

06

단감

담당 | aT 농산수출부 이보령 대리 (T. 061-931-0825)

1 국내 생산 및 유통동향

가. 생산동향

☑ 생산동향

단위: ha, 톤, 천불

구분		'00	'14	'15	'16	'17
재배면적(ha)		23,816	12,451	11,849	10,002	-
생산량(톤)		227,394	193,351	173,971	135,579	-
수출	물량(톤)	3,060	8,428	8,612	6,819	7,002
	금액(천불)	3,922	12,838	11,185	8,609	7,989
단가/kg	수출단가(불)	1.28	1.52	1.30	1.26	1.14
	국내가격(원)	2,131	2,475	1,905	2,252	2,684

자료원: 통계청 국가통계포털 - <http://kosis.kr/>, 농수산물무역정보 - www.kati.net

국내가격은 단감 10kg 상품(도매가격)기준, 도매가격은 경락가격에 간접비(점포유지비, 인건비 등), 이윤 포함

- '17년 재배면적은 전년대비 4% 감소한 9,580ha로, '00년 이후 재배면적은 지속적으로 감소
- '17년 생산량은 생육기 가뭄에 따른 단수감소로 전년대비 13% 감소한 11만 8천톤으로 추정
- 주 생산품종은 부유이며 전체 재배면적에 80% 이상을 차지
 - 주 수출품종이 부유에 집중되어 있어 수출시기도 10~12월에 집중

☑ 향후 전망

- '18년 재배면적은 전년대비 1% 감소한 9,475ha로 예상되며, 농가 고령화 및 소비 감소로 지속적 감소 전망

☑ 수출능가 및 현황

○ 단감 생산단지(원예전문단지 기준, '17년 평가기준 6개 원예전문생산단지, 488개 수출능가)

단지명	지역
북창원농업협동조합	경남
경남단감수출단지 (경남단감원예농협 미국)	경남
김해진영농협단감수출작목반	경남
김해주촌농협단감수출작목반	경남
창원동읍농협(미국)	경남
진주문산농협(미국)	경남

나. 유통 및 수입 동향

☑ 유통동향

- 능가 생산물량의 83%는 생산자 단체(저장포함), 7%는 산지유통인을 통해 유통
- 통상 익년 3월까지 출하하며 최대 출하시기는 수확 후 1개월 이내(10월 중순~11월 중순)
 - 전체 물량 중 약 35%는 수확 시에, 약 30%는 간이저장 후, 약 35%는 냉장보관 후 판매

구분	주요 품종	주 수확기	주요 특징
조생종	서촌조생	9월 중순~하순	- 주로 수분수로 활용 - 상품성은 낮으나, 추석대목용으로 주로 재배
중생종	차랑, 태추	10월 상순~하순	- 껍질이 얇고 품부한 과즙으로 당도는 높으나 저장성이 낮음(태추)
만생종	부유	11월 하순~11월 중순	- 과즙이 풍부하고 식감과 당도가 뛰어남

☑ 소비동향

- 소매상(44%), 대형유통업체(22%)를 통해 주로 소비
- 1인당 소비량은 생산량 감소에 따라 '05년 이후 지속적 감소 추세

2 2017년 수출동향 및 향후전망

가. 수출동향 및 수출업체 현황

☑ 수출실적

단위: 톤, 천불

구분	'15		'16(A)		'17(B)		증감률(B/A, %)	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전 체	8,612	11,185	6,819	8,609	7,002	7,989	2.7	△7.2
말레이시아	3,362	3,984	2,542	2,836	3,414	3,503	34.3	23.5
홍 콩	1,189	1,609	857	1,112	838	1,017	△2.1	△8.5
싱가포르	1,483	1,845	753	862	892	975	18.4	13.1
필리핀	802	1,110	933	1,298	729	924	△21.9	△28.8

자료원: KATI(AG코드 기준)

○ 수출동향

- (총괄)'17년 단감수출액은 전년대비 7.2% 감소한 7,989천불로 최근 3년간 지속적 감소. '17년 생육기 가뭄에 따른 소과 생산 증가에 따라 단가가 낮은 소과 수출 비중이 증가하여 물량 증가 불구 금액 감소
- (말레이시아, 싱가포르) 소과 생산 증가로 소과 선호하는 국가 수출물량 증가
- (홍콩, 필리핀) M·L사이즈를 선호하여 수출물량 확보 애로

나. 2018년 수출전망

☑ 2018년 수출전망

- 기상여건 및 생육에 따라 변동폭이 있으나, 단감의 재배면적의 지속적 감소 및 생산농가의 고령화 지속에 따라 생산량 감소 및 소폭증가가 예상되는 바 수출 역시 큰 변동이 없을 것으로 보임
- 또한 말레이시아 등 주력시장에서 가격경쟁력에서 우세한 중국산 단감 수출이 증가하며 한국산 단감 수출 증가에 어려움
- 다만 '18년 베트남의 검역협상이 타결될 경우, 對베트남 한국산 과실류 수출 증가에 힘입어 단감 수출역시 증가 예상

