

발간등록번호
11-1543000-001844-01

버섯수출연구사업단 기획지원 최종보고서

2017. 11.

주관연구기관 / 농촌진흥청 국립원예특작과학원 버섯과

농림축산식품부

Pre-planning study for composition of
mushroom export research group R&D Report

버섯수출사업단

사전기획

연구

최종보고서

2017

농림축산식품부

제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 “버섯 수출연구사업단 기획지원”(개발기간 : 2017. 7. ~ 2017. 9.)과제의 최종보고서로 제출합니다.

2017 . 9 . 12 .

주관연구기관명 : 농촌진흥청 국립원예특작과학원 (인)



주관연구책임자 : 공 원 식

국가연구개발사업의 관리 등에 관한 규정 제18조에 따라 보고서 열람에 동의
합니다.

보고서 요약서

과제고유번호		해당 단계 연구 기간	2017.7. ~ 2017.9.12	단계 구분	(해당단계)/ (총 단계)
연구사업명	단위사업	농식품기술개발사업			
	사업명	수출전략기술개발(수출연구사업단 기획과제)			
연구과제명	대과제명	(해당 없음)			
	세부과제명	버섯 수출연구사업단 사전기획 연구			
연구책임자	공원식	해당단계 참여 연구원 수	총: 27명 내부:7명 외부:20명	해당단계 연구개발비	정부: 20,000천원 민간: 천원 계: 20,000천원
		총연구기간 참여 연구원 수	총: 27명 내부:7명 외부:20명	총연구개발비	정부: 20,000천원 민간: 천원 계: 20,000천원
연구기관명 및 소속부서명	농촌진흥청 국립원예특작과학원 버섯과			참여기업명 K-MUSH, 머쉬엠, 한국버섯생산자 연합회, 한국식품연구회, (사)농식품 미래연구원	
<ul style="list-style-type: none"> ○ 국내외 버섯산업 분석과 관련 단체 등 다양한 의견수렴을 통하여 최적의 버섯수출사업단(안) 추진 ○ 사업단 구성은 주관연구기관으로 농촌진흥청 국립원예특작과학원 버섯과(기획단 운영 및 기획)로 정함 <ul style="list-style-type: none"> - 협력연구기관으로 K-MUSH(현장 수출 연구 및 해외마케팅), 한국식품연구원(안전위생/가공품), 국립원예특작과학원 저장유통과 및 머쉬엠(수확 후 관리), 한국농식품미래연구원 등을 둠 - 한국생산자 연합회 산하 수출협의회와 연계하여 참여기업을 두어 추진 				보고서 면수 140	

< 요약문 >

		코드번호	D-01			
수출사업단 기획 연구의 목적 및 내용	버섯 생산부터 유통 가공 현지 수출까지 전 과정에 걸쳐 현장의 애로를 발굴하여 R&D로 해결하여 연구개발 성과가 수출까지 직접 연계되는 수출사업화 추진을 위한 기획					
수출사업단 기획 연구개발성과	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국내외 버섯산업 분석과 관련 단체 등 다양한 의견수렴을 통하여 최적의 버섯수출사업단 구성(안)을 추진하였다. ○ 사업단 구성은 주관연구기관으로 농촌진흥청 국립원예특작과학원 버섯과 (기획단 운영 및 기획)로 정하고 협력연구기관으로 K-MUSH(현장 수출 연구 및 해외마케팅), 한국식품연구원(안전위생/가공품), 국립원예특작과학원 저장유통과 및 머쉬엠(수확 후 관리), 한국농식품미래연구원 등을 두고자 하며 한국생산자 연합회 산하 수출협의회와 연계하여 참여기업을 두어 추진하고자 한다. ○ 사업단은 산업체 중심의 산-학-연-관의 네트워크를 구축하여 시장조사-생산-가공-유통-검역-수출에 이르는 전 과정에서 수출 현장애로 및 장애요인을 발굴하였고, 이를 반영하여 ‘버섯생산 및 수출기반 강화’, ‘버섯 수출 시장 활성화’, ‘수출용 버섯 가공제품 개발’, ‘버섯 수확후 선도유지 상품화 구축’ 4가지 핵심과제로 구성하였다. ○ 사업단 수출 목표는 2018년 수출량과 수출액을 각각 18,000톤, 45,000천불을 기점으로 해마다 증가하여 연구기간 5년 동안 신선버섯과 가공버섯의 수출 목표는 각각 277백만불, 150만불 설정한다. 					
수출사업단 기획 연구개발성과의 활용계획 (수출 기대효과)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출 공동브랜드 개발 및 창구 일원화를 통한 관리형 통합수출시스템 구축 ○ 신흥 수출국가 개발 및 품목확대를 통한 수출다변화 ○ 새로운 수출용 가공품개발 보급으로 수출농가 소득 기여 ○ 수확후 관리 매뉴얼 보급을 통한 안정적 수출 공급 					
중심어 (5개 이내)	버섯	수출	연구	가공	수확후관리	

< SUMMARY >

		코드번호	D-02			
Purpose& Contents	The purpose was to establish a export commercialization plan for solving the local difficulties over the whole procedure from mushroom production to distribution and process to local export through R&D and connecting these R&D achievements with mushroom export directly.					
Results	<ul style="list-style-type: none"> ○ We carried forward the optimum composition of mushroom export research group by collecting diverse opinions from the home and foreign mushroom industry-associated organizations. ○ The composition of mushroom export research group designated Mushroom division(management and planning) in NIHHS(National Institute of Horticultural and Herbal Science) as a main research institute and K-MUSH(local export research and foreign marketing), Korea Food Research Institute(safety and sanitation), Postharvest research division in NIHHS, MUSH-M, Agrofood Marketing&Management Institute and so on as cooperative research institutes. Several participating companies will be introduced by mushroom export committee, Korean Mushroom Growers Association- affiliated organization. ○ Establishing the network of industry-academia-research-government, the group found out the local difficulties and obstacles in the whole processes including market survey, production, process, distribution, quarantine and export and composed the four main projects such as ‘mushroom production and the reinforcement of export base’, ‘the activation of mushroom export market’, ‘the development of processing goods for export’, and ‘the build of keeping freshness commercialization after harvest’. ○ The final goal is that the cost of export reach 277 million dollar(fresh mushroom) and 1.5 millions dollar(processing mushroom) during the period of research on the base point of the amount and cost of export being 18,000 ton and 45 million dollars in 2018. 					
Expected Contribution	<ul style="list-style-type: none"> ○ Construction of integrated export system through development of export co-brand and unification of channel ○ Export diversification by finding newly export countries and expanding list of export ○ Contribution to farm income through development and dissemination of new processing product for export ○ Stable supply with the diffusion of post-harvest management manual 					
Keywords	Mushroom	Export	Research	Process	Post-harvest management	

< CONTENTS >

1. Research purpose of group	1
2. Status of export and technique at home and abroad (pre-investigation)	4
3. Expansion plan on existing and new markets	11
4. Strategy on technical development for expansion of export group	15
5. Purpose and strategy on export and technical development of group	31
6. Applicable plan of research results	34
7. Export market status and technical information collected through research	36
7-1. Vietnam	36
7-2. Singapore	47
7-3. EU	68
7-4. USA	113
7-5. Japan	133
13. Reference	138

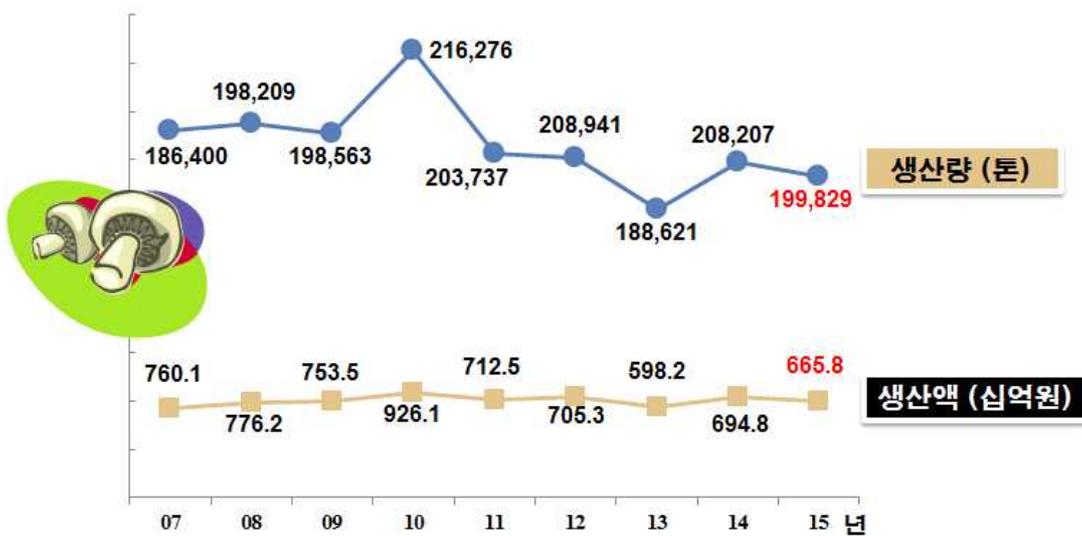
< 목 차 >

1. 해당품목 사업단 연구 목표	1
2. 해당품목 국내외 수출 및 기술 현황(사전조사 분석)	4
3. 해당품목 기존시장 및 신규시장 확대방안	11
4. 수출사업단 확대를 위한 기술개발 전략	15
5. 해당품목 사업단 수출 및 기술개발 목표, 전략	31
6. 연구결과 활용계획	34
7. 연구과정에서 수집한 수출시장 현황 및 수출기술 정보	36
7-1. 베트남	36
7-2. 싱가포르	47
7-3. 유럽	68
7-4. 미국	113
7-5. 일본	133
8. 연구개발결과의 보안등급	137
9. 국가과학기술종합정보시스템에 등록된 연구시설·장비 현황	137
10. 연구개발과제 수행에 따른 연구실 등의 안전조치 이행실적	137
11. 연구개발과제의 대표적 연구실적(해당시 작성)	137
12. 기타사항	137
13. 참고문헌	138

1장. 해당품목 사업단 연구 목표

1절. 사업단 추진 필요성, 배경

- 세계 버섯생산액은 1990년대 초 약 85억 달러에서 2010년 약 400억 달러로 4.7배 증가하는 등 꾸준히 증가하고 있으며 2013년 버섯의 전 세계 교역규모는 35억 달러 수준을 차지하고 있다. 버섯 주요 생산국은 중국, 이태리, 미국, 네덜란드, 폴란드 등으로 생산국 상위 10개국이 세계 버섯 생산량의 93%를 차지하고 있으며 특히, 중국이 전체 생산량의 71% 차지하고 있다. 버섯 수출은 폴란드가 205천 톤으로 가장 많으며, 우리나라도 2013년도에 16천 톤(10위)을 수출하고 있다. (FAOSTAT, 2016)
- 버섯은 전 세계 대부분의 국가에서 재배 및 소비되는 글로벌 작물이며 버섯의 영양학적 우수성이 밝혀지고, 웰빙 기능성 식품으로 인식되면서 세계적으로 버섯의 수요가 증가하여 '05~ '12 기간 동안 연평균 21%의 증가율을 보이고 있다.
- 우리나라는 버섯 수출과 소비 부진으로 버섯 산업이 정체되어 있다. 생산시설 자동화 및 대량생산 시스템 구축 등으로 단위 생산량은 지속적으로 증가하고 있지만, 국내 가격이 낮아 수익성이 떨어지고 있어 안정적인 수출을 위한 기반연구가 필요하다.



< 국내 버섯 생산 현황, 농식품부 >

- 버섯 종류별로 생산량을 살펴보면 국내 생산량이 가장 많은 버섯은 느타리로 약31%를 차지하고 있으며 큰느타리(새송이)를 포함하면 54%가 느타리 버섯류다. 특히 수출품목인 큰느타리와 팽이는 각각 23%, 19%를 차지하고 있어 과잉생산 우려와 수출 품목의 다양화가 요구된다.

< 버섯 종류별 생산량 >

(단위 : t)

년도	계	느타리	큰느타리 (새송이)	표고	팽이	양송이	영지	상황	기타
'05	201,756	56,866	43,230	38,936	40,161	18,985	448	512	2,406
'07	186,400	45,967	46,357	39,556	36,864	11,150	207	345	5,954
'08	198,209	40,071	45,906	39,466	55,231	10,822	306	209	6,198
'09	198,563	39,159	36,808	43,747	61,057	8,174	305	410	8,903
'10	216,276	45,191	44,361	39,997	53,187	22,635	650	176	10,010
'11	203,737	46,598	54,820	36,642	43,098	13,052	282	171	9,074
'12	208,941	51,991	50,605	30,971	50,841	10,996	197	178	13,162
'13	188,621	66,039	44,098	26,871	33,416	6,678	208	152	11,159
'14	208,207	76,389	47,814	25,058	33,259	11,493	428	205	13,561
'15	199,829	62,467	46,530	30,537	37,554	9,732	140	174	11,326

※ 특용작물생산실적('15), 임산물생산실적(산림청)

- 또한, 수출농업경영체를 대상으로 버섯수출통합조직을 구축하여 수출 버섯에 대한 공동수발주, 공동물류, 공동홍보, 공동수출이 가능하도록 함으로써 농가의 업무효율과 소득을 향상시키고 수출 과당경쟁 해소에 기여하는 통합 유통·수출시스템(ERP) 개발이 요구된다.
- 생버섯 중심의 소비구조로 가공품 시장이 미약하여 소비 촉진이 필요하며 최근 중국산업의 성장으로 수출이 감소하고 수입이 증가하는 경향을 보이고 있다. 또한, 세계적으로 친환경 고품질 농산물에 대한 소비자의 요구가 증가하고 있고, 수출확대를 위해 친환경 버섯생산으로 경쟁국과의 차별화전략도 필요하다.
 - * 1인당 연간소비량: ('00)3.2kg/년 → ('10)4.2 → ('14)3.7
- 세계적인 트렌드에 맞춰 우리나라 버섯 산업을 확대하기 위해서는 선진국형 수출 구조로 전환 되어야 한다. 특히 신선버섯 중심의 생산시스템으로 수출 정책기를 맞고 있는 국내 상황을 감안하면 수출시장을 다시 견인할 수 있는 새로운 동기가 절실하다.
- 즉, 수출전략을 기획하고, 실용적인 연구개발을 통해서 수출사업화를 추진할 수 있는 사업단 운영이 필요하며 본 연구 사업단은 버섯 수출 활성화를 위해 1) 수출주도형 신선버섯의 수확 후 관리과정상 일련의 기술 고도화 2) 버섯 가공품 개발과 산업화를 통한 수출확산 3) 검역 등 수출장애요인 해소 등을 중심으로 수출 전략을 기획하고 개발하고자 한다. 이를 위해 산·학·연간의 유기적이고 실효적인 연계를 통해 버섯산업의 4차산업화 수출을 견인하는데 목표를 둔다.

2절. 사업단 최종 목표 (수출현장과 연계된 수출목표 설정)

- 2018년 수출량과 수출액을 각각 18,000톤, 45,000천불을 기점으로 해마다 증가하여 연구 기간 5년 동안 신선버섯과 가공버섯의 수출 목표는 각각 277백만불, 150만불 설정 한다.

< 연도별 신선버섯 수출량 및 수출액 목표 >

구 분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
수출량(톤)	18,000	20,000	22,000	25,000	27,000	112,000
수출액(천불)	45,000	50,000	55,000	60,000	67,000	277,000

* 현재 K-MUSH의 경우 신선버섯 국가전체 비중 팽이 75%, 새송이 40%, 만가닥 88%임

< 연도별 가공버섯 수출량 및 수출액 목표 >

구 분	2018	2019	2020	2021	2022	합계	
수출량 (톤)	국내전체	20	40	60	80	100	300
	사업단	20	40	60	80	100	300
수출액 (천불)	국내전체	100	200	300	400	500	1,500
	사업단	100	200	300	400	500	1,500
비율(%)	국내전체	100	100	100	100	100	500
	사업단	100	100	100	100	100	500

- 수출연구사업단의 2단계에 현장중심의 연구단계에서는 기술개발을 통한 현장애로를 해결하고, 업무효율화를 위한 통합 유통·수출시스템(ERP)를 개발하여 3단계에서는 기술개발을 적용, 버섯수출통합조직 중심의 수출을 진행하는 모델을 제시하고자 한다.
 - 수확 후 관리의 고도화 및 포장기술의 고도화 적용으로 신선버섯 수출의 장애 요인을 제거하고 또한 2단계 현장중심 연구기간 중에 가공제품 시제품의 개발과 마켓 테스트를 진행하고자 한다.
 - K-MUSH와 한국버섯생산자연합회 산하 수출협의회 소속 회원사를 통해서 협업을 통한 수출을 동시다발적으로 실시함으로써 실효적인 수출의 결과물 도출이 기대된다. 추후 버섯 수출통합조직이 결성되면 통합조직과 긴밀한 협조를 통한 사업단 운영을 추진한다.

< 버섯수출연구사업단 연구목표 및 KPI >

연도	연구목표	KPI(핵심성과지표)
2단계 (현장중심) 2년	<ul style="list-style-type: none"> - 생산자조직, 수출업체 등을 포함한 연구 사업단 구성 및 진행 - 현장애로 해결 연구 및 가공품 등 수출 상품 개발 등 수출활성화 기반 확보 - 현장피드백을 통한 연구 성과 숙성 	<ul style="list-style-type: none"> - 수확후 관리기술 표준 매뉴얼 보급 - 소포장 패키징(실링) 고도화 적용 - 수출 선도 유지제 기술 고도화 - 신선버섯류 수출 : 9,500만불 달성 - 버섯가공품 수출 : 30만불 달성
3단계 (수출연계) 3년	<ul style="list-style-type: none"> - 최적화된 신선버섯 수출시스템 구축 * 저장기술 등 기반기술과 품종 적용 - 단계별 가공품 산업화 및 수출상품화 적용 * 기능성 고부가가치 버섯 개발 및 상품화 	<ul style="list-style-type: none"> - 신선버섯류 18,200만불 달성 - 가공품 버섯 120만불 달성 - 관련 연구 논문 : 3건 - 버섯 관련 특허 : 3건

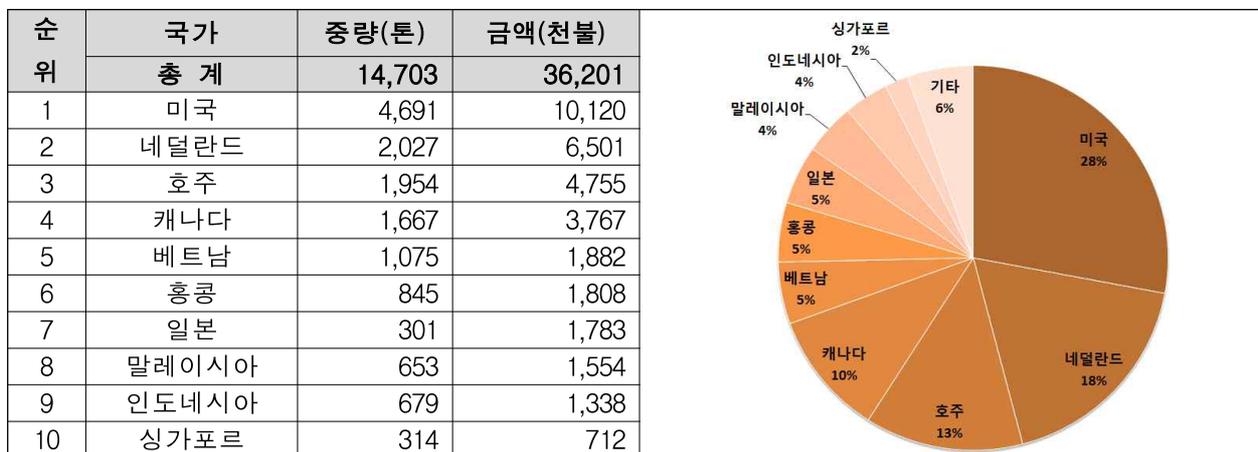
2장. 해당품목 국내외 수출 및 기술 현황(사전조사 분석)

코드번호	D-04
------	------

1절. 해당 품목 수출현황 및 국내 산업여건 분석

- 2016년 현재 팡이 및 새송이버섯 등 신선버섯의 수출규모는 총 38,720천\$로 2010년 43,645천\$ 이후 조금씩 줄어들고 있는 실정이며, 최근 들어 신선버섯 중심의 수출에 따른 수출산업의 한계점을 보이고 있다. 팡이버섯의 경우 생산량 대비 25%, 새송이버섯은 11%가 수출되고 있으며, 버섯가공품 수출은 극히 미미한 실정이다.
- 이러한 신선버섯 중심의 수출구조는 농가 간 정보교류 및 통합 수발주시스템 미비, 수확 후 관리 및 패키징의 고도화 기술 등 제반기술의 미흡으로 수출의 어려움을 야기하고 있으며, 리스크 제거를 통한 해외 경쟁력 확보가 필요하다.
 - 또한, 수출국가의 다양성이 미흡하여 일부 국가에 대한 의존도가 높아 품질이 월등히 높음에도 불구하고 제값을 못 받는 사례가 있으며, 수출국을 늘리기위해 느타리 등 다른 품목의 수출도 활성화할 필요가 있다.
 - * 주요 버섯 수출대상 국가 : 1위 미국(4,941톤, 10,329천\$) > 2위 네덜란드(2,291톤, 7,786천\$) > 3위 호주(2,248톤, 5,350천\$) > 4위 캐나다(2,217톤, 5,160천\$) > 5위 베트남(1,024톤, 1,789천\$)
- 신선버섯 수출과정에서 가장 큰 애로 사항은, 버섯 수확 후 관리기술 및 포장 패키징(실링)의 고도화 기술 분야다. 동남아 시장에서 한국산과 경합관계인 중국산 버섯의 경우 견고한 하드(Hard)포장으로 품질경쟁에서 한국산보다 우위를 보이고 있다. 또한 수송 과정상 선도유지 기술(선도유지제 등) 적용이 일반화 되지 않아 현지도착 검품과정에서 신선도 저하로 컴플레인이 제기되는 사례가 종종 발생하곤 한다. 이러한 사례가 증가할수록 한국 식품산업에 대한 대외 신뢰도가 저하 될 수 있다.

< 주요버섯 수출대상 국가 >



< 신선버섯류 수출실적 >

(단위 : t, 천\$)

구분	합계		팽이		큰느타리		기타	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
'05	497	15,350	138	255	-	-	358	15,095
'06	1,467	10,475	1,045	1,746	-	-	422	8,729
'07	3,182	18,630	1,915	3,449	-	-	1,267	15,181
'08	8,646	22,096	6,221	11,259	-	-	2,425	10,837
'09	16,083	35,564	12,662	21,277	2,144	6,270	1,277	8,017
'10	21,085	43,645	17,163	26,292	2,720	8,572	1,202	8,781
'11	17,946	40,096	13,868	22,591	3,036	11,311	1,042	6,194
'12	14,421	35,391	10,203	16,863	3,389	12,483	830	6,045
'13	16,288	40,175	11,440	19,480	3,858	14,155	990	6,540
'14	15,282	38,599	10,236	18,131	4,116	14,471	931	5,997
'15	14,688	36,167	9,194	16,417	4,755	15,588	739	4,162
'16	15,317	38,720	9,348	16,518	5,086	17,173	883	5,031

* 출처 : 농수산물유통공사(www.kati.net)

** 기타 버섯에는 송이, 표고, 영지, 느타리, 송로, 기타 버섯 (신선, 냉장) 포함(HS코드 070959-)

- 해외에서는 신선버섯 중심의 산업에서 버섯 가공 산업 시장이 급속히 커지고 있다. 2015년 네덜란드의 버섯 가공품 수입규모는 230,407천 달러로 전체 버섯 수입규모의 53%이다. 프랑스는 가공품 수입이 136,119천 달러로 전체 버섯 수입규모의 62%를 차지하고 있다. 증가하고 있는 세계 가공 산업 시장에 비해 국내 산업은 열악한 상황이며 네덜란드와 프랑스 등 EU지역 대상 수출 규모를 확장시키기 위해서는 다양한 버섯 가공품 개발과 산업화가 절실히 필요하다. 2013년의 경우 한국은 네덜란드로 신선버섯 67,332천 달러를 수출하였으나 건조버섯을 비롯한 다른 버섯 가공품의 수출은 전혀 이루어지지 않았다.
- 최근 가공품버섯 수출이 시도되고 있는데, K-MUSH에서 2016년 건조 팽이버섯 파우더를 미국 농심라면(농심 우동라면 스프침가용)에 수출하고 있으나 아직 초기단계이다. 한해 평균 20만톤 내외가 생산되는 우리나라 버섯시장 규모는 현재 1조 3,000억 원 정도로 예상되는데 그중에서 가공으로 이용되는 부분은 1% 도 채 되지 않는다.
- 표고버섯의 경우는 단순가공식품형태인 건조 제품으로 수출이 되고 있다. 2016년 현재 표고버섯의 수출금액은 총 2,945천\$(2,943톤)로서 이중 88%가 건조 버섯이다. 해외 주요 수출 시장은 홍콩, 대만, 일본, 싱가포르 등 아시아 국가가 주된 시장이다.

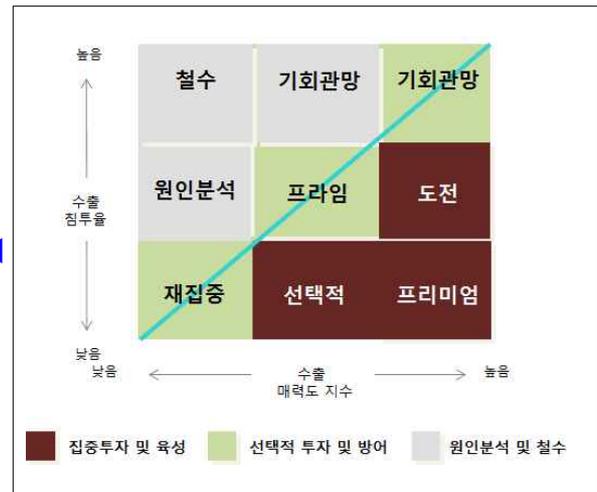
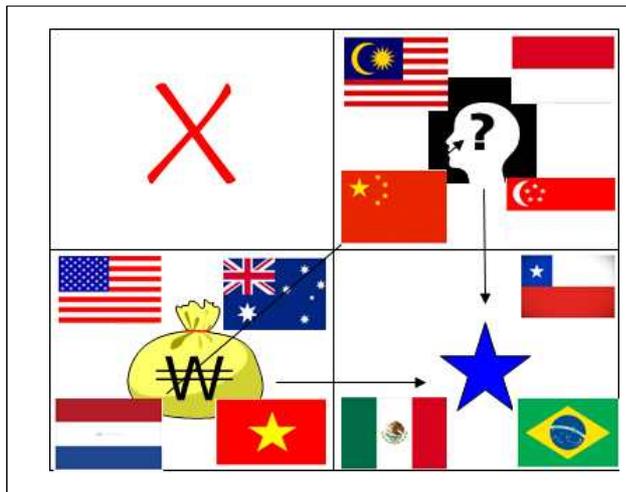
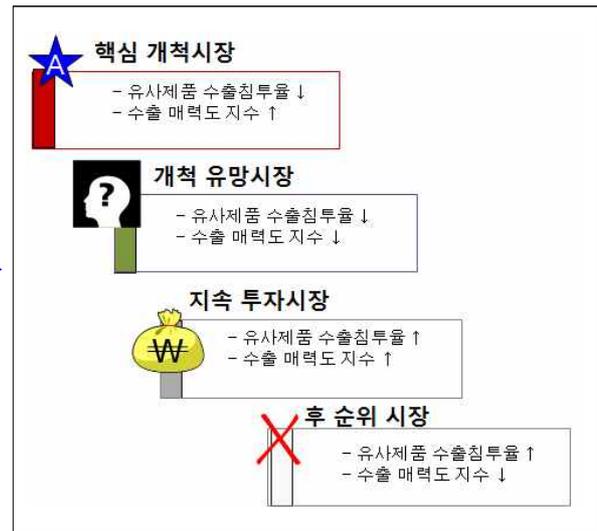
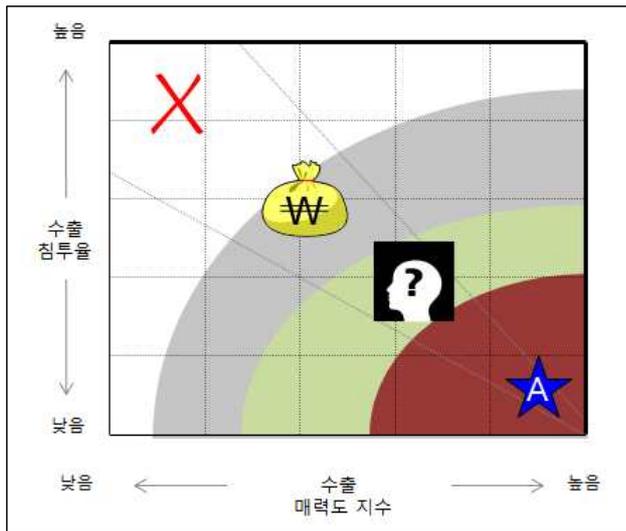
- 반면 부가가치가 높은 음료·과자·국수류 등 2차 가공식품형태의 수출은 미흡하며 이들 가공품 개발과 산업화를 통한 유효수요 창출을 적극적으로 이끌어 내야 향후 버섯산업이 성장산업으로 견인될 수 있다. 버섯가공품 제품의 수출 모델 개발을 위해서는 수출대상국 현지 실정에 맞는 제품 개발이 요구되며, 식품 안전성과 보완성과 관련된 지원을 통해 활로 모색이 필요하다.
- 버섯은 수분이 80~90%를 차지한 농산물로 생버섯으로는 장기간 저장이 불가능하다는 한계성을 내포하고 있어 유통기한 연장 및 수출을 위해 ‘가공제품의 개발’이 중요한 과제이다. 국내의 버섯 가공품 개발 현황은 양송이 통조림과 저장식품 형태의 염장 버섯, 버섯 장아찌류와 버섯과자 등이 있으나 아직까지 종류가 다양하지 않다.
- 또한 현재까지 버섯 가공품은 몇 가지 종류 개발 되었으나, 실제 수출까지 이어지는 것을 기대하기에는 어려운 실정이다. 한국산 버섯 수출 확대 시 가장 어려움이 있는 4요소로서 낮은 인지도, 다른 식문화, 가격 비 경쟁력, 포장디자인 차별성 부족 등 장애요인에 대한 적극적인 홍보 및 마케팅 방안이 필요하다.
- 버섯수출연구사업단을 통해 신선버섯을 대상으로 한 ‘수확 후 관리, 신선유지기술 확보, 가공제품 기술개발, 포장재 고도화’ 등 수출전략기술을 개발하고 이들의 다수 특허 및 기술실용화 성과를 확산하여 버섯산업의 선진화와 해외시장에서 한국산 버섯류의 점유율을 늘리고자 한다. 또한, 부가가치가 높은 버섯 가공품 개발에 주력하여 버섯가공품이 제2의 버섯 수출전략 품목으로 도약할 수 있도록 관련 전반 기술을 고도화 하고 수출과정에 접목하여 실용화하고자 한다.

< 버섯가공품의 수출을 위한 애로사항 해소 전략 제시 (예시) >

(1단계) 인식 Low Awareness	(2단계) 맛 How to remember	(3단계) 가격 Unclear Positioning	(4단계) 포장 디자인 Unclear Packaging
<ul style="list-style-type: none"> • 기억할 것이 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역별 다른 입맛과 식문화를 가지고 있는 국가에 대한 한국제품 입맛 길들이기를 위한 전략 제시 	<ul style="list-style-type: none"> • 고객층별 적합한 가격 및 프리미엄 시장 전략 제시 • 기존 시장 및 신규 시장으로 분류 	<ul style="list-style-type: none"> • 시각적 차별화 제안
Something to remember	How to remember	Consistent Pricing & Premium Direction	Visually Premium

2절. 해당 품목의 현지목표시장 선정(목표시장 선정 근거 및 타당성 제시)

- (목표시장 국가) 수출 침투율과 수출 매력도 지수를 개발하여 신선버섯 및 버섯가공품을 우선 기존시장, 신흥시장, 잠재시장 그리고 할랄 전초시장으로 구분하고, 최우선 공략대상 시장과 차우선 공략대상 시장으로 구분한다.
- 분석 방법은 BCG(Boston Consulting Group) Matrix를 버섯 시장분석에 맞게 변형하여 구성하였다.



1. 시장 구분

○ (기존시장) 버섯수출량이 높은 시장

- 이미 버섯 수출이 이루어지고 있기 때문에 수출량의 대폭 확대를 기대하기는 어려우나 지속적인 수출을 위한 기존 제품과의 차별성이나 적극적인 마케팅이 필요하다.
- ⇒ 미국, 네덜란드, 호주, 캐나다, 홍콩, 베트남(팽이)

○ (신흥시장) 버섯 및 버섯가공품의 수출확대가 유망한 시장

- 집중적인 시장개척 활용을 통하여 시장을 더욱 확대시킬 필요가 있다.
- ⇒ 멕시코, 브라질, 칠레

- **(진입시장)** 가격 경쟁력과 함께 제품의 위생 및 안전성을 부각시키고, 소비자 기호에 맞춘 새로운 버섯 가공품 개발이 필요하다.
⇒ 중국, 인도, 미얀마, 몽골(노타리)
- **(잠재시장)** 현지(수입) 버섯 및 가공제품과 차별화할 수 있는 전략을 모색할 필요가 있고, 인지도가 떨어지는 한국산 버섯의 대한 마케팅 방안이 요구된다.
⇒ 독일(새송이), 프랑스(새송이), 스위스(새송이)
- **(할랄 전초시장)** 버섯가공품의 할랄 인증을 취득하여 고품질 건강 제품이라는 이미지를 구축하고 무슬림을 대상으로 판매를 확장할 수 있는 전략 추진이 필요하다.
⇒ 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아

(2) 수출 침투율 및 수출매력도 지수 평가 항목(정량 5/ 정성 5 항목)

- (정량) 시장규모
- (정량) 소득수준
- (정량) 우리 농식품 수출량
- (정량) 버섯 및 버섯가공품 통계지수(시장비교우위지수(MCA), 수입증가율 차이지수(DIG))
 - * 시장비교우위지수(Market Comparative Advantage)는 버섯의 전 세계 수출비중을 1로 보았을 때, 특정국가에서의 수출비중
 - ** 수입증가율 차이 (Difference between the Growth rate of Import from Korea and World in Canada)로서 조사국가가 한국에서 수입한 금액의 증가율에서 조사국가가 세계에서 수입한 금액의 증가율을 뺀 것임
- (정량) 가격경쟁력
- (정성) 검역협상 진행 단계 및 국가 수출여건
- (정성) 수출장벽
- (정성) 교포수, 식문화 유사정도, 한류 영향정도 등 기회요소
- (정성) 지역전문가 및 수출전문가 자문의견
- (정성) 거리적 특성상 상품성을 유지할 수 있는 농식품
 - * 상기평가 항목은 사업단 착수 후 개발 예정

(3) 평가점수 척도

- 각 평가항목 당 10점 만점, 총 100점 만점

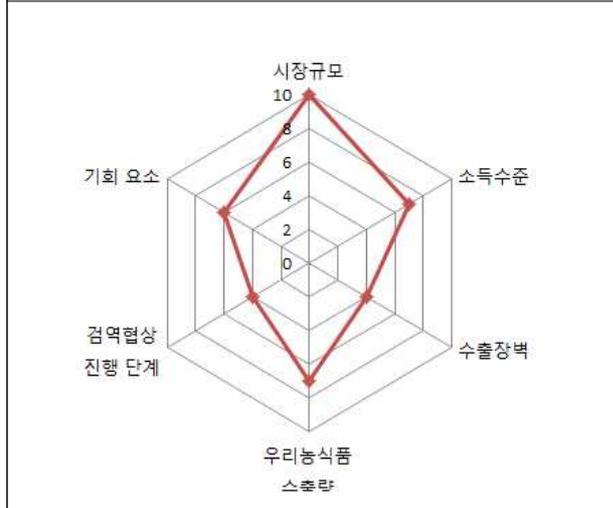
(4) 평가점수 도출 예시

- (신흥시장) 시장규모 및 미래성장 가능성, 농식품 수출증가율은 매우 높으나 현재 소득 수준 및 비관세 장벽이 높은 국가로 총 평가점수 44점
⇒ 총 평가점수를 측정하여, 최종 목표 타깃 국가 선정예정

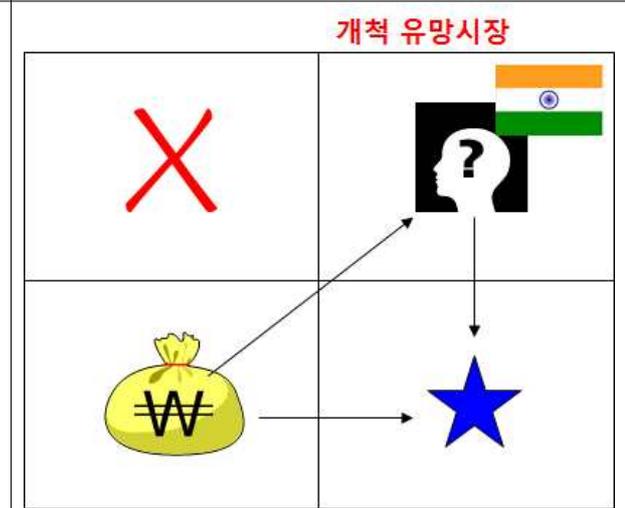
< (신흥시장) 인도 시장분석 평가점수 (예시) >

지 표 국가	시장규모	소득수준	수출장벽	우리농식품 수출량	검역협상 진행 단계	기회 요소
인도	10	7	4	7	10	6
	<ul style="list-style-type: none"> - 세계 2대 인구대국으로 '22년 세계 최대로 전망 - 농식품 수입액 세계 16위로 수입 증가율 확대 중 	<ul style="list-style-type: none"> - 1인당 평균 GDP는 1,600달러에 불과하나 중산층 인구는 2억 7천만 명이며, '25년까지 총인구의 41%로 증가 전망 * 연소득 4.2백~210백 달러 	<ul style="list-style-type: none"> - 비관세 장벽이 높은 국가 하나로 농식품 수출에 가장 큰 애로 작용 - RP를 통한 비정상 통관이 만연해 있어 초기 시장 개척 어려움 	<ul style="list-style-type: none"> - 우리농식품 수출 시장 규모가 증가세(최근 5개년 16% 증가) - 라면, 과자 등 가공식품을 중심으로 수출 증가 추세로 버섯 가공품 시장 공략 필요 	<ul style="list-style-type: none"> - 금년도 17년 4월 검역협상 타결 완료 	<ul style="list-style-type: none"> - 현지 체류 중인 교포 수가 10천명 이상으로 수요 기반 존재, 교포 수를 대상으로 현지인으로 확대 가능성

인도_방사형 그래프 분석



인도_시장 매력도



* 상기는 예시이며, 본 사업단 착수 시 전문가의 의견 수렴 후 최종 타깃목표 선정 평가지표를 개발 예정임

3절. 해당 품목의 국내외 시장동향 분석

- (미국) 한미 FTA 체결 결과 버섯류는 매년 관세 감소로 수출이 지속적으로 증가하고 있다. 특히 팽이버섯은 중국산의 저가 공세에 어려움이 있었으나 품질과 가격경쟁력이 좋아 수출이 꾸준히 증가하고 있으며 우리나라 전체 팽이버섯 수출의 40%를 미국이 차지할 정도로 신흥 수출 1위국으로 급부상하고 있다.
 - 아시아계의 마트 증가와 히스패닉계 시장이 점차 확대되어 점차 버섯수요는 증가할 것으로 예상되며 중국산에 비해 맛과 품질이 우수한 국산 팽이버섯의 수출 전망은 밝은 편이다.
 - 새송이버섯의 경우는 값싼 중국산 버섯 때문에 2012년 수출액이 주춤하였으나, 미국 내 유기농 새송이 버섯 생산이 증가하고 우리 버섯이 중국산보다 향이 좋고 쫄깃한 맛이 있어 현재 꾸준히 수출이 증가하고 있다.
- (네덜란드) 버섯 생산규모는 세계 4위이며, 세계 버섯 시장점유율이 3.9%로 유럽 내 2위이다. 네덜란드에서 생산된 버섯의 60%는 버섯 가공업체, 40%는 신선 상태로 농산물 도매시장에서 유통된다. 특히 버섯 가공업체에서 생산한 버섯제품 중 95%는 수출을 하고, 나머지 5%는 내수 시장에서 소비된다. 네덜란드 버섯 가공품 시장규모의 추정량은 198,224톤이다.
 - 버섯산업은 2011년 기준 수출액이 5.4억불로 자국 내에서 비중이 큰 산업으로 전체버섯 생산량의 88%를 수출하고 있다. 양송이는 자국 내 소비량 보다 훨씬 많은 연간 약 25만 톤을 생산하며 이중 36%가 신선버섯으로, 나머지 64%가 버섯잼, 통조림 등 가공품으로 소비되고 신선버섯의 80%, 가공품의 92%가 수출된다.

< 네덜란드 버섯 가공품 시장규모(추정) >

네덜란드 국내생산 버섯 가공품 중 내수시장 소비규모 전체 생산량 307,000톤	+	버섯 가공품 수입규모	=	네덜란드 전체 버섯 가공품 시장규모
버섯 가공업체 (60%) 184,200톤 내수시장 소비규모 (5%) 9,210톤		189,014톤		198,224톤

- (프랑스) 유엔식량농업기구 (FAO)에 따르면 2012년 프랑스의 버섯 생산규모는 210,329천 달러 (한화 2,199억 원), 116,574톤으로, 생산규모로만 세계 7위이며, 이는 세계 버섯 시장점유율 1.95%로 이탈리아, 네덜란드, 폴란드, 스페인에 이어 유럽 내 5위를 기록하였다. 2013년을 기준으로, 스프 시장이 624.2백만 유로(한화 8,287.9억 원)로 규모가 가장 크고, 통조림/절임 야채 시장이 622.3백만 유로(한화 8,262.7억 원), 냉동 가공 야채 시장이 402.1백만 유로(한화 5,338.9억 원)로 그 다음을 잇고 있으며 요리용 소스 시장이 83.8백만 유로(한화 1,112.7억 원)로 가장 작은 규모인 것으로 나타났다. 2008년 이후 가장 크게 성장한 가공제품은 요리용 소스로, 2008년 71.4백만 유로에서 83.8백만 유로로 17.4%가 성장했으며, 2012-13년에도 3.3%의 플러스 성장을 기록하였다.

