

발간등록번호
11-1541000-001715-01

농식품 수출품목의 부가가치 증대를 위한 정책지원 시스템 개편 방안

— 농식품 수출증대를 위한 중장기 정책지원 방안 마련 —

박 기 환 연 구 위 원
이 계 임 연 구 위 원
김 경 필 연 구 위 원
이 동 소 초 청 연 구 원
허 성 윤 인 턴 연 구 원

연구 담당

박기환	연구 위원	연구 총괄, 수출 정책지원 방안 관련
이계임	연구 위원	가공식품 수출 관련
김경필	연구 위원	현행 수출지원제도 관련
이동소	초청연구원	자료수집 및 정리
허성운	인턴연구원	설문조사 자료 입력

머 리 말

농림수산물 수출액은 2011년 77억 달러로 사상 최대를 달성하는 등 비약적인 증가 추이를 보이고 있는데, 이러한 수출 확대는 농업부문의 수출산업화 추진은 물론, 새로운 수요 창출과 국내 농산물 가격 안정화 등에 많은 기여를 하고 있다. 특히, 농업부문이 DDA·FTA 등으로 인한 시장개방 확대에 위축되는 상황임에도 수출이 크게 신장될 수 있었던 것은 농가 등 관련 기관의 노력과 함께 정부의 적극적인 수출지원제도 운영이 가장 중요한 요인으로 작용하였다.

농림수산물 수출은 정부의 지원정책 하에서 확대되고 있음에도 불구하고 고품질 농산물을 재배하는 전문 수출농가의 부족, 불안정한 가격형성으로 지속적·안정적인 수출물량 확보 곤란, 수출시장에서의 저평가로 인한 수출단가의 지속 하락 등 수출과정에서 문제점이 나타나고 있어 정책의 효율성을 저하시키고 있다. 이 때문에 정책의 효과를 제고하고, 농업부문이 수출산업으로 정착되기 위해서는 현재의 문제점을 보완할 수 있는 수출지원제도의 개선 방안 마련이 필요하다. 따라서 본 연구는 정부의 농식품 수출지원제도의 개선 과제를 제시하고, 중장기적 관점의 새로운 수출지원제도를 구축하기 위해 수행되었다.

바쁘신 데도 불구하고 연구를 위해 설문조사에 성실히 응답하여 주신 농식품 수출농가와 수출업체는 물론, 수출전문가 간담회에 적극 참여하여 좋은 의견을 개진하여 주신 각계 전문가와 한국농수산물유통공사의 관련 직원분들에게 진심으로 감사드린다. 아무쪼록 이 연구 결과가 정부의 농업부문 수출지원제도 수립의 기초 자료로 활용되어 농업이 수출산업으로서 발전할 수 있는 초석이 되길 기대한다.

2012. 12.

한국농촌경제연구원장 이 동 필

요 약

연구의 배경

농림수산물 수출액은 2011년 77억 달러로 사상 최대를 달성하는 등 비약적인 증가 추이를 보이고 있는데, 이는 농가 등 관련 기관의 노력과 함께 정부의 적극적인 수출지원제도 운영이 가장 중요한 요인이었다. 농업부문 수출 및 수출지원제도는 국내가격지지, 고용 창출 등 여러 가지 효과에도 불구하고 수출과정 등에서 여러 가지 문제점이 노출되고 있다. 그럼에도 불구하고 농식품 수출은 농업부문의 수출산업화 추진은 물론, 새로운 수요 창출과 국내 농산물 가격 안정을 위해서도 지속되어야 한다. 따라서 본 연구는 수출지원정책의 개선 방안을 마련하고, 새로운 중장기 지원제도를 구축함으로써 농업부문의 수출 확대를 도모하기 위해 수행되었다.

연구방법

농식품 지원제도의 추진 현황 파악을 위해 관련 문헌 검토와 관련기관 방문 조사를 추진하였으며, 관련 법률과 자료를 수집·분석하였을 뿐만 아니라 국내외 농식품 수출 관련 선행 연구도 검토하였다. 조사 분석결과의 논의 등을 위해 품목별 수출업체 간담회를 5회 개최하였으며, 한국농수산물유통공사 관계자 회의도 1회 개최하였다. 농식품 수출지원제도의 이용 실태 분석을 위해서는 정부 지정 원예전문생산단지 소속 수출농가(145농가)와 수출업체(130업체)를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 또한, 농식품 수출과 수출지원제도의 효과 분석은 GTAP, CGE, Random Effect Tobit, I-O 분석 등 계량경제학적 방법을 활용하였다.

연구결과 및 시사점

본 연구 결과를 통해 설정된 농식품 수출지원제도의 개선 목표는 ‘고부가가

치의 농식품 수출산업화'이며, 이러한 목표 달성을 위한 기본 전략으로는 다음의 4가지를 설정하였다. 첫째, 한국산 제품의 고품질 이미지 구축, 둘째, 수출조직화 도모, 셋째, 수출농가 소득향상 기여, 넷째, 기존 농식품 수출지원제도의 개선(단기 과제)과 새로운 지원방안 모색(중장기 과제) 등으로 지원제도의 효율성을 제고시킨다.

기본 전략 하에서 농식품 수출증대를 위한 구체적 개선 방안은 기존 지원제도의 효율성 제고 방안(단기 지원제도)과 신규 지원제도 발굴(중장기 지원제도 방안)로 구분하였다.

단기 수출지원제도 개선 방안으로는 첫째, 수출업체 간 과당경쟁 방지와 수출조직 육성을 위해서는 수출물류비지원을 시기별·품목별로 차등 지원함으로써 운영의 효율성을 제고시키는 방안을 고려해야 한다. 둘째, 수출선도조직육성사업은 개별업체 중심이 아닌 연합조직이나 수출협의회 중심으로 지정하고, 추가 확대보다는 현재 선정된 선도조직의 내실화를 도모하는 것이 바람직하다. 셋째, 해외시장개척지원 관련 사업비의 증액이 요구되며, 장기적 관점에서 사업의 지속성이 무엇보다 중요하다. 넷째, 수출지원사업의 홍보 강화로 인지도를 제고시켜야 한다. 다섯째, 수출지원사업의 우선순위 평가로 지원의 선택과 집중 전략 등이 필요하다.

중장기 수출지원제도 도입 방안으로는 첫째, 수출물류비지원 폐지에 대비한 대체제도를 조속히 신설해야 한다. 그러나 신설제도는 수출업체가 공동으로 이용할 수 있는 국내 수출물류시설 구축, 주요 수출시장 내 한국산 농식품 공동물류시설 설치, 정부와 항공사·해운업체 간의 협상으로 수출용 농식품에 대한 운임료 할인 등과 같이 직접 보조 형태가 아닌 간접 지원으로 전환해야 할 것이다.

둘째, 수출물량의 안정적 확보를 위한 수출 농식품 가격안정보험제도를 적극 도입할 필요가 있다. 수출 농식품 가격안정보험제도 도입 시 일정 정도 보험료에 대한 정부 보조가 필요하며, 정부 지원 시 직접보조 문제가 제기되지 않도록 민간단체로 분류되는 농협중앙회가 담당하는 것이 바람직하다. 또한, 수출 농식품 가격안정보험은 기금(보상지원금) 방식으로 운영하거나 전체 농식품

수출업체의 가입 의무화로 가입률을 제고시키는 방식을 채택해야 한다.

셋째, 수출농가의 생산기반 정비 및 의욕고취 지원제도를 마련해야 한다. 수출농가의 부담 완화와 고품질 수출 농산물 생산기반 조성을 위해서도 현행 시설개보수 자금의 보조 비중을 상향 조정할 필요가 있다. 또한, 수출의욕 고취를 위해 수출국 성수기나 식물검역 기준에 부합될 수 있도록 수출농가의 수출용 생산자재 지원을 신설하는 것이 중요하다.

농업부문은 DDA·FTA 등으로 인한 시장개방의 확대로 많은 어려움을 겪고 있을 뿐만 아니라 국내 농식품 가격은 불안정성으로 인해 수급상황에 상당히 민감히 반응하고 있다. 더욱이 소비자 식생활 패턴 변화 등으로 농산물 소비 감소 경향도 나타나고 있어 안정적 판로 확보가 무엇보다 중요한 과제이다. 수출은 새로운 수요개척의 중요한 수단이며, 수출을 통해 국내가격 지지는 물론 고용창출 등 국가경제에 많은 긍정적 효과를 미치고 있다.

농업부문의 수출은 농가 등 관련 기관의 노력과 함께 정부의 적극적인 수출 지원제도 운영으로 2011년 사상 최대인 77억 달러 수출을 달성하는 등 농업부문의 수출산업화 기반을 착실히 구축해 나가고 있다. 그럼에도 불구하고 수출 과정이나 지원제도 추진 상에서 몇 가지 문제점이 나타나고 있으므로 기존 제도의 보완과 새로운 제도 도입을 통해 문제점을 해결해야 할 것이며, 해결 과정에서 정부의 관심과 지원이 반드시 지속되어야만 농업부문이 수출 중심의 신성장동력을 구축할 수 있다.

ABSTRACT

A Study on Improving the Policy Support System to Increase the Value Added of Agri-Food Export Products

- Mid- and Long-Term Policy Support to Increase Agri-Food Exports

Background of Research

Agricultural and fishery export is showing a remarkable increasing trend, attaining the biggest export in the country's history in 2011 with \$7.7 billion of exports. The most important factor that has contributed to this achievement is the government's aggressive operation of the export support system along with the efforts of farmers and related organizations. But despite various positive effects such as domestic price support and job creation, agricultural export and the export support system have exposed a number of problems. Nevertheless, agri-food export should be continued not only to develop the export industry in the agricultural sector but also to create new demand and stabilize domestic prices of agricultural products. With such a background, this study was conducted to promote export in the agricultural sector by finding ways to improve export support policies and by building a new mid- and long-term support system.

Method of Research

In order to identify the present status of the agri-food support system, this study conducted a literature review and surveys of relevant organizations, and relevant data and laws are analyzed. Previous studies on agri-food export in Korea and overseas are also examined. In order to discuss the survey and analysis results, commodity exporter meetings were held five times and a discussion was also held with related officials of the Korea Agro-Fisheries and Food Trade Corporation. In order to analyze the use of the agri-food export support system, a questionnaire survey was conducted among 145

export farms that are members of government-designated horticulture complexes and 130 exporting companies. In addition, econometric methods such as GTAP, CGE, Random Effect Tobit, and I-O analysis were used to analyze the effectiveness of agri-food exports and the export support system.

Research Results and Implications

The purpose of improving the effectiveness of the export support system for agri-foods was designated in this study as 'export industrialization of high value-added agri-foods.' To accomplish this purpose, four basic strategies are developed as follows: first, build up a high-quality image of Korean products; second, promote organized export; third, contribute to increasing export farmers' income; fourth, improve the current export system (short-term task) and seek new support measures (mid- and long-term tasks).

The detailed measures to improve the export support system under the basic strategies are divided into short-term measures (for efficiency improvement of the existing support system) and mid- and long-term measures (for development of a new support system).

As for short-term measures to improve the export support system, the following are suggested: first, efficiently use the export logistics support scheme which is being reduced; second, inspire motivation to meet the original purpose of developing export-leading organizations; third, develop measures to increase the revenue for the overseas market exploration support project; fourth, enhance brand recognizability by strengthening export support PR activities; and fifth, provide selective and intensive support by evaluating the priorities of export support projects.

