

---

# 2017년

## 우리 농식품 수출시장 다변화사업 계획

---

2017. 01.





# 2017 농식품 수출시장다변화 사업

한국농수산물유통공사  
수출전략처 시장다변화TF팀 성시찬 팀장

## 목 차

추진배경

1

추진사업 개요

5

추진사업 내용

9

월별 사업 추진계획(안)

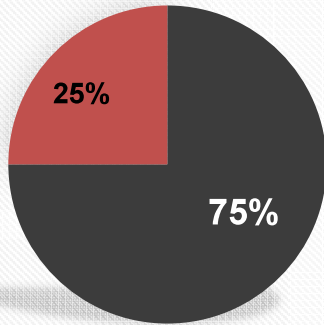
21

## 추진배경

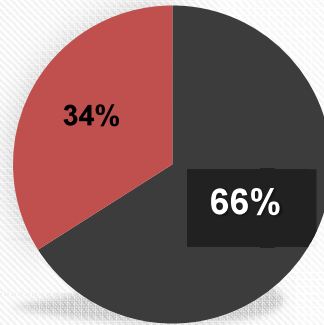
우리 농수산물 수출은 일부 국가(일본, 중국, 미국 등)에 과도하게 편중  
우리 농수산물 수출 상위 10개국 의존도는 **75%**에 달함

① 의존국의 시장상황 변화 시 급격한 수출여건 위기 초래

(농수산물) 상위 10개국 수출비중



(전체) 상위 10개국 수출비중



\* 농수산물 상위 10개국(수출액순) : 일본, 중국, 미국, 베트남, 홍콩, UAE, 대만, 호주, 인니, 필리핀

1

## 추진배경

농식품 수출액 1억불 이상 국가는 **13개국**에 불과  
13개국이 전체 농식품 수출에서 **81%**의 절대적 비중 차지  
반면 13개국은 농식품 **수출 정체** 상태로 신규 수출시장 개척필요성 긴요

② 농식품 수출확대를 위해서는 1억불 이상 수출 국가 확대 필요

\* 1억불 이상 수출대상국 : ('10) 9개국 → ('13) 11 → ('15) 13(일본, 중국, 미국, 베트남, 홍콩, UAE, 대만, 호주, 인니, 필리핀, 싱가포르, 캐나다)

(단위: 백만불)

| 구분 | 2010년 |        | 2011년 |        | 2012년 |         | 2013년 |         | 2014년  |         | 2015년  |         |
|----|-------|--------|-------|--------|-------|---------|-------|---------|--------|---------|--------|---------|
|    | 품목    | 금액     | 품목    | 금액     | 품목    | 금액      | 품목    | 금액      | 품목     | 금액      | 품목     | 금액      |
| 1  | 일본    | 1023.2 | 일본    | 1380.8 | 일본    | 1,407.6 | 일본    | 1,286.6 | 일본     | 1,316.3 | 일본     | 1,168.1 |
| 2  | 중국    | 556.1  | 중국    | 915.4  | 중국    | 906.4   | 중국    | 947.5   | 중국     | 987.1   | 중국     | 1,048.1 |
| 3  | 미국    | 376.6  | 미국    | 418.9  | 미국    | 473.1   | 미국    | 522.7   | 미국     | 594.3   | 미국     | 627.7   |
| 4  | 러시아   | 229.5  | 홍콩    | 274.2  | 베트남   | 284.0   | 베트남   | 353.7   | 홍콩     | 368.5   | 베트남    | 371.6   |
| 5  | UAE   | 219.8  | 러시아   | 237.3  | 홍콩    | 268.8   | 홍콩    | 346.0   | 베트남    | 357.9   | 홍콩     | 347.7   |
| 6  | 홍콩    | 215.8  | 대만    | 234.5  | 러시아   | 251.4   | 러시아   | 244.4   | 아랍에미리트 | 302.2   | 아랍에미리트 | 333.6   |
| 7  | 대만    | 188.9  | 베트남   | 214.0  | 대만    | 225.3   | 대만    | 234.5   | 대만     | 236.2   | 대만     | 255.9   |
| 8  | 베트남   | 121.1  | UAE   | 188.6  | UAE   | 221.7   | UAE   | 188.4   | 러시아    | 221.6   | 호주     | 151.7   |
| 9  | 이라크   | 115.0  | 태국    | 123.1  | 인도네시아 | 140.7   | 인도네시아 | 154.1   | 인도네시아  | 179.6   | 인도네시아  | 146.2   |
| 10 |       |        | 인도네시아 | 113.4  | 필리핀   | 106.5   | 필리핀   | 129.3   | 필리핀    | 136.1   | 필리핀    | 132.4   |
| 11 |       |        |       |        |       |         | 싱가포르  | 112.8   |        | 108.8   | 러시아    | 129.8   |
| 12 |       |        |       |        |       |         |       |         | 호주     | 108.5   | 싱가포르   | 110.7   |
| 13 |       |        |       |        |       |         |       |         |        |         | 캐나다    | 110.0   |

2

## 추진배경

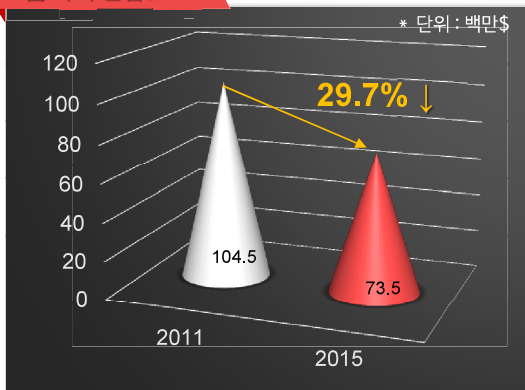
### 농식품 수출 편중에 따른 주요 수출 애로 사례 I



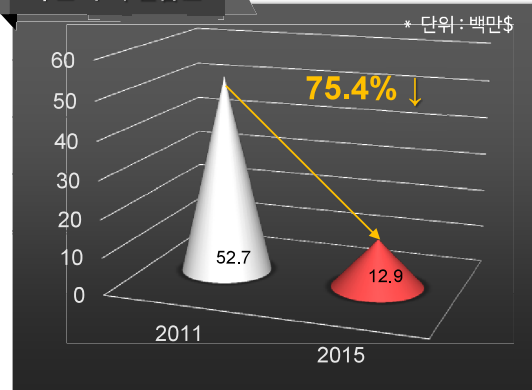
대일 농식품수출 의존도가 25%에 달했으나 반한 감정 등의 영향으로 수출 급감하면서, 특히, 일본 시장에 크게 의존하던 김치, 막걸리 업계는 큰 타격

\* 對日 농식품 수출 : ('11)1,380백만불 ('13)1,286 ('15)1,168

김치 수출감소



막걸리 수출감소



3

## 추진배경

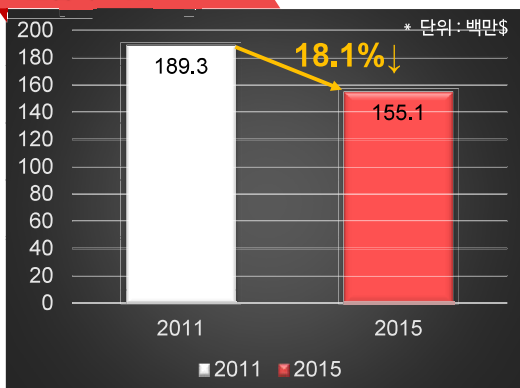
### 농식품 수출 편중에 따른 주요 수출 애로 사례 II



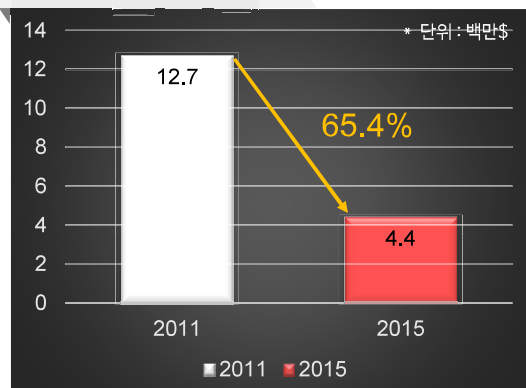
중국 정부의 반 부패 정책 시행으로 대 중국 주 수출품목에 큰 타격

- 중국 시장에 크게 의존하던 인삼, 심비디움(난초의 일종) 수출 급감

인삼 수출감소



심비디움 수출 감소

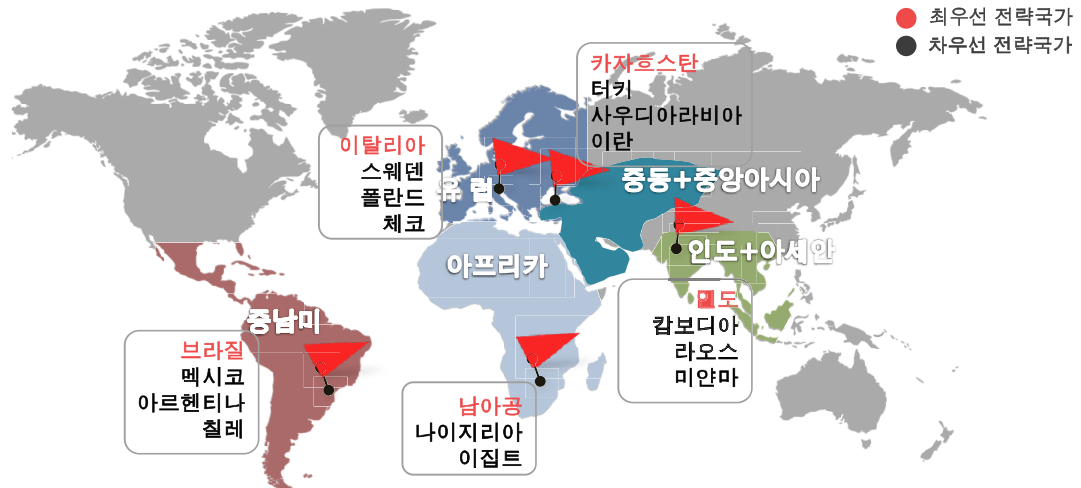


4

## 사업개요 > 전략국가

전략국가 선정절차 : ① 내부검토(11월) → ② aT 해외지사 검토(12월)  
→ ③ 수출업체 설문조사 및 수출업체·유관기관 면담(12월)  
→ ④ 시장다변화 전략국가 확정(1월초)

➤ 5개 권역, 최우선 전략국가 5개국, 차우선 전략국가 14개국



5

## 사업개요 > 전략국가

최우선 전략국가 : 이탈리아, 카자흐스탄, 인도, 브라질, 남아프리카공화국

➤ 최우선 전략국가란? 권역별 수출 거점기지로써 aT 파일럿요원 파견 근무  
aT파일럿 1명 + 청년파일럿 1명 + 현지 전문인력 1명



6

## 사업개요 > 전략국가

차우선 전략국가 : 폴란드·체코·스웨덴, 캄보디아·미얀마·라오스, 멕시코  
칠레·아르헨티나, 이집트·나이지리아, 사우디아라비아·이란·터키

➤ 차우선 전략국가란? 수출시장다변화 유망국가로서 aT해외지사  
(aT파일럿 포함)가 지원 관할



7

## 사업개요

### ➤ 사업목적

우리 농식품 수출시장 다변화사업 추진을 통한 한국 농식품의 수출시장 확대 및 안정적 수출여건 확보

### ➤ 사업대상

5개 권역별 전략국가 19개국에 우리 농식품 수출중이거나 수출을 희망하는 농식품 제조 및 수출 전문 업체 [리딩 중견업체, 유망 중소수출업체]

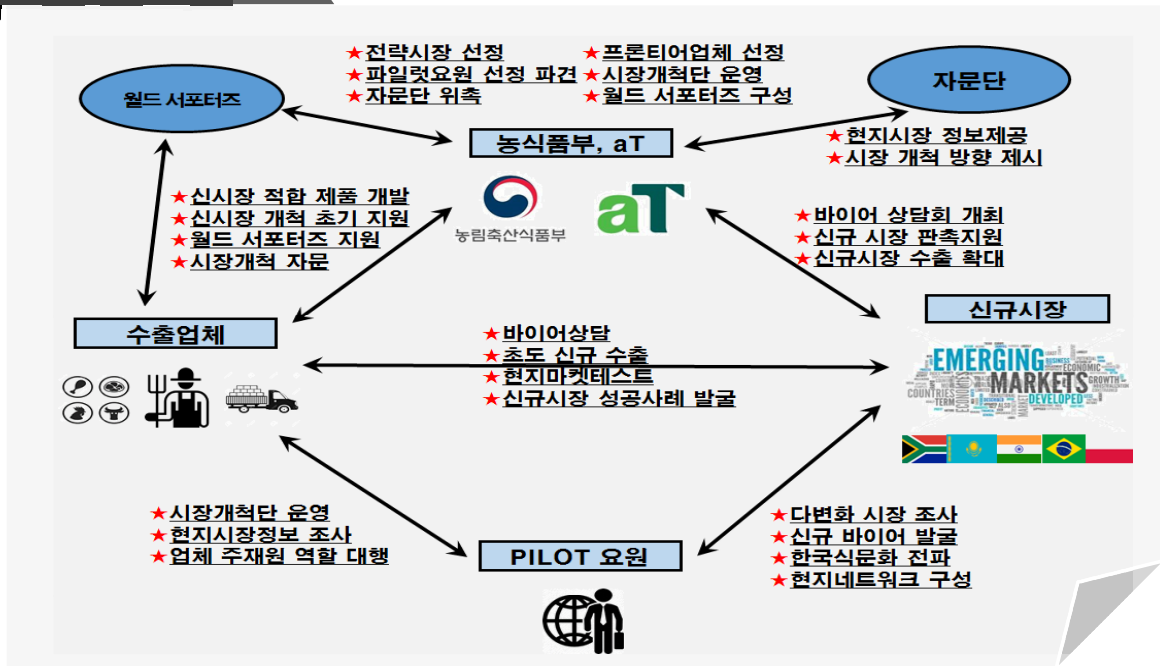
### ➤ 중점 사업방향

- (거점기지 구축) 전략국가를 중심으로 다변화국가 파일럿 요원이 활동하여 현지시장 정보 수집 및 바이어 발굴에 총력
- (적합품목 개발) 현지 시장 적합 전략품목 인큐베이팅을 위한 패키지지원
- (시장 리딩기업 발굴) 수출을 리딩하는 선도기업 발굴 및 개척사례 확보
- (중장기사업화) 실질적 성과창출을 통해 중장기 지원사업으로 자리매김

8

# 사업개요 > 사업체계도

## 전체 사업 체계도



9

## 주요 사업내용

### I. 시장다변화사업 자문단 운영

- **추진전략** : 시장 정보가 부족한 시장다변화 전략국가 전문 자문단을 구성 운영하여 사업전략 검토 및 수출업체 애로사항 자문 지원
  - **자문단 구성** : 전략시장에 연관있는 유관기관, 수출업체, 컨설팅업체 등 多분야 구성
- |           | 구 성                                        | 인 원 |
|-----------|--------------------------------------------|-----|
| 유관기관 / 협회 | 농촌진흥청, 한국농촌경제연구원, 코트라, 무역협회, 무역보험공사        | 8   |
| 수출업체      | 시장다변화 국가 기경험 수출업체(리딩기업), 전문 무역업체, 중소기업체    | 15  |
| 민간 전문가    | 검역, 수출, 통관, 포장, 컨설팅, 시장조사 등 여러 분야 민간기업 전문가 | 7   |
- **자문단 역할** : 미개척시장 관련 경험, 노하우 공유를 통해 시장개척 가이드 역할 수행
  - **추진절차**

➤ 자문단풀 구성  
(~'17. 1월)

➤ 자문위원  
위촉장 수여  
(~'17. 1월)

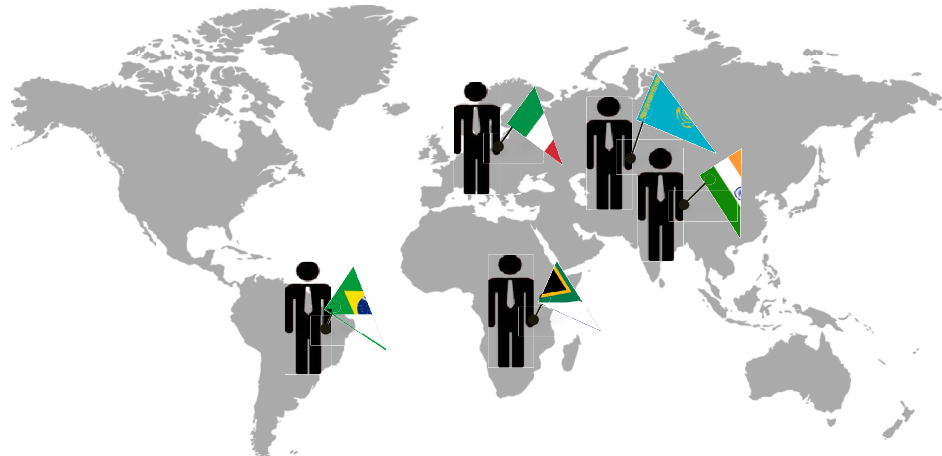
➤ 전체자문회의  
지역자문회의  
(분기, 수시)

➤ 최종 결과보고  
사업 평가  
('17. 11월)

10

## 주요 사업내용

### II. 전략국가 파일럿요원 파견



> 전략국가 aT파일럿  
최우선 국가 aT파일럿 각 3명  
(aT파일럿, 청년, 현지인력)  
차우선 국가 aT파일럿 각 1명

21



> 수출업체 파일럿 요원  
5개 권역  
권역당 각 4개사  
총 20개사, 20명 파일럿 파견

20



11

## 주요 사업내용



### II. 전략국가 파일럿요원 파견 > 수출업체

> 추진전략 : 미개척 시장의 물리적 한계 및 거점기지 부족으로 인한 수출 애로 극복을 위해 수출업체에서 직접 파일럿요원을 투입하여 적극적 시장개척 추진

#### > 사업 개요

- 사업량 : 5개 권역, 권역 당 각 4개사, 총 20개사 \* 사업추진 상황에 따라 조정 가능
- 파견대상 : 지역별 유망 품목 발굴 및 시장 개척을 리드할 수 있는 유망업체(공모선정)
- 파견기간 : 3개월 내외 \* 수출업체별 파견시기 상이

#### > 사업 내용

- (시장개척) aT파일럿요원 및 수출업체 요원 공동 바이어 발굴 및 시장개척노력
- (지원사항) 현지 사무소 공용 활용, 체재비 일부 지원, 청년인턴 활용지원 등

#### > 절차

> 수출업체  
파일럿모집  
('17. 1월)

> 수출업체  
파일럿선정  
(2월)

> 수출업체  
파일럿파견  
(3~9월)

> 수출업체  
파일럿복귀  
(10월)

12

## 주요 사업내용



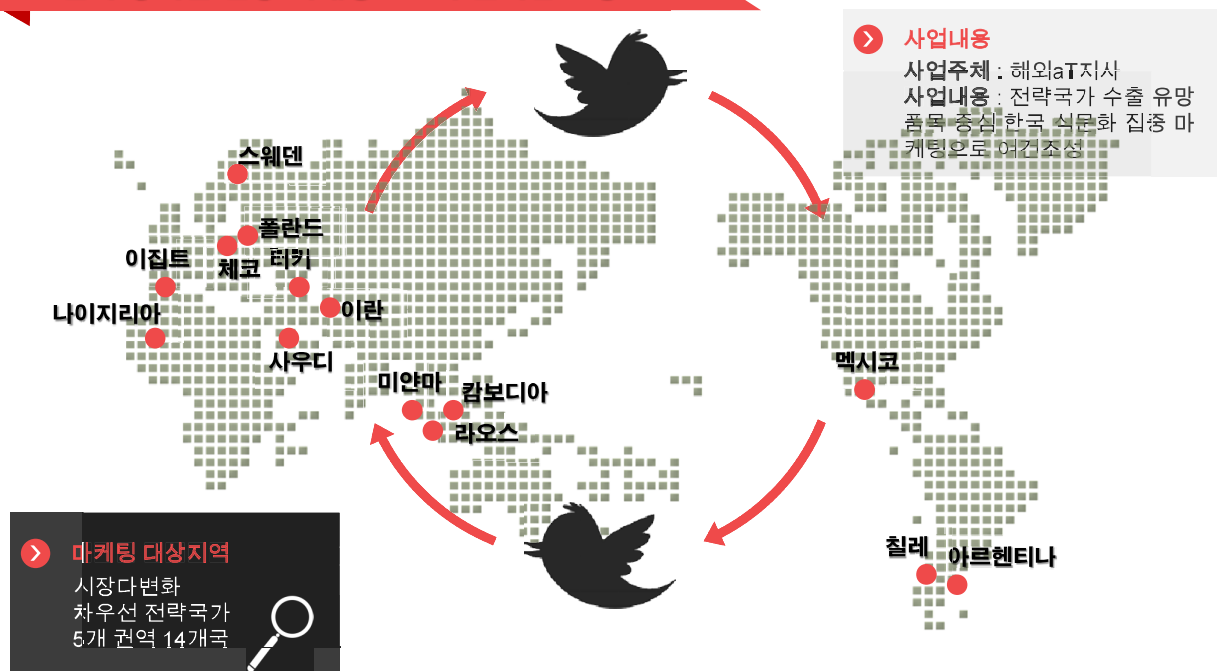
### III. 전략국가 시장개척단 및 IR 운영

- 추진내용 : 신규 시장 개척에 적극적인 수출업체들을 지원하여 수출 전략국가 현지에서 진행하는 투자상담회, 리서치투어, 비즈니스 포럼 등 개척 프로그램
- 추진개요
  - 추진시기 : (1차 파견) '17. 5~6월 / (2차 파견) '17. 7~9월
  - 선발대상 : 리딩 수출기업, 유망 수출업체, 협회, 유관기관 등 팀당 6~7명 구성
  - 파견지역 : 시장다변화 5개 권역 9개국 (팀별 최우선 전략국가 1개국, 차우선 1)
  - 파견기간 : 10~12일 수준
  - 내용 : 바이어 투자 상담회, 현지 식품시장 리서치, 비즈니스간담회, 현지 페스티벌 연계 한국 농식품 판촉전 및 마켓테스트 등
- 지원사항 : 참가업체 출장비(항공·숙박 등), 바이어 상담회 및 행사관련 비용 등
- 선정방법 : 참가업체 공개모집 및 평가를 통해 유력 농식품 수출업체 선정
- 선정일정 : 개척단 모집(1월) → 개척단 선정 및 교육(2월) → 개척단 파견(5, 9월)

