

세계 시장에서의 절화 백합의 생산 및 소비 분석

김성훈¹ · 김주태^{2*}

¹충남대학교 농업경제학과, ²단국대학교 경영학과

Analysis on the production and consumption of the cut lily bulb in world market

Sounghun Kim¹, Jootae Kim^{2*}

¹Dept. of Agricultural Economics, Chungnam National University, Daejeon 305-764, Korea

²Dept. of Business, Dankook University, Cheonan, 330-714, Korea

Received on 23 February 2015, revised on 11 March 2015, accepted on 12 March 2015

Abstract : The cut lily is one of the most important exporting flowers in Korea, which value is 19.9 million dollars in 2013. However, Korean farmers and exporting firms recently have experiences a large decrease in lily export, and need to find the way to the increasing exportation. The purpose of this paper is to analyze the situation of production and consumption of the cut lily in the world and to present the implication for the acceleration of exportation of Korean cut lily. The results of studies present a few findings: First, Korean farmers and business firms need to study and benchmark the production and exportation system of Netherlands which is the best country in the world. Second, Colombia, Kenya, Ecuador and Ethiopia are also need to be studied for the upgrading Korean system of exportation of cut lily. Third, Korean farmers and business firms should continuously monitor the three main markets of cut lily (EU, U.S., and Japan), and develop strategies for the exportation of Korean cut lily. Forth, especially, Korean farmers and business firms should define the preference of cut lily in the main exporting markets (Japan, China, Russia), including breed and color of flower, and the main period of consumption, in order to develop the marketing strategy for Korean cut lily.

Key words : Cut lily, Production, Consumption, Market, Exportation

I. 서론

장미, 국화와 함께 우리나라 3대 화훼 수출품목인 백합은 우리나라 화훼농가들의 주요 소득원이 되고 있다. 백합의 수출액은 1993년 82만 달러에서 2013년 1,988만 달러로 10년 동안 24배의 성장을 보였지만, 최근 수출 실적이 2011년 3,309만 달러에서 2013년 1,988만 달러로 33.9%의 감소세를 보여 관련 업계와 정부의 고민이 깊어지고 있다.

우리나라 백합은 내수 시장보다 해외 수출시장에서 주로 소비되고 있는 만큼, 세계 백합 생산과 교역 여건에 상당한 영향을 받을 수밖에 없다. 이에 따라, 백합의 세계 생산과 교역 현황을 분석하고, 우리나라 백합 농가와 수출업체가 어떠한 전략을 가지고 시장 개척에 나서야하는 지에 대한

논의가 시급한 상황이다.

백합과 관련한 선행연구 중 백합의 생산과 교역에 대한 연구는 거의 없다. 다만, 백합의 수출 시장에 대한 연구가 있었는데, 주로 특정 국가를 대상으로 연구가 진행되었다. Park과 Kwon(2011), Seo 등(2011)은 일본의 소비자들이 백합에 대한 선호도를 분석하여 수출확대 방안을 제시하였고, Kwon(2010)은 러시아의 백합 소비 동향을 분석하여 우리나라 백합의 수출 가능성을 타진하였다. 한편, Seo 등(2012)은 수출 통계자료를 활용하여, 우리나라 백합 절화의 수출 실태와 향후 전략을 제시하여 참고가 되었다.

본 연구의 목적은 백합의 주요 생산국의 현황을 분석하고, 백합의 소비실태 실태를 분석하여 우리나라 백합의 수출 확대를 위한 시사점을 제시하는 데 있다. 이를 위해서 관련 문헌자료 수집과 현장 방문을 통한 전문가 조사 등을 진행하였다.

*Corresponding author: Tel: +82-41-550-3346

E-mail address: jkim@dankook.ac.kr

본 논문은 다음과 같이 구성되었다. 먼저 2장에서는 연구 방법에 대해 논의하였고, 3장에서는 우리나라의 백합 생산 및 수출 실태, 세계 시장에서의 백합의 생산 및 소비 실태를 기본 동향과 주요국별 실태 분석을 통해 논의하였다. 이상의 내용에 기초하여 4장에서는 전체 연구 내용을 요약하고 우리나라 백합 수출 확대를 위한 시사점을 제시하였다.