< 주요 가공식품 종류별 시장규모 >

(단위: 백만 유로, %)

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	'12-13 증감률	'08-13 증감률	
냉동 가공 야채	384.4	374.5	400.3	387.8	393.2	402.1	2.3	4.6	
- 냉동 버섯	금액	13.45	13.86	16.01	16.29	16.91	16.89	-0.1	25.5
	비율	3.5	3.7	4.0	4.2	4.3	4.2		
통조림/절임 야채	631.2	632.1	636.8	629.9	626.7	622.3	-0.7	-1.4	
요리용 소스	71.4	70	72.2	77.6	81.1	83.8	3.3	17.4	
- 버섯 소스	금액	11.6	11.4	11	10.9	10.8	10.7	-0.9	-7.8
	비율	8.3	8.0	7.9	8.5	8.8	9.0	2.4	8.3
스프	579.4	563.8	600.4	605.2	612.6	624.2	1.9	7.7	

* 출처: 유로모니터, 2014

3장. 해당품목 기존시장 및 신규시장 확대방안

코드번호

D-04

1절. 해당 품목 시장조사를 통한 신규시장 확대방안 도출

1. 해당품목 시장조사 방법



- **(조사방법)** 선행연구조사/ 정부자료 Desk Research, 관련업체 및 협회 인터뷰, 현지 조사기관(모니터), 현지 방문조사, 자문위원 자문 수렴, 현지 유관기관 활용' 등의 방법으로 수행하고자 한다.
 - 한국버섯수출사업단(K-MUSH) 등 선도 조직 주관 현지모니터(목표국가 주재 버섯유통업체)의 기본적 시장정보 수집이 필요하고 현장방문을 통한 시장조사 및 시제품 반응을 조사하고자 한다.
 - 운영위원회, 평가 위원회를 구성하여 단계별 진척도 점검 및 관리를 실시하고 목표치에 대한 피드백을 실시할 계획이다.

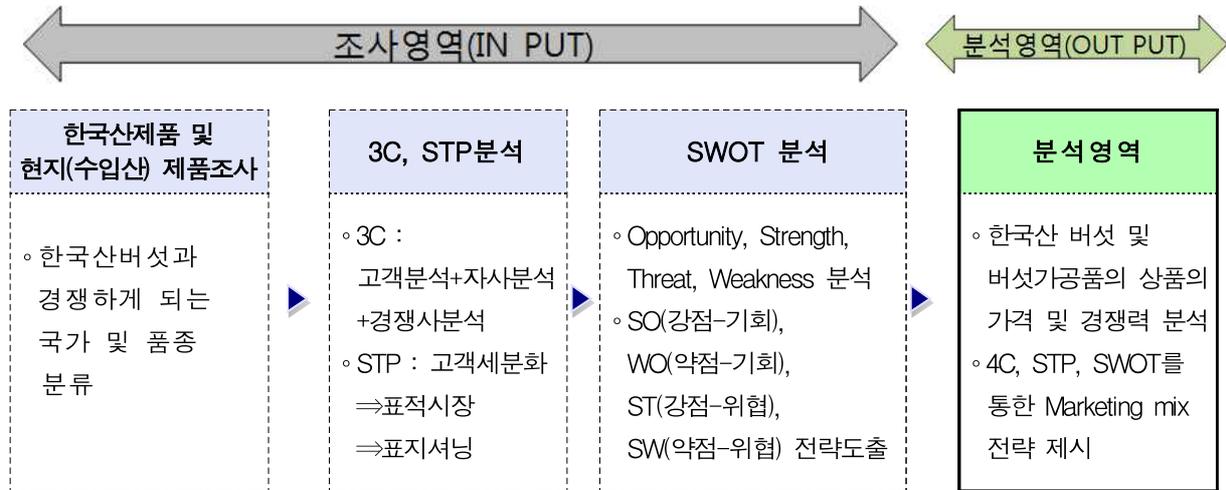
- **(신선버섯)** 수확 후 관리, 신선유지기술 확보, 가공제품 기술개발, 포장재 고도화 등 일본, 중국, 네덜란드 등의 선진국 사례를 비교분석하고 벤치마킹하여 적용할 기술 수준을 고도화하고 이를 적용하고자 한다.

- **(가공버섯)** 가공버섯의 경우, 수출 여건 및 시장조사는 버섯 가공품 유통이 가장 활성화된 시장인 유럽, 특히 네덜란드 및 프랑스를 중심으로 가공품개발의 벤치마킹을 위한 반 가공 및 가공제품의 형태, 포장형태, 원재료 등을 조사하고자 한다.

- **(전문가 조사)** 수출업체, 학계, 생산업체, 소비자를 대상으로 진행한다. 수출업체에게는 수출상 애로사항 또는 제품개발 기술에 대해, 학계를 통해서도 과거 기술개발 사례, 생산업체에게는 기술적인 애로사항, 소비자에게는 새로운 버섯가공 제품에 대한 수요조사를 조사내용으로 한다.

- **(소비자조사)** 시장행위자 조사는 다중방법론(Multi-Method approach)을 활용하여 조사대상에 따라 양적 및 질적 접근을 취한다. 구조화된 설문지(Structured Questionnaire)을 통해 On-line, Off-line, FGD, HUT, PI를 실시한다.
 - **On-line Test** : 웹 프로그램, 이메일 등을 통해 짧은 시간에 다수 대상 조사가 가능한 테스트 방법으로 조사지역에 상관없이 실시하는 양적접근
 - **Off-line Test** : 식품 주구입자를 대상으로 오프라인 시식을 통해 조사하는 질적조사
 - **FGD(Focus Group Discussion)** : Off-line Test에 참여한 대상자 중 의미있는 응답을 한 소비자이거나 다양한 버섯가공품 시식 설문조사 경험이 있는 자를 대상으로 해당품목을 시식 후 그룹토의(심층면접)을 진행하여 제품에 대해 더욱 면밀하게 의견 수렴하는 질적 접근
 - **HUT(Home Use Test)** : 일상생활 속에서 일정기간 동안 규칙에 따라 가정에서 해당제품을 시식하는 방법으로 맛, 품질의 평가 및 개선점 등에 대한 아이디어를 얻을 수 있다.

2. 신규시장 확대방안 도출



○ 수출확대를 위한 국가별 버섯 가공제품 전략 수립

- 시장분석(STP)을 통해 제품개발과 구체적 목표시장을 선정하여 제품개발의 방향성을 제시할 계획이다. 마케팅 전략의 경우 4C(집중과 선택 Customer Value, Flagship과 Cashcow조화 Cost, Push 전략과 유통망 완성 Convenience, 딜러 및 소비자와의 소통 Communication) 전략을 제시하고자 한다.

조사영역 (IN PUT)

한국산제품 및 현지(수입산) 제품조사

- 한국산과 경쟁하게 되는 국가 및 제품을 분류

3C, STP분석

- 3C : 고객분석+자사분석+경쟁사분석
- STP : 고객세분화 ⇒ 표적시장 ⇒ 표지서닝

SWOT 분석

- Opportunity, Strength, Threat, Weakness 분석
- SO(강점-기회), WO(약점-기회), ST(강점-위협), SW(약점-위협) 전략 도출

분석영역 (OUT PUT)

한국산제품 및 현지 가공제품의 상품의 가격 및 경쟁력 분석
3C, STP, SWOT를 통한 Marketing mix 전략 제시

illustrative

경쟁상품 조사 및 분석

조사영역(In put)					
사진	정보	사진	정보	사진	정보
	상품명 : 팥이버섯 제조사 : 한국음 원산지 : KOREA 규격 : 5.250Z/150G 가격 : \$0.33 판매처 : 99 RANCH		상품명 : BUNAPI MUSHROOM 제조사 : HOKTO KINOKO 원산지 : USA 규격 : 3.50Z 가격 : \$1.99 판매처 : 99 RANCH		상품명 : KING TRUMPET MUSHROOMS ORGANIC 제조사 : HOKTO KINOKO 원산지 : USA 규격 : 3.50Z/270G 가격 : \$2.49 판매처 : 올리비아 마켓

분석영역(Out put)	
Customer Value	고품질의 상품이 지속적으로 공급되어야 • 품질에 대한 고객 만족도가 높기 때문에 지속적인 품질 유지가 필요하다. 또한 비 아시아계 소비자에게 생소한 새송이 및 팥이버섯의 조리법을 홍보할 필요가 있다.
Cost	한국 버섯의 우수한 품질을 나타낼 수 있는 고유 로고 필요 • 한국 버섯의 경우 맛과 품질이 우수하기 때문에 값이싼 중국산이나 터국 상품들과 차별화 되는 한국 제품 고유 로고가 필요 할 것으로 보인다.
Convenience	버섯을 활용한 다양한 요리법 제공 • 시식회 및 요리법 책자 등을 발간하여 한국 버섯에 익숙하지 않은 소비자들에게 조리법과 효능 등을 홍보 할 필요가 있다.
Communication	한국 버섯 유통기한이 문제, 포장 개발 필요 • 유통업체들이 한국 버섯을 수입하여 판매 할 때 가장 걱정하는 부분이 유통기한 문제이다. 아무래도 현지 생산 제품에 비해 유통기한이 짧다 보니, 판매에 어려움이 많다고 한다. 이를 위해, 유통기한이 좀 더 오래갈 수 있는 포장법의 개발이 필요 할 것으로 보인다.

STP 도출 (예시)

Segmentation(시장세분화)

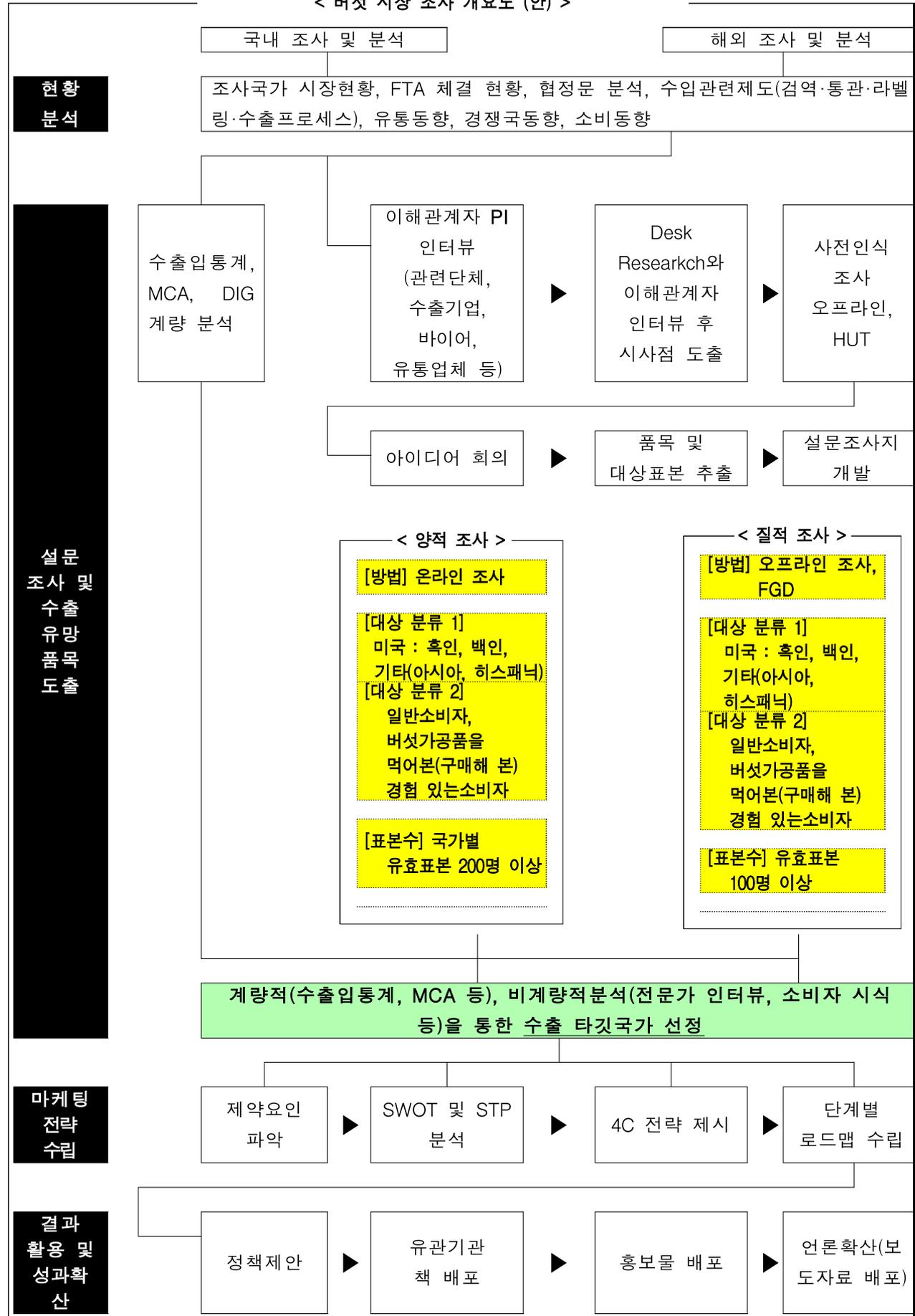
Targeting(목표시장 설정)

4C를 통한 전략 분석

Customer value	Cost	Convenience	Communication
1. 2025년 10월 10일			
2. 2025년 10월 10일			
3. 2025년 10월 10일			

Positioning(포지셔닝 설정)

< 버섯 시장 조사 개요도 (안) >



4장. 해당품목 수출 및 기술개발 전략

		코드번호	D-05
<h3>1절. 수출사업단 확대를 위한 기술개발 전략</h3>			
<h4>1. 현장애로 수요 발굴(해당 품목 수출장애 요인(생산, 수출, 현장애로 사항) 도출)</h4>			
<h5>가. 버섯은 생산 포장 단계에서부터 수확 후 관리기술 적용이 필요</h5>			
<p>○ 신선버섯은 살아있는 생명체로 호흡작용과 대사 작용이 끊임없이 일어나고 있어 수확 후의 예냉 등의 처리가 신선도를 좌우하는 중요한 요소이며, 신선버섯이 건조되거나 호흡작용과 대사작용이 지속되면서 영양성분의 감소는 물론 조직의 급격한 열화가 동반되어 물러지거나 갈변 또는 조직이 위축되는 현상이 동반되므로 이러한 작용을 억제하거나 정지시키기 위한 기술개발이 선행되어야 수출목표를 달성할 수 있다.</p>			
<p>○ 포장내의 대기조건을 인위적으로 조절하여 농산물의 신선도유지에 우수한 효과를 가질 수 있는 CAP(Controlled Atmosphere Packaging)나, 제한적인 투과특성을 가지는 플라스틱 필름을 이용하여 포장내부의 대기환경조건을 조절하는 MAP(Modified Atmosphere Packaging) 기술은 선진각국에서 많은 연구가 진행되어 실용화되고 있으며, 우리나라에서도 이에 대한 연구는 계속되고 있으나 아직 기초연구단계에 머물러 있는 실정이다.</p>			
<p>○ 버섯은 수출단계에서 평균 7일에서 25일까지 운송이 소요된다. 수확 후 포장 단계에서 소포장 진공방법 적용기술에 따라 수출 적용 시 신선도 유지에 차이가 많이 발생된다. 수확 후 관리의 고도화 및 포장 기술의 고도화 적용이 필요하다. 버섯은 수출이라는 유통과정상 신선도 유지가 수출의 성패를 좌우하는 관건이다.</p>			
<p>* 미국, 호주, 캐나다, EU는 ‘소프트 진공(반 진공)’ 포장이 표준이며, 동남아는 중국산의 ‘하드 진공강 진공’ 포장이 표준임. 한국은 ‘반 진공’ 포장을 주로 이용하고 있으며 하드진공은 유통기간이 길어질 경우 이취와 부서짐이 발생 됨</p>			
		<p>▲ 중국산 팡이버섯(중국에서 일본브랜드 유통)</p> <p>▲ 한국산 팡이버섯 ⇒ 일본산에 비해 포장 실링이 견고하지 못함</p>	

나. 주요 수출대상 국가별 및 신규 수출대상 국가별 버섯 시장 분석 부족

- 주요 수출대상국인 미국, 네덜란드, 호주와 신규 수출대상 국가에 대한 현지 소비자의 선호도 및 버섯 관련 제품 분석이 미흡한 실정이다.
- 미국 내 LA와 뉴욕에서 한국인이 아닌 성인 여성 각각 50명씩 총 100명을 대상으로 생팽이버섯과 드레싱 소스에 버무린 샐러드형태로 시식 후 설문조사를 한 결과, 응답자의 59%가 팽이버섯을 구매한 경험이 있었으며, 5점 척도 중 신선도(4.19점), 색(3.96점), 식감(3.93점)으로 평가하여 응답자의 80%가 긍정적인 호감을 보여 수출확대의 가능성을 보여 주었다(2016, 한국농식품미래연구원)
- 그러나 미국 내 수출된 한국산 팽이버섯의 물량이 많음에도 불구하고 59% 가량만이 팽이버섯 구매 경험이 있었으며, 판매 증대방안으로는 공급확대(37%)와 미디어 광고가 필요(28.3%)하다는 의견이 가장 많이 제시되었다. 또한 버섯은 건강한 식품이라는 인식이 있으나, 요리법을 인지하고 있지 않아 요리법에 대한 정보를 요구하는 의견이 대부분으로 나타났다.
- 주요 수출대상 국가별 버섯의 종류나 가공정도에 따른 시장 분석을 통해 수출 경쟁우위를 비교하여 대응방안을 도출하는 것이 시급하다.

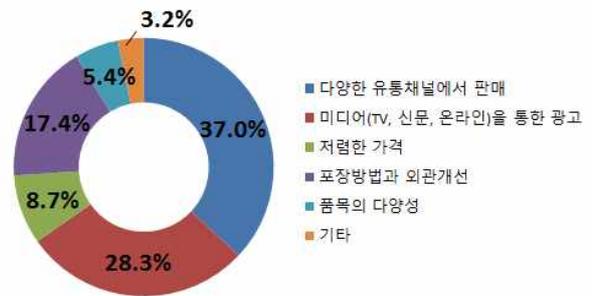
<그림> 팽이버섯 맛 구성요소별 평점



단위: 5점 척도

색	향	단맛	쓴맛	식감	신선도	종합적평가
3.96	3.53	3.40	3.15	3.93	4.19	3.99

<그림> 팽이버섯 판매 신장 방법



단위: %

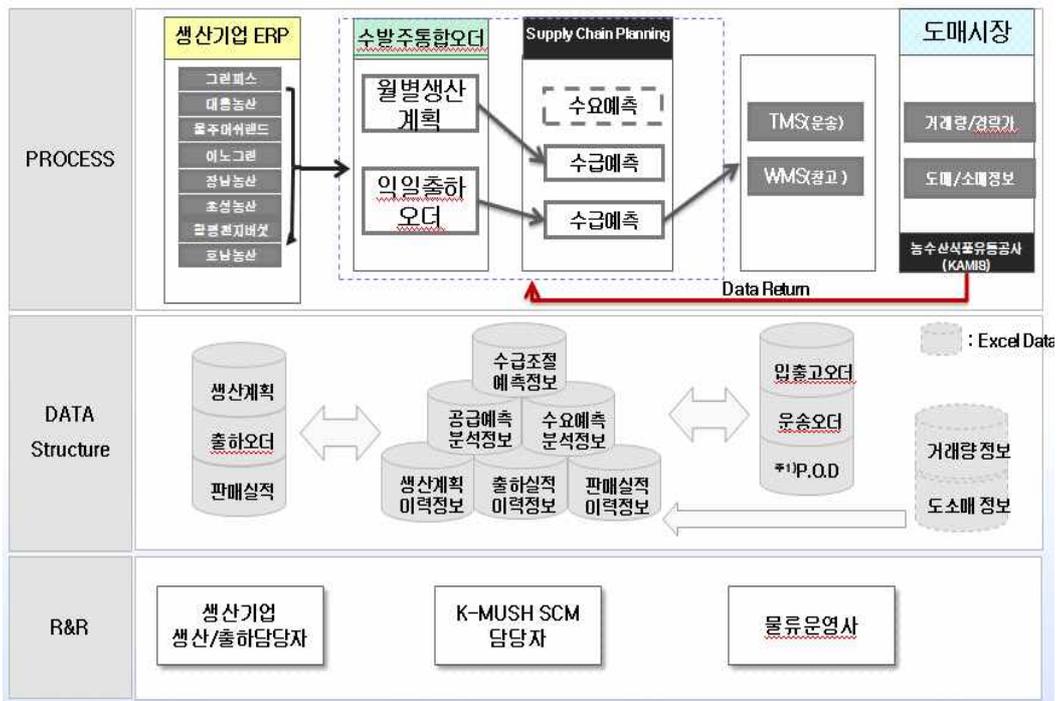
다양한 유통채널에서 판매	미디어 (TV, 신문, 온라인)를 통한 광고	저렴한 가격	포장방법과 외관개선	품목의 다양성	기타	계
37.0	28.3	8.7	17.4	5.4	3.2	100.0

다. 버섯수출통합조직 중심(회원사) 유통·수출 시스템(ERP) 구축 필요

- 농산물의 경우 생산농가들이 영세하고 상품코드가 표준화되어 있지 않아 유통 경로상에 있는 기업들이 정보교환을 수단으로 협력 체계를 구축하여 유통 효율성을 높이는 SCM 기능이 전무하여 유통, 물류, 마케팅 비용의 부담이 증가하는 등 생산농가의 수익 구조가 악화되고 있는 실정이다.
- 이에 전국의 수출농업경영체를 대상으로 버섯수출품에 대한 통합 유통 관리를 통해 현재 유통의 문제점을 보완하고, 생산자가 참여하는 공동체를 구성하여 자체 유통정보시스템을 개발함으로써 수출 과당경쟁을 해소하는 것이 절실하다.
 - 통합 유통·수출시스템은 공동수발주, 공동물류, 공동홍보, 공동수출을 필요로 함
 - 시스템을 확장하여 모바일로 이용할 수 있도록 발전시키고, 농가별 수출량을 체크할 수 있도록 하는 수발주 시스템 구축 필요

* ERP(전사적자원관리) : 기업의 모든 부분을 하나로 통합 관리하는 시스템. 1970년대 제조업체의 자재관리 시스템이 점차 발전하여 1990년대 들어 기업 전체의 경영 자원을 최적화하여 활용한다는 관점에서 구매, 생산, 물류, 마케팅, 회계 등 업무기능의 효율화를 추구하는 통합된 정보시스템으로 발전

< 통합 수·발주 시스템 개념도 >



라. 버섯가공품 개발은 중국, 대만은 물론 일본, 미국, EU 등에 비해 아직 초보단계

- 버섯을 섭취하는 대상이 주로 30대 이후의 중장년층으로 한정되어 있어 20대 이하의 젊은 층들이 손쉽게 접할 수 있는 형태의 버섯 제품도 개발 되어야 한다. 버섯은 가공 방법에 따라 절단, 건조, 통조림, 절입으로 분류하며, 제품종류는 버섯소스 및 스탁, 스프 등으로 구분한다.
- 향후 세계적인 버섯유통의 트렌드는 가공제품이 될 것으로 예측된다. 네덜란드의 경우 가공품에 의한 수출이 특징이며 버섯의 경우 가공 산업이 수출을 주도하고 있다. 우리나라 버섯 수출농가도 다양한 버섯 가공품의 개발. 수출을 통해 농업생산성 제고를 위해서는 버섯 가공품의 기초적인 표준기술 개발. 적용과 이의 확산이 필요하다.



* 2009년 농촌진흥청에서 개발한 조미료 이외에는 크게 상용화 되지 못한 실정임

마. 수출농가의 버섯배지 및 원료 등의 안전성 기준안 제정 필요

- 버섯에 사용되는 배지 및 원료 등이 정상적으로 수입·제조되었다고 하더라도 저장, 유통과정에서 오염 또는 변질 될 수 있으므로, 실효성 있는 운영을 위해 유해물질 등이 포함된 버섯배지 등의 수입·제조 및 판매를 금지가 필요하다
 - 이와 관련한 잔류농약 및 중금속 등의 품질 관련 법규가 없어 생산농가에 무분별하게 공급되고 있어 이에 대한 안전성 기준 확립 필요하다.
- 최근 버섯농가의 친환경인증 연장이 취소되는 사례가 빈번한데 주요 원인이 버섯이 자라면서 버섯배지 등에 있는 영양성분 뿐만 아니라 잔류농약성분을 함께 흡수하기 때문이다.
 - 버섯농가에서 잔류농약 및 중금속 검사에 대한 정보를 기본적으로 제공받고, 안전성이 검증된 버섯배지 등을 안정적으로 공급 받아 고품질의 안전한 버섯을 재배하여 안전한 먹거리를 공급 하고자 한다.

○ 이와 관련하여 버섯배지 등의 안전성과 관련된 법규가 없어 수입 또는 국내 배지원료 등을 생산농가에서 구입할 때, 잔류농약 및 중금속 검사를 통해 안전성이 검증된 배지 또는 원료인지를 확인할 수 있는 방법이 전무한 실정이다.

* 일부 수입업체 및 농가에서 자율적인 기준을 설정하여 안전성 검사를 하고 있음.

○ 버섯배지 등(원료 포함)의 제도적 정의와 수입 및 국내의 버섯배지 등을 버섯생산농가 공급·판매할 때 기본적으로 잔류농약 및 중금속 검사 결과를 첨부하여 공급할 수 있는 제도적 방안을 마련해야 한다.

- 버섯배지 및 원료 등에 포함된 잔류농약, 중금속 등의 유해 물질이 버섯 생육시 영양 성분과 함께 흡수되는 현상을 연구과제로 수행함으로써 버섯배지 등의 안전성 기준을 마련하는 중요한 기초 정보가 필요하다.

< 유기농 식품 트렌드 >

구분	내용
미국	Organic Trade Association에 따르면, 2016년 미국 유기농 시장규모는 470억 달러 임. 이후 2020년까지 계속 안정적인 상승세를 유지하여 시장규모가 970억 달러에 이를 것으로 전망되며, 2017년 유기농 식품은 미국전체식품판매량의5% 이상 차지함. 미국의 유기농 식품 시장은 지난 30년 동안 3,400% 성장하여 2016년에 시장 규모가 500억 달러를 넘긴 것으로 추정됨. 미국 가정의 약 75%가 유기농 제품을 사용하는 것으로 파악되며 그중에서도 젊은 밀레니얼(millennials) 세대가 유기농 제품을 가장 많이 소비하고 있음. 유로모니터의 조사에 따르면, 일반적으로 유기농 제품은 비싼 가격 때문에 소득이 높은 특정 소비자들만 더 선호한다고 인식되었지만 실제로는 소득과 상관없이 모든 소비자들만 유기농 제품 구매의사가 높은 것으로 나타남. 이에 따라 미국의 대형마트 Kroger는 PB(Private Brand)인 Simple Truth를 출시하는 등 소득이 낮은 소비자들을 타깃으로 한 저렴한 유기농 제품이 등장하고 있는 것을 살펴보았을 때, 소득수준과 상관없이 유기농 제품 선호도 높은 것을 알 수 있음
필리핀	2016년 6월 대한무역투자진흥공사(KOTRA) 마닐라 무역관이 발표한 ‘건강식품 소비 동향 및 최신 트렌드 분석’에 따르면, 2011년~2015년 필리핀의 건강식품 총매출은 24.8% 증가하였으며, ‘Manila Standard’와 ‘Inquirer.net’ 등의 현지 매체에 따르면, 건강 트렌드의 영향으로 필리핀 소비자들의 유기농식품에 대한 관심 역시 증폭되고 있음
남아공	남아공의 미디어인 Sunday World에 따르면, 남아공의 고도비만인구 비율은 여성이 42%, 남성이 13.5%로 높은 편으로서 버섯이 건강 및 다이어트 식품으로 알려지면서 버섯시장이 각광받고 있음
독일	독일 식품시장에서 떠오르는 주요 키워드는 ‘지속가능성’, ‘채식’, ‘유기농’임(2017 농식품 해외시장맞춤조사_버섯편, 한국농수산식품유통공사). 2015년 채식식품 시장 규모는 4억 5,400만 유로로 전년대비 약 26%의 증가세를 나타냄. 독일 채식협회가 2016년 발간한 보고서에 따르면 독일의 채식인구는 전체 인구의 9%인 약 800만 명으로 추정되며 유럽 국가 중 최대의 채식 시장으로 떠오르는 추세임. 또한 독일은 유기농 식품 선호도가 세계에서 두 번째로 높은 나라로, 유기농 제품이 시장을 주도하고 있음. 글로벌 시장 조사기관인 TechSci Research가 발간한 보고서에 따르면, 2021년 기준 독일 내 유기농 식품시장 규모는 150억여 유로에 이를 것으로 추정됨.

바. 버섯관련 단체 및 농가대상 다양한 의견수렴

(1) '버섯수출연구사업단 사전기획연구' 추진을 위한 1차자문회의

- 일시 및 장소 : 2017. 8. 1.(월), 인삼특작부 중회의실
- 주요참석자(30명)
 - 단체 : (사)한국버섯생산자연합회 조용목회장 등 3, 한국중균생산협회 황선일 국장, 버섯수출협의회 김오복회장 등
 - 수출농가 : 그린합명회사 무역부 엄세찬 부장, 대흥농산 김건식부장
 - 수출선도조직 : K-MUSH 남상원 대표, (주)머쉬엠 오인호 부장 등 3
 - 지역 농업기술원 : 경북, 충북, 경기도, 경남, 강원도 등 5
 - 언론 : 버섯정보신문 유광호국장, 월간버섯 김대검기자
 - 원예원 : 버섯과 공원식과장, 장갑열 등 7, 저장유통과 최지원박사 등 2

○ 주요 자문회의 내용

- (사업진행)수출생산자 등 현장의 의견이 수렴된 연구사업 추진
 - 현장감이 떨어진 '연구를 위한 연구' 지양
 - 버섯 품목별로 세분화해서 맞춤형 연구 필요
- (분석)버섯산업 활성화를 위한 수출애로사항 구조분석
 - 수출대상국 중심 현지 마케팅 조사
 - 국제 마케팅 전략가가 참여한 전문적인 모니터링 필요
 - * 국가간 법률제도 및 문화 분석 등
- (유통)공정한 이익분배가 이루어질 수 있는 유통구조개선 시급
 - 현재 버섯시장은 '단가상승→유통마진부담→무역업체간 과당경쟁 →가격하락'의 악순환의 고리가 계속되고 있음
 - 생산자가 '제값'을 받을 수 있는 유통구조 혁신 필요
- (품목)신선버섯 중심에서 새로운 고부가가치 수출 분야 개척
 - 선진국형 가공품개발과 플랜트 수출 등
 - 팡이와 새송이 중심에서 만가닥버섯 등 수출품목 다양화
- (기반)안정적 공급을 통한 안전한 수출 기반 구축
 - 유기농 생산 시스템, 원료의 안전성 검사 등 수출매뉴얼 제작
 - 한국버섯에 맞는 포장 및 포장재 개발, 수확후 관리기술 개발
 - 수출활성화를 위한 관련정책 분석 및 개선 건의
- (거점)수출대상국 중심 안정적 공급을 위한 수출거점지역 확보
 - 동남아시아 수출 교두보확보를 위한 베트남내 공동물류창고 건설
- (한류화)한국버섯의 세계화를 위한 공동브랜드 개발
 - 공동 디자인을 제작하고 스토리텔링을 개발하여 단일화 된 브랜드로 수출시장 진입
- (홍보)수출대상국가 현지인 대상 한국버섯 홍보
 - 한국산버섯 소비증대를 위한 정부차원의 해외홍보 전략수립
 - 수출창구 단일화를 위한 버섯수출생산자 대상 교육형 홍보 필요

(2) '버섯수출연구사업단 사전기획연구' 추진을 위한 2차자문회의

- 일시 및 장소 : 2017. 8.9.(수), 서대전역 목련실
- 주요참석자(17명)
 - (사)한국버섯생산자연합회 등 관련단체, 가야농산 등 수출농가,
 - (주)리마글로벌 등 무역업체, 버섯정보신문 등 언론
 - 버섯과: 공원식과장, 장갑열, 임지훈 등 3
- 주요 자문회의 내용

- 수출 안전성 제고를 위한 리스테리아 균 등 유해균억제 연구
 - 수출농가 대부분이 위생관리가 허술하니 이를 보완할 수 있는 과제 추진 (식약처등 해당기관과 연계)
 - 팽이버섯이외 전품목으로 확대하여 연구과제 수행 계획
- 연구추진결과에 대한 충분한 공유시스템이 필수
 - 추진되는 연구사업에 대해 생산현장에서는 전혀 모르고 그들만의 연구성으로 종결되는 사례가 빈번함
- 수출버섯생산농가에서 요구하는 애로사항 우선 해결
 - 수출용 포장지와 포장기계 등 시급한 사항부터 과제화 수행
 - 건지 세척기 개발 등 핵심과제를 선정하여 집중적으로 개발하고 포괄적 개념의 단순 연구 지양
- 수출용 버섯 재배 기준 설정하고 원료 안정성기준안이 필요함
 - 수출사업단차원에서 수출용 매뉴얼을 작성하여 농가에 홍보
- 버섯 물류시스템 개선에 대한 연구가 필요함
 - 유통과정 중 신선도 유지 프로토콜정립, 저장성, 품질 등급을 올릴 수 있는 시스템 구축 등



<자문회의 전경>

(3) 기타 현장의 목소리 수렴

- 일시 및 장소 : 수풀나라(전남 함평군 학교면 죽정리 1062-1)
 - 팽이버섯 생산은 연중 가능하나 수출은 각국의 수요에 따라 변동이 심하여 꾸준한 수

출을 위한 전략적 접근이 필요하다 ☞ 주요 수출 거점지역 확보

- 수출국마다 통관을 거칠 때 포장 요건이 다르기 때문에 그 요건을 충족하기 위한 부대비용이 부담된다 ☞ 각 나라의 요건에 맞는 통합형 포장 시스템 개발 필요
- 유통과정 중 품질유지를 위한 물류시스템 개선 요구된다.
- 중국 버섯과 시장경쟁에서 우위를 점할 수 있는 방안이 필요하다.

○ 2017 농업기술박람회 ‘수출농업심포지엄’ 참석

- 일시 및 장소 : 2017. 8.14.(월), 코엑스 그랜드볼룸
- 해외시장개척활동을 위한 품목별 수출통합마케팅 조직을 육성할 예정이며 시장경쟁에 따른 저품질 농산물 수출을 억제하기 위해 품질규격화 추진 예정임(농림축산식품부)
- 농산물 수출의 경쟁력 약화로 인한 가공품 수출 시장 확대 필요하며 채식주의자를 위한 ‘비건식품’ 처럼 특정인을 위한 수출전략도 요구됨
- * 중국에서 한국식품은 현재 인지도가 있으며, 식품에 국내 농산물을 활용하고, 그 농산물의 인지도를 넣을 수 있는 브랜드 제품 개발이 필요함(예, 의성마늘햄)
- 농식품 수출 기술지원 현안과 대응과제로 수출을 위한 내병성 품종 개발 및 기능성 원료 인증 등 추진(농진청)
- 중국은 2001년 말 WTO 가입 후 매년 관세를 인하 중이며 중국의 수출정책은 현재 수출보조금, 철도건설기금 폐지하고 있으며 또한 중국의 친환경농식품은 무공해, 유기농산물, 녹색식품으로 구분되며, 점점 녹색식품에 대한 시장은 작지만, 소비는 점차 증가되고 있음(중국 농업부)

2. 경쟁기술과의 유사중복 회피방안

- 기존에 진행되었던 버섯수출연구사업단이나 현재 수행중인 골든씨드프로젝트 연구는 시장맞춤형 버섯의 신제품 개발과 육종 효율개선을 위한 마커 및 벡터개발 등에 초점을 두어 연구를 진행하고 있다.
- 본 연구는 기존 유사한 선행연구의 사례와 성과 및 실패사례 점검을 통해서 연구의 기본적인 활용성을 높이고, 선진국형 버섯실용화 가공품 제품개발 및 해외 마케팅에 중점을 두어 차별화를 꾀하고자 한다.
 - 품종개발이 아니라 수출형 품종 보급에 중점을 두고 가공품 개발보다 산업화와 실용화에 더 중점을 두어 다른 연구사업과 중복성을 회피하고자 한다.
- 따라서 기획연구에서는 산학협력 모델을 제시하고 후속연구(2단계) 결과물의 샘플 생산과 해외마케팅 성과를 도출할 것이다. 3단계 수출연계 연구 단계에서는 연구와 병행하여 제품화된 제품을 실제 마케팅에 접목하여 농업경영체가 버섯 가공품 수출을 위한 전용 시설의 설비 투자 등을 통해서 버섯 수출가공품이 실용화 될 수 있게 추진하고자 한다.

3. 과학기술 해결 방안 제시(생산, 품질유지, 저장 패키지, 검역, 현지 수출 등 R&D 방안 제시)

가. 수확 후 관련기술 적용 미흡

- 수출선도조직에서(K-MUSH) 생산 및 품질관리 매뉴얼을 작성하여 운영하고 있으나 적용기술이 낙후하여 실효성이 저조하다.
- 농업경영체별 자체적 운영기술로 인하여 버섯 선도농가와 후발농가간의 기술 격차가 크게 발생하고 있는 실정이다.
- 수확 후 관리의 전반적인 구조의 진단을 통해서 선진국에서 적용하는 고도화 기술의 확보 및 보급이 필요하다(수확후 관리매뉴얼 정비, 소포장의 패키징 실링 고도화, 포장재 선도유지제 기술 등).

나. 현지시장 개척 활동성과 분석 및 해외 소비자 기호도 조사

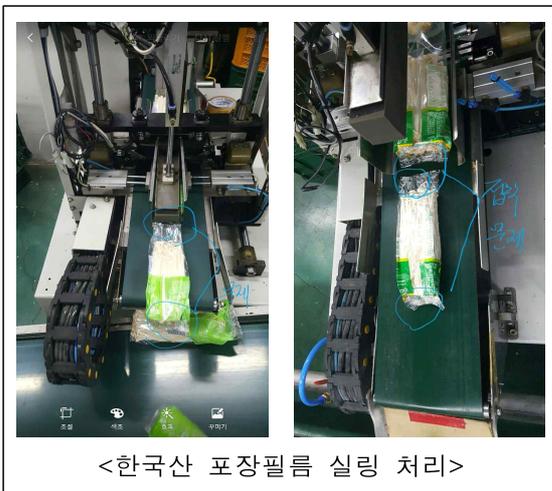
- 현재까지의 버섯 수출 시장 개척활동의 성과를 분석하여 문제점을 발굴하고, 잠재력 및 성장성 분석을 실시할 필요가 있다.
- 수출 대상국에 적합한 팡이, 새송이, 느티만가닥 버섯의 시식(생 버섯 및 버섯 요리)을 통해 소비행태를 살펴보고, 향후 타깃시장에 대한 버섯 수출 및 판매 전략을 세우는데 도모하고자 한다.
- 타깃 국가는 이미 수출량이 많은 국가 5개국 및 수출 신규시장(유럽, 남미 등)을 검토하고자 한다.
- 현지 소비자 기호도 조사는 기존시장(미국, 네덜란드, 호주, 캐나다, 홍콩, 베트남), 신흥시장(인도, 미얀마, 몽골), 진입시장(중국, 일본), 잠재시장(멕시코, 브라질, 칠레), 할랄 전초시장(말레이시아, 싱가포르, 인도네시아)로 구분하여 조사할 필요가 있다.

다. 버섯 수출용 패키징(실링) 관련

- 수출현장 애로사항의 대표적인 걸림돌로서 버섯수확 후 패키징(실링)의 고도화, 포장재 선도유지제 활용이 수출현장에서 충분히 적용되지 못하고 있다.
 - 특히 실링의 경우 고온을 통해 접착을 하는 방식인데, 이 온도가 너무 높으면 포장의 깨짐 현상이 발생되고, 온도가 낮으면 실링의 풀림현상이 생길 수 있는 우려가 있어

적정온도의 실링기술이 필요하다.

- 국내 농산물 및 식품에 사용되는 주요 포장 소재는 PP, PE, NYLON 필름이며, 버섯에서는 CAP 포장이 주로 이용되고 있다. 일본의 경우 제품에 대한 소재 개발 기술을 포장재 기술개발로 접목시켜 신선포장, 선도유지포장, 항균포장, 미세 천공포장재를 이용한 농수산물의 제품에 따른 맞춤형 포장재 가공 기술 개발 보급이 우수하다.
- 팽이버섯을 대상으로 한국산 수출용 PP 필름 포장과 중국의 수출용 PE 필름 포장의 유통기간을 비교한 결과 중국산 PE 필름이 더 우수한 것으로 나타났지만 선진국은 식품위생법 규정관련 PE 필름을 규제대상으로 지정하여 사용하지 못하게 되어있다. 단, 아시아권에서는 PE필름 포장재의 경우 규제를 하고 있지 않다.



<한국산 포장필름 실링 처리>

- 또한, 포장필름의 마감부분 실링에 대한 연구가 필요하다. 실링의 경우 대부분 전기식 인두에 의한 접착이 이루어지고 있으나, 표준화된 기술의 공급없이 농업경영체마다 자체적 경험에 의한 마감기술을 적용하고 있다.
- 접착인두는 일본의 경우는 황동블록(기당 150만원)을 사용하고 있으나, 한국은 가격이 저렴한 알루미늄 70계열 블록(기당 35만원)을 사용하고 있어 설치비용면에서는 저렴하지만, 교체 수명이 짧고 황동 블록보다 우수성이 떨어진다.
- 미국, 호주, 캐나다, EU는 ‘소프트 진공(반 진공)’ 포장이 표준이며, 동남아는 중국산 ‘하드 진공강 진공’ 포장이 표준으로 자리잡고 있다. 한국은 ‘반 진공’ 포장을 주로 사용하고 있으며 하드진공을 적극적으로 개발하지 못하고 있는 사이 중국산은 하드진공포장 방법으로 베트남, 인도네시아, 싱가포르, 말레이시아 등 아시안 시장에서 한국산에 월등한 우위를 점하고 있다.
- 2011년 한국이 베트남 시장에 팽이버섯 수출로 3,000톤을 수출하였으나 지금은 1,000톤 이하의 실적을 나타내고 있는데 이러한 원인은 소포장 실링에 대한 연구가 부족함 결과이다. 결과적으로 필름 소포장 상태가 수확후 관리는 물론 현지시장 유통에서 매우 중요한 역할을 하고 있는 것이다.
- 현재 버섯 수출시장은 신선버섯을 중심으로 중국산과 경합을 치열하게 벌이고 있다.

중국산의 경우 버섯의 품질보다는 포장방식의 고도화가 적용되어 한국산보다 선도우위, 품질 외관의 우위 위치에 놓여 있다. 따라서 생산 후 수확 후 관리의 고도화와 소포장단계(필름)의 표준화된 기술의 적용과 개발이 필요하다.

