

11-1543
000-002
316-01

발간등록번호

11-1543000-002316-01

한우

수출연구사업단

사전기획

연구

최종보고서

2018

농림축산식품부

수출연구사업단 R&D Report

한우 수출연구사업단 사전기획 연구 최종보고서

2018. 07. 12.

주관연구기관 / (재)전북생물산업진흥원

농림축산식품부

<제출문>

제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 “한우 수출연구사업단 사전기획 연구”(개발기간 : 2018. 04. 30 ~ 2018. 06. 29)과제의 최종보고서로 제출합니다.

2018. 07. 12.

주관연구기관명 : (재)전북생물산업진흥원 (대표자) 김 동수 (인)

주관연구책임자 : 이 승 제 (인)

국가연구개발사업의 관리 등에 관한 규정 제18조에 따라 보고서 열람에 동의 합니다.

<제출문>

제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 “한우수출연구사업단 사전기획 연구”(개발기간 : 2018. 04. 30 ~ 2018. 06. 29)과제의 최종보고서로 제출합니다.

2018. 07. 12.

주관연구기관명 : (재)전북생물산업진흥원 (대표자) 김 동수



주관연구책임자 : 이 승 제



국가연구개발사업의 관리 등에 관한 규정 제18조에 따라 보고서 열람에 동의 합니다.

<보고서 요약서>

보고서 요약서

과제고유번호	318055-1	해 당 단 계 연 구 기 간	2018.04.30~ 2018.06.29 (2개월)	단 계 구 분	해당단계
연구사업명	단 위 사 업	농식품기술개발사업			
	사 업 명	수출전략기술개발사업			
연구과제명	대 과 제 명	(해당 없음)			
	세부 과제명	한우수출연구사업단 사전기획 연구			
연구책임자	이 승 제	해당단계 참여연구원 수	총: 2명 내부: 2명 외부: 0명	해당단계 연구개발비	정부: 17,400천원 민간: 0천원 계: 17,400천원
		총 연구기간 참여연구원 수	총: 2명 내부: 2명 외부: 0명	총 연구개발비	정부: 17,400천원 민간: 0천원 계: 17,400천원
연구기관명 및 소속부서명	(재)전북생물산업진흥원 기술사업화팀			참여기업명 : 해당사항 없음	
국제공동연구	상대국명 : 해당사항 없음			상대국 연구기관명 : 해당사항 없음	
위탁연구	연구기관명 : 해당사항 없음			연구책임자 : 해당사항 없음	
※ 국내외의 기술개발 현황은 연구개발계획서에 기재한 내용으로 같음					
연구개발성과의 보안등급 및 사유	일반 보안사항을 포함하고 있지 않음				

9대 성과 등록·기탁번호

구분	논문	특허	보고서 원문	연구시설 ·장비	기술요약 정보	소프트 웨어	화합물	생명자원		신품종	
								생명정 보	생물자 원	정보	실물
등록·기탁 번호			Y								

국가과학기술종합정보시스템에 등록한 연구시설·장비 현황

구입기관	연구시설· 장비명	규격 (모델명)	수량	구입연월일	구입가격 (천원)	구입처 (전화)	비고 (설치장소)	NTIS 등록번호
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-

요약	보고서 면수
한우수출의 필요성 분석	02
한우수출에 따른 현장 애로사항 분석	05
한우 핵심수출 시장 분석(홍콩을 중심으로)	07
- 홍콩 시장 특성, 홍콩 쇠고기 시장 규모, 홍콩 쇠고기 소비 경향, 한우 수입동향, 한우수출연구사업단 구성 및 수행체계	- 12
한우수출에 대한 국내외 여건 분석	13
한우수출에 따른 검역·통관 현황 및 애로사항	20
한우수출 현지 유통구조 현황 및 마케팅 현황 분석	24
쇠고기 해외 수출시장 분야별 경쟁력 분석(생산분야, 품질분야, 가격경쟁력)	26
한우 수출경쟁력 종합 분석	41
국가별(일본, 호주, 미국) 쇠고기 수출 전략 사례 분석	45
한우수출 종합 전략 수립	53
연구개발의 목표 및 내용 수립	62
기술 중복 회피 및 기술 경쟁력 강화를 위한 특허 분석	64

<요약문>

<p>연구의 목적 및 내용</p>	<p>목적 : 한우수출 경쟁력 강화를 위한 수요 시장 분석 및 수출 전략 수립 내용 : - 한우 수출 가능성 분석 - 한우 수출 가능 시장 선정 및 진출 전략 수립 - 한우의 수출 주도형 제품 개발을 통한 안정적인 수요처 창출 - 한우 활용 개발 기술의 효과적인 시장 진입 및 점유와 안정적인 수요처 확보 - 한우의 생산, 가공 및 마케팅 전 영역에서 필요한 정보의 수집과 정책 방향 제시</p>				
<p>연구개발성과</p>	<p>한우수출의 필요성 분석 한우수출에 따른 현장 애로사항 분석 한우 핵심수출 시장 분석(홍콩을 중심으로) - 홍콩 시장 특성, 홍콩 쇠고기 시장 규모, 홍콩 쇠고기 소비 경향, 한우 수입동향, 한우수출연구사업단 구성 및 수행체계, 수출목표의 타당성 확보 및 운영계획 수립 한우수출연구사업단 사전 연구 성과 한우수출에 대한 국내외 여건 분석 한우수출에 따른 검역·통관 현황 및 애로사항 한우수출 현지 유통구조 현황 및 마케팅 현황 분석 쇠고기 해외 수출시장 분야별 경쟁력 분석(생산분야, 품질분야, 가격경쟁력) 한우 수출경쟁력 종합 분석 국가별(일본, 호주, 미국) 쇠고기 수출 전략 사례 분석 한우수출 종합 전략 수립 연구개발의 목표 및 내용 수립 추진 전략 및 추진 체계 수립 기술 중복 회피 및 기술 경쟁력 강화를 위한 특허 분석</p>				
<p>연구개발성과의 활용계획 (기대효과)</p>	<p>한우수출 시장 및 잠재시장에 대한 기초전략 자료로 활용 한우수출가능성 가능성 확인 및 추진 자료로 활용 한우수출 과정 및 유통과정에서 발생하는 품질안전성 문제 해결 가능 현장애로 해결연구 및 수출 경쟁력 확보방안 등 수출활성화 기반기술 활용 가능 한우수출연구사업단 구성, 운영 및 종료시 출구 전략 제시 한우수출 기술력 보급을 통한 수출업체 경쟁력 강화 기대 한우수출 시장 확보를 통한 내수 안정화 및 수출기업체의 경제적 매출 증대</p>				
<p>국문핵심어 (5개 이내)</p>	<p>한우</p>	<p>수출가공품</p>	<p>한우 품질표준화</p>	<p>고급 신선육</p>	<p>식육 가공 제품</p>
<p>영문핵심어 (5개 이내)</p>	<p>Korean native cattle</p>	<p>Export processed product</p>	<p>Meat standardization</p>	<p>High-quality fresh meat</p>	<p>Meat processed product</p>

※ 국문으로 작성(영문 핵심어 제외)

<본문목차>

< 목 차 >

1. 연구개발과제의 개요	01
2. 연구수행 내용 및 결과	05
3. 목표 달성도 및 관련 분야 기여도	68
4. 연구결과의 활용 계획 등	69
붙임. 참고 문헌	70

<별첨> 주관연구기관의 자체평가의견서

1. 연구개발과제의 개요

1-1. 연구개발 목적

□ (국가적 측면)

- 한우 이미지 및 가치價値 수출을 통한 대한민국 국격國格 상승
- 한우 수출 활성화를 통한 국내 수급 조절 출구 마련 기반 조성
- 한우韓牛, 한식韓食 그리고 K-POP 연계형 이미지 상승을 통한 국내 관광산업 활성화

□ (사육농가 측면)

- 국내 한우 수급(물량, 가격) 조절 기능
- 구제역 청정 국가 실현을 통한 국내 한우 사육농가 경제적 기반 마련
- 한우 수급 조절 기반 조성(수출을 통한 내수 안정화 및 안정적 수출 물량 확보)
- 한우 수출을 통한 축산 전반에 대한 수출 파급효과 발생

□ (수출기업 측면)

- 한우 기존 시장 기반 확보 및 신규 출구 수출 시장 확보
- 프리미엄 한우 제품 수출로 수출대상국 소비자 인식 전환
- 한우(가공품 포함) 수출 700억 및 고용 창출 85명 목표(사업종료 5년까지)

□ (한우수출사업단 측면)

- 한우 수출을 위한 농가-기업체-정부를 연결하는 Networking Hub 역할 수행
- 한우수출 애로기술 지원을 통한 신규 수출 시장 진입 전략 개발
- 한우의 글로벌 이미지 홍보 정책 및 수출 안정화 전략 개발

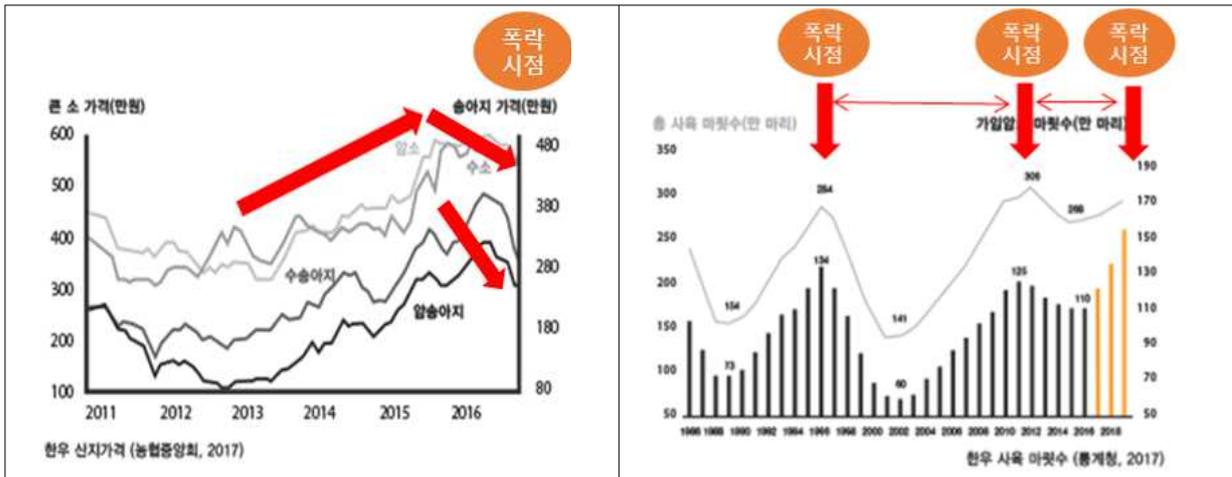
1-2. 연구개발의 필요성

□ 국내 한우산업의 현주소

- FTA 등 쇠고기 국내 수입량 증가 추세에 따른 한우 소비시장 감소
 - 2017년 총수입물량 13만 3716톤 기준 미국(48.4%) > 호주(42.8%) > 뉴질랜드(6.0%) > 캐나다(1.4%) 수입 순
 - 수입산 쇠고기 증가로 인한 국산 한우 소비량의 급격한 감소 추세(2013년 261만톤→2016년 219만톤)
 - 수입산 쇠고기 영향으로 국산 한우 자급율의 급격한 감소 추세(2013년 50.1%→2016년 37.7%)



- 구제역 발생 등 환경적 요인으로 인한 적정 한우 생산량 유지의 어려움
 - 한우 산지 가격 하락세에 따른 사육 농가 경영상 어려움 발생에 따른 대책 마련 필요
 - 한우가격은 사육두수가 1996년 294만두 수 그리고 2012년 300만두 수에 이르렀을 때 폭락 사례 경험
 - 한우의 사육두수가 2020년경 약 300만두 수로 예상됨에 따라 해외 시장으로의 출구 전략이 필요함



□ 정부정책 방향

- 한우 농가의 생산 안정화 정책
 - 농림축산식품부는 국내 한우 농가의 생산 안정화를 목적으로 송아지 생산 안정 사업, 사육관리 및 구제역 예방 정책을 우선시 진행하고 있음
 - 향후 한우의 생산량이 300만두 이상 증가될 것으로 예상되어 짐에 따라 새로운 수출 시장 개척을 준비해야

하는 시점임

○ 우수 축산물 브랜드 육성 정책

- 우수 축산물 브랜드 육성정책은 국내 축산물 시장의 차별화 및 경쟁력 제고를 위해 축산 브랜드 경영체에게 운영자금 지원을 주는 정책임
- 동 정책은 1991년부터 실시되었으며, 전문 경영체 중심의 일괄경영(생산~유통)을 통해 양축 농가에서 고품질 축산물 생산에 전념할 수 있도록 지원해주는 제도임
- 정부는 우수 축산물 브랜드 육성을 위해 2000년부터 축산물 브랜드 경진대회 및 전시회 개최 등을 실시하였으며, 2004년부터 우수 축산물 브랜드 육성 및 인증 사업, 축산물 브랜드 컨설팅 사업 등을 수행하고 있음

〈표〉 우수 축산물 브랜드 육성정책

구분	주요 내용
추진목표	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 소비자에게 감동을 주는 고품격 브랜드로 정착 (2017년까지 브랜드경영체 사육비중 60%로 확대) ▪ 규모화, 차별화 등을 통해 국내산 축산물의 경쟁력 확보
추진방향	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 소규모(small) → 통합(integrated) ▪ 우수(good) → 명품브랜드(premium)
추진전략	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 소규모 브랜드 통합으로 규모화·광역화 <ul style="list-style-type: none"> - 브랜드경영체 선정방식 및 지원기준 강화 - 평가체계 및 정책자금 지원방식 개선 ▪ 우수 브랜드를 고품격 브랜드로 발전 <ul style="list-style-type: none"> - 브랜드별 가축개량 및 고품질 생산기반 구축 - 깨끗한 농장환경 조성, 위생 및 안전성 제고 - 브랜드 축산물 유통 차별화(브랜드육 타운 조성, 직영 유통시설 지원 확대) ▪ 차별화된 컨설팅, 교육, 홍보로 성장 뒷받침

자료 : 축산유통종합정보센터(2015), 우수 축산물 브랜드 육성정책(www.ekapepia.com).

○ 쇠고기 이력제 육성 정책

- 쇠고기 이력제는 쇠고기의 위생 및 안전 문제 발생 시 신속히 대응하기 위해 소의 출생부터 판매까지 정보를 기재관리하는 제도임
- 2004년 일부 브랜드 경영체와 지자체를 중심으로 시범사업을 추진한 이후, 2008년 말부터 단계적(사육단계 → 유통단계)으로 쇠고기 이력제가 시행됨
- 농림수산물식품부가 사업운영의 총괄 및 지도 감독을 담당하며, 농산물품질관리원은 판매 단계 보고 및 출입 검사 등을 담당하고, 농림수산물검역검사본부는 수입된 소에 대한 개체식별번호 부여, 질병 및 역학조사 등을 담당함
- 쇠고기 이력제는 수출대상국 소비자의 신뢰도 확보에 중요한 요소로서 한우 수입국 바이어가 선호하는 인증 시스템으로 향후 수출활성화에 중요한 부분을 차지할 것으로 판단됨

□ 대한민국 대표 수출상품으로서의 한우韓牛

○ 대한민국大韓民國 국격國格 상승 대표상품 발굴 필요

- 대한민국의 정통성과 한식의 우수성을 연계한 대표 수출상품 필요
- 한우韓牛는 세계적으로 유일한 단일 순수 품종으로 확인되었으며 대한민국 농축수산업에서 유일한 국산 고유 유전자원임(국립축산과학원 축종별 품종 해설 중)

- 세계적으로 유일한 품종과 품질을 보유하고 있는 한우Hanwoo와 K-FOOD 그리고 K-POP 문화를 연계시키면 세계화 진출이 가능할 것으로 판단됨
- 일본의 식품 세계화(생선→스시) 전략을 통한 일본 이미지 개선 효과 주목 필요(스시 외교 →전범국 일본의 이미지 탈피 및 경제 활성화 정책)
- 한우韓牛 민족문화 100대 유산 등재에 따른 지속적 홍보 필요
 - 문화체육관광부 주관 민족문화 100대 유산에 한우가 등재된 바 있음(2006)
 - 국내 생산되고 있는 농축수산물 가운데 한우가 유일하게 등재됨
 - 한우의 고유자원과 품질 우수성과 대한민국의 문화를 동시에 홍보하는 중요한 자원으로 판단됨
- 한우는 5천년 한반도 역사의 민족산업民族産業
 - 한우는 오래전부터 농경산업과 국민의 식문화를 대변하는 민족산업
 - 한국 및 한반도의 농경 역사와 맥을 같이 하는 한우산업
 - 산업화 이후 국민의 고품질 먹거리 문화를 창조하고 있는 한우산업

1-3. 연구개발 범위

- 한우 수출 가능성 분석
- 한우 수출 가능 시장 선정 및 진출 전략 수립
- 한우의 수출 주도형 제품 개발을 통한 안정적인 수요처 창출
- 한우 활용 개발 기술의 효과적인 시장 진입 및 점유와 안정적인 수요처 확보
- 한우의 생산, 가공 및 마케팅 전 영역에서 필요한 정보의 수집과 정책 방향 제시

2. 연구수행 내용 및 결과

2-1. 한우수출에 따른 현장 애로사항 분석

한우 수출 애로사항
<ul style="list-style-type: none">□ 생산 농가<ul style="list-style-type: none">○ 비주기적 구제역 발생 분야<ul style="list-style-type: none">- 수출 금지 및 제한으로 수급 조절의 어려움 발생○ 한우의 안정적 수급조절 분야<ul style="list-style-type: none">- 수출용 한우 수급(구매, 도축, 등급)의 해결방안 제시 필요□ 한우수출 기업체<ul style="list-style-type: none">○ 수출용 한우의 품질 경쟁력 분야<ul style="list-style-type: none">- 프리미엄 한우의 품질 안정성 문제- 도축→포장→수출→소비자 전과정에 대한 품질 모니터링을 통한 수출경쟁력 확보○ 한우 수출경쟁력 확보 분야<ul style="list-style-type: none">- 항공 및 선박 수출에 따른 경쟁력 확보방안(선박 수출시 운송경비 1/4 절감 효과 발생,- 항공 200만원→선박 50만원/홍콩)□ 한우 관련 유관 기관<ul style="list-style-type: none">○ 일부 수출업체의 자체 수출 운영 규정 무시<ul style="list-style-type: none">- 한우 냉동육 및 덤핑 수출에 따른 이미지 훼손○ 수출국에 대한 정보 제공 분야<ul style="list-style-type: none">- 수출국에 대한 시장 현황 및 소비 동향 정보 부족○ 한우수출 대상국 진성 바이어 확보 분야<ul style="list-style-type: none">- 수출활성화 방안 및 가격물량 등 경쟁력 확보 방안○ 수출국 현지 유통·마케팅·홍보 전략 분야<ul style="list-style-type: none">- 현지 시장조사(도매, 소매, 대형 마트, 레스토랑 등)를 통한 마케팅 방안 마련- 지속적인 홍보자료 보급을 통한 한우의 이미지 각인 효과 전략 마련○ Networking Hub 역할 필요<ul style="list-style-type: none">- 수출 시장 및 경쟁력 확보를 위한 수출 지원센터 창구 단일화 필요- 한우 수출 활성화 정부정책 제안 필요

2-2. 애로사항 해결 방안 제시

전략적 해결 방안 제시	
□ 생산 농가	
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 안정적 한우 수급 방안 <ul style="list-style-type: none"> - 전국 4개 광역권 수출용 한우 전문단지 조성 - 수출용 한우 전문단지 활성화를 통한 구제역 발생 시 효과적 대응 방안 연구 ○ 비주기적 구제역 발생 억제 방안 <ul style="list-style-type: none"> - 클린 한우 사육관리 매뉴얼 개발 - 클린 한우 축사관리 매뉴얼 개발
□ 한우수출 기업체	
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출용 한우의 품질 경쟁력 확보 분야 <ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 한우의 품질 유지 및 유통기한 연구 - 한우 품질 모니터링 기술 개발 - 한우 품질 안정화 지능형 필름포장재 개발
□ 한우 관련 유관 기관(협회, 대학, 기관 등)	
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 일부 수출업체의 수출 운영 규정 준수 <ul style="list-style-type: none"> - 한우수출협의회 구성 - 강력한 제재권 부여 방안(농림부와 협의) ○ 수출국에 대한 정보 제공 분야 <ul style="list-style-type: none"> - 수출국에 대한 시장 현황 및 소비 동향 안내 ○ 체계적인 홍보 마케팅 전략 필요 <ul style="list-style-type: none"> - 홍보 및 마케팅 프로모션 전략 필요 ○ 수출국 대형 바이어 확보 방안 <ul style="list-style-type: none"> - 수출활성화 전략의 일환 및 한우 이미지 상승 - 가격 경쟁력 유지 방안 ○ 수출국 현지 유통 현황 조사 <ul style="list-style-type: none"> - 도매, 소매, 대형 마트, 레스토랑 등 ○ Networking Hub 역할 필요 <ul style="list-style-type: none"> - 수출 시장 및 경쟁력 확보를 위한 수출 지원센터 창구 단일화 필요 - 일관 정책(가격·물량·홍보)개발 - 한우 수출 활성화 정부정책 제안 필요
	
	

2-3. 한우 핵심수출 시장 분석(홍콩을 중심으로)

□ 홍콩 시장의 특성



명칭 : 중화인민공화국
 홍콩 특별행정구
인구 : 약 716만명
국민소득 : 3만 8천 달러
특징 : 소득의 빈부격차 심함
 중국과 일일생활권
 가격 경쟁력이 높음
 실용적 구매 및 가격 중시
 쇼핑 천국, 연중 구매 시즌
 테스트 마켓 도시

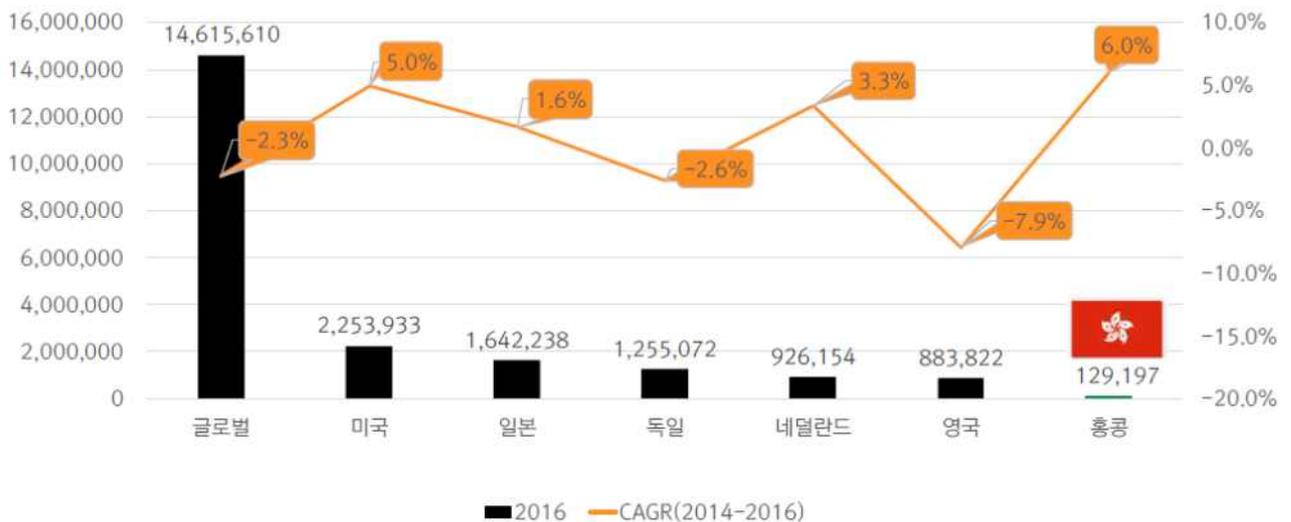
- 최고기 1인당 소비량이 글로벌 3위 (114.3 파운드/1인당/1년)
- 서양식 스테이크나 고가의 일본식 구이 문화를 선호
- 고급육 시장-일본산 화우(와규), 중가 시장-호주 및 미국산 소고기, 저가육 시장-브라질 및 인도산
- 중저가 소고기 시장은 소비자들의 가격 민감도가 높아 세계 각국의 경쟁이 치열한 실정임
- 홍콩시장에서 최고급 소고기 브랜드로 자리 잡은 일본 화우는 고급 레스토랑과 슈퍼마켓 중심 고가 판매
- 일본 정부와 수출업체의 지속적 마케팅 영향으로 일본 화우는 원전사고에도 불구하고 홍콩 소비자들의 신뢰도가 높음
- 홍콩으로 수입되는 소고기 도매가격은 일본산이 타 국가에 비해 5배 이상 높은 가격을 형성
- 수입업체 마진은 수입가격의 15~20% 수준
- 소매업체 마진은 수입 또는 도매가격의 30~50% 수준

□ 홍콩 쇠고기 시장 규모

○ 글로벌 HS CODE 0201.30 수입액 규모 및 증감률

- 홍콩 시장에 수입되는 쇠고기 수입 규모는 약 130억 달러 규모이며, 연평균 6% 증감률을 기록하고 있음

(단위 : 천 달러, %)



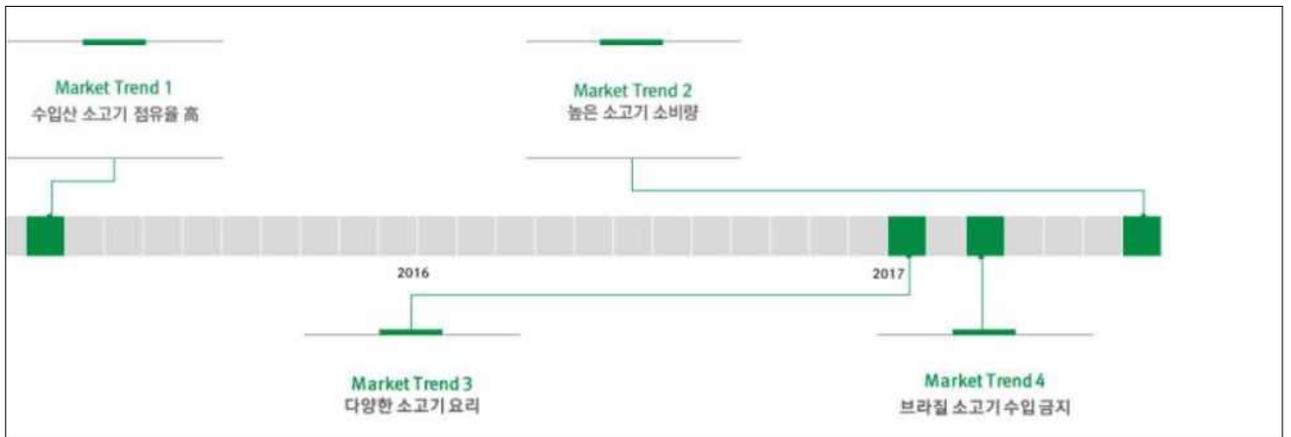
〈표〉 글로벌 HS CODE 0201.30 수입액 규모(2014~2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	15,299,030	14,813,391	14,615,610	100.0%	-2.3%
1 미국	2,045,061	2,486,509	2,253,933	15.4%	5.0%
2 일본	1,589,374	1,496,368	1,642,238	11.2%	1.6%
3 독일	1,322,973	1,229,214	1,255,072	8.6%	-2.6%
4 네덜란드	867,380	910,717	926,154	6.3%	3.3%
5 영국	1,042,753	1,014,672	883,822	6.0%	-7.9%
21 홍콩	101,733	115,005	129,197	0.9%	6.0%
기타	8,330	7,561	7,525	51.5%	-5.0%

