행정간행물 발간등록번호
64400 - 51160 - 37 - 9791

— 농수산물 수출유망 가공식품 —

해외시장동향



충청남도

64400
51160
37
23

행정간행물 발간등록번호
64400 - 51160 - 37 - 9791

— 농수산물 수출유망 가공식품 —

해외시장동향



충 청 남 도

머 리 말

세계무역의 자유화 물결에 따라 농수산물 시장도 대폭 개방되어 우리 식탁에서도 값싼 외국 농수산물들을 어렵지 않게 찾아볼 수 있게 되었습니다.

그러나 우리가 외국 농수산물을 먹어야 한다면 세계 각국의 외국인들에게도 우리 농수산물을 먹게 할 수 있을 것입니다.

중요한 것은 우리 농수산물의 국제경쟁력이며 수출은 종합적인 국제경쟁력을 나타내는 것으로서 국내적으로는 생산성과 품질을 높이면서 국외적으로는 그 나라의 소비성향, 가격동향, 유통제도를 소상히 알아야 되고 적극적인 홍보와 시장개척이 뒷받침될 때 가능한 것입니다.

이 책은 우리도내 수출유망 농수산물과 가공식품 54개 품목을 선정하여 품목별로 주요한 외국시장 정보를 수록하여 해외시장으로 뻗어나가고자 하는 우리 농어민들께 유익한 정보를 제공해 주고자 많은 자료를 수집하여 제작하였습니다.

아무쪼록 이 자료가 우리도의 농수산물이 세계시장으로 진출하는데 일익을 담당하여 농어업인이 소득향상에 기여할 수 있도록 많은 활용있으시기를 바랍니다.

1997. 10

충청남도지사 **심 대 평**

목 차

I. 장 류

1. 고 추 장 5
2. 된 장 11
3. 간 장 21

II. 음 료

1. 인삼음료 33
2. 과즙음료 39
3. 사과주스 49
4. 채소주스 63
5. 식 혜 71
6. 국 산 차 79

III. 기 타 류

1. 홍삼제품 91
2. 삼 계 탕 101
3. 김 치 109
4. 단 무 지 121
5. 곶 감 129
6. 잼 135
7. 냉동딸기 141
8. 한 과 153
9. 국 수 163
10. 게 맛 살 175
11. 볏 짚 183

Ⅰ. 장　　류

1. 고 추 장

1. 국내 수출동향 7

2. 주요국 동향 8

• 미 국 8

고 추 장

1. 국내 수출동향

1. 국가별 수출실적

(단위 : 천불, 천톤)

국 가 별	'94	'95	'96
세 계 전 체	4,342.4 (2.1)	4,250.6 (2.0)	5,708.1 (2.6)
1. 미 국	2,576.2 (1.4)	2,223.0 (1.2)	3,015.7 (1.6)
2. 일 본	376.5 (0.1)	614.9 (0.2)	727.2 (0.2)
3. 뉴 질 랜 드	48.6 (—)	20.8 (—)	339.9 (0.1)
4. 호 주	31.8 (—)	137.1 (0.1)	186.5 (0.1)
5. 중 국	5.1 (—)	70.3 (—)	149.7 (0.1)
6. 캐 나 다	130.4 (0.1)	61.8 (—)	149.0 (0.1)
7. 기 타 국	64.9 (—)	18.6 (—)	137.3 (0.1)
8. 싱 가 포 르	77.2 (—)	90.6 (—)	134.7 (0.1)
9. 네 덜 란 드	129.5 (0.1)	32.0 (—)	109.7 (—)
10. 말 레 이 시 아	80.9 (0.1)	59.7 (—)	109.7 (0.1)

○ 해외의 주요 소비처는
① 현지교민 소비
② 현지한국식당을 중심으로 한 여행자(선원 및 관광객 등) 소비
③ 현지진출업체 근로자(건설, 전자, 섬유 등) 소비 등으로 구분할 수 있음.

2. 주요국 동향

미 국

1. 유통현황

○ 현지에서 유통되고 있는 고추장의 중량단위와 가격은 아래와 같음.

유 통 단 량	17kg	3kg	1.5kg	2.2Lb	1.1Lb
가 격	U$ 50.00	U$ 50.00	U$ 50.00	U$ 50.00	U$ 50.00

○ 현지에서 고추장과 유사한 상품은 Hot sauce이나 맵다는 점이 같을 뿐 제조공정과 맛은 현격히 다름.(핫 소스는 숙성과정이 없이 홍고추 분쇄한 것과 비슷) 또한 Hot Sauce 계통으로 멕시코 계통의 식품인 Salsa가 토마토 케첩 대신에 미국인 주류 식품으로 정착되고 있음.

○ Hot Sauce에 동양식 맛과 양념을 가미한 태국산, 일본산, 필리핀산 등이 시장에 유통되고 있으며, 주로 음식에 쳐서 먹거나 찍어 먹을 때 사용

2. 소비동향

○ 소비계층은 100% 교민용이며 시장규모는 연간 약 1천만 불로 추정되나 새로운 제품을 개발하지 않으면 시장확대 전망이 적음.

○ 현지시장 점유율은 한국산 80%, 현지교포 제조 20%임.

○ 현지소비자들은 한국산 고추장이 신선도가 떨어지고 군내가 나며 달다는 평을 하고 있음. 또한 매운 맛 등 자극성을 약하게 하여 제조할 필요가 있음.

3. 상품표시제도

○ 수입식품 라벨에는 ①제품명 ②원재료명 ③실중량 ④업소명 및 주소 ⑤영양정보 등 다섯 가지를 반드시 표시해야 하는데 유통기한이나 제조일 표시의무는 없고 성분별 함량표시도 의무사항이 아니며 원료식품은 소비자가 식별가능한 방식으로 표시함.

○ 이중 영양정보는 '94년 8월 8일부터 시행된 식품영양표시규정(NLEA : NUTRITION LABELING & EDUCATION ACT OF 1990)에 따라 육류, 가금류 및 기호식품류 등 일부식품류를 제외한 모든 포장식품에 대해서 의무화된 것으로 ①1회사용량 ②용기당 사용횟수 ③일일섭취량별 칼로리 ④영양분석표(NUTRITION FACT)를 뜻함.

○ 영양분석표는 다음 14가지 영양소 및 수량과 함께 일일섭취량의 비중(%)이 반드시 표시되어 있어야 하고 기타 영양소의 표기는 자유의사에 맡기고 있으며 표시순서는 가장 많이 함유하고 있는 성분으로부터 가장 적은 함유성분 순으로 모든 함유물이 나열되어야 하는데 이러한 라벨링 요건은 모든 직접적인 첨가물(DIRECT ADDITIVES)에 대해서도 적용됨.

전체 칼로리, 지방에 의한 칼로리, 총지방, 포화지방, 콜레스테롤, 소디움, 탄수화물, 섬유질, 단백질, 당분, 비타민A, 비타민C, 칼슘, 철분

○ 식품포장에 대한 표시

수입식품의 포장에 대해서는 다음사항을 표시한 라벨을 부착해야 함.

① 원산지

② 제조자, 포장자, 판매상의 이름 및 사업장 주소. 이때 제조업자의 이름이 표기되지 않을 경우 "Manufactured for—", "Distributed

by—" 등의 적절한 어구를 사용하여 제조자가 아님을 표시해야 함.

③ 식품명 : 겉포장의 중심면에 굵은 글씨로 표시

④ 성분의 명칭 : 함유량이 많은 순으로 표기

⑤ 내용물의 순량

⑥ 일회사용량 및 전체 사용가능 횟수

⑦ 일회사용량당 함유된 칼로리

⑧ 일회사용량에 함유된 전체 지방, 포화지방, 설탕, 단백질, 콜레스테롤, 전체 탄수화물, 복합 탄수화물, 나트륨 및 다이어트 섬유 함유량, 원산지를 포함한 의무표시 사항은 상품명 및 내용물의 순중량을 제외하고는 모두 겉포장 중심면이나 정보면(일반적으로 중심면의 바로 우측면을 말함)에 표기함.

○ 표시에 사용되는 언어

식품 라벨상의 모든 표기는 동일한 언어로 표시되어야 하며 원칙적으로 라벨에 영어가 아닌 다른 외국어로 표기할 수도 있으나 수입식품의 경우 원산지 표시규정에 따르면 원산지를 반드시 영문으로 표기하게 하고 있어, 수입식품의 경우는 라벨의 모든 내용을 영문으로 표기하는 것이 바람직함.

○ 수입식품의 유통기한

유통기한은 원칙적으로 제조업자나 소매업자에 의해 산정, 결정되므로 연방정부는 식품에 유통기간을 의무적으로 표시할 것을 요구하지 않음.

2. 된 장

1. 국내 수출동향 13

2. 주요국 동향 14

• 일 본 14

• 미 국 18

된 장

1. 국내 수출동향

1. 국가별 수출실적

(단위 : 천불, 천톤)

국 가 별	'94	'95	'96
세 계 전 체	1,670.5 (1.0)	1,549.1 (0.8)	1,891.2 (1.0)
1. 미 국	940.7 (0.6)	803.2 (0.5)	1,205.1 (0.7)
2. 일 본	122.2 (—)	231.3 (—)	217.1 (0.1)
3. 캐 나 다	12.1 (—)	11.0 (—)	83.9 (—)
4. 기 타 국	111.7 (—)	0.2 (—)	61.7 (—)
5. 스 페 인	11.1 (—)	119.6 (—)	58.1 (—)
6. 리 비 아	87.8 (0.1)	18.7 (—)	52.4 (0.1)
7. 러 시 아 연 방	12.9 (—)	63.4 (—)	46.6 (—)
8. 독 일	3.1 (—)	6.6 (—)	27.8 (—)
9. 뉴 질 랜 드	26.6 (—)	40.8 (—)	19.2 (—)
10. 아랍에미리트	14.6 (—)	0.7 (—)	15.8 (—)

2. 주요국 동향

일 본

1. 유통실태

○ 포장 및 규격

포장형태	나 무 통	소 포 장	컵 포 장	기 타	전 체
규 격 종 류 전 체 중 비 율 (%)	5kg 미만, (3%)	0.1~0.5kg, 0.6~1.0 (2%) (10%)	0.5kg 이하 (1%)	19%	100%
	5kg 이상 (11%)	1.1~2.0, 2.1~5.0 (32%) (2%)	0.6~1.0 (6%)		
		5.1kg 이상 (3%)	1.1~2.0 (11%)		

○ 가정용과 업무용의 포장규격
- 가정용 : 500g, 700g, 1kg들이가 주류를 이루고 있음.
- 업무용 : 4kg, 10kg, 20kg들이가 대부분임.

2. 가격동향

○ 장유의 연도별 평균가격

(단위 : 엔/kg)

'88	'89	'90	'91	' 92
330.7	334.2	355.1	395.0	405.2

3. 소비동향

가. 된장의 1세대당 연간구입량

(단위 : kg)

'91	' 92	'93	'94	'95
9.40	9.57	9.45	8.85	8.81

나. 소비형태 및 소비성향

○ 일본의 된장소비는 식생활의 다양화, 외식산업의 대두에 따라 쌀이나 된장국 등 전통식품의 소비율이 상대적으로 저하되었으며, 일본인의 일인당 연간 된장 소비량도 감소를 계속하여 '60년 8.8kg이었던 것이 '92년에는 4.8kg으로까지 감소하였다.

○ 그러나 '92년에는 된장수요의 감소경향에 제동이 걸려, 1인당 소비량에 있어서도 약간이나마 증가경향이 보여진다. 그러한 배경에 있어서는, 경제환경의 변화에 따른 가정식의 회복, 전통식품의 건강적인 측면의 주목 등을 원인으로 들 수 있다. 또한 된장수요의 새로운 형태로서 즉석 된장국과 같이 특정제품의 수요가 계속 증가하고 있는 분야도 있다.

○ 소비용도별로는 가정용은 감소하고 있는 반면에 가공 및 업무용의 비중은 높아지고 있다.

○ 양보다는 질을 추구하는 식생활, 주부의 가사노동 시간의 감소, 외식산업의 대두 등 업계를 둘러싼 환경은 순조롭다고는 말하기 어렵지만 업계에서도 다양화 요구에 부합하기 위해 품질향상, 편리성이 향상된 제품을 개발함에 따라 판매상품의 변화가 나타나고 있다. 특히 고급품, 다시된장이 종래의 보급품에 의해 대체되는 경향이 있다. 금후에는 이런 경향이 더욱 강해져서 특히 편리성 측면에서 즉석된장의 존재는 무시할 수 없다.

○ 또한, 업계에서는 소비증대 방안의 하나로 다시된장, 알콜을 제거한 무첨가 된장, 저염된장, 컵조림 용기입 된장, 요리용 된장 등과 같이 된장국 이외의 용도로도 제품을 개발하고 있다.

(종류) 상급품과 보급품의 차이는, 원료의 차이(특히 쌀은 등급의 차이, 대두는 국산인가 수입품인가의 차이), 원료배합의 차이(쌀과 대두의 비율차), 숙성기간의 차이를 들 수 있다. 가격대에 있어서는 100g당 60엔 이상을 하나의 표준으로 삼고 있다.

〈원 료 · 첨 가 물〉

제 품		원 료	첨 가 물
가 정 용	상 급 품	대두(일본산), 쌀, 식염	알콜, 기타
	중 급 품	대두(일본산), 쌀, 식염	알콜, 기타

※ 표에 제시한 것 이외에, 보존료(소루빈산 또는 소루빈산K), 적된장에는 착색료(카라멜, 홍 등), 백된장에는 표백제(차아산 Na)가 첨가되기도 하고 다시된장에는 조미료(아미노산 등)가 첨가된다.

〈경 제 성〉

100g당 단가	최 저	최 고
된 장	20엔	120엔

〈보존방법, 유효기간〉

제 품	보 존 방 법	유 효 기 간
감된장(염분 6% 이하)	냉장 0~10℃	4개월
감염된장(염분 9~11%)	냉장	6개월
	상온, 15~20℃	4개월
담색신구(淡色辛口)	냉장	8개월
(염분 11~12%)	상온	6개월
적색신구(赤色辛口)		
(염분 12~13%)		

※ 다만, 개봉 후에는 감된장은 냉장 2개월, 감염된장과 담색신구된장은 냉장 4개월, 상온 3개월 정도로 보는 것이 좋다.

○ 일본의 수입식품 중점 검사항목

일본이 수입식품에서 가장 중점을 두는 것은 서류심사인데 서류심사에 적합한가가 계속검사 또는 정밀검사를 할 것인가를 판단하는 요인이며 관능검사 실시여부도 서류심사로 결정되므로 수입식품 등의 신고시 이에 적합한 내용이 포함되어야 함.

○ 수입신고서 내용은
〔수입방법, 신고번호, 품명 코드, 선적중량, 생산국 및 제조자 코드, 통관항 코드, 도착년월일, 신고년월일, 가공방법, 화물의 종류, 품명, 수량, 선적수량, 포장종류, 용도, 선적년월일, 선적항, 화물의 기호 및 번호, 선박 또는 항공기의 국적 및 편명, 보관창고의 명칭 및 소재지, 화물 제조자의 주소 및 생산지, 식품위생에 관련된 내용, 사고유무 및 개요〕이며,

○ 이중 가장 중요한 사항은 가공방법에 대한 합리적이고 상세한 설명서인데 설명서가 부정확하거나 부정적인 설명의 경우에는 실제와 같은지 여부를 현장검사에 의하거나 내용에 대한 적합성여부를 정밀검사하게 됨.

4. 수입식품 표시제도

○ 식품위생법 및 시행규칙에서는 수입식품의 표시에 대하여 규정하고 있는데 품명, 소비 또는 품질보증기한, 첨가물 관련사항, 보존방법 등에 대해 규정된 표시를 하여야 하며, 표시는 일본어로 하는 것이 원칙임.

○ 일본의 표시규약상 주요식품의 표시사항

상품명, 사업자명 및 주소, 원재료명, 첨가물, 성분 및 배합률, 내용량, 제조년월일, 보존방법, 원산지명

○ 수입식품의 유통기한
유통기한은 제조자가 임의로 설정하고 있으며 일본 정부가 유통기한을 설정하고 있지 않음.

미 국

1. 유통현황

○ 현지에서 유통되고 있는 된장의 중량단위와 가격은 아래와 같음.

한 국 산 된 장		일 본 산 미 소 된 장	
유 통 단 량	가 격	유 통 단 량	가 격
14kg	U$ 17.00	20kg	U$ 22.00~25.00
3kg	U$ 6.00	2.2Lb	U$ 2.50~ 3.00
1.5kg	U$ 3.50	2.2Lb	U$ 1.25~ 1.50
2.2Lb	U$ 2.50		
1.1Lb	U$ 1.00		

○ 포장은 플라스틱 용기가 바람직하며, 유통기간 표시 및 FDA 영양표시 필요

○ 한국계 및 일본계 식당에 판매할 수 있는데, 장기적으로는 색깔을 바꾸고 냄새를 없애는 등 제품을 개선해야 할 것임.

2. 소비동향

○ 소비계층은 한국교민과 일본인이며 시장규모는 연간 약 2천5백만 불로 추정됨.

○ 현지시장 점유율은 한국산 30%, 현지교포제조 20%, 일본 미소된장 50%임.

○ 미국인들은 한국산 된장에 대하여 거의 알지 못하며 아파트 등에서 된장요리를 하면 냄새 때문에 이웃에 고발당할 가능성마저 있음.

3. 상품표시제도

○ 수입식품 라벨에는 ①제품명 ②원재료명 ③실중량 ④업소명 및 주소 ⑤영양정보 등 다섯 가지를 반드시 표시해야 하는데 유통기한이나 제조일 표시의무는 없고 성분별 함량표시도 의무사항이 아니며 원료식품은 소비자가 식별가능한 방식으로 표시함. 이중 영양정보는 '94년 8월 8일부터 시행된 식품영양표시규정(NLEA:NUTRITON LABELING & EDUCATION ACT OF 1990)에 따라 육류, 가금류 및 기호식품류 등 일부식품류를 제외한 모든 포장식품에 대해서 의무화된 것으로 ①1회사용량 ②용기당 사용횟수 ③일일섭취량별 칼로리 ④영양분석표(NUTRITION FACT)를 뜻함.

○ 영양분석표에는 다음 14가지 영양소 및 수량과 함께 일일섭취량의 비중(%)이 반드시 표시되어 있어야 하고 기타 영양소의 표기는 자유의사에 맡기고 있으며 표시순서는 가장 많이 함유하고 있는 성분으로부터 가장 적은 함유성분 순으로 모든 함유물이 나열되어야 하는데 이러한 라벨링 요건은 모든 직접적인 첨가물(DIRECT-ADDITIVES)에 대해서도 적용됨.

전체 칼로리, 지방에 의한 칼로리, 총지방, 포화지방, 콜레스테롤, 소디움, 탄수화물, 섬유질, 단백질, 당분, 비타민A, 비타민C, 칼슘, 철분

○ 식품포장에 대한 표시

수입식품의 포장에 대해서는 다음사항을 표시한 라벨을 부착해야 함.

① 원산지

② 제조자, 포장자, 판매상의 이름 및 사업장 주소. 이때 제조업자의 이름이 표기되지 않을 경우 "Manufactured for—", "Distributed

by—" 등의 적절한 어구를 사용하여 제조자가 아님을 표시해야 함.

③ 식품명 : 겉포장의 중심면에 굵은 글씨로 표시

④ 성분의 명칭 : 함유량이 많은 순으로 표기

⑤ 내용물의 순량

⑥ 일회사용량 및 전체 사용가능 횟수

⑦ 일회사용량당 함유된 칼로리

⑧ 일회사용량에 함유된 전체 지방, 포화지방, 설탕, 단백질, 콜레스테롤, 전체 탄수화물, 복합 탄수화물, 나트륨 및 다이어트 섬유 함유량 원산지를 포함한 의무표시 사항은 상품명 및 내용물의 순중량을 제외하고는 모든 겉포장 중심면이나 정보면(일반적으로 중심면의 바로 우측면을 말함)에 표기함.

○ 표시에 사용되는 언어

식품 라벨상의 모든 표기는 동일한 언어로 표시되어야 하며 원칙적으로는 라벨에 영어가 아닌 다른 외국어로 표기할 수도 있으나 수입식품의 경우 원산지 표시규정에 따르면 원산지를 반드시 영문으로 표기하게 하고 있어, 수입식품의 경우는 라벨의 모든 내용을 영문으로 표기하는 것이 바람직함.

○ 수입식품의 유통기한

유통기간은 원칙적으로 제조업자나 소매업자에 의해 산정, 결정되므로 연방정부는 식품에 유통기간을 의무적으로 표시할 것을 요구하지 않음.

3. 간 장

1. 국내 수출동향 23

2. 주요국 동향 24

• 일 본 24

• 미 국 27

• 태 국 29

간 장

1. 국내 수출동향

1. 국가별 수출실적

우리나라 간장이 가장 많이 수출되는 국가는 미국, 러시아, 캐나다 3국으로서 '96년 경우 전체 수출의 61% 차지

(단위 : 천불, 천톤)

국 가 별	'94	'95	'96
세 계 전 체	2,749.4 (2.1)	2,657.2 (2.0)	3,659.7 (2.6)
1. 미 국	1,298.0 (1.1)	1,014.5 (0.8)	1,213.2 (0.8)
2. 러 시 아 연 방	305.8 (0.3)	314.9 (0.3)	774.4 (0.7)
3. 캐 나 다	103.0 (0.1)	73.1 (0.1)	238.8 (0.1)
4. 호 주	126.7 (0.1)	124.1 (0.1)	226.6 (0.1)
5. 일 본	31.8 (−)	117.4 (−)	175.3 (−)
6. 기 타 국	97.0 (0.1)	0.1 (−)	146.2 (−)
7. 카 자 흐 스 탄	− (−)	14.2 (−)	111.9 (0.2)
8. 뉴 질 랜 드	51.2 (−)	95.8 (0.1)	92.4 (−)
9. 스 페 인	36.3 (−)	34.9 (−)	69.8 (−)
10. 아 르 헨 티 나	27.0 (−)	11.5 (−)	64.6 (−)

2. 주요국 동향

일 본

1. 유통실태

가. 연도별 소비동향

(단위 : 천kℓ)

'90	'91	'92	'93	'94
1,167	1,160	1,178	1,152	1,121

나. 연간 간장 구입량

(단위 : ℓ)

구 분	'89	'90	'91	'92	'93
1세대당	12.3	11.8	11.8	12.2	11.7
1 인 당	3.4	3.3	3.3	3.4	3.3

2. 소비형태 및 기호도

○ 일본의 간장소비는 생활양식의 변화에 따라 점차 가정용 소비율은 감소하고, 레스토랑 등 업무용과 가공용 비율이 증가하여 가공용은 전체의 약 60%를 차지

○ 가정소비를 보면 소비자의 간편화 지향을 반영하여 간장 그 자체에서 장국, 불고기 소스 등 간장을 바탕으로 한 가공조미료의 형태로 소비가 변화하고 있어 간장 조미료의 소비량은 견조세를 나타내고

있는 반면, 간장 그 자체의 소비량은 감소하고 있다. 따라서 이러한 가공원료용을 포함하면 금후의 간장 소비량은 정체 혹은 약간 감소할 것으로 전망됨.

○ 간장업계에서는 소비자의 건강지향을 반영한 감염간장, 고급지향을 반영한 순콩간장 등 부가가치가 높은 상품이 개발되어 고급품 생산을 확대함과 동시에 간장을 주원료로 한 조미료, 예를 들면 맑은장국(쯔유), 조미국물(타래), 드레싱 등의 조미료 개발이 성행하여 가공원료로서의 수요는 증가하는 추세에 있음.

○ 또한, 구미제국에서는 건강의식이 높아짐에 따라 저칼로리로 영양의 균형을 맞추는 일본식 간장이 구미인들에게도 받아들여져 Soy Sauce로서 여러 가지 요리에 이용하게 되었고 금후에도 생선, 육류 등 각종요리의 다목적 조미료로 정착되어 세계적으로 그 생산과 소비가 계속 증가할 것으로 전망됨.

○ 일본인들이 간장을 구매할 때의 우수품 기준은 대체로 아래와 같음.

- 향 기 : 간장 특유의 향기가 있는 것
- 색 상 : 선명하고 붉은 기가 감도는 것
- 맛, 끈기 : 산뜻한 맛에 끈기는 걸쭉한 느낌의 것
- 거 품 : 흔들면 가는 거품이 생기고, 좀처럼 없어지지 않는 것

3. 수입실적

○ 연도별 수입동향

구 분	'90	'91	'92	'93	'94
수 량 (kg)	414,402	545,096	282,969	151,611	238,718
금 액(천엔)	124,617	155,511	74,572	18,845	27,114

○ 국별 수입동향

(단위 : 천kg)

국 별	'90	'91	'92	'93	'94
전 체 수 입	414.4	545.1	283.0	151.6	238.6
한 국	2.8	1.8	—	—	—
중 국	68.1	77.8	85.7	124.4	179.3
대 만	2.4	3.5	5.1	2.4	6.2
홍 콩	1.1	4.0	2.9	2.6	3.8
태 국	1.6	8.9	20.3	21.5	45.1
필 리 핀	—	—	—	0.7	2.7
말레이시아	—	—	—	—	1.5
싱 가 포 르	338.4	400.0	169.0	—	—
미 국	—	49.1	—	—	—

4. 수입식품 표시제도

○ 식품위생법 및 시행규칙에서는 수입식품의 표시에 대하여 규정하고 있는데, 품명, 소비 또는 품질보증기한, 첨가물 관련사항, 보존방법 등에 대해 규정된 표시를 하여야 하며, 표시는 일본어로 하는 것이 원칙임.

○ 일본의 표시규약상 주요식품의 표시사항

상품명, 사업자명 및 주소, 원재료명, 첨가물, 성분 및 배합률, 내용량, 제조년월일, 보존방법, 원산지명

○ 수입식품의 유통기한

유통기한은 제조자가 임의로 설정하고 있으며 일본 정부가 유통기한을 설정하고 있지 않음.

미 국

1. 시장개황

○ 미국에서 간장은 생선구이(페리야끼) 소스 등으로 인기가 있으며 현지의 일본계인이나 화교계 뿐 아니라 미국인 시장에도 완전히 정착돼 소비가 확대되고 있음.

○ 생산도 화교계 메이커의 화학간장에 대응하여 일본계 제조업체는 양조장유를 생산하여 고가이지만 고품질로 평가받고 있음.

○ 그러나 엔고의 영향으로 일본으로부터의 수입증가율은 전체 수입증가율보다 낮아져 일본계 제조업체에 의한 현지생산이 진행되고 있음.

2. 미국의 간장 수입동향

(단위 : 톤, 천U$)

구 분	'91		'92		'93	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
총 수 입	27,071	22,476	31,413	28,175	33,744	31,588
일 본	6,960	8,384	7,989	9,679	8,284	10,874

3. 상품표시제도

○ 수입식품 라벨에는 ①제품명 ②원재료명 ③실중량 ④업소명 및 주소 ⑤영양정보 등 다섯 가지를 반드시 표시해야 하는데 유통기한이나 제조일 표시의무는 없고 성분별 함량표시도 의무사항이 아니며 원료식품은 소비자가 식별가능한 방식으로 표시함.

※ 이중 영양정보는 '94년 8월 8일부터 시행된 식품영양표시규정(NLEA: NUTRITION LABELING & EDUCATION ACT OF 1990)에 따라 육류, 가금류 및 기호식품류 등 일부 식품류를 제외한 모든 포장식품에 대해서 의무화된 것으로 ①1회사용량 ②용기당 사용횟수 ③일일섭취량별 칼로리 ④영양분석표(NUTR－ITION FACT)를 뜻함.

○ 영양분석표에는 다음 14가지 영양소 및 수량과 함께 일일섭취량의 비중(%)이 반드시 표시되어 있어야 하고 기타 영양소의 표기는

자유의사에 맡기고 있으며 표시순서는 가장 많이 함유하고 있는 성분으로부터 가장 적은 함유성분 순으로 모든 함유물이 나열되어야 하는데 이러한 라벨링 요건은 모든 직접적인 첨가물(DIRECT ADDITIVES)에 대해서도 적용됨.

