

미국의 수산업과 수산시장 동향

홍 현 표 / 한국해양수산개발원 연구위원

미국, 수산물 소비국에서 잡는 어업국으로 변신

‘미국’ 하면 수산업계에서 어떤 위치를 차지하고 있을까? FAO 통계상의 어획량 기준으로는 약 4,860천 톤('06)을 생산하여 중국, 페루에 이어 세계 3위를 차지하고 있는 수산대국이다. 우리나라는 같은 해 1,750천 톤을 생산하여 세계 13위에 머물고 있다. 그러나 양식 생산량으로 따지면, 미국은 한국의 13위에 이어 14위를 기록하고 있다. 양식보다는 어선어업이 발달한 나라이며, 세계의 주요 수산물 소비 시장을 형성하고 있다.

미국의 수산물 수출량은 4,143천 톤('06년)으로서 어획량의 대부분을 수출하고 있다 해도 과언이 아니다. 미국은 물량 기준으로 세계 수산물 수출 4위를 기록하고 있으며, 수입시장에서는 일본에 이어 세계 2위를 기록하여 연간 13,271천 톤을 수입하고 있다. 미국의 수입시장은 한국보다 거의 5배, 내수시장은 한국보다 거의 4배의 큰 규모를 형성하고 있다. 이처럼 수산물 소비측면에서 세계적으로 중요한 미국은 새우와 참치 통조림, 냉동필렛 등을 수입하여 이를 가열식품으로 가공하여 소비하는 패턴을 가지고 있다. 그러나 최근에는 회 소비가 급증하여 활어와 초저온 수산물을 선호하는 소비 패턴이 형성되고 있다.

규모를 감안하더라도 미국의 수산물 소비시장은 결코 우리나라보다 작다고 할 수 없다. 우리가 흔히 알고 있는 것 보다 미국은 수산업계에서 매우 중요한 국가임에 틀림이 없다.

다른 한편, 수산물 소비대국인 미국이 최근 잡는 어업국으로 변신하고 있다. 10~20년 전의 미국은 인근 연안에 외국어선이 입어하여 조업하도록 허용하고, 자국내 소비물량의 대부분은 노르웨이와 일본 등에서 수입했었다. 그러나 90년대 이후 남태평양의 참치 선망어업과 북태평양의 저어어업(底魚漁業)을 중심으로 급속히 규모화·현대화하면서 미국을 어업국으로 변신시키고 있다. 이번 현장 르포에서 필자는 지난 7월 29일부터 8월 3일까지 미국 어업생산 기지인 북서부 시애틀(Seattle)과 동부 수산물 소비 중심지인 뉴욕(New York)을 탐방한 결과를 수록하였다.

‘잠 못 이루는’ 시애틀, 미국 어업의 주요 생산 기지

시애틀은 미국 북양어업의 전진기지이다. 이곳 시애틀 어항에 어둠이 내리면 검은 바다를 등지고 환히 불빛을 밝히는 거대한 공모선(工母船, factory mother ship)들이 북양어업의 위용을 뽐내는 듯 ‘잠 못 이루는 시애틀(sleepless in Seattle)’의 야경을 화려하게 장식하고 있다. 한때 우리나라 원양어선들이 조업할 여장이 없어 모두 폐선처리 해야 했던 추억의 공모선들도 이곳에 포진해 있다.

미국의 북태평양어업, 특히 명태어업은 가장 자본주의적인 기업형산업으로 변모하고 있다. 매년 1백 만 톤 전후의 명태 어획쿼타가 미국의 5개 기업, 20여 척의 대형 공모선을 중심으로 하는 대규모 어획선단에 의해 독점 어획되고 있다. 이들 초대형 선사들에 의해 오직 효율성과 수익성 추구의 원칙에 따라 조업·가공처리 및 마케팅이 이루어지고 있다. 필자는 이 번에 이들 5대 기업중의 하나인 명태(알래스카 폴락), 연어, 대게, 헬리벳 등을 주로 어획하는 대규모 선사인 트라이던트씨푸드(Trident Seafoods)사를 방문하였다. 그리고 미국내 최대 공모선을 가지고 전갱이, 명태, 수리미 등의 어획물은 가공처리하는 프리미에퍼시픽씨푸드(Premier Pacific Seafoods)사와 면담하고, 시내에 있는 퍼블릭마켓(Public Market)도 방문 하였다.

