

2024년 오사카 지사 ISSUE 조사

**일본 파프리카 시장 동향 및
대일 수출 확대 방안 전략 조사**

2024년 11월 8일

aT 한국농수산물유통공사

오사카지사

목 차

요약	1
I. 일본 파프리카 시장 개황	
1. 파프리카 시장 동향	4
2. 파프리카 시장 규모	5
3. 파프리카 시장 향후 전망	6
4. 일본 국민 1인당 파프리카 소비량	7
II. 파프리카 생산 동향	
1. 일본 파프리카 생산 실적	9
2. 일본산 파프리카와 한국산 파프리카의 생산 비교	13
III. 파프리카 수출입 및 유통·판매 동향	
1. 파프리카 수입 동향	15
2. 일본산 파프리카 수출 동향	19
3. 한국산 파프리카 판매 현황	19
4. 일본산 및 수입산 파프리카의 품질 경쟁력 비교	25
5. 유통흐름(일본산, 한국산)	28
6. 소매점의 파프리카 취급 현황	30
7. 일본산 및 수입산 파프리카 출하량 비교	33
8. 용도별 출하량 추이	34
9. 가격동향	36
IV. 외국산 청과물 유통·판매 구조의 우수 사례	37
V. 한국산 파프리카의 대일수출 확대 전략	
1. 한국산 파프리카의 수출확대를 위한 과제	38
2. 한국산 파프리카의 수출 확대를 위한 가능성	40
3. 한국산 파프리카의 대일수출 확대를 위한 방안	40

[요 약]

1. 일본 파프리카 시장 개황

- 1993년부터 일본에서 파프리카 유통이 시작되었지만, 초기에는 주로 네덜란드와 뉴질랜드에서 수입했고 백화점이나 고급 슈퍼마켓 등 한정된 채널에 유통되는 데 그침
- 한국산 파프리카는 2000년경부터 일본에 본격적으로 수입되기 시작하여 양판점에 유통되면서 식재료로서 일본 내 인지도를 높였으며 2019년에는 시장 규모가 약 5만톤까지 확대됨
- 2020년 이후에는 한국산 파프리카의 대일 수출량 감소가 부정적인 영향을 주면서 파프리카 시장 전체도 축소세로 돌아섬
- 일본 파프리카 시장은 한국산 파프리카의 유통량이 압도적으로 많은 것을 고려할 때 2025년 이후에도 한국산 파프리카를 중심으로 전개될 것으로 보임. 따라서 파프리카 시장 회복을 위해서는 한국산 파프리카의 수출량 회복이 필요함

2. 파프리카 생산 동향

- 일본산 파프리카는 1990년 후반부터 생산이 시작되었으며, 진입 기업 증가와 식물공장을 이용한 생산 강화 등을 통해 2022년에는 수확량과 출하량 모두 7,000톤이 넘는 규모로 성장함
- 한국산 파프리카는 2020년 이후 생산 비용 상승에 따른 작물 전환 등으로 인해 생산량이 감소했지만, 2023년 시점에서도 일본산 파프리카 출하량의 약 11배에 해당하는 7만 8,000t의 생산량을 기록함

3. 파프리카 수출입 및 유통·판매 동향

- 일본은 주로 한국, 뉴질랜드, 네덜란드에서 파프리카를 수입하고 있음. 그중에서도 한국산 파프리카는 수입량 전체의 80%를 차지함
- 한국산 파프리카는 연중 양판점에 유통되며, 해상 운송을 통해 수확 후 다음 날 바로 매장에 진열되기 때문에 신선도가 높다는 것이 특징임
- 네덜란드산 파프리카는 4월~11월, 뉴질랜드산 파프리카는 12월~이듬해 4월에 일본에서 유통됨. 양국 모두 항공 운송을 이용하며, 수확 후 매장에 진열되기까지 3~4일이 소요됨

- 일본산 파프리카는 공급에 과제가 있어 일본 내에서 대처를 위해 노력하는 단계임. 그러나 토미나가상사(富永商事) 등 일부 기업에서는 향후 해외 수출을 염두에 두고 있음
- 수입산 파프리카와 일본산 파프리카 모두 일본에서는 일반적으로 도매 시장을 통해 외식·가정간편식 업체 또는 소매업체에 공급하는 흐름으로 유통됨. 한편, 수입 상사 또는 일본 생산자가 외식·가정간편식 업체 또는 소매업체와 직접 거래하는 흐름도 있음
- 파프리카 전체의 용도별 출하량 구성비는 시판용 60%:업소용 35%:가공용 5%임
- 시판용은 주로 일본의 양판점에서 판매되고 있음. 한국산 파프리카의 경우 2020년에는 1개당 127엔 전후에 판매되었지만, 2024년 8월 기준 1개당 128~238엔 전후까지 가격대가 올라가면서 소비자의 외면과 바이어의 취급의욕 하락을 초래함
- 한편 일본산 파프리카는 2024년 8월 기준 1개당 173엔~398엔 전후의 가격대에 판매되어 한국산과의 가격차를 줄이고 있음. 1개당 98엔에 특가 판매를 실시한 사례도 있으며, 그 외에 한국산 파프리카에서 일본산 파프리카로 교체한 양판점도 출현함
- 업소용은 주로 샐러드 메뉴에 사용되고 있지만, 식재료비 폭등으로 인해 사용량을 줄이거나 다른 식재료로 대체하는 상황이 발생하고 있음
- 소비자 설문조사의 응답으로서 파프리카 구매 시 가장 신경 쓰는 원산지는 '일본'임. 한국산 파프리카에 대한 인상으로는 '딱히 인상이 없음'이 가장 많음
- 파프리카를 구매하는 이유로는 '식탁에 색감을 더하고 싶음'이 가장 많고, 구매 시 결정요인으로는 '우수한 신선도'가 가장 중요시됨

4. 외국산 청과물 유통·판매 구조의 우수 사례

- 뉴질랜드산 키위는 제스프리 인터내셔널 재팬(ゼスプリ・インターナショナル・ジャパン)이 통합브랜드인 '제스프리'의 수입, 제품관리, 마케팅 활동을 집약하여 실시 중임
- 뉴질랜드산 키위를 취급하는 기업을 제스프리 그룹으로 한정함으로써 가격 경쟁으로 인한 가격 하락을 방지하고, 그와 동시에 '제스프리' 브랜드에 대규모 마케팅 비용을 집중적으로 투입할 수 있음
- 일본 시장에 정착한 데는 양판점에서 목표 달성 리베이트를 실시하는 전략이 가장 크게 기여했다는 의견이 수입 상사에서 나옴

5. 한국산 파프리카의 대일수출 확대 전략

- 일본 국민은 파프리카에 대한 식경험이 부족하고 한국산 파프리카에 대한 소비자의 이미지가 약해서 충분한 인지도를 창출하지 못함. 소비자에게 한국 식재료로서 한국산 파프리카를 인식시키기 위해 판촉 활동 등을 통해 더욱 적극적으로 정보를 제공할 필요가 있음
- 신규 고객을 창출할 계기를 만들기 위한 방안으로, 일본산 파프리카의 수요 확대 요인 중 하나인 봉지 등의 포장을 도입하면, 한국산 파프리카도 높은 위생 수준과 신선도를 어필할 가능성이 있음
- 일본산 파프리카와 가격 경쟁력이 줄어드는 상황에서 포인트 환원 캠페인을 실시하면 시판용의 경우 새로운 부가가치를 제안할 가능성이 있음
- 파프리카 시장에서는 아직 브랜드화가 확립되지 않은 상태이므로, 한국산 파프리카가 브랜드를 확립하면 일본산을 비롯한 다른 수입산 파프리카와 차별화를 이룰 가능성이 있음
- 한국산 파프리카는 월별로 수입량의 변동 폭이 크고 가격 변동도 심함. 특히 한국산 파프리카는 생산량 감소라는 요인도 있어 수입업체에서는 공급 안정성 문제를 우려하고 있음. 공급 안정화를 도모하기 위해 농가 등 생산자에 대한 지원과 더불어 불안해하는 중간 유통업체에 대한 지원도 필요함

I. 일본 파프리카 시장 개황

1. 파프리카 시장 동향

항목	내용
파프리카 시장 개황	■ 네덜란드산 수입을 계기로 1993년부터 일본에서 유통이 시작됨. 초기에는 주로 네덜란드와 뉴질랜드에서 수입했고 백화점이나 고급 슈퍼마켓 등 한정된 채널에 유통되는 데 그치면서 고가의 이색적인 채소로 정착함 ■ 한국산 파프리카는 2000년대 초반부터 본격적으로 수입되기 시작하여 2002년에는 네덜란드와 뉴질랜드를 제치고 한국 파프리카의 수입량이 가장 많아짐 ■ 항공 운송을 이용한 네덜란드산 파프리카나 뉴질랜드산 파프리카와 비교하면 한국산 파프리카는 운송 거리가 짧고, 해상 운송으로 인해 운송 비용이 낮아서 판매가격을 억제할 수 있었음. 이로 인해 일본에서 식료품 구매 시에 주로 이용하는 양판점에도 파프리카가 유통 되기 시작했고 소비자의 섭취 기회가 늘면서 파프리카의 인지도가 높아지기 시작함 ■ 2019년에는 일본 파프리카 시장의 수량이 약 5만t까지 성장했지만, 2020년 이후에는 일본에 수출되는 한국산 파프리카의 수출량이 감소하고 있어 파프리카 시장이 축소세를 보임 ■ 2020년경에는 한국산 파프리카가 1개당 127엔 전후에 판매되었지만, 환율 등의 영향으로 2024년 1월~6월에는 매장가격이 1개당 197엔까지 높아짐. 이로 인해 파프리카 구매를 외면하는 움직임이나 양판점 바이어가 일본산 파프리카로 교체하는 움직임이 늘고 있음 ■ 업소용은 외식·가정간편식 체인을 중심으로 샐러드 메뉴에 사용되고 있으며, 햄버거나 반찬 체인점, 양판점의 반찬 메뉴에 활용되고 있음. 그러나 다양한 식재료비가 폭등하는 상황에서 중소규모 외식·가정간편식 체인을 중심으로 파프리카 사용을 보류하는 사례도 증가하는 등 어려움을 겪는 추세임
주요 취급 기업	■ 수입산 파프리카는 주로 농산물 등을 해외로부터 수입하여 일본에서 판매하는 수입 상사 등이 취급하고 있음 ■ 대표적인 기업으로는 유니언(ユニオン)을 비롯해 씨니재팬(サニージャパン), H&F 인터내셔널(H&Fインターナショナル), 위즈프로듀스(ウィズ・プロデュース) 등이 있음. 또한 한국산 파프리카는 한국 농협인터내셔널과 오아로 등 한국 관련 기업에서도 취급하고 있음

주요 취급 기업	■ 2024년 이슈로는 5월에 일본 대형 수입 상사 중 하나인 Wismettac 푸즈(Wismettacフーズ)가 채소 사업 철수를 발표하고 파프리카 취급을 중단한 바 있음. 철수 요인으로는 수입 채소 가격 폭등이 경영에 부정적인 영향을 주고 있다는 점이 꼽힘 ■ 일본산 파프리카를 생산하는 주요 기업에는 일본 상사인 토요타 통상(豊田通商)의 자회사인 토요츠식료(豊通食料)가 출자한 베지드림 구리하라(ベジ・ドリーム栗原)를 비롯해 농작물을 도매로 판매하는 토미나가상사(富永商事) 그룹에 속한 베지원호쿠토(ベジ・ワン北杜)와 미호하이테크팜(美浦ハイテクファーム), Tedy, 증권회사인 다이와 증권(大和証券) 그룹 산하 다이와 푸드&애그리(大和フード&アグリ)가 경영에 참여하는 스마트 애그리컬처 이와타(スマートアグリカルチャー磐田)와 홋카이도 샐러드 파프리카(北海道サラダパプリカ) 등이 있으며 대기업이 파프리카 생산에 주력하고 있다는 점이 눈에 띈
-------------	---

2. 파프리카 시장 규모

[도표-1: 파프리카 시장 규모 추이]

(단위 : 톤)

연도	합계	전년 대비	일본산 출하량	전년 대비	수입산 수입량	전년 대비
2018년	45,938	-	6,177	-	39,761	-
2019년	49,192	107.1%	6,600	106.8%	42,592	107.1%
2020년	43,094	87.6%	6,290	95.3%	36,804	86.4%
2021년	39,459	91.6%	6,500	103.3%	32,959	89.6%
2022년	35,893	91.0%	7,130	109.7%	28,763	87.3%
2023년	32,227	89.8%	7,200	101.0%	25,027	87.0%

* 출처 : 일본 농림수산업성 '지역 특산 채소 생산 현황 조사', 일본 재무성 '무역 통계'를 바탕으로 후지경제 조사

- 일본의 파프리카 시장 규모는 일본산 파프리카의 출하량과 수입산 파프리카의 수입량을 더한 합계치를 대상으로 했으며, 2019년에는 약 5만t으로 시장이 확대됨
- 수입산 파프리카는 파프리카 시장 약 5만t 중 86.6%를 차지하고 있으며, 특히 그중에서도 한국산 파프리카가 차지하는 비율이 높음. 한국산 파프리카 동향에 따라 일본 파프리카 시장이 좌우될 만큼 큰 영향력을 보유하고 있음. 따라서, 일본 파프리카 시장은 한국산 파프리카의 수입량 확대를 통해 성장했다고 할 수 있음
- 그러나 파프리카 시장은 2019년에 정점을 찍고 축소세로 돌아섬. 2020년경부터 원화

약세(달러 강세)의 영향으로 파프리카 생산 비용이 상승하면서 한국 농가에서는 파프리카에서 다른 채소로 작물 전환을 하는 사례가 나타나기 시작함. 이로 인해 한국산 파프리카의 수입량이 감소하면서 파프리카 시장의 총 수량도 전년 대비 하락함



- 2022년 이후에는 엔저(원화 강세)로 인한 대일수출 수익성 저하가 한국산 파프리카의 수입량 감소에 추가 타격을 입힌 데다, 2023년에는 일기불순의 영향으로 한국산 파프리카의 생산량이 감소하면서 수입량이 전년보다 하락하여 파프리카 시장의 규모는 꾸준히 축소됨

3. 파프리카 시장 향후 전망

- 2023년 이후에는 코로나19의 세계적 유행으로 인해 올랐던 항공 운송 비용이 내려가면서 네덜란드산 파프리카와 뉴질랜드산 파프리카의 수입량이 증가세로 돌아섬. 또한 일본산 파프리카의 출하량도 해마다 증가세를 보이면서 일본산 파프리카의 존재감이 커지고 있음. 그러나 네덜란드산 파프리카나 뉴질랜드산 파프리카가 양판점에서 판매되는 것은 수입량이 많아서 도매 시장 가격이 내려가는 시기에 국한되는 경향이 짙음. 또한 일본산 파프리카의 출하량은 한국산 파프리카와 비교하면 아직 적고 공급에 문제가 있어 2025년 이후에도 한국산 파프리카가 일본 파프리카 시장의 중심이 될 것이 분명함. 따라서 파프리카 시장 확대를 촉진하기 위해서는 한국산 파프리카의 일본 수입량을 회복시킬 필요가 있음
- 한국산 파프리카의 일본 수입량이 감소 중인 배경 중 하나로 환율의 영향을 꼽을 수 있음. 한국에서 파프리카를 판매하는 편이 수익을 창출할 수 있다고 여기는 파프리카 생산 농가가 증가하는 추세임. 환율의 영향은 향후에도 2~3년간 지속될 것이라는 의견이 수입 상사인 씨니 재팬(サニージャパン) 등에서 나오고 있어, 한국 농가가 대일수출을 위해 파프리카를 생산하는 데에 이점을 느낄 수 있도록 지원책이나 정책을 추진할 것이 요구됨

4. 일본 국민 1인당 파프리카 소비량

[도표-2: 채소 소비량]

(단위: 톤, g, 만명)

연도	전체	전년 대비	1인당 소비량	전년 대비	인구 * 5세 이상	전년 대비
2018년	13,126,000	-	107,700	-	12,190	-
2019년	13,144,000	100.1%	107,900	100.2%	12,183	99.9%
2020년	13,100,000	99.7%	107,700	99.8%	12,161	99.8%
2021년	12,729,000	97.2%	105,100	97.5%	12,113	99.6%
2022년	12,667,000	99.5%	104,900	99.8%	12,072	99.7%

* 출처: 일본 농림수산업성 '식료 수급표', 일본 총무성 통계국 '인구 추계'

