

기본연구 2017-08

한국 수산식품 세계화 전략 (수산물 수출을 중심으로)

Korean Seafood Globalization Strategy
(Focusing on the Export of Seafood)

2017. 12.

임경희 · 이상건 · 김지연 · 한기욱



한국해양수산개발원
KOREA MARITIME INSTITUTE

보고서 집필 내역

〈연구책임자〉

임경희 : 제1장, 제5장 1절·2절, 제6장 2절

〈연구진〉

이상건 : 제1장 3절, 제3장, 제5장 3절, 제6장 1절

김지연 : 제1장 3절, 제4장 2절·4절

한기욱 : 제1장 3절, 제2장 2절·3절·4절·5절

〈외부연구진〉

김태영 (경상대학교) : 제2장 1절

이상현 (강원대학교) : 제4장 1절

이정필 (부경대학교) : 제4장 3절

산·학·연·정 연구자문위원

장영수 (부경대학교 교수)

박기환 (한국농촌경제연구원 선임연구위원)

김현용 (수산경제연구원 실장)

허남기 (해양수산부 수출가공진흥과 사무관)

* 순서는 산·학·연·정 순임

세계적인 시장 개방 확대, 건강한 먹거리에 대한 수요 증가 등으로 주요 수입국인 미국, 일본, 유럽은 물론 아시아 등 신흥 시장을 중심으로 글로벌 수산물 시장이 성장하고 있다. 이러한 가운데 세계 수산물 수출 시장은 중국, 노르웨이, 베트남 등이 주도하고 있다. 중국은 자국 내 생산·가공 인프라 확대, 노르웨이는 수출 스타 품목 발굴 및 육성, 베트남은 수출 산업을 국가적 전략 산업으로 육성시키면서 주요 수산물 수출국으로 발돋움했다. 이들 국가에 더해 일본은 자국 수산업의 새로운 성장 동력 발굴이라는 측면에서 정부가 수산물 수출에 힘을 쏟고 있다.

우리나라의 수산물 수출은 2010년 이후 20억 달러에서 연도별 변동은 있으나 성장해 나가고 있다. 판로의 확대를 통한 수산업의 성장이라는 측면에서 수산업계의 수출에 대한 관심은 계속 커지고 있다. 세계 보호무역주의 강화, 주요국 식품 위생·안전성 강화 등 수출을 둘러싼 여건이 급변하는 가운데 수출의 외연 확장은 물론, 수산물을 고부가가치 산업으로 육성시키기 위한 장기적이고 종합적인 대책 마련이 요구되는 시점이다.

이에 본 연구는 수산물 수출을 중·장기적인 시각에서 신성장 동력 산업으로 탈바꿈시키기 위한 전략을 마련할 목적으로 시작되었다. 이론적 수출 검토, 수산물 교역 구조 및 수출 구조 분석을 통해 수출의 당위성을 검토하였으며, 수출업체, 수산물 수출 기반 및 제도 분석으로 통해 우리나라 수산물 수출 산업이 당면한 과제를 도출하고자 하였다. 또한 국내외 수출 사례 분석을 통해 수출 전략 마련을 위한 시사점을 제시하였다. 마지막으로 수출 활성화를 위한 중점 추진과제 및 개선 방안을 제시함으로써 우리나라 수산물 수출 산업이 도약하기 위한 발판을 마련했다는 데 본 연구의 의미를 두고자 한다.

본 연구는 한국해양수산개발원의 임경희 부연구위원, 이상건 연구원, 김지연 연구원, 한기욱 연구원의 참여로 진행되었다. 이외에도 외부 연구진으로 경상대학교 김태영 교수, 강원대학교 이상현 교수, 부경대학교 이정필 박사 등이 본 연구에 참여하여 많은 도움을 주었다. 마지막으로 부경대학교 장영수 교수, 농촌경제연구원 박기환 선임연구위원, 수산경제연구원 김현용 실장, 해양수산부 수출가공진흥과 허남기 사무관이 본 연구

의 완성도 제고를 위해 아낌없는 자문을 해 주었다. 본 연구를 위해 고
생하신 모든 분들께 감사의 인사를 전한다.

2017년 12월
한국해양수산개발원
원 장 양 창 호



요 약 · i

제1장

서 론 · 1

제1절 연구 필요성 및 목적	1
제2절 연구 범위 및 방법	3
1. 연구 범위 및 주요 내용	3
2. 연구 방법	4
제3절 선행 연구 검토	7
1. 수산물 수출 전략 수립 관련 연구	7
2. 수출 구조 및 경쟁력 분석 관련 연구	8
3. 우선순위 분석 관련 연구	10

제2장

수산물 수출의 이론적 검토 및 교역 구조 분석 · 12

제1절 수산물 수출 이론적 검토	11
제2절 세계 수산물 교역 동향 및 이행경로 분석	16
1. 세계 수산물 교역 동향	16
2. 국가별 교역 이행경로 분석	21
3. 부류별 교역 이행경로 분석	26
4. 주요 품목의 교역 이행경로 분석	33

제3절 우리나라 수산물 교역 동향 및 이행경로 분석	37
1. 우리나라 수산물 교역 동향	37
2. 교역 이행경로 분석	42
제4절 수산물 수출 경합도 및 경쟁력 분석	52
1. 수출 경합도 분석	52
2. 수출 경쟁력 분석	59
제5절 소결	73

제3장

우리나라 수산물 수출 구조 분석 · 76

제1절 수산물 수출 실태 분석	76
1. 국가별 수출	76
2. 품목별 수출	77
3. 가공형태별 수출	78
4. 주요 수출품 경쟁력 분석	79
제2절 수산물 수출업체 현황 분석	82
1. 수출업체 일반 현황	82
2. 수출업체 수출 실태	84
제3절 수산물 수출 기반 분석	89
1. 원료 수급	89
2. 수산물 수출 R&D	94
3. 기타 수출 관련 기반	97
제4절 수산물 수출 정책·제도 분석	103
1. 개요	103
2. 수산물 수출 진흥 정책	104
3. 기타 관련 제도 및 정책	111
제5절 소결	124

제4장

국내외 수출 지원제도 및 사례 분석 · 127

제1절 농식품 수출 지원체계 및 사례 분석	127
1. 법적 근거	127
2. 수출 지원 체계	132
3. 수출 성공 사례 분석	139
제2절 노르웨이 수산식품 수출 제도 및 사례 분석	144
1. 수산업 개황	144
2. 양식산업 성공 요인	147
3. 수출 지원 제도 및 프로그램 분석	149
4. 수출 성공 사례	151
제3절 일본 수산식품 수출 제도 및 사례 분석	154
1. 개황	154
2. 수산물 수출 제도·지원 프로그램	155
제4절 소결	162
1. 우리나라 농식품 수출	162
2. 노르웨이 수산물 수출	164
3. 일본 수산물 수출	167

제5장

우리나라 수산식품 세계화 전략 · 170

제1절 대내외 여건 분석	170
제2절 수산식품 세계화 전략	176
1. 기본 방향	176
2. 수산물 수출기반 고도화	177

3. 수출품 경쟁력 강화	179
4. 수출업체 경쟁력 강화	180
제3절 수출 활성화 우선 추진 과제	182
1. 수출 활성화 과제 도출	182
2. 수출 활성화 중점 추진 과제	184

제6장

결 론 · 197

제1절 요약 및 결론	197
제2절 정책 제언	202
1. 수출 정책 패러다임의 확장	202
2. 수출 수산물 품질·위생의 관리 체제 정비	204
3. 수산물 수출 전담기구 설립	205
4. 수출 진흥 법률 정비	206



참고문헌 · 207



부 록 · 211

부록 1. 글로벌 교역 수산물의 수입 동향	211
부록 2. 우리나라 수출 상위 품목의 수출 동향	215
부록 3. 수출업체 설문조사 개요	220

〈표 1-1〉 주요 분석자료	5
〈표 2-1〉 상위 20개 수산물 수출국	17
〈표 2-2〉 상위 20개 수산물 수입국	18
〈표 2-3〉 주요 부류별 수출 시장 변화	19
〈표 2-4〉 상위 20개 수산물 수출 품목	20
〈표 2-5〉 국가별 평균 교역액	22
〈표 2-6〉 주요 부류별 수입 시장 변화	27
〈표 2-7〉 주요 품목별 수입 시장 변화	33
〈표 2-8〉 상위 20개 수산물 수출 대상국	38
〈표 2-9〉 상위 20개 수산물 수입 대상국	39
〈표 2-10〉 상위 20개 수산물 수출 품목	40
〈표 2-11〉 상위 20개 수산물 수입 품목	41
〈표 2-12〉 우리나라 주요 교역 대상국별 평균 교역액	42
〈표 2-13〉 우리나라 주요 교역 대상국별 평균 교역액	45
〈표 2-14〉 세계 수산물 시장에서의 경쟁국별 수출경합도지수(ESI)	52
〈표 2-15〉 세계 수산물 시장에서의 품목별 수출경합도지수(ESI)	53
〈표 2-16〉 일본 수산물 시장에서의 경쟁국별 수출경합도지수(ESI)	54
〈표 2-17〉 일본 수산물 시장에서의 품목별 수출경합도지수(ESI)	55
〈표 2-18〉 중국 수산물 시장에서의 경쟁국별 수출경합도지수(ESI)	56
〈표 2-19〉 중국 수산물 시장에서의 품목별 수출경합도지수(ESI)	57
〈표 2-20〉 미국 수산물 시장에서의 경쟁국별 수출경합도지수(ESI)	58
〈표 2-21〉 미국 수산물 시장에서의 품목별 수출경합도지수(ESI)	59
〈표 2-22〉 주요 수출국의 시장점유율(어류)	60
〈표 2-23〉 주요 수출국의 비교우위지수(어류)	63
〈표 2-24〉 주요 수출국의 시장점유율(갑각류)	66
〈표 2-25〉 주요 수출국의 시장점유율(패류·연체동물)	67
〈표 2-26〉 주요 수출국의 시장점유율(해조류)	68
〈표 2-27〉 주요 수출국의 시장점유율(가공품)	68

〈표 2-28〉 주요 수출국의 비교우위지수(감각류).....	69
〈표 2-29〉 주요 수출국의 비교우위지수(패류·연체동물).....	70
〈표 2-30〉 주요 수출국의 비교우위지수(해조류).....	71
〈표 2-31〉 주요 수출국의 비교우위지수(가공품).....	72
〈표 3-1〉 우리나라의 상위 3개국 수산물 수출 동향.....	76
〈표 3-2〉 우리나라 수산물 수출 국가수 추이.....	77
〈표 3-3〉 우리나라의 상위 10개 품목 수출 동향.....	78
〈표 3-4〉 가공형태별 수산물 수출 실적.....	79
〈표 3-5〉 세계 주요 교역 품목의 한국산 경쟁력(2012~2014년 평균).....	80
〈표 3-6〉 세계 주요 교역 품목 수출 전략.....	81
〈표 3-7〉 수출 실적별 수출업체 수.....	84
〈표 3-8〉 수출 규모별 수산물 수출실적.....	85
〈표 3-9〉 기업 분류별 수출업체 수 및 수출 실적.....	86
〈표 3-10〉 수출업체별 평균 수출국 및 수출 대상국 구간별 업체 수.....	87
〈표 3-11〉 수출업체별 평균 수출액 및 수출 금액별 업체 수.....	87
〈표 3-12〉 수출업체별 평균 수출 품목 수 및 수출 품목별 업체수.....	88
〈표 3-13〉 수출 품목별 취급 업체수(2015~2016년).....	88
〈표 3-14〉 수산물 수출 물량.....	89
〈표 3-15〉 우리나라 수산물 생산 현황.....	91
〈표 3-16〉 주요 어종별 생산량 및 교역량.....	92
〈표 3-17〉 주요 어종의 생산량 대비 수출 비중.....	93
〈표 3-18〉 해양수산물 R&D 예산 현황.....	95
〈표 3-19〉 고부가가치 수산식품 세부과제별 R&D 현황 및 투자 계획.....	96
〈표 3-20〉 수산물 가공 및 저장 처리업 종사자 규모별 사업체 수(2014년 기준).....	98
〈표 3-21〉 식료품 제조업 부문별 평균 종사자·출하액·부가가치(2014년 기준).....	99
〈표 3-22〉 수산물 수출 관련 주요 관련 단체.....	100
〈표 3-23〉 수산물 수출관련 정책(2017년 기준).....	103
〈표 3-24〉 수산물 해외시장 개척 사업 예산.....	104

〈표 3-25〉 2017년 수산물 해외시장 개척 사업 목록	105
〈표 3-26〉 2017년 수산물 해외시장 개척 사업 목록	106
〈표 3-27〉 농업분야와 수산분야의 수출 관련 법률 비교	109
〈표 3-28〉 2017년 수산물 해외시장 개척 사업 운영 주체 중복	110
〈표 3-29〉 수산물 가공산업 육성사업 연도별 재정투입 계획	112
〈표 3-30〉 수산물 가공산업 육성사업 지원기준 및 지원대상(2017년 기준)	113
〈표 3-31〉 수산물 가공산업 육성사업의 문제점에 대한 설문조사 결과	114
〈표 3-32〉 수산식품산업 거점단지 조성사업 연도별 재정투입 계획	114
〈표 3-33〉 수산식품산업 거점단지 조성사업 추진 현황	115
〈표 3-34〉 어업인 교육·훈련 및 기술지원	117
〈표 3-35〉 수산물 안전검사체계 구축 연도별 재정투입 계획	118
〈표 3-36〉 주요국 한국산 수산물 통관 거부 실적	120
〈표 3-37〉 김 제품의 CODEX 규격화 연구 연도별 재정투입 계획	122
〈표 3-38〉 CODEX 기준 설정 절차	122
〈표 4-1〉 농식품 수출지원사업 예산(2011~2016년도)	135
〈표 4-2〉 농식품 수출지원 세부 사업 예산(2015, 2016년도)	137
〈표 4-3〉 노르웨이 어업별 생산 동향	144
〈표 4-4〉 노르웨이의 수산물 수출 동향	145
〈표 4-5〉 노르웨이 10대 주요 수산물 수출국 수출액 변화	145
〈표 4-6〉 노르웨이 10대 주요 품목별 수출액	146
〈표 4-7〉 일본 수산물 생산 및 수출 추이	154
〈표 4-8〉 일본 농림수산물 수출 확대 전략 개요	156
〈표 4-9〉 일본 농림수산물 수출 확대 전략의 주요 추진 사업	158
〈표 4-10〉 일본 농수산물식품 수출 지원 프로그램의 품목별 전략(예시)	160
〈표 4-11〉 일본 농수산물식품 수출 지원 프로그램의 국가별 전략(예시)	161
〈표 5-1〉 수산물 수출산업의 여건분석(SWOT)	174
〈표 5-2〉 주체별 수출 전략 추진 방향(마케팅 4P 측면)	177
〈표 5-3〉 수출 전문기관 설립 및 복합 수출지원 프로그램 도입 필요성	181

〈표 5-4〉 AHP 분석 대상 설계.....	182
〈표 5-5〉 상위계층 요인 간 상대적 가중치	185
〈표 5-6〉 수출기반 고도화 요인 간 상대적 가중치	186
〈표 5-7〉 수출기반 고도화 세부계층 간 상대적 가중치	187
〈표 5-8〉 수출품 경쟁력 강화 요인 간 상대적 가중치	188
〈표 5-9〉 수출품 경쟁력 강화 세부계층 간 상대적 가중치	189
〈표 5-10〉 수출업체 경쟁력 강화 요인 간 상대적 가중치	190
〈표 5-11〉 수출업체 경쟁력 강화 세부계층 간 상대적 가중치	192
〈표 5-12〉 수산물 수출 활성화 과제의 최종 가중치 및 우선순위(전체)	194
〈표 5-13〉 기관별 수산물 수출 활성화 과제의 최종 가중치(1~5위)	196

〈그림 1-1〉 한국 수산식품 세계화 광의 개념	3
〈그림 1-2〉 연구추진 체계도	6
〈그림 2-1〉 무역 전후의 사회후생 변화	12
〈그림 2-2〉 품질 차별화를 통한 무역 전후의 사회후생 변화	13
〈그림 2-3〉 품질우위 수산물에 대한 해외시장 개척의 효과	14
〈그림 2-4〉 경쟁증가 상황에서의 수산물에 대한 해외시장 개척의 효과	15
〈그림 2-5〉 수산물 무역규모 및 가격 추이	16
〈그림 2-6〉 수출시장에서의 국가별 커널밀도함수 추정 결과	23
〈그림 2-7〉 수입시장에서의 국가별 커널밀도함수 추정 결과	24
〈그림 2-8〉 국가별 교역 구조 및 이행경로(2000~2008)	25
〈그림 2-9〉 국가별 교역 구조 및 이행경로(2009~2014)	26
〈그림 2-10〉 어류의 국가별 수출입 변화(2000~2008)	28
〈그림 2-11〉 어류의 국가별 수출입 변화(2009~2014)	29
〈그림 2-12〉 주요 부류의 국가별 수출입 변화(2000~2008)	30
〈그림 2-13〉 주요 부류의 국가별 수출입 변화(2009~2014)	31
〈그림 2-14〉 다랑어의 국가별 수출입 변화	34
〈그림 2-15〉 오징어의 국가별 수출입 변화	35
〈그림 2-16〉 굴의 국가별 수출입 변화	36
〈그림 2-17〉 수산물 무역 추이	37
〈그림 2-18〉 주요 상위 5개국의 교역 구조 및 이행경로 분석	43
〈그림 2-19〉 주요 수출국가(상위 5개국 이외)의 교역 구조 및 이행경로 분석	44
〈그림 2-20〉 주요 품목의 교역 구조 및 이행경로 분석	46
〈그림 2-21〉 우리나라 다랑어의 국가별 수출입 변화	47
〈그림 2-22〉 우리나라 김의 국가별 수출입 변화	48
〈그림 2-23〉 우리나라 오징어의 국가별 수출입 변화	49
〈그림 2-24〉 우리나라 굴의 국가별 수출입 변화	50
〈그림 2-25〉 주요 수출국의 부류별 시장점유율(어류)	62
〈그림 2-26〉 주요 수출국의 부류별 비교우위지수(어류)	65
〈그림 3-1〉 수산물 수출업체 수 추이	82
〈그림 3-2〉 해외 수출업무 전담 부서 및 현지 자회사 보유 여부	83

〈그림 3-3〉 수출용 제품 원료의 원산지·····	90
〈그림 3-4〉 제품 개발을 위한 전담부서 혹은 연구소 보유 여부 및 연간 투자 비용·····	94
〈그림 3-5〉 수산물 가공 및 저장 처리업 사업체 및 종사자 현황·····	97
〈그림 3-6〉 수출 전문 허브기관 설립 ·····	100
〈그림 3-7〉 수산물 수출 시 해외에서의 애로사항·····	101
〈그림 3-8〉 국내 수출업체 공인 프로그램 도입 필요성·····	102
〈그림 3-9〉 수산물 해외시장 개척사업 인지도 및 활용 여부·····	107
〈그림 3-10〉 수산물 해외시장 개척사업 중 관심이 높은 사업·····	108
〈그림 3-11〉 주요국 비관세장벽 강화 관련 대응 방안·····	121
〈그림 4-1〉 농식품 수출 지원 정책 관련 기관·····	132
〈그림 4-2〉 농식품 수출 지원 체계·····	133
〈그림 4-3〉 농식품 수출사업 예산 추이·····	136
〈그림 4-4〉 국가별 농식품 수출지원사업 예산 집행 추이·····	138
〈그림 4-5〉 NSC 조직도·····	150
〈그림 4-6〉 농식품 부문과 수산 부문의 수출 지원 체제 비교·····	162
〈그림 5-1〉 우리나라 수산물 수출의 문제점·····	175
〈그림 5-2〉 수산물 수출 확대를 위한 방안·····	175
〈그림 5-3〉 한국 수산식품 세계화를 위한 비전 및 목표·····	176
〈그림 5-4〉 AHP 적용 절차·····	183
〈그림 5-5〉 수산물 수출 활성화를 위한 요인 설계·····	184
〈그림 5-6〉 수출기반 고도화 세부계층 간 상대적 가중치·····	187
〈그림 5-7〉 수출품 경쟁력 강화 세부계층 간 상대적 가중치·····	189
〈그림 5-8〉 수출업체 경쟁력 강화 세부계층 간 상대적 가중치·····	191
〈그림 5-9〉 수산물 수출 활성화 과제의 최종 가중치 순위(1~10위)·····	193

요약

한국 수산식품 세계화 전략

1. 연구의 목적

- 이 연구의 목적은 우리나라 수산물 수출을 둘러싼 국내외 여건변화 검토, 수산물 수출 경쟁력 및 수출 실태 분석, 국내외 수출 활성화 사례, 설문조사 및 전문가 정책수요 조사를 바탕으로 국내 수출산업의 정책방향과 수출 활성화를 위한 중점 추진과제 도출에 있음

2. 연구의 방법 및 특징

1) 연구방법

〈표〉 본 연구 방법의 특징

특징	주요 내용	자료수집	방법론 선택 이유
기초분석	- 수산물 수출 이론적 검토 - 수산물 경쟁력 분석 - 수산물 수출 실태 및 구조 분석 - 수산물 수출 정책 분석 - 국내외 관련 사례	- 관련 문헌 조사 - 국내외 사례 조사	- 수산물 수출 당위성 확보 - 우리나라 수산물 경쟁력 평가 - 수출 구조 문제점 및 한계점 파악 - 수산물 수출 정책 한계 및 개선방향 도출 - 수출 관련 국내외 사례 시사점 발굴
설문조사 및 AHP	- 수출업체 설문조사 - 전문가 대상 AHP 조사	- 업체 52명 - 전문가 44명	- 설문조사를 통해 수출업체 실태 파악, 수산물 수출 문제점, 정책 및 제도 개선 사항 등 도출 - 전문가들의 현행 수산물 수출 정책 평가 및 향후 수출 중점과제 도출
국내 출장조사	- 기존 정책의 한계 및 대안 마련 - 수산물 수출 정책방향 및 중점 추진 과제 발굴	- 국내 수출업체 및 수출관련 유관 기관 담당자 면담	- 수산물 수출 지원 제도 문제점 및 개선점 발굴, 세계 수산물 시장에 대응한 정책 패러다임 설정 - 국내 수출 활성화 사례 및 시사점 발굴
전문가 자문	- 향후 수산물 수출 정책 방향 및 수출 활성화 중점 추진과제 발굴	- 전문가 자문 및 의견 청취	- 수출 환경 변화에 능동적으로 대응하는 수산물 수출 비전 및 추진방향 설정

2) 연구의 특징

- 우리나라 수산물 수출 활성화의 방안 도출을 다음과 같은 다각적 측면에서 검토하였음
 - 국내외 문헌 조사, 출장 조사 등을 통해 수산물 수출을 둘러싼 환경변화와 수출업체 실태를 파악함
 - 수산물 수출업체에 대한 한 심층 분석을 바탕으로 수출 애로사항 및 문제점, 제도 개선 사항을 도출하였으며, 산·학·관·연 전문가를 대상으로 계층분석(AHP)을 실시하여 수산물 수출 활성화를 위한 중점 추진과제를 도출하였음
 - 또한 국내 농업 및 해외(노르웨이, 일본) 수산물 수출 사례 분석을 통해 수산물 수출 방안 도출에 활용할 수 있는 시사점을 도출함
 - 우리나라 수산식품 세계화를 위한 비전 및 목표, 기본방향, 추진과제 및 중점 추진과제 등을 제시함으로써 수출 산업 육성의 기초자료로 활용될 수 있도록 함

3. 연구 결과

1) 연구 결과 요약

- 세계 수산물 시장 선점을 위해 국가 간 경쟁이 치열하게 전개되고 있는 가운데, 우리나라 수산물 수출 확대를 위해 현재 수출 구조에 대한 진단과 평가를 통해 수출의 문제점을 파악하고 개선 사항을 모색함
 - 최근 FTA로 인한 시장 확대, 세계적인 수산물 소비 증가 등은 수산물 수출에 있어 기회요인으로 활용할 수 있음
 - 미국, 중국 등 주요 수산물 소비국의 식품관련 규제가 강화되는 등 우려 요인도 공존하고 있음
- 우리나라 수산물 수출 구조는 상위 수출 국가 및 품목에 대한 의존도 심화, 부가가치 창출 미흡, 수출업체의 영세성 등이 주요 한계점으로 나타남
 - 수산물 수출액 중 상위 3개 국가 및 품목의 수출 비중이 40% 이상으로,

수출의 다양성 및 안전성을 도모하기 위해서는 품목 및 국가 다변화가 필요함

- 또한 전체 수출 중 원물의 비중이 60% 이상으로, 가공품 수출보다 많아 부가가치 창출을 보다 확대할 필요가 있음
- 무엇보다 우리나라 전체 수출업체(약 2,000개)의 80% 이상이 연간 수출액 100만 달러 미만의 영세 업체로, 해외 시장 개척을 위한 제품 개발, 홍보, 마케팅 등 제반 활동에 한계가 있음
- 정부가 수산물 수출 활성화를 위해 다양한 정책 및 제도를 마련하고 있는 가운데, 수출지원사업을 보다 체계적·효과적으로 추진하기 위해서는 제도적인 측면의 보완이 요구됨
 - 수산물 수출지원사업의 성과 확대 및 지속성을 확보하기 위해 수출 지원을 위한 법률 근거 마련이 이루어질 필요가 있음
- 수출 전략의 벤치마킹을 위해 국내 농업 사례, 노르웨이 및 일본 수산물 수출 사례를 분석함
 - 농업부문은 수산부문과 유사한 수출지원사업이 추진되면서도 수출지원사업의 근거 법률이 비교적 명확하고, 사업 수행 주체가 일원화되어 있어 사업이 체계적으로 추진되고 있음
 - 노르웨이는 양식수산물 중심의 특화된 수출 구조를 구축하는 동시에 정부 산하기관인 NSC를 중심으로 한 체계적 수출 시스템을 도입해 대표 품목을 중심으로 수출 강국으로 성장함
 - 일본의 경우 자국 수산업의 미래 발전을 위해 수출 실행주체인 수출업체가 관련 활동을 효과적으로 추진할 수 있는 환경 정비에 중점을 두고 수출 전략을 도입해 적극 추진하고 있음
- 수산물 수출 활성화를 위한 중점 추진과제 도출을 위해 전문가 계층분석(AHP)을 실시한 결과 고부가가치 가공식품 개발, 대표 수출품목 육성 R&D 집중 투자, 수산물 위생·안전관리제도 통합·정비, 주요국 수입제도 모니터링 분석, 해외 바이어 매칭사업 확대가 우선적으로 실시되어야 할 과제로 도출됨
- 수산물 수출 확대를 위해 정부가 수행해야 할 정책 제언을 다음 4가지로

제시함

- 첫째, 수출 정책 패러다임의 확장, 둘째, 수출 수산물 품질·위생 관리 체계 정비, 셋째, 수산물 수출 전담기구 설립, 넷째, 수출 진흥 법률 정비

2) 정책적 기여

- 수산물 수출 확대를 위한 비전 및 목표, 기본방향 및 이를 달성하기 위한 추진 과제를 제안함으로써 미래 수산물 수출 정책 패러다임 설정과 산업 경쟁력 강화에 기여
- 본 연구를 통해 중장기 정책 방향을 도출함으로써 신정부 국정과제의 이행을 위한 계획 수립에 활용

3) 기대효과

- 우리나라 수산물 수출 확대를 위한 종합 분석 및 전략 수립으로 수산분야의 부가가치 증대에 기여
- 기존 수산물 수출 패러다임을 전환, 빠르게 변화하고 있는 글로벌 유통·소비 트렌드에 발맞춘 새로운 수출 시스템 구축
- 향후 정부 수산물 수출 활성화 정책 계획 수립의 기초자료 활용

제1장

서론 ≪

제1절 연구 필요성 및 목적

한·중 FTA('15.12) 등 우리나라는 52개국과 FTA를 발효¹⁾하고 RCEP, 한·중·일 등 메가 FTA 협상의 진행으로 시장 개방이 확대되면서 우리나라 수산물의 글로벌 경쟁력 제고에 대한 기대가 높아지고 있다. 동시에 세계 주요 수입국인 미국, 일본 등과 함께 최근 스페인, 프랑스, 독일 등의 EU 국가를 중심으로 수산물 수요가 확대되고 있으며, 특히 홍콩, 러시아, 태국 등이 신흥 수입국으로 약진하는 등 세계적으로도 수산물 수요가 확대되고 있다. 이 같은 대내외 여건 변화를 바탕으로 수산물 수출 확대를 통한 우리나라 수산업의 경쟁력 강화가 모색되고 있다.

세계 수산물 교역은 수요 증가를 배경으로 빠르게 확대되고 있다. 2014년 세계의 수산물 교역규모는 2,795억 달러로 2010년(2,179억 달러) 이후 6.4% 증가하였다. 이 중 수출은 1,417억 달러로 2000년 이후 연평균 7.4%의 높은 증가세를 실현하였다. 수산물 수출 시장에서는 중국, 노르웨이, 베트남의 강세가 두드러지고 있다. 이들 국가는 2000년 이후 2014년까지 연평균 13.1%, 8.3%, 12.8%의 높은 수출 증가율을 달성했다. 반면 우리나라는 1.6% 증가에 머물렀다.²⁾

중국은 자국 내 생산·가공 기반을 바탕으로 수출을 확대시키고 있으며, 노르웨이는 연어 등 전략 수출 품목 발굴 및 육성을 통해 세계 시장 점유율을 확대하고 있다. 베트남의 경우 수산물 수출산업을 국가적 전략 산업으로 육성하고 있으며, 원자재를 수입한 후 가공하여 수출함으로써 세계적인 수산물 수출국으로

1) FTA 강국, KOREA, <http://www.fta.go.kr/main/situation/kfta/ov/>(2017.10.19. 최종 접속)

2) UN Comtrade 원자료(2017.05.31.)를 바탕으로 저자 산출함. 본문 <그림 2-5> 및 <표 2-1> 참조

성장하고 있다. 일본은 자국 식품에 대한 세계 인지도 확산을 적극 활용하는 동시에 수출업체 활동에 대한 지원을 확대함으로써 수산물 수출 증대를 도모하고 있다.

과거 우리나라 수산물 수출은 우리나라 전체 수출의 10% 이상을 차지하는 등 수출의 중심적 역할을 수행해 왔다. 2010년대 이후 수산물 수출은 연도별 격차는 있으나 20억 달러에서 증가 추세를 보이고 있는데, 수산물 글로벌 시장 확대, FTA 확산 등에 따른 시장 접근성 개선 등 긍정적 환경의 전개에 비해서는 다소 아쉬운 양상을 보이고 있다.³⁾

수산물 수출의 한계를 극복하고 해외시장 개척과 수출 활성화를 위해 정부는 수출 달성 목표(17년 25억 불)를 설정⁴⁾, 이를 위해 다양한 지원책을 마련·운용하고 있다. 우리나라의 수산물 수출은 그 근간이 되는 생산량 정체, 부가가치가 낮고 대외환경 변화에 취약한 원물 중심의 수출 구조, 수출시장 편중성 등으로 수출 경쟁력 확보에 애로를 겪고 있다.

또한 WTO, FTA를 통한 시장 개방화의 진전에도 불구하고 세계 각국은 식품 위생·안전성 제도를 정비·강화하는 등 비관세장벽을 강화하고 있다. 해외시장 분석에 필요한 정보도 업계 규모에 따른 비대칭성을 내포하고 있어 수산물 수출 업계의 자발적 역량만으로 급변하는 환경에 대한 효율적 대응에 한계가 있다. 실제 대내외 환경의 급격한 변화와 수산업계의 중소 영세성으로 인해 정부 사업에 대한 의존도가 높은 것이 현실이다.

수산물 수출을 수산분야의 新성장 동력으로 성공적으로 안착시키기 위해서는 패러다임의 전환이 필요한 시점이다. 정부는 물론 업계, 학계 등 관련 주체의 적극적인 노력과 참여에 기반을 둔 종합 전략 수립과 이의 실행이 필요하다.

이에 본 연구는 우리나라 수산물의 해외시장 개척 및 수출 활성화를 위한 종합 전략을 마련할 목적으로 수행되었다.

3) 우리나라 전체 수산물 수출 비중 및 수출 실적은 해양수산부 수산물수출입통계연보 자료를 근거로 함

4) 해양수산부, “2017년도수산물수출지원사업로드맵”, 2017.4, p.12.

제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위 및 주요 내용

광의의 개념에서 수산식품 세계화는 수산물 수출뿐만 아니라, 세계 시장으로의 수산식품 진출을 위한 해외직접투자 및 국제기업 간 협력, 식문화 전파 등을 포함한다. 이 같은 광의 개념의 수산식품 세계화 전략을 마련하기 위해서는 단기적인 연구보다는 중장기적인 접근이 필요하다.

본 연구에서는 수산식품 세계화의 가장 중요한 요소인 수산물 수출 활성화⁵⁾에 초점을 맞추어 연구를 진행하였다. 한국 수산식품 세계화를 위한 해외협력, 해외투자, 식문화 확산 등은 추후 연차별로 진행될 필요가 있다.

〈그림 1-1〉 한국 수산식품 세계화 광의 개념



연구 내용은 다음과 같이 크게 다섯 부분으로 구성된다. 수산물 수출의 이론적 검토 및 교역 구조 분석, 우리나라 수산물 수출 구조 분석, 국내외 수출 사례 분석, 우리나라 수산식품 세계화 전략 도출 등이다.

⁵⁾ 수산물 수출에 있어서도 식품부문(기능성 식품 포함)에 한정함

먼저 제2장에서 수산물 수출의 당위성에 대한 이론적 검토를 실시하였다. 또한 세계 수산물 교역에 있어 국가별·품목별로 어떤 구조 변화를 보이고 있는지 살펴보고, 글로벌 시장 내 우리나라 수산물의 경쟁력을 시장점유율(MS), 현시비교우위지수(RCA), 특정시장비교우위지수 등 각종 지수 분석을 바탕으로 평가하였다.

제3장에서는 우리나라 수산물 수출 동향, 수산물 수출업체 현황, 수산물 수출 기반 및 정책·제도 분석을 통해 우리나라 수산물 수출 구조의 문제점과 한계점을 파악하였다. 특히 수산물 수출 정책·제도와 관련 법률 검토, 운영 현황 파악을 통해 수산물 수출 지원 정책을 평가하였다.

제4장에서는 국내 농업부문 수출 지원 현황 및 성공 사례, 해외 수출 강국인 노르웨이와 일본의 수산물 수출 사례 분석을 통해 우리나라 수산물 수출 전략 마련을 위한 시사점을 도출하였다.

마지막 제5장과 6장에서 한국 수산식품 세계화를 위한 전략과 비전을 제시하고, 수출 활성화를 위한 중점 추진과제를 도출하였다. 아울러 수출산업의 체계적 육성 및 지속가능한 성장을 위한 정책 및 제도 개선 방향을 제시하였다.

2. 연구 방법

본 연구와 관련해 우선 다양한 문헌에 대한 검토를 진행하였다. 수출 당위성에 대한 이론적 검토, 연구 방법론 등과 관련해 선행 연구, 보고서 등에 대한 분석을 실시하였다. 수산물 수출 활성화에 관련된 정책, 제도·법률 검토도 이루어졌다.

또한 세계 및 우리나라 수출 구조와 경쟁력을 FAO, UN 등의 국제기구 자료, 관세청, 통계청 등 국내에서 제공되는 통계 자료를 바탕으로 분석하였다. 세계 수산물 교역 동향 및 한국산 수산물 국제 경쟁력 분석은 UN에서 제공하는 2000~2014년간의 교역 원자료를 가공하여 활용하였으며, 필요 시 FAO의 수산물 교역 및 생산 자료도 참고하였다. 국내 수산물 교역 실적 등은 해양수산부의 수산물 분류 체계(HSK 기준)를 바탕으로 수산물 교역 원자료를 가공, 분석하

였다.

수산물 수출 활성화를 위한 중점 추진과제를 도출하고자 수출업체 등 관계자에 대한 면담·설문조사를 실시하고, 그 결과에 대한 계층분석(AHP)을 실시하였다. 즉, 수산물 수출업계를 대상으로 심층 면담조사 및 설문조사를 실시하였으며, 수출 활성화 중점 추진과제 도출을 위한 해 산·학·관·연 전문가 44명을 대상으로 계층분석을 실시하였다.

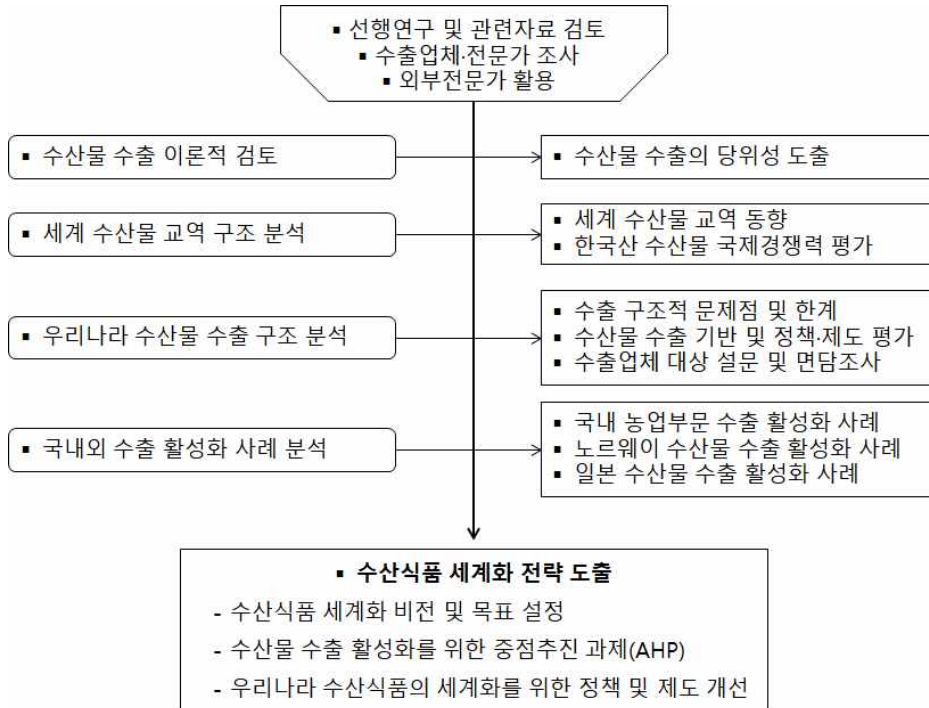
이외에도 국내외 수출 사례 분석을 위해 국내 전문가와의 협동 연구를 진행하였다.

〈표 1-1〉 주요 분석자료

구분		내용	비고
해외	교역	UN Comtrade	원자료 가공(한국 분류 체계)
		FAO FishstatJ	원자료 활용
	생산	FAO FishstatJ	원자료 활용
	수급	FAOSTAT Food Balance Sheets	원자료 활용
국내	교역	한국무역통계진흥원	원자료 가공(수산물 HSK)
	생산	통계청 어업생산동향조사	원자료 활용
	수출업체 (수, 실적)	한국무역통계진흥원	원자료 가공(수산물 HSK)
	수산물 가공 산업	통계청 광업제조업조사	원자료 활용
	설문조사	수출업체 52개 업체	KMI 수행
	AHP	산·학·관·연 전문가 44명	KMI 수행

우리나라 수산물 수출 전략 수립에 초점을 맞춘 본 연구의 추진체계는 다음과 같이 정리할 수 있다.

〈그림 1-2〉 연구추진 체계도



제3절 선행 연구 검토

1. 수산물 수출 전략 수립 관련 연구

수산물 수출 전략 수립과 관련된 대표적인 연구로는 주문배 외(2005), 류정곤 외(2012), 임경희(2014)를 들 수 있다.

주문배 외(2005)⁶⁾는 중국의 수산물 수요 증가에 따른 우리나라 수출 확대 방안 마련을 위해 중국의 수산물 시장 개방 동향과 수산물 수급 현황 및 유통구조를 파악하고, 중국의 수산물 수출입 구조와 경쟁관계 분석을 실시하였다. 이를 통해 對중국 시장 진출 기본방향 설정 및 수출 확대 방안을 제시하였다.

류정곤 외(2012)⁷⁾는 고부가 양식수산물 육성 및 수출 확대 방안 연구를 통해 미국 수산물 시장의 동향을 파악하고 양식 수산물의 수출 잠재력 평가를 통해 對미국 수출 전략을 수립하였다. 이를 위해 우선 미국 양식 수산물 생산 동향 및 주요 정책, 수산물 소비·유통·수입 현황 파악 등 미국의 수산물 수급 구조를 파악하였다. 또한 국내 양식수산물의 對미국 수출 현황 및 수출 경쟁력 분석과 함께, 對미국 수출 문제점을 파악하고, 이 같은 결과를 토대로 국내 양식수산물 수출 확대 방안을 제시하고 중장기 수출 전략을 마련하였다.

임경희 외(2014)⁸⁾는 중국 상해권역의 수산물 소비와 수출 전략에 관한 연구를 통해 중국 수산물 소비 구조 분석을 기반으로 수출 전략을 수립하였다. 이 연구에서는 먼저 중국 수산물 수급 여건 및 수요 전망을 살펴보고 중국 상해권역의 수산물 소비 및 시장을 분석하였는데, 특히 상해권 소비자 및 유통관계자 설문·면접 조사를 통해 중국 수산물 시장에 대한 기본 현황 파악 등 긍정적인 정보와 정량적인 정보를 획득하였다. 설문조사를 통해 수집된 정량적인 정보를 이용하여 소비자 및 유통관계자 인식도, 시장 세분화 분석을 실시하고 분석 결과를 바탕으로 우리나라 수산물 수출 전략을 제시하였다.

6) 주문배·정명화·류동규, “중국의 수산물 수요증가에 따른 수출확대방안”, 한국해양수산개발원, 2005.

7) 류정곤 외, “고부가 양식수산물 육성 및 수출확대방안 연구용역”, 한국농수산식품유통공사, 2012.

8) 임경희·정명화·장춘봉, “중국 상해권역의 수산물 소비와 수출 전략에 관한 연구”, 한국해양수산개발원, 2014.

2. 수출 구조 및 경쟁력 분석 관련 연구

수출 구조 및 경쟁력 분석 연구로는 김남두 외(1997), 양승룡 외(2001), 김기수 외(2009) 등을 들 수 있다.

김남두 외(1997)⁹⁾는 역내무역, 시장별 비교우위지수, 수출경합도, 국가 간 무역집중도 등 각종 지수를 활용하여 동아시아 지역의 무역구조 변화를 분석하였다. 정부 규제 및 제도 개선을 통해 선진기술·자본을 유입하고, 이를 통해 기업 경영을 위한 최적의 환경을 조성할 것을 제안하였다.

양승룡 외(2001)¹⁰⁾는 WTO를 전후하여 한국 농산물 수입시장에서 주요 수출국의 시장 지배력을 분석하면서, 시장점유율을 기초로 한 Markov 모형을 이용하여 전환 확률 행렬(transition probability matrix)을 추정하여 수입 충성도를 산출하였다. 또한 잔여 수요탄력성(residual demand elasticity)과 이산적 선택 모형(discrete choice model)을 이용하여 가격의 mark-up을 추정함으로써 시장지배력을 분석하였다. 분석 결과 미국과 중국의 시장점유율이 높지만 시장지배력은 높지 않은 것으로 나타났으며, WTO의 출범이 밀과 옥수수 수입시장의 시장지배력 구조에 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다.

김기수 외(2009)¹¹⁾는 우리나라 수산물 수입시장에서 수출국 간의 가격경쟁 구조 및 환율 변화가 수출가격에 미치는 영향을 계측하였다. 동시에 본격적인 분석에 앞서 수산물 수출입의 동향과 수산물 시장에 있어 주요 수출입 국별 및 주요 어종별 수출입 동향을 분석하였다. 전체 수출입액 중 수산물이 차지하는 비중을 살펴보았으며 수산물이 차지하는 비중이 감소하고 있음을 언급하였다.

특히 수출에 있어 수산물이 차지하는 비중이 크게 감소하였는데, 그러한 요인으로는 수산자원의 남획으로 인한 고급 어종의 감소, 국내 어업 경영업체들의 경영악화 등의 문제, 국내소비시장의 성장을 들었다. 국외 요인으로는 UN 해양법의 발효와 EEZ(Exclusive Economic Zone) 체제의 정착 등으로 인한 원양 어

9) 김남두 외, 「한·일의 대미 수출경쟁력에 관한 연구」, 한국통상정보학회, 1997.

10) 양승룡 외, 「한국 농산물 수입시장에서 주요 수출국의 시장지배력 분석」, 농업경제연구, 2001.

11) 김기수 외, 「우리나라 수산물 수입시장에서 수출국간의 가격경쟁구조 및 환율변화가 수출가격에 미치는 영향」, 수산경영론집, 2009.

장의 축소에 따른 어획량의 감소, 동남아 국가의 수산업에 대한 경쟁력 강화에 따른 우리나라 수산물 수출의 경쟁력 상실 등을 제시하였다.

신용대 외(2000)¹²⁾는 한·중·일 경제협력을 위해서는 무엇보다도 국가 간 경제 협력이 중요하다고 주장하였다. 국가 간 수출 경합관계 분석으로 국가 간 경합 품목이 증대하고 경쟁 구도가 변화하고 있는 것을 입증하였으며, 국가 간 분업 구조의 고도화가 필요하다고 역설하였다.

최정윤 외(2003)¹³⁾는 일본 수입시장에서 한국 수산물의 비교우위와 주요 경쟁국들 간의 수출경합도 등의 분석을 통해 일본 수입시장 내에서의 지위를 분석하였다.

김민경 외(2010)¹⁴⁾는 무역 성과 및 경쟁력을 추정하기 위해 가격 비율, CAC, RCA, 역 RCA 등 여러 가지 경쟁력 지수가 사용되고 있으나, 이를 현재 우리나라 축산업(돼지고기)에 적용하기에는 수출량이 미미하기 때문에 경쟁력 측정에 한계가 있을 뿐 아니라 경쟁 요인을 체계적으로 분석하기 힘들 것으로 판단하고 있다. 이에 포터의 다이아몬드 모델을 사용하여, 우리나라 양돈 산업의 경쟁력을 결정하는 요인들을 분류하여 분석, 경쟁력 저하 요인, 경쟁력 요인, 경쟁력 제고를 위한 전략 도출이 가능하다고 주장하고 있다.

심재희(2013)¹⁵⁾는 한·중·일 동북아 3국간 수산업 무역구조 분석을 통해 한국의 수산업 위상을 살펴보았다. 수산물을 세부 품목으로 분류하여 생산량 및 생산 비중, 수출·입 규모 및 비중을 활용한 분석으로 한국의 수산업 위상을 살펴보았다. 이를 바탕으로 SWOT 분석을 통해 한국 수산업 환경을 분석하고, 정책적 시사점을 도출하였다.

한기욱 외(2015)¹⁶⁾는 걸프 전쟁 기간을 전후로 식량 및 에너지 자급률을 중심으로 커널 밀도 함수를 통한 국가 간 분포 변화를 살펴보고, 요인분석, 군집분석을 이용하여 국가별 유형화를 시도하였다. 시간이 흐름에 따라 식량 안

12) 신용대 외, 「한·중·일 경제협력의 발전방향」, 산업연구원, 2000.

13) 최정윤 외, 「한·일 수산물 수출입 경쟁구조 분석」, 수산경영론집, 2003.

14) 김민경 외, 「포터의 다이아몬드 모델을 이용한 국내 양돈산업의 경쟁력 분석」, 농업경제연구, 2010.

15) 심재희 외, 「동북아 3국간 전기전자산업의 경쟁관계 변화 분석」, 한국동북아논총, 2011.

16) 한기욱 외, 「식량 및 에너지 자급률에 따른 국가 유형화 분석」, 한국국제농업개발학회, 2015.

보수준의 변화는 에너지 안보수준의 변화에 비해 부정적인 방향으로 흘러가고 있다고 하였으며, 특히 생산력이 낮은 국가의 식량 및 에너지 안보수준이 낮아지는 것을 알 수 있었다. 따라서 자원이 특정 국가에 밀집되어 있는 특성상 불평등도 심화문제에 대한 고려가 필요하다고 주장하였다.

3. 우선순위 분석 관련 연구

정책 우선순위(AHP)와 관련된 선행 연구로는 다음과 같은 연구를 검토하였다. 문창권 외(2008)¹⁷⁾는 수출진흥전략에 대한 정량화 SWOT 접근법과 DPM의 적용방법론 연구에서 우리나라 전력플랜트 수출의 활성화를 위한 주요 전략 대안들을 시장 매력도 분석과 수입시장 수용력 분석을 통한 DPM 분석으로 도출하고, 전략 대안들의 우선순위를 SWOT 분석과 AHP 분석을 통한 정량화 SWOT 분석으로 규명하였다. 특히 DPM 분석에서 사용되는 차트 작성기법과 정량화 SWOT 분석에서 주로 사용되는 SWOT 분석의 단계별 수행절차와 그 과정에서 AHP의 적용기법을 Excel을 이용하여 계수를 계산하는 방식을 규명하였다.

김창범(2013)¹⁸⁾은 무역금융과 수출 연구에서 무역금융과 수출 간의 동태적 인과관계와 정책방향의 우선순위를 시계열 분석 방법과 AHP 기법을 이용하여 분석하였다. AHP 설문조사는 광주·전남지역의 경상계열 전문가를 대상으로 19부 배포하여 16부를 회수하였으며, 일관성 검증 결과 일관성 비율이 10% 이하인 12부를 유효 표본으로 선정하여 AHP 분석을 실시하였다. 공적 무역금융 지원 정책방향의 우선순위를 살펴본 결과 중소기업에 대한 환 위험관리 컨설팅 제공 확대와 해외투자 관련 금융·보험 지원 확대가 가장 필요한 것으로 나타났다.

문경중 외(2015)¹⁹⁾는 AHP 기법을 활용한 정책집행의 우선순위 분석 연구에서

17) 문창권·강창백, “수출진흥전략에 대한 정량화 SWOT접근법과 DPM의 적용방법론”, 『관세학회지』, 제9권 제4호, 2008, pp.337-355.

18) 김창범, “무역금융과 수출: 동태적 인과성과 정책 우선순위”, 『산업경제연구』, 제26권 제2호, 2013.04, pp.773-787.

19) 문경중·이성호, “AHP기법을 활용한 정책집행의 우선순위 분석”, 『한국지역개발학회지』, 27(1), 2015.03, pp.207-223.

제주특별자치도의 관광산업정책을 중심으로 AHP 분석을 통해 우선적으로 시행해야 할 정책의 우선순위를 검토하였다. AHP 분석에 있어 가장 중요한 유효 표본에 있어 이 연구에서는 1차 조사를 끝으로 유효 표본을 산출한 것이 아닌, 재배포에 의한 2차 조사를 실시하여 총 66개의 유효 표본을 확보하여 타 연구와 차별성을 두었으며, AHP 분석 결과는 Global Weight를 이용하여 정책의 우선순위를 산출하였다.

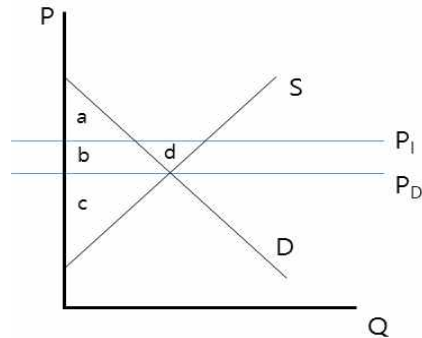
제2장 수산물 수출의 이론적 검토 및 교역 구조 분석

제1절 수산물 수출 이론적 검토

수산물 무역이 발생하는 원인과 이에 대한 경제적 효과는 다양한 경우로 나누어 생각해볼 수 있다. 첫째, 해당 수산물이 우리나라에서 주로 생산되어 무역에서 절대 우위를 점하는 경우이다. 둘째, 주변 국가에서도 생산은 되지만 우리나라가 품질에서 우위를 가지고 있어 동일 품목 내 무역이 발생하는 경우를 들 수 있다. 셋째, 내수시장에서 수요를 충족시키고도 생산여력이 남아서 수출하는 경우를 들 수 있다.

우선 해당 수산물이 우리나라에서만 주로 생산되는 경우, 국제 시장에서 절대 우위를 점할 수 있고, 수요층이 해외소비자로 확대되면서 가격이 국제균형가격(P_j)으로 상승하게 된다. 이 경우 수출로 인해 내수시장의 가격(P_D)도 국제균형 가격 수준으로 상승하게 된다. 이에 따라 소비자 잉여는 $(a+b)$ 에서 a 로 감소하지만, 생산자 잉여는 $(b+c)$ 에서 $(b+c+d)$ 로 증하면서, 전체 사회후생이 수출 이전에 비해 d 만큼 증가하게 된다.

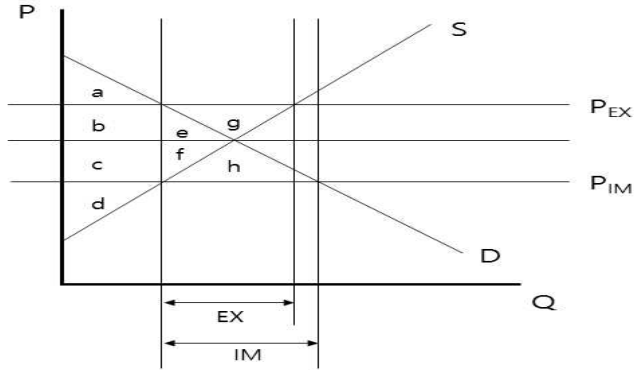
〈그림 2-1〉 무역 전후의 사회후생 변화



자료 : 저자 작성

둘째, 국내 생산 수산물 중에는 해외 시장에 수출도 하면서 한편으로는 수입을 해오는 경우도 있다. 이는 주로 품질 차별화를 통해 고급 수산물을 해외에 판매하고, 상대적으로 낮은 품질의 수산물을 식자재로 들여오는 경우로 볼 수 있다. 이 경우 수입개방 이전의 소비자 잉여는 $(a+b+e)$ 이며, 생산자 잉여는 $(c+d+f)$ 이고, 전체 사회 후생은 이들의 합이다. 수입개방 후 만약 국내에서 생산되는 수산물이 타 수출국에 비해 품질에서 우위를 점하고 있어 높은 수출가격(P_{EX})에 EX 만큼 수출하고, 국내 공급의 부족분을 메우기 위해 동종의 저가(P_{IM})의 수산물을 IM 만큼 수입하는 것으로 가정해보자. 그렇다면 일부 높은 지불의사가 있는 소비자들은 여전히 P_{EX} 수준은 높은 가격에 국산 수산물을 구입하거나, 상대적으로 지불의사가 낮은 소비자들은 수입산 수산물을 P_{IM} 수준에서 구입할 것이다. 따라서 수입개방 후 소비자 잉여는 국산 수산물을 구입하는 소비자의 잉여분(a)과 수입산 수산물을 소비하는 소비자의 잉여분($e+f+h$)의 합이 되고, 국내 생산자 잉여는 P_{EM} 아래의 삼각형 면적($b+c+d+e+f+g$)이 된다. 따라서 수입개방 이후 소비자 잉여는 $(f+h-b)$ 만큼 증가하고, 생산자 잉여는 $(b+e+g)$ 만큼 증가하여, 동일 품목 간 품질 차별화를 통한 무역으로 전체적으로 $(e+f+g+h)$ 만큼 사회후생이 증가하게 된다.

〈그림 2-2〉 품질 차별화를 통한 무역 전후의 사회후생 변화

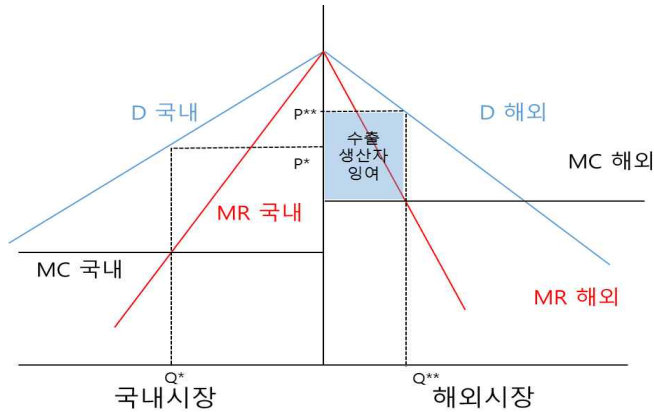


자료 : 저자 작성

셋째, 국내 생산 수산물이 국내 수요를 충족하고 잉여분을 해외시장 개척을 통해 판매할 수 있다. 이 경우는 해외에서 국내 수산물이 품질 우위나 브랜드 파워가 있어 최소한 국내 가격보다 높은 금액을 받을 수 있는 경우와 해외 다수의 수출국과의 경쟁으로 내수시장 가격보다 낮은 가격에 판매하는 경우로 나눌 수 있다. 이때 생산자는 한계수입(MR)과 한계비용(MC)에 같아지는 점에서 이윤 극대화를 위한 공급량을 결정하고, MC 곡선은 수평으로 가정한다. 또한 관세로 인해 해외 시장에서 MC 곡선이 국내 시장에서의 MC 곡선에 비해 높은 것으로 상정한다.

국내 수산물이 품질에서 비교우위를 갖고 있는 경우를 살펴보면 국내시장에서는 Q^* 만큼 수산물을 P^* 에 판매하고, 해외시장에서는 Q^{**} 만큼의 물량을 P^{**} 수준에서 판매하게 된다. 즉, 해외시장 개척을 통해 수산물 수출을 증대시키고, 이를 통해 추가적인 생산자 잉여가 발생하며, 따라서 어가소득 향상에 기여할 수 있게 된다.

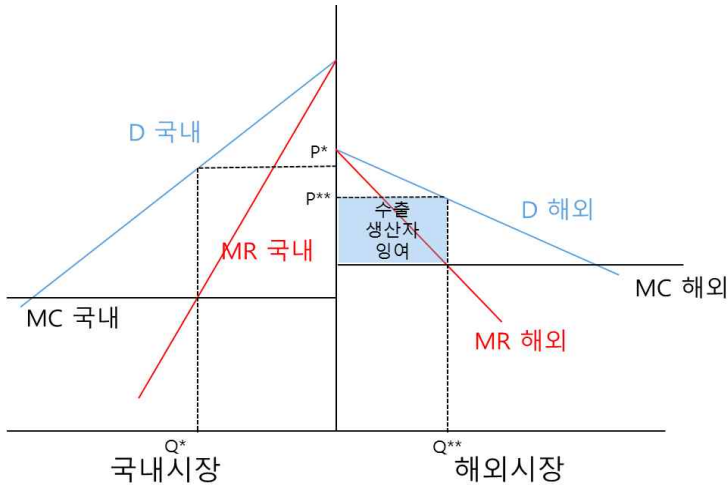
〈그림 2-3〉 품질우위 수산물에 대한 해외시장 개척의 효과



자료 : 저자 작성

한편 해외시장에서 내수시장보다 낮은 가격으로 수출을 하는 경우가 있다. 이는 해외시장에 동종의 수산물 수출국가가 다수 존재하고, 국내 수산물이 품질에 대해서 우위를 갖고 있지 않은 상태에서 잉여 수산물을 수출하는 경우이다. 이 경우 우리나라 수산물 가격에 대한 해외소비자의 반응은 상대적으로 탄력적일 수밖에 없기 때문에 가격경쟁력 확보를 위해 내수시장 가격(P^*)보다 낮은 가격(P^{**})에 판매를 하게 된다. 그럼에도 불구하고, 해외시장 개척을 통해 잉여수산물을 수출함으로써 어가소득 향상에 기여할 수 있다. 이런 경우에는 정부에서 수출보조금을 통해 수출을 장려하는 정책을 펴기도 한다.

〈그림 2-4〉 경쟁증가 상황에서의 수산물에 대한 해외시장 개척의 효과



자료 : 저자 작성

수산물 수출증대의 효과는 주로 생산자에게 귀속되는 측면이 많지만, 수출을 통해 소비자 후생과 전체 사회후생을 증대시킬 수도 있다. 이와 더불어 수산물 수출을 통해 국내 수산물 시장의 수급을 안정시키고, 이를 통해 생산자(어가)의 소득 안정화에 기여할 수도 있다.

또한 수출 확대는 수산물 생산유발을 통한 다양한 부가가치 창출과 전후방 연관산업 발전과 고용확대의 효과도 도모할 수 있다. 나아가 해외 수출시장에서 유사 또는 동일 품목의 수출국들과 경쟁함으로써 국내 생산자와 수출업체의 생산성 및 효율성 증대를 자극하고, 기술혁신 유발, 가격경쟁력과 품질경쟁력 향상의 효과도 얻을 수 있다.

제2절 세계 수산물 교역 동향 및 이행경로 분석

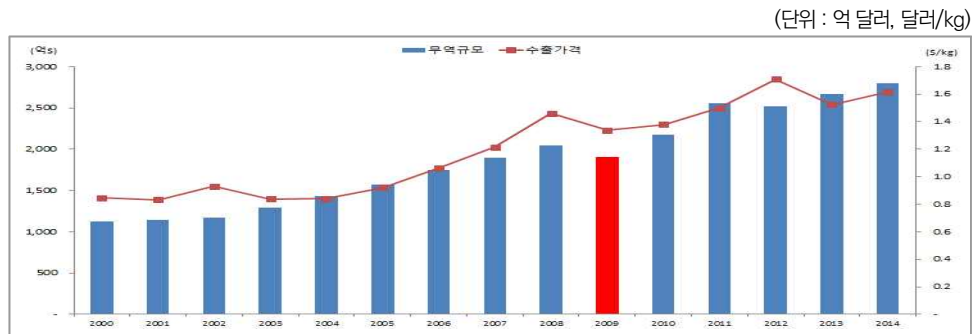
1. 세계 수산물 교역 동향

1) 국가별

수산물의 무역규모는 2014년 기준 2,800억 달러로 세계 전체 교역에 있어 차지하는 비중이 0.7% 가량이다. 세계 수산물 교역액은 2000년 이후 꾸준히 증가세를 유지하고 있다. 2009년, 2012년 두 차례 교역액이 감소한 적은 있으나 증가 추세는 꺾이지 않고 있으며 수산물에 대한 높은 수요로 수출가격 역시 상승세를 보이고 있다.