전체 칼로리, 지방에 의한 칼로리, 총지방, 포화지방, 콜레스테롤, 소디움, 탄수화물, 섬유질, 단백질, 당분, 비타민A, 비타민C, 칼슘, 철분

○ 식품포장에 대한 표시

수입식품의 포장에 대해서는 다음사항을 표시한 라벨을 부착해야 함.

① 원산지

② 제조자, 포장자, 판매상의 이름 및 사업장 주소. 이때 제조업자의 이름이 표기되지 않을 경우 "Manufactured for—", "Distributed by—" 등의 적절한 어구를 사용하여 제조자가 아님을 표시해야 함.

③ 식품명 : 겉포장의 중심면에 굵은 글씨로 표시

④ 성분의 명칭 : 함유량이 많은 순으로 표기

⑤ 내용물의 순량

⑥ 일회사용량 및 전체 사용가능 횟수

⑦ 일회사용량당 함유된 칼로리

⑧ 일회사용량에 함유된 전체 지방, 포화지방, 설탕, 단백질, 콜레스테롤, 전체 탄수화물, 복합 탄수화물, 나트륨 및 다이어트 섬유 함유량 원산지를 포함한 의무표시 사항은 상품명 및 내용물의 순중량을 제외하고는 모든 겉포장 중심면이나 정보면(일반적으로 중심면의 바로 우측면을 말함)에 표기함.

○ 표시에 사용되는 언어

식품 라벨상의 모든 표기는 동일한 언어로 표시되어야 하며, 원칙적으로는 라벨에 영어가 아닌 다른 외국어로 표기할 수도 있으나 수입식품의 경우 원산지 표시규정에 따르면 원산지를 반드시 영문으로 표기하게 하고 있어, 수입식품의 경우는 라벨의 모든 내용을 영문으로 표기하는 것이 바람직함.

○ 수입식품의 유통기한

유통기간은 원칙적으로 제조업자나 소매업자에 의해 산정, 결정되므로 연방정부는 식품에 유통기간을 의무적으로 표시할 것을 요구하지 않음.

태 국

1. 시장개황

태국은 일본, 싱가포르, 네덜란드 등으로부터 간장을 수입하고 있는데 수입은 해마다 증가추세에 있고 '93년 수입량은 1,736톤으로 전년에 비해 20.4% 증가하였음. 그 원인은 일본계 기업들의 진출에 따른 현지 거주민 및 일본 음식점의 증가에도 있으나 일반가정에도 간장으로 맛을 내는 조리법이 침투한 것이 크게 작용한 것으로 보임. 최근에는 일반가정에서 일본풍 요리를 만들어 먹는 가구가 늘어가고 있음.

2. 태국의 간장 수입동향

(단위 : 톤, 천바트)

구 분	'91		'92		'93	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
수 입 합 계	1,294.5	47,175	1,441.5	57,958	1,735.8	71,317
일 본	436.3	18,854	744.2	33,357	858.9	38,754
싱 가 포 르	453.2	14,312	541.2	19,318	567.7	21,174
네 덜 란 드	299.5	9,923	—	—	149.8	5,545
대 만	62.5	2,010	89.6	2,830	96.0	2,993
미 국	40.2	1,908	47.1	2,070	54.0	2,340
스 위 스	2.7	160	—	—	8.0	482
기 타	0.1	8	19.4	383	1.4	29

II. 음 료

1. 인 삼 음 료

1. 국내 수출동향 35

2. 주요국 동향 37

• 일 본 37

인삼음료

1. 국내 수출동향

○ 수출시장이 동남아지역에 집중적으로 편중되어 있어 앞으로 수출확대를 도모하기 위해서는 미국, 유럽 등으로 시장개발이 필요함.

○ 동남아지역으로의 인삼제품 수출이 전체실적 5천3백만 달러의 78.7%를 차지하고 있어 동남아지역으로의 수출집중현상을 보이고 있다. 특히, 일본으로의 수출이 64.4%를 차지하고 있음.

〈'95년 일반 인삼제품 국가별 수출실적〉

(단위 : 달러)

국가명	茶	精	粉	精·粉	캡 슐	드링크	기 타	계
일 본	3,296,327	29,420,883	68,818	110,793	65,558	623,054	787,131	34,372,564
홍 콩	1,541,324	2,118,332	8,013	0	43,915	136,622	522,099	4,370,305
대 만	170,394	50,276	0	0	16,488	73,693	671,360	982,211
싱가포르	105,934	41,865	0	0	37,458	149,707	170,527	505,491
태 국	86,011	190,998	0	0	226,519	29,522	30,416	563,466
베 트 남	914,709	4,977	0	0	226,113	62,497	2,788	1,211,084
미 국	2,299,804	615,907	31,234	54,726	54,119	1,163,412	543,050	4,762,251
캐 나 다	513,928	2,389	59,952	0	21,834	71,404	8,490	677,997
브 라 질	114,530	5,100	48	0	151,785	625	9,890	281,978
독 일	114,410	277,572	0	0	0	30,186	5,618	427,786
프 랑 스	44,804	97,638	6,372	12,764	3,974	24,000	13,198	202,750
영 국	21,629	66,980	0	7,684	22,559	9,894	1,886	130,632
호 주	90,501	24,554	0	0	4,979	3,740	9,365	133,139
계	9,811,783	34,402,909	322,905	1,406,646	1,735,283	2,604,481	3,057,145	53,341,152

자료원) 한국인삼제품공업협회

〈연도별 일반 인삼류 및 홍삼류 수출실적〉

(단위 : 천kg, 1천달러)

구 분	'92		'93		'94		'95	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
총 계	3,338	147,475	3,498	119,121	2,863	113,931	3,338	147,475
수 삼	0.2	20	0.4	25	0.1	4	—	—
백삼(원형)	107	8,188	157	11,099	127	12,112	78	7,758
백 삼 분	56	3,862	26	2,893	24	1,675	18	1,814
백 삼 정	189	51,345	135	28,572	120	25,865	154	36,923
백 삼 자	1,182	15,814	1,321	16,849	1,051	14,099	867	12,584
인 삼 액 즙	2	92	1	29	5	23	0.2	3
인 삼 음 료	1,549	6,565	1,615	3,613	1,035	4,073	1,041	4,279
인삼부산물	45	4,892	38	5,107	39	4,594	55	2,592
일반인삼류 소 계	3,110	90,778	3,293	68,187	2,401	62,445	2,213	65,953
홍삼(원형삼)	147	45,397	139	44,540	371	41,924	227	64,886
홍 삼 분	38	674	33	468	54	839	27	267
홍 삼 정	10	1,382	4	537	5	711	3	909
홍삼차및기타	33	9,244	29	5,389	32	8,012	34	11,041
홍삼류기타	228	56,697	205	50,934	462	51,486	291	77,103

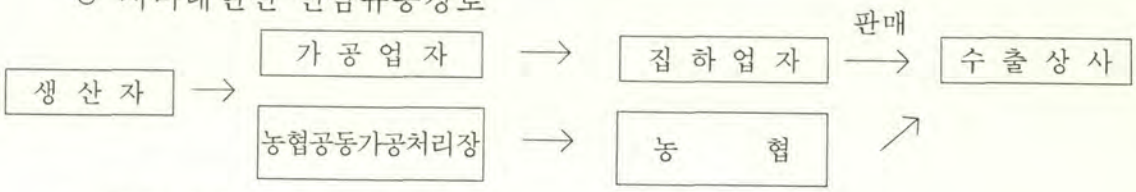
자료원) 한국담배인삼공사

2. 주요국 동향

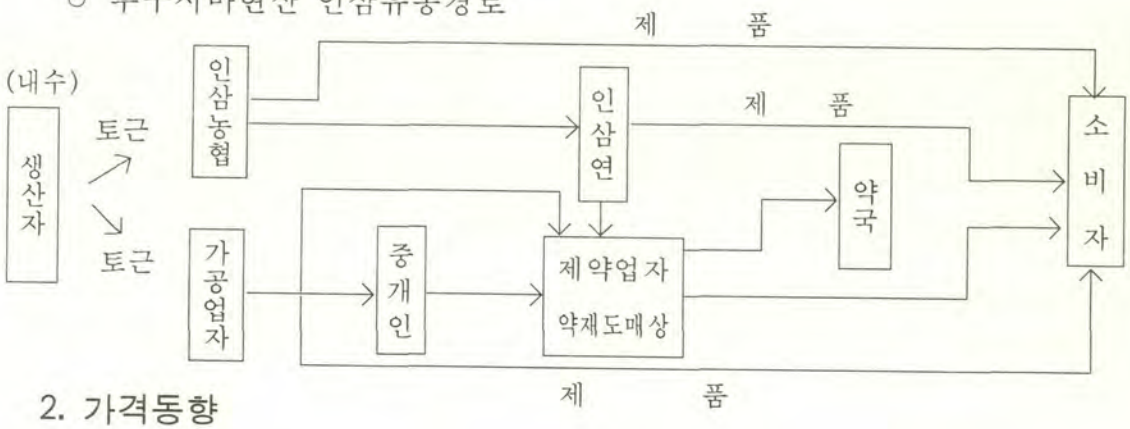
일 본

1. 유통경로

○ 시마네현산 인삼유통경로



○ 후쿠시마현산 인삼유통경로



2. 가격동향

○ 가격동향

구 분	수 입 단 가	도 매 가 격	소 매 가 격
인삼드링크	97엔	120~150엔	350엔

○ 가격평가

한국산 수입품 가격			현지 경쟁 품목 가격		
제 품 명	용 량	소매단가	제 품 명	용 량	소매단가
고려인삼드링크	120㎖	350엔	슈퍼고려인삼21	50㎖	335엔

3. 소비동향

○ 소 비 량

– 1인당 3일 1회 120㎎(고려인삼드링크)

○ 소비형태 및 기호도

– 주로 건강음료로 이용

– 인삼의 효능을 나타내는 디자인이 필요함.

– 고려인삼드링크의 경우 맛의 평가에 있어 단맛과 쓴맛이 약간 높은 편임.

– 최근 일본인에게도 관심이 높아지고 있음.

4. 수입식품 표시제도

○ 식품위생법 및 시행규칙에서는 수입식품의 표시에 대하여 규정하고 있는데, 품명, 소비 또는 품질보증기한, 첨가물 관련사항, 보존방법 등에 대해 규정된 표시를 하여야 하며, 표시는 일본어로 하는 것이 원칙임.

○ 일본의 표시규약상 주요식품의 표시사항

상품명, 사업자명 및 주소, 원재료명, 첨가물, 성분 및 배합률, 내용량, 제조년월일, 사용방법, 보존방법, 원산지명

○ 수입식품의 유통기한

유통기한의 제조자가 임의로 설정하고 있으며 일본정부가 유통기한을 설정하고 있지 않음. 수입식품을 포함하여 국내에 유통되고 있는 모든 식품에 관해서는 지방공공단체가 감시, 지도를 하고 있음.

2. 과 즙 음 료

1. 국내 수출동향 41

2. 해외 동향 42

1. 생산동향 42

2. 주요국 수입동향 43

3. 주요국 동향 44

• 일 본 44

과 즙 음 료

1. 국내 수출동향

1. 국가별 수출실적

〈연도별, 국별 수출실적〉

(단위 : 톤, 천불)

구 분	'92		'93		'94		'95	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
계	23,675	19,332	31,940	23,478	46,654	35,884	33,651	23,998
1.러 시 아	0	0	8,418	4,593	24,371	17,909	18,125	11,237
2.홍 콩	14,374	11,325	14,214	10,920	8,200	6,157	3,613	2,752
3.싱가포르	3,683	3,029	3,877	3,148	4,206	3,295	3,160	2,517
4.대 만	2,586	2,488	2,046	1,909	2,676	2,308	2,416	2,013
5.미 국	876	834	1,142	1,150	2,202	1,855	1,950	1,487
6.일 본	79	74	128	119	2,673	2,505	782	836
7.필 리 핀	0	0	29	23	405	289	725	584
8.브 라 질	0	0	0	0	43	49	315	375
9.카자흐스탄	0	0	0	0	0	0	296	269
10.말레이시아	95	83	54	57	93	93	278	243

자료) KOTIS

2. 해외동향

1. 생산동향

○ 주요 오렌지주스 생산국들의 오렌즈주스 생산량은 연 200만 톤 정도이며 브라질은 세계 최대의 오렌지주스 생산국으로 전세계 생산량의 절반가량을 생산함.

○ 미국 역시 주요 생산국으로 미국 전체 생산량의 95%가 생산되는 플로리다에서 오렌지 수확량이 늘어남에 따라 '94/'95년 주스 생산량이 90만 톤으로 추정됨.

○ EU의 오렌지주스 생산은 비교적 소규모이며, 소비자 기호에 맞추기 위해 미국 또는 브라질산과 혼합하는 것이 대부분임.

〈주요국의 오렌지주스 생산동향〉

(단위 : 톤, 65° Brix)

국 별	'91/'92	'92/'93	'93/'94	'94/'95
그 리 스	10,351	11,800	8,050	11,900
이 스 라 엘 [2]	23,998	19,014	16,799	14,399
이 탈 리 아	49,248	38,475	35,397	24,624
멕 시 코	14,000	25,000	33,000	40,000
모 로 코	6,713	9,063	21,076	4,000
스 페 인	33,000	24,000	25,000	23,000
터 키	8,300	8,200	8,400	8,500
미 국	661,495	861,894	793,918	900,000
아르헨티나	12,000	12,000	12,500	12,400
호 주	29,253	24,742	24,596	17,683
브 라 질	1,145,000	1,113,000	1,102,000	1,000,000
남아프리카	13,730	12,437	9,950	10,310
한 국	7,940	14,673	7,402	6,031
합 계	2,015,028	2,174,298	2,098,088	2,072,847

자료) USDA, 「World Horticultural Trade and U.S. Export Opportunities '95. 8」

주) 1) '94/'95년 수치는 추정치임.

2) 가자지구에서 가공된 오렌지주스 포함

2. 주요국 수입동향

〈주요국의 오렌지주스 수입동향〉

(단위 : 톤, 65° Brix)

국 별	'91/'92	'92/'93	'93/'94	'94/'95
그 리 스	5,993	7,969	7,000	6,000
이 스 라 엘	4,615	7,384	7,384	7,384
이 탈 리 아	3,009	2,924	3,232	3,232
스 페 인	20,000	20,000	20,000	22,000
터 키	215	1,196	2,000	1,000
미 국	203,465	231,969	284,627	160,000
아르헨티나	550	1,008	2,000	2,200
호 주	6,975	11,178	13,678	11,724
캐 나 다	67,678	66,382	74,999	75,000
독 일	263,093	229,379	232,968	240,000
일 본	56,140	70,460	110,150	105,000
스 웨 덴	15,509	17,091	20,275	22,000
합 계	647,242	666,940	778,313	655,540

자료) USDA, 「World Horticultural Trade and U.S. Export Opportunities '95. 8」
주) '94/'95년 수치는 추정치임.

3. 주요국 동향

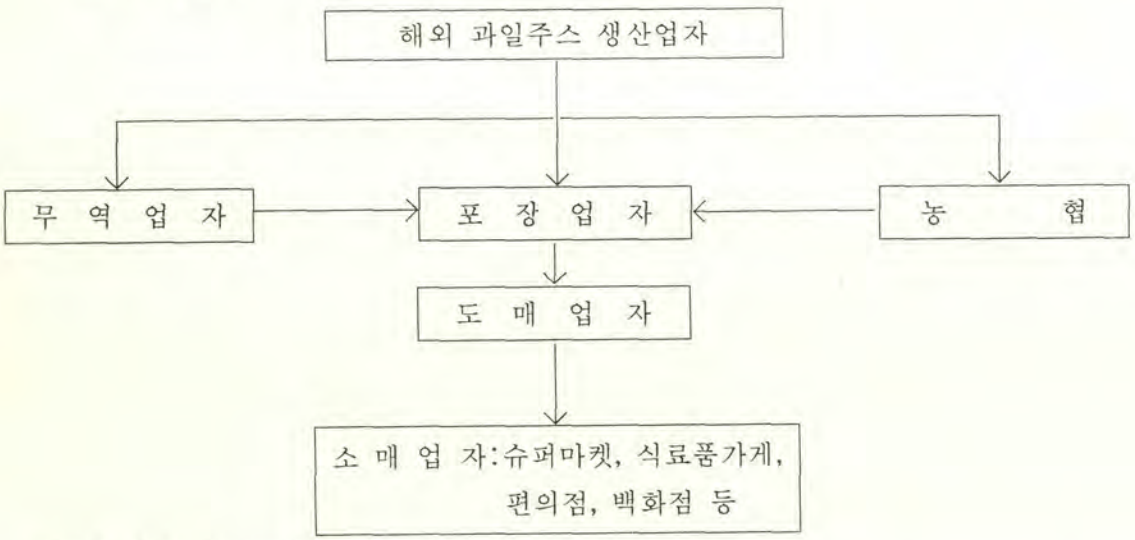
일 본

1. 유통실태

○ 수입 과일주스는 수입상사로부터 일본내 도매업자나 향료회사에 의해 제조업자에게 인도됨.
○ 대형제조업체의 경우 현지에서 직접 구입하는 경우도 있으나 소형출하의 경우 특히 도매업자를 통하는 일이 많음.

〈유 통 경 로〉

○ 수 입 산



자료) JMA Research Institute

○ 일본의 식품유통체계는 미국과 비교할 때 2단계 이상의 도매를 더 거치며 소매상의 규모도 훨씬 작아 분배상들이 소매상의 미니 창고 역할을 하면서 상품을 소량으로 자주 공급해 줘야 함.
○ 이들 분배상들이 취급하는 품목은 많지 않으나 정해진 구역 내의 모든 소매상에 물건을 공급하며 이들 직접 분배상은 대규모 제조업체나 도매업자한테서 물품을 공급받음.

- ○ 주스 수출업체가 일본시장에 상품을 유통시키기 위해서는 주요 체인망과 직접 접촉하여 물건을 공급하거나 대신 상품을 공급시킬 파트너를 찾아야 함.
- ○ 그러나 호텔이나 레스토랑에 고품질 주스를 판매하는 식품 서비스 부문(소매시장의 4% 점유)과 자판기에 대해서는 외부의 참여가 매우 어려움.
- ○ 자판기 판매용 주스는 대부분 원액 함유량이 10~40% 주스이나 최근 100% 주스의 가격 하락과 함께 100% 주스도 자판기를 통해 판매되고 있음.(대다수의 자판기는 주요 음료제조업체가 관리하고 있음)
- ○ 포장은 상품에 따라 달라서 냉장을 요하는 100% 주스 상품군은 대개 1ℓ 종이상자 포장이 가장 많고 다음이 유리병, 캔, 페트병 순임.
- ○ 50~99% 주스 상품은 1/3 이상이 종이와 금속이 복합된 캔포장이며 유리병, 캔, 종이포장이 나머지를 이룸.
- ○ 10~40% 주스상품은 가장 많이 판매되고 있으며 대부분 자판기를 통해 판매됨.
- ○ 일본 바이어들은 주스의 선도에 매우 민감하여 포장에 많은 역점을 둠.

2. 가격동향

〈연도별 수입가격 동향〉

(단위 : 엔/ℓ)

구 분	'88	'89	'90	'91	'92	'93	'94
오렌지주스	139	185	233	196	145	125	164
파인애플주스	134	146	255	333	261	158	123
사과주스	249	256	253	266	340	233	186
포도주스	449	518	473	438	396	311	248
라임주스	292	333	351	446	311	296	287
냉동오렌지주스	391	368	403	266	295	176	171
자몽주스	352	312	388	226	327	254	238
레몬주스	330	366	385	325	246	228	214

자료) 농수산물유통공사, 「일본의 식품 생산 수입 소비」 '96

3. 소비동향

○ 일본의 과즙음료 소비는 최근 소비자들의 자연식품 선호 및 건강에 대한 인식고양으로 과즙함량이 낮은 음료의 소비는 줄어들고 천연과즙음료에 대한 소비가 꾸준히 증가하는 추세임.

○ 최근 사과 과즙을 중심으로 JAS 규격검사를 받지 않아도 되는 제품이 상당히 증가했고, 과즙음료가 과실음료 이외에 제과, 소스 등 다른 용도로 이용되는 경우가 많아지고 있음.

○ 따라서 실제 과즙음료(원액)의 총소비량은 아래 표보다 많을 것으로 보임.

〈일본의 과즙음료 소비동향〉

(단위 : 톤, 1/5 농축)

구 분	'91	'92	'93	'94
천연과즙	113,108	115,977	118,691	124,302
과즙음료	9,701	8,243	6,344	4,903
과육음료	2,834	2,690	2,243	2,313
과즙함유	29,706	26,331	23,184	22,720
과립음료	1,522	1,671	1,574	1,451
희석음료	2,890	2,736	2,034	2,145
합 계	159,761	157,648	154,071	157,832

주) 원액기준

〈종류별 과즙음료 소비동향〉

(단위 : 톤, 1/5 농축)

구 분	'91	'92	'93	'94
감 귤	80,058	75,688	74,549	79,719
사 과	48,717	50,181	49,897	47,828
포 도	8,583	8,098	6,574	5,381
파인애플	3,319	2,884	2,397	2,111
복 숭 아	3,841	3,825	3,068	2,974
자 몽	8,609	9,463	9,224	9,557
기 타	6,634	7,509	8,362	10,262
합 계	159,761	157,648	154,071	157,832

자료) JETRO,「Agro-Trade Handbook '95」

주) 과실음료의 JAS 규격에 따라 산출

4. 수입동향

(단위 : kℓ)

구 분	'92	'93	'94	'95
포 도	10,448	12,115	14,396	15,200
사 과	31,851	44,921	58,792	74,695

자료) 농림수산성 통계정보부, 「농림수산통계월보」

〈사과주스의 연도별 수입동향〉

(단위 : 천 ℓ, 엔/ℓ)

구 분	'91	'92	'93	'94
수입량(천 ℓ)	37,454	31,847	44,921	58,792
(미 국)	13,288	8,523	18,619	14,673
수입가격(엔/ℓ)	266	340	233	186

자료) 농수산물유통공사, 「일본의 식품 생산 수입 소비」 '96

○ 사과주스는 미국, 독일, 뉴질랜드, 호주, 칠레, 중국 등 여러나라로부터 수입되고 있으며 '90년부터 수입량이 증가하는 추세임.

〈포도주스의 연도별 수입동향〉

(단위 : 천 ℓ, 엔/ℓ)

구 분	'91	'92	'93	'94
수입량(천 ℓ)	11,562	10,448	12,115	14,396
(미 국)	7,498	6,943	6,424	6,768
수입가격(엔/ℓ)	438	396	311	248

자료) 농수산물유통공사, 「일본의 식품 생산 수입 소비」 '96

○ 포도주스의 주수입국은 미국이지만 브라질 이외에 스페인, 호주, 독일 등에서도 소량 수입되고 있으며 수입가격의 변동은 있으나 하락추세임.

3. 사 과 주 스

1. 국내 수출동향 51

2. 해외동향 52

1. 생산현황 52

2. 주요국 수입동향 53

3. 주요국 동향 55

• 미 국 55

• 일 본 60

사과주스

1. 국내 수출동향

○ 사과주스 수출은 '94년도부터 급속한 증가를 보이고 있으며 수출대상국도 기존의 미국, 네덜란드, 일본에서 러시아, 호주 등지로까지 확대되고 있음.

〈연도별 수출물량, 금액〉

(단위 : kg, 천불, 불/kg)

구 분	'90	'91	'92	'93	'94	'95	'96
중 량	33,023	100	2,391	22,795	256,306	372,000	351,000
금 액	29	—	6	32	337	564	563
단 가	0.88	—	2.51	1.4	1.31	1.52	1.60

〈주요 수출대상국별 수출물량, 금액〉

(단위 : kg, 불/kg, 천불)

구 분	'92			'93			'94		
	중 량	단가	금액	중 량	단가	금액	중 량	단 가	금 액
러 시 아	—	—	—	—	—	—	128,547	1.01	130
일 본	111	18.0	2	70	—	—	63,865	1.68	107
미 국	—	—	—	10,225	1.85	19	47,700	1.59	76
호 주	—	—	—	—	—	—	9,600	1.46	14
네 덜 란 드	1,200	1.67	2	—	—	—	2,655	2.26	6
몽 골	—	—	—	—	—	—	2,400	0.83	2
홍 콩	—	—	—	—	—	—	1,539	1.9	3

자료) 무역통계

2. 해외동향

1. 생산현황

○ 주요국의 '94/'95 농축사과주스(CAJ : CONCENTRATED APPLE JUICE, 70~71° BRIX) 생산은 전년대비 9% 감소한 597천 톤에 달할것으로 전망되는데 이는, 북반구 특히 폴란드, 오스트리아, 스페인에서의 생산감소가 남반구에서의 생산증가를 상쇄시켰기 때문임.

세계 최대의 CAJ 생산, 소비국인 미국의 CAJ 생산은 북서부지방의 가공용 사과 풍작으로 전년대비 5% 증가한 154천 톤에 달할 것으로 예상됨.

○ 아르헨티나

남반구 제1의 CAJ 생산국인 아르헨티나는 지난해 기록적인 1,100천 톤의 사과가 생산됨에 따라 '94/'95의 CAJ 생산은 전년대비 4% 증가한 59천 톤에 달할 것으로 전망됨.

○ 칠레의 CAJ 산업은 사과재배업자들에게 새로운 품종을 재배토록 유도하는 등 품질개선에 초점을 맞추고 있는데 '94/'95년 중 생산은 전년보다 약간 증가하였으나, '92/'93년보다는 9%가 감소한 31천 톤의 CAJ를 생산할 것으로 예상됨.

칠레의 CAJ 산업은 자국내 신선사과 공급증가에도 불구하고 세계 공급과잉에 따라 감산정책을 펼치고 있으며 CAJ 국제가격의 하락으로 CAJ의 품질이 더욱 중요시됨에 신품종을 재배추진. 수출시장은 미국이 80%이며, 일본, 호주의 시장점유율이 증가하고 있음.

○ 뉴질랜드는 기상호조와 신규 식재한 신품종의 성숙으로 많은 사과가 가공용으로 공급됨에 따라 '94/'95년도의 CAJ 생산은 전년대비 29% 증가한 22천 톤으로 추정됨. 국제 시장의 불황을 상쇄시키려는 사과·배 유통위원회(THE APPLE AND PEAR MARKETING BOARD)의 노력으로 국내 사과주스 시장은 계속 확대되었는데 1인당소비량은 '88년도의 5.7리터에서 '93년도에는 8.6리터로 급증하였음.

○ 미국은 세계 최대의 CAJ 생산국인데 '94/'95년도에는 워싱톤주의 사과 풍작으로 전년대비 5% 증가한 154천 톤의 CAJ를 생산할 것으로 예상됨.

○ 폴란드는 미국에 이어 세계 2위의 생산국인데 '94/'95년도 생산은 전년대비 41% 감소한 80천 톤에 달할 것으로 전망되는데 이는 '94/'95년도의 사과생산이 27% 감소하였기 때문이며 많은 재배농가가 신선용에서 가공용으로의 재배전환을 시도하고 있어 CAJ는 성장잠재력

을 지니고 있으며 장기전망으로 폴란드의 사과생산은 2,000천 톤에 이를 것이며 CAJ 산업의 성장을 선도할 것으로 보임.

○ 독일의 '94/'95년도에 CAJ 생산은 '93년도와 동일수준인 60천 톤으로 예상되는데 '92/'93년도 유럽사과 대풍으로 독일 가공업자들은 CAJ 재고를 증가시킬 수 있었는데 '93년도에는 정상과 수확률 증가로 사과주스 생산은 감소하였음.