- 일본 농림수산업성의 '식료 수급표'에 따르면 일본 국민이 1년간 섭취하는 채소의 연간 소비량은 약 1,300만t이며, 일본 총무성 통계국 '인구 추계'의 5세 이상 인구를 기준으로 일본 국민 1명당 연간 소비량을 산출하면 약 100kg임
- 1일 소비량으로 환산하면 290g 전후이지만, 이 수치는 일본 후생노동성이 정한 채소 소비 목표량인 350g에 미치지 못하고 있어, 일본인은 채소 소비량이 부족하다는 것을 알 수 있음

[도표-3 : 파프리카 소비량]

(단위: 톤, g, 만명)

연도	전체	전년 대비	1인당 소비량	전년 대비	인구 * 5세 이상	전년 대비
2018년	45,938	-	362	-	12,190	-
2019년	49,192	107.1%	389	107.2%	12,183	99.9%
2020년	43,094	87.6%	342	87.9%	12,161	99.8%
2021년	39,459	91.6%	314	92.0%	12,113	99.6%
2022년	35,893	91.0%	287	91.4%	12,072	99.7%
2023년	32,227	89.8%	259	90.2%	12,029	99.6%

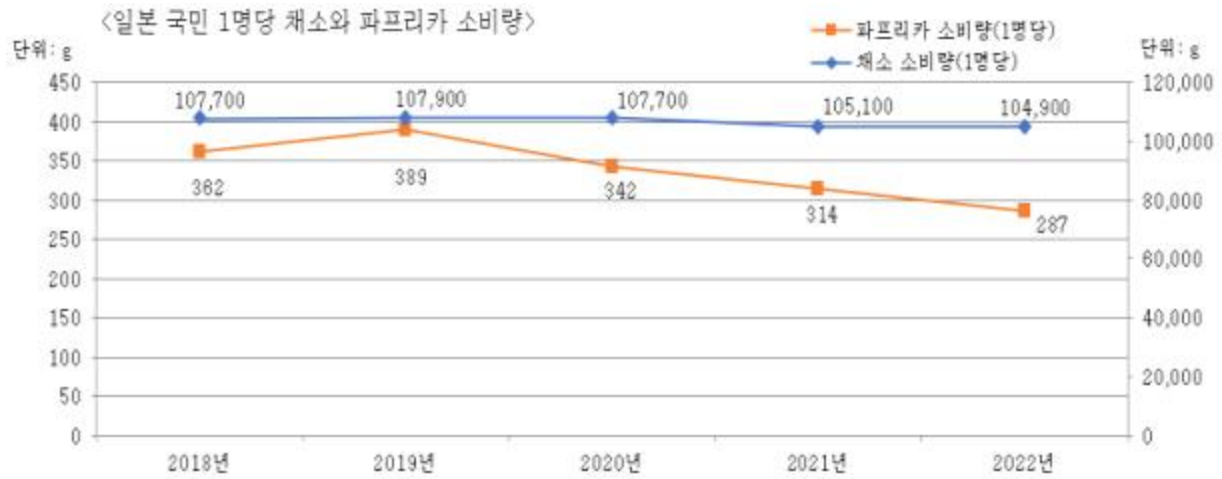
* 출처: 일본 총무성 통계국 '인구 추계'를 바탕으로 후지경제 조사

- 일본 국민 1명당 파프리카 소비량은 파프리카 시장의 총 수량과 일본 총무성 통계국 '인구 추계'의 5세 이상 인구를 기준으로 산출한 것으로, 2022년 일본 국민 1명당 채소 소비량 중 파프리카 구성비는 0.3% 수준에 그침
- 2023년 일본 국민 1명당 파프리카 소비량은 259g임. 파프리카 1개를 150g이라고 가정하면 일본 국민 1명당 연간 파프리카 소비량은 1.7개라는 계산이 나옴

<일본 국민 1명당 채소 소비량 중 파프리카
구성비(2022년)>



- 2016년 한국 국민 1명당 파프리카 연간 소비량인 900g(한국 농림축산식품부가 2018년에 실시한 조사)과 비교하면 일본 국민의 파프리카 소비량은 한국 국민의 6분의 1에 그침



- 일본 총무성 통계국 '인구 추계'에서 차지하는 5세 이상 인구는 2018년~2023년에 걸쳐 거의 보합세를 보여, 파프리카 소비량은 파프리카 시장과 비슷한 추이를 보이며, 2020년 이후에는 감소세로 돌아섬

II. 파프리카 생산 동향

1. 일본 파프리카 생산 실적

[도표-4: 일본의 파프리카 생산 실적 추이] (단위: ha, 톤, 톤/10a, 톤)

연도	생산 면적	전년 대비	수확량	전년 대비	단위면적당 수확량	전년 대비	출하량	전년 대비
2018년	85	—	6,397	—	7.5	—	6,177	—
2019년	85	100.0%	6,840	106.9%	8.0	106.9%	6,600	106.8%
2020년	81	95.3%	6,480	94.7%	8.0	99.4%	6,290	95.3%
2021년	81	100.0%	6,700	103.4%	8.3	103.4%	6,500	103.3%
2022년	81	100.0%	7,380	110.1%	9.1	110.1%	7,130	109.7%
2023년	81	100.0%	7,450	100.9%	9.2	100.9%	7,200	101.0%

* 출처: 일본 농림수산업성 '지역 특산 채소 생산 현황 조사'를 바탕으로 후지경제 조사

- 일본의 파프리카 생산은 1990년대 후반부터 시작되었으며 1998년 일본 농림수산업성의 '지역 특산 채소 생산 현황 조사'에서 조사 품목으로 지정되면서 생산면적, 수확량, 단위면적당 수확량, 출하량을 파악할 수 있게 됨. 1998년 기준 일본산 파프리카의 생산면적은 23ha임
- 파프리카는 수확되기까지 2개월이 걸리고 병충해의 위험성이 높은 섬세한 채소임. 또한 고온에는 강하고 저온에는 약하다는 특징으로 인해 생육적온은 17~30℃로 알려져 있음. 일본산 파프리카의 경우 고온다습한 일본 기후에서는 토경재배가 잘되지 않아 주로 하우스에서 양액재배를 하는 방식으로 생산되고 있음
- 2004년경부터 파프리카 전문 농업법인이 설립되는 등 진입 기업이 증가함. 파프리카 전문 농업법인에서는 식물공장을 통해 생산 확대를 도모한 적이 있어 일본산 파프리카의 수확량과 출하량 모두 증가함
- 2008년에는 일본산 파프리카 생산량이 가장 많은 것으로 알려진 베지 드림 구리하라(ベジ・ドリーム栗原)가 토요타통상(豊田通商) 그룹과 현지 농가의 공동 출자를 통해 설립됨
- 2020년 출하량은 코로나19 유행으로 인해 외식 등 업소용 수요가 부진했고, 소매를 위한 시판용도 가정 내 소비가 증가하지 않으면서 전년 대비 하락함. 그러나 2021년에는 소비 활동이 점차 회복되어 생산량이 다시 확대됨
- 2022년 생산면적은 전년 수준의 규모에 그쳤지만, 시즈오카현, 오카야마현, 고치현의 수확과 출하가 증가하면서 수확량과 출하량 모두 7,000t이 넘는 규모로 확대됨

[도표-5: 일본의 파프리카 주요 산지]

도도부현	출하량('22년)	구성비
미야기현	1,460톤	20.5%
이바라키현	1,100톤	15.4%
오이타현	800톤	11.2%
시즈오카현	749톤	10.5%
홋카이도	608톤	8.5%
오카야마현	506톤	7.1%
고치현	402톤	5.6%
기타 도도부현	1,505톤	21.1%
합계	7,130톤	100.0%



* 출처 : 일본 농림수산성 '지역 특산 채소 생산 현황 조사'

- 일본의 파프리카 주요 산지는 미야기현, 이바라키현, 오이타현이며, 이 3개 지역이 구성비의 약 50%를 차지함
- 일본산 파프리카 출하량 1위 산지는 도호쿠 지역의 미야기현으로 2022년에는 출하량 전체의 20%에 해당하는 1,460t을 생산했으며 생산면적은 12ha임. 대형 종합 상사인 토요타통상(豊田通商) 그룹의 자회사인 도요츠식료(豊通食料)가 미야기현 구리하라시의 현지 농가와 공동 출자한 '베지 드림 구리하라(ベジ・ドリーム栗原)', 재생 에너지를 활용하여 생산하는 '데 리프데 기타카미(デ・リーフデ北上)'와 '데 리프데 오카와(デ・リーフデ大川)', 2005년에 일본 최초의 대규모 하우스 재배를 시작한 '리치필드 구리하라(リッチフィールド栗原)' 등의 기업이 일본산 파프리카를 생산하고 있음
- 출하량 2위인 이바라키현은 2022년 출하량이 전체의 15%를 차지했으며, 또한 생산면적은 14ha로 미야기현 보다 더 넓음. 농작물 도매 판매 및 수출입을 하는 토미나가상사(富永商事) 그룹의 농원을 중심으로 '미호 하이테크 팜(美浦ハイテクファーム)'과 '플랜타르 팜(プランタールファーム)', 2024년 5월에 새롭게 그룹의 일원이 된 'Tedy' 등이 일본산 파프리카를 생산하고 있음
- 출하량 3위인 오이타현은 출하량 전체의 10%를 차지함. 생산면적은 5ha로, 미야기현과 이바라키현의 절반 이하임. 플랜트 관련 사업이나 도장 사업을 운영하는 다카후지(タカフジ)의 자회사인 '다카히코 애그로 비즈니스(タカヒコアグロビジネス)'와 다카후지가 공동 출자한 '리치필드 유후(リッチフィールド由布)'가 중심이 되고 있음
- 2022년에는 시즈오카현, 오카야마현, 고치현의 파프리카 출하량이 대폭 확대되면서 지역이 생산량 상위 도도부현으로 급부상함

[도표-6 : 파프리카 농장 리스트]

기업명	농장명	주 소	생산면적	생산량	관련 기업
베지 드림 구리하라 (ベジ・ドリーム栗原)	구리하라 농장 (栗原農場)	미야기현 구리하라시	4.2ha	750t/년	토요타통상 그룹
	오히라 농장 (大衡農場)	미야기현 구로카와군 오히라무라	1.8ha	250t/년	토요타통상 그룹
데 리프데 기타카미 (デ・リーフデ北上)		미야기현 이시노마키시	1.3ha	260t/년	
데 리프데 오카와 (デ・リーフデ大川)		미야기현 이시노마키시	0.9ha		
리치필드 구리하라 (リッチフィールド栗原)		미야기현 구리하라시	1.8ha	360t/년	
Tedy		이바라키현 미토시	2.3ha	500t/년	토미나가상사 그룹
플랜타르 팜 (プランタールファーム)		이바라키현 이나시키군 미호무라	2.0ha	400t/년	토미나가상사 그룹
미호 하이테크 팜 (美浦ハイテクファーム)		이바라키현 이나시키군 미호무라	1.6ha	300t/년	토미나가상사 그룹
리치필드 유후 (リッチフィールド由布)		오이타현 유후시 하사마마치	1.6ha	320t/년	다카후지(タカフジ)
다카히코 애그로 비즈니스 (タカヒコアグロビジネス)		오이타현 구스군 고코노에마치	3.0ha	200t/년	다카후지
스마트 애그리컬처 이와타 (スマートアグリカルチャー磐田)		시즈오카현 이와타시	3.0ha	500t/년	다이와증권 그룹
홋카이도 샐러드 파프리카 (北海道サラダパプリカ)		홋카이도 구시로시	2.4ha	600t/년	다이와증권 그룹
사라(サラ)		오카야마현 가사오카시	3.4ha	—	
에프비트 팜 고치 (エフビットファームこうち)		고치현 나카오카군 모토야마초	1.0ha	240t/년	에프비트 커뮤니케이션즈
베지 윈 호쿠토 (ベジ・ワン北杜)		야마나시현 호쿠토시 아케노초	1.7ha	330t/년	토미나가상사 그룹

- 베지 드림 구리하라'는 토요타통상 그룹과 현지 농가의 공동 출자를 통해 설립된 기업이며, 일본산 파프리카 생산량이 가장 많은 것으로 알려짐. 2개 농장을 보유하고 있으며 6.0ha의 생산면적에서 연간 1,000t의 파프리카를 생산하고 있음. 2개 농장 중 2013년에 설립된 대형 농장은 토요타 자동차 동일본(トヨタ自動車東日本)에서 발생한 공장 폐열을 활용하는 겨울작형 온실로 조성된 에너지절약·친환경 농장임
- '데 리프데 기타카미'는 2011년에 발생한 동일본 대지진 재해지역에서 목질 바이오매스와 지중열을 이용하는 히트 펌프를 재생 에너지로 활용하여 일본산 파프리카를

생산하는 기업이며, 2014년에 설립됨. '데 리프데 오카와'는 연중 출하를 실현하기 위해 '데 리프데 기타카미'가 2020년에 설립한 기업임. 2곳 모두 연간 260t의 일본산 파프리카를 생산하고 있음

- '리치필드 구리하라'는 일본 최초로 대규모 하우스 재배를 시작한 기업이며, 제1농장~제3농장을 합쳐 총 1.8ha의 생산면적을 보유하고 있으며, 연간 360t의 일본산 파프리카를 생산하고 있음. 동사가 생산 중인 파프리카는 '돌체 파프리카(ドルチェパプリカ)'라는 브랜드명으로 판매되고 있음. 공장 폐열을 활용한 곳으로 환경 문제에 적극적으로 대처하는 농장을 운영하고 있음
- '플랜타르 팜'은 2012년에 '리치필드 미호(リッチフィールド美浦)'로 설립되어 2022년에 토미나가상사 그룹에 양도됨. 동사는 연간 400t의 일본산 파프리카를 2ha의 유리온실에서 생산하고 있음
- 미호 하이테크 팜은 연간 160t의 일본산 파프리카를 생산하고 있으며, 11월 하순부터 이듬해 8월에 걸쳐 시장에 파프리카를 공급하고 있음. 2021년에 야마나시현의 '베지 원 호쿠토'와 더불어 토미나가상사 그룹에 양도됨. '베지 원 호쿠토'와 함께 자사 브랜드인 '베지 원(ベジ・ワン)'이라는 이름으로 일본산 파프리카를 판매하고 있음
- 'Tedy'는 기존 온실에 더해 2022년에 새로운 온실을 준공하였으며, 2개 온실을 합쳐 연간 500t의 일본산 파프리카를 생산하고 있음
- 시즈오카현의 '스마트 애그리컬처 이와타'와 홋카이도의 '홋카이도 셀러드 파프리카'의 경영에는 다이와 증권 그룹의 다이와 푸드&애그리가 참여하고 있음. 다이와 푸드&애그리는 파프리카 생산의 경영에 뛰어들 이유로 일본 내 대형 경쟁사가 비교적 적다는 점과 하우스 재배이므로 날씨에 영향을 많이 받지 않는다는 점을 꼽음. 또한 동사는 2023년 6월부터 농작물 생산에 관한 컨설팅 업무를 시작하여 신규 진입 기업을 대상으로 노하우를 제공하고 있음. 향후 파프리카 생산설비를 투자 대상으로 한 농업 펀드 사업을 다이와 증권 그룹에서 출범시키고자 함
- '스마트 애그리컬처 이와타'는 다이와 푸드&애그리가 경영에 참여하면서 도매 시장을 거치지 않고 직접 양판점과의 거래를 창출하는 데 착수함. 자체적인 유통 경로 창출함으로써 동사가 주요 소비층으로 삼는 미의식이 높은 소비자가 많이 이용하는 양판점에 유통하기 시작했으며, 그 외에도 도매 시장을 거치지 않음으로써 이익 개선을 실현하고 있음
- 오카야마현의 '사라(サラ)'는 온실과 목질 바이오매스 발전소를 병설한 '사라 팜 가사오카(サラファーム笠岡)'를 운영하며 일본산 파프리카를 생산 중임. '사라' 브랜드를 통해 소형 과일 파프리카를 선보이고 있으며 이온(イオン)이나 야오코(ヤオコー) 등의 양판점에 유통하고 있음