세계의 수산물 교역 규모는 향후 증대되는 인구에 맞서 한정된 식량자원으로서의 가치와 고급 식품으로서의 가치 등으로 인해 중요성에 있어서는 지속적으로 높아질 것으로 예상된다.

〈그림 2-5〉 수산물 무역규모 및 가격 추이



주 : 수산물 분류 기준은 한국 수산물 분류 기준을 참고로 HS 코드 03류, 050800류, 051191류, 121220류, 121221류, 121229류, 130231류, 1604류, 1605류, 230120류, 2501류로 산출함²⁰⁾

자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공 원자료를 바탕으로 저자 가공

²⁰⁾ 이하 UN Comtrade 수산물 교역 자료의 경우 동일한 기준을 적용하여 산출하였기에 자료 출처에서 주석을 제외함

2014년 기준 세계 수산물 교역 시장에서의 주요 수출국은 중국, 노르웨이, 베트남 등으로 상위 5개국의 수출이 전 세계 수출액의 37% 가량을 차지한다. 그 중에서도 상위 3개국인 중국, 노르웨이, 베트남의 성장세가 뚜렷하며, 타 국가와의 격차를 넓혀가고 있다. 단, 4번째 수출국인 태국은 2011년 최고 수출액을 기록한 이후로 약세를 보이며 세계 수출 시장에서의 점유율은 낮아지고 있다.

우리나라는 세계 16위 수출국으로, 2000년 이후 2014년까지 연평균 수출 증가율은 상위권 수출국은 물론 세계 평균에도 크게 못 미치고 있다.

〈표 2-1〉 상위 20개 수산물 수출국

(단위: 억 달러, %)

구분	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 증감률
전체	521.0	746.2	1,062.1	1,248.8	1,238.8	1,337.3	1,417.4	7.4
중국	37.8	77.2	135.0	173.6	184.6	197.2	211.7	13.1
노르웨이	35.0	49.1	87.6	93.3	87.9	102.5	106.9	8.3
베트남	14.8	27.6	50.9	61.9	62.1	68.3	79.9	12.8
태국	43.5	44.7	71.5	82.1	81.4	71.2	66.7	3.1
미국	31.2	42.9	47.6	58.9	58.6	60.5	62.7	5.1
캐나다	28.9	36.8	39.6	43.3	43.5	45.0	47.2	3.6
네덜란드	14.6	24.4	30.0	38.0	36.5	38.1	41.7	7.8
스페인	16.9	26.6	33.9	40.6	38.9	39.7	41.3	6.6
스웨덴	4.7	11.8	26.6	28.6	28.8	35.9	38.8	16.4
덴마크	20.6	29.3	31.0	34.8	32.1	36.9	37.4	4.3
독일	10.5	18.3	25.7	30.4	27.6	30.8	33.4	8.6
러시아	3.8	5.2	22.8	25.0	26.6	29.9	30.2	16.0
영국	11.5	17.8	21.6	25.1	22.0	24.3	27.5	6.5
폴란드	2.1	6.4	13.8	15.4	14.8	18.7	19.4	17.3
일본	8.2	12.9	20.1	19.4	18.9	20.5	19.3	6.3
한국	14.9	11.6	17.2	21.8	21.9	19.6	18.5	1.6
프랑스	11.0	16.3	16.8	18.1	18.0	19.2	18.1	3.6
멕시코	7.9	7.2	9.2	12.4	9.6	12.2	12.9	3.5
벨기에	5.1	10.0	11.8	13.5	11.1	12.5	12.5	6.6
포르투갈	2.9	4.6	9.1	11.1	10.1	10.9	11.9	10.6

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

주요 수산물 수입국은 미국, 일본, 중국 순으로 상위 5개국의 수입이 전 세계 수입액의 43% 가량을 차지한다. 상위 수출국가(37%)에 비해 상위 수입국가의 시장 점유율이 높은 편이다. 상위 수입국 이외에도 스웨덴, 러시아, 폴란드 등의 동기간 수입 증가율이 매우 빠르게 진행되고 있다.

우리나라는 세계 10위 수입국으로, 2000년 이후 최근까지 수입 증가세가 세계 평균을 상회하면서 수입국으로서의 입지가 강화되고 있다.

〈표 2-2〉 상위 20개 수산물 수입국

(단위: 억 달러, %)

구분	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 증감률
전체	603.4	825.1	1,116.8	1,307.0	1,277.8	1,328.7	1,377.3	6.1
미국	107.1	131.3	160.2	180.4	180.2	195.0	209.8	4.9
일본	159.5	150.3	157.9	181.6	187.3	160.7	155.8	-0.2
중국	18.2	41.9	64.4	79.4	78.7	86.0	91.2	12.2
스페인	34.6	57.9	65.5	72.6	63.2	64.5	69.9	5.1
프랑스	30.4	46.9	60.7	67.5	61.5	67.4	67.2	5.8
독일	22.9	35.4	49.1	58.6	54.1	58.4	64.3	7.7
이탈리아	26.0	43.2	54.6	63.2	55.9	58.2	61.6	6.4
스웨덴	7.4	16.3	33.2	36.9	36.6	45.4	48.1	14.3
영국	23.3	33.3	38.5	45.8	42.3	45.5	47.4	5.2
한국	14.5	24.8	34.3	41.6	39.3	38.7	44.8	8.4
홍콩	19.7	19.1	30.8	35.5	36.7	38.2	36.7	4.5
네덜란드	10.6	14.5	24.6	33.0	29.5	29.8	32.2	8.3
러시아	1.9	11.7	23.4	26.8	28.9	34.5	31.1	22.0
캐나다	14.3	17.0	22.8	26.8	27.1	28.5	30.4	5.5
태국	8.3	14.5	21.7	27.7	31.7	32.4	28.3	9.2
덴마크	12.9	18.1	21.3	23.8	22.4	25.5	27.3	5.5
벨기에	10.9	17.4	21.2	24.7	21.6	24.4	25.2	6.2
폴란드	3.0	7.0	15.2	16.3	15.5	20.2	21.0	15.0
포르투갈	8.9	13.4	18.0	21.0	18.8	19.2	20.9	6.3
호주	5.2	8.0	12.3	14.3	15.6	16.5	17.5	9.0

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

2) 부류별²¹⁾

수산물 부류 중 세계 시장에서 거래가 많이 이루어지는 품목은 2014년 기준 가공품(1604, 1605), 갑각류(0306), 어류 피레트(0304), 냉동어류(0303), 신선냉장(0302) 순서이다. 갑각류 수출이 꾸준히 이루어지고 있는 가운데, 어류(피레트, 냉동, 신선냉장)의 수출이 늘고 있으며, 가공품 등과 같은 유통에 용이한 품목의 수출도 크게 증가되고 있다.

한편, 활어(0301)의 경우 2010년까지 수출이 꾸준히 증대되어 왔으나, 이후 수출이 정체 추이를 보이는 것으로 나타났다.

〈표 2-3〉 주요 부류별 수출 시장 변화

(단위: 억 달러, %)

구분	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 증감률
전체	521.0	746.2	1,062.1	1,248.8	1,238.8	1,337.3	1,417.4	7.4
활어	7.4	12.5	15.4	16.6	16.3	17.4	16.6	5.9
신선냉장	56.7	84.8	134.6	141.0	136.5	165.1	172.0	8.2
냉동	69.8	108.4	164.1	199.8	202.0	208.0	211.8	8.3
피레트	65.6	117.6	170.1	201.3	193.4	200.9	215.3	8.9
갑각류	122.0	132.3	169.1	195.1	189.6	220.1	262.2	5.6
연체동물	46.4	58.4	83.8	110.5	100.9	105.4	114.6	6.7
해조류	3.5	4.2	6.5	8.0	7.4	7.7	8.4	6.5
가공품	92.3	145.3	202.1	246.5	262.3	274.4	271.3	8.0

주: 품목 분류 기준은 HS코드 4단위로 활어는 0301, 신선·냉장은 0302, 냉동은 0303, 피레트는 0304, 갑각류는 0306, 연체동물은 0307, 해조류는 121220, 121221, 121229, 가공품은 1604, 1605로 산출함

자료: UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

21) 부류별 對세계 수출, 수입 품목 트렌드가 통계 성격 상 동일하게 관찰되어 본 연구에서는 수출 동향을 중심으로 살핌

3) 품목별²²⁾

세계 수산물 교역시장에서 주요 수출 품목은 새우, 연어, 다랑어²³⁾ 등으로 상위 5개 품목이 전 세계 교역액의 절반 가까이 차지한다. 상대적으로 고급 수산물인 새우, 연어, 다랑어 등의 교역이 많이 이루어지고 있으며, 특히 연어 수출이 크게 늘고 있다.

〈표 2-4〉 상위 20개 수산물 수출 품목

(단위 : 억 달러, %)

구분	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 증감률
전체	521.0	746.2	1,062.1	1,248.8	1,238.8	1,337.3	1,417.4	7.4
새우	118.9	131.4	176.9	205.5	192.5	220.3	256.7	5.7
연어	36.5	56.5	108.4	118.4	150.2	194.7	212.8	13.4
다랑어	31.4	48.9	66.2	84.2	106.4	111.7	104.8	9.0
대구	13.8	19.6	24.2	29.4	55.3	57.7	62.8	11.4
오징어	17.0	20.6	32.7	43.6	53.0	54.9	56.5	8.9
게	13.6	20.0	25.6	33.5	37.3	38.9	44.7	8.9
어분	18.3	26.3	40.4	42.0	42.8	42.2	43.9	6.5
고등어	6.6	12.9	21.9	28.9	27.5	27.0	30.7	11.6
바닷가재	10.8	13.7	16.1	18.5	22.9	24.8	28.6	7.2
명태	-	-	-	0.0	25.8	27.6	26.0	-
소금	8.3	15.5	22.3	25.5	21.7	26.1	25.9	8.5
넙치	6.6	9.2	12.6	14.6	19.6	22.8	22.9	9.3
문어	5.8	8.4	13.1	19.5	21.1	18.0	21.9	10.0
정어리	6.1	10.3	16.1	17.7	21.7	22.0	20.2	9.0
송어	4.2	6.2	9.9	11.5	19.8	20.1	19.4	11.5
메기	-	-	-	0.0	19.3	18.9	19.1	-
가리비	5.8	7.9	11.7	14.5	13.7	16.5	18.0	8.5
청어	6.1	11.9	12.9	15.6	19.8	19.4	17.2	7.6
틸라피아	-	-	-	0.0	12.2	14.3	15.2	-
민대구	2.7	4.6	4.8	5.6	12.9	14.0	14.1	12.6

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

22) 품목별 對세계 수출, 수입 품목 트렌드가 통계 성격 상 동일하게 관찰되어 본 연구에서는 수출 품목의 동향을 중심으로 살펴

23) 다랑어는 황다랑어, 눈다랑어 등 다랑어류를 의미하며, 참치류는 다랑어류와 새치류를 포함함

2. 국가별 교역 이행경로 분석

2000~2014년간 세계 수산물 교역액이 상위를 차지하는 25개 국가를 대상으로 국가별 교역 구조가 시간이 흐름에 따라 어떻게 변화하였는지를 비모수적 커널밀도함수 추정하였다.²⁴⁾ 2000~2014년 연간 세계 수산물 교역액이 1억 달러를 상회하는 94개국을 대상으로 글로벌 금융위기 전후를 기점으로 수입과 수출의 변동성을 비교해 본 것이다.²⁵⁾

〈그림 2-6〉은 두 기간의 국가별 수출시장을 비모수적으로 추정한 커널분포함수와 정규분포함수를 비교한 것이다. 두 기간 모두 수출이 우측으로 긴 분포를 보이고 있어 양의 왜도를 가진 것으로 분석되었으며, 전반기(2000~2008)보다 후반기(2009~2014)의 왜도가 더 큰 것으로 나타났다. 첨도의 경우 두 기간 모두 3 이상으로 정규분포보다 봉우리가 뾰족하였으며, 전반기보다 후반기의 값이 더 큰 것으로 나타났다.

따라서 두 기간 사이에 분석 대상 국가의 수출액은 증가되었을 뿐만 아니라 국가별 분포의 편차가 커졌음을 알 수 있다. 즉, 수출이 특정국을 중심으로 강화되고 있음을 시사한다.

24) 비모수적 커널밀도함수는 확률분포 또는 확률밀도함수를 비모수적인 접근법으로 나타내는 방법으로 히스토그램과 비모수적 커널분포함수가 많이 사용됨. 본 연구에서는 비모수적 커널분포함수를 이용하여 국가별로 수출과 수입에 있어 시기별 분포 변화를 분석함. 확률변수의 벡터 X 가 특정값 x 를 가질 확률밀도함수는 아래 식과 같이 표현됨

$$f(x) = \frac{1}{NH} \sum_{i=1}^N K\left(\frac{x - X_i}{h}\right) \quad (N: \text{관측치 수}, h: \text{대역너비(bandwidth)}, K: \text{커널가중 함수})$$

25) 교역 이행경로의 분석은 꾸준히 증가하던 세계 교역액이 한 차례 감소한 시점인 2009년을 기준으로 2개 구간(2000~2008, 2009~2014)으로 나누어 분석을 시행함. 2009년은 금융위기 이후 세계보호무역주의가 팽배한 시점으로 중장기적인 수산물 생산 및 수출체제 변화를 유도했을 것으로 예상되며, 이러한 구조적 변화를 반영하기 위해 분석기간을 구분함

〈표 2-5〉 국가별 평균 교역액

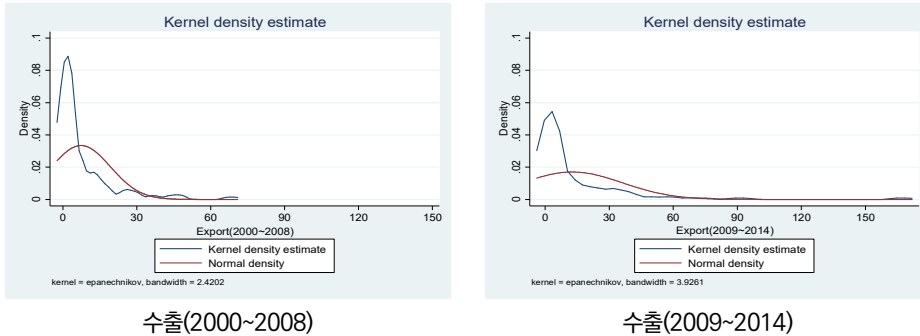
(단위 : 억 달러)

국가	수출		수입	
	(2000~2008)	(2009~2014)	(2000~2008)	(2009~2014)
전체	701.9	1,204.4	788.0	1,232.5
미국	38.8	55.1	127.0	178.2
중국	68.5	167.9	33.3	75.2
일본	11.8	19.1	145.5	164.0
스페인	25.6	37.7	54.1	66.0
태국	46.7	72.6	13.9	27.0
노르웨이	46.1	91.3	7.0	10.6
프랑스	15.1	17.8	43.2	63.5
독일	16.5	28.7	33.1	55.3
캐나다	34.3	42.1	16.6	26.0
영국	16.0	23.0	31.6	41.1
이탈리아	5.9	7.8	40.1	57.5
덴마크	27.6	33.7	17.4	23.2
네덜란드	22.2	35.5	14.8	28.7
베트남	27.1	61.0	2.3	7.9
스웨덴	10.4	29.8	15.3	37.8
한국	12.3	18.9	23.4	37.9
칠레	28.2	46.4	0.8	2.7
러시아	4.8	25.4	10.4	27.4
홍콩	4.0	7.2	19.9	33.9
벨기에	8.9	12.0	16.3	22.9
인도네시아	18.5	34.6	1.6	4.3
인도	15.0	36.2	0.4	0.9
포르투갈	4.6	9.9	13.3	19.0
폴란드	5.7	15.6	6.4	16.7
호주	10.7	10.0	7.6	14.5

주 : 정렬 기준은 2000~2014년 기준 평균 교역 규모(수출+수입) 순임

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

〈그림 2-6〉 수출시장에서의 국가별 커널밀도함수 추정 결과



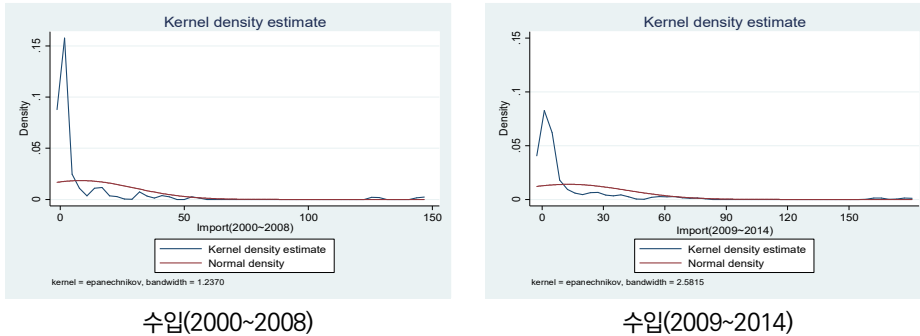
Year	Mean	Median	Standard Deviation	Skewness	Kurtosis	Samaple size
2000~2008	7.3	1.6	11.9	2.7	11.2	94
2009~2014	12.7	2.6	23.5	3.9	23.0	94
Average	10.0	2.1	17.7	3.3	17.1	94

주 : 주요국 94개 국가로 한정하여 분석을 시행함

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

〈그림 2-7〉은 두 기간에 걸친 수입시장의 커널분포함수를 보여주고 있다. 수출시장과 마찬가지로 오른쪽으로 긴 꼬리 분포를 가지고 있으나, 수출시장보다 왜도 값이 더 크게 나타나 우측으로 긴 분포를 가진 것으로 분석되었다. 이는 상대적으로 수산물을 수출하는 국가에 비해 수산물을 수입하는 특정 국가가 더 평균으로부터 떨어져 있음을 의미한다. 이러한 경향은 시간이 흐름에 따라 더 강화되고 있는 것으로 나타났으나 수출 시장과 비교했을 때, 변화의 정도가 크진 않다.

〈그림 2-7〉 수입시장에서의 국가별 커널밀도함수 추정 결과



Year	Mean	Median	Standard Deviation	Skewness	Kurtosis	Samaple size
2000~2008	8.3	1.0	21.6	4.7	27.8	94
2009~2014	12.9	2.6	28.4	4.1	21.7	94
Average	10.6	1.8	25.0	4.4	24.8	94

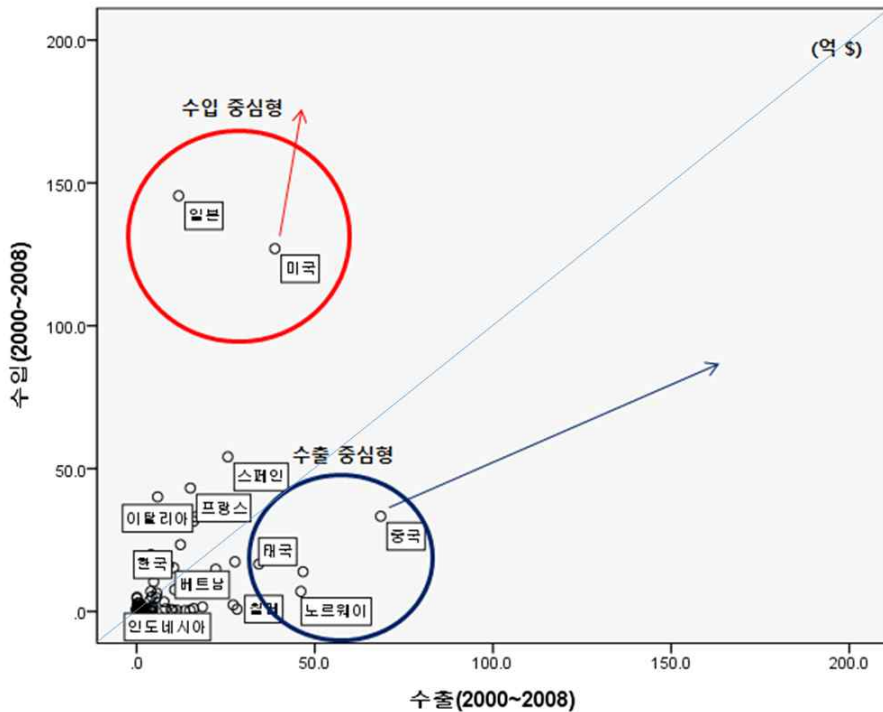
주 : 주요국 94개 국가로 한정하여 분석을 시행함

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

양 기간 동안 국가별 이행경로를 분석해본 결과 국가 유형은 크게 수출 중심형 국가, 수입 중심형 국가, 그 외 국가로 분류되었다. 수출 중심형 국가로는 중국, 태국, 노르웨이 등이 있으며, 수입 중심 국가로는 미국, 일본, 스페인, 프랑스, 이탈리아 등으로 나타났다.

우리나라의 경우 수산물 교역에 있어 수입국으로서의 입지가 보다 확대되는 것으로 분석되었다.

〈그림 2-8〉 국가별 교역 구조 및 이행경로(2000~2008)

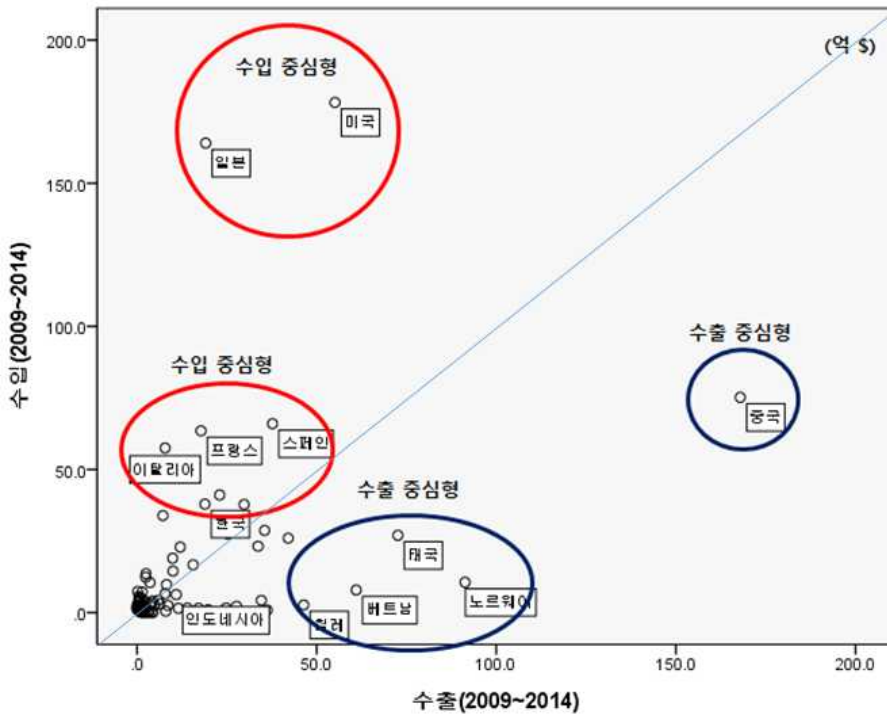


주 : 주요국 94개 국가로 한정하여 분석을 시행함
 자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

시간이 경과함에 따라 대부분 국가의 교역 규모가 확대되고 있는 것으로 나타난 가운데, 특히 중국, 노르웨이, 베트남, 태국 등의 수출 증가 추세가 가파른 양상을 보이고 있다. 수입의 경우 미국, 중국, 스웨덴, 독일 순으로 수입액이 증가되고 있다.

종합적으로 보면 수출의 경우 수산물 강국인 중국, 노르웨이와 함께 ASEAN 국가가, 수입의 경우 미국, 중국과 함께 유럽 국가가 수입액을 빠르게 증대시켜 오고 있다는 것을 알 수 있다.

〈그림 2-9〉 국가별 교역 구조 및 이행경로(2009~2014)



주 : 주요국 94개 국가로 한정하여 분석을 시행함

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

3. 부류별 교역 이행경로 분석

수산물 부류 중 세계 시장에서 거래가 많이 이루어지는 품목은 가공품(1604, 1605), 냉동어류(0303), 어류 피레트(0304), 갑각류 순이다. 분석 기간 동안 수입액이 크게 증가한 품목은 가공품과 피레트로, 소비자의 간편식에 대한 선호 증대, 업무용 수요 증가로 전처리, 손질 등의 업무가 분업화되면서 나타난 결과로 풀이된다.

해조류(1212)의 경우 가격상의 문제로 수입 시장에서 차지하는 비중은 작다. 그러나 식용 해조류 시장과 소재 시장으로서의 가능성이 높아지면서 교역액이 빠르게 증가하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-6〉 주요 부류별 수입 시장 변화

(단위: 억 달러, %)

품목		2000~2008년 평균	2009~2014년 평균	증가율
어류	활어	12.6	17.2	36.1
	신선·냉장	82.1	143.3	74.6
	냉동	118.7	200.6	69.0
	피레트	113.6	198.7	74.8
갑각류		141.7	192.5	35.9
연체동물		60.7	92.6	52.4
해조류		4.2	8.1	94.1
가공품		139.5	221.3	81.8

주: 품목 분류 기준은 HS코드 4단위로 활어는 0301, 신선·냉장은 0302, 냉동은 0303, 피레트는 0304, 갑각류는 0306, 연체동물은 0307, 해조류는 121220, 121221, 121229, 가공품은 1604, 1605로 산출함

자료: UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

1) 어류(활어, 신선·냉장, 냉동, 피레트)

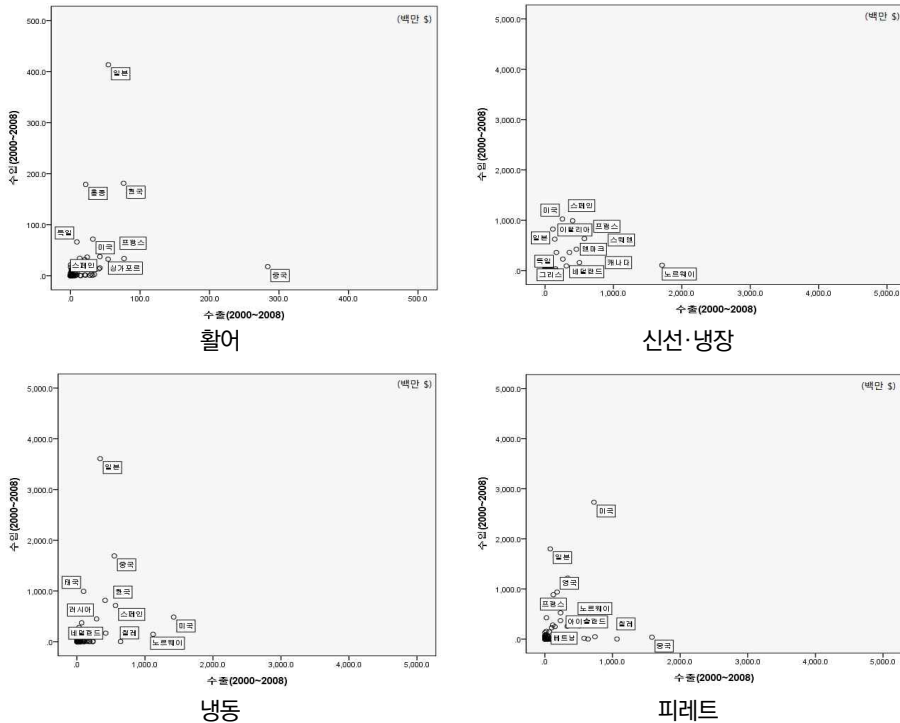
어류의 국가별 이행경로를 분석하기 위해 우선 2000~2008년 어류 시장을 살펴보면 활어는 한·중·일 동아시아 국가와 홍콩의 교역이 활발한 가운데, 수출은 중국, 수입은 일본을 중심으로 이루어지고 있다.

신선·냉장은 상호 원활한 교역 조건을 지니고 있는 유럽 국가를 중심으로 교역이 이루어지고 있으며 노르웨이가 수출 시장을 주도하고 있다.

냉동은 상대적으로 다양한 국가에 의해서 교역이 이루어지고 있는데 미국, 러시아, 노르웨이는 수출 중심형, 일본, 중국, 태국 등은 수입 중심형 국가로 분류할 수 있다.

피레트의 경우 인건비가 저렴한 중국, 칠레 등이 주요 수출국, 선진국으로 분류되는 미국, 일본, 영국, 프랑스 등은 주요 수입국으로 비교우위에 입각해 시장이 형성되었다.

〈그림 2-10〉 어류의 국가별 수출입 변화(2000~2008)



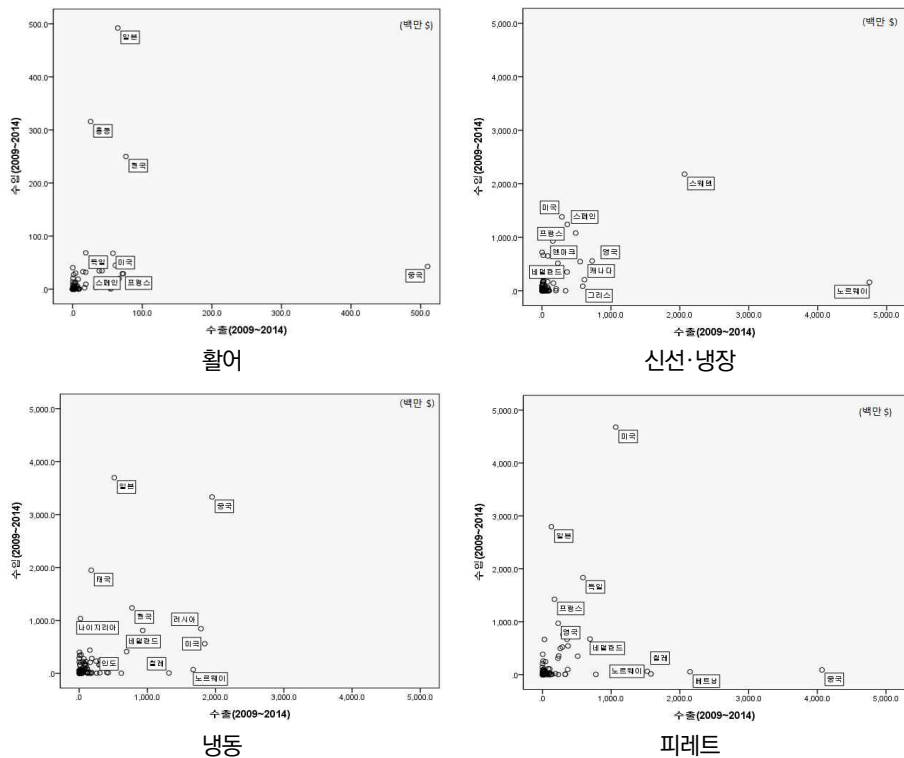
자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

2009~2014년 어류의 국가별 교역 동향을 살펴보면 활어 시장은 기존의 한·중·일 동아시아 중심의 교역 구조가 유지되고 있는 가운데, 중국과 일본의 교역 구조가 더 집중화되면서 양극화되고 있는 양상을 보인다. 신선·냉장의 경우 유럽 국가를 중심으로 시장이 유지되고 있으며, 노르웨이, 스웨덴의 수출이 크게 증가한 것을 확인할 수 있다. 특히 노르웨이의 수출 증가세와 더불어 스웨덴의 경우 최근 신선·냉장 교역액이 급격히 증가한 것을 확인할 수 있다. 이는 노르웨이 기업이 스웨덴 진출을 활발히 하고 있어, 노르웨이가 자국산 수산물을 스웨덴에서 가공한 다음, 재수출하는 구조를 보이고 있기 때문이다.

냉동은 중국이 가장 큰 변화를 보인 부류 중 하나로 꾸준한 수입 증가세는 물론 수출 역시 크게 증가시킴에 따라 제1의 냉동 수산물 수출국이 되었다.

피레트의 주요 수출국은 중국, 베트남, 주요 수입국은 미국, 일본으로 2000~2008년과 유사한 교역 구조를 보이고 있으나 국가별 교역 구조가 더 집중화되고 있는 양상을 보인다.

〈그림 2-11〉 어류의 국가별 수출입 변화(2009~2014)



자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

한편 우리나라는 세계 어류 시장에서 활어와 냉동에 있어서는 주요 국가로 분류되었다. 그러나 신선·냉장, 피레트 시장에서는 주요 교역 대상국이 아닌 것으로 나타났다.

우리나라의 주요 교역 부류인 냉동의 경우 다랑어를 중심으로 수출입 규모를 꾸준히 늘려 주요 교역 대상국으로서의 입지를 유지하고 있다.

활어의 경우 분석 기간(2000~2014년) 동안 수출은 정체된 반면, 수입은 꾸준히 늘어 수입국에 더 가까운 모습으로 변화되는 양상을 보였다.

2) 갑각류, 패류·연체동물, 해조류, 가공품

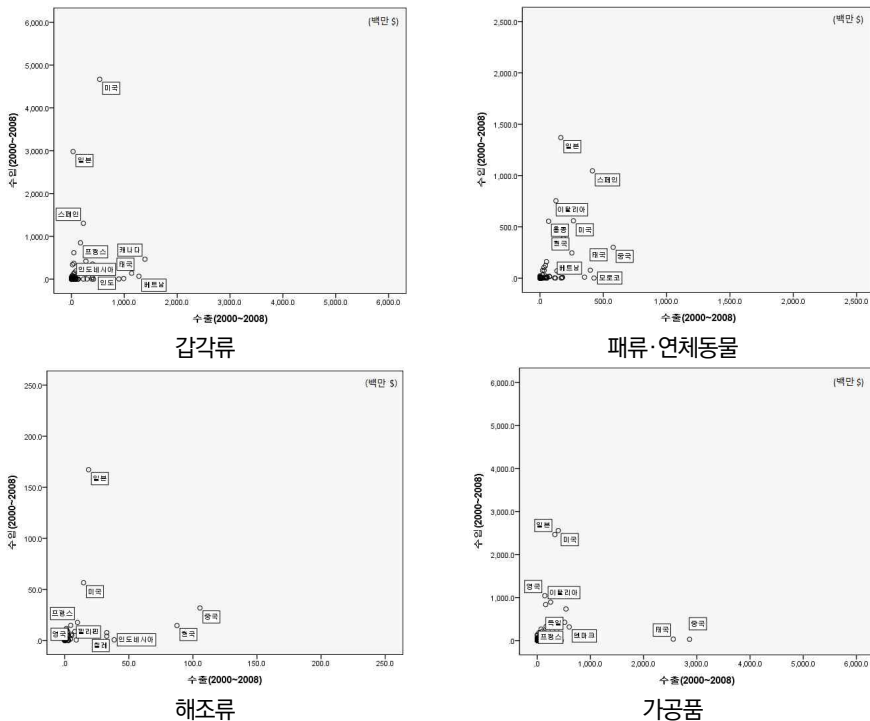
다음은 어류를 제외한 주요 수산물 부류의 2000~2008년 시장 동향을 살펴 보았다. 갑각류 시장은 캐나다, 베트남, 태국이 새우와 바닷가재를 중심으로 수출 시장을 주도하고 있는 가운데, 미국, 일본, 스페인이 수입하고 있는 구조를 보이고 있다.

패류·연체동물의 경우 중국, 태국, 모로코 등 다양한 국가가 수출하고 있는 반면, 수입은 일본을 비롯하여 스페인, 이탈리아에 일부 집중되어 있다.

해조류 시장은 수출국과 수입국이 뚜렷하게 구분되어 있는데, 주요 수출국은 인도네시아, 한국, 주요 수입국은 일본, 미국이다.

가공품은 전 부류에서 가장 큰 시장을 형성하고 있는 부류 중 하나로, 피레트, 해조류 시장과 마찬가지로 수출 중심형, 수입 중심형 국가가 명확히 구별되어 있다. 수출 중심형 국가로는 중국, 태국, 수입 중심형 국가는 일본, 미국이다.

〈그림 2-12〉 주요 부류의 국가별 수출입 변화(2000~2008)

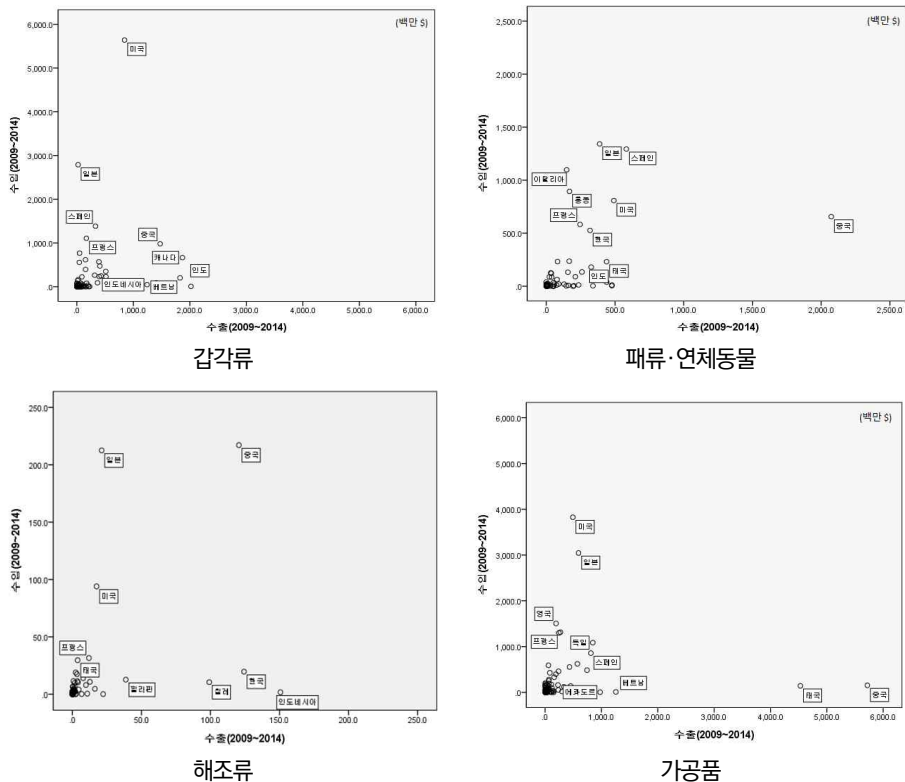


자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

2009~2014년의 갑각류 시장은 2000~2008년과 유사한 교역 구조를 보여주고 있으나, 일본이 갑각류 수입을 감소시킨 가운데, 미국은 갑각류 수입을 크게 늘리면서 제 1, 2의 수입국 격차가 벌어졌다. 수출국의 경우에 최근 베트남과 인도가 갑각류 수출 시장에서 점유율을 높여나가고 있으며, 특히 베트남은 새우를 전략품목으로 육성하여 양식면적을 넓혀가고 있다.

패류·연체동물은 일본, 스페인, 이탈리아 중심의 수입 구조가 유지되고 있는 가운데, 중국이 오징어, 가리비를 중심으로 수출을 크게 증가시켜 나가면서 압도적인 제1의 수출국이 되었다.

〈그림 2-13〉 주요 부류의 국가별 수출입 변화(2009~2014)



자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

해조류는 인도네시아와 우리나라가 주도하고 있는 시장 중 하나이다. 2000~2008년 해조류 시장에서 수출 중심형 국가였던 중국은 2009~2014년에는 오히려 수입국으로 변모한 양상을 보였다.

교역 구조가 양극화되어 있었던 가공품 시장은 그 구조가 고착화되어 가고 있으며 중국, 태국이 수출 시장을 주도하고 있는 가운데, 최근 베트남이 이들 국가를 뒤따르고 있다.

우리나라의 입지를 살펴보면 우리나라는 해조류, 패류·연체동물 교역에 있어 주요 국가로 분류되나 갑각류, 가공품 시장에 있어서는 사실상 주요 교역 대상국이 아닌 것으로 나타났다.

우리나라는 해조류 수출에 있어 주요 수출국으로 부상하고 있으나, 패류·연체동물 교역에 있어서는 수출 중심형 국가에서 수입 중심형 국가로 변화 양상을 보이고 있는 것으로 나타났다.

4. 주요 품목의 교역 이행경로 분석

세계 교역 시장에서 거래가 가장 많이 이루어지는 품목은 새우, 다랑어, 연어 등으로, 이들 상위 3개 품목은 세계 수산물 교역액의 40% 이상을 차지한다. 고급 수산물에 대한 수요가 증가함에 따라 해당 품목들의 교역액이 증대되었으며, 경제 성장 등으로 다양한 국가를 중심으로 수요가 확대될 것으로 예상된다.

이하에서는 다양한 글로벌 인기 수산물 중에서도 우리나라의 상위 수출 품목이기도 한 다랑어, 오징어, 굴을 대상으로 교역 구조의 변화를 분석하였다.

〈표 2-7〉 주요 품목별 수입 시장 변화

(단위 : 억 달러)

품목	2000~2008년 평균	2009~2014년 평균	주요 수출국	주요 수입국
새우	137.6	189.1	베트남, 인도	미국, 일본
다랑어	69.5	120.3	태국, 스페인	일본, 미국
연어	49.0	142.6	노르웨이, 칠레	스웨덴, 미국
대구	27.7	45.9	노르웨이, 중국	중국, 영국
게	28.0	36.4	중국, 캐나다	미국, 일본
오징어	20.7	33.8	중국, 인도	스페인, 중국
소금	18.3	35.4	네덜란드, 독일	미국, 일본
명태	-	23.0	러시아, 중국	중국, 독일
고등어	14.6	29.4	노르웨이, 중국	나이지리아, 일본
바닷가재	12.7	19.2	캐나다, 미국	미국, 캐나다

주 : 어분을 제외한 상위 10개 품목임

자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

1) 다랑어²⁶⁾

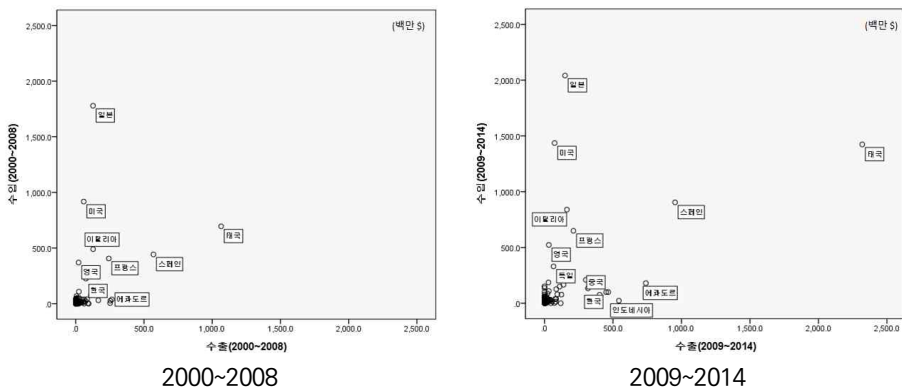
다랑어는 세계에서 두 번째로 교역이 많이 이루어지는 품목으로 세부 어종에 따라 용도가 특정되어 있다. 다랑어의 주요 수출국은 태국, 스페인, 주요 수입국은 일본, 미국 등으로 꼽을 수 있다. 태국과 스페인의 경우 수출뿐만 아니라 수입

²⁶⁾ 다랑어에는 통조림을 비롯하여 냉동 가다랑어, 냉동 황다랑어, 냉동 피레트, 냉동 눈다랑어 등이 포함됨

역시 많이 하고 있는데, 그러한 이유는 두 국가는 원료를 수입하여 가공 등을 통해 재수출에 이르는 경우가 많기 때문이다.

우리나라는 주요 다랑어 생산국 중 하나로 일본, 태국을 중심으로 수출을 늘려나가고 있다.

〈그림 2-14〉 다랑어의 국가별 수출입 변화



자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

수입 시장을 중심으로 살펴보면 일본, 미국, 태국 중심의 수입 구조를 보이고 있다. 2012년 이후, 수입이 일부 완화되고 있는 양상을 보이나 수입 수요는 꾸준한 편이다. 일본, 미국, 태국, 프랑스는 2012년까지 수입을 꾸준히 증가시켰으나, 이후 감소세를 보인 반면, 이탈리아의 경우 꾸준한 수입 증가세를 기록하며 대조되는 모습을 보였다.

주요 수입국 중 일본, 미국, 이탈리아의 경우 최종 소비재로서 다랑어를 소비하는 반면, 태국과 스페인의 경우 가공용 원료로써 다랑어를 수입하는 비중이 높다.²⁷⁾

27) 세부 교역 동향은 〈부록 1〉 참조

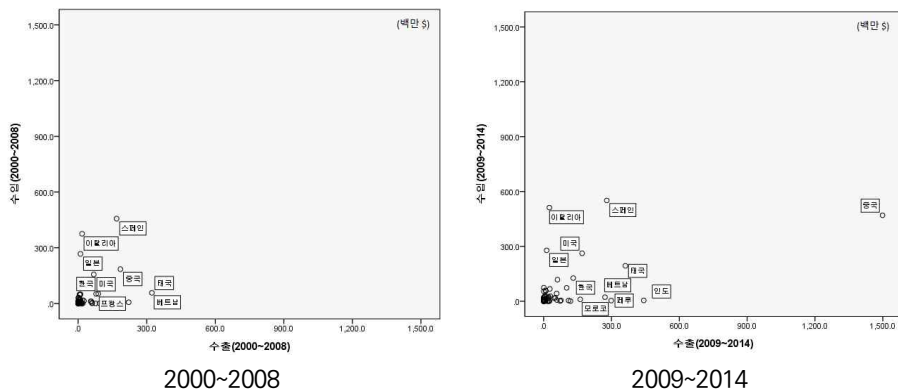
2) 오징어²⁸⁾

오징어는 많은 국가가 공통적으로 소비하는 품목 중 하나로 상대적으로 다양한 국가가 교역에 참여하고 있는데, 중국, 인도 두 국가를 중심으로 오징어 수출이 크게 증가하고 있다.

주요 수입국은 스페인, 이탈리아 등으로 꾸준한 수입 수요를 보이고 있는 것으로 나타났다.

우리나라의 경우 오징어 수출 중심형 국가였으나 수출보다는 수입이 크게 증가하면서 그 위상이 줄어들고 있다.

〈그림 2-15〉 오징어의 국가별 수출입 변화



자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

수입 시장을 중심으로 보면 주요 수입국은 중국, 이탈리아, 스페인 등이며 일본, 우리나라도 상당량의 오징어를 수입하고 있다.

오징어는 수요층이 탄탄한 편이다. 2016년의 경우 포클랜드 해역에서의 극심한 생산 부진으로 인하여 가격이 크게 상승했음에도 교역은 꾸준히 이루어진 만큼 수산물 중에서도 필수 재화로서의 가치가 높은 것으로 판단된다.²⁹⁾

28) 오징어에는 대왕오징어, 일렉스 오징어, 살오징어 등을 포함함

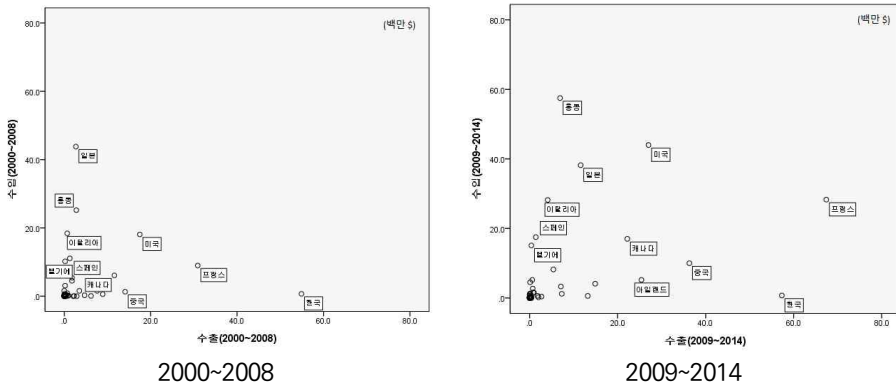
29) 세부 교역 동향은 〈부록 1〉 참조

3) 굴

굴 시장은 다랑어, 오징어와 같이 규모가 크지 않고, 교역국가가 다양하진 않으나 주요 국가를 중심으로 시장이 꾸준히 성장하고 있다. 주요 수출국은 프랑스와 우리나라로, 이전까지는 우리나라가 굴 교역시장에서 차지하는 비중이 높았으나 프랑스가 활 굴을 중심으로 수출을 늘려 감에 따라 최대 수출국은 프랑스가 되었다.

주요 수입국은 홍콩, 일본, 미국, 유럽 국가로, 일본이 굴 수입을 감소시키고 있는 가운데, 홍콩이 수입을 늘려가고 있다.

〈그림 2-16〉 굴의 국가별 수출입 변화



자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

수입시장을 중심으로 보면 굴은 홍콩, 미국, 일본 중심의 수입 구조로, 주로 프랑스, 한국, 중국으로부터 굴을 수입하고 있다.³⁰⁾

30) 세부 교역 동향은 〈부록 1〉 참조

제3절 우리나라 수산물 교역 동향 및 이행경로 분석

1. 우리나라 수산물 교역 동향

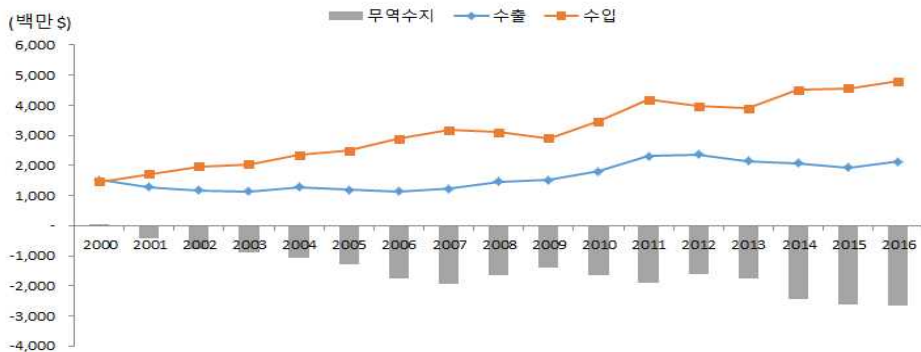
1) 국가별

2000년 이후 우리나라 수산물 교역액은 꾸준히 증가세를 유지하고 있는 가운데, 수산물 수입의 증가세가 두드러진다. 이는 세계 1인당 수산물 소비량이 많은 우리나라의 실정이 반영된 것으로, 2010년 이후 무역수지 적자 규모는 커져가고 있다.

수산물 수출의 경우 2012년 정점을 찍은 이후 대외 여건 악화로 감소세를 보이기도 했으나, 세계 경기 회복 등에 기인 2016년 다시 반등했다.

〈그림 2-17〉 수산물 무역 추이

(단위 : 백만 달러)



주 : 우리나라 수산물 교역 자료는 해양수산부에서 발간한 “관세·통계 통합품목분류표(HSK)” 근거로 산출함³¹⁾

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

31) 이하 한국무역통계진흥원 수산물 교역 자료의 경우 동일한 기준을 적용하여 산출하였기에 자료 출처에서 주석을 제외함

2016년 기준 우리나라 주요 수출 대상국은 일본, 중국, 미국, 태국, 베트남 등으로 상위 5개국의 수출이 전 세계 수출액의 77% 가량을 차지한다. 2000년 도까지만 해도 상위 5개국의 수출 비중은 89%로 상위 5개국(일본, 중국, 미국, 스페인, 태국)의 비중이 절대적이었으나, 중국, ASEAN 등 신흥국으로의 수출을 증가시키는 등 신흥 수출국 개척 노력 등으로 수출 집중도는 완화되는 양상을 보이고 있다.

〈표 2-8〉 상위 20개 수산물 수출 대상국

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	연평균 증감률
전체	1,508.2	1,199.4	1,798.2	2,307.8	2,361.3	2,151.4	2,067.0	1,924.4	2,127.6	2.2
일본	1,126.6	744.0	859.5	993.4	981.4	815.0	764.8	664.7	737.0	-2.6
중국	84.2	108.7	231.2	464.6	372.1	370.4	309.2	313.1	377.0	9.8
미국	79.2	89.8	142.2	180.9	190.9	217.5	217.1	231.8	241.3	7.2
태국	22.7	57.4	126.8	173.4	260.6	206.9	143.4	140.0	179.8	13.8
베트남	0.8	4.7	32.0	61.5	54.5	70.1	77.0	89.3	97.3	34.7
홍콩	13.2	8.9	28.0	31.3	28.4	36.9	37.2	52.6	58.4	9.7
프랑스	5.8	3.3	11.1	7.5	15.9	16.3	29.1	45.9	47.5	14.0
이탈리아	10.7	11.3	34.3	15.0	22.9	18.2	20.2	25.1	38.7	8.4
대만	18.1	13.3	22.3	26.5	28.5	28.6	27.8	34.8	36.3	4.4
캐나다	13.1	9.1	15.4	17.2	24.9	21.0	26.4	28.1	29.7	5.3
스페인	25.1	31.6	55.5	54.8	39.5	31.9	38.6	16.5	29.4	1.0
필리핀	13.1	1.2	13.2	5.8	17.1	12.5	17.5	27.2	24.0	3.9
이란	0.0	0.2	0.2	0.1	0.0	5.8	44.4	21.4	19.2	48.8
뉴질랜드	21.8	60.5	71.9	92.7	72.7	48.9	55.2	49.6	18.9	-0.9
인도네시아	7.0	5.9	9.3	8.1	11.2	13.3	13.4	14.9	18.4	6.2
싱가포르	4.9	4.1	9.0	17.0	11.3	9.6	11.4	18.3	17.4	8.3
호주	6.5	5.1	7.3	12.3	12.4	13.6	14.3	13.3	12.6	4.2
러시아	4.6	4.5	6.2	5.4	7.7	10.5	16.5	11.1	12.5	6.4
에콰도르	0.0	0.0	21.8	6.2	21.2	9.8	35.9	2.2	11.8	74.9
영국	7.1	2.0	7.0	5.7	10.0	12.2	8.8	7.3	10.8	2.6

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

주요 수입국은 중국, 러시아, 베트남, 노르웨이, 미국 순으로 상위 5개국의 수입이 전 세계 수입액의 65% 가량을 차지한다. 중국산 수산물의 수입이 꾸준히 이루어지고 있는 가운데, 노르웨이, 베트남, 러시아로부터의 수입도 빠르게 늘고 있다.

〈표 2-9〉 상위 20개 수산물 수입 대상국

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	연평균 증감률
전체	1,459.8	2,498.1	3,458.7	4,191.9	3,977.0	3,894.5	4,506.2	4,555.9	4,790.9	7.7
중국	491.1	959.4	1,096.3	1,250.5	1,083.3	1,026.1	1,175.0	1,157.5	1,226.4	5.9
러시아	124.2	277.2	495.3	663.1	654.1	590.1	675.2	705.4	700.5	11.4
베트남	72.2	164.7	376.3	482.7	506.9	484.1	633.5	582.9	621.1	14.4
노르웨이	18.0	29.2	97.1	138.7	114.4	120.2	183.4	219.1	300.0	19.2
미국	144.9	153.2	126.2	155.3	177.4	221.4	237.4	247.1	243.7	3.3
태국	67.8	125.5	101.0	135.1	144.2	119.3	168.1	172.2	149.9	5.1
일본	177.1	175.3	226.2	168.9	116.3	106.2	101.9	119.4	144.1	-1.3
칠레	23.7	57.1	77.0	142.6	110.9	120.7	155.6	145.5	135.5	11.5
홍콩	9.3	21.1	55.9	80.3	66.3	54.9	73.5	34.1	100.5	16.0
대만	31.3	63.5	96.0	128.6	131.8	117.3	105.4	102.6	99.6	7.5
페루	10.6	23.9	41.5	71.5	78.1	71.6	113.4	108.1	95.2	14.7
캐나다	18.5	42.5	52.9	67.7	63.0	77.1	54.3	61.0	82.3	9.8
세네갈	0.4	3.2	12.7	18.1	35.7	55.9	49.4	54.1	64.9	37.1
인도네시아	28.5	34.0	64.0	69.8	69.9	61.7	72.4	66.5	57.3	4.5
인도	11.4	21.3	48.6	44.9	46.1	68.2	61.7	68.7	57.0	10.6
호주	35.0	50.3	118.4	111.0	102.3	100.9	77.5	71.7	56.5	3.0
에콰도르	0.2	1.6	1.4	14.0	28.1	38.1	44.9	49.7	52.7	44.0
아르헨티나	9.2	14.7	22.8	24.1	27.7	32.4	45.5	61.3	47.6	10.9
영국	13.8	30.8	19.0	23.3	27.9	37.4	42.8	51.3	43.6	7.4
기니	2.2	4.6	7.7	9.6	8.8	13.2	14.4	26.0	40.2	19.8

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

2) 품목별

우리나라의 주요 수출 품목은 다랑어, 김, 오징어, 전복, 굴 등의 순으로 상위 5개 품목이 우리나라 수출액의 절반 이상(55%)을 차지한다. 원양어업을 중심으로

전통적인 주요 수출품목인 다랑어, 오징어 수출이 꾸준히 이루어지고 있는 가운데, 고급 수산물에 대한 수요가 증대됨에 따라 김과 전복 수출이 크게 늘어나고 있는 추세이다.

對일본 주요 수출 품목인 굴과 붕장어는 2000년대에 비해 수출이 크게 감소한 것으로 나타났다.

〈표 2-10〉 상위 20개 수산물 수출 품목

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	연평균 증감률
전체	1,508.2	1,199.4	1,798.2	2,307.8	2,361.3	2,151.4	2,067.0	1,924.4	2,127.6	2.2
다랑어	298.6	226.4	354.6	379.9	591.0	536.4	553.4	461.3	542.3	3.8
김	31.0	54.2	105.2	161.5	231.0	251.7	274.4	304.9	353.0	16.4
오징어	92.3	102.1	114.8	180.9	119.6	139.3	116.4	95.3	112.5	1.2
전복	0.1	9.0	36.8	52.4	58.2	53.8	45.5	38.6	66.2	55.9
굴	129.6	61.2	66.1	81.7	55.7	70.2	66.2	95.9	61.9	-4.5
넙치	39.6	63.7	70.7	54.0	52.1	68.9	55.9	52.4	55.7	2.2
붕장어	91.1	49.2	42.1	55.3	70.3	60.0	52.8	47.1	53.7	-3.2
붉은 대게 살	0.0	0.0	33.7	48.4	55.8	57.3	55.1	48.2	50.7	7.1
삼치	11.7	21.1	54.6	67.6	53.7	52.3	29.4	44.7	50.0	9.5
이빨고기	0.0	6.6	28.5	46.7	40.6	37.3	33.1	42.6	48.4	19.8
바지락	27.2	18.0	43.0	38.0	39.3	29.7	28.0	26.1	43.0	2.9
새치	0.0	0.0	19.8	13.8	11.6	19.8	23.4	28.3	33.5	9.2
미역	29.7	29.9	19.0	40.8	36.5	28.5	30.8	29.0	32.8	0.6
대구	11.0	8.5	25.6	53.1	35.9	33.9	32.9	25.2	30.2	6.5
돔	30.4	23.9	29.6	31.9	27.2	21.0	23.4	24.3	28.0	-0.5
어란	21.2	12.9	14.4	45.9	52.6	38.0	32.0	24.1	27.3	1.6
고등어	26.2	13.2	27.4	48.8	71.2	46.1	27.5	25.8	23.8	-0.6
명태	6.5	7.8	29.6	47.3	59.8	58.2	36.2	14.5	20.0	7.3
전갱이	13.4	11.8	24.8	23.1	27.8	26.3	28.8	26.6	13.2	-0.1
해삼	0.3	0.9	12.4	13.1	13.4	19.9	11.6	16.8	12.9	26.5

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

우리나라의 주요 수입 품목은 명태, 새우, 연어, 낙지, 오징어 등으로, 다양한 수산물을 수입하고 있다. 상대적으로 고급 수산물로 분류되는 연어, 새우, 다랑어 등의 수입이 빠르게 늘고 있으며, 우리나라의 주력 수출품목이기도 한 오징어의 수입 역시 크게 증가되는 양상을 보이고 있다.

〈표 2-11〉 상위 20개 수산물 수입 품목

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	연평균 증감률
전체	1,459.8	2,498.1	3,458.7	4,191.9	3,977.0	3,894.5	4,506.2	4,555.9	4,790.9	7.7
명태	106.6	277.7	416.2	397.9	367.9	359.0	380.9	404.5	419.2	8.9
새우	69.4	155.0	208.6	257.5	267.5	275.2	338.7	313.5	323.7	10.1
연어	19.8	31.2	68.3	115.2	98.5	136.2	196.7	222.2	256.4	17.4
낙지	30.8	67.0	154.1	194.5	174.9	176.0	260.0	221.5	237.7	13.6
오징어	40.4	64.1	90.1	142.4	165.2	145.4	187.6	164.7	201.8	10.6
새우살	20.0	46.6	106.0	141.2	154.4	157.5	224.0	180.1	192.2	15.2
다랑어	20.8	48.3	70.6	124.0	150.3	118.8	133.1	136.1	142.3	12.8
갈치	71.2	100.3	108.0	110.7	107.3	108.5	116.9	121.1	142.3	4.4
소금	57.1	109.7	224.8	222.4	194.7	209.1	183.6	158.4	141.5	5.8
주꾸미	9.5	28.3	77.1	117.9	94.6	95.4	146.3	150.4	127.2	17.6
조기	141.2	142.7	150.9	162.6	126.7	105.4	117.2	119.5	118.4	-1.1
실장어	13.8	29.3	53.1	81.6	82.2	102.9	76.4	39.3	102.8	13.4
바다가재	9.8	21.3	22.3	23.7	31.7	57.8	74.5	83.1	94.5	15.2
민어	4.9	14.5	14.8	16.9	22.5	32.9	36.7	54.6	91.7	20.1
대게	0.0	31.1	23.2	42.0	60.8	59.4	70.0	82.3	87.5	9.8
어란	121.0	53.7	67.6	112.5	124.2	96.0	84.1	76.9	75.7	-2.9
고등어	20.5	25.8	72.9	124.6	62.5	36.1	71.8	92.5	74.0	8.4
아귀	64.4	60.1	82.7	100.0	66.3	59.2	62.9	79.7	72.0	0.7
문어	17.7	43.0	9.6	11.1	25.7	26.0	31.0	60.5	69.7	8.9
꽃게	33.9	67.7	45.6	36.4	44.6	45.6	45.2	68.7	68.5	4.5

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

2. 교역 이행경로 분석

1) 국가별

국가별 이행경로를 분석하기 위해 우리나라와 수산물 교역액이 1천만 달러가 넘는 상위 교역 대상국인 중국, 일본, 베트남을 포함한 총 42개국을 대상으로 분석을 실시하였다. 국가별 동향을 살펴보면 중국의 경우 수출입 모두 크게 늘어난 것으로 나타났다. 미국, 태국은 수입보다는 수출이 크게 증가했고, 베트남, 러시아 등은 수입이 크게 증가한 것으로 나타났다.

