

발간등록번호

11-1543000-001849-01

# 과채류 가공 식품 수출사업단 사전 기획연구 최종보고서

2017. 9. 12.

주관연구기관  
한국식품연구원

농림축산식품부



# 제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 “과채류 가공 식품 수출 산업단 사전 기획 연구”(개발기간 : 2017.07.13. ~ 2017.09.12)과제의 최종보고서로 제출합니다.

2017. 9. 12.

주관연구기관명 : 한국식품연구원 (대표자) 박용곤 (인)

연구책임자 : 구경형

참여연구원 : 정문철

참여연구원 : 김동만

참여연구원 : 박기재

참여연구원 : 구민선

참여연구원 : 조영진

참여연구원 : 김명호

국가연구개발사업의 관리 등에 관한 규정 제18조에 따라 보고서 열람에  
동의합니다.



## 보고서 요약서

과제고유번호	317052-1	해 당 단 계 연 구 기 간	2017. 7. 13~ 2017. 9. 12	단 계 구 분	연구기획단계/ (총 단 계)
연구사업명	단 위 사 업	농식품기술개발사업			
	사 업 명	수출전략기술개발사업			
연구과제명	대 과 제 명	(해당 없음)			
	세부 과제명	과채류 가공 식품 수출 사업단 사전 기획 연구			
연구책임자	구경형	해당단계 참 여 연구원 수	총: 7 명 내부:   명 외부:   명	해당단계 연 구 개 발 비	정부: 20,000천원 민간:   천원 계:   천원
		총 연구기간 참 여 연구원 수	총:   명 내부:   명 외부:   명	총 연구개발비	정부:   천원 민간:   천원 계:   천원
연구기관명 및 소 속 부 서 명	한국식품연구원 안전유통연구본부 저장유통연구단			참여기업명	-
위 탁 연 구	연구기관명:	연구책임자: 구경형			
본 연구에서는 과채류 가공 식품 국내외 수출 및 기술 현황 분석, 과채류 가공 식품의 기존 시장 및 신규 시장 확대 방안, 과채류 가공식품의 수출 및 기술 개발 전략, 과채류 가공 식품 수출 사업단의 기술 개발 목표 및 전략에 관한 사전 기획 연구 결과를 과채류 가공 식품 수출 사업단 2단계 계획서에 활용함.				보고서 면수:96페이지	

#### 4. 국문 요약문

		코드번호	D-01			
연구의 목적 및 내용	과채류 가공 식품 수출 사업단 구성을 위한 사전 기획 연구로 사업단 목표 수립, 시장 분석, 현장 애로 발굴 및 연구 방향 정립					
연구개발성과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>과채류 가공 식품 국내외 수출 및 기술 현황 분석:</b> 국내 가공식품의 수출은 2006-2015년 기간 동안 연평균 8.3% 성장하고 있으나, 수입도 연평균 8.0% 증가하고 있음. 국내 가공식품의 무역 수지는 계속 적자폭이 늘고 있으며, 한국 제품이 세계에 차지하는 비율은 약 0.6%임. 한국 가공식품의 가격 경쟁력, 품질 경쟁력, 마케팅 경쟁력은 선진국인 미국, 네덜란드, 프랑스 등의 선진국에 뒤지며, 중국, 브라질에 비해서는 높음. 가공식품의 상위권을 유지하는 품목은 기능성 식품과 레토르트 식품이고, 기술 현황은 선진국의 시설 도입으로 제품 품질은 향상 되었으나, 선진국과 후진국의 사이의 중간 정도의 기술력을 보유하고 있음.</li> <li>• <b>과채류 가공 식품의 기존 시장 및 신규 시장 확대 방안:</b> 과채류 가공 식품은 거의 해외 유명 브랜드가 선점을 하고 있어 기존 시장 및 신규 시장을 진입하기 위해서는 수출 가능한 과채류 가공 제품 선발을 위한 심층 시장 조사와 수출 가능성 있는 가공 시제품을 대상으로 국가별 소비자 기호도 및 수출 조건을 조사하여 기존 시장 공략 및 신규 시장 진입이 요구됨.</li> <li>• <b>과채류 가공식품의 수출 및 기술 개발 전략:</b> 수출 사업단 구성을 위한 과채류(토마토, 딸기, 파프리카)의 수출 장애 요인을 도출하고 과학적인 해결 방안 제시와 각 연구 분야별 운영 계획을 정립하였음.</li> <li>• <b>과채류 가공 식품 수출 사업단의 기술 개발 목표 및 전략:</b> 과채류 가공 식품 수출 사업단의 최종 목표인 수출을 위하여 사업단의 로드맵 제시와 각 단계별 분야별로 수행하여야 할 세부 내용 및 수출 가능 국가의 맞춤형 조사를 통해 기본 전략 방법을 제시하였음.</li> </ul>					
연구개발성과의 활용계획	본 과채류 가공식품 수출 사업단 사전 기획 연구 결과는 과채류 가공 식품 수출 사업단 2단계 계획서에 활용함.					
중심어 (5개 이내)	과채류	가공	식품	수출	사전 기획 연구	

## <Summary>

		코드번호	D-02			
Purpose& Contents	As a pre-planning research to organize the export business group of fruit-vegetable processed foods, the objectives of this study are to set up the goal of project, analyze the market, excavate difficulties in the field and establish the direction of research.					
Results	<p>•<b>Analysis of domestic and overseas exportation and technology trends in the fruit-vegetable processed foods:</b> In the export of domestic processed foods, the compound annual growth rate (CAGR) was 8.3% during the periods of 2006-2015. In the same period, CAGR of imports in the processed food was similarly 8.0%. The trade imbalance of domestic processed foods is continuously increasing, and the ratio of domestic products in the total processed products of world is about 0.6%. The price, quality and marketing competitiveness of domestic processed foods are lower than those of the developed countries such as USA, Netherlands, France, etc., but are higher than those of China and Brazil. Currently, the domestic processed foods with high-quality level in the world market are functional and retort foods. Although the quality of the domestic products is improved due to the introduction of facilities from developed countries, its technology is still at a medium level between developed and underdeveloped countries.</p> <p>•<b>Plan establishment for existing and new market expansion in the fruit-vegetable processed foods:</b> In the world market, fruit-vegetable processed foods are dominated by famous foreign brands. Therefore, an in-depth market research for selection of exportable fruit-vegetable processed foods, consumer preference test of exportable processed prototypes by country, and investigation of export conditions such as label, safety, distribution network, regulation, etc., are required to exploit an existing market and enter a new market.</p> <p>•<b>Strategies for export and technology development of fruit-vegetable processed foods:</b> The export barriers of fruits and vegetables (tomato, strawberry, and paprika) were derived, its scientific solutions were suggested, and operational plans for each research field of fruit-vegetable processed foods were established in the project.</p> <p>•<b>Goals and strategies of technology development in the export business group of fruit-vegetable processed foods:</b> As the final goal of the export business group of fruit-vegetable processed foods, a basic strategy for exporting was established by presenting a road map of the project team, a detailed step to be carried out at each sector, and a customized survey according to exportable countries.</p>					
Expected Contribution	The results of this project are used in the second stage of the research project for the export business group of fruit-vegetable processed foods.					
Keywords	Fruit-vegetable	Processed	Food	Export	Pre-planning research	

# LIST

1. Objective for research of fruit-vegetable based processed food .....	7
2. Exports and technology status of domestic and overseas .....	12
3. Current market and expansion of new market .....	41
4. Export and strategy of technology development .....	44
5. Goals and strategies of export and technology development .....	63
6. Usage plan of research results .....	65
7. Information of export market status and export technology collected during research process .....	66
8. Security level of research results .....	74
9. Research facilities and equipment status registered in the NTIS .....	75
10. Safety measures in laboratories, etc., according to R & D process .....	76
11. Typical research results .....	79
12. The others .....	80
13. References .....	94



## < 목 차 >

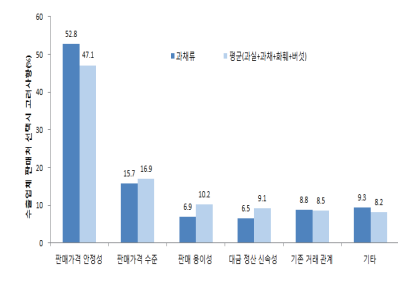
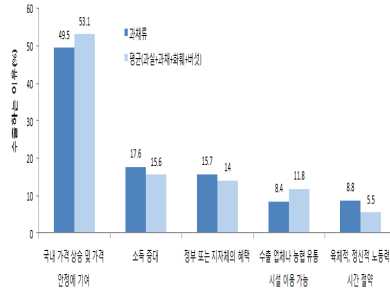
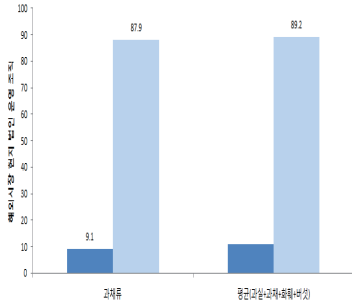
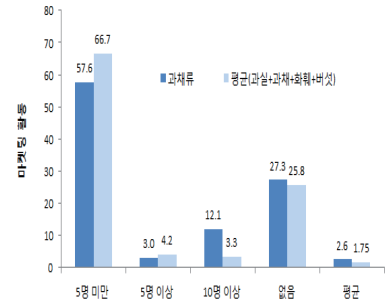
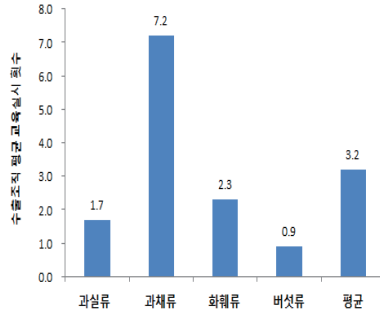
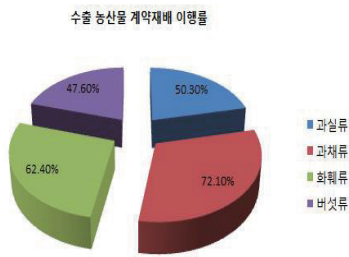
1. 과채류 가공 식품 사업단 연구 목표 .....	7
1-1. 사업단 추진 필요성, 배경 .....	7
1-2. 사업단 최종 목표 .....	11
2. 과채류 가공 식품 국내외 수출 및 기술 현황 .....	12
2-1. 과채류 가공식품 수출 현황 및 국내 산업 여건 분석 .....	12
2-2. 현지 목표 시장 선정 .....	20
2-3. 국내외 시장 동향 분석 .....	27
2-4. 수출 대상국별 경쟁력 분석 .....	34
3. 과채류 가공식품의 기존 시장 및 신규 시장 확대 방안 .....	41
3-1. 시장조사를 통한 신규 시장 확대 방안 도출 .....	41
3-2. 과채류 가공식품을 위한 시장 조사 계획 .....	41
3-3. 과채류 가공식품 수출 확대를 위한 로드맵 .....	43
4. 과채류 가공식품의 수출 및 기술 개발 전략 .....	44
4-1. 수출사업단 확대를 위한 기술 개발 전략 .....	44
4-1-1. 현장애로 수요 발굴 .....	44
4-1-2. 경쟁기술과의 유사 중복 회피 방안 .....	49
4-1-3. 과학기술 해결 방안 제시 .....	50
4-1-4. 정책연계 방안 제시 .....	52
4-2. 연구결과 제시 .....	54
4-2-1. 사업단 로드맵 .....	54
4-2-2. 사업단 수출 목표 및 전략 제시 .....	57
4-3. 사업단 연구팀 구성(안) .....	59
4-4. 사업화 성과 및 매출 계획 서술 .....	62
5. 과채류 가공 식품 사업단 수출 및 기술개발 목표, 전략 .....	63
5-1. 사업단 수출 목표 .....	64
6. 연구결과 활용계획 .....	65
7. 연구과정에서 수집한 수출시장 현황 및 수출기술 정보 .....	66
8. 연구개발결과의 보안등급 .....	74
9. 국가과학기술종합정보시스템에 등록된 연구시설·장비 현황 .....	75
10. 연구개발과제 수행에 따른 연구실 등의 안전조치 이행실적 .....	76
11. 연구개발과제의 대표적 연구실적 .....	79
12. 기타사항 .....	80
13. 참고문헌 .....	94



# 1. 과채류 가공 식품 사업단 연구 목표

## 1-1. 사업단 추진 필요성 및 배경

- 정부는 2008년 이후 농산물 수출 조직 육성에 관심을 가지고 정책을 추진. 농림축산식품부에서 농식품 수출 중소기업 육성의 일환으로 ‘수출업체 조직화 및 선도 조직 육성 방안’을 강조하였고(농식품 수출 희망 찾기 플랜 2013. 15), 수출업체 간 협력기구인 ‘품목별 수출 협의회(2013년 17개)를 통한 공동 마케팅, 가이드라인 설정 등 공동 사업을 지속적으로 추진하였음. 2014년 신선농산물 수출 확대 대책의 일환으로 수출 물량의 안정적 공급체계 구축과 수출 전문판매조직 육성계획 발표(농수산식품 수출 추진 현황 및 확대 방안 2014. 6). 수출 농가 및 기업 수출 경쟁력 제고를 위한 생산 농가의 규모화, 조직화 강화를 위해 수출 물류비 지원(표준 물류비 8-10%) 지원, 수출 보험, 안전성 등 인프라 조성을 확대하였음 (농림축산식품부 2014: 132).
- 또한 정부는 전문화된 수출 조직의 필요성을 인식하고 원예전문단지 지원, 수출 일원화를 위한 수출 협의회 지원, 품목별 대표 조직(16년 버섯 통합조직, 17 과채류, 18년 과채류 통합 추진), 자조금 제조 활성화, 지자체와 생산자 단체의 공동선별 및 공동 계산, 지자체 단위의 수출 조직 강화를 위한 지원 사업을 실시하였음.
- 이와 같은 정부의 지원으로 수출 시장 환경 변화에 탄력적으로 대응할 수 있는 조직과 물량 확보, 마케팅 활동을 통하여 시장 교섭력 등이 강화되어 일부 농산물은 수출시장 확대가 이루어졌으나, 수출업체와 수출농가의 연계성/결속력 부족, 체계적인 수출 물량, 품질 관리, 물류 시스템, 마케팅 활동 미흡, 국내 수출업체간 출혈 경쟁으로 해외시장에서의 경쟁력 약화라는 문제점도 대두되었음(농식품 수출 조직 운영 실태와 육성 방안, 한국농촌경제연구원, 2015. 10).



농식품 수출 조직 운영실태와 육성 방안(한국농촌경제연구원, 2015. 10)

\* 수출업체 및 수출 조직 운영실태 조사(2015. 6. 22-7.10, 1,530개 수출 조직을 대상으로 조사 120개 업체(수출선도조직 16개, 비선도조직 104개업체) 응답

\*수출농가 조직화 실태 및 인식조사 (2015.7.6.-8.14 월에전문단지 소속 수출농가 6,672개 대상으로 조사 550호 농가 응답

○ 이 중 과채류(토마토, 딸기, 파프리카)의 경우 비교적 다른 농산물과 달리 수출 시장 개척과 수출 창구의 일원화 등이 이루어져 지속적으로 수출 실적이 증가였으나, 이와 함께 재배 기술 발달로 수확량도 계속 증가 하고 있음. 토마토의 경우 98.6%가 일본에 수출하고 2014년 이후 수출량이 감소하였음. 또 딸기는 홍콩과 싱가포르(전체 수출량의 55%)에 수출하는 등, 딸기는 새로운 시장을 개척하고 있으나 생산량 증가와 약한 저장성으로 인해 시장성 확보에 어려움이 있음. 파프리카는 총 생산량의 약 40%를 일본에 수출하고 있고, 일본 이외의 다른 국가에 수출을 시도하고 있으나 재배 면적과 생산량이 계속 증가되어 2016년에는 생산과잉에 따른 가격 폭락을 방지하기 위해 유통협약에 의해 1,000톤을 폐기하였음.

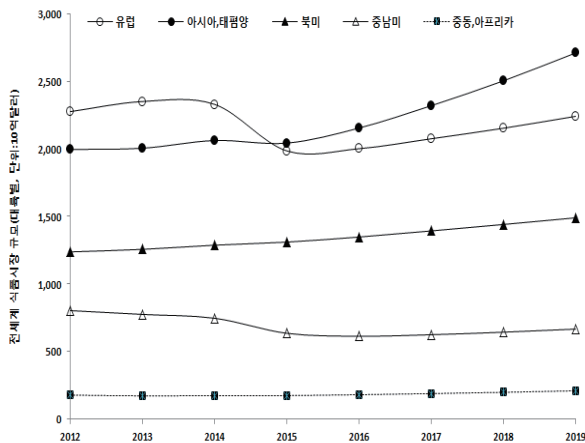
○ 현재 과채류(토마토, 딸기, 파프리카)는 수출을 확대할 수 있는 기반 시설과 조직 등은 비교적 잘 갖추고 있음. 토마토의 경우 2016년 (주)케이토마토가 회원수 134개 농가, 회원사로 보라무역, (주) 경남무역, 승운무역, (주)로즈피아, (주)동부팜이 토마토를 수출을 하고 있음. 딸기의 경우는 선도 조직 케이베리가 경남무역, 엘림무역, 창락농산, 탑푸르트, 그린빌, 한사랑의 회원사를 중심으로 수출을 시도하여 '12년부터 홍콩, 싱가포르 등에 엘림 무역을 통해 꾸준히 수출하고 있음. 또 파프리카는 (사)한국파프리카 생산자 자조회를 중심으로 (주)농산무역 등 약 20여개의 수출업체를 통해 수출을 하고 있음.

○ 토마토, 딸기는 재배 면적이 감소하였지만 재배 기술 발전으로 수확량이 증가하고 있고, 파프리카

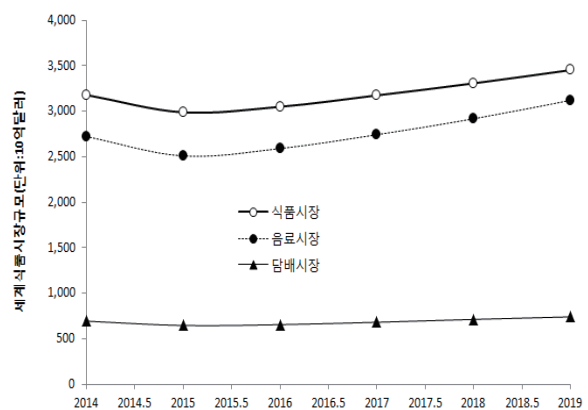
카는 재배 면적과 생산량이 함께 증가하고 있어, 수출 시장이 확보되어도 저장성이 약하고 수출품의 품질 기준이 엄격하여 이들 과채류의 신선 식품 외에 고부가가치 가공제품화가 절대적으로 필요하게 되었음.

○ 한편 세계 식품 시장은 2015년 세계 자동차 시장, 세계 IT 시장 및 세계 철강 시장 규모보다 각각 4.9배, 3.8배, 7.3배가 큰 것으로 나타남. 2016년 6.3조 달러, 2019년 약 7.3조 달러로 연평균 1.7%씩 성장할 것으로 전망되고 지역별로는 아시아 태평양 지역이 2012~2019년 기간 동안 연평균 4.5% 성장할 것으로 예상, 특히 음료 시장의 비중이 더욱 커질 것으로 예상(출처:2016년 가공식품 산업 경쟁력 조사, 산업통상자원부 무역위원회 중소기업연구원).

○ USDA는 2012년 2월 제안한 ‘Smart Snacks in School’ 법을 통해 학교에서 보다 건강한 제품으로 대체하는 법을 제정하였고, 일본 소비자 55%가 약보다 건강한 식음료가 건강에 좋다고 인식하고 있으며, 유럽 소비자의 49%도 자연 음료를 선호하고 있는 것으로 조사됨.(출처:2016년 가공식품 산업 경쟁력 조사, 산업통상자원부 무역위원회 중소기업연구원).



대륙별 전세계 식품시장 규모



시장 구분별 세계 식품시장 규모

자료 : 2016. 7월 Canadean(<http://intelligence.canadean.com>, 영국의 리서치 & 컨설팅 회사)

주)\* 제조업만 포함, 외식업은 포함되지 않음

\*\* 포함된 제조업은 Food, Alcoholic Beverages, Non-alcoholic Beverages, Tabacco 및 식품 무역액이 포함된 합계

\*\*\* 2015-2019년은 추정치

○ 우리나라는 중국을 포함하여 50개국 세계 무역의 53%를 차지하는 경제권과 아울러 FTA체결이 우리 식품산업은 위기와 동시에 기회와 도전의 장이 될 수 있음. 가공 식품 산업은 내수 시장에 안주하여서는 지속 성장을 기대하기 어려워 해외 시장을 적극적인 개척이 요구됨.

- 현재 안정적인 물량확보와 품질관리, 수출창구가 비교적 일원화되어 있는 토마토, 딸기, 파프리카의 경우 개별 수출협의회를 통하여 생과로서는 수출을 원활하게 할 수 있으나, 수출업체간 출혈경쟁을 제거하고 해외 시장에서의 경쟁력을 강화할 필요가 있음. 또한 이들 품목의 부가가치를 제고하기 위해서는 이들을 소재로 한 제품개발, 해외시장 조사, 마케팅 활동 등을 통한 새로운 시장을 개척할 수 있는 일관화된 과채류 가공제품(주스류 포함) 수출사업단의 구성이 절실한 필요함.

## 1-2. 사업단 최종 목표

- 본 과채류 가공 식품 수출사업단은 1단계(사전 기획연구, 2개월), 2단계(현장중심 연구, 2년), 3단계(수출연계 연구, 3년) 방식으로 사업을 추진하여 현장애로를 타개하고, 해당품목의 부가가치를 창출함을 목표로 함.
- 과채류 수출연구사업단 2단계 사업에서는 해외 시장접근에 용이한 가공제품개발하고, 수출업체 등과 협업하여 수출시장을 창출함. 또한 수출국별 가공제품별 수입제도, 인증, 유통현황 등은 한국식품연구센터 식품수출 지원센터와 aT 센터 수출 지원 센터와 연계하여 수출을 확대 함.
- 수출업체는 각 생산자 조직과 유대감 강화하며 수출 시장 동향 파악, 해외 소비자 선호 정보를 수출사업단에 제공함.
- 3단계에서는 2단계에서 구축한 시장을 보다 공고히 하고, 순차적으로 수출국의 소비자 기호에 맞는 다양한 과채류 가공 제품을 개발하여 수출규모를 확대할 것임
- 과채류 가공 수출 사업단은 수출 선도 조직인 케이토마토, 케이베리, KOPA 및 한국파프리카생산자자조회와 수출업체(31개 업체)를 통해서 협업을 통한 수출을 동시다발적으로 실시함으로써 실효적인 수출의 결과물을 도출함
- 연구 기간의 총 수출 목표는 총 300만불로 정함. 실제 수출의 성과는 3단계 연구 기간 과정 속에 도출될 것임.

## 2. 과채류 가공 식품 국내외 수출 및 기술 현황

### 2-1. 과채류 및 가공 식품 수출 현황 및 국내 산업여건 분석

- 2015년 과채류 전체 생산량은 약 4조 9천억 원으로 농업 생산액(44조 5천억 원) 가운데 11%를 차지하고 있음 (자료 출처 : 농수산식품수출 지원 정보, 국가통계포털, 한국경제연구원, Global Trade Atlas([www.gtis.com/gta](http://www.gtis.com/gta))).
- 과채류 가공식품의 수출 현황은 통계적으로 잡기가 어려워, 과채류와 가공 식품에 관한 현황으로 대체하였음.

#### 2-1-1. 토마토 수출 현황 및 국내 여건

- 토마토 수출은 2015년 대비 2016년 수출 물량이 0.52%로 거의 증가하지 않았으나 엔화 결제 품목 특성에 따라 엔/달러 하락(엔화강세)로 인해 수출은 증가하였고, 총 수출량의 98.6%가 일본으로 편중되어 있음.

#### ● 토마토 수출 실적

(단위: 톤, 천불, %)

구분	'14	'15		'16		증감률	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
일본	9,570	3,751	9,570	3,763	10,535	0.31	10.08
기타	131	28	132	35	152	25	15.15
전체	9,701	3,779	9,702	3,798	10,687	0.52	10.15

\*자료: 농수산식품수출지원정보(HSCODE-70200)

\*국내 대과 토마토 도매시장 가격(상품): '15년 2,340원/kg → '16년 2,751원/kg

\*국내 방울 토마토 도매시장 가격(상품): '15년 3,038원/kg → '16년 4,256원/kg

- 토마토 재배 면적은 2000년대 초반 웰빙 붐으로 2007년 7,354ha까지 증가하다가, 2014년 이후 생산량 증가에 따른 가격 하락으로 재배 면적이 감소세로 전환, 전체 생산량의 대비 수출량은 약 2.4% 내외로 추정되며 수출용(업무용, 유럽종) 토마토 생산은 ID 등록업체 기준으로 방울토마토는 74ha, 대과는 100ha에서 생산되는 것으로 추정하고 있음. 반면 수입은 토마토 페이스트가 2016년 기준 신선 토마토 수출량 3,798톤의 6.7배임.

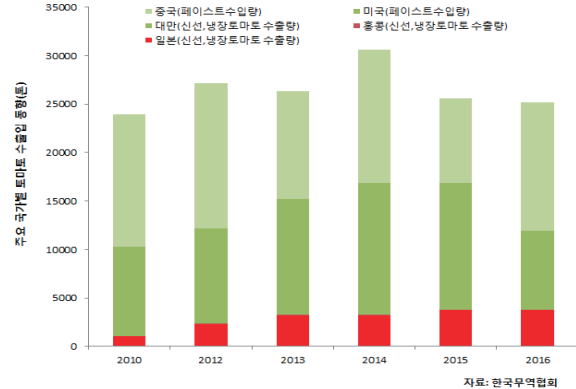
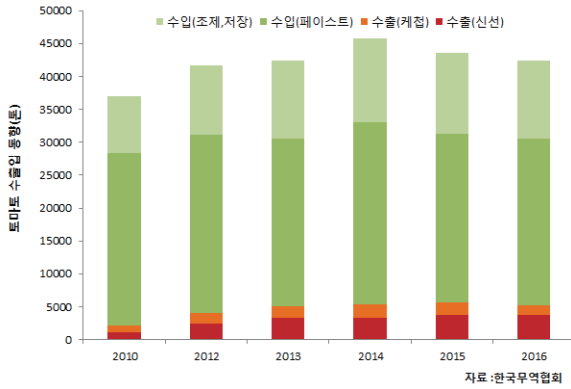


● 토마토 재배 면적 및 총생산량

구분	'13	'14	'15	'16
재배면적(ha)	6,054	7,070	6,976	6,836
생산량(톤)	338,624	499,960	456,982	434,000

\*자료:국가통계포털(KOSIS), 수출 품종 : 다볼, 데푸니스, 메리바 등

● 국내 토마토 수출입 동향



자료: 한국무역협회, 한국농촌경제연구원

(자료 출처 : 농수산물수출 지원 정보, 국가통계포털, 한국경제연구원, Global Trade Atlas ([www.gtis.com/gta](http://www.gtis.com/gta)))

- 우리나라에서 수출하는 신선 토마토 대부분은 일본으로 수출하고 있으며, 일본의 신선, 냉장 토마토 수입액은 2013년 이후 지속적으로 감소하여 2015년 수입액은 2014년 대비 22% 감소한 2,296만 달러였음. 2016년 기준으로 일본이 한국에서 수입한 토마토의 양은 총 수입량의 약 50%였고, 금액으로는 1,053만 달러였음.

● 일본의 신선토마토 수입량

(단위:천불)			
구분	2013	2014	2015
총 수입액	34,414	29,628	22,963
한국	9,974	9,546	9,816
미국	17,615	12,824	5,819
뉴질랜드	1,553	3,014	3,008
네덜란드	2,830	2,474	1,879
캐나다	1,723	662	1,377

\* 자료 : Gloval Trade Atlas([www.gtis.com/gta](http://www.gtis.com/gta))

구분	국가명	시장규모(천톤)		한국산 수출(천톤)		경쟁국
		생산량	수입량	수출물량	점유율(%)	
주요 수출국	일본	663	7.0	3.7	50.6	미국, 캐나다
수출 가능국	홍콩	-	8.0	0.4	0.46	네덜란드, 중국
	러시아	2,819('14)	668			터키, 중국

\*자료 Global Trade Atlas([www.gtis.com/gta](http://www.gtis.com/gta)) HS 070200(2016년 기준), 생산량 aT 자체 조사

- 한국은 일본과 지리적으로 인접해서 운송비가 낮고 신선도가 높다는 장점이 있으나 일본 신선 토마토 수입량의 50%를 차지하고 있고, 국내 방울토마토 가격 상승, 연화 강제 등으로 더 이상 수출량 증가는 어려운 것으로 판단하고 있음. 최근 새로운 수출 가능국으로 러시아가 급부상하고 있음.

