

# 좋은 식품

Korea Food Industry Association  
Bimonthly Magazine

# 이야기





#### 오피니언 리포트

### 식품 스타트업 성장을 위한 제언

IT산업에서 주로 회자(膾炙)되던 “스타트업(start-up)”이라는 말이 식품산업에서도 종종 거론되고 있다.

이번 호에서는 식품 스타트업의 현재를 진단하고 성장에 필요한 요소를 생각해 본다.



#### KFIA 칼럼

### 4차 산업혁명의 첨단기술이 집약된 비행체, 드론

드론은 공간 제약을 벗어나 신속하고 즉각적인 배송이 가능하다. 이는 드론이 식품 유통단계의 최소화 및 신선식품의 골드체인 시스템 구축을 가능하게 한다는 것을 의미한다. 식품 유통의 새 시대가 열리고 있다.



#### 회원사는 지금

### 한국야쿠르트, 홀몸노인을 위한 365일간의 사랑

한국야쿠르트의 ‘홀몸노인 돌봄활동’은 전국적 네트워크를 기반으로 하는 사내 봉사단체와 야쿠르트 아줌마를 통해 이루어진다. 소외 받는 이웃에 도움이 되고자 20년 만에 30배 가까이 수혜 대상을 확대한 한국야쿠르트의 사회공헌활동을 살펴보자.

# Contents

2017 November + December Vol. 260

좋은식품 이야기

---

## Special Theme 이슈와 정보

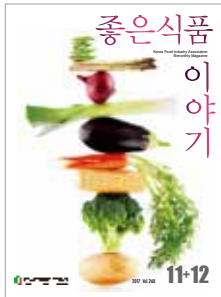
- 04 프롤로그**  
이토록 서툰고 아름다운 변화
- 06 인포그래픽스**  
데이트 음식, 변한 것과 변하지 않은 것
- 08 테마 칼럼**  
4차 산업혁명과 식품산업의 미래
- 10 오피니언 리포트**  
식품 스타트업 성장을 위한 제언
- 14 뉴스 클리핑**  
식품산업, 변화의 조짐들

---

## Insight 희망 나눔

- 18 KFIA 칼럼**  
4차 산업혁명의 첨단기술이 집약된 비행체, 드론
- 22 이슈 & 포커스**  
한미 FTA 논란 재점화, 우리 식품산업에 미치는 영향은?
- 26 회원사는 지금**  
한국야쿠르트, 홀몸노인을 위한 365일간의 사랑

### COVER STORY



#### '공들이다'

어느덧 한해의 끝에 섰습니다. 사랑하는 이를 위해 정성껏 준비한 음식을 내 놓을 때처럼 약간은 아쉽고 또 설레는 기분이죠. 맛있고 풍요로운 연말을 지원합니다.

---

## Community 소통 공감

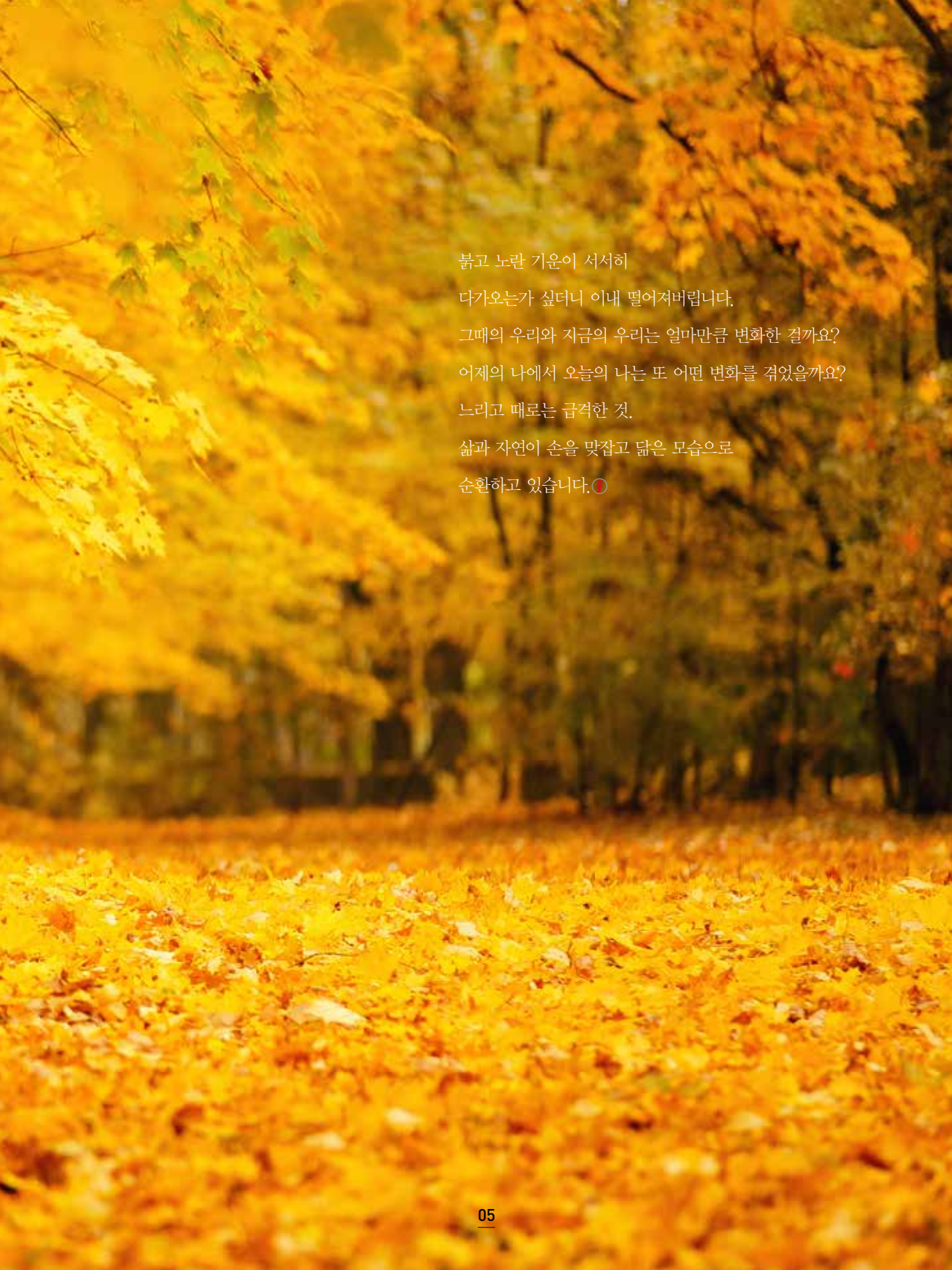
- 30 KFIA News**  
협회소식, 연구원 동향 소개
- 31 회원사 동정**  
회원사 제품 출시 및 행사 안내



이토록  
서툰고

아름다운  
변화





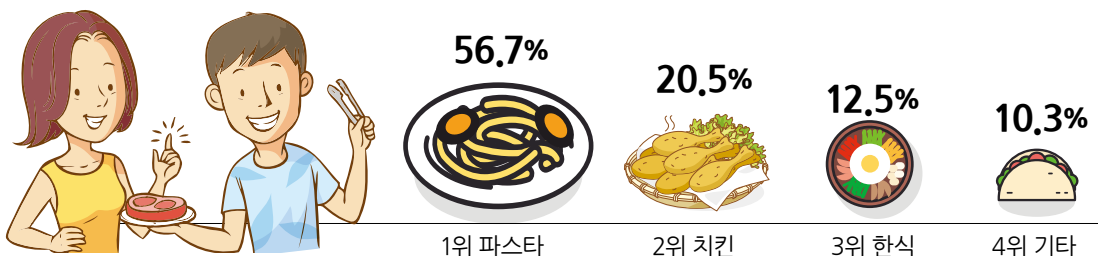
붉고 노란 기운이 서서히  
다가오는가 싶더니 이내 떨어져버립니다.  
그때의 우리와 지금의 우리는 얼마만큼 변화한 걸까요?  
어제의 나에서 오늘의 나는 또 어떤 변화를 겪었을까요?  
느리고 때로는 급격한 것.  
삶과 자연이 손을 맞잡고 닮은 모습으로  
순환하고 있습니다.○

# 데이트와 음식, 변한 것과 변하지 않은 것

메뉴 선정에서 상대방을 더 많이 배려하는 게 남성이라는 설문 결과는 파스타가 연인들의 인기 메뉴 1위인 이유를 말해주는 듯하다. 파스타는 오랜 기간 동안 확고부동한 1위를 차지하고 있지만 데이트 음식 문화에도 서서히 변화의 바람이 불고 있다. 같이 있을 때 더 소식하는 성별이 남성이라는 것이 대표적 사례. 음식 문화를 통한 요즘 데이트의 면면을 들여다보자.

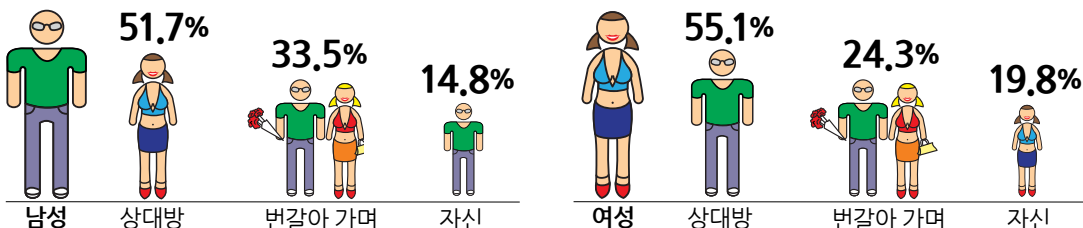


## Q1. 데이트할 때 가장 즐겨먹는 음식은?



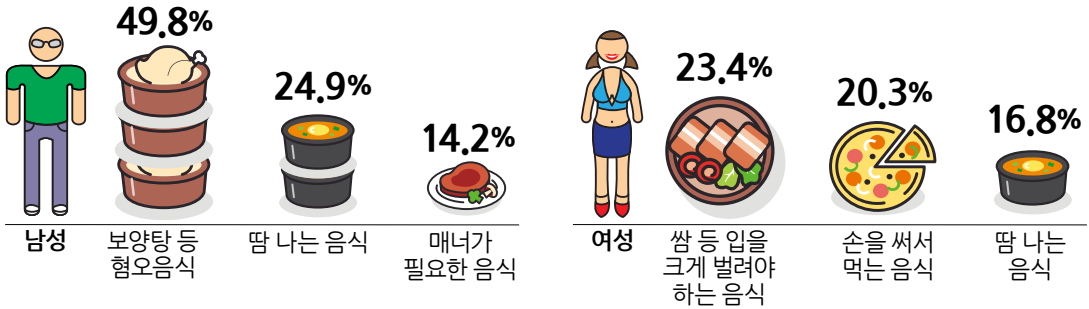
'데이트 음식 메뉴 결정권은 누구에게 있는가'에 대한 질문에는 '여성이 주도권을 가지고 있다'고 전체회원 중 62%가 응답했다. 반면, 데이트할 때 가장 먹기 싫은 음식으로는 '해장국'이 뽑혔다.

