

목 차

I. 이슈분석 / 1

– 미국의 인구구조 변화가 식품수출에 미치는 영향 –
(히스패닉 인구증가를 고려)

1. 미국 농식품 소비시장의 현황 특징 / 4
2. 인구구조 변화로 본 히스패닉 시장의 특성 / 8
3. 우리나라의 대미식품수출 현황 및 진출전략 / 15
4. 결론 및 시사점 / 22

II. 대내외 수출환경 동향

– 국제금융시장 / 31

1. 국제 외환시장 / 31
2. 국제 상품시장 / 32

– 주요국의 최근 검역 및 수입제도 변경사항 –

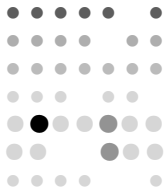
- ④ 미국 / 34



I. 이슈분석

- 미국의 인구구조 변화가 식품수출에 미치는 영향 - (히스패닉 인구증가를 고려)

1. 미국 농식품 소비시장의 현황과 특징
2. 인구구조 변화로 본 히스패닉 시장의 특징
3. 우리나라의 대미식품수출 현황 및 진출전략
4. 결론 및 시사점



미국의 인구구조 변화가 식품수출에 미치는 영향(요약)

* 작성자 : 고희채, 김종혁



Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

미국은 다양한 인종이 모여 사는 용광로와 같은 국가로 전 세계의 다양한 음식이 판매·유통되는 시장이다. 이민 및 출산율이 높은 히스패닉계 증가세로 인해 다양한 멕시코음식이 각광을 받고 있으며, 중국, 일본, 태국, 베트남 등 아시안계 음식도 정착단계에 있다. 우리나라 음식도 홍보강화와 현지에서 한식을 알리기 위한 다양한 마케팅과 이벤트로 인해 미국인들에게도 어느 정도 파고들고 있는 상황이다.

글로벌 금융위기 이후 미국 소비시장에서의 큰 변화 중의 하나로 히스패닉계, 아시아계 등 소수계로 취급되던 인종들의 구매력 신장에 따라 새로운 소비계층으로 주목받고 있다. 특히, 히스패닉 인구 증가 속도는 타 민족과 인종을 능가하고 있어 미국 소비시장에 새로운 주도세력으로 급부상하고 있다. 이러한 미국 소비시장의 변화로 인해 미국의 우수 기업들은 히스패닉 시장을 일반 소비자와는 다른 독립적인 구매층으로 인식하여 이들 소비 시장을 겨냥한 제품을 개발하고 마케팅을 강화하고 있다.

우리나라의 농식품 대미수출전략 수립 시 잠재적으로 높은 성장세를 보이는 히스패닉의 시장성을 감안, 이들의 밀집지역을 중심으로 지역밀착형·시장친화형 접근방식을 추진해야 할 것이다. 히스패닉 시장에 진출하기 위해서는 이들이 밀집해 있는 지역을 먼저 선정한 후 이들에게 우리나라 식품에 대한 접근성을 용이하도록 해야 한다. 또한 건강에 대한 관심증가로 인해 기능성식품 및 유기농식품의 수요가 증가할 것으로 예상됨에 따라 이들 분야에 대한 체계적인 진출 전략을 수립해야 할 것이다.

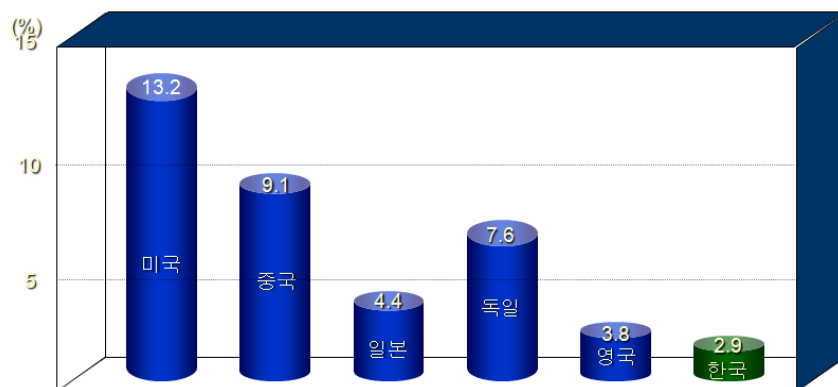
1. 미국 농식품 소비시장의 현황과 특징

◆ 미국은 세계 최대의 소비시장 및 수입국이며 세계 최대의 투자 유치국 지위를 보유하고 있음.

- 2012년 기준 세계 1위의 GDP 규모국으로, 세계 최대의 에너지 생산, 소비 및 수입국가로 세계 최고의 에너지 기술을 보유하고 있음.
- 세계 최대소비처로서 시장 확대의 주요 대상으로서의 역할, 에너지 및 기술협력, 투자의 원천으로서 현실적으로 전 세계 주요지역 중 가장 개방되었을 뿐만 아니라, 선진경제 시스템과 체계적인 통상전략을 보유하고 있음.
- 특히, 미국 시장은 미국기업과 외국기업에게 비교적 공정하게 경쟁할 수 있도록 여러 가지 법적, 사회적 장치들이 잘 구비되어 있는 편임.
- 더구나 안정적이고 투명하며, 예측 가능한 국가정책과 시스템으로 수출 또는 해외 투자를 고려하고 있는 기업들은 미국을 그들의 자본을 보존할 수 있는 궁극적인 안식처로 생각하고 있음.

■ 주요국의 수입규모(전세계에서 차지하는 비중: 2012년) ■

(단위: %)



자료: Global Insight

◆ 미국은 GDP에서 민간소비가 70%이상을 차지할 정도로, 소비시장은 경제성장의 주요한 동력임. 특히 2012년 식품소비 전년대비 2.6% 증가한 8,571억 달러 기록.

- 미국은 전 세계 최대 수입시장일 뿐만 아니라 우리나라의 제2대 수출시장으로 큰 의미가 있음.
 - 우리나라의 대미 수출비중은 1990년대 20%에서 최근 10% 초반까지 지속적으로 감소해 왔으나, 중국 및 우리기업들의 해외 생산지역을 통한 대미 우회수출을 고려할 경우 미국은 여전히 우리에게 중요한 시장임.
- 특히, 미국 식품산업은 다른 산업에 비해 꾸준히 성장세를 지속하고 있는데, 2008년 글로벌 금융위기로 인한 경기침체는 소비패턴에 영향을 주고 있음.
 - 2012년 식품소비는 전년대비 약 2.6% 증가한 약 8,571억 달러(GDP대비 5.3%)이며, 1인당 식품소비는 2,714.1 달러를 기록할 것으로 전망됨(Business Monitor International, 2013).
 - 2012~2017년 연평균 식품소비 증가율은 3.3%로 견조한 소비 증가세를 보일 것으로 예상되며, 1인당 식품소비증가율도 2.4%의 증가세를 시현할 것으로 전망됨.

■ 미국 식품소비 현황 및 전망 ■

구 분	2010	2011	2012	2013	2015	2017
식품소비(십억 달러)	819.0	835.4	857.1	880.4	931.4	1,015.0
	1.9	2.0	2.6	2.7	2.9	4.9
1인당식품소비(달러)	2,638.6	2,668.2	2,714.1	2,764.2	2,875.8	3,083.1
	1.0	1.1	1.7	1.9	2.0	4.0

주: ()안은 전년대비 증가율이며 2012년부터는 추정치임.

자료: Business Monitor International(2013), 『U.S. Food & Drink Report Q4 2013』

◆ 더구나 미국은 다양한 인종이 모여 사는 국가로 전 세계의 다양한 음식이 판매·유통되고 있는 시장임.

- 이민 및 출산율이 높은 히스패닉계 증가세로 인해 다양한 멕시코음식이 각광을 받고 있으며, 중국, 일본, 태국, 베트남 등 아시안계 음식도 정착단계에 있음.
- 또한 우리나라 음식도 홍보강화와 현지에서 한식을 알리기 위한 다양한 마케팅과 이벤트로 인해 미국인들에게도 어느 정도 파고들고 있는 상황임.

- 이에 따라 김, 라면, 알로에 주스, 즉석밥, 바비큐소스, 만두, 갈비 및 불고기(냉장/냉동식품), 김치 등이 미국 대형마켓에서 점차적으로 판매되고 있음.

◆ **지난 수십년간 진행되고 있는 미국 내 인종구조 변화는 세대별, 인종별, 연령별로 다양한 채널을 통해 식품 소비패턴에 영향을 줄 수 있음.**

- 이중 히스패닉 소비자들은 고유의 소비패턴을 가지고 있는데, 전문 서비스분야인 의료, 교육, 보험 등에는 다소 소극적인 반면, 스마트폰과 같은 전자제품이나 통신 서비스, 건강 또는 미용 관리 용품, 식품, 주류 등에는 적극적임.
 - 특히 대가족 비중이 높고 가족 중심적인 생활습관 때문에 생필품에 대한 소비 비중이 높고, 아동복이나 유아 관련 제품, 전자제품 등의 구매율도 비교적 높은 것으로 알려짐.
 - 더구나 히스패닉 인구의 증가로 인해 외국인 비중이 커지고 외국식품에 대한 선호도가 높아짐에 따라 외국 식품 수요도 급격히 증가하고 있음.
- 이와 같이, 미국 인구구조에서 히스패닉의 성장세는 이들이 선호하는 소비패턴과 식품이 다르므로, 우리나라의 대미 식품수출전략도 변화하는 인종에 초점을 맞추어 수립해야 할 필요성이 있음.
 - 따라서, 본 고에서는 미국 인구구조 변화를 살펴보면서, 특히 향후 소비주도층으로 성장할 히스패닉의 소비성향을 분석, 이를 우리나라의 식품수출에 활용할 수 있는 전략을 제시하고자함.