## 2-1-2. 딸기 수출 현황 및 국내 현황

- 딸기 수출은 대부분 신선 딸기이며 주 수출국은 홍콩과 싱가포르로 전체 수출량의 약 55%를 차지하고 있음. 최근 말레이시아가 주요 수출국을 급부상하고 있으나, 지속적인 저유가 및 경기 하락 등의 단가 인하 압력으로 수출이 대폭 감소함. 반면에 태국 내 한국산 인지도 상승 및 마케팅 활동 등으로 수출이 증가 추세이며, 베트남의 경우 '16년 검역 타결 및 마케팅 활동에 의해 수출이 상승하고 있음.

### ● 딸기 수출 실적

국가	'14	(단위:톤, 천불,%)					
		2015(A)		2016(B)		증감률(B/A)	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
홍콩	11,616	1,304	12,774	1,349	12,422	△3.5	▽2.8
싱가포르	11,075	1,083	10,411	1,136	10,242	△5	▽1.6
태국	2,701	308	3,088	463	4,150	50.5	△34.4
말레이시아	3,629	416	3,649	321	2,808	▽22.7	▽23.0
베트남	-	1	-	89	1,042	-	-
기타	2,555	181	2,038	177	1,7782	-	-
계	31,599	3,293	31,971	3,538	32,449	△7.5	△1.5

\*자료 : 농수산물수출지원정보 (HSCODE-081010)

- 2011년 이후 신규 농업인 유입과 높은 딸기 가격으로 농가 재배가 증대되면서 재배 면적 증가와 설향 등 다수확 품종 보급 확대로 생산량도 증가 추세임 2016년도 생산량은 약 19만 8천톤 수준임. 재배 면적은 감소하나 재배 기술 발달로 생산량은 2026년 20만 9천

톤 수준까지 증가할 것으로 전망 함(농업관측본부 예상치). 2016년 기준으로 국내 딸기 총 생산량의 1.78%를 수출하고 있음. 한편 국내 수입의 경우 식물검역법상 신선상태로 수입할 수 없어 냉동 딸기가 대부분 차지하고 있고, 약 9천 톤 내외가 수입됨. 주요 수입국은 중국과 미국으로 전체 냉동 딸기 수입량의 90%를 차지함.

● 딸기 재배 면적 및 총생산량

구분	'12	'13	'14	'15	'16	'17(P)
재배면적(ha)	6,435	6,890	6,875	6,306	6,467	6,559
생산량(톤)	192,140	216,803	209,901	194,513	198,000	200,000

- 홍콩과 싱가포르는 성숙시장이고, 말레이시아의 경우 지속적 저유가 및 경기하락 등의 단가인하 압력으로 수출 대폭 감소하였음. 반면에 신규시장으로 태국 내에서 한국산 인지도 상승 및 마케팅 등으로 수출 증가 추세이며 베트남의 경우 '16년 검역 타결 및 마케팅 활동에 의해 수출 대폭 증가.

● 딸기 주요 수출 시장 규모 및 수출 점유율(2016년)

구분	국가명	시장규모(천톤)		한국산 수출(천톤)	
		수입량	수출물량	점유율(%)	경쟁국
주요 수출국	홍콩	6,299	1,554	24.67	미국
	싱가포르	3,836	1,179	30.73	미국,호주
	말레이시아	1,120	359	32.09	미국,호주
	태국	1,607	467	29.07	미국, 뉴질랜드
수출 가능국	러시아	29,297	17	0.06	벨라루스, 터키

\*자료:Global Trade Atlas([www.gtis.com/gta](http://www.gtis.com/gta)) HS 081010(2016년 기준)

2-1-3. 파프리카 수출 현황 및 국내 여건

- 파프리카의 경우 겨울 작형(파종 7-8월, 정식 8-9월, 수확 11월-익년 7월)은 진주, 함안, 화순, 영광, 김제 등 평지지역에서 생산되고 여름 작형(파종 1-3월, 정식 2-4월, 수확 6-12월)은 평창, 화천, 합천, 남원 등 고랭지 지역에서 생산됨.
- 수출동향은 2016년 기상불순으로 1월까지 감소하였으나, 5월 겨울 작기와 여름 작기 중첩이 시작되고 강원도의 내수물량이 국내에 흡수출하 되면서 수출 쏠림 현상이 높아짐. 11월 들어 기상불순으로 작기의 중첩은 없었으며, 물량이 줄어 수출량은 소폭 감소. 연중으로는 물량, 금액 모두 증가하였음. 파프리카는 총 생산량의 약 38-40%를 수출하고 있

고, 약 99.5%가 일본으로 수출하고 있음.

◎ 파프리카 수출 실적

(단위:톤, 천불,%)

국가	'14	2015(A)		2016(B)		증감률(B/A)	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
일본	79,528	29,317	85,012	30,110	93,327	△2.7	△9.8
홍콩	37	25	72	134	344	△433	△372
기타	46	34	129	32	122	▽5.9	▽5.4
전체	79,611	29,376	85,213	30,276	93,793	△3.1	▽10.1

\*자료 : 농수산물수출지원정보 (HSCODE-0709.60-1000)

※ 엔/달러 전년대비 하락(엔화강세)하여 달러환산 수출실적은 물량대비 크게 증가하였음

※ 수출단가(USD/kg) : 3.44('14)→2.90('15)→3.10('16)

※ 국내도매가(상품) : '14년 5,062원/kg → '15년 4,207원/kg → '16년 5,108원/kg

- 생산 통계 시작 이후 지속적으로 재배면적 및 생산량은 증가 추세에 있으며, 최근 5년간 증가추세를 반영할 시 '17년은 84천 톤 이상 생산 예상됨. 엔화강세가 진행됨에 따라, 국내 도매가격이 낮은 수준으로 추이할 경우, 생산량 증가는 수출증가로 이어질 전망. 겨울 작형 와 여름 작형로 구분되며, 감소기인 1~3월, 8월 중순~10월은 생산량이 적고 겨울·여름 작형의 수확시기가 중복되지 않아 가격도 비교적 높게 형성.

◎ 파프리카 재배 면적 및 총생산량

구분	'12	'13	'14	'15	'16
재배면적(ha)	430	575	598	707	800(P)
생산량(톤)	50,642	62,622	64,363	72,950	80,000(P)

- 파프리카 수출 시장은 일본이 주요 수출 시장이며, 일본 총 파프리카 수입량의 74.5%를 차지하고 있어, 일본으로 더 많이 수출하기에는 어려움이 있음. 수출 가능국으로 홍콩과 대만이 있으나 시장 규모가 작은 반면, 러시아의 경우는 시장 규모가 크나 중국, 이스라엘, 터키에서 수입하고 있어 이를 위한 수출 마케팅이 요구됨.
- 파프리카는 수출가격이 국내 도매가격과 연동되어 가격이 오르면, 수출물량이 감소하고, 가격이 떨어지면 수출물량이 다시 늘어나는 현상이 반복되고 있음.

●파프리카 주요 수출 시장 규모 및 수출 점유율(2016년)

구분	국가명	시장규모(천톤)		한국산 수출(천톤)		
		생산량	수입량	수출물량	점유율(%)	경쟁국
주요 수출국	일본	3.9	40.9	30	74.5	네덜란드, 뉴질랜드
	홍콩	-	0.9	0.04	4.2	중국
수출 가능국	대만	17(p)	2.8	0.03	0.87	중국
	러시아	-	128	0.006	0.005	이스라엘, 중국, 터키

\*자료:Global Trade Atlas([www.gtis.com/gta](http://www.gtis.com/gta)) HS 070960(2015년 기준)/생산량은 aT 자체 조사

2-1-4. 가공식품(음료)

- 2016 수출은 전년대비 13.9% 증가한 334백만 불을 기록하며 수출 상승세 지속되고 있음. 동남아에서는 캄보디아가 2016년 중국을 넘어서며 주요 수출국 2위로 부상(56백만 불, 22%증가)하여 한국산 에너지 음료 브랜드가 업계 1위로써 높은 인지도와 탄탄한 유통망을 구축하고 있으며, 우유과즙음료도 좋은 반응을 얻으며 수출이 증가되어 있고 있음.
- 이외에 아프가니스탄에서는 인삼 에너지 드링크, 인삼 에너지 드링크가 현지 SNS 활용 및 스포츠 경기 협찬 등 적극적인 홍보·판촉 활동(14백만 불, 48.5% 증가)으로 수출 증가세를 이어감.

● 음료 수출 실적

(단위:톤, 천불, %)

국가	'14		'15		'16		연간 전년대비		점유율
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	
미국	74,518	59,787	82,413	62,695	92,743	69,019	12.5	10.1	20.6
캄보디아	33,100	34,856	42,642	45,889	52,610	56,089	23.4	22.2	16.8
중국	21,724	38,269	30,516	45,906	36,912	48,984	21.0	6.7	14.6
아프카니스탄	12,788	11,765	10,283	9,455	15,259	14,039	48.4	48.7	4.2
기타	154,113	137,023	147,549	129,678	166,826	146,314	13.1	12.8	43.7
총계	296,242	281,700	313,402	293,623	364,350	334,445	16.3	13.9	100

자료: KAITI(AG 코드 음료류 기준) \*기타 국가 : 베트남, 일본, 홍콩 등

- 한편 국내 음료시장은 '15년 전년대비 국내생산액은 전년대비 15.1% 감소하며 성장이 정체 되는 경향을 보이고 있는데, 탄산음료, 혼합음료는 높은 생산실적을 보이고 과채음료는 역신장을 보이며 시장구조가 개편되는 구조가 되고 있음.
- 음료의 '15년도 국내 판매액은 전년 대비 12% 성장한 4조 5,189억원에 달하며 탄산음료와

혼합음료의 판매액이 전체 시장의 55%를 넘는 높은 비중을 차지함. 탄산음료는 최고 판매 점유율을 차지하는 품목으로 1조 6,162억 원 판매(전년 대비 8.73%↑)되었고, 혼합음료는 건강기능성 음료에 대한 관심이 높아지며 비타민, 피로회복, 숙취해소 음료 등 기능성 카테고리 확대와 함께 다양한 신제품 출시와 판매 호조를 보이며 9,480억 원 판매(전년 대비 9.54%↑)

\* 판매 비중(15년) : 탄산음료(35.8%, 1조 6,162억 원), 혼합음료(21.0%, 9,480억 원), 홍삼음료(11.1%, 5,030억 원)

◎ 국내 생산 여건

구분	'12	'13	'14	'15	'16
생산량(천톤)	3,223	3,406	3,648	72,950	-

○음료의 주요 수출 시장은 미국으로 69백만 불(10.1%) 증가하였는데, 알로에 음료가 미국 내 주류 매장(월마트, 까르푸) 및 다양한 채널(창고형 매장, 오가닉 카페, 주유소 등)로 유통 확대되며 수출 물량과 금액 모두 증가. 중국은 한국산 제품의 신뢰도와 인기를 기반으로 중국 수출 전용(바나나 우유 선물 팩 등)으로 수출이 증가하였음.

◎음료 주요 수출 시장 규모 및 수출 점유율(2016년)

구분	국가명	시장규모(천톤)		한국산 수출(천톤)		
		수출액	수입액	수출물량	점유율(%)	경쟁국
주요 수출국	미국	916,677	791,288	73,130	9.2	태국, 필리핀, 멕시코
	중국	138,398	310,179	69,409	22.4	대만, 태국, 미국, 말련

\*자료:Global Trade Atlas([www.gtis.com/gta](http://www.gtis.com/gta)) 미국, 중국

2-1-5. 가공 식품 수출 현황 (aT한국농수산물유통공사 자료)

○ 2017년 상반기 농림수산물 수출액은 2016년 상반기 대비 7.9% 증가한 4,416.2백만불로 3월 이후 사드 이슈 등에 따른 중국 수출은 감소했지만, 일본, 아세안 중심으로 수출이 증가하여 상반기 실적 사상 최대치를 기록함.

최근 3개년 2분기 수출 실적 (단위: 천톤, 백만불, %)

구분	2015.1.1.~6.30		2016.1.1.~6.30		2017.1.1.~6.30		증감률(B/A)	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체(농수축)	2,076.2	3,954.5	2,166.4	4,094.1	2,250.3	4,416.2	3.9	7.9
신선	183.9	473.7	212.9	501.2	225.7	478.5	6.0	4.5
가공	1,560.9	2,523.5	1,660.7	2,595.0	1,765.8	2,819.5	6.3	8.7

- 품목별 수출액 증가폭이 가장 큰 품목은 담배(97.5백만불 ↑), 김(88.9백만불), 라면(52.2백만불).
  - 담배 수출 비중 약 38% UAE, 일본 수출 1억불 달성, 대만 신규 시장 확대, 상반기 수출 5억불
  - 김은 중국과 일본 생산 부진으로 한국산 수요가 지속, 상반기 수출 2억불 달성
  - 라면은 아세안 수출로 138% 증가

<분기별 부류별 주요 상위 수출 품목(단위 : 백만불, %)>

구분	품목	1분기(1-3월)			증감(B/A)	품목	2분기(4-6월)↓		
		16년(A)	17년(B)	증감(B/A)			16(C)	17년(D)	증감(D/C)
전체		1,910.6	2,123.9	11.2		2,183.5	2,292.3	5.0	
가공 식품	담배	259.8	293.9	13.1	담배	238.9	302.2	26.5	
	라면	56.8	93.9	65.5	라면	103.8	100.7	↓3.0	
	음료	76.9	75.3	↓2.1	음료	65.9	80.9	22.7	
	커피조제품	60.0	66.6	10.9	커피조제품	59.1	65.8	11.3	
	설탕	31.4	38.2	21.9	설탕	42.0	43.7	3.9	
	비스킷	35.8	32.5	↓9.0	맥주	21.9	28.4	29.5	
	소주	24.2	22.2	↓8.0	비스킷	35.8	26.9	↓24.8	
	조제분유	21.5	22.0	2.2	제3맥주	28.7	25.3	↓11.8	
	맥주	19.7	20.2	2.9	소주	21.1	23.7	12.7	
	제3맥주	19.3	18.2	↓5.5	아이스크림	13.5	13.1	2.5	

- 김치 주요 수출 대상국인 일본, 홍콩, 대만은 수출 정체, 반면 미국, 영국, 네덜란드 등 EU 수출 증가로 2016년 대비 0.9% 소폭 증가
- 커피조제품, 마요네즈 등 소스류 및 맥주 등 주요 가공 식품 10% 이상 수출 증가
  - 러시아 커피 조제품 21.6% , 소스류 62.3% 증가, 맥주 중국 94.6% 수출 증가
  - 마요네즈 수출액 ; '13 36.6백만불→('14)28.8→('15) 13.9→('16) 10.7
- 딸기 수출 호조 지속, 파프리카 가격 하락, 인삼류 수출 부진, 신선 식품 수출 계속 감소
  - 대만 폭우에 따른 현재 과채류 생산 및 유통 차질로 국내 배추, 양배추, 멜론 등 수출 급증
  - 파프리카 국내 과잉 생산 일본 선호도가 낮은 L 사이즈 출하 비중 증가로 수출 가격 하락 수출량은 증가했지만 수출액은 하락
  - 홍삼 수출은 증가한 반면 홍삼정 등 제품류 수출 급감.

## 2-2. 현지 목표 시장 선정

- 과채류 가공 식품 현지 목표 시장 선정을 위하여 자료를 통한 세계 식품 시장, 국내 식품 시장 조사와 국내 가공 식품의 SWOT분석(가공식품 산업 경쟁력 조사, 산자부 무역위원회 중소기업연구원, 2016)과 과채류(토마토, 딸기, 파프리카)의 SWOT 분석 및 시장 조사 전문 컨설팅 업체(에버민트파트너즈)의 조사 결과를 토대로 시장을 선정하였음(12. 기타 사항 참조).



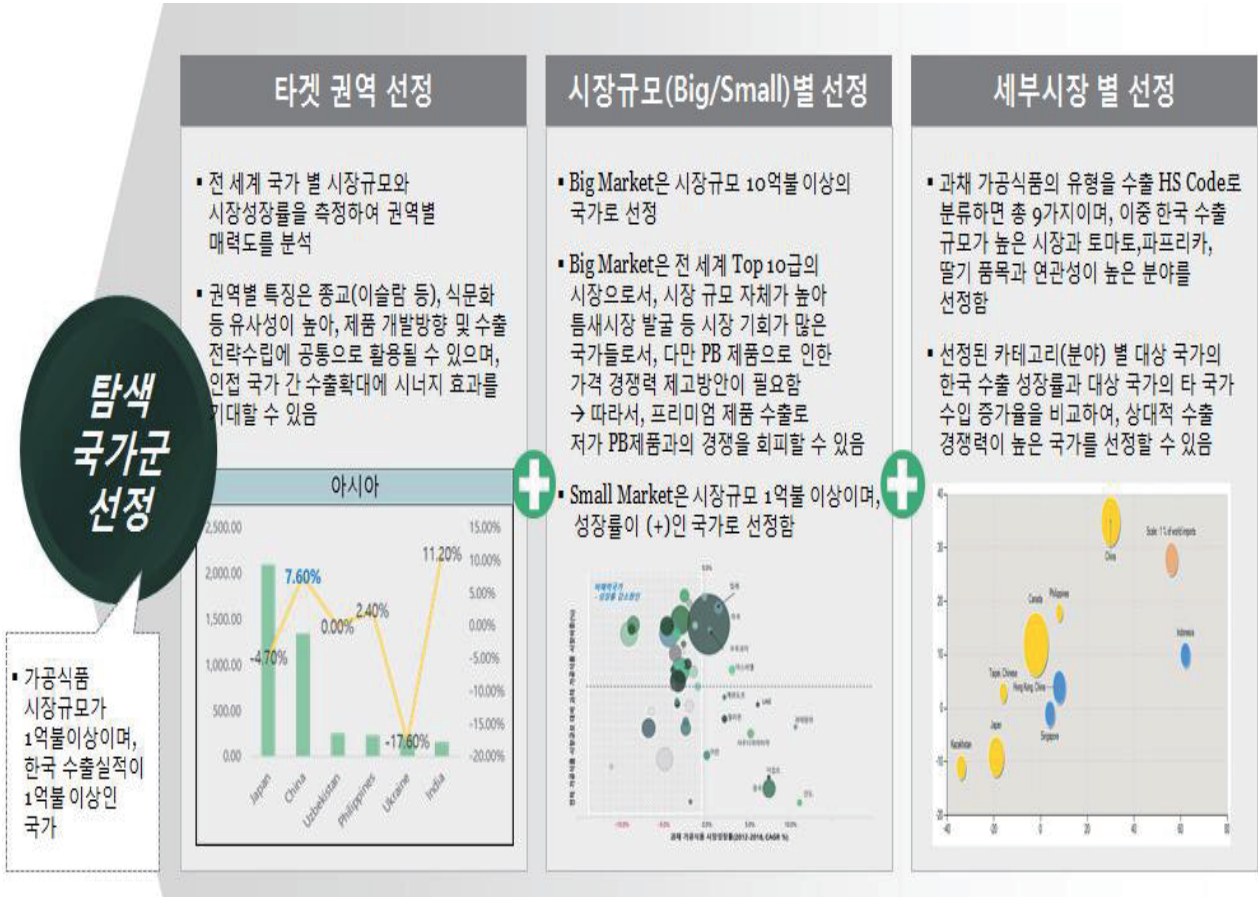
식품 산업의 특징과 동향(2016년 가공 식품 산업 경쟁력 조사, 산업통상자원부 무역위원회의 중소기업연구원)





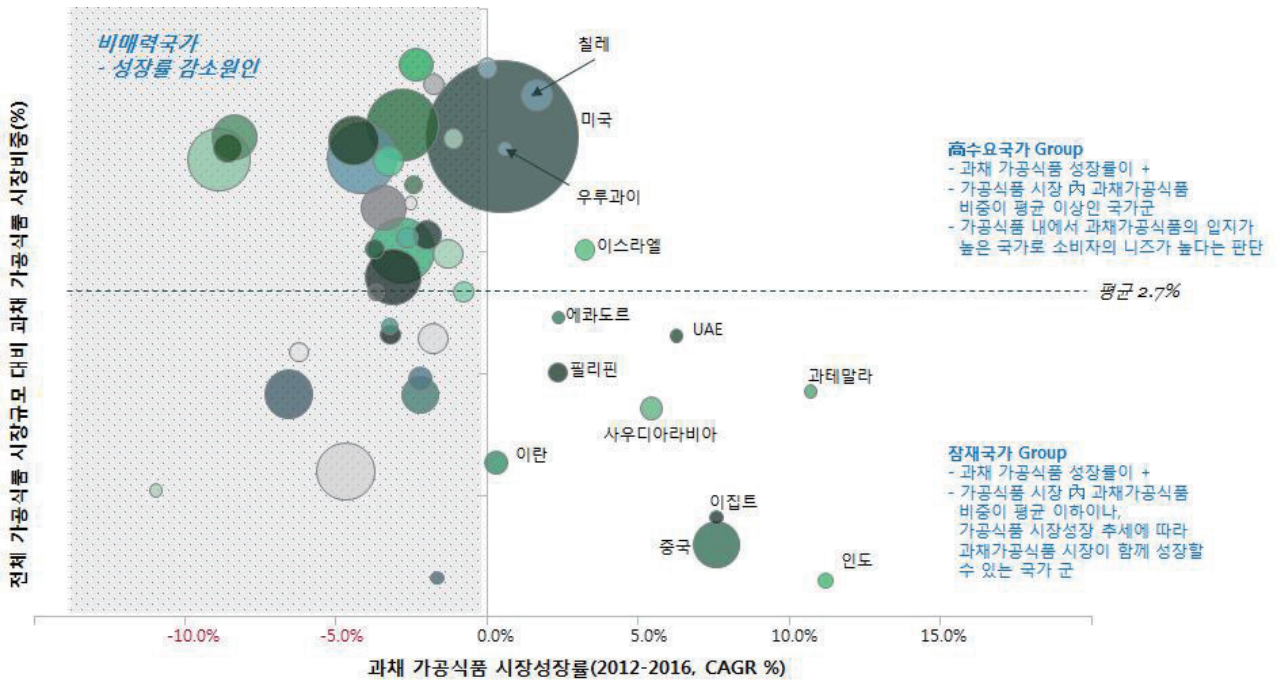
※ 목표 시장 선발 과정

(1) 과채 가공품의 목표 시장 선정은 크게 국가 및 시장 경쟁력 평가와 다양한 형태의 가공이 가능한 과채 가공품의 특성을 고려하여 대표 유형별 수출 경쟁력이 높은 국가 선정을 고려하였음.





- 전 세계 가공식품 시장 규모는 약 2조 달러 규모이며, 이중 약 74%를 아시아, 유럽 및 북미 권역이 점유하고 있음.
- 우리나라 가공 식품 1억불 이상 수출 실적이 있는 나라는 미국, 중국, 일본, 러시아, 호주, 인도네시아, 필리핀, 타이랜드, 베트남, 타이완, 홍콩, 말레이시아 UAE(13개국)임.
  - 과채 가공 식품 시장이 1억불 이상인 국가는 47개국이고 이중 한국 수출 상위 국가는 총 7개국임 : 미국, 러시아, 일본, 중국, 호주, 필리핀, United Arab Emirates
  - 과채 가공 식품 시장을 권역별로 정리하면 유럽시장이 199억불로 가장 높고, 중동 지역은 10억불 정도의 규모이나, 최근 5년간 성장률은 타 권역에 비해 높음. 세부 시장으로 국가별 과채 가공식품 시장 규모와 성장률로 보면 중동 시장과 아시아 및 라틴 아메리카 일부 국가가 가능성이 있음.
- 과채 가공식품 시장 성장률과 전체 가공식품 시장 대비 과채 가공식품 시장 비중을 고려해서 수요 군과 잠재 국가군으로 나누었음.
  - 과채류 가공 식품 성장률이 높은 국가중 10억불 이상인 big market인 미국과 중국을 제외하면 총 11개 국가로 주로 중동 지역과 라틴 아메리카 권역이 잠재 국가군임.
  - 그러나 세계 과채 가공식품 시장중 big market인 10억불 이상의 국가는 총 12개이며, 미국과 중국을 제외하고는 모두 마이너스 성장을 보이고 있음.



< Small market 시장 규모 및 가공 식품 시장 비중 >

	Small Market 선정 국가	2016 시장규모	과채가공/가공식품 시장비중(%)	CAGR	PB 침투율	권역
고수요 국가 Group	Chile	631.9	4.3%	1.6%	25.2%	라틴
	Uruguay	132.8	3.9%	0.6%	1.8%	라틴
	Israel	260.6	3.0%	3.2%	19.8%	중동
잠재 국가 Group	India	158.7	0.3%	11.2%	0.5%	아시아
	Philippines	230.7	2.0%	2.4%	2.2%	아시아
	Saudi Arabia	330.4	1.7%	5.4%	1.1%	중동
	Egypt	109.3	0.8%	7.6%	n/a	중동
	Iran	342.2	1.3%	0.3%	n/a	중동
	United Arab Emirates	108.3	2.3%	6.3%	3.2%	중동
	Ecuador	106.7	2.4%	2.4%	1.0%	라틴
	Guatemala	101.9	1.9%	10.7%	6.9%	라틴

○ 과채류 가공품의 분류

- HS CODE 2007(잼, 과실젤리, 마말레이드, 과실 또는 견과류의 퓨레 및 과실 또는 견과류 페이스트)
- HS CODE 2008(기타 방법으로 조제 또는 저장 처리한 과실, 견과류와 기타 식용에 적합한 식물의 부분)
- HS CODE 2009(과실 주스, 채소 주스)

○ 국가별 세부시장의 수출 가능성 조사

- HS 2007 :잼, 과실젤리, 마말레이드 과실 등을 수출하는 국가 중 인도네시아, 싱가포르 및 홍콩은 최근 5년간 수출 증가율이 높고, 수입 증가율이 높아 경쟁력이 있는 국가로 여겨짐.

▪ 2016년 기준, 전 세계 수출 규모는 약 9백만불 수준임  
▪ 인도네시아, 홍콩, 싱가포르는 전 세계 수입증가율보다 한국에서 수출하는 증가율이 상대적으로 높은 국가로, 한국의 수출 경쟁력이 높은 것으로 나타남  
▪ 중국과 필리핀은 한국과의 무역수지 적자가 높은 나라로 파악됨

- HS 2008 : 기타의 방법으로 조제 또는 저장 처리한 과실을 수출하는 나라는 수출 증가율이 증가하고 있으며, 독일, 중국이 수입 증가율이 높아 경쟁력이 높은 국가임.

▪ 2016년 기준, 전 세계 수출 규모는 약 22만불 수준임  
▪ 상위국가 10개국에 모두 수출 증가율이 높으며, 특히 독일과 중국은 전세계 수입증가율보다 한국의 수출 증가율이 상대적으로 높은 국가로, 한국의 수출 경쟁력이 높은 것으로 나타남  
▪ 중국의 경우 무역 수지는 적자이나, 한국의 수출이 매우 높게 나타나는 국가임

- HS2009: 과실 주스와 채소 주스를 수출하는 국가중 최근 홍콩, 중국 이스라엘로의 수출 증가율이 높음.

▪ 2016년 기준, 전 세계 수출 규모는 약 5만불 수준임  
▪ 수출 상위국가 10개국 대부분에 수출 증가율이 높으며, 특히 홍콩, 중국, 이스라엘은 전세계 수입증가율보다 한국의 수출 증가율이 상대적으로 높은 국가로, 한국의 수출 경쟁력이 높은 것으로 나타남  
▪ 미국과 태국, 칠레는 무역 수지는 적자가 높은 나라로 파악됨

- 현지 목표 시장은 과채 가공품 시장 규모, 과채 가공품 세부 시장별 수출 규모를 고려할 때 총 28개 국가를 선정할 수 있었음.

