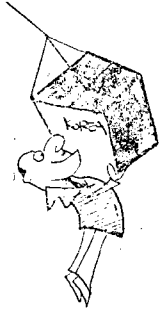


輸 出



資本·技術 進出로 市場구축

金 泳 喆

(大韓貿易振興公社)

東南亞서 南美까지 開拓

국내 食品업계가 세계시장에 본격적으로 挑戰하고 있다. 짧은 年輪을 딛고 內需시장에서 優良企業으로 자란 경험을 바탕으로 有望輸出 業종으로 발돋움하고 있는 것이다.

불과 몇해전만 해도 資本과 技術은 물론 完製品을 수입하는데 급급했던 업계가 지난 70년 이후 年 1백% 이상의 성장을 기록하고 있다. 라면, 製菓, 調味料등 각종 食品류가 뒤늦게 輸出에 나섰으면서도 製品수출에서 부터 資本, 技術에 이르기까지 外貨획득에 단단히 한 몫을 하고 있는 것. 食品류의 수출 대상지역도 가까이 東南亞에서 부터 멀리는 南美까지 상당히 광범위하다.

이와같이 食品업계가 세계시장을 본격적으로 겨냥하게 된 것은 무엇보다 質的인 면에서

先進國 수준에 못지 않게 향상되었기 때문이다.

국내 食品업계가 세계시장에 눈을 돌린 것은 극히 짧다. 食品업계가 국내시장에서 基盤을 다진 것이 최근 몇년간이란 것을 감안하면 당연하다. 지난 69년까지만해도 食品류의 수출은 극히 보잘것 없는 미미한 상태였으나 70년부터 계속 늘어나기 시작했다.

올해목표 5千3百萬弗

올해 들어 라면 菓子類등 각종 食料品類의 수출은 4월말 현재 1천2백79만달러로 호조를 보이고 있다.

이같은 실적은 금년도 수출목표 5천3백만 달러 달성도 무난하게 할것으로 예상된다. 이 가운데 라면이 27만9천달러, 과자가 1백50만 6천달러, 껌이 30만7천달러로 되어 있다.

라면의 경우 71년도에 2백12만달러를 기록했고 지난해엔 61만달러를 수출했던 데에 비하면 약간 退潮를 보이기는 했다. 이는 파월 국군의 철수로 인한 불가피한 현상으로 풀이할 수 있다.

菓子は 홍콩과 日本에 주로 수출, 4월까지 1백50만6천달러를 달성함으로써 지난해 전체 실적 1백20만1천달러를 넘어서 크게 호조를 보이고 있다.

점도 東南亞의 홍콩, 싱가포르, 일본, 인도네시아, 말레이시아와 中東의 쿠웨이트, 키프레스 北阿의 리비아, 中美의 트리니다드, 北歐의 덴마크까지 시장을 확대하면서 30만7천달러를 수출, 점차 수출 有望商品으로 등장하고 있다.

특히 調味料의 경우도 인도네시아에 진출하고 있는 것과 함께 東歐圈의 하나인 유고에까지 수출케 되어 크게 관심을 끌고 있다.

국산 조미료가 조미료의 본고장인 日本은 물론 스미도모商社(日本)의 중개로 톤당 8백15달러로 7월부터 10월까지 매달 1백톤씩 유고에 수출키로 계약을 맺었다. 이밖에도 4월 말 현재 C레이션 1백67만달러상당이 이미 越南으로 軍納이 끝났고 米菓도 63만달러어치가 日本으로 수출돼 착실한 實績을 거두고 있다.

또 냉면, 짜장면, 당면, 국수등이 試驗輸出 및 開發輸出의 형태로 소량이나마 꾸준히 시장을 개척해나가고 있다.

브라질·인도에 工場세워

食品類 輸出現況을 더듬어 볼때 아직 初期 단계인 만큼 만족스러운 것은 아니나 食品類가 지니는 限界性으로 미루어 보면 놀라운 성장을 거듭하고 있다고 할 수 있다. 왜냐하면 食品類需要는 사용하는 사람들의 오랜 食性,

기호에 좌우되기 때문에 수출시장 개척도 그만큼 어려운 문제인 것이다.

그래서 食品類 수출에는 一般商品수출과는 다른 方法이 요구되고 있는 것이다. 한마디로 말해 적극적인 開發수출이 필요한 것이다. 맛의 개발, 기호의 개발이 先行되어야 한다는 것이 주요 과제의 하나다.

現地에 직접 進出, 그곳 사람들이 익숙해지도록 맛을 개발하지 않으면 大量수출이란 기대하기 어렵다.

현재 국내 食品업체가 輸出需要개발을 위해 몇개국에 技術제휴 또는 合作投資등으로 進出하고 있는 것은 이런 점에서 볼때 가장 효과적인 방법일 것이다.

