

---

# 국외출장 결과보고서

- FTA 활용 극대화를 위한 수산물 수출 확대 지원 사업 -

---

2019. 10.

〈출장자〉

수산연구본부 임경희 연구위원 외



한국해양수산개발원  
KOREA MARITIME INSTITUTE



### 1. 출장목적

- 제10회 국제 수산물 수출포럼(ISTF) 개최 (한-EU)
  - 한-EU 수산분야 연구 협력 및 네트워킹 기반 마련
- 프랑스 수산물 시장의 최신 동향 조사
  - 수산물 유통기구 및 양식굴의 생산현장 견학

### 2. 출장자

- 수산연구본부 해외시장분석센터 임경희 연구위원, 이상건 연구원, 한기욱 연구원, 박혜진 연구원, 김한나 연구원
- 정명생 선임연구위원

### 3. 출장지 및 출장기간 : 프랑스(파리) / 2019. 09. 30. - 2019. 10. 04.(4박 5일)

### 4. 출장일정

일자	방문일정	내용	비고
9.30(월)	부산→인천 인천→파리	- 07:00 부산 출발, 08:10 인천 도착 - 09:05 인천 출발, 14:10 파리 도착 - 수출포럼 준비	KE1402 AF267
10.1(화)	파리 노르망디	- 행사장 사전 점검 및 진행 준비 - 수산(굴) 양식장	
10.2(수)	파리	- 수출포럼 리허설 - 한-EU 국제 수산물 심포지엄	
10.3(목)	파리 파리→인천	- 현지 수산물 도매시장 및 유통매장 - 21:00 파리 출발, 15:00(+1) 인천 도착	KE902
10.4(금)	인천→부산	- 17:15 인천 출발, 18:20(+1) 부산 도착	KE1405



## 1. 제10회 국제 수산물 수출포럼

### 1) 개최배경 및 목적

- 한-EU 수산분야 전문가 네트워킹을 통한 교역 활성화 및 협력 방안 모색
  - 2011년 한-EU FTA 발효 이후 양국 간 수산물 교역은 활성화되고 있는 추세이나, 소비 행태, 무역 구조 등 수산분야에 대한 깊이 있는 상호 이해는 부족한 상황
  - 세계에서 두 번째로 안정적인 수산물 소비 시장으로 평가되는 EU는 우리나라의 고부가가치 수산물 판매 시장이라는 측면에서 중요하게 자리매김
  - 한국과 EU 수산분야 전문가 간 정보 교류로 무역 및 소비 활성화를 위한 공통 의제를 발굴하는 동시에 네트워크 구축으로 자유무역협정 효과 극대화에 기여

### 2) 한-EU 국제 수산물 심포지엄

- 행사개요
  - 일시 : 2019년 10월 2일(수), 10:00 ~ 15:30
  - 장소 : 프랑스 파리 머큐어 호텔
  - 주최 : 한국해양수산개발원(KMI)
  - 주관 : 국제수산물수출포럼(ISTF), 유럽수산경제학회(EAFE)
  - 주제 : 아시아와 EU의 수산물·수산물식품 교역 및 소비 트렌드
  - 참석자 : 한국, EU 수산분야 산·학·관·연 전문가 20여명

○ 행사내용

가. 프로그램

시 간	프로그래
<b>1부 : 개회식</b>	
10:00~10:10	개회사 <i>정명생 회장, ISTF</i>
	환영사 <i>라울 프렐레조 회장, EAFE</i>
10:10~10:20	기념 촬영 및 장내 정리
<b>2부 : 아시아와 EU의 수산물·수산물식품 교역 및 소비 트렌드</b>	
10:20~10:50	EU의 수산물 소비 트렌드 <i>알비세 브라가딘 매니징 파트너, COGEA</i>
10:50~11:20	아시아 수산물 소비 시장에 대한 이해 <i>임경희 센터장 · 한기욱 연구원, KMI 해외시장분석센터</i>
11:20~11:50	수산물·수산물식품의 국제 교역 및 시장 동향 <i>마르시오 카스트로 드 소우자 수석수산물관, FAO</i>
11:50~13:00	오찬
13:00~13:30	한국 소비자의 수산물 소비행태 분석 <i>김태영 교수, 경상대학교</i>
13:30~14:00	프랑스의 수산물 소비 트렌드 <i>베르트랑 르 갈리아 교수, 브레스트대학교</i>
14:00~14:30	한국의 수산물 소비 트렌드 <i>장영수 교수, 부경대학교</i>
14:30~14:40	휴식시간
<b>3부 : 원탁회의</b>	
14:40~15:30	전문가 토론 <i>좌장 : 정명생 회장, ISTF</i>

