

보도일시 (인터넷) 2024. 1. 25.(목) 11:00,
(지면) 2024. 1. 26.(금) 조간

배포 2024. 1. 25.(목) 06:00

김·굴·전복·넙치, 더 많이 자주 먹는 양식수산물로 키운다

- 해양수산부, 양식수산물 핵심 품종(김, 굴, 전복, 넙치) 육성방안 수립

해양수산부(장관 강도형)는 국내 대표 양식수산물인 김, 굴, 전복, 넙치의 소비량과 수출 증대에 초점을 두고 생산부터 유통·수출까지 전 주기를 지원하는 「양식수산물 핵심 품목 전주기 육성방안」을 수립하여 발표하였다.

해양수산부는 양식수산물을 둘러싼 대외환경 변화에 발 빠르게 대응하기 위해 생산·소비기반을 갖춘 김, 굴, 전복, 넙치를 4대 핵심 품목으로 선정하고, 이 품목들이 세계시장 경쟁력을 갖추 수 있도록 품목별로 구체적인 육성방안을 마련하여 전방위적으로 지원할 계획이다.

▲ 김: 세계시장 1위(수출액 7.9억 불) 강점 살려 국제 표준 선도

우리나라 김 제품 규격안이 국제표준 규격으로 인정*받도록 외교적 노력을 강화해 우리나라 기준보다 과도하게 높은 요오드 및 카드뮴 기준 등 수출국의 불합리한 비관세장벽을 완화시켜 나간다. 또한, 김 육상생산 기술을 개발하여 고·저수온, 해역오염 등으로부터 안전한 김 생산기반도 구축하는 등 다각적인 지원으로 2030년까지 김 수출 10억 불 돌파를 달성할 수 있도록 노력할 계획이다.

* 현재 국제식품규격위원회(CODEX Alimentarius)는 우리 김을 아시아 지역 규격으로만 인정하고 있어 아시아 외 지역 수출을 위해서는 개별국이 정하는 위생 기준 충족 필요

▲ 굴: 개체굴 양식비율 확대 및 가공상품 제작을 통한 세계시장 1위 달성

굴의 경우, 미국·유럽 소비자가 선호하는 개체굴(껍질 단위로 파는 굴) 양식 비중을 2030년까지 30%로 늘려(현재 1%) 프리미엄 굴 수출을 확대한다. 이를 통해 가격 경쟁력이 높은 국산 알굴(간 굴)과 프리미엄 개체굴 동시 수출로 국산 굴의 외연을 확대해 나갈 계획이다. 또한, 굴을 활용한 스낵, 스프 등 다양한 가공상품과 급식용 굴 상품 등을 개발하여 굴 특유의 향과 식감에 대한 부정적 인식을 줄여 굴 소비층을 확대할 계획이다.

▲ 전복: 가공전복까지 소비시장 확대 등을 통해 세계인의 건강식품으로 도약

전복을 활용한 다양한 가공 조리법을 만들어 2030년까지 20개의 가공 전복 유망상품을 개발함으로써 전복 소비시장의 외연을 확대한다. 또한, 전복에 익숙하지 않은 서구권에 가공전복 상품을 건강식으로 수출해 일본에 편중(2022년 기준 78%)되어 있던 전복 수출 구조를 개선하고, 중국, 베트남 등 활전복을 선호하는 동아시아에는 청정어장에서 생산한 우리나라의 청정 전복을 홍보해 판매량을 확대할 계획이다.

▲ 넙치: 활어 외 시장 창출 등을 통해 넙치 가공 활성화에 필요한 생산기반 구축

현재 대부분의 넙치는 활어로 소비되고 있어, 소비 확대를 위한 가공 활성화가 필요한 상황이다. 이에, 넙치를 스테이크, 샐러드 등 일상 식품으로 가공·판매하여 연어와 같이 범용성 높은 상품으로 도약할 수 있도록 지원한다. 가공시장 형성을 위해서는 물량·가격의 안정성이 선제되어야 하므로, 우수종자·고효율 장비 보급을 통해 생산 효율성도 높인다.

해양수산부는 4대 핵심 품목별 업·단체를 대상으로 이번 육성방안 수립 취지와 주요 내용을 설명하고, 현장에서 필요한 지원사항을 발굴하여 올해 신규사업으로 편성할 계획이다.

