

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