〈표 2-12〉 우리나라 주요 교역 대상국별 평균 교역액

(단위 : 백만 달러)

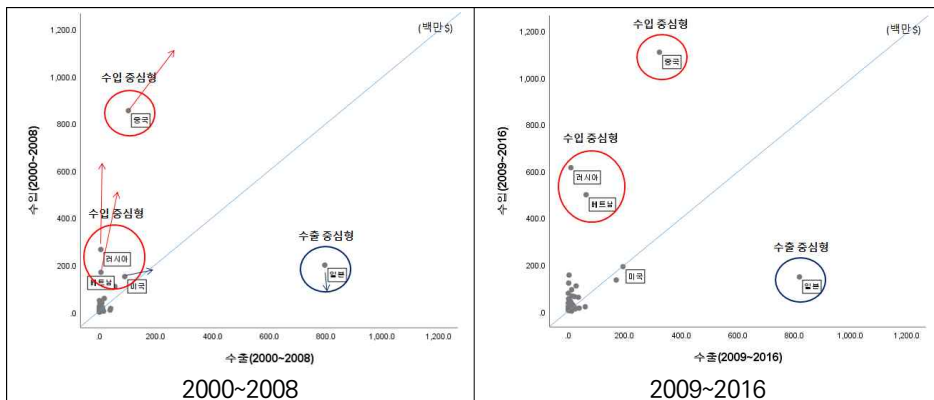
국가	수출		수입	
	(2000~2008)	(2009~2016)	(2000~2008)	(2009~2016)
전체	1,265.7	2,031.1	2,354.7	4,033.9
중국	102.4	322.9	854.5	1,108.7
일본	796.3	818.7	199.2	147.3
베트남	5.6	63.0	168.6	499.1
러시아	5.2	9.3	265.5	614.9
미국	89.6	193.8	150.4	191.5
태국	55.1	169.8	108.4	134.4
노르웨이	2.1	2.8	33.3	155.3
홍콩	11.5	35.7	18.6	60.2
칠레	0.3	1.4	49.0	121.2
대만	17.5	27.9	58.0	108.7
캐나다	9.0	21.8	39.9	63.2
페루	0.1	0.1	23.7	77.5
인도네시아	6.6	12.8	35.9	66.1
호주	6.0	11.7	44.9	92.6
프랑스	4.4	23.4	5.6	15.7

주 : 정렬 순서는 2009~2016년 기준 교역 규모(수출+수입) 순임

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

다음은 우리나라의 국가별 수산물 교역 동향을 살피기 위해 교역 대상국들을 유형화하였다. 우선 우리나라와 교역비중이 가장 높은 상위 5개국을 중심으로 보면 우리나라의 주요 수출 중심 대상국은 일본, 미국으로 조사되었으며, 나머지 3개국(중국, 러시아, 베트남)은 수입 중심 대상국에 가까운 것으로 나타났다. 특히 주요 상위 교역국인 러시아, 베트남, 중국으로부터 수입을 크게 늘림에 따라 해당 3개국이 우리나라 수산물 수입 시장의 대부분을 차지하고 있다. 미국은 2000~2008년 우리의 주요 수입 대상국이었으나 2009~2016년에는 수출 대상국으로 전환되었다.

〈그림 2-18〉 주요 상위 5개국의 교역 구조 및 이행경로 분석



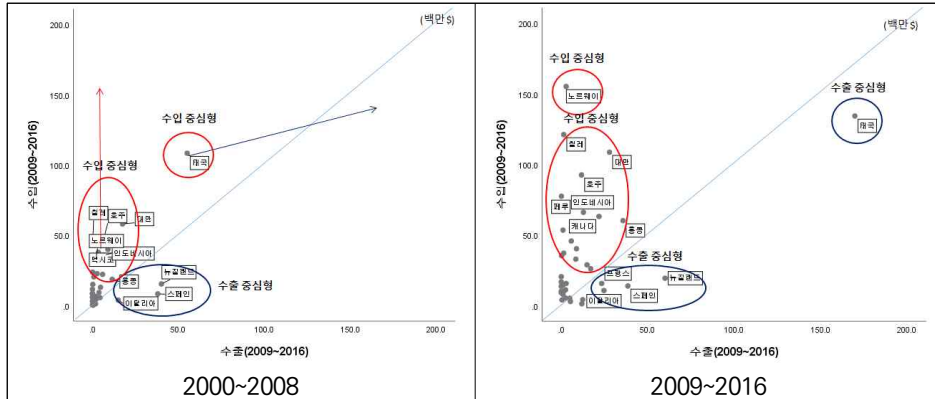
주 : 주요 42개 국가로 한정하여 분석을 시행함

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

주요 상위 5개국을 제외한 우리나라의 교역시장은 전반적으로 다양한 수입 중심형 대상국들이 증가되고 있는 양상을 보인다. 특히 노르웨이, 칠레 등으로부터 연어를 수입하면서 해당 국가로부터의 수입이 크게 늘어났다.

한편 태국은 2000~2008년에는 우리나라의 주요 수입 대상국으로 분류되었으나, 우리나라 다랑어와 김에 대한 태국의 높은 수요로 수출이 증가함에 따라 2009~2016년에는 수입 중심형 대상국에서 수출 중심형 대상국으로 변모하였다.

〈그림 2-19〉 주요 수출국가(상위 5개국 이외)의 교역 구조 및 이행경로 분석



주 : 주요 42개 국가로 한정하여 분석을 시행함

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

2) 품목별

품목별 이행경로를 분석하기 위해 교역액이 1천만 달러가 넘는 상위 71개 품목을 선정하였다. 우리나라가 가장 많이 교역을 하고 있는 품목은 다랑어, 명태, 김 등의 순으로 주요 상위 품목의 교역액은 꾸준히 증가해왔다.

지난 두 기간(2000~2008년, 2009~2016년) 동안 교역이 크게 증대된 품목을 살펴보면 수출의 경우 다랑어(2억 1천만 달러), 김(1억 7천만 달러), 전복(4천만 달러), 수입은 명태(1억 3천만 달러), 새우(1억 3천만 달러), 낙지(1억 2천만 달러) 순으로 교역이 많이 증대된 것으로 나타났다.

〈표 2-13〉 우리나라 주요 교역 대상국별 평균 교역액

(단위 : 백만 달러)

국가	수출		수입	
	(2000~2008)	(2009~2016)	(2000~2008)	(2009~2016)
전체	1,265.7	2,031.1	2,354.7	4,033.9
다랑어	255.8	463.7	49.2	120.2
명태	9.8	35.0	250.9	384.5
김	49.6	220.4	0.9	0.7
새우	6.4	8.3	144.4	270.4
오징어	89.9	123.4	57.0	145.0
연어	6.2	5.4	35.3	145.1
낙지	0.3	0.8	69.1	192.2
새우살	0.2	0.1	48.6	156.2
소금	8.7	9.8	93.6	189.1
갈치	3.2	5.4	93.2	114.1
주꾸미	0.0	0.3	27.5	108.9
조기	0.9	1.6	142.5	126.4
어란	12.8	30.1	80.1	87.6
실장어	2.4	0.1	20.1	69.0
고등어	16.6	38.6	37.9	72.5
바다가재	0.7	0.5	21.3	50.4
대구	8.6	30.2	25.1	50.3
바지락	21.6	35.2	7.8	36.9
민어	2.7	2.2	14.9	35.3
대게	0.2	0.4	23.3	56.9
전복	7.4	48.2	3.9	4.8
아귀	0.3	2.5	66.0	72.5
문어	2.8	1.5	29.1	30.4
꽃게	1.0	2.1	63.9	51.1
새치	2.7	21.8	3.6	23.4
붕장어	55.7	52.6	7.8	11.9
넙치	47.4	57.7	2.7	9.7
이빨고기	7.4	37.6	3.1	8.1
골뱅이	1.8	4.1	29.5	48.5
굴	76.2	67.5	0.8	0.8

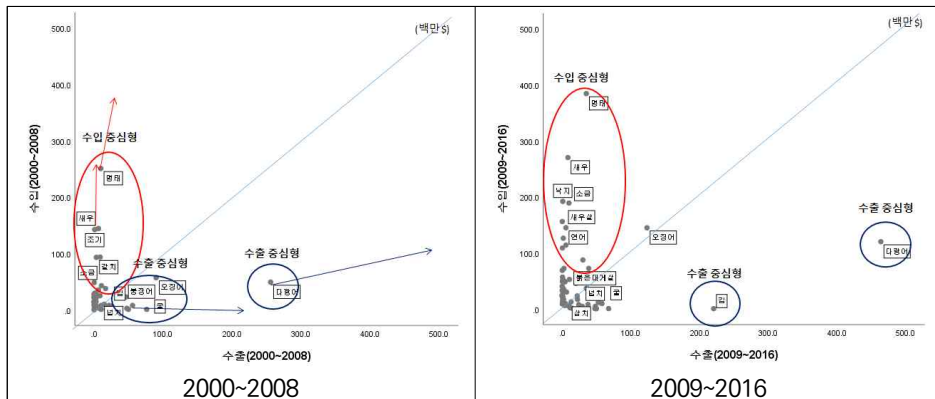
주 : 정렬 기준은 2000~2016년 기준 평균 교역 규모(수출+수입) 순임

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

우리나라의 주요 수출 중심형 품목에는 다랑어, 김, 굴, 넙치, 게살 등이 있다. 주요 수입 중심형 품목에는 명태, 새우, 낙지, 소금, 연어 등이 해당된다. 시간이 흐름에 따라 수입 중심형 품목에서는 수입 집중도가 심화되는 양상을 보인 반면, 수출 중심형 품목은 다랑어, 김, 오징어를 제외하고 상대적으로 큰 변화를 보이지 않은 편이다.

그러나 다랑어, 김의 경우 수출이 크게 늘면서 우리나라 제 1, 2위 품목이 되었으며 현재 우리나라 수산물 수출을 선도하고 있다. 자원 변동성이 큰 오징어의 경우 2000~2008년까지 제 2위 수출 품목으로 수출이 수입보다 더 많았으나, 이후 수입이 크게 늘면서 2009~2016년에는 수입 중심형 품목에 가까워진 것으로 나타났다.

〈그림 2-20〉 주요 품목의 교역 구조 및 이행경로 분석



주 : 주요 71개 품목으로 한정하여 분석을 시행함

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

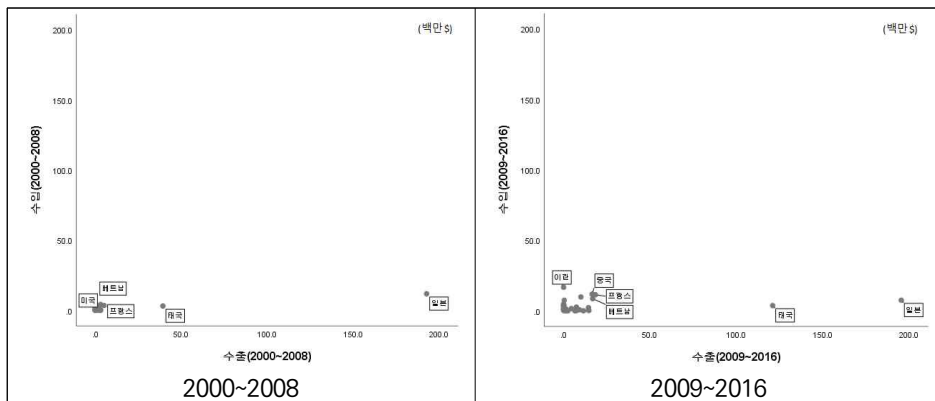
가. 다랑어

다랑어는 우리나라 제 1위 수출품목으로 수출이 꾸준히 증대되어 왔다. 우리나라 다랑어의 주요 수출 대상국은 일본, 태국, 주요 수입 대상국은 이란으로, 상대적으로 수출 집중형 구조를 보이고 있다.

다랑어는 우리나라의 對일본 수출이 꾸준한 가운데, 최근 태국의 원료용 다랑어

(냉동 가다랑어, 냉동 황다랑어) 수요가 늘어나면서 해당국으로의 수출이 크게 증가했다.

〈그림 2-21〉 우리나라 다랑어의 국가별 수출입 변화



주 : 교역액이 1백만 달러 이상인 주요 32개 국가를 대상으로 분석함(2016년 기준)

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

최근 5년을 중심으로 살펴보면 2012년 우리나라 수산물 수출이 최고치를 기록한 이후 다랑어 수출은 보합세를 보이고 있다. 국가별로는 최대 다랑어 수출 대상국인 일본, 태국으로의 수출 비중이 감소세를 보이고 있는 반면, 프랑스, 중국, 베트남, 이탈리아 등으로의 수출은 증가하고 있는 것으로 나타났다.

우리나라 다랑어류의 세부 주요 수출 품목은 냉동 피레트, 냉동 가다랑어, 냉동 황다랑어, 냉동 남방참다랑어 순으로, 상위 3개 품목이 전체 다랑어 수출의 82.1%를 차지한다. 냉동 피레트의 경우 상대적으로 선진국으로 분류되는 일본, 프랑스, 이탈리아 등으로 수출되고 있는 반면, 냉동 가다랑어, 냉동 황다랑어는 가공용 원료에 대한 수요가 높은 태국 등으로 수출되고 있다.³²⁾

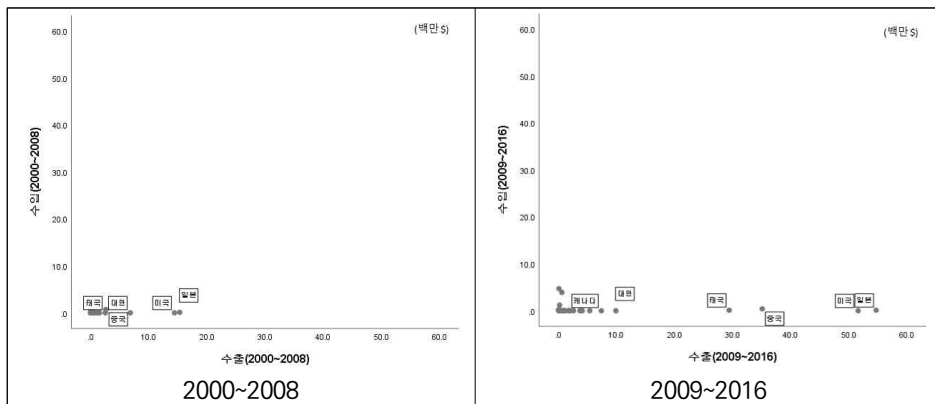
32) 세부 교역 동향은 〈부록 2〉 참조

나. 김

김은 우리나라 제2위 수출품목으로 최근 대표 수출품목으로서 수산업계의 기대가 높은 품목이다. 2017년 9월 누적 기준으로 김 수출액은 다랑어를 넘어 서기도 했으며, 우리나라의 주력 수출품목으로 자리 매김하고 있다.

주요 수출 대상국은 일본, 미국, 중국, 태국, 대만 등으로 주요 수출 대상국 모두 수출이 크게 증가했다.

〈그림 2-22〉 우리나라 김의 국가별 수출입 변화



주 : 교역액이 1백만 달러 이상인 주요 37개 국가를 대상으로 분석함(2016년 기준)

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

최근 동향을 살펴보면 우리나라의 김 수출은 연평균 11.2%의 높은 증가세를 보이며 성장하고 있는 가운데, 특히 중국, 대만, 태국으로 수출이 크게 증가하고 있다. 건강식품에 대한 세계적인 관심에 따라 건강식으로 자리잡은 조미김에 대한 높은 수요로 인해 김 시장의 외연이 확대되고 있으며, 이에 따라 조미김 공급을 위한 원료용 마른김에 대한 수요도 함께 증대되고 있다.

한편 주요 제 1위 김 수출 대상국인 일본으로의 수출 증가세는 일부 완화되고 있는 양상을 보이고 있다.

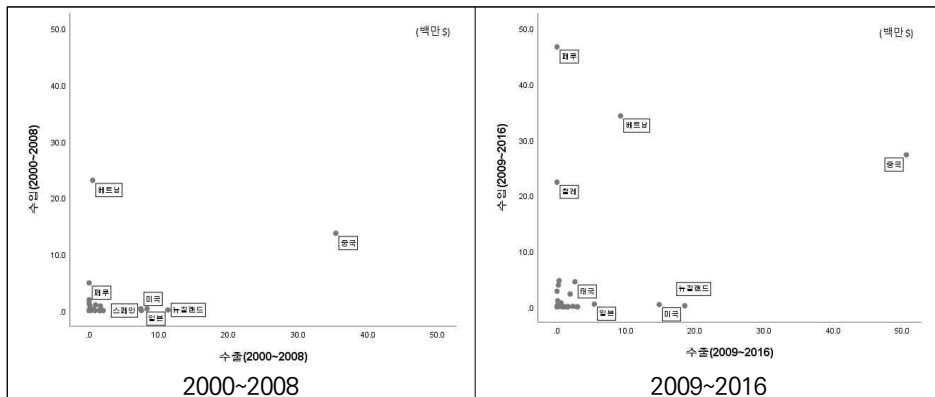
조미김은 주로 미국, 중국, 일본 등으로 수출이 이루어지고 있으며, 마른김은 원료용 김에 대한 수요가 높은 태국, 그리고 일본, 대만 등지에 주로 이루어지고 있다. 일본을 제외한 태국, 대만은 김 원료의 자국 생산이 이루어지지 않으므로 마른김의 대부분을 수입에 의존하고 있다.³³⁾

다. 오징어

오징어는 우리나라 제3위 수출품목으로 꾸준히 수출이 이루어진 품목이다. 그러나 수출 못지않게 수입 역시 크게 확대되어 왔는데, 이는 오징어 자원의 변동성이 큰 데 기인한다.

우리나라 오징어의 교역 구조는 2000~2008년까지는 수출 중심형 교역 구조를 보였으나, 2009~2016년 들어와서는 페루, 중국, 베트남 등으로부터 수입을 크게 늘리면서 교역 구조가 변화 양상을 보이고 있다. 우리나라 오징어의 주요 수출 대상국은 중국, 일본, 미국, 뉴질랜드, 베트남 등이고 주요 수입 대상국은 페루, 베트남, 중국, 칠레, 대만 등이다.

〈그림 2-23〉 우리나라 오징어의 국가별 수출입 변화



주 : 교역액이 1백만 달러 이상인 주요 30개 국가를 대상으로 분석함(2016년 기준)

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

33) 세부 교역 동향은 〈부록 2〉 참조

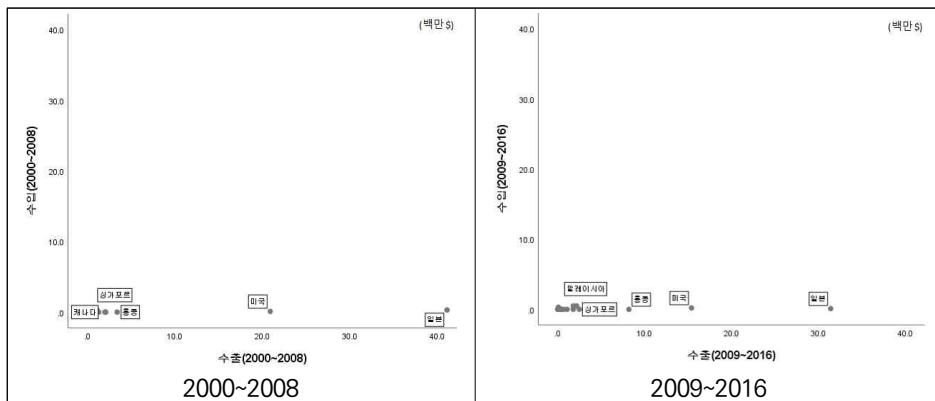
최근 5년을 중심으로 살펴보면 우리나라의 오징어 수출은 2013년 1억 4천만 달러를 기록한 이후 수출이 일부 감소세를 보이고 있다. 특히 최근에는 국내 연근해산 오징어, 원양산 오징어 생산 감소로 수출 물량 확보에 어려움을 겪고 있으며, 재고 부족으로 오징어 가격이 급격히 상승한 상황이다³⁴⁾.

주요 오징어 수출국은 중국, 일본, 미국 순으로 중국, 미국으로의 오징어 수출이 꾸준히 이루어지고 있는 가운데, 최근에는 연근해산 오징어 생산이 급격히 감소한 일본으로의 수출 비중이 높아지고 있다.

라. 굴

우리나라는 주요 굴 생산국 중 하나로 수출 중심형 교역 구조를 보이고 있다. 그러나 2000년도까지만 해도 우리나라의 제2위 수출 품목이었던 굴은 이후 수출액이 꾸준히 감소하면서 2016년 기준 우리나라 제5위 수출 품목이 되었다.

〈그림 2-24〉 우리나라 굴의 국가별 수출입 변화



주 : 교역액이 1백만 달러 이상인 주요 16개 국가를 대상으로 분석함(2016년 기준)

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

34) 2017년 8월 누적, 우리나라 냉동 오징어 수출 가격은 3.0달러/kg로 전년 동기 대비 54.0% 상승한 상황임

주요 수출 대상국은 일본, 미국으로 해당 국가로의 수출 집중도가 높은 편이다. 특히 일본이 굴 수출 시장에서 차지하는 비중이 높은데, 일본의 경우 자국 내에서 역시 굴을 생산하고 있어 일본의 굴 작황 동향은 우리나라 굴 수출에 큰 영향을 미치고 있다.

2000년 이후 감소세를 보이던 굴 수출은 2012년 이후 다시 반등하기도 했으나 연간 작황에 따라 수출액은 변동세를 보이고 있다. 특히 최대 수출 대상국인 일본의 굴 작황에 따라 수출이 큰 폭으로 변동하고 있는 상황이다. 한편 그 외 미국, 홍콩, 말레이시아 등으로의 수출은 빠르게 증가하고 있다.³⁵⁾

³⁵⁾ 세부 교역 동향은 〈부록 2〉 참조

제4절 수산물 수출 경합도 및 경쟁력 분석

1. 수출 경합도 분석

1) 對세계

수출에 있어서 우리나라와 가장 높은 경합관계를 보이는 국가 및 빠르게 경합관계가 높아지고 있는 국가를 도출하고자 수출경합도 지수(이하 ESI)분석을 실시하였다.

분석 결과 세계시장에서 한국과 수출경합도가 가장 높은 국가는 3년 평균 ESI가 0.96을 기록한 한국-스페인이었으며, 그 다음으로 경합도가 높은 관계는 한국-태국(0.81), 한국-프랑스(0.76) 순으로 나타났다. 특히 태국은 우리나라와 경합관계가 높을 뿐만 아니라 경합 정도가 빠르게 증가되고 있는 것으로 조사되었다.

〈표 2-14〉 세계 수산물 시장에서의 경쟁국별 수출경합도지수(ESI)

경합관계	2012	2013	2014	평균
한국-중국	0.60	0.63	0.61	0.61
한국-일본	0.53	0.49	0.44	0.49
한국-미국	0.47	0.45	0.45	0.46
한국-태국	0.78	0.78	0.86	0.81
한국-베트남	0.36	0.32	0.30	0.32
한국-인도네시아	0.74	0.67	0.61	0.67
한국-스페인	0.95	1.00	0.94	0.96
한국-프랑스	0.78	0.79	0.71	0.76
한국-에콰도르	0.63	0.67	0.63	0.64

주 : 편의상 세계시장에서 산출된 ESI 중에서 가장 큰 지수값이 1.00이 되도록 산출지수에 임의상수를 곱하여 재산출한 후 수출경합도를 비교함(수정 ESI = 산출 ESI × 2.09)

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

우리나라와 가장 높은 경합관계를 보이는 국가 간의 경합 품목을 살펴보면 한국-스페인의 경우 다랑어와 오징어 수출에 있어 경합관계를 보이고 있는 것으로 나타났는데, 주로 냉동 가다랑어, 냉동 황다랑어, 냉동 오징어를 중심으로 경합을 보이고 있다.

한국-태국 역시 다랑어와 오징어 수출에 있어 경합을 보이고 있는 것으로 나타났다으며, 다랑어 피레트와 냉동 황다랑어, 냉동 오징어를 중심으로 경합관계에 놓여 있다.

한편 한국-프랑스의 경우 다랑어, 오징어, 굴, 넙치 등 상대적으로 다양한 품목에 있어 경합관계를 보이고 있는 것으로 나타났다. 다만 프랑스의 경우 굴 수출과 관련하여 우리나라가 냉동, 조제품을 중심으로 수출 시장을 확대하고 있다면, 프랑스는 활굴을 중심으로 시장을 확대하고 있어 일부 목표로 하는 시장은 다른 것으로 나타났다.

〈표 2-15〉 세계 수산물 시장에서의 품목별 수출경합도지수(ESI)

구분	한국-스페인		한국-태국		한국-프랑스	
	2012	2014	2012	2014	2012	2014
수산물	0.95	0.94	0.78	0.86	0.78	0.71
굴	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.07
넙치	0.02	0.03	0.00	0.00	0.02	0.03
다랑어	0.56	0.53	0.56	0.62	0.30	0.20
대구	0.06	0.06	0.00	0.00	0.00	0.00
새치	0.01	0.03	0.00	0.00	0.01	0.01
오징어	0.12	0.13	0.11	0.11	0.12	0.11

주 : 1) 편의상 세계시장에서 산출된 ESI 중에서 가장 큰 지수값이 1.0이 되도록 산출지수에 임의상수를 곱하여 재산출한 후 수출경합도를 비교함(수정 ESI = 산출 ESI × 2.09)

2) 우리나라의 대구 수출은 수입 후 재수출임

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

2) 對일본

우리나라의 주력 수출 시장인 일본 시장에서 경합관계를 많이 보이고 있는 국가는 세계에서와 마찬가지로 한국-스페인(0.67)이 가장 높은 경합관계를 보이고 있으며, 그 다음으로 경합도가 높은 관계는 한국-인도네시아(0.53), 한국-태국(0.35) 순으로 나타났다. 세계 시장에서 경합도가 높았던 프랑스의 경우 일본 시장에서는 경합 관계가 높지 않은 것으로 분석되었는데 이는 상대적으로 일본의 프랑스산 굴 수입이 크지 않기 때문이다.

한편 최근 일본에서 우리나라와의 경합관계가 높아지고 있는 국가로는 태국, 스페인으로 조사되었다.

〈표 2-16〉 일본 수산물 시장에서의 경쟁국별 수출경합도지수(ESI)

경합관계	2012	2013	2014	평균
한국-중국	0.33	0.28	0.27	0.29
한국-일본	0.00	0.00	0.00	0.00
한국-미국	0.24	0.23	0.24	0.24
한국-태국	0.31	0.36	0.36	0.35
한국-베트남	0.15	0.10	0.09	0.11
한국-인도네시아	0.55	0.54	0.50	0.53
한국-스페인	0.57	0.72	0.72	0.67
한국-프랑스	0.13	0.10	0.13	0.12
한국-에콰도르	0.11	0.13	0.05	0.10

주 : 편의상 세계시장에서 산출된 ESI 중에서 가장 큰 지수값이 1.00이 되도록 산출지수에 임의상수를 곱하여 재산출한 후 수출경합도를 비교함(수정 ESI = 산출 ESI × 2.09)

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

주요 경합 품목을 중심으로 살펴보면 대부분이 다랑어, 오징어로, 특히 다랑어 수출에 있어 높은 경합관계를 보이고 있다. 그러나 다랑어의 경우 對일본 세부 수출 품목에 있어서 일부 차이가 있는 것으로 나타났는데, 우리나라가 다랑어 피레트와 냉동 눈다랑어를 중심으로 수출하고 있다면 스페인은 참다랑어, 인도네시아, 태국은 통조림을 중심으로 수출하고 있어 목표 시장에는 일부 차이가 있다.

〈표 2-17〉 일본 수산물 시장에서의 품목별 수출경합도지수(ESI)

구분	한국-스페인		한국-인도네시아		한국-태국	
	2012	2014	2012	2014	2012	2014
수산물	0.57	0.72	0.55	0.50	0.31	0.36
굴	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
넙치	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
다랑어	0.52	0.68	0.45	0.37	0.26	0.33
대구	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
새치	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00
오징어	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
해조류	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
전복	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

주 : 1) 편의상 세계시장에서 산출된 ESI 중에서 가장 큰 지수값이 1.00이 되도록 산출지수에 임의상수를 곱하여 재산출한 후 수출경합도를 비교함(수정 ESI = 산출 ESI × 2.09)

2) 우리나라의 대구 수출은 수입 후 재수출임

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

3) 對중국

중국 시장의 경우 우리나라와 가장 높은 경합관계를 보이는 국가는 한국-미국으로 ESI 지수가 0.86으로 가장 높은 경합관계를 보이고 있다. 그 다음으로 경합도가 높은 관계는 한국-스페인(0.42), 한국-인도네시아(0.41) 순으로 나타났다. 세계 시장에서의 경합도와는 달리 중국 시장에서는 한국의 주요 경쟁국은 미국으로 차별화된 경쟁구조를 보이고 있다.

〈표 2-18〉 중국 수산물 시장에서의 경쟁국별 수출경합도지수(ESI)

경합관계	2012	2013	2014	평균
한국-중국	0.00	0.00	0.00	0.00
한국-일본	0.45	0.42	0.34	0.40
한국-미국	0.89	0.79	0.91	0.86
한국-태국	0.18	0.20	0.18	0.19
한국-베트남	0.18	0.14	0.15	0.15
한국-인도네시아	0.54	0.35	0.35	0.41
한국-스페인	0.35	0.43	0.47	0.42
한국-프랑스	0.29	0.24	0.25	0.26
한국-에콰도르	0.05	0.03	0.05	0.05

주 : 편의상 세계시장에서 산출된 ESI 중에서 가장 큰 지수값이 1.00이 되도록 산출지수에 임의상수를 곱하여 재산출한 후 수출경합도를 비교함(수정 ESI = 산출 ESI × 2.09)

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

우리나라는 상대적으로 미국과의 경합을 많이 보이고 있는데, 그러한 이유는 한국과 미국 두 국가는 중국으로 모두 넙치 수출을 많이 하고 있는 상황이며, 대구, 오징어 등의 수출에 있어서도 높은 경합을 보이고 있기 때문이다. 한편 스페인의 경우 대구, 넙치, 다랑어, 오징어 등 다양한 품목에 있어 경합을 보이고 있으며, 인도네시아는 오징어, 해조류 수출에 있어 큰 경합을 보이고 있다.

〈표 2-19〉 중국 수산물 시장에서의 품목별 수출경합도지수(ESI)

구분	한국-미국		한국-스페인		한국-인도네시아	
	2012	2014	2012	2014	2012	2014
수산물	0.89	0.91	0.35	0.47	0.54	0.35
굴	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
넙치	0.12	0.14	0.12	0.14	0.00	0.00
다랑어	0.01	0.00	0.03	0.03	0.04	0.01
대구	0.19	0.21	0.12	0.21	0.06	0.02
새치	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
오징어	0.19	0.18	0.05	0.03	0.12	0.14
명태	0.13	0.18	0.00	0.00	0.00	0.00
해조류	0.00	0.00	0.00	0.00	0.08	0.06
전복	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

주 : 1) 편의상 세계시장에서 산출된 ESI 중에서 가장 큰 지수값이 1.0이 되도록 산출지수에 임의상수를 곱하여 재산출한 후 수출경합도를 비교함(수정 ESI = 산출 ESI × 2.09)

2) 우리나라의 대구 수출은 수입 후 재수출임

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

4) 對미국

미국은 우리나라의 3번째 수출 시장으로 많은 국가가 미국으로 수출하고 있다. 주요 경쟁국 중 우리나라와 가장 높은 경합관계를 보이는 국가는 한국-중국으로 ESI 지수가 0.50으로 가장 높다. 그 다음은 한국-프랑스(0.48), 한국-스페인(0.31) 순으로 일본 시장, 중국 시장에 비해 주요 경쟁국들과의 경합도가 높지 않다.

〈표 2-20〉 미국 수산물 시장에서의 경쟁국별 수출경합도지수(ESI)

경합관계	2012	2013	2014	평균
한국-중국	0.50	0.49	0.51	0.50
한국-일본	0.24	0.15	0.14	0.18
한국-미국	0.00	0.00	0.00	0.00
한국-태국	0.25	0.26	0.30	0.27
한국-베트남	0.23	0.22	0.26	0.24
한국-인도네시아	0.32	0.29	0.31	0.31
한국-스페인	0.31	0.31	0.31	0.31
한국-프랑스	0.52	0.49	0.44	0.48
한국-에콰도르	0.13	0.15	0.17	0.15

주 : 편의상 세계시장에서 산출된 ESI 중에서 가장 큰 지수값이 1.00이 되도록 산출지수에 임의상수를 곱하여 재산출한 후 수출경합도를 비교함(수정 ESI = 산출 ESI × 2.09)

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

가장 높은 경합관계를 보이고 있는 중국의 경우 우리나라와 오징어, 다랑어, 넙치, 굴 수출에 있어 경합을 보이고 있는 것으로 나타났다. 특히 냉동 오징어 수출에 있어 높은 경합을 보이고 있어 미국 시장에서 경쟁력을 높이기 위해선 중국산 냉동 오징어와의 경쟁을 피할 수 없을 것으로 보인다. 프랑스의 경우 이빨고기 수출에 있어 높은 경합관계를 보이고 있는 것으로 나타났으며 스페인은 다랑어, 오징어 수출에 있어 경합 관계를 보이고 있다.

〈표 2-21〉 미국 수산물 시장에서의 품목별 수출경합도지수(ESI)

구분	한국-중국		한국-프랑스		한국-스페인	
	2012	2014	2012	2014	2012	2014
수산물	0.50	0.51	0.52	0.44	0.31	0.31
굴	0.02	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00
넙치	0.03	0.03	0.00	0.00	0.01	0.00
다랑어	0.06	0.08	0.01	0.00	0.12	0.16
대구	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
새치	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
오징어	0.20	0.18	0.00	0.00	0.09	0.05
이빨고기	0.01	0.00	0.39	0.34	0.02	0.00
해조류	0.00	0.00	0.06	0.03	0.00	0.00

주 : 1) 편의상 세계시장에서 산출된 ESI 중에서 가장 큰 지수값이 1.00이 되도록 산출지수에 임의상수를 곱하여 재산출한 후 수출경합도를 비교함(수정 ESI = 산출 ESI × 2.09)

2) 우리나라의 대구 수출은 수입 후 재수출임

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

2. 수출 경쟁력 분석

글로벌 시장에서 국가별 경쟁력을 평가하고자 우리나라의 주요 수출 경쟁국³⁶⁾을 대상으로 각 시장별³⁷⁾ 비교우위 정도를 부류를 중심으로 세부적으로 파악하였다.

분석에서는 시장점유율 지수(MS), 현시비교우위지수(RCA2) 및 특정시장비교우위지수(MCA2)³⁸⁾를 사용하였으며, 분석 기간은 2012-2014년의 세계 전체 교역 및 수산물 교역액을 이용하였다.

36) 우리나라와 수산물 수출 품목이 유사한 상위 국가를 중심으로, 우리나라를 포함하여 중국, 일본, 미국, 태국, 베트남, 인도네시아, 스페인, 프랑스, 에콰도르로 선정함

37) 우리나라의 주요 수출 상위 3개 시장(일본, 중국, 미국)을 대상으로 함

38) 현시비교우위지수(RCA2), 특정 시장 비교우위지수(MCA2)는 수산물 시장을 중심으로 한 지수로 값이 1보다 크면 해당 시장에서 해당 품목이 수출 경쟁력이 있음을 의미한다.

1) 어류

가. 시장점유율(MS)

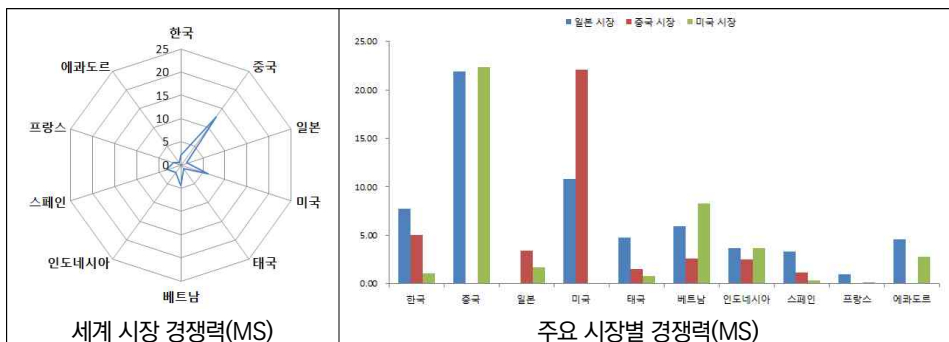
주요 수출 경쟁국 중 세계 어류 시장에서 점유율이 가장 높은 국가는 중국으로 전 세계 어류 시장의 12.8%를 차지하고 있다. 그 다음은 미국이 6.1%로 세계 어류시장에서 높은 점유율을 보유하고 있고, 베트남(4.5%), 스페인(3.3%) 순으로 점유율이 높다. 어류 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 중국은 틸라피아·명태 등을 중심으로 점유율을 높여 나가고 있으며, 일본 시장(21.9%), 미국 시장(22.4%)에서 특히 높은 점유율을 기록하고 있다.

우리나라는 세계 어류 시장에서 차지하는 점유율이 2.1%로 주요 경쟁국과 비교하여 높지 않은 점유율을 보유하고 있으나, 일본(7.8%), 중국(5.0%) 시장에서는 상대적으로 높은 점유율을 보이고 있다.

〈표 2-22〉 주요 수출국의 시장점유율(어류)

구분	한국	중국	일본	미국	태국
세계 시장	2.13	12.84	1.35	6.14	1.00
일본 시장	7.76	21.93	-	10.79	4.78
중국 시장	5.03	-	3.38	22.12	1.54
미국 시장	1.03	22.38	1.68	-	0.81
구분	베트남	인도네시아	스페인	프랑스	에콰도르
세계 시장	4.50	1.97	3.29	1.64	0.51
일본 시장	5.96	3.66	3.33	1.01	4.62
중국 시장	2.55	2.52	1.16	0.08	0.10
미국 시장	8.29	3.64	0.30	0.20	2.74

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공



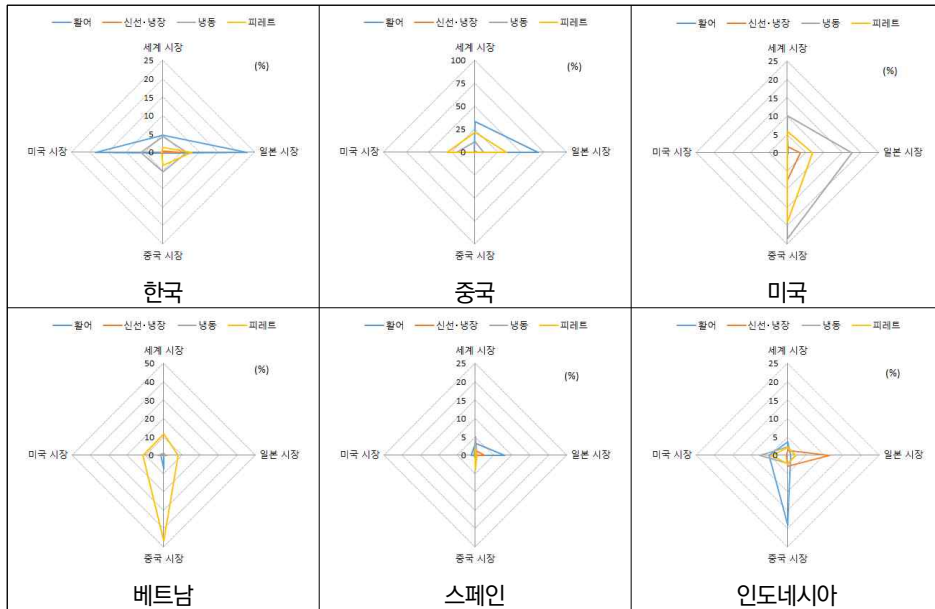
자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

부류별 시장점유율을 살펴보면 활어시장의 경우 세계에서 가장 높은 점유율을 지닌 국가는 중국으로 전 세계 활어 수출의 33.5% 가량을 차지한다. 특히 중국은 일본 시장에서의 점유율이 68.9%로 일본 활어 시장 대부분의 시장을 점유하고 있다. 우리나라는 세계 활어 시장에서 차지하는 점유율이 4.5%로 주요 경쟁 국가와 유사한 수준으로 나타났으나 일본 시장은 22.9%, 미국 시장에서는 18.3%로 해당 시장에서의 점유율은 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 그러나 중국 시장에서 우리나라의 점유율은 0.3%로 매우 낮은 편이다. 한편 중국 활어 시장은 인도네시아(19.1%), 베트남(7.6%), 태국(6.1%) 등 동남아시아 국가의 점유율이 높은 것으로 나타났다.

신선·냉장 시장은 유럽 국가(스페인, 프랑스)가 상대적으로 높은 점유율을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 스페인은 세계 시장에서 차지하는 점유율이 3.2%로 경쟁국 중 가장 높은 점유율을 차지하고 있으며 프랑스 역시 2.4%로 경쟁 국가의 평균(1.1%)에 비해 높다. 시장별로 보면 일본 시장은 인도네시아(11.5%), 스페인(8.1%), 한국(5.4%), 중국 시장은 미국(7.5%), 인도네시아(2.9%), 일본(1.8%), 미국 시장은 베트남(2.2%), 스페인(1.1%) 순으로 시장점유율이 높은 것으로 나타났다. 우리나라는 세계 신선·냉장 시장에서 차지하는 비중이 0.3%로 주력 수출품목이 부재한 편이다.

세계 냉동 시장은 중국(11.5%), 미국(10.0%), 스페인(4.9%) 순으로 점유율이 높은 것으로 나타난 가운데, 우리나라는 4.1%의 점유율을 차지하고 있다. 시장별로 보면 일본 시장에서는 미국(17.7%), 중국(9.6%), 한국(6.5%), 중국 시장에서는 미국(23.5%), 한국(5.4%), 일본(3.7%), 미국 시장은 중국(20.5%), 인도네시아(7.6%), 한국(6.1%) 순으로 시장점유율이 높다.

세계 피레트 시장은 중국(21.6%), 베트남(11.7%)이 차지하는 비중이 높다. 저렴한 인건비를 바탕으로 시장점유율을 확대해나가고 있기 때문인 것으로 판단된다. 시장별로 보면 일본 시장에서 점유율이 높은 국가는 중국(34.3%), 태국(9.9%), 한국(7.9%), 중국 시장은 베트남(46.6%), 미국(19.0%), 스페인(3.9%), 미국 시장은 중국(30.5%), 베트남(11.1%), 인도네시아(4.2%) 순으로 시장점유율이 높다.

〈그림 2-25〉 주요 수출국의 부류별 시장점유율(어류)³⁹⁾

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

나. 비교우위지수(RCA2, MCA2)

주요 국가별 비교우위지수분석을 시행한 결과 어류 수출에 있어 비교우위가 있는 국가는 한국(1.4), 미국(1.3), 프랑스(1.1), 스페인(1.1) 순으로 분석되었다.

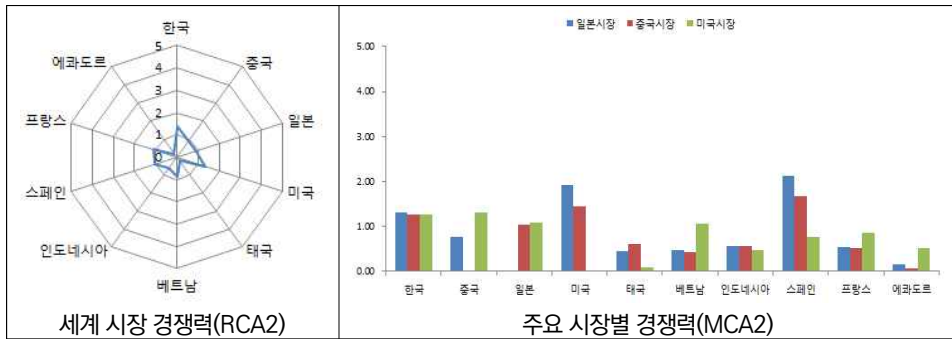
국가별로 보면 우리나라와 미국은 세계 시장에서뿐만 아니라 주요 시장(일본, 중국) 모두 고르게 경쟁력이 있는 것으로 나타난 반면, 세계 어류 시장에서 비교우위가 있는 것으로 나타난 프랑스(1.1)는 우리나라의 주요 시장에서(일본, 중국, 미국)는 경쟁력이 낮은 것으로 나타났다. 이는 프랑스의 어류 수출이 우리나라의 주력 시장보다는 유럽 국가에 집중되어 있기 때문인 것으로 판단된다.

39) 세계 어류 시장에서 점유율이 높은 중국(12.8%), 미국(6.1%), 베트남(4.5%), 스페인(3.3%), 인도네시아(2.0%)와 비교 분석을 시행함

〈표 2-23〉 주요 수출국의 비교우위지수(어류)

구분	한국	중국	일본	미국	태국
세계 시장	1.36	0.87	0.89	1.32	0.19
일본 시장	1.30	0.76	-	1.92	0.43
중국 시장	1.26	-	1.04	1.45	0.59
미국 시장	1.25	1.30	1.07	-	0.08
구분	베트남	인도네시아	스페인	프랑스	에콰도르
세계 시장	0.87	0.62	1.07	1.12	0.20
일본 시장	0.46	0.55	2.12	0.54	0.14
중국 시장	0.41	0.56	1.67	0.52	0.06
미국 시장	1.05	0.47	0.76	0.86	0.52

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공



자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

부류별 비교우위지수 결과를 살펴보면 전 세계에서 활어 수출에 있어 비교우위가 있는 국가는 프랑스(3.1), 한국(3.0), 일본(2.4), 중국(2.3), 스페인(1.3), 인도네시아(1.2) 순으로 전반적으로 주요 경쟁국들의 활어 수출 경쟁력은 높은 편이다. 그러나 목표 시장을 우리나라 주력 시장인 일본, 중국, 미국 시장으로 한정 지었을 때, 각 국가마다 경쟁력은 큰 편차를 보이고 있다. 일본 시장에서 경쟁력이 있는 국가는 한국(3.9), 중국(2.4), 중국 시장은 인도네시아(4.2), 태국(2.5), 베트남(1.4), 미국 시장은 한국(22.5), 일본(2.4)이 경쟁력 수준이 높은 것으로 나타나, 상대적으로 우리나라의 주력시장에서는 유럽 국가의 경쟁력이 낮은 것으로 나타났다. 이는 활어 수출 특성상 지리적 요인이 중요하기 때문인

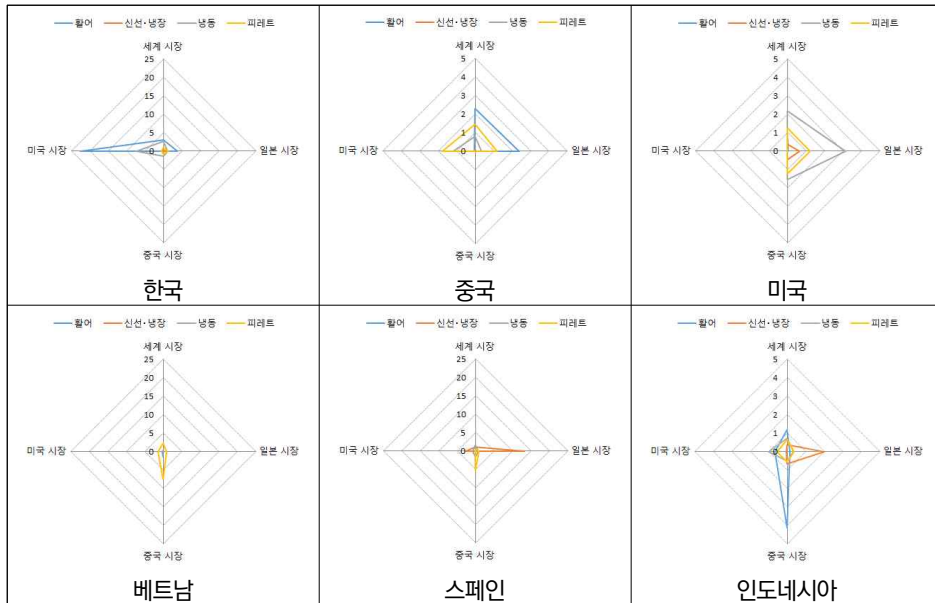
것으로 판단된다.

신선·냉장 시장의 경우 경쟁력이 있는 국가는 프랑스(1.7), 스페인(1.1) 정도로 분석 대상 국가의 신선·냉장 경쟁력은 높지 않은 편이다. 시장별로 보면 일본 시장의 경우 스페인(13.3), 인도네시아(2.0), 미국 시장은 스페인(2.7)이 경쟁력이 있고, 중국 시장에서는 분석 대상 국가 모두 경쟁력이 없는 것으로 나타났다. 우리나라는 신선·냉장 부문에 있어 세계에서도 경쟁력이 높지 않고 주요 국가 모두에서도 경쟁력이 높지 않은 것으로 나타났다.

세계 냉동 시장에서 상대적 우위가 있는 국가는 한국(2.7), 미국(2.2), 일본(1.7), 스페인(1.6) 순으로 우리나라는 특히 경쟁국가 중 냉동 시장에서 우위가 높은 것으로 분석되었다. 시장별로 보면 일본 시장에서는 미국(3.2), 한국(1.1), 중국 시장에서는 스페인(1.6), 미국(1.5), 한국(1.4), 일본(1.1), 미국 시장에서는 프랑스(9.1), 한국(7.4), 중국(1.2), 인도네시아(1.0)가 우위에 있는 것으로 나타났다. 우리나라는 세계 냉동 시장에서 비교우위가 있으며 특히 미국 시장에서 높은 비교우위를 가지고 있다고 볼 수 있다.

세계 피레트 시장은 상대적으로 저렴한 인건비를 지니고 있는 국가인 베트남(2.2), 중국(1.5)을 중심으로 비교우위가 높은 것으로 나타난 가운데, 미국 역시 RCA2 지수 값이 1.3으로 높은 수준에 있다. 특히 베트남의 경우 중국 시장에서의 경쟁력(7.5)이 매우 높은 것으로 나타났는데, 이는 상당한 양의 메기 피레트를 중국으로 수출하고 있기 때문이다. 우리나라의 경우 세계 피레트 시장에서의 경쟁력(0.8)은 높지 않은 것으로 나타났으나, 일본 시장(1.3)에서는 다랑어 수출을 통해 높은 경쟁력을 유지하고 있다.

〈그림 2-26〉 주요 수출국의 부류별 비교우위지수(어류)⁴⁰⁾



자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

40) 세계 어류 시장에서 점유율이 높은 중국(12.8%), 미국(6.1%), 베트남(4.5%), 스페인(3.3%), 인도네시아(2.0%)와 비교 분석을 시행함

2) 갑각류, 패류·연체동물, 해조류, 가공품

가. 시장점유율(MS)

주요 부류별 시장점유율을 살펴보면 우선 세계 갑각류 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 국가는 베트남으로 9.0% 가량을 차지하고 있고, 그 다음은 중국(7.9%), 에콰도르(7.7%) 순이다. 시장별로 보면 일본 시장은 베트남(21.0%), 인도네시아(17.2%), 중국(12.4%), 중국 시장은 베트남(17.4%), 미국(9.9%), 인도네시아(7.1%), 미국 시장은 인도네시아(13.9%), 베트남(7.7%), 태국(7.7%) 순으로 시장점유율이 높다. 우리나라는 수출 품목 부재 등의 이유로 갑각류 시장에서 차지하는 점유율이 매우 낮은 것으로 나타났다.

〈표 2-24〉 주요 수출국의 시장점유율(갑각류)

구분	한국	중국	일본	미국	태국
세계 시장	0.19	7.88	0.08	4.48	5.79
일본 시장	0.23	12.41	-	2.86	11.50
중국 시장	1.33	-	0.10	9.85	2.77
미국 시장	0.05	1.23	0.01	-	7.68
구분	베트남	인도네시아	스페인	프랑스	에콰도르
세계 시장	9.02	6.61	1.58	0.82	7.69
일본 시장	21.02	17.20	0.00	0.36	0.66
중국 시장	17.39	7.09	0.05	0.09	5.20
미국 시장	7.73	13.86	0.06	0.00	11.67

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

세계 패류·연체동물 시장은 중국이 압도적인 점유율을 가지고 있는 가운데, 주요 경쟁국들의 점유율은 큰 차이를 보이지 않는다. 중국은 세계 패류·연체동물 시장에서 차지하는 점유율이 23.0%로 가장 많고, 그 다음이 스페인(5.4%), 미국(4.8%), 일본(4.2%) 등의 순이다. 우리나라 역시 세계 시장에서 차지하는 비중이 3.1%로 낮지 않은 점유율을 가지고 있다.

시장별로는 일본 시장의 경우 중국(32.0%), 태국(14.1%), 한국(12.8%), 중국 시장은 미국(21.0%), 일본(17.0%), 한국(9.8%), 미국 시장은 중국(31.1%), 일본

(11.9%), 태국(3.4%) 순으로 시장점유율이 높다. 우리나라는 일본 시장과 중국 시장을 중심으로 높은 점유율을 지닌 것으로 나타났다.

〈표 2-25〉 주요 수출국의 시장점유율(패류·연체동물)

구분	한국	중국	일본	미국	태국
세계 시장	3.12	22.96	4.23	4.75	4.18
일본 시장	12.81	31.99	-	0.94	14.08
중국 시장	9.76	-	16.99	20.99	1.61
미국 시장	2.44	31.06	11.94	-	3.40
구분	베트남	인도네시아	스페인	프랑스	에콰도르
세계 시장	4.16	1.76	5.42	2.36	0.02
일본 시장	7.28	0.81	0.42	0.03	0.01
중국 시장	3.48	4.17	1.72	1.16	0.00
미국 시장	0.92	1.41	2.21	0.04	0.01

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

해조류 시장은 현재 특정 국가를 중심으로 시장점유율을 높여가고 있다. 세계 해조류 시장에서 가장 높은 점유율을 보이는 국가는 인도네시아가 20.2%로 가장 높고, 한국(18.9%), 중국(12.3%) 순으로 이들 국가가 차지하는 비중이 절반을 넘어선다. 시장별로 보면 일본 시장에서는 한국(53.9%)과 중국(28.8%)이 시장 대부분을 점유하고 있으며, 중국 시장은 인도네시아(48.7%), 한국(4.2%), 미국 시장은 한국(18.9%), 일본(7.5%), 중국(6.4%), 인도네시아(4.2%)가 경쟁하고 있다.

〈표 2-26〉 주요 수출국의 시장점유율(해조류)

구분	한국	중국	일본	미국	태국
세계 시장	19.07	12.27	2.52	2.32	0.65
일본 시장	53.91	28.84	-	0.24	0.19
중국 시장	4.22	-	0.66	0.37	0.12
미국 시장	18.94	6.36	7.45	-	0.43
구분	베트남	인도네시아	스페인	프랑스	에콰도르
세계 시장	0.28	20.18	0.50	1.66	0.03
일본 시장	0.36	0.50	0.00	0.01	-
중국 시장	0.12	48.68	0.01	0.12	-
미국 시장	0.56	4.24	0.03	1.80	0.08

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

가공품 시장은 수산물 수출을 선도하고 있는 국가를 중심으로 높은 점유율을 보유하고 있다. 중국은 세계 수산 가공품 시장에서 가장 높은 점유율인 25.4%를 차지하고 있으며, 그 다음은 태국(18.3%), 베트남(5.5%) 순으로 점유율이 높다. 시장별로 보면 일본 시장에서는 중국(54.6%)과 태국(22.9%), 중국 시장은 한국(11.8%), 미국(9.8%), 태국(8.6%), 일본(7.0%), 미국 시장은 중국(28.5%), 태국(26.8%), 베트남(10.7%), 인도네시아(9.0%)가 경쟁하고 있다.

〈표 2-27〉 주요 수출국의 시장점유율(가공품)

구분	한국	중국	일본	미국	태국
세계 시장	0.77	25.42	2.27	1.85	18.30
일본 시장	3.08	54.57	-	0.41	22.86
중국 시장	11.77	-	7.02	9.84	8.59
미국 시장	0.70	28.50	1.29	-	26.80
구분	베트남	인도네시아	스페인	프랑스	에콰도르
세계 시장	5.45	3.47	3.33	1.00	4.71
일본 시장	10.73	4.28	0.10	0.11	0.00
중국 시장	1.40	1.05	0.31	0.08	0.00
미국 시장	10.67	8.98	0.44	0.28	2.77

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공

나. 비교우위지수(RCA2, MCA2)

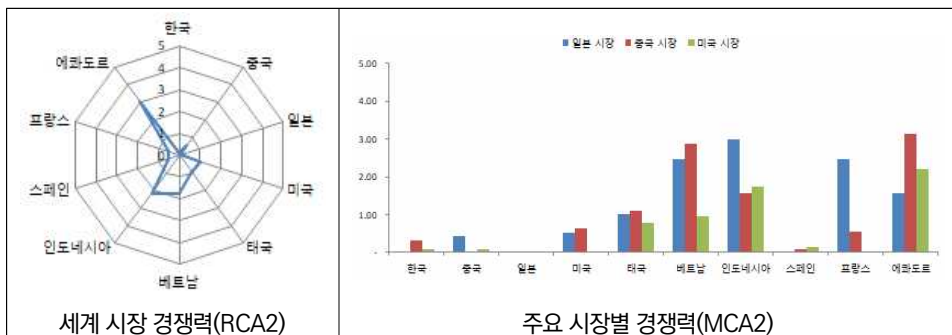
세계 갑각류 시장에서 상대적 우위가 있는 국가는 에콰도르(3.1), 인도네시아(2.2), 베트남(1.7) 순으로 해당 국가는 새우를 중심으로 시장을 점유하고 있다.

한편 일본 시장에서는 상대적으로 다양한 국가가 갑각류 수출에 있어 비교우위가 있었는데, 인도네시아(3.0)를 비롯하여 프랑스(2.5), 베트남(2.5), 에콰도르(1.6), 태국(1.0)은 RCA2 지수가 1.0을 넘어서는 것으로 나타났다. 중국 시장의 경우 에콰도르(3.1), 베트남(2.9), 인도네시아(1.6), 태국(1.1), 미국 시장에서는 에콰도르(2.2), 인도네시아(1.8)가 우위에 있는 것으로 나타났으며, 우리나라는 모든 시장에서 경쟁력이 높지 않은 것으로 분석되었다.

〈표 2-28〉 주요 수출국의 비교우위지수(갑각류)

구분	한국	중국	일본	미국	태국
세계 시장	0.13	0.53	0.06	0.98	0.96
일본 시장	0.04	0.43	-	0.51	1.02
중국 시장	0.32	-	0.03	0.64	1.10
미국 시장	0.07	0.07	0.01	-	0.77
구분	베트남	인도네시아	스페인	프랑스	에콰도르
세계 시장	1.74	2.17	0.52	0.56	3.08
일본 시장	2.47	3.00	0.00	2.48	1.57
중국 시장	2.87	1.57	0.07	0.54	3.14
미국 시장	0.97	1.75	0.15	0.01	2.22

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공



자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

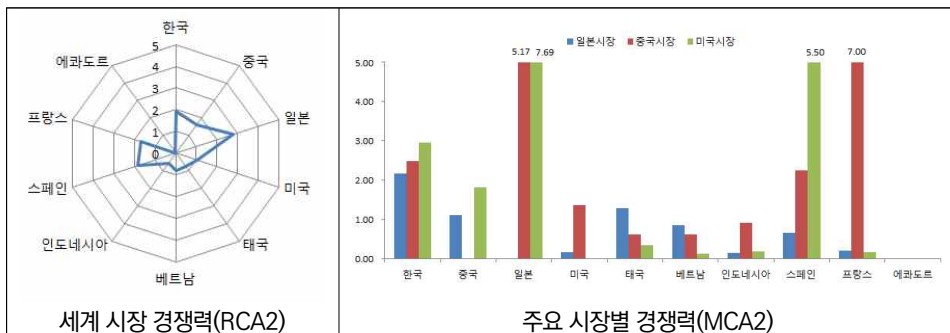
세계 패류·연체동물 시장에서 경쟁력이 있는 국가는 일본(2.8), 한국(1.9), 스페인(1.9), 프랑스(1.7), 중국(1.6), 미국(1.0) 순으로 해당 국가의 패류·연체동물 경쟁력은 타 부문에 비해 높다고 볼 수 있다.

주요 시장별로 보면 일본 시장에서는 한국(2.1), 중국(1.11), 중국 시장에서는 프랑스(7.0), 일본(5.2), 한국(2.5), 스페인(2.2), 미국(1.4), 미국 시장은 일본(7.7), 스페인(5.5), 한국(3.0), 중국(1.8)이 우위에 있는 것으로 나타났다. 우리나라는 고른 분포로 경쟁력이 있는 것으로 나타난 반면, 프랑스는 패류를 중심으로 중국에서 높은 경쟁력을 가진 것으로 나타나 대조되는 양상을 보이고 있다.

〈표 2-29〉 주요 수출국의 비교우위지수(패류·연체동물)

구분	한국	중국	일본	미국	태국
세계 시장	1.92	1.63	2.79	1.02	0.76
일본 시장	2.16	1.11	-	0.17	1.29
중국 시장	2.49	-	5.17	1.37	0.62
미국 시장	2.95	1.81	7.69	-	0.35
구분	베트남	인도네시아	스페인	프랑스	에콰도르
세계 시장	0.80	0.56	1.85	1.68	0.01
일본 시장	0.86	0.14	0.65	0.21	-
중국 시장	0.62	0.91	2.24	7.00	-
미국 시장	0.12	0.18	5.50	0.16	0.00

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공



자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

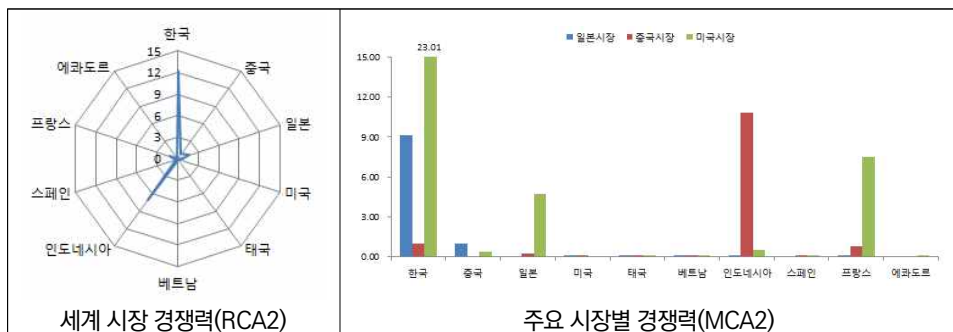
세계 해조류 시장에서 경쟁력이 있는 국가는 한국(12.3), 인도네시아(7.1), 일본(1.6), 프랑스(1.1) 순으로 해당 국가의 해조류 경쟁력은 타 부문에 비해 비교우위에 있다.

