

1. 일반 정보

기본 품목 정보

○ 영 명: Citron Tea

○ 분 류: 설탕으로 저장 처리한 채소, 과실, 견과류, 과피 및 식물의 기타 부분

○ HS Code: 200830 유자(기타방법 조제)

○ 주요품종(주 수출품종)

- 설탕에 절인 모양의 유자

○ 주 생산시기

- 가공식품으로 연중 생산되고 있음

○ 주산지

- 유자는 전라남도 (고흥, 완도, 장흥, 진도)에서 주로 생산

- 특히 고흥은 전국 유자 재배면적의 35%를 차지하는 최대 주산지

- 수확된 유자는 각 지역 내 가공공장에서 유자차, 착즙, 잼 등의 형태로 가공되며, 그 중

90%가 유자차로 제품화됨

2. 수출입 동향

□ 수출 동향

○ HS Code: 200830, Citrus Fruit (Including Mixtures And Chilled Segments), Prepared Or Preserved, Whether Or Not Containing Added Sweetening Or Spirit, Neso

<한국 유자(기타방법조제) 수출현황>

단위: 달러, kg

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	33,379,619	12,571,900	41,500,998	13,386,651	42,327,680	13,494,488
1	China	14,147,163	5,904,759	17,124,183	5,976,893	18,423,999	6,290,391
2	Japan	9,683,010	2,923,618	12,797,965	3,487,731	12,254,416	3,312,711
3	Hong Kong	3,225,421	1,234,438	5,038,177	1,769,052	4,979,281	1,751,786
4	Taiwan	3,205,012	1,317,375	2,947,610	1,060,971	2,934,414	1,051,924
5	United States	1,527,771	597,084	1,760,669	521,113	1,685,666	465,880
6	Canada	444,090	162,920	457,291	141,201	633,165	204,838
7	Singapore	108,035	33,431	171,046	46,188	263,256	70,546
8	Kazakhstan	128,827	47,732	135,342	38,582	181,337	62,693
9	Australia	198,966	62,656	203,074	58,701	161,521	47,832
10	Malaysia	134,301	49,788	193,197	65,306	122,687	41,502

출처: Global Trade Atlas (2013. 5. 27)

○ 유자 가공제품의 2012년 수출액은 42,327,680 달러이며, 수출량은 13,494,488 kg임

○ 한국의 유자 가공제품의 주요 수출국은 중국, 일본, 홍콩 등이 있음

□ 수입 동향

○ HS Code: 200830, Citrus Fruit (Including Mixtures And Chilled Segments), Prepared Or Preserved, Whether Or Not Containing Added

<한국 유자자 수입>

단위: 달러, kg

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	3,310,434	3,912,878	3,235,267	2,667,191	4,806,879	3,630,290
1	China	2,688,061	3,536,242	2,509,052	2,364,649	3,752,391	3,160,149
2	United States	276,998	236,785	181,373	138,018	336,036	191,873
3	Thailand	132,357	47,897	229,333	84,566	255,793	99,701
4	France	81,794	18,069	146,439	25,941	117,606	20,596
5	Turkey	-	-	4,261	1,182	82,622	44,888
6	Japan	11,613	3,316	539	60	68,790	43,538
7	Switzerland	-	-	43,093	8,910	66,594	18,000
8	Spain	16	2	21	2	45,719	17,548
9	Italy	-	-	65,127	21,360	28,094	8,000
10	United Kingdom	4,580	2,504	2,912	1,461	17,393	6,905

출처: Global Trade Atlas (2013. 5. 24)

○ 유자 가공제품의 2012년 수입액은 4,806,879 달러인 것으로 조사

- 유자 가공제품의 주요 수입국으로는 중국, 미국, 태국 등이 있음

- 2012년 유자 가공제품이 가장 많이 수입된 곳은 중국으로 3,752,391 달러를 기록

3. 중국 시장동향

□ 중국 생산동향

○ 중국에서 생산되는 유자는 생식용 품종으로 50여 가지가 넘으며, 대표적인 품종으로 사전유(沙田柚)가 있으며 현재 재배 면적도 가장 넓음

- 중국의 유자는 주로 광둥성, 복건성, 호남성, 절강성, 사천성 등에서 재배됨

- 생산된 유자는 신선유자, 유자음료, 유자차, 유자즙 등의 형태로 가공하여 소비되고 있음

- 중국인들의 소득증가와 소비수준이 향상하면서 건강에 대한 관심이 높아지며 건강 차 음료에 대한 선호도가 높아지고, 이에 따른 유자차에 대한 수요가 증가함

- 유자를 신선제품으로 섭취할 경우 중국 소비자들이 가장 선호하는 제품은 사전유(沙田柚)이지만, 유자차 생산에는 한국 유자와 가장 비슷한 서유(西柚)가 많이 사용됨

- 그러나 중국산 유자차는 한국산 유자차에 비해 끝 맛이 쓰고, 씹는 맛이 약하다는 단점을 가짐

○ 중국의 대표적인 유자차 생산업체로 향수당(恒寿堂)이 있음

- 2006년 상하이에 꿀차 생산공장을 설립한 이후, 꿀유자차, 꿀생강차, 꿀레몬차 등 다양한 차 제품을 생산함

- 수입제품에 비해 낮은 가격으로 제품을 판매하고 있음

□ 중국 수입동향

○ 과일 가공류 제품(유자차 포함) HS CODE: 210120

- 중국에서 과일 가공류 제품을 주로 수입하는 국가는 대만, 말레이시아, 미국, 홍콩, 독일 등으로 조사

< 중국 과일 가공류 수입 규모 (금액 기준) >

단위: 천 달러, %

순위	국가	2011		2012	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	7,022	-26.8	5,459	-16.9
1	대만	1,160	71.3	1,224	28.1
2	말레이시아	934	73.2	1,169	42.8
3	미국	1,340	45.5	1,114	-12.5
4	홍콩	278	-47.8	556	116.6
5	독일	43	-92.4	421	1,110.9

출처: KITA(2013.1.18)

