

전문가풀 회의결과 보고서

I. 개 요

1. 일시 : 2016. 9. 9. (14:00~16:00)
2. 장소 : 포포인츠 바이 쉐라톤 서울 남산 19층 PDR 회의실
3. 발표자 : 윤오순 한국외국어대학교 중동아프리카학과 외래강사
이재훈 SGI Consulting 이사

4. 참석자

내부 2명

박영호 (KIEP 구미유라시아본부 아중동팀, 연구위원)
이보얀 (KIEP 구미유라시아본부 아중동팀, 연구원)

외부 4명

최진혁 (산업통상자원부 중동아프리카통상과, 과장)
황규희 (한국직업능력개발원, 선임연구위원)
육숙희 (한국외국어대학교, 박사과정)
윤택동 (한국외국어대학교, 교수)

4. 제 목

- 에티오피아 커피산업 및 커피문화
- 에티오피아 섬유산업의 발전 가능성 및 한국의 진출방안 : 한국섬유단지조성방안

II. 주요 논의 사항

1) 주제 1 : 에티오피아 커피산업 및 커피문화

- 아프리카의 중국으로 일컫는 에티오피아는 전세계 5위 커피 생산량을 기록하고 있으며, 800,000헥타르에서 대략적으로 연간 500,000톤의 커피를 생산하고 있음.
- 에티오피아 국민의 25%가 커피산업에 종사하고 있으며, 전체 수출액의 30%를 커피에 의존하고 있음. 에티오피아 커피의 주요 수출국은 독일 18%, 사우디 아라비아 16%이며, 그 뒤로는 동아시아/미국임.
- 에티오피아 전체 커피의 80%가 small scale 로 'Garden Coffee'라고 불리는 가공시스템으로 생산되고 있으며, 커피 플랜테이션에서 벗어나 민간 차원의 생산시스템으로 확산되고 있는 추세임.
- 에티오피아 커피의 주요 생산지는 Addis Ababa, Harar, Sidamo, Yirgacheffe, Djimma/Limu, Lekempti, Tepi, Kaffa, Bebeke 등임. Kaffa의 경우, 스타벅스에 커피를 공급하는 주요 생산지이기도 함.
- 타국의 커피 수출 경로와 달리 에티오피아는 ECX(Ethiopia Commodity Exchange)라고 불리는 상품거래소가 존재함. 개인 위싱스테이션은 반드시 ECX를 거쳐야만 하며, 영농조합의 경우 Union을 통해서 기업에 직거래 할 수도 있고, 양이 남는 경우는 ECX에 판매할 수도 있음. 결론적으로, 에티오피아 커피 생산량의 90% 이상이 ECX를 통과해야 함.
- ECX에서 커피의 등급이 매겨지고, 국내 옥션이 이루어지며 스페셜티 커피 뿐만 아니라 깨(Sesame)같은 농산물도 두루 관리하고 있음.

- 에티오피아 커피 농민협동조합은 크게 4개가 있음. △ OCFCU(Oromiya Coffee Farmers Cooperative Union) △ YCFCU(Yirgacheffe Coffee Farmers Cooperative Union) △ SCFCU (Sidama Coffee Farmers Cooperative Union) △ KFCFCU(Kaffa Forest Coffee Farmers Cooperative Union)이며, OCFCU, YCFCU, SCFCU의 경우는 주로 아디스아바바에서 조합원들이 활동함.
 - OCFCU의 경우, 1999년 설립되었으며, OCFCU의 대표인 타데스(Tadesse Meskela)가 커피 재배에 있어 정당한 대가를 받기 위해 노력한다는 이야기를 담은 영화 <Black Gold>로 유명해짐. 현재 311개의 조합으로 확장되었으며, 조합원의 수는 약 3만 명에 달함.
 - 커피 농민협동조합은 가공, 마케팅, 재정, 사회적 역할, 네트워킹 등 다양한 역할을 하며, 학교를 짓거나 다리를 건설하는 등 여러 사회적 인프라 구축에도 힘쓰고 있음.
- 에티오피아 커피문화는 단순히 bean의 형태로 음용하는 것 뿐만 아니라 줄기나 잎을 먹기도 하며 허스크처럼 Tea로 마시기도 함. 현재 전국적으로 대학에서 커피학과를 신설해 전문가들을 양성하는 데 힘쓰고 있음.
 - Kaldi's Coffee의 경우, 초창기에 2개의 매장으로 시작하였으나 현재 에티오피아 내 28개로 매장 개수를 확장하였음. 이는 에티오피아 주재원이나 외국인들만이 커피숍에서 커피를 음용하였던 추세에서 벗어나 현지인들도 커피숍에서 커피를 마시는 문화로 점점 발달하고 있음을 알 수 있음.

