CEO Information

2009. 10. 7. (제725호)

식품산업 : 새로운 가치와 도전

목차

요약

Ⅰ. 식품산업의 새로운 가치

Ⅱ. 식품산업의 글로벌 트렌드

Ⅲ. 한국 식품산업의 발전전략

작성 : 김진혁 수석연구원(3780-8204)
jhkim@seri.org
김현한 연구원
하 송 연구원
홍선영 연구원

삼성경제연구소

《 요 약 》

식품산업의 새로운 가치

전통적으로 식품산업의 역할은 국민에게 안전한 먹을거리를 충분히 공급하는 것이었다. 그러나 최근 식품에 대한 소비 니즈가 고도화되고, 식품관련 연구가 활발해지면서 BT·NT 등 첨단기술을 활용한 기능성 식품 개발로 커다란 부가가치를 창출하고 있다. 이에 따라 식품산업은 부가가치와 고용을 창출하고, 수출확대에 기여하는 등 미래유망산업으로 떠오르고 있다. 아울러 농어업의 발전을 이끌고 국가 브랜드 경쟁력 강화에 기여하는 등 식품산업의 새로운 가치도 주목받고 있다.

식품산업의 글로벌 트렌드

식품산업의 글로벌 트렌드는 첫째, 식품안전 및 건강식에 대한 관심이 점점 커지고 있다. 둘째, '건강' 증진에 기여하는 식품을 개발하는 과정에서 식품, 화학, 제약 등 관련 산업 간의 융·복합 현상이 활발하게 이루어지고 있다. 셋째, 노인 및 독신 가구 증가 등 인구구조 및 라이프 스타일의 변화에 따라 고품질 편의식품 시장이 빠르게 성장하고 있다. 넷째, 고유의 식문화와 전통이 담겨 있는 지역(국가) 전통식품의 인기가 확산되고 있다. 이에 세계 각국은 자국의 고유음식을 세계화하려는 노력을 경주 중이다. 다섯째, 食문화에 대한 관심이 커지면서 식품이 문화 콘텐츠로 부상하고 있다.

한국 식품산업의 발전전략

식품산업의 글로벌 트렌드를 고려하여 한국 식품산업이 중점 육성해야 할 분야와 정부가 지원해야 할 정책은 다음과 같다. 전략분야로는 첫째, **고부가 기능성 식품 개발**이다. 인삼이 생산되지 않는 스위스가 인삼가공식품 수출 세계 1위 국가가 된 것은 '긴사나'라는 인삼을 원료로 한 강장제 때문이다. 이처럼 식품원료에 첨단기술을 접목하여 부가가치를 높인 기능성 식품을 개발하여 세계시장을 공략해야 한다. 둘째, 발효식품·전통주 등 **한국 전통식품의 상품화를 추진**해야 한다. 예를 들어 재료와 원산지, 맛에 따라 표준화하고 조리법을 보급하여 한국 고추장을 타바스코 소스와 같은 글로벌 핫소스로 육성해야 한다. 셋째, **한식의 세계화**이다. 이를 위해 간편하게 먹을 수 있는 간식류(떡볶이), 한 끼 식사로 알맞은 단품 메뉴(비빔밥), 격식을 갖춘 정찬 메뉴(궁중요리) 등 다양한 메뉴 라인업을 구축하여 세계를 향해 마케팅해야 한다.

이러한 목표를 달성하기 위해서 정부는 ① **국가 식품 클러스터를 조성하고 조기에 활성화**해야 한다. ② **창조적 농기업가를 양성**해야 한다. 유능한 인재가 지속적으로 유입되도록 다양한 농식품 비즈니스를 창출하여 도전정신과 열정을 가진 농기업가를 키워야 한다. ③ **식품안전관리를 세계적인 수준으로 강화**하여 한국 식품의 안전성과 신뢰도를 제고해야 한다. ④ **한식전문인력을 양성**해야 한다. ⑤ **해외에 진출한 외식기업에 대한 지원을 강화**하는 일도 필요하다.

Ⅰ. 식품산업의 새로운 가치

식품산업의 중요성

□ 식품산업은 세계시장 규모가 약 4조달러(반도체산업의 약 15배)에 달하는 거대산업

- 식품산업은 크게 식품제조업과 외식·급식업으로 구분[1)]

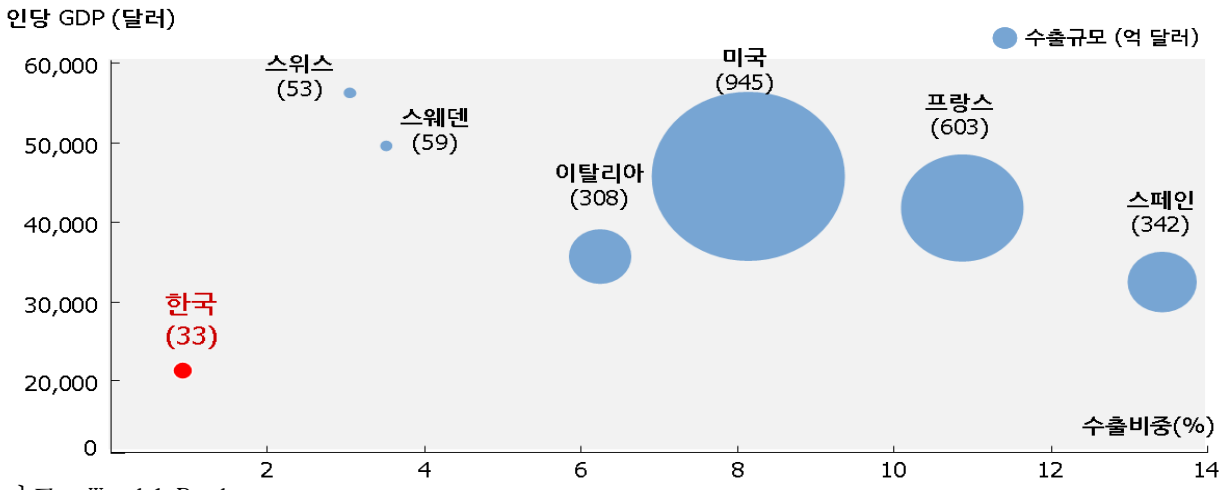
- 국내 식품의 85%가 가공식품 또는 외식의 형태로 소비(가공식품 42%, 외식 43%, 신선농수산물 15%)[2)]

- 비만방지식품, 질병예방식품, 노화방지식품 등 식품의 응용 분야가 확대되면서 식품산업이 제약·바이오 등과 융·복합

□ 세계 주요국은 식품산업의 경쟁력 강화를 통해 부가가치 창출, 고용 확대 및 수출산업화 등을 추구

- 미국, 프랑스 등 일부 선진국의 경우 전체 수출액에서 식품산업이 차지하는 비중이 10% 내외에 이를 정도

식품산업 수출액 및 수출 비중의 국별 비교(2007년 기준)



자료: World Bank

1) 식품산업진흥법(제2조), 농어업·농어촌 및 식품산업기본법(제3조) 등에서는 '농산물에 인공을 가하여 생산·가공·제조·조리 및 이로부터 생산된 산물을 포장·보관·수송·판매하는 산업'으로 규정

2) 이용선 外 (2008. 12.). "식품정책의 방향과 과제" (연구보고서). 한국농촌경제연구원. p12.