◆ **이상을 종합하여, 미국 식품산업의 강점(Strength), 약점(Weakness), 기회(Opportunity), 위협(threat) 요인을 제시한 SWOT 분석은 아래와 같음.**

- 강점요인으로는 전세계에서 가장 큰 소비시장, 높은 1인당 소득으로 인한 견조한 소비자 수요, 개방적이고 수용적인(receptive) 미국 소비자를 들 수 있음.
- 약점요인으로는 유통업체의 우수한 품질과 상품기획력이 강화된 자체제작상품 또는 자체기획상품인 PL(private label)상품의 시장점유율이 상승하는 등 소비자들은 상품가격에 민감해지고 있으며, 이는 기업들의 가격하락 압력으로 작용하고 있음.

- 기회요인으로는 히스패닉 인구는 증가로 인한 새로운 상품수요 증가, 웰빙, 다이어트와 같은 건강과 관련된 식품의 소비수요가 증가하면서, 높은 가격에도 불구하고 유기농 식품(organic food)의 소비가 증가하는 등 소비시장에도 차별화가 발생하고 있음.
- 위협요인으로는 식품안전에 대한 관심이 급증함에 따라 이에 대한 규제(regulation)가 강화될 것으로 전망되며, 글로벌 금융위기 이후 지속된 경기침체로 인해 식품소비에 대한 소비를 감소시키고 있는 점을 들 수 있음.

미국 식품산업 SWOT 분석

<ul style="list-style-type: none"> ☞ 어려운 경제여건에도 불구하고, 높은 1인당 소득으로 인해 향후 견조한 소비자수요가 지속될 것임. ☞ 개방적이고 수용적인(receptive) 미국 소비자들의 성향 ☞ 전세계에서 가장 큰 소비시장임. 	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 글로벌 금융위기 이후 가격경쟁이 심화되고 있음. ☞ 경기침체로 인해 소비자신뢰 및 한계소비성향이 감소하고 있음. ☞ PL상품(private label products)의 시장 점유율 상승하는 것과 같이 소비자들이 가격에 민감해지고 있음. 		
	S(강점)	W(약점)	
	O(기회)	T(위협)	
<ul style="list-style-type: none"> ☞ 히스패닉 인구증가로 인해 시장에서 새로운 상품수요가 증가되고 있음. ☞ 웰빙, 다이어트와 같은 건강과 관련된 식품의 소비수요가 증가하고 있음. ☞ 높은 가격에도 불구하고 유기농 식품(organic food)의 소비가 증가하고 있음. 	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 식품안전에 대한 관심이 급증함에 따라 이에 대한 규제(regulation)가 강화될 것으로 전망됨. ☞ 글로벌 금융위기 이후 지속된 경기침체로 인해 식품소비에 대한 소비를 감소시키고 있는 상황임. 		

주: Business Monitor International(2013), 『U.S. Food & Drink Report Q4 2013』를 토대로 저자 구성

2. 인구구조 변화로 본 히스패닉 시장의 특징

● 미국은 16세기 유럽으로부터 이민이 시작된 이래, 세계 각지로부터 온 이민자들로 모여 구성된 대표적인 다인종, 다민족, 다문화사회 국가임.

- 글로벌 금융위기 이후 미국 소비시장에서의 큰 변화 중의 하나는 히스패닉계, 아시아계 등 소수계로 취급되던 인종들의 구매력 신장에 따라 새로운 소비계층이 부상하고 있음.
- 특히, 히스패닉 인구 증가 속도는 타 민족과 인종을 능가하고 있어 미국 소비시장에 새로운 주도세력으로 급부상함.

● 2010년 미국 인구센서스에 따르면, 히스패닉 인구증가율이 가장 빠르게 성장하여 2000년에 비해 43% 증가하였으며, 전체 인구의 16.3%인 5천만 명을 기록, 주요 소비계층으로 부각됨¹⁾.

- 히스패닉(Hispanic)이란 멕시코, 쿠바, 푸에토리코 및 중남미 국가 출신 이민자들을 지칭하는 말로, 특정 인종을 지칭하지는 않으며 자신이 히스패닉이라고 답변한 응답자의 53%가 자신을 백인으로, 2.5%는 흑인, 그외 상당수는 기타 인종으로 구분하였음.
- 이와 같이 히스패닉을 제외한 인종의 인구증가율은 현저히 낮아진 반면 히스패닉 인구 증가율은 지속적으로 증가하여 2020년에는 1억 명을 넘어설 것으로 예상되며, 향후 미국 소비시장의 중심축을 담당할 것으로 전망됨²⁾.

■ 미국 인구의 인종분포 ■

(단위: %)

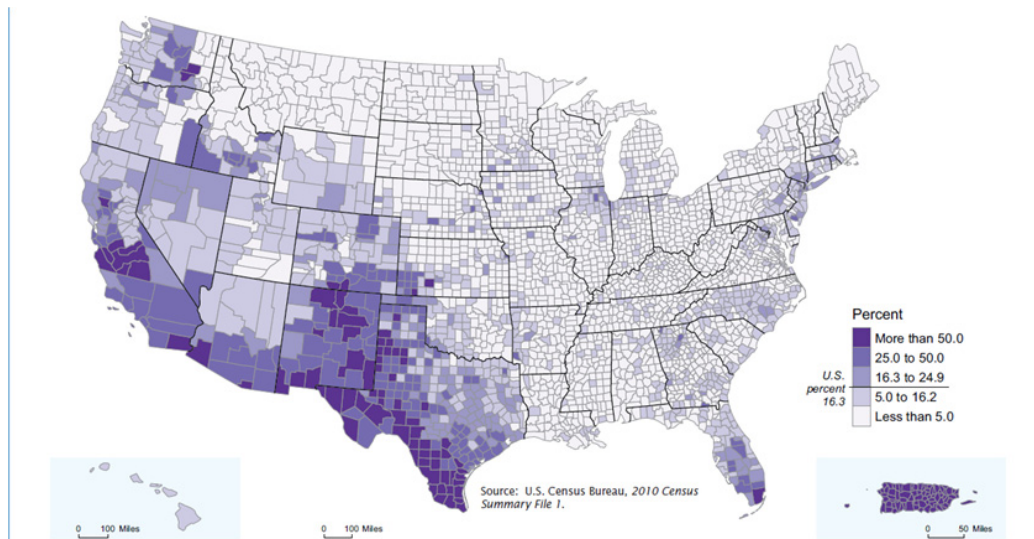
	2000년	2010년
백인	69.1	63.7
히스패닉	12.4	16.3
흑인	12.2	12.6
아시아계	3.6	4.8

자료: 미국 2010년 인구조사센서스

- 1) 미국은 1790년 이후 10년 단위로 전국적인 인구통계를 실시해오고 있으며, 2010년 인구센서스조사 결과까지 발표됨. 미국 총 인구 수는 2000년에 비해 9.7% 증가하여 약 3억 900만 명을 기록하였으며, 백인인구는 2000년에 비해 5.7% 증가함.
- 2) 더구나 히스패닉 여성의 평균연령은 28세로 백인 41세에 비해 훨씬 젊어, 출산율도 높아 상당기간 히스패닉 인구는 증가세를 기록할 것으로 전망됨.

- 주별로 세분화하면, 히스패닉 인구가 많은 주는 캘리포니아 주, 텍사스 주, 플로리다 주, 뉴욕 주, 일리노이 주 순으로 최소 1백만 이상이 거주하는 주는 8개 주임³⁾.
- 또한 히스패닉인구가 최소 50만 명 이상 거주하는 주는 16개주로 조사되었는데, 전반적으로 미국 서부와 남부지역에 밀집되어 있는 것으로 나타남.
- 특히, 히스패닉계가 가장 많이 거주하는 주는 캘리포니아 주로 약 1,401만 명이 거주하는 것으로 나타나 이는 캘리포니아 주 인구(3,725만 명)의 37.6%를 차지하고 있음.
- 그 다음으로 텍사스 주에는 946만 명이 거주하고 있는데 이는 텍사스 주 인구(2,515만 명)의 37.6%이며, 플로리다 주에도 422만 명으로 플로리다 주 인구(1,880만 명)의 22.5%가 히스패닉계임.

■ 히스패닉 인종분포(2010년) ■

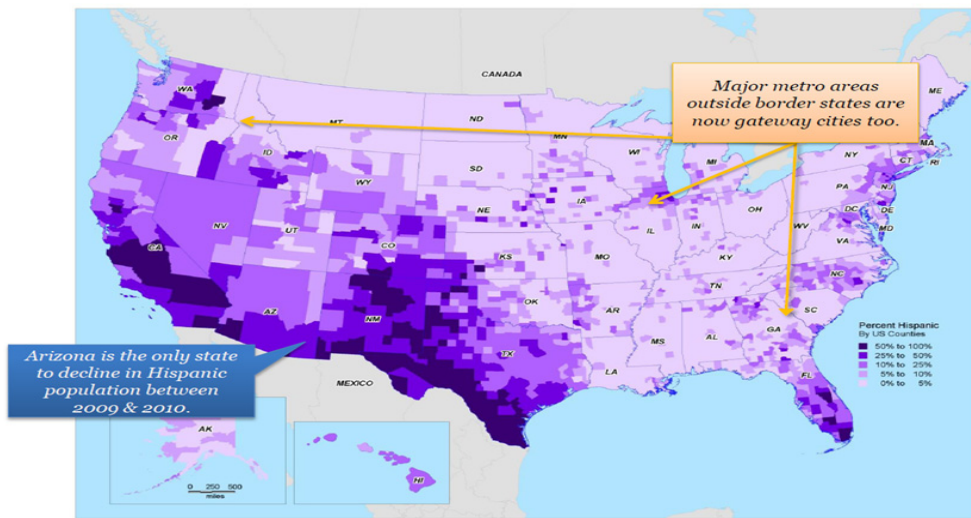


자료: 미국 2010년 인구조사센서스

3) 자세한 주별 인구수와 히스패닉 인구비율은 <부록: 부표 1>을 참조

- Geoscape는 2015년 히스패닉은 기존 미국의 서부 및 남부지역에서 미국 전역으로 더욱 더 확대될 것으로 전망함.
- 이와 같이 히스패닉 인구의 급속한 증가세는 향후 미국 식품소비시장에서도 히스패닉 인구가 주요 구매층으로 부상할 것으로 예상됨.

