

# 국내식품산업 수출입 동향

Export and Import Situation in Korean Food Industry

오승용 | 안전유통연구단

Seung Yong Oh | Safety, Distribution and Marketing Research Group

## 서론

2011년도 우리 나라 음식료품제조업 제품의 무역수지 현황을 보면 수출 5,249백만 달러, 수입 16,386백만 달러로 11,137백만 달러의 무역적자가 발생한 것으로 나타났다. IMF 금융위기에 따른 경제 전반에 걸친 단기충격이 어느 정도 해소된 2001년 이후 11년 동안의 수출과 수입의 변동 추이를 보면 수출은 2001년 1,950백만 달러에서 2011년 5,249백만 달러로 연평균 10.4% 증가한데 반해 수입은 2001년 4,761백만 달러에서 2011년 16,386백만 달러로 연평균 13.2% 늘어나면서 무역수지 적자폭은 연평균 14.8%씩 확대되고 있다.

이와 같은 상황에서 최근에는 유럽, 미국 등 세계 각국과의 FTA체결 등으로 인한 관세인하 조치로 국제교역이 활발히 이루어지게 되면서 무역수지 적자가 해마다 늘어나게 될 가능성이 더욱 높아졌다.

따라서 본고에서는 국내 식품산업의 수출입에 대한 동향분석을 통하여 향후 수출을 증대시킬 방안을 강구해보고자 한다.

## 수출동향

2011년도 음식료품제조업의 부문별 수출 구조를 살펴보면 식료품이 4,605백만 달러, 음료품이 644백만 달러로 식료품이 약 88%를 차지하고 있다. 식료품 중에서는 수산가공품이 전체 수출액의 37.6%인 1,974백만 달러로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며 다음으로 떡·빵·과자류가 364백만 달러, 식품첨가물이 292백만 달러, 면류·마카로니제품이 290백만 달러, 곡물가공품 231백만 달러, 과채가공품이 219백만 달러로 비중이 높은 것으로 나타났다. 음료품 수출은 알코올음료가 394백만 달러로 전체 수출액의 7.5%를 차지하여 가장 비중

이 높은 것으로 나타났는데 이는 최근 막걸리, 소주 등의 수출이 증가했기 때문으로 보이며 알코올 음료는 250백만 달러로 전체 수출액의 4.8%를 담당하고 있는 것으로 분석되었다(Fig. 1).

2011년도 수출액과 비교해보면 전 업종에서 증가를 하였는데 그 중에서도 식초, 발효 및 화학조미료제조업종이 연평균 43.6%의 높은 수출증가율을 보였고 다음으로 식용유지, 커피가공품 및 비알콜음료 제품이 연평균 22% 이상 수출이 증가하고 있는 것으로 나타났다.

특히 식용유지, 유가공, 식품첨가물 및 비알콜음료 부분의 수출이 큰 폭으로 증가한 것으로 나타났는데 이는 대두유, 조유 및 정제유, 요구르트, 조제분유, 아이스크림, 마요네즈, 고추장, 커피크리머, 과즙음료 등의 수출이 크게 늘어났기 때문이다.

2011년 식품 수출 상위 20개 품목을 보면 ‘기타 화학적으로 순수한 자당’ 이 2억 9천 1백만 달러로 가장 많고 그 다음이 ‘기타 조제식료품’ 으로써 2억

5천만 달러, ‘기타 어류의 피레트(냉동)’ 가 2억 7백만 달러로 나타났다. 단일 품목으로는 라면이 1억 8천 7백만 달러로 가장 많은 수출을 하고 있으며 다음으로 냉동 오징어, 조제 김, 소주, 커피크리머, 홍삼본삼, 김치(비냉동), 인스턴트 커피가 1억 달러 이상을 수출하고 있는 것으로 나타났다. 5천만 달러 이상 1억 달러 미만을 수출하는 품목을 보면 냉동 황다랑어, 비스킷, 쿠키 및 크래커, 맥주 등이 있다.

