

정책논단

제주 음·식료품 제조업 발전전략과 과제

제주발전연구원 책임연구원 한 승 철

제주지역의 1차산업과 연계한 2차 제조업, 즉 농수축산물을 가공하는 식·음료품제조업을 육성시켜 세계에 내놓아도 손색이 없는 경쟁력 있는 브랜드로 키워나가기 위해서는 글로벌 경쟁력을 갖춘 식품산업 육성 비전과 목표가 수립되어야 할 것이다

I. 들어가며

1차 농수축산업의 비중이 높은 제주지역의 경우, 산업구조의 다각화는 물론 FTA 등 수입개방화에 따른 큰 피해가 예상되는 1차산업을 살리는 차원에서 1차산업과 연계한 음·식료품 제조업 육성은 절체절명의 과제가 아닐 수 없다. 국내외 여건변화를 살펴보면, 세계 식품산업 시장은 지속적으로 확대되고 있고(2010년 기준 4.4조 달러), 향후 연평균 3.9% 성장이 전망되고 있다. 특히 세계 식품시장의 40%가 중국 등 아시아지역에 형성될 전망이다. 국내에서도 식품소비는 과거의 열량 공급에서, 다종류의 고급이면서 소비하기 편리한 간편성, 안전성, 건강성, 맛 등 질을 중심으로 하는 웰빙화추세로 빠르게 확대되고 있으며, 향후 식품산업 육성을 통한 고용확대 및 수출 확대 등으로 부가가치가 지속적으로 창출될 수 있는 제조분야라고 할 수 있다.

정부에서는 이러한 식품산업의 새로운 가치에 대응하기 위해 미래유망 산업

화(부가가치 제고, 고용창출, 수출증대), 농어업 발전 견인(경쟁력강화 기여), 국가브랜드 경쟁력 강화(전통음식 식품화 세계전파) 등 3대 목표를 수립하고, 이를 위한 3대전략으로 고부가 기능성 식품개발, 전통식품(발효식품, 전통주) 상품화, 한식 세계화를 추진하고 있다.

제주에서 식품산업을 육성해야 하는 이유와 기대효과는 세 가지로 요약할 수 있다. 첫째, 타시도보다 생산액 비중이 높은 제주산 1차생산물을 활용한 식품산업 육성은 1차농업 생산 증가 및 안정적인 판로확보에도 기여할 수 있다. 둘째는 1차산업과 연계한 2차가공 산업현장을 관광자원할 경우 6차산업화의 모델도 창출할 수 있다. 셋째는 세계 G2로 부상한 대중국과의 관계에서는 농산물가공품 수출의 성공가능성이 높다는 점이다.

제주특별자치도는 그동안 식품산업에 대한 육성정책을 가시적으로 추진했다. 농축산식품국과 식품산업과 신설 등 조직 체계를 정비하고, 품목별(감귤, 농산물, 축산물, 수산물, 임산물 등) 가공식품 인허가 및 향토음식 육성 관리 등 업무를 추진하고 있다. 2011년에는 식품산업 5개년 발전계획을 수립하고, 식품가공연구센터 구축운영, 산업클러스터 구축, 산학연계 공동가공단지 조성, 군주센터 구축 운영, 전문인력 양성 등 여러 추진과제를 도출하였다. 하지만 제주 음식료품 제조업 성장 속도는 매우 더디다. 그 이유로는 대다수 업체가 영세한 편이어서 지속성장 가능성이 희박하고, 기술이전 및 마케팅 전략을 지원 컨트롤 할 수 있는 중심체 부재에 기인하고 있다 할 것이다. 본 연구는 '1차 산업과 연계한 음·식료품제조업 육성'을 위한 추진과제를 주체(Subject), 환경(Environment), 자원(Resource) 측면에서 고찰하고, 제시하도록 한다.

II. 제주 음·식료품 제조업 산업의 현황과 시사점

1. 제주지역 제조업과 음·식료품제조업 현황

제주지역 제조업은 규모의 영세성, 낮은 기술수준, 기술인력난, 자금수준의 열악 외에도 해상운송비 추가부담에 따른 높은 물류비, 판매시장의 협소성 등 불리한 여건에 따른 제약으로 지역내총생산액 중 제조업이 차지하는 비중이 4.2%에 그쳐 전국의 제조업에서 차지하는 비중은 전국 최하위로 0.1%에 불과한 실정이다. 그런데 1차산업과 연계된 음·식료품제조업체는 709개로 전체 제조업의 36.8%이고, 종사자수는 3,211명으로 전체 제조업종사자의 37.5%를 차

지하고 있다. 이는 전국과 비교하여 매우 높은 비율을 차지하는 것이며, <표 1>에서도 보는 바와 같이 제주지역 제조업 중에는 음식료품 입지계수가 가장 높은 것으로 나타나고 있다.

