 35펜스에서 높게는 1.20 파운드 정도에 형성되고 있음
- 1월 초에 가장 높은 가격에 거래되다가 2월부터 하락하기 시작하여 2월 중반에서 3월에 가장 낮은 가격에 거래되는 패턴을 보이고 있음
- 벨기에와 이집트, 모로코산 딸기의 도매가격을 500g 기준으로 환산하여 최저가와 최고가를 비교해 보면 벨기에산 딸기가 가장 고가로 모로코산 최고가 딸기보다 1.6배 높고, 최저가도 벨기에산 딸기가 이집트와 모로코산 딸기보다 0.20파운드 더 높은 가격에 판매되고 있음

〈 벨기에, 이집트, 모로코산 딸기 도매가격 비교 〉

(단위 : 영국 파운드)

국가	벨기에	이집트	모로코
최저가	0.90	0.70	0.70
최고가	4.00	2.86	2.40

▣ 딸기의 소매가격 비교

- 2011년 4월, 영국 대형 슈퍼마켓 체인 및 백화점 식품매장에서 실제 판매되고 있는 딸기를 조사하여 중량(그램), 가격, 1kg 환산 가격, 원산지를 비교하여 소매가격에 영향을 주는 원인을 분석함
- 프랑스산 > 영국산 > 스페인산 순으로 높은 가격에 판매
 - 동일 점포에서 영국산 딸기와 스페인산 딸기를 동시에 판매하고 있는 경우, 영국산 딸기가 스페인산보다 1.55배에서 1.75배 높은 가격에 판매되고 있음
 - 프랑스산과 영국산을 비교해 보면, 프랑스산 딸기가 영국산보다 적게는 2.24배에서 많게는 4.55배까지 고가에 판매되고 있음
 - 프랑스산과 스페인산을 비교하면, 프랑스산 딸기는 스페인산보다 적게는 3.48배에서 많게는 7.96배 높은 가격에 판매되고 있음
 - 프랑스산의 경우, 껍보기에 크기는 작으나 동일하게 빨간색을 띄고 있고 과즙이 많으며, 당도가 높은 특징을 가지고 있어 품질면에서 스페인산 또는 영국산보다 우수한 것으로 판단함
 - 프랑스산 딸기의 우수성과 더불어 일반 대형 슈퍼마켓에서는 판매되지 않고, 영국 상류층이 주 고객인 백화점 식품매장에서만 판매되고 있다는 희소성이 더해져서 더 높은 가격에 판매되고 있는 것으로 추정됨
- 유기농 딸기 > 일반 딸기
 - 유기농 딸기가 일반 딸기보다 1.15배 높은 가격에 판매되고 있음
 - 유기농 딸기를 판매하고 있는 곳이 드문 것으로 미루어 봤을 때 유기농이라는 것이 가격에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 사료됨
- 딸기 소매가격은 품질과 원산지에 따라서 결정됨
 - 따라서 일반 대형 슈퍼마켓에서 딸기 가격은 일반 딸기인지 유기농 딸기인지보다 원산지와 품질이 가장 결정적인 영향을 미침

〈 영국 시판 딸기 소매가격비교 〉

(단위 : 영국 파운드)

유통업체	제 품	가 격	1kg당 가격	원산지	가격비교
막스 앤 스펜서 (M&S)	400g	4.58	11.45	스페인	1.55배 (영국/스페인)
	225g	3.99	17.73	영 국	
세인스버리 (Sainsbury's)	400g	3.75	9.38	스페인	1.15배 (유기농/일반)
	300g 유기농	3.25	10.83	스페인	
테스코 (Tesco)	400g	2.00	5.00	스페인	1.75배 (영국/스페인)
	400g	3.50	8.75	영 국	
헤롯백화점	250g	9.95	39.8	프랑스	

자료 : 직접 조사

▣ 딸기의 도·소매가격 비교

- 영국산 딸기의 도·소매가격을 비교해 보면 아래 표에서 보는 바와 같이 저가는 도매와 소매의 가격 차이가 5.34배에 이르고, 고가로 판매 중인 제품은 소매가격이 도매가격의 4배가 조금 넘는 수준으로 분석됨
- 현재 영국 시중에서 가장 많이 판매 중인 스페인산의 도매가격은 파악 되지 않아 영국산 딸기의 도소매 가격 비율로 미루어 외국산 딸기의 도·소매가격 비교를 하는 데는 한계가 있음

〈 영국산 딸기의 도·소매가격 비교 〉

국가	영국산 (1kg)		소매/도매
	도매	소매	
최저가	1.64	8.75	5.34
최고가	4.39	17.73	4.04

라. 유통업체들의 제품 입점기준

- 유통업체들이 딸기를 공급받을시 적용하는 제품 조건을 네덜란드, 독일, 영국을 중심으로 조사함
- 네덜란드, 독일, 영국의 주요 대형 슈퍼마켓 체인들은 최대 농약 잔류량(MRL)과 최대 급성 기준 노출량(ARfD)을 기준으로 딸기 제품 입점을 결정하고 있음

■ 최대 농약 잔류량(MRL)


- 최대 농약 잔류량 MRL은 Maximum Residue Limit의 약자로 주요 농산물에서 검출되어도 허용되는 농약의 양을 의미하고 있으며, 현재 유럽연합에서 정해 놓은 딸기의 MRL은 킬로그램당 0.5mg임(1.0mg으로 증가시키기 위한 제안이 진행 중에 있으나 아직 확정되지 않았음)
- 그러나 아래 표를 살펴보면 대형 슈퍼마켓 체인들은 딸기 제품 입점 결정시 보다 까다로운 기준을 적용하고 있음을 알 수 있음
- 가장 까다로운 기준을 적용하고 있는 곳은 리들(Lidl)로 딸기 MRL의 33% 수준인 킬로그램당 0.165mg을 적용하고 있으며, 대부분 70%(0.35mg) 또는 80%(0.4mg)을 적용하고 있음
- 영국 슈퍼마켓 체인들은 MRL을 적용하기보다는 자체 농약리스트를 적용하거나 농약 잔류량 0%를 추구하고 있으나 딸기에는 예외를 적용하고 있음

■ 최대 급성 기준 노출량(ARfD)

- 최대 급성 기준 노출량 ARfD는 Acute Reference Dose의 약자로 체중 당 식품을 통해 섭취해도 안전한 독성성분, 특히 농약의 양을 의미함
- 유럽 식품 안전청이 제시한 기준량은 체중당 0.6mg/kg임

- 최대 급성 기준 노출량을 가장 엄격하게 적용하고 있는 곳은 네덜란드의 Aldi와 독일의 Plus로 기준의 70%선을 허용하고 있고, 독일의 Aldi와 Norma도 80%를 적용하고 있으며 다른 슈퍼마켓 체인들은 100%를 적용하고 있음
- 이와 같은 네덜란드와 독일 유통업체들의 엄격한 기준 적용에 대해 재배 업체와 공급업체 측에서는 이러한 기준들이 지나치게 엄격하다는 반응을 보이고 있는 한편 유통업체들의 엄격한 기준 적용에 따라 농약 사용을 줄이고 있음

〈 네덜란드와 독일 주요 대형 유통업체의 딸기 입점 기준 〉

국가	유통업체	입점기준		
		최대농약잔류량 (MRL)	최대급성기준 노출량 (ARfD)	기 타
네덜란드		50%	100%	상품에 따라서 최대치 결정
		50%	100%	자체 농약 블랙리스트를 적용
		50%		
		70%		
		33%	100%	
		70%		
		80%	70%	제품당 3-5종 이상의 농약 검출 불허
독 일		70%	100%	
		80%	80%	
		33%	100%	
		70%	70%	제품당 3-5종 이상의 농약 검출 불허
		80%	80%	제품당 3-5종 이상의 농약 검출 불허
영 국		일반 과일 0%		딸기, 감귤류 제외
				자체 23개 금지 농약 리스트 적용

자료 : Pan Europe 2008 및 딸기 국제 회의 2010

3. 소비동향

가. 구매동향

■ 구매량

- 주요 국가별 소비자들의 연간 딸기 구매량을 살펴보면 2009년을 기준으로 독일이 224.4천 톤으로 가장 많고 다음으로 스페인(103.6천 톤), 이탈리아(85.2천 톤), 프랑스(73.5천 톤), 영국(44.5천 톤) 순으로 나타남
- 그러나 2009년의 딸기 구매량을 인구수로 나누어 1인당 구매량을 분석해 보면 이탈리아의 1인당 딸기 구매량이 2.88kg으로 가장 많았고, 독일과 영국이 각각 2.73kg과 2.16kg으로 1인당 2kg이 넘었으며 스페인이 1.79kg으로 가장 적은 것으로 분석됨
- 한편, 2005년부터 2009년까지 딸기 구매량 동향을 보면 프랑스 소비자들의 딸기 구매량이 15.6%로 가장 많이 증가했고, 다음으로 이탈리아 15%, 독일 13.3%, 영국 8.5%, 그리고 스페인 6.9%로 나타남
- 동 기간의 전체 과일 구매량 성장률과 딸기를 비교해 보면 독일과 영국에서는 경제 침체로 인하여 과일 구매량이 오히려 감소하여 각각 -4.5%와 -4.0%를 기록하였으나, 딸기는 13.3%와 8.5%를 기록하여 딸기가 전체적인 과일 시장을 주도하는 것으로 나타남

〈 2005 - 2009년 주요 국가별 딸기 구매량 〉

(단위 : 천 톤, %)

국가	2005	2006	2007	2008	2009	1인당 구매량 (kg)	'05-'09 성장률	'05-'09 전체과일 성장률
독 일	198	206.1	197.6	189.1	224.4	2.73	13.3	-4.5
프랑스	63.6	64.3	69.3	72.1	73.5	1.97	15.6	8.5
이탈리아	74.1	75.2	76.6	77.9	85.2	2.88	15.0	2.0
영 국	41	46	52	41.2	44.5	2.16	8.5	-4.0
스페인	96.9	94.9	96.3	102.3	103.6	1.79	6.9	7.0

자료 : 유로모니터 Euromonitor 2010

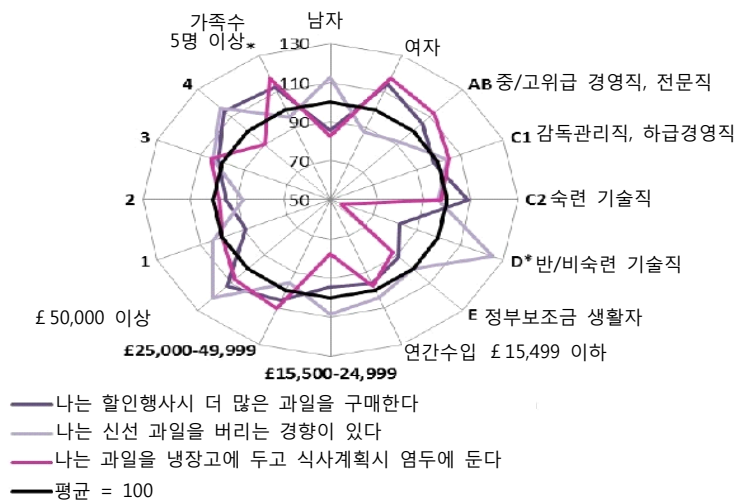
- 또한 프랑스와 이탈리아도 전체 과일 구매량 증가율보다 딸기 구매 증가율이 월등히 높아 과일 중에서도 딸기의 선호도가 높음을 알 수 있음
- 그러나 유럽에서 가장 많은 딸기를 생산하고 있는 스페인의 경우는 오히려 1인당 딸기 구매량이 가장 적고 전체 과일 구매량 증가율보다 딸기 구매 증가율도 약간 낮은 것으로 조사되어 과일 중에서 딸기 선호도가 상대적으로 낮음을 알 수 있음
- 딸기의 선호도가 다른 과일에 비해서 높은 것은 최근 딸기가 오렌지보다 비타민 C 함량이 높고, 섬유질과 엽산이 풍부하면서 칼로리는 낮아 건강에 좋다는 사실이 소비자들 사이에서 널리 알려진 데 따른 결과임
- 각국 소비자들의 1인당 딸기 구매량 및 딸기 구입량 증가율 등의 결과를 종합해 봤을 때, 스페인을 제외한 독일, 프랑스, 이탈리아, 영국에서는 딸기가 인기 있는 과일의 하나여서 향후에도 구입량 및 구매율이 증가할 수 있는 가능성이 있다고 판단됨

■ 주요 구매층

- 세계적인 조사기관인 민텔이 실시한 영국 국민 1천여 명을 대상으로 한 과일 구매실태에 관한 설문조사 결과를 바탕으로 유럽의 딸기 구매층을 살펴보고자 함
- 민텔은 과일 구매층을 성별, 가족 구성원수, 소득수준, 사회·경제적 지위의 총 4개 요인을 중심으로 분석함
- 성별을 바탕으로 보면 남자보다는 여자들이 과일을 많이 구매하고 섭취도 많이 하는 반면, 남자는 구매를 하더라도 버리는 경우도 많은 것으로 나타남
- 가족 인원수에 있어서는 식구가 많을수록 더 많은 과일을 구매하고, 과일 가격에 민감하여 과일 할인 행사가 과일 구매를 촉진하는 역할을 하고 있는 것으로 조사됨
- 그러나 가족인원이 많을수록 과일을 버리는 경향도 높아지는 것으로 나타남
- 소득수준을 기준으로 과일 구매층을 분석해 보면, 소득수준이 높아질수록 과일 구매를 더 많이 하는 것을 알 수 있음

- 또한 연간 소득 25,000파운드에서 49,999파운드의 중산층 소비자들이 가장 많이 과일을 식사계획 때 염두에 두고 섭취하고 있는 것으로 나타났으며, 중산층과 고소득계층에서는 이러한 과일 구매 및 섭취에 큰 차이를 보이지 않은 반면 저소득계층은 매우 다른 성향을 나타냄
- 사회·경제적 지위를 기준으로 보면, 반/비숙련 기술직에서는 신선과일을 구입하더라도 버리게 된다는 비율이 상대적으로 매우 높은 반면, 중/고위급 경영직, 전문직에서는 그 비율이 평균보다 낮았음
- 또한 반/비숙련 기술직에서는 과일을 식사 계획시 염두에 둔다는 비율이 평균보다 매우 낮은 것으로 나타났으나, 중/고위급 경영직, 전문직에서는 할인행사시 더 많은 과일을 산다는 것과 과일을 식사 계획시 염두에 둔다는 비율이 가장 높게 나타남
- 이와 같은 소비자들의 성별, 가족 인원수, 소득 수준, 사회·경제적 지위를 바탕으로 과일의 주요 구매층을 분석해 봤을 때, 주로 자녀가 있는 4인 이상의 가족으로 중/고위급 경영직 또는 전문직에서 일하고 있는 중산층이 과일을 가장 많이 구매한다고 볼 수 있음
- 따라서 대형 슈퍼마켓 체인 또는 유통채널을 선정할 때 이와 같은 과일 주요 구매층이 자주 이용하는 곳인지를 고려할 필요가 있음