□ 홍콩 쇠고기 소비 경향

- 홍콩 소비 경향 분석



○ 수입산 쇠고기 점유율 고

- 홍콩은 토지자원이 한정된 국가로 식품의 90% 이상을 수입에 의존하고 있음
- 쇠고기 등의 육류 대부분을 수입에 의존하고 있으며 주로 수입산 쇠고기를 섭취
- 주로 미국, 브라질, 호주 등지에서 쇠고기를 수입함
- 홍콩은 수입 쇠고기에 대한 관세가 부가되지 않으며 고가부터 저가 제품까지 다양하게 판매
- 쇠고기는 살코기, 뼈있는 고기, 식용 부산물 등으로 냉동 또는 냉장의 형태로 수입
- 한우의 경우 2015년 12월 위생검역협정이 체결된 후 현재까지 냉장제품 고급화 전략으로 대형 유통매장 및 고급 스테이크 레스토랑에 공급되고 있으며, 홍콩 내 수출을 확대하는 추세임

〈그림〉 홍콩 Citysuper 내에서 판매되고 있는 한우 제품



○ 쇠고기 소비량 高

- 홍콩 현지인들은 육류를 즐겨 섭취하며 특히 쇠고기 소비량이 타 국가에 비해 높음
- 1인당 쇠고기 소비량이 1인당 114.3 파운드, 글로벌 3위로 타 국가에 비해 월등히 높음 (미국 USDA 발표 자료)
- 이와 같은 소비량은 자체 소비량도 있지만, 홍콩을 방문하는 외국 관광객의 소비와 연관성이 있음
- 홍콩은 타국가에 비하여 소득 수준이 높아 등급이 높은 쇠고기를 주로 섭취하고 있음
- 한우는 마블링이 좋은 1+ 등급 이상의 고급육 수출을 통한 소비자 공략을 하고 있음

〈표〉 연간 국가별 1인당 쇠고기 소비량 순위(2016)

순위	국가	쇠고기 소비량	인구 수	1인당 쇠고기 소비량
1	우루과이	427,696,280	3,444,071	124.2
2	아르헨티나	5,269,041,800	43,847,277	120.2
3	홍콩	839,960,220	7,346,248	114.3
4	미국	25,714,687,680	324,188,787	79.3
5	브라질	16,532,445,380	209,567,920	78.9
6	파라과이	489,425,640	6,725,430	72.8
7	호주	1,580,712,540	24,309,330	65.0
8	캐나다	2,094,389,000	36,286,378	57.7
9	카자흐스탄	981,055,900	17,855,384	54.9
10	칠레	952,395,840	18,131,850	52.5

출처 : FAS/USDA(www.fas.usda.gov)

○ 다양한 쇠고기 요리 多

- 요리문화 발달로 다양한 요리를 통한 쇠고기 섭취
- 전통적인 쇠고기 볶음, 쇠고기 완자형태의 국수나 탕 요리 재료로 대중적으로 사용되고 있음
- 최근 홍콩 현지인들은 쇠고기를 주로 스테이크나 샤브샤브 또는 구이용으로 섭취하고 있음

〈그림〉 홍콩 현지의 인기있는 쇠고기 요리



○ 브라질 쇠고기 수입 금지

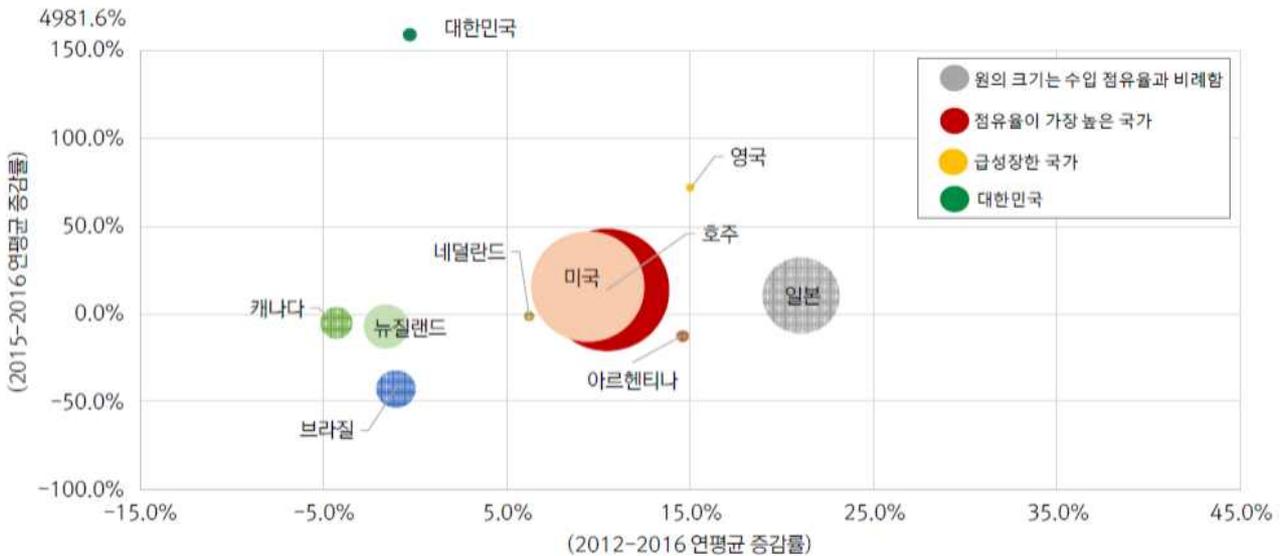
- 브라질에서 축산업자들이 무더기로 불량 고기 유통 사실이 드러나, 홍콩 식품 당국이 브라질산 쇠고기 및 돼지고기의 수입을 금지함

□ 한우 수입 동향

○ 홍콩 내 한국산 한우 수입액 2개년 연평균 4,981% 증가

- 2016년 기준 홍콩 내 한국산 HS CODE 0201.30.00 (뼈 없는 쇠고기)의 수입 규모는 249만 달러로 7위에 등극함
- 한국산은 2014년 수입액이 전무하였으나, 2015년과 쇠고기 수출 검역 타결을 이루면서 2016년까지 4,981.6%의 큰 폭의 증가세를 나타내고 있음

〈표〉 홍콩 HS CODE 0201.30.00 수입 점유율 비교(2012~2016)

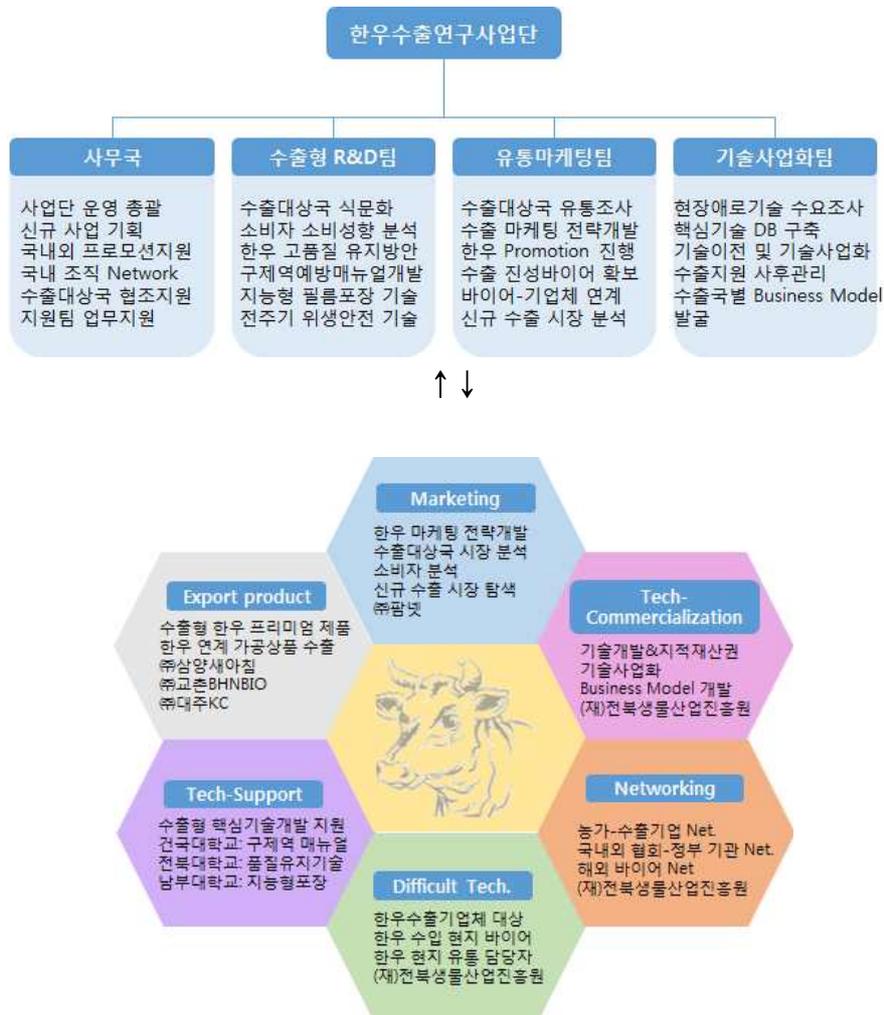


〈표〉 홍콩 HS CODE 0201.30.00 수입액 규모(2014~2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	101,733	115,005	129,197	100.0%	12.7%
1 호주	39,394	44,827	50,902	39.4%	13.7%
2 미국	32,973	34,643	40,051	31.0%	10.2%
3 일본	13,498	21,015	23,226	18.0%	31.2%
4 뉴질랜드	5,329	5,230	4,865	3.8%	-4.5%
5 브라질	3,670	5,154	2,956	2.3%	-10.3%
7 대한민국	0	49	2,490	1.9%	4981.6%(2015-2016)
기타	7	4	5	3.6%	-17.2%

2-4. 한우수출사업단 조직 체계도 및 핵심 업무 분야



2-5. 한우수출에 대한 국내 여건 분석

1) 국내 한우 사육·생산·소비 현황

□ 사육현황

- [사육두수] 국내 소 사육두수는 최근 11년간(2004~2014년) 연평균 1.63% 상승함
 - 한우의 경우, 연평균 2.51%(2004년 147만 두 → 2014년 267만 두)로 크게 증가함
 - 한우 사육두수는 한우가격 상승에 따라 꾸준히 증가하였으나, 정부와 농협중앙회가 한우 과잉공급 대책인 '2012년 한우암소 감축사업'을 추진함에 따라 감소세로 전환되었음

<표> 우리나라의 연도별 소 사육두수

(단위 : 천 두)

연도	소			연도	소		
	한우	육우	젖소		한우	육우	젖소
2004	2,163	1,473	193	2010	3,351	2,762	160
2005	2,297	1,633	185	2011	3,353	2,820	130
2006	2,484	1,841	178	2012	3,479	2,933	126
2007	2,654	2,034	167	2013	3,342	2,810	108
2008	2,876	2,269	161	2014	3,190	2,670	89
2009	3,079	2,477	158	연평균 증가율	3.96%	6.13%	-7.45%
							-1.41%

자료 : 통계청(2015), 가축동향조사(www.kostat.go.kr).

□ 도축현황

- [도축두수] 국내 소 도축두수는 2004년 57.6만 두, 2013년 107만 두로 연평균 7.13% 증가함
 - 한우 도축두수는 연평균(2004~2013년) 12.8% 증가하였으며, 2013년 전체 소 도축두수의 89.7%를 차지함
 - 반면, 육우 도축두수는 연평균(2004~2013년) 9.7%, 젖소 도축두수는 연평균 7.3%로 감소함
- 한우 도축두수는 2013년까지 연평균증가율(2004~2013년) 12.83%로 꾸준히 증가함
 - 한우 도축두수 증가의 원인은 사육두수 증가에 따른 출하두수의 증가 및 한우의 경락 가격 약세에 의한 사육의향 감소, 정부의 암소 감축사업 등임
 - 그러나 사육두수의 감소 추세에 따라 도축두수 또한 감소할 것으로 예상됨

<표> 우리나라의 연도별 소 도축두수

(단위 : 두, %)

연도	한우		육우		젖소		합계
	비중	비중	비중	비중			
2004	324,442	56.3	161,104	27.9	91,028	15.8	576,574
2005	391,302	63.4	138,561	22.7	82,609	13.5	612,472
2006	425,468	67.5	126,823	20.1	78,167	12.4	630,458
2007	493,879	72.2	122,166	17.9	67,811	9.9	683,856
2008	589,282	76.6	115,633	15.0	64,068	8.3	769,432
2009	643,543	79.0	113,007	13.8	58,463	7.2	815,014
2010	603,300	80.2	91,000	12.1	58,228	7.7	752,528
2011	720,375	84.5	94,352	11.1	37,846	4.4	852,573
2012	845,090	87.1	79,457	8.2	45,754	4.7	970,302
2013	961,853	89.7	64,107	6.0	45,937	4.3	1,071,897
연평균증가율	12.83%		-9.73%		-7.32%		7.13%

자료 : 농림축산검역본부(2015), 연도별 소 도축두수(www.qia.go.kr).

□ 생산량

- 최근 10년간(2004~2013년) 국내 육류 생산량은 연평균 3.4% 증가함
 - 쇠고기 생산량은 2004년 14만 5천 톤, 2013년 26만 톤으로 연평균 6.7% 증가함
 - 쇠고기 생산량은 도축두수가 감소한 2010년 제외, 사육두수 및 출하두수 증가로 지속적인 상승세임

<표> 국내 육류 생산량

(단위 : 천 톤)

연도	육류			연도	육류				
	쇠고기	돼지고기	닭고기		쇠고기	돼지고기	닭고기		
2004	1,176	145	749	287	2009	1,329	198	722	409
2005	1,170	152	701	301	2010	1,386	186	764	436
2006	1,176	158	677	349	2011	1,246	216	574	456
2007	1,251	171	706	280	2012	1,448	234	750	464
2008	1,260	174	709	377	2013	1,586	260	853	473

자료 : 농림축산식품부(2014), 2014 농림수산물 주요 통계.

□ 소비량

- 1인당 쇠고기 소비량은 2004년 6.8kg, 2013년 10.3kg으로 연평균(2004~2013년) 4.72% 증가함
 - 쇠고기 소비량이 증가한 가장 큰 이유는 쇠고기 가격의 하락임
 - 그 외 원인으로는 국내 소비자들의 소득수준 향상, 서구화된 식습관, 육류 중심의 외식 산업 발달 등이 있음

<표> 국내 1인당 육류 소비량

(단위 : kg)

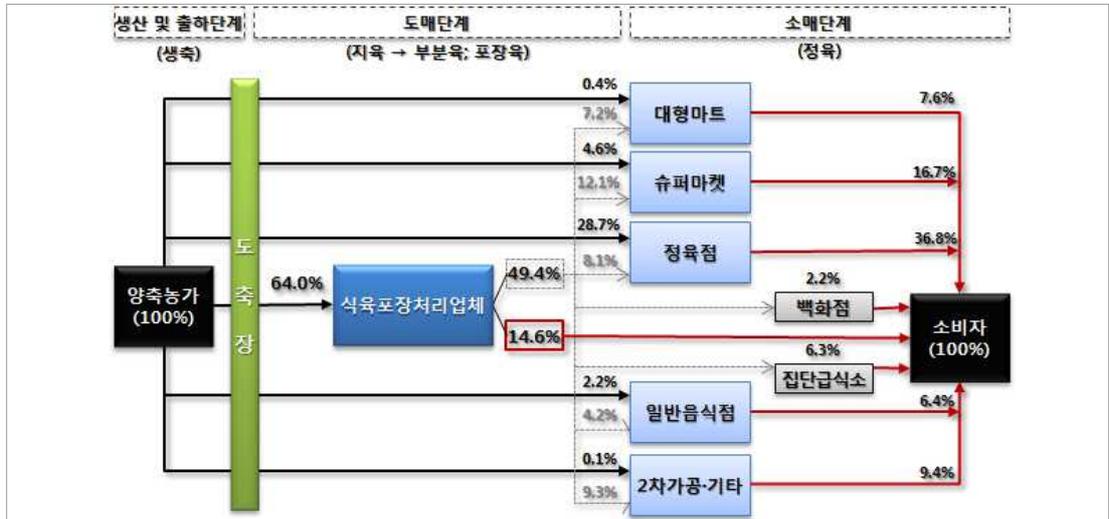
연도	육류			연도	육류				
	쇠고기	돼지고기	닭고기		쇠고기	돼지고기	닭고기		
2004	31.3	6.8	17.9	6.6	2009	36.8	8.1	19.1	9.6
2005	32.1	6.6	17.8	7.5	2010	38.8	8.8	19.3	10.7
2006	33.6	6.8	18.1	8.6	2011	40.6	10.2	19	11.4
2007	35.4	7.6	19.2	8.6	2012	40.5	9.7	19.2	11.6
2008	35.4	7.5	19.1	9	2013	42.7	10.3	20.9	11.5

자료 : 농림축산식품부(2014), 2014 농림수산물 주요 통계.

□ 국내산 쇠고기 유통체계

- 국내산 쇠고기의 유통구조는 2~4단계로 이루어지며, 각 유통단계마다 다수의 전문 유통주체가 존재함
 - 우리나라의 경우 대형축산기업의 부재로 인해 도매단계 시장가격이 불안정한 경향을 보임
 - 국내산 쇠고기는 소매단계에서 외식업체 보다는 유통업체 및 정육점을 통해 소비자에게 직접 도달하는 비중이 높은 것으로 나타남

<그림> 국내산 쇠고기 유통구조

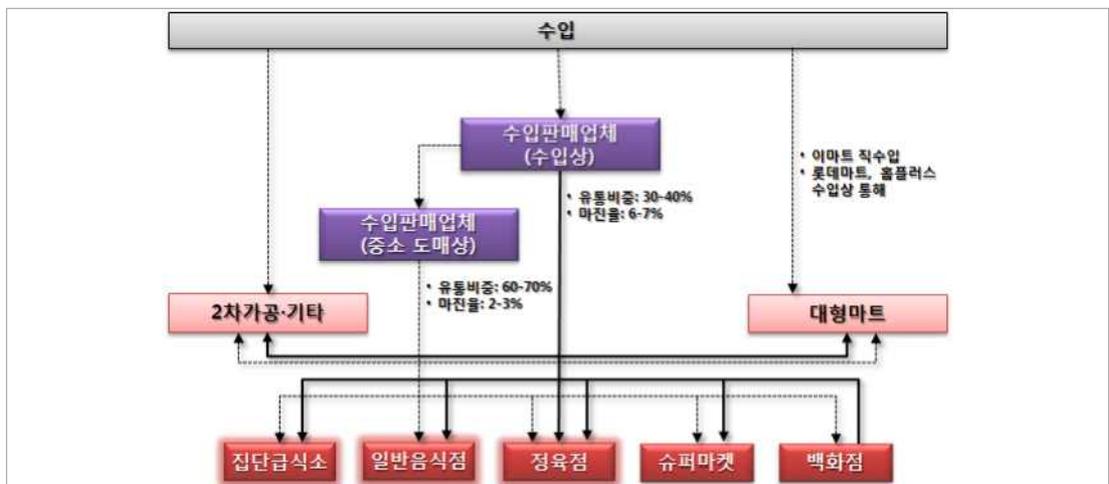


자료 : 축산유통종합정보센터(2014), 2014 축산물 유통실태조사.

□ 수입 쇠고기 유통체계

- 수입 쇠고기는 대부분 2~3단계의 유통단계를 거침
 - ① 수입업체에서 직접 구매 및 판매하거나, ② 중소 도매업체를 거쳐 판매하거나, ③ 대형마트의 경우 직수입하기도 함
 - 주로 음식점, 집단급식소, 정육점으로 유통됨
- 수입 쇠고기 시장은 수입가격 및 판매가격이 실시간으로 변동하며, 수입업체에서 직접 판매하는 비중(30-40%)보다 중소 도매업체를 통해 판매하는 비중(60-70%)이 높다는 점이 특징임
 - 쇠고기 가격은 중소 도매업체의 재고물량 및 판매물량 규모에 따라 변동
 - 수입업체는 쇠고기 판매 시 발생하는 비용을 고려하여 수입, 공급에 집중

<그림> 수입 쇠고기의 국내 유통구조



자료 : 축산물품질평가원(2013), 2013 축산물 유통실태.

2) 한우 수출입 현황

□ 수출

- [수입 쇠고기 소매가격 : 냉장] 미국과 호주의 냉장 쇠고기 소매가격은 비슷한 가격대를 형성하는 가운데 미국산 냉장 쇠고기의 소매가격이 약간 높은 것으로 나타남

<표> 수입 쇠고기의 부위별 소매가격(냉장)

(단위 : 원/100g)

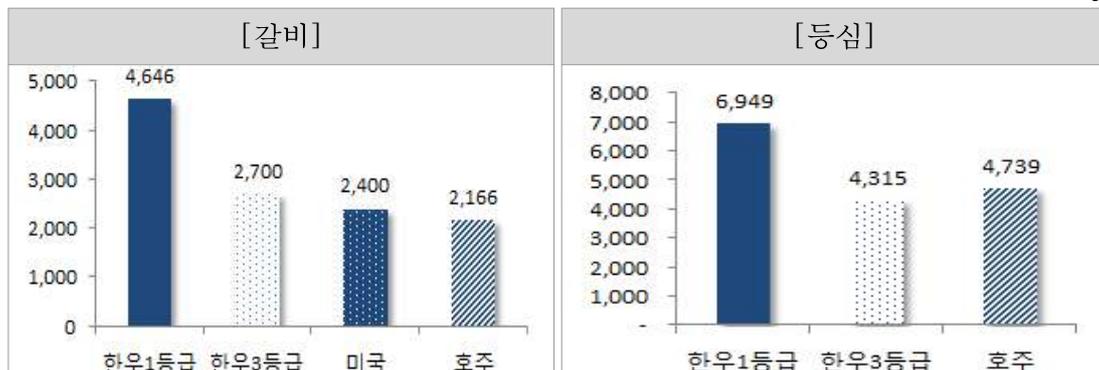
연도	미국		호주		
	갈비	불고기	갈비	등심	불고기
2006	-	-	2,518	4,400	1,436
2007	-	-	2,264	4,005	1,344
2008	-	-	2,204	4,111	1,502
2009	-	-	1,952	3,888	1,466
2010	2,685	1,713	1,848	4,098	1,473
2011	2,721	2,006	1,931	3,806	1,697
2012	2,548	2,063	1,810	4,077	1,831
2013	2,780	2,334	1,980	4,197	1,903
2014	-	2,654	2,353	4,980	2,125
2015	2,400	2,822	2,166	4,739	2,211

자료 : 한국농수산물통공사(2015) 소매정보(www.kamis.or.kr).

- 2015년 한우 소매가격은 냉장 수입쇠고기에 비해 약 2배 이상 높은 것으로 나타남
 - 갈비부위 소매가격: 100g당 한우(4,646원) > 미국산(2,400원) > 호주산(2,166원)
 - 등심부위 소매가격: 100g당 한우 1등급(6,949원) > 호주산(4,739원) > 한우 3등급(4,315원)

<그림> 2015년 냉장 부분육 소매가격 비교(한우 vs. 수입쇠고기)

(단위 : 원/100g)



자료 : 한국농수산물통공사(2015), 소매정보(www.kamis.or.kr).

- [수입 쇠고기 소매가격 : 냉동] 냉동의 경우 호주산 냉동 쇠고기 소매가격이 냉동 미국산 쇠고기 대비 약 80% 수준인 것으로 나타남

<표> 수입 쇠고기의 부위별 소매가격(냉동)

(단위 : 원/100g)

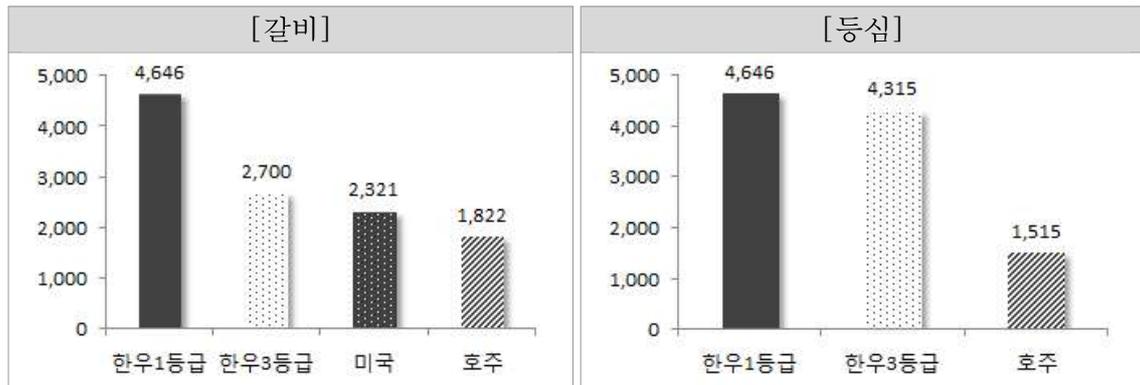
연도	미국		호주		
	갈비	불고기	갈비	등심	불고기
2006	-	-	1,893	1,219	1,040
2007	-	-	1,848	1,174	960
2008	-	-	1,903	1,255	1,064
2009	-	-	1,646	1,247	1,048
2010	1,921	1,200	1,709	1,296	1,144
2011	1,787	1,388	1,478	1,226	1,230
2012	1,711	1,392	1,433	1,220	1,192
2013	1,995	1,487	1,558	1,321	1,249
2014	2,308	1,576	1,764	1,378	1,322
2015	2,321	1,719	1,822	1,515	1,450

자료 : 한국농수산유통공사(2015), 소매정보(www.kamis.or.kr).

- 2015년 기준 냉동 수입쇠고기는 한우 3등급보다 낮은 가격대를 형성함

<그림> 2015년 냉동 부분육 소매가격 비교(한우 vs. 수입쇠고기)

(단위 : 원/100g)



자료 : 한국농수산유통공사(2015), 소매정보(www.kamis.or.kr).