〈세계 주요국의 농축사과주스 생산동향 (70/71° BX)〉

(단위 : 톤)

구 분	'92/'93	'93/'94	'94/'95
세 계	616,366	654,035	596,800
오스트리아	23,000	23,450	16,200
프랑스	22,300	14,400	17,000
독일	90,394	60,686	60,000
헝가리	27,000	33,000	31,000
멕시코	21,800	23,500	21,800
폴란드	98,000	135,000	8,000
세르비아 및 몬테노그로	1,000	900	900
스페인	17,750	15,500	8,800
미국	152,040	146,612	154,088
아르헨티나	61,000	57,000	59,000
호주	13,549	15,612	14,831
중국	34,000	30,000	31,000
뉴질랜드	19,701	17,304	21,970
남아공화국	27,781	24,634	26,430

자료) USDA

2. 주요국 수입동향

○ 미국은 사과 생산량의 상당부분이 수출 및 소비에 사용되어 CAJ를 수입하고 있는데 '93/'94년도 CAJ 수입은 204백만 불, 수출은 38백만 불이었다. 북서부 지방 사과공급 증가는 가공업자들에게 충분한 원료를 공급하여 CAJ 수입수요의 감소를 가져왔으며 헝가리, 폴란드 등 동유럽 지방의 CAJ 생산감소에 따라 '94/'95년도 미국의 수입량

은 전년대비 10% 정도 감소하여 183천 톤에 달할 전망임. 미국 수입량의 50%를 점하는 아르헨티나, 칠레, 브라질로부터의 수입량 또한 감소될 것으로 전망됨.

- 독일은 미국에 이어 CAJ를 많이 수입하는데 독일에 대한 최대의 CAJ 공급국인 폴란드의 공급부족으로 '94/'95년도에는 25%의 수입 감소가 예상됨.
- 스페인의 CAJ 수입은 국내생산 감소로 이번 시즌에 80% 증가한 2.7천 톤에 달할 것으로 전망되는데 주요 수입대상국은 EU, 남아프리카공화국, 폴란드임.
- 오스트리아는 '93/'94년도에 이루어진 CAJ 대량 수입의 결과 CAJ 재고가 아직까지 상당한 수준을 유지하고 있어, 수입은 10% 감소한 24톤에 머물 것으로 보임. 수입된 CAJ는 수출 및 내수용으로 주스 공장에서 재가공, 재정제, 혼합되는데 헝가리, 폴란드, 루마니아, 불가리아는 오스트리아가 수입하는 물량의 대부분을 공급함.

〈세계 주요국의 농축사과주스 수입동향 (70/71° BX)〉

(단위 : 톤)

구 분	'92/'93	'93/'94	'94/'95
세 계	386,739	458,967	382,278
오스트리아	29,300	26,600	24,000
프랑스	4,600	5,800	5,200
독일	186,726	200,000	150,000
헝가리	0	4,000	5,000
멕시코	500	1,000	1,000
폴란드	0	0	0
세르비아 및 몬테노그로	0	0	0
스페인	7,000	1,500	2,700
미국	150,295	208,548	183,000
아르헨티나	228	0	0
호주	1,282	1,278	1,300
중국	0	0	0
뉴질랜드	178	437	300
남아공화국	0	0	0

3. 주요국 동향

미 국

1. 가격동향

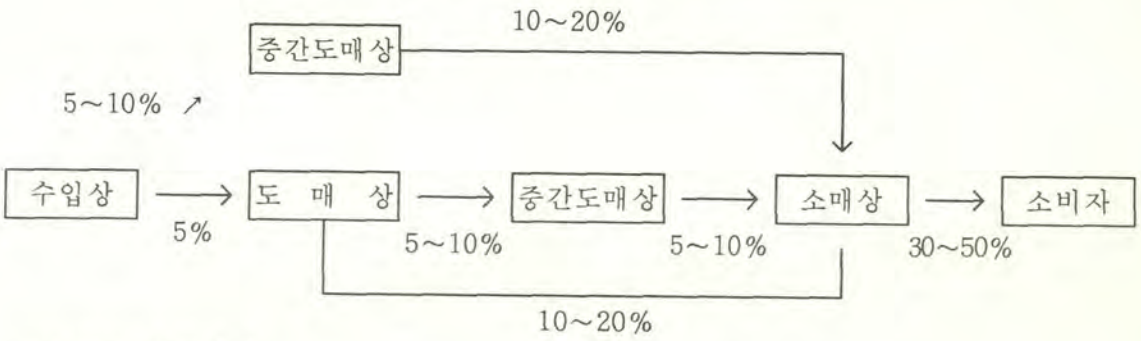
○ 농협능금주스 : U$ 7.99/상자(250㎖ 12개), 79~99¢/250㎖
U$ 1.59-2.69/1.89ℓ (MOTT'S, APPLE & EVE 등)
U$ 1.99/946㎖, U$0.65/296㎖(TROPICANA)

※ 동일 제품인 경우에도 제조회사별로 가격이 다양함.

2. 유통실태

○ 현지에서 유통되는 사과주스는 천연산과 농축과즙환원주스의 2가지로 나뉘는데 수입상이 도매상을 배제하고 소매상 또는 소비자에게 직공급하는 사례도 있음.

〈유통경로 및 유통마진〉



※ %는 유통마진

○ 포장 및 규격

- 병(296㎖, 946㎖, 1.89ℓ, 3.5ℓ)

3. 소비동향

○ 시장성

사과주스는 미국이 원조라고 할 정도로 미국은 사과주스의 생산, 수입 양면에서 세계 1위의 소비국으로 품질, 포장용기가 우수하면서도 가격이 저렴한 사과주스가 공급되고 있음. 이에 반해 한국산은 현지인 기호에 부합되지 않으면서 가격은 30~40% 정도 고가로 주로 교민 위주로 판매되고 있음.

○ 경쟁국 상품과의 비교

미국에서 주로 유통되는 사과주스는 청정주스(CLEAR)로 한국산이 혼탁주스(CLOUDY)인 것과 우선 대조가 되며, 맛은 한국산보다 담백하고 당도가 낮은 것이 특징임.

이밖에 현지산은 대부분이 병에 담겨져 내용물의 색깔까지 그대로 확인이 되어 갈색 사과주스가 청량감을 더해주고 있으며 용량에 있어서도 한국산이 250㎖인데 비하여 현지산은 296~398㎖ 용량임.

○ 수출용 상품 제조시 고려사항

포 장 : 기존의 철제 캔에서 병포장으로 전환(키위주스에서도 지적되는 사항임)

당 도 : 마신 후에 청량감이 돌도록 당도를 낮추도록 함.

색 깔 : 기존의 혼탁주스(CLOUDY)에서 청정주스(CLEAR)로 전환

디자인 : 디자인이 조잡한 경우 기재사항, 품질까지도 의심받게 되므로 용기의 모양이나 상표 등을 제작하는 경우 서구감각에 맞도록 디자인

기 타 : 사과맛 소다 등 신제품 개발

4. 수입실적

○ 미국은 세계 최대의 사과주스 수입국으로 대부분 물량은 아르헨티나, 독일에서 수입되고 있는데 평균 수입단가는 U$ 0.23/ℓ 수준임.

구 분	수 량 (100ℓ)		금 액 (천불)		단 가 (불/100ℓ)	
	'92	'93	'92	'93	'92	'93
세 계	8,234,965	8,900,903	298,875	205,021	36.29	23.03
칠 레	1,158,282	1,289,106	43,665	26,062	37.70	20.22
아르헨티나	2,862,331	2,564,677	99,107	49,491	34.62	19.30
독 일	1,549,661	1,789,583	58,147	46,845	37.52	26.18
스 위 스	315,270	298,680	11,149	7,572	35.36	25.35
헝 가 리	539,808	569,014	16,593	13,239	30.74	23.27
터 키	214,205	340,166	6,438	9,946	30.06	20.42

자료) FOREIGN AGRICULTURAL TRADE OF THE UNITED STATES, '94

○ 우리나라 대미 수출품목인 사과주스 완제품의 수입실적을 보면 '95년 7월 현재 총수입량은 3,157천 불로 캐나다가 79%인 2,476천 불을 수출하였으며 우리나라는 160천 불로 '94년말의 60천 불 대비 166% 증가하여 독일, 프랑스보다 앞서고 있음.

〈사과주스 완제품의 수입실적〉

2009-70-0090(사과주스, 농축하지 않은 것)

(단위 : 천불)

구 분	'91	'92	'93	'94	'95. 7
세 계	5,568	5,271	5,729	5,157	3,151
캐 나 다	3,108	2,739	4,235	4,127	2,476
몰 도 바	—	—	—	163	161
한 국	—	6	12	60	160
독 일	236	82	160	137	129
프 랑 스	165	358	205	89	85
스 페 인	1,632	1,893	934	520	55
기 타	427	193	183	61	85

자료) KOTIS

5. 상품표시제도

○ 수입식품 라벨에는 ①제품명 ②원재료명 ③실중량 ④업소명 및 주소 ⑤영양정보 등 다섯 가지를 반드시 표시해야 하는데 유통기한이나 제조일 표시의무는 없고 성분별 함량표시도 의무사항이 아니며 원료식품은 소비자가 식별가능한 방식으로 표시함. 이중 영양정보는 '94년 8월 8일부터 시행된 식품영양표시규정(NLEA : NUTRITION LABELING & EDUCATION ACT OF 1990)에 따라 육류, 가금류 및 기호식품류 등 일부식품류를 제외한 모든 포장식품에 대해서 의무화된 것으로 ①1회사용량 ②용기당 사용횟수 ③일일섭취량별 칼로리 ④영양분석표(NUTRITION FACT)를 뜻함.

○ 영양분석표에는 다음 14가지 영양소 및 수량과 함께 일일섭취량의 비중(%)이 반드시 표시되어 있어야 하고 기타 영양소의 표기는 자유의사에 맡기고 있으며 표시순서는 가장 많이 함유하고 있는 성분으로부터 가장 적은 함유성분 순으로 모든 함유물이 나열되어야 하는데 이러한 라벨링 요건은 모든 직접적인 첨가물(DIRECT ADDITIVES)에 대해서도 적용됨.

전체 칼로리, 지방에 의한 칼로리, 총지방, 포화지방, 콜레스테롤, 소디움, 탄수화물, 섬유질, 단백질, 당분, 비타민A, 비타민C, 칼슘, 철분

○ 식품 포장에 대한 표시

수입식품의 포장에 대해서는 다음사항을 표시한 라벨을 부착해야 함.

① 원산지

② 제조자, 포장자, 판매상의 이름 및 사업장 주소. 이때 제조업자의 이름이 표기되지 않을 경우 "Manufactured for ——", "Distributed by ——" 등의 적절한 어구를 사용하여 제조자가 아님을 표시해야 함.

③ 식품명 : 겉포장의 중심면에 굵은 글씨로 표시

④ 성분의 명칭 : 함유량이 많은 순으로 표기

⑤ 내용물의 순량

⑥ 일회사용량 및 전체 사용가능 횟수

⑦ 일회사용량당 함유된 칼로리

⑧ 일회사용량에 함유된 전체 지방, 포화지방, 설탕, 단백질, 콜레스테롤, 전체 탄수화물, 복합 탄수화물, 나트륨 및 다이어트 섬유 함유량 원산지를 포함한 의무표시 사항은 상품명 및 내용물의 순중량을 제외하고는 모두 겉포장 중심면이나 정보면(일반적으로 중심면의 바로 우측면을 말함)에 표기함.

○ 표시에 사용되는 언어

식품 라벨상의 모든 표기는 동일한 언어로 표시되어야 하며 원칙적으로는 라벨에 영어가 아닌 다른 외국어로 표기할 수도 있으나 수입식품의 경우 원산지 표시규정에 따르면 원산지를 반드시 영문으로 표기하게 하고 있어, 수입식품의 경우는 라벨의 모든 내용을 영문으로 표기하는 것이 바람직함.

○ 수입식품의 유통기한

유통기간은 원칙적으로 제조업자나 소매업자에 의해 산정, 결정되므로 연방정부는 식품에 유통기간을 의무적으로 표시할 것을 요구하지 않음.

일 본

1. 가격동향

○ 118엔/195g(알루미늄캔), 168엔/500㎖(테트라팩)

2. 유통실태

○ 수입원액은 수입상사로부터 일본내 도매업자나 향료회사에 의해 제조업자에게 양도되며, 대형제조업체의 경우 현지에서 직접 구입하는 경우도 있으나 소규모 출하의 경우 도매업자를 통하는 경우가 많음.

〈사과주스 유통경로〉

(농축원액)

수 입 상 → 도 매 상 → 주스 가공공장

↓

(주 스) 수 입 상 → 도 매 상 → 소매상·양판점 → 소 비 자

3. 소비동향

○ 일본은 종전에는 과실원액의 수입제한으로 원액비율이 낮은 과즙음료가 중심이었으나 최근에는 해외 원액의 수입증가로 천연과즙을 선호하는 경향임.
사과주스는 천연과즙 소비비율이 58%로 높은데 이는 당도와 산도의 비율이 알맞아 천연 그대로 마시기가 적당하기 때문임.

○ 세계적으로는 투명과즙이 선호되나 일본에서는 혼탁과즙의 유통비율이 높고 수입품은 혼탁과 투명의 비율이 3 : 7임.

○ 농축과즙은 환원하여 스트레이트 주스용으로 이용하는데 맛이 뛰어나 밀감주스나 야채주스, 각종 드링크제 등의 믹스용으로 많이 사용되고 있으며 냉과류나 젤리, 캔디, 껌, 구미 등의 과자류, 소스 등에 사용됨.

〈사과주스 수급동향〉

(단위 : 천kℓ)

구 분	소 비 량	생 산 량	수 출 량	수 입 량
'92	31,262	389	65	30,938
'93	44,312	376	6	43,942
'94	58,902	333	11	58,580

주 : 생산, 수출입 통계를 이용하여 재구성한 것임.

4. 수입실적

○ 수입품의 농도는 BRIX 40°~70°로 다양하여 수입통계만으로 단순한 수량이나 가격을 비교하는 것은 의미가 없으며 다만 경향치 등 참고자료로 활용할 수 있음.

○ 일본의 사과주스 수입실적은 '94년 기준 58,580천ℓ이며 주수입대상국은 미국, 오스트리아이며 국내소요 과즙음료의 40%를 외국공장에서 생산, 수입하고 있음.

○ 수입형태는 대부분 200ℓ 드럼통으로 동결되어 수입되고 일부 투명과즙은 HOT PACK, ACCEPTIC PACK를 이용하여 상온 수송되는데 혼탁과즙은 BRIX 40°로 농축하여 −18℃에서 동결하고, 투명과즙은 BRIX 70°로 농축하여 −18℃ 동결하거나 상온 수송함.

〈사과주스 수입실적〉

2009-70-210 (무가당, 당분함량 10% 이하)

(단위 : 천ℓ, 엔/ℓ, 백만엔)

구 분	'92			'93			'94		
	중량	단가	금액	중량	단가	금액	중량	단가	금액
계	30,938	340	10,513	43,942	234	10,293	58,580	187	10,942
중 국	940	307	289	2,704	181	488	4,755	142	676
독 일	359	360	129	2,229	215	479	5,199	169	876
오스트리아	5,228	344	1,797	8,945	203	1,816	14,205	171	2,424
미 국	8,514	367	3,127	13,899	313	4,344	14,624	253	3,706
칠 레	3,026	344	1,042	3,463	191	661	5,092	157	800
아르헨티나	964	362	349	2,192	184	404	2,444	149	363
남 아 공	3,541	344	1,217	3,524	185	652	3,041	155	473
뉴질랜드	3,326	287	956	3,133	215	674	5,844	182	1,065
기 타	5,040	319	1,607	3,853	201	775	3,376	165	559

자료 : 일본무역월표

5. 수입식품 표시제도

○ 식품위생법 및 시행규칙에서는 수입식품의 표시에 대하여 규정하고 있는데 품명, 소비 또는 품질보증기한, 첨가물 관련사항, 보존방법 등에 대해 규정된 표시를 하여야 하며, 표시는 일본어로 하는 것이 원칙임.

○ 일본의 표시규약상 주요식품의 표시사항

상품명, 사업자명 및 주소, 원재료명, 첨가물, 성분 및 배합률, 내용량, 제조년월일, 보존방법, 원산지명

○ 수입식품의 유통기한

유통기한은 제조자가 임의로 설정하고 있으며 일본 정부가 유통기한을 설정하고 있지 않음.

○ 외국의 식품위생법 위반사례

– 농축사과주스 : 구연산 칼륨 함유(미국산)

4. 채 소 주 스

1. 국내 수출동향 65

2. 주요국 동향 66

• 일 본 66

채 소 주 스

1. 국내 수출동향

○ 우리나라의 채소주스 수출은 '90년대 들어 본격화되어 '95년에는 1,312톤, 3백6십만 불에 이름.

○ 제품 종류별로는 토마토주스 이외의 채소주스가 가장 큰 비중을 차지하고 있고 국가별로는 일본이 가장 많았음.

〈제품별 수출실적〉

(단위 : 수량 톤, 금액 천불)

구 분	'93 년		'94 년		'95 년		'96. 9	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
토 마 토 주 스	4	5	5	4	18	33	12	20
딸 기 주 스	14	67	0	0	44	39	5	4
채 소 주 스	0	0	316	932	1,048	3,343	292	937
혼 합 주 스	0	0	0	0	202	192	0	0
합 계	18	72	321	936	1,312	3,607	309	961

자료원) 무역협회, KOTIS

〈국가별 수출동향〉

(2009. 80-2000)

(단위 : 수량 톤, 금액 천불)

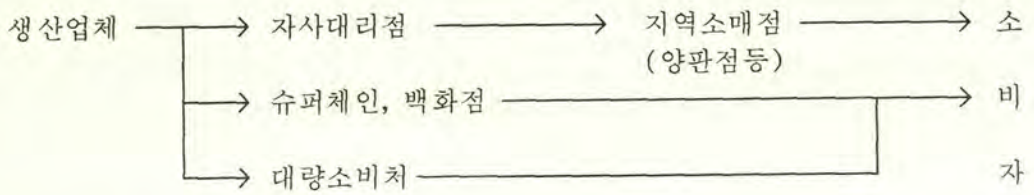
구 분	'93 년		'94 년		'95 년		'96년	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
전 체	0	0	316	932	1,048	3,343	300	965
일 본	0	0	316	932	1,048	3,343	274	858
E U 연 합	0	0	0	0	0	0	21	45
네 덜 란 드	0	0	0	0	0	0	5	60
독 일	0	0	0	0	0	0	0	2

자료) 무역협회, KOTIS

2. 주요국 동향

일 본

1. 유통경로



〔한국식품 유통현황〕

- ○ 일반 한국식품은 "수입상사→중간상→식품점→한국음식점 및 소비자" 형태로 판매되고 있으며, 일본 슈퍼 등을 통하여 정상적으로 유통되는 품목은 극소수에 한정되어 있음.
- ○ 한국식품의 일본내 판매가격 구조는 수입원가의 약 3배에서 판매되고 있어 한국식품이 비싸다는 인식을 갖고 있는데, 이는 일본내 유통에 따른 인건비 부담이 과중한 반면, 한국식품의 유통구조가 복잡하고 수요가 적어 마진이 없으면 수익 채산성을 맞출 수 없는 것이 주원인임.
- ○ 한국산 제품의 판매 및 소비대상

판매대상처	판매비율(%)	주소비층/국적	비 고
식 품 점 (슈퍼포함)	80%	한국인(교포포함):70% 일본인:30%	약 600개 (오사카:300개)
식 당 (불고기집)	20%	한국인(교포포함):70% 일본인:30%	약 3만개 (동 경: 7천 개 오사카:12천 개 기 타:11천 개)
도 매 업 자		한국인:20% 일본인:80%	약 40개
수 입 상		한국인(교포포함):60% 일본인:40%	약 30개

2. 가격동향

〈주요 채소주스의 브랜드 및 가격현황〉

브 랜 드 명	포 장 형 태	단가(엔)	비 고
가고메토마토주스	195g 캔×30	110	가고메(주)
〃	420g 캔×24	180	
〃	250g 캔×30	120	
〃	1,100g 병× 6	400	
가고메朝市(토마토, 채소)	200mℓ 팩×24	100	
가고메 채소주스	195g 캔×30	110	
〃	250g 캔×30	110	
〃	420g 캔×24	180	
델몬트주스	195g 캔×30	110	기코망(주)
〃	420g 캔×24	180	
〃	175g 병×24	280	
〃	1ℓ 병× 6	360	
델몬트 채소주스	175g 캔×24	110	
〃	195g 캔×30	110	
〃	420g 캔×24	180	
기린 토마토주스	195g 캔×30	110	기린베버리지(주)
〃	420g 캔×24	180	
기린 채소주스	195g 캔×30	120	
나가노 토마토주스	195g 캔×30	110	나가노토마토(주)
〃	420g 캔×24	180	
나가노 고원채소주스	195g 캔×30	120	
야쿠르트 채소주스	200mℓ 팩×27	100	야쿠르트(주)

자료) 일간경제통신사 조사

3. 소비동향

○ 일본인의 채소주스 소비량은 매년 증가하고는 있으나 전체 음료의 약 1%에 지나지 않고 있음.

○ 채소주스 중 토마토주스가 60% 이상을 차지하고 있음.

〈채소주스 1인당 소비량 추이〉

(단위 : mℓ)

구 분	'89	'90	'91	'92
토 마 토 주 스	520	586	566	611
기 타 채 소 주 스	305	346	318	378
합 계	825	932	884	989

자료) 일간경제통신사조사부, 주류식품산업의 생산·판매쉐어

4. 수입실적

○ 일본의 채소주스 수입량은 '95년 들어 급격히 증가하여 30,899kℓ에 달했으며 금액으로는 75억 엔 정도였음.

○ 전체적으로 '95년 들어 수입량이 대폭 증가한 가운데 무가당 채소주스가 절반가량을 차지했고 혼합채소주스가 그 다음을 이었음.

○ '95년 들어 채소주스 수입량이 급격히 늘어난 이유는 '94년 이상기후로 인해 전반적으로 원료생산량이 줄었기 때문임.

〈일본의 채소주스 수입동향〉

(단위 : kℓ, 백만엔)

구 분	'93년		'94년		'95년	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
토마토주스(가당)	—	—	15	2	—	—
토마토주스(무가당)	40	3	487	48	3,273	413
채소주스(가당)	28	4	9	1	—	—
채소주스 (무가당, 기밀용기들이)	392	127	590	177	1,082	279
채소주스(무가당, 기타)	1,253	635	8,000	3,646	14,757	5,567
혼합채소주스(가당)	—	—	1	0.2	1	0.4
혼합채소주스(무가당)	885	172	921	167	11,786	1,194
합 계	2,598	941	10,023	4,041	30,899	7,453

자료) 일본무역월표 각연도

〈'95 국가별 채소주스 수입동향〉

(단위 : kℓ, 백만엔)

구 분	토마토주스 (무가당)		채 소 주 스 (무가당, 기타)		혼합채소주스 (무가당)	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
미 국	3,027	397	1,591	871	11,605	1,163
스 페 인	220	13	—	—	—	—
호 주	4	0.3	8,585	3,280	—	—
남 아 공	—	—	1,671	415	—	—
한 국	—	—	757	277	176	30

자료) 일본무역월표 각연도

5. 식 혜

1. 국내 수출동향 73

2. 해외동향 73

1. 생산동향 73

3. 주요국 동향 74

• 미 국 74

식 혜

1. 국내 수출동향

(단위 : 천불)

연 도	'93	'94	'95.6
금 액	240	1,800	1,010

※ 수출대상국 : 일본, 미국, 홍콩, 네덜란드, 캐나다, 독일, 호주 등

2. 해외동향

1. 생산동향

○ 식혜와 유사한 해외 상품

- 미 국 : SWEET RICE PUDDING, RICE JUICE, CLEAR JUICE RICE, RICE REFRESHER
- 네덜란드 : SISI
- 싱가포르 : BARLEY DRINKS, BARLEY WATER
- U A E : SWEET RICE ALCOHOL, SWEET CORN, RICE WATER

3. 주요국 동향

미 국

1. 가격동향

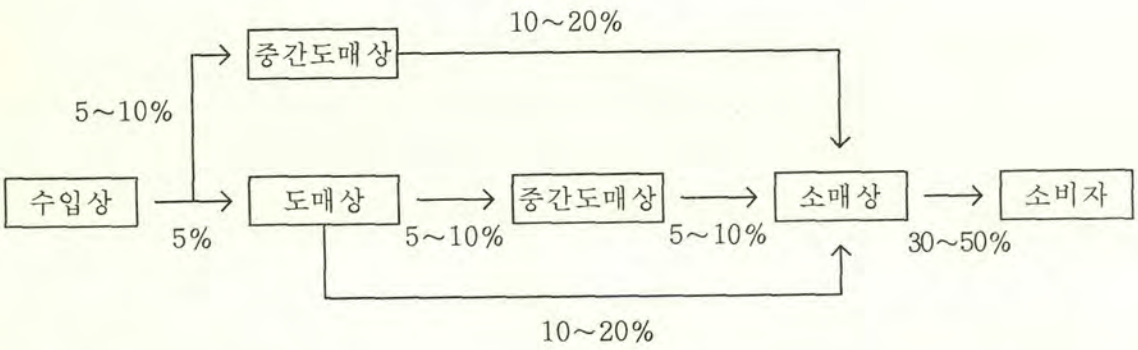
(금액단위 : US $)

구 분	단 량	FOB	도 매	소 매
식 혜	238㎖	0.43	0.50	0.59－0.79
농 축 식 혜	10.58oz	0.85	1.20	1.79－1.99

※ 최근 공급과잉으로 공급가격이 낮아지고 있음.

2. 유통실태

〈유통경로 및 유통마진〉



※ %는 유통마진

○ 포장 및 규격

－ 상자(48캔/238㎖), 상자(36캔/10.58oz)

3. 소비동향

○ 소비량

- 1인당 1회 캔 정도(개인별로 다양)
- 주소비계층은 주로 한국교민으로 시장규모는 미국 전역에 50만 불로 추정

○ 소비형태 및 기호도

- 디저트용, 간식용
- 현지인에게는 생소한 음료로 교민위주로 소비됨.

○ 현지교민, 현지인간 기호도 비교

비 교 항 목	현 지 교 민	현 지 인
식 혜 의 향	- 고향의 맛으로 선호	- 거부감을 느낌
밥알에 대한 반응	- 진짜 식혜로 선호	- 이물감을 느끼고 생소해 함.
당 도	- 적당하다고 인식	- 당도가 높다고 평가
상 품 특 성	- 잘 파악하고 있음.	- 제품에 대한 이해가 곤란
용 량	- 적당(80oz 정도)	- 12oz, 16oz가 적당
포 장 용 기 (캔)	- 만족함.	- OPEN이 잘 안됨.
종 합 평 가	- 소비확대가 기대됨.	- 시장성 불투명

4. 수입실적

○ 미국만의 별도 통계는 미지수

- '94 수입량(뉴욕 KTDC)

  식혜 3,289.00불, 농축식혜 13,210.50불, 계 16,499.50불

5. 상품표시제도

○ 수입식품 라벨에는 ①제품명 ②원재료명 ③실중량 ④업소명 및 주소 ⑤영양정보 등 다섯 가지를 반드시 표시해야 하는데 유통기한이나 제조일 표시의무는 없고 성분별 함량표시도 의무사항이 아니며 원료식품은 소비자가 식별가능한 방식으로 표시함. 이중 영양정보는 '94년 8월 8일부터 시행된 식품영양표시규정(NLEA : NUTRITION LABELING & EDUCATION ACT OF 1990)에 따라 육류, 가금류 및 기호식품류 등 일부식품류를 제외한 모든 포장식품에 대해서 의무화된 것으로 ①1회사용량 ②용기당 사용횟수 ③일일섭취량별 칼로리 ④영양분석표(NUTRITION FACT)를 뜻함.

○ 영양분석표에는 다음 14가지 영양소 및 수량과 함께 일일섭취량의 비중(%)이 반드시 표시되어 있어야 하고 기타 영양소의 표기는 자유의사에 맡기고 있으며 표시순서는 가장 많이 함유하고 있는 성분으로부터 가장 적은 함유성분 순으로 모든 함유물이 나열되어야 하는데 이러한 라벨링 요건은 모든 직접적인 첨가물(DIRECT ADDITIVES)에 대해서도 적용됨.