## Q2. 데이트 시 식당을 선택할 때 누구의 의사를 더 많이 반영하는가?



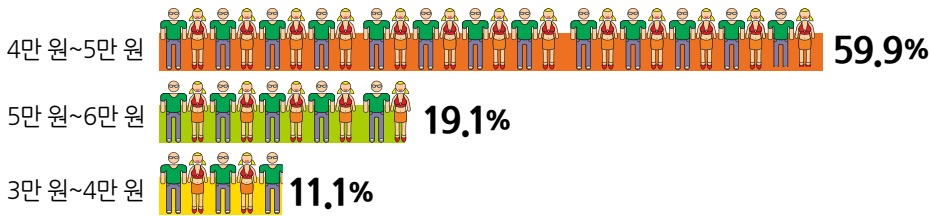
한편 '식사를 통해 애인에게 부각시키고 싶은 자신의 면모'에 대해서는 남성의 경우 '자상한 면'(41.4%)을 보여주려는 경향이 있고 여성은 '가리지 않고 잘 먹는 식성'(28.2%)을 드러내고 싶다고 답했다.

### Q3. 애인과 식사할 때 잘 선택하지 않는 음식 유형은?



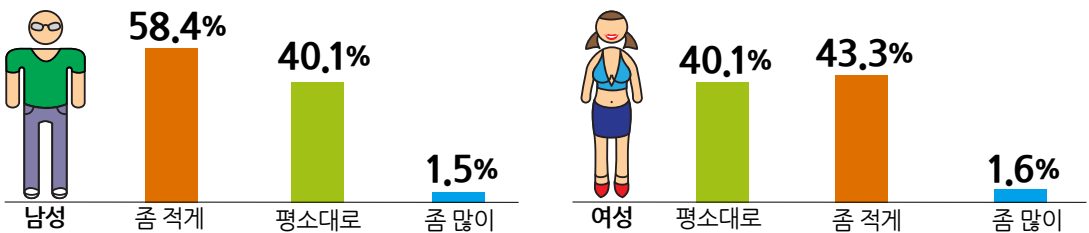
반대로 '애인과 식사할 때 유난히 자주 선택하는 음식 유형'으로는 남녀 모두 '정갈한 음식' (남 32.7%, 여 38.2%)을 최우선 시 했다. 이어 남성은 '실속 있는 음식'(25.5%)과 '맛있는 음식'(14.5%)을 선호하고, 여성은 '맛있는 음식'(30.6%)과 '이색적인 음식'(15.3%)을 자주 먹는다고 응답했다.

### Q3. 소개팅 시 적절한 2인 기준 식사 비용은?



조사 결과에 따르면, 전체 미혼 남녀의 94.9%는 '소개팅할 때 고르는 음식 메뉴로 상대에 대한 호감도가 달라질 수 있다고 답했다. 그렇지 않다고 답한 응답자는 5.1%에 불과했다.

### Q4. 평소와 비교하여 애인과 데이트할 때 먹는 식사량은?



그렇다면 맞선 상대에게는 어떤 모습을 보일까? 남성은 '식당선택'(33.6%), 여성은 '메뉴선택'(34.8%)을 통해 자신의 좋은 감정을 은연 중에 드러내는 것으로 나타났다. 남성의 경우 메뉴선택(25.2%)-'스폰챙기기'(17.0%)-'반찬챙기기'(12.6%)-'물따르기'(8.5%)등의 방법을 활용한다고 답했다. (f)

- 결혼정보회사 듀오 싱글남녀 409명(남 215명, 여 194명) 대상
- 결혼정보회사 바로연 미혼남녀회원 652명(남 320명, 여 332명)을 대상
- 결혼정보회사 비에나래 싱글 남녀 568명(남녀 각 284명) 대상



# 4차 산업혁명과 식품산업의 미래

인류 문명사에 새로운 산업혁명의 시대가 도래했다. 바로 4차 산업혁명이다. 4차 산업혁명은 세계경제포럼의 클라우드 슈밥 회장이 제안한 내용으로 인공지능과 유전학, 나노기술, 3D 프린팅 등 새로운 기술이 서로를 증폭시키면서 만들어 내는 생산체제라고 할 수 있다. 국내의 경우, 지난해 구글 딥러닝 기술을 통해 만들어진 알파고가 놀라운 바둑 실력으로 이세돌 9단에게 승리하는 모습을 보이면서 4차 산업혁명이 화두가 되었다.

이미 글로벌 기업들은 4차 산업혁명의 핵심 근간인 인공지능에 대한 연구개발을 수년째 해오고 있다. 대표적인 글로벌 기업인 구글은 2001년 이후 인공지능 연구개발을 지속해 오고 있으며, 딥러닝, 음성인식 기술, 자연어처리 기술에 약 33조 원의 인수합병 자금을 투입했다. 또한 바이오, 자율주행차, 로봇 등 다양한 영역에 대규모 투자를 진행하고 있고, 올해 1분기 기준 39억5,000만 달러에 달하는 역대 최대 규모의 투자를 진행했다. 또 다른 글로벌 기업 페이스북 역시 2015년 이후 매 분기 약 10억 달러 이상의 연구개발 투자를 진행하고 있다. 최근에는 인공지능을 적용한 챗봇 시스템 강화로 전자상거래 플랫폼 진화에 많은 노력을 쏟고 있다.

우리나라의 경우도 네이버와 카카오 같은 모바일 커뮤니티 서비스를 제공하는 업체들이 인공지능 시스템을 이용하여 사용자 콘텐츠 소비 패턴을 분석하고 반응형 시스템을 갖춘 서비스를 제공하고 있다. 또한 은행, 증권사 등 금융회사들도 인공지능 시스템을 자산 관리부터 금융서비스 판매, 소비자 응대 등에 접목시키고 있다.

이렇듯 아직은 제조업보다 인터넷 기반의 기업들이 4차 산업혁명 관련 기술에 적극적으로 투자하고 있다. 선진국을 중심으로 식품분야에도 제4차 산업혁명 기술들이 접목되고 있다. 미국에서는 가상현실에서 식기류로 저칼로리 음식의 향을 느끼고 섭취하

는 '프로젝트 너리시드(project nourished)'가 시연됐고, 영국은 약 2,000여 가지의 요리가 가능한 셰프 로봇 출시를 앞두고 있다. 이렇듯 공상과학 영화에서만 보던 장면들을 실생활에서 경험할 날이 얼마 남지 않았다.

4차 산업혁명의 가장 큰 수혜자는 식품산업이 될 거라도 분석하는 이들이 많다. 사물인터넷 기술은 식품의 생산, 유통, 소비와 관련된 프로세스 등 모든 것을 생애 주기별로 실시간 확인할 수 있고, 모니터링과 제어를 가능하게 한다. 또한 식품위해에 관한 사람의 실수를 보완하고 인력이 부족한 프로세스에 대한 관리지원과 의사 결정이 가능한 인공지능 기술도 있다. 얼마 전 국내에 식품안전 논란을 야기했던 살충제 계란 파동을 예로 들어보자. 4차 산업혁명






기술로 관리한다면 지금과는 다른 결과를 낼 수 있다.

우선 생산단계인 양계장에서 살충제에 기반한 실시간 모니터링 및 제어 기술을 적용할 것이다. 유통물류단계(저장, 운송, 소매)에서는 센서 기반의 전주기 실시간 모니터링 및 제어 기술을 활용할 것이다. 그리고 최종 판매 바로 직전에 계란에 대한 살충제 잔류 자동검사 시스템을 구축하여 운영하게 될 것이다.

우리나라의 식품시장은 약 164조 원을 돌파할 만큼 성장했다. 연평균 약 4.4%의 성장률을 보이고 있으며 2020년에는 매출액 260조 원, 고용 212만 명을 담당할 정도로 국가경제에서 차지하는 비중이 커질 전망이다. 식품산업은 반도체 같은 제조업과 달리 짧은 기간 동안 많은 수익을 가져다주는 산업은 아니지만 인간생존의 있어서 기본 요소인 의식주 중 하나이고, 계속 존재할 수밖에 없는 미래 산업이다.

국내 식품산업이 빠른 속도로 성장하고 있고, 글로벌 브랜드로 도약하기 위해 많은 기업들이 노력하고 있다. 우리나라 제조업의 연구개발 비중은 매출 대비 1.69%에 달하지만, 식품업체의 경우는 0.23%에 불과하다. 이렇다 보니 국가 연구개발 예산에서도 식품분야가 차지하는 비중은 아주 미비하다. 앞서 언급한 바와 같이 4차 산업혁명 연구개발에 대한 투자를 아끼지 않아야 한다.

4차 산업혁명에서 식품산업이 지금보다 발전하기 위해서는 모든 주체들이 융합하고 상생협력하는 것이 중요하다. 또한 관련 부처의 수많은 규제 및 법 제도들도 하루 빨리 4차 산업혁명에 맞춰서 개편이 되어야 한다. 기존의 규제들이 새로운 산업의 성장 발전에 걸림돌이 되어선 안 된다. 식품산업도 4차 산업혁명에 맞춰 융합된 기술이 새로운 수요를 창출하는 패러다임으로 성장 동력을 구축해 나갈 때라고 생각한다. 



