

초대의 글

안녕하십니까?

농산물 시장의 개방이 가속화되면서 국내 시장에서 수입산과 국산 간의 경쟁은 점점 치열해지고 국산 농산물의 설자리가 좁아지고 있습니다. 따라서 우리 농산물 시장을 확대하고 농업인들의 자신감을 고취시키기 위한 수출 확대의 필요성이 증가하고 있습니다.

우리 농산물의 품질은 세계 어디에 내놓아도 손색이 없습니다. 검역 등 통관의 문제, 수출 농산물 생산에 대한 경험의 부족, 소규모 생산에서 오는 불이익 등을 극복한다면 세계 시장에서 각광받는 상품이 될 가능성이 있습니다. 가능성을 실현시키기 위해서는 품질 관리, 소규모 생산자의 조직화, 시설투자, 해외시장 개척 등 생산에서 해외 판매 및 사후관리에 이르기까지 제반 문제에 대한 점검과 발전 방안이 수립되어야 할 것입니다.

한국농촌경제연구원에서는 농산물 수출 확대를 위한 건설적인 정책 대안을 모색하고, 농산물 수출 현장의 문제점과 개선 방안을 중점적으로 논의하고자 생산자, 유통업자, 정부, 학계 등의 전문가를 모시고 ‘농식품 수출의 현실진단과 정책방안’이란 심포지엄을 개최하고자 합니다. 바쁘시더라도 부디 참석하셔서 우리 농산물 수출의 나아갈 길을 함께 찾아주시길 부탁드립니다.

2009년 6월

한국농촌경제연구원장 오 세 익

행사 진행순서

개회사 및 축사

14:00~14:10

- ◆개회사: 오세익(한국농촌경제연구원장)
- ◆축사: 김세원(경제인문사회연구회 이사장)

주제 발표

14:10~16:20

- ◆좌장: 이정환(GS&J 인스티튜트 이사장)
- ① 세계 농산물 잠재 수출시장 분석(최세균 박사)
- ② 농식품 수출 및 지원제도 현황과 과제(김태훈 박사)
- ③ 농산물 수출조직 강화 방안(김경필 박사)
- ④ 수출 시설원에 실패와 발전방안(김연중 박사)
- ⑤ 가공식품 및 식재료 수출 현황과 과제(김성훈 박사)

종합토론(6인)

16:20~17:30

- 고재갑 (한국농림식품수출입조합 전무이사)
- 김영도 ((주)경남무역 부장)
- 김홍우 (농림수산식품부 식품산업진흥과장)
- 남상원 (농수산물유통공사 수출개발처장)
- 이태호 (서울대 교수)
- 정화영 ((주)로즈피아 대표이사)

목 차

제1주제 : 세계 농산물 잠재 수출시장 분석 (최세균 박사)	1
1. 분석대상 품목	3
2. 품목별 교역 규모(수입 기준)	3
3. 지역별 수입 규모	6
4. 품목별 주요 수입국	9
5. 수입 가격	26
6. 시사점	31
제2주제 : 농식품 수출 및 지원제도 현황과 과제 (김태훈 박사)	33
1. 우리나라 농식품 수출 현황	35
2. 농식품 수출지원제도와 개선사항	40
3. 농식품 수출의 문제점과 개선방안	48
제3주제 : 농산물 수출조직 강화 방안 (김경필 박사)	53
1. 현황 및 실태	55
2. 수출 조직화 관련 정책	60
3. 수출조직 강화 방안	64
제4주제 : 수출 시설원에 실태와 발전방안 (김연중 박사)	71
1. 시설원예수급 및 수출 추이	73
2. 시설원예 수출 정책과 문제점	79
3. 시설원예 농산물 수출의 문제점	82
4. 시설원예 작물의 수출확대 방안	87
제5주제 : 가공식품 및 식재료 수출현황과 과제 (김성훈 박사)	93
1. 가공식품 및 식재료 수출 현황	95
2. 관련 정책 및 제도	103
3. 개선 과제	107

세계 농산물 잠재 수출시장 분석

2009. 6. 17

최세균·정대희
글로벌협력연구본부

1. 분석대상 품목

- 우리나라 농림수산물 수출은 2000년 30억 달러에서 2008년 44억 달러로 증가하였고, 특히 2008년에는 전년 대비 17.1%의 높은 성장을 이룩하였음. 그러나 농림수산물 무역수지 적자는 2004년 처음으로 100억 달러를 넘어선 이래 지속적으로 증가하여 2008년에는 188억 달러로 확대되었음.
 - 시장개방의 확대는 국내 농산물 시장에서 수입산과 국산 간의 경쟁을 심화시키고 있으나 다른 한편으로는 세계 시장 진출의 기회를 제공하고 있음. 국제 농산물 교역 규모는 빠르게 성장하고 있음.
 - 농림수산물 무역수지 적자, 시장개방에 따른 국산 농산물 시장의 축소 등에 효과적으로 대응하기 위해서는 확대되는 세계 농산물 시장에 적극적으로 진출할 필요가 있음. 이를 위해서는 잠재적인 수출 가능 품목을 중심으로 세계 농산물 시장을 분석하여 기회를 적극적으로 활용할 필요가 있음.

- 수출 유망 농산물로는 곡물 가운데 쌀, 축산물 가운데 돼지고기, 닭고기, 과일 가운데 사과, 배, 감귤, 포도, 단감, 채소 가운데 토마토, 딸기, 파프리카, 멜론, 버섯, 그리고 화훼류 등이 주목받고 있음. 그밖에 인삼, 김치, 장류 등도 수출이 유망한 품목으로 육성되고 있음.

- 우리나라가 수출하고자 하는 농산물 또는 수출 잠재력을 가진 농산물의 세계 시장을 분석하는 것은 수출 마케팅 전략 수립에 필수적인 부분임. 시장분석을 통해 목표 시장이 설정 수출 시장 개척을 위해 검역, 통관, 관세 등 무역장벽을 낮추기 위한 정부의 노력과 수출 촉진을 위한 마케팅 전략이 수립·시행되어야 함.
 - 여기서는 이러한 수출 유망 품목 가운데 신선 농산물을 중심으로 해외 시장규모와 가격, 지역별 시장 분포, 경쟁국가 등을 분석하였음. 분석 대상 품목은 사과, 배, 복숭아, 감귤, 포도, 토마토, 오이, 버섯, 돼지고기, 닭고기, 쌀, 절화 등 12 품목임.

2. 품목별 교역 규모(수입 기준)

- 세계 사과 교역 규모는 2002년 539만 톤에서 2006년 697만 톤으로 증가하였고, 수입액

은 같은 기간에 31억 달러에서 48억 달러로 증가하여 물량 기준 29.2%, 금액 기준 57.6% 성장하였음. 수입량 증가 폭보다 수입액 증가 폭이 큰 것은 국제 시장에서 사과 가격이 상승하고 있음을 보여주는 것임. 2004-06년 평균 수입 규모는 661만 톤(44억 달러)임.

- 배 교역 규모는 사과의 30% 수준이나 2002-2006년 기간에 물량 기준 25.6%, 금액 기준 60.6% 증가하여 시장의 성장 추세는 사과와 비슷함. 수입 물량은 2002년 173만 톤에서 2006년 218만 톤으로 증가하였고, 수입액은 같은 기간에 11억 달러에서 18억 달러로 증가하였음. 수입량 증가 폭보다 수입액 증가 폭이 2배 이상 크게 나타남.
- 포도 교역 규모는 2006년에 339만 톤, 51억 달러 수준임. 포도 수입 규모는 2002-2006년 기간에 물량 기준 31.4%, 금액 기준 65.8% 증가하였음. 수입량 증가 폭보다 수입액 증가 폭이 2배 이상 크게 나타나 수입 단가가 크게 상승하고 있는 것으로 볼 수 있음.
- 세계 감귤류(맨더린, 탠저린) 교역 규모는 2006년 321만 톤, 25억 달러로 2002에 비해 물량 기준 32.1%, 금액 기준 57.9% 증가하였음.
- 복숭아 교역 규모는 2006년에 146만 톤, 16억 달러로 사과, 포도 등 다른 과일에 비해 작음. 수입 물량의 증가율도 2002에 비해 13.6% 증가에 그치고 있음. 그러나 수입액은 같은 기간에 9억 9천만 달러에서 16억 4천만 달러로 66.3% 증가하여 사과, 배, 포도 등 다른 과일과 비슷한 성장세를 나타냄.
- 세계 전체 토마토 교역 규모는 2006년에 542만 톤, 55억 달러 수준임. 토마토 수입 규모는 2002-2006년 기간에 물량 기준 31.9%, 금액 기준 54.9% 증가하였음. 토마토 수입 규모는 물량 기준으로는 사과에 미치지 못하지만 수입액은 사과보다 7억 달러 많은 것임.
 - 배, 포도, 감귤, 복숭아 등 주요 과실류에 비해 토마토의 국제 거래량과 교역액 규모가 큼
- 오이 교역 규모는 2006년에 237만 톤, 17억 달러 수준임. 오이 수입 규모는 2002-2006년 기간에 물량 기준 71.7%, 금액 기준 92.2% 증가하여 과일이나 다른 채소류에 비해 높은 성장 추세를 나타냄.

- 버섯(마른버섯 제외) 교역은 2006년에 43만 톤, 12억 달러 수준임. 버섯 수입 규모는 2002년 32만 톤, 8억 달러에 비해 2006년 물량 기준 13.0%, 수입액 기준 46.9% 증가한 것임.
- 돼지고기(내장 제외) 교역 규모는 2006년에 738만 톤, 191억 달러로 신선 농산물 가운데 교역 규모가 큰 품목 가운데 하나임. 돼지고기 수입 물량은 2002년 581만 톤에 비해 26.9%, 수입액은 118억 달러에 비해 61.6% 증가한 것임.
- 세계 전체 닭고기 교역 규모는 2006년에 769만 톤, 95억 달러임. 2004-06년 평균 수입 규모는 725만 톤, 93억 달러임. 닭고기 수입 규모는 2002년 646만 톤, 66억 달러에 비해 각각 19.0%, 43.5% 증가한 것임.
- 쌀 교역 규모는 2006년에 약 2천만 톤, 79억 달러 수준임. 이러한 쌀 수입 규모는 2002년에 비해 물량 기준 8.5%, 금액 기준 62.8% 증가한 것임. 수입액 증가율이 수입 물량 증가율보다 7배 이상 높게 나타나 2008년의 곡물가격 폭등 이전에도 가격이 큰 폭으로 상승
- 절화 교역 규모는 100만 톤, 61억 달러 수준임(2006년). 2006년 절화 교역 규모는 2002년에 비해 물량 기준 48.3%배, 금액 기준 45.2% 증가한 것임.
- 분석 대상 12개 품목의 국제 교역 규모는 우리나라 생산량의 4배에서 18배에 이를 정도로 매우 큰 시장이 형성되어 있음. 사과와 닭고기의 교역 규모는 우리나라 생산량의 18배에 이르고 토마토와 돼지고기는 각각 12배와 10배 수준임.
 - 교역액은 돼지고기 180억 달러, 닭고기 93억 달러, 쌀 71억 달러, 절화 59억 달러에 이르고 교역액이 적은 오이와 복숭아의 경우도 15억 달러에 달함.

표 1. 주요 농산물의 교역 규모(수입 기준, 2004-06평균)

단위: 천톤, 천\$

품 목	수입량(A)	수입액(B)	생산량(C)천톤	A/C
사과	6,606	4,414	378	17.5
배	2,105	1,655	442	4.8
감귤	2,937	2,299	614	4.8
복숭아	1,373	1,427	206	6.7
포도	3,189	4,599	360	8.9
버섯	428	1,173	-	-
오이	1,860	1,460	400	4.6
토마토	4,927	5,004	422	11.7
쌀	19,653	7,073	4,816	4.1
닭고기	7,254	9,266	409	17.7
돼지고기	7,044	18,011	709	9.9
절화	1,012	5,900	-	-

주 : 절화와 버섯은 다수의 품목이 혼합되어 있기 때문에 생산량과의 비교는 부적절함.

버섯의 교역자료는 주로 양송이와 송로를 의미함.

자료 : 농림수산식품주요통계, FAO STAT

3. 지역별 수입 규모

- 사과 수입 규모를 지역별로 보면, 유럽이 가장 크고 다음이 아시아, 북미, 중동 순임. 이들 4개 지역이 전체 교역에서 차지하는 비중은 93%임. 남미와 아프리카 지역 국가들의 사과 수입 규모는 미미함.
 - 유럽의 사과 수입 규모는 연간 415만 톤으로 전세계 수입량의 63%를 차지하고 있음. 그밖에 지역별 수입 규모는 아시아 97만 톤(전체의 15%), 북미 55만 톤(8%), 중동 45만 톤(7%), 남미 25만 톤(4%), 아프리카 22만 톤(3%), 오세아니아 7천 톤 등임.
- 지역별 배 수입 규모는 유럽이 가장 크고 다음이 아시아, 북미, 남미 순임. 중동, 아프리카, 오세아니아 지역 국가들이 배 수입에서 차지하는 비중은 전체의 3%에 불과함.
 - 유럽의 배 수입 규모는 연간 135만 톤으로 전세계 수입량의 64%를 차지하고 있음. 그밖에 지역별 수입 규모는 아시아 31만 톤(전체의 15%), 북미 24만 톤(11%), 남미

14만 톤(7%) 등임.

- 감귤류의 수입량도 유럽이 가장 크고 다음이 아시아, 북미 등의 순임. 중동, 남미, 아프리카, 오세아니아 지역 국가들이 감귤류 수입 규모를 수입에서 차지하는 비중은 전체의 3%에 불과함.
 - 유럽의 감귤류 수입 규모는 연간 237만 톤으로 전세계 수입량의 81%를 차지하고 있음. 그밖에 지역별 수입 규모는 아시아 26만 톤(전체의 9%), 북미 20만 톤(7%) 등임.
- 유럽 국가들이 세계 복숭아 수입 시장에서 차지하는 비중은 81%(111만 톤)에 달함. 북미의 복숭아 수입량은 16만 톤 정도로 전체의 11%, 아시아의 복숭아 수입 규모는 5만 톤(전체의 4%) 수준임.
- 포도 수입량은 유럽(점유율 60%)이 가장 크고 다음이 북미(25%), 아시아(11%) 순으로 3개 지역이 전체 포도 수입에서 차지하는 비중은 96%임.
- 버섯 수입 규모는 유럽이 가장 크고 다음이 아시아, 북미의 순으로 이들 3개 지역이 전체 버섯 수입에서 차지하는 비중은 99%에 달함.
- 세계 오이 수입에서 차지하는 비중을 지역별로 보면 유럽이 56%(103만 톤), 북미가 26%(48만 톤), 중동이 15%(29만 톤) 등으로 3개 지역이 전체 오이 수입에서 차지하는 비중은 97%에 달함.
- 토마토 수입 규모는 유럽(60%)이 가장 크고 다음이 북미(25%), 중동(12%)의 순으로 이들 3개 지역이 전체 토마토 수입에서 차지하는 비중은 98%에 달함. 아시아, 남미, 아프리카, 오세아니아 지역 국가들이 토마토 수입에서 차지하는 비중은 전체의 2%에 불과함.
- 쌀 수입량은 아시아가 가장 많고 다음이 아프리카, 중동, 유럽, 남미, 북미의 순임. 아시아와 아프리카의 쌀 수입은 각각 635만 톤, 616만 톤으로 비슷한 수준이며, 중동의 수입량이 357만 톤임. 유럽, 남미, 북미의 수입량은 각각 147만 톤, 100만 톤, 81만 톤 등임.
- 돼지고기 수입 규모를 지역별로 보면, 유럽이 가장 크고 다음이 아시아, 북미 등의 순임. 이들 3개 지역이 전체 돼지고기 수입에서 차지하는 비중은 97%에 달함.

- 닭고기 수입 규모량은 유럽이 310만 톤으로 43%를 차지하고 있으며, 다음이 아시아 지역으로 170만 톤(23%)임. 그러나 중동 지역 수입량이 100만 톤을 넘어 전체 교역에서 차지하는 비중이 14%에 달하고, 북미 8%, 아프리카 7%, 남미 4% 등으로 비교적 고른 시장점유율을 보이고 있음.
- 세계 절화 교역에서 유럽이 차지하는 비중은 80%에 달함. 북미와 아시아의 비중은 전체의 14%와 5%로 유럽과는 큰 차이를 나타냄. 이들 3개 지역이 세계 절화 교역의 99%를 차지하고 있음.
- 대부분의 품목에 있어서 유럽이 세계 교역에서 차지하는 비중이 매우 높게 나타남. 유럽 다음으로 세계 교역에서 차지하는 비중이 높은 지역은 북미와 아시아임. 그러나 쌀의 경우 아프리카와 중동 지역 비중이 높음.
 - 수출 증대를 위한 마케팅은 유럽, 북미, 아시아 등 3개 지역에 집중될 필요가 있음.

표 2. 지역별 수입 비중

단위 : %

품목	지역별 비중						
	유럽	아시아	북미	중동	남미	아프리카	오세아니아
사과	62.8	14.7	8.3	6.9	3.8	3.3	0.1
	유럽	아시아	북미	남미	중동	아프리카	오세아니아
배	64.2	14.6	11.4	6.6	2.2	0.6	0.4
	유럽	아시아	북미	중동	남미	아프리카	오세아니아
감귤	80.6	8.7	6.9	3.2	0.2	0.2	0.1
	유럽	북미	아시아	중동	남미	아프리카	오세아니아
복숭아	80.9	11.4	3.5	2.2	1.7	0.2	0.1
	유럽	북미	아시아	중동	남미	오세아니아	아프리카
포도	59.7	24.8	10.9	2.4	1.3	0.5	0.3
	유럽	아시아	북미	중동	남미	아프리카	오세아니아
버섯	80.8	10.0	8.3	0.6	0.1	0.1	0.1
	유럽	북미	중동	아시아	아프리카	오세아니아	남미
오이	55.8	25.8	15.5	2.8	0.1	0.0	0.0
	유럽	북미	중동	아시아	남미	오세아니아	아프리카
토마토	60.4	25.3	12.4	1.1	0.5	0.1	0.1
	아시아	아프리카	중동	유럽	남미	북미	오세아니아
쌀	32.3	31.3	18.1	7.5	5.1	4.1	1.6
	유럽	아시아	중동	북미	아프리카	남미	오세아니아
닭고기	42.6	23.4	14.0	7.7	7.4	4.5	0.5
	유럽	아시아	북미	오세아니아	남미	아프리카	중동
돼지고기	65.6	20.3	11.0	1.4	0.9	0.6	0.2
	유럽	북미	아시아	중동	아프리카	남미	오세아니아
절화	79.5	14.1	5.1	0.5	0.4	0.4	0.0

자료 : FAO STAT

4. 품목별 주요 수입국

4.1. 사과

- 사과의 최대 수입국은 러시아로 2004-06년 평균 75만 톤의 사과를 수입하여 전세계 수입량의 11.3%를 차지하였음. 러시아의 사과 수입은 2002년 36만 톤에서 2006년 81만 톤으로 2.3배 증가하였음.
- 사과 수입 규모가 큰 국가 상위 5개국은 러시아, 독일, 영국, 네덜란드, 스페인 등 유럽 지역에 속함. 북미 지역에서는 멕시코의 사과 수입 규모가 20만 톤(2006년)으로 가장 크고 다음이 미국, 캐나다 순임.
- 아시아 지역에서는 중국의 사과 수입 규모가 15만 톤으로 가장 크고 다음이 사우디아라비아, 인도네시아, 이라크 순임. 2006년 사우디아라비아와 인도네시아의 사과 수입량은 2002년에 비해 각각 18.2%, 45.2% 증가한 15만 톤, 12만 톤 수준임. 태국, 베트남, 말레이시아 등 동남아 국가들의 사과 수입도 증가하고 있으며 연간 수입량이 각각 8-9만 톤 수준임.
- 수입 사과 시장이 성장하고 있는 주요 국가는 지역별로 유럽의 러시아, 독일, 북미의 멕시코, 캐나다, 아시아의 인도네시아, 태국, 베트남, 말레이시아, 중동의 사우디아라비아 등임.
- 세계 최대 사과 수입국인 러시아 시장(2004-06년 평균 75만 톤 규모)에 대한 주요 수출국은 폴란드, 중국, 아제르바이잔, 아르헨티나, 몰도바 등으로 유럽, 아시아, 남미의 5개국이 전체 시장의 66%를 차지하고 있음.
 - 국가별 시장점유율은 폴란드 26.5%, 중국 16.9%, 아제르바이잔 7.7%, 아르헨티나 7.5% 등임. 몰도바의 시장 점유율은 감소 추세이며 연도별로 불안정한 상태임.
- 독일이 사과를 수입(74만 톤)하는 주요 국가는 유럽지역의 이탈리아(시장점유율 40%), 네덜란드(14%), 프랑스(9%), 벨기에(5%) 등 주로 유럽 국가이며, 이들 국가의 시장점유율이 68.4%에 달함. 남반구의 뉴질랜드가 독일 시장의 10.3%를 점유하고 있음.

- 멕시코는 연간 20만 톤 정도의 사과를 수입하며, 수입 사과 시장은 미국(점유율 77%), 칠레(18%), 캐나다(5%)로 이들 3개국 비중이 99.7%에 달함. 아르헨티나와 뉴질랜드의 시장점유율은 미미한 수준임.
- 미국의 수입 사과 시장은 칠레, 뉴질랜드, 아르헨티나, 브라질 등 남반구 국가들과 캐나다가 99.5%를 차지하고 있음. 국가별 시장점유율은 칠레 51%, 뉴질랜드 26%, 캐나다 21%, 아르헨티나와 브라질 각각 1% 수준임.
 - 수입 단가는 뉴질랜드 1.27 달러, 칠레 1.02 달러, 캐나다 0.71 달러 등임.
- 인도네시아 사과 수입 시장은 중국, 미국, 뉴질랜드 등 3개국이 96%를 차지하고 있음. 국가별 시장점유율은 중국 68%, 미국 27%, 뉴질랜드 2% 수준임.
 - 수입 단가는 kg당 중국 0.56 달러, 미국 0.69 달러, 뉴질랜드 0.73 달러 등임.
- 사우디아라비아 사과 수입 시장은 칠레, 미국, 중국, 프랑스, 이란 등 5개국이 78%를 점유하고 있으며, 국가별 시장점유율은 칠레 35%, 미국 14%, 중국 11%, 프랑스 9%, 이란 9% 수준임.
 - kg당 수입 단가는 칠레 0.59 달러, 미국 0.60 달러, 중국 0.56 달러, 프랑스 0.75 달러, 이란 0.28 달러 등임.

4.2. 배

- 배의 최대 수입국은 러시아로 2004-06년 평균 30만 톤의 배를 수입하여 전세계 수입량의 14.1%를 차지하였음. 러시아의 배 수입은 2002년 16만 톤에서 2006년 32만 톤으로 2배 증가하였음.
- 배의 수입 규모가 큰 국가 상위 5개국은 러시아, 독일, 영국, 이탈리아, 네덜란드 등 유럽 국가임. 그밖에 프랑스와 벨기에가 각각 수입 규모 면에서 6위와 8위를 차지하는 등 유럽 국가들이 주요 수입국임.
 - 독일의 2004-06년 연평균 수입량은 18만 톤이며, 영국, 이탈리아, 네덜란드, 프랑스 등의 배 수입 규모는 각각 12-14만 톤 수준으로 비슷함. 배 수입 상위 10개국은 이상의 유럽 국가 이외에 브라질(7위), 멕시코(9위), 인도네시아(10위) 등으로 상위 10개국의 시장점유율은 62.9%임.

- 북미 지역에서는 미국과 멕시코의 배 수입 규모가 각각 9만 톤(2006년) 수준이고 캐나다의 수입량은 8만 톤임. 멕시코와 캐나다의 수입량은 정체된 상태이나 미국의 수입량은 증가하고 있음.
- 남미 지역에서 배 수입 규모가 가장 큰 국가는 브라질로 2006년 12만 5천 톤의 배를 수입하였음. 이는 2003년에 비해 2배 증가한 것임.
- 아시아 지역의 주요 배 수입국은 인도네시아, 말레이시아, 베트남, 태국, 싱가포르 등임. 아시아의 최대 수입국인 인도네시아의 배 수입 규모는 8만 톤 수준임. 말레이시아와 베트남의 배 수입량은 각각 5만 톤, 4만 톤 정도임.
 - 말레이시아의 배 수입량은 2002년 6만 8천 톤에서 2006년 4만 8천 톤으로 감소하는 등 감소추세를 나타내고 있음. 반면 베트남의 배 수입은 약간의 성장 추세를 보이고 있음.
 - 태국과 싱가포르의 배 수입량은 각각 4만 톤, 2만 5천 톤 수준임. 태국의 배 수입은 2002년 5천 톤에서 2006년 4만 3천 톤으로 크게 증가한 반면 싱가포르의 수입은 같은 기간에 3만 톤에서 2만 4천 톤으로 감소하였음.
- 세계 최대 배 수입국인 러시아 시장(30만 톤 수입)에 대한 주요 수출국은 남반구의 아르헨티나를 비롯하여 북반구에서는 벨기에, 네덜란드, 프랑스 등 유럽 국가 그리고 아시아의 중국 등으로 이들 5개국이 러시아 수입 배 시장에서 차지하는 비중은 80%에 달함.
 - 중국의 러시아 시장 점유율은 14%로 연간 4만 톤(2천만 달러)의 배를 수출하고 있음. 중국의 러시아 시장에 대한 배 수출은 2002년 2만 3천 톤에서 2006년 4만 8천 톤으로 2배 이상 증가하였음.
 - 벨기에와 네덜란드는 러시아 시장에서 시장점유율을 증가시키고 있는 대표적인 국가임. 아르헨티나의 시장점유율은 감소하고 중국과 프랑스의 시장점유율은 정체된 상태임.
- 러시아의 배 수입 단가는 2004-06년 평균 kg당 중국 0.46 달러, 아르헨티나 0.47 달러, 벨기에 0.51 달러, 네덜란드 0.54 달러, 프랑스 0.56 달러 등으로 중국과 아르헨티나가 유럽 국가에 비해 가격경쟁력이 높은 편임.
- 독일이 배를 수입하는 주요 국가는 유럽지역의 이탈리아, 스페인, 네덜란드와 남반구

의 아르헨티나, 남아프리카공화국 등으로 이들 5개국의 독일 시장 점유율은 90%임.

- 유럽 3개국으로부터의 수입이 전체의 60%를 차지하고 아르헨티나와 남아공의 점유율이 각각 16.7%와 13.3%임.

- 네덜란드의 시장점유율이 증가하고 있으나 다른 나라들의 시장점유율은 안정적인 상태를 나타냄.

○ 독일이 수입하는 배의 수입 단가(kg당)는 국가별로 이탈리아 1.2 달러, 네덜란드와 남아공 1.1 달러, 아르헨티나 0.9 달러, 스페인 0.8 달러 등임.

○ 브라질은 연간 10만 톤 정도의 배를 수입하고 있으며, 아르헨티나의 시장점유율이 83%에 달하고 나머지 시장을 유럽 국가(포르투갈, 스페인)와 미국, 칠레 등이 차지하고 있음.

- 국가별 시장점유율은 포르투갈 6%, 미국 4%, 스페인 3%, 칠레 3% 수준으로 상위 5개국의 시장점유율은 98%에 달함.

○ kg당 수입 단가는 미국 0.97 달러, 스페인 0.84 달러, 포르투갈 0.81 달러, 아르헨티나 0.51 달러, 칠레 0.49 달러 등으로 남반구 국가들의 가격이 낮은 편임.

○ 인도네시아 배 수입 시장은 북반구에의 중국, 미국, 한국, 남반구의 남아공, 호주 등 5개국이 98%를 차지하고 있음.

- 중국의 점유율이 93%로 가장 높고 나머지 국가들이 1% 내외의 점유율을 나타내고 있으며, 수입 물량은 각각 1천 톤 수준임.

- 수입 단가는 kg당 중국 0.48 달러, 남아공 0.67 달러, 호주와 미국 0.73 달러, 한국 0.9 달러 등임.

○ 미국의 배 수입 시장은 아르헨티나(점유율 50%), 칠레(31%), 뉴질랜드(4%) 등 남반구 국가들이 주로 차지하고 있으며 한국과 중국의 점유율이 각각 10%, 3% 수준임.

- kg당 수입 단가는 칠레 0.98 달러, 아르헨티나 1.13 달러, 뉴질랜드 2.60 달러, 중국 1.73 달러, 한국 2.55 달러 등으로 북반구 국가들의 가격이 남반구 국가에 비해 높음. 한국 배의 가격이 중국에 비해 높음에도 불구하고 한국의 시장점유율은 2002년 8%에서 2006년 10%로 증가하였음.

4.3. 포도

- 포도의 최대 수입국은 미국으로 지난 3년간(2004-06) 연평균 51만 톤의 포도를 수입하여 전세계 수입량의 16.1%를 차지하였음. 미국의 포도 수입은 2002년 45만 톤에서 2006년 53만 톤으로 17.8%배 증가하였음.
- 미국 다음으로 포도 수입이 많은 나라는 독일, 러시아, 영국, 네덜란드, 캐나다 등임. 2006년 독일의 수입 규모는 33만 톤, 러시아의 수입 규모는 32만 톤이었음. 독일의 포도 수입은 2002년 29만 톤에서 2006년 33만 톤으로 증가하는 데에 그쳤으나 러시아는 같은 기간에 10만 톤에서 32만 톤으로 3배 성장하였음.
 - 영국과 네덜란드의 포도 수입량은 2006년 27만 톤으로 같은 수준이지만 네덜란드의 수입 증가율이 영국보다 높게 나타남.
- 세계 포도 수입 시장에서 상위 6위부터 10위에 속하는 나라는 캐나다, 프랑스, 벨기에, 폴란드, 홍콩 순임.
 - 캐나다와 멕시코의 2006년 포도 수입량은 각각 18만 톤, 8만 톤 수준이며 멕시코의 수입 포도 시장은 정체된 상태임.
- 아시아 지역에서 포도 수입량이 비교적 많은 곳은 홍콩과 중국으로 각각 8-9만 톤 정도를 수입하고 있음. 파키스탄의 포도 수입 규모는 연간 3만 톤 정도임.
- 세계 최대 포도 수입국인 미국 시장(50만 톤 수입)에 대한 주요 수출국은 남반구의 칠레, 브라질, 페루, 그리고 북반구에서는 NAFTA 회원국인 캐나다와 멕시코 등 5개국으로 이들이 99%의 시장을 점유하고 있음.
 - 칠레의 미국 시장 점유율은 77%로 연간 45만 톤(8억 달러)의 포도를 수출하고 있음. 멕시코의 미국 시장에 대한 포도 수출은 연간 10만 톤으로, 시장점유율은 20% 수준임. 기타 국가들의 미국 포도 시장점유율은 미미한 수준임.
- 독일이 포도를 수입하는 주요 국가는 유럽지역의 이탈리아와 그리스 등과 남아공, 아르헨티나, 칠레 등 남반구 국가로 이들 5개국의 시장점유율은 83%에 달함.
 - 유럽 개국으로부터의 수입이 전체의 54%를 차지하고 남아공, 아르헨티나, 칠레의 점유율이 각각 13.6%, 7.4%, 7.4%임.