지난 68년이래 월남, 홍콩등 東南亞 각국에 수출을 시작, 연평균 30%이상의 성장을 보여 한때 2백만달러 이상의 實績을 올렸던 라면은 지난해에 브라질에 資本과 技術을 진출시켜 기대 이상의 성공을 거두고 있다.

印度진출도 잇달아 推進

또 6억인구의 印度에도 또 하나의 공장을 세우기 위해 준비작업을 구체화 시키고 있어 수출전망은 더욱 밝아져가고 있다.

이 공장의 投資규모, 생산시설등 구체적인 용은 아직 밝혀지지 않았으나 그 막대한 인구를 감안할때 크게 기대된다.

이미 브라질에 진출한 라면공장의 경우 제품생산에 소요한 原料중 일부는 국내에서 수입해갈 예정으로 있고 생산된 제품은 브라질을 중심으로한 南美시장에까지 수출하고 있어 연간 1백만달러 이상의 外貨획득이 가능하다는 결론이 나오고 있다.

調味料도 해외진출에 활발한 움직임을 보이고 있다.

調味料의 본고장인 日本을 비롯 호주 등에 상당량을 수출하고 있다.

특히 인도네시아에는 製造技術과 原料는 물론 폴란드까지 수출하여 지난 1년동안 70만달러를 벌어들였고 또 앞으로 大量輸出의 발판도 다졌다.

인도네시아에 진출한 조미료 업체는 72년에 준공된 기존공장의 생산능력을 현재의 월 6백톤에서 74년에는 8백톤으로 늘릴 계획으로 있으며 제 2공장의 건설도 추진중인 것으로 알려지고 있다.

매년 착실히 수출을 늘려가고 있는 製菓類도 제조업체들이 잇달아 맛의 개발, 기호의 개발에 역점을 두고 있는 실정이다.

그러나 이 품목은 선진제국 상품의 質이 우리나라 제품에 비해 다소 앞서는 느낌을 주고 있기 때문에 質的向上이 무엇보다 중요하다.

그러나 市場점유도가 높은 대기업들은 오래전부터 이따른 施設확장으로 제품개발에 역점을 두고 있어 이미 대부분의 제품이 先進國수준에 못지않은 品質을 자랑하고 있다.

이러한 사실은 東南亞各국에 수출된 제품이 好評을 받아 市場을 계속 넓혀가고 있다는 점과 국내시장에 넘치던 外製가 자취를 감추었다는 데서도 찾아 볼수 있다.

多角的인 支援策 아쉬워

어쨌든 식품업계는 몇해전에 비해 놀라운 성장을 보이고 있는것은 숨길수 없는 사실의 하나다.

수출대상국 사람들의 맛의 개발이 필요한 麵類, 調味料의 경우 技術 제휴 合作投資등 현지 進出로 基盤을 다졌고 質의 향상이 절실한 製菓類의 경우도 施設의 확장등으로 이미 해외 각국에서 好評을 받기 시작했다.

브라질에 진출한 라면공장은 연간 1백만달러의 外貨획득을 낙관하고 있고 인도네시아에 진출한 조미료도 제 2공장이 준공되면 연간 7백만달러의 外貨를 벌어들일 것이라는 기대는 모두 고무적인 일이다.

또 製菓類도 현재의 수출대상지역 40개국을 점차 확대하면서 包裝개선과 함께 量的擴大를 꾀한다면 현재의 伸張率을 크게 상회할수 있을 것으로 예상된다.

그리고 각종 통조림을 비롯한 수산물과 야채류가 몇해전부터 계속 시장을 넓혀 나가고 있고 이미 일부업체는 상당한 시장을 확보하고 있는 실정이다.

이밖에도 설탕이 수출호조를 보이고 있다.

설탕의 수출은 지난해까지 극히 보잘것없는 상태였으나 올해들어 해외수출수요가 급증. 대부분의 메이커가 년초에 책정했던 올해 수출목표를 이미 초과달성했다.

6월까지의 수출추세로 미루어 설탕은 올해 목표를 적어도 1백% 이상초과 달성하고 수출시장도 계속 확대될것으로 예상된다.

지금까지의 시장확보 추세로 미루어 식품업계가 활발한 적극성을 보이게 되면 앞으로 몇해동안은 계속 연평균 1백% 이상의 수출신장을 기록할 수 있을 것으로 예상된다.

이러한 수출신장을 기록하면 식품류도 가발 웨더등 기타 수출상품과 어깨를 겨룰수 있게 되고 수출대중상품으로까지 등장할수 있을 것이다.

그동안 食品업계가 이와같이 세계시장에 挑戰할 수 있는 基盤을 구축한 것을 계기로 정부에서 海外投資업종에 대한 金融, 稅制面등 다각적이고 근본적인 보호육성책을 마련해 준다면 食品類는 80년도 1백억달러 수출에 크게 한 몫을 하게 될 것이다.