

임업관측자료집 D232 / 2007. 12.

임업관측사업

- 2007년 사업결과와 2008년 추진계획 -

장철수	연구위원
석현덕	연구위원
김영단	초청연구원

한국농촌경제연구원

머 리 말

우리 연구원은 산림청의 지원 하에 2003년 봄을 시작으로 표고버섯, 대추, 뽕은감 등 임업관측대상 품목을 확대해 오고 있다. FTA, DDA 등으로 국제교역여건이 변화함에 따라 향후 임산물 관측에 대한 수요의 증가와 함께 관측사업의 중요성은 더욱 더 커질 것으로 보인다.

임업관측사업의 목적은 임산물의 단기 동향을 분석 및 전망하여 그 결과를 신속히 제공함으로써 생산 및 유통과 관련한 종사자들에게 합리적인 의사결정을 돕는데 있다.

우리 연구원은 임업관측사업의 효율적 운용을 위해 현지 표본농가, 통신원 및 자문위원을 두고 있으며 객관적이고 신뢰성이 높은 관측결과를 도출하기 위해 중앙자문위원 제도를 운영하고 있다.

월보발행과 함께 관측결과의 신속한 분산을 위해 인터넷 홈페이지 관측정보란에 임업관측정보를 두고 임업관측월보와 연차동향/전망관련 자료를 제공하고 있다. 금년에는 PDF파일로 관측월보를 작성하여 제공하였다. 또한 임업후계자, 산림정책평가위원, 산림정책모니터요원 등에게도 인터넷을 발송하여 인지도를 넓혀 나가고 있다.

이 연구 자료는 2007년도 임업관측사업의 결과물과 2008년도 임업관측사업의 계획을 담고 있다. 주요 내용은 임업관측사업의 개요, 2007년도 임업관측사업 추진 결과, 2008년도 임업관측사업 추진계획 등이다. 이 자료가 임업관측을 이해하고 홍보하는 자료로 널리 활용되기 바라며, 이 사업의 원활한 진행을 위해 아낌없는 지원을 해준 산림청 관계자와 임업관측사업에 협조해 주신 중앙 및 지역자문위원, 표본농가 여러분께 깊은 감사를 드린다.

2007. 12.

한국농촌경제연구원장 최 정 섭

목 차

제1장 임업관측사업의 개요

1. 임업관측사업의 필요성과 목적 1
2. 임업관측사업의 기본방향 2
3. 임업관측사업의 주요내용 및 추진체계 3
4. 기대 효과 5

제2장 2007년도 임업관측사업 추진 결과

1. 임업관측 대상 품목, 금액 및 내용 6
2. 임업관측사업 추진일정 및 체계 7
3. 임업관측사업 추진결과 9
4. 임업관측사업의 만족도 평가 13

제3장 2008년도 임업관측사업 추진계획

1. 대상 품목 및 내용 28
2. 세부 추진계획 29
3. 임업관측사업의 내실화 추진계획 31

제4장 한·중·일 임산물 교역동향과 시사점: 밤, 표고버섯

1. 서론 34
2. 밤 35
3. 표고버섯 50

- 부록 1: 임업관측(밤) 월보 63
2. 임업관측(표고버섯) 월보 93
 3. 임업관측(대추, 뽕은 감) 월보 127
 4. 2007년도 임업관측사업에 대한 언론보도 내용 145

제 1 장

임업관측사업의 개요

1. 임업관측사업의 필요성과 목적

1.1. 임업 관측사업의 필요성

- 밤, 표고버섯 등 단기소득 임산물에 생산액과 생산자수도 많으며 농산촌 주민의 소득에서도 중요한 위치를 차지하고 있음. 그러나 이들 품목은 생산자수가 많고 생산의 계절성을 가지므로 생산자들은 시장에서 가격 변동의 위험에 노출되어 있음.
- 도로와 교통의 발전은 물류 환경을 크게 개선하여 임산물 판매에서도 속도와 정보의 중요성이 커지게 되었음. 출하시기에 따라 생산자 판매가격이 달라지고 소득이 달라지기 때문임.
- 농산물 시장의 개방화가 진행됨에 따라 임산물 시장은 국내 여건뿐만이 아니라 다른 나라의 시장 변화에도 영향을 받게 되었음. 해외 시장의 변화는 국내 생산과 가격, 소득에 직접적인 영향을 미치게 되며 임산물 생산계획 수립에서도 이에 대한 정보의 수집·분석이 필요하게 되었음.
- 시장동향과 가격, 해외시장 동향 등에 대한 정보를 신속하고 정확하게 제공하는 것은 임산물의 시장 출하를 안정시켜서 수급안정을 도모할 수 있으며 궁극적으

로 임가 소득을 안정시키게 될 것임.

- 소비자들에게 양질의 임산물을 안정적으로 공급하고 생산자의 소득을 보장하기 위해서는 수급안정을 이루는 것은 중요한 정책과제이며, 이를 위해서는 임산물 시장의 정보수집과 분석, D/B 구축, 관측 및 관측결과물의 분산 등을 종합적이고 체계적으로 수행하는 임업관측 사업이 필요함.

1.2. 임업관측사업의 목적

- 임업관측사업은 사회경제적 여건 변화에 따른 임업부문의 변화를 심층적으로 분석하여 임산물 생산 및 유통 종사자에게 그 정보를 제공함으로써 미래에 대한 불확실성을 낮추어 관련 주체들의 합리적 의사결정과 대응력을 증진시키고자 함.
- 단기적인 출하와 가격, 출하시기 등 시장동향에 대한 정보를 가공하여 제공함으로써 임산물 재배자들이 생산계획을 수립하고 출하를 조절하는 의사결정을 돕고, 궁극적으로 임산물의 수급안정은 물론 임가 소득증대를 도모하고자 하는 것임.
- 임산물 생산 및 경영의 합리화, 유통기능의 원활화 등을 위해 임산물 재배동향, 가격동향 및 수급동향에 관한 중단기 예측정보를 개발하고 관측정보의 제공을 통해 임산물의 수급안정 및 농가소득증대에 기여.

2. 임업관측사업의 기본방향

- 작황, 가격, 수출·입, 해외시장 동향에 관한 종합적인 관측정보를 신속·정확하게 제공하여 임산물 생산자의 자율적 수급안정을 유도하여 생산자의 소득을 안정시키고 자율영농의 기반을 마련함.
 - 광범위한 정보수집 체계 확립
 - 종합적 정보 분석 능력제고
 - 관측정보 분산체계 확립

- 임산물 시장환경 변화에 대하여 적극적이고 신속하게 대응할 수 있도록 상시적인 정보수집 체계를 확립함.

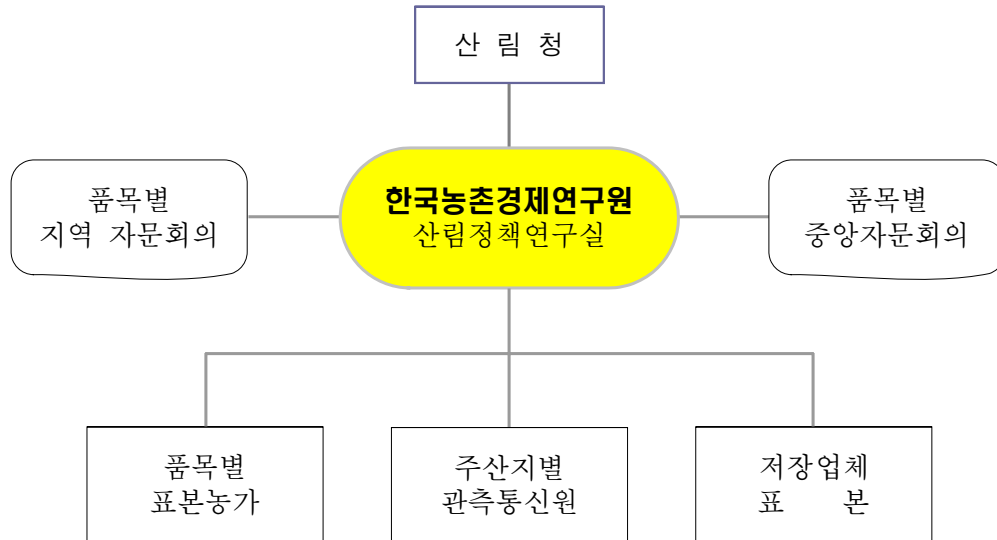
3. 임업관측사업의 주요 내용 및 추진체계

3.1. 임업관측사업의 주요 내용

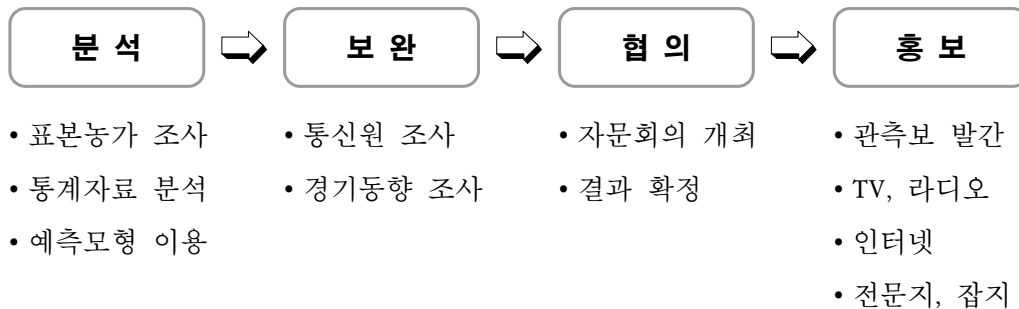
- 품목별 시장동향 및 단기전망
 - 품목별 재배동향 및 단기예측
 - 품목별 작황 및 출하 동향, 가격동향
 - 품목별 수출입 동향
 - 품목별 해외시장 동향 및 전망
- 연차 동향 및 중장기 전망
 - 거시경제, 품목별 국내외 시장의 연차동향
 - 품목별 수급에 대한 중장기 전망
- 관측/전망 시스템 구축 및 관리
 - 임업관측 홈페이지 구축, 콘텐츠 개발·유지 및 관리
 - 관측 D/B구축 및 현황 정보 제공
 - 관측정보시스템 개발
 - 단기 예측기법, 중장기 예측모형 개발

3.2. 임업관측사업 추진 체계

3.2.1. 관측사업 추진 체계



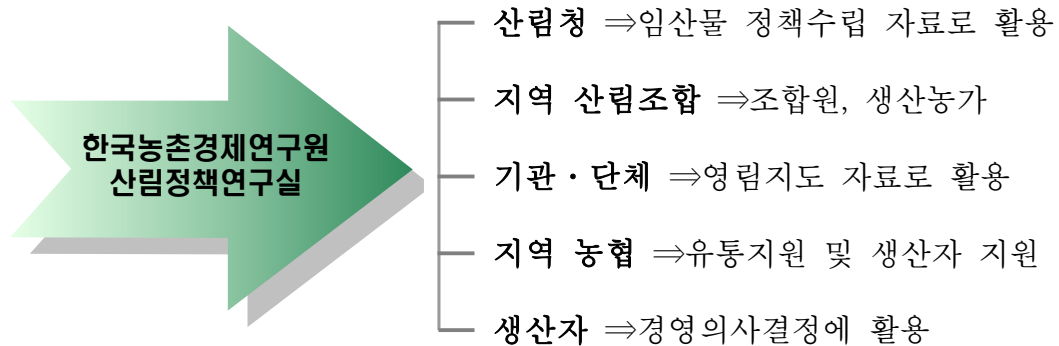
3.2.2. 관측 방법



3.2.3. 관측결과 홍보

- 본안 홍보 : 임업관측 월보, 인터넷
- 전단 홍보 : 필요시
- 해설 홍보 : 전문지, 신문, TV, 라디오
- 교육 활동 : 생산자, 유통업자, 관련자 교육

3.2.4. 홍보 체계



4. 기대 효과

- 임산물의 품목별 수급동향, 가격 동향 및 미래정보를 제시하여 생산자들의 시장 환경 변화에 대한 인식을 제고하고 재배품목의 선정, 재배면적, 생산량 등에 대한 합리적 의사결정을 지원함.
- 정확하고 신속한 시장정보의 제공을 통해 임산물 수급 안정을 도모하고 생산농가의 소득 증대를 가져올 수 있음.
- 임산물의 시장 정보를 인터넷, TV, 라디오, 월보 등 다양한 매체를 통해 제공하여 생산 및 유통 종사자의 정보수집 비용을 절감할 수 있음.
- 상시적인 시장정보의 수집으로 신속하게 정책적 대응을 할 수 있는 지원체계를 갖출 수 있음.

제 2 장

2007년도 임업관측사업 추진 결과

1. 임업관측 대상 품목, 금액 및 내용

1.1. 대상 품목 및 금액

- 대상 품목: 밤, 표고버섯, 대추·뽕은감
- 사업 금액: 3억원

1.2. 관측 내용

- 품목별 월별 가격동향 및 전망
- 품목별 월별 작황 및 재배 동향
- 품목별 생산지 시장 동향
- 품목별 소비지 시장 동향
- 품목별 저장 동향
- 해외시장 동향
- 품목별 수출·입 동향
- 소비자 구매행태 조사

2. 임업관측사업 추진일정 및 체계

2.1. 관측 일정

□ 밤

- 준비작업: 2007년 1~2월
- 월보발간: 2007년 3월부터
- 관측월보 발간일정 및 부수
 - 발간일정: 격월(3,5,7,9,11월) 15일 발행하되, 품목특성을 고려하여 8, 10월은 속보를 발간
 - 발행부수: 3,000부

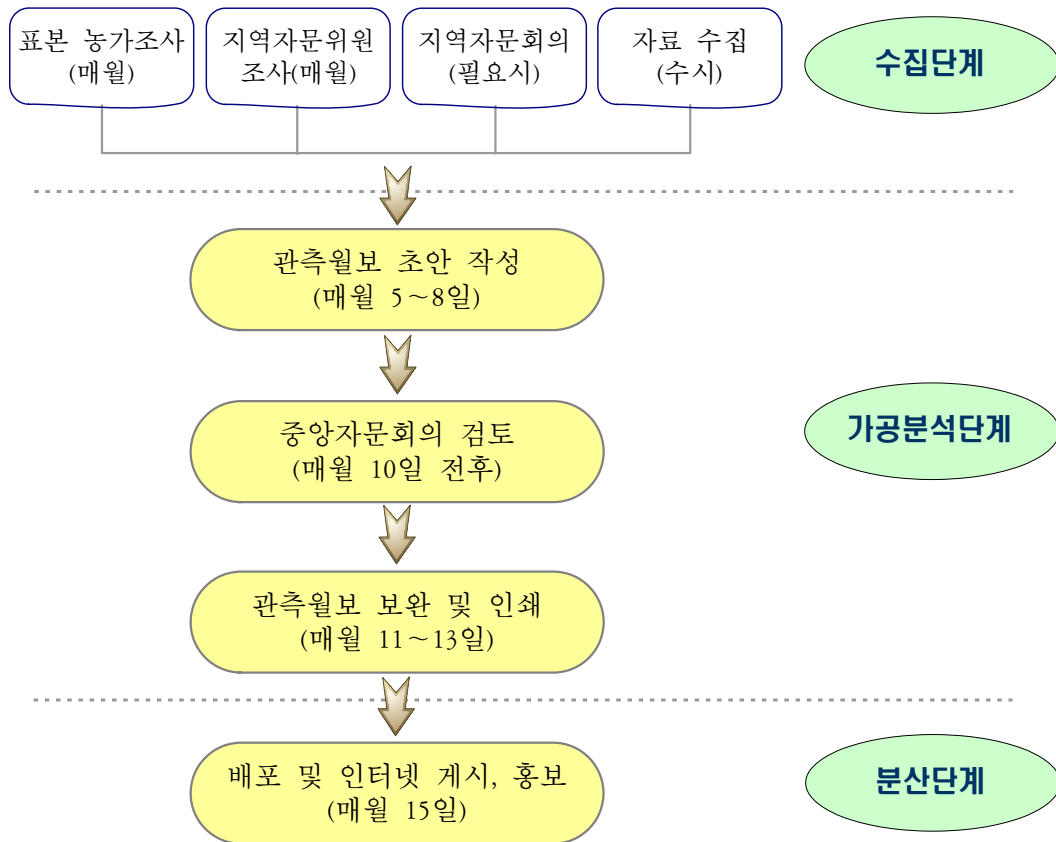
□ 표고버섯

- 준비작업: 2007년 1~2월
- 월보발간: 2007년 3월부터
- 관측월보 발간일정 및 부수
 - 발간일정: 매월(12, 1, 2, 8월 제외) 15일에 발행
 - 발행부수: 3,000부

□ 대추 · 뽕은감

- 준비: 2007년 2~7월
- 월보발간: 2007년 8월부터
- 관측월보 발간일정 및 부수
 - 발간일정 : 수확기를 전후하여 8, 9, 10, 11월 15일에 발행
 - 발행부수 : 2,000부

2.2. 임업관측사업 추진 체계



2.3. 관측결과의 분산체계

- 임업관측보 우편 발송
 - 월 보 (매월 15일 우송)
 - 산림청, 산림조합, 농업기술센터, 생산자단체, 표본농가, 지역자문위원, 광역시, 시·군 지방자치단체, 생산지 농협, 기타
- 전문지, 라디오, 텔레비전, 인터넷, 등에 게시
 - KBS 텔레비전, 라디오 등
 - 농촌경제연구원 홈페이지(<http://www.krei.re.kr>)
 - 산림청 홈페이지(<http://www.forest.go.kr>)

- 각종 전문지에 게재: 한국임업신문, 한국농정, 한국영농신문, 원예산업신문, 농축산신문, 버섯정보신문, 농축유통신문, 전업농신문, 월간 버섯 등
- 임업후계자, 산림정책평가위원, 산림정책모니터요원 등에게 인터넷발송

3. 임업관측사업의 추진 결과

3.1. 지역자문위원 및 표본농가

☐ 밤

- 지역자문위원 및 표본농가: 표본농가 300호(예비농가 50호 포함), 주산지를 고려하여 지역자문위원 및 통신문 23명을 유지하되 연령, 재배경력 등을 고려하여 일부 교체하였음.

☐ 표고버섯

- 지역자문위원 및 표본농가: 표본농가 300호(예비농가 50호 포함), 지역자문위원 29명을 유지하되 연령과 전문성 등을 고려하여 일부 교체하였음.

☐ 대추·뽕은감

- 지역자문위원 및 표본농가: 표본농가 250호(예비농가 50호 포함), 지역자문위원 43명(뽕은감 18명, 대추 25명)을 유지하되 연령과 전문성 등을 고려하여 일부 교체하였음.