<과채 가공품 시장 규모별 목표 시장>

NO	국가	권역구분	과채 가공품 시장 규모	
			Big market (10억불이상)	Small market (1억불이상)
1	일본	아시아	All	-
2	중국	아시아	All	-
3	인도네시아	아시아	-	-
4	홍콩	아시아	-	-
5	싱가포르	아시아	-	-
6	대만	아시아	-	-
7	필리핀	아시아	-	잠재국가
8	태국	아시아	-	-
9	인도	아시아	-	잠재국가
10	브라질	라틴아메리카	All	-
11	칠레	라틴아메리카	-	高수요
12	우루과이	라틴아메리카	-	高수요
13	에콰도르	라틴아메리카	-	잠재국가
14	과테말라	라틴아메리카	-	잠재국가
15	미국	북미	프리미엄 Only	-
16	캐나다	북미	프리미엄 Only	-
17	호주	오세아니아	프리미엄 Only	-
18	러시아	유럽	All	-
19	독일	유럽	프리미엄 Only	-
20	프랑스	유럽	프리미엄 Only	-
21	영국	유럽	프리미엄 Only	-
22	이탈리아	유럽	프리미엄 Only	-
23	스페인	유럽	프리미엄 Only	-
24	이스라엘	중동	-	高수요
25	사우디 아라비아	중동	-	잠재국가
26	이집트	중동	-	잠재국가
27	이란	중동	-	잠재국가
28	UAE	중동	-	잠재국가

< 과채 가공품 세부 시장별 수출 가능 국가 >

No.	국가	권역 구분	과채가공품 세부시장 매력도		
			HS: 2007	HS: 2008	HS:2009
1	일본	아시아	-	v	v
2	중국	아시아	-	v	v
3	인도네시아	아시아	v		
4	홍콩	아시아	v	v	v
5	싱가포르	아시아	v	v	v
6	대만	아시아	-	v	
7	필리핀	아시아	-	-	v
8	태국	아시아	-	-	v
9	칠레	라틴아메리카	-	-	v
10	미국	북미	-	v	-
11	캐나다	북미	-	v	-
12	독일	유럽	-	v	-
13	프랑스	유럽	-	v	-
14	영국	유럽	-	v	-
15	이스라엘	중동	-	-	v

## 2-3. 국내외 시장 동향 분석

- 세계 식품 시장 규모는 2015년 세계 자동차 시장(1.3조 달러), 세계 IT 시장(1.6조 달러) 및 세계 철강 시장(0.8조)의 규모보다 각각 4.9배, 3.8배, 7.8배로 큼. 2012년 약 6.5조 달러에서 2016년 6.3조 달러 2019년 약 7.3조 달러로 연 평균 1.7% 성장할 것으로 전망됨. 식품 시장은 2018년 이후 약간 감소하는 반면 음료 시장은 비중이 증가할 것을 예상(2016년 가공식품산업 경쟁력 조사, 산자부 무역위원회 중소기업연구원, 2016년 7월 <http://intelligence.canadean.com>, 영국 리서치 & 컨설팅 회사)

<세계 식품시장 규모>

(단위 : 10억달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
세계식품시장	6,147.7 (100.0)	6,298.3 (100.0)	6,601.9 (100.0)	6,939.9 (100.0)	7,316.2 (100.0)
식품시장	2,989.3 (48.6)	3,050.2 (48.4)	3,175.1 (48.1)	3,307.6 (47.7)	3,453.3 (47.2)
음료시장	2,510.8 (40.8)	2,591.4 (41.1)	2,743.5 (41.6)	2,917.9 (42.0)	3,120.8 (42.7)
담배시장	647.6 (10.4)	683.3 (10.3)	683.3 (10.3)	714.4 (10.3)	742.1 (10.1)

- 지역별로는 아시아·태평양 지역이 2012-2019년 기간 동안 연평균 4.5% 성장 예상, 2019년에는 세계 최대 식품 시장이 될 것으로 예상. 식품중 2015년 기준으로 육류, 유제품 & 콩제품, Bakery & cereals의 순으로 시장 규모가 크며 이 세계 시장이 전체 식품 시장의 58.8% 차지함. (2016년 가공식품산업 경쟁력 조사, 산자부 무역위원회 중소기업연구원, 2016년 7월 <http://intelligence.canadean.com>, 영국 리서치 & 컨설팅 회사)
- 국가별 식품 교역액 규모는 미국, 중국, 독일, 네덜란드, 프랑스, 영국, 이탈리아, 캐나다, 스페인, 브라질, 벨기에, 일본, 인도네시아 순이고 한국은 2015년 기준으로 식품 교역 규모가 25위에 해당함.
- Forbes誌 2000개 기업 중 음식료품 기업은 103개 이고 시장 가치는 총 2.7조 달러로 추정하였고, 식품 제조 부분이 42개 기업으로 이중 네슬레(33위, 스위스)가 있고, 음료 부분은 23개 기업으로 Coca-Cola(83위, 미국), Anheuser-Busch Inbev(56위, 벨기에), 외식 부분 기업으로는 8개로 맥도날드(189위, 미국), 스타벅스(389위, 미국)임. 식품 관련 한국 기업은 CJ 그룹(79위), KT&G(76위), CJ 제일제당(106위)임(Forbes, 14<sup>th</sup> Annual Global 2000. The world's biggest public companies, <http://www.forbes.com/global2000/>).

<품목별 세계 식품 시장 규모>

출처 : 2016년 7월 <http://intelligence.canadean.com>, 영국 리서치 & 컨설팅 회사

(단위: 10억달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
세계식품시장	6,147.7	6,298.3	6,601.9	6,939.9	7,316.2
식품	2,989.3	3,050.2	3,175.1	3,307.6	3,453.3
제빵 & 시어리얼	478.9	485.7	503.4	522.6	543.8
제과	158.4	161.7	169.3	177.7	186.9
유제품 & 콩제품	617.9	630.7	659.9	693.4	731.5
아이스크림	154.6	158.3	15.0	171.5	178.4
육류	661.6	667.9	684.3	700.4	717.2
육류대체제	2.7	2.7	2.8	2.8	2.9
오일 및 지방	86.9	91.2	97.7	105.0	113.3
캔 식품	24.5	24.9	25.6	26.3	27.0
건조식품	116.4	121.5	126.6	131.3	136.1
냉동식품	27.5	28.2	29.2	30.2	31.3
파스타 & 국수	49.3	51.5	55.0	58.8	62.9
Prepared meal	73.7	75.4	77.8	80.3	82.8
Savory snakes	94.5	99.4	108.1	117.4	127.8
Seasoning, Dressing	102.9	104.7	109.1	113.2	117.8
Soups	16.3	16.6	17.0	17.6	18.1
Syrups & spreads	27.3	27.8	28.8	29.7	30.6
음료	2,510.8	2,591.4	2,743.5	2,917.9	3,120.8
알코올류	1,526.8	1,576.6	1,673.9	1,788.0	1,925.0
비 알코올류	984.0	1,014.9	1,069.7	1,129.9	1,195.9
담배	647.6	656.7	683.3	714.4	742.1

○ 우리나라 가공식품의 세계 수출은 2006~2015년 기간 동안 연평균 8.3% 증가하여 전체 산업의 세계 수출 연평균 증가율인 3.2%에 비해 빠른 증가세를 보임, 또 국내 가공식품 대세계 수입은 2006~2015년 기간 동안 수출과 유사한 연평균 8.0% 증가하여 전산업의 대세계 수입의 연평균 증가율인 3.9%에 비해 빠른 증가세를 보임(2016년 가공식품산업 경쟁력 조사, 산자부 무역위원회 중소기업연구원, UN무역통계 HS6 단위 집계기준)

- 가공식품 대세계 수출:(’06년) 18억 9,300만불에서 (’15년) 38억 7800만불
- 가공식품 대세계 수입:(’06년) 81억 7,500만불에서 (’15년) 163억 9백만불

○ 우리나라 가공식품의 세계 무역 수지는 2006년 62억 8,200만불 적자에서 2016년 124억 31,000만불 적자로 늘어남. 업종별로 수산 동물 가공 및 저장 처리업(1,300만불), 빵류 제조



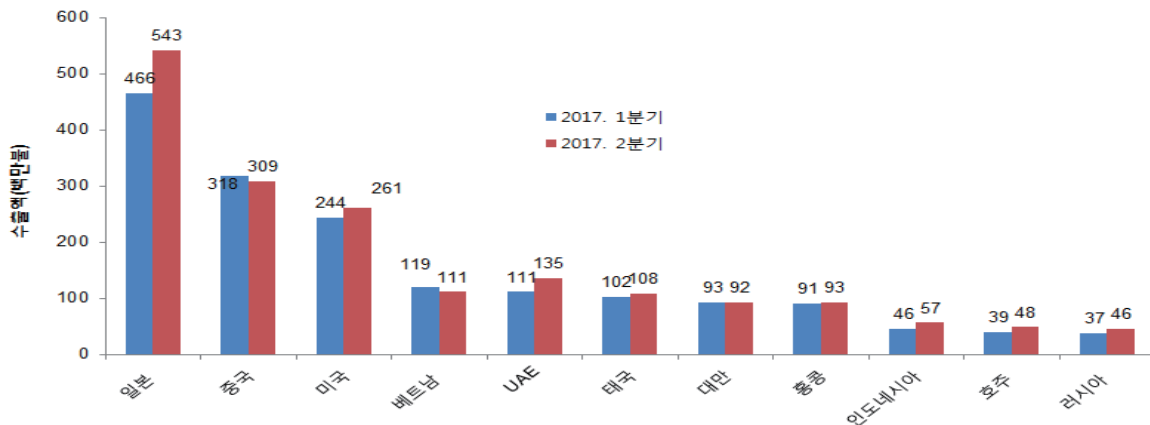
업(1,800만불), 설탕 제조업(100만불), 수산 동물 냉동품 제조업(800만불), 액상 시유 및 기타 낙농제조 제조업(300만불), 천연 및 혼합 조제 조미료 제조업(1,000만불)을 제외하고 무역 수지가 하락

- 세계 가공식품 시장에서 한국 제품이 차지하는 점유율은 2006년 0.5%에서 2015년 0.6%로 0.1% p 상승, 중국은 같은 기간에 4.6%에서 5.9%로 상승.
- 한국의 가공 식품 가격 경쟁력, 품질 경쟁력, 마케팅 경쟁력은 선진국인 미국, 네덜란드, 프랑스, 독일, 영국에 비해 뒤지며 브라질과 중국 등 후진국에 비해서는 높음. 높은 원료 구입과 가공 식품 수출시 해당 국가의 까다로운 통관 절차, 해당 국가내 판로 부재, 수출 시장에서의 경쟁 심화, 수출 지역에 대한 정보 부족으로 조사됨.
- 2017년 상반기 농림수산물 수출액은 2016년 상반기 대비 7.9% 증가한 4,416.2백만불 3월 이후 사드 이슈 등에 따른 중국 수출은 감소했지만, 일본, 아세안 중심으로 수출이 증가하여 상반기 실적 사상 최대치를 기록함.

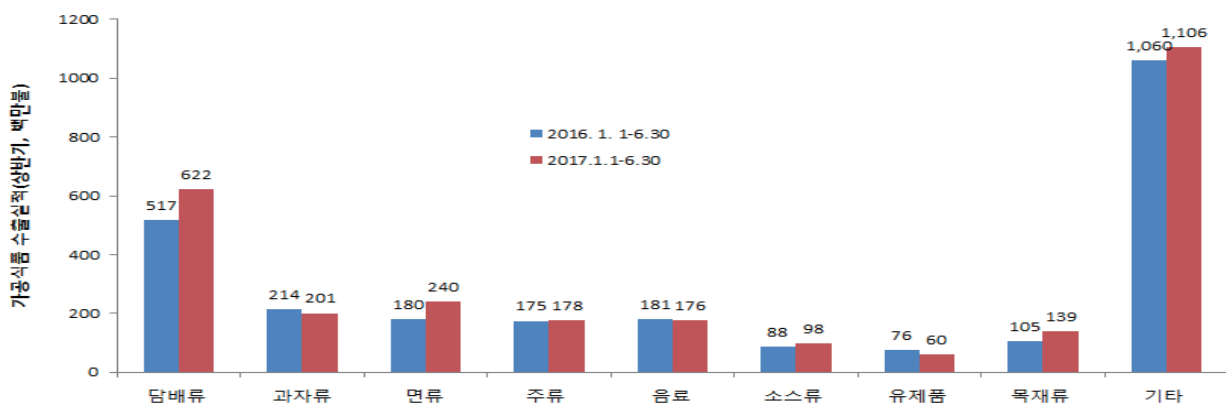
구분	2015.1.1.~6.30		2016.1.1.~6.30		2017.1.1.~6.30		증감률(B/A)	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체(농수축)	2,076.2	3,954.5	2,166.4	4,094.1	2,250.3	4,416.2	3.9	7.9
신선	183.9	473.7	212.9	501.2	225.7	478.5	6.0	4.5
가공	1,560.9	2,523.5	1,660.7	2,595.0	1,765.8	2,819.5	6.3	8.7

- 2017년 상반기 상위 10개국 수출 비중은 76.7%이고, 상위권을 유지하는 가공식품은 김, 담배, 커피 조제품, 라면 등 가공 식품 수출 확대로 일본, 아세아 수출은 증가. 대만은 홍삼, 백삼, 배추, 멜론, 딸기 등 신선 식품 중심으로 수출 확대되었음.
- 담배 :편의점 등 유통망 확대로 일본 수출 1억불 달성, 수출 비중의 약 38% 차지하는 UAE의 지속 호조와 몽고, 볼리비아, 대만 등 신규 시장 수요 증가로 상반기 수출 5억불 달성
- 라면 ; 중국의 통관심사 완화, 신제품 프로모션으로 수출 증가, 미국, 인도네시아 한국산 소비 시장 확대와 신제품 유통 활성화로 수출 증가
- 커피 조제품 : 15년 이후 중국 수출 부진, 인도네시아, 일본, 러시아 수출 증가(일본내 주요 업체의 현지 공장 재건축에 의한 생산 차질로 한국산 수요 증가)
- 맥주 ; 중국의 OB사 카스 수출 본격화
- 기타 소스 :BBQ 소스, 냉면 육수 등 제품의 다양화 및 유통망 확대. 미국 수출 증가

- 소주 :과일 소주 등 수출 호조, 일본, 중국 수출 부진, 베트남 수출 증가
- 아이스크림 : 사드 사태 이후 중국 수출 감소하다가 성수기로 6월은 증가
- 고추장 :미국 내 인지도 제고로 포장 디자인, 레시피 개발, 유통망 확충으로 수출 증가
- 마요네즈 : 러시아 루블화 안정세로 러시아 수출 증가. 중국 신규 거래선 발굴로 증가
- 음료(물) : 미국 중국 수출 부진, 캄보디아 아프리카에 물 수출 증가
- 조제분유 ; 베트남 수출 제품 리뉴얼에 따른 수출 시기 지연, 중국 수출 부진, 캄보디아 수출 증가



2017년 1분기 전체 수출액 2,123.9 백만불, 2분기 2,292.3 백만불  
 상위 10개국 1분기 수출액 1,629 백만불, 2분기 1,757 백만불  
 \* 전체 수출액중 상위 10개국 수출국이 차지하는 비율 = 76.7%



○ 결론적으로 식품 산업은 경쟁이 매우 심하며 최신 트렌드와 소비자의 취향에 뒤떨어지면 경쟁에서 탈락하는 산업으로 시장에 민감해 있어야 하는 사업이고, 현재 한국 가공 식품의 가격 경쟁력, 품질 경쟁력, 마케팅 경쟁력은 선진국에 비해 뒤지고, 중국, 브라질에 비해서는 높음. 비교적 경쟁력이 있는 제품은 기능성 제품과 레토르트 제품이 선진국에 비하여 경쟁력이 있다고 판단됨.

○ 본 과제의 목표인 과채류 가공 제품 수출을 위해 원료가 되는 토마토, 딸기와 파프리카의 경우 재배 기술 향상으로 생산량이 증가하고 있는 한편 현재 국내에서 판매되고 있는 과채류 가공품(냉동, 분말, 주스류 등)은 국내 업체에서 생산한 것과 수입산이 마켓에서 쉽게 구할 수 있음.

◎ 국내 판매되고 있는 국내외 과채류 가공제품 현황(냉동제품, 음료, 분말, 잼 등)

회사	품목	가격	제품사진	회사	품목	가격	제품사진
서울우유	서울유기농아침에주스 토마토	100ml/ 331원		자연원	5無 주스 100% 유기농 과일야채	100ml/ 1,100원	
연세우유	굿모닝 야채			푸드웰	아기꼬야 갈아담은 유기농 과채주스	100ml/ 1,194원	
롯데칠성 음료	델몬트 1일분야채	100ml/ 750원		매일유업	맘마밀 요미요미 유기농주스	100ml/ 774원	
이장님 닷컴	이장님 냉동딸기	100g/ 1,190원		수정딸기 농원	수정 냉동딸기	100g/ 600원	
맑은숲	냉동딸기	100g/ 750원		뉴프레	냉동딸기S	100g/ 1269원	
한팜농원	대야야 참지기 유기 토마토잼	100g/ 3,000원		한터식품	파프리카잼	100g/ 4,000원	
청태산 농장	유기농 토마토잼/ 파프리카잼	100g/ 4,000원		복음자리	딸기잼	100g/ 1,018원	
풀무원	아임리얼 토마토 아임리얼 스트로베리외	100ml/ 1,271원		OESO	프리미엄 100% 파프리카 주스 RED 외	100ml/ 1,800원	
풀무원	아임리얼 블렌딩주스	100ml/ 1,350원		농협회사 법인 토마토	오마이 클렌즈주스 오나의 그시절	100ml/ 1,938원	
올가니카	저스트주스 클렌즈	100ml/ 2,200원		지구 마을	자연마을 100% NFC 딸기주스	100ml/ 900원	

회사	품목	가격	제품사진	회사	품목	가격	제품사진
이름	과채믹스 멜로우/ 과채믹스 퍼플	100ml/ 293원		тол주스	캐럿크리 쉬/베리 킹의	100ml/ 1,200원	
웅진	잘자란 유기농 오렌지/ 포도 외	100ml/ 990원		참들식품	클렌즈레 드/브라 운플 외	100ml/ 2,105원	
경산복숭 아영농조 합법인	과일에풍당	100ml/ 980원		센콕	봄날스무 디	100g/ 2,471원	
제주 honesti n	매일매일 베리9/ 매일매일 야채23	100ml/ 1,500원		한솔 바이오 한방	건강한 해독주스	100ml/ 3,320원	
매일유업	썬업 과일야채 샐러드 레드/녹황	100ml/ 396원		웰팜	오클렌즈 오렌지/ 퍼플/레 드	100ml/ 2,222원	
한국 야구르트	하루야채 오리지널/ 퍼플	100ml/ 900원		한나의 가든	올인원 슈치 클렌즈주 스	100ml/ 1,650원	
TIPCO F&B CO.Ltd	태국	브로콜리혼 합주스 100ml/ 996원		Farmers Land Food GmbH	독일	욕망 스무디 100g/ 2,050원	
Biotta AG	스위스	바이오타 토마토주스 /야채 카테일주스 100ml/4 .967원		mygood- ness	스웨덴	마이 스무디 딸기 외 100ml/ 1497원	
PUREFRU IT CHILE S.A.	칠레	FRUTY GO 100ml/ 1,000원		PANARRO FOODS	스페인	썬비탈 토마토주 스 100ml/ 318원	
MEBOL SAC	페루	노브랜드 냉동딸기 100g/ 499원		RAUCH FRUCHTS A F T E GMBH & Co OG	오스트리 아	라우치 스트로베 리 100ml/ 1,250원	
AGROPA CKERS SAC	페루	두번 엄선한 냉동딸기 100g/ 498원		Norpac Food Inc	미국	Mixed vegetabl e 100g/ 570원	
커클랜드	미국	시그니취 스트로베리 100g/ 918원		QINGDAO AGRI-KING INDUSTRIA L CO..LTD	중국	냉동혼합 야채 볶음밥용 100g/ 390원	

회사	국가	품목/가격	제품사진	회사	국가	품목/가격	제품사진
WELLFRESH	미국	냉동 블루베리 100g/ 790원		Wellfresh	미국	프린스 에드워드 아일랜드 브랜드 야채 100g/ 695원	
웰팜	페루	냉동 딸기 바나나 믹스 100g/ 1,452원		연태태강식품 유한공사	중국	냉동혼합 야채 100g/ 370원	
커클랜드	미국	유기농 다이스트 토마토 100g/ 385원		복음자리	한국	딸기잼 100g/ 1018원	
TERRA MARISS	이탈리아	선 드라이 토마토 100g/ 2,051원		PREMIER FOOD- HISTON	영국	딸기잼 100g/ 1,100원	
CAMPBELL SOUP COMPANY	미국	토마토 수프 100g/ 600원		L'Epicurien SA	프랑스	딸기잼 100g/ 4,212원	
DEI FRATELLI	미국	러스틱 컷 토마토 100g/ 790원		인차	한국	딸기분말 100g/ 6,750원	
Divina	미국	로스팅드 레드 토마토 100g/ 3,139원		Jose Luis masteo	스페인	훈제 파프리카 파우더 100g/ 17,200원	
Mediterranean Organic	미국	선드라이드 로마 토마토 해브스 100g/ 5,412원		McCormick	미국	훈제 파프리카 100g/ 30,066원	
Pomi	이탈리아	스트레인드 토마토 100g/ 853원		맑은들	한국	파프리카 분말 100g/ 6,500원	

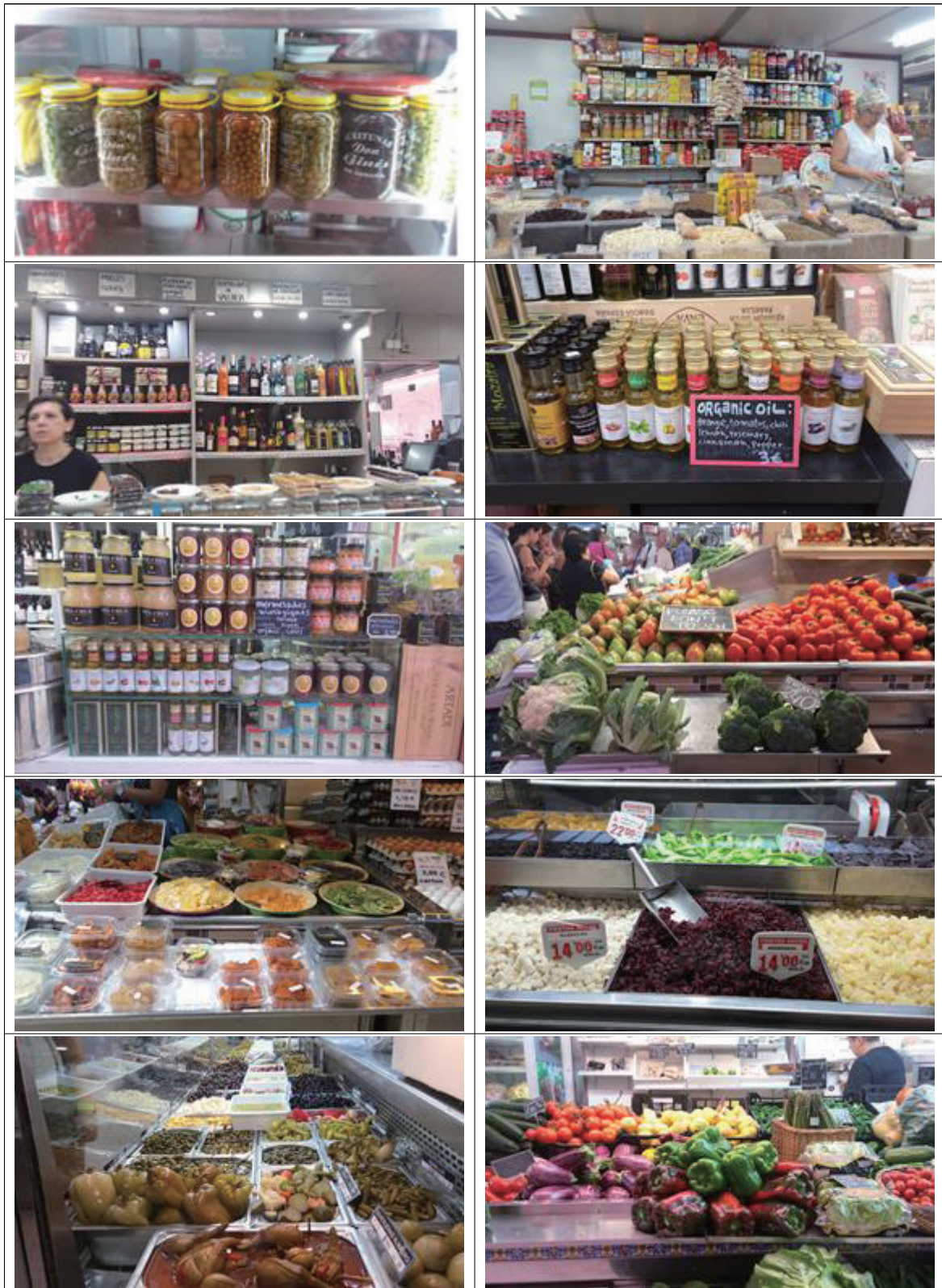
## 2-4. 수출 대상국별 경쟁력 분석

- 2016년도 기준으로 국내에서 판매되고 있는 과채류 가공 제품중 주스는 100 mL당 331원에서 수입산은 약 4,957원으로 약 10배 이상의 가격을 형성하고 있음. 냉동 딸기는 100g당 1,190원(국산), 수입산은 약 500원으로 가격차이가 약 2배 정도임. 이외에도 분말류의 경우도 국가와 브랜드, 가공 형태에 따라 가격이 100g 당 약 5,000원에서 약 30,000원까지 가격의 폭이 큼. 수입산 과채류 가공 제품인 주스류의 경우 독일, 스웨덴, 스위스, 스페인, 오스트리아 등의 유럽 국가에서 주로 수입을 하였고, 냉동 과채류는 페루, 중국, 미국 등에서 수입이 되었으며, 잼류는 프랑스, 영국 등 유럽에서 수입된 제품이 판매되고 있음.
- 파프리카의 주산지 중 하나인 스페인의 과채류 가공 제품은 파프리카를 통째로 절임을 한 제품인 마켓에서 팔리고 있으며, 건조하여 분말로 제조한 제품 및 토마토 주스가 판매되고 있음. 한편 가공 식품의 종류가 많은 미국의 경우 과채류 가공품의 경우 유기농 매장인 Whole Foods와 Walmart에서는 과채류 음료, 절임류, 과채류 원료를 이용한 다양한 가공 제품과 건조물, 냉동 제품 등이 판매되고 있었음.



