



파프리카 수출확대전략

2009. 11. 4

농수산물유통공사 채소특작수출팀

목 차

1. 파프리카 산업 동향

2. 한국산 파프리카 SWOT 분석

3. 파프리카 수출환경 분석

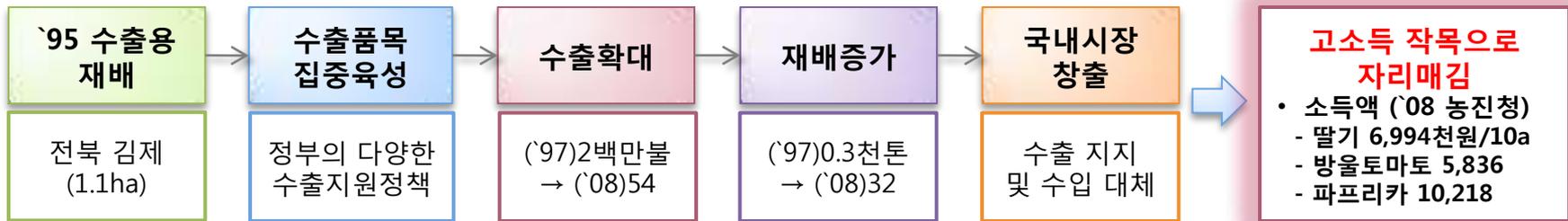
4. 수출 시 문제점 및 관리방안

5. 수출확대 전략

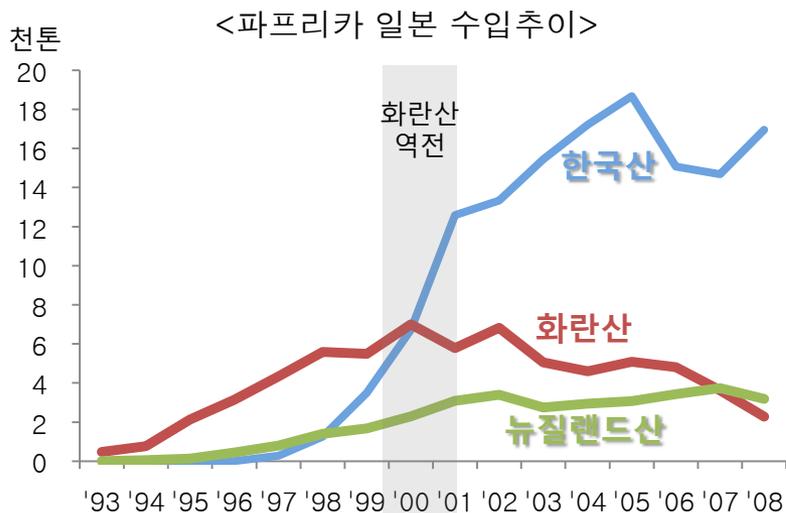
6. aT 수출지원 프로그램

1. 파프리카 산업동향