- 러시아는 유럽 지역의 우즈베키스탄, 터키, 이탈리아와 남반구의 칠레, 남아공 등으로 부터 포도를 수입하며, 이들 국가의 러시아 시장 점유율은 82% 수준임.
 - 우즈베키스탄의 점유율이 39%로 가장 높고 터키(23.9%), 칠레(8.3%), 이탈리아 (7.0%), 남아공(3.5%) 등임.
- 중국의 포도 수입 시장은 주로 남반구의 칠레(점유율 40%)와 북반구에서는 미국(26%) 이 차지하고 있음. 그밖에 페루, 뉴질랜드, 남아공 등이 중국에 포도를 수출하고 있음.
- 캐나다 시장은 미국(53%)과 칠레(33%)가 주로 차지하고 있음. 그밖에 멕시코, 남아공, 이탈리아가 1-2%의 시장점유율은 보이고 있음.

4.4. 감귤류

- 감귤류의 수입 시장이 가장 빠르게 성장하는 국가는 러시아로 수입량이 2002년 16만 톤에서 2006년 41만 톤으로 2.6배 증가하였음. 2004-06년 평균 수입 규모로는 세계 3 위의 수입 시장이지만 2006년 기준으로는 세계 1위의 시장임. 2006년 러시아가 세계 시장에서 차지하는 비중은 12.8%임.
- 2006년 이전 감귤류의 최대 수입국은 독일로 2004-06년 기간에 연평균 35만 톤의 감귤 류를 수입하였으나 독일의 감귤류 수입은 정체된 상태임.
- 프랑스의 수입 규모는 독일과 비슷한 34만 톤 정도이고 수입 시장이 정체되어 있는 것 도 독일과 유사함. 영국의 감귤류 수입량은 연간 30만 톤 정도로 세계 4위 수준임.
- 북미 지역에서는 캐나다와 미국의 감귤류 수입 규모가 각각 10-11만 톤(2006년) 수준 임. 캐나다와 미국의 감귤류 수입은 증가하는 추세이며, 특히 미국의 수입량은 2002-06 년 사이에 72.5% 증가하여 수입 시장이 빠르게 확대되고 있음.
- 남미 지역에서 감귤류를 대량으로 수입하는 국가는 브라질 정도에 불과함. 브라질의 배 수입 규모는 2006년 12만 5천 톤 수준임. 이는 2003년에 비해 2배 증가한 것임.
- 아시아 지역의 주요 감귤류 수입국은 인도네시아, 말레이시아, 사우디아라비아, 필리핀

등임. 아시아의 최대 수입국인 인도네시아의 감귤류 수입 규모는 7만 톤(2006년) 수준임. 인도네시아의 감귤류 수입은 크게 증가하는 추세임.

- 말레이시아와 사우디아라비아의 감귤류 수입량은 각각 6만 톤, 5만 톤 정도이며, 수입 시장은 정체된 상태임. 필리핀의 감귤류 수입량은 2006년 4만 2천 톤으로 2002년 2만 톤에 비해 2배 이상 증가하였음.

- 독일 감귤류 수입 시장의 92%는 스페인이 점유하고 있음. 그밖에 독일 시장에 감귤류를 수출하는 국가도 이탈리아, 그리스 등 유럽 국가이며 모로코와 터키가 각각 1% 정도의 시장점유율을 나타냄.
- 러시아의 감귤류 수입 시장은 다양한 지역의 국가들이 점유하고 있음. 아프리카의 모로코가 34%의 점유율로 가장 높고, 터키와 중국이 각각 20%, 13%의 점유율을 나타냄. 그밖에 그루지아, 아르헨티나 등도 각각 6~7%의 점유율을 가지고 있음.
- 캐나다에 감귤류를 수출하는 국가는 중국, 모로코, 미국, 스페인, 칠레 등으로 대륙별로 대표적인 한 나라씩이 분포되어 있음. 중국과 모로코가 각각 28%의 점유율을 가지고 있으며, 미국, 스페인, 칠레의 점유율은 각각 12%, 8%, 4% 등으로 상위 5개국의 점유율은 81%임.
- 말레이시아는 중국, 아르헨티나, 파키스탄 등 3개국으로부터 수입하는 감귤이 전체의 95%를 차지함. 중국의 비중이 90%에 근접하고 있음.
- 사우디아라비아는 주로 아시아와 중동 지방 국가들로부터 감귤류를 주로 수입하고, 남반구 국가 가운데에서는 남아공으로부터 감귤류를 수입하고 있음. 파키스탄의 시장점유율이 35%로 가장 높고 다음이 터키(24%), 레바논(11%), 남아공(8%), 요르단 7% 등의 순임.

4.5. 복숭아

- 복숭아의 최대 수입국은 독일 지난 3년간(2004-06년) 연평균 27만 톤의 복숭아를 수입하여 전세계 수입량의 19.9%를 차지하였음. 독일의 복숭아 수입은 2002년 28만 5천 톤에서 2006년 27만 2천톤으로 약간 감소하였음. 독일의 복숭아 수입은 정체 내지는 감소하는 추세임.

- 북송아의 세계 2위 수입국은 프랑스로 지난 3년간의 평균 수입량은 11만 톤에 불과하여 독일의 40% 수준임. 그러나 프랑스의 2006년 북송아 수입 규모는 14만 톤으로 2002년에 비해 51.1% 증가하여 빠른 증가율을 보이고 있음.
- 러시아의 북송아 수입량은 2006년 13만 2천 톤으로 2002년에 비해 2.1배 증가하였음. 영국과 폴란드가 북송아 수입량에 있어서 세계 4위와 5위를 차지하고 있으며, 이들의 수입 규모는 각각 9만 톤, 7만 톤 정도임. 영국의 수입량은 감소하는 추세임.
- 유럽 국가들 다음으로 북송아 수입 규모가 큰 나라는 북미의 미국과 캐나다로 2004-06년 연평균 7만 톤, 6만 톤임. 미국과 캐나다의 북송아 수입은 감소하는 추세임.

표 3. 품목별 10대 수입국 및 비중

단위 : %

품목	수입국									
	러시아	독일	영국	네덜란드	스페인	벨기에	멕시코	프랑스	미국	중국
사과	11.3	11.1	7.9	5.1	3.3	3.3	2.8	2.8	2.5	2.4
	러시아	독일	영국	이탈리아	네덜란드	프랑스	브라질	벨기에	멕시코	인도네시아
배	14.1	8.5	6.6	5.9	5.8	5.6	4.8	4.0	3.8	3.7
	독일	프랑스	러시아	영국	네덜란드	폴란드	캐나다	이탈리아	미국	우크라이나
감귤	11.8	11.3	11.2	10.2	5.6	4.7	3.7	3.2	3.2	2.7
	독일	프랑스	러시아	영국	폴란드	미국	이탈리아	캐나다	벨기에	네덜란드
북송아	19.9	8.3	7.5	6.9	5.1	5.0	4.5	4.4	3.6	2.9
	미국	독일	러시아	영국	네덜란드	캐나다	프랑스	벨기에	폴란드	홍콩
포도	16.1	10.6	9.1	7.8	6.4	5.5	4.7	3.0	2.8	2.8
	영국	독일	프랑스	미국	러시아	네덜란드	일본	벨기에	오스트리아	이탈리아
버섯	27.3	11.8	7.8	7.0	6.0	5.8	5.7	5.6	3.1	2.7
	미국	독일	이라크	영국	네덜란드	러시아	체코	프랑스	캐나다	오스트리아
오이	23.3	22.4	12.2	6.7	3.9	3.2	3.2	3.1	2.4	1.8
	미국	독일	프랑스	영국	러시아	사우디	네덜란드	캐나다	이라크	UAE
토마토	19.5	13.1	9.1	8.4	7.1	4.3	3.9	3.6	2.3	1.9
	필리핀	나이지리아	이란	사우디	이라크	남아공	방글라데시	중국	코트디부아르	UAE
쌀	7.1	5.7	5.5	5.0	4.5	3.8	3.7	3.4	3.3	2.9
	러시아	홍콩	중국	사우디	일본	멕시코	영국	네덜란드	독일	우크라이나
닭고기	15.5	6.7	6.2	5.7	5.3	5.0	4.7	3.5	3.0	2.6
	독일	이탈리아	일본	러시아	영국	미국	멕시코	프랑스	한국	네덜란드
돼지고기	12.2	12.1	11.6	7.8	5.9	5.1	4.5	4.4	3.5	2.7
	독일	미국	영국	네덜란드	프랑스	일본	이탈리아	러시아	벨기에	캐나다
절화	18.7	16.9	14.5	13.0	7.0	3.2	3.2	3.2	2.7	1.7

자료: FAO STAT

표 4. 품목별 주요 수입국의 수입선

단위 : %

품목	수입국	수입선									
		국가	비중	국가	비중	국가	비중	국가	비중	국가	비중
사과	러시아	폴란드	26.5	중국	16.9	아제르바이잔	7.7	아르헨티나	7.5	몰도바	7.0
	독일	이탈리아	40.2	네덜란드	13.8	뉴질랜드	10.3	프랑스	9.4	벨기에	4.9
	멕시코	미국	76.5	칠레	18.4	캐나다	4.8	아르헨티나	0.3	뉴질랜드	0.0
	미국	칠레	50.6	뉴질랜드	26.0	캐나다	21.5	아르헨티나	1.1	브라질	0.4
	중국	미국	10.8	칠레	7.9	뉴질랜드	2.7	일본	0.1	-	-
배	러시아	아르헨티나	27.0	벨기에	24.9	중국	13.5	네덜란드	9.3	프랑스	5.2
	독일	이탈리아	43.8	아르헨티나	16.7	남아공	13.3	스페인	9.9	네덜란드	6.8
	브라질	아르헨티나	82.6	포르투갈	5.7	미국	4.3	스페인	2.5	칠레	2.8
	인도네시아	중국	93.3	남아공	1.5	호주	1.3	미국	0.9	한국	0.8
	미국	아르헨티나	49.6	칠레	31.1	한국	10.6	뉴질랜드	4.1	중국	3.0
감귤	독일	스페인	91.7	이탈리아	2.1	그리스	1.6	모로코	1.4	터키	1.2
	러시아	모로코	34.2	터키	20.4	중국	13.1	그루지야	6.9	아르헨티나	5.8
	캐나다	중국	28.3	모로코	28.1	미국	11.9	스페인	8.4	칠레	4.0
	말레이시아	중국	89.3	아르헨티나	3.0	파키스탄	2.4	타이	1.4	호주	1.0
	사우디	파키스탄	35.1	터키	23.8	레바논	10.5	남아공	8.1	요르단	7.2
복숭아	독일	이탈리아	59.3	스페인	29.7	프랑스	6.5	그리스	3.3	칠레	0.4
	러시아	그리스	32.0	스페인	19.2	터키	13.7	이탈리아	13.3	중국	8.8
	미국	칠레	98.8	멕시코	0.9	캐나다	0.2	스페인	0.1	뉴질랜드	0.0
	중국	뉴질랜드	51.5	타이	48.5	대만	0.0	-	-	-	-
포도	미국	칠레	77.0	멕시코	19.7	브라질	1.3	페루	0.8	캐나다	0.7
	독일	이탈리아	41.3	남아공	13.6	그리스	12.9	아르헨티나	7.4	칠레	7.4
	러시아	우즈베키스탄	38.9	터키	23.9	칠레	8.3	이탈리아	7.0	남아공	3.5
	중국	칠레	40.1	미국	26.1	페루	1.0	뉴질랜드	0.7	남아공	0.0
버섯	영국	아일랜드	46.2	네덜란드	43.2	폴란드	3.9	벨기에	3.9	프랑스	1.5
	미국	캐나다	82.4	중국	10.1	멕시코	4.4	일본	1.1	한국	0.8
	러시아	폴란드	87.5	네덜란드	4.5	리투아니아	3.0	체코	2.8	독일	1.1
	일본	중국	95.8	북한	1.8	캐나다	0.7	미국	0.5	한국	0.4
오이	미국	멕시코	79.6	캐나다	11.7	온두라스	7.8	스페인	0.3	도미니카	0.3
	독일	네덜란드	54.3	스페인	33.6	그리스	4.1	벨기에	1.9	오스트리아	1.0
	러시아	터키	23.8	이란	17.1	스페인	16.2	우즈베키스탄	10.8	중국	9.2
	싱가폴	말레이시아	97.0	타이	2.6	인도	0.2	호주	0.1	-	-

품목	수입국	수입선									
		국가	비중	국가	비중	국가	비중	국가	비중	국가	비중
토마토	미국	멕시코	84.3	캐나다	14.3	네덜란드	0.8	스페인	0.2	도미니카	0.1
	독일	네덜란드	46.2	스페인	31.5	벨기에	9.0	이탈리아	6.9	프랑스	2.2
	러시아	터키	27.6	우즈베키스탄	14.3	카자흐스탄	12.2	중국	11.4	아제르바이잔	8.0
	사우디	시리아	87.5	터키	10.2	이집트	1.1	예멘	0.7	레바논	0.5
쌀	필리핀	베트남	82.3	타이	10.0	미국	5.9	파키스탄	1.4	중국	0.5
	나이지리아	타이	36.6	인도	42.4	미국	3.4	중국	1.1	한국	4.2
	이란	타이	37.7	파키스탄	20.9	UAE	12.4	오스트리아	8.8	우루과이	8.0
	사우디	인도	72.0	파키스탄	10.1	미국	8.0	타이	4.9	이집트	2.0
	남아공	타이	66.8	인도	31.6	중국	0.4	호주	0.3	파키스탄	0.3
닭고기	러시아	미국	70.3	브라질	17.3	독일	5.1	프랑스	1.8	벨기에	1.3
	홍콩	브라질	43.3	미국	27.6	중국	14.7	칠레	2.4	터키	2.3
	사우디	브라질	77.8	프랑스	19.7	아르헨티나	1.2	중국	0.4	UAE	0.3
	멕시코	미국	89.5	칠레	10.4	캐나다	0.1	-	-	-	-
	영국	네덜란드	45.3	프랑스	10.9	브라질	10.7	벨기에	6.6	독일	5.8
	남아공	브라질	77.7	캐나다	6.8	아르헨티나	6.3	영국	2.7	호주	2.4
돼지고기	독일	덴마크	28.2	벨기에	28.0	네덜란드	19.6	스페인	8.6	프랑스	3.1
	일본	미국	33.3	덴마크	22.8	캐나다	21.5	중국	5.7	칠레	5.0
	러시아	브라질	32.4	독일	13.9	덴마크	11.9	스페인	6.2	캐나다	5.7
	미국	캐나다	83.3	덴마크	10.6	폴란드	1.5	멕시코	1.0	네덜란드	0.9
절화	독일	네덜란드	90.9	케냐	1.7	이탈리아	1.2	콜롬비아	1.1	이스라엘	1.1
	미국	콜롬비아	58.2	에콰도르	19.3	네덜란드	10.2	코스타리카	3.5	멕시코	2.1
	일본	말레이시아	20.1	한국	17.0	타이	12.5	중국	11.9	대만	9.6
	러시아	에콰도르	26.2	네덜란드	26.8	콜롬비아	20.1	이스라엘	10.8	터키	3.6

자료: ITC/UN Statistics division(PC-TAS 2002-2006)

- 아시아 지역에서는 중국의 복숭아 수입이 가장 많으며, 중국의 복숭아 수입 규모는 4만 톤 정도로 볼 수 있음. 사우디아라비아의 복숭아 수입량은 연간 1만 5천 톤에서 2만 톤 수준을 유지하고 있음.
- 독일 복숭아 시장은 유럽연합 국가들이 99%를 점유하고 있으며, 칠레가 0.4%(1천 톤 정도)의 시장점유율을 나타내고 있음.
- 러시아 시장도 그리스, 스페인, 이탈리아, 터키 등 유럽 인근 국가들의 시장 점유율이 80% 가까이 되며, 아시아 지역에서는 중국이 연간 9천 톤 정도의 복숭아를 수출하여 시장점유율 9%를 타나냄.

- 미국 복숭아 수입량은 7만 톤 정도로 칠레의 시장점유율이 99%에 달함.

4.6. 토마토

- 토마토의 최대 수입국은 미국으로 지난 3년간(2004-06) 연평균 96만 톤의 토마토를 수입하여 전세계 수입량의 19.5%를 차지하였음. 미국의 토마토 수입은 2002년 86만 톤에서 2006년 99만 톤으로 15.1% 증가하였음. 수입액은 같은 기간에 8억 달러에서 12억 3천만 달러로 53.8% 증가하였음.
- 미국 다음으로 토마토 수입이 많은 나라는 독일, 프랑스, 영국, 러시아 등 유럽 국가임. 2006년 독일의 수입 규모는 65만 톤, 프랑스의 수입 규모는 47만 톤이었음. 독일의 토마토 수입은 2002년 62만 톤에서 2006년 65만 톤으로 5.0% 증가하는 데에 그쳤으나 프랑스는 같은 기간에 19.3% 증가하여 세계 평균 증가율을 상회하였음.
 - 영국과 러시아의 토마토 수입량은 2006년 각각 44만 톤, 41만 톤 수준임. 러시아의 경우 2002년 18만 톤에서 2006년 41만 톤으로 2.4배나 증가하여 주요 토마토 수입국 가운데 가장 높은 증가율을 나타냄.
- 세계 토마토 수입 시장에서 상위 6위부터 10위에 속하는 나라는 사우디아라비아, 네덜란드, 캐나다, 이라크, 아랍에미레이트 등으로 중동 국가의 토마토 수입이 많은 편임.
 - 사우디아라비아, 이라크, 아랍에미레이트 등 중동 국가의 수입량은 각각 21만 톤, 11만 톤, 10만 톤 수준임(2004-06년 평균).
- 아시아 지역에서는 토마토 수입량 상위 20위에 드는 국가가 없을 정도로 수입 실적이 미미한 상태임.
- 미국과 독일의 토마토 수입은 대부분 지역무역협정국인 NAFTA와 EU회원국으로부터 이루어지고 있음. 러시아도 터키, 우즈베키스탄, 카자흐스탄, 아제르바이잔 등 인접국으로부터 대부분의 토마토를 수입하고 있으며, 아시아 지역 국가 가운데에서는 중국의 시장점유율이 11%로 높은 편임.
- 사우디아라비아 토마토 시장은 시리아와 터키가 98%를 차지하고 있으며, 그밖에 이집트, 예멘, 레바논 등이 미미한 수준의 점유율을 나타냄.

4.7. 오이

- 오이의 최대 수입국은 미국으로 지난 3년간(2004-06) 연평균 43만 톤의 오이를 수입하여 전세계 수입량의 23.3%를 차지하였음. 미국의 오이 수입은 2002년 39만 톤에서 2006년 44만 톤으로 12.8% 증가하였음. 수입액은 같은 기간에 2억 9천만 달러에서 4억 3천만 달러로 47.6% 증가하였음.
- 미국 다음으로 오이 수입이 많은 나라는 독일, 영국, 네덜란드, 러시아 등 유럽 국가임. 2006년 독일의 수입 규모는 4만 3천 톤, 영국의 수입 규모는 1만 4천 톤이었음. 독일의 오이 수입은 2002년 41만 톤에서 2006년 43만 톤으로 5.9% 증가하는 데에 그쳤으나 영국은 같은 기간에 80.3% 증가하였음.
 - 러시아의 오이 수입량은 2006년 8만 톤으로 2002년에 비해 4배 증가하였고 수입액도 1억 2천만 달러에 달함.
- 캐나다의 오이 수입 규모는 4만 7천 톤(4천만 달러) 수준임. 아시아 국가 가운데 오이 수입량이 가장 많은 곳은 싱가포르로 2만 3천 톤(3천만 달러) 정도가 꾸준히 수입되고 있음.
- 오이의 최대 수입국인 미국은 멕시코, 캐나다 등 NAFTA 회원국으로부터 90% 이상을 수입하고 있음. 그 외에도 온두라스로부터 7.8%를 수입하여 대부분이 인접 국가로부터 수입됨.
- 독일은 EU 회원국인 네덜란드, 스페인, 그리스, 벨기에, 오스트리아 등으로부터의 수입이 전체의 95%를 넘고 있음. 독일 수입 오이 시장에 대한 점유율은 네덜란드 54.3%, 스페인 33.6%, 그리스 4.1% 등임.
- 러시아 수입 오이 시장은 터키, 이란, 스페인, 우즈베키스탄, 중국 등이 대부분을 점유하고 있음. 중국의 시장점유율은 9.2%임.
- 싱가포르 수입 오이 시장의 97%는 말레이시아가 차지하고 있음. 태국의 점유율은 2.6%임.

4.8. 버섯

- 버섯의 최대 수입국은 영국으로 지난 3년간(2004-06) 연평균 12만 톤(3억 달러)의 버섯을 수입하여 전세계 수입량의 27.3%를 차지하였음.
- 영국 다음으로 버섯 수입이 많은 나라는 독일, 프랑스, 미국, 러시아 등으로 상위 5위까지의 국가가 수입하는 버섯은 전체의 60%에 달함. 독일의 수입 규모는 5만 톤(1억 5천만 달러), 프랑스의 수입 규모는 3만 5천 톤(1억 5천만 달러)임.
 - 미국의 버섯 수입 규모는 3만 톤(1억 달러), 러시아의 수입 규모는 2만 5천 톤(9천만 달러) 정도임.
- 버섯 수입 규모로 볼 때 세계 6위에서 10위에 속하는 국가는 일본을 제외하면 모두 유럽 국가로 네덜란드, 벨기에, 오스트리아, 이탈리아 등임. 일본의 버섯 수입 규모는 2만 5천 톤(5천만 달러) 수준으로 세계 7위에 속함.
 - 아시아 지역에서는 일본 이외에 홍콩과 말레이시아가 버섯을 많이 수입하는 국가에 속함. 홍콩과 말레이시아의 버섯 수입 규모는 각각 8천 톤(2천만 달러), 5천 톤(1천만 달러) 정도임.
- 버섯의 최대 수입국인 영국 시장은 아일랜드(46.2%)와 네덜란드(43.2%)가 90% 정도의 시장을 점유하고 있고, 나머지도 주로 폴란드, 벨기에, 프랑스 등 대부분 유럽국가가 차지하고 있음.
- 미국 수입 버섯 시장의 82.4%는 캐나다가 차지하고 있으며 나머지는 주로 중국(10.1%)과 멕시코(4.4%)가 점유하고 있음. 일본과 한국의 미국 버섯 시장 점유율은 각각 1% 수준임.
- 일본은 버섯을 주로 중국에서 수입하고 있음. 중국의 일본 시장 점유율은 95.8%에 달함. 북한, 캐나다, 미국, 한국 등이 각각 0.4-2% 정도의 시장 점유율을 유지함.

4.9. 돼지고기

- 돼지고기의 5대 수입국은 독일, 이탈리아, 일본, 러시아, 영국으로 이들 5개국이 세계

돼지고기 교역에서 차지하는 비중은 50%에 달함. 그 다음으로 수입 규모가 큰 국가는 미국, 멕시코, 프랑스, 한국, 네덜란드 등임.

- 돼지고기는 과일이나 채소에 비해 아시아 국가들이 전체 교역에서 차지하는 비중이 높은 것이 특징임. 아시아 지역의 주요 돼지고기 수입국은 일본, 한국, 홍콩 등임.

- 돼지고기의 최대 수입국은 독일로 지난 3년간(2004-06) 연평균 86만 톤(41억 달러)의 돼지고기를 수입하여 전세계 수입량의 12.2%를 차지하였음. 독일의 돼지고기 수입은 2002년 73만 톤에 비해 20.3% 증가한 것임.
- 상위 5개 수입국 가운데 이탈리아와 일본의 수입 돼지고기 시장은 러시아나 영국에 비해 정체된 상태임. 영국의 돼지고기 수입량은 2002년 28만 톤에서 2006년 45만 톤으로 63% 증가하였음.
- 일본의 돼지고기 수입 규모는 물량 기준 82만 톤(2004-06년 평균), 수입액 기준 19억 달러임. 일본이 세계 돼지고기 교역에서 차지하는 비중은 11.7%임. 러시아의 돼지고기 수입 규모는 55만 톤, 11억 달러 수준임.
 - 홍콩의 돼지고기 수입은 18만 톤 정도로 볼 수 있으며 수입액은 4억 달러 수준임.
- 미국과 멕시코는 각각 36만 톤, 32만 톤(2004-06년 평균)의 돼지고기를 수입하여 캐나다의 8만 톤에 비해 북미 지역에서 비교적 큰 수입시장으로 볼 수 있음. 미국과 멕시코의 수입 돼지고기 시장은 정체된 상태를 보이고 있음.
- 독일의 수입 돼지고기 시장은 덴마크, 벨기에, 네덜란드, 스페인, 프랑스 등 UE 국가들이 대부분을 점유하고 있음. 이들의 시장 점유율은 88% 수준임.
- 일본 수입 돼지고기 시장은 미국, 덴마크, 캐나다가 각각 33%, 23%, 22%를 차지하고 중국과 칠레가 각각 5~6%를 점유하고 있음.
- 러시아는 브라질에서 수입하는 돼지고기가 32.4%로 가장 많고 다음이 독일, 덴마크, 스페인, 캐나다의 순임.
- 미국 수입 돼지고기 시장의 83.3%는 캐나다가 점유하고 있으며 덴마크도 10.6%를 차지하여 이들 두 국가의 점유율이 94%에 달함.

4.10. 닭고기

- 닭고기의 최대 수입국은 러시아이지만 주요 수입국들 가운데 아시아 국가들이 많은 것이 닭고기 교역의 특징 가운데 하나임. 아시아와 중동 지역 주요 닭고기 수입국들은 홍콩, 중국, 사우디아라비아, 아랍에미레이트, 쿠웨이트, 예멘 등임.
- 닭고기의 최대 수입국인 러시아의 수입 규모는 지난 3년간(2004-06) 연평균 113만 톤(12억 달러)임. 러시아의 닭고기 수입액은 2002-06년 기간에 56.3% 증가하였지만 수입량은 일정한 증감 추세를 나타내지 않고 변화가 심한 상태임. 러시아가 세계 닭고기 교역에서 차지하는 비중은 15.4%임.
- 닭고기 수입 규모가 큰 상위 10개국은 러시아, 홍콩, 중국, 사우디아라비아, 일본, 멕시코, 영국, 네덜란드, 독일, 우크라이나 등의 순임.
 - 이들 10개국이 전체 닭고기 교역에서 차지하는 비중은 57.9%로 돼지고기 등 다른 농산물에 비해 시장이 분산된 경향을 나타냄.
- 2004-06년 평균 수입량은 홍콩이 48만 톤으로 중국의 45만 톤보다 많으나 2006년 수입량은 중국이 67만 톤으로 홍콩의 49만 톤보다 많음. 중국의 닭고기 수입은 증가하고 있지만 홍콩의 수입은 감소하는 추세임.
 - 홍콩과 중국이 세계 닭고기 수입에서 차지하는 비중은 15% 수준으로 러시아와 비슷함.
- 일본의 닭고기 수입 규모는 물량 기준 37만 톤(2004-06년 평균), 수입액 기준 5억 5천만 달러임. 일본이 세계 닭고기 교역에서 차지하는 비중은 5.3%임.
- 중동 지역의 사우디아라비아와 아랍에미레이트는 2006년 닭고기 수입량이 각각 42만 톤, 19만 톤으로 세계 시장에서의 교역 비중은 5.4%, 2.4%를 차지하는 중요한 시장임.
- 북미 지역에서는 멕시코와 캐나다가 중요한 수입 시장으로 수입량은 각각 41만 톤, 12만 톤(2006년 기준)임. 멕시코의 닭고기 수입 규모는 2002년 25만 톤에 비해 64% 증가한 것임. 반면 캐나다의 수입 닭고기 시장은 정체된 상태임.
- 그밖에 주요 닭고기 수입국 가운데에는 남아프리카공화국, 쿠바, 루마니아, 카자흐스

탄, 앙골라, 싱가포르 등이 포함되어 있어 닭고기 시장은 매우 다양화된 것으로 볼 수 있음.

- 아시아 국가들은 주요 닭고기 수출국에 속하는 나라가 없는 상태이며, 미국, 브라질, 프랑스가 주요 수출국임. 그밖에 지역적 여건에 따라 네덜란드, 캐나다, 칠레, 중국이 일부 시장에 진출하고 있음.

4.11. 쌀

- 쌀의 최대 수입국은 필리핀으로 지난 3년간(2004-06) 연평균 140만 톤의 쌀을 수입하여 전세계 수입량의 7.2%를 차지하였음. 필리핀의 쌀 수입은 2002년 120만 톤에서 2006년 180만 톤으로 50% 증가하였음.
- 필리핀 다음으로 쌀 수입이 많은 나라는 나이지리아, 이란, 사우디아라비아, 이라크, 남아프리카공화국 등으로 중동지역과 아프리카 지역에 주요 쌀 수입국들이 분포하고 있음.
 - 나이지리아와 남아프리카공화국의 쌀 수입량은 2004-06년 기간에 연평균 112만 톤, 75만 톤으로 전체 수입에서 차지하는 비중은 각각 5.7%, 3.8%임. 나이지리아와 남아프리카공화국의 쌀 수입은 감소하는 추세임. 코트디부아르의 수입량도 65만 톤에 달해 세계 9위 수입국에 속함.
 - 세계 쌀 수입 3위에서 5위까지는 이란, 사우디아라비아, 이라크 등 중동 국가들이 차지하고 있음. 이들의 쌀 수입 규모는 108만 톤, 98만 톤, 88만 톤(2004-06년 평균) 수준임. 아랍에미레이트의 쌀 수입량은 57만 톤(2억 달러)으로 세계 주요 쌀 수입국 가운데 하나임.
- 유럽의 주요 쌀 수입국은 러시아와 프랑스로 볼 수 있음. 이들의 쌀 수입량은 2004-06년 평균 러시아 37만 톤(1억 2천만 달러), 프랑스 25만 톤(9천만 달러) 수준임.
- 아시아 지역에서 쌀 수입량이 비교적 많은 곳은 방글라데시, 중국, 말레이시아, 한국, 일본, 홍콩, 싱가포르, 인도네시아 등임. 아시아에서 가장 쌀을 많이 수입하는 방글라데시의 쌀 수입량은 2004-06년 기간에 연간 72만톤(2억 5천만 달러) 수준임. 중국과 홍콩의 쌀 수입량은 각각 69만 톤(2억 9천만 달러)과 31만 톤(1억 2천만 달러)이고, 말레이시아의 수입 규모는 60만 톤(1억 8천만 달러) 수준임.

- 싱가포르와 인도네시아의 쌀 수입 규모는 각각 30만 톤으로 세계 교역량의 2.8%씩을 차지하고 있음.
- 필리핀은 연간 150만 톤 정도의 쌀을 수입하고 세계 최대 시장임. 필리핀 시장은 베트남이 82%, 태국이 10%를 점유하고 있음. 미국의 필리핀 시장 점유율은 6% 수준임. 이들 3개국의 시장점유율은 98%임.
- 나이지리아 수입 쌀 시장은 태국과 인도가 80% 정도를 점유하고 있으며, 미국, 중국, 한국 등이 각각 1-4%의 시장점유율을 나타내고 있음.
- 이란 수입 쌀 시장은 태국(38%), 파키스탄(21%), 아랍에미레이트(12%) 등이 차지하고 있음. 사우디아라비아 시장은 인도가 72%를 점유하고 있으며 파키스탄(10%), 미국(8%), 태국(5%), 이집트(2%)가 나머지 시장의 대부분을 차지하고 있음.
- 남아공 시장에 대한 주요 수출국은 태국이 인도로 시장점유율은 각각 67%, 32%에 달함.