- **생과 : (2016년 기준)**
  - 방울 토마토 : 4,256원/kg, 대과 2,751원/kg
  - 딸기 : 7,000-12,000원/kg(품질에 따라 다양)
  - 파프리카 : 5,108원/kg
- **과채류 주스:**  
331원/100ml~4,967원/100ml  
(스위스 수입품)
- **냉동딸기 : 1,190원/100g(국산), 498/100g(페루산)**
- **딸기잼 : 3,000원/100g**
- **파프리카잼: 4,000원/100g**
- **딸기 분말 : 6,750원/100g(국산)**
- **훈제파프리카: 30,066원/100g(외국산)**
- **파프리카분말 : 6,500원/100g(외국산)**

<스페인 시장에서의 과채류 가공 제, 2017. 7 >



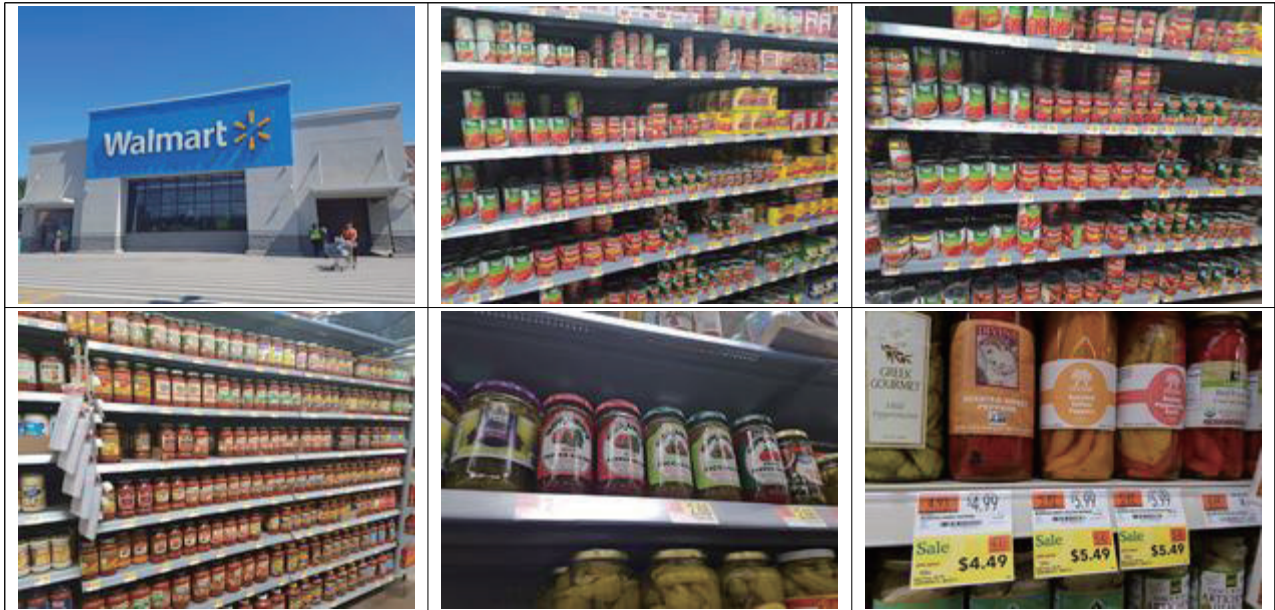






<미국 유기농매장과 웰마트의 과채류 가공 제품 현황, 2017. 8>





○ 2016년 미국 시장에 신제품 수는 2만1,391개로 2007년 이후 최고치로 민텔 Global New Products Database(GNPD) 조사 결과 유기농(organic), 건강과 편리함을 강조한 제품이 top 10중 7개임

- Kosher 인증 제품 8,985개, Gluten free 6,123개, GMO-free 3,732개

**< 미국 시장의 신제품 출시 동향, 2016 >**

제품 타입	2011	2012	2013	2014	2015	2016
신제품갯수	20,432	20,252	20,881	19,536	17,143	21,435
음료(%)	19.9	20.7	22.2	21.6	22.4	18.5
스낵	11.5	13.2	11.2	13.2	14.1	14.8
제과류	12.5	11.8	10.3	11.6	11.6	12.6
소스, 드레싱, 양념류	10.1	8.6	10.0	7.6	9.0	9.0
캔디, 껌	9.3	9.1	7.4	7.5	7.2	8.7
유제품	6.7	6.7	7.0	8.2	7.2	7.2
가공수산물,육류,계란	5.6	5.5	5.9	6.2	5.8	6.3
식사료	6.3	6.6	6.3	5.9	4.9	5.6
<b>과일, 야채</b>	<b>2.4</b>	<b>2.6</b>	<b>3.4</b>	<b>3.4</b>	<b>2.6</b>	<b>3.2</b>
디저트, 아이스크림	3.9	4.1	4.1	3.2	4.1	3.2
사이드디쉬	3.3	3.3	3.4	3.3	2.8	3.1
아침식사, 시리얼	2.5	2.3	2.4	2.7	3.1	2.8
달콤,감칠맛스프레드	3.5	2.9	2.6	2.3	2.5	2.7
스프	1.3	1.1	1.8	1.5	1.2	1.2
유아식품	0.7	1.1	1.6	1.5	1.0	0.7
감미료 및 설탕	0.4	0.5	0.3	0.3	0.5	0.3

출처 : Mineral GNPD

< 일본의 토마토 관련 전문 매장, 인터넷 >

**Céléb de TOMATO Japan**  
**FRONT SITE** (Japanese language)  
 Omotesandou  
 Tokyo Dome City  
 Céléb de TOMATO On-Line Shop (Japanese language)

**Céléb de TOMATO Omotesandou**

Address:  
 B1F Portofino  
 3-15-5 Kita-Aoyama  
 Minato-ku, Tokyo, Japan

Telephone: 03-6427-9922

Open 11:00-22:00  
 Lunch Time 11:30-15:30 (L.O 14:30)  
 Tea Time 15:30-17:30  
 Dinner Time 17:30-22:00 (L.O 21:00)

Images showing restaurant interior, tomato products, and a dining table.

Céléb de TOMATO The specialty store of the selected tomatoes Web Site

Céléb de TOMATO Estancia 東京都目黒区三軒が辻 トマトジュース

Céléb de TOMATO  
 厳選したトマトたちから作るシニアメニュー「セレブ・トマト」

Restaurant レストラン  
 TOMATO トマト  
 Juice ジュース  
 The summary of the shop 店舗概要  
 Access アクセス  
 Inquiry お問い合わせ・ご予約

**Juice [ジュース]**

**Black Prince Tomato Juice**  
 豊富な栄養価を有する世界で初めてのブラックプリンセストマトジュース。北海道の特定の産地から採れたこの商品は、野菜味と濃厚な味わいから一品。  
 【生産地】 北海道  
 【約容量】 870ml  
 【価格】 9.0 [ご注文](#)

**黒寿 - Kotobuki -**  
 最高級フルーツトマト100%の贅沢な味わい。口当たり、香気、全てが感動の一言。トマト専門店が自信を持ってご紹介する「黒寿」の味がここに。  
 【生産地】 北海道  
 【約容量】 1,000ml  
 【価格】 9.0 [ご注文](#)

**秀珠 - Honyu -**  
 コーティング「レザークール」だけの清潔な味わい。一度飲んだら忘れられない味わいがあります。極上品、究極の味と健康志向の一品です。  
 【生産地】 北海道  
 【約容量】 870ml  
 【価格】 9.5 [ご注文](#)

**あいち**  
 北海道産トマトの甘味を凝縮した、濃厚で飲みやすいジュースが味わえる一品。  
 【生産地】 北海道  
 【約容量】 500ml  
 【価格】 11.0 [ご注文](#)

**Céléb de TOMATO**  
 厳選したトマトたちから作るシニアメニュー「セレブ・トマト」

**Tomato [トマト]**

Grid of various tomato varieties including cherry tomatoes, beefsteak tomatoes, and heirloom tomatoes.

お買得商品 Discount  
 季節の贈りもの Seasonal Gift  
 お花のギフト Flower Gift

カレンダー  
 2017年 2018年

お買得商品表示  
 ショッピングカート  
 カートの中  
 カートは空です。

http://www.celab-de-tomato.onlineshop.com/

ホーム ◆ 季節限定商品 ◆ 日々の新鮮野菜

**ギフト**  
 プレッシュトマト  
 トマトジュース  
 ジム・ソース・スプレッド  
 その他  
 お買得商品 Discount  
 季節の贈りもの Seasonal Gift  
 お花のギフト Flower Gift

2017年 2018年

お買得商品表示  
 ショッピングカート  
 カートの中  
 カートは空です。

**ギフト**  
 プレッシュトマト  
 トマトジュース  
 ジム・ソース・スプレッド  
 その他  
 お買得商品 Discount  
 季節の贈りもの Seasonal Gift  
 お花のギフト Flower Gift

2017年 2018年

お買得商品表示  
 ショッピングカート  
 カートの中  
 カートは空です。

### 3. 과채류 가공 식품의 기존 시장 및 신규 시장 확대 방안

#### 3-1. 시장 조사를 통한 신규 시장 확대 방안 도출

- 2-2. 과채류 가공 식품의 현지 목표 시장 선정에서 조사를 통해 시장 확대 방안을 도출하였음.

##### 3-1-1. Big market 선정 및 전략

- 시장 상황 : 과채가공 제품 시장의 Big market인 10억불 이상의 국가는 12개국(미국, 프랑스, 영국, 독일, 러시아, 일본, 이탈리아, 캐나다, 브라질, 중국, 호주, 스페인)인데 이중 미국과 중국을 제외하고 최근 마이너스 성장을 하고 있음.
- Big market의 경우 초기 브랜드 파워가 없는 상황에서 가격 경쟁력 확보는 상당히 중요한 수출 경쟁력으로 판단되어 시장 규모는 크나 가급적 PB 침투율이 낮은 국가를 선정하는 것이 경쟁에 유리한 것으로 판단됨. 과채류 가공 시장에서 PB 침투율이 상대적으로 낮은 나라는 러시아, 일본, 브라질, 중국 등이며 PB 침투율이 높은 나라는 프리미엄 제품으로 진출하는 것이 유리함.

##### 3-1-2. Small market 선정

- 과채류 가공 식품 성장률이 플러스인 국가 중 미국과 중국을 제외하고 중동 지역과 라틴 아메리카 권역이 small market로 선정하였음.

##### 3-1-3. 과채 가공품 세부 시장별 수출 가능 국가 선정

- HS2007 (잼, 과실젤리, 마말레이드 과실 등) : 인도네시아, 홍콩, 싱가포르
- HS2008 (기타의 방법으로 조제 또는 저장 처리한 과실) :일본, 중국, 홍콩, 싱가포르, 대만, 미국, 캐나다, 독일 프랑스, 영국
- HS2009 (과채 주스와 채소 주스) :일본, 중국, 홍콩, 싱가포르, 필리핀, 태국, 칠레, 이스라엘

#### 3-2. 과채류 가공 식품을 위한 시장 조사 계획

- 수출 시장 확대를 위한 조사 방법
  - 기존 가공 식품 시장 조사 활용
  - 과채류 및 가공 식품 수출업체를 통한 조사 : 수출업체의 기존 시장 정보 활용

- 전문조사업체를 통한 위탁 조사
- 현지 조사 : 수출 사업단 분야별 전문가로 구성된 조사팀을 구성하여 공동 조사

○ 신규 시장 진출 가능한 과채류 가공 제품 선발을 위한 심층 시장조사 계획

- 과채류 가공 식품의 신규 시장 확대를 위해 전문조사업체를 통한 위탁 조사와 수출사업단 조사팀과의 공동 조사를 통해 과채류 가공 식품의 국내 공급과 연계시켜 신규 시장 확대시키기 위한 전략 도출

• 조사 내용

- 수출 국가별 수출시장 통계: 무역 통계, 품목 통계 등
- 시장트렌드: 소비, 제품, 유통, 정책 등
- 경쟁 제품의 현지 조사 : 경쟁 제품 선정, 정량 분석, 정성분석, 현지 방문 조사
- 경쟁사 분석 : 경쟁사 선정 및 경쟁사별 현황 파악
- 유통구조 현황 분석 : 추천진출 경로, 유통 전문가 조사 등
- 유통업체 현황 : 주요 유통 채널별 현황 등
- 통관 및 검역 정보 : 통관 및 검역절차, 관세율, FTA 정보 등
- 국가별 인증정보 : 인증 취득 정보, 인증 취득 제품, 제출 서류 등
- 라벨링 정보 : 라벨 표기 사항, 라벨링 예시
- 위생 정보

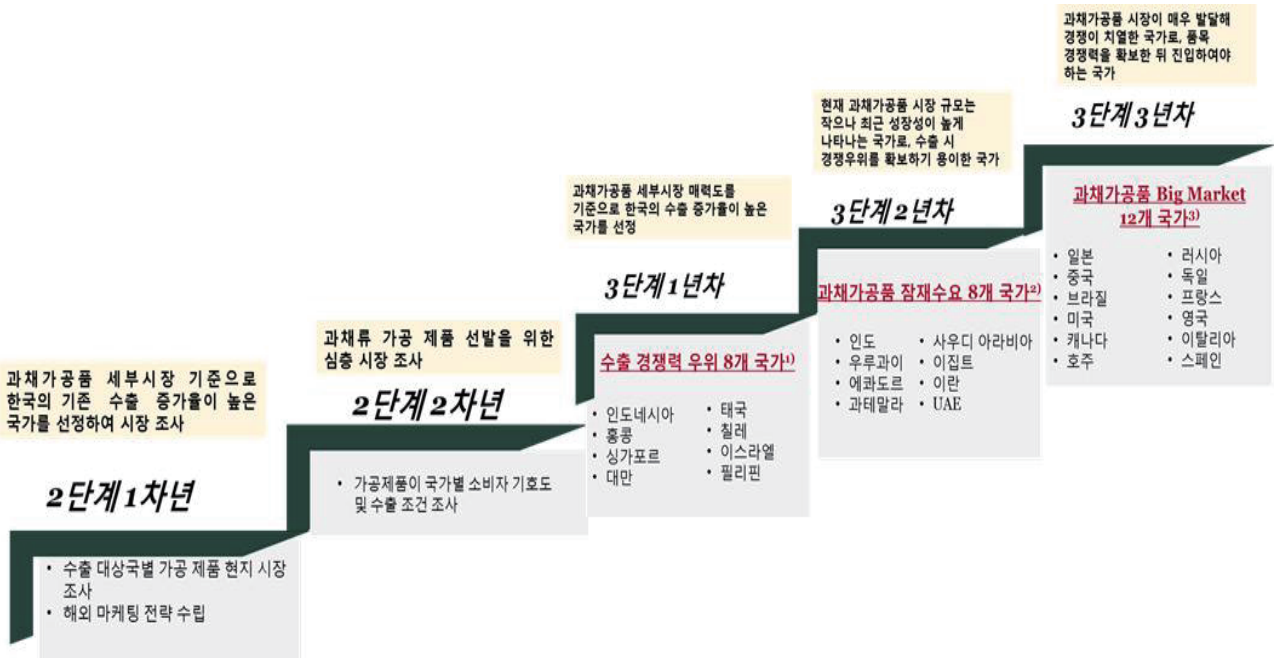
○ 신규 시장 진출 가능한 과채류 가공 제품의 국가별 소비자 기호도 및 수출 조건조사

• 조사 내용

- 수출국 및 가공 제품별 바이어 및 소비자 대상 기호도 검사
- 수출국 및 가공 제품별 감각 과학적 프로파일 분석
- 경쟁 제품과의 차이식별 검사 : 경쟁 제품 선정, 정량 분석, 정성분석
- 가공 제품과 유사한 경쟁사 및 유통 구조 분석
- 통관, 검역, 국가별 인증, 라벨링 및 위생 정보 등 조사

### 3-3. 과채류 가공 식품을 수출 확대를 위한 로드맵

- 과채류 수출 사업단 로드맵과 함께 수출 시장 확대를 위해 단계적으로 시장을 선정하여 시장 확대를 할 계획임.



## 4. 수출 사업단 확대를 위한 기술 개발 전략

### 4-1. 수출 사업단 확대를 위한 기술 개발 전략

#### 4-1-1. 현장애로 수요 발굴

##### 4-1-1-a. 토마토

○ 상담단체 : 한국토마토 생산자 연합회, (주)케이토마토

업체	현황
한국토마토 생산자 연합회	회장 : 주현철 설립연도 : 2013년 11월 조직 : 전국 단위 약 200여명 토마토 생산 농민
(주) 케이토마토	대표이사 : 장광석 소재지 : 부산광역시 해운대구 센텀중앙로48 1514호(에이스하이테크21) 설립연도 : 2016년 조직 : 이사회 6(대표이사1, 이사4, 감사1), 사무국 (1) 회원사 : 보라무역, (주)경남무역, 승운무역, (주)로즈피아, (주)동부팜 회원수 : 134농가 면적 : 333,000평(110ha) 생산량 : (추정)16,000천톤 수출량 : 3,500톤(2016년 국가수출량의 92%)
보라무역	소재지 : 부산광역시 해운대구 해운대해변로291 1009호 조직 : 대표자 외 5명 계약재배 : 계약농가 57명, 계약면적 120,000평(토마토 : 62,000평) 생산량 : 5,600톤(토마토 : 2,000톤) 수출량 : 1,000톤(토마토 : 600톤)



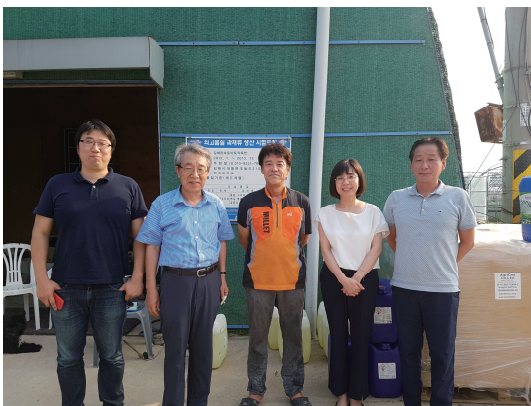
○ 현장 애로 사항

- 국내 토마토를 크게 대과(주식용)와 방울토마토(행사용)로 나눌수 있는데, 내수 가격에 따라 수출이 결정이 됨.
- 토마토 가공 제품이 토마토 수급 조절용은 불가능한 것으로 판단함. 국내 토마토 품종은 가공용이 아니라 생식용이고 고가이므로 가공용으로는 적당치 않음(원료가격 최고가 80,000원 /5kg). 생과는 일본으로 수출, 네덜란드에 일부 비행기로 수출, 중국 시장은 개방되어 있지 않음, 현재 국내에서 과잉 생산된 토마토의 경우 전처리하여 보관했다가 가공용으로 판매 하고 있으나, 이는 법적인 문제가 있을 것으로 여겨짐.
- 토마토 이용 가공 식품 개발 보다는 거점별로 가공 센터 설립이 필요하고, 내수 시장부터 정비와 창구의 일원화가 된 수준 높은 생산자 자조회가 요구됨.

예) 토마토 생산농가 만오천 농가가 개별로 영농조합을 만들어 사업비를 받은 후 해체, 단일이 아닌 여러 개의 단체가 있음(한국토마토 생산자 연합회, 한국토마토수출자조회, 농협 생산자 협의회 등).

- 가야 농장, 동부 한농 ,LG 그룹이 새만금에 스마트팜 조성 계획 철회

- 토마토 생과 수출을 위한 강한 수출업체, 농약 문제 해결, 수출시 자조금 등 해결이 요구

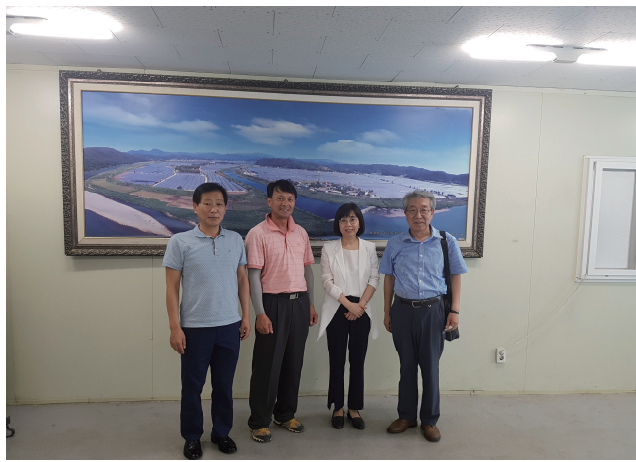


한국토마토생산자 연합회 : 경남 김해시 대동면 동남로 195번길 29-5

4-1-1-b. 딸기

○ 상담단체 : 진주 수곡 덕천 영농조합

업체	현황
수곡덕천영농조합법인	대표 : 문수호 설립연도 : 2000년 8월 조직 : 진주수곡딸기 수출 농단 48개 농가 산지 규모 : 323,419m <sup>2</sup> 주요 수출국: 홍콩, 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아 등



수곡덕천 딸기 수출 농단 : 경남 진주시 수곡면 곤수로 535번지

○ 현장 애로 사항

- 수확 인력 공급이 어려움: 딸기 수확기가 정해져 있어 인력 구하기가 어렵고, 수확기가 짧아 실업급여를 받을 수 있는 180일을 채우지 못하므로 더욱 인력 구하기가 어려움. 해결 방안으로 가공 식품 제조로 인력 채용기간 연장할 수 있을 것으로 여겨짐.
- 한국산 딸기에 대한 현지 홍보, 마케팅이 요구되고, 수출용 딸기의 경우 유통 기간 중 상품성이 저하되므로 가공식품 개발과 함께 생딸기의 저장성 연장 기술도 요구됨.
- 생산자, 수출업체의 단일화가 및 현지 무역업체 개척이 필요 : 같은 가격으로 수출, 현재 수출 업체에 따라 가격이 변화, 내수용 딸기가 수출업체에 의해 수출용으로 변화, 가격, 품질 등에 영향을 끼침. 예) 싱가포르 :CJ 직원이 퇴직 후 현지 사업 실시 자체 경매제도로 수출
- 기술적인 요구 사항 : 딸기를 이용한 가공 제품 개발(형태 유지 딸기 우선), 생과의 저장성 향상 기술 개발, 딸기 선별장, 공선장에서 우기에 발생하는 곰팡이 발생 해결 방안

#### 4-1-1-c. 파프리카

○ 상담단체 : 농업회사 법인 (주)농산

1995년 전북 김제의 참샘영농조합법인에서 수출용으로 재배되기 시작하다가, 정부의 수출농업 육성사업으로 파프리카가 채택되어 남부지역을 중심으로 전국적으로 확산되었음.

업체	현황
농업회사법인 (주)농산	대표 : 조기심 설립연도 : 1999년 7월 30일 조직 : 영농법인 및 시설 농가 19개소 운영(참여농가 80호) 시설재배면적 : 97,500평(생산량 약 5,500톤), 집하선별장 : 940평, 저온저장고 : 180평 주요 수출국: 일본 등



농업회사법인 농산 : 전북 김제시 순동 2길 232

○ 현장애로 사항

- **생과 생산 단가 감소 대책 필요:** 기후 변화에 의한 재배 비용 급증(김제의 경우 7, 8월 휴업), 임금 16.3% 상승으로 단가 급증. 실제 국내 노동자보다 외국 노동자가 임금 상승의 혜택을 볼 것으로 여겨짐. 재배 시설의 분산화로 인력 수급이 어려움.
- **생과의 수출 시장 확대 :** 현재 대부분 일본으로 수출하고, 터키, 러시아 수출도 가능하나 현재 유리 온실 설립으로 수출이 어려울 수 있음. 중국 시장 개발이 시급함.
- **생산자, 수출업체의 단일화의 문제점 :** 파프리카의 경우 5개 수출업체가 전체 수출량의 80%를 수출하고 있음. 단일화가 될 경우 기존 수출업체는 문제가 발생되므로 해결 방법이 요구됨.
- **가공 식품개발을 위한 장기 계획 설계:** 파프리카 원료의 단가를 낮추는 것이 우선임. 현재 5, 6월 생산된 파프리카만이 가공용으로 물량이 되는 실정임.

4-1-1-d. 식품 회사의 애로 사항

○ 대기업 유가공업체(과채류 음료 포함)

- 국내산 과채류의 원료 단가가 고가, 물량이 확보되지 않음. 가공식품 원료의 단가가 낮아야 함. 국내 원료는 고가임
  - 국내산 과채류 원료가 다른 나라와 품질 차별화가 없음.(예: 이스라엘의 라이코펜이 2-3배 많은 토마토 페이스트(기능성 부여), 세계 최고의 품질이면 고가여도 사용 가능
  - 다른 나라에서는 할 수 없는 기술 보유에 의한 원료 공급(예:기씨가 없는 딸기 paste 제조 농축 방법)
  - 완제품의 benchmarking 요구됨(예: 일본의 샐러브드 토마토 매장, 매일의 상하 농원 등)
- \* 기업은 이윤이 남지 않으면 사업을 하지 않음.

○ 중소기업 과채류 음료 업체

- 고가의 완제품은 판매가 어려움 : 생산 단가는 결정되어 있고, 가공비용과 유통비용이 포함 되면 판매에 어려움이 있음.
- 완제품과 함께 원물, 반가공품의 수출 형태가 쉬울 것 같음.
- 가공은 OEM에 의해서도 가능하므로 수출을 원활하게 할 수 있는 업체가 선행되어야함.
- 한국농산물 가공품의 국가적인 수출 마케팅 지원이 필요함.

#### 4-1-2. 경쟁 기술과의 유사 중복 회피 방안

- 본 연구는 연구과정중 단계별로 실제 수출을 견인하고 확대코자하는 시도로 기존 유사한 선행연구의 사례와 성과 및 실패사례 점검을 통해서 연구결과의 활용성을 높일 것이며, 수출국별 과채류 가공품 선별 및 새로운 시장에서 경쟁력 있는 가공 제품을 도출, 개발하고 아울러 개발제품의 해외 마케팅을 연계하여 추진하는 과제로 기존 연구와는 중복성이 전혀 없을 것임.
  
- 가공제품 개발 필수공정에 중복성이 있을 경우 기 개발자에 대한 협조요청으로 수출업체에 무상기술이전을 실시하여 해결 가능할 것으로 판단됨. 그러나 품질차별화 기술이 접목된 가공제품의 시장출시 및 시장경쟁력 확보를 추구하는 특성과 한국식품연구원의 연구력 측면에서 중복성 문제는 없을 것으로 판단됨.
  
- 기획연구단계에서는 과채류 가공 전문가 구성, 전문가 자문회의, 국내외 시장 조사 및 애로 사항 발굴·검토를 통하여 수출 가능한 과채류 가공 제품 모델을 제시하고 후속연구(2단계)에서는 해외 시장 및 소비자에게 보다 용이하게 접근할 수 있는 수출용가공제품 개발을 시작으로 본 기획단 구성 기관과 함께 해외 박람회 참가 등 해외 시장을 개척하여 수출을 견인할 것임. 3단계 수출연계 연구 단계에서는 2단계 연구에서 수요가 많은 가공제품의 수출 확대와 함께 가공 제품 다양화로 수출국별 가공 제품을 개발하여 수출을 확대할 예정임.

### 4-1-3. 과학기술해결 방안제시

#### 4-1-3-a. 생산자 조직화 및 원료 품질 관리 분야

- 본 과채류 가공제품 수출을 위한 생산자 조직화는 아래 표와 같이 기존의 토마토 선도조직인 케이토마토와, 딸기 선도 조직 K-베리, 파프리카 선도 조직 및 한국파프리카생산자 자조회인 KOPA를 활용할 것이고, 가공 제품의 원료가 되는 과채류의 원료 품질 관리 분야는 가공 제품에 따른 원료 품질 관리 매뉴얼을 보급하여 각 선도 조직을 운영할 계획임.