전체 칼로리, 지방에 의한 칼로리, 총지방, 포화지방, 콜레스테롤, 소디움, 탄수화물, 섬유질, 단백질, 당분, 비타민A, 비타민C, 칼슘, 철분

○ 식품 포장에 대한 표시

수입식품의 포장에 대해서는 다음사항을 표시한 라벨을 부착해야 함.

① 원산지

② 제조자, 포장자, 판매상의 이름 및 사업장 주소. 이때 제조업자의 이름이 표기되지 않을 경우 "Manufactured for ——", "Distributed by ——" 등의 적절한 어구를 사용하여 제조자가 아님을 표시해야 함.

③ 식품명 : 겉포장의 중심면에 굵은 글씨로 표시

④ 성분의 명칭 : 함유량이 많은 순으로 표기

⑤ 내용물의 순량

⑥ 일회사용량 및 전체 사용가능 횟수

⑦ 일회사용량당 함유된 칼로리

⑧ 일회사용량에 함유된 전체 지방, 포화지방, 설탕, 단백질, 콜레스테롤, 전체 탄수화물, 복합 탄수화물, 나트륨 및 다이어트 섬유 함유량 원산지를 포함한 의무표시 사항은 상품명 및 내용물의 순중량을 제외하고는 모두 겉포장 중심면이나 정보면(일반적으로 중심면의 바로 우측면을 말함)에 표기함.

○ 표시에 사용되는 언어

식품 라벨상의 모든 표기는 동일한 언어로 표시되어야 하며 원칙적으로는 라벨에 영어가 아닌 다른 외국어로 표기할 수도 있으나 수입식품의 경우 원산지 표시규정에 따르면 원산지를 반드시 영문으로 표기하게 하고 있어, 수입식품의 경우는 라벨의 모든 내용을 영문으로 표기하는 것이 바람직함.

○ 수입식품의 유통기한

유통기간은 원칙적으로 제조업자나 소매업자에 의해 산정, 결정되므로 연방정부는 식품에 유통기간을 의무적으로 표시할 것을 요구하지 않음.

6. 국 산 차

1. 국내 수출동향 81

2. 주요국 동향 82

• 일 본 82

• 미 국 84

국 산 차

1. 국내 수출동향

○ 국산차의 수출실적은 미미한데 다수 품목이 소량씩 수출되면서 '93년도에는 887천 불의 수출실적을 거두었으며 '91년도 수출실적이 3,008천 불에 달했던 것은 코코아차의 수출실적이 기타 품목으로 포함되었기 때문임.

○ 두충차는 '91년도 수출액이 3천 달러에 불과했던데 비하여 '93년에는 101천 불 수준으로 급격한 증가를 보이고 있음. 이는 일본에서 두충차가 건강식품으로 인식되고 있는데 힘입은 것으로 보여 장기적인 수출전략 수립, 추진이 필요함.

〈국산차 수출현황〉

(단위 : 불)

구 분	'91	'92	'93
계	3,082,441	201,910	887,457
홍차	—	—	1,333
녹차	33,412	14,103	6,457
쌍화차	9,318	4,396	21,757
생강차	6,204	9,472	23,386
유자차	6,081	187	61,590
오미자차	—	2,331	19,592
구기자차	1,733	1,876	8,487
들깨차	—	2,699	640
계피차	—	4,063	22,621
두충차	3,000	189	101,204
율무차	44,924	7,443	55,542
칡차	3,742	3,212	5,250
땅콩차	34,437	—	14,000
영지차	—	—	—
기타	2,939,590	151,939	545,598

자료 : 보건사회부, 식품 및 첨가물 생산실적, '93

2. 주요국 동향

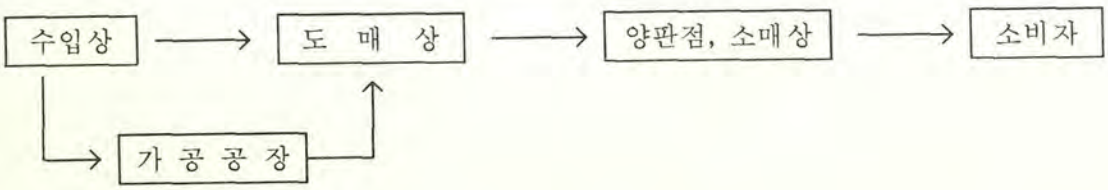
일 본

1. 가격동향

○ 두충차 : 110엔/190㎖캔, 330엔/1.5ℓ PET병, 3,000엔/60개/10g 티백
2,000엔/200g(은박지팩)
– 한국산 대일 OEM 수출가(400엔/2g×50포)
○ 우롱차 3,000엔/1,000g(비닐포장)

2. 유통실태

○ 유통경로 및 유통마진



○ 포장 및 규격
– 두충차 : 상자(21개/10g 티백), PET병/1.5ℓ
– 녹 차 : 상자(200g)

3. 소비동향

○ 소비패턴 변화는 가당음료에서 무가당음료로 변화함에 따라 차소비량 증가세
○ 두충차의 주소비계층은 건강지향 성향이 비교적 강하고 미용, 다이어트에 관심이 깊은 20~40대의 여성층임.
– '93 매출규모 60억 엔, '94 매출액은 100억 엔, '95년은 150억 엔이 목표
– 일본의 두충차 시장규모는 250~300억 엔으로 우롱차의 1/10 규모이며 히다찌 조선에서 일본 두충차 시장의 50%를 점하고 있음.

〈일본의 다류음료 시장현황〉

(단위 : 백만엔)

구 분	두충차	우롱차	홍 차	녹 차	혼합차	보리차
'93	3,000	239,000	134,000	57,600	—	24,000
'94	10,000	255,000	148,000	77,400	35,600	33,000
'95(추정)	8,000	257,000	149,000	86,300	51,700	34,200

4. 수입실적

○ 두충차 원료는 일본산이 절대적으로 부족하여 염가 조달이 가능한 중국산에 대부분 의존하고 있는데 중국산은 성분면은 차이가 없으나 맛에서 약간 차이가 남.

○ 국내업체에서는 두충엽 또는 티백제품을 OEM으로 일본에서 수출

5. 수입식품 표시제도

○ 식품위생법 및 시행규칙에서는 수입식품의 표시에 대하여 규정하고 있는데 품명, 소비 또는 품질보증기한, 첨가물 관련사항, 보존방법 등에 대해 규정된 표시를 하여야 하며, 표시는 일본어로 하는 것이 원칙임.

○ 일본의 표시규약상 주요식품의 표시사항

상품명, 사업자명 및 주소, 원재료명, 첨가물, 성분 및 배합률, 내용량, 제조년월일, 보존방법, 원산지명

○ 수입식품의 유통기한

유통기한은 제조자가 임의로 설정하고 있으며 일본 정부가 유통기한을 설정하고 있지 않음.

미 국

1. 가격동향

(단위 : U$)

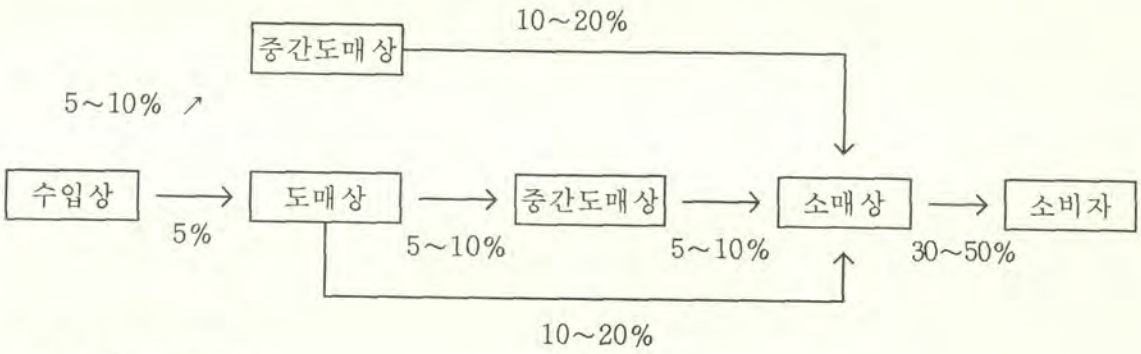
구 분	단 량	FOB	도 매	소 매
보 리 차	2 lb	1.03	1.40	1.99
옥 수 수 차	2 lb	0.91	1.20	1.79
숭 늉 차	1 lb	1.00	1.40	1.99
유 자 차	1.08 lb	2.22	2.80	3.99
율 무 차	9.17 oz	1.40	2.20	3.19
사과대추차	1.06 lb	2.50	3.50	4.99
생 강 차	270 g	2.10	3.00	3.99
결 명 자 차	3.5 oz	1.02	1.40	1.99
칡 차	250 g	2.10	3.20	4.59
현미녹차	25(티백)/1.05oz	1.51	2.40	3.39
땅 콩 차	1.1 lb	1.97	3.40	4.79
인 삼 차	20(봉)/2 g	2.25	3.00	4.99
꿀대추차	1.06 lb	2.88	5.00	6.99
쌍 화 차	8.47 oz	2.10	3.60	4.99

○ 외국산

- 두충차(보리차 혼합) : U$4.9 /21티백×10 g (종이상자, 일본산)
- 두충차(티백) : U$6.99/상자(3 g ×30개)
- 산가리아 두충차 : U$1.19/캔(340cc), U$3.99/팩(1.5 ℓ)
- HERVAL TEA : U$1.15/200 g (종이상자, 중국산)
- LIPTON TEA : 229 φ/24티백, 51 g (종이상자, 미국산)

2. 유통실태

○ 유통경로



※ %는 유통마진

○ 한인계, 일본계, 중국계 등 동양식품점에서 판매됨.

○ 포장 및 규격

※ 병, 종이상자(티백), 캔 포장 등 다양

- 보리차 12개/2 lb, 옥수수차 12병/2 lb, 숭늉차 24개/1 lb, 유자차 20병/1.08 lb
- 율무차 20개/9.17 oz, 사과대추차 20개/1.06 lb, 생강차 15병/270 g
- 결명자차 20개/3.5 oz, 칡차 20병/250 g ; 상자(8 g × 25포), 땅콩차 30병/1.1 lb
- 현미녹차 45개/25(티백)/1.05 oz, 인삼차 60개/20(봉)/2 g, 꿀대추차 20병/1.06 lb
- 두충차 30티백 × 3 g (종이상자), 캔(340cc), U$ 3.99/팩(1.5 ℓ)
- 쌍화차 20병/8.47 oz, 오미자차 병(220 g)

3. 소비동향

○ 시장성

국산차는 교포 대상으로 판매하는 정도인데 현지인의 국산차에 대한

인식은 중국차에 비해 비싼 반면 기호도, 맛이 한인에게만 맞게되어 있다고 하며 관심을 보이지 않는 사례가 많음.

○ 생소한 품목인 경우 현지인은 꺼리는 경향이 있음.

- 품목명은 Herb Tea. Ginger Flavor 등 현지인이 아는 명칭을 사용하고 원료는 성분표 등에 표기하는 것이 바람직함.
- 한국산의 경우 음용방법이 기재되어 있으나 한글로만 표기되어 있어 당초부터 한인 상대임을 알 수 있는데 제품설명, 사용법 등을 영어는 물론 판매가능 대상인 일어, 중국어 등으로 표기할 필요있음.

(예 : 두충차 사용법 설명시 티백을 화씨 몇 도의 물에 몇 분간 우려낸 후 빼내고 먹는 것인지 그림까지 곁들여 설명하는 것이 좋음)

○ 제품분야

- 캔, 병, 티백포장 등 제품을 다양화하고 신상품 개발을 통한 품질 및 가격경쟁력 확보가 필요함.
- 두충차의 경우 일본제품은 알루미늄캔으로 음료화하여 시판 중이며 보리차와의 혼합제품도 개발, 판매 중임.

○ 포장 및 디자인

- 현상태로는 교포 이외에는 판매가 어려우므로 건강식품으로 더 많은 홍보 필요
- 현지인은 제품특성에 대한 지식이 없으므로 사용법, 사용량 등에 대한 상세한 설명과 고급품이라는 인식을 갖도록 디자인, 색상 등 개선 필요
- 포장재 외부에서의 내용물(신선도, 모양, 색택, 품위, 개수, 규격 등) 확인이 어려우므로 가급적 투명 포장재나 병을 사용하되 투명 포장재 사용이 곤란한 경우 "창"을 내도록 함.

4. 상품표시제도

○ 수입식품 라벨에는 ①제품명 ②원재료명 ③실중량 ④업소명 및 주소 ⑤영양정보 등 다섯 가지를 반드시 표시해야 하는데 유통기한이나 제조일 표시의무는 없고 성분별 함량표시도 의무사항이 아니며 원료식품은 소비자가 식별가능한 방식으로 표시함. 이중 영양정보는 '94년 8월 8일부터 시행된 식품영양표시규정(NLEA : NUTRITION LABELING & EDUCATION ACT OF 1990)에 따라 육류, 가금류 및 기호식품류 등 일부식품류를 제외한 모든 포장식품에 대해서 의무화된 것으로 ①1회사용량 ②용기당 사용횟수 ③일일섭취량별 칼로리 ④영양분석표(NUTRITION FACT)를 뜻함.

○ 영양분석표에는 다음 14가지 영양소 및 수량과 함께 일일섭취량의 비중(%)이 반드시 표시되어 있어야 하고 기타 영양소의 표기는 자유의사에 맡기고 있으며 표시순서는 가장 많이 함유하고 있는 성분으로부터 가장 적은 함유성분 순으로 모든 함유물이 나열되어야 하는데 이러한 라벨링 요건은 모든 직접적인 첨가물(DIRECT ADDITIVES)에 대해서도 적용됨.

전체 칼로리, 지방에 의한 칼로리, 총지방, 포화지방, 콜레스테롤, 소디움, 탄수화물, 섬유질, 단백질, 당분, 비타민A, 비타민C, 칼슘, 철분

○ 식품 포장에 대한 표시

수입식품의 포장에 대해서는 다음사항을 표시한 라벨을 부착해야 함.

① 원산지

② 제조자, 포장자, 판매상의 이름 및 사업장 주소. 이때 제조업자의 이름이 표기되지 않을 경우 "Manufactured for ——", "Distributed by ——" 등의 적절한 어구를 사용하여 제조자가 아님을 표시해야 함.

③ 식품명 : 겉포장의 중심면에 굵은 글씨로 표시

④ 성분의 명칭 : 함유량이 많은 순으로 표기

⑤ 내용물의 순량

⑥ 일회사용량 및 전체 사용가능 횟수

⑦ 일회사용량당 함유된 칼로리

⑧ 일회사용량에 함유된 전체 지방, 포화지방, 설탕, 단백질, 콜레스테롤, 전체 탄수화물, 복합 탄수화물, 나트륨 및 다이어트 섬유 함유량 원산지를 포함한 의무표시 사항은 상품명 및 내용물의 순중량을 제외하고는 모두 겉포장 중심면이나 정보면(일반적으로 중심면의 바로 우측면을 말함)에 표기함.

○ 표시에 사용되는 언어

식품 라벨상의 모든 표기는 동일한 언어로 표시되어야 하며 원칙적으로는 라벨에 영어가 아닌 다른 외국어로 표기할 수도 있으나 수입식품의 경우 원산지 표시규정에 따르면 원산지를 반드시 영문으로 표기하게 하고 있어, 수입식품의 경우는 라벨의 모든 내용을 영문으로 표기하는 것이 바람직함.

○ 수입식품의 유통기한

유통기간은 원칙적으로 제조업자나 소매업자에 의해 산정, 결정되므로 연방정부는 식품에 유통기간을 의무적으로 표시할 것을 요구하지 않음.

Ⅲ. 기 타 류

1. 홍 삼 제 품

1. 국내 수출동향 93

2. 주요국 동향 94

- 대 만 94
- 홍 콩 98

홍 삼 제 품

1. 국내 수출동향

○ '95년 지역별 홍삼수출액을 보면 전체수출액의 89%가 동남아 지역이며, 이중에서도 대만, 홍콩이 전체 홍삼수출액의 88%를 점하고 있음.

○ 이외 미주 지역이 10.8%를 차지하고 있으며, 그 다음으로 호주, 뉴질랜드로 소액이 수출되었고, 유럽 지역은 전혀 수출되지 않았음.

○ 홍삼제품류 또한 아시아 지역이 전체수출액의 83%를 차지하였으나, 국가별로는 홍삼본삼과 달리 일본이 전체의 75.6%를 차지하고 최대의 수출대상국임.

〈연도별, 국가별 홍삼류 수출실적〉

(단위 : 천달러)

구 분		'92	'93	'94	'95	'96
전 체		45,397	44,540	41,925	64,886	49,937
아시아	일본	8,102	9,257	4,260	144	
	대만	3,980	5,332	8,491	25,849	16,704
	홍콩	17,651	5,521	19,699	31,292	29,275
	싱가포르	—	17,449	—	82	—
	말레이시아	205	304	216	317	—
	인도네시아	194	55	187	95	—
	필리핀	—	—	—	—	—
	기타	10,103	3,354	2,309	—	1,286
	소계	40,235	41,272	35,163	57,779	47,265
미주	미국	3,654	3,104	6,561	6,794	2,455
	캐나다	58	157	103	210	162
	기타	1	1	—	—	—
	소계	3,713	3,262	6,664	7,004	2,617
유럽	영국	27	—	—	—	—
	독일	—	—	—	—	—
	프랑스	—	3	27	—	—
	스페인	—	—	—	—	—
	이탈리아	—	—	1	—	—
	스웨덴	—	—	—	—	—
	스위스	—	—	—	—	—
	기타	—	—	—	—	—
	소계	27	3	28	—	—
기타	호주	1,421	1	67	85	55
	뉴질랜드	—	—	3	18	—

자료원) 담배인삼공사

2. 주요국 동향

대 만

1. 유통현황

가. 시장규모

1) 뿌리시장

○ 전체 뿌리삼 시장규모는 공식 수입통계에 의하면 약 450~500만 근 시장이나 무관세 지역으로의 비공식 유입량을 감안시 이를 상회할 것으로 추정됨.

○ 현지 도매상들의 의견에 따르면 기존 뿌리삼의 홍, 백삼 분포는 7:3 정도였으나 최근 백삼계통의 중국 대력삼과 미국 화기삼의 수입이 증가하고 있음.

○ 고려삼 수입의 공식통계는 '94년 48톤(8만 근)이나 비공식 유입량을 감안한 인삼공사의 추정에 의하면 홍삼 20만 근, 태극삼 20만 근 등 약 40만 근임.

2) 제품시장

○ 대만은 고려삼을 선호하는 전통적인 뿌리시장으로 제품시장은 상대적으로 미미함.

○ 중국 및 일본산 인삼제품을 거의 찾아보기 어렵고 미국의 화기삼 제품과 한국의 인삼제품이 주종을 이루고 있으며, 한국 인삼제품의 수출규모는 연간 약 백만 불임.

나. 유통경로

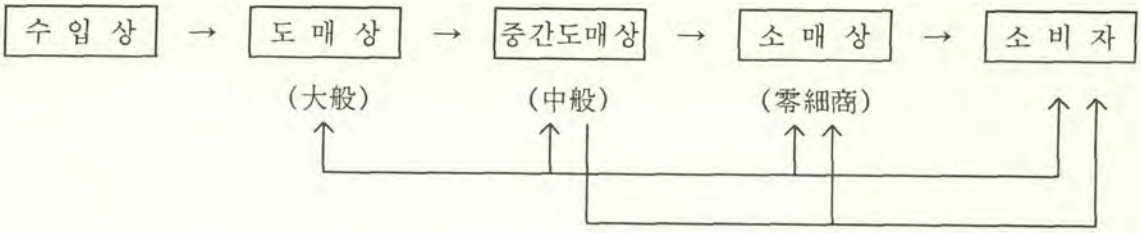
○ 대만에서 인삼류의 유통은 약 5,000여 개에 달하는 재래식 한약상에서 거래되고 있으나 최근 시장상황은 인삼을 비중있게 취급하는 점포는 20~30% 정도로 추정됨.

○ 臺北의 경우 油化街를 중심으로 延平北路, 南京西路 등 한약상 밀집상가가 형성되어 있으나 臺中, 高雄 등 주요도시와 기타지역은 臺北과 달리 산재되어 있음.

○ 지역별 인삼시장의 분포는 臺北 30%, 高雄 20%, 기타 50% 등으로 추정됨.

○ 인삼류의 유통은 수입상, 도매상, 소매상으로 단계적 유통경로가

형성되어 있음.



- 유통경로는 체계화되어 있으나 도매상(大般), 중간도매상(中般) 등도 소비자에 직접 판매하기도 함.
- 대도시 이외의 지역은 중간도매상(中般) 중심으로 유통됨.
- 한의원을 중심으로 한 별도의 전문 유통채널은 없음.

○ 공식수입과 비공식수입간의 관세 및 내국세 부담에 큰 차이가 대만 전체소비량의 70~80% 정도가 홍콩 등 무관세 지역으로부터 비공식적으로 유입되는 것으로 추정됨.

2. 가격동향('96년 8월 현재)

가. 타국삼 가격

(단위 : NT$)

石柱蔘	○ 16支 : NT$ 2,500/캔, ○ 20支 : 1,500/캔 ○ 30支 : 1,000/캔
길림삼	○ NT$ 800~1,000/근
新開河蔘	○ 16支 : NT$ 2,000캔, ○ 20支 : 1,800
牧野蔘 (遼寧)	○ NT$ 2,400/캔
長白蔘	○ NT$ 2,000~2,500/캔
老壓高麗蔘	○ NT$ 16,000/근
北天蔘	○ 30支 : NT$ 8,000
花旗蔘	○ 재배삼 : NT$ 4,000~7,200 ○ 야생삼 : NT$ 9,600~48,000

※ 시장별, 일자별에 따라 다소 차이가 있을 수 있음.

나. 고려인삼 가격

(단위 : NT$)

花 式	每斥價格	花 式	每斥價格	花 式	每斥價格
天15支	19,200	地15支	11,600	良15支	7,650
天20支	16,500	地20支	10,500	良20支	6,500
天30支	12,700	地30支	9,200	良30支	6,200
天40支	10,000	地40支	7,500	良40支	5,650
天50支	7,750	地50支	5,950	良50支	5,300
天60支	6,300	地60支	5,200	良60支	4,550
天70支	5,600	地70支	4,600	良70支	4,250
天小支	5,000	地小支	4,250	良小支	4,000
切 蔘	4,300	—	—	良小支	3,700
天大尾	3,600	天中尾	3,200	細 尾	2,700

※ 시장별, 일자별에 따라 다소 차이가 있을 수 있음.

다. 대만시장에서의 각국삼 소매가격 및 마진율 비교

(단위 : US$)

구 분	고 려 삼	중 국 삼			화 기 삼
	(地蔘20支)	北 天 蔘	石柱20支	길 림 삼	(재배삼)
소 매 가 격	382	291	54	29	204
(지 수)	(100)	(76)	(14)	(8)	(53)
유 통 마 진	3~5%	30~50%	30~50%	30~50%	30~50%
상 품 등 급	中	上	中	下	中

※ 시장별, 일자별에 따라 다소의 차이가 있을 수 있음.

3. 소비동향

○ 인삼류의 주된 복용형태는 뜨거운 물에 인삼절편을 넣어 수차례 우려먹는 중탕방식과 삼계탕, 돼지고기 등의 음식에 넣어 먹는 방식이 보편적임.

절 편 화 (SLICE)	중 약 처 방	구 매 동 향
○SOUP형태(삼계탕)나 차형태의 중탕복용을 위해 뿌리를 절편 ○SLICE 이유 -잘 우러나도록 하기 위함. -고가제품에 대한 소비자의 확인 욕구 충족 ○SLICE를 통하여 단골고객을 형성하고 있으며, SLICE시 "내공, 내백"의 유무가 품질의 우열을 가리는 기준이 됨.	○별도의 한약처방은 중탕복용에 비해 상대적으로 미미 ○인삼이 함유된 처방일지라도 첩약에 같이 넣어 조제하지는 않으며 인삼은 별도로 구매토록 유도(병행처방 형태)	○현재까지는 소비자들이 가격보다는 약효와 이미지를 구매시 더 중요시하고 있음. ○중국 및 서양인삼이 한국인삼과는 다르지만 나름대로 효용이 있다는 인식이 확산되면서 수요증가도 비례하고 있음. ○종 류:홍삼을 주로 선호 ○구매시기:구정 전후(선물용 수요가 가장 큼) ○상표지명도:한국인삼의 이미지는 매우 양호함. ○구매선호 가격대:US$ 250/600g (고려홍삼 천삼20지)

4. 수입동향

○ 대만의 인삼류 수입은 전체수입량의 90%, 수입금액의 50% 이상을 중국 길림삼이 점하고 있으며, 한국산 홍삼의 경우는 전체수입액의 약 15% 가량을 점하고 있음.

〈연도별, 국별 수입실적〉

(단위 : 천kg, 천대만원)

구 분	'92		'93		'94	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
한 국 홍 삼	67.4	166,305	79.4	315,863	40.1	115,667
한 국 백 삼	10.7	14,549	16.6	18,739	8.1	8,888
중 국 길 림 삼	2,743.9	465,768	2,336.7	362,039	2,456.3	355,969
일 본 홍 삼	4.1	3,312	4.0	6,019	4.0	9,266
일 본 백 삼	0.9	1,067	3.5	4,590	2.4	2,558
미 국 야 생 삼	5.4	23,010	9.9	40,561	23.0	48,784
미 국 재 배 삼	117.8	195,627	99.8	175,192	126.8	152,681
계	2,950.2	869,638	2,549.9	923,003	2,660.6	693,813

자료) 담배인삼공사

홍 콩

1. 유통실태

가. 시장의 특성

○ 유통구조의 보수성으로 인하여 소수거상에 의해 유통경로가 지배되고 있으며
○ 인삼류는 녹용 등 한약재의 한품목으로 거래되고 있음.
○ 고급삼(고려삼)에 대한 위조품이 제조 거래되고 있음.
○ 인삼소비의 강한 보수성으로 제품보다는 뿌리형태의 소비가 많음.
○ 무관세지역인 홍콩에서 관세지역인 대만으로 비공식적인 거래가 성행함.

〈최근 각국삼 시장동향〉

중 국 삼	미국산花旗蔘	高 麗 蔘
○물량 및 소비면에서 인삼 시장 주도 ○물량공세에 따른 가격폭락 등의 문제점으로 '80년대 중반부터 중국 정부 통제 강화 ○품질 및 외관체재 개선으로 지급삼에서 보통 우량삼으로 소비자 인식개선 소비가 확대 추세	○경작 및 제조 편리성으로 최근 물량급증:3~4년근, 단순 건조 ○淸熱氣 개념의 집중청구로 홍콩 및 중국(광주) 지역에서 시장확대 추세이며 계절 및 복용연령 구분없이 고르게 소비 ○최근 중국산 화기삼 및 캐나다산 화기삼의 대량 출하로 가격혼란 및 판매 경쟁 치열	○고려인삼의 로얄티 및 신뢰도 상존 ○고려삼 효능인식 및 극강 이미지 음양이론에 따른 승열효과 인식에 대한 상품이미지 왜곡 ○과거 시장대행업체의 시장관리 부실로 유통기반 취약 ○가격 및 유통마진 열세로 시장 침체 지속 ○최근 시장활성화를 위한 다각적 노력으로 전삼점 지정, 고려삼 협회 설립 등이 추진 중임.

○ 동, 서의 인식차에서 비롯된 양분구조의 시장형태
  – 동남아시장 : 신비의 영약 차원의 전통적 뿌리중심 시장
  – 서 구 시 장 : 인삼의 효능에 비판적 입장→인삼가공형태의 제품시장
○ 인삼에 대한 인식의 의약품화 경향
  – 동남아 시장을 제외한 대부분의 국가가 차류를 제외하고는 의약품으로 분류
  – 보건당국의 까다로운 규제와 유통경로 제한으로 판매확대에 어려움.

나. 유통구조 및 마진

○ 유통구조의 보수성

- 전통과 신용을 중시하는 동양적 상관행으로 점조직 형태의 유통경로와 소수거래상에 의해 유통경로가 지배되고 있음.
- 수출입상, 도매상의 혼재로 유통단계별 전문성이 결여되어 있음.