□ 수입

- [국가별 수입현황] 우리나라의 주요 쇠고기 수입국은 호주, 미국, 뉴질랜드, 캐나다임
 - 2013년 수입물량 기준 호주(55.8%) > 미국(34.9%) > 뉴질랜드(8.7%) > 캐나다(0.6%) 순으로 나타남

<표> 우리나라의 국가별 쇠고기 수입량

(단위 : 천 톤)

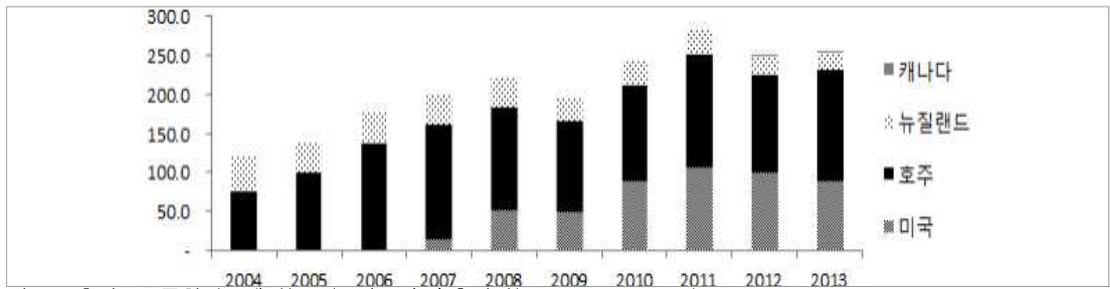
연도	미국	호주	뉴질랜드	캐나다	연도	미국	호주	뉴질랜드	캐나다
2004	-	76.7	46.2	-	2009	50.0	116.8	30.2	-
2005	-	101.4	39.0	-	2010	90.6	121.8	31.0	-
2006	-	137.0	39.6	-	2011	107.2	145.3	33.1	-
2007	14.6	147.6	38.4	-	2012	100.5	124.3	25.6	2.1
2008	53.3	130.4	37.4	-	2013	89.2	142.7	22.2	1.5

자료 : 축산유통종합정보센터(2015), 쇠고기 수출입량(www.ekapepia.com).

- 미국산 쇠고기는 2004년 수입 금지되었으나, 2008년 이후 수입이 재개되었음
- 호주산 쇠고기의 수입물량은 최근 10년간 연평균 7.14% 증가함
 - 2004년 이후 미국산 쇠고기의 대체재로 부상하였으며, 이후 호주의 적극적인 프로모션 활동 및 높은 가격경쟁력, 스테이크용 고기 선호 현상 등으로 호주 쇠고기에 대한 국내 소비자들의 수요가 확대됨
 - 한호주 FTA가 발효될 경우, 호주 쇠고기의 가격경쟁력은 더욱 강화되어 국내 쇠고기 시장에 큰 영향을 미칠 것으로 예상됨

<그림> 우리나라의 국가별 쇠고기 수입량 추이(2004~2013년)

(단위 : 천 톤)



자료 : 축산유통종합정보센터(2015), 쇠고기 수출입량(www.ekapepia.com).

- [부위별 수입현황] 우리나라는 주로 갈비, 등심, 앞다리 등을 수입하고 있음
 - 2013년 수입물량 기준 주요 수입부위는 갈비(39.9%) > 등심(17.8%) > 앞다리(9.4%) > 양지(8.9%) > 우둔(4.6%) 순으로 나타남

<표> 우리나라의 부위별 쇠고기 수입량

(단위 : 천 톤)

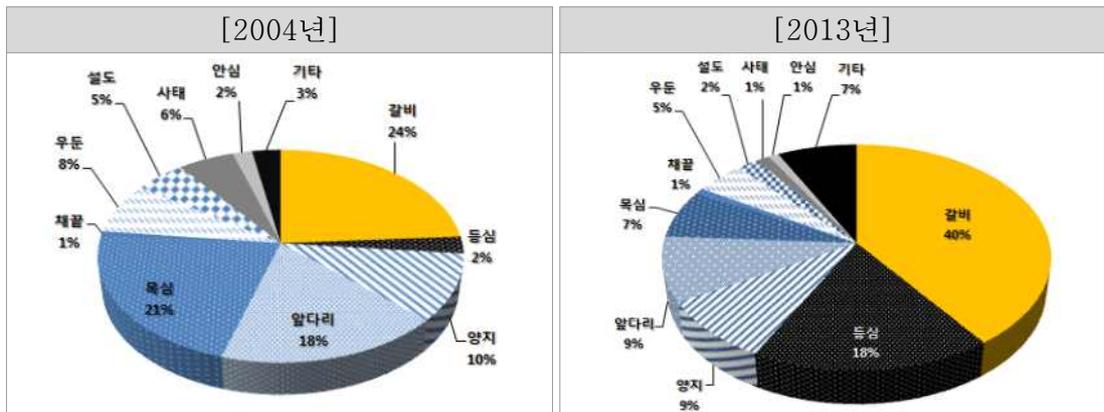
구분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
갈비	29.6	40.7	44.5	49.9	78.1	75.7	99.3	109.1	110.5	102.4
등심	3.2	2.7	22.6	36.7	38.3	29.3	36.4	43.1	36.5	45.7
양지	12.7	11.3	17.4	21.9	23.8	20.1	23.4	29.1	28.6	22.8
앞다리	22.0	14.3	30.4	32.4	25.3	22.7	25.5	28.4	20.8	24.0
목심	26.5	28.6	12.3	9.9	15.9	12.5	20.6	27.9	17.9	17.7
채끝	0.9	0.7	1.7	2.1	2.0	1.9	2.3	2.5	2.3	2.2
우둔	9.6	6.1	10.3	13.5	13.4	12.3	11.9	15.8	9.9	11.8
설도	6.2	4.3	8.4	9.9	6.3	5.1	5.8	7.6	4.9	5.2
사태	6.9	8.1	12.2	9.9	6.3	5.8	5.4	5.6	3.9	3.2
안심	2.4	2.2	2.4	3.0	2.7	2.0	2.7	2.8	2.6	2.4
기타	3.5	23.7	17.1	14.	12.	10.4	11.9	17.5	15.5	19.2
합계	123.4	142.6	179.4	203.2	224.1	197.9	245.1	289.4	253.5	256.4

자료 : 축산유통종합정보센터(2015), 쇠고기 수출입량(www.ekapepia.com).

○ 국민소득증가와 쇠고기 소비 확대로 인해 고급육 수입이 증가한 것으로 판단됨

- 2004년 주요 수입부위는 갈비, 목심, 앞다리 등인 반면, 2013년에는 갈비, 등심 부위를 위주로 수입함

<그림> 우리나라의 부위별 수입현황 비교(2004년 vs. 2013년)



자료 : 축산유통종합정보센터(2015), 쇠고기 수출입량(www.ekapepia.com).

2-6. 한우수출에 따른 검역·통관 현황 및 애로사항

□ 홍콩 육류 수입 통관 절차

- 홍콩은 자유무역이라는 특색에 걸맞게 일반상품을 수입하는 경우 특별한 세관을 거치지 않아도 된다는 장점이 있으며, 일부 품목에 대해서는 수입허가증 제도를 시행하고 있음

<그림> 홍콩 육류 수입 통관 검역 절차도

절차	기간	담당 기관	특이사항
적하목록 제출 및 증명·허가 발급	화물 도착 후 2주 이내	홍콩 세관	일부 품목은 화물 수취 전 홍콩세관을 통해 수입허가증을 구비必
수입신고	수입 후 2주 이내 *초일은 불산입, 공휴일은 포함	관세청 지정 서비스업체	지정 서비스 업체를 통한 전자서류제출
물품검사	-	홍콩 세관 (전자시스템)	입항 전 제출된 적하목록을 기반으로 일부 품목만 검사진행
위생검역	-	홍콩 세관	[합격] 수입검역 통과 및 인증서 발급 [불합격] 파기 혹은 반환
관세납부	-	홍콩 세관	일반적으로 수입화물에 대한 관세·내국세 없음
화물반출	-	도착항	수입통관 완료 후 물품 반출 가능

통관절차	유의사항
적하목록 제출 및 증명·허가 발급	- 일부 수입허가증을 발급받아야 하는 품목은 화물 수취 전 홍콩세관을 통해 수입 허가증 구비 필수
수입신고	- 14일째에 해당되는 날이 공휴일일 경우 다음날을 만기일로 간주 - 수입신고서 및 관련 서류는 홍콩 관세청에서 지정한 서비스 업체를 통한 전자제출 의무
물품검사	- 입항 전 제출된 적하목록을 기반으로 한 화물검사제도가 존재하여 사전 입수된 정보를 바탕으로 일부 화물만 선별하여 검사 - 홍콩 관세청 화물정보 사전신고 전자시스템 : ① 해상 : EMAN(Electronic System for Cargo Manifest) ② 항공 : ACCS(Air Cargo Clearance System) ③ 육지 : ROCARS(Road Cargo System)
위생검역	- 수출국가의 건강관련 당국에 의해 발급된 위생검역 관련 증서 제공 - 만약 홍콩 내에서 검역을 위해 샘플이 차출된 경우 홍콩 식품 환경 위생부(Food and Environmental Hygiene Department)에서 샘플 차출 통지서를 수입자에게 발행하며, 수입자는 검역 후 통지서와 인보이스를 위생청에 제출하여 샘플로 차출된 상품에 대한 비용 환급 가능
관세납부	- 일부 주류, 담배, 탄화수소 오일 및 메틸알코올을 제외한 제품은 관세 면제

○ 홍콩 수입식품의 통관서류는 다음과 같음

<그림> 홍콩 수입식품 통관 서류

- 적하목록(Manifest)	- 수입신고서(Import Declaration)
- 상업송장(Commercial Invoice)	- 원산지증명서(Certificate of Origin)
- 포장명세서(Packing List)	- 위생증명서(Health Certificate)
- 선하증권/항공화물운송장(Bill of Lading/Airway Bill)	- 수입허가증(필요시 제출)

자료 : 홍콩 관세청(www.customs.gov.hk)

○ 통관 소요일은 5일이 소요되며 소요금액은 565 달러 수준임

<표> 홍콩 통관 소요일 및 소요 금액

구분	서류준비	통관수속	항만, 터미널처리	내륙운송	합계
소요기간(일)	2	1	1	1	5
소요금액(USD)	100	0	265	200	565

자료 : Doing business

□ 홍콩 육류 수입 검역 절차

○ 수입 규제 제도

- 홍콩 「식품환경위생부」는 국내식품 안전관리 정책 및 식품 관련입법시행을 담당하며, 홍콩의 식품 수입 업체가 원산 국가의 보건당국에서 발행한 보건 증명서를 획득할 것을 요구하고 있음

<표> 홍콩 수입 식품 검역 정보

담당처	· 홍콩 식품환경위생부(FEHD: Food and Environmental Hygiene Department)
신청 방법	· 냉동식품의 경우 홍콩의 수입업체가 배송시 유효한 증명서를 소지해야 하며, 한국 제품의 경우 한국 정부가 발행한 증명서를 제출
검역	· FEHD는 박테리아 검사 및 각종 시험을 위해 입국 시 식품 견본을 채취하여 식품이 인체 소비에 적합함을 입증함
주의사항	· 상품의 종류에 대해서 증명서의 '상품 설명'란에 직접 기재해야함 · 홍콩으로의 유제품, 냉동식품 및 채소류 수입은 면허 발행을 통해 통제됨. 유제품과 냉동식품을 제외한 모든 식품 수입의 경우 수입면허 소지할 것을 요구

출처 : 홍콩 식품환경위생부(FEHD)

○ 수입품 검역 절차



○ 동물 식품 위생 신청서(FEHB-79) 작성

<표> 홍콩 쇠고기 동물 식품 위생 신청서 필수 기재사항

구분	필수 기재 사항
기재 내용	수출자 관련 정보(업체명, 업체 주소, 사업자등록증, 연락처) 내용(수량, 무게, 가격 등) 운송방법(항공, 배, 운송일자 등)

자료 : 홍콩식품안전센터(www.cfs.gov.hk)

○ 한국산 쇠고기 양국간 검역·위생 협상 타결

- 2015년 11월 20일, 대한민국 농림축산식품과 식품의약품안전처는 한국산 쇠고기의 홍콩 수출을 위한 검역·위생 협상이 마무리 되었다고 발표함
- 양국은 검역조건에 따라 1년간 구제역이 발생하지 않은 지역(시·도) 중에서 홍콩 정부에 등록된 수출작업장(도축장·가공장)에서 생산한 쇠고기는 수출이 가능해짐
- 홍콩 정부로부터 승인받은 도축장 및 가공장 현황은 다음과 같음

<표> 홍콩 정부로부터 승인받은 도축장 및 가공장 현황

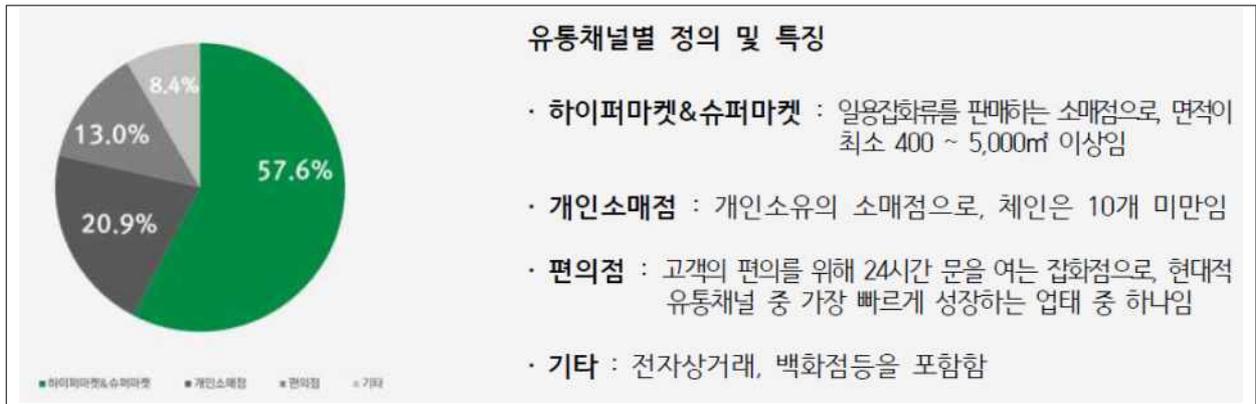
구분	도축장 및 가공장 현황		
도축장 (9개소)	축림LPC 농협나주 영남LPC	제주축협 황성KC 강원LPC	도드람LPC 부경양돈 농협고령
가공장 (12개소)	축림 녹색한우 태우그린푸드 제주축협	서귀포축협 황성축협 농협나주 김해축공	한우지에 안성CM 초정한우 부경양돈

자료 : 전국한우협회

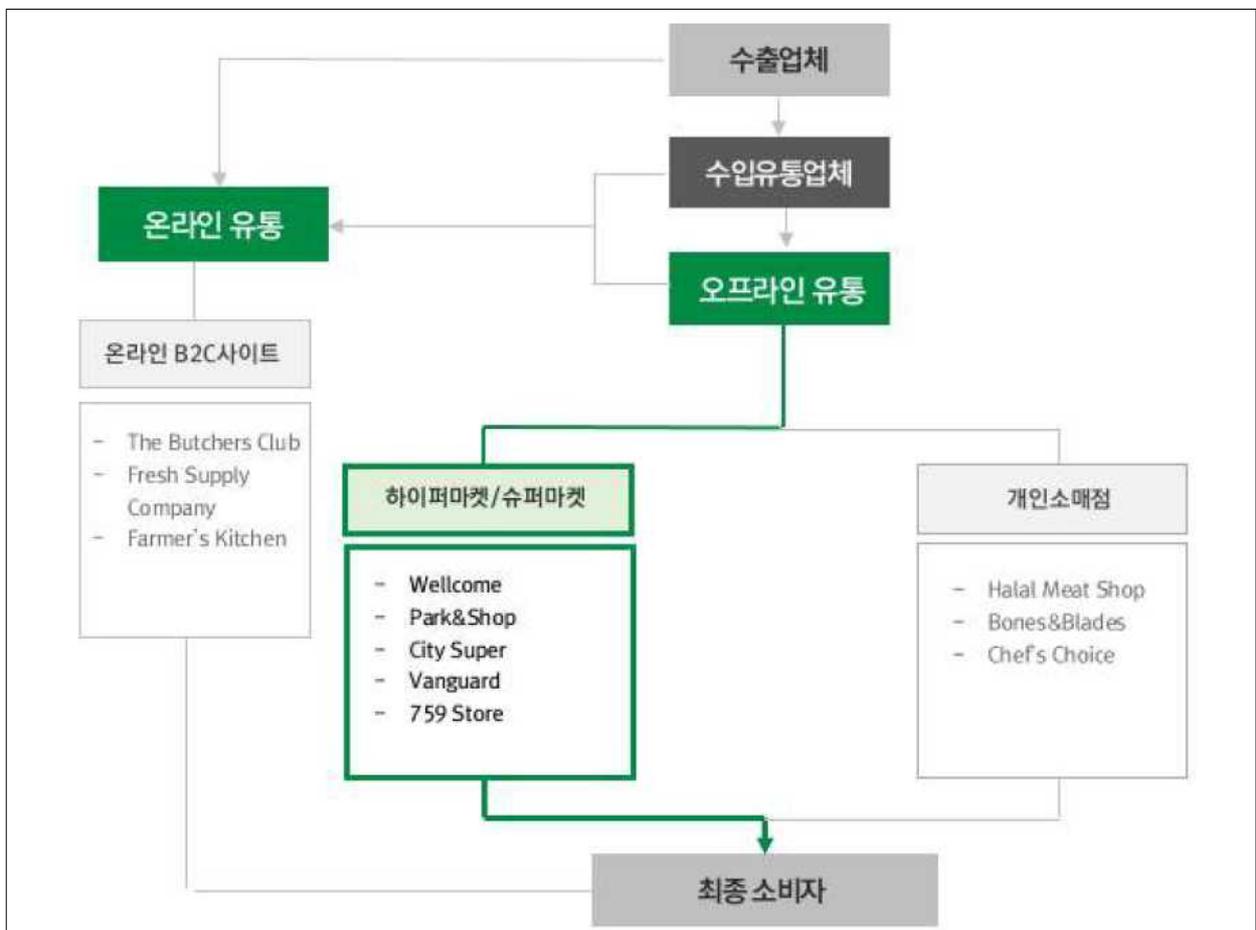
2-7. 한우수출 현지 유통구조 현황 및 마케팅 현황 분석

□ 홍콩 현지 유통 구조 현황

- [벤더를 통한 직접 수입] Data monitor에 따르면, 2014년 기준 홍콩 냉장육류 시장에서 가장 높은 점유율을 차지한 유통채널은 57.6%로 하이퍼마켓&슈퍼마켓으로 조사됨
- [개인소매점(정육점)] Data monitor에 따르면, 2014년 기준 홍콩 냉장육류 시장에서 두번째로 높은 점유율을 차지한 유통채널은 20.9%로 개인소매점으로 조사됨



- [최종 유통 구조 Map]



□ 주요 유통채널 현황 및 프로모션 정보

○ 유통업체 현황 종합본

				
		Wellcome	PARKnSHOP	City Super
		홍콩	홍콩	하이퍼마켓(홍콩)
유통업체 개요	설립년도	1945년	1973년	1996년
	매장 소재지	홍콩	홍콩, 중국, 마카오	홍콩, 대만, 상해
	직원 수	약 5,000 명(2013년)	약 9,700 명(-)19.	-20.
	점포 수	280개(2016년)	350개(2016년)	32개(-)21.
	취급품목	식품, 음료, 와인 등	식품, 전자제품, 음료 등	신선식품 및 생활용품 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · 고급 유통매장 오픈 · 2007년 싱가포르에 진출한 자매회사인 Cold Storage의 매장 고급 매장 홍콩 내 오픈 	<ul style="list-style-type: none"> · Apple pay 서비스 · ATLANTA결제 솔루션 기업과 협력을 통해 Apple 모바일 결제시스템 추가 	<ul style="list-style-type: none"> · 식료품 고급화 전략 · 다양한 수입산 고급 과일 판매 등 고급화 전략
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> · 노인층 할인 프로모션 · 매주 수요일마다 노인층에 대해 10% 기본 할인 · 자사 브랜드에 대해 15% 할인 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 할인 프로모션 · 2주간 여름 할인 행사 진행 · 소비자의 구매 가격에 따라 차등 가격의 상품권 증정 	<ul style="list-style-type: none"> · 한국 식품전 등 행사 진행 · 한국 식재료와 음식을 한정 수량에 대해 행사 진행 · 회원에 대한 여름 한정 혜택 제공

2-8. 쇠고기 해외 수출시장 분야별 경쟁력 분석(생산분야, 품질분야, 가격경쟁력)

1) 생산 경쟁력 분석

□ 중국

- 중국 육우 시장 규모는 우리나라 시장규모에 비해 높은 수준을 보이고 있음
- 중국의 시장규모는 2010년 기준 34조 1천억 원으로 우리나라 육우 생산액 6조 7,360억 원의 5.1배에 달함
- 중국 육우의 주요 사육지역은 풍부한 사료자원을 보유한 생산성 비교우위 산업지대에 위치해 있으며, 이 지역들은 대도시 인근 지역에 위치해 있어 소비지 연계가 좋을 뿐 아니라 수출 또한 용이할 것으로 판단됨
- 한중 kg당 육우 생산비는 2010년 기준 3.8배 이상의 고비용 구조이나, 중국의 생산비 상승폭이 더 커서 양국 간 생산비 격차는 감소하고 있는 추세임
- 한중 양국 간 생산비 격차는 2000년 한국의 생산비가 7.2배 높았으나, 2010년 한국의 생산비(8,412원)는 중국(2,181원)의 3.8배로 생산비 격차가 감소하고 있는 추세임
- 육우 생산비는 양국 모두 지속적으로 상승하는 추세에 있으나, 특히 중국이 농업노동임금, 토지용역비 그리고 경상 투입재 가격의 가파른 상승에 따라 고생산비 구조로 전환되면서 상승폭이 큰 것으로 판단됨

<표> 한중 쇠고기 생산 시장 비교(2012년)

구분	한국	중국	중국/한국(배)
생산액 (십억 원)	6,736	34,100.22	5.1
생산비-비육우(원/kg)	8,412	2,181	0.3
사육두수 (천 두)	3,059	103,434	33.8
쇠고기 생산량 (천 톤)	234	6,623	28.3
평균 도매 가격 (원/kg)	12,489	6,991	0.6

주 1. 생산액, 생산비는 2010년 기준임. 비육우는 한국은 한우비육우, 중국은 방목육우임.

2. 평균도매가격은 한국은 한육우 지육가격, 중국은 신발지도매시장 가격임. 위안화가격은 연도별로 당해 연도의 평균 환율을 적용하여 원화로 환산

자료 : 통계청(2011), 농산물생산비통계. 국가발전개혁위원회(2012), 전국농산품성분수익자료회편. 농협협동조합중앙회(2013), 축산물가격 및 수급자료.

□ 일본

- 한일 간 사육규모 및 생산규모는 비슷한 수준, 사육두수는 약 30% 높은 편이며 생산량의 한우 및 화우 비교 시 거의 같은 수준인 것으로 나타남

<표> 한국·일본 사육 및 생산규모 비교

구분	기준년도	한국		일본	
		소	한우	소	화우
소 사육두수(천 두)	2014	3,190	2,670	2,567	1,663
도축두수(천 두)	2013	1,072	962	1,156	560
최고기 생산량(천 톤)	2014	-	261	502	229

주. 한국의 사육비 및 생산비는 한우비육우 기준이며, 일본은 거세 비육우 기준임.
 자료 : 농식품부(2015), 농림축산식품 주요통계. 일본농림수산성(2015), 축산통계.

- 다만, 1두당 생체 무게 및 소 도축 후 발생하는 지육량에서 약간의 차이 발생

<표> 한국·일본 소 생체, 지육, 부분육, 정육량 비교

구분		생체	지육	부분육	정육
한국 (한우)	kg	600	372	-	250.2
	%	100.0	62.0	-	41.7
일본 (화우거세)	kg	690	435	311	306
	%	100.0	63.0	45.1	44.3

주 1. 한국의 [지육]은 생체에서 두족, 皮, 내장, 혈액 등을 제외한 상태이며, [정육]은 뼈와 지방을 제거하여 0.3~0.5mm 지방이 부착된 부분육을 말함
 2. 일본의 [지육]은 생체에서 두족, 皮, 내장, 혈액 등을 제외한 상태이며, [부분육]은 지육에서 뼈와 잉여 지방을 제외한 상태이고, [정육]은 부분육에서 잡육과 힘줄을 제외함
 자료 : 농식품부(2012), 농림축산식품 주요통계. 일본농림수산성(2010), 축산물통계정보

- 최근 2개년(2012~2013년)간 한우 비육우와 일본 비육우 생산비는 한국이 우월
 - 2013년 한우 비육우 사육비는 1두 당 6.5백만 원인데 비해 일본의 거세 비육우의 사육비는 약 1천만 원으로 약 1.58배의 차이가 발생함
 - 2013년 한우 비육우의 생산비는 100kg 당 약 90만 원인데 비해 일본의 거세 비육우 생산비는 1.4백만 원으로 약 1.51배의 차이가 발생함

<표> 한국·일본 생산비 비교

구분	비육우 사육비(원/두)		비육우 생산비(원/100kg)	
	한국	일본	한국	일본
2012	6,912,759	12,539,555	960,681	1,659,385
2013	6,508,918	10,281,267	901,411	1,357,011

주 1 : 한국의 사육비 및 생산비는 한우비육우 기준이며, 일본은 거세 비육우 기준임
 2 : 일본의 사육비 및 생산비는 당해연도 평균환율을 적용하여 환산한 값임
 자료 : 통계청, 한우비육우생산비(2014), 일본통계청, 거세 비육우생산비(2014)

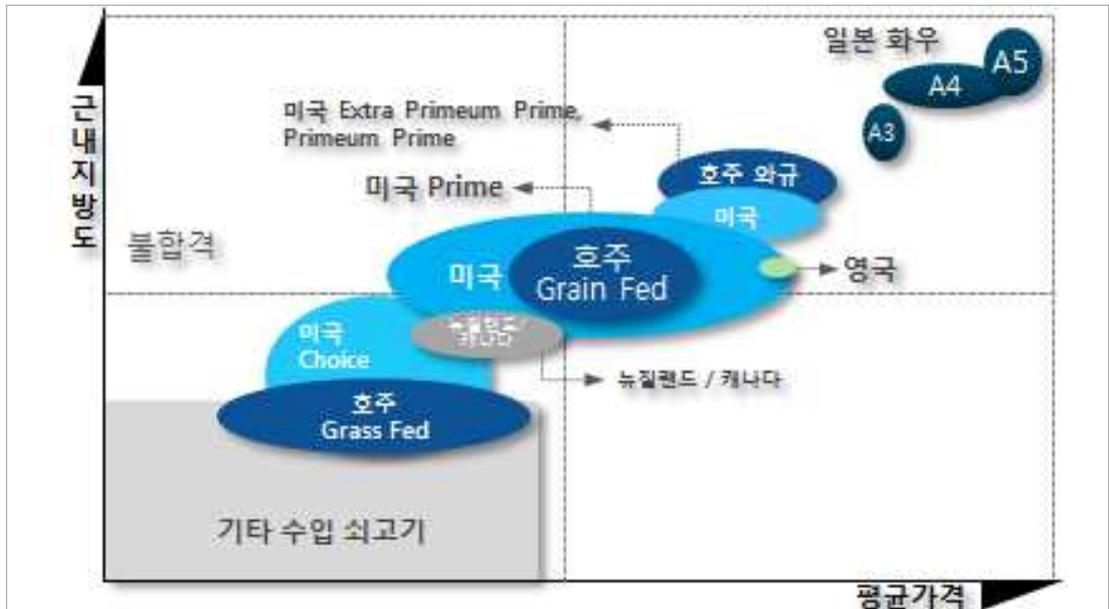
- 또한, 산육능력의 국가 간 기술수준이 비슷한 가운데, 일본 흑모화우의 1두 당 생산비는 2009년 기준 57만7천 엔(한화 약 7.7백만 원)인데 비해 같은 해 한우의 생산비는 600kg 기준으로 약 542만 원 인 것으로 나타남
- 일본의 고비용 생산구조로 인해 생산비 측면에서는 한우고기가 일본 화우고기보다 경쟁력을 확보한 것으로 분석됨