주요 시장별로 보면 일본 시장에서는 한국(9.1), 중국(1.0), 중국 시장에서는 인도네시아(10.8), 한국(1.0), 미국 시장은 한국(23.0), 프랑스(7.5), 일본(4.7)이 우위에 있다. 우리나라는 상대적으로 미국 시장과 일본 시장에서 해조류 경쟁력이 높은 것으로 나타났다.

〈표 2-30〉 주요 수출국의 비교우위지수(해조류)

구분	한국	중국	일본	미국	태국
세계 시장	12.26	0.80	1.64	0.50	0.11
일본 시장	9.13	1.00	-	0.04	0.02
중국 시장	1.01	-	0.21	0.02	0.04
미국 시장	23.01	0.37	4.73	-	0.05
구분	베트남	인도네시아	스페인	프랑스	에콰도르
세계 시장	0.06	7.14	0.19	1.12	0.02
일본 시장	0.04	0.09	-	0.08	0.00
중국 시장	0.02	10.85	0.01	0.77	0.00
미국 시장	0.07	0.53	0.07	7.52	0.01

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공



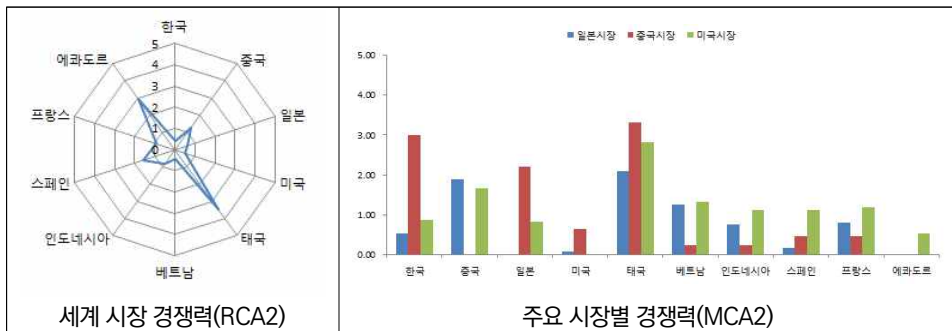
자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

세계 가공품 시장은 태국(3.5), 에콰도르(3.0)가 높은 경쟁력을 보유하고 있는 가운데, 스페인(1.6), 중국(1.3)도 경쟁력이 있는 것으로 나타났다. 시장별로는 일본 시장의 경우 태국(2.1), 중국(1.9), 베트남(1.3), 중국 시장은 태국(3.3), 한국(3.0), 일본(2.2), 미국 시장은 태국(2.8)을 비롯하여 상대적으로 다양한 국가의 경쟁력이 있는 것으로 조사되었다.

〈표 2-31〉 주요 수출국의 비교우위지수(가공품)

구분	한국	중국	일본	미국	태국
세계 시장	0.41	1.30	0.61	0.52	3.49
일본 시장	0.52	1.89	-	0.07	2.09
중국 시장	2.99	-	2.21	0.65	3.32
미국 시장	0.86	1.66	0.82	-	2.82
구분	베트남	인도네시아	스페인	프랑스	에콰도르
세계 시장	0.45	0.81	1.58	0.90	2.96
일본 시장	1.25	0.75	0.16	0.81	-
중국 시장	0.23	0.23	0.47	0.47	-
미국 시장	1.32	1.13	1.12	1.18	0.53

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료를 저자 가공



자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

제5절 소결

세계적으로 수산물 교역 시장의 규모가 꾸준히 증대되고 있는 가운데, 중국과 노르웨이는 수출 시장에서 시장 점유율을 크게 늘려 가고 있다. 특히 중국은 세계 제 1위 수산물 생산국으로 양식 중심의 증산을 추진하는 한편 일찍이 해외 수산 가공자본의 유치로 주요 선진국의 수산물 임가공지로서 세계 시장점유율을 높여 압도적으로 시장을 주도하고 있다. 그 결과 2000년도까지만 해도 세계 수출 시장에서 약 7% 가량의 점유율을 차지하던 비중이 2014년 접어들면서 15% 가량을 차지하는 제 1위 수산물 수출 국가로 성장할 수 있었다.⁴¹⁾

노르웨이의 경우 주력 수출품목인 연어의 프리미엄 이미지 구축과 함께 스웨덴에 가공기지를 건설하는 등의 다각적인 생산 저변 확대 활동 등을 통해 유럽은 물론, 동아시아 국가, ASEAN 국가 등 신규 시장으로 시장을 확대하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 노르웨이의 사례는 생산 및 가공 산업 확대에 있어 제약이 있는 우리나라 수산업에 있어 향후 벤치마킹할 수 있는 좋은 요소가 될 수 있을 것으로 판단된다.

한편, 2000년 이후 세계 수산물 수입 시장은 그 규모나 성장 속도를 고려했을 때, 가공품, 어류 피레트, 신선·냉장을 중심으로 빠르게 성장하고 있는 것으로 나타났다. 해당 시장을 중점적으로 살펴보면 뚜렷한 특징을 발견할 수 있는데, 신선·냉장의 경우 연어를 중심으로 시장이 형성되어 있어 노르웨이가 시장을 선점하고 있는 양상을 보이고 있으며, 가공품과 어류 피레트의 경우 상대적으로 국가별 비교우위에 입각하여 교역구조가 양극화되어 있는 것을 확인할 수 있다.

즉, 해당 시장에 있어 상대적으로 인건비가 저렴한 국가가 주요 수출국, 상대적으로 소득이 높고 건강한 간편식을 선호하는 선진국이 주요 수입국에 포진되어 있다. 이러한 교역 구조는 그 구조가 고착화되어 가고 있어 해당 추세는 지속적으로 이어질 가능성이 높다.

우리나라는 최근 빠르게 성장하고 있는 해조류 시장을 제외하고는 글로벌 시장에서 크게 성장하고 있는 가공품, 어류 피레트, 신선·냉장 시장에서의 점유율이

41) 본문 <표 2-1> 참조

낮아 장기적으로 성장 가능성에 제약이 있을 수 있는 것으로 나타났다. 또한 수산물 교역과 관련해서 수산물에 대한 높은 수요의 영향으로 주요 수입국에 해당하는 것으로 나타나 수출 경쟁력 약화에 대한 우려가 있는 상황이다.

주요 수출 중심형 대상 국가로는 일본, 미국, 태국이, 주요 수입 중심형 대상 국가에는 중국, 러시아, 베트남 등이 속하는 것으로 나타났는데, 미국과 태국의 경우 이전에는 우리나라의 주요 수입 중심형 국가로 분류되었으나 시간이 흐름에 따라 수출 중심형 국가로 변모하는 양상을 보였다. 특히 태국은 우리나라와 조미김 수출에 있어 경합관계를 보이기도 하나 우리나라의 마른김을 수입하고 원료용 다랑어를 수입하는 등 보완관계를 보이기도 하였다.

품목을 중심으로 살펴보면 다랑어, 김 등을 수출하고 있는 반면, 명태, 새우, 낙지 등은 수입하고 있는 것으로 나타났다. 주요 수출 품목 중 하나인 오징어의 경우 자원의 변동에 따라 주요 수출 품목에서 수입 중심형 품목에 가까워지고 있는 모습을 보이고 있다.

수산물 수출과 관련해서 우리나라는 최근 김과 다랑어 수출 비중이 높으며, 저렴한 인건비가 요구되는 가공품, 어류 피레트 생산, 주요 국가의 핵심 품목인 연어 등 신선·냉장 품목의 확대가 어려운 상황이다. 김을 주력 상품으로 삼아 해조류 시장을 확장시켜 나가면서도, 중장기적으로 시장 크기나 부가가치 등을 고려하고 우리나라 환경에 맞는 교역 체제를 갖추기 위한 노력이 필요하다.

또한 본장에서는 한정된 자원을 보다 효율적으로 활용하기 위해 우리나라의 주요 수출 경쟁국을 찾아내고, 경쟁국과의 차별화는 물론 비교우위에 입각한 시장 분석을 통해 잠재성 있는 시장을 발견하고자 하였다. 분석 결과 세계에서 우리나라와 가장 높은 경합관계를 보이는 국가는 스페인, 태국, 프랑스 순이며, 특히 태국과는 최근 경합관계가 강화되고 있는 것으로 나타났다.

시장별로는 중국 시장에서 우리나라와 가장 높은 경합관계를 보이는 국가는 미국, 미국 시장에서 우리나라와 가장 높은 경합관계를 보이는 국가는 중국으로, 표적 시장별로 경합 국가가 달라지는 것으로 조사되었다. 각 시장별로 주요 경합국을 중심으로 경합국의 긍정적인 부분은 벤치마킹을 하고, 그 외의 부분은 차별화하여 우위를 점하기 위한 전략 수립이 요구된다.

다음은 시장별 비교우위지수 분석(MCA2)을 통해 미국 시장의 잠재력을 평가

할 수 있었는데, 우리나라는 미국 시장에서 해조류, 활어, 냉동, 패류·연체동물 등의 경쟁력이 상대적으로 높게 나타났다. 향후 수출에 있어 해당 품목을 중심으로 미국 시장에 대한 접근이 필요할 것으로 판단된다.

제3장

우리나라 수산물 수출 구조 분석 《

제1절 수산물 수출 실태 분석

1. 국가별 수출

우리나라의 국가별 수출 구조를 살펴보면 상위국으로의 수출이 집중된 구조를 보이고 있다. 특히 일본, 중국, 미국 상위 3개국으로의 수출이 매우 집중된 구조로 2016년 기준 전체 수출액에서 상위 3개국으로의 수출이 63.7%를 차지하였다. 2010년 68.6%와 비교하면 5%p 감소하였지만 전체 수출에서 60% 이상이 상위 3개 국가에 집중되어 있는 만큼 수출 집중도가 높은 것으로 평가된다.

〈표 3-1〉 우리나라의 상위 3개국 수산물 수출 동향

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2010	2012	2014	2015	2016	연평균 증감률
전체	1,798	2,361	2,067	1,924	2,128	2.8
3개국 합계	1,233	1,544	1,291	1,210	1,355	1.6
(비중)	(68.6)	(65.4)	(62.5)	(62.9)	(63.7)	
일본	860	981	765	665	737	△2.5
중국	231	372	309	313	377	8.5
미국	142	191	217	232	241	9.2

주 : ()안의 수치는 전체 수출에서 해당 항목이 차지하는 비중임

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

수출 대상국의 집중화는 대내외 리스크 관리에 약점을 보일 수 있기 때문에 개선이 필요한 것으로 판단된다. 일례로 우리나라의 제 1위 수출국인 일본으로의 수출이 엔저 영향으로 수출이 감소하면서 우리나라 전체 수산물 수출도 직접적

으로 위축된 사례가 있다.

한편 수산물 수출 국가 수가 2000년 93개국에서 2016년 138개국으로 확대되고 있는 점은 수출국 다변화 측면에서 긍정적 요인으로 평가할 수 있다. 향후 세계 시장에서 수산물 교역은 불확실한 생산, 수산물 가격의 지속 상승, 국가 간 정치 이슈 발생 등 예측 불가능한 상황이 더 많이 발생할 것으로 전망됨에 따라, 신규 수출국을 지속적으로 발굴하면서 상위 수출국에 대한 의존도를 완화시킬 필요가 있다.

〈표 3-2〉 우리나라 수산물 수출 국가수 추이

(단위: 개, %)

구분	2000	2005	2010	2016	연평균 증감률
전체	93	106	113	138	2.5

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

2. 품목별 수출

우리나라에서 수출되는 품목은 약 120개 품목으로, 이 중 상위 10개 품목의 수출이 전체 수출액의 약 60%를 차지하고 있다. 최근 상위 10개 품목의 수출 비중 추이를 살펴보면 수출 품목의 집중 현상이 심화되고 있는 것을 확인할 수 있다. 2012년에는 상위 10개 품목의 수출 비중이 59.2%에서 불과했으나, 2016년에는 67.5%로 약 10%p 증가한 것이다. 주요 수출 품목 중에서는 참치⁴²⁾와 김의 수출 비중이 각각 27.1%, 16.6%로 이들 2개 품목의 수출이 전체 수산물 수출의 40% 이상을 차지하고 있다.

최근 수산물 수출이 호조세를 보이고 있는 것은 김이라는 대표 품목을 발굴하여 적극적으로 해외시장을 개척한 데 따른 결과라 할 수 있다. 따라서 수산물 수출 산업의 지속적 성장을 유도하기 위해서는 참치, 김 등을 잇는 포스트 품목 발굴이 필요한 시점이다.

42) 다랑어는 황다랑어, 눈다랑어 등 다랑어류를 의미하며, 참치류는 다랑어류와 새치류를 포함함

〈표 3-3〉 우리나라의 상위 10개 품목 수출 동향

(단위 : 백만 달러)

순위	2012년		2014년		2016년	
	품목	금액(%)	품목	금액(%)	품목	금액(%)
	총 수출	2,361(100.0)	총 수출	2,067(100.0)	총 수출	2,128(100.0)
	10대 품목	1,397(59.2)	10대 품목	1,322(64.0)	10대 품목	1,436(67.5)
1	참치	603(25.6)	참치	57(27.9)	참치	576(27.1)
2	김	231(9.8)	김	274(13.3)	김	353(16.6)
3	오징어	120(5.1)	오징어	116(5.6)	오징어	112(5.3)
4	고등어	71(3.0)	굴	66(3.2)	전복	66(3.1)
5	붕장어	70(3.0)	넙치	64(3.1)	굴	62(2.9)
6	넙치	69(2.9)	게살	57(2.7)	넙치	61(2.9)
7	명태	60(2.5)	붕장어	53(2.6)	붕장어	54(2.5)
8	게살	59(2.5)	전복	46(2.2)	게살	53(2.5)
9	전복	58(2.5)	명태	36(1.8)	삼치	50(2.4)
10	굴	56(2.4)	이빨고기	33(1.6)	이빨고기	48(2.3)

주 : ()안의 수치는 전체 수출에서 해당 항목이 차지하는 비중임

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

3. 가공형태별 수출

수산물을 많이 수출하는 것도 좋지만 고부가가치 품목을 수출함으로써 보다 높은 부가가치를 창출하는 것도 중요하다. 현재 우리나라 수산물 수출은 주로 가공용 원료로 사용되는 원물 중심의 수출 구조로 부가가치 창출이 미흡한 것으로 평가된다.

최근 3년 평균 전체 수출 중 원물의 비중이 66.4%이며, 가공품 수출은 33.6%에 불과한 것으로 나타났다. 특히 가공품 수출에 있어서도 밀폐용기나 단순 조제품 중심의 수출 구조로 부가가치를 가장 높일 수 있는 고차 가공품 수출은 미미한 것으로 판단된다.

〈표 3-4〉 가공형태별 수산물 수출 실적

(단위 : 백만 달러)

구분	2014년	2015년	2016년	평균
전체	2,067(100.0)	1,924(100.0)	2,128(100.0)	2,040(100.0)
■ 원물	1,406(68.0)	1,255(65.2)	1,401(65.8)	1,354(66.4)
- 활어	67(3.2)	62(3.2)	69(3.3)	66(3.2)
- 신선냉장	174(8.4)	184(9.6)	239(11.2)	199(9.8)
- 냉 동	1,165(56.4)	1,009(52.4)	1,092(51.3)	1,089(53.4)
■ 가공	661(32.0)	669(34.8)	727(34.2)	686(33.6)

주 : ()안의 수치는 전체 수출에서 해당 항목이 차지하는 비중임

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

향후 세계 수산물 교역 시장에서 원물 수요도 많겠지만 인구·사회 구조적 변화로 인해 가공품 수요가 증가할 것으로 기대된다. 특히 주요국의 경제성장 및 노령화, 독신 가국 및 소가족 증가 등으로 인해 건강을 고려한 기능성 식품과 간편하게 조리해 섭취할 수 있는 간편성 제품에 대한 수요 증가가 예상된다. 따라서 세계 시장 구조 변화에 대응하고 수출산업의 경쟁력 제고를 위해서는 원물보다는 가공품 중심의 수출 체제로의 전환이 요구된다.

4. 주요 수출품 경쟁력 분석

세계 수산물 시장에서 가장 많이 교역되고 있는 품목과 우리나라의 주요 수출 품목에 대해 수출 가격과 생산량을 통해 한국산 수산물의 경쟁력을 평가하였다.

먼저 전 세계 수산물 생산 중 한국 생산 비중이 1%로 생산이 적은 새우, 연어, 대구, 명태 등의 경우 세계 수산물 수출 시장에서 한국산의 점유율이 1% 미만으로 나타났다. 해조류, 전복, 굴의 경우 전 세계 생산량 대비 한국산의 수출 시장 점유율이 높은 품목으로, 특히 해조류의 경우 전 세계 생산량에서 한국의 비중이 4.0%에 불과하지만, 전체 수출시장에서는 18.2%를 차지하고 있다. 반면 오징어, 게, 고등어, 넙치의 경우 전 세계 생산량 대비 한국산의 수출 시장 점유율이 낮은 품목이며, 다랑어의 경우 전 세계 생산량 대비 수출 시장 점유율이

4.7%로 동일하게 나타났다.

이들 품목의 한국산 가격 경쟁력을 비교해본 결과 새우, 연어, 다랑어, 대구, 오징어, 게, 고등어, 명태 등의 경우 한국산 가격이 세계 평균 수출 가격보다 낮아 경쟁력이 있으며, 넙치와 해조류는 한국산의 경쟁력이 떨어지는 것으로 분석되었다. 전복과 굴의 경우 세계 수출 가격과 비슷한 수준으로 나타났다.

〈표 3-5〉 세계 주요 교역 품목의 한국산 경쟁력(2012~2014년 평균)

구분	수출 시장 규모		수출 가격 경쟁력		수산물 생산	
	세계 시장(백만 달러)	한국 점유율	세계 수출 가격(\$/kg)	한국산 수준	전 세계 (만 톤)	한국 점유율
새우	22,328	0.0%	9.2	56.2%	772	0.4%
연어	18,601	0.0%	6.3	50.8%	432	0.1%
다랑어	11,809	4.7%	4.1	73.4%	730	4.7%
대구	5,872	0.9%	4.4	56.3%	820	0.7%
오징어	5,561	2.3%	3.6	52.3%	431	7.2%
게	4,038	2.3%	10.8	94.9%	186	4.0%
고등어	2,854	1.6%	1.8	62.6%	611	3.1%
명태	2,648	1.8%	1.8	67.5%	325	1.0%
넙치	2,181	1.2%	4.0	118.4%	121	5.4%
해조류	790	18.2%	1.8	309.2%	2,714	4.0%
전복	759	6.9%	40.1	97.9%	50	3.5%
굴	389	16.4%	7.2	100.6%	508	5.6%

주 : 1) 품목은 전 세계 수출 상위 10개 품목과 한국 상위 10개 품목을 이용하여 도출함(품목명을 알 수 없는 품목과 소금은 제외함)

2) 품목별 수출 및 수출 가격은 UN Comtrade 자료를 활용하여 HS 6단위로 산출함

3) 해조류 교역 실적은 12류의 실적으로 조미김 등 조제 해조류를 포함하지 않음

4) 품목별 생산 자료는 FAO 자료를 이용하여 산출한 자료임

자료 : UN Comtrade(2017.05.31) 원자료 저자 가공, FAO FishstatJ(2017. 09. 28) 원자료 저자 가공

세계 시장 규모, 국내 생산 확대 가능성, 한국산 가격 경쟁력을 활용하여 품목별 수출 전략을 도출한 결과 새우, 연어, 게, 고등어는 적극적 시장 개척이 필요한 것으로 판단된다. 새우와 연어의 경우 세계 최대 거래 품목이지만 국내

생산이 부족해 수출에 어려움이 있다. 따라서 이들 품목의 경우 국내 양식산업화와 함께 해외 생산기지 건설 등을 통해 충분한 물량을 확보할 필요가 있다. 또한 새우의 경우 세계적으로 원물 수요도 많지만 가공품에 대한 수요도 많기 때문에 원물을 수입한 후 고차 가공 제품으로 개발하여 수출하는 방안에 대한 검토도 필요하다. 게와 고등어의 경우 생산량 대비 수출 시장 점유율이 낮으며, 가격 경쟁력까지 보유하고 있는 것으로 분석되어 가격 경쟁력을 바탕으로 해외 시장을 개척할 필요가 있다.

다랑어, 대구, 오징어의 경우 세계적으로 거래가 많이 되고 있지만, 이들 품목의 경우 어선어업 중심의 생산구조로 생산 확대가 쉽지 않고, 현재 이들 품목의 한국산 수출 가격이 세계 가격과 비교해 낮은 수준으로 고차 가공 제품 개발 등을 통해 부가가치를 높일 필요가 있다.

마지막으로 넙치, 해조류, 전복, 굴의 경우 세계 시장에서 한국산 점유율이 높으며, 수출 가격도 세계 가격보다 높은 수준으로 시장 점유율을 높이는 방안 마련이 필요하다.

〈표 3-6〉 세계 주요 교역 품목 수출 전략

수출 전략	부문별	
	가격·가공 제고	생산·품질 제고
시장개척	게, 고등어	새우, 연어
부가가치 제고	다랑어, 대구, 오징어, 명태	
시장 점유 확대	전복	해조류, 넙치, 굴

자료 : 저자 작성

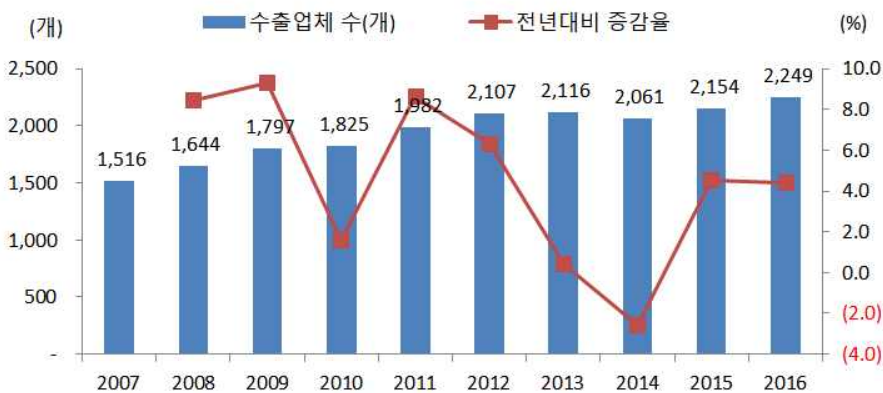
제2절 수산물 수출업체 현황 분석⁴³⁾

1. 수출업체 일반 현황

1) 업체 수

2016년 기준 수산물 수출업체는 2,249개로 2007년 이후 연평균 4.5% 증가하였다. 최근 10년간 수출업체 수 추이를 살펴보면 2007년 1,516개에서 2012년 2,000개 이상으로 증가하였으며, 이후로도 지속적 증가세를 보이고 있다. 하지만 2010년대 들어서는 과거에 비해 증가세가 완화된 것으로, 최근 들어 다시 4%대의 증가세를 보이고 있다.

〈그림 3-1〉 수산물 수출업체 수 추이



주 : 수산물로 분류된 품목(HSK)의 수출 실적이 있는 업체임

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

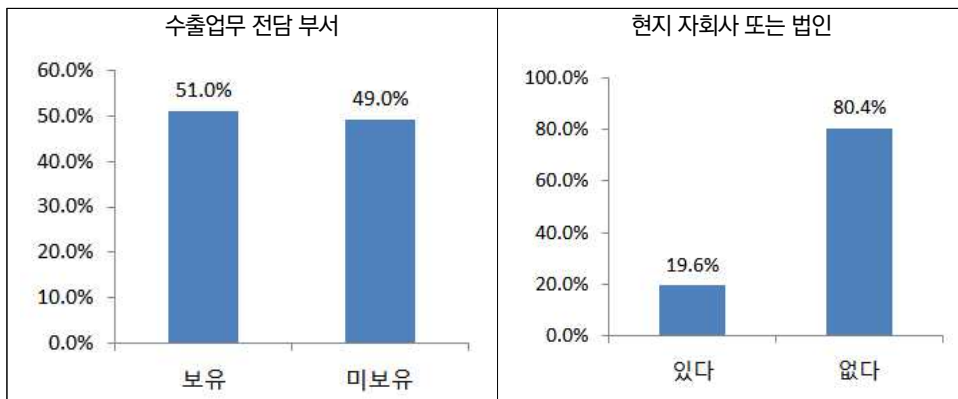
⁴³⁾ 수출업체 설문조사 결과는 금년 7월~12월까지 수산물 수출업체 52개 대상으로 연구진이 조사한 결과를 분석한 자료로 개요는 〈부록 3〉 참조

2) 수출업무 기반

해외시장 개척 및 효율적 수출업무 처리를 위해서는 수출업무를 전담하는 부서는 물론 해외 현지 자회사(또는 법인) 설립이 요구된다. 이와 관련하여 수출업체를 대상으로 수출업무 전담 부서와 해외 현지 자회사 또는 법인 보유 여부에 대해 설문조사를 실시한 결과 수출업무 전담 부서가 필수적임에 불구하고 수출업무 전담 부서가 없는 업체가 많았으며, 현지 자회사도 일부 업체에서만 운영하고 있는 것으로 조사되었다.

구체적으로 살펴보면 수출업무에 있어 필수적인 수출 전담 부서를 갖추지 못한 업체가 49.0%로 절반 이상을 차지하였으며, 해외 자회사 또는 법인의 경우 전체 응답자의 19.6%만이 현지 자회사 또는 법인을 운영하는 것으로 조사되었다.

〈그림 3-2〉 해외 수출업무 전담 부서 및 현지 자회사 보유 여부



자료 : 수출업체 설문조사 결과(저자 조사)

한편 수산물 수출업체를 대상으로 면담 조사를 실시한 결과 업체에서 활용할 수 있는 수출 전문인력이 부족한 것으로 조사되었다. 수출업체의 경쟁력 제고를 위해서는 우수한 인력의 확보가 필수적으로 수출업체가 현장에서 바로 활용할 수 있는 수출 전문인력을 양성할 필요가 있다.

2. 수출업체 수출 실태

1) 개황⁴⁴⁾

수산물 수출업체 수출 실적 기준으로 그룹화하면 100만 달러 미만의 수출 초보 기업이 1,887개로 전체 업체 수의 약 84%를 차지하며, 특히 10만 달러 미만의 업체 수가 1,281개로 대부분을 차지하고 있다. 한편, 100~1,000만 달러의 유망 기업은 325개, 1,000만 달러 이상의 핵심기업은 37개에 불과하다. 특히 2012년 이후 수출액이 100만 달러 이상인 기업의 수는 감소한 것으로 나타났다.

〈표 3-7〉 수출 실적별 수출업체 수

(단위 : 개, %)

구분		2012	2013	2014	2015	2016
전체		2,107	2,116	2,060	2,155	2,249
100만\$ 미만 (초보기업)	소계	1,729	1,762	1,728	1,837	1,887
	(비중)	(82.1)	(83.3)	(83.9)	(85.2)	(83.9)
	1만\$ 미만	426	428	461	522	634
	1~10만\$	634	690	668	706	647
	10~25만\$	299	300	273	296	289
	25~50만\$	187	186	173	164	170
	50~75만\$	113	103	94	91	84
	75~100만\$	70	55	59	58	63
100~1,000만\$ (유망기업)	소계	341	317	295	281	325
	(비중)	(16.2)	(15.0)	(14.3)	(13.0)	(14.5)
	100~250만\$	184	169	152	138	178
	250~500만\$	98	93	91	93	96
	500~750만\$	47	34	38	34	39
	750~1,000만\$	12	21	14	16	12
1,000만\$ (핵심기업)	소계	37	37	37	37	37
	(비중)	(1.8)	(1.7)	(1.8)	(1.7)	(1.6)

주 : 수산물로 분류된 품목(HSK)의 수출 실적이 있는 업체임

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

44) 수산물 HSK 코드 기준 수산물 수출이 이루어진 업체의 금액 구간별 자료를 활용함

업체 규모별 수산물 수출액의 경우 연간 수출 실적이 100만 달러 이상의 유망 기업과 핵심기업의 수출이 전체 수산물 수출액의 약 90%를 차지하고 있다. 특히 37개에 불과한 핵심기업의 수출이 전체 수출액의 40% 이상을 차지하였다. 반면 전체 업체 수의 약 80%를 차지하는 초보기업의 수출은 전체 수산물 수출의 약 10% 수준에 머물고 있다. 즉, 수산물 수출은 연간 수산물 수출이 100만 달러 이상인 유망 기업과 핵심기업 중심으로 이루어지고 있다.

〈표 3-8〉 수출 규모별 수산물 수출실적

(단위 : 백만 달러, %)

구분		2012	2013	2014	2015	2016
전체		2,361	2,151	2,067	1,924	2,128
100만\$ 미만 (초보기업)	소계	273	259	245	243	242
	(비중)	(11.6)	(12.1)	(11.9)	(12.6)	(11.4)
	1만\$ 미만	1	1	1	1	2
	1~10만\$	28	30	28	29	27
	10~25만\$	47	48	44	49	47
	25~50만\$	66	68	63	58	59
	50~75만\$	70	64	57	55	52
100~1,000만\$ (유망기업)	소계	1,038	981	916	887	963
	(비중)	(44.0)	(45.6)	(44.3)	(46.1)	(45.3)
	100~250만\$	305	279	244	220	290
	250~500만\$	352	319	322	325	336
	500~750만\$	278	205	235	203	233
1,000만\$ (핵심기업)	소계	1,050	911	906	794	923
	(비중)	(44.5)	(42.4)	(43.8)	(41.3)	(43.4)

주 : 수산물로 분류된 품목(HSK)의 수출 실적이 있는 업체임

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

국내 기업 분류별 수산물 수출업체의 특성을 살펴본 결과 중소기업으로 분류된 업체 수가 2,068개로 전체 업체 수의 92%를 차지하였다. 다음으로 중견기업이 454개, 대기업이 29개 등의 순이다. 기업 분류별 수출 실적은 중소기업으로 분류된 기업의 수출 실적이 16억 3천 9백만 달러로 전체 수산물 수출액의

77.0%를 차지해 가장 많고, 다음으로 중견기업(21.3%), 대기업(1.4%) 등의 순이다.

〈표 3-9〉 기업 분류별 수출업체 수 및 수출 실적

(단위: 개)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	수출액 (백만 달러)
합 계	2,107	2,116	2,061	2,154	2,249	2,127
대기업	22	20	20	28	32	29
중견기업	42	46	52	53	63	454
중소기업	2,029	2,025	1,970	2,056	2,068	1,639
기타	14	25	19	17	86	7

주: 수산물로 분류된 품목(HSK)의 수출 실적이 있는 업체임

자료: 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

2) 업체별 수출 실적 분석⁴⁵⁾

수산물 수출업체의 평균 수출 대상국은 2015년 2.7개국에서 2016년 3.2개국으로 증가하였다. 최근 2년 평균 수출대상국 수는 3개국으로 수출업체의 수출 대상국이 집중된 구조를 보이는 것으로 평가된다.

이는 수출 대상국별 수출업체 수를 통해 확인할 수 있는데, 전체 수출업체의 38.4%인 68개 업체가 수출 대상국이 1개 이하로 나타났으며, 다음으로 2~3개국(37.3%), 4~5개국(9.6%) 등의 순이다. 11개 이상 국가로 수출하는 업체 수는 12개로 전체 업체 수의 6.8%를 차지하고 있다.

즉, 수출 대상국이 3개 이하인 업체가 전체 업체 수의 75.7%를 차지할 만큼 수출업체의 수출 대상국이 집중된 구조를 보이고 있다.

⁴⁵⁾ 수산물 해외시장 개척사업 수혜 업체 중 수산물 수출 실적(HSK 코드 기준)을 제출한 177개 업체의 수출 실적 자료를 활용하여 분석함

〈표 3-10〉 수출업체별 평균 수출국 및 수출 대상국 구간별 업체 수

(단위 : 개)

구분		2015	2016	2년 평균	
				대상국	비중
평균		2.7	3.2	3.0	
수출 대상국별 업체수(개)	합계	177	177	177	100.0%
	1개 이하	88	78	68	38.4%
	2~3개	51	50	66	37.3%
	4~5개	14	22	17	9.6%
	6~10개	18	15	14	7.9%
	11개 이상	6	12	12	6.8%

주 : 수산물로 분류된 품목(HSK)의 개별 업체별 수산물 수출 실적을 파악할 수 있는 177개 업체를 대상으로 분석함

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

수산물 수출업체의 평균 수출액은 23만 달러로 수출액 규모가 영세한 것으로 나타났다. 특히 연간 수산물 수출액이 1만 달러 이하인 업체가 전체 수출업체 수의 약 20% 정도를 차지하고 있다.

다만 2016년의 경우 전년 대비 업체당 평균 수출액이 증가하였으며, 수출 금액별 업체수의 경우도 101만 달러 이상 수출하는 업체가 증가하였다. 특히 101~500만 달러의 수출을 기록한 업체가 2015년 36개에서 2016년 47개로 증가한 것으로 나타났다.

〈표 3-11〉 수출업체별 평균 수출액 및 수출 금액별 업체 수

구분		2015	2016	2년 평균	
				대상국	비중
평균 수출액(천\$)		2,242	2,316	2,279	
수출 금액별 업체수(개)	합계	177	177	177	100.0%
	1만\$ 이하	55	35	34	19.2%
	1~10만\$	16	31	28	15.8%
	11~50만\$	33	31	36	20.3%
	51~100만\$	18	12	13	7.3%
	101~500만\$	36	47	45	25.4%
	501만\$ 이상	19	21	21	11.9%

주 : 수산물로 분류된 품목(HSK)의 수출 실적이 있는 업체 중 개별 업체별 수산물 수출 실적을 파악할 수 있는 177개 업체를 대상으로 분석함

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

국내 수출업체의 평균 수출 품목 수는 4.3개로 2015년 3.9개에서 2016년 4.7개로 증가하였다. 수출 품목별 업체수는 1개를 취급하는 업체가 64개로 전체 업체수의 36.2%를 차지해 가장 많고, 다음으로 2~3개(34.5%), 4~5개(11.9%) 등의 순이다. 11개 이상 취급하는 업체도 18개로 전체 업체수의 약 10%를 차지하고 있다.

〈표 3-12〉 수출업체별 평균 수출 품목 수 및 수출 품목별 업체수

(단위: 개)

구분		2015	2016	2년 평균	
				대상국	비중
평균 수출 품목		3.9	4.7	4.3	
수출 품목별 업체수	합계	177	177	177	100.0%
	1개	87	75	64	36.2%
	2~3개	45	47	61	34.5%
	4~5개	17	25	21	11.9%
	6~10개	13	12	13	7.3%
	11개 이상	15	18	18	10.2%

주: 수산물로 분류된 품목(HSK)의 수출 실적이 있는 업체 중 개별 업체별 수산물 수출 실적을 파악할 수 있는 177개 업체를 대상으로 분석함

자료: 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

품목별 수출업체 수를 살펴보면 전체 업체 중 80% 이상이 김을 취급하고 있는 것으로 나타났다. 김 이외 미역, 전복의 경우도 전체 업체수의 20% 이상이 취급하고 있으며, 오징어, 굴 등의 경우 10% 이상의 업체가 취급하고 있다. 즉, 국내에서 수출할 수 있는 품목이 제한적으로 업체 간 수출 품목의 중복이 심한 것을 확인할 수 있다.

〈표 3-13〉 수출 품목별 취급 업체 수(2015~2016년)

(단위: 개)

구분	전체	김	미역	전복	오징어	굴
업체수	177	142	57	44	35	31
비중	100.0%	80.2%	32.2%	24.9%	19.8%	17.5%

주: 수산물로 분류된 품목(HSK)의 수출 실적이 있는 업체 중 개별 업체별 수산물 수출 실적을 파악할 수 있는 177개 업체를 대상으로 분석함

자료: 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

제3절 수산물 수출 기반 분석

1. 원료 수급

1) 원료 수급 현황

수산물 수출의 확대를 위해서는 원료의 안정적 공급체계 구축이 필수적으로 요구된다. 최근 수산물 수출 물량을 살펴보면 2014년 70만 톤에서 2016년 61만 톤으로 매년 감소하고 있으며, 일반 형태의 수출과 수입품 재수출 모두 감소하였다.

〈표 3-14〉 수산물 수출 물량

(단위 : 천 톤)

구분	2014년	2015년	2016년	3년 평균	
				물량	비중
전체	702	651	612	655	100.0
■ 일반 수출	629	605	565	600	91.6
- 원물	457	446	410	438	66.9
- 가공	172	159	155	162	24.7
■ 수입품 재수출	73	46	47	55	8.4
- 원물	70	45	46	53	8.2
- 가공	3	1	1	2	0.2

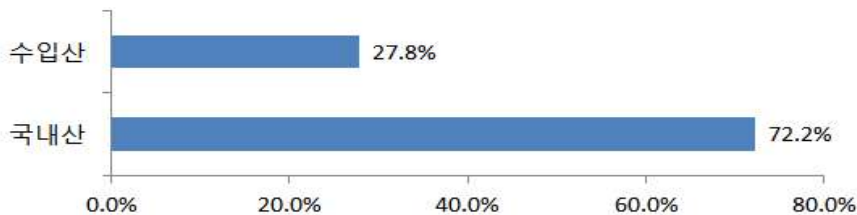
주 : 수입품 재수출 실적은 수출거래 구분 72번 코드(외국물품을 수입통관 후 원상태로 수출)로 산출하였으며, 일반 수출은 전체 수출 실적에서 수입품 재수출을 제외한 실적임

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

최근 3년 평균 전체 수출 물량에서 국내산 원료를 전혀 사용하지 않은 수입품 재수출 실적은 연간 5만 5천 톤으로 전체 수출 물량의 8.4%를 차지하고 있다. 수입품 재수출을 제외한 수출은 연간 60만 톤 수준이며, 이 중 국내산 원료를 대부분 활용한 원물 수출량이 연간 44만 톤으로 전체 수출 물량의 약 67%를 차지하였다. 일반 형태의 수출 중 가공품 수출은 연간 16만 톤 내외로 국내산과

수입산 원료의 정확한 물량 파악은 어렵지만, 소금, 김, 미역, 게살, 굴 등의 수출 비중이 높은 만큼 국내산 비중이 높은 것으로 추정된다.⁴⁶⁾ 즉, 우리나라 전체 수출 물량 중 국내산의 비중은 약 70% 이상인 것으로 사료된다. 실제 설문업체 대상 설문조사 결과에서도 수출용 제품 원료의 72.2%가 국내산인 것으로 조사되었다.

〈그림 3-3〉 수출용 제품 원료의 원산지



자료 : 수출업체 설문조사 결과(저자 조사)

이상 국내 수산물의 수출 형태와 수출업체 대상 설문조사 결과를 살펴본 결과 우리나라 수출용 제품의 원료는 대부분 국내산인 것으로 조사되었다. 즉, 수산물 수출이 우리나라 수산업 성장에 일정 부분 기여한다는 것을 확인 할 수 있다.

한편 수출 원료의 국내산 비중이 높다는 것은 수출 물량의 안정적 확보 측면에서 약점을 보일 수 있다. 특히 국내 수산물 생산이 감소하고 있는 양상으로 수출 물량의 안정적 확보를 위해서는 수입산 원료도 적절히 활용할 필요가 있다.

특히 태국의 경우 우리나라로부터 원료용 김을 수입하여 스낵김으로 가공하여 전 세계로 수출함으로써 높은 부가가치를 창출하고 있다. 따라서 우리나라도 가공 기술이 발달한 품목(어묵 등) 중심으로 수입용 원료를 활용하여 고차가공제품을 생산하여 수출을 확대할 필요가 있다.

46) 최근 3년 평균('14년~'16년) 수출 물량 중 소금, 김, 미역, 게살, 굴 5개 품목의 수출이 전체 수출 물량의 53.6%를 차지함(자료 : 한국무역통계진흥원)

2) 국내 수산물 생산 동향

우리나라의 연간 수산물 생산은 300만 톤 이상으로 2016년 326만 톤을 기록하여 전년 대비 소폭 감소하였다. 어업별 생산 동향을 살펴보면 일반해면과 원양어업은 감소, 천해양식어업과 내수면어업은 증가한 것으로 나타났다. 특히 일반해면어업의 경우 2015년 이전까지는 매년 100만 톤 이상의 생산 실적을 보였으나 2016년 93만 톤으로 감소하였다.

〈표 3-15〉 우리나라 수산물 생산 현황

(단위 : 천 톤)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	연평균 증감률
전체	3,183	3,135	3,305	3,337	3,257	0.6
일반해면어업	1,091	1,045	1,059	1,058	930	△3.9
천해양식어업	1,489	1,515	1,547	1,668	1,838	5.4
원양어업	575	550	669	578	454	△5.7
내수면어업	28	25	30	33	35	5.9

자료 : 통계청 국가통계포털 어업생산동향조사,

[http://kosis.kr/statisticsList/statisticsList_01List.jsp?vwcd=MT_ZTITLE&parentId=F#SubCont\(2017.10.](http://kosis.kr/statisticsList/statisticsList_01List.jsp?vwcd=MT_ZTITLE&parentId=F#SubCont(2017.10)

20. 최종 접속)

이상 수산물 생산 동향을 살펴본 결과 일반해면어업, 원양어업으로 대별되는 어선어업의 경우 전체적으로 생산이 감소한 반면, 양식어업은 증가한 것으로 나타났다. 이는 어선어업의 경우 잡을 수 있는 자원이 한정되어 있으며, 최근 국내외적으로 자원관리 필요성이 강조되면서 TAC 등 자원 규제가 강화된데 따른 결과로 풀이된다. 반면 양식어업의 경우 적지 개발 및 기술 발전 등으로 매년 증가세를 보이고 있다. 따라서 향후 수출 물량의 안정적 확보를 위해서는 양식 수산물 중심으로 품목을 발굴할 필요가 있다.

품목별 생산 동향을 살펴보면 양식 중심으로 생산되는 다시마, 김, 미역 등의 해조류와 굴, 홍합 등 패류의 생산이 전반적으로 증가 추세를 보이는 가운데 안정적으로 이루어지고 있다. 특히 해조류인 다시마, 김, 미역의 경우 연간 생산량이 30만 톤 이상으로 대규모 생산 기반을 갖춘 것으로 평가된다.

한편 어선어업으로 주로 생산되는 다랑어, 오징어, 멸치, 고등어 등의 생산은 고등어를 제외하고는 전반적으로 생산이 감소하고 있다. 특히 오징어의 경우 조업 환경 악화 등의 영향으로 2016년 145천 톤을 기록하여 약 50% 이상 감소한 것으로 나타났다.

〈표 3-16〉 주요 어종별 생산량 및 교역량

(단위 : 천 톤)

구분	생산량				교역량	
	2014년	2015년	2016년	3년 평균	수출	수입
다시마	372	443	398	404	2	0.5
김	398	387	410	398	170	1
미역	287	337	499	374	76	25
다랑어	323	319	333	325	265	25
굴	303	287	284	291	125	1
오징어	333	309	145	262	66	154
멸치	221	212	148	194	5	3
고등어	131	141	156	143	24	44
홍합	53	53	56	54	1	7
갈치	47	41	33	40	1	28
붉은 대게	38	42	36	39	29	0.5
전갱이	31	50	31	38	19	5
삼치	31	40	36	36	13	0.0

주 : 1) 최근 3년 평균 국내 생산량이 3만 톤 이상인 품목임

2) 교역량은 원어 기준의 수율을 적용하여 환산함

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공, 통계청 어업생산동향조사 원자료(2017.10.20.) 저자 가공

3) 수출 확대 가능 품목

상기 품목 중 수출 가능성을 평가하기 위해 생산량 구간과 생산량 대비 수출량 비중을 비교 분석하였다.⁴⁷⁾ 연간 30만 톤 이상 생산되는 품목 중에서는 다시마와

⁴⁷⁾ 13개 품목 중에서 국내 수급이 부족하여 수출량보다 수입량이 많은 오징어, 고등어, 갈치 3개 품목은 분석 대상에서 제외함

미역의 수출 가능성이 큰 것으로 나타났다. 특히 다시마의 경우 연간 수산물 생산량이 40만 톤에 육박하지만 수출량은 2천 톤으로 전체 생산량의 1% 내외로 수출 확대 가능성이 매우 큰 것으로 평가된다. 미역의 경우도 전체 생산량의 20% 만이 수출되고 있어 수출 확대가 가능할 것으로 기대된다.

연간 수산물 생산량이 20만 톤 이하로 생산되는 품목 중에서는 멸치와 홍합의 생산량 대비 수출 비중이 각각 2%와 1%로 수출 확대 가능성이 큰 것으로 나타났다. 이들 품목 외 김, 다랑어, 굴, 삼치, 붉은 대게, 전갱이의 경우 생산량 대비 수출 비중이 30% 이상으로 수출 확대 여력은 제한적인 것으로 판단된다. 특히 다랑어와 붉은 대게의 경우 수출 비중이 각각 81%, 75%로 수출 비중이 매우 높은 것으로 나타났다.

〈표 3-17〉 주요 어종의 생산량 대비 수출 비중

구분		전체 생산 중 수출 비중				
		10% 이하	10~20%	20~30%	30~40%	40% 이상
생 산 량	30만 톤 이상	다시마	미역			김, 다랑어
	20~30만 톤				굴	
	10~20만 톤	멸치				
	5~10만 톤	홍합				
	5만 톤 이하				삼치	붉은 대게 전갱이

주 : 1) 2014~2016년 3년 평균 국내 생산량 및 수출량을 활용하여 산출함

2) 수출량은 원어 기준의 수율을 적용함

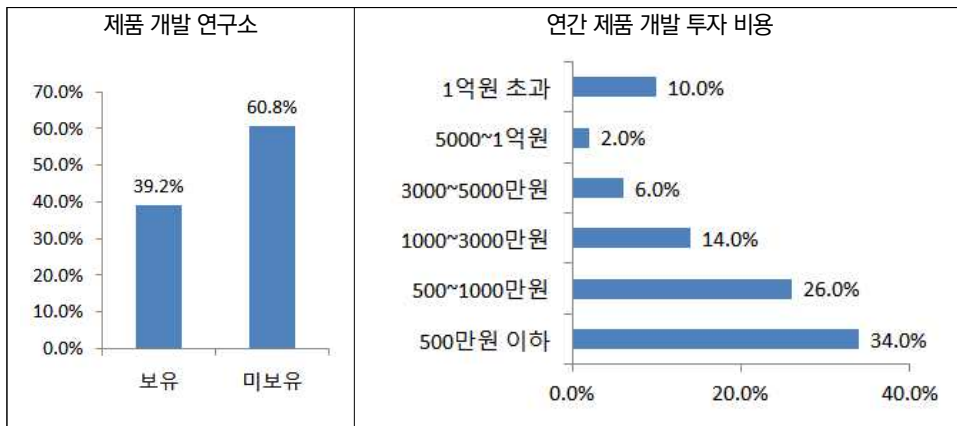
자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공, 통계청 어업생산동향조사 원자료(2017.10.20.) 저자 가공

2. 수산물 수출 R&D

우리나라 수산물이 세계 시장에서 경쟁력을 가지기 위해서는 세계 트렌드를 반영한 新제품 개발이 필수적이다. 현재 우리나라 수산물 수출업체의 경우 대부분 영세한 업체로 일부 대기업을 제외하고는 자체적으로 제품을 개발하기에 한계가 있다. 따라서 제품 개발에 대해서는 업체뿐만 아니라 정부 차원의 R&D 투자가 절실히 요구된다.

이는 수산물 수출업체를 대상으로 한 설문조사 결과에서도 확인할 수 있다. 제품 개발 및 제품 개선을 위한 전담부서 혹은 연구소를 보유하고 있는지에 대한 설문조사 결과 전체 업체수의 60.8%가 제품 개발 및 개선을 위한 부서·연구소가 없는 것으로 나타났다. 또한 제품 개발 부서·연구소를 보유한 업체의 경우도 연간 제품 개발 비용이 500만 원 이하라고 답한 비율이 34.0%로 가장 높았다. 즉, 수출업체의 경우 제품 개발을 위한 전담부서 및 연구소가 없는 경우가 많으며, 제품을 개발하고 있어도 제품 개발에 대한 투자가 미약한 것으로 평가된다.

〈그림 3-4〉 제품 개발을 위한 전담부서 혹은 연구소 보유 여부 및 연간 투자비용



자료 : 수출업체 설문조사 결과(저자 조사)

정부도 부가가치가 높은 가공제품에 대한 중요성을 인지하고 수산식품산업 기술개발 사업을 통해 R&D를 지원하고 있다. 하지만 정부 차원에서의 수산식품산업 R&D 투자는 미미한 것으로 평가된다. 2017년 기준 수산식품산업 기술개발 R&D 예산액은 해양수산기술 전체 예산액(5,935억 원)의 0.9%인 50억 원이다. 수산식품산업기술개발 내에 있어서도 고부가가치 수산식품 개발을 위한 예산은 25억 원에 불과하다.

〈표 3-18〉 해양수산 R&D 예산 현황

(단위 : 백만 원)

구분	2015년	2016년	2017년	3년 평균
해양수산 R&D 전체	586,710	572,314	593,529	584,184
■ 수산식품산업기술개발	3,150	4,150	5,052	4,117
- 수산물 유통·가공	2,200	2,500	2,515	2,405
- 고부가가치 수산식품	(950)	1,650	2,537	1,712

주 : ()안의 예산은 고부가가치 수산식품개발이 신규로 편입되면서 수산생물실용화에서 이관된 사업예산임

자료 : 해양수산부, “2016년도 해양수산기술연구개발사업 시행계획”, 2015.12, pp.15-63. “2017년도 해양수산기술연구개발사업 시행계획”, 2016.12, pp.7-55.

고부가가치 수산식품개발 R&D 과제는 2016년 신규로 편입된 후 2017년 현재 총 5개 과제에 R&D 투자가 이루어지고 있다. 고부가가치 수산식품 사업에 대한 R&D 투자가 전반적으로 낮은 가운데 연차별로 예산이 증가하고 있는 것은 수산물 수출 활성화에 있어 긍정적인 요인으로 작용할 수 있을 것으로 판단된다. 특히 세부 지원 사업에 있어서도 전통수산가공식품 및 수산물 유래 기능성식품 개발 과제는 한국산 수산물의 특색을 살리는 동시에 경쟁력을 강화할 수 있을 것으로 기대된다. 하지만 고부가가치 수산식품개발 R&D 과제가 5개 불과하며, 이중 3개 과제가 2017년을 기점으로 완료됨에 따라 신규 과제 개발이 필요한 시점이다.

〈표 3-19〉 고부가가치 수산식품 세부과제별 R&D 현황 및 투자 계획

(단위: 백만 원)

구분	사업기간 (총사업비)	2015년 까지	2016년	2017년	2018년 이후
고부가가치 수산식품		950	1,650	2,357	20,615 (186)
- 해역별 특성을 고려한 전통수산물가공식품 개발 및 상품화	'16~'20 (10,900)	-	700	1,000	9,200
- 양식 해마를 이용한 기능성 식품 개발 ¹⁾	'15~'17 (1,035)	300	300	249	(186)2)
- 우뚝가사리를 활용한 대사증후군 개별 인정형 소재 개발 및 글로벌 제품화 ¹⁾	'15~'17 (989)	350	350	289	-
- 톱니모자반 주정추출물을 이용한 건강 기능성 소재 개발 ¹⁾	'15~'17 (849)	300	300	249	-
- 수산물 유래 기능성식품 소재 및 관련 응용제품 개발	'17~'21 (12,165)	-	-	750	11,415

주: 1) 3개 과제는 수산실용화기술개발사업(수산생물실용화)에서 이관된 계속과제임

2) 중간평가 결과에 따라 사업기간 연장 및 잔여예산 지원 결정

자료: 해양수산부, "2017년도 해양수산물기술연구개발사업 시행계획", 2016.12, p.58.

세계 시장에서 외국산 수산물과 경쟁하여 우위를 점하기 위해서는 지속적 제품 개발이 필수적으로 요구된다. 수출업체도 수산물 수출 활성화를 위해 R&D 지원 확대가 필요하다고 생각하고 있다.

제품 개발에 대한 업체 실태 및 정부 R&D 지원 현황을 살펴본 결과 제품 개발에 대한 전반적인 투자와 지원이 부족한 것으로 평가된다. 제품 개발은 수출 산업 성장을 위해서는 무엇보다도 중요한 요소로 지속적 투자가 요구된다.

앞서 국내 수출업체의 제품 개발 실태를 살펴본 결과 업체의 영세성으로 인해 제품 개발에는 한계가 있는 것으로 나타났다. 따라서 제품 개발에 비용이 많이 소요되는 원천 및 핵심 기술의 경우 정부 차원에서 R&D를 확대할 필요가 있다. 이와 더불어 수출업체의 경우도 전체 매출 중 일정 비율을 제품 개발 R&D에 투자하는 등 제품 개발을 위한 노력이 필요하다.

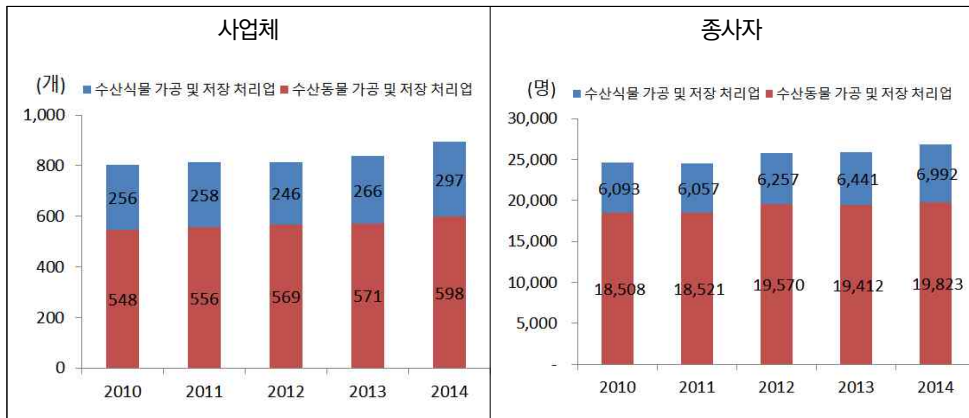
3. 기타 수출 관련 기반

1) 수산물 가공 및 저장 처리업

2014년 기준 수산물 가공 및 저장 처리업 사업체 수는 895개, 종사자는 26,815명으로 2010년 이후 연평균 각각 2.7%, 2.2% 증가하였다. 세부적으로 살펴보면 수산동물가공 및 저장 처리업이 598개 업체, 19,823명으로 수산물 전체 가공업체 수의 67%, 종사자 수의 74%를 차지하고 있다.

한편 2010년 이후 수산동물 및 수산식품 가공 및 저장 처리업 모두 사업체가 증가하고 있으며, 상대적으로 수산식품 가공 및 저장 처리업의 증가세가 큰 것으로 나타났다.

〈그림 3-5〉 수산물 가공 및 저장 처리업 사업체 및 종사자 현황



주 : 종사자 10인 이상 사업체 기준임

자료 : 통계청 광업제조업조사 원자료(2017.09.12) 저자 가공

수산물 가공 및 저장 처리업 사업체의 종사자 규모별 분포를 살펴보면 10~19명의 사업체가 465개로 전체 사업체의 52.0%를 차지하고 있다. 다음으로 20~49명의 사업체가 312개로 34.9%를 차지해 50명 미만의 사업체가 전체 사업체의 86.8%로 대부분을 차지하였다. 한편 100명 이상의 사업체는 전체 사업체의 3.8%에 불과해 수산물 가공 및 저장 처리업이 영세한 것을 확인 할 수 있다.

〈표 3-20〉 수산물 가공 및 저장 처리업 종사자 규모별 사업체 수(2014년 기준)

(단위 : 개)

구분	전체	10~19명	20~49명	50~99명	100~199명	200~299명	300~499명
사업체(개)	895	465	312	84	28	5	1
비중(%)	100.0	52.0	34.9	9.4	3.1	0.6	0.1

주 : 종사자 10인 이상 사업체 기준임

자료 : 통계청 광업제조업조사 원자료(2017.09.12) 저자 가공

수산물 가공 및 저장 처리업 사업체의 영세성은 식료품 제조업 타 부문과의 비교를 통해서도 확인 할 수 있다. 산업별 평균 종사자 수, 출하액, 부가가치를 비교 분석한 결과 모든 부분에서 수산물 가공 및 저장 처리업이 가장 낮은 것으로 나타났다.

업체당 평균 종사자는 수산물 가공 및 저장 처리업이 24명으로 식료품 제조업 전체의 61% 수준으로 나타났다. 특히 출하액과 부가가치의 경우 식료품 제조업 평균 수준의 30% 이하이며, 이는 농업 부문인 육류 가공 및 저장 처리업, 곡물 가공품 제조업과 비교해서도 매우 낮은 수치이다. 즉, 수산물 가공 및 저장 처리업의 경우 식료품 제조업 중에서도 가장 영세한 사업 구조를 가지면서, 출하 능력 및 부가가치 창출이 미흡한 것으로 나타났다.

〈표 3-21〉 식료품 제조업 부문별 평균 종사자·출하액·부가가치(2014년 기준)

구분	식료품 제조업 전체	육류 가공 및 저장 처리업	수산물 가공 및 저장 처리업	곡물 가공품 제조업
종사자 수(명)	38	33	24	27
출하액(백만 원)	14,725	6,110	3,794	16,538
부가가치(백만 원)	4,867	2,131	1,300	4,592

주 : 1) 종사자 10인 이상 사업체 기준임

2) 해당 자료는 각 항목별 전체 자료에서 사업체를 나누어 산출한 자료임

자료 : 통계청 광업제조업조사 원자료(2017.09.12) 저자 가공

2) 수출 관련 협의체·조직화

국내 수산물 수출업체의 영세성을 극복하고 규모화를 통한 경쟁력 제고 방안으로 수출 관련 협의회·조직화를 고려해 볼 수 있다. 현재 수산물 수출 관련 국내 협의회·조직화는 품목별 중심으로 일부 단체가 구성되어 있지만 대부분 기관이 생산에서 수출까지 총괄적으로 관리하는 것이 아닌 일부 사업을 수행하고 있어 수출 활성화를 위한 전문기관으로서의 역할에 한계가 있는 것으로 평가된다.

수산물 수출 관련 대표적 협의체로 한국수산물무역협회, 한국김산업연합회, 한국전복산업연합회 등을 들 수 있다. 이들 기관은 사단법인 형태로 운영되며 수산물 수출과 관련 여러 가지 제반 업무를 수행하고 있다. 하지만 세계적 수산물 수출 협의체인 노르웨이 수산물 위원회(Norwegian Seafood Council, 이하 NSC)의 역할과 비교해서는 제한적이다.⁴⁸⁾ 물론 이들 기관의 역할을 세계적 수준을 갖춘 NSC와 비교하는 것은 무리가 있지만, 수출 혹은 생산과 관련 대표적 기관으로서의 역할을 강화할 필요가 있다.

48) 노르웨이 NSC의 역할은 제4장 제2절 노르웨이 수출 활성화 사례에서 확인 할 수 있음

〈표 3-22〉 수산물 수출 관련 주요 관련 단체

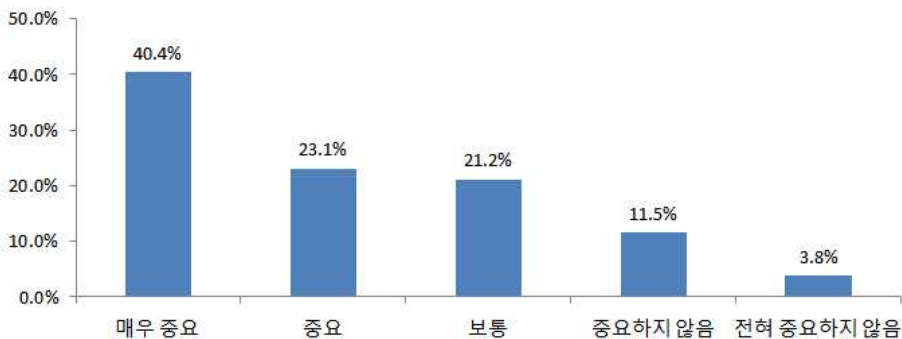
기관명	주요 역할	기관 형태
한국수산물무역협회	- 국제 박람회 참가 지원 - 부산국제수산물무역 EXPO 운영 - 수출협의회 운영 - 대일 김 수출 촉진 사업 - 가공설비 지원, 수출보험지원사업 등	사단법인
한국김산업연합회	- 김 생산, 가공, 수출 관련 사업 조정 등	
한국전복산업연합회	- 전복 생산, 소비촉진 홍보, 해외시장 개척 등	

자료 : 저자 작성

한편 우리나라는 생산에서 수출까지의 전 과정을 총괄적으로 기획·수행할 수 있는 수출 전문기관이 부재한 상태이다. 노르웨이의 경우 NSC를 적극 활용하여 세계적인 수산물 수출 강국으로 부상하였다. 수산물 수출을 전체적으로 기획, 수행·관리할 수 있는 수출 전문 허브기관 설립을 고려해볼 수 있는 지점이다.

수출업체를 대상으로 한 설문조사 결과에서도 전체 응답자의 63.5%가 수출 전문 허브기관의 설립이 중요하다고 평가하고 있다. 다만 중요하지 않다고 응답한 비율도 약 15%로 수출 전문 허브기관 설립에 대해서는 타당성과 효과성에 대한 면밀한 검토가 필요한 것으로 사료된다.