As for measures to introduce a mid- and long-term export support system, the following are suggested: first, promptly introduce a new alternative system in preparation for abolition of export logistics support; second, aggressively introduce an agri-food export price stabilization insurance to secure stable supply of exports; and third, maintain export farms' production infrastructure and provide a support system to inspire motivation.

The agricultural sector is experiencing many difficulties due to the expansion of market liberalization resulting from global economic arrangements such as DDA and FTA. Moreover, it also reacts sensitively to the supply and demand situation due to the instability of domestic agri-food prices. Since there is the emergence of a decreasing consumption trend of

agricultural products due to changes in consumers' dietary patterns, procurement of stable sales channels is an important task before anything else. Export is an important means of creating new demand and has much positive effect on the national economy, such as domestic price support and job creation. In 2011, the agricultural industry achieved an export of 7.7 billion dollars, the most in the country's history, through the government's aggressive operation of the export support system together with the efforts of farmers and relevant organizations, and it is steadily building the base for industrialization of exports in the agricultural sector. Nevertheless, since some problems have surfaced in the export process and the support system, it is necessary to solve the problems by complementing the present system and by introducing a new system, and only when the government continues to show interest and provide support in the process can the agricultural sector build a new export-oriented engine of growth.

Researchers: Ki-Hwan Park, Kyei-Im Lee, Kyung-Phil Kim, Dong-So Lee and
Seong-Yoon Heo

Research period: 2012. 6. - 2012. 12.

E-mail address: kihwan@krei.re.kr

차 례

제1장 서론

1. 연구의 필요성과 목적 1
2. 선행연구 검토 4
3. 연구내용과 연구 추진체계 6

제2장 농식품 수출 구조 변화와 요인

1. 농식품 수출 동향 11
2. 수출구조의 특징과 변화 요인 23

제3장 농식품 수출지원제도의 현황과 이용 실태

1. 정부의 농식품 수출지원사업 개요 27
2. 수출지원사업의 세부 내용 및 집행 실적 37
3. 수출지원사업의 이용 실태 55

제4장 농식품 수출 및 지원제도의 효과 분석과 당면 과제

1. 농식품 수출의 국내가격 지지효과 77
2. 농식품 수출지원제도의 효과 87
3. 수출 및 지원제도의 당면 문제점 92

제5장 국내외 수출지원제도 사례와 적용 가능성

1. 국내 비농업부문의 수출지원정책 현황 105
2. 해외의 농식품 수출지원제도 동향 114
3. 국내 적용 가능성 검토 132

제6장 농식품 수출증대를 위한 정책지원제도 개선 방안

1. 기본 전략 설정 135
2. 수출증대를 위한 수출지원제도 개선 방안 137

제7장 요약 및 결론 157

참고 문헌 171

표 차 례

제1장

- 표 1- 1. 농식품 수출 관계자 전문가 간담회 개최 8
 표 1- 2. 농식품 수출농가 및 수출업체 설문조사 9

제2장

- 표 2- 1. 전체 농림수산물식품의 수출입 실적 추이 12
 표 2- 2. 농식품의 부류별 수출 실적 추이 14
 표 2- 3. 정부의 주요 농식품 수출전략품목 수출 실적 추이 16
 표 2- 4. 농식품의 주요 국별 수출 실적 추이 20
 표 2- 5. 정부의 주요 농식품 수출전략품목별·국별 수출 비중 추이 22

제3장

- 표 3- 1. 해외시장개척지원사업 연도별 지원 규모 29
 표 3- 2. 해외시장개척지원사업의 2012년 및 2013년 사업 계획 30
 표 3- 3. 해외시장개척지원사업의 2012년 및 2013년 예산 계획 30
 표 3- 4. 농축산물판매촉진사업 연도별 지원 규모 33
 표 3- 5. 농축산물판매촉진사업의 2012년 및 2013년 예산 계획 33
 표 3- 6. 우수농식품구매지원사업의 연도별 지원 규모 36
 표 3- 7. 우수농식품구매지원사업의 2012년 및 2013년 예산 계획 37
 표 3- 8. 과거 농식품 수출지원사업의 종류 및 변화 39
 표 3- 9. 한국농수산물유통공사의 2011년 농식품
 수출지원사업 종류 40
 표 3-10. 한국농수산물유통공사의 2012년 농식품
 수출지원사업 종류 41

표 3-11.	품목별 수출선도조직 현황(2012년)	44
표 3-12.	해외유통업체연계관측행사 지원한도	47
표 3-13.	국제박람회 참가 지원사업의 지원 내역	48
표 3-14.	공동브랜드 휘모리관리 지원 내역	50
표 3-15.	수출물류비 지원 조건	51
표 3-16.	환변동보험 및 농수산물 수출보험 지원 내역	53
표 3-17.	농식품 수출지원사업 세부항목별 집행 실적 추이	54
표 3-18.	조사대상 원예전문생산단지 소속 수출농가 개요	55
표 3-19.	조사대상 농식품 수출업체 개요	56
표 3-20.	수출농가의 원예전문생산단지지원사업 인지도 및 기여도 평가	58
표 3-21.	수출농가의 원예전문생산단지지원사업 이용도 및 만족도 평가	58
표 3-22.	수출농가의 수출전문인력육성사업 인지도 및 기여도 평가	58
표 3-23.	수출농가의 수출전문인력육성사업 이용도 및 만족도 평가	59
표 3-24.	수출농가의 잔류농약검사비지원사업 인지도 및 기여도 평가	59
표 3-25.	수출농가의 잔류농약검사비지원사업 이용도 및 만족도 평가	60
표 3-26.	수출업체의 생산조직 관련 수출지원사업 인지도 평가	61
표 3-27.	수출업체의 생산조직 관련 수출지원사업 기여도 평가	62
표 3-28.	수출업체의 생산조직 관련 수출지원사업 이용도 및 만족도 평가	63
표 3-29.	수출업체의 안전관리 관련 수출지원사업 인지도 평가	64
표 3-30.	수출업체의 안전관리 관련 수출지원사업 기여도 평가	64
표 3-31.	수출업체의 안전관리 관련 수출지원사업 이용도 및 만족도 평가	65
표 3-32.	수출업체의 시장개척 관련 수출지원사업 인지도 평가	66

표 3-33. 수출업체의 시장개척 관련 수출지원사업 기여도 평가 67

표 3-34. 수출업체의 시장개척 관련 수출지원사업 이용도 및
만족도 평가 69

표 3-35. 수출업체의 물류지원 관련 수출지원사업 인지도 평가 70

표 3-36. 수출업체의 물류지원 관련 수출지원사업 기여도 평가 71

표 3-37. 수출업체의 물류지원 관련 수출지원사업 이용도 및
만족도 평가 72

표 3-38. 수출업체의 금융보험 관련 수출지원사업 인지도 평가 73

표 3-39. 수출업체의 금융보험 관련 수출지원사업 기여도 평가 73

표 3-40. 수출업체의 금융보험 관련 수출지원사업 이용도 및
만족도 평가 74

제4장

표 4- 1. 농식품의 수출 중단 시 거시경제 변화 83

표 4- 2. 농식품 수출 중단 시 각 산업부문 생산 및 무역 영향 84

표 4- 3. 농식품 수출 중단 시 자원 및 각 산업부문 가격 영향 86

표 4- 4. 신선농산물 수출증대 요인분석 결과 89

표 4- 5. 농림수산물의 수출확대지원사업 파급 효과 92

표 4- 6. 수출을 통한 농가소득 향상 정도 93

표 4- 7. 수출업체의 수출 시 애로사항 94

표 4- 8. 주요 수출품목의 일본 내 한국산 수입단가 추이 95

표 4- 9. 농가의 수출약속 불이행으로 인한 수출업체의
애로 경험 여부 97

표 4-10. 농가의 수출약속 불이행 시 수출업체의 계약단가
인상 경험 98

표 4-11. 수출업체의 수출물류비지원 폐지 시 수출실적 감소 예상 100

표 4-12. 수출농가의 수출 시 애로사항 102

제5장

표 5- 1.	중소기업수출지원센터의 수출역량강화사업 지원대상 및 내용	106
표 5- 2.	중소기업수출지원센터의 해외민간네트워크활용사업 지원기준 및 내용	107
표 5- 3.	중소기업수출지원센터의 해외민간네트워크활용사업 지역별 지원액	107
표 5- 4.	한국무역보험공사의 단기수출보험 계약 사항	110
표 5- 5.	KOTRA의 해외시장 서비스 유형 및 수수료	113
표 5- 6.	일본의 수출확대리드사업 개요	117
표 5- 7.	일본의 수출확대 서포트사업 개요	118
표 5- 8.	일본의 동아시아 식품산업 해외전개지원사업 개요	119
표 5- 9.	일본의 농산물 수출회복사업 개요	119
표 5-10.	일본 농림수산물·식품 수출촉진대책의 2013년 내용 및 예산	120
표 5-11.	미국 시장접근프로그램(MAP)의 참여단체 배정액(2012년) ...	124
표 5-12.	미국 해외시장개척프로그램(FMDP)의 협력업체 배정액(2012년)	125
표 5-13.	미국 시장접근프로그램(MAP)과 해외시장개척프로그램 (FMDP)의 차이	126
표 5-14.	미국 품질샘플프로그램(QSP)의 배정액(2010년)	126
표 5-15.	프랑스 농수산부 수출진흥기구의 투입 예산(2005년)	129

제6장

표 6- 1.	수출업체의 수출물류비 시기별 차등지원 의향	138
표 6- 2.	수출업체의 단기수출보험 가입경험	143
표 6- 3.	수출업체의 KOTRA 해외시장개척지원사업 인지도	144

표 6- 4.	수출업체의 현행 농식품 수출지원사업 우선순위	146
표 6- 5.	한국무역보험공사의 농수산물 가격상승보상보험 손해실적 ...	148
표 6- 6.	수출 농식품 가격안정보험제도 도입 의향	149
표 6- 7.	수출 농식품 가격안정보험제도 도입 시 가입 주체	149
표 6- 8.	수출 농식품 가격안정보험제도 도입 시 국내가격 상승 대비 보상 기준	152
표 6- 9.	수출 농식품 가격안정보험제도 도입 시 보상 수준	152
표 6-10.	농식품 수출 시 계약서 작성 여부	152
표 6-11.	수출농가의 정부 추가지원 요청사항	154

그림 차례

제1장

그림 1-1. 본 과제의 연구추진 체계도	10
------------------------------	----

제2장

그림 2-1. 전체 농림수산물식품의 부류별 수출 실적 변화	13
그림 2-2. 전체 농림수산물식품 수출의 국별 비중 변화	19
그림 2-3. 일본시장에서 한국산 파프리카의 비중	24

제4장

그림 4-1. 농식품 수출지원사업의 산업파급 및 고용창출 효과 분석틀	91
-------------------------------------------------	----

제5장

그림 5-1. KOTRA의 주요 사업	112
그림 5-2. 일본의 농림수산물·식품 수출촉진지원대책 체계	116
그림 5-3. 미국 농무성 해외농무국(FAS)의 역할	122
그림 5-4. 미국 FAS의 수출촉진사업 종류	123

제6장

그림 6-1. 농식품 수출 정책지원제도 개선의 기본 전략	136
그림 6-2. 화훼 수출업체의 수출물류비 지원 방식 변경 의향	139
그림 6-3. 수출업체의 KOTRA 해외시장개척지원사업 이용 경험	144

제 1 장

서 론

1. 연구의 필요성과 목적

- 농림수산물 수출액은 2000년 30억 달러에서 2011년 77억 달러로 2.6배 증가하는 등 수출이 빠르게 성장하고 있는 추세이며, 이 가운데 농식품의 경우 주류, 과자류, 면류, 소오스류 등 가공식품이 수출을 주도하는 구조 속에서도 신선 농산물 수출액이 꾸준히 증가하고 있음.
 - 농식품 수출액도 같은 기간 11억 달러에서 4.5배인 49억 달러로 증가하였으며, 신선 농산물은 배, 김치, 파프리카, 딸기 등이 수출의 주요 품목으로 자리잡고 있음.
- 농림수산물 수출이 크게 증가함으로써 농업부문의 수출산업화 추진은 물론, 새로운 수요 창출과 국내 농산물 가격 안정 등에 많은 기여를 하고 있음.
- 농업부문이 DDA/FTA 등으로 시장개방이 확대되면서 전반적으로 위축되는 상황 속에서도 농림수산물 수출이 크게 성장할 수 있었던 것은 농가 등 관련 기관의 노력과 함께 정부의 적극적인 수출지원제도 운영이 가장 중요한 요인으로 작용하고 있음.

