
국외출장 결과보고서

- FTA 활용 극대화를 위한 수산물 수출 확대 지원 사업 -

2019. 7.

<출장자>

수산연구본부 해외시장분석센터 한기욱 연구원



한국해양수산개발원
KOREA MARITIME INSTITUTE



1. 출장목적

- 제10회 국제 수산물 수출 포럼 준비(EAFE) 및 공동연구(브레스트대학 관계자) 관련 업무협의 진행
- 각 관계자가 위치한 국가(벨기에, 스페인) 방문 및 수출포럼 행사장(프랑스) 선정을 위한 답사 예정

2. 출장자 : 한기욱 연구원

3. 출장지 및 출장기간 : 유럽(벨기에, 스페인, 프랑스) / 2019. 06. 17. - 2019. 06. 22 (4박 6일)

4. 출장일정

일자	방문일정	내용	비고
6.17(월)	부산→인천 인천→파리 파리→브뤼셀	- 07:00 부산 출발, 08:10 인천 도착 - 09:05 인천 출발, 14:10 파리 도착 - 16:07 파리 출발, 17:43 브뤼셀 도착	KE1402 AF267 AF7185
6.18(화)	브뤼셀(벨기에) 브뤼셀→빌바오	- 브레스트대학 관계자 업무협의 - 20:45 브뤼셀 출발, 22:40 빌바오 도착	SN3715
6.19(수)	빌바오(스페인) 빌바오→파리	- EAFE 관계자 업무협의 - 18:05 빌바오 출발, 19:45 파리 도착	AF1577
6.20(목)	파리(프랑스)	- 수출포럼 행사장 검토 - 유통마트 방문 조사	
6.21(금)	파리→인천	- 유통마트 방문 조사 및 면담 - 21:00 파리 출발, 15:00(+1) 인천 도착	KE902
6.22(토)	인천→부산	- 17:15 인천 출발, 18:20 부산 도착	KE1405

Ⅱ. 주요 논의 내용



1. 브레스트대학 관계자 면담

1) 참석자

- 브레스트 대학교 교수

2) 회의내용

- 공동연구(EU 수산물 소비 특성 분석 연구) 수행 관련 협의
 - 유럽연합은 유로바로미터(Eurobarometer)를 통해 EU의 수산물 소비행태조사를 시행하고 분석결과를 도출하고 있음
 - 그러나 EU 전 국가를 다룬다는 점, 공통적인 조사항목을 활용해야 한다는 점 등의 이유로 그 내용에는 제약이 있다는 점에서 동의하고 있는 상황임
 - 프랑스, 스페인 등지에서는 실질적인 수산물 소비시장에 대한 조사를 위해 수산경제전문가연합회(EAFE)를 중심으로 최근 ‘SUCCESS’라는 프로젝트를 수행함
 - 해당 프로젝트 결과 및 보고되지 않았던 주요 연구 내용을 중심으로 EU 수산물 소비 특성에 대한 연구보고서 작성을 검토기로 함
 - 이를 위해 프랑스는 브레스트 대학교 교수(베르트랑), 스페인은 EAFE 소속 연구원(아이린)이 참여하기로 함
 - 주요 연구 내용으로는 전반적인 수산물 소비 동향 및 트렌드 등을 비롯하여 SUCCESS 프로젝트로부터 도출된 주요 수산물 소비시장 및 밸류 체인에 대해 다루기로 함
 - 프랑스, 스페인 각각 모두 동일하게 적용할 예정임
 - 추가로 유로바로미터의 원자료 등을 활용하여 프랑스, 스페인 시장을 보다 구체적으로 비교 분석하기로 논의함

○ 유럽 수산물 소비 시장 이슈

- 최근 유럽 수산물 소비시장은 자국산 수산물 소비촉진을 위해 노력하고 있음
 - 하나의 예로 제2의 연어와 같은 소비 품목 발굴을 위해 노력하고 있으며, 송어의 경우 연어와 유사한 품목임에도 소비자들에게 알려지지 않아 소비가 되지 않다고 인식하고 있음
 - 또한 각종 패류의 경우 가리비와 유사한 품목이 있음에도 홍보 부족 등의 이유로 소비가 되지 않는다고 판단하고 있음
 - 따라서 ‘SUCCESS’와 같은 프로젝트를 시행하고 있으며 해결책을 찾기 위해 노력하고 있는 상황임
- 아시아 시장에 대한 관심이 증가하고 있음
 - 유럽 내에서 이루어지던 무역에서 확장하여 최근 수산물 소비가 활성화되고 있는 아시아권을 중심으로 수출을 늘리기 위한 관심이 많은 것으로 나타남
 - 각 대륙별 경쟁력 있는 품목이 달라, 무역 활성화는 양국 모두에게 도움이 될 것으로 전망됨