<표 1> 제주지역 제조업 업종별 입지계수(2008년)

업종	음료 제조업	식료품 제조업	펄프, 종이 제조업	화학물질 및 제품	비금속 광물제품	전기, 장비
제주지역	19.29	9.71	2.21	0.51	6.22	0.22
타지역	동남권	0.68	0.49	0.55	0.82	0.38
	호남권	1.55	1.09	0.88	2.89	0.92
	강원권	4.99	3	0.38	0.38	6.73

자료 : 과학기술정책연구원(2010), 광역경제권 혁신역량 분석 및 정책과제

<표 2> 제주지역 제조업의 주요업종 분포도

구분	업체수	종사자수	주요업종	
음·식료품 제조업 (709업체, 3,211명)	도축, 고기가공 및 저장처리업	38	685	돼지고기 등 가공
	수산물가공 및 저장처리업	39	442	옥돔, 고등어, 조기 등 가공
	과실, 채소가공 및 저장처리업	48	352	김치, 단무지
	동물성 및 식물성 유지제조업	42	151	
	곡물가공품 전문제품 제조업	35	144	빵집,떡집 등
	동물사료 및 조제식품 제조업	12	133	
	기타 식품 제조업	474	1352	도시락, 건강보조용 액화식품
	음료, 알콜·비알콜음료제조업	21	618	생수, 막걸리, 소주제조 등
섬유제품(76업체, 158명)	직물제품 제조	74	152	침구, 커튼, 천막 등
	기타	2	6	어망 등
봉제 의복 및 모피제품	112	199	한복, 정장, 체육복, 작업복	
목재 및 나무제품	77	201	목재문 관련제조	
펄프 및 종이제품	12	209	골판지상자 제조업	
출판, 인쇄 및 기록매체 복제업	118	302	경인쇄, 신문발행, 서적출판	
화합물 및 화학제품	31	190	비료, 비누, 화장품, 도료	
고무 및 플라스틱 제품	40	316	플라스틱 필름, 포대, 봉투	
비금속 광물제조 (128업체, 1,047명)	콘크리트,시멘트 관련 제조	52	522	레미콘,벽돌,블록,콘크리트관
	기타 비금속광물	53	428	석제품, 아스팔트
	기타	23	97	유리, 도자기 등
조립금속제품제조	232	645	금속문, 금속조립 구조재	
기타 전기기계 및 전기변환 장치 제조	67	227	조명장치 제조,	
기타 기계 및 장비 제조	37	175	농업용 기계제조 등	
가구 및 기타제품 제조업(240업체, 619명)	가구 제조	87	207	가구, 싱크대
	기타 제품 제조업	153	412	
기타	43	375		
계	1,922	8,540		

자료 : 제주특별자치도, 2009년 기준 사업체기초통계조사 보고서 내용을 가공한 것임

그럼에도 불구하고, 그동안 가공산업의 중요성에 대한 인식이 부족하여 글로벌시장에 내놓을 만한 제품 생산이 활성화되지 않았다. 2010년 기준 통계를 보더라도, 1차농수축산물 수출금액이 7890만 달러에 이르지만 2차가공식품은 288만 달러로 3.6%에 그치고 있어 식품가공산업의 육성은 매우 중요한 사안이 아닐 수 없다.

또한 국비로 추진되어 왔던 지역산업 정책들이 실효를 거두지 못하였고, 식품산업은 제주의 전략산업에서 배제되어 왔다. 2007년 지역산업 로드맵 수립 시에는 전략산업으로 건강부티생물산업과 디지털콘텐츠산업이 선정되었고, 2009년 5+2광역경제권 선도산업으로 물산업과 MICE산업이 육성되어왔다. 2012년 광역선도사업 2단계 전략산업 및 프로젝트에 처음으로 청정헬스푸드가 선정되었지만, 예산은 식품 소재 및 제품 개발사업비에 불과한 실정이다.

제주지역의 음·식료품산업 실태를 보면, 지원사업을 활용하여 기술개발 등 경쟁력을 갖추어나가는 업체도 있지만, 아직까지도 대다수의 업체는 지속성장을 담보해내지 못하고 있고, 기업이라는 모양새를 갖추지도 못하는 경우가 있다.