- 정부의 수출지원사업은 크게 수출기반 조성, 수출성장동력 확충, 해외마케팅 참가지원, 농축산물판매촉진사업, 수출기지구축, 금융 등으로 구분할 수 있음.
- 정부는 우리 농산물의 새로운 수요를 확대하고, 국내 농산물의 경쟁력 향상을 위해 ‘농식품 수출 100억불 달성’이라는 목표를 설정하고, 관련 정책을 적극적으로 추진하고 있음.¹
- 또한, 정부는 농식품 수출지원 정책이 다양한 품목에 대한 분산적 지원으로 핵심 성과 도출에 어려움이 있었던 점을 보완하고, 정책의 효과성 제고를 위해 ‘농식품 분야 25개 수출전략품목 육성’ 방안을 발표하는 등 수출지원 제도 개편에 대한 노력을 기울이고 있음.
 - 25개 수출전략품목을 선정하여 스타 품목을 집중 육성하며², 이들 전략품목에 대한 차별적인 지원을 추진할 계획으로 해외시장개척사업의 지원 비율을 확대는 물론, 5개년 중장기 육성을 목표로 평가를 통해 부진 품목은 신규 유망품목으로 대체하는 것이 주요 내용임.
- 그렇지만 현재의 농식품 수출은 수출시장을 목표로 생산단계에서부터 고품질 농산물을 재배하는 전문 농가가 부족할 뿐만 아니라 국내 가격 상승 시 수출물량을 내수로 전환하여 지속적·안정적인 물량 확보가 곤란하고, 수출시장에서의 저평가로 수출단가가 지속적으로 하락하는 등 많은 문제점을

1 정부는 수출을 통해 정체상태인 국내 농어업에 새로운 희망과 발전 가능성을 제시하고, 농식품 무역수지 개선을 통해 국가 경제 발전에 기여하고자 2008년말 「'12년 농식품 100억불 수출을 위한 세부추진계획」을 발표하였음. 이러한 방안의 일환으로 2009~2012년간 약 2조 4,000억 원의 투·융자를 계획한 바 있음.

2 정부의 25개 수출전략품목은 김치, 인삼, 파프리카, 딸기, 장미, 사과, 배, 버섯, 토마토, 단감, 막걸리, 유자차, 소스류, 면류, 조제분류, 넝치, 참치, 전복, 김, 굴, 해삼, 새우, 뱀장어, 능성어, 관상어임.

내포하고 있음.

- 주요 수출국인 일본시장에서 한국산 파프리카의 수입단가는 2000년 kg 당 385엔에서 2011년 332엔으로 떨어졌으며, 장미도 같은 기간 본당 33엔에서 20엔으로 하락하였음.
 - 또한, 백합의 경우도 2000년 일본의 한국산 수입단가가 kg당 137엔이었으나, 2010년에는 71엔으로 크게 하락하였음.
- 이와 같이 농식품 수출단가의 하락 등 여러 가지 문제에도 불구하고 수출을 지속할 수 있었던 것은 수출지원제도의 역할 때문이며, 이로 인해 수출농가 등도 어느 정도 수익을 보장 받을 수 있었음.
- 그럼에도 불구하고 농식품 수출 정책은 생산성 향상과 병행하여 수출단가 상승, 국산농산물의 고품질 이미지 전환, 수출농가·업체의 부가가치 증대 등 내실을 기할 필요가 있으며, 보다 효율적인 수출지원 시스템을 마련하여 수출이 지속적으로 확대될 수 있도록 유도해야 함.
- 따라서 농식품산업이 수출산업으로서 정착되기 위해서는 수출지원정책의 개선 방안을 마련하고, 새로운 중장기 지원제도를 구축함으로써 수출확대와 농식품산업의 성장이 이루어지도록 할 필요가 있음.
- 본 연구는 농식품 수출의 부가가치 증대를 위한 정책지원 시스템 개편 방안의 체계적인 연구를 통해 농식품 수출 지원정책 수립에 기여하는데 목적이 있음.
- 구체적으로는 첫째, 농식품 수출의 구조변화와 그 요인을 파악한 후, 현행 수출지원제도의 활용성과 농식품 수출 및 수출지원제도의 효과를 분석하도록 함.
 - 둘째, 이들 분석을 통해 수출 및 수출지원제도의 문제점을 도출하고, 국내외 수출지원시스템 사례를 검토하여 농식품 부문의 적용 가능성을 제

시함.

- 셋째, 이러한 분석과 진단을 통해 최종적으로는 정부의 농식품 수출지원 시스템 개편의 기본방향을 설정하고, 수출확대를 위한 중장기 수출지원 제도 개선 방안을 마련하고자 함.

2. 선행연구 검토

- 김병률 외(2005)는 농산물 수출지원 현황, 수출단지 운영 실태, 수출업체 조사 등을 통해 농산물 수출의 문제점을 파악하고, 이를 통해 수출단지 및 수출업체 개선 방향과 수출 촉진 지원방향을 제시하고 있으나, 수출지원제도 개편 방안에 대한 구체성이 다소 미흡함.
- 김경필 외(2008)는 농산물의 수출유망시장으로 러시아를 선정하고, 러시아 농산물 시장 동향, 대러시아 수출실태·사례 등을 분석한 후 극동러시아 시장에 대한 농산물 수출 확대 방안을 마련하였으나, 이 연구는 수출지원제도가 아닌 신흥시장 개척에 중점을 두고 있어 수출지원시스템 개편 방안과는 상이한 과제임.
- 최세균 외(2009)는 세계 농산물 잠재 수출시장 분석, 농식품 수출지원제도 현황, 수출조직 강화, 수출물류 현황, 시설원예·가공식품·식재료 수출 동향 등을 파악하고 각 항목별 과제를 도출하고 있으나, 수출지원제도와 관련해서는 중앙정부와 지자체 수출지원 중복 문제만을 다루고 있음.
- 김성훈(2009)은 정부의 물류비지원사업을 포함한 농축산물판매촉진사업 현황과 문제점을 분석하여 개선방안을 제시하였으나, 수출지원제도 전반에 대한 진단은 하지 않아 연구범위가 다소 협소한 측면이 있음.

- 박기환 외(2010)는 채소·화훼류 수출 동향과 문제점, 주요 수출시장의 채소·화훼 수입 구조와 한국산의 평가, 수출시장 소비자 선호도 분석 및 전망 등의 분석을 토대로 수출 증대 및 수출시장 확대 방안을 제시하고 있으며, 방안 중의 하나로 수출지원제도 개선을 언급하고 있으나, 수출지원시스템의 전반적 개편 방향은 다루고 있지 않음.
- 김경필 외(2010)는 과수·특작의 수출동향과 제약 요인, 과실류 원예전문생산단지 및 수출선도조직 운영 실태 파악, 수출시장 소비자 선호 분석 등을 통해 수출시장 확대 방안을 도출하였으나, 확대방안에 중점을 두고 있는 과제임.
- 이승신 외(2010)는 중국과 일본의 농산물 수출지원제도를 소개한 후, 이를 통한 우리나라의 시사점을 제시하고 있어 해외의 농산물 수출지원 체계를 이해하는데 도움이 될 수 있는 과제임.
- 김경필 외(2011)는 농식품 수출지원사업 실적, 수출 영향 요인분석, 수출지원제도의 수출업체·전문가 의식 조사 등을 기초로 수출지원제도 개선 방안을 제시하고 있으나, 기존 제도가 앞으로 추진해야할 방향성 설정이 중심이며, 구체적인 개선 방안이나 향후 새로운 제도의 도입 등에는 접근하고 있지 않음.
- 어명근 외(2011)는 농식품 수출성과를 Random Effect Panel Tobit 모형을 이용하여 분석하고, 신흥 수출시장의 현황과 소비자 선호도를 파악함으로써 신흥 수출시장에 대한 마케팅 전략을 마련하였으나, 수출지원제도 개선보다는 새로운 시장 개척을 통한 수출확대에 중점을 두고 있는 과제임.
- 농식품 수출과 관련된 선행연구는 주로 품목별 또는 부류별 수출의 문제점을 파악하고, 이와 같은 문제점을 극복하고 수출을 확대할 수 있는 방안

제시 연구, 수출국 다변화 도모를 위한 신흥 수출시장 개척 전략 연구로 대별됨.

- 최근 농식품 수출지원제도 개선 방안에 관한 1~2과제가 일부 수행되었으나, 수출물류비와 지자체의 지원 사업 통합이나 지원제도 개선의 방향성 설정 정도임.
- 이와 같이 기존의 선행연구는 대부분 수출확대 및 방향 제시에 초점을 맞추고 있으며, 정부 농식품 수출지원제도의 개선 방안이나 향후 도입 가능한 제도 등에 대한 연구는 사실상 전무하다고 볼 수 있음.
- 더욱이 농식품 수출의 각 주체별 수출지원제도 이용 실태를 분석한 선행 연구도 찾아보기 어려운 상황임.

3. 연구내용과 연구 추진체계

3.1. 연구내용 및 범위

- 본 연구는 총 7개의 장으로 구성되어 있음.
- 제1장 서론에 이어 제2장에서는 농식품 수출의 품목별·연도별 수출실적, 주요 국별 수출 현황을 살펴보고, 수출구조의 특징과 변화 요인에 대해 정리하였음.
 - 제3장에서는 정부의 농식품 수출지원사업과 수출지원사업의 세부 내용 및 집행 실적을 파악한 후, 수출농가와 수출업체의 설문조사를 통해 수출지원사업의 이용 실태를 분석하였음.
 - 제4장에서는 농식품 수출과 수출지원제도의 효과를 계량경제학적 방법론을 이용하여 추정하고, 수출과 수출지원제도의 당면 문제를 제시하였음.