2) 주제 2 : 에티오피아 섬유산업의 발전 가능성 및 한국의 진출방안 : 한국 섬유단지조성방안

- 에티오피아는 아프리카의 뿔(Horn of Africa)지역에 위치하고 있으며, 수도인 아디스아바바 및 인근 지역은 해발 2,500m의 고원 지역임. 에티오피아는 아디스 아바바와 디레다와 등 2개의 행정자치구를 포함하여 종족에 기반을 둔 9개의 주로 행정구역이 나뉨.
- 도시거주인구는 2015년 기준 총인구의 약 19.5%이며, 도시화 속도는 4.89%(2010~2015년 기준)로, 다른 아프리카 국가에 비해 빠른 편임.
- 에티오피아의 실질경제성장률을 1980~1990년대에는 2~3%에 불과하였으나, Derg 축출이후 시장경제 체제로 변모하면서 2004~2014년 약 10.8%에 달하는 급속한 경제성장률을 보임. 그럼에도 불구하고 공식환율로는 1인당 GDP가 2014년 기준 약 \$505로, 공식적으로는 후발개발국(Least developed countries, LDCs)에 속함.
- 에티오피아는 농업이 주산업으로, 농업이 전체 산업에 약 41.9%를 차지하고 있으며, 고용인구의 약 80% 이상이 농업에 종사함.
- 에티오피아 정부는 별다른 까다로운 제약없이 AGOA나 EBA 등의 무관세 혜택을 적용받기가 수월한 섬유산업을 에티오피아의 산업개발 및 성장동력으로 내세웠음. 높은 기술력을 필요로하지 않으며, 기본적으로 노동집약적인 섬유산업은 다양한 원 부자재를 활용하여 전·후방으로 유관산업이 많이 필요한 산업이므로, 산업 및 직업창출효과가 높다고 할 수 있음. 개발도상국의 “개발 니즈”에 매우 적합한 산업임.
- 에티오피아의 섬유산업은 걸음마 단계로, 2011-2012년 기준 총 산업생산의 약 12.6%를 차지하고 있는 것으로 집계되었음. 2010년 기준으로 129개의 면화농장과 111개의 섬유 및 의류관련 제조기업이 활동하고 있으나 이들 대부분 국영기업임. 급격한 경제성장률과 인구증가로 내수시장은 꾸준히 확장될 것으로 예상됨.

