

| 연구동향 |



## 대표적인 한국식품의 수출 현황 및 전망



박 성 훈

식품산업진흥본부 식품정책연구단

### I. 서론

한·미자유무역협정(KORUS FTA)이 체결되어 양국 의회의 비준을 눈앞에 두고 있는 현 시점에서 우리나라의 대표적인 식품의 수출 현황을 점검하고 전망해 보는 것은 매우 의미있는 일이라 할 수 있다. 식품 교역의 자유화는 ① 식품 생산 자원을 효율적으로 배분하여 교역 당사국 소비자들에게 합리적인 가격으로 양질의 식품을 공급하는 효과를 가지며, ② 경쟁력이 있는 기업의 입장에서 시장의 개척 및 확장을 통하여 매출을 증대할 수 있는 기회로 작용한다. 반면에 ③ 경쟁력 열위의 기업에게는 매출 감소와 구조 조정을 불가피하게 만드는 효과를 초래하게 된다. 식품 교역의 자유화에 의한 소비자 편익과 기업에 대한 긍정적 효과를 극대화하기 위해서는 교역 당사국 기업들이 각국의 강점과 기회를 최대한 활용하여 합리적인 생산 활동을 영위하고자 하는 노력이 전제되어야 한다. 이러한 노력은 바로 식품의 품질 향상과 생산의 효율성 추구, 그리고 수출시장 개척을 위한 활동으로 나타난다.

우루과이라운드 협상의 타결과 WTO체제의 출범, FTA의 확산 등으로 대변되는 시장의 글로벌화 추세에 국내 식품기업들이 얼마나 잘 적응하고 있는가, 그리고 그것을 기회로서 잘 활용하고 있는가는 식품의 수출 실적을 통하여 간접적으로 알 수 있다. 본고는 우리나라의 대표적인 식품을 중심으로 최근의 수출 현황을 검토하고 미래를 전망함으로써 우리 식품산업의 현주소와 발전 방향을 모색해 보는 계기를 마련하기 위한 것이다.

이를 위해, 본고에서는 우선 식품 수출 통계의 대분류 품목군에서부터 세세분류 품목까지 상향하는 방법으로 고찰함으로써 우리나라의 대표적인 수출 식품이 무엇인지 가공식품을 중심으로 정의하고, 둘째로 대표적인 수출 식품의 품목별 동향과 특징에 대해 간략히 살펴볼 것이다. 그리고 마지막으로 대표적인 수출 식품의 동향을 통해 나타난 큰 흐름을 중심으로 앞으로 우리 식품의 수출이 어떠한 것이며, 또한 어떻게 전개되는 것이 바람직할 것인가에 대하여 전망해 보기로 하겠다.

## II. 한국의 대표적인 수출 식품

표 1은 한국무역협회(www.kita.net)가 제공하는 우리나라 무역통계의 품목 분류 체계 및 각 품목군의 2006년도 수출액, 전년대비 증가율, 구성비 등을 정리한 것이다.

우리나라의 무역통계 가운데 식품과 관련된 통계는 크게 네 부문으로 나뉜다. 즉, 동물성 생산품(1부), 식물성 생산품(2부), 유지류 등(3부), 조제 식료품 및 기호품(4부) 등이다. 이들 네 부문의 2006년도 총 수출액은 33억4,843만불이며, 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 03류(어류, 갑각류,

표 1. 식품 수출입 통계의 대분류 체계 및 수출액 (2006년)

대분류	HSK	품목군	수출액 (천불)	증가율 (%)	구성비 (%)
1부 산동물 및 동물성 생산품	01	산동물	876	-74.2	0.0
	02	육, 식용 설육	25,826	121.8	0.8
	03	어류, 갑각류, 연체동물, 기타 수생무척추동물	763,406	-8.9	22.8
	04	낙농품, 조란, 천연꿀, 기타 식용의 동물성 생산품	11,123	22.2	0.3
	05	기타 동물성생산품	31,790	17.1	0.9
2부 식물성 생산품	06	산수목, 기타 산식물, 구근류, 절화, 장식용 잎	42,241	-23.5	1.3
	07	식용의 채소, 뿌리, 괴경	78,941	-21.9	2.4
	08	식용의 과실과 견과류, 감귤류 또는 멜론의 껍질	89,097	-26.2	2.7
	09	커피, 차, 마테, 향신료	13,533	-1.4	0.4
	10	곡물	378	59.1	0.0
	11	제분공업생산품, 맥아, 전분, 이눌린, 밀의 글루우텐	31,139	35.3	0.9
	12	채유용 종자·과실, 각종 종자·과실, 공업용·의약용 식물, 짚·사료식물	165,312	7.4	4.9
	13	락, 검, 수지, 기타 식물성 액즙과 엑스	60,767	4.0	1.8
14	식물성 편조물용 재료, 기타 식물성생산품	408	-26.7	0.0	
3부 동식물성의 유지 및 분해생산물, 조제식용지와 동식물성의 납	15	동식물성 유지, 이들의 분해생산물, 조제식용지, 동식물성의 납	23,005	33.2	0.7
4부 조제식료품과 음료, 알콜, 식초, 담배, 제조한 담배대용물	16	육류, 어류, 갑각류, 연체동물, 기타 수생무척추동물의 조제품	165,936	-25.1	5.0
	17	당류와 설탕과자	234,823	17.1	7.0
	18	코코아, 코코아조제품	29,867	-12.5	0.9
	19	곡물, 곡물분, 전분, 밀크의 조제품, 베이커리제품	357,233	-4.6	10.7
	20	채소, 과실, 견과류, 또는 식물의 기타부분 조제품	133,856	-5.5	4.0
	21	각종 조제식료품	378,525	12.4	11.3
	22	음료, 알코올, 식초	259,207	2.1	7.7
	23	식품 공업시 생기는 잔유물과 웨이스트, 조제사료	50,956	5.9	1.5
	24	담배, 제조한 담배대용물	400,193	27.5	12.0
합계			3,348,438	-0.3	100.0

표 2. 한국의 대표적 수출 가공식품

HSK	품목군(HSK 4단위 코드)	주요 품목(HSK 10단위 코드)
16	(1604) 조제 또는 저장 처리한 어류 및 캐비아 등	캐비아 대용물 / 게맛 생선묵
	(1605) 조제 또는 저장 처리한 갑각류 등	기타 게살 / 굴(밀폐용기) / 기타 갑각류 등
17	(1701) 사탕수수 또는 사탕무당 및 화학적으로 순수한 자당	기타 사탕수수당, 사탕무당, 화학적 순수 자당
	(1702) 기타의 당류	기타 당류 / 포도당 / 인조 꿀
	(1704) 설탕과자류	기타 설탕과자 / 추잉검 / 기타 캔디류
19	(1901) 맥아엑스와 분·분쇄물·조분·전분 또는 맥아엑스의 조제식료품	베이커리제품 제조용 혼합물 / 조제분유 / 유아용밀크와 유장 조제식료
	(1902) 파스타(면류)	라면 / 국수 / 기타인스턴트면류
	(1904) 곡물 또는 곡물산품을 팽창 또는 볶아서 얻은 조제식료품 등	기타 곡물조제품 / 기타 낱알상의 조제곡물
20	(1905) 빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품	비스킷, 쿠키 및 크래커/기타 베이커리제품/파이와 케이크
	(2005) 조제 또는 저장 처리한 기타 채소류	김치(비냉동)
	(2006) 설탕으로 저장 처리한 과일·견과류 등	기타(죽순, 스위트콘 제외)
21	(2103) 소스와 소스용 조제품 등	마요네즈/기타 소스/고추장/혼합조미료/간장/된장
	(2101) 커피·차 또는 이들을 기제로 한 조제품 등	인스턴트커피 / 밀크·크림
22	(2202) 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물 및 기타 알콜류	과즙음료 / 기타 비알콜음료 / 감미 또는 향미한 물
	(2203) 맥주	맥주
	(2208) 주류	소주

연체동물, 기타 수생무척추동물)(22.8%)로서 신선 수산식품에 해당한다. 그 다음으로 높은 비중을 갖는 것은 21류(각종 조제식료품)(11.3%), 19류(곡물, 곡물분, 전분, 밀크의 조제품, 베이커리제품)(10.7%) 등이다.