다. 2018년 중점추진 방향

☑ 2018년 중점추진계획

- 생산재배 기술 개발 및 품질개선을 통한 한국산 단감의 수출경쟁력 회복
 - 원예전문생산단지 등 집단화된 지역 중심으로 생산기반정비 지원
- 협의회 활성화를 통한 단감 수출자율규제 강화로 공급자 위주 시장 형성
 - 수출시기 및 단가, 수출규격품 품위기준 등 기준설정
 - 말레이시아 단감 쿼터제 시행 등 자율적 규제안 실시로 수출과당경쟁 방지
 - 한국산 장점을 부각 시키는 공동마케팅 추진을 통한 한국산 단감 인지도 상승 노력
- 대형유통업체 판촉 및 박람회 참가 등을 통해 시장 다변화 추진
 - 태국 수출증가세가 높은 신규시장의 판촉 지원 등을 통해 신규 유통채널 확보 및 한국산 단감 홍보를 통한 수출증가 노력 지속
- 중국산 단감의 생산 및 수출동향 등 경쟁국가 정보 제공

3 주요 국가별 시장동향

가. 말레이시아

☑ 생산동향

- 말레이시아는 기후적인 조건으로 감을 생산하기가 어렵고, 감에 대한 공급은 오로지 수입에 의존
 - 주로 한국산 및 이스라엘산이 유통되는 10월에서 2월 사이에 소비 많음
 - ※ 최근 남아프리카공화국이 우수한 품질로 저렴한 가격에 수출하고 있음

☑ 유통 및 소비동향

- 한국산 단감의 유통경로는 수입상→도매시장(또는 유사도매시장)→소매상(대형유통매장, 슈퍼마켓, 과일상점 등)이며 최근 대형유통매장에서 수입회사를 통해 직접 구매하는 경향 증가
 - 가격이 저렴한 소과는 수출포장 그대로 소매상까지 유통되지만, 고가인 중대과는 슈퍼마켓 등에서 재포장 후 판매

- 감은 초기에 대부분의 물량이 재래시장을 통해 유통되었으나, 최근 소비자들이 하이퍼 마켓 등 현대시장을 선호함에 따라 대형유통매장에서 취급 하는 물량 증가
 - Giant, Aeon 등에서 무료시식 등 판촉행사를 통해 한국산 단감을 적극 홍보하여 소비자 인지도가 확대되고 있음
 - 현지 바이어들이 가격이 민감하게 반응하고, 경쟁국의 상품에 비해 고가격일 경우 가격 장벽에 부딪힐 수 있음
- 현대시장 유통현황
 - Aeon : 주 고객층이 중산층으로 크게 저렴하게 판매하지는 않지만 보통 크기의 감을 품질대비 가격을 적정선에 맞추어 판매함. 하지만 원산지 표기가 잘 되어 있지 않음
 - GCH(Giant, Cold Storage) : 고가품은 Cold Storage 중저가품은 Giant에서 판매함
 - Big : 주 고객층이 외국인 및 중산층 이상으로 보통 품질이 좋은 제품을 주로 판매함. 따라서 수입품도 많이 판매 중이나 한국 단감이 판매되지 않고 중국 감만 판매되는 것으로 보아 아직 한국 단감은 거래되지 않음
 - NSK: 보통 중산층과 서민층이 주 고객이며 가격이 저렴한 대신에 품질이 다소 떨어지는 경향이 있음. 셀레양이라는 도매시장과 매우 가까워 판매하는 채소나 과일 품목은 굉장히 다양함

○ 단감 소매가격 현황

(미국,스페인산 : RM1=300.9원, 2015.03.05./ 한국,일본산 : RM=277.10,2017.11.26.)

원산지	사진	가격	판매단위	유통매장
미국 (캘리포니아)		RM 10.00	4개	재래시장
스페인		RM 8.99	1개	대형마트 (Cold Storage)
		RM 8.00	1개	재래시장

한국		RM 10.00	1개	대형마트 (NSK)
		RM 2.20	1개	대형마트 (Jaya Grocer)
일본		RM 15.90	1개	대형마트 (Jaya Grocer)

☑ 수입동향

○ 한국산 부유단감

- 아삭아삭하며 독특한 맛을 지닌 한국산을 많이 선호하고 있으며 가격부분에서 중국을 제외한 기타 수입산보다 경쟁력이 높음
- 크기를 나누어 판매하고 있으며 크기에 따라 가격도 달라짐

