

2020년 4월 6일 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

수출진흥과 과 장 김상진(044-201-2171), 사무관 노승호(2172)/ 제공일: 4월 3일(총 7매)

걱정없이 농사짓고 안심하고 소비하는 나라

## 코로나19 악재에도 1분기 농식품 수출 성장 - 1분기 농식품 수출액 전년대비 5.8% ↑ (신선 2.7% ↑, 가공 6.6% ↑) -

### 《 주 요 내 용 》

- ◆ (총괄) '20년 1분기 농식품 수출액은 17.4억불로 전년 16.5억불 대비 5.8% ↑
  - ◆ (부류별) 신선 부류 수출 증가세(329백만불, 2.7% ↑), 가공 부류 수출은 가정 내 섭취·보관이 용이한 품목 중심으로 호조세(1,414.9, 6.6% ↑)
    - (신선) 김치(30.2백만불, 19% ↑), 인삼(52.3, 5.9% ↑), 포도(4.8, 2,348.2% ↑), 배(14.4, 2.2% ↑) 등 증가, 파프리카(20.1, △10.2%), 딸기(30.2, △4.1%) 등 감소
    - (가공) 라면(132.1백만불, 27.5% ↑), 쌀가공식품(28.4, 18.4% ↑), 조제분유(22.5, 14.1% ↑) 등 증가, 맥주(22.6, △27.3%) 등 감소
  - ◆ (국가별) 중국(239.4백만불, 0%), 미국(262, 33.1% ↑), EU(110.5, 15.3% ↑), 아세안(352.1, 4.5% ↑) 등 증가, 일본(330.3, △3.8%) 등 감소
- ⇒ ①비대면 소비 증가에 대응, 온라인 마케팅 중점 추진, ②면역 강화 수요를 기회요인으로 활용, 인삼류 등 홍보 강화

□ 농림축산식품부(이하 '농식품부')는 올해 1분기 농식품 수출액이 전년 대비 5.8% 증가한 17억 4,300만불을 기록했다고 밝혔다.

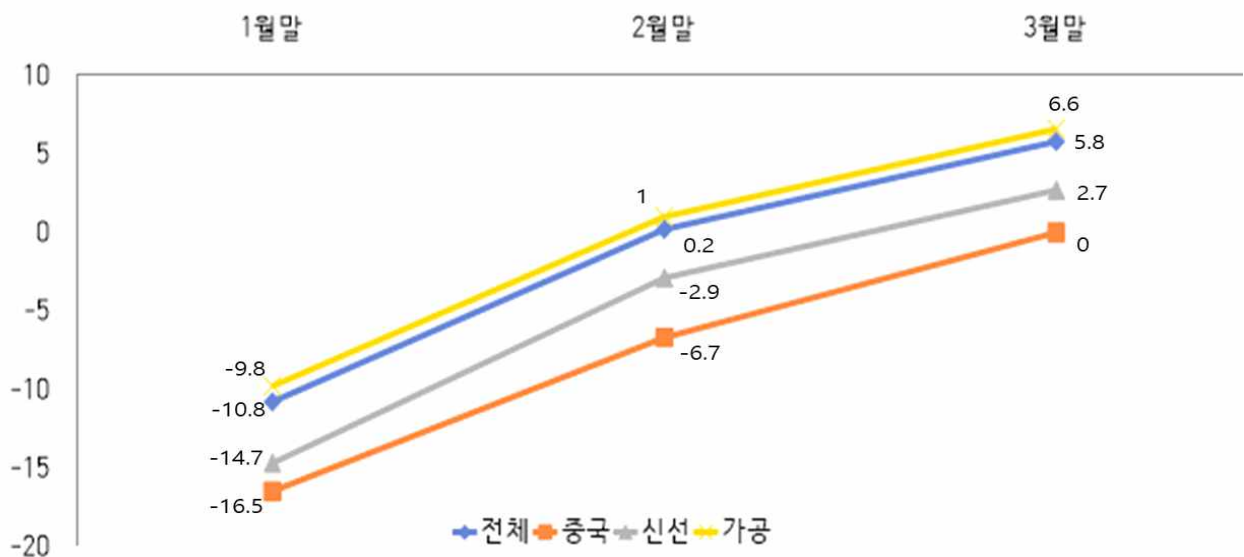
○ 코로나19 발생과 설연휴 영향 등으로 1월 감소세에서 출발했던 농식품 수출액은 1분기를 상승세로 마감하였다.

\* 전년 동기대비 증감률(누계기준) : (1월말) △10.8% → (2월말) 0.2% ↑ → (3월말) 5.8% ↑

- 3월 한 달 동안의 수출액은 6억 7,500만불로 전년 대비 15.8% 증가하였고, 3월 말 누계 기준 일평균 수출액은 2,564만불로 전년 동기 대비 1.9% 증가하였다.

