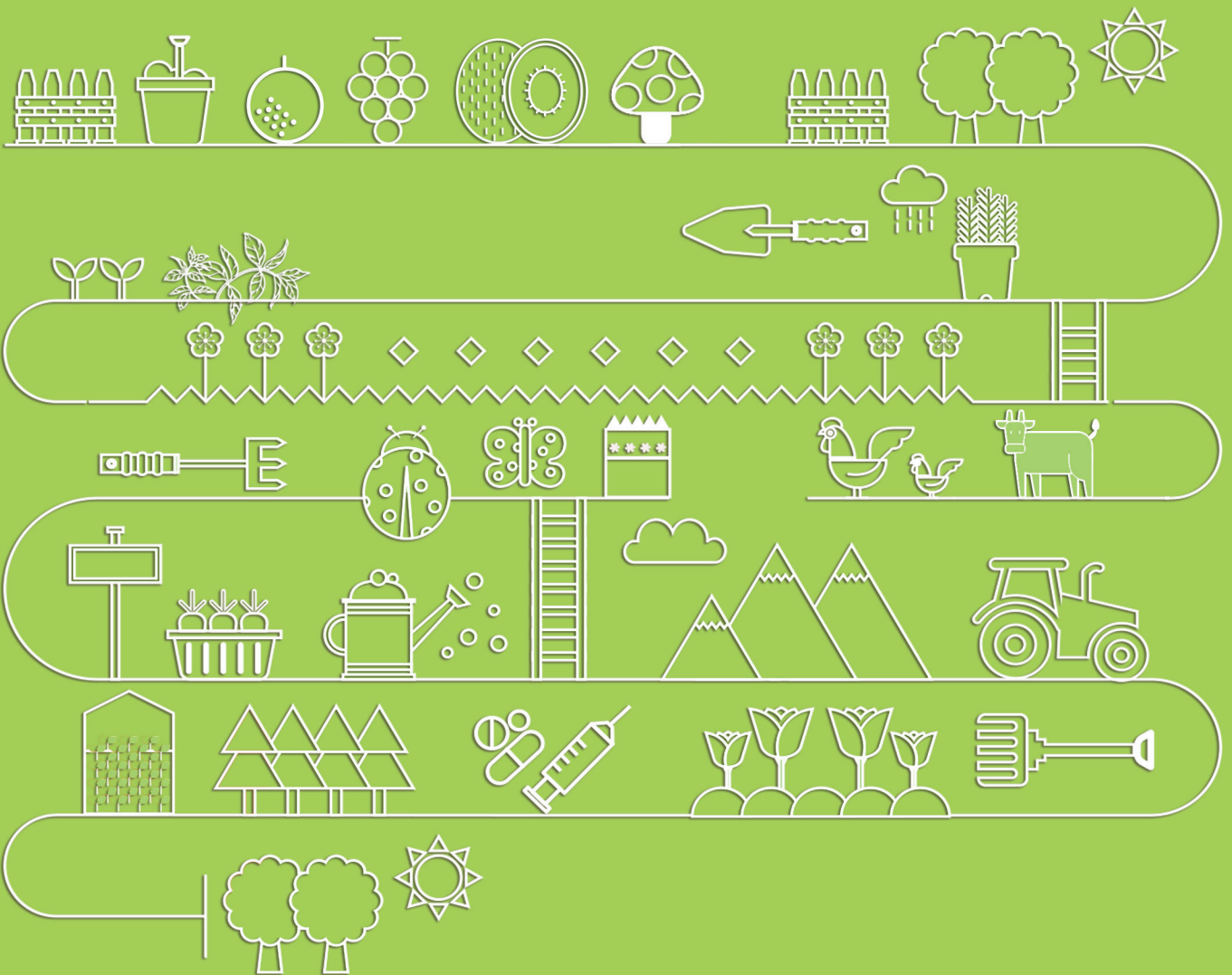


제4차년도
수출전략기술개발사업

화훼류종묘 수출연구사업단

(미국 동향보고서)



화훼류종묘 수출연구사업단

✓ 본 결과물은 농림축산식품부의 재원으로 농림식품기술기획평가원(수출전략기술개발사업)의 지원을 받아 연구되었음(No. 617076-05-4-SB110)

✓ This work was supported by Korea Institute of Planning and Evaluation for Technology in Food, Agriculture, Forestry and Fisheries(IPET) through (Export Promotion Technology Development Program), funded by Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs(MAFRA)(No. 617076-05-4-SB110)

✓내용의 무단 복사, 인용을 제한하며 인용 시 대표 저자의 사전 승인을 요청함

주관기관명 : 화훼류종묘 수출연구사업단

목 차

1. 미국	
1.1 개요서	1
1.2 미국의 화훼시장	2
1.3 Porter의 다섯 가지 강점 분석	7
1.4 미국의 화훼경제시장	9
1.5 미국의 화훼농가 분석	25
1.6 해외투자와 자본유입의 동향	28
1.7 공급망 분석	29
1.8 분석시장 유통 분석	31
1.9 소비자 선호 분석	33
1.10 시장 트렌트	34
1.11 로열티	35
1.12 제언	36

1. 미국

1.1 개요서

- 미국에서 전체 화훼 재배업자 수는 2015년 5,913명에서 2018년 6,886명으로 증가하였지만, 콜롬비아와 에콰도르로부터 미국 전체 화훼물량의 81%를 수입하고 있어 여전히 수입국으로 남아있으며, 가장 많이 수입된 꽃으로는 장미, 거베라, 카네이션, 난, 튤립 그리고 백합이 있음
- 하지만, 재배업자들은 해바라기와 같이 수명이 긴 다양한 품목을 취급하기 때문에, 이런 특화 작목에 생산량이 증가했음
- 미국 농업국(USDA)인 농업통계청에 따르면 2015년 전체 절화 시장에서 백합과 튤립이 각각 17%와 15%를 차지했고, 뒤이어 거베라, 글라디올러스, 금어초 및 장미 등이 그 뒤를 이었음
- 선인장과 에케베리아는 미국 전체 실내 식물 시장의 26%를 차지하며, 이러한 품목에 대한 수요는 실내의 인테리어에 대한 새로운 흐름을 통해 소비됐음
- 이외에도 염자, 떡갈잎 고무나무 및 몬스테라 품목들도 미국 소비자 기호성이 높았음
- Costa Farms, the Sill, Zolfo Springs 및 Bloomscape社와 같은 많은 지역 회사들은 정원식물에 대해 가변성이 높은 소비자 선호도의 경쟁우위를 고려하여 실내 식물 재배에 뛰어들었음
- 게다가 온라인 꽃 경매는 ProFlowers, The Bouqs Company, UrbanStems Inc., 및 1-800-Flowers와 같은 신흥 온라인 배달 소매업체들이 접근성을 좋게 하여 소비자들을 많이 유도하고 있어서 주목을 받고 있음

1.2 미국의 화훼시장

1.2.1 꽃을 선물하는 것에 대한 문화적 선호도 증가

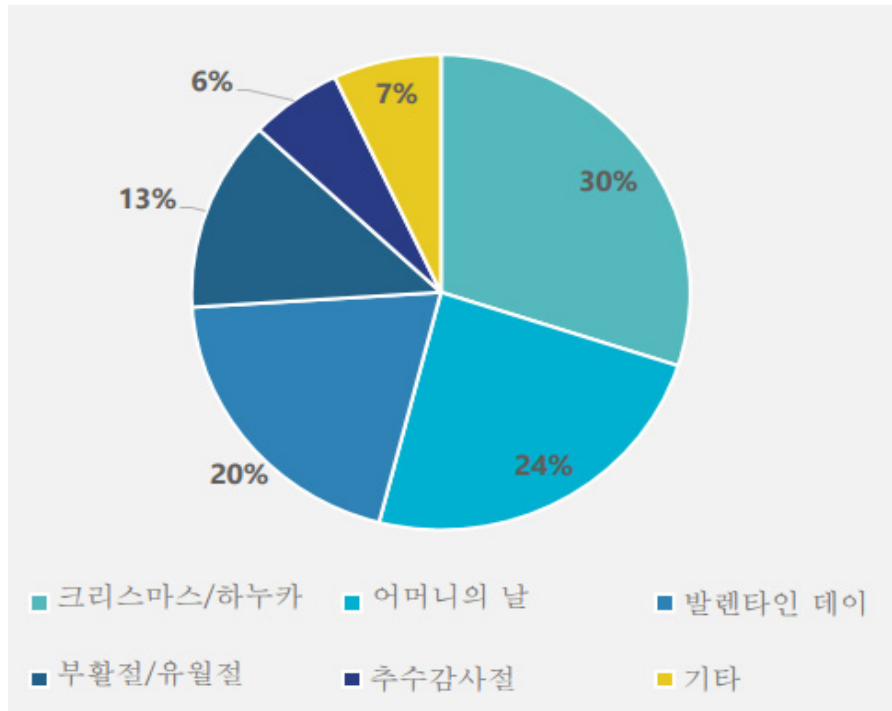


그림 1. 2018년 미국 화훼시장 주요 시기별 시장점유율/판매량(%)

- 미국에서는 사랑이나 연민의 표현부터 실내 장식에 이르기까지 다양한 이유로 꽃을 구입하며, 구매에 대한 지출은 인구통계학적, 사건 또는 기간과 밀접하게 연관되어 있음
- 예를 들어, 겨울의 대표적인 연휴인 크리스마스와 하누카는 모든 휴일 중에서 약 30%로 가장 많이 소비되고 있으며, 그다음으로는 발렌타인데이와 어머니날에 각각 20%와 24%의 시장점유율을 차지하고 있음
- 왜냐하면, 미국 소비자들은 특별한 날에 꽃을 선물하는 것이 가장 품격있게 깊은 감정을 전달한다고 생각하기에, 어버이날에 꽃을 선물했다는 응답이 69%를 차지하였음 (2018년)
- 미국 화훼협회의 보도자료에 따르면, 미국 소비자의 65%가 꽃을 받는 것을 좋아한다고 응답하였으며, 특히 꽃 선물은 다른 선물과는 달리 특별한 의미를 부여한다고 믿고 있음
- 튤립, 백합, 장미와 같은 절화 품목들은 미국 소비자들이 가장 선호함
- 따라서, 포장과 플로리스트를 통해 소비자 맞춤형 장식을 한다는 관점에서 가장 인기있는 선물로서 점점 증가하는 화훼 소비는 미국 화훼시장의 성장을 견인할 것으로 예상됨