○ 또한 높은 유통마진 관계로

- 뿌리삼은 수요의 계절성과 자금 회임기간의 장기화에 기인하며
- 인삼제품은 다단계 유통구조에 기인하고 있음.

다. 위조 및 유사삼 유통실태

○ 위조품 및 비공식거래의 성행

- 세계 최대의 인삼집산지의 홍콩을 중심으로 중국 및 일본 홍삼에 의한 고려삼 위조품이 성행하고 있음.
- 중국삼에 의한 화기삼 위조품도 제조 거래되고 있음.
- 무관세에 의한 비공식거래가 활발하여 홍콩으로부터 인근 동남아 제국과 미주 지역으로 유출되고 있고, 중국삼이 전자제품과의 물물거래형식으로 홍콩에서 유입되고 있음.

○ 위조삼 및 유사삼의 유통실태

- 저가 중국삼 및 벌크 수입되는 일본삼에 의한 위조 고려삼 제조 판매
- 공급 부족 종지인 천삼, 절삼 등이 주로 위조 유통됨.

○ 위조삼 유통구조

- 제조원 : 중국의 홍콩 인접 개방구지역으로 조직적으로 제조되어

홍콩에 반입되거나 홍콩 일반주택에 관련기계들을 설치하여 위조삼으로 제조 판매함.

- 원 료 : 저가 중국삼 특히 고려삼과 외관이 유사한 길림삼이 주로 사용됨.
- 판 매 : 홍콩내 200여 개의 중, 대형 한약 취급점 중 약 60% 정도가 위조삼 취급되고 있으며 중, 대형 한약 취급점에서 위조삼이 유통되므로 소비자들이 진품 구분이 어려움.

2. 소비동향

○ 빈부의 격차가 뚜렷하고 상품가격의 차이가 현저하여 상품가격에 대한 민감한 가격시장 및 품질시장이 공존 부유층과 관광객이 일류 고가품을 선호하고 일반 소비층은 하급품, 하류층은 저급품을 선호함.

3. 수입실적

(단위 : 천근, US$ 천불)

구 분	'91		'92		'93		'94	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
중 국	3,550	32,584	3,180	30,341	3,457	31,208	2,523	25,471
미 국	942	81,696	1,203	100,826	1,120	77,907	1,599	72,332
한 국	438	48,935	374	42,164	227	34,452	283	38,111
캐 나 다	372	22,106	424	24,363	603	27,104	850	29,921
기 타	313	28,425	218	21,387	283	27,310	129	14,256
합 계	5,615	213,796	5,399	219,081	5,690	197,981	5,384	180,091

2. 삼 계 탕

1. 국내 수출동향 103

2. 해외동향 103

1. 생산현황 103

2. 주요국 수입실적 103

3. 국가별 소비량 103

3. 주요국 동향 104

• 일 본 104

삼 계 탕

1. 국내 수출동향

○ 연도별 수출실적 (삼계탕)

(단위 : U$)

구 분	'92	'93	'94	'95	'96
금 액	575,092	473,908	610,938	732,232	575,000

자료 : 인삼제품공업협회 제공

2. 해외동향

1. 생산현황(닭, 닭고기)

(단위 : 천톤, 백만마리)

국 가 별	'90	'91	'92	'93	'94
미 국 (천 톤)	8,360	8,886	9,482	9,981	
태국(백만마리)	488.5	568.0	725.6	717.8	646.5
일 본 (천 톤)	1,387	1,358	1,365	1,325	1,196

2. 주요국 수입실적(닭고기)

(단위 : 천톤)

국 가 별	'90	'91	'92	'93	'94
일 본	297	392	398	390	445

3. 국가별 소비량(닭고기)

(단위 : 천톤)

국 가 별	'90	'91	'92	'93	'94
미 국	7,951	8,310	8,808	9,092	
태 국	413.9	478.7	646.5	655.4	
일 본	1,692	1,721	1,754	1,718	1,637

3. 주요국 동향

일 본

1. 가격동향

○ 도매가격(브로이라)

(단위 : 엔/kg)

지 역 별	'89	'90	'91	'92	'93
東 京	375	423	417	355	313
大 阪	470	516	563	—	363

자료 : 농림수산성통계정보국「축산물유통통계」

○ 소매가격(닭고기)

(단위 : 엔/100g)

구 분	'89	'90	'91	'92	'93
소 매 가 격	105	108	109	112	112

자료 : 총무청 통계국「소매물가통계조사연보」

2. 유통실태

○ 일본산의 대부분은 냉장상태로 양판점, 전문소매점 등으로 유통되지만 수입품의 절대다수는 냉동품임.

○ 가공업자, CVS, 외식산업, 페스트후드, 슈퍼의 밑반찬류는 대부분 수입품을 사용하고 있음.

○ 수입품의 유통량을 약 40만 톤으로 추정한다면, 정육으로서 슈퍼, 전문소매점 20%, 가공업자 35%, CVS, 밑반찬용, 외식, 도매상 등 45% 정도의 비율로 유통되고 있음.

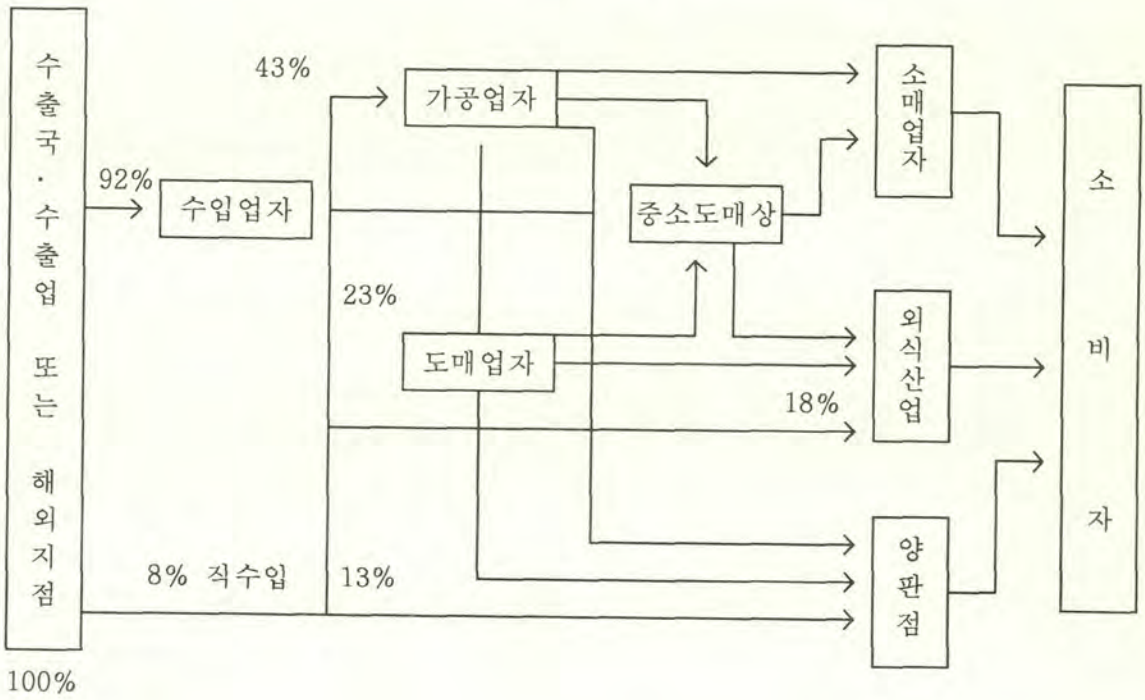
○ 일단 가공업자에게 유통된 것은 가공되어 슈퍼, 소매점, CVS, 외식도매점으로 유통되며, 도매경유 상품은 우동체인점, 국수체인점, 소형레스토랑, 음식업, 호텔 등으로 대부분이 유통되고 있으나, 최근 형태별 유통경로의 차이가 계속 줄어들고 있음.

○ 가공업체로부터의 출하는 CVS, 슈퍼, 밑반찬용이 증가하고 있는데,

이유는 닭고기 가격이 저렴하기 때문으로 추정됨.

○ 구이용 닭고기는 상사나 메이커에 의해 −18℃ 이하의 냉동콘테이너로 수입되어 슈퍼나 도매상을 경유해 유통되고 있으며, 슈퍼에 의한 직수입은 절대량은 적지만 계속 증가추세임.

〈수입계육의 유통〉



3. 소비동향

○ 일본의 식육수요에 대한 계육의 비율은 34% 수준으로 근년에는 변화가 거의 없음.

○ 일본의 계육 소비량은 가정에서는 정육이 주이고 외식, 중식에서는 후라이드 치킨, 치킨 카트, 구운 닭 등 조리해서 먹거나 반조리된 상태로 소비되는 것이 가장 많다. 가정내에서 소비보다 가정외에서의 소비 또는 다른 식육과 혼합된 가공식육으로서의 소비가 늘어나고 있음.

〈식육의 수요비율〉

연 도 별	수입비율	합 계	牛 肉	豚 肉	鷄 肉	馬 肉	羊 肉
	%	톤	%	%	%	%	%
'90	29.7	4,969,837	22	41	34	1	2
'91	32.1	5,022,520	22	41	34	1	2
'92	35.1	5,226,417	23	41	34	1	2
'93	36.3	5,295,928	25	39	33	1	2

자료 : 輸入食品事典硏究會, "輸入食肉의 需給"

○ 계육의 소비구조

(단위 : %)

연 도 별	가계소비	가 공	외 식, 기 타
'90	32.3	7.8	59.9
'91	31.8	9.1	59.1
'92	31.1	9.7	59.2
'93	32.0	10.7	57.3 … 외식산업의 감퇴

자료 : 輸入食品事典硏究會, "輸入食肉의 需給"

○ 계육의 1인당 연간소비량

(단위 : kg)

구 분	'90	'91	'92	'93
소 비 량	3.65	3.61	3.61	3.66

자료 : : 輸入食品事典硏究會, "輸入食肉의 需給"

4. 수입실적

○ 일본은 독일 다음으로 계육을 많이 수입하는 나라로 대량소비국임.

○ 주된 수입국가는 미국, 태국, 중국, 브라질 4개 국가로 수입량의 96 %를 점유함.

〈계육 수입동향〉

(단위 : 톤)

국 가 별	'90	'91	'92	'93
미 국	100,003	117,832	111,699	117,040
태 국	104,738	128,914	142,323	123,038
중 국	34,914	31,895	58,867	82,616
브 라 질	40,578	52,534	68,451	61,750
기 타	10,996	16,138	12,624	5,696
합 계	291,229	347,313	393,964	390,140

자료 : 輸入食品事典硏究會, "輸入食肉의 需給"

〈계육의 형태별 수입동향〉

(단위 : %)

연도별	미 국		태 국		브 라 질		기 타 국 가		
	B-IN	B-LESS	B-IN	B-LESS	B-IN	B-LESS	뼈붙은것	기 타	합 계
'90	68	32	6.5	93.5	18.5	81.5	28	72	291,229
'91	72	28	6.0	94	15.8	84.2	29	71	347,313
'92	66	34	5.2	94.8	11	89	22	78	393,964
'93	67	33	6.0	94	11	89	24	76	390,140

자료 : 輸入食品事典硏究會, "輸入食肉의 需給"

3. 김 치

1. 국내 수출동향 111

2. 주요국 동향 112

- 일 본 112
- 미 국 115
- 싱가포르 118

김 치

1. 국내 수출동향

(단위 : 천불, 톤)

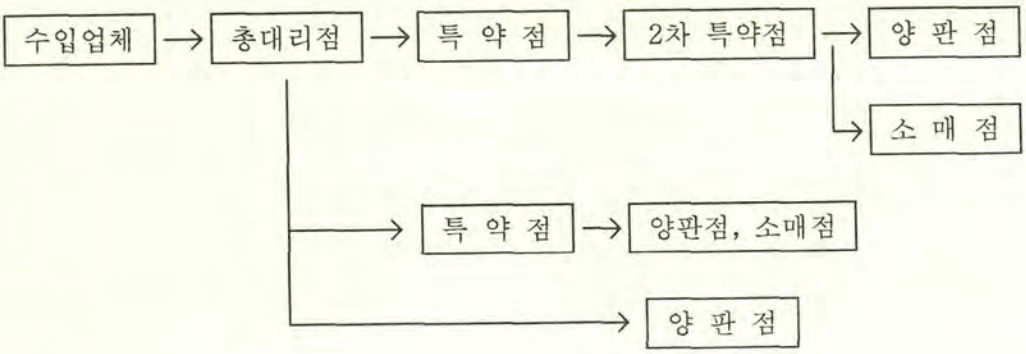
국 가 별	'94	'95	'96
세 계 전 체	44,191.7 (11,090.3)	50,909.9 (12,476.1)	39,138.0 (10,699.7)
1. 일 본	37,726.0 (8,723.4)	43,301.2 (9,470.5)	36,662.2 (9,759.0)
2. 리 비 아	177.3 (126.6)	546.8 (291.5)	381.6 (235.8)
3. 북 마 나 리 아	129.1 (93.1)	264.1 (167.4)	379.7 (193.9)
4. 미 국	180.7 (63.3)	241.6 (59.4)	297.4 (89.4)
5. 홍 콩	106.2 (34.5)	171.0 (58.0)	266.6 (77.2)
6. 케 냐	9.3 (3.4)	95.4 (24.3)	220.4 (42.6)
7. 괌	38.2 (16.7)	138.2 (39.9)	193.3 (58.4)
8. 러 시 아 연 방	9.0 (0.7)	26.3 (15.6)	106.2 (40.2)
9. 영 국	1.3 (0.4)	32.9 (11.2)	97.7 (25.8)
10. 미 크 로 네 시	65.8 (19.2)	114.0 (34.1)	78.2 (25.8)

2. 주요국 동향

일 본

1. 한국산 김치의 유통실태

○ 한국산 수출 김치의 일반적인 유통경로는 총대리점(물류센터)－특약점(도매상)－양판점, 소매점(소매상)－소비자의 형태임.



2. 한국산 김치 수입가격

(단위 : 톤, J¥/kg)

월 별	'91		'92		'93	
	수 량	단 가	수 량	단 가	수 량	단 가
연 평 균	4,359	471	5,287	479	6,751	470
1	296	526	394	477	428	492
2	297	492	414	444	498	498
3	386	462	432	485	546	486
4	347	460	476	484	549	473
5	350	446	341	500	505	474
6	316	454	443	492	524	428
7	380	464	436	495	618	474
8	374	490	450	490	626	466
9	337	465	505	459	607	472
10	420	454	470	468	580	453
11	434	462	414	480	639	444
12	438	476	512	482	633	

자료 : 대장성 관세국 조사자료

3. 소비동향

가. 1세대당 연간 구입실적

(단위 : g, ¥)

품 목	'91		'92		'93		'94	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
배추절임	1,731	1,103	1,780	1,090	1,768	1,112	1,806	1,120
단 무 지	2,328	1,672	2,079	1,603	2,060	1,549	1,910	1,384

자료 : 총무청 "가계조사"

나. 소비형태 및 기호도

○ 전일본 절임류 협동조합연합회가 '93년 동경 및 오사카 주부를 대상으로 절임류 소비동향에 대한 조사결과 전체 80% 이상의 가정에서 절임류를 먹고 있음.

○ 품목별 선호도는

구 분	배추절임	하루밤절임류	단 무 지	野澤菜절임	김 치
비 율(%)	64.6	54.0	50	48	41

○ 절임류 구입장소는

구 분	슈 퍼	전문소매점	생 협	채소가게	백화점	식료품점
비 율(%)	84.0	36	29	18.8	17.1	16.7

○ 포장형태 및 단량

〈포장형태〉

– 절임류의 포장형태는 크게 ①목제통 ②자루 ③트레이팩 ④컵 ⑤발포스티로폴 ⑥병 ⑦캔 ⑧상자 ⑨항아리 등이 있으며 매장이나 소요처에 따라 포장형태가 각기 다름.

- 이중 업무용은 전통적인 목제통 → 플라스틱통 → 상자모양의 발포스티로폴로 바뀌고 있음.
- 현재 절임류 업계에서 사용하고 있는 포장형태는 자루, 트레이팩, 컵이 전체의 80%를 차지함.
- 김치의 경우는 주로 비닐 파우치, PE 상자, 유리병, 은박파우치 등이 사용됨.

〈포장단량〉

- 일반가정용

구 분	일본산김치	수입산김치
포장 단량	100g, 150g, 200g 220g, 250g	180g, 190g, 200g 230g, 300g, 400g

- 업무용(대량소비처 등) : 포장단량은 1kg 이상임.

○ 절임류 구매목적은 여러 가지지만 영양이나 건강면에서의 효용을 중시하고 있음. 또한 절임류 구매는 가격, 브랜드, 포장디자인에는 그다지 신경을 쓰지 않고 맛(37.2%), 첨가물(20.4%), 염도(14.6%), 제조일(13.6%)에 따라 결정

4. 염장 절임류 원료 수입현황

(단위 : 톤, 백만엔)

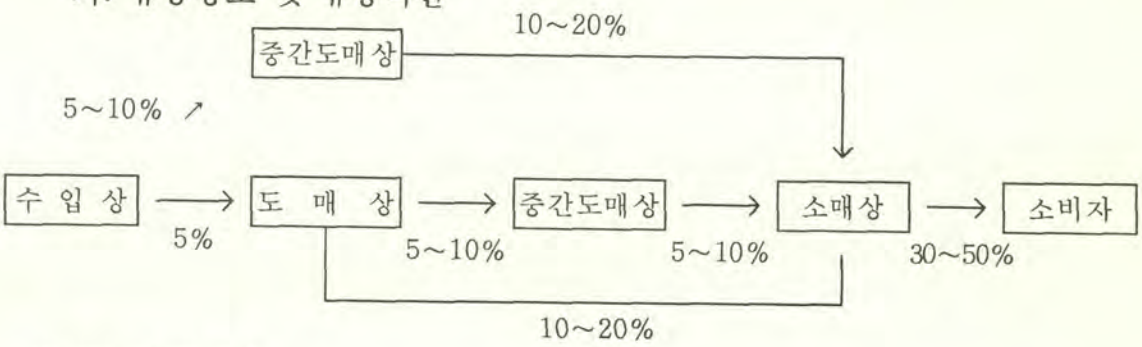
품 목	'91		'92		'93		'94	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
염장채소	81,442	11,316	87,592	11,290	94,201	10,191	97,925	9,590

자료 : 대장성「무역통계」

미 국

1. 유통실태

가. 유통경로 및 유통마진



※ %는 유통마진

나. 현지 소비형태 및 평가

1. 소비단계 포장형태	○ 유리병
2. 기호도	
○ 품종, 종류	○ 막김치, 포기김치, 총각김치, 나박김치 등
○ 형태(낱개중량)	○ 1 GALLON 과 1/2 GALLON들이 유리병임.
○ 향미, 조직감	○ 채소, 양념, 젓갈류가 발효된 특유의 맛
○ 수분, 당도	
○ 기타	○ 32oz 작은병 포장도 있음.
3. 소비형태	
○ 용도	○ 부식용(주로 한인교포, 동양계 일부 등)
○ 소비방식	○ 부식, 부침, 찌개용으로 사용
4. 소비자 구매형태	
○ 주구입처	○ 한인계, 일본계 등 동양식품점
○ 구매가격	○ 1 GAL : U$ 8.99-12.99, 1/2 GALLON : U$ 5.99
○ 1회 구매단위	○ 기호에 따라 1병씩 구입
5. 상품평가	
○ 원산지	○ 주로 미국내 한인식품점, 김치공장에서 자체 생산 유통 – 현지생산 김치의 경우, 양념류 등은 한국산 사용하여 한국수출품 대비 신선도 우수, 품질은 대등한 수준임.
○ 수입업체	○ CAN 김치가 한국에서 수입되고 있으나 소량이며, 신선도
○ 선호도	부족 등으로 선호되지 못하는 실정

2. 연도별, 국별 수입실적

김치는 H.S Code 중 가공된 야채류에 속함.
다음의 수입통계는 김치 외에 모든 종류의 가공된 야채를 포함하고 있음.

(단위 : US$ 천, %)

구 분	'92	'93		증감률
		실적	구성비	
합 계	29,166	28,642	100.0	-1.8
일 본	5,539	5,923	20.6	6.9
태 국	6,804	5,318	18.5	21.8
멕 시 코	3,121	4,341	15.0	39.1
대 만	1,936	2,426	8.5	25.8
스 페 인	1,895	2,024	7.0	6.8
중 국	1,203	1,594	5.5	32.5
한 국	1,279	1,392	4.8	8.8
이 탈 리 아	853	907	3.1	6.3
이 스 라 엘	803	869	3.0	8.2
터 키	612	564	1.9	7.8

자료 : 미 상무성

3. 상품표시제도

○ 수입식품 라벨에는 ①제품명 ②원재료명 ③실중량 ④업소명 및 주소 ⑤영양정보 등 다섯 가지를 반드시 표시해야 하는데 유통기한이나 제조일 표시의무는 없고 성분별 함량표시도 의무사항이 아니며 원료식품은 소비자가 식별가능한 방식으로 표시함. 이중 영양정보는 '94년 8월 8일부터 시행된 식품영양표시규정(NLEA : NUTRITION LABELING & EDUCATION ACT OF 1990)에 따라 육류, 가금류 및 기호식품류 등 일부식품류를 제외한 모든 포장식품에 대해서 의무화된 것으로 ①1회사용량 ②용기당 사용횟수 ③일일섭취량별 칼로리 ④영양분석표(NUTRITION FACT)를 뜻함.

○ 영양분석표에는 다음 14가지 영양소 및 수량과 함께 일일섭취량의 비중(%)이 반드시 표시되어 있어야 하고 기타 영양소의 표기는 자유의

사에 맡기고 있으며 표시순서는 가장 많이 함유하고 있는 성분으로부터 가장 적은 함유성분 순으로 모든 함유물이 나열되어야 하는데 이러한 라벨링 요건은 모든 직접적인 첨가물(DIRECT ADDITIVES)에 대해서도 적용됨.

전체 칼로리, 지방에 의한 칼로리, 총지방, 포화지방, 콜레스테롤, 소디움, 탄수화물, 섬유질, 단백질, 당분, 비타민A, 비타민C, 칼슘, 철분

○ 식품포장에 대한 표시

수입식품의 포장에 대해서는 다음사항을 표시한 라벨을 부착해야 함.

① 원산지

② 제조자, 포장자, 판매상의 이름 및 사업장 주소. 이때 제조업자의 이름이 표기되지 않을 경우 "Manufactured for ——", "Distributed by ——" 등의 적절한 어구를 사용하여 제조자가 아님을 표시해야 함.

③ 식품명 : 겉포장의 중심면에 굵은 글씨로 표시

④ 성분의 명칭 : 함유량이 많은 순으로 표기

⑤ 내용물의 순량

⑥ 일회사용량 및 전체 사용가능 횟수

⑦ 일회사용량당 함유된 칼로리

⑧ 일회사용량에 함유된 전체 지방, 포화지방, 설탕, 단백질, 콜레스테롤, 전체 탄수화물, 복합 탄수화물, 나트륨 및 다이어트 섬유 함유량, 원산지를 포함한 의무표시 사항은 상품명 및 내용물의 순중량을 제외하고는 모두 겉포장 중심면이나 정보면(일반적으로 중심면의 바로 우측면을 말함)에 표기함.

○ 표시에 사용되는 언어

식품 라벨상의 모든 표기는 동일한 언어로 표시되어야 하며 원칙적으로는 라벨에 영어가 아닌 다른 외국어로 표기할 수도 있으나 수입식품의 경우 원산지 표시규정에 따르면 원산지를 반드시 영문으로 표기하게 하고 있어, 수입식품의 경우는 라벨의 모든 내용을 영문으로 표기하는 것이 바람직함.

○ 수입식품의 유통기한

유통기간은 원칙적으로 제조업자나 소매업자에 의해 산정, 결정되므로 연방정부는 식품에 유통기간을 의무적으로 표시할 것을 요구하지 않음.

싱 가 포 르

1. 유통현황

〈현지식품 소비형태〉

가. 포장방법 : 병, 캔, 비닐포장

나. 기 호 도

- ○ 수입품, 현지생산품 등 종류가 다양함.
- ○ 현지생산품은 수입산에 비해 맛이 덜하고 배추의 맛 차이로 품질이 떨어짐.

다. 소비형태

- ○ 용　　도 : 부식용
- ○ 소비형태 : 구매 후 조리없이 그대로 취식

라. 구매형태

- ○ 주구입처 : 대형슈퍼점
- ○ 구매가격 : S$ 4.12/400g
- ○ 1회구매단위 : 2~3개/400g

마. 수입산 평가

- ○ 수 입 국 : 한국
- ○ 수입업체 : 동양무역
- ○ 선 호 도 : 현지생산품에 비해 가격은 비싸나 맛이 월등함.
- ○ 가　　격 : S$6.10/400g

〈한국산 김치 진출현황〉

구 분	김 치	총 각 김 치	깍 두 기
포 장 규 격	12개/400g(병)	10개/1kg	6개/900g
가 격	S$6.11/개	S$ 9.46/개	S$ 8.16/개
현 지 반 응	현지에서 생산되는 김치가 있으나 양념부족으로 맛이 없어 인기가 낮은 편임. 주고객은 한국인, 일본인 대상이고 현지인은 극소수임.	소비계층이 한국인으로 국한됨.	소비계층이 한국인으로 국한됨.

2. 수입현황

〈대 한국산 김치 수입현황〉

(단위 : 톤, 천불)

구 분	'91	'92	'93	'94	'95
중 량	28	28	23	51	28
금 액	66	60	67	142	84

자료 : KOTIS

주 : '95년 중량은 8월 말 현재, 금액은 9월 말 현재임.

3. 수입규제 관련사항

○ 식품의 포장에 대해 엄격한 규제를 가하고 있음.

식품포장시 반드시 정해진 내용을 라벨링하도록 규정하고 있으며 요구사항을 준수하지 않는 식품은 수입 판매하지 못하도록 되어 있는데 이의 목적은 식품의 안전성 확보와 소비자의 건강을 보호하기 위한 목적으로 이루어지고 있는 사항이며 수출업자나 판매자가 규정에서 정한대로 원산지에 제한없이 규제를 받지 않으므로 상품명, 성분 원산지, 중량 등의 기재가 반드시 기재되어야 함.

○ 싱가포르에 수입되는 모든 식품은 소비의 안전성을 확인하고 관리의 용이함을 위하여 먼저 식품 수입상은 FOOD CONTROL DEVELOPMENT에 등록해야 하며 수입되는 식품은 통관시 샘플 채취 등으로 검사를 받도록 되어 있음. 검사단계에서 발견되는 병충해나 기타 위생상에 문제가 있는 경우 검사관이 폐기, 반송, 치료 등의 적당한 조치를 취할 수 있으며 이의 비용은 전액 수입자 부담

4. 단 무 지

1. 국내 수출동향 123

2. 주요국 동향 124

• 일 본 124

단 무 지

1. 국내 수출동향

○ 우리나라의 도 행정구역 중 경기도, 충남, 전북 3개 도만이 수출을 하고 있으며, '94년도 수출실적을 보면 경기도가 1,775천 불로 가장 많고 그 다음으로는 충남이 521천 불, 전북이 40천 불을 수출하였음.

〈'94년도 도별 단무지 수출실적〉

도 별	수 출 액 ($)
서울특별시	–
부산광역시	–
대구광역시	–
인천광역시	–
광주광역시	–
대전광역시	–
강원도	–
경기도	1,775,382
충청북도	–
충청남도	521,400
전라북도	39,500
전라남도	–
경상북도	–
경상남도	–
제주도	–
계	2,336,482

자료) '94년도 식품 및 식품첨가물 생산실적, 보건복지부

2. 주요국 동향

일 본

1. 가격동향

○ 미국에서의 일본산(AKIYAMA) 단무지 거래가격 동향을 보면,
- 아키야마(AKIYAMA) 업체 제품인 단무지는 병당 US$3.49 정도에 판매되고 있음.
- 원료는 무, 식초, 설탕, 식염, 구연산, 감미료, YELLOW#5 등임.
- 포장의 형태는 뚜껑이 넓은 보통의 병임.
- 현지인들은 이 제품에 대해 단맛이 높고 질감이 좋다고 평가하였으며 색깔은 밝은 노랑색이나 절단된 크기는 일정하지 않다고 평가함.