- 중국에 수입된 과일 가공류 제품 총액은 2012년 545만 9천 달러를 기록하였으며, 이는 전년도 동기대비 16.9% 감소한 수치임

- 대만에서 수입된 과일 가공류 제품 수입액이 122만 4천 달러로 가장 높은 규모액을 기록하였으며, 이는 전년도 동기대비 28.1% 증가한 수치임

- 그 뒤를 이어 말레이시아, 미국, 한국, 홍콩, 독일에서 제품을 수입

○ HS Code: 200830, Citrus Fruit (Including Mixtures And Chilled Segments), Prepared Or Preserved, Whether Or Not Containing Added Sweetening Or Spirit, Neso

<중국 유자(가공) 수입현황>

단위: 달러, kg

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	113,290,997	116,431,389	113,388,020	114,573,521	82,429,601	78,226,291
1	United States	69,795,265	70,421,404	59,019,715	57,847,407	47,264,842	45,863,659
2	Brazil	28,899,993	33,720,774	41,605,371	47,457,120	14,547,791	16,547,942
3	Costa Rica	6,431,457	6,138,000	6,128,144	6,218,923	13,305,610	12,230,246
4	Korea South	4,387,010	2,236,013	6,504,047	2,942,754	6,694,864	3,075,990
5	Mexico	1,498,609	1,660,140	43,130	40,320	486,366	403,200
6	Thailand	44,694	58,433	65,638	58,496	83,895	69,889
7	China	277,104	296,127	522	300	23,038	17,976
8	Israel	1,123	1,440	-	-	16,957	14,880
9	Spain	44,835	39,822	8,114	6,090	2,602	2,104
10	Italy	594	75	3,316	350	1,147	101

출처: Global Trade Atlas (2013. 5. 28)

- 중국의 유자(기타방법조제)의 주요 수입국은 미국, 브라질, 코스타리카 등이 있음

- 중국의 2012년 유자(기타방법조제)의 총 수입액은 82,429,601 달러이며, 총 수입량은 78,226,291 kg임

□ 중국시장 내 한국 유자차

○ 2004년 농협의 중국 시장개척 이후, 삼화 한양식품, 국제식품, 담터 등의 순으로 중국시장에 진출

○ 중국시장에서 판매되고 있는 제품들은 주로 병 제품으로 대부분 500g, 1kg이 대부분임

○ 일부 제품 차별화를 위하여 300g, 860g 또는 30g의 소포장 형태의 제품을 판매

○ 유자차, 한국 교민보다 중국인들에게 더 사랑 받는 제품

- 유자차는 중국 현지에서 한국 교민보다 중국 현지인 구입 비중이 압도적으로 높은 제품임. 한국 교민들도 소비 목적이 아니라 중국인 선물용으로 유자차를 많이 구입하고 있음

- 유자차는 오랜 전통을 가진 중국 차문화에 '과실차'라는 새로운 영역을 개척하였으며, 중국 내 KFC나 맥도날드 매장에 겨울철 계절 메뉴로 등장할 만큼 중국 현지에서 환영 받고 있음

○ 유자차는 한국산이 절대 경쟁력을 가지고 있음

- 유자차라는 영역 자체를 한국 제품이 만들어 냈을 뿐 아니라 한국산 유자의 맛과 향이 뛰어나기 때문임. 중국산 유자는 한국산 유자와 맛과 형태가 다른데, 껍질이 두껍고 쓴맛이 나며 향이 약해 차를 만들기에 적합하지 않음

- 중국의 대표적인 음료수 회사인 '娃哈哈'가 출시한 유자음료 'Hello-C柚'는 과립은 거의 없고 중국산 유자 과즙을 첨가한 음료임

○ 2000년대 초반, 한국 지자체 공기업에서 수출을 시작, 중국 남방에서부터 인기를 끄

- 유자차는 2000년대 초반 한국의 지방자치단체에서 운영하는 무역 공기업에서 수출을 시작함. 수출 초기에는 누구도 지금과 같은 인기를 끌지 예상 못했음

- 수출이 시작되면서, 중국 상하이와 광둥 지역에서 인기를 끌기 시작하며 기대 이상의 성과를 올림. (상하이 지역은 전통적으로 단맛을 좋아하고, 광둥 지역은 유자차를 덩성 재료로 많이 이용)

- 맛과 향이 좋을 뿐 아니라 건강에도 좋다는 인식이 퍼지면서, 중국 남방에서 시작하여 다른 지역으로 점차 확산.

○ 선도 브랜드 부재 및 단가경쟁으로 시장 혼란.

- 시장 확장기에 한국 측 공급자의 단가 경쟁으로 시장 혼란

- 유자차가 중국 시장 진입에 성공하고 확장되는 시점에, 한국의 제조업체 및 수출업체들이 유자차 공급 시장으로 몰려들었음

- 소수의 중국 바이어에 다수의 공급자가 경쟁하면서, 공급단가가 계속 하락하고, 중국 유통 업체로 힘이 쏠림

- 중국 유통업체는 브랜드 파워가 없는 상태에서 단가가 낮은 제품을 위주로 수입 제품을 선정하고, 한국의 제조업체는 제품 질을 낮춰 단가경쟁에 나서는 악순환의 고리에 빠짐

- 한국산 이름을 단 수십 종의 OEM 브랜드가 시장에 쏟아지면서, 수입상-도매상-소매상으로 이어지는 유통경로가 파괴되고, 기존의 제품도 판매가가 하락함

□ 중국 가격동향

<2013년 중국 유자차 소매가격>

제품명	사진	가격	무게	원산지
한국농협 유자차		62위안	1kg	한국
국제식품 꿀진유자차		54위안	1kg	한국
건양식품 꿀유자차		58.80위안	1kg	한국
한국농협 유자차		74위안	1kg	한국