3.2. 중앙자문위원 선정 및 운영

☐ 중앙자문위원 선정

- 임업관측(밤) 중앙자문위원은 기존의 중앙자문위원을 유지하면서 일부를 업계 사정에 밝고, 경력과 학식이 풍부한 자로 교체하였음
 - 밤: 중앙자문위원 16명

- 임업관측(표고버섯) 중앙자문위원의 경우, 금년도에는 기존의 중앙자문위원을 유지하였음.
 - 표고버섯: 중앙자문위원 15명
- 임업관측(대추·뽕은감) 중앙자문위원은 기존의 중앙자문위원을 유지하면서 일부를 업계 사정에 밝고 경력과 학식이 풍부한 자로 교체하였음.
 - 대추·뽕은감: 중앙자문위원 17명

□ 중앙자문위원회 운영

- 현지에서 수집된 자료를 종합적으로 분석하고 내용을 검증하는 등 관측월보의 신뢰성과 객관성을 확보하기 위해 산림청, 생산자단체 대표, 유통업 종사자, 산림조합중앙회, 산지농협대표, 수출입조합 대표, 연구원 등 각 분야 전문가들로 구성된 중앙자문위원회를 조직 및 운영하였음.
- 중앙자문위원회는 월보 발행 월의 10일을 전후하여 개최하여 발행예정 월보의 내용을 검토하였음.

표 2-1. 2007년도 품목별 임업관측 중앙자문위원

구분	밤(16명)	표고버섯(15명)	대추·뽕은감(17명)
정 책	산림청 산촌소득팀장 산림청 산촌소득팀 소득계장 산림청 산촌소득팀 품목담당자	산림청 산촌소득팀장 산림청 산촌소득팀 소득계장 산림청 산촌소득팀 품목담당자	산림청 산촌소득팀장 산림청 산촌소득팀 소득계장 산림청 산촌소득팀 품목담당자
재 배	이관재 (신지식임업인) 김천호 (한국밤재배자협회장) 김학렬 (산청군 산림조합장) 이기호 (순천시 울림회장) 김의충 (소태밤농원 대표)	황성태 (한국표고버섯생산자협회) 심광택 (한국표고버섯생산자협회) 정의용 (전국톱밥표고재배자협회)	김영식 (임당대추농장) 전형선 (양지대추농장) 손진현 (밀양대추작목반대표) 전용하 (상주곶감발전협의회) 이상길 (영동감연구회) 임정규 (완주감연합회장) 박성길 (매전감가공연구회)
유통	양길원 (중부시장 신광상회) 이삼주 (현대농산 대표) 강갑수 (임산물유통사업소) 서재연(농협발전국협의회장)	김기순 (산림조합중앙회) 고홍천 (농협버섯협의회장) 이정무 (부농표고) 민중우 (동화청과)	강갑수 (산림조합중앙회) 이준행 (한국농산) 한재선 (동광물산) 양길원 (중부시장 신광상회)
무 역	고재갑 (농림수출입조합) 이승호 (산림조합중앙회)	이 관 (농수산물유통공사) 박진출 (대일상사)	
기 술	황명수 (국립산림과학원)	윤갑희 (국립산림과학원) 유창현 (산림버섯연구소)	조기동 (청도군농업기술센터) 조두현 (상주감시험장)

3.3. 관측월보 발간 부수 및 배포

- 밤과 표고버섯 관측월보는 2006년도와 마찬가지로 월 3,000부를 발간하여 배포하였음.
 - 임업관측(밤): 3,000부 × 7회 = 21,000부
 - 임업관측(표고버섯): 3,000부 × 8회 = 24,000부
- 2006년도에 시작한 수실류(대추·뽕은감)는 시작단계이므로 2007년에도 동일하게 1회 2,000부를 발행하였음.
 - 임업관측(대추·뽕은감): 2,000부 × 4회 = 8,000부

표 2-2. 임업관측월보의 월별 품목별 발간부수

월별	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	계
밤	-	-	3,000	-	3,000	-	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	-	21,000
표고버섯	-	-	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000		3,000	3,000	3,000	-	24,000
대추·뽕은감	-	-	-	-	-	-	-	2,000	2,000	2,000	2,000	-	8,000
합계	-	-	6,000	3,000	6,000	3,000	6,000	5,000	8,000	8,000	8,000	-	53,000

- 임업관측월보는 산림청, 지역 산림조합, 지방자치단체, 농업기술센터, 농협 등의 주요 기관과 임업관측사업에 참여하는 표본 농가 및 자문위원, 임가경제조사 대상자, 지역 생산자단체 등 생산자에게 배포됨.

표 2-3. 임업관측월보의 품목별 배부처

단위: 배부수

배부처	밤	표고버섯	대추·뽕은감
☐ 산림청	30	30	30
☐ 산림청 국립산림과학원	15	10	15
☐ 표본농가	300	300	250
☐ 지역산림조합	444	580	376
☐ 산림조합중앙회	10	10	10
☐ 임업후계자협회	10	10	10
☐ 자문위원	279	160	100
☐ 지방자치단체	412	980	553
☐ 지역단위농협	508	180	150
☐ 농업기술센터		507	340
☐ 임가경제조사 대상자	200	150	100
☐ 지역생산자단체	690	50	
☐ 기 타	102	33	66
계	3,000	3,000	2,000

3.4. 임업관측정보시스템 구축 및 운용

- 한국농촌경제연구원 홈페이지에 임업관측정보 시스템을 구축하여 품목별 관측월보와 연차 전망 등 단기 및 중·장기 관측사업 결과를 게시하여 운영하고 있음.
 - 홈페이지의 관측월보를 인쇄하기 편리한 화면으로 개선
 - 홈페이지에 관측월보 원문을 다운받을 수 있도록 PDF 파일을 제공
- 산림청 홈페이지에 임업관측정보 시스템을 링크하여 산림청 홈페이지에서도 바로 임업관측정보에 접근할 수 있음.

3.5. 관측결과에 대한 언론 홍보

- 한국농촌경제연구원 주관 「농업전망 2007」에서 임산물의 동향과 전망에 대하여 발표하였음. 이 발표는 농업전문방송과 YTN 등을 통해 중계되었고 KBS, MBC, SBS 등에서 큰 비중으로 다루어졌음.
- 산림청과 지자체의 협조 하에 진행되는 밤 재배 순회 교육, (사)한국밤 재배자협회 하계워크숍을 포함해 표고버섯 연찬회 등에서 주요 교육자료로서 그리고 홍보자료로서 활용되었음.
- 관측월보의 내용은 발행 월의 20일을 전후하여 한국임업신문, 한국농정, 한국영농신문, 원예산업신문, 농축산신문, 버섯정보신문, 농축유통신문, 전업농신문, 월간 버섯 등 9개 전문지에 게재가 되었음.

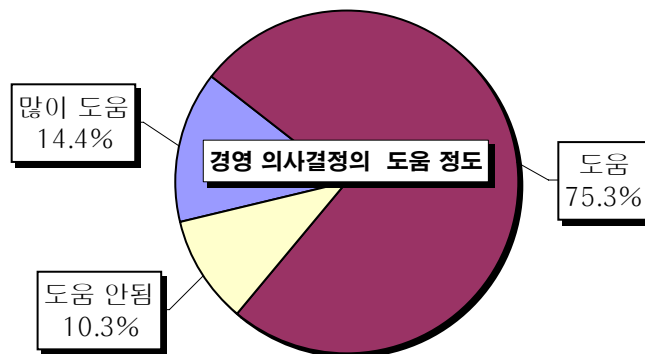
3.6. 중장기 관측

- 2007년 농업전망대회(2007.1.)에서 「한·중·일 임산물 교역동향과 시사점: 밤, 표고버섯」에서 중장기 전망 결과를 발표하였음.

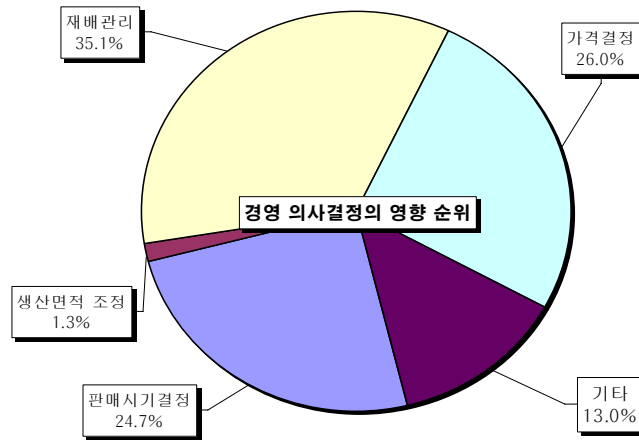
4. 임업관측사업의 만족도 평가

4.1. 밤나무 재배자 의식조사 결과

- 임업관측(밤) 월보발간에 대한 의식조사가 표본농가 총 100명을 대상으로 수행되었으며, 조사방식은 전화 설문조사를 하였음.
- 경영의사결정의 도움 정도
 - 월보 및 인터넷, 언론 등으로 제공되고 있는 임업관측(밤)이 재배자의 경영의사결정에 얼마나 도움이 되었는가에 대한 질문에 대해 많은 도움이 되었다가 14.4%, 도움이 되었다가 75.3%, 도움이 안 된다가 10.3%로 89.7%가 도움이 된다고 응답하여 관측정보의 제공이 밤 재배농가의 재배 및 생산에 도움이 되는 것으로 나타났음.

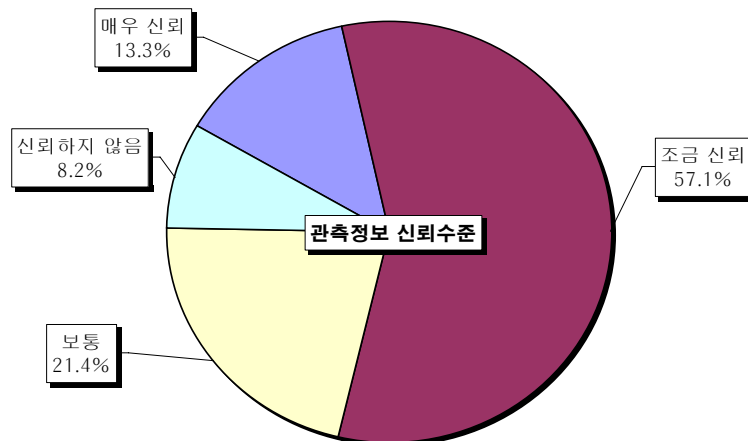


- 경영의사결정의 영향 순위
 - 관측정보(밤)가 경영의사결정에 도움을 주었다면 어떠한 부문에 기여하였는지에 대한 질문에서 밤 재배관리가 35.1%로 1순위, 가격 및 시세가 26.0%로 2순위, 판매시기 결정이 24.7%로 3순위, 기타(수출입 등)가 13.0%로 4순위, 생산면적 조정이 1.3%로 5순위로 나타났음.



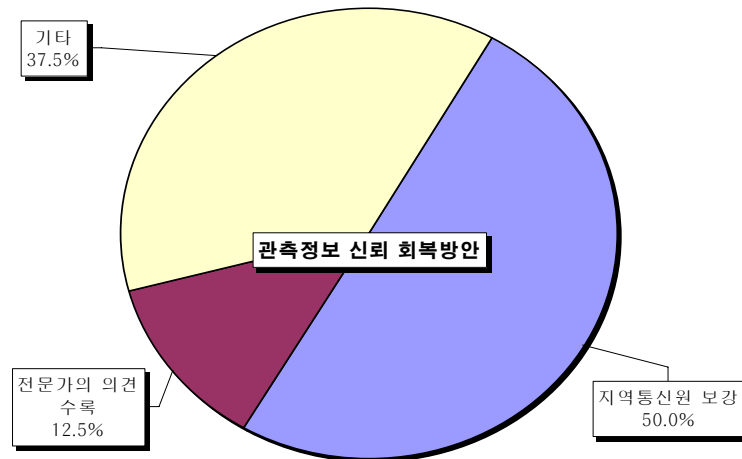
○ 관측정보의 신뢰수준

- 관측정보(밤)에 대한 신뢰수준에 대해서는 매우 신뢰가 13.3%, 조금 신뢰가 57.1%, 보통 21.4%, 신뢰하지 않음이 8.2%로 비교적 높은 신뢰도를 얻고 있는 것으로 나타났음. 앞으로도 관측사업의 내실화를 꾸준히 추진하면서 밤 재배자의 신뢰도를 높여야 할 것임.



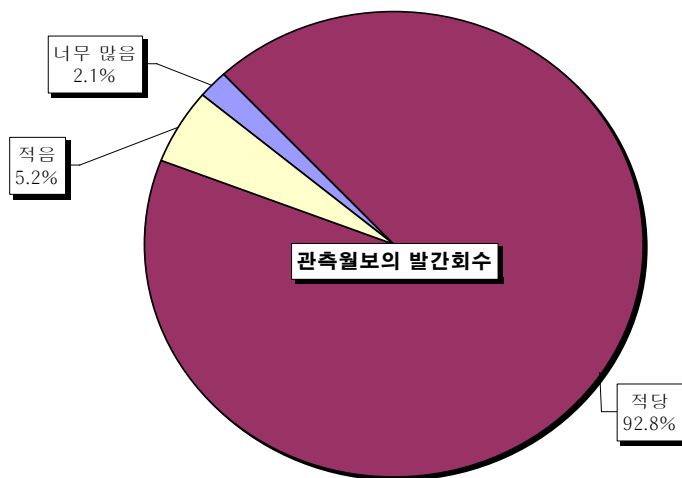
○ 신뢰하지 않음 8.2%에 대한 관측정보의 신뢰 회복방안

- 관측정보(밤)의 신뢰를 현재보다 더욱 높이기 위해서는 지역통신원 등을 보강하여 좀 더 현실감 있는 정보를 얻어야 한다가 50.0%, 밤 관련 전문가의 다양한 의견을 수렴을 통한 보강이 12.5%로 나타났음.



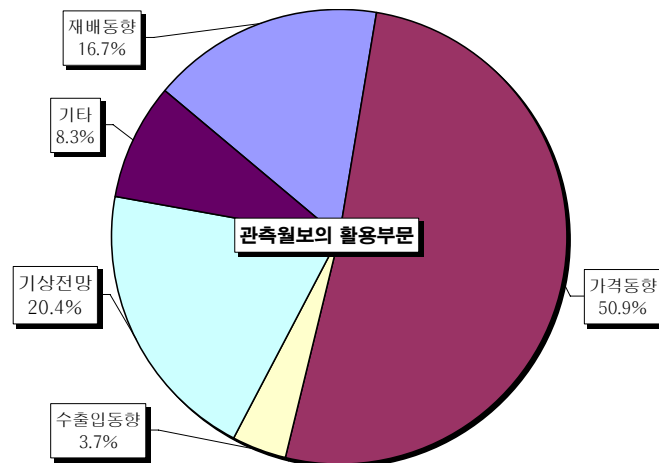
○ 관측월보의 발간회수

- 관측월보(밤)의 발간회수에 대한 질문에 대해서는 현행 7회(3,5,7,8,9,11월)가 적당함 92.8%, 적음 5.2%, 너무 많음이 2.1%로 발간회수는 적당한 것으로 나타났다.



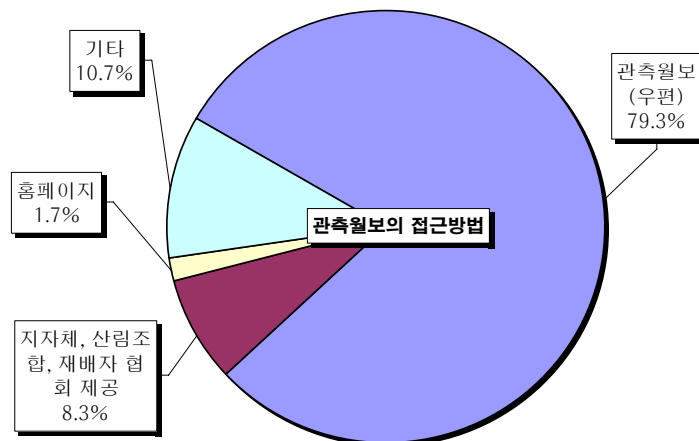
○ 관측월보의 주요 활용부문

- 관측월보(밤) 내용 가운데 가장 많이 활용하는 부분에 대해서는 가격동향이 50.9%, 기상전망이 20.4%, 재배동향이 16.7%, 수출입동향이 3.7%로 가격동향이 가장 활용이 높은 것으로 나타났다.



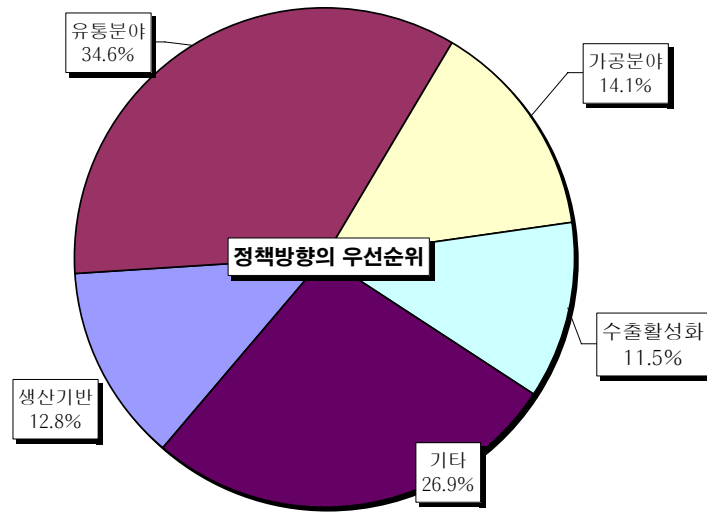
○ 관측월보의 정보 접근방법

- 현재 밤 생산농가에서 관측정보를 접하는 방법으로는 관측월보(우편송부)가 79.3%, 기타 농민신문이 10.7%, 지자체, 조합, 협회 등의 단체를 통해서가 8.3%, 산림청, 한국농촌경제연구원 인터넷 홈페이지를 통해서가 1.7%로서 주로 농경연의 우편송부에 의한 월보에 의존하고 있는 것으로 나타났다.