II. 연구방법

백합의 생산과 소비 현황 등을 분석하기 위해 관련 문헌을 수집하여 정리하는 방법을 주로 적용하였다. 구체적으로는 주요 백합 생산 및 수출국의 현지 문헌 자료를 입수하여 분석에 사용하였고, 우리나라의 한국농수산식품유통공사와 한국농촌경제연구원의 관련 자료도 활용하였다.

보다 구체적이고 심도 있는 분석을 위해 조사 대상국(일본, 러시아 등)을 직접 현장 방문하여 현지 전문가와의 심층면담 조사(In-depth interview)와 관련 자료 수집 등을 진행하였다. 또한, 한국에서 백합을 수출하는 업계관계자들을 대상으로 표적집단면접(FGI: Focus Group Interview)과 관련 자료 수집을 진행하여 분석에 활용하였다.

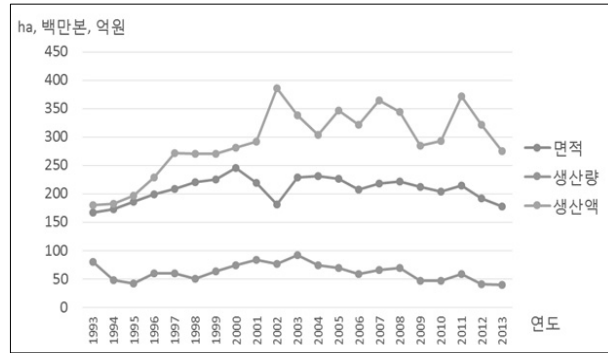
III. 결과 및 고찰

1. 우리나라의 백합 생산 및 수출 실태

가. 생산 현황

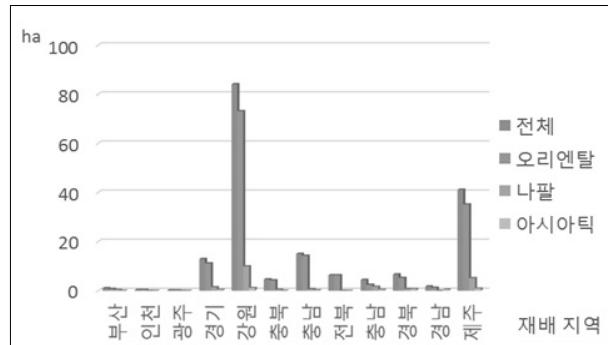
우리나라에서 주로 재배되고 있는 백합 품종은 크게 오리엔탈(Oriental)(시베리아, 메두사, 솔본느, 옐로윈 등), 나팔(오거스타, 두산 등), 아시아틱(Asiatic)(발디솔레, 브루넬로 등)으로 구분할 수 있다. 최근에는 고품질 품종이 해외 시장에 수출하고 있는데, 나팔의 두산은 주 수출국인 일본에서도 상당한 품질 경쟁력을 가지고 있는 것으로 평가받고 있다.

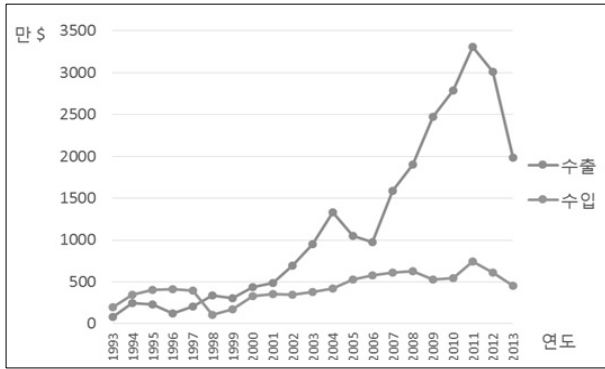
백합의 생산 추이를 재배면적을 기준으로 살펴보면 1993년 167 ha(8천만 본, 180억 원)에서 2004년 231 ha(7천4백만 본, 304억 원)까지 증가하였다가, 2013년 178 ha(4천만 본, 275억 원)으로 감소한 모습을 보인다. 이와 같은 재배면적의 변화는 일본 등의 주요 수출시장에서의 우리나라 백합의 가격 하락 등에 따른 결과로 생각된다.