- 네덜란드, 덴마크 등 북유럽 국가는 식품 클러스터를 조성하여 식품 산업의 경쟁력을 강화

  · 네덜란드의 푸드밸리 식품 클러스터는 연간 생산액 500억유로(GDP의 10% 수준)를 기록하며 국가경제의 핵심 축으로 성장

- 태국, 일본, 이탈리아 등은 자국 전통음식의 세계화를 위해 조리법 표준화, 외식업체 인증제 등을 시도하고 국가 차원의 마케팅을 강화

한국 식품산업의 현주소

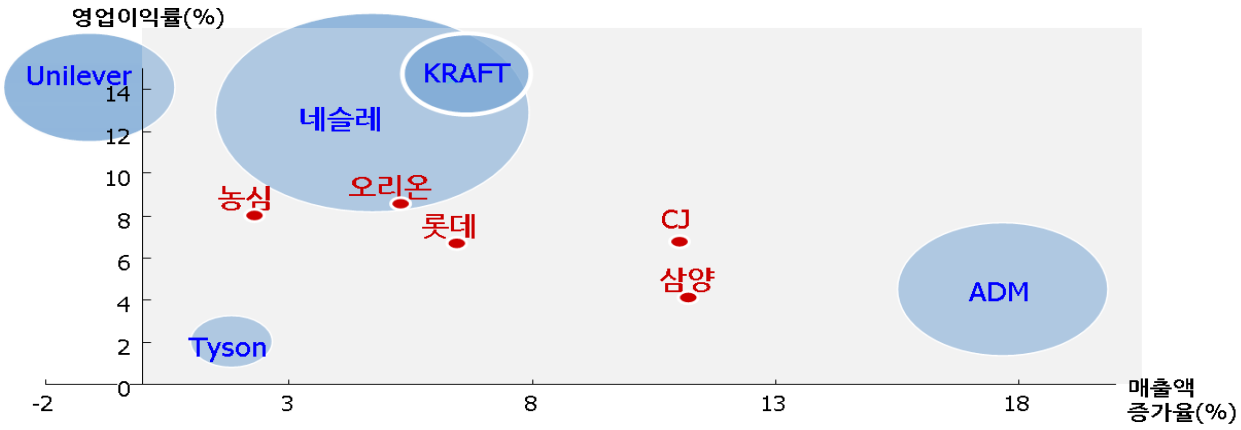
□ 국내 식품산업은 외형적으로는 커지고 있으나 글로벌 경쟁력은 아직 약한 편

- 국내 식품산업은 2007년 기준 매출액 110조원, 종사자 수 170만명 규모의 산업으로 성장(2000년 대비 매출액이 50.7% 증가)

- CJ, 롯데, 농심 등의 식품기업이 빠르게 성장하고 있지만, 매출규모나 영업이익률 측면에서 글로벌 식품기업과 큰 격차

  · 식품제조기업의 경우 종업원 10~50人인 사업체 비중이 전체의 83.1%로 대부분을 차지하고, 연평균 매출액은 102억원으로 제조업 평균(153억원)의 66.8%에 불과

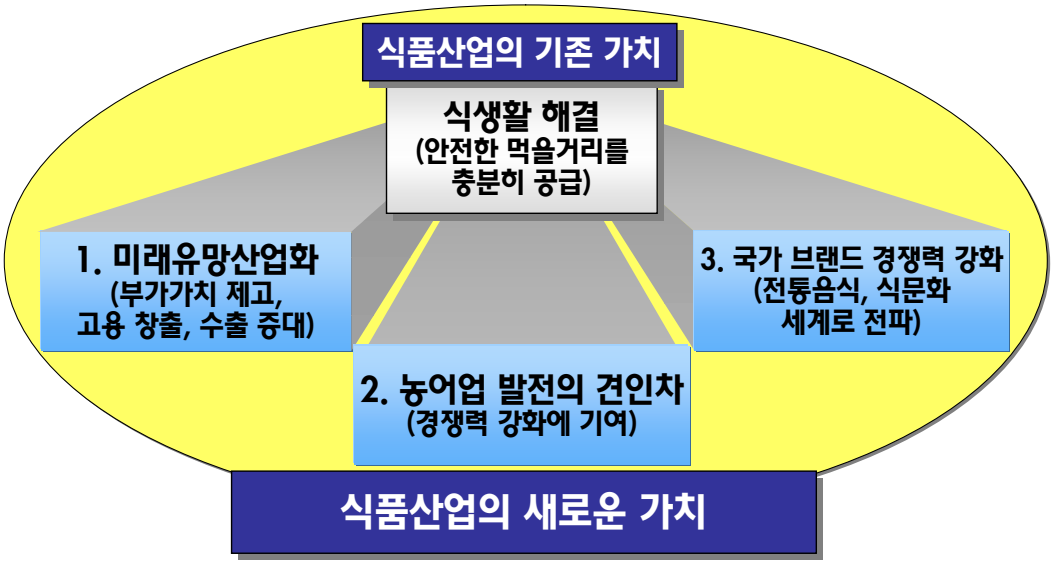
글로벌 식품기업 vs. 국내 식품기업



주: 영업이익률과 매출액 증가율은 2004~08년의 평균, 원의 크기는 2008년 매출액
자료: Thomson One Banker

식품산업의 가치에 대한 인식의 전환이 필요

식품산업의 새로운 가치



□ 식품산업의 새로운 가치 발견에 따라 국내 식품산업의 정책목표 및 역할에 대한 재검토가 필요한 시점

- 그동안 식품산업의 가치는 국민에게 먹을거리를 안전하고 충분하게 공급하는 것에 국한

  · 식품 및 농업 정책은 양적 증산과 식품위생에 관한 규제 위주

- 최근 정부는 식품산업의 성장가능성에 주목하여 농림수산식품부를 중심으로 식품 클러스터 조성, 한식 세계화사업 등을 추진하기 시작

□ 성장잠재력이 크고 한국의 차별화된 장점을 활용할 수 있는 식품산업을 경쟁력을 갖춘 성장산업으로 육성

- 식품에 대한 소비 니즈가 量에서 質, 格으로 이동함에 따라 BT·NT 등 첨단기술에 기반한 기능성 식품 개발로 큰 부가가치의 창출이 가능

- 한국의 전통식품과 한식은 식재료의 속성(채소와 곡물 위주, 발효음식), 조리법(삶기, 숯불구이) 등에서 세계적인 건강식이 될 잠재력을 보유

  · 美 건강잡지 『헬스』誌는 김치를 대표적인 건강식품[3]으로 꼽았고, 국제기내식협회는 비빔밥과 비빔국수를 최고의 기내식으로 선정

- 일부 한국식품의 글로벌 인지도와 선호도가 높아지고, 외식업체의 해외시장 개척이 가속화되는 등 식품산업의 글로벌화가 시작

  · **오리온** 초코파이, **농심** 신라면, **롯데제과** 자일리톨껌 등 국내 식품 기업의 히트상품이 중국 등을 비롯한 해외시장에서도 큰 인기