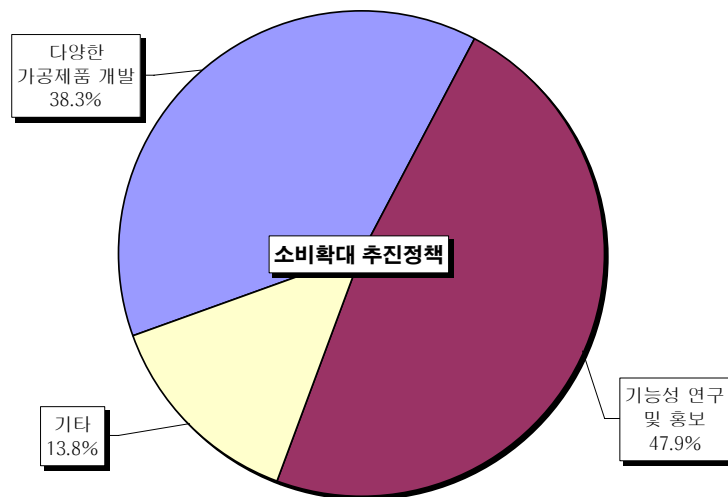
○ 밤 산업 발전을 위한 정책방향의 우선순위

- 밤 산업의 발전을 위한 시급한 분야로서 유통 정보 제공 등 유통 분야가 34.6%로 1순위, 가공 분야가 14.1%로 2순위, 생산분야가 12.8%로 3순위, 수출 활성화가 11.5%로 4순위인 것으로 나타났다.



○ 밤 소비확대 정책추진

- 밤 소비확대를 위해 정부에서 추진해야 하는 정책에 대해서는 밤에 대한 기능성 연구 및 홍보가 47.9%, 다양한 가공제품 개발 등 가공 산업의 육성이 38.3%, 기타가 13.8%인 것으로 나타났음.

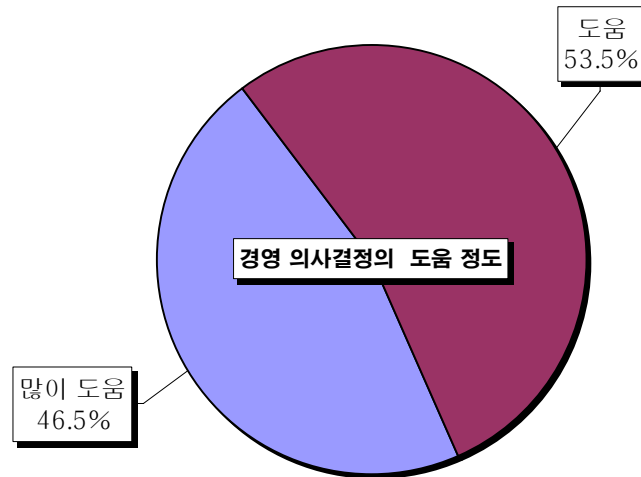


4.2. 표고버섯 재배자 의식조사 결과

- 임업관측(표고버섯) 월보발간에 대한 의식조사가 표본농가 총 100명을 대상으로 수행되었으며, 조사방식은 전화 설문조사를 하였음.

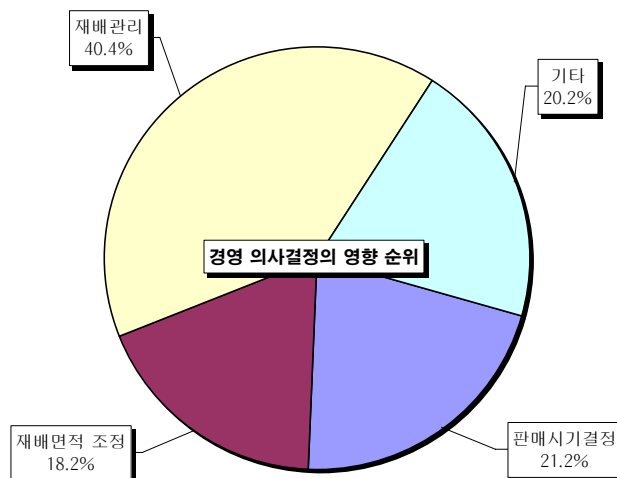
○ 경영의사결정의 도움 정도

- 월보 및 인터넷, 언론 등으로 제공되고 있는 임업관측(표고버섯)이 재배자의 경영 의사결정에 얼마나 도움이 되었는가에 대한 질문에 대해 많은 도움이 되었다가 46.5%, 도움이 되었다가 53.5%로 대부분이 도움이 되었다고 응답하여 관측정보의 제공이 표고 재배농가의 재배 및 생산에 도움이 되는 것으로 나타났음.



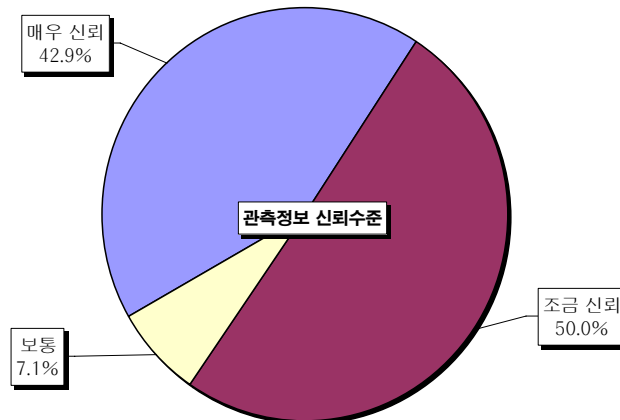
○ 경영의사결정의 영향 순위

- 관측정보(표고버섯)가 경영의사결정에 도움을 주었다면 어떠한 부문에 기여하였는지에 대한 질문에서 표고 재배관리가 40.4%로 1순위, 판매시기 결정이 21.2%로 2순위, 기타(가격결정 등)가 20.2%로 3순위, 재배면적 조정이 18.2%로 4순위로 나타났음.



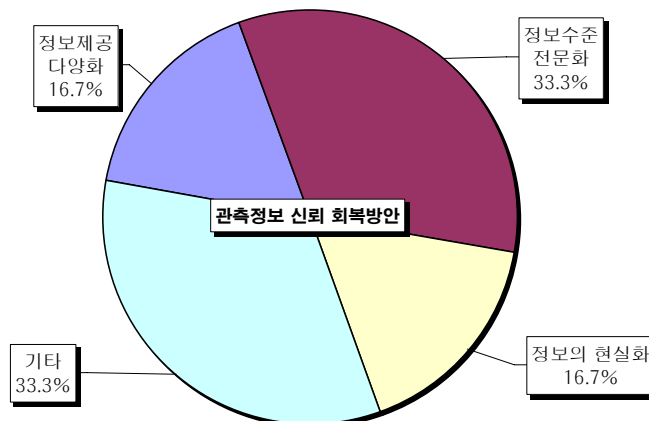
○ 관측정보의 신뢰수준

- 관측정보(표고버섯)에 대한 신뢰수준에 대해서는 매우 신뢰가 42.9%, 조금 신뢰가 50.0%, 보통 7.1%로 비교적 높은 신뢰도를 얻고 있는 것으로 나타났음. 앞으로도 관측사업의 내실화를 꾸준히 추진하면서 표고버섯 재배자의 신뢰도를 높여야 할 것임.



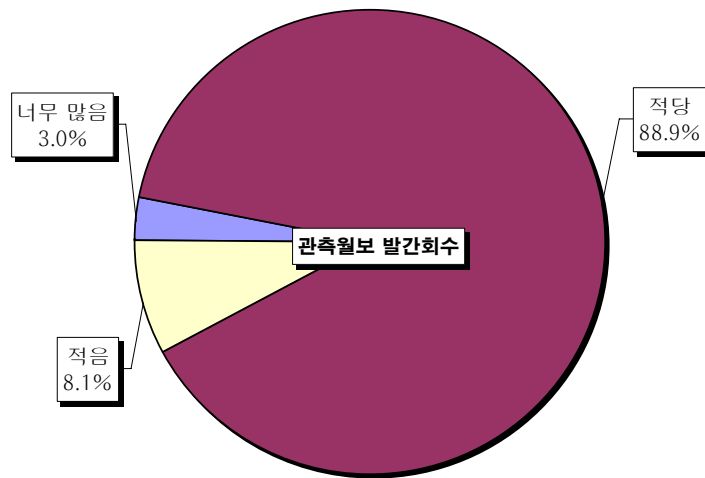
○ 보통 7.1%에 대한 관측정보의 신뢰 회복방안

- 관측정보(표고버섯)의 신뢰를 현재보다 더욱 높이기 위해서는 정보수준의 전문화가 33.3%, 제공정보의 현실화가 16.7%, 제공정보의 다양화가 16.7%로 나타났음.



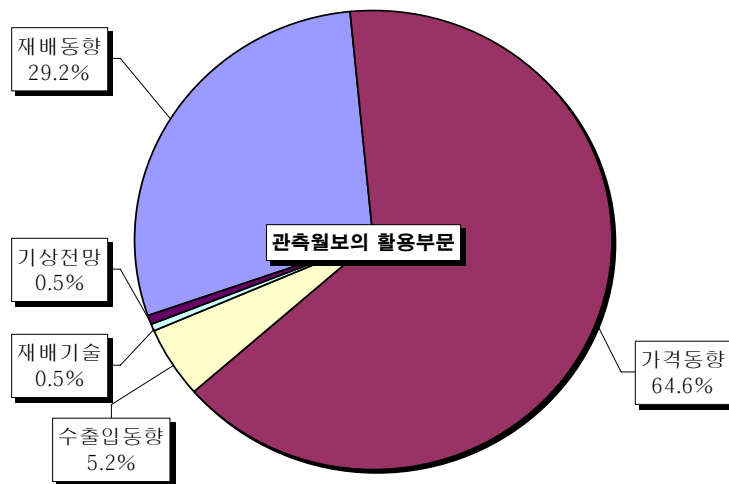
○ 관측월보의 발간회수

- 관측월보(표고버섯)의 발간회수에 대한 질문에 대해서는 현행 8회(3,4,5,6,7,9,10,11월)가 적당함 88.9%, 적음 8.1%, 너무 많음이 3.0%로 발간회수는 적당한 것으로 나타났음.



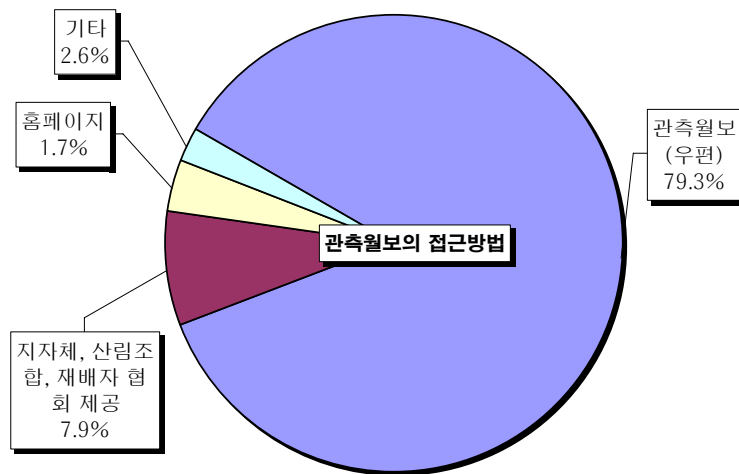
○ 관측정보의 주요 활용부문

- 관측정보(표고버섯) 내용 가운데 가장 많이 활용하는 부문에 대해서는 가격동향이 64.6%, 재배동향이 29.2%, 수출입 동향이 5.2%, 재배기술이 0.5%, 기상전망이 0.5%로 가격동향과 재배동향에 대한 활용이 높은 것으로 나타났다.



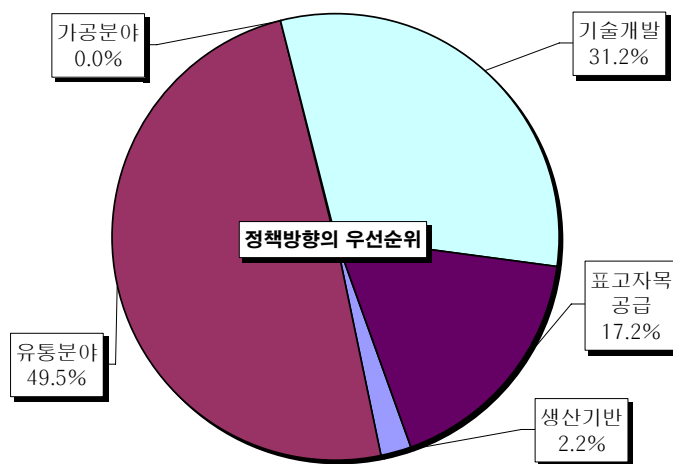
○ 관측월보의 정보 접근방법

- 현재 표고버섯 생산농가에서 관측정보를 접하는 방법으로는 관측월보(우편송부)가 79.3%, 지자체, 조합, 협회 등의 단체를 통해서가 7.9%, 기타 농민신문이 2.6%, 산림청, 한국농촌경제연구원 인터넷 홈페이지가 1.7%로서 주로 농경연의 우편송부에 의한 월보에 의존하고 있는 것으로 나타났다.



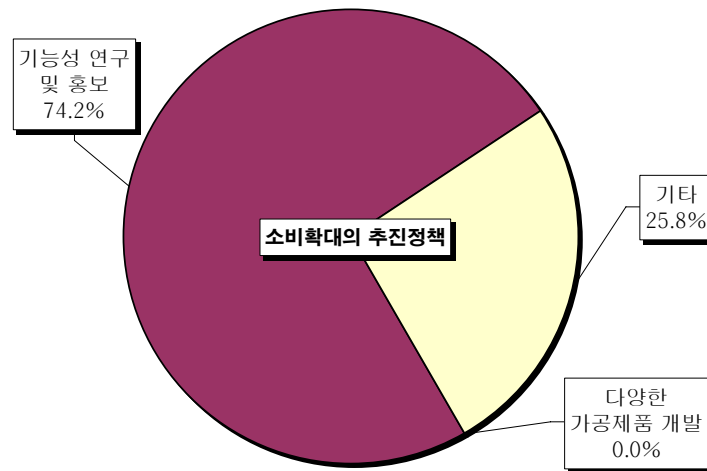
○ 표고버섯 산업 발전을 위한 정책방향의 우선순위

- 표고버섯 산업의 발전을 위한 시급한 분야로서 유통 정보 제공 등 유통 분야가 49.5%로 1순위, 종균 및 재배 등 기술 개발 분야가 31.2%로 2순위, 안정적인 표고자목의 공급이 17.2%로 3순위, 재배시설 등 생산기반 분야가 2.2%로 4순위인 것으로 나타났다.



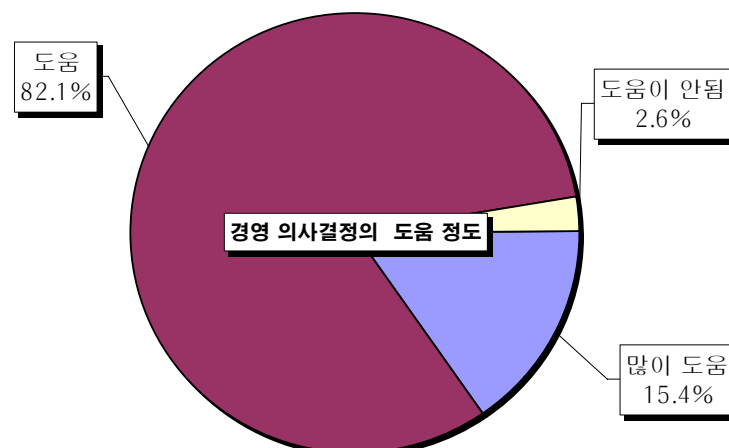
○ 표고버섯 소비확대 정책추진

- 표고버섯 소비확대를 위해 정부에서 추진해야 하는 정책에 대해서는 표고버섯에 대한 기능성 연구 및 홍보가 74.2%, 기타(판로개척 등)가 25.8%인 것으로 나타났다.



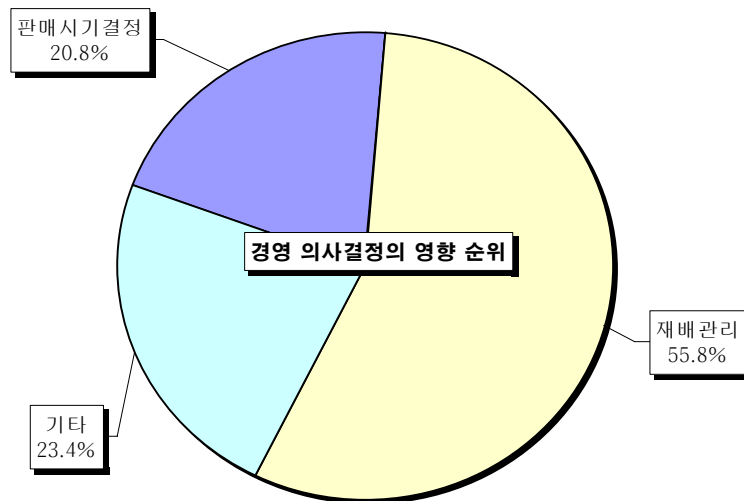
4.3. 대추 · 뽕은감 재배자 의식조사 결과

- 임업관측(대추 · 뽕은감) 월보발간에 대한 의식조사가 표본농가 총 100명을 대상으로 수행되었으며, 조사방식은 전화 설문조사를 하였음.
- 경영의사결정의 도움 정도
 - 월보 및 인터넷, 언론 등으로 제공되고 있는 임업관측(대추 · 뽕은감)이 재배자의 경영의사결정에 얼마나 도움이 되었는가에 대한 질문에 대해 많은 도움이 되었다가 15.4%, 도움이 되었다가 82.1%, 도움이 안되었다가 2.6%로 대부분이 도움이 되었다고 응답하여 관측정보의 제공이 대추 · 뽕은감 재배농가의 재배 및 생산에 도움이 되는 것으로 나타났음.



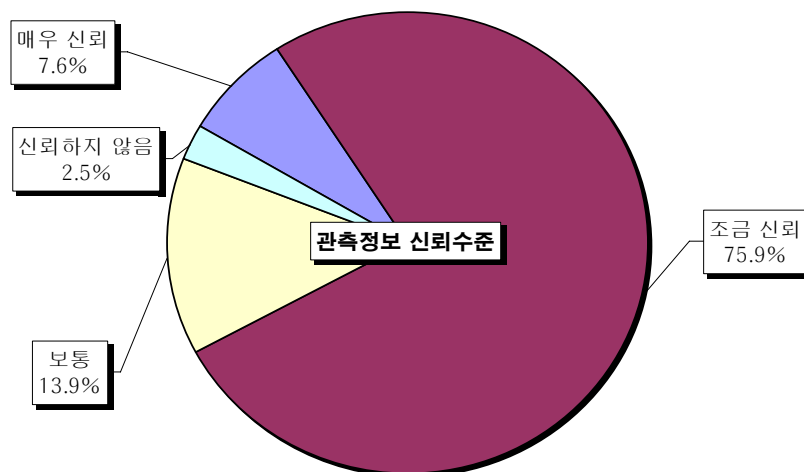
○ 경영의사결정의 영향 순위

- 관측정보(대추·뽕은감)가 경영의사결정에 도움을 주었다면 어떠한 부문에 기여하였는지에 대한 질문에서 대추·뽕은감 재배관리가 55.8%로 1순위, 판매시기 결정이 20.8%로 2순위, 기타 의견이 23.4%로 3순위로 나타났음.



