

일본 주목받는 신선채소 시장조사



농림축산식품부

aT 한국농수산물유통공사

1. 요약문	1
2. 청과물 시장개요	7
가. 생산현황	7
나. 수출입현황	11
다. 도매거래 현황	17
3. 청과물 유통현황	19
가. 유통개요	19
나. 유통채널	22
다. 유통업계 구조 및 특성	26
4. 주목받는 신선채소	27
가. 파프리카	27
나. 토마토	45
다. 주키니호박 및 애호박	60
5. 일본시장 진출방안	73
가. 일본 청과물 시장트렌드	73
나. 시장특성 및 수출장벽·과제	75
다. 수출확대 방안	77

가. 파프리카 시장개요 및 과제

- 일본의 파프리카 시장에서 한국산 점유율은 약 70%
- 한국산 파프리카는 일본산 파프리카 생산량 증가가 위협요인이지만, 일본산 파프리카는 현단계 기준으로 생산이 안정적이지 않으므로 품질과 가격 면에서 한국산이 우위를 유지할 것으로 예상
- 한국산 파프리카의 과제는 파프리카 시장규모가 물량 기준으로는 증가하고 있으나, 단가는 약(弱) 감소세 경향이라는 점인데, 일본산 파프리카는 여름·가을재배가 많기 때문에 하기(6~8월) 공급과잉이 일어나기 쉬워 단가가 하락됨
- 한국내 파프리카 수요가 확대되고 있기 때문에 시기에 따라서는 일본 수출물량이 크게 감소하는 등 연중 안정적으로 공급되지 못하는 사태가 발생하기도 함

한국산 파프리카의 SWOT 분석

		외 부 환 경	
		O (기회)	T (위협)
		- 파프리카가 일본 신선채소시장에 정착 - 샐러드 소비량 증가 - 커트채소 수요 증가 - 나카쇼쿠 & 외식시장 수요 확대 - SNS 등 인터넷상 음식사진 인기 확대	- 채소 전체 소비량 감소 - 일본산 파프리카 생산량 감소
내 부 환 경	S (강점)	- 한국산 파프리카는 기타 수입 파프리카보다 품질(신선도)이 높음 - 일본산 파프리카보다 가격이 저렴 - 연중 안정적인 공급이 가능 - 고당도 파프리카와 미니 파프리카 등을 포함한 다양한 품종을 생산	- 샐러드를 시작으로 사진으로 찍고 싶어할 파프리카 요리를 바이어 및 소비자에게 제안 - 커트채소 가공업자(채소 1차 가공업자)에게 판로 개척 및 확립 - 나카쇼쿠 & 외식업체 영업용 판매 강화 - 한국산 파프리카의 고품질, 적정 가격을 유지 - 일본산이 불가능한 연중 안정적인 공급을 PR - 고당도 파프리카와 미니 파프리카 등 다양한 품종의 생산 및 품종별 활용방안을 강조
	W (약점)	- 한국 내수와 수출 물량의 수급 균형이 깨지는 경우 발생 (수출용이 크게 감소하는 경우 발생) - 여름철(6-8월)은 과잉 공급으로 가격하락이 발생하기 쉬움 - 바이어 요청사항(크기 및 색 지정) 미반영 사례 발생	- 철저한 수출용 상품의 안정적인 공급체계 확립 - 릴레이 재배를 통해 계절에 따른 생산량 증감을 감소 - 가정용 소비(유통매장)용은 S-M크기, 가공·업무용은 L-LL 등 사용처에 따른 선별 작업 실시 - 파프리카의 기능성 및 맛, 먹기 간편한 점을 강조하여 일본의 채소시장에서 파프리카의 인지도 상승 및 소비확대에 주력
		차별화 전략	차별화 전략
		개선 전략	방어 전략

- 한국산 파프리카의 대일수출 확대를 위해서는 연간 공급계획의 재검토가 필요함
- 특히, 고당도 파프리카(팔레르모, 피노키오 파프리카 등)는 기존의 일반적인 파프리카와 차별화가 어렵기 때문에 형태 외에 특징을 도출하는 것이 급선무
- 또한, 일본에 유통하는 수량을 확보하기 위해 생산·공급체계를 정비할 필요가 있음

1. 연간 안정적인 공급

- 연간 생산·공급체제 재검토(여름철 공급과잉 방지)
- 대일 수출용 수량확보(한국 내수시장 수요확대에 따른 공급부족 현상 방지)

2. 수요확대 방안

<가계소비용>

- 1인당 파프리카 소비량 확대
 - ▶ 파프리카 품종 특징과 조리법 소개
 - ▶ 일본 SNS상에서 음식사진 게재 활성화, 사진을 찍고 싶게 만드는 메뉴개발
 - ▶ 주스, 스무디 등 간편한 소비방법 제안

<가공·업무용>

- 나카쇼쿠·외식 수요 획득
 - ▶ 바이어의 세세한 요청사항(수량·크기·색) 대응
 - ▶ 연간 안정적인 공급 철저

3. 고당도 파프리카(팔레르모, 피노키오 파프리카 등)

- 일반 파프리카와 차별화(형태 이외의 특징 도출)
- 연중 안정적인 공급을 위한 생산체제 정비

나. 토마토 시장개요 및 과제

- 일본의 토마토 시장은 일본산이 압도적으로 점유율이 높고, 수입산은 가공·영업용으로 일정 수요를 획득한 상황
- 최근에는 방울토마토가 먹고 활용하기 편한 장점이 있어 가계소비 및 가공·영업용 수요가 확대되고 있음
- 한국산 토마토의 일본시장내 점유율은 1%미만이지만, 수입 토마토 중에서는 가장 점유율이 높고 2015년 이후에는 수입량의 과반수를 차지
- 최근에 방울토마토 수요가 확대되고 있어 한국산 방울토마토의 공급량이 증가세를 보임
- 일본에서는 가계소비용 신선 토마토가 시장의 대부분을 차지하고 있으며 예전부터 소비자의 국산지향도가 높기 때문에 수입산 토마토의 시장진출이 어려운 실정
- 반면, 간편화 지향으로 반찬이나 도시락 등을 구입해 집에서 하는 식사를 지칭하는 ‘나카쇼쿠’ 및 외식시장이 확대되고 있으므로 업무용 토마토 수요 증가
- 일본내 수입업체 및 바이어는 한국산 토마토의 수출확대 과제로 릴레이 재배를 통한 연중 생산체제의 확립을 주장
- 한국산 토마토의 대일수출 확대를 위해서는 방울토마토를 비롯해 토마토의 품질유지·향상과 연중 안정적인 공급을 철저히 할 필요가 있음
- 또한, 세계적인 이상기후와 병충해에 따른 토마토 생산·공급 리스크에 대해서는 기후영향을 적게받는 재배기술과 병충해에 강한 품종개발이 중요

		외 부 환 경	
		O (기회)	T (위협)
한국산 토마토의 SWOT 분석		- 토마토는 채소류 중 1인당 구매액이 가장 높은 인기채소 - 방울토마토 수요는 확대 추세 - 적색계 토마토의 맛과 기능성 재인식되고 있음 - 나카쇼쿠&와식시장 확대 추세 - 일본산 토마토의 생산·출하 계획이 기상의 영향을 많이 받음	- 국산(일본산) 지향도가 매우 높음 - 분홍빛 토마토 수요는 대개 국산품이 공급됨 - 토마토는 과실과 같이 기호품으로 여기는 소비자가 많아 고가격이면 구매를 망설일 수 있음 - 다양한 종류의 토마토 수요가 확대되어 한국외 수입상대국(캐나다, 멕시코, 뉴질랜드)이 증가
내 부 환 경	S (강점)	- 한국산 토마토는 품질이 좋고 수요자 평가도 높음 - 특히 방울토마토가 강점 보유 1년 내내 안정적인 공급 가능	- 토마토의 품질유지·향상에 전력 - 일본산 토마토의 동향을 파악, 신속하고 적절한 공급체계 확립 - 방울토마토를 중심으로 나카쇼쿠&와식업체 영업용 판매에 주력 적극적인 전략
	W (약점)	- 릴레이 재배에 따른 공급체계가 확립되지는 않음 - 기상악화, 병충해 발생에 따라 안정적인 공급에 지장이 발생할 위험 존재	- 릴레이 재배를 통한 연중 생산체제 확립 - 기후의 영향을 적게 받는 재배기술, 병충해에 강한 품종 개발에 집중 개선 전략 차별화 & 방어 전략

수요 유지·확대 방안

<가공·업무용>

- 나카쇼쿠·와식 수요 획득
 - 미니토마토를 중심으로 토마토의 품질유지·향상
 - 기후영향이 적은 재배기술, 병충해에 강한 품종개발
 - 릴레이 재배를 철저히 하여 품질이 낮은 토마토 유통 방지
 - 연중 안정적인 공급 철저 준수

다. 주키니호박 및 애호박 시장개요 및 과제

- 일본에서 주키니호박은 이탈리아 요리점의 영업용 식재료로 일본에 수입되면서 시장이 형성되었으며, 그 후에 일본내 산지가 점차 늘어나며 현재는 일본산이 90%이상을 차지하는 시장으로 성장
- 일본산 주키니호박은 외식업체를 중심으로 과반수가 가공·영업용으로 유통되며, 한국산 애호박은 주로 한국계 외식업체가 이용

		외 부 환 경	
		O (기회)	T (위협)
		• 일본산 주키니호박의 생산·소비 확대되고 있음 • 수입산 주키니호박의 가격 상승 • 국산지향도가 그다지 높지 않음 • 나카쇼쿠&외식시장이 확대되고 있음 • 여름~가을재배의 일본산 주키니호박(노지재배)은 태풍의 영향을 받기 쉬움	• 일본산 주키니호박 산지가 급속히 확산 • 수입산 주키니호박(멕시코산, 미국산)은 영업용으로 저가에 유통되고 있음
내 부 환 경	S (강점)	• 한국은 일본과 지리적으로 가깝기 때문에 품질(신선도)이 높은 애호박 공급 가능 • 연중 안정적인 공급 가능 • 한국에서는 일상적으로 소비되므로 조리방법 등이 다양	• 고급 주키니호박으로 가격 소비를 확대 • 가정에 조리·보존방법을 알리고 다양한 메뉴를 제안
	W (약점)	• 일본 내 인지도가 낮음 • 주키니호박과 차별화가 어려움 • 비교적 고가	• 일본의 주키니호박과 차별화한 한국산 「애호박」으로 소비자 인지도 확대 도모
		적극적인 전략	차별화 전략
		개선 전략	• 일본산&유럽산 주키니호박과 다른 애호박의 특징을 강조 • 멕시코산, 미국산과 차별화된 부가가치 도모

2

청과물 시장개요

- 한국산 애호박의 대일수출 확대를 위해서는 유럽산과 같이 고급 호박류로 가격소비율을 강화하고 부가가치를 도모하는 것이 효과적일 것으로 판단
- 우선 애호박의 특징을 명확히 하여 유럽산과 차별화하여 소비자 인지도 향상이 급선무

수요확대 방안

<가격소비율>

- 새로운 수요 창출
 - ▶ 「애호박」의 특징을 명확화하여 차별화 전략
 - ▶ 고부가가치화로 판촉 강화
 - ▶ 일본식 식사를 비롯한 아시아요리와 잘 어울리는 식재료로 PR
 - ▶ 가정 내 조리·보관, 저장 방법과 다채로운 메뉴 제안

가. 생산현황

1) 채소

■ 수급구조

- 일본산 채소의 수급구조는 일본내 생산량 약 80%, 수입량 약 20%임
- 일본에서는 남북으로 긴 국토를 활용하며 계절에 따라 생산지를 전환하면서 안정적으로 채소 공급함(생산지 릴레이 재배)
 - 예를 들면 대소비지인 동경에 「양배추」를 공급할 경우 봄에는 도시 근교의 간토 평야부, 여름부터 가을에는 냉량한 간토 고랭지, 겨울에는 온난한 아이치 현이 주산지가 됨

■ 생산규모

- 2016년 일본 자국내 채소 출하량은 1,120만 4천 톤으로 과거 5년간 가장 적은 최소량 기록
 - 일본 국내 채소 생산량이 1985년에 약 1,660만 톤으로 최고 생산량을 기록한 이후, 감소세로 전환되어 2005년쯤부터는 보합추세
 - 농업 종사자 감소나 고령화의 진행에 의해 향후에도 일본 채소 생산량 증가는 어려울 것으로 예상되어, 2021년 출하량이 1,078만 3,000톤이 될 것으로 추정¹⁾
- 2016년 채소 산출액은 2조 5,567억 엔으로 최근 5년간으로 가장 높은 금액 달성
 - 일본산 채소 산출액이 30년간 변화가 거의 없었고 생산량 및 출하량이 감소했으나, 산출액에 변화가 없는 배경에는 토마토, 딸기 등 고부가가치 채소 생산이 증가하기 때문
 - 채소의 생산량 증가를 전망하기 어려운 상황에서 향후에도 단가가 높은 과채류 생산량 증가가 예상됨

■ 주요 생산품목

- 일본 내에서 생산되는 주요 채소류는 양배추, 무, 양파로 세 품목이 채소 생산량의 약 35% 차지

1) 출처 : 아노경제연구소

2) 과일

■ 수급구조

- 일본산 과일의 수급구조는 일본 국내 생산량 약 40%, 수입량 약 60%를 차지

■ 생산규모

- 2016년 기준 일본 과일 출하량은 2,291천 톤으로 최근 5년간 가장 낮은 수치

- 일본 과일 생산량은 1985년에 400만톤 이상이였지만 해마다 감소가 계속되어 2010년쯤부터는 보합추세
- 채소와 마찬가지로 농업종사자 감소나 고령화의 진행에 더해 과즙을 중심으로 수입가공품 증가에 의해 향후도 일본 국내 생산량 증가는 어려움
야노경제연구소에는 2021년 출하량이 214만 9,000톤이 될 것으로 추정함

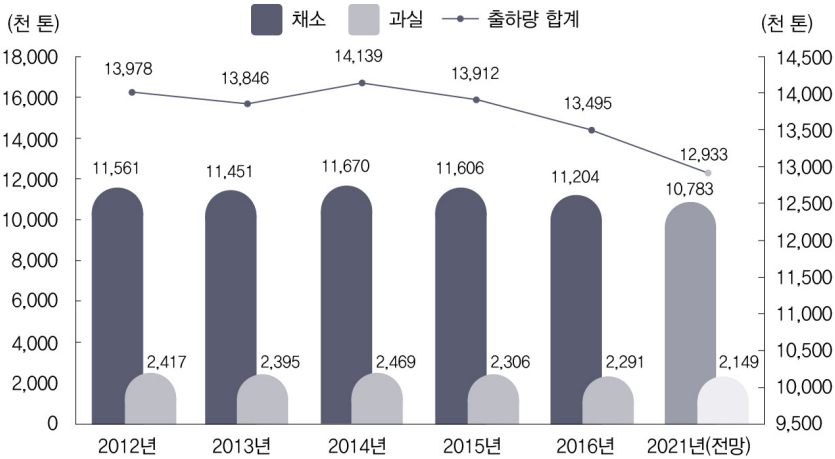
- 2016년 과일 산출액이 8,333억 엔이고 채소와 같이 과거 5년간 제일 높은 금액

- 과일은 일본 국내 농업 산출액 전체의 약 10%를 차지하고 품목별로는 「온주밀감」과 「사과」가 가장 많고 그 다음 「포도」, 「배」, 「복숭아」 순
- 일본산 과일 산출액에 대해서도 30년간 거의 유사한 수준을 유지하고 있는데, 이는 채소와 마찬가지로 과일의 생산량 및 출하량 감소를 고부가가치 품목으로 보전하고 있기 때문임
- 특히 수출용 「사과」, 「복숭아」, 「포도」가 호조로 확대되고, 향후에도 「포도」의 「샤인 머스캣」 등 부가가치가 높은 품종의 개발 활성화가 예상됨

■ 주요 생산품목

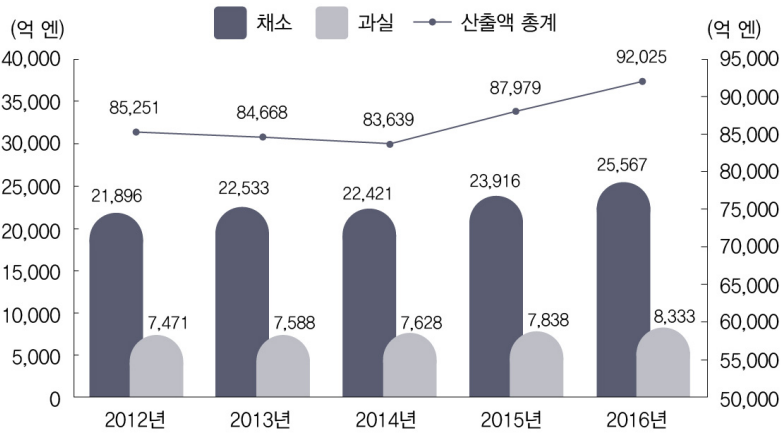
- 일본에서 주로 생산되는 과일은 동일본의 「사과」와 일본 서남부 난지를 중심으로 생산되는 감귤류(특히 「온주밀감」)로 이 2개 품목이 약 54%를 차지함
- 기타 각 생산지 입지조건에 따라 다양한 과일이 재배되고 있는데, 예를 들면 야마가타현 「앵두」, 야마나시현 「복숭아」, 「포도」, 돗토리현 「일본 배」, 오키나와현 「파인애플」 등이 유명함

일본 청과물 출하량



* 출처 : 일본 농림축산진흥기구 「베지탄」, 「과수생산출하통계」
2012년 출하량은 일본 아노경제연구소 전망

일본 청과물 산출액



* 출처 : 일본 농림수산성 「생산업계소득통계」

나. 수출입현황

1) 채소류

■ 수입현황

- 2016년 채소류(신선채소 및 가공식품) 수입량 약 263만 톤, 수입금액 약 4,594억 엔
 - 수입물량 기준 신선채소가 약 30%, 가공식품이 약 70%를 차지함
 - 신선채소 수입량이 1990년쯤부터 2005년까지 확대되었지만 2006년 잔류농약에 관한 허용물질 관리제도(PLS)²⁾ 도입에 의해 생산량이 크게 감소되었고 2010년 이후는 정체추세임
 - 한편, 가공품은 2005년 이후에도 생산량의 큰 감소 없이 냉동채소나 식초로 조미한 채소, 토마토 가공품 등이 증가함
 - 향후 채소류 전체의 수입량에 큰 변화 없지만 고령화 및 여성의 사회진출 가속화로 간편식품 및 채소가공품 수요가 확대되어 가공품 비율이 더 높아질 것으로 예상
- 주요 수입품목
 - 신선채소 중 「양파」가 전체 수입물량의 약 40%(90%가 중국산)을 차지
 - 신선채소는 「양파」 이외에 「호박», 「인삼», 「파», 「우엉」 5가지 품목이 전체의 약 70%를 차지
 - 가공식품에서는 「토마토(튀레, 주스 등)」가 전체 수입물량의 약 40%를 차지함

■ 수출현황

- 2016년 채소류(신선 및 가공품) 수출량은 약 4만 3,000톤, 수출금액이 약 126억엔임
 - 향후도 채소류 전체 수출량의 큰 확대가 어렵고 계속해서 아시아국가로의 근채류 수출이 채소 수출의 중심이 될 것으로 예상됨

2) 허용물질관리제도(Positive List System, PLS) : 허용이 가능한 항목을 설정하고, 그 이외의 항목에 대해서는 원칙적으로 사용을 금지하는 제도

- 주요 수출품목

- 수출 품목은 주로 보존 가능한 근채류로 홋카이도나 동북 지방이 주요 생산지
- 신선채소는 「참마」가 금액 기준으로 전체의 약 40%를 차지하고, 「양파」, 「고구마」를 포함한 3개 품목이 전체의 약 70%를 차지함
- 「참마」는 대만에서 일본산이 품질에 있어 고평가를 받았고 일상적인 식재료로서 정착되었지만 수출량이 2008년을 피크로 감소경향
- 「고구마」는 식이섬유나 비타민C, 칼륨 등이 풍부한 건강 채소로서 주목을 받고 있고 홍콩을 중심으로 수출량이 증가

