

12월 하순은 일본에서 유자 수요가 연중 가장 많은 시기다. 12월 22일 동지에 유자를 넣어 목욕을 하면 무병장수 할 수 있다는 속설이 있어 그 습관이 지금도 뿌리내리고 있기 때문이다. 유자는 다른 감귤류처럼 그대로 먹지 않기 때문에 청과로서의 수요는 별로 없었으나, 최근 산지와 식품회사가 유자를 활용한 새로운 가공식품을 발매하는 움직임이 나타나고 있다. 일본내 유자의 수요 확대를 위한 움직임을 소개한다.

■ 유자 가공품 사례

- 일본내 유자의 최대 생산지인 고치(高知)현의 우마지무라(馬路村)농협에서는 유자를 사용한 폰즈간장, 청량음료, 후리카케 (밥 위에 뿌려먹기 위해 가루로 만든 조미료) 등을 독자적으로 개발하여 매년 신상품을 발매하고 있다. 지난해에는 유기 농업에 대한 관심의 고조로, 유기농 유자만을 원료로 사용한 폰즈를 출시했다. 가공 및 포장 등을 산지에서 실시함으로써 고용 확대에도 기여하고 있다.
- 도쿠시마(徳島)현과 에히메(愛媛)현에서도 식품 회사가 마말레이드나 유자가 들어간 케이크, 유자 후추 등을 제조하는 사례가 있다.
- 최근에는 소비자가 직접 유자를 소금에 절여 만드는 “소금 유자”이라는 조미료도 등장하였다. 집에서 간단하게 만들 수 있으며, 고기 요리 등에 소량 뿌리기만 하면 부드러우면서 식욕을 돋우는 맛을 낼 수 있다. 올해 유행한 ‘소금 레몬’에 이어 인기를 모으고 있다.

※ 우마지무라 공식 통신판매 : http://www.yuzu.or.jp/umaji_shopping/



유자 폰즈



유자 쥬스



유자 후추 드레싱



유자고추가루

※ 일본 최대의 요리 레시피 홈페이지 “Cookpad”에서 ‘소금 유자’ 관련 레시피 수는 5914개. 대표적인 레시피 : <http://cookpad.com/recipe/2647013>

■ 생산량 증가와 수출 활성화 노력

- 일본에서 먹는 방법이나 상품화가 다양해짐에 따라 수출도 증가 추세에 있다. 특히 유럽 지역 수출에 적극 나서고 있으며, 물량은 많지 않으나 국내보다 몇 배 비싼 가격으로 판매될 것을 예상하고 있다.
- 유자 도매가격은 2009년까지는 1.5kg당 2000엔을 상회하는 경우가 많았으나, 금년에는 주력인 고치현산이 1200엔~1500엔으로 수준으로 유통되었다.
- 고수입 작물로 인식하고 유자 재배를 시작한 산지가 증가하고 있기 때문이다.
- 최신 통계에 따르면 ‘11년 일본 전국 유자 생산량은 2만 3190톤으로 3년 전에 비해 20%, 5년 전에 비해 50% 증가했다. 귤이나 이요캄 등 다른 감귤류 생산이 감소 추세에 있는 것과는 대조적이며, 유자의 수요가 확대되고 있는 것을 알 수 있다.

<자료원> 일본MJ신문 ‘14.12.22

■ 시사점

- 유자 대일 수출액은 한류붐이 한창이던 2011년을 피크로 감소 경향에 있으며, 금년도는 2011년의 50% 이하 수준으로 감소할 전망이다.
- 유자 수출감소는 엔저나 한일관계 악화의 영향도 있으나, 유자차 위주의 획일화된 상품 공급에 치중하여 한국산 간의 가격경쟁 및 품질저하를 야기한 것도 주요한 요인으로 판단됨.
- 일본 전체의 유자 관련 상품에 대한 수요는 확대되고 있는 점을 감안하여, 보다 적극적인 신규상품개발을 통해 일본시장 수요에 대응해 나가야 하겠음.

〈참고〉 대일 유자 수출 추이



※2010-2013년은 연간 통계, 2014년은 11월까지 누계