<과채류 가공 제품 원료 수급을 위한 생산자 조직화>

<p>케이토마토 (토마토 선도조직)</p>	<p>대표 장광석</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 위치 : 부산광역시 해운대구 센텀 중앙로 48,</li> <li>• 조직 이사회 6(대표이사 1, 이사 4, 감사 1), 사무국(1)</li> <li>• 회원사 : 무역회사 5개(승운, 보라, 경남, 동부팜, 로즈피아)</li> <li>• 회원수: 134농가</li> <li>• 재배 면적 : 333,000평(110 ha), 생산량 : 16,000천톤,</li> <li>• 수출량: 3,500톤(2016년 국가 수출량의 92%)</li> <li>• 수출지역 : 일본</li> </ul>
<p>K-베리 (딸기 선도조직)</p>	<p>대표 문수호</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 위치 : 정부지정 원예전문생산단지(경남 진주시 수곡면 곤수로 535번지)</li> <li>• 조직: 48개 수출농가</li> <li>• 회원사: 경남, 엘림, 창락농산, 탑푸르터, 그린빌, 한사랑</li> <li>• 재배면적 : 98,000평(33ha)</li> <li>• 생산량: 469톤, '15년 32,59백만원</li> <li>• 수출국가 : 홍콩, 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아 등</li> </ul>
<p>KOPA (파프리카 수출선도조직 및 한국파프리카 생산자 자조회)</p>	<p>사무 국장 송강섭</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 위치 : 대전 광역시 서구 탄방동 635 시티빌 2차 201호</li> <li>• 조직 : 이사회 10(회장, 수석이사, 이사8), 사무국장 등 4인</li> <li>• 회원사 : 도곡농협, 농산(주), 경남무역, (주)NH무역, (주)오션그린, (주)한솔무역, (주)팜피아, (주)경북통상, (주)탐진들, (주)강원무역, 가야농협, (주)세라무역, 우포그린영농조합, 운봉농협, 오대영영농조합, 비드바이코리아, 명인무역, 보라부역, 조이무역, 썬프레쉬 영농조합법인</li> <li>• 회원: 379 명(강원 97, 영남 185, 호남 86, 중부 5, 제주 6)</li> <li>• 재배면적: 1,340,705평(443ha): 강원 276,460, 영남 576,400, 호남 421,145, 중부 35,400, 제주 31,300</li> <li>• 생산량: 67천톤</li> <li>• 수출량: 29천톤(2016년 국가 수출 수출 전량)</li> </ul>

#### 4-1-3-b. 수출 시장별 과채류 가공 제품 개발 분야 : 한국식품연구원

- 수출국별 단일 또는 혼합 과채류 가공 제품 개발
  - 과채류 원료: 분쇄, 혼합, 가열, 추출, 분리, 농축, 건조, 성형, 동결 등에 의한 가공 제품 개발
  - 고부가가치 가공 제품 개발
    - 토마토, 딸기, 파프리카 음료 제조 기술 개발
    - 토마토 잼, 딸기잼, 파프리카 분말 제품 제조 기술 개발
    - 토마토 과채 음료, 딸기 푸딩, 파프리카 스낵 제조 기술 개발
    - 토마토, 딸기, 파프리카 분말 음료 제조 기술 개발
    - 토마토, 딸기, 파프리카, 곡류 혼합 팽화 스낵 제품 개발
- 수출국별 경쟁상품과의 품질차별화기술 개발
  - 특수용도형 맞춤형 가공 식품 제조 기술 개발 : 고령자용, 특수 환자식 가공식품 제조
  - 원료 전처리 기술 : 비가열 기술
  - 맞춤형 식품 개발 기술 : 미세캡슐화 기술,
- 가공원료 및 가공제품의 적정 품질기준 및 기준치 설정
- 가공원료 및 가공제품의 공정관리 기준 및 관리매뉴얼 개발
- 가공제품의 품질유지기술 개발
  - 가공 제품 품질 유지를 위한 포장 기술 : 진공포장, 가스치환 포장, 레토르트, 무균 포장
- 과채류 가공 제품 통관 및 검역제도 검토 및 대응

#### 4-1-3-c. 수출용 가공 제품 생산 및 포장 분야

- 공동브랜드 개발 및 디자인
- 수출국 및 가공제품별 포장용기 개발
- 수출국 및 가공제품별 포장디자인 개발

#### 4-1-3-d. 해외 시장 개척 및 수출 분야

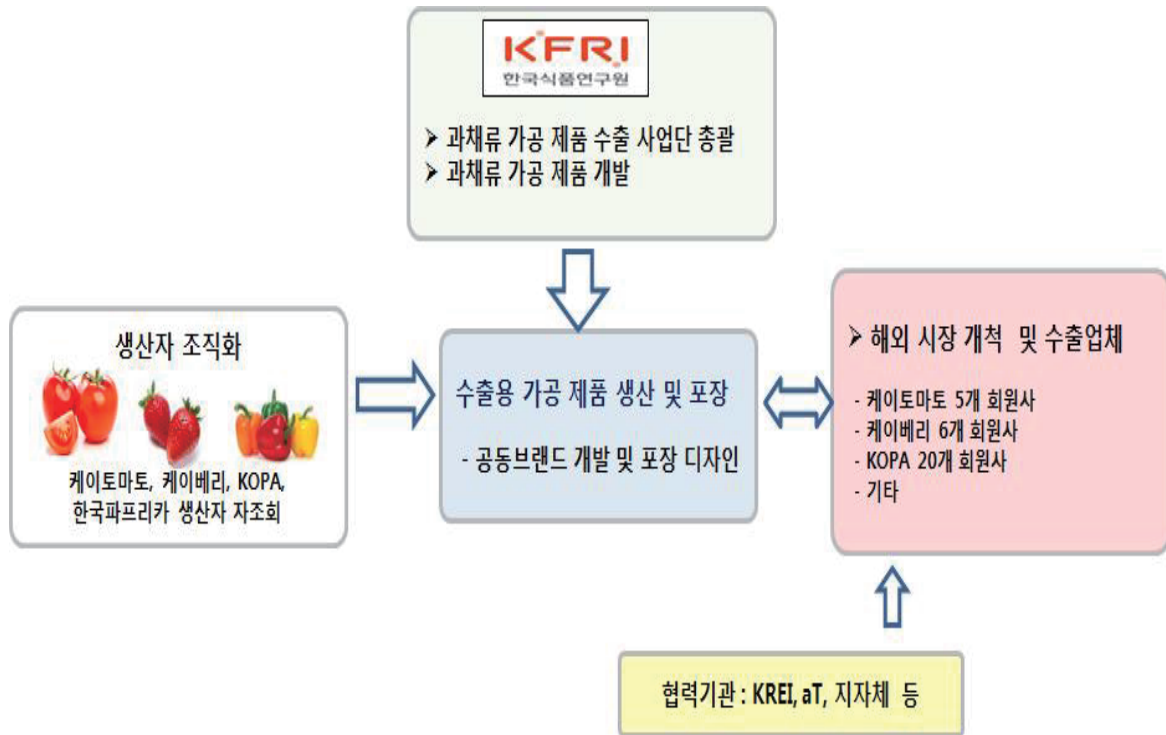
- 수출 선도조직 회원사(무역업체)
- 기획 단계연구 중 과채류 가공 수출 사업단 협의하에 수출업체 보완 선정

#### 4-1-4. 정책연계 방안 제시

- 본 과채류 가공제품 수출 사업단은 생산자조직과 수출업체, 지자체 및 연구기관이 구성되어 있으며 과채류(토마토, 딸기, 토마토) 생산부터 유통·가공, 현지 수출까지 연계되어 있는 과제로 현장 애로 사항을 발굴하여 R & D로 해결하고, 연구 결과를 수출까지 직접 연계되는 수출 사업화 모델 구축함.
- 한국식품연구원의 저장유통전문가와 가공전문가가 투입하여 산지부터 수출시장에서 판매될 때까지 유통단계별 환경특성, 품질특성 및 관련 문제점을 추적하는 유통실증 실험을 계절별로 실시하여 수확 후 관리 작업매뉴얼 및 가공제품 제조공정 관리 매뉴얼을 작성하여 보급할 계획임
- 기존 농식품 수출선도조직(과채류 3개 선도 조직)의 과채류 가공 식품 수출 통합마케팅 조직 운영 및 수출 창구 일원화 지원
  - 파프리카(KOPA, 20개 회원사) : 도곡농협, 농산(주), 경남무역, (주)NH무역, (주)오션그린, (주)한솔무역, (주)팜피아, 경북통상(주), (주)탐진들, (주)강원무역, 가야농협, (주)세라무역, 우포그린영농조합, 운봉농협, 오대영농조합, 비드바이코리아, 명인무역, 보라무역, 조이무역, 썬프레쉬 영농조합법인
  - 딸기(케이베리, 6개 회원사) : 경남무역, 엘림무역, 창락농산, 탐푸르트, 그린빌, 한사랑
  - 토마토(케이토마토, 5개 회원사) : 승은무역, 보라무역, 경남무역, 동부팜, 로즈피아
- 산지에서부터 수출시장에 이르기까지 과채류 가공제품 수출사업을 위한 전반적인 기술적, 정책적 및 기타 애로사항을 직접 조사하게 될 것임. 기술적 애로사항은 한국식품연구원의 연구진들에 의해 해소될 수 있으며, 정책적 애로사항은 산학연관 회의 안건상정 및 수출사업단의 현장면담 등을 통하여 농림축산식품부에 보고하여 해소할 수 있도록 할 것임
- 중국, 미국 수출 전략 품목 육성 및 수출시장 다변화에 따른 신규개척시장 발굴
  - 동남아시아권: 베트남, 말레이시아, 인도네시아 등
  - 중동권: UAE 등
- 관세, 통관 등 수출애로 지원 : 한국식품연구원 식품수출지원센터, aT센터와 연계
- 국제 식품 박람회 참가 지원 : aT 센터, 일반 가공식품업체와 연계



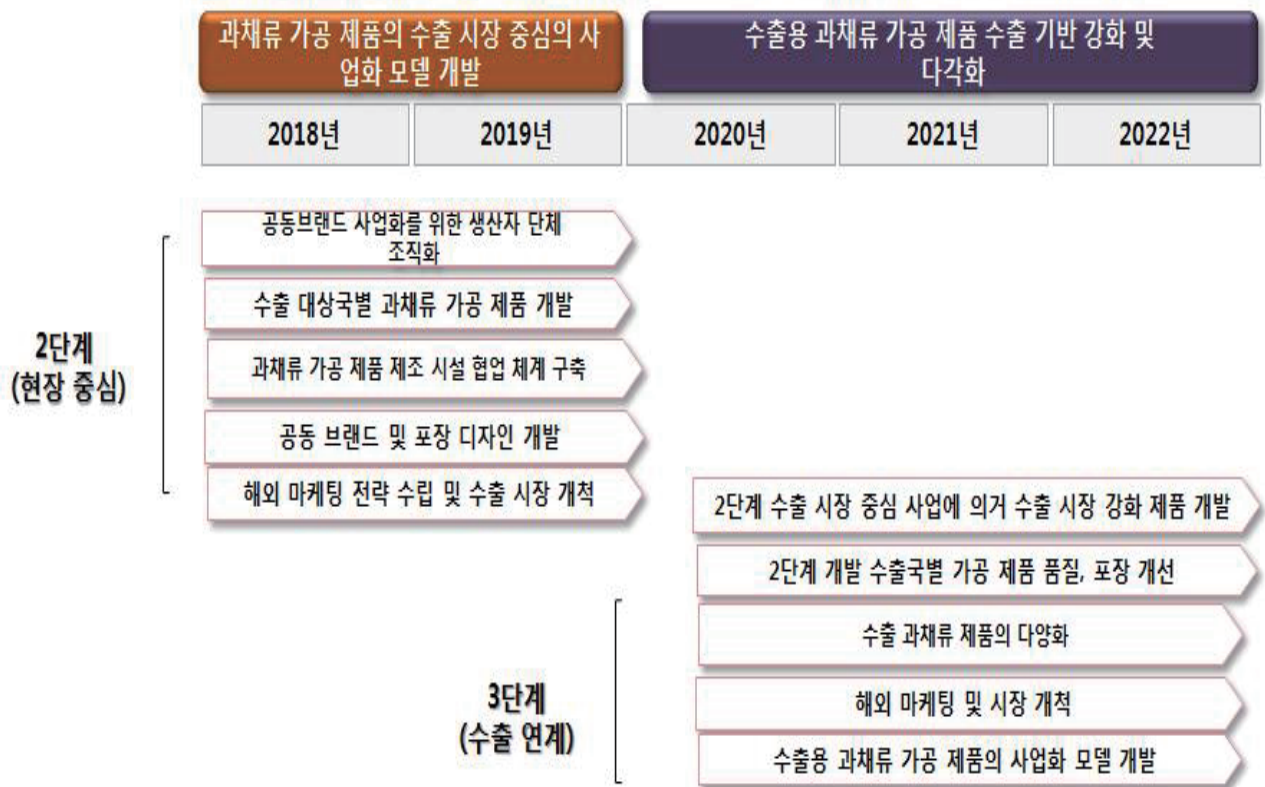
● 과채류 가공제품 수출사업단의 수출업체와의 협력방안



## 4-2. 연구 결과 제시

### 4-2-1. 사업단 로드맵

- 본 사업단의 5년간 로드맵은 아래 그림과 같음. 2019년까지의 2년간 1단계사업에서는 과채류 가공제품의 시범 수출을 위한 사업기반구축을 완료하고자 하며, 2단계 사업에서는 수출목표국가에 적합한 수출대상 가공식품을 선정하여 시범수출하면서 본 사업의 실제적인 수출사업이 지속 성장할 수 있는 사업화 모델을 개발하고자 함
- 본 사업 수행 각 연도별 세부 연구내용은 아래 그림 및 다음 쪽 표와 같음



< 세부 내용 >

연도	연구목표	내용
2단계 (현장중심) 2년	- 과채류 가공 제품의 수출 시장 중심의 사업화 모델 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공동브랜드 사업화를 위한 생산자 단체 조직화               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품목별 및 통합품목별 생산자 단체 조직화</li> <li>- 규모화, 조직구성, 수급조절, 품질관리, 회원교육, 품목 R&amp;D, 시장대응체계, 연중 원료수급 방안 구축</li> </ul> </li> <li>• 수출 대상국별 과채류 가공제품 개발               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 원료 및 가공제품 품질 기준 및 기준치 설정</li> <li>- 원료관리(산지-가공공장) 및 제조공정 표준화 및 매뉴얼 개발</li> <li>- 수출대상국별 최우선 전략 상품 선발</li> <li>- 수출대상국별 경쟁상품과의 품질차별화 기술 개발</li> <li>- 수출대상국별 과채류 가공 제품 개발(주스, 분말, 냉동 등)                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가공적성, 감각과학적 및 물리화학적 품질특성 연구</li> <li>- 최적 품질유지기술 개발</li> <li>- 시제품 제조, 수출대상국 소비자 기호도 분석</li> <li>- 영양성분 표시를 위한 성분 분석</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 과채류가공제품 제조시설 협업 체계 구축               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 생산자 수출조직과의 연계성 : 품질, 거리, 이동성 등</li> <li>- 가공시설 및 관리능력 보유여부</li> <li>- 제품 제조 협업 업체 관리</li> </ul> </li> <li>• 공동 브랜드 및 포장디자인 개발               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공동 브랜드 개발 : naming, mark 디자인 등</li> <li>- 가공제품별 포장용기 및 포장디자인 개발</li> <li>- 공동 브랜드 및 포장 디자인 특허 등록</li> </ul> </li> <li>• 해외마케팅 전략 수립 및 수출시장개척               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출대상국 선정, 해외 소비자 needs분석(경쟁상품claim 포함)                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출 대상국별 주스 및 가공제품 시장조사 및 종류 선발</li> <li>- 시제품 수출 대상국 소비자 기호도 조사</li> <li>- 해외마케팅 전략 수립</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 산지-수출(공)항까지 사업화 모델개발 : 수확 후 관리(포전, 보관, 전처리, 포장, 저장, 수송 등) 가공제품의 생산, 저장 및 수송방법 및 관리항목, 원료 및 가공제품 품질기준 등</li> </ul>

연도	연구목표	내용
3단계 (수출연계) 3년	-수출용 과채류 가공제품 수출 기반 강화 및 다각화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2단계 수출시장 중심 사업에 의거 수출 시장 강화를 위한 제품 개선</li> <li>• 2단계 개발 수출국별 과채류 가공제품의 품질, 디자인 포장 개선 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질 및 영양성분 개선</li> <li>- 포장 디자인 및 포장 개선</li> <li>- 수출 시장에서의 소비자 선호도 조사</li> </ul> </li> <li>• 수출 과채류 제품의 다양화 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품 다양화를 위한 현지 소비자 조사</li> <li>- 제품 개발</li> <li>- 포장 및 디자인 개발</li> <li>- 개발 제품의 수출 시장에서의 소비자 조사</li> </ul> </li> <li>• 해외 마케팅 및 시장 개척 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국제 식품전 등 전시회 참가</li> <li>- 대상국 바이어 초청 홍보</li> <li>- 대상국 TV 및 SNS를 통한 다중 및 개별 소비자 홍보</li> </ul> </li> <li>• 수출용 과채류 가공제품의 사업화 모델 개발 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출국 및 가공제품 종류별 사업화 모델개발</li> <li>- 산지에서 수출시장까지의 사업화 모델 개발</li> </ul> </li> </ul>

#### 4-2-2. 사업단 수출목표 및 전략 제시

- 과채류 가공 식품 사업단 수출 목표는 과채류 총 생산량과 수출량 및 가공 식품용 원료 수급 등을 고려하여 수출 목표 달성 전략이 필요함. 특히 시설 재배 농산물인 과채류(파프리카, 딸기, 토마토)의 경우 생산량에 따라 수출량, 내수 시장의 가격 등이 좌우가 되므로 가공 식품 개발뿐만 아니라 원료 수급도 고려를 하여 목표와 전략이 요구됨.
- 과채류 가공 식품의 경우 유럽, 미국 등의 유명 브랜드 식품 업체의 상품이 저가부터 고가까지 판매되고 있어, 국내 원료를 이용한 과채류 가공 제품의 수출 주력 시장 및 유망 시장 조사 후 수출 가능성 있는 품목 선정 후 해외시장 맞춤 조사와 함께 수출 목표 달성을 위한 차별화된 가공 제품 개발
  - 해외 시장 맞춤 조사시 수출국의 소비, 제품, 유통, 정책 트렌드와 경쟁 제품의 현지 조사, 경쟁사 분석, 유통 구조와 유통 업체 현황, 통관 및 검역 정보, 인증정보, 라벨링, 위생 요건 정보를 얻을 수 있음.

2016년도 과채류(토마토, 딸기, 파프리카) 총생산량 및 수출량

(단위: 톤)

	토마토	딸기	파프리카	일반 음료
국내 총 생산량	434,000	198,000	80,000	72,950
수출량	3,798	3,538	30,276	374
수출량/국내총생산량 비율	0.87%	1.79%	37.85%	0.5%
수출사업단 기획단 수출 비율	92.2%	13.26%	95.8%	-

수산식품수출 지원 정보, 국가통계포털, 한국경제연구원, Global Trade Atlas([www.gtis.com/gta](http://www.gtis.com/gta)), 각 수출기획단 통계

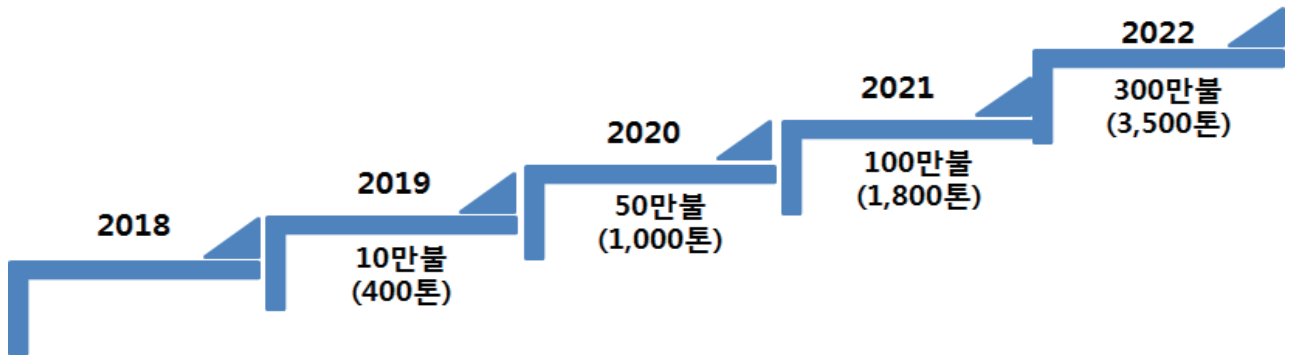
2016년도 과채류(토마토, 딸기, 파프리카, 가공식품(음료) 수출금액

	토마토	딸기	파프리카	가공식품(음료)
수출금액(천불)	10,687	32,449	93,793	334,445
수출금액(억원)	120.6	336.20	1,053.7	3,774.2

수산식품수출 지원 정보, 국가통계포털, 한국경제연구원, Global Trade Atlas([www.gtis.com/gta](http://www.gtis.com/gta)),

- 과채류가공제품 수출 통합 마케팅 조직화 후 이를 중심으로 수출 창구 일원화-출자를 통한 수출 조직의 법인화 추진

○ 과채류 가공 제품 수출 목표



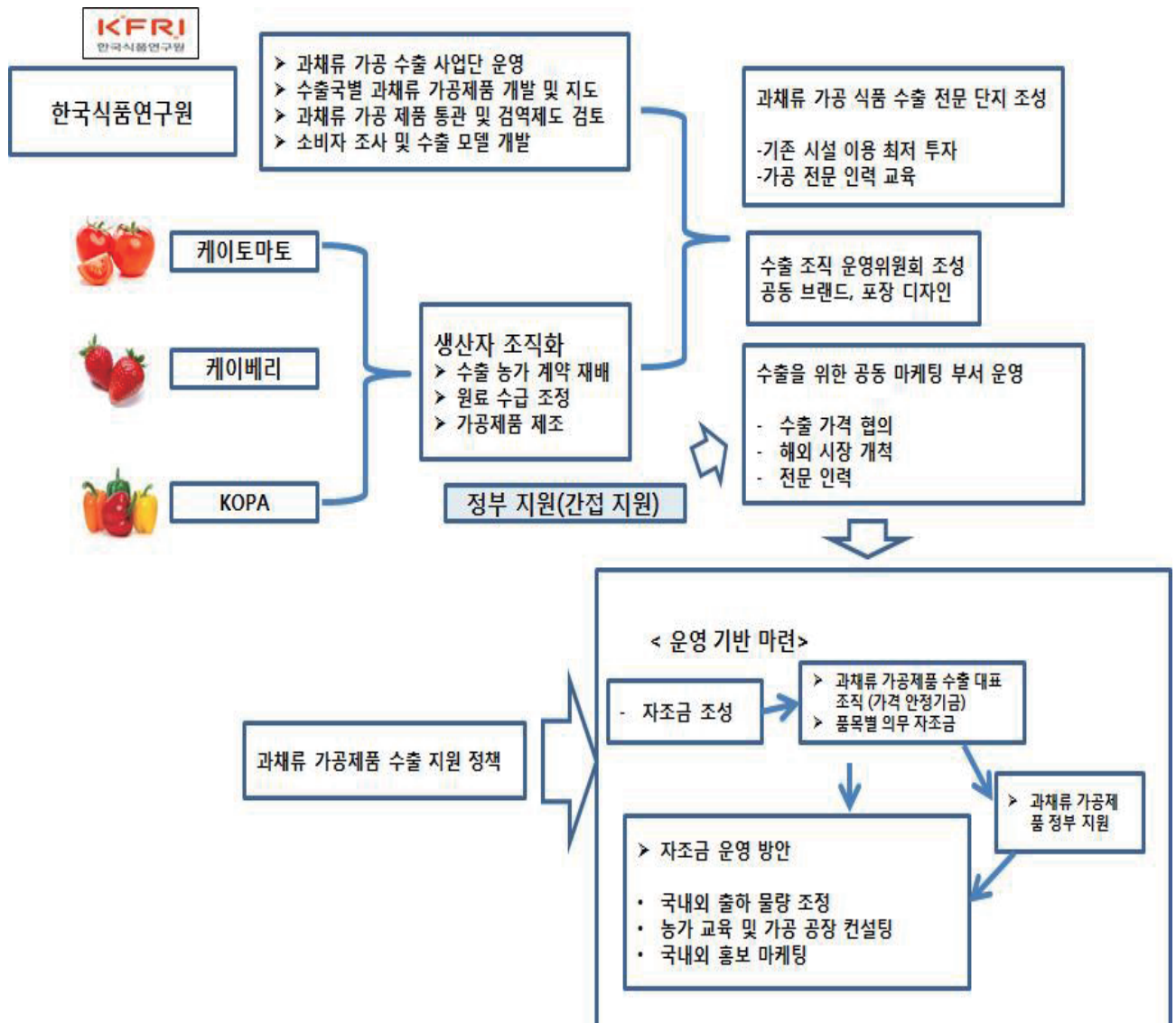
### 4-3. 사업단 연구팀 구성(안) (정책연계 제시)

- 과채류 가공 제품의 원료가 되는 토마토, 딸기, 파프리카 생산자 조직은 현재 전문성을 가지고 있는 케이토마토, 케이베리, KOPA 및 한국파프리카생산자 자조회를 주축으로 신선 농산물 수출물량과 가공제품 원료공급을 함. 이때 원료 품질은 과채류 가공제품 수출사업단에서 제시한 매뉴얼을 준수함.
- 과채류 가공 제품 수출사업단은 단계적으로 신속하게 수출시장에 진입할 수 있는 가공 제품을 우선적으로 발굴, 제조 가공하여 수출하고, 순차적으로 수출국의 소비자 기호에 맞는 다양한 과채류 가공 제품을 개발하여 수출규모를 확대시킴.
- 수출국별 가공제품별 수입제도, 인증, 유통 현황 등은 한국식품연구센터 식품수출 지원센터와 aT 센터 수출 지원 센터와 연계하여 수출을 확대하고자 함.
- 수출업체는 각 생산자 조직과 유대감 강화를 위해 노력하며 수출 시장 동향 파악, 해외 소비자 선호 정보를 수출사업단에 제공함.
- 정부의 정책방향으로 생산자 ID시스템 도입, 수출 조직 지원 창구 일원화, 과채류 가공 제품 품목별 수출 조직과 유통 조직 연계 강화, 수출 보조금 폐지에 대비한 간접 지원을 강화해야함.
- aT 2017 업무 추진 계획에 농식품 수출 증대를 위해 수출 시장 다변화 및 신규 트렌드를 반영한 판매 채널 다양화, 물류 지원 기능 강화 정책과 연계할 예정임.
  - 미개척 유망 시장 개척을 위한 pilot 요원 및 시장 개척단 파견으로 잠재 시장 조사 및 유망 품목 발굴, 프론티어 업체 집단 육성 및 주한 외국인 활용 시장 개척 지원, 트렌드 맞춤형 마케팅 확대 및 해외 물류 지원을 강화키 위한 최우선 전략국가로 인도, 브라질, 카자흐스탄, 남아공, 이탈리아 시장 개척에 연계할 예정임.