2) 과실류

■ 수입현황

- 2016년 과일류(신선 및 가공품) 수입량은 약 244만톤, 수입금액은 약 4,906억엔
 - 수입물량 기준 신선과일 약 40%, 가공품 약 60%를 차지
 - 일본에서는 1990년대 중반에 과일 수입량이 일본 국내 생산량을 추월했으며, 2004년쯤을 피크로 감소되어 2014년 이후는 정체상태
 - 약 30년간으로 「온주 밀감」 소비가 크게 감소되는 한편, 「바나나」나 가공품의 수요가 크게 확대되는 등 소비자 취향이나 수요가 크게 변화함
 - 전체적으로는 과일 대신에 과자나 음료를 소비하는 경향이 늘었고, 특히 신선과일 소비량은 지속 감소되고 있음
 - 과일은 장기보존하기 어렵고 먹기에 시간이 걸린다는 이유로 향후 과일류 수입량은 정체상태에서 감소추세로 전환될 것으로 예상되며, 「바나나」 같이 쉽게 먹을 수 있는 품목이나 가공품 확대가 진행될 것으로 예상

- 주요 수입품목

- 신선과일에서는 「바나나」가 물량 기준 전체의 약 50%(90%가 필리핀산)를 차지
- 「바나나」외 「파인애플」, 「오렌지」, 「키위」, 「자몽」 및 「아보카도」 이상 6개 품목이 전체의 약 90%를 차지
- 가공품은 「오렌지(과즙)」과 「사과(과즙)」가 전체의 약 50%(오렌지 과즙 중 70%가 브라질산, 사과 과즙 중 80%가 중국산)를 차지함

■ 수출현황

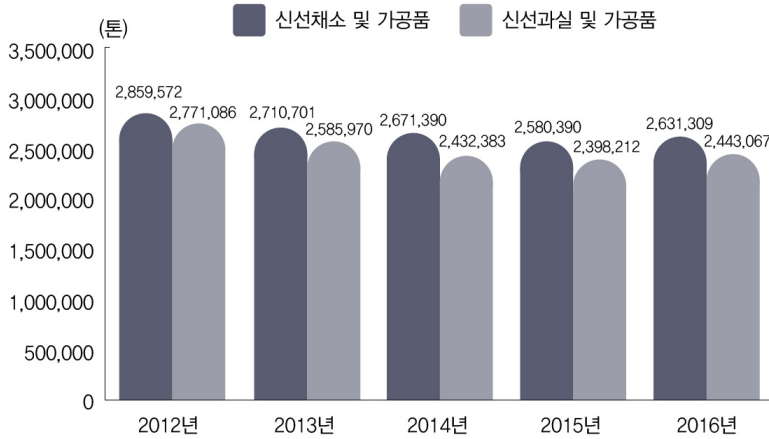
- 2016년 과일류(신선 및 가공품) 수출량은 약 5만톤, 수출금액이 약 270억엔

- 일본에서는 농림수산물 수출확대 목표를 1조엔으로 정하고, 그중에서도 「사과」, 「포도」, 「딸기」 등 과일은 중점적으로 수출을 강화하고자 ① 통일마크 활용 등 일본 브랜드를 전면에 내세운 판매촉진, ② 릴레이 출하로 연중 공급 체제의 확립, ③ 수출국의 잔류농약 기준을 지키기 위한 노력을 적극적으로 추진
- 향후 중점 품목을 중심으로 보다 부가가치가 높은 품종의 인지도 향상과 안정공급을 실현하는 것으로 아시아뿐만 아니라 유럽으로의 수출량이나 금액 확대가 예상

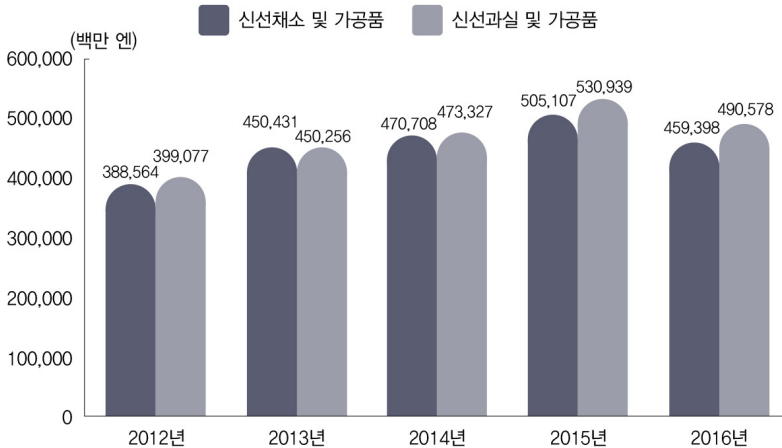
- 주요 수출품목

- 신선과일은 「사과」가 금액기준으로 전체의 약 65%를 차지하고, 「포도」, 「복숭아」, 「딸기」, 「배」를 포함한 5개 품목이 전체의 약 90%를 차지
- 수출국은 「사과」의 약 70%가 대만, 20%가 홍콩이지만 「포도」, 「복숭아」는 홍콩이 60~70%를 차지

일본 청과물 수입량



일본 청과물 수입액



* 출처 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」 및 재무성 「무역통계」(신선채소 및 가공품)
일본 농림수산성 「농림수산물수출입개황」 및 재무성 「무역통계」(신선과실 및 가공품)



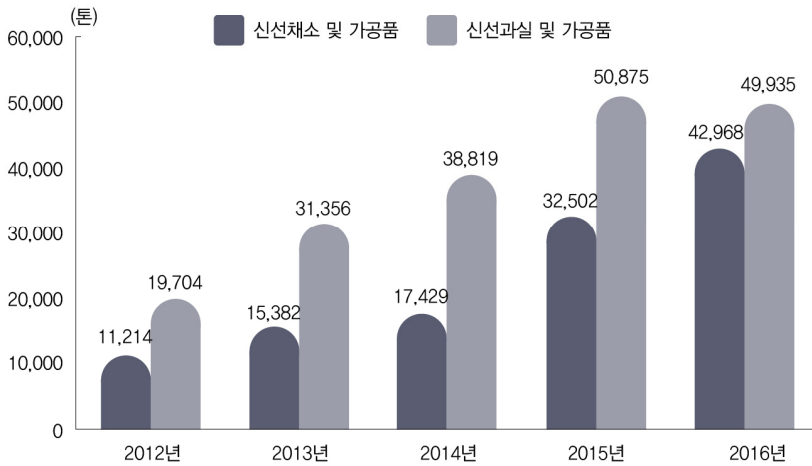
싱가포르 상설 진열대



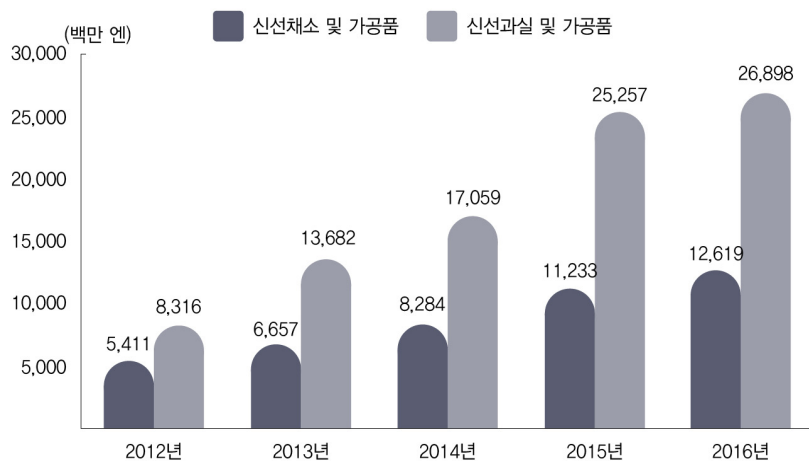
통일된 마크

* 출처 : 일본 농림수산물성

일본 청과물 수출량



일본 청과물 수출액



* 출처 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」 및 재무성 「무역통계」(신선채소 및 가공품)

일본 농림수산물청 「농림수산물수출입개황」 및 재무성 「무역통계」(신선과실 및 가공품)

다. 도매거래 현황

■ 청과류 도매현황 및 전망

- 도매시장은 신선 식료품의 기본적인 유통기반 역할을 하고 있으며, 청과물의 약 60%(일본 국내산 청과물에 한정하면 약 90%)가 도매시장을 경유
 - 청과물의 '시장외 유통'이 증가되어 시장경유 비율이 더욱 낮아질 것으로 전망되며, 이상기후 현상이 심화되면서 도매시장의 취급물량은 더욱 감소되고 단가는 상승할 것으로 예상됨

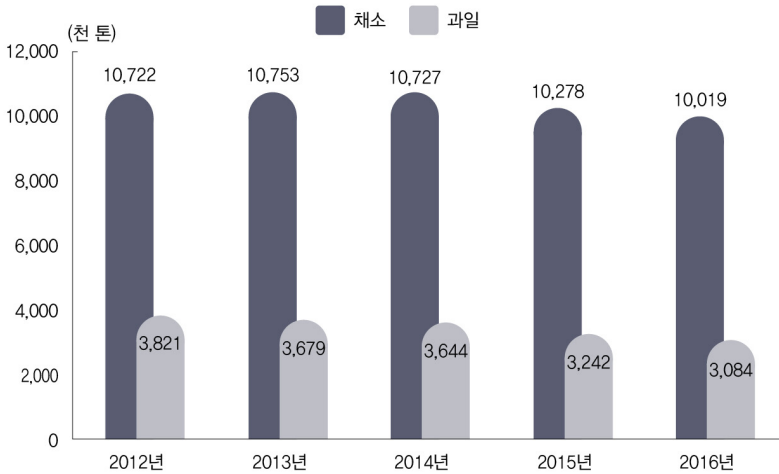
■ 채소류 도매현황

- 2016년 채소의 총 도매물량이 약 1,002만 톤, 도매거래 가격은 약 2조 3,385억 엔
 - 전년대비 물량이 3% 감소, 가격이 3% 증가했는데 이는 「무」와 「당근」의 입하량이 감소했고 「감자」와 「당근」의 가격 상승에 따른 영향임
 - 채소 도매물량이 과거 10년간(2007~2016년) 약간 감소되었지만 도매가격이 소폭 증가했던 것은 최근 들어 기후불순의 영향을 받는 일이 잦아 채소 단가가 상승했기 때문

■ 과일류 도매현황

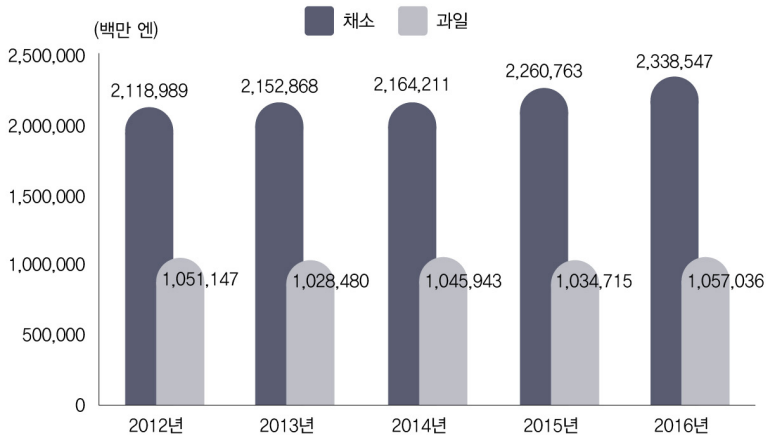
- 2016년 과일 도매물량이 약 308만 톤, 도매가격이 약 1조 570억엔
 - 전년대비 물량이 5% 감소하고 가격이 2% 증가한 이유는 「밀감」과 「사과」의 입하량이 감소하여 가격이 상승했기 때문
 - 과일 도매물량은 과거 10년간(2007~2016년) 감소되었고 감소비율이 채소보다 큼
 - 과일은 수입품이 과반수를 차지해 원래부터 채소보다 시장경유 비율이 낮았으나 최근 유통업체나 소비자가 생산자로부터 직접 구입하는 '시장외 유통'이 증가하여 시장경유 비율이 더욱 낮아짐

일본 청과물 도매물량



* 출처 : 일본 농림수산업성 「청과물도매시장조사」

일본 청과물 도매가격

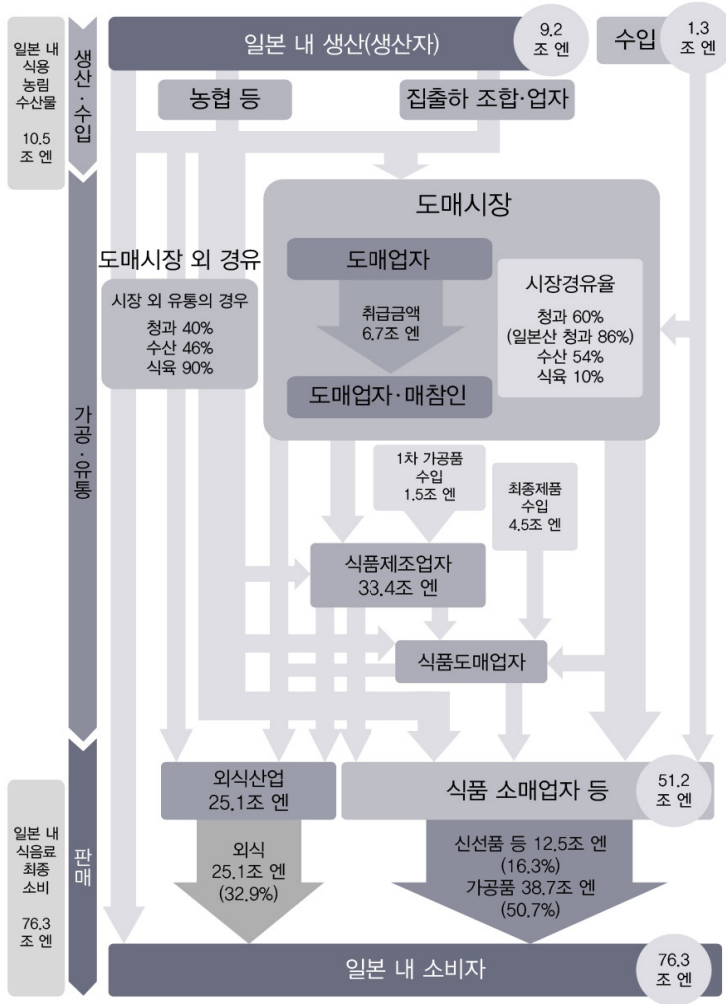


* 출처 : 일본 농림수산업성 「청과물도매시장조사」

가. 유통개요

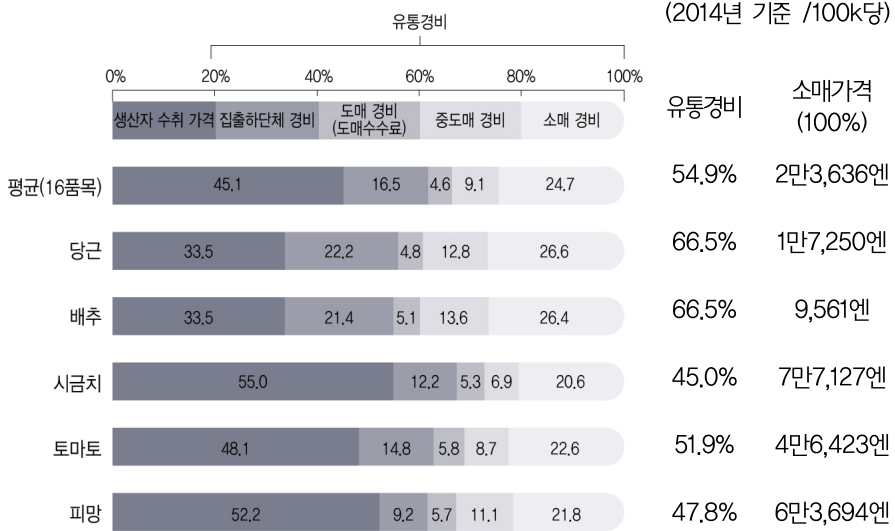
- 일본 농림수산물식품 최종 소비금액은 약 76조엔
 - 일본 국내 생산품 9.2조엔에 수입품을 더한 10.5조엔의 농림수산물이 유통과 가공 각 단계에서 마진과 원가가 부가되어 최종적으로 약 76조엔 규모로 소비됨
- 식품소매업에서 판매되는 신선식품(12.5조엔)은 지난 30년간 약 10% 감소
- 식품소비 전체 중 3분의 2인 약 51조엔이 식품소매업에서 판매되고 3분의 1인 약 25조엔이 외식으로 소비
 - 식품소매업 및 외식산업에 식품을 공급하는 식품제조업(33.4조엔)은 지난 30년간 약 1.4배 확대됨
- 청과물의 도매시장 경유비율(약 60%)은 수산물 및 식육과 비교하면 높지만 지난 30년간으로 약 30% 감소했으며, 직매나 인터넷 판매, 택배 등 '시장 외 유통'이 증가
 - 생산자가 직접 소비자에 판매하는 직매 등 '시장 외 유통'은 도매시장 유통에 비교하면 판매량은 적지만 유통경비를 절감할 수 있기 때문에 생산자의 수취 비율이 높음
- 청과물의 원가구조는 유통경비가 약 55%를 차지하고 특히 소매경비의 비율이 높음(약 25%)
 - 품목별로는 「시금치」, 「피망」, 「토마토」의 생산자 수취가격이 높고 「당근」, 「배추」는 낮는데, 이는 중량은 크지만 가격이 낮아 출하운송료(집·출하단체 경비)가 차지하는 비율이 높기 때문

일본 식품 유통구조



* 출처 : 일본 농림수산성 「도매시장을 비롯한 유통구조」(2017년 10월)

일본 청과물 가격구조

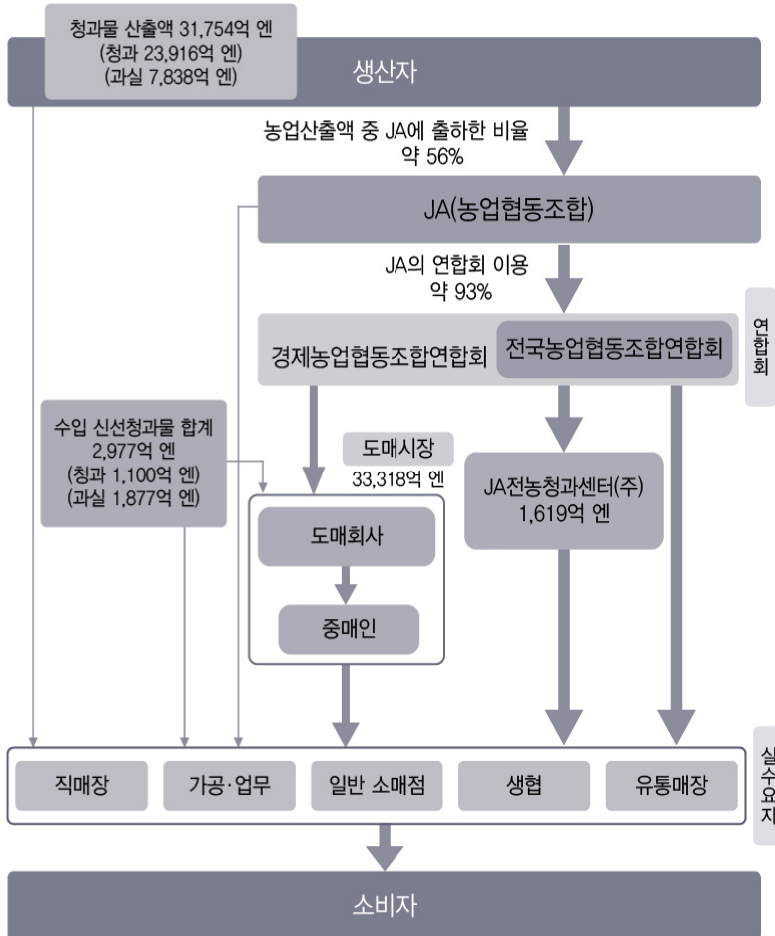


* 출처 : 일본 농림수산성 「도매시장을 비롯한 유통구조」(2017년 10월)