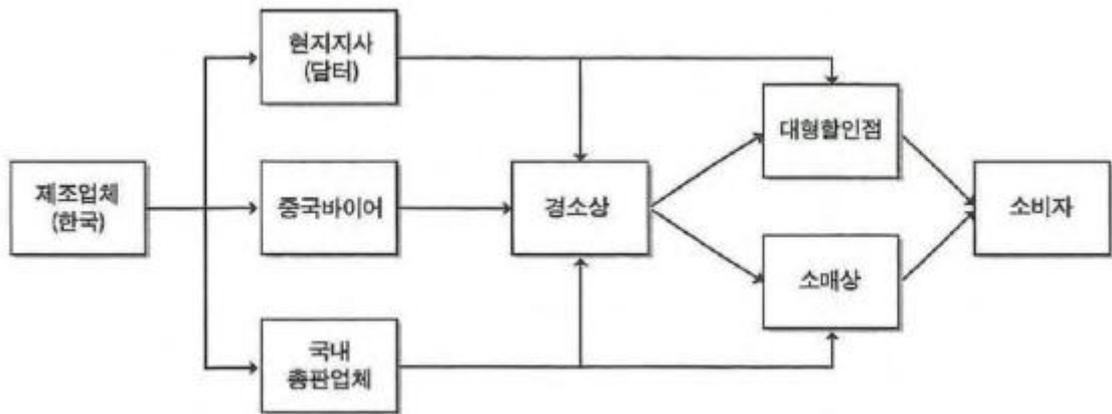
출처: 360BUY (www.360buy.com 2013.1.18)

- 중국 내 자료에 의하면, 중국산 제품이 평균 38위안/병, 한국산 제품이 평균 55위안/병으로 가격차이가 큼
- 품질이나 시장 인지도 면에서 한국산 제품들이 고급제품으로 선호되고 있으나, 최근 중국 업체들이 한국산 제품을 모방하며 시장참여가 적극적인 것으로 조사
- 중국 남부지역에 위치한 업체들을 중심으로 기술제휴 등을 통해 품질향상을 꾀함

□ 중국 유통동향

- 중국에 수출하는 유자차는 수입상에 대한 의존도가 높으며, 한국산 유자차제품은 중국 내 수입바이어를 통해 대형 유통매장으로 직접 납품 또는, 지역 대리상을 통해 소매점으로 유통
- 일부 유자차 생산기업은 현지에 지사를 설치하여 영업망을 구축하고 직접 제품을 공급하는 것으로 조사

< 중국 내 한국산 유자차 유통경로 >



- 현지 유자차제품의 경우, 직접 대형 유통매장에 납품하거나, 각 지역의 대리상을 통해 소매점으로 유통함

□ 중국 소비동향

○ 중국 시장에서 유자차의 소비가 아직 보편화되지 않은 상태이며, 한국 교민들을 대상으로 하는 시장과 중국 현지 소비자들을 대상으로 하는 시장 또한 지역별로 구분됨

- 한국 교민: 중국 동북 3성, 칭도 지역

- 중국 현지 소비자: 상해, 절강성, 강소성 등

○ 유자차의 소비가 일부 지역에만 머무르며 보편화되지 못한 이유 중 하나는 유자차의 가격이 중국 현지 소비자들의 소득수준에 비해 높기 때문으로 조사

○ 중국 내에서 생산하는 유자차 제품은 600g 이하의 적은 용량의 제품이 다수를 이루고 있음

○ 중국의 대형 유통매장 및 소매점의 경우 회전율이 높은 소용량 제품을 선호하는 편이며, 중국 현지 소비자들도 소용량 제품을 선호하는 것으로 조사

□ 중국 관세율

<2013년 중국 유자차 관세율>

단위: %

HS 코드	품목명	종가세		
		최소치	평균치	최대치
210120	과일 가공류 제품 (유자차 포함)	32	32.0	32

출처: WTO tariff (2013.2.18)

□ 중국 통관 및 수입검사

○ 유자차는 열 가공을 거친 병 제품으로 인삼이나 신선 농산물에 비해 통관이 쉬운 편이며, 특별한 규제사항은 없음

○ 일반 가공식품과 같은 통관절차로 상품검사만을 실시함

< 유자차 통관비용 구성 >

단위: %

구분	합계	관세	누진세	통관제비용
유자차	37.3	20	17	0.3

○ 중국 본토로 수출할 경우, 발생하는 비용은 관세 20%, 누진세 17%, 통관제비용 0.3%로 제품가의 37.3% 수준

○ 통관업무를 위한 전문 업체를 고용할 경우 지역마다 차이가 있으나 상해의 경우 6,000 ~ 8,000 위안 수준

○ 중국의 주요 성분에 대한 과대광고 금지하는 부분에서 한국산 제품이 문제가 될 가능성이 있음

- 대부분의 한국산 유자차는 '꿀 유자차'로 광고하고 있으나, 실제로 꿀 함유량이 매우 적어 문제가 될 수 있음

4. 일본 시장 동향

□ 일본 생산동향

○ 일본의 유자생산량은 연간 14~20천 톤 대를 유지하고 있으며, 전체 출하량 중 가공용 출하비중은 71% 수준으로, 연간 1,200톤의 유자가 동경도를 중심으로 소비되고 있음

- 일본 내 유자 명산지는 코우치현이며, 도쿠시마, 에히메현 등이 대표적인 유자 명산지임.
각 지역별 생산량은 다음과 같음

< 2008년 일본 유자 지역별 생산량 >

지역	생산량	생산 점유율
코우치현	9,353톤	51%
도쿠시마현	3,726톤	20%
에히메현	1,558톤	9%
미야자키현	782톤	4%
오이타현	622톤	3%
가고시마현	460톤	3%
와카야마현	312톤	2%
구마모토현	236톤	1%
그 외	1,159톤	6%
총 계(추산)	17,660톤	100%

출처: 농수산물유통공사 (2012년)

- 한편, 일본 내 유자의 재배면적은 매년 소폭 감소 경향을 보이고 있음

- 유자재배는 타 과수보다 경사지에도 재배하기가 용이하고, 농촌의 고령화 등으로 일손이 많이 들지 않는 장점이 있으며 익은 과실은 물론 미숙과도 다양한 용도로 이용되며,