기업 및 지원 사례

- ① A업체는 몇 년째, 매년 기술개발 및 인력양성사업비로 1~2천만원정도를 지원받아 감귤주를 생산하고 특정기간 이벤트행사용으로 소량(500병 내외) 납품하는 수준임
- ② B업체는 최근 급증하는 중국관광객을 타깃으로 하여 한라산 백록담전설에 나오는 흰사슴(白鹿)으로 엑기스제품을 생산하겠다고 기술개발 사업비를 신청하고, 기능성효과 불명의 제품임에도 지원받음

종합적으로 볼 때, 제주지역 음·식료품산업은 입지계수가 높고, 청정 농수축산물이 생산되는 지역 여건상 발전가능성은 매우 높지만, 아직까지 제주지역에 가공식품 클러스터가 조성되지 않고 있으며 성장 속도가 결코 빠르다고 할 수 없는데, 그 이유는 다음과 같다. 첫째, 식품산업육성을 위한 명확한 로드맵과 컨트롤타워 역할에 대한 인식이 매우 낮다. 업무추진이 부서별로 담당함으로써 효율성이 저하되고, 예산 확보 불투명, 특히 투자의 적정성 확보가 미흡하다.

둘째로는 기술이전 전략이 부재하다. 도내 업체들의 영세성으로 자체 식품가공기술연구소를 둘 형편이 안 되어 관련기관의 기술지원 없이는 제대로 된

제품생산이 불가능함에도 불구하고, 이에 대한 전문인력 확보와 기술개발 연구와 기업체로의 기술이전 체계가 마련되지 않고 있다.

셋째로는 마케팅 전략이 미비하다. 지역산업진흥계획 등에 따라 정부가 마련한 마케팅사업 국비 지원에 그치고, 컨트롤타워 차원에서 제주산 제품에 대한 마케팅믹스(제품, 가격, 유통, 홍보)전략이 제대로 구사되지 않고 있는 것이다.

III. 제주지역 음·식료품 제조업의 발전전략과 과제

기업전략을 분석할 때 SER-M 프레임워크를 활용하곤 하는데, 이 프레임워크는 기업경영에 있어서의 주체(Subject), 환경(Environment), 자원(Resource)과 이들의 동태적 결합인 메커니즘에 초점을 두고 분석하는 것이다. 여기서는 제주지역 음·식료품 제조업의 전략과 과제를 주체(S), 환경(E), 자원(R)측면에서 제시하고자 한다.

1. 주체(S)적 측면

1) 컨트롤 타워 센터 구축

국비와 지방비를 합친 씨드머니(seed money)를 통해 조직과 예산을 가진 컨트롤타워 센터를 구축해야 한다.

현재 지역 내 산업기술 전반을 커버하는 제주TP(바이오융합센터 중심으로)가 기술개발 이전, 기업지원, 마케팅 지원 사업을 벌이고 있으나, 식품산업 육성이라는 종합적인 메커니즘차원의 조직체계는 갖추지 못하고 있다. 제주식품산업을 한 단계 도약할 수 있도록 핫카이드 현립(縣立) 식품가공연구센터 모델 도입이 필요하다. 이 센터는 1993년에 설립되어 기업과 공동으로 수산물가공, 축산물가공, 전통주, 식품가공기술연구를 진행하고 있으며, 기술이전은 물론 마케팅 업무까지 조정 지원하고 있는 등 핫카이드 식품산업 육성의 중추적 역할을 담당하고 있다. 제주 식품산업의 컨트롤타워 역할을 수행할 제주 식품가공연구센터 설립과 관련하여 종합계획과 예산확보를 위한 노력이 최우선으로 이뤄져야 한다.

2) 실천적 식품기업 유치

식품관련 기업을 많이 유치하는 것은 식품 클러스터 성공의 요체이므로, 실천적으로 농식품 기업 유치에 나서야 한다. 네덜란드 푸드밸리의 성공은 네슬러 식품회사의 참여가 결정적 역할을 하였다. 제주식품산업의 비전을 제시할 전문경영인과 기술중심의 선도기업을 육성하는 일이 절대 필요하다.

기업유치를 위해서는 유치활동기간 설정, 유치대상 기업물색, 기업접촉 및 유치활동, 기업지원방안 등 과정별 매뉴얼을 실천에 옮김으로써 기업유치실적을 높여야 한다. 투자설명회 등 행사도 필요하지만, 제주지역 산업정책과 연계된 산업에 속한 기업을 집중적으로 타기팅하고, 국내 코스피(KOSPI), 코스닥(KOSDAQ) 상장 식품기업들의 내부를 파악하여 제주 이전가능성이 높은 기업을 골라 집중적으로 유치활동을 전개하는 것이 효과적일 것이다. 제주지역 산업단지의 포화상태 해결 및 식품기업 입지를 위한 신규 녹색산업단지 조성이 필요하다. 기업유치 후 공장설립이나 애로사항 해소에도 지속적인 관심과 지속적인 원스톱서비스가 필요하다.