### 주요 품목별 수출동향

우리 나라 식품 중에서 단일 품목으로 가장 많은 수출을 하고 있는 라면의 국가별 수출 비중을 살펴보면 2009년 이전에는 중국으로의 수출이 가장 높은 비중을 차지하였으나 2010년 이후부터는 일본으로의 수출이 가장 높은 비중을 차지하고 있는

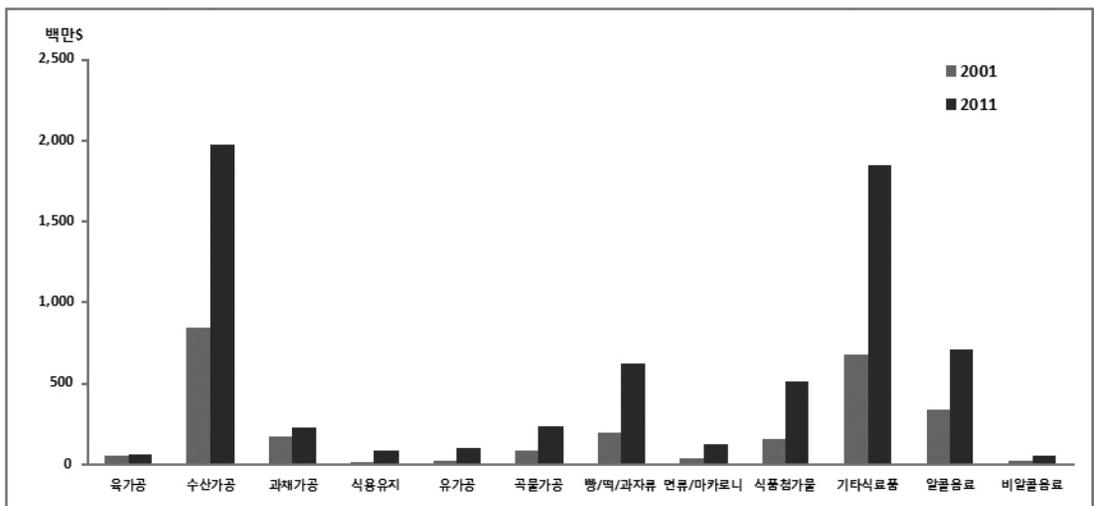


Fig. 1. Exports by Sub-Classes of Food Industry(www.kita.net)

것으로 나타났다.

구체적으로 살펴보면 2011년 일본 수출액은 52,783천원으로 2008년에 비해 연평균 39.3%의 증가세를 보이고 있으며 다음으로는 중국으로 수출 비중이 높은데 2008년 29,083천 달러에서 2011년 26,532천 달러로 연평균 3.0% 감소한 것으로 분석되었다. 세 번째로 수출비중이 높은 나라는 미국으로서 2008년 19,996천 달러에서 2011년에는 20,528천 달러로 연평균 0.9%의 증가세를 보이고 있는데 이들 세 국가로의 수출이 전체 수출의 53.5%로 절반 이상을 차지하고 있음을 알 수 있다. 그 뒤를 이어서 호주, 러시아 등으로의 수출비중이 높은 것으로 나타났으며 특히 필리핀, 대만 및 영국으로의 수출이 크게 증가하고 있는 것으로 나타났다(Table 1).

조제 김의 수출은 2008년 47,619천 달러에서 2011년에는 116,243천 달러로 연평균 34.6%의 높은 신장세를 보이고 있는데 일본으로의 수출이 2011년의 경우 40,830천 달러로 나타나 전체 수출

액의 35.1%로 가장 높은 비중을 차지하였고 '08년 이후 연평균 48.9%씩 증가하고 있다(Table 2).

다음으로 수출비중이 높은 국가는 미국으로서 28.8%를 차지하고 있는 것으로 나타났으며 이어서 중국이 2008년 3,798천 달러에서 2011년에는 19,382천 달러로 연평균 72.2%의 높은 증가세를 보이고 있는데 이들 세 국가로의 수출비중이 67.6%에서 80.6%로 증가하여 거의 대부분을 차지하고 있다.

식품의 단일 품목으로는 세 번째 수출이 많은 소주의 경우 2011년도 기준 전체 수출의 81%가 일본으로 수출되고 있는 것으로 나타났으며 2008년에 비해서는 수출 비중이 조금 감소했지만 여전히 절대적인 비중을 차지하고 있다.