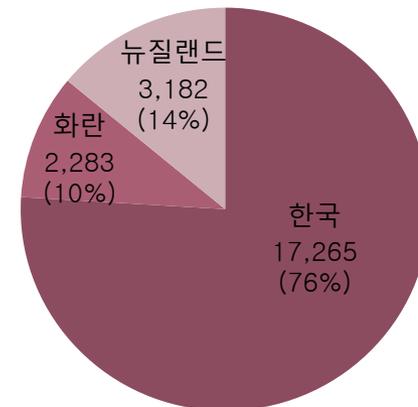
국내동향



일본동향



<'08 파프리카 일본시장 점유율(톤)>



2. 한국산 파프리카 SWOT 분석

S

- 가격경쟁력 우수
- 재배기술 노하우(15년)
 - 지리적 이점

W

- 공급물량 불안정
- 수출규격품 생산 미흡
(사이즈, 색상 등)
- 시설 노후화

O

- 화란산 등 대체 가능성
 - 일본 시장규모 확대
- 대만 등 신규시장 개척

T

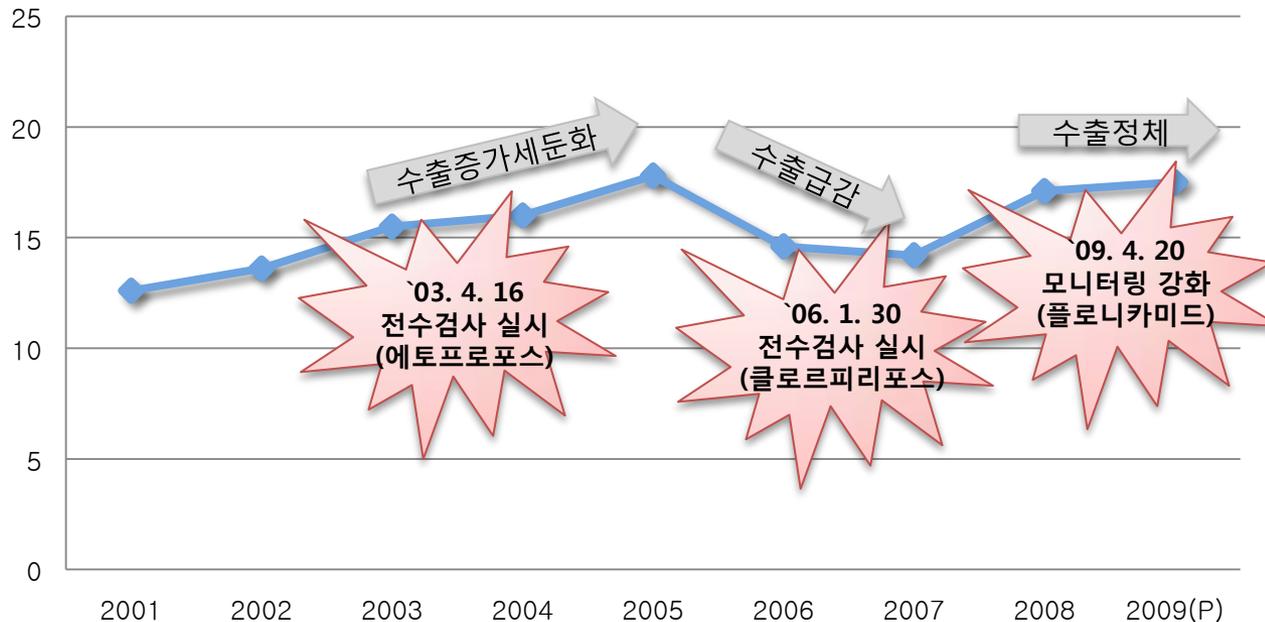
