

일본지역

■ 일본 농수산물 시장동향

- 오오사까 무역관에서는 한일 FTA 체결후, 對日수출에서 가장 수혜를 받을 것으로 보이는 농산물관련 사업(전남북 농수산물 시장개척단/2004.4.12)을 추진하면서, 일본 농산물관련 바이어, 협회 등으로부터 생생한 정보를 수집하였음. 이에 김, 김치, 표고버섯 등 8개 품목의 최신 시장동향을 살펴보기로 하겠음.

□ 김

- 일본 수산청이 2004년도 한국산 김의 수입 쿼터를 지난해보다 30만속(14%) 늘어난 240만속(1속은 김 100장)으로 확정함. 한국 김에 대한 쿼터물량 확대 영향으로 매년 일본의 對韓 김 수입액은 증가추세임.
- 한국 김을 수입하고 있는 바이어에 의하면, 4-5년 전에는 붐이 일어나 상당히 많이 판매되었으나, 최근 2년 동안은 고정고객만 수요가 있을 뿐 수입량이 전량 판매되지 않는 실정이라고 함.

□ 매실액, 음료

- 일본 매실관련 상품에는 우메보시, 매실엑기스, 매실주, 매실식초(각종 드레싱에 사용), 매실환, 매실주스 등이 있음. 매실 엑기스 가격은 현재 150g에 4,000엔, 90g에 3,000엔씩 판매되고 있음.
- 5년전쯤 TV에서 매실엑기스가 건강에 좋다는 내용이 방영되면서, 한때 붐이 있었으나 현재는 판매가 부진한 편임. 일본인들은 국산매실이 최고라는 인식을 가지고 있어 수입산 매실에 대해서는 일단 배타적인 생각을 가지고 있음. 특히, 중국산은 맛이 떨어지고, 한국산은 가격이 높다는 반응이 많았음.

□ 해조류 전반

- 해조류 등은 한일 FTA 협정이 타결되면 향후 수입이 더욱 활성화될 것으로 보이나, 아직 시장이 어떻게 받아들일지는 단정 짓기 어려움. 미역은 한국산 품질이 양호한 것으로 인식되어 이미지가 좋은 편이며, 톳 수입품은 거의 한국산임. 최근에는 미역귀에 알긴산이 많이 함유되어 있다고 하여 일본인 사이에서 수요가 증가하고 있음.

□ 표고버섯

- 표고버섯 수입국은 한정되어 있음. 대부분이 중국으로부터 수입됨. 건조된 것의 경우, 수입량의 99%, 생표고버섯은 99.97%가 중국산임. 그 외에는 한국으로부터 수입됨.
- 한국산 표고버섯은 가격면에서 경쟁력이 떨어짐. 가공식품용 원료로서는 가격이 맞지 않아 어렵겠지만, 일본 추석이나 설과 같은 명절에 선물용으로 판매될 가능성은 있음. 그러나, 한국처럼 백화점에서 고급상품으로 구비되어 판매되는 수요는 많지 않음.

□ 파프리카

- 일본의 2003 년 파프리카 수입은 한국이 1,490 만 kg(전년비 21% 증가)으로 1 위이며, 다음으로 네덜란드, 뉴질랜드 순임. 한국이 전체수입량의 65%를 차지하는 등 지속적인 증가세를 보임.
- 파프리카는 최근 수요가 증대되고 있으나, 일본국내의 생산량은 극히 적음. 이것은 일단 생산설비 투자비용이 상당하고, 생산원가가 너무 높다보니 생산을 시도하다가 중도하차하는 생산자가 많기 때문임.
- 신선야채에 있어서 가장 큰 문제는 농약문제로 일단 이슈화되면, 소비자에게서 신뢰를 잃으므로 주의해야 함.

□ 전칠홍삼

- 인삼제품은 시장자체가 협소할 뿐 아니라, 일본에서 한국산과 비교 가능한 상품이 거의 없는 실정임. 유통경로는 수입상에서 도매상을 경유한 후 소매점으로서 약국, 건강식품점, 슈퍼, 백화점 등으로 유통되고 있음.
- 켄비진(주) 오카다 사장에 의하면, 전칠인삼은 중국으로부터 수입된 제품이 많으며, 시중약국에서 고가로 판매되고 있지만, 판매실적은 저조하다고 함. 일본국내산과 중국산 인삼원료를 수입하여 가공식품을 제조하고 있는 나가오카산업(주) 사사키씨는 전칠인삼의 경우 일본내에 보급이 넘치고 있다고 함.

□ 김치

- 일본 김치 시장규모는 1999-2000 년 급신장 이후 최근에는 안정화 추세임. 한국산 김치의 수입단가는 일본 유통업체의 가격경쟁 심화로 하락추세(소비자가격 : 100g 당 50-100 엔)가 지속되고 있으며, 이전에는 소매용이 대부분 수입되었으나 최근 들어 업소용 수요가 점차 늘어나는 추세임.
 - 최근에는 일본기업이 중국에 진출하여, 생산한 김치가 슈퍼 등 각지에 보급되어 400 그램에 198 엔짜리도 대형슈퍼에서 눈에 띈.

□ 한국 전통주

- 일본인이 가장 좋아하는 술은 맥주이며, 경기침체, 라이프스타일 변화, 다양한 취향에 의해, 1 인당 주류소비량은 감소추세임. 최근에는 전체적으로 저가격, 저알콜 주류로 전환되는 가운데, 혼합주•소주의 소비가 신장하고 있음.
- 일본에서는 진로소주가 상당한 시장지배력을 보유하고 있음. 한국 전통주의 경우, 일본 소비자 입맛에는 아직 생소함. 백세주의 경우, 10 년전에 일본시장에 진입했으나, 판매가 부진한 편임. 백세주에는 인삼맛이라든지 한방 특유의 쓴 맛이 있는 제품으로 일본인에게 거부감을 자아냄.
- 일본시장 진출을 위해서는 단기간 승부보다는 수입경험이 많은 수입업자와 파트너쉽을 맺고 3-4 년에 걸친 시장확대 노력을 지속적으로 펼쳐야 함.

(문의처 : 오오사카무역관 김현호 kennykhh@kotra.or.kr)