나. 유통채널

- 일본산 청과물의 약 40%(금액기준)가 출하단체인 JA(농업협동조합)에서 도매시장을 경유해서 식품소매업체 등에 유통되고, 이러한 채널이 신선식품을 중심으로 일본산 청과물의 가장 일반적인 유통경로임
- 수입 청과물은 수입상사에서 식품제조업체나 소매업체, 외식업체 등에 직접 판매되어 시장경유 비율이 낮지만, 파프리카처럼 수입품 비율이 높은 일부 품목에 대해서는 일본산과 같이 도매시장을 경유하고 있음
- 도매시장에서는 생산자로부터 위탁된 상품을 도매하는 것이 기본이지만 다양한 수요에 대응하기 위해 「위탁매입」으로 확보하지 못한 채소나 과일(수입품 포함)을 구입해서 매입하는 「구매매입」의 비율이 높아지고 있음
- 소매업체가 구입한 상품은 이전까지 「경매」에서 가장 고액으로 입찰한 매입자가 낙찰했었지만 현재는 다양한 요구와 유통 신속화에 대응하기 위해 판매자와 구입자가 1대1로 얘기를 하면서 가격을 결정하는 「상대매매」가 약 90%를 차지함
- 도매시장에서는 소매업체가 중매인에게 약 90%를 판매하고 중매인이 식품소매업체에 약 80%(대형마트 약 60%, 전문소매점 약 20%)를 판매함
 - 식품슈퍼 등 소매업에서는 풍부하고 다양한 상품을 준비하는 것을 중시하고 소량으로 품종이 많은 매입이 가능한 도매시장을 활용하기 때문임
- 식품제조업체는 도매시장에서 직접 매입하는 비율이 낮고 생산자나 집·출하단체 등으로부터 매입하는 시장외 유통이 60% 이상을 차지함
- 외식업체도 도매시장에서 직접 매입하는 비율이 낮지만 식품소매업체로부터 40% 이상을 매입하므로 간접적으로 시장경유를 하는 비율이 높음

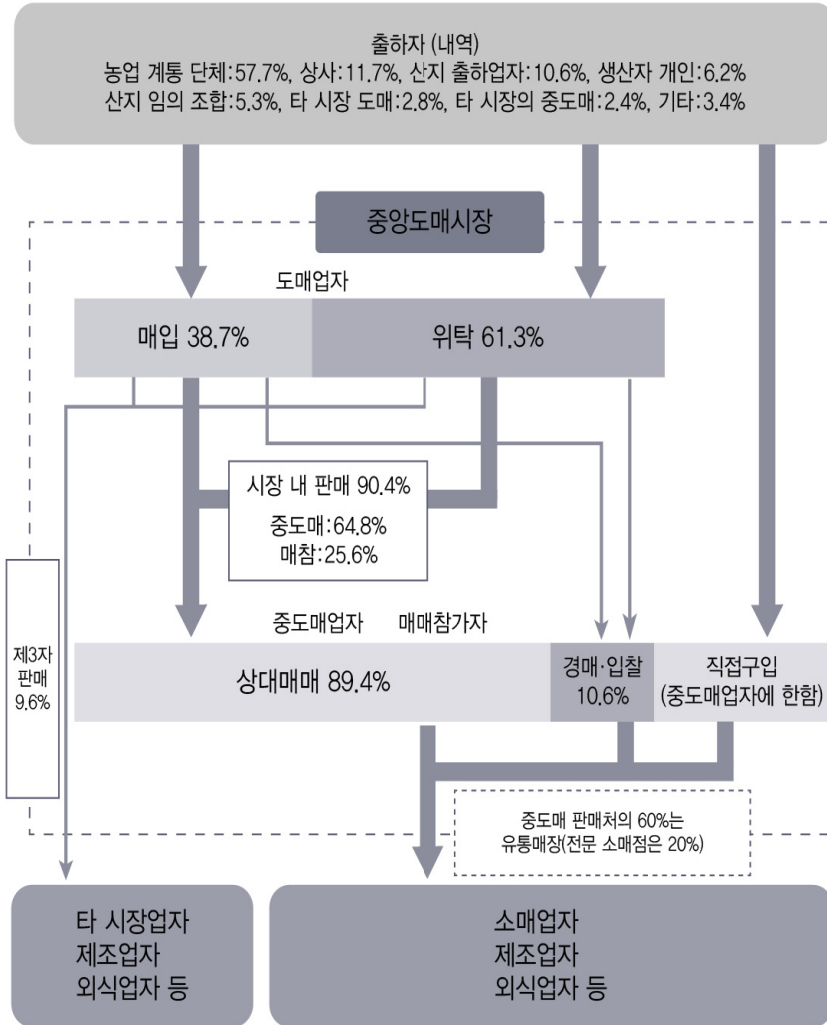
일본 청과물 채널별 유통구조



※ 생산자의 JA이용률 및 JA의 연합회 이용률은 2014년, 농업산출액, 도매시장거래액, 수입신선청과물 금액은 2015년, JA전농청과센터(주)거래액은 2016년 기준

* 출처 : 일본 전국농업협동조합연합회 「청과물유통 개요 및 JA그룹 점유율」

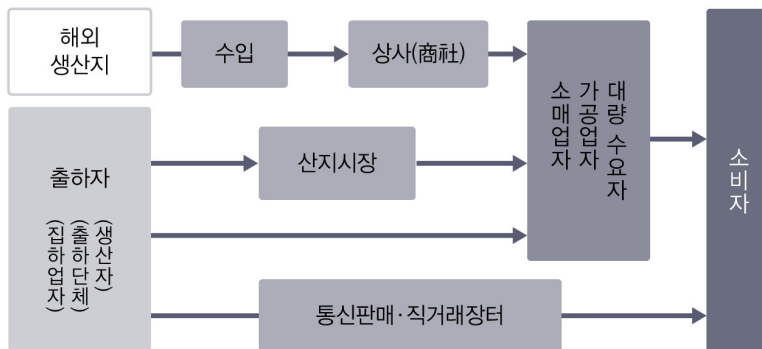
▮ 일본 중안도매시장 거래구조 ▮



* 출처 : 일본 농림수산성 「도매시장 정세」(2017년 6월)

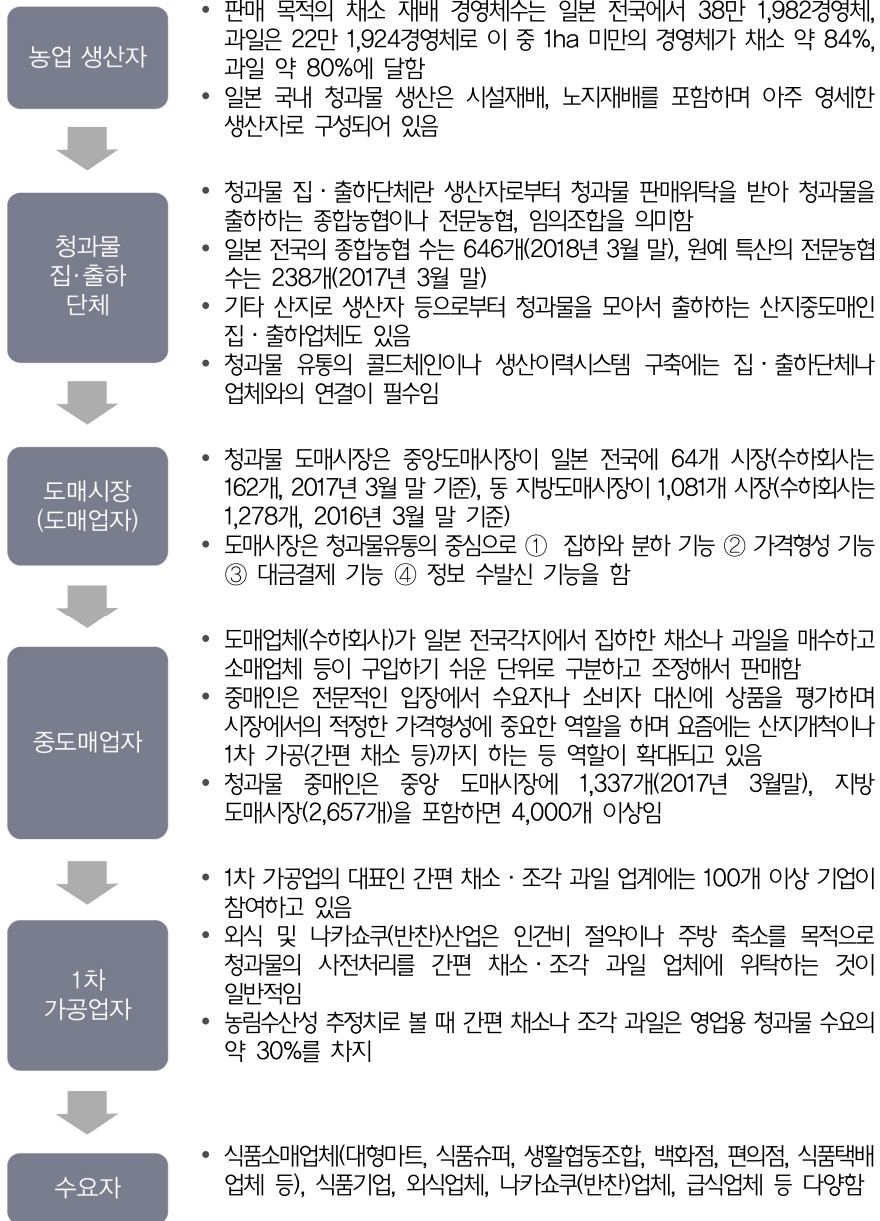
- 식품제조업이나 외식산업은 한정된 품목을 다량 사용하는 것이 많고 저가로 안정적인 식재료 조달이 가능하기 때문에 큰 생산지에서 직접 매입하는 시장의 유통을 많이 이용하고 있음
- 시장외 유통에는 소비자와 생산자가 직접 거래하는 것도 있고 생산지의 아사이치(새벽시장) 및 직매소 판매, 인터넷을 활용한 통신판매가 큰 폭의 성장세를 보이고 있음
 - 가장 단순한 시장외 유통은 소비자가 생산자로부터 직접 신선 식료품을 구입하는 것으로 생산지에서의 아사이치(새벽시장) 및 생산자 직매소 등이 있으며 최근에는 도로상에 있는 「미치노에키」에서 판매하거나 인터넷을 활용한 통신판매가 확대되고 있음
 - 출하자가 도매시장을 경유하지 않고 대형 수요자 및 가공업체에 식재료나 가공용 원재료를 공급하는 것도 시장외 유통의 하나이며, 소매업체가 산지직송 상품을 판매용으로 구입하는 것 및 식당이 생산지에서 식재료를 직접 구입하는 것도 포함됨
 - 산지 시장의 매입업체(중개업체, 소매업체, 가공업체 등)가 도매시장을 경유하지 않고 소비자의 소매업체 및 소비자에 판매하거나, 수입품에 대하여 상사가 대형 수요자 및 가공업체, 소매업체와 직접 거래하는 경우가 있음

Ⅰ 청과물의 시장외 유통구조 Ⅰ



* 출처 : 일본 농림수산성 「식재 유통과 변화」

다. 유통업계 구조 및 특성



4

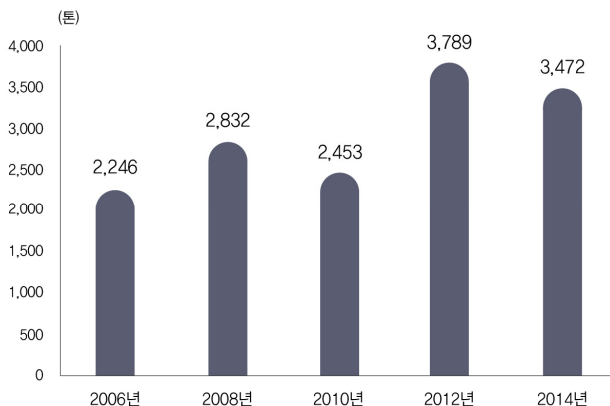
주목받는 신선채소

가. 파프리카

1) 생산 및 수입 현황

- 일본 파프리카 시장은 2017년 기준 약 4만 5000톤이며, 약 90%를 한국산 및 네덜란드산 등 수입산 파프리카가 차지함
- 파프리카는 일본 채소시장에 원래 없었던 품목이며 수입으로 새로운 수요가 창출되면서 일본에서 생산이 시작됨
 - 일본산 파프리카 출하량은 최근 2014년 3,472톤(격년 조사로 2016년 수치 미정)으로, 피크시의 2012년보다 감소되었으며, 수입산이 지속해서 증가하는 것에 비해 일본산은 출하량이 안정되지 않고 있음
 - 일본산 파프리카의 시기별 유통량 및 가격을 보면 하계(6~8월)에 유통량이 증가하고 가격이 내려가는 경향이 있음

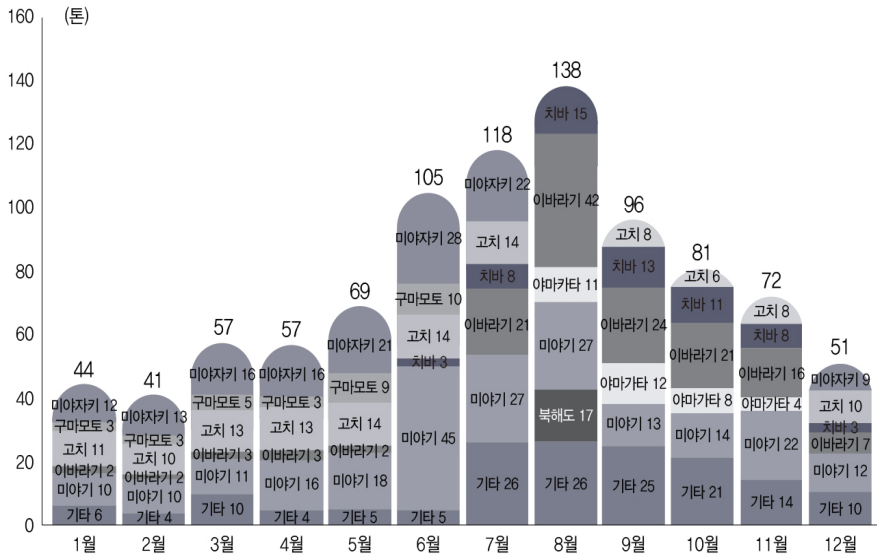
|| 일본산 파프리카 출하량 ||



* 출처 : 일본 농림수산성 「지역특산 채소 생산현황 조사」

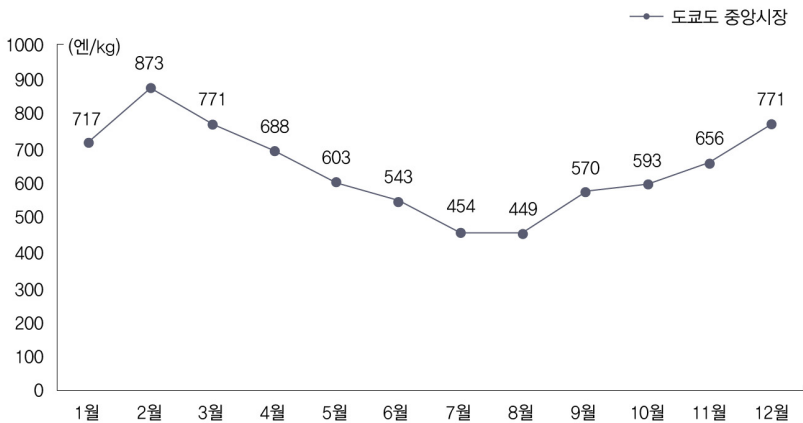
- 수입산 파프리카 수입량이 2017년 4만 3,608톤으로, 통계로 수입량을 파악할 수 있게 된 2000년 이후 최대였다. 국별 동향은 네덜란드산이 감소하는 한편 한국산이 증가하고 한국산 점유비율이 2013년 66%에서 2017년 79%까지 상승
 - 일본 파프리카 시장은 한국산을 주축으로 네덜란드 및 뉴질랜드산을 단경기 부족분을 보완하는 것으로 연중 공급
 - 수입산 파프리카의 월별 수입량이 3월쯤부터 한국산을 중심으로 증가하고 6월에 피크가 되어 한국산이 감소되는 7~10월은 네덜란드산 비율이 높아지고 있음
 - 뉴질랜드산은 남반구에 있는 지리적인 이점을 활용해서 동계(11월~2월)의 공급 비율이 높음
- 수입산 파프리카 가격은 일본산보다 저가이지만 일본산 유통량이 많고 한국산이 적은 8~9월은 수입산(네덜란드산) 가격이 일본산을 웃도는 경향이 나타남
 - 2015~2017년 매년 9월은 수입산(네덜란드산)이 비싸고(kg당 평균 37엔), 2017년 8월도 수입산이 47엔 비쌌음
- 앞으로는 계속해서 외국산 파프리카가 압도적인 점유비율을 유지하고 국가별로는 한국산 비율이 더 상승할 것으로 예상됨
 - 이는 일본산 출하량이 안정되지 않는 가운데 높은 재배 기술을 가진 한국에서 신선하고 가격경쟁력이 있는 파프리카가 안정적으로 공급될 수 있는 체제가 구축되어 있기 때문임

일본산 파프리카 시기별 유통량 및 가격



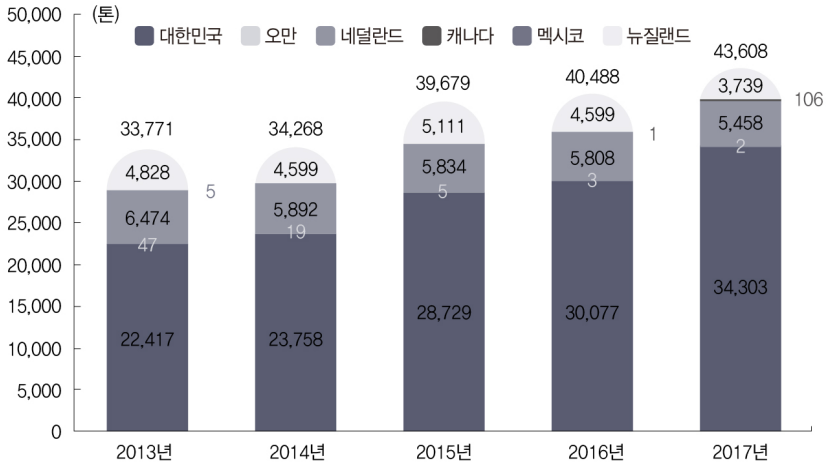
* 출처 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」 및 도쿄 · 오사카 「시장월보」

일본산 파프리카 시기별 유통량 및 가격



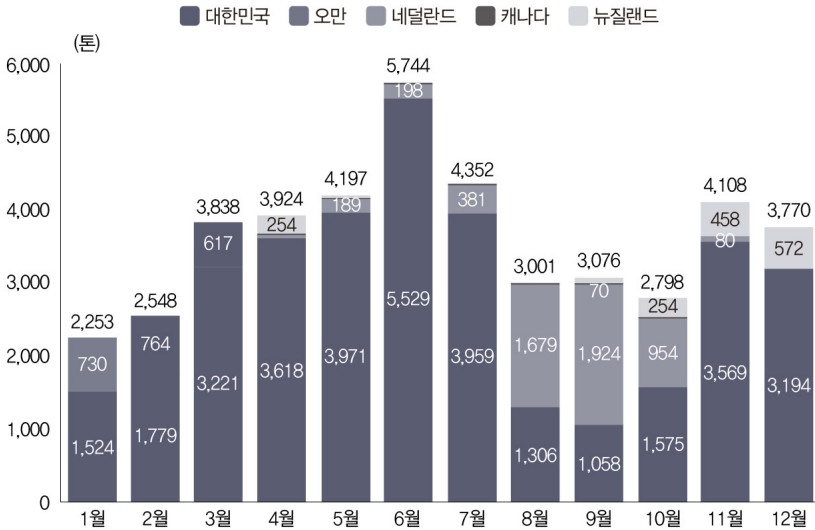
* 출처 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」 및 도쿄 · 오사카 「시장월보」