# 식품 스타트업 성장을 위한 제언

IT산업에서 주로 회자(膾炙)되던 스타트업(start-up)이라는 말이 식품산업에서도 종종 거론되고 있다. 스타트업은 신생 창업기업을 지칭하는데, IT 산업의 중심지인 미국의 실리콘 밸리(Silicon Valley)에서 처음 사용되었다. 일반적으로 매우 혁신적인 기술 및 아이디어를 가졌지만, 이를 사업화하여 실현할 자금이 부족한 신생 기업을 뜻하며 고위험·고수익·고성장의 가능성이 있다. 또한, 스타트업 가운데 기업 가치가 10억 달러 이상인 기업을 유니콘(Unicorn)이라고 부르는데, 이는 상상 속의 동물인 유니콘처럼 매우 드물게 발견되지만 그 가치가 매우 높은 스타트업을 지칭하는 말이다. 이번 호에서는 식품산업 스타트업의 현재를 진단하고 성장에 필요한 요소를 생각해 본다.



## 주목받는 글로벌 식품 스타트업

스타트업이 기존 IT산업뿐만 아니라, 식품산업에서도 대두되고 있어 상당히 고무적이다. 마이크로 소프트웨어(MS) 창업자로 유명한 빌 게이츠와 버진 그룹(Virgin Group) 회장인 리처드 브랜슨 등은 실험실에서 고기를 인공적으로 만드는 회사인 멤피스 미트(Memphis Meats)에 1,700만 달러(약 190억 원)를 투자했다. 가축을 사육하지 않고 조직세포로부터 줄기세포를 추출하여 배양하는 사업으로 투자를 받은 멤피스 미트는 2021년까지 인공 고기를 대량으로 생산하여 쇠고기를 기존보다 훨씬 싸게 공급하는 계획을 밝혀 귀추가 주목된다.

커피계의 애플(Apple)로 불리는 고급 커피 브랜드인 블루 보틀(Blue Bottle) 또한 스타트업이다. 캘리포니아, 뉴욕, 워싱턴, 마이애미, 일본 도쿄 등에서 50여 개 매장을 운영하던 블루 보틀의 지분 68%를 세계적인 식품기업인 네슬레(Nestle)가 4억 2,500만 달러(약 4,800억 원)의 인수 금액으로 취득하여 화제가 되고 있다. 이를 통해 블루 보틀은 자신의 커피를 네슬레의 세계적인 유통망을 통해 판매하게 되는

기회를 얻었고 막대한 투자금을 확보하여 향후 제품 개발 등을 위한 능력을 키울 수 있게 되었다.

## 국내 식품산업 스타트업 현황

우리나라에서도 식품산업 스타트업이 속속 등장하고 있다. 대기업인 SK 플래닛이 친환경 프리미엄 식품 온라인 판매 전문 기업인 헬로 네이처를 인수하여 신선식품 판매 사업을 강화한 것이 대표적인 사례다. 그 외에도 대기업을 포함한 대규모 민간자본들이 그동안 다소 외면 받아왔던 식품산업 투자에 높은 관심을 가지고 있는 상황이다. 이러한 현상들은 반도체나 자동차로 대표되는 2차 공산품 제조업이 성장에 한계를 보이자 새로운 동력을 찾기 위한 노력의 일환으로 보인다. 물론 이는 우리 식품산업에 중요한 기회가 되고 있다.

국내 식품산업은 일부 대기업을 제외하고는 영세 규모 업체들이 대부분이다. 이들은 더 좋은 상품과 서비스를 개발하기 위한 역력이 매우 부족한 실정이다. 관련 통계를 보면, 우리나라 식품가공산업의 매출액은 2014년 기준 80조 원으로 2000년 34조 원의 두





종사자 규모	2000		2002		2004		2006		2008		2012		2014	
	사업체수	매출액	사업체수	매출액	사업체수	매출액	사업체수	매출액	사업체수	매출액	사업체수	매출액	사업체수	매출액
10~19	1,544	2,222	1,812	3,185	1,871	4,010	2,010	4,448	1,985	5,349	2,000	6,776	2,351	7,689
20~49	1,184	4,610	1,294	5,594	1,241	6,339	1,334	7,636	1,324	9,828	1,561	14,078	1,730	16,532
50~99	406	6,349	430	7,666	407	8,704	425	9,054	448	11,160	512	15,503	551	16,624
100~199	180	7,081	199	9,012	212	9,633	195	9,646	206	13,084	240	16,991	241	16,943
200~299	61	5,758	55	4,434	55	5,283	52	5,571	56	5,950	67	10,204	67	11,064
300~499	33	3,442	40	5,127	36	5,324	27	4,582	28	6,350	30	7,204	27	6,038
500이상	23	4,324	17	3,608	19	3,837	14	3,059	14	3,126	13	4,394	16	5,035
계	3,431	34,072	3,847	38,939	3,841	43,526	4,057	44,381	4,061	55,212	4,423	75,150	4,983	79,925

배 이상 성장하였으나, 100인~199인의 종사자를 고용한 업체들의 비중이 여전히 전체 4,983개 업체 중 5%에 불과할 정도이다. 즉 10인~19인의 종사자를 고용하고 있는 영세 업체의 비중이 전체 식품가공업체의 47%를 차지하고 있다. 이들이 자체 R&D에 투자한다는 것은 매우 어려운 상황이다. 실제로 관련 자료를 보면, 우리나라 식품가공업체들의 R&D 투자액 비중이 매출액 대비 1%도 되지 않는다. 이와 같이 소규모 업체가 많은 우리나라의 식품산

업계에 혁신적인 기술과 아이디어만 있으면 대규모의 자본과 인프라 등을 투자해주는 스타트업 트렌드가 활성화된다면, 매우 희망적인 일이 될 것이다. 실제로 우리나라 식품산업체들 중에는 해외 유수의 기업에 뒤지지 않는 저력을 가진 업체들이 꽤 있다. 이러한 업체들과 스타트업 지원을 모색하는 대규모 민간 자본이나 대기업이 서로 연결만 된다면, 우리나라에서도 제2의 뎀피스 미트나 블루 보틀이 나올 수 있을 것이다. 특히, 4차 산업혁명이 도래하는 현 시점



에 ICT 강국인 우리나라에서 식품가공 및 외식산업과 ICT 산업이 상호 융합되면 매우 큰 시너지 효과(Synergy Effect)가 나올 수 있을 것이다.

### 국내 식품 스타트업 성공을 위해 필요한 요소들

그럼에도 식품산업 스타트업을 성공적으로 견인하기 위해서는 몇 가지 준비가 필요하다.

첫째, 식품기업들이 자체적인 R&D 역량을 키우고 신생 식품 벤처기업이 많이 나올 수 있도록 여건을 조성해야 한다. 물론, 주무부처인 농림축산식품부와 관련 기관들이 전북 익산에 국가식품클러스터(Foodpolis)를 조성하고 각 지역에 식품 벤처 인큐베이팅 시스템을 구축하고 있지만, 여전히 현장에서는 개선을 요구하는 목소리가 들리고 있다.

둘째, 식품산업에서의 스타트업 활성화를 위해 스타트업 대상이 될 수 있는 업체들을 발굴하여 주기적으로 투자 의향자들과의 만남을 주선해야 할 것이다. 지금까지 정부의 관련 정책들은 식품업체들이 생산한 상품의 판로 개척을 위한 박람회나 품평회가 대부분이었는데, 이제는 기업체의 상품이 아닌 기업체 자

체를 민간 자본에 세일즈(Sales)할 수 있어야 한다. 이를 위해서는 정부의 정책적인 노력과 더불어 식품산업을 이끌고 있는 협회의 역할도 매우 중요하다.

셋째, 우리나라 식품산업 스타트업에 대한 방향성 등을 모색하기 위한 학계의 노력이 필요하다. 스타트업의 경우 기존에 없는 참신한 아이디어와 기술이 자본과 융합되는 것이기에 관련 학계의 연구 및 방향 제시가 필수적이다. 특히 식품산업과 ICT 등 성격이 전혀 다른 학문이 상호 융·복합되어야 하는 스타트업의 성공을 위해서는 학제 간 교류와 연구가 매우 중요하다.

### 맺으며

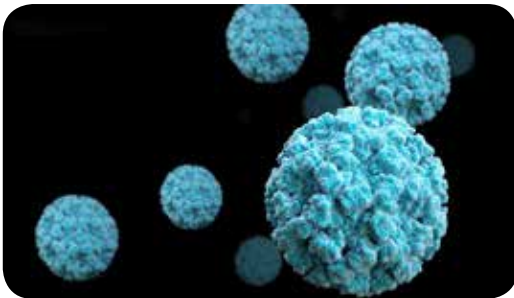
최근 우리나라 식품산업이 정체기에 들어섰다는 우려의 목소리가 곳곳에서 흘러나오고 있다. 우리나라 인구 성장의 정체, 세계 경제의 성장 둔화, 해외 식품업체와의 경쟁 심화 등 무엇 하나 쉽게 보이는 것이 없다. 이러한 상황에서 스타트업을 통한 도약이 우리나라 식품산업에 꼭 필요하기에, 산업간·학문간 경계를 넘어선 협업이 필요한 시점이다. ①



# 식품산업, 변화의 조짐들

고병원성 조류인플루엔자(AI)로 인해 주춤했던 닭고기 수출이 재개의 조짐을 보이고 있다. 우리 딸기의 수출길도 더 확대됐고 각 기관은 각종 상담회와 박람회 통해 우리 식품 알리기에 전력을 다하는 모습이다. 한 해를 마무리하는 시점, 식품업계 단신을 통해 식품산업 변화의 가능성을 살펴보자.

## 겨울철 노로바이러스 주의보



찬 바람이 부는 겨울철에도 노로바이러스 식중독 환자가 계속 발생하기 때문에, 위생 관리에 세심한 관심을 기울여야 한다. 식품의약품안전처에 따르면 노로바이러스 식중독은 2012년부터 지난해까지 5년간 매년 평균 50건(1,238명)이 발생했다. 월별로는 11월 7건(181명), 12월 12건(238명), 1월 8건(147명), 2월 5건(80명)으로 날씨가 추워지는 11월부터 환자가 급격히 늘어나기 시작했다.