2) 품질 경쟁력 분석

□ 홍콩

- 홍콩 쇠고기 시장의 대부분은 수입육으로 이루어져 있으며, 홍콩 고급육 시장의 경쟁자들은 일본, 호주, 미국이 대표될 수 있음
 - 홍콩은 소 사육이 전무하고, 홍콩에서 생산되는 쇠고기는 가까운 중국에서 생체를 수입하여 도축하는 것으로 대부분 저급육에 속함
- 부드러운 식감을 좋아하는 홍콩 소비자의 니즈는 홍콩 고급 쇠고기 시장의 수입육 가격형성에 반영되어 근내지방도가 높을수록 평균가격이 높아지는 양의 상관관계를 가지고 있음
 - 현재 홍콩 고급쇠고기 시장에서 판매되고 있는 쇠고기는 일본 화우 A4~A5, 호주 와규 M7~M9+, 미국 Prime+, Prime 제품이며, 도출된 각국의 근내지방도 등급판정기준을 참고할 때, 한우의 1⁺~1⁺⁺등급이 이에 해당함

<그림> 홍콩 고급 쇠고기 시장점유현황(market share)



자료 : 홍콩 시장조사 결과 재구성

- 한우는 홍콩에 쇠고기를 수출하는 쇠고기 생산 주요국과의 품질 경쟁에서도 뒤지지 않는 품질을 확보하고 있는 반면, 현재 홍콩에서 한우 인지도는 현저하게 낮아, 이에 대한 전략적 대책이 필요함
 - 현재 홍콩에도 한류의 열풍이 불고 있어, 이에 대한 활용방안 검토
 - 고급육 시장 진출을 위한 프로모션으로서 홍콩에서 매년 개최되는 육류 및 식품박람회(HOFEX 등)를 통해 한우에 대한 소비자 테스트 수행 필요
 - 홍콩에 진출하기 위한 수입업체 선정에서는 고급 슈퍼마켓, 백화점, 음식점, 호텔레스토랑 등 고급유통채널을 확보하고 있는 수입업체를 선정하여 도매업체를 거치지 않는 경로로 유통하는 것이 바람직함

□ 중국

- 지금까지 우리나라 쇠고기 수출이 이루어지지 않아 한우고기의 인지도 및 가격경쟁력은 주요 쇠고기 수출 선진국에 비해 낮은 상태이지만, 품질에 있어서는 긍정적임
 - 1997년 일본에 한우 송아지 수출 시 육질에 있어서 일본 화우에 필적할만한 품종은 한우가 유일하다는 평가¹⁾
 - 2009년 캐나다 쇠고기 수출협회(CBEF) 연례마케팅 세미나 비교시식회에서 5개 샘플(황성한우 1+++, 캐나다 Prime, AAA, AA, A등급)과 비교 시 황성한우가 품질에서 1등, 생육상태의 시각적 품질판단에서도 좋은 평가를 받음.²⁾
- 특히, 중국은 2008년 이후 지속적으로 발생하는 멜라민 우유 파동, 2012년 성장호르몬과 수면제를 먹고 자란 돼지고기 문제 등으로 중국산 축산물에 대한 소비자들의 신뢰도가 매우 낮은 수준임
- 현재 중국의 평균적인 쇠고기 품질은 한우고기에 비해 낮은 것으로 평가되고 있지만 고급쇠고기 수요가 증가하고 있는 추세를 반영하여 중국의 중고급 쇠고기 생산이 일부 자치구 및 용두기업을 통해 빠르게 발전하고 하고 있는 점에 주목할 필요가 있음
 - 중국은 세계에서 가장 많은 육우품종 유전자원(69종)을 보유하고 있으며, 정부의 장기육종계획 정책 및 지원 하에 신품종 잠재역량이 높아 향후 고급육 생산이 증가하면 품질격차도 점차 축소될 것으로 예상됨
- 호텔·외식부문(HRI) 등 호주·중국·일본산 화우가 점유하고 있는 고급육 시장의 틈새를 겨냥한 수출을 적극 모색할 필요
 - 한우고기 인지도 부족 및 신흥브랜드라는 핸디캡 극복이 관건으로 한식세계화 및 한류를 활용한 한우고기의 우수성 홍보 및 틈새시장 공략
 - 고소득층 및 한인 밀집지역일수록 한우고기의 중국 소매예상가격 경쟁력에서 일부 가능성이 점쳐지는 등심, 안심, 채끝 부위의 판매가 높은 점 고려

1) 조석진 등(2010), 「한우고기 수출가능성 연구」, 한우자조금관리위원회.

2) 황성한우는 2009년 9월 캐나다우육수출협회(CBEF)의 요청으로 캐나다식품검역원이 수입승인서를 발급하여 샘플 수출을 실시, 9월 18일 CBEF 연례마케팅 세미나의 샘플 블라인드 비교시식회 및 생육상태 샘플전시가 이루어짐. 캐나다 밴쿠버 조선일보 2009.9.21.

<표> 한·중 기술수준 비교

구분	한국	중국	
육종·개량	<ul style="list-style-type: none"> 한우 순계 선발(당후대 검정) 유전체 및 초음파 활용 세대 간격 기술개발 중(5.5년~8년) 	<ul style="list-style-type: none"> 교잡에 의한 우량종(생산총량의 80%) 중국지역품종(육질형) + 도입품종(육량형) 	
번식·사양	번식기술	<ul style="list-style-type: none"> 적정번식관리 지표설정 신체중실지수 이용 호르몬 조절에 의한 발정동기화 기술개발 	<ul style="list-style-type: none"> 기술개발 도입단계 호르몬 조절 기술 개발
	영양소 조절급여	<ul style="list-style-type: none"> 비타민 C, 크롬, 셀레늄 등 	<ul style="list-style-type: none"> 미량영양소 급여기술 미확립
	비육기간	<ul style="list-style-type: none"> 장기비육(30개월) 기간단축기술개발중(27~28개월) 	<ul style="list-style-type: none"> 단기비육 전체 72%(장기 3%내외)
	사양기술	<ul style="list-style-type: none"> 한우사양표준 및 프로그램 개발 특정물질 반추위 보호기술 적용 초음파 진단에 의한 비육기술 개발 	<ul style="list-style-type: none"> 표준은 없고 단순사양관리지침서 활용 일부 생균제 활용 기술미개발
	TMR급여	<ul style="list-style-type: none"> 기술 확립(한우농가 13%이용) 	<ul style="list-style-type: none"> 도입단계(일부 고급육 생산농가)
	출하체중	<ul style="list-style-type: none"> 700kg 	<ul style="list-style-type: none"> 600kg 전후
	질병관리	<ul style="list-style-type: none"> 생육단계 백신적용 	<ul style="list-style-type: none"> 생육단계 백신적용
	1+등급 출현율	<ul style="list-style-type: none"> 50.4% 	<ul style="list-style-type: none"> 거의 없음
생산·유통	규격화	<ul style="list-style-type: none"> 등급제 의무, 유통규격 및 기준설정 등급부위별 구분판매 5개 대분할 및 소분할 부위 	<ul style="list-style-type: none"> 등급제 도입 초기 단계 등급관정을 자국 생산량의 2% 등급표시 미확립
	안전관리	<ul style="list-style-type: none"> 이력제, 원산지 표시제 사료내 항생제 사용금지 	<ul style="list-style-type: none"> 이력제 및 원산지 표시제는 대규모 작업장 위주로 도입단계
	HACCP	<ul style="list-style-type: none"> 도축장(의무), 육가공장(23.1%) 사육단계(한우농가 1.5%) 	<ul style="list-style-type: none"> 도입초기(직업장의 1%)
	유통기술	<ul style="list-style-type: none"> 냉장시스템 적용 : 위해미생물 증식억제 안전성확보(도축에서 판매) 냉장보관 온도관리 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 냉장보관 온도관리기준 없음 도축관련 규정은 돼지만 제정

자료 : 농촌진흥청, 한중 FTA 대비 품목별 기술현황 및 대응방안(2014).

□ 일본

- 일본은 수급구조가 우리나라와 비슷한 경우에 해당되는 국가로서, 생산량의 대부분을 국내에서 소비하고, 전체 소비량의 약 60%를 수입쇠고기로 대체하고 있음
 - 일본의 경우, 생산되는 쇠고기의 일부를 수출하고 있지만, 연도별 수급량에 비해 미미한 부분³⁾을 차지하고 있음
- 앞서 제시한 바와 같이 한국과 일본 간 육우 생산에 대한 국가 간 경쟁력 비교에서 쇠고기의 품질은 대등한 수준으로 나타남
 - 한우와 화우의 백색도 측정결과에서 약간의 차이를 보이는 것이 확인되는데, 화우의 지방이 우유빛깔⁴⁾을 띠는 경향이 있어 명도차이가 발생하는 것으로 일본인들의 경우 이 우유빛 지방을 중시하는 경향이 있음

<표> 한·일 쇠고기 품질비교

구분	경도	씹힘	전단력	구분	수분	조지방	조단백질
한우 1등급	4.07	13.46	1.48	한우 1등급	59.3	19.3	20.1
일본화우 A3 등급	3.18	11.51	2.02	일본화우 A3 등급	58.1	22.5	18.5

구분	디즙성	냄새	육색	풍미(맛)	구분	백색도	적색도	황색도
한우 1등급	6.29	5.71	5.86	6.71	한우 1등급	42.19	24.18	10.42
일본화우 A3 등급	7.00	6.57	6.29	7.29	일본화우 A3 등급	46.00	21.74	10.02

자료 : 농촌진흥청 축산과학원(1999).

- 상위등급 출현율에서 일본이 우리나라보다 앞서는 것으로 나타남
 - 한우 육량등급의 경우 일본의 수율등급과 직접적인 비교가 어려울 수 있겠으나, 2013년 일본 육우의 A등급 출현율은 44%, B등급 출현율은 39%로 A등급의 출현율이 점점 증가하고 있는 추세임. 우리나라의 경우 2012년 A등급의 출현율은 24.8%에 불과하였고, B등급은 53%로 나타남
 - 특히, 화우의 A등급 출현율은 83.6%로 한우의 A등급 출현율(26.2%)에 비해 3배가량 높은 것으로 나타남

<표> 2012년 일본과 한국의 육량등급 출현율 비교

구분	A 등급	B 등급	C 등급	구분	A 등급	B 등급	C 등급		
일본	전 체	43.5%	25.7%	17.4%	한국	전 체	26.2%	52.0%	18.1%
	화우계	83.6%	7.5%	1.8%		한우계	29.7%	51.6%	18.1%
	암소화우	75.2%	13.2%	3.3%		암소한우	24.9%	58.5%	15.7%
	거세화우	91.3%	2.2%	0.4%		거세한우	26.6%	49.2%	24.0%
	수소화우	23.4%	6.5%	33.0%		수소한우	85.8%	12.4%	0.9%

자료 : 축산유통종합정보센터(2014), 육질·육량 등급별 출현율. JMGA.

3) 2013년 기준 일본 쇠고기 국내 수급량의 0.05% 수준

4) 비육용 사료의 차이에서 발생하는 것으로 한우의 경우 옥수수사료를 통해 비육하는 반면, 화우는 보리사료를 통해 비육기간을 거쳐 지방색이 우유빛깔을 띠고 있음

3) 가격 경쟁력 분석

□ 홍콩

- 홍콩 시장은 중국과 달리 많은 수입쇠고기들이 경쟁하고 있기 때문에 중국시장과 같이 평균가격을 가지고 가격경쟁력을 논하기 보다는 주요 경쟁국 쇠고기의 부위별 편차를 통해 가격경쟁력을 비교하는 것이 적절함
 - 실제로 2013년도 홍콩에 쇠고기를 수출한 국가는 총 70여 개국에 이르며, 고가를 형성하고 있는 신선·냉장 쇠고기의 경우만 해도 19개국의 쇠고기가 홍콩시장에 진출하여 경쟁하고 있는 상황임
- 국내 한우산업의 특성 상 한우고기의 높은 단가로 홍콩 수출 시 고급육 시장에서의 경쟁이 불가피하며, 홍콩 고급육 시장의 주요 경쟁자는 일본, 호주, 미국으로 좁혀짐
- 본 연구에서는 2개년(2014~2015년)에 걸쳐 진행된 홍콩 시장조사를 통해 홍콩 고급육 시장에서 주로 판매되고 있는 채끝, 등심, 안심, 갈비부위를 중심으로 한우고기 예상소매가격을 도출한 후, 홍콩 고급육 시장에서 형성된 소매가격과 비교, 분석함
- 홍콩시장에서 한우 1~1++등급에 해당하는 부분육의 예상소매가격을 분석한 결과, 채끝, 등심, 안심부위가 일본, 영국, 호주 와규, 미국 고급쇠고기에 비해 가격경쟁력이 있는 것으로 분석됨
 - 안심부위는 일본, 호주와의 가격경쟁력에서 우위가 있으며, 미국과의 가격경쟁력은 확보되지 못함
 - 등심부위는 일본, 영국, 미국에 비해서는 가격경쟁력을 갖추고 있으나 호주 와규, 뉴질랜드, 캐나다, 호주의 등심과 비교 시 가격경쟁력이 확보되지 않은 것으로 나타남
 - 채끝부위는 일본, 호주 와규, 미국과의 가격경쟁에서 비교우위가 있으나, 호주 일반, 뉴질랜드 채끝과 비교 시에는 가격경쟁력을 확보하지 못한 것으로 나타남

<표> 한우고기 홍콩 시장 예상소매가격 및 홍콩 쇠고기 소매가격 비교(해상운송)
(단위 : 원/kg)

부위	등급	한우고기 홍콩 시장 예상소매가격						홍콩 소매가격		
		도매가격	FOB가격	CIF가격	도착가격	예상소매가격		평균 (원/100g)	min. (원/100g)	max. (원/100g)
		[A]	[B]	[C]	[D]	[E]	(원/100g)			
안심	1++	59,109	59,351	59,473	59,473	115,973	11,597	10,003	1,866	35,074
	1+	56,008	56,250	56,366	56,366	109,914	10,991			
	1	52,296	52,538	52,647	52,647	102,662	10,266			
등심	1++	62,168	62,410	62,541	62,541	121,956	12,196	11,644	1,810	22,447
	1+	52,196	52,438	52,554	52,554	102,481	10,248			
	1	45,507	45,749	45,854	45,854	89,416	8,942			
채끝	1++	64,075	64,317	64,447	64,447	125,672	12,567	13,847	3,704	36,473
	1+	52,815	53,057	53,171	53,171	103,683	10,368			
	1	44,355	44,597	44,698	44,698	87,160	8,716			
양지	1++	29,954	30,196	30,279	30,279	59,044	5,904	8,418	1,936	21,044
	1+	28,179	28,421	28,501	28,501	55,577	5,558			
	1	25,996	26,238	26,316	26,316	51,315	5,132			

- 주 1. [A] : 축산품질평가원 축산유통종합정보센터 2014~2015년도 평균도매가격
 2. [B] : [A]+국내유통비용(242원/kg, 돼지고기 수출 해상·항공 표준물류비용 2014. aT 내부자료)
 3. [C] : [B] + 해상운송비(45원/kg) + 보험료구간요율(0.125%/1000)/kg)
 4. [D] : 관세 0%
 5. [E] : [D]+수입업체마진 50% + 소매상마진 30%
 6. 홍콩 수출 시 통관과정에 따른 비용은 산정에서 제외
 7. 홍콩 소매가격은 환율 140.30(2개년 평균)을 적용하여 산출
 8. 홍콩쇠고기 소매가격은 한국산업개발연구원의 현지 시장조사 자료임. 표본수가 적은 부위는 비교대상에서 제외하였으
 며, 갈비의 경우 뼈 포함 유무를 구분하기 어려운 점을 감안하여 분석에서 제외함.

<표> 한우고기 홍콩 시장 예상소매가격 및 홍콩 쇠고기 소매가격 비교(항공운송)
(단위 : 원/kg)

부위	등급	한우고기 홍콩 시장 예상소매가격						홍콩 소매가격		
		도매가격	FOB가격	CIF가격	도착가격	예상소매가격		평균 (원/100g)	min. (원/100g)	max. (원/100g)
		[A]	[B]	[C]	[D]	[E]	(원/100g)			
안심	1++	59,109	62,909	66,885	66,885	130,427	13,043	10,003	1,866	35,074
	1+	56,008	59,808	63,778	63,778	124,367	12,437			
	1	52,296	56,096	60,059	60,059	117,115	11,712			
등심	1++	62,168	65,968	69,953	69,953	136,409	13,641	11,644	1,810	22,447
	1+	52,196	55,996	59,966	59,966	116,934	11,693			
	1	45,507	49,307	53,266	53,266	103,869	10,387			
채끝	1++	64,075	67,875	71,859	71,859	140,125	14,013	13,847	3,704	36,473
	1+	52,815	56,615	60,583	60,583	118,137	11,814			
	1	44,355	48,155	52,110	52,110	101,614	10,161			
양지	1++	29,954	33,754	37,675	37,675	73,467	7,347	8,418	1,936	21,044
	1+	28,179	31,979	35,899	35,899	70,004	7,000			
	1	25,996	29,796	33,715	33,715	65,745	6,575			

- 주 1. [A] : 축산품질평가원 축산유통종합정보센터 2014~2015년도 평균도매가격
 2. [B] : [A]+국내유통비용(3,800원/kg, 임산물수출 표준물류비 산정연구 2011, 안전회계법인)
 3. [C] : [B] + 항공운송비(3,899원/kg) + 보험료구간오율(0.125%적용)
 4. [D] : 관세 0%
 5. [E] : [D]+수입업체마진 50% + 소매상마진 30%
 6. 홍콩 수출 시 통관과정에 따른 비용은 산정에서 제외
 7. 홍콩 소매가격은 환율 140.30(2개년 평균)을 적용하여 산출
 8. 홍콩쇠고기 소매가격은 한국산업개발연구원의 현지 시장조사 자료임. 표본수가 적은 부위는 비교대상에서 제외하였으며, 갈비의 경우 뼈 포함 유무를 구분하기 어려운 점을 감안하여 분석에서 제외함

□ 중국

- [시장별 가격경쟁력 분석 : 상하이] 상하이 시장에서는 한우고기의 등심부위가 가격경쟁력이 있는 것으로 분석됨
한우 1~1++등급 등심부위의 예상소매가격 : 8,995~12,269원/100g(해상), 10,535~13,808원/100g(항공)
 - 상하이 시장 평균소매가격은 중가그룹 7,820원/100g, 고가그룹 20,730원/100g으로 형성되어 있음
 - 채끝부위의 경우, 해상운송 시 일부 등급(1등급)에서 가격경쟁력이 있는 것으로 나타났으나, 대부분은 고가그룹의 평균소매가격보다 높은 가격대를 형성할 것으로 예상됨
- [시장별 가격경쟁력 분석 : 베이징] 한우고기의 등심과 우둔부위에서 가격경쟁력이 확보됨
 - 한우 1~1++등급 우둔의 예상소매가격 : 4,320~4,475원/100g(해상), 5,860~6,015원/100g(항공)인 것으로 분석됨
 - 베이징 시장 평균소매가격은 중가그룹 3,852원/100g, 고가그룹 8,318원/100g으로 형성되어 있음
- 따라서 한우고기는 중국 쇠고기 시장에서 중가그룹과 고가그룹 사이의 가격대를 형성할 것으로 예상되며, 이에 따라 고가그룹으로 분류된 쇠고기에 비해 가격경쟁력이 있을 것으로 판단됨

<표> 한우고기 베이징 시장 예상소매가격과 현지 쇠고기 소매가격 비교 (해상운송)
(단위 : 원/kg)

부위	등급	한우고기 베이징 시장 예상소매가격						베이징 소매가격	
		도매가격 [A]	FOB가격 [B]	CIF가격 [C]	도착가격 [D]	예상소매가격 [E]	(원/100g)	증가 (원/100g)	고가 (원/100g)
안심	1++	59,109	59,351	59,473	75,270	116,668	11,667	-	-
	1+	56,008	56,250	56,366	71,337	110,572	11,057		
	1	52,296	52,538	52,647	66,630	103,277	10,328		
등심	1++	62,168	62,410	62,541	79,152	122,686	12,269	5,919	17,441
	1+	52,196	52,438	52,554	66,513	103,095	10,309		
	1	45,507	45,749	45,854	58,033	89,951	8,995		
채끝	1++	64,075	64,317	64,447	81,564	126,424	12,642	-	-
	1+	52,815	53,057	53,171	67,293	104,304	10,430		
	1	44,355	44,597	44,698	56,569	87,682	8,768		
목심	1++	21,094	21,336	21,406	27,091	41,991	4,199	-	-
	1+	19,878	20,120	20,188	25,550	39,602	3,960		
	1	19,037	19,279	19,346	24,484	37,950	3,795		
앞다리	1++	25,586	25,828	25,905	32,786	50,818	5,082	2,317	-
	1+	24,014	24,256	24,330	30,793	47,728	4,773		
	1	22,543	22,785	22,857	28,928	44,838	4,484		
우둔	1++	22,498	22,740	22,810	28,868	44,746	4,475	3,852	8,318
	1+	22,018	22,260	22,329	28,260	43,802	4,380		
	1	21,712	21,954	22,022	27,871	43,200	4,320		
설도	1++	22,711	22,953	23,024	29,139	45,166	4,517	2,091	3,922
	1+	21,932	22,174	22,244	28,151	43,635	4,363		
	1	21,217	21,459	21,527	27,245	42,229	4,223		
양지	1++	29,954	30,196	30,279	38,321	59,398	5,940	1,956	2,434
	1+	28,179	28,421	28,501	36,071	55,910	5,591		
	1	25,996	26,238	26,316	33,305	51,623	5,162		
사태	1++	19,117	19,359	19,426	24,586	38,108	3,811	2,224	3,485
	1+	18,557	18,799	18,865	23,876	37,008	3,701		
	1	18,050	18,292	18,357	23,233	36,011	3,601		

주 1. [A] : 축산품질평가원 축산유통종합정보센터 2014~2015년 평균도매가격
 2. [B] : [A]+국내유통비용(242원/kg, 돼지고기 수출 해상·항공 표준물류비용 2014. aT 내부자료)
 3. [C] : [B] + 해상운송비(45원/kg) + 해상적하보험료 ((45ft냉장컨테이너(≈25ton) × 희망이익(110%) × 구간요율(0.125%/1000) /kg)
 4. [D] : [C]×(1×관세(12%)+1+(1×12%))×증치세(13%) 2014년 중국 냉동냉장 쇠고기 관세율 적용
 5. [E] : [D]+유통마진(55%), A업체중국수출유통마진율(대리상 20% + 경소상 15% + 매장(장려금포함) 20%), 중국 위안화 계산 시 환율 175.11적용(2개년 평균환율)
 6. 중국 수출 시 통관과정에 따른 비용은 산정에서 제외
 7. 중국쇠고기 소매가 데이터는 한국산업개발연구원의 시장조사 자료임. 목심부위는 소매가 사례수가 적어 비교대상에서 제외함. 갈비의 경우, 뼈 포함 유무의 구분이 어려운 점을 고려하여 비교대상에서 제외함.

<표> 한우고기 베이징 시장 예상소매가격과 현지 쇠고기 소매가격 비교 (항공운송)
(단위 : 원/kg)

부위	등급	한우고기 베이징 시장 예상소매가격						베이징 소매가격	
		도매가격 [A]	FOB가격 [B]	CIF가격 [C]	도착가격 [D]	예상소매가격 [E]	(원/100g)	증가 (원/100g)	고가 (원/100g)
안심	1++	59,109	62,909	67,322	85,203	132,065	13,207	-	-
	1+	56,008	59,808	64,215	81,271	125,970	12,597		
	1	52,296	56,096	60,496	76,564	118,674	11,867		
등심	1++	62,168	65,968	70,390	89,086	138,084	13,808	5,919	17,441
	1+	52,196	55,996	60,403	76,446	118,492	11,849		
	1	45,507	49,307	53,703	67,967	105,348	10,535		
채끝	1++	64,075	67,875	72,296	91,498	141,822	14,182	-	-
	1+	52,815	56,615	61,020	77,227	119,701	11,970		
	1	44,355	48,155	52,547	66,503	103,080	10,308		
목심	1++	21,094	24,894	29,262	37,035	57,404	5,740	-	-
	1+	19,878	23,678	28,043	35,492	55,012	5,501		
	1	19,037	22,837	27,200	34,424	53,357	5,336		
앞다리	1++	25,586	29,386	33,747	42,710	66,201	6,620	2,317	-
	1+	24,014	27,814	32,174	40,719	63,115	6,312		
	1	22,543	26,343	30,702	38,857	60,228	6,023		
우둔	1++	22,498	26,298	30,660	38,804	60,145	6,015	3,852	8,318
	1+	22,018	25,818	30,179	38,194	59,201	5,920		
	1	21,712	25,512	29,871	37,805	58,598	5,860		
설도	1++	22,711	26,511	30,885	39,088	60,587	6,059	2,091	3,922
	1+	21,932	25,732	30,103	38,098	59,052	5,905		
	1	21,217	25,017	29,386	37,190	57,645	5,764		
양지	1++	29,954	33,754	38,112	48,235	74,764	7,476	1,956	2,434
	1+	28,179	31,979	36,336	45,987	71,281	7,128		
	1	25,996	29,796	34,152	43,223	66,996	6,700		
사태	1++	19,117	22,917	27,272	34,515	53,499	5,350	2,224	3,485
	1+	18,557	22,357	26,711	33,806	52,399	5,240		
	1	18,050	21,850	26,203	33,162	51,402	5,140		

- 주 1. [A] : 축산품질평가원 축산유통종합정보센터 2014~2015년 평균도매가격
 2. [B] : [A]+국내유통비용(3,800원/kg, 임산물수출 표준물류비 산정연구 2011, 안전회계법인)
 3. [C] : [B] + 항공운송비(4,336원/kg) + 보험료구간요율 (0.125% 적용)
 4. [D] : [C]×(1×관세(12%)+1+(1×12%))×증치세(13%) 2014년 중국 냉동냉장 쇠고기 관세율 적용
 5. [E] : [D]+유통마진(55%), A업체중국수출유통마진율(대리상 20% + 경소상 15% + 매장(장려금포함) 20%), 중국 위안화 계산 시 환율 175.11적용(2개년 평균환율)
 6. 중국 수출시 통관과정에 따른 비용은 산정에서 제외
 7. 중국쇠고기 소매가 데이터는 한국산업개발연구원의 시장조사 자료임. 목심부위는 소매가격의 표본수가 적어 비교대상에서 제외하였으며, 갈비의 경우, 뼈 포함 유무의 구분이 어려운 점을 감안하여 비교대상에서 제외함.