Time	Program
<b>Session I : Opening Session</b>	
10:00~10:10	Opening Speech <i>Joung Myung-Saeng, President, ISTF</i>
	Welcoming Speech <i>Raúl Prellezo, President, EAFE</i>
10:10~10:20	Photo Session
<b>Session II : Seafood Trade &amp; Consumption Trend in EU and Asia</b>	
10:20~10:50	Trends and Elements for Understanding Seafood Consumption in EU <i>Alvise Bragadin, Managing Partner, COGEA</i>
10:50~11:20	Understanding the Asian Seafood Market <i>Im Gyeong-Hee, Director · Han Ki-Uk, Researcher, KMI</i>
11:20~11:50	Overview of International Trade and Markets for Fish and Fishery Products <i>Marcio Castro de Souza, Senior Fishery Officer, FAO</i>
11:50~13:00	Luncheon
13:00~13:30	Analysis on Seafood Products Consumption Behaviors in Korea <i>Kim Tae-Young, Professor, Gyeongsang National University</i>
13:30~14:00	The Seafood Consumption in the EU: main patterns and next trends <i>Bertrand Le Gallic, Professor, University of Brest</i>
14:00~14:30	Seafood Consumption Trend in South Korea <i>Jang Young-Soo, Professor, Pukyong National University</i>
14:30~14:40	Break Time
<b>Session III : Round Table Conference</b>	
14:40~15:30	Discussion <i>Chair : Joung Myung-Saeng, President, ISTF</i>

## 나. 주제 발표

### ① 알비세 브라가딘 매니징 파트너(COGEA)

○ 주제 : EU의 수산물 소비 트렌드

○ 발표 내용

- \* EU 수산물 시장은 수입의존도가 높은 편이며 특히 명태, 대구, 연어, 오징어 등은 EU회원국 내에서 자체적으로 생산이 안 되거나 공급이 충분하지 않은 품목으로 수입에 의존함. 지난 10년('08~'17년)간 수산물 소비량과 수입량에는 거의 변화가 없으나 생산량은 어획에서 상승세를 나타냄. EU 수산물 수입은 연어, 대구, 명태, 새우, 오징어 등 특정 품목에 집중되어 있는 경향을 보임
- \* 유럽 소비자들은 양식 수산물보다는 자연산 수산물을 선호하는 성향을 보임. 원산지별로 보면 소비자의 약 80%가 거주지역산, 자국산 혹은 EU산을 선호하는 것으로 나타남. 가공유형별로는 활, 냉동 수산물을 먹는 빈도가 가공수산물을 섭취하는 빈도보다 높음. 하지만 설문조사와는 달리 실제 소비자들이 수산물 구매 시 원산지, 생산방식보다는 가장 큰 영향을 미치는 요인은 가격으로 보임

