한국산 유자차 재도약 방안

오사카aT센터 단신 11호 (2014.7.11)

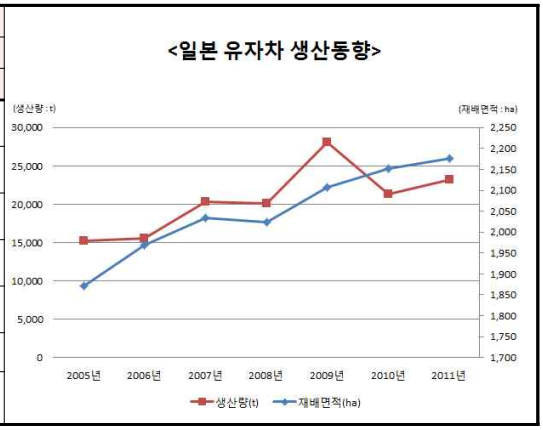
일본 유자 생산동향

● **일본 유자 재배면적, 생산량 증가 추세**

- 2011년 일본 유자차 생산량은 23,190톤(금액 환산 33억엔)으로 매년 증가 추세이며, 생산량 1위는 고치현(49%), 2위 도쿠시마현(18%), 3위 에히메현(12%)으로 시코쿠 일대가 주산지임

<일본 유자 생산동향>

년도	재배면적 (ha)	생산현황(톤)		
		총생산량	출 하 량	
				가공용
2011	2,177.2	23,190.2	20,451.0	16,963.7
2010	2,151.4	21,326.3	18,081.1	14,326.5
2009	2,107.4	28,106.9	25,438.3	20,812.4
2008	2,023.8	20,072.9	18,210.8	13,826.1
2007	2,033.7	20,377.6	18,844.6	14,180.9
2006	1,968.1	15,595.4	14,579.7	10,469.9
2005	1,871.8	15,231.4	14,323.5	10,128.1



※ 출처 : 일본농림수산성 생산통계국
※ 일본 유자는 감귤류 특산과수로 분류됨

◆ 참고

○ 일본 유자 서식 및 품종

- 유자는 감귤류(Citrus junos)로서 일본 시코쿠가 전국 생산량의 70%(고치현 40%, 도쿠시마현 30%)를 차지함
- 일본 유자 출하량이 가장 많은 시기는 황유자 생산 시기인 12월임
  ※ 청유자 7~8월 수확(하우스재배 4~7월), 황유자 10~12월 출하, 저장물은 1~4월 출하

<일본 유자 종류 및 특징>

종 류	특 징	형 상
하나유자 (花柚子)	본유자보다 조금 작고 추위에 강함. 본유자보다 향이 약함. 과즙음 본유자보다 많아 째개용으로 적합. 크기 : 5cm	⇐
혼유자 (本柚子)	향기가 강하고, 과즙은 산미가 강함. 하나유자보다 과즙이 적음. 향미료, 마멀레이드 과자 재료 많이 사용. 크기 8cm	⇐
시시유자 (獅子柚子)	무게 1kg으로 대과. 과육은 산미가 강해 생식용에 맞이 않으며, 잼이나 마멀레이드 등에 사용. 크기 20cm 이상	⇐

한국산 유자차로 촉발된 인기에 힘입어 일본 유자 생산 증가

일본 유자 유통동향

● 일본산 유자 유통 및 소비동향

- 일본 유자는 생산의 88%가 출하되며, **출하량의 83%가 가공용으로 출하**되어 **산지통신판매, 소매유통 및 온라인 판매**로 유통되고 있음
- 가공용은 전통적으로 **유자폰즈(유자간장)**, 유자후추, 분말 등 조리용으로 가장 많이 사용되며,
- 1990년대 잼류 및 마멀레이드 형태 소비에서, 2000년대 접어 들며 한류 붐을 타고 유자차로서 소비 증가
  - 겨울철(12월 ~2월) 소비가 연간 소비의 45%를 차지함
- 최근, 건강음료나 후레바 천연수 등 음료로서 소비가 증가하고 있는 추세임
  - 유자음료 성공사례 : **'곳군우마지무라(ごっくん馬路村)'**