□ 일본

- 일본 쇠고기 시장에서 일본 화우 및 교잡종은 고가시장으로 분류되며, 그 외 수입육과 일본 젓소 등은 저가시장 쇠고기로 구분됨
 - 현재 일본에 수입되고 있는 호주산, 미국산 쇠고기의 평균가격은 일본 화우 평균가격의 30% 수준에 그치고 있는 실정임
- 본 연구에서는 2개년(2014~2015년)에 걸쳐 진행된 현지 시장조사에 따라 일본 화우의 평균소매가격과 한우 예상소매가격을 비교하여 일본 수출 시 한우고기의 가격경쟁력을 분석함
- **[시장별 분석결과 : 도쿄]** 도쿄 시장에서는 한우 1등급 이상 안심, 등심, 채끝, 목심, 앞다리, 우둔, 양지, 사태 등의 다양한 부위가 가격경쟁력이 있는 것으로 나타남
 - 한우고기 예상소매가격(헤상) : 안심 100g당 13,102~14,800원, 등심 11,413~15,563원, 채끝 11,125~16,037원, 우둔 5,485~5,681원
 - 일본 화우 평균소매가격 : 중가그룹의 화우고기는 한우고기 예상판매가격과 비슷한 가격대를 형성하고 있으며, 고가그룹의 화우고기의 가격은 한우고기에 비해 1.8~2.2배 높은 것으로 나타남
- **[시장별 분석결과 : 오사카]** 오사카 시장에서 한우고기의 가격경쟁력이 있는 것으로 나타난 부위는 도쿄 시장과 동일하며, 일본 화우의 평균소매가격은 도쿄 시장에 비해 비교적 낮은 편으로 한우고기 예상소매가격 대비 1.7~2.0배 높은 것으로 분석됨
- 일본시장의 유통업체 특징 및 가격 포지셔닝 시 유의점을 정리하면 아래와 같음
 - 고급육을 중심으로 판매하는 유통업체의 90% 이상은 일본 화우만을 취급
 - 한우고기가 고급육 시장을 목표로 한다면 화우고기의 대체재로 자리매김해야 할 것
 - 수입쇠고기는 가격경쟁력을 앞세워 대형마트나 정육점을 중심으로 중저가 쇠고기 시장을 점유
 - 수입쇠고기와 경쟁 시 현재 도출된 가격보다 현저히 낮은 가격으로 시장 진입해야

<표> 한우고기 도쿄 시장 예상소매가격과 현지 쇠고기 소매가격 비교(해상운송)

부위	등급	한우고기 도쿄 시장 예상소매가격						도쿄 소매가격	
		도매가격 [A]	FOB가격 [B]	CIF가격 [C]	도착가격 [D]	예상소매가격		증가 (원/100g)	고가 (원/100g)
						[E]	(원/100g)		
안심	1++	59,109	59,351	59,473	89,002	142,404	14,800	13,620	28,635
	1+	56,008	56,250	56,366	84,354	134,967	14,027		
	1	52,296	52,538	52,647	78,791	126,066	13,102		
등심	1++	62,168	62,410	62,541	93,591	149,746	15,563	12,272	20,022
	1+	52,196	52,438	52,554	78,653	125,844	13,079		
	1	45,507	45,749	45,854	68,631	109,809	11,413		
채끝	1++	64,075	64,317	64,447	96,442	154,307	16,037	-	22,070
	1+	52,815	53,057	53,171	79,575	127,320	13,232		
	1	44,355	44,597	44,698	66,901	107,041	11,125		
목심	1++	21,094	21,336	21,406	32,061	51,297	5,331	8,278	14,239
	1+	19,878	20,120	20,188	30,239	48,382	5,028		
	1	19,037	19,279	19,346	28,979	46,367	4,819		
앞다리	1++	25,586	25,828	25,905	38,791	62,066	6,451	-	9,607
	1+	24,014	24,256	24,330	36,435	58,296	6,059		
	1	22,543	22,785	22,857	34,231	54,770	5,692		
우둔	1++	22,498	22,740	22,810	34,161	54,658	5,681	-	9,918
	1+	22,018	22,260	22,329	33,442	53,506	5,561		
	1	21,712	21,954	22,022	32,983	52,772	5,485		
양지	1++	29,954	30,196	30,279	45,333	72,533	7,538	-	10,252
	1+	28,179	28,421	28,501	42,674	68,278	7,096		
	1	25,996	26,238	26,316	39,405	63,047	6,553		
사태	1++	19,117	19,359	19,426	29,100	46,560	4,839	-	14,049
	1+	18,557	18,799	18,865	28,261	45,217	4,699		
	1	18,050	18,292	18,357	27,501	44,002	4,573		

- 주 1. [A] : 축산품질평가원 축산유통종합정보센터 2014년~2015년 평균도매가격
 2. [B] : [A]+국내유통비용(242원/kg, 돼지고기 수출 해상·항공 표준물류비용 2014. aT 내부자료)
 3. [C] : [B] + 해상운송비(73원/kg) + 해상적하보험료 ((45ft냉장컨테이너(≒25ton) × 희망이익(110%) × 구간요율(0.125%)/1000) /kg)
 4. [D] : [C]×(1×관세(38.5%)+(1+(1×38.5%))×부가세(8%))
 5. [E] : [D]+유통마진(60%), 수입업체마진 10% + 도매업체마진 30% + 소매업체마진 20%
 6. 일본 소매가격은 환율 9.62(2개년 평균환율)를 적용하여 산출
 7. 일본 수출 시 통관과정에 따른 비용은 산정에서 제외
 8. 일본쇠고기 소매가 데이터는 한국산업개발연구원의 시장조사 자료임. 설도부위는 소매가격의 표본수가 적어 비교대상에서 제외하며, 갈비의 경우, 뼈 포함 유무의 구분이 어려운 점을 감안하여 비교대상에서 제외함.

<표> 한우고기 도쿄 시장 예상소매가격과 현지 쇠고기 소매가격 비교(항공운송)

부위	등급	한우고기 도쿄 시장 예상소매가격						도쿄 소매가격	
		도매가격 [A]	FOB가격 [B]	CIF가격 [C]	도착가격 [D]	예상소매가격		증가 (원/100g)	고가 (원/100g)
						[E]	(원/100g)		
안심	1++	59,109	62,909	69,049	103,284	165,255	17,175	13,620	28,635
	1+	56,008	59,808	65,942	98,636	157,818	16,402		
	1	52,296	56,096	62,223	93,073	148,917	15,477		
등심	1++	62,168	65,968	72,117	107,873	172,597	17,938	12,272	20,022
	1+	52,196	55,996	62,130	92,934	148,695	15,454		
	1	45,507	49,307	55,430	82,912	132,660	13,788		
채끝	1++	64,075	67,875	74,023	107,224	177,158	18,412	-	22,070
	1+	52,815	56,615	62,747	93,857	150,171	15,607		
	1	44,355	48,155	54,274	81,183	129,892	13,500		
목심	1++	21,094	24,894	30,989	46,354	74,166	7,708	8,278	14,239
	1+	19,878	23,678	29,770	44,531	71,249	7,405		
	1	19,037	22,837	28,927	43,269	69,230	7,195		
앞다리	1++	25,586	29,386	35,474	53,062	84,899	8,824	-	9,607
	1+	24,014	27,814	33,901	50,709	81,135	8,432		
	1	22,543	26,343	32,429	48,508	77,612	8,066		
우둔	1++	22,498	26,298	32,387	48,445	77,512	8,056	-	9,918
	1+	22,018	25,818	31,906	47,724	76,359	7,936		
	1	21,712	25,512	31,598	47,264	75,623	7,860		
양지	1++	29,954	33,754	39,839	59,592	95,347	9,910	-	10,252
	1+	28,179	31,979	38,063	56,935	91,097	9,468		
	1	25,996	29,796	35,879	53,668	85,870	8,925		
사태	1++	19,117	22,917	28,999	43,377	69,403	7,213	-	14,049
	1+	18,557	22,357	28,438	42,538	68,060	7,074		
	1	18,050	21,850	27,930	41,778	66,844	6,947		

- 주 1. [A] : 축산품질평가원 축산유통종합정보센터 2014년~2015년 평균도매가격
 2. [B] : [A]+국내유통비용(3,800원/kg, 임산물수출 표준물류비 산정연구 2011, 안전회계법인)
 3. [C] : [B] + 항공운송비(6,063원/kg) + 보험료구간요율(0.125%적용)
 4. [D] : [C]×(1×관세(38.5%)+(1+(1×38.5%))×부가세(8%))
 5. [E] : [D]+유통마진(60%), 수입업체마진 10% + 도매업체마진 30% + 소매업체마진 20%.
 6. 일본 소매가격은 환율 9.62(2개년 평균환율)를 적용하여 산출
 7. 일본 수출 시 통관과정에 따른 비용은 산정에서 제외
 8. 일본쇠고기 소매가 데이터는 한국산업개발연구원의 시장조사 자료임. 설도부위는 소매가격의 표본수가 적어 비교대상에서 제외하며, 갈비의 경우, 뼈 포함 유무의 구분이 어려운 점을 감안하여 비교대상에서 제외함

2-9. 한우 수출경쟁력 종합 분석

- [종합 평가 및 분석] 한우고기 수출환경에 대한 정량적 평가를 실시한 결과, 공통적으로 한우고기의 고급 부위가 수출경쟁력을 확보한 것으로 분석됨
 - 수출 지역별로는 홍콩 > 중국 > 일본 순으로 분석됨
 - 수출 부위별로는 등심 > 채끝 > 안심 > 우둔 등이 우선 수출부위로 나타남
- 도출된 평가결과는 한우고기가 수출경쟁력을 확보한 도시 및 부위의 우선순위를 제시하고 있으며, 이는 한우고기 수출전략 수립에 활용될 수 있음

<표> 한우고기 수출환경 평가 결과(상위 30위)

순위	도시	부위	소계(각 100점 만점)			합계 (300점 만점)
			PEST 분석	5-Force 분석	시장 분석	
1	홍콩	등심	74	90	80	244
2	홍콩	채끝	74	88	80	242
3	홍콩	안심	74	80	70	224
4	홍콩	목심	74	88	37	199
5	상하이	등심	60	58	73	191
6	베이징	등심	60	58	67	185
7	상하이	채끝	60	58	65	183
8	베이징	우둔	60	58	65	183
9	홍콩	양지	74	88	20	182
10	홍콩	앞다리	74	88	20	182
11	홍콩	우둔	74	88	20	182
12	홍콩	사태	74	88	20	182
13	베이징	양지	60	58	47	165
14	베이징	사태	60	58	46	164
15	오사카	안심	57	42	60	159
16	도쿄	안심	60	46	53	159
17	도쿄	등심	60	42	57	159
18	상하이	안심	60	58	40	158
19	도쿄	목심	60	42	54	156
20	오사카	채끝	57	42	53	152
21	상하이	양지	60	58	37	155
22	상하이	사태	60	58	37	155
23	베이징	목심	60	58	37	155
24	도쿄	채끝	60	42	50	152
25	상하이	앞다리	60	58	33	151
26	상하이	우둔	60	58	33	151
27	베이징	안심	60	58	33	151
28	도쿄	앞다리	60	42	46	148
29	오사카	앞다리	57	42	46	145
30	오사카	등심	57	42	44	143

주. 평가요소 중 '공급자의 교섭력'은 실제 한우고기 수출이 이루어져야 평가가 가능하므로, 현재 단계에서는 평가에서 제외함.

- **PEST 분석 결과**, 홍콩은 정치적, 경제적, 사회문화적 요인에서 높은 점수를 받았으며, 일본은 기술적 요인에서 높은 점수를 받음
 - 홍콩은 쇠고기 수입이 자유로운 외부적 환경이 조성되어 있음
 - 반면 일본은 쇠고기 생산이 발달한 편이나, 쇠고기 수입에 대해서는 다른 도시에 비해 폐쇄적인 것으로 분석됨

<표> PEST 분석 결과(상위 30개)

순위	도시	부위	합계(100점 만점)				
			정치적 요인 (23점 만점)	경제적 요인 (23점 만점)	사회문화적 요인 (38점 만점)	기술적 요인 (15점 만점)	
1	홍콩	등심	74	20	22	29	3
2	홍콩	채끝	74	20	22	29	3
3	홍콩	안심	74	20	22	29	3
4	홍콩	목심	74	20	22	29	3
5	상하이	등심	60	12	15	25	8
6	베이징	등심	60	12	15	25	8
7	상하이	채끝	60	12	15	25	8
8	베이징	우둔	60	12	15	25	8
9	홍콩	양지	74	20	22	29	3
10	홍콩	앞다리	74	20	22	29	3
11	홍콩	우둔	74	20	22	29	3
12	홍콩	사태	74	20	22	29	3
13	베이징	양지	60	12	15	25	8
14	베이징	사태	60	12	15	25	8
15	오사카	안심	57	9	17	22	9
16	도쿄	안심	60	9	17	25	9
17	도쿄	등심	60	9	17	25	9
18	상하이	안심	60	12	15	25	8
19	도쿄	목심	60	9	17	25	9
20	오사카	채끝	57	9	17	22	9
21	상하이	양지	60	12	15	25	8
22	상하이	사태	60	12	15	25	8
23	베이징	목심	60	12	15	25	8
24	도쿄	채끝	60	9	17	25	9
25	상하이	앞다리	60	12	15	25	8
26	상하이	우둔	60	12	15	25	8
27	베이징	안심	60	12	15	25	8
28	도쿄	앞다리	60	9	17	25	9
29	오사카	앞다리	57	9	17	22	9
30	오사카	등심	57	9	17	22	9

- 5-Force 분석 결과, 쇠고기 산업의 경쟁강도는 홍콩 시장이 낮고, 오사카 시장이 높은 것으로 나타남
 - 홍콩은 이미 쇠고기 수입이 활발하게 이루어지고 있어 공급자 간 경쟁이 치열해 보이나, 그만큼 구매자들이 신제품에 대해 개방적이기 때문에 진입장벽이 낮음
 - 오사카는 구매자들이 자국산 쇠고기를 선호하고, 가격보다는 품질에 민감한 성향이 있기 때문에 일본 화우와의 경쟁강도는 높을 것으로 판단됨

<표> 5-Force 분석 결과(상위 30개)

순위	도시	부위		합계(100점 만점)			
				신규 진입자의 위협 (30점 만점)	구매자의 교섭력 (30점 만점)	대체품의 위협 (10점 만점)	산업 내 경쟁구도 (30점 만점)
1	홍콩	등심	90	28	28	10	24
2	홍콩	채끝	88	26	28	10	24
3	홍콩	안심	80	26	28	10	16
4	홍콩	목심	88	26	28	10	24
5	상하이	등심	58	16	18	8	16
6	베이징	등심	58	16	18	8	16
7	상하이	채끝	58	16	18	8	16
8	베이징	우둔	58	16	18	8	16
9	홍콩	양지	88	26	28	10	24
10	홍콩	앞다리	88	26	28	10	24
11	홍콩	우둔	88	26	28	10	24
12	홍콩	사태	88	26	28	10	24
13	베이징	양지	58	16	18	8	16
14	베이징	사태	58	16	18	8	16
15	오사카	안심	42	12	14	2	14
16	도쿄	안심	46	12	14	2	18
17	도쿄	등심	42	12	14	2	14
18	상하이	안심	58	16	18	8	16
19	도쿄	목심	42	12	14	2	14
20	오사카	채끝	42	12	14	2	14
21	상하이	양지	58	16	18	8	16
22	상하이	사태	58	16	18	8	16
23	베이징	목심	58	16	18	8	16
24	도쿄	채끝	42	12	14	2	14
25	상하이	앞다리	58	16	18	8	16
26	상하이	우둔	58	16	18	8	16
27	베이징	안심	58	16	18	8	16
28	도쿄	앞다리	42	12	14	2	14
29	오사카	앞다리	42	12	14	2	14
30	오사카	등심	42	12	14	2	14

- **시장 현황 분석 결과**, 홍콩 시장의 고급 부위가 가장 높은 점수를 받았고, 오사카 시장의 저급 부위는 낮은 점수를 받음
 - 홍콩은 고급 부위에 대한 구매자들의 선호도가 높고, 수입산 쇠고기가 고급육 시장을 차지하는 비중이 높음
 - 반면 오사카는 일본 화우에 비해 한우고기가 가격경쟁력을 보였으나, 수입산 쇠고기에 비해서는 가격경쟁력을 확보하지 못한 것으로 나타났으며, 수입산 쇠고기에 대한 구매자들의 선호 또한 낮은 것으로 나타남

<표> 시장 현황 분석 결과(상위 30개)

순위	도시	부위		합계(100점 만점)	
				수급 현황 (50점 만점)	가격 현황 (50점 만점)
1	홍콩	등심	80	50	30
2	홍콩	채끝	80	50	30
3	홍콩	안심	70	37	33
4	홍콩	목심	37	27	10
5	상하이	등심	73	43	30
6	베이징	등심	67	37	30
7	상하이	채끝	65	37	28
8	베이징	우둔	65	33	32
9	홍콩	양지	20	10	10
10	홍콩	앞다리	20	10	10
11	홍콩	우둔	20	10	10
12	홍콩	사태	20	10	10
13	베이징	양지	47	27	20
14	베이징	사태	46	23	23
15	오사카	안심	60	30	30
16	도쿄	안심	53	23	30
17	도쿄	등심	57	27	30
18	상하이	안심	40	27	13
19	도쿄	목심	54	17	37
20	오사카	채끝	53	30	23
21	상하이	양지	37	17	20
22	상하이	사태	37	17	20
23	베이징	목심	37	27	10
24	도쿄	채끝	50	27	23
25	상하이	앞다리	33	13	20
26	상하이	우둔	33	20	13
27	베이징	안심	33	20	13
28	도쿄	앞다리	46	23	23
29	오사카	앞다리	46	23	23
30	오사카	등심	44	27	17

2-10. 국가별(일본, 호주, 미국) 쇠고기 수출 전략 사례 분석

1) 일본 화우 수출 전략

- 2010년도까지 일본의 쇠고기 수출은 농가(지역브랜드)와 지자체를 중심으로 케릴라 형식의 쇠고기 수출을 진행하여 왔으며, 중앙 통제 없이 진행된 지역별 수출은 몇 가지 문제점을 야기하였음
 - 첫째, 일본 쇠고기 산업 이해관계자 간 협의가 없는 상황에서 지자체의 수출실적 향상에 치우친 수출전략은 해외시장에서 지역 브랜드 간 가격 경쟁을 야기
 - 둘째, 컨트롤 타워 없이 진행된 수출은 와규(화우)의 생산량이 고르지 않은 상태에서 진행되어 해외 시장에 안정적 물량 공급 실패
 - 셋째, 와규(화우)라는 통합적 브랜드 대신 지방 명칭 중심의 각기 다른 브랜드명으로 해외 시장에 진출하여 소비자의 혼돈을 야기
 - 넷째, 해외 시장에 맞는 유통 인프라를 고려하지 않은 상황에서 자회사의 지사 및 JETRO의 역할에만 치우친 마케팅으로 현지화 실패

<표> 일본 도도부현별 대홍콩 마케팅 사례

구분		사가현	가고시마현	이와테현
주관기관		사가현 농림수산물 수출촉진 협의회	가고시마 농협경제련	이와테현 농림수산부
마케팅 전략	외식업체	산지에 홍콩 바이어와 레스토랑 주방장, 식육 관계자를 초빙	-	홍콩 식품류 관계자를 초대하여 리셉션 개최 홍콩 쇠고기 도매 관계자 대상 홍보활동
	소비자	‘사랑·일본요리 페어’ 협찬 ‘홍콩 SOGO 사가우농산물 페어’ ‘홍콩 JUSCO 사가현산 화우 페어’사가우 취급 레스토랑에서의 ‘사가우 페어’ 등 참가 ‘레스토랑&바 쇼’ 참가	‘세이로썸’의 요리법 및 먹는 방법 시연	‘이와테 페어’ 개최
	미디어 및 기타	음식관련 잡지, 신문, 인터넷 등	-	-

자료 : 일본농축산업진흥기구, 각 도도부현 홍보 자료.

- 결국 일본은 와규(화우)라는 독보적이며 세계적인 브랜드를 보유하였음에도 불구하고 농가 및 지자체 중심의 수출 전략 실패 및 일본 내 질병관리 실패로 인하여 와규(화우) 시장을 호주에 내어주는 결과를 초래함
- 2010년 이후 일본 쇠고기의 내수시장 흐름과 수출에 대한 필요성이 대두됨에 따라 아베정부는 쇠고

기 등 고급 농축산물의 수출시스템에 대한 재점검을 시작하였으며, 일본 쇠고기 역시 수출 인프라에 대한 구체적 점검 시행

- 수출에 대한 생산 시스템 점검, 도축가공 인프라 확립, 해외 유통시스템 재구축, 쇠고기 수출 컨트롤 타워 마련으로 프랑스 사례를 벤치마킹한 와규(화우) 수출 인프라 재정비 강행

○ **[자국 내 가격 전략]** 자국 내 고급육 시장 선점, 프리미엄 가격 전략 유지, 수입산 쇠고기와 3배 이상의 가격 차이 발생

- 우리나라와 마찬가지로 일본 소비자들의 자국산 쇠고기에 대한 수요가 높아 프리미엄 가격대를 형성하고 있음

○ **[홍콩 수출 가격 전략]** 홍콩 시장에서 일본 쇠고기는 고급화 전략을 취하고 있어, 타 수입 쇠고기에 비해 월등히 높은 가격을 형성하고 있음

- 홍콩 고급육 시장을 구성하고 있는 호주 와규와 비교 시에도 약 1.5-2.0배의 가격차이가 나타남

<표> 일본산 쇠고기 국가별 · 부위별 소매가격 비교

(단위 : 원/100g)

구분	중국		홍콩		일본	
	중가	고가	중가	고가	중가	고가
양지(Brisket)	-	-	-	18,187	8,827	12,361
등심(Sirloin)	-	-	-	26,296	11,113	16,839
우둔(Round)	-	-	-	-	-	10,477
채끝(Striploin)	-	-	-	23,906	-	19,449
안심(Tenderloin)	-	-	-	27,166	14,450	25,586

주 1. 각 국가별 2014년 연평균환율을 적용하여 산출함(중국 170.95원/위안, 홍콩 135.83원/HKD, 일본 996.37/100엔).

2. 중국시장은 현재 수출이 이루어지고 있지 않음

자료 : 한국산업개발연구원(2014), 해외 쇠고기 시장 실태조사 출장보고서

○ **[수출전략조직 발족]** 이에 일본 농림수산성은 산하에 있는 ‘농림수산물 수출촉진협의회’를 활용하여 ‘2020년 농림수산물 1조 엔 수출⁵⁾’을 목표로 농림수산물 및 식품의 수출을 촉진하고자 2014년 6월 수출전략실행위원회를 설치함

- 수출전략실행위원회는 올재팬(All Japan) 수출 촉진 전략의 사령탑 역할을 하며, 농림수산업, 식품업, 외식업, 지자체, 정부기관 등이 회원으로 참여함

○ 수출전략실행위원회 중 축산물관련 수출은 일본 중앙축산회 산하의 ‘일본 축산물 수출 촉진 협의회’가 담당함

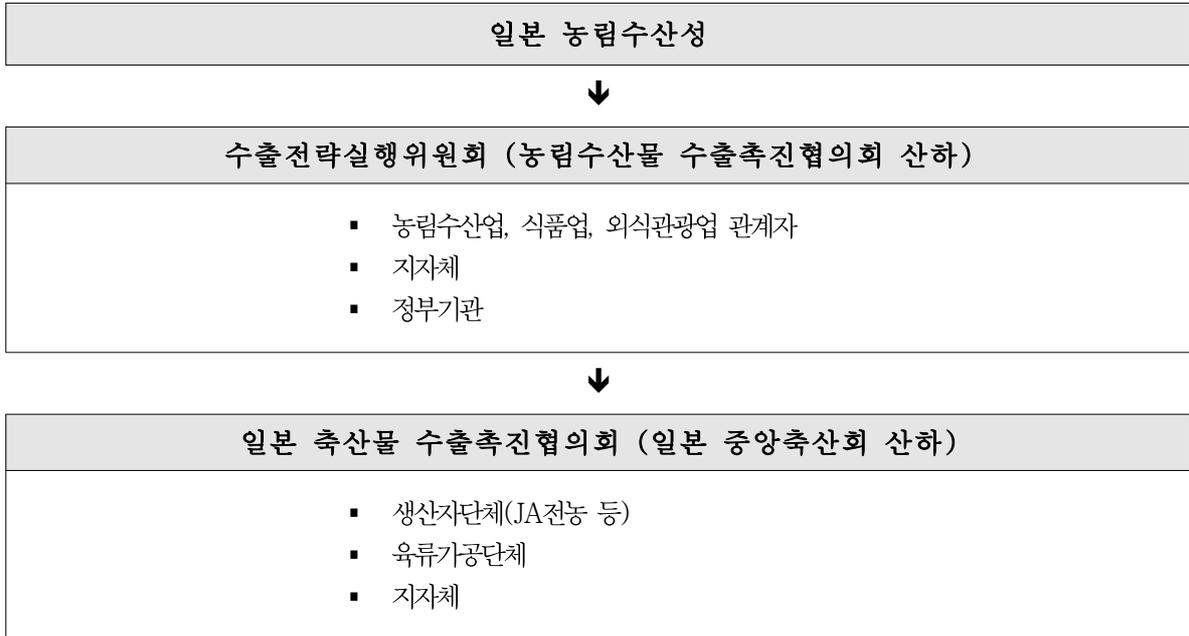
- 협의회의 주요 역할은 수출촉진 사업 추진, 수출관련 정보 수집 및 분석, 수출관련 애로사항 해소, 관련기관 간 연락조정 등임

- 조직 구성은 쇠고기, 우유, 돼지고기, 계란, 닭고기 분과회 등으로 이루어져 있으며, 이중 44개 회원으로 이루어진 쇠고기 분과회 규모가 가장 큼

- 2014년 12월 발족 후 일본 축산물 촉진협의회에서는 EU 및 북미 지역을 대상으로 쇠고기 수출 프로모션을 진행하였으며, 향후 국내의 가축전염병 발생에 따른 수출금지조치 예방 시스템 구축, 대응 프로세스 매뉴얼 개발, 지속적인 해외 프로모션, 도축가공시설 정비 등을 추진할 계획임

5) 2013년 일본 농림수산업성이 공표한 ‘농림수산물·식품의 국가별, 품목별 수출 전략’에 포함된 내용이며, 추가적인 내용은 다음과 같이 요약됨.

<그림> 일본의 농림수산물(쇠고기 포함) 수출촉진협의체 조직도 및 구성원

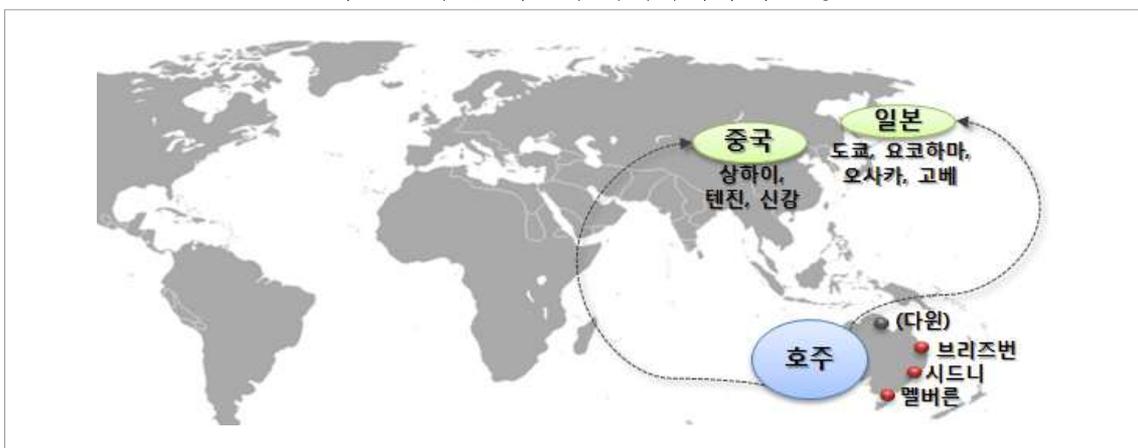


자료 : 일본농림수산물성(www.mhlw.go.jp).

