

식품수출정보

美 라면市場, 需要增大로 急伸張勢

韓國·日本을 비롯한 東洋 각국에서 널리 애용되고 있는 라면이 美國시장에 선을 보이게 된 것은 지난 70년 日本의 Nissin社가 처음으로 美國에 수출하고부터 인데, 그동안 라면은 美國시장을 서서히 과고 들어 이제는 슈퍼마켓 Dry Soup코너를 석권하다시피 하고 있다.

라면의 장점은 시간이 적게 들며 편리하고 값이 싸다는 것으로 특히 低所得層 및 독신자들에게 인기를 끌고 있는데, 다른 제조식품들은 87년도 판매량이 86년도에 비해 전혀 신장되지 못하고 제자리 걸음이었으나, 라면의 경우는 87년도에 1억 8,410만弗의 販賣실적을 보여 前年對比 6.8%의 增加勢를 보였다.

美國 전역에 판매되고 있는 라면의 대부분은 현재 로스엔젤레스지역의 6개회사에서 생산되고 있다. 이 중 선두주자는 日本의 Nissin Food Products로 지난 72년부터 로스엔젤레스에 현지공장을 설립하여 제품을 생산해 오고 있는데, 88년도 賣出額을 8,500만弗로 책정해 놓고 있다.

현재 동사에서 생산하는 Top Ramen과 Cup O'Noodles 브랜드가 소비자들에게 가장 인기리에 판매되고 있다. 이밖에 日本의 Maruchan, 싱가포르系的 Sanwa Foods, 우리나라의 S社 및 우리僑民이 운영하는 Union Foods社 등이 있으며, 라면의 인기가 증가하자 인도네시아·필리핀 등지에서 생산된 값싼라면이 수입되기 시작하

여 지난 5년간 라면값은 계속 下落하고 있는 추세이다.

한편 최근에는 美國 최대의 Soup會社인 Campbell Soup Co.도 라면제조를 신중히 검토하고 앞으로 한달 후 쯤에는 자체생산한 라면을 테스트할 계획으로 있는데, 동사는 라면 판매고를 동사의 연간 총매출액인 약 22억弗의 19%까지 끌어 올리겠다는 목표를 세우고 있다.

대기업의 침투에 대해 기존 라면 회사들은 크게 우려하지 않고, 오히려 전체라면 판매가 증가할 것으로 내다보고 있다. 이들이 이와 같은 주장을 하는 근거는 美國회사가 만드는 라면은 東洋系 회사들의 제품보다 맛이 떨어질 것이 분명하며 그간 대규모 廣告費를 지출할 수 없어 소비자들에게 라면에 대한 弘報활동이 부족했으나, 대규모 신규업체가 참여하게 되면 新製品 광고를 대대적으로 할 것이므로 결국 라면을 몰랐던 소비자들까지 라면시장에 끌어 들여 모든 라면 회사의 販賣量이 늘어날 것이라는 것이다. 앞으로 美國의 라면시장은 수수도 크게 늘어 나겠지만 기존업체와 신규업체간, 美國內 제품과 수입제품간 競爭이 치열해지고 價格도 계속 하락추세를 보일 것으로 전망되고 있다.

評 價

한편 우리나라의 S社は 지난 80년 美國內 현지法人을 설립하고 84년 3월부터 생산활동을 해오고 있는데, 87년도 年間판매량이 약 1천만弗을 기록하여 매년 25%의 판매신장을 보이고 있다. S社は 자체 브랜드 외에 Town House라는 商標로 Safeway 슈퍼마켓 체인에 공급하고 있는데, 東洋人들은 물론 黑人들이 주요 消費者들이다. 따라서 美國人들이 좋아하는 쇠고기나 닭고기 맛의 라면을 중심으로 제품을 多樣化시켜 白人들의 식성에 맞는 製品개발에 주력해 나갈 경우 전망은 매우 밝을 것으로 보인다.