Source: MAFRA

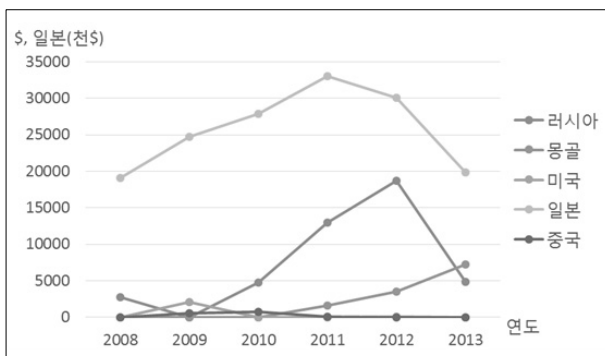
Fig. 1. Overview of the production of Korean lily.





Source: aT

Fig. 3. Overview of export and import of lily.



Source: aT

Fig. 4. Exporting countries of Korean lily.

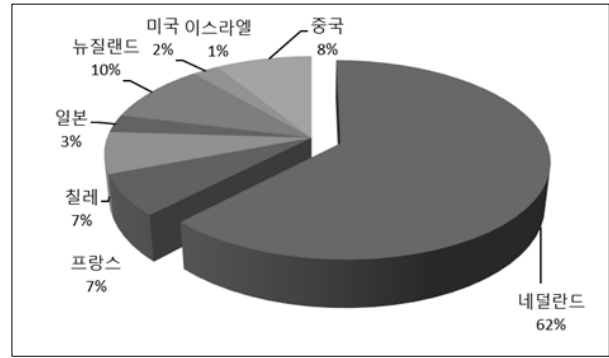
시장인 일본 시장의 실적 감소가 주요 원인이다.

국가별 수출 현황을 보면, 일본의 압도적 수출 실적을 볼 수 있는데, 2위인 몽골 시장의 수출 실적에 비해 2,748 배의 규모이다. 최근 5년간 국가별 수출 추이를 보면, 주 시장인 일본과 러시아 시장에 대한 수출 실적이 최근 하락 세로 반전한 반면, 신흥 시장인 몽골 시장의 수출 확대가 대비되고 있다.

2. 세계 백합 생산 및 수출 현황

가. 기본 현황

절화 백합의 생산은 네덜란드가 압도적으로 높은 비중을 차지하고 있는데, 생산액 기준으로 전체의 62% 정도를 차지하고 있다. 그 다음으로는 프랑스, 미국, 영국, 이스라엘, 칠레, 뉴질랜드, 일본, 중국 등이 주요 생산국에 속한다. 주요국별 경작지 규모를 보면, 2011년 기준으로 네덜란드 3,200 ha, 프랑스 350 ha, 칠레 350 ha, 일본 150 ha, 뉴질랜드 500 ha, 미국 125 ha, 이스라엘 50 ha, 중국 400



Source: Kim(2012)

Fig. 5. Ratio of main production countries.

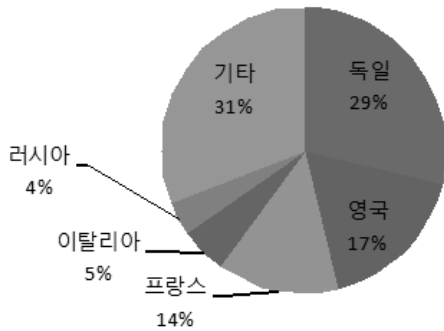
ha 정도인데, 이들 대부분의 국가에서 생산되는 주품종은 오리엔탈이며, 미국과 이스라엘의 경우 롱기플로럼(Longiflorum)을 많이 생산하고 있다.

백합 생산 1위 국가인 네덜란드의 절화백합 생산량은 3.5억본 정도인데, 절화백합 생산능가는 300농가정도이며, 수출금액은 32억 유로 정도이다. 백합의 주요 생산 품종별로 보면, 오리엔탈의 생산량이 가장 많고, 그 다음으로 LA, 롱기플로럼, 아시안틱, LO 등이다. 네덜란드에서 생산하는 백합 종구와 절화는 대부분 자국 소비 또는 유럽 내에서 판매되고 있는 상황이다.