〈 과일 구매층 분석 〉



자료 : 민텔 Mintel 2011

■ 구매 장소

- 유로 모니터에서 조사한 국가별 과일 구매 장소를 보면 대부분이 대형 슈퍼마켓 체인을 이용하고 있는 것으로 나타남
- 과일 구매 시 대형 슈퍼마켓 체인을 가장 많이 이용하는 국가는 프랑스로 93.9%를 나타냈으며, 스페인도 90%가 넘음
- 또한 독일, 이탈리아, 영국 국민의 80% 이상도 과일 구매 시 대형 슈퍼마켓 체인을 이용하는 것으로 나타남
- 유럽 주요 5개국 중 기타 소매점을 이용하는 비율이 높은 영국은 대형 슈퍼마켓 체인 외에도 과일 전문점 또는 각 지역에 주말 또는 1주일에 1-3일간 열리는 과일 시장을 이용하는 것으로 추정해 볼 수 있음

〈 국가별 과일 구매 시 대형 슈퍼마켓 체인 이용률 〉

국가	2005	2006	2007	2008	2009
독 일	84.6	85	85.3	85.5	85.7
프랑스	94.1	94.3	94.2	94.3	93.9
이탈리아	87	86	85	84	84.2
영 국	80	81	82	83	82
스페인	90.6	90.2	90.3	90.4	90.5

자료 : 유로모니터 Euromonitor 2010

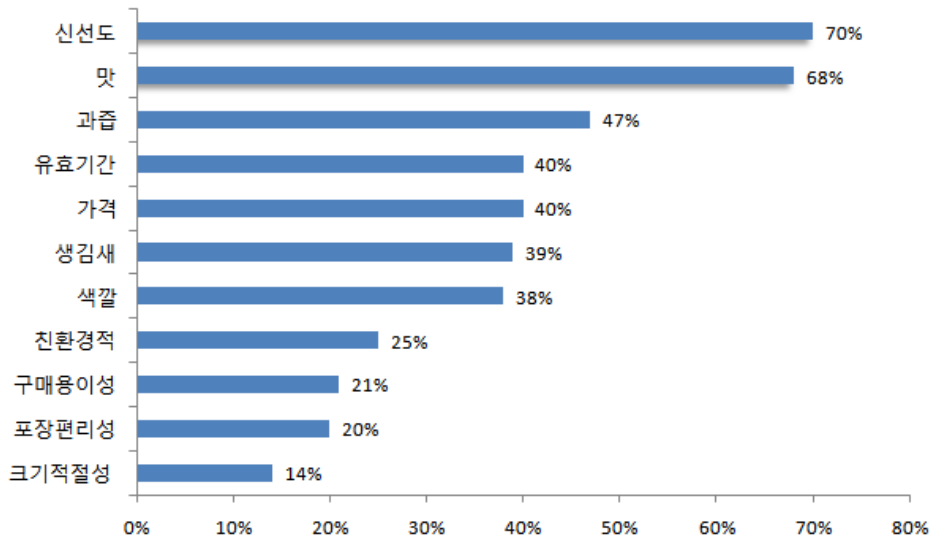
■ 선택 기준

- 후레쉬펠 유럽(freshfel Europe)이 2010년 세계 딸기 회의에서 발표한 자료에 따르면 딸기의 품질을 측정할 수 있는 요인은 다음의 총 10가지임
 - 신선도 (freshness)
 - 맛 (taste)
 - 편리성 (convenience)
 - 색깔 (color)
 - 모양 (shape & presentation)

- 포장 (packaging)
- 동일성 (homogeneity)
- 단단함 (firmness)
- 라벨 (label)
- 인증 (certification)

- 벨기에의 딸기 업체인 Hoogstraten이 2010년 세계 딸기 회의 때 딸기 제품에 대해 실시한 설문조사 결과를 발표한 자료에 따르면 소비자들은 딸기 선택 시 가장 중요한 요인으로 신선함과 맛을 고려하는 것으로 나타남

〈 딸기 선택 요인별 중요도 〉



자료 : 세계 딸기 회의 2010

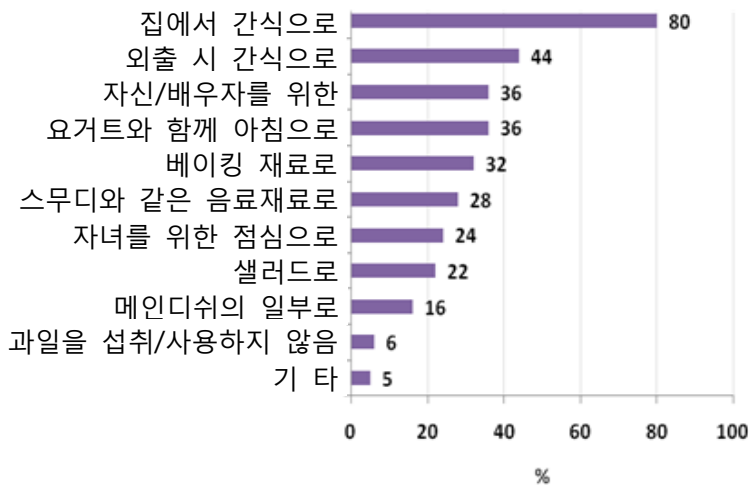
- 신선도와 맛이 중요하다고 응답한 비율이 각각 70%와 68%를 나타내 압도적으로 높았고, 다음으로는 과즙이 47%로 나타남
- 다음으로 유효기간, 공정한 가격, 생김새, 색깔이 38% ~ 40%로 유사하게 나타남

- 친환경적인 생산, 구매용이성, 포장편리성, 크기 적절성은 25%이하를 나타내 상대적으로 덜 중요한 요인으로 꼽힘
- 따라서 맛있고 과즙이 많으며 신선도가 비교적 오래 유지되는 딸기가 유럽에서 선호되고 있다고 결론 내릴 수 있음

나. 소비동향

- 민텔에서 조사한 영국 소비자들의 과일 소비 형태를 보면, 유럽 소비자들은 한국 소비자들의 과일 소비행태와 비교했을 때 과일을 소비하는 방식이 다를 수 있음
- 영국 소비자들도 과일을 집 또는 외출 시 간식으로 섭취한다는 비율이 각각 80%와 44%로 월등히 높았음
- 그러나 아래 그림을 보면 간식으로 과일을 섭취하는 것 외의 과일 소비행태가 다양함을 알 수 있음

〈 과일 소비형태 〉



자료 : 민텔 Mintel 2011

- 과일을 점심 또는 아침으로 섭취하는 경우도 있고, 요거트, 베이킹, 샐러드 등의 재료로 사용하는 경우도 20% 이상으로 나타남
- 이와 같이 과일 소비형태가 다양한 것은 향후 과일 소비 시장이 확장될 수 있는 여지가 있음을 암시함

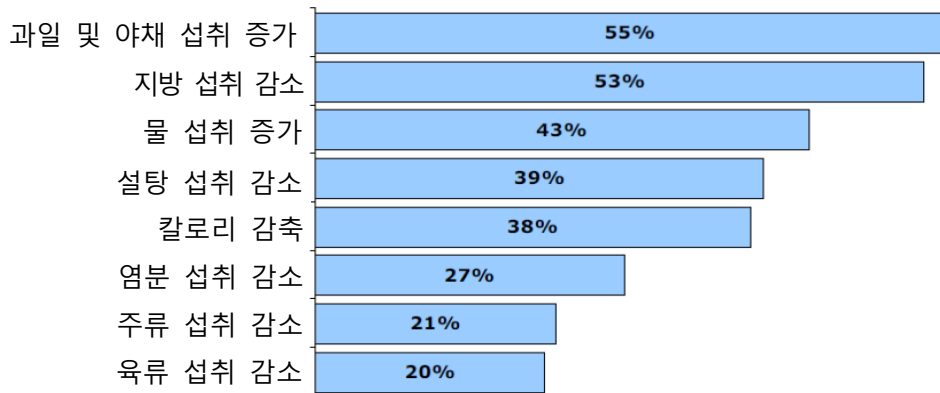


다. 태도동향

▣ 과일에 대한 태도

- 유럽 연합과 각 국의 정부가 건강한 식단에 대해 적극적으로 홍보 캠페인을 벌이면서 소비자들 중에 건강한 식단을 위해 더 많은 과일과 야채를 섭취한다는 비율이 높아진 것으로 나타남
- 후레쉬펠이 실시한 설문조사에서 '건강한 식단을 위해 최근 습관을 바꾼 것이 있다면 무엇입니까?'라는 질문에 55%의 응답자가 '더 많은 과일과 야채를 섭취하고 있다'고 응답했으며 다음으로는 '지방 섭취를 줄였다'가 53%로 나타남
- 이는 소비자들이 건강과 과일 및 야채를 직접적으로 연관시키고 있다는 증거로, 소비자 자신의 건강을 위해 향후 과일 및 야채 섭취를 증가시킬 가능성이 높아 과일 시장이 더욱 확장될 수 있음을 알 수 있음

〈 건강을 위한 식습관 변경 현황 〉

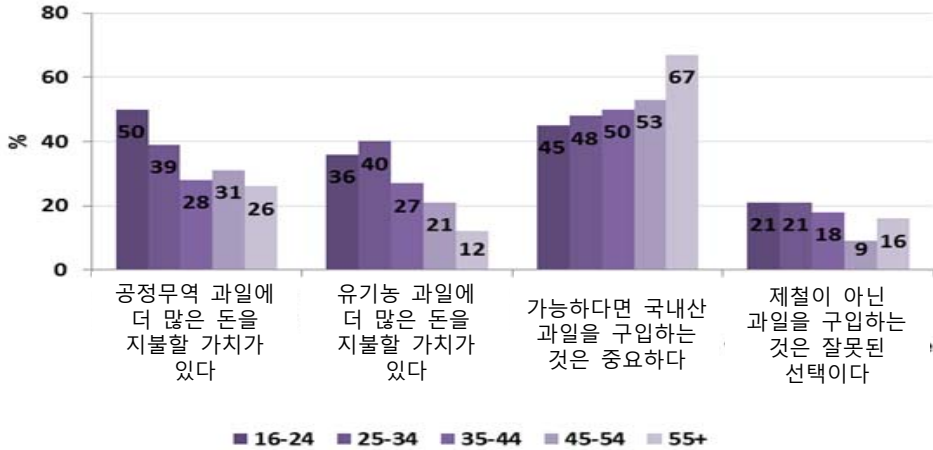


자료 : 세계 딸기 회의 2010

- 한편, 민텔이 영국 소비자들을 대상으로 실시한 과일에 대한 가치관 조사 결과를 통해 소비자들이 공정무역(fair trade) 과일, 유기농 과일, 자국산 과일, 제철 과일 등에 어떠한 가치를 매기고 있는지를 알아보면 아래 그림과 같음
- 윤리적으로 공정무역을 실시해야 한다는 캠페인이 최근 몇 년간 영국에서 이슈가 되면서 16-24세의 젊은 연령층 사이에서는 50%에 이르는 응답자들이 공정무역 과일에 더 많은 돈을 지불할 가치가 있다고 대답한 반면, 55세 이상의 노년층에서는 약 1/4만이 그렇다고 응답함
- 유기농 과일에 대해서도 비교적 사회 이슈 또는 유행에 민감한 35세 미만 연령층은 유기농 과일에 더 많은 돈을 지불할 가치가 있다고 응답한 반면 35세 이상에서는 그렇다고 응답한 비율이 30% 이하로 저조한 것으로 나타남
- 2010년 유기농 과일이 영양학적으로 일반 과일과 다르지 않다는 결과가 나오면서 유기농 과일에 대한 선호도가 비교적 낮아진 것으로 추정됨

〈 과일에 대한 가치관 조사 〉

(단위 : 연령)



자료 : 민텔 Mintel 2011

- 자국산 과일에 대한 선호도는 전 연령대에서 응답률이 최소 45% 이상을 보여 상대적으로 높게 나타났으며, 특히 연령층이 높아질수록 자국산 과일에 대한 선호도가 높아져 노년층의 응답률은 67%에 이르는 등 매우 높은 수치를 나타냄
- 이와 같은 영국의 자국산 과일 선호도는 대형 슈퍼마켓 체인에서도 나타나 자국산 과일 패키지에 국기를 그려 넣는 등의 차별화를 시도하고 있으며, 소비자들도 더 높은 가격에도 불구하고 구매를 하고 있는 것으로 추정됨
- 반면 과일의 제철 시기에 대해서는 전 연령대에 걸쳐 민감하지 않은 것으로 조사됨
- ‘제철이 아닌 과일을 구입하는 것은 잘못된 선택이다’라는 질문에 21%의 소비자들만 동의했고, 45세-54세의 중년층에서는 9%의 응답자만이 동의함
- 과일에 대한 영국 소비자들의 가치관 조사 결과를 바탕으로 판단해 보았을 때 영국 소비자들의 경우 과일이 유기농법으로 생산되었는지 또는 공정무역으로 수입된 것인지보다는 자국산인지의 여부가 제품에 더 큰 가치를 부여한다는 것을 알 수 있음

다. 향후 소비 전망

- 유로 모니터가 2010년에 발표한 2011-14년 유럽 주요 5개국의 딸기 소비량 예측을 정리하면 아래 표에서 보는 바와 같이 영국의 소비량 증가율이 17.07%로 가장 높을 것으로 추정됨
- 다음으로는 독일, 스페인, 프랑스, 이탈리아 순임
- 그러나 앞에서 살펴본 바와 같이 스페인의 1인당 딸기 소비량이 가장 적었던 것을 감안하면 실제 소비량 증가는 크지 않을 것으로 판단됨
- 소비량 예측치와 2010년까지의 1인당 딸기 소비량, 과일 중 딸기 선호 등을 모두 감안했을 때, 유럽의 주요 5개국 중 영국과 독일의 딸기 시장 성장률이 가장 클 것으로 추정됨

〈 2011 - 2014년 주요국 딸기 소비량 예측 〉

국가	2011	2012	2013	2014	2011-14 증가율 (%)
독 일	221.3	228.6	234.3	240.9	8.86
프랑스	75.2	76.3	77.8	78.6	4.52
이탈리아	87.3	88.3	89.4	90.6	3.78
영 국	53.3	56.7	59.8	62.4	17.07
스페인	107.9	110.6	113.5	116.3	7.78