● 미개척 유망 시장 개척 전략 국가(aT 한국농수산물유통공사 2017년 주요 업무 계획)

권역	최우선 전략국가	차순위 전략 국가
아세안	인도	미얀마*, 캄보디아*, 라오스* 등
중남미	브라질	멕시코*, 아르헨티나, 페루, 칠레 등
중동	카자흐스탄	터키*, 사우디아라비아, 이란, 바레인 등
아프리카	남아공	나이지리아, 이집트, 모로코 등
유럽	이탈리아	폴란드*, 스웨덴, 루마니아 등

\* 농식품 수출 상위 10개국이 전체 수출액의 76% 점유





구분	주체	과제 담당자	사업단 내용
총괄	과채류 수출 연구 사업단 (한국식품연구원)	최정희	<ul style="list-style-type: none"> <li>당해 사업 세부과제 기획, 연구관리, 연구개발비 사용·관리 및 정산</li> <li>연구개발 성과 보급 확산</li> <li>사업의 진행과정 및 연구결과의 검토·보고</li> <li>지식재산권 및 정보관리</li> <li>연구개발과 관련된 인력양성</li> </ul>
생산자 조직화	케이토마토 (토마토 선도조직)	대표 장광석	<ul style="list-style-type: none"> <li>위치 : 부산광역시 해운대구 센텀 중앙로 48,</li> <li>조직 이사회 6(대표이사 1, 이사 4, 감사 1), 사무국(1)</li> <li>회원사 : 무역회사 5개(승운, 보라, 경남, 동부팜, 로즈피아)</li> <li>회원수: 134농가</li> <li>재배 면적 : 333,000평(110 ha), 생산량 : 16,000천톤,</li> <li>수출량: 3,500톤(2016년 국가 수출량의 92%)</li> <li>수출지역 : 일본</li> </ul>
	K-베리 (딸기 선도조직)	대표 문수호	<ul style="list-style-type: none"> <li>위치 : 정부지정 원예전문생산단지(경남 진주시 수곡면 곤수로 535번지)</li> <li>조직: 48개 수출농가</li> <li>회원사: 경남, 엘림, 창락농산, 탑푸르터, 그린빌, 한사랑</li> <li>재배면적 : 98,000평(33ha)</li> <li>생산량: 469톤, '15년 32,59백만원</li> <li>수출국가 : 홍콩, 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아 등</li> </ul>
	KOPA (파프리카 수출선도조직 및 한국파프리카 생산자 자조회)	사무국장 송강섭	<ul style="list-style-type: none"> <li>위치 : 대전광역시 서구 탄방동 635 시티빌 2차 201호</li> <li>조직 : 이사회 10(회장, 수석이사, 이사8), 사무국장 등 4인</li> <li>회원사 : 도곡농협, 농산(주), 경남무역, (주)NH무역, (주)오션그린, (주)한솔무역, (주)팜피아, (주)경북통상, (주)탐진들, (주)강원무역, 가야농협, (주)세라무역, 우포그린영농조합, 운봉농협, 오대영영농조합, 비드바이코리아, 명인무역, 보라부역, 조이무역, 썬프레쉬 영농조합법인</li> <li>회원: 379 명(강원 97, 영남 185, 호남 86, 중부 5, 제주 6)</li> <li>재배면적: 1,340,705평(443ha): 강원 276,460, 영남 576,400, 호남 421,145, 중부 35,400, 제주 31,300</li> <li>생산량: 67천톤</li> <li>수출량: 29천톤(2016년 국가 수출 수출 전량)</li> </ul>
과채류 가공제품 개발	한국식품연구원	저장 유통 연구단 외	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출국별 단일 또는 혼합 과채류 가공 제품 개발</li> <li>수출국별 경쟁상품과의 품질차별화기술 개발</li> <li>가공원료 및 가공제품의 적정 품질기준 및 기준치 설정</li> <li>가공원료 및 가공제품의 공정관리 기준 및 관리매뉴얼 개발</li> <li>가공제품의 품질유지기술 개발</li> <li>과채류 가공 제품 통관 및 검역제도 검토 및 대응</li> </ul>
수출용 가공제품 생산 및 포장	가공업체	풀무원	<ul style="list-style-type: none"> <li>가공시설 및 관리능력 보유 단체 및 업체</li> <li>전국 정부지원 농민단체 및 중소기업</li> <li>첨단생산설비 보유 대기업(고압살균 보유업체)</li> </ul>
	브랜드 개발 및 포장디자인		<ul style="list-style-type: none"> <li>공동브랜드 개발 및 디자인</li> <li>수출국 및 가공제품별 포장용기 개발</li> <li>수출국 및 가공제품별 포장디자인 개발</li> </ul>
해외시장 개척 및 수출	수출업체		<ul style="list-style-type: none"> <li>수출 선도조직 회원사(무역업체)</li> <li>기획 단계연구 중 과채류 가공 수출 사업단 협의하에 수출업체 보완 선정</li> </ul>
	관련기관	KREI aT	농식품 수출, 농식품 유통.
	수출대상국별	바이어	1단계 선정

#### 4-4. 사업화성과 및 매출 계획 서술

##### ○ 사업화성과 및 수출계획

- 사업화 성과 : 없음

항목	세부항목			성 과
사업화 성과	매출액	개발 제품 (과채류 제품)	개발후 현재까지	억원
			향후 3년간 <b>수출</b>	억원
		관련 제품(품목)	개발후 현재까지	억원
			향후 3년간 <b>수출</b>	억원
	시장 점유율	개발 제품 (과채류 가공 제품)	개발후 현재까지	국내 : % 국외 : %
			향후 3년간 <b>수출</b>	국내 : % 국외 : %
		관련 제품 (과채류 가공제품)	개발후 현재까지	국내 : % 국외 : %
			향후 3년간 <b>수출</b>	국내 : % 국외 : %
	세계시장 경쟁력 순위	현재 제품(품목) 세계시장 경쟁력 순위		위
		3년 후 제품(품목) 세계 시장경쟁력 순위		위

- 사업화 계획 및 수출계획

항 목	세부 항목	성 과			
사업화 계획	사업화 소요기간(년)	과채류 가공 제품 소요기간(5년)			
	소요예산(백만원)				
	예상 <b>수출</b> 규모 (억원)	현재까지	3년후	5년후	
		없음	30만불	300만불	
	시장 점유율	단위(%)	현재까지	3년후	5년후
		국내			
국외					
	향후 관련기술 개발이후 수출 제품(품목) 개발 계획	가능성 과채류 가공 제품 개발			
무역 수지 개선 효과	(단위: 억원)	현재	3년후	5년후	
	수입대체(내수)	없음			
	수 출				

## 5. 과채류 가공식품 사업단 수출 및 기술 개발 목표, 전략

- 최근까지 농식품 수출을 위한 정부의 수출 조직 강화, 생산 농가 규모화, 물류비 지원 등 많은 노력이 있어 과채류의 경우 목표 달성을 이루었으나, 수출 농가의 애로 사항으로 공급 과잉과 부족, 낮은 수출 단가 등 많은 어려움이 있는 것으로 조사되었음(한국농촌경제연구원, 2015. 10)
- 본 과채류 가공 제품 수출 연구 사업단의 현재의 과채류별 현장 애로 사항
  - 토마토: 수출 토마토의 대부분 일본으로 수출, 토마토 가격 상승으로 일본수출시 이익금이 크게 얇아 수출 증대가 어려움. 신 시장 개척과 수출 단가 안정이 요구됨.
  - 딸기: 홍콩, 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아 등으로 수출. 저장기간이 짧아 수출기준을 맞추기 어려움. 저장성 향상을 위한 냉동 딸기 개발과 이외에 가공품 개발이 요구됨.
  - 파프리카: 파프리카 공급이 수요를 창출하였으나 최근 생산과잉으로 가격 폭락. 2016년도 생산자간의 유통협약으로 1,000톤을 폐기. 생과 위주의 주요 수출국인 일본시장이 포화상태에 이르렀고, 국내시장 역시 신규 수요 창출 어려움.
- 현재 토마토와 딸기는 재배 면적은 감소하였지만 재배 기술 향상으로 수확량이 증가되고 있음. 파프리카는 재배 면적과 생산량이 함께 증가하여, 수출 시장이 확보되어도 저장성이 약해 과채류 신선식품 외에 고부가가치 가치 제품화가 절대적으로 필요하다는 현장 애로 사항이 도출되어 있음.
- 토마토, 딸기, 파프리카 생산은 기반 시설 및 생산기술이 잘 구축되어 있고, 원료 공급이 용이하므로, 농가의 고소득 작목으로 지속 육성을 위해서는 신 시장 개척과 대량 소비가 가능한 과채류 가공 기술 개발과 수출 시장 개척이 반드시 필요함. 이와 같은 사전 발굴 현장 애로 사항을 바탕으로 토마토, 딸기, 파프리카 수출 선도 조직 생산자 회원사의 면담을 통하여 상호 애로 사항을 공유하고 향후 진행할 사업 계획을 구체화함.



## 5-1. 사업단 수출 목표

### ○ 수출목표 설정

연구 기간의 총 수출 목표는 단계별로 2029년 10만불, 2020년 50만불, 2021년 100만불, 2022년에는 총 300만불 설정함.

< 최종 사업단 목표(연도별 수출량 및 수출액) >

구 분		2018	2019	2020	2021	2022
수출량 (톤)	사업단 (생시료 환산)	-	400	1,000	1,800	3,500
수출액 (천불)	사업단	-	100	500	1,000	3,000

## 5-2. 목표 달성 전략 및 성과 목표 평가 방법 달성도 기준 제시

개발 기술	목 표				
	2018	2019	2020	2021	2022
원료농산물 수확 후 관리 매뉴얼 개발	1	2			
주스 및 가공제품 제조관리 매뉴얼 개발		1		2	
과채류 주스 및 가공식품 제조기술		1	2		
브랜드 네이밍 및 마크		1			
포장용기 및 포장디자인 개발		1	2		
수출용 과채류 가공제품 사업화 모델 개발					3

## 6. 연구결과의 활용계획

- 본 과채류 가공식품 수출 사업단 사전 기획 연구 결과인 과채류 가공 식품 국내외 수출 및 기술 현황, 과채류 가공 식품의 기존 시장 및 신규 시장 확대 방안, 과채류 가공식품의 수출 및 기술 개발 전략 및 과채류 가공 식품 사업단 수출 및 기술 개발 목표 및 전략은 과채류를 이용한 가공 식품 수출 사업단 2단계 계획서에 활용함.

## 7. 연구과정에서 수집한 수출 시장 현황 및 수출 기술 정보

### ○가공 식품의 트렌드

	Top 10 food trends 2017 (Innova Market Insights, Netherlands)	Top 10 food trends 2017(New Food, MCH Messecenter Herning, Denmark)
1	Clean supreme	Clean label
2	Disruptive green	Plants
3	Sweeter balance	Sugar alternatives
4	Kitchen symphony	Food waste
5	Body in tune	Craft
6	Plain sophistication	A recourse to the traditional
7	Encapsulation moments	Time efficiency
8	Beyond pester powder	The democratisation of health and nutrition
9	Fussy borders	Pre-bed food
10	Seeds of change	Seeds

### ○ 미주 수출 시장 동향

• 2016년 미국 시장에 신제품 수는 2만1,391개로 2007년 이후 최고치임.

- 민텔 Grobal New Products Database(GNPD) 조사 결과 유기농(organic), 건강과 편리함을 강조한 내용이 top 10중 7개임. Kosher 인증 제품 8,985개, Gluten free 6,123개, GMO-free 3,732개

제품 타입	2011	2012	2013	2014	2015	2016
신제품갯수	20,432	20,252	20,881	19,536	17,143	21,435
음료(%)	19.9	20.7	22.2	21.6	22.4	18.5
스낵	11.5	13.2	11.2	13.2	14.1	14.8
제과류	12.5	11.8	10.3	11.6	11.6	12.6
소스, 드레싱, 양념류	10.1	8.6	10.0	7.6	9.0	9.0
캔디, 껌	9.3	9.1	7.4	7.5	7.2	8.7
유제품	6.7	6.7	7.0	8.2	7.2	7.2
가공수산물,육류,계란	5.6	5.5	5.9	6.2	5.8	6.3
식사료	6.3	6.6	6.3	5.9	4.9	5.6
과일, 야채	2.4	2.6	3.4	3.4	2.6	3.2
디저트, 아이스크림	3.9	4.1	4.1	3.2	4.1	3.2
사이드디쉬	3.3	3.3	3.4	3.3	2.8	3.1
아침식사, 시리얼	2.5	2.3	2.4	2.7	3.1	2.8
달콤,감칠맛 스프레드	3.5	2.9	2.6	2.3	2.5	2.7
스프	1.3	1.1	1.8	1.5	1.2	1.2
유아식품	0.7	1.1	1.6	1.5	1.0	0.7
감미료 및 설탕	0.4	0.5	0.3	0.3	0.5	0.3

출처 : Mineral GNPD

출처 : USDA

[www.ers.usda.gov/topics/food-markets-prices/processing-marketing/new-products/](http://www.ers.usda.gov/topics/food-markets-prices/processing-marketing/new-products/)

제품 타입	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Kosher	12.4	12.1	11.8	11.9	11.7	11.3
Low/no/reduced allergen	4.9	5.1	6.1	7.2	7.8	8.2
Gluten free	4.4	4.5	5.6	6.8	7.2	7.7
Ethical-environmentally-friendly package	6.2	6.5	6.6	6.4	6.7	6.3
No additives/preservatives	5.9	5.7	5.5	5.3	5.5	5.8
Social media	0	1.8	3.3	3.9	4.5	5.0
GMO-free	1.2	1.3	2.1	3.0	4.2	4.7
Organi	3.0	2.9	3.3	3.1	3.7	3.8
Microwaveable	4.1	3.8	3.9	3.8	2.8	2.9
Ease of Use	2.9	3.2	3.3	3.1	2.7	2.9

출처 : Mineral GNPD

### ○ 2016년 온라인 식품 시장(미국, 캐나다)

본 조사는 한국 식품업체의 미국 온라인 식품시장 진출을 위한 가이드를 목적으로 aT 뉴욕 지사가 EmblinPR & consulting(EMBLINE)에 의뢰하여 2016년 7월 중순부터 9월 25일까지 기초 조사는 현지 방문(현지 매장 조사 및 업계 인터뷰)하여 실시되었고, 2차 조사는 글로벌 조사 기관인 Business Monitor International, USDA, IBISWorld, Nielsen, comScore에서 발행한 미국 관련 보고서와 중앙은행, 신문, 식품관련 웹사이트, 출판물, 정부 자료 등을 분석 하였음. 미국과 캐나다의 식품 시장 현황, 온라인 식품 현황, 온라인 식품 시장 진입을 위한 마케팅 방안 및 전략 수립 등에 관한 내용과 부록으로 월마트 온라인 진출 방법, 캐나다 아마존 진출 방법 등 이 조사되어 있음.

2016 온라인 식품시장		USA		Contents	
미국 · 캐나다편		USA		Contents	
(원본)		USA		Contents	
		<b>조사개요</b> ..... 02			
		<b>Chapter 1 미국 식품시장 현황</b>			
		1. 국가개요 ..... 06		<b>부록</b>	
		2. 농업현황 ..... 08			
		3. 식품시장 현황 ..... 11			
		4. 유통업계 현황 ..... 23			
		5. 식품 소비 동향 ..... 31			
		<b>Chapter 2 미국 온라인 식품시장 현황</b>		1. 월마트 온라인 진출 방법 ..... 132	
		1. 온라인 식품시장 규모와 전망 ..... 45		2. 미국 대형-중소형 온라인 식품점 리스트 ..... 138	
		2. 온라인 식품시장 트렌드 ..... 47		3. 미국 온라인 식품점에서 유통되는 한국 식품 현황 ..... 141	
		3. 온라인 식품시장 유통 구조 및 비용 구조 ..... 53		4. 미국 홈쇼핑시장 현황 ..... 154	
		4. 주요 온라인 식품 소매업체 현황 및 경쟁 구도 ..... 55		5. 미국 식품 진너비 ..... 159	
		5. 한국 농식품의 미국 온라인 식품시장 유통 현황 ..... 71		6. 미국 식품 단체 및 협회 ..... 159	
		6. 온라인 식품 소비 동향 ..... 75		<b>참고문헌</b> ..... 161	
		<b>Chapter 3 마케팅 방안 및 전략 수립</b>			
		1. 온라인 식품시장 진입장벽 ..... 86			
		2. 온라인 식품시장 성공기업 ..... 87			
		3. 온라인 식품시장 인기 식품 ..... 92			
		4. 온라인 식품업체 관계자 인터뷰 ..... 97			
		5. 한국 농식품의 미국 온라인 식품시장 SWOT 분석 ..... 110			
6. 한국 농식품의 미국 온라인 식품시장 진출 방안 및 고려사항 ..... 111					
7. 온라인 식품시장 관련 법규 ..... 127					

○ 2015년 FTA로 다시 보는 캐나다

캐나다와 FTA는 2005년 7월 협상 시작 후 2014년 협상이 타결되어 2015년 1월 1일 발효되었음. 본 조사는 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사가 캐나다 FTA 체결 현황과 수출 유망 품목 선정 및 FTA 심층 조사 품목 선정 과정, 신선 식품, 가공 식품 중 유망 품목에 대한 내용이 포함되어 있음. 가공 식품으로는 김치, 라면, 소스 및 장류, 간장, 유자차가 선정되었고, 신선 식품으로는 단감, 배, 감귤, 포도, 버섯류, 인삼, 딸기가 선정되었음. 부록으로 캐나다의 유기농 시장, 국내 및 해외 기관, 바이어 정보, 품목 분류 사전 심사 신청 방법, 한국 수출 농산물 검역, 소비자 설문조사 문항등이 포함되어 있음.



FTA로 다시 보는 캐나다  
CONTENTS

<p><b>PART. 1</b> </p> <p><b>캐나다 일반 현황</b></p> <p>1. 국가 개황 ..... 5 2. 경제 ..... 8 3. 교역 ..... 9 4. 물류 ..... 10</p>	<p><b>PART. 2</b></p> <p><b>캐나다 FTA 체결 현황</b></p> <p>1. 대 캐나다 수출 현황 ..... 12 2. 한-캐나다 FTA 주요 내용 ..... 13 3. 한-캐나다 FTA 영향 ..... 15</p>
<p><b>PART. 5</b></p> <p><b>현지 소비자 설문 결과</b></p> <p>현지 소비자 설문 결과 ..... 38</p>	<p><b>PART. 6</b> </p> <p><b>수출 유망품목 선정 및 FTA 심층조사</b></p> <p>1. FTA 심층조사 품목선정 과정 ..... 42 2. 신선식품 1) 단감 ..... 44 2) 배 ..... 47 3) 감귤 ..... 50 4) 포도 ..... 53 5) 버섯류 ..... 56 6) 딸기 ..... 59 3. 가공 식품 1) 인삼 ..... 62 2) 김치 ..... 65 3) 라면 ..... 68 4) 소스 및 장류 ..... 72 4. 캐나다 딸기 수출 사례 ..... 75</p>



## ○ 아시아 지역 시장 동향

### (1) 대만 음료 시장 조사

- 대만의 전반적인 식품 시장 규모와 전망을 조사한 자료로 2014년 기준으로 최대 식품 기업은 통이(統一), 대청(大城), 대만 담배 주류공사이고, 약 5,000-6,000개 식품 기업이 있으며, 약 99%가 중소기업으로 이루어져 있음.
- 지역 식품 제조 산업은 잘 되어 있지만 약 33% 자급 자족하고 수입에 의존함. 우리나라, 일본, 싱가포르, 태국, 말레이시아 등 동남아 지역 라면이 각광을 받고 있음. 냉장 탕류 레토르트 식품 수입을 한국에서 많이 하고, 대만 탕류 식품 수프 시장에서 점유율이 높은 기업은 Unilever, Campbell soup 사가 있음.
- 아이스크림의 해외 브랜드 시장 점유율은 30%, 분유, 베이커리, 커피 등 사업이 확대될 전망
- 채식 인구 증가, 즉석 식품 시장 확대, 아이스크림 시장 경쟁 증가, 해태 htb(미국 선키스트와 계약), 알로에 음료, 코카콜라, 대만의 Vivaloe가 대세임.

### (2) 베트남 시장 조사

- 베트남은 소비 특성이 빠르게 변화하고 있고, 상위층은 유럽, 미국 등의 수입제품을 선호하고 있고, 가격에 구애 받지 않고 구매함. 향후 지속적인 중산층 인구 확대가 예상됨. 개발 도상 국가로 식품 시장의 성숙도가 높아지고 구매력이 증가하면서 안전성에 대한 관심이 늘고 있는 추세. 하노이 소비자는 브랜드 가치에 민감하고, 호치민 소비자는 고민 없이 식품을 구매하는 성향
- 소비자들은 식품류에 전체 지출비의 약 60%를 차지하고 있고, 소비가 지속적으로 증가하고 있음. 재래식 유통망이 70%(9000여개) 현대식 유통망 25%(900여개)로 식품 유통이 이루어지고 있음. 내수 시장이 큰 베트남 시장을 주도하기 위해 신선식품은 중국, 미국, 호주와 경쟁을 해야 하고, 가공 식품의 현지 브랜드의 높은 점유율로 인해 시장 진입이 어려움. 베트남 시장은 현지 브랜드가 가장 큰 경쟁사임.
- 한류의 영향으로 한국산 농식품에 대한 신뢰도가 높은 것이 강점임.

## SWOT 분석

Strength	Opportunities
<ul style="list-style-type: none"> <li>•타국가 대비 FTA로 관세 절감 혜택</li> <li>•한류 열풍으로 한국식품에 대한 선호도 및 브랜드 가치 높음</li> <li>•한국산 식품에 대한 안전한 식품이라는 인식</li> <li>•한국만의 특색</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•FTA이후 무역 규제 완화</li> <li>•한국산 식품 수요 증가</li> <li>•한류 열풍으로 국가 이미지와 한국산 식품 신뢰도 높아짐.</li> <li>•중국산 제품에 대한 신뢰도가 낮아지고 있음.</li> </ul>
Weakness	Threats
<ul style="list-style-type: none"> <li>•다양한소비층에 맞춘 제품의 다양화가 미흡</li> <li>•중국산과의차별화 전략이 미흡</li> <li>•국가 인지도는 높지만 브랜드 인지도는 낮음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•저렴한 생산비아 기술력을 갖추는 현지 생산품</li> <li>•한국산 모조품</li> <li>•일정기간 마케팅 비용을 지원해 주는 선진국의 방식</li> <li>•한국업체가 베트남에 직접 진출, 생산하고 있는 제품</li> </ul>

### ○인도

- 인구의 약 80%가 힌두교 신자로 전체 인구의 약 38%가 채식주의자로 세계에서 가장 많음. 가공 식품 판매액은 아침 식사 시리얼 21%, 식용 오일 약 18%, 가공 육류 및 해산물 약 20%, 즉석 식품 약 16% 성장하였음. 전체 가공 식품 시장은 연평균 9%씩 증가함.
- 한국의 대 인도 수출 품목은 양배추 종자, 고추, 채소 등의 종자를 주로 수출하고 있음.
- 인도에서 한국식품 동향은 교민과 주재원 거주 지역의 한인 마트 중심으로 유통되고 한국, 중국, 일본 소비자에 국한되어 있음. 인도내에서는 정식 통관시 라벨링, 검역, 샘플 검사등 절차가 까다로움.
- 방대한 국토이므로 지역별 경제, 문화, 유통 트렌드가 상이하므로 거점 도시 선정을 통한 심층 조사와 열악한 물류 인프라, 세관 행정 절차 등으로 유통 기한이 긴 식품의 수출이 가능함.
- 채식주의자용 식품 개발과 한국식 핫 소스, 한식에 대한 마케팅 전략과 프리미엄 시장 공략

## 4. 유럽시장 동향

### ○ 노년층 대상 식품 산업 전망이 밝음

(프랑스 통계청 INSEE, 현재 인구 23.7%인 15백만명이 노년층)

- 기능성이 보강된 음료나 유제품, 편리하고 빠르게 준비할 수 있는 음식, 쉽게 뚜껑을 열수 있는 제품. 영양 클리닉 성향의 식품이 각광.
- 유기농 가공 제품시장이 증가하고 있음.

## ○이탈리아

- 한국이 대 이탈리아 수출 품목은 음료, 인스턴트 면류, 쌀 곡류 조제품, 라면 등이 있으며 신선 농산물 수출은 거의 없고 가공식품, 종자류를 수출
- 이탈리아내 한국식품에 대한 인식은 미미, 대부분 한국인 교민 및 유학생이 소비, 2015년 밀라노엑스포 이후 한식에 대한 관심은 제고되었으나, 한국식품은 한국 식품점, 중국식품점에서만 판매
- 이탈리아 소비자가 선호하는 라벨링, 포장 등을 연구하고 선호하는 인증(PDO, PGI, 유기농, 글루텐프리 등)을 취득하여 소비자 선호를 확보하고 현지 식문화와 접목 가능한 셰프 등 전문 인력 양성. 매실, 녹차 등 새로운 식품으로 틈새 시장 공략. 건강 강조와 현지에 없는 새로운 맛(매운맛)으로 틈새 시장 공략. 푸드 트럭과 같이 소비자에게 다가갈 수 있는 홍보 수단, 시식회 행사 지원, 대형 방송 등에 의한 홍보 극대화

## 5. 호주 시장 동향

- 호주 식품 시장은 다양한 소비자가 혼합되어 있는 testing market이며, 유기농, 친환경 식품 소비가 많은 국가
- 높은 비율의 도시화, 직장내 여성 비율이 높아 반조리 식품, 테이크 아웃 식품, 페스트푸드 음식 매출이 증가 추세임
- 건강과 관련된 슈퍼푸드, 건강식 매출의 증가와 동시에 신선식품류 매출도 증가
- 에스닉 푸드 시장 급성장 : 호주 인구의 28.1%가 이민자 출신이며, 이중 1/3인 약 170-200만명이 아시아계 이민자임.
- 현지 중국계 소비자의 좋은 인식으로 한국산 제품 선호도가 높음.
- 호주의 주요 식품 수출국은 중국, 일본, 미국, 싱가포르, 뉴질랜드의 순임.

## 6. 기타

### ○ 남아프리카 공화국

- 주요 수입 농식품은 곡물, 식물성 유지이고, 한국의 남아공 식품 수출은 2016년 약 999만 달러로 밀크대용물 함유 제품(커피 믹스 등)과 음료수 수출임.
- 남아공내 한국 식품점은 3곳이 있으며, 한국식품수입 업체는 1곳임. 일본 식품에 비해 한국 식품은 진입 초기 단계임.
- 한국산 제품의 타 아시안 식품과의 차별화 실시, 현지 중국계 소비자들에 대한 프로모션 증대 확대, 매운맛을 즐기는 아시안 식품 경험자를 타겟으로 현지 소비가 많은 육류용 소스류 제품 개발, 건강식 이미지의 홍보와 백인 소비자와 블랙 다이아몬드 층을 타겟으로 한 식품 개발

### ○ 브라질

- 주요 수입 품목은 밀, 메슬린, 맥아, 쌀, 마늘, 와인, 밀가루, 감자가 상위 수입 품목이고, 소비 동향으로 건강, 웰빙 지향 제품을 권장하고 있으며, 쇠고기, 소시지, 햄 등 육가공 제품이 다수 판매되고 있음.
- 한국식품은 과일음료(포도, 딸기 맛)와 어린이 음료가 판매되고 있고, 초코파이, 라면이 있으나, 한국식품에 대한 기본적인 인지도가 낮고, 장거리 수송으로 식품 유통 기한이 문제임. 이외에 브라질내 경쟁상품과 비교하여 가격 경쟁력이 낮음.
- 브라질 진입 장벽이 높고 무역주의가 팽배하여 현지화된 맛 개발과 물류 비용 지원을 통한 원가 절감, 가격 경쟁력 제고가 이루어져야함. 효과적인 한국 식품 홍보 전략과 건강, 자연 식 이미지 개발로 웰빙 소비 트렌드에 대응 필요.

### ○ 카자흐스탄

- 주요 수입 농식품은 과실, 견과류, 당류 설탕과자, 곡물, 곡분의 조제품과 빵류, 천연꿀을 수입함.
- 한국의 대 카자흐스탄 수출품목은 필터 담배, 커피프리머, 조제품, 라면, 추잉껌 등임.
- 카자흐스탄은 식품 가공업 및 유통업 육성을 핵심 과제로 향후 5년 내 식품 수출액을 50% 이상 늘리는 것을 목표로임. 유기농 식품, 국민 건강에 대한 관심이 높아져, 국가 DB에 등록된 GMO 식품만 수출입이 허용됨.
- 한국 식품은 라면, 과자, 음료, 소스류 등 다양하게 판매되고 있으며, 한인 마켓의 고객의 80%는 현지인이고, 20%가 한국 교민임. 신선 식품의 경우 유통기간과 물류 비용으로 판매되지 않고 가공 식품 위주로 판매되고 있음.

### ○ 이집트

- 식품 품목 중 육류/가금류의 시장 규모가 가장 크고 예상 성장률도 높음. 음료는 따뜻한 음료의 비중이 높으나 청량 음료의 성장세도 높은 편임. 주요 식품 기업은 현지 업체와 글로벌 식품 기업들이 진출되어 있음.
- 식품의 주 수입국은 브라질, 우크라이나, 아르헨티나, 미국 순이며 한국(55위)의 대 이집트 수출입 품목은 농산물과 수산물의 비중이 전체의 99.4%이며, 농산물이 약 79.4%를 차지함.
- 이집트 소비자 성향은 새로운 것을 시도하기는 하나 다시 기존 식습관으로 회귀함. 최근 외식의 비중이 높아지고 다양해지고 있으며, 유럽음식(50%), 중동식(25%), 아시아 음식(25%) 정도의 선호도를 보이는 편임.
- 수입 식품 구매 빈도가 높지 않고, 동남아 식품과 한국 식품에 대해 인지도가 낮고 인증 등에 대한 불신이 있음.

○ 이스라엘

- 최근 식품 및 음료 수입이 상승하고 식품 수입이 수출액의 3배로 수입에 의존도가 높음. 식품 안정성에 민감하며 코셔 식품에 대한 소비 수요가 높음. 한국식품의 이스라엘 수출 동향은 인스턴트 커피가 전체 비중의 50%이상 증가하였음.

○ 이란

- 서구 제품에 대한 강한 선호도로 가공 식품 소비도 증가할 것으로 전망. 식품 구입시 건강/영양과 맛을 중시하고 수입 식품 구입 빈도가 낮음. 선호도는 유럽, 미국, 중동 식품의 순이고, 동남아 식품, 한국 식품의 인지도가 낮고 인증에 대한 불신이 있음.
- 한국의 대 이란 수출입 품목은 농산물과 수산물의 비중이 전체의 89.3%임. 이외에 과실주스 음료, 과당 시럽 등도 수출을 하고 있음.

※ 할랄과 코셔의 공통점과 차이점

할랄과 코셔의 개념은 특정 음식의 종류를 제한하는 것 뿐만 아니라 음식의 준비를 위한 과정, 나아가 다른 종류의 식품 끼리의 혼용이 허용되는지 여부를 포함함.

전세계 코셔와 할랄 시장의 규모는 각각 2500억원 달러, 1조 70억 달러로 추정

코셔는 할랄보다 식기류에 대한 엄격한 규정이 존재하며 유월절 기간 동안 준수해야 하는 추가 규례가 있음  
알코올에 대한 규정은 할랄은 어떠한 알코올 성분도 허용하지 않는다는 것과 코셔는 맥주, 위스키, 와인 등 알코올 음료를 허용함.