2) 호주 화우 수출 전략

- [수출경로] 호주 쇠고기는 ① 패커가 직접 수출하거나 ② 수입업체를 통해 해외시장에 판매하는 방식으로 수출됨
 - 호주 패커 중 외국을 수출하는 업체는 총 4곳으로, 외국어 생산부터 수출까지 총괄하는 기업이 있는 반면, 도축을 제외한 생산 및 수출 사업만 추진하는 기업도 있음
- 수출 쇠고기는 냉장 컨테이너에 실려 트럭 또는 육류 전용 열차를 통해 주요 수출 항구인 시드니, 멜버른, 브리즈번, 다윈(예정)으로 운송됨
 - 일본의 경우, 호주에서 쇠고기가 출항한지 10-14일 후에 도쿄, 요코하마, 오사카, 고베 등 일본의 주요 항구에 도착함
 - 중국의 경우, 상해항에 전체 물량의 29%, 텐진항과 신강항에 각각 15%가 도착함
- 호주는 일반적으로 해상운송을 통해 수출을 진행하였으나, 최근에는 신선도 및 위생 등을 고려하여 고급 쇠고기는 항공운송하는 경우도 있음

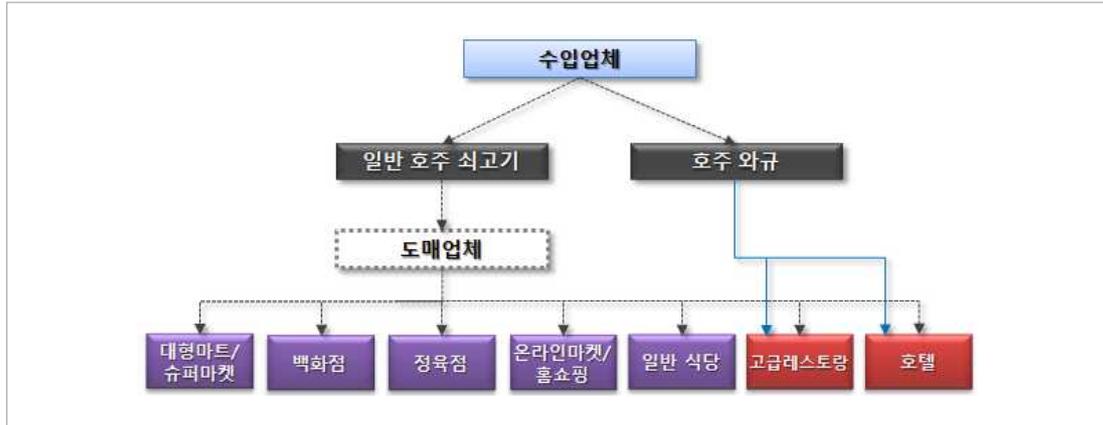
<그림> 호주산 쇠고기 아시아지역 수출경로



자료 : MLA 인터뷰 내용 정리.

- **[유통채널]** 전통적으로 호주 쇠고기는 수입업체 → 도매업체 → 외식 및 유통업체 → 소비자와 같은 경로로 수출되었으나, 최근에는 도매업체 단계를 생략하고 직접 외식 및 유통업체로 수출하는 추세를 보이고 있음
 - 일반 호주 쇠고기는 대형마트, 백화점, 슈퍼마켓 등 유통업체와 일반 식당으로 판매되는 반면, 호주 와규는 주로 호텔, 고급 레스토랑, 바(bar) 등에서 판매됨

<그림> 호주산 쇠고기 유통채널



자료 : MLA 인터뷰 내용 정리.

- **[가격전략]** 홍콩 시장에서 호주 쇠고기는 고급육 시장과 중급육 시장으로 구분하여 시장에 따라 가격차별화 전략을 취하고 있음
 - 척롤(chuckroll)은 중가그룹과 고가그룹 간 가격차이가 2.1배로 나타났으며, 등심부위의 가격차이는 1.9배로 나타남
- **[해외마케팅 주체]** 호주산 육류 및 축산물의 일차적인 해외마케팅은 호주축산공사(MLA)가 담당함
 - 비영리 산업기관으로 호주산 육류 및 축산물의 대내외적 마케팅과 판매 활동을 촉진하기 위해 설립됨
 - MLA 조직 내 해외시장에 대한 지원활동을 하는 별도의 부서가 있으며, 중국, 싱가포르, 일본 등 해외 각지에서 현지법인을 운영 중임

<표> 호주축산공사(MLA) 주요 활동

구분	활동 내용
호주	<ul style="list-style-type: none"> ▪ AUS-MEAT 기준에 따른 육류 품질관리 촉진 및 경쟁력 강화 ▪ 호주산 육류 및 축산물의 수출 관장 ▪ 고객의 수요를 충족시킬 수 있는 제품생산 유도 ▪ 축산업 관련 정보 제공
해외	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 육류 관련 교육 프로그램 및 세미나 개최 ▪ 호주산 육류 제품 품질관리 및 관련 정보 제공 ▪ 무역 전시회 참가 ▪ 산업 시찰단 파견 ▪ 관련 업계 및 소비자 대상 프로모션 ▪ 각종 광고 및 홍보, 홈페이지 운영, 온라인 뉴스레터 발행 ▪ 요리 경연대회 개최

자료 : MLA(2014), Annual report 2014-15.

- **[해외마케팅 전략]** 2014년 초까지 호주 쇠고기는 브랜드별로 해외 시장에 진출하였으나, 안전하고 청결한 식품에 대한 아시아 고객들의 수요가 증가함에 따라 MLA의 주관 하에 국가 브랜드(True Aussie)를 출범함

- 일본에서 12개월 간 시범적으로 True Aussie 마케팅 전략을 추진한 결과, 전년 대비 매출이 8% 증가하였음

- MLA는 일본과 한국의 유통 및 외식업체 등과 네트워크 구축을 통해 차별화된 마케팅 추진
- 최근 20년간(1991-2009년) MLA가 한국 진출을 위해 소요한 프로모션 비용은 5,900만 USD이며, 일본 프로모션 비용은 2,505백만 USD임

<표> 호주의 일본 내 쇠고기 해외마케팅 사례

구분	1990-2000년	2001-2005년	2006-2009년
유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 3천개 소매점 확보를 위한 개발 매장내 샘플링 보급 바우처 공급 	<ul style="list-style-type: none"> Wolf Blass(호주와인)와의 제휴를 통한 프로모션 매장 내 요리 시연 및 샘플링 매장 디스플레이 콘테스트, 상품 및 판매 경쟁대회 46개의 수출업체와 협약 체결 	<ul style="list-style-type: none"> 상위 5개 유통업체로 프로그램 제한 시즌 프로모션 개최
외식업체	<ul style="list-style-type: none"> 특별 메뉴 개발을 통한 패밀리 레스토랑 프로모션 호텔, 외식업체, 도매상 대상 세미나(60건) 	<ul style="list-style-type: none"> Aussie Gold 프리미엄 브랜드 메뉴 개발 및 세미나 판매 인센티브 제공 외식업체 주방장 대상 교육 및 세미나 	<ul style="list-style-type: none"> 호텔 및 고급외식업체 대상 고급메뉴 프로모션 일본 요리사협회 행사 후원 호텔 주방장 및 호텔종사자를 대상 모임 개최
소비자	<ul style="list-style-type: none"> 요리 및 영양관련 세미나 학교 급식 프로그램 	<ul style="list-style-type: none"> 미디어와 제휴된 요리 학교 발굴 요리경연대회 개최 Autumn Gourmet Party 이벤트 개최 	<ul style="list-style-type: none"> 소비자대상 세미나 개최
미디어 및 기타	<ul style="list-style-type: none"> 미디어 제휴 TV 광고 저널리스트 호주 초청 	<ul style="list-style-type: none"> Aussie 포럼 개최(매년) Safety and Trust 광고 	<ul style="list-style-type: none"> 식품관련 잡지, TV 요리쇼를 통한 광고 웹콘텐츠 개발 및 웹사이트 런칭

자료 : CIE(2011), Aggressive Promotion of Australian Beef in Japan and Korea.

3) 미국 쇠고기 수출 전략

- [수출경로] 미국 쇠고기는 아시아 지역으로 수출 시, 서쪽 해안가에 위치한 로스앤젤레스, 오클랜드, 시애틀 항구로 육로 운송됨
 - 냉동쇠고기의 대부분은 해상으로, 냉장쇠고기는 해상 또는 항공으로 운송됨
 - 항공으로 운송되는 소량의 미국 쇠고기는(1% 미만) 일본의 경우 나리타 또는 간사이 국제공항을 사용하고, 홍콩의 경우 첵콕랍 국제공항을 사용함

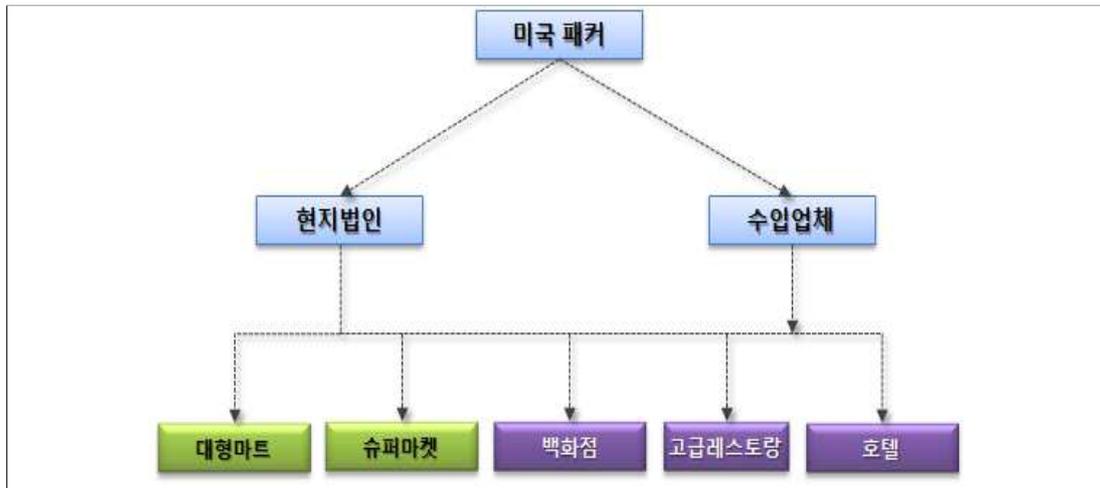
<그림> 미국산 쇠고기 아시아지역 수출경로



자료 : 미국육류수출협회의 홍콩 및 일본지사 인터뷰 내용(2015)

- **[유통채널]** 미국 쇠고기는 시장에 따라 가격 및 등급을 구분하여 수출함
 - 중저가 쇠고기는 체인형 대형마트, 슈퍼마켓 등을 통해 판매
 - 고급 쇠고기는 고급레스토랑(예: 미국식 스테이크 레스토랑), 백화점 및 호텔 등을 통해 판매

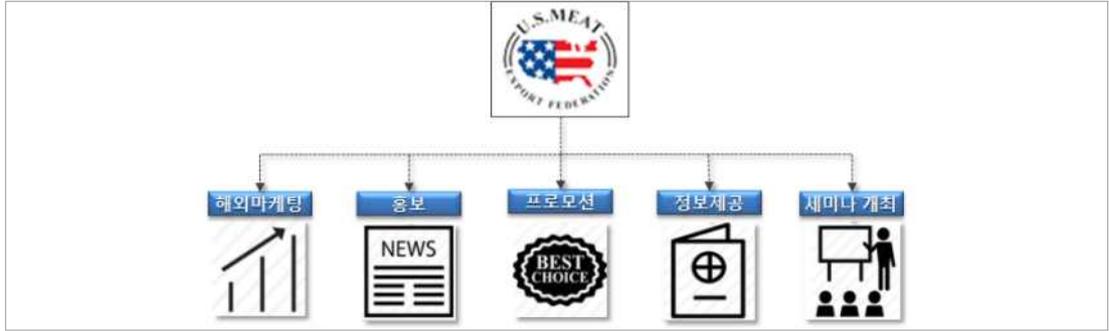
<그림> 미국산 쇠고기 유통채널



자료 : USMEF(2015), 해외시장 주요 유통채널(www.usmef.co.kr).

- **[가격전략]** 홍콩 시장에서 미국 쇠고기는 중저가 가격대를 형성하고 있음
 - 채끝부위의 경우, 중가그룹의 가격대를 형성하고 있어, 저가그룹(뉴질랜드, 호주, 캐나다)에 비해 1.5-1.8배 높은 가격을 보였고, 고가그룹(일본, 호주 외규)의 가격에 비해서는 0.5배 낮은 것으로 나타남
- **[홍보/마케팅 주체기관]** USMEF는 미국 쇠고기의 홍보 및 해외수요 파악을 담당함
 - USMEF는 해외시장에서 미국산 육류에 대한 수요 증대 및 홍보 등을 목적으로 설립된 비영리 무역기구로서, 한국, 일본, 중국 등 세계 11개 지역에 해외지사가 있으며, 각국의 무역업자, 구매자, 유통업체 및 가공업체 등과 긴밀한 업무관계를 구축하는 역할을 담당함

<그림> USMEF의 주요 활동



자료 : USMEF(2015), USMEF의 역할(www.usmef.co.kr).

- [해외마케팅 전략] USMEF는 해외 시장에서 쇠고기 산업 종사자 및 소비자를 대상으로 차별화된 마케팅을 진행함
 - 특히 홍콩 시장에서는 미국 쇠고기에 대한 일본 소비자들의 인지도를 높이기 위한 활동에 주력하였으며, 1986년 이후부터는 맛과 품질을 강조하는 마케팅 방식을 추진함
 - 광우병이 발생한 2000년대에는 '안심 캠페인', 'Desire Beef' 캠페인, 'We Care' 캠페인 등을 통해 미국 쇠고기의 안전성을 강조하는 방식으로 대처함

4) 해외 사례 분석 결과

- 주요 쇠고기 생산국의 수출체계를 비교분석한 결과, 우리나라의 생산 및 수급구조를 감안했을 때, 호주, 미국보다는 고급육 중심으로 소량의 쇠고기를 수출하는 일본 사례를 참고하는 것이 적합하다고 판단됨
- 또한, 해외 성공사례를 그대로 반영하기 보다는 우리나라 실정에 맞는 적합한 수출체계를 구축하는 것이 필요함

<표> 주요 쇠고기 생산국의 수출체계(요약)

구분		일본	호주	미국
생산체계	사육	▪ 번식사육과 비육사육으로 구분	▪ 수출대상국의 기호에 따라 비육기간 상이	▪ 성장단계별로 전문농기에서 사육
	도축	▪ '수출육류가공업체 승인 요강'에 따라 일본농림수산성의 인증	▪ 수출을 희망하는 육류가공시설은 AUS-MEAT 인증이 필요	▪ 미농무부 감독 하에 있는 모든 육류가공업체
유통체계	수출경로	▪ 생산업체 → 현지 수입업체	▪ 생산업체(패키) → 현지법인/현지 수입업체	▪ 생산업체(패키) → 현지법인/현지 수입업체
	유통방식	▪ 항공운송	▪ 해상/항공운송	▪ 해상/항공운송
	유통채널	▪ 고급 레스토랑 및 호텔	▪ 중급 : 대형마트, 슈퍼마켓, 정육점 ▪ 고급 : 백화점, 호텔, 고급 레스토랑	▪ 중급 : 대형마트, 슈퍼마켓, 정육점 ▪ 고급 : 백화점, 호텔, 고급 레스토랑
가격체계		▪ 홍콩 시장 : 최고 가격대 형성	▪ 중국, 홍콩 시장 : 고가, 중가로 가격대 구분 ▪ 일본 시장 : 증가 이하 가격대 형성	▪ 중국, 홍콩 시장 : 고가, 중가로 가격대 구분 ▪ 일본 시장 : 증가 이하 가격대 형성
해외마	주체기관	▪ 일본축산물수출촉진 협의회	▪ MLA	▪ USMEF
	구성원	▪ 정부기관, 지방자치단체,	▪ 육류생산업체	▪ 미농무부(USDA),

케 팅 및 홍 보		생산자단체(JA전농 등), 육류가공업체, 육류수출협회 등		육류생산업체, 육류가공업체, 곡물생산업체, 수출업체 등
	예산출처		<ul style="list-style-type: none"> ▪ 정부 지원금, 초지/곡물 비육우양염소 자조금, 육류가공업체의 지원금, 단체기부금 등 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 정부 지원금, 쇠고가 돼지고가공육수수 자조금, 가공업체 및 무역업체의 지원금 등
	주요활동	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 수출환경 조성 ▪ 박람회 참석 ▪ 시식회, 전시회 개최 ▪ 해외관계자 초청행사 ▪ 프로모션 지원 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 세미나 및 포럼 개최 ▪ 박람회 참석 ▪ 프로모션 기획 및 지원 ▪ 미디어 광고 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 세미나 및 포럼 개최 ▪ 박람회 참석 ▪ 프로모션 기획 및 지원 ▪ 미디어 광고

2-11. 한우수출 종합 전략 수립

1) 한우수출 국내 준비 및 실행 전략

□ 한우 수출 기반 조성을 위한 Control-Tower 조직 구성

- 해외사례(미국, 일본, 호주)의 쇠고기(육류) 수출지원 체계를 분석한 결과 분석 결과 국가별 다소의 차이는 있으나 국내 생산자, 유통·가공업체간의 Consolidation Process를 담당하는 주체(기관)과 해외 시장에서 수입·유통업체, 소비자로의 Deconsolidation Process를 담당하는 주체(기관)의 유기적 협력체계가 구축되어 있음
- 특히 수출초기단계에서는 Consolidation Process를 담당하는 주체(협의체)의 역할이 중요하며, 각국의 전담조직과 협의체 구성은 다음과 같음

쇠고기(육류) 수출체계		
	Consolidation Process	Deconsolidation Process
미국	CBB + USDA	USMEF
호주	MLA + AGDA ⁶⁾	MLA
일본	JA전농 + 일본축산물수출촉진협의회	JETRO

- 미국의 경우, 육류수출전담조직인 USMEF를 중심으로 협의체를 구축운영하고 있으며, 각 구성원들은 시장대응방안, 수출전략, 시장조사 및 연구 등에 대한 방향을 논의함
 - 미국의 육류수출협의체는 정부기관, 생산업체, 비육업체, 곡물생산업체, 가공업체, 수출업체 등으로 구성됨
 - 수출에 대한 예산은 정부기관, 육류 자조금, 곡물 자조금, 가공 및 수출업체의 기부금으로 구성됨
- 호주의 경우, 통합된 육류수출협의체는 없으나 1997년 호주육류생축산업법 하에 호주정부, Cattle Council(CCA), 양고기협회(SCA), 비육업체협동조합(ALFA), 호주육류산업협회(AMIC), 호주생축수출협회(ALEC), MLA, 호주육류가공업체연합(AMPC) 등이 양해각서를 체결함
- 일본의 경우, 그간 계속되어 고전해 왔던 화우수출의 진흥을 피하고자 자국 축산물의 수출경쟁력을 강화하기 위해 2014년 일본농림수산성은 수출전략실행위원회를 발족하였고 산하에 쇠고기 부회를 설치함
 - 1990년대 이후 일본은 수출실적이 매년 지속됨에도 불구하고 해외시장에서 과열된 자국 생산자 및 수출업체의 경쟁이 심화되어 쇠고기 가격하락, 수출비용 증가, 호주 와규의 해외시장 점거 등 문제점이 발생함
 - 이 같은 문제점을 타파하고자 생산업체, 가공업체, 정부기관을 중심으로 2014년 일본축산물수출촉진협의회를 발족하였고, 주요 역할은 토회의 개최, 일본브랜드 관리, 수출환경정비, 해외마케팅, 시장조사 등임
 - JA전농, 일본육류수출입협회, JETRO, 일본농축산업진흥기구, 일본중앙축산회의의 관계자들이 위원직을 담당함
- 이 같은 해외사례를 근거로 한국에서도 ‘국가 브랜드’로 해외시장 진출을 도모하기 위해 생산, 가

6) Australian Government Department of Agriculture

공, 유통, 수출에 있어 국내외 이해관계자들의 중재, 조정, 통합, 관리를 담당할 한우수출협의체에 대한 논의와 구성이 필요한 시점임

- 한우고기 수출촉진협의체 구성은 기존 조직체계의 확대와 개편을 활용하며, 법률에 근거를 둔 신규조직 신설(기존법률 개정 혹은 특별법 제정) 등 다각도의 검토가 필요함. 또한 필요 시, 연구용역의 발주도 수반되어야 함
- 한우수출협의회(가칭)는 한우 수출과 관련하여 Networking Hub 시스템 구축 필요
 - 국내 한우산업 이해 관계자들과의 협의를 통한 해외시장 진출 계획 수립
 - 각 이해관계자들의 역할 부여 및 통합적·유기적 수출전략 수립
 - 지역 또는 개별 브랜드의 독자적·산발적 진출에 대한 제한 및 중재 역할
 - 해외시장 수출관련 인프라 정비에 관한 통합 관리(통관, 검역 대응 차원)
 - 국내외 유통 및 물류 시스템 수립 및 관리
 - 수출국 지역별 맞춤형 시장정보의 입수 및 제공(데이터베이스화)

<그림> 한우 수출 활성화 종합조정기구의 구성(한우수출협의회)



□ 한우의 수출을 위한 규제역 및 수급관리 전략

- 규제역 예방 사육 관리 매뉴얼 제작, 홍보, 교육 및 실증관리
- 광역권별(전라권, 경상권, 경북권, 충북강원권) 수출용 한우 사육단지 조성
- 한우고기의 적정 자원관리체제를 구축하고, 상품성 제고를 위해 생산기술의 개발 및 고도화추진
 - 사양기술 발전 및 생산농가의 규모화·전문화 등 생산비 절감을 위한 다양한 노력 필요
 - 진출 시장별 소비자 기호 및 니즈(Needs)를 분석하여 수출맞춤형 한우고기 생산이 필요함

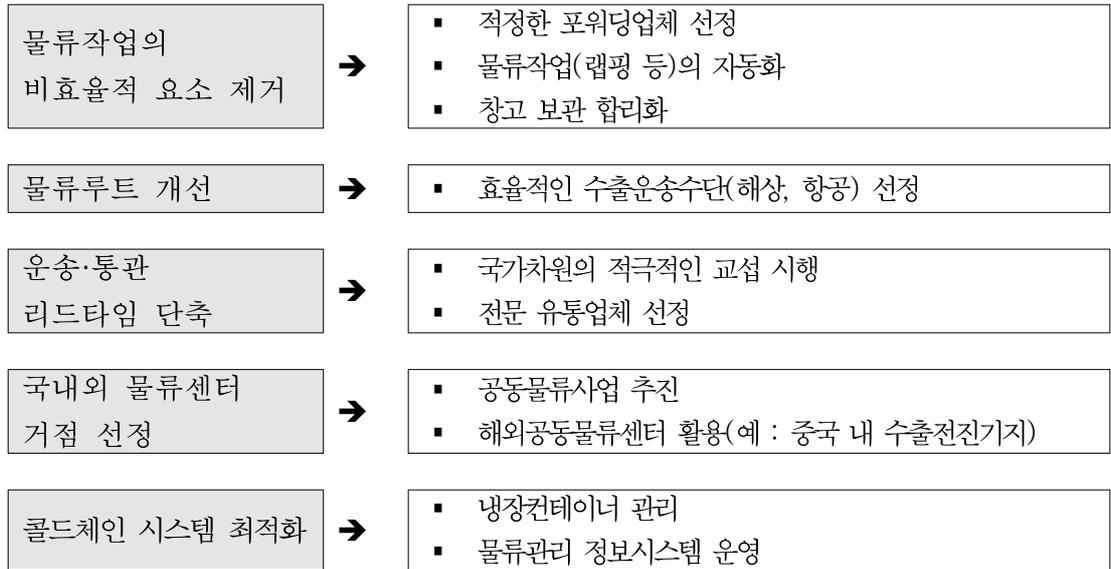
□ 한우 수출 물류 효율화 전략

- 수출전용 도축장 및 가공처리시설을 통해 가공·포장된 한우고기가 공항 또는 항구로 신속하고 효율적으로 이동될 수 있도록 유통체계를 설립할 필요가 있음
 - 기존에 있는 신선 농수산물 유통체계를 적극 활용하는 방법이 있음

- 수출단계부터 현지 소비시장까지 운송과정에서 발생하는 비효율적인 물류비를 절감하기 위해 국내외 물류업체와의 전략적 제휴, 해외공동물류센터(26개소) 활용, 공동물류사업 추진 등 정책적인 지원이 필요함

- 공동물류 시범사업(2012년)을 통해 시장운임 대비 약 30% 절감(농림축산식품부, 2015)

<그림> 수출물류 효율화 관리 방안



□ 한우 품질유지를 위한 지능형 필름 및 포장재 개발

- 수출 제품의 규격화·통일화를 위해 수출용 필름 포장재를 개발하고, 포장재 조달 비용 및 포장자동화 설비의 지원을 부분적으로 지원하는 방안을 모색할 필요가 있음
 - 특히, 신선 상태를 유지하기 어려운 냉장 쇠고기의 특징을 고려하여 지능형 고급 필름 포장재를 연구·개발할 필요가 있음
 - 고산소 차단성 다층 필름 기술개발 및 대량생산 체계화
 - Chloride free 친환경 기능성 필름 개발
 - 항균활성 및 항산화활성을 갖는 고기능성 포장필름 개발
 - 일본의 경우, 미국·홍콩·캐나다에 주로 냉장 쇠고기를 수출하기 때문에 국내용과 차이를 둔 포장상자(골판지)를 사용하고 있으며, 상자 안에 아이스팩을 동봉하거나, 나무상자로 재포장하여 신선도를 유지함

□ 한우 수출대상국 확대 전략

- 한우 수출 대상국 : 홍콩, 마카오, 캄보디아, UAE → 중국, 일본, 러시아, EU
 - 청정국 지위 유지 필요
 - 위생검역협정 세분화(국가→구제역 발생 지자체 수출 중단)
 - 농림축산식품부와 식품의약품안전처 공조 필요

2) 한우수출 시장 단계별 실행 전략

□ 진입 단계별 전략

- 한우 수출을 위해 진입단계별 실행전략은 크게 3가지로 구분
 - 1단계(시장진출 준비 단계) : 수출인프라 구축 및 수출대상국 시장 조사, 한우고기 브랜드 빌딩(Brand building)이 필요
 - 2단계(시장진입 단계) : 국가 브랜드를 통해 다양한 한우 브랜드 간 출혈경쟁을 방지하고, 한류 연계를 통해 홍보 효과를 극대화
 - 3단계(시장확장 단계) : 개별 브랜드로 확장 및 다양한 상품 개발 등 다변화 추진