- 특히 최근 중국 정부의 지원에 힘입어 중국 버섯 농가들이 고가의 설비를 갖추면서 우리 버섯의 포장기술이 중국보다 뒤처지고 있다. 우리나라 버섯에 특화된 기계가 없고 각 농가에서 단가를 낮추고자 저가 필름을 쓰면서 운송과정에서 진공포장이 풀리는 등의 문제가 발생해 소비자 신뢰를 하락시키고 있는 문제가 있다. 현재 우리 버섯은 우수 품질로 승부를 보고 있지만 포장에 문제가 계속 발생하면 우수한 설비로 완벽한 진공포장 수출을 하고 있는 중국에 자리를 빼앗길 수 있는 문제점이 있다.
- 중국은 2015년 1월 20일 중국 버섯 전문 마트 ‘중국버섯성(中国香菇城)’ 설립하였을 정도로 버섯 관련산업을 성장시키고 있는 실정이다.
 - * 중국버섯성(中国香菇城) : 버섯 인공 재배 발원지로 알려진 중국 절강성(浙江省) 남부지역 경원현(庆元县)에 위치한 중국버섯성의 부지 규모는 약 7만평으로 한국 여의도 공원의 면적과 비슷한 크기의 규모를 자랑함
- 신선버섯의 생산, 수확 후 관리의 고도화 및 주요 수입국 도착까지의 신선도 유지를 위한 포장단계의 표준화된 기술의 적용과 개발이 절실하다

라. 고부가가치의 가공식품 및 기능성 소재 가공품 개발 미흡

- 현재 국내에서 개발되어 시판되고 있는 가공식품류에는 영지(블로초), 운지(구름버섯), 아가리쿠스(신령버섯) 등을 주재료로 만든 드링크 류가 주종을 이루고 있다.
 - 그 외 양송이 통조림, 파우치 류(영지, 상황, 아가리쿠스, 천마, 새송이버섯), 차 류(영지, 상황, 운지, 아가리쿠스), 분말 류(표고버섯, 느타리버섯, 새송이버섯, 팽이버섯, 복령, 천마), 표고버섯 부침가루, 과립 류(아가리쿠스, 상황, 새송이버섯), 환 류(새송이버섯, 상황, 아가리쿠스), 건조버섯류(느타리버섯, 새송이버섯, 표고버섯, 영지, 상황, 아가리쿠스, 잎새버섯, 노루궁뎅이버섯), 면 류(팽이, 표고버섯), 스낵 류(느타리버섯, 새송이버섯, 표고버섯), 장아찌 류(새송이버섯, 느타리버섯), 새송이버섯 어묵, 새송이버섯 쿠키, 상황 캔디, 양송이 커리 등이 있다.
- 버섯을 이용한 가공제품 개발관련 국외현황은 일본이 가장 활발한 경향을 나타내고 있는 반면, 중국, 유럽, 미주 등지에서는 건조하거나 염장하는 등 1차 가공에 의존하고 있는 실정이다. 일본의 경우, 우리나라와는 달리 약용버섯보다는 식용버섯의 가공에 주력하는 성향을 보이고 있다.

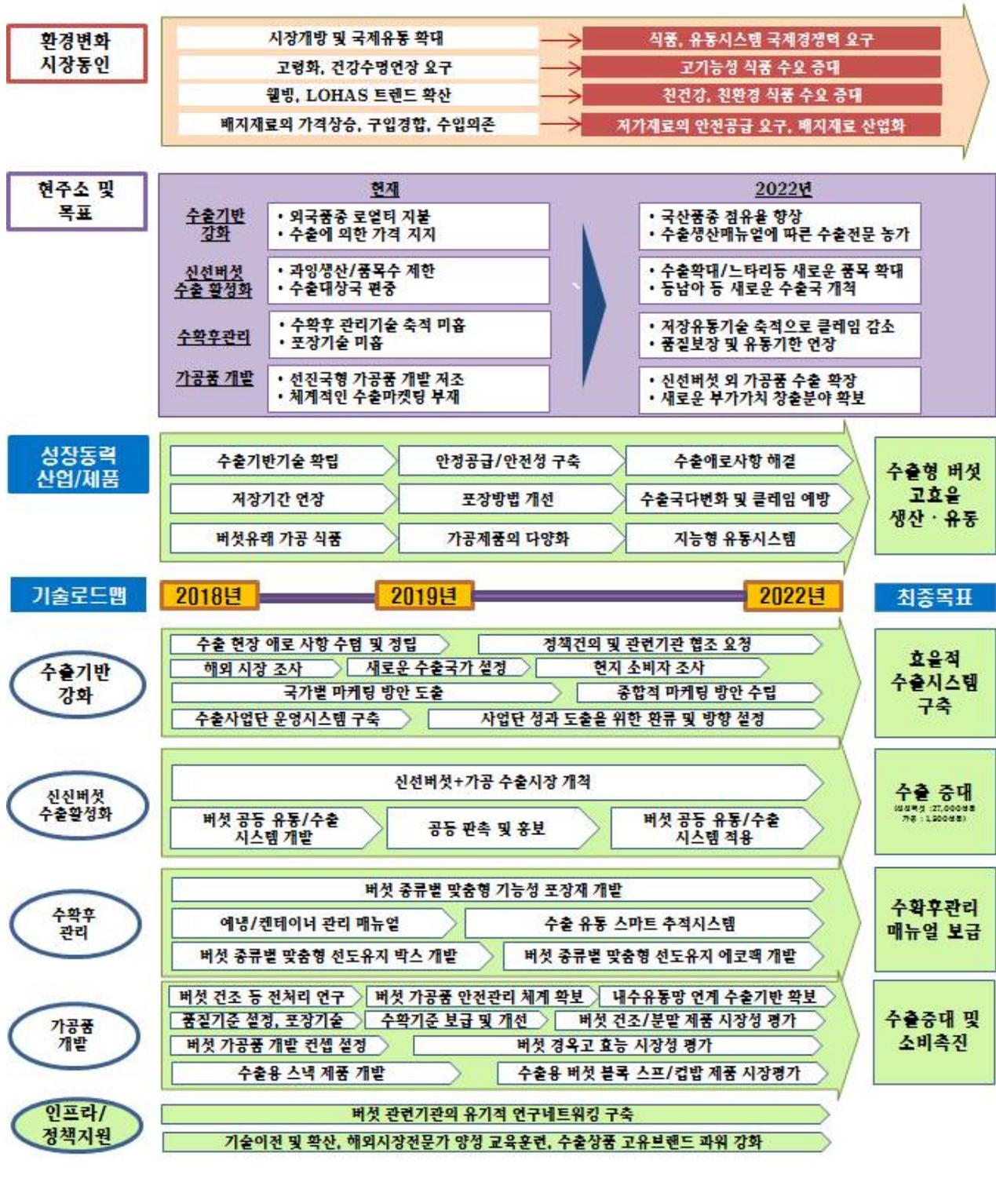
- 향후 우리나라 버섯산업의 성장세 지속성 여부는 버섯 가공품 개발과 이를 통해 수출 업체 등과 협업하여 해외시장의 유효수요를 개척하고 활성화하는데 달려있다. 국내 버섯 가공품(가공품원료)은 다양하게 시도되고 있으나 일반화 되지 못하고 있으며, 버섯원료를 첨가한 제품이 간간히 선보이고 있지만 버섯 원자재를 활용한 제품개발은 초기단계다.
- 특히 절단, 건조, 통조림, 절입의 보편적 기술의 축적이 낮은 수준이다. 수출 지향적인 고도화된 고급수준의 가공 제품의 개발은 꾸준한 제품개발과 목표시장에 제품을 런칭할 수 있는 해외시장의 마케팅지원이 병행되어야 한다.
- 신선버섯(주로 팽이, 새송이, 만가닥버섯)이 수출시장을 주도하고 있다. 반면 해외 선진 농업국의 버섯산업 사례를 들여다 보면 버섯류 가공품 산업이 발전되어 농업 총생산액을 제고하고 있다.
- 결국, 우리나라 버섯산업이 선진화패턴으로 산업이 활성화되기 위해서는 신선버섯의 축과 가공버섯의 투트랙의 방향으로 전개되어야 버섯산업의 고도화를 달성할 수 있다.
- 아울러 현 유기농 트렌드에 발 맞추어 버섯 및 가공식품 조사 및 분석이 필요하며, 버섯 추출물을 가공해 향노화 건강식품, 다이어트 식품의 원료, 화장품 원료로 사용될 수 있도록 기능성 연구를 실시할 계획이다. 따라서 버섯의 시장의 한계점을 소비자 기호에 맞고 수익성이 높은 기능성 가공품 생산을 모색하고자 한다.
- 본 사업단의 버섯 및 버섯가공품 수출확대 방안은 ① 기존 버섯제품의 수출활로 마련, ② 현지 맞춤형 제품개발로 수출 기반 마련 투트랙 전략으로 수출을 장려하겠다.

4. 정책연계 방안 제시

- K-MUSH와 버섯수출협의회는 팽이버섯, 새송이버섯, 만가닥 등 신선버섯을 중심으로 미국, 캐나다, 호주, EU 등 세계 20여 국가에 이미 수출이 이뤄지고 있다. 이미 구축된 현지의 유통바이어 거래선을 중심으로 신선버섯과 병행하여 버섯가공품 마케팅을 활용할 것이다.
 - 다양한 협력해서 해외박람회 참가, K-FOOD FAIR, 시장개척단프로그램 참가 등 적절한 마케팅 프로그램의 활용을 통해서 이뤄 질 것이다. 지속적인 시장개척 활동이 필요할 경우에는 aT의 해외지사 네트워크를 이용해 지사화 사업 위탁을 고려할 것이다.
- 또한, 한국버섯생산연합회 산하 수출협의회와 제품개발 농업경영체와 공조를 통한 성과물의 파급효과를 높이고 현장 피드백을 통한 선순환 구조를 구축할 예정이다.

2절. 연구결과 제시

1. 사업단 로드맵



2. 사업단 수출목표 및 전략 제시

비전	버섯기술 개발로 수출농업의 新 블루오션 창출
-----------	---------------------------------



목표	수출애로해결 기술 개발 및 선진형 수출시스템 구축	안전한 수출버섯의 안정적 공급
예산 투입	농식품부 예산 5억/년	기업참여금 예산대비 25%/년
성과 지표 ('18~'22)	<ul style="list-style-type: none"> · 관련 연구 논문 : 3건 · 버섯 관련 특허 : 3건 	<ul style="list-style-type: none"> · 신선버섯 수출목표 : 277백만불 · 가공버섯 수출목표 : 150만불

단계별 목표 및 핵심 성과 지표(KPI)

1단계	<ul style="list-style-type: none"> - 연구목표와 방향설정 - 수출대상국 시장분석 - 애로사항 발굴 	<ul style="list-style-type: none"> · 수출연구사업단 구성안 · 수출목표수립 · 정책연계방안 구축
-----	---	--

2단계 (현장중심) 2년	<ul style="list-style-type: none"> - 생산자조직, 수출업체 등을 포함한 연구사업단 구성 및 진행 - 현장애로 해결 연구 및 가공품 등 수출상품 개발 등 수출활성화 기반 확보 - 현장피드백을 통한 연구 성과 숙성 	<ul style="list-style-type: none"> - 수확후 관리기술 표준 매뉴얼 보급 - 소포장 패키징(실링) 고도화 적용 - 수출 선도 유지제 기술 고도화 - 신선버섯류 수출 : 9,638만불 달성 - 버섯가공품 수출 : 30만불 달성
---------------------	--	---

3단계 (수출연계) 3년	<ul style="list-style-type: none"> - 최적화된 신선버섯 수출시스템 구축 * 저장기술 등 기반기술과 품종 적용 - 단계별 가공품 산업화 및 수출 상품화 적용 * 기능성 고부가가치 버섯 개발 및 상품화 	<ul style="list-style-type: none"> - 신선버섯류 18,382만불 달성 - 가공품 버섯 120만불 달성 - 관련 연구 논문 : 3건 - 버섯 관련 특허 : 3건
---------------------	--	--

3. 사업단 연구팀 구성(안)(정책연계 제시)

- 버섯수출연구사업단 구성은 국립원예특작과학원 버섯과를 주관 연구기관으로 정한다. 본 사업단 내에 농촌진흥청, 한국버섯생산자 연합회(수출협의회 포함), K-MUSH를 포함한 버섯수출통합조직과 외부 전문가 그룹 등을 운영하여 이들 구성원이 상호 상승적인 공조를 통해 성공적으로 운영되어 대한민국 버섯산업 활성화에 기여 할 것이다.
- 또한, 사업단은 산업체 중심의 산-학-연-관의 네트워크를 구축하여 시장조사-생산-가공-유통-검역-수출에 이르는 전 과정에서 수출 현장애로 및 장애요인을 발굴하고, 이를 뒷받침할 수 있는 기술개발을 효율적으로 추진할 수 있도록 컨트롤 타워 역할을 할 것이다.
 - 이와 관련한 현장맞춤형 연구 과제를 발굴하고 직접적으로 신속하고 실효성 있는 연구가 진행 될 수 있도록 방향을 설정하고 성과가 바로 적용될 수 있는 촉매제 역할을 할 것이다.
- 구체적인 사업단 구성은 주관연구기관으로 농촌진흥청 국립원예특작과학원 버섯과(기획단 운영 및 기획)로 정하고 협력연구기관으로 K-MUSH(현장 수출 연구 및 해외마케팅), 한국식품연구원(안전위생/가공품), 국립원예특작과학원 저장유통과 및 머쉬엠(수확 후 관리), 한국농식품미래연구원 등을 두고자 하며 한국생산자 연합회 산하 수출협의회와 연계하여 참여기업을 두어 추진하고 자 한다.

가. 버섯수출연구사업단 운영위원회(농진청 국립원예특작과학원 버섯과, **주관연구기관**)
: 수출전략 기술개발사업 기획단 운영 및 총괄기획

나. 버섯수출연구사업단 연구사업단

- 원예원 버섯과 : 버섯생산 및 수출기반강화
- (사)한국농식품미래연구원 : 국제 가공품 시장조사 및 수출마케팅
- K-MUSH : 신선버섯 수출활성화
 - 수출전략 기술개발사업 현장중심 연구 및 해외마케팅 적용
- 한국식품연구원 : 버섯 수출가공품 개발 및 원천 특허 등록 등
- 국립원예특작과학원 저장유통과 :수확후관리 기술 확립 및 매뉴얼 작성
- 머쉬엠 : 선도유지 제품의 기술 개발 적용

다. 평가위원회 : 연구성과 평가 및 현장 적용성 검토

- 한국버섯생산자연합회 : 현장애로 사항 발굴
- 수출버섯 생산농가 및 식품업체 : 고품질 버섯 공급 및 적용

라. 전문위원회 : 연구 및 기술 자문

- 한국버섯학회 및 지역농업네트워크 협동조합 등

< 사업단 연구조직 구성안수출연구사업 기획단 조직도 >

버섯수출연구사업단 (주관연구책임자 공원식)			
총연구개발비(2,504,000천원)			
정부출연금	기업부담금	지자체	주관대학
2,290,000	214,000		

평가 위원회

- 한국버섯생산자연협회
- 수출버섯 생산농가
- 식품업체 등
- 한국중균생산협회

전문위원회

- 한국버섯학회
- 지역농업네트워크 협동조합
- 중앙지방연구협이회

운영위원회

- 원예원 버섯과



< 버섯수출연구사업단의 역할, 보유역량/기술 >

구분	주체	과제 담당자	역할 세분화	보유 역량/ 기술
운영/ 기획	인삼특작부 버섯과 (기획단 운영 및 총괄기획)	1-1	기술개발사업 기획단 운영 및 기획	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 당해 사업 세부과제 기획, 연구관리, 연구개발비 사용·관리 및 정산 ▶ 연구개발 성과 보급·확산 및 홍보 ▶ 사업의 진행과정 및 연구결과의 검토·보고 ▶ 지식재산권 및 정보관리 ▶ 연구개발과 관련된 인력양성
수확 후 관리	국립원예 특작과학원 저장유통과	2-1	수확 후 관리	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 예냉, 수확후 처리 기술 개발 ▶ 선도유지 MA 포장 ▶ 수확후관리 기술 확립 ▶ 수출용 수확후관리 기술 매뉴얼 작성
해외시장 적용마케팅	K-MUSH (현장 협업 적용 총괄)	3-1 3-2	수출실용화 적용 상품개발 농가협력 수출확대 방안 현지시장 분석 ERP시스템 구축	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 상품개발 업체 및 협력농가 구축 ▶ 현지 마케팅 계획 수립 및 마케팅 ▶ 수출현장 애로사항 해소 ▶ 수출실용화 상품개발 농가협력 ▶ 개발상품의 해외수출 적용 ▶ 통합 유통·수출시스템 설계 및 적용
가공식품 개발	한국식품 연구원	4-1	버섯 수출가공품 개발 및 원천 특허 등록	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 버섯 가공품 개발 및 특허 ▶ 기능성/ 안전성 확보 ▶ 소비자 선호 편의성, 조리법 개발 ▶ 수출국 맞춤형 가공품 원천기술
버섯 공급 및 적용	버섯 농가	5-1	고품질 버섯 공급 및 적용	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 가공품 버섯 원물확보 방안 ▶ 가공품 생산을 위한 투자계획 ▶ 해외마케팅 참여 방안
통관 및 검역제도	(사)한국 농식품미래 연구원	6-1 6-2	통관, 검역, 라벨링 시장조사, 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 개발상품의 시장조사(테스트) ▶ FTA 통관, 검역, 라벨링 조건 등 해외시장조사 및 분석 * (사)한국농식품미래연구원은 호주, 캐나다, 베트남, 싱가포르, 미국, 필리핀, 멕시코, 인도, 브라질, 카자흐스탄, 이탈리아, 남아프리카공화국 농식품(버섯 포함) 시장조사(데스크, 현장)를 실시한 경험 보유 * 조사분야 : 농식품시장현황, 통관/검역/라벨링, 식품위생, 마케팅 방안 도출 등
포장	파맥스 (외주)	7-2	패키징 관련 응용기술의 실용화 개발 및 지원	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 패키징 및 실링 클레임 원인 규명 및 해결방안 연구 ▶ 패키징 관련 적용기술의 고도화 외주 ▶ 포장재 선도유지제 개발 및 적용

5장. 해당품목 사업단 수출 및 기술개발 목표, 전략

코드번호

D-06

1절. 사업단 수출목표

1. 수출목표 설정

- 2018년 수출량과 수출액을 각각 18,000톤, 45,000천불을 기점으로 해마다 증가하여 연구 기간 5년 동안 신선버섯과 가공버섯의 수출 목표는 각각 277백만불, 150만불 설정 한다.

< 연도별 신선버섯 수출량 및 수출액 목표 >

구 분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
수출량(톤)	18,000	20,000	22,000	25,000	27,000	112,000
수출액(천불)	45,000	50,000	55,000	60,000	67,000	277,000

* 현재 K-MUSH의 경우 신선버섯 국가전체 비중 팡이 75%, 새송이 40%, 만가닥 88%임

< 연도별 가공버섯 수출량 및 수출액 목표 >

구 분		2018	2019	2020	2021	2022	합계
수출량 (톤)	국내전체	20	40	60	80	100	300
	사업단	20	40	60	80	100	300
수출액 (천불)	국내전체	100	200	300	400	500	1,500
	사업단	100	200	300	400	500	1,500
비율(%)	국내전체	100	100	100	100	100	500
	사업단	100	100	100	100	100	500

- 수출연구사업단의 2단계에 현장중심의 연구단계에서는 기술개발을 통한 현장애로를 해결하고, 3단계에서는 기술개발을 적용하여 수출업체와 협업하여 직접수출을 진행하는 모델을 제시하고자 한다.
- ERP 시스템 구축 및 수확 후 관리의 고도화 및 포장기술의 고도화 적용으로 신선버섯 수출의 장애 요인을 제거하고 또한 2단계 현장중심 연구기간 중에 가공제품 시제품의 개발과 마켓 테스트를 진행하고자 한다.

2. 기술개발 목표 설정

연도	연구목표	연구범위
2단계 (현장중심 연구)	(1년차) 수확 후 관리	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 수출버섯 클레임 원인 규명 및 해결방안 연구 ▶ 수출용 버섯의 수확 후 처리 기술(예냉, 고농도 이산화탄소 등) 개발 ▶ (AS-IS) 수출용 포장재 조사 및 문제점(AS-IS) 분석 적정 포장조건 선정(수분함량, 포장재질, 품질요인, 저장성 평가 등) ▶ (TO-BE) 수출용 MA 소포장재 농가 적용, 저장성 평가 검증 ▶ 버섯 통합유통·수출시스템(ERP) 구축 ▶ 수출용 수확후관리 기술 확립 및 매뉴얼 작성 ▶ 국내외 버섯가공식품 조사분석평가 및 개발모델설정
	(2년차) 버섯가공품 개발모델 확립 및 기본연구	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 버섯 가공식품 전처리 연구 ▶ Lab-scale 모델 개발 ▶ Pilot-scale 생산 모델 설정 ▶ 타겟 버섯가공 신제품 현장적용 시범 평가 ▶ 개발 제품의 물리화학적 관능적 평가
3단계 (수출연계 연구)	(1년차) 수출용 버섯 가공제품 개발	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 북미주(미국) 수출을 위한 버섯 가공제품 전처리 연구 <ul style="list-style-type: none"> - 버섯스낵 제조 전처리 공정 확립 - 건조 조건에 따른 버섯의 물성 평가 - 조미 조건에 따른 버섯의 특성 평가 ▶ 북미주 수출을 위한 버섯 가공제품 개발 <ul style="list-style-type: none"> - 버섯 가공제품의 현장시험 적용 - 버섯 베이스의 최적 block soup 제조 - 개발 제품 현지 소비자 관능평가 실시
	(2년차) 수출용 버섯 레토르트 제품 개발	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 아시아(베트남) 수출을 위한 버섯 가공제품 전처리 연구 <ul style="list-style-type: none"> - 버섯리조또 개발 전처리 공정 확립 - 냉동 리조또 제조 조건 실험 - 즉석 리조또 제조 조건 실험 - 물리화학적 관능적 평가 ▶ 아시아 수출을 위한 버섯 가공 제품 개발 <ul style="list-style-type: none"> - 수출용 버섯리조또 제품의 다양화 - 개발 제품의 물리화학적 특성 분석 - 개발 제품 현지 소비자 관능평가 실시
	(3년차) 기능성 가공제품 개발	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 약용버섯 재배 및 천연물소재 추출기술을 바탕으로 버섯 중심에서 기능성 천연물 소재 및 가공식품 사업으로 확장 ▶ 항노화 및 기능성 버섯 가공제품 개발 ▶ 버섯 가공 개발제품의 기능적 효능 분석

2절. 목표달성 전략 및 성과목표 평가방법 달성도 기준 제시

작성요령(제출 시 삭제할 것)

○ 연차별 수출액 및 기술개발 목표 구체화

- 최종 성과목표 및 평가방법, 단계 성과목표 및 평가방법, 개발내용 및 개발 범위, 달성도 등을 구체적으로 기술

< 연차별 신선버섯 수출량 및 수출액 목표 >

구 분	2018	2019	2020	2021	2022	합계
수출량(톤)	18,000	20,000	22,000	25,000	27,000	112,000
수출액(천불)	45,000	50,000	55,000	60,000	67,000	277,000

* 현재 K-MUSH의 경우 신선버섯 국가전체 비중 팡이 75%, 새송이 40%, 만가닥 88% 임

< 연도별 가공버섯 수출량 및 수출액 목표 >

구 분		2018	2019	2020	2021	2022	합계
수출량 (톤)	국내전체	20	40	60	80	100	300
	사업단	20	40	60	80	100	300
수출액 (천불)	국내전체	100	200	300	400	500	1,500
	사업단	100	200	300	400	500	1,500
비율(%)	국내전체	100	100	100	100	100	500
	사업단	100	100	100	100	100	500

6장. 연구결과의 활용계획

코드번호

D-07

1절. 기술개발 등 현장애로 기술에 대한 연계활용 방안 제시(생산자단체, 수출업체 등 협력체계)

- 한국버섯생산자협의회와 수출업체와 공조시스템을 통한 수출 활성화
 - 추후 버섯수출통합조직이 결성되면 수출창구 단일화를 통한 공동 브랜드를 만들고, 빠르고 효율적인 수출판로를 구성한다. 즉, 현재 인지도가 높은 ‘K-MUSH(가칭)’로 국산브랜드를 통일하여 수출버섯을 브랜드화 하여 수출을 추진하기를 기대한다.
 - 통합유통·수출·홍보체계(ERP)를 구축하여 버섯수출통합조직을 통해 수출물량을 조달, 수출물량 구매대금을 지급함으로써 업무기능의 효율화, 수출 과당경쟁 해소에 기여하고자 한다.
 - 개발된 기술이 바로 현장에 적용될 수 있도록 생산자단체와 수출업체 대상 현장 평가회를 개최하여 의견 수렴 후 생산자단체를 통해 기술을 보급할 계획이다.
- 버섯 농업경영체는 버섯 비수기에는 생산량을 감산 조절하고 있으며 성수기에는 수출물량이 부족할 경우도 있다. 따라서 고도화된 선진국형 가공용 버섯제품 개발과 산업화로 가공품 유효수요를 수출을 통해서 이어지게 하는 것이다. 비수기의 버섯 생산농가의 생산량을 늘리면서 소득의 선순환 과정을 통해 생산자단체와 수출업체가 공생할 수 있는 협력모델을 구축할 수 있다.
- 버섯수출연구사업단 운영시 평가위원으로 다양한 계층의 생산자와 언론인 등을 위촉하여 연구방향이 실용화 될수 있도록 시스템화 할 예정이다.
 - 정기적 모임 이외에 지속적이고 체계적인 정보교환을 위한 소통망 구축

2절. 기대효과

1. 기술적 측면

- 버섯시장 포화상태, 가공으로 활로 모색 필요 우리나라 버섯시장은 현재 1조3,000억 원 정도 예상되는데 그중에서 가공으로 이용되는 부분은 1% 정도로 극히 미미한 실정이다.
- 국내 버섯가공품은 양송이 통조림과 저장식품 형태의 염장 버섯, 장아찌류와 과자 등이 있으나 아직까지 종류가 다양하지 않다. 버섯가공품은 건조 제품과 분말 등 단순가공식품과 음료·과자·국수류 등 2차 가공식품으로 나뉘지만 2차 가공식품의 경우 실제 제품화 나온 것은 전무한 실정이다.

- 버섯을 이용한 가공 식품 뿐만 아니라, 새로운 기능성 소재 개발 분야로서 항생제 남용으로 내성균 감염률이 위험수위에 이른 국내 항생제 시장에 버섯 유래 새로운 항생제 개발을 통한 새로운 대안을 제시할 수 있을 것이다.

2. 경제·산업적 측면

- 현재 신선버섯은 몇몇 국가로 한정된 수출을 하고 있으나 향후 버섯 가공품 개발과 산업화를 통해 수출 품목과 국가의 다변화가 필요하다.
- 본 사업의 기술개발을 통해 현장애로를 해결, 버섯가공업의 한계를 극복하고, 관련 산업의 발전을 기대할 수 있다. 나아가 버섯가공의 발전으로 소비가 촉진되면, 버섯 가공 산업의 발전과 안정성을 확보하게 될 뿐만 아니라, 산업의 안정화에도 기여하게 될 것이다.

3. 사회·문화적 측면

- 다양한 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 제품의 개발로 소비자 만족도를 향상할 수 있다.
- 사업의 비안정성과 영세성으로 어려움을 겪고 있는 농식품 산업 관련 지역발전과 고용안정 등 농어업 생활 안정에 기여를 촉진한다.
- 연구결과의 공인화(논문투고, 특허등록)에 의한 기술의 보급으로 버섯산업에 대한 현장 애로 해소와 수출의 기여가 크게 향상될 것으로 예상된다.

7장. 연구과정에서 수집한 수출시장 현황 및 수출기술 정보 (사업연구단 자체 현장(해외)시장조사 결과물)

⇒ 싱가포르, 네덜란드, 프랑스, 이탈리아, 미국, 일본

코드번호	D-08
------	------

< 조사국가 >

- 아시아 : 베트남, 싱가포르, 일본
- 유 럽 : 네덜란드, 프랑스, 이탈리아
- 아메리카 : 미국

< 조사방법 >

- 싱가포르 : 경쟁국(품) 시장조사, 현지 소비자조사, 전문가조사
- 네덜란드 : 버섯가공품 산업조사, 경쟁국(품) 시장조사
- 프 랑 스 : 버섯가공품 산업조사, 경쟁국(품) 시장조사
- 이탈리아 : 경쟁국(품) 시장조사, 현지 소비자조사, 전문가조사
- 미 국 : 경쟁국(품) 시장조사, 현지 소비자조사
- 일 본 : 경쟁국(품) 시장조사

1절. 베트남

1. 시장 현황

가. 건강기능식품으로 소비되고 있는 버섯, 최근 소비량이 급증

- 버섯은 베트남 소비량이 많은 식품 중 하나로 오래전부터 요리의 재료나 건강식품으로 인식되어왔다. 전골류, 튀김류 및 약재로 많이 사용되고 있으며, 연간 평균 10톤 이상의 신선버섯이 소비되고 있다. 최근 그 소비량이 급증하고 있는데, 하노이 및 호치민 등의 대도시에서의 소비량이 매우 많은 모습이다.



<베트남인들이 즐겨먹는 버섯 샤브샤브 >

팽이버섯, 느타리버섯 등 각종 버섯이 들어가며, 다양한 채소와 고기를 곁들여 먹는다.

나. 팡이버섯은 베트남에서 재배환경이 적합하지 않아 수입에 의존

- 버섯은 베트남에서는 1990년대부터 재배를 시작하였지만, 5~15도의 낮은 온도에서 생장하는 품종의 특성상 더운 날씨 때문에 버섯재배에 적합하지 않아 주로 중국, 한국, 일본, 말레이시아 등지에서 수입해오고 있는 중이다. 현지에서는 팡이, 새송이, 느타리 버섯의 경우 재배기술 및 대규모 생산시설이 부족하고, 전력 사정도 원활하지 않아 다양한 종류의 버섯을 대량으로 생산하지 못하는 상황이며, 이에 따라 베트남의 버섯 시장은 타 아시아국가에서 수입되는 버섯들이 시장의 80%를 점유하고 있는 상황이다.

다. 베트남 버섯 생산 현황

- 베트남에서는 느타리버섯, 표고버섯, 영지버섯, 양송이버섯(button mushroom), 목이버섯 (woodear mushroom), 후두고(money head mushroom) 등 다양한 버섯이 재배되고 있다. 연간 평균 15만 톤의 버섯이 수확되며 그 중 60%는 국내에서 유통, 40%는 해외로 수출되고 있다.

베트남 버섯 생산 현황
<p>표고버섯</p> <ul style="list-style-type: none"> - 베트남 전역을 걸쳐 가장 많이 재배되는 버섯 - 특히, 베트남 남부에서 총 표고 버섯의 90%를 생산 - 비타민 A, B1, B2, PP, D, E, C 등 성분을 포함하며 비만 환자가 복용하면 좋은 음식으로 알려져 있음
<p>양송이 버섯</p> <ul style="list-style-type: none"> - 베트남 남부지역, 해박 1,500m에 위치한 달랏(Da Lat)에서 주로 재배(연간 온도 : 21℃) - 연간 수확량은 1,000톤 정도이며 20%는 국내에서 유통되며 나머지는 프랑스, 이탈리아, 대만 등으로 수출 - 양송이 버섯은 10월부터 4월까지 재배 - 판매가격 : 60,000 VND/kg
<p>느타리 버섯</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1990년대에는 하노이시 인근 지역 및 홍강 삼각주 지역을 중심으로 재배되었으나 현재는 전 지역에 걸쳐 재배 - 스테틴 미네랄(statin mineral)를 보유하고 있기 때문에 콜레스테롤에 좋다는 인식이 있음 - 판매 가격 : 45,000 VND/kg
<p>새송이 버섯</p> <ul style="list-style-type: none"> - 미네랄 및 단백질이 풍부하여 콜레스테롤에 좋다는 인식이 있음 - 주로 야채와 함께 볶아서 섭취 - 판매 가격 : 38,000 VND/kg

목이 버섯

- 연간에 걸쳐 재배. 베트남 북부에서는 여름에 남부에서는 우기시즌에 주로 재배
- 연간 수확량은 1,500-2,000톤으로 추정
- 아시아국가, 유럽, 미국 등에 수출되고 있음
- 우드이어 버섯을 말려서 요리 재료로 사용
- 판매 가격 : 90,000 VND/kg

영지버섯

- 2003년 기준, 연간 수확량은 100톤
- 영지버섯을 말려서 차 또는 숙성하여 와인으로 섭취
- 아시아, 유럽, 북미 등으로 수출 중
- 판매 가격 : 550,000 VND/kg

후두고

- 16-20℃에서 재배되며 다른 버섯에 비해 수확량이 적은 편
- 판매 가격(호치민 기준) : 183,000 VND/kg

2. 수입 동향

가. 베트남 수입버섯시장 중국산이 65%, 한국산이 34% 점유 중

- 지난 2011~13년에는 베트남에 버섯을 수출하는 주요 국가가 5~6개국이었지만, 2014년 10개국으로 증가하면서 수입산 버섯의 시장 경쟁이 더욱 심화되고 있는 상황이다. 베트남 관세청에 따르면, 베트남은 1일 약 14.8톤의 버섯(팽이버섯, 새송이버섯 등)을 중국과 한국에서 수입하고 있는 중이라고 밝혔다. 하지만, 1일 베트남 현지의 버섯 생산량은 2~3톤으로 수입량의 1/7수준에 불과한 모습이다.

나. 중국산 버섯의 품질 및 안전성 문제로 연간 평균 수입물량의 변동성이 큰 편

- 지난 2011년 대비 2013년 베트남 버섯 총 수입액은 457만 US\$에서 531만 US\$로 약 13.8% 증가 했지만, 2014년의 경우 전년대비 22.9%가 감소한 409만 US\$로 집계 되었다. 2012년 이후, 중국은 아세안 국가와 동일하게 0%의 수입관세(0709.59-90)를 적용받아 타 FTA체결국과 비교하여 가격 경쟁력으로 버섯 시장에서 높은 점유율을 차지하고 있지만, 품질 및 안전성 문제가 대두되면서 연간 평균 수입물량의 변동이 큰 편이다.

< 베트남 버섯 수입동향 >

(단위 : US\$)

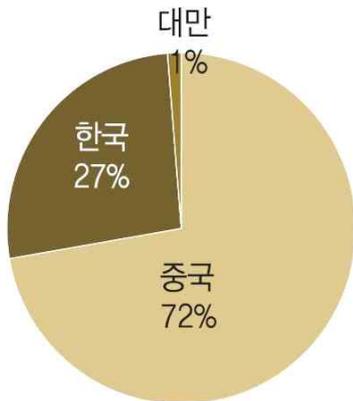
2011년		2012년		2013년		2014년	
수입국	수입액	수입국	수입액	수입국	수입액	수입국	수입액
총 합계	4,576,889	총 합계	4,877,361	총 합계	5,313,369	총 합계	4,091,479
중국	3,276,653	중국	2,713,803	중국	3,073,576	중국	2,657,716
한국	1,202,006	한국	2,117,796	한국	2,233,965	한국	1,386,192
대만	57,065	대만	28,500	말레이 시아	2,702	일본	38,534
말레이 시아	20,100	프랑스	9,233	일본	1,695	프랑스	2,893
프랑스	16,969	말레이 시아	6,359	프랑스	1,431	미국	1,946

출처 : 베트남 통계청 2015(HS CODE : 0709.59)

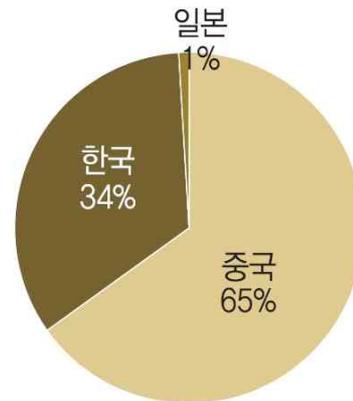
* HS CODE : 0709.59 ; 07.09 - 기타의 채소(신선 또는 냉장한 것에 한한다) / 0709.59 - 기타로 통계를 낸 자료이며 이는 버섯 뿐만 아니라 모든 기타의 채소류가 포함되어 있어 실제 버섯품목의 통계와는 상이할 수 있으므로 대략적인 한국의 점유율 정도로만 참고

< 버섯 수입산 시장 점유율 >

2011년 수입산 상위 3개국
버섯시장 점유율



2014년 수입산 상위 3개국
버섯시장 점유율



다. 4년간 꾸준한 수출 공약으로 베트남 현지 소비자들의 신뢰를 얻은 한국 버섯

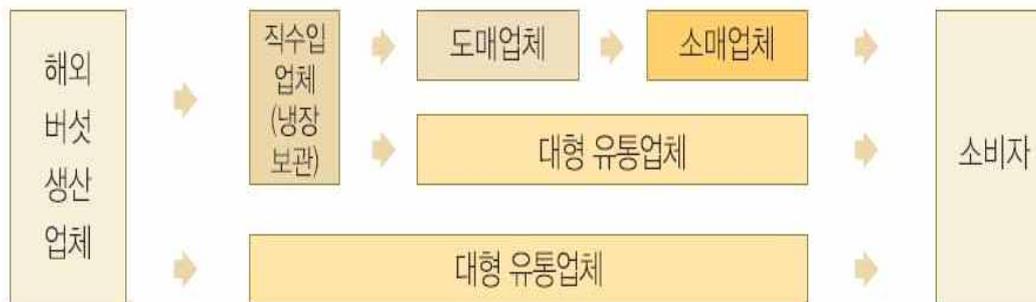
- 지난 4년간, 한국산 버섯은 對 베트남 수출 2위국으로 현지 소비자들의 신뢰를 얻고 있는 모습이다. 한국산 버섯의 총 수입액은 2011년 120만 2천 US\$에서 2013년 233만 3천 US\$로 약 46% 증가하였으나 2014년의 경우 한국 내 버섯 수요증가에 따라 수출 물량의 공급을 충분히 하지 못해, 138만 6천 US\$에 그쳐 전년대비 62%수준에 머물렀다.

3. 유통 동향

가. 유통 중 냉장보관이 신선도와 품질 유지의 관건

- 일반적으로 해외에서 팽이버섯의 유통과정은 냉장저장고에서 대형마트로 콜드체인 시스템 하에 운송되는 유통경로가 일반적이다. 그러나 베트남시장에서 버섯 유통은 대형마트의 경우는 냉장저장고에서 출고되어 냉장 탑차로 운송되어 공급 되지만, 도소매시장과 소규모 상점의 경우는 더운 기후에 노출된 상태로 유통되기 때문에 부패되기 쉬운 상황에 놓여있다.

< 수입산 버섯 유통구조 >



나. [Point] 베트남 팽이버섯 수입절차

- 베트남에 한국 버섯을 수출하기 위해 TCVN 5606, 5322 등 베트남 내 식품법인 국가품질기준을 통과해야 한다. 수출 시 식품의 샘플을 베트남품질기술원으로 보내 필요한 국가품질기준을 승인받아야 한다. 소요기간은 1~2주이다.

다. 하노이는 Biovegi 바이어가 강세

Biovegi Co., LTD	주소	<ul style="list-style-type: none"> • 하노이 : No 55, Alley 140/1 Nguyen Xien Street, Ha Dinh ward, Thanh Xuan District, Hanoi • 호치민 : No 41 Vo Thi S며, Da Kao Ward, District 1, Hochiminh City
	웹사이트	<ul style="list-style-type: none"> • www.biovegi.com.vn
	사업영역	<ul style="list-style-type: none"> • 2007년 설립 • 베트남, 중국산, 대만산 버섯 유통 • 일본 HOKTO 브랜드의 버섯을 공식적으로 수입

- 바이오베지사는 베트남 북부에서 가장 규모가 큰 버섯 유통업체이며, 하노이에 위치하고 있다. 주로 한국산 팽이버섯을 취급하고 있으나 베트남산과 중국산 및 대만산, 일본산 버섯도 함께 유통하고 있다. 일본산은 HOKTO 브랜드의 버섯을 공식적으로 수입

유통하고 있다. 바이오베지사는 한때 연간 한국으로부터 2천 톤의 물량과 3백만US\$ 정도를 수입하였지만, 현재는(2015년 11월 기준) 1천 톤, 150만US\$ 정도 수입하고 있다. 이는 수입 오더에 비하여 한국 버섯의 공급 부족으로 인하여 수입액이 크게 줄어들었기 때문이다.

라. 호치민은 Green Highland 바이어가 강세

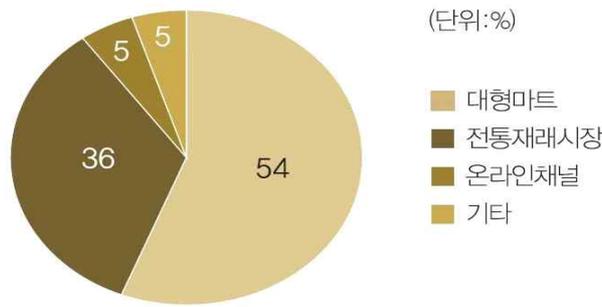
Green Highland Trading - Import and Export Co.,Ltd	주소	<ul style="list-style-type: none"> • 134 Tran Bibh Trong, Ward 01, Go Vap District, Hochiminh City
	웹사이트	<ul style="list-style-type: none"> • www.thucpham247.com
	사업영역	<ul style="list-style-type: none"> • 2009년 설립 • 버섯(팽이버섯) 및 채소를 수입하여 유통

- 그린하이랜드사는 호치민을 비롯한 베트남 남부에서 가장 규모가 큰 버섯 유통업체이며, 과거에는 다른 버섯류의 생산까지 담당했지만 현재는 유통만 하고 있는 회사이다. 한국산과 중국산 팽이버섯을 수입하고 있으며, 별도의 가공처리(가공 및 재포장, 라벨링 등) 없이 그대로 도매 및 소매시장, 식당 등에 판매하고 있다. 호치민 동쪽의 판타이(Phanm Thiet) 항구를 통해 한국으로부터 수입하고 있으며, 시장에 유통되기 전에 냉장저장창고에서 평균 20일 가량 저장하고 있다. 냉동저장고에서 도매시장, 마트, 대형식당 등으로 저녁에는 트럭으로 수송하며, 일부는 호치민 시내의 사업장으로 가져와 인근의 식당이나 슈퍼에 스티로폼에 담아 오토바이로 배달하고 있다. 호치민 시내의 사업장에서는 탕이나 샴프샴프에 사용될 수 있도록 여러 버섯 종류를 랩포장 형태로 재포장하는 작업을 진행하고 있으며, 주로 식당이나 마트로 납품이 되고 있다. 예전에는 한국산 팽이버섯과 다른 종류의 중국산 버섯, 베트남산 버섯들이 섞여 랩포장으로 제품을 만들었지만 현재는 그렇지 않은 상황이다.

마. 베트남 전역에서 쉽게 찾아볼 수 있는 한국산 팽이버섯

- 최근에는 한국산 팽이버섯 수입 증가와 현지인의 한국식품 관심 증가로 현지 채널이 확대되어 현지 대형마트 및 재래시장에서 한국산 팽이버섯을 쉽게 찾아볼 수 있다. 베트남에서 유통되는 팽이 버섯의 54%는 대형마트, 36%는 재래시장에 판매되고 있다. 대형마트의 유통 비중이 높은 이유는 대형마트는 전통시장에서 유통되는 제품에 비해 품질이 우수하며 위생적으로 관리가 되어 있다는 인식이 높기 때문이다. 현재 대형마트에서는 대부분 수입 제품 혹은 브랜드 제품의 팽이버섯이 유통되는 반면, 재래시장에서는 대부분 값이 저렴하며 브랜드가 없는 팽이버섯 제품이 유통되고 있다.

< 2014년 베트남 팥이 버섯 유통 현황 >



바. 전통시장에서는 다른 종류의 채소와 섞여 판매, 대형마트는 냉장 보관하여 판매

- 전통시장에서 유통되는 팥이버섯은 다른 종류의 채소와 섞여서 판매되며 냉장 시설 미흡으로 더운 날씨의 환경 그대로 노출되어 판매되고 있다. 이에 반해 대형마트에는 버섯 코너가 분리되어 있으며, 냉장 보관되어 신선한 품질로 유지되고 있다.