○ 중국산 탈삽감

- 한국산에 비해 색상이 고르고 크지만 아삭아삭한 맛이 떨어짐
- 구매 후 3일 정도면 연화되어 한국산에 비해 하등급으로 구분

○ 이스라엘산 샤론감

- 한국산에 비해 작고 씨가 없으며 당도가 매우 높고 장기보관이 가능
- 이슬람국인 말레이시아에서는 대형유통매장 보다 차이나타운 등에서 소량 거래됨

○ 뉴질랜드 및 호주산 부유단감

- 크기와 색깔면에서 호평을 받고 있으나, 당도가 낮고, 유통기간이 짧음
- 호주산은 상온에서 항공운송을 하고 있고, 뉴질랜드산은 진공비닐포장 후 저온상태(10°C전후)에서 유통

◆ 감의 수입품종별 특징 ◆

비고	한국산	중국산	이스라엘산	호주산	뉴질랜드산
수입시기	9월~익년 3월	10월~익년 1월	11월~익년 2월	4월~5월	5월~6월
당도	16~17도		20~21도	-	-
수입품종	Fuyu	탈삼감	Triumph	Fuyu,Jiro	Fuyu, Jiro
특징	식감이 좋고 크기가 다양	중저가 시장에서 유통되며 유통기한이 짧음	당도가 높고, 유통기한이 길다	-	-

자료원: 품종설명 : Fuyu(富有), Jiro(次郎)

나. 홍콩

☑ 유통 및 소비동향

- 홍콩 단감 유통시장은 대부분 지정 수입업체들이 도매상을 겸하고 있으며 이들이 각국의 수출업체와 홍콩 현지 판매상과 직접 거래함
- 대다수 주요 수입업체 겸 도매상들이 식품서비스업계와 대형유통업체 또는 소매시장, 재래시장을 포함한 다수의 소매상에게 물품을 공급함



- 도매상은 판매 시 한 박스 당 5~10%의 수수료를 대형유통업체는 판매금액의 최대 10%의 매장수수료(Parknshop 10%, Wellcome 5% 등)를 취함
- 한국산 단감 유통 시장은 5~6개의 지정 수입업체가 도매상 역할을 겸하고 있으며 Good View, Top Weal, Shiu Pong, CJ China 등이 전체 한국산 단감의 80% 이상을 수입함
- 감의 유통량은 소규모이지만 홍콩시장에서 연중 유통되고 있으며, 주로 중추절 전후인 9~11월에 집중됨
 - 한국, 일본, 이스라엘 감이 10월부터 12월까지 같은 시기에 수입되며, 중국산 감의 유통 기간은 9월 중순부터 12월 중순까지임
 - 한국산이 일본산보다 2달 이상 보관기간이 짧아 2~3월은 유통되지 못함(일본산은 사전 냉장 시스템 도입으로 장기보관 가능)
- 주로 저소득층이나 고연령대 소비자는 재래시장을, 현지 출신의 중하층 수준 소득의 일반 소비자는 일반형 수퍼마켓을, 고소득층 및 외국인 소비자들은 고급형 수퍼마켓을 이용
- 유통매장 유형 및 주요 소비자 구성

구분	주요고객	특징	유통체인명
재래시장	저소득층, 고연령자	홍콩인들이 애용하는 전통적 식재료 취급, 값이 저렴	-
일반 수퍼마켓	중/저소득층, 현지 출신 일반소비자	홍콩인들이 애용하는 식재료 판매. 재래시장보다 가격은 높지만 편리해서 이용률 높음	Wellcome, Park n Shop
고급형 수퍼마켓	고소득층, 외국인	외국인들이 필요로 하는 이국적 식재료 판매. 가격이 높지만 고품질 제품이 많아 타겟 소비층에 높은 인기 구가	Market Place, Three Sixty, Taste, Gourmet, Great, Fusion, International, City Super, CV Vanguard, Jusco 등

☑ 수입동향

- 한국, 일본, 대만, 중국산이 대부분
 - 가을철에 많이 판매되나 특히 한국산은 11월에 많이 판매되며 11월에는 일본과 한국에서 수입한 부유(Fuyu/ 富有柿)와 대만 및 중국산 감이 대부분을 차지함
 - 일부 재래시장에서 이스라엘 산을 찾아볼 수 있으나 주류는 아님
 - 부유는 단단한 상태에서도 맛이 달고 좋아 기타 감이나 중국산 탈삽감(脆柿)과 식감이 전혀 다름