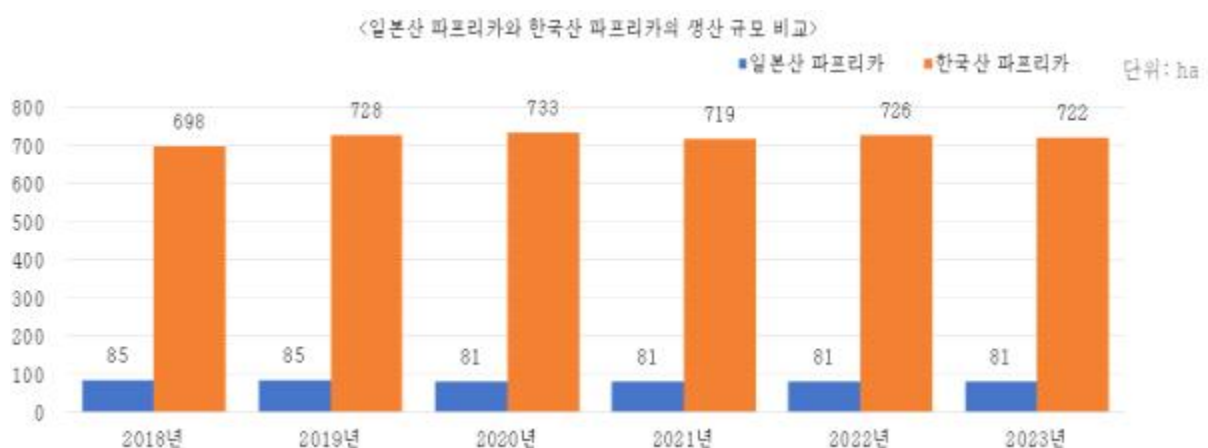
- 일부 기업은 일본산 파프리카에 브랜드명을 붙이는 등 자체 브랜드로서 입지를 다져 부가가치를 높이고 이를 유통으로 연결하겠다는 구상을 하고 있음. 브랜드화 자체는 양판점 바이어나 소비자에게 어필할 수 있다는 이점이 있음. 그러나 일본산 파프리카는 공급 측면에 과제가 있어 브랜드화된 파프리카가 연중 매장에 진열되는 경우가 아직 적기 때문에 브랜드명에 대한 소비자 인지도가 낮다는 평가를 청과물 도매업체로부터 받고 있음
- '베지 드림 구리하라' 등 환경 문제에 대응한 대처가 많다는 점도 일본산 파프리카 생산의 특징임. 환경 대응에 따른 부가가치를 일본산 파프리카에 부여하려는 의도로 읽히지만, 일본 소비자는 해외만큼 환경 문제에 관심이 높지 않아 부가가치를 느끼기는 어려운 상황임

2. 일본산 파프리카와 한국산 파프리카의 생산 규모 비교

[도표-7: 일본산 파프리카와 한국산 파프리카의 생산 규모 비교] (단위 : ha)

연도	일본산 파프리카	전년 대비	한국산 파프리카	전년 대비
2018년	85	—	698	—
2019년	85	100.0%	728	104.3%
2020년	81	95.3%	733	100.7%
2021년	81	100.0%	719	98.1%
2022년	81	100.0%	726	101.0%
2023년	81	100.0%	722	99.4%

* 출처: 일본 농림수산물성 '지역 특산 채소 생산 현황 조사', 한국 통계청을 바탕으로 후지경제 조사



- 2023년 기준 일본산 파프리카의 생산면적은 81ha이지만, 한국산 파프리카의 생산면적은 722ha로 한국산 파프리카는 일본의 약 9배에 해당하는 생산면적에서 생산되고 있음

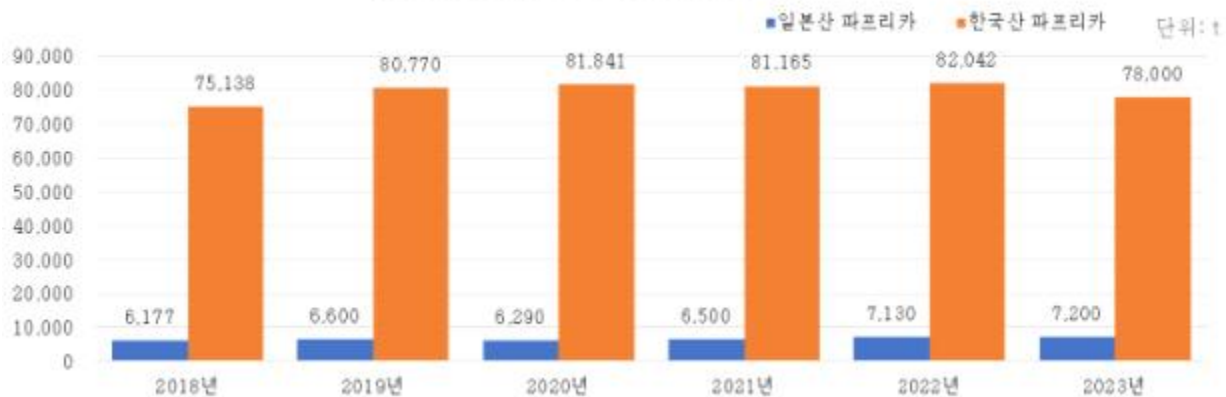
- 1994년에 한국산 파프리카의 본격적인 재배가 시작되었을 때 1995년에 유리온실 등의 건설에 50%, 1996~1998년에는 40%의 보조금을 지급한 한국 정부의 적극적인 지원으로 인해 파프리카 생산을 개시한 농가가 증가함. 파프리카 생산의 걸림돌이 되는 하우스 설치 등 초기 비용 문제에 대해 한국 정부의 보조금으로 대응하여 생산 면적을 늘림
- 한국산 파프리카는 2020년 이후에 농가의 작물 전환 등이 증가하면서 생산면적이 소폭 증감을 되풀이하고 있지만, 일본산 파프리카 생산면적도 81ha에서 확장되지 않았기 때문에 생산면적 비중에는 변화가 없음

[도표-8: 일본산 파프리카 출하량과 한국산 파프리카의 생산량 비교]
(단위 : 톤)

연도	일본산 파프리카	전년 대비	한국산 파프리카	전년 대비
2018년	6,177	—	75,138	—
2019년	6,600	106.8%	80,770	107.5%
2020년	6,290	95.3%	81,841	101.3%
2021년	6,500	103.3%	81,165	99.2%
2022년	7,130	109.7%	82,042	101.1%
2023년	7,200	101.0%	78,000	95.1%

* 출처: 일본 농림수산업성 '지역 특산 채소 생산 현황 조사', 한국 통계청을 바탕으로 후지경제 조사

<일본산 파프리카와 한국산 파프리카의 생산량 비교>



- 2023년 일본산 파프리카의 출하량과 한국산 파프리카의 생산량을 비교해 보면, 한국산 파프리카가 일본산 파프리카보다 10배 이상 많이 생산되고 있음
- 한국산 파프리카의 생산은 수출을 주요 목적으로 시작되었지만, 2024년 8월 기준 생산량의 60%가 한국 국내용으로 출하되고 있음
- 일본산 파프리카는 2020년 이후 생산량이 증가하고 있으며 2023년 출하량은 2020년보다 14.5% 증가함
- 한편, 한국산 파프리카는 2020년 이후 생산면적이 소폭 증감을 되풀이해왔으며, 2023년은 봄철 일기불순으로 인해 결과적으로 생산량이 전년보다 5% 감소함

Ⅲ. 파프리카 수출입 및 유통·판매 동향

1. 파프리카 수입 동향

[도표-9: 파프리카의 국가별 수입량]

(단위 : 톤)

연도	합계	전년 대비	한국	전년 대비	뉴질랜드	전년 대비	네덜란드	전년 대비	기타	전년 대비
2018년	39,761	—	31,114	—	3,067	—	5,441	—	139	—
2019년	42,592	107.1%	35,150	113.0%	2,949	96.1%	4,347	79.9%	146	105.2%
2020년	36,804	86.4%	30,143	85.8%	3,543	120.2%	2,971	68.3%	147	100.7%
2021년	32,959	89.6%	27,253	90.4%	2,885	81.4%	2,692	90.6%	130	88.4%
2022년	28,763	87.3%	26,613	97.7%	1,610	55.8%	326	12.1%	214	165.1%
2023년	25,027	87.0%	21,538	80.9%	2,203	136.8%	957	293.9%	330	153.8%

* 출처 : 일본 재무성 '무역 통계'



- 일본의 파프리카 수입국은 한국, 뉴질랜드, 네덜란드의 3개국이 대부분을 차지함. 그 중에서도 최대 수입국인 한국은 수입량 전체의 80% 이상을 차지하고 있음
- 기타에는 캐나다와 오만 등의 국가가 포함되어 있음. 오만산 수입은 2019년, 2020년의 2년 동안에만 이루어졌으므로 기타의 수치 대부분은 캐나다가 차지함
- 2019년은 한국 수입량이 과거 최대치인 3만 5,150t을 기록한 것이 주도하여 총수입량도 전년을 상회함. 그러나 2020년 이후에는 한국산 파프리카 수입량이 감소하면서 총수입량도 전년 대비 하락으로 돌아섬
- 2023년은 항공 운송 비용이 안정되면서 네덜란드산과 뉴질랜드산의 수입량이 약간 회복되었지만, 한국에서는 일기불순으로 인해 생산량이 감소하였고, 환율의 영향으로 인한 대일수출 수익성 저하와 수출 비용 상승이 지속되면서 수입량이 대폭 감소하여 전년 대비 하락함

- 한편, 멕시코산 파프리카는 2024년 8월 기준 식물 검역상의 문제로 인해 일본 수입이 금지된 상태이지만, 수입 금지가 해제될 경우 일본에 들어올 가능성도 커지고 있음



* 출처 : 일본 재무성 '무역 통계'

- 한국으로부터는 파프리카가 연중 일본에 수입되고 있음. 수입량은 6월과 7월에 정점을 기록했으며 그 외에도 11월 수입량이 많음 한편 1월부터 3월, 8월부터 10월의 수입량은 정점을 기록했을 때에 비해 감소세가 나타남
- 뉴질랜드로부터는 파프리카가 9월부터 이듬해 5월에 일본에 수입되고 있으며, 수입량은 2월에 정점을 기록함
- 네덜란드로부터는 파프리카가 5월부터 10월에 일본에 수입됨. 특히 8월~10월은 한국산 파프리카 수입량이 감소하기 때문에 네덜란드산 파프리카 수입량이 정점을 기록함
- 기타에는 캐나다산 수입분이 포함되어 있는데, 2023년에는 4월부터 11월에 캐나다산 파프리카가 일본에 수입됨

[도표-10: 파프리카의 국가별 수입 금액]

(단위 : 백만엔)

연도	합계	전년 대비	한국	전년 대비	뉴질랜드	전년 대비	네덜란드	전년 대비	기타	전년 대비
2018년	14,636	—	10,362	—	1,548	—	2,657	—	69	—
2019년	13,845	94.6%	10,446	100.8%	1,414	91.3%	1,909	71.8%	76	110.9%
2020년	12,959	93.6%	9,677	92.6%	1,700	120.3%	1,504	78.8%	78	102.8%
2021년	12,273	94.7%	9,382	97.0%	1,467	86.3%	1,351	89.8%	73	93.9%
2022년	11,303	92.1%	9,994	106.5%	891	60.8%	272	20.2%	146	198.5%
2023년	11,501	101.7%	9,381	93.9%	1,257	141.0%	617	226.5%	247	169.4%

* 출처: 일본 재무성 '무역 통계'



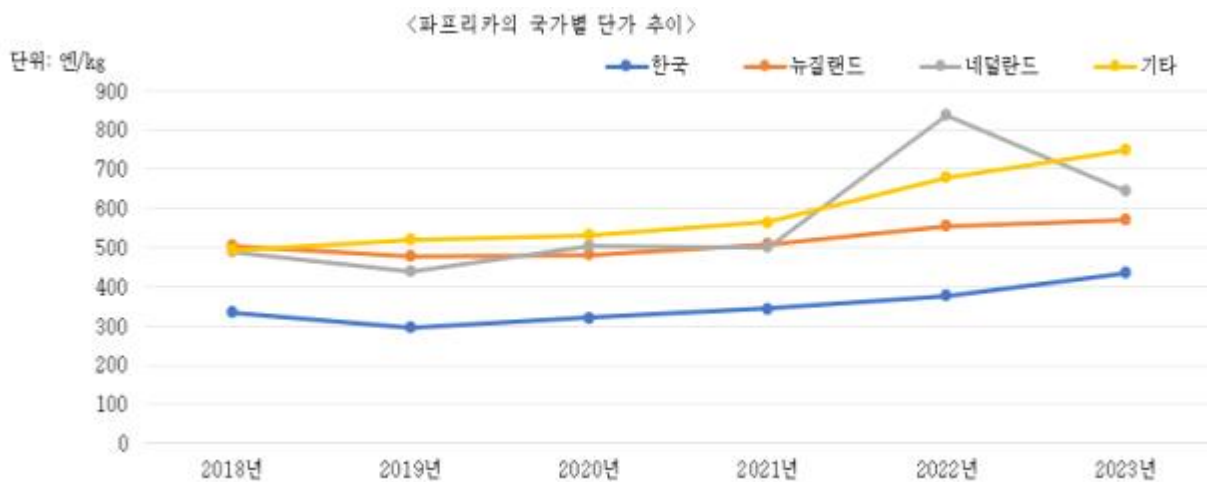
- 수입 금액은 2015년에 약 159억 엔으로 정점을 기록하고 감소세 돌아섰으며, 2022년에는 약 113억 엔을 기록함
- 2023년은 뉴질랜드와 네덜란드, 기타에 포함된 캐나다의 수입 금액이 확대되면서 수입 금액 총계도 전년을 상회함

[도표-11 : 파프리카의 국가별 단가]

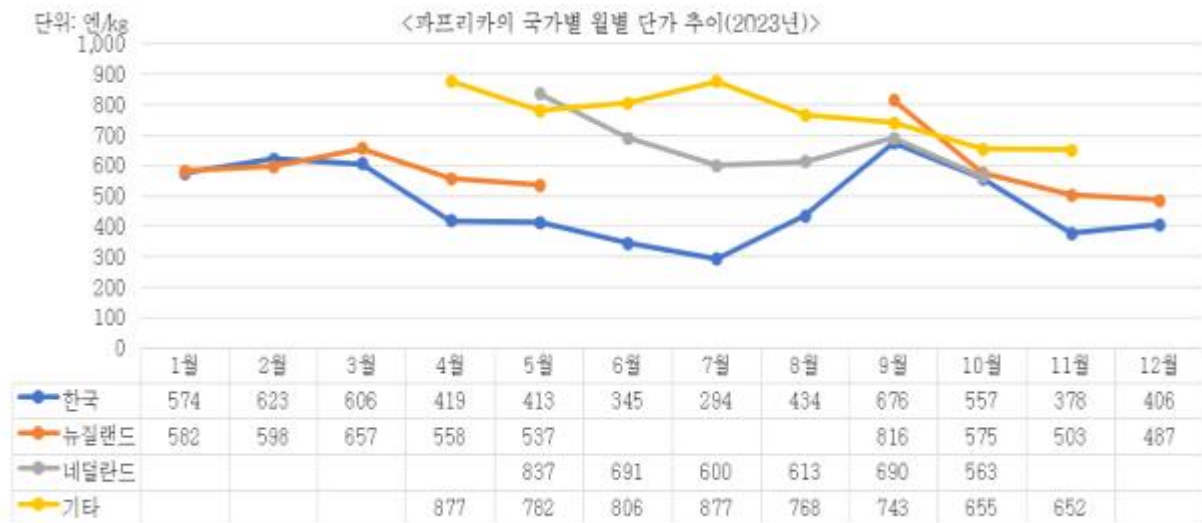
(단위: 엔/kg)

연도	합계	전년대비	한국	전년대비	뉴질랜드	전년대비	네덜란드	전년 대비	기타	전년대비
2018년	368	—	333	—	505	—	488	—	495	—
2019년	325	88.3%	297	89.2%	479	95.0%	439	89.9%	521	105.4%
2020년	352	108.3%	321	108.0%	480	100.1%	506	115.3%	532	102.1%
2021년	372	105.8%	344	107.2%	508	105.9%	502	99.1%	565	106.2%
2022년	393	105.5%	376	109.1%	554	108.9%	836	166.7%	680	120.2%
2023년	460	116.9%	436	116.0%	571	103.1%	645	77.1%	749	110.2%

* 출처: 일본 재무성 '무역 통계'