2. 환경(E)적 측면

1) 제주특화 식품클러스터 구축

제주 식품산업의 글로벌브랜드로 경쟁할 수 있기 위해서는 식품기업, 대학 및 연구소 등 식품관련 주체들이 모여 혁신을 창출하고, 산업발전을 견인할 식품클러스터 구축이 진행되어야 하며, 지속적으로 식품클러스터가 완성될 수 있는 단계적 지원이 뒷받침되어야 한다. 스웨덴과 덴마크의 외레순 푸드 클러스터 사례가 대표적이지만, 우선 전라북도 익산 식품 클러스터 구축과 같은 단계별 벤치마킹과 국비 지원이 진행되도록 해야 한다.

특히, 정부의 선도-전략-특화산업육성과 관련하여 타기팅 산업이 선정되고, 세부적인 지원사업들이 추진되는데, 국비라는 제약 때문에 지원내용이 전국적으로 일률적이고, 사업비의 분산 집행으로 성과가 크게 나타나지 않는 경우가 있으므로 지역실정에 맞는 식품 클러스터 지원사업이 구사될 수 있도록 평가·조정되어야 한다.

원료조달에서부터 상품제조, R&D 등이 통합적으로 진행되고, 공급자, 연구기관 등 구성주체간의 네트워크가 원활할 수 있도록 해야 한다. 산·학·연·관 추진위원회 등이 가동될 수 있어야 한다.

2) 향토 식품기업 육성과 창업활성화

제주지역의 경우, 중소기업의 문제를 해결하지 않고는 제주지역 경제문제를 해결할 수 없다는 인식을 새로이 하고, 지역 기업들이 판로개척의 한계, 자금 조달의 어려움, 물류 및 유통의 문제 등을 해결하는데 도움이 되는 정책 구사가 필요하다. 향토식품기업의 지속성장에도 관심을 가지고, 주민에게서 기업사랑운동이 전개될 필요가 있다.

제주지역의 경우 증견중소기업이 없는 현실에서 제조업을 시급하게 육성하려면 창업생태계의 구축이 무엇보다 시급하다. 청년층의 창업촉진을 위한 사회적 여건 조성 및 기업가정신 함양 교육 강화, 창업자를 지원하는 정책자금 확대, 창업이후 보육센터 졸업까지 단계적으로 지속적인 지원이 가능하도록 여건조성이 필요하다. 도전정신과 열정을 가진 농기업가를 양성하는 일은 1차산업 비중이 높은 제주지역의 경우 매우 중요하다. 농협과도 연계하여 우수작목반, 영농조합, 귀농 젊은층을 중심으로 창업지원 강화 프로그램을 구사할 필요가 있다. 이의 성과로 점점 어려워지는 제주농업의 살길이 모색될 것이며, 무역업과 식품가공산업과 연계된 네덜란드의 농업의 역사는 우리의 반면교사가 될 수 있다.

3. 자원(R)적 측면

1) 기술개발역량 강화

식품원료에 첨단기술을 접목하여 부가가치를 높인 식품 개발이 필요하다. 분자생물학, 생화학 기술 등을 접목하여 건강 기능성 식품을 개발할 수도 있고, 급속냉동기술, 초고압살균기술 등으로 처음 조리된 상태로 손쉽게 되살릴 수 있는 가공기술 개발도 필요하다. 편리함을 추구하는 트렌드를 고려하여 고객 니즈에 맞춘 다양한 특수식(다이어트식 등)을 개발되어야 하고, 또한 영양학적으로 우수한 전통발효제품, 크기와 맛을 다양화한 전통주 등은 글로벌 경쟁력 확보를 위해 지속적인 기술개발이 이뤄져야 한다. 이러한 제품기술개발역량을 강화하기 위해서는 대기업에서 종사했던 전문 인력이나 고급인재를 컨트롤타워 내 유치하여야 제주식품산업의 한 단계 도약이 가능하다.