냉장보관 등으로 유통기간도 연장할 수 있는 등의 장점을 지니고 있음

□ 일본 수입동향

○ 과일 가공류 제품(유자차 포함) HS CODE: 210120

- 일본에서 과일 가공류 제품(유자차 포함) 제품을 주로 수입하는 국가는 중국, 케냐, 인도, 미국, 대한민국 등으로 조사

○ HS Code: 200830, Citrus Fruit (Including Mixtures And Chilled Segments), Prepared Or Preserved, Whether Or Not Containing Added Sweetening Or Spirit, Neso

<일본의 유자(기타방법조제)의 수입현황>

단위: 달러, kg

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	60,654,007	57,436,185	89,357,014	67,892,520	99,080,956	66,838,027
1	China	49,070,639	51,553,181	76,240,586	61,157,117	88,072,266	61,242,759
2	Spain	2,454,778	802,602	2,776,187	882,756	2,606,176	873,147
3	South Africa	2,275,267	1,333,862	2,710,903	1,871,620	2,259,546	1,457,864
4	United States	3,039,438	2,359,676	3,005,510	2,269,121	1,842,003	1,463,446
5	Turkey	874,514	587,897	1,237,252	841,071	1,419,893	937,255
6	Korea South	2,126,323	503,913	1,779,253	362,144	1,405,945	298,736
7	France	329,233	54,210	783,067	116,804	604,050	95,755
8	Mexico	154,197	76,453	488,922	257,611	377,615	206,862
9	Swaziland	170,824	104,472	129,583	80,424	374,625	223,128
10	Philippines	26,495	16,000	11,656	6,000	45,018	20,000

출처: Global Trade Atlas (2013 5. 28)

- 일본의 유자(기타방법조제)의 주요 수입국은 중국, 스페인, 남아프리카 등이 있음

- 일본의 유자(기타방법조제)의 총 수입액은 99,080,956 달러이며, 총 수입량은 66,838,027 kg임

□ 일본 시장 내 한국 유자차

○ 한국산 유자차는 주로 한인이 경영하는 한국식품점 등에서 판매되고 있으며, 최근에는 통신판매 및 인터넷 등을 통한 판매도 늘어나고 있음

- 한국산 유자차의 가격은 일본산보다 약 2배정도 저렴하여 가격 경쟁력이 높은 것으로 평가됨

- 한편, 한국산에 대해서는 2004년의 유자차 붐 이후 매출이 감소세를 보이고 있음

- 매상이 감소하고 있는 요인으로서 장기적으로는 기존이용자가 감소하거나 재 구입 이용자 정착 율이 저조한 점을 들 수 있으며, 단기적으로는 일본대지진으로 인한 소비심리 위축을 들 수 있음

- 한편, 일본인들은 소포장을 선호하는 경향이 있으나 한국산의 경우는 대부분이 300g~1kg 정도의 다소 큰 용기를 사용하는 경향이 있음

- 또한 일본산의 경우는 대부분 고급천이나 종이장식 등을 통해 고급화된 제품을 판매하고 있으나, 한국산의 경우는 대부분이 별도의 포장 없이 병에만 넣어 판매하고 있어 저가의 대용량 제품이라는 이미지가 존재함

□ 일본 가격동향

○ 일본 온라인 사이트(야후쇼핑)에서 판매되는 유자차 가격은 하기와 같음

- 하기의 조사에서 일본시장에서 판매되는 한국산 유자차는 1엔 이하 ~ 1엔 초중반 가격대를 형성하고 있는데 반해, 일본산 유자차는 1엔 후반 ~ 2엔 초반 가격대를 형성하고 있는 것으로 조사됨

제품명	사진	가격	무게	1g당 무게	원산지
시모카와 꿀 유자차		840 엔 (세금 포함)	450g	1.86엔	일본
국산 유자차 430g		628 엔 (세금 포함)	250g	2.51엔	일본
진도 한국 직송 유자차		892엔 (세금 포함)	580g	1.54엔	한국

<p>복음자리 유자차</p>		<p>1,100엔</p>	<p>1050g</p>	<p>1.04엔</p>	<p>한국</p>
<p>삼화 꿀 유자차</p>		<p>660엔</p>	<p>1000g</p>	<p>0.66엔</p>	<p>한국</p>

출처: 야후재팬(www.yahoo.co.jp 2013.1.18)

□ 일본 유통동향

○ 일본산 유자차의 경우는 유통량이 적으며 일부 지역의 특산물, 통신 판매가 주가 됨.

다음은 주요 유통경로임

- 제조업자 → 중·도매업자 → 소매업자 → 소비자

- 제조업자 → 소매업자 → 소비자

- 제조업자 → 소비자(인터넷)

- 한국산 유자차는 대부분 한국식자재를 취급하는 소매상으로 공급되며 최근에는 통신판매 등도 늘어나는 추세임. 다음은 주요 유통경로임

- 수입업자 → 중·도매업자 → 소매업자 → 소비자

- 수입업자 → 소매업자 → 소비자

- 수입업자 → 소비자(인터넷)

□ 일본 소비동향

○ 일본에서 유자는 파란색으로 덜 익은 상태와 익은 상태 둘 다 사용되며, 식품뿐만이 아니라 입욕제로도 널리 쓰이는 등, 그 용도가 매우 넓은 편임

- 한국에서 유자는 주로 유자차를 만들어 먹지만, 일본에서는 유자를 먹기 보다는 레몬과는 또 다른 차원으로 유자의 소박하고 달콤한 향을 즐기는 편임

- 잘 익은 유자일지라도 신맛이 매우 강하기 때문에 보통은 직접 식용으로 사용하는 경우는 드뭄. 유자의 과즙은 일본 요리 등에서 조미료로 향미 신맛을 추가하기 위하여 사용되며, 과육 부분뿐만 아니라 껍질 부분도 향신료 양념(후추, 된장)에 첨가 재료로써 사용되기도 함