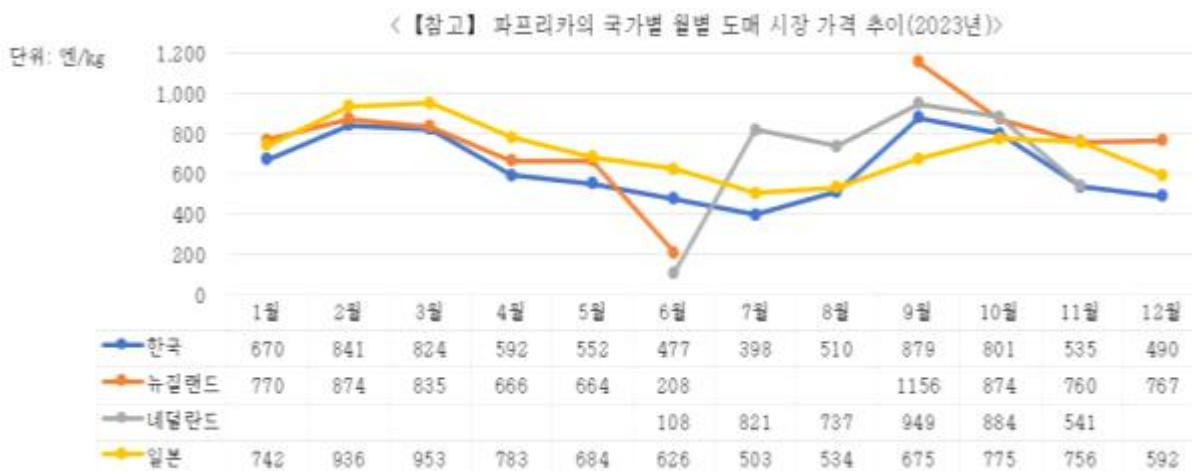


- 수입산 파프리카 전체의 1kg당 단가는 2020년 기준 352엔이었지만, 엔저와 수출 비용 상승으로 인해 2023년에는 1kg당 단가가 460엔까지 높아짐



* 출처 : 일본 재무성 '무역 통계'

- 연중 생산되는 한국산 파프리카는 7월이 수입량이 가장 많고 단가는 294엔으로 1년간 가장 저렴해지는 추세임. 한편, 8월부터 10월은 수입량이 감소하면서 일본 내 유통단가가 상승했으며, 특히 9월은 단가가 676엔으로 8월의 2.3배까지 상승함
- 뉴질랜드산 파프리카는 수입을 개시하는 9월의 단가가 816엔으로 가장 높아짐. 그 후에는 점차 단가가 하락하여 12월에 487엔의 최저가를 기록함. 1월부터 5월에 걸쳐서는 3월이 600엔대로 상승했지만, 그 이외의 달은 500엔대로 안정적인
- 네덜란드도 수입이 개시되는 5월의 단가가 837엔으로 가장 높았으며, 그 외에 수입량이 가장 많은 9월도 단가가 690엔으로 비교적 높은 수치를 보임



* 출처 : 도쿄도 중앙도매시장 '시장 통계 정보(월보, 연보)'

2. 일본산 파프리카 수출 동향

- 일본산 파프리카는 2024년 8월 기준 대부분이 일본에서 소비되고 있어 수출 관련 움직임은 거의 보이지 않음
- 일본산 파프리카 출하량은 7,000t이 넘었지만, 대형 양판점에 연중 유통하기에는 규모가 부족하여 일본 내에서 대치를 위해 노력하는 단계라고 할 수 있음
- 그러나 '베지 원 호쿠토(ベジ・ワン北杜)'와 '미호 하이테크 팜(美浦ハイテクファーム)'을 자회사로 보유한 토미나가상사(富永商事)는 과거에 극소량이지만 수출했던 경험이 있고, 또한 향후 해외 수출도 고려하고 있는 등 일부 기업에서는 해외 수출을 염두에 두고 있음

3. 한국산 파프리카 판매 현황

가. 설문 조사

□ 개요

- ◆ 설문조사 대상 : 20대 이상의 남녀, 주거지는 일본 전국
- ◆ 설문조사 방법 : 인터넷 조사
- ◆ 설문조사 기간 : 2024년 7월 23일~25일
- ◆ 샘플 구성 : 20대 이상의 남녀 10,000명을 대상으로 설문조사를 실시

<성별×연령대별 샘플 수>

(단위 : 명)

연령대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	합계
남성	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000
여성	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000
합계	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	10,000

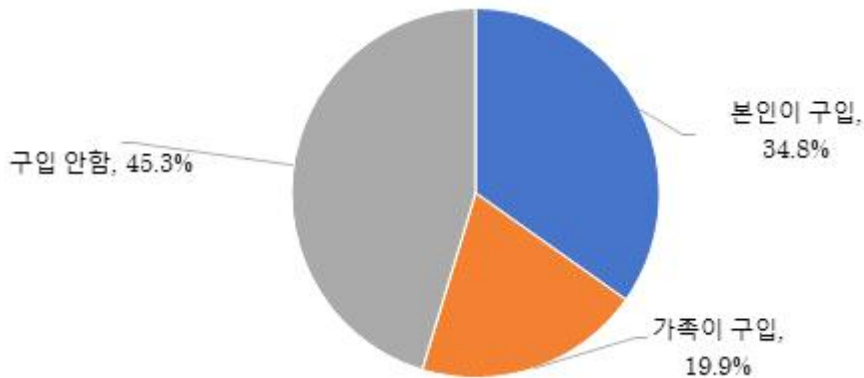
□ 결과 개요

※ SA: 단일응답, MA:복수응답

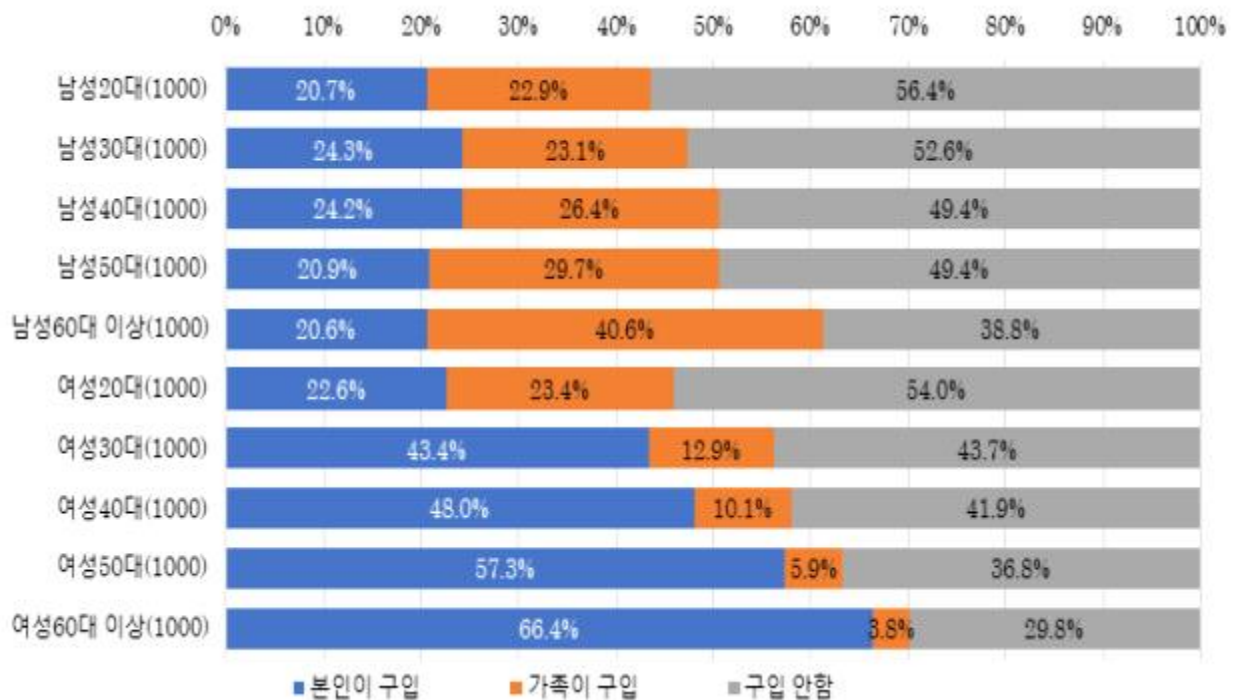
설문	응답 상위 1위	응답 상위 2위
구매자(SA)	'해당 없음' 45.3%	'본인이 구매함' 34.8%
구매 시 선택하는 원산지(SA)	'일본산' 44.8%	'신경 쓰지 않음' 37.8%
한국산 파프리카의 인상(SA)	'딱히 인상이 없음' 39.7%	'가격이 저렴함' 25.1%
구매 목적·이유(SA)	[1위] '식탁에 색감을 더하고 싶음' 44.7%	'건강한 느낌이 있음' 17.8%
	[2위] '요리에 사용하기 간편함' 22.4%	'건강한 느낌이 있음' 19.6%
구매 시 결정요인(SA)	[1위] '우수한 신선도' 33.6%	'선명한 색상과 광택' 31.8%
	[2위] '우수한 신선도' 23.6%	'선명한 색상과 광택' 21.2%
	[3위] '저렴한 가격' 18.4%	'선명한 색상과 광택' 17.8%

1) 파프리카 구매자

① 전체(n=10,000)



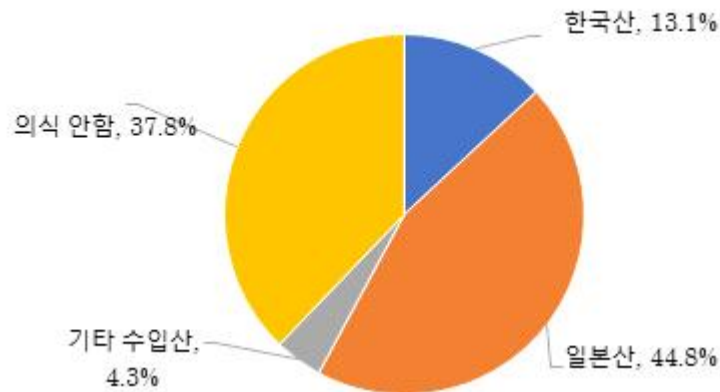
② 성별 · 연령대별(n=10,000)



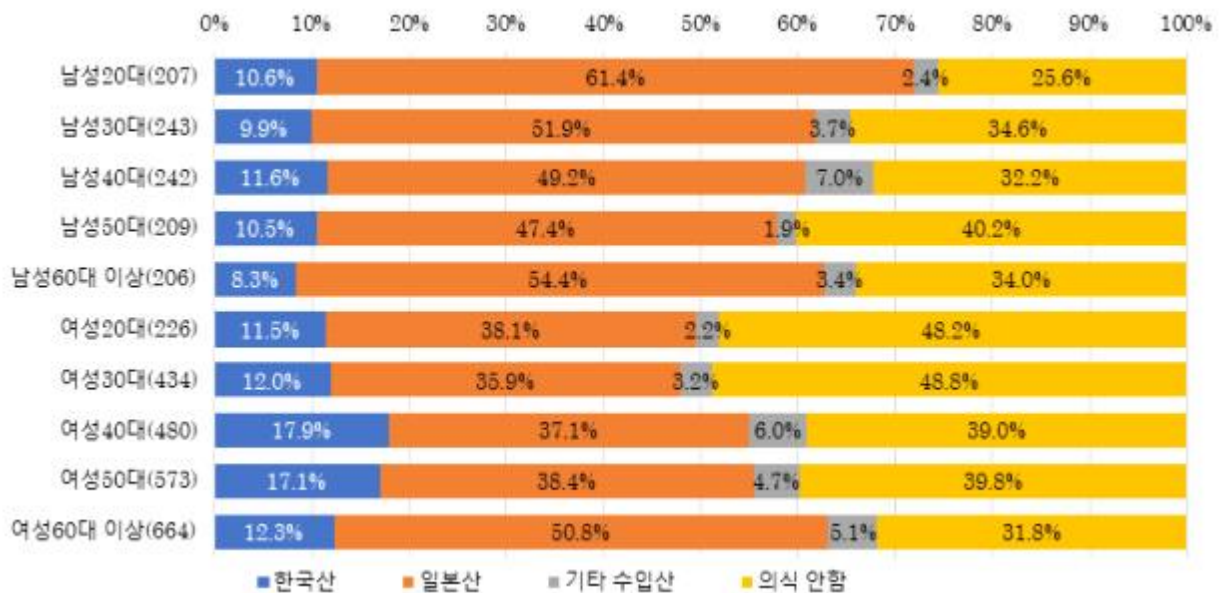
- 파프리카 구매자에 관한 설문조사를 실시한 결과, 10,000명의 대상자에 대해 '구입 안함'이 가장 많은 45.3%를 차지함
- 성별 · 연령대별로 살펴보면 '여성 40대', '여성 50대', '여성 60대 이상'에서는 '본인이 구매함'의 응답이 가장 많았고 연령대가 높을수록 비율도 높아짐. 또한 '남성 60대 이상'의 응답을 살펴보면 '가족이 구매함'의 비율이 40%를 차지함

2) 파프리카 구매 시의 원산지 의식

① 전체(n=3,484)



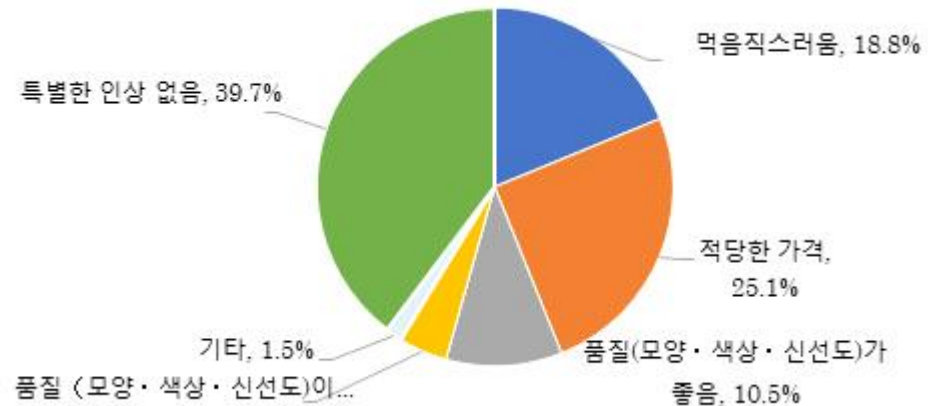
② 성별 · 연령대별(n=3,484)



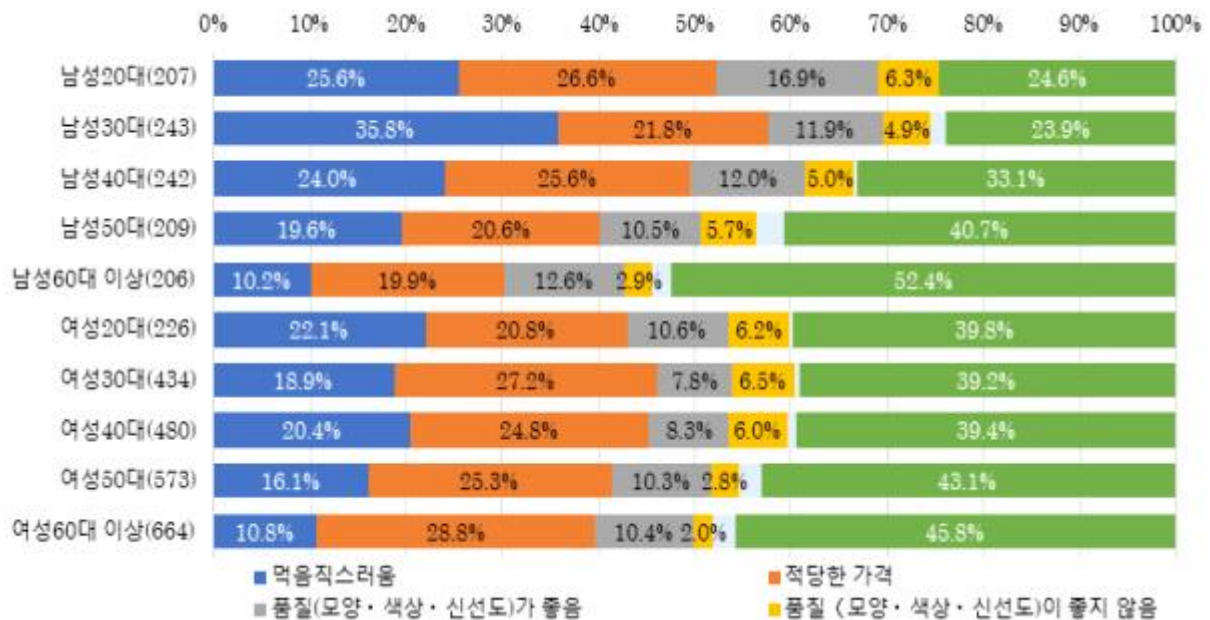
- 본인이 파프리카를 구매하는 소비자층(n=3,484)을 대상으로 실시한 파프리카 구매 시 선택하는 원산지에 대한 설문조사 결과, 시장에 유통되는 파프리카의 약 70%가 한국산임에도 불구하고 '일본산'을 선택하는 비율이 44.8%로 가장 높게 나타남
- '한국산'을 선택한다는 응답은 13.1%에 그쳤지만, 일본산과 한국산 어느 쪽에도 해당하지 않는 '의식 안함'이라는 응답이 37.8%를 차지하면서 부동층이 많다는 점도 밝혀짐
- 성별 · 연령대별로 살펴보면 '여성 40대', '여성 50대'의 응답에서는 '한국산'이라고 응답한 비율이 비교적 높음. 또한 '여성 60대 이상' 이외의 여성층에서는 '의식 안함'이라는 응답 비율이 가장 높게 나타남