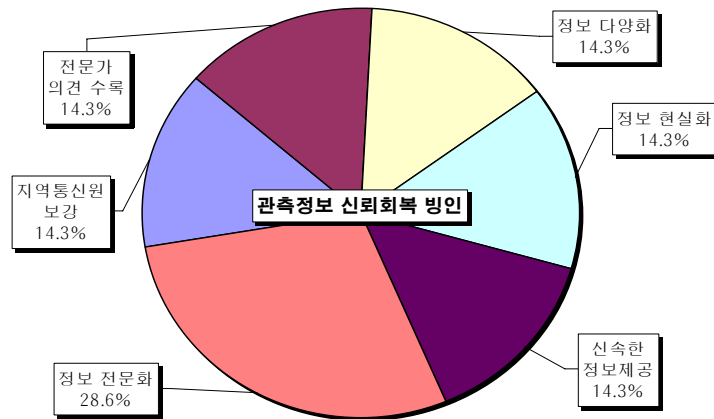
○ 관측정보의 신뢰수준

- 관측정보(대추·뽕은감)에 대한 신뢰수준에 대해서는 매우 신뢰가 7.6%, 조금 신뢰가 75.9%, 보통 13.9% 신뢰하지 않음이 2.5%로 비교적 높은 신뢰도를 얻고 있는 것으로 나타났음. 앞으로도 관측사업의 내실화를 꾸준히 추진하면서 대추·뽕은감 재배자의 신뢰도를 높여야 할 것임.



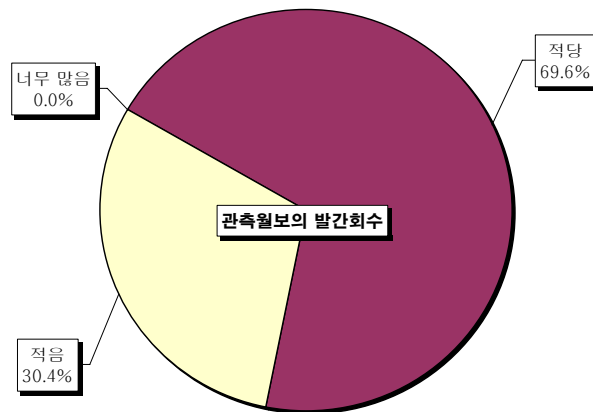
○ 신뢰하지 않음 2.5%에 대한 관측정보의 신뢰 회복방안

- 관측정보(대추·뽕은감)의 신뢰를 현재보다 더욱 높이기 위해서는 제공정보의 전문화가 28.6%, 지역통신원 등의 보강, 전문가의 다양한 의견 수렴, 제공정보의 다양화, 현실화, 신속화가 각각 14.3%로 나타났음.



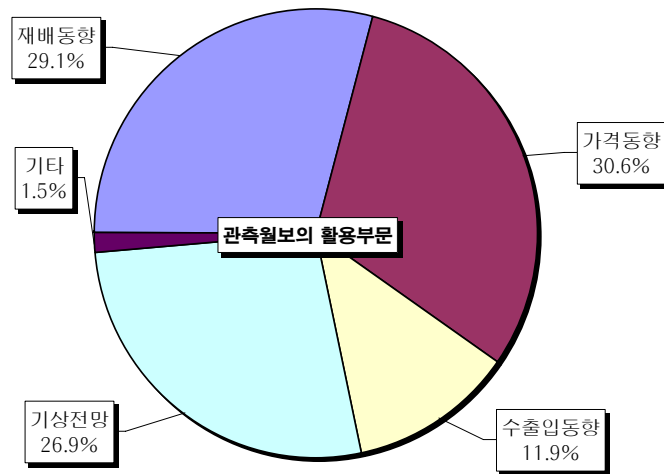
○ 관측월보의 발간회수

- 관측월보(대추·뽕은감)의 발간회수에 대한 질문에 대해서는 현행 4회(8,9,10, 11월)가 적당함 69.6%, 적음 30.4%, 너무 많음이 0.0%로 발간회수는 대체로 적당한 것으로 나타났으나 적다는 의견이 상당수 있어 향후 발간회수의 조정이 필요할 것으로 판단됨.



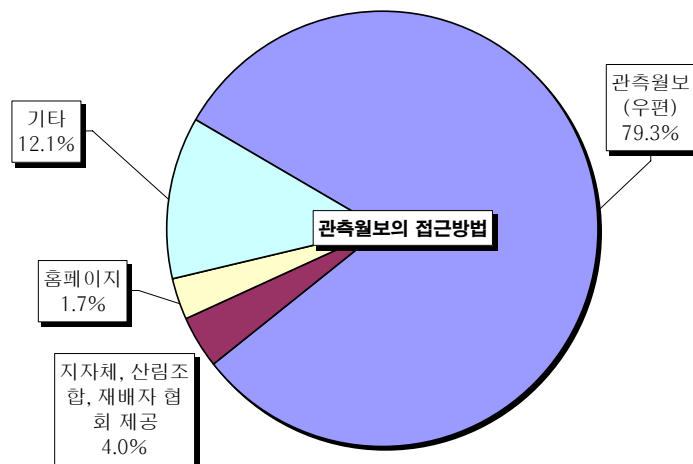
○ 관측정보의 주요 활용부문

- 관측정보(대추·뽕은감) 내용 가운데 가장 많이 활용하는 부문에 대해서는 가격동향이 30.6%, 재배동향이 29.1%, 기상전망이 26.9%, 수출입동향이 11.9%로 가격동향과 재배동향에 대한 활용이 높은 것으로 나타났음.



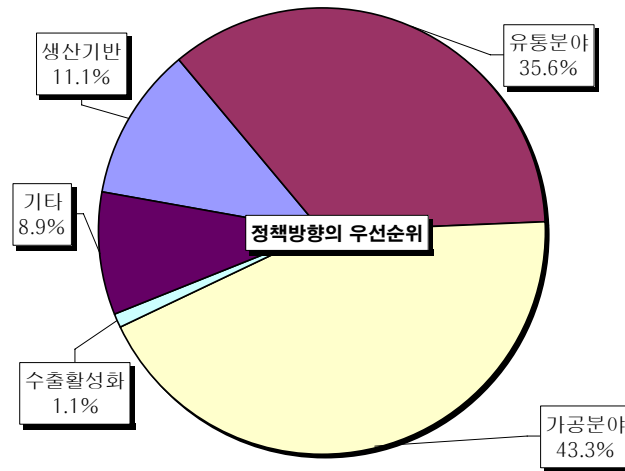
○ 관측월보의 정보 접근방법

- 현재 대추·뽕은감 생산농가에서 관측정보를 접하는 방법으로는 관측월보(우편송부)가 79.3%, 기타 농민신문이 12.1%, 지자체, 조합, 협회 등의 단체를 통해서가 4.0%, 산림청, 한국농촌경제연구원 인터넷 홈페이지가 1.7%로서 주로 농경연의 우편송부에 의한 월보에 의존하고 있는 것으로 나타났다.



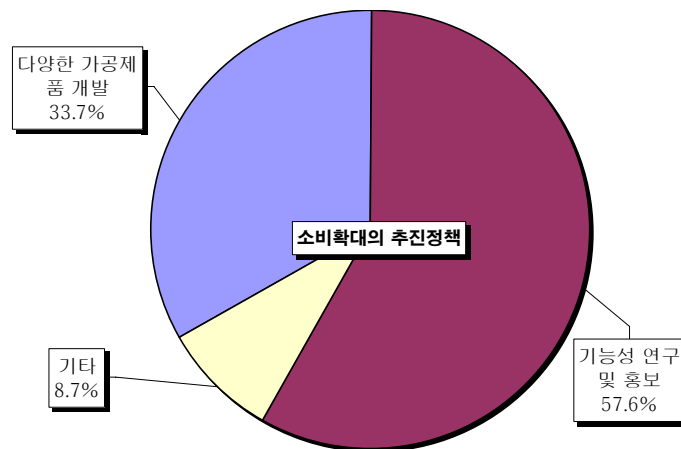
○ 대추·뽕은감 산업 발전을 위한 정책방향의 우선순위

- 대추·뽕은감 산업의 발전을 위한 시급한 분야로서 다양한 가공제품 개발 등 가공분야가 43.3%로 1순위, 유통정보 제공 등 유통분야가 35.6%로 2순위, 생산시설 등 생산기반분야가 11.1%로 3순위, 기타(판로개척, 직거래 등)가 4순위인 것으로 나타났다.



○ 대추·뽕은감 소비확대 정책추진

- 대추·뽕은감 소비확대를 위해 정부에서 추진해야 하는 정책에 대해서는 대추·뽕은감에 대한 기능성 연구 및 홍보가 57.6%, 다양한 가공제품 개발이 33.7%, 기타(판로개척, 직거래 등)가 8.7%인 것으로 나타났다.



4.4. 재배자의 대정부 건의 사항

4.4.1. 밤

- 수출선 다변화를 통한 가격 안정
- 다양한 밤 가공제품 개발 및 가공 산업 육성
- 유통정보 및 유통구조 개선

- 직거래 등 판로개척 다변화
- 밤 작업로 등 생산기반 지원
- 병해충방제 기술 개발 및 품종 개발
- 친환경재배기술 보급 및 확대
- 노령화 등 임업구조 변화의 대응책 강구

4.4.2. 표고버섯

- 우량종균 개발
- 가격 안정화 및 소비 촉진
- 안정적인 표고자목 공급 및 톱밥재배 지원 강화
- 수입 원산지 표시 강화
- 기술지도 및 홍보활동 강화
- 직거래 활성화 등 판로개척 다양화

4.4.3. 대추 · 뽕은감

- 생산 확대를 위한 생산기반시설 지원 강화
- 가격 안정화
- 가공제품 개발 및 가공 산업 육성
- 직거래 등 판로 개척 다양화
- 유통정보 및 유통구조 개선
- 소비자 홍보활동 지원
- 수입 원산지 표시 철저
- 병충해 방제 기술 개발

제 3 장

2008년도 임업관측사업 추진 계획

1. 대상 품목 및 내용

□ 대상 품목 및 금액

- 대상품목: 밤, 표고버섯, 대추·뽕은감
- 금액: 4억원

□ 관측 내용

- 품목별 월별 작황 및 재배 동향
- 품목별 월별 출하와 저장, 가격 동향과 전망
- 품목별 생산지와 소비지 시장 동향
- 품목별 수출과 수입 동향
- 품목별 해외시장 동향
- 소비자 구매행태 조사
- 대추생산자에 대한 보험 의식조사

2. 세부 추진계획

2.1. 추진 목표

- 임업관측 사업의 내실화
- 임업관측 정보의 폭넓은 분산체계 구축

2.2. 추진 일정

□ 밤

- 준비작업: 2008년 1~2월
- 월보발간: 2008년 3월부터
- 관측월보 발간일정 및 부수
 - 발간일정: 격월(3,5,7,9,11월) 15일 발행하되 품목 특성을 고려하여 8, 10월은 속보 발간
 - 발행부수: 3,000부

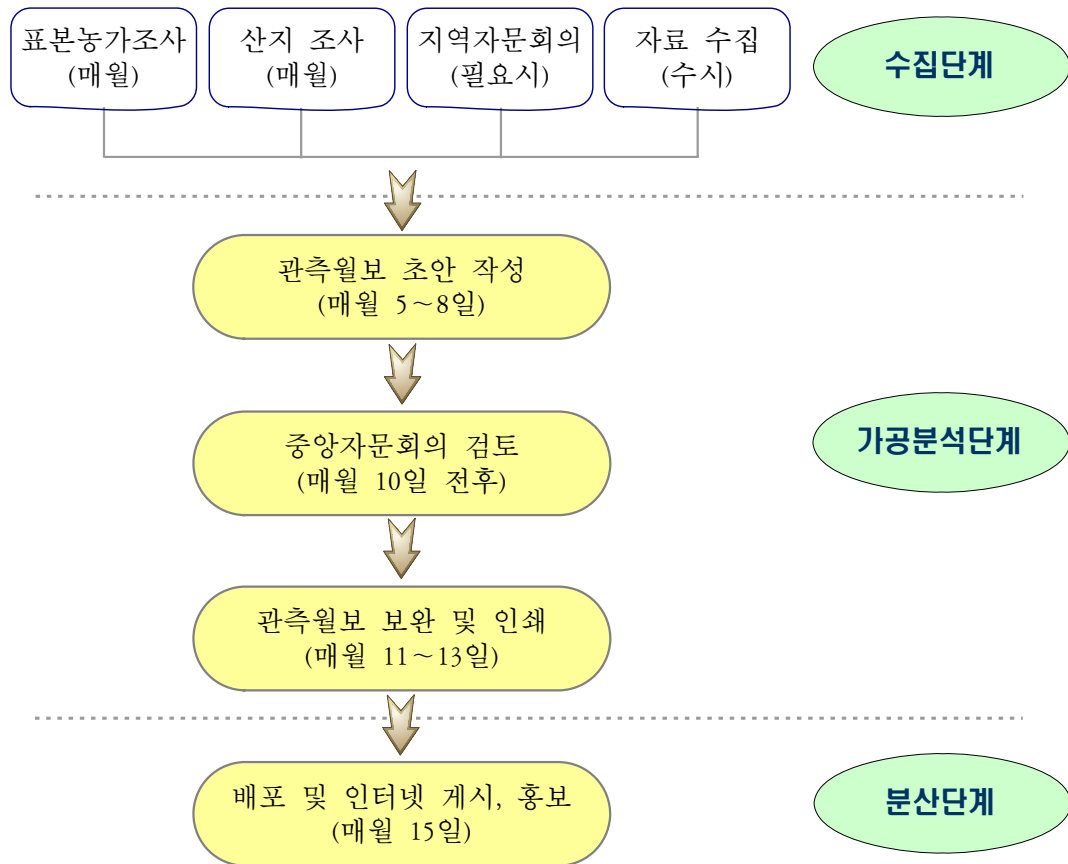
□ 표고버섯

- 준비작업: 2008년 1~2월
- 월보발간: 2008년 3월부터
- 관측월보 발간일정 및 부수
 - 발행일정 : 매월(12, 1, 2, 8월 제외) 15일에 발행
 - 발행부수 : 3,000부

□ 대추·뽕은 감

- 준비작업: 2008년 1~6월
- 월보발간: 2008년 8월부터
- 관측월보 발행일정 및 부수
 - 발행일정: 품목 특성에 따라 8, 9, 10, 11월 15일에 발행
 - 발행부수: 2,000부
- 대추생산자 의식조사: 2008년 1~6월(예정)

2.3. 임업관측사업 추진 체계



2.4. 자문위원 및 표본농가 정비

□ 밤

- 준비작업: 2008년 1~2월
- 중양자문위원
 - 대표성을 가진 전문가로 15명 내외 위촉하되 지역과 연령, 학식, 현실파악 능력 여부 등을 고려하여 일부 교체
- 표본농가 및 지역자문위원
 - 표본농가 300호(예비농가 50호 포함), 지역자문위원 20~25명을 유지하되 주산지, 연령, 재배경력, 전문성 등을 고려하여 일부 교체

□ 표고버섯

- 준비작업: 2008년 1~2월
- 중앙자문위원
 - 대표성을 가진 전문가로 15명 내외 위촉하되 지역과 연령, 학식, 현실파악 능력 여부 등을 고려하여 일부 교체
- 표본농가 및 지역자문위원
 - 표본농가 300호(예비농가 50호 포함), 지역자문위원은 30명 내외를 유지하되 지역, 연령, 재배경력, 전문성 등을 고려하여 일부 교체

□ 대추·뽕은감

- 준비작업: 2008년 2~6월
- 중앙자문위원
 - 대표성을 가진 전문가로 15명 내외 위촉하되 지역과 연령, 학식, 현실파악 능력 여부 등을 고려하여 일부 교체
- 표본농가 및 지역자문위원
 - 표본농가 240호(예비농가 40호 포함), 지역자문위원은 40명 내외를 유지하되 지역, 연령, 재배경력, 전문성 등을 고려하여 일부 교체
- 대추생산자들의 재해보험가입과 관련한 의식조사: 준비기간 동안에 표본농가선정 및 조사를 동시에 실행 예정

3. 관측사업의 내실화 추진계획

□ 소비자 정보 수집기능 강화

- 개방화에 따라 중국 등에서 값싼 임산물이 들어오고 있으며 이들 수입 임산물의 시장 점유율이 높아지고 있는 실정임. 이에 대한 생산자들의 효과적인 대책 마련과 국내 임산물의 경쟁력 제고를 위해 소비자의 구매 패턴과 선호도 등 소비자 정보의 수집기능을 강화하고자 함.

□ 유통경로 등 유통정보의 제공

- 인터넷 직거래 등 최근의 유통경로는 생산과 판매가 결합되는 형태로 변화하고 있음. 이러한 변화는 기존의 유통구조에서의 비합리성을 극복하여 농가소득을 향상하려는 현상으로 당분간 지속될 것으로 보임. 따라서 생산자에게 유통경로 등 최근의 유통정보를 제공하여 생산과 판매의 변화를 공유할 수 있도록 함.

□ 해외정보수집능력 강화

- 해당 임산물의 해외 수출입시장에 대한 의존도가 매우 높기 때문에 해외 수출입 시장에 대한 신속한 정보 수집이 필요함. 이를 위해 중국, 일본 등 정보 수집을 위한 해외 모니터요원을 운영토록하며 산림청과 함께 품목별 주요 생산지와 소비지에 대한 실태조사를 실시하고자 함.
 - 일본: 유학생, 농수산물유통공사 활용
 - 중국: 한국농촌경제연구원 중국사무소 활용
 - 실태조사: 품목별 주요 생산지 및 소비지에 대한 실태조사

□ 전문가 활용 시스템 구축

- 재배기술과 병해충방제 등에 대한 수요가 크게 증가하고 있어 이를 충족시키기 위한 관련 국내외 전문가의 자문과 자료제공 등을 할 수 있는 전문가 활용시스템 구축을 하고자 함.
 - 국립산림과학원, 학계, 농업기술센터 등 전문가 활용

□ 대추 재해보험 도입을 위한 조사 연구

- 대추 재배자들이 느끼고 있는 보험에 대한 필요성을 파악하고, 가입 의사, 보험료 보조율, 표준수확량, 손해 평가체계 등 재해보험 시행을 위한 구체적인 사항을 조사하여 2009년도 대추 재해보험 시범사업 실시를 위한 기본방향을 제시하도록 함.