- 에티오피아는 원면재배에 적합한 기후조건을 갖추고 있으며, 삼, 모시, 리넨, 대나무, 실크 등 천연 섬유의 생산이 가능함. 그러나 원재료를 비롯하여 합성섬유, 울, 염료 등 기타 부재료들은 수입에 의존하고 있는 추세임.
 - 주요 수출 대상국은 독일, 터키, 중국 및 이태리 등으로 2012년도에 \$71만 가량의 섬유 및 의류를 수출하였으며, 주요 수입국은 중국, 인도, 베트남 등임.
- 높은 물류비용, 섬유관련 산업의 부재, 낮은 생산성 등은 에티오피아의 섬유산업 발전에 장애요인임. 그 중 내륙국으로의 한계가 가장 큰 애로사항임. 기실 에티오피아의 수출입은 높은 물류비용과 더불어 복잡하고 비효율적인 통관절차, 긴 운송시간이 주요 장애요인임. 아디스아바바에서 약 900km 떨어진 지부티의 지부티港을 통한 해상 진출로가 현재로서는 에티오피아의 유일한 해상 교역로임.
- 지부티-아디스아바바間 운송료는 40ft 컨테이너 기준 약 US\$3,500 이며, 소요기간은 도로 사정에 따라 약 3~5일 소요되고 있으며(한국-지부티間 해상운송료 최고 US\$3,200 정도) 수출입 통관은 평균 40일 정도가 소요됨. 이와 같은 높은 물류비용과 긴 운송 및 통관 시간은 에티오피아 섬유 산업 발전에 큰 장애 요소가 되고 있음.
 - 그러나 2016년 지부티-아디스아바바 철도가 완성되면서 물류비용과 더불어 운송 시간이 획기적으로 개선될 전망이다. 기존 지부티에서 아디스아바바까지 20시간이 넘던 도로 운송은 8시간대로 개선될 예정임.
- 앞서 발표한 바와 같이, 에티오피아는 까다로운 제약 없이 AGOA나 EBA 등의 무관세 혜택을 적용받기가 수월한 섬유산업을 에티오피아의 산업 개발 및 성장 동력으로 육성할 것으로 보임. 이와 같은 움직임의 배경에는 급격히 증가하고 있는 FDI가 큰 동력으

로 작용하고 있으며, 에티오피아 정부는 FDI를 유치할 수 있는 산업단지 건설에 총력을 기울이고 있음.

- 사하라이남 아프리카는 최근 FDI의 유입이 눈에 띄게 증가하고 있으며, 에티오피아는 남아프리카공화국, 모잠비크, 잠비아 다음으로 외국인 투자의 유입이 확연하게 증가하고 있는 국가 중 하나임. FDI 증가에 고무된 에티오피아 정부는 현재 전국에 8개의 주력 산업단지를 건설하고 있으며, 수도 인근의 상징적인 산업단지인 “볼레-레미(Bole-Lemi IP)”와 “킬린토(Kilinto IP)”는 이미 입주계약이 전체적으로 완료된 상태임.

2) 토론 내용

- 현재 에티오피아 커피 문화는 급속도로 변화하고 있으며, 앞으로 급격한 변화를 겪을 것으로 전망됨. 커피 세레모니의 경우, 이전에는 2-3시간이나 걸려 진행되었으나, 최근에는 슈퍼마켓에서 커피를 사서 수행하는 경향이 높아짐.
- 몇 년전만 하더라도, 에티오피아 내 커피숍에는 해외 주재원들이나 외국인들이 대다수였으나 현재 커피숍에 있는 고객을 보면 반 이상이 현지인임. 더불어 초창기 연구할 때, 1달러당 6부르였던 에티오피아 물가가 현재는 20-22부르까지 상승하였음. 커피숍 안에서 소비되고 있는 메뉴도 굉장히 다양해졌음. 이는 그만큼 변화하고 있는 에티오피아의 커피 문화를 반증한다고 볼 수 있음.
- 우리나라는 직접 콩을 찾으러 다니는 hunter(헌터)와 접촉하여 Small scale farmer와 거래하는 경우도 있는 것으로 알고 있음. 그러나, Commercial Grower와도 계약하여 거래하거나, 일본을 통해서 에티오피아 커피가 들어오는 경우도 있음. 이처럼 다양한 경로를 통해 에티오피아 커피를 우리나라 국민들이 맛보고 있음.
- 사실 커피시장을 좌우하는 것을 브라질 산 커피임. 브라질은 거의 300만톤을 생산하며, 그 다음으로 베트남이 200만톤 정도임. 남

미의 경우, 커피는 코카인과 경쟁하고 있음. 이에 대한 Value Chain을 깊게 연구한다면, 커피시장을 중심으로 한 여러 국가의 관계를 흥미롭게 탐구할 수 있을 것으로 보임.

