

2009년

일본의 새송이버섯 시장동향



2009. 8

농수산물유통공사 수출정보팀

일본의 새송이버섯 시장동향

1. 생산동향

가. 새송이버섯의 개요

- 명 칭 : Eryngii,
King oyster mushroom(英)
エリンギ(日)
- HS코드 : 0709.59-090
- 관세율 : 수출입 자유화 품목으로 WTO 협정 4.3%임



나. 재배동향

- 이탈리아, 프랑스 등 지중해성 기후 지역이 원산지이며, 러시아 남부와 중앙아시아에서도 재배됨. 이탈리아와 요리와 프랑스 요리에 자주 사용되는 식용버섯임.
- 일본에서는 1990년대 들어 아이치현 임업센터에서 처음 인공재배를 시도했으며, 재배기술이 보급됨에 따라 각지에서 대량의 상업재배가 시작됨. 원래 일본 자생종이 아니므로 현재 시판되는 모든 새송이버섯은 인공적으로 재배된 상품.
- 전복, 송이버섯과 비슷한 식감을 갖고 있으나 이것 자체로 이용하기보다는 남유럽풍 요리나 일본식, 중화요리에 보조재료로 많이 사용함. 가격도 적절하여 소비자들에게 인기를 끌고 있음.
- 새송이버섯의 생산량은 점점 증가하고 있으며, '07년에는 생산량 38,265톤으로 전년비 5.0%증가, 생산액은 198억엔이었음.

< 새송이버섯의 연도별 생산동향 >

연도	생산량(톤)	비고(주요산지)
'02	19,472	니가타, 나가노, 군마, 히로시마, 가가와
'03	29,882	
'04	33,296	
'05	34,342	
'06	36,435	
'07	38,265	

자료) 임야청 통계자료

다. 일본의 주요 재배품종 동향

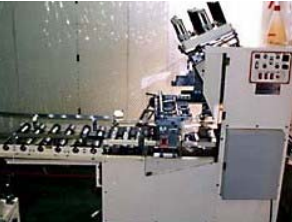
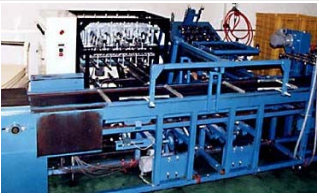
- 최근 인기가 높은 품종개발이 추진되고 있으며, 재배품종으로는 『ホクトPLE-2号』 『とっとき1号』 『とっとき2号』 『KX-EG077号』 『大木の森MS5』 『大木ドリームMS55』 『しなの美人』 『チクマッシュE-25』 『KX-EG079号』 『KX-EG1001号』 『長野農工研E-2号』 『かつらぎKE-106号』 『奈良PE1号』 등이 품종등록 되어 있음

품종명	품종형상	육성자	품종명	품종형상	육성자
ホクトPLE-2号		호쿠토 산업(주)	奈良PE1号		나라현
しなの美人		나가노현	しなの麗人		나가노현
KX-EG079号		(주)기노쿠스	EマッシュPE2号		나라현
かつらぎKE106号		(주)가츠라기산업			

자료) 농림수산성 『품종등록』 기준

라. 재배과정

- 새송이버섯은 주로 『병재배』 방법으로 재배됨. 플라스틱병에 찐겨, 콩깍질 등의 영양재를 넣어 살균한 다음, 그것에 종균을 심어 재배함. 일정기간 배양하면 저온으로 옮겨 병의 입구를 종이로 막아 암실에서 발생시킴. 총 재배기간은 60일 정도.

 배지제조용 믹서	배지로는 톱밥80:밀기울20으로 섞은 것을 주로 사용, 영양재로는 찐겨 등의 식품부산물과 첨가제를 사용함. 850cc병에 480~520g정도로 충전함.
 고압살균기	상압살균은 배지 내 온도가 98℃일 때 4시간 이상, 고압살균은 배지 내 온도가 120℃일 때 1시간 (유효살균시간) 필요. 새송이버섯은 고압살균이 적합함. 배지 환경을 청결히 하고 20℃이하로 낮춤.
 종균접종기	1병당 15cc정도로 종균접종 실시. 배양관리 및 숙성 시, 온도는 18℃(병의 온도)로 25일간, 다시 23℃에서 10~15일간 이루어짐. 총 기간은 35~40일간 소요됨.
 균긋기	균사배양 후, 생장을 촉진하기 위해 배지표면을 긁어내는 균긋기를 함. 새송이버섯 재배는 균상 표면의 수분함유율에 따라 발아개수가 달라질 수 있음.
	14~15℃에서 관리함. 습도는 90~95%로 3~5일간, 70~80%로 5일간 관리함. 새송이버섯재배는 후기에 더 건조한 것이 특징임. 기간은 7~10일간이며, 거꾸로 세운 도립상태로 둠.