## “김장 재료 속이지 마세요” 경북농관원 원산지 단속



국립농산물품질관리원 경북지원은 배추, 고춧가루, 마늘 등 김장 재료 원산지 위반을 집중 단속했다. 특별사법경찰 150명과 소비자단체 명예감시원 300명이 단속에 나섰다. 김치 양념류를 제조하거나 판매하는 업체, 음식점 등이 대상이다. 검역검사자료, 관세청 통관자료를 활용해 김장 재료 수입량이 많은 업체를 가려낸 뒤 유통과정의 포대갈이, 원산지 표시 변경·훼손 여부를 점검했다.

## 중국산 수산물 10곳 중 7곳 '위생불량'



국회 농림축산식품해양수산위원회 박완주 의원(더불어민주당)은 '중국 수산물 현지 위생점검 결과'를 분석한 결과 지난 2013년부터 올해까지 현지 위생 점검을 실시한 중국 수산물 수출업체 총 135곳 중 위생관리 미흡으로 시정조치를 요구받은 업체 수는 98곳으로 약 72.5%에 달한다고 밝혔다. 주요 시정 사례는 교차오염 우려, 유독물질의 부적절한 사용 및 미표시, 곤충·해충 유인 우려 등이었다.



## 탄산수-탄산음료, 무슨 차이?



식약처가 탄산수와 탄산음료 등 명확한 구분이 힘든 제품 구입 시 주의사항을 소개했다. 식품의약품안전처는 “소비자들이 원하는 제품을 명확히 구입할 수 있도록 제품 관련정보를 제공하고 있으니 확인을 부탁드립니다”고 밝혔다. 탄산수는 물, 탄산가스 이외의 성분은 첨가될 수 없다. 만약 설탕, 감미료, 착향료 등이 첨가돼 있다면 이는 탄산음료다.

## 156명의 영양(교)사, 6개월간 GAP연구



농림축산식품부가 주최하고 대한급식신문이 주관한 '2017 제1회 영양선생님 대상 GAP 자발적 학습조직'이 6개월 간의 대장정을 마쳤다. GAP란 농림축산식품부가 인증하고 관리하는 농산물우수관리(Good Agricultural Practices)제도를 말하며, GAP학습조직은 GAP제도를 자발적인 의지로 학습하고 연구하는 조직을 뜻한다.

## '돼지열병 청정지 제외' 통보 제주도-농식품부 핑퐁게임



제주도는 제주도의회 행정사무감사 과정에서 드러난 OIE 청정지역 인증 제외 사실에 대한 경위를 농식품부에 요청한 결과 해당 사실을 제주에 통보하지 않았다는 답변을 받았다고 밝혔다. 하지만 농식품부는 설명자료를 통해 2013년 5월 OIE 총회 이후 6월 12일 공문으로 돼지열병 인증방식이 변경됐다는 사실을 제주도를 포함한 전국 지자체에 통보했다고 밝혔다.

## 국산 닭고기, AI 청정지위 회복에 홍콩 수출 재개



작년 겨울 발생한 고병원성 조류인플루엔자(AI)로 인해 중단됐던 국내산 닭고기와 계란 등 신선 가공제품의 홍콩 수출이 1년 만에 재개된다. 농림축산식품부는 홍콩 당국이 10월 30일 자로 한국산 신선 가공제품에 대한 수입 제한 조치를 해제했다고 주홍콩총영사관을 통해 알려왔다고 밝혔다. 홍콩은 2013년 1천100만 달러 상당의 신선 가공제품을 수출한 적이 있는 주요 수출 시장이다.

## 농식품부-한식재단, '미식여행코스 10선' 선정



농림축산식품부와 한식재단은 가을 여행주년을 맞아 지역별 제철 식재료를 중심으로 구성된 '미식여행코스 10선'을 선정해 발표했다. 선정된 코스를 보면 한우(예산), 인삼(금산), 산채(전주), 유자(고흥), 전통장(담양), 공(양주) 등 식재료와 올림픽푸드(메밀&한우, 평창), 종가음식(영양), 한식문화관(서울), 전통시장(부산) 등의 주제별 코스로 구성됐다.

## 면봉지에 '매운맛 정도' 표시된다



내년부터 라면 포장지에 매운맛 정도가 단계별로 안내된다. 농림축산식품부는 라면의 매운맛 단계를 나타내는 도표를 표시하는 내용의 한국산업표준(KS) 개정안을 예고했다고 밝혔다. 이에 따라 내년부터 라면의 매운맛이 1~4단계로 표시될 예정이다. 매운맛은 흔히 라면 속 분말스프에 의해서 정해진다. 스프 속에 든 캡사이신 성분에 따라 매운맛이 명시될 예정이다.

## 무·배추 재배면적 감소 불구, 생산량 늘어



농식품부에 따르면 가을배추와 무의 작황이 좋아 김장배추와 무의 생산량도 평년 대비 증가가 전망된다. 배추는 평년 대비 재배면적이 0.5% 감소했으나 단수가 3.4% 증가해 생산량은 평년과 비교해 2.9% 증가가 예상된다. 무도 재배면적은 0.5% 줄어들었으나 단수가 4.0%나 올라 평년 대비 3.5% 생산량이 늘어날 것으로 전망된다.

## '우리 농식품 거대 신흥시장 바이어 상담회' 개최



농식품부와 aT는 10월 24일 서울 그랜드하얏트호텔에서 상담회를 열었다. 인도, 브라질, 남아공, 카자흐스탄, 이탈리아 등 신흥 유망국가 바이어들을 대규모로 초청했다. (주)농심, (주)오뚜기, 롯데푸드(주), (주)농협홍삼, 남양유업(주), 샘표식품(주), 연세대학교 연세우유, 대상(주) 등 수출업체 158개사가 참여해 바이어와의 상담을 진행했다.

## 국내산 신선딸기 '호주 수출 길' 열려



농림축산식품부는 국내산 신선딸기 생과실의 호주 수출 검역요건이 최종 타결돼 올해산부터 수출이 가능해졌다고 밝혔다. 그동안 농식품부는 호주 시장으로 국산 신선딸기 수출을 위해 2008년 11월 호주에 수입 허용을 요청했으며, 2014년부터 양국 간 본격적인 협상을 벌인 끝에 올해 마침내 양국이 검역요건에 대해 최종 합의해 호주 수출 길이 열리게 됐다.

## aT, 日식품유통업계 새 강자 '코스모스'와 손 잡는다



한국농수산물유통공사(aT)가 최근 일본 식품유통업계의 새로운 강자로 떠오른 코스모스약품과 한국 농식품 판촉행사를 공동 추진기로 했다. 식품 취급 비중이 높은 코스모스약품과의 판촉행사를 통해 한국산 농식품의 시장개척을 확대해 나간다는 계획이다. 내년에는 일본 드럭스토어협회 주관의 벤더전시회도 참가하는 등 한국산 식품의 취급 확대를 적극 유도해 나가기로 했다.

## aT, 혼술족 증가에 맞춰 소용량 패키지 전통주 출시



한국농수산물유통공사(aT)가 흥(혼)술족 증가에 맞추어 신세대를 겨냥한 소용량 패키지의 전통주를 새롭게 출시한다. 기존 우리 전통주 제품은 360~750ml로 '가볍게 마시기에 부담스럽다'라는 소비자 의견을 반영하여 180ml 소용량 제품을 한정 출시하고 롯데마트, GS슈퍼마켓, GS25 편의점에 시범 입점하여 시장성을 타진한다.

## aT, 코엑스 푸드위크서 '전통식품 홍보관' 운영



농림축산식품부와 한국농수산물유통공사는 국내 최대 식품 전시회인 '코엑스 푸드위크 2017'에 참여해 전통식품 홍보관을 운영했다. 서울 삼성동 코엑스에서 열린 코엑스 푸드위크는 올해로 12회를 맞는 식품 박람회이다. 올해는 '나를 위한 me食'을 콘셉트로 전 세계 40여 국가에서 총 900여 회사가 참가해 최근의 식음료 트렌드를 소개했다. ④



# 4차 산업혁명의 첨단기술이 집약된 비행체 드론

초연결(hyperconnectivity), 초지능(superintelligence)의 산업시대는 이전에 경험하지 못한 빠르고 광범위한 변화를 예고하고 있다.

분야를 막론한 전 산업 분야에서 4차 산업혁명에 대비한 다양한 시도와 변화를 모색하고 있기도 하다.

이러한 변화의 중심에 인공지능, 빅데이터, IoT 등과 함께 첨단 기술 집약체인 드론이 있다. 드론은 더 이상 일반인이 다가가기 어려운

비행체가 아닌 핸드폰, 자동차 등과 같이 일상생활에서 쉽게 접근 가능한 상품으로 인식되고 있다, 드론 활용 범위는 더 빠르게 확장되어 식품산업에도 예외 없이 파고들고 있다.

드론은 공간의 제약을 벗어나 신속하고 즉각적인 배송이 가능하다.

이는 드론이 식품 유통단계의 최소화 및 신선식품의 콜드체인 시스템 구축을 가능하게 한다는 것을 의미한다.

식품 유통의 새로운 시대가 열리고 있다.

## 1. 드론이란?

### 체감형 첨단기술, 드론

수많은 기술과 혁신적인 제품들이 쏟아져 나오고 있지만 그것들을 직접 경험하고 체감한다는 것은 전혀 다른 이야기다. 언론을 통해 알려진 새로운 기술들은 흔히 접하지 못한 것들이 대부분이다. 최근 급부상한 드론은 스마트폰처럼 몇 안 되는 체감형 제품으로 일상 속에서는 취미·오락용으로, TV 프로그램 속에서는 다양한 장면 연출을 위해 사용되고 있다.

드론이라는 명칭은 비행 소리가 수벌이 웅웅 거리는 소리와 매우 유사하다는 이유로 붙여졌다. 수벌(drone bee)이란 의미의 드론과 웅웅 거린다는 의성어에서 출발했지만 주요 경계권별로 용어 정의에 차이가 있는 것이 특징이다. 한국드론산업협회는 ‘조종사가 탑승하지 않고 무선전파 유도에 의해 비행 및 조종이 가능한 비행기나 헬리콥터 모양의 무인기’라고 정의하고 있다. 미국은 무인항공기시스템(UAS, Unmanned Aircraft System)이라 칭하며 비행체뿐 아니라 부착장비, 지상 통제장비 등 관련된 모든 기술을 망라하고 있다. 유럽은 원격조종항공기시스템(RPAS, Remotely Piloted Aircraft System)으로 국제민간 항공기구(ICAO, International Civil Aviation Organization)에서 정의한 내용을 쓰는데 이는 조종하는 사람을 포함하는 개념이다.