<표> 한우고기 수출 단계별 시장진출 방안

Phase 1 시장진출 준비 단계	Phase 2 시장진입 단계	Phase 3 시장확장 단계
수출인프라 구축 및 대상국 시장조사·프로모션	‘국가브랜드’로 진입	‘개별(지역)브랜드’ 및 다양화 추진
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 프로모션 & 브랜드빌딩 ▪ 유통업자 등 현지 관계자와 접촉 ▪ 진출시장 모니터링 및 분석정보 제공 ▪ 진출시장의 여건에 맞는 국내 수출 인프라 조성 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 국가브랜드로의 진출 <ul style="list-style-type: none"> - 호주 국가별 진출사례: <ul style="list-style-type: none"> • 한국 - 호주청정우 • 일본 - Aussie Beef ▪ 프로모션 및 미디어 제휴 광고 ▪ 유통망 구축 ▪ 모니터링(브랜드 저해요소, 소비자의 니즈 및 경쟁자) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 지역브랜드 및 프리미엄 브랜드 런칭 ▪ 브랜드별 프로모션 행사 개최 ▪ 모니터링 지속(브랜드 저해요소, 소비자의 니즈 및 경쟁자)

□ 유통 단계별 전략

- 본 연구에서는 최적의 한우고기 수출을 국내외 유통 단계별로 전략 방향성을 설정함이 바람직할 것으로 판단됨
- 국내외 유통 단계별 전략 방향성 도출을 위해, 최우선적으로 고려되어야 할 부분은 수요자의 요구(Needs)에 따른 운송방식, 수출상태 및 형태, 현지 유통 전략임
 - 수출도시별로 냉장 또는 냉동에 따른 운송방식에 차이를 두며, 국내 출하단계에서 생산농가 또는 협단체 출하방식에 따른 현지 유통 전략을 차별화함으로 안정적인 한우의 단장기적 수출확대를 도모함

<그림> 한우 수출을 위한 국내외 유통단계별 전략 방안

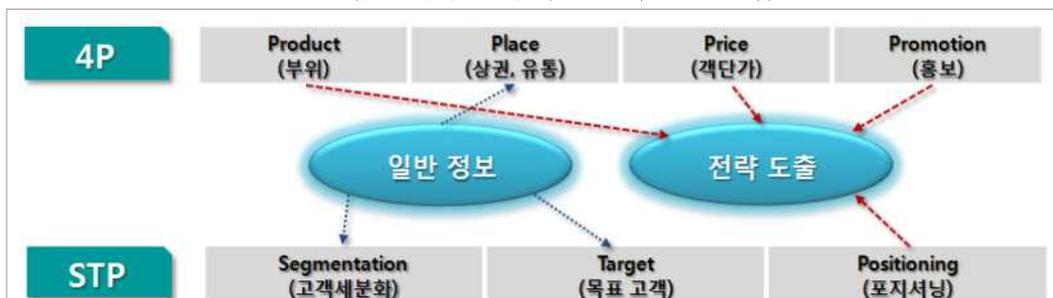


3) 한우 수출 해외 시장(도시)별 실행 전략

■ 도시별 실행 전략 도출

- 대상 도시 : 홍콩, 상하이, 베이징, 도쿄
- [STP 전략] 마케팅 전략수립
 - 시장세분화(Segmentation) : 소비자 특성에 따라 시장 잠재고객 구분
 - 목표고객(Target market) : 안정성, 가격탄력성, 구매력 등을 바탕으로 세분화된 시장의 매력도 측정
 - 포지셔닝(Positioning) : 종합적인 분석을 통해 잠재고객들의 인지도 향상 전략 도출
- [4P 전략] 실행계획수립
 - 제품(Product) : 수출채산성 및 현지 수요가 높은 부위 선정
 - 가격(Price) : 현지 소비시장에서 형성 가능한 부위별 가격대 예측
 - 유통체계(Place) : 최우선 한우 수출상권 선정 및 유통채널 제안
 - 홍보전략(Promotion) : 한우 브랜드 이미지를 구축하기 위한 단계별 홍보전략 제시

<그림> 한우고기 수출전략 도출방법



■ 홍콩

□ STP 전략

- [시장세분화(Segmentation)] 외식빈도, 외식상황, 외식 지출액 등 외식패턴과 선호도의 그룹간 유사성을 바탕으로 고객층을 6개의 Segment로 구분함.

<표> 홍콩 고객 분류별 특성

고객 분류	인구통계학적 특성	특성
고소득 청년층	<ul style="list-style-type: none"> 35세 미만의 젊은 계층 안정된 가정환경 학생 및 고학력의 전문직 	<ul style="list-style-type: none"> 외식빈도와 평균 지출액 평균과 유사 새로운 시도를 선호하며, 입소문에 민감
저소득 청년층	<ul style="list-style-type: none"> 30세 미만의 젊은 계층 학생 아르바이트, 신입사원 	<ul style="list-style-type: none"> 외식빈도가 노년층을 제외하고 가장 낮음 외식 평균 지출액이 전체 고객군 중 가장 낮음
중산 청년층	<ul style="list-style-type: none"> 25~30세 비교적 젊은 층 일반 사무직, 기능직, 자영업 	<ul style="list-style-type: none"> 외식빈도가 전체 고객군 중 가장 높음 외식 평균 지출액은 평균 대비 낮은 편 간편하고 저렴한 일상식 외식 빈번한 고객군
고소득 중장년층	<ul style="list-style-type: none"> 35~55세인 중장년층 전문직, 기업체 중역, 안정된 자영업자 	<ul style="list-style-type: none"> 외식빈도, 평균 지출액이 전체 고객 중 두 번째로 높음 한식당에 대한 만족도가 높은 편
중산 및 고소득 노년층	<ul style="list-style-type: none"> 55세 이상의 노년층 기업체 경영자, 학자, 대부분 연금 수혜자 	<ul style="list-style-type: none"> 외식빈도가 전체 고객군 중 두 번째로 낮음 주로 고급식당 이용
저소득 장년층	<ul style="list-style-type: none"> 40~50세 이상의 중장년층 노무직, 기능직, 소형 자영업자 	<ul style="list-style-type: none"> 외식빈도가 전체 고객군 중 가장 낮음 외식 평균 지출액은 두 번째로 낮음

○ 연령별 특성

- 대부분이 청장년층과 장년층으로, 세련되고 깔끔한 이미지 중시
- 연령대가 높을수록 고급레스토랑을 선호하며, 접대용 식사자리가 잦음

○ 소득별 특성

- 고소득일수록 평균 지출액이 증가, 쇠고기 선호도 높으며, 고급레스토랑을 자주 방문함
- 특히 쇠고기의 경우 굽는 방법이나 먹는 방식 등 관련 서비스의 질을 중요하게 고려하였음

- [목표고객(Target market)] 홍콩의 주요 고객층은 고급레스토랑의 이용빈도가 높고, 품질과 서비스를 중시하는 나이 25~35세 고소득 청년층과 35~55세 고소득 중장년층임

<표> 홍콩 시장 목표 고객

고객 분류	인구통계학적 특성	특성
고소득 청년층	<ul style="list-style-type: none"> 35세 미만의 젊은 계층 안정된 가정환경 학생 및 고학력의 전문직 	<ul style="list-style-type: none"> 외식빈도와 평균 지출액 평균과 유사 새로운 시도를 선호하며, 입소문에 민감
고소득 중장년층	<ul style="list-style-type: none"> 35~55세인 중장년층 전문직, 기업체 중역, 안정된 자영업자 	<ul style="list-style-type: none"> 외식빈도, 평균 지출액이 전체 고객군 중 두 번째로 높음 한식당에 대한 만족도가 높은 편

○ [포지셔닝(Positioning)] 고품질, 합리적인 가격을 갖춘 안전하고, 신선한 쇠고기

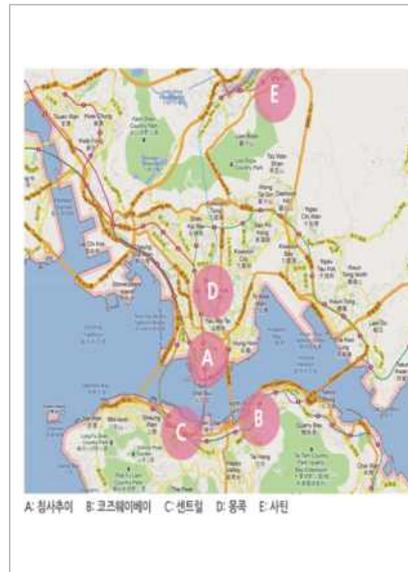
- 홍콩 소비자들은 품질에 대한 기준이 높은 반면, 다양한 수입제품에 노출되어 있어 합리적인 소비를 추구하기 때문에 한우는 일본 화우(초고가)와 호주 와규(고가)의 틈새시장으로 진입할 필요가 있음

□ 4P 전략 - 유통전략(Place)

- [상권분석] 홍콩 시장의 주요 상권을 분석하고, 한우가 우선적으로 진입해야 할 지역을 선정함
 - 상권분석 기준은 집객력, 접근성, 유동인구, 소비수준, 건물임대료, 외식당 경쟁현황 등임
 - 홍콩의 주요 상권은 침사추이, 코즈베이, 센트럴, 사틴 등임
- 홍콩 시장에서 한우의 우선 진출 지역은 '침사추이'와 '사틴'으로 분석됨
 - 침사추이 : 홍콩의 대표적인 관광명소로 현지인 및 외국인 관광객을 목표 소비자로 설정하며, 고급 레스토랑·호텔(4,5성급), 백화점, high-end 슈퍼마켓 등을 주요 유통망으로 확보, 한우 상급이상(1+~)
 - 사틴 : 최근 증가 추세인 한식당 중 구이집과 연계하여 한우 소비 및 홍보 극대화 가능, 중상급(1등급) 한우 판매
 - 센트럴, 몽콕 : 유동인구의 높은 소득수준을 감안하여 고급 레스토랑과 연계가 필요

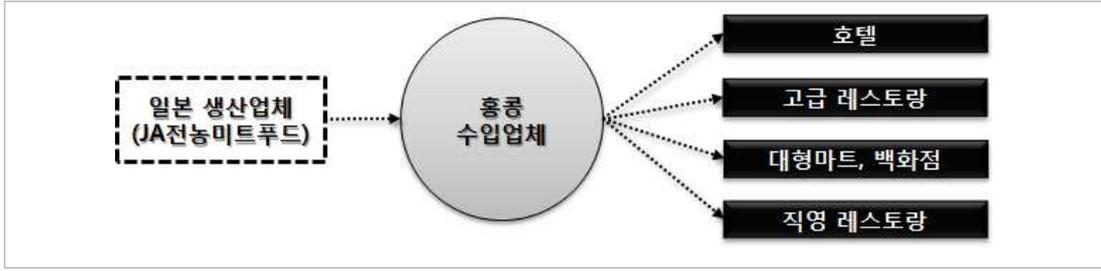
<표> 홍콩 주요 상권 분석

지역명	주요 특징	매력도
침사추이	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 임대료 및 평균 소비수준高 ▪ 명품거리, 지하철 역세권 ▪ 대표적인 관광명소 	상
코즈베이	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 높은 임대료 ▪ 투자 위험성 높음 	중하
센트럴, 몽콕	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 높은 임대료 ▪ 행정·금융기관, 쇼핑센터 밀집 ▪ 고급 레스토랑 성행 	중상
사틴	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 임대료 저렴 ▪ 한식당 증가 추세 ▪ 대표적인 주거 및 상업지역 ▪ 주요 관광지에 근접 ▪ 비교적 약한 집객력 	상

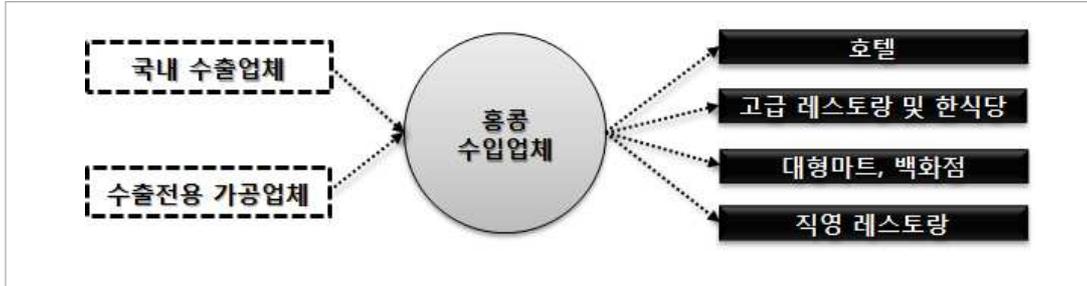


- [유통채널(안)] 현지 유통업체 활용
 - 홍콩의 쇠고기 시장에 성공적으로 진입한 일본 JA전농미트푸드 사례는 홍콩진출 시 홍콩 수입업체의 판매능력이 가장 중요한 요소임을 시사함
 - JA전농미트푸드는 현지 수입업체의 전물량 판매능력을 평가하여 수입업체를 선정함
 - 선정된 수입업체는 고유의 유통망을 활용하여 소비시장에 판매하는 구조임
 - JA전농미트푸드의 사례 및 홍콩의 유통체계를 감안하여 한우 수출 시 판매능력과 형성된 유통망이 우수한 현지 수입업체를 활용함
 - 다만 이러한 경우, 한우 판매를 현지 수입업체에게 전적으로 의지하게 될 가능성이 있으므로, 수입업체 선정 시 주의해야 할 필요가 있음

<그림> 일본 JA전농미트푸드의 홍콩 쇠고기 시장 수출경로



<그림> 한우 홍콩 수출경로(안)



□ 4P 전략 - 부위 및 가격(Product & Price)

- 홍콩 시장에는 다수의 국가에서 다양한 형태로 쇠고기를 수출하고 있기 때문에 수출국가별 쇠고기 소매가격과 한우고기의 예상소매가격을 비교하여 부위별·가격별 수출경쟁력을 분석함
 - 한우의 예상소매가격은 국내의 유통비용 및 마진, 환율 등을 고려하여 도출함
- [부위] 채끝, 안심(1등급이상), 등심(1+등급 이상)의 냉장, 부분육
 - 한우의 저급육 시장 수출가능성은 희박한 반면, 고급육 시장은 가능성이 높은 것으로 나타남
 - 1등급 이상, 냉장 부분육, 고급 부위를 수출할 경우, 수출채산성이 높을 것으로 분석됨
- [가격] 예상수출 평균가 약 10,400~13,600원 대 형성, 틈새시장 확보
 - 한우 1~1++등급 수출은 고가시장을 형성하고 있는 호주, 일본, 호주, 미국산 쇠고기에 비해 비교적 저렴한 가격대로 틈새시장 확보가 가능함
 - 현 시점에서 한우를 항공 운송할 경우, 안심(1등급 이상) 11,700~13,000원 가격대 형성 가능
 - 등심(1+등급 이상) 10,387~13,641원 가격대 형성 가능

<표> 홍콩의 쇠고기 소매가격 및 한우의 예상소매가격 비교 (단위 : 원/100g)

구분	일본	호주		미국	영국	뉴질랜드	캐나다		한우 예상소매가격		
		와규	비와규						1++	1+	1
안심	24,161	17,160	7,726	11,739	17,160	8,072	6,368	해상	11,597	10,991	10,266
								항공	13,043	12,437	11,712
등심	27,456	-	8,234	3,685	-	-	-	해상	12,196	10,248	8,942
								항공	13,641	11,693	10,387
채끝	26,578	11,394	5,994	10,228	15,787	6,719	6,211	해상	12,567	10,368	8,716
								항공	14,031	11,814	10,161

□ 4P 전략 - 홍보전략(Promotion)

- 홍콩 시장에서 한우의 홍보 및 마케팅은 한국 농식품의 홍보를 지원하는 기관과 연계하여 시장

진출단계에 따라 체계적인 전략을 수립함

- [수출준비 단계] 국가 통합 브랜드로 진입하여 한우에 대한 소비자의 인지도·신뢰도를 확보함
- [시장진출 단계] 앞서 분석된 고급육 부위를 중심으로 high-end 시장을 공략하며, 보다 소비자에게 가까이 접근할 수 있는 홍보 전략을 추진함
- [시장확장 단계] 한우의 인지도가 높아진 시점에서 한우의 품질 및 가격경쟁력을 더욱 강화하여 프리미엄 전략을 추진하며, 홍콩을 거점으로 하여 중국 시장 진출까지 고려할 수 있음

<그림> 한우 홍콩 시장 홍보 전략



2-12. 한우수출에 따른 핵심 연구개발의 목표 및 내용 수립

가. 최종목표

- 한우 수출 가능성(국내외 시장 및 기술수준) 분석
- 한우 수출 신규 시장 선정 및 진출 전략 수립
- 한우 수출 주도형 제품 개발을 통한 신규 해외 시장 확대
- 한우의 효과적인 시장 진입 및 소비자 신뢰도 확보를 위한 수출형 R&D 확대
- 한우의 안정적 수출 시스템 확립을 위한 국내외 인프라 기반 조성 정책 개발
- Networking Hub 운영 활성화 및 분야별 수출 지원 기능 강화 방안

나. 세부목표

□ 수출 가능 시장 분석·선정 및 해외 시장 진출 전략 수립

- 대상 국가
 - 1차 대상 국가 : 홍콩, 마카오, 캄보디아, UAE
 - 2차 잠재적 대상 국가 : 중국, 러시아, EU 등
- 기존 시장 및 신규 시장에 대한 산업 현황, 소비 문화 등의 정보 수집과 분석
- 수출 대상 국가에 대한 자료 수집(검역·통관)을 통한 분석과 전략 수립
- 한우 생산자, 가공업자, 유통업자와의 연계를 통한 현실적 수출 전략 수립

□ 수출 주도형 제품 개발을 통한 신규 해외 시장 확대

- 국가별 수집 자료를 활용한 수출 맞춤형 제품 개발
- 개발 제품의 수출 대상국 판매 전략 수립 및 비즈니스 모델 개발
- 선정 시장 특성별 및 제품의 유형별 제품 개발
 - 신선 포장육 : 등심, 안심, 채끝 등
 - 가공 제품 : 스테이크, 구이 전용 소스 및 고급 냉동제품(한우떡갈비 등) 개발
 - 특정 소비층 대상 제품 : 고부가 프리미엄 제품

□ 효과적인 시장 진입 및 소비자 신뢰도 확보를 위한 수출형 핵심 기술 개발

- 포장 기술 개발을 통한 신선 포장육 프리미엄 시장 진출 전략 수립
- 신선 포장육의 수출부터 소비자 구매시까지의 전구간 품질 모니터링 진행
- 맛·향 부여 소스 가공 제품을 활용한 스테이크 및 구이용 수출 전략 수립
- 소비 대상 및 형태에 따른 제품 개발 및 응용·확대 전략 수립

□ 안정적 수출 시스템 확립을 위한 국내외 인프라 기반 조성

- 수출 전략형 한우 단일 국가 브랜드 개발 및 적용 전략 수립
- 효과적인 홍보 및 마케팅 방향 제시
 - 직접적 홍보/마케팅 전략 : 국가 기관 및 참여 기관 중심의 현장 진행
 - 간접적 홍보/마케팅 전략 : 미디어, 교육, 홍보 책자, 안테나샵 등 활용
- 수출 대상국 규제 현황 파악 및 대비 방안 제시
- 법률 정비를 통한 수출 기반 안정화(한우산업발전법)
- 안정적인 한우 수급을 위한 한우 수출 단지 조성(생산단지, 전문도축장 등) 방안

- 수출 경쟁력 확보(시장 혼탁화 및 한우 이미지 하락 방지)를 위한 Networking Hub
설치 : 전국한우협회, 한우자조금관리위원회 및 수출업체와의 한우수출협의회 구성

□ Networking Hub 운영 활성화 및 지원 기능 강화

- 한우수출협의회 구성을 통한 한우수출 지속적 활성화 방안 제시
 - 수출업체간 과다 경쟁(부위, 가격, 홍보 등)으로 인한 수출시장 혼탁화 조정
 - 수입업자와 공동으로 홍콩 수출시장에서 한우 경쟁력 및 시장 확보에 주력 필요
 - 수출관련(컨테이너, 선적, 발주 등) 혁신적 물류 공동 대응 역할 강화

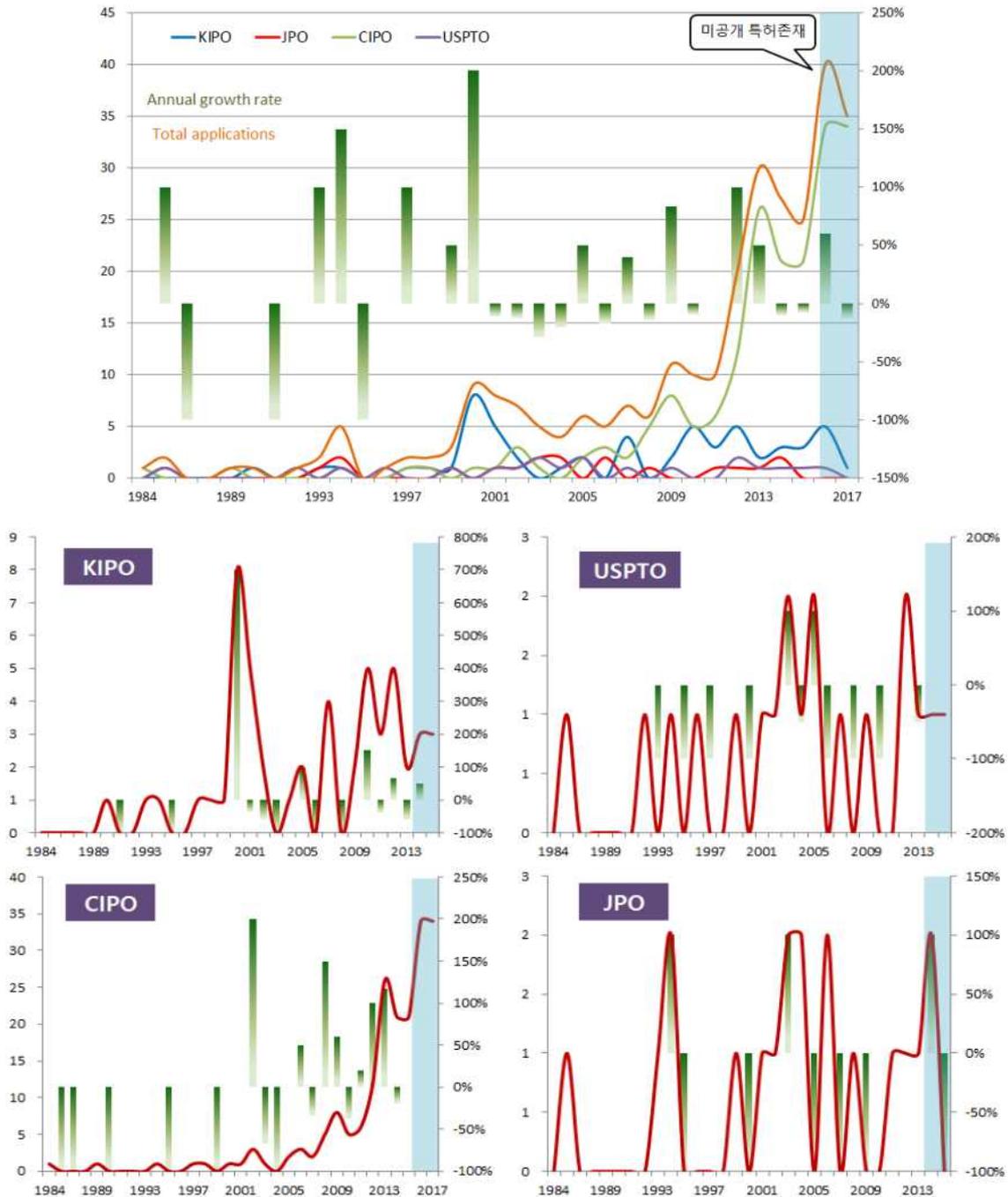
다. 개발 내용 및 범위

- 수출 가능 시장의 선정을 위한 해외 시장 조사
 - 1년차 : 기존 시장의 유지 및 잠재적 확대 가능성 평가를 위한 시장 조사
 - 2년차 : 신규 시장에 대한 진입 가능성 평가 등 전략 수립을 위한 시장 조사
 - 3년차 ~ 5년차 : 안정적인 수출 전략 수립을 위한 지속적인 시장 조사

2-13. 기술 중복 회피 및 기술 경쟁력 강화를 위한 특허 분석

1) 한우 관련 주요시장국 기술개발 활동현황

<그림> 전체 연도별 동향

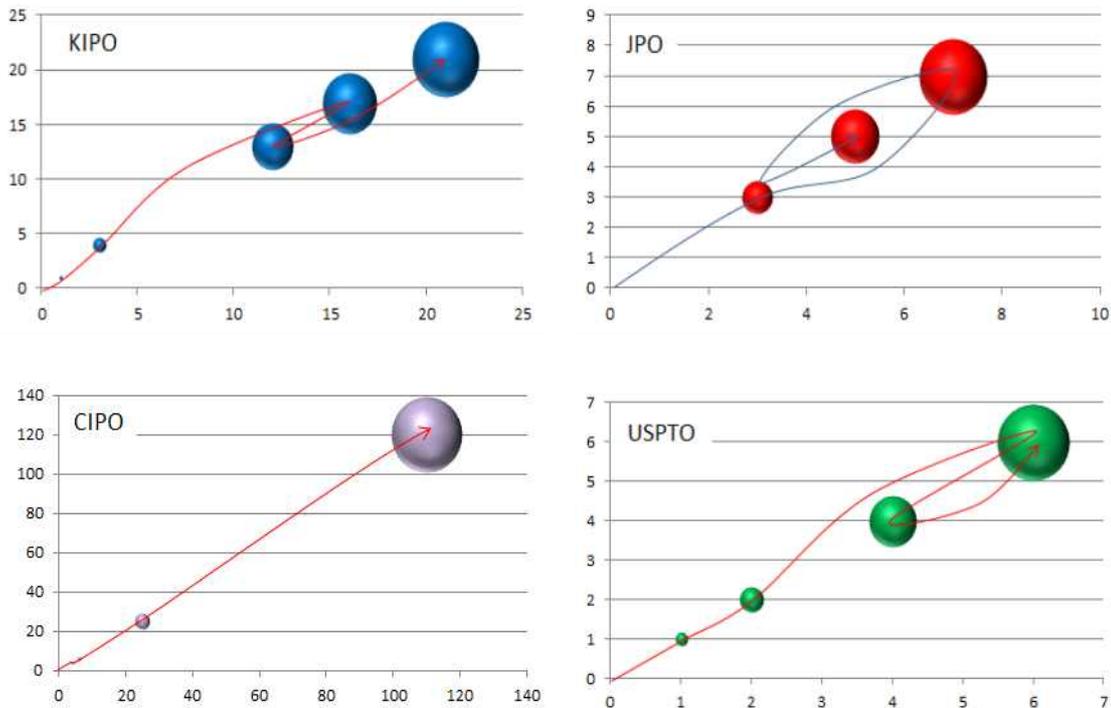


- 수출 지향형 한우 신선육 및 가공 제품 개발 분야의 연도별 전체 특허동향을 살펴보면, 거시적인 관점에서 분석 초기구간인 1980년대부터 전반적으로 꾸준한 증가세를 보이고 있는 것으로 나타남. 따라서 수출 지향형 한우 신선육 및 가공 제품 개발 분야에 대한 관심이 꾸준히 증가하고 있는 것으로 보임
- 한국[KIPO]은 2000년도 초반 특허 출원이 급증하였고, 이후, 특허 출원 건수의 기복이 있으나, 수출 지향형 한우 신선육 및 가공 제품 개발 분야에 대하여 꾸준한 특허 출원이 이루어지고 있는 것으로 판단됨