4.12. 절화

- 절화의 최대 수입국은 독일로 지난 2년간(2005-06) 연평균 19만 톤(11억 달러)의 절화를 수입하여 세계 수입량의 18.7%를 차지하였음. 독일의 절화 수입은 물량 기준으로는 정체된 상태이지만 수입액은 2002-06년 기간에 30.2% 증가하였음. 그러나 이러한 수입 규모 증가 폭은 세계 평균보다 낮은 것임.
- 독일 다음으로 절화 수입이 많은 나라는 영국으로 2005-06년 기간에 연평균 17만 톤(10억 달러)의 절화를 수입하였음. 독일과 영국 이외에도 네덜란드, 프랑스, 이탈리아, 러시아, 벨기에, 스위스 등의 유럽국가들이 절화 수입 세계 10위 국가에 속함.
 - 세계 10대 절화 수입국이 세계 절화 교역에서 차지하는 비중은 84.0%로 절화의 교역은 일부 국가에 집중되어 있음.
- 미국은 세계 절화 수입 3위 국가로 수입 규모는 연간 15만 톤, 9억 달러 수준임. 미국의 절화 수입량은 감소하는 추세임.

- 아시아 지역에서 절화 수입이 많은 나라는 일본으로 2006년 수입 규모는 3만 4천 톤(2억 3천만 달러)임. 그러나 일본이 세계 절화 수입에서 차지하는 비중은 3% 정도에 불과함.
- 절화의 최대 수입국 독일의 수입 규모는 10억 달러 정도이며, 네델란드가 91%의 시장 점유율을 가지고 있음. 그밖에 케냐, 이탈리아, 콜롬비아, 이스라엘이 각각 1-2%의 시장 점유율은 나타냄.
- 미국의 절화 수입 규모는 9억 달러 수준으로 콜롬비아(58%), 에콰도르(19%) 등 남미 국가로부터의 수입이 많음. 네델란드(10%), 코스타리카(4%), 멕시코(2%) 등도 미국 시장에 절화를 공급하는 주요 국가임.
- 일본 절화 시장은 아시아 국가들이 주로 점유하고 있음. 주요 수출국은 말레이시아(20%), 한국(17%), 태국(12%), 중국(12%), 대만(10%) 등으로 여러 아시아 국가가 시장을 분점하고 있는 형태임.
- 러시아 시장에 대한 주요 절화 수출국은 남미의 에콰도르(26%), 콜롬비아(20%) 이외에 네델란드(27%), 이스라엘(11%), 터키(4%) 등임.

5. 수입 가격

- 사과 수입 가격이 가장 낮은 곳은 러시아로 kg당 0.3-0.4달러 수준이며, 수입 가장 높은 나라는 미국으로 1달러 수준임. 수출 가격이 높은 나라는 뉴질랜드(1.1-1.3달러), 낮은 나라는 폴란드, 중국, 아제르바이잔(0.3-0.4달러) 등임.
 - 중국 시장에 대한 수출 가격은 미국, 칠레, 뉴질랜드가 0.8달러, 일본이 1.5달러 수준임.
 - 우리나라 사과(후지 상품 기준) 가격은 4달러로 러시아 수입 가격의 10배, 미국과 중국 수입 가격의 4배 수준임. 일본이 중국에 수출한 가격에 비해서도 2.5배 높은 수준임.
- 러시아 시장의 배 가격이 가장 낮아 kg당 0.5달러 수준임. 반면 독일과 미국 시장의

수입 가격은 1달러 이상이고 특히 미국이 뉴질랜드와 한국으로부터 수입하는 가격은 2.6달러에 달함.

- 인도네시아의 배 수입 가격은 낮게는 0.5달러(중국산)에서 0.9달러(한국산)로 수입국 가운데 중간 정도의 가격 수준임.
- 한국산 가격은 미국과 인도네시아 시장에서 경쟁국에 비해 매우 높은 수준임.

○ 감귤의 주요 수출국은 지중해 연안의 스페인, 이탈리아, 그리스, 모로코, 아시아의 중국, 파키스탄과 중동의 터키 등임. 유럽 수출국들의 가격은 0.8-0.9달러, 중국, 모로코의 가격은 0.6달러 등임. 캐나다 시장에서 모로코와 스페인 가격은 1.3달러인 반면 말레이시아와 사우디아라비아 시장에서 중국, 파키스탄, 터키의 수출 가격은 0.1-0.3달러에 불과함.

- 우리나라 감귤 도매가격은 1.6달러로 캐나다 등 일부 선진국 시장에서는 가격경쟁력이 크게 낮지 않음. 그러나 아시아 시장에서는 중국에 비해 가격경쟁력이 매우 낮음.

○ 유럽 시장에 대한 주요 복숭아 수출국은 이탈리아, 스페인, 그리스 등으로 독일 시장에 대한 수출 가격은 1-1.2달러인 반면 러시아 시장에 대한 수출 가격은 0.6달러임. 미국 시장에 수출하는 칠레, 멕시코, 캐나다, 스페인의 수출 가격은 1.2달러 내외이지만 뉴질랜드 가격은 2.4달러로 다른 나라의 2배 수준임. 중국 시장에서 뉴질랜드와 태국의 복숭아 가격은 2.1달러로 높은 편임.

- 우리나라 복숭아 가격은 3.4달러로 다른 나라의 수출 가격에 비해 두 배 정도 높음.

○ 포도의 경우 중국이 수입하는 가격은 1.4달러로 러시아가 수입하는 가격 0.8달러에 비해 높음. 미국의 수입 가격은 칠레산 1.7달러, 멕시코와 브라질산 2 달러 정도임. 독일의 수입 가격도 1.5달러 내외임.

- 한국의 포도 도매가격은 3.6달러로 주요 수입국들의 수입가격보다 두 배 이상 높음.

○ 미국은 최대 토마토 시장으로 수입 가격은 kg당 1.1달러(멕시코)에서 4.3달러(스페인)로 편차가 큼. 캐나다와 네덜란드의 미국 시장에 대한 수출 가격은 2달러와 3.8달러임. 독일 시장은 유럽연합 국가들이 주로 점유하고 있으며 가격은 1.3달러 정도임. 러시아와 사우디아라비아 시장은 각국의 주변국들이 차지하고 있으며 가격은 0.1달러에서 0.8달러로 낮은 편임.

- 한국의 도매가격은 2달러 수준으로 미국 시장에서는 가격경쟁력이 있으나 다른 시장에서는 경쟁력이 낮음.

- 태국과 베트남의 쌀 수출 가격은 kg당 0.3달러 미국의 수출 가격은 0.6달러 수준으로 한국의 도매가격 1.9달러에 비해 낮음. 그러나 쌀의 품종, 품질 등의 차이가 크기 때문에 특정 시장에서의 경쟁력은 판단이 어려움. 예를 들면, 나이지리아 시장에 대한 한국의 수출 가격은 중국보다 낮게 나타나고 있음.
- 독일은 주로 EU 회원국으로부터 돼지고기를 수입하고 있으며 가격은 kg당 2.1-2.7달러 수준임. 일본의 돼지고기 수입 가격은 4.5-4.9달러로 주요 수입국 가운데 가장 높음. 그러나 일본이 중국에서 수입하는 가격은 3.4달러로 중국산 가격은 낮은 편임. 미국의 돼지고기 수입 가격은 2.5-4.8달러로 수입선에 따라 가격차가 크게 나타남. 덴마크로부터의 수입 가격은 4.8달러로 가장 높고 캐나다로부터의 수입 가격은 2.5달러임. 러시아의 돼지고기 수입 가격은 1달러 정도로 주요 수입국 가운데 가장 낮음. 러시아가 수입하는 돼지고기 가격이 가장 높은 것은 브라질에서 수입하는 것임.
 - 우리나라의 돼지고기 가격은 3.5달러로 일본이나 미국 시장에서 가격경쟁력을 가질 수 있는 수준임.
- 러시아와 남아공의 닭고기 수입 가격은 kg당 1달러 미만이며, 홍콩, 멕시코, 사우디의 수입 가격은 1달러를 약간 상회함. 닭고기 수입 가격이 가장 높은 나라는 영국으로 3달러를 넘고 있음.
 - 우리나라 닭고기 가격은 2달러 정도로 유럽 시장에서는 가격경쟁력을 가질 수 있으나 러시아, 멕시코, 사우디 등의 시장에서는 경쟁력이 낮음.

표 5. 국가별 수입선별 수입가격

단위 : \$/kg

품목 (국내 가격)	수입국	수입선									
		국가	가격	국가	가격	국가	가격	국가	가격	국가	가격
사과 (4.1)	러시아	폴란드	0.4	중국	0.4	아제르바이잔	0.3	아르헨티나	0.4	몰도바	0.3
	독일	이탈리아	0.8	네덜란드	0.5	뉴질랜드	1.1	프랑스	0.7	벨기에	0.4
	멕시코	미국	1.0	칠레	0.8	캐나다	0.8	아르헨티나	0.8	뉴질랜드	1.1
	미국	칠레	1.0	뉴질랜드	1.3	캐나다	0.7	아르헨티나	1.1	브라질	0.9
	중국	미국	0.8	칠레	0.8	뉴질랜드	0.8	일본	1.5	-	-
배 (2.3)	러시아	아르헨티나	0.5	벨기에	0.5	중국	0.5	네덜란드	0.5	프랑스	0.6
	독일	이탈리아	1.2	아르헨티나	0.9	남아공	1.1	스페인	0.8	네덜란드	1.1
	브라질	아르헨티나	0.5	포르투갈	0.8	미국	1.0	스페인	0.8	칠레	0.5
	인도네시아	중국	0.5	남아공	0.7	호주	0.7	미국	0.7	한국	0.9
	미국	아르헨티나	1.1	칠레	1.0	한국	2.6	뉴질랜드	2.6	중국	1.7
감귤 (1.6)	독일	스페인	0.8	이탈리아	0.9	그리스	0.9	모로코	0.9	터키	0.8
	러시아	모로코	0.6	터키	0.5	중국	0.6	그루지야	0.3	아르헨티나	0.5
	캐나다	중국	0.6	모로코	1.4	미국	0.9	스페인	1.3	칠레	1.3
	말레이시아	중국	0.2	아르헨티나	0.3	파키스탄	0.2	타이	0.3	호주	0.3
	사우디	파키스탄	0.3	터키	0.1	레바논	0.1	남아공	0.6	요르단	0.1
복숭아 (3.4)	독일	이탈리아	0.9	스페인	1.2	프랑스	1.6	그리스	1.2	칠레	1.8
	러시아	그리스	0.6	스페인	0.6	터키	0.5	이탈리아	0.6	중국	0.9
	미국	칠레	1.3	멕시코	1.4	캐나다	1.0	스페인	1.1	뉴질랜드	2.4
	중국	뉴질랜드	2.1	타이	2.1	대만	-	-	-	-	-
포도 (3.6)	미국	칠레	1.7	멕시코	2.0	브라질	2.0	페루	2.5	캐나다	0.4
	독일	이탈리아	1.2	남아공	1.7	그리스	1.5	아르헨티나	1.6	칠레	1.7
	러시아	우즈베키스탄	0.8	터키	0.8	칠레	0.8	이탈리아	0.9	남아공	0.7
	중국	칠레	1.4	미국	1.4	페루	1.4	뉴질랜드	1.4	남아공	0.6
버섯	영국	아일랜드	2.6	네덜란드	2.5	폴란드	2.3	벨기에	1.8	프랑스	3.6
	미국	캐나다	3.0	중국	1.0	멕시코	2.3	일본	3.6	한국	2.2
	러시아	폴란드	0.8	네덜란드	0.8	리투아니아	0.9	체코	0.9	독일	0.9
	일본	중국	4.6	북한	27.5	캐나다	39.5	미국	53.5	한국	100.6

품목	수입국	수입선									
		국가	가격	국가	가격	국가	가격	국가	가격	국가	가격
오이 (1.5)	미국	터키	0.9	이란	1.4	스페인	0.3	우즈베키스탄	2.9	중국	1.3
	독일	네덜란드	0.9	스페인	1.0	그리스	1.3	벨기에	0.9	오스트리아	0.6
	러시아	터키	0.5	이란	0.5	스페인	0.6	우즈베키스탄	0.8	중국	0.5
	싱가폴	말레이시아	0.2	타이	0.4	인도	1.2	호주	2.6	-	-
토마토 (2.1)	미국	멕시코	1.1	캐나다	2.0	네덜란드	3.8	스페인	4.3	도미니카	1.4
	독일	네덜란드	1.4	스페인	1.3	벨기에	1.3	이탈리아	2.0	프랑스	1.9
	러시아	터키	0.5	우즈베키스탄	0.8	카자흐스탄	0.8	중국	0.6	아제르바이잔	0.4
	사우디	시리아	0.1	터키	0.1	이집트	0.3	예멘	0.6	레바논	0.1
쌀 (1.9)	필리핀	베트남	0.3	타이	0.3	미국	0.3	파키스탄	0.4	중국	0.3
	나이지리아	타이	0.2	인도	0.1	미국	0.3	중국	0.8	한국	0.2
	이란	타이	0.3	파키스탄	0.4	UAE	0.3	오스트리아	0.4	우루과이	0.4
	사우디	인도	0.5	파키스탄	0.4	미국	0.6	타이	0.4	이집트	0.4
	남아공	타이	0.3	인도	0.3	중국	0.4	호주	0.6	파키스탄	0.6
닭고기 (2.0)	러시아	미국	0.6	브라질	0.9	독일	0.7	프랑스	0.8	벨기에	0.7
	홍콩	브라질	1.0	미국	0.9	중국	1.4	칠레	1.0	터키	0.7
	사우디	브라질	1.3	프랑스	1.2	아르헨티나	1.2	중국	1.5	UAE	4.1
	멕시코	미국	0.6	칠레	1.5	캐나다	0.8	-	-	-	-
	영국	네덜란드	3.6	프랑스	3.3	브라질	2.3	벨기에	2.6	독일	3.5
	남아공	브라질	0.6	캐나다	0.6	아르헨티나	0.6	영국	0.4	호주	0.6
돼지 고기 (3.5)	독일	덴마크	2.1	벨기에	2.3	네덜란드	1.8	스페인	2.7	프랑스	2.4
	일본	미국	4.5	덴마크	4.9	캐나다	4.5	중국	3.4	칠레	4.8
	러시아	브라질	1.7	독일	0.9	덴마크	1.1	스페인	1.1	캐나다	1.1
	미국	캐나다	2.5	덴마크	4.2	폴란드	4.8	멕시코	3.6	네덜란드	3.9
절화	독일	네덜란드	5.5	케냐	5.5	이탈리아	10.6	콜롬비아	6.0	이스라엘	5.9
	미국	콜롬비아	5.5	에콰도르	5.5	네덜란드	5.5	코스타리카	5.5	멕시코	5.5
	일본	말레이시아	6.4	한국	3.6	타이	7.1	중국	4.0	대만	6.3
	러시아	에콰도르	6.0	네덜란드	7.6	콜롬비아	5.1	이스라엘	4.7	터키	3.2

자료 : ITC/UN Statistics division(PC-TAS 2002-2006)

6. 시사점

- 분석 대상 12개 품목의 국제 교역 규모는 우리나라 생산량의 5배에서 18배에 이를 정도로 매우 큰 시장이 형성되어 있음. 사과와 닭고기의 교역 규모는 우리나라 생산량의 18배에 이르고 토마토와 돼지고기는 각각 12배와 10배 수준임. 쌀의 경우 국제 교역 규모는 우리나라 생산량의 4배 수준임.
 - 교역액은 돼지고기 180억 달러, 닭고기 93억 달러, 쌀 71억 달러, 절화 59억 달러에 이르고 교역액이 적은 오이와 복숭아의 경우도 15억 달러에 달함.

- 주요 농산물의 최대 수입 지역은 유럽으로 분석 대상 12개 품목 가운데 닭고기, 쌀, 오이를 제외한 나머지 품목은 유럽이 수입량의 60-80%를 차지함. 닭고기와 오이도 유럽이 최대 수입 지역임. 그러나 쌀은 아시아, 아프리카, 중동, 유럽의 순으로 수입량이 많음.
 - 유럽 다음으로 수입 시장이 큰 곳은 북미와 아시아로 2위와 3위 위치를 품목에 따라 나누어 점하고 있음. 중동, 남미, 아프리카, 오세아니아 지역은 농산물 수입에 있어서 시장 점유율이 매우 낮음.
 - 유럽은 EU 회원국 간의 교역이 많기 때문에 우리나라의 수출 증대 가능성은 시장 규모에 비해 크지 않을 것으로 판단됨. 그러나 러시아 시장은 과일, 채소, 육류 등 우리나라 농산물의 수출 잠재력이 큰 시장임. 러시아 시장에서의 경쟁국은 미국, 중국 이외에 아제르바이잔, 우즈베키스탄, 카자흐스탄 등 러시아 인접국임.
 - 우리나라 농산물 수출 마케팅은 수출 시장으로서의 잠재력이 큰 아시아와 북미 그리고 러시아 시장에 집중될 필요가 있음.

- 과일은 수확 시기의 차이 때문에 주요 수입국들이 일정부분을 남반구 국가에서 수입하고 있음. 남반구 국가 가운데 과일의 주요 수출국은 칠레, 뉴질랜드, 아르헨티나, 남아공 등 4개국임. 그러나 남반구 국가들은 우리나라와 경쟁 관계를 형성하는 것은 아님.
 - 북반구 국가들 가운데 우리나라의 가장 큰 경쟁국은 미국과 중국으로 볼 수 있음.

- 신선 농산물의 교역은 인접국가 간에 이루어지는 경우가 많기 때문에 최대한 지리적 이점과 수확기의 차이를 활용할 필요가 있음. 절화의 경우 미국 시장은 콜롬비아, 에콰도르 등 중미 국가들의 시장점유율이 높고, 일본 시장은 말레이시아, 한국 등 아시아 국가들의 점유율이 높음. 절화의 주요 수출국 가운데에는 케냐, 이스라엘 등이 포함되는 것이 특징임.

- 과일의 출하시기를 고려할 때 우리나라가 경쟁할 주요 수출국은 아시아와 중동 시장의 경우 중국과 미국, 유럽 시장의 경우 중국 이외에 폴란드, 아제르바이잔, 이탈리아, 프랑스 등 유럽국가, 북미 시장의 경우 미국과 캐나다 등임.
- 수입 가격은 품질과 품종(또는 육류의 부위) 등의 문제로 동일 품목에 있어서도 국가별로 큰 차이를 보이고 있음. 선진국 시장의 수입 가격이 개발도상국보다 높고 북반구 국가 시장에서 남반구 국가산의 가격이 높게 나타나는 경향이 있음.
 - 우리나라 농산물 가격은 경쟁국들에 비해 높은 것으로 나타남. 그러나 가격경쟁력이 낮음에도 불구하고 시장별로 소비자의 선호도가 다르기 때문에 수출 잠재력은 존재함. 돼지고기와 닭고기는 각각 일본과 영국 시장 등 특정 시장에서 가격경쟁력이 있는 경우도 있고, 버섯, 배, 절화 등과 같이 가격경쟁력은 낮아도 소비자 선호에 의해 선택받는 예가 있음.

농식품 수출 및 지원제도 현황과 과제

2009. 6. 17

김 태 훈
글로벌협력연구본부

1. 우리나라 농식품 수출 현황

■ 농식품 수출증가 상대적으로 완만

- 우리나라 농식품 수출은 1995년 34.2억 달러에서 2008년 44.0억 달러로 연평균 1.9% 증가해 왔음. 동기간에 연평균 6.3% 증가한 우리나라 전체 수출과 비교하면 농식품 수출은 상대적으로 완만하게 늘어 왔음.
- 농식품 수출은 꾸준히 증가해 왔지만 농식품 수입이 연평균 6.6% 증가하여 수출입격차는 오히려 늘어남. 농식품 수출과 수입 비율은 1995년에 34.8%에서 2008년에 19.0%로 빠르게 감소함.
- 농식품 수출이 전체 수출에서 차지하는 비중은 1995년 2.7%에서 2008년에 1.2%로 감소하였다가 최근 증가세로 반전되었음.

표 1. 우리나라 농식품 수출의 위치

단위 : 백만 달러

	1995	2000	2005	2008	연평균 변화율(%)
농산물수출액(A)	3,419	3,012	3,416	4,403	1.9
전체 수출액(B)	125,058	172,268	284,419	284,419	6.3
농산물수입액(C)	9,839	9,819	14,276	23,199	6.6
A/B×100	2.7	1.6	1.2	1.6	
A/C×100	34.8	30.7	23.9	19.0	

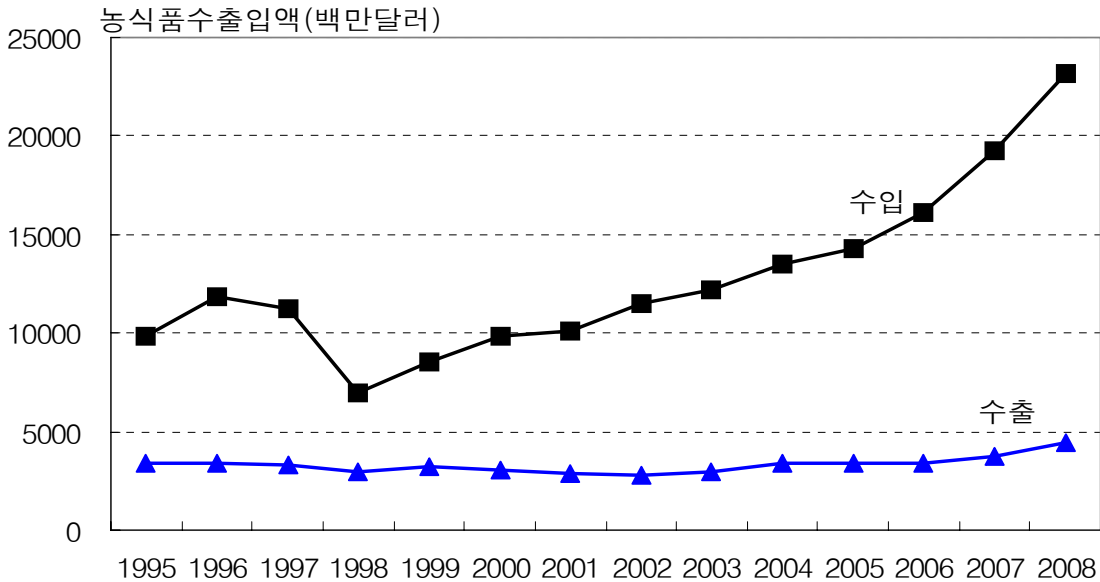
자료: 농수산물유통공사(kati.net), 주요농림업통계

■ 최근 농식품 수출 증가하고 있지만 수입은 보다 빠르게 늘어

- 연도별 농식품 수출액을 보면, 과거 장기간 30억 달러 내외에 머물렀으나 최근 농식품 수출이 빠르게 증가하여 2008년에 전년대비 17.1% 증가한 44억 달러를 수출 함.

- 농식품 수입은 1998년 외환위기로 인하여 전년대비 38%감소하였으나 이후 외환위기를 벗어나면서 다시 빠르게 증가하였음. 2005년 이후 농식품 수입이 가파르게 증가하여 2008년 232억 달러 수준임.

그림 1. 농식품 수출입 변화추이

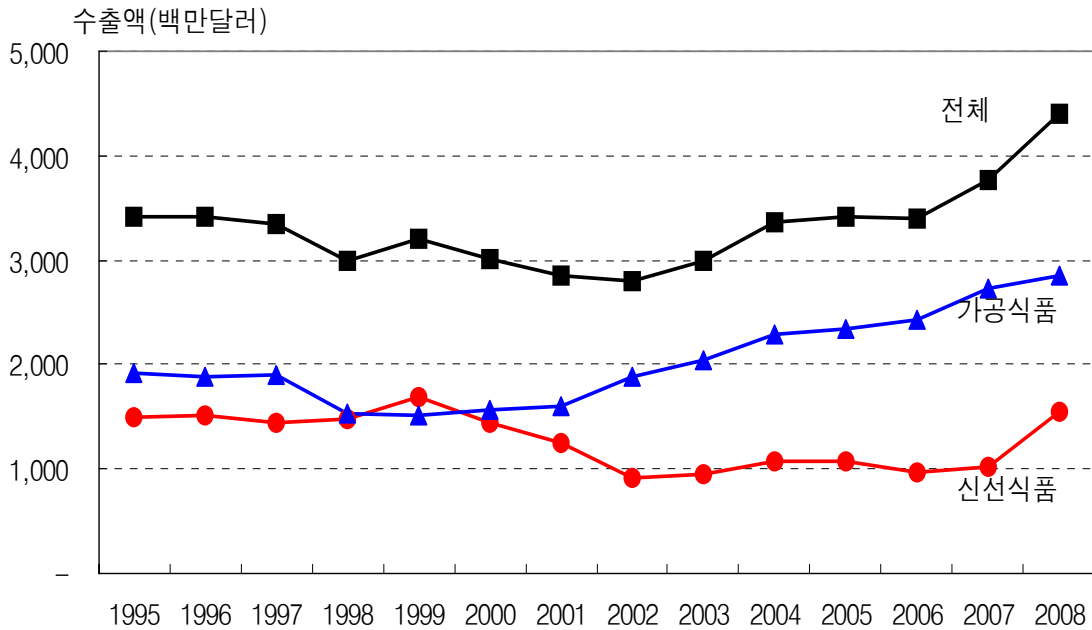


자료: 농수산물유통공사(kati.net)

■ 가공품 형태 농식품 수출 빠르게 증가

- 가공품 형태의 농식품 수출은 외환위기로 인하여 일시적으로 감소하였으나 2001년 이후 빠르게 증가하여 2008년 28.4억 달러를 기록함. 신선식품 수출이 지난 10년 동안 연평균 0.6% 증가에 그친 반면 가공식품 수출은 연평균 6.2%의 증가율을 보임.
- 신선식품 수출은 1999년 이후 지속적으로 감소하여 2002년에 10억 달러를 하회하였으며 이후 10억 달러 내외 수준을 유지함. 최근 신선식품 수출이 빠르게 늘어나 2008년 15.6억 달러로 전년대비 51.7% 증가함.
 - 2008년 신선품 형태의 농식품 수출이 늘어난 것은 신선 수산물 수출이 크게 늘어나고 농산물 중 화훼와 버섯류 수출이 늘었기 때문임.

그림 2. 부류별 농식품 수출 변화추이



자료: 농수산물유통공사(kati.net)

■ 농축산물은 대부분 가공품으로, 수산물만 신선식품 형태로 수출

- 농식품 수출중 신선식품 비중은 1999년 52.7%에서 2007년에 27.3%까지 감소하였으나 2008년 신선식품 수출이 늘어 35.4%임. 부류별로 보면 2008년 전체 농식품 수출에서 농산물 수출이 53.2%, 축산물이 4.9%, 임산물이 2.7%, 수산물이 32.9%를 차지하고 있음.
- 농산물과 축산물 수출의 경우 대부분이 가공식품 형태로 수출되고 있으나 수산물은 신선식품 형태로 수출을 많이 하고 있음.
 - 농산물의 경우 수출액의 10.7%가 신선식품이고 축산물은 14.7%가 신선식품으로 수출되고 있음.
 - 하지만 수산물의 경우 전체 수산물 수출액의 82.9%가 신선식품으로 수출되고 있음.
- 1995~2008년 동안 농산물 수출 변화를 보면, 연평균 6.8% 증가하였으며, 신선식품과 가공품 수출이 비슷한 속도로 증가함.
 - 동기간에 축산물 수출은 연평균 2.5% 감소하였는데 가공식품 형태 수출은 연평균 10.7% 늘어난 반면 신선식품 형태 수출은 연평균 9.7% 감소함. 특히 2008년도 신선식품

형태의 축산물 수출이 크게 감소함.

- 수산물 수출은 동기간에 연평균 1.2% 감소하였으며 신선품 형태 수출은 연평균 0.8% 늘어났으나 가공품 형태 수출이 6.9% 감소하였기 때문임.

표 2. 부류별 농식품 수출 변화와 비중

단위: 백만 달러

		1995	2008	연평균 증감률(%)	비중 (2008년,%)
전체	계	3,419	4,403	1.9	100
	신선	1,499	1,558	0.3	35.4
	가공	1,920	2,845	3.0	64.6
농산물	소계	1,082	2,621	6.8	59.5
	신선	117	279	6.7	6.3
	가공	965	2,342	6.8	53.2
축산물	소계	156	215	2.5	4.9
	신선	110	31	-9.7	0.7
	가공	46	184	10.7	4.2
임산물	소계	500	118	-11.1	2.7
	신선	194	46	-11.1	1
	가공	306	73	-11.0	1.6
수산물	소계	1,682	1,448	-1.2	32.9
	신선	1,078	1,201	0.8	27.3
	가공	604	247	-6.9	5.6

자료: 농수산물유통공사(kati.net)

■ 상위 수출품목, 신선 수산물에서 가공식품으로

- 품목별 농식품 수출을 살펴보면, 1995년 상위 10개 수출품목 중 수산물이 7개나 포함되었으며 수출액이 가장 많은 품목은 참치였음. 2008년에는 권련수출이 가장 많으며 수산물은 상위 10개 품목 중 3개로 감소하였음.
- 상위 10개 품목이 전체 농식품 수출에 차지한 비중이 1995년에 34.7%에서 2008년에는 41.9%로 높아졌으나 상위 몇 개 품목을 제외하고는 전체 농식품 수출에서 차지하는 비중은 미미한 수준임.

표 3. 상위 10개 수출품목

순위	1995년		2008년	
	품목	수출액(백만달러)	품목	수출액(백만달러)
1	참치	283.5	권련	453.0
2	어류제품	153.0	참치	293.2
3	굴	115.1	기타어류	221.4
4	밥	114.8	커피조제품	196.0
5	자당	93.0	라면	129.5
6	어란	92.6	자당	127.7
7	돼지고기	90.4	오징어	126.5
8	피조개	86.2	소주	124.1
9	기타어류	84.8	로얄제리	88.5
10	오징어	74.6	김치	85.3
소계(A)	1,187.9		1,845.3	
전체수출(B)	3,418.8		4,402.8	
비중(% (A/B×100))	34.7		41.9	

자료: 농수산물유통공사(kati.net)

■ 대일 수출 의존도 감소, 수출 다변화 다소 진전

- 우리나라 농식품의 주 수출대상국은 일본임. 1995년 전체 농식품 수출중 일본으로 수출된 것이 61.0%였으나 2008년에는 32.7%로 감소하여 대일의존도가 약화된 것으로 나타남.
- 농식품의 대일 수출비중이 감소한 대신 중국과 미국의 비중이 증가함. 미국은 우리나라 농식품 수출대상국 2위였으나 2007년과 2008년에는 중국으로 수출이 미국을 초월함.
- 대일 수출은 기호식품과 어류가 큰 비중을 차지하고 있으며 신선농산물 형태의 수출이 많음. 미국은 가공식품 수출비중이 높고 중국은 담배와 라면의 수출비중이 높음. 이밖에 러시아연방, 태국, UAE 등으로 농식품 수출이 빠르게 늘어나고 있음.
- 전체 농식품 수출에서 차지하는 비중이 1%이상인 국가 수는 1995년에 8개국에서 2008년에는 16개국으로 늘어나 수출선 다변화가 미약하지만 진행되고 있는 것으로 판단됨.