국내 항공법을 살펴보면, 드론은 무게 150kg 이하의 ‘무인비행장치’이며 그 이상은 무인항공기로 분류된다. 무인비행장치 중 연료를 제외한 자체중량이 12kg을 초

과하는 무인비행장치는 관할 지방항공청에 신고를 하고 교통안전공단으로부터 안전성 인증을 받아야 한다. 다만 12kg 이하는 신고 및 안전성 인증 대상에서 제외된다. 또한 드론 조종 역시 국가에서 지정한 인정기관의 교육을 이수하고 자격시험을 통과해야 가능하다.

### 드론의 역사 및 구조

드론은 군사적 목적으로 탄생했다는 것이 정설이다. 무인항공기로서 최초의 드론은 1849년 오스트리아에서 폭탄 투하용으로 개발된 열기구(bombing by balloon)로 베니스와의 전투에서 사용되었다. 현재의 헬리콥터와 같은 형태의 드론은 1907년 프랑스 비행기 디자이너 샤를브레게가 만든 멀티콥터(multi-copter)를 시초로 볼 수 있으며, 1950년대 제 2차 세계대전을 거치면서 전투용 무기로 발돋움했다. 베트남전을 거치면서 무인항공기는 전투 목적에서 적진의 감시기만으로써 이용범위가 확대되었으며, 1980년대에 이르러 이스라엘을 중심으로 무인항공기 개발이 활발히 진행되었다. 1990년대는 드론의 군사적 활용가치가 가장 높은 시기였으며, 군사 목적 외에 지구환경 감시 등 다른 분야에도 활용되기 시작했다. 최근 민간 기술의 발달로 상업적인 성공 가능성을 인정받기 시작하면서 촬영·배송·통신·환경 등 다양한 분야로 그 활용 범위를 넓혀가고 있다.

드론의 주요 구성요소는 크게 센서부, 제어부, 액추에이터, 통신부, 전원부로 구분할 수 있다. 센서부는 안정적인 자율비행이 가능하도록 비행 속도·각도, 공간좌표, 자세정보 등을 실시간으로 측정하며 제어부는 드론의 두뇌로 센서부를 통해 수집된 데이터와 무선통신 명령

### 드론의 종류



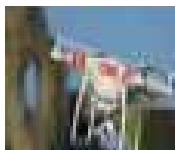
군사용 드론 18세기



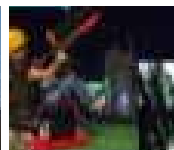
군사용 드론 19세기



군사용 드론 20세기



방송촬영 드론



오락용 드론



택시 드론



드론의 높은 확장성에는 이와 같은 IT 기술의 발전이 뒷받침되고 있는데 자율비행 요소 중 하나인 호버링(hovering)이 대표적인 예다. 호버링이란 드론의 제자리 정지 비행을 말한다. 이를 위해서는 드론의 양력과 추력, 항력과 무게가 동일 방향으로 작용하고, 양력과 추력의 합은 무게와 항력의 합과 같도록 제어해야 한다. 불과 몇 년 전까지만 해도 이러한 제어는 일반인이 쉽게 접할 수 없었지만 최근 드론 제품에는 대부분 기본적인 옵션으로 제공된다.

## II. 드론의 활용

### 드론, 무한한 확장성

드론이 각광 받는 데는 다양한 이유가 있겠지만 엄청난 확장성이 가장 대표적이라고 말할 수 있다. 당초 목적이었던 군사용은 이미 첨단화로 도약하였으며, 미국의 Global Hawk는 현존 최고 성능을 자랑하는 모델이다. 이 모델은 최대 20km에서 35시간 동안 운용 가능하며 지상 30cm의 물체를 식별할 수 있는 전락무기로 평가받고 있다. 군사적 목적 이외에도 문화·여행·운송·오락·통신 등 다양한 분야로 활용 범위가 확장되면서 산업 전반에 걸쳐 하늘의 시대가 열리고 있다. 문화 분야에서는 언론사, 예능프로그램, 다큐멘터리 등 영상제작에 활용되고 있다. 기존 촬영 방식의 지리적인 한계, 안전상 제약을 극복할 뿐 아니라 저렴한 촬영 비용을 이유로 스포츠 중계부터 재해 현장 촬영, 탐사보도까지 활발히 활용되고 있다.

특히, 국내의 경우 예능에서 그 활용가치가 높게 평가되고 있다. 이미 '박 2일', '꽃보다 할배', '삼시세끼', '몽쳐야 뜬다' 등 다양한 프로그램에서 자연 경관 촬영 등을 위해 활용되었다. Travel By Drone은 웹사이트(<http://travelbydrone.com>)를 통해 유명 관광지들 드론으로 촬영한 영상을 클라우드 소싱 방식을 통해 제공하고 있다. 이를 이용하면 세계 유명관광지

신호를 기반으로 프로펠러 액추에이터를 제어한다. 액추에이터는 프로펠러를 회전시키는 동력원으로 효율적이고 가벼운 브러쉬리스(brushless) 모터를 주로 사용한다. 통신부는 원격조종기 및 지상관제와 데이터 송수신을 수행하는데 PPM방식의 2.4Ghz 대역을 주로 사용한다. 배터리를 포함한 전원부는 드론의 체공시간을 결정하는 중요한 인자로 다른 구성요소 동작을 위한 전원을 제공한다.

드론의 동작은 항공기와 유사하며 요우(yaw), 피치(pitch), 롤(roll)의 3축 운동으로 표현된다. 요우는 드론의 수평회전, 피치는 전후 이동, 롤은 좌우 이동을 의미한다. 스로틀은 추진력으로 기체의 상승하강을 의미한다. 드론 3축 자세 측정은 인체의 반고리관 평형 감각과 같은 기능을 수행한다. 이 부분을 자이로 센서(gyroscope sensor)와 가속도 센서(accelerometer sensor)가 대신하고 있으며 초고밀도 집적회로로 관성 측정장치(inertial measurement unit, IMU)에 포함돼 있다.







Amazon, Prime air



DHL, Parcelcopter



Crocs, drone delivery



CJ drone

뿐만 아니라 지금까지 방문이 불가능했던 곳까지 가상의 비행경험이 가능하다. 여권 없는 여행인 셈이다. 또한 드론과 증강·가상현실 기술의 결합을 통해 다이내믹한 체감형 게임도 제공되고 있다. 이스라엘에서 개최된 과학 박람회 ‘Geekcon’에서 클래식 아케이드 게임 ‘스페이스 인베이더(Space Invaders)’를 현실에 재현한 것이 바로 그 예다.

### 무인 택배를 시작으로, 유통 개혁

드론 기술은 유통에 활용되면서 급격히 이슈화되고 있다. 물류 유통 분야는 아마존 및 알리바바, DHL 등의 글로벌 기업에서 드론 기반 무인 택배 시스템 서비스를 선보이고 있다. 특히, 프라임 에어(Prime Air)는 아마존 판매 제품의 85%의 운송이 가능한 드론이며 오스트레일리아에서 소규모 화물배송에도 성공하였다. 프라임 에어뿐 아니다. 도미노 피자는 뉴질랜드의 오클랜드에서 드론을 이용한 피자배달 테스트를 성공적으로 수행하였으며 배달 지역을 지속적으로 확대할 예정이라고 밝혔다.

또 최대 전자상거래 업체인 알리바바는 드론 택배 시범 서비스를 통해 베이징과 상하이 등에 거주하는 고객 450명에게 안전하게 상품을 배달했다. 또 중국의 징둥(京東), 타오바오 등의 회사에서 교통이 불편한 오지까지 소화물을 500회 이상 배송했다. 식품뿐 아니라 의약품 수송에도 드론이 활용되고 있는데, 세계적인 운송회사인 DHL은 드론으로 북해의 위스트 섬에 의약품 소포 배달에 성공하였으며 2014년 9월부터 육지에서 12km 떨어진 독일의 한 섬에 의약품과 긴급구호물품을 전달하고 있다. 르완다 정부에서는

2016년 10월 미국의 스타트업 집라인(Zipline)과 함께 응급혈액 및 약품 수송 서비스를 개시하고 대폭적인 규제 완화 및 법규 신설 등 전폭적인 지원을 추진하고 있다. 장거리 배송 외에도 다양한 드론 배송이 선보였는데, 한 예로 도쿄 코록스 매장에서는 고객이 스크린으로 신발 색깔과 사이즈를 고르면 드론이 해당 신발을 찾아오는 서비스를 제공하기도 했다.

### III. 드론과 식품산업

드론은 급격하게 확산되고 있으며, 물류유통 중심의 비즈니스 모델 개발, 상용화가 꾸준히 시도되고 있다. 드론 배송의 선두주자인 아마존에서 항공수송센터(Airborne Fulfillment Center)에 대한 특허를 등록하고, 월마트(Wal-Mart) 물류 재고관리에 드론을 도입하겠다고 하는 등 꾸준한 관심을 보이고 있다. 또한 중국 2위 전자상거래업체인 징둥닷컴은 오지 마을에서 원거리의 도시 시장까지 과일, 채소 공급에 드론을 활용할 계획이라고 밝혔다. 이 같은 사례를 보면 드론 유통 시대의 도래가 얼마 남지 않았음을 알 수 있다. 식품은 생산 후 어떠한 경로로 유통되어 소비자에게 도달하는가에 따라 품질과 가치의 차이가 크다. 이러한 식품의 특성상 유통 과정에서 공간 제약이 적고, 신속하고 즉각적인 배송이 가능한 드론은 식품산업의 혁신을 가져다 줄 수 있을 것이다. 4차 산업혁명이 눈앞에 있는 지금 사물인터넷(IoT), 빅데이터, 인공지능 등의 기술과 함께 ‘식품산업 속 드론’의 청사진을 준비하여 미래에 대비해야 한다. 📍

# 한미 FTA 논란, 재점화, 우리 식품산업에 미치는 영향은?

2011년 우여곡절 끝에 발효된 한미 FTA가 다시 회오리에 휘말릴 조짐을 보이고 있다. 회오리의 시작점에는 2016년 말 미국 대통령 선거에서 당초 예상을 깨고 당선된 트럼프 대통령이 있다. 트럼프 대통령은 제조업 쇠퇴 지역인 5대호 인근 '러스트 벨트(rust belt)', 그리고 중산층에서 밀려났거나 외국인 이민자 등으로 직장을 잃은 저소득 백인 계층인 '성난 백인(angry white)'들의 지지를 입고 당선된 것으로 알려져 있다. 이들 계층은 외국과의 교역 확대로 거주 지역이 쇠퇴하고 직장에서 쫓겨났다는 생각을 가지고 있는 사람들이다. 당연히 관세 인하를 유도해 교역을 확대하려는 자유무역협정(FTA)에 반대하는 입장을 갖고 있다. 러스트 벨트와 성난 백인의 지지를 입어 당선된 트럼프 대통령은 이들이 직면한 상황에 눈 감을 수 없을 것이다. 어떤 방식으로든 이들의 상황이나 주장이 담긴 정책을 시행해야 한다는 의미다. 그런 노력의 결과물로 나타난 것이 바로 TPP 탈퇴와 NAFTA 재협상 카드이다. 물론, 한미 FTA 재협상 카드도 일련의 연장선상에서 나왔다고 할 수 있다.