북태평양의 맹주 트라이던트사의 야망

먼저 시애틀의 쉬스홀거리(Shishole Avenue)에 위치한 트라이던트씨푸드사는 연간 매출규모 약 10억 달러(1조원 이상 매출) 규모의 수산대기업으로서, 피크기에 종업원 5천 명이 종사하고 있는 비상장기업이다. 현재 30척의 어선으로 명태, 대구, 연어 등을 어획하고 있으며, 이들 어획물량을 5척의 공모선과 알래스카 등에 위치하고 있는 9개의 육상 가공공장에서 가공처리하여 국내외 시장에 공급하고 있다. 이와 함께 동사는 시애틀과 미네소타에 총 4개의 고차가공회사를 보유하여 수산식품 공급량을 확대하고 있으며, 해외에는 중국 청도 및 일본 등에 10여개의 협력회사와 긴밀한 협력관계를 유지하고 있다. 그리고 이 회사의 수산물들은 주로 일본과 중국, 유럽 등의 바이어들이 구매해 가고 있다.



| 그림-1 Trident 사의 가공선박(좌측)과 대게잡이 어선(우측) 전경 |

당초 알래스카의 대게잡로 큰 돈을 번 척 번드란트(Chuck Bundrant, 일명 Charles)가 70년대 초에 알래스카 저어자원에 눈독을 들이면서 1973년에 트라이던트사를 설립하였다. 당시 알래스카 수역에는 명태와 대구, 가자미 자원이 풍부하여 이를 일본과 우리나라 등 어선이 정부간 쿼터를 받아 어획하고 있었는데, 척 번드란트가 이를 가로챌 궁리를 한 것이다. 그는 트라이던트사를 설립한 후, 노르웨이

이제 어업자본을 끌어모아, 미국 정부와 의회에서 알래스카 수산자원의 미국화를 강력히 주장하였다. 이때 척 번드란트가 제안한 방식은 기존의 일본, 한국 조업어선과 미국선사 간의 공동사업 방식으로서, 외국어선의 단순 입어를 중지하는 대신, 미국어선은 어획을 맡고 가공과 판매는 외국어선이 맡도록 하는 것이었다. 척 번드란트의 이 같은 주장이 미국 정부에 의해 채택되어 정책으로 도입되었으며, 1980년 대부터 일본과 우리나라는 가공판매에 국한된 역할의 공동 사업방식에 끌려 들어갔다. 그러나 그 후 10년이 지나 한국과 일본 선사들은 공동사업권마저도 박탈당하여 북태평양어장에서 완전히 아웃사이더가 되어 버렸던 기억이 아직도 생생하다.

이후 그는 선상처리, 냉장시설, 대게 요리시설 등의 도입을 위해 공동 출자한 3명의 파트너를 영입하여 현재의 글로벌기업으로 발전시켰으며, 알래스카 저어어업을 현대적 산업으로 끌어올렸다. 그중에서도 선상가공처리 선박인 빌리킨('Billikin')은 알래스카의 풍부한 어업자원과 세계적으로 우수한 품질을 기반으로 국내외 수산식품시장에 진출하고 있다.

무엇보다도 10억 달러 규모의 외형을 유지하는 트라이던트사의 성공 비결은 해외 주요 수출국에 협력회사들과 장기계약 관계를 유지하는 한편, 내수시장에서는 패스트푸드 아울렛 등의 대형도매점에 진출하여 송어, 연어, 연육제품, 냉동 헬리벳, 대게 등의 품목에 있어 미국 내수시장을 공략하는 전략에서 찾을 수 있다. 심지어 최근에는 러시아에도 진출하여 합작회사를 만들어 활발한 사업을 벌이고 있고, 우리나라 코스트코 매장에서도 트라이던트 라벨이 붙은 수산물을 종종 볼 수 있다. 트라이던트사의 관계자에 따르면, 미국 서부지역은 연어 등의 선어를 선호하지만, 중동부 지역에서는 냉동 수산물이 주로 유통된다고 한다. 이같은 생산·가공 및 판매 망을 보유하고 있는 트라이던트사는 미국내 1위 업체로서, 아메리칸씨푸드(American Seafoods), 아이슬란드(Islandic) 등의 경쟁사와 함께 미국 시장의 수산물 공급망을 장악하고 있다.