13

## 주요 사업내용

### IV. 한국 농식품 집중 마케팅으로 수출여건 조성



14

## 주요 사업내용

### V. 프론티어 업체 인큐베이팅

- **추진전략** : 시장다변화 대상 국가 진출 희망 '프론티어 업체' 를 지원하여 전략적 수출 기반 및 경쟁력 향상 등을 위한 업체 맞춤패키지 지원

★ **업체 선택형 챌린지 메뉴팩 제도** ? 개별업체별 수출성숙도에 따라 신시장 개척 로드맵을 수립(by업체)하고, aT가 제공하는 다방면 지원사업 패키지에서 업체가 원하는 사업을 선택, 예산을 책정하여 aT승인 후 업체가 사업을 주체하고 aT가 정산하는 방식으로 운영



15

## 주요 사업내용

### V. 프론티어 업체 인큐베이팅

#### ➤ 사업개요

- (사업대상) 시장다변화 전략국가(19개국) 수출 희망 업체 (30개사 내외)
- (사업공모) 사업계획 공모 및 평가를 통해 지원업체 선정
- (사업추진) 사업공고(1.25예정) → 접수 → 업체 선정 → (업체활동 : 시장조사, 경쟁력 진단 → 상품개발 → 마켓 테스트 → 라벨링·통관 → 홍보·판촉) → 정산
- (지원내용) 업체별 소요비용의 80~90% / 지원한도 최대 110백만원
- ☞ (국내>상품개발) 시장조사, 상품개발, 브랜딩 및 모델링 등(한도 80백만원)
- ☞ (해외>시장개척) 마켓테스트, 홍보·판촉, 시험 수출, 식품인증 등(한도 30백만원)

#### ➤ 절차

➤ 수출업체 모집 ('17. 1~2월)

➤ 수출업체 평가, 선정 (2월)

➤ 수출업체 사업진행 (3~10월)

➤ 성과평가 정산 (11월)

16

## 주요 사업내용

### VI. 월드 서포터즈 운영

- 추진전략 : 시장다변화 대상 국가 소비자 식습관, 선호도 등을 감안한 유망수출식품 발굴을 위해 在韓 외국인 커뮤니티 Pool 활용을 통해 수출업체와 매칭자문 등을 실시하고 수출 적합 품목 발굴 및 개발에 기여
- 사업 내용
  - 서포터즈 구성 : 전략국가를 중심으로 총 100여명 구성 (국가별 10명 내외)
  - 서포터즈 자격 : 조리,식품관련 종사자, 유학생, 공관직원 등 재한 외국인
  - 서포터즈 역할 : 수출업체 자문단으로 활동, 번역/라벨링 등 언어적 지원 등



17

## 주요 사업내용

### VII. 우리 식문화 인지도 제고 기반 마련

- 추진전략 : 미개척시장의 우리 농식품 인지도 제고를 위하여 다양한 홍보를 제작



콘텐츠 개발  
마케팅 전략



스토리 텔링



홍보를 개발



★ 제작 방향 : 한국의 식문화 인지도가 낮은 현지 소비자를 타겟으로 한류문화와 연계하여 한식 및 수출 농식품의 건강,맛,고급화된 이미지를 부각

18

## 월별 사업 추진 계획(안)

| 구분           | 1월                                                                        | 2월               | 3월             | 4월                                                        | 5월     | 6월            | 7월     | 8월 | 9월         | 10월  | 11월              |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------|-----------------------------------------------------------|--------|---------------|--------|----|------------|------|------------------|
| 전문가자문단       | 세부계획 수립                                                                   | 회의               | 지역별 회의, 상시자문 등 |                                                           |        |               |        |    |            |      | 사업결산 및 '18년 사업자문 |
| 수출업체 파일럿 요원  | 요원 선발                                                                     | 파견 준비            | 파견             | 사업수행 (3개월 내외)<br>- 바이어구축, 시장조사, 안테나숍 운영관리, 시장개척단 추진, 홍보 등 |        |               |        |    |            |      | 복귀 결과보고          |
| 시장 개척단       | 시개단 모집                                                                    | 운영업체선정<br>시개단 선정 |                | 시개단 준비                                                    | 파견(1차) | 시개단 준비        | 파견(2차) |    | 피드백 및 사후관리 |      |                  |
| 전략국가 집중마케팅   | 해외지사별 전략국가(파일럿 미파견 지역) 대상 집중마케팅 추진<br>- 권역·국가·마케팅 물·횡수 및 기간 등 지정하여 자율적 운영 |                  |                |                                                           |        |               |        |    |            |      |                  |
| 프론티어업체 인큐베이팅 | 업체 모집 및 접수                                                                | 업체 선정            | (수출전략형) 사업추진   |                                                           |        |               |        |    |            |      | 정산 사례홍보          |
|              |                                                                           |                  | (시장개척활동) 사업추진  |                                                           |        |               |        |    |            |      |                  |
| 월드서포터즈       | 업계의견수렴                                                                    | 서포터즈 구성          |                | 서포터즈 활동 및 보고<br>SNS 마케팅, 마켓테스트 활동                         |        |               |        |    |            |      |                  |
| 전략품목 발굴 품평회  |                                                                           | 품평회참여 수출업체 모집    |                | 품평회 개최                                                    | 결과 보고  | 전략국가별·전략품목 발굴 |        |    |            | 사례발굴 |                  |
| 식문화 인지도제고    | 세부계획수립                                                                    | 업체 선정            | 홍보영상제작         |                                                           | 영상을 활용 |               |        |    |            |      |                  |



# 감사합니다.

2017년 시장다변화사업이 출범합니다.  
여러분들의 많은 관심과 참여를 통하여  
다양하고 새로운 시장이 열릴 수 있도록  
aT가 여러분과 함께 하겠습니다.



---

# 2017년

## 우리 농식품 수출시장 다변화사업 계획

---

2017. 01.



# 차 례

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| I. 사업개요 .....                          | 1  |
| II. 2017년도 사업계획 .....                  | 4  |
| 1. 시장 개척플랫폼 구축·운영 .....                | 4  |
| 가. 시장 다변화 사업 자문단 구성 운영 .....           | 4  |
| 나. Pilot 요원 파견·운영 .....                | 5  |
| 다. 수출업체 시장개척요원 파견(민간 전문가 육성) .....     | 6  |
| 라. 시장 개척단 파견 및 연계 행사 추진 .....          | 6  |
| 2. 프론티어 업체 인큐베이팅 .....                 | 8  |
| 3. 시장다변화를 위한 국내 기반 마련 .....            | 9  |
| 가. 월드 서포터즈 운영(在韓 외국인 활용) .....         | 9  |
| 나. 전략품목 발굴 대규모 품평회 개최(월드서포터즈 연계) ..... | 10 |
| 다. 미개척 시장 우리 식문화 인지도 제고 기반 마련 .....    | 11 |
| 붙임 .....                               | 12 |



## 1. 추진배경

- 우리 농수산물식품 수출이 일본, 중국, 미국 등 일부 국가에 과도하게 편중되어 해당 주요국에의 시장상황 등 변화 시 급격한 수출여건 변동 초래

\* 농 식 품 : 상위 10개국 수출액(45.8억달러)이 전체(61.1)의 75% 차지  
 \* 국가전체 : 상위 10개국 수출액(3,514억달러)이 전체(5,267)의 66% 차지

### < 주요사례 >

- (일본) 엔저 장기화, 반한 감정 지속 등으로 농식품 수출 감소 및 점유율 감소  
 \* 對 일본 농식품 수출 : ('11)1,380백만달러 → ('12)1,407 → ('15) 1,168
- (중국) 중국 정부의 반 부패 정책 시행 등으로 인삼(△51.0%), 화훼(△46.4%) 등 수출 급감

- 연간 농식품 수출액 1억불 이상 국가\* 13개국에 불과하나 13개국 수출액이 전체 농식품 수출에서 차지하는 비중은 81%로 절대적 비중 차지

\* 일본(1,168백만달러), 중국(1,048), 미국(627), 베트남(371), 홍콩(347), UAE(333), 대만(255), 호주(151), 인니(146), 필리핀(132), 러시아(129), 싱가포르(110), 캐나다(110)

## 2. 추진목적

- 우리 농식품 수출시장 다변화를 통한 수출확대 및 안정적 수출여건 확보

## 3. 지원대상

- 시장개척 대상 주요 5개 권역별 최우선 및 차순위 국가 선정

| 권역(5) | 최우선 국가(5) | 차순위 국가(6+8)     |
|-------|-----------|-----------------|
| 아세안   | 인도        | 미얀마, 캄보디아, 라오스  |
| 중남미   | 브라질       | 멕시코, 아르헨티나, 칠레  |
| 중 동   | 카자흐스탄     | 터키, 사우디아라비아, 이란 |
| 유 럽   | 이탈리아      | 스웨덴, 폴란드, 체코    |
| 아프리카  | 남아공       | 나이지리아, 이집트      |

\* 상기 전략국가는 향후 시장 상황 등을 통하여 조정 가능

\* 최우선 국가(5개국)에는 파일럿, YAFF요원 파견, 현지직원 고용, \* 차순위 국가 중 6개(불덕채) 중점국가는 현지직원 고용을 통해 파일럿요원 및 관할 aT해외지사에서 관리

- 5개 권역별 전략국가에 우리 농식품을 수출중이거나 수출을 준비 중인 제조 및 수출업체[전문수출업체, 리딩·중견업체, 유망 중소수출업체], 바이어

#### 4. 사업방향

- 수출 비중이 낮은 중남미(전체 수출액의 1.7%), 아프리카(1.1%) 등 성장 잠재권역과 아세안\*(17.5%), 중동(8.4%)\*\*, 유럽(5.5%)\*\*\*등 약진 필요 총 5개 권역을 지원 대상 선정

\* 아세안 10개국 + 인도, \*\* 중동+카자흐, 우즈벡, \*\*\* 유럽 : EU 25개국

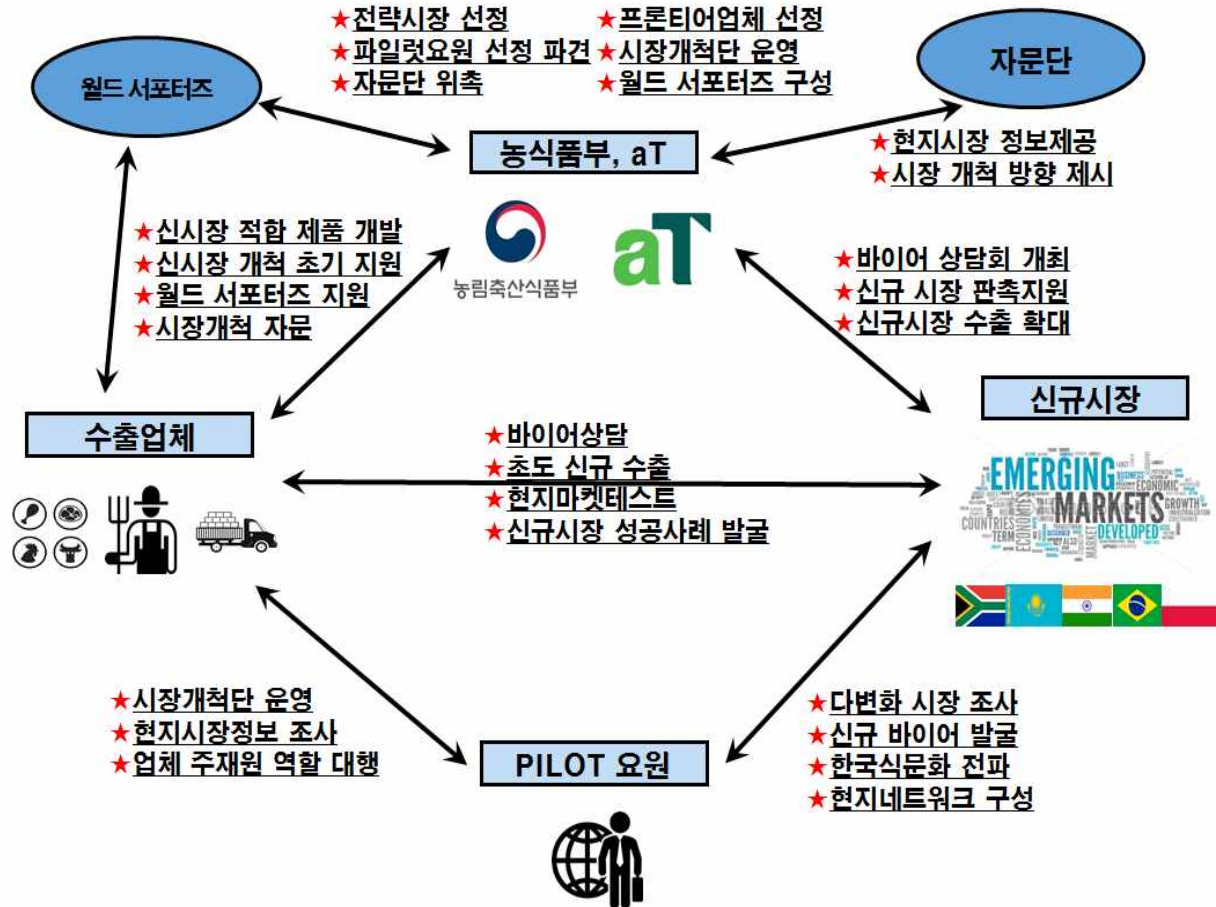
- ('17년) 수출개척협의회 등 민관 협의체, 권역별 사전 수요조사\* 등을 통해 타겟 국가 선정하여 '시범사업'으로 운영 후 '18년 이후 중장기 사업토대 마련
- 플랫폼 구축 사업을 통해 수집된 정보(소비자·바이어 수요 등)는 소사업 관계자, 지원업체 간 상시 공유체계 마련
  - 제품 인큐베이팅 사업을 통해 개발된 제품이 파일럿요원 및 프론티어 업체 지원을 통해 현지에 진출할 수 있도록 사업간 연계 강화

#### <월별 사업추진계획(안)>

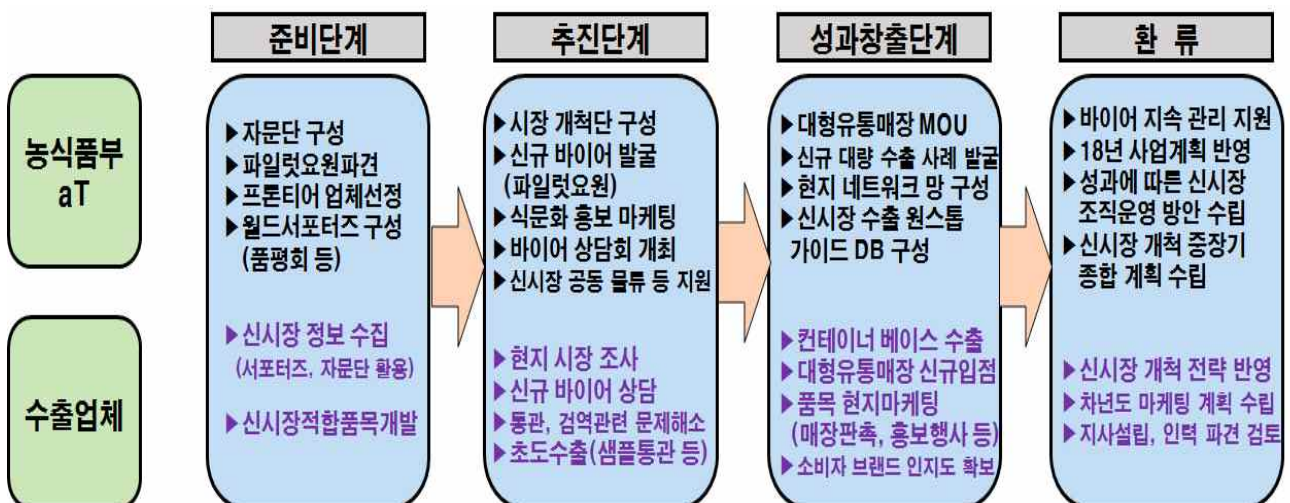
| 구분            | 1월                                                                        | 2월             | 3월             | 4월                                                        | 5월     | 6월              | 7월     | 8월 | 9월     | 10월   | 11월             |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|-----------------------------------------------------------|--------|-----------------|--------|----|--------|-------|-----------------|
| 전문가 자문단       | 세부계획 수립                                                                   | 회의             | 지역별 회의, 상시자문 등 |                                                           |        |                 |        |    |        |       | 사업결산 및 '18년사업자문 |
| 수출업체 파일럿 요원   | 요원 선발                                                                     | 파견 준비          | 파견             | 사업수행 (3개월 내외)<br>- 바이어구축, 시장조사, 안테나숍 운영관리, 시장개척단 추진, 홍보 등 |        |                 |        |    |        |       | 복귀 결과보고         |
| 시장 개척단        | 시개단 모집                                                                    | 운영업체선정 시개단 선정  |                | 시개단 준비                                                    | 파견(1차) |                 | 시개단 준비 |    | 파견(2차) |       | 피드백 및 사후관리      |
| 전략국가 집중마케팅    | 해외지사별 전략국가(파일럿 미파견 지역) 대상 집중마케팅 추진<br>- 권역·국가·마케팅 톨·횟수 및 기간 등 지정하여 자율적 운영 |                |                |                                                           |        |                 |        |    |        |       |                 |
| 프론티어 업체 인큐베이팅 | 업체 모집 및 접수                                                                | 업체 선정          | (수출전략형) 사업추진   |                                                           |        |                 |        |    |        |       | 정산 사례 홍보        |
|               |                                                                           |                | (시장개척활동) 사업추진  |                                                           |        |                 |        |    |        |       |                 |
| 월드서포터즈        | 업계 의견 수렴                                                                  | 서포터즈 구성        |                | 서포터즈 활동 및 보고<br>• SNS 마케팅, 마켓테스트 활동                       |        |                 |        |    |        |       |                 |
| 전략품목 발굴 품평회   |                                                                           | 품평회 참여 수출업체 모집 |                | 품평회 개최                                                    | 결과 보고  | 전략 국가별·전략 품목 발굴 |        |    |        | 사례 발굴 |                 |
| 식문화 인지도제고     | 세부계획 수립                                                                   | 업체 선정          | 홍보영상제작         |                                                           | 영상물 활용 |                 |        |    |        |       |                 |

## 6. 사업체계

### □ 시장다변화 사업 체계도(사업 주체별)



### □ 시장다변화 사업 체계도(단계별)



## Ⅱ

## 2017년도 사업계획

### 1

### 시장 개척 플랫폼 구축·운영

#### 가

#### 시장다변화사업 자문단 구성 운영

##### □ 중점 추진전략

- 시장 진출 정보 부족한 시장다변화 사업 자문단 구성을 통한 진출전략 수립
- 자문단 구성
  - 유관기관·수출업체 등으로 구성하여 사업방향에 대한 자문(유관기관), 지원내용 및 업체 간 협력사업 추진(수출업체)
  - \* 구성원 및 구성인원은 사업추진상황에 따라 변경 가능

##### □ 세부 추진계획

- 사업내용
  - 자문단 구성 : 유관기관, 수출업체 등 권역별 전문가 약 30명 위촉

| 구 분  | 구 성 원                                 | 인 원 |
|------|---------------------------------------|-----|
| 유관기관 | 유관기관 전문가<br>(KOTRA, 무역협회, KREI, 학계 등) | 15명 |
| 수출업체 | 미개척국가 전문무역업체,<br>리딩 수출기업, 중소수출업체 등    | 15명 |

- 자문단 운영 : 수시
- 자문단 역할
  - 정보가 부족한 미개척시장 진출 전략 수행 시 시행착오를 최소화하고 성공적인 시장개척 가이드 역할 수행 가능
  - 수출업체 애로사항 등 의견수렴하여 해결방안 코칭 및 자문 역할

##### □ 사업추진 체계



## 나

## Pilot 요원 파견·운영

### □ 중점 추진전략

- 시장다변화 대상 지역에 대한 현지 주요 바이어, 대형유통매장 발굴, 수출확대 가능성이 높은 품목 발굴, 우리 농식품 수출 가능성 정보조사 등을 위하여 '최우선 국가'에 Pilot 요원 파견
  - 5개 핵심 권역(아세안·인도, 중남미, 중동·중앙아, 유럽, 아프리카) 내 '최우선 국가' (5개국)에 Pilot 요원(각 1명) 파견 운영(aT 파견 1, 청년인턴 1, 현지채용 1)
  - '차순위 국가' 중 중점국가에(6개국) 현지직원을 각 1명 선발하여 관할 해외 지사에서 지원
- \* 최우선 국가(인도, 브라질, 카자흐스탄, 이탈리아, 남아공)
- \* 차순위 국가 중 중점국가(캄보디아, 미얀마, 라오스, 멕시코, 터키, 스웨덴)

### □ 세부 추진계획

- 사업개요
  - 운영기간 : '17.3~'17.11월
  - 파견국가 및 인력 : 최우선 전략국가에 각 3명, 차순위 개척국가에 각 1명 운영

| 구 분      | 국 가 명                        | 대상 국가당 운영인력 |      |      |
|----------|------------------------------|-------------|------|------|
|          |                              | aT파일럿       | 청년인턴 | 현지채용 |
| 최우선 전략국가 | 인도, 브라질, 카자흐, 이탈리아, 남아공      | 1           | 1    | 1    |
| 차순위 개척국가 | 미얀마, 캄보디아, 라오스, 멕시코, 터키, 스웨덴 | -           | -    | 1    |

\* 현지여건 추가검토 및 자문단 의견을 종합하여 전략국가 최종결정 추진

### ○ 주요 활동 내용

- (현지 시장조사) 농식품 수출 프로세스, 검역·관세, 시장트렌드, 수입상품 유통현황, 수출확대 가능성이 높은 유망 품목 정보 조사 등
- (현지 네트워크 구축) 신규 유망 바이어 발굴, 대형유통매장 등 수요처 개발, 기타 전문가(검역통관, 현지법 등) 발굴, 현지 바이어 연합회 결성 등