- 안전성 위반 발생
- 국내 소비시장 확대
- 일본 자국산 생산 증가

3. 파프리카 수출환경 분석

안전성 위반

❖ 일본 통관 시 빈번한 안전성 위반사례 발생으로 수출 확대 애로

<파프리카 수출량(천톤)>

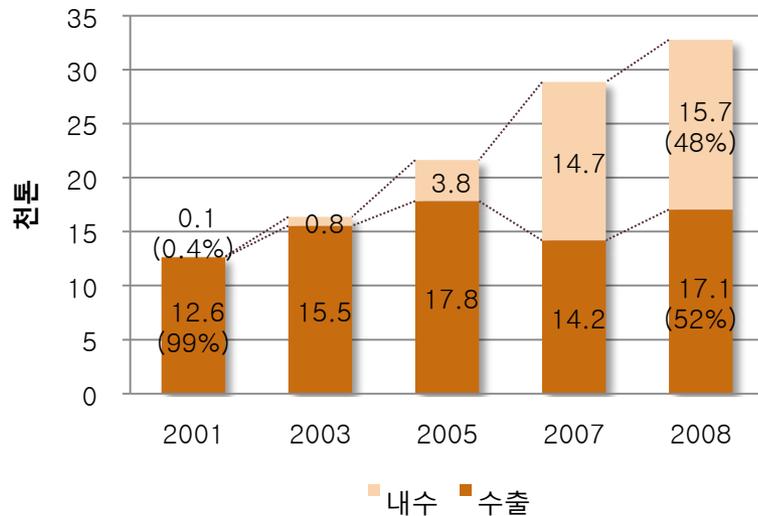


3. 파프리카 수출환경 분석

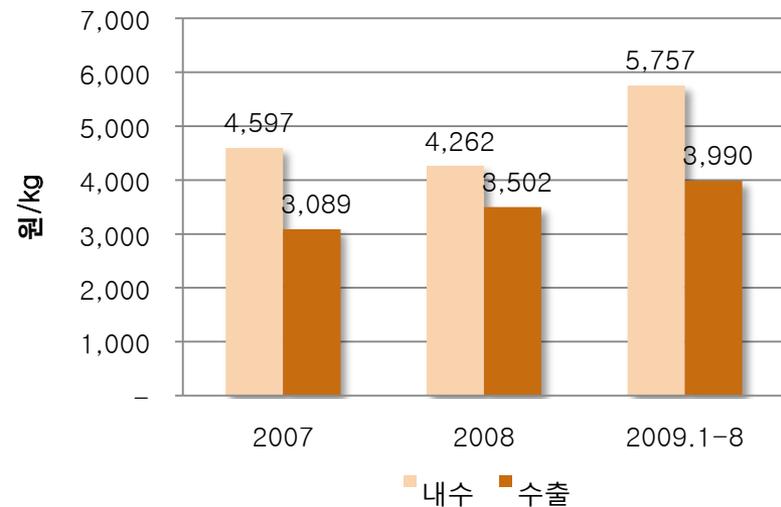
국내 소비시장 확대

- ❖ 국내 파프리카 수요 및 가격 상승으로 수출물량 확보 애로