가공식품 품목군별 전년대비 수출액 증가율을 보면, 17류(당류와 설탕과자)가 17.1%, 21류(각종 조제식료품)가 12.4%, 22류(음료, 알코올, 식초)가 2.1% 증가한 것으로 나타났다. 반면 수출액이 감소한 품목군은 16류(육류, 어류, 갑각류, 연체동물, 기타 수생무척추동물의 조제품)가 -25.1%, 18류(코코아, 코코아 조제품)는 -12.5%, 20류(채소, 과

실, 견과류, 또는 식품의 기타부분 조제품)는 -5.5%, 19류(곡물, 곡물분, 전분, 밀크의 조제품, 베이커리제품)는 -4.6% 등으로 나타났다.

본고에서는 신선식품 및 가공 수준이 낮은 식품<sup>1)</sup>을 제외하고, 고차가공식품을 대상으로, 2006년도의 수출액을 기준으로 대표적 수출 식품을 정의하고자 한다. 고차가공식품에 해당하는 대분류 품목군은 3부 및 4부이며, 여기에서 수출액 비중이 높은 품목군(HSK 2단위 코드)은 16류, 17류, 19류, 20류, 21류, 22류 등이다.<sup>1)</sup>

표 2는 위의 기준에 의해 정의한 한국의 대표적 수출 가공식품을 나타낸 것이다. 16류의 2개 품목

1) 인삼 및 인삼 제품은 3부 식물성 생산품의 12류에 속한다. 2006년도의 인삼 수출액은 약 4천6백만불로서 주로 뿌리삼(분삼)이 대부분(약 3천6백만불)을 차지하고 있기 때문에, 본고에서는 인삼을 단순 가공으로 분류하여 분석 대상에 넣지 않았다.

군은 '수산물가공식품'에 해당되며 주요 품목으로는 캐비아대용물, 기타 계살 등이 있다. 17류의 3개 품목군은 '당류가공식품'으로서 주요 품목으로는 기타 사탕수수당, 기타 당류, 기타 설탕과자 등이 있다. 19류는 '곡물가공식품'으로서 베이커리제품 제조용 혼합물, 라면, 국수, 비스킷 등을 포함한다. 20류는 '채소 및 과일 가공식품'으로서 김치가 대표적인 품목이다. 21류의 2개 품목군은 '소스, 커피, 차'로 정의할 수 있으며 주요 품목으로서 마요네즈, 고추장, 인스턴트커피 등을 포함하고 있다. 22류는 음료로서 대표적인 수출 품목은 맥주, 소주 등의 알콜 음료와 과즙 음료 등의 비알콜 음료 가 있다.

이하에서는 6개의 대분류 품목군에 속하는 품목들 가운데 2006년(일부 품목은 2005년)의 연간 수출액이 1천만불을 상회하는 품목을 중심으로 최근의 수출 현황과 그 특징을 살펴보기로 하겠다.

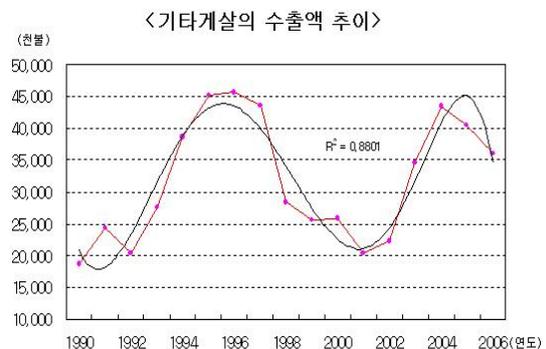
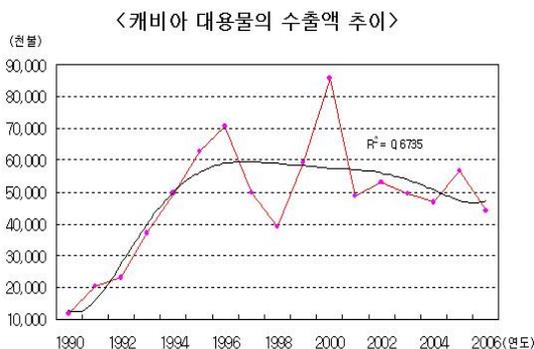
### Ⅲ. 품목별 수출 현황

#### 1. 수산물가공식품

16류(육류, 어류, 갑각류, 연체동물, 기타 수생무척추동물의 조제품)의 주력 품목은 수산물가공식품이다. 그 대표적인 다섯 품목의 수출 현황은 표 3 및 표 하단의 그림과 같다.

표 3. 주요 수산물가공식품의 수출 추이

연 도	캐비아 대용물 (1604302000)		게맛 생선국 (1604204010)		기타 계살 (1605101090)		굴(밀폐용기) (1605901010)		기타 갑각류 등 (1605909090)	
	금액 (천불)	중량 (MT)	금액 (천불)	중량 (MT)	금액 (천불)	중량 (MT)	금액 (천불)	중량 (MT)	금액 (천불)	중량 (MT)
2000	86,028	4,591	54,533	27,147	25,821	2,045	29,145	5,468	24,230	1,735
2005	56,741	3,759	12,660	6,199	40,496	4,256	16,266	3,150	15,522	855
2006	44,016	2,897	8,683	3,896	36,062	4,498	12,932	2,811	11,003	697
연평균 증가율(%)	-10.6	-7.4	-26.4	-27.6	5.7	14.0	-12.7	-10.5	-12.3	-14.1



캐비아 대용물은 1996년 이래 추세적으로 완만하게 수출 규모가 감소하고 있다. 최근 7년간 캐비아 대용물의 수출액은 연평균 10.6%, 수출량은 연평균 7.4% 감소한 것으로 나타나고 있다. 2006년의 수출액 기준으로 캐비아 대용물의 주요 수출 대상국은 일본(94.3%), 중국(3.2%), 미국(1.7%)으로서(표 4) 최근의 수출액 감소는 대일 수출의 저조에 기인한 것이다.

표 4. 캐비아 대용물의 수출 대상국(R3)

순위	국가명	2006년		
		금액(천불)	증가율(%)	구성비(%)
	총 계	44,016	-22.4	100.0
1	일 본	41,494	-24.8	94.3
2	중 국	1,391	64.2	3.2
3	미 국	767	40.3	1.7

게맛 생선목의 수출은 1997년을 정점으로 급격히 감소하고 있는데, 최근 7년간의 수출 감소율은 금액 기준으로 연평균 26.4%, 물량 기준으로 연평균 27.6%에 달하고 있다. 2006년의 수출액 기준으로 게맛 생선목 주요 수출 대상국은 스페인(35%), 이탈리아(15%), 벨기에(13%) 등이다.

기타 계살의 수출액은 최근 7년간 연평균 5.7% 증가한 것으로 나타났으나 약 6년의 주기를 가지고 큰 폭으로 변동하고 있으며, 2004년을 정점으로 감소하는 국면에 있다. 또한 수출량이 증가함에도 불구하고 수출액은 감소하고 있어서 수출 단가가 낮아지고 있음을 알 수 있다. 2006년의 수출액 기준으로 기타 계살의 주요 수출 대상국은 일본(82%), 미국(13%), 프랑스(3%)로서 주요 수출 대상국 모두 최근 수출 증가율이 마이너스를 나타내고 있다(표 5).