○ 말레이시아에서 판매되고 있는 일본산 단무지의 가격은 150g의 비닐형태로서 RM 7.80 정도에 거래되고 있음(1RM : 320원 정도).

○ 주요 지역별 소비자 구입가격('93소비자 판매가격)을 보면, 홋카이도가 62.18엔/g, 동북 지역이 68.40엔/g, 관동 지역이 76.92엔/g, 동경 지역이 81.38엔/g, 요코하마 지역이 83.21엔/g, 시즈오카 지역이 78.01엔/g, 나고야 지역이 89.13엔/g, 후쿠오카 지역이 70.23엔/g으로 나타남.

2. 유통현황

가. 유통경로 및 마진

1) 유통경로

○ 절임류의 유통구조는 일반적으로 생산농가→1차 가공업자→제조업체→1차 도매상→2차 도매상→소매점의 형태를 취하나, 이 업종은 생산과 유통기능 양면을 겸비한 기업이 많음.

○ 절임류는 종류가 많고 장기보존이 가능한 것에서부터 하룻밤절임(이치야즈케)과 같이 신선식품적인 것도 있으며 포장형태도 각각이기 때문에 극히 복잡한 유통구조를 형성하고 있음.

〈절임류의 주요 유통경로〉

○ 제조업체→1차 도매상→2차 도매상→소매점(식료품점, 청과물점 등)

○ 제조업체→양판점(슈퍼, 편의점, 할인점)

○ 제조업체→양판점 지정 납품도매상→양판점

○ 제조업체→제조업체 직영점, 대리점(역매점, 백화점, 양판점 등)
○ 제조업체→1차 도매상→생협
○ 제조업체→2차 도매상→소매점
○ 제조업체→1차 도매상→백화점, 외식산업, 절임류전문점, 관광기념품점
○ 제조소매업체(교토의 절임류소매점 등) 직판
○ 제조업체→1차 도매상→2차 도매상→소매상
○ 제조업체→소매점(지방)
○ PB제조업체→제조업체→1차 도매상→2차 도매상→소매점
○ 농협가공부→청과시장 가공부→2차 도매상→소매점

〈외식산업 형태〉

가) 급식형태

○ 영업급식 : 음식점(식당, 레스토랑, 요리점, 기타 음식점), 특수한 형태의 음식점(열차식당, 국내선, 기내식), 숙박시설(호텔, 여관, 민박 기타 숙박시설)
○ 집단급식 : 학교, 사업소, 병원, 사회복지시설

나) 요식형태 : 주점, 맥주집, 요정, 바, 카바레, 나이트클럽

2) 유통마진

○ 유통마진은 유통경로가 복잡하고 마진율이 각기 다르지만 일반적으로 소비 말단가격은 제조업체 출하가격의 두 배 정도임.
○ 많은 물량을 취급하는 1차 도매상(종합식품 도매상 포함)은 5~8% 전후, 2차 도매상이 23~25%, 식료품점 등 소매점에서 45~50%의 마진을 취하는 것이 일반적임.

3. 소비실태

가. 업무용 및 가정용 소비경향

1) 업무용 절임류와 취급도매상

○ 절임업계가 업무용 절임류라 칭하는 것은 일반적으로 1kg 이상의 포장형태를 가리키며, 그 이하의 포장형태는 말단시판용이라 부름.
○ 업무용 절임류는 "단가가 낮으면 품질은 둘째 문제"라는 인식의 시대는 갔고 최근에는 "품질이 좋고 안전하며 더구나 값싼 것"이 요구되고 있으며 초발균에 대한 검사가 엄격하여 초발균이 많으면 불합격됨.

○ 이러한 엄격한 규정 때문에 외식산업으로 지정된 전문절임류 도매상이 아니면 직접 납품할 수 없는 구조로 되어 있으며, 더구나 매년 납품도매상을 입찰로써 재지정하는 경우가 많기 때문에 가격, 품질면에서의 대응이 지난하다고 알려져 있음.

2) 업무용 절임류의 제품검사

○ 업무용 절임류의 대표격이라 하면 카레용 복신절임이며, 그밖에 락교절임, 생강절임, 시바즈케, 나라즈케, 매실장아치, 와사비절임, 오이·가지절임 등의 절임류가 비교적 많으나 이들을 업무용 절임류 지정도매상에게 납품할 경우에는 그 절임류의 제품분석표를 사전에 제출하고 또한 지정도매상이 재차 검토하는 것이 보통임.

○ 특히 일류호텔, 유명레스토랑, 급식센터, 도시락회사, 병원, 기내식, 사원식당, 여관 등의 사전검사(초발균, 염분 등)는 엄격함.

3) 업무용 절임류의 포장형태

○ 업무용 절임류의 포장형태는 1kg들이에 포장(가열 살균처리한 것)한 것을 드럼통이나 골판지상자, 발포스티로폼에 넣어 출하하는 경우가 많음.

4) 업무용 절임류와 가정용 소비량의 비율

○ 업무용과 가정용 소비량의 비율은 업무용 절임류를 취급하고 있는 절임류 도매상의 추정에 의하면 업무용 20%, 가정용 80% 정도임.

5) 절임류의 구입처별 비율

○ 총무청이 "전국 소비실태 조사보고"에 의하면 '84년 가공식품(대두가공품, 어개가공품, 조리식품, 통조림, 곤약제품, 절임류, 해산물조림)의 구입비율은 슈퍼가 46.7%, 소매점 35.8%, 생협·구매 5.4%, 백화점 5.4%, 기타업무용 등이 5.7%로 추정하고 있음.

○ 10년 후인 '93년에는 소매점의 점포수가 7.27% 감소하고 슈퍼의 점포수가 15.68% 증가했으며, 또한 백화점의 점포수도 5.08% 증가했기 때문에 이를 고려한다면, 그 비율은 슈퍼가 54.13%, 소매점이 33.25%, 생협·구매는 6.85%, 백화점은 5.69%, 기타 업무용 등이 0.52%로 추정되고 있음.

○ 업무용 절임류는 전문도매상이나 소매점 등이 외식산업에 공급하고 있는 것을 감안하면 실제의 비중이 더 높기 때문에 전체적으로는 업무용이 20%, 가정용 소비가 80% 정도로 추정하고 있음.

나. 소비자 기호

○ "전일본 절임류 협동조합연합회"가 지난 '93년 동경 및 오사카 주부 500명을 대상으로 "절임류 소비동향"에 대해 조사한 결과에 의하면, 주부 자신이 "절임류"를 먹는 빈도는 "자주 먹는다"가 44.8%로 가장 많았고 다음이 "먹는 편이다"가 39.4%로 전체의 82.0%보다 약간 높게 나타났으며, 연령별로는 연령이 많은 주부일수록 "자주 먹는다"의 비율이 높게 나타났음.

○ 주부가 좋아하는 절임류로는 "배추절임"이 64.6%로 가장 많았고, 그밖에 것 "절임류·아사즈케류"가 54.0%, "단무지"가 50.0%, "매실장아치"가 44.4%, "오이소금절임"이 44.2%, "김치"가 41.0%, "락교초절임"이 37.8% 등으로 나타났음.

○ 절임류를 구입하는 빈도는 "주 1회"가 23.8%로 가장 많았고, 다음이 "주 2회"로 17.0%였으며, 평균 "주 1.6회"로 나타났음.

○ 절임류의 구입장소는 "슈퍼"가 84.0%로 단연 많았고, "전문소매점"이 36.0%, "생협"이 29.0%, "채소가게"가 18.8%, "백화점"이 17.1%, "식료품점"이 16.7%, "편의점"이 8.1% 순이었음.

다. 일반가정의 구매빈도 및 규모

○ 총무청 조사에 의하면, '93년 매실장아치, 단무지, 배추절임, 기타 채소절임류의 전국 세대평균 1세대당 연간 구입금액 및 구입수량은 각각 전년대비 3.2%, 3.0% 감소한 것으로 나타났음.

○ 단무지는 동해·관동 지방의 소비가 많은데, 동해 지방은 금액 5.6%, 수량 5.4%가 감소했으며, 관동 지방은 금액이 3.7% 감소했지만, 수량은 0.9% 증가한 것으로 나타났음.

○ 일반 가정에서의 단무지 구입량은 '93년 및 '80년 실적을 비교해 보면, 대부분의 도시에서 감소했으나, 특히 규슈 지방은 반감한 도시가 많았고, 증가하고 있는 도시는 고치시(80.2%=832g 증가), 다카마츠시(9.3%=205g 증가), 나가노시(11.7%=204g 증가), 야마카타시(1.3%=2,267g 감소), 와카야마시(58.4%=2,246g 감소) 등이었음.

〈단무지 1세대당 연간 구입동향〉

(단위 : 엔, g)

연 도 별	금 액	수 량	단 가
'85	1,648	2,787	59.12
'86	1,612	2,751	58.61
'87	1,572	2,695	58.33
'88	1,542	2,624	58.77
'89	1,550	2,509	61.78
'90	1,523	2,396	63.57
'91	1,672	2,328	71.81
'92	1,603	2,079	77.10
'93	1,549	2,061	75.17

4. 수입실적

○ 일본에서는 단무지가 단일 코드화되어 있지 않아 단무지만의 수입실적이 집계되고 있지 않고 염장채소류로 포함하여 집계하고 있음.

○ 절임류의 수입동향을 보면, 중국이 물량면에서 81.6%, 금액면에서 70% 가량을 차지하고 최대 대일 수출국이며, 그 다음으로는 대만이 물량과 금액 모두 약 19% 정도를 차지하고 있음.

〈염장 절임원료의 연도별 수입동향〉

(단위 : 톤)

연 도 별	염장채소	염장생강	염장오이	락교·작은가지	매실절임
'90	68,798	41,404	57,557	14,272	27,427
'91	81,442	47,391	60,180	16,642	24,180
'92	87,592	41,974	61,718	19,047	26,348
'93	94,201	19,822	60,840	22,651	22,215
'94	97,925	24,598	64,457	22,614	21,444

5. 곶 감

1. 국내 수출동향 131

2. 주요국 동향 131

• 일 본 131

곶 감

1. 국내 수출동향

〈연도별, 국별 수출실적〉

(단위 : kg, 천불)

구 분	'92		'93		'94		'95		'96	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
계	67,111	552	76,168	582	102,027	428	49,206	590	56,000	643
일 본	66,377	544	60,646	532	38,691	370	49,206	590	45,000	506
사우디	—	—	—	—	300	1	—	—		
중 국	—	—	—	—	62,000	51	—	—		
미 국	734	8	15,522	51	936	6	—	—		
대 만									11,000	137

자료) KOTIS

2. 주요국 동향

일 본

1. 유통실태

○ 현재 수입되는 곶감의 판매처로는 각지의 선물점과 가공제조업체인데 그곳에 인도되면 다시 포장하여 슈퍼용 상품으로 판매됨.

○ 업무용으로는 감양갱병의 원료로 사용됨.

○ 곶감의 수입수량은 '94년 기준 7,686톤이며 관세, 통관제비용 및 소개료를 고려한 일본내 도매가격은 kg당 250엔 전후임.

○ 향후 국내 생산의 감소, 수입품의 저렴한 가격, 지속적인 엔고 현상을 감안할 때, 품질이 우수한 제품을 공급할 경우 대부분이 수입품으로 대체될 것으로 전망됨.

2. 가격동향

○ 곶감의 도매가격은 kg당 900엔대를 유지하고 있으며 반면 수입가격은 kg당 250엔 전후이지만, 최근에는 100엔대로 가격이 하락하고 있음.

〈연도별 도매가격 및 수입가격동향〉

(단위 : 엔/kg)

연 도	'85	'86	'87	'88	'89	'90	'91	'92	'93	'94
도매가격	900	920	814	824	973	1,096	1,106	937	973	974
수입가격	266	251	239	206	203	204	216	186	151	145

자료) 농수산물유통공사,「일본의 식품 생산 수입 소비」'96

3. 수입동향

○ '90년대에 들어서면서 수입이 대폭 증가하였으며, 특히 수입 곶감의 대부분을 차지하는 중국산의 수입이 증가하고 있는 추세로 최근 수입량이 국내 생산량을 초과하고 있음.

○ 수입단가는 중국산과 캐나다산이 kg당 100엔대, 브라질산이 500엔대이며, 한국산은 1,000엔대로 고가임.

〈연도별, 국별 수입동향〉

(단위 : 톤, 천엔)

구 분	수 량			금 액		
	'93	'94	'95	'93	'94	'95
한 국	77	39	69	83,724	40,324	62,519
중 국	5,449	7,624	5,414	747,193	1,069,509	875,940
브 라 질	5	10	6	2,497	5,489	3,613
캐 나 다	–	14	–	–	1,479	–
전 체	5,531	7,686	5,479	833,414	1,116,801	942,884

자료) 일본 무역통계월표(H.S. No. 0813.40.022)

4. 수입식품 표시제도

○ 식품위생법 및 시행규칙에서는 수입식품의 표시에 대하여 규정하고 있는데 품명, 소비 또는 품질보증기한, 첨가물 관련사항, 보존방법 등에 대해 규정된 표시를 하여야 하며, 표시는 일본어로 하는 것이 원칙임.

○ 일본의 표시규약상 주요식품의 표시사항

상품명, 사업자명 및 주소, 원재료명, 첨가물, 성분 및 배합률, 내용량, 제조년월일, 보존방법, 원산지명

○ 수입식품의 유통기한

유통기한은 제조자가 임의로 설정하고 있으며 일본 정부가 유통기한을 설정하고 있지 않음.

6. 잼

1. 국내 수출동향 137

2. 주요국 동향 137

• 일 본 137

잼

1. 국내 수출동향

〈연도별, 국별 수출실적〉

(단위 : 톤, 천불)

구 분	'92		'93		'94		'95	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
계	2,112	1,687	361	292	489	379	653	1,037
일 본	2,111	1,682	352	270	489	379	653	1,037

자료) KOTIS

주) H.S. No : 2007 10 0000(균질화한 조제품)

2. 주요국 동향

일 본

1. 가격동향

〈연도별 도소매가격 및 수입가격동향〉

(단위 : 엔/kg)

연 도	'85	'86	'87	'88	'89	'90	'91	'92	'93	'94
도매가격	361	361	361	361			453			
수입가격	346	307	338	315	383	422		520	453	333
소매가격				770	723				1,893	

자료) 농수산물유통공사, 「일본의 식품 생산 수입 소비」 '96

* 총무청 통계국 가계조사에 따르면 '95년 100g당 잼의 소매가격은 99엔 44전으로 전년대비 2엔 15전 하락하여 잼의 저가격화가 진행됨.

2. 유통현황

가. 용어 및 정의

용 어	정 의
잼 류	1. 과실, 채소 또는 꽃잎(이하 '과실 등')을 당류 등과 함께 젤리화 될 때까지 가열한 것 2. 1에 겔화제, 산미제(酸味料), 향료 등을 가한 것
잼	잼류 중에서 마멀레이드 및 젤리의 것을 말함.
마 멀 레 이 드	잼류 중에서 감귤류의 과실을 원료로 한 것으로 감귤류의 가피가 혼입된 것을 말함.
젤 리	잼류 중에서 과실 등의 착즙을 원료로 한 것을 말함.
프 리 저 브 스 타 일	잼 중, 딸기, 기타 베리류의 과실을 원료로 하는 것은 원래 형태의 과실, 베리류 이외의 과실 등을 원료로 하는 것은 5㎜ 이상 두께의 과육 조각을 원료로 하고 그 원형을 유지하게 한 것을 말함.
과실 등 함유율	원료로 사용한 과실(마멀레이드에 있어서 사용한 과피의 과실 전체에 대한 비율은 통상 과일이 가진 과피의 비율을 초과하는 경우, 그 초과하는 부분에 상당하는 과피를 제외한다) 및 그 착즙중량의 제품중량에 대한 율을 말함.

나. 일괄 표시사항

○ 잼류의 품질에 관하여 제조업자(또는 판매업자)가 잼류의 용기 또는 포장에 일괄적으로 표시해야 할 사항은 다음과 같음.

①품명 ②원료 ③내용량 ④유효기간 ⑤보존방법 ⑥제조업자(수입품은 수입업자)의 성명 또는 업체명 및 주소

○ 수입품은 위에 열거한 것 이외에 원산지를 표시해야 함.

3. 소비동향

○ 잼 소비량은 지역차가 있으며, 요코하마 지역에서는 전국 평균소비량보다 20~30% 잼의 소비가 많음.

○ '85~'94년 10년간의 전국 연평균 1인당 소비량은 약 327g이었음.

○ 총무청 통계국의 가계조사에 의하면 '95년 잼에 대한 1세대당 지출금액은 1,161엔으로 전년대비 45엔 하회한 대폭적인 감소를 보였으

며 세대당 소비량도 1,191g으로 전년보다 19g 감소하였음.

〈주요 지역별, 연도별 1인당 소비동향〉

(단위 : g)

구 분	'90	'91	'92	'93	'94
전 국	334	330	348	349	349
京 浜	424	419	438	434	430
中 京	304	261	273	282	318
京 阪 神	331	354	364	358	369

자료) 농수산물유통공사, 「일본의 식품 생산 수입 소비」 '96

주) 과일제리, 마멀레이드 포함한 수량임.

4. 수입동향

○ 일본의 잼 수입량은 매년 증가하는 추세로 '94년에 전년대비 30%가 증가하였고 '95년에는 전년대비 69%의 대폭적인 증가를 보인 5,399톤을 수입하였음.

〈연도별 잼 수입동향〉

(단위 : 톤, 백만엔)

구 분	수 량			금 액		
	'93	'94	'95	'93	'94	'95
전 체	2,460	3,201	5,399	1,086	1,249	1,641

자료) 일본 무역통계월표

○ 일본에서 잼은 세번 분류상 감귤류의 무가당 잼 및 가당 잼, 감귤류를 제외한 가당 잼 및 무가당 잼 4종으로 분류되는데, 이중 가장 큰 비중을 차지하는 것은 감귤류의 것을 제외한 가당 잼으로 물량 기준으로는 이집트가 '95년 1,833톤을 수출하여 최대 수출국으로 부상하였고, 금액기준으로는 전체 수입액의 35%를 점유한 프랑스가 제1위를 차지함.

〈국별 잼 수입동향〉

(단위 : 톤, 백만엔)

구 분	수 량			금 액		
	'93	'94	'95	'93	'94	'95
중 국	70	40	320	6	5	49
영 국	323	367	366	189	190	202
프 랑 스	548	673	898	354	433	529
스 위 스	230	244	241	105	110	116
미 국	488	188	602	176	61	143
이 집 트	—	519	1,833	—	51	194
뉴질랜드	31	357	354	10	136	142
호 주	117	97	117	35	30	33
전 체	2,180	2,705	5,052	972	1,092	1,521

자료) 일본 무역통계월표

주) 감귤류를 제외한 가당 잼(HS. No. 2007.99-111)의 통계임.

5. 수입식품 표시제도

○ 식품위생법 및 시행규칙에서는 수입식품의 표시에 대하여 규정하고 있는데 품명, 소비 또는 품질보증기한, 첨가물 관련사항, 보존방법 등에 대해 규정된 표시를 하여야 하며, 표시는 일본어로 하는 것이 원칙임.

○ 일본의 표시규약상 주요식품의 표시사항

상품명, 사업자명 및 주소, 원재료명, 첨가물, 성분 및 배합률, 내용량, 제조년월일, 보존방법, 원산지명

○ 수입식품의 유통기한

유통기한은 제조자가 임의로 설정하고 있으며 일본 정부가 유통기한을 설정하고 있지 않음.

7. 냉동딸기

1. 국내 수출동향 143

2. 해외동향 144

1. 생산현황 144

2. 주요국 수입동향 145

3. 주요국 동향 147

• 일 본 147

• 미 국 150

냉 동 딸 기

1. 국내 수출동향

○ '70년대 중반부터 일본시장에 진출하여 당도, 선도, 냉동상태, 포장 등 전반적으로 경쟁국에 비해 우수한 품질을 인정받아 고가로 일본 냉동딸기 시장의 대부분을 점유하였으며, '80년대 후반 1,000~1,500만 불의 수출실적을 올리면서 우리나라 채소 수출액의 75%까지 차지했던 주요한 수출품목이었음.

○ 한국산은 중국산보다 당도, 선도, 냉동상태, 포장 등에서 우위를 보이고 있으나 대 일본 수출가격차가 kg당 60~70엔이나 높은 등 중국, 태국산보다 가격경쟁력이 약하여 일본시장에서의 비중이 점차 감소하고 있으나, 최근 다수확 품종개발 등 생산성이 향상되고 중국산의 품질 향상 속도가 예상보다 늦어짐에 따라 '93, '94년 들어 대일 냉동딸기 수출이 회복세를 보이고 있음.

○ 가공 과실류는 조미액이 맛을 좌우하기 때문에 원료의 질보다는 가격 경쟁력이 중요하며 일본인들은 관습상 완제품보다는 원료나 반제품을 선호하여 일본에 주로 반제품 형태로 수출되고 있으며 수출된 제품은 다시 소분하여 유통하고 있음.

〈연도별 수출실적〉

(단위 : 톤, 천불, 불/kg)

구 분	'91	'92	'93	'94	'95	'96
중 량	3,169	1,866	2,781	2,882	2,400	2,200
금 액	5,038	3,204	4,609	4,746	4,856	4,656
단 가	1.59	1.72	1.66	1.65	2.02	2.12

〈주요 수출국별 수출실적〉

(단위 : 톤, 불/kg, 천불)

구 분	'94			'95			'96		
	중 량	단 가	금 액	중 량	단 가	금 액	중 량	단 가	금 액
일 본	2,882	1.65	4,746	2,400	1.99	4,773	2,200	2.06	4,524

2. 해외동향

1. 생산현황

가. 캐나다

○ 캐나다의 냉동딸기 생산량은 지난 '80년대 수준보다 낮은 상태인데 '93/'94년도 냉동딸기 생산량은 전년의 딸기작황 부진에 따라 감소하였음.

나. 멕시코

○ '94/'95 멕시코 냉동딸기 생산은 6% 증가한 34,000톤으로 예상되며, 가공용 딸기 재배면적도 증가했는데, 이는 폐소화의 평가절하로 수출이 유리해졌기 때문임.

멕시코에는 25개소의 딸기 가공공장이 있는데 8개는 폐쇄되었고 나머지도 가동률이 낮은 상태이며 가공공장의 대부분은 모두 형태의 딸기 가공시설을 보유하고 있는데 가당·무가당 냉동딸기, 낱개급속동결 딸기(IQF:Individual Quick Frozen) 등 대부분의 가공딸기는 설탕이 포함되어 포장되며, 최근에는 IQF 딸기에 대한 수요가 증가하고 있음.

다. 폴란드

○ EU국가의 수요가 클 것으로 예상됨에 따라 '93/'94 폴란드 가공업계는 신선딸기 생산량의 76%를 가공했으며, 이는 전년 가공률 59%에 비해 높은 수준으로 냉동딸기 생산은, 신선딸기 생산이 감소했음에도 불구하고 7% 증가를 보였음.

라. 일 본

○ 일본의 냉동딸기 생산은 매우 미약하여 연간 800톤 수준으로 연간 수요량의 3% 미만인데 미국은 일본 수입량의 5~7%를 공급하고 있음.

냉동딸기는 주로 식품가공분야에 소비되는데, 잼, 제빵, 제과, 아이스크림, 요구르트, 냉동 디저트업계에서 소비되며 수요는 증가 중에 있음.

마. 스페인

○ 스페인에서는 대략 10~15%의 딸기가 가공되는데 '93/'94년에는 폴란드로부터의 공급감소를 상쇄시키기 위하여 보다 많은 딸기가 수출용으로 가공되고 있음.

바. 미 국

○ 미국은 세계 최대의 냉동딸기 생산국으로 지난 20년간 연중 수요에 대응하기 위하여 딸기 생산을 꾸준히 증가하여 왔음.
캘리포니아 딸기협회(CSC : California Strawberry Commission)는 '90년 이래 시장진흥 기금(MPP : Market Promotion Program)의 지원받아 일본, 멕시코, 캐나다 지역의 시장을 확대시켰음.
CSC는 냉동딸기의 전통적인 소비용도인 잼, 아이스크림, 요쿠르트 이외에 새로운 형태의 음료, 디저트를 개발하여 식당, 바, 커피숍, 기타 식품서비스 분야에서의 냉동딸기 사용을 촉진시키고 있음.

○ 캘리포니아에 19개소, 오레곤주에 12개소의 가공공장이 있음.

〈주요국 생산동향〉

(단위 : 톤)

구 분	'92/'93	'93/'94	'94/'95 F
세 계	340,267	349,865	NA
캐 나 다	3,798	3,620	3,550
칠 레	3,840	3,976	3,485
이 탈 리 아	15,000	15,000	15,000
일 본	750	800	750
멕 시 코	36,000	32,000	34,000
폴 란 드	95,000	102,000	95,000
스 페 인	20,000	26,000	28,000
미 국	165,879	166,469	NA
기 타 국 가	174,388	183,396	179,785

자료) "WORLD HORTICULTURAL TRADE & U.S. EXPORT OPPORTUNTIES" JUNE '95

2. 주요국 수입동향

가. 멕시코

○ 멕시코는 NAFTA하에서 미국에 대해 향후 10년에 걸쳐 냉동딸기에 대해 관세를 철폐할 예정이며, 비 NAFTA 국가에서 수입되는 냉동딸기는 20%의 수입관세를 부과함.

나. 일 본

○ 일본은 냉동딸기 소요량의 97%를 수입하고 있는데 수입량의 5~7

%는 미국에서 공급됨. 일본의 수입은 '93/'94에 이어 '94/'95에도 늘어날 전망인데 이는 '94 여름의 고온에 따른 국내 신선딸기 생산감소와 엔화 평가절상에 따른 것임. 냉동딸기는 주로 식품가공분야에 소비되는데 잼, 제빵, 제과, 아이스크림, 요구르트, 냉동 디저트업계에서 소비됨.

다. 캐나다

○ 미국 캐나다간 자유무역협정과 NAFTA하에서 1998. 1. 1까지 수입관세가 없어지게 되어 미국은 자유무역협정이 발효되기 전에는 캐나다 냉동딸기 수입량의 25%를 공급하였으나 '94년도에는 53%를 공급함으로써 44%의 점유율을 보인 멕시코를 제치고 캐나다에 대한 제1위의 공급국이 되었음. NAFTA는 멕시코로부터의 냉동딸기 수출에 대하여는 수입관세 인하를 적용치 않도록 하고 있어 미국의 캐나다 시장점유율은 NAFTA하에서 캐나다의 수입관세가 낮아짐에 따라 향후 수년간 증가할 것으로 보임.

라. 미 국

○ 미국의 냉동딸기 수입규모는 전체 소비량의 13%에 달하는데, 주요 공급국은 멕시코임.

〈주요국 수입동향〉

(단위 : 톤)

구 분	'92/'93	'93/'94	'94/'95F
세 계	56,574	66,112	NA
캐 나 다	9,407	9,896	10,000
칠 레	–	–	–
이 탈 리 아	4,775	5,000	5,000
일 본	21,670	28,027	32,000
멕 시 코	160	220	155
폴 란 드	255	250	255
스 페 인	800	3,500	3,000
미 국	19,507	19,219	NA
기 타 국 가	37,067	46,893	50,410

자료) "WORLD HORTICULTURAL TRADE & U.S. EXPORT OPPORTUNITIES" JUNE '95

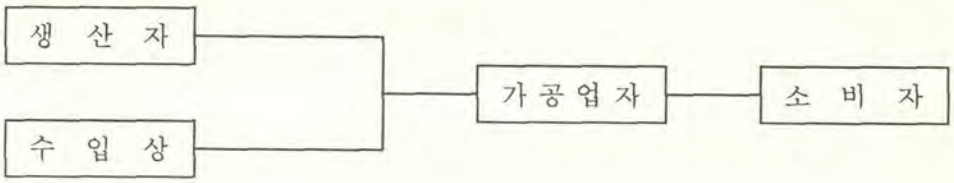
3. 주요국 동향

일 본

1. 가격동향

○ 냉동딸기는 잼 등 가공식품의 원료로 사용되는 반가공품으로 국내 유통가격은 조사되지 않음.