\* 조업일수 : ('19.3월말) 65.5일 → ('20.3월말) 68일 (2.5일 증가)

< 농식품 수출액(누계) 증감률 월별 변화 추이 >



- 신선 부류 수출은 2월까지 하락세를 보였으나, 인삼·김치 등의 호조에 힘입어 3월 말 3억 2,900만불을 기록하며 전년 대비 2.7% 증가로 전환되었다.

- 겨울철 일조량 부족 등으로 생산이 감소한 파프리카·딸기는 전년 대비 수출량과 수출액이 모두 감소하였다.

- 다만, 코로나19 영향에 따른 항공운임 상승으로 차질을 겪어온 딸기는 선박 수출로의 전환 등을 지원하여 수출 감소폭을 줄인 것으로 평가된다.

\* '20.3월 누계 수출량/금액 : 파프리카 5.2천톤(△23.4%) / 20.1백만불(△10.2%)  
딸기 2.8천톤(△16.7%) / 30.2백만불(△4.1%)

○ 김치는 대미국 수출 호조에 힘입어 19% 성장하였고, 면역 개선 효과가 있는 인삼류도 수출액이 5.9% 증가했다.

\* '20.3월 누계 수출액 : 김치 30.2백만불(19%↑), 인삼류 52.3백만불(5.9%↑)

○ 이외에 배, 유자차, 포도, 버섯 등의 수출은 전년 동기 대비 증가하였고, 백합, 토마토 등은 감소하였다.

\* '20.3월 누계 수출액 : 배 14.4백만불(전년 동기대비 2.2%↑), 유자차 11(15.2%↑), 포도 4.8(2,348.2%↑), 버섯류 14(10.6%↑), 백합 0.2(△52.3%), 토마토 3.6(△2.2%)

□ 가공 부류는 코로나19의 영향으로 라면 등의 소비가 늘면서 전년 동기대비 6.6% 증가한 14억 1,500만불을 기록했다

○ 간편하게 섭취할 수 있는 라면·쌀가공식품과 생필품 성격의 조제분유, 가정 내 조리엔 필요한 소스류 등의 수출이 크게 증가하였고, 우유 수출도 증가세를 기록했다.

\* '20.3월 누계 수출액 : 라면 132.1백만불(전년 동기대비 27.5%↑), 쌀가공식품 28.4(18.4%↑), 조제분유 22.5(14.1%↑), 소스류 69.1(21%↑), 우유 4.2(4.3%↑)

○ 다만, 외식업 침체의 영향으로 식당에서 주로 소비되는 맥주, 소주 수출은 감소하였다.

\* '20.3월 누계 수출액 : 맥주 22.6백만불(전년 동기대비 △27.3%), 소주 20.9(△8.4%)

□ 국가별로는 연초 부진했던 중화권 수출이 회복되었고, 라면 등이 인기를 끄는 미국 시장은 지속적인 증가세가 두드러진다.

○ 중화권으로의 수출은 코로나19로 물류·유통 여건이 악화되며 1월부터 감소세로 시작했으나, 3월말 성장세로 전환되었다.

\* 대중화권(중국·홍콩·대만) 수출액 증감률(누계 기준) : (1월말) △12.2% → (2월말) △5.7% → (3월말) 2%↑

\*\* '20.3월 누계 수출액 : 중국 239.4백만불(전년 동기대비 동일(0%)), 홍콩 91.1(4.5%↑), 대만 68.7(5.9%↑)

- 미국은 김치·라면·과자류 등 전반적인 수출 호조로 1월부터 꾸준히 상승세를 이어오고 있다(3월말 262백만불, 33.1% ↑).
  - \* 대미국 수출액 증감률(누계 기준) : (1월말) 10.9% ↑ → (2월말) 25.6% ↑ → (3월말) 33.1% ↑
  - \*\* '20.3월 누계 대미국 품목별 수출액 : 김치 4.7백만불(전년 동기대비 54.3% ↑), 라면 14.2백만불(20.4% ↑), 과자류 28.9(26.8% ↑)
- 이외에 EU, 아세안에서 증가세를 기록하였고, UAE·일본 등으로의 수출은 감소하였다.
  - \* '20.3월 누계 수출액 : EU 110.5백만불(전년 동기대비 15.3% ↑), 아세안 352.1(4.5% ↑), UAE 35.9(△26.5%), 일본 330.3(△3.8%)
- 그간 농식품부는 중국 등의 코로나 19 발생에 따른 수출여건 변화에 대응하여 신속하게 관련 예산을 확보하고 농식품 수출업계를 지원해왔다.
  - \* 물류비 추가지원(34억원 추가), 원료구매자금 규모 확대(200억원 추가) 및 금리 인하(0.5%p), 장기재고품목 판촉 등 온오프라인 판촉(32.8억원 추가)
- 물류 측면에서는 동남아 등의 항공 운송 차질에 대응하여 물류비를 추가로 지원하고, 선박 수출로의 전환을 유도하고 있다.
  - 특히, 항공운송을 주로 이용하는 딸기는 선박으로 수출 시 신선도를 유지할 수 있도록 이산화탄소 처리 등을 지원 중이다.
  - \* 국내 최대 딸기 수출업체 T사는 3월초부터 일주일 중 5일은 항공, 2일은 선박을 활용하여 홍콩으로 수출 중
- 또한, 수출업계에 원활히 자금이 공급될 수 있도록 원료구매자금의 지원 규모를 확대하고 대중국 수출업체 적용 금리도 인하하였다.
- 아울러, 오프라인 유통 여건 악화에 대응하여 중국을 중심으로 온라인 마케팅을 신속히 지원하고, 유통기한이 짧은 유제품 등은 대형 유통매장에서 긴급 판촉을 지원하였다.