자료 : 유로모니터 Euromonitor 2010

- 이러한 딸기 시장 성장에는 국가 차원의 건강한 식습관 개선 홍보 캠페인과 딸기 관련 마케팅이 가장 큰 영향을 미칠 것으로 판단됨
- 그러나 2005년에서 2009년 사이에 영국과 독일에서 경제 불황으로 인해 과일 소비량이 감소했던 것을 감안하면 유럽의 경제상황 또한 딸기 시장 성장에 영향을 줄 수 있을 것으로 사료됨

4. 수출입동향

가. 국가별 수출동향

■ 국가별 신선 딸기 수출동향

- 유럽 연합 국가 중에 딸기를 수출하고 있는 국가는 총 25개국으로, 생산량이 가장 많은 스페인이 수출도 가장 많이 하고 있는 것으로 나타남
- 스페인이 수출금액과 수출량 모두에서 가장 앞서고 있으며 다음으로 네덜란드와 벨기에가 그 뒤를 잇고 있으며, 2010년 위 3개 국가는 딸기 수출금액 1억 달러 이상, 수출량 3만 톤 이상을 기록하고 있음

〈 EU 25개국 신선 딸기 수출 동향 〉

(단위 : kg, USD)

국가	2008		2009		2010		2008-10 증가율		수출 단가
	수출금액	수출량	수출금액	수출량	수출금액	수출량	수출 금액	수출량	
스페인	611,019,468	218,182,900	512,548,370	230,382,500	521,257,399	360,204,400	-14.69	65.09	1.45
네덜란드	200,107,669	32,294,700	214,987,235	40,458,600	227,710,526	40,312,000	13.79	24.83	5.65
벨기에	170,600,840	37,562,300	164,235,724	38,044,200	158,638,549	38,935,200	-7.01	3.65	4.07
이탈리아	84,274,647	23,414,100	45,860,130	17,029,500	62,062,258	18,089,000	-26.36	-22.74	3.43
프랑스	76,111,116	23,160,500	60,505,740	22,960,900	49,229,142	17,910,300	-35.32	-22.67	2.75
독일	41,588,014	11,694,800	45,601,793	14,126,400	33,008,534	10,879,300	-20.63	-6.97	3.03
그리스	16,846,120	7,530,000	21,114,217	10,127,700	30,151,669	14,351,600	78.98	90.59	2.10
폴란드	21,786,533	13,704,700	19,382,067	16,188,100	19,400,048	15,077,700	-10.95	10.02	1.29
포르투갈	14,066,329	3,649,400	13,943,136	5,110,700	14,925,464	4,045,100	6.11	10.84	3.69
리투아니아	11,891,764	4,146,700	6,182,695	1,657,000	12,280,390	2,122,800	3.27	-48.81	5.78
오스트리아	5,656,419	1,624,100	4,444,334	1,528,600	5,252,761	1,609,900	-7.14	-0.87	3.26
스웨덴	381,409	106,900	9,447,098	4,811,800	3,904,089	1,229,300	923.60	1,049.95	3.18
아일랜드	6,823,606	928,300	9,852,777	1,353,100	3,112,836	469,200	-54.38	-49.46	6.63
불가리아	2,591,208	1,079,100	1,840,066	978,000	2,733,571	1,326,100	5.49	22.89	2.06
영국	2,752,567	535,500	1,159,245	278,800	2,156,356	400,000	-21.66	-25.30	5.39
라트비아	194,865	81,400	163,267	56,300	1,590,283	834,500	716.09	925.18	1.91
슬로베니아	1,726,520	636,400	1,423,626	506,600	1,411,021	559,500	-18.27	-12.08	2.52
체코	1,761,688	456,500	1,181,307	379,300	1,040,224	340,000	-40.95	-25.52	3.06
에스토니아	1,485,501	461,500	527,071	212,400	628,808	236,300	-57.67	-48.80	2.66
룩셈부르크	342,996	42,200	467,300	59,300	583,108	105,200	70.00	149.29	5.54
덴마크	1,012,841	200,200	756,439	197,100	582,870	172,200	-42.45	-13.99	3.38
헝가리	27,424	7,200	438,845	211,600	330,421	271,500	1,104.86	3,670.83	1.22
핀란드	0	0	611,297	176,100	301,801	81,600	-50.63	-53.66	3.70
슬로바키아	160,195	36,800	145,559	23,100	85,415	15,800	-46.68	-57.07	5.41
루마니아	8,662	10,200	13	0	55,809	38,100	544.30	273.53	1.46

자료 : GTA

- 신선 딸기를 수출하고 있는 유럽 연합 국가 중에서 연간 딸기 수출 금액이 1천 만 달러 이상인 국가는 위의 3개국과 이탈리아, 프랑스, 독일 등을 포함한 총 10개국이며, 100만 달러 이상인 국가는 오스트리아, 스웨덴, 영국 등을 포함한 18개국으로 조사됨
- 수출 물량으로 보면 수출 규모 상위 3개국과 더불어 이탈리아, 프랑스, 독일을 포함한 8개 국가의 수출 물량이 1만 톤 이상이고, 수출규모 상위 10개국과 오스트리아, 스웨덴, 불가리아를 포함한 총 13개국만이 연간 1천 톤 이상의 딸기를 수출함
- 수출규모 상위 5개국의 2008-10년 3년간 수출동향을 살펴보면 스페인과 벨기에의 수출량은 각각 65.09%, 3.65% 증가했으나, 수출금액은 오히려 각각 14.69%, 7.01% 감소한 것으로 집계됨
- 특히 스페인은 수출량 증가율에 비하여 수출금액 감소율이 상대적으로 커 수출단가가 하락하였음을 쉽게 알 수 있는데, 2010년 스페인의 수출 단가는 불과 1kg당 미화 1.45달러에 불과하여 수출규모 상위 5개국 중 수출단가가 가장 낮아 수출 단가가 가장 높은 네덜란드의 5.65달러의 1/4 수준 밖에 안 되는 것으로 조사됨
- 그러나 벨기에는 수출 단가가 감소하였음에도 불구하고 여전히 평균 보다 높은 4.07달러를 유지하고 있음
- 또한 이탈리아와 프랑스는 지난 3년간 수출금액과 물량이 모두 감소하는 추세를 보인 것으로 나타남
- 특히 두 국가 모두 수출규모가 20% 이상 감소하였는데, 앞에서 살펴본 생산량 동향과 비교해 보면 생산량의 감소가 수출규모 감소로 이어진 것으로 해석할 수 있음
- 수출규모 상위 5개국 중 유일하게 수출규모가 금액과 물량 면에서 모두 증가 추세를 나타낸 네덜란드는 유럽 전체 딸기 생산량의 불과 4%를 차지하고 있으나 수출규모가 2위에 달해 수입한 딸기를 재수출하고 있는 것으로 추정할 수 있음
- 상위 5개국의 평균 수출단가는 3.47달러로 전체 평균 수출단가 3.39 달러보다 0.08달러가 높으며, 상위 10개국 중 전체 평균 수출단가보다 높은 국가는 네덜란드, 벨기에, 이탈리아, 포르투갈, 리투아니아가 있음

- 앞서 생산량이 많은 것으로 조사됐던 6개국 중 폴란드와 영국은 수출 금액을 기준으로 각각 8위와 15위를 차지하고 있어 상대적으로 수출규모가 작은 것으로 나타나 생산량의 상당량이 자국 내에서 소비되고 있음을 알 수 있음

■ 국가별 냉동 딸기 수출동향

- 냉동 딸기를 수출하고 있는 25개 유럽 연합 국가 중에 수출규모가 가장 큰 국가는 폴란드로 나타남
- 폴란드가 수출금액과 수출량에서 월등히 앞서 2위를 차지하고 있는 네덜란드에 비해 수출규모가 거의 3배 이상에 달하는 것으로 나타났는데, 폴란드의 딸기 생산량, 신선 딸기 수출량, 냉동 딸기 수출량을 비교해 봤을 때 생산된 딸기의 상당량이 신선보다는 냉동 제품으로 수출되고 있음을 알 수 있음

〈 EU 25개국 냉동 딸기 수출 동향 〉

(단위 : kg, USD)

국가	2008		2009		2010		2008-10 증가율		수출 단가
	수출금액	수출량	수출금액	수출량	수출금액	수출량	수출금액	수출량	
폴란드	172,059,963	84,685,100	127,256,069	94,875,300	135,971,002	109,181,900	-20.97	28.93	1.25
네덜란드	83,739,003	43,222,200	56,722,928	37,419,900	50,958,596	36,931,200	-39.15	-14.56	1.38
벨기에	53,290,289	22,044,800	49,281,766	24,599,700	43,791,267	22,393,100	-17.83	1.58	1.96
스페인	44,529,692	27,894,600	32,433,735	22,316,500	30,961,813	23,444,600	-30.47	-15.95	1.32
독 일	18,084,939	9,196,700	10,846,177	7,293,300	10,690,430	7,140,400	-40.89	-22.36	1.50
아일랜드	0	0	379	100	8,079,281	1,552,100	2131636	1552000	5.21
프랑스	5,380,159	3,076,900	5,298,976	2,639,600	6,733,388	3,475,500	25.15	12.95	1.94
불가리아	2,074,374	853,400	1,363,092	564,400	2,508,501	1,187,400	20.93	39.14	2.11
덴마크	1,685,516	1,249,600	2,329,207	1,610,100	1,749,542	1,427,400	3.80	14.23	1.23
오스트리아	1,924,093	880,000	1,648,036	771,100	1,670,072	781,800	-13.20	-11.16	2.14
스웨덴	2,325,674	736,300	1,830,830	781,300	1,441,268	688,800	-38.03	-6.45	2.09
이탈리아	2,591,345	1,251,900	1,587,904	843,300	1,280,822	637,400	-50.57	-49.09	2.01
포르투갈	1,857,972	1,137,900	157,290	80,200	950,369	733,600	-48.85	-35.53	1.30
헝가리	0	0	405,387	188,100	732,246	345,700	80.63	83.79	2.12
영 국	3,242,479	1,948,900	969,786	199,000	626,984	151,400	-80.66	-92.23	4.14
체 코	672,614	232,800	411,486	188,800	442,485	163,400	-34.21	-29.81	2.71
리투아니아	128,826	51,300	239,679	143,100	292,710	203,300	127.21	296.30	1.44
에스토니아	68,018	21,800	23,622	11,800	170,821	52,700	151.14	141.74	3.24
룩셈부르크	7,294	1,300	9,000	900	100,633	3,500	1279.67	169.23	28.75
라트비아	119,098	52,400	383,119	199,200	86,504	41,700	-27.37	-20.42	2.07
루마니아	96,357	49,500	46,698	44,600	66,106	9,700	-31.39	-80.40	6.82
그리스	70,843	25,200	50,398	23,900	49,574	32,300	-30.02	28.17	1.53
슬로베니아	176,643	88,600	57,654	24,600	47,996	18,100	-72.83	-79.57	2.65
슬로바키아	0	15,400	0	9,900	14,315	9,600	0.00	-37.66	1.49
핀란드	210,478	55,900	166,252	14,300	5,704	1,600	-97.29	-97.14	3.57

자료 : GTA

- 냉동 딸기 수출규모 상위 5위 이내 국가는 폴란드를 비롯하여 네덜란드, 벨기에, 스페인, 독일이며, 스페인은 신선 딸기 수출규모와 비교하여 냉동 딸기 수출규모가 상대적으로 작은 것으로 조사됨
- 또한 냉동 딸기 수출규모 상위 5위 국가 모두 2008년부터 2010년까지 3년간 수출금액이 모두 감소하였으며, 이중 폴란드와 벨기에는 수출물량이 각각 28.93%, 1.56% 증가하였음에도 불구하고 금액이 감소하여 그만큼 수출단가가 낮아졌음을 유추해 볼 수 있음
- 위 5개 국가의 평균 수출단가는 1.48달러로 25개 국가의 평균 수출단가인 3.44달러의 절반에도 못 미치는 수준으로 나타났으며, 이는 수출단가가 20달러 이상인 룩셈부르크를 제외한 평균인 2.38달러보다도 낮은 수치임
- 냉동 딸기 수출 국가 중에 수출단가가 5달러 이상인 국가는 룩셈부르크와 더불어 아일랜드(5.21달러)와 루마니아(6.82달러)가 있음

■ 신선/냉동 딸기 수출 비교

- 2008년 기준으로 스페인과 폴란드의 생산량과 신선/냉동 딸기 수출량을 비교해 보면 아래 표와 같음
- 스페인은 생산량의 80% 이상을 신선 딸기로 수출하고 있어 냉동 딸기가 차지하는 비율은 10%가 조금 넘는데 반해, 폴란드는 생산한 딸기의 40% 이상을 냉동 딸기로 수출하고 있어 신선 딸기 수출은 6.83%에 불과함
- 수출단가를 비교해 보면 스페인은 신선 딸기의 수출단가가 냉동 딸기보다 1.20달러 높은 반면, 폴란드는 냉동 딸기의 수출단가가 신선 딸기보다 0.44 달러 높음
- 이는 유럽에서 딸기를 가장 많이 생산하고 있는 두 국가가 각각 다른 전략을 채택하고 있으며, 수출이 대부분 유럽 내 국가로 이루어지고 있음을 감안할 때 신선 딸기는 스페인산과 냉동 딸기는 폴란드산과 경쟁해야 함을 알 수 있음

〈 스페인과 폴란드의 딸기 수출 비교 〉

(단위 : kg, USD)

국가	생산량	신선 딸기			냉동 딸기			비율 (신선딸기/ 냉동딸기)
		수출량	비율 (%)	단가	수출량	비율 (%)	단가	
스페인	267,500,000	218,182,900	81.56	2.80	27,894,600	10.43	1.60	7.82
폴란드	200,723,000	13,704,700	6.83	1.59	84,685,100	42.19	2.03	0.16

나. 국가별 수입동향

■ EU 27개 국가별 신선 딸기 수입규모 동향

- 신선 딸기를 수입하고 있는 유럽연합 27개국의 2008-10년 수입동향을 살펴보면 아래 표에서 볼 수 있듯이 수입금액은 12.41% 감소, 수입량은 0.80% 증가함
- 2010년을 기준으로 총 수입 금액은 약 11억 달러, 수입량은 413,288톤에 달하며 독일이 연간 약 2억 달러, 9만 8천 400톤으로 가장 많은 딸기를 수입하고 있으며, 다음으로 프랑스, 영국, 이탈리아, 네덜란드가 뒤를 잇고 있음

〈 EU 27개국 신선 딸기 수입 동향 〉

(단위 : kg, USD)