이와 별개로, 전통적인 생산지들보다 남반구의 생산지들을 눈여겨 볼 필요 있는데, 대표적인 생산지는 아프리카의 케냐, 남미의 에콰도르, 콜롬비아, 칠레, 그리고, 뉴질랜드 등이다. 이들 국가들은 기후조건이 유리하고, 인건비가 저렴하며, 유럽이나 북미시장의 동절기에 생산할 수 있다는 장점이 있다. 이 중, 뉴질랜드와 남미의 백합생산은 네덜란드 회사에 의해서 운영되고, 대부분의 구근도 네덜란드에서 가져오는 경우가 많다. 그 외에는 미국, 일본, 중국 등에 수출되는 비율이 높다. 앞으로는 네덜란드를 중심으로 하는 유럽의 생산은 감소할 가능성이 있고, 아프리카, 뉴질랜드, 남미 등의 남반구의 생산이 늘어날 것이라는 예측도 있어 관심이 필요하다.

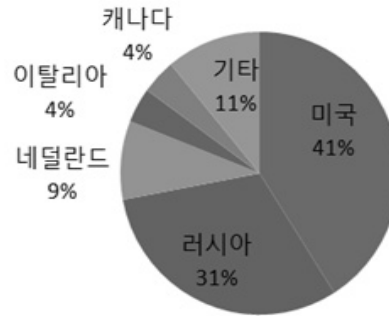
나. 국가별 수출 실태

전 세계적으로 절화수출을 많이 하는 나라는 네덜란드, 콜롬비아, 케냐, 에콰도르, 이디오피아 등이다. 먼저 네덜란드의 경우, 2011년 기준으로 32억 유로의 수출이 달성되었는데, 이는 2004년 30억 유로에 비해 6.7%가 증가한 수치이다. 네덜란드 백합의 주요 수출 대상국은 독일(29%),



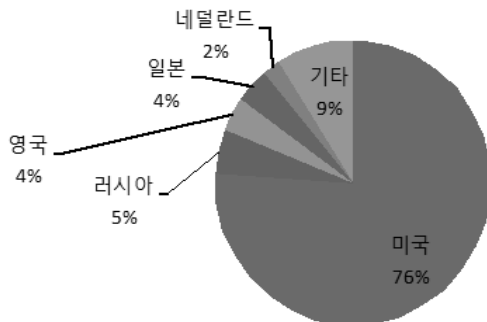
Source: International flower bulb center

Fig. 6. Exporting countries of Netherlands.



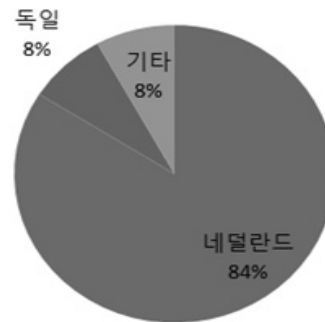
Source: International flower bulb center

Fig. 9. Exporting countries of Ecuador.



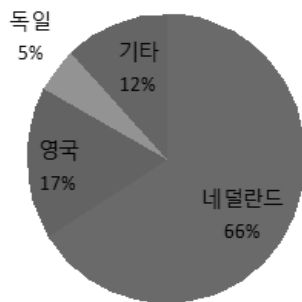
Source: International flower bulb center

Fig. 7. Exporting countries of Colombia.



Source: International flower bulb center

Fig. 10. Exporting countries of Ethiopia.



Source: International flower bulb center

Fig. 8. Exporting countries of Kenya.

영국(17%), 프랑스(14%) 등 유럽국가들이 대부분이다.

콜롬비아는 2011년 기준으로 9억 유로의 수출이 달성되었는데, 이는 2004년 6억 유로에 비해 50%가 증가한 수치로 상당한 수출 증가세를 볼 수 있다. 콜롬비아 백합의 주요 수출 대상국은 미국이 76%로 대부분을 차지한다.

케냐는 2011년 기준으로 5억 유로의 수출이 달성되었는데, 이는 2004년 2억 유로에 비해 150%가 증가한 수치로 매우 높은 수출 증가세를 볼 수 있다. 케냐 백합의 주요 수출 대상국은 네덜란드가 66%로 대부분을 차지하고 있고,

영국(17%)과 독일(5%)이 뒤를 잇고 있다.

에콰도르는 2011년 기준으로 4억 유로의 수출이 달성되었는데, 이는 2004년 2억 유로에 비해 100%가 증가한 수치로 매우 높은 수출 증가세를 볼 수 있다. 에콰도르 백합의 주요 수출 대상국은 미국(41%), 러시아(31%), 네덜란드(9%) 등의 순으로 나타난다.