- 양념이 아닌 유자 자체를 맛보는 요리로는 과일 껍질부를 얇게 썰어 이를 설탕이나 벌꿀에 담그는 방법 등이 있음

- 한편, 유자의 과즙은 설탕이 없는 발포 물에 섞어 레모네이드와 같은 음료를 만들어 먹거나, 츄하이(술의 일종), 와인, 화과자, 목캔디, 향신료, 과자, 유자간장, 유자 쥬스, 유자된장, 유자차, 유자잼, 마말레이드(잼의 일종), 목욕용의 향료 등의 다양한 가공제품을 만드는 경우에도 사용함

- 유자 열매 중 껍질을 남기고 과육 부분을 도려낸 그릇 모양의 장식은 ‘유즈카마’(柚子釜)라고 칭하며, 요리를 담아내는 데 쓰임
- 일본의 경우 일본산 유자차는 일부 산지의 특산물로서 지역에 한해서 판매되거나, 통신판매가 주를 이루고 있음
- 최근 한국산 식품에 대한 인기가 높아짐에 따라 한국산 유자차를 찾는 일본인이 늘어나고 있으며, 특히 겨울철에 소비가 많음
- 유자차는 차뿐만 아니라, 마멀레이드나 잼처럼 아침에 식빵에 발라먹거나 차를 만들어 먹기도 함

일본 관세율

<일본 유자차 관세율>

단위: %

HS 코드	품목명	관세율		
		일반	WTO	LDC
200830	유자(기타방법조제)	30	25.5	Free

출처: 일본 관세청 (2013. 5. 28)

일본 통관 및 수입검사

검역 및 위생 관련 신고

- 일본에서 농수산물을 수입하는 경우에는 관련 법규에 따라 일본 농림수산성의

식물검역을 받아야 하며, 후생노동성의 식품위생법에 의거하여 식품위생검역의 절차를 거쳐야 함

- 검역 절차는 수입하는 항구, 공항을 관할하는 후생 노동성 검역소 수입 식품 감시 담당에 "식품 등 수입 신고서"에 필요한 서류를 첨부하여 신고해야 하며, 검역소의 심사 검사 후, 동법 상 문제가 없으면 신고서에 "신고 완료"표시가 날인되어 반환

- 그러나, 가공식품의 경우는 동식물검역 및 일반 검역의 제외 대상으로 식품위생검역의 절차만 받으면 됨

< 일본의 농식품 검역 절차 >



- 한편, 일본의 식품위생법 제 16조에 따라서 판매용으로 제공하거나 영업을 목적으로 사용하는 식품, 첨가물, 기구(식기, 조리기구 등 식품에 직접 접촉하는 물건) 또는 포장용기를 수입하는 자는 정해진 바에 따라 후생노동성대신에게 식품 등 수입신고를 해야 함

- 식품 등의 수입 신고는 일본의 전국 31개 항구 및 공항의 식품 감시 업무 담당 창구가

있는 후생 노동성 검역소에서 접수하고 있음

- 식품 등 수입신고서와 함께 수출국(한국) 정부 기관에 의해서 발행되는 위생증명서를 첨부하여 신청하면 검역소에서 감시 및 지도를 실시함

- 이 신고서는 수입식품 도착 7일 전부터 접수하고 있으며, 서류 심사의 결과가 문제가 없고 검사할 필요가 없다고 판정된 경우에는 수입업자에게 신고필증이 교부됨

- 다만 위생검사가 필요한 경우에는 보세지역 내에서 검사가 행해지고 수입의 여부가 판단됨

- 사전에 후생노동대신 지정된 일본 내 검사기관, 혹은 등록되어 있는 국외 검사 기관에서 자주적으로 검사해 두면 그 결과가 검역소에서 행해지는 위생검사와 동등하게 취급되므로, 그 검사항목에 대해서는 위생검사가 생략되어 수입 절차가 간결해짐

- 또한 컴퓨터에 의한 신청을 희망하는 경우에는 수입절차를 전자화 한 수입식품 감시 지원 시스템(FAINS)의 이용이 가능함

- FAINS를 이용하기 위해서는 FAINS의 소프트웨어와 시판되고 있는 통신 소프트웨어를 설치한 후 후생노동대신에 신청하여 패스워드를 취득해야 함

- 이 시스템에서는 수출국 정부기관이 발급한 위생증명서를 전자데이터로 가져올 수 있음

5. 미국 시장동향

□ 미국 생산동향

- 미국에서 과일 가공류 제품을 주로 수출하는 국가는 캐나다, 멕시코, 말레이시아, 등으로 조사

< 미국 과일 가공류 수출 규모 (금액 기준) >

단위: 천 달러, %

구 분		2011		2012(1월~11월)	
순위	업체명	금액	증가율	금액	증가율
	총계	202,566	21.9	204,076	11.1
1	캐나다	49,776	12.7	44,779	-4.1
2	멕시코	45,336	38.9	40,694	-0.9
3	말레이시아	9,127	15.8	15,180	88.4
4	베네수엘라	6,544	-15.4	13,606	131.8
5	콜롬비아	7,817	64.4	11,129	63.1
6	네덜란드	7,314	42.3	7,207	4.8
7	인도네시아	2,958	144.2	6,527	136.1
8	필리핀	9,817	-22.3	5,963	-28.7
9	페루	3,913	49.2	5,134	70.8
10	브라질	4,964	66.6	4,423	5

출처: KITA (2013.1.18)

- 미국이 수출한 과일 가공류 제품 총액은 2012년 2억 407만 6천 달러를 기록하였으며, 이는 전년도 동기대비 11.1% 증가한 수치임
- 캐나다로 수출한 과일 가공류 제품 수입액이 4,477만 9천 달러로 가장 높은 규모액을 기록하였으며, 이는 전년도 동기대비 4.1% 감소한 수치임

- 그 뒤를 이어 멕시코, 말레이시아, 베네수엘라 등에 제품을 수출

□ 미국 수입동향

○ HS Code: 200830, Citrus Fruit (Including Mixtures And Chilled Segments), Prepared Or Preserved, Whether Or Not Containing Added Sweetening Or Spirit, Nesoi