1.2.2 온라인 서비스로의 전환

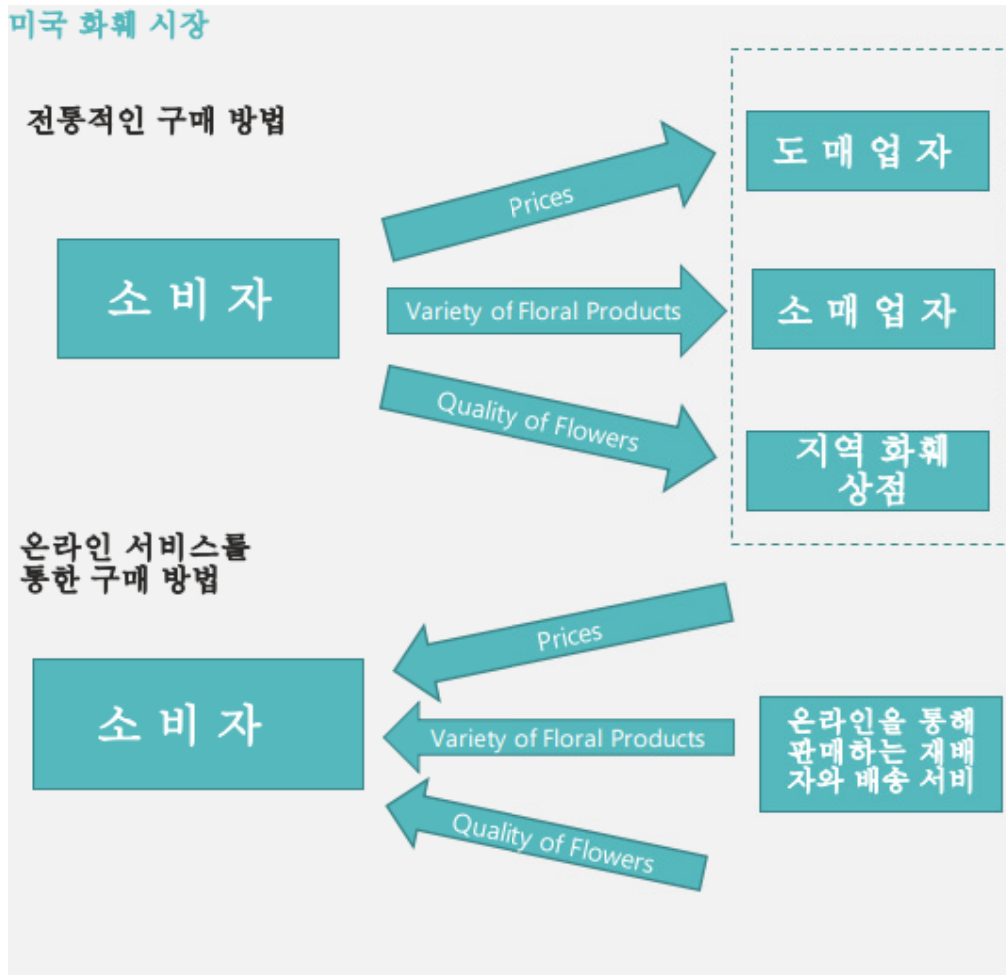


그림 2. 미국 화훼 시장의 흐름

- 미국에서는 절화, 분화 및 화단용 화초의 수요가 증가하고 있지만, 국내 생산과는 별도로 절화의 80%를 콜롬비아와 같은 해외에서 수입하고 있음
- 이러한 수요를 충족시키기 위해서는 유통과 소비자 차원 모두에서 우수한 품질과 함께 최적의 꽃 소비가 요구되며, 이 요인은 자국 내 온라인 경매의 인기를 끌고 있음
- 경매는 화훼산업의 성장에 중요한 역할을 하며, 잘 확립된 경매 시스템은 생산자와 소비자간 병목 현상을 줄이는 데 도움을 주고 있음
- 미국에서는 온라인 경매를 통해 재배자와 소비자를 연결시켜 소비자가 좋은 품종을 저렴한 가격에 꽃을 살 수 있게 하기 때문에, 온라인 유통망을 구축한 재배업자들에 대한 인기가 높아지고 있음

- 또한, 직접 가게를 방문하지 않고도 온라인으로 꽃을 주문하여 원하는 시간에 받을 수 있기에 온라인 화훼 유통 서비스에 대한 인기가 매우 높음
- 소매업자들은 화훼산업에 영향을 미치는 강력한 요인으로 DIY(Do It Yourself)를 꼽았음
- 특히 밀레니엄 세대의 소비자들은 그들의 꽃과 관련된 경험을 모바일을 통해 공유하며 DIY를 원하기 때문에, 소매업자는 이러한 고객들을 타겟팅 함으로써 수요에 부응하고 있음
- 따라서, 온라인 시장의 증가와 주요 소매 유통단계에서 파악한 다양한 시장 마케팅 전략은 미국 내 화훼시장의 성장을 이끌 것으로 예상됨

1.2.3 화훼시장 규제

1.2.3.1 높은 무역 의존도

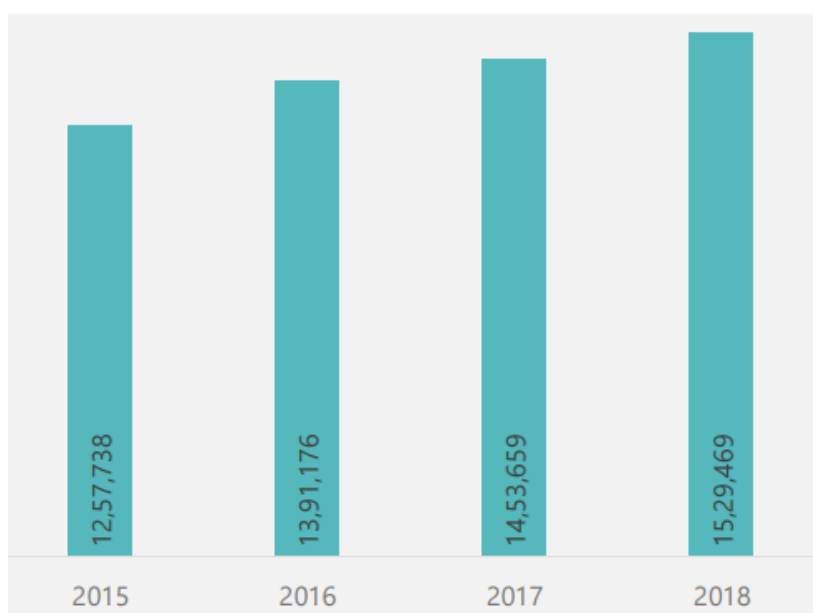


그림 3. 2015~2018년 미국의 절화 수입량 (1,000 USD)

- 미국은 대표적인 화훼 수입국이며, 전 세계 절화 수입량의 17%를 차지함
- 절화부문에서 콜롬비아, 네덜란드 및 에콰도르는 미국의 최대 수출국이지만, 이들 수출국을 향한 여러 규칙과 규정은 화훼산업의 주요 제약요인으로 작용함
- 미국에서 선호하는 화훼품목은 국화와 카네이션에서 점점 독특한 품목으로 이동하고 있으며, 이런 요인은 다른 나라로부터 수입을 가속화하고 있음
- 미국으로 가장 많이 수출하는 절화 생산국은 콜롬비아로서, 장미, 카네이션, 스프레이 국화 및 알스트로메리아가 주요 품목임

- 또한, 에콰도르에서 미국으로 수출된 꽃은 주로 장미, 텔피늄, 과꽃 등이 있으며, 에콰도르의 우수한 재배환경은 판매가격에 큰 영향을 끼쳤음
- ABColombia(콜롬비아에서 영국과 아일랜드 단체의 주도로 만들어진 변호 프로젝트)에 따르면, 2011년 1ha당 고용인원은 15명에서 2015년 13명으로 줄었음
- 노동력 감소의 주요 요인으로 최저 임금과 초과 근무에 대한 보상 및 열악한 근무 환경이 있으며, 결국 이러한 요인들은 노동자들이 더 나은 임금을 주는 일자리를 찾도록 만들었음
- 수입된 절화들은 미국 내로 선적되기에 앞서, 과도한 농약을 사용되는 경우가 있으며, 최대 잔류물 한도(MRL)에 대한 제약이 없는 것은 수입 절화의 품질 및 화훼시장의 성장에 영향을 미치고 있음
- 따라서, 수입에 대한 높은 의존도는 가격변동에 영향을 미치고 있으며, 또한 미국의 소비자들에게 심각한 지출 부담을 주고 있음

1.2.3.2 화훼 재배 산업에서 높은 인건비

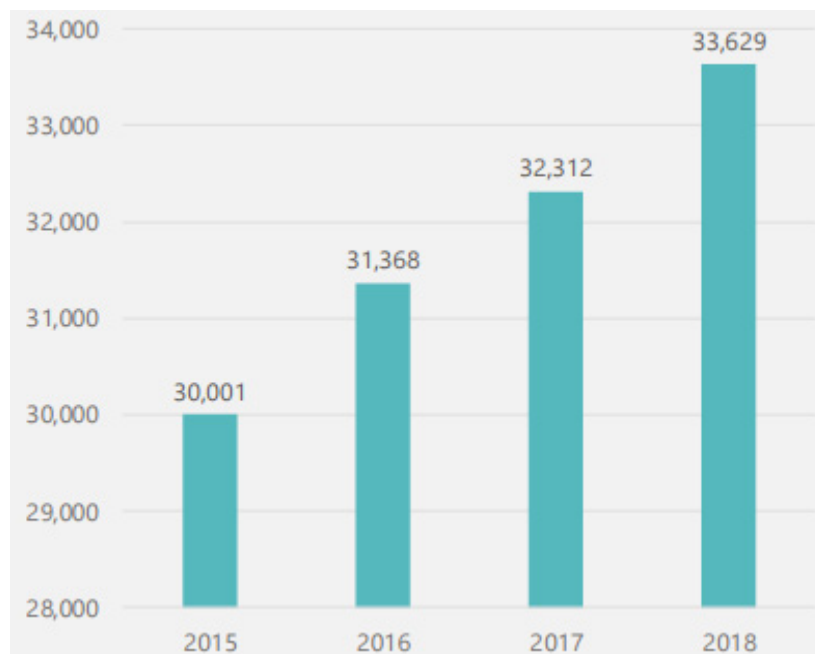


그림 4. 2015~2018년 화훼농가 직원 1인당 임금(1,000 USD)

- 최근에, 미국의 화훼 재배자들은 자급자족이 가능한 급여로 적합한 노동자를 고용함에 있어 어려움을 겪고 있음
- 그 이유는 화훼산업은 전통적으로 식재부터 수확, 재배, 포장까지 많은 노동을 필요로 하기 때문임