- 현재 에티오피아에는 (주)신티에스가 볼레-레미 1 산업단지에서 운영을 개시하였으며 2015년 현재 약 US\$70만 정도를 유럽에 수출하고 있는 상태임. 한국섬유산업연합회가 아다마 산업단지의 90ha를 임대하고자하는 의사를 에티오피아 산업단지개발공사(Industrial Park Development Corporation, IPDC)에 제시하여 현재 협상이 진행되고 있는 상황임. 그러나 우리 섬유업계 1위인 세아상역을 비롯하여 명성, 이랜드 등 대기업들이 에티오피아에 투자를 검토했으나 실제 투자로 이어지지 않는 상황임.
- 에티오피아는 저렴한 인건비 및 전력요금, 미국, 유럽 등 섬유산업의 주요 소비시장의 무관세 혜택이라는 이점이 있음에도 불구하고, 열악한 도로 및 인프라 사정, 그리고 내륙국이라는 불리한 점에서 기인하는 과도한 물류비용 및 운송 시간 등 여러 가지 투자 장애요소가 한국기업의 적극적인 투자에 걸림돌로 작용하고 있음.
- 이는 아프리카 내 인적자원 및 재원의 부족 때문으로 보여짐. 이전에 STX의 경우도 사전 준비없이 아프리카 시장의 가능성만 보고 시장진출을 감행해 실패를 겪은 바 있음. 특히나 중소기업의 경우 준비를 제대로 하지 못하고 시장에 들어가는 경우가 많음. 예를 들어, 이번에 롯데제과가 케냐에 사무소를 내지만, 3-5년 내에 수익성을 생각하고 진출하는 것은 아님. 직접 제조공장을 만드는 것이 아니라, 현지에서 1,2위인 African과 같은 현지회사와 MOU를 맺어 협력 및 시장진출의 틈새를 얻으려는 전략으로 보임.
- 더불어, 아프리카는 우리나라 정부에 있어 가장 관심이 적은 대륙임. 그러나 현재 청년실업 등 여러 국내 사회적인 현안을 고려한다면, 우리가 territory를 넓혀 우리나라 기업의 아프리카 시장 진

출, 기술이전, 노동 trade 등의 가능성을 긍정적으로 고려할 필요가 있음.

- 특히 섬유산업의 경우, 우리나라가 적극적으로 선점에 나서야 할 분야라고 생각됨. 섬유산업은 임금이 월 500\$이상 올라가면 가능성이 없는 산업임. 월 500\$을 유지할 수 있는 저임금 국가들은 Post-china 16 (탄자니아, 케냐, 에티오피아 등)에 해당하는 국가들임. 섬유산업은 초기 중국에서 베트남, 현재는 방글라데시 시장이 중심이나, 이제는 베트남의 메콩유역 산업단지의 월 임금은 30\$이상으로 계속 상승하고 있는 추세임. 미래를 생각한다면, 아프리카 시장을 섬유산업의 블루오션으로 주시할 수 밖에 없음.
- 더군다나, ‘땅’, ‘저임금’을 기반으로 하는 섬유산업의 경우, 아프리카 시장을 선점해야하는 것은 필연적으로 보임. 현재 암암리에 동아프리카 산업단지 경쟁이 불고 있음. 타 국가들보다 에티오피아가 우리 기업들이 진출하기 적합한 이유는 1) 땅이 국가소유라는 점에 따라 (외국인들은 토지 소유가 불가능) 땅값이 싸고, 2) 기타 원자재 및 Utility 이용 가격이 저렴하기 때문임. 탄자니아는 땅이 넓지만, 부정부패가 매우 심각하고, 케냐는 경찰이 길거리에서 외국인에게 벌금을 물을 정도로 치안 및 관리 부패가 좋지 않음.
- 반면, 에티오피아의 수도 아디스아바바는 치안이 확보되는, 아프리카에서 안심하고 걸어다닐 수 있는 몇 안되는 도시중 하나임. 더불어 다른 아프리카와 도시와 비교하면 Traffic jam도 없는 편임. 인프라 구축이 그나마 잘 정비되어 있기 때문에, 내년에 완공되는 아디스바바바-지부티 철도만 잘 구축이 된다면, 에티오피아가 우리 섬유산업 기업이 진출하기에 가장 적합한 국가로 보임.
- 이번 대통령의 에티오피아 순방이후, 이미 한국섬유산업연합회가 협회차원에서 진출을 계획하고 있는 현실에서, 우리나라에서는 인건비로 인한 가격경쟁력을 상실한 섬유 산업이 에티오피아로 진출을 고려한다면 다음과 같은 사항을 진출 전략에 포함할 필요

가 있음.