표 5. 기타 계살의 수출 대상국(R3)

순위	국가명	2006년		
		금액(천불)	증가율(%)	구성비(%)
	총 계	36,062	-10.9	100.0
1	일 본	29,753	-11.8	82.5
2	미 국	4,688	-2.3	13.0
3	프랑스	1,092	-19.4	3.0

굴(밀폐용기) 및 기타 갑각류의 수출도 게맛 생선목과 비슷한 경향을 띠고 있으며, 이들 두 품목의 최근 7년간 수출액은 연평균 12%의 감소를 나타내고 있다. 이들 두 품목의 주요 수출 대상국은 미국, 일본이다.

대표적인 수산가공식품의 수출 현황 자료의 분석을 통해 알 수 있는 것은, ① 대표적인 수산가공식품의 수출 규모는 최근 들어 정도의 차이는 있으나 모든 품목에 걸쳐 감소하는 추세를 나타내고 있고, ② 캐비아 대용물, 기타 계살, 굴(밀폐용기)의 경우에는 수출액의 감소율이 수출량의 감소율보다 크게 나타나고 있어서 수출 단가가 낮아지고 있다는 것이다. 앞으로 이러한 추세가 지속된다면 수출 채산성의 악화가 불가피하며 이들 품목의 수출 규모는 더욱 축소될 것으로 전망된다.

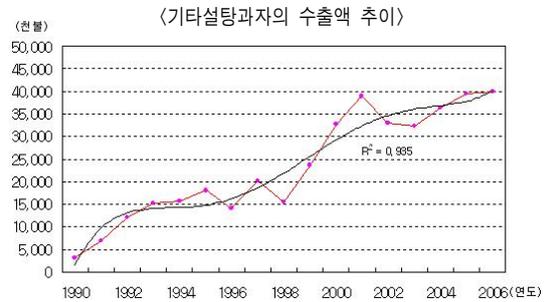
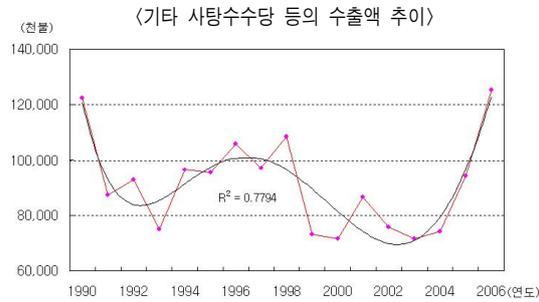
## 2. 당류가공식품

대표적인 당류가공식품 다섯 품목의 최근 수출 현황은 표 6 및 표 하단의 그림과 같다.

당류가공식품 가운데 가장 큰 비중을 차지하고 있는 기타 사탕수수당은 1999년부터 2003년까지 수출 실적이 과거에 비해 저조하였으나 이후 급속하게 수출 규모가 확대되고 있으며 2006년도의 수출 실적은 1억2,522만불이다. 최근 7년간 기타 사탕수수당의 수출액은 연평균 9.8% 증가한 것으로

표 6. 주요 당류가공식품의 수출 추이

연 도	기타 사탕수수당 (1701990000)		기타 당류 (1702909000)		기타 설탕과자 (1704909000)		추잉검 (1704100000)		기타 캔디류 (1704902090)	
	금액 (천불)	중량 (MT)	금액 (천불)	중량 (MT)	금액 (천불)	중량 (MT)	금액 (천불)	중량 (MT)	금액 (천불)	중량 (MT)
2000	71,642	303,396	4,249	8,962	32,669	37,886	25,644	9,405	18,282	4,049
2005	93,986	309,218	13,513	29,535	39,496	36,139	31,926	6,312	10,669	2,025
2006	125,229	290,997	23,644	28,447	39,947	33,455	23,389	4,833	11,194	1,979
연평균 증가율(%)	9.8	-0.7	33.1	21.2	3.4	-2.1	-1.5	-10.5	-7.9	-11.2



나타났는데, 주요 수출 대상국은 중국(41%), 홍콩(36%), 인도네시아(10%)로서 전년대비 수출액 증가율이 36%~53%로서 매우 높은 수치를 기록하고 있다(표 7).

기타 당류는 2001년까지 수출액이 감소하는 추세에 있었으나 이후 최근까지 수출액이 큰 폭으로 증가하고 있다. 최근 7년간의 연평균 수출 증가율은 금액 기준으로 33%, 물량 기준으로 21%에 달하고 있다. 2006년의 수출액 기준으로 기타 당류의 주요 수출 대상국은 일본(93%), 미국, 필리핀 등이다.

기타 설탕과자는 2001년까지 지속적인 성장세를 나타낸 이후 소폭 감소하다가 작년까지 수출 증가세가 회복되고 있다. 최근 7년간 수출액은 연평균 3.4% 증가하였으나, 연평균 수출량은 소폭(-2.1%) 감소하였다. 2006년의 수출액 기준으로

기타 설탕과자의 주요 수출 대상국은 일본(98%), 중국, 홍콩이다(표 8).

표 7. 기타 사탕수수당의 수출 대상국(R3)

순위	국가명	2006년		
		금액(천불)	증가율(%)	구성비(%)
	총 계	125,229	33.2	100.0
1	중 국	51,420	39.7	41.1
2	홍 콩	45,569	36.2	36.4
3	인도네시아	13,336	53.2	10.6

표 8. 기타 설탕과자의 수출 대상국(R3)

순위	국가명	2006년		
		금액(천불)	증가율(%)	구성비(%)
	총 계	39,947	1.1	100.0
1	일 본	39,238	2	98.2
2	중 국	322	72.3	0.8
3	홍 콩	141	-9.5	0.4

추잉검은 1996년을 정점으로 이후 큰 폭으로 감소하여, 2006년도의 수출액은 2,338만9천불을 기록하고 있다. 최근 7년간 수출액은 연평균 1.5% 감소하였으며, 수출량은 10.5% 감소한 것으로 나타났다. 추잉검의 주요 수출 대상국은 일본, 대만, 중국, 사우디아라비아, 아랍에미리트연합 등으로서 일본, 중국 등에 대한 수출액이 큰 폭(각각 26%, 74%)으로 감소하였다. 기타 캔디류도 수출 규모가 축소되고 있는데, 2000년부터 2006년까지 수출액은 연평균 7.9%, 수출량은 연평균 11.2% 감소하였다.

### 3. 곡류가공식품

대표적인 곡류가공식품으로서 2006년도(일부 2005년)의 수출액이 1천만불을 상회하는 품목은 모두 11개로서 맥아류 3 품목, 면류 3 품목, 곡물류 및 베이커리가 5 품목이다.

▶ **곡류가공식품(맥아류)** : 곡류가공식품(맥아류)에는 기타베이커리제품 제조용 혼합물 및 가루반죽, 조제분유, 유아용 밀크와 유장 조제식료 등이 있다. 이들 품목의 최근 수출 현황은 표 9 및 표 하단의 그림과 같다.

우선 베이커리제품 제조용 혼합물은 최근 수출 실적이 대폭 증가하고 있는데, 2000년부터 2006년까지 연평균 수출액 증가율이 3.5%, 수출량 증가율은 2%이다. 주요 수출 대상국은 일본(89%), 미국, 홍콩 등이다.

조제분유는 수출액이 지속적으로 증가하는 추세에 있다. 최근 7년간의 연평균 수출 증가율은 금액 기준으로 20%, 물량 기준으로 15%에 달하고 있다. 2006년의 주요 수출 대상국은 사우디아라비아, 중국, 베트남 등이다.