■ 히스패닉 인종분포(2015년) ■



자료 : Geoscape(2010), American MarketScape DataStream: 2010 Series

- 히스패닉 인구가 많은 도시별로 살펴보면, 캘리포니아 주의 로스앤젤레스가 800만 명으로 가장 많이 거주하고 있는 도시이며, 그 다음으로 뉴욕주의 뉴욕이 450만 명이 거주하고 있음.
- 또한 휴스턴, 델라스, 샌안토니오 등 텍사스 주 소재 도시 중 4개 도시가 상위 10에 안에 포함되어 있어, 캘리포니아 주와 함께 향후 히스패닉 시장의 성장세가 가장 두드러질 것으로 예상하고 있음.
- 이들 도시를 포함해 히스패닉 인구가 1백만 명이 넘는 도시는 12개 도시이며, 50만 명이 넘는 도시도 23개 도시로, 전체적으로 대도시를 위주로 밀집되어 있음⁴⁾.

4) 도시별 히스패닉 인구수는 <부록: 부표 2> 참조

■ 히스패닉 밀집 상위 10대도시(2011년 기준) ■

(단위: 명)

주	도시	인구수	순위
캘리포니아	로스앤젤레스	8,089,549	1
	샌프란시스코	1,677,444	7
뉴욕	뉴욕	4,562,986	2
텍사스	휴스턴	2,265,482	3
	댈라스	2,098,131	5
	샌안토니오	1,355,196	9
	할린전	1,142,940	10
플로리다	마이애미	2,133,711	4
일리노이	시카고	2,048,440	6
애리조나	피닉스	1,553,175	8

자료: Geoscape, 『Market Snapshot: Market Rankings』

◆ 히스패닉계 소비자들은 수입, 자산, 문화, 교육 수준 등에 큰 차이를 보이는 특성상 非히스패닉계 소비자와는 다른 소비성향을 보임.

- 2011년 소비지출조사(Consumer Expenditure Survey)결과에 따르면 히스패닉의 소비액은 비히스패닉의 84%에 수준이며, 히스패닉은 의료, 엔터테인먼트, 교육, 보험 등에는 소극적인 소비행태를 보임.
- 특이한 점은 히스패닉의 가계수입이 非히스패닉보다 낮음에도 불구하고 이들이 주류, 가구, 전자제품, 개인관리 제품에 사용하는 금액은 비히스패닉과 비슷한 수준으로 나타났다는 점임.
- 히스패닉이 비히스패닉계에 비해 평균수입이 낮음에도 불구하고 식료품, 통신서비스, 의류 및 잡화에 대부분의 소비가 이루어 졌기 때문으로 분석됨.
- 아울러 히스패닉 가정은 비히스패닉 가정에 비해 주로 대가족을 이루고 있는 문화적인 특징이 있으며, 특히 18세 이하 어린이 수는 거의 2배 가까이 많음.

◆ 또한 Geoscape⁵⁾의 조사결과에서도 미국 내 히스패닉 주요 소비 지출은 의복(Apprael), 소고기, 가금류(Poultry), 과일, 유지(fat &oil) 등 식품관련 지출이 타 인종에 비해 관련 지출이 상대적으로 높게 나타남.

5) Why in-culture marketing is critical(http://www.hispanicretail360.com/hispanic360/GeneralSession3_InCultureMarketingandLongTermSuccess.pdf)

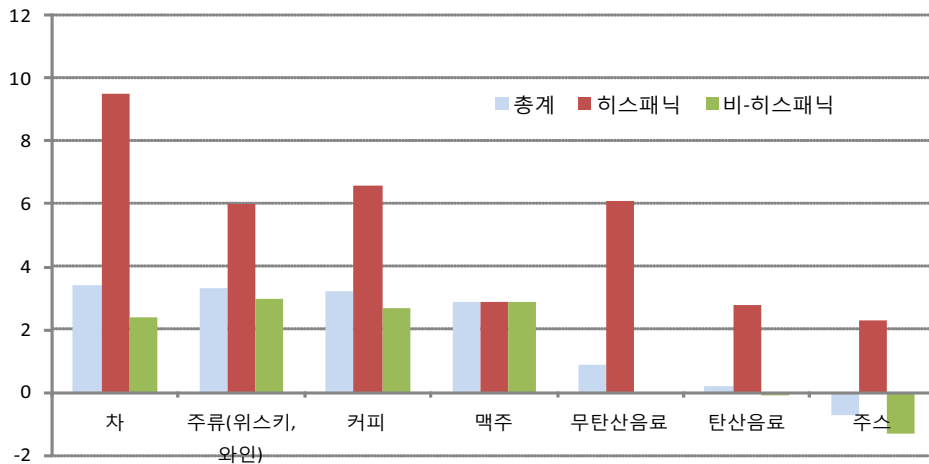
- 타인종이 비해 의복은 16%, 소고기는 34%, 가금류는 35%, 과일은 33%, 유지는 23%정도 더 소비하는 것으로 조사됨.
- 이는 히스패닉 특성상 대가족 형태의 가구가 많아서 해당분야에 소비지출이 높은 것으로 분석됨.

◆ 미국 시장내 히스패닉 인구의 증가는 커피, 주류, 무탄산음료 등 음료시장에서 히스패닉이 차지하는 소비가 크게 늘어날 것으로 전망됨.

- Nielsen⁶⁾(2010) 조사에 따르면, 미국 내 음료시장에서 히스패닉의 비중이 늘어날 것으로 보이며 차, 커피, 주류, 무탄산 음료 소비가 크게 늘어날 것으로 전망하고 있음.
 - 차는 2015년까지 히스패닉의 소비가 10% 가까이 늘어날 것으로 전망되며, 커피 6.6%, 무탄산 음료 6.1%로 예상함.
 - 지난 수십 년간 히스패닉계가 미국 식품업에 많은 영향을 주었으나, 최근 들어 식당과 식료품 판매에 있어서 주류시장으로 비약적인 성장세를 지속함.

■ 품목별 소비 증가 전망(2010년에서 2015년) ■

(단위: %)



자료: Nielsen(2010)

6) Nielsen, 『2010 Nielsen Beverage Landscape in the U. S.』

◆ 타 인종에 비해서 식품시장의 소비가 상대적으로 높으며 카테고리별 히스패닉 연간 지출액이 지속적으로 커질 것으로 전망됨.

- 히스패닉 상위 10개 품목 구매지수에서도 건조 야채 및 곡류, 쇼티닝유 등의 식품 관련 구매지수가 높으며, 이유식, 1회용 종이기저귀 등 유아용품 등이 중요한 품목을 차지하고 있음.
- 이는 히스패닉이 출산율이 높으며, 대가족 중심인 특성을 잘 설명하고 있는 것으로 판단됨.

■ 상위 10개 품목별 히스패닉 구매지수 ■

(단위: %)

순 위	품 목	지 수
1	건조 야채 및 곡류(Dried Vegetables and Grains)	221
2	모발용품(Hare Care)	154
3	쇼티닝유(Shortening Oil)	152
4	이유식(Baby Food)	150
5	여성용 향수(Woman's Fragrances)	149
6	그루밍 에이드(Grooming Aids)	144
7	1회용 종이기저귀(Disposable Diapers)	144
8	Family Planning	142
9	사진용품(Photographic Supplies)	142
10	Baby Need	137

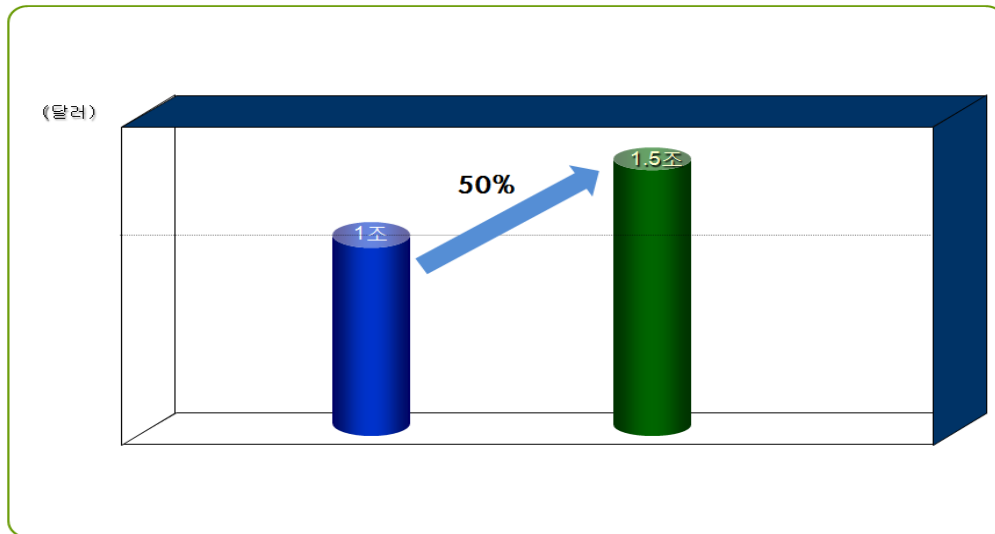
자료: Nielsen(2010)

◆ 히스패닉 인구의 급격한 증가는 미국 소비시장 진출전략에 있어 고려해야 할 중요한 요소로 대두되고 있으며, 저축보다는 소비를 미덕으로 여기는 특성 등으로 인해 향후 미국의 소비시장의 주체가 될 것으로 전망되고 있음.

- 이러한 미국 소비시장의 변화로 인해 미국의 우수 기업들은 히스패닉 시장을 일반 소비자와는 다른 독립적인 구매층으로 인식하여 이들 소비시장을 겨냥한 제품을 개발·마케팅을 강화하고 있음.
- 특히 이와 같은 인종변화는 미국 농식품 소비시장에서 여러 측면에서 변화가 예상되며, 이는 우리기업이 미국 농식품시장 진출시 이들에 대한 성향 및 특성에 대한 면밀한 분석의 필요성이 제기됨.