〈그림 3-6〉 수출 전문 허브기관 설립

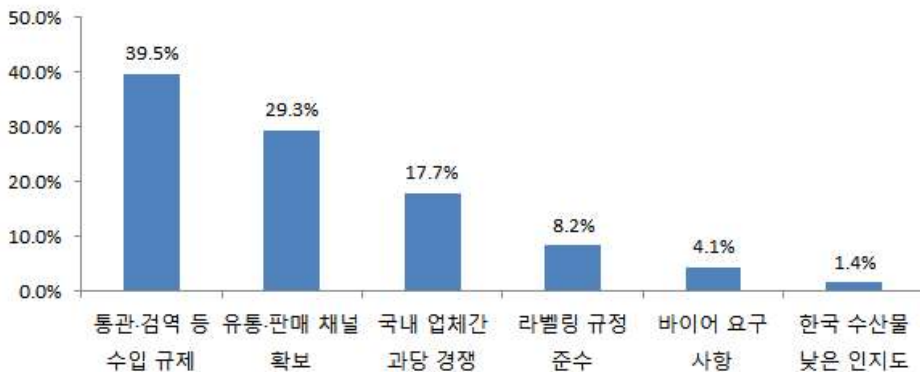


자료 : 수출업체 설문조사 결과(저자 조사)

특정 기관 중심의 협의체·조직화 외에도 품목별 혹은 지역별 조직화를 통한 규모화도 필요하다. 특히 우리나라의 경우 특정 어종 생산 및 가공에 있어 지역별 특색이 강한만큼 지역별·품목별 조직화를 통해 수출업체 간 상생협력을 도모할 필요가 있다.

실제 수산물을 수출함에 있어 지역별·품목별 조직화가 이루어지지 않아 우리나라가 경쟁력을 가지고 있는 몇몇 품목의 경우 해외시장에서 동종업체 간의 경쟁이 치열한 것으로 조사되고 있다. 수출업체 설문조사 결과에서도 국내업체 간 및 동종업체 간 과당 경쟁이 주요 애로사항으로 조사되었다.

〈그림 3-7〉 수산물 수출 시 해외에서의 애로사항



자료 : 수출업체 설문조사 결과(저자 조사)

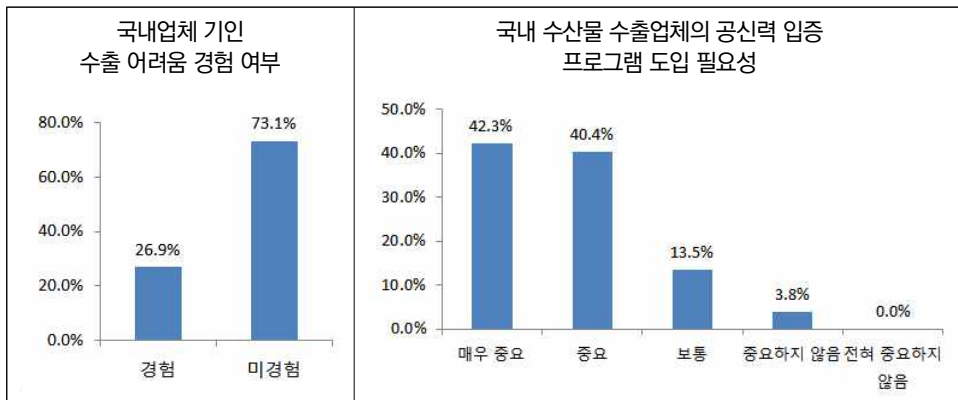
우리나라가 세계적으로 경쟁력을 가지고 있는 품목의 경우 우리나라 업체 간의 경쟁을 지양하고 협력을 강화한다면 현재 수준보다 높은 부가가치를 창출할 수 있을 것으로 기대된다. 수산물 해외시장 개척지원 사업에서는 지역별·품목별 조직을 육성하기 위해 김, 넙치, 전복, 해삼 등을 중심으로 전문조직 육성 및 지원 정책을 지원하고 있다. 따라서 수산물 수출업체는 정부의 지원 정책을 적극 활용하여 수출 경쟁력을 제고 시킬 필요가 있다

해외 수입업체는 국내 수출업체와의 거래에 있어 업체 간의 신뢰성을 중요시한다. 실제 해외 수입업체들을 대상으로 면담조사를 실시한 결과 신뢰할 수

있는 수출업체를 찾는 것에 어려움이 있는 것으로 조사되었다. 예를 들어 국내 업체로부터 수산물을 수입한 대만의 모 수입업체는 품질 문제로 반품 처리를 요청하였지만, 수출업체로부터 요청이 거절당해 상당한 피해를 입은 것으로 조사되었다. 이후 대만의 모 수입업체는 한국 이외 다른 국가로 거래선을 변경하였다.⁴⁹⁾

국내 수출업체를 대상으로 한 설문조사 결과에서도 국내업체의 부적절한 행위로 인해 수출에 어려움을 겪은 적이 있다고 응답한 비율이 26.9%로 나타났다. 국내 일부 수출업체의 부적절한 행위는 우리나라 전체 수산물 수출에 있어 부정적인 영향을 초래할 수 있으므로 이에 대한 대책 마련이 필요하다. 이와 관련 국내 수출업체의 신용도를 국내전문기관 등이 인증해 대외 공신력을 입증해주는 프로그램 도입이 해결방안이 될 수 있다. 수출업체의 경우도 수출업체 공인 프로그램의 도입의 필요성에 대해 80% 이상이 중요하다고 인식하는 만큼 적극적인 검토가 필요하다.

〈그림 3-8〉 국내 수출업체 공인 프로그램 도입 필요성



자료 : 수출업체 설문조사 결과(저자 조사)

49) 이상건·한기욱, “KMI 국외출장(대만) 결과보고”, 2016.9.

제4절 수산물 수출 정책·제도 분석

1. 개요

수산물 수출 관련 정책 및 제도는 해양수산부 주도로 이루어지며, 다양한 정책 및 제도가 시행되고 있다. 수산물 수출 관련 정책은 크게 수출과 직접적으로 관련된 수출 진흥정책과 생산·유통·가공·인력 등 수산물 수출과 간접적으로 관련된 기타 정책으로 구분할 수 있다.

2017년 기준 해양수산부에서 시행하고 있는 정책 중 수산물 수출과 직간접적으로 연관되어 있는 정책은 크게 7개로 파악된다. 이 중 수산물 수출과 직접적으로 연계된 사업은 수산물 해외시장 개척 사업을 들 수 있다. 수출과 간접적으로 연관이 있는 사업은 수산물 가공산업 육성사업, 수산물 안전검사체계 구축 등 6개 사업을 들 수 있다.

〈표 3-23〉 수산물 수출관련 정책(2017년 기준)

구분	사업명	담당과	예산(백만 원)
수산물 수출 진흥 정책	수산물 해외시장 개척	수출가공진흥과	37,531
기타 관련 정책	수산물가공산업 육성사업	수출가공진흥과	79,686
	수산식품산업거점단지 조성	수출가공진흥과	27,500
	어업인 교육훈련 및 기술지원	소득복지과	14,678
	수산물 안전검사체계 구축	여촌양식정책과	1,200
	김 제품의 CODEX 규격화 연구	여촌양식정책과	120

자료 : 해양수산부, “2017년도 해양수산사업 시행지침서”, 2016.12. 참조 작성

2. 수산물 수출 진흥 정책

1) 사업 개요

우리나라 수산식품 수출 정책은 해양수산부 주도 하에 수립·시행되고 있으며, 지자체, 수협중앙회, 한국농수산식품유통공사(aT), 한국수산물무역협회, 한국수산물회, 한국무역협회, 한국해양수산개발원 등 관련기관이 사업을 대행하는 형식으로 이루어지고 있다. 2017년 기준 수산물 해외시장 개척 사업예산은 약 374억 원으로 국비 287억 원, 지방비 63억 원, 자부담 24억 원으로 국비가 전체 예산의 75% 이상을 차지하고 있다.

〈표 3-24〉 수산물 해외시장 개척 사업 예산

(단위: 백만 원)

구분	총예산	국비	지방비	자부담
수산물 해외시장 개척 (마른김 가공용수 정수시설사업 포함)	37,351	28,686	6,289	2,376

자료 : 해양수산부, “2017년도 해양수산사업 시행지침서”, 2016.12, pp.223-260.

수산물 해외시장 개척 사업은 수출기업애로해소, 수출스타상품기업육성, 해외수출시장 확대를 목적으로 운영되고 있으며, 2017년 기준 해외시장 개척 사업은 8개 사업, 23개 세부 사업을 시행하고 있다.

해양수산부 수출가공진흥과는 수산물 수출 지원을 위한 전담 부서로서, 해외수출 업무를 총괄하는 컨트롤 타워로의 역할을 수행하고 있다. 현재 총 7개의 유관기관 및 지자체에서 해외시장개척 사업을 운영하고 있다.

〈표 3-25〉 2017년 수산물 해외시장 개척 사업 목록

사업	세부사업	주요 내용	사업주체
수출기업 육성	선도조직	물류개선, 상품포장, 전문인력 양성	aT
	수출협의회	수출마케팅, 협의체 운영비 지원	한국수산물무역협회
수출유망 상품화		유망상품 개발 및 마케팅 지원	aT
수출현지화	수출지원센터	인큐베이팅, 시장개척단 운영 등	수협중앙회
	수산물영양커뮤니티	임차비, 홍보판촉비, 시식행사비 지원	수협중앙회 aT
수출 물류인프라	활어패류물류센터	항공·해운 물류 임대료 지원(건물 등)	한국수산물무역협회
	해외공동물류센터	냉장·냉동 보관료 지원 등	한국수산물무역협회
	활어수출용컨테이너	수출용컨테이너 제작 비용 지원	경상남도
	수산물수출물류센터	수출물류센터 건립 비용 지원	한국수산물무역협회
수출수산물 품질관리	가공설비 지원	품질관리 등에 필요한 기기 구입비 지원	한국수산물무역협회
	물김세척수정수시설	물김세척수정수시설 지원	한국수산물무역협회
	수출 통관지원	라벨링, 사전등록 등 통관 관련 비용 지원	수협중앙회 aT
	국제인증	할랄, 코셔 등 국제인증 취득 비용 지원	한국수산물
	수산물 국가표준	KS 개정(안) 도출, 인증심사 비용 등	
해외수출 거래선 발굴	국가통합브랜드	통합브랜드 운영 제반 경비 지원	한국수산물
	국제박람회	부스임차료, 통역비 등 지원	한국수산물무역협회 수협중앙회 aT
	방한관광객 홍보관	홍보관 설치비, 운영비 등 지원	수협중앙회
	온라인수출활성화	임차비, 장치비, 입점비 등 지원	수협중앙회
	수출상담회	개최 경비, 바이어 현장시찰 경비 등	한국수산물무역협회
수출통합 마케팅		해외 주요 홍보매체(TV, SNS 등) 광고 콘텐츠 제작 및 배포 등 지원	한국수산물무역협회 한국무역협회 한국수산물 aT
수출기업 경영개선	수출보험	수출보험 소요 경비 지원	한국수산물무역협회
	해외시장분석센터	해외시장분석센터 운영 경비 지원	KMI
	수출촉진상생협력추진단	MOU 추진 경비, 자문단 운영비 등	해수부

자료 : 해양수산부, “2017년도 해양수산업 시행지침서”, 2016.12. 참조 저자 작성

총 23개로 이루어진 해외시장개척 사업의 경우 각 사업별로 지원 대상을 살펴보면 수출업체를 대상으로 한 사업이 가장 많은 것으로 나타났다. 그 다음으로 수산물 생산업체를 위한 사업이 많으며, 제조·가공·수입바이어 등을 위한 사업은 비슷하게 분포되어 있다.

〈표 3-26〉 2017년 수산물 해외시장 개척 사업 목록

사업	세부사업	생산업체	수출업체	제조업체	가공업체	바이어	기타
수출기업 육성	선도조직		0				
	수출협의회	0	0		0		
수출유망 상품화	수출유망상품화						
수출현지화	수출지원센터	0	0		0		
	수산식품영어커뮤니티		0			0	
수출 물류인프라	활어패류물류센터		0				
	해외공동물류센터		0			0	
	활어수출용컨테이너	0	0				
	수산물수출물류센터						0
수출수산물 품질관리	가공설비 지원		0	0	0		
	물김세척수정수시설	0	0	0			
	수출 통관지원		0				
	국제인증	0	0				
	수산식품 국가표준						0
	국가통합브랜드		0				
해외수출 거래선 발굴	국제박람회		0			0	
	방한관광객 홍보관	0	0	0	0		
	온라인수출활성화		0			0	
	수출상담회		0				
수출통합 마케팅	수출통합 마케팅	0	0				
수출기업 경영개선	수출보험	0	0	0			
	해외시장분석센터	0	0	0	0	0	0
	수출촉진상생협력추진단						0

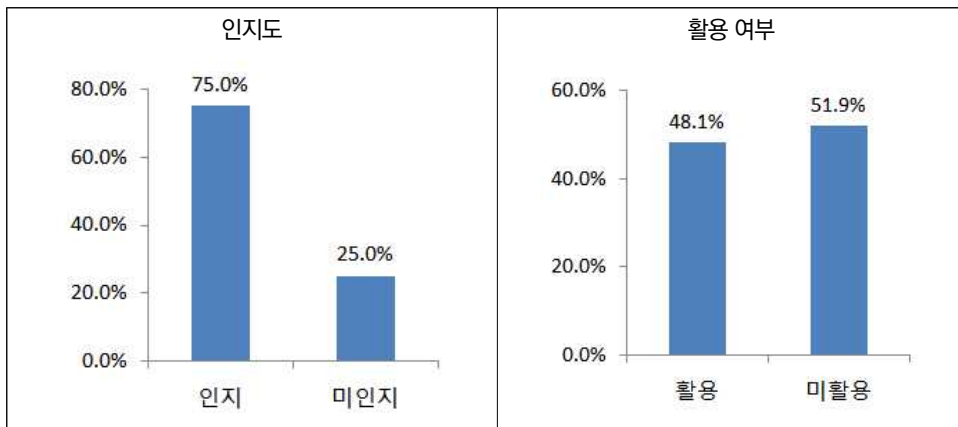
자료 : 해양수산부, “2017년도 해양수산업 시행지침서”, 2016.12. 참조 저자 작성

2) 사업 인지도

수출업체 대상 설문조사 결과 해양수산부에서 지원하는 해외시장 개척사업에 대한 인지도는 75.0%로 비교적 높게 나타났다. 수출업체 대상 해외시장 개척사업에 대한 홍보 활동을 지속적으로 수행하고 있는 가운데 사업에 대한 지속적인 홍보 활동이 요구된다.

해외시장 개척사업의 활용 여부에 대해서는 전체 응답자의 48.1%가 사업을 활용했다고 응답한 반면, 사업을 인지하고 있지만 실제 사업에 활용하지 않는 비중이 약 25% 정도로 나타났다.

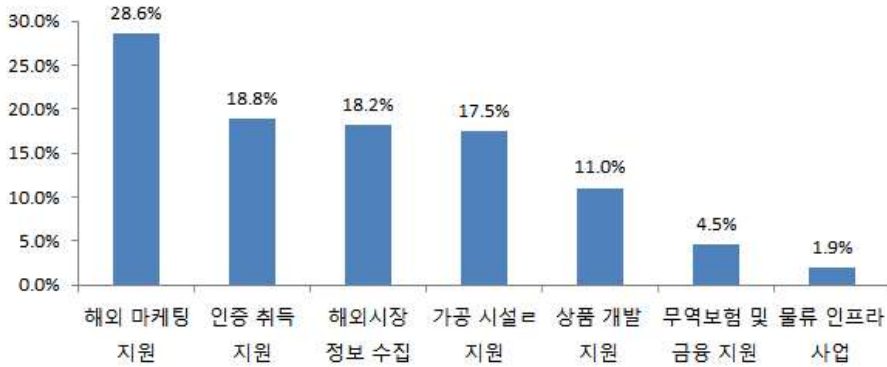
〈그림 3-9〉 수산물 해외시장 개척사업 인지도 및 활용 여부



자료 : 수출업체 설문조사 결과(저자 조사)

한편 수산물 수출업체의 관심이 높은 사업은 해외 마케팅 지원이 28.6%로 가장 높았으며, 다음으로 각종 인증 취득 지원(18.8%)과 해외시장 정보 수집(18.2%) 순으로 나타났다. 수산물 해외시장 개척사업의 인지도 및 활용도 제고에 있어 수출업체들의 관심이 높은 사업을 중심으로 홍보 활동을 수행한다면 효과적으로 홍보 활동을 수행 할 수 있을 것으로 판단된다.

〈그림 3-10〉 수산물 해외시장 개척사업 중 관심이 높은 사업



자료 : 수출업체 설문조사 결과(저자 조사)

3) 사업 문제점 및 개선점

(1) 지원 근거 법률 부재

우리나라 수출지원사업은 수산업·어촌 발전 기본법 제45조, 식품산업진흥법 제19조의4, 국가균형발전 특별법 제35조제2항, 수산업법 제86조 등에 의거한다. 이 중 해외시장개척 사업의 경우 수산업·어촌 발전 기본법 제45조에 의거해 운영되고 있으나, 동 법률에서는 수출 진흥에 관한 정책 수립의 당위성과 지원 근거만 규정하고 있다. 이에 수산물 수출 진흥을 위한 정책의 필요성, 수산물 수출 촉진을 위한 사업 추진의 필요성 및 운영 기관의 당위성 등을 규정하는 개별법 부재로 수산물 수출지원사업의 체계적 지원에 한계가 있다.

제45조 (수산물의 수출 진흥)

- ① 국가와 지방자치단체는 수산물의 수출 진흥을 위하여 해외시장 개척, 무역정보의 수집·제공 등에 필요한 정책을 수립하고 시행하여야 한다.
- ② 국가와 지방자치단체는 제1항에 따른 정책을 효과적으로 추진하기 위하여 어업 경영체, 생산자단체, 수산물 수출하는 자 등에게 필요한 지원을 할 수 있다.

자료 : 법제처(<http://www.law.go.kr>), 수산업·어촌 발전 기본법(최종 접속 : 2018년 1월 11일)

수산분야 수출 관련 법률을 농업분야와 비교해 살펴보면 관련 법률의 부재 및 향후 법률 축진의 필요성에 대한 당위성을 찾을 수 있다. 수산분야는 아직 기본적인 법률 제정만이 이루어진 반면, 농업분야는 각 주요 산업별 진흥법을 제정하여 각 사업별 경쟁력을 높이기 위한 세부 조항들을 포함하고 있다. 또한 각 산업별 사업을 운영할 수 있는 기관의 기준 및 당위성을 제시하고 있어 사업이 안정적으로 운영될 수 있는 기반을 마련하고 있다.

〈표 3-27〉 농업분야와 수산분야의 수출 관련 법률 비교

농업분야	수산분야
농업·농촌 식품산업기본법	수산업·어촌 발전 기본법
농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률	수산업법
식품산업진흥법	식품산업진흥법
전통주 등의 산업진흥에 관한 법률	국가균형발전 특별법
김치 산업 진흥법	
쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률	
차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률	
인삼 산업법	
외식산업 진흥법	

자료 : 저자 작성

따라서 수산물 수출 진흥에 관한 독립 법률을 제정하거나 개정하는 방안에 대해 적극적으로 검토해볼 필요가 있다. ‘(가칭)수산식품산업의 육성과 수출 지원에 관한 법률’을 제정한다면 수산물 수출 관련 기본 계획의 정례적 수립, 이에 근거한 조직 정비, 세부 전략 마련·이행, 평가 시스템 구축으로 수산물 수출지원사업의 체계적 지원 체계 마련은 물론 수산물 수출 활성화에 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

(2) 사업의 분산·중복 운영

해외시장개척 사업의 경우 총 8개 기관에서 23개의 사업을 운영하고 있다. 이 중 수출현지화, 수출수산물 품질관리, 해외수출거래선 발굴, 수출통합 마케팅 등 일부 사업은 복수의 기관에 의해 수행되고 있다. 물론 사업항목 내 세부 사업은 기관별 특성에 맞추어 구분되어 추진되고 있으나, 이용자의 입장에서 사업에 대한 혼선을 야기하고 또한 시너지 효과를 높인다는 측면에서 검토가 필요하다는 문제가 제기되고 있다.

예컨대 국제박람회 지원 같은 경우 총 3개 기관이 사업을 운영하고 있다. 수산물 관련 박람회는 한국수산물무역협회, 식품박람회는 한국농수산물유통공사가 관장하는 가운데, 2017년의 경우 수협중앙회가 중국 지역의 박람회를 주관하였다. 이는 기관별 특성·성격에 맞추어 단위사업의 효과를 높이려 사업이 분산되어 수행된 경우이다. 그러나 수요자의 입장에서는 동일한 성격의 사업 분야의 주체가 복수로 분산되어 있어 혼란을 준다는 측면에서 개선 요구가 있는 것이다.

〈표 3-28〉 2017년 수산물 해외시장 개척 사업 운영 주체 중복

사업	세부사업	주요 내용	사업주체
수출현지화	수산물식품영거습	임차비, 홍보·판촉비, 시식행사비 지원	수협중앙회
			aT
수출수산물 품질관리	수출 통관지원	라벨링, 사전등록 등 통관 관련 비용 지원	수협중앙회
			aT
해외수출 거래선 발굴	국제박람회	부스임차료, 통역비 등 지원	한국수산물무역협회
			수협중앙회
			aT
수출통합 마케팅	B2B프로모션 미디어마케팅 신시장개척 마케팅 지자체·재외공관 연계	해외 주요 홍보매체(TV, SNS 등) 광고 콘텐츠 제작 및 배포 등 지원	한국수산물무역협회
			한국무역협회
			한국수산물회
			aT

자료 : 해양수산부, “2017년도 해양수산업 시행지침서”, 2016.12. 참조 저자 작성

(3) 성과평가 환류시스템 미구축

수산물 해외시장 개척사업의 효과를 제고하기 위해서는 기 수행사업에 대한 평가와 함께 개선점을 도출할 필요가 있다. 현재 수산물 해외시장 개척사업의 경우 성과평가를 위한 법률적 근거가 부족하다.

참고로 FTA 국내 보완대책의 경우 「자유무역협정 체결에 따른 농어업인 등의 지원에 관한 특별법」에 의거하여 매년 FTA대책의 집행실적, 성과 및 효과를 분석한 보고서를 제출하도록 의무화하고 있다. 이를 통해 FTA 국내보완대책 사업에 대한 성과를 체계적으로 관리하고 개선점을 도출하고 있는 것이다.

이 같은 사례를 참고로 수산물 해외시장 개척사업도 사업의 성과를 관리하고 문제점 및 개선점을 도출할 수 있도록 성과평가 환류시스템을 구축을 고려해볼 필요가 있다. 단기적으로는 성과평가를 위한 목표 설정과 함께 사업 성과에 대한 체계적 관리방안을 마련할 필요가 있다. 장기적으로는 ‘(가칭)수산식품산업의 육성과 수출 지원에 관한 법률’에 성과평가에 대한 기준을 마련하여 정기적으로 성과평가가 이루어지고 평가 결과가 환류될 수 있는 시스템을 구축할 필요가 있다.

3. 기타 관련 제도 및 정책

1) 수산물가공산업 육성사업

정부는 영세한 지역 수산가공업체의 설비 및 위생시설 개선을 위해 수산물 가공산업 육성사업을 실시하고 있다. 수산물 가공산업 육성사업은 식품산업진흥법(제19조의4), 국가균형발전 특별법(제34조제2항, 제35조의2제2항), 수산업법(제86조)에 근거하며, 수산식품의 고부가가치화 및 식품 안전성 확보를 목적으로 한다.⁵⁰⁾

지금까지 수산물 가공산업 육성사업은 7개 사업이 추진되었으며, 2014년 굴박신장공장 시설, 젓갈타운 조성, 전북진주산업센터, 김가공공장현대화, 2015

50) 해양수산부, “2017년도 해양수산사업 시행지침서”, 2015.12, p.246.

년에 수산물 공동 가공시설 현대화 사업이 종료되면서 2017년 현재 수산물 산지가공시설, 수산물 처리저장시설 2개 사업이 추진되고 있다. 2017년 사업 예산은 수산물산지가공시설 594억 원, 수산물처리저장시설 203억 원으로 총 797억 원의 예산이 투입되었다. 이는 전년대비 6.6% 증가한 것으로, 수산물처리저장시설의 예산은 매년 증가세를 보이고 있다.

〈표 3-29〉 수산물 가공산업 육성사업 연도별 재정투입 계획

(단위 : 백만 원)

구분	2014년 까지	2015년	2016년	2017년
전체	655,819	76,660	74,753	79,686
- 수산물산지가공시설	456,954	62,023	61,143	59,363
- 수산물처리저장시설	129,057	5,837	13,610	20,323
- 수산물공동가공시설현대화	22,900	8,800	-	-
- 굴박신장공장 시설	22,400	-	-	-
- 젓갈타운조성	19,286	-	-	-
- 전북진주산업센터	2,222	-	-	-
- 김가공공장현대화사업	3,000	-	-	-

자료 : 해양수산부, “2017년도 해양수산업 시행지침서”, 2015.12, p.246.

수산물 산지가공시설 및 수산물 처리저장시설의 지원기준은 국비 30%, 지방비 30%, 자부담 40%이다.⁵¹⁾ 지원대상은 수산물 산지가공시설의 경우 가공공장, 원료 및 제품보관시설, 수산물처리장, 소포장시설 등의 건물과 기존 시설에 HACCP 도입 등을 위한 시설 현대화 및 가공기계류 구입을 지원하고 있다. 수산물처리저장시설의 경우 수산물 냉동·냉장시설 및 제빙·저빙 시설 신축 및 개·보수를 지원한다.

⁵¹⁾ 수산물 처리저장시설에 대한 지원기준은 2014년(국비 50%, 지방비 40%, 자부담 10%) 이후 변경됨(해양수산부, “2017년도 해양수산업 시행지침서”, p.247.)

〈표 3-30〉 수산물 가공산업 육성사업 지원기준 및 지원대상(2017년 기준)

구분	지원기준	지원대상
수산물 산지가공시설	국비 30%, 지방비 30%, 자부담 40%	- 가공공장, 원료 및 제품보관시설, 수산물처리장, 소포장시설 등 - 기존 시설에 HACCP 도입 등을 위한 시설 현대화 및 가공 기계류 구입
수산물 처리저장시설		- 수산물 냉동·냉장시설 및 제빙·저빙 시설 신축 및 개·보수

주 : 지방비와 자부담은 총사업비의 30% 내에서 상호 협의 조정 가능

자료 : 해양수산부, "2017년도 해양수산업 시행지침서", 2015.12, pp.247~248.

수산가공산업 육성은 수산물 수출의 부가가치를 높일 수 있는 중요한 요소로 가공산업의 육성 및 선진화가 필요하다. 이와 관련해 몇 가지 측면에서 추가적인 검토가 필요하다.

우선 수산물의 위생·안전성, 수산자원·어장환경에 미치는 영향의 적절성 등에 대한 국제사회의 기대와 요구가 강화되는 만큼 수산가공과 관련해서도 소프트웨어적인 측면의 사업이 확대될 필요가 있다. 현재 수산가공산업 육성 사업의 중심인 시설 신축이나 증·개축과 같은 하드웨어에 더해 소프트웨어 측면(위생·안전관리 제도, 수출 연계, 가공품 브랜드 육성 등)에서의 사업이 확대됨으로서 사업의 시너지 효과가 커질 것으로 기대된다. 실제 수산물 가공분야 담당자 설문조사 결과에서도 소프트웨어적 지원 미흡이 수산물 가공산업 육성사업의 가장 큰 문제점으로 평가되었다.

추가적으로 지원조건과 관련해 지자체의 재정 부담과 가시적인 사업 성과 부족도 수산물 가공산업 육성사업의 문제점으로 조사되었다.

〈표 3-31〉 수산물 가공산업 육성사업의 문제점에 대한 설문조사 결과

문제점	응답수	비율
사업수행능력 미달 주체에게 무분별한 지원	5	9.3%
가시적인 사업 성과(파급효과)가 미흡	9	16.7%
시설확충 위주의 하드웨어적 지원, 소프트웨어적 지원 미흡	16	29.6%
지원조건(분담률)에서 지자체 재정 부담이 너무 큼	14	25.9%
합리적이고 공정하게 예산이 배분되지 않음	2	3.7%
지원사업 이행점검, 성과 평가 등 사후관리가 미흡	1	1.9%
중장기 수산물 가공산업 육성사업 기본계획이 없음	7	13.0%
합계	54	100.0%

자료 : 농림수산물부, “수산물식품산업 발전을 위한 실천방안 연구”, 2010.12, p.49. 표 3-21.

2) 수산물식품산업 거점단지 조성

지역별 특산 수산물식품 육성을 위한 ‘수산물식품 클러스터(수산물식품 거점단지)’ 조성 사업이 2009년 이후 추진되고 있다. 수산물식품 거점단지 조성 사업은 우리나라 지역별 특성에 맞춘 수산자원을 활용하여 제품 개발, 상품화, 판매 등을 통해 지역 경제 활성화 기여는 물론, 나아가 우리나라를 대표할 수 있는 고부가가치 수산물식품 개발에 그 목적이 있다.

예산 규모를 보면 2009년부터 2016년까지 2,176억 원이 투입되었으며, 2017년에는 275억 원, 2018년 이후로는 524억 원의 예산이 투입될 계획이다.

〈표 3-32〉 수산물식품산업 거점단지 조성사업 연도별 재정투입 계획

(단위 : 백만 원)

구분	2016년 까지	2017년	2018년 이후
총사업비	217,608	27,500	52,420
국 고	108,804	13,750	26,210
지방비	105,904	13,750	26,210
자부담	2,900	-	-

자료 : 해양수산부, “2017년도 해양수산사업 시행지침서”, 2015.12, p.261.

2009년 부산지역의 수산식품가공산업산학연구센터를 시작으로 2017년 기준으로 14개의 수산식품산업 거점단지가 조성이 계획되어 추진되고 있다.

〈표 3-33〉 수산식품산업 거점단지 조성사업 추진 현황

지역	세부사업명	세부사업명	사업기간	비고
합 계		15개소		
부산	부산	수산식품가공산업산학연구센터	'09~'11	
전남	목포	고기능수산식품지원센터	'08~'11	
	여수	수산물종합센터	'09~'13	
	영광	염산향화도바다매체타워	'09~'13	
	화순	수산식품산업거점단지	'16~'18	'17년 신규
전북	부안	수산물종합유통물류기반시설	'09~'12	
	고창	풍천장어웰빙센터	'10~'15	
	군산	수산물연구가공거점단지	'12~'14	
경북	영덕	로하스수산식품거점단지	'11~'14	
	포항	과메기산업화가공단지	'09~'15	
	울진	붉은 대게식품산업단지	'13~'16	
충북	충북	충북수산식품산업거점단지	'13~'16	
강원	속초	수산식품산업거점단지	'15~'17	
충남	보령	수산식품산업거점단지	'15~'18	
경남	남해	수산식품산업거점단지	'16~'18	

자료 : 해양수산부, “2017년도 해양수산사업 시행지침서”, 2015.12, p.261. 참조 저자 작성

수산식품산업 거점단지의 경우 현대화된 시설 도입을 통해 작업의 효율성 제고는 물론 위생·안전성을 확보하고, 무엇보다도 지역 특산물을 활용한 제품 개발이 이루어져 기대 이상의 성과를 거두고 있는 것으로 나타났다.

예컨대 경북 영덕 로하스 수산식품 거점 단지의 경우 거점단지 개소 1년 이후 성과를 분석한 결과 영업 기업 매출 증가 20억 원, 고용 창출 6명 등 가시적인 성과를 거둬 지역경제 활성화에 기여한 것으로 평가된다. 또한 지역 내 특산물인 붉은 대게의 제품 다양화를 통해 기존 일본 수출에만 의존했던 것을 싱가포르, 홍콩, 미국 등으로 시장을 다변화한 것으로 나타났다.⁵²⁾

영덕 수산식품산업 거점단지 조성사업의 성과는 거점단지를 효율적으로 활용한 산·학·관의 유기적 네트워크 형성에서 찾을 수 있다. 정부와 영덕군이 수산식품 거점단지를 조성하고, 지역 내 연구소인 (재)경북해양바이오산업연구원이 위탁·운영하면서 영덕군 소재 16개 중소기업에 기술 및 마케팅 등 지원사업을 실시하였다. 즉, 수산식품을 가공할 수 있는 하드웨어 지원뿐만 아니라 거점단지 운영을 위한 소프트웨어 측면에서의 지원이 이루어져 2가지 지원이 결합되어 시너지 효과를 거둔 것으로 평가된다.⁵²⁾

현재 정부는 전국 각지에 수산식품산업 거점단지를 조성하여 수산식품산업 육성을 위한 기반을 마련하고 있다. 사업의 성과 확대를 위해 기 구축된 기반에 더해 기반을 운영할 수 있는 프로그램 마련이 필요한 시기로, 정부 및 지자체에서는 수산식품산업 거점단지 운영을 위한 차별화된 프로그램 개발 검토가 요구된다.

3) 어업인 교육·훈련 및 기술지원

모든 산업에 있어 가장 중요한 경쟁력은 우수한 인력을 확보하는 것이다. 이에 정부에서도 인력 양성을 위한 다양한 정책을 시행하고 있다. 정부도 어업인 교육·훈련 및 기술 지원사업을 시행하고 있으며, 2017년에는 약 147억 원의 예산을 배정하여 8개 세부사업을 실시하고 있다.

세부사업은 다목적 어선실습선 건조, 수산계대학 과정 지원, 수산계고교 특성화 사업, 수산후계인력 장학금 지원, 어업인 교육·훈련 및 수산어업인 기술 보급, 어업인 역량 강화 교육 및 어업인 안전 교육, 어업인 일자리 지원, 창업어가 멘토링 등이다. 이들 사업의 지원대상은 수산계 대학 및 수산계 고교 특성화 사업과 일부 사업을 제외하고는 대부분 어업인 등으로 한정되고 있다.

52) 대구일보, “영덕 수산식품거점단지 1년…기대이상 성과”, 2016.12.26., <http://www.idaegu.co.kr/news.php?mode=view&num=214738>(최종 접속 : 2018.0107)

53) 대구일보, “영덕 수산식품거점단지 1년…기대이상 성과”, 2016.12.26., <http://www.idaegu.co.kr/news.php?mode=view&num=214738>(최종 접속 : 2018.0107)

〈표 3-34〉 어업인 교육·훈련 및 기술지원

세부사업명	지원내용	지원대상	예산(백만 원)
다목적 어선실습선 건조	다목적 어선실습선 관리 및 운영	한국해양수산연수원	6,500
수산계대학 과정 지원	교육과정 및 시설	어업인 등	680
수산계고교 특성화 사업	특성화 교육프로그램 운영	수산계 고등학교 및 교육위탁기관	2,558
수산후계인력 장학금 지원	장학금 지원	해양수산계열 고교 및 대학생	140
어업인 교육훈련 및 수산어업인 기술 보급 등	어업인·어촌지도자 교육 및 연구교습어장 운영 등	어업인 및 어업인 후계자	2,817
어업인 역량 강화 교육 및 어업인 안전 교육	역량강화 및 안전사고 예방 교육	어업인 등	1,229
어업인 일자리 지원	일자리 정보 제공	어업인, 수산분야 종사 희망자, 수산업체 등	394
창업어가 멘토링	창업어가 기술 지원하는 후견인의 비용 지급	어업인후계자 및 귀어가 중 창업어가	360

자료 : 해양수산부, “2017년도 해양수산업 시행지침서”, 2016.12. 참조 작성

현행 수산업법에서 어업인은 어업자와 어업종사자로 정의되며, 수산물 수출업자는 포함되어 있지 않다. 수산업법 이외에도 기타 수산관련 법률에서 수산물 수출업자에 대한 정의가 이루어지지 않아 수산물 수출업자에 대한 교육·훈련은 정책 사각지대에 놓여있다고 볼 수 있다.

수산물 수출업체의 경쟁력 강화를 위해서는 수출업체의 가장 기초가 되는 인력의 경쟁력 배양이 필수적이다. 하지만 현 정책에서는 관련 근거 부족으로 수산물 수출업체를 대상으로 한 교육·훈련 정책은 충분치 못하다. 따라서 수출업체에 대한 정의를 관련 법률에 명시함으로써 지원 근거를 마련할 필요가 있으며, 수출업체의 경우 일반 어업인과는 달리 전문적인 지식이 필요한 만큼 수출업체를 대상으로 한 특화된 교육 및 훈련 과정을 마련할 필요가 있다.

4) 수산물 안전검사체계 구축

전 세계적으로 식품 안전에 대한 제도·법률이 강화되고 있는 가운데, 우리나라 수산물 안전 정책 및 제도로는 수산물 안전검사 체계 구축사업을 들 수 있다. 수산물 안전검사 체계 구축 사업은 “수산물의 안전성 검사의 효율적 추진과 검사 강화를 통한 안전한 수산물 공급으로 국민건강 증진 및 지역경제 활성화에 기여”함을 목적으로 한다.⁵⁴⁾

사업 내용을 살펴보면 안전성 검사를 위한 분석 장비 유지관리 및 구축 중심으로 시설 및 장비 관련 지원이 주를 이루고 있다. 연도별 예산 내역을 살펴보면 2016년까지 총 146억 원이 투입되었으며, 2017년에는 36억 원, 2018년에는 78억 원이 투입될 예정이다.

〈표 3-35〉 수산물 안전검사체계 구축 연도별 재정투입 계획

(단위: 백만 원)

구분	2016년 까지	2017년	2018년	2019년
합계	14,600	3,600	7,800	12,200
○ 분석 장비 유지관리	6,600	3,600	3,800	4,200
- 보조(50%)	3,300	1,800	1,900	2,100
- 지방비(50%)	3,300	1,800	1,900	2,100
○ 분석 장비 구축	8,000	-	4,000	8,000
- 보조(50%)	4,000	-	2,000	4,000
- 지방비(50%)	4,000	-	2,000	4,000

자료: 해양수산부, “2017년도 해양수산업 시행지침서”, 2015.12, p.261.

현재 수산물 안전검사체계 구축 사업은 안전성 검사를 위한 분석 장비 및 구축 등 시설 중심의 사업으로 이루어지고 있다. 이에 더해 세계 주요국의 안전성 관리제도 강화 추세에 대비해 수산물 안전관리제도에 대한 연구 등도 추가 수행될 필요가 있다.

세계적으로 식품 안전성에 대한 중요성이 부각되면서 미국, 중국 등 주요국은

54) 해양수산부, “2017년도 해양수산업 시행지침서”, 2015.12, p.1025. 참조 저자 작성

자국 내 식품관련 규정을 개정하여 규제를 강화하고 있다. 주요국의 식품 안전 규제 강화는 우리나라 수산물 수출에 있어 비관세장벽으로 작용하여 많은 수출 업체들이 수출에 있어 어려움을 겪고 있다. 수출업체 설문조사 결과에서도 통관·검역 등 수입 규제가 수산물 수출 시 해외에서의 가장 큰 애로점으로 작용하고 있는 것으로 나타났다.⁵⁵⁾

식품안전관리제도와 관련 주요 국가 중에서도 우리나라 제 2, 3위 수출대상국인 중국과 미국의 제도가 강화되고 있어 이에 대한 지속적인 모니터링 및 탄력적 대응이 요구된다. 미국의 경우 2011년 발효된 식품안전 현대화법(FSMA)이 본격적으로 시행되고 있으며, 수입수산물 모니터링 제도도 2018년부터 시행될 예정이다. 수산식품 안전과는 관련이 없지만 해양 포유류 동물 보호 법안도 2017년 발효됨으로써 대미 수산물 수출에 영향을 미칠 것으로 전망된다.

중국의 경우도 2015년 식품안전법 개정을 통해 식품 안전성을 강화하였으며, 이번 개정된 법률을 유례없이 가장 강력한 법률로 알려지고 있다. 식품안전법 개정에 따라 수산물의 위생을 관리하는 국가표준(GB)도 수시로 개정되는 등 중국 식품안전에 대한 지속적인 모니터링이 필요하다.

식품 안전성 강화에 따른 영향으로 주요국의 수산물 통관 거부 실적도 최근 증가세를 보이고 있다. 중국, 미국, 일본, EU의 한국산 수산물 통관 거부 실적을 살펴보면 일본을 제외하고는 2015년 이후 모두 증가한 것으로 나타났다. 국가별로 살펴보면 중국과 미국의 경우 연간 약 40건의 통관 거부가 발생하며, 일본과 EU의 경우 연간 10건 내외가 거부되고 있다.

55) 본문 <그림 3-7> 참조

〈표 3-36〉 주요국 한국산 수산물 통관 거부 실적

(단위 : 건)

구분	2015년	2016년	2017년(8월 누적)
중국	28	46	43
미국	31	39	38
일본	23	10	7
EU	7	4	3

주 : 1) 수산물 통관 거부 실적은 HS 03류, 12122류, 1604류, 1605류, 230120류, 2501, 20089931(중국)류로 산출함

2) 2017년 중국의 수산물 통관 거부 실적은 7월 누적 기준임

자료 : 중국(국가질량감독검험검역총국 수출입식품안전국, <http://jckspaqj.aqsiq.gov.cn/>, 2017.10.05.

최종 접속), 미국(FDA Import Refusal Report,

<https://www.accessdata.fda.gov/scripts/importrefusals/>, 2017.10.05. 최종 접속),

일본(후생노동성,

http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/shokuhin/yunyu_kanshi/

ihan/index.html, 2017.10.05. 최종 접속),

EU(<https://webgate.ec.europa.eu/rasff-window/portal/?event=searchForm&cleanSearch=1>,

2017.09.30. 최종 접속)

국내에 있어서도 수산물에 대한 위생 관리에 대한 중요성이 대두되면서 HACCP 등 주요 제도를 운영하고 있다. 특히 냉동수산물 중 어류, 연체류, 조미가공품의 경우 HACCP 의무적용 품목으로 관리되고 있다.

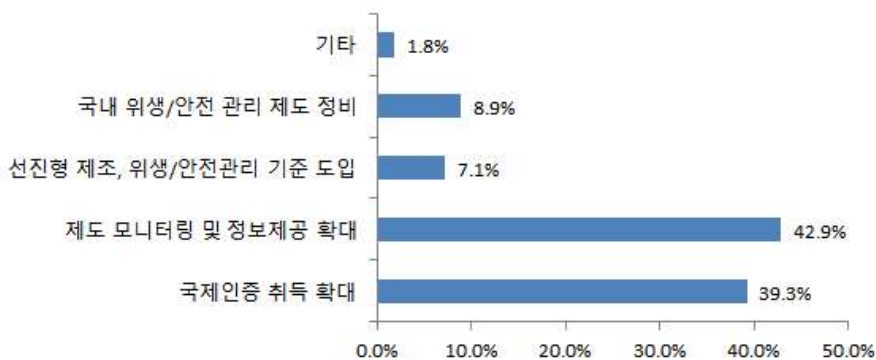
그러나 HACCP 제도는 대체로 국가별로 상황에 맞추어 독자적으로 운영되고 있어 글로벌 시장을 고려한 제도 검토가 필요하다. 일례로 미국은 수산물은 고위험 식품으로 분류해 수산물 HACCP 기준을 도입·운용하고 있다. 그러나 실제 미국의 HACCP과 우리나라의 HACCP은 위해관리 요인에 대한 집중 관리라는 목적성을 동일하나, 관리포인트 등 실질적인 운용에 있어서는 다른 제도로 이해하는 것이 타당하다.

이와 같이 국내와 해외 수산물 안전 관리 기준이 상이해 내수와 수출을 모두 진행하는 업체의 경우 국내외 규정을 모두 충족시켜야 하는 실정이다. 이 같은 구조를 개선하기 위해서는 글로벌 규범 강화에 대응한 국내 위생안전 관리제도를 정비하거나, 선진형 제조, 위생·안전 관리 기준 도입을 검토해볼 필요가 있다.

수출업체를 대상으로 한 설문조사에서 주요국 비관세장벽 강화에 대응한 방

안으로 주요국 수입제도 모니터링 및 정보 제공 확대가 42.9%로 가장 필요한 것으로 조사되었다. 다음으로 국제인증 취득 확대(39.3%), 글로벌 규범 강화에 대응한 국내 위생·안전 관리제도 정비(8.9%) 등의 순이다. 비관세 장벽 대응과 관련해 전반적으로 국내 위생·안전 관리제도에 대한 정비가 필요한 것으로 조사된 가운데, 세계적인 식품 안전 위생 강화에 대응하여 우리나라도 주요국 수입제도 모니터링과 함께 국내 수산물 위생·안전관리제도의 개선이 필요한 것으로 사료된다.

〈그림 3-11〉 주요국 비관세장벽 강화 관련 대응 방안



자료 : 수출업체 설문조사 결과(저자 조사)

5) 김 제품의 CODEX 규격화 연구사업

우리나라 김 제품의 산업 발전 및 국제적 인지도 제고를 위해 김 제품의 CODEX(국제식품규격위원회) 규격화 연구 사업이 진행되고 있다. 김 제품의 CODEX 규격화 연구 사업은 한국식품연구원이 사업 대상자로 선정되어 2015년 시작된 이후 2017년까지 총 4억 9천만 원의 예산이 투입되었다.

〈표 3-37〉 김 제품의 CODEX 규격화 연구 연도별 재정투입 계획

(단위 : 백만 원)

구분	2016년 까지	2017년	2018년	2019년
예산(국비 100%)	250	120	120	200

자료 : 해양수산부, “2017년도 해양수산업 시행지침서”, 2015.12, p.1363.

2015년 연구가 시작된 이후 “2017년 현재 김 제품의 CODEX 지역 규격 개발이 스위스 제네바에서 최근 개최되고 있는 ‘제40차 국제식품규격위원회(CODEX Alimentarius, 코덱스)’ 총회에서 지역 규격으로 최종 채택되었다. 코덱스 식품규격은 8단계의 심의 과정을 거쳐 결정되는데 특히 김 제품 규격은 식용 해조류에 익숙하지 않은 국제사회 설득 및 주요 생산국들과의 이견 조율을 위해 많은 논쟁과 난관을 극복하고 이룩한 성과로 평가된다.”⁵⁶⁾

〈표 3-38〉 CODEX 기준 설정 절차

단계	주체	내용
예비 단계	제안국	- 관련 상품분과에 토론평서 및 사업계획서 제출 - 회원국 합의 도출시 당해 분과 명의로 총회에 제안서 제출
1단계	총회	- 사업계획서(제안서)에 대한 집행이사회 중점심의 - 집행이사회 심의결과에 기반한 총회 신규작업 승인
2단계	제안국	- 규격초안 작성 및 제출
3단계	사무국	- 회원국에 규격초안 회람 및 의견수렴
4단계	해당 분과	- 관련 상품분과에서 규격초안 심의 - 규격초안 합의시 전문조항에 대한 승인 심의를 위해 관련 일반주제분과에 이송
5단계	총회	- 총회에서 규격안으로 중간채택(규격초안→규격안으로 승격)
6단계	사무국	- 회원국에게 규격안 회람 및 의견수렴
7단계	해당 분과	- 관련 상품분과에서 규격안 심의
8단계	총회	- 규격안 최종심의 및 채택

자료 : 해양수산부, 보도자료 “CODEX 김 국제교역 기준 설정 절차 4단계 통과”, 2016.9.28. p.3.

⁵⁶⁾ 한국농업신문, ‘김 제품 ‘CODEX 지역규격’ 채택’, 2017.07.25.,
<http://newsfarm.co.kr/news/article.html?no=18249>(최종 접속 : 2018.01.08)

우리나라 주도로 이루어진 김 제품의 CODEX 지역규격 최종 채택은 우리나라 김 제품의 특징을 반영해 규격을 설정한 만큼 국내 김의 수출 증대에 크게 기여할 수 있을 것으로 평가되고 있다.

수산 제품 관련 CODEX가 수출에 직접적으로 영향을 미치는 요소는 아니지만 최근 주요국을 중심으로 강화되고 있는 비관세장벽 대응 등에 활용 가능할 것으로 평가된다. 현재 우리나라 주도로 이루어진 수산물 관련 CODEX는 김 제품이 유일하다. 향후 우리나라가 경쟁력을 가지고 있거나, 우리나라 자체 전통 수산식품(예 : 젓갈류 등)에 대해서는 우리나라가 주도적으로 CODEX 지역 규격을 마련할 필요가 있다.

제5절 소결

수산물 수출업체 규모화·체계화를 통한 경쟁력 제고 필요

국내 수산물 수출업체의 일반 현황 및 수출 실태를 분석한 결과 수출업체 수는 증가하고 있지만 대부분 영세한 업체로 구성되어 있는 것을 확인할 수 있었다. 특히 연간 수산물 수출 실적이 10만 달러 미만인 업체가 전체 업체수의 약 60% 차지하고 있다.⁵⁷⁾ 수출 업무를 처리함에 있어 수출업무 전담 부서를 구성하지 못한 업체도 약 50%를 차지하였다.⁵⁸⁾ 이 같은 수출업체의 영세성은 수산물 수출 확대에 있어 제약 요인으로 작용할 것으로 판단된다.

수출업체의 영세성으로 인해 해외 시장 개척에 필요한 맞춤형 제품 개발, 마케팅 전략 수립, 관련 시장 정보 획득 등에 어려움을 겪을 수 있기 때문이다. 실제 업체 규모별 수출 실적을 살펴보면 100만 달러 이상을 수출하는 유망 기업과 핵심기업의 수출이 전체 수출액의 약 90% 차지하고 있다.⁵⁹⁾ 수산물 수출 확대를 위해 규모화와 전문화를 통한 경쟁력 제고가 이루어져야 한다.

수출업체의 규모화를 통한 경쟁력 제고와 함께 지속적인 성장 동력을 확보하기 위해서는 영세업체를 유망기업으로 성장시키는 전략이 필요하다. 수출업체의 경쟁력을 제고시키기 위해서는 규모화 전략과 함께 영세업체들이 유망기업으로 성장할 수 있도록 지원할 수 있는 제도 및 정책 마련이 필요하다.

57) 본문 〈표 3-7〉 참조

58) 본문 〈그림 3-2〉 참조

59) 본문 〈표 3-8〉 참조

수출 품목 다변화를 통한 국내업체 간 경쟁 지양 및 협력 모색

수산물 수출업체의 수출 실태를 분석한 결과 수출업체의 수출국 및 수출 품목이 평균 3개국, 4개 품목에 이르는 것으로 나타났다.⁶⁰⁾ 이는 업체별 수출 국가 및 품목이 한정되어 있다는 것으로 추후 발생할 수 있는 대내외 여건 변화에 탄력적으로 대응하기 어려운 구조로 판단된다.

현재 수산물 생산이 기후변화 등의 영향으로 연도별 불확실성이 크고, 세계 주요 국가들의 식품 안전규제가 강화되는 등 수산물 교역을 둘러싼 대내외 리스크가 커지고 있다. 대내외 리스크 관리를 위해서는 수출업체 차원에서 수출국가 및 품목의 다변화가 요구된다.

참고로 수산물 수출업체 수출 실적 자료 분석 중 대상 업체의 80%가 김을,⁶¹⁾ 전복, 오징어, 굴 등 주요 품목도 국내 다수의 수출업체가 취급하고 있는 것으로 나타났다. 국내 다수의 수출업체가 동일 품목을 취급함으로써 업체 간 경쟁이 심화될 수밖에 없는 구조인 것이다. 따라서 국내업체 간의 경쟁을 피하기 위해서는 김, 참치 등 주요 수출 품목 이외 신규로 수출할 수 있는 신규 품목 발굴이 필요하다.

물론 품목의 규모화를 통한 시장 지배력 확보라는 측면에서 국내업체 간 무한 경쟁 보다는 협력할 수 있는 시스템의 구축, 즉, 협의체 구성·운영이나 품목에 대한 목표와 전략을 마련하고 이를 실현하기 위해 수출업체의 활동을 공통적으로 관리·실행할 수 있는 기구 설립 등에 대한 검토가 이루어져야 할 것이다.

수산물 수출지원사업의 체계적 지원을 위한 법적 근거 마련, R&D 확대, 식품안전 관리제도 개선 검토

현재 정부에서는 수산물 수출 활성화를 위해 다양한 정책 및 제도를 마련하여 수출업체를 지원하고 있다. 이 같은 정부의 수출지원사업은 영세한 구조의 수산

60) 본문 <표 3-10>, <3-12> 참조

61) 본문 <표 3-13> 참조

물 수출업체들에게 큰 도움이 되는 것으로 평가된다.

이와 함께 수산물 수출지원사업 수행에 있어 사업의 분산·중복 운영, 성과평가 환류시스템 미구축 등은 개선이 필요한 것으로 나타났다. 특히 수산물 수출지원 사업의 체계적 지원을 위한 근거 법률이 부재한 상태로 신규 사업 추진에 있어 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다. 따라서 “(가칭)수산식품산업의 육성과 수출 지원에 관한 법률” 제정에 대한 적극적인 검토가 필요한 시기이다.

또한 수산물 진흥을 위한 직접적인 수출지원사업 외에도 간접적으로 수산물 수출을 지원하기 위한 다양한 제도가 시행되고 있다. 하지만 지원 규모나 사업 대상이 제한적으로 수산물 수출의 경쟁력을 제고시킬 수 있는 사업에 대한 지원을 강화할 필요가 있다. 예컨대 한국산 수산물의 경쟁력을 높일 수 있는 가장 중요한 요소인 식품 개발 관련 R&D는 시작단계로, 예산이 미미한 것으로 나타나 식품 개발 R&D를 확대할 필요가 있다.

수산식품 안전성 관련 제도와 관련해서도 국내외 제도가 상이해 수출업체의 경우 국내는 물론 해외 제도도 충족시켜야 한다. 세계적으로 수산식품에 대한 안전성이 강화되고 있는 추세로 국내 수산식품 안전성 관련 제도를 글로벌 규범에 합치하는 방향으로 개선하거나 또는 수출 맞춤형 제도의 신규 도입도 검토해 볼 수 있을 것이다.

제4장

국내외 수출 지원제도 및 사례 분석

제1절 농식품 수출 지원체계 및 사례 분석

1. 법적 근거

농림축산식품부와 지방자치단체에서 시행하고 있는 농식품 수출지원사업의 법적 근거는 농업·농촌 식품산업기본법, 농수산물 유통 및 가격 안정에 관한 법률 및 식품산업진흥법에 명시되어 있다. 관련 법률에 따라 농림축산식품부장관과 지방자치단체장은 농식품 수출촉진을 위한 사업 추진, 경비 및 대출 지원 등을 할 수 있다. 그 밖에도 산업별로 수출 촉진 관련 법률이 존재하고 있다.

1) 농업·농촌 식품산업기본법

농업·농촌 식품산업기본법은 농업과 농촌의 발전을 위하여 농업 및 농촌이 지향하여야 할 방향과 국가 정책 방향을 규정한 법률로, 농업과 농촌의 중요성과 관련 정책의 필요성을 기본 이념으로 명시하고 있을 뿐만 아니라, 국가 및 지방자치단체의 농업 및 농촌 관련 정책이 갖추어야 할 성격도 규정하고 있다.

수출 지원과 관련하여서는 제59조에서 국가 및 지방자치단체에서 농식품 관련 생산자, 수출업체를 포괄적으로 지원할 수 있도록 명시하고 있다.

제59조(농산물 및 식품의 수출 진흥)

- ① 국가와 지방자치단체는 농산물 및 식품의 수출 진흥과 우리나라 식생활 문화의 전파 등을 위하여 해외 시장 개척, 무역정보의 수집·제공 등에 필요한 정책을 세우고 시행하여야 한다.
- ② 국가와 지방자치단체는 제1항에 따른 정책을 효과적으로 추진하기 위하여 농업경영체, 생산자단체, 식품 산업을 업으로 하는 자와 농산물과 식품을 수출하는 자 등에게 필요한 지원을 할 수 있다.

자료 : 법제처(<http://www.law.go.kr>), 농업·농촌 및 식품산업 기본법(최종 접속 : 2018년 1월 11일)

2) 농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률

농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률은 원활한 유통과 적정 가격 유지를 통하여 소비자 및 생산자의 이익을 보호하고자 제정되었다. 주로 농업 관측과 도매시장에 관한 내용들이 포함되어 있으며, 수출 지원과 관련하여서는 제57조에 농산물가격안정기금의 사용 목적으로 명시하고 있다.

제57조(기금의 용도)

- ① 기금은 다음 각 호의 사업을 위하여 필요한 경우에 융자 또는 대출 할 수 있다.
1. 농산물의 가격조절과 생산·출하의 장려 또는 조절
 2. 농산물의 수출 촉진

자료 : 법제처(<http://www.law.go.kr>), 농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률(최종 접속 : 2017년 1월 11일)

3) 식품산업진흥법

식품산업진흥법은 농식품 소비 촉진을 위해 제정되었으며, 식품산업 발전을 위한 기본 계획 수립, 식품인증제 수립 등에 관한 내용을 포함하고 있다. 제17조는 국가 및 지방자치단체는 전통식품의 세계화를 위해 노력하여야 하고, 이를 위해서 해외 한식당 및 해외진출 식품업체에 대하여 필요한 경비를 지원할 수 있도록 규정하고 있다.

제17조 (전통식품과 식생활 문화의 세계화)

- ① 국가 및 지방자치단체는 각 지역별 전통식품과 식생활 문화를 조사·발굴하여 이를 현대화하고 우리 음식과 식생활 문화의 세계화를 통한 국가 이미지 향상에 노력하여야 한다.
- ② 국가 및 지방자치단체는 제1항에 따른 전통식품의 세계화를 위하여 필요하다고 인정되는 경우에 전통 식품과 식생활 문화의 홍보, 해외 한식당 및 해외진출 식품업체의 경쟁력 제고 등에 필요한 경비를 지원할 수 있다.

자료 : 법제처(<http://www.law.go.kr>), 식품산업진흥법(최종 접속 : 2017년 1월 11일)

4) 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률

전통주 등의 산업진흥에 관한 법률은 전통주 관련 산업의 발전을 위해 제정되었으며, 주로 전통주의 제조면허 관리, 통계 조사, 전통주 교육훈련기관, 전통주 품질인증 등에 관한 내용을 포함하고 있다. 제16조에서는 국가나 지방자치단체가

전통주의 세계화를 위하여 전통주 관련 해외시장개척 활동에 대하여 지원할 수 있도록 명시하고 있다.

제16조(홍보 및 세계화 촉진)

국가나 지방자치단체는 술 산업의 육성과 지역농산물의 소비촉진을 위하여 제15조에 따라 선정된 술을 홍보하거나 해외시장개척을 하는 자 또는 단체에 필요한 지원을 할 수 있다.

자료 : 법제처(<http://www.law.go.kr>), 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률(최종 접속 : 2017년 1월 11일)

5) 김치 산업 진흥법

김치 산업 진흥법은 김치 산업의 발전과 김치 문화의 계승 및 발전을 위해 제정되었으며, 김치 관련 기술의 개발 및 보급, 김치 품질의 표준화 및 향상 등을 위한 김치산업진흥 종합계획을 수립하고 시행하도록 하고 있다. 김치의 생산, 유통, 소비에 이르기까지의 전 과정에 대한 지원 근거를 마련하고 있으며, 김치의 세계화를 위하여 제17조에서 김치의 대표상품을 홍보하거나 해외시장을 개척하는 개인 또는 단체에 지원을 할 수 있도록 명시하고 있다.

제17조(세계화 촉진 등)

- ① 국가와 지방자치단체는 김치산업의 육성, 김치의 수출 경쟁력 제고 및 해외시장 진출 활성화를 위하여 제15조에 따라 선정된 김치의 대표상품을 홍보하거나 해외시장을 개척하는 개인 또는 단체에 대하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 필요한 지원을 할 수 있다.
- ② 농림축산식품부장관은 김치의 품질향상과 국가 간 교역을 촉진하기 위하여 김치의 국제규격화를 추진하여야 한다.

자료 : 법제처(<http://www.law.go.kr>), 김치 산업 진흥법(최종 접속 : 2017년 1월 11일)

6) 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률

쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률은 쌀 가공산업을 육성하고 쌀 소비를 제고함으로써 쌀 가격 안정 및 관련 산업 경쟁력 제고를 도모하고 최종적으로 쌀 농가의 소득 증대를 추구하기 위해 제정되었다. 수출 지원과 관련하여서는 제23조에 쌀 수출을 위한 해외 시장 개척 활동을 지원할 수 있도록 명시하고 있다.

제23조(세계화 촉진 등)

- ① 국가 또는 지방자치단체는 쌀 가공산업의 육성, 쌀 가공품의 수출 경쟁력 제고 및 해외시장 진출 활성화를 위하여 제22조에 따라 선정된 쌀 가공품의 대표브랜드를 홍보하거나 해외시장을 개척하는 자 또는 단체에 대하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 필요한 지원을 할 수 있다.
- ② 농림축산식품부장관은 쌀 가공품의 품질향상과 국제교역을 촉진하기 위하여 쌀 가공품의 국제규격화를 추진하여야 한다.

자료 : 법제처(<http://www.law.go.kr>), 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률(최종 접속 : 2017년 1월 11일)

7) 차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률

차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률은 차산업을 육성하여 관련 농업 종사자들의 소득 증대를 추구할 뿐만 아니라, 차문화 확대에 따른 국민 건강을 증진하기 위하여 제정되었다. 여타 품목과 마찬가지로 수출 지원과 관련하여서는 제15조에 차 수출을 위한 해외 시장 개척 활동을 지원할 수 있도록 명시하고 있다.

제15조(세계화 촉진)

국가와 지방자치단체는 차산업의 육성, 차의 수출경쟁력 제고 및 해외시장 진출 활성화를 위하여 차 및 차문화를 홍보하거나 해외시장을 개척하는 개인 또는 단체에 대하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 필요한 지원을 할 수 있다.