■ 파프리카 수입량 ■



* 출처 : 일본 재무성 무역통계, HS Code 0709,60 010 기준

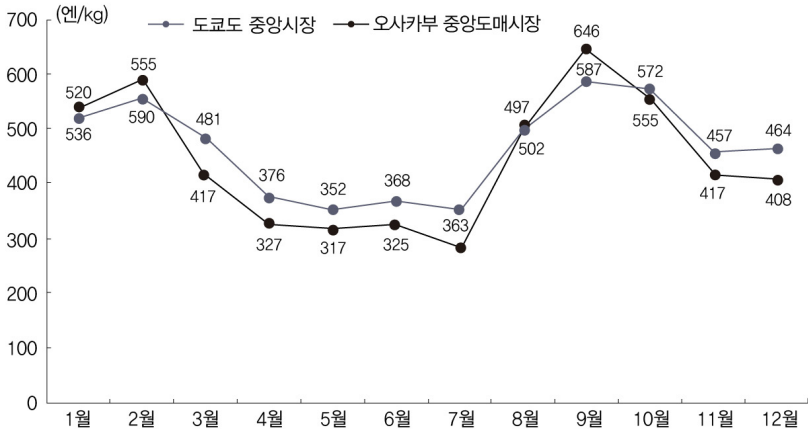
■ 2017년 월별 파프리카 수입량 ■



* 출처 : 일본 재무성 무역통계, HS Code 0709,60 010기준

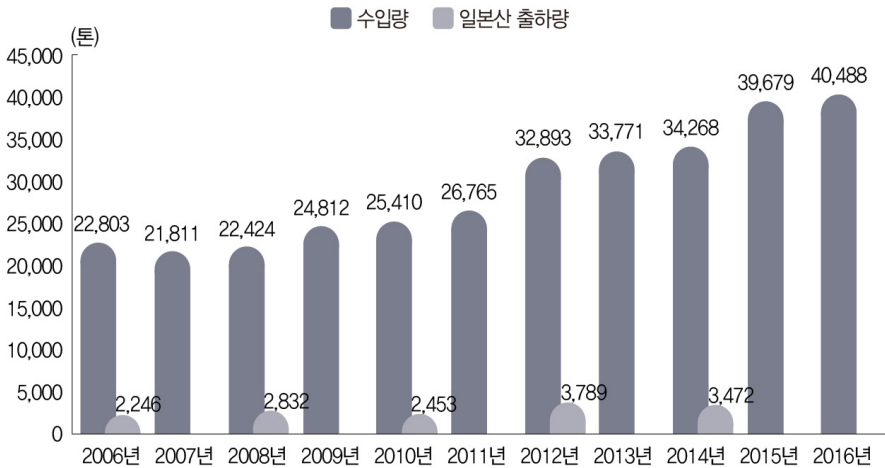
2017년 시기별 수입산 파프리카 유통가격

수입산 합계 : 단가



* 출처 : 일본 농축산업진흥기구 「베지탄」 및 도쿄 · 오사카 「시장월보」

일본 내 파프리카 유통량(수입산 및 일본산)



2) 주요 품종 및 산지

- 파프리카는 두꺼운 과육을 좋아하는 경향이 있고 네모나고 묵직한 형상의 블록모양 품종을 중심으로 재배되고 있음
- 현재 일본에서 유통되는 파프리카는 적색(약 70%), 황색(약 30%)이 주를 이루고 있으며 오렌지색 파프리카 유통량은 소수임
- 일본에서 재배되는 주요 품종은 블록모양(150~180g)의 경우 「스페셜」(적색), 「쿠프라」(적색), 「페어웨이」(황색), 「코려티」(황색), 「오란디노」(오렌지색) 등 네덜란드 종자회사 엔자사(ENZA ZADEN사) 품종이 유명함
- 중형(120g 전후)은 「파프리코」(적색, 황색, 오렌지색/마루타네 주식회사), 「프루피 레드 EX/이에로」(적색, 황색/타키이 종묘 주식회사) 등의 품종이 일본 종자회사에서 판매되고 있으며, 호른 형이라고 부르는 「레드/이에로 호른」(적색, 황색/타키이 종묘 주식회사)도 출시되었고, 호른형은 팔레르모(이탈리안 파프리카)와 형상 및 특징이 비슷함
- 소형(방울 파프리카, 50g 전후)은 감 모양과 비슷한 「세노리타」(적색, 황색, 오렌지색/주식회사 사카타노타네)나 「파프마루」(적색, 황색, 오렌지색/주식회사 야마토농원)가 판매되고 있음
- 일본에서는 200g이상인 대형(L~LL 사이즈)품종 수요가 적기 때문에 중형이나 소형의 품종개발이 활성화되어 있음

품종명	색	중량	특성	종자회사
쿠프라	적	150~170g (M)	많은 착과수로 다수성이 있고 품질이 높음	ENZA ZADEN사 (네덜란드)
스페셜	적	150~170g (M)	탁월한 색깔의 품질, 모양	ENZA ZADEN사 (네덜란드)
알테가	적	150~180g (M)	다수성이 우수하고 여러 환경에서도 재배하기 쉬움	ENZA ZADEN사 (네덜란드)
페어웨이	황	140~160g (M)	연속되는 착과로 재배하기 쉽고 재배가 안정적임	ENZA ZADEN사 (네덜란드)
코렛티	황	160~190g (M)	형태가 좋고 안정적인 착과로 다수성이 있음	ENZA ZADEN사 (네덜란드)
오란디노	오렌지	150~180g (M)	착과가 좋고 재배하기 쉬움	ENZA ZADEN사 (네덜란드)
프렌티	적	180~200g (L)	아름다운 빨간 색깔과 형태로 최고 품질, 하추기 재배를 추천	DE RUITER SEEDS사 (네덜란드)
첼시	황	150~190g (M)	과일품질이 아주 우수한 중형, 두꺼운 과육으로 색깔이 현재 유통되는 품질 중에서 가장 좋음	DE RUITER SEEDS사 (네덜란드)
프로반스	황	180~200g (L)	우수한 과일품질, 윤기있는 황색으로 과일 꽃 떨어진 부분이 4개로 나누어 지고 블록형이 됨	DE RUITER SEEDS사 (네덜란드)
오렌지글로리	오렌지	180~200g (L)	수량성이 아주 높은 중~대형으로 과육이 두껍고 식감도 좋음	DE RUITER SEEDS사 (네덜란드)
토마토 파프리카	적	-	토마토 모양의 아주 달달한 맛과 두꺼운 과육으로 완숙하면 고당도로 생식이나 가열 조리도 가능	가네코 종묘(주)
타이요우 파프리카	적	-	과일 색깔이 라임 그린~오렌지~레드로 변화해서 어느 단계에도 단맛이 있고 생식 가능, 조생종으로 풍산성이 고 초심자에도 수확이 쉬움	가네코 종묘(주)
스즈나리 파프리카 랑랑(적)/랑랑(황)	적/황	-	과일은 4cm정도, 1주로 최대 100개 정도의 과실이 열림	가네코 종묘(주)

품종명	색	중량	특성	종자회사
세뇨리타	적/황 (골드)/ 오렌지	50~60g (SS)	조생종으로 다수성이 있으며, 재배하기 쉬운 토마토 모양으로 당도 8도 정도. 개화후 45~50일(하기) 정도면 완숙과를 수확가능	(주)사카타노타네
소니아	적/황 (골드)	150~160g (M)	윤기있는 벨 모양으로 과육은 아주 두껍고 개화후 약 60일(하기)로 완숙과를 수확가능	(주)사카타노타네
푸르피	적/황	120g(M)	개화후 60일 전후로 완숙과를 수확가능. 좋은 착과로 재배하기 쉬움. 완숙과는 단맛으로 비타민C 및 기능성 성분인 캡산틴, 루테인을 다량 함유	다키이 종묘(주)
레드 호른/ 이예로 호른	적/황	약 120g(M)	호른 모양의 과육은 두껍고 비타민C 및 기능성 성분인 캡산틴을 풍부하게 포함. 당도 7~8도로 개화후 50~60일이면 빨간색 완숙과를 수확가능	다키이 종묘(주)
비바 · 파프 리콧도	적/황	약 80g(S)	연속적으로 열매가 되는 사과 모양 품종. 보통 대형 파프리카보다 조생종으로 신선하고 생기있는 식감이 특징	일본 델몬테 아그리(주)
가브리엘	적/황	약 100g(M)	길쭉한 과일로 보통 파프리카보다 단맛이 강해서 조생종임	일본 델몬테 아그리(주)
파프리무스메	적/황 (골드)/ 오렌지	120g(M)	두꺼운 과육으로 식감이 좋음. 미숙과는 녹색으로 개화후 55일 정도로 수확가능	마루타네(주)
파프론그	적/황 (골드)	120g~180g (M)	과일 길이 20cm 전후, 직경 5~6cm의 대형품종. 고당도로 식감이 좋음	마루타네(주)
아카프리 2호/ 키프리 2호	적/황	200~250g (L)	고당도 대형품종으로 생식도 가능 개화후 60~65일부터 수확가능	(주)무사시노종묘원
파프마루	적/황	30~50g (SS)	일반적인 벨 형 파프리카보다 조생종으로 완숙과는 단맛이 강해서 생식도 가능	(주)야마토 농원
베이비키스 방울	적/황/ 오렌지	40~50g (SS)	착과가 아주 좋고 재배하기 쉬움 식용 이외에 관상용으로도 사용가능	요코하마 우에키(주)
베이비키스	적/황/ 오렌지	70~80g (M)	두꺼운 과육에 단맛이 나며 생기가 있다. 착과가 아주 좋고 재배하기 쉬움	요코하마 우에키(주)

|| 파프리카의 주요 품종 사진 ||



다카이종묘 레드호른

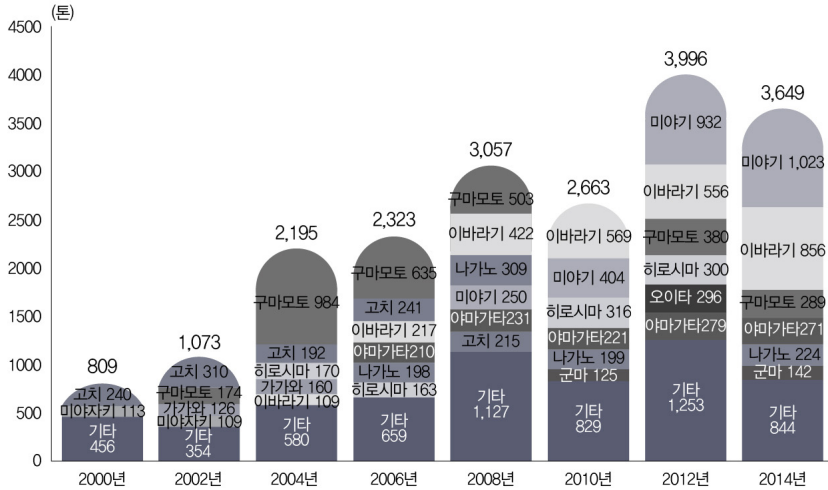


사카타노타네 세노리타

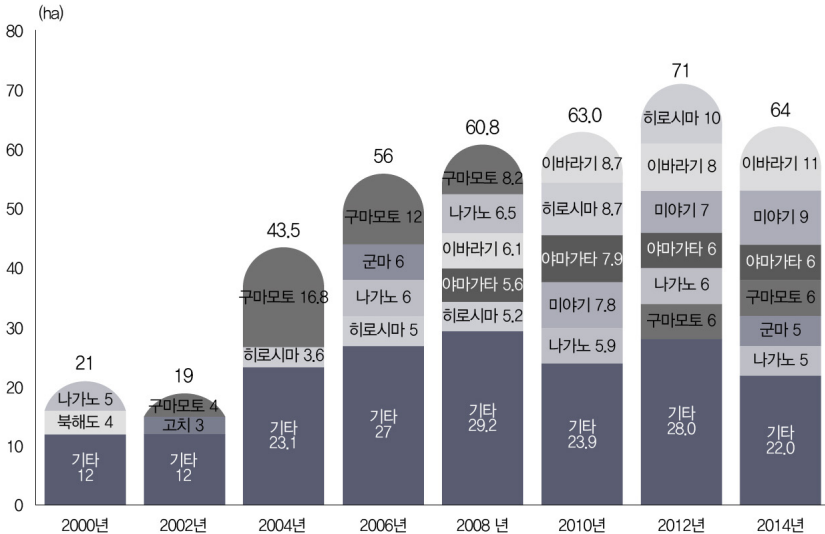
* 출처 : 일본 타카이종묘 주식회사 및 사카타노타네 홈페이지

- 일본산 파프리카는 미야기현, 이바라키현, 구마모토현의 순서로 생산량이 많음
 - 2000년대 주요 생산지 중 하나인 구마모토현은 2010년 이후 생산량이 감소하였고 2016년 지진의 영향으로 향후 더 감소될 것으로 예상됨
 - 2015년에 홋카이도, 2016년에는 미야기현 및 오이타현에 대형 시설이 신규로 만들어짐에 따라 전체 생산량은 증가추세가 예상됨
- 일본 파프리카 재배는 비닐하우스의 토경재배와 대형시설의 양액재배로 크게 구분
 - 미야기현은 대형시설의 양액재배가 중심이면 이바라키현은 양액재배와 비닐하우스의 토경재배가 혼재
 - 기본적으로는 양액재배가 토경재배보다 이익이 많기 때문에 재배 면적이 이바라키현이 넓지만 생산량은 대형시설이 많은 미야기현이 많은 상황임

지역별 일본산 파프리카 생산량



지역별 일본산 파프리카 재배면적



* 출처 : 일본 농림수산성 「지역특산 채소 생산현황 조사」

3) 유통개요 및 관계자

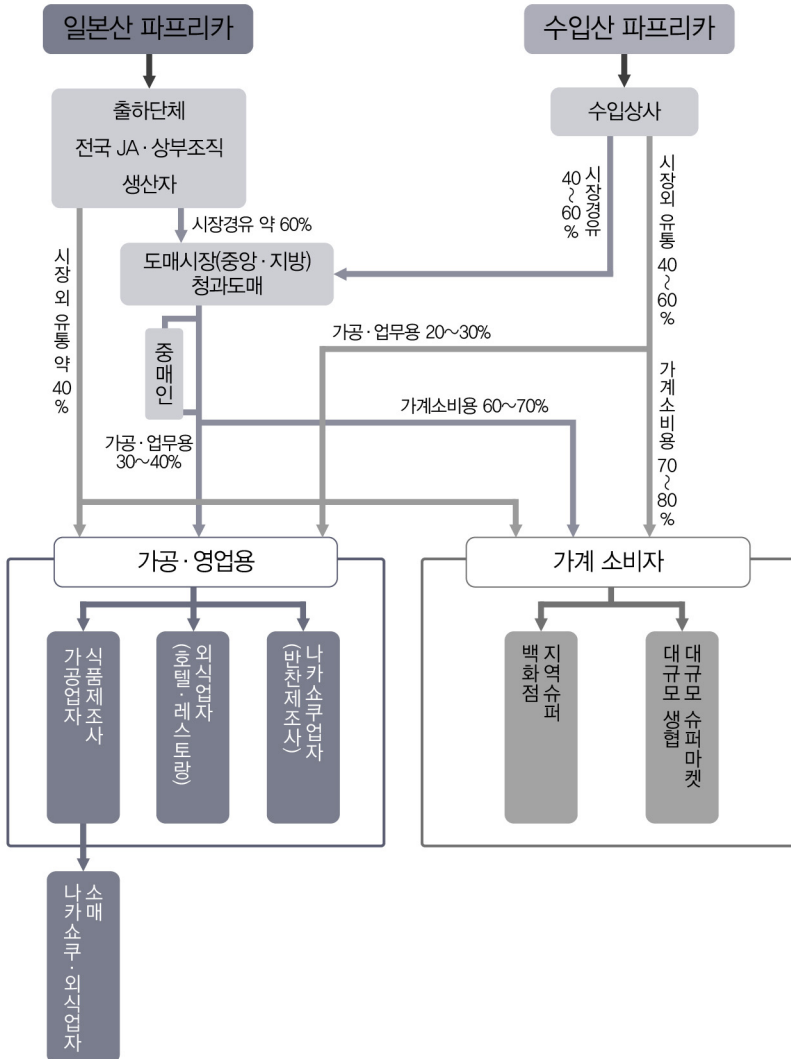
- 파프리카는 두꺼운 과육을 좋아하는 경향이 있고 네모나고 묵직한 형상의 블록모양 품종을 중심으로 재배
- 수입 파프리카는 수입상사가 매입하고 도매시장(도매업체) 및 대형점포 등 소매업체에 판매함
- 파프리카를 수입하는 상사로써는 위즈메탁푸즈 주식회사, H&F인터내셔널 주식회사, 주식회사 로얄, 주식회사 유니온, 주식회사 위즈프로듀스 등
 - 수입상사 A사에 따르면 요즘에는 신규업체가 급증하고 가격 경쟁이 격화되어 파프리카의 판매 단가가 저하
 - 수입상사 B사에 따르면 안정공급이 수요처의 최대 희망사항이며 한국산은 가격이나 품질은 좋지만 요즘에 한국 국내의 수요 확대로 수입수량이 감소되는 경우가 있기 때문에 한국 단독으로 안정적 공급이 어렵다고 판단하여 네덜란드산 및 뉴질랜드산을 같이 수입
 - 도매업체 D에 따르면 한국산 파프리카는 과일 모양이 좋고 딱딱한 것이 특징이지만 시모노세키에서 수송중에 동상 및 곰팡이, 부식 발생이 있기 때문에 주의해야 하는 반면에, 네덜란드산 및 뉴질랜드산은 과일 모양이 일정하지 않고(피망처럼 계란형이 많음) 특히 노란색 과일은 검은 기미가 발생하기 쉬운 점이 있어 문제임
- 현재 수입 파프리카는 약 80%가 소매업체로 판매되지만 향후에는 가공이나 업무용 확대 예상으로 시장경유 비율이 서서히 줄어들 것으로 예상됨
- 일본산 파프리카의 경우는 양액재배된 것은 소매업체로의 직접 판매가 많은 편이고 토경재배된 것은 각 지역의 JA가 모아서 도매시장을 경유하는 비율이 높음
- 수입 파프리카는 판매처가 결정되기 때문에 명확한 유통경로가 있지만 일본산 파프리카는 생산량이 불안정하여 판매처가 확보되지 않은 생산자도 있기 때문에 일부는 JA를 통해서 시장유통을 하지만 가격이 낮은 시장유통보다 직판을 원하는 생산자가 많음

- 일본산 파프리카 같이 생산량이 적은 청과물 유통에 있어 전국에 물류와 영업 네트워크를 가진 오릭스푸드 서플라이 같은 중간업체가 가지는 역할의 중요성이 확대되고 있음
 - 2016년 7월에 청과물 유통을 다루는 오릭스푸드 서플라이 주식회사가 설립되었으며, 동사는 모회사 오릭스 주식회사가 자사에서 생산하는 채소 이외에 제휴 생산자의 청과물을 매입 및 판매함
- 일본 슈퍼마켓과 백화점 등 매장에서 파프리카는 개별포장하지 않고 낱개로 판매되는 경우가 많으며, 미니파프리카와 같이 소형 품종은 3색 3봉으로 포장해 판매하는 상품도 있음
- 매장에서는 POP광고와 상품포장에 산지(미야기현산, 한국산 등)를 기재하고 일본산 파프리카는 안전성을 PR하려고 생산자의 사진이나 코멘트를 추가로 기록하는 경우도 있음

■ 일본 유통매장 내 파프리카 판매 예시 ■



|| 파프리카 유통구조 ||



4) 수요 및 소비동향

- 일본 채소 소비량이 감소하고 있는 가운데 식생활의 서구화에 따라 샐러드 구입금액이 증가하고 있음
- 일본에서는 파프리카를 샐러드의 채색으로 사용하는 소비자가 많기 때문에 수요가 증가
 - 네덜란드산 파프리카 수입이 시작된 당시는 적, 황, 오렌지, 녹, 흑, 갈, 흰, 자색의 8색으로 판매되었지만, 일본에서 인기 있는 색은 적, 황, 오렌지임
 - 파프리카를 요리에 활용하는 경우, 다양한 색을 더할 수 있다는 장점이 있음
 - 일본 전국에서 요리교실을 운영하는 ABC 요리교실은 약 6년전부터 본격적으로 파프리카를 메뉴에 활용함
 - 채소로는 나오지 못하는 선명한 적색이나 황색은 가열해도 변색이 거의 없고 맛도 다른 식재료와 잘 어울리기 때문에 계절에 상관없이 구입하기 쉽다는 점이 높게 평가됨
- 샐러드 외에 파프리카를 볶음요리, 마리네이드(marinade, 양념장), 수프에 이용
 - 볶음요리와 마리네이드에 색깔을 내거나 장식하기 위해 적색과 오렌지색 피망을 이용하는 사람이 많음
 - 파프리카의 단맛을 수프에 활용하거나 포타주 등에 많이 이용함
- 소셜미디어(SNS)에 모양이 예쁜 요리를 게시하려고 하는 여성이 증가하는 것도 파프리카 수요확대의 한 요인
 - 최근 모양이 좋은 요리 조리법을 알기 쉽게 소개하는 동영상 서비스가 급성장 중이고 파프리카 요리의 게재수도 증가
 - 예를 들면 「DELISH KITCHEN」에는 약 200개, 「kurashiru」는 약 450개의 파프리카 요리가 소개되어 있음