유아용 밀크와 유장 조제식료의 수출액은 2005년까지 큰 폭의 성장세를 나타내다가 작년에 소폭 감소하였다. 최근 7년간 수출액은 연평균 24% 증

표 9. 주요 곡류가공식품(맥아류)의 수출 추이

연 도	기타 베이커리제품 제조용 혼합물 및 가루반죽(1901209000)		조제분유 (1901101010)		유아용 밀크와 유장 조제식료 (1901101090)	
	금액(천불)	중량(MT)	금액(천불)	중량(MT)	금액(천불)	중량(MT)
2000	28,470	56,978	3,503	769	2,498	2,283
2005	35,030	65,135	9,302	1,751	11,401	8,930
2006	35,029	64,188	10,746	1,824	9,240	7,317
연평균 증가율(%)	3.5	2.0	20.5	15.5	24.4	21.4

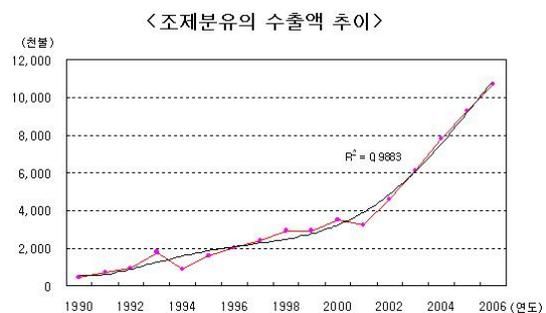
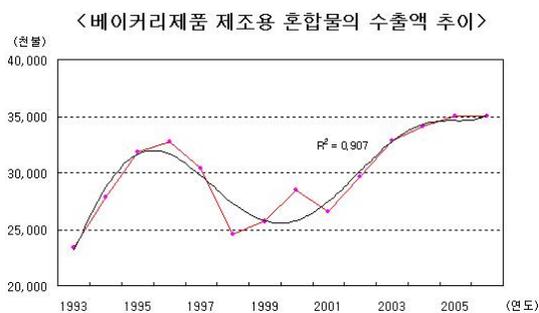
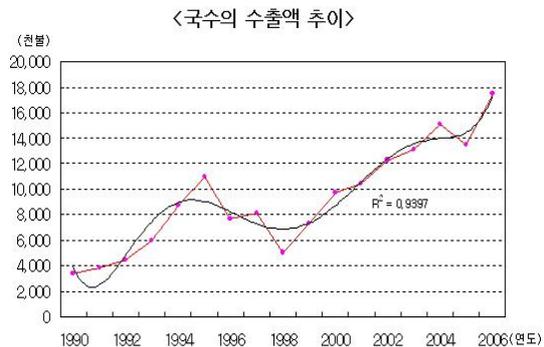
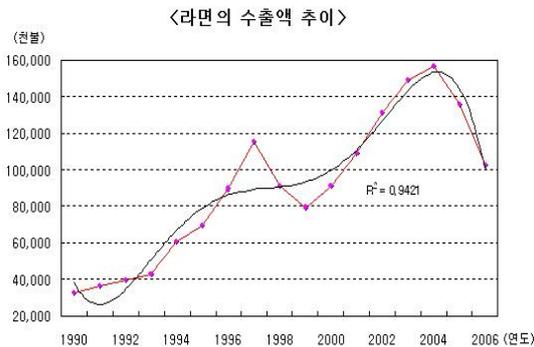


표 10. 주요 곡물가공식품(면류)의 수출 추이

연 도	라면(1902301010)		국수(1902191000)		기타 인스턴트 면류(1902301090)	
	금액(천불)	중량(MT)	금액(천불)	중량(MT)	금액(천불)	중량(MT)
2000	91,484	38,102	9,692	5,705	3,206	1,709
2005	135,880	45,309	13,465	8,996	15,767	3,499
2006	102,635	29,826	17,523	11,162	15,802	2,385
연평균 증가율(%)	1.9	-4.0	10.4	11.8	30.5	5.7



가하였으나, 연평균 수출량은 21% 증가하였다. 수출액 기준으로 주요 수출 대상국은 러시아, 베트남, 싱가포르 등이다.

▶ 곡류가공식품(면류): 대표적인 곡류가공식품(면류)에는 라면, 국수, 기타 인스턴트 면류 등이 있다. 이들 품목의 최근 수출 현황은 표 10 및 표 하단의 그림과 같다.

라면은 우리나라의 가장 대표적인 수출 식품으로서 2006년도에 1억263만불의 수출 실적을 나타내고 있다. 라면의 수출액 추이를 보면, 2004년 이후 감소 추세를 나타내고 있는데, 국내 기업의 미국 현지 공장 가동의 영향이 큰 것으로 판단된다. 라면의 주요 수출 대상국은 2006년도 금액 기준으로 미국(19%), 일본(18%), 중국(14%), 호주(5%) 등으로서, 미국 시장에 대한 수출액이 약 46% 감소하였다(표 11). 현재 세계 라면 시장 가운데 가장 주목받고 있는 국가는 중국으로서 연평균 8%

의 성장세를 나타내고 있으며, 2005년 기준으로 중국 내에서 생산된 인스턴트 라면은 460억개로서 시장규모는 60억불로 추정된다.

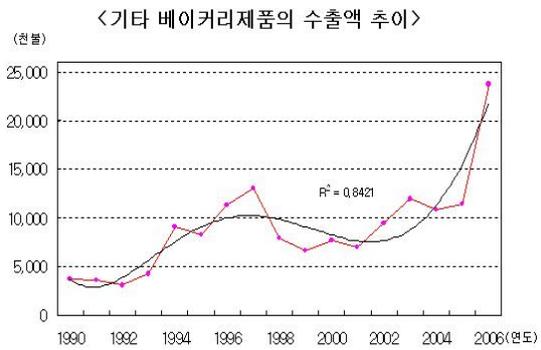
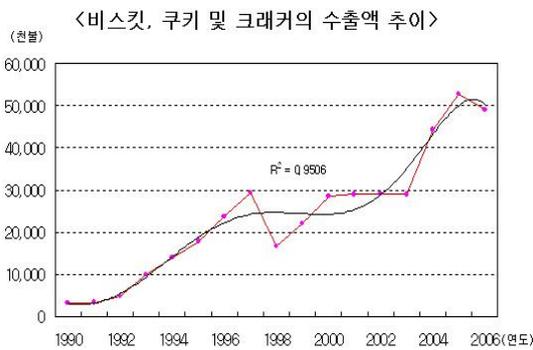
국수는 1998년 이후 빠른 속도로 수출액이 증가하고 있으며 2006년도의 수출액은 1,752만불이다. 최근 7년간의 연평균 성장률은 금액 기준으로 10%, 물량 기준으로 11%에 달하고 있다. 국수의 주요 수출 대상국은 미국, 홍콩, 호주 등이다.

표 11. 라면의 수출 대상국(R4)

순위	국가명	2006년		
		금액(천불)	증가율(%)	구성비(%)
	총 계	102,635	-24.5	100.0
1	미 국	20,185	-46.6	19.7
2	일 본	18,798	29.4	18.3
3	중 국	14,936	18.9	14.6
4	호 주	6,038	-15.0	5.9

표 12. 주요 곡물가공식품(곡물류, 베이커리)의 수출 추이

연 도	기타 곡물조제품 (1904109000)		기타 낱알상의 조제품물 (1904909000)		비스킷, 쿠키 및 크래커 (1905901040)		기타 베이커리 (1905901090)		파이와 케이크 (1905901030)	
	금액 (천불)	중량 (MT)	금액 (천불)	중량 (MT)	금액 (천불)	중량 (MT)	금액 (천불)	중량 (MT)	금액 (천불)	중량 (MT)
2000	11,923	3,981	2,041	533	28,528	9,086	7,663	3,979	14,386	5,355
2005	18,940	5,572	12,742	2,079	52,720	11,766	11,432	4,238	11,660	4,248
2006	18,140	4,918	14,546	2,283	49,121	10,490	23,777	5,592	11,289	4,058
연평균 증가율(%)	7.2	3.6	38.7	27.4	9.5	2.4	20.8	5.8	-4.0	-4.5



기타 인스턴트 면류도 국수와 마찬가지로 수출 규모가 빠르게 증대되고 있다. 최근 7년간의 연평균 성장률은 금액 기준으로 30%, 물량 기준으로 5%를 나타내고 있다. 기타 인스턴트 면류의 주요 수출 대상국은 중국, 일본, 미국 등이다.