## 다시 시작된 한미 FTA 재협상

트럼프 대통령은 지난 6월 30일 한미 FTA의 재협상을 일방적으로 선언하고, 7월 12일에 우리 측에 한미 FTA 재협상을 위한 공동위원회 개최를 공식 요구해왔다. 이에 따라 8월 22일 제1차 공동위원회가 열렸고, 양국은 한미 FTA를 개정하는 협상을 시작하기로 정식 합의했다. 현재까지 두 차례에 걸쳐 공동위원회가 개최되었는데 본격적인 협정 개정을 위한 협의는 내년쯤부터 시작될 것이라는 게 대체적인 전망이다. 이번 재협상이 미국 측의 요구로 시작됐고, 미국의 이익이 이전보다 늘어나는 방향으로 협상을 진행해 나갈 것이 분명하기 때문에, 식품업계를 비롯한 관련

업계들이 협상의 진행과정 및 내용에 촉각을 곤두세우고 있다.

그동안 식품분야는 농산물 시장을 중심으로 미국 측 이익 증가에 상당한 기여를 해왔다. 곡물은 한미 FTA 발효 이전부터 수입을 많이 했고, 한미 FTA 발효 이후에는 쇠고기와 오렌지, 체리 등 미국산 농축산물 수입이 크게 늘었다. 우리나라는 한미 FTA 이전부터 전통적으로 미국 농축산물을 가장 많이 수입하는 국가 중 하나였다. 국내에 수입되는 곡물의 절대량이 미국산이고, 소고기 또한 국내 수입 소고기 시장에서 50%에 가까운 점유율을 차지하며 수년째 1위를 달리고 있다. 이번 재협상을 통해 미국 측이 식

품분야에 큰 기대를 걸지 않아도 될 만큼 우리나라는 이미 미국산 농축산물을 많이 수입하고 있다. 자칫 일이 잘못돼 한미 FTA가 폐지되기라도 하면 우리보다는 미국 측 손실이 더 큰 분야가 바로 농축산물이다. 실제 지난해 농축산물 무역수지를 보면, 미국으로부터의 수입액은 71.8억 달러로 우리나라가 미국으로 수출한 7.2억 달러보다 거의 10배 가까이 많다.

### 미국 내 상황으로 본 FTA 전망

이러한 상황은 미국 내 관련 업계의 입장에도 그대로 드러난다. 트럼프 대통령의 한미 FTA 폐기 가능성 언급이 나온 직후, 미국 농축산업을 대표하는 단체의 하나인 미국축산협회는 미국상공회의와 전미제조자협회 등과 함께 회원들이나 관련 업체들에게 메시지를 보내 한미 FTA가 폐지되지 않도록 하는 데 힘을 보태달라고 요청했다. 대통령의 한미 FTA 재협상 방침에 반대 입장을 나타낸 것이다. 이것은 미국 축산업이 한국과의 FTA 체결로 이미 상당한 혜택을 보고 있다는 것과 동시에, 이번 재협상을 통해 축산 부문이 추가로 얻을 수 있는 혜택이 크지 않을 수 있음을 의미하는 것이다. 트럼프 대통령도 한미 FTA 재협상을 주문하면서, 철강, 자동차, 정보통신(IT) 분야의 무역적자가 심각해 이를 재조정할 필요가 있음을 강조했다. 트럼프 대통령이 이번 재협상을 통해 얻고

자 하는 것이 바로 철강, 자동차, 정보통신 부문에서의 무역 역조라는 뜻이다. 두 차례 있었던 공동위원회에서도 미국 측은 미국산 수입 자동차에 대한 안전 및 환경 규제 장벽, 미국산 제품에 대한 까다로운 원산지 검증, 엄격한 반독점 및 경쟁 관련 법률문제 등을 관심 이슈로 제기했다.


이런 이유로 이번 한미 FTA 재협상으로 식품 부문이 받을 영향은 크지 않을 것이라는 게 대체적인 전망이다. 하지만 모든 국제협상에서는 명분이 중요한 역할을 한다. 어떤 형태로든 협상에서 가시적인 성과를 내야 한다는 의미다. 재협상을 통해 얻을 수 있는 실제 효과가 얼마나 큰 지도 중요하지만 가시적으로 보이는 양적 성과도 중요하다. 이런 측면에서 식품분야도 이번 재협상 과정에서 완전히 예외가 될 수는 없다. 협상에서의 보여주기식 실적을 위해 농식품 분야에 대해서도 우리 측의 양보를 요구할 가능성이 높기 때문이다.

### 한미 FTA 재협상 식품 부문 대응 전략

식품 부문은 농축산물인 1차산업과 가공식품인 2차산업으로 구분해 살펴볼 수 있다. 먼저 미국측이 요구하는 가시적인 성과를 농식품 부문에 한정해본다면, 1차산업인 농축산업에서의 추가 개방 요구로 이어질 가능성이 높다. 하지만 농축산업은 제조업 등







의 다른 분야에서의 추가 양보를 유도해내기 위한 협상의 지렛대로 이용될 가능성도 배제할 수 없다. 우리나라에게 농축산업은 추가로 양보하기 어려운 부문이자 가장 취약한 부문의 하나이기 때문이다. 우리나라 정부도 이런 사실을 잘 알고 농축산업 부문에서의 추가 양보는 어렵다는 입장을 가지고 있다. 곡물은 이미 충분히 수입되고 있고, 소고기 역시 수입이 크게 늘어나 추가 개방의 필요성이 크지 않다는 입장이다. 특히, 쌀은 우리 정부에게는 더 이상 물러설 수 없는 일종의 마지노선으로도 인식되고 있다. 우리나라 국민 감정 문제도 있지만, 실질적으로도 쌀이 남아도는 상황에서 추가로 수입을 하게 되면 국내 쌀 시장은 상당히 어려운 상황에 놓일 수밖에 없기 때문이다.

하지만 국가 간 협상에서 한쪽의 절박한 사정은 종종 다른 쪽의 협상력을 높여주는 역할을 하기도 한다. 우리 정부의 취약점이 드러날수록 미국 측의 주장은 강해질 수밖에 없다. 농축산물 부문에서의 추가 개방이 어렵다는 우리 정부의 입장을 활용하면, 미국 측은 제조업 등 다른 부문에서의 양보를 쉽게 얻어낼 수 있다. 따라서 우리 정부 협상단은 미국 측의 의도를 정확히 꿰뚫어보는 것이 중요하다. 실질적인 시장 개방을 요구하는 것인지 아니면 지렛대로만 이용되는지 등에 따라 우리 정부의 협상 대응 전략도 달라져야 하기 때문이다. 실질적인 개방 요구를 해온다면 그에 대한 품목별 세분화된 대응 전략을 짜야 하겠지만, 지렛대 역할에 그친다면 제조업에서의 양보를 바탕으로 농축산업에서의 개방 정

도를 대폭 줄일 수도 있다. 실질적인 추가 개방을 요구하는 경우이든, 혹은 다른 부문의 추가 양보를 위한 수단으로 이용되는 경우이든, 농축산물은 이번 재협상 과정에서도 논란의 중심에서 벗어나기 어려울 것으로 보인다.

가공식품 부문은 이번에도 논란의 핵심에서 비켜나 있을 것으로 예상된다. 가공식품 부문 역시 수출보다는 수입이 많은 분야이다. 그리고 미국 측이 특별히 관심을 갖고 있는 분야도 아니다. 가공식품 부문은 완제품의 수출이나 수입보다는 원자재가 되는 원료 농산물의 교역이 더 중요한 시장이다. 실제로 우리나라 가공식품은 미국이 주력하는 시장도 아니며, 수출 규모도 일본이나 중국 시장에 비해 상대적으로 크지 않다. 미국산 소스류, 코코아조제품, 과일주스 등이 수입되고 있지만 전체 시장에서 차지하는 비중은 크지 않으며, 우리나라산 라면이나 쿠키류 등이 미국에 수출되고 있지만 미국 전체 식품시장에서의 비중은 미미한 수준이다. 따라서 이번 한미 FTA 재협상이 어떻게 결론이 나든 가공식품 부문이 받을 영향은 크지 않을 것으로 전망된다.

### 앞으로의 과제

대신, 농식품 부문은 이번 한미 FTA 재협상을 통해 그동안 미뤄왔던 각종 투자를 재개하고 국내 식품산업의 체질을 개선하는 기회로 활용할 필요가 있다. 내수와 수출 두 가지로 나눠 생각해볼 수 있는데, 먼저 내수 식품시장에서의 경쟁력을 강화할 수 있는 방안의 하나로 국내 농축산물

과 가공식품업계 사이의 연계고리를 강화하는 방안을 찾아야 한다. 국내 농산물 가격은 일반적으로 가공식품의 원재료로 이용되기에는 높은 경향이 있다. 비싼 원재료를 이용해 가공식품을 제조하면 가격경쟁력을 가지기 어렵다. 그렇다고 저렴한 외국 농산물만 수입해 가공 판매하면 국내 농축산업의 어려움을 방치하는 꼴이 된다. 따라서 국내 농축산업을 살리고 가공식품 업계와의 연계를 강화하는 방안의 하나로, 국내 농축산물을 활용한 고가의 고급·고품질 상품 개발을 서둘러야 한다. 모 과자업체가 국내산 감자를 이용해 감자칩을 개발한 것이 대표적인 사례라고 할 수 있다. 이를 위해서는 단순한 가공식품 기술 외에 정교한 마케팅 기술이나 시장 공략 기술 등도 병행되어야 한다.