## 다

### 수출업체 시장개척요원 파견(민간 전문가 육성)

#### □ 중점 추진전략

- aT와 민간이 공동으로 미개척시장에 파일럿 요원을 파견하여 사업 추진의 연계성 및 효과성 제고
  - 지역별 유망품목 수출업체의 시장개척 요원을 미개척시장에 파견 지원
  - 수출업체 파일럿 요원은 해당 품목에 대한 자체 바이어 매칭 수출 및 시장 조사를 담당하고 aT 파일럿 요원은 정부의 수출지원기능 수행
- 미개척시장의 농식품 수출전문가 부족으로 인한 시장 다변화의 애로 해소를 위해 현지 파견 지원을 통한 유망시장·품목 민간전문가 집중 육성

#### □ 세부 추진계획

- 사업개요
  - 사업량 : 5개 권역, 권역 당 각 4개사, 총 20개사
    - \* 사업량은 업체 수요 및 상황에 따라 변경 가능
  - 파견대상 : 지역별 유망 품목 시장 개척 확대를 리드할 수 있는 유망업체
  - 파견기간 : 3개월 내외
    - \* 파견기간은 수출업체의 현지 시장개척 상황에 따라 탄력적으로 조정 운영
- 주요 사업 내용
  - (시장개척) aT·민간 공동 전방위 해외시장개척 추진
    - aT파일럿요원 및 수출업체 요원 공동으로 바이어를 발굴하고 계약 성사 노력
  - (시장조사) 품목별 시범통관 등을 통하여 통관·검역 절차상 애로사항 조사, 품목 시장 동향 조사 등 실시하고 결과 공유
  - (기타사항) 수출업체와 청년인턴 매칭, 서비스 사무실 공동 근무, 체재비 일부 지원 등

## 라

### 시장 개척단 파견 및 연계 행사 추진

#### □ 중점 추진전략

- 현지 바이어와의 상담, 유망상품 시장성 테스트, 비즈니스 포럼 개최 및 대형유통업체와의 MOU 체결 등

## □ 세부 추진계획

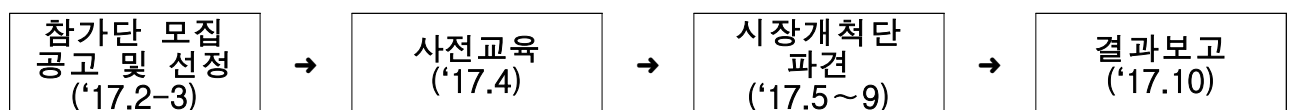
### ○ 사업개요

- 추진시기 : '17. 5~9월
  - (1차 파견) '17. 5~6월 / (2차 파견) '17. 7~9월
  - \* 추진 기간은 사업추진상황에 따라 변경가능
- 시장 개척단 파견
  - (선발대상) 리딩 수출기업, 유망 수출업체, 협회, 유관기관 등으로 구성
  - (파견지역) 전략 시장개척국가 5개 권역 9개국
  - (개척단 구성) 총 10개 팀(팀당 6~7명으로 구성)
  - (소속별 구성) : 수출업체 3\*, 협회 1, 유관기관 1, aT 1 등
  - \* 수출업체 : 전문수출업체 1, 리딩·중견기업 1, 중소수출업체 1
  - \*\* 구성인원은 권역별 상황에 따라 탄력적으로 운영 / 권역별로 1차, 2차 각 1개 팀 파견
  - (파견기간) 팀별 10일~12일 수준
  - (주요활동) 바이어 초청 상담회, 시장 조사, 비즈니스 간담회 개최 등
- 시장 개척단 연계 행사 개최
  - 대형유통매장 판촉전, 우리 농식품 홍보행사 등 연계 추진

### ○ 업체선정 및 지원 사항

- (선정방법) 공개모집 및 평가를 통하여 유력 농식품 수출업체 선정
- (지원사항) 참가업체 출장비(항공·숙박 등), 바이어 상담회 및 행사관련 비용 등
- \* 업체 선정기준, 업체 수 및 지원사항 세부내역은 별도 검토
- \* 대기업의 경우 비용의 일부 자부담(자부담 비율은 별도 결정)

## □ 사업추진 절차



## □ 시장개척단 성과측정

- (계량) 바이어 상담회 참가를 통한 상담실적, 대형유통업체 MOU 체결
- (비계량) 현지시장 적합형 수출상품 개발 성공사례 발굴

## 2 프론티어 업체 인큐베이팅

- 사업목적 : 프론티어 수출업체의 신 시장 진입품목에 대한 패키지 지원을 통해 업체 주도적 시장개척 활동 지원 및 수출 성공 사례 창출
- 지원대상 : 시장다변화 전략국가에 농식품 수출희망 업체 30개사 내외
  - 전문수출업체·제조수출업체, 리딩·중견업체, 유망 중소수출업체 등
- 지원분야 : 수출전략형 제품 인큐베이팅 및 시장개척 활동 지원
  - 수출로드맵에 따른 지원사업을 통합하여 선택 가능한 패키지 형태로 지원



\* 패키지 사업내역은 수출업체 모집공고 시 별도 공고예정

- 추진방법
  - (사업공모) 사업계획 공모 및 평가를 통해 지원업체 선정
    - \* 제품개발 및 시장개척은 수출업체와 바이어 및 연구기관과 협업 가능
  - (사업추진) 사업공고 → 공모 접수 → 업체 선정 → (업체활동 : 시장조사·경쟁력진단 → 상품개발 → 마켓 테스트 → 라벨링·통관지원 → 현지 홍보·판촉) → 사업정산
- 지원사항 : 사업 집행비용의 80~90% (최대 지원한도 110백만원)
  - 성과평가 결과에 따라 업체별 지원비율 확정
- 지원업체 평가 및 선정
  - 선정절차 : (1단계) 서류를 통한 적격여부 심사(aT담당부서) → (2단계) 제안사 발표 및 면접을 통한 평가위원회 심사
  - 평가기준 : 경영안정성, 업체 역량 및 수출의지, 사업계획의 적정성 등

## 3

## 시장다변화를 위한 국내 기반 마련

## 가

## 월드 서포터즈 운영(在韓 외국인 활용)

## □ 중점 추진전략

- 시장다변화 대상 국가의 소비자 식습관, 선호도, 맛 등을 감안한 유망수출품목 발굴을 위하여 在韓 외국인 커뮤니티 Pool을 구성하고 수출업체와 매칭자문 등을 실시하여 수출 적합 품목 발굴 및 개발

## □ 세부 추진계획

## ○ 사업개요

- 추진시기 : '17. 3~12월
- '월드 서포터즈' 구성(안)

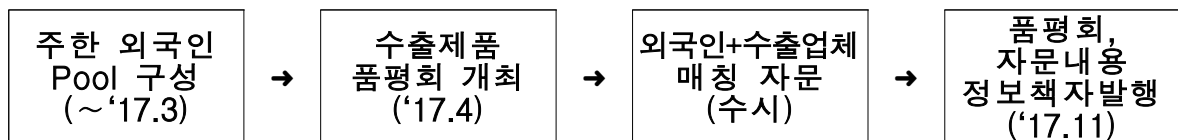
| 구분      | 구성원                               | 인원                                          |
|---------|-----------------------------------|---------------------------------------------|
| 월드 서포터즈 | 주한 공관 직원, 유학생, 조리 및 식품관련 업계 종사자 등 | 100명(권역별 20명)<br>*전략국가 중심으로<br>국가별 10명 모집예정 |

- 주요 역할 : 유학생 등 외국인 Pool을 구성하여 수출전략 상품의 전략시장 진출 가능성 검토, SNS 마케터활동, 수출업체와의 매칭 자문(통·번역, 라벨링, 포장, 진출 방안 등) 등

- 월드시포터즈 운영 대상국 농식품 수출확대 아이디어 공모 등 활동 병행 추진

\* 매칭 자문 관련 비용 등은 별도 선정을 통해 예산으로 지원

## ○ 사업추진절차



## 나

## 전략품목 발굴 대규모 품평회 개최(월드서포터즈 연계)

### □ 세부 추진계획

#### ○ 사업개요

- 추진시기 : '17. 4월 중
- 품평단원 : 총 100인(인도 20명, 중동 20, 남미 10, 아시아 20, 아프리카 15, 유럽15)  
\* 전략국가를 중심으로 국가별 10명 수준으로 모집 / 교수, 학생, 셰프, 일반인 등 구성
- 평가품목 : 신시장 개척을 희망하는 수출업체 50업체, 200여개 품목
- 개최장소 : 양재동 aT센터
- 주요내용 : 전략국가를 국적으로 하는 국내 거주 외국인을 대상으로 현지 시장성 및 전망성을 사전 판단할 수 있도록 대규모 품평회 개최

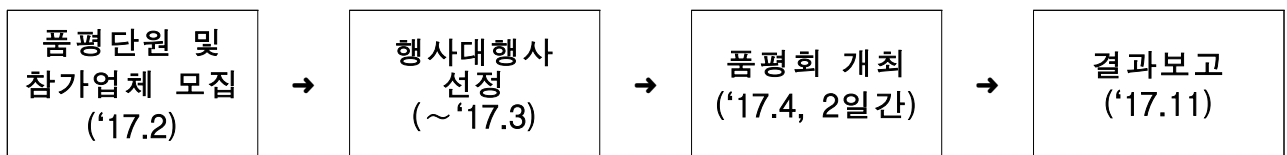
#### ○ 주요 행사 내용

- (대규모 품평회) 수출을 희망하는 참가품목을 품평단의 시식 및 평가후기를 작성하여 결과를 토대로 수출전략 품목 선발대회 실시
- (시장성진단 프로그램) 평가단원 중 셰프를 활용하여 국내 수출업체간 시장성 및 개선점 등 퍼스널 진단인터뷰 지원
- 품평단 중 '월드 서포터즈' 모집 및 신청 추진

#### ○ 기대효과

- 직접 현지에서 시장성을 평가하기 이전 국내에서 현지인들을 대상으로 품목별 맛·시장성 등을 평가함으로써 1차적 품목검증 기회로 활용

### □ 사업추진 절차



### □ 후속조치

- 품평회에 전략품목으로 선정된 수출업체는 해당국가의 시장개척단 참여 및 프론티어 업체 지원기회 제공 참여기회 제공
- 상담 품목에 대한 국가 적합성 평가 정보 취합 등을 통해 업계 공유

## 다

## 미개척 시장 우리 식문화 인지도 제고 기반 마련

### □ 중점 추진전략

- (문제점) 농식품 수출은 현지국 소비자의 한국 음식에 대한 인지도가 기반이 되어야 하나 미개척 시장에서는 인지도 기반 부재
- (추진방안) 미개척 국가 소비자를 대상으로 한국의 식문화 고급 이미지를 전달 할 수 있는 동영상 등 각종 홍보물 제작 및 현지 활용

### □ 세부 추진계획

#### ○ 사업개요

- 추진시기 : '17. 2 ~ 11월
- 제작콘텐츠 : 한국의 식문화, 농식품에 대한 인지도가 매우 낮은 국가 소비자를 대상으로 이해가 쉽고 고급 이미지를 전달할 수 있는 동영상 등 홍보물 제작

\* 전략국가별 특성을 감안하여 국가별 영상물 제작

- 활용방안 : 현지 동영상 홍보 채널 방영, 현지 한국 농식품 바이어 판촉 행사, 안테나샵, 우리 농식품 홍보행사 등 수출개척 활동에 다양하게 활용

#### ○ 영상물 제작 방향

- 한국의 식문화에 대해 인지도가 낮은 소비자를 타겟으로 한식 및 수출 농식품의 고급이미지를 부각
- 수출되는 농식품이 소수인 점을 감안하여 품목별 홍보는 지양하고 한국 식문화의 전체적인 홍보 위주로 영상물 제작

\* 한국의 식문화에 대한 현지인들의 낮은 인지도를 감안 세부적인 설명 보다는 한류 문화와 연계한 고급 이미지 위주의 광고물 제작

#### ○ 기대효과

- 영상물 제작 및 활용으로 한국의 식문화를 미개척시장에 보급하여 향후 우리 농식품 수출 기반 마련

## 붙임 1

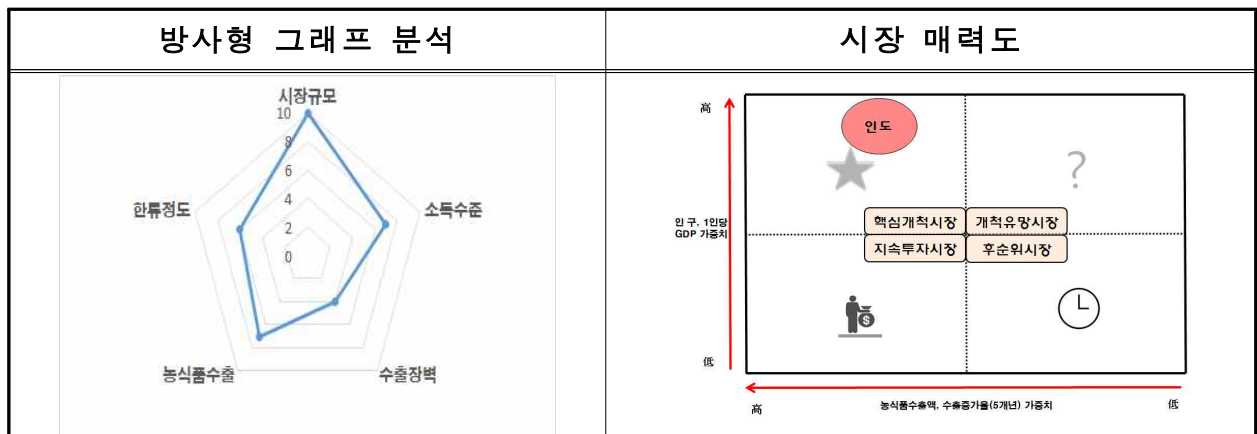
## 권역별 최우선 전략국가 선정

### 가

### 아세안+인도 권역 분석

#### ★(최우선 전략국가) 인 도

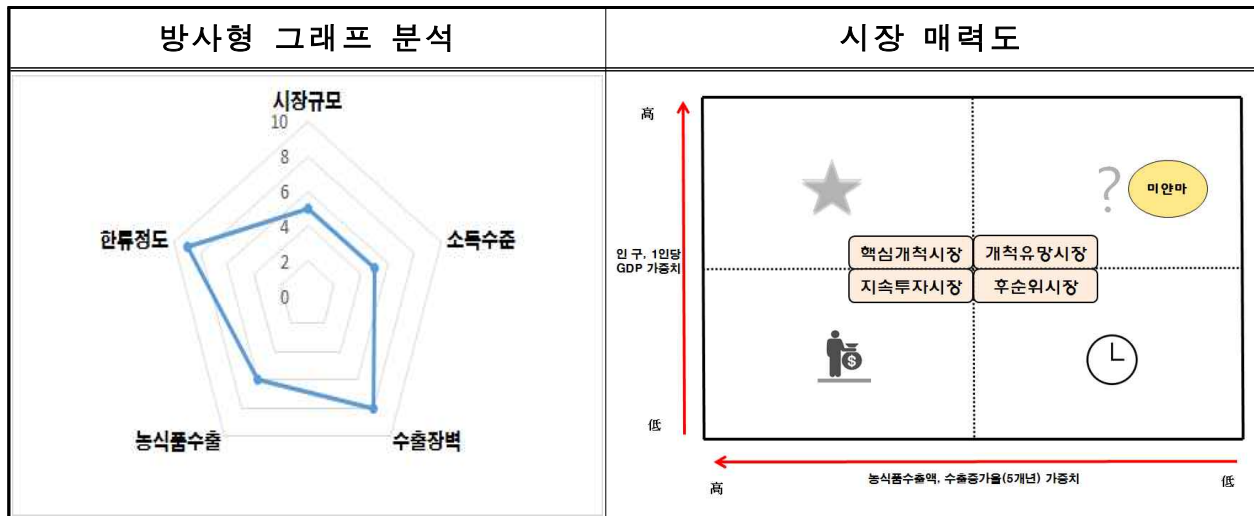
| 지표<br>국가                                                                          | 시장규모                                                                                                                            | 소득수준                                                                                                                                                | 수출장벽                                                                                                                                           | 농식품수출                                                                                                                                                                  | 한류정도                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <b>10</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>세계 2대 인구 대국으로 '22년 세계최대로 전망</li> <li>농식품 수입액 세계 16위로 수입 증가율 확대 중</li> </ul> | <b>7</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>1인당 평균 GDP는 1,600달러에 불과하나 중산층 인구는 2억7천만명이며 '25년까지 총인구의 41%로 증가 전망 *연소득 4.2백 ~ 210백달러)</li> </ul> | <b>4</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>비관세 장벽이 높은 국가 중 하나로 농식품 수출에 가장 큰 애로로 작용</li> <li>RF를 통한 비정상 통관이 만연해 있어 초기시장개척어려움</li> </ul> | <b>7</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>우리농식품수출시장 규모가 커지고 있음(최근 5개년 16% ↑)</li> <li>라면 등 가공식품을 중심으로 수출증가 추세</li> <li>한·인 검역협상 타결로 사과, 배, 모과 수출가능</li> </ul> | <b>6</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>인도 한류는 조사 국가 평균보다 약간 낮은 수준이나 지속적으로 확대 중</li> <li>현지 체류 중인 교포수가 10천명 이상으로 수요 기반 존재</li> </ul> |



- 시장 규모 및 미래 성장가능성, 농식품 수출 증가율은 매우 높으나 현재 소득수준 및 비관세 장벽이 높은 국가로 총 평가점수는 34점

#### [ 미얀마 ]

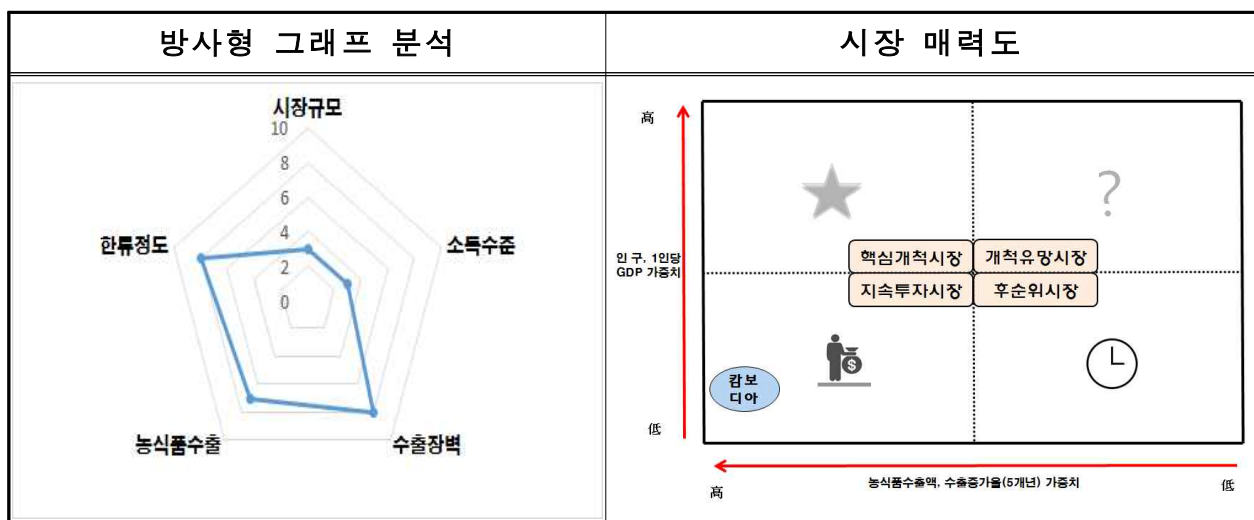
| 지표<br>국가                                                                            | 시장규모                                                                                                                               | 소득수준                                                                                                                               | 수출장벽                                                                                               | 농식품수출                                                                                                                               | 한류정도                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <b>5</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>아세안 국가 중 인구 규모가 큰 국가 중 하나</li> <li>최근 미국 경제 제재조치 철폐로 투자확대 및 시장 확대 전망</li> </ul> | <b>5</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>1인당 소득 수준은 낮은 편이나 지속적으로 성장 추세</li> <li>최근 국제 원자재 가격 하락으로 인하여 GDP에 타격</li> </ul> | <b>8</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>수출 관세·비관세장벽이 높지 않아 신규품목 수출이 상대적으로 용이</li> </ul> | <b>6</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>시장 개척 초기 단계로 수출액 20백만불 수준</li> <li>주요 수출품이 면류, 음료 등 소비재로 수출 확대 가능성 높음</li> </ul> | <b>9</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>한류지수가 가장 높은 국가 중 하나로 한류와 연계한 수출 여건이 좋음</li> </ul> |



- 한류가 높고 수출장벽은 낮으며 향후 성장 가능성이 높으나 시장 개방 초기단계로 인프라 미흡, 낮은 소득 수준으로 **총 평가점수는 33점**

## [ 캄보디아 ]

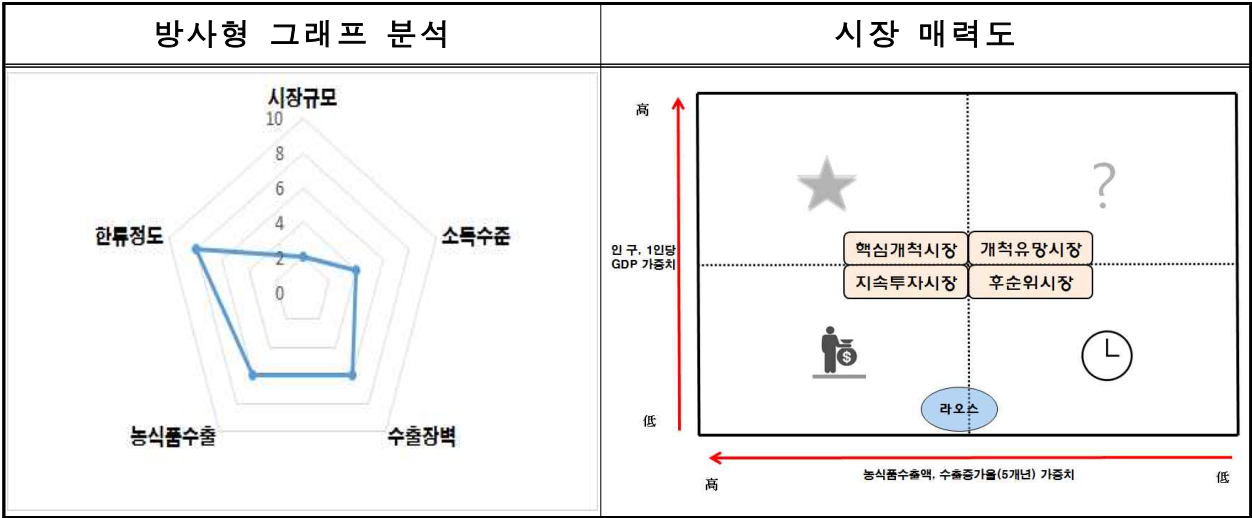
| 지표<br>국가 | 시장규모                                                                                                                            | 소득수준                                                                                                                                 | 수출장벽                                                                                                 | 농식품수출                                                                                                         | 한류정도                                                                                               |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <u>3</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>인구가 15백만명 수준으로 시장 규모가 크지 않음</li> <li>농업, 관광 중심의 경제로 외부 충격에 취약한 구조</li> </ul> | <u>3</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>인도차이나 국가 중 1인당 GDP 최하위수준</li> <li>봉제업 등 노동 집약적 산업 외자 확대로 향후 소득 수준 성장가능</li> </ul> | <u>8</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>수출 관세 · 비관세장벽이 높지 않아 신규품목 수출이 상대적으로 용이</li> </ul> | <u>7</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>전체 농식품 수출액의 절반 이상이 음료이며 수출상위 품목이 소비재로 수출의 질이 높음</li> </ul> | <u>8</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>한류의 인기가 높은 국가 중 하나로 한류와 연계한 수출여건이 좋음</li> </ul> |