- 인건비는 꽃 판매액의 약 25~30%를 차지함
- 최근 미국에서 노동품귀 현상이 벌어지고 있으며, 이는 임금 인상의 요인으로 작용됨
- 이런 영향으로, 자동화 시스템이 도입 되었지만 이것은 초기에 많은 자본을 필요로 함
- USDA 통계에 따르면, 비관리직 고용 농가의 평균 시간당 임금은 2014년에서 2018년까지 5년 동안 12달러에서 13.25달러로 10.4% 증가함
- 2018년 농가 임금은 비농가 임금의 58.5%로 2014년 54.8%에 비해 크게 증가했지만, 임금의 증가는 미국 화훼산업 내 꽃 생산에 매우 큰 영향을 미침
- 인건비 상승은 미국 내에서 화훼재배를 장려하는 대신에, 꽃의 수입을 늘리는 요인이기도 함
- 따라서, 화훼재배에 드는 고임금은 국내 재배를 확대시키기보다 수입 의존도가 높아진 요인이 됨

1.3 Porter 의 다섯가지 강점 분석



그림 5. 마이클 포터의 미국 화훼시장에 대한 5가지 강점 분석표

1.3.1 공급자의 교섭력

- 이 시장의 공급자는 수출업자들이며, 미국 수요를 맞추기 위해 수입의존도가 높기 때문에 공급업체의 교섭력이 높음

1.3.2 구매자의 교섭력

- 미국에서 절화는 주로 특별한 날 선물하는 것으로 사용되며, 어머니의 날 및 발렌타인데이와 같은 기념일에 수요가 많음
- 구매자와 관련된 공급자가 상당히 많으며, 이런 요인은 구매자들의 전환 비용을 감소시키고 있음
- 따라서 구매자의 협상력은 온건함

1.3.3 신규 진입자의 위협

- 절화의 미국 생산량은 소비량에 비해 상대적으로 적기 때문에 지난 10년 동안 수입이 왕성했음
- 자유무역 규정과 정부의 호의적인 정책은 그들의 사업 설립을 위한 새로운

- 참가자들의 시장 진입을 용이하게 했음
- 따라서, 새로운 진입자들의 위협은 높음

1.3.4 대체재의 위협

- 절화의 대체재는 없으며, 이것은 미국 화훼시장의 대체품 범위를 무효화함

1.3.5 경쟁우위

- 자동화된 관개 기술을 가진 온실 재배 같은 진보된 기술이 도입되면서 지역적으로 절화재배가 성행함
- 농업기술이 발달했음에도 불구하고 미국 생산량은 소비 속도에 맞추기에 충분하지 않음
- 따라서, 시장은 수입 개방적이며, 이런 요인은 기업과 재배자들 사이에서 가격을 기준으로 소비자의 요구를 향상시키기 위해 경쟁을 유발함
- 화훼류의 차별성은 상대적으로 낮지만, 경쟁우위는 온건함

1.4 미국의 화훼경제시장

표 1. 2015~2024년 미국 화훼 판매량 (10억 USD)

By Type	2015	2016	2017	2018	2019 (E)	2024 (F)	CAGR (%) (2019-2024)
절화	2.84	2.99	3.17	3.36	3.56	4.55	5.0
분화	15.80	16.59	17.62	18.59	19.67	24.31	4.3
기타	12.96	13.62	14.41	15.20	16.06	20.25	4.7
Total	31.60	33.20	35.20	37.14	39.29	49.11	4.6

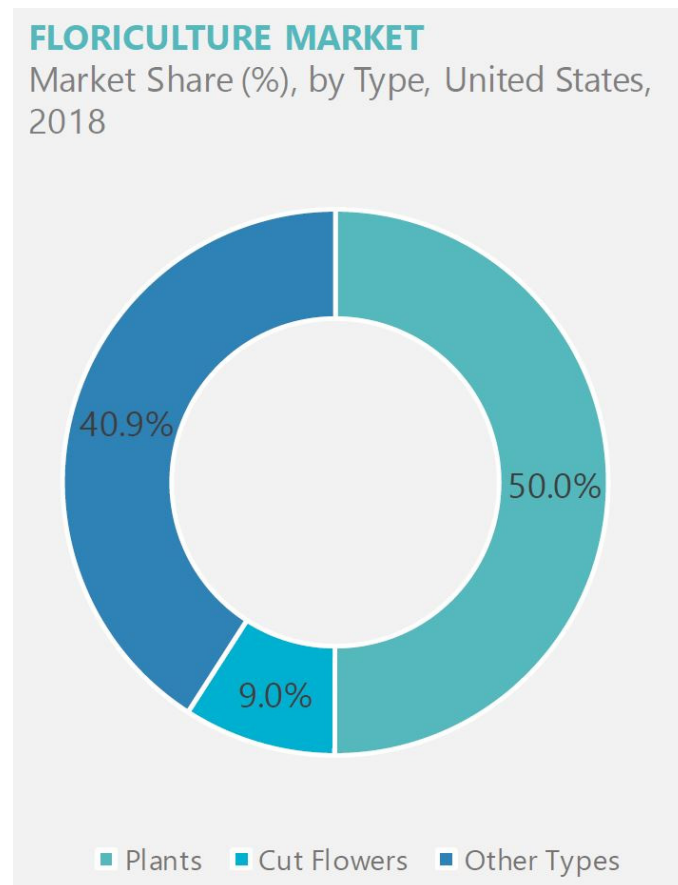


그림 6. 2018년 미국 화훼 시장 분포도

1.4.1 절화

표 2. 2015~2024년 미국 절화판매량 (10억 USD)

Cut Flowers	2015	2016	2017	2018	2019 (E)	2024 (F)	CAGR (%) 2019-2024
Tulips	0.43	0.45	0.48	0.51	0.54	0.67	4.5
Gerbera	0.26	0.27	0.28	0.30	0.32	0.40	4.9
Lilies	0.48	0.51	0.54	0.58	0.61	0.78	5.2
Gladioli	0.14	0.15	0.16	0.17	0.18	0.22	4.6
Snapdragons	0.11	0.12	0.13	0.13	0.14	0.18	4.8
Roses	0.14	0.15	0.16	0.17	0.18	0.23	5.0
Chrysanthemums	0.11	0.12	0.13	0.13	0.14	0.18	4.7
Orchids	0.06	0.06	0.06	0.07	0.07	0.08	4.3
Coreopsis	0.04	0.04	0.05	0.05	0.05	0.06	4.4
Dianthus	0.09	0.09	0.09	0.10	0.11	0.13	4.3
Scabiosa	0.06	0.06	0.06	0.07	0.07	0.09	4.6
Other Cut Flowers (Aster, Begonia, Sunflower, Dahlia etc.)	0.92	0.97	1.03	1.09	1.16	1.52	5.5
Total	2.84	2.99	3.17	3.36	3.56	4.55	5.0

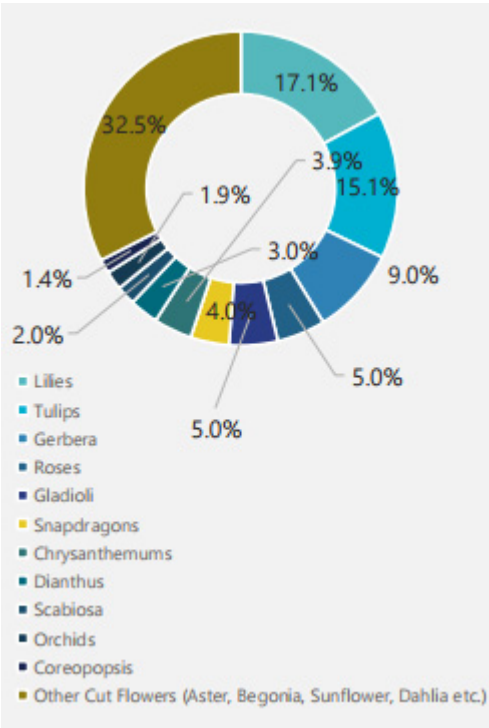


그림 7. 2018년 미국 절화 시장 점유율

1.4.1.1 튜립

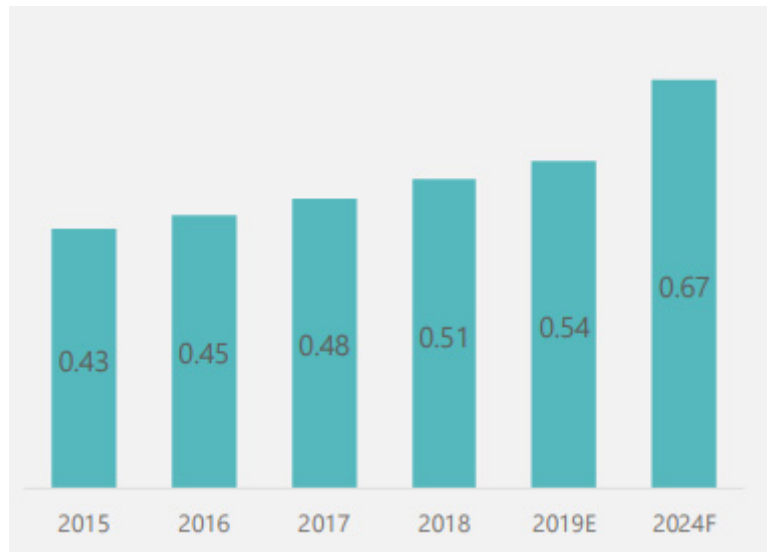


그림 8. 2015~2024년 미국 튜립판매량 (10억 USD)

- 미국 화훼시장에서 튜립은 2018년 5억 천 달러가 판매됐으며, 2024년에는 6억 7천 달러에 이를 것으로 추정되며, 이는 예측기간 동안 연평균성장률 4.5%에 이를 것으로 예상됨
- 또한, 튜립은 2018년에 미국 절화 시장에서 15.1%를 차지함
- 미국에서 튜립 생산지역으로는 오리건, 버지니아 및 미시간주가 있으며, 특히 오리건주는 주요 생산지로, 생산량의 94%가 도매로 팔렸음
- 오리건주에서 약 330만 본을 판매하고 도매가로 140만 달러에 달함
- 2018년에는 매출액 10만 달러를 차지하는 생산자가 69명으로 2015년 대비 55명보다 증가하였으며, 튜립의 생산자가 증가함에 따라 절화의 튜립 시장점 유율은 예측기간 동안 더 빠른 속도로 증가할 것으로 예상됨
- 30억 개가 넘는 튜립 구근은 네덜란드에서 국내용과 수출용으로 생산되며, 그중 미국은 가장 큰 튜립 수입국이면서 네덜란드로부터 대략 10억 달러 정도의 튜립을 수입하고 있음
- 또한, 적도 지역에 있는 남아메리카에서 생산되는 튜립의 75%가 미국으로 수출하고 있는데 총생산량의 75%가 미국으로 운송되고 있음
- 튜립은 결혼, 꽃꽂이, 꽃다발 및 장식 등으로 여러 방면으로 사용됨
- United Parcel Service of America와 같은 운송업체들은 매일 트럭 도매상들을 위해 냉장 상자를 픽업하고 시애틀부터 로스앤젤레스와 뉴욕으로 항공운송을 실시함