국내 가공식품 부문의 체질 개선도 적극적으로 추진되어야 한다. 한때 네덜란드형 식품 수출모델을 만들겠다는 포부로 국가 차원에서 추진되던 식품클러스터 조성 계획도 추진 동력이 많이 약화된 상태이고, 식품업계도 신제품 개발에 집중하기보다는 복고형

제품을 내놓는 데 치중하고 있다. 미국과의 FTA가 발효될 당시 제시됐던 각종 투자계획을 면밀하게 검토한 후 다시 실행에 옮겨야 한다. 식품업계도 사람들에게 익숙한 상품만 팔겠다는 생각에서 벗어나 새로운 개념의 식품, 새로운 가공 및 포장 기술, 새로운 시장 공략 전략 개발 등에 적극 나서야 한다. 끊임없는 연구와 개발만이 식품업계가 살 수 있는 길이다.

이번 한미 FTA 재협상은 우리 식품산업이 잠깐 풀었던 허리띠를 다시 조여매는 기회가 되어야 한다. 재협상의 결과가 어떻게 나오든, 한 가지 분명한 것은 이번 재협상 이후 농식품 부문의 경쟁이 이전보다 치열해질 것이라는 점이다. 이번 재협상을 계기로 침체에 빠져있는 국내 식품업계가 다시 한 번 도약할 수 있는 기회가 되기를 기대해본다. ①



# 한국야쿠르트, 홀몸노인을 위한 365일간의 사랑

한국야쿠르트의 '홀몸노인 돌봄 활동'은 전국적 네트워크를 기반으로 하는 사내 봉사단체와 야쿠르트 아줌마를 통해 이루어진다. 건강에 이상이 있는 노인을 주민센터나 119에 알려 적절한 치료를 받게 하거나 물품 지급, 주거 환경 개선 등 생활 편의를 제공하며 홀몸노인을 케어한다. 한국야쿠르트가 홀몸노인 돌봄활동의 대표적 기업으로 자리매김하기까지는 회사, 사내 봉사단체, 야쿠르트 아줌마 모두의 노력이 뒷받침되었다. 지난 1994년 서울 광진구 청과의 협약을 통해 1,104명으로 시작한 홀몸노인 돌봄활동은 회사의 사회공헌 사업에 대한 적극적인 투자를 바탕으로 수혜대상이 3만 명까지 증가했다. 소외 받는 이웃에 도움이 되고자 20년 만에 30배 가까이 수혜 대상을 확대한 것이다. 올해도 홀몸노인 돌봄활동에 기부금 9억 원을 편성해 기업의 사회공헌 역량을 홀몸노인 관리에 더욱 집중하고 실질적인 지원의 폭을 넓혀나갈 계획이다.

## Since 1975 - 사랑의 손길펴기회

'사랑의 손길펴기회'는 한국야쿠르트 전 구성원으로 조직된 사회공헌활동 봉사단체이다.

1975년 결성된 '사랑의 손길펴기회'는 전 구성원들이 급여 1%를 봉사기금으로 적립하며 매달 다양한 봉사

활동을 전개하고 있다. 40년 넘게 지역의 구석구석을 돌보며 복지 사각지대 해소에 앞장서고 있는 이 단체는 지역사회를 기반으로 홀몸노인에게 꼭 필요한 사회공헌활동을 펼친다는 점에서 높은 평가를 받고 있다. '사랑의 손길펴기회'는 매년 설마다 홀몸노인 가정







건강약속 3.3.3

이나 복지관 등을 방문하여 떡국을 제공하는 행사를 갖는다. 추석에는 송편과 한과를 나누어 먹으며 명절의 외로움을 함께 달랜다. 복지관 및 지역단체와의 협업을 통해 생필품 지급, 노후주택 개선 등 노인들의

생활 환경을 향상시키는 물론, 나들이 동행, 영화관람 등의 문화활동을 지원해 삶의 만족도를 증가시키기 위한 노력도 병행하고 있다.

2014년부터는 사회복지법인 '나눔의 집'과 협약을 맺고 위안부 피해자 할머니들의 생활안정과 건강증진을 위해 힘을 보태고 있다. 올해에는 인천 보훈지청 6.25 참전용사와 임진각에 나들이를 하는 등 다양한 방면에서 활동의 폭을 넓혀가고 있다.

### 시민참여형 사회공헌활동 - 기부하는 건강계단, 건강약속 3.3.3

걷기만 해도 어려운 이웃을 도울 수 있는 이색적인 사회공헌활동도 진행 중이다. 생활 속에서 누구나 손쉽게 참여할 수 있도록 기부 문화 조성에 힘쓰고 있는 것이다. 한국아쿠르트의 손꼽히는 시민 참여형 사회공헌활동은 '기부하는 건강계단'과 '건강약속 3.3.3'이 있다. '기부하는 건강계단'은 한국아쿠르트가 2014년 서울시민청에 최초로 조성했다. 다채로운 가야금 소리가 울리는 계단을 오를 때마다 이용자당 10원의





기부하는 건강계단

기부금이 적립된다. 한국야쿠르트는 바쁜 현대인들 생활 속 건강 습관을 장려하기 위해 이용자 수만큼 후원금을 지원한다.

시민청 '기부하는 건강계단' 설치 이후 시민의 성원에 힘입어 계단 이용자가 급증하자, 2015년 서울 고속터미널역에 2호 건강계단을 추가 설치했다. 현재는 여러 기관과 기업에서 후원에 나서 서울 16개 지역에서 운영 중이다. '건강약속 3.3.3'은 한국야쿠르트가 시민의 비만 예방을 돕고자 2013년에 시작했다. 한국야쿠르트가 후원한 첫해에만 5,812명의 시민이 참여해 총 9,580kg를 감량했다. 2015년부터는 한국인 주요 사망원인 중 하나인 심뇌혈관질환을 예방하기 위한 서울시민 건강약속 3.3.3으로 발전시켜 운영하고 있다. 이 프로젝트를 통해 시민걸음으로 쌓은 걸음 수가 어플리케이션 '워크온'에 적립되고 적립된 마일리지는 한국야쿠르트 측에서 기부금을 조성한다. 시민 참여형 사회공헌활동 '기부하는 건강계단'과 '건강약속

3.3.3'으로 마련된 기부금은 주로 복지 사각지대에 놓인 홀몸노인을 위해 사용된다. 거동이 불편하거나 사람의 왕래가 없어 위급한 상황에 놓이기 쉬운 홀몸노인에게 야쿠르트 아줌마가 매일 발효유를 전달하며 건강 지킴이 역할을 맡는다. 시민의 건강한 발걸음이 이웃을 위한 나눔의 손길로 이어지는 것. '기부하는 건강계단'과 '건강약속 3.3.3' 덕분에 연간 300여 명의 홀몸노인이 지원을 받고 있다.

#### Since 1994 - 홀몸노인 돌봄활동

전국 1만 3천 명의 야쿠르트 아줌마가 매일 홀몸노인 가정을 방문해 안부를 확인하면서 홀몸노인 고독사 예방을 위한 촘촘한 사회 안전망을 구축하고 있다. 서울 양천구의 양미숙(48)씨는 지난해 10월 홀몸노인 가정을 방문하던 중, 화장실에 쓰러져 있는 할머니를 발견하고 곧바로 119에 신고해 무사히 완쾌하는 데 도움을 줬다. 기경숙(59)씨는 15년째 경



나눔의 집

홀몸노인 돌봄활동

기도 광주에 위치한 송정노인정에서 밥 짓는 봉사를 한다. 어르신들의 건강관리를 위해 유제품도 꼬박 챙겨드리며 건강관리에도 힘쓰고 있다. 서초구의 임은순(52)씨는 지난 12월 홀몸노인에게 전달한 제품이 방치되는 것을 보고 119에 신고해 고독사를 발견했다. 고양시의 김영숙(53)씨는 최근 홀몸노인 고독사를 조기에 발견해 담당 지자체로부터 표창장을 받기도 했다.

사례가 잇따르자 홀몸노인 돌봄 시스템을 활용하기 위한 지자체의 리브콜이 쉼도하고 있다. 한정된 사회복지사나 자원봉사자의 인력으로는 홀몸노인을 돌보는데 한계가 따를 뿐 아니라 지역 내 홀몸노인의 일거수일투족을 야쿠르트 아줌마보다 잘 아는 사람이 흔치 않기 때문이다.

지난해부터 올해까지 용산구청, 구리시 보건소, 수원 장안구청 등 시/군/구 단위와의 업무 협약뿐 아니라 일산 2동, 부산 반여동 등 소규모 업무 협약이 줄

지어 이뤄졌다. 김현미 독거노인종합지원센터 부센터장은 “야쿠르트 아줌마는 매일 홀몸어르신들을 방문하고 살펴줌으로써 고독사 예방에 큰 도움이 되고 있다”며, “홀몸노인 지원을 위해 고심하고 있는 지자체가 활용하기에 가장 좋은 조직의 예”라고 말했다. 한국야쿠르트는 보다 조직적이고 체계적인 사회공헌 활동을 추진하기 위해 올해 초 ‘한국야쿠르트 사회복지재단’을 설립했다. ‘한국야쿠르트 사회복지재단’ 설립 이후 전국 3,300여 명의 홀몸노인 돌봄사업 대상자를 추가로 선정했으며, 홀몸노인 중 일부는 전국의 야쿠르트 아줌마가 평소 도움이 필요하다고 생각한 어르신을 직접 발굴하는 등 현장의 의견을 적극적으로 반영했다. 고정완 한국야쿠르트 대표이사는 “한국야쿠르트는 어려운 이웃과 사랑을 나누는 봉사활동을 꾸준히 펼쳐왔다”며, “더불어 함께하는 사회공헌활동을 통해 국민과 함께하는 기업으로 계속해서 성장해나갈 것”이라고 말했다. ④



# KFIA News

## 협회, 「2017 식품산업 최고경영자 세미나」 개최

– 10월 13일~10월 17일까지 라오스 비엔티안에서 진행 –



한국식품산업협회는 10월 13일(금)부터 10월 17일(화)까지 3박 5일 일정으로 라오스 비엔티안에서 「2017 식품산업 최고경영자 세미나」를 개최했다.