- 제5장에서는 국내외 수출지원제도 사례를 검토하여 적용 가능성을 정리 하였음.
 - 제6장에서는 제2장부터 제5장까지 조사·분석된 내용을 토대로 농식품 수출확대를 위한 정책지원시스템의 기본 방향을 설정하였으며, 이 기본 방향 하에서 기존 제도의 효율성 제고방안과 신규 지원제도를 발굴하여 제시하였음.
 - 제7장에서는 현재까지 연구된 연구결과를 주요 핵심사항별로 요약하고, 결론을 유도하였음.
- 본 연구의 범위는 농림수산물식품의 수출품 가운데 임산물, 수산물, 축산물은 제외한 농식품을 중심으로 하였음.
 - 즉, 수출 품목은 채소, 과일, 화훼 등의 신선농산물과 김치, 고추장 등의 가공품을 연구범위로 설정함.
 - 농식품과 관련된 수출지원제도는 한국농수산물유통공사가 시행 주체로 있는 사업들을 대상으로 하며, 관련 제도는 가급적 전체를 검토하도록 하지만, 수출농가나 업체 등과 가장 관련이 깊은 제도(예컨대 수출물류비, 수출 선도조직육성 등)를 중심으로 함.

3.2. 연구방법과 연구체계

- 본 연구의 연구방법론으로는 농식품 지원제도의 추진 현황 파악을 위해 관련 문헌 검토와 관련기관 방문조사를 추진하였으며, 관련 법률과 자료를 수집·분석하였을 뿐만 아니라 국내외 농식품 수출 관련 선행 연구도 검토하였음.
 - 조사 분석결과의 논의 등을 위해 관계자 수시 전문가 간담회를 개최하는 등 연구협의회 및 전문가 자문회의를 실시하였음.

- 농식품 품목별 수출업체 간담회는 총 5회 개최하였으며, 한국농수산물유통공사 관계자 회의도 1회 개최한 바 있음.

표 1-1. 농식품 수출 관계자 전문가 간담회 개최

		간담회 개최일자 및 장소	대상자
수출업체 간담회	1차	• 일시: 2012년 9월 14일(금) 16:00~ • 장소: 당 연구원 회의실	• 채소 및 과일 수출업체
	2차	• 일시: 2012년 9월 19일(수) 15:00~ • 장소: 부산역 역사 회의실	• 채소, 과일, 화훼 수출업체
	3차	• 일시: 2012년 9월 25일(화) 10:00~ • 장소: 당 연구원 회의실	• 가공식품(고추장) 수출업체
	4차	• 일시: 2012년 9월 25일(화) 16:00~ • 장소: aT센터 소회의실	• 가공식품(김치) 수출업체
	5차	• 일시: 2012년 9월 26일(수) 10:30~ • 장소: 수출업체 회의실	• 화훼 수출업체
수출전문가 간담회		• 일시: 2012년 11월 15일(목) 16:00~ • 장소: aT 농산수출팀 회의실	• 한국농수산물유통공사 농산 수출팀 및 식품수출팀 관계자

- 농식품 수출지원제도의 이용 실태 분석을 위해서는 정부 지정 원예전문생산단지 소속 수출농가와 수출업체를 대상으로 설문조사를 실시하였음.
 - 농식품 수출농가는 2012년 정부지정 원예전문생산단지에 소속된 농가 가운데 연락처가 확보된 1,255농가를 대상으로 우편 설문조사를 실시하였으며, 총 145농가가 응답하여 회수율은 11.6%임.
 - 수출업체는 455업체에서 중복된 업체를 제외한 258업체 중 비교적 수출 실적이 많은 183업체를 대상으로 E-Mail, Fax, 전화조사 등의 방법을 통해 조사하였으며, 183업체 가운데 130업체가 응답하여 응답률은 71.0%로 나타남.

표 1-2. 농식품 수출농가 및 수출업체 설문조사

	조사대상 및 기간	회수	회수율 (%)
수출농가	<ul style="list-style-type: none"> • 대상: 원예전문생산단지 소속 농가 1,255명 • 기간: 2012.11.19~12.14 • 내용: 농가의 수출실태, 수출시 애로사항, 지원제도 이용도·만족도, 의향 등 	145명	11.6
수출업체	<ul style="list-style-type: none"> • 대상: 농식품 수출업체 455업체에서 중복업체를 제외한 258업체 가운데 일정 이상의 수출실적이 있는 183업체 • 기간: 2012.11.14~12.12 • 내용: 수출지원제도 이용도·만족도, 신규 제도 도입 의향, 수출시 애로사항, 업체 일반사항 등 	130업체	71.0

- 본 연구보고서의 전문성 제고를 위해 관련 전문가에게 원고를 의뢰하여 정리하였음.
 - 전문가 연구 위탁은 농식품 수출성과 분석을 위한 모형 설정 및 추정 부분이며, 중앙대학교 진현정 교수에게 의뢰하였음.
- 농식품 수출과 수출지원제도의 효과 분석을 위해 계량경제학적 분석방법론을 활용하였음.
 - 활용된 계량경제학적 모형으로는 GTAP, CGE, Random Effect Tobit, I-O 분석 등이 있음.
- 본 연구의 연구범위와 연구방법에 따른 각 구성별 연구 추진체계는 <그림 1-1>과 같음.
 - 우선 연구의 필요성과 목적을 제시하기 위해 선행연구를 검토하고 연구 범위 등을 설정함.
 - 이를 기초로 연구 내용을 정립한 후, 각 연구 내용에 맞춰 적절한 연구 방법론을 채택하고, 최종적으로는 농식품 수출증대를 위한 중장기 정책 지원 방안을 마련하도록 함.

그림 1-1. 본 과제의 연구추진 체계도



제 2 장

농식품 수출 구조 변화와 요인

1. 농식품 수출 동향

1.1. 주요 품목별·부류별 수출 실적

- 농림수산물 수출액은 2000년 30억 달러에서 2005년 34억 달러, 2010년 59억 달러로 지속적으로 증가하는 추세이며, 2011년에는 사상 최대인 77억 달러를 기록하면서 2000년 대비 2.6배로 급증하였음.
 - 전체 농림수산물 수출액에서 농식품이 차지하는 비중은 2000년 37.6%, 축산물 4.0%, 임산물 8.4%, 수산물 49.9%이었으나, 2011년은 각각 64.2%, 2.3%, 3.5%, 30.0%로 나타나 최근의 수출 증대를 주도하는 품목은 농식품인 것으로 나타남.
- 수입액도 시장개방 확대와 소비 패턴의 변화 등으로 2000년 98억 달러에서 2011년 332억 달러로 3.4배 증가하여 수출보다 더 많이 증가하고 있음.
 - 이로 인해 무역수지 적자는 동년 68억 달러에서 255억 달러로 매년 확대되는 추세임.

표 2-1. 전체 농림수산물식품의 수출입 실적 추이

단위: 백만 달러

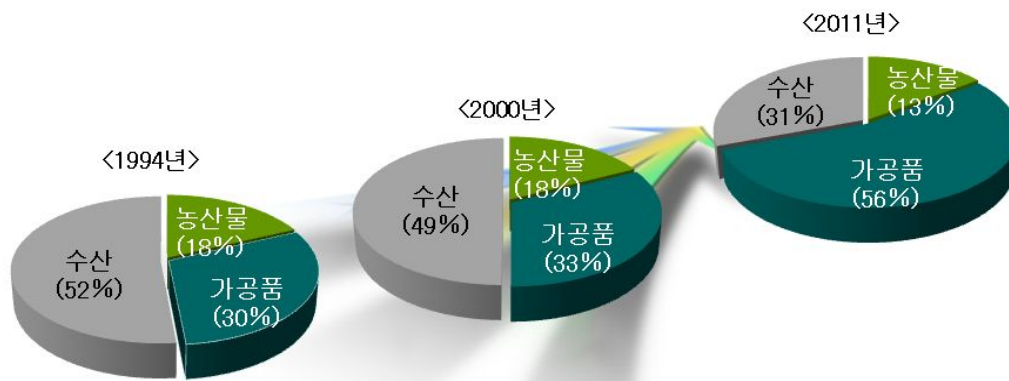
		2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
수출 (A)	농식품	1,133	1,899	2,008	2,222	2,715	2,991	3,722	4,941
	축산물	121	173	172	181	215	140	146	176
	임산물	255	150	124	128	118	168	214	266
	수산물	1,503	1,188	1,079	1,214	1,448	1,551	1,798	2,308
	계	3,012	3,409	3,383	3,746	4,496	4,849	5,880	7,691
수입 (B)	농식품	5,104	7,397	8,117	10,089	13,905	11,754	13,988	18,362
	축산물	1,676	2,360	2,749	3,235	3,352	2,485	3,123	5,071
	임산물	1,653	2,131	2,462	2,858	2,864	4,108	5,219	5,561
	수산물	1,385	2,384	2,767	3,054	3,078	2,894	3,457	4,190
	계	9,818	14,272	16,094	19,237	23,199	21,241	25,787	33,184
무역 수지 (A-B)	농식품	-3,971	-5,499	-6,109	-7,867	-11,190	-8,763	-10,266	-13,421
	축산물	-1,555	-2,188	-2,576	-3,054	-3,137	-2,346	-2,977	-4,895
	임산물	-1,398	-1,981	-2,338	-2,730	-2,745	-3,940	-5,005	-5,294
	수산물	118	-1,196	-1,688	-1,840	-1,630	-1,343	-1,659	-1,882
	계	-6,806	-10,863	-12,711	-15,491	-18,702	-16,392	-19,907	-25,493

자료: 한국농수산물유통공사 무역정보.

○ 농림수산물식품의 수출을 신선농축산물, 수산, 가공품으로 구분하여 살펴보면, 1994년 각각의 수출액 구성비는 18%, 52%, 30%에서 2000년의 18%, 49%, 33%로 큰 변화 없이 그동안 신선농산물과 수산물이 수출의 주류를 형성하고 있었음.

- 그렇지만 2011년에는 신선농축산물의 비중이 13%, 수산물 31%, 가공품 56%로 나타나 가공품이 크게 증가하는 구조로 변화되었음을 알 수 있음.
- 이는 농림수산물식품의 수출 구조가 그동안의 단순한 신선농축산물 중심에서 상대적으로 고부가가치인 1·2차 가공품으로 전환되었음을 의미하고 있음.

그림 2-1. 전체 농림수산물식품의 부류별 수출 실적 변화



자료: 농림수산물식품부.

- 한편, 전체 농림수산물식품의 수출은 현재 농식품의 비중이 가장 높은 것으로 나타났는데, 농식품의 부류별 수출 실적은 2000년에는 채소가 16.4%로 수출 비중이 가장 높았으며, 다음으로 과자(13.5%), 주류(12.9%), 면류(10.4%) 등의 순임.
 - 2005년은 연초가 전체 농식품 수출의 14.2%로 가장 높았으며, 채소, 과자, 면류, 주류 등으로 연초 수출이 신장된 것 이외에는 부류별 수출 구조는 큰 변화가 없는 것으로 나타남.
 - 2011년의 농식품 부류별 수출 비중은 연초 11.6%, 주류 8.2%, 과자 7.6%, 당류 7.2%, 커피류 6.7%, 면류 5.9% 등 대부분 가공품 중심으로 전환되어 채소나 과일 등의 신선농산물 비중은 상대적으로 축소되는 구조로 변화되었음.
- 이와 같이 농식품의 수출은 지속적으로 증가하는 가운데에서 신선농산물 수출도 신장되었지만, 연초, 주류, 과자, 당류, 커피류, 면류, 음료 등 가공품이 50~60% 이상을 차지하는 구조가 유지되는 특징을 지니고 있음.