○ 주요 조사내용

- 보험수요의 정도
 - 재배면적, 생산금액, 지역 등
- 표준수확량 산출
 - 생산량과 관련성이 높은 변수도출
 - 변수별 표준수확량산출
 - 표준수확량의 보정
- 표준가격 산정
 - 가격에 영향을 주는 변수도출
 - 도출된 변수에 따른 농가수취가격 산출
 - 표준과중
- 해외사례(계약인수, 손해평가, 현지조사방법 등)

제 4 장

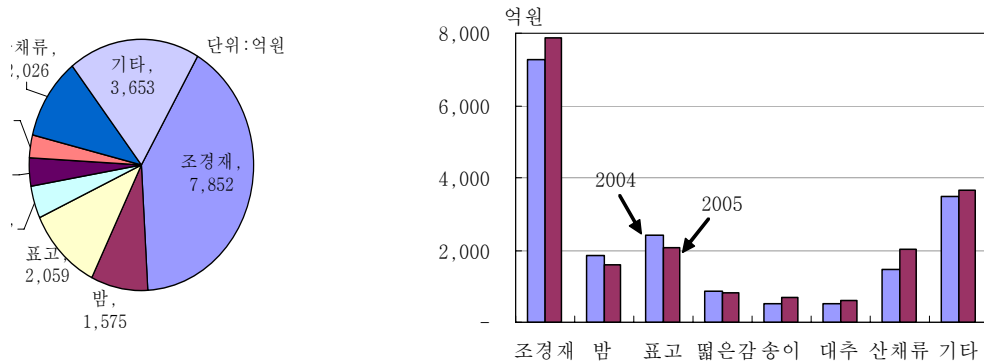
한 · 중 · 일 임산물교역동학과 시사점: 밤, 표고버섯¹

1. 서론

- 임산물은 농산촌 주민의 주요 소득 품목이었으며, 수출을 통해 국가경제 발전에도 기여하여 왔다. 임산물은 산림자원의 적극적 활용을 통한 국토보전에 기여하고 산촌지역 주민의 소득을 지지한다는 측면에서 볼 때 매우 중요한 품목이다.
- 우리나라 단기소득 임산물의 생산액은 2004년 1조 8,328억원에서 2005년에는 1조 9,267억원으로 증가하였다. 단기소득 임산물 가운데 생산액이 가장 높은 품목은 조경재로서 2005년도 생산액이 7,852억원에 이른다. 그다음으로 수실류와 버섯류, 산채류 등이 있다.
- 밤과 표고버섯은 단기소득 임산물 가운데 단일 품목으로서 생산액이 가장 많고 시장개방의 영향을 많이 받는 품목이다. 2005년도 밤 생산액은 1,575억원, 표고버섯 생산액은 2,059억원이다.
- 밤과 표고버섯의 생산과 소비는 동북아시아, 즉 한국과 중국, 일본에 집중되어 있다. 이들 국가들은 교역을 통해 서로 협력하기도 하고 국제시장에서 경쟁하기도 하며 각국의 임산물 생산에 큰 영향을 미친다.

¹ 한국농촌경제연구원에서 주관한 「농업전망 2007」에서 발표한 내용을 정리하였음.

그림 4-1. 단기소득임산물 생산액, 2004-2005



자료: 산림청, 2005. 「임업통계연보」

- 이 장에서는 한국과 중국, 일본의 밤과 표고버섯 교역 추세와 각국의 산업동향을 분석하여 우리나라 임산물 생산에 미치는 영향을 전망하고 그에 따른 시사점을 제시하고자 한다.

2. 밤

2.1. 국제 밤 생산 및 교역 동향

2.1.1. 밤 생산동향

- 2004년 세계 밤 생산량은 125만 2천 톤으로 2003년 대비 12.6%, 2000년 대비 연평균 6.8%씩 증가하였다. 중국, 한국, 이탈리아, 터키 등이 주요 생산국이나 중국을 제외하고는 모두 감소추세이다.
- 세계 밤 생산량에서 중국이 가장 많은 92만3천 톤으로 73.7%, 그다음에 한국이 7만2천 톤으로 5.8%를 차지하고 있다. 중국과 한국은 세계 총생산량의 79.5%를 차지하는 주요 생산국이다.
- 전 세계에서 생산량이 가장 많은 중국과 한국은 일본을 포함하여 밤의 주요 소비국이며 지리적으로 가까워 교역당사국이기도 하다. 밤 교역은 동북아 3개국에서 주로 이루어진다.

표 4-1. 세계 밤 생산량 추이

단위: 천 톤, %

	2000	2001	2002	2003	2004	연평균 증감률
중 국	598	615	599	797	923	13.6
한 국	92	90	72	60	72	-4.3
이탈리아	70	50	50	50	50	-5.7
터 키	60	60	50	48	48	-4.0
기 타	162	155	183	157	159	-0.4
세 계	983	970	954	1,112	1,252	6.8

주: 한국과 중국의 자료는 산림청 통계자료와 중국임업연감을 참조하여 수정한 값임.

자료: FAO Statistical Database

2.1.2. 한 · 중 · 일 밤 교역동향

- 동북아 3개국의 밤 교역 구조가 변화하고 있다. 2000년에는 한국과 중국이 일본 시장에 대해 8,390만 달러, 5,213만 달러를 각각 수출하는 등 독자적인 수출을 하였다.
- 그러나 2005년 일본 시장에 대한 한국의 직접 수출은 1,479만 달러로 감소한 반면 중국으로의 수출이 2,347만 달러로 증가하였다. 중국에서 일본으로의 수출은 7,344만 달러로 증가하였다. 한편 한국의 중국으로부터 수입은 684만 달러로 증가하였으며 일본의 중국 수출도 92만 달러로 증가하였다.
- 즉 중국의 값싼 노동력을 이용하기 위해 한국에서 중국을 거쳐 일본으로 우회 수출하는 경향이 늘어났으며, 일본에서 중국으로 수출하여 재수입하는 경향도 늘어났다. 이와 함께 중국으로부터 밤을 수입하여 한국에서 직접 소비하는 물량도 늘어났다. 중국의 노동력과 값싼 인건비를 이용하는 중국 의존적 수출구조는 당분간 계속될 것으로 전망된다.
- 2000~2005년 한 · 중 · 일의 전체적인 밤 교역규모는 2000년 1억3,872만 달러에서 2005년 1억1,945만 달러로 감소하였다. 교역비중을 살펴보면 일본시장에 대한 한국과 중국의 수출비중이 높으며, 근래에는 한국과 중국의 상호 교역비중도 증가하였다.

그림 4-2. 한·중·일의 밤 교역구조 변화

단위: 천달러

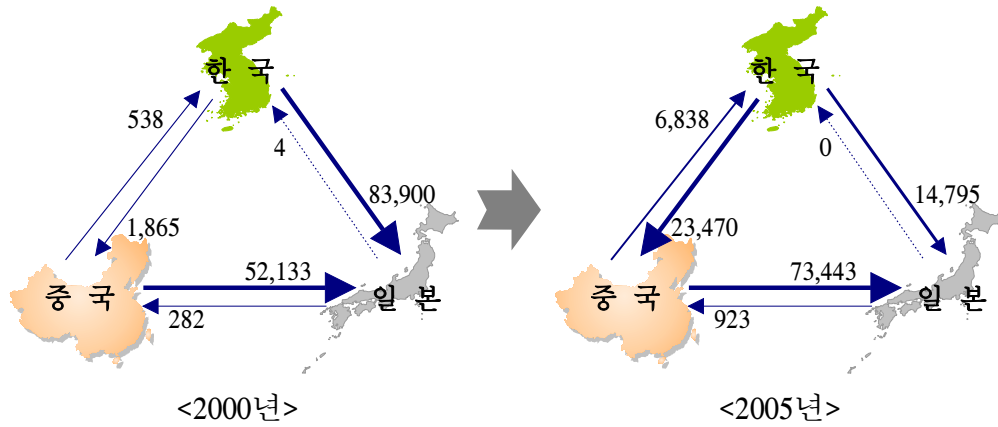


표 4-2. 한·중·일의 밤 교역동향

단위: 천 달러, %

구 분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006.11.	연평균증감률 (05/'00)
한⇒중	1,865 (1.3)	3,090 (2.6)	8,886 (8.9)	21,626 (16.5)	23,841 (19.0)	23,470 (19.6)	19,403 (20.6)	231.7
한⇒일	83,900 (60.5)	71,123 (59.8)	51,257 (51.2)	43,763 (33.4)	17,586 (14.0)	14,795 (12.4)	11,360 (12.0)	-16.5
중⇒한	538 (0.4)	438 (0.4)	591 (0.6)	3,166 (3.2)	6,044 (4.8)	6,838 (5.7)	5,584 (5.9)	234.2
중⇒일	52,133 (37.6)	44,024 (37.0)	39,216 (39.2)	59,172 (45.2)	76,418 (61.0)	73,443 (61.5)	56,863 (60.3)	8.2
일⇒중	282 (0.2)	232 (0.2)	117 (0.1)	2,295 (1.5)	1,440 (1.1)	923 (0.8)	1,122 (1.2)	45.5
일⇒한	4 (0)	- (0.0)	- (0.0)	72 (0.2)	34 (0.1)	- (0.0)	3 (0.0)	-5.0
합 계	138,722 (100.0)	118,907 (100.0)	100,067 (100.0)	130,094 (100.0)	125,563 (100.0)	119,469 (100.0)	94,335 (100.0)	-2.8

주: 괄호 안의 수치는 비율을 의미함.

자료: 농수산물유통공사(www.kati.net), 한국무역협회(www.kita.net)

- 한국의 대일(對日) 밤 수출액은 2000년에 8,390만 달러로 전체 교역에서 차지하는 비중이 60.5%이었으나 2005년에는 1,479만 달러(12.4%)로 감소하였다. 반면, 중국의 대일 밤 수출액은 2000년에 5,213만 달러로 전체 교역의 37.6%이었으나 2005년에는 7,344만 달러로 전체 교역의 61.5%에 이르고 있다.

- 한국과 중국의 밤 교역도 증가하고 있다. 2000년 한국의 대중(對中) 밤 수출액은 187만 달러로 전체 교역의 1.3%에 불과하였으나 2005년에는 2,347만 달러로 성장하여 전체 교역의 19.6%를 차지하였다. 한국에 대한 중국의 밤 수출도 증가 추세인데, 2000년 54만 달러로 전체 교역의 0.4%에 불과하였으나 2005년에는 684만 달러로 증가하여 5.7%를 차지하였다.

2.1.3. 한국과 중국의 대일본 밤 수출 동향

- 일본에 수출하는 한국산 밤은 대부분 깎밤으로 제과용 원료인 감로자를 만드는데 이용된다. 깎밤의 수출 여하에 따라 우리나라 밤 수출액이 크게 달라진다. 2000년 깎밤의 일본 수출액은 7,909만 달러였으나 2005년에는 1,150만 달러로 매년 평균 17.1%씩 줄어든 것으로 나타났다.
- 깎밤의 일본 수출이 급격히 감소하게 된 원인은 국내 깎밤 가공 인력의 부족과 농촌 인건비 상승, 수출 밤의 품질 저하 등을 들 수 있다. 농촌의 인건비 상승은 중국으로 생밤 수출을 증가시키는 요인이 되었다. 또한 수출용 밤의 품질이 저하되는 것은 경남과 전남의 밤나무 노령화에서 비롯된 것으로 보인다.²

표 4-3. 일본시장에 대한 한국과 중국의 밤 제품별 수출 동향

단위: 천 달러, %

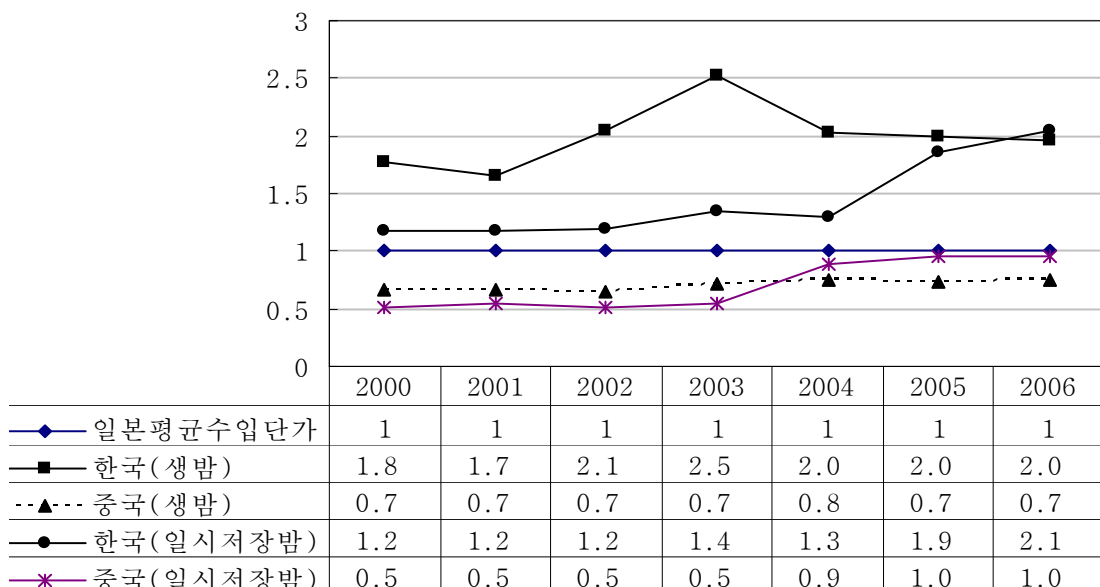
구 분		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006.11	연평균 증감률 (‘05/’00)
한⇒일	생 밤	648	661	2,033	803	529	598	192	-1.5
	깎 밤	79,088	67,660	47,089	40,856	15,124	11,503	8,376	-17.1
	냉동밤	352	434	442	544	480	535	378	10.4
	가공밤	3,812	2,368	1,693	1,560	1,453	2,159	2,414	-8.7
	합 계	83,900	71,123	51,257	43,763	17,586	14,795	11,360	-16.5
중⇒일	생 밤	51,019	43,588	37,897	34,990	38,618	24,626	21,188	-10.3
	기타밤	867	245	876	414	3,355	1,807	2,640	21.7
	냉동밤	247	191	443	474	271	808	339	45.4
	가공밤	0	0	0	23,294	34,174	46,202	32,696	-
	합 계	52,133	44,024	39,216	59,172	76,418	73,443	56,863	8.2

자료: 한국농수산물유통공사(www.kati.net), 한국무역협회(www.kita.net)

² 경남과 전남지역의 밤나무는 1960년대 후반부터 1970년대 초반에 집중적으로 식재되었는데 이후 신규조림 또는 갱신이 제대로 이루어지지 않아 밤나무가 노령화되어 있는 상태이다.

- 중국은 주로 생밤을 일본으로 수출하여 왔으나 2003년부터 가공밤의 수출이 증가하였다. 생밤 수출은 2000년에 5,102만 달러에서 2005년 2,463만 달러로 매년 평균 10.3%씩 감소하였다. 그러나 가공밤은 2003년에 2,329만 달러에서 2005년 4,620만 달러로 2배 가까이 증가하였다.
- 일본에서 중국산 밤은 주로 군밤으로 소비된다. 과거에는 생밤을 수입하여 일본에서 가공하였으나 근래에는 중국에서 가공한 군밤을 수입하는 방식으로 바뀌고 있다.
- 일본 시장에서 한국산과 중국산의 경쟁력을 비교해 보면 한국산 밤은 품질 면에서는 우수성을 인정받고 있지만 중국산에 비해 가격경쟁력에서 뒤지는 것으로 나타났다.
 - 일본의 평균수입단가를 1로 하면 한국산 밤의 수입단가지수는 생밤이 1.7~2.5, 일시저장밤은 1.2~2.1로 나타났다. 생밤의 수입단가지수가 2002년과 2003년에 상승한 것은 태풍피해로 수출량이 감소하였기 때문이다. 중국산은 생밤과 일시저장밤 모두 일본 평균수입단가보다 낮고 안정되어 있어 가격경쟁력에서 우위에 있다.

그림 4-3. 일본시장에서 산지별 밤 평균수입단가지수 추이



2.1.4. 한국과 중국의 밤 교역동향

- 한국에서 중국으로 수출하는 밤은 대부분 생밤이다. 2000년 중국으로의 생밤수출은 161만 달러에 불과했으나 2005년에는 2,340만 달러로 매년 평균 270%씩 증가하였다. 일본 수출용 깎밤 가공을 위해 생밤의 중국 수출이 증가하였기 때문이다.
 - 중국은 재수출용 가공을 목적으로 수입하는 한국산 밤에 대하여 면세혜택을 부여하고 있다.
- 중국에서 한국으로 수출하는 밤은 생밤을 비롯해 냉동밤, 가공밤 모두 증가하는 추세이다. 중국산 생밤은 군밤용으로 사용된다. 근래에는 가공밤의 수입도 크게 증가하였는데 일본과 마찬가지로 국내 소비자들도 먹기 쉽게 완전히 가공된 제품을 선호하기 때문이다.
- 생밤 수입은 최소시장접근(MMA) 방식으로 수입을 제한하고 있으며 수입공매권은 산림조합중앙회에서 운영하고 있다.

표 4-4. 한국과 중국의 밤 제품별 교역동향

단위: 천 달러, %

구 분		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006.11	연평균증감률 (‘05/’00)
한→중 (A)	생 밤	1,614	2,987	6,896	19,810	23,815	23,402	19,375	270.0
	깎 밤	43	19	47	1,795	23	56	19	6.0
	냉동밤	208	0	0	20	0	7	5	-19.3
	가공밤	0	84	1,943	1	3	5	4	-
	합 계	1,865	3,090	8,886	21,626	23,841	23,470	19,403	231.7
중→한 (B)	생 밤	95	215	582	770	1,356	1,275	3,246	248.4
	깎 밤	5	0	0	76	41	102	-	388.0
	냉동밤	1,531	960	1,069	2,858	3,587	2,903	3,130	17.9
	가공밤	51	0	28	485	2,332	5,480	11,310	2,129.0
	합 계	1,682	1,175	1,679	4,189	7,316	9,760	17,686	96.1
한-중 교역수지 (A-B)		183	1,915	264	17,437	16,525	13,710	1,717	1,478.4

자료: 농수산물유통공사(www.kati.net)

2.2. 중국과 일본의 밤 산업동향

2.2.1. 중국의 밤 산업 동향

- 중국의 밤 재배면적에 대한 정확한 통계는 없으나 전국적으로 약 170만ha이며, 결실면적은 약 80만ha에 달하는 것으로 추정된다.
- 밤을 가장 많이 생산하는 지역은 산둥성으로 전체 생산량의 22%를 생산하고 있다. 그다음으로 하남성 11%, 호북성 11% 순이다.