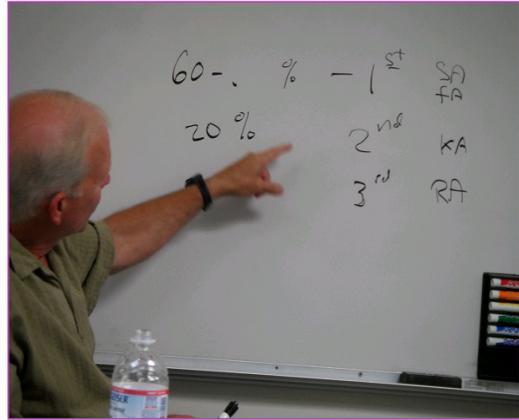
| 그림-2 Trident Seafoods사의 Scanlan씨와의 면담 |

미국 업계, 어업쿼터제 도입으로 비교우위 확보

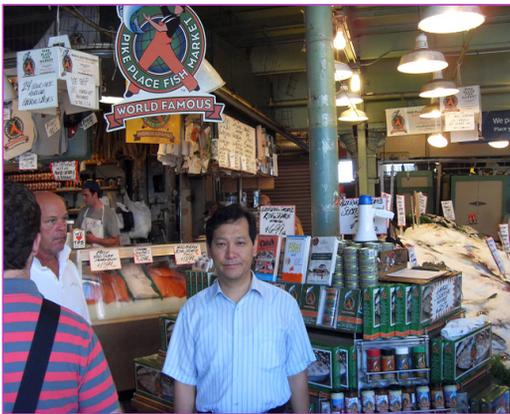
한편 시애틀의 웨스트 해리슨가(West Harrison St.)에 소재한 프리미어퍼시픽씨푸드(Premier Pacific Seafoods)사는 매출규모 약 7천 만 달러의 중견 수산기업으로서, 미국서부 근해 생산-해외 수출의 구조를 갖춘 전형적인 미국 수산기업의 사업 구조이다. 1989년 미국의 근해어선 선주들이 공동으로 참여하여 파트너십 회사로 설립된, 소위 ‘관리전담 회사’로 출범하였다. 이 회사는 하루 처리능력 1천 톤(미국 내 최대 규모)의 규모를 갖춘 선상가공 선박을 1척 보유하고 있다. 이 같은 관리회사가 출범하게 된 계기는 80년대 초 이후 미국의 매그너법 조항에 따라 200해리 이내 외국어선의 조업을 금지하고, 1999년 이후 부터는 수산업법에 따른 어선별 쿼터제를 도입함에 따라 미국선적의 어선만이 미국 200해리 이내 해역에서 조업할 수 있도록 했기 때문이다. 한 마디로 외국 어선을 몰아내고 미국 선적의 어선만이 미국 200해리 이내 해역에서 조업할 수 있도록 한 것이 미국 어업을 세계적인 산업으로 발돋움시키는 계기로 작용하였다. 다시말해 한국, 일본 등의 어선에 비해 경쟁력이 뒤져있던 미국 선주들이 자신이 보유하고 있는 어획쿼터를 기반으로 공동 관리회사를 설치함으로써 효율적 관리와 규모의 경제를 달성할 수 있었다. 미국 국적 이외의 어선들은 인근 해역에서 조업이 불가능하기 때문에 이들 관리회사

가 선상 가공수산물을 일본, 한국 등의 어선에게 선상에서 직접 수출하는 방식으로 전환되었다. 동사의 선상가공선박 시설 규모는 단일 규모로는 미국내 최대규모로서 비용절감 효과가 매우 높은 것으로 평가되고 있다.

이밖에도 프리미엄퍼시픽씨푸드사는 90년대 이후 일본의 수리미 시장이 급팽창하는 시기에 수리미 가공생산을 높여서 '99년 이후에는 40% 정도를 수리미 생



| 그림-3 Premier Pacific Seafoods사의 Wood씨와 면담 장면 |



| 그림-4 'Public Market'(우측) 전경과 '날은 생선가게'(좌측) |

산에 치중하고 있다. 그러나 이후 태국 등의 제3국에서 수리미 공급 능력이 확대되어 가격 경쟁력을 상실하자 고품질 수리미 생산에 집중하고 있는 상황이다.

