

<수출 부진 속 빛난 K-Food...비스킷·빵·맥주 등 호황>

한국무역협회 국제무역연구원이 9일 발표한 '최근 K-Food 수출동향과 시사점' 보고서에 따르면, 최근 수출부진이 심화(금년 1~5월, -5.7%)되고 있는 가운데 가공식품 수출은 비스킷(6.1%), 빵(11.2%), 맥주(18.9%) 등을 중심으로 상대적으로 선전한 것으로 조사됐다.

일반적으로 가공식품은 부피는 큰데 단가가 높지 않아 수출하기 쉽지 않은 품목으로 알려져 있지만 지속적인 품질향상, 현지화, 유통망 확보 등의 노력으로 중국 등 아시아는 물론 미국시장에서도 선전하고 있다.

일례로 비스킷의 경우 중국내에서 한국 제과의 안전성과 품질이 인식됨에 따라 중소 제과업체를 중심으로 수출이 증가하였으며, 선진 제과시장인 일본을 타깃으로 고급제품(브라우니 등)을 개발하는 등, 금년 1~5월 중 수출이 6.1% 증가했다. 빵도 중국내에서 원산지가 '한국산'으로 한글로 포장된 제품이 선호되고 있으며, 미국·호주 등 주요국 현지의 유통채널을 지속적으로 확보함에 따라 금년 1~5월 수출이 11.2% 증가하며 호조세를 보였다.

맥주도 홍콩에서 시장지배력이 큰 유통망(JEBSEN 등)을 확보함으로써 현지시장 점유율 1위를 차지하였으며 이라크에서도 한국의 물에 대한 신뢰가 맥주수요와 연결되어 수출이 2.4배 증가하는 등 올해 5월까지 수출이 18.9% 증가했다.

반면 그동안 가공식품 수출의 중심이었던 소주(-2.1%), 면류(-1.2%)는 높은 특정국 의존도, 시장 트렌드 변화로 고전중이다.

소주 수출의 60% 이상을 차지하는 일본에서 건강에 대한 관심으로 알콜도수가 낮은 과일향 주류(저도주)에 대한 선호가 증가하고, 소주시장 규모가 매년 4~5% 감소한 것이 수출부진의 주 원인이다. 면류도 세계 수요가 건강을 중요시하는 방향으로 변화하여 기름에 튀긴 유탄면(라면)보다 생면을 건조한 건면(우동, 쌀국수 등)에 대한 수요가 높아진 반면 우리 수출은 여전히 유탄면류 비중이 높아 금년 5월까지 수출이 1.2% 감소했다.

국제무역연구원 박 솔 연구원은 "장기적으로 가공식품 수출을 늘려 나가기 위해서는 웰빙식품에 대한 수요확대 등 글로벌 트렌드 변화에 대응하는 한편 지속적인 품질개발, 현지화, 유통망 확보, 할랄 및 동남아시아 등 시장다변화 노력이 필요하다"고 조언했다.

* 출처 : 국민일보