표 4. 농식품 수출 주요 대상국

	1995년			2008년		
	국가	수출액 (백만달러)	비중 (%)	국가	수출액 (백만달러)	비중 (%)
1	일본	2,086.3	61.0	일본	1,437.7	32.7
2	홍콩	227.2	6.6	중국	536.6	12.2
3	미국	186.7	5.5	미국	442.8	10.1
4	중국	160.5	4.7	러시아연방	282.0	6.4
5	러시아연방	149.9	4.4	홍콩	172.2	3.9
6	대만	102.9	3.0	타일랜드	139.2	3.2
7	스페인	60.9	1.8	대만	125.2	2.8
8	타일랜드	58.4	1.7	UAE	123.9	2.8
9	인도네시아	29.6	0.9	이라크	106.6	2.4
10	네덜란드	24.1	0.7	인도네시아	86.0	2.0
	소계	3,086.6	90.3	소계	3,452.1	78.4
	전체수출	3,418.8	100.0	전체수출	4,402.8	100.0

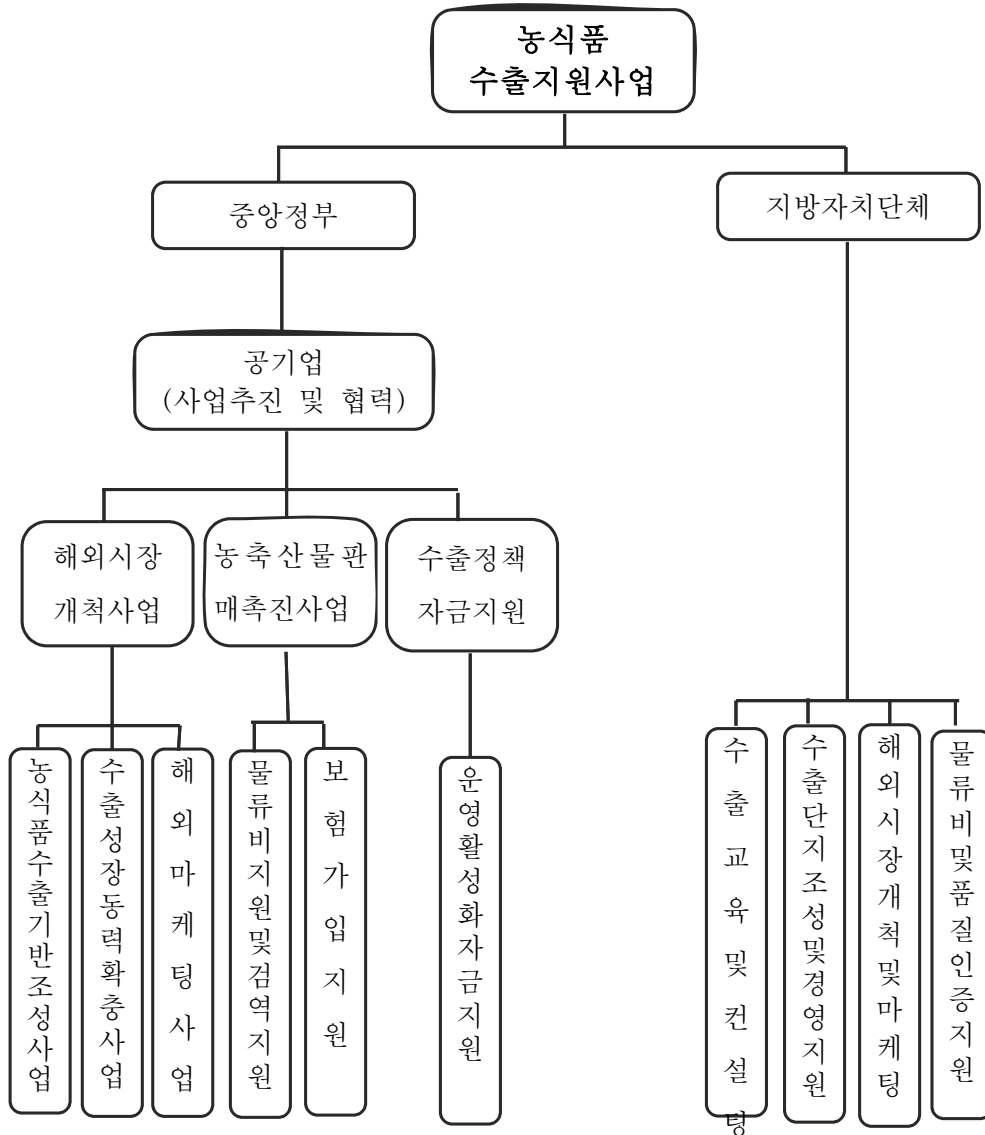
자료: 농수산물유통공사(kati.net)

2. 농식품 수출지원제도와 개선사항

2.1. 중앙정부의 수출지원

- 현재 농식품 수출지원은 농림수산식품부와 농산물유통공사 등으로 구성된 중앙정부의 수출지원사업과 개별 지자체에서 이루어지는 지원사업으로 구분됨.

그림 3. 농식품 수출지원체계도



■ 중앙정부 수출지원 사업규모 연평균 10.4% 증가

- 농림수산물부와 농수산물유통공사에서 운영하고 있는 수출지원사업은 크게 해외시장개척사업, 농산물판매촉진사업, 수출정책자금 지원으로 구분되며 1990년대 중반부터 적극적으로 수출지원 정책이 추진됨.
 - 1995년부터 2008년 동안 수출지원 사업규모는 연평균 10.4% 증가함. 세부사업별로 보면, 농산물 판매촉진사업이 동기간에 연평균 23.2%증가하여 가장 빠르게 늘어났

으며, 해외시장개척부분은 동기간에 연평균 18.4%, 수출정책자금지원은 연평균 9.7% 증가를 보였음.

표 5. 농림수산물식품부 수출지원 사업규모

단위: 억 원

	1995	2000	2008	연평균 변화율(%)
해외시장개척사업	18	94	198	18.4
농산물판매촉진사업	16	191	327	23.2
수출정책자금 지원	1,139	2,530	4,026	9.7
계	1,173	2,815	4,551	10.4

자료: 이원기외, “100억불 농식품 수출을 위한 과제”, 농업전망 2009, 2009.1

■ 해외시장개척사업 예산 전년대비 22.5% 증가

- 해외시장 개척사업은 크게 농식품 수출기반 조성사업, 수출성장동력 확충사업, 해외마케팅 사업으로 구분되며 2009년 예산은 전년대비 22.5%증가한 242.6억 원임.
- 해외시장 개척사업중 수출기반조성사업에는 수출선도조직및 전문인력육성사업, 수출안전성관리, 해외정보인프라 사업 등이 포함됨.
 - 2009년 수출기반조성사업예산은 40.6억 원으로 전년대비 73% 증가함.
 - 수출기반조성 사업중 수출선도조직 육성은 2009년 기준으로 10품목(파프리카, 배, 김치, 백합, 유자차, 감귤, 새송이버섯, 딸기, 단감, 장미), 13개 조직을 대상으로 하고 있으며 사업비 일부를 지원할 뿐만아니라 품질개선, 품질관리, 물류개선, 조직화·운영관리 등 제반에 걸쳐 체계적으로 지원함.
 - 사업의무는 2009년 수출목표물량의 50%이상을 수출하여야 하며 참여면적은 2009년 말 기준 당해연도 목표계약면적의 90%이상을 유지해야 함.
- 수출성장동력 확충사업은 식재료수출활성화 사업, 수출유망품목 육성사업, 공동브랜드(휘모리) 관리운영, 그리고 품목별 공동마케팅지원 사업으로 구분됨.
 - 수출성장동력 확충사업예산은 2009년에 식재료수출활성화 사업이 신규로 추가되어 전년대비 101% 증가한 56억 원임. 반면 수출유망품목육성사업은 전년대비 22%감소 함.

표 6. 농림수산물식품부 수출지원 사업규모(예산)

단위: 백만 원

구분	2008	2009	비중(%) (2009년기준)	사업수행근거
1. 해외시장개척사업	19,796	24,255	4.9	
□농식품 수출기반조성 사업	2,350	4,060	0.8	
○수출선도조직 육성	81	2,000		
○수출전문인력 육성	527	440		
○수출안전성관리(GAP)	120	170		
○해외시장 정보인프라 사업	1,499	1,450		
○100억불 결의대회 등	123	-		- 농업·농촌
□수출성장동력 확충사업	2,792	5,600	1.1	기본법 제35조
○식재료 수출활성화 사업	-	2,000		
○수출유망품목 육성사업	2,184	1,700		- 농림사업
○공동대표브랜드 관리운영	511	1,100		시행지침
○품목별 공동마케팅 지원	97	800		
□해외마케팅 사업	14,654	14,595	2.9	
○국제박람회참가지원	4,886	6,574		
○주요국가 농특산물 박람회	774	-		
○해외관측 지원	2,452	3,320		
○신규시장 진출지원	290	-		
○수출 홍보 마케팅	6,252	4,701		
2. 농축산물판매촉진사업	32,684	38,277	7.7	- WTO이행특별법
○수출물류비지원				- 농업·농촌
○환변동보험가입지원				기본법 제35조
○수출농산물검역지원				
3. 수출정책자금지원(융자)	398,711	413,990	83.4	- 농수산물유통및가격
○수출사업자지원		14,435		안정에관한 법률
○운영활성화자금지원		302,155		제57조
○우수시설현대화자금지원		14,000		
○우수 수산물자금지원		83,400		
총계(수출진흥사업 인건비,경비 포함)	470,263 (19,072)	496,670 (20,148)	100 (4.1)	

자료: 농수산물 유통공사 내부자료

- 해외마케팅사업에는 국제박람회참가지원, 신규시장진출지원, 수출홍보 등이 포함됨.
 - 2009년 해외마케팅 사업예산은 전년대비 59백만 원이 감소한 146억 원임.
 - 세부사업별로 보면, 국제박람회 참가지원이 16.9억 원, 해외관측지원이 8.7억 원 증가하였으나 주요국가 농특산물 박람회 사업이 없어지고 수출홍보 마케팅 사업이 15.5억 원 감소함.

- 해외관측사업의 경우 그동안 제기되었던 중앙정부와 지자체의 유사중복 문제를 규
모화, 통합화하여 지자체와 연계하여 추진함.

■ 물류비 지원, 다른 지원사업의 인센티브로 다양하게 활용

- 농축산물 판매촉진사업은 수출물류비 지원, 환변동 보험가입지원, 수출농산물 검역지
원 사업으로 분류됨. 2009년 농축산물 판매촉진사업 예산은 전년대비 17.1% 늘어나
382.8억원임.
 - 물류비 지원은 등록신청일 기준 과거 1년 이내의 수출실적이 20만 달러이상인 법인
혹은 개인이며, 단일부류 수출업체는 15만달러 이상인 자를 대상으로 하고 원예전
문생산단지 등 수출 농산물 생산자를 대상으로 함.
 - 물류비 지원액은 수출물량과 품목별 국가별 지원단가를 곱하여 산출하고 품목별 지
원단가는 표준물류비의 20%와 국내 운송기점에 따른 추가지원을 합하여 계산함.
 - 지원한도를 보면, 수출건별 지원액은 수출금액(FOB)의 20%를 초과할 수 없고, 단일
부류에 대한 업체별 지원한도액은 해당부류 연간신청 총액의 30%를 초과할 수 없
음.
 - 이외 원예전문생산단지, 공동브랜드 휘모리, 수출선도조직, 신시장 개척등의 인센티
브로서 물류비 지원이 추가로 이루어짐.
 - 물류비 지원은 향후 DDA 협상결과 예상되는 수출물류비 감축 또는 철폐에 대비하
고, 수출업체와 생산농가의 자생력 강화를 위해 기본물류비 지원수준을 단계적으로
축소할 계획임.

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012
기본물류비 지원수준	표준물류비의 25%	25%	20%	20%	15%	10%

■ 수출정책자금지원, 전체예산비중은 높으나 용자 형태로 지원

- 수출정책자금지원은 2008년 기준으로 전체 지원사업 예산에서 차지하는 비중이 88%
로 대부분을 차지하고 있으나 용자형태로 지원이 되고 있음.
 - 수출지원사업중 농식품 수출업체의 수출을 위한 원료 및 부자재 구입, 저장, 가공

등을 위한 수출업체운영활성화자금지원이 전체예산에서 60.8%로 가장 큰 비중을 차지함. 이외 자금지원에는 수출사업자 지원, 시설현대화자금지원, 수산물자금지원이 있음.

- 자금지원은 연 4%(생산자, 생산자 단체는 연3%)로 지원이 되고 대출액의 50%이상 수출을 하는 사업의무가 부과됨.

2.2. 지방자치단체의 수출지원

■ 지자체 농식품 수출지원사업, 중앙정부와 유사·중복

- 최근 중앙정부 뿐만 아니라 지방자치단체에서도 수출지원사업이 활발하게 이루어지고 있음.
- 지자체별로 세부사업에 다소 차이가 있으나 대체로 수출농업인이나 단체를 대상으로 수출교육 및 컨설팅사업, 수출단지지원 및 경영지원사업, 해외시장개척 및 마케팅사업 그리고 물류비지원 및 대내외 품질 인증 지원사업 등으로 구분됨.
- 중앙정부의 수출지원사업과 비교하면 규모면에서는 작지만 비슷한 사업을 각 지자체에서 동일하게 추진하고 있음.
 - 지자체의 수출지원 사업에서는 대체로 수출농산물 생산기반조성과 물류비 지원이 차지하는 비중이 높음.
- 지자체 수출지원사업중 수출교육 및 컨설팅 사업은 생산 및 유통, 그리고 수출의 단계에서 나타나는 현장애로사항을 해결하고 단계별로 지도 교육을 의미하며 농수산물유통공사의 협조를 받아 시행하는 경우가 많음. 경북의 경우 수출단지 컨설팅을 연 25회를 개최하고 전북은 대학 무역학과 학생과 산·학 밀착 식품수출 서비스를 지원하기로 하고 5천만원의 예산을 배정함.
- 수출단지지원 및 경영지원 사업은 수출전문단지 또는 지역특화농산물 생산단지 조성, 농수산물유통인프라 구축, 수출농산물 가공공장현대화 등 생산 및 수출기반조성사업과 수출포장재 지원이나 포장디자인 개발비 지원 등이 있음.
 - 지자체 별로 수출농산물 생산단지지원을 보면, 경남이 금년에 생산기반조성사업으

로 171억 원의 예산을 책정하였으며, 나머지 지자체에서는 10~20억 원의 예산을 수출단지 육성 및 우수 경영체 시설현대화 등의 명목을 배정함.

- 해외시장 개척 및 마케팅지원 사업은 국내외 수출정보 및 홍보, 해외바이어 초청 및 수출상담, 국제박람회, 농식품 판촉전, 해외시장개척단 파견 등이 있음. 경기도는 국제박람회 참가와 해외판촉지원금을 3억4천만원, 제주도가 수출마케팅에 1억4천만원을 지원하는 등 대부분 1~2억 내외의 자금을 지원하고 있음.
- 마지막으로 물류비 지원 및 품질인증지원 사업은 수출물류비 지원과 해외품질인증에 소요되는 제경비를 지원하는 사업임. 수출물류비 지원은 지자체에 따라 편차가 크게 나타나는데, 충남은 34억원, 제주는 17억원, 전북은 16억원을 지원하고 나머지 지자체들도 10억원내외의 물류비 혹은 수출장려금을 지원하고 있음.

2.3. 농식품 수출지원제도 개선사항

- 정부는 농식품 수출의 안정적인 성장세를 유지하기 위해 2008년에 농식품 수출지원제도를 개편하고 이를 추진 중임.
- 수출농식품 공정거래신고제도 운영
 - 해외시장에서 저가수출 등 수출질서 문란행위를 근절을 통한 공정거래질서 확립으로 원활하고 안정적인 수출기반을 구축하기 위해 도입됨.
 - 제도 적용 대상은 정부 수출물류비를 지원받는 수출업체 혹은 농가임이며 신고 대상행위는 수출물류비를 지원받은 업체가 해외시장에서 덤핑에 의한 한국산 이미지 손상 및 시장질서 교란행위임.
 - 제제조치를 보면 1차 위반시 해당품목의 3개월 수출물류비 지원을 제한하고 2차 위반시 업체 취급 전 품목에 대해 6개월 수출물류비 지원을 제한하고 3차 위반시 1년간 수출 물류비 지원을 제한함.
- 계열화 수출전문조직 육성 및 지원
 - 2007년 농식품 수출업체는 3,900여개이며 이중 물류비 지원을 받는 업체는 253개에 불과하고 대부분 소규모 영세업체로 국내외 시장에서 과잉 경쟁하는 구조임. 수출업체중 계약재배 업체는 50%이하이며 자체품질관리 업체는 6.5%에 불과하는 등 체

계적인 품질관리와 안정적인 공급계약이 미흡한 실정임.

- 따라서 생산부터 수출까지 일관하는 계열화 전문수출조직을 육성하고 향후 동일품목의 계열화 조직간 통합을 통해 품목별 마케팅 보드화를 유도함.
- 계열화 업체에 대한 지원은 표준물류비의 30%, 우수조직에 대한 5%인센티브 등을 부여 하고 각종 정책사업의 대상자로 우선 선정함.
- 선도적 수출기업을 주축으로 30개 품목을 중심으로 향후 5년간 50여개 계열화 수출 전문조직 육성을 목표로 함.

○ 농식품 수출보험제도 개선

- 기존의 농수산물수출보험과 환변동보험이 시행중이나 업체의 이용율이 저조한 실정임.
- 최근 환율변동 등 대내외 수출여건 변화에 대비한 보험가입으로 수출업체의 안정적인 경영 지원이 필요하고 업체의 영세성으로 인한 수출대금 회수불능의 위험 등에 대비한 보험가입을 지원할 필요가 있음.
- 농산물 패키지보험을 개발하고 환변동보험료 지원한도 확대 등을 통한 환변동보험 가입을 적극 유도함.

○ 수출농산물 잔류농약 검사비 지원 확대

- 최근 농식품 안전성 문제가 대내외적으로 대두됨에 따라 신선채소류와 과실류 등에 대한 잔류농약 검사비용 지원확대가 필요함.
- 검사항목을 단성분 분석(30개 항목)에서 다성분 분석(102개 항목)으로 확대하고 지원액도 건당 30,400원의 정액지원에서 다성분 분석 검사비 기준 121,600원(검사비 총액의 80%)을 지원함.
- 지원조건은 잔류농약검사 결과 적합할 경우에서 다성분 분석의 경우 불합격의 경우도 포함함.

○ 수출자금(운영활성화지원) 배정한도 확대

- 기존에 5개로 세분화되어 있던 수출용 자금지원이 운영활성화자금지원으로 통폐합시키고 배정한도 전년도 수출실적의 2배까지 확대함.
- 주요변경내역을 보면 운영활성화로 사업명 통폐합과 배정한도를 확대하고, 수출이 많이 되는 유망품목(업체)가 배정을 많이 받도록 개선하며, 계열화 조직 및 30대 수출유망품목이 우선 배정되도록 개선함.

- 지자체 농식품 판촉행사 효율화
 - 각 지자체에서 추진하고 있는 해외 판촉행사가 농수산물유통공사의 시장개척사업과 유사하고, 시기와 지역이 유사 중복됨에 따라 부작용이 발생함.
 - 각 기관 혹은 자자체간 사업 연계를 통해 해외 판촉행사의 규모화, 효율화를 도모할 필요가 있음.
 - 지자체 해외판촉행사를 연계사업, 협력사업, 대행사업으로 분류하여 농수산물유통공사 사업과 연계시킴.
 - 연계사업은 지자체와 유통공사가 매칭펀드로 지자체 행사를 규모화하여 유통공사에서 주관하여 추진하고, 협력사업은 유통공사의 시장개척사업과 지자체 행사를 통합하여 추진하며, 대행사업은 이외에 지자체 요청사업을 위탁받아 수행함.

- 기타 개선사항으로는 수출농산물 공동브랜드 휘모리(Whimori) 제도개선, 수출 농식품 안전성 확보를 위한 “안정성 협의회”상설화, 대일 신선농산물 수출관련 PLS 적용대상 확대 등이 있음.

3. 농식품 수출의 문제점과 개선방안

■ 농식품 수출중 신선식품 비중 낮아

- 농식품 수출 품목이 가공식품이 주를 이루고 국내 농업과 연관성이 높은 신선식품의 비중은 크지 않아 수출을 통한 농업의 활로를 모색하는 데는 한계가 있다는 지적이 제기됨.
 - 2008년 농식품 수출중 신선식품 수출이 차지하는 비중은 35.4%, 가공식품은 64.6%를 차지하고 있음. 하지만 신선식품 수출비중이 높은 수산물을 제외하면 신선식품 수출비중은 12.1%임.
 - 2008년에 수출된 상위 10개 품목 중 담배, 수산물, 원료농산물 비중이 낮은 가공식품이 대부분임.

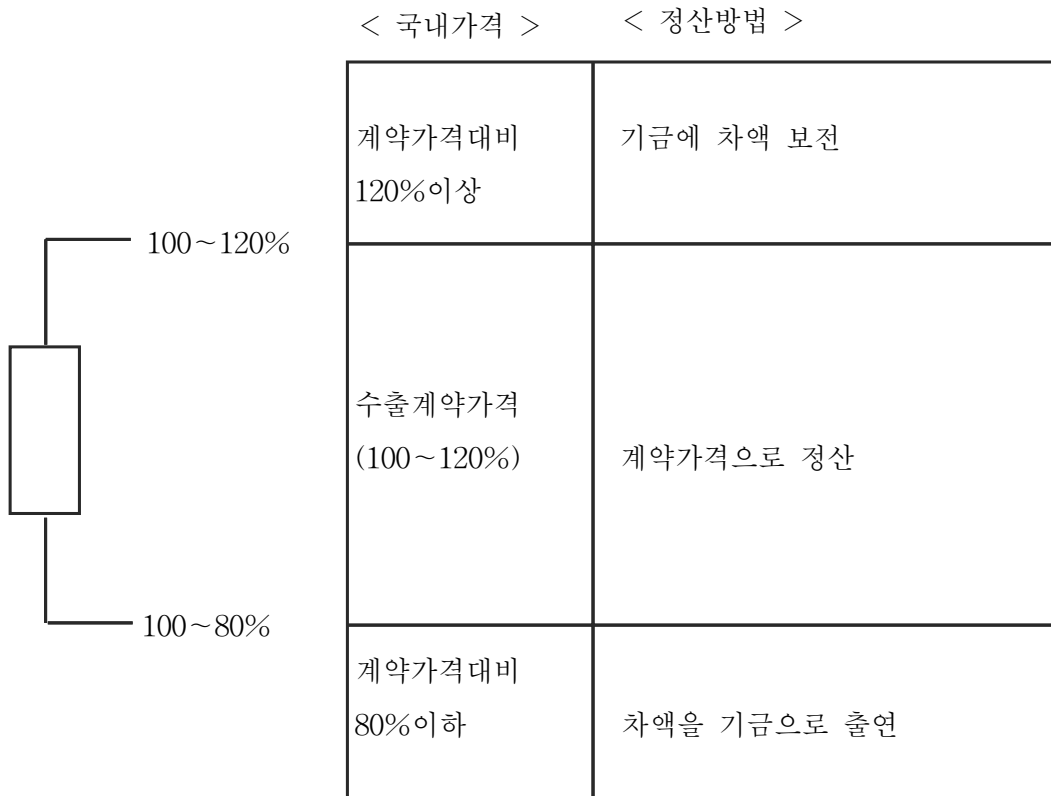
- 수출 농식품이 전체 수출액이나 GDP에서 차지하는 비중이 미미할 지라도 전후방 관련 산업의 부가가치와 고용창출 효과 등을 고려하면 국가경제에 기여할 수 있을 것으로 판단됨.

- 정부가 목표로 하고 있는 2012년 100억불의 농식품 수출이 달성된다면, 이것의 생산유발액은 126억 달러, 부가가치 유발액은 45억 달러, 5만6천명의 고용창출 효과가 있는 것으로 추정됨(이원기외 2009)
- 또한 농산물은 가격 신축성이 크기 때문에 공급 과잉시 농식품 수출로 물량을 조금만 흡수해도 가격은 크게 안정될 수 있음. 하지만 국내가격에 유의미한 영향을 미치기 위해서는 일정 물량이 되어야 함.
- 신선품 형태의 농식품 수출은 유통 및 보관 등에 한계가 있기 때문에 수출 증대 폭과 속도에 제한 적일 수 밖에 없음. 따라서 농식품 수출을 국내 농업과 연계성을 높이기 위해서는 국산 농산물 원료사용 비중이 높은 가공식품 개발 및 지원이 확대되어 수출로 인해 국내수급 안정에 유의미한 영향을 미치도록 하여야 함.

■ 생산자의 수출계약 파기 문제

- 생산자들이 수출을 위한 계약을 체결한 후 국내가격이 수출가격보다 높으면 계약을 파기하는 경우가 발생함. 국내가격이 낮으며 수출희망 물량이 늘어나고 국내가격이 높으면 수출할 물량이 부족하여 안정적으로 공급하기 어려움.
- 생산자들이 대내외 여건변화에 따라 수출계약을 파기 하는 문제에 대한 제도적인 해결 노력이 필요함.
 - 농가가 수출계약을 파기 할 경우 이에 대한 손실보전을 해 줄 수 있는 보험상품 개발 및 지원이 이루어져야 함.
 - 또는 수출계약가격과 국내가격과의 차이를 보전해 줄 수 있는 안정기금같은 것을 조성해서 국내가격이 수출계약가격의 범위를 상회하면 기금에서 보전해주고 그 범위를 하회하면 생산자가 일부를 기금으로 출연하는 방식을 고려해 볼 수 있음(김동환 2009).

그림 4. 수출계약안정화 프로그램 예시



자료: 김동환, '농산업과 식품정책의 평가와 제언', 농업정책학회 2009년 1차 정책토론회 자료집, 2009.

■ 수출물량확대로 인한 국내수급 불안 우려

- 농식품 수출을 위해 대규모 원료농산물 공급체계를 지원하고 있으나 내수용과 수출용의 구분이 불명확하여 수출여건이 불리하게 되면 국내공급이 늘어나 국내가격이 하락하고 기존의 영세 생산농가의 피해가 예상된다.
 - 정부의 농식품 수출단지조성 및 수출선도조직 육성사업과 지방자치단체의 수출농산물 생산기반조성사업 등으로 농산물 공급능력은 늘어나지만 수출능력 향상을 초과할 경우 수출 잉여농산물에 판매문제 우려

- 이러한 우려를 최소화하기 위해서는 수출 농산물 생산증대를 위한 지원과 수출능력 향상을 위한 여러 지원이 보조를 맞추어 추진되어야 하고 대상품목을 국내 생산이 미미하거나 없는 품목 또는 수입이 많은 품목을 위주로 생산함으로써 국내산으로 수입을 대체할 수 있고 국내 생산에 대한 불안요인은 최소화 할 필요가 있음.

■ 중앙정부와 지자체의 농식품 수출지원 중복

- 농식품 수출과 관련된 여러 기관들, 중앙정부, 지방정부의 역할이 적절하게 분담되지 못하고 개별적으로 수출지원을 추진하는 경우가 많음. 유사 사업을 여러 단체에서 동시에 지원할 경우 예산집행의 비효율성이 발생하고 대외 경쟁력을 높이기보다 국내업체간 경쟁이 되는 문제가 발생할 수 있음.
 - 정부의 물류비 지원은 정부의 개입으로 시장을 왜곡시킬 가능성은 있으나 동일한 기준으로 지원하기 때문에 수출시장에서 큰 문제가 발생하지는 않음. 또한 2008년 정부가 ‘수출농식품 공정거래신고제도 운영’을 도입하여 해외시장에서 덤핑 등 수출 질서를 혼탁하게 하는 행위를 근절하기 위해 노력하고 있으나 지자체에서 지원하는 물류비는 정부의 물류비 지원과 별개로서 지자체 재정에 따라 달라지고 이로 인하여 수출기반이 취약한 상태에서 국내업체간의 과도한 경쟁이 발생함.
 - 지자체의 수출지원은 많은 경우 투자라는 관점보다는 사업홍보나 치적의 일환으로 추진되는 경우가 있음.
- 농식품 수출과 관련하여 총체적으로 조절할 수 있는 수출창구단일화를 유도하고 지자체 차원의 수출 전략 농산물을 선정하고 선정된 농산물위주의 수출을 지원함으로써 다른 지역과의 중복을 회피할 수 있도록 해야 함.

■ 중장기적 관점에서 수출지원 이루어져야

- 농식품 수출에 대한 정부의 노력과 사회적 관심이 높아짐에 따라 수출증대 분위기가 확산되는 것은 바람직하나 과도한 관심으로 인해 실무추진이나 불필요한 행정이 늘어나 부작용이 있음. 또한 단기적인 수출목표 달성을 위해 무리하게 여러 정책이나 지원을 추진할 경우 도덕적 해이나 예산낭비 등 발생할 수 있음.
- 따라서 중장기적 관점에서 수출을 위한 인프라를 구축하고 농식품 수출의 여러 정책들이 유기적으로 결합과 추진속도를 조절하여 상승효과를 발휘할 수 있도록 해야 함.
- 농식품 수출현장애로사항을 수시로 파악하고 해결하는 것도 중요하지만, 농식품 수출 관련 주체들의 역할 분담과 수출지원에서 미흡한 것을 총체적 관점에서 파악하고 조정할 수 있도록 하여야 함.

참고 문헌

- 권용대·박광배. 충남 농산물 수출확대 방안연구. 연구보고서 20006-03. 충남발전연구원. 2006.
- 국제무역연구원. 농수산물. 수출에 활로 있다: 국내외 농수산물 수출 성공사례와 시사점. 2008.
- 김동환. “농산업과 식품정책의 평가와 제언”. 농업정책학회 2009년 1차 정책토론회 자료집, 2009.
- 농식품부. 2008 농식품 수출지원시스템 제도개선 사항. 2008.
- _____. 2012년 농식품 100억불 수출을 위한 세부추진계획(안). 2008.
- _____. 농수산물유통공사. 2009년 농식품수출진흥사업안내. 2009.
- _____. 농수산물유통공사. 2009년 농축산물 판매촉진사업 세부지원지침. 2009.
- _____. 농수산물유통공사. 주요국 농식품 수출지원정책. 2007.
- 농수산물유통공사. 2009년 농산물 해외시장개척사업 세부추진계획. 2009.
- 이원기외. “100억불 농식품 수출을 위한 과제”. 농업전망 2009. 2009.

농산물 수출조직 강화 방안

2009. 6. 17

김 경 필
농식품정책연구본부

1. 현황 및 실태

1.1. 조직 현황

가. 조직유형 분류

- 개별조직 단위
 - 생산 단위: 개별농가
 - 생산자조직: 지역농협, 품목농협, 영농조합법인, 농업회사법인, 작목반 등 생산자 참여 조직
 - 수출조직: 개별적으로 활동하는 수출업체

- 조직관계에 의한 분류
 - 생산자조직과 수출업체간 관계(종적)
 - 생산자·생산자조직 ↔ 수출업체 ↔ 수입회사 간 거래 및 계약 관계
 - 생산자 조직간 관계(횡적)
 - 생산자조직간 계약 및 정관에 의해 확대된 조직
 - 수출업체 관계(횡적): 개별 수출업체간 계약에 의해 확대된 조직

- 품목별 수급안정 및 수출 증대 등을 위해 결성된 조직
 - 생산자협의회, 수출협의회, 자조회 등

나. 산지유통조직 실태

- 국내 농업 생산규모는 농산물 수출 강대국들에 비해 영세한 편임.
 - 과수 농가 호당 평균 경영규모
 - 사과: 농가당 0.78ha, 1.0ha 미만농가 비중 77.4%
 - 감귤: 한국 0.7ha, 미국 24.0ha
 - 단감: 한국 0.45ha, 1.0ha 이상은 9.5% 불과. 반면 이스라엘은 3.0~5.0ha
 - 칠레 과수산업: 재배규모가 5ha 이상인 7,800여 농가 이상으로 구성

- 산지유통조직 규모도 영세한 편임.¹⁾

1) 신농업비전과 전략. p305, 한국농촌경제연구원. 2009.