자료 : 법제처(<http://www.law.go.kr>), 차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률(최종 접속 : 2017년 1월 11일)

8) 인삼 산업법

인삼 산업법은 인삼을 특산물로 보호 육성하고 인삼 산업의 발전을 위해 제정되었다. 인삼 관련 용어 정의에서부터 인삼 산업 발전을 위한 종합계획에까지 다양한 분야에 대한 사항을 포함하고 있으며, 경작, 제조, 검사, 표시, 수출입 등 관련 세부 조항들을 두고 있다. 수출 지원과 관련하여서는 제20조에 국가 및 지방자치단체가 수출 촉진을 위한 국제인삼유통센터 설치 및 운영을 지원할 수 있도록 하였으며, 그 밖에 정보 및 인력의 교류, 박람회 개최, 컨설팅 제공 등 다양한 수출지원사업을 추진할 수 있도록 명시하고 있다.

제20조의 2(수출 촉진 등)

- ① 국가 또는 지방자치단체는 인삼산업의 국제화와 인삼류 및 인삼제품류의 수출을 촉진하기 위하여 국제인삼유통센터를 설치·운영하거나 이를 설치·운영하려는 자에게 필요한 지원을 할 수 있다.
- ② 국가 또는 지방자치단체는 인삼산업의 국제화와 인삼류 및 인삼제품류의 수출을 촉진하기 위하여 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다.
 1. 인삼산업과 관련한 정보·기술·인력의 국제교류
 2. 인삼산업과 관련한 국제학술대회·국제박람회 등의 개최
 3. 국제 인삼산업 시장의 조사·분석과 수집 정보의 체계적인 제공
 4. 인삼산업의 해외진출에 관한 컨설팅 지원
 5. 그 밖에 인삼산업의 국제화 및 수출 촉진을 위하여 필요하다고 인정하는 사업
- ③ 제1항에 따른 국제인삼유통센터의 설치 및 운영에 관하여 필요한 사항은 농림축산식품부령으로 정한다.

자료 : 법제처(<http://www.law.go.kr>), 인삼 산업법(최종 접속 : 2017년 1월 11일)

9) 외식산업 진흥법

외식산업 진흥법은 외식 산업의 발전을 위하여 외식산업 진흥기반을 조성하고, 외식산업의 경쟁력을 강화하기 위한 세부 조항들을 포함하고 있다. 수출 지원과 관련하여서는 국제교류 및 해외시장 진출 지원에 관한 제9조에서 정보 및 인력의 교류, 수출 관련 기관 및 단체와의 협력 체계 구축 등 다양한 수출지원사업을 추진할 수 있도록 명시하고 있다.

제9조(국제교류 및 해외시장 진출 지원)

- ① 농림축산식품부장관은 외식산업의 수출 경쟁력을 높이고 해외시장 진출을 활성화하기 위하여 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다.
 1. 외식산업 관련 정보·기술·인력의 국제교류
 2. 외식산업 관련 해외시장 개척·홍보활동 지원 및 국제박람회 등의 개최·참가
 3. 외식산업 수출 관련 정보 제공 및 컨설팅 등의 지원
 4. 외식산업 수출 관련 기관·단체와의 협력체계 구축
 5. 그 밖에 국제교류 및 해외시장 진출 지원을 위하여 필요하다고 인정하는 사업
- ② 농림축산식품부장관은 제1항에 따른 사업을 효율적으로 지원하기 위하여 대통령령으로 정하는 관련 기관이나 단체에 이를 위탁하거나 대행하게 할 수 있다.
- ③ 농림축산식품부장관은 제2항에 따른 위탁 또는 대행 기관이나 단체에 필요한 경비 등을 지원할 수 있다.

자료 : 법제처(<http://www.law.go.kr>), 외식산업 진흥법(최종 접속 : 2017년 1월 11일)

2. 수출 지원 체계

1) 수출 지원 정책의 수립과 이행

농식품 수출 지원에 대한 정책은 농림축산식품부에서 총괄하여 수립하고 있다. 주무부서는 식품산업정책실 산하 수출진흥과이며, 수출 전략 수립, 수출 인프라 강화사업 관리, 할랄 식품 시장 등 신흥 시장 개척업무, 수출유망품목 육성사업 관리, K-Food Fair 개최 및 운영, 미디어 마케팅, 국내외 농식품 홍보관 운영, 수출개척협의회 운영, 수출개척 TF 운영, 수출관련 정보조사, 해외 마케팅 전략 수립 등 다양하고 포괄적인 업무를 담당하고 있다. 농식품 수출 지원과 관련하여 수립된 정책은 한국농수산물유통공사를 통하여 주로 이행되고 있으며, 지방자치단체에서는 관련 사업에 대하여 행정적·재정적 지원을 하고 있다.

〈그림 4-1〉 농식품 수출 지원 정책 관련 기관



자료 : 저자 작성

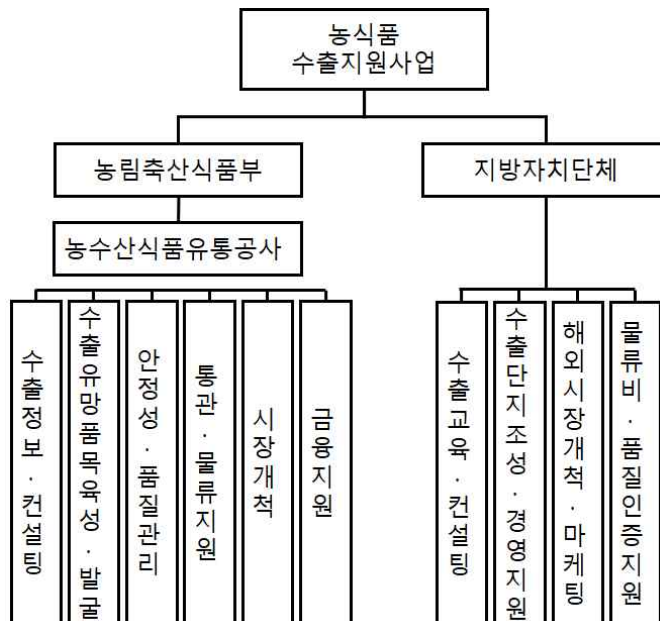
한국농수산물유통공사의 수출 지원 업무는 수출정보 및 컨설팅, 수출유망 품목 육성 및 발굴, 안정성 및 품질관리, 통관 및 물류지원, 시장개척, 금융지원 등 크게 6가지로 분류할 수 있다. 그 밖에 농촌진흥청은 수출 품목에 대한 개발

및 연구, 식품의약품안전처는 수출 농식품의 안전성 관리를 담당하고 있다. 또한 국립농산물품질관리원은 수출 농식품에 대한 품질관리, 한국식품연구원은 수출 농식품 개발 및 경쟁력 강화, 농촌경제연구원은 수출 관련 정책 개발, 해외시장 조사 및 수출지원사업에 대한 평가 등의 업무를 수행하면서 관련 분야 농식품 수출을 지원하고 있다.

2) 수출지원사업의 체계와 종류

농식품 수출지원사업을 직접적으로 이행하고 관리하는 주체는 농림축산식품부, 한국농수산물유통공사, 지방자치단체이며, 농식품 수출지원사업은 농림축산식품부가 한국농수산물유통공사를 통해 지원하는 사업과 지방자치단체에서 지원하는 사업으로 구분할 수 있다.

〈그림 4-2〉 농식품 수출 지원 체계



자료 : 저자 작성

농림축산식품부에서 공기업인 한국농수산물유통공사를 통하여 지원하고 있는 사업 유형은 수출품목 육성 및 발굴 관련 사업, 안전성 및 품질관리 지원 관련 사업, 검역 및 통관지원 관련 사업, 냉장, 냉동 물류체계 구축 관련 사업, 해외유통망 개척 관련 사업, 소비기반 조성 홍보 관련 사업, 수출정보 조사, 제공 및 컨설팅 관련 사업, 임산물 수출지원 관련 사업이다.

최근 지방자치단체에서도 각 지역의 농식품 특산물 수출의 확대를 위하여 다양한 수출지원사업을 도입 및 시행하고 있다. 지방자치단체에서 시행하고 있는 수출지원사업들도 농림축산식품부에서 한국농수산물유통공사를 통하여 지원하고 있는 사업과 유사하거나 동일한 경우가 많다. 지방자치단체별 세부 사업은 다소 상이하나 주로 수출업체 및 수출농가를 대상으로 교육 및 컨설팅을 진행하거나, 수출 단지를 조성하고, 수출농가에 대한 경영 지원을 하고 있다. 또한 해외 판로를 개척하고 현지 시장에서 판촉 활동도 하고 있으며, 물류비 지원, 품질 인증 지원 등도 시행하고 있다.

3) 수출지원사업 예산 추이

(1) 농식품 수출지원사업 예산

농식품 수출지원사업의 현황을 살펴보면 2011~2012년에는 식품 운영 활성화 지원 관련 사업들이 주로 추진되었으며, 2013~2014년에는 우수 농식품 구매 지원 관련 사업이, 2015~2016년에는 신선농산물과 가공식품 수출 지원 관련 사업들이 주로 집행되어져 왔다. 이와 같은 흐름은 수출지원의 초기 단계에서는 수출 농식품 생산 능력 강화에 집중하였다가, 다음 단계에서는 주요 수출 품목의 수출에 대하여 집중 지원을 하고, 최근에는 전 품목의 수출에 대한 지원으로 확대하고 있음을 의미한다.

농식품 수출지원사업의 예산 추이를 살펴보면 연도별로 다소 증감은 있으나 전반적으로 증가하고 있다. 2011년 4,050억 원이었던 농식품 수출지원사업의 총 예산은 2016년에는 5,657억 원으로 40% 정도 증가하였다. 앞서 언급하였듯이 2010년 이후 농식품 수출지원사업은 수출 지원 목적에 따라 2011~2012년, 2013~2014년, 2015~2016년의 3단계로 구분할 수 있으며, 기존 단계에서 다음 단계로 전환될 때마다 수출지원 예산이 상당 부분 증가해왔다.

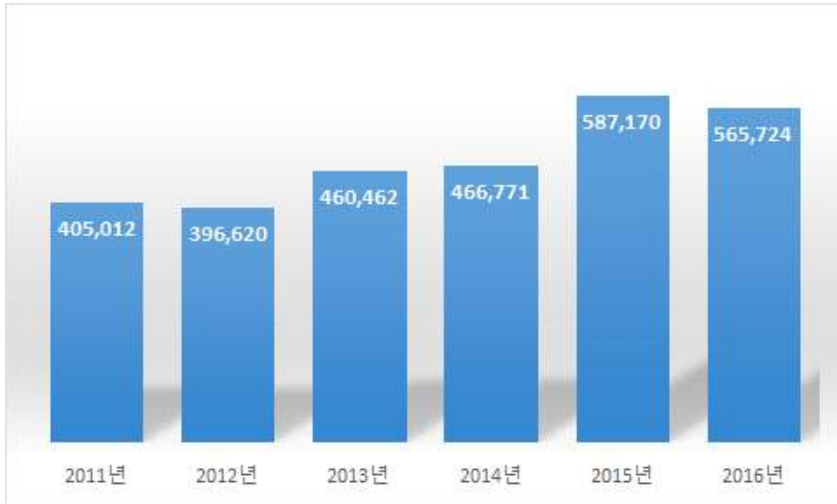
〈표 4-1〉 농식품 수출지원사업 예산(2011~2016년도)

(단위 : 백만 원)

구분	용자 + 보조		보조		합계
	사업명	예산	사업명	예산	
2011년	식품운영 활성화 지원	365,200	해외시장개척	39,812	405,012
2012년	식품운영 활성화 지원	365,200	해외시장개척	31,420	396,620
2013년	우수농식품 구매지원	417,052	글로벌 K-FOOD 프로젝트	15,410	460,462
			해외시장개척	28,000	
			소계	43,410	
2014년	우수농식품 구매지원	419,971	글로벌 K-FOOD 프로젝트	13,700	466,771
			해외시장개척	33,100	
			소계	46,800	
2015년	신선농산물수출지원	353,362	수출인프라강화	37,955	587,170
	- 용자금	316,000			
	- 보조금	37,362			
	가공농산물 수출지원	195,853			
	- 용자금	169,600			
	- 보조금	26,253			
2016년	신선농산물 수출지원	340,286	수출인프라강화	39,655	565,724
	- 용자금	300,000			
	- 보조금	40,286			
	가공농산물 수출지원	185,783			
	- 용자금	161,300			
	- 보조금	24,483			
소계		526,069			
합계		2,642,707		239,052	2,881,759

자료 : 정용제, “농식품수출지원사업평가”, 국회예산처, 2016.

〈그림 4-3〉 농식품 수출사업 예산 추이



자료 : 정용제, “농식품수출지원사업평가”, 국회예산처, 2016. p.16. 참조 작성

농식품 수출지원 세부 사업별 예산을 살펴보면 2015년과 비교하였을 때, 2016년에는 융자금 관련 지원 예산은 줄어들었으나, 수출인프라 강화 사업의 경우 17억 원 증가하였다. 특히, 글로벌 K-FOOD 프로젝트 사업과 콜드체인 구축에 관한 사업 예산이 각각 76억 원, 74억 원 증가하였고, 반면 해외시장 개척 관련 사업 예산은 59억 원 감소하였다.

2016년 기준 신선농산물 우수농식품구매지원 융자금으로 53%를, 가공식품 우수농식품구매지원 융자금으로 28.5%를 지원하여 전체 수출지원사업 중 융자금 형태의 수출지원사업 예산 비중이 80%가 넘는 수준이다. 그 밖에 물류비 지원이 신선농산물과 가공식품을 합쳐서 11%, 식문화홍보가 3.4%를 차지하고 있다.

〈표 4-2〉 농식품 수출지원 세부 사업 예산(2015, 2016년도)

(단위 : 백만 원)

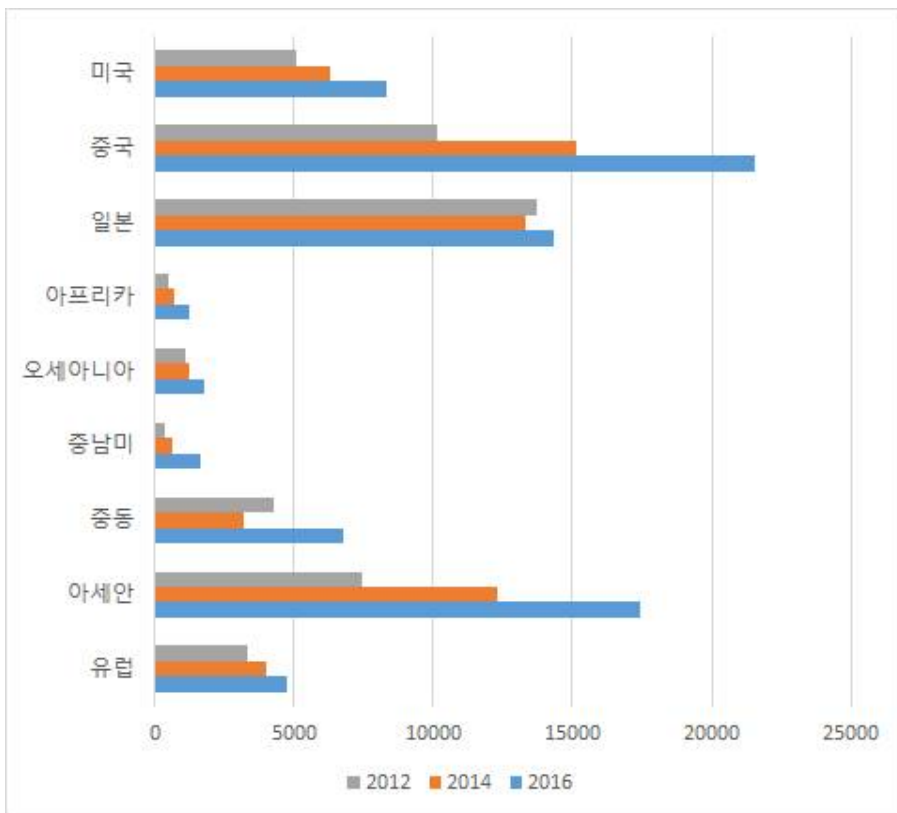
구분	세부사업명	2015년		2016년	
	합 계	587,170	100%	565,724	100%
융자 + 보조	신선농산물 수출지원	353,362		340,286	
	- 융자금(우수농식품구매지원)	316,000	53.8%	300,000	53.0%
	- 보조금(수출물류비 등)	37,362	6.4%	40,286	7.1%
	가공식품 수출지원	195,853		185,783	
	- 융자금(우수농식품구매지원)	169,600	28.9%	161,300	28.5%
	- 보조금(수출물류비 등)	26,253	4.5%	24,483	4.3%
보조	수출인프라 강화	37,955		39,655	
	* 해외시장개척	19,755	3.4%	13,825	
	- 국제박람회참가	8,600	1.5%	7,805	1.4%
	- 수출농식품해외현지화지원	1,130	0.2%	0	0.0%
	- 해외정보조사 등	8,470	1.4%	6,020	1.1%
	* 글로벌 K-FOOD 프로젝트	18,200	3.1%	25,830	
	- K-FOOD FAIR	4,600	0.8%	5,070	0.9%
	- 온라인모바일마케팅	700	0.1%	1,600	0.3%
	- 식문화홍보 등	12,900	2.2%	19,160	3.4%
	* 콜드체인구축 등	0	0.0%	7,360	1.3%

자료 : 정용제, “농식품수출지원사업평가”, 국회예산처, 2016. p.17. 참조 작성

(2) 농식품 수출지원사업 국가별 집행 추이

2012년과 비교하였을 때, 2016년에는 전체적으로 수출지원사업 투자가 늘어났다. 수출 비중이 가장 높은 일본에의 수출지원사업 예산의 성장세는 상대적으로 정체되어 있는 반면, 신흥 유망 수출대상국인 중국과 아세안 지역에서의 수출지원사업에 대한 투자가 활발하게 이루어지고 있음을 알 수 있다. 최근 할랄 식품 수출이 주목을 받으면서 2016년에는 중동 지역의 수출지원사업 예산도 크게 늘어나고 있다.

〈그림 4-4〉 국가별 농식품 수출지원사업 예산 집행 추이



자료 : 한국농수산물유통공사의 내부자료를 토대로 저자가 추정한 수치임

3. 수출 성공 사례 분석

1) 수출 지원 정책의 성공 사례

(1) 품목별 수출협의회 사례

딸기 수출협의회는 신흥시장인 태국 시장에 공공 광고물을 적극 설치하였으며, 2017년 2월에는 발렌타인데이를 맞아 태국 중심가에 위치한 CTW(Central World)에서 시식 프로그램을 비롯한 마케팅 활동을 적극 추진한 바 있다(농업인신문 2017). 딸기 품목협회의 지속적인 태국 시장 개척으로 태국 시장은 우리나라의 3대 딸기 수출대상국으로 부상하였으며, 태국의 딸기 수입시장 점유율도 30%에 육박하고 있다.⁶²⁾

(2) FTA특혜관세 활용 사업 사례

2017년 5월 버섯을 생산해서 수출하고 있는 A사가 원산지관리에 대한 사후검증을 받게 되었다. 원산지조사에 대응하지 못할 경우, 2억 원 상당의 관세 추징을 받을 위기에 처하자 A사는 FTA특혜관세 활용 사업의 도움을 받았다. 전문 컨설턴트의 자문을 토대로 원산지 충족 증빙자료 확보 및 서류 점검을 하였고, A사는 원산지조사에 성공적으로 대응할 수 있었다. 한국농수산식품유통공사의 발표에 따르면 시범사업 기간인 2016년에 10개 업체만 FTA특혜관세 활용 사업의 혜택을 받았음에도 약 16억 원의 관세절감효과를 달성하였다.⁶³⁾

(3) 바이어 초청 사례

2014년 강원도에서 개최된 GTI 국제·무역 투자박람회에 일본 바이어 19명을 초청하였고, 상담금액 6,668천 달러, 계약금액 2,495천 달러의 성과를 거두었다. 특히 강원도 특산물인 송이를 활용한 송이주에 대하여 350만 달러의 대일 수출 계약을 맺으면서 일본 시장에 대한 진출을 시작하게 되었으며, 향후 지역 농가 소득 향상도 기대할 수 있게 되었다.⁶⁴⁾

62) 농어촌경제신문, “한국딸기, 태국서 발렌타인데이 선물로 인기”, 2017.02.15., <http://www.eknews.co.kr/mobile/view?no=1822>(2017.02.15 최종 접속)

63) 한국농수산식품유통공사 보도자료 ‘생산부터 수출까지, FTA 원산지관리 통합 지원한다’, 2017.06.29.

(4) 해외 안테나숍 사례

새로운 농식품 수출 시장 확보를 위해 중미 국가인 과테말라의 대통령 궁 앞에 위치한 문화의 거리에 안테나숍을 설치하였다. 매주 안테나숍이 위치한 문화의 거리에서 K-POP 공연을 개최하였고, 안테나숍에서는 현지인을 대상으로 시식 홍보행사를 꾸준히 실시하였다. 안테나숍 설치 이후, 라면류, 제과류, 과실음료류, 인삼주, 인삼차, 막걸리 등에 대한 현지인의 관심이 꾸준히 증가하였고, 과테말라 내 18개 월마트 및 계열 매장에 제과류, 캔디, 주류 등 18개 품목을 입점시키는 성과를 거두었다.⁶⁵⁾

(5) 온라인 마케팅 사례

2017 China's Mobile E-commerce Report에 따르면 중국 전자상거래 규모는 2016년 20조 위안을 넘어섰으며, 그 중 온라인 쇼핑은 23.3%를 차지하고 있다(iResearch 2017).⁶⁶⁾ 최근에도 성장률이 10%가 넘고 있어 중국 시장에서의 온라인 마케팅의 중요성은 매우 크다. 이에 정부는 온라인 마케팅 지원 사업을 통하여 중국의 주요 온라인 쇼핑몰에 우리나라 농식품 전용 판매관을 입점시켜 왔으며, 한류 스타를 활용한 마케팅을 적극 추진하였다.

현재 우리나라 농식품 전용관을 운영하고 있는 중국 온라인 쇼핑몰은 네 군데이며, 전용관 개설 전후를 비교하였을 때 우리나라 농식품 입점 품목의 수는 2016년 4월 기준 1호점 27.6%, T mall 72.%, 1688.com 106.8%, 위마이왕 14.8%씩 증가하였다.⁶⁷⁾

64) 농림축산식품부·한국농수산물유통공사, “2014 해외 aT센터 해외시장개척 성공 사례”, 2014, p.26.

65) 상계서, pp.229-230.

66) iResearch, “2017 China's Mobile E-commerce Report”, 2017.

67) 농림축산식품부, “제8차 농수산물 수출개척협의회 자료”, 2016.

2) 민간기업의 수출 확대 성공 사례

(1) 해외 소비자 맞춤형 R&D 투자

홍삼식품 제조업체인 M사는 미국과 유럽 소비자들이 우리나라 인삼의 쓴맛에 거부감이 있다는 점을 주목하고, 우리나라 홍삼의 쓴맛과 뉴질랜드 꿀의 단맛을 결합시키는 데 노력하였다. 그 결과 꿀과 홍삼의 효능과 맛이 결합된 새로운 제품을 개발하게 되었고, 이후 미국, 스위스, 베트남, 중국으로 수출을 하게 되었다.⁶⁸⁾

김치를 생산하는 D업체는 현지인의 입맛에 맞는 김치 개발을 위해 연구소를 설립하고 제품개발에 꾸준히 투자해왔다. 그 결과 아삭하고 달콤한 김치 개발을 통하여 일본인의 입맛에 맞는 김치 개발에 성공하였고 일본 시장에 성공적으로 진출할 수 있었다.뿐만 아니라 현지 음식과 조화시킬 수 있도록 김치 샐러드 등 김치를 활용한 다양한 요리법을 개발하여 미국 시장에도 진출을 확대해 나가고 있다.⁶⁹⁾

(2) 해외 소비자 맞춤형 품종 개량

나주배를 수출하고 있는 L사의 경우 처음 미국 시장 진출을 위해 소비자 선호 분석에 많은 노력을 기울였다. 미국 소비자가 작은 크기의 배에 대하여 높은 선호를 보인다는 것으로 분석하고 농가들을 설득하여 나주배의 크기와 품질을 세분화하였다. 또한 나주시의 도움을 받아 미국 시장에 맞는 포장용지를 제작하였다. 그 결과 2011년에 최초로 1,500톤가량의 나주배를 미국 시장에 진출시킬 수 있었다.⁷⁰⁾

2010년에 설립된 S복숭아영농조합은 수출 시장에서 경쟁상품인 일본 복숭아와의 차별을 위하여 수출대상국별 복숭아 크기 선호도를 분석하였다. 그 결과

68) 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사, “aT수출애로상담 사례집”, 2014, p.29.

69) 조선닷컴, “농식품 수출 사례들 대상FNF”, 2014.11.20.,
http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2014/11/19/2014111903164.html(2017.02.15 최종 접속)

70) 조선닷컴, “농식품 수출 사례들 (주) 리마글로벌”, 2014.11.20.,
http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2014/11/19/2014111903124.html(2017.02.15 최종 접속)

같은 아시아 지역이지만 홍콩의 경우 대과를 싱가포르와 말레이시아의 경우는 소과를 선호한다는 것으로 알 수 있었다. 이에 맞춰 개별 수출대상국에 맞는 크기의 복숭아를 생산하여 수출하기 시작하였고, 우리나라의 대표적인 복숭아 수출단지로 성장하게 되었다.⁷¹⁾

(3) 할랄인증을 통한 수출 확대

치킨 프랜차이즈 업체인 K사는 말레이시아 진출을 진행하면서, 치킨 소스에 대하여 할랄인증을 추진하였다. 할랄인증을 위한 TF를 구성하고 소스 원재료 분석, 제조 플랜트에 대한 사전 심사를 하였다. 최종적으로 IFANCA의 현장 실사를 거쳐 2014년에 할랄인증을 획득하였다. 이를 통해 K사는 2014년에 1호점을 시작으로 현재 말레이시아 내 매장을 3개로 늘린 상태이다.⁷²⁾

초콜릿 장식 제품을 제조하는 중소기업인 D사는 2014년 베스킨라빈스 말레이시아와의 수출 협의 시 할랄인증을 요청받고 할랄 인증 취득을 위한 노력을 시작하였다. 동물성 원재료, 색소 및 향료 등에 대하여 검증을 하고 부적합한 원료에 대해서는 적극적으로 대체 원료를 찾았다. 그 결과 ICRIC 할랄인증을 취득하였고, 이후 할랄 시장에 대한 수출이 크게 늘어나 2014년에 3억 원이었던 수출 비중은 5억 원까지 증가하였다. 2016년에는 IFANCA 할랄 인증도 취득하였다.⁷³⁾

(4) 브랜드화 및 품질 고급화를 통한 수출 확대

농협에서는 2010년 전국 15개 시·군의 20개 지역농협이 연합하여 K-melon이라는 브랜드를 출범하였다. 지역별 산지 조직화 작업을 전국 단위로 확대하고 공동 브랜드를 활용하여 시장에서의 교섭력을 증진시켰다. 농가는 생산, 농협은 유통과 판매를 전담하는 업무 분담을 명확히 하고, 지역별 멜론 생산 매뉴얼을 개발하여 브랜드에 대한 소비자 인식 향상을 위한 품질 관리에 많은 노력을 기울였다. 중화권을 표적으로 고급 제품인 K-melon 골드리본 선물세트를 출시

71) 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사, “신선농산물 수출 우수사례집”, 2015, p.131.

72) 농촌진흥청, “할랄시장 농식품 수출 성공실태 사례집”, 2016.12, pp.18-21.

73) 상계서, pp.7-10.

하고 일본 시장을 표적으로는 디저트용 멜론 수출에 집중하는 등 주요 수출대상국에 대한 철저한 시장 분석을 토대로 맞춤형 상품을 수출하였고, 그 결과 K-melon의 수출실적은 2012년의 6억 원에서 2016년에는 16억 원 이상으로 증가하였다.⁷⁴⁾

74) 농민신문, “판매농협 구현 협동으로 이끈다(1)한국 최초 전국연합브랜드 ‘케이멜론’”, 2016.11.09., <https://www.nongmin.com/plan/PLN/FNL/109554/view>(2017.02.15 최종 접속)

제2절 노르웨이 수산식품 수출 제도 및 사례 분석

1. 수산업 개황

노르웨이는 어선어업과 양식어업을 통해 연간 약 350만 톤('12~'16년 평균 생산량)을 생산하고 있으며, 2016년 기준 노르웨이 수산물 연간 생산량은 약 337만 톤으로 우리나라와 비슷한 수준이다.

전체 수산물 생산량은 2013년 이후 상승세를 이어가다 2016년 전년 대비 9.2% 하락하였다. 2016년 기준 어선어업 생산이 전년 대비 큰 폭으로 감소한 가운데, 전체 수산물 생산 중 어선어업이 차지하는 비중이 매년 감소하여 2016년 59.1%를 차지하였다. 반면 전체 생산량 중 양식어업이 차지하는 비중은 2013년 이후 지속적으로 증가하여 2016년 38.4%를 기록하고 있다.

〈표 4-3〉 노르웨이 어업별 생산 동향

(단위 : 천 톤, 백만 NOK, %)

품목		2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	전년대비 증감률
전체	물량	3,461	3,338	3,646	3,715	3,372	△9.2
	금액	44,241	53,153	58,761	63,792	82,087	28.7
어선어업	물량	2,140	2,090	2,313	2,335	2,044	△12.5
	금액	14,202	12,673	14,427	16,928	18,233	7.7
양식어업	물량	1,321	1,248	1,332	1,381	1,328	△3.8
	금액	30,039	40,480	44,334	46,864	63,854	36.3

자료 : 노르웨이 통계청, <https://www.ssb.no/en/jord-skog-jakt-og-fiskeri/statistikker/fiskeri>(2017.10.9. 최종 접속)

노르웨이의 수산물 수출액은 연간 약 890억 NOK로 노르웨이 전체 수출액의 11.9%를 차지하는 주요 산업이며, 노르웨이산 수산물은 세계 150여 개국에 수출되고 있는 것으로 나타났다. 주요 수출 대상국은 폴란드, 프랑스, 덴마크, 영국, 일본 등으로 한국은 노르웨이의 제 15위 수출국으로, 2016년 한국으로의 수출이 2010년 대비 4.2배 늘어난 것으로 나타났다.

〈표 4-4〉 노르웨이의 수산물 수출 동향

(단위: 천 톤, 백만 NOK, %)

품목	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	전년대비 증감률
물량	2,389	2,330	2,514	2,398	2,233	△6.9
금액	50,817	60,158	67,071	72,001	89,222	23.9

자료: 노르웨이 통계청, <https://www.ssb.no/en/jord-skog-jakt-og-fiskeri/statistikker/fiskeri>(2017.10.9.
최종 접속)

〈표 4-5〉 노르웨이 10대 주요 수산물 수출국 수출액 변화

(단위: 백만 NOK, %)

순위	국가	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	전년대비 증감률(%)
1	폴란드	3,834	5,691	6,374	6,881	9,674	40.6
2	프랑스	4,883	5,883	5,698	6,224	7,905	27.0
3	덴마크	3,280	4,302	4,905	5,897	7,324	24.2
4	영국	2,363	2,699	3,830	4,726	5,263	11.4
5	미국	1,213	1,599	2,354	3,138	4,452	41.9
...	...	...	...	...	...	...	...
15	대한민국	458	636	1,026	1,245	2,150	72.7

자료: 노르웨이 통계청, <https://www.ssb.no/en/jord-skog-jakt-og-fiskeri/statistikker/fiskeri>(2017.10.9.
최종 접속)

노르웨이의 주요 수출 품목은 연어, 대구, 청어, 고등어 등으로, 전체 수산물 수출의 약 70%는 양식 수산물이 차지하고 있다. 양식 수산물 중에서도 연어, 송어 등의 경우 매년 수출이 증가하고 있는 추세를 보이고 있다.

〈표 4-6〉 노르웨이 10대 주요 품목별 수출액

(단위 : 백만 NOK)

순위	품목	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	전년대비 증감률(%)
1	연어	29,562	39,661	43,731	47,604	61,347	28.9
2	대구	5,606	5,812	7,233	7,917	8,766	10.7
3	청어	4,182	3,158	2,725	2,348	3,133	33.4
4	고등어	3,004	2,905	4,129	3,828	4,066	6.2
5	은대구	1,791	1,682	1,861	2,022	1,803	△10.8
6	송어	1,819	2,367	2,348	2,304	3,899	69.2
7	해덕	1,452	1,289	1,488	1,251	1,446	15.6
8	갑각류 /연체동물	263	827	1,000	1,536	1,857	20.9
9	링	240	188	234	300	310	3.3
10	기타 어류	2,898	2,271	2,323	2,890	2,596	△10.2

자료 : 노르웨이 통계청, <https://www.ssb.no/en/jord-skog-jakt-og-fiskeri/statistikker/fiskeri>(2017.10.9.
최종 접속)

즉, 노르웨이 수산물 수출은 연어, 송어 등 양식 수산물 수출이 주를 이루어 지고 있으며, 최근의 수출 성장세도 양식 수산물 수출 증가에 기인하는 것으로 평가된다. 이 같은 결과는 노르웨이 정부의 적극적 양식 육성 정책과 민간 차원에서 자발적 노력이 결합하여 시너지 효과를 거둔 것으로 평가된다.

2. 양식산업 성공 요인

1) 지속가능한 양식어업을 위한 관련 법안·제도 구축

현재 노르웨이 지속가능한 양식을 위해 관련 법안을 갖추고, 양식어업의 효율성 제고, 생산 품질 향상, 생산량 규제, 식품 위생·안전성 제고, 어장 환경 보호 등을 위해 노력하고 있다.

생사료 사용 등으로 인한 수산자원 남획 등에 따른 문제를 해결하기 위해 기존 사료를 식물성 단백질을 원료로 하는 사료로 대체하는 연구 등을 통해 친환경적 양식 보급에 애쓰고 있다.

또한 어장 환경 보호를 위해 양식장 인근 유해 물질 유입 여부를 까다롭게 모니터링하는 것은 물론, 양식면허를 취득할 수 있는 양식장 후보지는 매우 엄격한 과정을 통해 선정된다. EU 등 전 세계 국가들의 높은 식품 안전 기준에 부합하기 위해서 양식된 수산물의 품질 관리를 위한 식품 안전 관리시스템 도입 등 식품 위생 및 안전성 확보를 위한 철저한 관리를 하고 있다.

2) R&D 투자 등으로 양식 수산물의 세계화

노르웨이 정부는 양식어업을 확대하기 위해 보조금 위주의 투자 방식에서 벗어나, 육종기술 개발 등 R&D 중심의 집중 투자 정책으로 전환하여 꾸준한 양식 기술 개발을 촉진하였다. 정부의 양식 기술 개발 지원을 통해 고품질의 수산물을 생산하게 된 것은 물론, 수산관련 4개의 연구소를 통합하여 ‘노피마(Nofima)’를 설립, 양식 기술의 고도화를 진행하고 있다.

노르웨이의 세계적인 육종 기술 개발 및 양식 기술 고도화를 통해 연어의 경우 자연산보다 양식산의 품질이 더 우수한 것으로 입증된 가운데, 현재 노르웨이 연어는 가두리 양식으로 생산되고 있다. 고품질의 양식산 연어 생산 시 가두리에 수용하는 연어 밀도를 관리하며, 항생제 대신 백신을 사용하고 있다. 또한 한국, 일본, 중국, 미국, 유럽 소비자들 별로 선호하는 정도의 차이를 반영한 가공 제품 개발에도 지속적인 노력을 기울이고 있다.

3) 글로벌 경쟁력을 갖춘 수산양식기업 육성

노르웨이 양식산업의 성공 요인으로는 산업의 규모화를 통해 글로벌 경쟁력 갖춘 수산양식기업의 육성을 꼽을 수 있다. 기존 제한적인 양식면허 취득을 자유로운 매매로 허용하면서 진입장벽 완화되었다. 이에 기존 양식산업의 규모화를 통해 가격 경쟁력이 확보되면서 글로벌 경쟁력을 갖춘 수산기업을 양성하는 계기가 되었다. 또한 ‘어획량 할당제’를 통해 어획량 및 어업인의 수를 제한하면서 양식 어업의 전문인력 양성을 유도하였다.

이러한 제도적 변화를 통해 노르웨이는 소규모 양식업 중심의 환경을 기업화·규모화하면서 수산업의 경쟁력을 마련하였으며, ‘마린 하베스트’와 전 세계 굴지의 수산기업을 양성하였다.

4) 수산물 수출 확대를 위한 민·관 협력 강화

노르웨이의 경우 노르웨이 양식산업의 글로벌화를 위해 개별 수산기업들의 R&D 투자 이외에도 정부가 설립한 국립영양수산물연구소(NIFES)에서 양식 품종 개발 및 품질 관리를 하는 등 양식산업 발달 초기부터 지금까지 정부와 민간의 협력이 지속적으로 강화되고 있는 추세이다. 노르웨이 수산물 수출 촉진을 위해서는 민간 주도인 동시에 정부 수산연안부 산하 ‘노르웨이 수산물 위원회(NSC)’를 통해 민·관이 전 세계적인 마케팅을 동시에 진행하고 있다.

3. 수출 지원 제도 및 프로그램 분석

1) 수출촉진 정책 및 기구도

노르웨이는 수산업을 국가 수출 산업의 한 축으로 삼고 고부가가치 고유 브랜드를 형성하기 위해 다방면으로 노력하였다. 수산연안부(Ministry of Fisheries and Coastal Affairs)가 수산물 교역 전반을 총괄하며, 수산물 수출 촉진은 양식·수산식품부에서 담당하고 있다.⁷⁵⁾

수산물 수출이 노르웨이 경제에 미치는 영향이 커지면서 자국 수산물의 우수성 및 인지도 제고를 위한 마케팅에 대한 관심이 높아짐에 따라, 정부 차원에서 노르웨이 수산물 해외시장개척 및 수출 촉진기관인 ‘노르웨이 수산물 위원회(Norwegian Seafood Council, 이하 NSC)’를 설립하였다.

이에 노르웨이 정부에서는 수출의 기반이 되는 양식어업 규제, 환경 보전 모니터링, 무역 정책 등을 담당하며, 수출 촉진기관인 NSC가 노르웨이 수산물 해외 시장 개척을 위한 다양한 마케팅 활동을 이어가고 있다.

2) 노르웨이 수산물 위원회(NSC)

(1) 개요

NSC는 노르웨이 수산연안부 산하 기관으로 노르웨이 수산물의 국내외 마케팅을 전문적으로 담당하는 수산물 수출지원기관이다. NSC는 어류·어류제품 수출법(Fish Export Act, 1990)⁷⁶⁾, 어류·어류제품 수출 규칙(Fish Export Regulation, 1991)⁷⁷⁾에 의거하여 운영되고 있으며, 수산물 수출 촉진을 위해 주요 거점 국가에 해외사무소 개설 등을 통해 마케팅의 현지화 전략을 이행하고 있다.

⁷⁵⁾ 日本農林水産省, 「主要輸出国の輸出促進体制調査報告書」, 2012, p.123

⁷⁶⁾ Norwegian Act No 9 of 27 April 1990 relating to the Regulation of Exports of Fish and Fish Products (Fish Export Act)

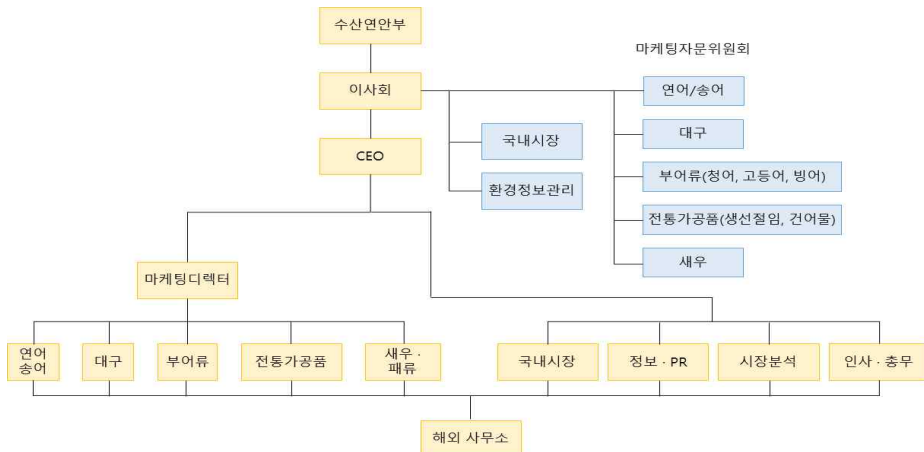
⁷⁷⁾ Norwegian Regulations No 157 of 22 March 1991 relating to the Regulation of Exports of Fish and Fish Products

NSC 운영·활동 경비는 국고 없이 수산물 수출업자에게 징수하는 수출세에 의존하고 있으며, 전체 예산 규모는 2014년 기준 433백만 NOK이다.⁷⁸⁾ 노르웨이 주요 수출 품목인 연어 및 송어와 관련된 마케팅 활동이 전체 업무의 절반 이상을 차지하고 있다.

(2) NSC의 조직도

NSC 본부는 노르웨이 트롬쇠에 위치하고 있으며, 주요 수출 대상국의 경우 사무소를 운영하고 있다. NSC 조직도는 아래 그림과 같이 어종별 마케팅부, 국내 시장부, 정보·PR부, 시장분석부, 인사·총무부 등으로 구성되어 있다.

〈그림 4-5〉 NSC 조직도



자료 : 日本農林水産省, 「主要輸出国の輸出促進体制調査報告書」, 2012, p.125.

NSC는 수산연안부 아래 이사회를 별도로 두고 있으며 NSC 대표, 수산기업, 수출업자, 노동조합 등으로 구성되어 있다. 이사회 하위 조직으로 마케팅자문위원회, 국내시장위원회, 환경정보관리위원회가 있으며, NSC의 활동 전략·계획의 수립 및 총괄은 마케팅자문위원회가 담당하고 있다.

78) 日本農林水産省, 「輸出戦略実行事業品目横断調査報告書」, 2016, p.38.

(3) NSC 주요 수출 촉진 활동

NSC의 주요 수출 촉진 활동은 각국의 마케팅 활동, 시장정보 조사·분석이다. 수출업체가 전 세계 각국으로의 수출 확대를 할 수 있는 발판을 마련할 수 있도록 노르웨이 수산물의 인지도 제고를 위한 마케팅 활동은 물론, 현지 파트너와의 공동마케팅 프로그램을 진행하기도 한다.

이와 더불어 NSC는 각국 소비자 분석 등을 바탕으로 노르웨이 수산물 수요 및 소비 증가 프로젝트 실시, 전 세계 수산업 통계 DB, 무역 규제 정보 수집, 글로벌 수산물 시장 동향 모니터링 등의 활동을 하고 있다.

노르웨이 수출업체, 정부, NSC 소속기관 및 회원들에게 수산물 수출에 관한 통계 자료, 전 세계 수산물 교역량과 판매량, 수입쿼터, 관세율과 무역거래조건 등에 대한 정보를 정기적으로 제공하고 있다.

이외에도 수출업체 리스크 관리, 판촉 홍보, 전시회·박람회 등의 업무를 통해 노르웨이 수산물 인지도 제고 등의 활동도 함께 하고 있다.

4. 수출 성공 사례

1) 마린 하베스트(Marine Harvest)

마린 하베스트는 세계 최대 규모의 연어 양식 기업이자 수출 기업이다. 생산부터 가공, 유통, 판매에 이르기까지 다양한 사업 영역을 구축한 다국적 기업이다. 연간 수출실적은 약 3조 5천억 원에 달한다.⁷⁹⁾

소규모 양식장으로 시작했으나, 정부의 체계적인 지원을 받아 설립 초반부터 연어 양식어업과 관련된 기술 개발에 집중하였으며 경쟁력 있는 업체들과의 인수·합병을 통해 세계적인 수산 양식 기업으로 성장하였다.

⁷⁹⁾ 마린 하베스트 홈페이지, "Annual Report 2015", <http://marineharvest.com/about/in-brief/>(최종 접속 : 2018.01.08.), pp.4-5.

마린 하베스트는 대표적인 생식품목인 연어 이외에도 다양한 어종으로 개발한 즉석식품, 핑거푸드, 훈제수산물 등의 고부가가치 상품을 개발·생산하고 있다.

마린 하베스트의 성공 핵심 전략 키워드는 마케팅과 연구 개발이다. 일본 소비자들에게 연어에 대한 수요가 높다는 것을 인식함과 동시에 곧바로 일본 내에 프로젝트 그룹을 설립하여 Mowi 브랜드를 출시하였다. 일본 소비자에게 기존 연어들과 차별된 제품을 선보이는 마케팅으로 큰 성공을 거두었다.

또한 15명의 전문가로 구성된 글로벌 R&D·기술전문가팀을 꾸려 다른 국가의 해외기술팀과의 협력 프로젝트를 통해 전문기술을 공유하는 등 기업의 연간 수출 금액의 0.3%를 노르웨이 수산물 연구·개발을 위한 수산물 연구 펀드에 투자하고 있다.⁸⁰⁾

2) 리로이(Lerøy)

노르웨이의 연어 생산 업체이자 수산물 수출 회사 중 하나이다. 리로이의 영업수익 해마다 증가하여 2015년 134억 5천만 달러 NOK를 기록한 가운데, 연평균 10% 이상의 성장률을 보이고 있다.⁸¹⁾

연어 이외에도 송어, 대구, 고등어, 청어 등 다양한 수산물을 생산하고 있는 가운데, 중국, 일본, 미국 등 주요 수출 국가를 중심으로 글로벌 영업 기반을 마련하였다.

리로이의 수출 성공 요인으로는 위생안전시스템과 품질관리, 마케팅 등을 꼽을 수 있다. HACCP, BRC, ISO 9001등의 위생 인증을 통해 체계적이고 엄격한 위생 관리를 하고 있음과 동시에 소비자가 홈페이지를 통해 상품 이력을 직접 조회하고 정보를 다운받을 수 있도록 상품이력 추적 시스템을 구축·운영하고 있다.

또한 고품질 관리를 위해 실시간으로 HACCP, 법률, 추적성, 표시, 위생적 디자인, 어류 복지 및 장비, 제품, 물의 세균 분석 등의 다방면의 품질 검사를 하는 것은 물론이고, Adept라는 시스템을 개발하여 소비자의 클레임, 시정

⁸⁰⁾ 마린 하베스트 홈페이지, "Annual Report 2015", <http://marineharvest.com/about/in-brief/>(최종 접속 : 2018.01.08.), p.193.

⁸¹⁾ 리로이 홈페이지, "Annual Report 2015", <https://www.leroyseafood.com/en/investor/reports-and-webcast/annual-reports/>(최종 접속 : 2018.01.08.), p.8.

조치, 피드백 및 제품 사양 등을 관리하고 있다.

리로이는 시장 및 최신 소비자 트렌드에 밀접한 제품 개발을 위해 노력하고 있으며, 고품질의 제품 라인업을 갖추고 있는 것을 기업 마케팅 전략으로 내세우고 있다.

3) 살마(Salmar)

살마는 연어를 주로 양식하고 있는 수산기업으로, 양식, 어획, 가공과 같은 핵심 산업에 주력하여, 어란 및 친어 생산부터 완제품 판매까지 수직통합형 양식 기업으로 성장했다. 살마는 대규모 투자 등으로 연어 생산에 있어 선진화된 시스템, 규모의 경제를 실현하고 있는 글로벌 수산기업으로, 전 세계로 다양한 형태의 연어를 판매하고 있다.⁸²⁾

살마가 전 세계적인 연어 생산 및 판매 기업으로 발돋움하게 된 요인으로는 품질관리 및 유통과정에서의 혁신 등을 꼽을 수 있다. 품질관리를 위해 생산부터 가공, 포장, 운송에 이르기까지 통합된 원스톱 위생 관리 시스템을 갖추고 있다. 또한 HACCP, BRC, Global GAP, IFS 2011, Kosher, Debio 등 전 세계적인 위생 인증 기준에 맞게 생산하고 있다.

유통 과정에서 제품 변화를 최소화하기 위해 특수 포장 개발은 물론, 냉장상태로 항공 운송을 할 수 있는 유통 시스템을 도입하였다.

⁸²⁾ 살마 홈페이지, "Annual Report 2015", <https://www.salmar.no/en/about-salmar/>(최종 접속 : 2018.01.08.)

제3절 일본 수산식품 수출 제도 및 사례 분석

1. 개황

일본 정부는 자국 1차산업의 경쟁력 제고를 위해 수산물을 포함한 식품의 수출 확대에 적극적인 행보를 보이고 있다. TPP 등으로 글로벌 시장 개방이 가속화되고 있고, 자국 시장의 위축으로 농림어업인, 식품업체 등의 수입 감소가 우려되는 가운데 해외에서는 일본 식문화, 일본 식자재의 인기가 높아져 해외를 대상으로 한 일본 식품 수출의 적기에 이르렀다고 평가한 때문이다.

일본 정부는 경제 성장, 인구 증가 등으로 세계의 식품시장 규모가 2009년 340조 엔에서 2020년에는 680억 엔으로 2배 이상 증가할 것으로 전망하였다.⁸³⁾ 이러한 가운데 실제 일본의 농림 수산물·식품 수출은 꾸준히 늘어 2013년부터 3년 연속 사상 최고치를 경신하여 2015년의 수출 실적은 7,451억 엔에 이르렀다. 이는 정부 계획 중간 목표를 1년 앞당겨서 실행한 실적이다.⁸⁴⁾

FAO 자료에 따르면 일본의 수산물 수출 규모는 2013년 기준 20억 달러이다. 세계에서 수산물 소비 상위국인 일본은 전체 공급 체계에서 자국산 수산물의 조달 비중이 낮은 편으로, 총 공급량의 상당량을 수입으로 충당하고 있다.

이 같은 이유로 2013년 기준 세계 수출 시장에서 일본 수출 비중은 1.5%에 불과하다.

〈표 4-7〉 일본 수산물 생산 및 수출 추이

(단위 : 천 톤, 백만 \$)

구분		2000년	2005년	2010년	2013년
생산	물량	6,503	5,712	5,347	4,766
	금액	222	468	565	551
수출	물량	832	1,291	2,014	2,060
	금액				

자료 : FAO FishstatJ(2017. 09. 28)

83) 日本農林水産省, “農林水産業の輸出力強化戦略”, 2016.5., p.1

84) 2016년 농림수산물 수출 목표액 7,000억 엔(日本農林水産省, “農林水産業の輸出力強化戦略”, 2016.5., p.1)

그러나 수산물은 일본 정부의 농림수산물 수출 확대 정책에서 매우 중요한 입지를 차지하고 있다. 실제 정부가 수립한 2016년까지의 일본 식품 수출 목표 중 37%는 수산물이다.⁸⁵⁾ 수산물 수출 실적도 2000년 이후 꾸준한 성장세를 보여 2013년까지 연평균 7.8%의 성장률을 기록하고 있다.

2. 수산물 수출 제도·지원 프로그램

1) 농림수산물 수출 확대 전략 개요

일본의 수산물 수출 확대 전략은 일본식품이라는 틀에서 농림식품과 함께 종합적으로 추진되고 있다. 이에 농림수산물 전체 수출 전략을 중심으로 살펴보고자 한다.

일본 농림수산성은 2013년 4월 FBI 전략을 발표하였다. 이는 Made FROM Japan(세계 식자재 업계에서 일본산 식자재의 활용), Made BY Japan(일본 '식품·식산업'의 해외 확대), Made IN Japan(일본산 농림수산물 수출)의 약자로, 정부, 민간의 협업 하에 수출을 전략적으로 추진하기 위해 마련된 실천 계획이다.

동년 8월에는 국가별·품목별로 전략을 구체화하고, 이듬해 6월에는 세부 전략의 신속한 실행을 위해 '수출전략실행위원회'를 설치하였다.⁸⁶⁾ 나아가 식품의 지역별 특성을 소비자에게 어필하기 위해 물류, 유통망 등의 수출 환경을 정비한 글로벌 푸드 밸류 전략까지 도입하였다.

일본 정부는 무엇보다 수출 실행주체인 수출업체가 활동을 효과적으로 수행할 수 있는 환경을 구축하는 것이 중요하다고 인식하고, 전략의 중점을 업체의 활동을 효과적으로 지원할 수 있는 사업 도입에 두었다. 전략에서는 크게 5가지의 추진 방향과 이와 관련된 실행 계획을 도출하였다. 그리고 신규 생산·제조(가공)업체의 수출 참입을 유도하고, 수출 주체가 다양한 수출 활동에 실질적으로

⁸⁵⁾ 2016년 농림수산물 수출 목표액 7,000억 엔, 수산물은 2,600억 엔(日本農林水産省, “農林水産業の輸出力強化戦略”, 2016.5., p.1)

⁸⁶⁾ 수출전략실행위원회는 일본 수출 촉진의 사령탑으로 관련 부처, 사업단체 등이 참여하여 구성됨

활용할 수 있도록 가이드라인 성격의 제안 사항도 도출하였다.

〈표 4-8〉 일본 농림수산물 수출 확대 전략 개요

구분	주요 내용
추진 방향	· 해외 시장 정보 파악·개척 · 수출업체(생산자, 식품제조업체 등 포함)의 해외 연계 · 식품의 해외 수송·판매 · 수출 장벽 해소·저감 · 전략의 효과적 실행을 위한 체제 정비
실행 계획	· 해외시장 정보의 종합 제공 · 일본산 우수성의 해외 홍보 · 전략적 판매 체제 정비(연중 출하·공급 등) · 수출업체의 해외 판매거점 확보 지원 · 국내 유통시설의 수출거점 활용 · 해외 규제에 효과적 대응을 위한 관계기관 협력 조직 구축 · 일본 내 수출 수속 개선
제안 사항 (가이드라인)	· 국가별 수출 확대 전략 · 품목별 수출 경쟁력 확보를 위한 대응 방향

자료 : 일본농림수산성 홈페이지 ‘農林水産業の輸出力強化戦略について’, ‘農林水産業の輸出力強化戦略-ポイント-’ 참조 정리(<http://www.maff.go.jp/>)(접속일자 2017년 9월 4일)

일본 정부는 농림수산업의 미래 발전을 위해 판매처로서 기존 자국 시장에 더해 해외시장의 확보가 필수적이라고 평가하고, 이 같은 전략을 체계적으로 추진함으로써 2020년 일본 농림수산물 수출액의 1조 엔 달성을 기대하고 있다.⁸⁷⁾

2) 추진 방향

일본 정부는 농림수산물 수출 확대를 위해 크게 5가지의 추진 방향을 도출하였다. 농수산물 수출업계의 수출 활동에 직·간접적으로 연계되는 다양한 영역 중에서도 정부의 지원 당위성을 확보할 수 있는 분야에 대해 중점 전략을 수립하였다.

⁸⁷⁾ 2016년 농림수산물 수출 목표액 7,000억 엔(日本農林水産省, “農林水産業の輸出力強化戦略”, 2016.5., p.2)

첫째, 현지 시장의 수요를 효과적으로 파악하고 수요를 창출하기 위해 ‘해외 시장 정보 파악·개척’이 필요할 것으로 보았다. 이를 위해 현지 수요의 지속적 수집·분석 및 종합 제공, 통일적이고 종합적인 프로모션의 전략적 추진, 프로모션 방법의 다양화, 일본문화·식문화 활용 마케팅, 수출 시장 개척 수단으로 자국 방문 관광객의 활용을 추진기로 하였다.

둘째, 판매시장을 개척하고 공급측면의 효율화를 위해 ‘수출업체(생산자, 식품 제조업체 등 포함)의 해외 연계’ 방안을 모색하였다. 이와 관련된 세부 사업으로는 수출 컨설팅 확대, 해외 바이어와 국내 수출업체 간 연계, 다양한 판매 루트 및 방식 발굴, 대금 결제 리스크 해소, 해외 수요 맞춤형 생산·제조, 해외 수입 규제 대응 생산·제조 등이 있다.

셋째, 글로벌 시장에서의 품질 경쟁력 우위 유지를 위한 수출 물류 인프라·유통 네트워크 정비에 관련된 ‘식품의 해외 수송·판매’ 전략도 제시하였다. 해외 판매 가격을 가능한 크게 높이지 않을 수 있도록 저렴하게 운송하는 방안, 많은 물량을 품질까지 유지하는 운송 방안, 중소기업도 참여할 수 있는 운송·현지 판매방식의 개발 방안이 검토되었다.

넷째, 해외 수출 애로 요인을 줄이고 환경을 정비하는 ‘수출 장벽 해소·저감’도 있다. 이를 효율적으로 달성하기 위해 수출 수속 간소화, 해외 수출 장벽 저하, 국제 규격·인증 취득, 자국 고유 품종·품목의 특허권 등 취득, 이슬람 시장 개척을 실행기로 했다.

다섯째, 전략의 효과적 실행을 위한 ‘체제 정비’도 필요한 전략으로 꼽았다. 수출 전략의 이행 단계를 순차적으로 점검하여 추진을 독려하고, 주요 수출국 대상 정부와 민간의 수출 촉진 체제 구축을 진행기로 했다.

〈표 4-9〉 일본 농림수산물 수출 확대 전략의 주요 추진 사업

추진 방향	주요 사업	세부 사업
해외 시장 정보 파악·개척	현지 수요 파악 및 정보 제공	·정보의 집적·제공 체제 정비 ·홍보 체제 정비
	종합적·전략적 홍보	·이벤트 캘린더 운용 ·프로모션 디자인 통일
	홍보 방법 다양화	·해외공간 활용 ·일본식문화 보급 친선대사 ·일본주 전문지식 보유 인재 육성 ·SOPEXA 등과 JETRO 협력 프로모션 ·해외 미디어 활용 일본제품, 식품화 홍보
	일본문화·식문화 연계 마케팅	·일본문화·식문화 연계 거점설치 ·일본문화와 식자재 동시 이벤트
	내방관광객 수출 프로모션	·식품, 농업 테마 여행상품 개발·판매 ·식품과 농업 경승지 인정제도, 농촌민박 추진 ·재팬 하비스트('16.11) 개최 ·외국인 관광안내소 등 활용 일본식품 판매 홍보 ·공항 판매 홍보 ·크루스 관광객 판매 홍보 ·여행기념품으로 농축산물을 선택할 수 있는 동식물검역 원활화 체계 구축 ·비지트 재팬을 통한 일본식품·식문화 확산
수출업체의 해외 연계	수출 상담 원활화	·상담·어드바이스 체제 강화 ·수출 관련 연수회·세미나 확충
	무역 네트워킹 연계	·해외 바이어 초청 사업 확충·개선 ·상담회·전시회 참가 지원 확충·개선 ·해외 바이어 리스트 확충, 수출 사업체 및 상품 리스트화 ·'FCP전시회·상담회시트' 활용 상품 소개
	다양한 판매 로트, 판매방법 제안	·일본산 식자재 서포터 인증제도&일본요리조리 가능인증제도 ·일본편의점 등의 일본 식자재·식품 시험 판매 ·해외 산직시장 설치·운영 지원 ·인터넷 활용 택배·예약판매방식 수출 모델
	대금결제 불안 해소	·농수산물 분야 무역보험 이용 확대
	해외 수요 맞춤형 생산	·연중 출하·공급체제 정비 ·수출국 수요 대응 신제품 개발·도입 추진 ·생력화·증산·비용 저감 신기술 개발·도입 ·로봇 기술 및 ICT 첨단기술 응용 기술 개발
	해외 수입 규제 대응 생산	·동식물검역조건 대응 생산, 가공기술 확립 ·잔류농약기준 등에 부합하기 위한 방역체

		· 제 확립 · 수출국 규제 대응 산지 서포트 체제 정비 · HACCP, 할랄 등 수출국 요구 식육처리시설 정비
식품의 해외 수송·판매	물류비 저감	· 공동수송 등을 통한 출하단위 대량 로트화 · 항공수송 관련 비용 절감 · 생산물 저비용·대량수송용 신선유지 수송기술 보급·개발
	대량, 품질 유지 수송	· 수출거점 창고 등 정비 · 공항 화물 지역 등의 정비·확대, 농산물 수출 거점화 · 항만 리얼 컨테이너 수출 환경 향상 · 일본기업 주도 해외콜드체인 사업 참여 · 신선택배 시스템 등 국제표준화 추진 대처
	중소기업 참여형 수송·판매 모색	· 도매시장 수출 거점화 · 민관펀드 활용 재팬몰 설치·운용 지원
수출 장벽 해소·저감	수출 절차 간소화	· 각종 수출증명서 발행 수속 간편화 · 위생증명서 발행수속 간소화·신속화 · 동식물검역 업무의 유연한 대응
	수출 장벽 해소	· 동식물검역체제 강화 · 가축질병발생 시 축산물 수출 즉시 전면 중단 회피 · 해외시장 대상 일본 고유 첨가물 등록을 위한 안전성 실험 실시 · 수출국 잔류농약기준과의 조화
	국제규격 취득	· 국제 인증 취득 지원
	자국 품종·품목 고유 권한 확보	· 지리적 표시 보호 · UPOV91년 조약 가맹 검토 · 농림수산물분야 지재권 보호 지원 강화
	이슬람 시장 개척	· 할랄 인증 취득 추진
전략의 효과적 실행을 위한 체제 정비	수출 전략 추진 체제 정비	· 수출 전략의 확실한 실행을 위한 추진 체제

주 : SOPEXA는 해외 식품 프로모션 실적과 네트워크를 보유한 전문 기관으로 알려짐

자료 : 일본농림수산성 '農林水産業の輸出力強化戦略－施策関係資料集' 참조 저자 정리

2) 농림수산물 수출 확대 가이드라인(제안 사항)

이와 함께 수출 주체의 수출 활동의 가이드로 참고할 수 있도록 국가별, 품목별 수출 전략에 대한 세부 가이드라인을 작성해 발표하기로 했다.

현재 발표된 가이드라인에서 품목별 전략은 생산부터 시장 개척, 현지 맞춤형

환경 정비 등 특정 품목에 관련해 생산부터 해외 판매가 실행되기까지 폭 넓은 분야를 대상으로 마련하도록 하였다.

국내 생산과 관련해서 생산 체제를 정비하도록 하였다. 양식 수산물의 경우 증산을 위한 적지 개발 조사, 리스크에 안정적인 연중 생산 및 출하체계를 구축하고, 어획 수산물에 대해서는 어획 후 처리 고도화로 고품질 생산 체제를 구축하거나 원가 절감 생산 모델을 도입하도록 제안하였다.