○ 국제 수산물 수출포럼 프로그램 안내 및 협조 요청

- 국제 수산물 수출포럼(프랑스 파리) 참석 및 발표 요청함
 - 수출포럼의 개최 취지에 동의하면서 포럼 발표자로 참석하기로 함
 - 공동 연구를 통해 수행한 연구결과를 중심으로 발표를 진행하기로 함

2. EAFE 협회장 면담

1) 참석자

- EAFE 협회장(AZTI 연구원)

2) 회의내용

○ EAFE(The European Association of Fisheries Economists) 소개

- EAFE는 1989년 설립된 유럽의 독자적인 수산관련경제전문가연합회로 연간 75~100명이 유지되고 있는 전문가 단체임
 - 수산전반에 있어 경제적인 연구를 수행하고, 구성원들 간의 정보 공유를 목적으로 하고 있음
 - 또한 수산 경제에 대한 보다 나은 이해를 돕기 위해 관련 활동을 수행하고 다른 관심있는 단체와의 의사 소통 채널 역할을 하고 있음
 - EU 전체를 대신해 ‘SUCCESS’와 같은 소 단위 프로젝트에 참여하기도 하며 연마다 국제행사를 개최하고 있음

○ AZTI 소개

- AZTI는 스페인 빌바오에 위치한 해양수산관련 연구소임
 - 미래 해양수산업의 지속 가능하고 건강한 발전을 목표로 하고 있음
 - 효율적이면서도 지속 가능한 수산물 생산, 해양 자원의 보전과 사용, 기후 변화에 대응한 행동, 경쟁력 있는 생산 및 보전 프로세스 개발 등을 목표로 함



○ 국제 수산물 수출 포럼 개최 관련 논의

- 2019년 9월 4주차에 개최하기로 예정되어 있던 국제 수산물 수출 포럼 진행 관련 업무 협의를 진행함
 - 원탁회의에서의 좌장 역할이 중요함을 언급하였으며, 따로 토론자를 초청하기보다는 발표자가 토론을 함께 하는 방식으로 진행하기를 원하였음
 - 발표 장소는 프랑스 파리로 확정하였고 이후 최종 결정된 장소는 KMI 측에서 통지하기로 함
- EU측의 발표자는 3명으로 확정하고, 수산물 소비 관련 주제로 발표를 진행하기로 함
 - 산학연 고르게 발표자가 들어갈 수 있도록 고려하기로 했으며, 컨택 가능한 정보를 KMI 측에 넘겨주기로 함
- 향후 공동 연구에 대한 관심이 높음
 - EAFE뿐만 아니라 AZTI 연구소 입장에서 향후 공동 연구를 통한 시너지 효과를 낼 수 있는 방안 마련에 관심이 높은 것으로 나타남
 - 특히 지속 가능한 수산업 영위에 대한 관심이 높아 해당 주제와 관련해서 공동 연구를 수행할 수 있는 기회가 있을 것으로 판단됨

3. 수출포럼 회의장 협의

1) 노보텔

- 파리 중심지에 위치한 노보텔의 회의장 사용료 및 숙박료는 다른 호텔과 비교하였을 때 높지 않아 합리적인 편임
- 숙박 및 회의를 한 장소에서 할 수 있어 효율적인 포럼 개최 수행이 가능할 것으로 예상됨
- 단, 포럼 참석자들 만의 공간 확보가 어렵고 포럼 당일 많은 회의가 예정되어 있어 혼잡할 것으로 판단됨
- 또한 조식 및 오찬 등을 같은 공간에서 진행해야 되고, 그 외 회의장 밖 많은 공간을 다른 그룹과 함께 활용하게 됨에 따라 집중력이 떨어질 수 있음
- 회의 시설의 경우 프로젝트 보단 와이드 TV형태로 구성 되어 있어 화면의 선명도는 긍정적일 수 있으나 화면이 크지 않은 점은 단점으로 작용할 것으로 예상됨