다음으로 수출 비중이 높은 국가는 미국이 7.5%, 그 뒤를 이어서 중국이 4.7%를 차지하고 있는데 이들 두 국가의 수출은 2008년 이후 감소하고 있는데 중국으로의 수출이 크게 감소하고 있는 것으로 나타났다(Table 3).

Table 1. Exports Weight by Country of Ramyon

(thousand dollars(%))

	2008	2009	2010	2011	연평균 증가율
일 본	19,542(15.1)	29,093(20.5)	39,053(24.8)	52,783(28.3)	39.3
중 국	29,083(22.5)	32,119(22.6)	28,349(18.0)	26,532(14.2)	-3.0
미 국	19,996(15.4)	20,082(14.2)	19,786(12.6)	20,528(11.0)	0.9
호 주	8,388(6.5)	8,098(5.7)	9,982(6.3)	10,576(5.7)	8.0
러시아	6,261(4.8)	6,190(4.4)	6,162(3.9)	8,717(4.7)	11.7
대 만	3,664(2.8)	4,356(3.1)	5,196(3.3)	5,954(3.2)	17.6
필리핀	2,434(1.9)	2,774(2.0)	4,624(2.9)	5,822(3.1)	33.7
캐나다	4,000(3.1)	3,780(2.7)	4,164(2.6)	4,638(2.5)	5.1
영 국	2,215(1.7)	2,194(1.5)	2,802(1.8)	3,632(1.9)	17.9
기 타	33,935(26.2)	33,224(23.4)	37,086(23.6)	47,550(25.5)	11.9
합 계	129,518(100.0)	141,910(100.0)	157,204(100.0)	186,732(100.0)	13.0

(www.kctdi.or.kr)

**Table 2.** Exports Weight by Country of Roasted Laver (thousand dollars(%))

	2008	2009	2010	2011	연평균 증가율
일 본	12,375(26.0)	19,825(34.8)	25,682(36.2)	40,830(35.1)	48.9
미 국	16,001(33.6)	16,255(28.5)	20,102(28.3)	33,529(28.8)	28.0
중 국	3,798(8.0)	6,423(11.3)	8,573(12.1)	19,382(16.7)	72.2
캐나다	2,314(4.9)	2,695(4.7)	2,877(4.1)	3,831(3.3)	18.3
홍 콩	1,219(2.6)	1,627(2.9)	1,409(2.0)	2,538(2.2)	27.7
러시아연방	1,351(2.8)	1,653(2.9)	2,180(3.1)	2,496(2.1)	22.7
호 주	1,516(3.2)	1,586(2.8)	1,517(2.1)	2,160(1.9)	12.5
기 타	9,045(18.9)	6,906(12.1)	8,607(12.1)	11,477(9.9)	8.3
합 계	47,619(100.0)	56,970(100.0)	70,947(100.0)	116,243(100.0)	34.6

(www.kctdi.or.kr)

2011년도 우리 나라 식품 수출의 단일 품목으로써 다섯 번째를 차지하고 있는 커피크리머는 인도네시아로의 수출이 34,168천 달러로 전체 수출의 31.9%를 기록하여 가장 높은 비중을 보이고 있다. 그 다음 러시아로의 수출이 25,636천 달러로써 23.9%, 카자흐스탄이 10,583천 달러로 9.9%의 비중을 기록하여 높은 것으로 나타났으나 최근에는 수출이 감소하고 있다. 반면에 대만과 필리핀으로

의 수출은 큰 폭으로 증가하고 있음을 알 수 있다 (Table 4).

우리 나라의 대표적인 콩 발효제품인 장류의 수출은 2008년 30,155천 달러에서 연평균 10.4% 증가하여 2011년에는 40,531천 달러까지 증가하였다. 장류 중에서는 고추장이 2008년 9,358천 달러에서 2011년 21,810천 달러로 연평균 32.6%의 높은 증가세를 보인 반면 간장은 같은 기간 동안