시애틀은 미국내 어업 생산기지로서 명성이 높지만, 독특한 판매 전략을 가지고 있는 생선가게를 가진 퍼블릭마켓(Public Market)으로도 유명하다. 시애틀 퍼블릭마켓의 한 귀퉁이에 위치한 파이크플레이스피쉬마켓(Pike Place Fish Market)은 선어 매매가 체결될 때마다 종업원들이 물고기를 가지고 동시에 구호를 외치며 일종의 쇼(show)를 구현하여 시장 고객들의 눈을 즐겁게 해주고 있어서 세계적으로 유명세를 탄 생선가게이다. 이 같은 판매전략 덕택에 퍼블릭마켓의 상권까지 활기를 띠게 되어 시애틀의 감탄을 자아내고 있다.

뉴플턴 마켓, 미국 동부의 수산물 유통 허브로 자리잡아

그동안 뉴욕의 관광명소이자 수산업의 메카 역할을 해왔던 뉴욕시 맨하탄 플턴(Fulton) 어시장이 2005년 11월 11일 폐쇄되고, 그 대신 초현대식 첨단 유통시설을 갖춘 브롱스(Bronx)의 헌츠포인트(Hunts Point) 수산시장으로 이전하였다. 당초 뉴욕시 맨하탄의 구 플턴 어시장은 1821년 맨하탄 남쪽 6블록 크기로 형성되어 70개 도매상, 100여 종의 생선과 해산물 등이 거래되는 미국 동부 수산물 최대 종합시장이었다. 그리고 당시까지만 해도 이 지역의 수산물 도매시장의 지배권은 대부분 이탈리아계의 마피아 조직이 장악하고 있었다. 당시 플턴시장 주변은 목재로 만든 잔교가 늘어서 있었다. 그리고 어시장은 자갈로 깎 좁은 도로를 따라 세워진 2층 건물에 있었는데, 실내는 어두침침하고 주변에는 생선 냄새가 자욱하여 마치 19세기 미국을 느끼게 하는 추억의 관광 명소였다.



| 그림-5 New Fulton Fish Market 전경과 거래 어종 |

이제 새롭게 이전하여 탄생된 헌츠포인트의 신플턴어시장(New Fulton Fish Market)은 2005년 11월 14일에 미국내 수산물 도매업자들이 최대 컨소시엄을 결성하여 만든 것으로서, 실내 완전 냉동의 HACCP시설을 구비한 수산물 유통허브로 재탄생되었다.

약 30에이커의 부지에 43만 입방피트 규모의 초현대식 시설이 들어서서, 37개의 수산물유통회사들이 입주해 있는 이 유통허브에는 주차장, 경비시설, 길이 1,300피트의 시장 중앙 통로, 통로 양편의 각 사무실과 라커룸, 은행, 식당, 차량 냉동시설 등이 구비되어 있으며, 헌츠 포인트 T/F 팀이 가동되어 이를 지원하고 있

다. 이 같은 규모의 실플턴어시장에서는 현재 넙치류, 도미, 대구, 농어, 광어, 고등어 등 100여 종의 수산물⁵⁾을 대상으로 하루에 약 100만 파운드, 연간 약 2억 파운드(약 10만 톤)의 수산물이 거래되어, 미국 내 최대 수산물시장을 형성하고 있으며 전세계 2~3위의 규모에 이를 것으로 추정되고 있다.

이런 중요한 수산물 유통허브를 실질적으로 장악하고 있는 유통업자들은 사실은 우리 한인들이었다. 이 시장에서 거래되는 수산물의 70% 정도는 ‘미국뉴욕한인수산인협회⁶⁾(약칭 ‘뉴욕수협’)의 회사들이 차지하고 있다. 과거 이태리 소매상등이 장악했던 상권을 80년대 이후 단계적으로 한인상들에게 이동하기 시작하였었다.