<미국 유자(기타방법조제)의 수입 현황>

단위: 달러, kg

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	271,921,033	219,674,848	320,906,294	216,787,161	359,178,210	221,882,722
1	China	198,359,688	175,566,008	247,297,024	174,718,110	280,015,876	177,060,043
2	Mexico	63,882,642	38,055,049	61,659,674	35,664,707	66,842,620	38,012,326
3	Swaziland	353,452	283,553	2,619,532	1,152,102	3,189,370	1,346,770
4	Argentina	3,619,727	2,474,963	3,985,338	2,645,752	3,009,033	2,260,639
5	Netherlands	607,467	345,378	616,212	293,812	1,097,741	654,683
6	Spain	924,732	441,158	596,783	331,774	820,451	415,026
7	Israel	981,330	696,470	924,399	638,305	799,107	537,688
8	Canada	742,368	207,558	875,098	200,554	743,659	147,241
9	Turkey	411,290	332,702	488,451	364,857	403,565	263,753
10	Dominican Republic	277,336	179,656	262,397	173,060	395,860	260,028

출처: Global Trade Atlas (2013. 5. 28)

- 미국 유자(기타방법조제)의 주요 수입국으로는 중국, 멕시코, 스와질란드 등이 있음

- 2012년 미국의 유자(기타방법조제)의 총 수입액은 359,178,210 달러이며, 총 수입량은 221,882,722 kg임

□ 미국 유통동향

- 과일주스나 주스음료의 FDMx 판매에서 슈퍼마켓이 60% 정도를 차지하고 있음. 2008년부터 2011년까지 대형 유통업체들이 차지한 비율은 점차 줄고 있음. 놀랍게도 드럭스토어는 2008년에서 2011년까지 \$255백만으로 14%의 성장률을 보임. 탄산음료나 바틀워터의 경우 패스트푸드 레스토랑에서 구매가 가능하나 과일 주스와 주스 음료의 경우는 대부분 드럭스토어나 편의점에서만 구매가 가능한 것으로 조사

○ 현재 주스와 주스음료를 공급하고 있는 업체들은 브랜드회사인 코카콜라나 펩시코사로 트로피카나, 미닛메이드 등과 같은 비 탄산음료를 유통시키면서 사실상 모든 유통라인을 운영하고 있어 수입산 주스나 주스음료를 판매, 유통하기는 쉽지 않음

- 수입산 주스음료는 일반적으로 다음과 같은 유통경로를 통해 공급됨

A. 수입업체 → 도매업체 → 소매업체

B. 도매업체 → 음료전문유통/배송업체 → 소매업체

<2012년 미국 소매업체별 과일주스와 주스음료 판매량>

연도	2008		2011	
	\$ million	%	\$ million	%
슈퍼마켓	9,379	58.2	9,733	61.1
드럭스토어	225	1.4	255	1.6
그 외 다른 매장	6,515	40.4	5,942	37.3
Total	16,119	100.0	15,930	100.0

- 식료품점(Grocery)이 일반 가정에서 주스 음료를 가장 많이 구매하는 곳임. 낮은 가격으로 물건을 제공하는 Wal-Mart가 두 번째 선호 장소이며 대형 유통업체나 클럽 스토어의 경우 자사 상품으로 과일 주스와 주스 음료를 개발하여 판매하기도 함.

결과적으로 낮은 가격에 제품을 판매할 수 있어 고객의 선호도가 높은 편임. 즉시 소비를 위한 구매에 있어서는 식료품점이 가장 인기 있는 소매업체이며 편의점도 빠른 속도로 성장

- 가정용 혹은 즉시소비를 위해 주스와 주스음료를 구매하는 곳은 주로 슈퍼마켓, 식품점, 클럽스토어, 매스머천다이징스토어, 드럭스토어, 편의점 등도 다양한 장소에서 음료를 구매하는 것으로 나타남

□ 미국 가격동향

<미국 온라인마켓 유자차 가격>

제품명	사진	가격	무게	원산지
플러스 유자차		\$19.99	2.2 pound	한국
야카미 유자차		\$20.48	2.2 pound	일본

출처: Amazon (www.amazon.com 2013.1.18)

□ 미국 소비동향

- 차가 건강에 좋다는 인식이 지금까지의 성장을 이끌어왔지만 소비자들의 선택폭이 늘어나면서 향산화제 혹은 저칼로리, 저당도, 무 탄산음료에 이르는 기능성과 관련된 경쟁이 심화되고 있는 것으로 드러남

- 현재 미국의 차 시장은 바로 마시는 차(이후: RTD)로 실온 및 냉장보관 차 류는 2003년에서 2008년까지 120억 달러, 3억2백만 달러로 각각 늘어남.

- 특히, RTD차는 2004년에서 2008년까지 10대 층에서도 즐겨 마시고 있어 소비는 45%에서 51%로 늘어남. 그러나 역시 미국 경기가 악화되면서 2008년 판매는 1.3%감소한 반면 티백차 혹은 루즈티의 소비는 오히려 1.8%늘어난 것으로 나타남. 경제적인 이유로 가정에서 끓여서 마시는 인구가 증가한 것

- RTD차와 달리 가정이나 직장에서 직접 끓여 마시는 핫 티나 아이스 티의 소비가 가장 높은 연령대는 55~64세로 나타났으며 캔RTD차와 병RTD차를 선호하는 연령은 18~34세의 특히 여성인 것으로 드러남. 티백 제품의 경우, 미국 가정의 98%가 사용하는 반면 루즈티(loose tea: 티백포장이 안된 것)는 전체가정의 15%가 사용하는 것으로 나타남. 또한 10가정 중 8가정이 일반 차 즉 카페인이 들어있는 차를 마시는 반면 나머지 2가정은 카페인이 없는 차를 마시는 것으로 나타남

○ 최근 동향

가장 트렌디한 차는 최근 유기농, 천연, 향산화제를 함유한 특히 아사이, 석류, 옴베리와 같은 슈퍼과일이 들어있는 차로 드러남. 특히, 2008년에 출시된 새로운 차들은 유기농,