▮ 일본내 파프리카 활용요리 예시 ▮

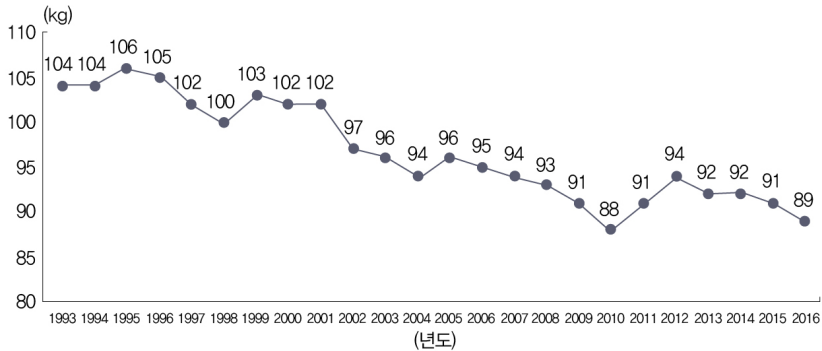


* 출처 : 구라시루, 델리쉬 키친 홈페이지

- 소매업체 E에 따르면 일본 소비자들은 채소의 국산지향이 아주 높지만 파프리카는 수입품으로 시장이 형성되었고, 소비자에게 수입품이 용인된 소수의 채소이기 때문에 일본산과의 가격 차이가 작아도 수입품을 선택하는 소비자가 많음(보통은 일본산 가격이 조금 높더라도 일본산을 선택하는 소비자가 많음)
 - 그러나 수입품의 생산지(나라)가 어디든 상관없기 때문에 한국산 및 네덜란드산, 뉴질랜드산의 차별화는 없음
- 이전까지 수입품 중심이었던 파프리카 시장에 일본산 판매도 시작되는 여름에는 공급 과잉으로 가격이 하락
- 파프리카의 사용용도는 샐러드의 채색이 중심으로 한 번에 소량씩 쓰는 것이고 큰 것보다 작은 것이 더 많이 판매되고 있으며 방울파프리카 3색 세트 상품의 인기가 높아지고 있음
- 일본 수입업자에 따르면 팔레르모 입하가 불안정하여 시험적으로 판매되고 있는 상황
 - 팔레르모는 강한 단맛으로 맛이 좋지만 가격이 일반적인 파프리카의 약 2배로 판매시 가격경쟁력이 떨어짐
 - 팔레르모는 일반적인 파프리카보다 달지만 장기보존이 어려우며 팔레르모의 모양이 고추로 오인될 가능성이 높음. 원래 일본에서는 파프리카나 팔레르모를 먹는 습관이 없기 때문에 양쪽의 사용구분이 어려움
 - 현재 유럽산 팔레르모 수요는 대부분 이탈리아인 식당 등 외식이 중심이 됨

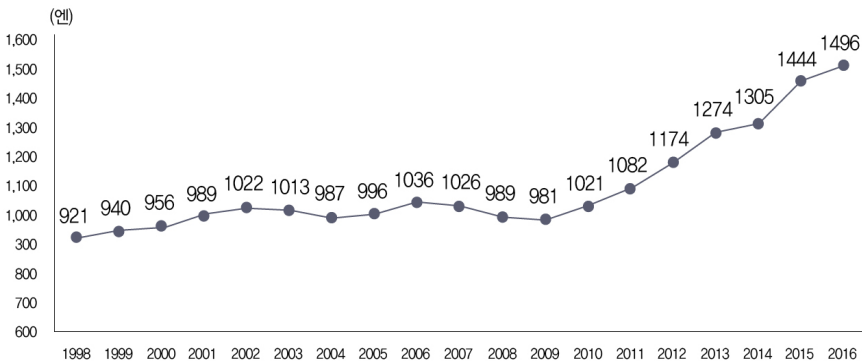
- 일본에서는 고령화나 여성의 사회진출을 배경으로 간편한 음식(나카쇼쿠·외식의 이용)을 선호하는 경향이 높아 채소 수요 중 가공·영업용 비율이 증가하고 있음
 - 업계 의견에 따르면 향후 파프리카의 가공·영업용 판매가 강화될 전망이다
 - 가공·영업용은 가정 소비용에 비교해서 단가가 낮지만 판매량 증가 가능성이 있고 또한 가공·영업용은 대형(L~LL 사이즈) 수요가 있기 때문에 가정 소비로 인기 없는 사이즈를 판매할 수 있다는 장점이 있음

▮ 일본의 연간 1인당 채소 소비량 ▮



* 출처 : 일본 농림수산성 「식료수급표」

▮ 일본의 연간 1인당 샐러드 구매금액 ▮



* 출처 : 일본 통계청 「가계조사」 및 「소비자물가지수(2015년 기준)」

5) 시장특성 및 한국산 진출상황

- 일본 파프리카 시장은 초기에 수입산으로 시장이 형성되어 현재도 품질 및 가격 면으로 우위성을 유지
 - 한국산은 일본에 가까운 지리적인 이점으로 높은 신선도와 낮은 물류비를 유지하고 있으며 팔레르모, 방울파프리카 등 품목도 다양화되고 있음
 - 일본산의 생산확대가 최대 위협요인이나 일본산 파프리카는 원가에 비해 생산이 안정되지 않기 때문에 당분간 한국산 파프리카가 1위를 유지할 것으로 전망
- 파프리카 수출단가 하락 및 연중 안정적인 공급체계를 마련하는 것이 향후 과제
 - 파프리카 시장규모가 물량 기준으로 증가하지만 단가는 다소 감소하는 추세임
 - 하계는 주로 일본산 유통량이 증가하기 때문에 수입품을 포함하면 과잉 공급으로 인해 급격한 가격하락이 나타남
 - 한국 국내에서의 파프리카 수요가 증가하는 시기에는 일본으로의 수출물량이 감소하는 등 연중 안정공급을 위협하는 경우가 발생
- 한국산 파프리카의 연중 공급계획 재검토 및 마케팅 확대 검토 필요
 - 가정 소비용은 샐러드(생식)를 포함한 다양한 소비방법을 제안하는 등 1식(1인)당 파프리카 소비량을 확대
 - 향후 수요가 높아지는 나카쇼쿠 및 외식의 이용을 촉진하기 위해 가공·영업용을 강화할 필요가 있음
 - 파프리카 종류(팔레르모, 방울파프리카 포함)별로 활용할 수 있는 메뉴나 스무디 등 간편한 소비방법을 제안할 수 있는 소비자 만족행사 진행이 필요
 - 수출체제를 정비하여 바이어가 원하는 품질규격(크기 및 색깔)에 대응함과 동시에 가공·영업용 수요에 대응하기 위한 필수 조건인 연중 안정적인 공급을 철저하게 하는 것이 중요

한국산 파프리카의 SWOT 분석

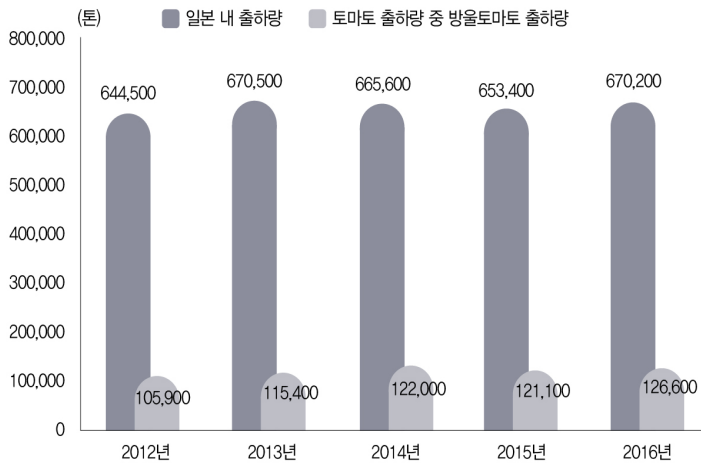
		외 부 환 경	
		O (기회)	T (위협)
		• 파프리카가 일본 신선채소시장에 정착 • 샐러드 소비량 증가 • 커트채소 수요 증가 • 나카쇼쿠 & 외식시장 수요 확대 • SNS등 인터넷상 음식 사진 인기 확대	• 채소 전체 소비량 감소 • 일본산 파프리카 생산량 감소
내 부 환 경	S (강점)	• 한국산 파프리카는 기타 수입 파프리카보다 품질(신선도)이 높음 • 일본산 파프리카보다 가격이 저렴 • 연중 안정적인 공급이 가능 • 고당도 파프리카와 미니 파프리카 등을 포함한 다양한 품종을 생산	• 샐러드를 시작으로 사진으로 찍고 싶어할 파프리카 요리를 바이어 및 소비자에게 제안 • 커트채소 가공업자(채소 1차 가공업자) 판로개척 및 확립 • 나카쇼쿠 & 외식업체 영업용 판매 강화
	W (약점)	• 한국 내수와 수출 물량의 수급 균형이 깨지는 경우 발생 (수출용이 크게 감소하는 경우 발생) • 여름철(6-8월)은 과잉 공급으로 가격하락이 발생하기 쉬움 • 바이어 요청사항(크기 및 색 지정) 미반영 사례 발생	• 철저한 수출용 상품의 안정적인 공급체계 확립 • 릴레이 재배를 통해 계절에 따른 생산량 변동을 감소 • 가정용 소비(유통매장)용은 S-M크기, 가공·업무용은 L-LL등 사용처에 따른 선별 작업 실시
		차별화 전략	차별화 전략
		개선 전략	방어 전략

나. 토마토

1) 생산 및 수입현황

- 일본의 토마토 시장(방울토마토를 포함, 2016년)은 약 67만 8,000톤으로 추정되며 약 99%가 일본산임
 - 일본산 토마토 2016년 출하량이 67만톤이고 이 중 방울토마토가 12만 6,600톤(토마토 전체의 약 19%)
 - 2012년 이후 방울토마토 비율이 약간 증가

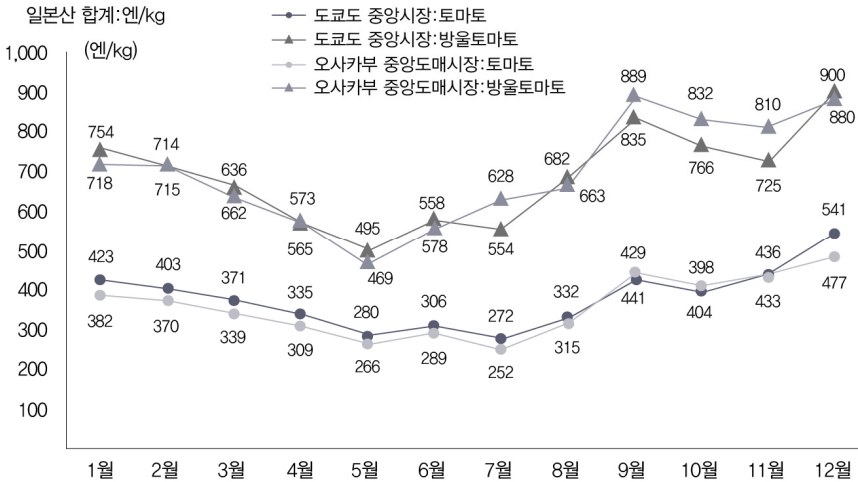
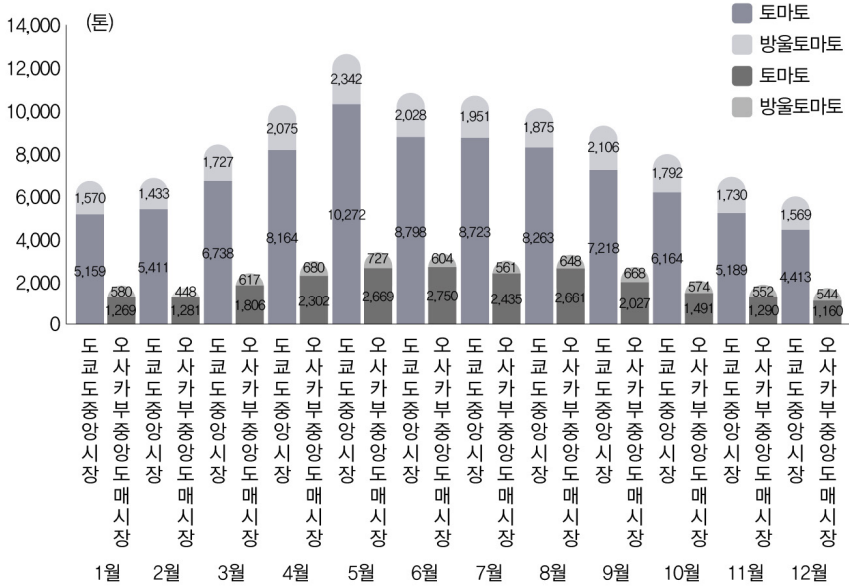
▮ 일본내 토마토 및 방울토마토 출하량 ▮



* 출처 : 일본 농림수산성 「지역특산 채소 생산현황 조사」

- 일본산 토마토의 유통량은 5월, 가격은 12월에 가장 높음
 - 일본산 토마토의 유통량은 3월부터 증가해 5월에 가장 높고, 겨울철에 걸쳐 서서히 감소
 - 가격은 유통량이 많은 여름에 하락하고 가을부터 겨울에 걸쳐 상승하는 경향이 있음
 - 방울토마토 단가는 일반 토마토보다 높고 가격이 급등하는 9월쯤에는 약 2배 정도 차이가 나타남

시기별 일본산 토마토 유통량 및 가격

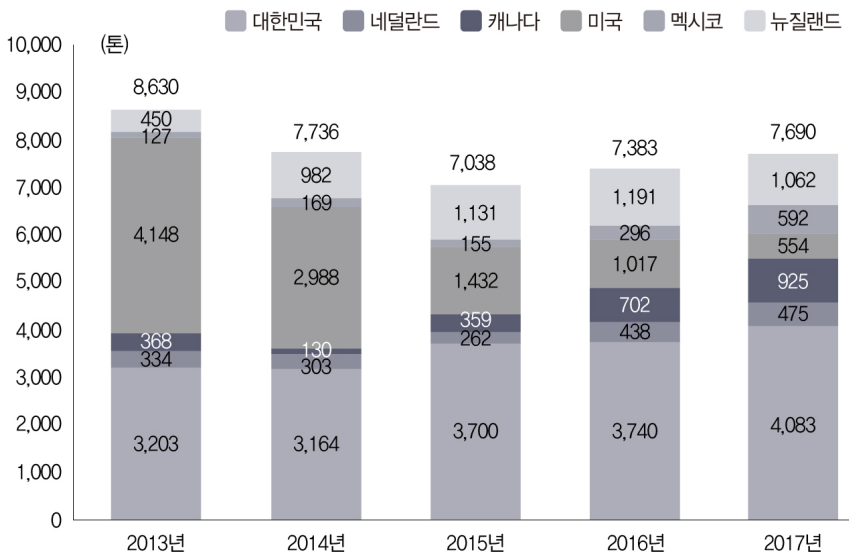


* 출처 : 일본 농림축산진흥기구 「베지탄」 및 도쿄, 오사카 「시장월보」

- 외국산 토마토 수입량은 2017년에 7,690톤임

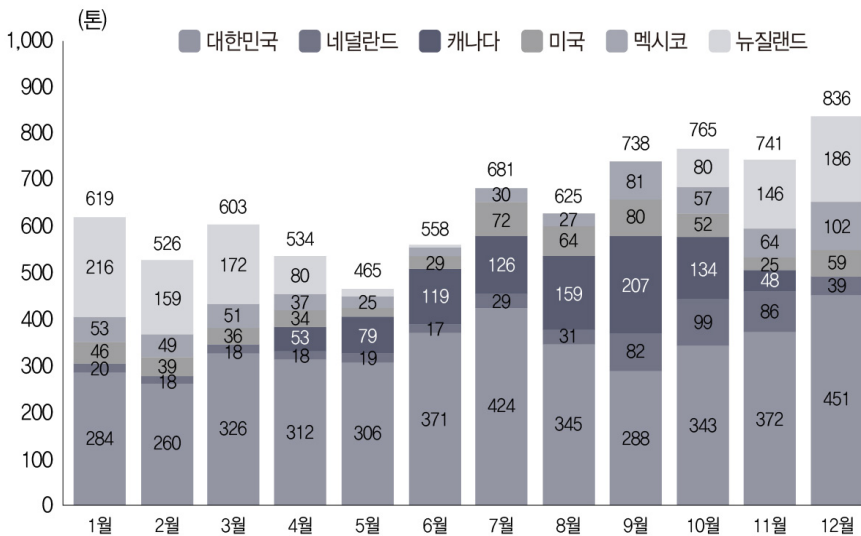
- 2013~15년에 걸쳐 감소되었지만 2016년부터 회복세를 보임
- 국가별 수입동향은 2013년 이후 기존 1위였던 미국산이 급격히 감소되었고 대신에 한국산 점유비율이 높아짐(2015년 이후는 과반수를 차지)
- 한국산은 연간 안정적으로 공급되고 있고 여름부터 가을에 걸쳐 캐나다산, 겨울철에는 뉴질랜드산이 증가하는 경향이 있음
- 수입품은 한국산을 중심으로 가공·업무용의 방울토마토 비율이 높고 일본산 유통량이 감소되는 가을에서 겨울의 수요를 보완하고 있음
- 토마토 월별 수입량은 일본산 유통량이 많은 5월이 가장 적고, 9월부터 12월이 많음

수입산 토마토(방울토마토 포함) 수입량



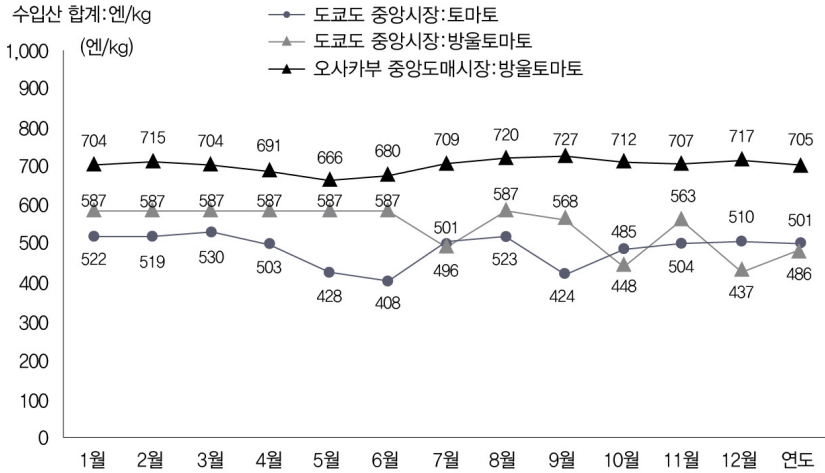
- 수입산 토마토의 가격은 일본산에 비교하면 월별 변동폭이 적음
 - 특히 방울토마토 가격은 안정적이며, 일본산 가격이 하락하는 봄부터 여름에는 수입품 가격이 높고 반대로 가을부터 겨울에는 수입품 가격이 낮은 경향이 있음
- 향후에는 일본산 토마토가 압도적인 점유비율을 유지하고 수입품은 일부 고급 토마토를 제외하고 대부분이 가공·업무용 수요를 보완하는 추세가 예상됨
- 국가별로는 방울토마토 수요확대를 배경으로 한국산 비율이 앞으로도 높아질 것으로 예상됨

■ 시기별 수입산 토마토 수입량 ■



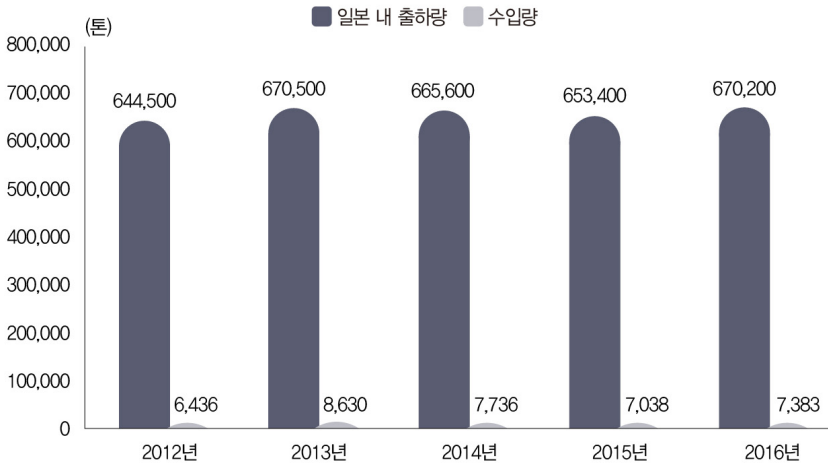
* 출처 : 일본 재무성 무역통계, HS Code 0702.00 000 기준