강도형 해양수산부 장관은 “이번 양식수산물 핵심 품목 전주기 육성 방안을 통해 ‘더 많이, 더 자주 먹는 양식수산물, 더 높이 뛰는 양식산업’을 실현하고, 핵심 품목의 성과가 양식산업 전반의 혁신과 국내 수산물 수출 확대로 이어질 수 있기를 기대한다.”라고 말했다.

담당 부서	어촌양식정책관 양식산업과	책임자	과 장	류선형 (044-200-5630)
		담당자	사무관	류지호 (044-200-5633)



1 추진배경

- **[대외요인]** 인구감소와 젊은 층(10대)의 낮은 수산물 선호도로 인해 수산물 내수시장은 위축 우려, 다만 세계 수산시장 규모는 증대 예상

* (인구감소) '20년 5,184만명 → '30년 5,120만명 → '40년 5,019만명('22년 통계청 중위추계)
(수산물 선호도) 영양교사의 24.7%, 중고등학생의 3%만 수산물 급식 선호('18, KMI)

** 세계 수산식품 시장 규모 : ⁽¹¹⁾2,159억\$ → ⁽²¹⁾2,461 → ^(26전망)3,050(KMI)

- **[대내요인]** 물가 상승, 인력난 심화로 양식어가 경영난 가속화 → 시설 재투자 여력 부재로 인해 양식장 노후화도 심화

* 양식어가 평균부채(천원) : ⁽¹⁰⁾49,156 → ⁽¹⁵⁾79,906 → ⁽²⁰⁾131,155 → ⁽²²⁾115,359

◆ 대외환경 변화에 대해 발 빠른 대응역량을 갖춘 핵심 품목을 우선 지원하여 양식산업 전반의 체질개선과 국내 수산물 수출 증대를 선도

2 핵심 품목 선정과 지원방향

- **[선정현황]** 4대 요소(생산 기반, 가공 가능성, 소비 전망, 수출 잠재력)를 기준으로 산업기반을 갖춘 김, 전복, 굴, 넙치 선정

* 「양식산업 미래 전략품목 육성 연구(23.4~12, KMI, 고려대, 부경대, 서울대)」를 통해 선정

- **[지원방향]** 핵심 품목의 국내외 소비 확대, 생산 패러다임 전환을 촉진하는 내용을 포함하되, 품목별 상황을 고려한 차별화된 계획 마련

- **[더 많이]** 수출 신상품 개발, 물류 지원, 제도 선점 등 전폭적인 수출 지원 → 세계인이 **더 많이** 찾는 양식수산물로 발돋움
- **[더 자주]** 활어 출하·소비 형태 타파를 위해 다양한 가공상품과 가공형태 판매 지원 → 국민이 **더 자주** 먹는 수산물 소비환경 조성
- **[더 높이]** 스마트 양식시스템(자동화·기계화) 도입 및 자율적인 공급 조정 지원 → 미래첨단산업으로 **더 높이** 도약하는 양식산업 구현

⇒ 핵심 품목에 대한 전주기 지원을 통해 성공사례 창출 후 산업 전체로 확산하여 **2030년까지 더 많이, 더 자주 먹는 양식수산물, 더 높이 뛰는 양식산업** 실현