- 2007년 말 기준 1,114개의 지역농협, 82개의 품목농협, 농업회사법인 898개, 영농조합법인 4,410개 운영
 - 산지유통조직 중 연간 취급규모가 100억 원이 넘는 조직은 200개소, 300억 원이 넘는 조직은 20개소 수준으로 전반적으로 경영규모가 영세한 편임
- 국내 생산규모와 산지유통조직의 영세성은 농산물 수출 증대의 주요 저해요인으로 작용하고 있음.

다. 수출업체

- 국내 농식품 수출업체 수가 너무 많고 규모가 영세함.
- 농식품 수출 업체수: 3,900여 개소 수준
 - 이 중 정부 물류비를 지원받은 업체 수: 253개('07년 기준)
 - 물류비를 지원받은 업체들 중 수출액이 5백만 불 이상인 수출업체는 13개 업체에 불과(물류비 지원업체의 5.1%)
 - 대부분 1백만 불 이하 업체임(164개 업체, 64.8%)

표. 정부 물류비 지원업체 수출액 현황('07)

구분	1천만불이상	10~5백만불	5~3백만불	3~1백만불	1백만불이하	합계
업체수(개)	5	8	11	65	164	253

자료: 「'12년 농식품 100억불 수출을 위한 세부추진계획(안)」, 농식품부(2008.12)

- 신선농산물 주요 30대 품목의 수출 업체 수는 368개소 임('07년 기준).
- 품목별로 김치가 43개소로 가장 많음
 - 과실류: 배 47개소, 단감 21개소, 사과 20개소, 감귤 14개소
 - 채소류: 파프리카 31개소, 딸기 19개소, 방울토마토 16개소, 멜론 14개소
 - 그 외 유자차는 34개소, 백합 13개소로 아주 많음
- 농식품 수출 품목들 중에 수출업체 수가 상대적으로 적은 품목
- 홍삼근 8개소, 장미 4개소, 선인장류 5개소
- 수출금액 기준으로 상위 10%에 해당하는 업체 수는 37개임.
- 품목별로 김치 4개소, 배 5개소, 파프리카 3개소, 유자차 3개소, 단감 2개소

- '07년 기준 수출물류비 지원받은 업체 중에서 평균 수출액(145만불) 이상을 수출하는 업체수 비율은 17.6%임²⁾.
- 수출업체 규모의 영세성으로 인해 품질관리, 브랜드관리, 연구개발 활동이 미약함.
 - 품질을 자체적으로 관리하는 비율은 6.5% 불과함('06년 138개 수출업체 조사결과)
 - 자체 브랜드로 수출하는 업체 비중은 36.9%임. 수출업체나 가공업체의 경우 자체 브랜드보다는 산지별 혼합브랜드나 수입국에서 요구하는 OEM 방식 활용
 - 자체연구소를 통한 제품개발이나 품질개선을 위한 연구개발이 미흡한 실정
- 수출업체 수가 너무 많고 규모가 작아서 수출창구가 다양하여 과잉경쟁, 출혈경쟁 구조를 유발하고 있음.

1.2. 문제점

가. 고품질 수출물량의 안정적 확보 어려움

- 농가 생산규모가 작고 수출업체 운영규모의 영세성은 수출 경쟁력 향상의 핵심 장애요인이 되고 있음.
 - 생산규모가 영세하고 대부분 내수 중심으로 출하하기 때문에 전반적인 수출구조가 취약하고 수출물량의 안정적 공급기반 구축이 어려움
- 수출시장에서 한국산 농산물을 수입하는 수입회사나 대형판매업체가 가지는 주요 애로 사항 중의 하나가 한국산 농산물을 안정적으로 확보하기 어렵다는 것임.³⁾
 - 극동러시아 시장의 경우 한국산 농산물 공급기간이 짧아 원하는 시기에 물량확보가 어려움(화훼류 등)
 - 물량의 지속적인 공급이 이루어지 않고 일회성, 단발성으로 공급하는 경우가 많음(밤, 딸기 등)
 - 한국산 농산물 수입가격 변동 폭이 커서 물량의 안정적인 확보 어려움

2). 2007년 수출물류비 지원업체의 평균 수출액은 1,448천불임.

3) 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008.9)

국내 수출업체의 수출 애로요인

- 국내 농식품 수출업체들이 수출 증대를 위해 가장 시급히 해결해야 할 문제는 수출물량(원료)을 안정적으로 확보하는 것으로 조사됨. 2순위로는 수출상품(원료)의 품질경쟁력 제고, 3순위는 수출상품의 안전성 확보라고 조사됨.
- 기타 수출장애 요인으로 ① 자금부족(물류비 및 포장자재비용 과다발생), ② 가격경쟁력 낮음 ③ 국내업체끼리의 과다 경쟁 ④ 영세업체의 덤핑수출로 인한 해외시장 상품가격 교란으로 채산성 악화 ⑤ 제조원가 상승 등임.

	문항	점수
1순위	수출물량(원료) 안정적 확보	198
2순위	수출상품(원료) 품질경쟁력 제고	132
3순위	수출상품의 안전성 확보	96

주: 1순위 가중치 300%, 2순위 200%, 3순위 100%를 적용하여 점수로 환산함
 자료: 수출업체 및 관련기관 120개를 대상 조사 결과(한국농촌경제연구원, 2008.6).

나. 체계적인 품질관리 시스템 미약

- 농산물 생산 주체가 많고 출하규모가 영세하여 수출 농산물의 생산 및 품질관리를 체계적으로 수행하기 어려움.
 - 수출 농산물 품질 향상, 안전성 기준 준수 어려움
- 수출농산물 생산에서부터 수출 상품화, 출하단계까지 체계적인 관리 어려움.
 - 수출 농산물 출해주체가 다양하므로 일관적인 품질관리 시스템 적용과 품질균일성을 높이기 어려움
- 수출 농산물 품질관리 시스템이 취약한 편이어서 수출 농산물 안전성 기준 조건을 충족하지 못하여 수출이 중단되거나 안전성 검사 샘플 비율이 높아져 수출에 장애를 겪는 사례가 종종 발생함
 - 김치 파동으로 인한 일본수출 감소: 2005년 김치 기생충 알 발견 및 파동
 - 일본 파프리카 수출의 전면 검사제 실시(2009년 경남지역 파프리카)
 - 중국의 경우 2008년 중국산 분유 멜라민 파동으로 인한 중국산 수출농식품 이미지 악화와 수출경쟁력 저하

일본 수출 파프리카 농약검출 사례 및 시사점

○ 사례 내용

- '09년 4월 8일 일본 선적분 파프리카에서 Flonicamid(상품명 세티스, 천적활용온실에 진딧물용 농약) 농약이 일본의 잔류농약 허용기준 0.4ppm 이상 초과 검출됨
- 관련 조치: 잔류농약 검출 농가 및 수출업체 수출중단 조치, 기타 업체들 샘플 검사 비율이 5%에서 30%로 증가함

○ 문제점

- 일본 수출용 파프리카 농약안전사용지침(스프레이, 수확전 살포일 5일, 살포회수 3회, 물 20L당 6.7g)에 의거 사용했으나, 30여일 지난 시점 검출
- 농산물품질관리원 일본 수출용 파프리카 농약안전사용 지침에 고시된 200여가지 농약 중 178항목만 검사항목에 포함되어 있으며, 나머지 24항목이 미포함되어 있어 향후 안전성 확보가 심각
- 잔류농약 검출문제는 수출업체나 농가의 문제가 아니라 국가 수출농산물 품질관리 시스템 문제임

○ 개선사항

- 수출시장 국가별로 변동되는 농약사용 기준, 허용치 기준 파악 필요
- 수입국에서 정하는 안전성 기준을 엄격하게 준수하고 품질을 검사할 수 있도록 생산에서부터 출하까지 품질관리시스템 구축
- 안전성 기준을 준수할 수 있는 품질매뉴얼 보급, 생산 관리
- 안전성 실험 및 검증 문제로서 담당인력 수요는 증가하나 인력이 부족하므로 농약안전성 포장시험 및 검증 인력 확대

< 출처: 한국농촌경제연구원 내부자료, 2009. >

다. 가격경쟁력 향상 어려움

○ 신선농산물 수출업체 규모가 영세하여 가격경쟁력을 높이기 어려움.

- 컨테이너 단위를 전량 채우지 못해 수송할 경우 단위당 수출비용을 높여 가격경쟁력을 하락시킴

○ 수출 업체수 과다 및 수출규모의 영세성으로 인해 수출업체간 경쟁이 과도, 거래교섭력 미흡 등으로 수익구조가 악화되는 경우가 많음.

라. 수출 수익 변동성과 리스크가 큼

- 수출업체들의 수익변동성이 큼.
 - 수출업체 입장에서 수출물량의 안정적 확보, 품질관리, 마케팅 활동을 체계적으로 수행하기 어려워 수출가격 변동성이 큼
 - 수출규모의 영세성으로 인해 수출시장에서 경쟁력이 낮고 전문성이 부족하여 경영에 어려움을 겪는 경우가 많음
 - 수익변동성이 큰 편이어서 소비자를 겨냥한 신상품 개발 등의 R&D 투자가 부족

2. 수출 조직화 관련 정책

2.1. 원예전문생산단지

- 농식품부 지정 원예전문생산단지 현황('08년 기준)
 - 단지 수: 총 159개소 (채소류 62개소, 과실류 54, 화훼류 43개)
 - 단지 규모: 총 8,539ha (채소류 1,472ha, 과실류 6,655ha, 화훼류 412ha)
 - 단지 농가수: 총 12,768농가 (채소류 3,613호, 과실류 8,605호, 화훼류 550호)
 - 단지당 평균 농가수: 평균 80.3농가 (채소류 58.3, 과실류 159.4, 화훼류 12.8)
 - 단지당 수출참여 농가수: 평균 37.3농가 (채소류 30.7, 과실류 67.1, 화훼류 9.3)
- 수출 정책적으로 단지 지정과 운영을 수출확대 기능 강화 방향으로 관리지침을 개정하는 등('08년 7월) 단지 조직화와 품질관리기능 강화 등의 다양한 노력을 하고 있음.
 - 신규 예비단지 지정제도를 통해 건설한 단지 관리제도 도입
 - 단지 선정요건에 대한 규제완화 및 규모화 유도
 - 단지 관리지침에 식물검역단지 관리 조항을 추가·신설하여 수출관련 부서에서 일원적인 관리 추진
 - 단지 실태조사 분석 및 평가 기능을 강화하여 우수단지에 대한 인센티브 부여 및 수출참여 확대
 - 수출농식품 안전성 협의회를 신설하여 원예단지 생산 농식품의 수출안전성 확보
 - 원예단지의 효율적인 관리체계 구축을 위해 관리위원회 신설
- 원예전문단지의 조직화와 수출기능 강화를 위해 중점적으로 추진해야 할 사항

- 수출물량의 안정적 확보를 위해 계약재배 농가비율과 계약재배 이행률 제고
- 생산관리 및 교육 과정에 품질 향상 및 안전성 제고 내용 강화
 - 안전성관리는 국가별, 단지별로 관리기능 강화
- 산지유통센터(APC)를 매개체로 조직화하여 선별 및 상품화 기능, 조직 공동의식 및 소속감을 강화

2.2. 농식품 수출선도조직 육성사업

○ 사업 배경

- 농식품 수출업체 수가 너무 많고 국내외에서 과잉경쟁 구조를 형성함. 국내 생산 및 수출규모가 영세함으로써 발생하는 수출 주요 장애요인을 제거하기 위해 2008년부터 추진하고 있는 사업

○ 농식품 수출선도조직의 개념

- 농식품 수출업체와 생산자조직(생산자)이 계약을 체결
- 수출업체 주도로 품종 선택에서부터 재배, 수확, 선별, 포장, 안전성 및 품질관리, 정산, 농가교육, 수출업무 등의 전 과정 수행
- 수출 농식품의 경쟁력을 제고하여 수출확대를 선도

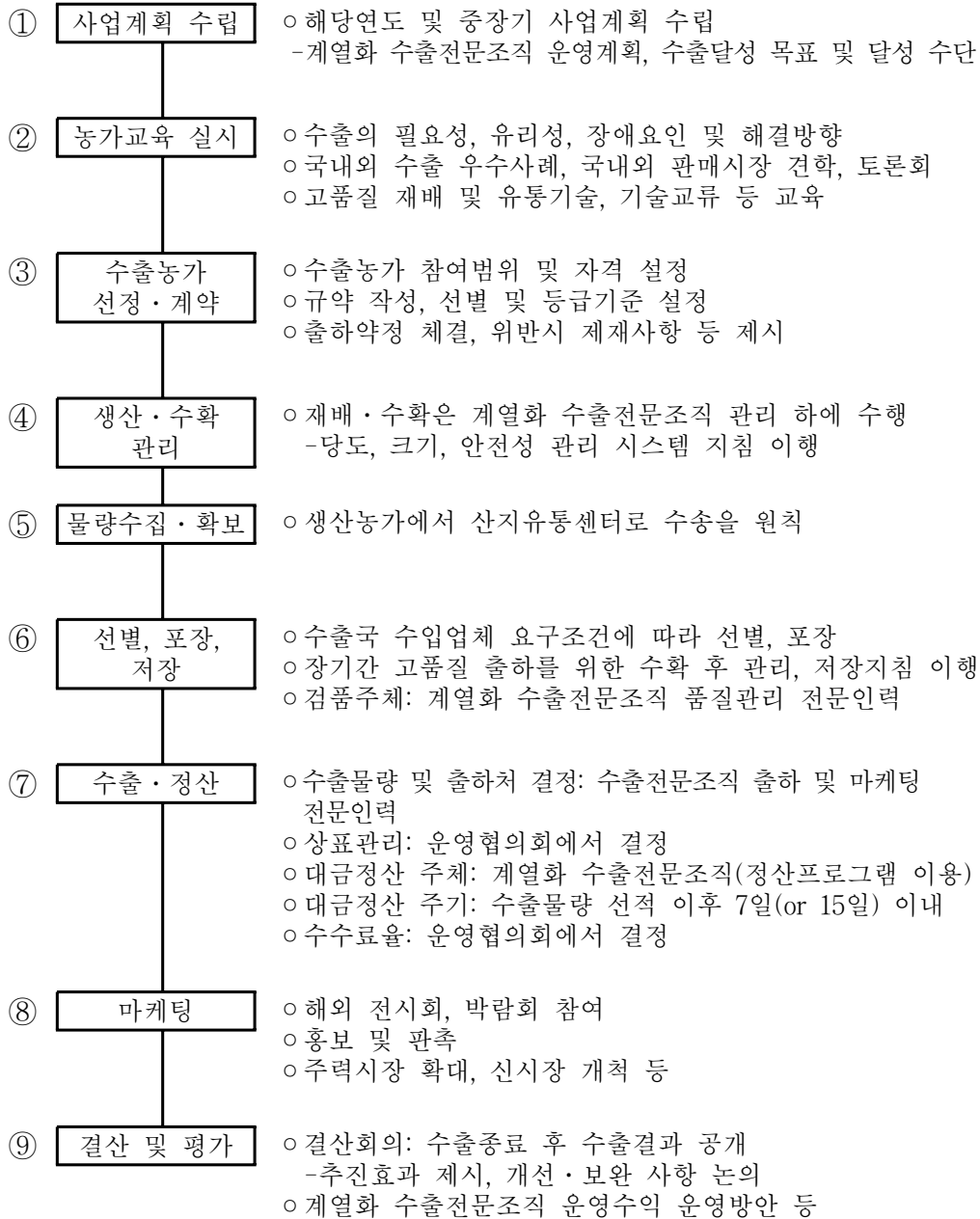
○ 사업 내용

- 수출기반 및 시스템이 우수한 수출업체에 대한 지원 강화를 통해 전체 수출조직 및 기반의 상향 평준화를 유도
- 향후 동일품목의 계열화 조직간 통합을 통해 품목별 마케팅 보드(Marketing Board)화를 유도할 계획
- 수출창구의 단일화로 자율적 시장개척 및 해외마케팅 역량 강화 추진

○수출선도조직 선정 현황 및 계획

- 2008년에 10개 품목 13개 조직을 선정하여 2009년 사업 시행 중
- 2009년 지원품목: 김치, 파프리카, 배, 감귤, 유자차, 백합, 새송이버섯, 딸기, 단감, 장미
- 2009년 13개 조직, 2010년 37개 조직 등 총 30개 품목에 대해 50여개 수출조직 추가 선정 계획

그림 #. 농식품 수출선도조직 수출사업 추진 절차도



자료: 김정필 외. 계열화수출전문조직 육성방안 수립 연구. 2008.6

○ 수출선도조직 활성화 방향

- 사업수행의 지속적 모니터링과 관리, 성과에 따른 인센티브 부여, 컨설팅 수행
- 기존에 선정된 수출선도조직과 비선정 수출업체간 조직 통합 및 규모화 유도
 - 조직 확대사례: 러브파프(파프리카), 코머쉬(새송이버섯), 천안배원협(배), 로즈피아(장미) 등

- 조직 확대 신청 심의 사례: 한성후드, 두원농협, 고흥유통 3개 조직의 수출선도조직 사업자 변경 건을 운영위원회 심의결과 부적절한 것으로 심의
 - 수출업체들의 자발적인 물량확보, 품질관리 시스템 및 관리 기준에 마련에 의한 통합 추진 유도
 - 통합된 법인의 지분 분배 등을 통해 책임과 성과 분배

2.3. 농축수산물 품목별 대표조직 육성(추진중)⁴⁾

○ 추진 배경

- 농축수산물의 경쟁력제고를 위해 다양한 분야별 대책을 추진하였으나 품목별 접근은 미흡하다고 판단
- 수급조절·출하관리·상품성제고 등을 자율적, 전문적, 시장 탄력적으로 담당하는 대표조직 육성으로 시장교섭력 확대 및 경쟁력 제고 기대

○ 육성 추진방향

- 농축수산물 29개 품목에 대한 대표조직을 '09년 내 설립
 - 채소·특작(9), 과수·화훼(6), 축산(7), 수산(3), 양식(3)
- 품목별 산업 전체에 대한 권한과 책임을 가지는 단일대표조직
 - 현재 홍보사업 위주 기능에서 교육, 시장개척, 자율적 출하조절 기능 확대
 - 대표성 확보를 위해 참여농가 확대 및 자조금 조성액 확대
- 장기적으로 마케팅보드 기능을 수행하는 조직으로 육성

○ 대표조직 활성화를 위한 지원

- 사업 추진주체 변경: 품목 자조금 사업을 대표조직에 이관
 - (감귤) 유통협약·명령 제안권도 대표조직에 이관
- 품목에 지원되는 사업물량 배정, 추천권을 대표조직에 부여
 - (감귤) 생산시설현대화, 고당도 생산자재 지원, 거점APC 사업자 추천권을 단계적으로 조직에 이양
- 조직 구성원에 대한 지원(참여농가, 참여조직)
 - 대표조직에 참여한 농가에 대한 최저가 보장
 - 정책사업 평가시 우대점수 부여로 우선지원 대상에 포함

4) 농림수산식품부. 2009.6. 농축수산물 29개 품목 생산·유통 구조 개선대책(안).

3. 수출조직 강화 방안

3.1. 수출 주체별 전문성 강화

가. 생산자와 수출업체간 역할 분담 및 전문성 강화

- 수출업체는 생산관리 이행, 수출 계획 수립 및 추진 등 주도적인 역할 수행
 - 수출물량 생산 및 출하계획 수립
 - 수출국에서 요구하는 품질 및 안전성 조건 파악
 - 생산농가와 계약서 작성, 생산관리 주도
 - 수출조직 운영위원회 구성
 - 유통시설 확보, 운영·관리 등
- 수출 농가는 고품질, 안전 농산물 생산에 전념
 - 수출업체에서 지시하는 생산, 출하 프로그램 이행
 - 농산물 수출계약 내용 준수

수출업체	생산농가
<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출국 거래회사와 수출물량 계획, 수출가격 협의 ○ 수출물량 생산 및 출하계획 수립 ○ 생산농가와 계약서 작성, 수출의 주도적인 역할 수행 ○ 수출조직 운영위원회 구성 ○ 유통시설 확보, 운영·관리 등 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출업체(조직)가 제시, 관리하는 재배, 출하 관리지침 준수 ○ 수출업체와의 계약내용 준수

3.2. 수출 조직 결속력 강화

가. 계약거래 운영 활성화

- 수출 출하 농가수취가격이 국내 출하가격보다 높도록 교섭력 제고
 - 수출국에서 요구하는 수준의 품질 및 안전 농산물 생산
 - 고품질 생산 농산물이 고가격에 판매 가능한 수출시장 및 거래처 개발

- 생산 및 품질관리시스템 프로그램과 연계
 - 수출업체에서 종자 및 묘목 공급, 재배지침을 관리하고 농가는 재배 대행역할
 - 수출국 요구 수준의 품질, 안전성 기준에 대해 생산전문 인력 관리
- 수출농산물 구입-출하 계약 이행조건 강화
 - 계약 시기를 가급적 빠르게 설정
 - 계약금 선지급 비율과 위약금 지급비율을 크게 높임
 - 생산농가 ↔ 금융기관(농협) ↔ 수출업체간 금융거래 안전 수단 확보
- 연도별 생산량, 품질, 가격 변동에 대응할 수 있는 계약거래 조건
 - 2개년도 통합 계약 등 고려

제주 양배추 수출업체 S영농조합법인 사례와 시사점

- 사례 내용
 - S업체는 2004년부터 일본시장에 연간 5억원 수준 양배추 수출
 - 수입회사 및 농가와 계약 시기는 7월로 타업체 9월보다 2개월 정도 빠름
 - 계약금은 출하예정금액의 30%를 선지급하고 위약금은 쌍방 400%로 설정
 - 양배추 구입가격이 국내출하가격보다 50~60% 수준 높음
 - 재배, 생산관리를 위하여 15일 주기로 농가를 방문, 일본 수입회사로 1개월1회 정도 생산 현장 방문
- 시사점
 - 계약체결 시기를 앞당기고 계약금 선지급과 위약금 비율을 크게 높임으로써 이행률을 높임
 - 고품질 생산, 고품질 수요처 개발 및 고가격 수취로 이행률 제고
 - 생산 및 품질관리에 수출업체와 수입국 바이어 관심 필요

< 출처: 제주 현지조사, 2009. >

나. 품질관리 매뉴얼에 의한 생산·출하 관리

- 수출국에서 요구하는 안전성 기준을 충족시키기 위해 품질관리 매뉴얼에 따른 생산 및 재배 관리 수행
 - 수출 국가별 시장에서 요구하는 농약 사용명, 허용치 기준에 따른 매뉴얼 작성과 자주 변동되는 기준에 탄력적인 대응 필요

- 비관세 장벽으로 이용될 가능성이 높은 안전성 규제 장애요인 해결

○ 수출국 시장에서 품질경쟁력 향상

- 지역별, 품목별 특성에 맞는 매뉴얼 기준에 의한 생산
- 일관된 재배과정 관리 수출농산물 품질균일성 제고

다. 전문 인력 확보

○ 수출업체 및 수출조직에서 매뉴얼과 품질관리 시스템을 운영하기 위해서는 재배과정과 선별·출하과정을 지도, 관리할 수 있는 전문 인력 필요

- 재배·생산관리 전문가: 토양, 병해충, 수확시점 관리 등
- 유통시설 관리 전문가: 출하등급 판정, 공동선별장 및 유통시설 관리 등

라. 수출조직 운영위원회

○ 수출 생산농가와 수출조직간 갈등 및 조직 와해 가능요인을 운영위원회에서 조정, 해결

- 갈등 요인: 수출상품 등급판정, 수출가격 수준, 정산시기 등
- 구성: 생산자 대표, 수출업체 대표, 농협 및 관련기관
- 역할: 갈등요인 발생 시 운영위원회에서 조정·해결, 조직 운영의 투명성, 신뢰성 제고를 위한 조직운영 공개 등

새송이버섯 수출 G회사 사례와 시사점

○ 사례 내용

- 수출물량의 안정적 확보를 위해 수출직영 협력농장 운영, 버섯배지 분양센터 투자
- 품질과 안전성이 높은 버섯 생산을 위해 품질이 가장 우수한 생산농가 기준으로 생육방법 보급, 수출농가에 적합한 생육방법을 지도

○ 시사점

- 품목별, 지역별 여건별로 품질이 가장 우수한 농가 기준으로 매뉴얼 작성과 생산지도 가능

< 출처: 신농업 비전과 전략, 한국농촌경제연구원. 2009.1 >

이스라엘 수출전문조직 아그렉스코(Agrexco-Carmel) 사례와 시사점

○ 조직 개요

- 이스라엘 Agrexco-Carmel은 1962년에 설립되고 1991년에 민영화된 수출전문회사임(정부 50%, 소매기구 25%, 생산자조직 25%)
- 최고 품질만을 수출하고자 하는 이념으로 신선농산물 연중 수출의 선도적 역할 담당

○ 품질관리 체계

- 품질관리 및 수출상품의 하자 책임은 전적으로 생산농민에게 부여
 - 수출 매뉴얼 작성은 상대국 요구조건을 최대한 수용
 - 생산자는 품질 보증 및 개선에 대한 책임을 가지고 최고 품질 생산
- ID 관리와 이력추적체에 의해 생산자로부터 수출시장까지 전과정 관리
 - 생산시기부터 농민들이 전담부서 관리프로그램에 입력한 정보를 통해 관리
- 품질관리 매뉴얼은 생산자단체, 식물검역소, 수출회사가 공동으로 품목별로 작성

○ 시사점

- 생산 및 품질관리 기준 설정 및 책임은 정부기관, 수출회사에 전담
- 생산농가는 매뉴얼에 따른 최고 품질 생산에만 전념

<출처: 계열화 수출전문조직 육성방안 수립 연구, 한국농촌경제연구원, 2008.6>

3.3. 품목부류별 수출조직 설립

○ 필요성

- 수출업체수가 많고 수출규모가 영세함으로써 나타나는 수출증가 제약요인들을 단일 수출대표조직 운영으로 극복

○ 수행 역할

- 국가적 차원의 품목별 수출 대표조직으로 활동
- 수출시장 개척, 수출 국가별·업체별 물량 배정, 수출 물류시스템 구축 등
- 수출농산물 품목별 생산-선별-상품화-선적-수송 활동의 체계적 관리

○ 조직 구성

- 지분 공유: 생산자조직, 수출업체, 정부

- 생산자조직: 품목별 대표조직 중심
- 수출업체: 품목별 수출선도조직 중심

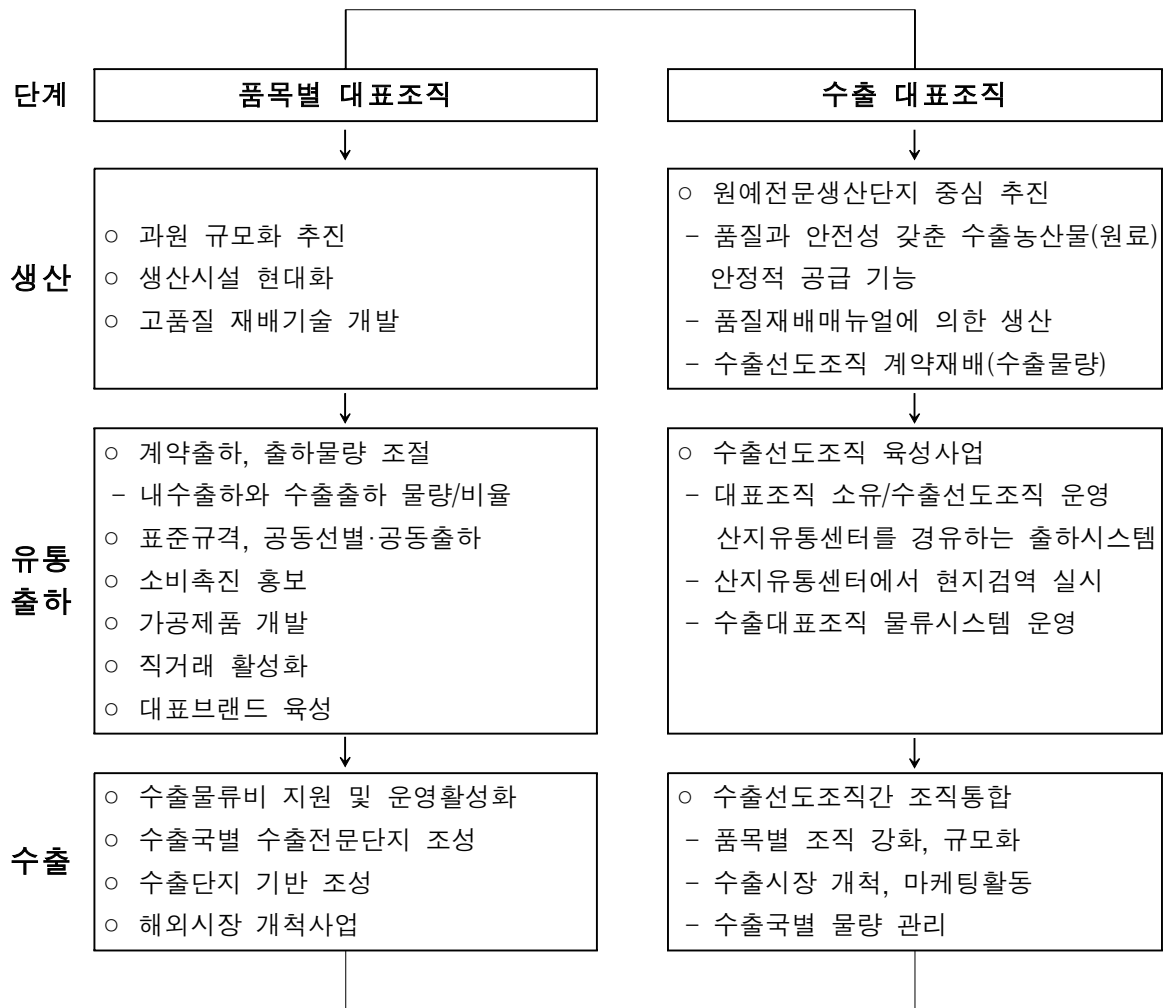
○ 기대 효과

- 정부 수출지원창구의 일원화로 수출지원정책의 효율성 제고
- 수출대표 조직 참여 구성원에 대한 혜택 차별화 가능
- 수출활성화 기능 강화: 수출시장 개척, 마케팅 활동, 수출 자조금 운영 등

○ 추진 방향

- 원예전문생산단지사업, 수출선도조직 육성사업과 연계 강화
 - 원예전문생산단지: 품질과 안전성이 확보된 수출물량 공급
 - 생산자 조직 확대: 원예전문생산단지 생산농가 중심

그림 #. 품목별 대표조직과 수출조직 연계 강화도



칠레 과수수출연합회(ASOEX) 사례와 시사점

○ 조직 개요

- 칠레는 과수 생산량 중 상품 중심으로 80% 이상을 수출하고 등외품은 내수시장에 출하하는 수출 지향적 국가로 세계 과일 수출의 주도적 역할 수행
- 칠레 과수 수출물량의 90% 수준이 과수수출연합회(ASOEX) 회원 물량일 정도로 수출주체가 조직화, 규모화 되어 있음
- 세계에서 가장 엄격한 선별 및 포장기반을 갖춘 것으로 평가받고 있음

○ 사례 내용

- 칠레는 다국적 기업의 대규모 농장운영형태이기 때문에 조직화와 규모화에 매우 유리한 조건
- 그럼에도 불구하고 상대적으로 생산규모가 작은 농가들은 산지유통센터를 중심으로 조직화 함.
- 산지유통센터의 품질전문가들이 고품질 생산, 수확관리를 수행하고 있으며 출하등급도 부여함. 등급판정에 대한 농가들의 불만은 거의 없는 편임
- 상품성 관리, 출하처 관리는 마케팅 담당자가 수행
- 품질관리 시스템은 품질과 병해충 관리를 위한 예찰요원 운영, 지역별 재배매뉴얼 보급·지도, 품질관리인 및 출하지정인 제도 운영○
- 안전성 수준을 높이기 위해서 칠레우수농산물제도(ChileGAP) 운영

○ 시사점

- 칠레 과수수출 대표조직인 과수수출연합회를 운영하여 생산, 유통, 수출, 지원업무를 전문적으로 수행
- 과수 생산 및 수출활동이 과수수출대표조직 중심으로 운영
- 대표조직에서 과수산업 종사자들의 이익 대변
- 한국은 수출관련 조직이 설립되고 있으나 활성화는 미흡. 품목별 수출대표조직 중심으로 생산, 유통 활동 결집 필요

< 출처: 칠레의 과수산업 동향과 경쟁력, 한국농촌경제연구원, 2007.8. >

- 수출선도조직 수출물량 확보: 원예전문생산단지 중심
- 수출물량 선별 및 상품화: 수출선도조직 유통시설 및 거점산지유통센터(APC)를 통해 선별, 상품화, 검역실시 후 수출
- 품목별 대표조직의 수출증대 계획과 연계 추진
 - 수출인프라 구축: 수출전문단지 육성 확대, 산지유통센터(APC) 시설 지원
 - 수출경쟁력 제고 기술개발: 품종개발, 저장·수송 및 유통기술 개발,
 - 물류비 절감: 우수 수출농가에 대한 표준물류비 인센티브 제공 확대

참고 문헌

- 국가경영전략연구원·아그로슈퍼. 2009.5. 「농업의 수출산업화: 국내외 사례와 전략적 시사점」.
- 김경필. 2007.8. 「칠레의 과수산업 동향과 경쟁력」. 한국농촌경제연구원.
- _____. 2008.12. 「농산물 수출유망시장 분석과 대응방안 -러시아를 중심으로 -」. 한국농촌경제연구원.
- _____. 2008.6. 「계열화 수출전문조직 육성방안 수립을 위한 연구」. 한국농촌경제연구원.
- _____. 2009.3.18. “농식품 수출 목표를 어떻게 달성할 것인가”. 한국농촌경제연구원.
- _____. 2009.5. “농식품 판로확대 및 경쟁력 강화방안”. 한국농촌경제연구원.
- _____. 2009.5.19. “수출 품목별 조직 강화 수단 모색 필요”. 한국농촌경제연구원.
- 김병률 외. 2008.5.1. “농식품 수출기업의 성공요인”. 『농업전망 2008』. 제13장. 한국농촌경제연구원.
- 농림수산식품부 내부자료. 2008.11. 「식품산업발전 종합대책」.
- 농림수산식품부. 2009.2. 「2009년 농식품 53억불 실현을 위한 세부추진계획(안)」.
- _____. 2009.6. 「농축수산물 29개 품목 생산·유통구조 개선대책(안)」.
- 농수산물유통공사. “일본의 농림수산물·식품의 종합적인 수출전략”.
- 이원기 외. 2009.5.19. “100억불 농식품 수출을 위한 과제”. 한국농촌경제연구원.
- 한국농촌경제연구원. 2009.1. 「신농업 비전과 전략」.