1.4.1.2 거베라

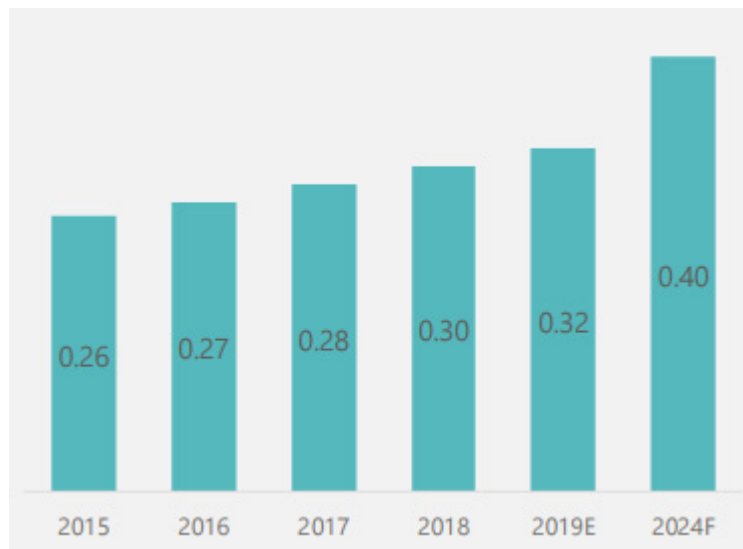


그림 9. 2015~2024년 미국 거베라판매량 (10억 USD)

- 미국의 거베라 시장은 2018년 3억 달러로 평가되었으며, 2024년에는 예측 기간 중 연평균성장률은 4.9%를 기록하면서 4억 달러에 이를 것으로 추정됨
- 2018년 거베라는 미국 화훼시장에서 전체 절화 중 9.0%를 차지하며, 어머니의 날이나 발렌타인데이와 같은 특별한 시기에 사용됨
- 매출액 10만 달러의 생산자는 2015년에 49명에서 2018년 42명으로 감소하였기 때문에, 본당 도매가격은 2015년 0.304 달러에서 0.35 달러로 증가하였음
- 거베라는 캘리포니아에서 집중적으로 생산되며, 미국 화훼에서 중요한 절화임
- USDA에 따르면, 2018년 캘리포니아는 도매단계에서 거베라 생산의 100%인 9,080만 본을 생산했으며, 도매가치로 3,190만 달러에 달함
- 소비자용 꽃다발의 경우, 줄기의 길이가 50~70cm이며 중간 크기의 화폭을 가지는 거베라가 가장 선호되고 있음
- 거베라 데이지화형(Gerbera daisies)은 세계에서 세 번째로 선호하는 절화이며, 이 꽃은 미국에서 많이 소비되고 있음
- 살충제 내성을 가진 잎굴파리 방제가 거베라 생산에 중요하기에 온실의 수많은 관상식물과 채소 작물에서 발견되는 해충들은 기생벌에 의해 조절되고 있음
- 기생벌에 의해 해충을 통제하는 방법은 화학적 방제 사용을 피하고 있는 지역에서 생물적 방제로 효과적이며, 그 방법을 통해 거베라 절화 시장을 이끌 것으로 예상됨

1.4.1.3 백합



그림 10. 2015~2024년 미국 백합 판매량 (10억 USD)

- 미국 백합시장은 2018년 기준 5억8천만 달러로 평가됐으며 2024년에는 5.2%의 연평균성장률 상승하면서 7억8천만 달러에 이를 것으로 추정됨
- 2018년에는 미국 절화시장에서 절화류 부분 17.1%를 차지함
- 백합의 주요 생산지역으로는 캘리포니아, 콜로라도 및 일리노이주가 있으며, 특히 캘리포니아주는 다른 주와 비교했을 때 도매 수준에서 100% 판매되는 주요 생산지임
- 백합은 약 6,670만 본이 팔렸으며 미국 내에서 생산된 절화 백합의 도매가격은 6,800만 달러임
- 2018년 기준 미국에서 생산된 백합을 가장 많이 수입하는 국가는 콜롬비아로, 수출액은 2,277만 달러 이상이고 미국 전체 백합 수출의 35.3%를 차지했으며, 코스타리카, 에콰도르, 네덜란드 등이 그 뒤를 이음
- 최근에 미국 내 백합 생산은 소비자의 변화하는 선호도에 맞추면서 발달함
- 기술 이용 가능성, 새로운 품종 재배 및 연구는 작물생산량을 변화시키기 위해 식물조절제 분야로 이어졌고, 이는 백합 재배율을 향상시켰음
- 2018년에 매출액 10만 달러의 생산자는 2015년에 70명에서 2018년 81명으로 증가하였고, 도매 가격은 2015년 6,220만 달러에서 7,430만 달러로 증가하였음

1.4.1.4 글라디올러스



그림 11. 2015~2024년 미국 글라디올러스 판매량 (10억 USD)

- 미국 글라디올러스 시장은 2018년 1억 7천만 달러로 평가됐으며, 2024년에는 4.6%의 연평균성장률 상승하면서 2억 2천만 달러에 이를 것으로 추정됨
- 2018년에 글라디올러스는 미국 절화 시장에서 5%를 차지하였음
- 글라디올러스 품목은 화형, 다양한 화색 및 긴 절화수명(14~21일)의 특성으로 인해 소비자들에게 인기가 있음
- 미국에서 다양한 화훼품목이 있어 글라디올러스의 시장점유율을 감소시키고 있지만, 여전히 가장 중요한 화훼원에 품목임
- 2018년 미국에서 글라디올러스 절화 생산량은 6,160만 본(2,010만 달러)임
- 매출액 10만 달러의 생산자는 2015년에 30명에서 2018년 41명으로 증가하였으며, 이것은 미국 내 글라디올러스 절화 시장에 긍정적인 영향을 미친 것으로 보임
- 미국에서 판매하는 대부분의 글라디올러스는 플로리다와 캘리포니아에서 생산되어 판매되고 있지만, 일부는 멕시코에서 수입하여 판매하고 있음

1.4.1.5 금어초



그림 12. 2015~2024년 미국 금어초 판매량 (10억 USD)

- 미국 금어초 시장은 2018년 기준 1억 3,000만 달러로 평가됐으며, 2024년에는 4.8%의 연평균성장률 상승하면서 1억 8,000만 달러에 이를 것으로 추정됨
- 2018년 기준 금어초는 미국 절화시장에서 4%를 차지함
- 미국에서 금어초의 주요 생산지역으로 캘리포니아, 미시건, 뉴욕, 버지니아 및 위스콘신주가 있으며, 이 지역들에서 전체 생산 중 67~70%가 생산되며, 특히 캘리포니아에서 가장 많이 생산되고 있음
- 약 2,750만 달러의 금어초가 도매상들에게 판매됐으며 도매 가치는 730만 달러임
- 2018년 미국에서 생산된 금어초는 캐나다로 전체 수출 물량 중 81.6%, 수출액 860만 달러로 가장 많이 수출되었으며, 그 뒤로는 콜롬비아, 에콰도르, 과테말라, 멕시코 및 네덜란드로 수출했음
- 금어초는 흰색, 노란색, 빨간색, 분홍색, 버건디, 청동 및 주황색 등 다양한 색상을 가지고 있으며, 주로 꽃다발에 사용되며 그 외엔 조경에도 사용됨
- 하지만, 금어초는 굴지성뿐 아니라, 잘 구부러지기 때문에 수직으로 저장되고 운송되어야 하기 때문에, 이러한 요인이 금어초 시장의 성장을 제한함
- 금어초 절화는 다년생 초본이고 아열대 지방에서 잘 재배되며, 특히 18 ~ 24℃가 최적 온도임
- 플로리다에서는 늦가을부터 이듬해 초봄까지가 가장 적절한 재배 시기임

1.4.1.6 장미



그림 13. 2015~2024년 미국 장미 판매량 (10억 USD)

- 장미 시장은 2018년 기준 1억 7,000만 달러로 평가되었으며, 2024년에는 5.0%의 연평균성장률 상승하면서 2억 3,000만 달러에 이를 것으로 추정됨
- 장미는 미국 절화시장에서 5.0%를 차지함
- 캘리포니아와 워싱턴이 주요 생산지역이며 전체 미국 장미 생산량 중 94 ~ 96%를 차지하고 있음
- 2018년 기준 캘리포니아에서 96%, 약 2,810만 본이 도매로 판매되었으며, 도매 가치는 1,910만 달러였음
- 2018년에는 미국에서 생산되어 수출되는 장미의 60.4%를 콜롬비아로 수출하였고 그 외 국가로는 에콰도르, 과테말라 멕시코 및 케냐 등임
- 발렌타인데이와 국제여성의 날은 미국 화훼업계 연간 매출의 50~55%를 차지하며, UN ComTrade에 따르면 2019년 2월 미국은 콜롬비아와 에콰도르에서 약 96%의 장미를 수입함
- 특히, 발렌타인데이 때 콜롬비아와 에콰도르에서 수입되는 장미가 2억 5천만 본 이상 재배됨

1.4.1.7 국화

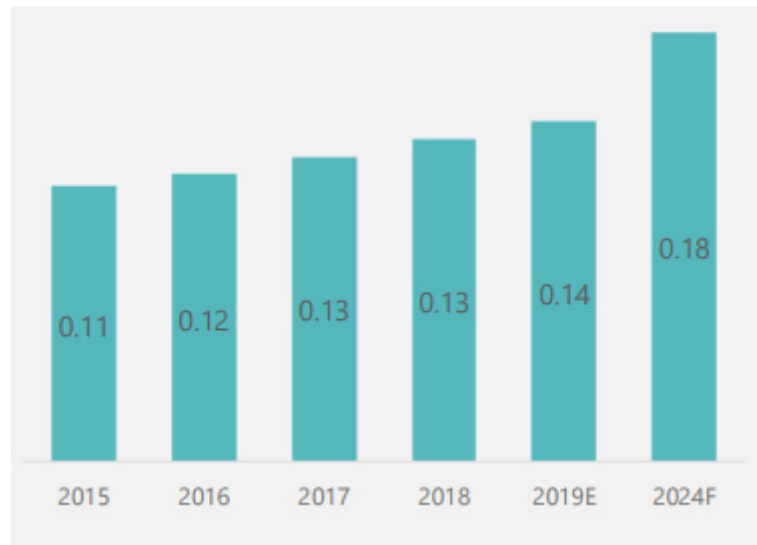


그림 14. 2015~2024년 미국 국화 판매량 (10억 USD)