- **[김]** 세계시장 점유율 1위라는 강점을 극대화하여 국제표준을 선도하고 생산시스템 고도화도 지속해 “**세계시장 초격차 실현**”
- (국제표준 선도) 우리나라 김 제품 규격안을 국제표준 규격*으로 발전시켜 비관세장벽을 완화하고, 시장지배력 확대
 - * 현재 국제식품규격위원회(CODEX Alimentarius)는 우리 김을 아시아 지역 규격으로만 인정하고 있어 아시아 외 지역 수출을 위해서는 개별국이 정하는 위생 기준 충족 필요
 - (수출 마케팅 강화) 해외 주요 도시에 김 홍보관을 설치해 인지도를 높이고, “수출국 맞춤형 수출전략*”을 수립해 수출 10억불 달성
 - * 쌀 비주식국가(서구): 건강기능식품처럼 먹을 수 있는 조미김·스낵 형태로 수출
쌀 주식국가(동남아): 밥과 함께 먹는 식품으로 홍보하고 물김 형태로 수출
 - (생산시스템 고도화) 고·저수온, 해역오염 등 위해요소로부터 안전한 김 생산을 위해 김 육상생산 기술을 개발하고 상용화
 - * 성장 촉진, 병해방제 등의 용도로 사용하는 무기산(염산을 사용해 독성이 강하고 바닷물에 녹지 않음)을 대체하는 고성능 처리제도 개발·보급
- **[굴]** 서구 소비자가 선호하는 개체굴 양식비율 확대와 굴을 활용한 다양한 가공상품 제작을 통해 “**세계시장 1위 쟁취**”(현재 3위)
- (개체굴) 개체굴 양식에 적합한 조건을 갖춘 어가를 개체굴 양식으로 전환해(現 1%→’30년 30%), 프리미엄 굴 시장 형성
 - * 굴 크기, 색, 향미, 신선도 등을 평가한 등급제 도입 → 개체굴 부가가치 강화
 - (수출 다변화) 가격 경쟁력이 높은 국산 알굴은 가공 후 수출*하고 서구시장이 선호하는 개체굴은 원물로 수출하여 수출 규모 확대
 - * 가공방향: 풍미·식감을 선호하는 미·일·유럽은 원형 보존형 가공품(굴 캔), 활굴 소비가 적은 동남아는 건강보조식품, 굴 첨가 조리식 수출
 - (가공상품) 굴 기반 가공상품(스낵, 스프 등)과 급식용 굴 상품을 개발하여 굴에 대한 젊은 층의 부정적 인식(향, 식감) 타파
 - * 25개 후보품목에 대한 연령별 선호도 조사 결과, 굴에 대한 선호도는 20대 15위, 30대 12위, 40대 8위, 50-60대 각각 3위를 기록해 연령별 선호 차이 확인(’23, 고려대)

- **[전복]** 활전복 위주의 소비시장의 외연을 가공전복으로까지 확대하고 수출국도 다변화하여 “**세계인의 건강식품으로 도약**”
 - (외연 확장) 전복의 장점(기능성, 식감)을 활용한 다양한 가공 레시피를 개발·보급(‘30년까지 20건 개발)하고 홍보를 통해 소비자 인식도 개선
 - * 전복 구입형태별 선호도(‘23, 고려대): 원물(83%), 조리된 형태(28.9%), 냉동(16.9%)
 - (수출 다변화) 프리미엄 전복(중국, 베트남), 전복 가공품(서구권) 등 수출 상품을 다변화하여 일본에 편중*된 수출 구조 개선
 - * ‘22년 전복 수출량 2,580톤 중 일본에 2,020톤 수출(78%)
 - (전복 크기분류 개편) 1kg당 개수로 분류했던 기존 전복 분류체계를 ‘특대/대/중/소’ 단위로 단순화하여 소비자 이해도 제고
 - * (현재) 10미, 15미 등 1kg 당 개수 → (개선) 특대, 대, 중, 소 등으로 단순화
- **[넙치]** “**Beyond 회**”를 통해 활어로만 먹던 넙치를 다양한 식품으로 제조하고, 넙치 가공 활성화에 필요한 생산기반 구축
 - (활어 외 시장 창출) 스테이크, 샐러드 등 넙치를 일상 식품으로 가공·판매해 ‘30년까지 넙치 가공시장을 1,000억원 규모로 확대
 - * (‘21년 기준) 횡감용 판매액 8,020억원, 간편식·선어용 판매액 320억원
 - (유통구조 개편) 가구형태(1~2인 가구 증가) 및 식문화 변화(회식 감소)로 ‘마리’ 또는 ‘kg’ 단위인 넙치 유통구조를 1인용으로 개편
 - * 추진계획: 넙치 1인분(정량) 설정 → 산지 가공 후 소매에 직송하는 유통체계 마련
 - (생산 지원) 가공시장 형성에 필요한 물량과 가격 안정성을 담보하기 위한 넙치 생산의 효율화 → 우수 종자, 고효율 장비 신속 보급

4 향후 계획

- 핵심 품목별 생산자 단체 설명회 및 ‘25년 신규사업 발굴(‘24.1분기)