표 2-2. 농식품의 부류별 수출 실적 추이

단위: 백만 달러, %

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
채소	186 (16.4)	231 (12.2)	204 (10.2)	196 (8.8)	234 (8.6)	251 (8.4)	277 (7.4)	283 (5.7)
과일	45 (4.0)	121 (6.4)	98 (4.9)	145 (6.5)	155 (5.7)	173 (5.8)	195 (5.3)	200 (4.0)
화훼	29 (2.5)	52 (2.7)	40 (2.0)	58 (2.6)	76 (2.8)	77 (2.6)	103 (2.8)	91 (1.8)
인삼	79 (7.0)	82 (4.3)	89 (4.4)	92 (4.1)	97 (3.6)	109 (3.6)	124 (3.3)	189 (3.8)
연초	52 (4.6)	271 (14.2)	350 (17.4)	414 (18.6)	464 (17.1)	478 (16.0)	542 (14.6)	572 (11.6)
과자	153 (13.5)	204 (10.7)	206 (10.2)	226 (10.1)	248 (9.1)	250 (8.3)	290 (7.8)	375 (7.6)
주류	146 (12.9)	189 (10.0)	193 (9.6)	192 (8.6)	236 (8.7)	242 (8.1)	313 (8.4)	403 (8.2)
면류	118 (10.4)	192 (10.1)	166 (8.3)	179 (8.1)	200 (7.4)	207 (6.9)	240 (6.5)	290 (5.9)
소스류	38 (3.3)	81 (4.3)	95 (4.7)	107 (4.8)	122 (4.5)	109 (3.7)	130 (3.5)	155 (3.1)
커피류	33 (2.9)	111 (5.8)	125 (6.2)	161 (7.2)	198 (7.3)	199 (6.6)	221 (5.9)	333 (6.7)
당류	81 (7.1)	111 (5.9)	154 (7.7)	155 (7.0)	153 (5.6)	181 (6.1)	311 (8.4)	358 (7.2)
음료	12 (1.0)	36 (1.9)	43 (2.2)	56 (2.5)	64 (2.4)	74 (2.5)	103 (2.8)	184 (3.7)
기타	163 (14.4)	216 (11.4)	244 (12.2)	241 (10.9)	467 (17.2)	641 (21.4)	872 (23.4)	1,507 (30.5)
농식품 계	1,133 (100.0)	1,899 (100.0)	2,008 (100.0)	2,222 (100.0)	2,715 (100.0)	2,991 (100.0)	3,722 (100.0)	4,941 (100.0)

주: () 내는 계에 대한 구성비임.

자료: 한국농수산물유통공사 무역정보.

- 정부는 농림수산물 가운데 25개 품목을 수출전략품목으로 선정하여 중점 지원·육성하고 있는데, 이들 품목 가운데 축산과 수산물을 제외한 14개 농식품의 수출 실적을 살펴보면 다음과 같음.³

3 농림수산물부는 농식품 수출의 증대 속에서도 뉴질랜드의 키위, 노르웨이의 연어와 같은 스타 상품이 없다는 문제의식 하에 스타 품목을 집중 육성하고자 2011년말

- 농식품 수출 가운데 일반 채소로 분류되는 김치의 경우 수출액이 2000년 7,885만 달러에서 2005년 9,297만 달러 등 지속적인 증가 추세를 보여 2011년에는 1억 달러를 넘어선 1억 458만 달러로 대표적인 채소 수출품목으로 자리잡고 있음.
- 딸기는 장희 등 일본품종 중심으로 재배되면서 2000년대 초반까지만 해도 신선농산물의 대표적인 수출품목이었으나, 2002년 일본의 품종보호제도 시행에 따라 로열티 지불 문제로 수출이 급감하였음.⁴
 - 그러나 최근 국내 품종 육종의 재배면적이 증가하면서⁵ 국내 품종의 딸기 수출이 크게 증가하는 추세로 전환되었음.
 - 2011년에는 2천만 달러 이상이 수출되어 2000년의 2배 이상이 신장된 것으로 나타남.
- 토마토는 대부분 방울토마토 중심으로 수출되어 2000년 2,300만 달러가 수출되었으나, 국내 소비 증가에 따른 내수 가격 상승으로 수출이 크게 줄어 2009년에는 390만 달러까지 감소하였음.⁶

총 25개 수출전략품목(김치, 인삼, 파프리카, 딸기, 장미, 사과, 배, 버섯, 토마토, 단감, 막걸리, 유자차, 소스류, 면류, 조제분유, 넙치, 참치, 전복, 김, 굴, 해삼, 새우, 뱀장어, 능성어, 관상어)의 중점 육성 방안을 발표하였음. 이와 같은 방안은 기존의 농식품 수출지원정책이 다양한 품목에 대한 분산적인 지원으로 핵심 성과 도출에 어려움이 있었던 점을 보완하고, 정책의 효과성을 제고하는 것을 목적으로 하고 있음.

- 4 딸기는 2000년대 중반까지만 일본품종인 ‘육보’와 ‘장희’ 등의 재배비중이 80% 이상으로 크게 높았는데, 2002년 일본의 딸기 품종보호제도 시행에 따라 품종보호권 잔여기간 동안 로열티를 지불해야 했기 때문에 이후 대일본 수출 실적이 급감하였음.
- 5 딸기의 국내 품종 재배비중은 2005년 9%에 불과하였으나, 정부의 적극적인 육종 노력으로 매향, 설향 등의 국내품종이 개발·보급됨에 따라 재배비중이 2007년 35%, 2010년, 61%, 2011년 72%로 크게 증가하게 되었음.
- 6 토마토는 주로 방울토마토 중심으로 수출되었는데 이른바 웰빙붐 영향으로 방울토마토 가락시장 상품 5kg당 평균도매가격이 2000년 7,758원에서 2002년 12,377원, 2005년 12,216원, 2009년 13,078원으로 2000년 대비 57~69% 상승하였음.

- 그러나 최근에는 토마토수출사업단 등 관계기관의 노력으로 조금씩 증가하고 있어 2011년의 신선토마토 수출은 2008년보다 4배 이상 늘어난 670만 달러를 기록하고 있음.

표 2-3. 정부의 주요 농식품 수출전략품목 수출 실적 추이

단위: 천 달러

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
김치	78,847	92,965	70,328	75,309	85,295	89,386	98,360	104,577
파프리카	-	53,145	45,732	47,154	54,166	53,280	58,302	65,866
딸기	9,531	4,406	5,863	6,947	11,667	19,190	26,125	20,606
신선	5,786	1,371	3,115	4,235	8,982	17,974	25,175	19,258
토마토	22,949	8,828	5,764	4,563	4,797	3,886	6,642	9,652
신선	22,341	7,197	4,616	3,297	1,623	2,272	4,000	6,746
토마토케첩	487	1,416	963	1,149	2,934	1,387	2,311	2,733
사과	2,339	7,798	2,501	3,404	9,363	19,633	17,945	8,874
신선	1,819	7,722	2,253	3,034	9,222	29,324	17,553	8,356
배	17,104	56,087	36,651	49,180	47,384	53,770	54,117	47,268
신선	17,097	56,061	36,623	49,179	47,256	53,734	54,054	47,261
단감	3,922	5,590	4,941	6,196	7,404	10,884	8,353	9,363
장미	10,324	10,570	8,847	8,025	11,811	20,132	34,235	25,676
버섯	5,562	2,819	4,166	8,633	23,185	33,039	38,885	38,231
인삼	78,986	82,475	88,508	92,075	97,229	108,916	124,204	189,305
홍삼	43,255	32,205	34,495	36,554	41,574	44,703	52,695	108,405
소스류	37,591	81,426	94,956	107,172	121,712	109,496	129,705	155,383
고추장	8,228	12,005	11,350	11,105	9,358	14,591	16,798	21,810
마요네스	10,643	31,989	31,034	34,303	46,536	34,831	38,125	37,215
혼합조미료	5,797	9,837	10,648	11,128	11,468	16,295	22,675	27,752
면류	117,716	191,857	165,988	179,366	200,281	207,304	240,149	290,256
라면	91,484	135,880	102,635	115,665	129,518	141,910	157,204	186,732
막걸리(탁주)	895	2,166	2,505	2,905	4,422	6,277	19,095	52,735
유자차	-	-	-	25,275	27,148	26,843	32,607	40,442

주: 정부의 25개 수출전략품목 가운데 축산(조제분유), 수산물(넙치, 참치, 전복, 김, 굴, 해삼, 새우, 뽕장어, 능성어, 관상어)은 제외한 14개 품목임.

자료: 한국농수산물유통공사 무역정보.

- 과일 수출은 2000년 4,500만 달러에서 2011년 약 2억 달러로 4.4배 증가하였는데, 과일의 주요 수출 품목은 사과, 배, 단감 등임.
 - 사과 수출은 2006년부터 지속적으로 증가하는 추세로써 2009년 약 2,000만 달러로 정점을 기록한 이후 2011년에는 887만 달러로 다시 감소하였는데, 이는 주요 수출시장인 대만과의 외교 안정성, 국내생산·수급에 따라 변동이 발생하는 특징을 지니고 있기 때문임.
 - 배는 2005년부터 매년 4,000만~5,000만 달러 내외가 수출되어 과일 중에서 가장 수출액이 많은 품목이며, 특히 배의 주요 수출시장인 대만은 동양배에 대해 수입할당제도(쿼터제도)를 적용하기 때문에⁷ 꾸준한 물량의 수출이 가능함.
 - 단감은 매년 수출이 증가하는 추세로 2000년 392만 달러에서 2011년은 2000년 대비 2.4배 증가한 936만 달러로 나타남.

- 장미는 화훼 가운데 백합과 더불어 주요 수출품목 중의 하나로 2000년대 들어 매년 1,000만 달러 이상은 수출되고 있었으며, 2010년에 3,423만 달러로 최고치를 기록하였음.
 - 그러나 주요 수출시장인 일본에서 상대적으로 저가이나 품질이 우수한 중남미나 아프리카 등 신흥 수출국과 경쟁이 치열해지면서⁸ 2011년 수출액은 2,568만 달러로 전년보다 감소하였음.

7 대만은 2002년 WTO 가입 이후 한국산을 포함한 일본산 등 동양배에 대해 수입할당제도(쿼터제도)를 적용하고 있음. 배는 쿼터물량을 분배받은 자만이 수입할 수 있으며, 수입을 많이 할수록 차후 더 많은 쿼터물량을 확보할 수 있음(김경필(2010), pp.22-23).