시기별 수입산 토마토 유통가격



* 출처 : 일본 농림축산진흥기구 「베지탄」 및 도쿄, 오사카 「시장월보」

일본 내 토마토 유통량(일본산 및 수입산)



- 일반적인 중형 이상인 토마토의 경우 일본산이 생식용, 수입품은 가열조리용으로 사용하는 비율이 높고 주로 가공 및 영업용으로 사용됨
- 수입산 방울토마토 또한 주로 가공·영업용으로 활용됨

2) 주요 품종 및 산지

- 토마토 종류는 분홍색계와 적색계로 크게 구별
 - 분홍색계는 껍질이 얇은 단맛으로, 신맛이나 향이 약함
 - 생식이 중심인 일본에서는 분홍색계 토마토를 선호하며, 대형 토마토는 주력 품종인 「모모타로」가 시장의 약 70%를 차지함
 - 「퍼스트 토마토」는 「모모타로」가 개발되기 전까지 일본의 주요 품종이었으나 장기보존이 어렵고 덜 익은 상태에서 수확하여 유통되는 특성이 있어 완숙된 후에 출하 가능한 「모모타로」의 출현으로 재배량이 감소함
 - 요즘에는 「퍼스트 토마토」의 맛이 재인식되어 완숙된 상태로 수확한 것이 유통되고 있음
- 적색계 토마토는 껍질이 두껍고 강한 산미·단맛·향이 나며 가열해도 모양의 변화가 없는 것이 주로 가공품에 이용되며, 이탈리아의 「산 마르짜노」가 대표적인 품종임
- 중형 토마토는 당도나 높은 기능성을 가진 품종이 많고 고당도 토마토인 「아메라」나 라이코펜 함유율이 높은 「고 라이코펜 토마토」 등이 알려져 있음
- 방울토마토는 1980년 이후 일본에서 생산량이 확대되어 유통되고 있음
 - 색깔이 다양하며, 최근 타원형 품종이 증가하고 있음
 - 가정용 소비 외에 가공·영업용 수요가 높음
 - 대표 품종인 「아이코」 외 가열조리에 적당한 「시시리안 루즈」나 카로틴이 다량 함유된 「오렌지 치카」 등이 있음

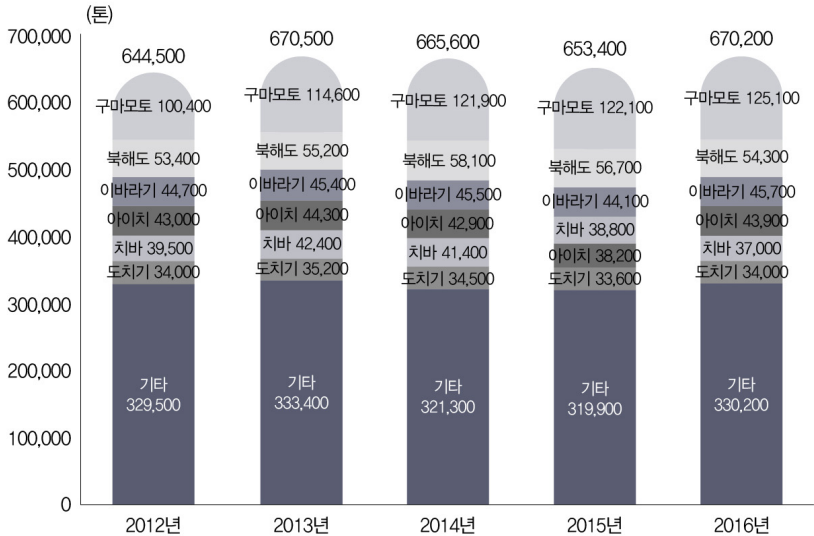
품종	사이즈	특성	비고
모모타로	대형	일본산 토마토의 가장 일반적인 품종(공유비율이 약 70%). 완숙 후에 출하해도 장기보존이 가능한 대형 분홍색 토마토. 용도에 따라 계열품종이 개발되어 시리즈는 약 25종 이상 존재함	-
퍼스트 토마토	대형	과일 허부가 날카로운 특징을 가진 품종, 껍질이 얇고 단 맛과 적당한 산미도 있고 균형이 좋은 맛. 젤리 부분이 적고 단단한 모양이며 「모모타로」 이전의 일본의 주요 품종	-
린카409	대형	내병성이 우수한 대형 토마토. 식감은 육질이 좋고 짙은 맛	-
미소라64	대형	조생종으로 착과성이 좋고 1화방당 4~5개로 재배가 안정적인 품종. 공동과 및 열과가 적고 우수한 과일의 수확비율이 높음	-
레이요우	대형	내병성이 우수한 대형 토마토. 식감은 육질이 좋고 짙은 맛, 단단하고 정기보존이 가능	-
레이쑤	대형	착과가 우수하고 생육 후반까지 스테미나가 있고 수확량이 많음. 이주 단단한 과일로 장기보존 가능	-
아메라	중형	관수를 제한한 고농도 배양액을 사용한 시스템으로 만든 고당도 토마토. 일반 토마토보다 강한 단맛으로 젤리 부분의 수분양이 적고 산미와의 균형도 좋음	고당도 토마토
프루트 루비 EX	중형	고당도이며 안정된 품종, 재배중의 열과가 적고 내병성이 우수함	고당도 토마토
고라이코펜 토마토	중형	일반 토마토보다 약 1.5배의 라이코펜 함유	고당도 토마토
산 마르짜노	중형	세로로 깊은 원통형 모양으로 과육이 두꺼움. 껍질이 얇고 젤리 부분이나 씨앗이 적고 가열해도 몽크라짐이 없고 맛이 증가하는 등의 특성으로 토마토소스 재료로써 많이 사용됨	조리 · 가공용
푸르티카	중형	중형 토마토 중에서 아주 달달한 맛. 껍질이 얇고 젤리 부분이 나오기 어려움. 내병성이 우수하고 노지재배로 재배하기 쉬움	-
아이코	소형 (타원)	조금 길쭉한 타원형 모양, 고당도로 산미가 적음. 과육이 두껍고 젤리 부분이 적기 때문에 과즙이 나오지 않음	-
치카/ CF치카	소형	고당도, 치밀한 육질로 식감이 우수한 방울토마토. 일정한 고당도와 과일 모양도 좋음	고라이코펜 토마토
오렌지 치카	소형	카로틴 함유량이 일반 방울토마토의 약 3배가 됨. 식감이 우수하고 고당도로 먹기 좋음. 내병성이 있고 가정 정원에서도 재배하기 쉬움	고 카로틴 토마토
콧 골드	소형 (타원)	등황색으로 계란 모양의 과일. 과육이 두껍고 생식 이외의 조리에도 좋음. 안정된 착과로 재배하기 쉬움	고 프로라이코펜 토마토

품종	사이즈	특성	비고
시시리안 루즈	소형 (타원)	과피가 짙은 적색으로 길쭉한 타원형 모양. 껍질은 조금 단단하고 과육은 부드러움. 단맛 및 산미 균형이 좋고 가열하면 더 깊은 맛이나 조리용으로 최적. 수분량이 적고 올리브유와 잘 맞는 품종	조리·가공용
방울카를	소형	과일은 1화방당 30~50개 정도, 과일 크기나 단맛이 일정한 품종. 내병성이 높고 저농약 재배가 가능	-

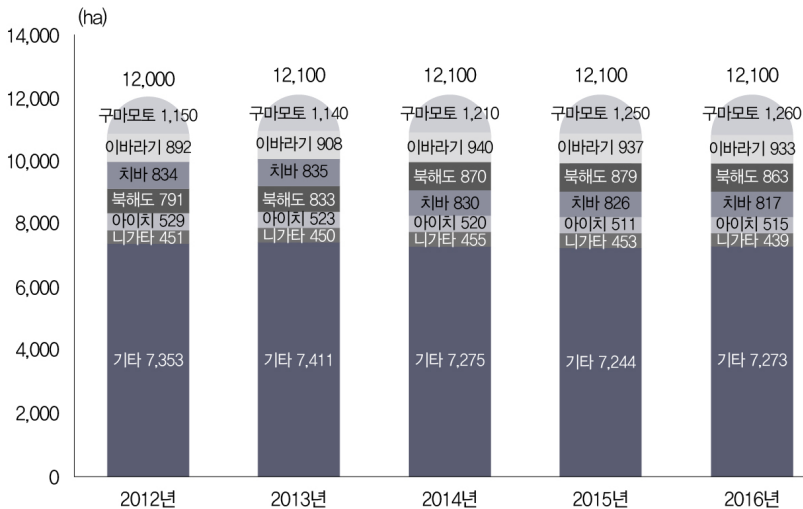
※ 크기 : 대형 150g 이상, 중형 40~150g, 소형 20~30g

- 일본 구마모토, 홋카이도, 이바라키현을 중심으로 생산
 - 일본산 토마토는 전국 각지에서 재배되고 있지만 2012년 이후 구마모토, 홋카이도, 이바라키 현이 생산량 상위를 차지함
 - 생산지에 따라 겨울·봄 재배와 여름·가을 재배가 이루어지고 있으며, 연중 공급됨
- 재배시기에 따라 축성 재배/반축성 재배, 비가림 재배/노지 재배 등 각기 다른 방법으로 생산됨
 - 겨울·봄 재배(12~6월, 주된 생산지가 구마모토현, 아이치현)는 축성 재배와 반축성 재배로 이루어짐
 - 여름·가을 재배(7~11월, 주된 생산지가 홋카이도현, 이바라키현)는 비가림 재배나 노지 재배가 이루어지는데, 전자는 단맛이 강해서 짙은 맛, 후자는 조금 산미를 느낄 수 있는 담백한 맛이 특징임
- 토마토는 본래 개인 농가가 아니라 대기업이 시설재배 품목으로 가장 많이 선택하는 품목
 - 채산성이 높은 것이 이유지만 실제로 사업으로서 성공하는 사례는 적음
- 수요가 확대되고 있는 방울토마토는 재배시 대형 토마토보다 많은 노동력이 필요하고 농업종사자들이 고령화되는 가운데 노동력을 확보하지 못하는 지역에서는 산지화가 어려운 상황임
- 토마토는 수요 및 생산량이 안정되어 생산지 구성을 포함해 당분간 생산체제에 큰 변화가 없을 것으로 예상됨

일본산 토마토 산지별 생산량



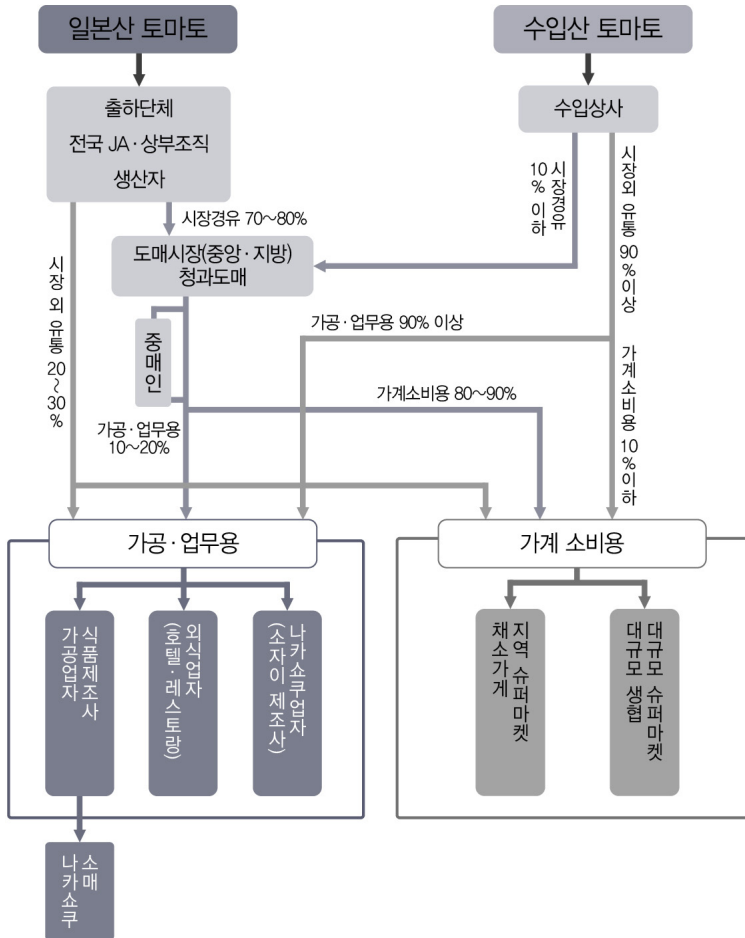
일본산 토마토 산지별 재배면적



3) 유통 개요 및 관계자

- 일본산 토마토의 경우 생식용 소비의 75~80%는 가계소비용, 20~25%는 영업용이 차지
 - 가계소비용은 기본적으로 도매시장을 경유해서 소매업체로 가는 시장유통임
 - 기타 기업이 생산한 생식용 토마토는 자사 유통경로로 직접 소매업체나 가공업체로 가는 이외에 영업용으로서 외식·나카쇼쿠 업체에 판매되고 있음
 - 외식·나카쇼쿠 시장 확대에 따라 방울토마토를 중심으로 영업용 비율이 높아지고 있음
- 가공용의 경우 출하단체에서 가공업체로 직접 유통되어 주스, 케첩 등의 원료로 사용됨
- 수입 토마토는 수입상사가 외식업체나 가공업체에 판매하고 있고 도매시장에서 소매업체에 가는 비율은 낮음
- 수입 토마토의 대부분은 가공·영업용에 적당한 유럽산 품종임
 - 가공·영업용으로는 모양이 단단하고 장기보존이 가능한 것이 중요하고 식감은 담백한 것을 선호함
- 토마토의 주된 수입상사로는 H&F인터내셔널 주식회사, 주식회사 로얄, 주식회사 위즈프로듀스, 도요츠 식료 주식회사 등이 있음
- 최근 기후 불량으로 일본산 토마토의 생산·출하가 계획대로 진행하기 어렵고 가격 변동이 크기 때문에 위험성을 줄이기 위하여 수입 토마토를 소량 매입하는 수요업체가 증가 하고 있음
- 영업용 토마토는 품질(식미)의 균일화 및 안정공급이 중요함
 - 한국산의 경우 품질과 공급이 안정적이기 때문에 수요처로부터 평가가 높음
- 수입 토마토에 대해서도 방울토마토 수요가 증가중이고 향후도 방울토마토로 인기 있는 한국산의 우위가 계속 될 것으로 예상됨

|| 토마토 유통구조 ||



4) 수요 및 소비동향

- 토마토는 연간 1인당 구입금액이 가장 높은 인기 채소로 2012년 이후 「토마토 봄」이 일어나 소비가 확대되었음
- 토마토는 품종개량이 진행된 결과 크기가 다양화되고 색깔, 식감이 좋게 증가하였으며 가격도 kg당 수백엔부터 1만엔까지 범위가 넓어짐
- 도시에는 토마토 전문점 및 토마토 요리 식당이 있고, 가정에서도 「토마토 찌개」처럼 새로운 요리가 등장하는 등 토마토는 일상적으로 소비되는 채소가 되었음
- 현재 시장에 유통되는 토마토의 60%이상은 무게가 150g이상인 대형 토마토이고 주로 생식으로 먹기 때문에 산미나 향이 적은 분홍색 토마토가 주류임
- 요즘에는 무게가 20~30g의 방울토마토 수요가 확대되고 있음. 주된 이유로는 ① 연간 안정된 품질 ② 그대로 먹을 수 있음, ③ 다양한 색깔 및 모양으로 요리의 채색과 토핑으로 이용이 가능함
- 기타 대형 토마토와 방울토마토의 중간에 있는 중형 토마토 품종도 확대되고 있음. 「토마토 봄」을 견인한 과일 토마토(당도 8도 이상) 및 고기능 토마토(「라이코펜」이나 「GABA」 등 많은 영양소를 가진 토마토)는 여전히 높은 인기가 있음
- 일본 가정에서는 생식이 중심이지만 이탈리아 요리 보급과 동시에 적색계 토마토가 가진 높은 기능성(라이코펜 함유비율이 높음)이 주목을 받게 되어 단단한 가열조리용 토마토(「산 마르짜노」, 「시시리안 루즈」 등)의 수요가 높아지고 있음
- 신선 토마토는 일본산이 99%를 차지하고 있으며, 가정 소비용으로는 국산 지향이 아주 강함
- 도매업체 D에 따르면 토마토는 생산주기가 길기 때문에 기타 채소(특히 생산 주기가 짧은 채소류)의 가격 변동과는 연동되지 않는 경향이 있고 기타 채소가 저가격일 때는 고가가 되기 때문에 소비자의 구입량 감소가 발생하기 쉬움

- 토마토 가격이 높을 때 소비량이 감소되는 것은 토마토가 「딸기」, 「멜론」 처럼 과일과 비슷한 채소에 가깝고 필수품보다는 기호품이라고 생각하는 소비자가 많기 때문
- 수입 토마토는 80~90%가 가공·영업용으로 추정되며, 수입상사 C는 한국산을 중심으로 대형 토마토와 방울토마토를 수입하고 햄버거 점포 등 외식업체와 간편 채소업체 등에 판매하고 있음. 수입품을 대형마트 등에 직접 판매하는 경우는 거의 없지만 최종적으로는 샐러드 등 반찬 상품이 되어 소비되고 있음
- 원래 영업용으로는 대형 토마토보다 방울토마토 수요가 높지만 요즘에는 방울토마토 수요가 더 확대되고 있음. 한국산 방울토마토는 종래 원형에서 「대추방울토마토」라고 부르는 타원형 토마토 비율이 높아지고 있음. 「대추방울토마토」는 원형보다 재배하기 쉽고 장기보존이 가능한 특징이 있음
- 소비자 기호에 따라 다양한 토마토의 수요 증가로 이전에는 미국산과 한국산이 차지했던 수입 토마토 시장도 변화하여 캐나다산 및 멕시코산, 뉴질랜드산의 비율이 높아지고 있음

5) 시장특성 및 한국산 진출상황

- 토마토는 일본의 신선채소 시장에서 높은 수요를 유지하는 인기 채소이고 일본산이 압도적인 점유비율을 차지한 가운데, 수입품은 가공·영업용으로서 특화하는 것으로 일정한 수요를 차지해 왔음
- 소비자의 다양한 기호에 맞춰 토마토는 품종개량으로 크기나 색깔, 식감도 다양하게 되어, 먹는 방법(생식 또는 가열요리) 및 요리 메뉴에 따라 품종을 선택하는 경향이 늘어나고 있음
- 요즘에는 먹기 쉽거나 요리에 활용되기 쉬운 것으로 가계소비 및 가공·영업용 양쪽에서 방울토마토 수요가 확대되고 있음
- 한국산 토마토는 일본에서 가까운 지리적 이점을 활용해서 품질 및 가격 면에서 수요처로부터 높은 평가를 받고 있음. 그중에서도 방울토마토의 공급량이 많기 때문에 최근의 수요확대를 배경으로 점유율이 높아지고 있음
- 하지만 수입상사에 따르면 한국 국내에서의 생산지 릴레이 재배가 철저하지 않기 때문에 적절한 시기를 지나 재배된 나쁜 품질의 토마토가 유통된 것도 있고, 수요처와의 신뢰관계가 무너질 가능성도 있음
- 일본의 신선 토마토 시장에서는 가계소비용 생식 토마토가 시장의 대부분을 차지하지만 소비자의 국산 지향이 아주 강해서 한국산 토마토의 수요확대가 어려운 상태에 있음
- 한편, 음식의 간편화가 진행되어 나카쇼쿠 및 외식 시장이 확대됨에 따라 영업용 요구가 높아지고 있음
- 한국산 토마토가 영업용으로서의 입지를 높이기 위해서는 토마토 품질유지와 연중 안정공급을 철저히 할 필요가 있음
- 세계적인 이상기후나 병해충에 의한 토마토 생산 및 공급 위협성에 대응하기 위해서는 기후 영향을 덜 받는 재배기술 및 내병성 품종의 개발을 시작하는 것이 중요함