- 미국 국화 시장은 2018년 1억 3천만 달러로 평가됐으며, 2024년에는 예상기간 중 4.7%의 연평균성장률 상승하면서 1억 8천만 달러에 이를 것으로 추정됨
- 국화는 미국 절화 시장에서 3.9%를 차지함
- 미국에서 생산되는 국화 중 97~99%는 캘리포니아와 콜로라도에서 생산됨
- 2018년, 미국에서 생산되는 국화 전체 수출량의 99.3%가 콜롬비아로 수출되었으며 멕시코, 에콰도르 및 캐나다 등이 그 뒤를 이었음
- 국화는 미국 내에서 가장 대중적으로 재배되는 화훼 중 하나이며, 주요한 상업용 화훼 중 하나임
- 국화는 품질이 오래 유지되어 절화, 분화 등으로 사용되며, 각각 다른 색상을 가진 다양한 품종들이 있음
- 따라서 국화는 데이지, 품폰, 아네모네 및 스파이더 등 다양한 화형을 가지고 있음

1.4.1.8 카네이션

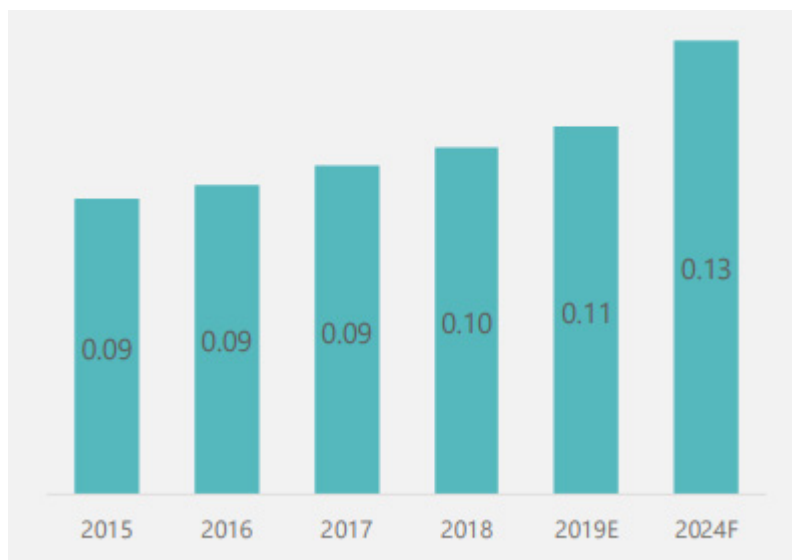


그림 15. 2015~2024년 미국 카네이션 판매량 (10억 USD)

- 미국 카네이션 시장은 2018년 1억 달러로 평가됐으며, 2024년에는 예상 기간 중 4.3%의 연평균성장률 상승하면서 1억 3천만 달러에 이를 것으로 추정됨
- 카네이션은 미국 절화 시장에서 3.0% 차지하였음
- 카네이션은 대표적으로 분홍색으로 알려져 있지만 흰색, 노란색 및 빨간색 등 여러 가지 색상이 있으며 비교적 저렴함
- 크리스마스나 발렌타인데이 같은 기념일에는 빨간색과 백색의 스탠다드 카네이션 수요가 많으며, 스프레이 카네이션의 경우 주로 부케로 사용됨
- 스탠다드 카네이션은 온도가 낮고 높은 고도에서 재배되는 반면, 스프레이 카네이션은 더 따뜻한 온도를 가진 지역에서도 재배 가능함
- 2016년 기준, 스탠다드 카네이션의 경우 96%가 수입됐으며, 그중 98%가 콜롬비아에서 수입되었음
- 미국의 캘리포니아주는 가장 많은 카네이션을 생산하는 지역임
- 미국에서 카네이션은 월마트, 코스트코, Kroger, Fred Meyer, Safeway와 같은 주요 슈퍼마켓들이 50% 이상의 시장점유율을 차지하고 있음

1.4.1.9 난



그림 16. 2015~2024년 미국 난 판매량 (10억 USD)

- 미국 난 시장은 2018년 기준 7천만 달러로 평가됐으며, 2024년에는 예상기간 중 4.3%의 연평균성장률 상승하면서 8천만 달러에 이를 것으로 추정됨
- 2018년에 난은 미국 절화시장에서 1.9%를 차지하였음
- 미국에서 주요 난 재배지역으로는 캘리포니아와 하와이이며, 총생산량의 98~99%를 차지하고 있음
- 2018년 캘리포니아에서 생산된 난이 100% 도매로 판매되었고, 도매액은 590만 달러임
- 2018년 기준 미국에서 생산된 난의 가장 큰 수출국은 태국과 네덜란드로 전체 수출액의 90.3%를 차지하였고, 베트남, 뉴질랜드 및 말레이시아가 그 뒤를 이었음
- 난은 어버이날을 포함한 기념일, 축제 등 여러 행사에 사용됨
- 다른 종류의 난으로는 덴드로비움, 팔레놉시스 및 심비디움으로 분류되며, 열대 지방에서 미국으로 수입된 난 중 가장 큰 비중을 차지함

1.4.1.10 코레옵시스

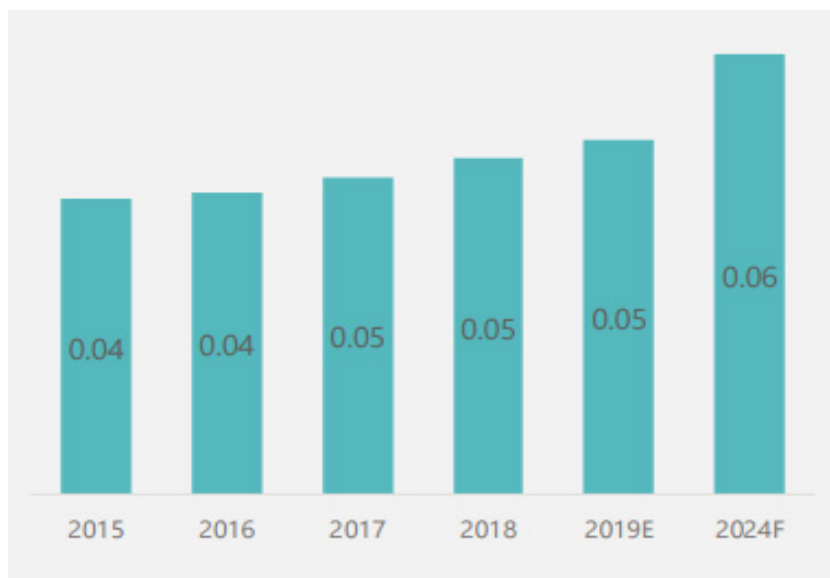


그림 17. 2015~2024년 미국 코레옵시스 판매량 (10억 USD)

- 코레옵시스는 2018년 기준 5천만 달러로 평가됐으며, 2024년에는 예상 기간 중 4.4%의 연평균성장률 상승하면서 9천만 달러에 이를 것으로 추정됨
- 2018년에 코레옵시스는 미국 절화시장에서 1.4%를 차지함
- 코레옵시스는 *Coreopsis grandiflora*, *Coreopsis rosea*, *Coreopsis auriculata*, 그리고 *Coreopsis verticillata* 등 다양한 품종이 있음
- *Coreopsis verticillata*는 주로 미국 동부와 중부에서 한여름부터 가을까지 볼 수 있음
- 코레옵시스는 미국에서 자생하는 33개의 종을 가진 속으로 해바라기과에 속함
- 코레옵시스의 색상은 주로 화사한 노란색상을 띄지만 빨간색, 분홍색 및 흰색 품종도 있으며, 고동색 또는 갈색의 중심부를 가지는 경우가 많음
- 코레옵시스 절화는 미국 서부, 동부 및 남부의 평야에서 재배되며, 서부와 남부에서는 길가 도랑 등에 퍼져있음
- 코레옵시스는 저온에 강한 내성이 있기 때문에 겨울의 연평균 최저기온이 코레옵시스 시장의 성장을 증가시킴

1.4.1.11 술채꽃

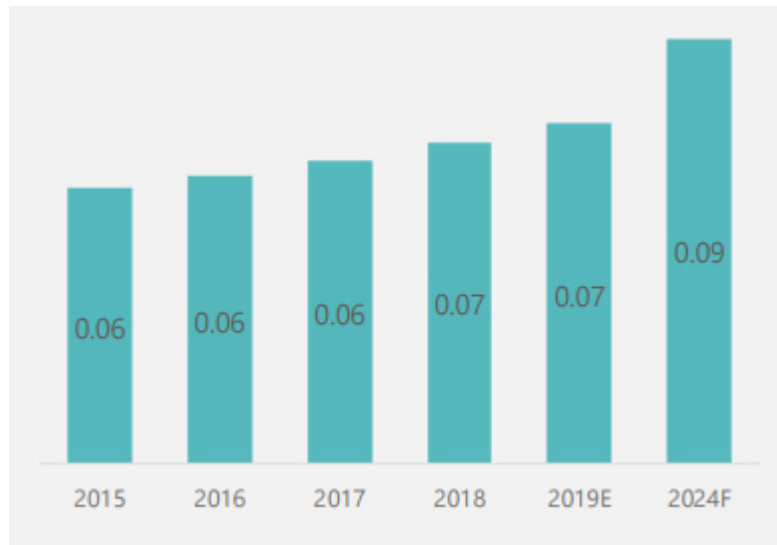


그림 18. 20215~2024년 미국 술채꽃 판매량 (10억 USD)

- 술채꽃은 2018년 7천만 달러로 평가됐으며, 2024년에는 예상 기간 중 4.6%의 연평균성장률 상승하면서 9천만 달러에 이를 것으로 추정됨
- 술채꽃은 미국 절화 시장에서 2.0% 차지함
- 술채꽃은 부케 포인트용으로 사용되기며 하며, 특히 여름 결혼식에 사용되어짐
- 충전제로서의 기능을 할 수 있어서, 핀쿠션 꽃으로 잘 알려져 있음
- Danziger와 같은 화훼업체들은 8가지 이상의 색상과 강한 줄기 및 높은 생산성을 가진 술채꽃을 선보였음
- 술채꽃은 주로 6~9월에 꽃이 피며, 품종으로는 Black Knight, Butterfly Blue, Fama White, Kompliment 및 Pink Mist 등이 있다.
- 매우 긴 분화 수명을 가지고 있음

1.4.2 분화

표 3. 2015~2024년 미국 분화 판매량 (10억 USD)

Plants	2015	2016	2017	2018	2019 (E)	2024 (F)	CAGR 2019-2024 (%)
Cactus	2.37	2.50	2.66	2.79	2.96	3.70	4.6
Crassula Ovata	1.26	1.33	1.41	1.49	1.57	1.95	4.4
Echeveria	1.74	1.82	1.94	2.04	2.16	2.63	4.1
Other Plants	10.43	10.93	11.61	12.27	12.99	16.04	4.3
Total	15.80	16.59	17.62	18.59	19.67	24.31	4.3