### ② 임경희 센터장·한기욱 연구원(KMI 해외시장분석센터)

○ 주제 : 아시아 수산물 소비 시장에 대한 이해

○ 발표 내용

- \* 아시아 수산물 교역은 세계 수산물 교역시장의 약 30%를 차지하고 있음. 수입보다는 수입이 더 많이 이루어지고 있으나 수입도 동시에 증가하고 있는 양상을 보임. 아시아는 세계 최대 수산물 소비 지역으로서 수산물 소비는 계속해서 증가할 것으로 전망됨. 1인당 수산물 소비량 상위국도 말레이시아, 한국, 베트남, 중국, 일본 등으로 아시아 국가에 집중되어 있음. 특히 중국, 베트남이 수산물 교역에서 1,2위를 차지하며 빠르게 성장하고 있음
- \* 중국은 중국 연안에 위탁가공을 발전시키면서 세계 최대 수산물 수출국으로 자리 잡았으며 최근에는 빠른 경제 성장에 따른 소득 증대 등으로 고급 수산물 수요가 증가하면서 세계 최대 수산물 소비국이 됨. 중국 소비자들은 내수면 수산물에 대한 수요가 많은 편이며 최근에는 해수면 수산물에 대한 선호도 증가하고 있음. 특히 프리미엄 수산물에 대한 선호가 높아지고 있음. 수산물을 구매하는 장소는 수산물 시장, 대형마트 등이 있으며 전자 상거래의 비중이 점차 높아지고 있는 추세임
- \* 최근 베트남은 경제성장으로 인해 건강식, 간편식에 대한 관심이 증가하고 있으며 경제주도층인 청장년층이 주요 소비자로서 영향력을 행사하고 있음. 베트남 소비자

들은 수산물을 건강식, 고급식단으로 인식하며 품질, 안전성을 엄격하게 평가함. 현대적 채널보다는 수산물 시장을 통해 구매하는 비중이 높음

### ③ 마르시오 카스트로 드 소우자 수석수산물관(FAO)

○ 주제 : 수산물·수산식품의 국제 교역 및 시장 동향

○ 발표 내용

- \* 현재 세계의 수산업은 양식업 비중이 높은 상황으로, 수산물 생산은 2028년에 196백만 톤 규모가 될 것으로 예상되며 2022년에는 양식업이 어획 비중을 초과할 것으로 예측됨. 수산물 교역은 거래가 가능한 상품이 더 늘어날 것으로 예상됨. 개발도상국이 경제발전을 달성하면서 수산물 수입국이 다변화되고 수출국은 비슷할 것으로 전망됨
- \* 전반적으로 소비자들은 수산물 구매 시 원산지, 생산방법, 지속가능성, 추적가능성 등에 대한 관심이 높아짐. 인증제도도 더 다양해지고 엄격해지고 있어 수산물 교역 시 많은 장애물이 있음. 또한 토지가용성, 기술, 기후 등의 도전과제가 있음

### ④ 김태영 교수(경상대학교)

○ 주제 : 한국 소비자의 수산물 소비행태 분석

○ 발표 내용

- \* 한국은 연간 1인당 수산물 소비가 약 60kg으로 세계 최대 수준의 수산물 소비국임. 1인당 수산물 소비는 2010년 이후 연평균 3.7% 증가했으며 특히 해조류의 소비가 지속적으로 증가함. 수산물 수입은 '18년 기준 156만 톤, 60억 달러 규모로 매년 증가하는 추세임.
- \* 한국 소비자는 수산물에 비해 육류를 많이 구매하며 연령대별로 차이가 있음. 연령대가 높을수록 육류보다 수산물을 더 선호. 수산물의 구입방식은 손질구입이 60.3%( '18년 기준) 가장 많은 비중을 차지하고 있으나 감소하는 경향을 보이고 있음. 반면 포장구입 비중이 점점 늘어나고 있는 추세임.
- \* 한국의 HMR시장은 '19년에 4조 규모의 시장이 될 것으로 전망됨. 연령별로는 40대가 HMR제품을 가장 많이 구매하는 것으로 나타났으며 소득수준별로는 소득이 높을수록 HMR제품을 더 많이 구매하는 것으로 나타남. 연령대별로 세분화된 HMR제품 개발과 차별화된 마케팅 전략 수립이 필요함. 또한 국내산 수산물 소비 촉진을 위해 국내산 수산물을 원료로 한 HMR제품을 개발할 필요가 있음

⑤ 베르트랑 르 갈리아 교수(브레스트대학교)