**Table 3.** Exports Weight by Country of Soju (thousand dollars(%))

	2008	2009	2010	2011	연평균 증가율
일 본	101,749(82.0)	93,153(82.5)	101,712(82.7)	92,641(81.0)	-3.1
미 국	8,936(7.2)	9,132(8.1)	8,967(7.3)	8,574(7.5)	-1.4
중 국	7,590(6.1)	4,959(4.4)	4,980(4.0)	5,324(4.7)	-11.1
필리핀	1,021(0.8)	826(0.7)	1,111(0.9)	1,275(1.1)	7.7
호 주	957(0.8)	963(0.9)	1,369(1.1)	1,101(1.0)	4.8
베트남	580(0.5)	591(0.5)	750(0.6)	852(0.7)	13.7
캐나다	521(0.4)	445(0.4)	582(0.5)	597(0.5)	4.6
태 국	305(0.2)	281(0.2)	311(0.3)	415(0.4)	10.8
기 타	2,449(2.0)	2,581(2.3)	3,274(2.7)	3,566(3.1)	13.3
합 계	124,108(100.0)	112,931(100.0)	123,056(100.0)	114,345(100.0)	-2.7

(www.kctdi.or.kr)

**Table 4.** Exports Weight by Country of Coffee Cream (thousand dollars(%))

	2008	2009	2010	2011	연평균 증가율
인도네시아	26,626(32.1)	20,011(30.5)	20,410(27.0)	34,168(31.9)	8.7
러시아	25,764(31.0)	22,401(34.1)	25,445(33.7)	25,636(23.9)	-0.2
카자흐스탄	11,494(13.8)	7,474(11.4)	8,814(11.7)	10,583(9.9)	-2.7
대 만	3,617(4.4)	3,781(5.8)	6,562(8.7)	10,057(9.4)	40.6
필리핀	233(0.3)	54(0.1)	51(0.1)	8,858(8.3)	236.5
싱가포르	6,245(7.5)	4,793(7.3)	4,416(5.9)	5,210(4.9)	-5.9
키르기스스탄	3,063(3.7)	1,709(2.6)	1,538(2.0)	2,561(2.4)	-5.8
몽 골	2,006(2.4)	1,268(1.9)	2,407(3.2)	2,220(2.1)	3.4
기 타	4,028(4.8)	4,181(6.4)	5,824(7.7)	7,776(7.3)	24.5
합 계	83,076(100.0)	65,672(100.0)	75,467(100.0)	107,069(100.0)	8.8

(www.kctdi.or.kr)

0.9%의 증가에 그쳤고 된장은 오히려 감소세를 보이고 있는 것으로 나타났다. 고추장의 급속한 증가세는 한류의 영향 등으로 인한 한국음식, 특히 비빔밥에 대한 외국인들의 관심이 증대되면서 나타난 현상이라고 할 수 있으며 한국풍의 음식문화 확산이라는 의미가 있다고 할 수 있다(Table 5).

장류 중에서 가장 수출 비중이 높은 고추장의 국가별 수출실적을 보면 2011년 기준으로 미국이 전체 수출의 29.8%인 6,497천 달러로 가장 많고 다음으로 일본이 22.6%인 4,931천 달러로 나타났으며 중국이 16.7%인 3,637천 달러로 세 번째로 비중이 높고, 이들 세 국가의 수출비중이 전체의 69.1%로

나타나 대부분을 차지하고 있음을 알 수 있다.

간장의 2011년도 국가별 수출현황을 보면 미국으로의 수출이 26.5%로 가장 높은 비중을 차지하고 있고 그 다음으로 러시아 17.1%, 중국 12.7% 등의 순으로 나타났다.

2011년도 된장의 국가별 수출현황을 보면 미국이 42.7%로 가장 높은 비중을 차지하고 있고, 그 다음으로 중국 16.8%, 일본 5.5%, 호주 4.4% 등의 순으로 나타났는데 미국과 일본으로의 수출이 2008년 이후 큰 감소세를 보이고 있다.

우리 나라의 대표적인 수출 품목 중 하나인 인삼 가공식품의 수출현황을 보면 1990년 148백만 달러

**Table 5.** Exports Weight by Korean Fermented Food (thousand dollars(%))

	2008	2009	2010	2011	연평균 증가율
고추장	9,358(31.0)	14,591(45.7)	16,798(48.6)	21,810(53.8)	32.6
간 장	11,717(38.9)	11,733(36.8)	11,687(33.8)	12,028(29.7)	0.9
된 장	9,080(30.1)	5,583(17.5)	6,111(17.7)	6,693(16.5)	-9.7
합 계	30,155(100.0)	31,907(100.0)	34,596(100.0)	40,531(100.0)	10.4

(www.kctdi.or.kr)

까지 수출되었으나 중국산 및 서양 화기삼의 시장 잠식으로 인하여 2001년 69백만 달러, 2003년 58백만 달러까지 수출이 계속해서 감소하였다. 그 후 적극적인 시장개척 노력 등으로 인하여 2008년에는 약 89백만 달러의 수출실적을 기록하였고 연평균 25.7%의 높은 증가율을 나타내면서 2011년에는 176백만 달러의 수출실적을 보여 1990년의 수출실적을 초과한 것으로 나타났다.