이디오피아는 2011년 기준으로 1억 유로의 수출이 달성되었는데, 이는 2004년 5백만 유로에 비해 1,900%가 증가한 수치로 매우 높은 수출 증가세를 볼 수 있다. 이디오피아 백합의 주요 수출 대상국은 네덜란드가 84%로 거의 대부분을 차지하고 있고, 독일(8%)이 뒤를 잇고 있다.

3. 백합의 소비 실태

가. 교역 동향

전통적으로 절화의 생산과 소비는 세 개의 지역(유럽, 미국, 일본)에 집중되어 있는데, 이들 3대 시장의 규모는 도매 판매액으로 볼 때 EU가 65억 유로, 일본이 38억 유로, 미국이 10억 유로 정도로 추정된다.¹⁾

Table 1. Main exporting countries to the EU market.

	수입액 (백만유로)	비율 (%)
아프리카	327	50
케냐	194	30
짐바브웨	65	10
잠비아	22	3
아메리카	180	28
콜롬비아	98	15
에콰도르	74	11
아시아	146	22
이스라엘	107	16

Source: International flower bulb center

그 중에서 가장 큰 시장을 형성하고 있는 유럽의 국가들은 절화의 상당 부분을 자체 생산으로 충당하여왔다. 나머지 부분은 주로 인접한 다른 나라에서 수입해 왔으나, 최근에는 교통, 통신 기술의 발달에 따라 절화의 생산과 유통이 점점 글로벌한 관점에서 이루어지고 있다.

유럽으로 절화를 많이 수출하는 나라들은 아프리카의 케냐, 짐바브웨, 잠비아, 남미의 콜롬비아, 에콰도르, 그리고 아시아의 이스라엘 등이고, 미국시장으로 절화를 많이 수출하는 나라는 콜롬비아, 에콰도르, 멕시코, 코스타리카 등 남미 국가들이다. 한편, 일본의 경우 총 소비량의 10% 정도를 수입하는데, 한국산이 많은 비중을 차지하고 있다.

Table 1과 Table 2는 각각 세계의 절화소비 3대 시장에 속하는 유럽(EU)과 미국에 대한 주요 수출국들의 비중을 제시하고 있는데, 해당 지역에 대한 남반구 국가들의 생산 및 수출에 있어서의 비중이 적지 않음을 알 수 있다.

백합 생산의 주요 국가들은 대부분 자국의 소비를 위해 백합 재배를 하고 있으나, 네덜란드, 코스타리카, 칠레, 멕시코, 한국 등은 수출용 백합을 주로 생산하고 있다. 이 중 네덜란드는 전 세계를 대상으로 종구와 절화를 생산하고, 코스타리카, 칠레, 멕시코는 미국 시장에 백합을 공급하고 있다. 우리나라는 일본에 백합을 주로 수출하고 있는데, 최근 중국, 극동 러시아, 동남아시아 국가들을 대상으로 신규 시장을 개척하고 있다.

나. 주요 수출국별 소비 실태

우리나라 백합의 주된 수출국가인 일본은 연간 절화 백합 생산량이 1.5억 본으로, 850 ha 정도의 재배면적을 가지

Table 2. Main exporting countries to the US market.

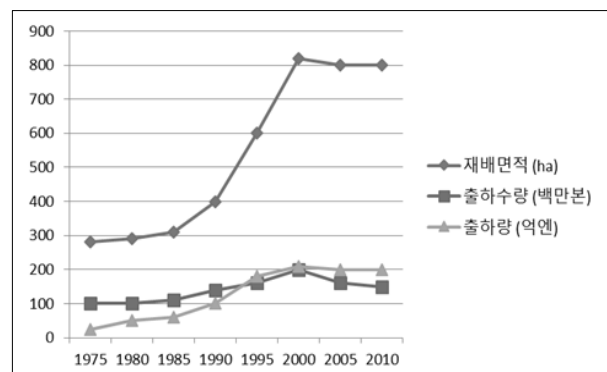
	수입액 (백만유로)	비율 (%)
콜롬비아	313	56
에콰도르	95	17
네덜란드	73	13
멕시코	23	4
캐나다	18	3
코스타리카	17	3
아시아	11	2
과테말라	3.7	1
기타	5.3	1

Source: International flower bulb center

고 있다. 일본의 백합 생산은 1990년 이후 생산량이 급증하였다가, 2000년 이후 감소세로 들어섰는데, 최근의 노임 상승 및 농가의 고령화로 인하여 자국 내 생산량이 꾸준히 감소하고 있는 것으로 생각된다. 이와 같은 절화의 생산량 감소 추세는 일본 시장의 백합 수출 시장 확대를 예상할 수 있다.