- SCEG(Selig Center for Economic Growth)에 따르면 2010년 기준 히스패닉 계층의 구매력은 약 1조 달러로, 2000년대비 108% 증가, 2015년에는 약 1.5조 달러까지 증가할 것으로 전망하고 있음.

■ 히스패닉의 구매력(2010년에서 2015년) ■



자료: Selig Center for Economic Growth, The Multicultural Economy, 2010

◆ 물론 우리나라 기업 및 미국 기업들도 히스패닉 시장 공략을 위해 맞춤형 마케팅 전략을 사용하고 있는 것으로 알려져 있음.

- 우리나라 기업의 경우 해태제과는 2009년부터 무료시식 행사 등을 통해 히스패닉 시장을 공략하여 이러한 노력의 결과로 인해 수퍼 A 등 히스패닉 유통망에 다수 납품을 하게 됨.
 - 또한 사발면의 경우, 히스패닉 계층이 자극적이고 매운 맛에 익숙하다는 점을 활용하여 히스패닉 대상 마케팅을 강화하고 있음.
- Mid-tier 백화점인 Macy's는 "My Macy's 프로그램"을 통해 매장 소재지별 소비 계층 특성에 맞는 제품에 주력함.
 - 예를 들면, 히스패닉 인구가 많은 뉴욕 매장에서는 히스패닉 음식문화에 적합한 Imusa 社 조리용품 판매를 강화함.

3. 우리나라의 대미식품수출 현황 및 진출전략

◆ 우리나라의 2012년 대세계 농림축산식품수출은 전년대비 4.1% 증가한 80.1억 달러를 기록함.

- 주요 품목별로 쌀, 버섯류가 포함된 임산물과 닭고기, 오리고기, 돼지고기 등이 포함된 축산물이 동기간 중 각각 74.5%, 124.1%의 높은 성장세를 기록한 반면 채소류, 과일류 등 농산물과 어류, 갑각류 등 수산물이 각각 -3.2%, 2.3%로 저조한 성장세를 기록함⁷⁾.
 - 동기간 중 품목별수출 비중은 농산물이 47.9억 달러(전체 59.8%)로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 그 다음으로 수산물이 23.6억 달러(29.8%), 임산물 4.6억 달러(5.8%), 축산물 4.0억 달러(4.9%) 순으로 나타남.
- 특히 글로벌 금융위기가 발생한 2008년 이후 급속한 증가세를 기록하여, 2007년 37.6억 달러에서 2012년 80.1억 달러로 약 2배 이상의 성장세를 시현함.
 - 동기간 중에 품목별로도 전반적인 증가추세를 지속하였는데, 농산물, 수산물 및 축산물의 대미수출은 약 2배정도 증가하였으며, 임산물은 2012년의 높은 증가세에 힘입어 약 3.6배로 가장 높은 성장세를 보임.

■ 우리나라의 대세계 농림축산식품 수출실적 ■

(단위: 백만 달러, %)

	농산물	수산물	임산물	축산물	총계
2005년	1,898.8 (55.6)	1,194.3 (35.0)	150.0 (4.4)	172.7 (5.1)	3,415.8 (100.0)
2006년	2,008.2 (59.2)	1,090.4 (32.1)	124.0 (3.7)	172.2 (5.1)	3,394.8 (100.0)
2007년	2,222.5 (59.1)	1,227.5 (32.7)	128.3 (3.4)	181.0 (4.8)	3,759.3 (100.0)
2008년	2,714.7 (60.4)	1,448.3 (32.2)	118.5 (2.6)	215.1 (4.8)	4,496.5 (100.0)

7) 한국농수산물유통공사의 『농수산물수출지원정보』는 우리나라의 농림축산수출 및 수입을 대분류, 중분류, 소분류로 나누어 통계를 제공하고 있음. 세부분류표는 <부록: 부표 3>에 제시하였음.

	농산물	수산물	임산물	축산물	총계
2009년	2,990.8 (62.2)	1,511.2 (31.4)	167.7 (3.5)	139.6 (2.9)	4,809.3 (100.0)
2010년	3,721.7 (63.3)	1,798.2 (30.6)	214.1 (3.6)	146.1 (2.5)	5,880.0 (100.0)
2011년	4,940.8 (64.2)	2,307.8 (30.0)	266.4 (3.5)	176.3 (2.3)	7,691.3 (100.0)
2012년	4,785.0 (59.8)	2,361.3 (29.5)	464.8 (5.8)	395.1 (4.9)	8,006.1 (100.0)

주: () 안은 총계에서 차지하는 비중

자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』 www.kati.net

● 세부적인 품목별 대미수출을 보면, 우리나라 2012년 품목별수출은 신선 28억 달러, 가공 52.1억 달러로 가공식품 비중이 65%로 상대적으로 높은 편임.

- 농식품과 수산식품으로 나누면, 채소·과실(각 2억 달러), 축산물(4억 달러) 등 농산물이 56.5억 달러, 어패류(13.8억 달러), 해조류(1.2억 달러) 등 수산식품은 23.6억 달러로 농식품 수출이 수산식품에 비해 2.3배 많음.

■ 우리나라의 2012년 농림축산식품 수출실적 ■

(억 달러, %)

	부류별(주요 신선품목) 실적		신선	가공	합계 (비중)
	품목	실적			
농식품	채소(파프리카, 딸기 등)	2.2	10.8 (19)	45.7 (81)	56.5 (100)
	과실(사과, 배 등)	2.2			
	축산(닭·오리고기 등)	4.0			
수산식품	어류(고등어 등)	13.8	17.2 (73)	6.4 (27)	23.6 (100)
	해조류(미역 등)	1.2			
농수산식품 총계			28.0 (35)	52.1 (65)	80.1 (100)

자료: 농림축산식품부 보도자료(2013.9.25)

● 국가별 농림축산식품 수출현황을 보면, 2012년 기준 일본이 23.9억 달러(29.8%)로 가장 많고, 그 다음으로 중국 12.8억 달러(16.0%), ASEAN 11.9 억 달러(14.9%), 미국 6.6억 달러(8.3%), EU 4.2억 달러(5.2%) 순임.

- 우리나라의 2012년 대미농림축산식품수출은 김, 음료, 오징어, 배 등의 증가세에 힘입어 전년대비 10.7%한 6.6억 달러를 기록함.
 - 품목별 대미수출도 대세계수출과 유사한 추이를 보이고 있는데, 농산물이 4.3억 달러(전체 64.7%)로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 그 다음으로 수산물이 1.9억 달러(28.8%), 축산물 0.3억 달러(4.1%), 임산물 0.2억 달러(2.5%) 순으로 나타남.
- 특히, 우리나라의 대미 농림축산식품수출은 지난 5년 평균 10.7%로 견조한 증가세를 유지하고 있으며, 전체 수출에서 약 8.9%의 비중을 차지하고 있음.

■ 우리나라의 대미농림축산식품 수출실적 ■

(단위: 백만 달러, %)

	농산물	수산물	임산물	축산물	총계
2005년	237.6 (64.5)	88.2 (23.9)	8.1 (2.2)	34.6 (9.4)	368.5 (100.0)
2006년	234.3 (62.0)	95.6 (25.3)	6.5 (1.7)	41.7 (11.0)	378.1 (100.0)
2007년	257.1 (64.1)	98.9 (24.7)	6.8 (1.7)	38.1 (9.5)	400.9 (100.0)
2008년	295.0 (65.7)	113.8 (25.3)	8.0 (1.8)	32.4 (7.2)	449.2 (100.0)
2009년	313.9 (67.2)	128.9 (27.6)	9.1 (1.9)	15.3 (3.3)	467.3 (100.0)
2010년	348.2 (67.1)	142.2 (27.4)	12.8 (2.5)	15.6 (3.0)	518.8 (100.0)
2011년	394.3 (65.7)	180.9 (30.2)	10.7 (1.8)	14.0 (2.3)	599.8 (100.0)
2012년	429.8 (64.7)	190.9 (28.8)	16.4 (2.5)	26.9 (4.1)	664.0 (100.0)

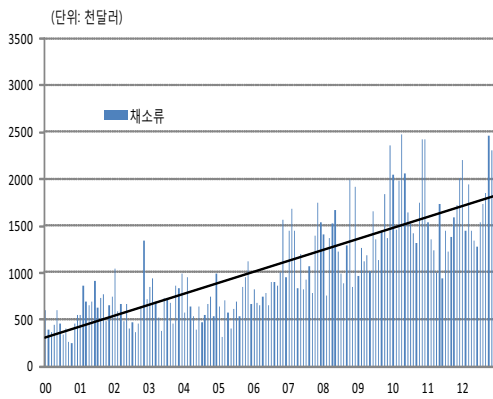
주: () 안은 총계에서 차지하는 비중

자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』

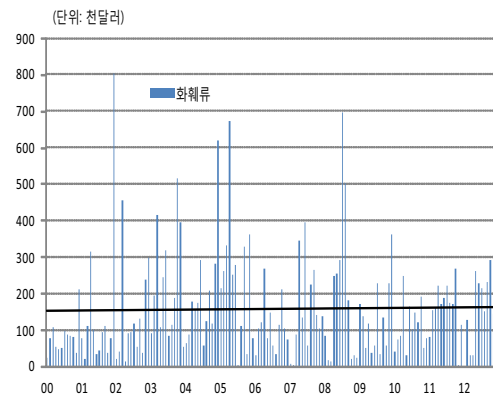
- 한편 2000년 이후 농산물 대미수출을 세분화하여 분석하면, 화훼류를 제외한 채소류, 과실류, 버섯류(팽이버섯)는 증가추세에 있음.
 - 농산물 중 채소종자, 김치 등 채소류 수출은 2000년 511.6만 달러에서 2005년 810.3만 달러로 증가한데 이어 2012년에는 2,242.2만 달러로 약 4.4배 증가하였음.

