

전쟁 뚫고 검역 넘었다… ‘횡성한우’, 카타르 첫 정식 수출

라마단 행사 무산 7개월 만에 결실
정부·지자체·기업 협력 장벽 극복
첫 물량 80.8kg 선적·현지 판촉 돌입
할랄시장 확대에 중동 공략 탄력

대한민국 명품 한우 브랜드 횡성한우가 이슬람권 할랄 시장인 말레이시아, 아랍에미리트에 이어 카타르에 처음으로 정식 수출됐다. 지난 3월 중동 정세 악화로 라마단 한우 홍보 행사가 하루 전 무산된 지 7개월 만이다. 이는 정부와 지자체, 공공기관, 민간 기업이 한 팀이 되어 잇따른 악재를 극복해낸 결과다.

농림축산식품부와 대한무역투자진흥공사(코트라)는 횡성군, 주카타르 대한민국 대사관과 함께 지난 10월 18일 카타르 수도 도하에서 횡성한우 첫 물량을 선보이는 기념행사를 개최했다고 19일 밝혔다.

이번 수출은 중동 지역의 불안정한 정세 속에서 일궈낸 성과라 더욱 뜻깊다. 코트라는 당초 올해 3월 1일 도하의 한식당에서 횡성한우를 주메뉴로 한 ‘한식 이프타르’ 행사를 열 예정이었으나, 행사 전날 중동 전쟁이 터지면서 100여명 규모의 행사가 최종 취소됐다.

◆라마단 행사 하루 전 전쟁… 비즈니스 이어가



코트라는 농림축산식품부와 횡성군, 주카타르 대한민국 대사관과 10월 13일 카타르 수도 도하에서 횡성한우 첫 물량을 선보이는 기념행사를 개최했다. 카타르 현지 수입 및 유통사 더 미트마켓 관계자가 카타르 시장에 첫선을 보이는 한우 채끝 부위를 손질하고 있다. /코트라

출장단 일부는 항공편 결항으로 입국조차 하지 못했으나, 먼저 도착한 할랄 인증 도축·가공업체 횡성케이스 관계자 3명은 미사일 공격이 이어지는 상황에서도 3월 3일 카타르 최초 프리미엄 정육점 ‘더 미트마켓’과 유통 협력 협약을 체결했다. 이후 귀국길마저 가로막혀 대사관이 긴급 지원한 차량으로 육로 국경을 넘어 10시간에 걸쳐 사우디아라비아 리아드로 이동한 뒤 마닐라를 경유해 인천으로 귀국하는 등 고난을 겪었다.

비록 행사는 무산됐으나 현장에 도착한 샘플 35킬로그램을 활용해 카타르항공 케이터링 등 잠재 구매기업에 시식용을 제공하고 관저 시식회를 여는 등 판로를 미리 다져두었다.

◆수입 ‘불가’에서 ‘허용국’으로… 7개월 만에 첫 선적

더 큰 관문은 까다로운 현지 수입 제도였다. 한국은 구제역 백신 접종국이었어서 쇠고기 수출길이 막혀 있었다. 이를 해결하기 위해 대사관과 코트라는 4월 카타르

공공보건부 식품안전국과의 첫 면담을 시작으로, 농식품부와 공공보건부 간 위생조건과 검역증명서 서식 협의를 지원했다. 아울러 공공보건국 할랄 인증 인정기관 명단에 잘못 기재돼 있던 한국 인증기관 명칭을 바로잡았다.

그 결과 카타르 공공보건부는 지난 8월 ‘냉장·냉동 뼈 없는 쇠고기’ 수입 가능국에 한국을 추가하고, 9월 초 관련 절차가 마무리됐다고 통보했다. 이후 양국 기업이 식품등록 등 과정을 거쳐 10월 13일 초도 수출물량 80.8kg을 항공편으로 실어 보냈다.

현지 마케팅도 본격화됐다. 지난 18일 ‘더 미트마켓’ 매장에서 열린 기념행사에는 홍지표 주카타르 대사와 공공보건부 관계자 등이 참석해 품질관리 체계를 확인했다. 이어 19일에는 주카타르 한국대사관 국경일 기념행사에 홍보관이 마련됐다. 22일부터는 카타르 대표 유통망 3곳과 연계한 쇼핑 페스티벌이 열리며, 연말까지 한식 소비를 늘리기 위한 현지 홍보가 이어진다.

◆할랄 시장 세 번째… 중동 전역 확산 기대

횡성한우는 국내 유일의 할랄 도축장인 횡성케이스에서 생산되며, 한국이슬람교 중앙회와 일본 할랄 인증기관의 인증을 보유하고 있다. 카타르는 말레이시아

(2023년), 아랍에미리트(2025년)에 이은 한우의 세 번째 할랄 수출시장으로, 이번 진출을 통해 중동 지역에서 아랍에미리트 외 두 번째 시장을 확보했다.