- 중국에서는 2월부터 티몰·징둥 등 온라인몰에서 판촉을 추진하였으며, 이동제한 완화에 맞추어 3월에 현지 바이어와 긴급 판촉을 추진한 결과 우리 인삼류 수출이 크게 증가하였다.

\* 대중국 인삼류 수출액(누계) : ('20.1월) 2.9백만불(전년 동기대비  $\Delta 48\%$ ) → ('20.2월) 8.5( $\Delta 20.4\%$ ) → ('20.3월) 19.0백만불( $21.2\% \uparrow$ )

\* 티몰 '20년 3월 한국산 인삼 매출(당월)이 '20년 2월 대비 30% 이상 증가

- 오투오\*(O2O) 매장인 '7-fresh'에 신선 우유를 신규 입점시켜 높은 판매 성과\*\*를 거두기도 하였다.

\* Online-To-Offline : 소비자가 오프라인 매장에서 물품을 시식·체험하고, 모바일·온라인으로 결제·배송이 이뤄지는 방식

\*\* 3월 한 달 동안 28만 달러 이상 판매

□ 앞으로도 농식품부는 코로나19로 인한 수출여건 악화에 대비하여 국가별·품목별 소비 여건을 분석하고, 선제적으로 농식품 수출을 지원할 계획이다.

○ 비대면 소비 확산에 대응하여 온라인 화상 거래 알선과 세포 마케팅 등을 중점적으로 추진하고, 면역 증진 식품에 대한 수요 증가를 기회로 기능성 식품 홍보도 강화할 예정이다.

\* 세포 마케팅 : 파워인플루언서 방송판매, 소셜미디어 1인 마켓 연계 판촉 및 배달앱 등 신규 온라인 채널을 활용한 마케팅

□ 농식품부 김종구 식품산업정책관은 “코로나19 발생 초기부터 수출현장 점검 등을 통해 현장의 목소리를 듣고, 애로사항을 신속히 해소하려 노력해왔다”면서,

○ “코로나19 확산에 따라 수출 여건이 점차 어려워지고 있지만, 우리 농식품 수출의 성장세가 지속될 수 있도록 비대면 소비 트렌드와 면역력 개선 식품에 대한 수요 등을 적극 활용하겠다.”고 밝혔다.

참고 : 수출업체 방문 사진(연세우유, 대동고려삼)



## 참고 : 코로나 19 관련 수출 지원 현황

□ (물류) 중국 내 해외공동물류센터 및 냉장·냉동 운송 지원 확대(~1분기)\*, 항공 감편 및 운임 상승 대응을 위한 물류비 추가 지원(34억원)\*\*

\* 공동물류센터 지정: (19) 15개소 → (20) 17 / 냉장·냉동 운송 지원: (19) 20개 도시 → (20) 25

\*\* 물류비 인상 등 여건 분석(3.5~13) → 물류비 기준 마련 및 시행(3.16~4.1)

○ 항공으로 수출하던 딸기 수출업체들의 해상 컨테이너 수출을 지원하기 위한 선도유지 기술 적용 지원

\* 딸기 수출 1·2위 업체가 싱가포르 선박 수출 최초 추진(CO<sub>2</sub> 보관 기술 적용)

□ (마케팅) 대중국 주요 수출품목 등의 재고 소진, 온라인 유통 확대 및 시장 다변화 판촉 등 긴급 마케팅 지원(33억원, ~2분기)

○ 중국 내 코로나19 발생 전후 수입물량 재고를 보유한 바이어를 대상으로 재고품목(유제품 등) 판촉 추진(~5월)

○ 품목별 수출협의회 소속 수출업체 등을 대상으로 중국 시장 전략 품목(유가공·장류·유자차 등) 판촉 추진(~6월)

○ 대중국 주요 품목을 대상으로 시장 다변화를 위한 신남방 등 온·오프라인 판촉 추진(~8월)

\* 태국·베트남·인니·싱가폴·말련·필리핀 등 아세안 주요국가 대상

□ (금융) 농업경영체 및 수출업체의 경영 안정화를 위한 원료구매자금 200억원 추가 지원(3,481억원 → 3,681억원), 및 금리 인하

○ 중국 수출 비중이 30% 이상인 수출업체를 대상으로 원료구매자금 적용금리 0.5%p 인하

\* 29개 업체 대상으로 추가 지원자금 200억원 전액 배정 완료(4.2 현재)