- 시장규모가 작고 소득수준이 낮은 국가이나 수출장벽이 낮고 한류에 따른 농식품 수출증가율이 높아 **총 평가점수는 29점**

# [ 라오스 ]

| 지표<br>국가                                                                          | 시장규모                                                                                | 소득수준                                                                                                                        | 수출장벽                                                                                                  | 농식품수출                                                                                                             | 한류정도                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                   | <u>2</u>                                                                            | <u>4</u>                                                                                                                    | <u>6</u>                                                                                              | <u>6</u>                                                                                                          | <u>8</u>                                                                               |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>인구가 7백만명 수준으로 인도차이나 반도 국가 중 가장 작음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>경제의 50%가 농업에 의존하는 구조이며 85%의 고용 창출</li> <li>인도차이나 반도 국가 중 국민소득이 낮은 국가 중 하나</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>수출 관세 · 비관세장벽이 높지 않으나 내륙국가로 수출에 따른 물류비 부담이 상대적으로 높음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>다양한 소비재가 수출되나 대량 수출되는 품목이 없음</li> <li>최근 5개년 수출 증가율이 매우 높음(50%)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>한류의 인기가 높은 국가 중 하나로 한류와 연계한 수출여건이 좋음</li> </ul> |



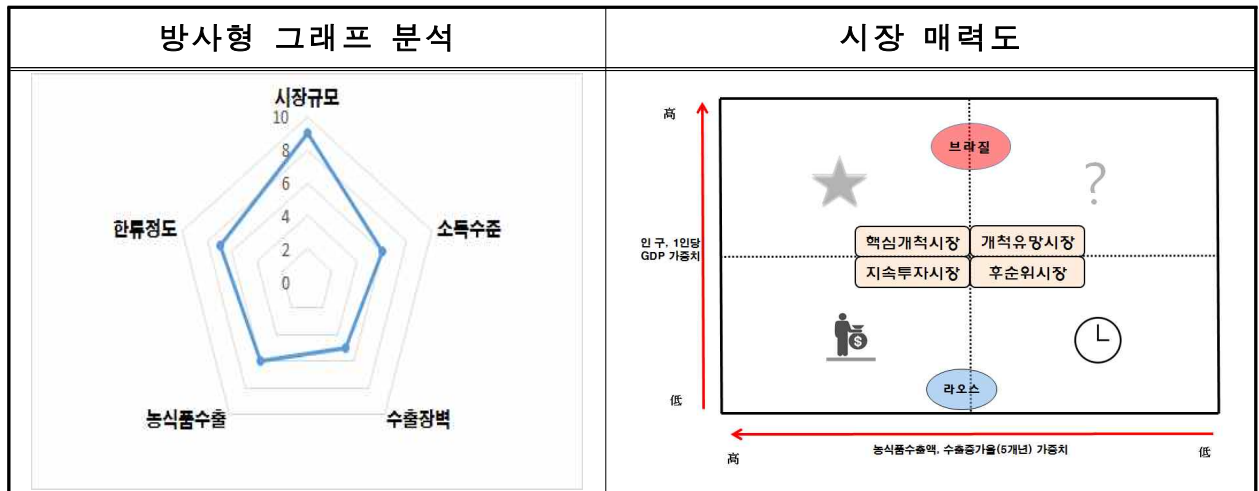
- 시장규모가 매우 작고 소득수준이 낮은 국가이나 수출장벽이 낮고 한류에 따른 농식품 수출증가율이 높아 총 평가점수는 26점

# 나

## 중남미 권역

### ★(최우선 전략국가) 브라질

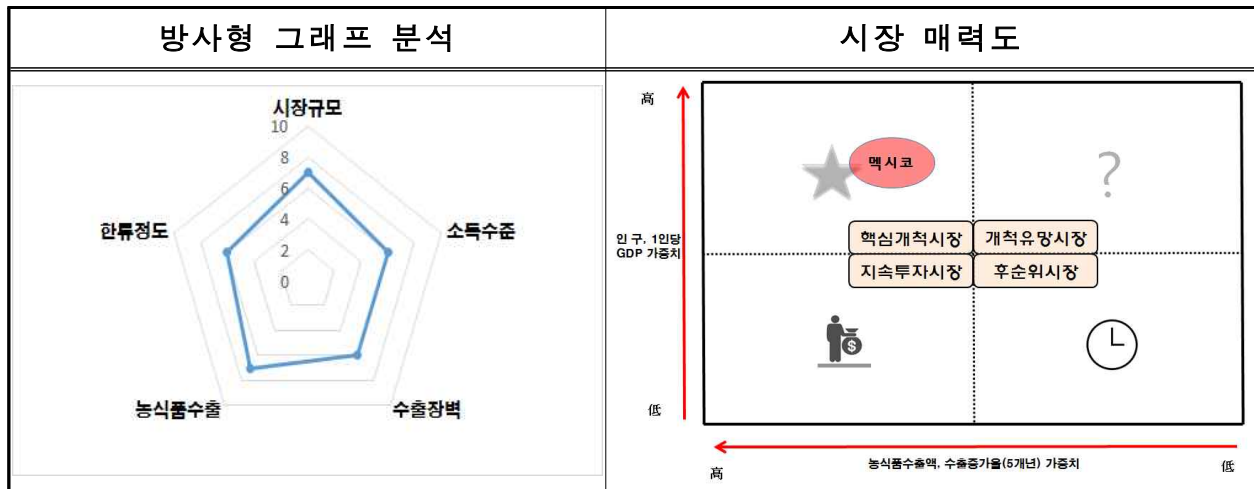
| 지표<br>국가                                                                          | 시장규모                                                                                                      | 소득수준                                                                                                                                | 수출장벽                                                                                                                           | 농식품수출                                                                                                             | 한류정도                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                   | <u>9</u>                                                                                                  | <u>6</u>                                                                                                                            | <u>5</u>                                                                                                                       | <u>6</u>                                                                                                          | <u>7</u>                                                                                                                            |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>남미 최대의 인구 대국(2억명)으로 시장규모가 가장 큼</li> <li>남미 최대의 농식품 수입국가</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>소득수준이 8.6천달러 규모로 한국식품 소비력 보유</li> <li>원자재 수출 의존도가 높은 국가로 국제가격 하락으로 최근 경제상황이 좋지 않음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>관세 이외에 조세가 많고 항만, 세관비용 과다</li> <li>한국과의 원거리 국가이며 파나마 운하를 통한 운송 필요로 물류비 부담 높음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>전체 시장규모에 비해 우리 농식품 수출은 작은편</li> <li>아이스크림 등 가공식품을 중심으로 수출이 확대추세</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>한류지수는 평균에 미치지 못하나 한류 드라마를 중심으로 인기를 얻고 있음</li> <li>남미 최대의 교민시장(5만여명)과 중·일 이민자 기반보유</li> </ul> |



- 수출장벽이 높은 국가이나 시장규모가 중남미 최대 국가이며 초기 농식품 수출 기반(교민 등)이 있어 총 평가점수는 33점

### [ 멕시코 ]

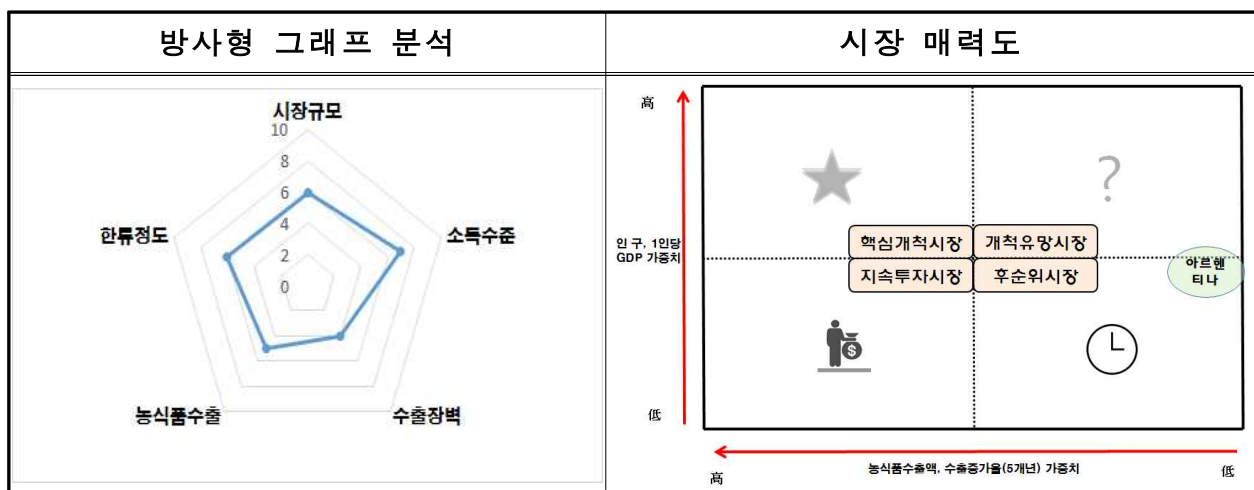
| 지표<br>국가                                                                            | 시장규모                                                                                                                     | 소득수준                                                                                                          | 수출장벽                                                                                                                                     | 농식품수출                                                                                                         | 한류정도                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                     | <u>7</u>                                                                                                                 | <u>6</u>                                                                                                      | <u>6</u>                                                                                                                                 | <u>7</u>                                                                                                      | <u>6</u>                                                                                                                       |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>중남미 인구 순위 2위, GDP 규모 2위 국가</li> <li>NATFA 체결 이후 외국인직접투자 증가 등으로 경제발전 확대</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>중남미 국가중 높은 수준의 소득국가</li> <li>소득계층간 불평등도가 높은 국가로 부의 편중현상이 높음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>자은 이중 세관 검사 서류 작성 시 스페인어 사용 강제 규정 등</li> <li>남미 국가 중에서는 한국과의 물류여건(거리 등)이 가장 좋은 국가 중 하나</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>중남미 최대의 우리 농식품 수출국가로 꾸준히 증가추세</li> <li>음료 과자류 등이 주 수출되는 소비재</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>한류는 상대적으로 낮은편이나 K-POP, 드라마등을 중심으로 인기 확산</li> <li>태권도는 멕시코에서 가장 인기있는 스포츠 중 하나</li> </ul> |



- 남미에서 한국 농식품 수출 물류 여건이 가장 좋고 수출액이 가장 많은 국가로 총 평가점수는 32점

## [ 아르헨티나 ]

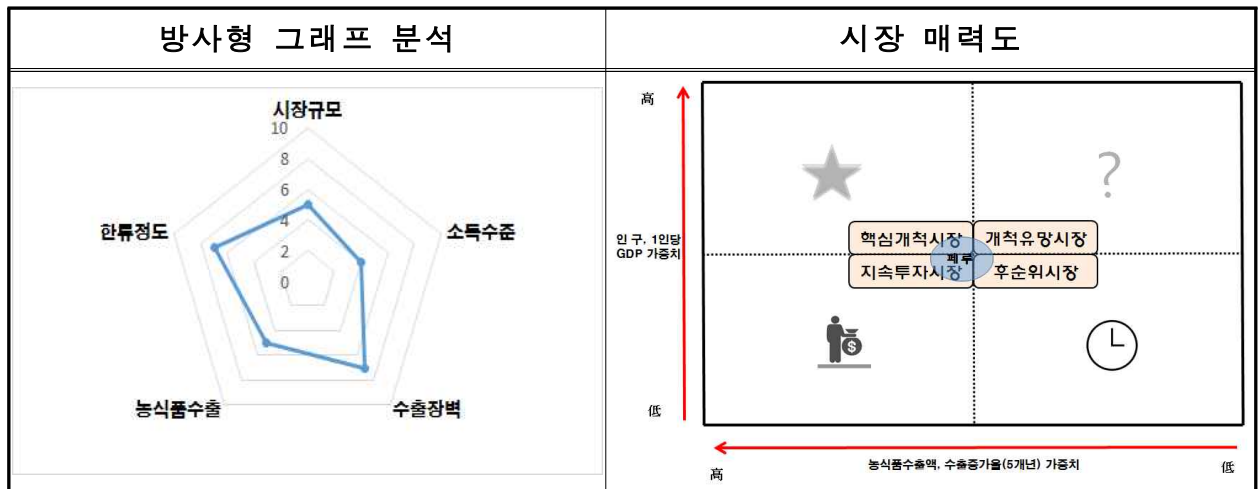
| 지표<br>국가 | 시장규모                                                                      | 소득수준                                                                      | 수출장벽                                                                  | 농식품수출                                                              | 한류정도                                                                        |
|----------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
|          | <u>6</u><br>▪ 넓은국토(세계8위)에 비해 적은 인구(40백만)로 인구 밀집도가 높은 특징<br>▪ 중남미 3위의 경제대국 | <u>7</u><br>▪ 중남미 주요국 중 소득 2위국가로 한국 농식품 소비력 높음<br>▪ 계속된 경기 부진으로 마이너스 성장 중 | <u>4</u><br>▪ 한국과 지리적 원거리 국가로 물류비가 과다 소요<br>▪ 사전수입허가제와 수출송금에 대한 승인 필요 | <u>5</u><br>▪ 對 아르헨티나 농식품 수출은 4백만불에 불과<br>▪ 소비재 농식품은 교민을 위주로 소량 수출 | <u>6</u><br>▪ 남미에서 한류 지수가 가장 높은 국가로 한류 드라마를 중심으로 큰 인기<br>▪ 남미 내 한인 순위 2위 국가 |



- 소득수준이 높고 한인 소비기반이 있으나 한국과의 원거리로 물류장벽이 있고 현재 수출이 미약하여 총 평가점수는 28점

## [ 페루 ]

| 지표<br>국가                                                                          | 시장규모                                                                                                                      | 소득수준                                                                                                                                | 수출장벽                                                                              | 농식품수출                                                                                                                                                  | 한류정도                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                   | <u>5</u>                                                                                                                  | <u>4</u>                                                                                                                            | <u>7</u>                                                                          | <u>5</u>                                                                                                                                               | <u>6</u>                                                                                                                    |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>30백만명 정도 인구로 시장규모가 크지 않음</li> <li>중남미 국가들의 경제 위축에도 불구하고 페루 경제는 견조한 성장 중</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>라틴 아메리카 국가 평균소득보다 낮은 1인당 GDP 수준</li> <li>철광석, 구리 주요 수출국으로 원자재 가격 등락에 따라 GDP변동성 높음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>농식품 수출 관련 특별한 비관세 장벽은 없는 것으로 파악</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>한류 등의 영향으로 최근 5년간 우리 농식품 수출증가율이 50%를 상회</li> <li>46백만불에 불과한 농식품 수출 실적</li> <li>안테나샵 개설로 다양한 제품이 신규판매</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>남미 한국 드라마 방영 1위국가</li> <li>중남미 국가중 한류동호회 회원수 2위</li> <li>한국교민의 수는 1천여명 수준</li> </ul> |

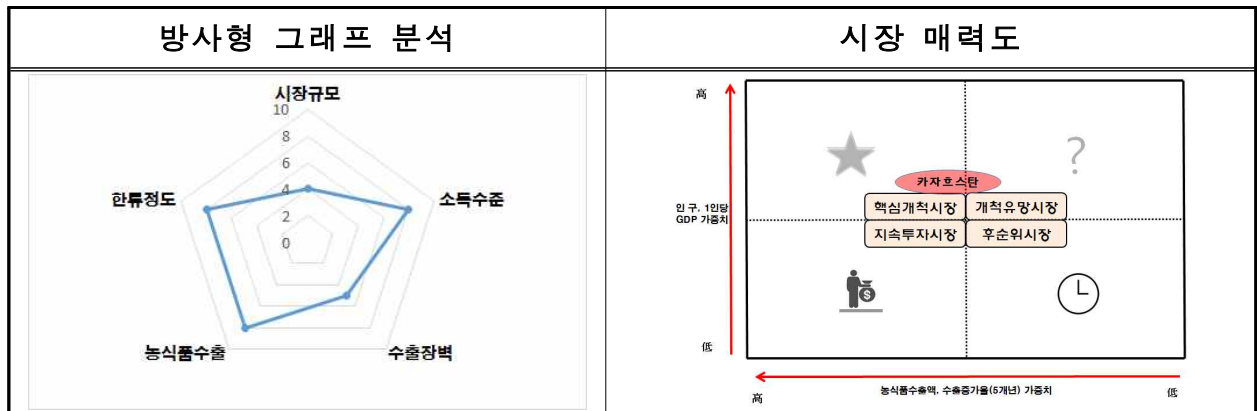


- 한류의 확산도가 높고 수출장벽이 낮으나 소득수준 및 시장규모가 작아 총 평가점수는 27점

## 다 중앙아시아+중동 권역

### ★(최우선 전략국가) 카자흐스탄

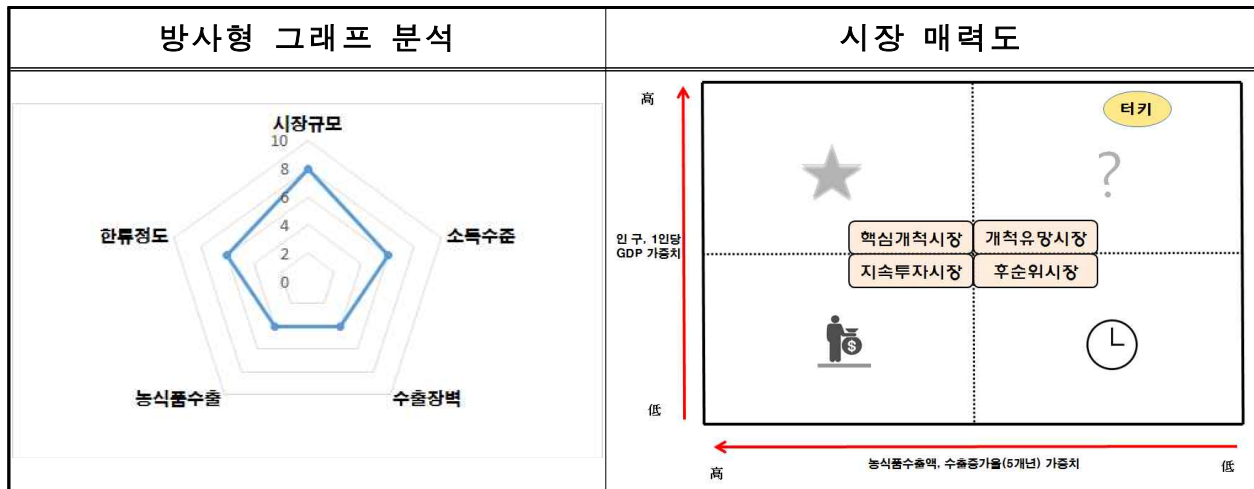
| 지표<br>국가                                                                          | 시장규모                                                                                                                                                | 소득수준                                                                                                                               | 수출장벽                                                                                       | 농식품수출                                                                                                                                                      | 한류정도                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <u>4</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>15백만명 정도 인구로 중앙아시아 국가중 2위로 시장규모는 작은편</li> <li>원자재(원유)에 경제 의존도가 높아 국제 경기 변화의 영향을 많이 받음</li> </ul> | <u>8</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>중앙아시아 국가중 가장 높은 1인당 GDP(11천불)국가</li> <li>원유가격 하락으로 소비자의 가처분소득이 낮은 상황</li> </ul> | <u>5</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>내륙국가로 국을 통한 송 필요로 물류비용 장벽 높음</li> </ul> | <u>8</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>상대적으로 작은 시장 규모에도 불구하고 우리 농식품 수출액은 50백만불에 달함</li> <li>과일,채소 등의 수입액이 많아 농가소득 연계 품목 수출확대 매력도 높음</li> </ul> | <u>8</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>전체 평균보다 높은 한류 수준을 보이고 있으며 드라마, K-POP 등 다양한 한류 콘텐츠가 큰 인기를 얻고 있음</li> </ul> |