품목별 수출 비중은 홍삼이 전체 수출금액의 61.5%를 차지하여 가장 높은 것으로 나타났는데 이는 홍삼의 수출단가가 2011년의 경우 kg당 약 315달러에 달하는 등 수출단가가 상당히 높은데 따른 것으로 보인다. 그 다음으로 수출비중이 높은 품목은 홍삼가공품 23.5%, 백삼가공품 10.2%, 백삼 4.8% 순으로 나타났는데 백삼의 경우 수출단가는 높는데 반해 수출물량이 적어서 전체적으로 수출비중은 낮았다(Table 6).

인삼가공품의 품목별 · 국가별 수출실적을 보면 백삼은 대만으로의 수출이 47.1%로 가장 많은 것으로 나타났으며 그 다음으로 홍콩으로의 수출이 36.2%로 이 둘 국가로의 수출이 대부분을 차지하였다. 홍삼은 중국으로의 수출이 36.2%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 다음으로 홍콩으로의 수출이 30.9%, 대만으로의 수출이 25.1%를 차지하고 있는 것으로 나타나는 등 대만, 홍콩, 중국이 주

수출대상국임을 알 수 있다. 홍삼가공품과 백삼가공품은 일본으로의 수출비중이 가장 높은 것으로 나타났으며 다음으로 미국, 베트남 등의 순으로 수출비중이 높은 것으로 분석되었다. 홍삼가공품의 경우에도 일본으로의 수출비중이 가장 크지만 계속해서 그 비중이 감소추세에 있는 반면 미국, 특히 중국으로의 수출비중이 증가하고 있는 것으로 나타났다. 최근에는 대만과 지속적인 TV홍보 등으로 인한 수요가 확대되고 있으며 신홍유망시장으로 부상한 베트남으로의 인삼엑기스를 중심으로 한 수출이 증가세를 보이고 있는 것으로 나타났다.

우리 나라의 대표적인 절임식품인 김치의 경우 2008년, 8천 5백만 달러에서 2011년에는 약 1억 4백만 달러의 수출실적을 기록하여 연평균 7.0%의 증가세를 보이고 있는 것으로 나타났다. 국가별 수출실적을 보면 일본으로의 수출이 83.0%로 거의 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타났는데 이와 같이 일본으로의 김치 수출이 많은 비중을 차지하는 것은 일본소비자들의 김치열풍에 힘입은 바가 크다고 할 수 있다(Table 7).

2008년도 이후 최근 4년간의 탁주 수출실적을 보면 2008년 4,422천 달러에서 2011년 52,735천 달러로 연평균 128.5%의 높은 증가율을 기록하고 있는 것으로 나타났다. 국가별로는 일본이 전체 수

**Table 6.** Exports Weight by Ginseng Processed Products (thousand dollars(%))

	2008	2009	2010	2011	연평균 증가율
백 삼	3,435(3.9)	5,856(5.9)	9,515(8.4)	8,480(4.8)	35.2
백삼가공품	23,192(26.1)	19,277(19.3)	17,125(15.1)	17,941(10.2)	-8.2
홍 삼	41,574(46.8)	44,703(44.9)	52,695(46.6)	108,406(61.5)	37.6
홍삼가공품	20,660(23.2)	29,796(29.9)	33,763(29.9)	41,513(23.5)	26.2
합 계	88,861(100.0)	99,632(100.0)	113,098(100.0)	176,340(100.0)	25.7

(www.kctdi.or.kr)

**Table 7.** Exports Weight by Country of Kimchi

(thousand dollars(%))