	
<p><노보텔 회의장></p>	<p><노보텔 회의장 밖></p>

2) 매리어트

- 파리 중심지로부터 조금 떨어져 있고 회의장 사용료 및 숙박료는 노보텔에 조금 비싼편이나 포럼 참가자만의 공간을 확보할 수 있는 장점이 있음
- 숙박 및 회의 장소 비용이 노보텔에 비해선 비싸지만 다른 고급 호텔과 비교했을 때 저렴한 편임. 또한 담당 매니저가 가격 흥정 요소를 많이 지니고 있어 최대한 협조할 의사가 있음

- 식사 및 회의 장소, 커피 브레이크를 위한 공간 등 대부분의 공간을 포럼 참여자들만 활용할 수 있어 집중도가 높음

	
<메리어트 로비>	<메리어트 회의장>
	
<메리어트 회의 안내판>	<메리어트 오찬장소>

5. 유통업체

1) ACE 마트

- ACE 마트는 프랑스 파리에 총 4개가 있으며, ST-Anne, Opera, Hi, Tolbiac 지점이 있음
 - 세계 각지에 위치한 한인마트와 유사하게 우리나라의 음료 및 식품, 기타 생활 용품 등을 판매하고 있음
 - 실제 구매 대상자는 한인 50%, 프랑스인 50%의 비율을 유지하는 것으로 알려져 있음
- 수산물의 경우 우리나라 각 지역에서 판매되고 있는 수산물이 판매되고 있었으며, 가장 잘 팔리는 수산물은 김을 꼽음

- 김의 경우 한인 뿐만 아니라 실제 프랑스 소비자들의 구매률이 높다고 함
- 그 외 판매가 많이 이루어지는 품목으로는 오징어를 꼽음
- 원물 수산물의 경우 한인 레스토랑에서 구매하기도 한다고 함



<ACE MART 전경>



<ACE MART 매장 내 판매 상품>

2) Monoprix

- Monoprix는 프랑스 250개 도시의 800개 매장을 보유하고 있음
- 프랑스 지주회사 Goupe Casino의 자회사로 슈퍼마켓을 포함하여 편의점, 생활용품 사업도 함께 하고 있음
- 영농조합 등과 협력하여 제품을 공급받고 있으며, 김, 게맛살, 멸치 등 아산 아산 수산식품을 취급하고 있음
- 원물보다는 피레트 등 손질된 상품이 주로 판매되고 있음
- 가공품의 패키징이 잘되어 있고 포장지 역시 현대화 되어 있음



<Monoprix 판매 제품>



<Monoprix 판매 제품>

3) Carrefour

- Carrefour는 미국의 월마트에 이어 전 세계2위 유통매장으로 프랑스에는 약 240개 이상의 매장을 보유하고 있음
- 우리나라의 홈플러스 익스프레스 정도의 크기를 가진 식료품 매장이 주로 분포하고 있음
- 수산물과 관련해서는 프랑스에서 최초로 MSC/ASC 인증을 자체 취득하였으며, 해당 상품을 중심으로 판매 비중을 높이기 위해 노력하고 있음
- 특히 친환경 및 유기농 식품에 대한 투자가 활발하며 참치 및 정어리 캔을 비롯하여 연어 등이 판매되고 있음
- 여느 다른 프랑스 마트와 마찬가지로 손질된 수산물과 가공 수산물이 주를 이루고 있음



<Carrefour 매장 입구>



<Carrefour 판매 제품>



- EAFE 소속 경제학자들과의 만남을 통해 상호 공통적으로 관심있는 분야에 대해 논의하고, 원활한 국제 수산물 수출포럼의 개최를 위한 협의를 진행함. 네트워크 강화를 통해 향후 공동 연구 수행 등 협력을 도모함
- 공동연구 수행을 위해 연구 수행 방향을 제시하고, 공동 연구 수행 기관의 구체적인 계획안을 함께 의논함으로써 서로 간의 정보 교류를 확대하는 기회로 삼음
- 이 외 수출 포럼을 위한 장소 방문을 통해 적합한 장소를 물색하고, 추가적으로 유통마트 방문 및 면담을 통해 실제 프랑스에서 판매되고 있는 상품의 형태 등을 살펴보고, 對유럽 수출에 대한 이해를 제고함