<하노이 지역 팥이버섯 유통비중>



<호치민 지역 팥이버섯 유통비중>



사. 하노이에서는 한국산 팥이버섯이 강세, 호치민에서는 중국산 팥이버섯이 강세

- 지리적으로 긴 지형을 가진 베트남은 지역별 유통 비중의 차이가 존재한다. 북부지역의 하노이에서는 중국과의 근접한 지리적 조건으로 국가적 마찰 및 분쟁으로 인한 반중감정이 존재한다. 이것의 영향으로 한국산 농산물 인기가 상대적으로 높아 수입 팥이버섯시장의 80%를 차지하고 있다. 하지만 열대 기후 남쪽지역의 호치민에서는 중국산에 대한 거부감이 덜하며, 냉장 진열대가 없는 재래시장으로의 유통시에는 유통기간이 긴 제품을 바이어들이 선호하기 때문에 중국산이 수입팥이버섯 시장의 80%를 차지하고 있다.

4. 주요 제품 동향

가. 팡이버섯은 한국산이 가장 좋은 제품으로 인식되며 구매 1순위 제품

○ 베트남 현지 소비자들의 인터뷰에 따르면, 팡이버섯 제품에서 한국산이 가장 품질이 좋다고 생각하고 있다. 소비자들이 식품 구매 시 가장 중요하게 생각하는 식품의 안전성 및 품질이 중국산보다 높기 때문이다. 이러한 요인으로 팡이버섯 구매 시 한국산을 가장 먼저 고려하고, 차선택으로 가격이 저렴한 중국산을 선택하여 구매하고 있다.

나. 북부시장은 소포장 팡이버섯 선호, 남부시장은 샴브샴브용 다포장 선호

○ 베트남 팡이버섯 주요 시장인 하노이시와 호치민시에서 제품 선호도 차이가 존재한다. 북부시장은 소포장(150g~200g)이 되어있는 제품이 많이 소비되고 있으며, 남부시장은 소포장 선호도가 높지만, 여러 버섯을 포장한 패키지포장이 더욱 선호되고 있다. 그 이유는 베트남 주요 식사 메뉴인 샴브샴브에 넣어 먹기 위해 패키지 포장의 된 제품을 주로 소비하고 있기 때문이다.

< 주요 경쟁국별 요소 경쟁력 비교표 >

국가별	한국산	중국산	베트남산
유통	40%	55.4%	4.6%
가격(VND) /용량	14,000 중국산 대비 경쟁력 열위	18,000~22,000 저렴한 가격으로 경쟁력 우위	12,000 저렴한 가격으로 경쟁력 우위
용량	150g	200g	150g
품질	식품의 안전성 높음	제품의 신선도가 높음 (베트남과 지리적으로 가까워 유리한 조건)	품질이 낮음
포장	약한 진공 포장, 깔끔한 디자인 및 식품 정보가 명시	강한 진공 압축포장으로 유통기간이 김, 심플한 포장 및 베트남어로 식품 설명이 되어 있음	강한 진공 압축 포장으로 유통기간이 김, 한국산을 모방했지만 포장이 깔끔하지 않음
소비자 만족도	우수한 품질로 소비자들의 만족도가 높은 편이며, 신뢰가 형성되어 만족도가 높음	저렴한 가격으로 만족하나, 식품 위생 및 안전성에 대해 불만족	비교적 만족하나, 수확량이 적어 쉽게 구매하지 못함
FTA 관세	5%	ACFTA(중국-아세안FTA) 0% (지난 4년 동안 수입 관세가 0%)	-
FTA 경쟁력	AKFTA 및 VKFTA에 따라, 관세가 5%로 인하됨	ACFTA가 적용되어 관세율 0% 조건으로 경쟁력 우위	-

Customer value
연중 꾸준한 물량 공급을 통해 바이어에게 신뢰를 주어야
<ul style="list-style-type: none"> ○ 식품안전성을 중요시하는 베트남 소비자들에게 한국산 팡이버섯은 선호되는 상품이며, 이 점을 알기 때문에 현지 바이어들 또한 한국산 팡이버섯 수입을 늘리고 싶어한다. ○ 하지만 한국산 팡이버섯의 가장 큰 단점은 꾸준하게 물량공급이 이루어지고 있지 않은 점이다. ○ 베트남에 수출되는 물량을 따로 확보해 두는 등의 방법을 통해 연중 꾸준한 물량을 공급함으로써 현지 바이어들에게 신뢰를 줄 필요가 있다.
Cost
한국산 팡이버섯은 최대 경쟁국인 중국산 대비 관세율이 높아 가격경쟁력이 떨어져
<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국산 팡이버섯의 가격은 중국산과 비슷하지만, FTA 적용 관세율에서 차이가 있어 가격 경쟁력이 떨어지는 모습이다.(중국산 0%, 한국산 5%) ○ 2015년까지 상호주의제도에 의해 15%의 관세를 지불하던 한국산 팡이버섯은 AKFTA가 발효됨에 따라 관세가 5%로 낮아지고, 2018년 이후에는 완전히 사라지게 되어 중국산과의 가격 경쟁에 나설 수 있게 되었다.
Convenience
더운 날씨와 냉장시설이 미흡한 베트남 현지 유통시설. 압축 진공포장을 통해 유통기간을 더욱 늘려 현지 소비자에게 찾아가야
<ul style="list-style-type: none"> ○ 날씨가 매우 무덥고 냉장시설이 미흡한 대다수의 현지 유통채널의 경우 냉장 보관이 되지 않아 위생상태 유지에 취약한 모습이다. ○ 타 국가산(특히 중국산) 제품에 비해 포장의 압축 정도가 낮다보니 유통기간이 짧은 문제가 있어 중국산 제품에 시장점유율을 많이 빼앗긴 상황이다. ○ 현지 유통채널에 냉장 시설을 지원하고, 압축 진공포장을 하여 제품의 유통기한을 늘려 소비자들이 안심하고 제품을 구매할 수 있도록 해야한다.
Communication
현지 판촉 및 홍보행사의 효과가 매우 좋아
<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국산 팡이버섯은 베트남에서 지난 4년간 꾸준한 홍보활동과 수출 공약을 통해 높은 신뢰도가 형성되어 있다. ○ 베트남에서 한국산 팡이버섯의 정기적인 판촉 행사가 필요한 시점이다.

다. [유통] 지역별 현지 니즈(Needs)를 고려한 수출 전략이 필요

- 지리적, 그리고 문화적인 차이에 따라 북부와 남부지방의 버섯 수요가 다른 모습을 볼 수 있다. 북부지방의 경우 중국과의 국경이 가깝기 때문에 반중 감정이 영향을 끼치고, 또한 남부지방보다는 원만한 기후 덕에 한국산 팽이버섯이 더 우세한 상황이다. 하지만 남부지방의 경우 열대기후에 의한 더운 환경과, 냉장 유통시설이 대도시인 호치민과 일부 지역을 제외하면 부족한점, 그리고 샴브샴브를 주로 먹어 다양한 버섯이 함께 포함되어 있는 패키지 상품을 많이 찾는 이유 등으로 압축포장 유통비중이 더 큰 중국산 버섯이 더 시장을 차지한 모습이다. 이에 따라 지역별 유통현황과 현지 소비자의 니즈(Needs)를 고려한 수출 전략이 필요하다.

라. 유통 확대가 필요하나, 겨울에 공급이 원활하지 못한 애로사항이 있어

- 팽이버섯 수출업체의 인터뷰에 따르면 베트남의 수요에 맞게 원활하게 공급되고 있는 편이나, 겨울에는 공급을 맞추기 어려운 상황으로 수출 시 가장 큰 애로사항으로 꼽았다. 겨울에 공급을 맞추기 어려운 원인으로는 국내와 베트남 시장 모두 겨울이 성수기로 한국 내 수요가격이 높아, 상대적인 가격 손해 발생으로 수출을 꺼리는 경우가 있기 때문이다. 현재 성수기에 약 70% 정도만 수요에 맞출 수 있는 상황이며, 연중 바이어들에게 꾸준한 물량공급을 하지 못하는 것이 유통비중을 늘리는 것에 있어 가장 큰 애로사항이라고 답했다.

마. [포장] 한국산 반진공 포장법이 버섯 생리에 맞는 포장법이지만, 더운 현지 유통 상황과 맞지 않는 포장법으로 개선이 필요

- 버섯은 포장된 상태에서도 생육이 진행되기 때문에 한국산 포장법이 정석이고 옳은 방법이다. 즉 신선도나 안전성 측면에서도 바람직한 방법이며, 포장지도 중국산보다 더 두껍고 좋은 재질로 사용하고 있다. 그러나 베트남 남부처럼 열대지방에서는 유통기간이 긴 제품이 도소매상인들에게 더 선호되고 있고(냉장진열대가 없는 전통시장의 경우 특히 중국산을 더 선호) 대부분의 베트남 소비자들도 밀착포장이나 진공 포장된 제품이 더 안전하고 신선도가 오래 유지된다고 인식하고 있다. 따라서 한국식 포장방법 보다는 현지 상황을 고려하여 포장법을 바꾼다면 수요가 더 증대될 것으로 전망된다.

바. [품질] 베트남 소비자의 한국산 품질에 대한 신뢰도가 높아 전통시장에서 유통되는 제품의 신선도 유지가 중요

- 한국산 팽이버섯은 식품 안전성 측면에서 중국산 보다 높은 경쟁력을 가지고 있지만, 신선도 유지에서는 중국산에 비해 경쟁력이 열위에 있다. 중국산이 베트남과 중국의 근접한 지리적 조건으로 운송기간(보통 중국3일, 한국 7일)이 짧으며, 진공포장의 방식

으로 열대지역인 베트남에서 신선도를 오랫동안 유지할 수 있어 한국산에 비해 경쟁력이 높다. 냉장보관이 미흡한 전통시장에서 신선함을 유지할 수 있는 포장방식으로 바꾸어 진출한다면, 향후 안전성이 높은 한국산 팥이버섯의 소비가 증가할 것으로 예상된다.

사. [마케팅] 한국산 팥이버섯, 베트남에서 4년간의 수출 공략으로 얻은 높은 소비자 신뢰도 보유

- 한국산 팥이버섯은 지난 4년 동안 지속적인 현지시장 공략으로 소비자들에게 높은 신뢰도를 얻은 모습이다. 꾸준한 판촉전과 지속적인 물량 공급으로 한국산 팥이버섯은 더 이상 소비자들에게 낯선 식품이 아니며, 오히려 좋은 품질과 적절한 가격대의 유지로 소비자들에게 사랑받고 있는 제품이 되었다. 지금과 같은 꾸준한 홍보와 판촉 행사를 통해 소비자들에게 신뢰를 잃지 않고 유지한다면 수출이 지속적으로 증가할 것으로 전망된다.

아. 현지 판촉전 홍보 행사 효과 GOOD

- 팥이버섯 주요 수출업체인 H사는 베트남 현지에서 연 1~2회의 판촉전을 자체비용과 정부 지원을 통해 시행하고 있다. 현지의 롯데마트를 비롯한 대형 유통업체 위주로 9회의 판촉전 및 시식 홍보전을 진행하였으며, 행사에 대한 현지 바이어들과 소비자들의 반응이 뜨거웠던 것으로 나타났다.

< 베트남 버섯 판촉전 >



2014년 호치민 롯데마트에서 열린 버섯 판촉전으로 H사가 주최하여 열렸다.

자아. [FTA 관세 및 경쟁력] 상호주의제도의 완화 및 양자간 FTA 발효로 관세 혜택을 볼 수 있어

- 2015년도까지 한국산 버섯은 상호주의제도에 의해 AKFTA 관세를 적용 받지 못하였기에, 주요 경쟁국인 중국과 비교해 관세 경쟁력이 매우 불리하였다. 그러나 재협상을 통해 상호주의제도가 완화되면서, 2016년도부터는 AKFTA 관세율 5%를 적용받을 수 있게 되었다. 또한 양자간 FTA(VKFTA)의 발효로 VKFTA 활용 시에도, AKFTA 관세율과 동일한 5%의 관세율이 적용된다. 비록 아직까지는 중국산 대비 한국산의 관세가 높지만, 종전(2016년도 이전)과 비교하여 한국산의 가격경쟁력이 높아질 것으로 전망된다.

2절. 싱가포르

1. 시장조사

- 싱가포르는 동양적인 문화의 영향으로 버섯이 많이 소비되고 있으며 국내에서는 재배되는 물량이 없어 대부분 수입에 의존하고 있음
 - 팡이버섯, 느타리버섯, 표고버섯, 새송이버섯 등을 시중에서 찾아볼 수 있으며 한국산 버섯 또한 쉽게 접할 수 있음
 - 버섯은 그간 주로 요리의 재료로 사용되어 왔지만 최근 한국식 BBQ의 영향으로 버섯을 구워먹는 문화도 퍼지고 있음
- 팡이버섯은 ENOKI라 불리며 대만산이 가장 많이 팔리며 가격은 천차만별임
 - 가장 대중적인 팡이버섯의 경우 0.9SGD~3.5SGD까지 다양한 가격대의 제품이 들어와 있음
 - 일본산이 가장 비싸게 팔리고 있으나 가격이 너무 높아 일부 프리미엄 매장을 제외하고는 쉽게 찾아보기 어려움
- 한국이 가장 우위를 점하고 있는 버섯은 새송이 버섯으로, 한국산 Greeco 브랜드를 쉽게 찾아볼 수 있음(K-Mush)
 - 한국산 새송이 버섯의 가격은 제품별로 다르지만 현지 소비자가 느끼기에 ‘통상적인’ 가격 수준으로 형성되어 있어 소비자가 구매하는데 부담이 적은 것으로 분석됨
- 버섯 가공품의 경우 통조림 형태로 주로 판매되고 있으며 그 외 조미료, 기름류, 파스타, 제과·제빵류 등의 형태로 판매되고 있음
 - 원산지는 중국에서 제조된 제품이 다수였으며 그 외 말레이시아, 미국, 영국 등이 있음

< 싱가포르 내에서 판매되고 있는 버섯 및 버섯 가공품 >

제품사진	제품정보	제품사진	제품정보
신선버섯			
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 느타리버섯 ▶ 브랜드 : Levarht ▶ 원산지 : 네덜란드 ▶ 중량 : 125g ▶ 가격 : 8.95 SGD ▶ 판매처 : Cold Storage 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 새송이버섯 ▶ 브랜드 : Greenco ▶ 원산지 : 한국 ▶ 중량 : 300g ▶ 가격 : 5.95 SGD ▶ 판매처 : Cold Storage, Fairprice Finest
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 새송이버섯 ▶ 브랜드 : Greenco ▶ 원산지 : 한국 ▶ 중량 : 200g ▶ 가격 : 2.4 SGD ▶ 판매처 : Fairprice Finest 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 팽이버섯 ▶ 브랜드 : Unzen Enoki Daje ▶ 원산지 : 일본 ▶ 중량 : 200g ▶ 가격 : 2.9 SGD ▶ 판매처 : Fairprice Finest
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 팽이버섯 ▶ 브랜드 : Fairprice Fines ▶ 원산지 : 대만 ▶ 중량 : 300g ▶ 가격 : 1.35 SGD ▶ 판매처 : Fairprice Finest 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 팽이버섯 ▶ 브랜드 : Enoki ▶ 원산지 : 대만 ▶ 중량 : 200g ▶ 가격 : 0.95 SGD ▶ 판매처 : Fairprice
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 팽이버섯 ▶ 브랜드 : Enoki ▶ 원산지 : 대만 ▶ 중량 : 200g ▶ 가격 : 2.45 SGD ▶ 판매처 : Cold Storage 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 팽이버섯 ▶ 브랜드 : Enoki Japan ▶ 원산지 : 일본 ▶ 중량 : 200g ▶ 가격 : 3.45 SGD ▶ 판매처 : Cold Storage
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 느타리버섯 ▶ 브랜드 : Fresh Pack ▶ 원산지 : 말레이시아 ▶ 중량 : 150g ▶ 가격 : 2.2 SGD ▶ 판매처 : Cold Storage 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 표고버섯 ▶ 브랜드 : Greenco ▶ 원산지 : 한국 ▶ 중량 : 200g ▶ 가격 : 2.3 SGD ▶ 판매처 : Fairprice

제품사진	제품정보	제품사진	제품정보
버섯 가공품			
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Narciss Whole Mushroom ▶ 브랜드 : Narcissus ▶ 원산지 : 중국 ▶ 중량 : 425g ▶ 가격 : 1.5 SGD ▶ 판매처 : Fairpice ▶ 제품특징 : 통조림 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Mili Straw Mushrooms ▶ 브랜드 : Mili ▶ 원산지 : 중국 ▶ 중량 : 425g ▶ 가격 : 1.2 SGD ▶ 판매처 : Fairpice ▶ 제품특징 : 통조림
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : McCormick Mushroom Gravy Seasoning Mix ▶ 브랜드 : McCormick ▶ 원산지 : 필리핀 ▶ 중량 : 25g ▶ 가격 : 2.6 SGD ▶ 판매처 : Fairpice ▶ 제품특징 : 식재료 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Knorr Soup Mix (Halal) ▶ 브랜드 : Knorri ▶ 원산지 : 말레이시아 ▶ 중량 : 58g ▶ 가격 : 2 SGD ▶ 판매처 : Fairpice ▶ 제품특징 : 통조림
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Narciss Pork Leg with Mushroom ▶ 브랜드 : Narcissus ▶ 원산지 : 중국 ▶ 중량 : 397g ▶ 가격 : 4.05 SGD ▶ 판매처 : Fairpice ▶ 제품특징 : 통조림 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Kallo Organic Mushroom Stock Cubes ▶ 브랜드 : Kallo ▶ 원산지 : 독일 ▶ 중량 : 66g ▶ 가격 : 4.9 SGD ▶ 판매처 : Fairpice ▶ 제품특징 : 조미료
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Sliced mushroom ▶ 브랜드 : Essential eday ▶ 원산지 : 미국 ▶ 중량 : 4.5oz ▶ 가격 : 2.9 SGD ▶ 판매처 : Market Place by Jasons ▶ 제품특징 : 통조림 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : mushroom soup ▶ 브랜드 : Yorkshire ▶ 원산지 : 영국 ▶ 중량 : 600g ▶ 가격 : 52.9 SGD ▶ 판매처 : Market Place by Jasons ▶ 제품특징 : 통조림 수프

제품사진	제품정보	제품사진	제품정보
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Whole Button Mushrooms ▶ 브랜드 : Sainburys ▶ 원산지 : 네덜란드 ▶ 중량 : 290g ▶ 가격 : 25.4 SGD ▶ 판매처 : Market Place by Jasons ▶ 제품특징 : 통조림 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Jar Yok W/Mushroom ▶ 브랜드 : S khonkaen ▶ 원산지 : 태국 ▶ 중량 : 250g ▶ 가격 : 33.9 SGD ▶ 판매처 : Market Place by Jasons ▶ 제품특징 : 냉동식품
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Porcini Mushroom Oil ▶ 브랜드 : Drogheria & Ali ▶ 원산지 : 이탈리아 ▶ 중량 : 80ml ▶ 가격 : 34 SGD ▶ 판매처 : Market Place by Jasons ▶ 제품특징 : 기름 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Mushroom Macaroni ▶ 브랜드 : Knorr ▶ 원산지 : 홍콩 ▶ 중량 : 80g ▶ 가격 : 5.9 SGD ▶ 판매처 : Market Place by Jasons ▶ 제품특징 : 파스타
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Mushroom & Tarragon Soup ▶ 브랜드 : Sainburys ttd ▶ 원산지 : 영국 ▶ 중량 : 400g ▶ 가격 : 49 SGD ▶ 판매처 : Market Place by Jasons ▶ 제품특징 : 통조림 수프 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Dark Soy Mushroom ▶ 브랜드 : Pr Bridge ▶ 원산지 : 중국 ▶ 중량 : 500ml ▶ 가격 : 12.9 SGD ▶ 판매처 : Market Place by Jasons ▶ 제품특징 : 간장
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Mushroom & Cream Snack ▶ 브랜드 : Maretti ▶ 원산지 : 이탈리아 ▶ 중량 : 70g ▶ 가격 : 2.3 SGD ▶ 판매처 : Isetan Supermarket ▶ 제품특징 : 제과류 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Olive Vegetable with Mushroom ▶ 브랜드 : AAA ▶ 원산지 : 중국 ▶ 중량 : 180g ▶ 가격 : 1.25 SGD ▶ 판매처 : Fairpice ▶ 제품특징 : 올리브(병)

제품사진	제품정보	제품사진	제품정보
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Wholemeal Mushroom Bun 9S ▶ 브랜드 : New Moon ▶ 원산지 : 말레이시아 ▶ 중량 : 270g ▶ 가격 : 1.2 SGD ▶ 판매처 : Fairprice ▶ 제품특징 : 즉석식품 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Cream Of Mushroom(Organic) ▶ 브랜드 : Amy's Organic Soups ▶ 원산지 : 미국 ▶ 중량 : 400g ▶ 가격 : 6.95 SGD ▶ 판매처 : Fairprice ▶ 제품특징 : 통조림
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Mini Oat Bun - Mushroom (Halal) ▶ 브랜드 : Fairprice ▶ 원산지 : 말레이시아 ▶ 중량 : 270g ▶ 가격 : 2.7 SGD ▶ 판매처 : Fairprice ▶ 제품특징 : 빵류 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Cream of Mushroom (Halal) ▶ 브랜드 : Fassler ▶ 원산지 : 싱가포르 ▶ 중량 : 500g ▶ 가격 : 4 SGD ▶ 판매처 : Fairprice ▶ 제품특징 : 수프

2. 소비자 설문조사

□ 조사개요

○ 조사목적

- 싱가포르로의 버섯 및 버섯 가공품 수출을 확대하고자 싱가포르 내 소비자들을 대상으로 버섯 및 버섯 가공품에 대한 선호도 및 수요를 간단하게 파악하고자 함
- 아울러 현재 판매되고 있는 버섯 및 버섯 가공품에 대한 애로사항을 파악하여 이를 개선할 수 있는 기술방안을 마련하고자 함

○ 조사시기

- 2017년 7~8월

○ 조사대상

- 싱가포르 내 소비자 중 버섯 및 버섯 가공품을 구매 또는 섭취한 경험이 있는 소비자 중 20명을 무작위로 선정하였음
- 소비자 20명은 현지인 6명, 교민 14명임

○ 조사내용

- 조사내용은 크게 9가지 부분으로 이루어지는데 1) 버섯에 대한 선호도, 2) 선호요인, 3) 강점, 4) 한계점, 5) 판매 증진 방안, 6) 맛 애로사항, 7) 포장 애로사항, 8) 버섯 가공품, 9) 기타 애로사항임

○ 조사방법

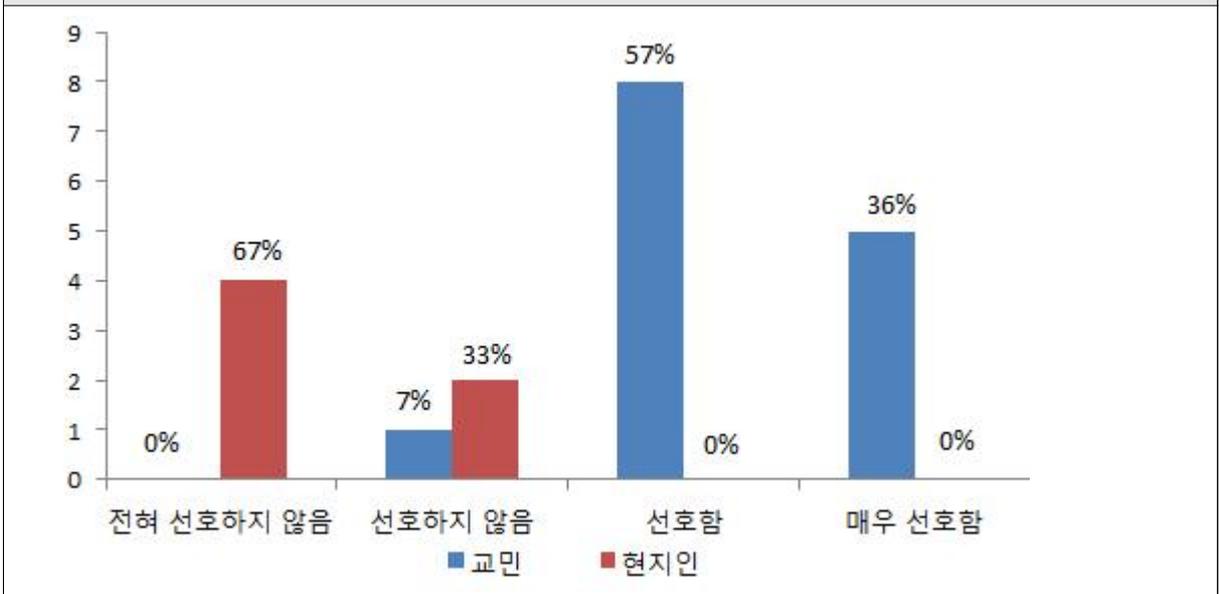
- 현지 마트, 한인식당, 수입업체, 간담회 등에서 질문지를 통해 대면으로 서면응답 조사를 실시하였으며 필요한 경우 구두로 질의응답을 실시하였음

□ 조사결과

○ 선호도

- 버섯에 대한 선호도에 있어서 교민들은 약 93%(13명)가 선호하는 것으로 응답한 반면 현지인들 중에는 버섯을 선호한다는 응답이 없었음
- 이는 싱가포르로의 버섯 수출에 있어서 교민뿐만 아니라 싱가포르 소비자들의 입맛과 취향도 맞추기 위해 해당 소비자들의 선호도에 맞춘 버섯 및 버섯 가공품 개발이 필요함을 시사함

문항 1. 버섯에 대한 일반적인 선호도



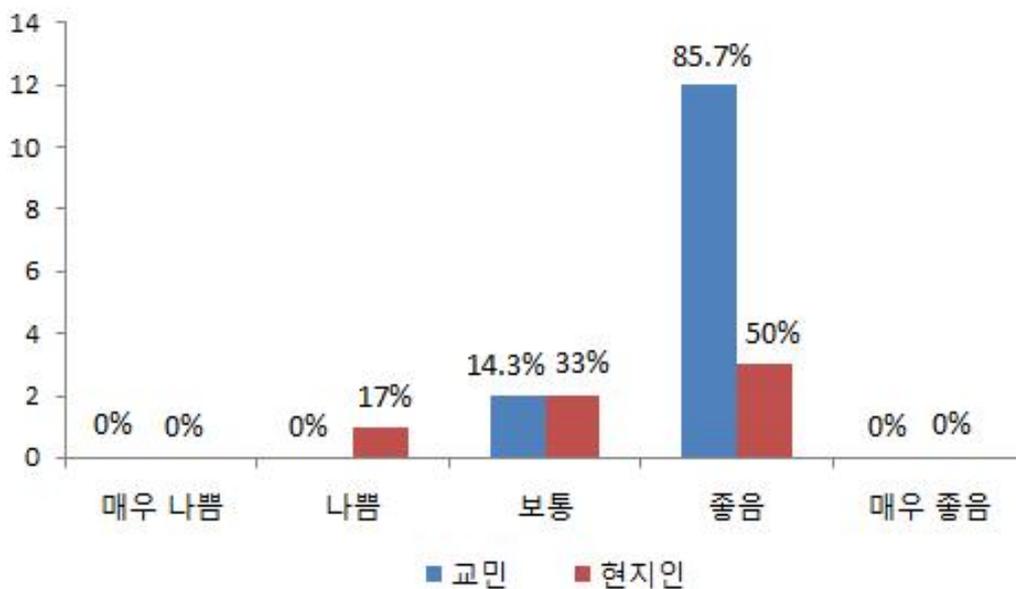
구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
전혀 선호하지 않는다	0	0	4	67	4
선호하지 않는다	1	7	2	33	3
선호한다	8	57	0	0	8
매우 선호한다	5	36	0	0	5
총합	14	100	6	100	20

○ 선호요인

● 맛

- 버섯의 맛에 대한 조사에서 교민들은 85.7%(12명)가 좋다고 응답한 반면, 현지인들은 50%(3명)가 좋다고 응답하였으며 17%(1명)가 나쁘다고 응답함
- 이는 현지인들의 반응을 보다 더 긍정적으로 전환시키기 위해 그들의 입맛에 맞게 현지의 요소를 가미하여 버섯 및 버섯 가공품을 개발하여야 함을 시사함

문항 2-1. 버섯에 대한 선호 요인 : 맛

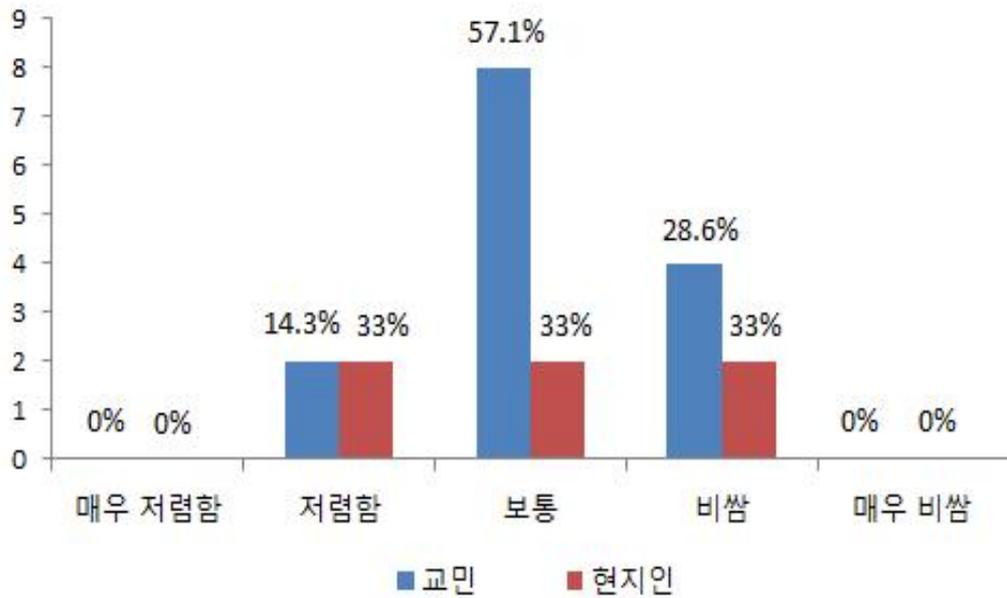


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
매우 나쁨	0	0	0	0	0
나쁨	0	0	1	17	1
보통	2	14	2	33	4
좋음	12	86	3	50	15
매우 좋음	0	0	0	0	0
총합	14	100	6	100	20

● 가격

- 버섯의 가격에 대한 평가에 있어서 교민들과 현지인들 두 집단 모두에서 각각 28.6%(4명), 33%(2명)로 상당한 비율이 비싸다고 응답함
- 이는 버섯 및 버섯 가공품 수출에 있어 가격 경쟁력 확보를 위해 가격 인하를 위한 원가 절감 등의 노력이 수반되어야 함을 시사함

문항 2-2. 버섯에 대한 선호 요인 : 가격

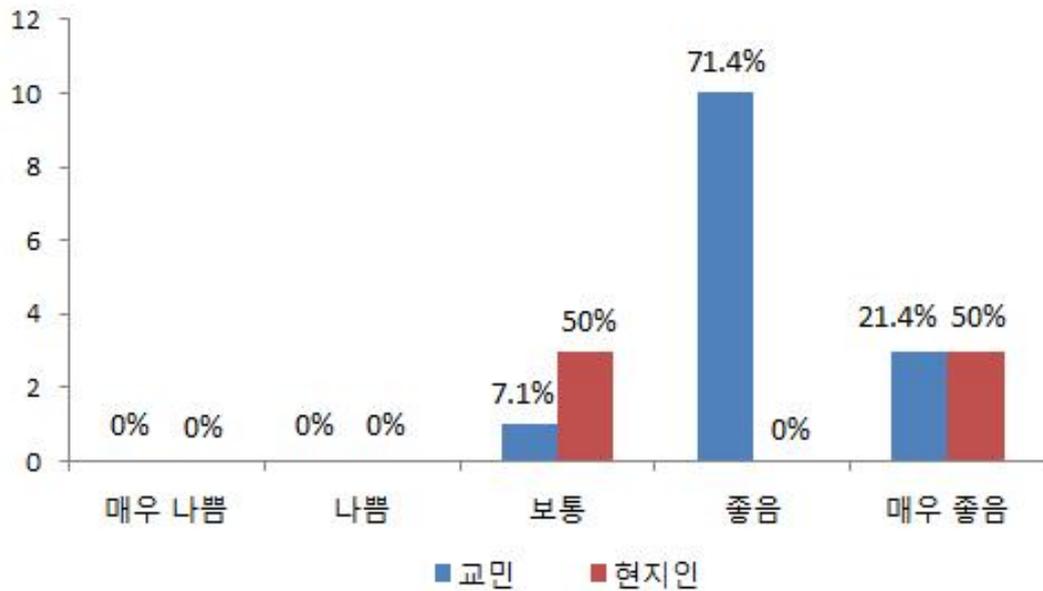


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
매우 저렴함	0	0	0	0	0
저렴함	2	14	2	33	4
보통	8	57	2	33	10
비쌌	4	29	2	33	6
매우 비쌌	0	0	0	0	0
총합	14	100	6	100	20

● 건강/영양

- 버섯에 대한 건강/영양에 대한 조사에서 교민들과 현지인들 두 집단 모두 보통 이상의 반응을 보였으며 좋음 이상으로 응답한 비율이 각각 92.8%(13명), 50%(3명)로 높게 나타남
- 이는 버섯 수출에 있어서 높은 영양을 가능케 하는 재료와 레시피를 현지에서까지 유지할 수 있는 방법 강구와 ‘웰빙 식품’이라는 메시지 전달이 수반되어야 함을 시사함

문항 2-3. 버섯에 대한 선호 요인 : 건강/영양

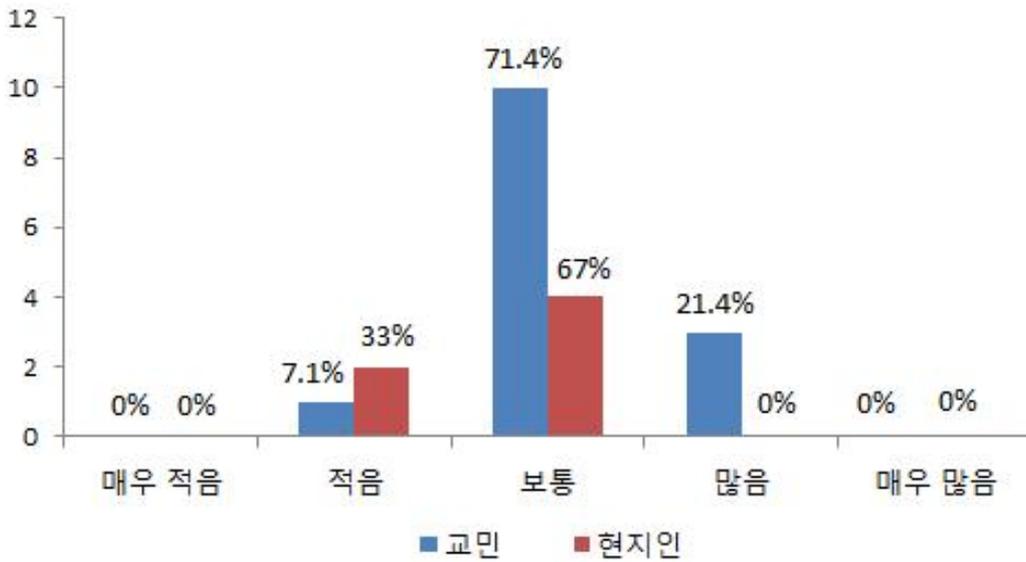


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
매우 나쁨	0	0	0	0	0
나쁨	0	0	0	0	0
보통	1	7	3	50	4
좋음	10	71	0	0	10
매우 좋음	3	21	3	50	6
총합	14	100	6	100	20

● 용량/크기

- 교민들의 경우 버섯의 양이 적다고 느끼는 비율이 7.1%(1명)로 작은 반면, 현지인들의 경우 양이 많다는 응답이 없었으며 적다는 응답이 33%(2명)로 그 비율이 상당함
- 이는 현지인들의 양에 대한 요구를 충족시키기 위해 동일 종류에 대한 현지인들의 식사량 조사를 통한 버섯 제품의 용량 조절이 필요함을 시사함

문항 2-4. 버섯에 대한 선호 요인 : 용량/크기

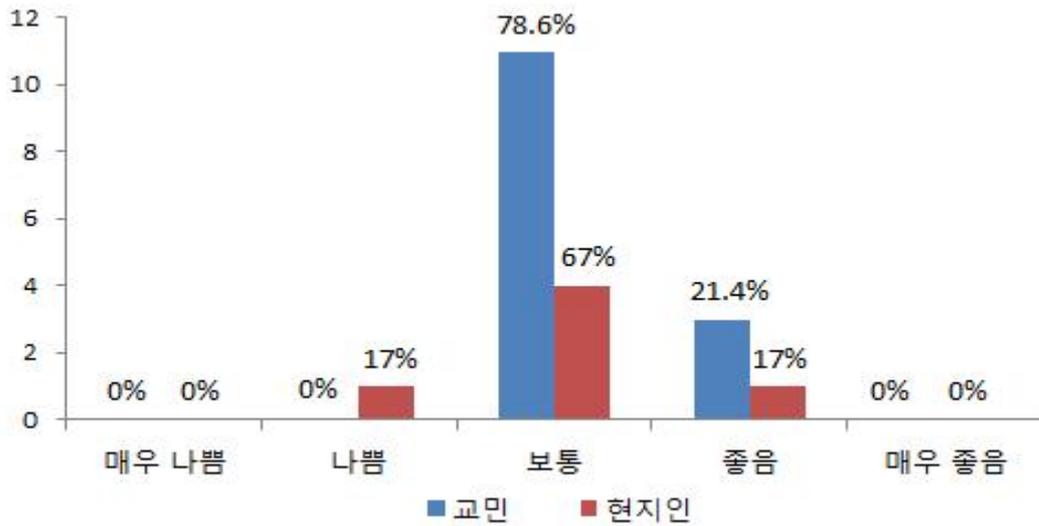


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
매우 적음	0	0	0	0	0
적음	1	7	2	33	3
보통	10	71	4	67	14
많음	3	21	0	0	3
매우 많음	0	0	0	0	0
총합	14	100	6	100	20

● 포장/외관

- 버섯 제품의 포장/외관에 대한 조사에서 교민들과 현지인들 두 집단 모두 보통이라는 응답 비율이 각각 78.6%(11명), 67%(4명)로 높으며 좋다는 응답 비율은 상대적으로 작게 나타남
- 이는 버섯 제품 수출 시 교민과 현지인 양 집단 모두에서 외적 이미지에 대한 긍정적인 반응을 이끌어내기 위해 편리함과 이미지 향상의 두 가지 측면을 모두 고려한 개선이 필요함을 시사함

문항 2-5. 버섯에 대한 선호 요인 : 포장/외관

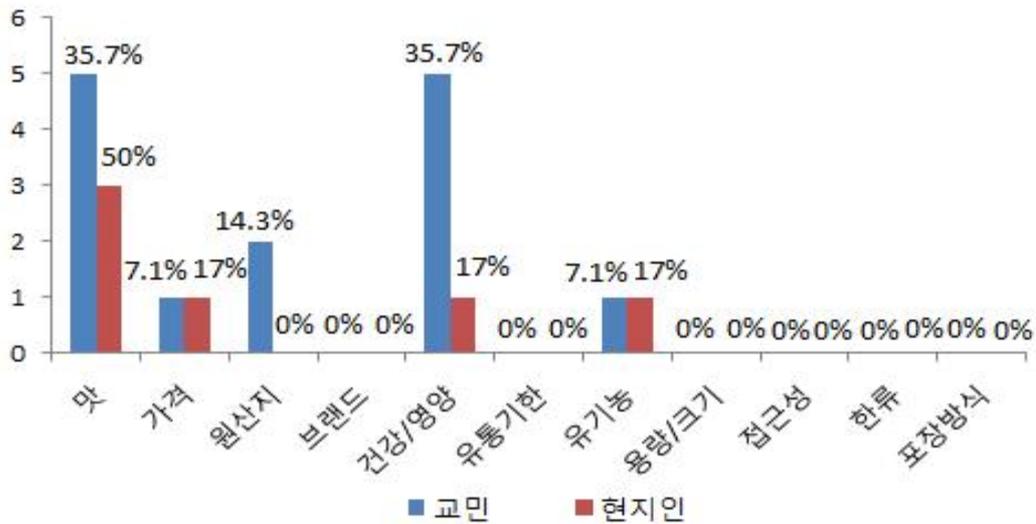


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
매우 나쁨	0	0	0	0	0
나쁨	0	0	1	17	1
보통	11	79	4	67	15
좋음	3	21	1	17	4
매우 좋음	0	0	0	0	0
총합	14	100	6	100	20

○ 강점 : 1순위

- 교민들에 대한 조사에서는 버섯 제품의 강점 1순위를 맛과 건강/영양이라고 응답한 비율이 각각 35.7%(5명)로 높게 나타났고, 현지인들에 대한 조사에서는 맛이 50%(3명)으로 가장 높게 나타났음
- 이는 버섯 제품의 강점이 맛과 영양가라는 제품 자체의 속성이므로 그러한 장점을 살리기 위한 버섯 및 버섯 가공품 자체에 대한 지속적인 개발이 이루어져야 함을 시사함

문항 3-1. 버섯의 강점 : 1순위

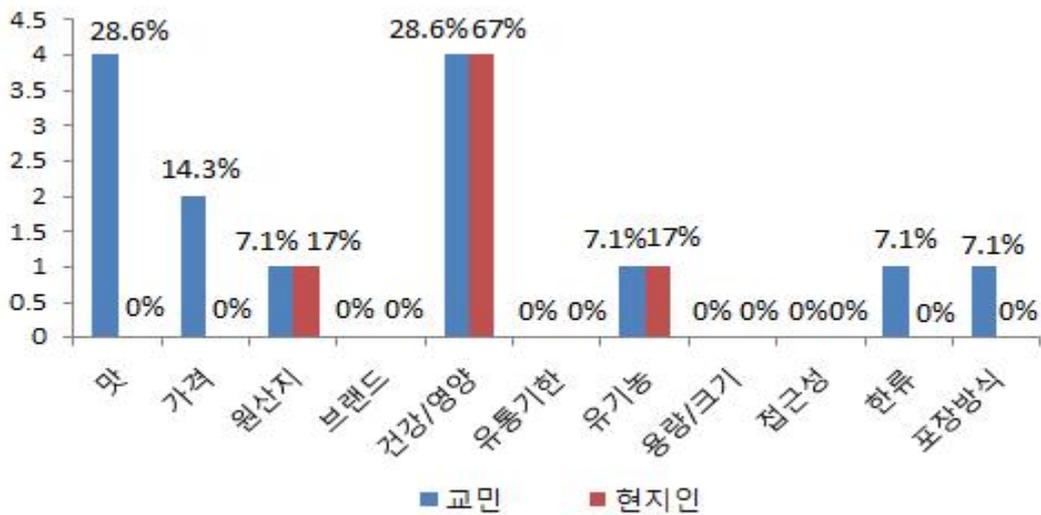


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
맛	5	36	3	50	8
가격	1	7	1	17	2
원산지	2	14	0	0	2
브랜드	0	0	0	0	0
건강/영양	5	36	1	17	6
유통기한	0	0	0	0	0
유기농	1	7	1	17	2
용량/크기	0	0	0	0	0
접근성	0	0	0	0	0
한류	0	0	0	0	0
포장방식	0	0	0	0	0
총합	14	100	6	100	20

