

보도시점

2026. 6. 17.(수) 16:30
6. 18.(목) 조간

배포

2026. 6. 17.(수) 09:00

‘대체불가 K-푸드’, 올해 수출 160억 불 정조준하고 전 부처 총력전!

- 농식품부, 제2차 민·관 K-푸드 수출기획단 회의 개최…거점공관, 물류 부담 완화, 규제 대응 등 전방위 지원 사격
- K-푸드, 단순 먹거리 넘어 라이프스타일로… AI 숯폼, 미식관광 등 ‘문화융합 마케팅’ 본격 시동
- 에드워드 리, 페이커 등 홍보대사 위촉 … K-푸드 글로벌 홍보 박차

농림축산식품부(장관 송미령, 이하 ‘농식품부’)는 6월 17일(수) 오후, 대중문화교류위원회지원단 대회의실에서 관계부처, 유관기관 및 식품기업들이 대거 참석한 가운데 ‘제2차 민·관 합동 K-푸드 수출기획단(이하 ‘수출기획단’)’ 회의를 개최하였다.

* 참석: 재경·외교·문체·산업·해수·중기부, 식약·지재처, 관세청 / CJ, 삼양, 대상, 매일유업, 농심, 인삼공사 / 농협, 식품산업협회, 대중문화교류위원회지원단, 농수산식품유통공사

이번 회의는 중동 전쟁 장기화, 고환율·고물가 등의 어려운 여건 속에서도 새로운 역사를 쓰고 있는 K-푸드 수출이 금년 K-푸드+ 수출목표 160억 불을 넘어 세계 1위 푸드로 도약하도록 관계부처, 유관기관 및 수출기업의 역량을 결집하기 위한 목적으로 개최되었다.

< 「글로벌 K-푸드 수출 확대 전략」 부처별 협업 상황 점검 >

이날 회의에서는 지난해 부처 합동으로 마련한 「글로벌 K-푸드 수출 확대 전략」의 5대 과제인 권역별 전략품목 육성, 수출기업의 윈스톱 애로 해소, K-이니셔티브 연계 홍보, 디지털 기술 접목, 할랄·코셔 등 유망시장 진출 확대와 수출 기업들의 비관세 장벽 해소와 신시장 개척 등을 위한 다양한 방안들이 집중 논의되었다.

각 부처 발표 이후, 질의·응답에서 송미령 장관은 외교부에 기 배부한 재외공관 K-푸드 수출업무 지원 매뉴얼의 활용 상황을 점검하고, 하반기 전략회의를 통해 거점공관 30개소의 수출 지원 성과를 공동으로 점검하기로 했다.

산업부와는 인도·아프리카·중남미 등 잠재시장 진출을 위해 현지 공동물류센터 활용을 대폭 확대하기로 하고, 문체부와 대중문화교류위원회지원단에는 K-푸드가 라이프스타일 분야를 넘어 음악, 웹툰, 영화 등의 다양한 분야와 폭넓은 협업의 기회가 더 늘어나도록 비즈니스 교류의 장 확대 등을 요청하였다.

또한, 중기부와 지재처에는 각각 'K-푸드 스마트 제조 얼라이언스'의 속도감 있는 추진과 한국제품 인증제에 대한 K-푸드 수출기업의 참여율을 높일 수 있는 방안 마련, 식약처에는 중국 해외생산기업 등록 규정 개정 등 해외 식품 규제에 대한 선제적 대응을 당부하였다.

한편, 수출기업 관계자들은 중동전쟁은 종전되었지만, 여전히 원가, 환율, 물류 부담 증가 등으로 어려운 상황이며, 수출국별 식품 법령 및 규제 등 비관세장벽에 대한 대처가 더욱 중요해지고 있다고 하였다. 이에, 정부에서 K-푸드 수출에 필요한 각국의 규제·시장 정보 제공, 전문가 컨설팅, 물류 부담 완화는 물론, 시장 개척·확대를 위한 바이어 연계, K-컬처 융·복합 마케팅 등에 대한 전방위적인 지원을 해줄 것을 요청하였다.