특히 카타르 시장의 성장 여지도 크다. 카타르는 적색육의 80% 이상을 수입에 의존하며, 쇠고기 수입액은 2019년 9700만 달러에서 2024년 1억8000만 달러로 최근 5년 사이 두 배 가까이 늘어난 유망시장이다. 여기에 1인당 국민소득 7만 달러의 고소득 소비층과 고급 호텔·외식 산업이 고품질 육류 수요를 빠르게 끌어올리고 있다.

김준규 코트라 중동지역본부장은 “중동 전쟁 발발과 라마단 판촉 행사 취소, 출장단의 육로 귀국, 검역 협상의 벽까지 한우의 카타르 첫 수출에 이르는 과정은 고비의 연속이었다”며 “이번 성과는 기업·지자체·정부가 포기하지 않고 한 방향으로 달려온 결과”라고 밝혔다. 이어 “이번 카타르 수출을 발판으로 한우가 중동 프리미엄 육류 시장에 자리 잡을 수 있도록 지원을 아끼지 않겠다”고 덧붙였다.

코트라는 향후 빠 있는 쇠고기 수출 협의를 지속하는 한편, 이번에 쌓은 경험을 인근 중동 국가로 단계적으로 확대해 나갈 계획이다.

/세종=한용수 기자

hys@metroseoul.co.kr



metro

aT, K-푸드 수출 애로 윈스톱 해결 지원

온라인 수출지원 허브 본격 가동
AI·전문가 연계 3단계 맞춤 상담
관세·통관·물류 등 11개 분야 지원

한국농수산식품유통공사(aT)가 K-푸드 윈스톱 수출지원 허브 온라인 시스템 가동을 시작했다. 수출기업의 애로사항을 접수부터 해결까지 한 번에 지원하는 시스템이다. 이 시스템은 지난해 12월 관계부처 합동으로 발표한 ‘글로벌 K-푸드 수출 확대 전략(A-B-C-D-E)’의 B전략(윈스톱 애로 해소)의 일환이다. 또 지난 9월 발표한 ‘한반기 K-푸드 수출 성과 창출을 위한 부스트 전략’의 기업 현장 맞춤형 핀셋 지원 과제와도 맞닿아 있다.

농림축산식품부가 올해 aT를 간사기관으로 지정했고 K-푸드 지원 허브가 출범하게 된 것. aT 온라인 게시판 및 대표번호로 수출 애로 상담 창구를 일원화했다. 올해 9월 말까지 접수된 상담은 총 637건으로, 관세·통관, 위생·검역, 물류, 해외인

증, 지식재산권 등 11개 분야로 나누어 관리되고 있다.

특히 중동 지역의 분쟁 상황에 대응해 운송·물류, 외환 분야 전문가를 보강해 하역 항구 변경과 우회 운송 등 긴급 애로에 대응해 왔다. 최근 상담 수요가 늘고 애로 유형도 복잡해짐에 따라, 상담 접수부터 처리·평가까지 한 번에 관리할 수 있는 전용 시스템을 구축했다.

새 시스템의 핵심은 수출기업의 애로 유형과 난이도에 따른 3단계 맞춤형 상담 체계다. 먼저 단순 정보는 농식품 수출정보 사이트(KATI)의 AI 서비스 ‘ChaTi(채티)’가 24시간 내내 즉시 답변한다. 일반 상담은 공개·비공개 게시판에서 접수하며, 전문적인 검토가 필요한 심층 애로는 분야별 전문가와 전화·화상·채팅을 통한 1:1 상담을 예약할 수 있다. 다른 기업의 공개 상담 사례와 자주 묻는 질문(FAQ)도 제공해 유사한 애로의 해결 방법을 쉽게 찾아볼 수 있도록 했다.

또 관계부처와 유관기관이 하나의 시스템에서 협업한다. 관계부처(식품의약품안전처, 관세청) 및 12개 유관기관 및 협회와 핫라인으로 연결돼, 접수된 애로가 유형에 따라 담당 기관으로 바로 이관된다. 각 기관 담당자는 처리 현황과 상담 이력을 실시간으로 공유·추적할 수 있다. 또 여러 분야가 얹힌 복합 애로는 aT 내 ‘애로해소 매니저’를 지정해 해결될 때까지 관리한다.

상담 품질 관리와 후속 지원도 강화한다. 상담을 마친 기업이 직접 만족도를 평가하도록 하고, 평가 결과는 민간 전문가 인력풀 관리에 반영한다. 추가 심층 자문이 필요한 경우에는 농식품 현지화지원사업, 수출기업 맞춤형 정보조사 등 후속 지원으로 연결한다.

K-푸드 지원 허브는 농식품 수출기업과 수출을 준비하는 기업, 생산자단체 등 누구나 무료로 이용할 수 있다.