 - 내수가격이 수출가격보다 높게 형성되어 농가들이 수출에 소극적

<내수 vs. 수출비율>



<내수 vs. 수출가격>

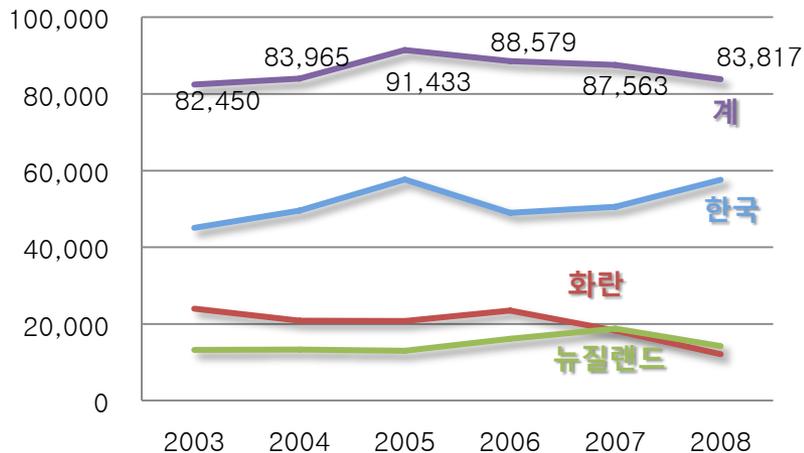


3. 파프리카 수출환경 분석

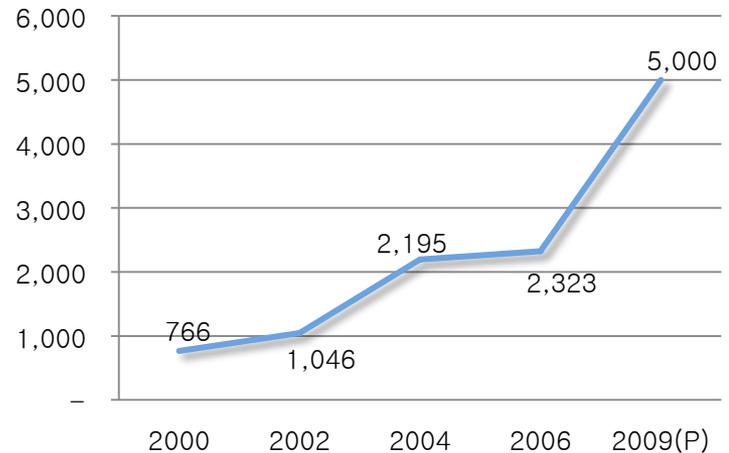
일본산 파프리카 생산증가

- ❖ 일본 자국산 파프리카의 생산 증가로, 일본의 파프리카 수입은 감소 경향
 - 토요타 통상 등 일본 대기업의 대규모 파프리카 재배 추진