○ 강점 : 2순위

- 교민들에 대한 조사에서는 2순위에서도 맛과 건강/영양이라는 응답이 높은 비율을 차지하였고 가격, 원산지, 유기농, 한류 등 다양한 응답이 나타났으며 현지인들에 대한 조사에서는 2순위에서도 건강/영양이라는 응답이 67%(4명)로 지배적이었고 원산지, 유기농이라는 응답이 뒤를 이음
- 이는 두 집단 모두에서 공통적으로 원산지와 유기농이라는 응답이 나타나므로 버섯 가공품 포장에서 원산지와 성분 표기를 명확히 하고 버섯의 친환경적인 재배 법 개발에 집중하여야 함을 시사함

문항 3-2. 버섯의 강점 : 2순위

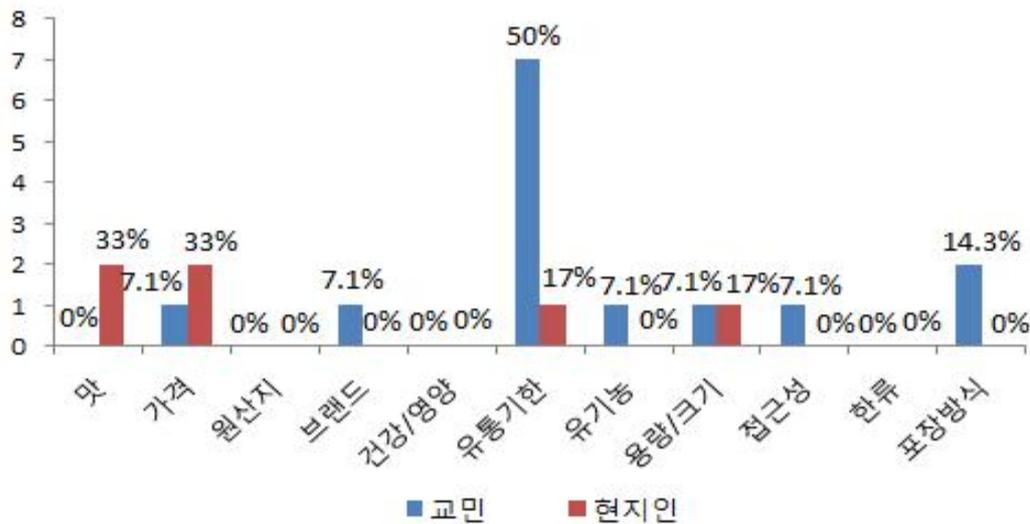


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
맛	4	29	0	0	4
가격	2	14	0	0	2
원산지	1	7	1	17	2
브랜드	0	0	0	0	0
건강/영양	4	29	4	67	8
유통기한	0	0	0	0	0
유기농	1	7	1	17	2
용량/크기	0	0	0	0	0
접근성	0	0	0	0	0
한류	1	7	0	0	1
포장방식	1	7	0	0	1
총합	14	100	6	100	20

○ 한계점 : 1순위

- 버섯 제품의 한계점에 대한 조사에서 1순위로 교민들의 50%(7명)가 유통기한이라 응답하였고, 현지인들 중 맛과 가격이라고 응답한 비율이 각각 33%(2명)이었음
- 이는 버섯 및 버섯 가공품의 신선도를 오래 유지하고 단가를 인하하기 위한 방안을 강구하고 우리나라에서 재배하고 제조한 버섯 가공품의 현지화를 위해 현지의 요리 문화를 접목한 레시피를 개발해야 함을 시사함

문항 4-1. 버섯의 한계점 : 1순위

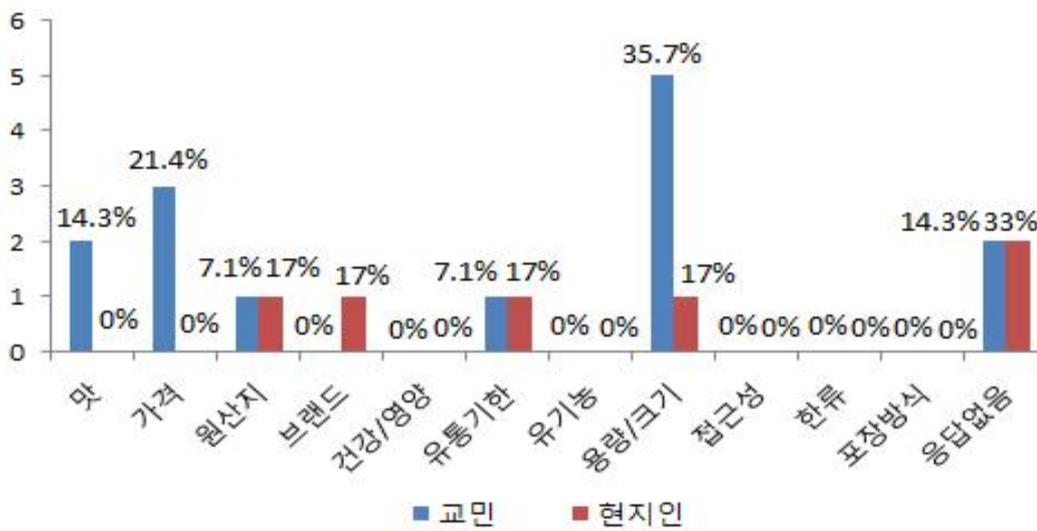


구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
맛	0	0	2	33	2
가격	1	7	2	33	3
원산지	0	0	0	0	0
브랜드	1	7	0	0	1
건강/영양	0	0	0	0	0
유통기한	7	50	1	17	8
유기농	1	7	0	0	1
용량/크기	1	7	1	17	2
접근성	1	7	0	0	1
한류	0	0	0	0	0
포장방식	2	14	0	0	2
총합	14	100	6	100	20

○ 한계점 : 2순위

- 버섯 및 버섯 가공품의 한계점의 2순위로 교민들의 35.7%(5명)가 용량/크기라 응답하였고 현지인들이 1순위로 응답했던 맛과 가격이라는 응답도 나타났으며 현지인들에 대한 조사에서는 원산지, 브랜드, 유통기한, 용량/크기 등 다양한 응답이 나타났음
- 이는 두 집단에서 공통적으로 한계점으로써 버섯 제품의 용량을 한계점이라 평가하고 있으므로 현지로 수출되어 출시되는 버섯 제품 용량의 스펙트럼을 넓혀 소비자들의 다양한 욕구를 충족시켜야 함을 시사함

문항 4-2. 버섯의 한계점 : 2순위



구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
맛	2	14	0	0	2
가격	3	21	0	0	3
원산지	1	7	1	17	2
브랜드	0	0	1	17	1
건강/영양	0	0	0	0	0
유통기한	1	7	1	17	2
유기농	0	0	0	0	0
용량/크기	5	36	1	17	6
접근성	0	0	0	0	0
한류	0	0	0	0	0
포장방식	0	0	0	0	0
응답없음	2	14	2	33	4
총합	14	100	6	100	20

○ 판매 증진 방안

- 버섯 제품의 판매 증진 방안에 대한 조사에서 다양한 유통채널에서의 판매라는 응답이 교민과 현지인 두 집단에서 각각 35.7%(5명)와 33%(2명), 저렴한 가격이라는 응답이 각각 35.7%(5명)와 50%(3명)로 높은 비율을 차지했으며 추가적으로 신제품 개발이라는 응답도 나타남
- 이는 버섯 수출 시 다양한 유통 채널을 통해 판매하여 소비자들의 접근성을 용이하게 하고 단가 인하를 위해 제조 및 판매 과정에서의 원가 절감을 위한 노력이 수반되어야 함을 시사함

문항 5. 버섯의 판매 증진 방안



구분	빈도 (교민)	비율 (%)	빈도 (현지인)	비율 (%)	빈도 (합계)
다양한 유통채널에서 판매	5	36	2	33	7
미디어	0	0	0	0	0
저렴한 가격	5	36	3	50	8
포장방법과 외관개선	2	14	0	0	2
라벨 표시방법 개선	0	0	0	0	0
신제품 개발	2	14	1	17	3
기타	0	0	0	0	0
총합	14	100	6	100	20

○ 맛 애로사항

- 맛과 관련된 애로사항은 현지인의 경우 조리법의 개선을 통한 새로운 버섯 요리 개발을 필요로 하고 있음
- 반면 교민의 경우 맛, 향, 식감에 대한 애로사항이 있었는데 특히 맛의 경우 어린이들 입맛에도 맞는 맛, 버섯 고유의 맛 상승, 풍미감 상승 등의 의견이 있었으며 향의 경우 소비자들에 따라 선호도가 상이하게 나타났음

< 맛 애로사항 >

소비자	구분	애로사항
현지인	조리법	▶ 새로운 버섯 요리가 개발되었으면 함
	포장	▶ 한국산 제품의 포장이 중국산 등 저가제품과 차별화 될 수 있도록 개선되었으면 함
교민	맛 개선	▶ 어린이들도 좋아할 수 있도록 맛이 개선되었으면 함
		▶ 맛이 더 풍미로웠으면 함
		▶ 버섯 고유의 맛이 더 잘 느껴졌으면 함
	향	▶ 신선도가 보다 높아져서 향이 강해졌으면 함
		▶ 향이 덜 진했으면 함
		▶ 유통과정에서 냄새가 독해지는데 이러한 점이 해결되었으면 함
	식감	▶ 아삭한 특유의 식감이 유지되었으면 함
홍보	▶ 홍보가 우선되었으면 함	

○ 포장 애로사항

- 포장에 관한 교민들의 주된 애로사항은 판매되는 버섯 제품 포장의 재질의 견고함과 미적 측면에 관한 것이었음
- 현지인들의 경우 포장의 크기에 대해 만족했으나 버섯 제품의 수분을 적절히 조절할 수 있는 포장에 대한 요구가 있었음

< 포장 애로사항 >

소비자	구분	애로사항
현지인	수분	▶ 플라스틱이나 비닐 포장으로 제품에 수분이 과다해지는 문제점을 해결하였으면 함
교민	디자인	▶ 포장 디자인에 있어 제품 형태의 시각적인 전달과 깔끔하고 식욕을 불러일으키는 이미지 형성을 위한 개선이 요구됨
	유통기한	▶ 진공 포장 등을 통해 신선도를 오래 유지하도록 하는 방안을 강구하였으면 함
	재질	▶ 제품의 지속적인 보호를 위해 포장 재질을 보다 견고하게 할 필요성이 느껴짐

○ 버섯 가공품

- 교민들은 버섯 가공품으로써 버섯을 재료로 사용하는 라면, 스프, 리조또, 소스, 튀김, 피클 등과 버섯을 1차 가공한 통조림, 말린 버섯 등 다양한 종류의 제품들을 상기하였으며 현지인들 역시 과자, 수프 등 다양한 형태의 제품들이 있다고 응답하였음

< 버섯 가공품 >

소비자	구분	가공품
현지인	다양한 형태	▶ 과자, 수프 등 다양한 형태로 판매 중임
교민	재료 이용	▶ 라면, 스프, 리조또 등의 식사류와 피클, 소스 등의 부재료 제조에 이용됨
	1차 가공	▶ 캔 송이버섯 등의 통조림, 안주의 일종인 말린 버섯 등이 있음

○ 기타 애로사항

- 교민들은 버섯 제품의 구매 및 섭취에 대한 기타 애로사항으로서 통조림 제품의 한계를 지적하였고 용량의 다양화와 다품종 국산 버섯의 수입을 요구하였음

< 기타 애로사항 >

소비자	구분	애로사항
교민	용량	▶ 현재 출시된 제품 용량뿐만 아니라 1인 가구를 위한 소포장 형태로도 판매하였으면 함
	다양성	▶ 현지로 수입되어 한식과 연동되어 그 풍미를 더해 줄 국산 버섯 품종의 다양화에 대한 요구가 있음
	통조림의 단점	▶ 통조림 보관으로 인해 버섯의 질감이 떨어지며 제품에서 나는 향에도 부정적인 영향을 미침

3. 전문가 의견수렴

□ 조사개요

○ 조사목적

- 싱가포르에서 한국산 버섯 및 버섯 가공품을 수입 및 판매함에 있어서 애로사항을 파악함으로써 기술수요를 도출하고자 함
- 특히 검역·통관 상 문제를 파악함으로써 수출정책 제언과 연계하고자 함

○ 조사시기

- 2017년 8월 2일, 8일, 10일(3일간)

○ 조사대상

- 싱가포르 내 한국식품 수입업체 및 농식품 수입업체 3곳을 대상으로 하였음

< 조사대상 업체 >

조사일시	업체명	담당자	특징
2017년 8월 2일	LNC PTE LTD	이종근 대표	한국식품수입업체
2017년 8월 8일	Champ Fungi PTE LTD	Robin Yau 대표	농식품수입업체
2017년 8월 10일	Fresh Direct PTE LTD	Adrian Lee 운영총괄책임자	

○ 조사내용

- 조사내용은 크게 10가지 부분으로 이루어지는데 1) 버섯의 주 소비자, 판매지역, 판매 형태, 2) 맛의 애로사항, 3) 포장의 애로사항, 4) 가격경쟁력 관련 애로사항, 5) 유통 또는 마케팅 상 애로사항, 6) 검역 애로사항, 7) 기타 애로사항, 8) 마케팅 방안, 9) 버섯 가공품, 10) 신제품 개발임

○ 조사방법

- 각 수입업체를 직접 방문하여 질문지를 통해 대면 심층면접조사를 실시하였음

□ 조사결과

○ 주 소비자, 판매지역, 판매형태

- 높은 생산비로 현지 생산보다는 타국 수입에 의존하며 벌크 형태로 현지 호텔, 마트, 식당 등에 납품함
- 수송 시간이 짧은 말레이시아로부터 주로 수입 중이며 공장을 통해 수입 즉시 출고되는 경우도 존재함

○ 맛 애로사항

- 현지 소비자들의 맛의 질에 둔감하여 가격이 소비의 주된 판단 기준이며 단가가 높고 신선도가 떨어지는 한국 버섯의 경쟁력이 떨어짐
- 수송 수단과 보관 방법의 변경 등으로 높은 신선도를 유지하고 생산과 유통의 효율성 향상을 통해 단가를 인하하기 위한 방안 강구가 요구됨

○ 포장 애로사항

- 버섯의 신선도 유지나 유통 형태로 인해 기존의 포장 디자인을 유지할 필요성이 있는 경우가 있음
- 소비자들의 명확한 제품 정보 인식을 위해 특정 제품의 경우 라벨링을 보완할 필요가 있음

○ **가격경쟁력 애로사항**

- 현지의 치열한 출혈 경쟁으로 인해 상대적으로 단가가 높은 한국 제품은 가격경쟁력이 현저하게 떨어짐
- 이는 물류비 인하 방안을 강구하여 가격을 낮추고 동일 가격 하에서 고품질의 제품으로서 시장에서 우위를 점하는 전략이 필요함을 나타냄

○ **유통·마케팅 애로사항**

- 한국산 버섯은 유통 기간이 길어 상대적으로 신선도가 떨어져 말레이시아산 등에 비해 경쟁력이 낮으므로 수송 시스템의 개선을 통한 유통 기간 단축이 요구됨
- 버섯은 환경의 영향을 적게 받아 유통이 안정적이나 높은 광고비로 별도의 마케팅 보다는 주로 샘플링 및 가격할인이 진행 중임

○ **검역 애로사항**

- 버섯 제품은 인허가, 통관이 상대적으로 자유로우며 실내 재배 버섯일 경우 더욱 간단하므로 별도의 애로사항은 없음
- 첫 수입 리젝 시 금지 및 폐기 처분의 경우도 가능하므로 철저한 준비가 필요하며 HACCP 인증 발급도 권장함

○ **수입 과정 상 기타 애로사항**

- 버섯 수입을 위해 신선식품 라이선스를 받아야 하며 그 절차는 간단함
- 장기의 선적기간과 잦은 딜레이 문제는 한국 버섯의 경쟁력을 떨어뜨리는 요인이므로 원활한 유통을 위한 수송 시스템의 개선 방안 수립이 시급함

○ **판매확대를 위한 효율적인 마케팅 방안**

- 현지에서 한국 버섯의 인지도가 낮으므로 ‘한국’이라는 국가 브랜드를 강조하는 광고 개발이 요구됨
- 광고비 절감을 위해 비용 대비 파급력이 큰 SNS나 대형 유통업체 프로모션 이용할 것을 권장함

○ **버섯 가공품**

- 캔으로 된 가공품, 말린 버섯, 라면 등이 있으며 버섯 수프를 현지 레스토랑에 유통하는 경우도 있음

○ **신제품 개발**

- 현지인들의 소비 행태와 식습관을 고려한 명확한 컨셉의 가공품 제조의 필요성이 존재함
- 위와 같은 제품의 현지화와 동시에 한국의 고유성을 살린 김치 맛 버섯 등의 특색 있는 제품 개발도 권장함

< 전문가 의견 >

조사내용		조사업체	의견
주 소비자, 판매지역, 판매형태		LNC	▶ 벌크형태로 한인 식당 납품 중이며 교민과 로컬가 족이 주소비층임
		Champ Fungi	▶ 높은 생산비용으로 현지 생산보다는 타국 수입에 의존하고 있으며 우리나라는 주로 마트, 식당에 다 른 야채들 납품 중임
		Fresh Direct	▶ 현지 호텔, 식당에 벌크형태로 납품 중이며 본사 공장이 있어 당일 출고 시스템 갖춤
0 애로사항	맛	LNC	▶ 말레이시아산 버섯이 맛의 질이 떨어지나 손님들 의 지속적인 소비로 기존 수입처 유지 중임
		Champ Fungi	▶ 긴 수입기간에 따라 신선함이 떨어져 변질되는 경 우 발생
		Fresh Direct	▶ 현지 소비자들이 종류에 따른 맛과 향을 유사하게 느껴 질보다는 가격을 구매의 판단기준으로 삼고 있으며 단가가 높은 한국 제품의 경쟁력이 떨어짐
	포장	LNC	▶ 라벨링 없는 제품 납품 존재
		Champ Fungi	▶ 신선함 유지를 위해 기존의 패키징 디자인 유지
		Fresh Direct	▶ 식자재 형태의 유통으로 기존 포장 유지
	가격	LNC	▶ 저가 경쟁이 치열한 상황에서 우수한 품질의 한국 제품의 단가 인하는 경쟁력 상승을 불러올 수 있 음
		Champ Fungi	▶ 한국산 버섯은 비싼 물류비와 장기의 유통기간으 로 인해 경쟁력이 떨어짐
		Fresh Direct	▶ 한국산 버섯은 상대적으로 높은 단가로 인해 그 수요가 하락 중임
	유통·마케팅	LNC	▶ 상대적으로 수송기간이 짧은 말레이시아산 버섯의 선호도가 높음
		Champ Fungi	▶ 높은 광고비로 별도 마케팅은 하지 않으며 버섯이 환경의 영향을 덜 받아 유통이 안정적임
		Fresh Direct	▶ 신선도를 중시하는 현지 소비성향으로 인해 단가 와 신선도 유지에 문제가 있는 한국 버섯보다 근 처 동남아산 버섯 선호
	검역	LNC	▶ 첫 수입 때 거절당할 시 수입 금지 및 폐기처분의 경우 발생 가능함
		Champ Fungi	▶ 실내 재배 버섯의 경우 검역절차가 더 간단함
		Fresh Direct	▶ 버섯은 인허가, 통관 절차가 간단함
	기타	LNC	▶ 신선식품 라이선스를 받아야 하며 그 절차가 간단 함
		Champ Fungi	▶ 한국 수입 시 장기의 선적기간과 잦은 딜레이 문 제 발생함

조사내용		조사업체	의견
		Fresh Direct	▶ 절차가 간단하여 단기 내 수입 가능
마케팅 방안		LNC	▶ 국가 브랜드 광고를 통한 판매량 증가가 기대됨
		Champ Fungi	▶ 현지 마케팅 예산이 높아 SNS나 대형 유통업체 프로모션 이용함
		Fresh Direct	▶ 한국산의 인지도를 높이기 위한 마케팅 전략 수립 필요함
버섯 가공품		LNC	▶ 수프, 라면, 말린 버섯, 캔 제품 등으로 판매됨
		Champ Fungi	▶ 버섯가루, 드라이버섯, 버섯수프 등이 있음
		Fresh Direct	▶ 버섯 수프 등을 레스토랑에 유통
신제품		LNC	▶ 현지인들의 캔 제품 선호로 인한 한국 버섯의 가공품 제조의 필요성과 그들의 식습관을 고려한 명확한 컨셉의 제품 판매의 필요성이 존재함
		Champ Fungi	▶ 김치 맛 버섯 제품 등이 가능함
		Fresh Direct	▶ -

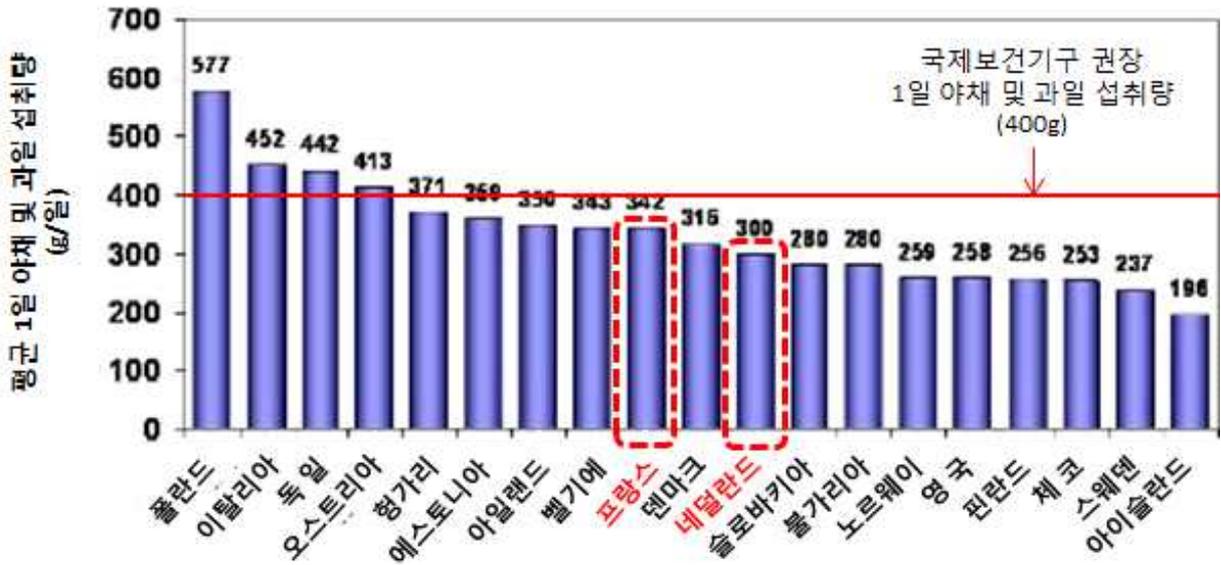
3절. 유럽

1. 유럽 현장 이슈

가. 수 요 : 버섯수요를 증대시키기 위한 교육 강화

- 유럽 식품 정보 위원회인 European Food Information Council (EFIC) 에 따르면, 유럽 연합 회원국들의 국민 평균 1일 야채 및 과일 섭취량을 조사한 결과 폴란드가 국민 1인 1일 평균 577g으로 가장 높고 다음으로 이탈리아와 독일 순으로 나타남
- 특히 이 조사에서 주목할 만한 것은 국제보건기구 (WHO) 에서 권장하고 있는 1일 야채 및 과일 섭취량 400g 이상을 넘는 국가는 1위 폴란드를 포함하여 이탈리아, 독일, 그리고 오스트리아, 4개국에 불과한 것임
- 프랑스 (342g) 와 네덜란드 (300g) 를 포함한 7개 국가는 300-380g, 노르웨이 (259g)와 영국 (258g) 을 포함한 7개 국가는 200g대, 심지어 아이슬란드는 196g으로, 국제보건기구 권장량의 절반에도 미치지 못하고 있음

< 유럽 주요 국가별 평균 1일 야채 및 과일 섭취량 >



(출처: 유럽 식품 정보 위원회 웹사이트, www.eufic.org)

- 위의 표가 보여주는 바와 같이 유럽연합 회원국 국민들의 야채 및 과일 섭취량은 큰 차이를 보이고 있으며 유럽 식품 정보 위원회는 섭취량 결정 인자로 소득 및 교육수준, 접근성 및 섭취가능성, 사회적 지원, 지식, 태도 및 신념과 같은 심리적 요인 등을 꼽고 있음
- 한편, 네덜란드계 국제 금융기관인 라보은행 (Rabobank)에 따르면 유럽지역의 버섯 섭취량은 감소하거나 증가하지 않고 계속 일정한 수준을 유지하고 있음
- 이에 따라 유럽지역 버섯 재배 농가들이 유럽연합 회원국 국민들이 더 많은 버섯 섭취를 장려하기 위해서 노력하고 있음
- 2008년, 네덜란드, 독일, 벨기에, 프랑스, 그리고 스페인, 이 5개국은 버섯산업을 부흥시키기 위한 계획의 일환으로 버섯 홍보 재단 (Mushroom Promotion Foundation)를 설립함
- 버섯 홍보 재단은 버섯 유통업체, 퇴비업체, 재배업체, 그리고 가공업체 등 버섯과 관련된 수많은 업체들과 무역 관련 기관들로 구성됨
- 2010년 버섯 홍보 재단은 네덜란드, 독일, 프랑스, 스페인, 그리고 벨기에에서 장기 커뮤니케이션 및 광고 프로그램을 시작하였음
 - 버섯 정보 웹사이트 (www.champignon-id.com)를 영어, 네덜란드어, 프랑스어, 독일어 등으로 개설하고 소비자들에게 버섯의 다양한 활용방법 뿐 아니라 영양적, 그리고 건강적 측면에서 버섯에 대한 정보를 제공함으로써 버섯 소비 촉진

< 버섯 홍보 재단의 정보 웹사이트 >



(자료: wsbmp.org & www.eufic.org)

나. 생산 및 유통: 네덜란드 유통업체들, 공정 생산 버섯으로 대체 계획

- 네덜란드의 버섯 생산업체들이 새로운 품질 라벨로 ‘공정 생산 네덜란드(Fair Produce NL)’ 도입
- 공정 생산 라벨은 제품 생산에 공헌하고 있는 직원들에게 공정하고 적절한 처우를 확보하기 위함임
- 공정 생산 네덜란드 재단(The Stichting Fair Produce Netherlands)은 브랜드 품질을 책임지며, 품질 평가는 독립 평가사인 VRO Certification BV 에서 정기적으로 실시하며 브랜드의 품질을 보장
- 현재는 버섯 분야에서만 실행되고 있지만 공정 생산 네덜란드 재단은 공정 생산 라벨 사업을 전체 신선 농산물 분야로 확대할 예정임

< 공정 생산 네덜란드의 로고 >



(출처:www.fairproduce.nl/)

- 네덜란드의 많은 소매업체들은 이 계획을 반기고 있으며, 네덜란드의 대형 유통업체 체인인 Albert Heijn, C1000, COOP, Lidl, Deen, SPAR, Jumbo, 그리고 Jan Linders 사 등은 관련 유통업체에서 판매되는 버섯을 공정 생산 라벨을 획득한 업체의 버섯들로 점차 대체할 것이라고 밝힘
- 대표적인 버섯가공업체 중 하나인 그리너리 (Greenery)사 측은 버섯산업이 미디어에 부정적으로 노출됨으로써 매출이 저조해진 만큼 산업 내 대다수 업체들이 공정하고 규정을 준수하여 버섯을 생산하고 있다는 사실을 홍보하는 것이 매우 중요하다고 언급함
- 2014년 10월 현재 100여개 이상의 생산업체와 30여개의 대형 가공업체, 그리고 4개 버섯 절단업체들이 가입되어 있음
(자료: 버섯 포럼 (Mushroom Forum) www.gombaforum.hu & www.fairproduce.nl/)

다. 유 통: 버섯 통조림 카르텔

- 유럽연합의 독과점 규제당국은 유럽 대표 냉동 및 통조림 야채 생산업체인 프랑스의 봉듀엘(Bonduelle)과 네덜란드 프로삼(Prochamp)에 버섯 통조림 가격을 고정한 혐의로 총 32.2백만 유로(한화 458.84억 원)의 벌금을 부과함

< 봉듀엘과 프로삼 >

봉듀엘		프로삼	
			

- 봉듀엘에게는 30.2백만 유로, 프로삼에게는 2백만 유로의 벌금이 부과됨
- 두 업체는 부과된 벌금의 10%를 삭감받기 위해 카르텔 사실을 인정함
- 한편 네덜란드 업체인 루테스(Lutece)사는 먼저 유럽연합에 카르텔 사실을 알리고 제재를 받지 않음

- 유럽연합 집행위원회에 따르면 이 카르텔은 2010년 9월부터 2012년 2월까지 유지되었으며 루테스사가 2개월 먼저 카르텔에서 탈퇴함
- 유럽연합 경쟁 감사원은 이 기간 카르텔 업체들이 입찰참여 업체에 대한 기밀 정보를 주고받았으며 최저가를 설정은 물론 목표 물량에 대해 사전 동의를 해놓고 각 고객에게 할당했다고 밝힘
- 유럽연합은 버섯 통조림 카르텔은 가격이 하락하는 것을 피하기 위해서 결성되었으며 1년이 넘게 전 유럽에 위치한 소매업체에게 판매, 잠재적으로는 소비자들에게까지 영향을 끼쳤다고 말함
(자료: 버섯 포럼 (Mushroom Forum) www.gombaforum.hu)

라. 제 품: 특수 버섯

- 특수 버섯이 별미를 찾는 소비자들에게 인기를 끌어 가격이 약 15% 상승하면서 수익성이 높은 시장으로 떠오르고 있음
- 특수 버섯 시장은 주로 느타리버섯 (Oyster mushrooms)과 표고버섯 (Shiitake mushrooms)이 주를 이루고 있으며 두 제품은 전체 특수 버섯 시장의 거의 60% 이상을 차지하고 있음
(출처: www.northwaymushrooms.com)

2. 네덜란드

가. 버섯산업 현황

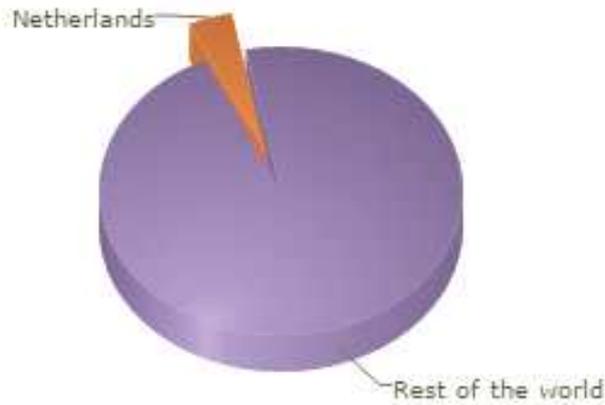
(1) 버섯 생산현황

- 유엔식량농업기구 (FAO)에 따르면 2012년 네덜란드의 버섯 생산규모는 553,907천 달러 (한화 58,057.8억 원), 307,000톤으로, 버섯 생산규모 세계 4위이며, 이는 세계 버섯 시장점유율 3.9%로 이탈리아에 이어 유럽 내 2위를 기록함

< 세계 10대 버섯 생산국 및 네덜란드 시장점유율 >

(단위: 천 달러, 톤)

순위	국가명	생산액	생산량
1	중 국	9,291,928	5,150,000
2	이탈리아	1,416,342	785,000
3	미 국	700,864	388,450
4	네덜란드	553,907	307,000
5	폴란드	396,936	220,000
6	스페인	263,421	146,000
7	프랑스	210,329	116,574
8	이 란	158,188	87,675
9	캐나다	147,949	82,000
10	영 국	131,891	73,100



(출처: FAO, 2014 & www.factfish.com/)

- 최근 5년간 네덜란드 버섯 생산량은 2008년 255,000톤에서 2012년 307,000톤으로 20.4%가 증가했으며 2011년에는 연간 생산량이 300,000톤을 돌파함
- 생산량이 꾸준히 증가한 반면, 재배면적은 2008-09년에 최대 -24%를 기록하며 2008년 100헥타르에서 2012년 66헥타르로 34%가 감소함

< 네덜란드 최근 5년 버섯 생산동향 >

(단위: 헥타르, 톤, %)

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	'11-12년 증감률
재배면적	100	76	73	68	66	-0.03
생산량	255,000	230,000	266,000	304,000	307,000	0.01

(출처: FAO, 2014)

- 이와 같은 재배면적의 감소는 2008-09년에 생산량에도 영향을 미쳐 약 10%가 감소했으나 이후 재배면적 (㎡) 당 수확량 증대를 위한 투자와 새로운 재배 기술도입으로 이를 극복하여 2010년 이후에는 생산량이 3년 연속 증가함

(2) 버섯 가공품 현황

- 네덜란드 최대 유통업체 체인인 알버트 하인 (Albert Heijn) 을 중심으로 네덜란드 일반 소매 슈퍼마켓에서 판매 중인 버섯 가공품은 가공방법에 따라 절단, 건조, 통조림/절임으로 분류할 수 있고, 가공버섯 제품종류에 따라서는 버섯소스 및 스톱, 스프, 그리고 기타로 구분할 수 있음

(가) 절 단

- 절단 가공 버섯 제품들은 볶음 또는 버섯이 들어가는 다양한 요리에 쉽게 사용할 수 있도록, 신선 상태의 버섯을 절단한 것으로, 비닐팩에 담아 냉장상태로 판매하고 있음
- 주로 판매되는 버섯은 흰색의 양송이와 갈색의 밤나무 버섯이 있음
- 양송이와 밤나무 버섯의 가격을 비교해 보면, 양송이는 kg당 8.95유로, 밤나무 버섯은 12.72유로로, 밤나무 버섯의 가격이 양송이 보다 40% 이상 높음

< 주요 절단 가공 버섯 제품 >

	상품명	AH Champignons gesneden
	포장단위	200g
	포장형태	비닐팩
	판매가격	€ 1.79 (€ 8.95/kg)
	원재료	양송이
	상품명	AH Kastanjechampignons gesneden
	포장단위	125g
	포장형태	플라스틱 트레이 비닐포장
	판매가격	€ 1.59 (€ 12.72/kg)
	원재료	밤나무 버섯

(출처: 알버트 하인)

(나) 건조

- 건조 가공 버섯 제품들은 특수 버섯으로 분류되는 남부 유럽 (포르치니 버섯, 피꼬리 버섯) 과 아시아 (표고버섯) 에서 수입된 버섯들이 주를 이루고 있음
- 건조 가공 버섯제품들은 15g 의 매우 작은 단위로 비닐팩에 포장되어 판매되고 있으나 kg당 가격은 모두 100유로 이상으로, 낮게는 kg당 132.67 유로 (포르치니 버섯), 높게는 266유로 (피꼬리 버섯)에 이르고 있음
- 건조 가공 버섯 제품들은 모두 절단된 형태를 하고 있음
- 건조 가공 버섯들은 주로 리조토에 사용되고 있어 리조토에 사용되는 아보리오 (Arborio) 쌀과 건조 버섯을 섞은 후 포장판매하는 제품도 있음

< 주요 건조 가공 버섯 제품 >

	상품명	Castellino Funghi porcini secchi
	포장단위	15g
	포장형태	비닐포장
	판매가격	€ 1.99 (€ 132.67/kg)
	원재료	포르치니 버섯
	상품명	Castellino Finferli funghi secchi
	포장단위	15g
	포장형태	비닐포장
	판매가격	€ 3.99 (€ 266/kg)
	원재료	피꼬리 버섯
	상품명	Castellino Fungi shiitake secchi
	포장단위	15g
	포장형태	비닐포장
	판매가격	€ 2.99 (€ 199.33/kg)
	원재료	표고버섯
	상품명	Naturelmente Risotto met truffel
	포장단위	250g
	포장형태	종이포장
	판매가격	€ 2.59 (€ 10.36/kg)
	원재료	트러플

(출처: 알버트 하인)

(다) 통조림/절임

- 통조림/절임 가공 버섯 제품들은 버섯을 통째로, 또는 반으로 토막을 내거나 얇게 절단한 후 식초에 절여 유리병 또는 캔에 담아 판매되고 있는 제품들임
- 이 통조림/절임 가공에 사용되는 버섯들은 주로 양송이이며 절여진 상태이기 때문에 보관기간이 상대적으로 길고 실온 상태에서 판매됨
- 유리병에 담겨 판매되는 제품들은 300g 이하로 상대적으로 작은 포장으로, 캔에 담긴 통조림은 400g 으로 상대적으로 큰 포장으로 판매되고 있으나 가격은 유리병 제품이 kg당 6.03유로, 통조림이 1.98유로로, 유리병 제품의 가격이 월등히 높은 것으로 조사됨
- 통조림/절임 가공 버섯들은 피자토핑으로 사용되거나 버섯을 활용한 애플타이저 및 샐러드에 활용되고 있음

< 주요 통조림/절임 가공 버섯 제품 >

	상품명	Aarts Champignons half
	포장단위	280g
	포장형태	유리병
	판매가격	€ 1.69 (€ 6.03/kg)
	원재료	양송이
	상품명	Aarts Champignons heel
	포장단위	280g
	포장형태	유리병
	판매가격	€ 1.69 (€ 6.03/kg)
	원재료	양송이
	상품명	AH BASIC Champignons gesneden
	포장단위	400g
	포장형태	캔
	판매가격	€ 0.79 (€ 1.98/kg)
	원재료	양송이

(출처: 알버트 하인)

(라) 소스 및 스탁

- 버섯 소스는 제품형상에 따라 완전 건조된 파우더형, 묽은 액상형, 이보다 좀 더 되직한 중간 액상형으로 다양함

< 주요 버섯 소스 및 스탁 제품 >

	상품명	Maggi Champignonsaus
	포장단위	40g
	포장형태	내부: 비닐팩, 외부: 종이박스
	판매가격	€0.67 (€16.75/kg)
	원재료	양송이
	상품명	Grand'Italia Funghi porcini
	포장단위	260g
	포장형태	유리병
	판매가격	€1.94 (€7.46/kg)
	원재료	포르치니
	상품명	Sulpizio Tartufi Truffel-/ paddestoeltapenade
	포장단위	80g
	포장형태	유리병
	판매가격	€4.99 (€62.38/kg)
	원재료	트러플 (송로버섯)
	상품명	AH Bospaddestoelenfond
	포장단위	380g
	포장형태	유리병
	판매가격	€2.04 (€5.37/kg)
	원재료	혼합 버섯

(출처: 알버트 하인)

- 또한 소스 제품에 사용되는 버섯들도 양송이에서 포르치니, 그리고 트러플 등으로 다양하며, 2가지 이상의 버섯 종류가 혼합된 제품들도 있음
- 소스 제품의 경우, 버섯 뿐 아니라 크림, 각종 양념 등을 함유하고 있음
- 파우더형 제품은 물과 혼합 후 끓여 조리를 해야 하며, 묽은 액상형은 내용물을 냄비에 옮긴 후 끓이기만 하면 되는 제품임

- 퇴직한 형상의 트러플 테판나드는 스프레드 형으로, 빵에 발라 먹는 용도의 소스이며, Bospaddestoelenfond는 소스나 스프를 만들 때 넣어 버섯 향을 증진시키기 위해 사용되는 일종의 조미료임
- 이 제품들의 가격은 어떤 종류의 버섯을 함유하고 있는지에 따라 가격에 큰 차이를 보이며 특수 버섯으로 분류되는 **트러플 버섯**을 함유하고 제품은 kg당 62.38유로에 달함

(마) 수 프

- 버섯 스프 제품은 비닐팩에 들어 있는 제품과 캔에 들어 있는 제품, 그리고 파우더형 제품으로 구분할 수 있음
- 스프에는 주로 양송이를 사용하고 있으며 1-2인분 정도로 소량포장 형태로 판매하고 있음
- 비닐팩과 캔에 들어 있는 제품은 소스팬에 내용물을 옮겨 담은 후 가열하여 조리하여 완성시키는 방식이고, 파우더형 제품은 그릇에 수프 파우더를 담고 뜨거운 물을 붓고 저어 스프를 만드는 방식임
- 파우더형 제품 보다는 비닐팩과 캔에 포장된 제품과 브랜드가 더욱 다양하여 소비자들의 선호도를 간접적으로 알 수 있음
- 유통기한이 상대적으로 짧은 비닐팩 포장 제품은 kg당 2.93유로로 캔 제품 1.81유로 보다 약 60% 높은 가격을 형성하고 있음

< 주요 버섯 스프 제품 >

	상품명	AH Soep in zak romige champignonsoep
	포장단위	570g
	포장형태	비닐팩
	판매가격	€ 1.67 (€ 2.93/kg)
	원재료	양송이
	상품명	Unox Soep in zak champignonsoep
	포장단위	570ml
	포장형태	비닐팩
	판매가격	€ 1.90 (€ 3.33/kg)
	원재료	양송이

	상품명	Euro Shopper Champignonsoep 1 kops
	포장단위	54g
	포장형태	내부: 코팅종이팩, 외부: 종이상자
	판매가격	€0.39 (€7.22/kg)
	원재료	양송이
	상품명	AH Champignonsoep extra gevuld
	포장단위	800g
	포장형태	캔
	판매가격	€1.45 (€1.81/kg)
	원재료	양송이

(출처: 알버트 하인)

(바) 기 타

- 버섯은 냉동/냉장/실온 형태의 다양한 사전조리식품 및 레토르트식품에 부재료로 사용되고 있으며, 네덜란드에서 가장 쉽게 찾아볼 수 있는 버섯 활용 가공 제품으로는 피자과 리조토가 있음
- 사전조리식품 및 레토르트식품에는 주로 양송이와 포르치니가 사용되고 있음

< 주요 기타 버섯 가공 제품 >

	상품명	Dr. Oetker Ristorante pizza funghi
	포장단위	365g
	포장형태	내부: 비닐팩, 외부: 종이박스
	판매가격	€2.35 (€6.44/kg)
	원재료	양송이
	상품명	Grand'Italia Risotto ai funghi
	포장단위	175g
	포장형태	비닐팩
	판매가격	€2.19 (€12.51/kg)
	원재료	포르치니