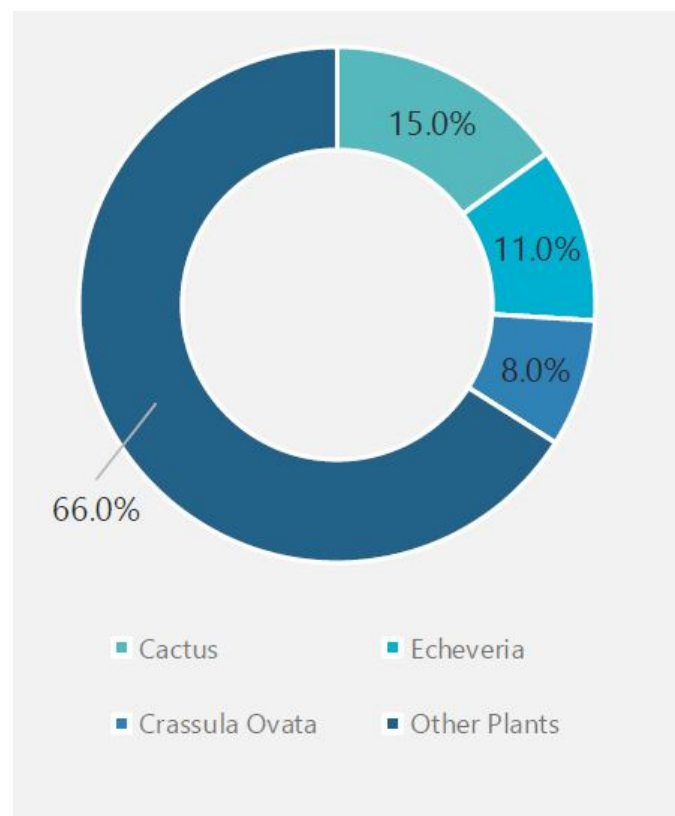


그림 19. 2018년 미국 분화 시장 분포도

1.4.2.1 선인장



그림 20. 2015~2024년 미국 선인장 판매량 (10억 USD)

- 선인장은 2018년 27억 9천만 달러로 평가됐으며, 2024년에는 예상 기간 중 4.6%의 연평균성장률 상승하면서 37억 달러에 이를 것으로 추정됨
- 선인장은 미국 분화시장에서 15%를 차지함
- 선인장의 인기는 급속도로 성장하고 있지만, 이런 높은 수요로 인해 밀렵꾼들이 국유지나 야생에서 선인장을 무단으로 채취하는 일이 생김
- 최근 선인장은 집을 꾸미거나 정원을 장식하는데에 많이 사용되어질 뿐만 아니라 음식, 한방치료 등 다양한 방법으로 사용되어지고 있음
- 선인장류는 사람들에게 매력적이며 다양성과 희귀성 덕분에 오랫동안 장식용 식물로 유명함
- 미국 국내뿐만 아니라 선인장 수출도 활발하기 때문에 묘장에서 상업적으로 재배되고 있음

1.4.2.2 엽자

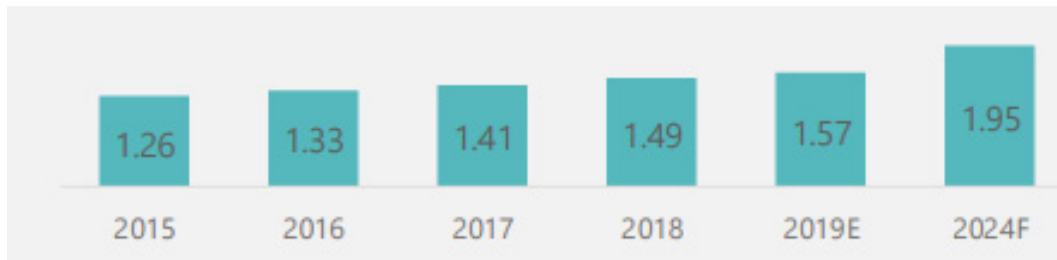


그림 21. 2015~2024년 미국 엽자 판매량 (10억 USD)

- 엽자는 2018년 14억 9천만 달러로 평가됐으며, 2024년에는 예상 기간 중 4.4%의 연평균성장률 상승하면서 19억 5천만 달러에 이를 것으로 추정됨
- 엽자는 미국 분화시장에서 8%를 차지함
- 엽자는 미국인들이 가장 좋아하는 실내용 식물로, 분재로 쉽게 재배 가능하며 약 1.5m까지 성장 가능함
- 미국에서 엽자는 소매점, 꽃가게, 조경가게 등 쉽게 구매가 가능함

1.4.2.3 에케베리아



그림 22. 2015~2024년 미국 에케베리아 판매량 (10억 USD)

- 에케베리아는 2018년 20억 달러로 평가됐으며, 2024년에는 예상 기간 중 4.1%의 연평균성장률 상승하면서 26억 달러에 이를 것으로 추정됨
- 에케베리아는 미국 분화시장에서 11%를 차지함
- 에케베리아는 다양한 색깔과 아름답고 매력적인 잎을 가진 로제트 형의 다육식물로써 많은 품종들이 소비자들의 마음을 사로잡고 있음

1.5 미국의 화훼농가 분석

1.5.1 화훼시장 수입구조 분석

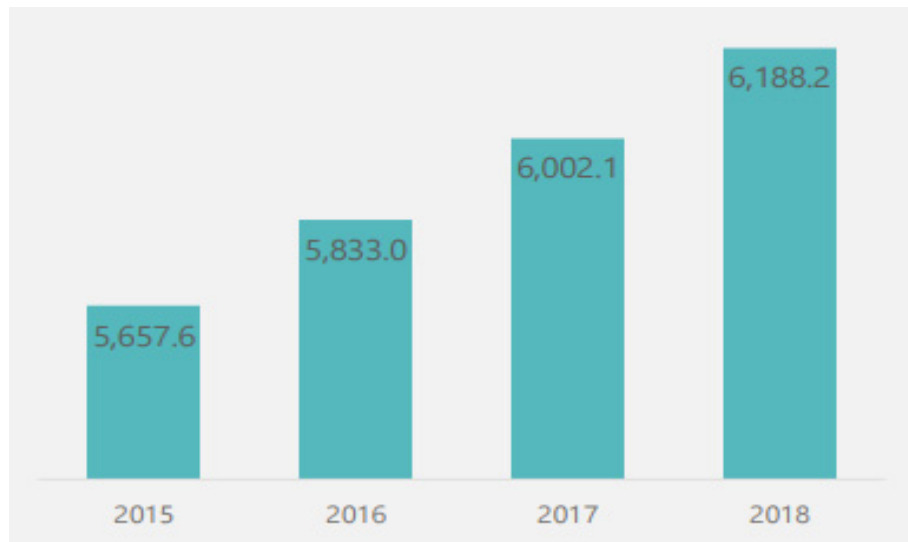


그림 23. 2015~2018년 화훼재배를 통한 평균 농가소득 (100만 USD)

- 캘리포니아는 미국에서 절화의 최대 생산지역 중 하나로, 미국 생산량의 약 80%를 차지하고 있으며, 그중 95%는 중부와 남부 해안지방의 온실에서 재배됨
- 화훼 생산자의 수는 2015년 763명에서 2018년 884명으로 증가하였음
- 분화 수명 연장 및 관비 모니터링 같은 다양한 기술력을 통해 이익을 높이기 위한 해외 업체들의 투자가 증가하면서, 미국 화훼농가의 소득 규모가 확대됨
- 현재 미국에서 생산되는 절화의 약 80%가 수입되지만, 미국 농민들의 평균 수입이 증가함에 따라 생활 수준이 변화하면서 북미 지역의 현지 절화 산업이 성장하고 있음

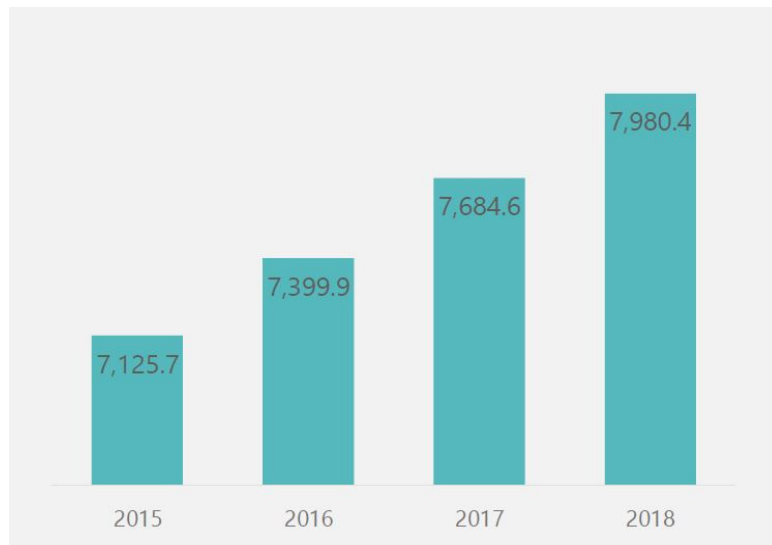


그림 24. 2015~2018년 화훼 재배 면적 (Hectare)

- 미국에서 주로 재배되는 꽃은 장미, 튜립, 백합 및 글라디올러스 등이 있으며 2018년 미국 내 총 화훼규모로 각각 15.12%, 17.1%, 9.0%, 4.9%를 차지함
- 2018년의 화훼 총 생산면적은 7,980ha로, 2015년에 비해 12% 증가함
- 이러한 화훼 재배면적 증가의 원인으로는 크리스마스, 신년, 발렌타인데이 및 어버이날 등 기념일에 따라 폭발적인 증가가 있었음
- 화훼 재배업자들은 소비자들이 원하는 품질을 충족시키기 위하여 온실, 해충 관리 등 새롭고 혁신적인 기술을 개발하고 있음
- 기후 조건, 인프라 개발, 정부 정책, 꽃의 시장가치는 더 많은 국내외 투자자들이 화훼회사 또는 농장을 설립하도록 끌어들이는 주요 요소로, 생산면적 증가를 초래했음

1.5.2 화훼재배 시설의 분석



그림 25. 화훼 기업 및 단체

- 미국은 대표적인 화훼 수입국 중 하나로, 미국 화훼시장 콜드체인으로는 점적관개, 관비 시스템, 온실 환기시스템, 차광막, 예냉, 저온저장 설비,