<일본의 파프리카 수입액(천불)>



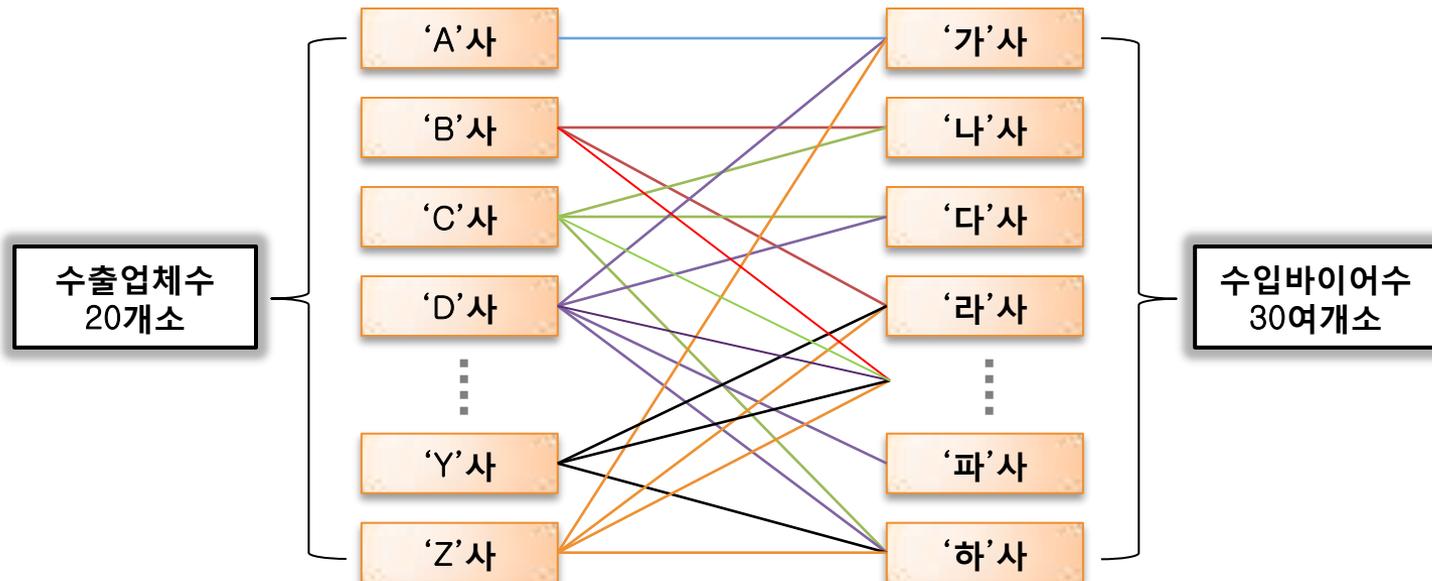
<일본의 파프리카 생산량(톤)>



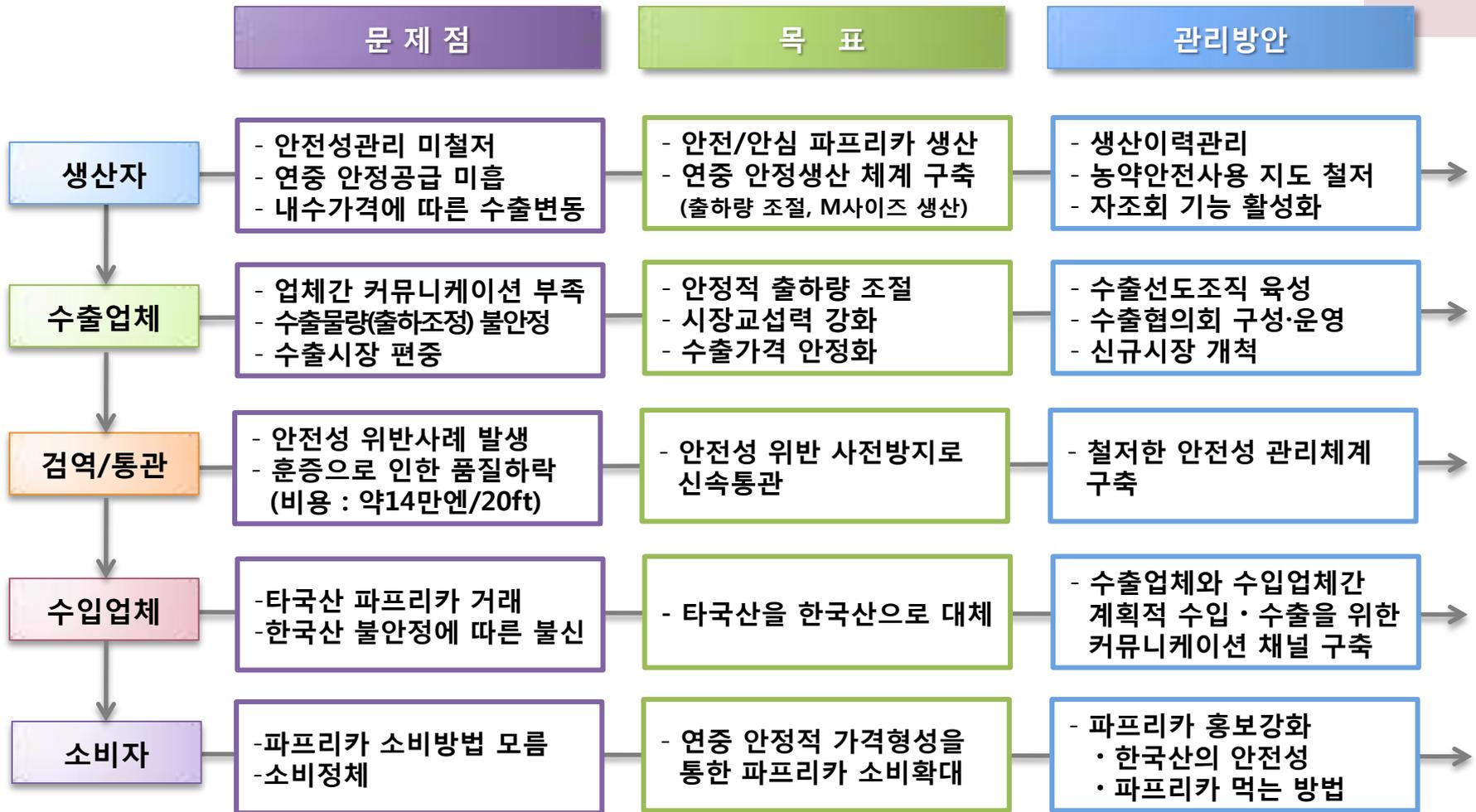
3. 파프리카 수출환경 분석

수출업체 및 수입바이어 경쟁

- ❖ 많은 파프리카 수출업체와 다수 바이어와의 거래로 수출가격 하락의 원인이 됨
 - 상위 5개 수출업체가 전체 수출의 58% 차지
 - 1개 수출업체가 1개 바이어에 공급하는 사례는 2~3개소에 불과