천연 그리고 다른 방부제가 들어있지 않는 제품을 내놓았음. 2008년에는 약100개의 프리미엄차들이 소개되었으며 국가 그리고/혹은 지방별로 특산품을 내세운 점이 독특함 이외에도 2008년에는 562개의 신제품이 소개되었으며 이 가운데 3분의 2가 티백 제품임

□ 미국 관세율

<미국 유자차 관세율>

20083010	품목명	오렌지, 맨더린, 클레멘타인, 월킹 및 기타 이와 유사한 감귤류(기타 조제저장처리)
	관세인하스케줄	A(즉시철폐)
	기존 관세율	2센트 / kg
20083030	품목명	감귤류의 껍질(기타 조제저장처리)
	관세인하스케줄	F(7단계균등철폐)
	기존 관세율	11.3센트 / kg

출처: KITA (2013. 5. 28)

6. 대만 시장 동향

□ 생산동향

- 대만의 대표적인 유자는 비교적 소형인 文旦柚(원단요우)이다. 원단요우는 개당 약 0.6kg선으로 적당한 당도, 신도 & 많은 과즙으로 대만인들의 많은 사랑을 받고 있음. 그 중에서도 약 300여 년 전 중국福建省에서 유입되어 대만 중, 남부지역 臺南(대남), 花蓮(화련), 雲林(운림) 등지에서 주로 생산되고 있는 麻豆文旦(마두문단) & 斗六文旦(두록문단) 이 대표적인 제품임. 원단요우는 3~4월경을 개화기로 하여 보통 8월 하순~9월 중순경에 수확하며, 추석을 대표하는 과실

- 대만 유자는 麻豆文旦(마두문단) 외에도 白柚子西施柚子(백유자서시유자), 香柚子(향유자), 紅柚子(홍유자) 등이 있음. 이 중 가장 소비되고 있는 품종은 文旦柚(원단요우) 이며 그 다음은 白柚子(백유자)이다. 白柚(백유)는 文旦柚(문단유) 보다 3~4배 크며 과실높이 약 14~15cm & 표준중량은 약 1.5~1.8kg 선. 과실껍질은 녹색을 띤 옅은 노란색이며 타원형

○ 한국 유자는 신선 과일 자체를 직접 먹지 못하는 반면, 대만 유자는 대부분 신선 과일을 껍질을 제거한 뒤 바로 먹으며, 수분은 많지만 당도가 한국 유자에 비해 덜함. 또한 한국 유자는 황금 유자라 하여 노랗고 주먹만한 크기의 둥근 형인데 비해, 대만 유자는 연두색의 타원형으로 알 크기는 한국 유자의 2배 정도임

□ 수입동향

○ HS Code: 200830, Citrus Fruit (Including Mixtures And Chilled Segments), Prepared Or Preserved, Whether Or Not Containing Added Sweetening Or Spirit, Nesoi

<대만 유자(기타방법제조) 수입 현황>

단위: 달러, kg

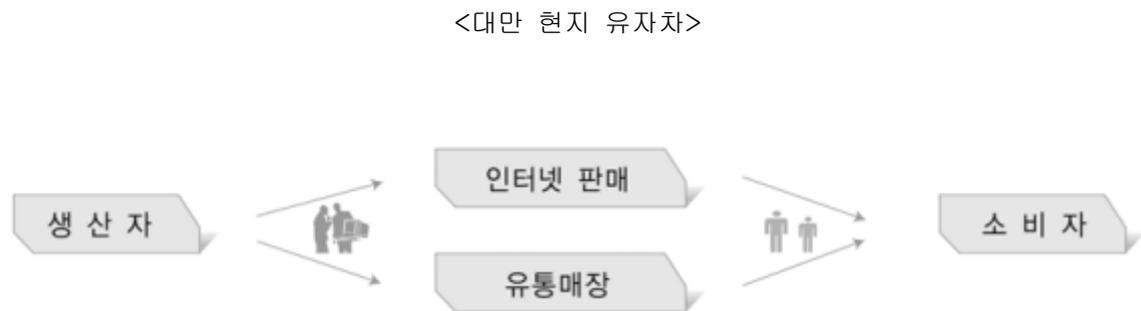
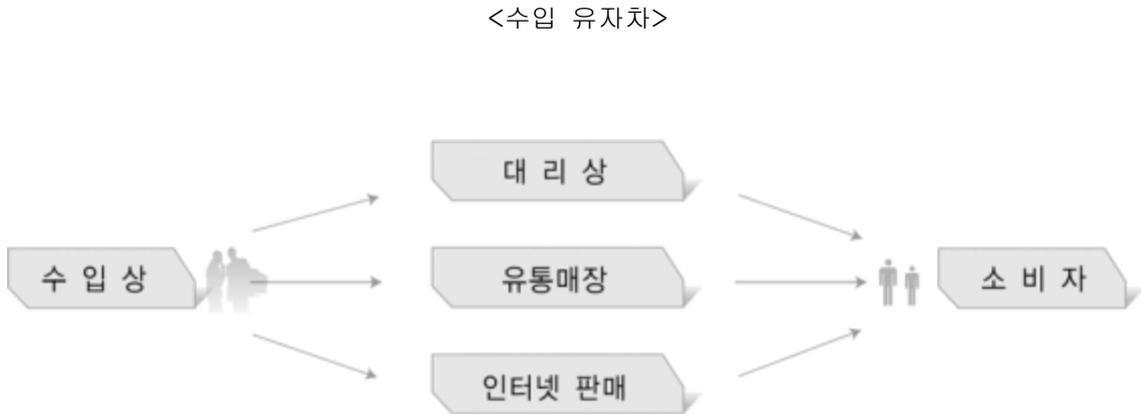
순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	4,103,821	3,215,308	4,020,249	2,777,419	5,204,669	3,691,114
1	Korea South	2,264,866	1,086,069	2,393,074	1,092,758	2,360,554	1,067,988
2	China	603,258	920,517	542,769	728,524	1,127,763	1,010,574
3	United States	664,032	560,172	366,334	301,086	944,078	893,012
4	Thailand	3,142	5,376	62,054	96,383	182,930	340,566
5	Vietnam	58,936	83,729	158,848	138,477	156,355	137,004
6	Japan	6,141	1,900	5,088	813	95,068	13,559
7	Brazil	124,380	120,825	172,352	133,425	67,750	59,445
8	Israel	45,037	57,440	61,518	75,020	62,427	58,510
9	France	19,369	1,477	20,623	1,943	40,273	4,552
10	Spain	39,622	14,334	44,861	16,052	39,378	14,176