인공조명 및 냉장 트럭 등의 기술을 들 수 있음

- 또한 미국의 화훼시장은 유전자 변형 작물, 실내 농업, 온실 등 재배시설에 의해 주도되며, 분화 수명 연장 기술은 각각의 성장, 공급, 소매, 소비 사이클 단계에 방부제를 사용함으로써 달성함
- 천연가스는 미국의 온실을 가열하는 데 사용되는 주요 연료 유형이며, 광처리가 개화를 조절하지만 농작물의 품질과 성장을 증가시키기 위해 추가 조명도 사용함
- 약 10만 평방피트의 생산시설 중 약 70-74%는 생산량 증가를 위한 보광 목적으로 고압 나트륨 램프를 사용하며, 이 중 37~47%는 온실에서 백열등이나 형광등을 사용함
- 그러나 보통 생산면적이 1만 평방피트 이하인 온실은 화훼 작물에 추가 조명이나 광주기성 조명을 사용하지 않음
- Len Busch Roses는 미국 미네소타주에 있는 화훼생산업체로, 미국에서 가장 선진화된 기술을 갖추고 있어 지속적으로 고품질의 절화를 생산하고 있음
- 특히, 효율성을 높이기 위한 정식 및 포장 구역을 포함하는 온실, 열과 전기 및 연료의 효율을 발생시키기 위한 열병합 발전의 사용 등 최신 온실 기술을 통합하고 있으며, 자동화 기술을 강화하여 삼목부터 수확까지 모든 단계를 로봇을 통해 처리를 하여 수작업량을 줄이는 것을 목표로함

1.6 해외투자과 자본유입의 동향

- 미국 화훼시장의 주요 자본 흐름은 화훼 무역 시장을 통해서 이루어짐
- 미국이 가장 큰 수입국이기 때문에, 주요 화훼 수출국들은 연구개발 기술에 더 많은 투자를 하고 있음
- 예를 들어, 미국에 진출한 세계적인 장미 재배 회사인 Interplant Roses社는 새로운 품종을 개발하고 미국 내 에이전트를 통해 신품종을 판매하고 있음
- 2018년부터 미국의 화훼산업 육성을 위해 공공 및 민간단체에 의해 연구가 진행되고 있으며, 미국 농무부와 각 주의 농업 연구소는 화훼 분야의 기초 연구 프로그램의 대부분을 담당하고 있음
- 화훼재배업체들은 기존 방식에서 유전공학이나 생명공학 등 최근 육종기술로 전환해 새로운 품종의 식물을 개발하고 있음
- 꽃 향기, 화형 및 화색 등 꽃의 특성에 대한 다양한 선호도가 화훼농가 R&D를 새롭게 번성하게 하며 수요를 충족시키기 위해 최근의 유전 기술을 도입해 새로운 품종을 생산하고 있음

1.7 공급망 분석

1.7.1 수입망 분석



그림 26. 미국 절화 화훼시장 수입액 분석 (100만 USD)

- 미국은 2018년 절화류 수입은 15억 2,940만 달러로 평가했으며 2024년까지 5.4%의 연평균성장률을 보이며 21억 1,150만 달러에 달할 것으로 추정됨
- 2018년 수입액 중, 콜롬비아에서 수입을 가장 많이 하였으며, 콜롬비아에서 절화 부문 9억 1천만 달러, 에콰도르에서 3억 2천만 달러, 네덜란드에서 9천만 달러, 캐나다에서 6천만 달러 순으로 절화를 수입하였음
- 특히 수입된 절화 중 장미 6억 달러를 수입하였으며, 콜롬비아, 에콰도르, 과테말라 및 멕시코에서 절화 장미 수입량의 98% 이상 수입하고 있음



그림 27. 미국 분화 화훼시장 수입액 분석 (100만 USD)

- 미국의 분화 수입은 2018년에 5억 5,740만 달러로 평가되었고 2024년에는 5.2%의 연평균성장률을 보이며 7억 5,800만 달러에 달할 것으로 추정됨
- 미국에서는 절화 뿐만 아니라 절지, 절엽도 전세계에서 수입하고 있으며, 그 금액으로는 1억 7천만 달러 이상임
- 2015년부터 내수 호황을 맞아 전년도에 비해 관엽식물의 수입이 4~5% 증가하였으며 주요 수입한 국가로는 캐나다, 중국, 콜롬비아, 인도 및 멕시코가 있음

1.7.2 수출망 분석

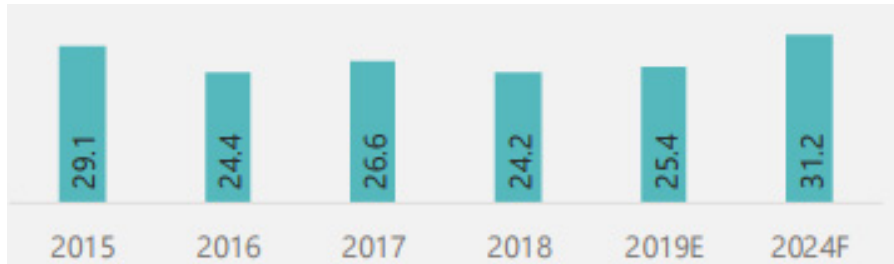


그림 28. 미국 절화 화훼시장 수출액 분석 (100만 USD)

- 미국은 2018년 절화 수출액이 2,420만 달러에 달했고 2024년에는 4.1%의 연평균성장률을 보이며 3,120만 달러에 이를 것으로 추정됨
- 2018년 현재 미국 화훼 생산시설이 다른 나라 생산재배지에 비해 좋은 편은 아니며, 국내 수요를 충족시키기 위해 수입에 의존하고 있음
- 2018년에는 미국의 절화 수출이 0.3%에 그쳤으며, 절화 주요 수출국으로는 캐나다, 네덜란드, 일본, 멕시코, 콜롬비아 등이 있음



그림 29. 미국 분화 화훼시장 수출액 분석 (100만 USD)

- 미국의 분화 수출은 2018년 3억 1,050만 달러로 평가되었고, 2024년에는 연평균성장률 5.0%를 보이며 4억 1,570만 달러에 이를 것으로 추정됨
- 미국은 절화에 비해 분화의 점유율이 높아서, 세계 수출의 8.5%를 차지하였음
- 주로 네덜란드, 멕시코, 캐나다, 벨기에로 수출함
- 미국 내의 화훼원에 생산의 경쟁이 치열하지 않기 때문에, 수출 패턴은 수입 패턴에 의존함
- 따라서 위의 수치를 근거로 하여, 미국의 주요 수출지의 소비자 수요에 대한 이해는 향후 몇 년 내에 미국이 시장에서 더 강력한 기반을 확보할 수 있도록 지원할 것으로 예상됨

1.8 분석시장유통 분석

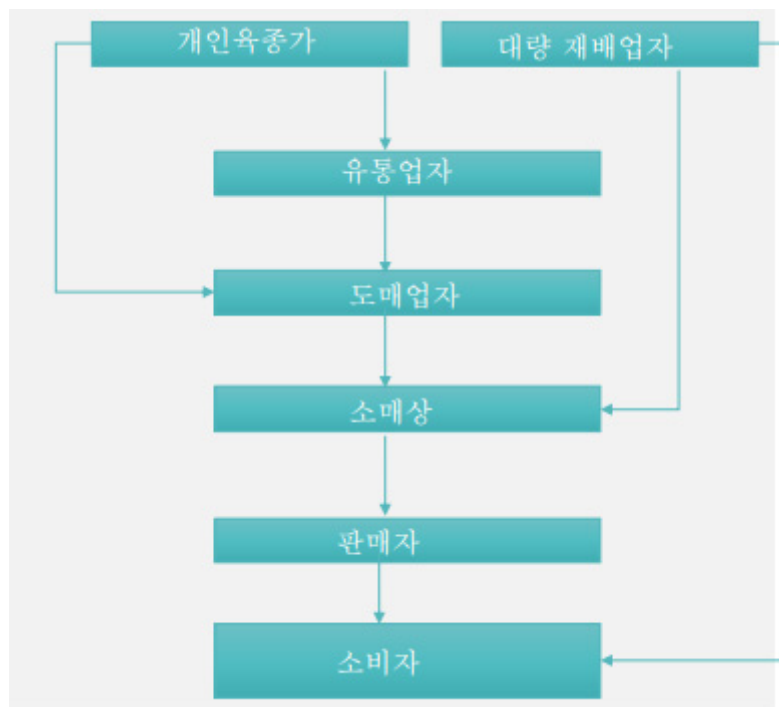


그림 30. 미국 화훼시장 유통경로

- 꽃의 수명이 유난히 짧다는 관점에서, 생산 패턴의 변화와 급속한 기술 진보가 효과적인 유통경로를 만들게 되었음
- 미국에서는 화훼산업의 가치 사슬을 대규모 화훼 재배업자와 소규모 화훼 재배업자의 두 가지 관점에서 볼 수 있음
- 2018년 현재 시장 내 대규모 재배업자들은 대부분 수직적으로 통합됨
- 소규모 생산자들의 맥락에서 2018년 현재, 미국 내 대부분의 절화 생산은 전통적인 유통경로를 통해 움직였음
- 일반적으로 시장에서 절화는 소규모 재배농가에서 도매상, 그리고 소매 꽃집으로 이동하며, 꽃집에서 소비자들에게 도달함
- 2018년 현재 미국 내 화훼시장의 판매량 중 약 절반은 온라인 소매점과 슈퍼마켓을 통해 75%의 이윤을 얻음
- 신선한 품질의 꽃을 전달하기 위해, 재배업자부터 소매업자 및 소비자에 이르기까지 가치 사슬에 관련된 대부분의 당사자들은 공급 사슬에서 유통기간을 줄이려고 함
- 만약, 이해관계자들끼리 협력하지 않는다면, 가치 사슬 내 특정 이해관계자의 증가한 저장 시간은 문제가 발생할 수 있음

- 미국 절화시장에서 농가에서 소비자 유통 센터로 전달할 수 있는 능력은 이제 시작 단계에 이르러 있음
- 지역별로 통합 지점을 가지고 있는 화훼 유통 업체와 협력하여 직영 배송 솔루션을 실행할 수 있게 된다면, 즉각적인 배송 프로그램을 쉽게 관리할 수 있을 것으로 예상됨
- 따라서, 많은 지역에서 강력한 운송 능력을 가진 이해관계자들이 재배자들과 여러 번의 접촉과 함께 향후 미국 화훼시장에 중심지를 둘 것으로 예상됨