4. 수출 시 문제점 및 관리방안



5. 수출확대 전략

수출조직 규모화 및 전문화

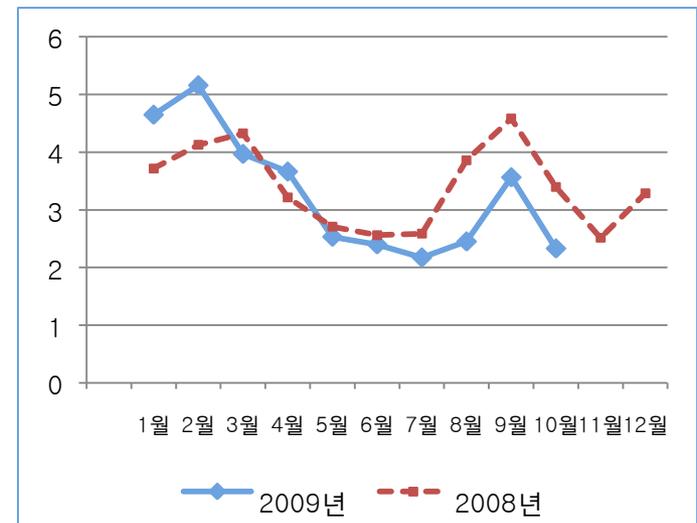
- 수출선도조직 육성으로 농식품 생산단계에서 수출까지 일괄 관리 시스템 구축
 - 농산무역(한국농원, 도곡농협이 생산자로 참여) / 러브파프(경남무역, 오션그린, 한솔무역, 팜피아 연합법인)
- 수출협의회 구성·운영으로 수출업계 자율적인 수출애로사항 해결
 - 수출품 안전 및 품질관리, 공동마케팅 실시, 수출가격 제고를 위한 수출물량 및 수출시기 협의 등
 - 파프리카 수출협의회 : 회장 오션그린, 회원사 20개사

수출조직을 규모화하면?

- 1) 생산자의 출하처 관리 가능
- 2) 생산량 관리를 통한 연중 안정적인 물량공급 가능
- 3) 시장교섭력 / 수출가격 안정화 / 효율적 마케팅

- 1) 연중 안정적인 수출물량 확보
- 2) 수출업체 과당경쟁 방지

< 파프리카 수출단가 추이 >



5. 수출확대 전략

시설현대화

- 온실높이 조절 등 시설 개·보수
- 온실환경제어 시스템 도입
- 지열난방 등 에너지 절감 시스템 도입

생산원가 절감

단위생산량 증대

- 안정적 수출물량 공급
- 수출가격 경쟁력 제고
- 고품질 수출규격품 생산 확대

<한국 vs. 네덜란드 파프리카 산업비교('07)>

구분	한국	화란
농가수	440농가	400농가
재배면적	320ha	1,200ha
생산량	29천톤	340천톤
단위생산량	30kg/3.3m ² (첨단온실 70~80, 강원도 20~30, 기타 40)	90kg/3.3m ²