일본은 전체 소비량의 10%정도가 수입되고 있는데, 과거에는 네덜란드산이 많이 수입되었으나, 현재는 수입물량의 90% 이상이 한국산이다. 품종별 특성을 보면, 오리엔탈 백합이 전체 소비의 50%정도를 차지하며, 그 외에 LA계통, 첼포백합, 아시아틱 계통, OT계통 등이 각각 소비되고 있다. 화색구성 비율은 흰색 63%, 분홍 18%, 노랑 8%, 혼합색 7%, 빨강 3%, 기타 1%로 추정되고 있다.

일본은 성묘기간인 7~8월의 오봉절 무렵에 백합소비량이 가장 많으며, 그 다음으로는 3월의 춘분절이 두 번째로 큰 수요기간이다.



Source: aT

Fig. 11. Production of Japanese lily.

1) International flower bulb center.



Fig. 12. Lily market in China.

중국인 절화백합의 연간 생산량이 약 15억본 정도이며, 재배면적은 7,500 ha 정도인데, 향후 세계 화훼의 생산기지 역할과 대량 소비처로의 역할을 주목할 필요가 있다. 백합의 주 생산지는 운남의 곤명이고, 주요 소비지는 상하이와 북경이다. 2012년에 네덜란드 및 남반구 국가에서 구근은 2억구 이상 수입했고, 국내에서 6천만구정도 자체 조달했다.

중국에 절화 백합을 주로 수출하는 국가들은 네덜란드, 뉴질랜드이고, 말레이시아, 칠레, 대만 등이다. 많이 소비되는 백합의 종류는 오리엔탈이 70~80%, 아시아틱이 10~15%, 나팔나리가 10% 정도이며, 선호하는 색상은 흰색 40%, 적색 30%, 황색과 분홍색이 10% 정도로 보인다. 백합의 연중 시기별 수요량은 1~3월의 춘절기가 전체 소비의 50%를 차지하고 있고, 4~6월이 20%, 9~10월이 20%의 소비가 발생하고 있는 것으로 추정되고 있다.

러시아의 화훼 소비액은 약 33억 달러정도이며, 이중 극동러시아는 1/4정도인 약 8억 달러 정도를 소비한다. 소비되는 절화의 90%정도를 네덜란드, 에콰도르 등지에서 수입하고 있다. 극동러시아에서 소비되는 절화 중 백합의 비율은 10%정도로서 대부분 장미와 국화로 이루어지고 있는데, 수입품들의 품질은 좋으나, 자국 내 생산품은 질이 떨어지고 있어 품질 경쟁력의 격차가 있다.

러시아에서 많이 선호되는 백합의 종류는 오리엔탈 90%, 아시아틱 10%, 나팔나리 5% 정도이며, 선호하는 색깔은 흰색 50%, 분홍색 20%, 적색 및 황색 20% 정도인 것으로 추정된다. 러시아의 경우, 백합의 유통의 형태는 송이씩 개별판매가 60%, 장미, 국화 등 다른 절화와의 꽃다발이 30%, 경조사 화환이 10% 정도이다. 백합이 많이 소비되는 시기는 여성의 날(3월 8일), 발렌타인데이(2월 14일),



Fig. 13. Lily product in Russia.

조국 수호의 날(2월 23일), 노동절(5월 1일), 전승기념일(5월 8일), 학기 시작일(9월 19일) 등으로 보인다.

다. 시사점

백합의 주요 수출 대상 국가별로 주 소비 백합의 품종, 화색, 소비 시기가 서로 다른 차이점을 보이나, 공통적인 부분도 일부 가짐을 알 수 있다. 먼저, 품종의 경우, 일본, 중국, 극동 러시아 모두 오리엔탈 품종이 가장 많이 소비되고 있으나, 아시아틱 계통도 상당 수준의 수요가 있는 것으로 판단된다.