○ 주제 : EU의 수산물 소비: 주요 패턴 및 차세대 트렌드

○ 발표 내용

- \* EU는 수산물 섭취량이 낮은 편이나 국가별 차이가 있음. '16년 기준 EU에서 가장 많이 소비되는 주요 어종은 참치, 대구, 연어, 명태, 새우로 전체 수산물 소비 시장의 43%를 차지함. 해당 어종은 대부분 EU외 국가에서 수입됨. 지속가능한 방식으로 어획되는 수산물과 윤리적으로 양식된 수산물에 대한 관심이 높아지면서 대부분은 MSC(Marine Stewardship Council)와 ASC(Aquaculture Stewardship Council)을 받은 수산물을 선호함.
- \* 프랑스는 '17년 기준 총 24억 8천만 유로에 해당하는 수산물을 소비하며 EU국가 중에서 4위 수산물 소비국임. 가장 많이 소비하는 어종은 연어이며 그 다음으로 대구, 아귀, 대구류(Saithe), 송어의 순임. 주요 소비 수산물은 대부분 수입의존도가 높은 것으로 나타남. 프랑스 소비자는 고급 수산물과 고급 수산물을 제외한 신선제품에 대한 소비가 냉동이나 통조림보다 높은 편임. 연령별로 신선냉장 수산물 및 통조림류는 연령대가 높은 가구가 선호하는 반면 젊은 층은 수산물 소비가 감소하고 있는 추세임. 최근 프랑스 소비자들은 식품 위생관련 사고와 부정적인 언론보도로 인해 소비자들은 안전한 제품과 원산지가 쉽게 추적가능한 지역 생산제품이나 유통경로가 짧은 제품을 찾는 경향이 증가함.
- \* 스페인은 '13년 이후 수산물 소비량이 지속적으로 감소세를 보이고 있으나 스페인 소비자의 69%는 적어도 2회 이상 수산물을 소비. 지난 10년 간('08~16년) 중소슈퍼마켓의 점유율이 가장 높았고 그 다음으로는 특정제품 위주의 생선가게, 대형마트 등의 순임. 2012년에서 2016년까지 소비가 증가한 품목은 생선통조림으로 그 외의 신선 수산물, 냉동 수산물, 조개류·갑각류 및 연체류는 모두 감소하는 경향을 나타냄

⑥ 장영수 교수(부경대학교)

○ 주제 : 한국의 수산물 소비 트렌드

○ 발표 내용

- \* 노르웨이를 포함한 EU의 對한국 수출은 '18년 기준 약 6억 달러로 수출 증가세를 보이며 주요 수출품목은 연어, 고등어, 골뱅이 등임. 한국의 對EU 수출은 '18년 기준 1.7억 달러로 주요 수출품목은 김, 참치, 게맛살 등임. 한국 소비자의 육류 소비

량은 증가한 반면 어패류 소비량은 감소하는 추세이며 특히 20~30대 젊은 층의 수산물 소비 감소 현상이 심화. 수산물 구매는 1인 가구 증가, 간편식 지출 확대로 수산물 HMR시장, 가공식품 시장, 외식시장이 성장하고 있음

- \* 최근 1인 가구가 늘어나면서 1인 가구는 식품시장에서 핵심 세분시장으로 부상하고 있으며 이로 인해 HMR시장도 빠르게 성장하고 있음. 편의점이나 인터넷을 통한 농식품 구매가 증가하고 있는 추세임. 이에 1인 가구를 타겟팅한 즉석조리 생선 구이, 생선조림 제품군 등 수산물 HMR제품군이 확대되고 있음
- \* 우리나라는 활 수산물을 당일~2일 내에 소비자에게 배송할 수 있는 운송인프라가 잘 발달되어 있으므로 온라인 쇼핑을 통한 신선수산물(생선회)의 소비가 확대되고 있음. 또한 유튜브는 한국에서 가장 빠르게 성장하고 있는 SNS 플랫폼으로 소비자들에게 미치는 영향력이 확대되고 있음

#### 다. 전문가 토론

##### ○ 내용

- 지속가능성 규범의 무역장벽 활용 문제
- EU 소비자의 원산지별 수산물 선호도에 대한 전문가 추가 의견
- 중국 소비자의 가공형태별, 가격대별 수산물 선호 현상에 대한 이해
- 아시아권 국가의 수산물 무역 발전 의견