○ 상중하 품질이 현저하게 구분

- 감은 원산지나 판매장소에 따라 최상급, 중급, 하급으로 비교적 뚜렷이 나뉘어짐
- 상품 자체는 일본, 대만, 한국산이 좋으며, 유통 이후에는 감의 후숙(後熟)되는 특성상 보관이나 유통 기간에 따라서 상품성에 영향을 미침
- 고급시장은 일본산이 차지함. 일본산은 고급제품의 경우 개당 가격이 HK\$56불 수준임. 대만산 중에도 개당 HK\$18불 이상의 중고급 제품이 있음
- 한국산은 개당 HK\$3.5~6.9불 수준으로 인기 있는 중간가격대 상품임. 단단하고 윤기가 있으며 동글동글한 것이 특징(일본/대만감은 크고 네모 넓적함)
- 저급 상품인 중국산의 경우 중국시나 홍시라는 종자로 묶음 판매하며 개당 가격을 계산하면 HK\$2~3불. 모두 후숙 후에만 먹을 수 있어 바로 먹을 경우 상당히 떨어 상품 가치가 낮음
- 중국감은 대부분 홍시 종으로 색이 어둡고 후숙되어 색상이 안 좋으나 일부는 외형이 한국 단감처럼 탱글탱글하고 윤이 나는 것이 있으나 맛은 매우 떨어 반드시 후숙하여 먹어야 함

◆ 생산지별(일본, 한국, 중국) 비교표 ◆

생산지	일본산	한국산	중국산
제품 사진			
가격	HK\$ 25/개	HK\$ 3.3/개	HK\$ 3.3/개
중량	270gm	170gm	180gm
특징	선명한 오렌지 색. 조금 익은 상태로 부드럽고 당도가 높음	엷은 오렌지색으로 사과 같은 아삭한 질감이 특징	실온에서 보관되어 꼭지부분이 말라 있음. 익기전 뚫은 맛이 강함
생산지	대만산	이스라엘산	
제품 사진			

가격	HK\$ 10/개	HK\$ 3.1/개
중량	190gm	98gm
특징	네 쪽으로 갈라진 모양. 한국 단감보다 부드러지만 당도는 그리 높지 않은 편	대만 감처럼 네쪽으로 갈라진 모양. 맛이 좋으나 실온보관으로 꼭지 및 과육이 말라 있음

자료원: 구매장소 : 일본/대만/중국(센트럴 재래시장), 이스라엘(항하우 재래시장), 한국(일반 슈퍼마켓)

다. 태국

☑ 유통 및 소비동향

◆ 한국산 단감의 유통채널 진출현황 ◆

분류	매 장 명	진 출 여 건
고급 백화점	Paragon, Central 상류층 매장, Emporium 등	- 고급 수입제품들의 경쟁이 치열한 장소 - 지속적인 판촉행사로 한국식품 이미지 상승 - 포장, 품질 등을 고려해 상류층을 타겟으로 고품질 단감진출에 유리
일반 백화점	Central 기타매장, Robinson, The mall 등	
하이퍼마켓	Tesco-Lotus, Big C, Makro	- 중류층 및 그 이하 소비자를 타겟으로 저렴한 가격이 관건임 - 이곳은 대부분 중국산 단감을 취급하고 있어 한국산 단감진출에 불리
슈퍼마켓	Tops, FoodLand, Villa, Fuji 등	- Tops나 다른 일부 고급주택가나 매장을 제외하고는 한국산 단감진출이 불리함
편의점	Seven-Eleven, Family Mart, Tiger Mart, Star Mart 등	- 주로 컵라면, 스낵류, 음료제품 등의 진출이 유리하며 단감은 불리함
재래시장	China Town 등	- 일반적으로 재래시장에서 한국산 단감이 맛있다고 알려져 있으며 한국산의 이삭한 과육을 좋아하는 화교에게 인기가 있음

◆ 판매매장 전시상태 ◆

Tesco Lotus	Villa market	Food land	Central world
			

▶ 날개로 포장된 감을 매대에서 쌓아놓고 판매, 한국산 감이라는 표시가 매대에 써있음

☑ 수입동향

- 감은 주로 중국, 뉴질랜드, 일본, 한국 등지에서 수입되고 있으며 4~8월까지의 뉴질랜드 단감이, 8월~1월까지의 중국산 탈삽감이 대부분의 시장을 장악하고 있음
- '06년부터 저가의 중국산 감이 태국시장에 진입하여 '14년 시점에 금액기준 71.0%, 물량 기준 92.5%의 시장점유율을 차지하고 있음
 - 중국산 탈삽감의 경우, 낮은 가격을 경쟁력으로 다량이 수입되고 있어 한국산 단감의 큰 장애로 작용하고 있음
- 4월~8월까지의 뉴질랜드산이 수입되는데 이 중 6월~7월에 집중 수입되고 있으며, 특히 이 시기에는 타 국가에서 수입되는 물량이 거의 없어 U\$5.4~5.6/kg의 높은 단가에 수입되고 있음
- 8월 이후에는 중국산이 수입의 대부분을 차지하며 10월부터 한국, 일본에서도 수입