- 시장규모가 작고 물류에 많은 비용이 소요되나 소득수준이 높고 농식품 수출이 활발하며 한류가 대중적으로 확산되어 있어 총 평가점수는 33점

### [ 터키 ]

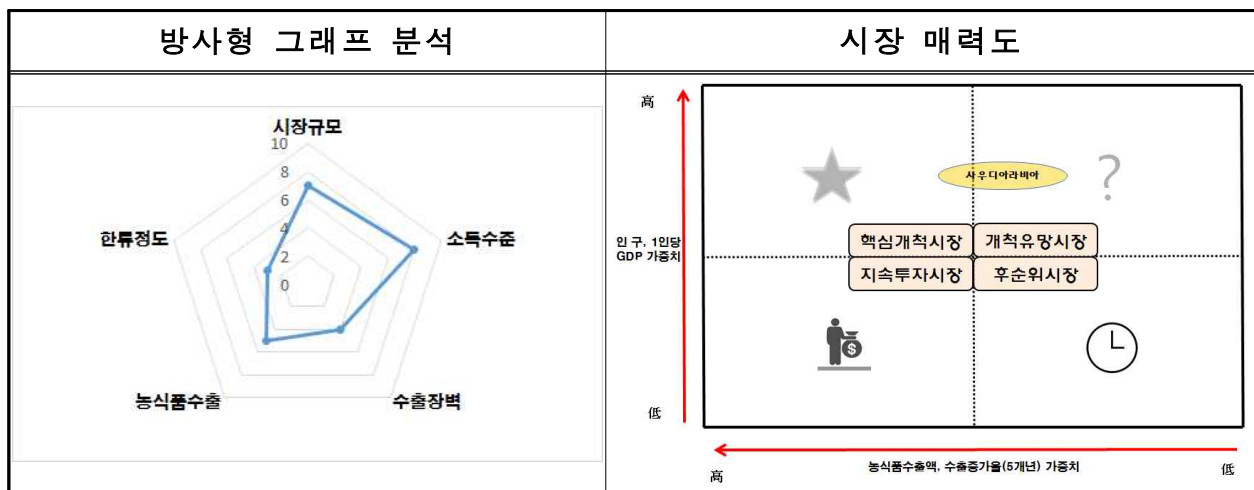
| 지표<br>국가                                                                            | 시장규모                                                                                                   | 소득수준                                                                                                                                         | 수출장벽                                                                                                           | 농식품수출                                                                                                           | 한류정도                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <u>8</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>78백만명의 인구를 보유하고 있는 국가(중동 3위)로 시장규모가 큰 시장</li> </ul> | <u>6</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>중동 국가중 1인당 GDP 중위권 국가로 한국 농식품 소비가능</li> <li>쿠데타 등 정쟁 불안, 테러 등으로 최근 경제가 마이너스 성장</li> </ul> | <u>4</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>터키는 식용 GMO 수입이 금지된 국가로 비의도적 혼입 치도 불허하여 수출장벽으로 작용</li> </ul> | <u>4</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>터키는 유럽에 농식품을 수출하는 주요 수출국으로 우리 농식품 수출은 12.6백만불에 불과</li> </ul> | <u>6</u><br><ul style="list-style-type: none"> <li>한류는 전세계 29개국 평균에 약간 못 미치는 수준이나 유럽, 남미, 일본보다 높은 수준</li> </ul> |



- 시장규모가 크고 향후 발전가능성이 높으나 수출장벽이 높고 정정불안으로 시장개척이 어려운 한계가 있어 총 평가점수는 28점

## [ 사우디아라비아 ]

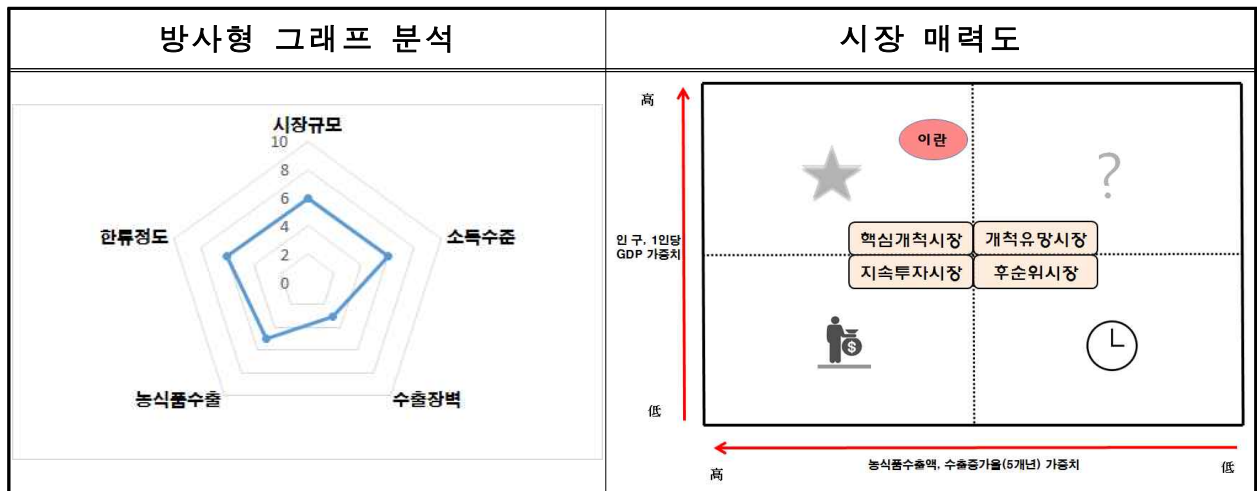
| 지표 | 시장규모                                                                                                            | 소득수준                                                                                       | 수출장벽                                                                                                 | 농식품수출                                                                                                                                        | 한류정도                                                                                                              |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 국가 | <b>7</b>                                                                                                        | <b>8</b>                                                                                   | <b>4</b>                                                                                             | <b>5</b>                                                                                                                                     | <b>3</b>                                                                                                          |
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 약 30백만명의 인구를 보유한 인구기준 중동 내 중위권 국가이나 소득수준이 높아 시장규모는 중동 2위 국가</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 전세계 석유의 16% 보유로 국민소득이 2만달러가 넘는 소득수준 보유</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 이슬람 종주국으로 이슬람을 법을 엄격하게 적용(상품디자인, 포장, 할랄 관련 원료 등)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 척박한 토양과 농업에 부적합한 환경으로 인하여 필요량의 80%를 수입에 의존</li> <li>▪ 우리 농식품은 조제분유, 유제품 등을 중심으로 수출이 확대 중</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 젊은층을 중심으로 한국문화에 대한 관심이 생겨나고 있으나 이슬람 종주국으로 폐쇄성이 강해 확산에는 한계가 있음</li> </ul> |



- 높은 소득수준으로 농식품 해외의존도가 높고 조제분유, 유제품 등 고부가가치 품목 수출이 많으나 폐쇄성이 높아 총 평가점수는 27점

## [ 이란 ]

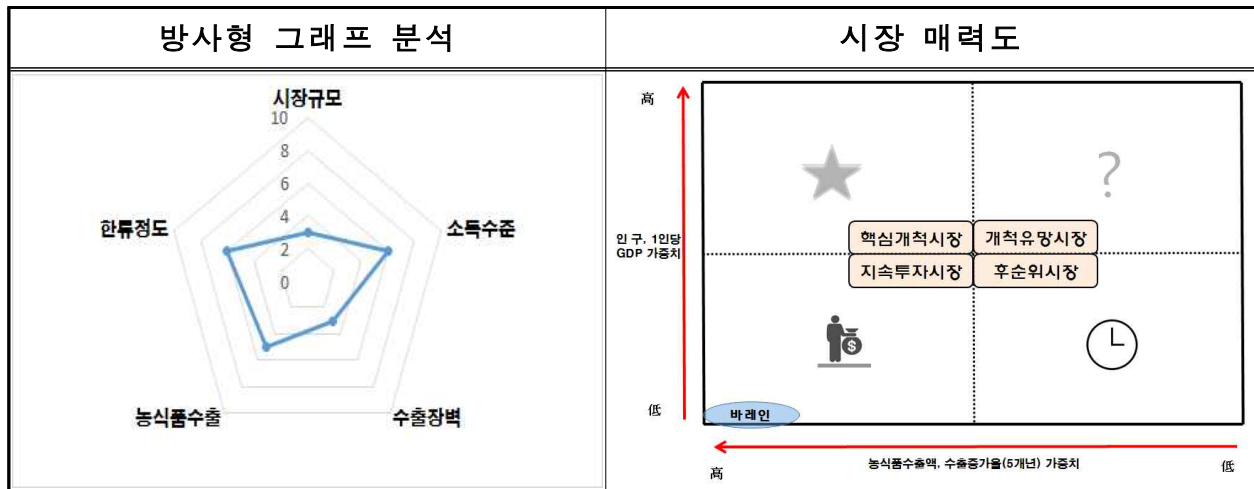
| 지표<br>국가                                                                          | 시장규모                                                                                                               | 소득수준                                                                                                           | 수출장벽                                                                                                            | 농식품수출                                                                                                                                 | 한류정도                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                   | <u>6</u>                                                                                                           | <u>6</u>                                                                                                       | <u>3</u>                                                                                                        | <u>5</u>                                                                                                                              | <u>6</u>                                                                                                                                         |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>이란은 중동국가 중 인구 2위국가</li> <li>오랜 경제 재재로 전체 수입시장규모는 알제리, 페루와 비슷한 수준</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>소득수준이 중동국가 중 중위권</li> <li>글로벌 원유가격 하락으로 인하여 최근 경제상황은 좋지 않은 편</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>소비재의 경우 관세율이 100% 이상이며 수출을 위해서는 제품을 사전 등록해야 하는 복잡한 절차로 수출에 애로</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>중동지역 농식품 수출 2위 대상국으로 음료, 추잉검, 인삼제품 등이 주로 수출됨</li> <li>신선농산물 자체 생산이 많아 가공식품 위주 접근 필요</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>한국드라마(주몽, 대장금 등)가 큰 인기를 얻어 한국에 대한 호감도가 높음</li> <li>방송 심의 등 폐쇄적인 특성으로 사극 이외의 콘텐츠 방송이 어려운 한계가 있음</li> </ul> |



- 인구가 많고 경제재재 이후 급속한 성장이 기대되나 수출장벽이 높고 중동의 대표적인 신선농산물 생산국가로 총 평가점수는 26점

## [ 바레인 ]

| 지표<br>국가                                                                            | 시장규모                                                                           | 소득수준                                                                                         | 수출장벽                                                                                                      | 농식품수출                                                                                          | 한류정도                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                     | <u>3</u>                                                                       | <u>8</u>                                                                                     | <u>9</u>                                                                                                  | <u>2</u>                                                                                       | <u>2</u>                                                               |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>70만명의 인구 규모로 중동에서 가장 작은 시장규모</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>중동의 금융 중심지로 1인당 GDP는 21천 달러 규모로 중동 내 높은 수준</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>시장이 완전 개방되어 있어 수출입에 특별한 규제가 없으나 수입관세는 역내 GCC 국가중 가장 높은편</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>對바레인 농식품 수출은 1.2백만불에 불과하며 주로 과자류, 담배 등이 수출 됨</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>한류는 관심 형성 단계정도로 미개척지</li> </ul> |

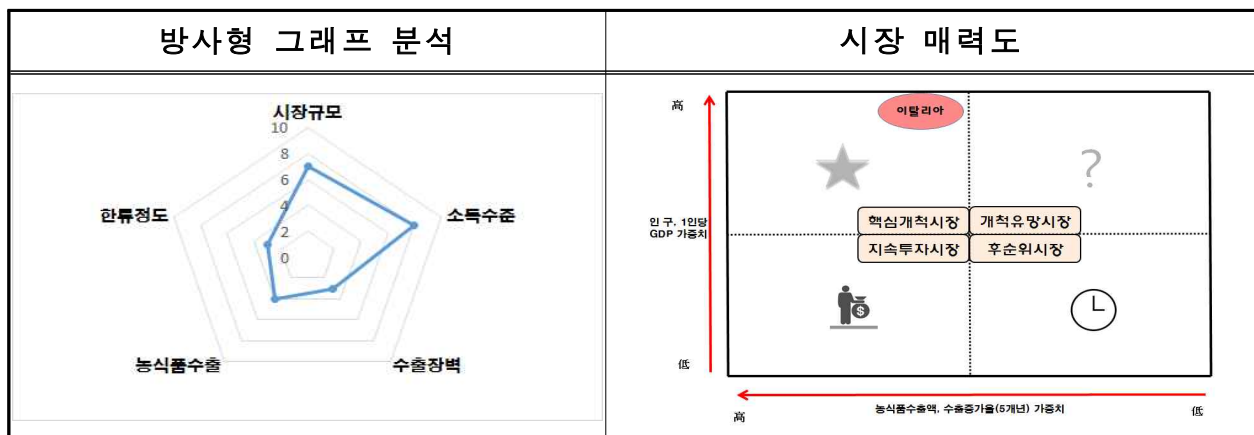


- 수출장벽이 낮고 소득수준이 높은 국가이나 시장규모가 매우 작고 현재 수출되는 농식품이 극히 소량으로 총 평가점수는 24점

## 라 유럽권역

### ★(최우선 전략국가) [ 이탈리아 ]

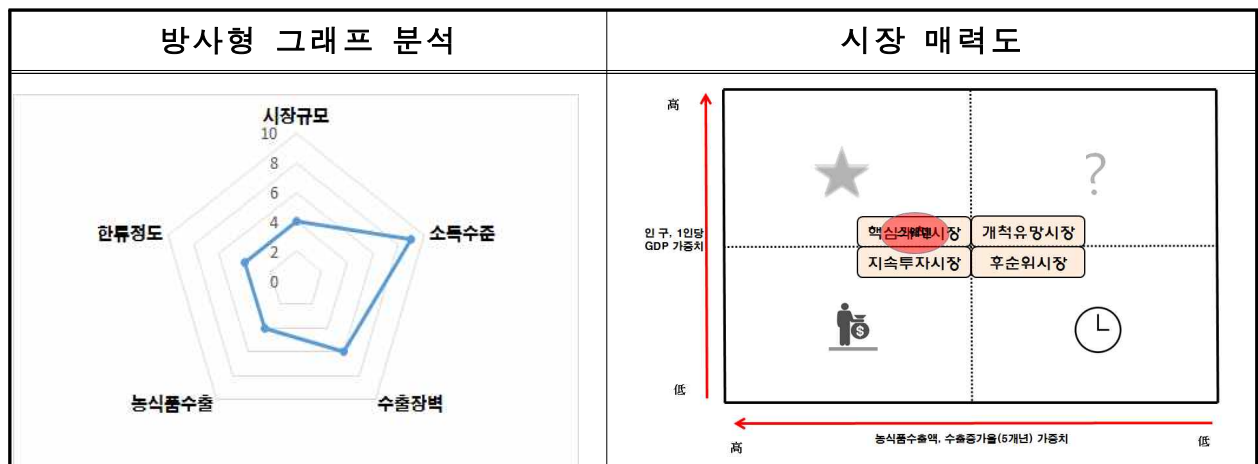
| 지표<br>국가 | 시장규모                                                                                                                | 소득수준                                                                                               | 수출장벽                                                                                                  | 농식품수출                                                                                                                                        | 한류정도                                                                                                 |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <u>8</u>                                                                                                            | <u>9</u>                                                                                           | <u>5</u>                                                                                              | <u>5</u>                                                                                                                                     | <u>3</u>                                                                                             |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>유럽 국가 중 인구 규모 6위권(58백만명)</li> <li>시장규모는 유럽 내 4위권 시장이며 세계 8위 경제 대국</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>이탈리아의 1인당 GDP는 3만불 규모로 전 세계 26위 권으로 우리나라와 비슷한 수준</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>자국 식문화에 대한 자부심이 강한 국가로 타국의 식문화가 확산하기 어려운 특성을 가지고 있음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>對이탈리아 농식품 수출액은 37백만불 수준으로 EU국가 중 6위권</li> <li>수출품의 대부분이 참치, 생선목 등 수산물이며 소비재 농산물 수출은 미미한 수준</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>자국문화에 대한 자부심이 강한 문화적 특성으로 한류가 일부 계층을 제외하고 제한적으로 확산</li> </ul> |



- 시장규모가 작고 소득수준이 낮은 국가이나 수출장벽이 낮고 한류에 따른 농식품 수출증가율이 높아 총 평가점수는 30점

## [ 스웨덴 ]

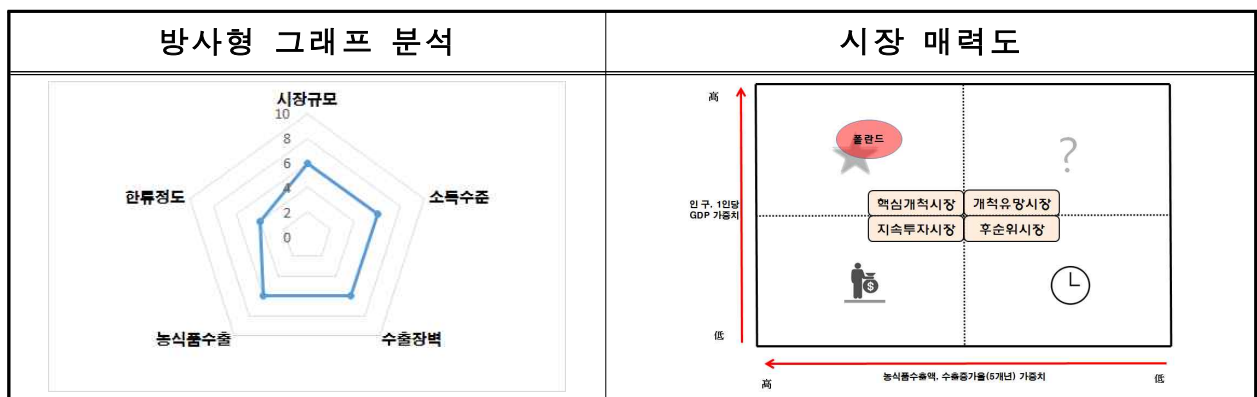
| 지표<br>국가                                                                          | 시장규모                                                                                               | 소득수준                                                                                                                             | 수출장벽                                                                                                                              | 농식품수출                                                                                                           | 한류정도                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                   | <u>4</u>                                                                                           | <u>9</u>                                                                                                                         | <u>6</u>                                                                                                                          | <u>4</u>                                                                                                        | <u>4</u>                                                                                                      |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>스웨덴 인구는 10백만명에 미치지 못하는 소규모이나 소득수준이 높아 시장규모는 10위권</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>1인당 국민소득은 유럽에서도 높은 수준으로 약 50천 달러 규모</li> <li>세계 11위권의 소득수준 보유로 한국 농식품 소비 여력 높음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>한국과의 지리적인 원거리 문제로 해상운송료가 과다</li> <li>한국 농식품 전반에 대한 수요가 많지 않아 단일 품목 컨테이너 운송이 어려움</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>전체 수출액은 16.6백만불 규모</li> <li>핵산이 1/3정도를 차지하고 음료, 라면등의 수출이 증가추세</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>일부 매니아층을 중심으로 K-POP등에 대한 관심이 늘어나는 추세이나 전체적으로는 한국 문화가 생소한 상황</li> </ul> |



- 소득수준이 높아 한국 농식품 소비 여력이 높으나 인구규모가 과소하여 총 평가점수는 27점

## [ 폴란드 ]

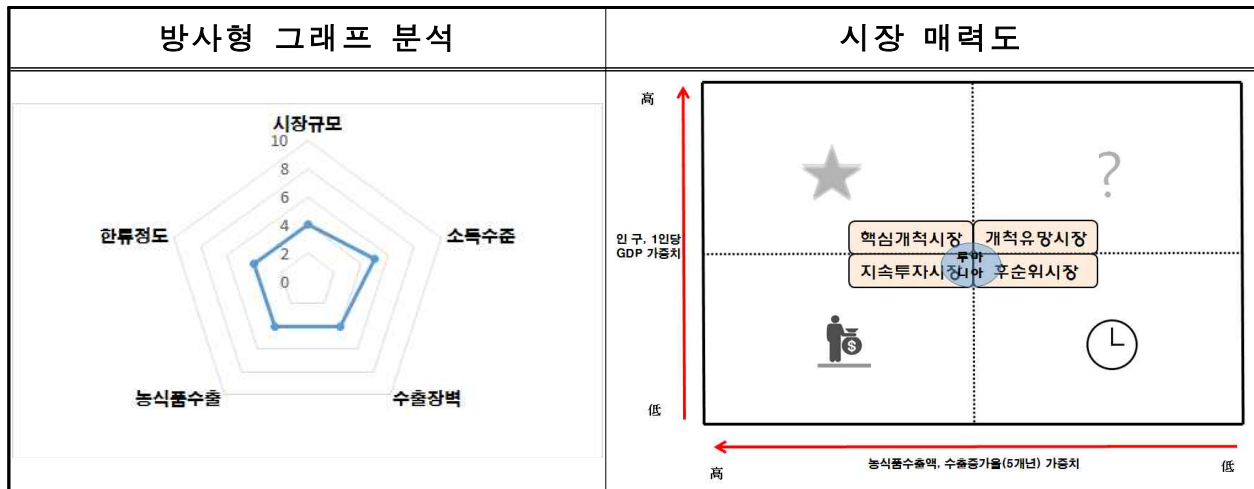
| 지표<br>국가                                                                          | 시장규모                                                                                                                                      | 소득수준                                                                                               | 수출장벽                                                                                                                     | 농식품수출                                                                                                               | 한류정도                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                   | <u>6</u>                                                                                                                                  | <u>6</u>                                                                                           | <u>6</u>                                                                                                                 | <u>6</u>                                                                                                            | <u>4</u>                                                                                                                   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>동유럽 국가 중에서는 러시아, 우크라이나를 제외하고 인구가 가장 많은 국가(38.5백만)</li> <li>EU 가입 동유럽 국가 중 시장규모가 가장 큰 시장</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>국민소득은 12천불 규모로 체코 등 몇 개국을 제외하면 동유럽에서 가장 소득수준이 높음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>한국 농식품 시장규모가 크지 않기 때문에 현지에서 유통되는 대부분의 제품이 네덜란드, 독일 등을 통하여 폴란드 시장으로 유입됨</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>총수출액은 17.4백만불 수준이며 약 1/4이 음료</li> <li>그밖에 김, 라면류도 수출되나 수출규모는 작은 편</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>폴란드의 한류수준은 조사국(29개국) 중 가장 낮은 수준을 보였음</li> <li>매니아층을 중심으로 한류가 점차 인기를 얻는 중</li> </ul> |