발아 관리  생육관리	발아확인 후 정립상태로 되돌려 생육관리에 들어감. 온도는 14~18℃, 처음 3일 간은 14℃로 함. 습도는 70~95%, 습도를 교차시키며 차이가 크게 바뀌주는 것이 핵심임.
 수확 및 포장	균산이 둥글게 잡힌 상태에서 하나씩 수확함. 균 굵기 이후 16~18일 정도면 수확이 가능해진다고 볼 수 있음. 1병당 140~180g정도 얻을 수 있음. 수확된 새송이버섯은 포장작업을 거쳐 운송, 판매됨.

2. 소비동향 및 유통동향

가. 유통동향

- 새송이버섯은 산지로부터 연중 공급되고 있으며, 골판지 상자에 100g팩 포장 20개들이 또는 30개들이로 유통되고 있음



<히로시마산>



<후쿠오카산>



<히로시마산 내부포장 상태>



<선별작업>

- 대형유통매장에서는 3개들이 100g 팩포장하여 유통되고 있어 100엔 판매가 대부분을 차지하고 있음.



< 일본 대형유통매장에 판매되고 있는 새송이버섯>



< 100g 팩들이 새송이버섯의 날개포장 >

나. 소비동향

- 새송이버섯은 인공재배이므로 1년내내 공급이 가능하고, 재배량이 매년 늘어나면서 가격도 안정적임. 이탈리아 요리, 프랑스 요리는 물론 일본요리, 중화요리에도 많이 사용되고 있음.
- 따로 표기되지 않고 주로 기타버섯류로 함께 분류되므로, 정확한 소비량은 알 수 없음.
- 연도별 버섯류(생표고 제외)의 지출금액은 증감이 반복되고 있으나 구입량은 매년 증가되고 있음. 평균가격은 대체적으로 하락세를 나타내고 있음.

< 연도별 1세대당 버섯류(생표고 제외) 구입 지출금액, 구입량, 평균가격 >

구 분	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08
지출금액(엔)	5,045	4,996	4,940	5,074	4,871	4,825	4,888	5,143
구입량(g)	6,094	6,241	6,141	6,548	6,793	6,555	6,834	7,141
평균가격 (엔/100g)	82.78	80.05	80.45	77.49	71.71	73.62	71.52	71.90

자료) 총무성 가계조사연보

다. 도쿄도중앙도매시장 연도별 도매수량 및 단가

- 도쿄도중앙도매시장의 팡이버섯의 도매수량과 금액은 매년 증가경향을 보이고 있음. '08년에는 도매수량이 전년비 2.4% 소폭 감소했음. 반면 연도별 kg당 단가는 매년 감소해 왔으나, '08년에는 569엔으로 전년비 약 10% 증가했음.

< 도쿄도중앙도매시장 연도별, 월별 도매수량 및 단가 >

연도	도매수량(톤)	금액(백만엔)	단가(엔/kg)
'05	2,615	1,490	570
'06	2,823	1,543	546
'07	3,145	1,624	516
'08	3,068	1,746	569

월별	도매수량(톤)				단가(엔/kg)			
	'05	'06	'07	'08	'05	'06	'07	'08
1월	199	238	248	274	604	593	539	557
2월	177	233	232	274	642	570	502	554
3월	208	242	263	236	532	465	454	570
4월	201	213	232	230	463	470	451	548
5월	177	215	231	234	492	475	456	533
6월	225	232	255	219	377	415	377	514
7월	227	205	261	235	365	444	366	436
8월	214	198	246	243	397	521	382	384
9월	224	246	311	279	717	666	534	616
10월	241	262	294	303	811	710	737	701
11월	256	254	282	271	715	627	694	672
12월	267	286	289	269	651	542	624	672

자료) 도쿄중앙도매시장 연보

라. 주산지별 도매시장 물량동향

- 도쿄도중앙도매시장의 '08년도 주산지별 도매물량은 군마산이 전체의 58.2%로 가장 많고 다음으로 군마, 나가노, 니가타, 돗토리, 이바라키 순으로 이어지고 있음. 10월에 도매물량이 제일 높긴 하지만, 인공재배를 통해 1년 내내 공급되므로 월별 물량 차이는 거의 없다고 할 수 있음.