표 4-5. 중국의 주요 산지별 밤 생산량 추이

단위: 톤

지역명	2000	2001	2002	2003	2004
하 북	34,620	50,725	55,049	71,595	84,661
요 녕	24,676	28,767	32,652	38,724	38,719
절 강	33,450	38,654	44,848	45,884	55,436
안 휘	45,710	42,151	55,207	45,213	68,506
산 동	146,839	159,827	172,269	211,298	202,207
하 남	85,650	62,035	76,986	91,010	102,343
호 북	70,818	55,679	60,429	67,363	101,613
광 서	22,008	26,828	31,668	32,910	34,567
기 타	134,414	134,411	172,576	193,171	234,683
전 체 증가율	598,185	599,077 1.5%	701,684 17.1%	797,168 13.6%	922,735 15.8%

자료: 中國 國家林業局. 2005. 「中國林業年鑑」

- 중국에서 재배되는 밤은 대부분 재래품종이다. 1990년대 이후 개량품종이 보급되고 있는데 품종 수는 400여종 이상인 것으로 알려져 있다. 밤은 고수익 작물로 인식되어 산간지역 뿐만 아니라 경작지에서도 밤나무 조림을 적극 추진하고 있기 때문에 앞으로 재배면적과 생산량은 계속 증가할 것으로 전망된다.
- 1998년 이후 서부개발전략의 일환으로 산간지역의 농가소득 증대를 위해 대면적 밤 과수원을 조성하고 있다. 야생 밤을 과수원으로 개조할 뿐만 아니라 퇴경환림(退耕還林) 대상지역에 대해서는 보조금을 주어 유실수 식목을 권장하고 있다. 밤 주산지에서는 지방정부가 농민에게 도급이나 합작형태로 야산을 적극 개발할 수 있도록 혜택을 주어 밤 생산을 장려하고 있다.³

- 해외수출을 위해 한국 품종을 들여와 식재하는 지역도 있다. 요령성 단둥시, 산둥성 일조시, 강소성 북부의 서주시, 하남시 신양, 광둥, 광서, 절강, 안휘성, 복건성의 일부 지역에서 한국 품종의 밤을 심고 있다. 총 2만ha 이상 한국 품종의 밤 나무를 식재하여 연간 1만 톤 이상의 밤을 생산하는 것으로 추정된다.
- 중국에서 밤 소비는 1인당 0.1kg정도에 불과하지만 생산의 대부분이 국내에서 소비된다. 군밤으로 소비하는 경우가 많으며, 밤을 이용한 가공제품에는 통조림을 비롯해서 주스, 과자, 술, 잼 등이 있다.
- 중국이 수출하는 밤은 군밤용 생밤이 많다. 생밤의 수출량은 2005년에 3만 7,091톤으로 전년보다 1.6% 감소하였으며 2006년 11월 현재 3만 5,969톤을 수출하였다. 주요 수출대상국은 일본과 대만으로 2005년 전체 수출량의 60.5%를 차지하였다. 최근에는 태국, 말레이시아, 한국 등으로도 수출이 증가하고 있다.
- 중국의 밤 수입도 증가하고 있는데 대부분 한국산이다. 2006년 11월 현재 총 1만 2,661톤의 밤을 수입하였으며, 한국산 밤의 수입비중은 2000년 65.4%에서 2005년 95.6%로 늘어났다. 한국에서 수입한 밤은 탈각·가공되어 일본으로 재수출된다. 밤 수입은 재수출을 위해 가공과 물류 여건이 유리한 산둥성(58%), 강소성(31%)에 집중되어 있다. 일본으로 간밤을 수출하는 한국 수출업체들이 대개 이들 지역에 위치하고 있다.
- 중국의 밤 수출량에서 재수출용 수입량을 뺀 순수출량은 전체 생산량의 3~4%에 불과하다. 중국의 밤 수출잠재력은 높으나 군밤용을 제외한 기타 중국산 밤의 품질이 아직 일본에서 요구하는 가공용 수준에 미치지 못하기 때문이다.

³ 정병현외 3인. 2004. 『주요 단기소득임산물의 수급 및 유통구조』. 국립산림과학원 연구보고 04-09

표 4-6. 중국의 밤 수출 동향

단위: 톤

구 분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006.11
일 본	22,021	20,084	20,400	18,243	19,317	14,316	11,649
대 만	5,487	5,012	4,937	6,184	6,951	8,115	6,451
싱 가포 르	1,333	647	887	986	565	599	448
태 국	225	486	640	1,136	1,148	1,016	905
말레이시아	372	449	847	1,147	1,677	1,377	1,165
한 국	311	301	394	1,518	1,991	1,639	2,317
기 타	1,019	1,252	1,555	3,155	6,026	10,029	13,034
전 체	30,768	28,231	29,660	32,369	37,675	37,091	35,969

주: 신선밤(08024010)을 의미함.

자료: 한국무역협회(www.kita.net)

표 4-7. 중국의 생밤 수입 동향

단위: 톤

구 분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006.11
한 국	1,394	2,866	5,504	8,757	12,883	13,163	12,661
일 본	442	67	173	1,017	487	354	658
기 타	296	108	78	128	159	246	24
전 체	2,132	3,041	5,755	9,902	13,529	13,763	13,343

자료: 한국무역협회(www.kita.net)

2.2.2. 일본의 밤 산업 동향

- 일본의 밤 생산량은 2005년 1만 2,370톤으로 2000년 이후 연평균 5.9%씩 감소하여 왔다. 밤 주산지인 이바라키, 구마모토, 에히메, 기후, 사이타마 등이며 이바라키와 구마모토가 전체생산량의 46%를 차지하고 있다.
 - 이바라키의 밤 재배지는 대부분 평지인데 2003년을 기준으로 재배지는 산림 22.1ha, 농지 3,399ha로 99%가 농지이다. 반면 구마모토는 산림이 685ha, 농지 2,581ha로서 재배면적의 21%가 산림, 79%가 농지로 되어 있다.
- 일본에서 재배하는 밤 품종은 100종류 이상이며 수확기는 조생종이 8월말~9월 하순, 중생종 9월 하순~10월 상순, 만생종이 10월 상순~10월 하순이다. 가장 많이 식재된 품종은 츠쿠바(筑波)로서 재배면적의 약 30%를 차지하고 있다. 그다음으로 탄바(丹波), 긴요세(銀寄), 이시즈치(石鎚) 등이 있다. 이들 4품종이 대부분을 차지하고 있다.

표 4-8. 일본의 밤 수급 동향

단위: 톤, %

		2000	2001	2002	2003	2004	2005	연평균 증감률 ('05/'00)
생 산		17,488	18,994	17,774	16,858	13,908	12,370	-5.9
수 입	생 밤	37,384	31,695	29,073	25,232	25,207	21,552	-8.5
	일시저장밤	1,190	1,423	1,543	1,399	1,551	713	-8.0
	밤 통 조 립	1,496	1,318	1,176	1,450	2,033	2,199	9.4
	소 계	40,070	34,436	31,792	28,081	28,791	24,464	-7.8
소 비		57,558	53,430	49,566	44,939	42,699	36,834	-7.2

주: 일시보존처리 밤은 아황산가스 또는 염수, 기타 보존용 용액으로 처리한 것으로 그 상태로는 식용에 적합하지 않음.

자료: 일본 임야청(www.rinya.maff.go.jp)

- 일본은 밤 소비국으로서 소비량의 66% 이상을 수입에 의존하고 있지만 2000년 이후 수입량은 전반적으로 감소하고 있다. 수입량이 감소하는 것은 경기침체에 따라 전반적인 소비가 부진하였기 때문이다. 2005년도 밤 수입량은 2만 4,464톤으로 연평균 7.8%씩 감소하였다. 수입의 대부분은 생밤이며 중국에서 수입된다.⁴
- 일본의 밤 소비는 수입산을 포함해 50% 이상이 제과용 원료로 이용된다. 나머지는 일반 소비자용으로서 가을과 겨울철에 95%가 소비된다. 이외에는 찐밤, 밤밥, 군밤, 아마구리(甘栗) 등으로 이용되고 가공품으로는 빵, 양갱, 밤낫토, 마롱글라세 등이 있다. 일본산 밤은 주로 생식으로 소비된다.
- 2006년부터 일본은 수입 농산물에 대하여 안전성 기준을 강화하고 있다. 한국산 밤의 수출을 유지하기 위해서 일본 소비자가 요구하는 품질과 안전성 기준을 충족해야 한다. 이를 위해 노령목 갱신이나 가지치기와 시비 등 밤의 품질을 높이는 노력을 해야 한다. 그리고 생산이력제를 실시하여 한국산 밤은 청정하며 안전하다는 것을 증명해야 한다.

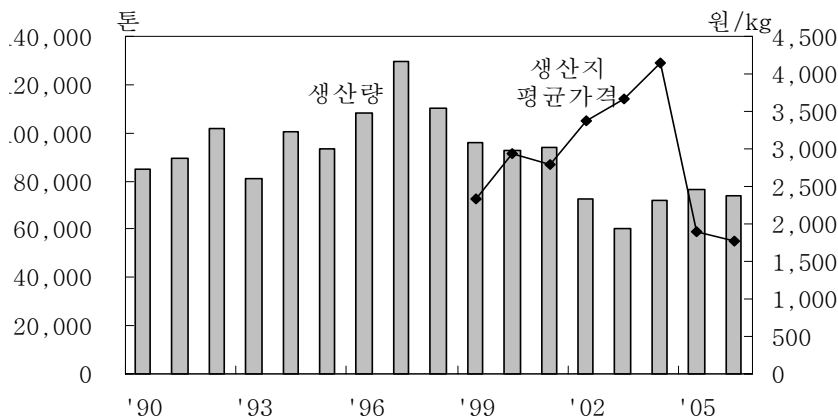
⁴ 간밤은 그동안 ‘일시저장밤’으로 분류되었으나 2000년부터 일부가 생밤으로 집계되고 있다. 한국에서 수입하는 생밤에는 간밤 외에도 외피만 제거한 내피 밤 등이 포함된다.

2.3. 한국의 밤 산업동향

2.3.1. 생산 및 소비

- 2006년도 국내 밤 생산량은 약 7만 4,000톤 정도로 추산되는데 이는 2005년에 비해 약 3.2% 감소한 것이다. 태풍 등의 자연재해는 없었으나 성숙기에 가뭄이 지속되어, 결실은 많았지만 크기, 품질 등이 좋지 않아 실질적인 생산량이 줄어들었기 때문이다.
- 밤의 생산지 평균가격(上品) 추이를 보면 2002년과 2003년에 태풍에 의한 피해로 생산량이 7만2천 톤과 6만 톤으로 급감하자 가격은 kg당 3,383원과 3,659원으로 상승하였고 2004년에는 4,137원으로 최고치를 보였다. 이후 생산량이 안정되면서 가격은 감소추세를 보이고 있다. 2004년도 생산지 평균가격이 높은 것은 2003년 산 밤의 출하가 크게 감소하였기 때문이다.

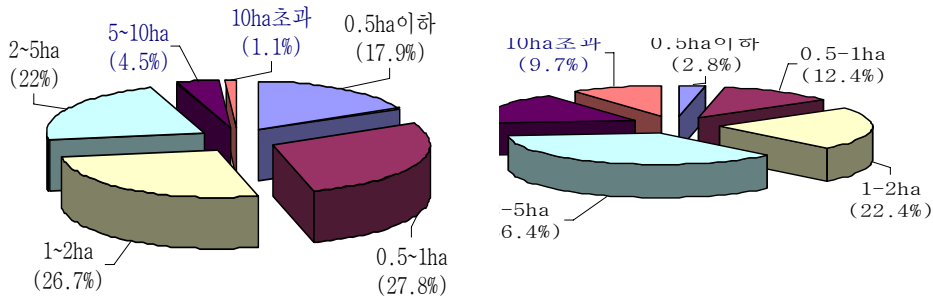
그림 4-4. 밤 생산량과 생산지 평균가격 추이



자료: 산림청

- 밤을 재배하는 임가수는 5만3천호('96)에서 2만9천호('03)로 크게 감소하였다. 밤 재배자의 68%가 60세 이상이고, 평균 재배규모는 2ha이다. 5ha이상의 재배자는 5.6%이며, 재배면적은 26%에 불과하다. 밤나무 평균 수령은 18년으로 노령화 단계에 접어들었다고 볼 수 있다.
- 충청권에서는 신규조림과 집약관리가 이루어지고 있지만 전남과 경남 남부지역에서는 밤나무가 노령화되었고 관리도 부실한 상태이다. 수출 밤의 품질을 높이고 산지가격의 안정을 위해서는 생산량의 52%가 이루어지는 남부권 밤나무의 집약관리가 필요하다.

그림 4-5. 재배규모별 재배자수 및 면적비율

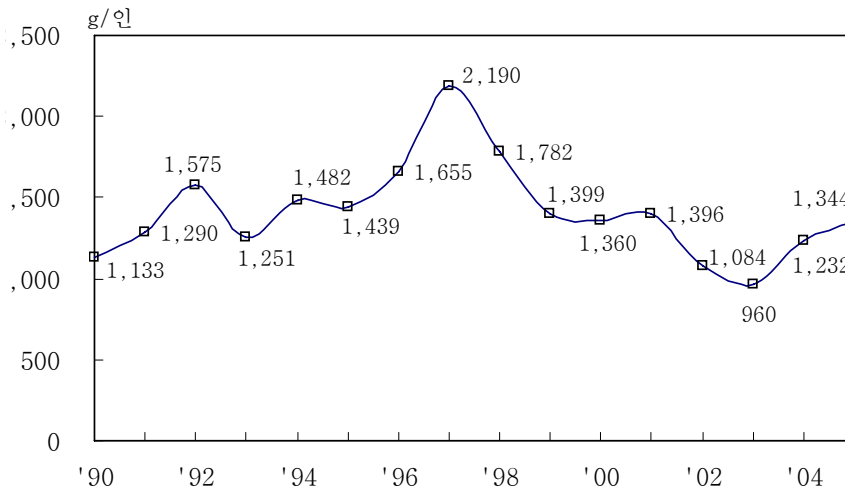


<재배규모별 재배자수 비율>

<재배규모별 면적 비율>

- 국민 1인당 연간 밤 소비량은 1990년 이전에 1kg 미만이었지만 1997년에 최고 2.2kg까지 증가하였고 이후 감소하고 있다. 2005년에는 1.3kg으로 다소 증가한 것으로 나타났다.⁵
- 밤 소비용도를 보면 수출로 나가는 물량이 25~30%로 가장 많고 관혼상제용 제수용품으로 18~20%, 식당 및 음식용으로 15%, 과자·통조림·이유식의 원료로 12~15%, 겨울철 군밤용으로 3~5% 정도인 것으로 추정된다. 감모율은 12~15% 정도로 추정된다. 생밤으로 이용하는 비율이 높고 가공제품으로 이용하는 비율이 낮다.

그림 4-6. 1인당 연간 밤 소비량 추이



⁵ 밤의 1인당 소비량은 생산량+수입량에서 수출량(생밤 기준)을 뺀 총 국내소비량을 인구수로 나누어 산출하였다.

2.3.2. 수출입

- 2005년도 밤 수출량은 생밤 기준으로 1만 8,652톤, 수출액은 3,812만 달러로 전년보다 각각 2.6%, 8.5% 감소하였다. 한편, 수입량은 6,499톤으로 전년보다 1.2% 감소하였지만, 수입액은 995만 달러로 32.6% 증가하였다.
- 수출액이 감소한 것은 우리 밤의 주요 수출대상국인 일본에서 밤 시장규모가 축소되면서 수출량이 줄어들었고, 그동안 국내에서 가공하여 수출하던 껌밤 대신 가격이 낮은 생밤의 수출량이 증가하였기 때문이다.
- 밤의 제품별 수출입 단가추이를 보면 모든 제품에서 수출단가가 수입단가보다 높게 나타난다. 특히 껌밤의 수출단가는 수입단가보다 대단히 높아서 국제시장에서 가격 경쟁이 어려울 것으로 판단된다. 반면 생밤은 어느 정도 안정된 수출가격을 유지하고 있으므로 껌밤 가공을 위한 원료재로서는 한국산 생밤이 어느 정도 경쟁력을 확보하고 있음을 알 수 있다.