해외 시장 확대를 위해서는 현지 거주 컨설턴트의 활용으로 맞춤형 대상국을 선정하는 동시에 전략적 프로모션을 실시하고, 나아가 수출국의 기술 장벽 강화에 대응해 현지 수준에 부합하는 수출 환경을 정비하도록 유도하였다.⁸⁸⁾

세부 품목별로는 수산물 중 진주, 해삼, 고등어·정어리, 방어, 어육연제품, 명태, 꽁치, 멍게 등의 품목별 전략을 제안했는데, 각 어종별 중점 대상국과 국가의 특성에 걸맞은 수출 방안을 도출하였다.

⁸⁸⁾ 수산가공시설 HACCP 도입, 유통·수출 거점항구의 고도 품질위생관리체제 구축, 수출 규제 완화, 수속 간소화·신속화, 국제 인증(에코라벨) 획득 등이 포함됨

〈표 4-10〉 일본 농수산물 수출 지원 프로그램의 품목별 전략(예시)

대상품목	주요 수출국	수출 확대 방안
진주	홍콩, 미국, 태국	· 해외 박람회 등 판로 확대, 프로모션 실시 · 상품 가치 향상 R&D 확대
해삼	홍콩	· 지역별 자원 관리 강화 · 종묘 방류, 증양식 확대 · 중간 육성 기술 개발
고등어·정어리	태국, 이집트, 베트남, 필리핀	· 고품질 냉동품 생산 체제 정비(신선도 유지 강화, 생산비용 절감) · 연안 어장 생산성 향상
방어	미국	· 연중 출하체제 구축(사료비 저감, 적조 피해 최소화, 육종 등) · 상품 가치 유지 기술 개발
어육연제품	미국, 홍콩, 대만	· 어육연제품 소비 문화 보급 및 홍보 · 현지 맞춤형 상품 개발 · 가공시설의 HACCP 도입
명태	중국, 한국, 러시아	· 경쟁국 동향의 모니터링
꽂치	러시아, 중국, 라오스, 필리핀	· 적정 조업 및 자원 관리 · 방사능 관련 수입 규제국의 조치 철폐
멍게	한국	· 한국의 수입 규제 철폐(WTO 분쟁 해결 소위원회 회부)

자료 : 저자 작성

국가별 전략의 경우 21개국⁸⁹⁾을 시장 접근성, 침투율에 따라 정착시장, 유망시장, 제약시장, 개척시장으로 구분하고 시장별, 그리고 국가별 수출 확대 방안을 제안하고 있다. 표에서 정리된 바와 같이 국가의 특성에 맞추어 세부 전략이 차별화되어 있음을 확인할 수 있다.

〈표 4-11〉 일본 농수산물 수출 지원 프로그램의 국가별 전략(예시)

구분	홍콩	대만	한국	중국	미국	싱가포르	말레이시아	태국	베트남	중동	오세아니아	EU	러시아
무역박람회·상담회	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
식품관련 대전 출전					○								
바이어 초청			○	○									
일본소매업체 프로모션	○			○		○		○					
일본관련 행사 실시	○		○							○			
일본 점포 진출 지원				○									
다른 행사와 연계 (애니메이션, 게임 등)								○				○	
현지 식품업소, 소매점, 음식점 활용	○	○		○		○			○	○	○	○	
수출국 인스토어 샵 설치					○	○	○	○	○			○	
각종 매체 활용	○	○		○	○			○	○				
SNS			○	○			○	○					
재팬몰, 재팬하우스 등의 활용				○	○		○					○	
재외공간 행사 활용	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	
요리교실	○	○		○	○	○	○		○		○	○	
방일 여행객 홍보	○	○	○	○	○	○			○		○	○	○
수출국 일본계 소매 외식점 정보 제공	○	○		○	○	○	○		○				
수출국 요리전문가를 통한 식자재 홍보			○		○			○	○				

자료 : 저자 작성

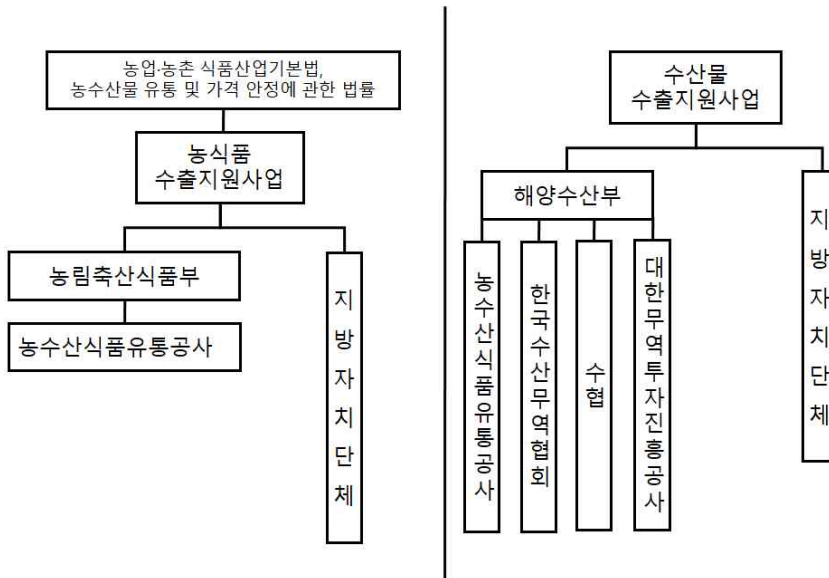
89) 홍콩, 대만, 한국, 중국, 싱가포르, 말레이시아, 브루나이, 인도네시아, 태국, 베트남, 미얀마, 필리핀, 인도, 중동, 아프리카, 미국, 캐나다, 중남미, 태평양, EU, 러시아

제4절 소결

1. 우리나라 농식품 수출

농식품 부문의 수출 지원 체제와 수산 부문의 수출 지원 체제를 비교하면 크게 두 가지 점에서 차이를 보이고 있는데, 첫째, 수출 지원의 근거가 되는 법령의 존재 여부이다. 수산 부문과 달리 농식품 부문의 경우 농업·농촌 식품산업기본법, 농수산물 유통 및 가격 안정에 관한 법률을 통해서 농산물 수출 지원에 대한 포괄적인 지원 근거를 마련하고 있다. 수산 부문의 수출의 경우 어업 종사자들의 소득에 직접적으로 영향을 주는 신선 수산물의 수출 비중이 높다. 그럼에도 불구하고 농식품 부문에 비해 지원 근거에 대한 법률 부재로 사업의 지속성, 예산 확보 등에 있어 상대적으로 어려움이 크다.

〈그림 4-6〉 농식품 부문과 수산 부문의 수출 지원 체제 비교



자료 : 저자 작성

둘째, 수출지원사업이 분산되어 있다는 점이다. 농식품 부문의 경우 중앙정부의 수출지원사업의 경우 한국농수산물유통공사를 통하여 일괄적으로 관리 및 시행되고 있는 반면, 수산 부문의 경우 수출지원사업이 한국농수산물유통공사 뿐만 아니라, 수산무역협회, 수협, 대한무역투자진흥공사(KOTRA) 등 다양한 기관을 통해 시행되고 있다. 이처럼 업무가 분산되어 있어서 수산물 수출에 대한 전체적인 목표 설정과 이행에 어려움이 있고, 중장기적 관점에서도 일관된 사업 관리와 이행이 어려울 것으로 예상된다. 따라서 수산물 수출을 지속적으로 확대하기 위해서는 특정 기구나 조직이 수산물 수출지원사업을 총괄할 수 있도록 하는 수출전담조직 구축 및 운영을 고려해 볼 필요가 있다.

해양수산부에서 발표한 2017년 수산물 수출지원 로드맵을 살펴보면 3대 추진과제로 ‘경쟁력 있는 수출기반 조성’, ‘수산물 수출시장 및 품목 다변화’, ‘수출업체 애로 해소 및 역량 강화’를 선정하였다. 구체적으로 살펴보면 ‘경쟁력 있는 수출기반 조성’을 위해서 양식산업 경쟁력 강화 등 고부가가치 생산기반을 조성하고, 스타품목을 발굴하고, 수출물류센터와 같은 물류기반 확충을 추진하겠다고 발표하였다. 또한 ‘수산물 수출시장 및 품목 다변화’를 위해서는 성장 가능성이 높은 신시장을 개척하고, 수산물 수출통합브랜드인 K-Fish에 대한 홍보 및 판촉 확대를 추진하기로 했다. 마지막으로 ‘수출업체 애로 해소 및 역량 강화’를 위해서 수산물 수출업체에 대하여 수출 통관과 금융 지원 및 최신 시장 정보 제공도 계획하였다.

참고로 농식품 부문에서도 동일하거나 유사한 사업이 진행되고 있다. 농식품 수출은 최근 1~2년 사이에 증가세가 크게 둔화되었다. 이는 기존의 농식품 수출이 주로 교민을 대상으로 이루어져왔고, 현재는 교민 시장은 어느 정도 포화 상태에 이르렀기 때문이다. 또한 국내뿐만 아니라 국외 소비자의 수요도 다양해지면서 소비자 선호에 부합할 수 있는 상품을 적절히 공급하는지 여부가 수출상품의 시장경쟁력에 중요한 요인으로 작용하고 있다.

최근 들어 농식품 수출 정책은 현지 시장으로의 진출을 위한 방안으로 전환되고 있다. 해외 시장 조사 기능을 강화하고, 현지 시장에 대한 맞춤형 마케팅을 확대하고 있으며, 해외 물류지원도 강화하고 있다.

수산부문의 수출 지원 정책에 있어서도 생산 측면에서의 지원에 더해 수요 측

면의 접근을 강화할 필요가 있다. 국가별 마케팅 전략을 수립하기 위해서는 국가별로 시장 및 소비자 선호 조사가 반드시 선행되어야 하나, 현재 국가별 정보를 제공하는 사업은 한국해양수산개발원에서 운영하고 있는 해외시장분석센터가 거의 유일하다. 해외시장 개척에 있어 최신 정보 수집은 필수적으로 해외시장분석센터의 역할을 강화할 수 있도록 예산, 인력 등의 측면에서 더욱 많은 지원이 요구된다.

단순히 우리나라에서 유통되는 수산물을 해외 시장에도 판매한다기 보다 수출에 특화된 조사, 생산, 유통, 수출의 포괄적 시스템을 구축하는 수출지원 정책을 도입하고 시행할 필요가 있다. 지속가능한 수산물 수출과 원물 위주의 수출에서 탈피하고 고부가가치의 가공식품 위주의 수출을 위해서는 해외 소비자의 선호를 면밀히 분석하고 이에 맞는 수출 상품을 개발, 생산, 가공, 포장, 유통할 수 있도록 수출 기반을 조성하는 것이 필요한 것으로 판단된다.

2. 노르웨이 수산물 수출

1) 한국형 양식산업 성장 모델 구축 필요

양식 수산물의 수출 활성화를 위해 고품질 원료의 대량·안정적 생산이 가능한 선진형 양식 생산·관리 시스템 구축의 선행 요구된다.

뉴질랜드는 홍합, 킹연어, 참굴 등 주요 품목을 중심으로 양식어업을 강화시키고 있다. 뉴질랜드 양식어업의 가장 핵심은 친환경 양식이며, 어장 환경의 생산성을 유지하며 환경과 지역 사회 발전을 고려한 양식 생산·관리시스템을 구축해오고 있다.

노르웨이 또한 연어, 송어 등을 중심으로 오랜 기간 동안 양식 기술 개발 등에 매달린 결과 안정적인 양식 수산물 생산 시스템을 마련했다. 노르웨이는 환경적 이점과 정부의 전폭적 지원을 바탕으로 양식을 첨단형 대규모 산업으로 발전시켰다.

우리나라의 양식어업의 빠른 성장에도 불구하고 환경적, 제도적 요인으로 규모화된 성장에는 한계를 보유하고 있어 우리나라의 특성에 걸맞은 지속적 성장 모델의 구축 요구된다.

2) 대표 수출 품목 발굴 및 집중 육성

노르웨이는 대서양연어, 무지개송어를 대표 수출 양식품목으로 집중 육성해 오고 있다. 이들 품목은 각국 어장 환경에 최적화되어 있을 뿐 아니라 품질과 가격 경쟁력도 보유하고 있는 것으로 나타났다. 우수한 환경 조건은 양식 수산물의 차별화된 이미지로 연계, 마케팅에 적극 활용함으로써 해외 프리미엄 시장으로 성공적으로 진출했다.

수산물의 고유 성격을 활용하는 데 그치지 않고, 수산물이 가진 성분에도 관심을 가지고 R&D를 추진해 고부가가치 제품 발굴에도 적극적으로 나서고 있다.

우리나라의 김은 우수한 생산 환경과 차별화된 가공·제조 기술을 구비하고 있으나, 사례 국가의 수산물과 같은 인지도 확보에는 아직 이르지 못한 실정이다. 김은 일본산 김, 태국산 김과의 경합이 심화되는 실정으로, 우리나라 고유의 이미지 구축과 글로벌 경쟁력 확보를 위한 전략적인 집중이 요구된다.

노르웨이의 정부, 민간 모두 대표적인 양식 수산물을 잇는 차세대 양식 품목 발굴에 적극적이다. 이에 해외 신규 시장에 적합하고 우리나라 양식어업의 강점을 십분 활용할 수 있는 신규 품목의 연구 개발을 지속 추진하여, 차세대 대표 양식 수산물의 발굴과 집중 육성하는 것이 필요하다.

3) 부가가치 창출을 위한 R&D 지원 확대

노르웨이는 해외시장 맞춤형 수출이라는 방향성을 수립하였으며, 훈제 연어의 경우 국가별 선호에 맞는 제품 형태로 개발·수출되고 있다. 노르웨이 정부는 기존 양식어업에 대한 보조금 지원을 R&D 분야로 집중, 고품질 양식 수산물 생산 인프라 구축을 유도하고 있는 실정이다.

또한 소비자의 선호 다양화에 맞추어 간편성 등을 부각한 신제품·포장 개발을 적극 추진하고 있는 것으로 나타났다. 원물뿐만 아니라 건강 기능성 특징을 마케팅 포인트로 부각시키기 위해 건강에 대한 과학적 효능과 제품 개발 연구도 꾸

준히 진행하고 있다.

4) 양식(수출) 주체의 조직화·규모화

현재 우리나라 수출 기업은 영세하여, 정부는 수출 기업을 위한 다양한 정책 및 제도를 시행하고 있다.

노르웨이의 경우 민간의 역량을 바탕으로 다양한 사업이 추진되고 있다. 뉴질랜드는 양식협회, 수출기업이, 노르웨이는 NSC, 글로벌 기업이 수출 전략 수립·이행에 주도적으로 참여하고 있다. NSC는 양식 수산물의 수출을 생산, 가공, 유통·물류, 판매·촉진까지 전 과정을 주도적으로 기획·관리하고 있다.

이에 우리나라도 수출 전 과정을 주도적으로 관리할 수 있는 대표단체의 설립이나 독자적으로 수행할 수 있는 규모화된 기업 양성 방안 모색이 필요하다.

5) 산·학·관·연 협력 시스템 구축

우리나라 정부 영역에서는 주로 양식어업 생산 인프라 고도화, 안전성 제고·품질 확보, 시장 개방 확보(통상협상) 등을 중점 추진 중에 있으며, 수출을 위한 구체적인 활동은 대체로 협회나 개별업체 등 민간 영역에서 수행하고 있다.

이에 비해 노르웨이의 경우 민간이 수출 전략 수립부터 실행에 이르는 과정을 주도하거나 적극적으로 참여하고 있다.

우리나라 수출 또한 실행 주체인 민간의 자발적이고 적극적 참여가 필요한 시점이다. 민간 협회나 기업은 정부가 마련한 전략을 고려해 각자의 이익에 맞는 세부 전략을 수립하고 실행하는 것이 필요하며, 정부와 민간은 위원회, 또는 협회 등을 통해 정보의 적극적 교류, 수시 자문으로 수출 전략의 실효성을 제고해야 한다.

3. 일본 수산물 수출

1) 체계적인 시스템을 위한 추진 주체 정비

수출촉진전략의 추진 주체 통합 및 일원화가 중요하다. 일본의 경우 농림수산업이 중심이 되어 전략 수립을 수립하고, 사업 주체 및 실행은 수출 실무기관이 참여하는 「지역수출촉진협의회」가 담당하고 있다는 점에서 농림수산물식품부가 산하기구인 농수산물유통공사만을 창구로 대부분의 지원사업이 추진되고 있는 우리나라와는 차별성을 가지고 있다.

추진사업의 차이로서 일본은 수출 동기 유발을 위한 사업뿐만 아니라 수출 품목 발굴, 수출 비즈니스 모델 발굴, 외국 바이어 초청 및 관리 등 수출 활성화를 위한 통합적인 사업을 추진하고 있다. 우리나라도 빠른 시간 내에 농산물 수출 지원을 위한 민관통합의 장기종합적인 전략이 수립이 필요하다.

2) 글로벌 수산식품산업 육성과 브랜드화

김, 굴과 같은 글로벌 수산물이 육성되고 세계적으로 한국브랜드로 각인됨에 따라 이를 필두로 다른 수산물 역시 이와 같은 성공모델을 중심으로 육성시키고 나아가 한식문화의 보급에 따른 식자재 산업의 지역 진출 전략에 따른 체계적이고 단계적인 육성시스템이 필요하다.

이를 위해서는 일본의 시스템과 같은 세밀하고 전폭적인 지원이 필요하며 이러한 지원시스템을 통해 단기적으로는 수출품목 육성, 장기적으로는 한식브랜드 확립을 통한 한식문화의 정착과 같은 단계별 기초전략을 수립하는 것이 중요하다.

먼저 한식 브랜드 확립을 위해서 중요한 것은 해외에서 본격적인 한국 음식점의 보급으로 이를 위해 한식의 보편화(지역에 맞는 음식으로 개량), 한식 요리사 육성, 식자재 유통 전문점 육성 등의 노력을 기울여야 할 것으로 판단된다.

먼저 아시아를 중심으로 한국 음식점에 대한 가게 분위기, 서비스, 음식의 종류·질·가격, 고객 만족도 등을 평가 시스템을 마련하여 한식문화의 보급 전략을 추진해야 한다. 이와 동시에 식자재 산업에 대해서도 각 수출 대상국가에 안정적인 정착을 위해 전략적으로 지원해야 일본과 같은 식문화의 보급이 가능할

것으로 판단된다.

국내에서 한식의 매력을 재발견할 수 있도록 계발 활동에 적극 대응하는 동시에 해외 방문자나 외국인에게 한식의 매력을 충분히 알도록 다양한 대응을 실시하는 것도 한식의 브랜드화에 있어 중요하다. 특히 일본의 사례처럼 전 세계에서 지하철 시스템이 가장 잘 되어있는 우리나라 역시 지하철 역사의 활용, 국제공항, 크루즈항의 활용을 적극 추진해야 한다.

해외에서 지명도가 낮은 한국의 특산품을 수출하려는 경우에는 지방자치단체가 각각 독자적으로 프로모션하기 전 “한국 브랜드”로 해외에서 보급·홍보에 노력한 후 인지도가 올라갔을 때 각 지역의 상표 등록을 하는 것이 중요하다.

3) 국가적 품목별 수출 촉진 및 수출 체제의 확립

수산물 및 수산가공품의 수출을 위해 최우선적으로 각국의 수출 전략을 파악하고 각국의 시장을 충분히 조사하여 점포·소비자로부터의 요구가 있을 만한 수산물 및 가공식품을 파악한 후 지속적인 프로모션과 판매 체제를 확립하는 단계별 프로세스 전략을 실시할 필요가 있다.

각종 수출입 정보, 수출대상국 수출규제 및 관세 정보, 유통정보, 수출입 통계와 같이 수산물 수출업자들에게 필수적인 정보를 체계적으로 일원화하고 접근하기 쉬운 환경적 인터페이스를 만들어 나가야 한다. 많은 수산물 유통업자들이 아직까지 수출정보에 접근성에 대해 어려움을 토로하고 있음에 따라 수출 정보들이 일원화되고 체계적으로 정비되어 접근하기 편리한 수출 환경을 만들고 이들에 대한 지속적인 교육이 필요하다.

또한 지나친 지방자치단체 간, 산지 간 경쟁을 줄이고 수출대상국에서 지속적인 활동을 실시하기 위한 국가적으로 체제 정비를 도모할 필요가 있다.

수산물 사업자가 수출을 수익 사업의 메인 전략의 하나로 규정하고, 차분히 지속적으로 임할 수 있도록 수출을 전제로 한 품종으로 생산 전환, 유통 고도화 등의 각종 혁신을 이룰 수 있는 의욕과 능력이 있는 사업자의 육성을 추진하는 것이 필요하고 이를 위한 정부·지자체의 지원 조치가 요구된다.

이 밖에 수출 성공 사례를 만들어 긍정적인 분위기와 모티베이션을 조성하는 것이 중요하다.

4) 농림 수산물·식품 수출에 관한 관계 단체 간 연계 촉진

해양수산부만 아니라 외교부, 농림축산식품부 등 관계 부처가 긴밀하게 연계된 체제하 각종 기준의 국제적 조화 및 외국의 식품 수입 제도의 운용 적정화를 위한 효과적인 국제 통상 협상 추진이 필요하다.

관계 단체가 농림 수산물·식품의 수출 촉진을 위해서 제휴·협력을 충분히 도모하는 것이 중요하다. 예를 들어 수산물과 일본 술, 쌀과의 연계전략, 같은 품목에 있어 지방 도도부현의 협력을 통한 동반, 협력 수출과 같은 일본의 사례처럼 박람회, 농림, 수산, 축산, 식품 박람회 및 상담회를 통해 품목별 생산자 단체의 연계 강화를 통한 자발적인 프로모션 전략 수립이 필요할 것으로 판단된다.

앞으로 정부가 해외 시장에서 한국수산물과 식품 등의 수요를 명확히 파악하고 그것에 맞는 수출용 수산물과 식품을 효율적으로 생산할 수 있도록 생산자를 지원·원조하는 것이 중요하고, 이를 위해서 지속적으로 생산자와의 상담회, 생산자 지원협회(협동조합) 등을 실시하고 교류하는 것이 필요하다.

5) 안전 체제 강화

각국 국민 간 식품 안전에 대한 관심이 높아지고 있어 일본의 사례와 같이 특정 지역산 농림 수산물·식품의 수입 규제를 강화하는 나라가 적지 않아 일본이 취하고 있는 대응 조치에 대해서 충분히 정보를 습득하여 기본적 방편으로 준비를 해 나가야 한다.

최근 계란 파동, 소시지 파동과 관련하여 각국의 소비자 간의 식품 안전에 대한 관심이 고조됨에 따라 각국에서 검역 등 검사를 더욱 엄격하게 되는 경향으로 전개되고 있다. 이에 따라 수출하는 기업이 국제 표준화 기구가 책정한 안전 관리 인증을 취득하는 것이 중요하다.

제5장

우리나라 수산식품 세계화 전략 <<

제1절 대내외 여건 분석

한국 수산식품 세계화 비전과 목표 설정 전에 앞서 살펴본 우리나라 수산물 수출을 둘러싼 대내외 여건을 SWOT 분석을 통해 살펴보았다. 먼저 내부 환경으로 고품질 양식수산물 생산, 다양한 수출지원사업 추진, 탄탄한 내수소비 기반 구축 등은 우리나라 수산물 수출에 있어 강점으로 평가된다.

앞서 살펴본 바와 같이 우리나라 수산물 생산은 연간 300만 톤 수준으로 어선 어업은 감소세를 보이고 있으나, 양식수산물 생산은 지속적 증가세를 보이고 있다.⁹⁰⁾ 특히 김, 미역, 다시마 등 해조류의 경우 연간 생산량이 30만 톤 이상⁹¹⁾으로 대규모 생산 기반을 갖추고 있어 원료의 안정적 공급은 물론 가격·품질 경쟁력도 비교적 용이하게 갖출 수 있을 것으로 기대된다. 굴, 넙치, 전복 등도 양식을 위한 기반 및 우수한 양식 기술을 보유하고 있는 만큼 글로벌 경쟁력을 갖춘 것으로 평가된다.

다음으로 수산물 수출 지원을 위한 정부의 적극적인 정책 지원 사업을 들 수 있다. 현재 우리나라 수출업체의 경우 영세한 규모로 업체 자체적으로 해외시장을 개척하기에는 한계가 있다. 이에 정부에서도 중소 영세한 수출업체의 해외시장 진출을 지원하기 위해 다양한 수출 정책을 마련하여 지속적으로 지원하고 있다.

특히 수산물 수출 지원을 위한 정책이 기존 박람회 참가 지원 등 마케팅 중심의 지원책에서 벗어나 수출업체 역량 강화, 세계 수산물 시장 정보 제공, 통관 지원 등 고도화·다양화가 이루어지고 있다. 이 같은 정부의 수출 정책 지원 사업과 수출업체의 자체적 노력이 결합된다면 해외시장 개척에 있어 시너

90) 본문 <표 3-15> 참조

91) 본문 <표 3-16> 참조

지 효과를 극대화 할 수 있을 것으로 평가된다.

마지막으로 수산물 소비에 있어 우리나라는 대표적인 수산물 소비국으로, 수산물 소비를 위한 충분한 내수기반을 확보하고 있다. FAO 자료에 따르면 우리나라의 수산물 소비량은 연간 300만 톤 이상으로 세계 제 6위 수산물 소비 대국이며, 연간 1인당 수산물 소비량도 75.2kg으로 수산물 소비가 가장 많은 국가 중 하나이다.⁹²⁾ 즉, 우리나라는 탄탄한 내수소비 기반을 구축하고 있는 만큼 수산물 수출 품목 발굴에 있어 강점을 가지고 있다.

특히 최근 세계화의 확산으로 보편화된 식품보다는 국가별 특성을 보유한 식품이 재평가되고 있는 추세로, 젓갈, 김 등 우리나라 특색을 갖춘 다수의 전통 식품을 보유하고 있는 것도 수출에 있어 강점으로 평가된다. 단, 전통식품 등의 경우 세계 시장의 기호에 맞게 맛과 향 등 제품의 개선이 요구된다.

한편 내부 환경 중 수출국 및 품목 집중화, 수출업체의 영세성 및 조직화 미흡, 부가가치 창출 미흡 등은 약점으로 평가할 수 있어 이에 대한 개선책 마련이 필요하다.

우리나라 수산물 수출의 가장 큰 약점으로 수출 국가 및 품목의 집중화를 들 수 있다. 최근 적극적인 해외시장 개척으로 수출 국가 및 품목이 다양화되고 있지만 여전히 상위 3개국으로의 수출이 전체 수출액의 60%, 상위 3개 품목의 수출이 40% 이상을 차지하는 등 상위 수출 국가 및 품목의 의존도가 높은 편이다.⁹³⁾ 현재 세계 수산물 시장은 생산·유통·교역 등의 불확실성이 커지고 있는 상황으로 불확실성에 대한 리스크 관리를 위해서는 수출 국가 확대 및 품목 다양화가 필요하다.

다음으로 수산물 수출업체의 영세성 및 조직화 미흡을 들 수 있다. 수산물 수출 활성화를 위해서는 규모의 경제를 실현하기 위한 대량 생산 체제 시스템 구축이 필요하다. 하지만 우리나라 수산물 수출업체의 경우 중소 영세한 업체 중심으로 규모의 경제를 실현하기 어려운 구조이다. 또한 시장 지배력을 확보하기 위한 지역별 혹은 품목별 조직화·연대 활동도 미흡한 것으로 평가된다. 따라서

⁹²⁾ FAOSTAT Food Balance Sheets(<http://www.fao.org/faostat/en/#data/FBS>, 2017.10.09. 최종 접속)의 자료 중 어패류(Fish, Seafood)와 해조류(Aquatic Plants)를 활용하여 산출함

⁹³⁾ 본문 <표 3-1>, <표 3-3> 참조

중소 영세한 수출업체의 중견·대기업 성장 유도, 중소기업 간의 조직화 등 규모의 경제를 실현하기 위한 대책 마련이 필요하다.

마지막으로 수출 품목의 부가가치 창출 제고가 시급히 추진될 필요가 있다. 우리나라 수산물 수출은 냉동 원물의 수출 전체 수출의 60% 이상을 차지한다.⁹⁴⁾ 김의 사례를 보면 가공단계별 수출 가격(kg 당)이 마른김의 경우 5달러, 조미김은 6달러, 스낵김은 10달러로, 가공단계를 거칠수록 더 많은 부가가치를 창출할 수 있다.⁹⁵⁾ 원물 중심의 수출 구조에서 벗어나 가공품 혹은 원물 중에서도 더 높은 부가가치를 창출할 수 있는 활·신냉품의 수출을 확대할 필요가 있다.

우리나라 수산물 수출산업을 둘러싼 외부 환경의 기회와 위협요인을 살펴보면 다음과 같다. 기회요인으로는 신유통 채널 등장, 가공식품·기능성 제품 수요 증가, 수산물 수출시장 확대 등을 들 수 있다.

먼저 수산물 유통 채널에 있어 전자상거래를 필두로 한 온라인 유통 채널 등장은 우리나라 수산물 수출 확대의 기회요인으로 평가된다. 2020년 전 세계 전자상거래 시장은 약 9,940억 달러(한화 1,100조 원), 국경 간 온라인 쇼핑 이용자가 전체 온라인 쇼핑 이용자의 45%를 차지할 것으로 전망되고 있으며, 전자상거래 플랫폼을 활용한 식품 구매 비중도 매년 증가하고 있는 추세를 보이고 있다.⁹⁶⁾ 기존 대형할인마트, 백화점, 식료품 전문매장 등 오프라인 매장과 비교해 아직까지는 시장이 활성화되어 있지 않지만, 상대적으로 진입장벽이 낮으며 시간과 공간에 제약을 받지 않는 등 많은 장점을 가지고 있어 수산물 유통에 있어 적극 활용할 필요가 있다.

인구 구조 변화와 건강과 영양에 대한 관심 증가로 인해 편의식 및 간편식으로 대별되는 가공제품 수요 및 기능성 제품의 수요가 증가하고 있는 것도 수산물 수출의 기회요인으로 평가된다. 먼저 소가족 중심의 가계 구조 변화, 맞벌이 부부 증가, 외식·레저 등 야외 활동 증가로 소포장, 간편식(조리식품 및 즉석식품) 제품에 대한 수요가 확대되고 있다. 우리나라는 세계에서 가장 인구구조가 빠르게 변화하고 있는 국가로 간편 식품 시장이 빠르게 성장하고 있

94) 해양수산부, “2017년도 수산물 수출지원사업 로드맵”, 2017.4. p.9.

95) 상계서, p.9.

96) ALIZILA, “Report: Cross-border E-commerce to Reach &1 Trillion in 2020”, 2015.6.11. (www.alizila.com)

다.⁹⁷⁾ 이에 우리나라 업체들은 다양한 제품을 발 빠르게 개발·출시하고 있으며, 최근에는 수산물을 활용한 제품 개발도 활발하게 이루어지고 있다. 수산물의 경우 오메가 3 등 기능성 제품 개발을 위한 성분이 많은 것으로 평가되며, 실제로도 수산물을 활용한 제품이 많이 생산되고 있다. 우리나라도 수산물을 활용한 기능성 제품 개발을 위해 노력하고 있으며, 제품 개발 영역을 식품뿐만 아니라 화장품, 의약품 등으로 확대되고 있다.

최근 중국, 인도 등 개도국을 중심으로 수산물 소비가 활성화되고 있는 것도 수산물 수출 확대의 기회요인으로 작용할 수 있다. 중국, 인도, 브라질, 러시아 등 개도국의 경우 경제 성장으로 인한 소득 수준 향상으로 수산물 소비가 지속적으로 증가하고 있다. 세계 최대 수산물 소비대국으로 성장한 중국의 경우 매년 수산물 소비가 증가하고 있으며, 수산물 소비 형태도 기존 내수면 수산물 중심에서 고급 해면 수산물 중심으로 변모하고 있다. 따라서 우리나라 주요 수산물 수출 시장인 일본, 미국, EU 등 선진국 시장 외에 향후 성장 가능성이 높은 개도국 시장을 개척하기 위한 노력이 필요하다.

한편 외부 환경 요인 중 주요국의 식품 안전성 강화, 중국·태국 등 주요국가와의 경쟁 심화, 글로벌 수산자원 관리 강화 등은 위협요인으로 평가된다. 특히 미국, 중국 등 우리나라 주요 수출국의 식품 안전성 강화는 수산물 수출에 있어 가장 큰 장애요인으로 작용할 수 있다.

실제 미국은 식품안전현대화법, 수입수산물 모니터링제도를 시행하고, 중국도 식품안전법 개정을 통해 수입 수산물에 대한 관리를 강화하였다. 주요국의 식품 안전 제도 강화는 우리나라 수산물 수출에 직접적으로 영향을 미치는 만큼, 주요국의 식품 안전관리제도에 대한 지속적 모니터링과 이에 대응한 대책 마련이 필요하다.

또한 세계 시장에서 국가 간 경쟁이 심화되고 있는 양상으로 한국산 수산물의 경쟁력 확보와 세계적 자원관리 강화에 따른 안정적 원료 확보가 요구된다.

97) 국내 가정간편식(HMR) 시장 규모는 2011년 8,000억에서 2017년 2조 7,000억 원으로 성장함(한국경제, “가정 간편식의 질주... 이젠 ‘3조 밥상’”, 2017.04.07.

[http://news.hankyung.com/article/2017040739221?nv=o\(최종 접속 : 2018.01.08.\)](http://news.hankyung.com/article/2017040739221?nv=o(최종 접속 : 2018.01.08.))

〈표 5-1〉 수산물 수출산업의 여건분석(SWOT)

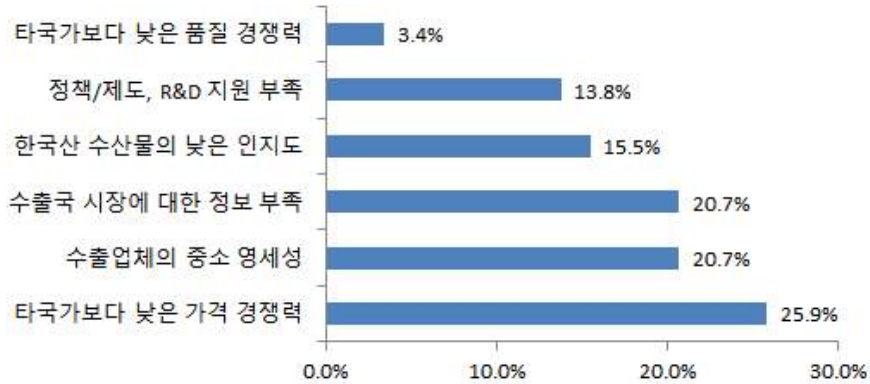
내 부 환 경	Strength(강점)	Weakness(약점)
	• 고품질 양식수산물 생산 • 다양한 수출 정책 지원 사업 • 내수소비 기반 구축	• 수출 국가 및 품목의 집중화 • 수출업체의 영세성 및 조직화 미흡 • 글로벌 경쟁력 보유 대표품목 부족 • 수출 품목의 부가가치 창출 미흡
외 부 환 경	Opportunity(기회)	Threat(위협)
	• 신유통 채널(전자상거래) 등장 • 가공식품·기능성 제품 수요 증가 • 수산물 수출시장 확대	• 주요국 식품 안전성 강화 • 상위 수출국의 지속적 성장&신규 수출국(중국, 태국) 등과의 경쟁 심화 • 글로벌 수산자원 관리 강화

자료 : 저자 작성

수출업체를 대상으로 수산물 수출의 문제점과 수출 확대 방안에 조사한 결과 다음과 같은 결과를 도출할 수 있었다. 우리나라 수산물 수출의 가장 큰 문제점으로 타 국가 보다 낮은 가격경쟁력(25.9%), 수출업체의 중소·영세성(20.7%), 수출국 시장에 대한 정보 부족(20.7%), 한국산 수산물 인지도 부족(15.5%) 등의 순으로 조사되었다. 전반적으로 수출업체의 낮은 경쟁력과 수출업체의 중소 영세성이 수산물 수출의 가장 큰 문제점으로 인식한 가운데, 해외 시장에 대한 정보 부족과 한국산 수산물의 인지도도 낮은 것으로 나타났다.

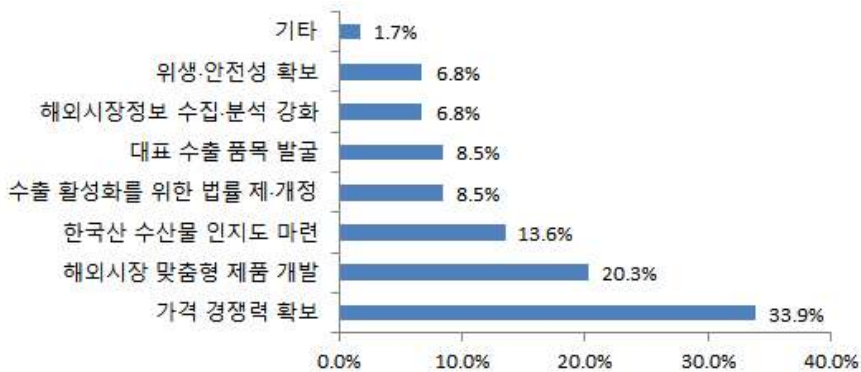
수산물 수출 확대 위한 방안으로도 수출의 문제점과 동일하게 가격 경쟁력 확보가 33.9%로 가장 높았으며, 이어 해외시장 맞춤형 제품 개발(20.3%), 한국산 수산물 인지도 마련(13.6%) 등의 순으로 수출 제품의 경쟁력 제고가 가장 중요한 것으로 조사되었다. 이 외에도 수출 활성화를 위한 법률 제·개정(8.5%), 대표 수출 품목 발굴(8.5%)도 중요한 것으로 평가하고 있다.

〈그림 5-1〉 우리나라 수산물 수출의 문제점



자료 : 수출업체 설문조사 결과(저자 조사)

〈그림 5-2〉 수산물 수출 확대를 위한 방안



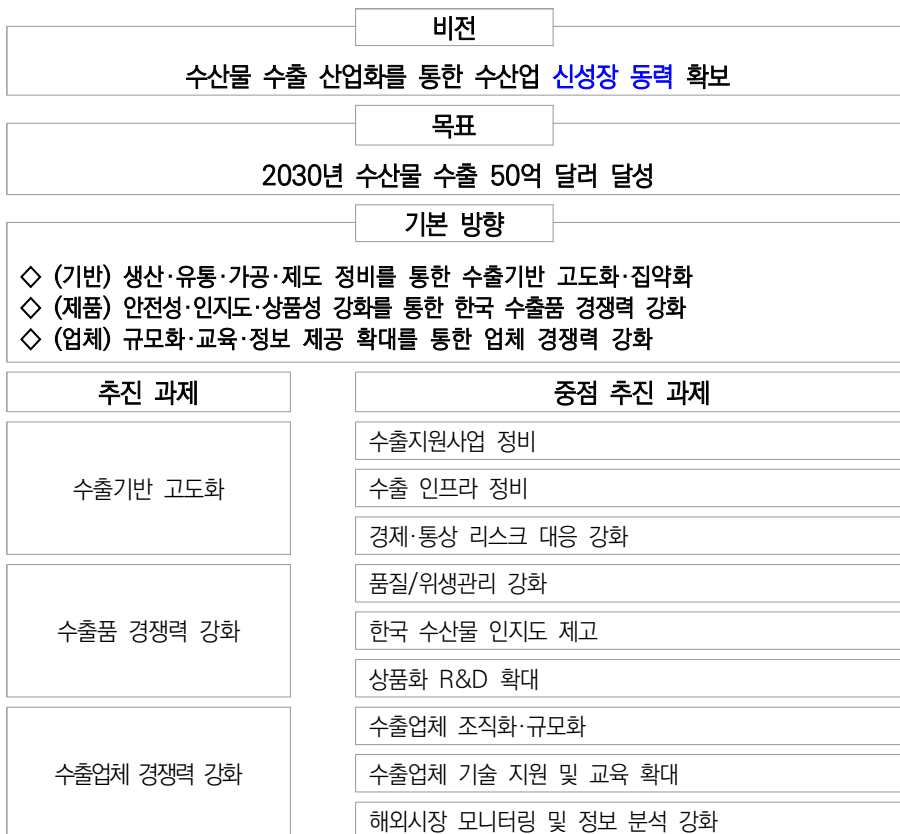
자료 : 수출업체 설문조사 결과(저자 조사)

제2절 수산식품 세계화 전략

1. 기본 방향

우리나라 수산식품 세계화 전략 최종 비전은 「수산물 수출 산업화를 통한 수산업 신성장 동력 확보」로 설정하였으며, 이러한 비전을 달성하기 위한 목표로 “2030년 수산식품 수출 50억 달러 달성”을 설정하였다.⁹⁸⁾

〈그림 5-3〉 한국 수산식품 세계화를 위한 비전 및 목표



자료 : 저자 작성

⁹⁸⁾ 해양수산부에서는 2018년 수산물 수출 목표액은 30억 달러로 설정하여 발표함(해양수산부 보도자료 ‘수산물 수출 경쟁력 강화방안’, 2017.02.16.)

비전과 목표를 달성하기 위한 기본 방향 및 추진 과제는 앞서 분석한 결과를 바탕으로 3가지 추진 과제와 9개의 중점 추진 과제를 도출하였다. 먼저 수출 기반 고도화를 위해서는 수출지원사업 정비, 수출 인프라 정비, 경제 통상 리스크 대응을 강화할 필요가 있다. 다음으로 수출품 경쟁력 강화를 위해서는 품질 및 위생관리 강화, 한국산 수산물에 대한 인지도 제고, 신규 수출 품목 발굴 및 부가가치 창출을 위한 상품화 R&D 확대가 필요하다. 마지막으로 수출업체 조직화 및 규모화, 수출업체 대상 기술 및 교육 확대 실시, 해외시장 모니터링 및 정보 제공 확대 등을 통해 수출업체의 경쟁력을 제고시킬 필요가 있다.

〈표 5-2〉 주체별 수출 전략 추진 방향(마케팅 4P 측면)

구분	가격	품질	유통	홍보·촉진
정부	·규모화·집약화 ·고도화	·글로벌·수출국 안전· 위생 규범 동등성 확보 ·과도 규제 해소	·해외 물류망 도입	·국가·품목 프로모션 ·잠재 소비자 육성
수출주체	·조직화 ·계열화	·필수 인증 취득	·타산업·해외 민간 네트워킹	

자료 : 저자 작성

2. 수산물 수출기반 고도화

수산물 수출의 안전성 및 지속성을 위해서는 생산에서부터 수출까지의 기반이 구축되어야 한다.

먼저 수산물 수출의 가장 중요한 요소인 원료 조달 측면에서 우리나라의 경우 수산물 생산이 2010년 이후 감소세로 향후 수산물 수출을 위한 원료 수급에 있어 어려움이 예상된다. 따라서 향후 수출 품목은 원료 수급이 불확실한 어선 어업 중심의 수산물 보다는 양식어업 중심의 품목으로 이루어질 필요가 있다. 노르웨이 사례와 같이 한국형 양식산업 모델을 개발하여 안정적으로 수출 원료를 확보할 필요가 있다.

수출에 있어 부가가치를 높이기 위해서는 원물보다는 가공품의 수출을 확대할

필요가 있다. 하지만 우리나라의 경우 수산물 가공산업이 영세한 구조로 국내 제조업 중 가장 낮은 부가가치를 창출하는 것으로 나타났다. 이에 정부도 수산물 가공산업 육성을 위해 수산식품산업 거점단지 조성 등을 추진하고 있다. 하지만 정부의 수산물 가공산업 육성 정책은 시설 등 하드웨어 중심으로 이루어지고 있어 시설 운영 등 소프트웨어 지원은 부족한 것으로 평가된다. 수산식품산업 거점단지 조성 등 정부의 수산물 가공산업 육성 정책은 우리나라 수산물 가공산업을 도약시킬 수 있는 중요한 요소이다. 하드웨어 측면의 선진화에 더해 시설 운영 및 마케팅 등 소프트웨어 프로그램 개발을 통해 시너지 효과를 극대화할 필요가 있다.

수산물 수출 기반에 있어 정부의 수출 지원 정책도 매우 중요한 요소이다. 특히 우리나라 수출업체의 경우 매우 영세한 구조로 정부의 지원이 절실히 요구되고 있는 부분이다. 하지만 WTO로 인해 수출업체에 대한 직접적인 지원이 어려운 만큼 정부의 수출 지원 정책도 수출업체의 경쟁력을 강화시키기 위한 간접적 지원 정책의 확대도 이루어져야 한다.

특히 현행 수출지원을 위한 정책의 경우 법률적 기반이 약하며, 성과평가 관리 체계 및 사업 시행 주체 선정에 있어 개선이 요구된다. 국내 농업부문의 경우 수출 지원을 위한 근거 법률이 마련되어 있으며, 일본과 노르웨이의 경우 수출지원사업 주체가 구성되어 수출사업을 효과적으로 수행하고 있는 것으로 평가된다.

즉, 수산물 생산에서부터 유통, 가공, 수출까지 유기적 연계가 가능한 시스템 구축과 함께 정부의 수출 지원 정책의 효과적 수행을 통해 수산물 수출의 기반을 현행 수준보다 한 단계 더 고도화할 필요가 있다.

3. 수출품 경쟁력 강화

세계 시장에서 한국산 수산물이 갖추어야 할 가장 중요한 요소는 결국 수출품의 경쟁력이라 할 수 있다. 우리나라의 경우 중국, 베트남 등 수산물 생산 강국에 비해서는 가격 경쟁력이 약하고, 태국, 노르웨이 등 수산 가공 선진국에 비해서는

품질 경쟁력이 약한 것으로 평가된다. 즉, 세계 시장에서 품질 및 가격 부문에 있어 확실한 경쟁력을 마련하지 못한 것으로 나타나 가격 혹은 품질 측면에서 확실한 우위를 가지기 위한 전략을 마련할 필요가 있는 것이다.

앞서 살펴보았지만 세계 수산물 시장은 냉동품 등 원어 중심에서 활어, 신선냉장품, 가공품 등의 시장이 성장하고 있다. 이 같은 추세 변화는 우리나라 수산물 수출에 있어 기회요소로 작용될 수 있다. 이 같은 기회요소를 활용하기 위해서는 한국산 수산물에 대한 인지도 개선과 함께 품질 위생 관리 강화, 부가가치가 있는 가공품 개발이 병행되어야 한다.

다음으로 미국, 중국 등 주요국을 중심으로 수산식품에 대한 안전성 관련 규정이 강화되고 있다. 현재 우리나라의 경우 국내외 제도의 불합치로 수출용 제품의 경우 국내 관련 제도뿐만 아니라 수출 상대국의 제도를 충족시켜야 한다. 식품에 대한 안전성은 추후 더욱 강화될 것으로 예상되는 만큼, 국내 식품 안전 기준을 수세적인 입장에서 벗어나 글로벌 규범을 반영해 한국산 수산물 안전성이 세계적으로 인정받을 수 있도록 제도를 검토할 필요가 있다.

마지막으로 수산물의 부가가치를 높이고, 블루오션을 창출하기 위해서는 여타 국가들이 생산하지 않은 고차 가공품을 개발할 필요가 있다. 특히 수산물의 경우 기능성 요소가 많이 함유된 것으로 평가되는 만큼, 의료용, 미용, 건강식 등 다양한 제품의 원료로 활용할 수 있다. 고차 가공품 개발을 위해서는 상당한 시간과 비용이 소요되는 만큼 정부의 R&D 투자가 수반되어야 한다.

4. 수출업체 경쟁력 강화

우리나라 수산물 수출에 있어 가장 큰 문제점은 수출업체의 자생적 경쟁력이 부족하다는 것이다. 앞서 살펴보았지만 우리나라 수출업체 중 연간 수출액 100만 달러 미만의 업체가 전체 업체수가 80% 이상을 차지하고 있다.⁹⁹⁾ 업체의 영세성은 결국 제품 개발을 위한 R&D 투자 미흡, 수출 전문인력 확보 어려움으

99) 본문 <표 3-7> 참조

로 연결되어 수산물의 경쟁력이 낮아지게 되는 요인으로 작용하고 있다. 내부적으로는 김, 참치, 오징어, 굴 등 대표 품목을 둘러싼 국내업체 간 경쟁이 매우 치열한 것으로 평가된다. 글로벌 시장 지배력 확보를 위한 업체 간 협력 체제 구축이 필요한 부분이다.

이상 수출업체의 경쟁력 저하 요인을 평가한 결과 수출업체의 영세성, 품목별·지역별 조직화 미흡, 국내업체 간 경쟁 심화 등으로 요약할 수 있다. 우리나라 수산물 수출의 활성화를 위해서는 수출업체의 경쟁력 강화가 무엇보다도 중요한 요소로 이에 대한 대책 마련이 필요하다.

수출업체의 영세성을 극복하기 위해서는 수산물 수출을 체계적으로 조정할 수 있는 전문 기관 설립을 검토해 볼 필요가 있다. 영세한 업체들 간 경쟁을 다양하고 상호 간 협력 시스템을 구축할 수 있도록 수출 전문 기관이 역할을 수행하는 것이다. 참고로 수출 전문 기관 설립 필요성에 대해 수출업체를 대상으로 조사한 결과 60% 이상이 중요한 것으로 평가하였다.

중소 수출업체를 중견 혹은 대기업으로 성장시킬 수 있도록 하는 복합 수출지원 프로그램 도입에 대해서도 적극 검토해 볼 필요가 있다. 현행 수산물 수출 지원 정책의 경우 단발성 사업 중심으로 이루어져 한계가 있다. 수출업체가 수출 상품 발굴에서부터 해외 시장 정보 수집, 마케팅, 수출 계약까지 할 수 있도록 전 과정을 지원하는 프로그램 도입을 고려해 볼 수 있다.

〈표 5-3〉 수출 전문기관 설립 및 복합 수출지원 프로그램 도입 필요성

구분	매우 중요	중요	보통	중요하지 않음	전혀 중요하지 않음
수출전문기관 설립	40.4%	23.1%	21.2%	11.5%	3.8%
복합 수출지원 프로그램 마련	61.5%	26.9%	9.6%	1.9%	-

주 : 음영으로 표시된 부분은 응답률이 가장 높은 항목임

자료 : 수출업체 설문조사 결과(저자 조사)

제3절 수출 활성화 우선 추진 과제

1. 수출 활성화 과제 도출

1) 조사 개요

수산물 수출 활성화 정책 우선순위 도출을 위해 전문가를 대상으로 계층분석(Antalytic Hierarchy Process, 이하 AHP)을 실시하였다. AHP 분석에 기초가 되는 계층은 문헌 조사 및 수출업체, 정책담당자 등을 대상으로 의견을 수렴하여 구성하였다.

조사기간은 2017년 9~10월 2달간 실시하였으며, 인터넷을 활용하여 조사하였다. 조사 대상은 크게 정책담당자, 학계 및 연구기관 전문가, 수출업체, 수출관련 유관기관 전문가를 대상으로 하였다. 총 44명의 전문가를 대상으로 조사를 실시하였으며, 각 기관별 전문가 참여 비중은 다음과 같다.

〈표 5-4〉 AHP 분석 대상 설계

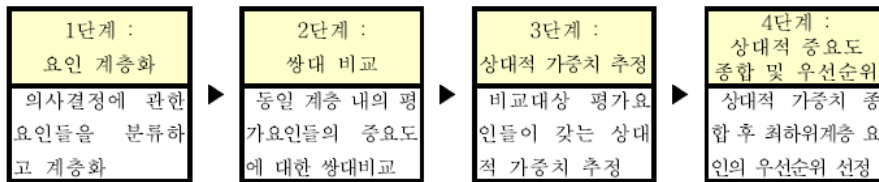
구분	전체	정부	학계/연구소	수출업체	유관기관
구성(명)	44	13	7	17	7
비중	100.0%	26.0%	14.0%	34.0%	14.0%

2) AHP 개요

“AHP기법은 의사결정을 하는데 있어 이론이나 논리보다는 경험이나 직관을 적용하기 때문에 손쉽게 의도한 목표를 달성할 수 있는 것으로 알려져 있다. 따라서 이 기법은 종합적 목표(overall goal)를 달성하기 위해 고려해야 할 기준들(criteria)의 상대적 가중치와 각 기준에 있어서 대안들의 상대적 가중치를 결정된 뒤, 이들을 곱한 평점의 합을 비교하여 대안들 간의 종합적 우선순위를 평가하는 방법(모수원·김창범 2012)이다. 즉, 각 상위계층 요인 하에서 각 세부요인이 각각의 요인에 비하여 중요 정도를 나타내는 쌍대비교행렬(Pairwise

Comparison Matrix)을 작성하고 이 행렬로부터 고유치 방법(Eigenvalue Method)을 이용하여 계층의 각 레벨마다 정규화한 하나의 우선순위벡터를 산출한 후에 마지막으로 최하위 단계에 있는 대안들의 상대적 우선순위를 나타내 주는 전체계층에 대한 하나의 복합우선순위벡터(Priority Vector)를 산출하게 된다. 이러한 과정은 4단계 절차를 거치며(박명선·강상목, 2012) 이러한 선행 연구를 바탕으로 본 연구를 위한 절차와 적용방법은 다음과 같다.¹⁰⁰⁾

〈그림 5-4〉 AHP 적용 절차



자료 : 임준형, 산업경제연구, 26(2), “광주시 사회적기업의 수출기업화 요인”, 2013.4. p.968. 표 5.

3) 수산물 수출 활성화 과제 선정

우리나라 수산물 수출 활성화를 위해서는 수출기반 정비, 수출품 및 수출업체의 경쟁력 강화가 요구된다. 이에 AHP 분석을 위한 상위계층 요인으로 상기 3개 요인을 포함하였다. 세부계층 요인은 문헌 조사 및 수출업체 설문조사, 정책담당자 심층 조사 등을 통해 세부계층을 도출하였다. 수출 활성화를 위한 요인으로 는 상위계층 3개, 중위계층 9개, 세부계층 29개를 도출하였다.

¹⁰⁰⁾ 임준형, 산업경제연구, 26(2), “광주시 사회적기업의 수출기업화 요인”, 2013.4. p.968

〈그림 5-5〉 수산물 수출 활성화를 위한 요인 설계



자료 : 저자 작성

2. 수출 활성화 중점 추진 과제

1) 상위계층

수산물 수출 활성화를 위한 상위계층을 이루는 요인으로선 수출기반 고도화, 수출품 경쟁력 강화, 수출업체 경쟁력 강화 3개 평가요인으로 구성되어 있다. 상위계층 요인들 간 가중치 분석 결과 수출품 경쟁력 강화(0.398), 수출업체 경쟁력 강화(0.371), 수출기반 고도화(0.230) 순이다. 이러한 결과는 수산물을 수출하는 데 있어 가장 중요한 요소는 수출제품이며, 다음이 수출업체 경쟁력 강화이며, 수출기반 고도화는 상대적으로 중요도가 낮은 것으로 해석된다.

기관 성격별로는 우선순위가 상이한 결과를 보이는데, 정부, 학계/연구소, 수출관련 유관기관의 경우 수출품 경쟁력 강화의 중요도가 높으며, 수출업체의 경우 수출업체 경쟁력 강화가 중요한 요소로 평가하였다.

〈표 5-5〉 상위계층 요인 간 상대적 가중치

구분	전체	정부	학계 /연구소	수출업체	수출관련 유관기관
수출기반 고도화	.230	.319	.150	.182	.236
수출품 경쟁력 강화	.398	.367	.469	.366	.496
수출업체 경쟁력 강화	.371	.310	.381	.452	.268

주 : 음영으로 표시된 부분은 기관별 우선순위가 가장 높은 정책임

자료 : 전문가 AHP 조사 결과(저자 조사)

2) 중위계층 및 세부계층

(1) 수출기반 고도화

수산물 수출 활성화를 위한 상위계층 요인 중 수출기반 고도화에 대한 가중치 분석 결과를 보면 수출 인프라 정비(0.368), 수출지원사업 정비(0.346), 경제·통상 리스크 대응 강화(0.284) 순으로 나타났다. 이러한 결과는 수출기반 고도화 요인에서 상대적으로 가장 우선시 고려해야 할 것은 수출 인프라 정비이며, 다음이 수출지원사업 정비, 경제·통상 리스크 대응 강화 순이다.

기관 성격별로는 정부를 제외한 모든 기관에서 수출지원사업 정비의 가중치가 가장 높았고, 정부는 수출 인프라 정비의 우선순위가 높았다. 이 같은 결과는 정부가 수출지원사업의 직접적인 수행 주체인 것에 기인하는 것으로 풀이된다.

〈표 5-6〉 수출기반 고도화 요인 간 상대적 가중치

구분	전체	정부	학계 /연구소	수출업체	수출관련 유관기관
수출지원사업 정비	.346	.240	.411	.408	.358
수출 인프라 정비	.368	.437	.387	.311	.334
경제·통상 리스크 대응 강화	.284	.321	.200	.279	.304

주 : 음영으로 표시된 부분은 기관별 우선순위가 가장 높은 정책임

자료 : 전문가 AHP 조사 결과(저자 조사)

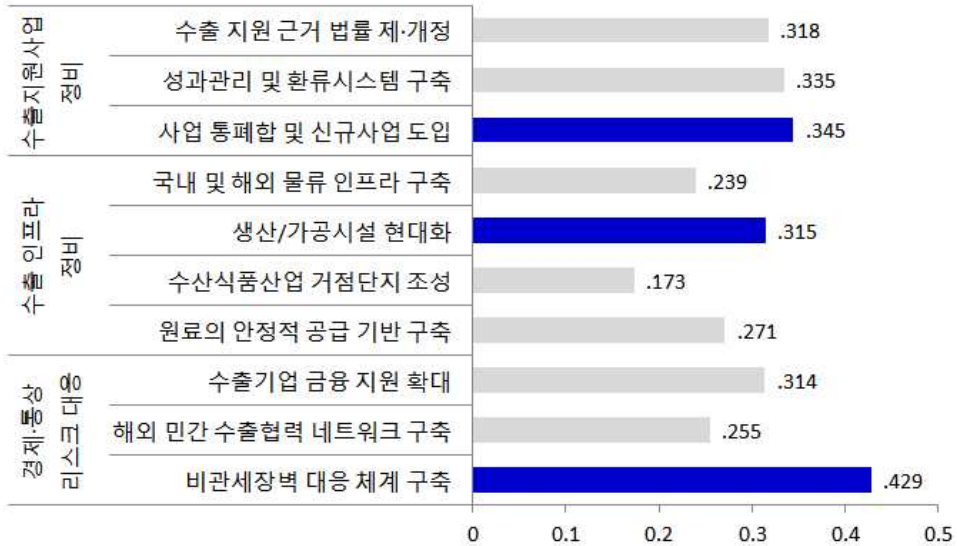
수출기반 고도화 세부계층 간 상대적 가중치를 분석한 결과 수출지원사업 정비 부문에 있어서는 사업 통폐합 및 신규사업 도입(0.345)과 성과관리 및 환류시스템 구축(0.335)이 높은 것으로 나타났으며, 수출 지원 근거 법률 제·개정(0.318)은 상대적으로 가중치가 낮았다. 기관별로는 정부의 경우 성과 관리 및 환류시스템 구축, 학계/연구소와 수출업체는 수출 지원 근거 법률 제·개정, 수출관련 유관 기관은 사업 통폐합 및 신규사업 도입이 중요한 것으로 평가하였다.

수출 인프라 정비에서는 생산/가공시설 현대화(0.315)가 가장 중요한 것으로 평가되었으며, 원료의 안정적 공급 기반 구축(0.271), 국내 및 해외 물류 인프라 구축(0.239), 수산식품산업 거점단지 조성(0.173) 순이다. 기관별로는 학계/연구소를 제외하고는 모두 생산/가공시설 현대화를 가장 중요한 것으로 평가하였으며, 학계/연구소는 국내 및 해외 물류 인프라 구축을 가장 중요하게 평가하였다.

경제·통상 리스크 대응에서는 비관세장벽 대응 체계 구축(0.429)의 가중치가 월등히 높게 나타났으며, 수출기업 금융 지원 확대(0.314), 해외 민간 수출협력 네트워크 구축(0.255) 순이다. 기관별로는 정부, 학계/연구소, 수출관련 유관 기관은 비관세장벽 대응 체계 구축을 가장 중요한 요소로 평가한 반면, 수출업체의 경우 수출기업 금융 지원 확대를 가장 중요한 요소로 평가하고 있다.

이상 수출기반 고도화 세부계층 간 상대적 비교 분석을 한 결과 수출지원사업의 경우 사업 통폐합 및 신규사업 도입, 수출 인프라 정비에서는 생산/가공시설 현대화, 경제·통상 리스크 대응에서는 비관세장벽 대응 체계 구축이 중점적으로 추진되어야 할 정책으로 평가되었다.

〈그림 5-6〉 수출기반 고도화 세부계층 간 상대적 가중치



자료 : 전문가 AHP 조사 결과(저자 조사)

〈표 5-7〉 수출기반 고도화 세부계층 간 상대적 가중치

구분		전체	정부	학계 /연구소	수출 업체	수출관련 유관기관
수출지원 사업 정비	사업 통폐합 및 신규사업 도입	.345	.348	.280	.349	.412
	성과관리 및 환류시스템 구축	.335	.405	.353	.290	.250
	수출 지원 근거 법률 제·개정	.318	.247	.364	.356	.336
수출 인프라 정비	원료의 안정적 공급 기반 구축	.271	.267	.230	.306	.222
	수산식품산업 거점단지 조성	.173	.195	.196	.129	.226
	생산/가공시설 현대화	.315	.301	.284	.338	.322
	국내 및 해외 물류 인프라 구축	.239	.236	.289	.225	.228
경제·통상 리스크 대응	비관세장벽 대응 체계 구축	.429	.490	.480	.354	.432
	해외 민간 수출협력 네트워크 구축	.255	.232	.291	.246	.300
	수출기업 금융 지원 확대	.314	.275	.227	.399	.266

주 : 음영으로 표시된 부분은 기관별 우선순위가 가장 높은 정책임

자료 : 전문가 AHP 조사 결과(저자 조사)

(2) 수출품 경쟁력 강화

수산물 수출 활성화를 위한 상위계층 요인 중 수출품 경쟁력 강화에 대한 가중치 분석 결과를 보면 상품화 R&D 확대(0.357), 품질/위생관리 강화(0.340), 한국 수산물 인지도 제고(0.301) 순으로 가중치가 높았다. 전반적으로 3개 항목에 대한 가중치가 비슷한 수준을 보이고 있다.