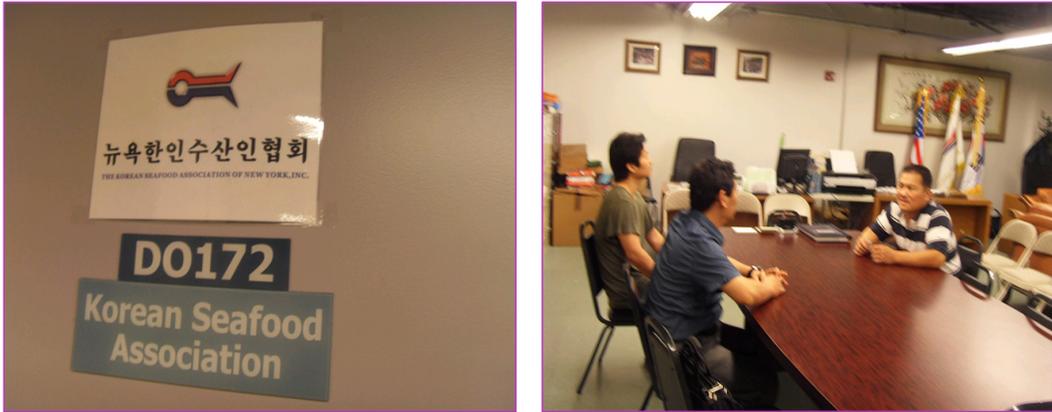
새로운 가능성과 도약을 꿈꾸는 뉴욕한인수산인협회

맨하탄 남부의 구 실플턴어시장은 이탈리아 상인과 심지어 마피아 조직과도 연계되어 지배하는 암흑시장이었으나, 1982년 제8대 협회회장(신만우)때부터 뉴욕시에 탄원 및 시위 등을 통해 단계적으로 한인들의 입지가 강화되었다고 한다. 이와 함께 때마침 뉴욕시의 마피아 소탕 작적과 연계하여 실플턴어시장은 한인 주도로 상거래 질서를 회복하기 시작하여, 현재의 상태로 발전하였다. 이제 뉴욕한인수산인협회는 업계의 결속과 발전 뿐 만아니라 교민사회의 장학사업 등을 추진하고 있다.

5) 이 시장에서 거래되고 있는 수산물들은 다음과 같다.

- Fresh fish : Amberjack, Anchovy, Halibut, Hake, Tuna, Pollack 등 52개 어종
- Fresh Seafoods : Crab, Lobsters, Shrimps 등의 28개 품목
- Frozen Fish & Fillets : 앤초비, 튜너, 살몬 등의 34개 품목
- Frozen Seafood : Abalone(전복), Crab, Shrimp 등의 16개 품목
- Salte & cutted : cod 등의 4개 어종
- Smoked : Tuna, cod 등의 12개 품목 등을 취급

6) THE KOREAN SEAFOOD ASSOCIATION OF NEW YORK, INC. 800 FOOD Center Drive, Unit # B96, Bronx, NY 10474, Tel : (718) 378-4848, Fax : (718) 378-4849, www.ksaofny.com



| 그림-6 뉴욕한인수산물협회(뉴욕수협) 방문 |

이들 협회 소속 한인 회원사들은 현재 맨하탄(Manhattan), 브루클린(Brooklyn), 스테튼아일랜드(Staten Island), 브롱스(Bronx), 퀸즈(Queens) 뿐만 아니라, 인근의 업스테이트 뉴욕(Upstate NY), 롱아일랜드(Long Island), 뉴저지(New Jersey) 지역 등에 200여 명이 분포하고 있다. 필자가 이국 만리에서 뉴욕한인수산물협회의 팻말과 사무국장님 얼굴을 보자 깊은 존경의 마음이 저절로 올라왔다. 이 같이 중요한 역할을 수행하고 있는 뉴욕 한인수협은 그동안 뿌리내린 기반을 토대로 제2단계 도약의 계기를 찾을 것으로 기대된다. 앞으로 국내 업체와 미국 뉴욕한인수협, 그리고 KMI 등을 유기적 연계시키면, 우리나라 수산물과 수산업의 글로벌화를 무난히 도모할 수 있는 밑거름이 되지 않을까 하는 성급한 생각도 해본다.