3) 한국산 파프리카의 인상

① 전체(n=3,484)



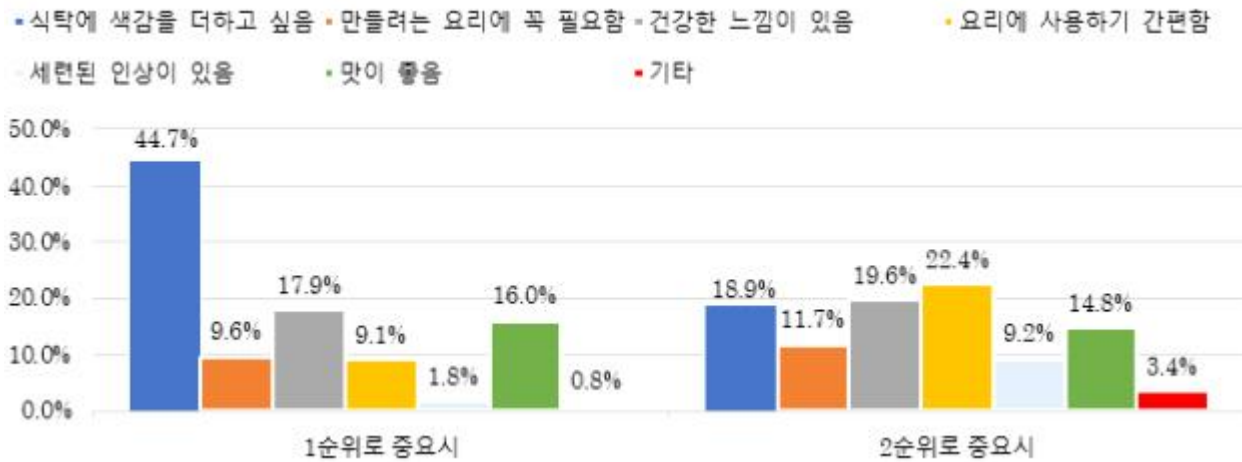
② 성별·연령대별(n=3,484)



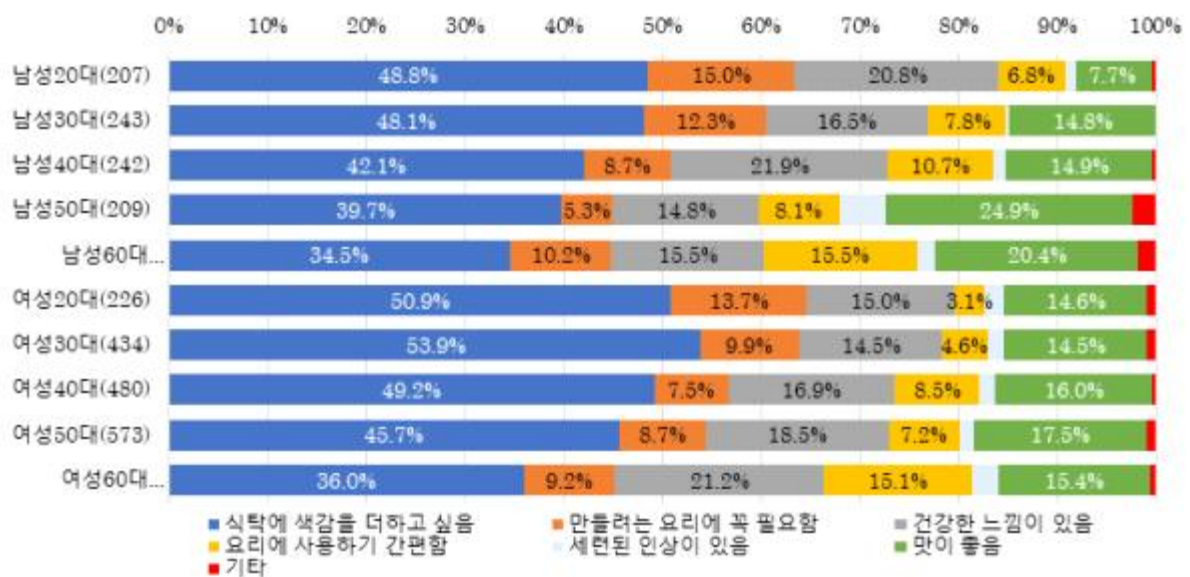
- 파프리카 구매 시 선택하는 원산지를 물었을 때 한국산 파프리카에 대한 인상은 '특별한 인상 없음'이 39.7%로 가장 많고, '가격이 적당함'이 25.1%, '먹음직스러움'이 18.8%로 그 뒤를 이음
- 성별·연령대별에서는 여성 전 연령층, 남성 40대 이상에서 '특별한 인상 없음'이라는 응답이 가장 높게 나타남. 한편 '남성 20대'는 '가격이 적당함', '남성 30대'는 '먹음직스러움'이라는 응답이 가장 높음

4) 파프리카 구매 목적 및 이유

① 전체(n=3,484)



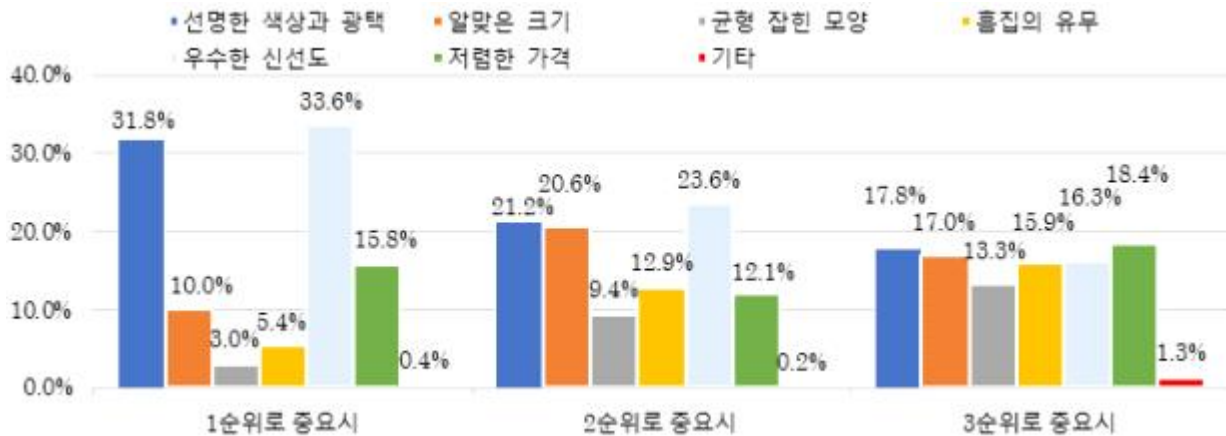
② 성별 · 연령대별 - 1순위로 중요시하는 결정요인(n=3,484)



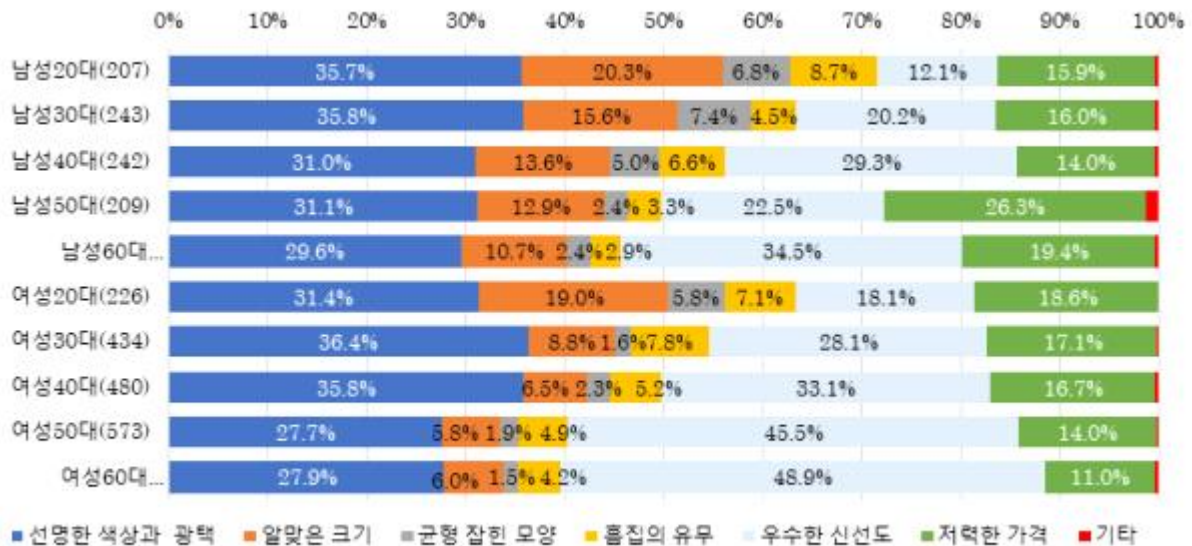
- 본인이 파프리카를 구매하는 소비자층(n=3,484)을 대상으로 파프리카 구매 목적 및 이유로 중요시하는 결정요인을 상위 2위까지 선택해 달라고 했을 때 1순위로 중요시하는 결정요인으로 '식탁에 색감을 더하고 싶음'이 44.7%로 압도적으로 높게 나타남. 2순위로 중요시하는 결정요인으로 '요리에 사용하기 간편함', '건강한 느낌이 있음'이 꼽혔는데 여기에서도 '식탁에 색감을 더하고 싶음'이 상위 3위를 차지함
- 1순위로 중요시하는 결정요인을 성별 · 연령대별로 세분화하면 남녀 모든 연령층에서 '식탁에 색감을 더하고 싶음'이 가장 높게 나타남. 한편 '남성 50대', '남성 60대 이상'에서는 '맛이 좋음'이 20%가 넘는 비중을 차지함

5) 파프리카 구매 시 결정요인

① 전체(n=3,484)



② 성별 · 연령대별 - 1순위로 중요시하는 결정요인(n=3,484)



- 본인이 파프리카를 구매하는 소비자층(n=3,484)을 대상으로 파프리카 구매 시 중요시하는 결정요인을 상위 3위까지 선택해 달라고 했을 때 1순위로 중요시하는 결정요인은 '우수한 신선도'와 '선명한 색상과 광택'이었으며, 모두 30%가 넘는 결과가 나타난다. 2순위에서도 '우수한 신선도'와 '선명한 색상과 광택'을 중요시한다는 흐름이 보이는 가운데, 새로운 응답으로 '알맞은 크기'가 20.6%를 차지함. 3순위에서는 '저렴한 가격'의 비율이 18.4%로 가장 높게 나타났지만, 1순위와 2순위에 비해 응답 비율에 차이가 나타나지 않음
- 성별 · 연령대별로 살펴보면, 연령이 높아질수록 '우수한 신선도'의 비율이 높게 나타난다. 또한 '남성 50대'에서는 '저렴한 가격'의 응답 비율이 높게 나타난다는 특징이 보임

4. 일본산 및 한국산 등 수입산 파프리카의 품질 경쟁력 비교

항목	한국	네덜란드	뉴질랜드	일본
색상과 광택	빨강을 중심으로 노랑, 주황, 초록을 생산	빨강, 노랑, 주황을 생산	빨강 외에 노랑도 생산	빨강, 노랑을 중심으로 생산
크기	M 사이즈를 중심으로 2L, L, S, 2S의 5가지 사이즈를 생산. M과 L이 전체의 80%를 차지함	L 사이즈의 대과 파프리카를 중심으로 생산	M 사이즈를 중심으로 대일수출용 파프리카를 생산	주로 M, L 사이즈를 생산. 일부 기업에서는 소형 과일 파프리카를 생산
모양	일반적인 벨형	벨형 이외에 소량의 원뿔형도 일본에 수입	일반적인 벨형	일반적인 벨형에 더해 타원형의 과일 파프리카와 길쭉한 메가파프리카(팔레르모)를 생산
신선도	해상 운송을 통해 수확 후 다음 날에는 일본 매장에 진열되므로 신선도 높은 파프리카를 제공	항공 운송을 통해 일본에 수입되며, 일본 매장에는 수확 후 4일 전후면 진열	일본의 매장에 진열되기 전까지 신선도 저하를 방지하기 위해 보존 기간이 긴 품종을 채택	충분히 익으면 수확하거나 봉지에 담아 출하함으로써 신선도 높은 파프리카를 제공
병충해	총채벌레, 흰가루병을 경계	흰가루병, 균핵병, 진딧물에 대한 대책으로 애벌레를 활용	총채벌레, 진딧물, 나무이에 대한 대책이 필요	진딧물을 비롯해 총채벌레, 가루이 등
유통 시기	연중 유통되지만, 특히 7~9월의 유통량이 많음	4월~11월에 유통	12월~이듬해 4월 겨울철에 유통	산지별로 출하 시기가 다르지만, 연중 유통
운송 일수 (출하~매장)	1일 전후	4일 전후	3일 전후	0~1일 전후
항공 운송비	—	1,000엔/5kg	1,000엔/5kg	—

1) 한국산 파프리카

- 한국산 파프리카의 주요 생산지는 강원도(5월~12월)와 경상남도(11월~이듬해 6월)이며 연중 수확되어 일본에 수출되고 있음
- 운송 방법은 해상 운송을 이용하고 있으며, 수확 후 다음 날이면 양판점 매장에 진열되므로 신선도가 높은 파프리카를 제공할 수 있음. 해상 운송을 이용하면 항공으로 운송되는 네덜란드산이나 뉴질랜드산보다 운송비가 절감된다는 이점도 있음. 해상 운송의 경우 시모노세키항과 오사카항을 통해 일본으로 들어오며, 특히 시모노세키항은 일본에 수입되는 한국산 파프리카의 60%를 처리함
- 품종은 주로 네덜란드의 엔자사가 판매하는 시로코가 이용되고 있음. 시로코는 과육이 두껍고 수량성, 보존성이 뛰어나 수출용 품질을 갖추고 있음. 규격은 2L(240g 이상), L(180~240g), M(140~180g), S(110~140g), 2S(140g 이하) 사이즈로 분류됨. M과 L이 생산량 전체의 80%를 차지하며, 일본인의 수요는 M 사이즈를 중심으로 형성되어 있음. 한편, 2L, S, 2S 사이즈는 일본에서 규격외품으로 분류되고 있음
- 많이 발생하는 병해충은 총채벌레나 흰가루병이며, 기본적으로는 천적 곤충을 사용하여 대응하고 있지만, 억제하기 어려운 병해충에는 일본의 안전관리기준에 따라 농약을 사용하고 있음

2) 네덜란드산 파프리카

- 네덜란드산 파프리카는 4월~11월에 항공 운송을 통해 일본에 수출되고 있음. 항공 운송 자체는 1일 만에 일본에 도착하지만, 출하 후 수집 기간이나 통관 절차에 시간이 걸리기 때문에 4일 전후의 일수가 소요됨
- 운송 비용은 비행기의 적재 공간 상황에 따라 가격이 변동되며, 2024년 8월 기준 네덜란드에서 일본으로의 항공 운송 비용은 1케이스(5kg)당 1,000엔 전후임
- 네덜란드에서는 L 사이즈 대과 블로키 파프리카가 생산량 전체의 90%를 차지하며, 일본 수출용으로 수출되는 파프리카도 대과 블록 파프리카가 대부분을 차지함. 빨강 파프리카는 나가노, 노랑 파프리카는 볼란테, 주황 파프리카는 오란디노 등의 계통이 일본에 수출되고 있음. 또한 원뿔형의 분트 파프리카도 소량 수출되고 있음
- 주요 병충해로는 흰가루병이나 균핵병이 꼽힘. 이러한 병충해가 발생한 경우 기본적으로는 환부를 제거하는 등 조기 대응하고 있지만, 감염 확대를 억제하기 어려울 때는 하우스 내 모든 식물체를 폐기할 필요가 있음. 진딧물이나 애벌레에 대해서는 주로 사용 빈도를 정해서 농약을 살포하는 식으로 대응하고 있지만, 천적 곤충을 활용하는 사례도 있음