  · **동원**은 2008년 10월, 세계 1위 참치기업인 **스타키스트**(미국시장의 37% 점유)를 인수

□ 식품산업 육성을 통해 농어업 등 취약부문의 동반성장과 고용창출을 달성

- 식품산업 매출 1억원 증가 시 고용은 3.6명 증가(全 산업 평균 2.2명)

- 국내 농산물, 식자재 등의 활용을 촉진함으로써 농업 생산 증가 및 안정적인 판로 확보에 기여

  · 식품산업의 농어업에 대한 생산유발계수는 식품제조업이 0.36, 외식업이 0.16 수준

□ 한식의 세계화, 전통 발효식품의 상품화 등을 통해 식품산업은 한국의 문화를 알리고 국가 브랜드 경쟁력 강화에 기여

- 웰빙 트렌드가 부상하면서 미국 등 선진국을 중심으로 한식이 확산

  · "마늘, 참기름, 고추 향이 진동하는 한국 음식이 모든 곳에 나타났다"[4]

- 한식이 세계적인 미식, 건강식으로 성공적으로 자리매김할 경우 한국식품, 한국문화에 대한 인식이 개선되어 國格 제고

[3] World's Healthiest Foods: Kimchi(Korea). (2006.3.). *Health*.
[4] The New Hot Cuisine: Korean. (2009.3.7.). *The Wall Street Journal*.

Ⅱ. 식품산업의 글로벌 트렌드

1. Clean : 식품안전, 건강식에 대한 관심 고조

□ 식품안전 확보를 위해 각국은 안전기준 강화 등 전방위적인 노력을 경주

- 외식과 가공식품 소비의 증가로 식품의 대량 조리, 유통이 늘어나면서 식품 관련 사고가 광역화·대형화

  ·각국은 검역 강화, 수입 금지 등 초강경 수단을 동원

최근 발생한 식품 관련 주요 사고 및 각국의 대응

사고	발생국가	발생연도	내용
멜라민 분유	중국	2008년	- 신장결석·신부전증 환자 5만명 발생, 4명 사망 - 대부분 국가에서 멜라민 함유식품 수입 금지
다이옥신 돼지고기	아일랜드	2008년	- 기준허용치의 80~200배의 다이옥신 검출 - 아시아, EU 등 24개국에서 돼지고기 수입 중단
살모넬라균 오염 땅콩버터	미국	2009년	- 미국 45개 주에서 환자 666명 발생, 9명 사망 - 제품 리콜 및 수출 중단 명령

- 미국 등에서 안전성이 확보된 코셔와 할랄 인증식품의 수요가 증가

  ·코셔(Kosher)와 할랄(Halal)은 각각 유대교와 이슬람의 율법에 따라 축산물 도축기준과 도살자의 자격요건을 엄격하게 규정하고, 그 기준에 맞게 생산된 축산물에만 인증을 부여

□ 웰빙 트렌드 확산으로 건강식 수요 및 관련 시장도 급속히 확대

- 세계 유기농 식품 시장규모는 연평균 15.8% 성장(2004~2008년)[5)]

- 패스트푸드의 대명사 **맥도날드**가 샐러드, 요구르트 등 웰빙 메뉴를 확충하는 등 글로벌 식품기업들도 건강식 개발에 주력

[5)] Research and Markets: Food: Global industry guide. (2009. 5. 8.). *Reuters.*

2. Convergence : 他 산업과의 융복합이 가속

□ 제약·바이오 등 他 산업과의 융복합을 통해 식품산업의 영역이 확장

- 식품기업들은 화학·제약 등으로 사업을 확장하고, 他 산업 기업도 식품산업으로 진입하는 등 '건강'을 키워드로 산업 융복합이 가속

식품산업 관련 기업들의 사업 확장

구분	기업명	주요 변화
他 산업 + 식품산업	듀폰	화학 + 유전자변형 농작물(GMO)
	몬산토	화학 + 사료 + 유전자변형 농작물(GMO)
	다우케미컬	화학 + 식품첨가제, 식품포장재
식품산업 + 他 산업	네슬레	일반식품 + 기능성식품, 제약
	CJ	식품가공, 외식 + 기능성식품, 제약

- 식품으로 섭취함으로써 화장품의 기능을 발휘하는 기능성 식품도 등장

  · **시세이도**는 **코카콜라**와 공동으로 알로에베라를 함유한 주름방지 음료를 개발

□ 농산물이 기능성 식품이나 건강보조식품으로 탈바꿈하는 등 식품산업을 통해 농업의 부가가치가 획기적으로 제고

- 유전자조작기술 등 BT를 활용하여 약리작용을 극대화한 식품이 등장

  · 쌀에 홍국균주를 첨가하여 발효시킨 홍국쌀은 콜레스테롤을 낮추는 효능이 있어 고지혈증 치료에 활용

- 약리작용이 우수한 농산물 등 천연원료를 가공하여 만든 건강보조 식품이 인기

  · **한국인삼공사**는 면역증강효과가 우수한 홍삼을 환, 캔디, 젤리 등으로 가공·판매하여 2008년 약 6,200억원의 매출을 기록

3. Convenience : 편의성을 높인 가공식품 시장의 급성장

□ 노인 및 독신 가구 증가 등 인구구조 변화와 코쿠닝[6]·그레이징[7] 등 라이프사이클 변화에 따라 편의식품 시장이 빠르게 성장

- 2007년 세계 편의식품 시장규모는 1.6조달러 수준이며, 즉석식품과 냉동건조식품뿐만 아니라 가정식 대용식품(HMR)[8] 등도 부상[9]

  ·2007년 세계 냉동건조식품 시장규모는 1,760억달러 수준

- 제1세대 편의식품이 편의성에만 중점을 둔 정크푸드였다면, 제2세대 편의식품은 홈메이드 같은 감성이 있는 고급 가공식품으로 진화

□ 식품기업들은 급속냉동기술, 초고압살균기술 등 처음 조리된 상태로 손쉽게 되살릴 수 있는 가공기술 개발에 주력

- **푸드림스**(日)는 식품의 맛과 질감을 그대로 유지할 수 있는 초저온 급속냉동기술을 개발하여 수출용 스시의 보존성을 제고

- 발열 물질을 충진하여 조리의 편의성을 높인 제품도 속속 등장

스스로 데워지는 통조림

▷ Operational Support(英)는 스스로 데워지는 초간편식품인 Hotcan을 출시

- 물을 붓거나 열을 가하지 않고도 음식 가열이 가능
- 한 시간 정도 따뜻함이 유지되며, 유통기간은 3년
- 한 캔당 가격은 약 4유로로 저렴

빨간 뚜껑을 딴 후 통조림을 올려 둔다

동봉된 핀으로 바깥 덮개에 구멍을 뚫는다

통조림 뚜껑을 딴 후 12분간 기다린다

[6] cocooning : 집이나 사이버 공간 등 자신만의 세계에서 모든 것을 해결하려는 현상
[7] grazing : 바쁜 현대인들이 1일 3식의 기존 방식에서 벗어나 수시로 음식을 섭취하는 현상
[8] 가정식 대용식품(Home Meal Replacement)은 가정에서 간단히 조리하여 먹을 수 있도록 완전조리 또는 반조리 형태로 가공한 식품
[9] Sheely, M. (2009. 11. 5.). Global Adoption of Convenience Foods. *American Journal of Agriculture Economics.*