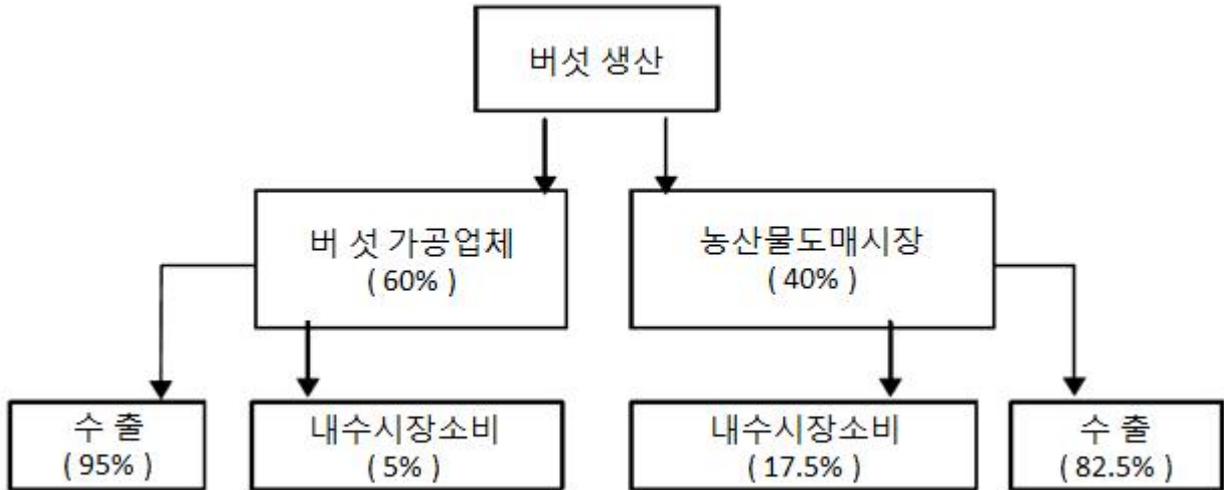
(출처: 알버트 하인)

(3) 주요 가공품 시장 규모

- 유럽 원조 협력기구 (Europe Aid Co-operation Office)가 '네덜란드 버섯분야 (The Dutch Mushroom Sector - Small Mushrooms, Big Business)' 라는 보고서를 통해 네덜란드 버섯 시장 조사 결과 발표
 - 네덜란드에서 생산된 버섯의 60%는 버섯 가공업체, 40%는 신선 상태로 농산물 도매 시장에서 유통

- 버섯 가공업체에서 생산한 버섯제품 중 95%는 수출, 나머지 5%는 내수 시장에서 소비
- 농산물 도매시장으로 유통된 버섯제품의 82.5%는 수출, 나머지 17.5%는 내수 시장에서 소비

< 네덜란드 버섯 유통경로 및 비율 >



(출처: 유럽 원조 협력기구)

- 이 버섯 유통경로 및 경로별 비율과 2012년 생산량, 그리고 버섯 가공품 수입량을 바탕으로 네덜란드의 버섯 가공품 시장규모를 도출해 볼 수 있음
- 전체 버섯 생산량 307,000톤의 60%인 184,200톤이 버섯 가공업체로, 이 중 5% 9,210톤이 내수 시장에서 소비됨
- 같은 해 네덜란드의 버섯 가공품 수입규모는 189,014톤임
- 네덜란드 생산 버섯 가공품 수입규모와 수입 버섯 가공품을 더한 198,224톤을 네덜란드 전체 버섯 가공품 시장규모로 추정할 수 있음

< 네덜란드 버섯 가공품 시장규모 추정 >

네덜란드 국내생산 버섯 가공품 중 내수시장 소비규모	+	버섯 가공품 수입규모	=	네덜란드 전체 버섯 가공품 시장규모
전체 생산량 307,000톤 버섯 가공업체 (60%) 184,200톤 내수시장 소비규모 (5%) 9,210톤		189,014톤		198,224톤

- 반면, 시장규모가 가장 작은 요리용 소스는 최근 6년간 30%에 가까운 높은 신장률을 보였으며, 통조림/절임 야채 시장도 동기간 15.5%로 두 자리 수의 상대적으로 높은 성장률을 기록함

< 주요 가공식품 종류별 시장규모 >

(단위: 백만 유로, %)

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	'12-13 증감률	'08-13 증감률
통조림/절임 야채	122.2	128.1	132.3	135.6	138.8	141.1	1.7	15.5
요리용소스	49.3	50.7	52.8	57.1	60.8	64.0	5.3	29.8
스프	257.8	259.6	262.8	265.1	269.3	263.7	-2.1	2.3
-버섯스프 (맛순위)	5/7	5/7	5/7	5/7	5/7	6/7		

(출처: 유로모니터, 2014)

- 네덜란드 슈퍼마켓에서 판매중인 주요 스프 7가지 중에서 토마토 스프의 인기가 가장 높으며 이를 뒤이어 야채, 닭고기, 완두콩 스프가 6년 연속 2-4위를 차지하고 있으며 버섯 스프는 지난 2008-12년에는 5위를, 2013년에는 6위를 차지함

< 스프 맛 종류별 순위 >

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	2013
토마토스프	1	1	1	1	1	1
야채스프	2	2	2	2	2	2
닭고기스프	3	3	3	3	3	3
완두콩스프	4	4	4	4	4	4
호박스프	7	7	6	6	6	5
버섯스프	5	5	5	5	5	6
굴라쉬	6	6	7	7	7	7

(출처: 유로모니터, 2014)

(4) 소비 현황

- 네덜란드에서 생산된 버섯 중 국내 유통되는 규모를 비교해 보면, 신선 버섯이 21,490톤으로 가공 버섯이 9,210톤 보다 2.3배가 많은 것으로 나타남
- 프랑스에서 야채를 중심으로 한 식습관 형성을 위해 설립된 루이 봉듀엘 재단 (Louis Bonduelle Foundation)이 실시한 연구조사에 따르면 영국, 벨기에, 네덜란드 소비자들은 가공버섯이 아닌 신선한 버섯을 이용하고 있음
- 네덜란드 버섯 홍보 재단의 버섯 요리 레시피를 바탕으로 네덜란드 소비자들이 버섯을 이용하는 방법을 보면, 버섯을 샐러드에 넣거나 계란요리에 첨가하거나, 볶은 후 샌드위치/토스트 또는 스프에 이용하는 것으로 나타남
- 이중 스프는 후라이팬에 버터와 양파, 슬라이스한 버섯을 볶다가 화이트 와인을 넣고 졸이고 물과 스톡을 첨가한 후 밀가루로 농도를 맞추어 완성함

< 주요 버섯 활용 요리 >

버섯 샐러드	버섯 샌드위치
	
버섯 프리타타	버섯 스프
	

(출처: www.champignonidee.nl/)

나. 버섯 수입/수출 동향 및 전망

(1) 수입동향

- 2013년 네덜란드는 전년대비 20.84% 감소한 435,077천 달러, 16.61% 감소한 185,011톤의 버섯을 수입
- 네덜란드가 세계 4위 버섯 생산국인 만큼 신선버섯의 수입량이 가공버섯 수입량에 비해 현저히 적지만, 수입액은 가장 높은 것으로 보아 톤 당 가격이 가공제품에 비해 월등히 높은 것을 알 수 있음
- 최근 3년간의 수입규모 동향을 보면, 신선버섯의 수입량은 꾸준한 증가로 2011년부터 약 33%가 성장한 반면, 건조버섯과 가공 또는 절임 주요버섯은 2011-12년 수입량 증가 후 2012-13년에는 각각 25.50% 그리고 44.20%씩 감소하여 2011년 수입량보다도 낮은 수준을 기록함
- 건조버섯과 가공 또는 절임 기타버섯은 수입량이 2011-12년에 감소했다가 2012-13년에 큰 폭으로 증가 2011년 수준 이상을 나타냄

< 2011-13년 네덜란드 버섯 수입동향 >

(단위: 천 달러, 톤, %)

구 분	2011		2012		2013		'12-13년 증감률	
	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입 액	수입량
합 계	451,319	220,458	549,612	221,876	435,077	185,011	-20.84	-16.61
신선 버섯 (HS 070959)	159,656	27,805	177,996	32,862	204,607	37,100	14.95	12.90
건조 버섯 (HS 071239)	29,882	2,436	27,710	2,737	31,059	2,039	12.09	-25.50
가공 또는 절임 주요 버섯 (HS 200310)	220,635	151,399	298,111	157,689	133,903	87,990	-55.08	-44.20
가공 또는 절임 기타 버섯 (HS 200390)	41,146	38,818	45,794	28,588	65,507	57,882	43.05	102.47

(출처: GTIS, 2014)

- 네덜란드의 주요 버섯 수입국은 중국(153,208천 달러), 한국 (67,332천 달러), 독일 (5,861천 달러)임
- 버섯은 품목에 따라 수입규모에 차이가 있으며 신선 버섯의 경우 한국(67,332천 달러), 그 외는 중국(건조버섯 16,766천 달러, 가공 또는 절임 주요 버섯 48,285천 달러, 가공 또는 절임 기타 버섯 36,780천 달러)에서 가장 큰 규모로 수입
- 모든 유형의 가공버섯의 경우, 중국을 제외하고는 프랑스, 독일, 폴란드, 이탈리아, 벨기에 등 주로 주변 유럽연합 회원국에서 버섯 가공품을 수입

< 2013년 주요 네덜란드 버섯 수입국 >

(단위 : 천 달러)

구 분	1위		2위		3위	
	국가명	수출액	국가명	수출액	국가명	수출액
합 계	중 국	153,208	한 국	67,332	독 일	5,861
신선 버섯 (HS 070959)	한 국	67,332	중 국	51,378	벨기에	18,834
건조 버섯 (HS 071239)	중 국	16,766	프랑스	5,501	독 일	3,417
가공 또는 절임 주요 버섯 (HS 200310)	중 국	48,285	독 일	42,320	폴란드	35,930
가공 또는 절임 기타 버섯 (HS 200390)	중 국	36,780	이탈리 아	9,076	벨기에	5,273

(출처: GTIS, 2014)

(2) 수출동향

- 2013년 네덜란드는 전년대비 4.46% 증가한 348,600천 달러, 4.48% 감소한 156,927톤의 버섯 수출
- 최근 3년간 버섯 수출은 금액 기준으로 가공 또는 절임 기타 버섯 (-23.62%) 을 제외한 모든 버섯 품목이 꾸준히 증가하였으나, 수출량 기준으로는 2011-12년에 증가 후 2012-13년에는 감소함

< 2011-13년 네덜란드 버섯 수출동향 >

(단위 : 천 달러, 톤, %)

구 분	2011		2012		2013		'12-13년 증감률	
	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출 액	수출량
합 계	305,309	133,316	333,703	164,295	348,600	156,927	4.46	-4.48
신선 버섯 (HS 070959)	42,800	13,888	48,418	14,633	52,270	14,391	7.96	-1.65
건조 버섯 (HS 071239)	1,280	154	1,603	266	1,679	85	4.74	-68.11
가공 또는 절임 주요 버섯 (HS 200310)	257,616	116,367	279,472	146,701	291,435	140,587	4.28	-4.17
가공 또는 절임 기타 버섯 (HS 200390)	3,613	2,908	4,210	2,696	3,216	1,864	-23.62	-30.89

(출처: GTIS, 2014)

- 네덜란드는 주로 인근의 유럽연합 회원국으로 버섯을 수출함
- 네덜란드의 최대 버섯 수출국은 독일로, 건조, 가공 및 절임 버섯 제품을 중심으로 95,538천 달러의 버섯을 독일로 수출함
- 그 외 네덜란드 주요 버섯 수출국으로는 프랑스(47,273천 달러)와 벨기에(17,680천 달러)가 있음
- 유럽연합 회원국 외에 네덜란드 버섯이 대규모로 수출되고 있는 국가는 미국과 멕시코, 그리고 쿠웨이트 등이 있으며 주로 가공 또는 절임 주요 버섯을 중심으로 수출하고 있음
- 무역통계자료에 한국으로의 버섯 수출 기록은 나타나있지 않음

< 2013년 주요 네덜란드 버섯 수출국 >

(단위 : 천 달러)

구 분	1위		2위		3위	
	국가명	수출액	국가명	수출액	국가명	수출액
합 계	독 일	95,538	프랑스	47,273	벨기에	17,680
신선 버섯 (HS 070959)	프랑스	11,571	벨기에	10,045	독 일	7,965
건조 버섯 (HS 071239)	독 일	634	벨기에	272	쿠웨이트	118
가공 또는 절임 주요 버섯 (HS 200310)	독 일	86,282	미 국	56,893	프랑스	34,041
가공 또는 절임 기타 버섯 (HS 200390)	프랑스	1,660	독 일	657	벨기에	292

(출처: GTIS, 2014)

3. 프랑스

가. 버섯산업 현황

(1) 버섯 생산현황

- 유엔식량농업기구 (FAO)에 따르면 2012년 프랑스의 버섯 생산규모는 210,329천 달러 (한화 2,199억 원), 116,574톤으로, 버섯 생산규모 세계 7위이며, 이는 세계 버섯 시장 점유율 1.95%로 이탈리아, 네덜란드, 폴란드, 스페인에 이어 유럽 내 5위를 기록함

< 세계 10대 버섯 생산국 및 프랑스 시장점유율 >

(단위 : 천 달러, 톤)

순위	국가명	생산액	생산량
1	중 국	9,291,928	5,150,000
2	이탈리아	1,416,342	785,000
3	미 국	700,864	388,450
4	네덜란드	553,907	307,000
5	폴란드	396,936	220,000
6	스페인	263,421	146,000
7	프랑스	210,329	116,574
8	이 란	158,188	87,675
9	캐나다	147,949	82,000
10	영 국	131,891	73,100



(출처: FAO, 2014 & www.factfish.com/)

○ 프랑스 버섯 생산량은 2008년 29,936톤에서 2009년 10만톤 이상으로 대폭 증가한 후, 꾸준한 증가세를 보이며 2012년 116,574톤을 기록함

○ 2012년 버섯 생산량은 2008년 대비 289.4%, 2011년 대비 0.78% 증가

< 프랑스 최근 5년 버섯 생산동향 >

(단위 : 톤, %)

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	'11-12년 성장률
생산량	29,936	113,851	119,346	115,669	116,574	0.78

(출처: FAO, 2014)

(2) 버섯 가공품 현황

○ 프랑스 대표 유통업체 체인인 까르푸 (Carrefour)와 제앙 (Géant) 을 중심으로 프랑스 일반 소매 슈퍼마켓에서 판매 중인 버섯 가공품들을 분류해보면 가공방법에 따라 절단, 건조, 통조림/절임으로 분류할 수 있고, 가공버섯 제품종류에 따라서는 소스, 스프, 그리고 기타로 구분할 수 있음

(가) 절 단

○ 절단 가공 버섯 제품들은 볶음 또는 버섯이 들어가는 다양한 요리에 쉽게 사용할 수 있도록, 신선 상태의 버섯을 절단한 것으로, 비닐팩에 담아 냉장 또는 냉동 상태로 판매하고 있음

○ 프랑스의 경우, 절단 가공 버섯 제품들이 냉장보다는 냉동 상태로 판매하는 제품이 더 많음

○ 냉장 제품의 경우, 양송이를 절단한 제품만 판매되고 있으나 냉동 제품의 경우 1회 절단하여 조각이 큰 제품과 2회 이상 절단하여 얇은 조각을 낸 제품이 있으며 버섯 종류에 따라서 여러 가지 버섯이 혼합되어 있는 제품도 있음

< 주요 절단 가공 버섯 제품 >

	상품명	CHAMPIGNONS DE PARIS EMINCÉS BIO
	포장단위	600g
	포장형태	비닐팩
	판매가격	€4.00 (€6.67/kg)
	원재료	양송이
	상품명	MAGDA MÉLANGE DE CHAMPIGNONS LAMELLES
	포장단위	300g
	포장형태	내부: 비닐, 외부: 종이상자
	판매가격	€4.40 (€14.67/kg)
	원재료	양송이, 표고버섯, Boletus badius 버섯
	상품명	Champignons de paris émincés 1kg
	포장단위	600g, 1kg
	포장형태	비닐팩
	판매가격	€4.18 (€6.97/kg)
	원재료	양송이
	상품명	CARREFOUR ASSORTIMENT DE CHAMPIGNONS
	포장단위	450g
	포장형태	비닐팩
	판매가격	€3.97 (€8.82/kg)
	원재료	표고버섯, 비늘버섯, 양송이, 포르치니

(출처: 가르푸 및 제양)

- 절단 혼합 버섯 제품은 kg당 8.82유로에서 14.67유로로 절단 양송이 제품 6.67유로보다 가격이 높음

(나) 건조

- 건조 가공 버섯 제품에는 주로 특수 버섯으로 분류되는 남부 유럽 수입 트러플과 아시아 수입 표고버섯이 사용됨
- 건조 가공 버섯만 단독으로 들어있는 제품도 있으나 건조 트러플의 경우, 쌀과 함께 리조트 제품으로 포장되기도 함

< 주요 건조 가공 버섯 제품 >

	상품명	CHAMPIGNONS NOIRS
	포장단위	50g
	포장형태	유리병
	판매가격	€3.52 (€70.40/kg)
	원재료	목이버섯 (black mushroom)
	상품명	CASALE PARADISO RISOTTO AUX TRUFFES
	포장단위	300g
	포장형태	비닐포장
	판매가격	€5.50 (€18.33/kg)
	원재료	트러플

(출처: 까르푸 및 제앙)

(다) 통조림/절임

- 프랑스의 통조림/절임 가공 버섯 제품은 버섯을 식초에 절이거나 크림에 조리하여 캔에 담은 제품으로 장기간 보관이 가능하도록 만들어짐

< 주요 통조림/절임 가공 버섯 제품 >

	상품명	CASINO Champignons de paris émincés
	포장단위	230g
	포장형태	캔
	판매가격	€1.29 (€5.61/kg)
	원재료	양송이
	상품명	CASINO CHAMPIGNONS DE PARIS EMINCÉS
	포장단위	400g
	포장형태	캔
	판매가격	€2.45 (€6.13/kg)
	원재료	양송이
	상품명	CHAMPIGNONS DE PARIS 1ER CHOIX ENTIERS
	포장단위	230g
	포장형태	캔
	판매가격	€1.74 (€7.57/kg)
	원재료	양송이
	상품명	CASSEGRAIN CHAMPIGNONS DE PARIS À LA CRÈME FRAICHE
	포장단위	380g
	포장형태	캔
	판매가격	€3.29 (€8.66/kg)
	원재료	양송이

(출처: 까르푸 및 제앙)

- 통조림/절임 제품들에는 주로 양송이가 사용됨
- 동일한 브랜드의 버섯 통조림 제품이라도 유기농 버섯은 kg당 6.13유로로 일반 버섯 5.61유로보다 약 9.3% 높게 판매됨

(라) 소 스

- 양송이가 함유된 가열조리용 액상형의 리조토 소스가 유리병에 포장되어 판매되고 있음

< 주요 버섯 소스 제품 >

	상품명	PANZANI SAUCE RISOTTO CHAMPIGNONS
	포장단위	180g
	포장형태	유리병
	판매가격	€ 1.75 (€9.72/kg)
	원재료	양송이

(출처: 까르푸)

(마) 스프

- 프랑스에는 양송이 버섯, 'Cèpe'와 'boletus'라는 그물버섯류의 식용버섯을 사용한 버섯 스프 제품이 존재함
- 제품 형태는 크게 두 가지로, 파우더 형태의 인스턴트와 액상형의 레토르트가 있음

< 주요 버섯 스프 제품 >

	상품명	LIEBIG CRÈME DE CÈPES ET BOLETS
	포장단위	30c l x 2
	포장형태	내부 코팅 종이팩
	판매가격	€2.56 (€4.27/ l)
	원재료	그물버섯 (Cèpe, boletus)
	상품명	KNORR Soupe Forestière aux cèpes 1l
	포장단위	1 l
	포장형태	내부 코팅 종이팩
	판매가격	€3.57 (€3.57/ l)
	원재료	양송이, 그물버섯 (Cèpe)



상품명	KNORR SOUPISSIME CHAMPIGNON
포장단위	32g
포장형태	비닐포장
판매가격	€0.98 (€30.63/kg)
원재료	양송이

(출처: 까르푸 및 제앙)

- 파우더 형태 스프는 컵 또는 그릇에 스프 파우더를 넣고 끓는 물을 부은 후 1분간 저어주면 완성되는 인스턴트 조리 제품임
- 액상형은 완전 조리된 버섯 스프가 종이팩에 담겨 있어 내용물을 냄비에 넣은 후 가열만 하면 완성되는 제품임
- 파우더 및 액상형 모두 실온 보관 제품으로 상대적으로 장기간 보관이 가능함

(바) 기 타

- 버섯은 다양한 요리에 부재료로 활용할 수 있기 때문에 다양한 사전조리식품에 사용되고 있으며, 프랑스에서 가장 쉽게 찾아볼 수 있는 버섯 가공 제품은 버섯이 들어간 크레페, 다양한 파스타와 파이, 피자, 씨리얼 등이 있음
- 이중 씨리얼의 경우, 액체 상태의 유제품을 첨가하여 먹는 아침식사의 일종이 아니라 씨리얼의 일종인 통밀, 불린 밀레 (millet) 등과 다진 버섯을 뭉쳐 동글 납작한 스테이크 모양으로 만든 후 구운 것으로 샐러드를 곁들여 주로 점심 또는 저녁식사의 메인요리로 섭취함

< 주요 기타 버섯 가공 제품 >



상품명	CRÊPES DE FROMENT AUX CHAMPIGNONS
포장단위	50g
포장형태	내부: 비닐팩, 외부: 종이박스
판매가격	€1.51 (€5.03/kg)
원재료	양송이

	상품명	CARREFOUR RISOTTO, RIZ CUISINÉ AUX CHAMPIGNONS
	포장단위	2.50g
	포장형태	비닐팩
	판매가격	€ 1.72 (€ 6.88/kg)
	원재료	버섯 12%
	상품명	IGLO PÂTES FRAÎCHES AUX CHAMPIGNONS, CÈPES ET AROMATES
	포장단위	500g
	포장형태	비닐팩
	판매가격	€ 4.66 (€ 9.32/kg)
	원재료	나도 팽나무 버섯, 양송이
	상품명	CARREFOUR RISOTTO, RIZ CUISINÉ AUX CHAMPIGNONS
	포장단위	500g
	포장형태	내부: 비닐, 외부: 종이상자
	판매가격	€ 3.00 (€ 6.00/kg)
	원재료	양송이
	상품명	Croc cereales au millet et champignons
	포장단위	200g (2X 100g)
	포장형태	내부: 비닐, 외부: 종이상자
	판매가격	€ 3.98 (€ 19.90/kg)
	원재료	양송이

(출처: 가르푸 및 제앙)

- 사전조리식품에는 양송이 버섯이 가장 많이 사용되며, 독특한 버섯의 풍미를 더하기 위해 나도팽나무 버섯이 사용되기도 함
- 버섯을 함유하고 있는 사전조리식품들은 대부분 냉장 또는 냉동상태로 판매되고 있음

(3) 주요 가공품 시장 규모

- 프랑스의 주요 가공식품 시장규모와 버섯 가공식품 시장규모는 아래 표와 같음
- 2013년을 기준으로, 스프 시장이 624.2백만 유로(한화 8,287.9억 원)로 규모가 가장 크고, 통조림/절임 야채 시장이 622.3백만 유로(한화 8,262.7억 원), 냉동 가공 야채 시장이 402.1백만 유로(한화 5,338.9억 원)로 그 다음을 잇고 있으며 요리용 소스 시장이

83.8백만 유로(한화 1,112.7억 원)로 가장 작은 규모인 것으로 나타남

- 2008년 이후 가장 크게 성장한 가공제품은 요리용 소스로, 2008년 71.4백만 유로에서 83.8백만 유로로 17.4%가 성장했으며, 2012-13년에도 3.3%의 플러스 성장을 기록함
- 냉동 가공 야채와 스프 시장도 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 최근 6년간 각각 4.6%와 7.7% 성장함
- 통조림/절임 야채 시장은 동기간 1.4%, 2012-13년에는 0.7% 마이너스 성장세를 보임

< 주요 가공식품 종류별 시장규모 >

(단위: 백만 유로, %)

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	'12-13 증감률	'08-13 증감률	
냉동 가공 야채	384.4	374.5	400.3	387.8	393.2	402.1	2.3	4.6	
- 냉동	금액	13.45	13.86	16.01	16.29	16.91	16.89	-0.1	25.5
버섯	비율	3.5	3.7	4.0	4.2	4.3	4.2		
통조림/절임 야채	631.2	632.1	636.8	629.9	626.7	622.3	-0.7	-1.4	
요리용 소스	71.4	70	72.2	77.6	81.1	83.8	3.3	17.4	
- 버섯	금액	11.6	11.4	11	10.9	10.8	10.7	-0.9	-7.8
소스	비율	8.3	8.0	7.9	8.5	8.8	9.0	2.4	8.3
스프	579.4	563.8	600.4	605.2	612.6	624.2	1.9	7.7	
-버섯스프 (맛순위)					5/6	5/6			

(출처: 유로모니터, 2014)

(가) 냉동 버섯

- 각 가공 식품 시장에서 버섯이 차지하고 있는 비율을 살펴보면, 2013년 냉동 버섯은 16.89백만 유로(한화 224.3억 원)로 냉동 가공 야채 시장의 4.2%를 차지함
- 2009년까지 냉동 야채 시장의 3.7% 이하를 차지하던 버섯이 2010년 이후로는 지속적으로 4.2-4.3% 성장세를 유지하여 2008-13년 성장률 25.5% 를 기록함
- 특히 브로콜리, 줄기콩, 완두콩 등 비슷한 시장점유율을 보이고 있는 야채들이 동기간 마이너스 성장률을 기록한 것과 비교해볼 때 버섯의 시장점유율은 향후에도 지속적으로 증가할 것으로 예상

< 냉동 가공 야채 종류별 시장점유율 >

(단위 : %)

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	2013
브로콜리	4.6	4.5	4.4	4.3	4.2	4.3
컬리플라워	4.1	3.9	4.1	4.5	4.7	4.8
조리된 야채	38.7	39.2	39.3	39.8	39.9	40.1
줄기콩	14.3	14.4	14.0	14.0	13.8	13.6
버섯	3.5	3.7	4.0	4.2	4.3	4.2
완두콩	3.3	3.1	2.9	2.9	2.8	2.8
당근	1.5	1.4	1.9	2.0	2.2	2.3
시금치	9.1	9.3	9.8	9.8	9.8	9.7
종합 야채	8.2	7.9	8.5	8.8	9.1	9.1
기 타	12.7	12.6	11.1	9.8	9.3	9.3
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

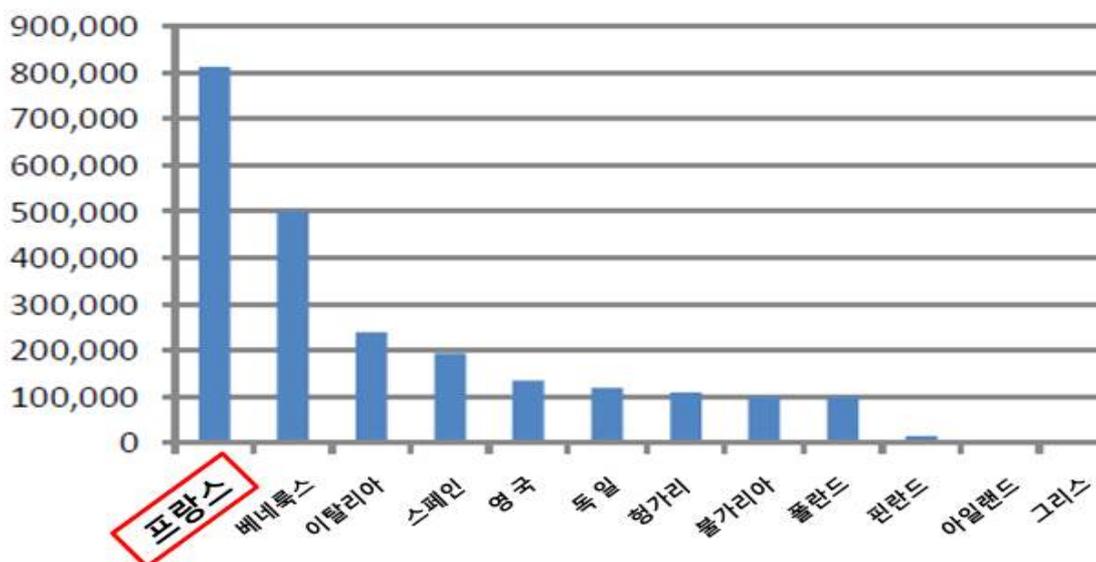
(출처: 유로모니터, 2014)

(나) 버섯 통조림

- 정확하게 버섯 통조림의 생산량 또는 시장규모를 집계한 자료는 없으나, 네덜란드 외무부의 산하기관인 CBI에서 2014년 발간한 'CBI 제품백서: 유럽연합 내 과일 및 야채 통조림 (CBI Product Factsheet: Canned Fruit and Vegetables in the European Union)' 보고서에 따르면 프랑스의 야채 통조림 생산량은 연간 80만 톤 이상으로, 유럽연합 지역 내 최대 야채 통조림 생산국으로 확인됨

< 유럽연합 회원국별 통조림 생산량 >

(단위 : 톤)



(출처 : CBI 2014)

- 프랑스의 야채 통조림 생산량은 벨기에, 네덜란드, 그리고 룩셈부르크로 이루어진 베네룩스 3국의 생산량 보다 월등히 앞서고 있으며 유럽의 대표적인 농업국인 이탈리아와 스페인 야채 통조림 생산량의 4배 가량에 이르고 있음
- 이는 프랑스 소비자들의 야채 통조림 소비량이 많다는 것을 의미하고 있으며 야채 통조림 시장 규모가 다른 가공품보다 큰 것과 일치함
- 야채 통조림 시장에서 버섯이 차지하는 비율이 냉동 야채 시장에서 버섯이 차지하는 비율과 유사한 4% 라고 가정했을 때 버섯 통조림 시장규모는 24.9백만 유로 가량이라고 추정할 수 있음

(다) 버섯 소스

- 프랑스의 요리용 소스 시장에서 가장 인기가 높은 제품은 베샤멜 소스로, 2013년 요리용 소스 시장의 22.0%를 차지하고 있음
- 베샤멜 소스에 뒤이어 페퍼콘 소스 17.4%와 크림 버섯 소스 10.7%가 프랑스 소비자들에게 인기 있는 제품으로 파악됨
- 프랑스에서 버섯소스는 구운 소고기와 닭고기 요리에 자주 사용될 뿐 아니라 리조트와 스파게티와 같은 이탈리아 음식에도 활용함
- 2008년 이후 베샤멜 소스와 페퍼콘 소스의 시장점유율은 증가하고 있으나 이 두 소스와 유사한 크림형태 버섯소스의 시장점유율은 감소추세를 보이고 있음

< 요리용 소스 종류별 시장점유율 >

(단위 : %)

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	2013
베샤멜 소스	21.4	21.5	21.6	21.8	21.9	22.0
버섯 소스	11.6	11.4	11.0	10.9	10.8	10.7
페퍼콘 소스	17.0	17.0	17.2	17.3	17.4	17.4
카레 소스	8.1	8.2	8.5	8.6	8.7	8.8
홀란다이즈 소스	5.8	5.7	5.6	5.5	5.5	5.5
스윗 & 사우어 소스	9.8	9.9	10.1	10.1	10.2	10.3
기 타	26.5	26.3	26.0	25.8	25.5	25.3
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주 : 베샤멜 소스 (Bechamel Sauce) : 밀가루를 버터에 볶은 후에 우유를 넣고 끓인 소스로 주로 생선 요리에 사용
 페퍼콘 소스 (Peppercorn Sauce) : 녹인 버터에 크림과 페퍼콘을 넣고 끓인 소스로 주로 스테이크를 비롯한 육류 요리에 사용
 홀란다이즈 소스 (Hollandaise Sauce) : 버터와 계란을 증탕으로 끓여 만드는 소스로 주로 생선, 달걀, 채소 요리에 사용
 스위트 & 사우어 소스 (Sweet&Sour Sauce) : 인도, 중국 등 아시아 요리에 사용되는 새콤달콤한 소스

(출처: 유로모니터, 2014)

(라) 버섯 스프

- 프랑스 슈퍼마켓에서 판매중인 주요 스프 6가지 중에서 야채 스프가 가장 인기 높으며 이를 뒤이어 토마토, 닭고기, 감자&대파 스프가 6년 연속 2-4위를 차지하고 있음
- 버섯 스프는 2012년부터 선호하는 스프 5위 내에 꼽히고 있음

< 스프 맛 종류별 순위 >

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	2013
야채스프	1	1	1	1	1	1
토마토스프	2	2	2	2	2	2
닭고기스프	3	3	3	3	3	3
감자&대파스프	4	4	4	4	4	4
버섯스프	-	-	-	-	5	5
생선스프	-	-	-	-	6	6

(출처 : 유로모니터, 2014)

(4) 소비 현황

- 프랑스에서 야채 중심 식습관 형성을 위해 설립된 루이 봉듀엘 재단 (Louis Bonduelle Foundation)이 실시한 연구조사에 따르면 프랑스와 독일 소비자 중 신선한 버섯을 요리에 이용하는 비율은 50% 이하로, 그 비율이 75% 이상인 영국, 벨기에, 네덜란드 소비자들과 비교해 매우 낮은 것으로 나타남
- 이 조사결과는 프랑스의 냉동 가공 야채와 야채 통조림 시장 규모가 큰 이유를 설명하고 있음

- 프랑스 버섯 홍보 재단의 버섯 요리 레시피를 바탕으로 프랑스 소비자들이 버섯을 이용하는 방법을 보면, 프랑스 대표 음식 중 하나인 키슈 (Quiche)의 주재료로 이용하거나 이와 유사하게 파이의 토핑으로 이용하는 경우가 많음
- 또한 소고기 스테이크, 구운 닭고기 등 육류 요리에 버섯 소스와 볶은 버섯을 함께 곁들이기도 하며, 볶은 버섯과 크림, 치즈를 섞어 스프를 만들기도 함

< 주요 버섯 활용 요리 >

버섯 키슈	구운 육류에 곁들인 버섯 소스 및 볶은 버섯	버섯 크림 스프
		

(출처: www.champignonidee.fr)

나. 버섯 수입/수출 동향 및 전망

(1) 수입동향

- 2013년 프랑스는 전년대비 각각 9.82% 감소한 219,554천 달러, 9.18% 증가한 53,219톤의 버섯 수입
- 신선버섯에 비해 버섯 가공품의 수입규모가 큰 것은 신선버섯보다는 냉동 버섯, 버섯 통조림 등을 많이 이용하는 프랑스 시장의 특성을 반영하고 있음
- 최근 3년간의 수입규모 동향을 보면, 가공 또는 절임 기타버섯을 제외하고는 2011-12년에 수입규모 감소 후 2012-13년에 증가하는 추세를 보이고 있음
- 이 중 신선버섯과 건조버섯은 2012-13년에 수입규모가 상대적으로 크게 성장하며 2011년 수준 이상으로 회복했으며 가공 또는 절임 주요 버섯은 2012-13년 수입액 5.60%, 수입량 9.99%가 증가했으나 2011년 수준에는 미치지 못하고 있음

< 최근 3년 프랑스 버섯 수입동향 >

(단위 : 천 달러, 톤, %)

구 분	2011		2012		2013		'12-13년 증감률	
	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입 액	수입량
합 계	213,887	52,493	199,930	48,743	219,554	53,219	9.82	9.18
신선 버섯 (HS 070959)	79,440	19,265	76,322	20,423	83,435	22,076	9.32	8.09
건조 버섯 (HS 071239)	40,955	1,493	38,949	1,050	45,721	1,263	17.39	20.22
가공 또는 절임 주요 버섯 (HS 200310)	85,821	29,161	74,448	24,596	78,618	27,052	5.60	9.99
가공 또는 절임 기타 버섯 (HS 200390)	7,671	2,574	10,211	2,675	11,780	2,829	15.36	5.78

(출처: GTIS, 2014)

- 프랑스의 주요 버섯 수입국으로는 네덜란드(63,862천 달러), 스페인 (49,806천 달러), 폴란드 (16,847천 달러) 등이 있음
- 버섯은 품목에 따라 수입규모에 차이가 있으며, 신선버섯과 가공 또는 절임 주요 버섯은 네덜란드(각각 22,385천 달러, 38,419천 달러), 건조버섯은 중국(12,105천 달러), 가공 또는 절임 기타 버섯은 스페인(3,393천 달러)에서 가장 큰 규모로 수입
- 중국, 인도, 파키스탄에서 대규모로 수입하는 건조 버섯 외 대부분의 버섯 제품은 네덜란드 등 주변 유럽연합 회원국에서 수입
- 2013년 한국으로부터 신선버섯(1.68천 달러)과 가공 또는 절임 기타 버섯(1.86천 달러)만 수입

< 2013년 주요 프랑스 버섯 수입국 >

(단위 : 천 달러)

구 분	1위		2위		3위		대 한국	
	국가명	수입액	국가명	수입액	국가명	수입액	순위	수입액
합 계	네덜란드	63,862	스페인	49,806	폴란드	16,847		
신선 버섯 (HS 070959)	네덜란드	22,385	폴란드	14,789	스페인	13,926	36	1.68
건조 버섯 (HS 071239)	중 국	12,105	인 도	9,163	파키스탄	7,542		
가공 또는 절임 주요 버섯 (HS 200310)	네덜란드	38,419	스페인	32,320	독 일	5,000		
가공 또는 절임 기타 버섯 (HS 200390)	스페인	3,393	네덜란드	2,691	독 일	1,884	16	1.86

(출처: GTIS, 2014)

(2) 수출동향

- 2013년 프랑스는 전년대비 8.26% 증가한 89,479천유로, 44.13% 증가한 24,951톤의 버섯 수출

< 최근 3년 프랑스 버섯 수출동향 >

(단위 : 천 달러, 톤, %)

구 분	2011		2012		2013		'12-13년 증감률	
	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량
합 계	95,901	16,990	82,649	17,312	89,479	24,951	8.26	44.13
신선 버섯 (HS 070959)	20,199	1,277	24,536	2,539	24,066	1,963	-1.91	-22.70
건조 버섯 (HS 071239)	13,666	432	11,987	343	14,145	893	18.00	160.47
가공 또는 절임 주요 버섯 (HS 200310)	54,562	13,838	29,739	10,489	30,732	16,645	3.34	58.69
가공 또는 절임 기타 버섯 (HS 200390)	7,473	1,444	16,386	3,941	20,536	5,451	25.32	38.31

(출처: GTIS, 2014)

- 프랑스의 주요 버섯 수출국은 인근 유럽연합 및 미국과 일본이며, 한국으로는 신선버섯(161천 달러), 건조버섯(118.4천 달러), 그리고 가공 또는 절임 기타 버섯(8.7천 달러)을 수출

< 2013년 주요 프랑스 버섯 수출국 >

(단위 : 천 달러)

구 분	1위		2위		3위		대 한국	
	국가명	수출액	국가명	수출액	국가명	수출액	순 위	수출액
합 계	독 일	18,803	미 국	14,939	벨기에	10,882		288.1
신선 버섯 (HS 070959)	영 국	3,569	일 본	3,126	미 국	2,903	17	161.0
건조 버섯 (HS 071239)	독 일	1,839	영 국	1,730	미 국	1,708	21	118.4
가공 또는 절임 주요 버섯 (HS 200310)	독 일	13,132	벨기에	6,067	미 국	2,141		0.0
가공 또는 절임 기타 버섯 (HS 200390)	미 국	8,188	독 일	2,629	알제리	1,987	50	8.7

(출처: GTIS, 2014)

4. 이탈리아

가. 시장조사

- 현지 버섯 전문 수입업체들이 한국의 느타리, 새송이, 팽이버섯을 가끔 수입했으나 현재 중국산의 저가 전략으로 중국산으로 대체되고 있는 상황임
 - 가끔 현지 슈퍼마켓에 한국산 버섯이 유통될 때도 있으나 현재로선 구색 갖추기에 불과한 실정임
 - 중국산은 아시아 버섯 중 시장 점유율이 가장 높으며 현지 슈퍼마켓에서 가끔씩 살 수 있거나 중국 식품점에서 구매가 가능함
- 버섯은 다양한 종류와 가공품 형태로 판매되고 있으며 중국산이 다수를 차지하고 있음

- 살구버섯, 새송이버섯, 팽이버섯, 흰맛타리버섯이 시중에서 유통되고 있으며, 중국산을 많이 찾아볼 수 있음
 - 버섯이 소스, 파스타, 슬라이스, 감자칩 등 다양한 형태로 가공되어 유통되고 있으며 이탈리아 자체 내의 가공품이 많음
- 이탈리아 소비자들은 식품 소비에 있어서 유기농 재료, 건강식을 추구하는 경향을 보임
- 현지의 버섯들은 0.80 EUR ~ 5.40 EUR까지 다양한 가격대로 유통되고 있음
 - 저가보다는 유기농, 건강식품군에 포지셔닝해서 BIO 제품으로 판매된다면 가격이 소비자들의 구매 행태에 미치는 영향이 중요하지 않을 것으로 보임
- 또한 이탈리아는 주로 양송이버섯을 재료로 하여 버섯피클 제품을 많이 출시하고 있음. 일반적으로 산미가 강하고 염분이 높은 우리나라 짬아지와 달리, 신맛과 짠맛이 덜하고 올리브유나 해바라기유 등 식물성 기름을 주재료로 하는 제품이 많이 판매되고 있음
- 외장재는 15개 제품 중 14개가 투명유리 소재를 사용함으로써 제품의 신선도를 파악할 수 있음

< 이탈리아 내에서 판매되고 있는 버섯 피클 >



나. 새로운 트렌드

○ 버섯버거 “Funghi Burger”

- 이탈리아 중부 모데나 근교에 위치한 Modena Funghi 사는 세계 최초로 버섯 버거를 개발하여 출시
- 동사는 2012년 지진으로 큰 피해를 입었음에도 불구하고 그간 쌓아온 Vegan 시장에서의 노하우를 바탕으로 버섯을 활용한 버거제품을 만들어 내며 재기에 성공
- 버섯버거의 가격은 약 5~7유로선이며 특히 북유럽시장에서 수요가 높은 것으로 알려짐.

○ 커피 찌꺼기에서 버섯 재배 “Funghi Espresso”

- 한 이탈리아 스타트업 기업은 커피찌꺼기를 활용한 버섯 재배 키트를 개발해 출시
- 커피 찌꺼기가 버섯을 배양하고 재배하는데 필요한 미네랄과 영양분이 풍부한 이상적

토대임에 착안하여 만들어진 제품

- 버섯재배 키트는 플라스틱 통에 균사체와 커피찌꺼기를 넣어 구성했으며 개당 12.90유로임.

○ 말린 차가버섯차 “Fungo Chaga Essicato”

- 장수, 신체활력, 항암효과에 뛰어난 것으로 알려진 차가버섯을 말린 조각으로 따뜻한 물에 우려내는 건강차로 인기
- 차가버섯은 유럽에서 곤충과 함께 미래 먹거리를 대표하는 Novel Food로 알려져 있음.
- 100g 소포장에 20유로선에서 판매 중

○ 영지버섯 커피 “Caffe’ al Ganoderma”

- 이탈리아 현지에서 Ganoderma 혹은 Reishi 버섯으로 명명되는 영지버섯은 4천년간 인류가 식용해온 유익한 버섯류로 알려져 있음.
- 분말형태의 영지버섯과 커피를 혼합해 기존 커피와는 다른 특별한 맛을 창조해내는데 성공해 시장의 주목을 받고 있음.
- 동 제품은 인스턴트 커피 95%, 유기농 영지버섯 성분이 5%로 함유되어 있음.