	2008	2009	2010	2011	연평균 증가율
일 본	75,052(88.0)	77,622(86.8)	82,781(84.2)	86,819(83.0)	5.0
미 국	2,061(2.4)	2,269(2.5)	2,695(2.7)	2,794(2.7)	10.7
홍 콩	1,305(1.5)	1,380(1.5)	1,777(1.8)	2,413(2.3)	22.7
대 만	1,962(2.3)	1,951(2.2)	2,628(2.7)	2,348(2.2)	6.2
기 타	4,915(5.8)	6,164(6.9)	8,479(8.6)	10,203(9.8)	27.6
합 계	85,295(100.0)	89,386(100.0)	98,360(100.0)	104,577(100.0)	7.0

(www.kctdi.or.kr)

출액의 91.8%를 차지하여 가장 높고 그 다음으로  
는 미국이 3.6%를 차지하고 중국에 대한 수출도  
증가하고 있음을 알 수 있다. 특히 일본의 경우 일  
본산 막걸리인 ‘니고리자케’가 알코올도수 14~16  
도 정도로 독한 맛에 비하여 우리 나라 막걸리는  
6~8도 정도로 부드럽고 유산균이 풍부하여 많은  
인기를 누리면서 수출이 증가하고 있는 것으로 판  
단된다(Table 8).

### 수입동향

2011년도 음식료품제조업 부문별 수입 구조를  
살펴보면 식료품이 15,632백만 달러, 음료품이 754

백만 달러로 식료품이 95.4%를 차지하고 있으며  
식료품 중에서는 육가공 제품이 전체 수입액의  
22.1%인 3,617백만 달러로 가장 많고, 그 다음으로  
수산가공품이 19.9%인 3,264백만 달러로 두 부문  
의 수입이 전체 식료품 수입의 42%를 차지하고 있  
는 것으로 나타났다. 수입 수산가공품은 명태, 조  
기, 낙지, 새우살, 아귀 등의 수산동물 냉동품, 어  
류 피레트와 연육제품, 새우와 보리새우의 훈제제  
품 등이 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타  
났다. 수산동물 냉동품은 국내 소비가 증가하는  
반면 연근해 어획량이 감소하면서 수입이 증가하  
고 있으며 육가공품은 쇠고기, 돼지고기, 닭고기  
가 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 음  
료품은 알코올음료 705백만 달러, 비알코올음료

**Table 8.** Exports Weight by Country of Rice Wine

(thousand dollars(%))

	2008	2009	2010	2011	연평균 증가율
일 본	4,026(91.0)	5,400(86.0)	15,585(81.6)	48,419(91.8)	129.1
미 국	197(4.5)	463(7.4)	1,757(9.2)	1,883(3.6)	112.2
중 국	25(0.6)	139(2.2)	912(4.8)	1,272(2.4)	270.6
기 타	174(3.9)	275(4.4)	841(4.4)	1,161(2.2)	88.3
합 계	4,422(100.0)	6,277(100.0)	19,095(100.0)	52,735(100.0)	128.5

(www.kctdi.or.kr)

49백만 달러로 나타났는데 그 중에서도 스카치 위스키가 219백만 달러로 가장 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 분석되었다(Fig. 2).

2001년 이후 2011년까지 음식료품제조업 부문별 연평균 수입 증가율을 보면 커피가공품 및 곡물가공품이 각각 24.1%, 21.8%로 높은 수입 증가율을 보이고 있는데, 곡물가공품은 감자 및 고구마 전분, 당류 등의 수입이 증가하면서 나타난 결과이며 커피가공품은 인스턴트 커피 및 관련 조제품 등의 수입이 급증한 결과라고 할 수 있다.

2011년도 식품 수입 상위 20개 품목을 보면 사탕수수당이 1,063백만 달러로 가장 많은 것으로 나타났으나 쇠고기의 경우 쇠고기 지육 및 정육, 냉장 및 냉동제품을 포함할 경우 1,442백만 달러치를 수입하고 있어 단일품목으로는 수입비중이 가장 높은 것으로 나타났다. 우리 나라 소비자들이 좋아하는 삼겹살(냉동)이 483백만 달러로 여섯 번째로 수입을 많이 하고 있는데 품목기준으로 상위 10개

품목에 쇠고기 및 돼지고기 품목이 5개로 절반을 차지하여 육류의 비중이 상당히 높은 것으로 분석되었다. 그 밖에 수입비중이 높은 품목으로는 스카치위스키, 커피, 대두유, 천일염 등으로 나타났다.