기관별로는 정부의 경우 품질/위생관리 강화(0.449)의 가중치가 월등히 높았으며, 수출업체와 수출관련 유관기관은 상품화 R&D 확대, 학계 및 연구소는 한국 수산물 인지도 제고의 가중치가 가장 높았다.

〈표 5-8〉 수출품 경쟁력 강화 요인 간 상대적 가중치

구분	전체	정부	학계 /연구소	수출업체	수출관련 유관기관
품질/위생관리 강화	.340	.449	.336	.299	.162
한국 수산물 인지도 제고	.301	.316	.359	.236	.396
상품화 R&D 확대	.357	.233	.301	.464	.442

주 : 음영으로 표시된 부분은 기관별 우선순위가 가장 높은 정책임

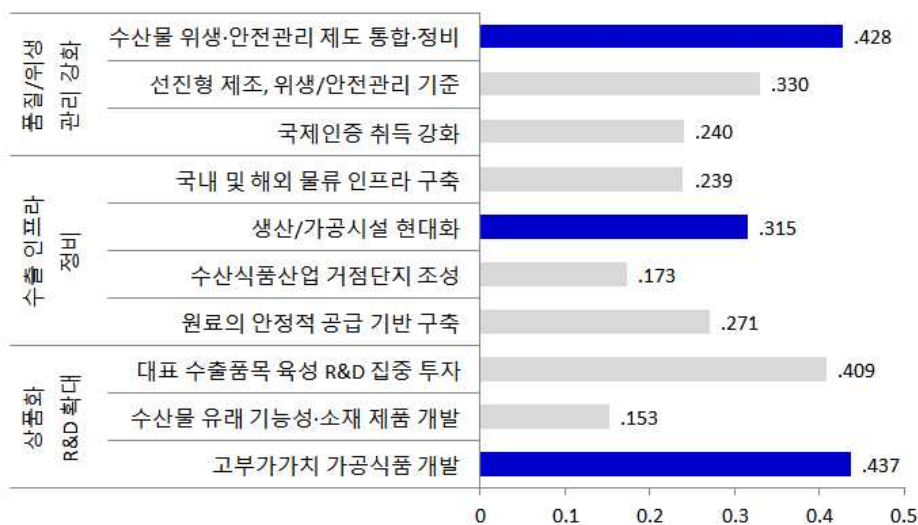
자료 : 전문가 AHP 조사 결과(저자 조사)

수출품 경쟁력 강화 세부계층 간 상대적 가중치를 분석한 결과 품질/위생 관리 강화 부문에 있어서는 수산물 위생·안전관리제도 통합·정비(0.428)의 가중치가 가장 높았으며, 선진형 제조, 위생·안전관리 기준(0.330), 국제인증 취득 강화(0.240) 순이다. 대부분 기관에서 위생·안전관리제도 통합·정비의 가중치가 가장 높은 가운데, 수출관련 유관기관의 경우 선진형 제조, 위생·안전관리 기준의 가중치가 높았다.

한국 수산물 인지도 제고에서는 해외 온·오프라인 마케팅 강화(0.333)가 가장 중요한 요소이며, 박람회 참가, 바이어 초청 등(0.259), 우량 수출업체 인증 프로그램 마련(0.208), 공동브랜드 구축 및 홍보(0.200)는 비슷한 결과를 보였다.

상품화 R&D 확대에서는 고부가가치 가공식품 개발(0.437)의 가중치가 가장 높았으며, 대표 수출품목 육성 R&D 집중 투자(0.409), 수산물 유래 기능성·소재 제품 개발(0.153) 순으로, 상대적으로 수산물 유래 기능성·소재 제품 개발의 가중치가 낮게 나타났다.

〈그림 5-7〉 수출품 경쟁력 강화 세부계층 간 상대적 가중치



자료 : 전문가 AHP 조사 결과(저자 조사)

〈표 5-9〉 수출품 경쟁력 강화 세부계층 간 상대적 가중치

구분		전체	정부	학계/연구소	수출업체	수출관련 유관기관
품질/위생 관리 강화	국제인증 취득 강화	.240	.221	.196	.254	.308
	선진형 제조, 위생·안전관리 기준	.330	.357	.351	.288	.358
	수산물 위생·안전관리제도 통합·정비	.428	.418	.450	.457	.330
한국 수산물 인지도 제도	박람회 참가, 바이어 초청 등	.259	.193	.157	.337	.332
	공동브랜드 구축 및 홍보	.200	.244	.269	.149	.148
	해외 온·오프라인 마케팅 강화	.333	.340	.366	.288	.420
	우량 수출업체 인증 프로그램 마련	.208	.223	.213	.225	.098
상품화 R&D 확대	고부가가치 가공식품 개발	.437	.375	.546	.451	.422
	수산물 유래 기능성·소재 제품 개발	.153	.166	.171	.142	.122
	대표 수출품목 육성 R&D 집중 투자	.409	.457	.284	.404	.454

자료 : 전문가 AHP 조사 결과(저자 조사)

(3) 수출업체 경쟁력 강화

수산물 수출 활성화를 위한 상위계층 요인 중 수출업체 경쟁력 강화에 대한 가중치 분석 결과를 보면 해외시장 모니터링 및 정보 분석 강화(0.356), 수출업체 조직화·규모화(0.324), 수출업체 기술 지원 및 교육 확대(0.319) 순으로 가중치가 높은 것으로 나타났다. 전반적으로 해외시장 모니터링 및 정보 분석 강화에 대한 가중치가 높은 가운데 수출업체 조직화·규모화와 수출업체 기술 지원 및 교육 확대도 중요한 것으로 평가하고 있다.

기관별로는 정부와 수출관련 유관기관의 경우 수출업체 조직화·규모화, 학계/연구소는 해외시장 모니터링 및 정보 분석 강화, 수출업체는 수출업체 기술 지원 및 교육 확대의 중요성을 높게 평가하였다. 특히 수출업체의 경우 수출업체 기술 지원 및 교육 확대에 대한 가중치(0.446)가 월등히 높았는데, 이는 수산물 수출업체를 대상으로 한 전문적인 교육이 부족하여 교육에 대한 수요가 높은 것으로 사료된다.

〈표 5-10〉 수출업체 경쟁력 강화 요인 간 상대적 가중치

구분	전체	정부	학계 /연구소	수출업체	수출관련 유관기관
수출업체 조직화·규모화	.324	.412	.364	.217	.364
수출업체 기술 지원 및 교육 확대	.319	.243	.203	.446	.278
해외시장 모니터링 및 정보 분석 강화	.356	.343	.433	.335	.358

주 : 음영으로 표시된 부분은 기관별 우선순위가 가장 높은 정책임

자료 : 전문가 AHP 조사 결과(저자 조사)

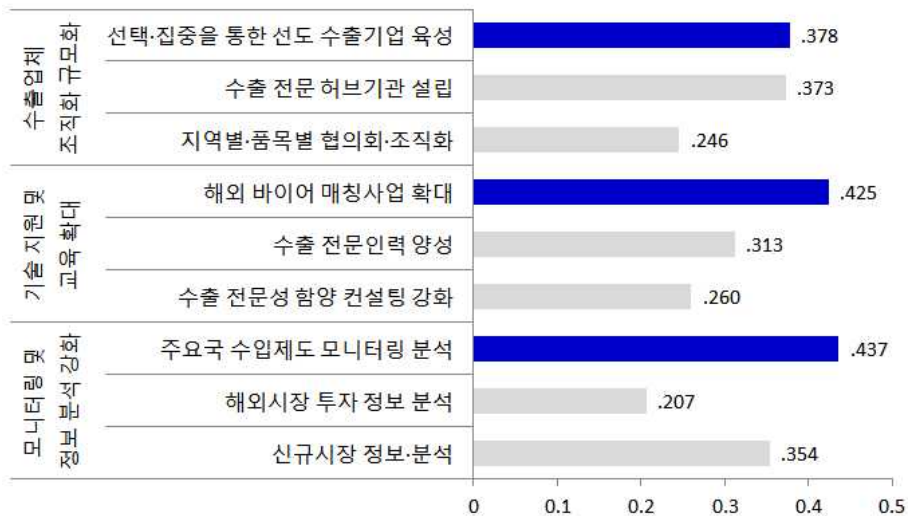
수출업체 경쟁력 강화 세부계층 간 상대적 가중치를 분석한 결과 수출업체 조직화·규모화에서는 선택·집중을 통한 선도 수출기업 육성(0.378), 수출 전문 허브기관 설립(0.373)의 가중치가 높게 나타났다. 기관별로는 차이를 보이는데, 정부와 학계/연구소의 경우 수출 전문 허브기관 설립, 수출업체는 선택·집중을 통한 선도 수출기업 육성, 수출관련 유관기관은 지역별·품목별 협의회·조직화의

가중치가 높았다.

수출업체 기술 지원 및 교육 확대에 있어서는 해외 바이어 매칭사업 확대(0.425), 수출 전문인력 양성(0.313), 수출 전문성 함양 컨설팅 강화(0.260) 순이다. 기관별로는 학계/연구소를 제외한 모든 기관이 해외 바이어 매칭사업 확대의 가중치가 가장 높았고, 학계/연구소는 수출 전문인력 양성을 중요하게 평가하였다.

모니터링 및 정보 분석 강화에서는 주요국 수입제도 모니터링 분석(0.437)과 신규시장 정보·분석(0.354)의 가중치가 높게 나타났으며, 상대적으로 해외시장 투자 정보 분석(0.207)의 가중치는 낮았다. 기관별로는 주요국 수입제도 모니터링 분석과 신규시장 정보·분석의 중요성을 높게 평가하였다.

〈그림 5-8〉 수출업체 경쟁력 강화 세부계층 간 상대적 가중치



자료 : 전문가 AHP 조사 결과(저자 조사)

〈표 5-11〉 수출업체 경쟁력 강화 세부계층 간 상대적 가중치

구분		전체	정부	학계 /연구소	수출 업체	수출관련 유관기관
수출업체 조직화 규모화	지역별·품목별 협의회·조직화	.246	.193	.183	.263	.432
	수출 전문 허브기관 설립	.373	.435	.486	.269	.384
	선택·집중을 통한 선도 수출기업 육성	.378	.369	.330	.464	.184
기술 지원 및 교육 확대	수출 전문성 함양 컨설팅 강화	.260	.315	.240	.249	.166
	수출 전문인력 양성	.313	.323	.431	.255	.310
	해외 바이어 매칭사업 확대	.425	.359	.329	.493	.524
모니터링 및 정보 분석 강화	신규시장 정보·분석	.354	.279	.431	.385	.366
	해외시장 투자 정보 분석	.207	.206	.226	.210	.172
	주요국 수입제도 모니터링 분석	.437	.511	.346	.402	.460

주 : 음영으로 표시된 부분은 기관별 우선순위가 가장 높은 정책임

자료 : 전문가 AHP 조사 결과(저자 조사)

3) 최종 정책 우선 과제

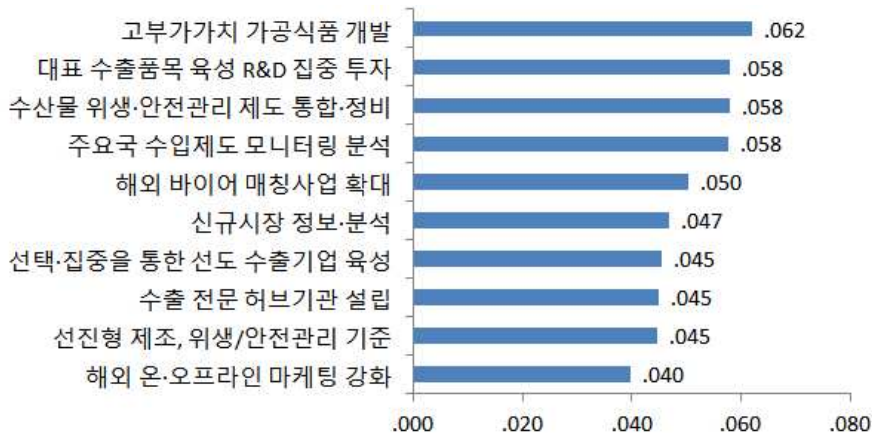
각 계층에서 도출된 가중치 이용하여 최종 가중치 즉, 전체 정책에 대한 중요도 순위를 도출하였다.¹⁰¹⁾

최종 가중치에 따른 우선순위를 살펴보면 총 29개의 세부계층 중 고부가가치 가공식품 개발이 0.062로 가장 높았고, 이어서 대표 수출품목 육성 R&D 집중 투자(0.058), 수산물 위생·안전관리제도 통합·정비(0.058), 주요국 수입제도 모니터링 분석(0.058) 등의 순이다. 한편 수산식품산업 거점단지 조성(0.015), 국내 및 해외 물류 인프라 구축(0.020) 등은 상대적으로 중요도가 낮은 것으로 분석되었다.

최종 가중치 결과를 살펴본 결과 전반적으로 수출품 경쟁력 강화와 수출업체 경쟁력 강화가 수출기반 고도화보다 중요한 것으로 분석되었으며, 특히 중위계층 중에서 상품화 R&D 확대와 해외시장 모니터링 및 정보 분석의 중요성이 부각되었다. 이 같은 결과는 현재 국내에서 수출할 수 있는 제품이 제한적이면서 부가가치가 낮고, 또한 해외시장에 대한 정보가 기대치보다 부족하며, 최근 강화되고 있는 해외 주요국의 식품안전 관리제도에 기인한다.

101) 최종 가중치는 상위계층, 중위계층, 세부계층의 가중치를 곱하여 산출함

〈그림 5-9〉 수산물 수출 활성화 과제의 최종 가중치 순위(1~10위)



자료 : 전문가 AHP 조사 결과(저자 조사)

기관별 우선순위를 살펴보면 정부의 경우 수산물 위생·안전관리제도 통합·정비(0.0690)의 가중치가 가장 높았고, 다음으로 선진형 제조(0.0589), 수출 전문 허브기관 설립(0.0556) 등의 순이다. 즉, 정부 기관에서는 수산물 수출의 안전성을 최우선적으로 강화할 필요가 있으며, 품목 및 수출업체의 경쟁력 강화를 위해 수출 전문 허브기관 설립이 중요한 것으로 평가하였다.

학계/연구소에서는 고부가가치 가공식품 개발(0.0771)의 가중치가 가장 높았으며, 이어 신규시장 정보·분석(0.0712), 수산물 위생·안전관리제도 통합·정비(0.0708) 등의 순이다. 타 기관과 비교해 학계/연구소에서는 신규시장 정보·분석과 수출 전문 허브기관 설립 등의 중요성은 높게 평가하고 있다.

수출업체의 경우 수출과 직접 연계되는 사업에 대한 중요성을 높게 평가하였다. 구체적으로 살펴보면 해외 바이어 매칭사업 확대(0.0994)의 가중치가 가장 높았으며, 이어 고부가가치 가공식품 개발(0.0765), 대표 수출 품목 육성 R&D 집중 투자(0.0685) 등의 순이다. 사업에 직접적으로 연계된 사업에 대한 중요도가 높은 가운데, 신규시장 정보·분석에 대해서도 높은 수요를 보이고 있다.

〈표 5-12〉 수산물 수출 활성화 과제의 최종 가중치 및 우선순위(전체)

상위계층	중위계층	세부계층	최종 가중치	순위
수출기반 고도화	수출지원사업 정비	사업 통폐합 및 신규사업 도입	.0274	19
		성과관리 및 환류시스템 구축	.0266	22
		수출지원근거법률제·개정	.0253	23
	수출 인프라 정비	원료의 안정적 공급 기반 구축	.0230	26
		수산식품산업 거점단지 조성	.0147	29
		생산/가공시설현대화	.0267	21
		국내 및 해외 물류 인프라 구축	.0203	28
	경제·통상 리스크 대응 강화	비관세장벽 대응 체계 구축	.0280	18
		해외 민간 수출협력 네트워크 구축	.0345	13
		수출기업 금융 지원 확대	.0352	12
수출품 경쟁력 강화	품질/위생 관리 강화	국제인증 취득 강화	.0325	14
		선진형제조, 위생안전관리기준	.0447	9
		수산물위생·안전관리제도통합·정비	.0579	3
	한국 수산물 인지도 제고	박람회참가, 바이어초청 등	.0310	15
		공동브랜드 구축 및 홍보	.0239	25
		해외온·오프라인마케팅강화	.0399	10
		우량 수출업체 인증 프로그램 마련	.0249	24
	상품화 R&D 확대	고부가가치 가공식품 개발	.0620	1
		수산물유래기능성·소재제품개발	.0217	27
		대표수출품목육성R&D집중투자	.0580	2
수출업체 경쟁력 강화	수출업체 조직화 규모화	지역별·품목별협의회·조직화	.0296	17
		수출 전문 허브기관 설립	.0448	8
		선택·집중을 통한 선도수출기업육성	.0454	7
	수출업체 기술 지원 및 교육 확대	수출 전문성 함양 컨설팅 강화	.0308	16
		수출 전문인력 양성	.0371	11
		해외 바이어 매칭사업 확대	.0504	5
	해외시장 모니터링 및 정보 분석	신규시장정보·분석	.0468	6
		해외시장 투자 정보 분석	.0274	20
		주요국 수입제도 모니터링 분석	.0578	4

주 : 음영으로 표시된 부분은 가중치가 높은 상위 5개 요소임

자료 : 전문가 AHP 조사 결과(저자 조사)

마지막으로 수출관련 유관기관의 경우 대표 수출품목 육성 R&D 집중 투자(0.995)의 가중치가 가장 높았으며, 이어 고부가가치 가공식품 개발(0.0925), 해외 온·오프라인 마케팅 강화(0.0825) 등의 순이다. 수출관련 유관기관에서는 상대적으로 해외 온·오프라인 마케팅 강화와 박람회 참가, 바이어 초청 등의 중요성을 높게 평가하였다.

〈표 5-13〉 기관별 수산물 수출 활성화 과제의 최종 가중치(1~5위)

구분	세부계층	최종 가중치
정부기관	수산물 위생·안전관리제도통합·정비	.0690
	선진형 제조, 위생·안전관리기준	.0589
	수출 전문 허브기관 설립	.0556
	주요국 수입제도 모니터링 분석	.0544
	선택·집중을 통한 선도수출기업 육성	.0471
학계/ 연구소	고부가가치 가공식품 개발	.0771
	신규시장 정보·분석	.0712
	수산물위생·안전관리제도통합·정비	.0708
	수출 전문 허브기관 설립	.0675
	해외 온·오프라인 마케팅 강화	.0615
수출업체	해외 바이어 매칭사업 확대	.0994
	고부가가치 가공식품 개발	.0765
	대표 수출품목육성 R&D 집중 투자	.0685
	주요국 수입제도 모니터링 분석	.0609
	신규시장 정보·분석	.0583
수출관련 유관기관	대표 수출품목육성 R&D 집중 투자	.0995
	고부가가치 가공식품 개발	.0925
	해외 온·오프라인 마케팅 강화	.0825
	박람회 참가, 바이어 초청 등	.0652
	주요국 수입제도 모니터링 분석	.0441

주 : 음영으로 표시된 부분은 전체 평가에 있어 5위 이내의 세부계층임

자료 : 전문가 AHP 조사 결과(저자 조사)

제6장

결론 ≪

제1절 요약 및 결론

과거 수산물 수출은 우리나라 전체 수출의 10% 이상을 차지할 정도로 수출의 첨병 역할을 수행하였으며, 1971년 수출액 1억 달러, 1986년 10억 달러, 2011년 20억 달러를 돌파하는 등 꾸준한 증가세를 보였다.¹⁰²⁾ 하지만 2010년 대 들어 20억 달러 내외에서 추이하며 서서히 증가하고 있다. FTA 체결 확대에 의한 시장 접근성 개선, 세계적인 수산물 소비 증가 트렌드를 고려할 때 아쉬운 부분이다. 수산물 수출 구조에 대한 정확한 진단과 평가를 통해 수출의 문제점을 파악하고 활성화를 위한 대안을 모색해야 할 시점이다.

우리나라 수산물 수출은 구조적인 측면에서 어려움을 겪고 있다. 상위 수출 국가 및 품목에 대한 의존도가 매우 높은 구조로 전체 수출액 중 상위 3개 국가 및 품목의 수출이 전체 수산물 수출의 40% 이상을 차지하고 있다.¹⁰³⁾ 수출에 특화된 국가 및 품목을 보유하고 있는 것은 수출을 안정적으로 가지고 갈 수 있는 장점도 있지만, 최근 수산물 교역을 둘러싼 대내외 여건이 빠르게 변화하고 있어 리스크 관리 측면에서는 약점을 가진다. 실제 우리나라 주요 수출국가인 일본과 중국으로의 수출이 경제 및 정치 이슈로 수출이 급격하게 감소한 경우가 발생하였으며, 주요 수출품목인 오징어와 다랑어의 수출도 생산량에 따라 수출 변동이 큰 것으로 나타났다.

우리나라가 수출하는 품목의 부가가치도 개선될 필요가 있다. 수산물 수출 중 부가가치가 낮은 원물의 수출 비중이 60% 이상으로 대부분을 차지하고 있다.¹⁰⁴⁾ 현재 수산물 시장은 단순한 원물 시장보다는 가공품 혹은 기능성 제품의

102) 전체 수출 중 수산물 수출이 차지하는 비중은 1960년 17.7%, 1970년 8.2%, 1980년 4.3%, 1990년 2.3%를 차지함(해양수산부, “수산물수출입통계연보”, 1998)

103) 본문 〈표 3-1〉, 〈표 3-3〉 참조

수요가 높아지고 있다. 원물의 경우 가격경쟁력 측면에서 중국, 베트남 중 주요 수출국과 비교 열위를 보인다. 부가가치가 높은 가공품 수출 확대에 대한 고려가 추가적으로 검토되어야 한다.

과거 국내 수산물 수출의 중심을 차지한 어획수산물의 생산 정체도 수출 활성화의 선결 과제로 지적되는 부분이다. 우리나라 수산물 생산량은 연간 300만 톤 수준으로 어선어업은 감소세를 보이면서, 물량의 안정적 조달이라는 측면에서 관련 품목 수출에 직접적인 영향을 미치고 있다. 글로벌 수산물 시장에서 양식을 통해 안정적 생산 구조를 구축한 노르웨이, 중국, 베트남 등의 국가가 약진하는 사례를 고려해 볼 때, 수출의 안정성 및 확대를 도모하기 위해 양식품목 중심으로 수출 품목을 발굴할 필요가 있다. 특히 우리나라 주요 양식 품목 중에서도 생산이 많으면서도 수출이 많지 않은 다시마, 미역 등이 신규 수출 품목으로 주목할 만하다.

수산물 수출업체의 영세성과 함께 품목별·지역별 협력 체계가 제한적으로 이루어지는 점도 수출의 장애요인으로 작용하고 있다. 2016년 기준 우리나라 수산물 수출업체는 약 2,000개 내외로 연간 수출액이 100만 달러 미만인 업체가 80% 이상을 차지하는 등 매우 영세한 구조를 보이고 있다.¹⁰⁴⁾ 해외시장 개척에 필수적인 수출 전담인력 확보와 제품 개발에 있어 한계를 보이고 있다.

또한 수출업체 간 품목의 중첩으로 해외에서 자국 업체 간 경쟁이 확대되고 있는 실정이다. 수출업체의 규모화와 함께 품목별·지역별 협력 시스템 구축이 요구된다.

정부의 수출 활성화 정책과 관련해서는 사업의 체계적·안정적 추진을 위해 근거 법률 부재, 사업의 분산 및 중복 운영, 성과평가 환류시스템 미흡에 대한 개선이 요구된다. 수출 기반과 관련해서도 일부 추가적인 검토가 필요한데, 특히 수출품에 대한 R&D(신제품 개발 등) 확대가 이루어져야 한다. 수산물 가공산업 육성사업 및 수산식품산업 거점단지의 경우 하드웨어 측면 중심으로 지원이 이루어지고 있어 운영 및 활용 방안 등에 대한 소프트웨어 프로그램 마련이 요

104) 본문 <표 3-4> 참조

105) 본문 <표 3-7> 참조

구된다. 또한 수출업체의 자생력 강화를 위해 전문 인력 확보를 지원할 수 있는 전문 교육 프로그램 마련 등의 검토가 이루어져야 할 것이다.

세계적으로 식품 안전성이 강조되고 있는 가운데, 특히 수산물의 경우 고위험성 식품으로 분류되어 식품 중에서도 수입 규제가 강화되고 있다. 미국, 중국 등 주요국은 식품안전현대화법, 식품안전법 등과 같은 식품 안전 관련 규정을 제·개정하고 있다. 식품에 대한 안전 규정 강화는 궁극적으로 우리나라 수산물 수출에 있어 비관세장벽으로 작용할 가능성이 있다. 우리나라 수산물 안전 관리 제도를 주요국의 수준에 맞게 정비하거나, 혹은 선진형 안전 관리제도를 마련하는 등 수출 수산물의 안전성 관리를 강화하는 방안이 검토되어야 한다.

한편 수출 전략 벤치마킹을 위해 국내 농업 사례, 노르웨이 및 일본 수산물 수출 전략을 분석하였다. 농업부문의 경우 수산부문과 비슷한 수출지원사업을 수행하고 있으나, 수출지원사업의 근거 법률이 명확하고, 사업 수행 주체가 일원화되어 사업 수행에 있어 보다 포괄적이고 집중적인 지원이 가능한 구조를 가지고 있다.

해외 사례 중 노르웨이의 경우 양식업 육성을 통해 수출 강국으로 성장하였다. 지속가능한 양식어업 생산 구조 구축, 고품질 양식 수산물 생산 체계 구축, 기업화·규모화를 통한 글로벌 수산양식기업 육성, 민관 협력 관계 강화 등이 양식 산업의 성공 요인으로 평가할 수 있다. 수산물 수출에 있어서도 노르웨이 수산물 위원회(NSC)가 주축이 되어 수출업체들을 포괄적으로 지원해주는 시스템을 구축하였다. 노르웨이 수출 산업의 성공은 요인은 양식업 중심의 특화된 수출 구조 구축 및 NSC 중심의 체계적 수출 시스템 구축이라 할 수 있다.

일본의 경우 수산물 수출보다는 수입이 많은 수입국이지만 수산물 수출도 전략적으로 육성하고 있다. 일본 사례의 가장 큰 특징은 직접적인 수산물 수출도 중요시하지만 일본 식문화 전파를 통한 잠재적 수요 계층을 확보한 것이다. 또한 수출 국가별로 심층적 조사 분석을 통해 체계적인 수출 전략을 수립하고 지속적으로 성과를 관리하고 있는 것도 눈여겨볼 만하다. 특히 식품 안전성에 대한 중요성을 인지하고 식품 안전성 확보를 위해 MSC, 할랄인증 등 국제 인증 취득을 지원하는 동시에 일본 전통 식품 중심으로 세계적으로 통용될 수 있는 자체 규격 제정도 추진하고 있다.

우리나라 수산식품 세계화 전략 비전 및 목표 설정에 앞서 우리나라 수산물 수출을 둘러싼 대내외 여건을 살펴보았다. 먼저 내부 환경으로 고품질 양식수산물 생산, 다양한 수출 정책 지원 사업, 내수소비 기반 구축은 강점 요인으로 평가되며, 수출 국가 및 품목의 집중화, 수출업체의 영세성 및 조직화 미흡, 수출 품목의 부가가치 창출 미흡은 약점으로 도출되었다. 외부환경으로 전자상거래 등 신유통 채널 등장, 가공식품 및 기능성 제품 수요 증가, 수산물 수출시장 확대 등은 기회 요인으로 주요국 식품 안전성 강화, 주요국과의 경쟁 심화, 글로벌 수산자원 관리 강화는 위협 요인으로 작용할 것으로 전망된다.

이상 우리나라 수산물 수출 구조, 국내외 수출 사례, 수산물 수출 대내외 여건 등을 살펴보았다. 여기서 도출된 내용과 수산물 수출업체를 대상으로 한 설문 조사 결과를 바탕으로 우리나라 수산식품 세계화를 위한 비전 및 목표를 다음과 같이 설정하였다. 비전은 수산물 수출 산업화를 통한 수산업 신성장 동력 확보이며, 목표는 2025년까지 수산물 수출 50억 달러 달성이다.

이를 달성하기 위한 추진 과제로 수산물 수출업체 및 관련 전문가들의 의견을 반영하여 크게 수출기반 고도화, 수출품 경쟁력 강화, 수출업체 경쟁력 강화 3개 부문으로 구성하였다. 세부 추진과제로는 9개의 중과제를 도출하였으며 총 29개의 수출 활성화 세부 과제를 선정하여 제시하였다.

수출 활성화를 위한 중점 추진과제는 전문가를 대상으로 AHP 분석 방법을 활용하였다. 총 29개의 수출 활성화 과제 중 AHP 분석을 실시한 결과 고부가가치 가공식품 개발, 대표 수출품목 육성 R&D 집중 투자, 수산물 위생·안전 관리제도 통합·정비, 주요국 수입제도 모니터링 분석, 해외 바이어 매칭사업 확대가 우선적으로 실시되어야 할 과제로 도출되었다.

제2절 정책 제언

1. 수출 정책 패러다임의 확장

우리 정부의 수출지원사업의 방향은 중소 영세 수출기업의 역량 강화를 지원하기 위한 프로그램을 중심으로, 다음 그림과 같은 방향성을 띄고 있다. 대내외 여건의 빠른 변화 하에서 노르웨이, 중국 등의 수출 강국, 태국, 베트남 등의 신흥 수출국과 효과적으로 경쟁하기 위해서는 정책 방향성에 대한 확장이 필요한 시점이다.

현행		확대	방향성
지원	+	관리	- 수출업체 해외 신용도 제고 → 건전 수출업체 인정제도, 해외 판매 대표기관 도입 등 - 수출 수산물 글로벌 경쟁력인지도 마련 → 통합 브랜드 기준 강화, 품목별 대표 브랜드 마케팅, 수출용 우수수산물 인증제도 등
직접지원	+	간접지원	- 해외 저변 수요 창출 → 내한 관광객 활용 버즈마케팅 강화(6차 산업화 연계) 등 - 부가가치 창출&기초 연구개발 확대 → 기능성 평가 연구, 안전성 입증 연구 등
형평성	+	집약·통합	- 대표 수출품 육성 → 품목 중심 종합 지원육성 프로그램 도입, 거점 수출가공단지 조성 등 - 대표 중견기업 육성 → 전문 협의체 통합 사업 지원 등

자료 : 저자 작성

첫째, 수출업체 역량 강화를 유도하기 위한 ‘지원’과 함께 한국 수산물만의 차별적 인지도 구축 및 경쟁력 마련, 통합 마케팅의 성과를 높이기 위해서는 ‘관리’ 정책의 도입이 필요하다. 우리나라 수산물의 국제 경쟁력 제고를 위해 국가 브랜드, 통합 마케팅 전략을 수립·운영하고 있다. 한국 수산물만의 차별화된

경쟁력·인지도를 구현하고 대내외 환경 리스크 변화에 대응해 신용도 높은 건전 수출업체를 육성하기 위해서는 수출 수산물과 수출업체에 대한 관리 및 지원 역할이 강화될 필요가 있다.

둘째, 현재 업체에 대한 ‘직접지원’ 중심에서 인프라에 대한 ‘간접지원’ 확대가 이루어져야 한다. 이는 2가지 측면에서 고려할 수 있는데, 중소 영세 수출업체가 투자 확대에 어려움을 겪는 R&D와 해외 저변 소비 확충을 위한 지원이 검토되어야 한다.

현재 수출지원사업에서 시행되는 기초 R&D는 사업 규모와 종류가 제한적이며, 업체에 대한 직접적 개발 지원은 업체의 역량에 따라 성과에 큰 편차를 보이고 있는 만큼 이에 대한 체계적 정비와 합리적 지원 확대가 이루어져야 한다. 또한 마케팅의 효율화를 위해 해외 소비자를 대상으로 한 잠재 수요의 발굴도 꾸준히 추진되어야 한다. 현재 국내업체의 역량을 고려할 때 개별 업체가 이를 추진하기에는 어려움이 많은 만큼 한국산 수산물·수산식품에 대한 잠재 수요 창출이라는 측면에서 종합 사업이 검토되어야 한다. 사업 효과를 최대한 높이기 위해 국내외 사례를 고려할 때 방문 관광객에 의한 수출 활성화¹⁰⁶⁾, 구전 마케팅¹⁰⁷⁾, 해외 진출 음식료업체 등에 대한 적극적 고려가 이루어질 필요가 있다.

셋째, 지원 프로그램에 대해 ‘형평성’을 고려한 안배에서 대표품목·기업을 육성하기 위한 ‘집약통합’ 지원을 검토해야 할 시점이다. 우리나라 수산물은 계절성, 다종다양성이라는 특성으로 인해 수출에 관련된 품목과 업체가 매우 다양하다. 수출 활성화 프로그램의 대부분은 이들을 모두 대상으로 하고 있는데, 노르웨이 등의 사례를 볼 때 품목과 업체 등에 대한 집중 지원도 필요하다. 이는 현재 유사한 성격의 사업이 복수 기관에 의해 분산 수행되면서 이용 효과를

106) 우리나라 대표 식품이 세계인이 즐기는 인기품으로 자리매김하면서 수출 활성화로 연계된 사례에 주목해 볼 필요가 있음. 작년 수출액 3억 불을 달성한 김을 비롯, 한식 대표품목인 김치, 막걸리, 식품류인 초코파이, 라면·컵라면, 메로나, 건강식품류인 홍삼제품 등은 내수 시장에서 사랑받는 품목인데, 한류 확산, 외국인 관광객 증가, 온라인 정보 확산을 배경으로 세계적으로 큰 인기를 얻고 있다는 공통점이 있음. 높은 가격에도 불구하고 전 세계 많은 이들로부터 각광받는 프랑스·미국의 굴, 캐나다·미국의 랍스터, 일본 선어 등도 수출에 앞서 이미 자국에서 크게 사랑받는 수산물이라는 공통점이 있음

107) 식품의 경우 구매 경험이 소비 의사 결정에 큰 영향을 끼치는 특성을 지니고 있어 이용 경험자를 통한 마케팅은 비용 대비 효과라는 점에서는 상당히 효과적인 방법으로 평가됨

저감할 수 있다는 측면에서도 고려되어야 할 부분이다. 한국만의 차별화된 대표 품목과 수출을 주도하는 대표기업의 육성을 위해서는 품목 또는 업체 중심의 종합 지원·육성 프로그램의 도입이 요구된다.

2. 수출 수산물 품질·위생의 관리 체제 정비

유럽연합, 미국 등을 중심으로 수산물 품질·위생, 환경 친화적 생산에 대한 요구가 강화되고 있다. 이는 자국 수입을 위한 통관·검역 제도라는 형태로 도입 되기도 하고 또는 바이어에 의해 다양한 인증 취득 요구로 이어지기도 한다. 식품 중에서도 상대적으로 수산물의 리스크가 높게 평가되고 있고, 지속 가능한 공급 체계의 불안정성이 취약한 것으로 평가되기 때문이다.

현재 진행되고 있는 통관·검역, 인증 등에 대한 해외 정보의 면밀한 수집·분석으로 수출업체의 자발적 대응을 유도하는 것에 더해 국가 차원에서 한국 수산물의 품질·안전성을 견고히 마련, 마케팅 포인트로 활용할 수 있기 위해서도 정부 및 업계의 적극적 검토가 필요하다.

이는 다음과 같이 나누어 생각해 볼 수 있는데, 첫째 수출 수산물의 관리·인증 제도 선진화 및 글로벌 규범과의 동등성 마련이다. 세계 수산물·수산식품 품질·위생 규범 강화에 대응, 주요 수출국에서 통용 가능한 국내 품질 관리·인증 제도¹⁰⁸⁾ 정비, FTA시장 선점 효과의 극대화를 위해 국내 수산물 품질 관리·인증제도의 동등성 마련 협상의 적극적 추진이 요구된다.

둘째, 수출 수산물의 안전성을 입증하기 위한 중장기 R&D 추진이 요구된다. 비관세측면의 수출 저해요인을 국가 간 협상으로 제거·완화할 수 있도록 협상의 근거가 되는 과학적·기술적 근거 마련은 특히 정부가 주도해야 할 부분이다. 해외 수출국은 자국의 사정을 최우선시 하여 수출품목에 다양한 기준을 적용하고 있는데, 이로 인해 해외에서 생산·제조되어 자국으로 수입되는 식품의 특성에 대한 충분한 고려가 이루어지지 않아 수출업체의 애로사항으로 작용한다. 따라서 국내

¹⁰⁸⁾ (식약처) HACCP, (해수부) 품질인증, 친환경, 유기수산물, 지리적표시, 수산물이력제 등

에서 생산·제조된 수출 수산물 성분·첨가물 등의 안전성에 대한 과학적 근거 데이터 축적이 꾸준히 이루어져야 하며, 이를 위해 주요 국가별, 품목별 통관거부 빈도·수위 등을 고려한 R&D 프로젝트 도입을 시작할 시점이다.¹⁰⁹⁾

셋째, 수출 원활화를 위한 통합 정보망 확충이다. 특히 주요 수출국 비관세 장벽을 모니터링하고 분석해 이를 통합적으로 평가함으로써 필요한 경우 수출업체가 활용할 수 있는 정보 시스템을 구축하고, 과학적 합리성이 부족한 비관세장벽 등에 대해서는 통상 협상 등을 통해 이를 해소하는 활동이 수행될 필요가 있다.

3. 수산물 수출 전담기구 설립

현재 우리 수출사업은 정부가 컨트롤타워로서의 역할을 가지고 다양한 유형의 사업이 복수 기관의 참여(사업대행)로 진행되고 있다. 과거 운영 주체에 따라 산발적으로 운용되던 사업이 2015년 통합되어 재편되었으나, 유사 사업이 다양한 복수 기관에 의해 시행되면서 성과와 이용자 수요에 기반한 사업 재편 요구가 높아지고 있다.

수출의 외연 확장, 구조 고도화를 위해서는 사업을 종합적 관점에서 계획하고 실행, 성과 분석, 결과 환원을 통한 효율 극대화가 요구된다. 이 때 수출주체의 역량 강화·규모화를 유도하기 위해서 민간의 참여를 보다 적극적으로 추진할 필요가 있다.

따라서 단기적으로는 자국 농식품 수출 촉진 사령탑으로서의 기능을 수행하는 일본의 수출전략실행위원회와 같이 기관 사업을 효율적으로 평가·조정·개선하여 사업 성과를 높이고 이용자와의 접점을 강화하는 산·학·관·연 참여 위원회의 조직화와 운영을 생각해 볼 수 있다.

중장기적으로는 수출 수산물의 생산(가공)부터 판매, 홍보까지 일련의 과정을

109) (對중)원산지별 김제품 일반세균수 발생 모니터링 및 인체 무해성 검증 R&D, (對할랄)수산물효식품 알코올 성분 발생 메커니즘 규명 R&D 등

평가·계획하고 이에 관련된 민간의 기능과 역할을 집약화·계열화하며, 사업의 체계적 수행으로 성과를 극대화할 수 있는 수출 전담기구의 설립을 검토할 필요가 있다. 노르웨이의 경우 NSC를 조직해 공적 영역과 민간 영역을 구분하고, 특히 시장 사정에 민감하게 대응할 필요가 있는 글로벌 프로모션을 집약적으로 실시하고 있다.

4. 수출 진흥 법률 정비

우리나라 수출지원사업은 수산업·어촌 발전 기본법 제45조, 식품산업진흥법 제19조의4, 국가균형발전 특별법 제35조제2항, 수산업법 제86조 등에 의거한다. 특히 수산업·어촌 발전 기본법 제45조에서는 수출 진흥에 관한 정책 수립의 당위성과 지원 근거만 규정하고 있다. 이에 수산물 수출 진흥을 위한 정책의 필요성, 수산물 수출 촉진을 위한 사업 추진의 필요성 및 운영 기관의 당위성 등을 규정하는 개별법 부재로 수산물 수출지원사업의 체계적 지원에 한계가 있다.

수출 진흥을 효과적·체계적으로 수행하고, 성과 극대화를 실현하는 구조 구축을 위해서는 국내 제도적 정비가 수반되어야 한다. 즉, 수산물 수출 진흥에 관한 독립 법률을 제정하거나 기존 법률의 개정 방안에 대해 적극적으로 검토해볼 필요가 있다. 특히 개별 법률((가칭)수산식품산업의 육성과 수출 지원에 관한 법률) 제정은 수산물 수출 관련 기본 계획의 정례적 수립, 이에 근거한 조직 정비, 세부 전략 마련·이행, 평가 시스템 구축으로 수산물 수출지원사업의 체계적 지원 체계 마련은 물론 수산물 수출 활성화에 크게 기여할 수 있을 것이라는 점에서 적극적 검토가 요구된다.

참고문헌 《

〈국내 문헌〉

- 김기수 외, 「우리나라 수산물 수입시장에서 수출국간의 가격경쟁구조 및 환율변화가 수출가격에 미치는 영향」, 수산경영론집, 2009.
- 김남두 외, 「한·일의 대미 수출경쟁력에 관한 연구」, 한국통상정보학회, 1997.
- 김민경 외, 「포터의 다이아몬드 모델을 이용한 국내 양돈산업의 경쟁력 분석」, 농업경제연구, 2010.
- 김창범, “무역금융과 수출: 동태적 인과성과 정책 우선순위”, 『산업경제연구』, 제26권 제2호, 2013.04.
- 농림수산식품부, “수산식품산업 발전을 위한 실천방안 연구”, 2010.12.
- _____, “제8차 농수산식품 수출개척협의회 자료”, 2016.
- 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사, “2014 해외 aT센터 해외시장개척 성공 사례”, 2014.
- 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사, “aT수출애로상담 사례집”, 2014.
- _____, “신선농산물 수출 우수사례집”, 2015.
- 농촌진흥청, “할랄시장 농식품 수출 성공실패 사례집”, 2016.12.
- 류정곤 외, “고부가 양식수산물 육성 및 수출확대방안 연구용역”, 한국농수산식품유통공사, 2012.
- 문경중·이성호, “AHP기법을 활용한 정책집행의 우선순위 분석”, 『한국지역개발학회지』, 27(1), 2015.03.
- 문창권·강창백, “수출진흥전략에 대한 정량화 SWOT접근법과 DPM의 적용방법론”, 『관세학회지』, 제9권 제4호, 2008.
- 신용대 외, 「한·중·일 경제협력의 발전방향」, 산업연구원, 2000.
- 심재희 외, 「동북아 3국간 전기전자산업의 경쟁관계 변화 분석」, 한국동북아논총, 2011.

- 양승룡 외, 「한국 농산물 수입시장에서 주요 수출국의 시장지배력 분석」, 농업경제 연구, 2001.
- 이상건·한기욱, “KMI 국외출장(대만) 결과보고”, 2016.9.
- 임경희·정명화·장춘봉, “중국 상해권역의 수산물 소비와 수출 전략에 관한 연구”, 한국해양수산개발원, 2014.
- 임준형, 산업경제연구, 26(2), “광주시 사회적기업의 수출기업화 요인”, 2013.4.
- 정용제, “농식품수출지원사업평가”, 국회예산처, 2016.
- 주문배·정명화·류동규, “중국의 수산물 수요증가에 따른 수출확대방안”, 한국 해양수산개발원, 2005.
- 최정윤 외, 「한·일 수산물 수출입 경쟁구조 분석」, 수산경영론집, 2003.
- 한국농수산물유통공사 보도자료 ‘생산부터 수출까지, FTA 원산지관리 통합 지원한다’, 2017.06.29.
- 한국농수산물유통공사(aT) 내부자료
- 한기욱 외, 「식량 및 에너지 자급률에 따른 국가 유형화 분석」, 한국국제농업개발 학회, 2015.
- 해양수산부 보도자료 ‘수산물 수출 경쟁력 강화방안’, 2017.02.16.
- _____, “2016년도 해양수산기술연구개발사업 시행계획”, 2015.12.
- _____, “2017년도 수산물 수출지원사업 로드맵”, 2017.4.
- _____, “2017년도 해양수산기술연구개발사업 시행계획”, 2016.12.
- _____, “2017년도 해양수산사업 시행지침서”, 2016.12.
- _____, “수산물수출입통계연보”, 1998.

〈해외 문헌〉

- ALIZILA, “Report: Cross-border E-commerce to Reach &1 Trillion in 2020”, 2015.6.11.
- iResearch, “2017 China’s Mobile E-commerce Report”, 2017.
- Norwegian Act No 9 of 27 April 1990 relating to the Regulation of

Exports of Fish and Fish Products (Fish Export Act)
Norwegian Regulations No 157 of 22 March 1991 relating to the
Regulation of Exports of Fish and Fish Products
日本農林水産省, “農林水産業の輸出力強化戦略”, 2016.5.
_____, 「主要輸出口」의輸出促進体制調査報告書, 2012
_____, 「輸出戦略実行事業品目横断調査報告書」, 2016

〈인터넷 자료〉

노르웨이통계청(<https://www.ssb.no/en>)
농수산식품수출지원정보(<http://www.kati.net/kati.do>)
리로이(<https://www.leroyseafood.com/>)
마린하베스트(<http://marineharvest.com/about/in-brief/>),
미국FDA(<https://www.accessdata.fda.gov/>)
법제처(<http://www.law.go.kr>)
살마(<https://www.leroyseafood.com>)
일본후생노동성(<http://www.mhlw.go.jp/>)
중국국가질량감독검험검역총국(<http://jckspaqj.aqsiq.gov.cn>)
통계청국가통계포털(<http://kosis.kr/index/index.jsp>)
한국농수산식품유통공사(<http://www.at.or.kr/>)
ALIZILA(www.alizila.com)
EU식품경보시스템(https://ec.europa.eu/food/safety/rasff_en)
FAO(<http://www.fao.org>)
FTA강국,KOREA.<http://www.fta.go.kr>

〈뉴스 기사〉

농민신문, “판매농협 구현 협동으로 이끈다⁽¹⁾한국 최초 전국연합브랜드 ‘케이
멜론’”, 2016.11.09.

- 농어촌경제신문, “한국딸기, 태국서 밸런타인데이 선물로 인기”, 2017.02.15.
 대구일보, “영덕 수산식품거점단지 1년…기대이상 성과”, 2016.12.26.
 조선닷컴, “농식품 수출 사례들 (주) 리마글로벌”, 2014.11.20.
 _____, “농식품 수출 사례들 대상FNF”, 2014.11.20.
 한국경제, “가정간편식의 질주... 이젠 ‘3조 밥상’”, 2017.04.07.
 한국농업신문, “‘김’ 제품 ‘CODEX 지역규격’ 채택”, 2017.07.25.

〈통계 원자료〉

UN Comtrade 원자료
 한국무역통계진흥원 원자료
 FAO FishstatJ
 FAOSTAT Food Balance Sheets 원자료
 통계청 어업생산동향조사
 통계청 광업제조업조사

〈법률〉

김치 산업 진흥법
 농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률
 농업·농촌 및 식품산업 기본법
 수산업·어촌발전기본법
 수산업·어촌발전기본법
 식품산업진흥법
 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률
 외식산업 진흥법
 인삼 산업법
 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률

차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률

부록 1. 글로벌 교역 수산물의 수입 동향 《

1. 다랑어

다랑어의 주요 수입국은 일본이 전 세계 다랑어의 16.5%로 차지해 가장 높고, 그 다음이 미국, 태국 등의 순이다. 일본, 미국의 경우 주로 소비용으로 다랑어 수입을 하는 반면, 태국, 스페인의 경우 직접적인 소비뿐만 아니라 가공용 원료로 활용하는 비중도 높은 편이다.

〈부록 표 1-1〉 다랑어의 국가별 수입 동향(최근 5년)

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 증감률
전체	9,562	11,564	14,542	14,499	12,677	7.3
일본	1,724	1,930	2,699	2,161	2,094	5.0
미국	1,204	1,307	1,819	1,704	1,529	6.2
태국	1,176	1,515	1,793	1,751	1,233	1.2
스페인	714	887	1,047	1,105	963	7.8
이탈리아	673	828	892	966	944	8.8

자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

다랑어의 세부품목별 수입 동향을 살펴보면¹¹⁰⁾ 통조림이 다랑어 전체 시장에서 차지하는 비중이 53.1%로 절반 이상을 차지하고 있고, 그 다음이 냉동 가다랑어(12.4%), 냉동 황다랑어(9.2%) 순이다.

냉동 가다랑어와 냉동 황다랑어의 경우 최종 소비재로도 활용되지만 스페인, 태국 등에는 통조림 원료로 활용되기도 한다.

110) 2012년 HS CODE 개편으로 분석 기간을 최근 3년으로 함

〈부록 표 1-2〉 다랑어 세부품목별 수입 동향

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2012	2013	2014	평균	비중
전체	14,542	14,499	12,677	13,906	100.0
통조림	7,376	7,952	6,837	7,388	53.1
냉동 가다랑어	1,866	1,926	1,366	1,719	12.4
냉동 황다랑어	1,433	1,261	1,154	1,283	9.2
피레트	1,256	1,124	1,105	1,162	8.4
냉동 눈다랑어	858	632	670	720	5.2

자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

2. 오징어

오징어는 중국을 비롯하여, 이탈리아, 스페인, 태국, 미국 등 상대적으로 다양한 국가들이 수입하고 있으며, 그 중에서도 중국은 오징어 주요 수출국이자 주요 수입국인 것으로 나타났다. 최근에는 우리나라와 태국, 중국 등이 수입을 크게 늘리고 있다.

〈부록 표 1-3〉 오징어의 국가별 수입 동향

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 증감률
전체	2,872	3,571	3,883	3,805	3,791	7.2
중국	334	496	535	561	614	16.4
이탈리아	501	589	529	526	534	1.6
스페인	590	677	608	482	508	-3.7
태국	128	153	193	288	299	23.7
미국	224	275	339	302	268	4.5
일본	262	274	354	301	245	-1.6
한국	79	110	166	146	188	24.0

자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

오징어는 대부분이 냉동 형태로 교역이 이루어진다. 따라서 어선 자체의 냉동 시설과 숙련된 어업인의 선별 작업 등이 차별화하기 쉽지 않은 오징어의 품질을 결정한다. 개별 수입 국가는 가격 요인뿐만 아니라 이러한 품질 요인을 철저히 따지고 있으며, 바이어의 신뢰 요인에도 큰 영향을 미치고 있다.

〈부록 표 1-4〉 오징어 세부품목별 수입 동향

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2012	2013	2014	평균	비중
전체	3,883	3,805	3,791	3,826	100.0
냉동 오징어	3,225	3,178	3,065	3,156	82.5
조제품	453	436	529	472	12.3
활·신냉	205	191	197	198	5.2

자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

3. 굴

굴은 홍콩이 조제굴을 중심으로 가장 많은 굴을 수입하고 있는 가운데, 최근에는 미국이 수입을 크게 늘리고 있는 양상을 보인다. 일본의 경우 냉동굴을 중심으로 꾸준한 수입을 하고 있으며, 프랑스는 활굴의 주요 수출국이기도 하나 한편으로는 아일랜드로부터 상당한 양의 활굴을 수입하고 있다.

〈부록 표 1-5〉 굴의 국가별 수입 동향

(단위 : 억 달러, %)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	연평균 증감률
전체	277	318	356	391	409	10.2
홍콩	64	57	53	64	69	2.0
미국	26	31	55	68	64	26.1
일본	28	40	55	46	42	10.7
프랑스	23	27	28	36	37	12.6
이탈리아	27	31	29	29	30	2.4

자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

굴은 활·신냉(030711) 형태가 차지하는 비중이 56.4%로 절반 이상을 차지하고 있다. 활·신냉 굴 시장에 있어 주요 수출 국가 및 수입국은 프랑스로 교역 시장에서 차지하는 비중이 높은 편이다. 그 외에는 홍콩, 이탈리아, 미국 등이 활·신냉 굴의 주요 수입국이며 수입을 늘려가고 있다.

한편 건조·염장·훈제(030719) 굴 시장은 한국이 주도하고 있으며, 주요 수입국은 홍콩, 일본, 미국 순이다.

〈부록 표 1-6〉 굴 세부품목별 수입 동향

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2012	2013	2014	평균	비중
전체	356	391	409	385	100.0
활·신냉	196	217	240	218	56.5
건조·염장·훈제	84	104	111	100	25.9
조제품	71	67	57	65	16.9

자료 : UN Comtrade 원자료(2017.05.31)를 저자 가공

부록 2. 우리나라 수출 상위 품목의 수출 동향 《

1. 다량어

우리나라의 다량어 수출액은 약 5억 5천만 달러 내외에서 유지되고 있으며, 주요 수출 대상국은 일본, 태국, 프랑스, 중국 등이다. 수출 품목 중에서도 특정국 집중도가 높은 편으로, 전통적으로 다량어 소비 선호가 높은 일본이 주력 수출 시장이며, 최근에는 가공 원료용으로 태국의 수입 수요가 늘고 있다.

우리나라 다량어의 주요 수출 품목은 냉동 피레트, 냉동 가다랑어, 냉동 황다랑어, 냉동 남방참다랑어 순으로, 상위 3개 품목이 전체 참치 수출의 82.1%를 차지한다. 냉동 피레트의 경우 상대적으로 선진국으로 분류되는 일본, 프랑스, 이탈리아 등으로 수출되고 있는 반면, 냉동 가다랑어, 냉동 황다랑어는 가공용 원료에 대한 수요가 높은 태국 등으로 수출되고 있다.

〈부록 표 2-1〉 우리나라 다량어의 국가별 수출 동향(최근 5년)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	연평균 증감률
전체	591	536	553	461	542	-2.1
일본	232	251	235	179	197	-4.0
태국	202	148	90	88	109	-14.3
프랑스	13	12	25	38	43	35.8
중국	23	20	17	20	30	6.5
베트남	13	13	12	35	30	22.6
이탈리아	11	2	11	15	22	19.9

자료: 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

〈부록 표 2-2〉 우리나라 다랑어의 세부품목별 수출 동향

(단위 : 백만 달러, %)

구분	5년 평균	주요 수출국		
전체	537	일본(40.7%)	태국(32.7%)	프랑스(4.8%)
냉동 피레트 (참다랑어 이외)	179	일본(69.8%)	프랑스(13.6%)	이탈리아(3.7%)
냉동 가다랑어	171	태국(58.8%)	이란(10.0%)	필리핀(5.4%)
냉동 황다랑어	91	태국(28.0%)	일본(23.4%)	스페인(14.2%)
냉동 눈다랑어	46	이탈리아(29.4%)	일본(28.9%)	베트남(16.4%)
냉동 남방참다랑어	14	일본(100.0%)	캐나다(0.0%)	-

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

2. 김

우리나라의 김 수출은 최근 5년간 연평균 11.2%의 높은 증가세를 보이며 성장하고 있다. 2016년 수출액은 3억 5천만 달러로, 시간이 경과할수록 수출 대상국의 편중성이 완화되는 양상을 보이고 있다.

주요 수출국은 일본, 미국, 중국, 태국 등으로, 특 중국, 대만, 태국으로 수출이 크게 증가하고 있다. 건강식품에 대한 세계적인 관심에 따라 건강식으로 자리 잡은 조미김에 대한 높은 수요로 인해 김 시장의 외연이 확대되고 있으며, 이에 따라 조미김 공급을 위한 원료용 마른김에 대한 수요도 함께 증대되고 있다. 한편 주요 제 1위 김 수출 대상국인 일본으로의 수출 증가세는 일부 완화되고 있는 양상을 보이고 있다.

수출되고 있는 김은 조미김과 마른김, 2가지 형태가 주를 이루고 있으며 조미김이 전체 수출액의 70.3%, 마른김은 전체 수출액의 29.0%를 차지한다. 조미김은 주로 미국, 중국, 일본 등으로 수출이 이루어지고 있으며, 마른김은 원료용 김에 대한 수요가 높은 태국, 그리고 일본, 대만 등지에 주로 이루어지고 있다. 일본을 제외한 태국, 대만은 김 원료의 자국 생산이 이루어지지 않으며 이에 마른김의 대부분을 수입에 의존하고 있다.

〈부록 표 2-3〉 우리나라 김의 국가별 수출 동향(최근 5년)

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	연평균 증감률
전체	231	252	274	305	353	11.2
일본	72	59	59	51	78	2.3
미국	51	67	71	72	70	8.2
중국	31	33	45	66	68	22.1
태국	34	37	32	38	55	13.2
대만	9	10	11	16	19	21.7

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

〈부록 표 2-3〉 우리나라 김의 세부품목별 수출 동향

(단위 : 백만 달러, %)

구분	5년 평균	주요 수출국		
전체	283	미국(23.4%)	일본(22.5%)	중국(17.2%)
조미김	199	미국(31.3%)	중국(22.1%)	일본(19.5%)
마른김	82	태국(45.5%)	일본(30.2%)	대만(9.7%)

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

3. 오징어

우리나라의 오징어 수출규모는 1억 1천만 달러 내외로, 오징어 자원의 변동성에 따라 연도별 변화가 큰 편이다. 주요 오징어 수출국은 중국, 일본, 미국 순으로 중국, 미국으로의 오징어 수출이 꾸준히 이루어지고 있는 가운데, 최근에는 연근해산 오징어 생산이 급격히 감소한 일본으로의 수출 비중이 높아지고 있다.

수출되고 있는 오징어의 대부분은 냉동으로 전체 수출액의 91.4%를 차지한다. 냉동 오징어는 주로 중국, 미국, 뉴질랜드 순으로 수출이 이루어지고 있으나 최근에는 對일본 수출이 크게 늘고 있다. 한편 조미 오징어의 주요 수출 대상국은 일본이 가장 큰 비중을 차지하며 그 다음이 미국, 대만 순이다.

〈부록 표 2-4〉 우리나라 오징어의 국가별 수출 동향(최근 5년)

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	연평균 증감률
전체	120	139	116	95	112	-1.5
중국	40	71	39	38	30	-6.4
일본	4	4	3	2	22	52.0
미국	20	13	15	16	18	-2.9
뉴질랜드	19	14	15	10	12	-10.2
베트남	8	16	18	9	11	9.9

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

〈부록 표 2-5〉 우리나라 오징어의 세부품목별 수출 동향

(단위 : 백만 달러, %)

구분	5년 평균	주요 수출국		
전체	117	중국(37.4%)	미국(14.1%)	뉴질랜드(12.0%)
냉동 오징어	107	중국(37.4%)	미국(14.1%)	뉴질랜드(12.0%)
조미 오징어	6	일본(27.2%)	미국(24.0%)	대만(16.3%)

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

4. 굴

우리나라의 굴 수출규모는 연도에 따라 대내 여건의 변동으로 큰 폭의 변화를 보이기는 하나 대체로 6천만 달러 내외에서 이루어지고 있다. 최대 수출 대상국은 일본이며 다음 미국, 홍콩 등의 순서이다.

일본으로의 수출은 굴 작황 상황, 일본의 수급 변동에 따라 최근 변동성이 크게 나타나고 있다. 한편 그 외 미국, 홍콩, 말레이시아 등으로의 수출은 빠르게 증가하고 있다.

〈부록 표 2-6〉 우리나라 굴의 국가별 수출 동향(최근 5년)

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	연평균 증감률
전체	56	70	66	96	62	2.7
일본	33	30	31	56	20	-12.0
미국	6	15	14	18	16	30.7
홍콩	5	13	8	8	13	24.4
말레이시아	1	2	3	3	3	29.9
중국	2	2	3	2	3	1.9

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

굴의 주요 수출 형태는 냉동으로 냉동이 전체 수출액의 절반 이상(55.6%)을 차지한다. 냉동은 대부분 일본으로 수출이 되고 있으며 그 다음으로, 미국, 중국 등으로 수출이 이루어지고 있다.]

한편 밀폐용기는 미국, 일본, 영국 등으로 수출되고 있고, 기타 조제 제품은 홍콩, 말레이시아, 일본 등으로 수출되고 있다.

〈부록 표 2-7〉 우리나라 참치의 세부품목별 수출 동향

(단위 : 백만 달러, %)

구분	5년 평균	주요 수출국		
전체	70	일본(48.8%)	미국(19.8%)	홍콩(13.6%)
냉동	39	일본(63.4%)	미국(19.2%)	중국(4.2%)
밀폐용기	11	미국(53.5%)	일본(32.6%)	영국(2.8%)
기타 조제 (밀폐용기 이외)	9	홍콩(55.4%)	말레이시아 (15.9%)	일본(11.0%)
활·신냉	5	일본(79.0%)	중국(13.8%)	홍콩(4.1%)

자료 : 한국무역통계진흥원 원자료(2017.09.12) 저자 가공

부록 3. 수출업체 설문조사 개요 <<

1. 설문조사 개요

구분	내용
조사 대상	전국 수산물 수출업체
조사 기간	2017년 7월 1일 ~ 12월 20일

2. 수출업체 특성

		사례수	비율
전체		52	100.0%
업체 소재지	부산·경남	19	36.5%
	강원도	6	11.5%
	충청도	12	23.1%
	전라도	7	13.5%
	기타	8	15.4%
업체 설립 연도	10년 미만	27	51.9%
	10~20년 미만	8	15.4%
	21~30년 미만	8	15.4%
	30년 이상	6	11.5%
	무응답	3	5.8%
종사자 규모	10명 미만	20	38.5%
	10~20명 미만	9	17.3%
	20~30명 미만	6	11.5%
	50~100명 미만	10	19.2%
	100명 이상	5	9.6%
	무응답	2	3.8%
수산물 수출 규모	10만\$ 미만	21	40.4%
	10~50만\$ 미만	9	17.3%
	50~100만\$ 미만	2	3.8%
	100~300만\$ 미만	9	17.3%
	300~500만\$ 미만	3	5.8%
	500만\$ 이상	6	11.5%
	무응답	2	3.8%

한국 수산식품 세계화 전략(수산물 수출을 중심으로)

• 인 쇄	2017년 12월 28일 인쇄
• 발 행	2017년 12월 31일 발행
• 발 행 인	양 창 호
• 발 행 처	한국해양수산개발원 49111 부산시 영도구 해양로 301번길 26(동삼동)
• 연 락 처	051-797-4800 (FAX 051-797-4810)
• 등 록	1984년 8월 6일 제313-1984-1호
• 조판·인쇄	효민디앤피 051-807-5100

판매 및 보급 : 정부간행물판매센터 Tel : 394 - 0337

정가 15,000원