- 배, 감귤 등 과실류는 2000년 1,428.2만 달러에서 2005년 2712.2만 달러로 증가한데 이어, 2012년 3,659.8만 달러로 약 2.6배 증가한 반면, 화훼류의 증가는 일정한 수준을 유지함.
- 또한 버섯류는 2000년 12.6만 달러에서 2012년 647.5만 달러로 약 51.4배 성장함.

【그림】 농산물(채소류)



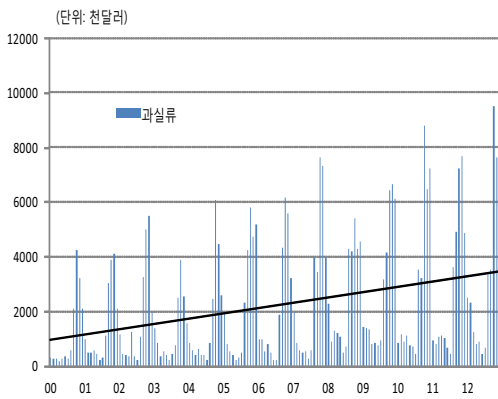
【그림】 농산물(화훼류)



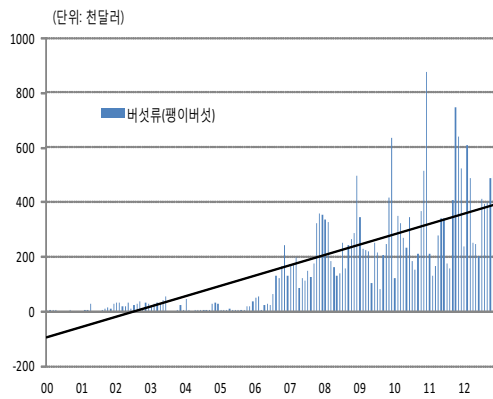
주: 추세선은 선형으로 나타냄. 이하 동일
 자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』

자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』

【그림】 농산물(과실류)



【그림】 농산물(팽이버섯)

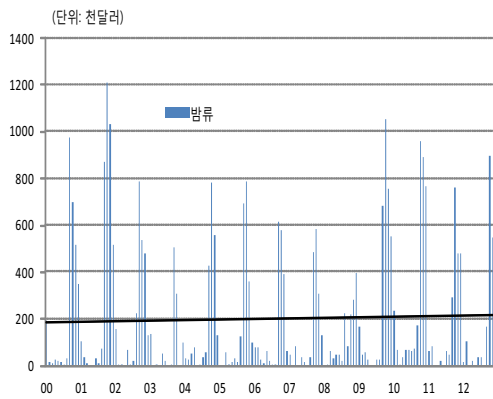


자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』 자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』

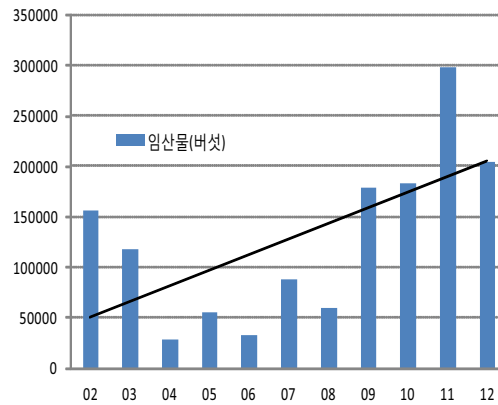
- 임산물에서 밤류의 대미수출은 지난 12년 동안 증가하지 않는 반면 버섯류의 증가세는 꾸준히 지속되고 있음.

- 밤류는 2000년 287.4만 달러에서 2005년 219.4만 달러, 2012년 236.6만 달러로 지난 12년간 비슷한 수준을 기록한 반면, 버섯류(송이, 표고버섯 등)는 2000년 이후 등락을 거듭하고는 있으나, 전반적으로 소폭 상승추세에 있음.

■ 그림 ■ 임산물(밤류)



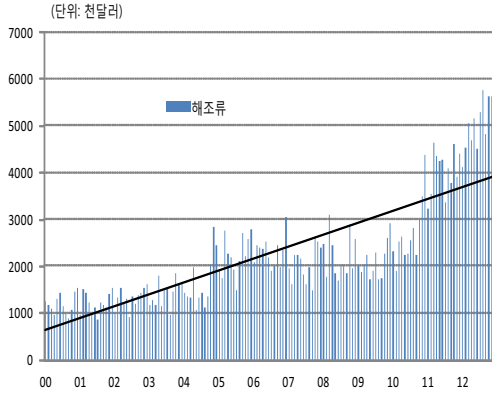
■ 그림 ■ 임산물(버섯류)



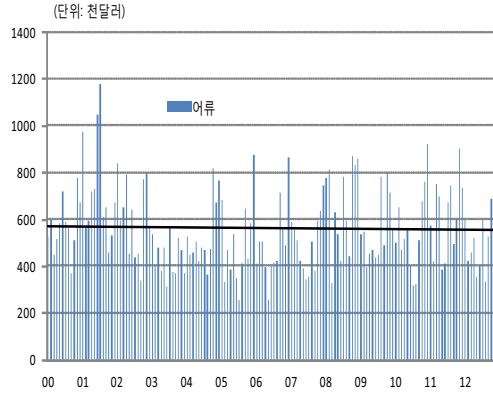
자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』 자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』

- 수산물에서도 해조류의 대미수출은 증가세를 지속한 반면 어류의 대미수출은 정체되어 있는 상황임.
 - 해조류(김 등)는 2000년 1,435.3만 달러에서 2005년 2,676.5만 달러, 2012년 6,071.2만 달러로 약 4.2배의 증가세를 기록한 반면 어류는 2000년 689.9만 달러에서 2012년 664.9만 달러로 증가세가 이어지지 못함.

■ 그림 ■ 수산물(해조류)



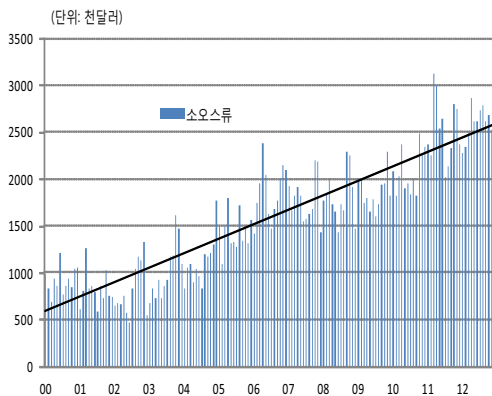
■ 그림 ■ 수산물(어류)



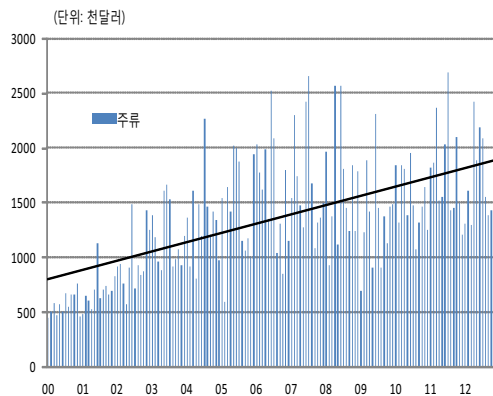
자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』 자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』

- 소오스류, 주류, 인삼류, 김치류 등 가공식품은 전반적으로 증가세를 지속함.
 - 가공식품 중 소오스류는 2000년 1,106.1만 달러에서 2012년 3,130.3만 달러로 약 2.8배 증가, 주류는 2000년 685.8만 달러에서 2012년 1,981.8만 달러로 약 2.9배 증가함.
 - 또한 인삼류는 2000년 509.8만 달러에서 2012년 1,174.8만 달러로 약 2.3배 증가, 김치류는 58.0만 달러에서 2012년 387.3만 달러로 약 6.7배 증가하였음.

■ 그림 ■ 가공식품(소오스류)

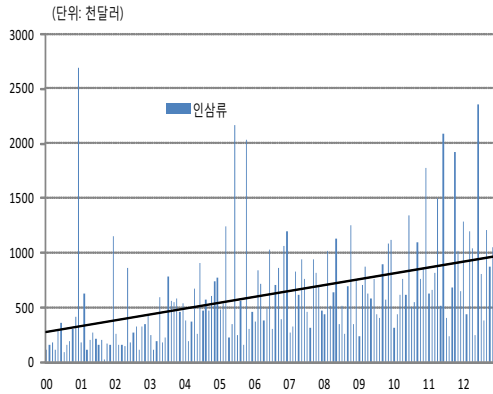


■ 그림 ■ 가공식품(주류)

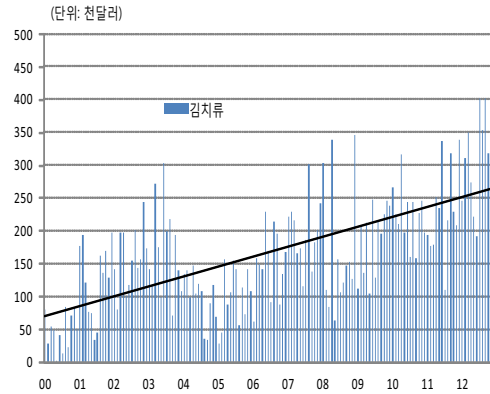


자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』 자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』

■ 그림 ■ 가공식품(인삼류)



■ 그림 ■ 가공식품(김치류)



자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』 자료: 한국농수산물유통공사, 『농수산물수출지원정보』

● 전술한 바와 같이, 미국 사회의 인종구성 변화, 즉 히스패닉 및 아시안계 식품시장의 확대에 따라, 이들 인종의 시장은 확대되고 있으며, 건강에 대한 관심의 증가로 인해 아시안 식품의 수요는 지속적으로 확대될 것으로 전망됨.