3) 뉴질랜드산 파프리카

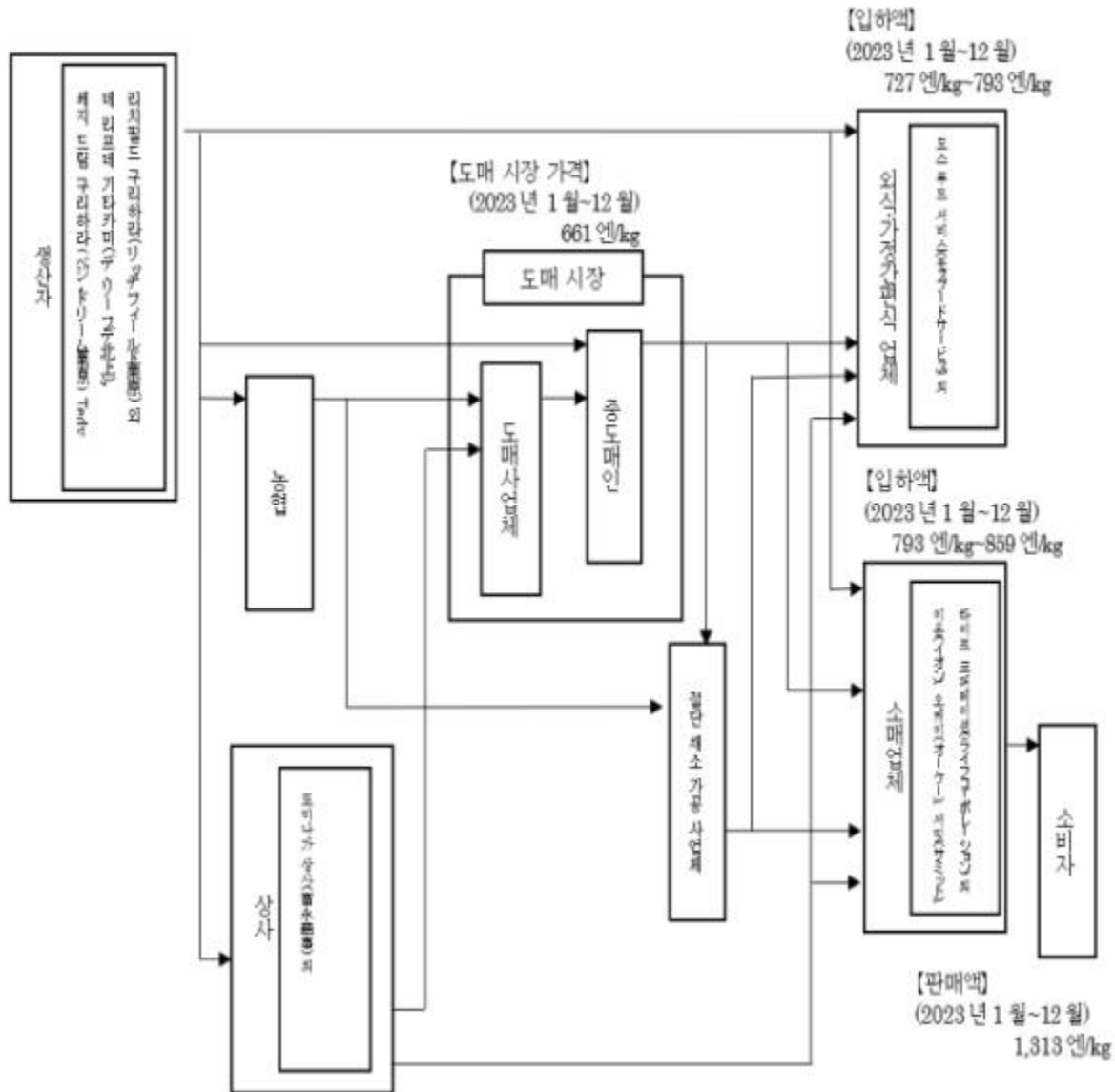
- 뉴질랜드산 파프리카는 12월~이듬해 4월 겨울철에 일본에 수출됨. 주요 운송 수단은 네덜란드산과 마찬가지로 비행기이며, 출하 후 3일 전후면 매장에 진열됨
- 뉴질랜드산 파프리카 철이 9월부터 시작되므로 2024년도의 정확한 운송 비용은 아직 나오지 않았지만, 기본적으로는 네덜란드산 파프리카와 동일한 금액의 항공 운송 비용이 들기 때문에 운송 비용은 1케이스(5kg)당 1,000엔 전후가 될 것으로 수입상사에서는 예상함
- 일본 수출용으로 빨강 파프리카 품종인 스페셜이 생산되고 있음. 이것은 일본인의 수요에 맞는 M 사이즈 크기인 데다 보존 기간이 길어 품질을 해치지 않고 항공 운송할 수 있다는 점이 특징임. 또한 스페셜은 우수품 비율이 높고, 균일도가 우수하며, 색상이 선명하고 배꼽썩음 및 열과에 강하다고 알려져 있음
- 스페셜 이외에 빨강 파프리카는 스피리트, 노랑 파프리카는 피에스타 등의 품종도 생산되고 있으며, 모두 보존 기간이 길다는 특징이 있음
- 병해충으로는 총채벌레, 진딧물, 나무이가 꼽힘. 총채벌레, 진딧물 대책으로는 천적 곤충을 이용하지만, 나무이는 뉴질랜드에서 비교적 새로운 해충이라서 유효한 천적이 발견되지 않아 나무이 대책으로 살충제가 사용되고 있음
- 뉴질랜드와 관련해서는 파프리카 출하가 9월부터 시작되므로 2024년도의 금액은 아직 나오지 않았지만, 기본적으로는 네덜란드 항공 운송 비용과 금액이 비슷하다는 점에서 운송 비용이 1,000엔 전후가 될 것으로 수입업체에서는 예상함
- 살충제를 사용할 경우 총채벌레, 진딧물의 천적 곤충인 노린재를 사멸하게 되어 총채벌레, 진딧물 발생이 증가하는 등의 악순환이 생김

4) 일본산 파프리카

- 일본산 파프리카는 미야기현, 이바라키현, 오이타현 등 3개현에서 전체 생산량의 50%를 차지하고 있지만, 일본의 여러 도도부현에서 파프리카를 생산하고 있어 수입산 파프리카처럼 생산지가 특정 지역에 집중되어 있지 않다는 특징이 있음
- 주로 M, L 사이즈가 생산되며, 소형 후르츠 파프리카를 비롯해 길쭉한 메가 파프리카(팔레르모)를 생산하거나 시장에 유통하는 기업도 있음
- 병충해로는 진딧물을 비롯해 총채벌레, 가루이 등이 확인되고 있음. 다른 국가와 마찬가지로 천적 곤충도 이용해서 대책을 실시하고 있음

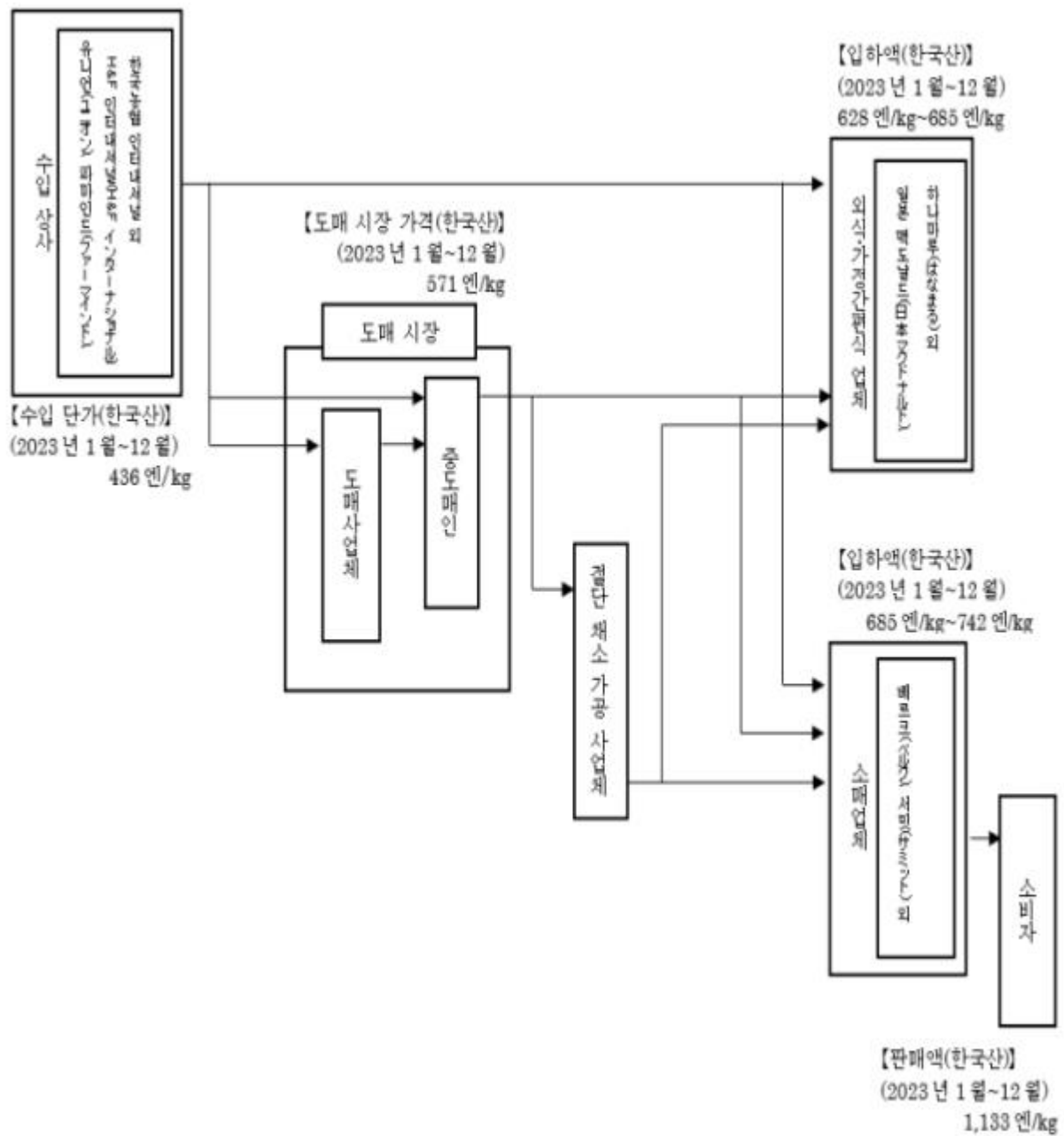
5. 유통 흐름

(1) 일본산



- 일본 청과물의 유통 흐름을 살펴보면 생산자가 출하한 일본산 파프리카를 직접 또는 농협, 상사를 통해 도매 시장에 반입하고 도매사업자가 매입함
- 도매업체는 중도매인에 대해 경매, 입찰, 상대 거래 등을 통해 공정한 가격을 결정하여 외식·가정간편식 업체 또는 소매업체에 판매하는 흐름이 일반적임
- 그러나 도매 시장을 통해 판매할 경우 충분한 가격을 받을 수 없다고 여긴 생산자들이 소매업체 등과 직접 거래하는 유통 경로를 창출하고 있어 도매 시장을 거치지 않는 일본산 파프리카가 많다는 특징이 있음

(2) 수입산(한국산)



- 수입산 파프리카는 수입 상사를 통해 도매 시장에 유입되면 일본산과 마찬가지로 경매나 입찰을 통해 가격을 결정한 후 외식·가정간편식 업체 또는 소매업체에 판매되어 유통됨
- 또한 수입 상사가 도매업체를 거치지 않고 중도매인에게 직접 판매하는 경로나, 마찬가지로 도매 시장을 거치지 않고 수입 상사가 외식·가정간편식 업체 또는 소매업체에 판매하는 경로가 있음

6. 소매점의 파프리카 취급 현황

소매점명	취급 상황
이온(イオン) 	■ 이온은 일본의 대형 양판점 중 하나임 ■ 파프리카 산지별 취급 구성비(2024년 8월)는 한국산 60%:일본산 40% ■ 한국산 파프리카를 주로 취급하고 있지만, 일본산 파프리카의 비중이 점차 높아지고 있음 ■ 네덜란드산은 9월 이후, 뉴질랜드산은 겨울철에 즉 한국산 수입량이 감소하는 시기를 메우는 대체재로 판매하는 데 그치고 있음 ■ 일본산 파프리카는 2020년 이후 소비자 구매가 늘고 있음. 한국산 파프리카와의 가격차가 줄어든 데다 코로나19로 인해 소비자의 위생 의식이 강해지면서 봉지 포장에 대한 수요가 높아짐 ■ 일본산 파프리카는 토미나가상사(富永商事) 그룹이나 사라(サラ)에서 생산된 것을 판매하고 있음 ■ 일부 점포에서는 특가 상품으로 봉지 포장이 없는 일본산 파프리카가 1개당 98엔(2024년 8월)에 판매됨
이토요카도 (イトーヨーカドー) 	■ 이토요카도는 대형 편의점인 '세븐일레븐'을 운영하는 세븐&아이 홀딩스(セブン&アイ・ホールディングス)가 운영하는 양판점임 ■ 파프리카 산지별 취급 구성비(2024년 8월)는 한국산 70%:일본산 30% ■ 일본산 파프리카는 2002년에 설립한 프라이빗 브랜드 '얼굴이 보이는 채소(顔の見える野菜)'로 판매하며, 그 외에 사라(サラ)의 '후르츠 파프리카(フルーツパプリカ)'(228엔) 등을 취급하는 점포도 있음 ■ '얼굴이 보이는 채소'에 대한 주력도는 높지만, 전 매장에서 판매되고 있지는 않기 때문에 판매 규모는 한국산 파프리카가 큼 ■ 한국산 파프리카는 할인특가 상품으로 판매할 때도 있어 고객 유치 상품의 역할도 하고 있음. 2024년 8월 기준 1개당 138엔에 판매되고 있음
라이프(ライフ) 	■ 라이프는 간토 지역과 긴키 지역을 중심으로 운영되고 있음 ■ 파프리카 산지별 취급 구성비(2024년 8월)는 한국산 60%:일본산 40% ■ 일본산 파프리카는 점포에 따라서는 산지직송 코너에서 판매되는 사례도 있으며, 1개당 238엔(2024년 8월)에 판매되고 있음 ■ 한국산 파프리카는 2024년 8월 기준 1개당 178엔에 판매 중이며, 그 외에도 절단 빨강&노랑 파프리카 세트를 1개당 108엔에 판매하고 있음

* 사진 출처 : 이온 홈페이지(<https://www.aeon.info>), 이토요카도 홈페이지(<https://www.itoyokado.co.jp>), 라이프 홈페이지(<http://www.lifecorp.jp/>)

소매점명	취급 상황
야오코(ヤオコー) 	■ 야오코는 사이타마현 중심으로 간토지역에서 운영되는 양판점임 ■ 파프리카의 산지별 취급 구성비(2024년 8월)는 일본산 100% ■ 2024년 전반까지는 한국산 파프리카(L 사이즈)를 판매했지만, 가격 상승으로 인해 가격이 1개당 200엔이 넘으면서 2024년 8월 기준 일본산 파프리카(M 사이즈) 판매 중심으로 전환했으며, M 사이즈는 1개당 119엔, L 사이즈는 1개당 238엔에 판매되고 있음 ■ 일본산 파프리카는 야마나시현, 도치기현, 미야기현 생산품을 판매 중이지만, 일부 점포에서는 사가현에서 생산된 유기농 파프리카(1개당 298엔)도 판매하고 있음 ■ 날개 판매 외에 절단 빨강&노랑 파프리카 세트도 1개당 119엔(2024년 8월)에 판매하고 있음 ■ 또한 사라(サラ, 오카야마현)에서 생산되는 소형 파프리카인 '후르츠 파프리카'를 1봉지당 198엔(2024년 8월)에 판매하고 있음. '후르츠 파프리카'는 일반 파프리카보다 당도가 높아 아이들도 먹기 쉽다는 특징이 있음 ■ 파프리카 판매대에서는 아히조 소스나 버섯을 진열 판매하여 메뉴를 제안하고 있음 ■ 보통 5월과 12월에 파프리카 특가 판매를 하여 BBQ나 크리스마스 요리에서의 사용을 제안하고 있음. 그러나 2024년 5월에는 가격 폭등으로 인해 특가 판매가 보류됨. 일본산으로 교체했지만, 12월에도 특가 판매를 하기는 어려울 것으로 보고 있음 ■ 향후에는 가격 여하에 따라 지금까지 판매한 적이 없는 뉴질랜드산이나 네덜란드산 파프리카의 판매를 검토할 가능성도 큼
베르크(ベルク) 	■ 베르크는 사이타마현 중심으로 간토지역에서 운영되는 양판점임 ■ 파프리카의 산지별 취급 구성비(2024년 8월)는 일본산 100% ■ 계절 또는 시장 가격 동향에 따라 판매용 파프리카의 생산국을 변경하고 있으며, 2023년 11월에는 GABA 함유로 기능성표시식품을 신고한 한국산 파프리카 등을 판매함 ■ 그러나 2024년 8월 기준 한국산 파프리카의 가격 상승으로 인해 일본산 파프리카로 교체하여 판매대를 운영 중임 ■ 일본산 파프리카로는 데 리프데 기타카미(デ・リーフデ北上)나 리치필드 구리하라(リッチフィールド栗原)에서 생산된 파프리카가 판매되고 있으며, 점포별로 취급이 다름. 2024년 8월 기준 판매 가격은 1개당 199엔임