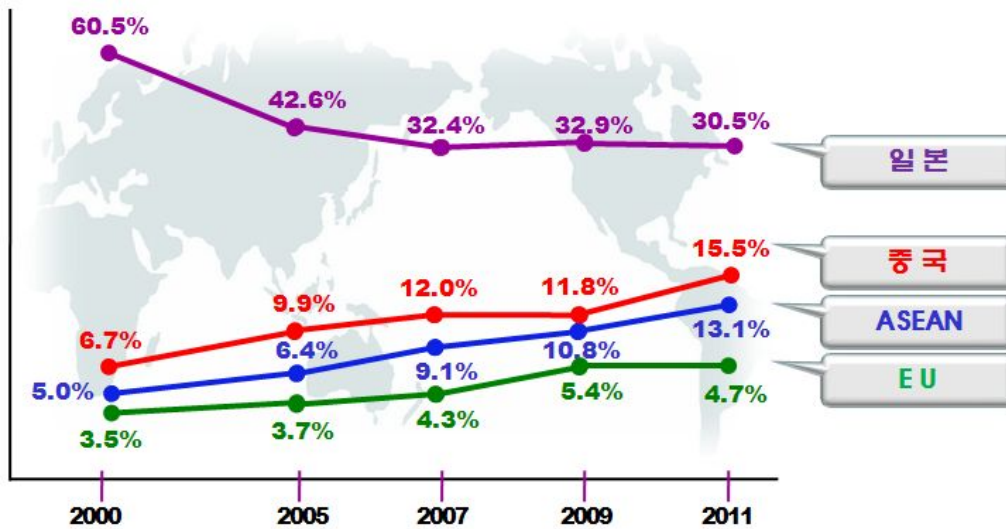
8 일본시장에서 외국산 장미의 국별 비중(식물검역의 본수 기준)은 2002년 한국산 장미가 32.8%, 인도산 42.6% 등이었으나, 2011년에는 한국산 20.6%, 인도산 19.9%로 낮아진 반면, 케냐는 28.1%, 콜롬비아 10.0% 등 중남미와 아프리카의 수입비중이 크게 높아졌음. 특히, 케냐 등은 네덜란드가 직접 투자하여 생산기술을 전수하면서 수출을 도모하고 있어 품질 면에서도 우수한 것으로 평가받고 있음.

- 버섯은 수출선도조직과 버섯 수출협의회를 중심으로 수출에 노력을 기울인 결과, 수출실적인 2000년 556만 달러에서 2011년 3,823만 달러로 6.9배나 신장되었으며, 주로 팽이버섯이 수출되고 있음.
- 인삼 수출은 지속적으로 증가하는 추세로 2000년 7,899만 달러에서 2005년, 8,248만 달러, 2011년 1억 8,931만 달러로 증가하였으며, 소스류의 경우도 수출액이 2000년 3,759만 달러 정도였으나 급격히 증가하여 2011년 현재 1억 5,538만 달러로 4배 이상 늘어났음.
 - 소스류의 주요 제품은 마요네스, 고추장, 혼합조미료 등이며, 이 중 마요네스 비중이 가장 높음.
- 면류 수출도 계속 증가하는 경향인 가운데 2011년 수출은 2억 9,026만 달러이며, 이중 라면이 전체 면류 수출의 64.3%를 차지하고 있음.
- 막걸리(탁주)는 이른바 한류의 영향으로 대일본 수출이 급증하면서 2011년 수출액이 2000년보다 무려 58.9배가 증가하였으며, 유자차의 경우도 2007년부터 수출되기 시작하여 2011년에는 4,000만 달러 이상이 수출된 것으로 나타났음.

1.2. 주요 국별 수출 현황

- 전체 농림수산물식품의 국별 수출 비중은 2000년 일본이 60.5%, 중국 6.7%, ASEAN 5.0% 등으로 일본의 수출의존도가 상당히 높았으나, 2011년에는 일본이 30.5%로 크게 감소한 반면, 중국은 15.5%로 2배 이상 급증하였음.
 - ASEAN 비중도 2011년 13.1%로 증가하여 향후 중국과 ASEAN 시장이 우리나라의 주요 수출시장으로 부상할 가능성이 높음.

그림 2-2. 전체 농림수산물 수출의 국별 비중 변화



자료: 농림수산물식품부.

- 농림수산물 가운데 농식품의 주요 수출국을 살펴보면, 2000년에는 일본(40.7%), 미국(10.9%), 홍콩(10.4%) 등의 순으로 이들 3개국이 전체의 62.0%를 차지하였음.
 - 2011년은 일본이 전체 농식품 수출의 25.9%로 가장 높은 것으로 나타났지만, 비중이 2000년에 비해 크게 하락한 반면, 중국이 12.7%로 새로운 수출시장으로 부상하였음.
 - 특히, 대중국 수출비중이 2배 이상 확대되면서 국내 농식품 수출의 두 번째 주요 수출국으로 자리잡고 있음.
 - 주요 상위 3개국 수출비중은 2011년의 49.2%로 2000년에 비해 21.3%p 하락하여 수출시장 집중화가 완화되었음을 알 수 있음.

- 이와 같이 주요 수출국의 집중도가 완화되고 있는 것으로 나타났는데, 이는 정부의 수출지원제도 등을 통한 수출국 다변화 노력이 효과를 보이고 있기 때문으로 판단됨.

- 그럼에도 불구하고 일본, 중국, 미국, 홍콩, 러시아 등 5대 수출국 비중이 56.4%로 과반 이상을 차지하고 있어 이들 국가 이외로 농식품 수출을 확대하기 위한 다양한 대응책이 마련될 필요가 있음.

표 2-4. 농식품의 주요 국별 수출 실적 추이

단위: 백만 달러

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
일본	461 (40.7)	620 (32.7)	570 (28.4)	561 (25.2)	669 (24.6)	794 (26.6)	967 (26.0)	1,282 (25.9)
중국	59 (5.2)	184 (9.7)	216 (10.8)	257 (11.6)	303 (11.2)	327 (10.9)	447 (12.0)	625 (12.7)
미국	124 (10.9)	238 (12.5)	234 (11.7)	257 (11.6)	295 (10.9)	314 (10.5)	348 (9.4)	394 (8.0)
홍콩	118 (10.4)	171 (9.0)	141 (7.0)	138 (6.2)	157 (5.8)	178 (6.0)	209 (5.6)	261 (5.3)
러시아	63 (5.5)	149 (7.9)	166 (8.3)	191 (8.6)	246 (9.1)	206 (6.9)	214 (5.7)	223 (4.5)
대만	51 (4.5)	98 (5.2)	77 (3.9)	87 (3.9)	97 (3.6)	125 (4.2)	166 (4.5)	194 (3.9)
아랍에미레이트	13 (1.2)	118 (6.2)	125 (6.2)	123 (5.5)	122 (4.5)	155 (5.2)	219 (5.9)	178 (3.6)
베트남	8 (0.7)	12 (0.6)	16 (0.8)	26 (1.2)	30 (1.1)	56 (1.9)	75 (2.0)	134 (2.7)
인도네시아	22 (2.0)	40 (2.1)	52 (2.6)	57 (2.6)	68 (2.5)	52 (1.7)	77 (2.1)	102 (2.1)
태국	9 (0.8)	12 (0.7)	15 (0.8)	14 (0.6)	14 (0.5)	23 (0.8)	64 (1.7)	97 (2.0)
기타	206 (18.1)	256 (13.5)	395 (19.7)	511 (23.0)	713 (26.3)	761 (25.5)	935 (25.1)	1,451 (29.4)
계	1,133 (100.0)	1,899 (100.0)	2,008 (100.0)	2,222 (100.0)	2,715 (100.0)	2,991 (100.0)	3,722 (100.0)	4,941 (100.0)

주: () 내는 계에 대한 구성비임.

자료: 한국농수산물유통공사 무역정보.

- 정부가 선정한 수출전략품목의 주요 수출시장을 품목별로 분석해본 결과, 파프리카, 신선토마토, 장미, 막걸리는 대일본 수출비중이 압도적으로 높아 대부분 일본으로 수출되고 있어 일본시장 의존도가 상당히 높은 품목임을 알 수 있음.

- 신선딸기는 과거 일본 중심의 수출 구조였으나, 2000년대 중반부터는 홍콩과 싱가포르가 딸기의 주요 수출시장으로 부상하고 있으며, 최근에 말레이시아 수출이 확대되는 추세임.
- 과일인 사과는 2000년대 초까지 일본 수출 비중이 가장 높았지만, 2002년부터는 대만이 압도적인 비중을 차지하는 구조로 변화되었으며, 최근에는 싱가포르, 홍콩 등으로도 사과가 수출되면서 대만 비중은 69.6%로 낮아졌음.
 - 배는 미국이 주요 수출국이었으나, 2002년 대만의 동양배 시장개방 영향으로 인해 대만 수출 비중이 크게 증가하면서 현재는 대만과 미국이 배 수출시장을 양분하는 구조로 되었음.
 - 단감은 말레이시아, 싱가포르, 홍콩 등 주로 아시아 국가로 수출되었으며, 현재에도 이러한 구도에 큰 변화는 없으나, 최근 캐나다 수출이 증가하는 특징을 보이고 있음.
- 버섯은 2000년대 초 대부분 일본으로 수출되다가 2000년대 중반부터 미국, 네덜란드, 베트남 등이 주요 수출시장으로 변화되었으며, 이후에는 미국, 중국, 홍콩 등으로 수출되고 있어 농식품 가운데 수출국 변화가 가장 큰 품목임.
- 인삼의 대표적인 수출시장은 홍콩, 일본, 대만이며, 최근에는 중국도 인삼의 주요 수출시장으로 부상 중에 있음.
- 소스류는 러시아와 미국이 수출비중의 50% 이상을 점유하였으나, 2000년대 중후반부터 중국으로 수출이 확대되면서 현재는 러시아, 중국, 미국, 일본 등으로 수출국이 다변화되었음.
- 면류의 수출국은 타 품목에 비해 많은 특징을 지니고 있는 가운데, 2000년대 초반은 미국과 러시아의 수출비중이 높았으나, 현재는 일본, 미국, 중국이 전체의 53.3%를 차지하는 구조로 변화되었음.

표 2-5. 정부의 주요 농식품 수출전략품목별·국별 수출 비중 추이

단위: %

		2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
김치	일본	97.0	93.0	89.1	87.8	88.0	86.8	84.2	83.0
파프리카	일본	-	100.0	99.8	99.9	99.8	99.8	100.0	99.7
신선딸기	홍콩	-	40.7	54.2	36.0	39.1	27.9	28.8	34.4
	싱가포르	-	18.2	22.5	32.0	33.5	39.0	44.7	27.1
	일본	96.1	29.9	16.3	17.6	16.0	22.5	10.3	18.4
	말레이시아	-	0.1	0.4	2.4	4.8	5.5	8.5	8.5
신선토마토	일본	99.2	95.0	90.1	98.8	96.4	98.2	95.8	96.7
사과	대만	-	94.4	82.9	87.1	87.0	91.4	84.7	69.6
	싱가포르	8.9	-	0.4	-	1.3	1.9	4.3	8.3
배	미국	65.9	40.3	54.8	48.9	46.1	45.9	47.0	50.4
	대만	-	53.3	35.9	45.0	46.7	46.0	44.9	40.5
단감	말레이시아	48.1	42.4	39.7	50.2	50.5	44.0	42.8	42.7
	싱가포르	19.7	6.6	11.1	7.1	12.1	14.2	13.9	18.1
	캐나다	-	2.6	6.4	10.0	9.7	15.1	11.6	14.0
장미	홍콩	10.6	11.0	6.1	7.8	11.4	12.1	7.5	10.1
	일본	99.7	99.7	99.8	99.3	96.8	95.7	99.1	97.6
버섯	미국	2.3	20.3	35.0	39.3	22.7	20.6	17.7	15.7
	네덜란드	-	5.7	25.3	25.1	18.1	8.3	6.3	13.5
	베트남	7.6	12.1	4.8	4.0	1.1	0.5	5.7	13.3
	중국	1.0	1.7	5.8	0.7	18.1	28.5	16.6	13.1
	홍콩	0.1	2.1	1.1	2.8	1.5	16.8	23.1	9.0
	일본	87.0	30.7	7.8	6.0	12.8	5.8	5.2	7.2
인삼	중국	3.2	5.8	8.1	3.9	6.9	6.3	13.0	24.1
	홍콩	35.1	26.4	22.4	23.0	31.8	25.7	22.4	20.5
	대만	21.3	10.0	15.4	18.8	12.3	14.8	19.0	20.0
	일본	22.3	35.5	32.9	31.1	27.6	31.7	24.0	17.5
소스류	러시아	27.8	39.7	37.5	36.2	42.1	32.7	28.1	23.3
	중국	8.9	13.8	13.9	17.3	15.9	16.8	20.0	20.7
	미국	29.4	21.2	23.6	20.0	17.9	20.4	19.3	19.5
	일본	14.1	11.2	8.7	7.5	6.4	9.6	10.9	11.2
면류	일본	9.8	15.5	15.8	12.1	12.3	16.6	19.1	21.5
	미국	28.0	29.1	26.4	25.4	24.1	21.1	19.2	17.5
	중국	3.0	7.9	14.0	16.8	18.0	19.1	16.5	14.4
막걸리(탁주)	일본	84.1	91.8	89.5	90.6	91.0	86.0	81.6	91.8
유자차	중국	-	-	-	22.3	36.0	35.4	42.6	41.4
	일본	-	-	-	39.5	27.4	30.1	28.6	30.7
	홍콩	-	-	-	14.3	14.9	13.2	9.9	12.2

자료: 한국농수산물유통공사 무역정보.