4. Country : 전통식품의 재발견

□ 각국의 식문화와 전통이 담겨 있는 '에스닉 푸드'의 인기가 확산

- 이국적인 향신료가 내는 독특한 맛과 색다른 식문화를 접할 수 있다는 장점에 힘입어 에스닉 푸드(ethnic food)가 급속히 대중화
  - · 미국은 에스닉 푸드의 매출이 전체 식품 매출의 11.8% 수준[10)]
  - · 한국도 외국인 노동자의 유입과 함께 베트남 쌀국수, 인도 커리, 태국 똠양꿍, 헝가리 굴라쉬 등 에스닉 푸드 전문점 수가 증가

에스닉 푸드의 대중화 단계

자료: Food Watch(Consumer Food Trends: Tracking, Analysis, Insights.) <www.foodwatchtrends.com>

□ 세계 각국은 자국의 고유음식을 세계화하려는 노력을 경주

- 일본은 연간 1회 이상 日食을 먹는 사람을 6억명(2005년 기준)에서 2010년까지 12억명으로 증가시킨다는 일식인구 배증계획을 추진

- 태국은 2004년부터 태국음식 세계화 추진본부인 '키친 오브 더 월드'를 통해 태국음식 세계화를 강력하게 추진한 결과 전 세계 태국음식점이 5,500개(2000년)에서 11,000개(2008년)로 급증
  - · 태국 국민들로부터 국모로 추앙받는 시리킷 왕비는 각종 대외홍보 활동에 참여하는 등 태국음식 세계화 사업을 후원

- 한국도 2009년 5월 한식 세계화 추진단이 출범하여, 표준 조리법 개발, 우수 한식당 인증제 등 한식 세계화 기반 구축과 함께 전문조리사 육성, 한식 홍보 등을 추진

[10)] Report identifies key drivers in ready meals growth. (2006. 3.31). (<http://www.foodnavigator.com>)

5. Culture : 문화적 가치 재조명

□ 소비자들의 식품 선택 기준이 量에서 質로 이동하고 食문화에 대한 관심이 커지면서 식품이 새로운 문화 콘텐츠로 부상

- Iron Chef(美), Ramsey's Kitchen Nightmares(英), 비타민(韓) 등 각종 미디어에서 식품 관련 프로그램이 인기

- 블로그, 미니홈피 등 개인 미디어에도 맛집과 요리에 대한 평가, 조리 과정 등을 담은 콘텐츠가 증가

  · **삼성에버랜드**는 자사의 사이트에 네티즌들이 맛집 탐방 후기 등을 남길 수 있도록 '비밀요원 X파일' 코너를 개설

□ 체험형 관광이 증가하면서 음식이 관광의 주요 아이템으로 부각

- 미국의 경우 별미를 맛보거나 전통 요리방식을 체험하기 위해 음식 명소로 휴가를 떠나는 사람들이 전체 여행객의 1/6에 달하는 등 음식 관광이 확산되는 추세[11)]

- 현지의 식문화나 요리를 체험하는 전문 여행상품이 다수 등장했고, 음식을 테마로 한 관광시설도 인기

신요코하마 라면 박물관

▷ 35억엔을 투자하여 1950년대 요코하마를 재구성한 세계 최초의 음식 테마파크로 1994년 개관

- 대형 주차장을 개조하여 일본 각 지역의 유명 라면가게를 집결
- 연간 150만명이 방문하는 인기 관광지로 부상

[11)] Traveling to eat, Food tourism grows in USA. (2007. 7. 20.). *USA Today*.

Ⅲ. 한국 식품산업의 발전전략

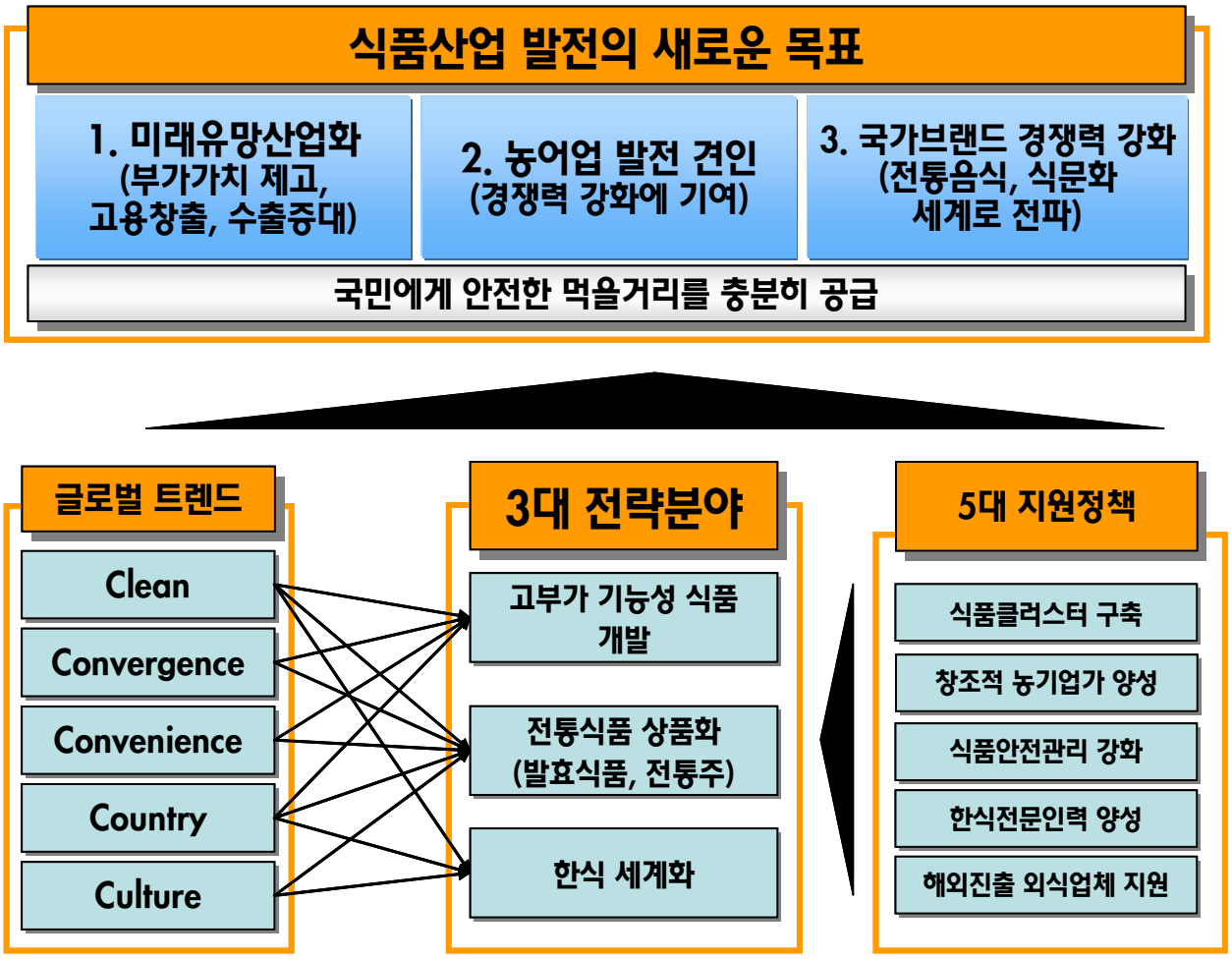
□ 식품산업의 새로운 가치에 대응하기 위해 글로벌 트렌드를 고려하여 한국 식품산업의 3대 전략분야와 5대 지원정책을 도출