* 사진 출처 : 야오코 홈페이지(<https://www.yaoko-net.com>), 베르크 홈페이지(<https://www.belc.jp>)

소매점명	취급 상황
마루에츠 (マルエツ) 	■ 마루에츠는 도쿄도 중심으로 간토지역에서 운영되는 양판점임 ■ 파프리카의 산지별 취급 구성비(2024년 8월)는 한국산 100% ■ 한국산 파프리카만을 취급하고 있으며, 2024년 8월 기준 1개당 128엔에 판매하고 있음 ■ 점포에 따라서는 오아로의 GABA 함유 파프리카(기능성표시식품, 1개당 198엔)나 봉지 포장된 한국산 파프리카(1개당 198엔)를 판매하는 사례도 보임
오케이 	■ 오케이는 가나가와현에 본사를 두고 간토지역에서 운영되는 양판점임 ■ 파프리카의 산지별 취급 구성비(2024년 8월)는 일본산 60% : 한국산 40% ■ 한국산 파프리카(1개당 134엔) 외에 일본산 파프리카(1개당 173엔)도 판매되고 있음 ■ 한국산 파프리카는 벌크 판매가 아니라 봉지에 담아 판매하는 등의 방식이 보임 ■ 점포에 따라서는 일본산 파프리카만 판매하는 사례도 보임
서미트 (サミット) 	■ 서미트는 간토 지역을 중심으로 운영되는 양판점임 ■ 파프리카의 산지별 취급 구성비(2024년 8월)는 일본산 40% : 한국산 60% ■ 2024년 8월 현재 한국산 파프리카는 가격이 1개당 198엔인 데 비해 일본산 파프리카는 1개당 258엔에 판매하고 있음 ■ 또한 한국산 파프리카는 절단 빨강&노랑 파프리카 세트도 판매하고 있음 ■ 일본산 파프리카는 홋카이도 샐러드 파프리카(北海道サラダパプリカ)가 생산하는 파프리카를 판매하고 있음. 일반 파프리카에 더해 길쭉한 이탈리아형 파프리카인 팔레르모(1개당 258엔)도 판매하고 있음

* 사진 출처 : 마루에쓰 홈페이지(<https://www.maruetsu.co.jp/>), 오케이 홈페이지(<https://ok-corporation.jp/>), 서밋 홈페이지(<https://www.summitstore.co.jp/>)

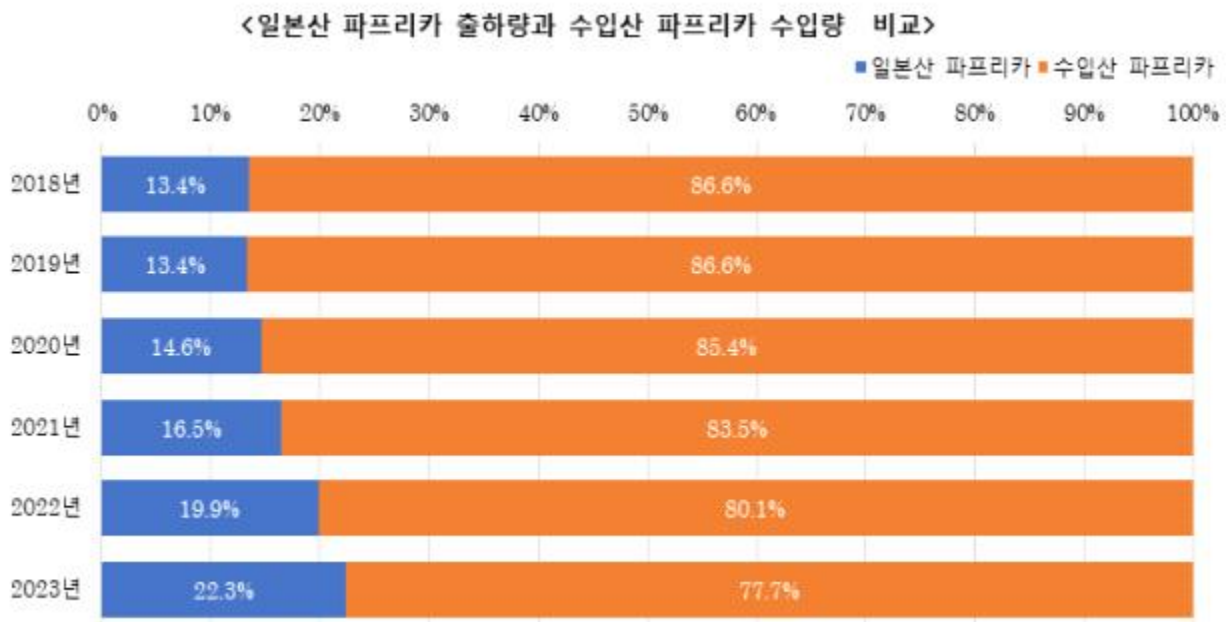
7. 일본산 및 수입산 파프리카의 출하량 비교

[도표-12 : 일본산 파프리카 출하량과 수입산 파프리카의 수입량 비교]

(단위 : 톤)

연도	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
일본산	6,177	6,600	6,290	6,500	7,130	7,200
구성비	13.4%	13.4%	14.6%	16.5%	19.9%	22.3%
수입산	39,761	42,592	36,804	32,959	28,763	25,027
구성비	86.6%	86.6%	85.4%	83.5%	80.1%	77.7%
합계	45,938	49,192	43,094	39,459	35,893	32,227
구성비	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

* 출처 : 일본 농림수산업성 '지역 특산 채소 생산 현황 조사', 일본 재무성 '무역 통계'를 바탕으로 후지경제 조사



- 일본산 파프리카의 출하량과 한국산 파프리카의 수입량을 비교하면 2018년 기준 일본산 파프리카는 13.4%인 데 비해 수입산 파프리카는 86.6%를 차지함
- 그러나 2023년에는 일본산 파프리카가 22.3%인 데 비해 수입산 파프리카가 77.7%로 비중이 변화했으며, 일본산 파프리카의 비중이 약 10% 높아짐
- 일본산 파프리카는 2020년에 코로나19 유행으로 인한 소비 둔화의 영향으로 출하량은 전년 대비 하락했지만, 2021년 이후에는 증가세로 돌아섰고 2022년에는 7,000t을 상회하면서 성장세를 보임

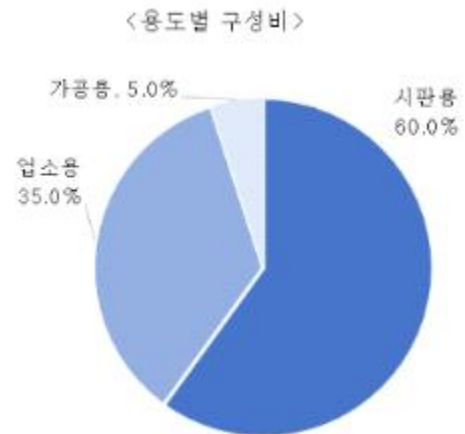
- 수입산 파프리카는 2019년에 수입량이 4만t을 상회하는 규모로 성장함. 그러나 2020년 이후에는 수입량 전체의 80%를 차지한 한국산 파프리카의 수입량 감소로 인해 수입량 전체가 전년 대비 하락세로 돌아섬

8. 용도별 출하량 추이

- 파프리카 전체의 용도별 출하량 수치는 아래와 같음

〈시판용 : 업소용 : 가공용 = 60 : 35 : 5〉

- 양판점을 중심으로 유통되고 있는 시판용의 비중이 가장 높으며 전체의 60%를 차지함
- 외식 · 가정간편식 용도로 사용되는 업소용이 35%를 차지하며, 절단 채소 가공 사업체가 절단 채소를 제조할 때 사용하는 가공용의 구성비가 5%임



항목	증감 요인, 시장 트렌드
시판용	■ 시판용은 양판점을 중심으로 유통되고 있으며, 가격 경쟁력이 높은 한국산 파프리카를 중심으로 판매대가 꾸러짐 ■ 한국산 파프리카로 판매대를 주로 채우는 한편, 네덜란드산 파프리카는 8월 후반부터 10월, 뉴질랜드산 파프리카는 1월~3월 등 한국산 파프리카의 유통량이 줄어드는 시기에 매장에 진열되는 대체재적 성격이 강함 ■ 2020년에는 한국산 파프리카가 1개당 127엔에 판매되었지만, 2020년 이후에는 한국산 파프리카 가격이 점차 폭등하여 파프리카 소비도 축소세를 보임 ■ 2024년 1월~6월의 한국산 파프리카의 평균 매장가격이 197엔 전후까지 상승하면서 일부 양판점에서는 일본산 파프리카로 교체하여 판매함 ■ 또한 2024년에는 특가 판매를 보류하는 양판점도 출현하기 시작했고 바이어의 주력도도 축소세를 보이면서 판매대를 축소하는 움직임도 발생하는 등 어려운 상황이 지속되고 있음

항목	증감 요인, 시장 트렌드
업소용	■ 업소용은 코로나19가 안정되면서 2022년 이후 외식 시장이 회복세를 보임. 그러나 다양한 식재료의 폭등이 지속되면서 식재료비 절감의 움직임이 강해지고 있어, 가격 상승세를 보이는 파프리카도 다른 식재료로 대체하거나 사용량을 억제하는 움직임이 중소규모의 외식 체인을 중심으로 나타나고 있어 업소용 출하량도 감소세를 보임 ■ 외식시장에서 파프리카는 주로 샐러드 메뉴에 사용됨. 샐러드 메뉴는 '맥도날드' 등 햄버거 체인에서 대표 메뉴로 정착되어 있음. 또한 대표 메뉴는 아니더라도 'RF1' 등의 반찬 체인이나 양판점 반찬 코너에서도 샐러드 메뉴에 파프리카가 자주 사용되고 있음 ■ 샐러드 이외의 메뉴로는 편의점에서 피클에 파프리카를 사용하고 있는데 대형 편의점 체인인 '세븐일레븐'에서도 '사과식초로 만든 부드러운 피클' 등이 출시되고 있음 ■ 2024년 메뉴 트렌드는 패밀리 레스토랑 '가스토 (ガスト)'가 봄 메뉴 개편 때 '햄버그와 함께 채소도 섭취할 수 있다'를 콘셉트로 내세운 '구운 아보카도를 곁들인 이탈리아인 스테이크 햄버그 (焼きアボカドのイタリアン粗挽きステーキハンバーグ)'에 파프리카가 사용되면서 햄버그 등 고기 메뉴의 곁들임 채소로서의 파프리카 용도가 제시됨 ■ 또한 2024년 8월에는 덴동(튀김덮밥) 체인 '덴동텐야(天丼てんや)'의 여름 한정 메뉴 '여름 채소 미니 덴동과 1인분 소바 세트(夏野菜ミニ天丼と1人前そばのセット)'에서 여름 채소 튀김의 식재료로 파프리카가 사용됨
가공용	■ 가공용은 주로 절단 채소 등의 용도로 사용되며 구성비는 5%에 그침. 절단 채소는 '조리 간편성'으로 인해 수요가 증가하고 있는 상품임 ■ 조미료인 파프리카 파우더나 필라프 등의 냉동식품에 파프리카가 원재료로 사용되고 있음. 그러나 조미료와 냉동식품의 대부분은 해외 공장에서 제조하여 일본에 수입되기 때문에 대상에서 제외됨 ■ 냉동 채소로 판매되는 파프리카도 보이지만, 이러한 상품도 중국 등 해외에서 냉동하여 일본에 수입되기 때문에 용도 대상에서 제외됨



* 사진 출처 : 맥도날드 홈페이지(www.mcdonalds.co.jp/), 가스토 홈페이지(www.skylark.co.jp/gusto/)

9. 가격 동향

[도표-13: 한국산 파프리카와 일본산 파프리카의 매장가격 동향] (단위 : 엔)

산지	2020년 전체	2021년 전체	2022년 전체	2023년 전체	2024년(1~6월)
한국산	127	137	144	170	197
일본산	187	179	197	197	218

* 출처 : 세이유 매장가격을 바탕으로 한 판매가격 추이 사이트(<https://onedannote.com/59/>)와 야오코(ヤオコー) 등의 양판점에 히어링 조사를 실시하여 후지경제 추정

[<참고> 양판점의 한국산 파프리카 월별 매장가격 동향(2023년)] (단위 : 엔)

1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
167	198	198	167	140	153	153	151	187	199	163	166

출 처 : 세이유 매장가격을 바탕으로 한 판매가격 추이 사이트(<https://onedannote.com/59/>)와 야오코(ヤオコー) 등의 양판점에 히어링 조사를 실시하여 후지경제 추정

[매장가격(세금별도)]

산지	2024년 8월 매장가격
한국산	128엔, 134엔, 138엔, 158엔, 159엔, 178엔, 198엔, 238엔
일본산	173엔, 193엔, 199엔, 238엔, 298엔, 398엔

* 출처 : 후지경제 추정

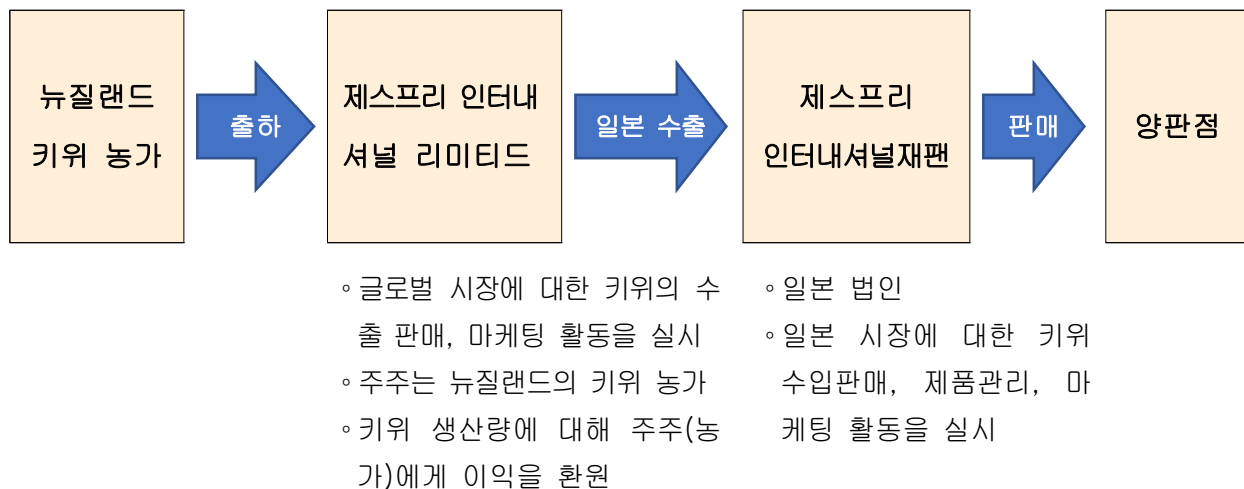
- 이온(イオン)이나 야오코(ヤオコー) 등의 일본 유명 양판점에 따르면 한국산 파프리카 가격은 상승세를 보이는 상황으로, 2020년에는 1개당 127엔 전후의 매장가격에 판매할 수 있었지만 2024년에는 1월~6월 평균 매장가격이 1개당 197엔 전후까지 상승함
- 2024년 8월 기준 1개당 128~238엔 전후의 가격대에서 판매되고 있으며, 2024년 1월~6월 보다는 가격이 약간 안정되어 있음. 그러나 1개당 200엔이 넘는 가격에 판매하는 사례도 보여, 소비자의 외면을 우려하는 의견도 있음
- 특가 판매를 연 1회 실시할 수 있을지도 불확실하다는 바이어의 의견도 있으며, 실제로 양판점인 야오코(ヤオコー)에서는 2024년 5월 특가 판매가 보류됨
- 한편, 일본산 파프리카도 가격 자체는 상승했지만, 한국산 파프리카와의 가격차는 점차 줄어들어 2024년 8월 기준 1개당 173엔~398엔 전후의 가격대에서 판매되고 있음
- 양판점인 이온(イオン)에서는 2024년 8월에 특가 상품으로 일본산 파프리카를 1개당 98엔에 판매하는 등 한국산 파프리카의 판매가격을 일본산 파프리카가 하회하는 사례도 발생하고 있음