## 8. 연구 개발결과의 보안 등급

		코드번호	D-09
보안등급분류	일반과제		
결정사유	국가연구개발사업의 관리 등에 관한 규정」 제24조의4에 해당하지 않음		

## 9. 국가과학기술종합정보시스템에 등록된 연구시설·장비현황

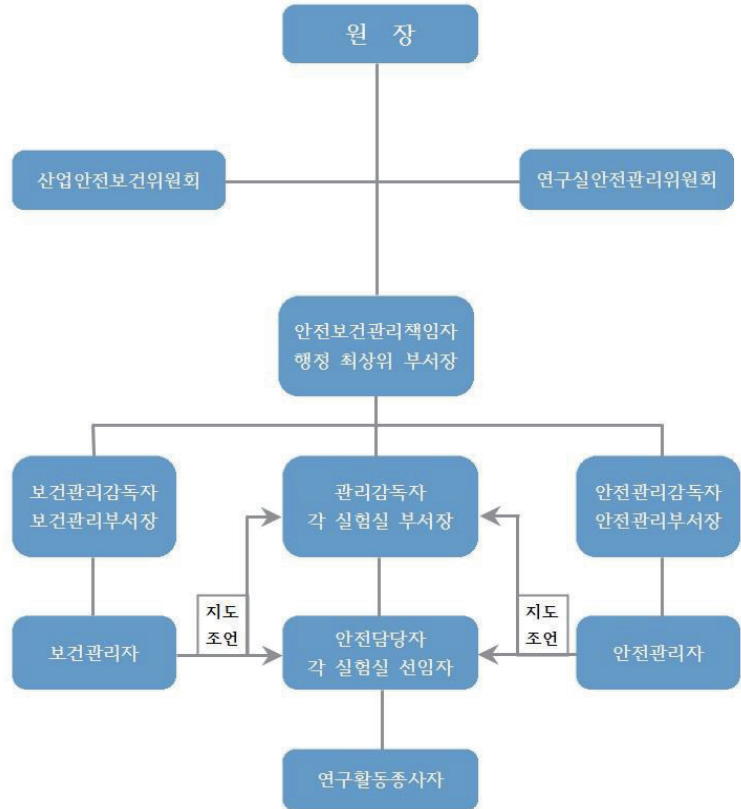
구입 기관	연구시설/ 연구장비명	규격 (모델명)	수량	구입 연월일	코드번호		비고 (설치 장소)	NTIS 장비 등록번호
					구입 가격 (천원)	구입처 (전화번호)		
	없음							

## 10. 연구개발과제 수행에 따른 연구실 등의 안전조치 이행 실적

코드번호 D-11

가. 연구실 안전 담당부서 : 총무실 안전팀

나. 안전보건관리 조직도



다. 안전점검

- 일일점검 실시 : 실험실 안전순찰 2회/일 실시
- 자체안전점검 실시 : 매월 4일 실험실별 자체점검 실시
- 정기안전점검 실시 : 매월 2회 한국안전기술연구원과 합동으로 안전점검 실시
- 특별안전점검 실시 : 동·하절기 및 해빙기 특별안전점검 실시
- 정밀안전진단 실시 : 2년 주기 외부 전문기관 위탁 정밀안전진단 실시

라. 안전교육

- 신규직원 안전교육 : 신규직원 채용시 안전교육 실시
- 맞춤형 안전교육 : 실험실 위험지역별 맞춤형 안전교육 년 4회 실시
- 관리감독자 안전교육 : 안전관리감독자 및 안전관리자 외부전문기관 교육 이수
- 특별안전교육 : 특별한 사항 발생시 유형별 특별안전교육 실시

마. 연구활동종사자 건강검진 실시

- 매년 건강검진 실시
- 성인병 건강 검진비 지원



바. 연구활동종사자 보험가입

- 매년 정기적으로 보험가입 및 갱신처리를 지속적으로 이행함
- 가입회사 : 동부화재(재해보장 책임보험), 산재보험
- 가입대상 : 전직원

사. 안전시설 및 안전장비 설치 : 실험실 7개소 설치



• 실험실 안전시설 및 장비설치

번호	품 명	수량	용 도	번호	품 명	수량	용 도
1	산소호흡기	1Set	질식환자 구호	8	안전장갑	10켢래	내구성 장갑
2	산소구급벨트	1Set	유독가스지역 비상탈출	9	내열장갑	5켢래	내열성 장갑
3	국민방독면	1Set	독가스 살포시	10	화학장갑	5켢래	내화학 장갑
4	세안기	1대	안구 이물질 세척	11	실험복	5벌	내화학 실험복
5	비상약품	1Set	24종 구비	12	흡착포	1Set	흡착제거
6	보안경	10ea	안구보호	13	흡착팬스	1Set	구획설정,확산방지
7	마스크	10ea	호흡기 보호	14	비상샤워	1대	유독물질 세척

아. 비상대피 시설 구축

- 가스누출 자동감지 경보 및 대피방송시스템 구축
- 주요연구장비보호구역내 자동화재소화설비 구축운영(하론소화설비) 및 법정 구역내 소화기 비치
- 비상시 탈출을 위한 피난계단 설치

자. 기타 안전사고 예방 활동 강화

- 연구실안전관리 위원회 개최 년2회
- 안전사고 매뉴얼 제작,배포 및 숙지
- 연구활동종사자 안전점검 일지 작성
- 화학약품의 올바른 취급을 위한 MSDS(물질안전보건자료) 통합제작 및 배포
- 실험실습실 안전수칙 게시판 제작 부착(9개소)
- 폐용매 분리수거 및 위탁처리(6회/년)

## 11. 연구개발과제의 대표적 연구실적

없음

## 12. 기타 사항

### (1)과채류 관련 선행과제



- 연구사업단의 구성은 산, 학, 관, 연, 수출 생산 단지 및 무역회사 등으로 구성
- 과제 참여 기업: (주)경농, 대룡포장, 세기교역상사, 대동기업사 등 4개 기업
- 연구기관: 경상남도 농업기술원, 농수산물유통공사, 철원군 농업기술센터(3개기관)
- 대학: 강원대, 건국대, 경북대, 경상대, 대구대, 서울대, 서울시립대, 원광대, 충남대(9개 대학)
- 수출업체: 강원무역, 경북통상, 경남무역, 농산무역, 농협무역, 오성그린, 탐진들(주), 엘림무역, 도곡농협
- 파프리카와 딸기 중심의 수출 농가 단지: 강원권(오대산, 김화농협, 대성산, 강원무역, 강릉원에, 황성, 대관령) 경기권(화성21세기), 경남권(창원대산, 진주대곡, 진주금산, 함안가야, 합천가야, 마산가고파, 서상, 진주대평 수곡덕천), 경북권(청송), 전남권(군동꾸메탕, 탐진채소원에, 염산시설채소, 도곡, 록수), 전북권(장수, 김제) 충남권(육인농장), 충북권(에덴농장).

과채류 공동수출연구사업단 : 서울시립대학교 이용범 교수 2011. 2~2014. 2(3년)

파프리카 올레오레진, 파프리카 이용 기름 제품



토마토 수출연구사업단 : 상명대학교 김영식교수 2011. 4. 20- 2014. 4. 19 (3년 수행)

가공 제품 : 건조 토마토, 정과, 양갱, 시럽 제조



(2) 과채류 가공 제품 수출 선정을 위한 컨설팅 결과(에버민트파트너즈)

## 과채 가공품 수출국가 선정 Logic



2017. 9.



에버민트파트너즈(주)

### 사업 추진전략\_목표시장 선정

과채 가공품의 목표시장 선정은 크게, 국가 및 시장 경쟁력 평가와 다양한 형태의 가공이 가능한 과채 가공품의 특성을 고려하여, 대표 유형별 수출 경쟁력이 높은 국가 선정을 함께 고려함

**탐색 국가군 선정**

가공식품 시장규모가 1억불 이상이며, 한국 수출실적이 1억불 이상인 국가

타겟 권역 선정	시장규모(Big/Small)별 선정	세부시장 별 선정
<ul style="list-style-type: none"> <li>전 세계 국가 별 시장규모와 시장성장률을 측정하여 권역별 매력도를 분석</li> <li>권역별 특징은 종교(이슬람 등), 식문화 등 유사성이 높아, 제품 개발방향 및 수출 전략수립에 공통으로 활용될 수 있으며, 인접 국가 간 수출확대에 시너지 효과를 기대할 수 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Big Market은 시장규모 10억불 이상의 국가로 선정</li> <li>Big Market은 전 세계 Top 10급의 시장으로서, 시장 규모 자체가 높아 틈새시장 발굴 등 시장 기회가 많은 국가들로서, 다만 PB 제품으로 인한 가격 경쟁력 제고방안이 필요함 → 따라서, 프리미엄 제품 수출로 저가 PB제품과의 경쟁을 회피할 수 있음</li> <li>Small Market은 시장규모 1억불 이상이며, 성장률이 (+)인 국가로 선정함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>과채 가공식품의 유형을 수출 HS Code로 분류하면 총 9가지이며, 이중 한국 수출 규모가 높은 시장과 토마토, 파프리카, 딸기 품목과 연관성이 높은 분야를 선정함</li> <li>선정된 카테고리(분야) 별 대상 국가의 한국 수출 성장률과 대상 국가의 타 국가 수입 증가율을 비교하여, 상대적 수출 경쟁력이 높은 국가를 선정할 수 있음</li> </ul>
<p>아시아</p>		

수출 초기 단계에서 가공기술 개발 방향과 시장외 환경적 요소를 고려할 때, 목표 국가선정을 특정 국가 몇몇으로 한정할 수 없으며, 따라서 권역별 접근, Big Market 접근 및 기존 한국 수출 경쟁력 레버리지 차원의 접근으로 국가를 선정할 필요가 있음

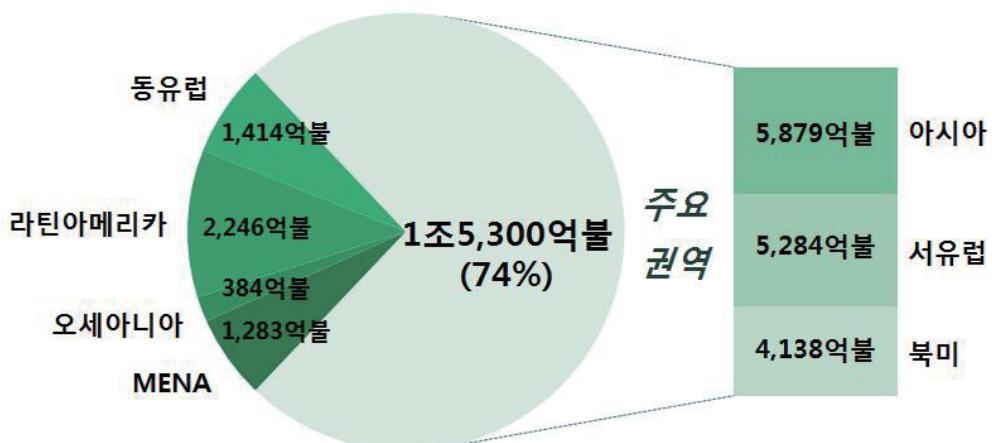
과채 가공품 수출 유망국가 선정에 위해 한국 수출실적이 우수한 국가를 포함하여, 가공식품 시장규모가 높은 국가를 식별하고, 이중 과채 가공식품 시장규모를 고려하여 시장 매력도가 높은 국가를 선정함



**참고자료**

전 세계 가공식품 시장규모는 약 2조 달러 규모이며, 이중 약 74%를 아시아, 유럽 및 북미 권역이 점유하고 있음

전 세계 권역별 가공식품 시장규모 (2016년)



Source: where the information has been collected from 2016, Euromonitor



전 세계 가공식품 시장규모가 높은 국가를 우선 선정하였으며, 특히 우리나라의 1억불 이상의 수출실적이 높은 나라를 포함하였음

전 세계 가공식품 시장 Top 60(1~30) 국가

(USD Million)

Geography	2012	2013	2014	2015	2016	CAGR
World	2,196,936.50	2,243,853.30	2,245,540.50	2,056,822.80	2,062,807.90	-1.6%
1 USA	346,134.10	353,753.30	361,667.00	368,084.50	373,422.40	1.9%
2 China	181,184.80	204,665.90	224,062.10	228,697.10	226,336.90	5.7%
3 Japan	231,170.70	189,419.90	177,068.60	157,543.90	175,445.60	-6.7%
4 Germany	96,574.20	102,447.30	104,202.90	88,641.40	90,121.90	-1.7%
5 France	92,287.60	96,783.00	97,711.60	82,500.60	84,012.00	-2.3%
6 United Kingdom	92,255.50	92,964.10	98,542.00	91,455.00	82,398.80	-2.8%
7 Brazil	111,535.40	111,300.00	111,728.10	85,773.20	82,201.80	-7.3%
8 Italy	85,155.20	87,256.50	86,680.60	72,216.30	72,370.60	-4.0%
9 Russia	97,145.00	105,903.80	99,180.90	70,478.00	66,279.60	-9.1%
10 India	33,476.40	36,886.60	42,006.60	46,786.80	52,420.20	11.9%
11 Mexico	54,715.70	59,737.00	59,899.90	52,193.90	47,654.90	-3.4%
12 Canada	49,306.80	49,053.50	46,766.90	41,378.00	40,379.60	-4.9%
13 Spain	41,751.10	43,542.00	43,192.50	36,356.40	36,896.50	-3.0%
14 Turkey	38,227.70	38,202.80	35,861.40	31,819.20	33,012.30	-3.6%
15 Australia	39,778.60	38,342.80	37,368.80	32,175.90	32,080.60	-5.2%
16 Iran	29,318.10	27,434.00	26,015.30	26,335.70	26,840.20	-2.2%
17 Argentina	29,013.20	30,563.40	27,130.40	30,954.40	24,628.40	-4.0%
18 Indonesia	22,596.90	22,900.70	23,145.40	22,490.80	24,502.80	2.0%
19 Saudi Arabia	13,600.50	15,092.40	16,385.80	17,773.50	19,210.50	9.0%
20 Netherlands	21,122.00	22,129.20	22,135.20	18,601.50	18,886.50	-2.8%
21 Poland	19,961.00	21,001.90	21,409.00	18,107.90	17,553.70	-3.2%
22 Switzerland	17,084.10	17,362.60	17,683.90	16,842.60	16,524.00	-0.8%
23 Belgium	16,696.30	17,581.40	17,855.40	15,146.50	15,500.60	-1.8%
24 Sweden	16,996.70	18,187.70	17,731.30	14,727.50	15,111.10	-2.9%
25 Chile	15,740.60	16,405.70	15,427.80	14,377.10	14,712.10	-1.7%
26 Egypt	10,874.10	11,077.60	12,328.10	13,336.70	13,301.60	5.2%
27 South Africa	16,388.50	15,182.50	14,801.40	13,873.90	12,913.30	-5.8%
28 Norway	14,870.00	15,111.20	14,800.90	11,850.50	11,676.80	-5.9%
29 Philippines	10,050.40	10,793.00	10,768.30	11,118.40	11,449.70	3.3%
30 Thailand	9,711.40	10,505.20	10,551.10	10,609.70	11,005.10	3.2%

Source: 2016, Euromonitor

따라서, 시장규모가 매우 크지는 않지만, 한국 수출실적이 높은 홍콩, 대만, UAE 국가까지 포함된 전 세계 60위 국가를 전체 모수로 선정함

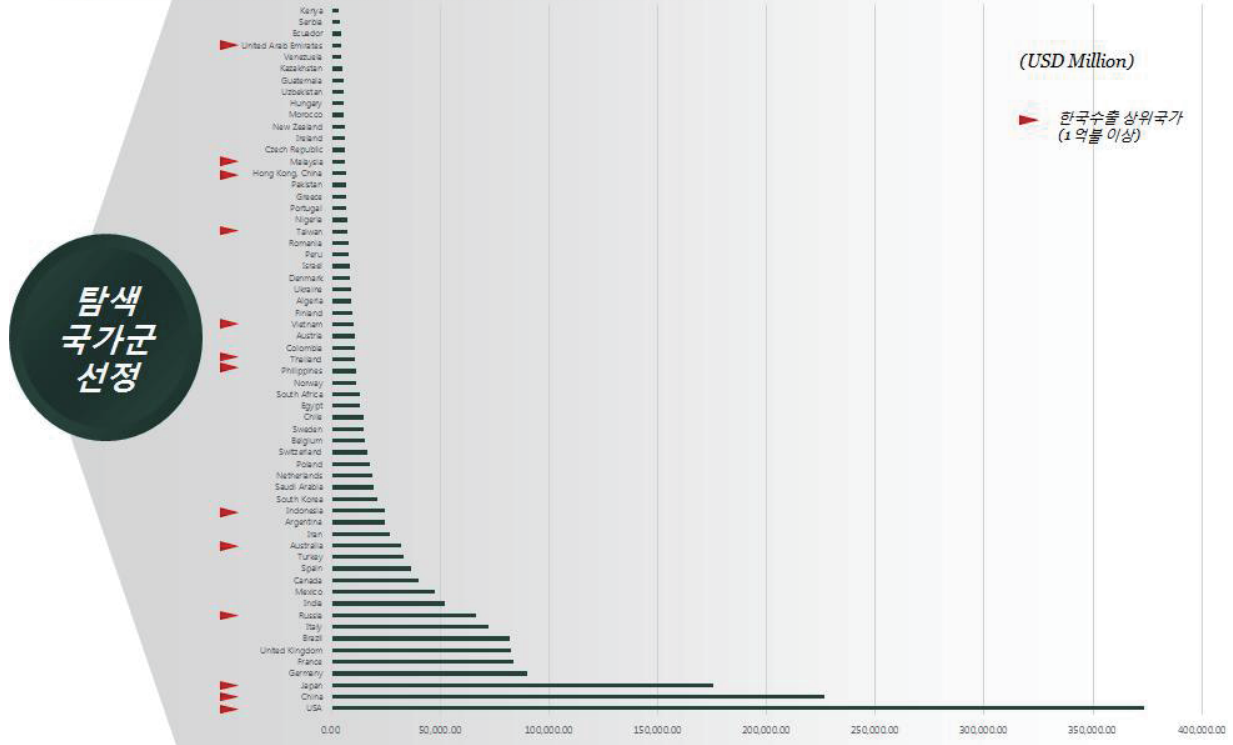
전 세계 가공식품 시장 Top 60(31~60) 국가

(USD Million)

Geography	2012	2013	2014	2015	2016	CAGR
31 Colombia	16,279.60	16,103.20	15,808.50	12,078.60	10,894.30	-9.6%
32 Austria	11,296.60	11,939.60	12,234.00	10,465.60	10,826.70	-1.1%
33 Vietnam	7,207.50	8,259.00	9,153.00	9,654.70	10,335.10	9.4%
34 Finland	10,349.80	11,273.50	11,428.50	9,439.00	9,534.90	-2.0%
35 Algeria	8,244.10	8,918.70	9,856.70	8,867.10	8,924.90	2.0%
36 Ukraine	20,456.30	22,721.40	16,080.60	9,795.60	8,881.00	-18.8%
37 Denmark	9,488.20	9,856.30	10,034.80	8,517.90	8,783.30	-1.9%
38 Israel	8,032.80	8,836.10	9,079.20	8,486.20	8,620.70	1.8%
39 Peru	8,534.60	8,957.90	9,055.90	8,515.50	8,269.20	-0.8%
40 Romania	8,237.60	8,845.50	9,111.00	7,752.80	7,799.50	-1.4%
41 Taiwan	7,595.30	7,828.60	7,821.80	7,658.80	7,609.60	0.0%
42 Nigeria	7,246.60	8,249.40	9,177.10	8,304.10	7,291.40	0.2%
43 Portugal	8,192.40	8,488.50	8,420.90	7,087.70	7,149.00	-3.3%
44 Greece	8,863.20	8,817.70	8,627.70	7,115.60	7,042.10	-5.6%
45 Pakistan	4,450.90	4,792.80	5,628.10	6,408.80	7,010.30	12.0%
46 Hong Kong, China	4,502.70	5,249.70	5,821.80	6,323.90	6,771.60	10.7%
47 Malaysia	6,950.80	7,170.40	7,243.50	6,442.60	6,566.80	-1.4%
48 Czech Republic	7,714.20	7,885.40	7,614.10	6,431.40	6,520.30	-4.1%
49 Ireland	6,863.50	7,201.50	7,339.70	6,290.40	6,481.80	-1.4%
50 New Zealand	6,723.70	6,998.50	7,325.60	6,324.30	6,312.10	-1.6%
51 Morocco	5,297.70	5,708.50	6,011.90	5,548.10	5,797.60	2.3%
52 Hungary	6,396.00	6,595.80	6,516.30	5,594.40	5,677.10	-2.9%
53 Uzbekistan	4,967.50	5,493.40	5,856.60	5,986.40	5,676.50	3.4%
54 Guatemala	4,000.90	4,313.40	4,739.10	5,146.50	5,488.80	8.2%
55 Kazakhstan	6,997.10	7,500.60	7,527.70	7,169.50	5,184.80	-7.2%
56 Venezuela	20,387.40	18,779.30	3,981.40	2,681.50	4,695.00	-30.7%
57 United Arab Emirates	3,399.80	3,685.90	3,977.50	4,322.60	4,679.60	8.3%
58 Ecuador	3,487.70	3,734.80	4,016.50	4,193.90	4,331.40	5.6%
59 Serbia	3,930.80	4,484.60	4,658.60	3,952.90	4,058.70	0.8%
60 Kenya	3,112.20	3,288.50	3,529.80	3,428.10	3,575.30	3.5%

Source: 2016, Euromonitor

## 탐색 국가군은 전 세계 가공식품 시장규모 \_ Top 60위 국가로 선정함 이중 한국 수출 상위 국가는 13개 국가임



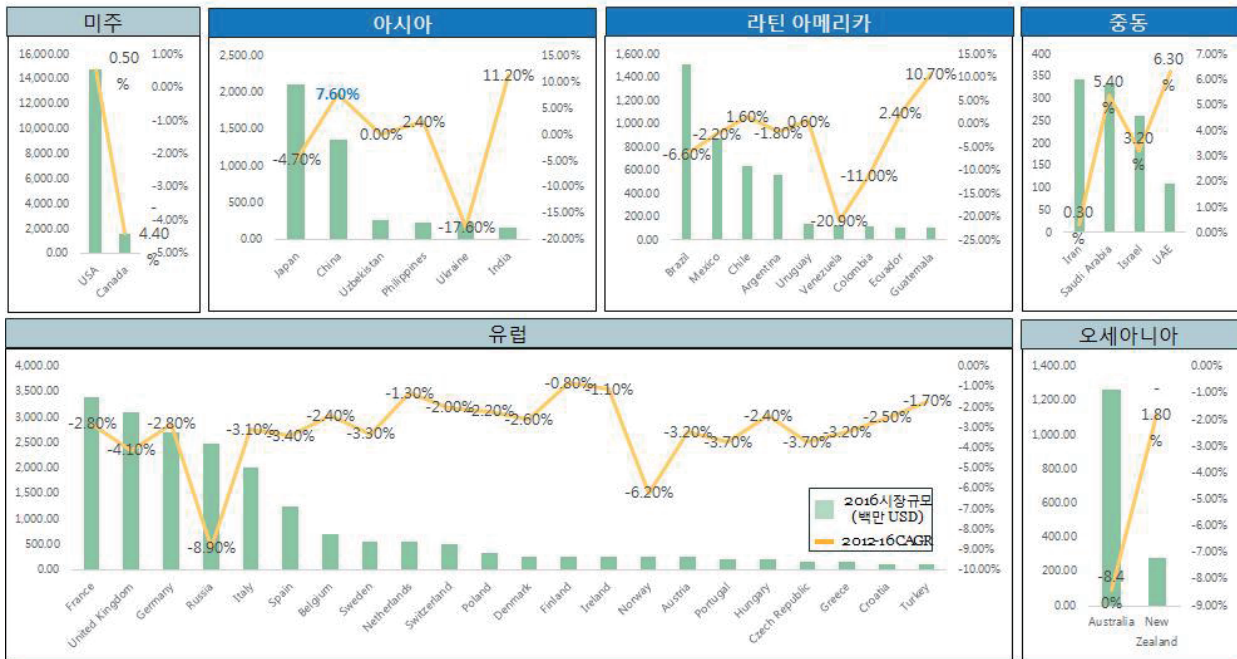
## 타겟 권역 선정

과채 가공식품 시장을 권역별로 정리하면, 유럽 시장이 199억불로 가장 높으며, 중동 지역은 10억불 정도의 규모이나, 최근 5년간 성장률은 타 권역에 비해 고무적임



Source: 2016, Euromonitor

## 또한 권역 별 세부 시장으로 국가 별 과채 가공품 시장규모와 성장률을 살펴보면, 중동 시장과 아시아 및 라틴 아메리카 일부 국가가 매력적임



시장규모가 큰 유럽의 성장세는 주춤하고 있는 반면에, 인도, 중국을 비롯한 아시아와, 중동 및 라틴 아메리카 권역이 매력적으로 판단됨

### Small Market 분석

전 세계 과채 가공식품 시장으로 확대해서, 시장규모가 1억불 이상인 국가를 살펴보면 ...