2. 유통실태



○ 수입형태
- 냉동품(설탕을 첨가한 것과 딸기만을 냉동한 것 두 가지가 있음)
  - 포 장 : 10~15kg 골판지 상자
  - 스타일 : 모두 IQF(낱개동결)로 WHOLE과 SLICE 두 종류가 있음. (예전에 WHOLE은 줄기가 붙은 것이 많았지만 현재는 모두 줄기가 없음)

3. 소비동향

○ 건강식품, 간식용 등 용도
- 양과자용, 잼, 아이스크림, 요구르트, 주스원료 등

○ 수입산의 용도는 한국산은 고급 제과용, 아이스크림 제조용으로 주로 쓰이고 중국, 미국산은 잼 제조용으로 주로 쓰임.
- 한국산

우리나라 딸기는 오랜 수출경험으로 가공, 처리 능력이 우수하여 선별, 냉동, 살균처리가 가장 양호하며 당분도 적합하여 고급 제과용이나 아이스크림 등에 사용되고 있으나 가격이 경쟁국에 비하여 비쌈. 중국의 물량 공세와 현저한 수출가격 차이로 수출회복이 어렵다는 것이 일반적 의견이나 일본 소비자들은 한국산을 선호

- 중국산

선별 및 냉동처리는 보통이나 살균처리가 잘 안되어 종종 크레임을 유발시키고 있음.

일본에서는 중국산을 재처리 가공하여 주로 잼 원료로 사용하고 있는데 가격면에서는 호응을 받음.

- 미국산

미국산은 당도가 높고 살균처리는 양호하나 선별이 약간 조잡한 편으로 고가품 원료로 사용하기에는 부적합하여 주로 잼 원료로 사용되고 있음.

품질은 한국산보다 뒤지나 가격과 공급면에서 안정성을 지녀 선호됨.

〈수입산 품질비교〉

구 분	당 도	냉동상태	냉동상태	잡균제거상태
한 국	10~11도 양호	양 호	양 호	양 호
중 국	10도 당도 보통	〃	보 통	불 량
미 국	11도 당도 보통	〃	〃	양 호

4. 수입실적

○ 일본의 '94년 냉동딸기 수입은 28,240톤으로 미국에서 16,644톤, 중국 4,775톤, 한국에서 2,792톤을 수입하고 있으며 일본의 생산량 감소로 매년 증가추세에 있음.

일본의 냉동딸기 수입은 중국 등으로부터의 수입이 증가세를 보이고 있는데 우리나라는 가격경쟁에서 크게 밀려 감소추세임.

한국, 미국으로부터의 수입가격은 중국산 대비 60% 고가 수준으로 수입됨.

〈일본의 냉동딸기 수입실적〉

0811-10-100(가당)

(단위 : 톤, 엔/kg, 백만엔)

구 분	'93			'94			'95		
	중 량	단 가	금 액	중 량	단 가	금 액	중 량	단 가	금 액
계	17,778	168	2,980	22,108	162	3,581	23,331	153	3,561
한 국	2,530	186	470	2,662	174	462	1,750	162	284
중 국	2,791	120	334	3,782	108	408	4,722	103	485
태 국	1,824	142	259	1,503	131	197	1,571	114	179
폴란드	—	—	—	207	300	62	415	289	120
미 국	9,727	181	1,763	12,964	177	2,297	13,271	171	2,264
기 타	906	170	154	990	157	156	1,602	143	229

0811-10-200(가당제외) (단위 : 톤, 엔/kg, 백만엔)

구 분	'93			'94			'95		
	중 량	단 가	금 액	중 량	단 가	금 액	중 량	단 가	금 액
계	5,138	197	1,011	6,132	186	1,142	6,455	160	1,031
한 국	200	173	35	130	185	24	682	177	121
중 국	534	117	62	993	104	104	1,677	95	160
태 국	39	168	7	33	153	5	22	136	3
폴란드	800	202	161	842	243	204	600	208	125
미 국	2,818	210	592	3,680	193	712	3,150	177	556
기 타	747	205	154	454	205	93	324	204	66

자료) 일본무역월표

5. 수입식품 표시제도

○ 식품위생법 및 시행규칙에서는 수입식품의 표시에 대하여 규정하고 있는데 품명, 소비 또는 품질보증기한, 첨가물 관련사항, 보존방법 등에 대해 규정된 표시를 하여야 하며, 표시는 일본어로 하는 것이 원칙임.

○ 일본의 표시규약상 주요식품의 표시사항

상품명, 사업자명 및 주소, 원재료명, 첨가물, 성분 및 배합률, 내용량, 제조년월일, 보존방법, 원산지명

○ 수입식품의 유통기한

유통기한은 제조자가 임의로 설정하고 있으며 일본 정부가 유통기한을 설정하고 있지 않음.

○ 잔류 농약 허용기준

- r - B H C : 0.2ppm
- D D T : 검출되면 안됨.
- 엔 드 린 : 알드린 포함해서 검출되면 안됨.
- 파 라 치 온 : 0.3ppm 미만 등
- 비 소 : 1.0ppm 미만
- 납 : 1.0ppm 미만
- 말 라 치 온 : 0.5ppm 미만
- 다 이 아 치 온 : 0.1ppm 미만
- 디 코 플 : 3.0ppm 미만
- 페 니 트 로 치 온 : 0.2ppm 미만
- 캡 타 올 : 1.0ppm 미만
- 클로로팬핀노스 : 0.2ppm 미만 등

미 국

1. 가격동향

○ 미국 수출가격(FOB)
– '91 : 1.40불/kg, '92 : 1.25불/kg, '93 : 1.30불/kg

○ 미국 수출가격(CIF)
– '91 : 0.87불/kg, '92 : 0.80불/kg, '93 : 0.81불/kg

2. 수입실적

○ 미국의 냉동딸기 수입규모는 전체 소비량의 13%에 달하는데, 주요 공급국은 멕시코임.

〈미국의 냉동딸기 수입동향〉

(단위 : 톤)

구 분	'90	'91	'92	'93	'94
캐 나 다	253	0	22	0	0
멕 시 코	18,550	21,053	18,258	18,359	18,392
과 테 말 라	1,438	33	42	21	98
에 쿠 아 돌	391	692	628	828	694
폴 란 드	853	244	696	243	0
기 타	489	322	125	56	35
합 계	21,974	22,344	19,771	19,507	19,219

자료) "WORLD HORTICULTURAL TRADE & U.S. EXPORT OPPORTUNITEIS" JUNE '95

3. 상품표시제도

○ 수입식품 라벨에는 ①제품명 ②원재료명 ③실중량 ④업소명 및 주소 ⑤영양정보 등 다섯 가지를 반드시 표시해야 하는데 유통기한이나 제조일 표시의무는 없고 성분별 함량표시도 의무사항이 아니며 원료식품은 소비자가 식별가능한 방식으로 표시함.
이중 영양정보는 '94년 8월 8일부터 시행된 식품영양표시규정(NLEA : NUTRITION LABELING & EDUCATION ACT OF 1990)에 따라 육류, 가금류 및 기호식품류 등 일부식품류를 제외한 모든 포장식품에 대해서 의무화된 것으로 ①1회사용량 ②용기당 사용횟수 ③일일섭취량별 칼로리 ④영양분석표(NUTRITION FACT)를 뜻함.

○ 영양분석표에는 다음 14가지 영양소 및 수량과 함께 일일섭취량의 비중(%)이 반드시 표시되어 있어야 하고 기타 영양소의 표기는 자유의사에 맡기고 있으며 표시순서는 가장 많이 함유하고 있는 성분으로부터 가장 적은 함유성분 순으로 모든 함유물이 나열되어야 하는데 이러한 라벨링 요건은 모든 직접적인 첨가물(DIRECT ADDITIVES)에 대해서도 적용됨.

전체 칼로리, 지방에 의한 칼로리, 총지방, 포화지방, 콜레스테롤, 소디움, 탄수화물, 섬유질, 단백질, 당분, 비타민A, 비타민C, 칼슘, 철분

○ 식품포장에 대한 표시

수입식품의 포장에 대해서는 다음사항을 표시한 라벨을 부착해야 함.

① 원산지

② 제조자, 포장자, 판매상의 이름 및 사업장 주소. 이때 제조업자의 이름이 표기되지 않을 경우 "Manufactured for ——", "Distributed by ——" 등의 적절한 어구를 사용하여 제조자가 아님을 표시해야 함.

③ 식품명 : 겉포장의 중심면에 굵은 글씨로 표시

④ 성분의 명칭 : 함유량이 많은 순으로 표기

⑤ 내용물의 순량

⑥ 일회사용량 및 전체 사용가능 횟수

⑦ 일회사용량당 함유된 칼로리

⑧ 일회사용량에 함유된 전체지방, 포화지방, 설탕, 단백질, 콜레스테롤, 전체 탄수화물, 복합 탄수화물, 나트륨 및 다이어트 섬유 함유량 원산지를 포함한 의무표시 사항은 상품명 및 내용물의 순중량을 제외하고는 모두 겉포장 중심면이나 정보면(일반적으로 중심면의 바로 우측면을 말함)에 표기함.

○ 표시에 사용되는 언어

식품 라벨상의 모든 표기는 동일한 언어로 표시되어야 하며 원칙적으로는 라벨에 영어가 아닌 다른 외국어로 표기할 수도 있으나 수입식품의 경우 원산지 표시규정에 따르면 원산지를 반드시 영문으로 표기하게 하고 있어, 수입식품의 경우는 라벨의 모든 내용을 영문으로 표기하는 것이 바람직함.

○ 수입식품의 유통기한

유통기간은 원칙적으로 제조업자나 소매업자에 의해 산정, 결정되므로 연방정부는 식품에 유통기간을 의무적으로 표시할 것을 요구하지 않음.

8. 한 과

1. 국내 수출동향 155

2. 해외동향 156

1. 해외 생산현황 156

3. 주요국 동향 157

• 미 국 157

한 과

1. 국내 수출동향

1. 수출실적

(단위 : 천불)

구 분	'92	'93	'94	'95.6
수 출 액	1,167	1,664	2,467	931

주) 쌀과자 수치임.

○ 전통한과 수출실적('94)

- 전 주 한 과 : 13천 불
- 강릉갈골산자한과 : 49천 불
- 합 천 전 통 한 과 : 34천 불
- 궁 전 병 과 : 15천 불

2. 수출사례

○ 예산 삽다리한과(대표 : 남진우)

미국(뉴욕, LA), 일본(후쿠오카), 러시아에 수출 중
미국인들은 한과의 고소한 맛을 썩은 냄새에 견줄 정도로 싫어하여 미국 수출용 한과에는 생강 등을 많이 넣어 담백하면서도 향이 많이 나게 만든 결과 미국인에게도 거부감 없이 통했음.

2. 해외동향

1. 해외 생산현황

○ 한과 중 쌀과자, 강정, 유과, 궁중병과 등은 중국, 미국, 일본, 대만 등 세계 각지에서 유사제품이 생산되고 있음.

각국제품

제품명	원산지	포장형태	내 용 물	가격/단량	특 기 사 항
행 인 병	중 국 산	투 명 비 닐 낱 개 포 장	"궁중병과"와 유사 원료 : 아몬드	99¢ 300 g (12개)	식품영양표시 기재
강 정	중 국 산	투 명 비 닐	참깨강정(백색)	65¢ 114 g	식품영양표시 미기재 —영, 중문 사용
강 정	대 만 산	투 명 비 닐	참깨강정(흑색)	79¢ 100 g	식품영양표시 기재
쌀 과 자	일 본 산 (남국 제과)	투 명 비 닐	쌀을 튀겨 물엿으로 버무린 것 원료 : 쌀, 설탕	— 10개들이	식품영양표시 미기재 일어로만 표기
유 과 (麻花)	대 만 산 新 東 陽	투 명 비 닐	참깨를 묻힌 것 원료 : 쌀, 참깨, 설탕, 소금, 물엿	¢$1.39 160 g	식품영양표시 기재 3개국어표기(영,불,중) —포장내에 플라스틱 접시 사용 보존기간 : 6개월
쌀 과 자	일 본 산	투 명 비 닐 (고급)	쌀을 튀겨 물엿으로 버무린 것 원료 : 쌀, 콘시럽 옥수수전분	U$1.89 149 g	식품영양표시 기재 포장디자인 세련됨. 낱개포장

3. 주요국 동향

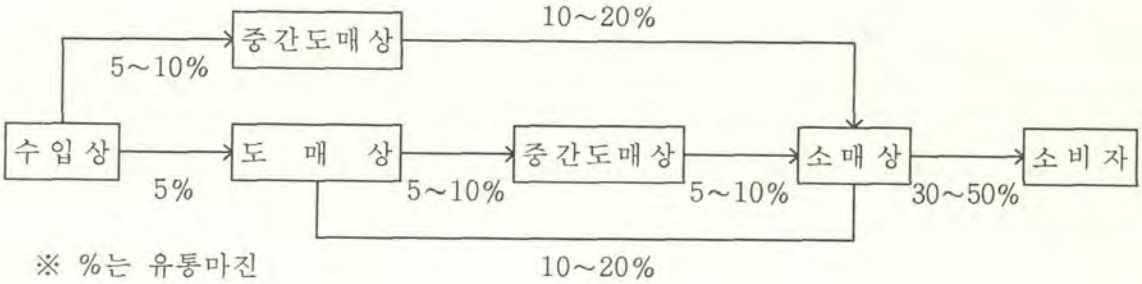
미 국

1. 유통실태

○ 수입상과 수출회사는 계열사와 같은 특수 관계에 있는데, 국내 수출회사에 상품을 주문한 후 도매상, 슈퍼마켓 등 동양상품을 취급하는 소매상에게 판매함.

한국산 수출 농림수산물을 취급하는 소매상은 대개 교민이 운영하고 있음.

〈한과류 유통경로〉



※ %는 유통마진

○ 포장 및 규격

구 분	단 량	포 장 재
약 과	상자/40봉지/10.58oz	프로필렌 수지, 비닐
유 과	상자/24봉지/6.35oz	포장
강 정	상자/15봉지/160 g	
참 깨 전 병	상자/10봉지/7.05oz	

2. 가격동향

(단위 : U$)

구 분	단 량	FOB	도 매	소 매
약 과	봉지/10.58oz	0.50	0.82	1.19
유 과	봉지/6.35oz	1.88	3.00	4.29
강 정	봉지/160 g	0.80	1.05	1.49
참깨전병	봉지/7.05oz	2.00	3.00	4.29

3. 소비동향

○ 시장성

한과는 약과, 유과, 강정류가 교포 또는 동양계를 상대로 판매되는 정도이며 정통 한과는 제사 및 백일잔치에나 쓰이는 정도인데 요즘은 모형을 빌려다 놓고 사진만 찍어 그나마 수요도 줄어든 상태로 사실상 판로가 거의 없음.

현지 서양인의 경우 기름에 튀긴 음식은 기피하는 경향이 있어 한과에 대한 관심은 거의 없음.

○ 경쟁국 상품과의 비교

중국에서 수입되거나 미국 현지에서 생산된 한과 유사품(쌀과자, 강정, 다식류)이 중국계 상점에서 많이 판매되고 있는데, 이들 품목에 비하여 한국산의 독특한 우수성은 찾기 힘든 상태임.

○ 수출용 상품 제조시 유의사항

한과의 전형적 특징으로 당도가 높거나 딱딱하며 입에 들러붙는 문제점이 있는데 이는 "엿" 대신에 "MARSHMALLOW"를 사용하면 해결될 수 있다고 함.

미국인들은 고소한 향을 기피하므로 생강 등의 향을 넣어 제조하는 방안 검토 필요

유과 등은 산패 및 신선도 저하 우려가 큰 품목으로 통관 및 현지 유통시에도 문제발생 가능성이 크므로 제조에서 수출국 유통에 이르기 까지 유의

○ 포장 및 디자인

용량면에서 한국산은 포장단위가 150~250g으로 1인 1회용으로는 다소 많으므로 70~90g 단위의 소포장에 대한 요구가 많으며 한과 1개당 크기도 한입에 먹을 수 있도록 적게 만드는 동시 낱개 개별포장이 필요함.

포장재는 가급적 투명포장재를 사용하되 투명포장재 사용이 곤란한 경우 "창"을 내어 내용물이 보이도록 하며 고급품이라는 느낌을 갖도록 유도하고 포장시 일부제품은 끈, 철선 등으로 묶는 사례가 있는데 이는 보관성 및 위생상 불리하므로 밀봉포장토록 함.

제품에 대한 설명은 영어는 물론 판매가능 대상인 일어, 중국어 등으로까지 표기

4. 수입실적

○ 한과류가 포함되는 3개 HS 코드 품목에 대한 수입실적은 다음과 같은데 인접국인 캐나다를 제외하고는 일본, 대만, 홍콩의 수출실적이 한국보다 크게 앞서가고 있으며 중국의 수출 증가율이 두드러 짐.

〈주요 수입대상국별 수입실적〉

1905-90-1050

(단위 : 천불)

구 분	'93	'94	'95
합 계	144,339	154,907	147,548
캐 나 다	65,919	70,517	61,468
멕 시 코	3,519	6,552	13,371
독 일	7,073	5,411	11,491
일 본	5,714	4,984	4,556
대 만	2,822	3,497	4,015
홍 콩	1,412	1,938	2,130
한 국	1,060	1,089	986
중 국	830	852	857
기 타	55,990	60,067	48,674

1905-90-1080('93-'94)
1905-90-1090('95)

(단위 : 천불)

구 분	'93	'94	'95
합 계	130,071	157,822	156,451
캐 나 다	70,985	77,891	70,807
일 본	8,508	10,080	10,044
대 만	4,404	4,360	3,455
멕 시 코	2,102	3,442	304
독 일	8,345	10,563	5,098
홍 콩	2,084	2,399	1,311
한 국	1,233	1,722	2,098
중 국	646	1,496	1,854
기 타	31,764	45,869	61,480

자료) KOTIS

5. 상품표시제도

○ 수입식품 라벨에는 ①제품명 ②원재료명 ③실중량 ④업소명 및 주소 ⑤영양정보 등 다섯 가지를 반드시 표시해야 하는데 유통기한이나 제조일 표시의무는 없고 성분별 함량표시도 의무사항이 아니며 원료식품은 소비자가 식별가능한 방식으로 표시함.

이중 영양정보는 '94년 8월 8일부터 시행된 식품영양표시규정(NLEA : NUTRITION LABELING & EDUCATION ACT OF 1990)에 따라 육류, 가금류 및 기호식품류 등 일부식품류를 제외한 모든 포장식품에 대해서 의무화된 것으로 ①1회사용량 ②용기당 사용횟수 ③일일섭취량별 칼로리 ④영양분석표(NUTRITION FACT)를 뜻함.

○ 영양분석표는 다음 14가지 영양소 및 수량과 함께 일일섭취량의 비중(%)이 반드시 표시되어 있어야 하고 기타 영양소의 표기는 자유의사에 맡기고 있으며 표시순서는 가장성분으로부터 가장 적은 함유성분 순으로 모든 함유물이 나열되어야 하는데 이러한 라벨링 요건은 모든 직접적인 첨가물(DIRECT ADDITIVES)에 대해서도 적용됨.

전체 칼로리, 지방에 의한 칼로리, 총지방, 포화지방, 콜레스테롤, 소디움, 탄수화물, 섬유질, 단백질, 당분, 비타민A, 비타민C, 칼슘, 철분

○ 식품포장에 대한 표시

수입식품의 포장에 대해서는 다음사항을 표시한 라벨을 부착해야 함.

① 원산지

② 제조자, 포장자, 판매상의 이름 및 사업장 주소. 이때 제조업자의 이름이 표기되지 않을 경우 "Manufactured for ——", "Distributed by ——" 등의 적절한 어구를 사용하여 제조자가 아님을 표시해야 함.

③ 식품명:겉포장의 중심면에 굵은 글씨로 표시

④ 성분의 명칭:함유량이 많은 순으로 표기

⑤ 내용물의 순량

⑥ 일회사용량 및 전체 사용가능 횟수

⑦ 일회사용량당 함유된 칼로리

⑧ 일회사용량에 함유된 전체 지방, 포화지방, 설탕, 단백질, 콜레스테롤, 전체 탄수화물, 복합 탄수화물, 나트륨 및 다이어트 섬유 함유량, 원산지를 포함한 의무표시 사항은 상품명 및 내용물의 순중량을 제외하고는 모두 겉포장 중심면이나 정보면(일반적으로 중심면의 바로 우측면을 말함)에 표기함.

○ 표시에 사용되는 언어

식품 라벨상의 모든 표기는 동일한 언어로 표시되어야 하며 원칙적으로는 라벨에 영어가 아닌 다른 외국어로 표기할 수도 있으나 수입식품의 경우 원산지 표시규정에 따르면 원산지를 반드시 영문으로 표기하게 하고 있어, 수입식품의 경우는 라벨의 모든 내용을 영문으로 표기하는 것이 바람직함.

○ 수입식품의 유통기한

유통기간은 원칙적으로 제조업자나 소매업자에 의해 산정, 결정되므로 연방정부는 식품에 유통기간을 의무적으로 표시할 것을 요구하지 않음.

9. 국 수

1. 국내 수출동향 165

2. 주요국 동향 166

- 미 국 166
- 일 본 169
- 호 주 170

국 수

1. 국내 수출동향

○ 연도별 실적(H. S NO. : 1902-19-1000 국수)

구 분	단 위	'91	'92	'93	'94	'95	'96
중 량	톤	2,878	3,232	3,967	6,703	7,740	3,800
금 액	천 불	3,838	4,464	5,956	8,744	10,992	7,678

○ 국별 실적

(단위 : 천불, 천톤)

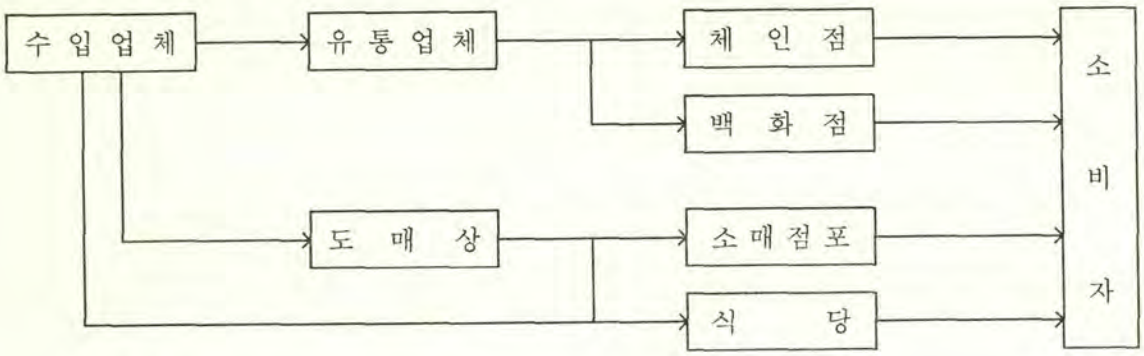
국 가 별	'94	'95	'96
세 계 전 체	8,674.2 (6.7)	10,720.1 (7.7)	7,677.5 (3.8)
1. 미 국	3,179.0 (2.4)	4,746.3 (2.8)	5,009.3 (2.7)
2. 일 본	1,350.3 (0.6)	871.1 (0.4)	429.1 (0.2)
3. 러시아연방	340.2 (0.3)	105.3 (－)	384.7 (0.2)
4. 호 주	213.6 (0.1)	492.1 (0.2)	366.2 (0.1)
5. 괌	28.2 (－)	119.5 (－)	216.4 (0.1)
6. 프 랑 스	82.4 (0.1)	264.5 (0.2)	196.0 (0.1)
7. 기 타 국	0.7 (－)	0.2 (－)	187.0 (－)
8. 캐 나 다	443.1 (0.4)	531.4 (0.4)	149.2 (0.1)
9. 브 라 질	84.5 (－)	43.5 (－)	115.2 (－)
10. 영 국	20.9 (－)	39.9 (－)	100.1 (－)

2. 주요국 동향

미 국

1. 유통현황

가. 한국산 유통경로



주) 유통업체가 직접 수입하여 유통시키기로 함.

나. 한국산 판매상황

○ 식품 수입업체들은 한국산만을 취급하기보다 각국으로부터 다양한 상품을 수입(예 : 아르헨티나, 캐나다의 수산물, 중국의 건채류, 태국산 소스 등)하고 있으며 한국산 취급비율은 30~40% 정도임.

○ 한국계 소매식품점에서도 현지생산품, 제3국제품(일본, 중국산 등) 등을 취급하여 한국산 판매비중은 30% 이하의 수준임.

○ 소매점포 판매상황

- 건면, 냉면, 소면은 한국산 품질 우수, 특히 소면은 연간 10% 이상 판매신장
- 미국, 중국, 대만산은 유통과정에서 부스러짐.
- 최근에는 생면(젖은 것)의 판매가 호조를 보이고 있으며, 일본제품에 비해 면발은 뒤지나 가격 경쟁력은 30~40% 우세
- 국수는 소비자들의 필수 구입품으로 도·소매업체에서는 다른 식품을 팔기 위한 서비스 제품으로 인식되어 가격경쟁이 치열하며 마진율이 떨어져 품질향상을 위한 투자에 걸림돌이 되고 있음.

○ 제품개선 사항

- 일부제품에는 조리법 안내가 있으나 영문표기가 안되어 있고 저

장방법이나 사용법이 없어 외국인들은 구입을 기피
- 대부분 내용물이 보이도록 포장되어 있으나 소포장(1Lb) 규격도 요구되며 특히 끓인 후에도 잘 붙지 않고 쫄깃한 맛이 오래가는 품질로의 개선 필요

2. 수입실적

○ 한국산 수입

(단위 : 톤, 천불)

'93		'94		'95	
수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
1,083	1,635	2,407	3,179	2,819	4,746

○ 국수류의 수입은 특별한 허가가 필요없으며 관세는 없음.
○ FDA 규정에 의해 식품 영양표시 및 성분표기 등 요구되며 그밖의 규제는 없음.

3. 상품표시제도

○ 수입식품 라벨에는 ①제품명 ②원재료명 ③실중량 ④업소명 및 주소 ⑤영양정보 등 다섯 가지를 반드시 표시해야 하는데, 유통기한이나 제조일 표시의무는 없고 성분별 함량표시도 의무사항이 아니며 원료식품은 소비자가 식별가능한 방식으로 표시함.
이중 영양정보는 '94년 8월 8일부터 시행된 식품영양표시규정(NLEA : NUTRITION LABELING & EDUCATION ACT OF 1990)에 따라 육류, 가금류 및 기호식품류 등 일부식품류를 제외한 모든 포장식품에 대해서 의무화된 것으로 ①1회사용량 ②용기당 사용횟수 ③일일섭취량별 칼로리 ④영양표시(NUTRITION FACT)를 뜻함.
○ 영양표시에는 다음 14가지 영양소 및 수량과 함께 일일섭취량의 비중(%)이 반드시 표시되어 있어야 하고 기타 영양소의 표기는 자유의사에 맡기고 있으며 표시순서는 가장 많이 함유하고 있는 성분으로부터 가장 적은 함유성분 순으로 모든 함유물이 나열되어야 하는데 이러한 라벨링 요건은 모든 직접적인 첨가물(DIRECT ADDITIVES)에 대해서도 적용됨.

전체 칼로리, 지방에 의한 칼로리, 총지방, 포화지방, 콜레스테롤, 소디움, 탄수화물, 섬유질, 단백질, 당분, 비타민A, 비타민C, 칼슘, 철분

○ 식품포장에 대한 표시

수입식품의 포장에 대해서는 다음사항을 표시한 라벨을 부착해야 함.

① 원산지

② 제조자, 포장자, 판매상의 이름 및 사업장 주소. 이때 제조업자의 이름이 표기되지 않을 경우 "Manufactured for ——", "Distributed by ——" 등의 적절한 어구를 사용하여 제조자가 아님을 표시해야 함.