국가	2008		2009		2010		2008-10 증가율		수입 단가
	수입금액	수입량	수입금액	수입량	수입금액	수입량	수입 금액	수입량	
전 체	1,281,308,427	409,987,600	1,149,891,990	430,835,900	1,122,332,427	413,287,900	-12.41	0.80	2.72
독 일	282,121,264	91,377,700	261,168,249	109,257,300	241,864,357	98,444,800	-14.27	7.73	2.46
프랑스	298,630,880	106,929,700	246,890,403	107,030,900	216,981,247	92,070,900	-27.34	-13.90	2.36
영 국	197,109,934	44,905,200	155,891,240	39,253,600	146,096,356	38,045,600	-25.88	-15.28	3.84
이탈리아	102,681,838	37,048,500	83,322,727	33,718,100	93,257,263	37,908,900	-9.18	2.32	2.46
네덜란드	63,243,138	19,186,900	90,768,754	22,005,000	83,740,362	26,868,100	32.41	40.03	3.12
벨기에	92,588,482	27,649,900	95,066,546	28,919,700	83,277,413	26,803,900	-10.06	-3.06	3.11
스페인	10,739,897	3,630,400	10,377,421	4,141,900	44,691,679	14,938,000	316.13	311.47	2.99
오스트리아	50,040,414	17,385,700	46,806,216	19,825,200	43,351,649	17,330,000	-13.37	-0.32	2.50
덴마크	31,756,625	8,695,300	32,071,734	11,258,700	28,887,378	8,972,800	-9.04	3.19	3.22
포르투갈	24,314,699	10,131,300	17,873,034	8,650,000	24,527,093	7,886,400	0.87	-22.16	3.11
스웨덴	21,031,384	4,733,700	19,175,593	5,781,900	21,581,985	5,530,000	2.62	16.82	3.90
체 코	20,904,304	7,015,500	20,113,767	8,528,300	18,196,737	7,293,300	-12.95	3.96	2.49
리투아니아	12,760,389	3,890,800	7,698,085	1,816,800	14,510,512	2,305,100	13.72	-40.76	6.29
폴란드	12,881,561	4,543,000	9,576,743	4,294,300	12,077,457	5,564,000	-6.24	22.47	2.17
아일랜드	15,993,994	3,138,500	14,315,004	3,624,300	8,079,363	1,481,600	-49.49	-52.79	5.45
룩셈부르크	7,348,494	955,500	6,057,327	780,500	6,751,770	1,492,300	-8.12	56.18	4.52
핀란드	5,468,667	1,025,900	6,483,469	1,380,800	6,211,852	1,287,800	13.59	25.53	4.82
슬로베니아	7,307,690	1,832,700	5,659,179	1,679,900	6,195,288	1,860,100	-15.22	1.50	3.33
루마니아	4,110,050	6,402,000	3,803,702	6,096,600	3,766,127	7,309,700	-8.37	14.18	0.52
헝가리	5,353,331	2,103,900	2,448,336	1,264,800	3,714,087	1,783,600	-30.62	-15.22	2.08
슬로바키아	4,185,567	4,091,000	4,096,409	7,387,300	3,511,580	3,529,400	-16.10	-13.73	0.99
그리스	2,718,749	572,400	3,290,512	606,300	2,933,835	672,400	7.91	17.47	4.36
불가리아	653,208	403,200	1,757,399	1,589,200	2,646,465	1,348,000	305.15	234.33	1.96
라트비아	3,520,469	1,157,000	1,551,149	678,900	2,548,320	1,223,100	-27.61	5.71	2.08
에스토니아	2,660,085	931,400	2,590,039	1,036,600	2,436,411	1,212,700	-8.41	30.20	2.01
사이프러스	884,736	189,400	665,693	163,200	387,478	97,600	-56.20	-48.47	3.97
몰 타	298,578	61,100	373,260	65,800	108,363	27,800	-63.71	-54.50	3.90

자료 : GTA

- 또한 상위 5개국을 비롯한 벨기에, 스페인, 오스트리아 등 14개국이 금액으로는 연간 1천만 달러, 물량으로는 연간 5천 톤 이상의 딸기를 수입함
- 상위 5개국 중 네덜란드를 제외한 독일, 프랑스, 영국, 이탈리아의 딸기 수입규모는 금액을 기준으로 모두 9-27% 감소한 것으로 나타남
- 프랑스와 영국의 수입량도 각각 13.90%, 15.28% 감소한 반면, 독일과 이탈리아의 수입량은 오히려 각각 7.73%, 2.32% 증가함
- 네덜란드는 딸기 수입금액과 물량이 각각 32.41%, 40.03%로 두 자릿수 이상 크게 증가했으며, 수입금액 증가보다 수입 물량 증가율이 더 큰 것으로 나타남
- 즉, 상위 5개국 모두 수입 단가는 감소했다고 해석할 수 있음
- 2008년 상위 5개국의 수입 단가 평균은 3.27달러였으나 2010년에는 2.85달러로 0.42달러가 감소하였고, 2008년 27개국 평균은 3.45달러였으나 2010년에는 3.11달러로 0.34달러가 감소하여 상위 5개국에서의 수입 단가 감소폭이 전체보다 상대적으로 큰 것으로 나타남
- 수입규모 상위 5개국 중 수입 단가가 가장 높은 국가는 영국으로 3.84달러를 기록했고, 다음으로 네덜란드가 3.12달러로 1kg당 수입단가가 3달러를 넘겼으나 나머지 3개국은 수입단가가 2.36달러 또는 2.46달러로 전체 평균보다도 낮았음

■ EU 27개국의 신선 딸기 수입규모 동향(유럽 외 지역으로부터의 수입)

- 유럽 연합 27개국이 유럽 외 지역에서 얼마큼 딸기를 수입했는지 알아보기 위해 2008-10년 신선 딸기 원산지별로 수입규모를 조사함
- 2010년 금액을 기준으로 보면 이집트산 딸기와 모로코산 딸기 수입규모가 각각 3,870만 달러(점유율 42.1%), 3,670만 달러(40.0%)로 가장 크고, 다음으로 미국 750만 달러(8.2%), 터키 350만 달러(3.9%), 이스라엘 270만 달러(3.0%) 순으로 나타남

- 반면, 수입물량으로 보면 모로코가 16,502톤으로 가장 크고, 다음으로 이집트 9,098톤, 터키 7,575톤, 미국 1,998톤, 이스라엘 490톤으로 집계됨
- 수입금액 또는 물량 기준으로 위 5개국의 순위를 봤을 때 변동이 발생하는 것은 원산지별로 수입단가에 차이가 있다는 것을 의미하는 것으로, 이 5개국 중 이스라엘 딸기의 수입단가가 5.69달러로 가장 높고, 다음으로 이집트 4.25달러, 미국 3.78달러, 모로코 2.23달러, 터키 0.47달러 순임

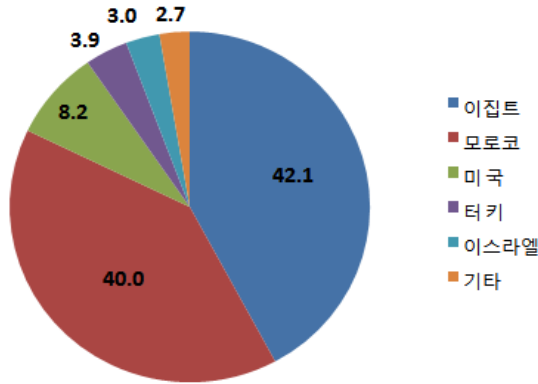
〈 EU 27개국의 신선 딸기 수입규모 동향(유럽 외 지역으로부터의 수입) 〉

(단위 : kg, USD)

국가	2008		2009		2010		2008-10 증가율		수입 단가
	수입금액	수입물량	수입금액	수입물량	수입금액	수입물량	수입 금액	수입 물량	
전 체	113,431,408	43,294,000	121,897,874	43,019,900	91,769,947	36,409,800	-19.10	-15.90	2.52
이집트	29,273,271	6,761,000	56,468,003	13,267,500	38,669,503	9,098,200	32.10	34.57	4.25
모로코	60,896,285	23,253,300	48,452,154	19,407,200	36,741,681	16,502,100	-39.67	-29.03	2.23
미 국	10,010,621	3,722,500	7,814,399	2,203,500	7,544,399	1,998,200	-24.64	-46.32	3.78
터 키	5,713,063	7,704,100	4,212,511	7,080,500	3,543,334	7,575,300	-37.98	-1.67	0.47
이스라엘	4,288,911	948,000	2,472,737	447,000	2,789,607	489,900	-34.96	-48.32	5.69
페 루	1,111,879	226,000	1,140,363	211,300	691,388	143,400	-37.82	-36.55	4.82
크로아티아	139,628	38,300	293,599	89,700	410,924	131,000	194.30	242.04	3.14
에티오피아	126,016	51,400	50,326	16,500	239,047	90,700	89.70	76.46	2.64
스위스	64,500	17,300	6,956	1,100	189,914	50,900	194.44	194.22	3.73
요르단	380,804	67,900	591,434	98,700	121,225	19,900	-68.17	-70.69	6.09
아르헨티나	141,382	39,300	40,817	9,300	111,142	32,700	-21.39	-16.79	3.40
세르비아	43,135	87,100	89,333	135,700	73,149	153,300	69.58	76.00	0.48
에콰도르	0	0	2,551	400	70,657	14,500	0.00	0.00	4.87
칠 레	182,540	22,000	195,719	25,000	55,433	7,700	-69.63	-65.00	7.20
중 국	2,121	400	0	0	32,595	15,600	1,436.78	3,800	2.09

자료 : GTA

〈 EU 27개국의 신선 딸기 수입시장 점유율(유럽 외 지역으로부터의 수입) 〉



- 2008년부터 2010년까지의 수입규모 변화를 보면, 상위 5개국 중 4개국의 수입규모가 금액과 물량 기준 모두 상대적으로 크게 감소하였으나, 이집트의 수입금액과 물량만 모두 증가함
- 또한 상위 5개국 중 이집트, 모로코, 터키, 이스라엘 모두 지중해 연안 국가들로 유럽의 주요 수입 국가들과 지리적으로 가까운 거리에 위치하고 있음
- 그러나 미국의 경우 미국 딸기의 상당량이 캘리포니아에서 생산되고 있는 것을 감안하면 가장 먼 거리에서 수입되고 있다고 볼 수 있음
- 따라서 유럽 대륙과 미국 서부 간의 거리와 유럽 대륙과 한국(인천) 간의 거리를 비교해 보면 유럽의 도시에 따라 차이가 있으나 캘리포니아 로스앤젤리스와 유럽 주요 도시의 거리는 가깝게는 5,400여 마일(런던 기준)부터 멀게는 6,000여 마일(바르셀로나 기준)이며, 한국 인천과 유럽과의 거리는 5,300마일(암스테르담 기준)부터 5,900여 마일(바르셀로나 기준)임
- 따라서 지리적인 거리보다는 딸기 주산지의 이미지 또는 높은 품질의 딸기 생산지로서의 이미지가 수출여부 또는 수출량에 영향을 미친다고 볼 수 있음

■ EU 27개국의 신선 딸기 유럽 내/외 지역 수입규모 비교

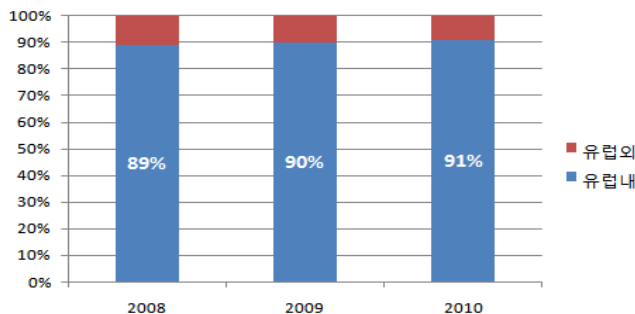
- 유럽 내 지역과 유럽 외 지역에서의 신선 딸기 수입규모를 비교해 보면, 유럽 내 수입규모가 월등히 커서 2008년에 89%를 기록한 이후 매년 1%씩 증가하여 2010년에는 전체 수입규모에서 차지하는 비율이 91%에 이룸

- 2008-10년의 수입량 변동을 살펴보면 유럽 내 지역에서의 수입은 2.78% 증가한 반면 유럽 외 지역에서의 수입은 15.90% 감소함
- 수입 금액을 살펴보면 유럽 내 지역에서의 수입 금액은 11.76% 감소한 반면, 유럽 외 지역에서의 수입 금액은 19.10%가 감소하여 유럽 외 지역에서 수입된 딸기의 수입단가가 그만큼 하락하였음을 유추할 수 있음
- 따라서 2010년을 기준으로 유럽 내에서 수입된 딸기의 단가는 1kg당 2.73달러인데 반해, 유럽 외 지역의 수입 딸기 단가는 2.52달러로 약 0.20달러가 낮음
- 이는 유럽 외 지역에서 유럽으로의 딸기 수출이 점차 어려워지고 있음을 보여줌

〈 EU 27개국의 신선 딸기 유럽 내/외 지역 수입현황 비교 〉

국가	2008		2009		2010		2008-10 증가율		수입 단가
	수입금액	수입량	수입금액	수입량	수입금액	수입량	수입 금액	수입 량	
전체	1,281,308,427	409,987,600	1,149,891,990	430,835,900	1,122,332,427	413,287,900	-12.41	0.80	2.72
유럽 내 지역	1,167,877,019	366,693,600	1,027,994,116	387,816,000	1,030,562,480	376,878,100	-11.76	2.78	2.73
유럽 외 지역	113,431,408	43,294,000	121,897,874	43,019,900	91,769,947	36,409,800	-19.10	-15.90	2.52

〈 EU 27개국의 유럽 내/외 지역 신선딸기 수입 비중 〉



■ 국가별 냉동 딸기 수입동향

- 유럽 연합 27개국의 냉동 딸기 수입규모를 살펴보면, 2010년을 기준으로 총 수입규모는 4억 400만 달러, 304,466톤임. 독일이 1억 900만 달러, 86,659톤으로 가장 큰 규모로 냉동 딸기를 수입하고 있으며, 다음으로 프랑스, 네덜란드, 벨기에, 영국이 그 뒤를 잇고 있음
- 또한 냉동 딸기 수입규모가 큰 10개국을 보면 오스트리아, 스페인, 이탈리아, 덴마크, 스웨덴이 포함되어 있으며 수입금액은 천만 달러 이상, 물량은 7천 톤 이상을 연간 수입하고 있음
- 수입 규모 상위 5개국의 2008-10년 3년간의 수입 규모 동향을 살펴보면 5개국 모두 수입 금액이 18% 이상 감소함
- 반면, 수입물량이 유일하게 2.64% 감소한 벨기에를 제외하고는 4개국이 모두 수입물량은 오히려 증가하는 추세를 보임
- 이는 수입 단가가 그만큼 감소했다는 것을 반영하는 것으로 2008년 상위 5개국의 평균 수입 단가는 1.77달러였으나 2010년에는 1.29달러로 3년 사이에 0.48달러가 감소함