한국산 토마토의 SWOT 분석

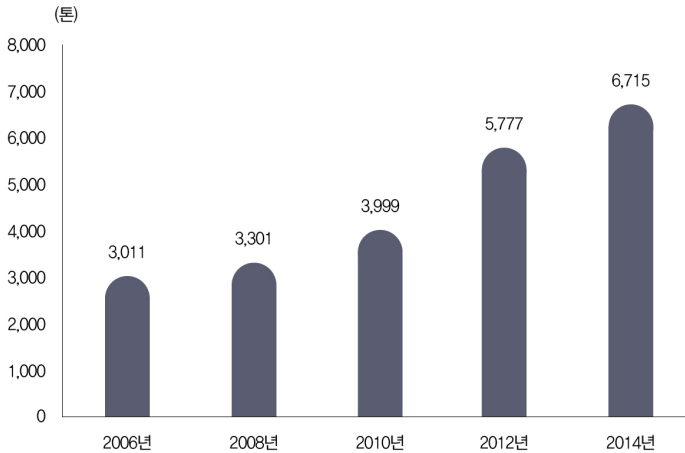
		외 부 환 경	
		O (기회)	T (위협)
		- 토마토는 채소류 중 1인당 구매액이 가장 높은 인기채소 - 방울토마토 수요는 확대 추세 - 적색계 토마토의 맛과 기능성이 재인식되고 있음 - 나카쇼쿠 및 외식시장 확대 추세 - 일본산 토마토의 생산·출하 계획이 기상의 영향을 많이 받음	- 국산(일본산) 지향도가 매우 높음 - 분홍빛 토마토 수요는 대개 국산품이 공급됨 - 토마토는 과실과 같이 기호품으로 여기는 소비자가 많아 고가격이면 구매를 망설일 수 있음 - 다양한 종류의 토마토 수요가 확대되어 한국외 수입상대국(캐나다, 멕시코, 뉴질랜드)이 증가
내 부 환 경	S (강점)	- 한국산 토마토는 품질이 좋고 수요자 평가도 높음 - 특히 방울토마토가 강점 보유 1년 내내 안정적인 공급 가능	한국산 토마토의 품질(신선도)과 적정 가격을 강조해 업무용 수요 강화
	W (약점)	- 릴레이 재배에 따른 공급체계가 확립되지는 않음 - 기상악화, 병충해 발생에 따른 안정적인 공급에 지장이 발생할 위험 존재	
		적극적인 전략 - 토마토의 품질유지·향상에 전력 - 일본산 토마토의 동향을 파악, 신속하고 적절한 공급체계 확립 - 방울토마토를 중심으로 나카쇼쿠 및 외식업체 영업용 판매에 주력	개선 전략 - 릴레이 재배를 통한 연중 생산체제 확립 - 기후의 영향을 적게 받는 재배기술, 병충해에 강한 품종 개발에 집중
		차별화 & 방어 전략	

다. 쥬키니호박 및 애호박

1) 생산 및 수입현황

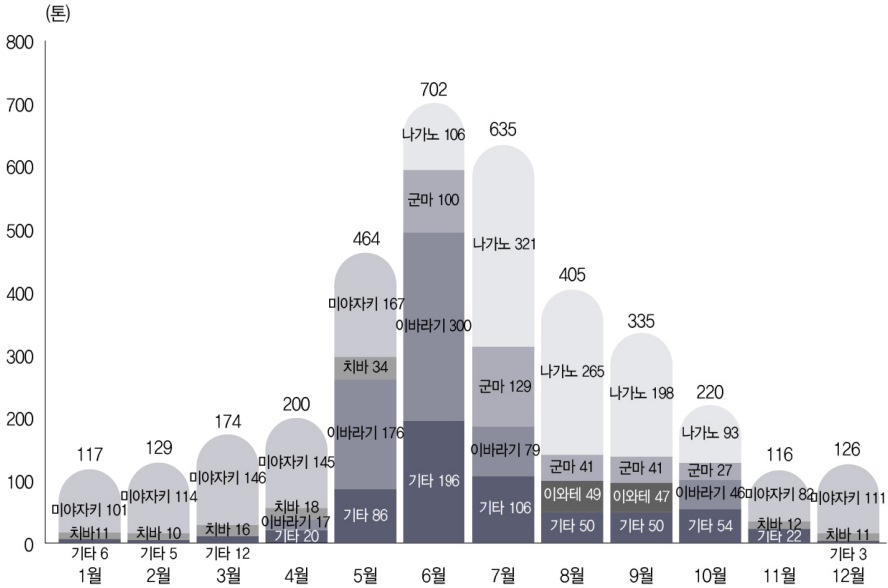
- 일본의 쥬키니호박 시장(2016년)은 추계 약 8,000톤, 약 96%를 일본산이 차지함
- 일본산 쥬키니호박 출하량은 2014년 6,715톤(격년 조사로 2016년 수치는 미정)으로 2006년 이후 증가가 계속되어 특히 2012년부터 증가비율이 확대되고 있음
 - 쥬키니호박은 원래 일본 채소시장에 없었던 품목이지만 이탈리아 요리나 프랑스 요리 보급으로 소비가 확대되어 일본의 생산지가 급속하게 확대

▮ 일본산 쥬키니호박 출하량 ▮

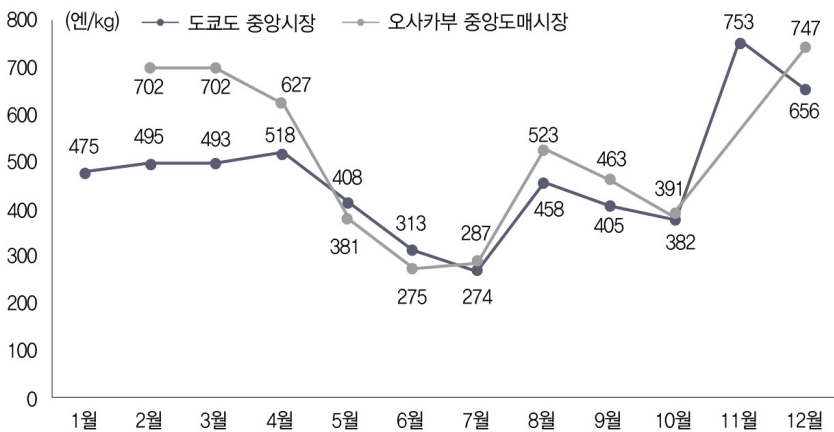


- 일본산 쥬키니호박 시기별 유통량 및 가격을 보면 하절기(5~7월)에 유통량이 증가하고 가격이 내리는 경향이 있음
- 향후 계속하여 일본산 쥬키니호박 출하량이 증가하고, 외국산은 일본산 유통량이 감소하는 가을에서 봄까지의 수요를 보완하는 형태로 변화가 없을 것으로 예상됨

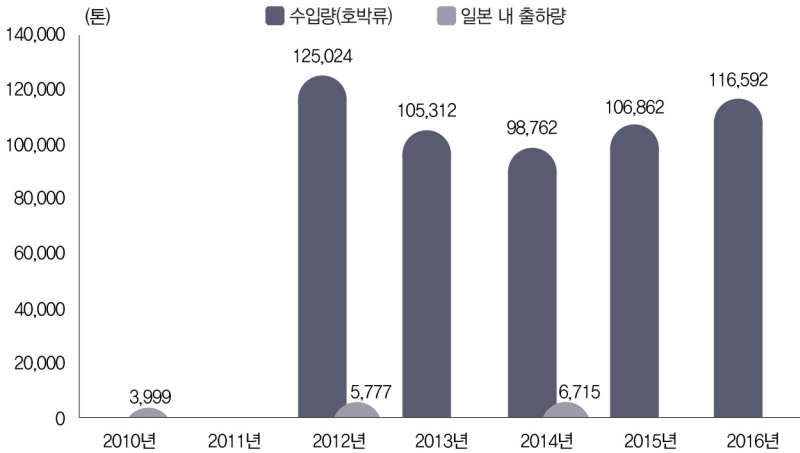
2017년 월별 일본산 주키니호박 유통량 및 가격



일본산 합계 : 단가



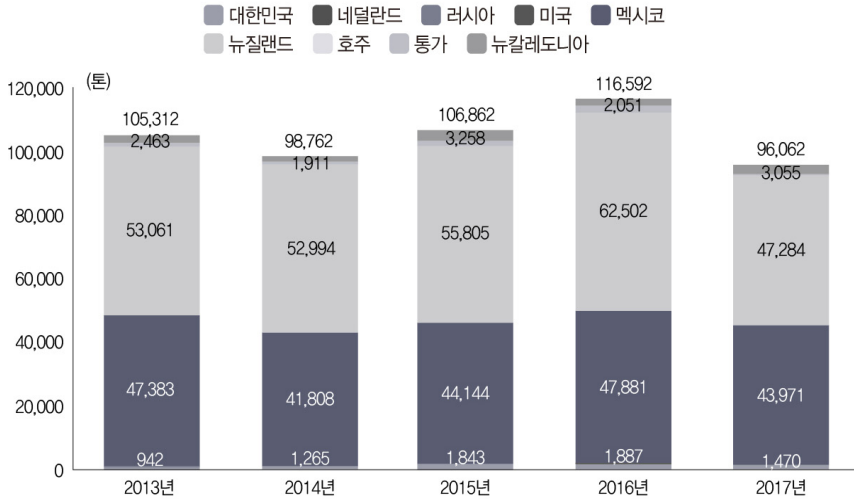
일본내 주키니호박 유통량(일본산 및 수입산)



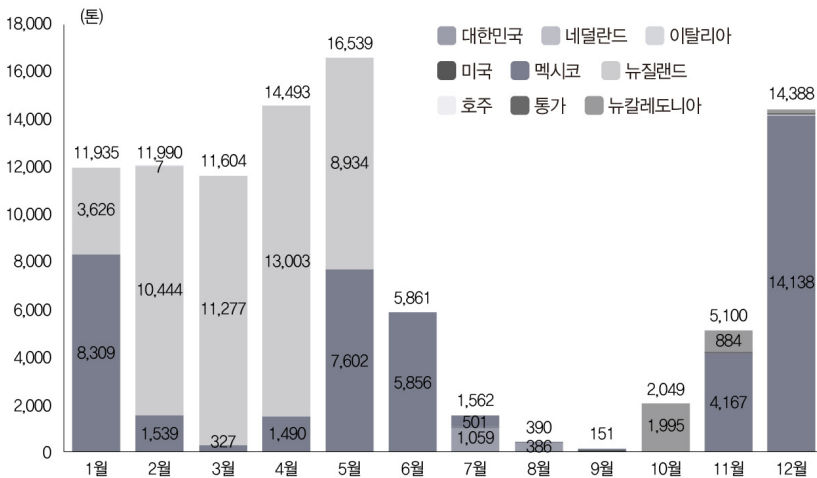
- 외국산 호박류 수입량은 2017년에 9만 6,000톤이며, 이 중 주키니호박은 200~300톤으로 추정³⁾
 - 2012년 이후 다소 증감이 있지만 보험추세를 유지하고 있으며, 매년 약 10만 톤의 호박류가 수입
 - 문헌 및 청취조사 정보로 볼 때 호박류에 차지하는 주키니호박 비율이 1% 정도이며 약 200~300톤 정도로 추정됨
- 주요 수입 국가는 멕시코, 뉴질랜드로 전체 수입규모의 95%를 차지함
 - 외국산 호박류 월별 수입량은 10월 하순 뉴칼레도니아에서 시작해서 가을·겨울은 멕시코산, 겨울·봄은 뉴질랜드산이 주로 수입됨
 - 일본산 유통량이 증가하는 하절기에는 한국산이 소량 수입
- 외국산 및 일본산 주키니호박에 가격 차이가 거의 없음
 - 일본산이 적고 외국산이 증가를 시작하는 11월이 가장 높은 가격으로 거래됨

3) 외국산 주키니호박 수입량은 국가별 통계자료가 집계되지 않으며, 주키니호박을 포함 호박류 수입통계만 집계됨

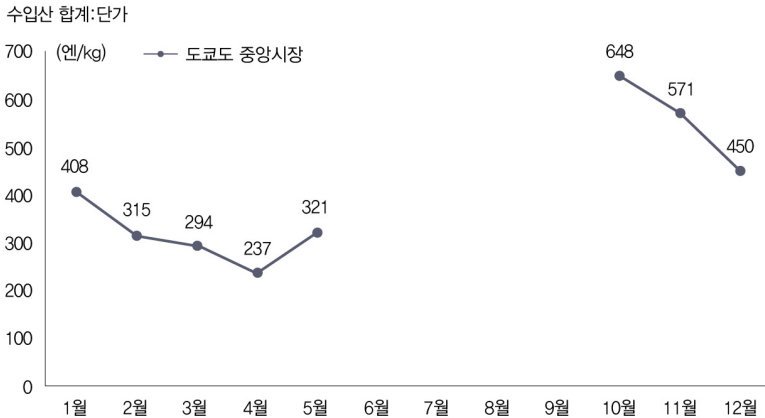
수입산 호박류(쥬키니호박 포함) 수입량



2017년 월별 수입산 호박류(쥬키니호박 포함) 수입량



2017년 월별 수입산 주키니호박 유통가격



2) 주요 품종 및 생산지

- 일본에서 유통되는 대부분의 주키니호박은 과피가 짙은 녹색으로 원통형인 품종임
 - 주된 품종에는 「라벤」, 「파스코라」(이상 신젠타 재팬 주식회사), 「다이너」(다키이 종묘 주식회사), 「글린보트 1호」(가네코 종묘 주식회사), 「글린 토수카」(주식회사 사카타노타네), 「젤다 네로」(도키타 종묘 주식회사) 등이 있음
 - 황색 품종은 「오람」(다키이 종묘 주식회사), 「이에로보트」(가네코 종묘 주식회사), 「골드 토수카」(주식회사 사카타노타네) 등이 있음
 - 생산지에 따라 재배추천 품종이 있지만 별 차이가 없어 최종적으로는 농가가 품종을 선정
 - 주키니호박은 담백한 맛으로 식감에 의한 차별화가 어렵기 때문에 주키니호박의 품종개량은 주로 수확량 향상을 목적으로 하고 있음

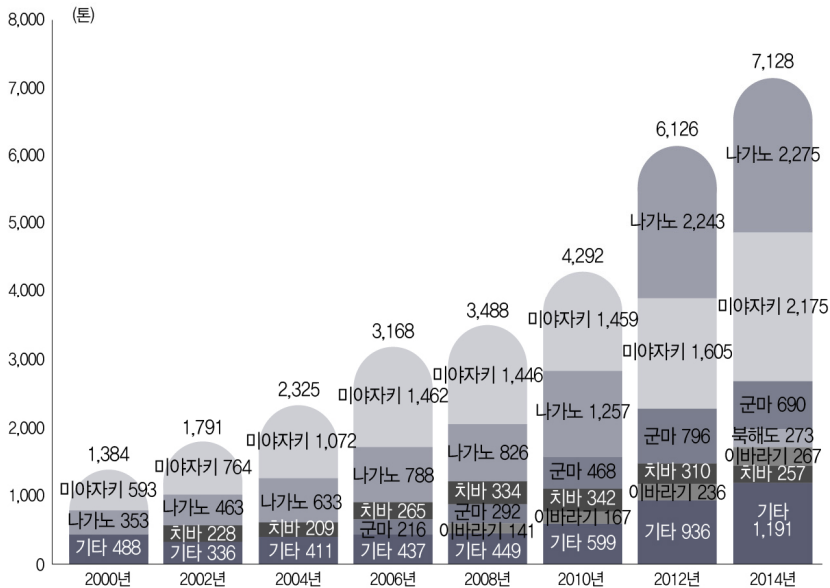
품종	색	형상	특징	종자회사
라벤	흑녹색	원통형	잎줄기의 가시가 적고 수확 작업이 쉬움. 길이 18~20cm, 과일 직경이 3~5cm로 오이보다 조금 큰 사이즈	신젠타재팬(주)
콘테	흑녹색	원통형	라벤보다 착과가 좋은 품종이고 비가림 하우스나 노지재배의 하추기 수확이 적당함	
파스코라	짙은 녹색	원통형	과일은 조금 크고 우수 상품이 많음. 껍질은 단단하고 상처를 입기 어려움	
글린보트 1호	짙은 녹색	원통형	길이 15~20cm로 수확함. 덩굴이 성장하지 않고 소 면적으로 재배가 가능. 복합 내병성이 있고 만들기 쉬움	가네코종묘(주)
글린보트 2호	짙은 녹색	원통형	낮은 착과절위로 암꽃 착생이 우수한 조생품종. 잎 뒷면의 가시가 적고 좋은 작업성으로 덩굴은 접하기 어려움	
이예로보트	황색	원통형	길이 15~20cm로 수확함. 덩굴이 성장하지 않고 소 면적으로 재배가 가능. 바이러스(ZYMV)에 대한 내병성이 있음	가네코종묘 주식회사
블랙 토스카/ 글린 토스카/ 골드 토스카	흑녹색/ 짙은 녹색/ 짙은 황색	원통형	개화 후 4일 정도로 길이 20cm 전후 유과를 수확함. 덩굴이 성장하지 않고 소 면적으로 재배가 가능, 정지하기 쉬움	(주) 사카타노타네
다이너	짙은 녹색	원통형	모양은 완전히 덩굴이 없고 가득 차는 절간에 연속으로 암꽃이 피고 수확량이 많음	다카이종묘(주)
오람	짙은 황색	원통형	소 면적으로 재배가 가능, 가정에서도 적당함. 평균 길이 20cm이며 평균 과일무게는 150g	
블랙 액/ 글린 액	짙은 녹색/ 연두색	구형	암꽃이 연속해서 착생, 착과하고 수확 가능한 품종. 덩굴이 없고 내병성도 있으며 재배하기 쉬움	
골디	황색	구형	암꽃이 연속해서 착생, 착과하고 수확 가능한 품종. 덩굴이 없고 내병성도 있으며 재배하기 쉬움	

품종	색	형상	특징	종자회사
반비노	짙은 녹색	원통형	큰 것도 길이 15cm 정도의 소형 주키니 호박. 일반 주키니호박보다 과일이 부드럽고 좋은 향기와 선명한 색깔이 특징. 꽃을 붙이는 주키니호박으로도 사용 가능. 수확량은 일반 주키니호박보다 1.5배 많음	도키타종묘 (주)
젤다 네로/ 올리브/자로	짙은 녹색/ 연두색 / 황색	원통형	길이 20cm 전후로 수확. 생육 초기부터 후반까지 안정적으로 성장하고 많은 수확량을 기대할 수 있음. 네로 및 자로는 바이러스 병에 강해서 재배하기 쉬움	
스테라	연두색	원통형	꽃을 붙이는 주키니호박에 적당. 별 모양의 단면이 특징	
파리노 네로/올리브/ 자로	짙은 녹색/ 연두색 / 황색	구형	개화 후 3~5일 후 과일 직경이 7~8cm로 수확. 생육 초기부터 일정하고 암꽃, 수꽃이 균형 좋게 개화하고 연속해서 과일을 수확 가능. 올리브 및 자로는 바이러스 병에 강하고 재배하기 쉬움	

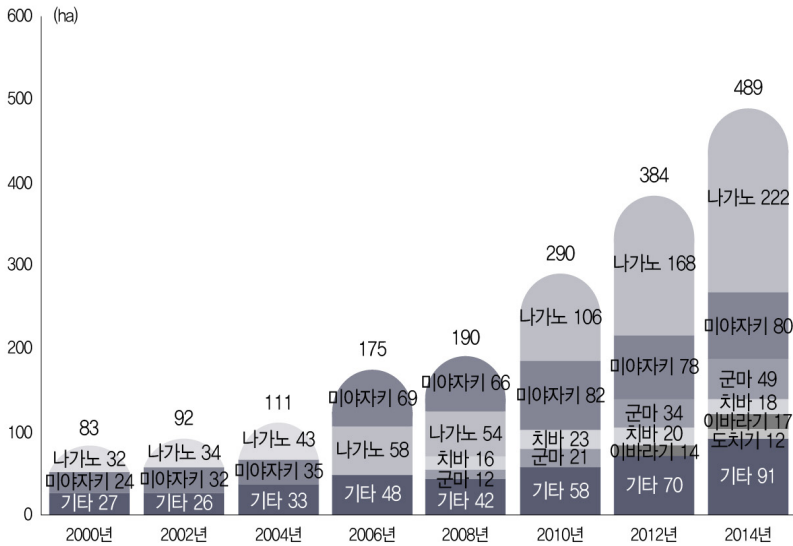
- 일본산 주키니호박의 주요 산지는 미야자키현, 나가노현
 - 휴우가 호박(휴우가 가보차)의 생산지였던 미야자키현이 처음으로 도입해서 이후 나가노 현에서도 재배
 - 요즘에는 군마현이나 이바라키현 등 북 간토지방으로 산지가 확대
 - 나가노현은 하절기 대표적인 산지로 노지재배, 미야자키현은 가을에서 겨울에 걸쳐 축성재배(하우스재배)를 하는 생산지이며 군마현 및 이바라키현은 단경기인 초여름과 초가을의 출하량이 많음
- 주키니호박은 연작장애가 없는 비교적 키우기 쉬운 품목으로 다른 작물에서 전작도 많으며 전국 각지에서 생산
 - 특히 하우스재배가 많은 미야자키현에서는 재배 비용 감소를 목적으로 오이 및 피망에서 주키니호박으로 전작하는 움직임이 확대(주키니호박은 오이나 피망보다 저온으로 재배 가능)