시설원에 수출 실태와 발전방향

2009. 6. 17

김 연 중
농식품정책연구본부

1. 시설원예 수급 및 수출 추이

1.1. 시설원예 작물의 생산 실태

- 1990년대 들어 원예작물 소비가 고급화·주년화 됨에 따라 고급채소 및 화훼류의 재배 면적이 증가하였음. 2007년 시설원예 재배면적은 76,580ha로 1990년 41,747ha에 비해 약 1.8배까지 증가하였으나 2000년 93,963ha를 정점으로 감소내지 정체 상태임.
- 1990년대 중반 이후 시설원예 재배면적이 지속적으로 증가한 이유는 1994년부터 농어촌발전대책의 일환으로 「원예산업 경쟁력 제고대책」이 추진되면서 시설원예산업이 빠르게 성장하였기 때문임. 그러나 1990년대 말 외환위기를 겪으면서 생산시설 현대화사업의 위축으로 시설면적 및 연관산업도 정체상태임.
- 최근 시설 이용률이 '95년에 2.1배에서 지금은 1.5배로 감소하고 있음. 이는 공급과잉으로 인해 가격이 하락하고, 농자재와 유가상승으로 비용이 증가하여 농가 소득이 낮아지고 있기 때문임.
- 따라서 농가 소득을 높이기 위해서는 과잉 생산된 농산물을 수출하여 국내가격을 지지할 필요가 있고, 수출을 지속적으로 증대시키기 위해서는 일정물량을 확보할 수 있도록 시설이용률을 높이거나 신규 시설을 설치할 필요가 있음.

표 1. 재배면적 변화와 시설이용률

	시설채소		화훼 (B)	계 (A+B)	이용률 (%)
	시설면적	재배면적(A)			
1985	16,569	28,689	581	29,270	177
1990	23,698	35,994	1,752	37,746	159
1995	40,077	81,604	3,054	84,658	211
2000	48,853	90,627	3,336	93,963	192
2001	48,749	86,421	3,385	89,806	184
2002	48,535	82,544	3,338	85,882	177
2003	48,589	83,369	3,560	86,929	179
2004	47,841	80,815	3,397	84,212	176
2005	48,574	78,469	3,448	81,917	169
2006	48,680	76,361	3,232	79,593	164
2007	49,828	73,372	3,208	76,580	154

- 시설원예 생산은 에너지 의존적이고 고비용 구조를 가지고 있는데, 최근 국제 유가의 가파른 상승, 투입 농자재 가격의 인상 등으로 시설원예농업이 크게 위축되고 있음. 여기에 국내 경기의 둔화, 환율변화 등 시설원예 작물의 국내소비 및 수출 여건도 매우 불안정하여 시설원예 농가의 경영상황이 어려움에 봉착해 있음.
- 현재 시설원예농업이 어려움에 직면해 있기는 하나 그 동안 시설원예농업은 영농의 규모화와 전문화가 꾸준히 진행되어 농가소득 증대에 크게 기여하였고, 수출 증대 등 농업부문의 견인차 역할을 수행하는 등 성장 잠재력이 입증된 상태임. 특히 유리온실 등 첨단시설은 그동안 관련 기술의 발전, 국제경쟁력 강화라는 측면에서 일정 면적은 확보할 필요성이 제기되고 있음.
- 신정부에서도 간척지에 규모화된 첨단 온실단지를 조성하여 농식품 수출의 전진기지로 활용할 계획도 가지고 있음.
- 시설원예산업의 육성은 원예작물의 생산성 향상과 품질 향상을 위해 지속적으로 추진되어야 할 과제임. 특히 수출산업으로 육성할 가치가 높은 것으로 평가되고 있음. 따라서 시설원예농업에서 핵심 요소라 할 수 있는 시설설치비, 생산자재비, 가온비용 등 당면하고 있는 문제점을 파악하고 이를 해결하기 위한 방법이 있어야 함.
- 시설면적 중 2007년 가온면적은 시설면적의 24%인 1만 2,962ha이며 이중 채소는 1만 396ha로 80%이며, 20%가 화훼 가온면적임.
 - 가온은 작물의 품질 향상, 출하시기 조절 등을 위해 필요한 것으로 가온농가 입장에서는 비용절감형 가온방법이 매우 중요한 요소임.

표 2. 원예작물의 가온 면적

	시설면적(ha)			난방면적(ha)			난방시설 비율(%)
	채소	화훼	계	채소	화훼	계	
2000	48,858 (93.6)	3,336 (6.4)	52,189 (100.0)	10,952 (88.3)	1,446 (11.7)	12,398 (100.0)	23.8
2007	49,828 (94.0)	3,208 (6.0)	53,036 (100.0)	10,396 (80.2)	2,566 (19.8)	12,962 (100.0)	24.4

자료: 농림수산업 주요통계. 농식품부

1.2. 시설원에 작물의 수출 실태

- 고유가, 농자재가격의 상승에 따른 생산비 증가, 일본의 안전성 규제 강화 등 어려운 수출 여건 하에서도 파프리카, 채소종자, 딸기 등의 대일 수출은 증가함.
 - 2008년 파프리카 수출은 국내가격 상승 및 일본 경기침체로 인한 수출단가 하락('00: \$3.32/kg → '08: \$3.18)에도 불구하고 54.2백만 달러로 전년대비 14.9% 증가함. 이는 환율상승과 작기 전환에 따른 안정적인 수출물량 공급에 따른 것으로 보임.
 - 딸기는 일본이외에 동남아(홍콩, 싱가포르, 중국, 말레이시아, 괌 등) 수출이 꾸준히 확대되어 2008년은 전년에 비해 67.9% 증가하였음.
 - 방울토마토는 일본 전수검사조치로 대일본 수출이 크게 감소하였으나, 토마토케첩 등 가공품은 중국 및 러시아, 동남아 등으로 수출이 확대되는 것으로 나타남. 신선 토마토는 주로 일본으로 수출하고 있고, 케첩은 중국, 러시아 대만 등으로 수출하고 있음.

표 3. 주요품목 수출실적

단위: 천 달러, %

		2004	2005	2006	2007 (A)	2008 (B)	증감률 (B/A)
전체 채소류		229,656	231,432	203,936	196,401	233,922	19.1
채소류	파프리카	43,401	53,145	45,732	47,154	54,166	14.9
	채소종자	15,833	15,823	18,340	21,482	22,522	4.8
	딸기	4,166	4,406	5,863	6,947	11,667	67.9
	토마토	10,603	8,828	5,764	4,563	4,797	5.1
	멜론	4,598	4,599	3,083	2,176	2,384	9.5
전체 화훼류		48,527	52,142	40,414	58,089	76,222	31.2
화훼류	양란	10,175	18,744	11,413	25,057	25,976	3.7
	백합	13,337	10,484	9,716	15,886	19,051	19.9
	장미	11,596	10,570	8,847	8,025	11,811	47.2
	국화	9,270	8,503	6,971	5,926	6,018	1.6
	선인장	2,147	1,881	2,179	1,806	2,523	39.7

자료: 농림수산물부·농수산물유통공사. “2008 농림수산물 수출입동향 및 통계(2009.3)”.
www.kati.net, 수출통계.

- 화훼수출은 주 수출품인 장미, 백합의 일본시장 가격 상승에 따른 대일 장미 및 백합 수출 호조와 더불어 선인장, 관상수 등의 신규시장 개척에 힘입어 전년대비 31.2% 증가한 76.2백만 달러를 수출함.
 - 백합의 경우 일본지역 경기침체에 따른 화훼 소비 위축과 가격하락에도 불구하고 상반기 고유가로 인한 생산농가의 조기 출하물량 확대와 하반기 환율상승에 힘입어 전년 동기 대비 19.9% 증가해 19.1백만 달러 수출
 - 장미는 주 수출지역 일본의 가을 혼례수요용 소비확대, 고유가 부담에 따른 일본 자국산 생산 감소 및 환율상승으로 국내가격 상승에도 불구하고 전년 동기대비 47.2% 증가함.
 - 국화는 일본 성수기인 7월 오봉절에 고온장애로 인한 출하부진으로 바이어 주문이 취소되는 사례가 발생하여 어려움이 있었으나, 9월 이후 일본의 국내산 출하량 감소 및 한국산 대국(백마)의 수출확대로 소폭 증가함.

1.3. 품목별 수출확대 가능성 검토

1.3.1. 토마토 수출 가능성

- 토마토 10a당 수량은 네덜란드 46kg, 일본 15kg, 한국 13kg, 중국 8kg으로 네덜란드의 1/3 수준이지만 일본과 비슷하고, 중국보다는 높음.
 - 비용면에서 한국은 일본의 80% 수준이므로 일본산에 비해 가격경쟁력이 있어 일본으로 수출 가능함.
 - 네덜란드 토마토는 장기간 수확 가능한 Red 계통으로 주로 가공용 품종이고, 한국은 Pink 계통으로 생식용을 재배하기 때문에 네덜란드산 보다 생산성이 떨어지나 일본의 수요에 맞아 수출하기 유리한 조건임.
- 러시아는 매년 토마토 수입량이 급증하고 있으며, 주로 터키, 중국, 우즈베키스탄 등에서 수입하고 있으며, 터기산이 50%, 한국산이 0.04%로 미미한 수준임. 향후 러시아를 신시장으로 개척한다면 토마토 수출은 증가할 것으로 보임

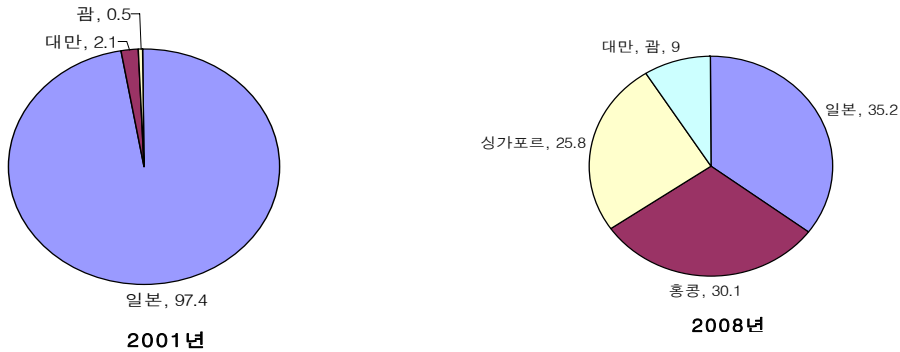
1.3.2. 딸기 수출 가능성

- 딸기 수출은 주로 일본에 의존하고 있었으나, 최근 홍콩, 싱가포르, 중국, 말레이자 등

으로 수출이 증가하고 있어 수출 확대 가능성이 있음.

- 2001년 일본 97.4%, 대만 2%, 꾀 0.5%에서 2008년에는 일본 35.2%로 낮아졌고, 홍콩 30.1%, 싱가포르 25.8%, 대만과 꾀 9% 증가하였음.

그림 1. 딸기 수출국의 다변화로 수출확대 가능성



- 딸기는 품종로열티로 인해 수출에 문제가 있었으나, 국산 품종인 매향, 설향 등의 개발과, 수출전용 품종으로 고품, 수경 등이 개발되어 수출확대 가능성이 높아짐.

1.3.3. 파프리카 수출 가능성

- 재배기술이 발달하여 파프리카의 품질이 좋아짐. 과거에는 A급 비율이 60%에서 현재는 70~80%로 증가함.

표 4. 등급별 생산량 비중

	A급	B급	그 외 등급
과거	60%	20~25%	5%
현재	70~80%	15~20%	10%

자료: 현지조사자료

- 우리나라 파프리카 생산은 여름작형과 겨울작형으로 나뉘어 있어 연중 생산되므로 수출에 유리성 조건을 가지고 있음. 일본시장 점유율을 보면 11~7월까지의 한국산이 70~90%를 차지하고 있고, 8~10월은 네덜란드산 점유율이 한국산보다 다소 높은 편임. 더욱 파프리카는 전량 수출에 의존하였으나, 최근 내수가 56%로 증가함에 따라 수출기반이 안정적임.

표 5. 월별 수입국별 시장 점유율 비교

단위: %

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12월
국별 점유 비율	한국	57.7	73.8	80.6	86.2	91.7	78.9	71.2	29.8	25.0	33.7	71.2	86.3
	화란	0.7	0.1	0.2	2.6	2.2	20.0	28.5	68.8	68.7	42.9	9.4	0.0
	뉴질랜드	40.0	24.5	19.3	11.3	5.8	0.0	0.4	1.4	6.3	23.3	19.3	13.5
	기타	1.6	1.5	0.0	0.0	0.3	1.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.2

자료: 일본 농축산진흥기구, 야채통계요람

- 향후 파프리카에 맞는 시설설치와 현재 시설에서 광, 습도, 온도를 동시에 자동으로 제어할 수 있는 장치를 설치한다면 단수는 현재보다 30~40% 향상되어 수출 경쟁력이 높아질 것으로 보임.

1.3.4. 장미 수출 가능성

- 일본으로 수출되는 장미 중에서 네덜란드산은 장미의 품질이 좋고, 일본에서 생산되지 않는 신품종이 많이 포함되어 있기 때문에 전반적으로 희소·특산품형으로 분류되어 수출되고 있음.
- 한국산, 대만산, 인도산은 일본산과 가격차이가 큰 저가형으로 분리되지만, 최근 일본 시장에서 저가격 꽃으로 묶어 판매하는 ‘pack 꽃’의 판매가 증가추세에 있어 한국산 장미 대일본 수출이 증가할 것으로 보임.

표 6. 일본시장에서 장미의 수입국별 형태

	수입국	형 태
장미	인도, 한국	저가격형, 대량소비
	네덜란드	희소·특산품형

자료: 농수산물유통공사, 농산물 수출유망품목 발굴 및 수출확대전략 수립. 2006

- 일본 화훼도매시장에서 수입장미의 국별 경매가격은 네덜란드산이 가장 높고, 다음으로 한국산이나, 한국산은 일본산에 비해 가격이 낮아 가격경쟁력이 있음. 그러나 일본으로 수출이 확대되고 있는 베트남산은 네덜란드에서 투자와 기술보급으로 품질이 개선되고 있어 향후 일본시장에서 한국산과 경쟁이 심화될 것으로 예상됨.

표 7. 일본시장에서 장미의 수입국별 경매가격

단위: 엔/본

		일본	한국	네덜란드	에콰도르	중국	기타
장미	스탠다드	73.6	-	210.0	42.8	17.7	40.0
	스프레이	84.9	60.9	168.0	-	-	57.0

자료: 농수산물유통공사, 농산물 수출유망품목 발굴 및 수출확대전략 수립. 2006

2. 시설원에 수출 정책과 문제점

2.1. 시설원에 수출지원 프로그램

- 90년대 중반부터 현재까지 시설원에 수출을 위한 정부 정책은 해외시장개척사업, 농수산물판매촉진사업, 계열화수출 전문조직육성사업, 수출정책자금융자 사업 등을 확대하는 등 적극적인 수출지원 정책을 추진하고 있음.
- 지자체의 수출지원 프로그램을 제외한 농림수산식품부의 수출지원사업 규모는 다음과 같음.
 - 해외시장 개척사업 예산: '95(18억원) → '00(94억원) → '08(198억원)
 - 농산물판매촉진사업 예산: '95(16억원) → '00(191억원) → '08(327억원)
 - 수출자금융자 규모: '95(1,139억원) → '00(2,530억원) → '08(4,026억원)

표 8. 우리나라 수출지원 프로그램(2008년)

		사업목적	사업내용
해외시장개척	수출상품화 지원	신규시장 개척 및 수출유망품목 발굴	- 상품개발 - 판촉활동 - 수출상담 등에 필요한 경비 일부 지원
	수출홍보	농식품의 해외시장 진출 지원	- TV, 신문 등 해외광고 - 해외 식문화 이벤트
	수출상품화 사업	수출농산물 상품성 제고	- 농식품수출컨설팅 - 수출농산물 공동브랜드 운영
	수출명품화 지원	세계일류 30대 수출 상품 육성	- 운영에 필요한 사업비 지원
	국제박람회 참가지원	수출업체의 해외시장 진출 지원	- 국제박람회 참가지원
농수산물 판매촉진사업 (수출물류비 지원)		WTO가 허용하는 범위내에서 수출물류비 일부 지원으로 수출경쟁력 제고	- 수출물류비 지원 - 환변동보험가입지원 - 수출농산물 검역지원
계열화수출 전문조직육성		고품질농산물 생산 및 안정적인물량공급	- 수출물류비지원 - 운영활성화자금지원
시설원예품질개선사업		노후화된 기반시설 현대화, 규모화, 전문화	- 시설현대화 - 단지 증·개축
원예전문생산단지 평가 및 사후관리		원예전문생산단지 안전·고품질	- 정부지원 원예전문단지 183개소 - 평가 및 등급결정 지원
고품질·안전농산물 생산지원		고품질 안전농산물 생산	- 수출농산물 GAP인증 홍보 - 수출과실류 현지검역 - 잔류농약 검사비 지원
수출정책자금융자		농수산물 가격 안정 및 고품질 생산지원	- 수출수매자금지원 - 생산시설 현대화자금 융자

2.2. 수출지원 정책의 성과와 문제점

- 정부의 적극적인 수출지원 정책은 수출업체의 수출의지를 고취하여 화훼, 파프리카, 토마토, 딸기 등 수출하는데 많은 기여를 하였음.
- 또한 신규시장 개척을 통해 일본시장 일변도의 수출을 중국, 동남아, 러시아 등으로 다

변화 하는데 성과가 있었음.

- 파프리카, 화훼 등의 대일본 수출은 수출확대에 큰 도움이 되었음. 그러나 최근 파프리카의 잔류농약 검출로 인해 수출에 어려움이 있었음. 이를 통해 우리 농산물 생산자, 수출업자 등에게 안전성이 중요하다는 것을 재인식할 수 있는 계기가 되었음.
 - 화훼 수출액: '97(5.3백만불) → '07(58.1백만불) 11배 증가
 - 파프리카 수출액: '97(2.6백만불) → '07(25.3백만불) 10배 증가
- 그러나 정부예산의 증가에 비해 수출증가는 매우 저조하였음. 이는 근본적으로 우리 농산물의 국제경쟁력이 낮으며, 정부의 정책 또한 너무 단기적이고, 보조금 집행 중심으로 운영함으로써 수출의 체질강화에 부족한 점이 있었음.
- 중앙정부와 지방자치단체의 수출지원 정책은 지원대상이나 지원방식이 모든 품목을 대상으로 소규모 분산적인 지원이었음. 이로 인해 수출상품이 경쟁적으로 특정국에 수출되어 과당경쟁에 따른 수출단가하락 등이 있음. 향후 지역별 특성에 맞는 생산품을 집중지원하여 지역별로 특성화함으로써 과당경쟁을 해소하고, 수출의 규모화를 통해 경쟁력을 제고할 수 있어야 함.
- 수출지원정책이 보조금 집행 중심으로 단기처방식이었음. 앞으로는 장기적인 관점에서 수출경쟁력 확보를 위한 생산기반 확충, 신제품개발 등 R&D, 해외시장개척, 수출상품화 지원, 안전성관리 강화 등 인프라 구축 중심으로 전환될 필요가 있음.
- 네덜란드는 불리한 기후조건, 한국의 40%의 국토면적, 한국의 70%의 농업인구 등 환경적인 측면에서 우리보다 유리할 것이 없지만, 자본·기술 집약적 농업을 통해 세계 제2의 농산물 수출 강국으로 도약하였음. 우리도 수출확대를 위한 체질강화에 정부정책이 초점을 맞춰야 할 것임.

2.3. 대규모 첨단온실단지 조성 사업 검토

- 신정부에서도 간척지에 규모화된 첨단 온실단지를 조성하여 농식품 수출의 전진기지로 활용할 계획임.
 - 대규모 농어업회사 장기임대: 새만금(700ha), 영산강(713ha)

- 농가(조직) 임대: 50~100ha규모의 2~3개 단지 조성

- 대규모 첨단온실사업은 수출증대에 많은 영향을 미칠 것으로 보이나, 국내공급물량의 확대, 기존 해외시장의 잠식 등 많은 변화가 예상됨에 따라 사전에 수출품목과 수출국을 사전에 분석하여 문제가 발생하지 않도록 하는 방안 검토필요.
- 유리온실 적정면적 추정 및 연차별 유리온실 설립 계획 수립, 유리온실 운영 주체 및 운영 방안 등 최첨단 유리온실의 설립 및 운영 방안 제시 필요
- 유리·비닐온실 경영성과 비교 분석과 주요 수출국에서 품질 및 가격 경쟁력 분석, 수출국별·연도별 수출 가능 가격 및 수출량 등을 추정하여 주요 품목 경영성과 및 수출량 증대방안 검토
- 유리온실 형태, 규모 및 적지 선정, 소규모 수출업체와의 통합 및 계열화 방안 제시 등 최첨단 유리온실단지 설립에 따른 정책방안 제시 등이 선행되어야 할 것임.

3. 시설원에 농산물 수출의 문제점

3.1. 생산자재 비용 증가

- 품목별 종자·종구비 비중은 수입의존도가 높은 백합의 경우 61%로 높게 나타났고, 다음은 국화가 37%, 딸기는 22%임.

표 9. 주요 품목별 주요 비목 경영비

단위: %

	딸기	국화	백합
종묘비(종자,종묘)	22.3	37.2	60.8

주: 국화, 나리(충청남도), 딸기(전국)

자료: 농축산물표준소득. 농촌진흥청

- 파프리카, 백합 등과 같이 종자·종구를 대부분 수입에 의존하면서 로열티 성격이 수입 가격에 포함되어 있는 작물의 경우 농가 비용부담이 상당함.

- 1ha 파프리카 농가의 종자비는 1,950만원, 내수중심의 백합농가 종구비는 1억 1,400만원, 수출중심의 백합농가는 1억 1,700만원 소요됨.

표 10. 파프리카, 백합농가의 종자·종구비 부담

	파프리카	백합
평당 종자·종구비	500원/개×13개/평 = 6,500원	내수용(14-16cm): 400원/개×95개/평=38,000원 수출용(18-20cm): 600원/개×65개/평=39,000원
ha당 종자·종구비 (농가단위)	6,500원×3,000평 = 19,500,000원	내수용: 38,000원×3,000평=114,000,000원 수출용: 39,000원×3,000평=117,000,000원
전국단위	19,500,000×370ha = 72억 1,500만원	내수용: 114,000,000×100ha = 114억 원 수출용: 117,000,000×100ha = 117억 원 계 231억 원
종자·종구비 /경영비(%)	8.0%	60.8%

주: 파프리카의 발아율 85%, 전국재배면적 370ha 적용, 백합의 전국 재배면적은 200ha, 내수와 수출 각각 50% 적용함.

- 딸기는 아직 품종보호 대상작물로 지정되지 않아 로열티 지불의무가 없으나 2012년 이후부터 지불 예상
 - 일본품종인 육보, 장희에 대한 2차례의 품종보호 협상(2006년 3월, 5월)
 - 육보 등 구품종: 5원/주, 플라밍고 등 사계성 신품종: 100원/주
 - 외국 품종 30~50% 재배 가정 시 연간 11~20억 원
- 장미, 국화, 난, 거베라 등 화훼류는 대부분 영양번식 작물로 로열티 분쟁이 많고 지불액 부담도 가장 많음.

표 11. 주요 화훼류의 로열티 수준

	주, 분당 로열티 수준(원)	송이당 수준(원)	비고
장미	1\$(1,000원)	14	4년재배, 주당 연간 18송이 생산
국화	15	15	한주에서 한 송이 생산
난	700	700/분	심비디움
카네이션	100	10	1년재배, 주당 연간 10송이 생산
거베라	500	3.3	3년재배, 주당 연간 50송이 생산
포인세티아	60	60/분	

주: 로열티는 주당 산정이 국제적인 관행임.

자료: 국립원예특작과학원.

- 화훼, 채소, 버섯 등 8개 품목에 대한 2009년 로열티 부담액이 190억원으로 추정되고, 2012년에는 1,539억원으로 추정됨.

표 12. 주요 원예작물의 로열티 추정액

단위: 억 원

		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	계
화훼	장미	40.1	77.0	76.3	74.8	72.4	69.0	65.6	60.7	57.5	593.4
	국화	2.6	6.1	10.8	10.5	10.8	10.8	11.3	10.8	11.3	85.0
	난	-	27.5	27.0	26.9	26.0	25.6	25.1	24.6	24.3	207.0
	카네이션	5.4	5.4	5.5	6.2	6.2	6.2	6.2	6.2	6.2	53.5
	거베라	2.0	3.1	3.8	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	32.9
	포인세티아	0.3	0.9	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9	6.7
	소계	50.4	120.0	124.1	123.1	120.1	116.4	113.0	107.2	104.2	978.5
채소	딸기	-	63.6	57.5	45.8	38.5	28.0	21.0	17.5	14.6	286.5
특작	버섯	-	-	-	-	13.6	45.7	46.3	78.3	90.3	274.2
계		50.4	183.6	181.6	168.9	172.2	190.1	180.3	203.0	209.1	1,539.2

자료: 국립원예특작과학원, “로열티 경감을 위한 신품종 개발 보급”, 2009.

- 품종보호 대상이 모든 작물로 확대되는 2012년 이후 과수를 제외한 주요 원예작물의 로열티 지불 예상금액은 200억 원 이상이 될 것으로 추정됨.
 - 화훼류: 100억 원, 버섯: 90억 원, 딸기: 15억 원 등

3.2. 시설 원예농업의 고비용 에너지

- 고온성 품목인 장미, 파프리카, 토마토는 동력·광열비 비중이 높게 나타남. 장미가 34%로 가장 높고, 파프리카가 33%, 토마토는 29%임.
 - 유가와 환율 상승으로 동력광열비가 높은 품목의 경우 재배면적의 축소, 생산·출하시기의 조절, 새로운 보온방법과 가온방법 등 다양한 방법으로 대처

표 13. 주요 품목별 주요 비목 경영비

단위: %

	토마토	파프리카	장미
광열, 동력비	29.3	33.2	33.5

주: 장미, 파프리카(경상남도), 토마토(전국)

자료: 농축산물표준소득. 농촌진흥청

- 가온시설의 종류는 지열히트펌프, 공기열원 히트펌프를 이용한 온실냉난방 시스템, 히트펌프를 이용한 양액베드 냉난방시스템, 바이오디젤이용기술, 바이오가스 이용기술, 태양광 이용기술 등이 있음.
 - 유가 정도에 따라 어떤 가온시설이 적합한지 경제성을 분석할 필요가 있음.

3.3. 생산시설의 노후화로 품질 저하

- 현재 설치·운영되고 있는 온실의 대부분은 10년 전에 설립된 것으로 시설골격, 자동 제어장치 등이 노후화되어 개보수 없이는 기능을 발휘하지 못할 정도임.
 - 유리온실에 자동화관리 시설로 광, 온도, 습도를 동시에 제어할 수 있도록 시공되었으나, 현재 자동화시설이 노후화되어 현재 수작업으로 대행하고 있음.
 - 특히, 유리온실에서 화훼를 재배할 경우 광, 습도, 온도를 제대로 조절하지 못하면, 꽃 색깔 등 품질이 낮아짐.
- 유리온실 개보수 작업이 필요하지만 일부 기술은 현재 우리나라 기술이 아니고, 네덜란드 기술로 시공되어 있어 네덜란드 시공업자가 개보수를 위해 내한 해야 하는 불편함이 있음.
- 더욱 지역별 기후조건과 작물 조건에 맞는 시설이 설치되어 있어야 하나, 이를 고려하지 않고 몇 개의 형태로 일률적으로 시공되어 있음. 따라서 지역과 품목에 맞는 시설로 전환하기 위해서는 대폭적인 개보수가 있어야 함.

3.4. 주년 수출량 확보 미흡

- 해외 수출가격이 불안정하고 국내외 가격차가 발생함에 따라 지속적인 수출물량 확보가 어려운 실정임. → 안정적인 수출물량 확보 문제
 - 소규모 영세농가가 많아 안정적인 물량 확보가 어려움.
 - 연중 공급할 수 있는 안정적인 생산시설 미비
- 수입국 선호에 맞춘 품종 다양화 미흡함. 백합의 경우 주요 재배품종으로는 아시아틱계 백합, 오리엔탈 백합, 나팔나리, 신팔나리 등이 있으나 수출 주력 품종은 오리엔탈계 백합임.