〈 EU 27개국 냉동 딸기 수입 현황 〉

(단위 : kg, USD)

국가	2008		2009		2010		2008-10 증가율		수입 단가
	수입금액	수입량	수입금액	수입량	수입금액	수입량	수입 금액	수입 량	
전 체	545,097,207	299,104,100	374,413,040	269,877,700	404,647,648	304,465,500	-25.77	1.79	1.33
독 일	142,630,289	76,862,300	95,977,705	72,781,800	109,680,724	86,659,200	-23.10	12.75	1.27
프랑스	84,341,053	44,115,500	61,010,333	42,142,900	68,465,856	48,020,400	-18.82	8.85	1.43
네덜란드	76,144,342	47,399,100	50,296,158	42,220,800	54,766,950	47,832,700	-28.07	0.91	1.14
벨기에	40,971,962	24,425,800	35,543,646	28,236,900	28,697,319	23,781,000	-29.96	-2.64	1.21
영 국	34,426,985	19,032,400	21,843,881	15,601,300	26,678,740	19,348,700	-22.51	1.66	1.38
오스트리아	22,959,028	11,423,600	18,195,444	11,115,300	20,798,489	14,202,400	-9.41	24.33	1.46
스페인	29,908,539	21,051,100	18,127,936	14,559,000	17,159,759	15,848,600	-42.63	-24.71	1.08
이탈리아	23,537,793	12,166,300	15,148,580	9,318,100	16,399,821	11,252,900	-30.33	-7.51	1.46
덴마크	24,910,875	12,284,500	16,993,675	10,361,500	15,825,183	10,882,500	-36.47	-11.41	1.45
스웨덴	17,329,683	6,857,500	13,566,092	6,815,600	12,092,083	7,530,700	-30.22	9.82	1.61
아일랜드	2,194,457	892,400	2,095,200	675,000	6,966,760	1,508,100	217.47	68.99	4.62
핀란드	12,515,702	5,026,800	8,505,260	4,146,000	6,897,592	3,787,500	-44.89	-24.65	1.82
폴란드	15,137,559	8,176,900	5,618,599	4,041,400	6,686,963	4,759,000	-55.83	-41.80	1.41
체 코	5,711,394	2,966,300	2,564,549	2,036,500	4,228,164	2,965,500	-25.97	-0.03	1.43
포르투갈	3,346,381	1,883,300	2,562,400	1,581,100	1,746,734	1,059,300	-47.80	-43.75	1.65
헝가리	1,293,462	709,800	1,179,570	952,400	1,449,977	1,111,700	12.10	56.62	1.30
슬로베니아	2,272,277	1,039,900	1,721,604	973,100	1,435,827	906,300	-36.81	-12.85	1.58
라트비아	1,265,066	579,100	918,470	600,300	1,282,781	790,300	1.40	36.47	1.62
그리스	1,470,067	820,600	904,573	684,000	880,214	727,500	-40.12	-11.35	1.21
에스토니아	921,594	467,700	539,562	354,800	609,574	384,600	-33.86	-17.77	1.58
리투아니아	579,998	277,100	274,542	207,800	535,362	401,000	-7.70	44.71	1.34
루마니아	403,282	224,600	172,515	128,800	485,160	333,400	20.30	48.44	1.46
슬로바키아	270,605	127,600	263,894	143,700	446,520	136,100	65.01	6.66	3.28
사이프러스	182,582	79,800	145,336	69,300	156,755	77,900	-14.15	-2.38	2.01
룩셈부르크	106,573	28,000	120,264	29,700	129,530	32,300	21.54	15.36	4.01
불가리아	195,271	137,300	66,754	56,500	88,788	88,000	-54.53	-35.91	1.01
몰 타	70,388	48,800	56,498	44,100	56,023	37,900	-20.41	-22.34	1.48

자료 : GTA

- 이러한 추세는 5개국뿐만 아니라 27개국 전체적으로 나타나 수입물량은 3년간 1.79% 증가한 반면 수입금액은 무려 25.77% 감소하여 수입 단가가 크게 감소하고 있음을 보여줌

■ EU 27개국의 냉동 딸기 유럽 외 지역 수입규모 동향

- 유럽 연합 27개국이 유럽 외 지역에서 2010년 수입한 냉동 딸기는 총 113,259톤, 1억 3,400만 달러에 달하는 규모로, 중국에서 54,628톤, 5,700만 달러(시장점유율 42.6%) 규모로 가장 많이 수입을 하였고 다음으로 모로코(28.3%), 터키(9.8%), 이집트(4.6%), 세르비아(2.3%) 순으로 나타남
- 유럽 외 국가 중에서 유럽으로 냉동 딸기를 백만 달러 이상 및 1천 톤 이상 수출한 국가는 위의 5개국 외에 칠레, 페루가 있으며 이 7개국에서 수입되는 냉동 딸기 수입규모가 전체에서 90% 이상을 차지하는 것으로 집계됨

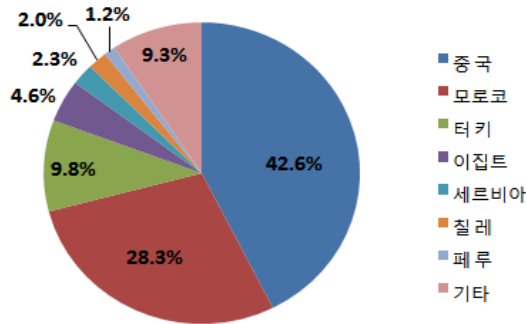
〈 EU 27개국 냉동 딸기 유럽 외 지역 수입 현황 〉

(단위 : kg, USD)

국가	2008		2009		2010		2008-10 증가율		수입 단가
	수입금액	수입물량	수입금액	수입물량	수입금액	수입물량	수입 금액	수입 물량	
전 체	205,469,870	133,430,300	120,932,025	99,121,400	134,243,425	113,259,000	-34.67	-15.12	1.19
중 국	67,091,613	50,139,900	46,933,989	45,693,300	57,175,770	54,628,300	-14.78	8.95	1.05
모로코	77,874,505	51,390,900	47,821,590	39,240,600	38,016,412	32,315,800	-51.18	-37.12	1.18
터 키	16,648,586	5,536,000	11,033,573	4,797,000	13,126,084	6,668,800	-21.16	20.46	1.97
이집트	9,976,236	7,184,100	4,520,621	3,798,000	6,113,930	5,747,100	-38.72	-20.00	1.06
세르비아	3,737,121	1,720,600	2,076,411	1,064,100	3,065,498	1,855,000	-17.97	7.81	1.65
칠 레	8,384,705	4,552,600	1,474,836	1,023,200	2,674,261	1,776,000	-68.11	-60.99	1.51
페 루	3,264,229	2,057,000	1,493,716	1,106,300	1,547,192	1,091,700	-52.60	-46.93	1.42
튀니지	990,275	570,900	97,732	110,600	544,694	518,700	-45.00	-9.14	1.05
우크라이나	328,896	175,800	277,088	213,000	456,335	360,200	38.75	104.89	1.27
노르웨이	1,400,194	311,700	1,209,064	298,600	399,782	120,700	-71.45	-61.28	3.31
보스니아 헤르체고비나	511,004	113,100	743,887	219,500	345,315	52,800	-32.42	-53.32	6.54
아르헨티나	1,018,477	581,700	1,033,457	467,800	322,142	156,300	-68.37	-73.13	2.06
멕시코	941,158	545,400	679,464	427,700	244,628	143,100	-74.01	-73.76	1.71
미 국	147,540	52,700	1,124,019	424,200	178,408	63,700	20.92	20.87	2.80
과테말라	82,871	31,300	32,046	13,000	115,006	29,600	38.78	-5.43	3.89
마케도니아	183,292	94,400	103,250	71,900	85,681	78,400	-53.25	-16.95	1.09
몬테네그로	19,663	1,900	85,140	7,600	35,415	4,300	80.11	126.32	8.24
브라질	7,518	4,000	29,604	18,500	13,623	8,400	81.21	110.00	1.62
에콰도르	0	0	0	0	9,598	5,800	0.00	0.00	1.65
크로아티아	10,152	3,900	19,203	8,800	1,304	900	-87.16	-76.92	1.45

자료 : GTA

〈 EU 27개국 냉동 딸기 유럽 외 지역 수입 점유율 〉



- 유럽 외 지역에서 수입된 냉동 딸기의 1kg당 단가는 1.19임
- 2008-10년의 수입규모 동향을 살펴보면, 전반적으로 수입금액은 34.67%, 수입물량은 15.12% 감소함
- 상위 7개국의 수입규모를 보면 수입금액은 모두 두 자리 수 이상으로 크게 감소하였으며, 수입물량을 보면 중국, 터키, 세르비아는 각각 8.95%, 20.46%, 7.81%가 증가함
- 반면 모로코, 이집트, 칠레, 페루는 적게는 20%에서 많게는 60% 이상으로 물량이 감소한 것으로 나타남
- 수입금액과 물량의 변동률을 비교하면 수입물량이 증가하더라도 수입금액은 감소하거나 수입물량 감소율에 비해 수입금액 감소율이 커서 그만큼 수입단가가 감소하였음을 보여주고 있음
- 냉동 딸기를 가장 많이 수출하고 있는 중국의 경우, 수입단가가 1.05달러로 전체 수입단가 1.19보다도 0.14달러가 낮으며 상위 7개국의 평균인 1.40달러보다는 0.35달러나 낮아 중국의 저가 냉동 딸기가 유럽 외 지역에서 수입되는 냉동 딸기 가격의 하락을 주도하고 있는 것으로 보임

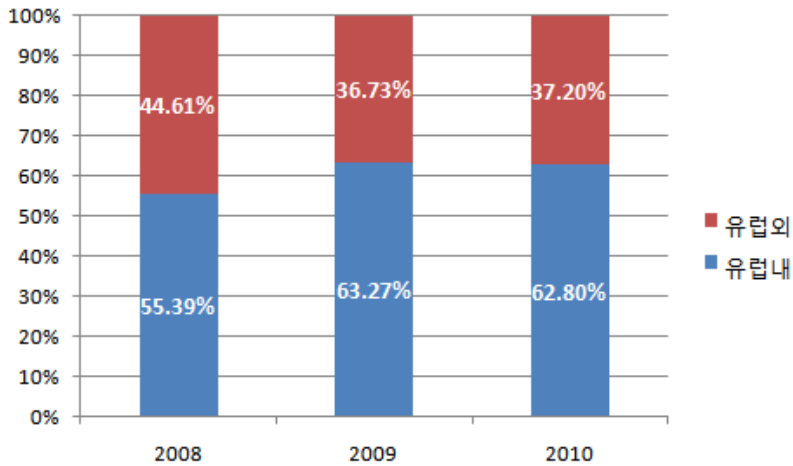
■ EU 27개국의 냉동 딸기 유럽 내/외 지역 수입규모 비교

- 유럽 내 지역과 유럽 외 지역에서의 냉동 딸기 수입 규모를 비교해 보면, 유럽 내 수입 규모가 60% 가량을 차지하고 있는 것으로 나타남
- 2008년에 유럽 내 수입 규모는 60%가 넘지 않은 55.39%였으나, 2009년에는 63.27%까지 이르렀다가 2010년에는 이보다 약간 감소하여 62.80%를 기록함
- 2008-10년의 수입량 변동을 살펴보면 유럽 내 지역에서의 수입은 15.41% 증가한 반면 유럽 외 지역에서의 수입은 15.12% 감소함
- 유럽 내 지역에서의 수입금액은 20.38% 감소한 반면, 유럽 외 지역에서의 수입금액은 34.67%가 감소하여 유럽 외 지역에서 수입된 딸기의 수입 단가가 더 큰 폭으로 하락하였음을 유추할 수 있음
- 따라서 2010년을 기준으로 유럽 내에서 수입된 딸기의 단가는 1kg당 1.41달러인데 반해 유럽 외 지역 수입 딸기 단가는 1.19달러로 약 0.22달러가 낮음
- 신선 딸기와 비교했을 때 전체 냉동 딸기 수입량에서 유럽 외 지역에서 수입되는 비율이 상대적으로 높아 그만큼 냉동 딸기는 유럽 시장 진입 장벽이 낮고, 반대로 신선 딸기는 시장 진입 장벽이 높다고 결론내릴 수 있음
- 그러나 냉동 딸기 시장에서는 중국산 냉동 딸기가 수입단가 하락을 주도하고 있어 가격 경쟁력을 가장 중요한 변수로 볼 수 있음

〈 EU 27개국의 냉동딸기 유럽 내/외 지역 수입 현황 비교 〉

국가	2008		2009		2010		2008-10 증가율		수입 단가
	수입금액	수입량	수입금액	수입량	수입금액	수입량	수입 금액	수입 량	
전체	545,097,207	299,104,100	374,413,040	269,877,700	404,647,648	304,465,500	-25.77	1.79	1.33
유럽 내 지역	339,627,337	165,673,800	253,481,015	170,756,300	270,404,223	191,206,500	-20.38	15.41	1.41
유럽 외 지역	205,469,870	133,430,300	120,932,025	99,121,400	134,243,425	113,259,000	-34.67	-15.12	1.19

〈 EU 27개국의 유럽 내/외 지역 냉동딸기 수입규모 비중 〉



다. 딸기 공급 균형

■ 국가별 딸기 공급 균형

- 유럽 연합 국가별로 생산량, 수입량, 수출량을 비교하여 공급균형을 도출한 후 인구수로 나누어 국민 1인당 공급량을 추정해 보면 아래 표와 같음
- 1인당 공급량이 가장 많은 국가는 폴란드로 1인당 공급량이 5.02kg에 달하고, 다음으로 이탈리아(2.88kg), 벨기에(2.84kg), 덴마크(2.66kg)로 나타남

〈 국가별 딸기 공급 균형 비교 〉

(단위 : 톤, 천명)