표 4-9. 밤의 수출입 추이

단위: 톤, 천달러, %

		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
수출	수출량*	27,666	29,056	21,684	17,727	19,146	18,652	16,991
	수출액	88,467	78,432	62,856	66,063	41,669	38,121	33,342
수입	수입량*	1,680	1,602	1,951	4,033	6,578	6,499	10,235
	수입액	1,719	1,541	2,146	3,380	7,504	9,951	19,461

주: 수출입량은 생밤 기준으로 환산한 것으로 전환계수는 생밤 1.0, 껌밤 2.0, 가공밤 1.1, 냉동밤 1.4이며, 2006년은 잠정치임
 자료: 한국무역협회(www.kita.net)

그림 4-7. 밤의 제품별 수출 추이

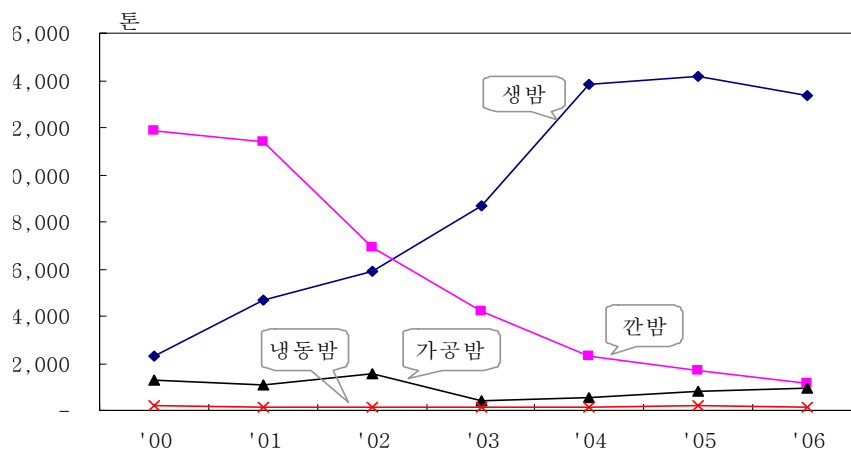


표 4-10. 밤의 제품별 수출입 단가 추이

단위: 달러/kg

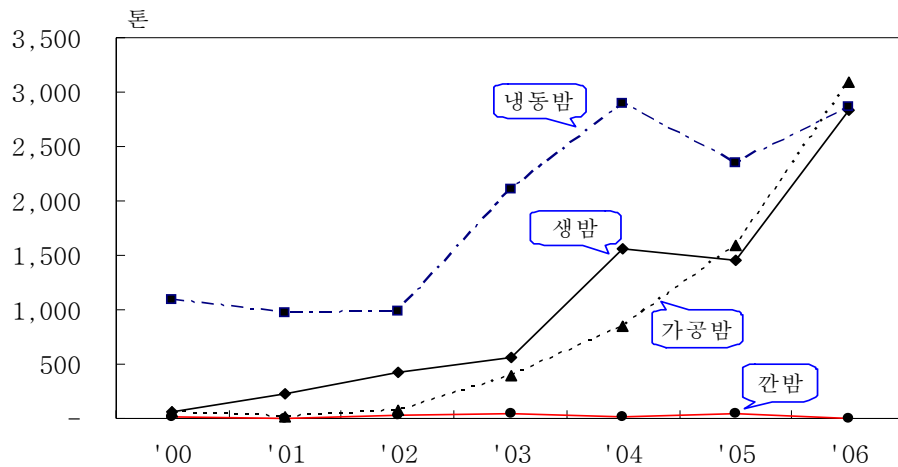
연 도	생 밤		간 밤		냉동밤		가공밤	
	수출가	수입가	수출가	수입가	수출가	수입가	수출가	수입가
2000	2.09	1.41	6.70	0.62	2.99	1.40	3.41	1.68
2001	1.57	1.66	5.98	-	3.56	1.11	2.68	4.43
2002	1.89	1.57	6.81	5.38	3.23	1.09	2.59	2.91
2003	2.44	1.07	10.20	1.67	3.71	1.04	4.02	1.48
2004	1.72	0.89	6.63	2.78	4.76	1.24	4.05	2.90
2005	1.65	0.91	6.96	3.37	3.23	1.21	3.15	3.56
2006	1.59	1.24	7.09	-	2.84	1.22	3.35	4.03

주: 2006년은 잠정치임

자료: 한국무역협회(www.kita.net)

- 밤 수입은 냉동밤과 생밤 위주인데 냉동밤의 2005년도 수입량은 2,354톤으로 전년보다 18.5% 감소하였으나 2006년에는 2,861톤으로 증가하였다. 냉동밤은 제과용 및 요식용 원료로 소비되며 관세가 30%에 불과해 많은 양이 수입되고 있고, 앞으로도 수입은 계속 증가할 것으로 전망된다.
- 생밤 및 간밤은 관세화 대상 품목으로 수입량은 최소시장접근물량(MMA)에 의해 제한받는다. 수입의 대부분은 천진밤이며 당도가 높고 껍질이 쉽게 벗겨지는 장점이 있어 겨울철 군밤용으로 적합하다. 생밤의 수입량은 계속 증가하는 추세인데 특히 2006년도에는 2,830톤이 수입되어 MMA 물량(2,170톤)을 초과하고 있다. 이를 통해 유추해 보면 중국산 밤이 국내 군밤시장의 상당 부분을 점유한 것으로 보인다.
- 가공밤은 2005년에 1,587톤이 수입되어 전년보다 86.4% 늘어났고 2006년에도 3,091톤이 수입되었다. 가공밤의 수입은 앞으로도 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 가공밤 수입이 증가한 것은 군밤 완제품인 단밤의 수입이 크게 증가하였기 때문이다.
- 단밤은 중국 현지에서 구워 탈각한 후 완전히 가공·포장하여 수입되므로 소비자가 껍질을 벗길 필요가 없이 바로 먹을 수 있는 장점이 있다.

그림 4-9. 밤의 제품별 수입 추이



2.4. 시사점

- 과거 일본 수입밥 시장에서 한국산은 간밥, 중국산은 생밥으로 완전히 구분되었고, 한국과 중국의 밥 교역은 매우 미미하였다. 그러나 최근 국내 농촌노임의 상승, 생산량의 저하, 노동력의 부족, 고령화 등으로 간밥의 일본 수출이 크게 감소하였다. 반면 중국으로의 생밥수출이 증가하였는데 이는 중국에서 간밥으로 가공하여 일본으로 수출하는 우회수출이 증가하였기 때문이다.
- 중국으로부터 생밥, 냉동밥, 저장밥의 수입도 크게 증가하고 있다. 이처럼 국제 밥 교역여건이 크게 변화하면서 국내 밥 산업은 새로운 전환기를 맞이하고 있다.
- 일본 시장에서 한국산 밥이 경쟁력을 갖추기 위해서는 간밥을 가공하는 비용을 절감해야 한다. 가공비용을 절감하기 위해서는 밥 껍질을 쉽게 벗기면서 많은 물량을 동시에 처리할 수 있는 기술 개발, 즉 기계화가 이루어져야 한다. 이와 함께 밥 생산이 9~10월에 집중되므로 북한의 개성공단을 일시 활용하여 가공비용을 절감하는 방안을 생각해 볼 필요가 있다.
- 한국산 밥은 무농약의 안전제품이라는 인식을 높여야 한다. 수출 밥에 대해서는 생산 이력제 실시를 의무화하여 친환경적인 고품질 밥을 생산하는 전략이 필요하다.
- 밥 산업의 안정을 위해 밥 산업구조가 수출의존형에서 벗어나 수출과 내수의 균

형을 유지하도록 조정해야 한다. 그러나 국내 밤 소비가 제수용품으로서의 생밤 소비 이외에 마땅한 용도가 개발되어 있지 않아 내수소비를 확대하는 데에 한계가 있다. 밤을 원료로 하는 이유식, 과자, 기능성 식품 등 다양한 가공제품을 개발하여 내수 확대 또는 새로운 수요 창출에 노력해야 한다. 이와 함께 밤의 기능성에 대한 연구를 강화하여 한국산 밤의 우수성을 홍보하여야 한다.

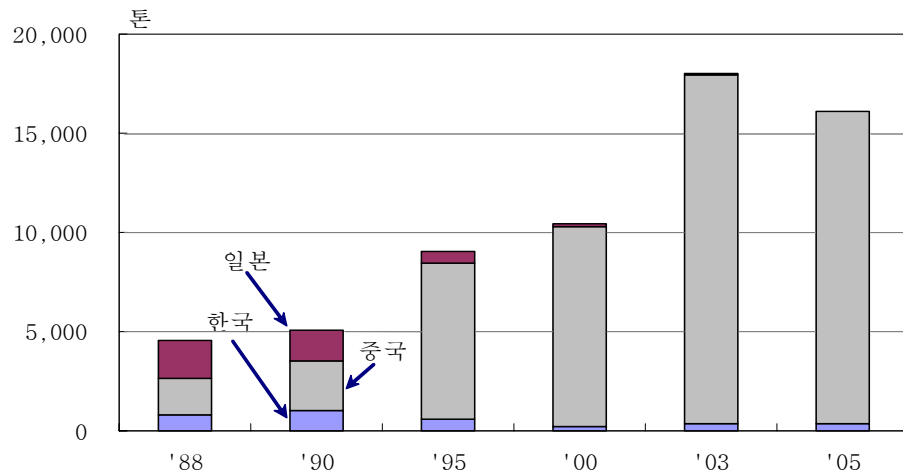
- 밤 재배를 규모화, 기계화하는 것과 함께 생산구조를 전업농 위주로 재편하여야 한다. 또한 경쟁력이 낮고 폐원 가능성이 높은 밤나무 임지를 대체할 수 있는 신규 품목을 개발하고 이를 지원할 수 있는 정책개발이 필요하다.

3. 표고버섯

3.1. 표고버섯 교역 동향과 전망

- 표고버섯은 주로 동아시아 지역을 중심으로 생산과 소비가 이루어진다. 표고버섯의 주요 생산국은 중국, 일본, 한국, 대만이며, 이들 국가들과 홍콩, 싱가포르, 말레이시아 등 화교권 국가들이 주요 소비국이다.
 - 유럽과 미국에서도 일부 재배하고 있으나 생산량이 많지 않고 국내시장에 미치는 영향도 미미하다.
- 1990년 이전에는 일본과 한국의 표고버섯 수출량이 많았다. 그러나 중국이 농업 정책을 전환하고 경제개방정책을 추진하면서 표고버섯 생산량과 수출량이 급속하게 증대하여 세계 표고버섯 수출시장의 대부분을 차지하게 되었으며, 한국과 일본의 표고버섯 수출은 크게 위축되었다.
- 국제시장에서 한국산과 일본산은 고급품으로, 중국산은 중저급품으로 인식되고 있다. 그러나 근래에는 중국의 재배기술과 유통기술이 발전하면서 중국산 표고버섯의 품질도 크게 향상되고 있다.
 - 고급 건표고는 선물용, 고급 레스토랑의 식자재 등으로 소비되어 그 용도가 한정되어 있다.

그림 4-9. 한·중·일 건표고 수출량 추이



자료: 한국무역협회(www.kita.net)

표 4-11. 주요 산지별 건표고에 대한 품질 평가

국 가	색	향 기	맛	형태	건조도
일 본	버섯특유의 색이 보존되어 있으며, 장기간 저장시에도 색상불변	버섯특유의 향이 잘 보존되어 있음	부드럽고, 뒷맛의 여운이 있음	크기가 일정하고 잘 정돈된 버섯 형태를 유지	건조도 높음
한 국	일본산과 대등한 수준이나 건조상의 부주의로 인해 간혹 변색되는 경우가 있음	일본산과 대등함	일본산과 비슷하지만 맛이 다소 강함	일본산과 대등함	건조도 높음
중 국	쉽게 변색되기 때문에 저장판매가 어려움	일본산과 대등함	맛이 강함	크기가 일정하지 않고 정돈되어 있지 못함	건조도 다소 낮음

자료: 농수산물유통공사

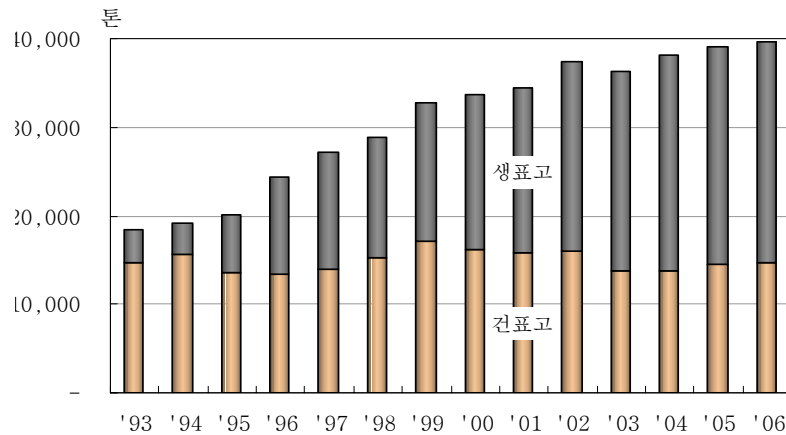
- 국제 시장에서 중국산 표고버섯의 시장 우위는 지속될 것이다. 그러나 중국의 표고버섯 소비가 증가하여 내수 가격이 상승하고 있으며, 수입국에서 품질과 안전성에 대한 요구가 강화되어 중국의 표고버섯 수출이 약화될 가능성도 전망된다.
- 일본은 주요 소비시장이지만 세이프가드의 도입, 표고버섯에 대한 품종보호권의 강화, JAS법에 의한 원산지 표시 단속, 잔류농약에 대한 포지티브 리스트제도 도입 등의 조치로 수입을 억제하고 있다. 이러한 조치는 실제 일본의 표고버섯 수입을 크게 저하시키고 자국의 생산을 안정시키는 효과를 거두고 있다.

3.2. 한 · 중 · 일 표고버섯 산업 비교

3.2.1. 생산

- 우리나라의 2006년도 표고버섯 생산은 생표고 24,927톤, 건표고 2,067톤으로 전년 보다 약간 증가한 것으로 추정된다.
- 건표고 생산량은 1996년 1,872톤에서 2005년 2,032톤으로 비슷한 수준을 유지하고 있지만, 생표고 생산량은 1996년 1만 941톤에서 2005년 2만 4,509톤으로 연평균 9.6%씩 증가하였다. 이처럼 우리나라 표고버섯 생산증가는 내수 소비용 생표고가 주도하고 있다.

그림 4-10. 우리나라 표고버섯 생산량 추이

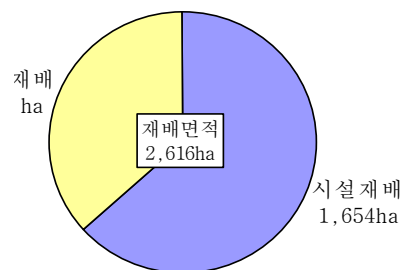
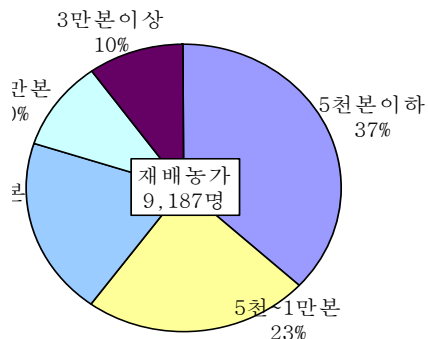


주1. 2006년도 자료는 추정치임.

2. 건표고 생산량은 생표고로 환산하였음(환산비율은 7.143)

자료: 산림청, 「임업통계연보」, 각 연도

그림 4-11. 한국의 규모별 표고버섯 재배농가 분포



<재배규모별 농가 현황>

<시설 및 산지 재배면적>

자료: 산림청 내부자료, 2005

- 표고버섯 재배는 정부의 지원에 힘입어 산지재배에서 시설재배로 전환하고 있다. 재배규모를 보면 대부분 2만본 미만의 자목을 보유하는 부업적 형태가 많고, 전업경영이 가능한 3만본 이상 규모의 재배자는 10%에 불과하다.
- 일본의 표고버섯 생산은 감소 추세이다. 중국산의 수입이 증가하면서 가격 하락 등의 영향으로 생표고 생산은 감소하고 있지만 근래에 안정세를 유지하고 있다. 생표고 수입량은 계속 증가하여 전체 소비량의 약 30%를 차지하는데 중국산이 대부분이다. 2000년 이후 일본의 생표고 수입은 감소하고 있는데 이는 2000년 JAS법 개정으로 원산지 표시가 강화되고 중국산에서 잔류농약이 검출되어 사회적 문제가 되었기 때문이다. 2006년에는 잔류농약에 대한 포지티브 리스트제도를 도입하면서 생표고 수입도 크게 감소하였다.
- 일본의 건표고 생산량은 2005년도 4,072톤으로 전반적인 감소추세이지만 전년도보다 0.7% 증가하였다. 이에 비하여 수입 건표고는 일본 소비량의 약 70%를 차지하고 있고 대부분이 중국산이다.
- 일본은 표고버섯 산업의 유지를 위해 다수확 고품질 종균개발, 원목재배의 기계화 및 자동화, 균상재배의 보급 등으로 생산성 향상을 추구하고 있다. 이와 함께 심벌마크 제정, 텔레비전 광고, 로고송 제작 등으로 판촉 활동을 강화하고 있다.

표 4-12. 일본의 표고버섯 수급 추이, 2000-2005

단위: 톤, %

		2000	2001	2002	2003	2004	2005	연평균증감률
생표고	생 산	67,224	66,128	64,442	65,363	66,204	64,897	-0.7
	수 입	42,057	36,301	28,148	24,896	27,196	22,526	-11.1
	소 비	109,281	102,429	92,590	90,259	93,400	87,423	-4.3
건표고	생 산	5,236	4,964	4,449	4,108	4,088	4,072	-4.8
	수 입	9,144	9,253	8,833	9,137	8,844	8,375	-1.7
	수 출	115	151	118	79	73	85	-2.9
	소 비	14,265	14,067	12,985	13,166	12,859	12,362	-2.8

자료: 日本 林野廳

- 한편, 중국은 세계 최대의 버섯류 생산국이자 소비국이며 수출국이다. 중국에서 버섯류 생산은 식량작물, 면화, 기름, 과일, 야채 다음으로 중요한 위치를 차지하고 있다. 버섯류에서 표고버섯은 재배역사가 가장 오래 되었고 생산량도 매년 증가하여 왔다. 중국이 표고버섯 생산과 수출에서 우위를 차지하게 된 배경에는 재배기술의 개발 및 보급 외에도 문화혁명 이후 농업정책의 전환과 경제개방정책이 큰 영향을 미쳤다.
- 중국에서 버섯류 생산은 1978년도 6만 톤에 불과하였지만 2003년도에는 1,038만 톤에 이르러 세계 버섯류 생산의 70%에 이르게 되었다. 2005년도 버섯류 생산은 생산량 1,334만 톤, 생산액은 585억 위안으로 추정한다. 주요 품목별로 보면 느타리가 298만 톤, 표고버섯이 246만 톤, 목이 107만 톤, 양송이 72만 톤으로 추정된다.⁶ 한편, 중국에서도 표고버섯 재배의 원가가 상승하여 다른 버섯류 재배로 전환하는 사례가 많은 것으로 보인다. 이에 따라 중국의 표고버섯 생산량도 상승세가 주춤할 것으로 전망된다.
- 중국의 버섯생산은 아직 자연의존적이고, 농가 단위의 분산된 생산이 주류이다. 그러나 국가적으로 버섯산업을 중시하고 인건비가 상승하는 추세이므로 점차 기업화, 전문화, 규모화로 발전할 것으로 전망된다. 이와 함께 버섯재배에 대한 연구개발을 강화하고 종균에 대한 지적재산권 보호에도 나설 것이다. 근래에는 버섯류의 기능성 물질을 이용하는 상품개발에도 적극 나서고 있다.
- 표고버섯 재배에는 국가마다 독특한 기술적 차이가 존재한다. 중국과 대만의 표고버섯 재배는 원목재배보다 톱밥재배(또는 균상재배)에 의존하고 있는데 이는 참나무류 원목자원이 부족하기 때문이다. 이에 비하여 한국과 일본의 표고버섯 재배는 원목재배 비율이 상대적으로 높은 편이다. 중국과 대만의 톱밥재배 비율은 90% 이상, 일본의 톱밥재배 비율은 70%, 한국의 톱밥재배 비율은 5% 미만이다. 우리나라에서 일부 선도농가들이 톱밥재배를 시도하고 있지만 아직 만족스런 수익을 올리지 못하고 있다.
 - 일본에서는 2006년부터 소매점에서 판매하는 표고버섯에 원목 또는 균상으로 재배방법의 표시를 의무화하도록 정하였다. 가격은 일본 도매시장 가격 기준으로 원목재배 표고가 톱밥재배 표고보다 100g당 30~50엔 정도 비싸다.