- 동유럽 국가 중에서는 시장규모, 소득 수준 등에서 가장 매력적인 시장이나 한국 농식품에 대한 인지도 낮아 총 평가점수는 28점

## [ 루마니아 ]

| 지표<br>국가                                                                            | 시장규모                                                                                                                                      | 소득수준                                                                                                                        | 수출장벽                                                                                                              | 농식품수출                                                                                                                               | 한류정도                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                     | <u>4</u>                                                                                                                                  | <u>5</u>                                                                                                                    | <u>4</u>                                                                                                          | <u>4</u>                                                                                                                            | <u>4</u>                                                                                                                               |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>루마니아 인구는 EU 국가 중 7위권인 21백만명 수준</li> <li>낮은 1인당 GDP로 인하여 시장규모는 유럽 내 중위권(체코, 헝가리와 비슷한 수준)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>루마니아의 1인당 국민소득은 약 9천불 수준으로 유럽 국가 중 중하위권</li> <li>EU회원국 가운데 높은 성장률을 보이고 있음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>일반적으로 루마니아 바이어의 자금력이 좋지 않기 때문에 최소 주문수량(MOQ)가 작아 초기 거래 성사가 쉽지 않음</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>대 루마니아 수출은 5백만불 수준으로 수출액의 절반은 음료가 차지</li> <li>음료 수출이 확대되면서 연평균(5개년) 농식품 수출은 34% ↑</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>동유럽국가 중 한국 드라마가 가장 많이 방영된 국가</li> <li>전체적인 한류는 아직 미미한 편이고 일부 마니아 층에서 제한적으로 인기를 얻고 있음</li> </ul> |

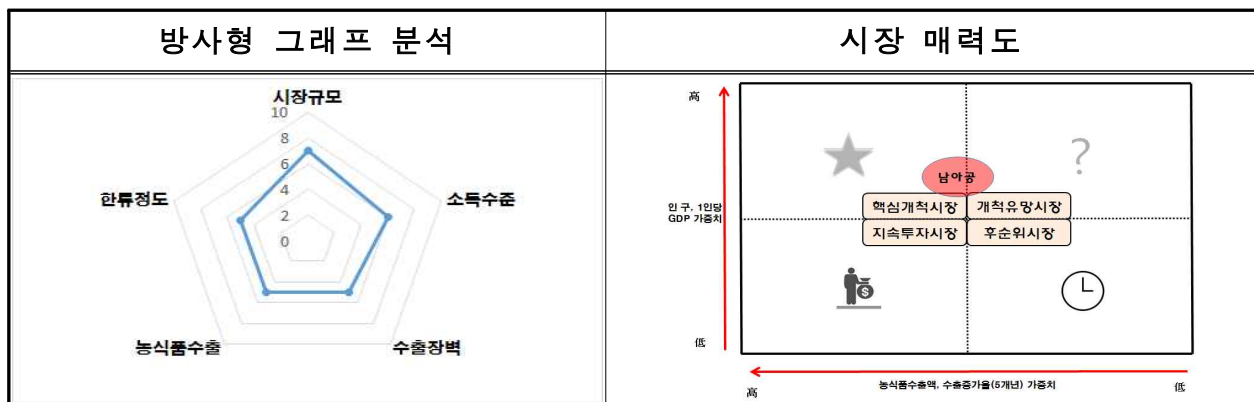


- 시장규모가 작고 소득수준이 낮으며 한국 농식품 수출이 일부 품목에 편중되어 있어 총 평가점수는 21점

## 마 아프리카 권역

### ★(최우선 전략국가) 남아프리카 공화국

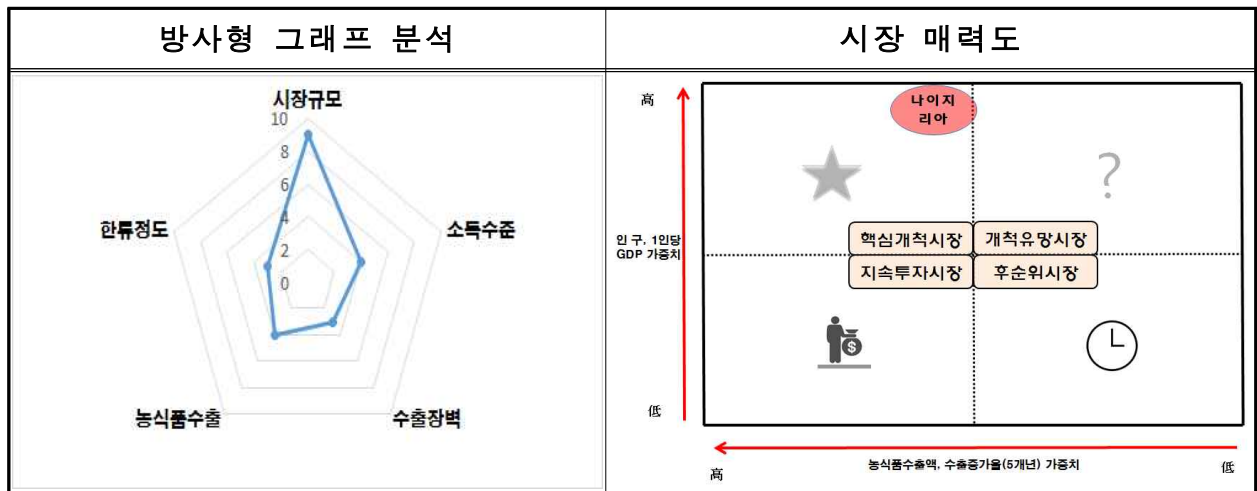
| 지표<br>국가 | 시장규모                                                                                   | 소득수준                                                                                                                      | 수출장벽                                                                                                            | 농식품수출                                                                                                          | 한류정도                                                                                                                               |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <u>7</u>                                                                               | <u>6</u>                                                                                                                  | <u>5</u>                                                                                                        | <u>5</u>                                                                                                       | <u>5</u>                                                                                                                           |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>인구는 53백만명 수준으로 역내 국가 중 5위권 경제규모는 3위권</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>1인당 GDP는 6천달러 규모로 역내 상위권 국가</li> <li>높은 지니계수 (0.7)로 세계에서 가장 빈부격차가 심한 국가</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>항구에서의 수입화물 적체로 인한 통관 지연 사례 다수 발생</li> <li>농수산물에 대한 까다로운 검역 절차</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>나이지리아에 이어 아프리카 2대 수출국</li> <li>전체 농식품 수출의 절반이 네슬레의 커피 크리머 수출</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>아프리카에서 가장 높은 수준의 한류 확산도를 보이고 있음</li> <li>단 일부 마니아 계층에 머물고 있어 확산에는 시간이 소요될 것으로 전망</li> </ul> |



- 아프리카 시장 진출의 교두보 역할을 하는 국가로 소득수준이 높아 유망하나 현재 수출되는 농식품의 다양성이 낮아 총 평가점수는 28점

## [ 나이지리아 ]

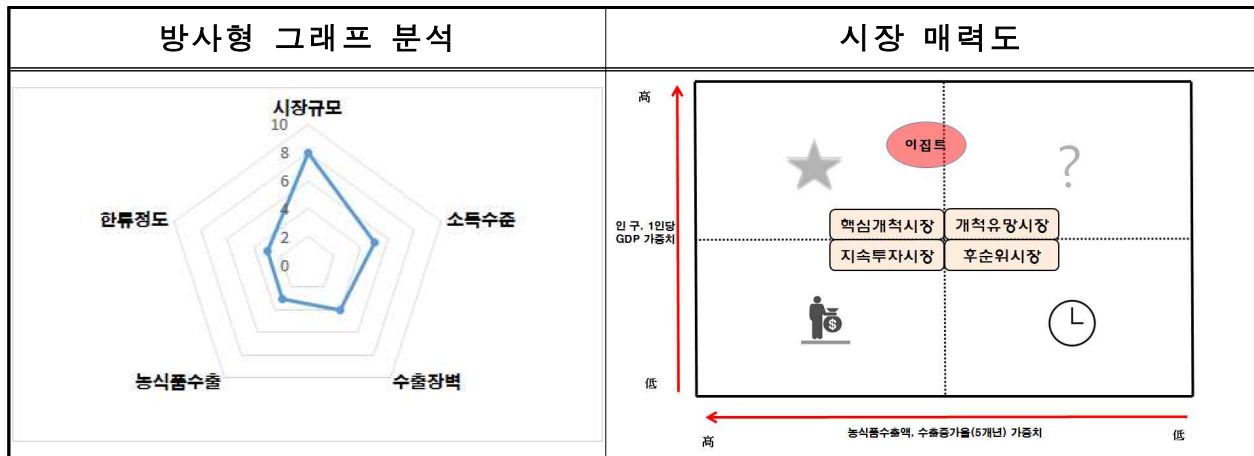
| 지표<br>국가                                                                          | 시장규모                                                                                    | 소득수준                                                                                                                                        | 수출장벽                                                                                                                                | 농식품수출                                                                                                                                   | 한류정도                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                   | <u>9</u>                                                                                | <u>4</u>                                                                                                                                    | <u>3</u>                                                                                                                            | <u>4</u>                                                                                                                                | <u>3</u>                                                                                                  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>인구가 1.9억명에 달하는 거대 시장으로 아프리카에서 가장 큰 시장</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>1인당 GDP는 2,700불 수준으로 아프리카 내 중위권 수준</li> <li>국제원유가 하락으로 인하여 최근 어려움을 겪고 있음(원유수출이 외화수입의 90%)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>자국산업 보호를 위하여 전체적으로 관세율이 높음</li> <li>항구에서의 통관 지체, 높은 하역비용, 일관성없는 통관규정 등이 수출장벽으로 작용</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>전체 수출액은 약 2.2천만불 규모이며 전체의 1/4은 연초류</li> <li>현지 진출 건설사 직원의 한국식품 수요가 많아 주 수출업체도 대우 건설 등</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>한국에 대한 인지도가 매우 낮은 국가 중 하나</li> <li>나이지리아 한국 문화원 개원 운영 중</li> </ul> |



- 아프리카에서 가장 큰 시장으로 성장가능성이 높으나 최근 국제유가 하락으로 경제가 어려워지며 수출기반이 부족하여 **총 평가점수는 23점**

## [ 이집트 ]

| 지표<br>국가                                                                            | 시장규모                                                                                 | 소득수준                                                                                       | 수출장벽                                                                                                              | 농식품수출                                                                                                       | 한류정도                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                     | <u>8</u>                                                                             | <u>5</u>                                                                                   | <u>4</u>                                                                                                          | <u>3</u>                                                                                                    | <u>3</u>                                                                                                                |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>아프리카 내 2대 시장으로 1억명에 가까운 인구를 보유한 시장</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>1인당 GDP 4천불 수준으로 아프리카 국가 중 중상위권 소득 수준 보유</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>'12년 이후 외환 수급 불균형으로 송금 제한 및 지연 빈번</li> <li>가금류, 등은 수입 금지제품으로 지정</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>커피크리머(네슬레), 채소종자 등을 제외하면 농식품 소비재 수출은 미미하며 총 수출액은 14백만불 수준</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>한류드라마가 간헐적으로 인기를 얻고 있으며 자생적인 K-POP팬이 생겨나고 있지만 본격적인 확산에는 시간이 소요될것으로 보임</li> </ul> |



- 1억명에 가까운 인구를 보유한 거대 시장이나 농식품 수출이 미미하며 수출장벽이 높아 총 평가점수는 23점

## 붙임 2

## 권역별 최우선 전략국가 주요 특징

### □ 권역별 최우선 전략국가 분석

- 권역별 전략국가 진출 여건 및 해외지사 의견, 한류 확산도 등을 감안하여 미개척 시장의 중요도를 종합적으로 분석

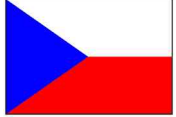
| 구분          | 권역               | 국가                                                                                             | 선정 사유                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 최우선<br>개척시장 | 인도+<br>아세안       | <인도><br>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (정치경제동향) 외국인 투자를 통한 인프라 확대, 제조업 육성 등을 골자로 하는 ‘모디 노믹스’ 집중 추진               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 화폐개혁으로 인한 혼란을 겪고 있으나 최근의 경제 성장률도 중국을 추월한 7.5%를 기록하는 등 고성장</li> </ul> </li> <li>○ (진출여건) 세계 2위의 인구 보유 국가로 시장 규모가 크고 농식품 수출증가율이 높아 향후 주력 수출 시장으로 성장할 가능성 높음</li> <li>○ (한류확산도) ‘한류확산단계’ 국가이며 최근 확산도가 급속도로 증가</li> <li>○ (종합평가) 미래 세계 최대의 식품시장으로 확대될 전망으로 파일럿 요원 파견 등을 통하여 시장 선점 필요</li> </ul>                     |
|             | 중남미              | <브라질><br>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (정치경제동향) 브라질 대통령 탄핵으로 정치가 최근 불안하며 국제 원자재 가격 하락으로 어려움을 겪고 있음</li> <li>○ (진출여건) 남미 최대의 시장으로 농식품 수출증가율이 높고 한·중·일 이민자가 많아 우리 농식품 초기 진출여건이 좋음</li> <li>○ (한류확산도) ‘한류소수관심단계’ 국가이나 10대를 중심으로 K-POP과 드라마 방영 등으로 한류 확산 중               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일부 농식품 품목(메로나 등)이 현지 시장에서 큰 인기를 얻고 있음</li> </ul> </li> <li>○ (종합평가) 대내외 여건 악화로 최근 어려움을 겪고 있으나 거대 남미 시장 개척을 위하여 선점해야 하는 시장으로 파일럿 요원 파견을 통한 시장개척필요</li> </ul> |
|             | 중동+<br>중앙<br>아시아 | <카자흐스탄><br> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (정치경제동향) GDP의 20%를 원유 수출에 의존하고 있어 최근 국제 유가 급락으로 경제의 어려움 상존</li> <li>○ (진출여건) 풍부한 천연자원을 바탕으로 중앙아시아 국가 중 가장 높은 소득 수준 국가이며 최근 농식품 수출이 급증하는 등 진출여건이 매우 좋음</li> <li>○ (한류확산도) ‘한류확산단계’ 국가로 한류가 큰 인기를 얻고 있어 한류 활용 시장 개척 용이</li> <li>○ (종합평가) 유가하락으로 경제 침체를 겪고 있으나 풍부한 자원을 바탕으로 향후 성장가능성이 매우 큰 국가이며 높은 소득수준과 높은 한국 식품수용도로 최우선 시장 개척 대상 중 하나로 평가됨</li> </ul>                                                                               |

| 구분          | 권역   | 국가                                                                                           | 선정사유                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 최우선<br>개척시장 | EU   | <이탈리아><br>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(정치경제동향)</b> Brexit에 따라 EU 내에서 이탈리아의 영향이 높아질 전망.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 완만한 경제 회복세를 보이고 있으며 '17년 경제성장은 1.1%~1.2%에 이를 것으로 전망</li> </ul> </li> <li>○ <b>(진출여건)</b> 농식품 수출증가율(5개년 약 10%)이 유럽 국가 중 높은 편이며 유럽내에서도 식문화 영향력이 큰 지역으로 우리 농식품 진출 확대에 따른 파급효과가 클 것으로 전망</li> <li>○ <b>(한류확산도)</b> 이탈리아 내 한류는 영국, 프랑스 등 타 유럽국에 비해 영향력이 적으나 마니아 층을 중심으로 인지도 확산 중</li> <li>○ <b>(종합평가)</b> 세계 8대 경제대국이며 유럽내 독·프·영국을 제외하고 가장 많은 인구(62백만명)를 보유한 국가로 우리 농식품 수출확대 가능성이 높고 한국 농식품 보급 확대를 통한 유럽 여러국가로의 파급효과 기대</li> </ul>                                                                                                       |
|             | 아프리카 | <남아공><br> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(정치경제동향)</b> 흑인 여당이 확고한 1당 집권체제를 20여 년간 유지하고 있어 정치는 안정적               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다만 흑인정권 수립 이후에도 흑·백 빈부간의 격차가 여전하고 정치, 행정의 부정부패가 심각</li> <li>- 남아공은 G20 회원국이며 UN안보리 비상임 이사국으로 아프리카 지역의 선도적인 역할을 수행(BRICS 중 하나)</li> </ul> </li> <li>○ <b>(진출여건)</b> 세계 2위의 인구 보유 국가로 시장 규모가 크고 농식품 수출증가율이 높아 향후 주력 수출 시장으로 성장할 가능성 높음</li> <li>○ <b>(한류확산도)</b> '한류확산단계' 국가이며 지속적으로 한국에 대한 인지도가 확대 되는 추세</li> <li>○ <b>(종합평가)</b> 미래 세계 최대의 식품시장으로 확대될 전망으로 파일럿 요원 파견 등을 통하여 시장 선점 필요               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미개척 아프리카 시장의 관문으로 남아공 시장 개척을 통한 아프리카 대륙 내 한국 농식품 유통활성화 필요</li> </ul> </li> </ul> |

### 붙임 3

### 권역별 차순위 전략국가 주요 특징

| 구분          | 권역         | 국가                                                                                                          | 선정사유                                                                                                                                                                                   |
|-------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 차순위<br>개척시장 | 인도+<br>아세안 | <b>&lt;미얀마&gt;</b><br>     | <b>★현지직원 고용을 통한 시장 집중 개척 국가</b><br>○ 아세안 국가 중 4위 규모의 인구를 보유하고 있는 국가로 시장 잠재력이 높음<br>○ 20년간 지속된 미국의 미얀마 경제제재 해제('16.10)로 미국기업의 對 미얀마 금융거래 문제 해결로 투자 활성화 전망<br>○ 한류의 영향으로 농식품 수출확대 가능성 높음 |
|             |            | <b>&lt;캄보디아&gt;</b><br>    | <b>★현지직원 고용을 통한 시장 집중 개척 국가</b><br>○ 인구는 14백만명 수준으로 시장규모가 작으나 농식품 수출은 전체 수출액의 11.7%를 차지하는 유망 국가<br>○ 한국산 음료의 캄보디아 석권으로 현지 주요 바이어의 한국 농식품에 대한 관심 높음(동아제약 박카스)                           |
|             |            | <b>&lt;라오스&gt;</b><br>   | <b>★현지직원 고용을 통한 시장 집중 개척 국가</b><br>○ 인구가 7백만명에 불과한 작은 시장이나 한류의 인기가 높고 라오스 최대의 기업이 한국계(KOLAO)로 한국에 대한 이미지가 매우 좋음<br>○ 최근 농식품 수출 증가율이 약 50%에 달함                                          |
|             | 중남미        | <b>&lt;멕시코&gt;</b><br>   | <b>★현지직원 고용을 통한 시장 집중 개척 국가</b><br>○ 주요 대기업(기아, 삼성, LG 포스코 등)의 진출이 활발하여 한국 상품에 대한 이미지가 좋음<br>○ 10대를 중심으로 K-POP한류가 존재하여 향후 우리 농식품 소비기반이 확대될 것으로 전망                                      |
|             |            | <b>&lt;아르헨티나&gt;</b><br> | ○ 중남미 국가 중 교민 수가 2번째로 많아 수요 기반이 존재하고 가장 소득수준이 높은 국가로 우리 농식품 소비 여력이 높음<br>○ 한·아르헨티나 간 지리적 특성으로 인한 과도한 물류비, 한국 문화에 대한 현지 소비자의 낮은 이해도로 단기간 시장개척 지남                                        |
|             |            | <b>&lt;칠레&gt;</b><br>    | ○ 남미에서 1인당 소득수준이 가장 높은 국가 중 하나이며 한·칠레 FTA 체결로 인하여 경쟁력이 높음<br>○ 칠레의 농업은 전체 수출에서 두 번째로 중요한 산업으로 신선농산물에 강점을 가지고 있어 우리 신선 농산물 수출의 어려움 상존                                                   |

|  |                  |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                 |
|--|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | 중동+<br>중앙<br>아시아 | <b>&lt;터키&gt;</b><br>      | <b>★현지직원 고용을 통한 시장 집중 개척 국가</b><br>○약 77백만명에 달하는 인구 대국으로 시장 확대 가능성이 높으며 무슬림 국가임에도 불구하고 세속주의가 넓게 퍼져 있어 우리농식품 시장개척이 상대적으로 용이<br>○최근 쿠데타 발생, 잦은 테러 발생 등으로 정치가 불안하고 러시아 등과의 마찰로 외교적인 분쟁발생 등 장애요인 상존 |
|  |                  | <b>&lt;사우디아라비아&gt;</b><br> | ○세계최대의 석유수출국으로 소득수준이 높고 농식품 생산 기반 부족으로 수입에 의존하는 등 기회요인이 있음<br>○종교적으로 가장 폐쇄된 국가 중 하나로 한류 등이 거의 존재하지 않으며 문화의 유입을 통한 수출확대 기대 어려움                                                                   |
|  |                  | <b>&lt;이란&gt;</b><br>      | ○미국의 對이란 제재 해제로 향후 경제 발전 가능성이 높은 국가이며 한국 드라마의 인기로 중동에서 가장 한류가 높은 국가 중 하나<br>○오랜 경제 재제로 소득수준이 낮으며 까다로운 수출절차(제품 등록 등)로 시장개척에 비용 및 시간 과다 소요                                                        |
|  | 유럽               | <b>&lt;스웨덴&gt;</b><br>    | <b>★현지직원 고용을 통한 시장 집중 개척 국가</b><br>○1인당 GDP가 세계 10위권인 고소득 국가(EU평균의 20~30% 상회)로 구매력이 높음<br>○스웨덴은 가공·냉동식품의 소비가 높은 국가로 한국산 라면류가 인기를 끌고 있어 간편조리 식품을 중심으로 시장개척 가능성 높음                                |
|  |                  | <b>&lt;폴란드&gt;</b><br>   | ○'04년 EU 가입이후 외국인 투자의 활발한 유입 등으로 안정적인 성장률을 기록<br>○농식품 수출액은 아직 미미한 수준이나 증가율이 높고 동유럽 중심국가로 거점화를 통한 동유럽 시장을 개척하는데 유리한 국가                                                                           |
|  |                  | <b>&lt;체코&gt;</b><br>    | ○제조업 수출 중심의 경제 성장 정책으로 지속적인 체코 코루나 약세 정책유지로 경제 성장률 높음('15 : 4.2%)<br>○체코는 현대자동차의 유럽 자동차 생산 기지로 대규모 자동차 관련 산업 투자로 親한국 이미지 조성                                                                     |
|  | 아프<br>리카         | <b>&lt;나이지리아&gt;</b><br> | ○아프리카 최대 인구 보유 국가이며 산유국으로 매우 유망한 시장이나 원자재에 대한 경제 의존도가 높아 최근 글로벌 원자재 가격 하락으로 어려움을 겪고 있음                                                                                                          |
|  |                  | <b>&lt;이집트&gt;</b><br>   | ○인구, 소득수준 등 시장 잠재력이 높고 해외 상품에 대한 수용도가 상대적으로 높음<br>○'11년 아랍 민주화 혁명 이후 정치가 불안하고 경제가 혼란에 빠져 있는 상황                                                                                                  |
|  |                  | <b>&lt;모로코&gt;</b><br>   | ○유럽과 인접해 있고 관광자원이 풍부하여 아프리카의 최대 관광대국 중 하나(전체 GDP의 50%이상)로 소득수준이 높으며 정치적으로 안정되어 있음<br>○우리 농식품 수출규모가 과소하여 초기 시장 개척에 많은 시간이 소요될 것으로 보임                                                             |