국가	생산량	수입량	수출량	공급균형	인구수	1인당 공급량 (kg)
스페인	267,500	3,630	218,183	52,948	44,474	1.19
폴란드	200,723	4,543	13,705	191,561	38,157	5.02
이탈리아	155,583	37,049	23,414	169,217	58,751	2.88
독 일	150,854	91,378	11,695	230,537	82,437	2.80
영 국	87,200	44,905	536	131,570	60,816	2.16
프랑스	43,541	106,930	23,161	127,310	63,300	2.01
네덜란드	41,000	19,187	32,295	27,892	16,357	1.71
벨기에	40,000	27,650	37,562	30,088	10,584	2.84
루마니아	21,233	6,402	10	27,625	21,565	1.28
오스트리아	19,363	17,386	1,624	35,125	8,298	4.23
체 코	12,543	7,016	457	19,102	10,287	1.86
스웨덴	11,700	4,734	107	16,327	9,113	1.79
핀란드	11,151	1,026	0	12,177	5,276	2.31
그리스	9,000	572	7,530	2,042	11,171	0.18
불가리아	8,599	403	1,079	7,923	7,679	1.03
헝가리	6,684	2,104	7	8,781	10,066	0.87
덴마크	6,000	8,695	200	14,495	5,447	2.66
리투아니아	5,105	3,891	4,147	4,849	3,384	1.43
포르투갈	2,600	10,131	3,649	9,082	10,599	0.86
라트비아	1,984	1,157	81	3,060	2,281	1.34
슬로베니아	1,872	1,833	636	3,068	2,010	1.53
사이프러스	1,715	189	0	1,904	778	2.45
에스토니아	1,500	931	462	1,970	1,342	1.47
아일랜드	1,400	3,139	928	3,610	4,312	0.84
슬로바키아	691	4,091	37	4,745	5,393	0.88
몰 타	504	61	0	565	407	1.39
룩셈부르크	18	956	42	931	476	1.96

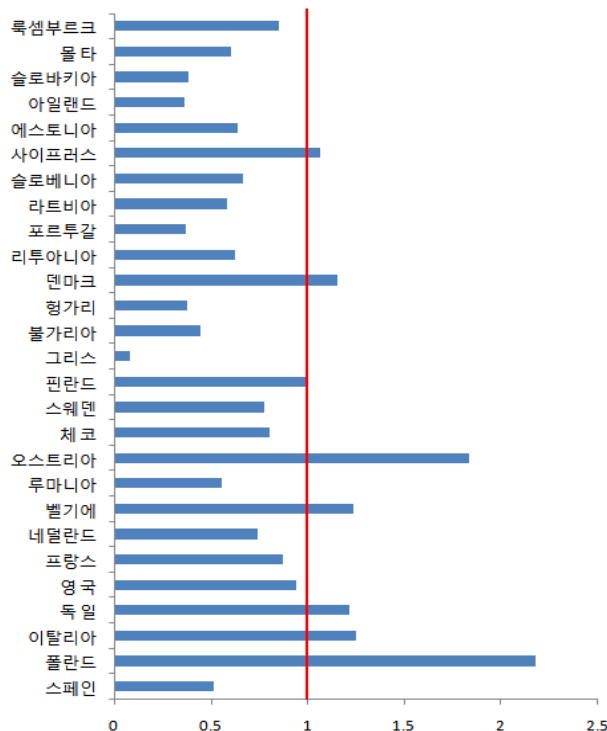
- 반면, 1인당 딸기 공급량이 1kg 이하로 공급량이 적은 국가로는 그리스(0.18kg), 헝가리(0.87kg), 포르투갈(0.84kg), 아일랜드(0.84kg), 슬로바키아(0.88kg)가 있음
- 그러나 이 공급량으로는 해당 국가의 국민이 소비할 수 있는 충분한 양인지 알 수 없는 한계가 있음
- 따라서 앞에서 살펴본 주요 5개국의 평균 1인당 딸기 소비량과 공급량을 비교하여 국가별로 신선 딸기의 공급 충족률을 추정하고자 함

■ 국가별 딸기 소비 충족률

- 주요 5개국의 평균 1인당 딸기 소비량을 1로 두고 각국의 1인당 딸기 공급률을 비교하여 공급 충족률을 비교하면 아래 그림에서 보는 바와 같이 공급 충족률이 높은 국가는 폴란드, 오스트리아, 벨기에, 독일, 이탈리아로 나타남
- 공급 충족률이 높은 국가 중에서 폴란드와 벨기에, 이탈리아는 자국에서 충분한 양의 딸기를 생산함과 동시에 충분한 양을 수입하고 있고, 이 수입량보다 적은 양을 수출하고 있어 공급 균형량이 국민 1인당 딸기 소비량을 충족시킬 수 있는 양을 유지하고 있는 것으로 추정됨
- 반면 독일은 자체적으로 생산량도 많지만 생산량의 60% 이상에 달하는 물량을 수입하여 자국 공급량을 충족시키고 있어 수입 의존도가 높다고 할 수 있으며 향후에도 최소 현재 수입량을 유지할 것으로 예상됨
- 또한 오스트리아는 자체 생산량이 매우 낮아 생산량과 수입량의 비율이 1 대 0.9로 수입량의 비율이 매우 높아 거의 수입 딸기에 의존한다고 볼 수 있으나, 인구수가 적어 수입량 자체로 보면 타 국가에 비해 수입 규모가 작은 편임
- 공급 충족률이 낮은 주요 국가로는 영국, 프랑스, 네덜란드가 있음
- 영국은 수출을 거의 하지 않아 타 국가로의 딸기 유출은 없으나, 인구수에 비해 생산량이 적어 수입을 할 수 밖에 없는 국가임
- 영국의 현재 수입규모는 유럽 연합 27개국 중 3위로 많은 물량을 수입하고 있음에도 불구하고 여전히 공급 충족률이 낮은 것으로 나타나 향후 수입 물량 증가율이 확대될 가능성이 가장 높은 국가 중 하나로 여겨짐

- 프랑스는 수입량이 생산량의 2.45배를 넘는 딸기 수입 의존국으로 나타남
- 특히 프랑스는 생산량이 적는데 생산량의 53%를 수출하고 있어 수입에 의존할 수밖에 없는 산업 구조 특징을 가지고 있음
- 따라서 프랑스도 수입 물량 증가율이 확대될 가능성이 매우 높은 국가 중 하나임
- 또한 네덜란드의 경우도 프랑스와 유사하게 자국 생산량에 비해 수출량이 많은 국가로 생산량과 수출량을 비교하면 78.8%를 수출하고 있으며, 생산량과 수입량을 합한 양과 수출량을 비교하면 53.7%를 수출하고 있는 것으로 나타남
- 이와 같은 수출 물량 때문에 수입이 불가피한 국가이나 생산량과 수입량을 비교해 보면 수입량이 생산량의 절반에 미치지 않아 영국과 프랑스만큼 수입의 필요성이 절대적이지 않기 때문에 수입량 확대에는 한계가 있는 국가라고 평가할 수 있음

〈 EU 27개국 딸기 소비 공급 충족률 〉



5. 통관 및 수입검사

- 육류가 아닌 식물을 기본으로 한 과일의 수입은 수입국 도착 후 이루어지는 건강 검사, 즉 농약 및 활성물질에 대한 검사 결과에 달려 있다고 할 수 있음
- 따라서 이 보고서에서는 유럽 연합에서 허용하고 있는 딸기 관련 농약별 최대 잔류량 및 금지하고 있는 활성물질에 대해서 다루고자 함

가. 최대 농약 잔류량

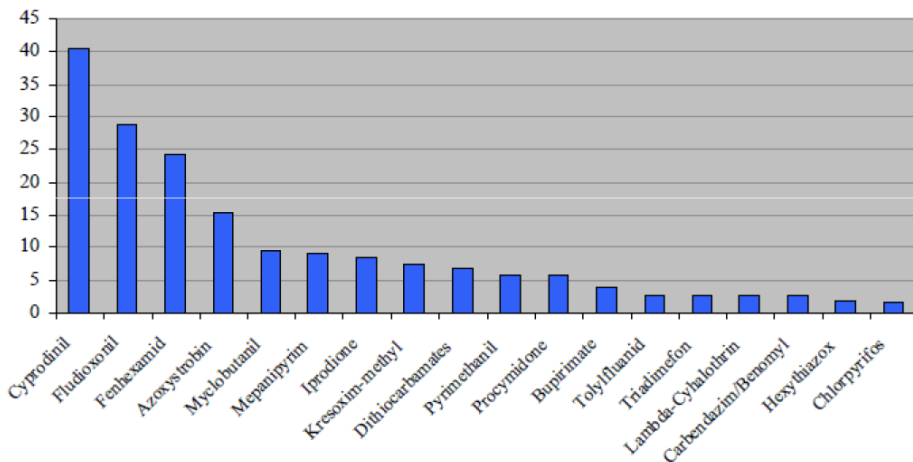
▣ 딸기 관련 농약별 최대 농약 잔류량(MRL)

- 후레쉬펠에서 발표한 자료에 따르면 딸기는 농약 잔류량이 특히 많은 과일로 농약이 검출되지 않은 딸기는 전체 30%에 불과하고, 64%가 최대 농약 잔류량 이내 범위의 양이 검출되었으며 4%는 최대 농약 잔류량을 넘은 것으로 나타남
- 심지어 독일의 소비자 관련 단체에서는 농약 잔류량 수준이 낮은 과일과 높은 과일을 구분하여 발표하였는데, 딸기는 농약 잔류량이 높은 과일로 '오염된 12(Dirty Dozen)'라고 표현하기도 함
- 앞에서 살펴 본 바와 같이 유럽의 주요 대형 유통 업체들이 이 농약 잔류량을 기준으로 입점여부를 결정하고 있으므로 유럽 지역으로 딸기 수출을 희망하는 업체에서는 아래의 농약 잔류량을 반드시 확인하고 준수해야 함
- 유럽 연합이 딸기와 관련하여 최대 잔류량을 정해 놓은 농약의 종류는 200여 가지가 넘음
- 각 농약별 최대 농약 잔류량은 첨부를 참고하기 바람

☐ 딸기 검역 시 검출 농약

- 2007년 유럽 연합에서 실시한 딸기 샘플 검사에서 최대 농약 잔류량 보다 높은 수준이 검출된 농약과 농약이 검출된 비율을 정리하면 아래 그림에서 보는 바와 같음
- Cyprodinil이 검출된 샘플이 약 40%로 가장 많고, Fludioxonil, Fenhexamid, Azoxystrobin이 10% 이상 높은 비율로 검출됨
- 최대 잔류량 이상으로 검출된 샘플이 2% 이상인 농약은 위의 4개 종류를 포함하여 총 18개임

〈 딸기에서 검출된 농약의 종류 〉



자료 : freshfel 유럽 2010

나. 활성물질

- 유럽 연합은 몇 가지 활성물질의 검출을 금지하고 있는데 이 활성물질 또한 통관 뿐 아니라 대형 유통업체 입점 여부를 결정하는 중요한 요인이므로 아래 금지 활성물질을 반드시 확인해야 함

〈 유럽 연합 금지 활성물질 〉

수은 화합물	유기염소계 화합물	기타 화합물
Mercuric oxide	Aldrin	Ethylene oxide
Mercurous chloride	Chlordane	Nitrofen
기타 비유기 수은 화합물	Dieldrin	1,2 Dibromoethane
Alkyl mercury 화합물	DDT	1,2 Dichloroethane
Alkoxyalkyl 및 aryl mercury 화합물	Endrin	Dinoseb
	HCH	Binapacryl
	Heptachlor	Captafol
	Mirex	Dicofol
	Camphechlor (toxaphene)	Maleic hydrazide
	Hexachlorobenzene	Choline
		Quintozene

자료 : 유럽연합 공식웹사이트 Europa

다. 라벨링

☐ 의무표시사항

- 유럽의 라벨링 의무 표시 사항으로는 아래와 같은 사항들이 있음
 - 제품이름
 - 성분 및 성분함량 알레르기 유발 성분
 - 유효기간
 - 보관방법
 - 제조회사 이름 및 주소 또는 유럽 연합 내 수입/판매업자
 - 중량
 - 영양성분
 - 원산지

라벨링 표시 예

- 영국의 가장 큰 대형 슈퍼마켓 체인인 테스코에서 판매 중인 딸기 제품의 라벨링을 예시로 라벨링 구성을 살펴 봄

〈 딸기 제품의 라벨링 예 〉

라벨링 앞면



제품명

유효기간 / 중량
품종

재배지 (원산지)

섭취방법 (섭취 전 씻어먹을 것)
보관방법 (냉장보관 할 것)
테스코 전용 포장

라벨링 뒷면

Nutrition Facts		
Calories 46	(193 kJ)	
Strawberries 1 Cup Whole		
% Daily Value ¹		
Total Fat	< 0.4g	1%
Saturated Fat	< 0.1g	< 0.1%
Cholesterol	0mg	0%
Sodium	1mg	< 0.1%
Total Carbs.	11.1g	4%
Dietary Fiber	2.9mg	12%
Sugers	6.7g	
Protein	1g	
Calcium	23mg	
Potassium	220.3mg	

영양성분 정보		
칼로리 (kcal)		(kJ)
각종 영양 성분	함유량	1일 권장량 비율

- 유럽의 딸기 라벨링 구성은 대형 슈퍼마켓 체인마다 거의 동일하여 위의 라벨링 예시를 참고할 필요가 있음
- 특히 영양성분 정보의 경우는 위의 예에서 보는 바와 같이 영양성분을 세분화하여 각 영양성분별 함유량과 더불어 1일 권장량에 대한 비율을 표기해야 함

6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

가. 마케팅 활동

■ 파트너십 체결

- 스페인 · 터키의 파트너십
 - 스페인과 터키는 최근 파트너십을 체결하고 Mojave와 Benicia 딸기 품종 수확기념 행사를 가지기도 함
 - 스페인과 터키의 파트너십은 Mojave와 Benicia 딸기 품종의 상표권을 관리하고 공동 마케팅을 펼치기 위한 것으로 터키 Antalya의 Pinarli 지역에서 행사를 개최함
 - 행사 이후 품종의 소유권을 가지고 있는 Eurosemillas는 이 품종을 세계적으로 널리 홍보하고 품종 개발자들과 계약을 맺는다는 계획임
- 스페인 · 이탈리아 · 프랑스의 파트너십
 - 스페인, 이탈리아, 프랑스는 딸기 위원회를 조직하여 정보교류 등을 하고 있음