- 3대 전략분야 : ① 고부가 기능성 식품 개발 ② 전통식품(발효식품, 전통주) 상품화 ③ 한식 세계화

  · 식품기업이 전략분야에서 신제품 개발, 시장 개척 등을 원활하게 추진할 수 있도록 정부는 기업 육성, 인력 양성 등 지원을 강화

- 5대 지원정책 : ① 식품 클러스터 구축 ② 창조적 농기업가 양성 ③ 식품안전관리 강화 ④ 한식전문인력 양성 ⑤ 해외진출 외식업체 지원

한국 식품산업 발전전략



1. 3대 전략분야

(1) 고부가 기능성 식품 개발

관련기술을 활용하여 첨단 기능성 식품을 개발

□ 식품원료에 첨단기술을 접목하여 부가가치를 높인 기능성 식품을 개발

- 분자생물학, 생화학 기술 등을 활용하여 미생물, 식물 등으로부터 새로운 기능성 식품원료를 추출

  · CJ제일제당은 미생물 발효공법을 통해 고부가 식품조미료 핵산을 생산하여 세계 80여개국에 수출(세계시장 점유율 1위)

- 식품기업과 한의대 간 공동연구개발을 촉진하여 한국인삼 등 전통 약초의 약리성분을 활용한 건강 기능성 식품을 개발

  · Pharmaton(스위스)은 인삼에서 사포닌을 추출하여 만든 기능성 식품 Ginsana를 개발, 인삼 가공식품 시장점유율 1위를 달성

- 기능성 식품 개발은 부가가치가 높은 신약 개발로도 연결

  · 튀빙겐대학(獨)은 쑥으로 말라리아 치료제를, 도야마대학(日)은 대극초·오배자 추출물을 원료로 하는 에이즈 합병증 치료제를 개발

- 국책연구소가 보유한 우주기술, 군사 기술 등 특수기술을 기능성 식품 개발에 활용

  · 진공동결건조식품은 우주선의 무게를 줄이기 위해 식품을 경량화하는 과정에서 개발된 기술을 美 항공우주국이 민간기업에 이전하여 탄생

중장년층용 건강식으로 변신한 우주식품

▷ 하우스식품(日)은 칼슘이 다량 함유된 스페이스 커리를 출시
- 무중력 상태에서는 뼈에 하중을 받지 않아 뼈 속 칼슘이 다량 배출되므로, 우주식품의 경우 칼슘 함량을 높여야 함
- 하우스식품은 우주식품용으로 개발한 카레를 중장년층의 골다공증 치료를 위한 건강식품으로 상용화

인구구조, 라이프 스타일 변화에 따라 향후 부상할 시장에 주목

□ 고령화, 건강에 대한 관심 증가 등 향후 전개될 것이 확실한 미래 트렌드에 맞춘 식품을 적극 개발함으로써 새로운 시장을 선점

- 식감이 부드럽고, 소화가 잘되는 식품을 개발하여 노인시장을 공략

  · **큐피**(日)는 딱딱하고 소화가 잘 안 되는 콩의 단점을 개선한 실버 푸드를 출시하여 노인들로부터 인기

- 비만, 당뇨의 위험성에 대한 인식이 증가함에 따라 항비만, 혈당조절 등 건강 기능성 식품의 수요가 확대

  · **영국식품개발연구원**은 올리브유를 원료로 포만감을 장기간 유지하게 하여 식욕을 억제하는 다이어트 보조식품을 개발

□ 편리함을 추구하는 트렌드를 고려하여 건강과 맛뿐 아니라 배달 서비스까지 제공

- **니치레이 푸드 다이렉트**(日)는 고객 니즈에 맞춘 다양한 특수식(당뇨 예방식, 다이어트식 등)을 개발하여 냉동팩 상태로 배달

맛을 고려한 프리미엄 즉석카레

▷ **글리코**(日)는 기존 고형 즉석카레의 맛을 한층 업그레이드한 즉석카레를 출시

- "카레 전문점 같은 풍미를 가정에서 편하게 느끼고 싶다"는 젊은 층의 의견을 반영하여 고형과 액상을 결합한 2층 구조의 카레를 개발

- 전통식품을 소비자가 쉽게 접할 수 있도록 스낵류 등으로 가공

  · **니껴바이오**(韓)는 냄새를 없애 거부감을 줄인 청국장 스낵과 초콜릿볼을 개발, 기내식으로 공급

(2) 전통식품(발효식품, 전통주)의 상품화

□ 영양학적으로 우수한 전통발효식품을 수출전략상품으로 개발

- 김치, 젓갈 등 한국 전통발효식품의 품질과 효능에 대한 홍보 및 마케팅을 강화하여 세계적 명품化
  - ・프랑스의 게랑드 소금은 국산 천일염과 품질격차가 크지 않지만, 천연염전에서 전통 방식으로 생산한다는 점을 적극 마케팅한 결과 '소금의 캐비아' 라는 명성을 획득하며 세계 최고 가격을 형성

- 전통장류를 재료와 원산지, 맛에 따라 표준화하고 조리법 등을 보급하여 소스 시장을 공략
  - ・고추장을 타바스코 소스처럼 글로벌 핫소스로 육성하려면 매운 맛을 단계에 따라 계량화, 등급화할 필요

□ 정부는 전통주에 엄격한 품질관리제도를 도입・적용하여 전통주를 세계적인 名酒로 육성

- 원료, 생산지, 연도, 제조법 등에 따라 전통주에도 등급을 부여
  - ・프랑스는 와인을 원산지와 품종, 밭의 토질, 숙성기간 등에 따라 엄격하게 등급화하여 고품질 와인에만 AOC 인증[12]을 부여