▶ 곡류가공식품(곡물류, 베이커리): 대표적인 곡류가공식품(곡물류, 베이커리)으로는 기타 곡물조제품, 기타 낱알(kernel)상의 조제품물, 비스킷/쿠키 및 크래커, 기타 베이커리, 파이와 케이크 등이 있다. 이들 다섯 품목의 최근 수출 현황은 표 12 및 표 하단의 그림과 같다.

기타 곡물조제품의 2006년도 수출액은 1,814만 불로서 2000년 이후 연평균 성장률은 7.2%를 기록하고 있으나, 2003년 이후 수출 증가 추세가 반전되어 소폭의 감소 추세에 있다. 기타 곡물조제품의 주요 수출 대상국은 러시아, 미국, 캐나다 등이다.

기타 낱알상의 조제품물은 2002년 이후 작년까지 매우 큰 폭의 수출 신장률을 나타내고 있다. 2006년의 수출액은 1,454만불로서, 최근 7년간 연평균 성장률은 금액 기준으로 38%, 물량 기준으로 27%에 달한다. 주요 수출 대상국은 중국, 미국, 캐나다 등이다.

비스킷, 쿠키 및 크래커의 2006년도 수출액은 4,912만불로서 전년 대비 6.8% 감소하였으나, 최근 7년간 금액 기준으로 연평균 9.5%, 물량 기준으로 연평균 2.4% 성장하였다. 주요 수출 대상국은 2006년도 금액 기준으로 중국(26%), 미국(21%), 홍콩(11%), 대만(10%) 등이다(표 13).

기타 베이커리 제품의 2006년도 수출액은 2,377만불로서 전년 대비 2배 이상 성장하였다. 또한 최근 7년간 연평균 성장률은 금액 기준으로 20%, 물량 기준으로 5.8%를 기록하고 있다. 주요 수출

표 13. 비스킷, 쿠키 및 크래커의 수출 대상국(R4)

순위	국가명	2006년		
		금액(천불)	증가율(%)	구성비(%)
	총 계	49,121	-6.8	100.0
1	중 국	13,063	-28.7	26.6
2	미 국	10,569	34.8	21.5
3	홍 콩	5,759	-19.1	11.7
4	대 만	4,959	-10.1	10.1

대상국은 2006년도 금액 기준으로 중국, 미국, 일본, 호주 등이다.

파이와 케이크는 최근 수출 규모가 감소하고 있다. 2000년 이후 2006년까지 추이를 보면, 금액 기준으로 연평균 4%, 물량기준으로 4.5% 감소 추세에 있다. 2006년의 수출액 기준으로 주요 수출 대상국은 러시아, 대만, 일본, 홍콩 등이다.

#### 4. 채소 및 과일 가공식품

20류(채소 및 과일 가공식품) 가운데 대표적인 품목은 김치(비냉동) 및 설탕으로 저장 처리한 기타(죽순, 스위트콘 제외) 과일·견과류이다. 이들 품목의 최근 수출 현황은 표 14 및 표 하단의 그림과 같다.

김치(비냉동)의 2006년도 수출액은 7,032만불로서 전년 대비 24% 감소하였다. 김치의 수출액 추이를 보면, 2005년 10월의 기생충 파동 이후 계속 감소하는 추세를 나타내고 있다(표 15). 2006년의 금액 기준으로 주요 수출 대상국은 일본(89%), 미국(2.6%), 대만(2.3%) 등이다. 일본으로의 수출액이 27% 감소함으로써 전체 김치 수출의 감소를 주도하고 있는 것으로 나타났다.

기타 설탕 저장처리 과일 및 견과류는 2002년부터 수출액이 증가하기 시작하여 2006년에는

표 14. 주요 채소 및 과일 가공식품의 수출 추이

연 도	김치(비냉동) (2005901000)		기타(죽순, 스위트콘제외) (2006009090)	
	금액(천불)	중량(MT)	금액(천불)	중량(MT)
2000	78,847	23,433	40	20
2005	92,965	32,307	17,785	6,223
2006	70,328	25,599	23,567	7,785
연평균 증가율(%)	-1.9	1.5	189.5	168.9

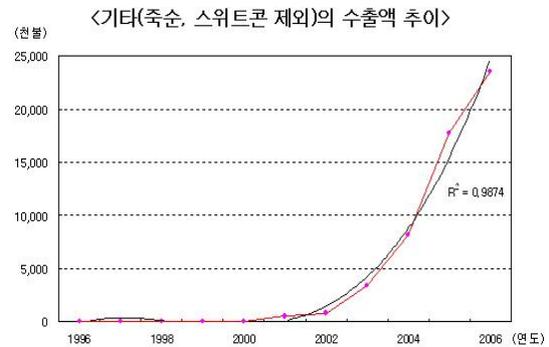
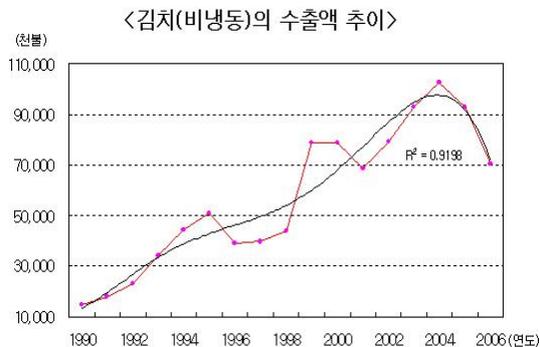


표 15. 김치(비냉동)의 수출 대상국(R3)

순위	국가명	2006년		
		금액(천불)	증가율(%)	구성비(%)
	총 계	70,328	-24.3	100.0
1	일 본	62,637	-27.5	89.1
2	미 국	1,801	48.5	2.6
3	대 만	1,625	10.5	2.3

2,356만불을 기록하고 있다. 주요 수출 대상국은 일본(52%), 중국, 대만, 홍콩 등이다.

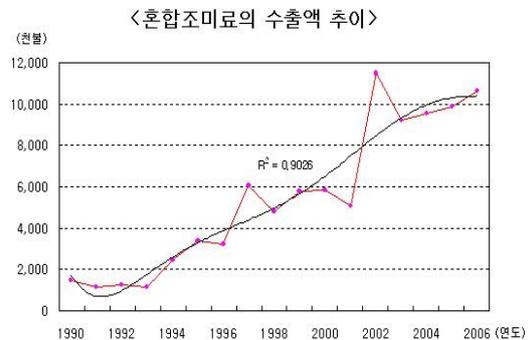
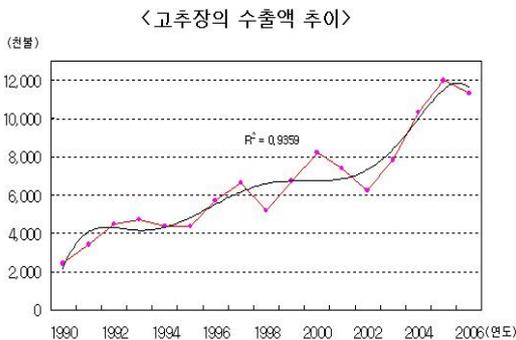
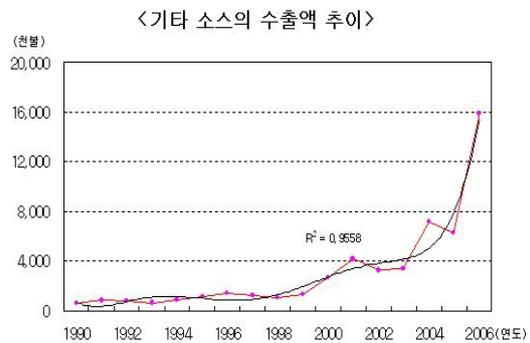
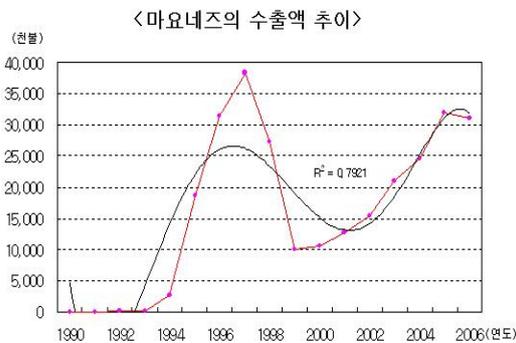
### 5. 소스, 커피 및 차

