지구촌리포트(오사카지사)

주요 내용 및 시사점

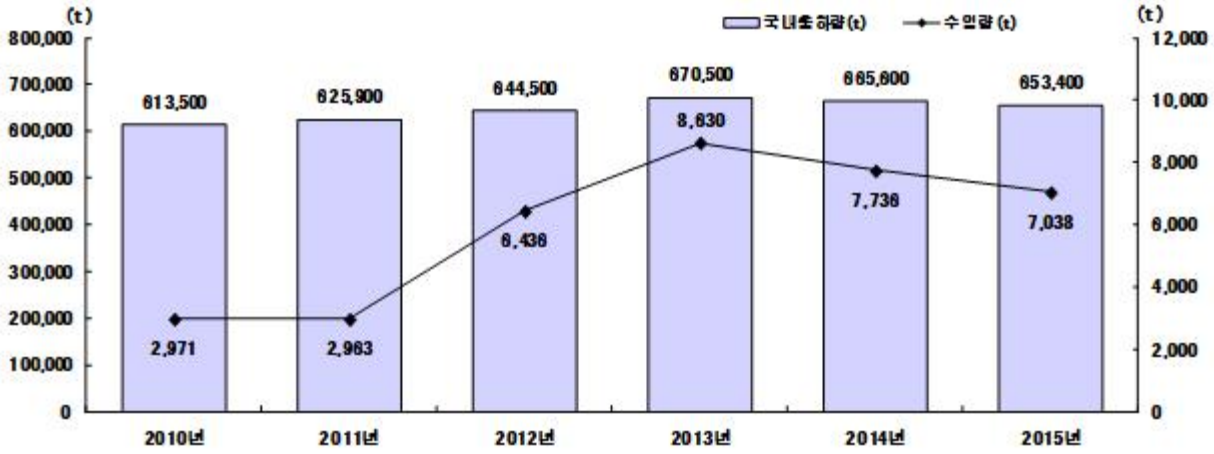
▢ **제　목 : 일본 토마토시장의 동향과 향후 전망**

▢ 주요내용

ㅇ 일본의 토마토시장

- 토마토는 일본에서 연간 1인당 구매가격이 가장 높은 인기 야채의 하나로 2015년 일본산 토마토의 연간 출하량은 65만 3,400톤, 수입량은 7,038톤이며 일본에서 수입 토마토의 점유율은 1% 정도임. 일본에서는 주로 생식 수요이며 신맛과 토마토의 특유한 냄새가 적은 분홍색 계열의 품종이 주류임. 또한 전체 생산량의 15%정도는 방울(미니)토마토이며, 최근에는 대과(완숙)와 방울토마토의 중간에 해당하는 중과(미디토마토, 과일토마토 등)의 생산량이 증가 추세에 있음.

<일본의 토마토 출하량 및 수입량 추이(2010~2015)>

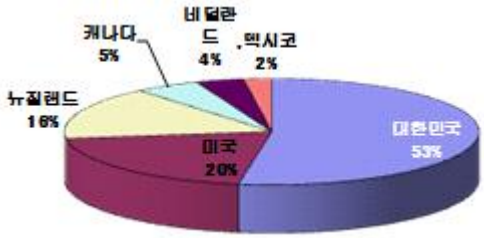


ㅇ 일본의 토마토 산지와 수입 동향

- 일본의 생산량을 보면 대도시에서 벗어난 구마모토현과 홋카이도가 1, 2위를 차지하고 있으나 이바라키현, 치바현, 아이치현, 도치기현 등의 대도시권에서도 많이 생산되고 있음. 또한 일본에서 수입하는 토마토의 대부분은 한국산(53%)과 미국산(20%)으로 70% 이상을 차지하고 있음.
- 토마토의 수입량은 전체의 1%로 매우 낮은 반면, 토마토 가공품의 수입량은 최근 20년간 2배 이상 증가함. 수입산 토마토는 방울토마토를 중심으로 주로 샐러드나 생드위치, 패스트푸드점의 업무용 수요나 일본산을 보완하는(기후 불순에 의한 흉작 등) 목적으로 수입되고 있음.

<일본 토마토 주요산지(2015년)>

<일본 토마토 주요 수입국(2015년)>



ㅇ **향후 전망**

- 최근 일본에서는 지역 활성화의 일환으로 지역의 특산품 등 다른 지역과의 차별화를 도모하기 위한 지역 브랜드 만들기가 전국적으로 왕성하며 2006년 4월 1일에는 '지역단체상표제도'가 시행됨. 이 제도는 지역특산물에 상표권을 주는 제도로 2016년 9월말 현재 598건의 지역단체상표등록이 기록되어 있음.
- 이러한 상황 속에서 각 지역별 토마토의 브랜드화가 가속되고 있으며, 최근 도매시장을 경유하지 않고 직접 생산자로부터 구입하는 통신판매, 산지직송 등 새로운 유통루트가 생기면서 생산자들은 독자적인 재배방법을 도입하거나 산지나 생산자의 브랜드명을 내세운 부가가치가 높은 토마토를 판매하는 경향이 강해지고 있으며 앞으로도 지속 확대될 것으로 전망됨.

▢ 시사점

ㅇ 현재 한국산 토마토는 대부분 업무용 수요에 한하여 수입되고 있으며, 이러한 상황을 개선하고 일반 소매 진출을 위해서는 최근의 건강지향 경향에 맞춘 리코핀을 강화한 토마토 등 특색있는 품종의 개발과 브랜드화를 한다면 부가가치 창출로 장기적인 수출확대 기반을 마련할 수 있을 것으로 사료됨.