3.5. 소규모 수출업체 경쟁력 약화

- 국내 생산과 수출규모는 매우 영세한 편이므로 가격경쟁력을 높이기 어렵지 않은 여건임. 가격 경쟁력을 높이기 위해서는 계열화, 규모화가 필요함.
 - 수출전문조직이 영세해 지속적인 거래가 어렵고 시장교섭력 약함.
- 수출전문조직 중에서 평균 수출액 이상인 업체수를 보면 토마토, 딸기, 새송이, 국화 등은 1~2개 업체가 집중적으로 수출하고 나머지는 매우 영세함을 알 수 있음.

표 14. 수출 품목별 평균 수출액 이상 수출전문조직(2007)

단위: 톤, 천불

	수출량	수출액	업체수	평균수출액이상 업체수
파프리카	14,147	47,957	31	10
토마토	1,099	3,134	16	1
딸기	737	5,559	19	2
새송이	907	3,511	23	1
국화	1,745	6,014	11	2
백합	2,474	15,854	13	4

- 편중된 수출시장으로 인해 수출 리스크 부담이 높음. → 신규시장 개척필요
 - 대부분 시설 채소는 일본에만 전량 수출함에 따라 일본의 수입여건 여건변화에 따라 수출이 불안정할 수 있음.

3.6. 수출 농산물 검역과 품질관리 미흡

- 수출 검역이 까다롭기 때문에 수출농가·업체가 추가 비용 부담과 함께 수출상품의 품질저하로 인한 클레임으로 인해 농가손실이 큼. → 검역상의 문제
 - 예를 들어, 백합의 경우 수출국 현지 수입 검역시 훈증에 따른 수출품의 상품성이 저하되고, 추가 훈증비용 부담이 부과됨.
- 선별·포장·상품화 과정에서의 상품성과 신선도 유지가 어렵고 대부분 현지 생산지역에서 자체 선별·포장하여 수출하고 있어 고품질 상품 수출과 클레임 절감을 위한

포장, 상품화 문제점도 시급히 개선되어야 함 → 유통, 포장, 상품화 문제
 - 선별·포장, 신선도 유지 등 수확 후 상품화 관리가 미흡

표 15. 주요품목별 수출 애로사항

애 로 사 항	
파프리카	<ul style="list-style-type: none"> ○ 화훼, 채소류 등 기존의 생산시설을 활용한 재배로 시설이 노후화됨 ○ 국내 가격 상승시 국내출하 선호로 수출물량 확보 어려움 ○ 안전성에 대한 불안감으로 한국산 구매 기피 및 작기에 따른 생산량 변동 ○ 까다로운 검역조건
백합	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수입종구가격 상승에 따른 경영비 상승 ○ 장기재배에 의한 연작장해 피해 발생 ○ 소규모 영세농가가 많아 안정적 수출물량 확보 애로 ○ 수출국 선호에 맞춘 품종 다양화 미흡 ○ 선별·포장, 신선도 유지 등 수확 후 상품화 관리가 미흡함 ○ 일본에만 전량 수출함에 따라 수출이 불안정 ○ 수출국 현지 수입 검역시 훈증에 따른 상품성 저하, 추가 훈증비용 부담

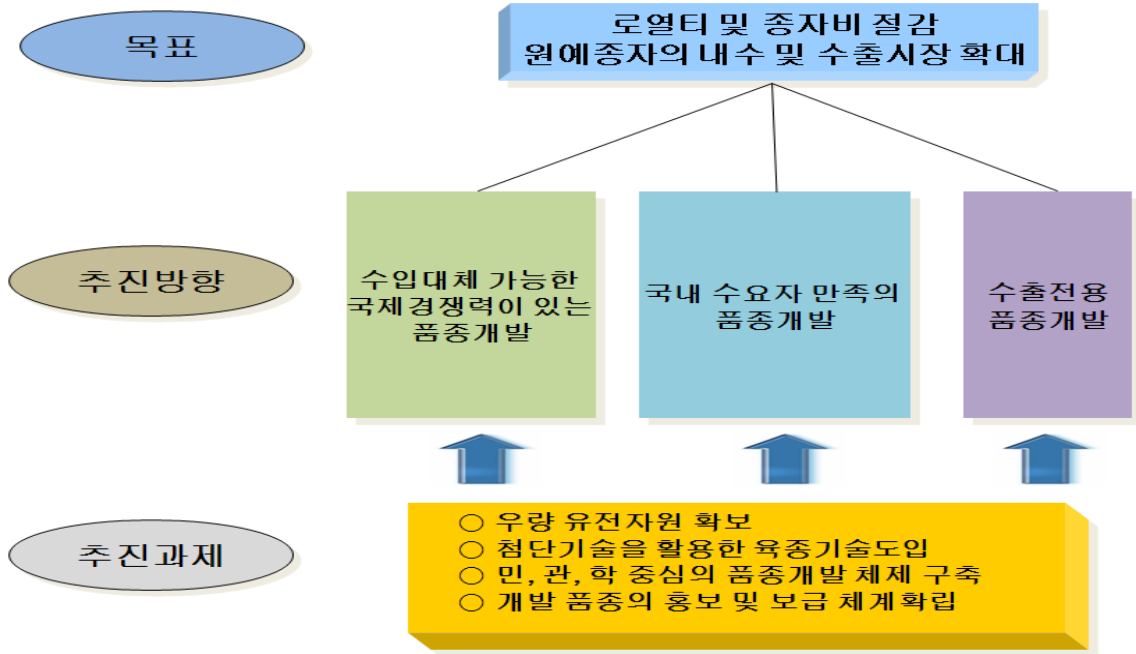
자료: 한국농촌경제연구원 현장조사(2008)

4. 시설원에 작물의 수출 확대 방안

4.1. 종자·종묘비 절감 방안

- 2012년 이후에는 품종보호권이 설정된 모든 신품종에 대해 로열티 지불 의무가 발생하기 때문에 농가의 종묘비 부담을 줄이고, 원예작물을 수출작목으로 육성하기 위해서 국산품종의 전략적 개발이 요구됨. 딸기, 장미, 국화 등 영양번식작물은 로열티 지불액 부담이 크기 때문에 국내산 품종개발이 더 시급한 상황임.
- 품종개발의 목표는 로열티 및 종자비 절감을 통해 원예농가의 소득을 제고시키고, 원예종자의 내수 및 수출시장 확대 등 종자산업을 육성해야함.
- 품종개발 방향은 수입종자를 대체할 수 있는 국제경쟁력을 갖춘 우수 품종개발하고, 국내 수요자의 선호를 만족할 수 있는 품종개발, 수출국의 기호에 부응한 수출전용 품종을 개발해야함.

그림 2. 원예작물 품종개발 목표와 방향



- 우수 품종개발을 위한 과제로는 우량 유전자원 확보, 첨단기술을 활용한 육종기술 도입, 민·관·학 중심의 품종개발 체제 구축, 개발 품종의 홍보 및 보급체계 확립

4.2. 시설구조개선과 에너지 절감 대책

- 에너지 절감기술로 보온방법의 개발과 에너지 절감 대책수립이 필요함. 보온성 향상을 위해서는 다중피복과 보온커튼을 이용한 다중·다층화 방법이있고, 고온피복재를 이용하는 방법이 있음.
- 에너지 절감기술로는 태양열, 지하수, 수력, 풍력, 태양광 등을 이용한 신재생에너지를 이용하는 방법과 바이오매스 등 대체연료를 이용하는 방법, 전기를 이용한 히트펌프를 이용한 난방비 절감 방안이 있음.
- 수평형 지열히트펌프의 난방비 절감효과 사례
 - 경남 진주시 사봉면 조직배양묘 온실의 경우 경유온풍난방기에 비해 약 1,300만원의 난방비 절감효과가 있음.

표 16. 지열히트펌프의 난방비 절감효과

	경유 온풍난방기	히트펌프	
		수평형	수직형
경유소비량(리터)	19,899	-	-
전력소비량(kW)	-	90,218	82,592
난방비용(원)	16,317,180	3,608,720	3,303,680
난방비 절감액(원)	-	12,708,460	13,013,500
설치비용(원)	3,500,000	55,000,000	99,750,000

주: 1) 전력요금 40원/kwh 기준(농업용 병, 부가세 포함)

2) 난방기간 170일 기준

3) 경유가격 820원/L 기준

4) 히트펌프용량: 8만kcal/h

자료: 농촌진흥청, 시설원에 에너지절감 가이드 북.

- 고효율 난방기·보온장치 확대보급을 위해 '09년 2,000농가 590ha에 260억원 지원하고, '09~'13년까지 자동화 비닐하우스 등 4,500ha에 4,500억원(국고 2,250억) 투자할 계획이 있음.
- 수출 온실단지에 신재생에너지(지열난방) 보급을 위해서 정부는 '09년 106개 농업경영체 91ha에 700억원을 지원할 계획이 있으나, 경제성 분석을 위해서는 지열히트펌프 설치비용뿐만 아니라 이를 설치하기위한 전기시설, 대용량 전기시설을 이용하기위한 인력고용, 감가상각비, 보조난방기 설치 등 투자비용을 파악할 필요가 있음.

4.3. 시설현대화에 의한 품질 경쟁력 제고

- 수출단지를 중심으로 시설원예온실에 대해 증·개축하거나, 대규모 시설원예시설을 설치하여 생산성향상과 고품질 농산물을 생산·수출 유도
- 파프리카의 경우 유리온실과 비닐온실의 평당 평균 생산량은 31.4kg임. 평당 생산량의 차이는 온실의 형태에 따라 유리온실은 평당 45.4kg, 비닐온실은 25.3kg으로 생산성 차이가 있음. 또한 유리온실 높이가 3m, 4.5m, 7m 등 높이에 따라 생산성이 다르게 나타남.
- 딸기 생산성을 비교하기 위해 토경재배와 고설수경재배를 분석한 결과, 고설수경재배는 토경재배에 비해 생산량이 2.6배, 수익은 3.0배 높은 것으로 분석되었고, 고설수경

재배는 노동력 절감기술과 편안한 작업 자세로 영농활동을 하고 있어 생산성 이외에 노동력 절감효과도 크게 나타남.

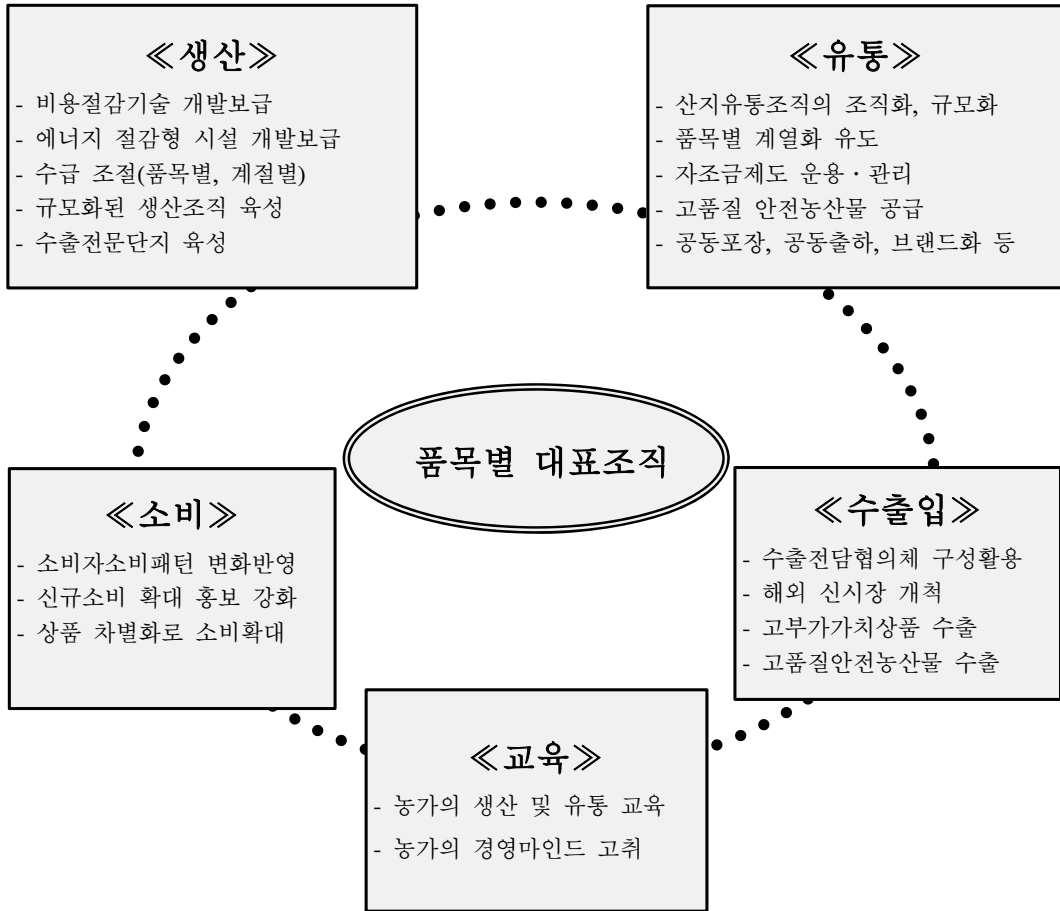
- 토마토 재배를 비닐온실과 유리온실에서 재배하는 원예전문생산단지 조사결과 비닐온실 25ha에서 2,000톤을 생산하는 법인과 유리온실은 3ha에서 1,000톤을 생산하는 법인을 볼 때 4배이상의 생산량 차이를 보이고 있음.

4.4. 품목별 대표조직 설립과 운영 전략

4.4.1. 대표조직의 설립방향과 역할

- 품목별 대표조직은 생산, 유통, 소비, 수출입, 교육부문을 전부 총괄할 수 있는 조직으로 육성되어야 농가소득 향상, 수출증대 등의 성과를 이룰수 있다고 봄.
- 현재 정부에서 추진하고 있는 품목별 대표조직은 유통구조개선의 일부분으로 다루어지고 있으며, 그 역할은 주로 수출을 전담할 수 있도록 되어있으나, 한 품목의 산업을 이끌어 갈 수 있도록 품목별 대표조직으로 확대되어야 함.
- 대표조직에서 생산부문은 비용절감기술 개발보급, 에너지 절감형 시설 개발보급, 규모화된 생산조직 육성, 수출전문단지 육성 등을 통해 생산성 향상과 품질 고급화 유도
- 유통분야에서는 산지유통조직의 조직화, 규모화를 통해 공급의 주년화, 품목별 계열화를 통해 비용절감, 자조금제도 도입으로 농가소득의 안정화, 고품질 안전농산물 수출을 위한 수확후 관리, 공동브랜드로 이미지 향상
- 소비분야에서는 수출국의 소비패턴 변화를 반영한 생산유도, 홍보강화로 신수요 창출, 상품의 차별화로 소비확대 등을 유도
- 교육분야에서는 농가의 고품질 생산을 위한 생산 매뉴얼을 작성 배포하고, 유통교육과 농가 자신이 경영자라는 마인드를 고취하여 소득 향상을 위한 자구노력
- 전문조직내에 수출입분야를 전담할 수 있는 분과를 두어 육성하고, 이들은 해외신시장 개척과 수입국의 소비성향을 생산자에게 피드백하여 소비자가 원하는 농산물을 수출

그림 3. 시설원예작물별 대표조직의 주요 업무



4.4.2. 대표조직의 운영전략

- 품목별 대표조직은 전국에 이미 조직되어 있는 특화사업단, 유통사업단, 품목별 협의회, 산지생산자 조직, 연구소 등을 통합관리·운영할 수 있는 권한을 가져야 하며, 이들 상호간에 협력 체계를 갖도록 대표조직이 운영되어야 함.
- 수급을 조절할 수 있도록 각 산지생산자조직 등에 생산량을 할당할 수 있는 권한
- 지속적인 수출확대를 위해 수출창구를 일원화하고, 물량 확보와 해외마이어 교섭, 소비확대를 위한 홍보, 농가의 생산 및 기술교육, 농가의 경영마인드 고취를 위한 교육 실시 의무를 전문조직에게 부과하여 수출을 확대할 수 있도록 함.
- 대표조직이 기능과 역할을 뒷받침할 수 있는 법·제도의 마련

- 회원농가의 책임(위원회의 교육에 의무적으로 참여, 위원회의 규칙 준수, 자조금 납부 등)과 권한(유통관련정보 및 영농 자료 수령 등)을 규정하고, 원부자재 공급권, 종자·종묘 생산 및 공급관리권, 자조금 운영권, 수출 전담권 등의 권한이 부여될 수 있도록 법·제도의 마련이 필요함.

가공식품 및 식재료 수출 현황과 과제

2009. 6. 17

김 성 훈
농식품정책연구본부

1. 가공식품 및 식재료 수출 현황

1.1. 기본 현황

1.1.1. 가공식품

- 우리나라 가공식품 수출 실적은 2008년을 기준으로 125만톤, 22억불로 전체 농식품 수출액(44억불)의 절반 수준에 해당됨.
 - 세부 품목별로는 연초류가 가공식품 수출액의 21%를 차지하였고, 과자류(11%), 주류(11%), 면류(9%) 등이 높은 비중을 차지
 - 반면, 소스류는 상대적으로 낮은 비중을 보이는데, 고추장, 된장, 간장 등의 전통 장류의 비중은 0.5% 미만으로 매우 낮은 편

- 가공식품의 경우 세계적 경기침체 및 수출가격 인상 등의 여건에도 불구하고 5년 동안 대비 92%가 증가한 것으로 나타남. (수출 금액 기준)
 - 우리나라 가공식품의 품질 및 안전성 향상에 따른 해외시장에서의 인지도 상승의 영향

- 특히, 동남아 등의 신규 시장의 수요 확대로 수출 시장 다변화 및 수출 실적 제고에 기여한 것으로 판단됨.
 - 필리핀, 방글라데시, 말레이시아, 인도네시아 등에서의 한국 가공식품의 시장 진출 가속화

- 최근 3년간 가공식품 수출 실적 변화를 보면, 전체 기준으로 물량은 5.6%, 금액은 29.3%로 증가한 것으로 분석됨.
 - 커피류, 연초류, 소스류 등이 평균 이상의 증가세를 시현
 - 당류 등은 감소

표 1. 가공식품 수출 추이

단위: 천톤, 백만불, %

구분	2006		2007		2008		증감률 (2006~2008)	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
합계	1,188.1	1,716.6	1,251.2	1,877.5	1,254.8 (100.0)	2,220.1 (100.0)	5.6	29.3
면류	56.1	166.0	58.1	179.4	60.2 (4.8)	200.3 (9.0)	7.3	20.7
- 라면	29.8	102.6	30.4	115.7	32.2 (2.6)	129.5 (5.8)	8.1	26.2
주류	192.1	192.6	190.8	191.6	234.1 (18.7)	236.1 (10.6)	21.9	22.6
- 소주	90.6	118.7	87.7	112.4	88.9 (7.1)	124.1 (5.6)	-1.9	4.5
과자류	71.0	205.8	73.9	225.5	79.0 (6.3)	246.5 (11.1)	11.3	19.8
당류	330.5	154.4	389.7	155.3	296.9 (23.7)	152.8 (6.9)	-10.2	-1.0
커피류	50.7	125.2	57.2	160.8	56.2 (4.5)	198.0 (8.9)	10.8	58.1
소스류	48.9	95.0	49.8	107.2	51.0 (4.1)	121.7 (5.5)	4.3	28.1
- 고추장	5.6	11.3	5.2	11.1	4.5 (0.4)	9.4 (0.4)	-19.6	-16.8
- 된장	4.8	8.9	5.2	10.1	4.8 (0.4)	9.1 (0.4)	0.0	2.2
- 간장	7.5	9.2	7.4	10.7	8.9 (0.7)	11.7 (0.5)	18.7	27.2
연초류	43.7	350.3	54.1	413.7	55.9 (4.5)	463.9 (20.9)	27.9	32.4
기타	395.1	427.3	377.6	444.0	421.5 (33.6)	600.8 (27.1)	6.7	40.6

주: 1) 괄호 안은 비중

2) 고추장의 경우, 일부 수출업체의 수출품목코드 입력 오류로 수출 실적 감소 통계 발생

자료: 농수산물유통공사(www.kati.net) 자료 수정

○ 가공 농식품의 수출 순위를 보면 권련(담배) 수출액이 가장 많았고, 다음으로 자당(Cane sugar)과 커피 조제품이 많았음. 또한 라면, 소주, 비스킷도 가공식품 수출에서 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남.

- 라면은 2006년 5위에서 2008년 3위로 수출 비중 증가

- 소주는 2006년 4위에서 2008년 5위로 비중 감소

표 2. 가공 농식품 수출 순위

단위: 천톤, 백만불

순위	2006년			2007년			2008년		
	품목	물량	금액	품목	물량	금액	품목	물량	금액
	가공전체	1,285.5	1,534.2	가공전체	1,315.5	1,934.7	가공전체	1,313.0	2,279.4
1	권런	39.5	334.9	권런	48.1	397.1	권런	52.9	453.0
2	자당	291.0	125.3	커피조제품	56.9	158.7	커피조제품	56.0	196.0
3	커피조제품	50.6	123.4	자당	359.7	137.8	라면	32.2	129.5
4	소주	90.6	118.7	라면	30.4	115.7	자당	285.2	127.7
5	라면	29.8	102.6	소주	87.7	112.4	소주	88.8	124.1
6	기타 조제식품	41.6	71.1	기타 조제식품	48.1	78.8	비스킷	13.1	59.9
7	비스킷	11.1	51.4	비스킷	12.2	57.1	마요네즈	21.6	46.5
8	맥주	69.6	39.2	곡류조제품	8.7	40.2	맥주	74.5	43.3
9	곡류조제품	8.1	37.0	마요네즈	21.1	34.3	베이커리 반죽	44.1	36.3
10	베이커리 반죽	64.2	35.0	맥주	60.4	34.0	곡류조제품	7.7	34.7
11	마요네즈	20.8	31.0	베이커리 반죽	52.3	30.9	껌	4.9	26.9
12	껌	4.8	23.4	껌	4.4	21.0	국수	12.3	24.4
13	물	31.1	20.8	옥수수전분	62.2	20.7	조제분유	2.7	24.0
14	옥수수전분	69.4	18.3	국수	12.0	20.3	대두박	54.7	21.9
15	국수	11.2	17.5	물	27.4	19.4	빵	6.4	20.7
16	인스턴트면	2.4	15.8	빵	5.5	17.3	물	28.3	19.5
17	섬유관	23.0	14.9	잎담배	6.0	15.8	젤라틴	3.8	19.2
18	젤라틴	3.0	14.6	섬유관	24.7	15.7	대두유	10.9	18.7
19	코코아분말	19.0	14.5	코코아분말	19.6	15.4	코코아분말	17.8	15.6
20	잎담배	4.0	13.9	캔디	2.9	15.3	아이스크림	3.2	13.4
21	캔디	2.6	13.2	젤라틴	3.1	14.7	섬유관	18.3	13.3
22	빵	4.4	12.5	우유조제품	7.3	13.5	쇼트닝	7.4	13.2
23	우유조제품	8.3	11.8	초코렛	2.4	12.8	우유조제품	7.6	12.7
24	쇼트닝	11.9	11.8	조제분유	1.9	12.6	인스턴트면	2.2	12.3
25	고추장	5.6	11.3	쇼트닝	9.3	12.4	캔디	2.6	12.2
26	조제분유	1.8	10.7	인스턴트면	2.0	11.2	옥수수전분	28.1	12.0
27	초코렛	2.0	9.8	고추장	5.2	11.1	육류스프	3.5	11.9
28	면	10.4	9.8	간장	7.4	10.7	간장	8.9	11.7
29	간장	7.5	9.2	아이스크림	2.5	10.3	포도당	5.4	11.6
30	된장	4.8	8.9	된장	5.2	10.1	혼합조미료	2.3	11.5

자료: 농수산물유통공사(www.kati.net) 자료 수정

1.12. 식재료

- 우리나라의 식재료 수출은 그동안 개별 영세업체들이 농수산물 또는 일반 식품 수출의 일환으로 같이 취급되어 왔고, 식재료 수출에 관한 정확한 자료는 아직 없는 실정임.
- 다만, 주요 식재료를 중심으로 수출 현황을 추정한 자료를 보면 2007년에 238톤, 5억불 정도 수출하였고, 2008년에 267톤, 6억불 정도 수출한 것으로 추정됨.⁵⁾
- 품목별 수출 현황을 2008년 금액 기준으로 보면 채소류의 수출이 가장 많았는데, 이중 김치가 채소류 식재료 수출의 60%를 차지했고, 파프리카도 38%를 차지함.
 - 다음으로 주류의 수출이 두드러지게 나타나는데, 이는 일본 등지에서 크게 불고 있는 한류 바람에 힘입어 한식당 등에서의 막걸리 및 소주의 소비가 늘었기 때문
 - 소스류는 마요네즈와 장류(고추장, 간장, 된장)가 각각 6:4 정도를 차지
 - 반면, 축산물은 삼계탕이 대부분이었고, 수산물은 김이 수출액의 77%를 차지

표 3. 주요 식재료 수출 현황 (추정치)

단위: 톤, 천 달러, %

종류	2007		2008		증감율	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
쌀	566	1,370	358	837	-36.7	-38.9
과실류	34,606	84,055	45,648	91,299	31.9	8.6
채소류	41,376	124,639	44,950	141,845	8.6	13.8
소스류	38,827	66,236	39,803	76,691	2.5	15.8
식물성유지류	77	586	54	675	-29.9	15.2
주류	91,976	115,264	94,293	128,530	2.5	11.5
면류	14,651	26,040	14,777	30,115	0.9	15.6
버섯류	3,155	8,250	8,721	22,676	176.4	174.9
축산물	881	3,732	1,111	4,712	26.1	26.3
임산물	347	5,772	287	6,065	-17.3	5.1
수산물	11,672	76,313	18,299	98,493	56.8	29.1
계	238,134	512,257	268,301	601,938	12.7	17.5

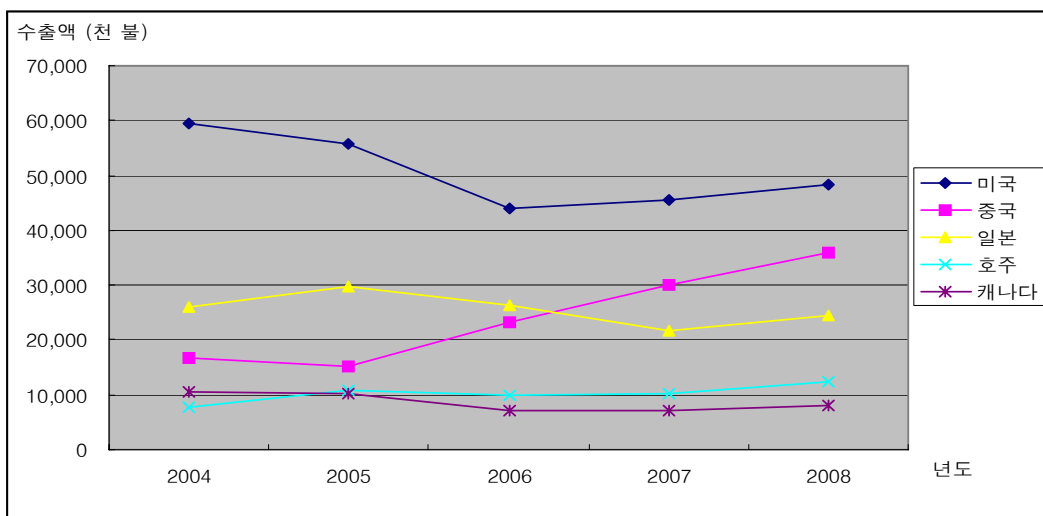
주: 쌀, 과실, 채소, 소스류, 유지류, 주류, 면류, 버섯류, 수산물 등 식재료로 사용빈도가 높은 품목의 수출액의 약 10%(6천만불)를 외식, 급식용 식재료로 추정하여 집계함
 자료: 농수산물유통공사 (일부 수정)

5) 이 수치는 식재료 사용 가능성이 높은 수출품목을 대상으로 수출액의 약 10%(6천만불)를 외식, 급식용 식재료로 추정하여 집계한 것으로 실제보다 과대평가되었을 가능성이 있음.

1.2. 가공식품의 주요 품목별 수출 동향

- 면류는 미국, 중국, 일본 시장 수출이 대부분인데, 대 중국 수출이 호조를 보이는 반면 일본 수출은 2007년 감소하였다가 2008년에 다시 회복하는 추세를 보임.
 - 라면, 국수 등의 면류 수출의 경우, 대 중국 수출액이 2007년, 2008년 지속 성장세 유지
 - 미국, 캐나다 등의 북미 시장에서는 라면보다 국수가 선전하고 있는 상황

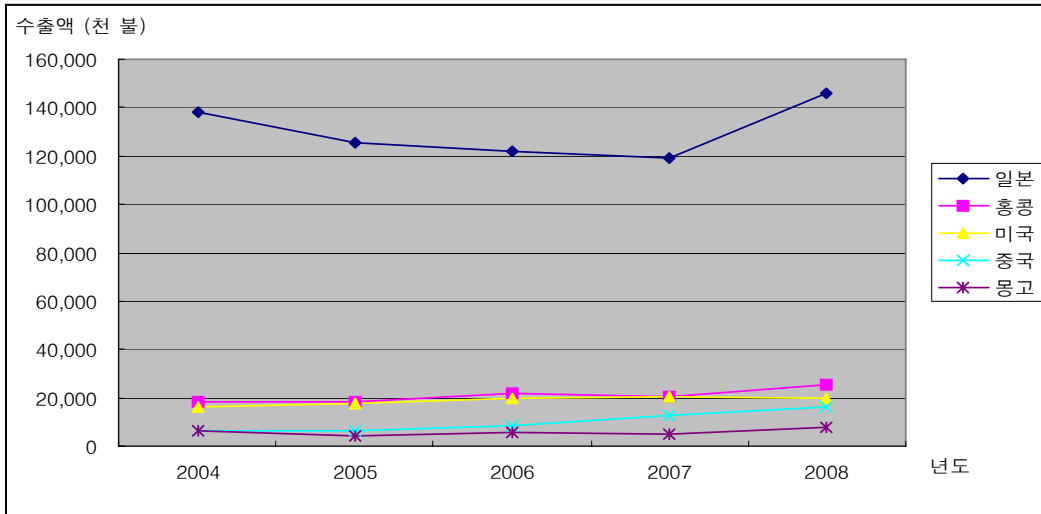
그림 1. 주요국 수출 동향 (면류)



자료: 농수산물유통공사(www.kati.net) 자료 수정

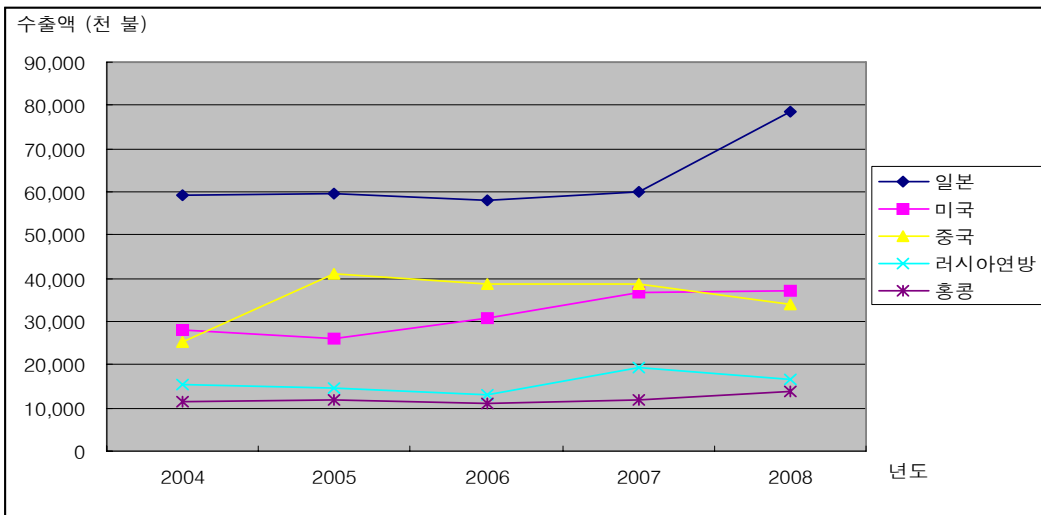
- 주류는 막걸리의 일본 수출 호조로 전년 대비 23% 증가를 달성함.
 - 우리나라 막걸리의 경우, 일본의 유사 전통주(도부로쿠(濁酒))보다 높은 인기를 점유
 - 특히 젊은층에서 한국산 막걸리를 칵테일 재료로 소비하다가 막걸리만을 마시는 매니아로 발전되는 추세
- 과자류는 일본 수출 중심으로 진행되고 있는데, 전년 대비 31% 성장을 시현한 것으로 나타남.
 - 미국 수출은 2006년 이후 점진적인 증가를 보이고 중국 수출은 다소 하락 추세
 - 초코파이 등의 러시아연합 과자류 수출은 전년 대비 15% 감소

그림 2. 주요국 수출 동향 (주류)



자료: 농수산물유통공사(www.kati.net) 자료 수정

그림 3. 주요국 수출 동향 (과자류)

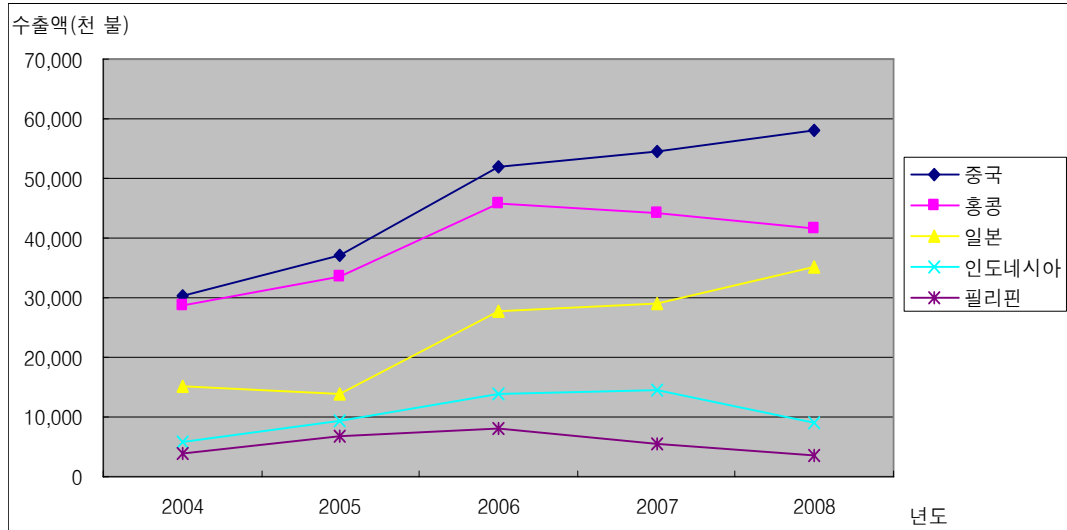


자료: 농수산물유통공사(www.kati.net) 자료 수정

○ 당류는 국내 설탕 대체 수요 발생에 따라 해외 수출분이 감소한 것으로 분석됨.