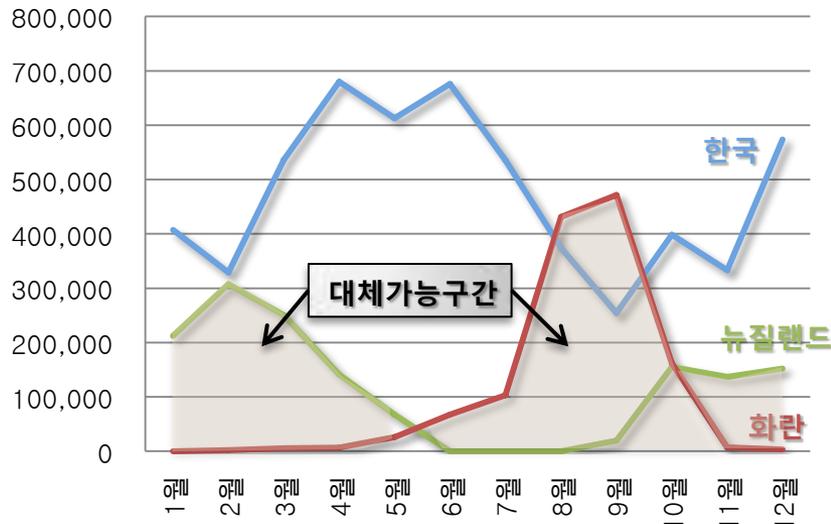


5. 수출확대 전략

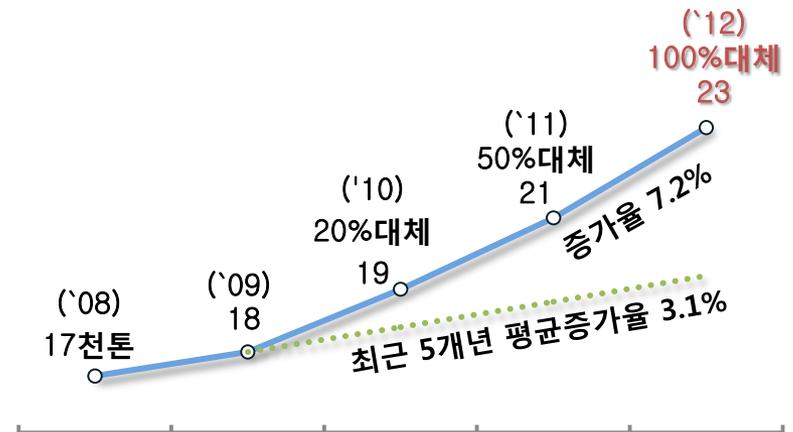
일본시장 내 타국산 대체

- 일본의 꾸준한 소비수요와 한국산의 하기작 생산확대를 통한 연중 안정공급 체계 구축 및 가격경쟁력을 감안할 경우, 1~5월 뉴질랜드산 및 6~11월 화란산 시장(26백만불) 대체 가능

<'08년 일본의 월별 국별 수입 추이(천엔)>



<타국산 대체시 수출추이>



5. 수출확대 전략

신규시장 개척

대 만	미 국
<ul style="list-style-type: none"> • 생산('07) : 1,338ha / 18천톤 (피망포함) • 수입('07) : 4.6천톤 / 2.5백만불 (중국 99.7%) • 한국산은 아직 수요가 많지 않음 <ul style="list-style-type: none"> - 최근 고품질 요구 증가추세로 한국산 진출 가능성 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 생산('06) : 24,524ha / 782천톤 • 수입('07) : 329천톤 / 334백만불 (캐나다 48%, 멕시코 38) • 운송비 과다로 가격경쟁력 ↓ <ul style="list-style-type: none"> - 해상운송시 3.9불/kg, 항공운송시 8.5 (평균수입가 : 2.34) • 대미 수출단지 : 3개소 (화성21, 한국농원, 진주대곡농협) <ul style="list-style-type: none"> - 시설설치비 : 2억/ha
호 주	중 국
<ul style="list-style-type: none"> • 생산('07) : 2,349ha / 61천톤 • 수입('07) : 2.6천톤 / 8.0백만불 (뉴질랜드 99.6%) • 운송비 과다로 가격경쟁력 ↓ • 대 호주 수출단지 지정(식검) 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 생산('06) : 2,668ha / 170천톤 • 수입('07) : 0.2천톤 / 0.002백만불 (고추류 포함) • 연간 수요량 300천톤 추정되며 생산이 수요의 57% 수준 • 한국산은 검역협상 미체결로 현재 검역협상 추진 중 • 중국 내 재배환경이 열악하여 한국산 품질경쟁력 가짐