#### 과채 가공식품 시장규모 1억불 이상 국가

(USD Million)

Geography	2012	2013	2014	2015	2016	CAGR	권역
1 USA	14,458.5	14,510.0	14,517.5	14,625.7	14,764.8	0.5%	미주
2 France	3,805.3	3,993.2	4,001.2	3,357.0	3,398.4	-2.8%	유럽
3 United Kingdom	3,682.1	3,732.6	3,870.7	3,516.7	3,108.0	-4.1%	유럽
4 Germany	3,048.4	3,147.5	3,139.5	2,665.5	2,717.3	-2.8%	유럽
5 Russia	3,618.4	3,881.7	3,743.5	2,712.7	2,494.7	-8.9%	유럽
6 Japan	2,543.6	2,090.6	2,000.9	1,836.7	2,099.7	-4.7%	아시아
7 Italy	2,296.5	2,403.4	2,401.5	2,007.4	2,024.9	-3.1%	유럽
8 Canada	1,893.5	1,888.0	1,798.8	1,611.2	1,581.8	-4.4%	미주
9 Brazil	1,974.3	1,940.6	1,953.0	1,531.8	1,504.7	-6.6%	라틴
10 China	1,005.1	1,121.4	1,241.5	1,322.8	1,347.6	7.6%	아시아
11 Australia	1,794.7	1,648.3	1,569.5	1,299.6	1,265.9	-8.4%	오세아니아
12 Spain	1,427.8	1,472.7	1,435.2	1,215.8	1,241.7	-3.4%	유럽
13 Mexico	952.9	1,039.0	1,059.9	942.6	871.9	-2.2%	라틴
14 Belgium	774.9	807.7	814.9	687.6	704.5	-2.4%	유럽
15 Chile	592.0	657.4	632.5	603.8	631.9	1.6%	라틴
16 Sweden	648.0	669.5	658.2	549.7	567.2	-3.3%	유럽
17 Netherlands	594.5	629.2	638.1	544.8	564.0	-1.3%	유럽
18 Argentina	605.2	640.5	597.7	691.7	563.2	-1.8%	라틴
19 Switzerland	562.1	563.7	566.7	535.0	518.7	-2.0%	유럽
20 South Africa	712.8	641.6	608.3	552.3	497.7	-8.6%	아프리카
21 Poland	376.7	398.5	410.3	349.8	344.6	-2.2%	유럽
22 Iran	338.4	327.2	314.2	327.2	342.2	0.3%	중동
23 Saudi Arabia	267.3	282.9	299.3	314.1	330.4	5.4%	중동
24 New Zealand	297.3	307.9	322.5	280.7	276.7	-1.8%	오세아니아
25 Denmark	305.1	314.3	317.8	268.2	274.2	-2.6%	유럽
26 Israel	229.4	253.1	264.5	251.5	260.6	3.2%	중동
27 Uzbekistan	256.3	288.2	290.0	283.3	256.4	0.0%	아시아
28 Finland	263.5	282.3	291.5	249.5	255.4	-0.8%	유럽
29 Ireland	266.4	282.4	288.2	247.5	254.8	-1.1%	유럽
30 Norway	329.0	333.8	324.7	258.5	254.4	-6.2%	유럽

Source: 2016, Euromonitor

## Small Market 분석

총 47개 국가로 나타나며, 권역 별 시장규모와 성장률의 차이가 뚜렷함을 알 수 있음

### 과채 가공식품 시장규모 1억불 이상 국가

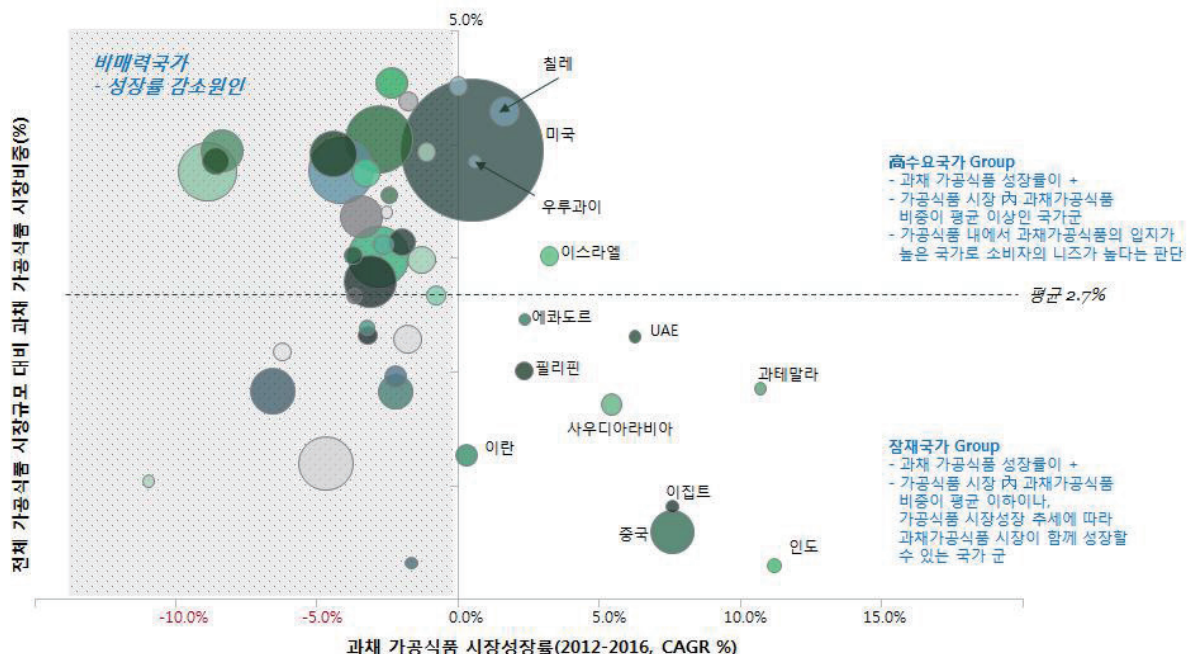
(USD Million)

Geography	2012	2013	2014	2015	2016	CAGR	권역
31 Austria	286.8	297.9	299.1	250.3	251.8	-3.2%	유럽
32 Philippines	210.2	226.0	223.5	227.0	230.7	2.4%	아시아
33 Ukraine	482.2	522.1	376.9	242.9	222.1	-17.6%	아시아
34 Portugal	251.6	264.7	260.4	217.4	216.3	-3.7%	유럽
35 Hungary	222.7	231.0	229.2	197.7	201.7	-2.4%	유럽
36 Czech Republic	202.4	207.2	198.4	170.0	174.2	-3.7%	유럽
37 Greece	191.6	190.0	194.0	165.1	168.0	-3.2%	유럽
38 India	103.8	114.0	130.8	145.6	158.7	11.2%	아시아
39 Uruguay	129.7	145.6	148.6	132.7	132.8	0.6%	라틴
40 Venezuela	320.3	306.7	61.3	58.7	125.1	-20.9%	라틴
41 Colombia	181.2	180.5	171.7	128.2	113.9	-11.0%	라틴
42 Croatia	124.4	132.2	134.4	111.0	112.3	-2.5%	유럽
43 Egypt	81.6	86.5	98.5	108.2	109.3	7.6%	아프리카
44 United Arab Emirates	84.9	92.0	97.0	103.0	108.3	6.3%	중동
45 Turkey	114.8	115.8	114.7	105.0	107.4	-1.7%	유럽
46 Ecuador	97.2	99.6	101.4	105.5	106.7	2.4%	라틴
47 Guatemala	67.8	75.7	85.2	93.9	101.9	10.7%	라틴

\* 총 47개국 중 한국 수출상위 국가는 총 7개국으로 상기 표에서 노란색으로 표시함

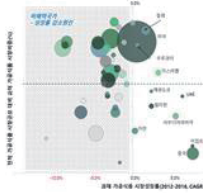
## Small Market 선정

과채 가공식품 시장성장률과 전체 가공식품 시장 대비 과채 가공식품 시장비중을 함께 고려해보면, 高수요국가 군과 잠재국가 군으로 나뉠 수 있음



## Small Market 선정

과채 가공식품 성장률이 (+)인 국가 중 10억 불 이상인 Big Market인 미국과 중국을 제외하면, 총 11개 국가로 주로 중동 지역과 라틴 아메리카 권역의 매력도가 높은 것으로 파악됨



	Small Market 선정 국가	2016 시장규모	과채가공/가공식품 시장비중(%)	CAGR	PB 침투율	권역
高수요 국가 Group	Chile	631.9	4.3%	1.6%	25.2%	라틴
	Uruguay	132.8	3.9%	0.6%	1.8%	라틴
	Israel	260.6	3.0%	3.2%	19.8%	중동
잠재 국가 Group	India	158.7	0.3%	11.2%	0.5%	아시아
	Philippines	230.7	2.0%	2.4%	2.2%	아시아
	Saudi Arabia	330.4	1.7%	5.4%	1.1%	중동
	Egypt	109.3	0.8%	7.6%	n/a	중동
	Iran	342.2	1.3%	0.3%	n/a	중동
	United Arab Emirates	108.3	2.3%	6.3%	3.2%	중동
	Ecuador	106.7	2.4%	2.4%	1.0%	라틴
	Guatemala	101.9	1.9%	10.7%	6.9%	라틴

## Big Market 분석

한편, 전 세계 과채 가공식품 시장 중 Big Market인 10억불 이상의 국가는 총 12개이며, 미국과 중국을 제외하고 모두 (-)성장을 보이고 있음

### 과채 가공식품 시장규모 10억불 이상 국가

(USD Million)

	Geography	2012	2013	2014	2015	2016	CAGR	권역
1	USA	14,458.5	14,510.0	14,517.5	14,625.7	14,764.8	0.5%	미주
2	France	3,805.3	3,993.2	4,001.2	3,357.0	3,398.4	-2.8%	유럽
3	United Kingdom	3,682.1	3,732.6	3,870.7	3,516.7	3,108.0	-4.1%	유럽
4	Germany	3,048.4	3,147.5	3,139.5	2,665.5	2,717.3	-2.8%	유럽
5	Russia	3,618.4	3,881.7	3,743.5	2,712.7	2,494.7	-8.9%	유럽
6	Japan	2,543.6	2,090.6	2,000.9	1,836.7	2,099.7	-4.7%	아시아
7	Italy	2,296.5	2,403.4	2,401.5	2,007.4	2,024.9	-3.1%	유럽
8	Canada	1,893.5	1,888.0	1,798.8	1,611.2	1,581.8	-4.4%	미주
9	Brazil	1,974.3	1,940.6	1,953.0	1,531.8	1,504.7	-6.6%	라틴
10	China	1,005.1	1,121.4	1,241.5	1,322.8	1,347.6	7.6%	아시아
11	Australia	1,794.7	1,648.3	1,569.5	1,299.6	1,265.9	-8.4%	오세아니아
12	Spain	1,427.8	1,472.7	1,435.2	1,215.8	1,241.7	-3.4%	유럽

Source: 2016, Euromonitor

## Big Market\_Pitfall

특히, 규모가 큰 Big Market일 수록 현지 대형 유통업체의 PB 저가 제품과의 경쟁이 불가피할 수 있어, PB 침투율이 높은 국가는 수출 가격경쟁력에 불리할 수 있음

### 미국 가공식품 유형별 PB 침투율

Penetration of Private Label by Category: % Value 2011-2016

% retail value rsp	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Baby Food	4.22	4.12	4.30	4.63	4.81	4.94
Baked Goods	14.50	14.36	14.84	14.57	14.66	14.87
Breakfast Cereals	10.46	10.55	10.50	10.31	9.79	9.14
Confectionery	2.45	2.55	2.73	2.67	2.60	2.47
Dairy	35.70	35.45	34.73	35.02	33.72	32.73
Edible Oils	41.12	41.24	40.90	39.56	40.21	41.23
Ice Cream and Frozen Desserts	15.47	15.16	14.77	14.24	14.55	14.59
Packaged Food	16.91	16.84	16.81	16.88	16.57	16.29
Processed Fruit and Vegetables	31.35	31.71	31.81	32.04	31.79	31.35
Processed Meat and Seafood	14.51	15.18	15.23	15.56	15.66	15.90
Ready Meals	8.90	9.44	10.19	10.65	10.98	11.49
Rice, Pasta and Noodles	18.13	17.91	17.49	17.43	17.96	17.34
Sauces, Dressings and Condiments	14.62	14.69	14.62	14.42	14.14	13.72
Savoury Snacks	8.56	8.71	8.96	9.06	8.93	8.77
Soup	15.51	14.92	14.55	14.51	13.58	13.23
Spreads	22.68	21.33	21.11	21.46	21.17	20.30
Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks	12.89	12.54	11.96	11.27	10.93	10.99

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, store checks, trade interviews, trade sources

대형 유통브랜드가 전체 유통제품군 중 30% 이상의 제품을 자체 저가브랜드로 제조하여 유통하는 것으로, 수출기업에게는 가격 경쟁력에 큰 챌린지가 됨

## Big Market 선정

즉, 초기 브랜드 파워가 없는 상황에서 가격 경쟁력 확보는 상당히 중요한 수출경쟁력으로 판단됨에 따라, 시장규모는 크나, 가급적 PB 침투율이 낮은 국가를 선정하는 것이 경쟁에서 유리함

### 과채 가공식품 Big 마켓(10억불이상) 별 PB 침투율

(USD Million)

	Geography	2016	CAGR(2012-2016)	과채가공/가공식품 시장비중(%)	PB 침투율 (과채가공시장)	가격전략
1	USA	14,764.8	0.5%	4.0%	31.4%	프리미엄 제품 진출
2	France	3,398.4	-2.8%	4.0%	48.8%	
3	United Kingdom	3,108.0	-4.1%	3.8%	44.9%	
4	Germany	2,717.3	-2.8%	3.0%	52.5%	
5	Russia	2,494.7	-8.9%	3.8%	6.7%	All
6	Japan	2,099.7	-4.7%	1.2%	7.7%	프리미엄 제품 진출
7	Italy	2,024.9	-3.1%	2.8%	39.1%	
8	Canada	1,581.8	-4.4%	3.9%	20.1%	All
9	Brazil	1,504.7	-6.6%	1.8%	6.3%	
10	China	1,347.6	7.6%	0.6%	0.7%	
11	Australia	1,265.9	-8.4%	3.9%	35.0%	
12	Spain	1,241.7	-3.4%	3.4%	49.4%	

과채 가공식품 시장에서 PB 침투율이 상대적으로 낮은 나라는 러시아, 일본, 브라질, 중국 등이며, PB 침투율이 높은 나라의 경우 PB 제품과의 경쟁을 피할 수 있는 프리미엄 제품으로 진출하는 것이 유리함

### 국가별 세부시장 매력도 평가

과채 가공품은 다음과 같은 수출품목으로 분류될 수 있으며, 수출 규모가 극히 적거나 품목(딸기, 파프리카, 토마토)과 관련없는 카테고리를 제외하면 2007, 2008, 2009 품목으로 압축할 수 있음

호	품명 [대한민국(2016년)]		수출규모 (2016)	비고
	한글	영문		
2001	식초 또는 초산으로 조제 또는 저장처리한 채소·과실·견과류와 기타 식용에 적합한 식물의 부분	Vegetables, fruit, nuts and other edible parts of plants, prepared or preserved by vinegar or acetic acid.	5,341천불	시장규모 작음
2002	조제 또는 저장처리한 토마토(식초 또는 초산으로 처리한 것을 제외한다)	Tomatoes prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid.	80천불	시장규모 작음
2003	조제 또는 저장처리한 버섯과 송로(식초 또는 초산으로 처리한 것을 제외한다)	Mushrooms and truffles, prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid.	28천불	품목 해당 사항 없음
2004	조제 또는 저장처리한 기타 채소(식초 또는 초산으로 처리한 것을 제외하고, 냉동한 것에 한하고, 제2006호의 물품을 제외한다)	Other vegetables prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid, frozen, other than products of heading 20.06.	2,904천불	시장규모 작음
2005	조제 또는 저장처리한 기타 채소(식초 또는 초산으로 처리한 것을 제외하고, 냉동하지 아니한 것에 한하고, 제2006호의 물품을 제외한다)	Other vegetables prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid, not frozen, other than products of heading 20.06.	80,382천불	품목 해당 사항 없음
2006	설탕으로 저장처리한 채소·과실·견과류·과피 및 식물의 기타 부분(드레인한 것, 설탕을 입히거나 설탕에 절인 것)	Vegetables, fruit, nuts, fruit-peel and other parts of plants, preserved by sugar (drained, glacé, #39e or crystallised).	878천불	시장규모 작음
2007	잼·과실젤리·마말레이드·과실 또는 견과류의 푸레 및 과실 또는 견과류의 페이스트(조리해서 얻어진 것에 한하며, 설탕 기타 감미료를 첨가한 것인지의 여부를 불문한다)	Jams, fruit jellies, marmalades, fruit or nut purée and fruit or nut pastes, obtained by cooking, whether or not containing added sugar or other sweetening matter.	9,193천불	✓
2008	기타의 방법으로 조제 또는 저장처리한 과실·견과류와 기타 식용에 적합한 식물의 부분(설탕 기타 감미료 또는 주정 첨가한 것인지의 여부를 불문하며, 따로 분류되지 아니한 것에 한한다)	Fruit, nuts and other edible parts of plants, otherwise prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit, not elsewhere specified or included.	224,379천불	✓
2009	과실주스(포도즙을 포함한다)와 채소주스(설탕 기타 감미료를 첨가한 것을 포함한 것인지 여부를 불문하며, 발효하지 아니한 것으로 주정을 함유하지 아니한 것에 한한다)	Fruit juices (including grape must) and vegetable juices, unfermented and not containing added spirit, whether or not containing added sugar or other sweetening matter.	49,206천불	✓

Source : 관세청, Trademap.org

### [HS : 2007]

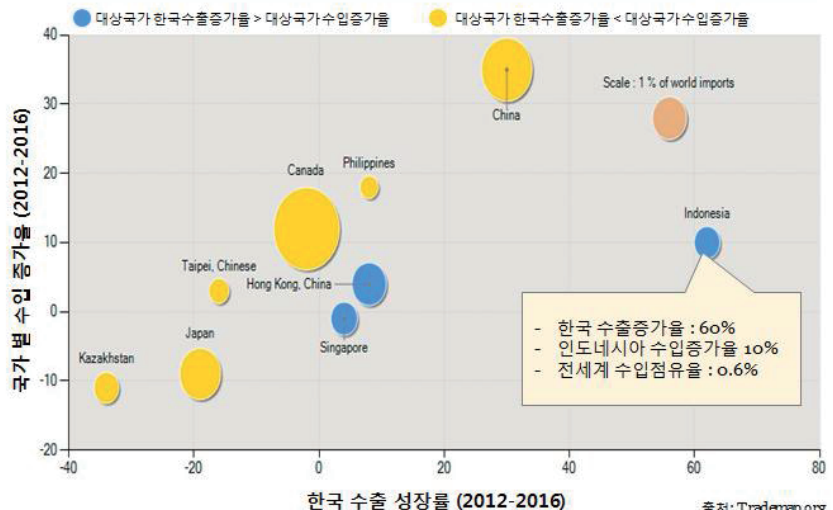
잼, 과실젤리, 마말레이드 과실 등을 수출하는 국가 중, 인도네시아, 싱가포르 및 홍콩은 최근 5년간 수출 증가율이 높으며, 상대적으로 타 국가로부터의 수입 증가율을 상회하고 있어 경쟁력이 높은 국가임

#### 수출액 주요 상위국가 Top10

순위	국가	수출금액	무역수지
1	Japan	5,263	5,214
2	Hong Kong	1,399	1,399
3	China	719	-6,302
4	Canada	488	307
5	Singapore	361	351
6	Malaysia	284	-204
7	Taipei	137	-820
8	Indonesia	131	125
9	Kazakhstan	93	93
10	Phillippines	81	-3,412
...	...	...	...
Total		9,193	-25,680

#### [HS : 2007] 주요 수출국가 별 경쟁력

- 2016년 기준, 전 세계 수출 규모는 약 9백만불 수준임
- 인도네시아, 홍콩, 싱가포르의 전 세계 수입증가율보다 한국에서 수출하는 증가율이 상대적으로 높은 국가로, 한국의 수출 경쟁력이 높은 것으로 나타남
- 중국과 필리핀은 한국과의 무역수지 적자가 높은 나라로 파악됨



[HS : 2008]

기타의 방법으로 조제 또는 저장처리한 과실을 수출하는 국가는 전반적으로 최근 5년간 수출 증가율이 높으며, 특히 독일과 중국은 타 국가로부터의 수입 증가율을 크게 상회하고 있어 경쟁력이 높은 국가임

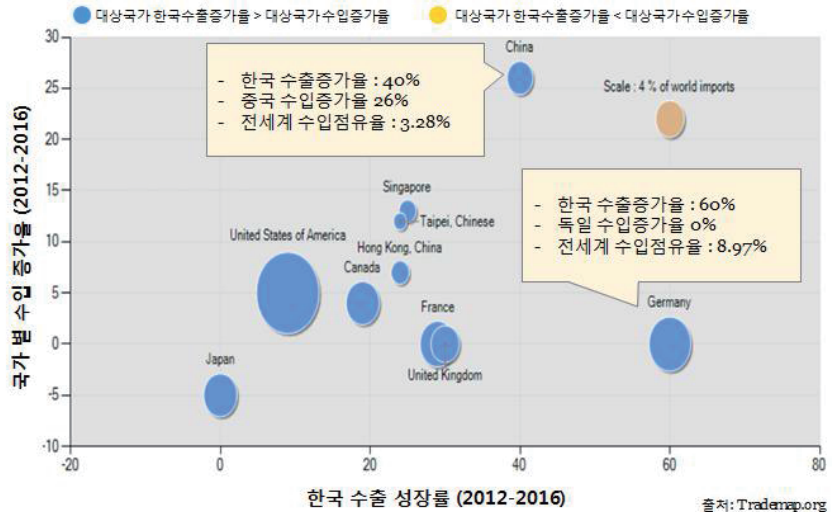
수출액 주요 상위국가 Top10

(단위: 천 USD)

순위	국가	수출금액	무역수지
1	China	85,195	-49,769
2	USA	77,733	37,269
3	Canada	13,296	9,459
4	Hong Kong	10,574	10,567
5	Taipei	9,754	8,986
6	Japan	5,489	3,083
7	France	4,036	2,063
8	Germany	3,472	3,106
9	United Kingdom	3,007	2,809
10	Singapore	2,446	2,339
...	...	...	...
Total		224,379	-34,456

[HS : 2008] 주요 수출국가 별 경쟁력

- 2016년 기준, 전 세계 수출 규모는 약 22만불 수준임
- 상위국가 10개국에 모두 수출 증가율이 높으며, 특히 독일과 중국은 전세계 수입증가율보다 한국의 수출 증가율이 상대적으로 높은 국가로, 한국의 수출 경쟁력이 높은 것으로 나타남
- 중국의 경우 무역 수지는 적자이나, 한국의 수출이 매우 높게 나타나는 국가임



[HS : 2009]

과실주스와 채소주스를 수출하는 국가 중, 최근 홍콩과 중국, 이스라엘로의 수출 증가율이 특히 높으며, 상대적으로 타 국가로부터의 수입 증가율을 상회하고 있어 경쟁력이 높은 국가임

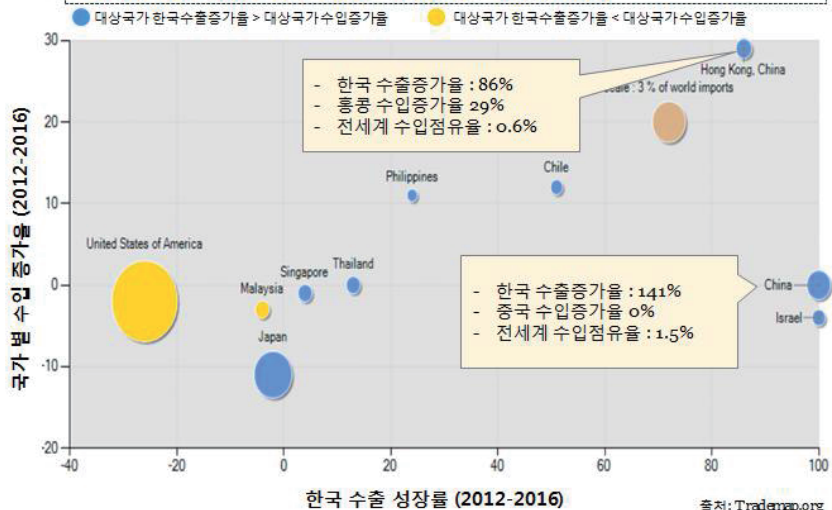
수출액 주요 상위국가 Top10

(단위: 천 USD)

순위	국가	수출금액	무역수지
1	China	29,757	23,788
2	Japan	8,352	7,293
3	Singapore	2,327	1,825
4	Israel	1,008	-4,883
5	Chile	998	-14,185
6	Malaysia	761	689
7	Philippines	751	-2,622
8	Hong Kong	748	705
9	USA	645	-51,861
10	Thailand	480	-16,577
...	...	...	...
Total		49,206	-100,817

[HS : 2009] 주요 수출국가 별 경쟁력

- 2016년 기준, 전 세계 수출 규모는 약 5만불 수준임
- 수출 상위국가 10개국 대부분에 수출 증가율이 높으며, 특히 홍콩, 중국, 이스라엘은 전세계 수입증가율보다 한국의 수출 증가율이 상대적으로 높은 국가로, 한국의 수출 경쟁력이 높은 것으로 나타남
- 미국과 태국, 칠레는 무역 수지는 적자가 높은 나라로 파악됨





## 국가 선정

결론적으로, 권역과 과채가공품 시장규모, 과채가공품 세부시장별 수출 규모를 고려할 때 총 28개 국가를 추려낼 수 있으며 ...

매력도 높은 권역

No.	국가	권역 구분	과채가공품 시장규모		과채가공품 세부시장 매력도		
			Big market	Small market	HS: 2007	HS: 2008	HS: 2009
1	일본	아시아	All	-	-	✓	✓
2	중국	아시아	All	-	-	✓	✓
3	인도네시아	아시아	-	-	✓	-	-
4	홍콩	아시아	-	-	✓	✓	✓
5	싱가포르	아시아	-	-	✓	✓	✓
6	대만	아시아	-	-	-	✓	-
7	필리핀	아시아	-	잠재국가	-	-	✓
8	태국	아시아	-	-	-	-	✓
9	인도	아시아	-	잠재국가	-	-	-
10	브라질	라틴아메리카	All	-	-	-	-
11	칠레	라틴아메리카	-	高수요	-	-	✓
12	우루과이	라틴아메리카	-	高수요	-	-	-
13	에콰도르	라틴아메리카	-	잠재국가	-	-	-
14	과테말라	라틴아메리카	-	잠재국가	-	-	-
15	미국	북미	프리미엄 Only	-	-	✓	-
16	캐나다	북미	프리미엄 Only	-	-	✓	-
17	호주	오세아니아	프리미엄 Only	-	-	-	-
18	러시아	유럽	All	-	-	-	-
19	독일	유럽	프리미엄 Only	-	-	✓	-
20	프랑스	유럽	프리미엄 Only	-	-	✓	-
21	영국	유럽	프리미엄 Only	-	-	✓	-
22	이탈리아	유럽	프리미엄 Only	-	-	-	-
23	스페인	유럽	프리미엄 Only	-	-	-	-
24	이스라엘	중동	-	高수요	-	-	✓
25	사우디 아라비아	중동	-	잠재국가	-	-	-
26	이집트	중동	-	잠재국가	-	-	-
27	이란	중동	-	잠재국가	-	-	-
28	UAE	중동	-	잠재국가	-	-	-

## 수출 확대 로드맵

...연도별 수출 로드맵을 고려할 때 다음과 같이 단계별로 수출 대상 국가를 선정할 수 있음

과채가공품 시장이 매우 발달해 경쟁이 치열한 국가로, 품목 경쟁력을 확보한 뒤 진입하여야 하는 국가

### 3단계 3년차

#### 과채가공품 Big Market 12개 국가<sup>3)</sup>

- 일본
- 중국
- 브라질
- 미국
- 캐나다
- 호주
- 러시아
- 독일
- 프랑스
- 영국
- 이탈리아
- 스페인

현재 과채가공품 시장 규모는 작으나 최근 성장성이 높게 나타나는 국가로, 수출 시 경쟁우위를 확보하기 용이한 국가

### 3단계 2년차

#### 과채가공품 잠재수요 8개 국가<sup>2)</sup>

- 인도
- 우루과이
- 에콰도르
- 과테말라
- 사우디 아라비아
- 이집트
- 이란
- UAE

과채가공품 세부시장 매력도를 기준으로 한국의 수출 증가율이 높은 국가를 선정

### 3단계 1년차

#### 수출 경쟁력 우위 8개 국가<sup>1)</sup>

- 인도네시아
- 홍콩
- 싱가포르
- 대만
- 태국
- 칠레
- 이스라엘
- 필리핀

## 13. 참고문헌

### (1) 농식품 해외시장 맞춤조사

- 베트남 인삼칩 해외시장보고서, 2016 농식품 해외시장 맞춤조사(aT)
- 중국 건조과일 해외시장보고서, 2016 농식품 해외시장 맞춤조사(aT)
- 일본 대추칩 해외시장맞춤보고서, 2016 농식품 해외시장 맞춤조사(aT)
- 일본 키위 해외시장맞춤보고서, 2016 농식품 해외시장 맞춤조사(aT)
- 베트남 홍삼차 해외시장맞춤보고서, 2017 농식품 해외시장 맞춤조사(aT)
- 대만 사과 주스 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 러시아 비스킷 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 러시아 인삼음료 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 러시아 티백커피 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 말레이시아 블루베리 잼 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 말레이시아 사과 주스 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 베트남 스위트 칠리 주스 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 싱가포르 사과 주스 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 우크라이나 냉도 만두 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 이란 프로바이오티스 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 인도네시아 어린이 영양제 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 인도네시아 어린이 음료 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 중국 BBQ 소스 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 카자흐스탄 감귤 2017 농식품해외시장 맞춤조사(aT)
- 베트남 신선 딸기 수출 시장 조사 2015 농림축산식품부, aT

### (2) 동남아시아 (농림축산식품부, aT)

- 대만 음료시장 조사

- 2015 FTA로 다시 보는 베트남
- 2016 검역타결품목조사 딸기, 사과, 토마토 베트남
- 2016 베트남 신선농산물 시장 조사
- 2015 FTA로 다시 보는 싱가포르
- 2015 인도네시아 할랄식품시장 진출 가이드
- 2015 오오사카지사 자체기획단신 23호
- 일본 건강식품, 기능성 음료, 해외시장 맞춤보고서
- 2016 일본식품시장 소비 트렌드
- 2017 일본 보건기능식품 제도 핸드북
- 홍콩 음료 시장 조사
- 중국 광둥성 음료 시장 조사
- 유아용 보리 음료 중국시장 진출 조사
- 중국 기능성 인삼 음료 시장 조사
- 2016 중국 검역 타결품목 조사(파프리카)
- 중국 잠재 품목 2선 도시
- 태국 딸기 해외시장 맞춤보고서
- 2016 태국 쌀 가공식품 현황
- 2016 FTA로 다시 보는 필리핀

(3) 북미 시장(농림축산식품부, aT)

- 2015 FTA로 다시 보는 캐나다
- 2016 검역타결 품목 조사 감귤-미국
- 2016 온라인 식품시장(미국, 캐나다)

(4) 유럽 및 호주 시장(농림축산식품부, aT)

- 독일 유기농 가공식품 시장 점유율 현황 조사
- 유럽 노년층 대상 식품 산업 전망
- 2015 FTA로 다시 보는 호주

(5) 신흥시장외 (농림축산식품부, aT)

- 2017 신흥시장클로즈업 남아메리카 공화국
- 2017 신흥시장클로즈업 브라질
- 2017 신흥시장클로즈업 이탈리아
- 2017 신흥시장클로즈업 인도
- 2017 신흥시장클로즈업 카자흐스탄
- 비과세장벽 이슈 인도 보조금
- 이란 할랄시장 심층조사
- 이스라엘 코셔식품시장 진출 가이드
- 이집트 할랄시장 심층조사
- 2014 한국농식품 수출 가이드북
- 2015 해외지사 해외시장 개척 성공사례집

(6) 기타

- 토마토 수출 연구 사업단, 연구기간 2011. 4~2014. 4.(3년 수행), 책임자 상명대학교 김영식 교수
- 과채류 공통수출연구사업단, 연구기간 2011. 2~2014. 2(3년), 책임자 서울 시립대학교 이용범 교수