화색은 3국 모두 흰색이 가장 인기를 끌고 있지만, 유색 계통의 백합 절화의 소비도 적지 않다. 특히, 젊은 여성층에서의 유색 백합 절화 선호가 증가하고 있어 향후 관련 전략 수립이 필요하다.

소비시기도 국가별로 차이를 보이나, 7~8월의 일본의 오봉절을 제외하고는 봄에 백합 소비가 가장 많이 발생하고 있는 것을 알 수 있다. 이상의 내용들을 볼 때, 수출용 절화 백합을 육종하는 업계에서는 품종과 화색의 선호도를 파악하여 적절한 대응 전략을 모색할 필요가 있는 것으로 판단된다.

IV. 결론

우리나라 백합은 장미, 국화와 함께 우리나라 3대 화훼 수출품목으로 화훼 농가의 주요 소득원이 되고 있다. 백합의 수출은 1993년 82만 달러에서 2013년 1,988만 달러로 10년 동안 24배의 성장을 보였지만, 2011년 이후 급격한 수출 감소로 어려움을 겪고 있다.

오늘날 백합 수출 확대를 위한 방안 모색을 위해서는 우

리나라 백합이 수출되고 있는 세계시장의 현황을 살펴볼 필요가 있기에, 본 연구에서는 세계 백합 주요 생산국과 소비국의 실태를 분석하였다.

분석 결과 몇 가지 시사점이 도출되었다.

첫째, 전 세계에서 백합생산 및 수출 1위는 네덜란드로 네덜란드의 백합 생산 및 수출 시스템을 면밀히 분석할 필요가 있다.

둘째, 네덜란드를 제외하고 콜롬비아, 케냐, 에콰도르, 이디오피아 등도 백합의 주요 수출국으로 이들 국가의 동향을 지속적으로 살펴볼 필요성이 제기된다.

셋째, 세계 백합의 생산과 소비는 세 개의 지역(유럽, 미국, 일본)에 집중되어 있기에, 이들 국가와 시장의 동향이 우리나라 수출 전략 수립에 전제 조건이 될 수 있을 것이다.

넷째, 우리나라 백합의 주요 수출 대상 국가별로 주 소비 백합의 품종, 화색, 소비 시기가 서로 다른 차이점을 보이나, 공통적인 부분도 일부 가짐을 알 수 있다. 따라서, 이러한 시장별 소비 특성을 감안한 전략 수립이 필요하다.

우리나라 백합의 수출 가능성은 여전히 매우 높다. 그럼에도 불구하고, 이러한 잠재력을 수출 제고로 연결시키기 위해서는 세계시장 흐름을 지속적으로 분석하여 동태적인 전략 수립이 필요할 것이다. 이를 위한 기초 자료가 본 연구에서 제공될 수 있을 것으로 기대한다.

감사의 글

본 연구는 농림수산물기술기획평가원 Golden Seed Project(project no. 213003-04-2-SBQ10, 국내 및 해외 시장 마케팅 전략)의 지원에 의해 이루어졌습니다.

참고 문헌

- J.C.M. Buschman. 2012. Globalization, flower, flower bulbs and bulb flowers, International flower bulb center. (wwlib.teiep.gr/images/stories/acta/.../673_1.pdf)
- Kim JS. 2012. Overview of the Global Production of Lily. Symposium for the Exportation of Korean Lily.
- Kown OB. 2010. The possibility of exportation and Consumption of Lily in Russia. World Agriculture 119:47-58. Korean Rural Economic Institute. [in Korea]
- Park KH, Kwon HM. 2011. A study on Japanese consumers' preference for Lilies and export expansion strategies. Korean Journal of Food Marketing Association 28(2):25-44. [in Korea]
- Seo JK, Kim JH, Yun HJ, Choi WH. 2011. Preference survey of Japanese consumer for export improvement of cut Lily. Korean Journal of Horticulture Science Technology. 29(2). [in Korea]
- Seo JK, Kim JH, Cheon YS, Choi WH. 2012. Exporting strategy of cut Lily in Korea. Flower Resource Journal. 20(4):268-274. [in Korea]