21류(각종 조제식품)에서 큰 비중을 차지하고 있는 품목군은 소스와 소스용 조제품(HSK2103), 커피·차 또는 이들을 기제로 한 조제품 등(HSK2101)이다.

▶ 소스류: 대표적인 소스류 품목으로는 마요네즈, 기타 소스, 고추장, 혼합조미료 등이 있다. 이들 품목의 최근 수출 현황은 표 16 및 표 하단의 그림과 같다.

표 16. 주요 소스류의 수출 추이

연 도	마요네즈(2103909010)		기타 소스(2103909090)		고추장(2103901030)		혼합조미료(2103909030)	
	천불(금액)	증량(MT)	천불(금액)	증량(MT)	천불(금액)	증량(MT)	천불(금액)	증량(MT)
2000	10,643	9,822	2,712	969	8,228	3,811	5,797	2,407
2005	31,989	21,528	6,242	2,267	12,005	5,906	9,837	2,761
2006	31,034	20,779	15,916	4,439	11,350	5,591	10,648	3,185
연평균 증가율(%)	19.5	13.3	34.6	28.9	5.5	6.6	10.7	4.8



마요네즈의 2006년도 수출액은 3,103만불로서 전년 대비 3% 감소하였으나, 2000년 이래 7년간의 연평균 성장률은 19%로서 최근 증가 추세를 나타내고 있다. 2006년도의 금액을 기준으로 한 마요네즈의 주요 수출 대상국은 러시아(90%), 중국(6.7%), 몽골(2.4%) 등이다(표 17).

표 17. 마요네즈의 수출 대상국(R3)

순위	국가명	2006년		
		금액(천불)	증가율(%)	구성비(%)
	총 계	31,034	-3	100.0
1	러시아	27,972	-5.4	90.1
2	중 국	2,084	80.8	6.7
3	몽 골	750	-29.8	2.4

기타 소스의 2006년도 수출액은 1,591만불로서 전년 대비 154% 증가하였다. 기타 소스는 1999년 이래 수출액이 급증하고 있는데, 최근 7년간 연평균 성장률은 금액 기준으로 34%, 물량 기준으로 28%에 달하고 있다. 주요 수출 대상국은 러시아, 중국, 미국, 일본 등이다.

고추장의 2006년도 수출액은 1,135만불로서 전년대비 5% 감소하였으나, 2000년 이래 연평균 5%의 증가 추세를 나타내고 있다. 2006년의 주요 수출 대상국은 미국(39%), 일본(28%), 중국(5%) 등으로서(표 18), 일본, 중국에 대한 수출은 금액 기준으로 20% 이상 감소하였으나, 호주, 대만으로의 수출액이 70% 이상 증가하였다.

표 18. 고추장의 수출 대상국(R3)

순위	국가명	2006년		
		금액(천불)	증가율(%)	구성비(%)
	총 계	11,350	-5.5	100.0
1	미 국	4,446	-0.7	39.2
2	일 본	3,222	-20.8	28.4
3	중 국	573	-23.3	5.0

아울러 2006년도에 간장의 수출액은 918만불로서 전년대비 23% 증가하였고, 된장은 894만불로서 전년대비 15% 증가하였다. 최근 7년간 간장의 수출액 증가율은 연평균 14%, 된장은 연평균 26%로서 고추장과 유사한 패턴의 수출 증가 추세를 나타내고 있다. 간장의 주요 수출 대상국은 러시아, 미국, 중국 등이고, 된장은 미국, 중국, 일본 등이다.

혼합조미료의 2006년도 수출액은 1,064만불로서 전년 대비 8% 성장하였다. 최근 7년간의 연평균 성장률 추이를 보면, 금액 기준으로 10%, 물량 기준으로 4.8% 증가하는 추세를 나타내고 있다. 혼합조미료의 주요 수출 대상국은 미국, 중국, 일본 등이다.

▶ 커피·차류: 이 품목군에 속하는 대표적 품목으로는 인스턴트커피 및 밀크/크림이 있다. 이들 품목의 최근 수출 현황은 표 19 및 표 하단의 그림과 같다.

인스턴트커피의 수출액은 1999년 이후 증가 추세를 반전하여 최근까지 큰 폭의 증가율을 기록하고 있다. 2006년도의 수출액은 3,670만불로서 전년 대비 4.9% 증가하였으며, 2000년 이래 연평균 16%의 성장률을 나타내고 있다. 인스턴트커피의 주요 수출 대상국은 러시아, 이스라엘, 중국, 대만 등이다.

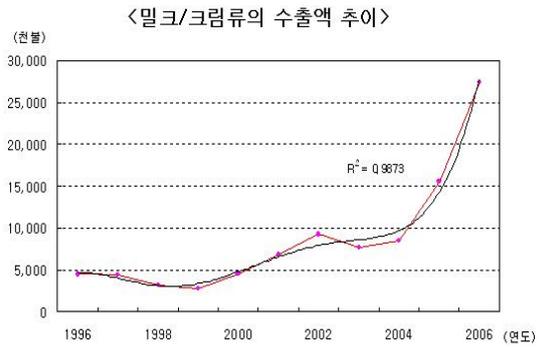
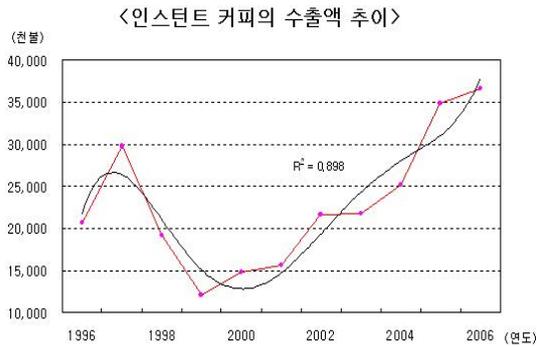
밀크/크림의 2006년도 수출액은 2,735만불로서 전년 대비 75% 증가하였으며, 2000년대 들어 연평균 34%의 높은 연평균 성장률을 나타내고 있다. 2006년의 주요 수출 대상국은 호주, 중국, 남아프리카 등이다.

## 6. 음료

22류(음료, 알코올, 식초)에서 큰 비중을 차지하고 있는 품목군은 혼합음료 및 기타 알콜류(HSK2202), 맥주(HSK2203), 소주(HSK2208) 등이다.