● 히스패닉의 특징인 가족주의 성향은 식품소비에도 반영되어, 식품구입은 타 인종에 비해 지출이 높은 비중을 차지하고 있으며, 히스패닉은 식품구입시 “맛에 대한 경험”이 가장 중요한 의사결정으로 알려져 있음.

● 이상을 고려할 때, 우리나라의 농식품 대미수출전략 수립시 잠재적으로 높은 성장세를 보이는 히스패닉의 시장성을 감안, 이들의 밀집지역을 중심으로 지역밀착형·시장친화형 접근방식을 추진해야 함.

● 히스패닉 시장에 진출하기 위해서는 이들이 밀집해 있는 지역을 먼저 선정한 후 이들에게 우리나라 식품에 대한 접근성을 용이하도록 해야 함.

– 로스앤젤레스, 뉴욕, 마이애미, 휴스턴 등 히스패닉의 주요 밀집지역인 대도시를 중심으로 우리나라 식품의 시장 접근성을 강화시키는 전략을 강화할 필요가 있음.

– 이들 대도시를 중심으로 한 접근성을 높임으로서, 추후 기타 도시로 확산될 수 있는 마케팅을 수립함과 동시에 지역축제나 이벤트에 적극적으로 참여하여 우리나라 식품의 우수성을 홍보해야 함.

- 건강에 대한 관심증가로 인해 기능성식품 및 유기농식품의 수요가 증가할 것으로 예상됨에 따라 이들 분야에 대한 체계적인 진출 전략을 수립해야 할 것임.
 - 미국에서 최대화두는 저열량식, 유기농 등의 구매비율이 높아지고 있음을 감안, 김치, 장류 등 우리나라의 대표적인 웰빙 음식을 히스패닉에게 소개하면서 그들의 입맛에 맞는 상품을 적극적으로 개발·보급해야 함.
 - 또한 한인 유통시장은 물론 미국의 주요 유통업체, 주요 지역언론사 등과의 파트너십을 통해 우리나라 식품의 우수성과 건강음식이라는 이미지를 각인시키는 노력이 병행되어야 할 것임.

4. 결론 및 시사점

- 미국은 다양한 민족이 사는 용광로와 같은 국가로, 히스패닉의 최근 높은 출생률로 인해 흑인을 제치고 미국 내 2번째로 가장 많은 인구를 차지함.
 - 중남미 지역 출신이 흔히 히스패닉으로 불리기 때문에 소비자 개인의 모국과 다양성을 이해하는 것이 중요함.
 - 동일언어를 사용하고 비슷한 문화를 공유한다는 점에서 히스패닉 시장을 대상으로 한 기업들의 마케팅은 공격적으로 계속 진행될 전망이다.
 - 우리 기업들도 미국 기업들이 히스패닉을 대상으로 마케팅 비용을 집중적으로 투자하는 트렌드를 적극적으로 고려해야 할 것임.
- 미국의 인종구조 변화는 다양한 채널을 통해 소비시장에 파급효과가 발생하며, 미국사회 다수를 차지해 가는 히스패닉 인구 증가와 구매 파워 증가를 고려한 전략이 필요함.
 - 따라서 우리 정부의 대미통상정책수립 및 미국시장 진출을 고려중이거나 진출한 우리기업의 경우, 미국 인종구조 변화에 대한 엄밀한 분석을 통해 신중한 진출지역 선정이 요망됨.

- 미국 내에서의 히스패닉 인구 비중이 점차 늘어날 것으로 전망되는 가운데 구매 파워 역시 점차 증가 추세임.
 - 히스패닉이 많이 거주하는 지역에 진출했거나 계획 있는 한국 업체들은 히스패닉 시장 선점 노력이 필요함.
 - 한국 진출기업들이 미주 한인시장을 통해 미국 주류사회로 단계적으로 진출해나가는 전략을 펼치고 있듯이, 인구·문화적으로 미국 주류사회와 친밀한 히스패닉 시장을 교두보로 삼아 미국 진출을 하는 방안을 지속적으로 모색할 필요가 있음.
 - 지역에 따른 히스패닉 인구 비중, 평균소득 및 주사용 언어 등을 파악하여 전략을 수립해야 함.
- ◆ **히스패닉 시장은 도시별로 밀집화되어 있으므로, 이 지역을 중심으로 집중 공략하고 차후 다른 지역으로 확산되는 허브 앤 스포크(Hub and Spoke) 전략이 필요함.**
- LA, 휴스턴, 댈러스, 뉴욕 등 주요 히스패닉 거점지역을 중심으로 선택과 집중을 통한 역량을 투입해 여타 지역으로 확산되도록 함.
 - 특히, 히스패닉계의 인구 60%가 LA, 뉴욕, 마이애미, 시카고 등 미국의 10개 도시에 거주하고 있는바, 이들 지역을 대상화하고, 효과적인 마케팅 전략 수립이 필요함.
 - 더구나 미국 내 히스패닉은 세대를 거칠수록 생활수준이 월등히 향상되고 있으며, 현지교육을 통해 미국 문화와 시스템에 대단히 잘 적응되어 있음.
 - 또한 지역뿐만 아니라 히스패닉 소비자들이 선호하는 기호에 맞추어 제품을 지속적으로 공급하도록 하는 방법을 강구해야 함.
- ◆ **미국 지역 내에 조성되고 있는 한류와 식품산업을 연계한 히스패닉 시장 진출이 필요함.**
- 한국 드라마, K팝 인기 등과 우리나라 대중문화 확산을 통해 히스패닉 시장에 우리나라의 식품에 대한 지속적인 노출 및 마케팅에 주력해야 함.
 - 즉, 우리나라의 문화상품 소비를 통해 김치, 고추장, 라면 등 우리나라 관련제품의 선호가 자연스럽게 연계될 수 있는 복합상품개발을 지속해야 함.

- 식문화가 유사하여 진입장벽이 낮고 구매력이 신장하고 있는 에스닉(Ethnic) 마켓 (아시안계 15백만 명, 히스패닉 50백만 명) 진출로 단계적으로 현지인 시장을 공략할 필요성이 있음.
 - 최대 히스패닉마트인 Food Bazaar 연계 판촉, Fiestas Patrias 등 축제를 활용해야 할 전략을 사용해야 함.

◆ 한미 FTA 발효효과를 최대한 활용한 양국 간 문화, 외교, 무역 등 교류 활성화와 농림축산식품 수출을 연계시키는 시너지효과가 필요함.

- 물론 미국의 농산물 평균 관세율(임·수산물 제외)은 4.9%, 수산물은 1.0%로 낮은 수준으로 관세철폐로 인한 직접적인 수출증대 효과는 크지 않을 전망이다.
- 그러나 수출 가능성이 큰 품목의 관세가 즉시 또는 5년 이내 철폐되어 경쟁국 상품과의 가격경쟁력에서 긍정적 효과가 있을 것으로 전망됨.
 - 농산물 품목수 기준 58.7%(대미 수출액 기준 82.0%) 관세 즉시 철폐
 - 김치(11.2%, 즉시철폐), 된장, 고추장, 기타소스(BBQ)(6.4%, 즉시철폐), 조미김(6%, 즉시철폐), 버섯(8.8센트/kg+20%, 5년 균등철폐)
- 미국에서 불고 있는 K-POP 등 한류 붐이 확대되어 신규 수요 창출 및 활발한 외식업체 진출로 한국 식품에 대한 관심 증가가 기대됨.
- 농식품 검역 등 비관세장벽에 대한 협상력 향상으로 수출 가능품목 발굴 및 경쟁력 확보를 기대함.

〈부 록〉

〈부표 1〉 주별 인구수 및 히스패닉 인구수(2010년 인구센서스 기준)

(단위: 명, %)

주명(한글)	주(영문)	주별 전체인구	주별 히스패닉인구수	히스패닉비율
	District of Columiba	601,723	54,749	9.1
알라바마	Alabama	4,779,736	185,602	3.9
알래스카	Alaska	710,231	39,249	5.5
아리조나	Arizona	6,392,017	1,895,149	29.6
아칸소	Arkansas	2,915,918	186,050	6.4
캘리포니아	California	37,253,956	14,013,719	37.6
콜로라도	Colorado	5,029,196	1,038,687	20.7
커네티컷	Connecticut	3,574,097	479,087	13.4
델라웨어	Delawave	897,934	73,221	8.2
플로리다	Florida	18,801,310	4,223,806	22.5
조지아	Georgia	9,687,653	853,689	8.8
하와이	Hawaii	1,360,301	120,842	8.9
아이다호	Idaho	1,567,582	175,901	11.2
일리노이	Illinois	12,830,632	2,027,578	15.8
인디애나	Indiana	6,483,802	389,707	6.0
아이오와	Iowa	3,046,355	151,544	5.0
캔사스	Kansas	2,853,118	300,042	10.5
켄터키	Kentucky	4,339,367	132,836	3.1
루이지애나	Louisiana	4,533,372	192,560	4.2
메인	Maine	1,328,361	16,935	1.3
메릴랜드	Maryland	5,773,552	470,632	8.2
메사추세츠	Massachusetts	6,547,629	627,654	9.6
미시간	Michigan	9,883,640	436,358	4.4
미네소타	Minnesota	5,303,925	250,258	4.7
미시시피	Mississippi	2,967,297	81,481	2.7
미조리	Missouri	5,988,927	212,470	3.5
몬태나	Montana	989,415	28,565	2.9
네브래스카	Nebraska	1,826,341	167,405	9.2
네바다	Nevada	2,700,551	716,501	26.5
뉴햄프셔	New Hampshire	1,316,470	36,704	2.8
뉴저지	New Jersey	8,791,894	1,555,144	17.7
뉴멕시코	New Mexico	2,059,179	953,403	46.3
뉴욕	New York	19,378,102	3,416,922	17.6
노스 캐롤리나	North Carolina	9,535,483	800,120	8.4
노스 다코타	North Dakota	672,591	13,467	2.0
오하이오	Ohio	11,536,504	354,674	3.1
오클라호마	Oklahoma	3,751,351	332,007	8.9
오래곤	Oregon	3,831,074	450,062	11.7



주명(한글)	주(영문)	주별 전체인구	주별 히스패닉인구수	히스패닉비율
펜실베이니아	Pennsylvania	12,702,379	719,660	5.7
로드 아일랜드	Rhode Island	1,052,567	130,655	12.4
사우스 캐롤라이나	South Carolina	4,625,364	235,682	5.1
사우스 다코타)	South Dakota	814,180	22,119	2.7
테네시	Tennessee	6,346,105	290,059	4.6
텍사스	Texas	25,145,561	9,460,921	37.6
유타	Utah	2,763,885	358,340	13.0
버몬트	Vermont	625,741	9,208	1.5
버지니아	Virginia	8,001,024	631,825	7.9
워싱턴	Washington	6,724,540	755,790	11.2
웨스트버지니아	West Virginia	1,852,994	22,268	1.2
위스콘신	Wisconsin	5,686,986	336,056	5.9
와이오밍	Wyoming	563,626	50,231	8.9

주: 음영표시는 히스패닉이 백만명이상 거주하는 주임.

