

## 중소 식품산업의 수출산업화 문제점

### 1. 개요

- ☐ 식품산업은 정부에서 중점 수출산업으로 육성하려는 전략산업 중 하나이며 아직까지는 경쟁력이 높지 않아 공공적 지원이 절실한 산업으로 평가됨
  - 농림수산물식품부는 2008년 식품산업을 향후 100억달러 규모의 수출산업으로 육성시킨다는 계획을 발표한 바 있음
- ☐ 식품산업은 매우 많은 제품과 서비스의 종류로 인하여 다양한 시장 특성을 가지고 있어 단일한 문제로 접근하기 어려움
  - 식품산업은 1차 농산물만도 곡물, 채소류, 설탕, 축산물, 수산물 등 종류가 많으며 이들에 대한 2차 가공식품, 서비스업까지 포함하면 매우 많은 상품군과 세부 시장이 존재함
  - 각 시장별로 모두 특성이 다르고 문제점도 다양하여 산업분석에 대한 접근이 용이하지 않음
- ☐ 본 보고서는 식품산업의 다양성에도 불구하고 수출추진에 있어서의 가장 중요한 문제점을 개략적으로 파악하여 이를 정리하고자 함
  - 지난 주(5/13~16)에 KINTEX에서 개최된 국제식품산업대전을 참관하고 참가업체 인터뷰를 통하여 수출 추진에 대한 애로사항과 대응 방안을 모색함
    - 인터뷰업체는 지역 과채류 수출대행업체로부터 초콜릿, 오미자 가공품, 육포, 육가공류, 수산물, 너트류, 전통음식, 식품기계 등 12개 업체임
  - 동 전시회는 국내 385개사 해외 32개국 321개사가 참여
  - 국내에서는 대기업보다 중소기업과 지방자치단체의 활발한 참여가 눈에 띈

## 2. 국내 중소식품산업의 수출 현황

### ☐ 현재 중소식품업체들의 수출 추진은 초기단계인 것으로 보임

- 면담한 10여개 이상의 중소기업들은 대부분 수출규모가 1~3억원대의 소규모이거나 현재 수출을 추진 중인 업체들임
- 아직까지는 시장의 특성을 잘 알고 있는 내수 시장이 주 수입원이며 대체로 해외시장에 대해서는 의지가 있으나 조심스러운 입장임

### ☐ 시군, 도 등 지방정부 차원의 조직적 활성화가 시도되기도 함

- 지역 내의 농산물, 수산물 및 가공식품의 수출을 위하여 자회사 건립, 해외 판매처 개척, 지역 농협을 통한 금융지원 등 조직적 지원책이 시행되고 있는 것으로 보임

### ☐ 가격 등 수출경쟁력은 아직까지 높지 않음

- 국산 원재료의 가격이 매우 높은 수준이고 해외 원재료의 수입, 높은 인건비 수준 등으로 가격 경쟁력은 경쟁국가에 비하여 높지 않음
- 또한, 해외 정부의 위생규정에 대한 대처 능력이 약하고 해외시장에 대한 정보수집 능력도 취약한 것으로 보임

## 3. 수출 추진시 주요 애로사항

### ☐ 중소 식품업체의 가장 큰 수출애로요인은 마케팅이며 적절한 바이어를 찾는데 가장 어려움을 느끼는 것으로 나타남

- 수출을 추진하고 있거나 추진 경험이 있는 업체들은 공통적으로 해외시장에 대한 지식의 부재와 정보수집 및 분석에 대한 방법을 찾지 못하는 데 가장 큰 어려움이 있다고 말함
  - 해외시장은 서로 문화와 입맛이 다르므로 시장에 대한 철저한 분석이 필요하나 현실적으로 중소기업에서 이를 수행하기는 불가능함
- 적절한 바이어를 찾는 것도 어려움이 있음
  - KOTRA의 해외바이어 목록 등을 참고할 수는 있으나 매우 다양한 품목이 존재하는 식품 산업의 특성 상 해당 제품에 꼭 맞는 고객이 확보된 바이어를

찾는 것은 쉽지 않은 것으로 보임

- 해외박람회 자주 참여한다고 하여도 비용이 많이 소요되고 박람회에 방문하는 바이어가 한정되어 있어 효과가 크지 않다는 의견이 많음
- KOTRA 현지 사무소 역시 제품에 대한 이해부족으로 현실적 도움은 안 된다는 의견이 지배적임
- 전통제조기법으로 고급화한 식품류도 저가의 대량생산품으로 팔겠다는 바이어들만이 접촉해온다는 사례도 있음 (오미자차 및 오미자 식초)

□ 해외투자에 대한 어려움도 자금 보다는 현지 상황에 대한 정보부족이 가장 큰 것으로 보임

- 식품산업의 특성상 원재료가와 인건비가 낮은 국가로 생산시설을 이전할 필요성이 크나, 중소기업체들의 경우 현지 제도와 시장에 대한 정보 부족 및 분석능력 부족으로 시도를 못하는 경우가 많은 것으로 보임
- 투자자금에 대한 문제는 해외정보 및 마케팅 계획 수립 이후에 고민할 문제이므로 아직까지 큰 수요가 없는 것으로 추정됨

□ 대부분의 원료를 수입해야하는 식품업계의 특성상 환율의 변동이 민감한 문제이므로 환율 방어에 대한 어려움도 있음

#### 4. 결론 및 시사점

□ 식품산업의 수출 및 해외투자증진을 위해서는 금융보다는 마케팅조사 분석과 같은 비금융서비스가 우선적으로 제공되어야 할 것으로 판단됨

- 식품산업의 제품이 너무나 다양하다는 데 마케팅 조사의 어려움이 있을 수 있으나 우선적으로 타겟시장의 문화적 특성, 식습관, 입맛 조사 등 기본적인 데이터가 구축되어야 할 것으로 보임

□ 해외투자 촉진을 위하여 현지의 식품관련 규제 및 제도, 현지 시장상황 등에 대한 조사 및 정보제공 서비스도 필요

- 이는 KOTRA에서도 일부 제공하고 있으나 구체적인 수요의 파악을 통하여 보다 세밀한 조사와 상담이 필요할 것으로 보임

- 중소기업업체들의 해외진출은 보다 조직화된 지원이 필요할 것으로 보임
- 현재 지방자치단체의 도움을 받고 있는 업체들의 경우 상대적으로 마케팅에 어려움을 덜 느끼고 있음
  - 지자체의 지원이 어려운 경우 유사한 품목의 기업들이 단체를 조직하여 마케팅 조사분석 등 필요한 지원을 받는 것이 바람직할 것임

작성 : 선임연구원 양종서 (3779-6679)  
flydon@koreaexim.go.kr

확인 : 실장 안상술 (3779-6679)  
ssahn@koreaexim.go.kr