표 19. 주요 커피·차 등의 수출 추이

연 도	인스턴트 커피(2101121000)		밀크/크림(2101129010)	
	금액(천불)	중량(MT)	금액(천불)	중량(MT)
2000	14,874	1,515	4,540	1,620
2005	34,974	3,197	15,570	4,760
2006	36,702	3,070	27,353	6,078
연평균 증가율(%)	16.2	12.5	34.9	24.6



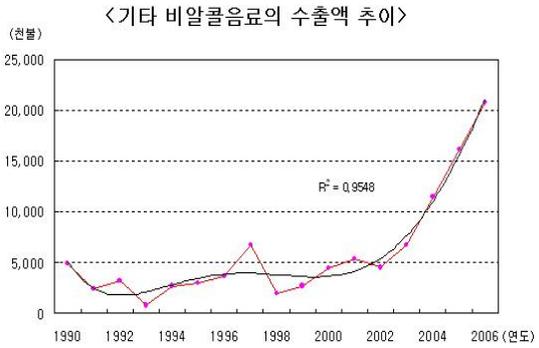
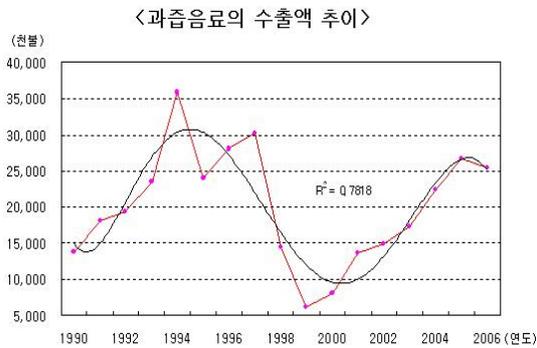
▶ 비알콜음료: 대표적인 혼합음료 및 기타 알콜류 품목으로는 과즙음료, 기타 비알콜음료, 감미 또는 향미한 물 등이 있다. 이들 품목의 최근 수출 현황

은 표 20 및 표 하단의 그림과 같다.

과즙음료의 2006년도 수출액은 2,539만불로서 전년 대비 5% 감소하였다. 2000년 이후 7년간 수

표 20. 주요 비알콜음료의 수출 추이

연 도	과즙음료(2202902000)		기타 비알콜음료(2202909000)		감미 또는 향미한 물(2202101000)	
	금액(천불)	중량(kL)	금액(천불)	중량(kL)	금액(천불)	중량(kL)
2000	8,124	10,909	4,461	3,658	1,338	2,459
2005	26,715	34,425	16,087	14,686	9,982	17,981
2006	25,390	31,258	20,776	19,795	11,630	19,916
연평균 증가율(%)	20.9	19.2	29.2	32.5	43.4	41.7



출 동향을 보면,수출액은 연평균 20% 증가하였으며, 물량은 연평균 19% 증가하였다. 주요 수출 대상국은 러시아, 중국, 일본, 미국, 리비아 등이다.

기타 비알콜음료의 2006년도 수출액은 2,077만 불로서 전년 대비 29% 증가하였다. 수출액 추이를 보면, 1998년부터 증가 추세를 나타내었으며 최근 들어 큰 폭으로 증가하고 있다. 최근 7년간의 연평균 성장률은 금액 기준으로 29%, 물량 기준으로 32%에 달하고 있다. 주요 수출 대상국은 미국, 일본, 중국 등이다.

감미 또는 향미한 물의 2006년도 수출액은 1,163만불로서 전년 대비 16% 증가하였다. 이 품목의 수출액도 2000년대 들어 급격한 증가 추세를 나타내고 있는데, 최근 7년간의 연평균 성장률을 보면, 금액 기준으로 43%, 물량 기준으로 41%에 달한다. 주요 수출 대상국은 러시아, 일본, 미국 등이다.

▶ 알콜음료: 알콜음료로서 수출액이 큰 대표적 품

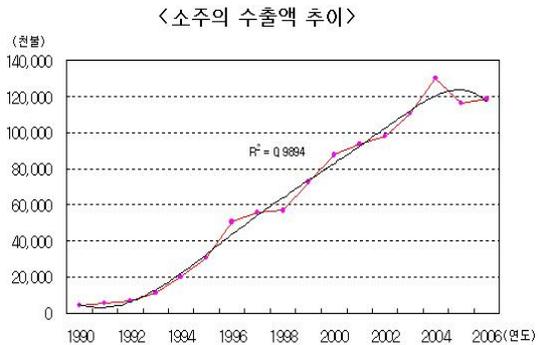
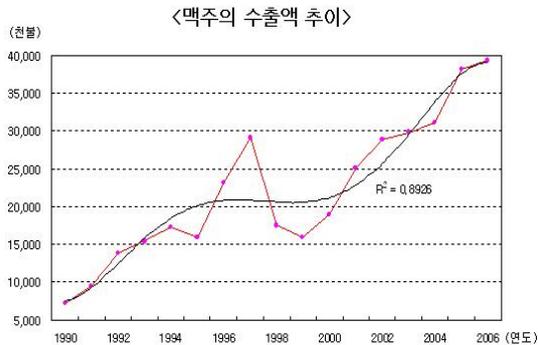
목은 맥주와 소주가 있다. 이들 품목의 최근 수출 현황은 표 21 및 표 하단의 그림과 같다.

맥주의 2006년도 수출액은 3,921만불로서 전년 대비 2.9% 증가한 수준이다. 맥주의 수출 추이를 보면, 2000년부터 수출액이 빠른 속도로 증가하고 있는데, 2000년 이후 연평균 성장률은 금액, 물량 모두 12%를 상회하고 있다. 주요 수출 대상국은 홍콩(50%), 몽골(14%), 일본(12%), 싱가포르, 미국 등이다(표 22). 2006년 국별 수출액을 보면, 몽골에 대한 수출액 신장률이 46%로서 가장 두드러지며, 일본과 싱가포르에 대해서는 전년 대비 20% 이상 감소하였다.

소주의 2006년도 수출액은 1억1,870만불로서 전년 대비 2.1% 증가하였고, 최근 7년간의 연평균 수출액 증가율은 5%를 기록하고 있다. 1990년 이후 소주의 수출액은 장기간 지속적인 증가 추세를 나타내고 있으나 2004년을 정점으로 하여 최근 소폭 감소하고 있다. 최근 소주의 수출액이 감소 또

표 21. 주요 알콜음료의 수출 추이

연 도	맥주(2203000000)		소주(2208904000)	
	금액(천불)	중량(kL)	금액(천불)	중량(kL)
2000	18,955	34,614	87,857	62,889
2005	38,112	66,196	116,246	84,625
2006	39,212	69,609	118,703	90,624
연평균 증가율(%)	12.9	12.3	5.1	6.3



는 정체되고 있는 것은 소주 수출 시장의 86% (2006년, 금액 기준)를 차지하고 있는 일본으로의 수출이 이전처럼 순조롭지 않기 때문이다(표 23). 이러한 현상은 한국 소주의 주력 품목인 회석식 소주에 대한 일본 소비자들의 선호도가 낮아졌기 때문이다.

소주는 증류식, 회석식으로 구분되는데, 증류식 소주는 고구마, 보리 등으로부터 직접 주정을 추출한 것으로서 향과 맛이 회석식 소주에 비해 우수하며, 건강에 좋다고 인식되어 있다. 그러나 증류식 소주는 회석식 소주에 비해 약 2~3배 가격이 비싸다는 점 때문에 그동안 시장 점유율을 높이는 데 한계가 있었다. 따라서 소비자의 선호를 반영하면서 저렴한 가격에 의해 소비자 접근성을 높이기 위하여 최근 일본에서는 회석식 소주에 증

류식 소주를 20~30% 혼합(blending)한 혼화주를 개발하여 출시함으로써 소비자들로부터 호평을 받고 있다. 혼화주는 증류식 소주의 향과 맛을 내면서 회석식 소주에 근접한 저렴한 가격으로 공급할 수 있다는 점에서 장점이 있기 때문에 일본의 소주 시장을 잠식하고 있는 것이다. 일본 시장에 혼화주를 주로 공급하고 있는 회사는 카노카, 다카라 등이다. 한편, 국내 업계에서는 금년에도 소주의 대일 수출액이 감소할 것으로 전망하고 있으며, 이에 대한 대응책으로서 혼화주 개발을 서두르고 있다.