IV. 외국산 청과물 유통·판매 구조의 우수 사례

[뉴질랜드산 키위 '제스프리' 브랜드]

- 뉴질랜드산 키위는 '제스프리'라는 통합브랜드로 일본에 수출되고 있음. 뉴질랜드에 본부를 둔 제스프리 인터내셔널 리미티드의 일본 창구로서 제스프리 인터내셔널 재팬(ゼスプリ・インターナショナル・ジャパン)이 수입, 제품관리, 마케팅 활동을 집약하여 처리하는 구조임

<'제스프리' 브랜드의 판매 구조>



- 뉴질랜드산 키위를 취급하는 기업을 제스프리그룹으로 집약하여 가격경쟁으로 인한 가격 하락을 방지하고 있으며, '제스프리' 브랜드에 대규모 마케팅 비용을 집중적으로 투입할 수 있어 소비자의 인상에 남는 TV CF, SNS 홍보가 가능해지면서 브랜드 인지도를 높여옴
- 또한 동사는 생산자에게 생산 매뉴얼을 제공하는 등 뉴질랜드산 키위의 품질 균일화를 위한 대처에도 힘을 쏟고 있음
- 뉴질랜드산 키위 '제스프리'가 일본 시장에 정착한 데에 가장 기여한 대처는 양판점을 대상으로 목표 달성 리베이트를 실시한 시책이라는 의견이 수입 상사에서 나옴
- 목표 달성 리베이트는 전년 매출에 대해 양판점 측이 목표 신장률을 설정하고 해당 금액을 달성하면 리베이트가 지급된다는 전략임
- 거래처의 동기를 향상시키고, 그 외에도 지급되는 금액이 커짐으로써 바이어가 키위 판매에 힘을 쏟을 수 밖에 없는 여건이 조성되고 있음



* 사진 출처: 제스프리 인터내셔널 재팬 홈페이지(<https://www.zespri.com/ko-KR/>)

V. 한국산 파프리카의 대일수출 확대 전략

1. 한국산 파프리카의 수출 확대를 위한 과제

- 파프리카에 대한 식경험이 부족하고, 또한 한국산 파프리카에 대한 소비자의 인지도가 약해서 충분한 인지도를 창출하지 못함
 - 일본 국민 1명당 연간 파프리카 소비량은 2023년 기준 259g(파프리카 1개를 150g이라고 가정하면 약 1.7개)에 그치고 있는데 이에 관해서는 파프리카에 대한 식경험 부족을 지적할 수 있음
 - 한국산 파프리카의 인상에 관한 소비자 조사 결과를 살펴보면 약 40%가 '딱히 인상이 없음'이라고 응답하여 소비자 중 다수가 한국산 파프리카에 대한 구체적인 이미지를 가지고 있지 않다는 점이 밝혀짐
 - 수요 확대를 도모하기 위해서는 섭취 기회를 확대하여 식경험이나 한국산 파프리카 관련 정보를 소비자에게 제공함으로써 특히 한국 식재료로서의 인지도를 확산시킬 필요가 있음. 그러나 식경험과 정보 모두 소비자에게는 충분히 제공되지 않아 만족스러운 판촉이 이루어지지 않았다고 할 수 있음
- 구매 시에 '일본산' 여부를 신경 쓰는 소비자가 많아 매장에서조차 위생과 가격 측면에서 일본산 파프리카의 존재감이 커지고 있음
 - 파프리카 구매 시 신경 쓰는 원산지에 관한 소비자 조사 결과를 살펴보면 '일본산'을 신경 쓰는 소비자가 44.8%로 가장 높게 나타남
 - 일본산 파프리카의 출하량은 한국산 파프리카의 약 10% 정도에 그쳤지만, 2022년에는 출하량이 7,000t을 넘는 등 점차 확대되는 추세임
 - 소비자는 일본산 채소에 대해 안심할 수 있고 안전하다는 이미지를 지니고 있으며, 일본산 파프리카에 관해서도 동일한 이미지를 가지고 있음. 코로나19 이후에는 봉지에 담아 판매하면서 높은 위생 수준을 더욱 어필하게 되었고 이는 소비자의 구매를 끌어내는 요인 중 하나로 작용하고 있음
 - 한국산 파프리카는 2020년 이후 매장가격이 상승세를 보여, 그동안 강점이었던 가격 경쟁력이 약해지면서 일부 양판점에서는 일본산 파프리카로 교체하는 움직임이 나타나고 있음

■ **업소용에서는 대형 외식 체인을 중심으로 탄탄한 수요가 보이지만, 일본산 채소 사용을 고수하는 외식 체인에 채택되기는 어려움**

- 수입량이 감소세를 보이지만, 한국산 파프리카의 2023년 수입량은 2만 1,538t으로 일본산 파프리카나 다른 수입산 파프리카와 비교해도 압도적인 수량을 차지함
- 특히 대형 외식 체인과의 연간 계약을 통해 일정 수량의 공급을 가능하게 만든다는 강점으로 인해 업소용에서는 한국산 파프리카가 향후에도 주류를 유지할 것으로 보임
- 그러나 일본산 채소 사용을 고수하는 외식 체인이 일정 수 존재하는데 이러한 외식 체인에서는 일본산 채소를 사용함으로써 메뉴에 안전·안심이나 지산지소(일본식 신토불이)와 같은 부가가치를 부여하여 소비자 수요를 창출하는 활동을 중요시하고 있다는 점을 고려하면 한국산 파프리카가 채택되기는 어려움
- 대표적인 예로는 대형 햄버거 체인 '모스버거(モスバーガー)'를 꼽을 수 있으며, 그 외에도 만두 체인 '교자노오쇼(餃子の王将)'도 2014년경부터 일본산 채소 사용을 추진하면서 '팔보채'에 사용하던 한국산 파프리카를 일본산 당근으로 교체함

■ **한국 농가의 파프리카의 일본 수출과 생산 자체에 대해 소극적인 태도 증가 추세**

- 한국산 파프리카는 원래 외화 획득을 목적으로 생산이 개시되어 일본 수출이 시작된 채소이지만, 점차 한국 국내 수요도 증가하여 2024년 8월 현재는 한국 국내용이 생산량 전체의 60%를 차지함
- 2022년경부터 원화 대비 엔저 현상으로 인해 한국산 파프리카의 대일수출 수익성이 저하되어 일본에 수출하는 것보다 한국 국내에 파프리카를 출하하는 편이 수익을 창출할 수 있을 것으로 생각하기 시작한 농가가 늘어나면서 일본 수출에 대한 주력도가 약화됨
- 겨울철 난방비 등 원재료 비용의 상승도 파프리카를 생산하는 농가를 괴롭히는 요인으로, 파프리카에서 토마토 등 다른 채소 작물로 전환하는 움직임도 나타나는 등 생산면적 축소도 일어나고 있음

■ **가격 변동이 심해서 공급 안정성이 부족하기 때문에 계획적인 마케팅 전략을 수립하기 어렵다는 등의 이유로 수입 상사가 불안해하고 있음**

- 수입산 파프리카는 매달 수입되는 수량이 단가의 증감 폭에 영향을 주고 있어 가격 변동이 심하기 때문에 공급 측면에서 안정성이 부족함

- 특히 최근에 한국산 파프리카는 생산량 감소세를 보여, 수입업체에서는 월별 수입량과 단가 모두 예측하기 어려워 영업 계획을 수립하기 어렵다는 등 한국산 파프리카에 대해 취급하기 어려운 상품이라는 인상이 강해진 상태임

2. 한국산 파프리카의 수출 확대를 위한 가능성

■ '색감'에 신경 쓴 파프리카 용도를 제안하면 수요 확대에 이어질 가능성이 있음

- 파프리카 소비량을 확대하기 위해서는 식경험을 제공하여 취식 기회를 늘릴 필요가 있음. 파프리카는 주로 샐러드, 볶음 요리에 사용되고 있음. 레시피 사이트를 보면 중식(팔보채, 고추잡채, 일본식 탕수육), 양식(라타투유, 파에야 등), 동남아시아 요리(팟카파오, 그린카레 등) 등이 소개되고 있지만, 현재 요리 메뉴로 정착되어 있지는 않음
- 파프리카 구매 목적 및 이유에 관한 소비자 조사 결과를 살펴보면 40% 이상이 '식탁에 색감을 더하고 싶음'이라고 응답했으며, 이것이 모든 성별·연령대에서 가장 많은 응답을 차지함. 2017년 일본의 유행어 대상에 '인스타 감성'이라는 말이 후보에 오르는 등 일본인은 '색감'에 관심이 높다는 점을 고려하면 파프리카 용도를 제안할 때 '색감'에 신경 쓴 요리를 제안하는 식으로 소비자에게 파프리카 사용 용도를 제안하면 수요가 확대될 가능성이 있음

■ 한국산 파프리카의 이미지로서 소비자에게 '우수한 신선도'를 정착시킬 필요가 있음

- 소비자 조사 결과 파프리카 구매 시 중요시하는 결정요인으로 '우수한 신선도'와 '선명한 색상과 광택'이라는 응답이 모두 30%를 넘음
- 한국산 파프리카는 수확 후 일본 매장에 진열되기까지 시일이 1일 전후밖에 걸리지 않아 높은 신선도를 자랑함. 한국산 파프리카의 인상이 약하다는 상황을 벗어나기 위해서도 '우수한 신선도'를 이미지로서 정착시킬 필요가 있음

3. 한국산 파프리카의 대일수출 확대를 위한 방안

■ 소비자에게 한국 식재료로서 한국산 파프리카를 인식시키기 위해 충분한 판촉 활동을 전개할 필요가 있음

- 한국산 파프리카의 인상이 약하다는 점을 불식시키기 위해서는 정보 제공이 중요하며, 우수한 신선도와 더불어 한국산 식재료임을 판촉 활동을 통해 소비자에게 강하게 인식시킬 필요가 있음

- 구체적인 판촉 시책으로는 다른 한국산 채소나 과일과 함께 '한국산 채소·과일 페어'라는 형태로 판매대를 꾸리는 매장 판촉 활동을 비롯해 한국 여행 초대권 등의 한국 관련 경품이 당첨되는 선물 캠페인 등도 꼽을 수 있음
 - 수입 상사에서는 '한국산 채소·과일 페어'를 실시할 때 파프리카 이외에도 판매할 한국산 채소·과일 후보로 참외를 꼽음
 - 파프리카 자체의 식경험이 부족한 것을 고려하면 취식 기회를 확대할 수 있는 요리를 제안하는 등의 판촉 활동도 추진할 필요가 있음. 소비자 조사에서 파프리카의 구매 목적 및 이유로는 '식탁에 색감을 더하고 싶음', 구매 시에 중요시하는 결정 요인으로서는 '우수한 신선도', '선명한 색상과 광택'을 선택하는 응답이 가장 많았다는 점을 고려하면 색감이나 신선도를 테마로 한 오리지널 한식을 유명 셰프를 통해 소개하는 것도 파프리카를 한국 식재료로 인식하게 하여 인지도를 높일 가능성이 있음
- 신규 고객을 창출할 계기를 만들기 위한 방안으로 봉지 등의 포장을 도입하면 한국산 파프리카의 높은 위생 수준과 우수한 신선도를 어필할 가능성이 있음
- 일본산 파프리카는 봉지를 도입한 상품이 많은데 이는 코로나19 이후 식재료의 위생 측면을 신경 쓰는 소비자가 증가하여 봉지 포장 형태로 판매함으로써 소비자의 구매를 끌어내는 계기를 창출함. 한국산 파프리카는 벌크 판매를 중심으로 이루어지고 있기 때문에 봉지 등의 포장을 도입하면 식재료에 높은 위생 수준을 바라는 소비자층의 요구를 새롭게 창출할 수 있고, 또한 한국산 파프리카의 높은 안심·안전도를 어필할 가능성이 있음
 - 포장을 도입하면 파프리카 자체의 신선도를 높일 수 있어 소비자의 구매 결정요인인 '우수한 신선도'를 어필할 수 있고, 또한 손실률 저하 등의 효과도 기대할 가능성이 있음
 - 포장 자체에 한류 아이돌 등을 인쇄하면 한국산 파프리카 판매대에서 높은 존재감을 나타낼 가능성이 있음. 또한 소비자 조사에서 원산지에 대해 '신경 쓰지 않음'이라고 응답한 소비자층이나 한국산 파프리카에 대해 '딱히 인상이 없음'이라고 응답한 소비자층에게 한국산 파프리카에 대한 인상을 각인시킬 가능성이 있음
 - 포장에 QR코드를 부착하면 소비자에게 QR코드 스캔 방식을 통해 레시피도 소개하는 등 벌크 판매 때는 실시하기 어려웠던 판촉 제안을 할 수도 있음

■ **포인트 환원 캠페인을 실시하여 파프리카의 부가가치를 높일 필요가 있음**

- 한국산 파프리카의 가격 경쟁력이 약화되고 있는 상황을 고려하면 한국산 파프리카의 새로운 부가가치를 제안할 필요성이 있으며, 소비자를 위한 판촉으로 포인트 환원 캠페인도 추천 대안임
- 포인트 환원 캠페인이란 소비자가 물품을 구매하면 구매 금액에 맞춰 포인트를 받을 수 있는 시책으로, 다양한 상품과 식품의 가격 상승으로 인해 소비자의 구매 심리가 축소된 점을 고려하면 소비 행동을 통해 소비자가 혜택감과 만족감을 얻을 수 있는 포인트 환원 캠페인이 한국산 파프리카의 수요 확대를 도모하는 활동으로서 효과적일 가능성이 있음
- 일본에서는 '포인트 활동'이라는 용어가 정착했을 정도로 소비자들이 포인트에 부가가치를 쉽게 느끼는 성향을 보임

■ **뉴질랜드산 키위 '제스프리'처럼 한국산 파프리카도 통합브랜드를 전개할 필요가 있음**

- 청과·과일의 브랜드화에 관해서는 뉴질랜드산 키위 통합브랜드인 '제스프리'가 유명함. 이처럼 통합브랜드로 전개하면 가격 경쟁으로 인한 가격 하락을 방지하고, 대규모 마케팅 비용을 집중적으로 투입할 수 있다는 장점이 있음
- 일본산 파프리카를 취급하는 일부 기업에서는 브랜드화를 추진하여 소비자에게 브랜드 인식을 확산시키려고 하고 있지만, 현재는 공급량이 적어 연중 판매를 할 수 없기 때문에 충분한 브랜드 인지도가 확산되지 않은 상태임
- 따라서 한국산 파프리카가 '제스프리' 브랜드처럼 통합브랜드를 전개하여 일본산 파프리카보다 먼저 브랜드를 확립한다면 한국산 파프리카의 우위성을 높일 가능성이 있음

■ **한국산 파프리카 가격의 안정화를 도모하여 마케팅 시책 환경을 개선할 필요가 있음**

- 한국산 파프리카는 월별 가격 변동, 수입 수량의 증감 폭이 크기 때문에 수입 상사 등은 공급 안정성에 문제를 느끼고 있음. 따라서 한국에서 한국산 파프리카의 생산량 회복을 도모해야 한다는 점에서 작물 전환 등으로 인해 한국산 파프리카 생산량이 감소한 농가 등의 생산자에 대한 지원책을 실시해야 할 필요가 있음
- 또한 일본에서도 상사 등 중간 유통에 대한 지원책을 실시함으로써 한국산 파프리카 취급을 지원할 필요가 있음
- 파프리카 가격의 안정화를 실현하는 것이 일본 시장에서 판매 촉진을 위한 마케팅 시책을 펼치기 쉬운 환경 정비로 이어질 가능성이 있음