- 일본[JIPO]은 수출 지향형 한우 신선육 및 가공 제품 개발 분야에 대하여 전체적으로 출원 건수가 미미하나, 꾸준한 특허 출원이 이루어지고 있는 것으로 판단됨
- 중국[CIPO]은 2000년대 중후반에 들어서면서 특허출원 건수가 급격히 증가하는 것으로 나타나며, 증가추이는 최근까지 지속되고 있음
- 이에 따라, 중국이 수출 지향형 한우 신선육 및 가공 제품 개발 분야에 있어서 타국에 비해 다소 늦게 특허 출원이 이루어졌으나, 최근 해당 분야에 대한 연구가 활발히 이루어지고 있는 것으로 판단됨
- 미국[USPTO]은 수출 지향형 한우 신선육 및 가공 제품 개발 분야에 대하여 전체적으로 출원 건수가 미미하나, 꾸준한 특허 출원이 이루어지고 있는 것으로 판단됨

2) 국가별 기술시장 성장단계

<그림> IP 포트폴리오로 파악한 국가별 기술시장 성장단계



- 수출 지향형 한우 신선육 및 가공 제품 개발 분야의 전체 및 해당 국가의 기술 위치를 포트폴리오로 나타낸 것으로 전체 출원 중 최근의 출원 동향을 4개의 구간으로 나누어 각각의 구간별 특허 출원인 수 및 출원 건수를 나타내어 특허 출원 동향을 통한 기술의 위치를 살펴볼 수 있음. 각 구간은 1구간(1987년~1992년), 2구간(1993년~1998년), 3구간(1999년~2004년), 4구간(2005년~2010년), 5구간(2011년~2016년)으로 나누었음
- [KIPO] 포트폴리오로 나타낸 한국특허의 기술위치는 4구간(2005년~2010년)에서 출원 건수 및 출원인의 수가 잠시 감소하였으나, 이후 다시 증가하는 것으로 보아 전체적으로 성장기의 단계에 있는 것으로 보임
- [JPO] 포트폴리오로 나타낸 일본특허의 기술위치는 4구간(2005년~2010년)에서 출원 건수 및 출원인의 수가 잠시 감소하였으나, 이후 다시 증가하는 것으로 보아 전체적으로 성장기의 단계에 있는 것으로 보임
- [CIPO] 포트폴리오로 나타낸 중국특허의 기술위치는 1구간(1987년~1992년)부터 5구간(2011년~2016년)까지

출원 건수와 출원인의 수가 전체적으로 증가하는 성장기의 단계에 있는 것으로 보이며, 5구간(2011년~2016년)에서 출원 건수 및 출원인의 수가 급격하게 증가하는 것으로 보아 최근 급격한 기술 개발 및 특허 출원인 이루어지고 있는 것으로 판단됨

- [USPTO] 포트폴리오로 나타난 미국특허의 기술위치는 4구간(2005년~2010년)에서 출원 건수 및 출원인의 수가 잠시 감소하였으나, 이후 다시 증가하는 것으로 보아 전체적으로 성장기의 단계에 있는 것으로 보임

□ 특허분석 결론

<표> Landscape 현황분석결과

	분류	국가 Landscape	경쟁자 Landscape
수출 지향형 한우 신선육 및 가공 제품 개발 (A)	신선육 포장 기술 (AA)	- 한국 및 중국에서 출원이 많이 이루어지고 있으며, 일본 및 미국은 비교적 적은 출원이 이루어지고 있는 것으로 보여짐	- 주요출원인: ANHUI BAIYI FOOD CO., LTD., 한국식품연구원, MONFORT INC
	소스 제조 기술 (AB)	- 전반적으로 수출 지향형 한우 신선육 및 가공 제품 개발 분야의 연구 및 개발은 한국과 중국에서 주도하고 있다고 볼 수 있음	- 주요출원인들은 전반적으로 자국 시장국에서 활발한 특허 활동을 하고 있는 것으로 나타났으며, 비선호육 활용 기술 (AC) 분야의 연구 및 개발에 주력하고 있는 것으로 나타남
	비선호육 활용 기술 (AC)		

□ 특허분석 시사점

- 수출 지향형 한우 신선육 및 가공 제품 개발 관련 기술의 위치는 현재 출원건수와 출원인수가 증가하는 성장기 단계에 있으며, 주요 기업으로는 중국의 ANHUI BAIYI FOOD CO., LTD., 한국의 한국식품연구원, 미국의 MONFORT INC가 있고, 이에 따라, 해당 기업의 특허출원을 관심을 가지고 지켜볼 필요가 있음.
- 주요출원인 Top20은 전반적으로 자국 시장국에서 활발한 특허활동을 하고 있는 것으로 나타났으며, 비선호육 활용 기술(AC) 분야에 주력하고 있는 것으로 나타남.
- 또한, 최근 중국의 지식재산권에 대한 관심이 증가함에 따라 관련 특허 건수가 지속적으로 상승할 것으로 예상되므로 성장가능성이 있는 것으로 판단됨
- 수출 지향형 한우 신선육 및 가공 제품 개발 관련 기술과 관련한 국내외 특허가 존재하므로, 해당 기술에 대한 기술개발 시, 검색된 선행특허에 대한 면밀한 검토가 필요할 것으로 판단되며, 공개 특허들의 경우, 해당 특허의 기술 적용 시, 등록여부, 등록 권리범위상태 등을 추적하여 관찰할 필요성이 있다고 판단됨
- OS-Matrix 분석을 통해 도출한 결과를 바탕으로 수출 지향형 한우 신선육 및 가공 제품 개발 관련 분야에 대한 기술개발 시, 분석 결과표의 공란(공백특허)부분을 바탕으로 R&D방향을 도출하는 것이

바람직하다고 판단되며, 해당 기술을 적용하여 기술 개발 시, 특허 권리화가 용이할 것으로 판단됨

- 특히, 해결과제가 비선호육의 질긴 육질에 관한 기술 개발일 경우 해결수단으로 사용하는 특허 건수가 미미하므로, 이 점을 참조하여 기술개발 시, 저작권 확보가 더욱 용이할 것으로 판단됨
- 또한, 향후 수출 지향형 한우 신선육 및 가공 제품 개발 관련 기술을 연구하는데 있어서, 분석 결과표의 공란(공백특허)부분 외에 등록/공개 특허가 존재하는 범위의 기술 개발 시, 공개 특허의 등록여부, 등록된 특허의 권리범위를 심도 있게 분석하고, 침해일 경우, 회피설계를 통해 침해 가능성을 낮추는 것이 필요할 것으로 판단됨
- 추가적으로, OS-Matrix를 통해 분석된 공백 기술 부분을 바탕으로 향후 연구개발 방향 정립 및 미래 R&D 과제를 도출하는 것이 바람직하다고 사료되나, OS-Matrix의 모든 공란이 공백 기술은 아니므로 공백 기술 도출 시 신중한 접근이 바람직하다고 판단됨

3. 목표 달성도 및 관련 분야 기여도

3-1. 목표

- 한우 수출 가능성(국내외 시장 및 기술수준) 분석
- 한우 수출 신규 시장 선정 및 진출 전략 수립
- 한우 수출 주도형 제품 개발을 통한 신규 해외 시장 확대
- 한우의 효과적인 시장 진입 및 소비자 신뢰도 확보를 위한 수출형 R&D 확대
- 한우의 안정적 수출 시스템 확립을 위한 국내외 인프라 기반 조성 정책 개발
- Networking Hub 운영 활성화 및 분야별 수출 지원 기능 강화 방안

3-2. 목표 달성여부

목표	달성여부
<input type="checkbox"/> 한우 수출 가능성(국내외 시장 및 기술수준) 분석	달성
<input type="checkbox"/> 한우 수출 신규 시장 선정 및 진출 전략 수립	달성
<input type="checkbox"/> 한우 수출 주도형 제품 개발을 통한 신규 해외 시장 확대	달성
<input type="checkbox"/> 한우의 효과적인 시장 진입 및 소비자 신뢰도 확보를 위한 수출형 R&D 확대	달성
<input type="checkbox"/> 한우의 안정적 수출 시스템 확립을 위한 국내외 인프라 기반 조성 정책 개발	달성
<input type="checkbox"/> Networking Hub 운영 활성화 및 분야별 수출 지원 기능 강화 방안	달성

3-3. 목표 미달성 시 원인(사유) 및 차후대책(후속연구의 필요성 등)

: 해당사항 없음

4. 연구결과의 활용 계획 등

- 한우수출 시장 다변화 정책 반영으로 신규 시장 개척 및 선정 가능
- 국내 한우 가격 폭락 등 시장 대응형 출구전략으로 해외 소비시장 활용 방안 제시
- 국내외 한우산업 발전 정책에 기여(한우수출전문단지 조성 분야, 한우 유전자 및 사육기술 글로벌화 등)
- 한우 구제역 예방 사육 매뉴얼 개발 등으로 안전한 원료육 수출가능 및 사육농가 활성화 가능
- 한우수출 상품 및 가공품에 품질 안전성 및 저장기간 연장 기술 공급으로 소비자 신뢰도 확보 가능
- 한우수출형 핵심기술개발의 기업체 기술이전 및 사업화에 활용

붙임. 참고문헌

- 한우수출 현황, (주)기본, 2017
- 한우고기 수출가능성에 대한 연구, 한우자조금위원회, 2009
- 한우산업 발전대책 추진방안 연구, 건국대, 2014
- 한중 FTA에 따른 한우산업의 피해 및 대책연구, 강원대학교, 2014
- 한우고기 수출전략 수립, 농촌진흥청, 2016
- <http://www.usmef.org/usmef-international-markets>
- <http://www.usmef.org/about-usmef/membership/become-a-member/>
- https://www.nass.usda.gov/Publications/Ag_Statistics/2017/Chapter07.pdf
- http://www.usmef.co.kr/board.page?bbs_id=market&act=read&bbs_seq=1859
- <https://www.usmef.org/downloads/Duties-by-country-2018.pdf>
- <https://www.fsis.usda.gov/wps/portal/fsis/topics/international-affairs/exporting-products/export-library-requirements-by-country>
- <https://www.usmef.org/export-guidelines/>
- https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Exporter%20Guide%20Taipei%20ATO_Taiwan_12-5-2017.pdf
- https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Exporter%20Guide_Bangkok_Thailand_1-19-2018.pdf
- https://www.susta.org/downloads/files/REPORTSgains/Exporter%20Guide_Rome_Italy_12-11-2017.pdf
- <http://www.waeonline.org/UserFiles/file/JARE42.2May20179Ortega275-290.pdf>

[별첨 1]

연구개발보고서 초록

과 제 명	(국문) 한우수출연구사업단 사전기획 연구				
	(영문) Pre-planning Export Research Project for <i>Hanwoo</i> (Korean native cattle)				
주관연구기관	(재)전북생물산업진흥원		주 관 연 구	(소속) (재)전북생물산업진흥원	
참 여 기 업			책 임 자	(성명) 이 승 제	
총연구개발비 (17,400천원)	계	17,400천원	총 연구 기간	2018. 04. 30~2018. 06. 29(2개월)	
	정부출연 연구개발비	17,400천원	총 참 여 연구 원 수	총 인 원	2
	기업부담금	-		내부인원	2
	연구기관부담금	-		외부인원	-
<p>○ 연구개발 목표 및 성과</p> <ul style="list-style-type: none"> - 한우수출연구사업단 사전기획연구는 한우수출 경쟁력 강화를 위한 수요 시장 분석 및 수출 전략 수립을 목적으로 함 - 세부적인 개발 내용으로는 한우 수출 가능성 분석, 한우 수출 가능 시장 선정 및 진출 전략 수립, 한우의 수출 주도형 제품 개발을 통한 안정적인 수요처 창출, 한우 활용 개발 기술의 효과적인 시장 진입 및 점유와 안정적인 수요처 확보, 한우의 생산, 가공 및 마케팅 전 영역에서 필요한 정보의 수집과 정책 방향을 제시하고자 함 <p>○ 연구내용 및 결과</p> <ul style="list-style-type: none"> - 한우수출의 필요성 분석 - 한우수출에 따른 현장 애로사항 분석 - 한우 핵심수출 시장 분석(홍콩을 중심으로) <ul style="list-style-type: none"> · 홍콩 시장 특성, 홍콩 쇠고기 시장 규모, 홍콩 쇠고기 소비 경향, 한우 수입동향 분석 - 한우수출연구사업단 구성 및 수행체계, 수출목표의 타당성 확보 및 운영계획 수립 - 한우수출연구사업단 사전 연구 성과 제시 - 한우수출에 대한 국내외 여건 분석 - 한우수출에 따른 검역·통관 현황 및 애로사항 - 한우수출 현지 유통구조 현황 및 마케팅 현황 분석 - 쇠고기 해외 수출시장 분야별 경쟁력 분석(생산분야, 품질분야, 가격경쟁력) - 한우 수출경쟁력 종합 분석 - 국가별(일본, 호주, 미국) 쇠고기 수출 전략 사례 분석 - 한우수출 종합 전략 수립 - 연구개발의 목표 및 내용 수립 - 추진 전략 및 추진 체계 수립 - 기술 중복 회피 및 기술 경쟁력 강화를 위한 특허 분석 <p>○ 연구성과 활용실적 및 계획</p> <ul style="list-style-type: none"> - 한우수출 시장 및 잠재시장에 대한 기초전략 자료로 활용 - 한우수출가능성 가능성 확인 및 추진 자료로 활용 - 현장애로 해결연구 및 수출 경쟁력 확보방안 등 수출활성화 기반기술 활용 가능 - 한우수출연구사업단 구성, 운영 및 종료시 출구 전략 제시 - 한우수출 기술력 보급을 통한 수출업체 경쟁력 강화 기대 - 한우수출 시장 확보를 통한 내수 안정화 및 수출기업체의 경제적 매출 증대 					

자체평가의견서

1. 과제현황

		과제번호			
사업구분	농식품기술개발사업				
연구분야	기획지원연구			과제구분	단위
사업명	수출전략기술개발사업				주관
총괄과제	기재하지 않음			총괄책임자	기재하지 않음
과제명	한우수출연구사업단			과제유형	(기초,응용,개발)
연구기관	(재)전북생물산업진흥원			연구책임자	이 승 제
연구기간 연구비 (천원)	연차	기간	정부	민간	계
	1차연도	2018.04.30- 2018.06.29 (2개월)	17,400	-	17,400
	2차연도				
	3차연도				
	4차연도				
	5차연도				
	계	-	17,400	-	17,400
참여기업	해당사항 없음				
상대국	해당사항 없음	상대국연구기관	해당사항 없음		

※ 총 연구기간이 5차연도 이상인 경우 셀을 추가하여 작성 요망

2. 평가일 : 2018. 06. 29

3. 평가자(연구책임자) :

소속	직위	성명
(재)전북생물산업진흥원	팀장	이 승 제

4. 평가자(연구책임자) 확인 :

본인은 평가대상 과제에 대한 연구결과에 대하여 객관적으로 기술하였으며, 공정하게 평가하였음을 확약하며, 본 자료가 전문가 및 전문기관 평가 시에 기초자료로 활용되기를 바랍니다.

확 약	이 승 제
-----	-------

[별첨 2]

자체평가의견서

1. 과제현황

		과제번호			
사업구분	농식품기술개발사업				
연구분야	기획지원연구		과제구분	단위	
사업명	수출전략기술개발사업			주관	
총괄과제	기재하지 않음		총괄책임자	기재하지 않음	
과제명	한우수출연구사업단		과제유형	(기초, 응용, 개발)	
연구기관	(재)전북생물산업진흥원		연구책임자	이 승 제	
연구기간 연구비 (천원)	연차	기간	정부	민간	계
	1차연도	2018.04.30- 2018.06.29 (2개월)	17,400	-	17,400
	2차연도				
	3차연도				
	4차연도				
	5차연도				
	계	-	17,400	-	17,400
참여기업	해당사항 없음				
상대국	해당사항 없음	상대국연구기관	해당사항 없음		

* 총 연구기간이 5차연도 이상인 경우 셀을 추가하여 작성 요망

2. 평가일 : 2018. 06. 29

3. 평가자(연구책임자) :

소속	직위	성명
(재)전북생물산업진흥원	팀장	이 승 제

4. 평가자(연구책임자) 확인 :

본인은 평가대상 과제에 대한 연구결과에 대하여 객관적으로 기술하였으며, 공정하게 평가하였음을 확약하며, 본 자료가 전문가 및 전문기관 평가 시에 기초자료로 활용되기를 바랍니다.

확약	이 승 제
----	-------

I. 연구개발실적

※ 다음 각 평가항목에 따라 자체평가한 등급 및 실적을 간략하게 기술(200자 이내)

1. 연구개발결과의 우수성/창의성

■ 등급 : (아주우수, 우수, 보통, 미흡, 불량)

- 연구개발결과의 우수성 :
 - 한우수출을 위한 해외 소비시장 분석 및 수출 가능성 분석은 우수함
 - 해외 쇠고기 수출국(일본, 호주, 미국)의 수출 정책 분석은 우수함
 - 이를 바탕으로 한우 수출정책 개발이 이루어 졌음
- 연구개발결과의 창의성 :
 - 한우 구제역 예방을 위한 백신 정책이 아닌 청정국가 이미지 극복 정책의 일환으로 축사 사육 매뉴얼 및 시설 등 환경 매뉴얼 개발을 통한 구제역을 예방하는 방안
 - 한우 품질경쟁력 확보를 위한 항공 수송 및 선박 수송에 따른 품질 변화 모니터링 기술 및 지능형 필름포장 제조 기술
 - 한우수출을 위한 국내외 Networking Hub를 구축하여 국내 농가와 기업지원 그리고 해외 소비시장 조사와 프로모션 정책을 개발하여 정보를 제공한다는 측면은 창의적 발상

2. 연구개발결과의 파급효과

■ 등급 : (아주우수, 우수, 보통, 미흡, 불량)

- 연구개발결과의 파급효과 :
 - 한우수출 시장 다변화 정책 반영으로 신규 시장 개척 및 선정 가능
 - 국내 한우 가격 폭락 등 시장 대응형 출구전략으로 해외 소비시장 활용 방안
 - 한우 구제역 예방 사육 매뉴얼 개발 등으로 안전한 원료육 수출가능 및 사육농가 활성화 가능
 - 한우수출 상품 및 가공품에 품질 안전성 및 저장기간 연장 기술 공급으로 소비자 신뢰도 확보 가능
 - 한우수출형 핵심기술개발의 기업체 기술이전 및 사업화에 지속적으로 활용

3. 연구개발결과에 대한 활용가능성

■ 등급 : (아주우수, 우수, 보통, 미흡, 불량)

- 연구개발결과에 대한 활용가능성 :
 - 한우 구제역 예방 사육 매뉴얼 개발·보급·확산 가능
 - 한우수출 품질 안전성 및 저장기간 연장 기술의 수출기업체 활용 및 확대 가능성
 - 한우수출을 시작으로 국내 축산업의 새로운 수출 시장 모델 활용 가능

4. 연구개발 수행노력의 성실도

■ 등급 : (아주우수, 우수, 보통, 미흡, 불량)

- 연구개발 수행노력의 성실도 :
 - 한우수출연구사업 사전기획을 위한 전문가 세미나, 전문가 자문 및 한중일 국제심포지움을 진행함
 - 한우수출을 위한 해외 기초자료 조사 및 작성에 성실히 임함

5. 공개발표된 연구개발성과(논문, 지적소유권, 발표회 개최 등)

■ 등급 : (아주우수, 우수, 보통, 미흡, 불량)

- 공개발표된 연구개발 성과 :
 - 행사명 : 고급한우육 수출 및 한우산업 해외 진출을 위한 한중일 국제 세미나(2018.07.23~24)
 - 연사/발제명 : 이승제/고급 한우브랜드 수출을 위한 클러스터 구축(안)

II. 연구목표 달성도

세부연구목표 (연구계획서상의 목표)	비중 (%)	달성도 (%)	자체평가
한우 수출 가능성 (국내외 시장 및 기술수준) 분석	20	20	100
한우 수출 신규 시장 선정 및 진출 전략 수립	20	20	100
한우 수출 주도형 제품 개발을 통한 신규 해외 시장 확대	10	10	100
한우의 효과적인 시장 진입 및 소비자 신뢰도 확보를 위한 수출형 R&D 확대	10	10	100
한우의 안정적 수출 시스템 확립을 위한 국내외 인프라 기반 조성 정책 개발	20	20	100
Networking Hub 운영 활성화 및 분야별 수출 지원 기능 강화 방안	20	20	100
합계	100점	100점	100%

III. 종합의견

1. 연구개발결과에 대한 종합의견

- 한우의 해외 시장 진출은 국내 한우 산업을 포함한 축산업 전반에 미치는 파급효과가 클 것으로 판단됨
- 세계에서 유일한 한우의 품질고급화와 기능성을 앞세우고 K-FOOD와 K-POP과 연계한 마케팅 전략은 세계 진출이 용이할 것으로 판단되며 대한민국의 국격을 올리는데 기여할 것으로 판단됨
- 한우수출에 애로사항인 부분(필름개발 등 고급육 품질안전성 확보, 가공최적화, 물류비용 저감화, 유통확대, 마케팅 분야 등)을 해소할 수 있는 계기가 될 수 있음
- 또한 수출용 한우의 수급방안 해소를 위한 정책으로 구제역 예방 사육 매뉴얼 개발 및 한우수출전문단지 조성 등 다양한 정책이 반영될 수 있을 것으로 기대됨

2. 평가시 고려할 사항 또는 요구사항

- 본 한우수출연구사업단은 한우수출지원 정책의 일환으로 진행되어야 할 것으로 보임
- 우선적으로 한우수출시 발생하는 애로사항을 극복하는 현장형 기술중심으로 진행할 필요성이 있음
- 다만, 구제역 예방 연구에서는 백신과 같은 동물의약품 접근은 사업기간내에 물리적으로 극복하기 어렵다고 판단되어, 새로운 대안으로 한우사육 및 시설·환경에 대한 매뉴얼 개발로 접근하였음

3. 연구결과의 활용방안 및 향후조치에 대한 의견

- 한우수출 시장 다변화 정책 반영으로 신규 시장 개척 및 선정 가능
- 국내 한우 가격 폭락 등 국내 시장 대응형 출구전략으로 해외 소비시장 활용 방안
- 국내외 한우산업 발전 정책에 기여(한우수출전문단지 조성 분야, 한우 유전자 및 사육기술 글로벌화 등)
- 한우 구제역 예방 사육 매뉴얼 개발·보급 등으로 안전한 원료육 수출가능 및 사육농가 활성화 가능
- 한우수출 상품 및 가공품에 품질 안전성 및 저장기간 연장 기술 공급으로 소비자 신뢰도 확보 가능

IV. 보안성 검토

o 일반 과제

※ 보안성이 필요하다고 판단되는 경우 작성함.

1. 연구책임자의 의견

o 일반 과제

2. 연구기관 자체의 검토결과

o 일반 과제

[별첨 3]

연구성과 활용계획서

1. 연구과제 개요

사업추진형태	<input checked="" type="checkbox"/> 자유응모과제 <input type="checkbox"/> 지정공모과제		분 야	기획지원연구
연구과제명	한우수출연구사업단 사전기획 연구			
주관연구기관	(재)전북생물산업진흥원		주관연구책임자	이승제
연구개발비	정부출연 연구개발비	기업부담금	연구기관부담금	총연구개발비
	17,400만원	-	-	17,400만원
연구개발기간	2018.04.30- 2018.06.29 (2개월)			
주요활용유형	<input checked="" type="checkbox"/> 산업체이전 <input checked="" type="checkbox"/> 교육 및 지도 <input checked="" type="checkbox"/> 정책자료 <input type="checkbox"/> 기타() <input type="checkbox"/> 미활용 (사유:)			

2. 연구목표 대비 결과

당초목표	당초연구목표 대비 연구결과
① 한우 수출 가능성(국내외 시장 및 기술수준) 분석	달성
② 한우 수출 신규 시장 선정 및 진출 전략 수립	달성
③ 한우 수출 주도형 제품 개발을 통한 신규 해외 시장 확대	달성
④ 한우의 효과적인 시장 진입 및 소비자 신뢰도 확보를 위한 수출형 R&D 확대	달성
⑤ 한우의 안정적 수출 시스템 확립을 위한 국내외 인프라 기반 조성 정책 개발	달성
⑥ Networking Hub 운영 활성화 및 분야별 수출 지원 기능 강화 방안	달성

* 결과에 대한 의견 첨부 가능

3. 연구목표 대비 성과

성과 목표	사업화지표										연구기반지표									
	지식 재산권			기술 실시 (이전)		사업화					기술 인증	학술성과				교육 지도	인력 양성	정책 활용-홍보		기 타 (타 연 구 활 용 등)
	특 허 출 원	특 허 등 록	품 종 등 록	건 수	기 술 료	제 품 화	매 출 액	수 출 액	고 용 창 출	투 자 유 치		논문		논 문 평 균 IF	학 술 발 표			정 책 활 용	홍 보 전 시	
												SC I	비 SC I							

단위	건	건	건	건	백만 원	백만 원	백만 원	백만 원	명	백만 원	건	건	건	건	명	건	건
가중치																	
최종목표																	
연구기간내 달성실적																	
달성율(%)																	

4. 핵심기술

구분	핵심기술명
①	
②	
③	
⋮	
⋮	

5. 연구결과별 기술적 수준

구분	핵심기술 수준					기술의 활용유형(복수표기 가능)				
	세계 최초	국내 최초	외국기술 복제	외국기술 소화흡수	외국기술 개선개량	특허 출원	산업체이전 (상품화)	현장애로 해결	정책 자료	기타
①의 기술										
②의 기술										
③의 기술										
⋮										
⋮										

* 각 해당란에 v 표시

6. 각 연구결과별 구체적 활용계획

핵심기술명	핵심기술별 연구결과활용계획 및 기대효과
①의 기술	
②의 기술	
③의 기술	
⋮	
⋮	

7. 연구종료 후 성과창출 계획

성과목표	사업화지표				연구기반지표				
	지식 재산권	기술실시	사업화	기술	학술성과	교육	인력	정책 활용·홍보	기타

주 의

1. 이 보고서는 농림축산식품부에서 시행한 수출전략기술개발사업의 연구보고서입니다.
2. 이 보고서 내용을 발표하는 때에는 반드시 농림축산식품부에서 시행한 수출전략기술개발사업의 연구 결과임을 밝혀야 합니다.
3. 국가과학기술 기밀유지에 필요한 내용은 대외적으로 발표 또는 공개하여서는 아니됩니다.