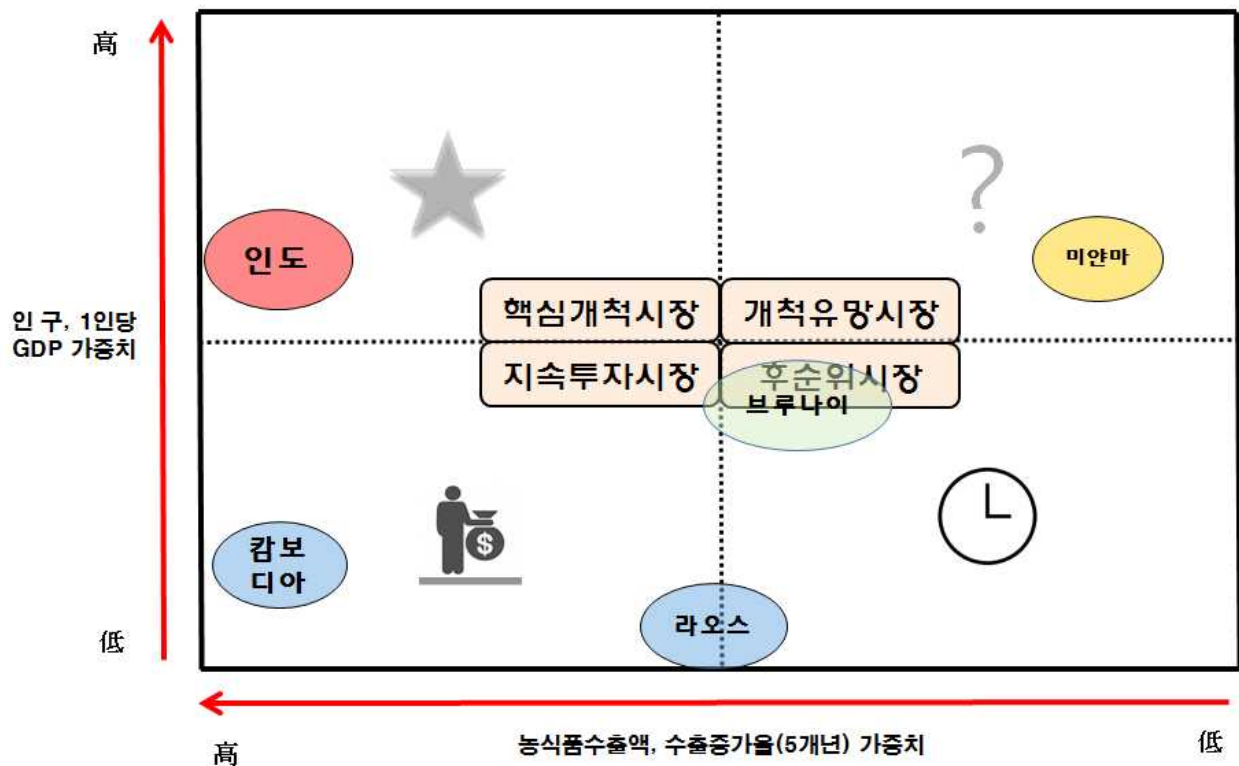
### 붙임 3

### 권역별 전략국가 진출여건 분석

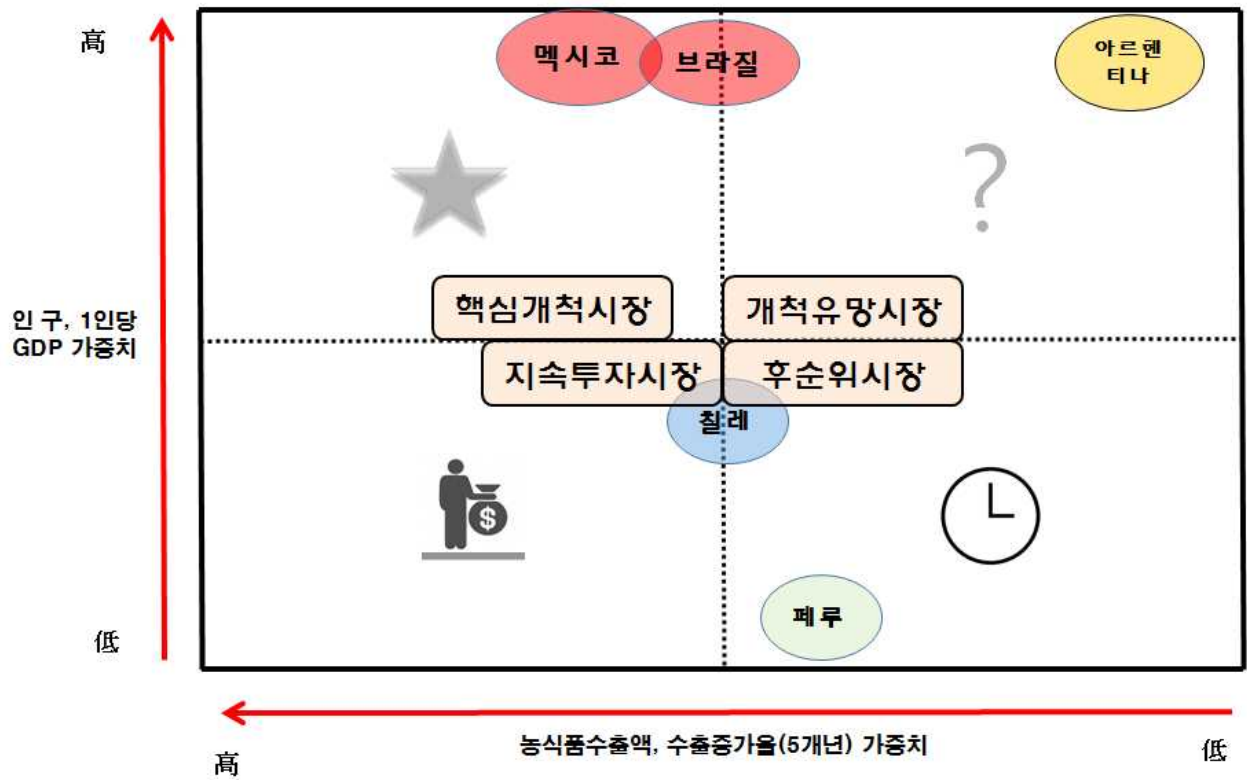
#### □ 시장 개척 대상 국가 진출 여건 분석

| 권역      | 최우선 시장 | 차순위 시장          |             | 후순위 시장             |
|---------|--------|-----------------|-------------|--------------------|
|         |        | 중점국가            | 개척국가        |                    |
| 인도+아세안  | 인도     | 미얀마             | 캄보디아, 라오스   | -                  |
| 중남미     | 브라질    | 멕시코             | 아르헨티나, 칠레   | -                  |
| 중동+중아시아 | 카자흐스탄  | 터키              | 사우디아라비아, 이란 | 우즈베키스탄, 이스라엘, 쿠웨이트 |
| 아프리카    | -      | 남아공, 나이지리아, 이집트 | -           | 앙골라, 모로코           |
| 유럽      | 이탈리아   | 스웨덴             | 폴란드, 체코     | 루마니아, 슬로바키아        |

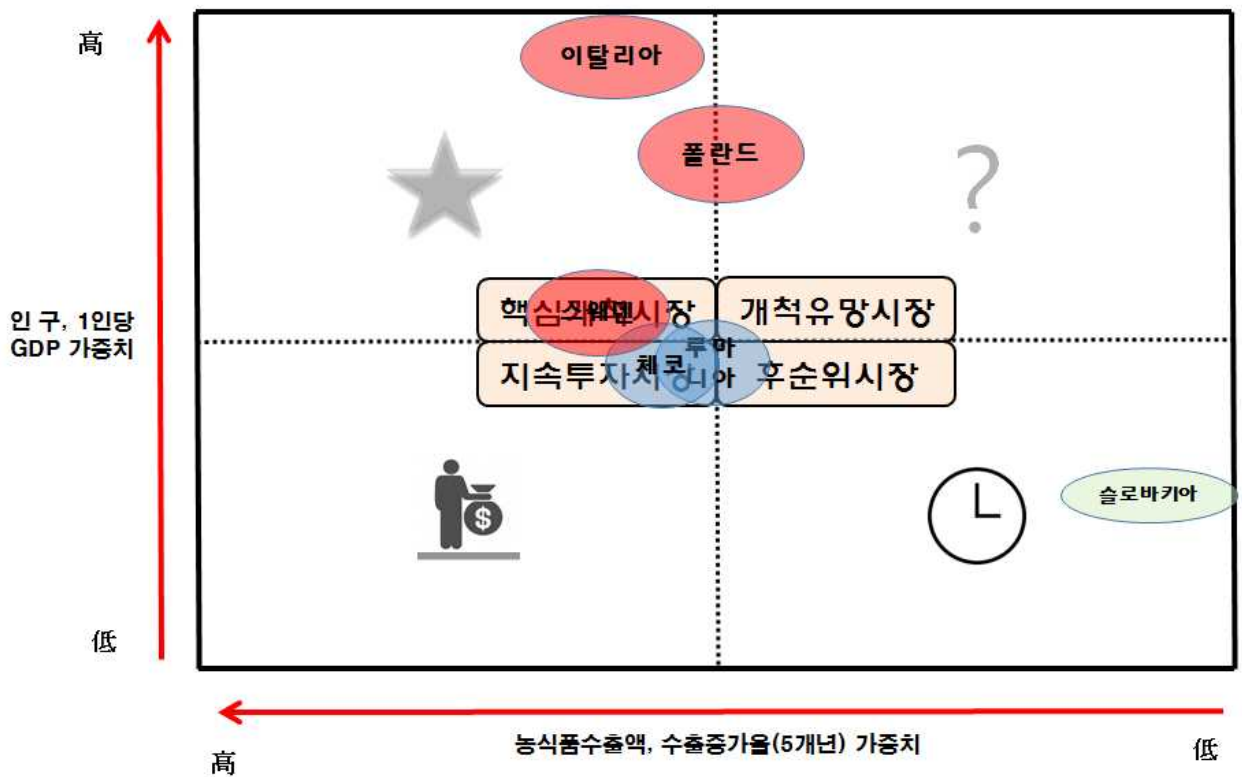
○ (인도, 아세안 권역) 가장 유망한 시장은 세계 2위 인구 국가이며 농식품 수출성장률이 높은 인도로 분석되며 차순위 유망국가는 미얀마로 분석



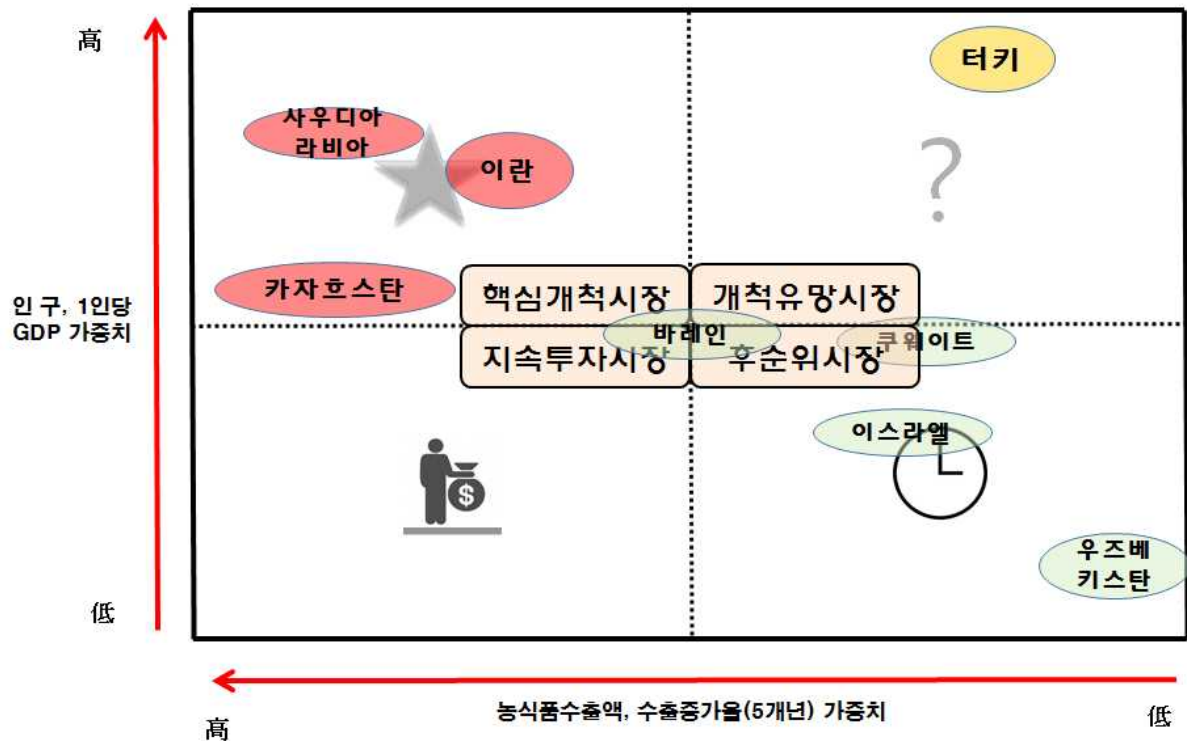
○ (중남미 권역) 가장 유망한 시장은 멕시코, 브라질 시장으로 분석



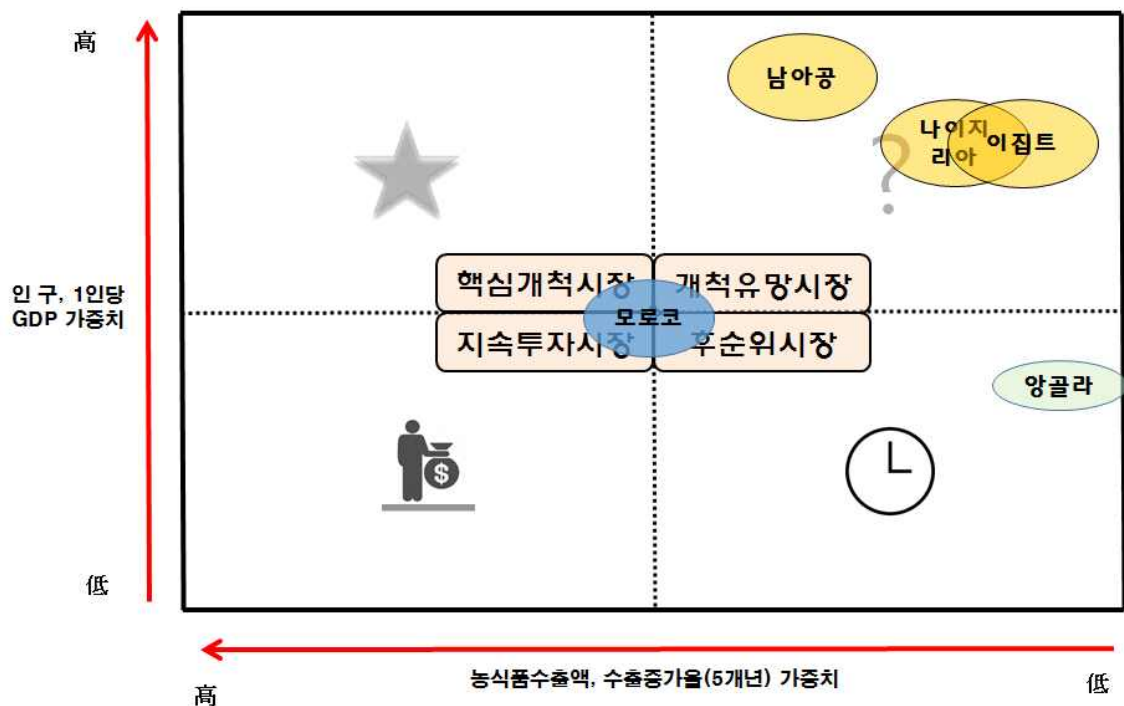
○ (EU 권역) 가장 유망한 시장은 이탈리아, 스웨덴, 폴란드 시장으로 분석



○ (중동, 중앙아시아) 가장 유망한 시장은 카자흐스탄, 사우디아라비아, 이란 시장으로 분석



○ (아프리카 권역) 우리 농식품 수출여건 미성숙으로 '개척유망시장'은 남아공, 나이지리아, 이집트로 분석됨



## □ 권역별 전략국가 분석 방법

- 국가별 인구, 1인당 GDP 가중치(시장 잠재력) 등 주요경제지표, 우리 농식품 수출액 및 5개년 증가율(개척가능성)을 기준으로 분석
  - ★ (핵심개척시장) 인구가 많고 최근 5년간 우리 농식품 수출증가율이 높은 시장  
→ 우리 농식품 수출확대가 유망한 시장으로 집중적인 시장개척 활동을 통하여 시장을 더욱 확대 시킬 필요
  - ? (개척유망시장) 인구는 많으나 최근 5년간 우리 농식품 수출 증가율이 낮은 시장  
→ 시장 자체는 유망하나 진입 여건 미성숙, 경제상황 등 애로가 있는 국가로 신규 시장개척을 위한 다양한 시도 필요
  - \$ (지속투자시장) 인구는 적으나 최근 5년간 우리 농식품 수출 증가율이 높은 시장  
→ 제한적 인구에 의하여 미래 농식품 수출의 대폭 확대를 기대하기는 어려우나 수출확대를 위한 지속적 마케팅 추진 필요
  - ● (개척유망시장) 인구도 적고 최근 5년간 우리 농식품 수출 증가율도 낮은 시장  
→ 시장 확대 가능성이 낮고 현재 시장 진입 여건도 좋지 않은 시장으로 한정된 자원(예산)의 효율적 분배를 위하여 후순위로 시장 개척 추진
- \* 가중치 : 국가별인구(60%), 1인당 GDP(40%) / 우리 농식품 수출액(60%), 5개년 증가율(40%)
- 권역별 전략국가는 현 시점에서의 분석으로 외생변수의 변동(국가 경제·정치여건 등)에 따라 유기적으로 변화
- 동 분석은 BCG(Boston Consulting Group) Matrix를 우리 농식품 수출 시장 분석 여건에 맞게 변형하여 구성

**붙임 4**
**권역별 국가별 경제 통계 분석**

| 구분         | 국가           | 인구<br>(백만명) | 총수출액<br>(백만불) | 농식품<br>수출액<br>(백만불) | 농식품<br>수출액증가율<br>(5개년) | GDP<br>(10억\$) | GDP<br>성장률<br>(5개년) | 1인당<br>GDP<br>(USD) | 1인당GDP<br>성장률<br>(5개년) | 교 포    |
|------------|--------------|-------------|---------------|---------------------|------------------------|----------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------|
| 인도+<br>아세안 | 인도           | 1,330.8     | 12,029.6      | 45.3                | 16.2%                  | 2,090          | 3.3%                | 1,617               | 1.7%                   | 10,178 |
|            | 미얀마          | 54.1        | 659.9         | 21.1                | 2.8%                   | 66             | 1.2%                | 1,291               | 0.3%                   | 3,106  |
|            | 말레이시아        | 25.7        | 7,735.2       | 101.4               | 1.4%                   | 296            | △0.2%               | 9,556               | △1.9%                  | 12,690 |
|            | 캄보디아         | 14.5        | 652.7         | 76.7                | 28.3%                  | 18             | 8.6%                | 1,168               | 6.9%                   | 8,445  |
|            | 라오스          | 6.8         | 170.4         | 1.9                 | 49.8%                  | 12             | 11.8%               | 1,178               | 9.6%                   | 1,890  |
|            | 브루나이         | 0.4         | 272.2         | 1.1                 | 70.6%                  | 13             | △8.6%               | 30,993              | △9.9%                  | 165    |
| 중남미        | 브라질          | 206.5       | 5,494.8       | 12.9                | 0.2%                   | 1,172          | △9.2%               | 8,669               | △10.0%                 | 50,418 |
|            | 멕시코          | 128.6       | 10,891.9      | 22.9                | 8.5%                   | 1,144          | △0.6%               | 9,009               | △1.7%                  | 11,484 |
|            | 아르헨티나        | 40.9        | 1,046.8       | 3.8                 | △2.5%                  | 585            | 4.6%                | 13,588              | 3.4%                   | 22,730 |
|            | 페루           | 29.5        | 1,217.3       | 4.6                 | 54.5%                  | 192            | 2.9%                | 6,021               | 1.8%                   | 1,198  |
|            | 칠레           | 16.6        | 1,742.3       | 10.3                | 6.3%                   | 240            | △1.1%               | 13,340              | △2.1%                  | 2,725  |
|            | 나이지리아        | 186.9       | 685.8         | 22.2                | △2.8%                  | 490            | 4.5%                | 2,742               | 1.7%                   | 895    |
| 아프리카       | 이집트          | 91.7        | 2,178.9       | 14.2                | △5.1%                  | 330            | 7.4%                | 3,740               | 4.8%                   | 933    |
|            | 남아프리카<br>공화국 | 53.1        | 1,262.4       | 20.4                | △5.4%                  | 312            | △6.8%               | 5,964               | △8.3%                  | 4,125  |
|            | 모로코          | 31.3        | 349.4         | 0.3                 | 19.8%                  | 103            | 0.0%                | 3,078               | △1.2%                  | 565    |
|            | 앙골라          | 12.8        | 1,858.8       | 0.4                 | △19.5%                 | 102            | △0.2%               | 4,100               | △3.2%                  | 225    |
|            |              |             |               |                     |                        |                |                     |                     |                        |        |

|  |        |
|--|--------|
|  | 진출유리   |
|  | 진출여건장애 |
|  | 진출여건우려 |
|  | 선정후보   |
|  | 제외후보   |