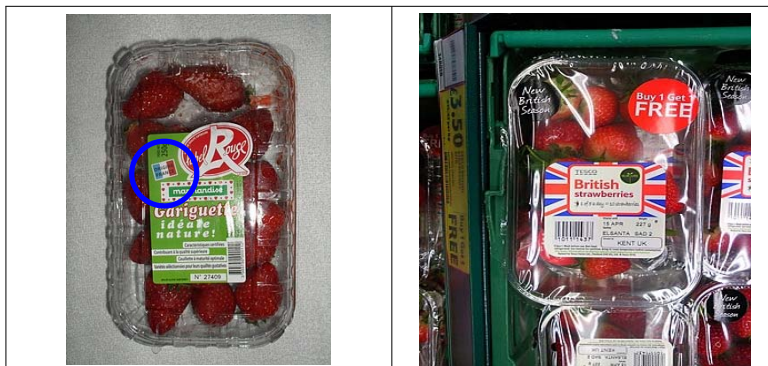
■ 차별화 전략

- 프랑스는 최근 스페인산 딸기와의 차별화 전략에 나서 프랑스산 딸기는 소비자들에게 특유의 혜택을 제공하고 있음을 부각시키고 있음
- 대형 슈퍼마켓 체인 매장에서 비교적 저가인 스페인산 딸기가 대량으로 매장 전면에 배치되어 스페인산 딸기 구매율이 보다 높아지자 프랑스산 딸기가 매장에서 밀려나고 있는 상황임
- 이에 프랑스는 프랑스 딸기의 품질은 딸기마다 일정하여 품질에 대한 불확실성을 확실하게 감소시켰다는 것과 'hand-picked(손으로 수확한)'라는 점을 강조하며 보다 세심하게 수확된 딸기라는 느낌을 강조하고 있음

■ 원산지 강조

- 소비자 동향에서 살펴본 바와 같이 영국 소비자들은 자국산 과일에 대한 관심이 높은 편임
- 이에 따라 영국산 딸기 제품들은 포장에 영국 국기를 넣은 디자인으로 영국산 제품임을 강조하는 마케팅을 펼치고 있음
- 또한 프랑스의 대표적인 딸기 품종인 Gariguette가 유럽 각지에서 인기를 얻으며 성공을 거두자 프랑스산 딸기임을 강조하기 위하여 포장에 프랑스 국기를 그려 넣는 방법을 사용하고 있음

〈 원산지 강조 포장 예시 〉











나. 한국산 및 경쟁국산 비교

- 한국 딸기는 최근 3년간 유럽으로 수입된 바가 없어 본 보고서에서는 주요 품종별 비교를 통한 품질 경쟁력과 수출 단가 비교를 통한 가격 경쟁력을 도출해 보고자 함

■ 주요 품종별 비교

- 한국에서 가장 많이 생산되고 있는 것으로 파악된 설향, 매향, 육보, 장희 4개 품종과 유럽에서 많이 생산되고 있거나 인기 있는 품종인 Candonga, Elsanta, Gariguette, Sonata의 주요 특징들을 비교해 보면 아래 표와 같음
- 생김새로 보면 크게 짧은 원뿔과 긴 원뿔 두 가지 유형으로 나눌 수 있는데, 설향과 육보, Elsanta, Gariguette, Sonata가 짧은 원뿔 모양으로 유사한 면을 가지고 있음
- 맛에 있어서는 유럽 종은 단맛과 신맛이 어우러져 있기보다는 단맛이 강한 편인데 반해 한국 종은 단맛과 신맛이 어우러져 있는 품종이 다수임
- 수확 시기별로 보면 한국 종은 12월 초부터 2월에 출시되는 품종들이 많은 반면, 유럽에서는 봄에서 여름에 출시되는 품종들이 대다수를 이루고 있음

〈 주요 한국산 및 유럽산 딸기 품종 비교 〉

구분		설향	매향	육보	장희
한국산	이미지				
	모양	짧은 원뿔모양	긴 원뿔모양	짧은 원뿔모양	긴 원뿔모양
	당도	높음 (신맛)	높음 (신맛)	높음 (강한 신맛)	높음
	수확시기	12월초 - 4월말	2월 - 5월	2월말 - 초여름	11월 - 2월
	단단함	무른 편	단단함	단단함	무른 편
	기타	과즙이 많음 향이 우수		반을 잘랐을 때 구멍이 있음	
유럽산		Candonga	Elsanta	Gariguette	Sonata
	이미지				
	모양	긴 원뿔	짧은 원뿔	긴 원뿔	짧은 원뿔
	당도	높음	중간	높음	높음
	수확시기	1 - 6월	6 - 7월	2 - 6월	6 - 7월
	단단함	단단함	단단함	무른 편	무른 편
	기타			과즙이 많음	과즙이 많음

■ 수출단가 비교

- 유럽의 딸기 수출규모 상위 10개국과 한국의 딸기 수출단가를 비교하여 한국산 딸기의 가격 경쟁력을 살펴봄
- 2010년 한국의 딸기 수출단가는 kg당 8.53달러로 유럽 10개국 평균 단가인 3.32달러보다 약 2.5배가량 높으며, 수출단가가 가장 높은 네덜란드의 5.65달러보다도 2.88달러가 높음

- 2008-10년 3년간 수출단가의 변화를 살펴보면 2009년에는 2008년보다 한국은 10.5%, 유럽은 12.5%가 하락했다가 2010년에는 두 지역 모두 수출 단가가 각각 13.0%, 9.9% 상승함
- 한국의 수출단가는 유럽과 비교하여 상승 시에는 더 많이 상승하는 반면, 하락 시에는 덜 하락하는 모습을 보이고 있음
- 즉, 한국 딸기는 유럽산 딸기와 가격 경쟁력 면에서는 뒤처지고 있다고 볼 수 있음

〈 2008 - 10년 한국 및 유럽 수출 상위 10개국 수출단가 비교 〉

(단위 : USD)

국가	2008	2009	2010
한 국	8.54	7.55	8.53
스페인	2.80	2.22	1.45
네덜란드	6.20	5.31	5.65
벨기에	4.54	4.32	4.07
이탈리아	3.60	2.69	3.43
프랑스	3.29	2.64	2.75
독 일	3.56	3.23	3.03
그리스	2.24	2.08	2.10
폴란드	1.59	1.20	1.29
포르투갈	3.85	2.73	3.69
리투아니아	2.87	3.73	5.78
유럽 평균	3.45	3.02	3.32

- 유럽의 딸기 수입규모 상위 5개국의 수입단가와 한국의 딸기 수출단가를 비교하여 보면, 2010년 한국의 딸기 수출단가는 kg당 8.53달러로 5개국 평균 단가인 3.28달러보다 약 2.6배가량 높으며, 수출단가가 가장 높은 이스라엘의 5.65달러보다도 2.88달러가 높음
- 2008-10년 3년간 수출단가의 변화를 살펴보면 유럽으로 수출하는 제 3국들의 딸기 단가는 2009년에 평균 10.4% 상승했다가 2010년에 0.3%로 매우 조금 하락하여 한국의 수출단가와와는 다른 성향을 나타냄

- 그러나 전반적으로 한국의 수출단가가 제 3국보다 훨씬 높아 유럽산 딸기 뿐만 아니라 제 3국산 딸기와도 가격 경쟁력 면에서는 뒤처지고 있다고 볼 수 있음

〈 2008 - 10년 한국 및 유럽 수출 상위 10개국 수출/수입단가 비교 〉

(단위 : USD)

국가	2008	2009	2010
한 국	8.54	7.55	8.53
이집트	4.33	4.26	4.25
모로코	2.62	2.50	2.23
미 국	2.69	3.55	3.78
터 키	0.74	0.59	0.47
이스라엘	4.52	5.53	5.69
평 균	2.98	3.29	3.28

7. 한국산 수출확대 방안

가. 수출 시장 선정

- 앞에서 유럽 27개국의 딸기 공급균형과 소비 충족률에서 살펴봤듯이 특정 국가의 경우 소비될 수 있는 양에 비해 공급량이 부족한 국가들이 있음
- 또한 자국에서 생산되는 딸기양이 적거나 생산되는 양에 비해 많은 양을 수출하여 내수 소비량이 적은 국가도 있음
- 따라서 인구수가 많은 국가 중에서 위와 같은 이유로 딸기를 대규모로 수입해야 하는 국가들을 중심으로 한국산 딸기 수출 우선 시장으로 선정하고, 이 시장을 대상으로 적극적인 홍보 활동을 펼쳐야 함
- 또한 수출 시장별로 자국산 딸기가 출시되는 시기와 수입산 딸기에 의존하는 시기, 딸기가 거의 출시되지 않는 시기로 나누어 각각 다른 딸기 품종을 홍보하는 전략도 채택이 가능함

나. 품질 및 가격

- 앞에서 한국산 딸기와 유럽산 딸기를 비교한 결과, 한국산 딸기가 유럽산 딸기보다 단맛과 신맛이 잘 조화되어 상품으로서의 가치가 충분히 있다고 판단됨
- 또한 시중에 판매되고 있는 딸기의 경우 프랑스산 Gariguette를 제외하고는 과즙이 많은 딸기를 찾기 어려움
- 이는 과즙이 풍부한 딸기일수록 과육의 단단함이 떨어져 쉽게 물러지기 때문에 상품가치를 유지하는 기간이 짧아진다는 단점 때문임
- 한국산의 경우 과즙이 풍부하더라도 Gariguette보다 더 단단한 장점을 가지고 있음
- 출시시기를 비교하면 유럽산 딸기의 경우 대부분 딸기의 출시가 4월이 되어야 본격적인 유럽산 딸기가 유통되는 반면, 한국산 딸기는 여름철 보다는 겨울철 딸기의 상품성이 더 우수한 것으로 평가되고 있어 시장 공략에 용이함
- 유럽 시장 공략 시 세계적인 관련 기관을 통해 한국산 딸기의 우수성을 객관적으로 인증 받고, 인증 마크를 패키지에 표기하는 등 딸기 제품의 패키지를 통해 한국산 딸기의 우수성을 알리는 것이 중요함
- 특히 농약(잔류량), 윤리적인 생산 방법과 같은 유럽 소비자들이 민감하게 반응하는 이슈들을 중심으로 다른 유럽 제품들이 유럽 소비자들을 충족시켜 주지 못하는 점들을 부각시켜 제품 포장 전면에 정보를 표시하는 것도 하나의 전략임
- 그러나 이와 같은 상품의 우수성에도 불구하고 수출을 어렵게 하는 가장 큰 문제점은 높은 수출단가로, 한국산의 수출단가가 유럽산과 제 3국에서 수입된 딸기보다 2.5배 이상 높아 품질로 높은 가격을 쇄신하기는 어려운 상황임
- 특히 유럽의 경제 침체로 인해 유럽 소비자들이 원산지보다는 저렴한 과일을 선호하는 경향이 유럽 전역에서 나타나고 있어 가격이 가장 중요한 시기임
- 따라서 한국산 딸기의 수출단가를 낮출 수 있는 방안이 요구됨

다. 홍보

- 미국 딸기의 80% 이상을 생산하고 있는 캘리포니아의 경우, 유럽 대륙으로부터 5천여 마일에서 6천여 마일 거리에 있어 지리적인 측면에서는 한국과 거의 유사한 상황이지만, 연간 750만 달러, 2천여 톤 이상의 딸기를 유럽으로 수출하고 있음
- 이는 세계 고품질 딸기 생산국이라는 이미지 홍보의 결과로 해석됨
- 한국은 세계 딸기 생산량 5위를 차지하고 있는 딸기 대량 생산국이나 세계적으로 고품질 딸기 생산국으로서의 이미지는 형성되어 있지 않음
- 따라서 체계적인 장/단기 홍보 전략이 필요하며 이와 함께 유통 전략이 함께 고려되어야 함

■ 산업정보지를 통한 한국 딸기 홍보

- 유럽 농산물 관계자들이 구독하고 있는 산업정보지를 통해 한국 딸기의 우수성을 지속적으로 적극 홍보하여 유럽산 딸기 비수기에 한국 딸기가 침투할 수 있도록 해야 함
- 단계적으로 한국산 딸기의 우수성 및 수출 수요 증가에 대한 기사를 지속적으로 게재하여 전 세계적으로 한국산 딸기를 알리는 것이 중요함
- 이와 같은 홍보의 결과로 딸기 산업계에서 한국산 딸기에 대한 인지도가 형성되었을 때 다른 마케팅 노력도 효과를 거둘 수 있을 것으로 판단됨

■ 주요 딸기 바이어들과의 파트너십 체결

- 유럽의 주요 딸기 공급 및 도매업체들은 자국뿐만 아니라 유럽, 더 나아가 세계 주요 지역의 딸기 재배자들과 계약을 맺고 딸기를 공급받고 있음
- 따라서 이와 같이 세계적으로 딸기를 계약·공급받고 있는 업체와 파트너십을 체결하여 보다 안정적으로 딸기를 수출하는 것도 단기적으로 수출을 증대시킬 수 있는 방법이 될 수 있음

【 참고 】

▣ 딸기 관련 농약별 최대 농약 잔류량(MRL)

농약명	최 대 잔류량	농약명	최대 잔류량
1,1-dichloro-2,2-bis(4-ethylphenyl)ethane	0,01*	Formetanate	0,3
1,2-dibromoethane (ethylene dibromide)	0,01*	Formothion	0,02*
1,2-dichloroethane (ethylene dichloride)	0,01*	Fosetyl-Al	75
1,3-Dichloropropene	0,05*	Fosthiazate	0,02*
1-Naphthylacetamide	0,05*	Fuberidazole	0,05*
1-Naphthylacetic acid	0,05*	Furathiocarb	0,05*
1-methylcyclopropene	0,01*	Furfural	1
2,4 DB	0,05*	Gibberellic acid	5
2,4,5-T	0,05*	Glufosinate-ammonium	0,5
2,4-D	0,05*	Glyphosate	0,1*
2-phenylphenol	0,05*	Guazatine	0,1*
Abamectin	0,1	Halosulfuron methyl	0,01*
Acephate	0,02*	Haloxypop including haloxypop-R	0,05*
Acequinocyl	0,01*	Heptachlor	0,01*
Acetamiprid	0,01*	Hexachlorobenzene	0,01*
Acetochlor	0,02	Hexachlorocyclohexane (HCH)	0,01*
Acibenzolar-S-methyl	0,02*	Hexaconazole	0,2
Aclonifen	0,05*	Hexythiazox	0,5
Acrinathrin	0,2	Hymexazol	0,05*
Alachlor	0,05*	Imazalil	0,05*
Aldrin and Dieldrin	0,01*	Imazamox	0,05*
Ametoctradin	0,01*	Imazaquin	0,05*
Amidosulfuron	0,01*	Imazosulfuron	0,01*
Aminopyralid	0,01*	Imidacloprid	0,5
Amisulbrom	0,01*	Indoxacarb	0,02*
Amitraz	0,05*	Iodosulfuron-methyl	0,02*
Amitrole	0,01	Ioxynil	0,05*
Anilazine	0,05*	Ipconazole	0,01*
Aramite	0,01*	Iprodione	15
Asulam	0,5	Iprovalicarb	0,05*
Atrazine	0,05*	Isoproturon	0,05*
Azadirachtin	1	Isoxaben	0,05
Azimsulfuron	0,02*	Isoxaflutole	0,05*
Azinphos-ethyl	0,02*	Kresoxim-methyl	1
Azinphos-methyl	0,05*	Lactofen	0,01*
Azocyclotin 및 Cyhexatin	0,05*	Lambda-Cyhalothrin	0,5
Azoxystrobin	10	Lenacil	0,1*
Barban	0,05*	Lindane	0,01*
Beflubutamid	0,05*	Linuron	0,05*