⇒ **고치현 우마지무라농업협동조합에서 1988년 통판용 유자음료 출시를 시작하였으며, 2010년 현재 매출 연간 32억엔으로 성장한 인기상품**

<일본산 유자 소비동향>

용도	조리용			차류	음료용
	유자폰즈(간장)	유자후추	유자분말	차, 잼, 마멀레이드	유자쥬스
포장 형태					
가격	540엔/360ml	432엔/60g	5,800엔/500g	1,584엔/520g	125엔/180ml

◆ 참고

○ **일본 차류 소비조사**

- 유자차는 조사대상의 **6.9%**가 즐겨 마시며, 여성이 8.3%로 남성의 2.2%보다 높음.

⇒ 유자차를 마시는 이유는 「**수분보충(79.1%)**」, 식사와 함께(69.7%), 휴식(74.6%), 미용(17.1%). 건강(31.4%), 다이어트(7.7%) 순으로 나타남

※ 출처 : 2010년 4월 일본 휴마그룹이 조사 조사대상 4,187인(여성 3,211, 남성 976인

※ 차 음용 1위는 녹차(74.3), 홍차(47.6%), 우롱차(44.4%), 보리차(43.7%) 순으로 나타남.

○ **유자 노미린(nomilin) 성분 비만억제, 혈당치 감소 효과**

- 유자에 함유된 쓴 성분인 '노미린'이 비만억제, 혈당치 감소에 효과가 기대된다고 도쿄대학원 사토교수가 7월 9일 발표
- 향후, 식품기업과 제휴하여 기능성식품 상품화 검토

※ 일본 농예화학회 '14년 7월 9일 발표

유자차는 여전히 소비 잠재력 있음

수입산 유자차 동향

일본 시장에서의 수입산 유자차의 분류

- 식품 표시 상 구분에 있어서 수입산 유자차는 「**감귤류 과실의 잼류 및 마멀레이드, 차류**」에 해당되며, 한국산 유자 가공품이 해당됨

<일본 식품표시 상 구분>

상품표시	특 징
잼류	감귤류 과즙의 가열
마멀레이드	감귤류 과실 가열(과피허용)
차류	잼류 및 마멀레이드에 해당하지 않는 것

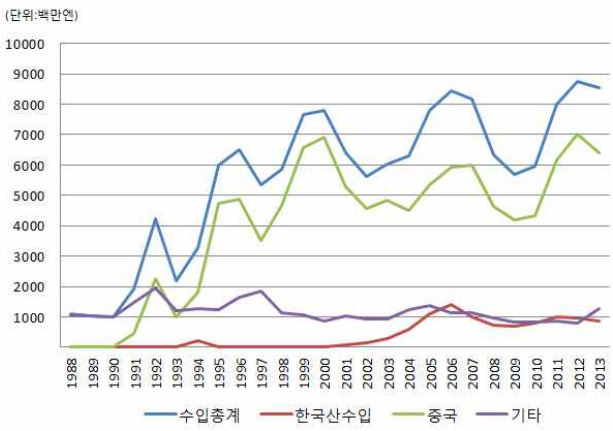
※ 일본 가공품표시기준 및 잼류 품질표시기준에 의하면 유자차는 잼과 마멀레이드에 해당되지 않는 것이 '유자차'로 표시됨

- 수입산 HS 코드에서 감귤류 차류는 2008.30.190(관세율 23.8%), 잼류 및 마멀레이드는 2007.91.119(과세율 16.8%), 2007.91.119(관세율 12%)로 분류됨

일본 가공감귤류 수입시장 현황

- 일본 수입 가공감귤류 수입시장은, 1998년 1,092백만엔에서 2013년 8,543백만엔으로 약 682% 성장을 보임
- 1992년 이전까지는 아시아 이외의 지역(스페인, 프랑스 등)에서 오렌지나 레몬에 의한 차류, 잼류 및 마멀레이드 형태의 수입이 46%를 차지하였으나, 1992년 이후부터 중국, 한국 등 아시아 지역에서의 수입이 50%를 넘어서고 있으며, 2013년 현재 중국(75%)과 **한국(10%)**이 가공감귤류 수입시장의 85%를 차지하고 있음.
- 수입형태는 차류(감귤류) 형태로 87%, 잼류 및 마멀레이드 형태가 13%
- 한국산은 일본 수입 가공감귤류 시장의 급팽창 시기인 '90년대 수출증가가 나타난 것이 아닌, 일본시장의 성숙기인 '01년에 전년대비 145% 성장을 보이며 '06년 수입산의 16.5%의 점유율을 보임