- 주원료에 대한 원산지 표시제를 강화하고 국산 농산물을 원료로 사용한 전통주를 대표 브랜드로 육성
  - ・일본 사케는 양조전용 쌀 품종만 80종류를 개발하고, 일본 쌀만을 원료로 사용

- 전통주의 장점을 알리고 크기와 맛을 다양화하여 선택의 폭을 확대
  - ・일본에서는 최근 막걸리에 에스프레소 커피, 오렌지 등을 섞은 다양한 막걸리 칵테일이 인기

[12] Appellation d'Origine Controlee, 원산지 명칭 통제 와인

□ 한국의 전통식품과 요리에 아이디어를 덧붙인 경쟁력 있는 소프트 관광 프로그램과 문화 콘텐츠를 개발하여 식품 홍보 등에 활용

- 각 지역의 전통식품을 테마로 활용하고 전통요리법 강습·음식축제 등을 패키지화한 음식관광을 통해 지역경제를 활성화
  - ·와인 생산지 탐방, 와인 시음행사, 와인 교육 등을 엮은 와이너리 투어가 프랑스의 인기 관광상품으로 부상
- 음식을 소재로 한 공연물을 개발하여 관광객 유치 수단으로 활용

비빔밥 퍼포먼스 '비밥(Bibop) 코리아'
▷ 농림수산식품부는 CJ엔터테인먼트와 함께 비빔밥을 테마로 한 공연물을 개발 - '난타'와 '점프'를 기획한 최철기 씨가 연출했고, 10월 15일 초연 예정 - 요리사로 분장한 배우들이 무대에서 비빔밥을 만드는 과정을 아카펠라, 비트박스, 춤, 서커스 등으로 표현하며, 배우들이 만든 비빔밥은 즉석에서 관객들에게 전달

(3) 한식의 세계화

표적시장별로 다양한 메뉴를 개발

□ 떡볶이, 비빔밥 등 간식이나 간단한 한 끼 식사에 적합한 메뉴를 활용하여 한식의 저변을 확대

- 싼 가격으로 부담없이 즐길 수 있는 떡볶이 등 한식 패스트푸드를 세계인의 입맛에 맞게 개발하여 한식에의 접근성을 제고
  - ·외국인 관광객 및 떡문화가 있는 아시아권 국가 중심으로 떡볶이를 알림으로써 한국 고추장의 수요를 증가시키는 계기로도 활용
- 한식 대표메뉴로 알려진 비빔밥의 경우 해외진출 외식기업에 대한 정부지원을 강화하여 세계적인 프랜차이즈로 육성
  - ·비빔밥은 기내식이나 즉석식품으로도 개발되는 등 조리법이 간편하고 표준화가 용이하여 프랜차이즈화에 적합

□ 식재료, 조리법 등 한식의 본질은 유지하되 맛과 서비스 방식은 세계인의 취향에 맞춘 모던 한식을 개발, 보급

- 반찬을 한 상에 차려서 한꺼번에 내놓는 방식(공간전개형) 대신 서양인들의 취향에 맞는 코스 메뉴(시간전개형)를 개발

- 궁중요리, 사찰음식 등 한식 고유의 스타일을 살리면서 맛은 담백한 메뉴를 내세워 맵고 짠 맛에 대한 외국인들의 거부감을 최소화

  · 1970년대 초 **도쿄 카이칸**의 주방장 마시타 이치로는 김을 꺼리는 미국인들의 취향을 간파하여 김을 안으로 넣고 재료를 밖으로 꺼낸 변형 김초밥(캘리포니아롤)을 개발하여 미국시장에서 히트

세계화된 입맛으로 성공한 한식

▷ 김치의 세계화
- 숨은 김치 : 김치국물은 붉은 색 그대로지만, 고춧가루 등 양념이 보이지 않는 김치
- 치즈김치 : 젓갈 맛을 싫어하는 터키인들의 입맛을 감안하여 치즈로 발효시킨 김치를 개발하여 터키로 수출

▷ 일본사람이 일본에서 히트시킨 돌솥비빔밥집 '안녕'
- 일본인(나가타 카즈야 사장)이 후쿠오카에 차린 한국식 돌솥비빔밥 식당이 인기
- 한국 비빔밥의 맛을 살리되 고추장 등 소스는 일본인 입맛에 맞게 수정
- 돈가스비빔밥, 명란비빔밥 등 일본인 취향에 맞춘 신메뉴를 개발

□ 복잡한 조리과정을 단순화하고, 조리법을 국제 계량단위에 맞춰 표준화

- 메뉴별 표준조리법을 개발·보급하여 외국인이 수준 이하의 한식을 접함으로써 한식에 대해 부정적 이미지를 갖는 것을 방지

  · 日 정부는 스시를 만들 때 회를 뜨는 두께와 길이, 쌀의 종류, 쌀을 씻는 횟수 등 최소한의 표준을 정해 세계 각국의 일식당에 보급하여 일식의 품질을 유지

- 입맛에 맞게 다양하게 맛을 조절할 수 있도록 조리법과 메뉴를 계량화, 등급화할 필요

  · 일본식 카레전문점 코코이찌방야는 카레를 매운 정도에 따라 10단계로 구분하여 고객들이 카레에 쉽게 친숙해지도록 배려

  · 최근 한국식품개발원은 CJ제일제당, 대상 등과 함께 고추장의 매운맛을 등급화했고, 농촌진흥청은 매운맛 측정기를 개발

전통, 재미요소 등을 결합

□ 전통주와 도자기 등을 한식과 결합하여 한국의 문화를 알리고, 음식에 얽힌 스토리를 발굴하여 한식 홍보에 적극 활용

- 프랑스는 와인과 음식의 최적 결합인 마리아주(mariage)를 고안하여 양자 모두를 세계화했고, 일본은 사케를 스시와 함께 홍보

  · 와인의 소믈리에, 사케의 키키사케시처럼 전통주 전문가이드를 양성

- 고급 메뉴의 경우 아름다운 도자기 위에 음식을 차려내는 담음새를 개발하여 한식당을 한국 문화의 쇼룸으로 격상

  · "일본의 식문화는 식자재와 조리법에 그치는 것이 아니라 그릇과 색감, 건축 등 일본의 종합적인 문화를 반영하고 있다"
  (모기 도모사부로, 간장회사 기코만 회장)

일식과 일본문화의 첨병, 뉴욕 도쿄바

▷ 2007년 뉴욕에 오픈한 도쿄바는 일식을 즐기며 자연스럽게 일본문화를 체험하는 공간으로 인기
- 저패니메이션(일본 애니메이션)을 전체적인 콘셉트로 채택
- 천장과 벽은 만화로 장식하고, 애니메이션 주제곡을 식당 내에 방송