〈부표 2〉 히스패닉 거주 상위 20개 도시

(단위: 명)

순 위	도 시	히스패닉인구수
1	로스앤젤레스	8,089,549
2	뉴욕	4,562,986
3	휴스턴	2,265,482
4	마이애미	2,133,711
5	달라스	2,098,131
6	시카고	2,048,440
7	샌프란시스코	1,677,444
8	피닉스	1,553,175
9	샌안토니오	1,355,196
10	할린전	1,142,940
11	새크라멘토	1,066,866
12	프레즈노	1,034,175
13	샌디에이고	995,127
14	덴버	901,453
15	워싱턴 D.C	815,253
16	엘 파소	793,481
17	앨버커키	786,969
18	필라델피아	743,601
19	애틀란타	737,520
20	올랜도	709,826

〈부표 3〉 농축산식품 분류표

대분류	중분류	소분류
농산물	채소류	토마토, 딸기, 파프리카, 멜론, 채소종자
	과실류	감귤, 단감, 배, 사과, 유자
	화훼류	국화, 백합, 선인장, 양란, 장미
	곡류	쌀
	버섯류	새송이버섯, 팽이버섯
축산물	닭고기	
	오리고기	
	돼지고기	
	축산가공	삼계탕, 유제품
임산물	밤류	
	버섯류	표고버섯
수산물	어류	고등어, 업치, 붕장어, 참치
	갑각류	게살
	연체류	굴, 바지락, 오징어, 전복
	해조류	김, 미역
	기타	천일염
가공식품	김치류	김치
	인삼류	인삼
	일반가공	라면, 과자류, 아이스크림, 음료, 커피
	소스류	간장, 고추장, 된장, 가공소스
	주류	전통주
	기타	담배

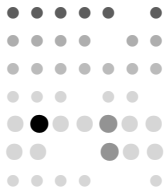
II. 대내외 수출환경 동향

- 국제 금융시장

1. 국제 외환시장
2. 국제 상품시장

- 주요국의 최근 검역 및 수입제도 변경 사항 -

④ 미국



국제 금융시장



* 작성자 : 양다영, 강은정

Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

1. 국제 외환시장

● 미국 달러는 미국 FRB의 양적완화 유지 가능성으로 유로화 대비 약세, 일본 BOJ의 추가 양적완화에 대한 기대감으로 엔화 대비 강세

● 11월 초, ECB의 기준금리 인하, 유로지역 경제지표 둔화 등으로 미국 달러는 유로화 대비 강세로 나타났음.

* 유럽 중앙은행(ECB)은 지난 11월 7일 물가상승 압력 둔화 등을 이유로 기준금리를 사상 최저치인 0.25%로 25bp 인하하였음.

* 유로지역의 10월 소비자물가(CPI) 상승률이 둔화(전년대비 1.1% → 0.7%)되었고 독일의 9월 산업생산 증가율도 마이너스로 반전(전월대비 1.6% → -0.9%)되었음.

● 그러나 미국 연방준비제도 이사회 의장 내정자인 재닛 옐런이 상원청문회에서 양적완화 유지를 시사하면서 미국 달러는 유로화 대비 약세로 반전

● 반면, 일본의 경우 3/4분기 GDP 성장률 등 경제지표가 다소 부진한 가운데 일본 중앙은행(BOJ) 구로다 총리가 2014년 추가 양적완화 시행 가능성이 있음을 시사하면서 엔화는 미국 달러 대비 약세로 나타남.

● 원/달러 환율은 옐런 내정자의 양적완화 유지 발언과 수출업체 달러 매도 등으로 연중 최저치(달러당 1054.7원, 1/11)에 근접하게 하락

■ 주요 환율 동향 ■

구분	2013.11.22 (현재)	2013.10.22 (1개월전)	2012.11.22 (1년전)	전월대비 상승률(%)	전년대비 상승률(%)
달러 인덱스 ¹	80.71	79.23	80.70	1.87	0.01
달러/유로	1,3558	1,3781	1,2884	-1.62	5.23
엔/달러	101.27	98.14	82.48	3.19	22.78
위안/달러	6.0936	6.0933	6.2290	0.00	-2.17
원/달러	1060.4	1061.0	1085.7	-0.05	-2.33

주: 1. 유로, 일본 엔화, 영국 파운드, 캐나다 달러, 스웨덴 크로네, 스위스 프랑 등 6개 통화에 대한 미국 달러의 가치를 나타낸 것(1973년 3월=100)

자료: Bloomberg.



2. 국제 상품시장

◆ 최근 국제유가는 미 양적완화 정책 유지 가능성, 경제지표 호조, 이란 핵 협상 우려 등으로 상승

- 미 연준(Fed)의 차기 의장 지명자 재닛 옐런(Janet Yellen)이 양적완화 유지를 시사하면서 유가상승을 견인하였음.
 - 미국의 경기 회복세가 약하고 현 기준금리가 0% 수준으로 사용 가능한 정책수단이 제한되어 있으므로 양적완화 정책을 유지할 것을 시사하였음.
- 미국의 주요 경제지표가 호조를 보임에 따라 국제유가가 상승하였음.
 - 미국의 11월 제조업 PMI가 전월(51.8)대비 상승한 54.3으로 8개월래 최고치를 기록하였으며, 신규실업급여 신청자수(11/16 기준)도 전주(34.4만 명)대비 감소한 32.3만 명을 기록하는 등 주요 경제지표가 개선되는 모습을 보였음.
- 최근 이란 핵 협상이 지연됨 점도 유가 상승요인으로 작용하였음.
 - 지난 11/7~9일에 제네바에서 개최된 이란과 UN 안보리 상임이사국 및 독일(P5+1간)의 핵협상이 별다른 성과 없이 끝나면서 유가상승을 견인하였음.
 - 그러나 11/25일 이란 핵 협상이 10년 만에 극적으로 타결됨에 따라 향후 이란발 지정학적 리스크 프리미엄이 해소될 것으로 예상됨.
- 다만 WTI 유가는 미 원유재고 증가 등으로 하락
 - 미 원유재고(11/8 기준)는 전주대비 264만 배럴 증가한 3.88억 배럴을 기록하여 8주 연속 증가세를 보임.

■ 국제유가 동향 ■

(단위: \$/b, %)

구분	2013.11.22	2013.10.22	전월대비 증감률(%)
WTI유	94.8	97.8	-3.0%
Dubai유	107.4	106.6	0.8%
Brent유	111.2	109.5	1.5%

자료: Bloomberg.

◆ 국제곡물가격은 생산량 증가 전망으로 하락

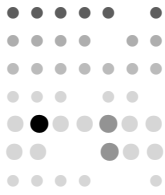
- **소맥가격은 생산량 증가 전망, 기말재고량 상향조정 등으로 하락**
 - 미 농무부(USDA)는 러시아, 우크라이나, 카자흐스탄 등의 생산 증가로 2013/14년도 소맥 생산량이 전년대비 7.8% 늘어날 것으로 전망하였음.
 - 2013/14년도 기말재고량 전망치(5.6억 톤)도 전월대비 400만 톤 상향 조정됨에 따라 소맥 가격이 하락하였음(USDA 11월).
- **옥수수 가격은 생산량 증가 전망, 바이오 에탄올 의무사용량 기준 완화 등으로 하락**
 - USDA는 2013/14년도 옥수수 생산량이 전년대비 11.6% 증가한 9.6억 톤으로 사상 최고치를 달성할 것으로 전망하였음.
 - 11/15 미국 정부가 내년도 바이오연료 국내 소비목표를 181.5억 갤런에서 152.1억 갤런으로 하향조정하면서 미국 환경보건청(EPA)가 바이오 에탄올 의무사용량이 감소할 것이라는 우려가 옥수수 가격 약세요인으로 작용함.
- **대두 가격은 기말 재고량 예상 하회 등으로 소폭 상승 마감**
 - USDA 수급보고서에서 기말 재고량이 1.7억 부셸로 예상치(1.7~2.4억 부셸)를 하회함에 따라 상승하였음.
 - 그러나 남미 날씨 호조에 따른 생산량 증가 전망이 대두가격 상승을 제한하였음.