농약명	최대 잔류량	농약명	최대 잔류량
Benalaxyl	0,05*	Lufenuron	1
Benfluralin	0,05*	MCPA 및 MCPB	0,05*
Benfuracarb	0,05*	Malathion	0,02*
Bentazone	0,1*	Maleic hydrazide	0,2*
Benthiavalicarb	0,01*	Mandipropamid	0,01*
Bifenazate	2	Mecarbam	0,05*
Bifenox	0,1	Mecoprop	0,05*
Bifenthrin	0,5	Mepanipyrim	2
Binapacryl	0,05*	Mepiquat	0,05*
Bitertanol	0,05*	Mepronil	0,5
Bixafen	0,01*	Meptyldinocap	3
Boscalid	10	Mercury compounds	0,01*
Bromide ion	30	Mesosulfuron-methyl	0,01*
Bromophos-ethyl	0,05*	Mesotrione	0,05*
Bromoxynil	0,05*	Metaflumizone	0,05*
Bromuconazole	0,05*	Metalaxyl 및 metalaxyl-M	0,5
Bupirimate	1	Metaldehyde	0,1
Buprofezin	0,05*	Metamitron	0,1*
Butralin	0,02*	Metazachlor	0,1*
Butylate	0,05*	Metconazole	0,02*
Camphechlor (Toxaphene)	0,1*	Methacrifos	0,05*
Captafol	0,02*	Methamidophos	0,01*
Captan	3	Methiocarb	1
Carbaryl	0,05*	Metholachlor and metholachlor-S	0,05*
Carbendazim 및 benomyl	0,1*	Methomyl and Thiodicarb	0,02*
Carbetamide	0,05*	Methoprene	0,05*
Carbofuran	0,02*	Methoxychlor	0,01*
Carbosulfan	0,05*	Methoxyfenozide	0,02*
Carboxin	0,05*	Metosulam	0,01*
Carfentrazone-ethyl	0,01*	Metrafenone	0,05*
Chlorantraniliprole (DPX E-2Y45)	0,01*	Metribuzin	0,1*
Chlorbenside	0,01*	Metsulfuron-methyl	0,05*
Chlorbufam	0,05*	Mevinphos	0,01*
Chlordane	0,01*	Milbemectin	0,05*
Chlordecone	0,02	Molinate	0,05*
Chlorfenapyr	0,05*	Monolinuron	0,05*
Chlorfenson	0,01*	Monuron	0,05*
Chloridazon	0,1*	Myclobutanyl	1
Chlormequat	0,05*	Napropamide	0,2
Chlorobenzilate	0,02*	Nicosulfuron	0,05*
Chloropicrin	0,05	Nitrofen	0,01*
Chlorothalonil	3	Novaluron	0,01*
Chlorotoluron	0,05*	Orthosulfamuron	0,01*
Chloroxuron	0,05*	Oryzalin	0,01*

농약명	최대 잔류량	농약명	최대 잔류량
Chlorpropham	0,05*	Oxadiargyl	0,01*
Chlorpyrifos	0,2	Oxadiazon	0,05*
Chlorpyrifos-methyl	0,5	Oxadixyl	0,01*
Chlorsulfuron	0,05*	Oxamyl	0,01*
Chlorthal-dimethyl	2	Oxasulfuron	0,05*
Chlorthiamid	0,1	Oxycarboxin	0,05*
Chlozolate	0,05*	Oxydemeton-methyl	0,01*
Chromafenozide	0,01*	Oxyfluorfen	0,05*
Cinidon-ethyl	0,05*	Paclobutrazol	0,5
Clethodim	0,5	Paraquat	0,02*
Clodinafop 및 S-isomers	0,02*	Parathion	0,05*
Clofentezine	2	Parathion-methyl	0,02*
Clomazone	0,01*	Penconazole	0,5
Clopyralid	0,5	Pencycuron	0,05*
Clothianidin	0,02*	Pendimethalin	0,05*
Copper compounds (Copper)	5	Penoxsulam	0,01*
Cyanamide	0,05*	Permethrin	0,05*
Cyazofamid	0,01*	Pethoxamid	0,01*
Cyclanilide	0,05*	Phenmedipham	0,1
Cycloxydim	2	Phenothrin	0,05*
Cyflufenamid	0,02*	Phorate	0,05*
Cyfluthrin	0,02*	Phosalone	0,05*
Cyhalofop-butyl	0,02*	Phosmet	0,05*
Cymoxanil	0,05*	Phosphamidon	0,01*
Cypermethrin	0,07	Phosphines 및 phosphides	0,05
Cyproconazole	0,05*	Phoxim	0,01*
Cyprodinil	5	Picloram	0,01*
Cyromazine	0,05*	Picolinafen	0,05*
DDT	0,05*	Picoxystrobin	0,05*
DNOC	0,05*	Pinoxaden	0,02*
Dalapon	0,05*	Pirimicarb	3
Daminozide	0,02*	Pirimiphos-methyl	0,05*
Dazomet	0,02*	Prochloraz	0,05*
Deltamethrin (cis-deltamethrin)	0,2	Procymidone	0,02*
Desmedipham	0,05*	Profenofos	0,05*
Diallate	0,05*	Profoxydim	0,05*
Diazinon	0,01*	Prohexadione	0,05*
Dicamba	0,05*	Propachlor	0,05*
Dichlobenil	0,1	Propamocarb	10
Dichlorprop	0,05*	Propanil	0,1*
Dichlorvos	0,01*	Propaquizafop	0,05*
Diclofop	0,05*	Propargite	0,01*
Dicloran	0,3	Propham	0,05*
Dicofol	0,02*	Propiconazole	0,05*

농약명	최대 잔류량	농약명	최대 잔류량
Diethofencarb	0,5	Propineb	0,05*
Difenoconazole	0,1	Propisochlor	0,01*
Diflubenzuron	2	Propoxur	0,05*
Diflufenican	0,05*	Propoxycarbazon	0,02*
Dimethachlor	0,02*	Propyzamide	0,02*
Dimethenamid-p	0,01*	Proquinazid	0,02*
Dimethipin	0,1*	Prosulfocarb	0,05*
Dimethoate	0,02*	Prosulfuron	0,02*
Dimethomorph	0,05*	Prothioconazole	0,02*
Dimoxystrobin	0,01*	Pymetrozine	0,5
Diniconazole	0,05*	Pyraclostrobin	1
Dinocap	0,05*	Pyraflufen-ethyl	0,02*
Dinoseb	0,05*	Pyrasulfutole	0,01*
Dinoterb	0,05*	Pyrazophos	0,05*
Dioxathion	0,05*	Pyrethrins	1
Diphenylamine	0,05*	Pyridaben	1
Diquat	0,05*	Pyridalyl	0,01*
Disulfoton	0,02*	Pyridate	0,05*
Dithianon	0,01*	Pyrimethanil	5
Dithiocarbamates	10	Pyriproxyfen	0,05*
Diuron	0,05*	Pyroxsulam	0,01*
Dodine	5	Quinalphos	0,05*
Emamectin benzoate B1a	0,05	Quinclorac	0,05*
Endrin	0,01*	Quinmerac	0,1*
Epoconazole	0,05*	Quinoxifen	0,3
Ethalfuralin	0,02*	Quintozene	0,02*
Ethephon	0,05*	Quizalofop	0,05*
Ethirimol	0,2	Resmethrin	0,1*
Ethofumesate	0,05*	Rimsulfuron	0,05*
Ethoprophos	0,02*	Rotenone	0,01*
Ethoxyquin	0,05*	Silthiofam	0,05*
Ethoxysulfuron	0,05*	Spinetoram (XDE-175)	0,2
Ethylene oxide	0,1*	Spinosad	0,3
Etofenprox	1	Spirodiclofen	2
Etoazole	0,2	Spiromesifen	1
Etridiazole	0,1	Spirotetramat	0,1*
Famoxadone	0,02*	Spiroxamine	0,05*
Fenamidon	0,04	Sulcotrione	0,05*
Fenamiphos	0,02*	Sulfosulfuron	0,05*
Fenarimol	0,3	Sulfuryl fluoride	0,01*
Fenazaquin	1	Sulphur	0
Fenbuconazole	0,05*	TEPP	0,01*
Fenbutatin oxide	1	Tau-Fluvalinate	0,5
Fenchlorphos	0,01*	Tebuconazole	0,05*

일본, 유럽 딸기 수출확대 여건 조사

농약명	최대 잔류량	농약명	최대 잔류량
Fenhexamid	5	Tebufenozide	0,05*
Fenitrothion	0,01*	Tebufenpyrad	0,5
Fenoxaprop-P	0,1	Tecnazene	0,05*
Fenoxycarb	0,05*	Teflubenzuron	0,2
Fenpropathrin	2	Tefluthrin	0,05
Fenpropidin	0,05*	Tembotrione	0,02*
Fenpropimorph	1	Tepraloxydim	0,1*
Fenpyroximate	1	Terbufos	0,01*
Fentin acetate	0,05*	Terbuthylazine	0,05*
Fentin hydroxide	0,05*	Tetraconazole	0,2
Fenvalerate 및 Esfenvalerate	0,02*	Thiabendazole	0,05*
Fenvalerate 및 Esfenvalerate	0,02*	Thiacloprid	1
Fipronil	0,005*	Thiamethoxam	0,05*
Flazasulfuron	0,01*	Thifensulfuron-methyl	0,05*
Flonicamid	0,05*	Thiobencarb	0,1*
Florasulam	0,01*	Thiophanate-methyl	0,1*
Fluazifop-P-butyl	0,2	Thiram	10
Fluazinam	0,05*	Tolclofos-methyl	0,05*
Flubendiamide	0,01*	Tolyfluanid	5
Flucycloxuron	0,05*	Topramezone (BAS 670H)	0,01*
Flucythrinate	0,05*	Tralkoxydim	0,02*
Fludioxonil	3	Tri-allate	0,1*
Flufenacet	0,05*	Triadimefon and triadimenol	0,5
Flufenoxuron	0,05*	Triasulfuron	0,05*
Flufenzin	0,1	Triazophos	0,01*
Flumioxazine	0,05*	Tribenuron-methyl	0,01*
Fluometuron	0,01*	Trichlorfon	2
Fluopicolide	0,01*	Triclopyr	0,1*
Fluoride ion	2*	Tricyclazole	0,05*
Fluoroglycofene	0,01*	Tridemorph	0,05*
Fluoxastrobin	0,05*	Trifloxystrobin	0,5
Flupyrsulfuron-methyl	0,02*	Triflumizole	0,2
Fluquinconazole	0,05*	Triflumuron	0,05*
Flurochloridone	0,1*	Trifluralin	0,1*
Fluroxypyr	0,05*	Triflusulfuron	0,02*
Flurprimidole	0,01*	Trimethyl-sulfonium cation	0,05*
Flurtamone	0,02*	Trinexapac	0,05*
Flusilazole	0,02*	Triticonazole	0,01*
Flutolanil	0,05*	Tritosulfuron	0,01*
Flutriafol	0,5	Valifenalate	0,01*
Folpet	3	Vinclozolin	0,05*
Foramsulfuron	0,01*	Ziram	0,1*
Forchlorfenuron	0,05*	Zoxamide	0,02*

자료: 유럽연합 공식웹사이트 Europa

■ 딸기 관련 단체

- British Summer Fruit
 - <http://www.britishsummerfruits.co.uk/html/strawberries.htm>
- freshfel
 - <http://www.freshfel.org/asp/index.asp>
- 세계 딸기 회의 2010
 - <http://www.hoogstraten.eu/congress/congresspresentations.html>

■ 가격 및 통계 자료

- Defra, 2011. Wholesale fruit and veg prices. Available from
 - <http://www.defra.gov.uk/statistics/foodfarm/farmgate/homegrownprices/>
- FAO (2011). Preliminary 2009 Data Now Available For Selected Countries And Products. Available from
 - <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>.
- EU 연합 농약 및 활성물질 자료
 - http://ec.europa.eu/sanco_pesticides/public/index.cfm

■ 주요 딸기 생산 및 공급업체

업체명	연락처	비고
Berry Gardens	www.berrygardens.co.uk info@berrygardens.co.uk 전화 : + 44 (0) 1892 838800	· 영국 내 생산 및 수입산 딸기 공급 - ASDA - Co-operative - M&S - Morrison - Sainsbury's - Tesco - Waitrose
Angus Soft Fruit	www.angussoftfruits.co.uk ask@angussoftfruits.co.uk 전화 : + 44 (0)1241879989	· 네덜란드, 스페인, 중동 및 남아메리카 농장들과 파트너십 체결
BAMA Groupen AS	http://www.bama.no/	· 노르웨이에 유통 중인 딸기의 85% 공급 · 딸기 수입
Vital Berry	www.vitalberry.eu info@vitalberry.eu 전화: 0031 1626 90422	· 스페인, 모로코, 네덜란드, 중동산 딸기를 전 유럽에 공급
S&A Produce	www.sagroup.co.uk S&A Produce (UK) Ltd Brook Farm Marden Hereford HR1 3ET 전화: + 44 (1432) 880235 Fax: + 44 (1432) 880644	· 영국 내 생산자 및 해외 재배자들과 파트너십 체결 · 딸기 생산 연간 7,000여 톤

일본, 유럽 지역 딸기 수출 여건

발행처 : 농수산물유통공사

발행일 : 2011년 7월

주 소 : 서울시 서초구 양재동 232 aT센터

조사참여 : 일본 - 오사카 aT센터

유럽 - 로테르담 aT센터

총괄 - 식품수출정보팀(오유경)

문의처 : 농수산물유통공사 식품수출정보팀
02) 6300-1399

본 자료는 KATI(www.kati.net) > 무역정보 > 발간책자를
통해서도 보실 수 있습니다.

※ 우리 공사는 임직원에 대한 부정비리 신고 편의를 도모하고자 수신자부담 「24시간 부정비리 신고 모바일 핫라인(080-112-2580)」을 개설 하였습니다. 신고내용은 비밀이 절대 보장되오니 안심하시고 신고하여 주시기 바랍니다.