#### IV. 한국식품의 수출 전망과 고도화 전략

지금까지 한국의 주요 수출 식품을 정의하고 품목별로 최근의 동향을 살펴보았다. 이상의 고찰은 시간과 자원의 제약에 의해 수입을 제외하고 수출만을 대상으로 했다는 점에서, 그리고 품목별로 수출액 및 물량의 변동이 발생하는 이유와 배경을 상세히 밝히지 못했다는 점에서 한계가 있다. 따라서 본 절에서는 다루는 내용은 다분히 수출 통계를 통해 알 수 있는 현상적 자료를 근거로 하므로 오류가 있을 수 있다는 점을 분명히 하고자 한다. 이하에서는 지금까지의 고찰을 바탕으로 ① 한국식품의 수출 전망에 대해 간략히 논의하고, ② 한국식품 수출을 어떻게 고도화 할 것인가에 대하여 논하고자 한다.

##### 1. 한국식품의 수출 전망

이상의 식품 수출 동향에 대한 자료를 통해 알 수 있는 몇 가지 큰 흐름에 기초하여 향후 한국식품의 수출에 대한 전망을 간단히 정리하면 다음과 같다.

표 22. 맥주의 수출 대상국(R5)

순위	국가명	2006년		
		금액(천불)	증가율(%)	구성비(%)
	총 계	39,212	2.9	100.0
1	홍콩	19,962	11	50.9
2	몽골	5,751	46.5	14.7
3	일본	4,859	-25.9	12.4
4	싱가포르	2,715	-22.2	6.9
5	미국	2,135	11.8	5.4

표 23. 소주의 수출 대상국(R5)

순위	국가명	2006년		
		금액(천불)	증가율(%)	구성비(%)
	총 계	118,703	2.1	100.0
1	일본	102,793	-0.6	86.6
2	미국	8,095	15.9	6.8
3	중국	3,913	61	3.3
4	필리핀	641	51.5	0.5
5	호주	423	45.3	0.4

첫째, 수입 식품 소재에 기초한 가공식품, 즉 당류가공식품, 곡류 가공식품 등의 수출이 호조를 보이고 있으며, 앞으로도 그러한 추세가 당분간 유지될 것으로 전망된다. 다만, 수출 대상국 기업의 시장 진입 여부, 국산 제품의 기술경쟁력, 해외 소비자의 소비패턴 변화 등에 따라 수출전망은 제한적일 수 있다.

둘째, 라면, 김치 등 국내 생산 설비가 해외로 이전되거나, 수출 대상국 기업의 독자적인 시장 진입이 늘어나는 품목의 경우에는 수출 규모가 축소되고 있으며 앞으로도 그러한 추세가 지속될 것이라고 전망된다. 특히 인건비 비중이 높은 품목의 경우에는 인건비가 저렴한 후발 국가로의 이전 및 국내 생산 제품의 수출 감소가 더 빨리 진행될 것이라고 전망된다.

셋째, 인스턴트커피, 소스, 음료, 주류 등 원료 배합의 노하우, 편의성, 기능성에 착안한 제품의 수출은 앞으로도 수출 증가 추세가 계속될 것으로 전망된다. 특히 전통 장류의 수출 증가세는 그동안 정부와 전통식품업계의 노력에 힘입은 바 크다고 판단되며, 이러한 추세를 계속 이어나가기 위해서는, 외국의 다양한 요리와 어울릴 수 있고 이용 편의성을 높인, 전통 장류 베이스의 양풍 소스 산업에 주목할 필요가 있다. 또한, 과일주(복분자

주, 머루주 등)와 곡주(막걸리 등) 등의 전통주를 글로벌 소비자의 기호에 부응하도록 새롭게 디자인함으로써 한국 주류의 수출에 새로운 도약의 전기를 마련해야 할 것이다.

## 2. 한국식품 수출의 고도화 전략

선진 외국의 사례에 비추어 볼 때, 식품의 수출은 상품 수출에서 출발하여 기술 수출로, 그리고 최종적으로는 브랜드 수출로 고도화되는 발전 추세를 나타내고 있다. 이것을 식품산업의 분류, 즉 식품 1차 산업(농림축수산업=신선식품산업), 식품 2차 산업(가공식품산업), 그리고 식품 3차 산업(식품서비스업)의 분류 체계에 따라 정리하면 표 24와 같이 나타낼 수 있다. 현재 우리나라 식품산업의 발전 단계는 표 24의 제1단계에 해당하는 상품 수출 단계에 속한다. 따라서 한국식품의 수출을 증대시키기 위해서는 현 단계에서 상품 수출 역량을 강화함과 동시에, 기술 수출 및 브랜드 수출의 단계로 이행하기 위한 대책이 추진되어야 할 것이다.

식품 수출의 고도화를 위해서는 표 24의 ①부터 ⑨까지 식품산업의 모든 수출 콘텐츠를 발전시켜 나갈 필요가 있으나, 우리 식품산업의 여건 및 전

표 24. 한국식품의 수출 고도화 전략과 과제

구 분	제1단계 (상품 수출)	제2단계 (기술 수출)	제3단계 (브랜드 수출)	대표적 사례
식품 1차 산업	① 신선식품	④ 생산기술	⑦ 재배/사육 브랜드	Del Monte Dole
식품 2차 산업	② 가공식품	⑤ 가공기술, 핵심원료/소재	⑧ 제조업 브랜드	Coca-Cola キッコーマン
식품 3차 산업	③ 인적 자원	⑥ 유통기술, 요리(recipe)	⑨ 외식업 브랜드	McDonald's Starbucks
전략 과제	상품 개발 및 마케팅 혁신	식품기술 R&D	식문화 세계화	-

체 식품산업에 미치는 과급효과 면에서 ② ⇒ ⑤ ⇒ ⑥ ⇒ ⑨의 경로를 중심으로 고도화 전략을 수립하는 것이 효과적일 것이다. 이와 같은 식품 수출 고도화 전략이 성공하기 위해서는 상품개발 및 마케팅의 혁신, 식품기술 R&D의 활성화, 그리고 한식의 세계화 등을 전략 목표로 하는 다방면의 노력이 기울여져야 할 것이다.

현재 농림부가 차세대 성장 동력으로서 식품산업을 중시하고 식품기술 R&D 지원에서부터 한식 세계화에 이르는 일련의 정책을 추진하고 있는 것은 매우 시의적절하고 바람직한 노선이라고 평가할 수 있다. 다만, 그러한 정부의 정책이 효과적으로 추진되어 소기의 성과를 거두기 위해서는, 식품 1차 산업, 즉 신선식품(농림축수산물)의 재배,

사육, 유통을 중심으로 하는 현행의 정책 입안 및 집행 시스템을 식품산업의 관점에서 대폭 개편하고 확장할 필요가 있다.

우리는 이미 세계적으로 인정받고 있는 한국 식품과 식문화의 우수성이라는 자산을 가지고 있다. 우리 식품과 식문화의 우수성이라는 토대 위에 정부의 전향적인 식품산업정책, 산업계의 경쟁력 강화를 위한 노력, 그리고 세계 일류를 지향하는 식품과학계의 연구개발 성과가 결합된다면, 세계인이 한국 식품으로 인해 신바람 나는 食品韓風(Wind of Korean Food)의 시대가 머지않은 장래에 실현되리라고 전망하는 것도 지나친 기대가 아닐 것이다.