다. 혁신적인 식품 포장재

○ 구리가 적용된 신선식품 포장재 : Bustarame

- FSC 인증 제지 99%, 0.5% 분무요법으로 적용된 구리로 만든 식품 포장재로 세균증식 억제력이 99%를 자랑함.
- 동 포장재는 신선도 유지가 결정적인 슬라이스 햄류를 포장하는데 쓰이며 일반종이와 함께 분리수거 및 재활용이 가능한 것이 특징임.
- Adercarta사가 개발했으며 2017년 이탈리아 포장재 오스카상을 수상

○ 3D 효과로 유통기한을 최대화하는데 성공 : Darfresh Range

- HPP(High Pressure Processing) 진공방식으로 두개의 포장재가 식품을 아래위로 피부같이 흡착시켜 식품의 모양은 그대로 유지한 채 유통기한을 혁신적으로 늘린 포장방식
- 주로 육류, 생선, 치즈, 냉동 및 신선식품등에 적용
- 또한 이러한 포장방식은 제품 부피를 기존보다 50%나 감소시켜 물류 및 보관이 용이한 것이 특징임.

○ 손쉬운 액체 및 분말 붓기 : Drip Pack

- 따로 자르는 도구 필요없이 액체나 가루분말 등의 손쉽게 부을 수 있도록 만든 Stand-up 형식의 식품 포장
- 포장재 입구는 2개의 자르는 선으로 구성되어 있으면 첫 번째 선을 자를 경우 액체가

호를 수 있는 입구만 잘려지고 나머지는 닫혀 있는 상태임.

- 대신 액체가 흐르는 입구는 크기 조절이 가능할 수 있도록 설계되어 있는 것이 특징임.

○ 공간절약에 튼튼하기까지 한 상자 포장 : Cornerless

- 골판지 상자 상하단에 서로 맞물릴 수 있는 이를 만들어 충충히 겹쳐도 버리는 공간이 나오지 않고 어떠한 충격에도 견고하며 통풍이 잘되어 신선 식품 보관 및 이동이 효율적인 포장 방식임.

< 이탈리아 내에서 판매되고 있는 버섯 및 버섯 가공품 >

제품사진	제품정보	제품사진	제품정보
신선버섯			
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 살구버섯 ▶ 브랜드 : 벨라루스 ▶ 원산지 : 벨라루스 ▶ 가격 : 14.99 EUR/kg ▶ 판매처 : Auchan 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 피오피니버섯 ▶ 브랜드 : Medici Claudio ▶ 원산지 : 이탈리아 ▶ 중량 : 250g ▶ 가격 : 5.40 EUR ▶ 판매처 : Carrefour
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 새송이버섯 ▶ 브랜드 : Shenzhen Tianhua ▶ 원산지 : 중국 ▶ 중량 : 200g ▶ 가격 : 1.80 EUR ▶ 판매처 : International 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 팽이버섯 ▶ 브랜드 : Shenzhen Tianhua ▶ 원산지 : 한국 ▶ 중량 : 150g ▶ 가격 : 0.80 EUR ▶ 판매처 : International
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 흰맛타리버섯 ▶ 브랜드 : Shenzhen Tianhua ▶ 원산지 : 중국 ▶ 중량 : 150g ▶ 가격 : 1.00 EUR ▶ 판매처 : International 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : BrownBeech Mushroom ▶ 브랜드 : Shanghai Finc Biotech ▶ 원산지 : 중국 ▶ 중량 : 150g ▶ 가격 : 2.00 EUR ▶ 판매처 : Hu Foods
버섯 가공품			
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Funghi Trifolati ▶ 브랜드 : Simens Alimentari ▶ 원산지 : 이탈리아 ▶ 중량 : 180g ▶ 가격 : 2.79 EUR ▶ 판매처 : Auchan ▶ 제품특징 : 양념버섯 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Salsa ai funghi ▶ 브랜드 : Nestle Italiana ▶ 원산지 : 이탈리아 ▶ 중량 : 180g ▶ 가격 : 3.19 EUR ▶ 판매처 : Esselunga ▶ 제품특징 : 버섯소스

제품사진	제품정보	제품사진	제품정보
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Tagliolina ai funghi porcini ▶ 브랜드 : Pastificio di Bari Tarall'oro ▶ 원산지 : 이탈리아 ▶ 중량 : 250g ▶ 가격 : 1.79 EUR ▶ 판매처 : Auchan ▶ 제품특징 : 버섯스파게티 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Sakebon Risotto ai Funghi Porcini ▶ 브랜드 : Star ▶ 원산지 : EU ▶ 중량 : 93g ▶ 가격 : 1.11 EUR ▶ 판매처 : Pam ▶ 제품특징 : 사케본 버섯 리조토
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Polenta con funghi porcini ▶ 브랜드 : Arnaboldi ▶ 원산지 : 이탈리아 ▶ 중량 : 175g ▶ 가격 : 2.39 EUR ▶ 판매처 : Esselunga ▶ 제품특징 : 버섯폴렌타 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Lasagne Funghi e Prosciutto ▶ 브랜드 : Pastificio Rana ▶ 원산지 : 이탈리아 ▶ 중량 : 350g ▶ 가격 : 4.49 EUR ▶ 판매처 : Esselunga ▶ 제품특징 : 버섯&햄라자냐
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Funghi Trombette nere ▶ 브랜드 : Fertitecnica Colfiorito ▶ 원산지 : 이탈리아 ▶ 중량 : 30g ▶ 가격 : 3.40 EUR ▶ 판매처 : Auchan ▶ 제품특징 : 말린 검은 트럼펫 버섯 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Pollo Patate e Funghi ▶ 브랜드 : Surmont ▶ 원산지 : 이탈리아 ▶ 중량 : 450g ▶ 가격 : 3.98 EUR ▶ 판매처 : Coop ▶ 제품특징 : 냉동 버섯감자 닭고기 볶음
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Black Truffle Potato Chip ▶ 브랜드 : Amica Chips ▶ 원산지 : 이탈리아 ▶ 중량 : 100g ▶ 가격 : 1.99 EUR ▶ 판매처 : Esselunga ▶ 제품특징 : 송로버섯 감자칩 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : Funghi Porcini a fette ▶ 브랜드 : Valtaro ▶ 원산지 : 이탈리아 ▶ 중량 : 300g ▶ 가격 : 7.29 EUR ▶ 판매처 : Esselunga ▶ 제품특징 : 냉동 포르치니 버섯 슬라이스

라. 소비자 설문조사

□ 조사목적

- 이탈리아로의 버섯 및 버섯 가공품 수출을 확대하고자 싱가포르 내 소비자들을 대상으로 버섯 및 버섯 가공품에 대한 선호도 및 수요를 간단하게 파악하고자 함
- 아울러 현재 판매되고 있는 버섯 및 버섯 가공품에 대한 애로사항을 파악하여 이를 개선할 수 있는 기술방안을 마련하고자 함

○ 조사내용

- 조사내용은 크게 3가지 부분으로 이루어지는데 1) 구매 성향, 2) 한국산에 대한 평가, 3) 판매 증진 방안임

□ 조사결과

○ 구매 성향

- 이탈리아 소비자들은 신선 버섯을 선호하며 종류에 있어서 송이버섯에 비해 상대적으로 포르치니 버섯을 선호한다고 응답함
- 구매 선택 기준에는 성별, 소득, 혼인 여부, 계절 등 다양한 기준들이 있었으며 화학 첨가물이 인체에 유해하다는 인식과 버섯 고유의 향이 적어짐으로 인해 전체적으로 버섯 가공품 소비가 적은 것으로 조사됨

< 구매 성향 >

구분		구매 성향
신선 버섯		▶ 대부분 신선 버섯을 선호하며 파스타 요리에 사용함
포르치니 버섯		▶ 버섯 고유의 향과 식감이 뛰어나 다수가 선호하는 버섯이며 보관도 용이함
송이 버섯		▶ 가격이 저렴하나 향이 없어 다수가 선호하지는 않음
구매 기준	성별	▶ 버섯 구매에 있어 여성들은 주로 가격에, 남성들은 품질에 관심이 많음
	소득	▶ 소득이 낮을수록 버섯 가공품 구매가 빈번함
	혼인 여부	▶ 미혼인 사람들이 조리된 버섯 제품 구매가 빈번함
	계절	▶ 올리브 오일, 식초 등에 저린 버섯 가공품은 주로 여름에 구매함

○ 한국산에 대한 평가

- 표고버섯, 새송이버섯, 팽이버섯 등 전체적으로 식감과 향이 특색이 있으며 경쟁력이 있으며 현지에서 즐겨 먹는 와인이나 고기 요리와 잘 어울리기도 하여 현지 소비자들의 반응이 긍정적임
- 반면, 피클 형식의 가공품은 현지 식성에 맞지 않으며 현지 버섯 시장에서 한국산이 차지하고 있는 부분이 작아 소비층의 확대를 위한 공격적인 마케팅 전략 수립이 요구됨

< 한국산에 대한 평가 >

구분	평가
장점	▶ 일부 버섯의 식감과 향이 뛰어나며 생으로 또는 익혀서 먹을 경우 와인과 곁들여 먹기에 좋음
단점	▶ 피클 형식의 버섯 가공품의 경우 단맛이 강해 현지 식성에 잘 맞지 않음
선호 버섯	▶ 팽이버섯의 경우 고기요리와 어울리는 쫄깃한 식감을 가지고 있으며 표고버섯도 식감과 향에 있어서 경쟁력이 뛰어남

○ 판매 증진 방안

- 저가 경쟁보다는 현지인들의 중요시하는 유기농이며 고급 재료라는 이미지에 집중해야 하며, 현지 요리에 어울리는 버섯을 중심으로 레시피를 개발하여 접근해야 함
- 바이럴 마케팅과 시식회 등을 통해서 한국 버섯의 우수함을 전파함과 동시에 현지 시장에 맞는 포장 디자인도 개발해야 함

< 판매 증진 방안 >

구분	방안
이미지	▶ 건강식에 대한 수요가 높은 현지에서 효능과 영양을 강조하는 스토리텔링을 통해 유기농 제품이며 고급 식자재라는 이미지를 위한 마케팅이 필요함
포장 디자인	▶ 현지에서 패키징 리뉴얼 경쟁이 치열하므로 현지 소비자들이 선호하는 색상, 포장재질, 글자체 등을 파악하여 포장 디자인에 반영해야 함
매체	▶ SNS나 인터넷 후기를 중심으로 한 현지에서의 바이럴 마케팅이 효과적임

○ 선호하는 버섯 및 버섯 가공품

- 조사 대상 20명의 소비자 인터뷰 결과 대부분이 신선버섯 구매를 선호하는 것으로 나타남
- 제철이 아닐 경우 냉동 버섯을 구매하기도 하며 신선버섯은 주로 파스타 요리에 활용한다고 대답함.
- 조사대상의 80% 이상이 포르치니 버섯을 선호하며 이유는 버섯 고유의 향과 식감이 뛰어나기 때문이라고 함.
- 포르치니 버섯을 말려서 사용할 수도 있어 보관도 용이해 버섯 중 으뜸으로 꼽히고 있음.
- 향이 나지 않는 Champignon 버섯(송이버섯)은 가격은 저렴하나 좋아하는 소비자는 많지 않은 것으로 조사됨.
- 인터뷰 대상 소비자의 75%가 버섯 구매시 이탈리아산인지를 직접 확인한다고 대답했으며 여성 소비자의 경우 버섯 구매시 가격에 민감한 편이며 남성소비자들의 경우 고품

질 버섯 구매에 관심이 높은 것으로 나타남.

- 소득이 낮은 소비자 혹은 미혼의 소비자는 이미 조리된 버섯 가공품 구매가 빈번한 것으로 나타남.
- 버섯 가공품의 소비가 낮은 이유로는 방부제등의 화학첨가물이 인체에 유해하다는 인식 확산과 더불어 버섯고유의 신선한 향을 느낄 수 없다는 것이 주된 이유.
- 올리브 오일 혹은 식초에 저린 버섯가공품은 주로 여름에 자주 구매한다고 대답하는 소비자가 많았음.

○ 한국산 버섯 또는 버섯가공품에 대한 의견

- 대부분의 현지 소비자들은 한국산 버섯에 대해 생소하며 이탈리아 현지에서 유통되는 버섯은 국내산 혹은 슬로베니아, 벨라루스, 불가리아등 동유럽산, 중국산이 대부분임.
- 아시아 버섯 중 시장 점유율이 가장 높은 버섯은 중국산으로 현지 슈퍼마켓에서 가끔씩 살수 있거나 중국 식품점에서 구매가 가능함.
- 조사대상 소비자 중 한국 버섯을 먹어본 소비자는 표고버섯이나 새송이버섯이 식감과 향에 있어 뛰어나다는 의견을 냄.
- 특히 생으로 먹거나 약간 익혀서 먹을 경우 와인에 곁들여 먹는 음식으로 훌륭하다는 평임.
- 팽이버섯의 경우 쫄깃한 식감이 고기요리와 잘 어울려서 인상 깊다고 대답함.
- 한국버섯은 이탈리아버섯과는 다른 향과 맛을 지니고 있으며 그중 표고버섯의 경우 경쟁력이 우수한 편이라고 함.
- 한국버섯 가공품을 맛을 본 적이 있는 소비자의 경우 한국버섯은 쫄깃한 식감이 특징이며 신맛과 단맛이 어울린 피클형식의 버섯가공품의 경우 단맛이 우세해서 현지 식성에 잘 맞지 않았다고 지적함.
- 조사대상의 50% 소비자는 한국버섯을 먹어본 경험이 없으며 일반적으로 이탈리아 버섯과 비교 향과 맛이 비슷할 것이라고 대답함.
- 조사대상의 80%는 한국산 신선버섯을 기꺼이 구매할 것이라고 대답했으며 간장 혹은 고추장에 절인 한국식 버섯가공품도 적어도 한번씩은 구매해볼 의향이 있다고 함.
- 한국 버섯을 먹어본 50%의 현지 소비자 중 60%는 한국버섯의 품질이 뛰어나다고 밝혔으며 30%의 경우 크게 맛이 뛰어나지 않다고 대답했으며 10%의 경우 맛은 있으나 이탈리아 국산버섯에 못미친다고 대답함.

○ 현지 소비자 선호 마케팅 방안

- 조사대상 소비자의 40%는 한국 버섯이 현지에서 고급 식자재로 마켓 포지셔닝 선점이 필요하다고 대답함.
- 원산지가 한국이라는 점 때문에 구매를 망설이는 소비자를 최대한 끌어들이기 위해서는 시식회등을 통해 한국산 버섯 활용 이태리 요리 시식 혹은 잡채와 같은 현지인 선호 한식 시식을 통해 집중 홍보가 필요하다고 한 소비자도 있음.
- 이탈리아 슈퍼마켓에서는 시식회가 별로 없기 때문에 1+1 이나 버섯 한팩 구매시 한국 전통기념품 같은걸 덤으로 끼워주는 마케팅이 효과적일 수도 있다고 대답한 소비자도

있음.

- 한국 버섯만이 가지고 있는 효능과 영양을 강조하여 채식주의자 (Vegan) 혹은 건강주의자들에게 포커스를 맞춘 제품개발 및 고급 틈새상품으로서의 마케팅 전략이 필요함
- 이탈리아 소비자는 건강식에 대한 수요가 매우 높기 때문에 자신이 사먹는 농산물이 어떻게 재배되고 어디서 오는지에 대한 정보전달이 중요함
- 따라서 한국산 버섯에 대한 스토리텔링이 중요하며 저가보다는 유기농, 건강식품군에 포지셔닝해서 BIO(유기농) 제품으로 판매된다면 가격이 좀 높아도 소비자들은 크게 신경쓰지 않을 것임.
- 제품 포장의 경우 고급식품으로서의 이미지가 부족한 플라스틱 팩은 가급적 자제하고 유리용기 혹은 친환경 이미지를 부여하는 종이류를 쓰는 것이 현지 소비자 어필에 도움이 될 수 있음
- 현재 현지 많은 식품업체들이 (특히 파스타) 대대적으로 패키징 리뉴얼에 투자하고 있는 상황으로 평범한 패키징으로는 시장 진입이 어려움
- 현지 소비자가 좋아하는 색상, 포장재질, 글자체등을 연구해서 현지화된 패키징 디자인으로 어필하는 것이 필요함.
- 한국산 버섯이 현지시장에 자리잡기 위해선 무조건 저가로 승부하는 것은 바람직하지 않으며 자칫 소비자 편견이 생길 수도 있음
- 현지 소비자들은 인터넷에서 새로운 제품에 대한 정보를 파악하고 타 소비자들의 의견을 참고하는 경향이 우세하기에 SNS나 인터넷 소비자평을 중심으로 현지 마케팅을 전개하는 것이 바람직함
- 한국 버섯은 현지요리에 가장 어울리는 버섯을 중심으로 현지인들이 즐길만한 레시피를 개발하여 접근해야 하며 다양한 시식회를 통해 맛이 뛰어나다는 것을 소비자에게 인지시키고 청정지역 우수 농산물 산지로서의 한국 이미지에 대한 대대적 광고투자가 필요함.

마. 전문가 의견수렴

□ 조사개요

○ 조사목적

- 이탈리아에서 한국산 버섯 및 버섯 가공품을 수입 및 판매함에 있어서 애로사항을 파악함으로써 기술수요를 도출하고자 함
- 특히 검역·통관 상 문제를 파악함으로써 수출정책 제언과 연계하고자 함

○ 조사시기

- 2017년 8월

○ 조사대상

< 조사대상 업체 >

조사일시	업체명	담당자	특징
2017년 7월 20일	The Greens Company	구익회	한국식품 도매업
2017년 8월 30일	Fungorobica	Fabio Trapletti	신선버섯, 가공식품
2017년 9월 4일	Erica Natura	Vincenzo Denrnassi	신선버섯, 가공식품

○ 조사내용

- 조사내용은 크게 4가지 부분으로 이루어지는데 1) 수입 통관 시 애로사항, 2) 현지 유통 현황, 3) 장·단점, 4) 현지 진출 전략임

< 전문가 의견 >

조사내용	조사업체	의견
수입 통관 시 애로사항	G사	▶ 정해진 규정이 크게 어렵지는 않으나 비용이 많이 들고 120유로의 보건허가증을 별도로 발급 받아야 하므로 원활한 통관을 위해서 정확한 류 구비가 요구됨
	F사	▶ 신선버섯, 건조버섯, 기타 버섯가공품의 재배, 가공, 수입, 유통 및 판매는 국내법에 의해서 철저히 관리되고 있는 상황임. - 관련법 DPR 376/95에서 EU역외산 수입 버섯 관련 제품에 대한 유통 및 판매 조건등을 명시하고 있음.▶ 이탈리아에서는 소비자 안전이 확인된 리스트상 버섯류에 한해 자유로이 수입이 가능하며 이탈리아산 버섯에 적용되는 유통 조건을 수입 버섯류도 철저히 지켜야 함. ▶ 리스트에 등재된 버섯과 다른 버섯류의 경우는 원산지 국가 관련 당국에서 발행하는 식용가능 확인서를 보유해야 수입 유통이 가능함. ▶ 버섯 가공품이 아닌 신선 버섯류는 신선도를 해치지 않는 신속한 통관이 필수임.
	E사	▶이탈리아 관련 당국은 자국 농산물 산업 보호를 위해 신선 버섯을 유통할 경우 (송로버섯 포함) 재배지 및 수확지를 명시한 라벨을 의무적으로 표시하도록 하고 있음. - 따라서 버섯 수출업체들은 이러한 사실을 증명하기 위한 원산지 증명서 및 관련 서류를 철저히 준비해야 하며 서류 미비시 세관 억류, 재선적, 폐기 등의 사례들이 빈번하게 발생하여 수출입업체에 유무형의 타격이 크므로 주의해야 함.
현지 유통 현황	G사	▶ 중국산의 현저히 낮은 가격과 한국산의 맛 차별화 실패로 현지에서의 시장 경쟁력이 떨어져 유통에 어려움을 겪고 있음

조사내용		조사업체	의견
		F사	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 일부 한국산 버섯은 현지 농수산 도매시장에서 거래되기도 했지만 큰 규모의 양은 아니었음. 중국산 버섯과 종류가 비슷하여 한국 버섯도 현재 한국 국내시장 포화에 따라 해외시장 개척에 적극 나선 것으로 알고 있음. ▶ 유럽은 세계 버섯시장의 35%를 차지하는 주요 시장이며 이에 따라 한국산 버섯이 공을 들이고 꾸준히 관리해야 할 유망 시장임. ▶ 한국산 버섯은 아직 일반 소비자에게는 생소하며 주로 현지 중국 유통업자들이 에스닉푸드 시장에서 유통시키고 있는 것으로 알고 있음. ▶ 이탈리아에서 가장 많이 수입 유통되는 버섯은 주로 동유럽산이며 동사도 이들을 주로 취급하고 있음.
		E사	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 이탈리아에서 신선 버섯 유통은 다양한 채널로 이루어지고 있는데 약 15년전만하더라도 전통적 방식의 채소 소매업체들이 버섯 유통채널의 중요한 부분을 차지하였으나 대형유통점(GDO)의 성장으로 인해 점점 그 입지가 좁아지고 있는 상황임. ▶ 다른 농산물과 마찬가지로 신선 버섯도 도매시장, 재래시장, 대형유통마켓, 일반 슈퍼마켓, 디스카운트 유통매장, 개인 채소 소매업자(Fruktivendolo), 식품가공생산업체등을 통해 소비자들에게 연결되고 있음. ○ 한국산 버섯은 주로 버섯 전문 수입유통업체 혹은 중국 유통업체를 통해 직수입 혹은 제3국(네덜란드등)을 거쳐 일부 이탈리아에 유통되고 있음.
		G사	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 새송이버섯과 표고버섯의 향이 좋으며 슬라이스된 표고버섯의 현지 반응이 좋음
장·단점	장점	F사	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 한국의 새송이버섯(King Oyster Mushroom)이 식감과 맛에서 뛰어난 것으로 들은 바 있음. 특히 한국의 많은 새송이버섯 업체들이 현대적인 시설에서 과학적으로 버섯을 키우고 재배하고 있는 것으로 알고 있어 해외 동종업계에 시사하는 바도 큼. - 특히 살균효과가 있는 병모양의 통에 균사체를 넣어 버섯을 키우는 한 한국 버섯업체의 방식이 현지 업계 온라인 잡지에 소개된 적도 있는등 인상 깊었음. ▶ 한국산 신선버섯은 무엇보다 물류비용을 개선해 가격 경쟁력을 확보하는 것이 현지 시장 진출을 가속화할 수 있는 길이라고 생각함.
		E사	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 한국산 버섯의 경우 지리적으로 근접해있는 중국산과 그 종류가 비슷하나 가격면에서는 다소 경쟁력이 떨어짐.

조사내용		조사업체	의견
	단점		<ul style="list-style-type: none"> - 최근 중국산 버섯의 이탈리아 수입이 급증해 자국 버섯을 위협하고 있는 것이 사실임. - 특히 중국산 신선 버섯 및 냉동버섯의 경우 약 +300%나 수입이 증가한 것으로 알고 있음. - 건조 포르치니 버섯도 중국으로부터 수입, 유통되고 있는 상황임.
		G사	▶ 버섯에 대한 접근 문화가 현지와 상이하고 피클류의 가공품과 현지 요리의 조화가 떨어지며 가격 경쟁력이 낮음
		F사	▶ 인지도가 없음
		E사	▶ 한국산 버섯이 현지시장에 소개된 역사는 오래되지 않아서 버섯 업계 관계자들사이에도 인지도가 약한 편임.
현지 진출 전략		G사	▶ 현지의 식문화를 고려하여 향을 중심으로 제품을 개발해야 하며 버섯이라는 농산물의 스토리와 컨텐츠 홍보와 한국 식문화의 세계화를 통해 버섯이라는 재료에 대한 수요를 높여야 함
		F사	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 이탈리아 일반 소비자들의 포르치니 버섯에 대한 선호도는 상상할 수 있는 그 이상의 것이며 이에 따라 관련 버섯 판매업체도 포르치니만을 찾을 정도임. - 따라서 많은 현지 업체들이 불가리아, 폴란드 등 주로 동유럽에서 포르치니 버섯을 경쟁적 가격에 들여오고 있으며 동사도 주요 거래처는 동유럽임. ▶ 한국에서는 포르치니 버섯이 자라지 않는 것으로 알고 있으며 포르치니와 유사하다고 보이는 버섯이 새송이 버섯임. 하지만 현지 소비자에게는 아직 생소하므로 장기적 전략으로 접근해야 할 필요가 있음. ▶ 수입업체가 마진을 확보할 수 있는 경쟁력 있는 가격과 품질이 우선이 되어야 시장성을 확보할 수 있으므로 가격구조 개선에 노력이 필요하다고 생각됨.
		E사	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 한국산 버섯이 중국산과 혼동되지 않도록 차별화가 필요할 것으로 보임. - 특히 중국산 건조 포르치니가 이탈리아산으로 둔갑해서 팔리다가 경찰에 적발된 사례도 있고 해서 중국과 비슷한 버섯제품이라는 인식이 확산되지 않도록 공을 들여야 할 것임. ▶ 주로 에스닉 식품 시장에서 유통되기 보다는 현지 능력있는 수입유통업체와의 거래가 시장 진입 첫 단계에 이루어져야 장기적 관점에서의 현지 시장에서의 성장 가능성도 기대해 볼 수 있음. ▶ 이탈리아 버섯 재배의 50%는 북동부 베네토 지역에 집중되어 있으며 그만큼 관련 업체도 많으므로 그 지역 업체와의 협업 가능성도 존재함.

5. 시사점 및 한국 버섯의 가능성

가. 버섯 가공품 다양화 필요

- 2013년 한국은 네덜란드로 신선버섯 67,332천 달러를 수출하였으나 건조버섯을 비롯한 다른 버섯 가공품의 수출은 전혀 이루어지지 않았음
- 프랑스로는 신선버섯과 가공 또는 절임 기타 버섯 제품을 수출되었으나 그 규모가 2천 달러 미만으로 매우 작음
- 2013년 네덜란드의 버섯 가공품 수입규모는 230,407천 달러로 전체 버섯 수입규모의 53%, 프랑스는 136,119천 달러로 전체 버섯 수입규모의 62%라는 점을 감안했을 때 신선버섯 뿐 아니라 다양한 버섯 가공품 개발로 대 네덜란드와 프랑스 수출 규모를 확장시킬 필요가 있음

나. 시장특성에 맞는 제품으로 공략

- 앞서 네덜란드와 프랑스의 버섯 가공품 현황과 시장규모, 그리고 소비현황에서 살펴본 바와 같이 네덜란드와 프랑스 시장은 매우 다른 특성을 보이고 있음
- 네덜란드는 신선 버섯 섭취률이 높고 슈퍼마켓에서는 다양한 건조버섯과 통조림 보다는 주로 유리병에 든 절임 제품과 냉동보다는 냉장 버섯제품을 판매
- 가공제품으로는 주로 양송이 사용되나 이외에도 표고버섯, 느타리 버섯 등 다양한 신선 버섯을 판매
- 프랑스에서는 신선 버섯 섭취률이 상대적으로 낮고 슈퍼마켓에서는 다양한 냉동 버섯과 통조림이 인기리에 판매됨
- 신선 버섯은 양송이, 가공품에는 양송이 외에 비늘버섯, 그물버섯, Boletus badius 등의 특수 버섯이 사용됨
- 이 조사 결과로 미루어 보았을 때 네덜란드로는 표고버섯, 팽이 버섯, 느타리 버섯, 새송이 버섯을 위주로 한 신선버섯과 건조버섯을, 프랑스로는 절단한 버섯을 냉동하거나 절단 버섯 또는 버섯 조리 식품을 통조림에 담은 제품을 수출하는 것이 효과적일 것으로 판단됨

○ 고급 건강식품 틈새시장에 포지셔닝

- 버섯은 면역체계 향상에 도움이 되고 증금속 및 공기나 물속에 떠다니는 공해물질 흡수에 뛰어나며 단백질과 비타민D가 풍부하고 다이어트에 유용한 식품임.
- 이러한 인체에 유익한 요소들을 두루 갖추고 있는 웰빙 음식으로 한국산 버섯을 부각시켜 건강식품 시장에서의 위치를 선점해야 함.
- 특히 매년 약 20%씩 성장하고 있는 현지 건강식품 시장에서는 시중에 잘 알려지지 않은 틈새 전문 브랜드들이 선전을 하고 있으며 이는 한국 버섯제품에 유리한 환경이 될 수도 있음.
- 음식이 웰빙의 원천이라는 개념이 확대되는 현지 시장에서 버섯은 건강과 경제적 측면 모두에서 인류의 웰빙에 이바지하는 “미래 식품”으로 각광 받게 될 것임.

다. 버섯홍보재단 가입 업체와의 협력 마케팅

- 네덜란드와 프랑스 시장은 공통적으로 양송이 소비가 가장 높음
- 그 외의 버섯은 조리 가공 제품에 사용되거나 양송이와 섞여 소량만 사용되고 있음
- 네덜란드와 프랑스 시장에서 한국 주력 수출 버섯종인 팽이 버섯, 느타리 버섯, 새송이 버섯의 소비를 증대하기 위해서는 소비자들에게 레시피를 포함한 자세한 정보를 제공해야 함
- 현재 버섯홍보재단의 웹사이트는 유럽지역에서 주로 재배, 생산되고 있는 제품에 대한 정보를 위주로 구성되어 있음
- 따라서 이 버섯홍보재단에 가입하여 활발하게 활동 중인 버섯수입 및 가공업체들과 협력하여 버섯홍보재단 사이트에 팽이 버섯, 느타리 버섯, 새송이 버섯의 영양정보와 이를 활용한 다양한 레시피 제공을 통해 제품에 대한 친숙감을 높일 필요가 있음

라. 사회관계망서비스 기반 통한 한국산 버섯 집중 온라인 홍보

- 현지 일반 소비자들 역시 자국산 농산물에 대한 선호도가 절대적으로 높음.
- 이들에게는 한국산 버섯이 중국산 버섯과 별반 차이가 없는 농산물로 대부분 인식할 가능성이 높음.
- 따라서 한국산 버섯에 대한 소비자들의 인지도 제고가 급선무로 페이스북, 인스타그램, 블로그, 유튜브등 SNS를 적극 활용하여 소비자들 사이에서 인지도를 확립하고 노출도를 높여야 함.

마. 에스닉푸드 시장 성장에 동승

- 10년전만 하더라도 스시, 회에 대한 이해가 부족했던 현지 시장에 일식당이 급속도로 확산되면서 급기야 스시는 슈퍼에서도 쉽게 살 수 있는 대중적인 음식으로 부상하고 있는 중임.
- 이러한 여세를 몰아 에스닉 푸드 시장은 매년 5~10%씩 성장하고 있으며 김, 간장등의 제품 매출은 불황을 모를 정도로 고공행진 중임.
- 따라서 한국산 신선 버섯 및 가공제품도 에스닉 푸드 시장 성장세에 힘입어 현지 진출할 수 있는 최적기라고 판단됨.
- 현지인들이 즐길 수 있는 오리엔탈 버섯 요리 레시피가 다양하게 개발되고 현지 식당 상대로 홍보가 된다면 자연스럽게 한국산 버섯 및 가공제품에 대한 구매로도 이어질 수 있을 것임.

바. 이탈리아 입맛 공략

- 현지 인기 1위 버섯인 포르치니 대안으로 다양한 이탈리아 요리에 활용될 수 있는 방안이 연구되어야 함.
- 현지 유명 셰프 혹은 요리 블로그를 통해 한국산 버섯으로도 파스타, 고기요리, 피자 등 다양한 요리에 훌륭하게 접목될 수 있다는 점을 집중 홍보해야할 것임.
- 또한 현지 소비자들이 좋아하는 기호식품인 커피, 식전주등에 한국버섯을 적용한 제품 개발 작업도 필요할 것으로 보임.

○ 현지 전문 전시회 정기적 참가

- 현지에서 열리는 다양한 전문 전시회에 정기적으로 참가하여 현지 바이어를 만날 수 있는 기회를 넓혀 가야함.

4절. 미국

1. 오프라인 조사 결과

가. 조사의 목적

본 조사는 미국 내 비(非)한인(Non-Korean) 성인여성을 대상으로 일반적인 식품구매행태를 바탕으로 한국 식품 및 수입식품에 대한 인식을 살펴보고, 주요 전략수출품목에 대한 시식 후 반응조사를 통해 향후 미국 시장에 대한 한국 식품의 수출 및 판매 전략을 세우는 데 기초 자료로 사용할 목적으로 실시되었음

나. 조사방법

구 분	내 용
모 집 단	미국 동부의 주요 도시 뉴욕과 서부의 주요 도시 로스앤젤레스에 거주하는 24세 이상 여성
조 사 기 간	2016년 8월
표 본 크 기	100명
조 사 방 법	시식행사에 참석한 현장에서 참가인들을 대상으로 서면 조사
시 식 품 목	팬이버섯 : 1봉지 당 0.33파운드(약 150g) / \$0.69

다. 조사항목

구 분	조 사 항 목
식품 구매 행태	구매 주체여부, 구매 빈도, 구매 품목, 구매 경로, 구매 결정 요소, 라벨링 확인 유무 및 확인 정보, 식품 인증마크 고려 여부, 수입식품 신뢰도,
한국 식품과 한식 인지도 및 구매 행태	한식 관심도, 한식당 이용경험 빈도, 한식 만족도, 한국 식품 접촉 경로, 한국 식품 구매품목, 한국 식품 구매 경로, 구매 접근성, 한국 식품 만족도, 한국 식품 구매에 대한 한류 영향도, 한국 식품의 강점 및 약점, 비구매자의 향후 구매의향
시식 평가(품목별)	시식품목 취식 경험 유무, 시식 후 맛 평가, 상품성 및 선호도, 강점과 약점, 적정 가격, 판매 증대 방안, 기타 의견

라. 표본 구성 및 응답자 특성

구 분	범 주	표본구성(N=100)		계(명)
		표본수	구성비(%)	
나이	24-29	31	31.0	100% (100)
	30-34	25	25.0	
	35-39	20	20.0	
	40-44	12	12.0	
	45이상	12	12.0	
인종	백인(White)	45	45.0	100% (100)
	히스패닉(Hispanic)	11	11.0	
	흑인(Black)	6	6.0	
	아시아(Asian)	34	34.0	
	기타	4	4.0	
결혼 유무	기혼	20	20.0	100% (100)
	미혼	80	80.0	
자녀 유무	있음	17	17.0	100% (100)
	없음	83	83.0	
가구소득 (USD)	27,000 ~ 39,999	16	16.0	100% (100)
	40,000 ~ 59,999	29	29.0	
	60,000 ~ 79,999	20	20.0	
	80,000 ~ 99,999	17	17.0	
	100,000 이상	17	17.0	

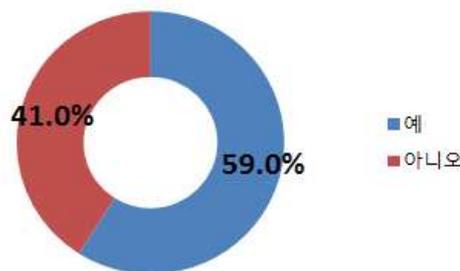
마. 팡이버섯 시식 평가

▶ 팡이버섯에 대한 시식 후 평가는 응답자의 80%가 호감을 보이는 등 전반적으로 좋게 나타나 수출 확대의 가능성을 보여주고 있다. 수요 확대를 위해서는 팡이버섯 요리법을 미국 소비자에게 대중화시켜야 한다.

- 응답자의 59%가 팡이버섯을 구매한 경험이 있는 것으로 나타났다.
- 시식에 제공된 팡이버섯은 조리하지 않고 날것과 샐러드 드레싱에 곁들인 것 등 두 가지였다. 시식 후 맛에 대한 종합평가 점수는 3.99점(5점 척도 기준)으로 매우 높은 평점을 받았다. 특히 신선도(4.19점)와 색깔(3.96점) 식감(3.93점)에 대한 평가가 높았다.
- 맛 이외의 제품 평가에서는 가격이 매우 저렴(66%)하며, 건강에 매우 좋다(50%)는 긍정적인 의견이 많이 도출되었다.
- 팡이버섯을 좋아한다는 호감 비율은 80%로 매우 높게 나타나고 있고, 인종 특성에 따른 차이 없이 모든 인종이 좋아하고 있어 시장 확대 전망이 밝은 품목이다
- 팡이버섯의 강점으로는 맛과 가격과 영양을, 약점으로는 접근성과 신선도 유지라는 의견이 많았다.
- 팡이버섯 구매 시 시식품의 소비자 가격(\$0.69/150g) 수준까지 지불용의가 있다는 응답(49%)이 가장 많았고 그 이상도 지불하겠다는 응답도 28%에 달할 정도로 미국 시장에서 충분한 가격경쟁력을 가지고 있는 식품이라 할 수 있다.
- 판매 증대방안으로는 공급 확대(37%)와 미디어 광고가 필요(28.3%)하다는 의견이 가장 많이 제시되었다.
- 이 외에 팡이버섯에 대한 의견을 직접 기술한 내용을 종합하면 매우 좋은 식품인데 요리법을 알지 못하므로 요리법에 대한 정보를 요구하는 의견이 대부분이었다.

Q1) 팡이버섯을 구매해 본 경험이 있습니까?(N=100)

<그림> 팡이버섯 구매 경험



단위 : %

예	아니오	계
59.0	41.0	100.0

Q1.1) 맛 평가 결과를 적어주십시오.(N=100, 5점 척도)

<그림> 팽이버섯 맛 구성요소별 평점



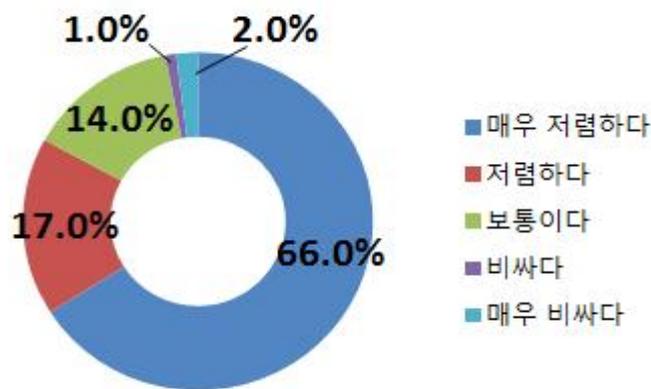
단위 : 5점 척도

색	향	단맛	쓴맛	식감	신선도	종합적 평 가
3.96	3.53	3.40	3.15	3.93	4.19	3.99

Q2) 다음의 각 요소에 대해 어떻게 느끼고 계십니까?