- 2007년부터 수출되기 시작한 유자차는 수출 초기 일본이 40% 정도의 비중을 차지하였으나, 현재는 중국이 최대 수출시장으로 부상하였으며, 다음이 일본, 홍콩 등의 순임.

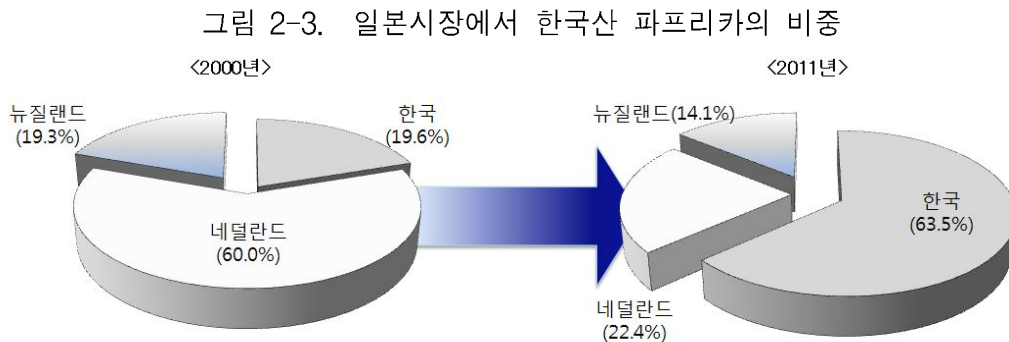
2. 수출구조의 특징과 변화 요인

2.1. 신선농산물 및 가공식품 수출 특징

- 우리나라 농식품 수출은 기존의 신선농산물 중심에서 연초류와 과자·주류, 면류, 커피류 등으로 재편되는 과정에 있어 가공품 수출 비중이 대략 40% 정도를 차지하고 있음.
- 그럼에도 불구하고 채소, 과일, 화훼 등 신선 원예작물의 수출 절대액은 지속적으로 증가하고 있으며, 김치, 파프리카, 사과, 배, 단감, 장미, 국화, 백합 등 주력 수출품목은 여전히 수출 효자 품목으로 자리잡고 있음.
- 그러나 일부 부류에서는 주력 수출 품목에 변화가 발생하고 있는데, 대표적인 품목이 딸기, 백합 등임.
 - 딸기는 수출 실적이 많았던 신선채소 품목이지만, 로열티 지불 문제로 수출이 감소하였는데 국내품종의 보급비율이 크게 확대되면서 수출이 최근 빠르게 증가하는 추세임.
 - 백합은 국내품종 개발과 구근의 국산화가 활발히 추진되고 있어 향후에도 수출이 확대될 가능성이 높음.⁹

9 2012년부터 10년간 추진될 정부의 Golden Seed 프로젝트 가운데 백합이 포함되어 있어 구근 자립화를 위한 기반 마련은 물론, 향후 국내 구근 이용률도 향상될 것으로 기대되고 있음.

- 반면, 신선채소의 대표적인 수출 품목이었던 토마토는 2000년대 중반부터 이른바 웰빙 붐의 영향으로 국내가격이 급등하면서 수출은 크게 감소하였음.
- 이와 같이 기존 주력 품목들의 수출 증가 추세 속에서 고소득 품목으로 인식되고 있는 파프리카의 수출은 더욱 확대되어 대표적인 신선채소 수출품목이 토마토에서 파프리카로 전환되었음.
 - 특히, 파프리카는 거의 전량 일본으로 수출되고 있는데 이로 인해 일본 시장에서 한국산 파프리카의 시장점유율은 2000년 19.6%에서 2011년 63.5%로 크게 확대되었음.



자료: 일본 재무성 무역통계.

- 과일은 사과 배 중심에서 최근 단감 수출이 눈에 띄게 성장하고 있으며, 화훼도 주요 수출 품목이 장미 중심에서 백합으로 이동하는 등 수출구조가 변화하고 있음.
- 또한, 농식품의 일본시장에 대한 수출 의존도가 점차 완화되고 있는 추세가 뚜렷하게 나타나고 있음.
 - 일본은 지리적으로 인접하고 있을 뿐만 아니라 소비 패턴도 유사하여 전통적인 주요 수출국이나, 최근 대중국 수출이 크게 증가하여 향후 우리

나라의 중요한 수출대상국으로 자리잡을 가능성이 높음.

- 더욱이 싱가포르, 홍콩 등 동남아시아 시장으로 신선농산물 수출이 확대되는 특징을 나타내고 있으며, 러시아도 꾸준한 물량이 수출되고 있어 노력 여하에 따라서는 수출 확대가 충분함.
- 이와 같이 수출 대상국이 일본 중심에서 점차 다양한 국가로 확대되는 구조로 변화 중임.

2.2. 구조변화 요인

- 수출구조가 변모하게 된 주요 요인으로는 첫째, 고소득 품목의 새로운 등장을 들 수 있음.
 - 파프리카와 여름딸기가 타 품목에 비해 고소득 품목으로 부상함에 따라 재배농가 수가 확대되어 수출이 증가하였으며, 이들 품목의 수출실적 확대로 신선채소 수출비중이 높아지게 되었음.¹⁰
- 둘째, 국내시장 가격 변동과 수출국 내에서의 경쟁 심화가 주요 요인 중의 하나임.
 - 대표적인 수출품목인 토마토는 건강 중심의 소비자 구매행태 변화로 국내 가격이 크게 상승하면서 내수 판매로 전환하는 농가가 많아 수출실적이 급격히 감소하였음.
 - 반면, 파프리카는 수출지향적 품목으로 각광받으면서 주요 수출품목으로 변화되었음.
- 셋째, 육종·재배기술 등의 향상이 수출구조를 변화시키는 중요한 요인으로

¹⁰ 파프리카 재배면적은 2000년 110ha에서 2005년 249ha, 2011년 429ha로 2000년 대비 4배 정도 급증하는 등 연평균 15.7%의 높은 증가율을 나타내고 있음.

작용하였음.

- 딸기의 경우 육종 기술 향상으로 ‘매향’, ‘설향’, ‘금향’ 등과 같은 국내품종의 재배면적이 증가하면서 로열티 지급 문제를 해결하였으며, 여름딸기 재배기술 발달로 하계의 대일본 수출물량이 크게 확대되었음.
- 넷째, 리스크 분산을 위해 수출국 다변화 노력을 기울인 결과 수출국이 과거에 비해 다양해지는 결과를 낳았음.
- 국내 수출업체 간 과당경쟁, 중국, 아프리카, 남미 등 저가 수출국과 경쟁력 저위, 주요 수출국 경제 상황에 따른 가격의 민감한 반응 등으로 수출국 다변화의 필요성이 커지면서 대일본 수출 의존도가 점차 감소하고 있음.
 - 특히, 동남아시아는 이른바 한류 열풍 영향으로 한국산 농식품의 수출 실적이 빠르게 증가하고 있어 신흥 수출시장으로 부상하고 있음.

제 3 장

농식품 수출지원제도의 현황과 이용 실태

1. 정부의 농식품 수출지원사업 개요

1.1. 해외시장개척지원사업

1.1.1. 필요성 및 목적

- 농식품 시장개방은 FTA 체결 확대 등으로 가속화되는 추세이지만, 이와 같은 상황을 수출 확대 도모를 위한 기회 요인으로 활용하도록 정보, 상품화, 브랜딩, 물류 기반 구축 등 중소 수출업체의 대외 경쟁력 제고 기반을 마련하기 위해서는 국고 지원이 필요함.
 - 또한, 해외 시장 변화, 수입제도 등 체계적 시장 진출 정보 제공과 현지 소비자의 인지도 개선을 위한 역량 있는 브랜드 개발에 대한 지원도 요구됨.
- 더욱이 수출 확대를 위해서는 농식품 수출업체와 해외 대형 유통매장 관계자, 유티크 바이어와 거래 가능한 국제박람회 참가 및 현지 대형 유통매장 판촉행사 지원 등 다양한 지원책이 필요함.

- 이와 같이 본 사업은 농식품 수출업체의 경쟁력 제고와 해외진출을 위한 지원 사업을 추진하여 농식품 수출확대를 통한 농가소득 증대 및 식품산업 발전을 도모하는데 목적이 있음.

1.1.2. 지원근거 및 지원조건

- 해외시장개척지원사업은 농어업·농어촌 및 식품산업 기본법과 식품산업진흥법에 지원 근거를 두고 있음.
 - 농어업·농어촌 및 식품산업 기본법 제59조(농수산물 및 식품의 수출진흥) ① 국가와 지방자치단체는 농수산물 및 식품의 수출 진흥과 우리나라 식생활 문화의 전파 등을 위하여 해외시장 개척, 무역정보의 수집·제공 등에 필요한 정책을 세우고 시행하여야 한다. ② 국가와 지방자치단체는 제1항에 따른 정책을 효과적으로 추진하기 위하여 농어업경영체, 생산자단체, 식품산업을 업으로 하는 자와 농수산물과 식품을 수출하는 자 등에게 필요한 지원을 할 수 있다.
 - 식품산업진흥법 제10조(국제교류 및 무역진흥) ① 국가 및 지방자치단체는 우리 식품의 해외시장진출과 전통 식문화의 전파를 위하여 해외 기관과의 교류협력, 시장개척·홍보, 외국인의 투자유치 등 필요한 시책을 수립·시행할 수 있다. ② 국가 및 지방자치단체는 제1항에 따른 시책에 참여하는 기관·단체 또는 사업자 등에게 국제규범에 저촉되지 아니하는 범위 안에서 필요한 경비를 지원할 수 있다.
- 본 사업은 1988년 농수산물유통공사(현 한국농수산물유통공사)에서 자체적으로 독일 베를린 농업박람회에 처음 참가하기 시작하여 1991년부터 1994년까지 박람회 참가사업으로 실시되었음.
 - 이후 1995년 수입개방에 대응한 수출농업 육성을 통해 농가소득 및 농산물 수출 증대를 위하여 해외시장개척사업으로 본격 추진되었음.