1.9 소비자 선호 분석

- 2018년 화훼업종은 미국 경제의 대표적인 분야 중 하나로 꼽히며, 절화 부문의 성장은 절화에 대한 수요 증가와 화훼 재배업자들에게의 긍정적인 수익에 대한 결과임
- 미국의 소비자들은 1회 구매당 평균 15달러를 소비하는데, 이것은 비교적 높은 수준임
- 다만, 화훼 특성상 부패하기 쉬운 특성 때문에, 수확 후 수명과 품질은 미국 소비자들에게 매우 중요한 요건임
- 미국의 소비자들은 특정 날짜와 관련하여 꽃을 구입하는 경향이 강함
- 2018년에 주요 기념일로 발렌타인 데이는 36%, 크리스마스는 15%, 어버이의 날은 28%, 부활절은 9%, 추수감사절은 7%로, 그 밖의 날은 5~6%로 기록되었음
- 미국 내 마트에서의 꽃 구매가 지난 10년간 상당히 증가했음
- 미국 내 대부분의 화훼 농산물들은 실내 장식과 선물로 인기가 있음
- 미국 화훼협회가 실시한 조사에 따르면, 미국 고객의 65%가 꽃을 받는 것은 특별한 기분을 느끼게 한다고 답했으며, 60%는 꽃 선물은 다른 선물들과 달리 특별한 의미를 부여한다고 답함
- 현재 미국에서 가장 많이 소비되는 화훼품종 중 장미가 가장 많은 점유율을 차지하고 있으며, 그 다음으로 국화, 카네이션, 알스트로메리아, 안개꽃 등이 있음
- 따라서 위의 내용들을 기반으로, 미국 내에서 화훼농산물의 판매는 소매 판매점과 특별한 날의 꽃 선물에 의존하고 있음
- 증가하는 상품은 앞서 언급한 특별한 날에 보증을 제공하며, 향후 화훼 농산물의 판매를 증가시킬 것으로 예상됨

1.10 시장 트렌드

- 미국의 화훼산업은 유망 업종 중 하나로 자리 잡았으며, 생산자 중심의 경제보다는 소비자 주도형 경제로 향해 가고 있음
- 2018년 미국 화훼 소비의 거의 65~70%가 수입에 의존하고 있으며 시장 동향 또한 수입 추세에 크게 의존하고 있음
- 에콰도르와 콜롬비아는 화훼농산물의 주요 수출국임
- 급속히 증가하는 화훼농산물의 수요로 인해 시장 내 재배업자들이 농경지를 증가시키고 있으며, 2015년에 7억 6700만 평방 피트였던 농경지가 2018년에 8억 5900만 평방 피트까지 증가했음
- 또한 재배자의 수도 8% 증가하여, 2015년 5,913명에서 2018년 6,386명으로 증가함
- 미국의 주요 화훼생산지역은 캘리포니아와 플로리다이며, 두 지역이 미국의 화훼시장의 45%를 차지함
- 지난 몇 년 동안 이 지역의 생산자들은 독자적인 웹 페이지를 개발하고 부가가치 제품을 만들었으며 가장 수익성이 높은 방법으로써 직접적인 소매방식을 고려하고 있음
- 대형 화훼 생산업자들이 소규모 농장을 사들이고 있고, 소매상들은 소규모 소매업자들을 인수하고 있으며, 심지어 시장에 있는 화훼 도매상들도 이러한 합병 추세를 따르고 있음
- 시장의 몇몇 회사들도 수직적 통합을 통해 공급망 공정을 더욱 현대화하고 수익성을 극대화하는 방안을 모색하고 있음
- 따라서 위의 요인에 기초하여, 시장의 거대 생산자들에 의한 소매 통합, 재배자 통합, 수직적 통합은 구매자들에게 직접 농산물을 구매할 기회를 쉽게 제공하면서 공급망에서의 비용과 시간을 줄였음

1.11 로열티

- 미국 화훼시장은 수입 기반으로 이루어져 있음
- 콜롬비아, 에콰도르, 멕시코 등의 주요 화훼 수출국가들 간의 FTA는 많은 기업들을 시장으로 이끌었음
- 미국특허청은 효용, 디자인 그리고 아삽, 접붙이기 등과 같은 무성 생식 방법을 이용한 신품종들을 기반으로 한 특허권을 승인했으며, 2016년에 뚜렷이 구분되고 새로운 장미 품종으로 80종의 특허를 허락했음
- 화훼 회사들은 고도의 분화된 시장에서 경쟁력을 유지하기 위해 그들만의 교배 기술을 이용하여 새로운 장미 품종을 개발하고 있음
- 또한, 그들이 개발한 품종이 다른 경쟁기업에 의해 복제되거나 재배되는 것을 막기 위해 특허 등록을 하고 있음
- 따라서, 화훼기업들은 미국 화훼시장에서 소비자들의 요구에 맞춘 수요와 시장에서의 경쟁력 유지를 위해 그들의 새로운 품종에 관한 특허권을 획득하고 있음

1.12 제언(미국 시장 수출에 대한 SWOT 분석)

S(강점)	W(약점)
1. 뛰어난 재배 기술력 2. 지속적인 품종개발(국화, 장미, 백합 등) 3. 접목선인장의 높은 품질 4. 재배시설 완비	1. 상대적으로 높은 생산단가 2. 장미의 품질(크기) 및 절화수명 다소 미흡 3. 농업인 고령화에 따른 생산성 감소 4. 공급 협상력이 떨어짐
O(기회)	T(위협)
1. 접목선인장의 수월한 검역 2. 타국가의 접목선인장 신품종 개발 미흡 3. 코로나로 인해 실내용 화훼에 대한 수요 증가(접목선인장 등) 4. 미국시장의 높은 진입장벽으로 인해 시장 진입 시 경쟁력 갖출 수 있음	1. 수출 검역의 까다로움(분화식물 및 묘종) 2. 까다로운 재배환경 유지 3. 여타 국가를 통한 저렴한 화훼생산물 유입(접목선인장 및 호접란 등) 4. 점점 악화되는 농업시장(농업의 영세화) 5. 코로나로 인한 운송비 증대로 인해 생산단가 상승

1. 강점

- 국내산 절화의 강점으로는 뛰어난 재배 기술력, 지속적인 품종개발 등이 있음
- 국가연구기관 및 민간육종가를 통한 신품종 개발이 활발하게 이루어지고 있어 고품질의 품종이 개발되고 있음
- 시설투자를 통해 재배시설(비닐하우스 등)에서 화훼(절화, 분화 등) 생산되고 있으며, 각각의 품목에 따른 재배환경을 맞출 수 있음

2. 약점

- 타 생산국가의 경우 1차 산업이 주된 산업이거나 인건비가 저렴하기 때문에 국내 화훼류보다 생산단가가 낮음
- 장미는 고위도에서 재배할 경우 대형화(미국의 선호도) 생산이 가능함. 기온이 낮으면 재배일수가 길어져 수확하는데 시간이 걸리지만, 더 큰 크기의 장미꽃을 얻을 수 있음. 하지만, 우리나라는 사계절 온도변화가 큰 편이어서 그러한 생육온도를 맞춰줄 수 없음 (대형 장미 생산을 위한 환경 조건 조절 불가)
- 농업인 고령화로 인한 생산성 감소

- 해외 화훼기업은 여러 나라의 생산거점을 두고 가격 및 대량생산체계를 가지고 있지만, 국내기업은 국내에 그친 생산만을 진행하고 있기에 가격 경쟁력 및 협상력을 저하시킴. 글로벌 네트워크 부재

3. 기회

- 국내 생산 접목선인장의 미국 수출은 검역이 다소 수월함. 이는 타국가(중국 등)에서 생산되는 접목선인장에 비해 월등히 높은 품질을 유지하고 있기 때문임 : 품질경쟁력 우위
- 한국을 제외한 생산국가의 신제품 개발이 미흡하기에 접목선인장 수출의 기회로 판단됨 : 품종경쟁력 우위
- 2020년 코로나 발생으로 인해 실내에서 간편하게 재배할 수 있는 화훼에 대한 수요가 급격하게 증가하고 있어 접목선인장의 수출에 큰 호재로 보임
- 장미와 호접란의 경우 미국시장 수출에 있어 진입장벽이 높지만, 재배환경 개선, 맞춤형 절화상품 개발로 시장에 진입한다면 경쟁력을 갖출 수 있음

4. 위협

- 분화식물 및 묘종의 검역조건이 까다로움
- 미국에서 요구하는 기준에 맞는 재배온실을 등록 및 정기적 검사를 수행해야 함. 하지만, 각각의 주(州)마다 기준은 상이함
- 미국 화훼시장에서 대만산 호접란은 고품질·저가격이기에 많이 판매되고 있으며, 이를 기준으로 삼기 때문에 한국산 호접란의 수출(생산단가 맞춤)에 어려움이 있음
- 값싼 수입 절화가 국내에 많이 유입된 결과 화훼생산 농가들의 어려움을 호소하고 있고, 작목을 전환하거나 그만두는 경우가 발생하여 화훼생산 농가의 기반이 약해짐
- 코로나로 인한 운송비 증대로 인해 생산단가의 상승을 초래함

☞ SWOT분석을 기반으로 볼 때 절화류의 경우 국내 장미 품종의 해외 수출, 대형화 생산 가능 적지에서의 생산을 통해 미국시장에서 국산품종의 점유율을 높일 수 있을 것으로 보임

* 장미뿐만 아니라 새로운 신시장개척으로서 디스버드 국화의 경우 대형화 가능한 생산적지에서 시범재배 기회 포착이 중요할 것으로 보여짐. 한편 중륵크기의 거베라가 시장점유율이 높은 것으로 볼 때 중대형 스프레이

국화 또한 수출가능성이 클 것으로 보여짐. 다만 검역의 문제를 선제적으로 해결되어야 하는 상황임. 검역문제는 국가 간에 해결해야 하는 상황
이므로 국가 간의 지속적인 협의가 필요할 것으로 판단됨

☞ 미국시장에서 수요증가추세에 있는 분화류의 선인장 및 다육, 관엽식물의 경우 국내 육성품종 수출 또는 품질경쟁력이 높은 농산물 수출 확대 가능성
증대 : 선인장, 염자, 페페로미아, 쉐플레라 ‘골드바’ 등

* 호접난의 경우 역시 국내 미니종은 미국 시장맞춤형 품종으로 전략상품
가능함. 현재 양국간의 검역에서 생산시설 확보되면 수출재활 가능할
것으로 보여짐

☞ 정원용 코레옵시스 역시 미국에서는 옥외 화단용, 정원용 및 절화용으로
활용가치가 증대되고 있음을 볼 수 있고 수출 가능성 및 점유율 확보 기대

* 국산 코레옵시스는 현재 미국시장에서 점유율 확대 추세임

☞ 이외에도 국산품종의 히든챔피언 발굴과 더불어 해외홍보 및 바이어 접견,
프로모션을 통해 품종 및 농산물 수출 활로 개척 가능성 확대(주체기업 :
누보 해외시장 확대 추진)

☞ 무엇보다도 중요하게 생각되는 것은 미국의 경우 꽃에 대한 특별한 의미를
부여하는 문화적 측면에서 꽃의 가치와 역할과 자리매김은 긍정적으로
제고 할 수 있으며 국내산 품종의 가치를 더할 수 있는 시장으로 판단됨



제4차년도
수출전략기술개발사업

화웨이종묘 수출연구사업단