/세종=김연세 기자 kys@

부산항 ‘해범이와 뿌뿌’ 공공부문 대상

전국 공공캐릭터 공모 최고상 영예

부산항만공사(BPA)의 공식 캐릭터 ‘해범이와 뿌뿌’가 ‘2026 대한민국 지자체·공공 캐릭터 페스티벌 대상 공모전’에서 공공부문 대상을 수상했다.

19일 공사에 따르면 ‘해범이와 뿌뿌’는 범고래를 모티브로 제작됐다. 부산항과 BPA의 주요 사업을 보다 쉽고 친근하게 전달하고 국민과의 소통을 강화하기 위해 활용 중이다.

공사는 그간 ‘해범이와 뿌뿌’를 활용해 다양한 활동을 통해 부산항과 BPA를 알리고 국민과의 접점을 넓혀 왔다. 부산항 축제 등 행사참여를 비롯해 홍보 콘텐츠 제작, 온·오프라인 이벤트, 캐릭터 굿즈 개발 등이다.

송상근 부산항만공사사장은 “부산항과 ‘해범이와 뿌뿌’ 캐릭터들에 대한 국민 여



‘공공캐릭터 페스티벌’ 행사장 내 마련된 BPA 홍보관.

러분의 관심과 애정에 감사드립니다”며 “앞으로도 부산항을 친근하게 알리고 국민들과의 소통을 강화해 나가겠다”고 말했다.

이번 공모전은 한국문화콘텐츠라이센싱협회와 대전관광공사가 공동으로 주관했다. 올해는 공공기관 42개, 지자체 10개, 축제 10개 등 총 74개 캐릭터가 참가했다.

/세종=김연세 기자

발전5사 통합 추진 속 고용·부채 대책 공백

내년 10월 ‘한국발전’ 출범 목표
자회사 25곳·고용인력 3619명 달해

내년 10월 ‘한국발전’ 출범을 목표로 발전5사 통합이 추진 중이지만, 자회사 고용안정과 부채 승계 계획은 아직 수립하지 않은 것으로 나타났다.

19일 국회 기후에너지환경노동위원회 간사인 국민의힘 김형동 의원(경북 안동·예천)이 동서발전·남동발전·남부발전·서부발전·중부발전 등 발전5사로부터 받은

자료에 따르면, 발전5사는 2026년 기준 국내 6개, 해외 19개 등 총 25개 자회사를 운영하고 있다.

인력은 국내 3115명, 해외 504명 등 총 3619명이다. 국내 자회사 인력은 2023년 2891명에서 2026년 3115명으로 224명(7.7%) 증가했으며, 기간제는 같은 기간 89명에서 179명으로 약 두 배 증가했다.

발전5사는 통합에 따른 자회사 고용안정 문제에 대해 “통합 방향에 따라 추가 검토 수립 예정”이라는 입장이다. 다만 남

동발전은 LNG 건설 대체사업장 등 적정 대체처를, 남부발전은 통합 용역계약의 고용유지 승계를, 동서발전은 정부 비정규직 고용개선 추진지침에 따른 근로조건 이행확약을 검토하는 것으로 알려졌다.

재정 건전성에 대한 우려도 크다. 발전5사 자회사 부채는 2026년 기준 총 8020억원(국내 565억원, 해외 7455억원) 수준이다. 해외 부채 중 남동발전(약 3328억원)과 중부발전(약 2917억원)이 전체의 83.8%를 차지한다. 특히 국내 부채 565억원 가운데 312억 원은 직원이 단 4명인 서부발전 자회사 창기태양광의 부채로 나타났다.

/세종=한용수 기자

한식진흥원, 30일 서울서 콘서트 개최

농림축산식품부와 한식진흥원이 ‘10월 한식콘서트’를 개최한다고 밝혔다. 이달 30일 서울 종로구 한식문화공간 이음에서 예정된 이 행사에서 참석자들은 음식문화의 미래를 모색하는 시간을 갖는다.

19일 한식진흥원에 따르면 대한민국제16대 조리명장 안유성 명장이 연사로 나서 바다 식재료의 가치를 조명한다.

안 명장은 오랜 현장 경험과 숙련된 조리 기술을 바탕으로 우리 바다 식재료의 가치를 알려온 요리 전문가다. 명장의 경험과 시선을 통해 바다 식재료가 지닌 고

유한 맛과 특성, 음식으로 구현하는 과정에 담긴 이야기를 전할 예정이다.

또 변화하는 식생활과 소비 환경 속에서 바다 식재료의 활용 가능성을 짚어 본다. 자원의 가치와 지속 가능성을 생각한 음식문화의 방향에 대해서도 살펴볼 예정이다. 이를 통해 한 점시의 음식에 담긴 식재료와 사람, 그리고 문화의 의미를 되새긴다.

한식진흥원 관계자는 “이번 콘서트를 통해 바다의 맛과 식재료의 가치를 새롭게 발견하고, 이를 우리 미래의 음식문화로 이어갈 방법을 함께 고민하는 계기가 되길 바란다”고 말했다.

/세종=김연세 기자