< '08년 도쿄도중앙도매시장의 주산지별 도매물량 >

(단위 : 톤)

구 분	주산지	군마	나가노	니가타	돗토리	이바라키	아키타	기타
	'08							
합계	3,068	1,051	924	730	91	67	51	154
1월	274	97	78	73	8	3	5	10
2월	274	94	81	67	4	4	1	23
3월	236	76	71	58	7	5	5	14
4월	230	74	75	53	7	5	5	11
5월	234	75	63	66	7	6	3	14
6월	219	73	61	54	6	12	2	11
7월	235	84	70	52	7	9	3	10
8월	243	81	84	51	7	8	3	9
9월	279	97	101	56	7	4	4	10
10월	303	113	84	68	9	4	5	20
11월	271	95	81	63	8	4	5	15
12월	269	92	76	70	9	1	5	16

자료) 도쿄중앙도매시장 연보

3. 수입동향

○ 새송이버섯의 HS코드는 0709.59-090(송이버섯, 표고버섯 이외의 것/신선, 냉장)로 분리되어 있어 새송이버섯에 대한 정확한 물량은 알 수 없음. '08년 한국산은 전체 수입량의 26%를 차지하고 있고 금액은 전년비 350% 증가, 단가는 '05년을 절정으로 낮은 가격대를 나타내고 있음.

- 한국산 단가 : ('04) 269엔 → ('05) 729엔 → ('06) 517엔 → ('07) 365엔 → ('08) 355엔
- 중국산 단가 : ('04) 247엔 → ('05) 250엔 → ('06) 744엔 → ('07) 999엔 → ('08) 955엔

○ 물량면에서 가장 많은 중국산은 '04년~'05년까지는 전체의 약 75%를 차지했으나 '06년부터 대폭 감소를 나타내고 있음. 단가는 250엔대가 계속되었으나 '07년 이후 물량감소로 약 1,000엔대를 나타냈음.

< 연도별 기타버섯류(송이버섯, 표고버섯 제외) 수입현황 >

(단위 : 톤, 백만엔, 엔/kg)

구 분	2004			2005			2006			2007			2008		
	물량	금액	단가	물량	금액	단가	물량	금액	단가	물량	금액	단가	물량	금액	단가
전체	317	206	650	220	212	967	109	192	1,757	73	187	2,578	100	200	1,989
한국	13	3	269	3	2	729	24	12	517	7	2	365	26	9	355
중국	248	61	247	141	35	250	22	16	744	14	14	999	16	15	955
뉴질랜드	2	2	871	10	8	826	5	4	737	-	-	-	-	-	-
프랑스	28	72	2,553	27	69	2,605	22	52	2,240	30	81	2,718	20	56	2,886
이탈리아	12	42	3,457	13	43	3,368	13	50	3,773	14	61	4,452	13	58	4,381
러시아	3	5	2,168	6	16	2,703	5	13	2,966	1	3	3,178	-	2	2,389
캐나다	7	8	1,094	10	12	1,184	8	8	1,078	1	4	3,144	2	5	2,402
미 국	2	3	1,678	3	6	2,018	1	1	2,337	2	5	2,250	13	17	1,345

자료) 재무성 무역통계

4. 수출확대 방안

□ 수출 유통포장 및 품질관리 철저

- 한국산의 경우, 일본에서의 평가는 대체로 좋은 편이나 2kg벌크로 수입되어 유통도중에 잣에 상처가 나거나 부러지는 경우가 발생하므로 수출 유통포장의 연구가 필요하며, 100g 포장이 요구되고 있으나 낱개포장하면 가격면에서 일본산보다 높아져 더욱 판매가 어렵다고 수입상사는 말하고 있음
- 한국산의 품질은 껍고 대체로 양호하나 잣이 불균등하는 등 잣의 문제가 지적되고 있어 선별에 주의가 요구되며, 일본산보다 약간 향기가 떨어진다고 말하고 있어 품질향상에 더욱 노력이 요구되고 있음.

□ 안전·안심·안정적인 연간 공급체계 구축

- 잔류농약검사 강화
 - '02년11월 중국산 잔류농약(클로르피리호스)검출을 경험으로 잔류농약의 신기준인 포지티브리스트제도의 시행에 따른 재배이력관리 등 철저한 품질관리를 통해 위반 사례의 발생을 사전에 차단
 - 적절한 품위를 유지하여 바이어 및 취급상으로부터 신뢰 확보
- 중국산과의 경합이 예상되는 바 생산비용의 절감노력 필요
 - 선도유지 및 상품성유지를 위해 신속한 유통체계 구축
 - 대일전문수출전문단지의 활성화를 통해 국내 가격의 변동과 관계없이 연간 안정적인 물량이 공급될 수 있도록 노력이 필요
 - 생산비용 절감으로 가격 경쟁력을 높이고 현지 시장정보를 신속히 입수하여 급변하는 현지 시장상황에 적절히 대처

□ 마케팅활동 강화

- 한국산품의 차별화 전략 강화
 - 한국산 인지도 향상을 위하여 무료시식행사 등 지속적인 판촉이벤트 행사가 필요
 - 일본산 및 중국산과의 경쟁을 위해 고품질 제품 개발 및 공동브랜드화를 통해 소비자와 유력 바이어의 신뢰도 확보
 - 일본시장에 맞는 포장방법(소포장) 및 디자인 개발을 통해 한국산의 고부가가치화 필요