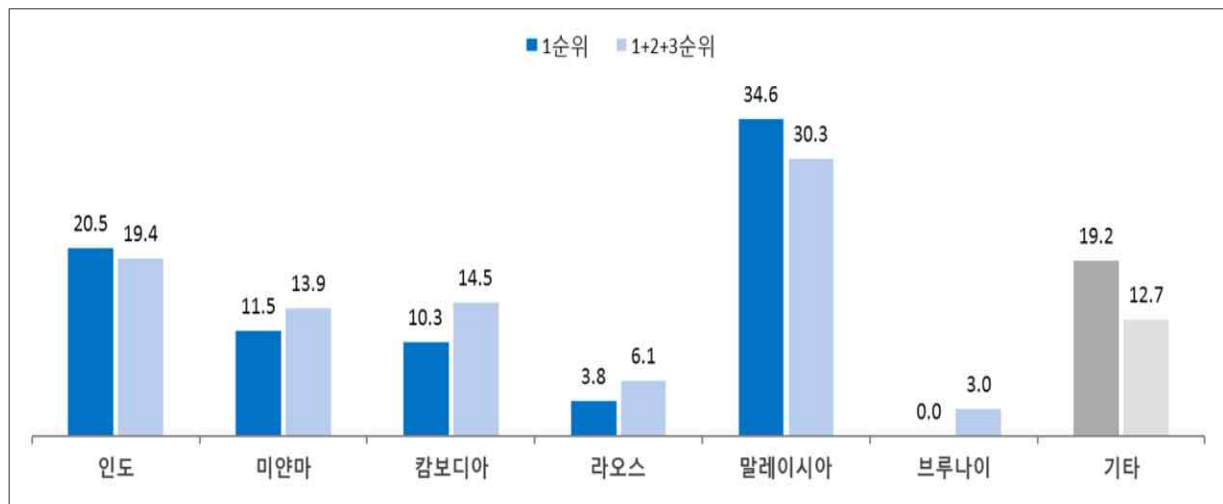
|              |         |      |          |      |       |       |       |        |        |         |
|--------------|---------|------|----------|------|-------|-------|-------|--------|--------|---------|
| EU           | 이탈리아    | 58.1 | 3,531.2  | 36.6 | 10.2% | 1,815 | △5.6% | 29,866 | △6.8%  | 4,148   |
|              | 폴란드     | 38.5 | 2,807.5  | 17.4 | 15.6% | 474   | △2.6% | 12,495 | △2.6%  | 1,435   |
|              | 루마니아    | 21.2 | 538.6    | 5.1  | 31.4% | 177   | △1.1% | 8,906  | △0.7%  | 423     |
|              | 체코      | 10.2 | 2,040.4  | 3.3  | 18.5% | 181   | △5.1% | 17,256 | △5.2%  | 1,553   |
|              | 스웨덴     | 9.0  | 699.0    | 16.6 | 57.8% | 492   | △3.3% | 49,866 | △4.2%  | 2,789   |
|              | 슬로바키아   | 5.5  | 3,543.4  | 1.3  | 3.5%  | 86    | △3.2% | 15,991 | △3.2%  | 1,557   |
|              | 사우디아라비아 | 28.6 | 9,481.8  | 33.3 | 0.1   | 646   | △8.9% | 20,582 | △3.3%  | 5,189   |
|              | 이스라엘    | 7.2  | 1,179.50 | 28.1 | 2.0%  | 299   | 3.40% | 35,743 | 1.50%  | 779     |
|              | 터키      | 76.8 | 6,249.30 | 12.6 | △4.9% | 718   | △1.8% | 9,186  | △3.0%  | 3,839   |
|              | 쿠웨이트    | 2.7  | 924.7    | 5.7  | 3.5%  | 114   | △7.2% | 27,756 | △9.7%  | 1,638   |
| 중동+<br>중앙아시아 | 바레인     | 0.7  | 186.8    | 1.2  | 35.9% | 31    | 3.80% | 24,057 | △0.02% | 163     |
|              | 이란      | 66.4 | 3,730.90 | 47.5 | 6.2%  | 390   | △9.1% | 4,907  | △10.2% | 320     |
|              | 카자흐스탄   | 15.4 | 454.40   | 49.5 | 5.9%  | 116   | △2.0% | 11,028 | △3.4%  | 107,613 |
|              | 우즈베키스탄  | 27.6 | 1,284.00 | 3.7  | △9.6% | 65    | 8.80% | 2,115  | 7.90%  | 166,956 |

## 1. 권역별 향후 수출 집중 국가

### 가. 아세안, 인도 권역

- 아세안, 인도 권역내의 향후 수출 집중 국가를 살펴보면 ‘말레이시아’가 34.6%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘인도’(20.5%), ‘미얀마’(11.5%) 등의 순으로 나타남
- 1+2+3순위 결과 역시 ‘말레이시아’가 30.3%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘인도’(19.4%), ‘캄보디아’(14.5%) 등의 순으로 나타남
- ‘기타’ 의견으로는 ‘몽골’, ‘스리랑카’ 등이 있음

[그림 2-1-3] 아세안, 인도 권역 향후 수출 집중 국가 (단위 : %)



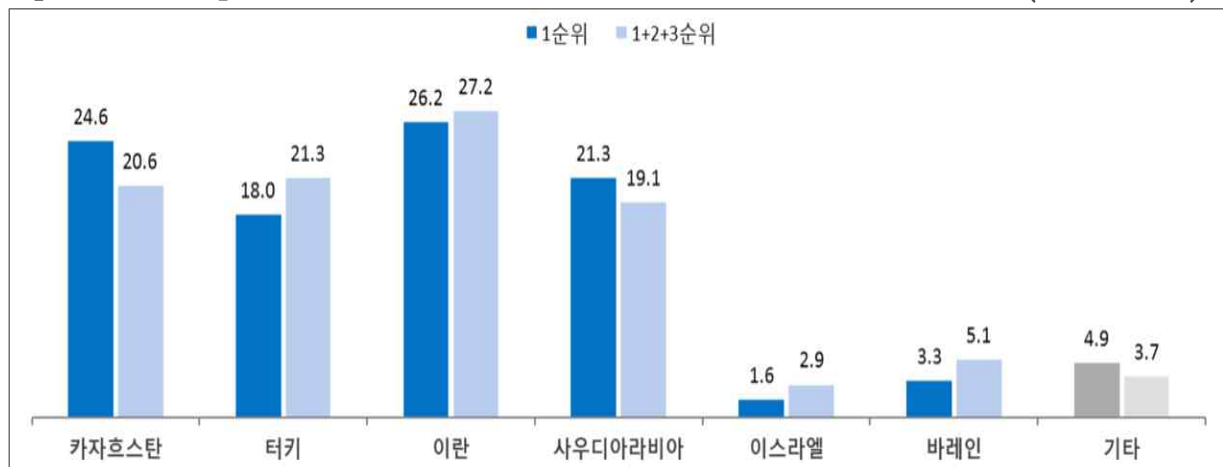
■ n=105, ‘해당 국가 없음’ 응답 제외 후 분석

- ‘말레이시아’에 수출을 집중하고자 하는 이유로는 할랄 시장이 크기 때문이라는 응답이 많았으며, 한류 영향력 큰 점, 인구수와 소득수준이 높은 편으로 구매 잠재력이 있다는 점 등의 의견이 있음
- 애로사항으로는 까다로운 통관절차, 할랄 인증 및 검역 문제 등이 있음

## 나. 중동, 중앙아시아 권역

- 중동, 중앙아시아 권역내의 향후 수출 집중 국가를 살펴보면 ‘이란’이 26.2%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘카자흐스탄’(24.6%), ‘사우디아라비아’(21.3%) 등의 순으로 나타남
- 1+2+3순위 결과 역시 ‘이란’이 27.2%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘터키’(21.3%), ‘카자흐스탄’(20.6%) 등의 순으로 나타남
- ‘기타’ 의견으로는 ‘우즈베키스탄’, ‘레바논’, ‘두바이’ 등이 있음

[그림 2-1-4] 중동, 중앙아시아 권역 향후 수출 집중 국가 (단위 : %)



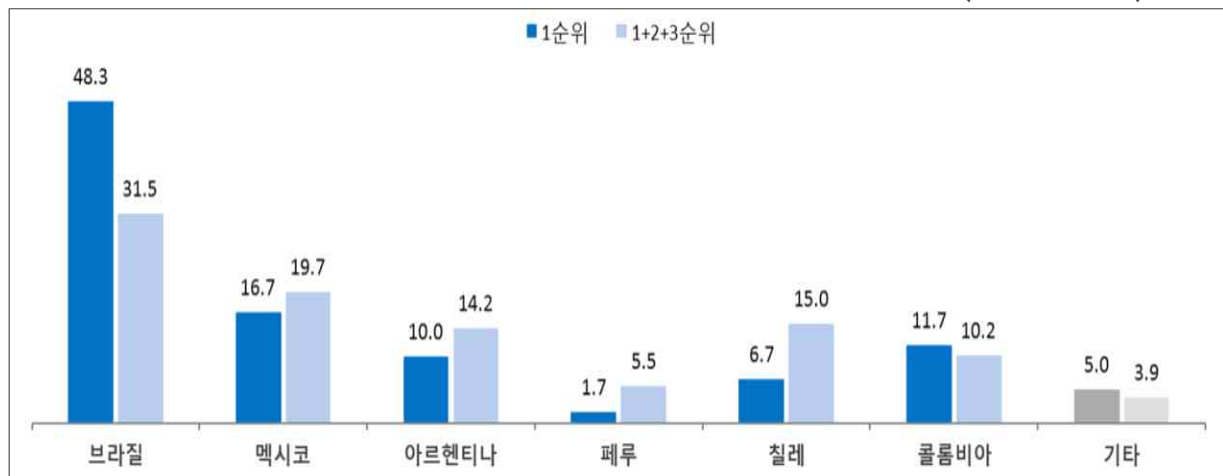
▶ n=61, ‘해당 국가 없음’ 응답 제외 후 분석

- ‘이란’에 수출을 집중하고자 하는 이유로는 경제 제재 해제로 인한 수출 활성화 및 높은 시장 성장성이 대표적이며, 그 외에 할랄에 대한 선호도가 높고 한류 영향이 확대되어 가고 있는 시장이기 때문이라는 의견 등이 있음
- 애로사항으로는 이란 식약처(Ministry of Health and Food) 및 상무부(Ministry of Commerce)의 까다로운 제품 등록과 통관 문제 등이 있음

#### 다. 중남미 권역

- 중남미 권역내의 향후 수출 집중 국가를 살펴보면 ‘브라질’이 48.3%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘멕시코’(16.7%), ‘콜롬비아’(11.7%) 등의 순으로 나타남
- 1+2+3순위 결과 역시 ‘브라질’이 31.5%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘멕시코’(19.7%), ‘칠레’(15.0%) 등의 순으로 나타남
- ‘기타’ 의견으로는 ‘과테말라’, ‘에콰도르’가 있음

[그림 2-1-5] 중남미 권역 향후 수출 집중 국가 (단위 : %)



▣ n=60, ‘해당 국가 없음’ 응답 제외 후 분석

- ‘브라질’에 수출을 집중하고자 하는 이유로는 중남미 최대 국가로 인구가 많고 시장이 크다는 응답이 많았으며, 한류 영향으로 한국 제품에 대한 호감이 있다는 점 등의 의견도 있음
- 애로사항으로는 복잡한 수입 및 통관 절차와 긴 운송기간으로 인한 상품성과 가격경쟁력 약화, 수출 관련 정보 부족 등의 응답이 있음

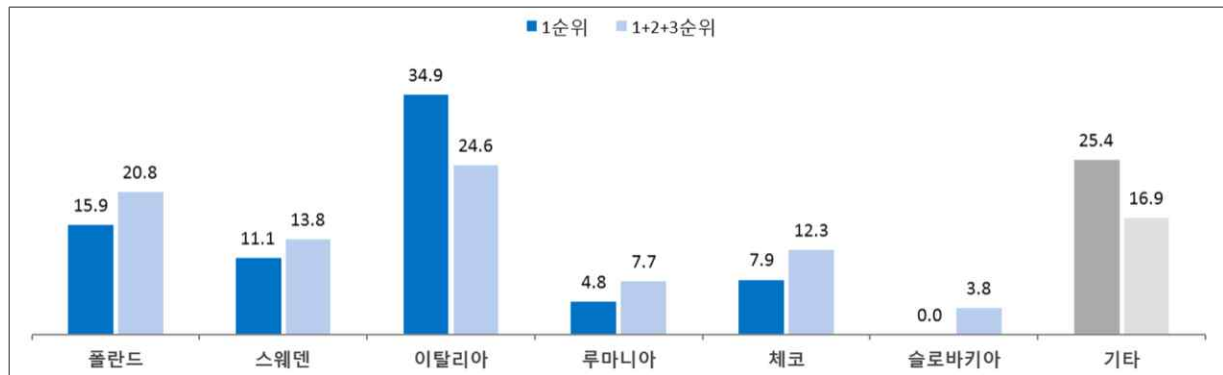
## 라. 유럽 권역

□ 유럽 권역내의 향후 수출 집중 국가를 살펴보면 ‘이탈리아’가 34.9%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘폴란드’(15.9%), ‘스웨덴’(11.1%) 등의 순으로 나타남

○ 1+2+3순위 결과 역시 ‘이탈리아’가 24.6%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘폴란드’(20.8%), ‘스웨덴’(13.8%) 등의 순으로 나타남

○ ‘기타’ 의견으로는 ‘영국’, ‘프랑스’, ‘독일’ 등이 있음

[그림 2-1-7] 유럽 권역 향후 수출 집중 국가 (단위 : %)



☞ n=63, ‘해당 국가 없음’ 응답 제외 후 분석

□ ‘이탈리아’에 수출을 집중하고자 하는 이유로는 관심있는 바이어가 많고 유럽 시장으로 진출할 수 있는 좋은 환경의 국가이기 때문이라는 응답 등이 있음

○ 애로사항으로는 식품 관련 검역이 까다로운 점 및 이탈리아 전용 라벨 필요로 인한 비용 발생 등이 있음

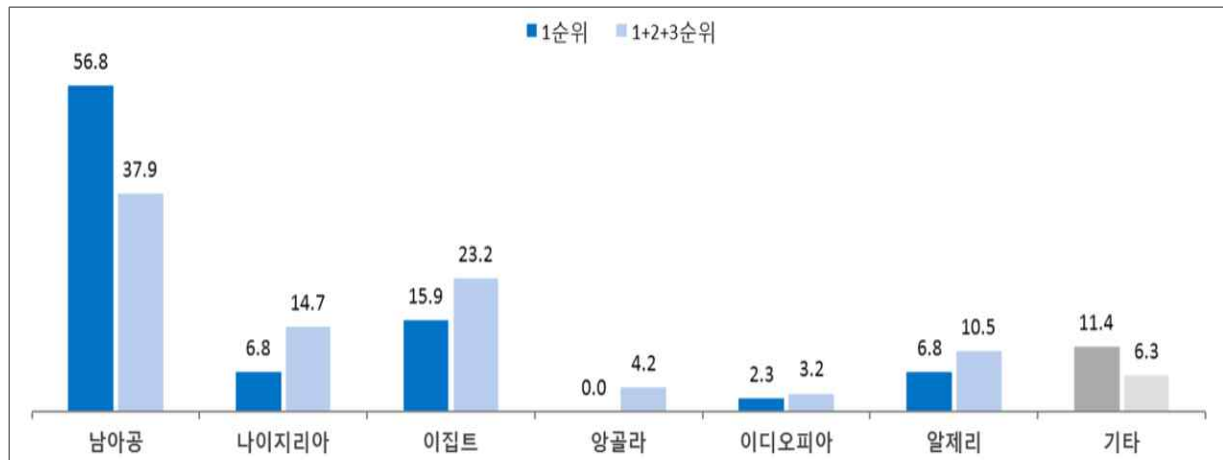
## 마. 아프리카 권역

□ 아프리카 권역내의 향후 수출 집중 국가를 살펴보면 ‘남아공’이 56.8%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘이집트’(15.9%), ‘나이지리아’, ‘알제리’(각각 6.8%) 등의 순으로 나타남

○ 1+2+3순위 결과 역시 ‘남아공’이 37.9%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘이집트’(23.2%), ‘나이지리아’(14.7%) 등의 순으로 나타남

○ ‘기타’ 의견으로는 ‘케냐’, ‘탄자니아’, ‘리비아’ 등이 있음

[그림 2-1-6] 아프리카 권역 향후 수출 집중 국가 (단위 : %)



▶ n=44, ‘해당 국가 없음’ 응답 제외 후 분석

□ ‘남아공’에 수출을 집중하고자 하는 이유로는 아프리카 권역 중 가장 선진화되고 활발한 시장이기 때문이라는 응답이 많았으며, 또한 아프리카 시장 진출의 거점 국가로 수출 교두보 역할에 대한 기대의 의견이 있음

○ 애로사항으로는 긴 운송 시간으로 인한 제품의 안전성 문제와 통관 검역의 까다로움 등이 있음

□ 한국식품 시장개척 애로사항

- 동남아, 인도 권역
  - (검역·통관) 담당자 자의적인 행정으로 불확실성이 높음
  - (물류) 물류 인프라가 미 확충으로 비용 과다 소요
- 중남미 권역
  - (물류) 운송소요기간이 길어 수입 가능품목 제약 및 변질우려
  - (검역) 검역협상 미 타결로 유망 신선품 수출 애로, 신품목 허가 취득 애로
- 유럽 권역
  - (물류) 항공 운송 필요 신선제품의 물류비 과다 소요
  - (검역) 각종 인증서 요구, 유럽 통관기준 변경으로 인한 어려움
- 중동, 중앙아시아 권역
  - (물류) 해상+육로 이동에 따른 물류비용 과다(카자흐)
  - (검역·통관) 라벨링 및 성분 분석 관련 비용 높음

□ 현지시장 유망품목 및 취급 의향 품목



## □ 시장 개척 확대를 위한 필요 지원 사항

### ○ 동남아, 인도 권역

- (마케팅) 매장판촉전, 안테나샵 운영, 소비자체험 등 수요 확대 등
- (포장·라벨) 개별기업 디자인 지원, 포장·라벨링 향상 지원
- (기타) 현지 경제 상황 감안(인도) 물류비 등 지원확대 및 정부의 보증으로 대금의 일부 후불결제 시스템 구축

### ○ 중남미 권역

- (검역) 신선농산물 검역협상을 통한 유망 품목 수출 확대
- (한류활용) 현지에서 인기를 얻고 있는 한류를 활용하여 우리 농식품 인지도 제고
- (기 타) 초기 시장 접근을 위해서는 소량 다품종 수출 및 현지 테스트 필요

### ○ 유럽 권역

- (인지도제고) 한국 농식품에 대한 인지도가 낮은 점을 개선하기 위해 매장판촉, 소비자체험 행사 등을 지속 추진
- (품질관리) 까다로운 EU 기준에 맞는 고품질 제품 수출 체계마련

### ○ 중동, 중앙아시아 권역

- (물류비) 내륙국가 수출에 따라 과도하게 소요되는 물류비 절감을 위한 지원, 항공운송 관련 물류 지원 등
- (기타) 현지 전용 패키지 개발지원, 바이어 대상 자금지원 제도 마련, 개방 초기 시장 선점을 위한 적극적인 매장 판촉, 상품 등록 등

## 붙임 7

## 국가별 한류 현황 지수

○ 조사대상국(29개국)의 한류 현황지수 전체평균은 3.02

|              |               | 한류현황지수<br>(‘15)(A) | 한류현황지수<br>(‘14)(B) | 현황지수변화<br>(B-A) | 비고 |
|--------------|---------------|--------------------|--------------------|-----------------|----|
| 한류대중화<br>단계  | 싱가포르          | 4.00               | 3.87               | 0.14            |    |
|              | 필리핀           | 3.96               | 3.81               | 0.15            |    |
|              | <b>미얀마</b>    | <b>3.73</b>        | <b>3.98</b>        | <b>△0.25</b>    |    |
|              | 중국            | 3.64               | 3.58               | 0.06            |    |
|              | 태국            | 3.58               | 3.52               | 0.06            |    |
|              | 인도네시아         | 3.50               | 3.47               | 0.03            |    |
|              | 베트남           | 3.50               | 3.87               | △0.37           |    |
| 한류확산단계       | 말레이시아         | 3.47               | 3.51               | △0.04           |    |
|              | <b>우즈베키스탄</b> | <b>3.44</b>        | <b>3.76</b>        | <b>△0.32</b>    |    |
|              | <b>카자흐스탄</b>  | <b>3.41</b>        | <b>3.11</b>        | <b>0.30</b>     |    |
|              | 대만            | 3.36               | 3.50               | △0.15           |    |
|              | 캐나다           | 3.28               | 2.79               | 0.49            |    |
|              | UAE           | 3.22               | 2.87               | 0.35            |    |
|              | 미국            | 2.95               | 3.09               | △0.14           |    |
|              | <b>아르헨티나</b>  | <b>2.93</b>        | <b>2.70</b>        | <b>0.23</b>     |    |
|              | <b>남아공</b>    | <b>2.86</b>        | <b>2.84</b>        | <b>0.03</b>     |    |
|              | <b>터키</b>     | <b>2.81</b>        | <b>2.92</b>        | <b>△0.11</b>    |    |
|              | 호주            | 2.69               | 2.82               | △0.13           |    |
|              | 우크라이나         | 2.63               | 3.14               | △0.51           |    |
|              | 일본            | 2.61               | 2.62               | △0.01           |    |
|              | 프랑스           | 2.57               | 2.64               | △0.07           |    |
|              | <b>인도</b>     | <b>2.55</b>        | <b>1.86</b>        | <b>0.69</b>     |    |
|              | 영국            | 2.55               | 2.78               | △0.23           |    |
|              | 러시아           | 2.50               | 2.41               | 0.09            |    |
| 한류소수<br>관심단계 | <b>브라질</b>    | <b>2.48</b>        | <b>2.45</b>        | <b>0.02</b>     |    |
|              | <b>이란</b>     | <b>2.38</b>        | <b>2.27</b>        | <b>0.10</b>     |    |
|              | 독일            | 2.31               | 2.61               | △0.30           |    |
|              | <b>폴란드</b>    | <b>2.18</b>        | <b>2.31</b>        | <b>△0.14</b>    |    |
|              | <b>멕시코</b>    | <b>2.07</b>        | <b>2.46</b>        | <b>△0.39</b>    |    |

\* 한국문화교류재단에서 실시한 ‘2015 한류의 경제적 효과에 관한 연구’ 자료