출처: Global Trade Atlas (2013.3.20)

- 유자차의 단일 세관번호가 부과되지 않은 관계로 유자차단일품목에 대한 정확한 수출입통계 자료는 없으나, 세관번호로 한국에서 수입된 제품은 대부분 유자차 및 유자 원청으로 나타남

□ 유통동향

- 대만 유자차시장 유통경로



- 수입된 한국산 유자차는 대, 중형마트 (까르프, COSTCO, WELCOME, MATSUSEI, RT-MART, PXMART) 및 전국 백화점 내 마트에서 판매되고 있으며 인터넷을 통해 서도 판매가 이루어지고 있으며, 일부는 유기농 마트에서도 판매

- 유자차의 포장형태는 업체별로 규격에 다소 차이가 있지만 대 부분이 300g, 500g, 1kg, 2kg 등의 용량으로 수입되고 있으며, 그 중 1kg 단위 병 포장 형태의 유통이 가장 많음

- 유자차의 원산지는 한국이라는 대만 소비자들의 인식으로 인하여, 대부분 한국 내 유통 포장을 그대로 사용하여 시장 유통되고 있으며, 유자차 원청을 수입하여 대만에서 포장

가공을 하거나 OEM 형태로 수입되는 경우도 있음

- 유자 분말, 유자 과즙, 유자 오일 등의 유자 원료는 대용량 Poly bag, 스틸 캔, Bottle 등의 형태로 수입된 후 유자 분말은 제과 및 제약 회사로, 유자 과즙은 음료수 및 여러 제품에 첨가

□ 가격동향

- 브랜드 별, 용량 별로 가격차이가 있으나, 동일 브랜드라도 유통 매장가격 & 인터넷판매 가격에 다소 차이가 있다. 평균 1kg당 매장가격은 NT\$350, 인터넷판매가는 NT\$250~300 선에 형성

< 대만 유통시장 내 한국산 병 포장형태 꿀 유자차 >

<p>1. OKF 꿀 생 유자차 수입상: 남대문기업 제조사: O K F</p> <p>1150g NT\$480</p> 	<p>2. 韓太 꿀 유자차 수입상: 韓太有限公司 제조사: 성환F&B</p> <p>1000g NT\$320</p> 	<p>3. 韓味不二 수입상: 韓華國際有限公司 제조사: BOS CO, LTD</p> <p>1000g NT\$ 390</p> 	<p>4. 韓味不二 수입상: 韓華國際有限公司 제조사: 제주특산</p> <p>1000g NT\$ 650</p> 
<p>5. 花東園 유자차 수입상: 宗隆有限公司 제조사: 북음자리</p> <p>620g NT\$ 249</p> 	<p>6. 德隆유자차 수입상: 聚仁食品有限公司 제조사: INJUNGTRADING</p> <p>1000g NT\$310</p> 	<p>7. 大東 유자차 수입상: 吉瑞德國際有限公司 제조사: 대동식품</p> <p>1000g NT\$270</p> 	<p>8. 都來旺 꿀 유자차 수입상: 敬永有限公司 제조사: 고려자연식품</p> <p>1000g NT\$350</p> 
<p>9. 正友 꿀 유자차 수입상: 正友國際有限公司 제조: B.O.S.CO, LTD</p> <p>1150g NT\$480</p> 	<p>10. 三和 햇 유자 차 수입상: 神本事業有限公司 제조: 삼화한양식품</p> <p>1000g NT\$320</p> 	<p>11. 三和 유자차 수입상: 家富有限公司 제조사: 삼화한양식품 (까르프 전문 판매용)</p> <p>1000g NT\$ 390</p> 	<p>12. 천연봉밀유자차 수입상: 富恒國際有限公司 제조사: HYSUNG C&C</p> <p>1000g NT\$ 650</p> 
<p>13. TAKOR 꿀생유자차 수입상: 達者國際有限公司 제조사: INKOTA CO,LTD</p> <p>1000g NT\$300</p> 	<p>14. 韓島 꿀 유자차 수입상: 神本事業有限公司 제조사: 삼화한양식품</p> <p>1000g NT\$390</p> 	<p>15. 一和 꿀 유자차 수입상: 心喜貿易有限公司 제조사: 국제식품</p> <p>1000g NT\$390</p> 	<p>16. 國泰 꿀 진유자차 수입상: 三順國際有限公司 제조사: 국제식품</p> <p>1000g NT\$390</p> 

□ 소비동향

- 한국산 유자차가 대만시장 유통의 주류를 이루고 있으며, 최근 2~3년간 들어 대만 농회를 중심 하는 단체나 식품관련 기업들이 유자차를 생산 &판매하기 시작하고 있으나 대만 현지 산의 유통량은 그다지 크지 않음

- 한국 유자차를 제외한 기타 다른 국가 산의 수입 유자차는 아직은 모습을 찾아보기 쉽지 않음

- 대만 유자차소비시장 규모를 확인해 볼 수 있는 체계적인 통계시스템 & 자료는 아직 구축되어 있지 않으나, 한국 유자차가 시장 대부분의 주류를 이루고 있다는 점에서 한국 유자차계열제품 수입규모를 대만소비시장의 기초적인 규모로 내다봐도 될 것으로 보임

○ 유자차는 풍부한 비타민을 포함하고 있어 겨울철 감기 예방, 기관지 보호 및 피부 미용에 효과가 있다는 마케팅홍보로 여성 및 노년층에 인기가 좋음

□ 관세율

<대만 유자차 관세율>

HS 코드	품목명	종가세		
		최소치	평균치	최대치
210120	과일 가공류 제품 (유자차 포함)	27.5%	27.5%	27.5%

출처: WTO tariff (2013.1.18)