<일본 가공감귤류 수입현황>



※ 출처 : 일본재무성 무역통계

일본 내 가공감귤류 수입 증가추세

일본내 한국산 유자차 동향

한국산 대일본 유자차 수출현황

- '13년 한국유자차의 대일본 수출은 금액기준 전체 수출량의 20% 차지하고 있으며, 이는 전년대비 26% 감소한 것임.
- '13년 수출단가는 3.5$/kg으로 중국 수출단가(2.9$/kg)과 비교하여 1.2배 높음

<유자차 수출현황>

(단위 : 톤, 천달러)

구분	2009 년		2010 년		2011 년		2012 년		2013 년		전년대비증감율	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	중량	금액
총계	10464	26843	12316	32607	13076	40442	13072	40815	14207	43019	9	5
일본	2477	8082	2827	9337	3397	12424	3210	11737	2437	8642	▲24	▲26
중국	4272	9499	5817	13904	5868	16757	6102	17839	7636	22078	25	24
대만	1298	2973	1232	3218	1733	4932	1681	4774	1927	5464	15	14
홍콩	1404	3536	1315	3194	1049	2897	1045	2909	1079	3049	3	5
미국	429	1100	576	1465	514	1737	451	1634	573	1922	27	18
기타	585	1652	549	1489	515	1695	584	1922	555	1864	▲5	▲3

※ KATI 무역 통계 참조

한국산 유자차 일본 유통동향

- 한국산 유자차는 2000년대 한류붐을 등에 업고 수출 급증을 보이지만, 최근 한류붐 냉각 등으로 수요 감소
  - '01년대 71백만엔으로 전년대비 145% 증가를 보이며, 한류붐의 절정기인 '07년은 1,014백만엔 수입을 보임
- 한국산 유자차는 품질 및 2~3배 싼 가격으로 인해 PB 상품 진행

※ 수출단가(FOB) 3.5$/kg → 일본수입원가(C&F) 362엔/kg → 판매가 880엔/kg

<일본산과 한국산 가격비교>

용도	일본산			한국산	
	인터넷판매		점포 판매	인터넷판매	점포판매
포장 형태					
가격	846엔/430g	1,584엔/520g	760엔/420g	734엔/1kg	880엔/1kg

- 일본산 판매가격은 181엔/100g ~ 304.6엔/100g
- 한국산 판매가격은 73.4엔/100g ~ 88엔/100g

- 한국산 유자차는 겨울철(12월 ~ 2월) 매출이 연간 매출의 45%를 차지

- 겨울철 판매가 많다는 것은 한국산 유자차가 차류로서 대부분 소비되고 있다고 보임

- 한국산 유자차는 품질·가격면에서 여전히 경쟁력이 있음 -

한국산 유자차는 품질·가격면에서 여전히 경쟁력이 있음

일본시장 내 한국산 유자차 애로사항

- 일본 시장 내 잼류 및 마멀레이드 수요 감소와 한류붐 냉각, 엔저현상으로 인한 가격상승압력 및 판매위축
- 고관세율에 따른 가공유자 차류가 아닌, 잼 및 마멀레이드로 수입
  - 잼류 및 마멀레이드 형태의 수입이 84%, 차류 형태의 수입이 16%임
- 가공 유자차의 경우 대량 수입 후 보관 형태를 취하기 때문에 판매 위축으로 인해 창고비 부담 가중