- 섬유 산업 일관성 체제의 확보를 위하여 봉제가 아닌, 중견·중소 기업 수준의 기술집약적 직물 생산 업체(textile producers) 등 원자재 및 부자재 생산업체의 진출이 적합한 것으로 보임. 에티오피아에는 이미 중국, 터키 등 여러 국가에서 피혁 및 봉제 업체가 진출하고는 있으나, 앞서 기술한 바와 같이 원·부자재 문제가 커다란 장애 요인임. 주변 국가, 예를 들어 케냐에도 변변한 직물 생산 공장이 없는 상황임. 따라서 원자재 생산 분야가 에티오피아는 물론 동아프리카 전체 시장에 공급할 가능성이 큼. 에티오피아는 COMESA(Common Market for East and Southern Africa, 동남아프리카 공동시장) 회원국이므로 타 아프리카 회원국의 시장 진출時 관세의 혜택이 적용됨.
 - 에티오피아 정부와는 개별 기업이 아닌 단체 혹은 협회 차원의 투자 협상이 필요함. 이와 같은 방법은 기업의 “협상력(bargaining power)”을 높일 것임. 기실, 에티오피아의 정부는 거버넌스 문제가 심각하여 모든 결정이 위에서 이루어지는 관계로 실무자들이 권한을 크게 갖지 못하며, 이에 따라 의사결정이 늦은 편임. 또한 계약서상의 약속조차 지켜지지 않는 경우가 많아, 개별 기업은 에티오피아 단독 진출時 매우 커다란 어려움을 겪을 수 있음.
- 기술이전도 하나의 agenda가 될 수 있음. 기술이전보다는 ‘현지화’하는 것이 중요함. 무엇보다도 인력이 가장 중요한 요소임. 한 기술을 이전하는 데 필요한 것은 엔지니어 150명, 주니어 50명, 프로젝트 매니저 1명 등 임. 이를 예측하여 인력을 배정하고 훈련한다면, AFDB에서 연구하고 있는 Technology transfer와 맞물려 성공적인 기술이전을 수행할 수 있을 것으로 보임.
- ‘적정기술’은 우리가 보유하고 있던 기술을 전파하여 개도국의 현지인들이 스스로 운용할 수 있게 하는 기술임. (Sustainable 할 수 있게) 농가공 등 우리가 보유하고 있는 굉장한 부분이 있는데,

이를 활용하는 프로젝트가 많지 않음. 더불어 나라마다 요구되는 기술도 다양함.

- 한국산업단지 혹은 한국 기업체의 클러스터는 지부티와 비교적 가까운 에티오피아 북부 티그라이주의 메켈레 산업단지를 한 번 고려해 볼 필요가 있음. 티그라이 출신 인사들이 현재 에티오피아 정치를 실질적으로 통제하고 있으며, Powerful한 인사들이 대거 포진하고 있음. 인허가 등 사업의 운영에 여러모로 유리함이 있음. 에티오피아 정부가 건설하고 있는 몇몇 산업단지는 기후 조건, 인프라, 주변 인구 등 배후 여건이 섬유 산업에 매우 부적합함. 이미 중국, 인도 등이 선점하고 있는 곳이 많아, 지부티와 근접한 지리적 장점이 있는 메켈레가 유리한 대안이 될 수 있을 것으로 판단됨.
- 이러한 사례를 앞서 분석해보고 아프리카 시장진출에 나선다면, 충분히 블루오션인 아프리카 진출에 성공할 가능성이 높다고 보임.