⁶ 최철호. 2005. “중국의 표고버섯 생산현황과 유통, 소비”

3.2.2. 소비

- 한국의 표고버섯의 1인당 소비량은 꾸준히 증가하여 왔다. 생표고는 1998년 294g에서 2005년 514g으로 증가하였으며, 건표고는 생표고 환산 기준으로 1998년 455g에서 2005년 865g으로 증가하였다.
- 우리나라 도시 주부를 대상으로 한 소비자의 표고버섯 섭취 빈도 조사결과를 보면 연령대별 섭취 빈도에서는 차이가 나타나지 않지만, 소득수준의 증가에 따라 섭취 빈도가 증가하고 있음을 알 수 있다. 표고버섯은 소득탄력성이 높은 품목이고 앞으로 국민소득의 향상에 따라 우리나라 표고버섯 소비는 증가할 것으로 전망된다.

표 4-13. 우리나라 주요 도시가구의 표고버섯 섭취 빈도

단위: %

구 분		거의 매일	1주일에 한번	2주일에 한번	한 달에 한번	1년에 3~4회	두달에 한번	1주에 2~3회
전 체		7.2	30.0	22.5	20.2	19.4	0.2	0.6
연령	30대	6.7	26.8	22.3	22.9	20.7	-	0.6
	40대	6.2	34.4	21.5	21.5	15.8	-	0.5
	50대	11.0	29.7	22.0	14.3	22.0	1.1	-
	60세 이상	5.4	21.6	29.7	13.5	27.0	-	2.7
월 소득	200만원이하	3.3	28.5	16.3	20.3	30.9	0.8	-
	200-299만원	6.4	22.9	22.0	31.2	15.6	-	1.8
	300-399만원	12.9	27.3	30.3	17.4	12.1	-	-
	400만원이상	5.8	42.7	22.3	13.6	15.5	-	-

자료: 한국농촌경제연구원. 소비자 조사결과(2006. 8.)

- 일본에서 표고버섯 소비는 감소추세에 있다. 가구당 표고버섯 구입량과 지출액 모두 감소하고 있다. 그 원인은 건표고의 불편한 조리 과정, 외식의 증대, 식생활의 변화, 표고버섯의 독특한 향에 대한 젊은 소비층의 거부감, 새로운 대체 버섯류의 등장 등으로 파악된다.

표 4-14. 일본의 가구당 표고버섯 구입량 및 지출액

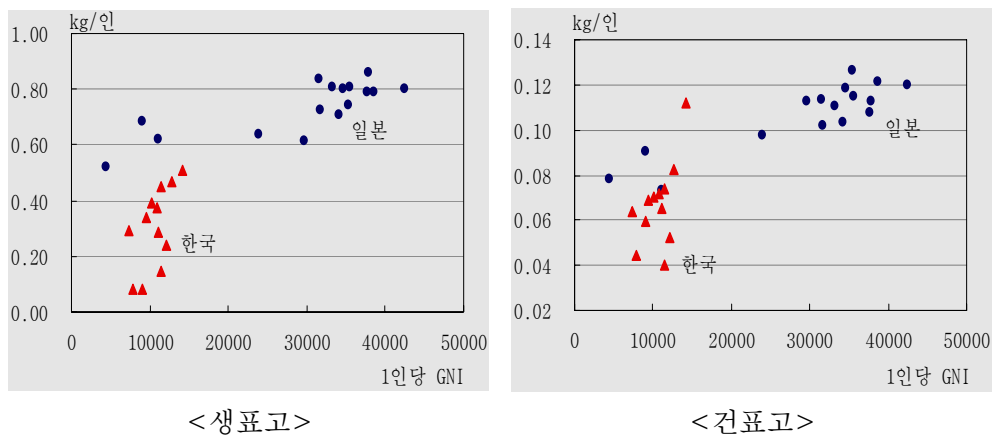
단위: g, 엔

구분	1999		2000		2001		2002		2003		2004	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
건표고	123	737	125	691	120	647	107	592	102	609	99	582
생표고	1,993	2,343	2,058	2,272	2,007	2,187	1,761	2,085	1,677	1,984	1,758	2,008

자료: 일본 농림수산성. 2006. 「ポケット食品統計」

- 한국과 일본의 소득변화에 따른 1인당 표고버섯 소비량을 비교해 보면 양국 모두 소득수준 향상에 따라 표고버섯 소비도 증가하고 있다. 또한 일본의 경험에 비추어 볼 때 우리나라에서도 소득이 증가하였을 때 표고버섯 소비는 더욱 늘어날 것임을 유추할 수 있다. 이는 우리나라의 표고버섯 소비가 충분히 성숙되어 있지 않고 더욱 발전할 수 있는 여지가 많음을 시사한다.

그림 4-12. 소득변화에 따른 한·일 1인당 표고버섯 소비량 비교



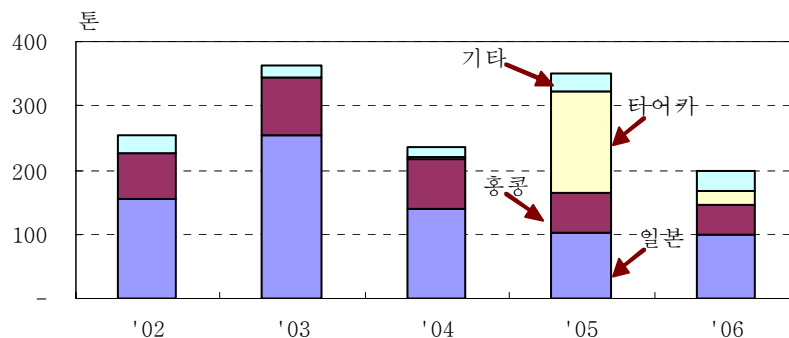
- 중국에는 버섯 요리가 대단히 많다. 생활수준이 향상되고 버섯이 건강에 좋다는 인식이 확산되면서 상해, 광주 등 도시 지역을 중심으로 소비가 증가하는 추세인데, 연간 10%씩 증가할 것으로 전망하고 있다.⁷
- 중국의 표고버섯에 대한 수요 증대는 내수 가격을 상승시켜 수출을 둔화시키고 있는 것으로 파악된다. 이에 중국의 표고버섯 수출업체들도 해외시장의 불안정성이 증대함에 따라 내수 시장에 주목하고 있다.
- 중국인들은 명절 때 농림산물을 선물하는 관습이 있는데, 장년층이나 노인에게는 건강식품으로 인식되어 있는 표고버섯을 선물하는 경우가 많다고 한다. 이러한 관습은 우리나라 고급 건표고를 중국에 수출할 수 있는 가능성이 있음을 시사한다.

7 中國食用菌信息網(<http://www.cef.com.cn>)

3.2.3. 수출입

- 우리나라는 1980년대 말까지 표고버섯 생산량의 대부분을 수출하였으나 1990년 이후 수출량은 줄어들고 있다. 표고버섯 수출은 주로 건표고이며 2006년에는 255톤을 수출하여 전년보다 43.5% 감소하였다.

그림 4-13. 우리나라 건표고의 국별 수출 추이



자료: 한국무역협회(www.kita.net), 농수산물유통공사(www.kati.net)

- 표고버섯 수출이 감소하는 원인은 국내 가격이 높게 형성되어 시장구조가 내수용 생표고 위주로 바뀌고 있으며 해외시장에서 중국산에 비해 가격경쟁력이 낮기 때문이다. 우리나라는 홍콩에는 고급품을, 일본에는 저급품 위주로 수출하였으나 근래에는 수출업자들이 수출물량 확보에 어려움을 겪는 실정이다.
- 표고버섯의 수입은 1977년 시장개방 이후 소량에 불과하였으나 중국과 수교를 맺으면서 증가하기 시작하였다. 중국산 건표고의 수입이 많지만 근래에는 조제표고의 수입량이 급증하고 있다. 조제표고는 통조림으로 가공한 형태로서 사용이 편리하고 가격이 저렴하여 식자재 시장을 통해 중국음식점 등으로 유통된다. 이러한 점 때문에 앞으로도 조제표고의 수입은 계속 증가할 것으로 전망된다.
- 근래에는 남북 교역을 통해 무관세로 들어오는 북한산 표고버섯의 반입량이 크게 증가하였다. 북한산 표고버섯은 중국산이 북한을 경유하면서 원산지가 바뀐 것으로 추정된다. 북한은 기후와 산림자원 여건으로 볼 때 표고버섯 재배가 어렵기 때문이다. 그뿐만 아니라 중국산 건표고의 북한 수출량과 북한산 건표고의 한국 반입량이 비례하여 증가하고 있기 때문이다.

표 4-15. 표고의 제품별 수입 및 반입 추이

단위: 톤, 천달러

	2002		2003		2004		2005		2006.11	
	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
생 표고	18	47	38	86	196	410	407	902	667	1,821
중국	8	16	-	-	115	214	335	665	610	1,599
기타	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
북한	10	31	38	86	81	196	72	237	57	222
건 표고	1,221	3,830	1,431	5,305	2,003	7,954	2,299	10,685	1,917	11,963
중국	905	2,317	1,000	3,209	1,246	3,775	1,068	3,345	821	3,392
기타	-	28	0.1	6	8	68	12	35	-	10
북한	316	1,485	431	2,090	749	4,111	1,219	7,305	1,096	8,561
조제 표고	326	214	927	620	1,709	1,116	2,382	1,542	2,351	1,771
중국	326	214	927	620	1,708	1,102	2,380	1,519	2,351	1,767
기타	-	-	-	-	1	14	2	23	-	4
북한	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
계		4,091		6,011		9,480		13,129		15,555

자료: 한국무역협회(www.kita.net), 농수산물유통공사(www.kati.net)

- 그동안 북한산 표고버섯은 자유반입 품목이었으나 2006년 11월부터 승인대상 품목으로 변경되었다. 이로써 북한산 표고버섯의 대량 반입을 억제할 수 있을 것으로 기대된다.
- 수입산 표고버섯에 대한 우리나라 소비자 평가는 ‘보통’이 가장 많은 것으로 나타났다. 그리고 중국산보다는 북한산에 대하여 ‘좋음’이라고 평가한 소비자가 많았다. 북한산에 대해서는 청정하다는 이미지와 동포라는 감정이 있어 소비자들이 선호하는 것으로 파악된다.

그림 4-14. 수입산 표고버섯에 대한 소비자 평가



자료: 한국농촌경제연구원, 소비자 조사결과(2006. 8.)

- 우리나라 생표고 가격은 구정을 전후로 상승하는데 이때가 중국의 복건성, 절강성, 하남성의 표고버섯 수확철이다. 2006년초에는 폭설로 국내 표고버섯 출하가 감소하여 가격이 크게 상승하였는데 이때 중국산 생표고의 수입이 급증하여 다시 가격이 폭락하기도 하였다.
- 표고버섯의 기본 관세율은 30%이나 저가의 중국산 표고버섯의 대량 수입으로 국내 생산이 위축될 우려가 있다고 판단하여 1992년부터 1994년까지 조정관세 100%를 부과하여 생산자를 보호하여 왔다. 이후 조정관세율은 점차 낮아져 2006년도에는 45% 또는 1,625원/kg으로서 둘 중에서 고액(율)을 적용하고 있다.
- 중국의 표고버섯 수출은 2005년 건표고 2만 4,226톤, 생표고 2만 6,409톤이며 이 가운데 건표고 7,667톤(32%)과 생표고 2만 1,576톤(81.7%)을 일본으로 수출하였다. 주요 수출 지역은 절강성, 복건성, 상해, 광둥성, 호북성 등이다.

표 4-16. 중국 표고버섯의 제품별 수출 동향

단위: 톤, 천불

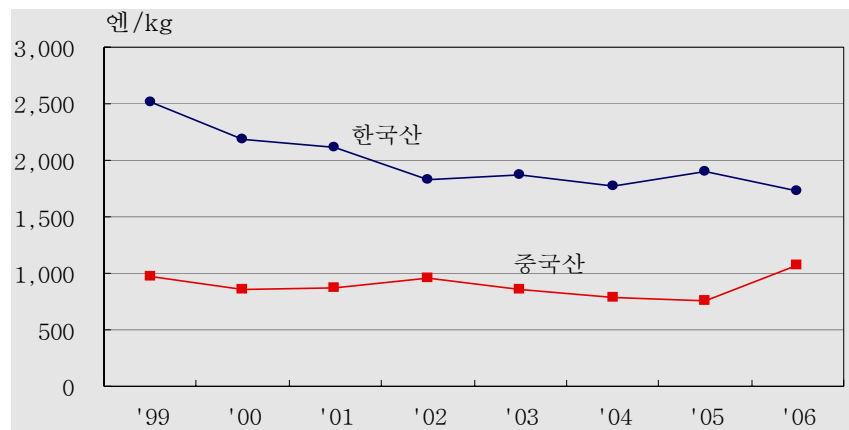
		2003		2004		2005		2006.11	
		수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
생 표 고		24,320	39,020	32,265	61,483	26,409	55,903	19,814	51,353
	일 본	19,640	34,020	27,859	53,524	21,576	46,100	14,641	39,074
	한 국	65	66	201	354	351	637	684	1,679
	미 국	1,652	2,947	2,549	4,813	2,657	5,251	2,892	7,021
	기 타	2,963	1,987	1,656	2,792	1,825	3,915	1,597	3,579
건 표 고		17,548	72,867	24,678	152,099	24,226	175,171	15,775	139,344
	일 본	6,145	42,921	7,881	55,898	7,667	52,390	6,636	61,550
	홍 콩	6,602	11,004	8,265	44,472	6,907	54,524	3,417	31,032
	한 국	597	2,402	1,165	4,648	1,302	5,338	1,238	7,696
	미 국	779	4,146	1,478	8,990	1,294	9,273	815	7,479
	기 타	3,425	12,394	5,889	38,091	7,056	53,646	3,669	32,587

자료: 한국무역협회(www.kita.net)

- 중국은 표고버섯 수출시장을 일본, 구미(歐美), 동남아로 구분하고 있다. 이 가운데 일본은 이윤율이 높지만 품질요구가 엄격하여 관리비용이 높고, 구미 역시 이윤율이 높지만 운송거리가 길어 신선도 유지가 어려우며, 동남아는 FTA체결로 수요가 증대하고 있지만 소비수준에 한계가 있는 것으로 평가된다.

- 중국 표고버섯의 일본 수출은 2005년 이후 감소하고 있는데 이는 잔류농약 문제의 발생으로 중국산 농산물에 대한 불신감이 높아졌기 때문이다. 특히 2006년도 포지티브 리스트제도의 도입이후 일부 중국산 생표고에서 기준을 초과한 잔류농약이 검출되어 검사명령이 내려졌고 수출도 크게 위축되었다. 이에 대해 중국 표고버섯 수출업체들은 생산관리를 강화하고 공공기관의 인증을 획득하는 것으로 대응하고 있다.

그림 4-15. 일본의 건표고 수입단가 추이



자료: 한국무역협회(www.kita.net)

- 일본 시장에서 건표고의 수입단가는 저가의 중국산 수입증가로 하락 추세에 있으며 한국산은 중국산보다 약 2배 가까이 비싸다. 최근에는 한국산 건표고가 일본산으로 둔갑돼 판매되는 것이 일본 정부에 적발된 사례가 있으며 원산지 표시 위반에 대한 단속을 강화하고 있어 한국산 표고버섯의 수입은 감소할 것으로 전망된다.

3.3. 시사점

- 소득수준이 향상되고 건강에 대한 관심이 높아지는 추세에 따라 버섯류에 대한 소비도 증대할 것이다. 표고버섯과 같은 임산버섯류는 친환경 자연식품으로서 소비가 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 특히 소득수준의 증가에 따라 표고버섯 소비는 앞으로도 증가할 여지가 많은 것으로 전망된다.
- 중국은 세계 최대의 표고버섯 수출국이지만 수출물량은 생산량의 10% 이내에

불과하여 얇은 시장(thin market)을 형성하고 있다. 이는 국내 시장이 중국의 수출 물량에 크게 영향받고 있음을 의미한다. 즉, 국내 표고버섯 가격이 약간 상승하여도 수입물량이 크게 증가하여 가격폭락을 유도할 수 있다는 것이다. 그러나 중국의 표고버섯 내수 소비가 증가하고 기타 버섯류 생산이 증가하여 표고버섯 수출은 다소 주춤할 것으로 전망된다.

- 국제 시장에서 중국과의 경쟁이 치열해지면서 표고버섯 수출 여건은 점차 어려워질 것으로 예상된다. 그러나 국내 표고버섯 가격이 하락하게 되면 수출에 대한 관심도 높아질 것이다. 중국의 표고버섯 재배에서도 인건비 및 원가가 상승하고 있으며 소비가 크게 증가하고 있어 표고버섯 가격경쟁력 차이는 줄어들 것으로 전망된다.
- 표고버섯 수출은 소비의 성숙기에 있는 일본에 치우치지 않고 미국과 유럽 등 새로운 시장을 개척하는 노력이 필요하다. 특히 소득수준이 높은 중국의 도시지역을 대상으로 국산의 고급 원목재배 표고버섯을 수출하는 틈새시장 개발 전략이 필요하다.
- 우리나라 표고버섯 소비는 선물용의 고급 건표고 시장, 가정용 소비가 많은 생표고 시장, 외식 및 가공업체에서 소비하는 중저급품 시장으로 구분할 수 있다. 중국산을 많이 사용하는 외식업체, 가공업체용 중저급품 시장을 지키기 위해서는 생산비를 절감하여 가격경쟁력을 갖추어야 한다. 이를 위해 톱밥배지를 이용하는 재배기술의 도입이 필요하다.
- 표고버섯 품종에 대한 지적재산권 분쟁에 대한 대책 마련이 필요하다. 표고버섯은 2008년에 품종보호대상작물로 지정될 예정인데, 이후 종균을 둘러싼 분쟁이 예상된다. 표고버섯 신품종을 육성하고 국내에 유통되는 품종의 식별체계를 구축해야 한다.

부 록 1

임 업 관 측 월 보 (밤)

부 록 2

임 업 관 측 월 보 (표고버섯)

부 록 3

임 업 관 측 월 보 (대추, 뽕은 감)

부 록 4

2007년도 임업관측에 대한 언론 보도내용

D232/2007. 12

임업관측사업

등 록 제6-0007호 (1979. 5. 25)

인 쇄 2007년 12월 일 발행 2007년 12월 일

발행인 최정섭

발행처 한국농촌경제연구원(www.krei.re.kr)

130-710 서울특별시 동대문구 회기동 4-102

전화 02-3299-4000 팩시밀리 02-965-6950, 965-8401

인 쇄 동양문화인쇄포럼 02-2242-7120(E-mail:Dongyt@chollian.net)

- 이 책에 실린 내용은 한국농촌경제연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다. 무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.