< K-푸드 × K-이니셔티브, '먹거리'에서 '라이프스타일 브랜드'로 진화 >

특히, 이번 회의에서는 K-푸드의 가치를 세계 시장에 확산하기 위해 콘텐츠, 미식 관광, 식문화 외교, 메가 이벤트 등과 연계한 K-이니셔티브 협업 확대 방안이 비중있게 다뤄졌다.

먼저 '미식 관광형'으로 농식품부가 추진 중인 K-치킨벨트, 찾아가는 양조장 등 K-미식벨트 관련 정보를 문체부의 한국 관광 홍보 플랫폼(VISIT KOREA) 등에 게재하여 방한 외국인을 대상으로 K-푸드를 알리는 방안이 제안되었다. 농식품부는 향후 K-미식벨트를 지역 관광자원과 연계하여 테마별 관광지도와 제품 판매도 추진할 계획이다.

‘식문화 외교형’으로는 국제회의나 주한외교단 행사 시 권역별 역사·식문화 배경 등을 고려하여 한과, 정과, 전통주 등의 프리미엄 K-푸드를 나전칠기, 백자 등 고급 전통 용기에 담아 ‘K-푸드 프리미엄 선물세트’를 제작하여 배포하는 방안이 논의되었다.

‘콘텐츠 융합형’으로는 사회관계망서비스(SNS)를 활용한 ‘K-푸드 챌린지’, 글로벌 OTT를 통한 온라인 마케팅 확대 등이 논의되었다. 특히, 농식품부는 참신하고 다양한 K-푸드 홍보 콘텐츠 발굴을 위해 전국 대학(원)생(외국인 유학생 포함)을 대상으로 공모전을 개최한다고 밝혔다. 실사 또는 생성형 AI로 제작한 숏폼 영상을 공모하여 우수작으로 선정되면 해외 식품박람회 연수 특전이 주어진다.

< 에드워드 라페이커 등 7인의 명예 홍보대사 위촉, K-푸드 글로벌 홍보 박차 >

최근 위촉된 K-푸드 명예 홍보대사 7인*은 권역별 맞춤형 온·오프라인 홍보를 전개하며 글로벌 시장에서 K-푸드의 트렌디한 이미지를 확산하면서 브랜드 인지도를 더욱 높일 계획이다. 에드워드 리·훈이 김 셰프는 북미권 식품박람회에서 새로운 K-푸드 레시피를 선보이고, K-식재료에 담긴 셰프만의 스토리를 영상으로 제작한다. 중화권의 페이커 선수는 현지 e-스포츠 행사와 연계하여 K-푸드를 홍보할 계획이다.

* 북미(에드워드 리, 훈이 김), 중화권(페이커), 아세안(두리안 김치), 유럽(손미나, 박예슬), 중남미(하이디 페르난데스)

이날 회의에서는 홍보대사 3인의 영상 메시지가 송출되었다. 에드워드 리 셰프는 K-푸드 홍보대사에 강한 자부심을 느낀다고 하면서, 현지에서 한국의 다채로운 식문화를 널리 알리겠다는 포부를 전했다. 두리안 김치 부부는 K-할랄 디저트와 스트리트 푸드 콘텐츠를 통해 아세안 현지에 K-할랄푸드를 적극 홍보하겠다는 뜻을 전했다. 손미나 전 아나운서는 유럽의 다양한 언어와 문화적 특성에 대한 이해를 바탕으로 한식 고유의 철학과 스토리를 현지에 생생히 전달하는 가교 역할을 하겠다고 밝혔다.

농식품부 송미령 장관은 “K-푸드의 글로벌 비상을 위해 오늘 수출기업인들의 현장 목소리를 토대로 범부처 협업을 통한 수출 지원은 보다 촘촘하게, K-이니셔티브 홍보는 더 넓게 추진하겠다.”라고 강조하면서, “K-푸드 명예 홍보대사님들의 적극적인 활동은 물론 대학생들의 참신한 아이디어를 적극 발굴하여 K-푸드와 K-이니셔티브의 협업으로 대한민국의 브랜드 가치를 높이겠다.”는 의지를 밝혔다.

담당 부서	식품산업정책관 농식품수출진흥과	책임자	과 장	강효주	(044-201-2171)
		담당자	사무관	강태원	(044-201-2172)