對프랑스 생선어묵 輸出展望 밝아

저가의 生鮮을 加工하여 게맛살의 맛을 내는 생선어묵은 원래 日本이 원산지로서 약 3~4년 전부터 美國을 비롯, 유럽에서 소개되어 美食品家들에게 큰 人氣를 끌고 있는 새로운 식품으로 등장했다.

즉 프랑스는 지금까지 국내소비 전량을 수입에 의존해 왔는데, 동 식품에 대한 소비가 크게 증가하자 85년 프랑스 水産物研究所에서 주도하고, 수산물 관련업체들이 출자하여 독자적으로 동 제품 제조기술까지 개발, 지난 3월말부터 프랑스 北部漁港인 블로뉴에 시간당 200kg 생산규모의 생산어묵 공장이 생산을 개시했다.

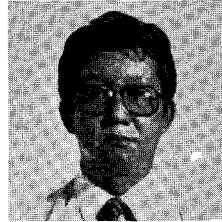
프랑스 수입업자들에 따르면 87년도 프랑스 국내소비는 2,700 t에 달했는데, 年間 100만 t을 생산하는 日本이 최대 공급국이며, 泰國·臺灣, 韓國 등도 수출을 시작했다. 한편 유럽에서는 덴마크가 이미 2개의 공장을 건설하여 생산하고 있으며, 프랑스는 유럽에서는 2번째 생산국가로 이미 4~5개 수산물 가공업체가 日本과 合作하여 생산하고 있는 美國에 비해서는 다소 늦은 실정이다.

그러나 프랑스에서 지금까지 일반 가정용 消費에서 점차 Ready-to-Eat型 식품제조기업 등에서 요리의 원료로 대량 소비하는 경향을 보이고 있어 그 수요는 유럽국가 중에서는 가장 클 것으로 보인다. 프랑스 水産物研究所의 추정에 따르면 앞으로 5년후의 프랑스 수요는 약 6천 t에 달할 것이나, 프랑스 국내 생산이 수요에 크게 못미칠 것으로 보여 수입이 계속 증가할 것으로 전망된다.

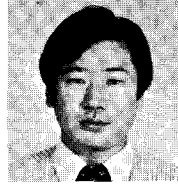
(KOTRA 海外市場 발췌)

윤석인 수석연구원 국민포장 수상

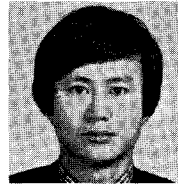
—김치의 상온보존법 개발 공로로—
연구원 4명은 보사부장관상 수상



尹錫仁



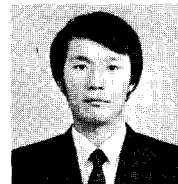
朴吉童



金榮燦



林英姬



李哲

본협회 부설 식품연구소의 尹錫仁 수석연구원이 「김치의 상온보존법 개발」 공로로 영예의 국민포장을 수상했다.

지난 4월 7일 보건 의날 기념식에서 尹錫仁 수석연구원과 같이 개발 연구사업에 참여한 朴吉童, 金榮燦, 林英姬, 李哲씨 등 4명의 연구원은 보건사회부장관 표창을 받았다.

尹錫仁 연구원을 팀장으로한 이 연구팀이 김치의 상온 보존법을 개발함으로써 김치의 수출 촉진과 더불어 우리나라 고유의 김치를 세계인의 식품으로 보급케하는데 크게 기여할수 있게 됐다.

또한 이 연구팀은 현재 김치보존성을 위한 산초추출물을 첨가한 김치류의 보존연장 방법스계피유를 첨가한 김치류의 보존 연장방법스호프수지 또는 호프유를 첨가한 김치류의 보존 연장방법스산초추출물과 겨자유를 첨가한 김치류의 보존 연장방법

△ 산초 추출물과 모노글리 세라이드를 첨가한 김치류의 보존 연장방법 등 다섯가지에 관한 연구결과를 특허출원중에 있다.