5. 수출확대 전략

판촉 등 마케팅 실시

1) 단기 마케팅 전략

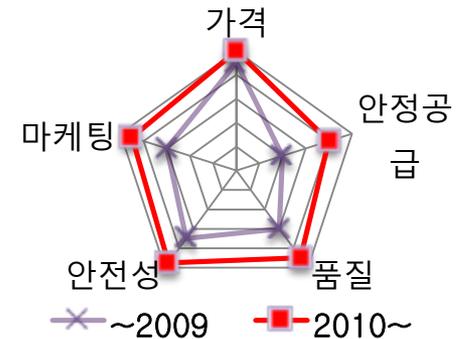
- 파프리카 성출하기 판촉행사 개최로 안전성 홍보 및 소비확대
 - 11월 대만 수출협의회 공동 판촉행사(송청슈퍼 주 매장)
 - 12월 일본 휘모리 파프리카 판촉행사(자스코, 이토요카도 등 200점포)
 - 12월 일본 동기작 파프리카 판촉행사(도큐스토어 등 500점포)

2) 장기 마케팅 전략

- 일본 소비자 대상 TV홍보로 기존 시장 확대 추진
 - 국내 '비타민'과 같은 건강관련 TV 프로그램에 한국산 파프리카 우수성 홍보



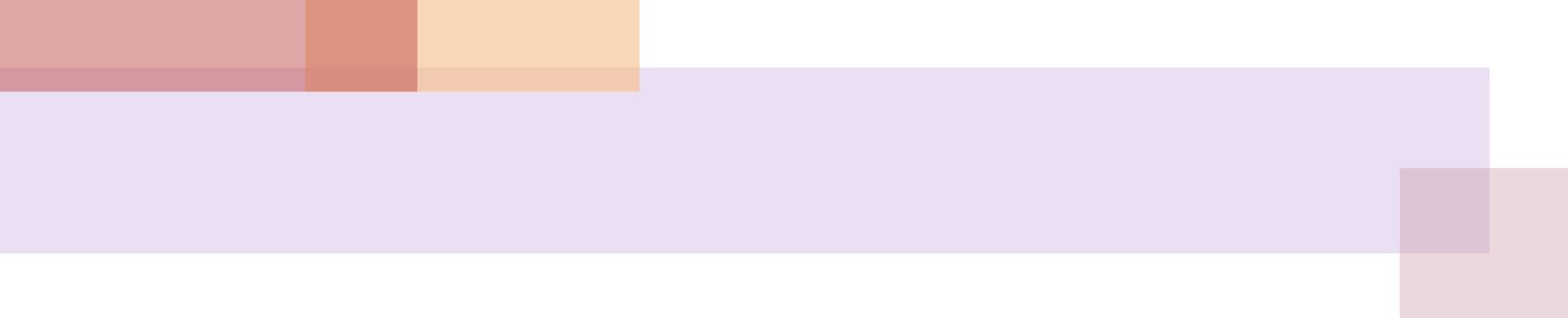
<휘모리 판촉행사>



6. aT 수출지원 프로그램



수출 정보	소비동향, 기호, 식습관 등
식문화 전파	한국음식요리교실, 시식행사
해외 홍보	매체광고, 홍보 이벤트
네트워크 구축	대형유통망 협력체계 구축 (MOU 체결 등)
수출거래 알선	박람회 참가, 바이어 거래 알선
해외 판매촉진	대형유통업체 연계 판촉행사 개최
식물 검역	수출국 검역관 초청 지원
식품위생검사	신속통관, 검역협상 지원
선별·포장	수출물류비 지원
수출브랜드	고품질 안전 농산물 브랜드 육성 (Whimori)
고품질 생산	수출선도조직 육성, 원예전문생산단지 활성화
안전성 관리	일본 수출채소류 ID관리, GAP인증
수출상품 개발	수출상품화 (개발수출 → 상품화 → 명품화)
수출인력 육성	수출농가 해외선진농업 교육 (화란 PTC+)



감 사 합 니 다.