- 백설기(100명이 함께 먹으면 장수), 국수(긴 면발처럼 장수와 오랜 행복을 염원) 등 음식에 얽힌 이야기를 활용한 스토리 마케팅을 전개

  · 일본에 진출한 처가방은 단순히 주문만 받는 것을 넘어 고객들에게 한식에 대해 자세한 설명을 해주는 푸드 코디네이터를 양성

□ 서양음식에 아이디어와 상상력을 결합한 한국식 서양음식을 개발

- 일본은 인도의 카레, 서양음식인 포크커틀렛을 일본식으로 재해석하여 카레라이스, 일본식 돈가스를 세계적인 음식으로 탈바꿈

- 맛과 한국 고유의 서비스 방식을 접목하여 외국에서 성공사례를 창출

  · 미스터피자는 감자를 토핑으로 사용한 포테이토피자로 미국에서 인기를 얻었고, BBQ는 양념치킨이라는 신메뉴와 배달서비스를 활용하여 스페인에서 시장점유율을 확대

2. 5대 지원정책

(1) 식품 클러스터를 통한 식품기업 육성 및 지원

□ 식품기업, 대학 및 연구소 등 식품산업 관련 주체들이 모여 혁신을 창출하고 산업발전을 견인할 국가 식품 클러스터를 구축

- 국가 식품 클러스터를 통해 식품산업의 R&D 역량을 강화하고, 식품 기업을 육성할 수 있는 토양을 마련

- 정부는 전북 익산에 400만㎡ 규모의 식품 클러스터를 조성하고 새만금 농업단지와 항만을 연계한 식품 수출기지로 활용할 계획을 추진 중

  · 2015년 국내 식품산업 매출액의 약 15%를 창출할 목표

스웨덴·덴마크 외레순 푸드 클러스터(Öresund Food Cluster)

▷ 스웨덴과 덴마크는 농업 및 식품 산업의 경쟁력을 강화하기 위해 접경지인 외레순 지역에 덴마크 정부 주도로 식품 클러스터를 구축

- 크리스찬한센(유제품)·칼스버그(맥주)·랜트만넨(빙과류)·데니스코(설탕), 노보자임(식품첨가용 효소) 등 식품제조 대기업과 테트라팩(우유팩 생산 세계 1위)·랙삼(패키징) 등 연관기업, 유니레버·네슬레의 R&D센터 등 1,000여개의 식품기업이 입주하여 6만명 이상의 고용을 창출
- 연 매출은 480억달러로 스웨덴과 덴마크 양국 GDP의 11% 수준
- 성공요인 : ① 원료조달부터 상품제조, R&D 등 가치사슬이 완벽하게 통합 ② 공급자, 연구기관 등 구성주체들의 네트워킹이 원활 ③ 정부의 강력한 리더십 ④ 강력한 브랜드파워 구축으로 입주기업의 신뢰도 제고

□ 비전을 제시할 전문경영인과 식품 관련 대기업을 많이 유치하는 것이 식품 클러스터 성공의 要諦

- 식품산업에 대한 전문성뿐만 아니라, 조직을 효율적으로 운영할 수 있는 관리능력과 기업가정신을 가진 경영자를 영입

  ·UCSD 에킨슨 총장의 리더십이 샌디에고 바이오클러스터의 주 성공 요인

- 대규모 제조기업, 전문연구기관 등의 참여가 부족한 클러스터는 성공이 불가능

  ·네덜란드 푸드밸리의 성공은 네슬레의 참여가 결정적 역할

□ 식품 클러스터를 조기에 활성화하기 위해 강력한 인센티브를 제공

- 도로, 수출입시설 등 관련 인프라를 구축하여 클러스터가 원활하게 작동할 수 있는 발판을 마련

- 클러스터 입주 기업에 대한 임대료 및 조세 감면, R&D 자금 지원, 인허가 간소화 서비스 등 과감한 행정지원을 제공

  ·프랑스 정부는 선진 연구기관의 식품 클러스터 입주를 유도하기 위해 R&D 투자액에 대해 최대 1억유로까지 법인세 공제

(2) 창조적 농기업가 양성

□ 식품산업을 통해 새로운 부가가치를 창출하고 농업 발전을 견인하는 등의 효과를 달성하려면 농업 분야의 분발이 필요

- 현재 한국농업은 1차 산업으로서의 기능에 머물러 '사양화의 길'로 접어들 것인지, 아니면 0.5차 더하기를 통해서 '산업으로서 농업 만들기'에 나설 것인지를 선택할 시점

  · 개방화 및 고령화 속도가 빨라지는 상황에서 농업부문의 구조조정이 부진할 경우, 강력한 보호의 틀 속에 안주했던 한국농업은 더 이상 지속적으로 성장하는 것이 불가능

- 반면에 기존의 '零細農'에서 '農企業, 農産業'으로 전환이 이루어질 경우 식품산업 발전과 동반하여 새로운 경쟁력의 확보가 가능

□ 정부는 우수 작목반, 영농조합에 대한 창업지원을 강화하여 도전정신과 열정을 가진 농기업가를 양성

- 농업을 미래가 밝은 산업으로 보고 젊고 유능한 인재가 지속적으로 유입되도록 다양한 농식품 비즈니스를 창출

- 농업인과 식품기업이 공동투자한 농식품기업을 육성하여 원료생산과 가공·유통의 결합을 통한 상호 이익의 극대화를 추구

  · 전북 고창의 농협, 작목회 등 농민단체가 원료공급을, 국순당이 제조와 유통을 맡는 방식으로 공동 설립한 농식품기업 국순당 고창명주는 2007년 35억원의 매출을 달성

- 농기업가의 성공사례를 활용하여 “농업도 수익을 창출할 수 있는 비즈니스 모델이 될 수 있다”는 가능성을 적극 홍보

한국벤처농업대학(www.vaf21.com)

▷ 농업인의 창의력과 경쟁력 강화를 목적으로 2001년 4월 충남 금산군의 폐교에 설립

- 전국의 농민을 대상으로 1년 단위의 교육을 통해 스타농업인을 배출하는 것이 목표
- 교육내용은 경영전략, 마케팅, 디자인 등으로 일반 농업교육과 차별화
- '농업 CEO 사관학교'로 불릴 만큼 교육 효과를 발휘하여 명성과 권위를 유지

(3) 식품안전관리 강화

□ 식품안전관리기준과 처벌기준을 세계 최고 수준으로 강화하고, 수입 식품 관련 피해를 최소화하기 위해 국가 간 공조를 확대

- 유해식품 제조·유통업자에 대한 처벌기준을 높이고 법 집행을 엄격하게 하여 '식품안전은 절대 타협할 수 없는 가치'라는 점을 주입

  · 식품안전은 국민건강과 직결되는 중대사안인만큼 고의적 식품위해 사범에 대한 처벌을 벌금형에서 징역형으로 높이고, 적발 즉시 퇴출[13]