유자차 판매확대를 위한 aT 노력

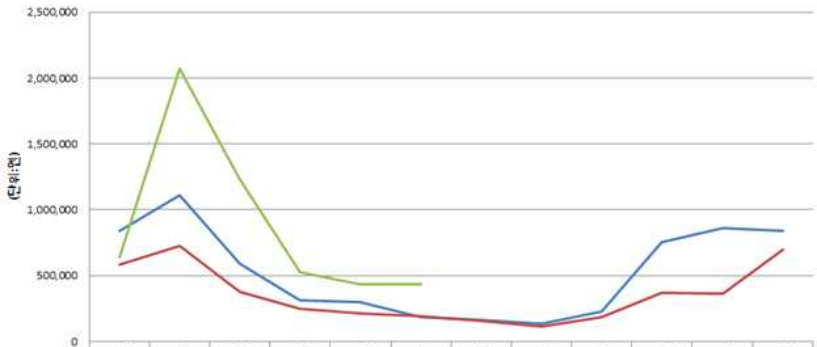
- 사례 : aT사업 연계한 일본 대형유통업체 H사 상품입점 및 판매확대

- '14년 2월 한국페어를 통한 전년동기 대비 185% 매출신장 기록

※ BKF 수출상담회('13년 5월) → 일본상품설명회(7월) → 공장방문(10월) → 한국페어 입점('14년 2월)

- 한국페어 종료 후에도 유자차는 전년동기 대비 100% 이상 매출 증가 추이로 진행되고 있음.

<H사 유자차 POS 데이터 분석('12년 1월 ~ '14년 6월)>



	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2012년	840,880	1,106,778	593,053	315,815	295,892	181,971	165,710	137,839	227,470	756,501	861,781	837,884
2013년	581,246	727,499	379,317	249,393	212,784	190,838	153,298	114,983	186,212	367,967	364,323	695,175
2014년	638,300	2,072,737	1,229,869	529,038	434,762	436,116						

<관서지역 판촉행사 시 유통업체 유자차 판매 현황>

H사 유통업체 - 가격 : 880엔/1kg - 판매일 : 28일간('14.2.1~2.28) - 매출액 : 1,587천엔	M 유통업체 - 가격 : 798엔/1kg - 판매일 : 108일간(1.13~4.30) - 매출액 : 1,000천엔	I 유통업체 - 가격 : 548엔/580g - 판매일 : 8일간('13.11.4~11) - 매출액 : 283천엔

판촉을 통해 매출 증대 가능성 확인

한국산 유자차 수출확대 방안

- **[가격경쟁력]유망바이어 발굴을 통한 원재료 및 PB 상품 개발로 수출확대 기대**
  - 품질이 우수한 한국산 유자차는 일본산과 비교하여 가격 경쟁력에 우위를 가지고 있기에 원재료 및 PB 강화를 통한 수출확대

- **[메뉴제안]기존 한국산 유자차 판매 확대 및 메뉴제안 강화로 수출확대**
  - 기존 차류, 잼류 및 마멀레이드 소비촉진을 위한 다양한 판촉행사 실시를 통한 판매확대

  ⇒ 여름철 소비 촉진을 위한 스므디 등의 메뉴제안을 통한 수출확대

(유자 스무디)

- **[신제품]다양한 유자차 상품개발을 통한 대일본 수출확대**
  - 일본 유자소비 확대가 기대됨으로 기존 대일본 수출유자의 차류, 잼류 및 마멀레이드 형태 수출에서 탈피하여 음료, 조리용 상품 개발을 통한 수출확대
  - 유자 노미린(nomilin) 성분이 비만, 혈당치감소에 기여('14년 9월 일본농예화학회 발표)

  ⇒ 유자 기능성식품 증가 예상

  - 유자차 음용자의 79.1%가 수분보충
    - '13년 일본 후레이버(과일착향) 생수시장은 437억엔으로 '11년 236억엔보다 1.8배 성장하였으며, '14년 496억엔(예상), '15년 534억엔(예상) 신장 기대되는 신시장

  ⇒ 한국산 유자를 가미한 후레이버 천연수 일본시장 개척

(산토리 후레바 천연수)

가격경쟁력, 신메뉴 제안, 품질 고급화 등을 통해 재도약 가능

※ 일본농림수산성 생산통계, H사 POS 데이터 참고

[문의 : 오사카aT센터 유정열 / yjy@atcenter.or.jp]