식품산업 최고경영자 세미나는 국내 식품업계의 다양한 해외 투자진출 기회를 도모하고, 글로벌 경영운영 등의 전략모색을 위해 매년 개최되고 있다. 이번 「2017 식품산업 최고경영자 세미나」는 'ASEN 시장 속 라오스를 보다', '라오스 식품 시장의 특징', '라오스 경제 현황 및 전망' 등의 주제로 열렸다. 한국무역협회, 코라오그룹 등 각 분야의 전문가들이 동남아시아 교동의 요충지로 평가받고 있는 라오스의 경제 및 식품산업을 이해하고, 향후 우리나라 식품산업이 나아가야 할 방향을 제시했다.

또한 라오스의 삼성이라고 불리는 라오스 국민기업인 코라오그룹을 방문하여 현지 기업 성공사례를 듣고 다양한 질의응답을 하였으며, 라오스 백화점, 마트, 편의점 등 한국 식품을 판매하고 있는 유통점들을 방문하여 현지 시장 조사도 진행했다.

한국식품산업협회 이창환 회장은 "이번 식품산업 최고경영자 세미나를 통해서 동남아시아 식품산업의 이해를 돕고 향후 국내 식품업계가 동남아시아 식품 시장을 개척하는데 있어서 많은 정보를 얻는 기회가 되었기를 바란다"고 말했다.

## 회원사 동정

### 대상(주) '2017 사랑나눔 바자회' 진행



대상은 지난 10월 27일 대상 신설동 본사 주차장에서 '2017 대상그룹 사랑나눔 바자회'를 진행했다.

'사랑나눔 바자회'는 대상그룹이 임직원 기부문화 확산과 지역 공동체에 기여하기 위한 취지로 기획한 행사로, 2006년부터 개최해 올해 12회를 맞는다. 대상그룹은 '사랑나눔 바자회'를 통해 해마다 소비자가 기준 평균 10억 원 상당의 수익금과 제품을 한국산림복지진흥원과 전국 푸드뱅크에 기부해왔다. 지난해까지 누적 금액은 113억 원에 달한다.

이번 신설동 바자회에서는 청정원, 종가집, 대상웰라이프, 초록마을, 복음자리 등 대상그룹 식품 브랜드 제품 총 223개 품목을 정상가보다 최대 80% 할인해 판매했다.

이날 행사에는 한국산림복지진흥원 윤영균 원장, 전국푸드뱅크사업단 김수삼 단장이 참석해 기부금 및 물품 전달식을 가졌으며, 200여 명의 청정원 임직원봉사단과 주부봉사단, 대상문화재단의 장학생이 함께 참여했다.

### (주)동원F&B 어린이 건강기능식품 전문 브랜드 '키누' 론칭



동원F&B가 어린이 건강기능식품 전문 브랜드 '키누'를 론칭했다. '키누(Kinu)'는 '어린이를 위한 영양소(Kids Nutrition)'라는 의미가 담겨있으며, 사탕, 과자, 젤리 등의 형태에 단맛, 과일맛 등을 더해 어린이들이 거부감 없이 섭취할 수 있는 어린이 건강기능식품 전문 브랜드다. 또한 인기 애니메이션 캐릭터 '핑크퐁'을 제품 패키지에 그려 넣는 등 아이들이 제품을 더욱 친숙하게 느낄 수 있도록 할 예정이다.

동원F&B는 '키누' 브랜드의 첫 번째 제품으로 '키누 핑크퐁 추어블 멀티비타민'을 출시했다. 성장기 어린이를 위해 각종 비타민 등 12가지 필수 영양소를 담은 제품이다. 에너지 생성에 필수적인 비타민B군, 눈 건강을 위한 비타민A, 뼈 성장에 도움을 주는 비타민D, 항산화에 도움을 주는 비타민C, 비타민E, 아연 등이 풍부하다. 또한 스피루리나 추출물과 과일야채 추출물을 부원료로 더했다. '키누 핑크퐁 추어블 멀티비타민'은 씹어먹는 젤리 형태여서 캡슐을 삼키는 것이 어려운 아이들도 쉽게 섭취할 수 있으며, 사과, 오렌지, 라즈베리 등 3가지 과일 맛을 더해 맛있게 먹을 수 있다.

## 회원사 동정

### (주)롯데제과

#### 11월 11일 빼빼로데이 기획제품 17종 출시



롯데제과는 빼빼로데이의 의미를 살린 기획 제품 17종을 선보였다. 특히 올해 빼빼로 데이는 우정과 의리를 강조하고 있어 관심이 집중되고 있다.

올해 기획 제품 17종은 케이스에 편지 글을 써서 전달할 수 있도록 별도의 공간을 만들고, 글을 쓰는 부분에는 해시태그 심볼을 표시하여 인스타그램의 느낌이 들도록 설계했다. 이들 17종은 '대형 빼빼로', '실속형 빼빼로', '캐릭터 빼빼로', '롱형 빼빼로' 등 네 가지 타입으로 만들어져 소비자의 선택 폭을 넓혔다. '대형 빼빼로'는 초코 빼빼로, 아몬드 빼빼로 등 메인 제품을 대형 케이스에 담아 선보였다. '실속형 빼빼로'는 10대들을 위한 제품으로 크기를 콤팩트 사이즈로 설계하고 포장에 크로바, 별, 리본 등을 디자인 해, 귀엽고 참신한 느낌이 들도록 했다. '캐릭터 빼빼로'는 인기 캐릭터인 리락쿠마를 콘셉트로 디자인 해 친근감이 들도록 설계했다. 또 '롱형 빼빼로'는 빼빼로 데이 때만 맛볼 수 있는 전병 형태의 빼빼로가 들어 있다.

### (주)스타벅스코리아

#### 당신의 일상을 물들이다 '2018 스타벅스 플래너'



스타벅스커피 코리아가 글로벌 색채 전문기업 팬톤(PANTONE)과 협업한 2018년도 플래너를 오는 11월 27일 선보인다. 이번 플래너는 '스타벅스와 함께하는 다채로운 일상 (Color Your Life in Starbucks)'을 주제로, 일상 속에서 발견하는 자연의 아름다움에서 영감을 받아 5가지 색상으로 제작됐다.

스타벅스와 팬톤이 고객의 일상을 물들일 색채로 선정한 다섯 가지는 따사로운 아침 햇빛을 담은 '멜로우 샤인', 흐드러진 꽃잎을 표현한 '블루밍 페탈', 상쾌한 오후 몽게구름 같은 '미스틱 클라우드', 로맨틱한 노을을 연상시키는 '선셋 블러쉬', 한밤 중 울려다 본 짙은 밤하늘을 담은 '미드나잇 스카이'로, 일상 속 소중한 순간들을 포착해 플래너 색상으로 재현했다.

새롭게 선보이는 2018 스타벅스 플래너 기획을 담당한 스타벅스 마케팅팀 전병재 파트너는 "지난 14년간 지켜온 스타벅스 플래너의 전통을 이어가는 가운데, 일상 속에서 발견하는 아름다움을 효과적으로 전달하고자 팬톤과의 협업을 진행했다. 2018 스타벅스 플래너와 함께 삶이 더욱 다채로운 색상으로 물들길 기대한다."고 기획의도를 전했다.



**(주)한국아쿠르트**  
**쿠퍼스 프리미엄C 출시**



한국아쿠르트가 지난 11월 6일 '쿠퍼스 프리미엄C'를 출시했다. 이 제품은 한국에 들어있는 모나콜린 K 5mg을 함유해 혈중 콜레스테롤 개선에 도움을 줄 수 있는 건강기능식품이다. 한국은 식약처에서 인정한 기능성 원료이며, 부원료로는 은행잎 추출물이 들어갔다.

신제품은 기존 '쿠퍼스 프리미엄'과 마찬가지로 이중 복합제형으로, 알콜성 손상으로부터 간을 보호하는 데 도움을 줄 수 있는 헛개나무 추출분말 2,460mg을 액상으로 만들어 한 병에 두 가지 기능을 담았다. 이번 신제품 출시로 기존 쿠퍼스 프리미엄은 '쿠퍼스 프리미엄'로 제품명이 바뀌었다.

김동주 한국아쿠르트 마케팅 이사는 "쿠퍼스 프리미엄C는 간 건강에 콜레스테롤 건강까지 복합 기능성을 목적으로 한 제품"이라며 "콜레스테롤은 평소 적절한 예방과 관리가 중요하므로 꾸준히 관심을 갖는 것이 좋다"고 말했다.

**(주)한국인삼공사**  
**'국가표준화 대상'국무총리 표창 수상**

KGC인삼공사는 산업통상자원부 국가기술표준원이 주최하고, 한국표준협회가 주관하는 국가표준화 대상에서 국무총리 표창을 수상했다.

올해로 18회째를 맞이하는 국가표준화 대상은 국가표준화를 통해 국가 경쟁력 강화에 크게 기여한 공로자와 단체를 표창하고 격려하는 국내 최고의 전통과 권위를 지닌 국가표준 진흥 행사다.

KGC인삼공사는 국제표준화기구 ISO에 홍삼제조공정을 국제 표준으로 등록해 홍삼의 세계화와 표준화에 앞장선 점, 품질경영시스템 등 6개 분야 190여 항목에 대해 국제공인시험기관(KOLAS)으로 인정받아 국제적 분석신뢰도를 확보하고 품질안전성을 강화한 점을 높이 평가받았다.

또한 한국인삼사포넌데이터센터를 구축해 국가인삼산업 육성을 위한 기반 자료를 확보하고, 철저한 사내 표준관리를 통해 정관장 제품에 대한 안전성 및 신뢰도를 강화한 점 등을 인정받아 국무총리 표창의 영예를 안았다.



# 좋은식품 이야기



한국식품산업협회는 식품산업의 발전과 식품위생의 향상을 도모하고, 식품업체 상호간의 이익과 국민보건 증진을 위하여 노력하고 있습니다.