Q2.1) 가격(N=100)

<그림> 팽이버섯 가격 적정성

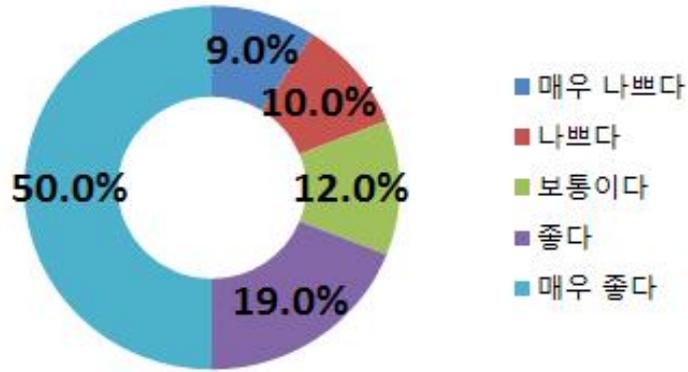


단위 : %

매우 저렴하 다	저렴하다	보통이다	비싸다	매우 비싸다	계
66.0	17.0	14.0	1.0	2.0	100.0

Q2.2) 건강/영양(N=100)

<그림> 팽이버섯 건강/영양 적정성

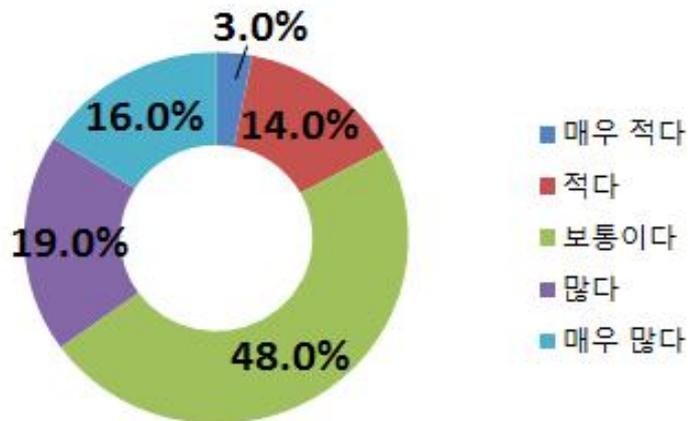


단위 : %

매우 나쁘다	나쁘다	보통이다	좋다	매우 좋다	계
9.0	10.0	12.0	19.0	50.0	100.0

Q2.3) 용량 또는 크기(N=100)

<그림> 팽이버섯 용량/크기 적정성

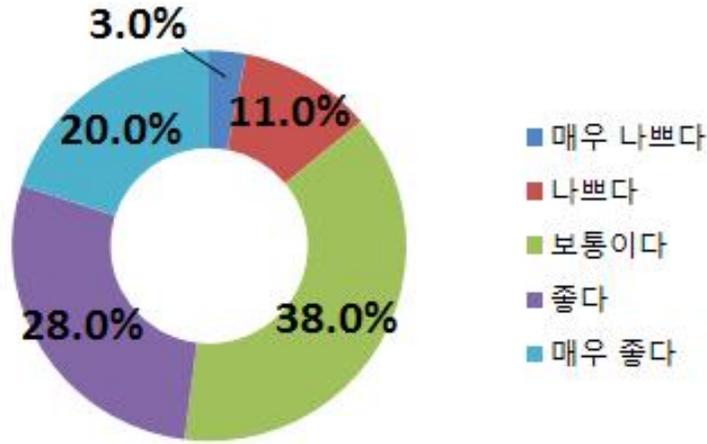


단위 : %

매우 적다	적다	보통이다	많다	매우 많다	계
3.0	14.0	48.0	19.0	16.0	100.0

Q2.4) 포장 또는 외관(N=100)

<그림> 핑이버섯 포장/외관 적정성

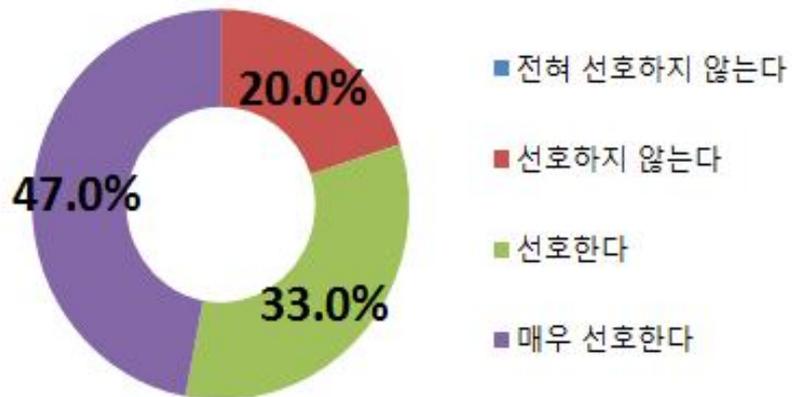


단위 : %

매우 나쁘다	나쁘다	보통이다	좋다	매우 좋다	계
3.0	11.0	38.0	28.0	20.0	100.0

Q3) 핑이버섯에 대한 선호도는 어떻습니까?(N=100)

<그림> 핑이버섯 선호도



단위 : %

전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	선호 한다	매우 선호 한다	계
0.0	20.0	33.0	47.0	100.0

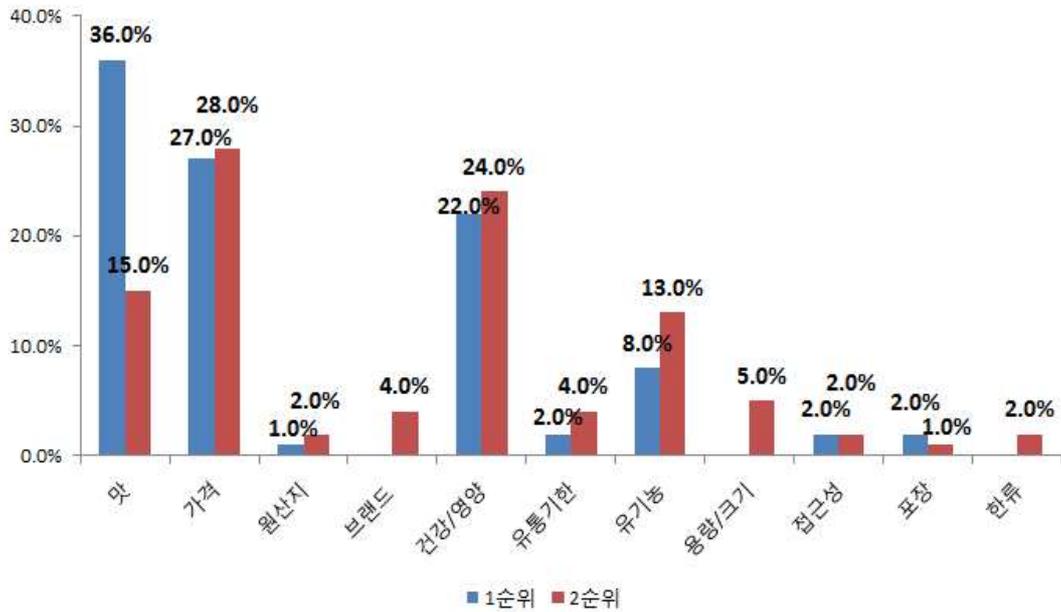
<표> 인종별 선호도

단위 : %

인종	표본수	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	선호 한다	매우 선호 한다	계
백인	45명	0.0	26.6	35.6	37.8	100.0
흑인	11명	0.0	27.3	18.2	54.5	100.0
히스패닉	6명	0.0	16.7	50.0	33.3	100.0
아시아인	34명	0.0	11.7	32.4	55.9	100.0
기타	4명	0.0	0.0	25.0	75.0	100.0
계(평균)	100명	0.0	20.0	33.0	47.0	100.0

Q4) 팡이버섯의 강점은 무엇입니까? (1순위, 2순위: N=100)

<그림> 팡이버섯 강점

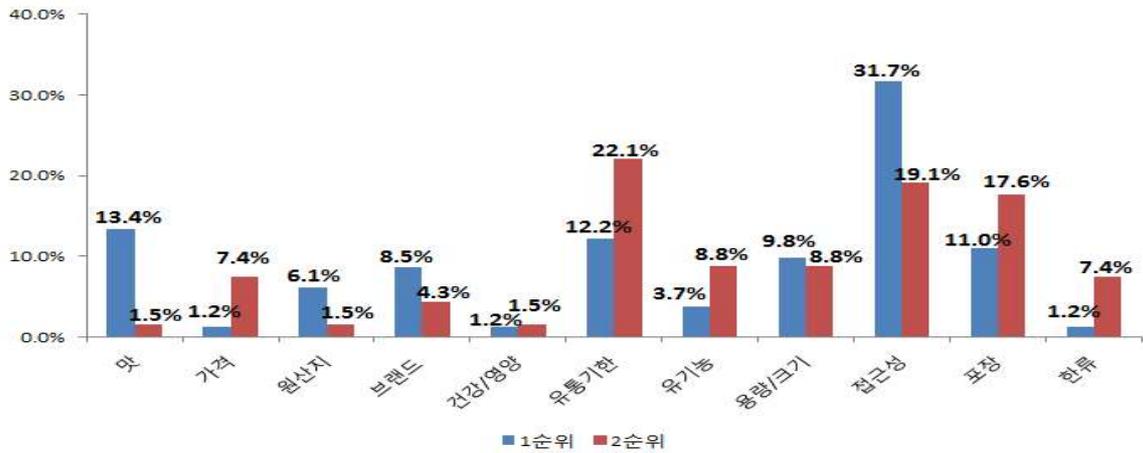


단위 : %

구분	맛	가격	원산지	브랜드	건강/영양	유통기한	유기농	용량/크기	접근성	포장	한류	계
1순위	36.0	27.0	1.0	0.0	22.0	2.0	8.0	0.0	2.0	2.0	0.0	100.0
2순위	15.0	28.0	2.0	4.0	24.0	4.0	13.0	5.0	2.0	1.0	2.0	100.0

Q5) 팥이버섯의 약점은 무엇입니까?((1순위: N=82, 무응답=18, 2순위: N=68, 무응답=32)

<그림> 팥이버섯 약점

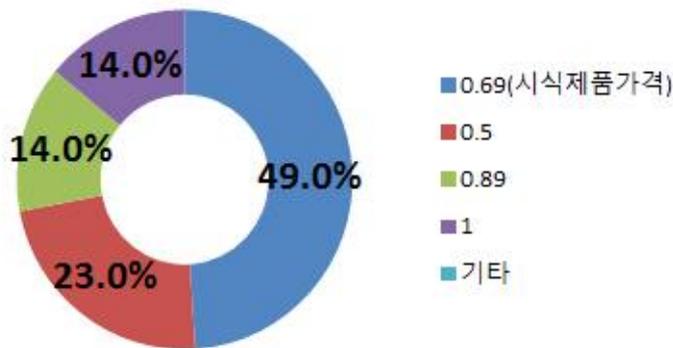


단위 : %

구분	맛	가격	원산지	브랜드	건강/영양	유통기한	유기농	용량/크기	접근성	포장	한류	계
1순위	13.4	1.2	6.1	8.5	1.2	12.2	3.7	9.8	31.7	11.0	1.2	100.0
2순위	1.5	7.4	1.5	4.3	1.5	22.1	8.8	8.8	19.1	17.6	7.4	100.0

Q6) 팥이버섯을 구매하실 때 얼마까지 지불용의가 있습니까?(N=100)

<그림> 팥이버섯 지불용의 가격

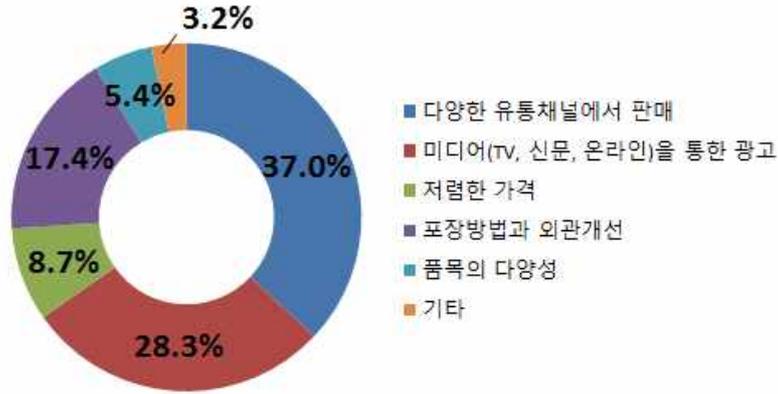


단위 : USD, %

0.69(시식제품 가격)	0.5	0.89	1	기타	계
49.0	23.0	14.0	14.0	0.0	100.0

Q7) 팽이버섯 판매를 늘리려면 어떤 방법이 좋겠습니까?(N=92. 무응답=8)

<그림> 팽이버섯 판매 신장 방법



단위: %

다양한 유통채널에서 판매	미디어(TV, 신문, 온라인)를 통한 광고	저렴한 가격	포장방법과 외관개선	품목의 다양성	기타	계
37.0	28.3	8.7	17.4	5.4	3.2	100.0

- (기타) - 맛을 향상시키기 위해 다른 식품(음식)과 혼합 필요,
 - 이외의 유기농 건강식품도 프로모션, 샐러드 바에서 팽이버섯 홍보행사.
 - 버섯과 어울리는 음식 및 조리법 등이 포함된 팽이버섯 요리 조리법 홍보.

Q8) ‘포장방법과 외관개선’ 과, ‘품목의 다양화’ 의 응답자에 한하여 개선의견을 적어주십시오 (N=23 주관식 문항)

- 팽이버섯을 이용한 요리법을 제품에 표기하고, 온라인 플랫폼을 통해 전파한다.
- 다른 음식과 혼합해서 맛을 개선한다.
- 소비자가 필요한 양 만큼만 구매할 수 있도록 벌크 형태로도 판매한다.
- 버섯의 신선도를 육안으로 확인할 수 있도록 포장 하단의 컬러 줄을 제거한다.
- 포장을 미적으로 보기 좋게 제작한다.
- 용량 확대가 필요하다.
- 영양 표시를 눈에 잘 띄게 한다.
- 상품 보존이 잘 될 수 있도록 포장한다.
- 내구성이 있도록 좀 더 두꺼운 재질로 포장한다.
- 내용물이 버섯이란 사실을 잘 알 수 있도록 포장 용기를 제작한다.
- 팽이버섯과 어울리는 소스를 포장용기에 표시한다.

Q9) 팽이버섯에 대해 다른 의견이 있으십니까? (N=53, 주관식 문항)

- 사람들은 일반적으로 사용방법(요리법)을 모르면 사지 않는다.
- 그동안 추구해왔던 훌륭한 식품이다.
- 프로모션 또는 광고를 통해 어떻게 조리하는지 알려 달라.
- 요리하지 않은 생 버섯은 좋아하지 않는다.
- 팽이버섯을 매우 좋아하게 되었다.
- 팽이버섯만으로도 매우 맛있다.
- 영양과 맛을 만족시키는 식품이다.
- 팽이버섯만으로도 나쁘지 않지만 다른 음식과 병행하면 맛이 더욱 좋을 것 같다.
- 신선하고 맛이 좋다. 팽이버섯으로 만들 수 있는 조리법을 배우고 싶다.
- 원산지가 중요하다.
- 버섯은 어떤 것과 요리해도 맛이 난다.
- 대형마트에서 구입 할 수 있도록 해 주었으면 좋겠다.

2. 미국 버섯 시장조사

가. 품목 정보 및 FTA에 의한 관세 철폐 현황

한국		미국		관세율				
HS CODE	국문 품명	HS CODE	국문 품명	철폐 전	철폐 스케줄			
					'16	'17	'18	'19
0709.59-4010	새송이 버섯	0709.59-9000	기타	8.8¢/kg + 20%	0%			
0709.59-5000	팽이 버섯							
0709.59-9000	느타리 버섯(기타)							

출처 : Trade Navi(www.tradenavi.or.kr)

- 캐나다의 경우 관세율 0%이다. 이탈리아와 중국의 경우 종량세(kg당 8.8센트)에 증가세(20%)가 더해진 복합 관세를 부과한다.

나. 품목 동향

(1) 한국산 수출 동향

○ 한국의 버섯류 2014년 대비 2015년 전반적으로 수출액 증가

- 미국으로 수출하는 버섯류 중 팽이 버섯 수출액이 가장 많고 그 다음이 새송이 버섯이다. 팽이버섯과 느타리버섯의 경우 지속적으로 수출액이 증가했으며, 새송이 버섯은 2014년 수출액이 2013년에 비해 떨어졌으나 2015년 다시 수출액이 증가 했다.

- 버섯의 경우 2016년 관세율이 0%가 되므로 향후 미국으로의 버섯 수출량은 더욱 증가 될 것으로 예상된다.

<표> 미국으로의 버섯 수출액

단위 : 천 USD, 톤

구 분		2012	2013	2014	2015
새송이	수출액	1,212	1,372	2,235	2,284
	수출물량	406	450	689	727
팽이	수출액	4,932	5,333	5,171	6,623
	수출물량	2,932	3,168	2,936	3,683
느타리(기타)	수출액	79	108	195	198
	수출물량	30	39	67	47

출처 : aT(한국농수산물유통공사)KATI(www.kati.com)

(2) 수입 동향

○ 미국의 버섯 수입시장 2015년 39,259 천 달러

- 미국의 경우 2014년 대비 2015년 버섯 수입액이 8,536 천 달러 증가 했으며 2015년 버섯 수입 국가 중 한국이 2위를 차지했다.

<표> 2015 기준 미국의 버섯류 수입 상위 5개국

단위 : 천 USD

국가	2012	2013	2014	2015
이탈리아	8,968	8,577	8,909	10,560
한국	2,453	2,820	3,361	8,158
중국	2,366	4,118	5,075	7,044
캐나다	4,478	3,523	4,066	5,884
프랑스	1,210	1,541	1,515	1,891
총 계	22,587	24,952	27,307	39,259

출처 : International Trade Centre(www.intracen.org)

(3) 생산 동향

○ Pennsylvania 미국 최대의 버섯 생산지

- 미국 동부에 위치한 Pennsylvania 주에서 미국 전체 생산면적의 약 60% 이상을 차지하고 있다.

<표> 미국의 버섯 주요 생산지별 생산면적

단위 : 1000 square feet

구분	California	Pennsylvania	Other State	미국 전체
2015~2016	3,123	17,805	6,869	27,797

출처 : "Mushrooms", USDA, 2016

○ 미국의 버섯 생산량 지속적으로 증가, 그 중 느타리버섯의 생산량 가장 큰 폭으로 상승

- 미국의 버섯 생산량은 전반적으로 증가 추세에 있으며 특히 느타리버섯의 경우 2014~2015년 대비 2015~2016년, 362만 파운드가량 생산량이 증가 했다.

<표> 미국 품종별 버섯 생산량

단위 : 천 파운드(1파운드 : 0.45kg)

구분	표고버섯	느타리 버섯	기타	총 계
2013~2014	9,327	7,499	1,846	18,672
2014~2015	9,490	7,996	4,062	21,548
2015~2016	9,929	10,617	4,993	25,539

출처 : "Mushrooms", USDA, 2016

(4) 유통동향

○ 90% 이상 신선 마켓에서 판매 되고 있으며 10%는 가공용으로 유통

- 버섯의 경우 신선으로 많이 소비되기 때문에 신선 마켓으로 많이 유통되고 있다. 특히 한국 버섯의 경우 한인 및 중국계 유통 채널로 대부분 유통되고 있다.

<표> 연도별 버섯 유통량

연도	Fresh Market		Processing	
	매출량(천 파운드)	%	매출량(천 파운드)	%
2013-2014	768,996	87	113,079	13
2014-2015	817,068	90	90,123	10
2015-2016	827,186	90	94,366	10

출처 : "Mushrooms", USDA, 2016

(5) 시장 현황

○ 2015-2016 미국 버섯 매출액 약 1,190,672 천 달러

- 건강에 대한 관심이 증가함에 따라, 버섯의 매출량과 매출액이 연도별로 지속적으로 성장하고 있다.

<표> 연도별 버섯 매출량 및 매출액

단위 : 천 파운드(1파운드 : 0.45kg). 천 USD

연도	매출량	매출액
2013-2014	899,833	1,115,628
2014-2015	927,823	1,191,357
2015-2016	945,639	1,190,672

출처 : "Mushrooms", USDA, 2016

다. 소비자 반응

(1) 전반적인 평가

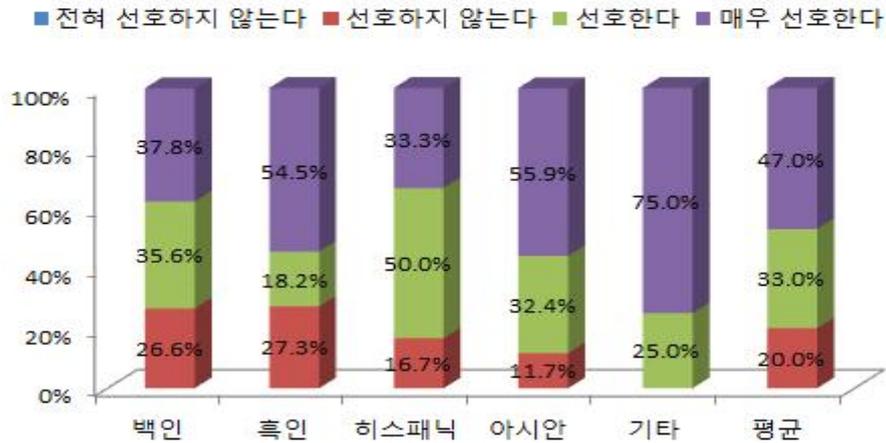
- 전반적으로 높은 평가를 받음. 단, 신선도 유지와 조리법 공유에 대한 의견이 있었음
- 팡이버섯의 경우 값이 저렴하고, 건강에 이로운 점이 많아 인종 구분 없이 평균적으로 높은 평가를 받았다. 하지만 신선도를 유지하는 법과 어떻게 조리해서 먹으면 좋을지에 대해서는 잘 모르고 있어 홍보가 필요할 것으로 보인다.

(2) 인종별 선호도

○ 인종별로 고르게 높은 선호도를 보이고 있음

- 평균 80% 이상의 높은 선호도를 보이고 있어, 향후 주류 시장 진출에 있어, 가능성이 높을 것으로 보인다.

<그림> 인종별 팡이버섯에 대한 선호도



<표> 인종별 선호도 표본

단위 : %

인종	표본수	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	선호한다	매우 선호한다
백인	45명	0.0	26.6	35.6	37.8
흑인	11명	0.0	27.3	18.2	54.5
히스패닉	6명	0.0	16.7	50.0	33.3
아시안	34명	0.0	11.7	32.4	55.9
기타	4명	0.0	0.0	25.0	75.0
계(평균)	100명	0.0	20.0	33.0	47.0

(3) 개선사항

○ 요리법에 대한 정보 요청 다수

- 미국인들은 팡이버섯을 식재료로 사용해본 적이 많이 없기 때문에 조리법에 대한 요청이 많았다. 제품에 표기 또는 온라인 플랫폼이나 시식회 등을 통해서 홍보가 되었으면 좋겠다는 의견이 있었다.

3. 시장 상품분석

<그림> 미국에서 판매되고 있는 버섯

사진	제품 정보	사진	제품 정보
	<p>상품명 : 팽이버섯 제조사 : 차오름 원산지 : KOREA 규격 : 5.25OZ/150G 가격 : \$0.33 판매처 : 99 RANCH</p>		<p>상품명 : ENOKI MUSHROOM 제조사 : 솔마을 원산지 : 한국 규격 : 150G 가격 : \$0.79 판매처 : 갤러리아 마켓</p>
	<p>상품명 : 새송이버섯 제조사 : 청솔영농조합 원산지 : KOREA 규격 : 300G 가격 : \$0.99 판매처 : 99 RANCH</p>		<p>상품명 : CRIMINI MUSHROOMS 제조사 : PHILLIPS GOURMET 원산지 : USA 규격 : 170G/6OZ 가격 : \$1.99 판매처 : 갤러리아 마켓</p>
	<p>상품명 : BUNAPI MUSHROOM 제조사 : HOKTO KINOKO 원산지 : USA 규격 : 3.5OZ 가격 : \$1.99 판매처 : 99 RANCH</p>		<p>상품명 : KING TRUMPET MUSHROOMS ORGANIC 제조사 : HOKTO KINOKO 원산지 : USA 규격 : 9.5OZ/270G 가격 : \$2.49 판매처 : 갤러리아 마켓</p>
	<p>상품명 : 느타리버섯 제조사 : 갤러리아마켓 원산지 : USA 규격 : 0.46LB 가격 : \$2.30 판매처 : 갤러리아 마켓</p>		<p>상품명 : GOLDEN OAK SHIITAKE 제조사 : KROGER 원산지 : USA 규격 : 3.5OZ/99G 가격 : \$3.99 판매처 : Ralphs</p>
	<p>상품명 : BABY BELLA 제조사 : SIMPLE TRUTH ORGANIC 원산지 : USA 규격 : 8OZ/226G 가격 : \$3.69 판매처 : Ralphs</p>		<p>상품명 : 가주산 생표고버섯 제조사 : 갤러리아 마켓 원산지 : USA 규격 : 0.64LB 가격 : \$3.19 판매처 : 갤러리아 마켓</p>

* 환율 정보(2016.08) 1달러(USD) : 1,111원

○ 아시아 버섯, 양송이에 비해 대중적이지는 않으나 관심은 증가되고 있는 추세

- 미국인들에게 버섯은 주로 양송이버섯이 대중적이다. 한국산 팽이, 느타리, 새송이의 경우 한인과 중국계 소비자들이 주로 소비되고 있다.

4. 수출 확대 전략

<p>Customer Value</p>	<p>고품질의 상품이 지속적으로 공급되어야</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 품질에 대한 고객 만족도가 높기 때문에 지속적인 품질 유지가 필요하다. 또한 비 아시아계 소비자에게 생소한 새송이 및 팽이 버섯의 조리법을 홍보할 필요가 있다.
<p>Cost</p>	<p>한국 버섯의 우수한 품질을 나타낼 수 있는 고유 로고 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 한국 버섯의 경우 맛과 품질이 우수하기 때문에 값이 싼 중국산이나 타국 상품들과 차별화 되는 한국 제품 고유 로고가 필요 할 것으로 보인다.
<p>Convenience</p>	<p>버섯을 활용한 다양한 요리법 제공</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 시식회 및 요리법 책자 등을 발간하여 한국 버섯에 익숙하지 않은 소비자들에게 조리법과 효능 등을 홍보 할 필요가 있다.
<p>Communication</p>	<p>한국 버섯 유통기한이 문제, 포장 개발 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 유통업체들이 한국 버섯을 수입하여 판매 할 때 가장 걱정하는 부분이 유통기한 문제이다. 아무래도 현지 생산 제품에 비해 유통기한이 짧다 보니, 판매에 어려움이 많다고 한다. 이를 위해, 유통기한이 좀 더 오래갈 수 있는 포장법의 개발이 필요 할 것으로 보인다.

5. 수출시 주의 사항

가. 통관 및 검역 조건

- 팽이버섯과 새송이 버섯의 경우 식물 위생 증명서(Phytosanitary Certificate)를 제출해야 한다.

5절. 호주

가. 시장조사

- 호주의 버섯 시장은 대부분 양송이버섯으로 구성 되어 있으나, 최근 아시아 푸드에 대한 관심과 색다른 음식을 찾는 욕구 등에 힘입어 다른 종류의 버섯 매출도 아시안 마트 등에서 크게 증가 하고 있는 추세이다.

[그림] 한국산 버섯과 경쟁제품의 비교

환율정보(2017.9월 기준) 1A\$: 912.50W)

사진	제품 정보	사진	제품 정보
	상품명 : 팽이버섯 원산지 : 한국 규격 : 360g 가격 : 2.00 A\$ 차이나타운내 최대 마트(하이마켓)		상품명 : 팽이버섯 원산지 : 한국 규격 : 330g 가격 : 2.00 A\$ 차이나타운내 최대 마트(하이마켓)
	상품명 : 새송이버섯 원산지 : 한국 규격 : 400g 가격 : 3.50 A\$ 차이나타운내 최대 마트(하이마켓)		상품명 : 혼합버섯 원산지 : 한국 규격 : 250g 가격 : 4.50 A\$ 차이나타운내 최대 마트(하이마켓)
	상품명 : 시메지버섯 원산지 : 호주 규격 : 150g 가격 : 2.50 A\$ 차이나타운내 최대 마트(하이마켓)		상품명 : 느타리버섯 원산지 : 호주 규격 : 150g 가격 : 2.50 A\$ 차이나타운내 최대 마트(하이마켓)
	상품명 : 팽이버섯 원산지 : 한국 규격 : 300g 가격 : 2.00 A\$ 시드니 최대 농산물 도매시장 (시드니마켓)		상품명 : 느타리버섯 원산지 : 호주 규격 : 400g 가격 : 5.00 A\$ 시드니 최대 농산물 도매시장 (시드니마켓)
	상품명 : 새송이버섯 원산지 : 한국 규격 : 400g 가격 : 5.00 A\$ 시드니 최대 농산물 도매시장 (시드니마켓)		상품명 : 혼합버섯 원산지 : 한국 규격 : 250g 가격 : 4.00 A\$ 시드니 최대 농산물 도매시장 (시드니마켓)

	<p>상품명 : 팡이 버섯 원산지 : 한국 규격 : 360g 가격 : 1.50 A\$ 시드니 최대 농산물 도매시장 (시드니마켓)</p>		<p>상품명: 미니새송이 버섯 원산지 : 한국 규격 : 300g 가격 : 3.50 A\$ 시드니 최대 농산물 도매시장 (시드니마켓)</p>
	<p>상품명 : 양송이버섯 원산지 : 호주 규격 : 4kg박스 가격 : 20 A\$ 시드니 최대 농산물 도매시장 (시드니마켓)</p>		<p>상품명 : 아가리쿠스 버섯 원산지 : 호주 규격 : 4kg박스 가격 : 15 A\$ 시드니 최대 농산물 도매시장 (시드니마켓)</p>

사진	제품 정보	사진	제품 정보
	<p>상품명 : 팡이 버섯 원산지 : 한국 규격 : 300g 가격 : 2.00 A\$ 베트남타운내 최대 마트(VIET PHAT)</p>		<p>상품명 : 느타리버섯 원산지 : 호주 규격 : 400g 가격 : 4.50 A\$ 베트남타운내 최대 마트(VIET PHAT)</p>
	<p>상품명 : 새송이버섯 원산지 : 한국 규격 : 400g 가격 5.00 A\$ 베트남타운내 최대 마트(VIET PHAT)</p>		<p>상품명 : 혼합버섯 원산지 : 한국 규격 : 250g 가격 : 4.80 A\$ 베트남타운내 최대 마트(VIET PHAT)</p>



사진	제품 정보	사진	제품 정보
	<p>상품명 : 양송이 버섯</p> <p>원산지 : 호주</p> <p>규격 : 200g</p> <p>가격 : 4.00 A\$</p> <p>울월스마트(호주현지 대형마트체인)</p>		<p>상품명 : 아가리쿠스</p> <p>원산지 : 한국</p> <p>규격 : 375g</p> <p>가격 : 6.00 A\$</p> <p>울월스마트(호주현지 대형마트체인)</p>
	<p>상품명 : 혼합버섯</p> <p>원산지 : 호주</p> <p>규격 : 150g</p> <p>가격 : 5.00 A\$</p> <p>울월스마트(호주현지 대형마트체인)</p>		<p>상품명 : 혼합버섯</p> <p>원산지 : 호주</p> <p>규격 : 150g</p> <p>가격 : 5.00 A\$</p> <p>울월스마트(호주현지 대형마트체인)</p>
	<p>상품명:중국산양송이 가 공버섯(캔제품)</p> <p>원산지 : 중국</p> <p>규격 : 400g</p> <p>가격 : 1.20 A\$</p> <p>울월스마트(호주현지 대형마트체인)</p>		<p>상품명 : 양송이스프 (캔제품)</p> <p>원산지 : 중국</p> <p>규격 : 420g</p> <p>가격 : 1.86 A\$</p> <p>울월스마트(호주현지 대형마트체인)</p>
		호주 대형마트 체인 woolworths 마켓	

사진	제품 정보	사진	제품 정보
	<p>상품명 : 미니 새송이버섯</p> <p>원산지 : 한국</p> <p>규격 : 300g</p> <p>가격 : 3.50 A\$</p> <p>한인마트(스트라스 필드지역)</p>		<p>상품명 : 혼합버섯</p> <p>원산지 : 한국</p> <p>규격 : 250g</p> <p>가격 : 4.50 A\$</p> <p>한인마트(스트라필드지역)</p>
		한인최대교민지역(스트라스필드)내 한인마트	

나. 한국산 상품 진출 가능성

- 소비자 조사에 의하면, 한국 버섯의 유통 채널은 한국 식품점에 한정되어 있지 않으며, 아시아인 소비자들의 다수는 오히려 아시아인 식품점을 통해 한국 버섯을 구매하는 경우가 더 많은 것으로 나타났다.
- 한국 버섯의 맛과 품질에 대한 우수한 평가는 앞으로도 한국 버섯이 호주 시장에서 경쟁력을 유지할 수 있을 것임을 나타낸다.
- 하지만, 일반 소비자들의 한국 버섯 인지도는 매우 낮으며, 비아시아인 소비자들의 한국 버섯 구매율도 매우 낮은데, 이는 두 가지 이유로 설명될 수 있다. ① 호주는 버섯을 수입에 의존하기 보다는 국내산에 의존하고 있는 점이며, ② 호주 일반 소비자들에게 있어서 버섯은 전형적으로 양송이버섯을 의미하기 때문이다.

다. 수출 전략 POINT

Customer Value	<p>고품질 상품의 지속적 공급 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 품질에 대한 고객 만족도가 높기 때문에 이를 지속적으로 유지하는 것이 필요하다. ○ 단, 호주에서 일반적으로 소비되는 버섯은 양송이버섯이기 때문에 새송이버섯이나 팽이버섯의 건강상 이점을 부각시켜 소비를 늘리는 전략이 필요하다.
Cost	<p>품질 유지를 통한 프리미엄 버섯화 전략</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 주로 소비되는 양송이버섯보다 가격대가 높게 책정되어 있다. ○ 가격이 싼 중국산 버섯과의 경쟁을 위해 적정 가격대의 고품질 상품판매가 필요하다.
Convenience	<p>대형 유통업체에 호주에서 재포장된 상품이 아닌 한국 브랜드의 진출이 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 다양한 유통업체에서 쉽게 찾아볼 수 있는 한국산 버섯. ○ 대형 유통업체에서는 호주업체가 재포장한 버섯이 판매되고 있다. ○ 대형 유통업체 및 다양한 유통경로로 한국 브랜드 버섯의 공급이 필요하다.
Communication	<p>소비자의 만족도, 재 추천의향이 높은 한국버섯. 중국버섯과의 격차를 벌려 시장 지배력을 공고히 해야</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 한국 버섯을 중심으로 시장이 형성되어 있는 호주의 기타 버섯시장 ○ 품질이 좋아 소비자의 만족도가 높으며, 주변인 추천 의향이 높아 시장 지배력을 더욱 확고히 할 수 있다. ○ 중국산 버섯이 가격 경쟁력을 갖추고 있기 때문에, 이를 품질로 극복하여 시장 지배력을 높임과 동시에 호주인들에게 양송이버섯 이외의 버섯 소비를 촉진 시켜야 할 것이다.

6절. 일본

1. 시장조사

- 버섯은 냉동/냉장/실온 형태의 다양한 사전조리식품 및 레토르트식품에 부재료로 사용되고 있으며, 일본에서 가장 쉽게 찾아볼 수 있는 버섯 활용 가공 제품은 카레임
- 버섯이 주로 건조된 형태로 판매되고 있으며 많이 선호되는 버섯 종류로는 팽이버섯과 なめ茸(활는 버섯)이 있음
- 캔에 담긴 통조림은 305g으로 상대적으로 큰 포장으로 판매되고 있고 가격 또한 2930엔 정도로 높은 제품이 있는 것으로 조사됨
- 특히, 표고 버섯의 활용도가 높아 건조품, 밥, 조림 등 다양한 형태로 소비되고 있음
- 일본에서는 캔(통조림) 만큼이나 담아 먹는 용기로서 병이 많이 활용되고 있으며, 특이할 점은 버섯을 재료로 한 국물 또한 시중에서 많이 거래되고 있는 점임
- 소비자용뿐만 아니라 업무자용들을 위한 냉동·건조 가공식품의 형태로도 판매되어 시장에서 접근성이 높음
- 건조 포르치니 등 일부 수입산도 있으나 현지 유통되는 버섯 및 버섯 가공품들은 일본산이 주를 이루고 있음
- 일본의 대표 식품업체인 호쿠도와 그룹회사 아덴은 버섯을 이용한 각종 가공식품(카레, 스파게티, 스프) 등을 출시하고 있음

 <p>호쿠토 버섯을 아낌없이 사용한 카레 (뒤크셰르 소스 원단)</p> <p>깊은 감칠맛과 단맛 등의 맛 성분을 활용한 풍부한 카레.</p>	 <p>호쿠토 버섯을 아낌없이 사용한 카레 (신슈 산 토마토 소스 완성)</p> <p>신슈 산 토마토 사용 맛 성분을 빼고 버터로 부드럽고 향기로운 맛.</p>
 <p>토핑이 자유 자재 시리즈</p> <p>토핑이 자재의 카레 매운맛</p>	 <p>토핑이 자유 자재 시리즈</p> <p>토핑이 자재의 카레 중간 매운맛</p>
 <p>토핑이 자유 자재 시리즈</p> <p>토핑이 자재의 하야시</p>	 <p>멋대로 지점 시리즈</p> <p>멋대로 지점 롱과 우영이 주역의 카레</p>



멋대로 지점 시리즈
멋대로 지점 야채가 주역의 카레 자



멋대로 지점 시리즈
멋대로 지점 쇠고기가 주역의 카레



멋대로 지점 시리즈
멋대로 지점 조개



멋대로 지점 시리즈
멋대로 지점 콘 크림



멋대로 지점 시리즈
멋대로 지점 토마토 볶음 양파가 주역의 미트 소스



멋대로 지점 시리즈
멋대로 분기 익은 토마토 육즙이 주역의 토마토 소스



밥 시리즈
버섯 밥의 소

< 일본 내에서 판매되고 있는 버섯 및 버섯 가공품 >

제품사진	제품정보	제품사진	제품정보
신선버섯			
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 드라이베쯔(팽이버섯) ▶ 브랜드 : 푸드·이소 사이트(푸드·이소 사이트) ▶ 원산지 : 일본 ▶ 중량 : 20g ▶ 가격 : ▶ 판매처 : Net's 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 山形縣·岩手縣産 まつたけ(송이버섯) ▶ 브랜드 : 山形ふるさと食品館(야마가타 고향식품관) ▶ 원산지 : 일본 ▶ 중량 : 150g ▶ 가격 : 17500엔 ▶ 판매처 : amazon
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : なめ茸(활는버섯) ▶ 브랜드 : 丸玉(마루타마) ▶ 원산지 : 일본(도야마현) ▶ 중량 : 120g ▶ 가격 : 334엔 ▶ 판매처 : 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 九州産原木栽培 ふぞろい 乾椎茸(건조 표고버섯) ▶ 브랜드 : 九州椎茸(큐슈 표고버섯) ▶ 원산지 : 일본(큐슈) ▶ 중량 : 50g ▶ 가격 : 648엔 ▶ 판매처 : amazon

제품사진	제품정보	제품사진	제품정보
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 特選干し椎茸 上どんこ(특선 말린 표고 버섯에 돈코) ▶ 브랜드 : 大分産原木干 し椎茸(오이타 산 원목 표고 버섯) ▶ 원산지 : 일본(오이타) ▶ 중량 : 120g ▶ 가격 : 3240엔 ▶ 판매처 : amazon 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품 : 国内産 乾燥 なめこ(건조 맛 버섯) ▶ 브랜드 : 乾燥なめこ ▶ 원산지 : 일본 ▶ 중량 : ▶ 가격 : 540엔 ▶ 판매처 : amazon
버섯 가공품			
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : マッシュル ム丸ごとスラ イス缶(매시드 - 무 통째로 슬라이스강통) ▶ 브랜드 : K&K ▶ 원산지 : ▶ 중량 : 85g×6개 ▶ 가격 : 1620엔 ▶ 판매처 : amazon ▶ 제품특징 : 통조림 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : クリームマッ シュルム スープ缶(크 리무 매쉬룸 스프 강통) ▶ 브랜드 : Campbells ▶ 원산지 : ▶ 중량 : 305g×12缶 ▶ 가격 : 2930엔 ▶ 판매처 : amazon ▶ 제품특징 : 통조림 수 프
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : マ・マー パ スタキッチン 和風きの こ(마, 마 파스타 주방 일본식 버섯) ▶ 브랜드 : 日清フーズ (청일 푸즈) ▶ 원산지 : ▶ 중량 : 140g×6개 ▶ 가격 : 842엔 ▶ 판매처 : amazon ▶ 제품특징 : 버섯 스파 게티 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : 業務用 きの こソース<바 타ー醬油風(업무용 버섯 소스<버터 간 장식) ▶ 브랜드 : MCC ▶ 원산지 : ▶ 중량 : 100g×10개 ▶ 가격 : 2080엔 ▶ 판매처 : amazon ▶ 제품특징 : 버섯 소스
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : ハウス カ リー屋カ レー中辛(하 우스 카리 야 카레 중 간 매운맛) ▶ 브랜드 : カリー屋(카 리 야) 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : クノール カッ プスープ ミル ク仕立てのきの このポタージュ (크 노르 컵 스 프 우유 원단 버섯 포타) ▶ 브랜드 : クノール(크

제품사진	제품정보	제품사진	제품정보
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 원산지 : ▶ 중량 : 200g×10개 ▶ 가격 : 2060엔 ▶ 판매처 : amazon ▶ 제품특징 : 버섯 카레 		<p style="text-align: center;">노르)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 원산지 : 일본 ▶ 중량 : 40.8g×10개 ▶ 가격 : 2015엔 ▶ 판매처 : amazon ▶ 제품특징 : 버섯 포타주
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : アルファー食品 安心米 きのこご 飯(알파 식품 안 심 미 버섯 밥) ▶ 브랜드 : 알ファー-食 품(알파 식품) ▶ 원산지 : 일본 ▶ 중량 : 100g ▶ 가격 : 242엔 ▶ 판매처 : amazon ▶ 제품특징 : 버섯 밥 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : 宮崎縣産 乾椎 茸 未選別(미야 자키 현산 건조 표고 버섯 미 선별) ▶ 브랜드 : まるごと宮 崎(통째로 미 야자키) ▶ 원산지 : 일본 ▶ 중량 : 100g ▶ 가격 : 980엔 ▶ 판매처 : amazon ▶ 제품특징 : 말린 버섯
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품명 : トッピング が自在のカ レー 辛口 一人前(토픽 이 자재 카 레 매운 맛) ▶ 브랜드 : トッピング が自在(토픽 이 자재) ▶ 원산지 : ▶ 중량 : 200g ▶ 가격 : 308엔 ▶ 판매처 : amazon ▶ 제품특징 : 버섯 카레 		

8장. 연구개발결과의 보안등급

	코드번호	D-09
○ 일반		

9장. 국가과학기술종합정보시스템에 등록된 연구시설·장비현황

					코드번호	D-10		
구입 기관	연구시설/ 연구장비명	규격 (모델명)	수량	구입 연월일	구입 가격 (천원)	구입처 (전화번호)	비고 (설치 장소)	NTIS장비 등록번호

10장. 연구개발과제 수행에 따른 연구실 등의 안전조치 이행실적

	코드번호	D-11
○ 해당없음		

11장. 연구개발과제의 대표적 연구실적(해당시 작성)

						코드번호	D-12		
번호	구분 (논문/ 특허/ 기타)	논문명/특허명/기타	소속 기관명	역할	논문게재지/ 특허등록국 가	Impact Factor	논문게재일 /특허등록일	사사여부 (단독사사 또는 중복사사)	특기사항 (SCI여부/인 용횟수 등)
1							yyyy.mm.dd		
2							yyyy.mm.dd		
3							yyyy.mm.dd		
4							yyyy.mm.dd		
5							yyyy.mm.dd		

12장. 기타사항

	코드번호	D-13
○		

13장. 참고문헌

코드번호

D-14

일반 버섯정보

www.eufic.org
wsmbmp.org
www.fairproduce.nl
www.gombaforum.hu
www.northwaymushrooms.com/
www.champignonidee.nl/
www.champignonidee.fr

통 계

한국농수산물유통공사 www.at.or.kr
한국무역협회 www.kita.net
국제무역센터 ITC(International Trade Centre) www.intracen.org
유엔식량농업기구 (FAO) 통계시스템 faostat.fao.org
www.factfish.com
Global Trade Atlas www.gtis.com

보고서

유럽 원조 협력기구, The Dutch Mushroom Sector: Small Mushrooms, Big Business
유로모니터 (2014) Frozen processed food in France
 Sauces, dressings & condiments in France
 Soup in France
 Canned & preserved food in France
 Sauces, dressings & condiments in Netherlands
 Soup in Netherlands
 Canned & preserved food in Netherlands
CBI (2014) CBI Product Factsheet: Canned Fruit and Vegetables in the European Union

연구개발보고서 초록

과 제 명	(국문) 버섯 수출연구사업단 사전기획 연구				
	(영문) Pre-planning study for composition of mushroom ex[port research group				
주관연구기관	국립원예특작과학원		주 관 연 구 책 임 자	(소속)국립원예특작과학원	
참 여 기 업				(성명)공원식	
총연구개발비 (20,000천원)	계	20,000천원	총 연 구 기 간	2018.1.1.~2022.12.31(5년 월)	
	정부출연 연구개발비	20,000천원	총 연 구 원 수	총 인 원	27
	기업부담금			내부인원	7
	연구기관부담금			외부인원	20

○ 연구개발 목표 및 성과

- 국내외 버섯산업 분석과 관련 단체 등 다양한 의견수렴을 통하여 최적의 버섯수출사업단 구성(안)을 추진하였다.
- 사업단 구성은 주관연구기관으로 농촌진흥청 국립원예특작과학원 버섯과(기획단 운영 및 기획)로 정하고 협력연구기관으로 K-MUSH(현장 수출 연구 및 해외마케팅), 한국식품연구원(안전위생/가공품), 국립원예특작과학원 저장유통과 및 머쉬엠(수확 후 관리), 한국농식품미래연구원 등을 두고자 하며 한국생산자 연합회 산하 수출협의회와 연계하여 참여기업을 두어 추진하고자 한다.

○ 연구내용 및 결과

- 사업단은 산업체 중심의 산-학-연-관의 네트워크를 구축하여 시장조사-생산-가공-유통-검역-수출에 이르는 전 과정에서 수출 현장애로 및 장애요인을 발굴하였고, 이를 반영하여 ‘버섯생산 및 수출기반 강화’, ‘버섯 수출시장 활성화’, ‘수출용 버섯 가공제품 개발’, ‘버섯 수확후 선도유지 상품화 구축’ 4가지 핵심과제로 구성하였다.

○ 연구성과 활용실적 및 수출계획

- 수출연구사업단의 2단계에 현장중심의 연구단계에서는 기술개발을 통한 현장애로를 해결하고, 3 단계에서는 기술개발을 적용하여 수출업체와 협업하여 직접수출을 진행하는 모델을 제시하고자 한다.
- 2018년 수출량과 수출액을 각각 18,000톤, 45,000천불을 기점으로 해마다 증가하여 연구 기간 5년 동안 신선버섯과 가공버섯의 수출 목표는 각각 277백만불, 150만불 설정 한다.

주 의

1. 이 보고서는 농림축산식품부에서 시행한 수출전략기술개발사업의 연구보고서입니다.
2. 이 보고서 내용을 발표하는 때에는 반드시 농림축산식품부에서 시행한 수출전략기술개발사업의 연구 결과임을 밝혀야 합니다.
3. 국가과학기술 기밀유지에 필요한 내용은 대외적으로 발표 또는 공개하여서는 아니됩니다.