③ 식품명 : 겉포장의 중심면에 굵은 글씨로 표시

④ 성분의 명칭 : 함유량이 많은 순으로 표기

⑤ 내용물의 순량

⑥ 일회사용량 및 전체 사용가능 횟수

⑦ 일회사용량당 함유된 칼로리

⑧ 일회사용량에 함유된 전체 지방, 포화지방, 설탕, 단백질, 콜레스테롤, 전체 탄수화물, 복합 탄수화물, 나트륨 및 다이어트 섬유 함유량 원산지를 포함한 의무표시 사항은 상품명 및 내용물의 순중량을 제외하고는 모두 겉포장 중심면이나 정보면(일반적으로 중심면의 바로 우측면을 말함)에 표기함.

○ 표시에 사용되는 언어

식품 라벨상의 모든 표기는 동일한 언어로 표시되어야 하며 원칙적으로는 라벨에 영어가 아닌 다른 외국어로 표기할 수도 있으나 수입식품의 경우 원산지 표시규정에 따르면 원산지를 반드시 영문으로 표기하게 하고 있어, 수입식품의 경우는 라벨의 모든 내용을 영문으로 표기하는 것이 바람직함.

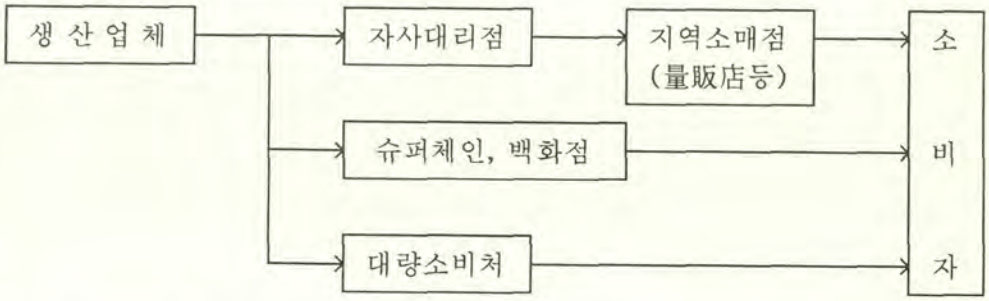
○ 수입식품의 유통기한

유통기간은 원칙적으로 제조업자나 소매업자에 의해 산정, 결정되므로 연방정부는 식품에 유통기간을 의무적으로 표시할 것을 요구하지 않음.

일 본

1. 유통현황

○ 유통경로



○ 한국식품의 일본시장 판매는 수입원가의 약 3배가 되고 있어 한국식품이 비싸다는 인식을 갖고 있음.

〈가구당 소비동향(건면기준)〉

종 류	구 분	단 위	'91	'92	'93	'94	'95
건 면	중 량	g	7,502	7,492	7,600	8,157	7,900
	금 액	엔	4,776	4,785	4,897	5,070	4,738
비건면	중 량	g	10,742	11,000	11,357	11,379	11,274
	금 액	엔	4,164	4,320	4,336	4,259	4,111

주) - 중국면류, 인스턴트면류, 기타면류 제외
- 1인당소비로 환산할시는 3.42(1가구 구성인원)로 나눔.

2. 수입동향

○ 우동수입은 외국산과의 가격차와 대일 주수출국인 한국산의 품질향상으로 인하여 '88년까지는 꾸준히 증가하였으나 '89년부터는 운송비 및 한국내의 임금이 상승하여 감소추세로 바뀌어 '94년에는 전년에 비해 31%가 감소된 1천 톤 머물렀는데 이는 '93년의 서늘한 기후로 수입재고가 많았던 점도 요인이었음.

○ 대부분의 우동수입은 한국산 "手延소면"으로 구성되어 있는데, 최근에는 대규모 소매상들이 중국으로부터 소면을 수입하기 시작함.

〈면류 수입동향〉

품목 (원산국)	중량(톤)			금액(천불)		
	'92	'93	'94	'92	'93	'94
우동	1,338	1,457	1,000	2,603	3,204	2,212
— 한국	1,184	1,259	814	2,404	2,931	1,967
米粉	8,121	8,180	9,564	15,336	15,768	18,121
— 중국	4,576	4,618	5,167	8,178	8,369	9,473
즉석면	4,537	4,449	7,902	18,164	19,686	32,055
— 태국	1,629	1,384	1,392	7,393	6,755	7,353

주) 米粉 : "우루찌" 쌀로 만든 건조면류(가늘고 흰색)

3. 수입식품 표시제도

○ 식품위생법 및 시행규칙에서는 수입식품의 표시에 대하여 규정하고 있는데, 품명, 소비 또는 품질보증기한, 첨가물 관련사항, 보존방법 등에 대해 규정된 표시를 하여야 하며, 표시는 일본어로 하는 것이 원칙임.

○ 식품 표시사항
면류의 표시사항은 品名, 원재료명(식품첨가물 포함), 內容量, 제조년월일, 賞味기간, 보존방법, 조리방법, 원산국명, 제조(수입)자 등임.

※ 수입식품 유통기한 : 정부가 유통기한을 정하지 않고 제조자가 임의로 설정

호 주

1. 유통현황

가. 일반현황

○ 호주는 농수산물 및 식품의 95%를 자급하고 있으나 다양한 국적의 이민 인구가 증가함에 따라 식품류 수입이 꾸준한 증가세를 보이고 있음.

○ 호주내 동양계 인구는 약 60만 명이고 그 중 중국계 40만 명, 월남계 7~8만 명, 인도인이 4~5만 명, 한국인 4만 명, 태국인, 말레

이시아인, 일본인 등 3만 명임.

○ 우리 교민수는 약 4만여 명으로 시드니에 3만 명, 부르스베인과 퀸즈랜드 5천 명, 멜보른 3~4천 명, 기타 지역 및 유동인구 3천 명(유학생 및 관광인구)임.

○ 호주내의 한국식품점수는 36개, 중국계는 600여 개, 일본계 130개소가 있으며, 호주마켓은 WOOLWORTH, COLES, FRANKLIN, K-MART 등 대형체인망 포함 약 800개임.

○ 호주의 농수산물과 식품류 수입은 '94년도에 전년대비 5.8% 증가하였고 '95년도에는 전년대비 10.7% 증가하여 호주화로 2,648백만불에 달하였음.

나. 한국산 수입품 유통경로

수입업체 → ┌ 한국교민 식품점(30개소) → 교민소비자
　　　　　 ├ 중국계 식품점(290개소) → 화교(베트남계, 홍콩계)
　　　　　 └ 현지인 슈퍼(600개소) → 호주인

○ 호주에는 한국계 수입업체가 4~5개 있으며 주로 한국산만을 취급하고 있음.

○ 한국산 품목수는 500여 종에 취급액은 월간 약 7~10만 불 수준임(KAGRO 경우).

○ 수입업체들은 대다수 품목들을 1CTN 미만의 소량다품목 위주로 수입하고 있으나 라면, 우동국수, 김, 녹차 등은 수입규모가 비교적 큰편임(CTN 규모).

○ 수입규모가 큰 국수류 등 품목은 현지의 중국마켓, 호주인마켓으로도 공급됨.

2. 소비동향

○ 호주의 국수류 수입은 60%가 이탈리아산 스파게티와 파스타가 차지하고 나머지 40%는 중국, 태국, 인도네시아, 홍콩, 한국 등 아시아산이 차지

○ 아시아산의 수입은 아시아 인구의 증가와 중국식 국수요리의 대중화 추세에 따라 '95. 7~'96. 4 기간 중 전년대비 34% 증가

○ 국별로는 이탈리아로부터 파스타류, 중국, 태국 등 동남아 국가로부터는 중국식 국수에 사용되는 쌀국수 및 계란국수, 한국과 일본으로부터는 밀국수 및 메밀국수류가 수입되고 있음.

○ 한국산의 대표적인 품목은 우동국수, 막국수, 통국수 등 건면이며, 한국산은 품질이 우수하여 현지의 아시아인마켓(중국, 일본)으로도 꾸

준히 공급되고 있음(교민 70%, 중국계마켓 30%의 비율로 공급됨).

- ○ 중국산은 질감이 쫄깃쫄깃하지 않고 잘 부스러지며 가격은 한국산에 비해 15~20% 낮고 일본산 가격은 한국산 비해 30% 높음.
- ○ 한국산 포장단량은 1kg(2.2Lb과 1.36kg(3Lb))의 2종류가 있는데 3~4식구용으로 3Lb(파운드)는 너무 많기 때문에 1파운드(454g), 1.5파운드(680g) 등 소단량 짜리가 적정
- ○ 비닐포장재가 너무 약해 소비자가 진열품을 고루는 중에 파손되므로 개선 필요
- ○ 영문표기가 미비된 것이 많아 현지인마켓으로 공급시 애로(추가비용 발생)
  (일본제품은 멀리서 봐도 알 수 있도록 디자인이 우수하고 표기도 잘 되었음)
- ○ 아시아인들은 동양국수를 선호하는 반면, 현지 백인들은 이탈리아산 스파게티를 선호

3. 국수류 수입동향

(단위 : 톤, 호주달러 천A$)

원 산 국	'93/'94(7~6월)		'94/'95		'95.7/'96.4	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
이 탈 리 아	9,612	9,470	9,693	9,986	9,315	11,097
중 국	1,849	1,989	1,642	1,733	1,824	2,132
태 국	608	1,037	669	1,206	606	1,140
인도네시아	937	881	1,220	1,218	1,223	1,116
홍 콩	512	1,128	412	875	233	500
한 국	76	188	62	183	48	141
기 타	1,265	2,402	1,180	2,637	1,303	2,412
합 계	14,859	17,094	4,859	17,838	14,553	18,539

4. 수입 유통상 문제점

① 한국은 제조일자를 표시하는데 호주는 유통기한(EXPIRE DATE) 표시가 의무화되어 있음(라면, 과자 경우 영문표기 및 유통기한 표시 없음).

② 상품명, INGREDIENT 등 영문으로 표기된 스티커 부착 미비(단무지 등)로 현지에서 통관지연 및 스티커 작업 소요

③ 제조일이 상당히 경과된 물품을 공급하여 현지 판매기간이 짧아짐.

④ 수출품의 단위 실중량이 표시용량과 차이가 남.
※ 위의 결격사항이 발견될시 통관이 지연됨.

⑤ 일부품목은 수출가격 인상빈도가 잦음(라면, 과자 등 경우).
- 국제 곡물가격 인상으로 6개월 또는 수시로 인상

⑥ 호주는 모든 수입농산물 및 식품을 3종으로 분류하여 엄격한 통관검사 실시

⑦ 통관시 잦은 검사로 통관지연 및 수입검사비용 부담 증가(수입업자 부담)
- ○ 샘플링 검사비 : 품목별 A$75불~A$225불(포장 중량별로 시험)
- ○ 검사시간당 수수료 : 30분당 A$80불로서 보통 1시간 소요되어 A$160불 지출
- 포장 중량별 테스트(김, 냉동굴 등) 병행실시

10. 게 맛 살

1. 국내 수출동향 177

2. 주요국 동향 179

- 일 본 179
- 미 국 180
- 스 페 인 182

게 맛 살

1. 국내 수출동향

○ 연도별 실적

구 분	단 위	'91	'92	'93	'94	'95	'96.9
중 량	톤	24,001	23,481	20,559	26,436	28,805	26,755
금 액	천불	83,583	85,471	59,140	72,652	88,968	78,222

○ 월별 실적('95)

(단위 : 천톤)

1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2.1	1.7	2.4	2.0	2.0	2.5	2.4	2.5	2.6	3.3	2.8	2.4

비고) 월평균 수출량은 2.4천 톤

○ 수출대상국별 동향

- 우리나라 게맛살 수출은 60% 이상 유럽에 치중되어 있으며 매년 증가추세임.
- 국별 수출대상국은 스페인, 프랑스, 영국 순이며 스페인이 유럽수출의 90% 차지
- 우리나라 수출방식은 OEM(주문자상표)에 의한 수출이 90% 이상 차지
- 유럽에서의 최대문제점은 우리나라 OECD 가입으로 '97년부터 GSP 혜택을 받지 못하는 것임(현재는 GSP 관세 9%를 적용받지만 '97년부터 일반관세 20% 적용).
- 게맛살 경쟁국인 중국은 GSP 혜택을 계속 누리며, 태국은 '97. 1. 1부터 GSP 수혜폭이 50% 감축되고 '99년에는 완전 졸업하게 됨.
- '97. 1. 1부터는 GSP 관세도 14% 인상될 예정

〈연도별 수출실적〉

(단위 : 톤)

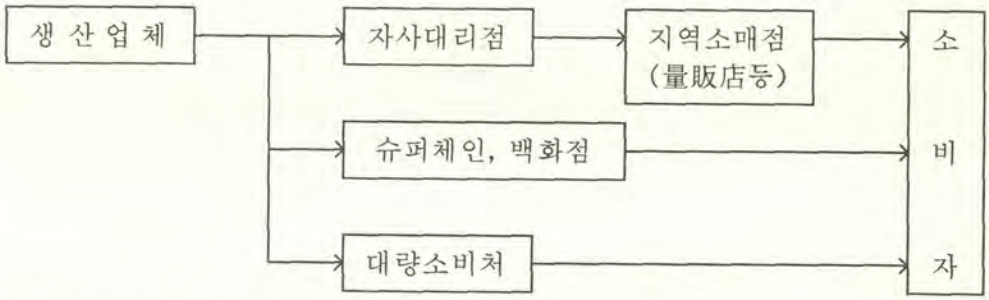
국 별	'92	'93	'94	'95	'96.8
총 수 출 량	23,481	20,559	26,436	28,805	26,755
E U	18,299	15,840	21,100	24,228	20,212
스 페 인	8,070	6,728	10,648	12,338	6,841
이 탈 리 아	2,961	2,560	2,830	2,963	2,617
벨 기 에	1,819	1,400	1,886	2,641	2,684
프 랑 스	2,624	2,966	3,394	2,490	2,251
러 시 아	0	1	60	40	1,827
덴 마 크	51	64	124	598	1,588
노 르 웨 이	583	493	742	1,264	1,573
독 일	283	262	327	739	1,137
핀 란 드	0	0	0	88	1,134
미 국	2,461	2,026	1,642	1,171	993
홍 콩	888	1,148	1,418	1,046	683
브 라 질	0	0	24	319	646
포 르 투 갈	646	593	552	532	637
영 국	1,215	957	1,152	1,004	585
일 본	26	25	312	258	331
스 웨 덴	547	447	487	636	505
싱 가 포 르	262	279	356	236	250
네 덜 란 드	602	252	143	113	201

2. 주요국 동향

일 본

1. 유통현황

○ 유통경로



○ 일본에서 연육제품의 소비가 정체되고 있는 것은 식품소비가 조제식품쪽으로 변화하고 있고 선물용 소비가 현저하게 줄어 들었기 때문임.

○ 또한 냉동 연육의 가격폭등으로 완제품 가격이 상승하여 수요 감소('94년에는 전반적인 경기침체와 여름철 폭서의 영향으로 판매 둔화)

○ 향후의 연제품 소비는 고품질 선호로 진전될 것이고 이에 따라 품질관리 기법이 생산공정에 도입되어 왔음.

2. 수입동향

○ H.S 분류번호 : 1604.20.190(어묵 및 기타 연육제품)

○ 수입동향

- 연육제품의 수출은 크게 2가지로 분류되는데 첫째는 게살, 가리비 등의 향미연육이고, 둘째는 일본 전통어묵(오뎅)임.
- 향미연육은 수출물량의 약 50%를 차지하고 일본 전통어묵은 주로 해외의 일본지사로 공급됨.
- 향미연육은 한때 일본 연제품 수출량의 80%를 차지한 적도 있으나 근년에는 해외 현지산 증가로 수출량이 현저히 감소되고 있음.
- '94년 게맛살 수출량은 전년과 비슷한 수준에 머물렀는데, 홍콩으

로의 수출은 증가한 반면 현지생산이 이루어지고 있는 미국, 호주로의 수출은 계속 감소

3. 수입식품 표시제도

○ 식품위생법 및 시행규칙에서는 수입식품의 표시에 대하여 규정하고 있는데, 품명, 소비 또는 품질보증기한, 첨가물 관련사항, 보존방법 등에 대해 규정된 臼표시를 하여야 하며, 표시는 일본어로 하는 것이 원칙임.

○ 식품 표시사항
면류의 표시사항은 品名, 원재료명(식품첨가물 포함), 內容量, 제조년월일, 賞味기간, 보존방법, 조리방법, 원산국명, 제조(수입)자 등임.

※ 수입식품 유통기한 : 정부가 유통기한을 정하지 않고 제조자가 임의로 설정

미 국

1. 유통경로

수입업체 → ┌ 대형 슈퍼(30~50%), 식품소매점(10~20%)→소비자
　　　　　├ 식당(10~20%)
　　　　　└ 他州 도매업체(20~40%)

2. 단계별 마진

(대표품목 : 라면, 쌀)
- 시장상황에 따라 차이가 있으나 대체로 30~35% 마진임.
- 수입 도매단계 : 13~15% 마진
- 소매단계 : 15~20% 마진

3. 소비동향

○ 미국산은 현지인들이 야채샐러드용으로 소비하며 한국인 기호에는 맞지 않음.(세로로 갈라지지 않음) 중국산은 SLICE 안되고 맛도 없음.

○ 동원, 오양, 한성 등 한국산은 품질 우수하면서 일본산에 비해 가격

이 낮아 판매가 활발한 편임.

4. 상품표시제도

○ 수입식품 라벨에는 ①제품명 ②원재료명 ③실중량 ④업소명 및 주소 ⑤영양정보 등 다섯 가지를 반드시 표시해야 하는데, 유통기한이나 제조일 표시의무는 없고 성분별 함량표시도 의무사항이 아니며 원료식품은 소비자가 식별가능한 방식으로 표시함.

이 중 영양정보는 '94년 8월 8일부터 시행된 식품영양표시규정(NLEA : NUTRITION LABELING & EDUCATION ACT OF 1990)에 따라 육류, 가금류 및 기호식품류 등 일부 식품류를 제외한 모든 포장식품에 대해서 의무화된 것으로 ①1회사용량 ②용기당 사용횟수 ③일일섭취량별 칼로리 ④영양표시(NUTRITION FACT)를 뜻함.

○ 영양표시에 다음 14가지 영양소 및 수량과 함께 일일섭취량의 비중(%)이 반드시 표시되어 있어야 하고 기타 영양소의 표기는 자유의사에 맡기고 있으며 표시순서는 가장 많이 함유하고 있는 성분으로부터 가장 적은 함유성분 순으로 모든 함유물이 나열되어야 하는데 이러한 라벨링 요건은 모든 직접적인 첨가물(DIRECT ADDITIVES)에 대해서도 적용됨.

전체 칼로리, 지방에 의한 칼로리, 총지방, 포화지방, 콜레스테롤, 소디움, 탄수화물, 섬유질, 단백질, 당분, 비타민A, 비타민C, 칼슘, 철분

○ 식품포장에 대한 표시

수입식품의 포장에 대해서는 다음사항을 표시한 라벨을 부착해야 함.

① 원산지

② 제조자, 포장자, 판매상의 이름 및 사업장 주소. 이때 제조업자의 이름이 표기되지 않을 경우 "Manufactured for ——", "Distributed by ——" 등의 적절한 어구를 사용하여 제조자가 아님을 표시해야 함.

③ 식품명 : 겉포장의 중심면에 굵은 글씨로 표시

④ 성분의 명칭 : 함유량이 많은 순으로 표기

⑤ 내용물의 순량

⑥ 일회사용량 및 전체 사용가능 횟수

⑦ 일회사용량당 함유된 칼로리

⑧ 일회사용량에 함유된 전체 지방, 포화지방, 설탕, 단백질, 콜레스테

롤, 전체 탄수화물, 복합 탄수화물, 나트륨 및 다이어트 섬유 함유량, 원산지를 포함한 의무표시 사항은 상품명 및 내용물의 순중량을 제외하고는 모두 겉포장 중심면이나 정보면(일반적으로 중심면의 바로 우측면을 말함)에 표기함.

○ 표시에 사용되는 언어

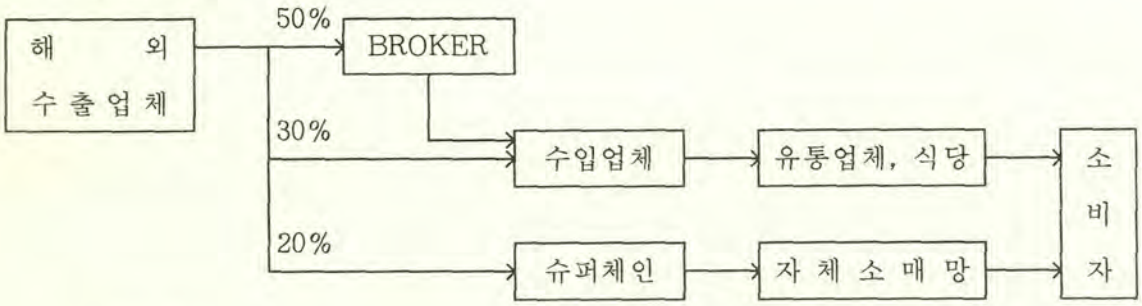
식품 라벨상의 모든 표기는 동일한 언어로 표시되어야 하며 원칙적으로는 라벨에 영어가 아닌 다른 외국어로 표기할 수도 있으나 수입식품의 경우 원산지 표시규정에 따르면 원산지를 반드시 영문으로 표기하게 되있어, 수입식품의 경우는 라벨의 모든 내용을 영문으로 표기하는 것이 바람직함.

○ 수입식품의 유통기한

유통기간은 원칙적으로 제조업자나 소매업자에 의해 산정, 결정되므로 연방정부는 식품에 유통기간을 의무적으로 표시할 것을 요구하지 않음.

스 페 인

1. 유통경로



2. 시장동향

○ 유럽에서 게맛살 최대 경쟁국은 태국이고 말레이시아도 소량 수출

○ 유럽에서 가장 인기 있는 품목은 집게맛살로 전체수출의 약 70%를 차지하며, 일반 게맛살은 현지에서 샐러드용으로 사용

○ 유럽시장에서는 품질보다 가격이 중요하여 고품질 고단가시에는 판매가 어려움.

– 가격경쟁 80%, 품질경쟁 20%로 가격이 경쟁력을 좌우하여 5 CENT만 가격이 높아져도 수출거래선이 바뀜.

11. 볏 짚

1. 국내 수출동향 185

2. 주요국 동향 187

• 일 본 187

볏 짚

1. 국내 수출동향

1. 볏짚 수출여건

○ 원료 품위불량에 따른 추가경비 부담, 대외신용도 하락 등의 악순환 계속
- 볏짚의 수거 및 보관기간 동안 잦은 강우 및 강설 등 기상조건 악화로 인한 원료의 품위가 불량하여 수출규격품 생산이 어려움.
- '92년과 '93년의 경우, 수매원료 중 수출규격품으로 사용할 수 있는 볏짚의 수율이 60~70% 수준에 머물러, 예년의 90%보다 현저히 낮아짐에 따라 평균 20~30%의 감가를 감수해야 했음.
- 선별작업시 추가경비 소요, 총수출량의 20~30% 정도 CLAIM 발생

○ 원료 수집여건 악화
- 볏짚 수집기간 동안 농촌의 노동력 부족으로 인해 볏짚 수집에 어려움이 있고 수집단가 또한 과다로 소요됨. 〔수집단가=물품대(50%)+수집비용(50%)〕
- 수확시 콤바인더 등 대부분 기계로 수확하기 때문에 탈곡과 동시에 볏짚을 절단하여 논에 깔거나 절단하지 않더라도 논에 깔았다가 소각함에 따라 수집 가능한 양질의 물량이 많지 않음.

○ 제조여건 열악
- 볏짚제품 제조시 작업환경이 열악하여 볏짚제품 제조분야에 종사하려는 인력이 거의 없고 인력수급에 어려움이 있음.
- 주생산지인 전북지역 볏짚제품 제조업체의 평균 가동률은 50% 수준에 머물고 있으며, 원료수급 불안과 원료가격 상승 등으로 인해 수출채산성이 약화됨.

2. 수출동향

○ 수출은 짚, 매트류 모두 급감하고 있음.

○ 짚의 경우 '92년 54,840톤을 정점으로 그 감소세가 급격하며 매트류도 '89년까지 40만 톤대를 유지하다 '90년대 들어 급격히 줄어들었음.

○ 국가별로는 짚의 경우 전량 일본으로 수출되며, 매트류는 대부분 일본으로 수출되고 중국 등지로 소량 수출되고 있음.
○ 최근 일본의 수입선 다변화 및 북한산의 저가공세로 수출감소가 가속화되어 급속히 시장을 잠식당하고 있음.

〈볏짚제품 수출동향〉

(단위 : 톤, 천불)

구 분	'94		'95		'96	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
1213.00-0000	15,969	5,012	9,415	3,351	5,300	1,783
4601.20-1000	8,650	4,813	4,071	2,878	—	—

자료) KOTIS

〈매트류 국가별 수출동향〉

(단위 : 톤, 천불)

구 분	'93		'94		'95	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
일 본	7,880	3,705	8,640	4,788	4,012	2,619
중 국	0	0	0	0	28	38
미 국	0	1	4	19	12	142

자료) KOTIS

2. 주요국 동향

일 본

1. 유입동향

○ 일본의 볏짚제품 수입선은 '92년 한국과 대만이 중심을 이루었으나 '94년 북한이 대만을 앞질러 한국-북한-대만 순으로 되어 있음.

○ 각국의 볏짚제품 특징을 보면, 한국산은 색상이 좋고 냄새가 좋으며, 섬유질이 풍부하고 부드러운 반면, 대만산은 이모작으로 짧고 습기가 많아 장기보관이 불가능한 특징이 있고, 북한산은 억새풀같이 줄기가 너무 강하고 수송에 어려움을 겪고 있는 실정임.

○ 가격면에서도 북한산, 대만산이 최고 품질일 경우 $270-280/톤인 반면, 한국산은 $330-340/톤대를 형성하고 있음.

○ 한국산 볏짚제품이 고가품이고 인기가 있는 이유는 오랜 경험으로 인한 기술의 축적, 장기보관 가능, 양질의 품질, 소량, 대량을 불문한 선적 제조건 충족 등을 들 수 있음.

○ '92년 한국산 볏짚의 품위불량에 따른 급속한 수입감소로 수입선이 미국, 호주 등의 제3국으로 전환되고 있으며, '93년부터 북한산 저가품이 급속히 증가하고 있음.

〈일본의 볏짚 수입동향〉

(1213.00-000)

(단위 : 톤, 백만엔)

구 분	'93		'94		'95	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
전 체	329,773	9,123	379,547	9,780	352,578	8,317
한 국	21,190	787	18,835	636	9,994	331
북 한	41,848	931	141,679	3,201	102,407	2,189
대 만	142,305	4,046	94,296	2,683	90,206	2,064
중 국	2,029	50	1,487	38	3,308	69

자료) 일본무역월표 각연도

〈일본의 매트류 수입동향〉

(4601.91-100)

(단위 : 톤, 백만엔)

구 분	'93		'94		'95	
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액
전 체	2,193	179	3,178	232	2,290	162
한 국	1,826	148	2,486	196	1,826	135
북 한	196	7	589	22	368	14
대 만	157	20	94	10	75	7

자료) 일본무역월표 각연도

—농수산물 수출유망 가공식품—

해 외 시 장 동 향

1997년 10월 인쇄
1997년 10월 발행

발 행 : 충 청 남 도
편 집 : 농 정 유 통 과
☎ (042)251-2612
인 쇄 : 공 신 인 쇄 공 사
☎ (0417)551-7437



본 자료집을 인용하실 때는 출처를 명기하여 주시고 내용에 의문사항이 있으시면 충청남도 농정유통과로 연락하여 주시기 바랍니다.

충청남도 농정유통과

대전광역시 중구 선화동 28
TEL : (042) 251-2612(3)
FAX : (042) 255-9042

CHUNG CHEONG NAM - DO
AM007731