- 재배상의 어려움은 단성화이기 때문에 수분을 해주기 위해서는 곤충 및 사람의 손이 필요하며 여름에는 곤충의 자연수분이 가능하지만 겨울에는 인공수분이 필수적이기 때문에 노동력이 소요됨
- 일본내 생산지가 확대되면서 상품 규격 통일의 문제 발생
 - 일본 국내 생산지가 급격하게 확대되면서 각지의 규격이 다른 문제가 발생함
 - 예를 들면 1박스 2kg가 기본이지만, 1kg이나 4kg인 생산지도 있고 2kg에서도 10~13개입이 있는 등 그 기준이 상이하여 수요처에서 불만이 발생함

■ 일본산 주키니호박 지역별 생산량 ■



일본산 주키니호박 지역별 재배면적

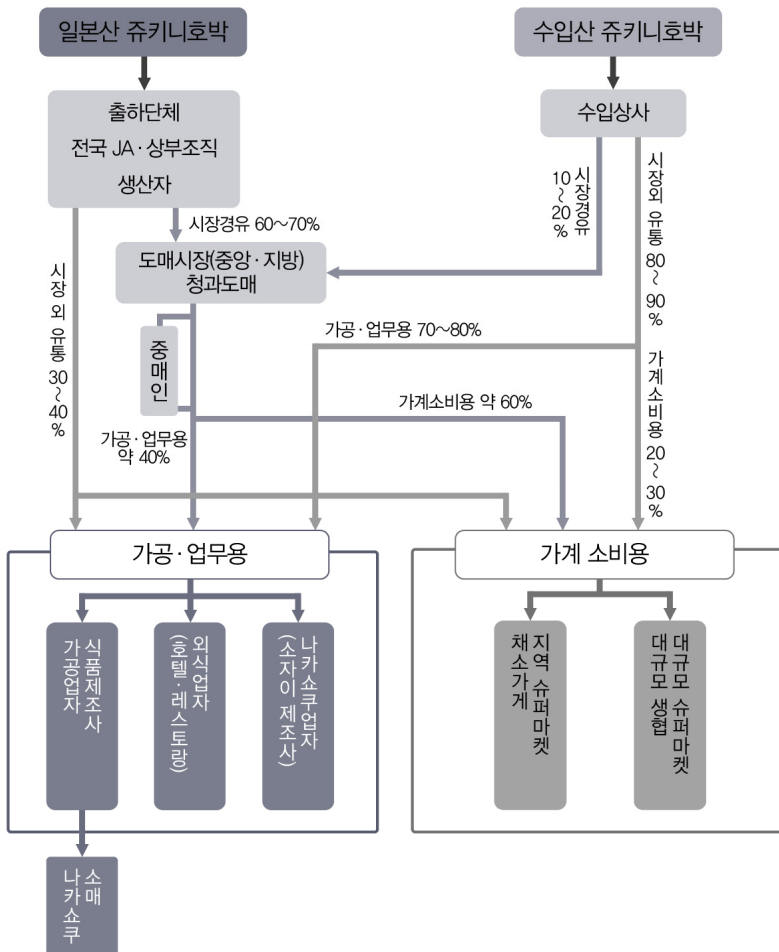


3) 유통현황 및 수입관계자

- 일본산 주키니호박은 60~70%가 도매시장을 통해 유통되고 있음
 - 여름작물은 가계소비용이 주력(60~70%)이며, 가을·겨울작물은 가계소비용과 영업용이 비슷한 비중으로 소비됨
 - 최근에는 태풍의 영향으로 가을철 노지재배 작물의 출하량이 격감하는 해가 많아서 일본산 주키니호박의 공급위기를 대비하기 위해 멕시코산을 중심으로 수입을 준비하는 대형마트가 증가하고 있음
- 수입 주키니호박은 직판이 80~90%를 차지하고 대부분이 가공·영업용으로 판매됨
 - 주키니호박(호박 포함)의 주된 수입상사에는 H&F 인터내셔널 주식회사나 위즈메탁푸즈 주식회사, 주식회사 남구 등이 있음

- 2013년부터 한국산 애호박을 취급하고 있는 수입상사에 따르면, 한국산 애호박 수입은 한정적인 수요로 연간 수십 박스 수준의 단발성이며, 코리안타운처럼 소매업체가 판매하는 애호박은 개인적으로 수입하는 소량 수입 형태로 이루어짐

▮ 일본 내 주키니호박 유통구조 ▮



4) 소비 및 소비동향

- 주키니호박은 일본에서 1980년쯤부터 보급되었으며 이탈리아 및 프랑스 요리 수요 확대로 소비가 증가
 - 일본에서는 이탈리아 요리점의 영업용 식재료로서 보급된 것에서 이탈리아의 「주키니호박」 이름으로 알려지게 됨
 - 이탈리아 요리 및 프랑스 요리(라타투이 등)가 가정요리로 확산되면서 소비가 확대되었으며 최근에는 일식을 비롯해서 다양한 요리에 활용
 - 먹기 쉬운 담백한 맛으로 다양한 요리에 활용 가능한 한편, 특징이 없고 고가격일 때는 다른 채소로 대용되기 쉬운 채소임
 - 오이와 같이 절임으로 많이 활용되고 있음
 - 대형마트 등에 폭넓게 저가로 유통되면서 주키니호박의 인지도가 많이 향상됨
- 많은 소비자가 주키니호박을 「이탈리아 채소」로서 인식하고 있으며 국산 지향이 높지 않음
- 일본산 주키니호박을 중심으로 가계 소비는 증가하지만 수요의 과반수가 가공·영업용임
 - 기본적으로 가열조리가 필요한 식재료로 먹는 방법(조리법)을 모르는 소비자가 많음
- 일본 애호박의 수요는 한국계 외식업체에 한정됨
 - 애호박은 일본 소비자에게는 알려지지 않은 채소로 특별한 계기가 없는 경우 소비가 확대되기 어려울 것으로 예상
 - 경쟁품목인 주키니호박은 멕시코산 및 미국산이 영업용으로 저가유통되어 가정 소비용에 대한 수요는 일본 생산량으로 충당 가능함

5) 시장특성 및 한국산 진출상황

- 일본 주키니호박 유통규모의 90% 이상을 자국산이 차지함
 - 주키니호박은 이탈리아 요리점의 영업용 식재료로서 일본에서 수입
 - 이후 재배가 쉽다는 장점으로 일본내 생산지가 증가하면서 현재 일본산이 90% 이상을 차지하고 있음
 - 이탈리아 요리 및 프랑스 요리에 필수인 식재료로 현재도 외식업체를 중심으로 과반수가 가공·업체용으로 유통되고 있음
- 일본산 주키니호박은 가계소비용, 수입 주키니호박은 가공·업체용이 주력이지만 일본산의 생산 및 공급차질 등을 피하기 위해 최근에는 수입 주키니호박을 취급하는 소매업체가 증가하고 있음
- 한국산 애호박은 일본에서 지명도가 낮고 수요가 한국계 외식업체에 한정
 - 일본 소비자 대상 애호박의 인지도가 낮고 영업용의 경우 저가의 주키니호박이 유통되고 있어 가격경쟁력이 낮은 상황임
- 애호박 수출 고려시, 고품질 상품으로 고소득층 타겟의 유통매장, 외식업체에 납품하는 것이 필요
 - 애호박은 유럽산과 같이 고급 주키니호박으로서 가계소비용을 강화하고 영업용은 고급 업체에 한정하는 등 고부가가치화를 시도하는 것이 좋은 방법일 것임
 - 우선 애호박의 특징과 장점을 명확히하고 소비자 인지도를 향상하는 것이 중요

한국산 애호박 SWOT 분석

		외 부 환 경	
		O (기회)	T (위협)
		- 일본산 주키니호박의 생산·소비 확대되고 있음 - 수입산 주키니호박의 가격 상승 - 국산지향도가 그다지 높지 않음 - 나카쇼쿠 및 외식시장이 확대되고 있음 - 여름~가을재배의 일본산 주키니호박(노지재배)은 태풍의 영향을 받기 쉬움	- 일본산 주키니호박 산지가 급속히 확산 - 수입산 주키니호박(멕시코산, 미국산)은 영업용으로 저가에 유통되고 있음
내 부 환 경	S (강점)	- 한국은 일본과 지리적으로 가깝기 때문에 품질(신선도)이 높은 애호박 공급 가능 - 연중 안정적인 공급 가능 - 한국에서는 일상적으로 소비되므로 조리방법 등이 다양	- 고급 주키니호박으로 가격 상승 - 가정에 조리·보존방법을 알리고 다양한 메뉴를 제안
	W (약점)	- 일본 내 인지도가 낮음 - 주키니호박과 차별화가 어려움 - 비교적 고가	일본의 주키니호박과 차별화한 한국산 「애호박」으로 소비자 인지도 확대 도모
		적극적인 전략	차별화 전략
		개선 전략	- 일본산 및 유럽산 주키니호박과 다른 애호박의 특징을 강조 - 멕시코산, 미국산과 차별화된 부가가치화 도모

가. 일본 청과물 시장트렌드

- 일본에서 청과물은 이전까지 「그대로 생식으로 먹기」 및 「가정에서 조리·가공해서 먹기(우치쇼쿠)」가 일반적이었지만 요즘에는 여성의 사회진출 및 고령화 진전에 따라 외식 및 나카쇼쿠(반찬)를 이용하는 기회가 증가함
- 그로인해 청과물 수요가 1980년대부터 가정용이 감소하고 영업용이 증가하고 있음
- 2000년대에 세계적인 경제 불황을 경험했고 다시 우치쇼쿠가 증가했지만 이전처럼 신선식품을 구입해서 가정에서 요리하는 기회의 증가보다 편리성이 높은 가공품 이용이 확대되고 있음
- 청과물 가공품 수요는 소비자만이 아니라 외식 및 나카쇼쿠 업체도 높음
요즘에는 냉동 채소나 간편 채소·조각 과일 수요가 증가하고 있고 나카쇼쿠의 인기 메뉴로 샐러드계 반찬이 상위를 차지하고 있음
- 고령자 및 1인가구 증가에 따라 반찬 상품은 소량·소구분의 수요가 높아지고 있음. 간편 채소 및 조각 과일이 인기를 얻은 배경에는 남은 채소나 과일을 폐기할 필요성이 없다는 이점도 작용함
- 요즘 화제가 된 청과물에는 토마토 및 파프리카, 새싹채소, 아보카도 등이 있지만 전부 고기능 채소·과일인 점이 소비자의 건강 지향을 잘 보여줌
- 미용 및 건강(다이어트)에 관심이 있는 젊은 여성을 중심으로 채소 및 과일이 가진 영양을 간편하게 섭취할 수 있는 콜드프레스 주스 및 스무디 소비가 확대되고 있음

- 소비자의 절약지향이 여전히 강하지만 한편으로 기능성 및 높은 안전성을 특징으로 한 고부가가치 채소나 과일이 잘 팔리고 있음. 예를 들면 유기농 농산물 및 가공품이 주목을 받고 있음
- 요즘에는 청과물도 인터넷으로 판매하고 구입자의 집까지 발송하는 택배 서비스가 확대되고 있음. 풍부한 상품 수와 쇼핑에 드는 시간 및 노력을 줄일 수 있기 때문에 맛벌이 가구나 고령자에서 높은 지지를 받고 있음

나. 시장특성 및 수출장벽 · 과제

- 일본 국내 청과물 유통량이 1990년대 이후 정체된 상태가 이어지고 저출산 고령화로 향후에도 전체 수량이 증가할 전망은 없어 보임
- 일본산 청과물은 전국 도매시장(중앙, 지방)을 경유하는 시장유통이 기본이지만 최근 들어 시장의 유통(직접 거래)의 비율이 증가하고 있음
- 수입 청과물은 수입상사가 직접 소매업체 등에 유통하는 시장외 유통의 비율이 높음. 특히 채소는 특이한 희소품목 이외에는 일본산보다 저가로 거래하는 품목이 많아서 가공·영업용도가 중심임
- 일본의 청과물 시장을 확대하기 위해서는 총량보다 각각의 품목가치를 높이는 것이 중요함
- 일본은 소량으로 품종이 많은 식재료에 수요가 있고 품질 및 안전성에 대한 높은 선호도를 가지고 있다. 오랫동안 「일본산=안전하며 고품질」이라고 인식되었기 때문에 지금도 변함없이 일본산을 중시하는 경향이 있음
- 중국산을 비롯한 수입품에 대해서는 잔류농약 문제 등으로 품질 및 안전성이 보장되지 않는다는 인식이 있음
- 대형 소매업체 및 식품 택배업체를 중심으로 자사가 취급하는 농산물(PB상품 등)에 대해서는 안전성의 국제인증인 「글로벌 GAP」을 취득하는 등 품질을 높이려는 노력을 강화하고 있음
- 일본으로의 식품 수출을 위해서는 「동식물 검역」(동물의 전염병질병 및 식물의 병해충 침투방지 등), 「식품 안전」(오염물질, 잔류농약, 위생관리 등), 「표시」(사용 언어, 식품첨가물 표시 등) 등에 대해서 일본의 법령에 적합할 수 있게 대응할 필요가 있음

- 식물방역소에서는 수출국 정부기관의 검사 결과 검역유해 동식물이 부착되지 않는 것을 확인한 검사증명서(식물검역증명서 또는 phytosanitary certificate)를 첨부한 후 실지검사로 식물검역 대상인 병해충 부착이 없으면 합격이 됨. 불합격의 경우는 소독 및 폐기 또는 반송 조치 명령이 내려짐. 소독 명령의 경우 조치 후 수입이 가능함(소독에는 잔류하지 않는 약품을 사용하기 때문에 대부분 상품이 그대로 유통)
- 수입상사 C에 따르면 한국에서 신선채소를 수출할 때는 「한국산」이라고 명기할 필요가 있다고 함(패키지에 생산지 기재가 없는 것이 있음)
- 식물 검역으로 훈증처리를 받을 때 상품이 비닐봉투 등으로 밀봉되어 있으면 약제가 침투하지 않기 때문에 봉투를 벗기라는 지시가 있었음(일정 시간과 비용이 소요됨). 따라서 비닐 등으로 포장할 경우 꼭 구멍을 뚫는 것이 필요

다. 수출확대 방안

1) 파프리카

- 일본에서 채소 생산량 및 소비량이 정체된 가운데 파프리카만 생산량 및 소비량이 모두 증가하고 있는 유일한 채소임
- 수입 파프리카로 시장이 만들어진 것도 있고 국산 지향이 높은 일본에서 수입품을 소비자가 자연스레 받아들이고 있는 것은 드문 경우임
- 파프리카는 한국산이 품질 및 가격으로 우위를 유지하고 당분간 일본산 및 네덜란드산을 제치고 단독으로 1위를 유지하는 시장상황이 계속될 것으로 예상됨
- 과제로서는 파프리카 시장규모가 수량 기준으로 증가하고 있지만 단가로는 약간 감소되고 있다는 것임
- 특히 일본산 파프리카 유통량이 증가하는 하절기에는 과잉공급이 되어 단가가 하락하고 있음. 또한 한국 국내에서의 파프리카 수요확대로 시기에 따라 수출량(일본용)이 크게 감소되는 등 연중 안정공급이 되지 못하는 상황도 발생함
- 대책으로는 한국산 파프리카 공급계획을 재검토하는 것과 동시에 일본에서 더 많은 수요확대를 할 필요가 있음. ① 가정소비용은 샐러드(생식)를 포함 다양한 소비 형태를 제안하고 1식(1인)당 파프리카 소비량을 확대, ② 향후 높은 수요가 예상되는 나카쇼쿠 및 외식으로의 사용을 촉진하기 위해서 가공·영업용을 강화함
- 예를들면 ① 파프리카 종류(팔레르모, 방울파프리카 포함)에 대응한 모양이 좋은 메뉴 및 스무디 등 간편한 소비 방법을 제안하기 위해서 소비자용 판촉에 주력하고 품종의 특징 및 품종마다 먹는 방법 등을 소개 ② 수출 체제를 재점검하고 수출처의 작은 사이즈 요구(크기 및 색깔)에 대응하는 것과 동시에 가공·영업용의 필수 조건인 연중 안전공급을 철저하게 하는 것이 중요함

2) 토마토

- 토마토는 일본 신선채소 시장에서 높은 수요를 유지하는 인기 채소이며 일본산이 압도적인 점유율을 가지고 있어 수입품은 가공·영업용에 특화하는 것으로 수요를 확대해 왔음
- 한국산 토마토는 일본에서 가까운 지리적인 이점을 활용해서 품질 및 가격으로 수요처로부터 높은 평가를 받고 있음. 그중에서도 방울토마토 수요가 많아 최근의 수요 확대를 배경으로 점유율을 확대하고 있음
- 수입상사에 따르면 한국 국내에서 철저한 생산지 릴레이 재배가 되지 않기 때문에 적절한 재배시기를 지나 재배된 품질이 나쁜 토마토가 유통되는 것이 있고 수요처와의 신뢰관계를 잃을 가능성도 있음
- 가정 소비용의 생식용 토마토는 일본 국산 지향이 높고 한국산 토마토의 도입 및 확대가 어려운 상황임. 한편으로 음식 간편화가 진행되어 나카쇼쿠 및 외식시장이 확대됨에 따라 영업용 수요가 높아지고 있음
- 한국산 토마토를 영업용으로서 존재감을 강화하기 위해 방울토마토를 중심으로 토마토의 품질유지 및 향상과 연중 안정공급을 철저히 해나가야 함
- 세계적인 이상기후 및 병해충으로 인한 토마토의 생산·공급 위험성에 대해서는 기후영향을 적게 받는 재배기술 및 내병성 품종의 개발을 시작하는 것이 중요함

3) 애호박

- 주키니호박은 이탈리아 요리점의 영업용 식재료로 일본에 수입된 것에 의해 시장이 만들어 졌고, 그 이후 재배하기 쉽다는 이유로 일본 국내 생산지가 연속해서 확대되어 지금은 일본산이 90% 이상을 차지하는 시장으로 성장했음
- 이탈리아 요리 및 프랑스 요리에 필수적인 식재료로서 현재에도 외식업체를 중심으로 절반이상이 가공·영업용으로 유통되고 있음
- 원래 주키니호박이 일본에 없었던 채소로 국산 지향이 높지 않지만 일본산이 기본적인 수요를 채우기 때문에 수입품이 확대되기는 어려울 전망임
- 한국산 애호박은 일본에서 지명도가 낮고 수요 대부분이 한국계 외식업체에 한정되어 있음
- 낮은 지명도와 일반 영업용 수입 주키니호박은 저가로 유통되기 때문에 애호박 수출에서는 가격이 문제가 됨
- 애호박은 유럽산과 같이 고급 주키니호박으로서 가계소비율을 강화하고, 영업용은 고급업종에 한정하는 등 고부가가치화를 시도하는 것이 좋은 방법임. 따라서 우선 애호박의 특징과 장점을 명확화 하고 소비자 인지도를 향상하는 것이 중요함

[2018년 해외 이슈조사] 일본 주목받는 신선채소 시장조사

보고서 기획 : 한국농수산물유통공사 오사카지사

발 행 일 : 2018년 10월

발 행 처 : 한국농수산물유통공사 수출정보부

주 소 : 전라남도 나주시 문화로 227

* 본 자료는 한국농수산물유통공사 KATI 농식품수출정보 홈페이지(www.kati.net)에서 보실 수 있습니다.

* 본 자료에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

* 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나, 무단전제 및 복사는 법에 저촉됩니다.