2) 국내 내수시장 및 중국 등 수출시장 유통전략 구사

가공식품의 명품브랜드화, 수출시장 개척, 공동수배송, 공동판매 전략 구사

가 필요하다. 제주지역 기업들은 섬이라는 지리적인 여건상, 해상물류비가 추가로 들어 과다한 물류비와 유통비용을 부담하고 있다. 따라서 물류비 해소를 위한 특단의 대책은 물론 영세한 규모의 기업이 가장 어려움을 겪고 있는 마케팅문제를 해결하는 것이 매우 중요하다. 영세식품업체들은 수출전문기업으로 연합하여 동일한 목표를 갖고 있는 다른 업체들과 연합하여 동일브랜드 사용, 공동마케팅 추진, 바이어 교섭력 제고 등 경쟁력을 강화할 필요가 있다. 또한 소비자에게 판매하는 B2C전략뿐 아니라, 기업이나 대량소비처를 상대로 한 B2B전략 등이 구사될 수 있도록 마케팅전문 인력이 확보되어야 한다. 중국, 동남아시아 등 수출시장 개척 유통전략도 구사되어야 한다. 한류 확산으로 한국 전통식자재에 대한 관심이 증가하고 있는 만큼, ‘관심’이 ‘구매’로 이어질 수 있는 다양한 마케팅 방법(시연회, 요리교실 등)을 강구할 필요가 있다.

일본의 사례

1. 최근 일본 외식기업들의 중국 진출이 확대되는 가운데, 일본 식품기업들이 이러한 외식사업체에 대한 맞춤형 상품을 개발하고 있음
 - 기린홀딩스는 상해 현지 일식주점(이자카야) 전용 맥주를 발매: 먼저 중국 외식시장에서 인지도를 높인 뒤에 향후 가정용 상품 판매에 박차를 가할 계획
 - 하우스식품은 중국내 학교급식과 사내식당용 메뉴로 카레를 발매
 - 日아지노모토는 해외 외식업체 전용 조미료와 가공식품 판매를 개시
2. 일본 중소 된장업체 9개사 공동으로 중국 진출
 - 키소우로물산(木曾路物産)은 간장, 된장 등을 제조하는 일본 중소식품업체로, 초기투자자금 부족, 장류 제조의 노하우 및 인재 부족 등의 난관을 극복하기 위해, 동종업계 8개사와 공동으로 중국 내몽고 울란바토르시에 식품회사를 설립, 현지 생산품의 약 20%를 중국, 유럽 등지로 수출
3. 일본 우정(郵政)사는 중국 우정(郵政)집단공사와 MOU를 체결, 중국 소비자들이 일본의 온라인 쇼핑몰에서 상품 구매 시, 배송비를 저렴하게 이용할 수 있도록 지원

특히, 거대한 식품소비시장이 존재하는 중국내수시장으로 진출하려면 브랜드 파워와 유통채널 확보 전략이 필요하다. 2000년대 초반 한국산 유자차가 맛과 향이 뛰어나 점차 중국전역으로 수출이 늘어났으나 브랜드 파워가 없었기 때문에 한국업체 간 가격 경쟁으로 수익률이 떨어져 실패사례로 꼽힌다. 반면 성공 사례로는 중국소비자와 직접 만날 수 있는 유통채널을 확보하고, 시장을 확대해나간 시안 김치업체는 대형마트 체인에 직영 코너를 운영하면서 인지도를 높

이고, 주변도시 광역 유통망을 구축하는데 성공했다.

또한, 제주를 방문하는 외국인 관광객의 귀국 후 재구매 시스템 구축(전자상거래-택배수출)할 필요가 있다. 이를 위해 식품관련 온라인 쇼핑몰 구축 사업을 확대하여 중국 본토에서 한국 식품을 보다 간편하고 저렴하게 구매할 수 있도록 지원한다. 지금까지는 일반우송과 고비용의 특급배송(EMS)으로만 구분되어 있는 소액 해외 배송비 체계를 일반우송 보다는 빠르되, 비용은 특급 배송 보다 저렴한 중간단계의 배송비 제도를 도입한다. 전자상거래의 경우, Gobizkorea 온라인 전시장 등록, ebay 등 국제온라인쇼핑몰, 소셜네트워크서비스(SNS)마케팅((LinkedIn; 200개국에서 1억명의 회원 가입) 등을 활용한다. 구글, 야후 등 해외 유명 검색엔진 최적화 방식으로 한 검색엔진 마케팅 사업을 활용할 필요가 있다.

IV. 나가며

제주지역의 1차산업과 연계한 2차 제조업, 즉 농수축산물을 가공하는 식·음료품제조업을 육성시켜 세계에 내놓아도 손색이 없는 경쟁력 있는 브랜드로 키워나가기 위해서는 글로벌 경쟁력을 갖춘 식품산업 육성 비전과 목표가 수립되어야 할 것이다. 더욱이 식품에 대한 소비 니즈가 양에서 질, 격으로 이동함에 따라 BT, NT 등 첨단기술에 기반한 기능성 식품개발까지도 가능해야 할 것이다. 그러기 위해서는 발상의 전환을 통한 다각적인 준비와 도전정신과 성공의지가 있어야 한다. **JDI**