## 2. 굴양식장 조사

### ○ 조사 개요

- 일시 : 2019년 10월 1일(화)
- 장소 : La Calvadosienne

### ○ 조사 내용

- 프랑스는 세계에서 가장 많은 굴을 수출하고 있는 국가로 약 1억 달러 가량의 굴을 수출하고 있음(세계에서 약 20% 가량을 차지)
- 프랑스산 굴은 프리미엄 시장을 중심으로 공급되고 있음. 굴 수출액은 매년 증가 추세로, 활·신냉 굴이 고급 식자재로 자국 및 세계 각지로 판매되고 있음



- 유럽에 위치한 주변국가를 대상으로 수출을 늘려가고 있음
- 굴 양식장(La calvadosienne)은 프랑스 노르망디 지역의 아스넬(Asnelles)에 위치하고 있음
  - 해당지역은 조수간만의 차가 크고 수온이 굴 양식에 적당해 프랑스에서도 굴 양식 적지로 평가되고 있음
  - 양식장 면적은 4km x 2km(해안가 4km x 바다 2km)로 어업권을 보유한 업체가 함께 어업활동을 영위하고 있으며 연간 생산량은 1만 톤 가량됨
  - 주 양식법은 수평망 양식을 통해 개체굴을 생산·출하하며, 조사 대상 양식장의 경우 자국과 수출 비중이 동일한 비중임
- 양식방법 상의 특성으로 인해 출하시까지 양식 기간은 약 3년 가량 소요됨
  - 양식은 노동집약적 형태로 이루어지고 있어, 인력에 대한 의존도가 여전히 높음. 자동화는 선별 과정에 일부 적용되고 있음
- 위생·안전성 확보를 위해 제도적으로 정부가 위임한 기관이 연간 2~3차례 가량 무작위로 검사를 진행하고, 통과한 굴에는 인증마크를 부여함
  - 문제 발생 시에는 해당 지역의 굴 공급이 전면 금지됨
  - 생산된 굴은 모두 이력추적이 가능하도록 상자에 바코드 표시를 통해 유통하고 있음
- 프랑스는 대부분의 수산물을 생물 형태로 유통하도록 하고 있으며, 굴의 경우도 활신선 각부굴로 유통됨
  - 프랑스에서 수산물은 원물로 유통되어야 한다는 인식이 강해 냉동 수산물 등은 특정한 수산물에 한해 허용하는 것으로 알려짐
- 굴은 건강식으로 인기있는 품목으로, 계절적으로는 크리스마스를 맞이한 동절기에 크게 증가하는 특징이 있음

### 3. 수산물 도매시장 및 유통업체 조사

#### 1) 형지스 도매시장

- 일시 : 2018년 10월 3일(목)
- 장소 : 형지스 도매시장

- 형지스 시장은 프랑스 최대 농축수산물 종합 도매시장임
  - 기존 파리시내에 위치해있던 중앙도매 시장을 물류적인 측면에서 우수한 입지 조건을 갖춘 교외로 이전함
  - 형지스 도매시장 개설자는 파리시이나, 관리와 운영은 파리도매시장정비관리공사(SEMMARIS)라는 민간이 권한을 위임받아 수행하고 있음
  - 정부가 중심주주, 민간투자기관 및 상인들은 주주로 참여해 자율적 운영이 이루어지고 있음
- 형지스 시장은 232ha 부지에 청과시장, 수산시장, 낙농제품시장, 화훼시장, 축산 시장 등 농수축산물을 모두 아우르고 있음
  - 각 품종별 도매업체가 입점해 있으며, 소매점, 레스토랑 등 등록업체를 대상으로 거래가 이루어짐
- 수산물 판매동은 완전폐쇄형 구조로 구축되어 있는데, 품질 유지를 위해 저온관리시스템이 도입되어 있음
  - 중앙 통로를 두고 벽면으로 도매업체가 입점해 있으며, 건물 외부에 저온창고, 화물트럭 접안시설이 위치해 있음
  - 대부분 생물 형태로 거래가 이루어지며, 일부 냉동품, 가공품이 한정적으로 취급되고 있음
  - 품질 및 위생 관리에 주안점을 두고 있어 판매동 내 수산물은 팔레트 위에 진열되어 있으며, 시장관리업체에 의해 라벨링 등이 관리되고 있음
- 프랑스 신선수산물 유통의 중추를 담당하는 기구로, 자국 및 유럽 각지에서 생산·양식된 수산물의 분하·판매가 이루어짐
  - 최근 산지와 소비지 간 직거래가 증가하는 추세이나, 현재까지는 신선수산물 유통에서 핵심적인 기능을 수행하고 있음