- 국제 곡물가격 상승에 따른 전분당 가격 상승에 따른 영향으로 분석
- 다만 대 중국 수출은 지속적인 성장세를 시현

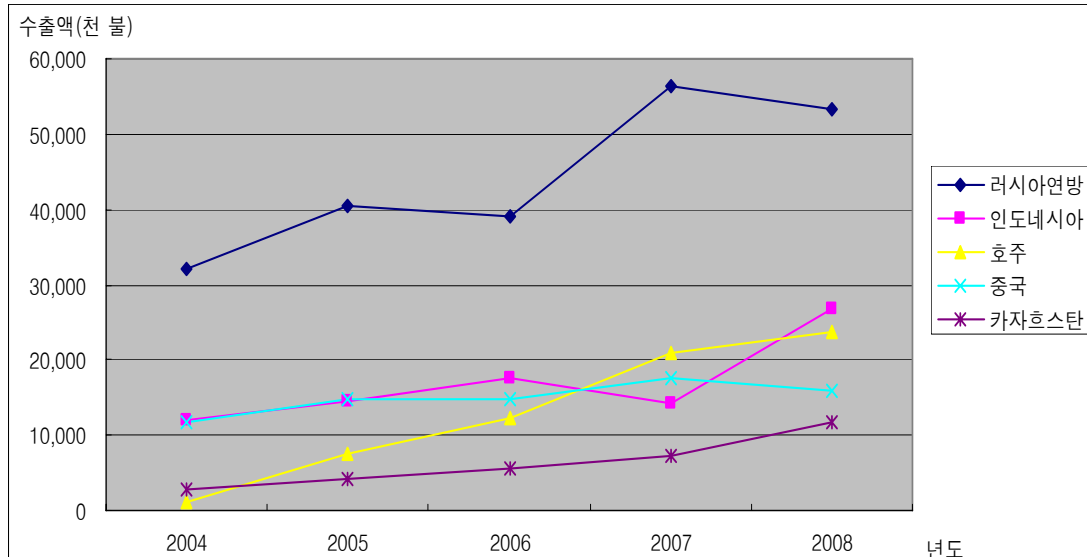
그림 4. 주요국 수출 동향 (당류)



자료: 농수산물유통공사(www.kati.net) 자료 수정

- 커피류의 경우, 신규 수출시장인 인도네시아, 호주, 카자흐스탄 등에 대한 수출이 증가하여 높은 성장세를 보임.
 - 인도네시아 수출의 경우, 2007년 1천 4백만불에서 2008년 2천7백만불로 90% 성장
 - 러시아연방의 수출은 다소 하락

그림 5. 주요국 수출 동향 (커피류)



자료: 농수산물유통공사(www.kati.net) 자료 수정

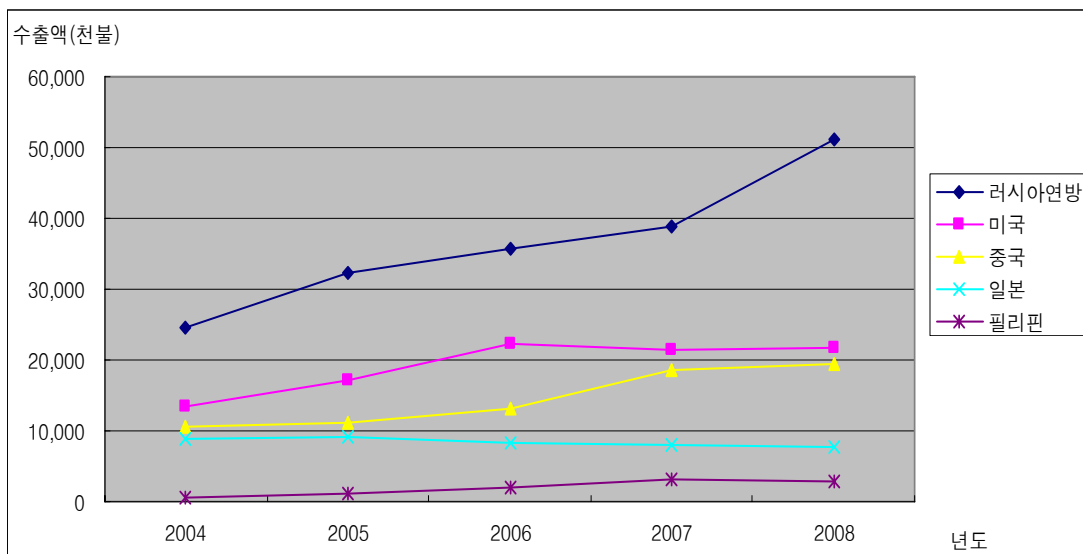
- 소스류의 경우, 수출업체의 신규 시장 개척 및 제품 다양화를 통해 수출 실적이 개선된 것으로 분석됨.
 - 간장은 미국 현지인 시장 진출 및 러시아연방 수출 증가로 전년대비 10% 증가

- 고추장은 주요 국내 수출업체 일부가 수출품목 코드를 잘못 적용하여 실적 감소 통계가 나왔으나, 실제 수출 규모는 증가한 것으로 분석

○ 연초류는 이라크 등의 중동 주력시장의 수출 호조 및 신규 시장의 수출 증가로 성장세를 유지함.

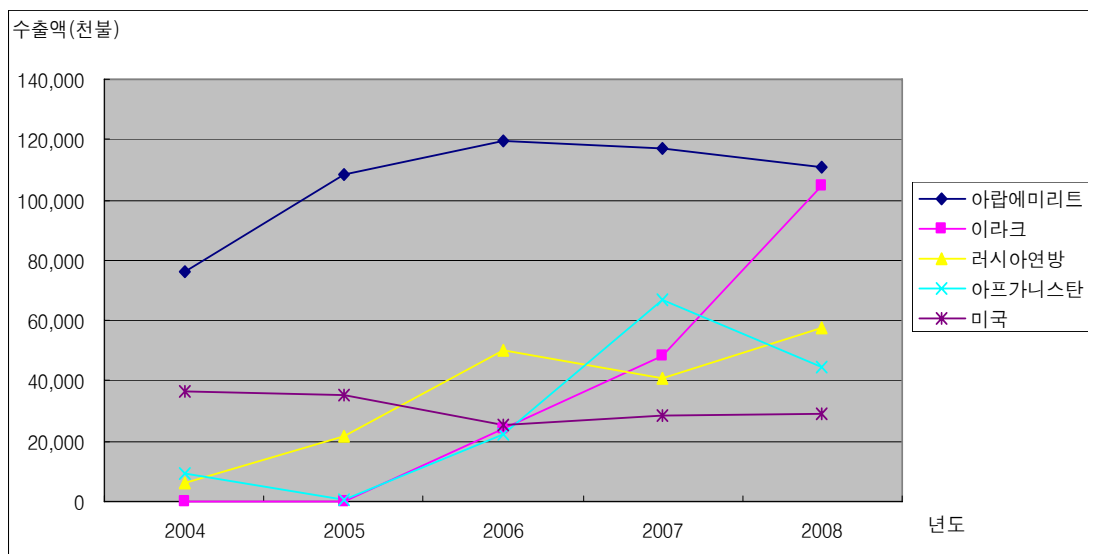
- 이라크 수출액은 2005년 0 달러에서 2008년 1억달러로 급증
- 신규 수출시장으로 러시아지역 시장 부각

그림 6. 주요국 수출 동향 (소스류)



자료: 농수산물유통공사(www.kati.net) 자료 수정

그림 7. 주요국 수출 동향 (연초류)



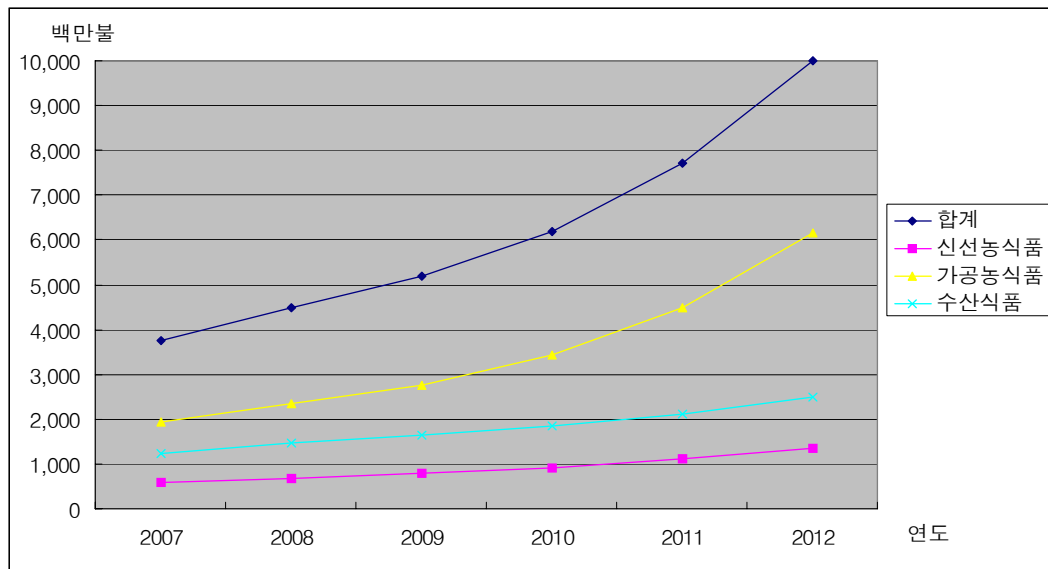
자료: 농수산물유통공사(www.kati.net) 자료 수정

2. 관련 정책 및 제도

2.1. 기본 현황

- 농림수산식품부는 2012년까지 농식품 수출 100억불 달성 목표를 세우고, 가공식품과 식재료 수출 제고를 위한 노력을 하고 있음.
 - 가공 농식품은 2009년 28억불에서 2012년 62억불로 수출 확대
 - 식재료는 2009년 8천 8백만불에서 2012년 35억불로 수출 확대⁶⁾

그림 8. 농식품 수출 목표



자료: 농림수산식품부

- 가공식품과 식재료를 포함한 농식품 수출 활성화를 위해 농림수산식품부는 2009년 지원 사업 예산으로 383억원을 책정하여 집행하고 있음.
 - 수출 물류비 지원 사업으로 293억원, 수출 인프라 강화사업으로 90억원을 책정
- 가공식품과 식재료를 대상으로 하는 구체적인 수출 지원 사업은 농산물 수출 지원 사업에 비해 상대적으로 적은 편임. 현재 대부분의 지원 사업이 수출 물류비 지원에 초점이 맞추어져 있음.
 - 가공식품 수출 지원 사업으로는 물류비 지원이 대부분

6) 가공식품과 식재료의 수출금액은 일부 상호 중첩될 수 있음.

- 식재료 수출 지원 사업은 2009년에 구체적인 사업을 계획 및 추진하는 단계

2.2. 수출 물류비 지원 사업

- 가공식품(김치류, 인삼류, 유자제품, 가공밥, 혼합곡, 녹차, 감귤농축액, 장류 등 포함) 과 식재료를 대상으로 수출 물류비가 지원될 수 있음. 2009년도에 수출물류비 신청 자격을 가지는 업체는 등록신청일 기준 과거 1년 이내의 수출 실적이 20만불 이상인 법인 또는 개인임.
 - 단, 단일부류만 수출하는 업체는 등록신청일 기준 과거 1년 이내의 수출실적이 15만 불 이상인 법인 또는 개인으로 한정
- 가공식품 및 식재료의 경우 주원료가 국내산(막걸리 제외)인 경우에 한하여 지원하도록 하고 있어, 주원료의 일부를 외국산과 혼합한 경우는 지원 대상에서 제외됨.⁷⁾
 - 최근 국산 원료 사용 비율만큼 지원하자는 주장이 업계 등에서 제기되고 있는 상황
- 지원 내용은 기본 물류비 지원과 인센티브 지원으로 나누어서 지원이 진행됨. 기본 물류비 지원 금액은 수출물량에 품목별 국가별 지원 단가를 곱하여 결정되나, 수출건별 지원액이 수출금액(FOB)의 20%를 초과할 수 없도록 되어 있음.
 - 향후 WTO 협상 결과 예상되는 수출물류비 지원 감축 또는 철폐에 대비하여 지원 수준을 단계적으로 감축⁸⁾
 - 인센티브 지원 중 가공식품 및 식재료 수출에 관련되는 것으로는 신 시장 개척 인센티브 등이 해당⁹⁾
- 최근 지원 실적을 보면, 농식품 전체 기준으로 1990년 4억 5천만원에서 2008년 327억 원으로 73배가 증가하였음.
 - 김치류는 1996년 2억원에서 2008년 30억원으로 15배 증가

7) 가공식품의 주원료 예시는 다음과 같음: 인삼제품(인삼 및 엑기스), 유자제품(생유자 및 유자과즙), 김치(배추, 무), 가공밥(쌀), 혼합곡(곡류), 감귤제품(감귤), 장류(콩), 녹차(차잎), 조제분유·요구르트·우유[원유, 탈지(분)유, 전지분유, 유청분말]

8) 2007년 표준물류비의 25% 지원이 2008년과 2009년에는 20% 지원으로 감축되었고, 2012년에는 10% 수준으로 추가 감축될 전망이다.

9) 지원 조건으로는 2008년도 지원품목의 동일국가 수출실적(물량 및 금액) 대비 2009년 수출실적이 30% 이상 증가한 경우임. (2009년 지원업체는 2010년 지원대상자로 선정되며, 2009년 대비 수출실적이 30% 이상 증가한 경우 2010년에도 표준물류비의 30%가 지원됨)

- 가공밥은 2007년 3천만원에서 2008년 7천만원으로 약 2배 증가
- 전통주는 2008년에 처음으로 1억 3천만원 지원
- 장류는 2008년에 처음으로 1톤 (9천불) 수출 물량에 대해 소량의 지원 실시

표 4. 수출 물류비 지원 실적

단위: 백만원

	1990	1996	2000	2005	2006	2007	2008	계
계	453	1,553	19,081	28,882	28,882	28,882	32,684	281,360
과실류	453	1,408	5,204	10,851	11,431	11,066	9,728	102,988
화훼류	-	145	5,330	4,132	4,645	4,663	5,391	55,228
채소류	-	-	5,575	7,333	6,565	7,223	11,021	71,690
김치류	-	-	1,996	2,666	2,565	3,407	3,031	27,408
인삼류	-	-	-	922	853	852	918	7,478
축산물	-	-	383	762	762	765	1,263	5,106
곡류	-	-	-	-	-	38	15	53
가공밥	-	-	-	-	-	34	67	101
전통주	-	-	-	-	-	-	127	127
장류 ¹⁾	-	-	-	-	-	-	-	-
수출 물류조성	-	-	593	2,061	2,061	834	1,123	11,181

주: 1) 장류는 2008년의 1톤 (9천불)의 수출에 대해 백만원 미만의 금액이 지원됨.

자료: 농수산물유통공사 (일부 수정)

2.3. 식재료 수출 지원 사업

- 식재료 수출 지원은 이제 시작 단계인데, 이는 식재료에 대한 명확한 개념 및 범위 설정도 되어 있지 못하는 현실의 반영임.
 - 식재료에 대해 학술적으로는 “식품가공 및 외식산업의 투입재로 사용되는 농림축수산물과 가공식품 등”으로 잠정 규정
 - 정책적으로는 “기존 수출 상품(신선 농산물 등)이 아닌 지속 가능성이 있는 신 시장 개척 창출 물량으로서 식재료 수출관리위원회에서 인정하는 품목”으로 설정¹⁰⁾

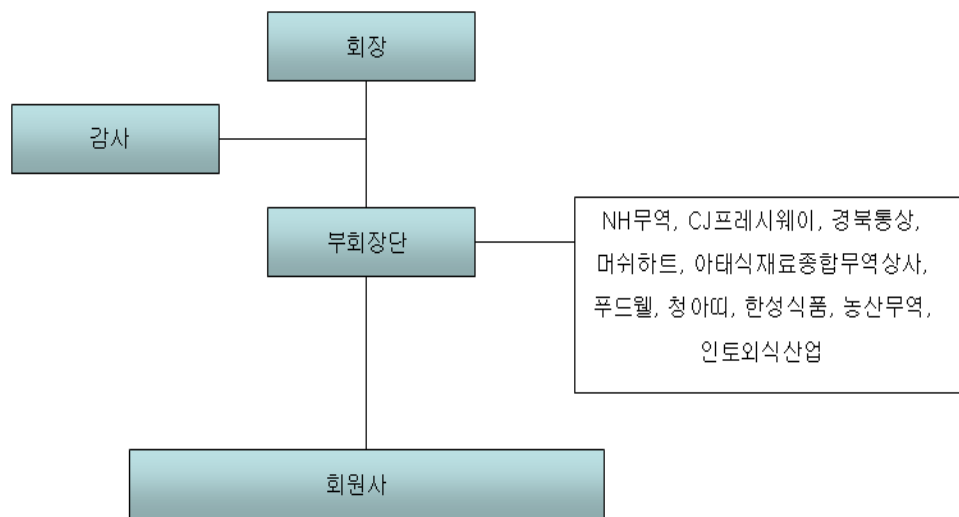
10) 최근 논의되고 있는 가정 소비용 식재료는 제외함.

- 식재료 수출 지원 정책 대상으로는 제품 형상과 납품처로 구분하는 방안 등이 논의 중임.
 - 제품 형상으로는 업소용 대용량 벌크 제품을 식재료로 인정하고, 납품처는 최종 소비처가 외식 또는 가공업체임을 증빙할 수 있는 자료를 제출하여 인정받는 방안 제시

- 농림수산물식품부는 2009년도 사업으로 10여개 사업을 선정하고 약 30억원의 예산을 집행할 계획을 가지고 있음.
 - 구체적으로는 식재료 수출 기반 조성 사업, 해외 식재료 시장 개척 사업, 해외 식재료 홍보 사업 등을 3대 핵심 사업으로 추진

- 특히, 식재료 수출 지원의 효율성을 높이기 위해 식재료 수출 관리위원회와 대한민국 식재료 수출협회를 운영 또는 준비 중에 있음. 식재료 수출협회는 2009년 5월 현재 68개 식재료 수출 관련업체가 회원사로 가입해 있으며, 다양한 사업을 준비 중에 있음.
 - 주요 내용으로는 식재료 카탈로그 제작 및 배포 사업, 식재료 페어 개최 또는 식재료 박람회 참가 지원, 식재료 판매촉진 사업 지원, 식재료 인증마크 사업, 식재료 수출 활성화 사업, 공동물류센터 구축 사업 등

그림 9. 식재료수출협회 조직



자료: 대한민국 식재료수출협회 (일부 수정)

3. 개선 과제

3.1. 시장 효율성을 감안한 지원 전략 수립

- 최근 들어 상대적으로 소외되었던 가공식품과 식재료 수출에 대한 정부 지원이 확대되고 있는데, 이는 1차 생산물인 농림축수산물에 비해 부가가치가 높은 가공식품과 식재료의 특성에 비추어 바람직한 일로 판단됨.¹¹⁾ 다만, 정부의 직접적인 지원보다는 시장의 효율성을 배려하는 지원 전략 수립이 필요함.
- 대표적으로 수출 물류비 지원의 경우, 농수산물유통공사를 통해 정부가 지원하는 것 외에 지자체 등에서 추가로 지원하는 사례가 많음. 이는 관할 지역에서의 수출 확대를 도모하는 목적이 있으나, 자칫 지자체간의 실적 경쟁으로 비화되어 수출 대상국에서의 시장 질서를 교란할 우려가 있음.¹²⁾
 - 지자체 등의 추가 지원을 통해 물류비 부담이 적은 업체가 저가 수출을 실시하여 수출가격을 지나치게 낮추는 문제 발생
- 현재 영세업체가 난립한 현실을 감안하여 가공식품 및 식재료 수출 창구를 규모화 내지는 단일화하기 위한 시도가 필요한 시점으로 파악됨. 이때 해당 역할을 정부나 농수산물유통공사 등의 공공 부문보다는 업체 협회 등의 민간 부문이 담당하는 것이 바람직함.
 - 식재료의 경우, 식재료 수출협회를 중심으로 수출 창구 관리를 고려 가능

3.2. 주요 시장 및 주력 상품 선정

- 가공식품 및 식재료 수출 제고를 위해 전 세계를 진출 가능 지역, 개척 대상 지역, 여건 조성 지역으로 대분류 한 다음, 품목별·지역별 주력 상품을 선정하여 집중 지원해야 됨.
 - 가공식품의 경우 일본은 주류(막걸리, 소주) 등이 강세를 보이고 있고, 동남아는 수산가공품, 중동은 건강식품 등이 유력¹³⁾

11) 여기서 흔히 같이 제기되는 가공식품 및 식재료의 국산 원료 사용 문제는 별도로 논의하기로 함.

12) 수출업체의 시장 교란 행위를 제한하기 위해 2009년보부터 '수출농식품 공정거래 신고제도'를 운영중이나, 아직 활성화가 되지 않고 있는 상황임.

13) 업계 의견

- 식재료는 미국과 유럽은 양념류 (고추가루, 고추장, 된장, 파우더류 등)가 강세를 보이고 있고, 일본은 다양한 한식용 식재료가 유리한 상황¹⁴⁾
- 또한, 주요 시장과 품목을 선정하고 이를 집중 공략하기위한 여건을 마련할 필요가 있음.
 - 한류 열기가 유지되고 있는, 일본·중국·동남아 지역에 대해 한식과 연관된 가공 식품과 식재료의 시장 공략을 지속 유지
 - 고춧가루 등의 양념류를 북미 및 유럽 시장 공략 품목으로 선정하고 집중 지원¹⁵⁾

3.3. 정보 인프라 구축 및 제품 홍보 지원 확대

- 관련 수출업체 및 해외 구매 바이어의 애로 사항 중 가장 큰 것이 어디에 무엇을 팔지에 어디서 구매할 지를 알려주는 정보 창구의 부재였음. 이를 위해, 국내 수출업체에게 수출 국가별 품목별 정보 DB를 구축하여 활용할 수 있도록 하여야 함.
 - 일반적인 국가별 시장 정보나 무역 실무 정보 제공이 아닌, 구체적인 시장 조사 결과 및 잠재 구매업체 정보 등을 현지인 조사를 통해 정기적으로 수집하여 제공 필요
 - 농수산물 유통공사의 수출상담 기능을 더욱 확대
- 제품 홍보를 위해서는 식품 엑스포 참가비 지원 등의 일회성 지원을 벗어나, 가공식품 및 식재료 카탈로그를 제작하고 국내 수출업체의 상품 생산 과정 등이 담긴 홍보 동영상 CD 제작하여 배포하는 등의 실질적인 지원책이 확대되어야 할 것임.
 - 현재 농수산물 유통공사와 식재료수출협회를 중심으로 식재료 카탈로그 제작 작업이 진행 중
 - 업체별 국·영문 홈페이지 제작 및 관리 지원도 요청되고 있는 상황

3.4. 상품 아이템 및 관련 기술 개발 지원

- 대부분의 식품 가공업체와 식재료 생산업체의 규모가 작다보니, 신상품 개발이나 포장 및 디자인 개발에 대한 투자 여건이 상당히 열악함. 따라서 이에 대한 R&D 지원을

14) 업계 의견

15) 세계적으로 고추 주요 생산지로는 미국, 멕시코, 헝가리, 스페인 등이 있고, 이들 지역은 고추 및 고춧가루 등에 친근한 문화를 가지고 있음. 특히 헝가리는 유럽 주요 고추생산국으로 전통음식에도 고춧가루 등을 넣어서 조리함.

적극적으로 추진할 필요가 있음.

- 관련 업체의 주요 애로사항으로 상품 포장 디자인 문제가 제기되는 상황

- 신상품 개발을 위해서는 한국식품연구원 등의 연구기관과 산·학 협력 확대를 유도하는 것이 효과적이고, 포장 및 디자인 개발과 관련해서는 관련 민간 업체에 컨설팅 또는 개발 용역을 정부가 발주하는 것이 효율적일 것임.

- 정부 발주 용역의 경우, 수혜 업체도 현물 또는 현금 지원을 하도록 하여 공동 개발 하도록 유도

3.7. 물류 효율성 제고

- 가공식품 및 식재료의 경우, 몇몇 업체를 제외하고는 단일 품목이 한 컨테이너를 채우기도 힘든 경우가 많음. 이로 인해 수출 물류의 비효율성이 크게 문제가 되고 있는 상황임. 정부는 WTO 등으로 제약이 심해지고 있는 물류비 지원 중심의 정책에서 벗어나 수출 물류의 효율성을 제고하는 정책을 새로 강구할 필요성이 제기됨.

- 구체적으로는 수출 항구나 물류 거점지역에 전용 물류센터를 마련하고 전국에 산재해 있는 업체의 수출품을 수집하여 공동 운송하는 시스템 구축에 대해 고민할 필요가 있음.
 - 우선 상온 유통이 가능한 일부 가공식품부터 시작이 가능

- 저온유통체계(Cold-chain system)가 필요한 식재료 및 일부 가공식품의 경우, 물류 관련 비용이 많이 들기에 이에 대한 추가 지원책 마련도 고려할 필요가 있을 것임.

3.6. 글로벌 네트워크 활용 강화

- 식재료 수출의 경우, 기존의 농수산물유통공사나 대한무역투자진흥공사 (KOTRA) 등의 공적 네트워크 외에 한상(韓商)이나 재외동포 등의 민간 네트워크를 같이 활용하려는 움직임이 활발함. 이를 가공식품 등의 부문으로 확대할 필요가 있음.

- 대표적으로 세계해외한인무역협회(World-OKTA: World Federation of Overseas Korean Traders Associations)를 통해 식재료 수출 확대를 위한 네트워킹이 진행 중

- 또한 기존의 공적 네트워크의 기능 강화도 필요한데, 농수산물유통공사의 해외지사 인력 강화, 관련 기관간의 연계 강화 및 종합적인 CT(Control tower) 구축 등이 선결 과제임.
 - 유통공사의 해외 지사 인력 확충은 본사 파견 인력 확대가 아닌, 현지 세부 시장 조사 및 수출 희망업체 컨설팅 등의 실무적인 역할을 담당할 수 있는 현지인 또는 재외 동포, 유학생 등의 채용이 필요

3.7. 위생 및 식품 안전 관리 강화

- 가공식품 및 식재료 수출의 경우 업체 위생 및 상품의 안전성 유지는 필수적인 사안임. 특히, 해외시장에서 한 업체의 상품이 안전 관련한 문제를 발생시키는 경우 해당 품목이나 업체뿐만 아니라 우리나라 상품 전체 이미지를 크게 추락시키게 됨. 그럼에도 불구하고, 대부분이 영세한 업체 특성상 위생 및 안전 관리가 제대로 이루어지지 않는 사례가 많음.
- 정부는 수출용 가공식품 및 식재료의 업체 위생 및 안전을 관리하기 위한 전담 기구를 마련할 필요가 있음. 현재 농림산물의 경우 잔류 농약 등에 대한 관리가 상대적으로 잘되고 있는 편이나, 가공식품과 식재료는 업체 스스로 관리하는 경우가 많음.
 - 구체적으로는 업체의 위생관련 인증 (HACCP 등) 취득을 위한 지원 확대, 수출 대상 국별 안전 기준 준수를 위한 컨설팅 (도우미) 운영, 안전 위반 사례 홍보 및 교육 강화 등이 필요
 - 전담 기구는 정부 기관과 관련 단체 · 협회가 공동 운영하는 체제가 보다 효율적일 것으로 판단

참고 문헌

- 김성훈, 유정립. 2009. “우리나라 식재료의 국내외 시장 및 유통 현황.” 『한국유통학회 춘계학술대회 논문집』.
- 농림수산식품부, 농수산물유통공사. 2009. 『식재료 수출활성화를 위한 공청회 자료』.
- 농림수산식품부, 농수산물유통공사. 2009. 『2008년도 농림수산식품 수출입 동향 및 통계』.
- 농수산물유통공사 홈페이지 (www.kati.net)

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25)
인 쇄 2009. 6.
발 행 2009. 6.
발행인 오세익
발행처 한국농촌경제연구원
130-710 서울특별시 동대문구 회기동 4-102
02-3299-4000 <http://www.krei.re.kr>
인 쇄 (주)문원사
02-739-3911~5 E-mail: munwonsa@chol.com

-
- 이 책에 실린 내용은 한국농촌경제연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
 - 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다. 무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.
-