80년 기업 유키지루시 유업의 도산

▷ 1925년에 설립, 108개 계열사를 보유한 일본 최대 종합식품회사 유키지루시 유업은 식중독 사고와 원산지표시 위반으로 일시에 도산

- 2000년 6월 유키지루시 유업의 우유를 마신 소비자들이 식중독에 걸렸고, 2002년 1월에는 자회사 유키지루시 식품에서 외국산 쇠고기가 국산으로 둔갑하는 사건 발생
- 사건발생 직후 다케베 쓰토무 농무상은 이를 '용서할 수 없는 범죄'로 간주하고 보조금 환수, 영업 정지 등 강력하게 제재
- 유키지루시 유업은 정부의 처벌과 유통업체들의 거래 거부, 소비자의 외면으로 2002년 4월에 도산

- 중국, 일본 등 인접국과 공동으로 식품사고 발생 시 신속하게 대응할 수 있는 식품 조기경보 시스템을 구축

[13] 현재 위해식품 수입, 반찬재사용 등 식품사범에 대해 3회 적발 시 퇴출시키는 삼진아웃제도 시행

· EU는 '식품 및 사료 신속 경보시스템(RASFF)'을 통해 식품사고 발생 시 회원국 간에 신속히 정보를 교환하여 피해 확산을 방지

□ 식품안전관리 모범기업에 각종 인센티브를 제공하여 식품안전관리의 정책방향을 사후처벌에서 사전예방으로 전환

- 식품안전 관련 시설에 대한 자금지원 확대, 식품안전관리 모범기업의 제품에 대한 정부 인증 등을 통해 식품기업의 안전 관련 투자를 유도

(4) 한식 전문인력 양성

□ 한식 전문학교를 설립하여 조리 및 서비스 인력을 양성하고 이들의 해외진출을 적극 지원

- 해외 유명 요리학교와 제휴하여 한식 전문과정을 개설하고, 한식 전문학교를 설립하여 세계적인 한식 교육기관으로 발전

· 프랑스, 일본 등 자국음식의 세계화에 성공한 국가들은 **코르동 블뢰**(Cordon Bleu), **츠지조** 등 요리학교를 통해 전문인력을 배출

일본의 대표적인 요리학교, 츠지조

▷ 츠지 시즈오가 1960년 오사카에 설립한 요리전문학교
- 미국의 CIA(Culinary Institute of America), 프랑스의 **꼬르동 블뢰**(Le Cordon Bleu)와 함께 세계 3대 요리학교로 꼽힘
- 프랑스 등 세계 곳곳에 분원이 있으며, 49년 동안 약 12만명의 졸업생을 배출했고, 2천명이 오너 셰프(자기 레스토랑 경영)로 활동
- 건학이념은 '도켄도 디스키무스(Docendo Discimus)'(가르치는 것으로 배운다)

- 재능 있는 젊은 요리사를 재외공관에 파견하여 병역을 대체하게 하고, 요리사에 대한 정보를 해외 한식당과 공유하는 등의 방안을 검토하여 한식 전문인력의 해외진출을 적극 지원

· 일본은 1970년대부터 외무성이 정책적으로 대사관 전속 요리사를 파견해 일식 세계화에 일조

· 태국은 일정 자격요건을 갖춘 자국 요리사들의 프로필을 정부 홈페이지에 등록하여 해외 태국식당에 제공

(5) 해외진출 외식업체에 대한 지원 강화

□ 정부는 시장조사, 홍보, 식재료 공동 물류센터 운영 등을 통해 해외에 진출한 국내 외식업체를 지원

- 해외 주요 거점도시에 식재료 공동 물류센터를 운영하여 국산 식재료 직거래망을 구축

- 우수 한식당에 대해 인증을 부여하여 신뢰도를 제고

· 이탈리아는 전 세계 이탈리아 식당 중 우수업소에 대해 인증제 실시

□ 외국인 셰프를 한식의 홍보대사로 적극 활용하고 한식 요리책 등 홍보 콘텐츠를 강화

- 한국에 진출한 글로벌 호텔체인의 셰프들에게 한식 조리법을 전수하고, 외국의 유명한 음식평론가와 셰프들에게 한국 식재료와 한식 조리법을 전파하여 외국인 중에서 한식 스타 셰프를 배출

- 한식 요리책을 영어로 제작하여 해외 한국문화원 등을 통해 보급

· **츠지조**는 외국인을 위한 요리책 출간, 방송 콘텐츠 제작 등을 통해 일식의 세계화를 견인 CEO

【 지표로 보는 경제 Trend 】

< 금융동향 >

		9. 28	9. 29	9. 30	10. 1	10. 5
환율	원/달러(종가기준)	1,195.90	1,186.00	1,178.10	1,178.30	1,173.70
	엔/달러(뉴욕시장)	88.75	89.66	90.14	89.91	89.57
금리	회사채(3년AA-, %)	5.58	5.60	5.53	5.51	5.49
	국고채(3년, %)	4.45	4.47	4.39	4.36	4.34
주가지수(KOSPI, 종가)		1,675.55	1,690.05	1,673.14	1,644.63	1,606.90

< 실물동향 >

(전년동기(월)비, %)

	2006년	2007년	2008년	2009.6월	7월	8월	9월
GDP성장률	5.2	5.1	2.2	..	..	..	..
민간소비	4.7	5.1	0.9	..	..	..	..
설비투자	8.2	9.3	-2.0	..	..	..	..
제조업생산 증가율[1]	8.7	7.1	3.0	-1.4	1.0	1.2	..
평균가동률	80.0	80.1	77.2	76.6	78.8	77.6	..
실업률	3.5	3.2	3.2	3.9	3.7	3.7	..
실업자(만명)	82.7	78.3	76.9	96.0	92.8	90.5	..
전국 어음부도율	0.02	0.02	0.03	0.02	0.02	0.02	..
소비자물가 상승률	2.2	2.5	4.7	2.0	1.6	2.2	2.2
수출(억달러, FOB)[2]	3,254.7	3,714.9	4,220.1	326.1	319.9	289.7	349.7
(증감률)	(14.4)	(14.1)	(13.6)	(-12.5)	(-21.9)	(-20.9)	(-6.6)
수입(억달러, CIF)	3,093.8	3,568.5	4,352.8	254.1	276.2	272.6	296.0
(증감률)	(18.4)	(15.3)	(22.0)	(-32.8)	(-35.7)	(-32.6)	(-25.1)
경상수지(억달러)	53.9	58.8	-64.1	54.3	43.6	20.4	..
외환보유액(억달러)	2,389.6	2,622.2	2,012.2	2,317.4	2,375.1	2,454.6	2,542.5
총대외지불부담[3] (억달러)	2,601	3,832	3,811	..	..	..	..

1) 통계청 (2009. 9. 30.) "2009년 8월 산업활동동향"에 의거하여 작성
2) 지식경제부 (2009. 10. 1.) "2009년 9월 수출입동향"에 의거하여 작성
3) IMF, World Bank 등 9개 국제기구가 마련한 새로운 편제기준, 분기별 발표