■ 세계 주요 곡물 가격 동향 ■

(단위: ¢/bu, %)

구 분	2013.11.22	2013.10.22	전월대비 증감률(%)
소 맥	649.4	700.6	-7.3%
옥수수	422.2	438.2	-3.7%
대 두	1,319.5	1,302.3	1.3%

자료: 시카고상품거래소(CBOT)



주요국의 최근 검역 및 수입제도 변경 사항 - ④ 미국



* 작성자 : 박지현

Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

최근 검역제도 변경 사항

● 렌즈콩, 평지씨, 해바라기에 사용되는 제초제(Imazapyr) 잔류기준 통보(2013. 11. 11)⁸⁾

- 미국 환경보호청(Environmental Protection Agency; EPA)은 WTO SPS 위원회에 렌즈콩(lentil), 평지씨(rapeseed), 해바라기에 사용되는 제초제의 잔류기준을 2013년 11월 11일 통보하였음.
 - 미국 연방 식품, 의약품, 화장품법(Federal Food, Drug, and Cosmetic Act; FFDCA)에 의해 렌즈콩, 평지씨, 해바라기에 사용되는 제초제의 잔류기준을 각각 0.2ppm, 0.05ppm, 0.05ppm으로 설정함.
 - 동 규정은 2013년 11월 6일부터 시행

● 캐놀라, 종자에 사용되는 글리포세이트(Glyphosate) 농약의 잔류기준 통보(2013. 10. 24)⁹⁾

- 미국 환경보호청(Environmental Protection Agency; EPA)은 WTO SPS 위원회에 캐놀라, 종자(seed)에 사용되는 글리포세이트 농약의 잔류기준을 2013년 10월 24일 통보하였음.
 - 미국 연방 식품, 의약품, 화장품법(Federal Food, Drug, and Cosmetic Act; FFDCA)에 의해 캐놀라, 종자에 사용되는 글리포세이트 농약의 잔류기준을 20ppm으로 설정함.
 - 동 규정은 2013년 10월 2일부터 시행

8) G/SPS/N/USA/2597

9) G/SPS/N/USA/2589

● 곡류, 과일, 육류, 우유 등에 사용되는 살충제 클로란트라닐리프롤(Chlorantraniliprole)의 잔류허용량 통보(2013. 9. 30)¹⁰⁾

- 미국 환경보호청(Environmental Protection Agency; EPA)은 WTO SPS 위원회에 곡류, 과일, 육류, 우유 등에 사용되는 살충제 클로란트라닐리프롤에 대한 잔류허용량을 2013년 9월 30일 통보하였음.

- 동 규정은 2013년 9월 18일부터 시행

■ 클로란트라닐리프롤(Chlorantraniliprole) 잔류허용량 ■

품 목	잔류허용량(ppm)
소, 고기 이외의 부산물	0.5
과일, 감귤류	1.4
염소, 고기 이외의 부산물	0.5
곡류, 시리얼, (쌀, 콘 제외)	6.0
곡류, 시리얼, 사료	40
돼지, 지방	0.05
돼지, 고기	0.02
돼지, 고기 이외의 부산물	0.05
말, 고기 이외의 부산물	0.5
우유	0.1
가금류, 지방	0.2
가금류, 고기	0.05
가금류, 고기 이외의 부산물	0.2
양, 고기 이외의 부산물	0.5

자료: <http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/FR-2013-09-18/html/2013-22593.htm>

● Wine grapes에 사용되는 에마멕틴(Emamectin) 농약의 잔류기준 통보(2013. 8. 23)¹¹⁾

- 미국 환경보호청(Environmental Protection Agency; EPA)은 WTO SPS 위원회에 Wine grapes에 사용되는 에마멕틴 농약의 잔류기준을 2013년 8월 23일 통보하였음.

10) G/SPS/N/USA/2586

11) G/SPS/N/USA/2578

- 미국 연방 식품, 의약품, 화장품법(Federal Food, Drug, and Cosmetic Act; FFDCA)에 의해 Wine grapes에 사용되는 에마멕틴 농약의 잔류기준을 0.03ppm으로 설정함.
- 동 규정은 2013년 8월 16일부터 시행

최근 수입제도 변경 사항

● 식품 수입업자를 위한 해외공급업자 검증 프로그램에 대한 규정 공고(2013. 7. 30)

- 미국 식품의약국(US Food and Drug Administration; FDA)은 WTO SPS 위원회에 식품 수입업자를 위한 해외공급업자 검증 프로그램(Foreign Supplier Verification Programs for Importers of Food for Humans and Animals; FSVPs) 규정을 2013년 7월 30일 통보하였음.¹²⁾
 - 동 규정은 식품안전현대화법(Food Safety Modernization Act; FSMA)에 따라 제안된 것임.
 - FDA는 120일 간의 여론수렴 과정을 거쳐 최종 법안으로 확정할 계획임.
- 해외에서 수입된 식품과 관련된 질병의 발생률을 낮추기 위해 세관당국의 위생검역과는 별도로 해외 식품생산업체는 미국의 식품안전기준이 요구됨.¹³⁾
 - 즉, 수입업자는 해외제품 공급업자가 안전한 식품을 생산하고 미국내 식품 공급업자와 동일한 식품안전 수준을 갖고 있다는 것을 검증해야 함. 또한 수입하는 식품에 생길 수 있는 위험요소를 알아내어 통제할 수 있는 계획을 가지고 있어야 함.
 - 미국내 수입되는 식품으로부터 발생하는 문제점을 예방하기 위하여 수입업체에 보다 무거운 책임을 부여함.
- 해외공급업자 검증 프로그램의 요건¹⁴⁾은 다음과 같음.
 - 준법 상태 검토(Compliance Status Review): 식품 수입업체는 수입을 진행하

12) G/SPS/N/USA/2569

13) 농수산물수출지원정보

14) 한국농수산물유통공사

거나 희망하는 업체의 준법상태 검토를 진행해야 함. 검토는 FDA 경고메일, 수입정보품목 등 FDA Section 801 규정과 부합해야 됨.

- 위해요소 분석(Hazard Analysis): 수입자는 수입되는 각 식품의 위해요소를 검토하고 분석해야 함. 수입식품 유형에 따라 발생할 수 있는 위해요소를 파악하고 식품관련 질병이 발생할 수 있는 부분을 엄격히 통제하고 평가할 수 있어야 함.
- 검증활동(Verification Activities): 수입자는 위해요소의 발생시 이를 통제할 수 있는 활동을 수행해야 함. 검증활동에는 정기적인 lot-by-lot 샘플링과 식품테스팅, 그리고 정기적인 해외공급자 식품안전 기록 등 이와 관련된 모든 자료의 검토가 포함됨.
- 시정조치(Corrective Actions): 수입자는 소비자들로부터의 문제점 청취시 원인을 조사하거나 오염, 오류가 발생한 환경적 요인을 조사해야 함. 이를 통해 부적절한 FSVP의 부분을 수정해야 함.
- FSVP의 주기적 재평가(Periodic Reassessment of the FSVP): 수입자는 FSVP 완성시점부터 3년 또는 마지막 재평가지점부터 3년마다 FSVP의 재평가가 요구됨. 그러나 FSVP 운영 과정에서 문제가 발생하거나 잠재적 위해요소가 발견된다면 해당 시점에 재평가를 실시해야 함.
- 수입자 증명(Importer Identification): 수입자는 Dun and Bradstreet Data Universal Numbering System(DUNS)번호¹⁵⁾를 등록해야 하며 수입통관시 세관에 통보됨.

◆ 수입식품안전을 강화하기 위한 독립감사 승인 규정 공고(2013. 7. 30)

- 미국 FDA는 WTO SPS 위원회에 수입식품안전 감사의 객관성 및 투명성을 강화하기 위해 제3의 감사기관 승인을 인정하는 프로그램(Accreditation of Third-Party Auditors) 규정을 2013년 7월 30일 통보하였음.¹⁶⁾
 - 동 규정은 FSVPs와 같이 식품안전현대화법(Food Safety Modernization Act; FSMA)에 따라 제안된 것임.

15) 법인등록번호

16) G/SPS/N/USA/2570

- FDA는 자격 및 공정성 등의 기준을 통해 감사기관 인증기관을 선정함.¹⁷⁾
 - 인증기관은 정부기관 또는 사기업이 될 수 있으며, 제3자 감사기관을 정하여 특정 상황에서는 해외 식품시설 및 식품에 인증서를 발행하고 감사할 수 있도록 함.
 - FDA의 승인뿐만 아니라 감사 또는 증명을 FDA로부터 검증된 제3자에 의해 실시될 수 있어 증명서 발급이나 실시된 위생검역 과정에 대한 보고서 작성이 가능함.
 - 현재 미 FDA는 제3자의 감사 및 증명의 신뢰도 향상을 위해 해외 정부기관 또는 민간업체를 지정하는 시스템을 마련할 계획임.
- FDA 인증기관에 대한 요구사항¹⁸⁾
 - 인증을 위한 대상의 감사평가 가능 여부
 - FDA에 모니터 결과, 변경사항 통보 및 인증 필요
 - 평가 결과의 문제점 보완 요구
 - FDA에 보고서 및 기타 알림사항 전달
 - 이해충돌 방지를 위한 조정능력 요구
 - 유지관리 및 FDA 기록 접근 가능 여부
- FDA는 제3자의 감사 및 증명 과정에 대해 △ 감사자들은 객관적인 견해를 유지할 것, △ 엄격한 감사를 실시할 것, △ 공중보건에 심각한 위해를 초래할 수 있는 요건을 확인할 경우 FDA에 통보할 것 등을 요구¹⁹⁾

17) 농수산물수출지원정보

18) 한국농수산물유통공사

19) 한국농수산물유통공사

aT Focus

제35호

미국의 인구구조 변화가 식품수출에 미치는 영향
- 히스패닉 인구증가를 고려

• 보고서 기획 및 작성

- 대외경제정책연구원 신흥지역연구센터, 국제금융팀, 다자통상팀
- 한국농수산물유통공사 식품수출정보팀

발행일 : 2013. 11. 27

발행처 : 한국농수산물유통공사
137-787, 서울특별시 서초구 강남대로 27 aT센터
02) 6300-1114 <http://www.aT.or.kr>

자료문의 : aT 농수산물식품기업지원센터 식품수출정보팀
02) 6300-1393~4

- 「aT포커스」는 농식품수출과 관련한 이슈를 외부전문기관에 의뢰하여 분석·정리한 자료입니다.
- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농수산물식품수출지원정보사이트 www.kati.net 에서도 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용하실 수 있으나 무단전재, 복사는 법에 저촉됩니다.