## 2) 유통매장(E.Leclerc)

- 일시 : 2018년 10월 3일(목)
- 장소 : 르끌레어(E.Leclerc)
- 1949년 설립된 르끌레어는 프랑스 하이퍼마켓 시장 점유율 1위로, 프랑스

내 500개 이상의 매장 및 114개 해외 매장을 운영하고 있음

- 식품 판매 이외에도 다양한 품목 및 서비스를 판매하고 있으며 연간 매출액이 378억 유로, 직원 수는 12만 명에 달함
- 일반적인 르끌레어 매장은 4,000~6,500㎡ 규모의 하이퍼마켓 형식으로, 슈퍼마켓 형태의 조금 더 작은 규모의 매장(2,500㎡ 이하)도 약 50여개가 산재해 있음
- 활·신선 수산물을 판매하는 코너가 있으며, 신선 제품을 판매하는 코너에서는 손질되어 패키징된 제품과 각종 소스 등을 함께 팔고 있어 집에 가져가서 바로 먹을 수 있도록 제품을 판매하고 있음
- 타 유통매장에서는 쉽게 볼 수 없는 수산물(활게, 활전복, 활새우 등)의 취급 비중이 높았으며, 가격은 상대적으로 조금 높게 판매되고 있었음

### 3) 유통매장(Monoprix)

- 일시 : 2018년 10월 3일(목)
- 장소 : 모노프리(Monoprix)
- 1932년 설립되었으며, 프랑스의 대중적인 슈퍼마켓 체인 중 하나로 프랑스 250개 도시, 800개 매장을 보유하고 있음
  - 프랑스 카지노 그룹(Casino Group) 산하 프랑스 최대 식료품 업체 중 하나이자 대형 유통업체로 연간 40억 유로의 매출액을 보이고 있으며, 최근에는 아마존과 제휴하여 아마존의 식료품 배달을 추진 중에 있음
  - 유기농 식품 매장인 Naturalia, 접근성을 강화한 편의점 Mpnop, 레스토랑 Monop' Daily를 운영 중임
  - 영농조합 등과 협력하여 제품을 공급받고 있으며, 활, 신냉 수산물을 취급함. 특히 필렛 형태로 손질된 신냉 수산물을 판매하고 있는 것이 특징적임
  - 신냉 수산물은 어류, 패류, 갑각류 등 다양한 품목을 판매하고 있는 반면, 냉장 품은 주로 연어, 새우 가공품이 판매되고 있음
  - 김, 게맛살, 멸치 등 아시아산 수산식품도 취급하고 있음



- 한-EU의 수산물 소비·교역에 대한 이해기반 마련
  - 국제 수산물 수출포럼 개최를 통해 양측 간 수산물 소비와 교역에 대한 이해도를 높이고 네트워크를 확대하는 기회로 마련함
  - EAFE 소속 경제학자들과의 만남을 통해 양 국 수산물 교역 및 소비 활성화 위한 주요 의제를 발굴하는 한편, 향후 공동의 연구 협력 방안을 모색함
- 프랑스의 수산물 양식 및 소비 트렌드 파악
  - 프랑스의 대표 프리미엄 수산물인 굴 양식기술 및 품질 제고 방안에 대한 최신 동향을 파악함
  - 수산물에 대한 프랑스 소비자의 선호 특성과 프랑스 현지 수산도매시장, 유통마트 등의 조사를 통해 최신 판매·소비 동향, 경쟁국 수출 상품 등을 파악하고 對프랑스 시장에 대한 이해를 제고함



○ 굴 양식장(La Calvadosienne)



○ 수산물 도매시장 및 유통 매장