### 맺는말

이상에서 살펴본 바를 토대로 식품무역과 관련한 구조적인 문제점을 보면 다음과 같다. 첫째 전체 수출의 약 37.6%를 차지하여 가장 높은 비중을 차지하고 있는 수산가공품 수출 품목의 경우 냉동 오징어, 냉동 다랑어 등 냉동수산물 위주의 수출 단가가 낮은 단순가공품으로 구성되어 있다는 사실이다. 우리 나라의 2011년도 수출품목 평균단가는 kg당 2.1달러로 나타났는데 2008년의 경우 수출 단가가 약 1.8달러이었던 점에 비추어 볼 때 조금

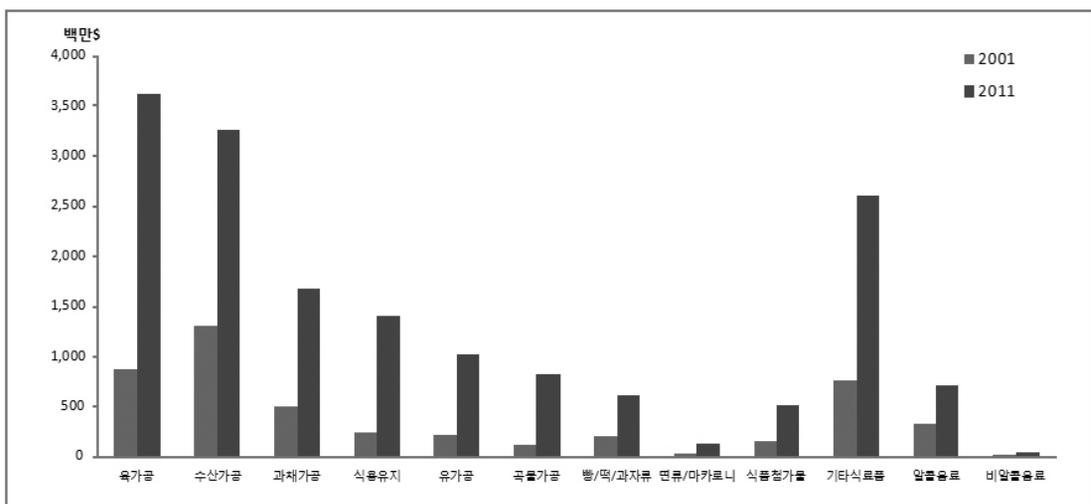


Fig. 2. Imports by Sub-Classes of Food Industry(www.kita.net)

상승하였으나 이는 환율상승에 기인한 것으로 보여 향후 수출단가가 높은 고부가가치 식품을 수출 주력 품목으로 육성시켜야 할 것으로 판단된다.

두 번째는 1억 달러 이상을 수출하는 단일 품목은 라면, 소주, 조제김, 소주, 커피크리머, 홍삼 분삼, 김치(비냉동), 인스턴트 커피 등 8가지 정도에 불과하고 5천만 달러 이상 1억 달러 미만을 수출하는 품목의 경우도 황다랑어(냉동), 비스킷, 쿠키 및 크래커, 맥주, 탁주 등 9개 품목에 불과해 전반적으로 주요 수출품목이 다양화되지 못하여 품목다양화가 필요한 실정이다.

마지막으로 수출대상 국가가 우리 나라 교포들이 많이 거주하고 있는 일본, 중국 등 아시아 시장과 미국 시장으로 편중되어 있다는 것이다. 이와 같은 결과는 우리의 주력 수출품목과도 밀접한 관

계가 있다고 할 수 있는데 수출 확대를 위한 수출 시장 다변화가 시급하다고 할 수 있다.

● 참고문헌 ●

1. [www.kita.net](http://www.kita.net)
2. [www.kctdi.or.kr](http://www.kctdi.or.kr)

**오 승 용** 경영학박사

소 속 : 한국식품연구원 안전유통연구단

전문분야 : 산업정책/마케팅

E - mail : eagleoh@kfri.re.kr

T E L : 031-780-9238