- 해외시장개척사업은 민간경상보조로 국고 100%의 지원조건이며, 사업시행 주체는 한국농수산물유통공사임.

1.1.3. 사업별 지원 규모

- 해외시장개척지원사업은 2008년 186억 원에서 2012년에는 314억 원이 책정되는 등 2012년까지 총 3,498억 원이 투자될 계획이며, 매년 사업규모가 확대되고 있음.

표 3-1. 해외시장개척지원사업 연도별 지원 규모

단위: 억 원

	2008	2009	2010	2011	2012(계획)
지원 규모	186	235	279	298	314

자료: 농림수산물부.

- 해외시장개척지원사업은 2011년까지 농식품 수출기반조성, 수출성장동력확충, 해외마케팅사업으로 구분되었으나, 2012년부터 수출성장동력확충과 해외수출거래선 발굴의 2가지로 분류하고 있음.
 - 수출성장동력확충사업은 수출 정보 인프라 구축, 수출유망 품목 육성, 수출 브랜드지원, 수출 물류기반 구축 등이며, 해외수출거래선 발굴은 국제박람회 참가, 판촉행사 지원, 바이어 초청회 개최 등임.
 - 이 사업의 2013년 사업별 세부내역은 수출성장동력확충사업에 국별 맞춤형 심층조사와 개별브랜드 지원을 추가하였으며, 해외수출거래선 발굴은 안테나숍 운영이 신규로 설정되었음.
 - 안테나숍 운영은 해외 대형유통매장과 연계해 상품 입점과 시장가능성을 테스트하는 사업으로 임차비·설치비, 광고 및 판촉지원, 행사대행 비용, 행사비·인건비 등을 지원하게 됨.

표 3-2. 해외시장개척지원사업의 2012년 및 2013년 사업 계획

	2012	2013
수출성장 동력확충	수출 정보 인프라 구축, 수출 유망품목 육성, 수출 브랜드 지원, 수출 물류기반 구축	수출 정보 인프라 구축 (국별 맞춤형 심층조사 추가), 수출 유망품목 육성, 수출 브랜드 지원(개별브랜드 지원 추가), 수출 물류기반 구축
해외수출 거래선 발굴	국제 박람회 참가, 판촉행사 지원, 바이어 초청회 개최	국제 박람회 참가, 판촉행사 지원, 바이어 초청회 개최, 안테나숍 운영(신규)

자료: 농림수산물식품부.

○ 해외시장개척지원사업의 총 예산 규모는 2012년 314억 원이며, 이 중 수출성장동력확충이 99억 원, 해외수출거래선 발굴사업에 215억 원이 지원될 계획임.

- 2013년에는 전년보다 14.1% 감소한 270억 원으로 수출성장동력확충사업은 19.9% 증가한 반면, 해외수출거래선 발굴은 29.8% 감소되었는데, 이는 해외 홍보 마케팅 지원사업이 이관되었기 때문임.

표 3-3. 해외시장개척지원사업의 2012년 및 2013년 예산 계획

단위: 백만 원

	2012년 (A)	2013년 (B)	증감(B-A)
□ 해외시장개척지원	31,420	27,000	△4,420
▪ 수출성장동력 확충	9,930	11,910	1,980
- 수출정보인프라구축	1,610	3,590	1,980
- 수출유망품목육성	2,380	2,380	-
- 공동브랜드 관리	200	240	40
- 품목별 공동마케팅	3,740	3,700	△ 40
- 해외 물류기반 구축	2,000	2,000	-
▪ 해외수출거래선 발굴	21,490	15,090	△6,400
- 국제박람회 참가 지원	6,550	6,450	△ 100
- 해외 판촉행사 지원	5,440	5,440	-
- 바이어 거래 알선	1,600	1,600	-
- 안테나숍 운영(신규)	-	1,600	1,600
- 해외 홍보 마케팅(이관)	7,900	-	△7,900

자료: 농림수산물식품부.

1.2. 농축산물판매촉진사업

1.2.1. 필요성 및 목적

- 지난 10년간 판매촉진사업 지원품목의 수출액은 농축산물판매촉진사업 추진으로 인해 3배 이상 크게 증가하는 등 농식품 수출확대와 국민경제에 기여하였음.
- 최근에는 농식품 수출량의 급격한 증가로 수출물류비 지원확대의 필요성이 대두되고 있음.
 - 특히, 수출물류비 철폐와 수출국의 비관세장벽(안전, 위생, 검역 등)에 대응하여 허용보조 성격의 수출기반조성, 안전관리, 검역완화 노력 등 인프라강화사업의 확대가 필요함.
- 이에 따라 본 사업은 농식품 수출 확대를 위해 수출물류비 부담이 큰 농식품에 수출물류비와 안전성·검역 등 수출인프라강화 사업을 통해 농식품 수출확대와 농가소득 증대를 도모하는데 목적이 있음.

1.2.2. 지원근거 및 지원조건

- 농축산물판매촉진사업은 농어업·농어촌 및 식품산업 기본법, 세계무역기구 협정의 이행을 위한 특별법, WTO 농업에 관한 협정에 지원 근거를 두고 있음.
 - 농어업·농어촌 및 식품산업 기본법 제59조(농수산물 및 식품의 수출 진흥) ① 국가와 지방자치단체는 농수산물 및 식품의 수출 진흥과 우리나라 식생활 문화의 전파 등을 위하여 해외시장 개척, 무역정보의 수집·제공 등에 필요한 정책을 세우고 시행하여야 한다. ② 국가와 지방자치단체는 제1항에 따른 정책을 효과적으로 추진하기 위하여 농어업경영체,

생산자단체, 식품산업을 업으로 하는 자와 농수산물과 식품을 수출하는 자 등에게 필요한 지원을 할 수 있다.

- 세계무역기구협정의 이행을 위한 특별법 제11조(국내지원 정책의 시행)
 - ① 정부는 협정 발효 후 조속한 시일 내에 수출품에 대한 신용보증과 수출시장에 대한 정보 제공 등 협정에서 허용하는 수출시장 개척에 대한 지원제도를 확충하여야 한다.
 - WTO 농업에 관한 협정 제9조 4항: 이행기간 동안 개발도상회원국은 위의 제1항 라호(수출유통보조금) 및 마호(수출품 국내운송비)에 열거된 수출보조금과 관련한 약속을 이행할 의무가 요구되지 아니한다. 단, 동 수출보조금이 감축약속을 우회하는 방법으로 적용되어서는 아니 된다.
- 본 사업은 농업생산기반 유지 및 농가소득 증진을 위하여 수출과정에서 부담이 큰 농산물의 선별·포장·운송비 등 수출물류비 일부를 1990년부터 지원하였음.
- DDA 협상에서 수출물류비에 대한 논의를 살펴보면, 수출보조 완전 철폐(선진국은 ~2013년, 개도국은 ~2016년까지)를 합의하였음.
 - 다만, 개도국의 경우 마케팅비용, 운송비용 등 수출보조는 2021년까지 철폐하는 것으로 함.
- 농축산물판매촉진사업은 100% 보조이며, 사업시행주체는 한국농수산식품유통공사임.

1.2.3. 사업별 지원 규모

- 농축산물판매촉진사업은 2012년까지 총 4,446억 원이 지원될 계획이며, 2008년 327억 원, 2012년 410억 원으로 최근 400억 원 이상 규모를 유지하고 있음.

표 3-4. 농축산물판매촉진사업 연도별 지원 규모

단위: 억 원

	2008	2009	2010	2011	2012(계획)
지원 규모	327	383	415	395	410

자료: 농림수산물부.

- 농축산물판매촉진사업은 수출물류비 지원과 수출인프라 강화사업으로 구분하고 있으며, 2012년과 2013년의 항목 구분은 동일함.
- 수출인프라 강화사업의 경우 2013년에 인프라 강화(I)과 인프라 강화(II)로 구분하고 있음.
 - 각 세부사항은 인프라 강화(I)이 수출보험료 지원, 해외규격·인증 등록 지원, 수출 전문인력 육성, 수출선도조직 육성, 사업지도점검이며, 인프라 강화(II)는 수출농산물 안전관리 및 안전성검사, 수출농산물 선도유지 지원, 수출국 검역관초청, 국내외 농약 등록 지원, 물류효율화 등임.
- 농축산물판매촉진사업의 2012년 전체 예산규모는 410억 원이며, 이 가운데 수출물류비 지원이 75.9%인 311억 원, 인프라 강화가 99억 원임.
- 2013년에는 전년보다 0.4% 증가한 412억 원이며, 수출물류비 지원은 0.3% 감소한 310억 원인 반면, 인프라 강화는 102억 원으로 2.9% 증가하였음.

표 3-5. 농축산물판매촉진사업의 2012년 및 2013년 예산 계획

단위: 백만 원

	2012년 (A)	2013년 (B)	증감(B-A)
□ 농축산물판매촉진	40,972	41,150	178
▪ 수출물류비 지원 (산출근거)	31,078 (232천톤×134 원/kg)	30,970 (231천톤×134 원/kg)	△108
▪ 인프라 강화 (산출근거)	9,894	10,180	286

자료: 농림수산물부.

1.3. 우수농식품구매지원사업

1.3.1. 필요성 및 목적

- 농식품 수출의 지속적 증가 추세에 대응하기 위해서는 수출 자금 수요가 증가하는 식품업체와 중소기업에 대한 지원을 확대하여 농식품 수출건인 및 소득증대에 기여할 필요가 있음.
 - 지원업체 대부분은 중소기업규모로 정책자금 지원 중단 시 경영부실화와 수출기반 상실의 우려가 큼.¹¹
 - 특히, 시중은행은 담보설정의 어려움에 따른 차입애로가 발생하며, 금융비용도 3~5%의 추가 부담이 가중될 것으로 보임.
- 이에 따라 농식품 수출에 필요한 원료구매 및 운영자금을 지원하여 국내 농식품 수출경쟁력 제고는 물론, 수출을 통한 농가소득 증대를 도모할 필요가 있음.
- 본 사업은 생산과 연계된 규모화·전문화된 수출조직을 육성하여 농업의 새로운 활로를 개척하고, ‘돈버는 농어업 실현’을 통한 수출농업 육성의 비전을 달성하는데 목적이 있음.

1.3.2. 지원근거 및 지원조건

- 우수농식품구매지원사업은 농어업·농어촌 및 식품산업 기본법, 세계무역기구협정의 이행을 위한 특별법, 농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률에 지원 근거를 두고 있음.

¹¹ 우수농식품구매지원사업의 지원 수출업체 181업체 가운데 매출액이 50억 원 미만인 업체는 169업체로 93.4%로 나타났음(농림수산식품부).

- 농어업·농어촌 및 식품산업 기본법 제59조(농수산물 및 식품의 수출 진흥) ① 국가와 지방자치단체는 농수산물 및 식품의 수출 진흥과 우리나라 식생활 문화의 전파 등을 위하여 해외시장 개척, 무역정보의 수집·제공 등에 필요한 정책을 세우고 시행하여야 한다. ② 국가와 지방자치단체는 제1항에 따른 정책을 효과적으로 추진하기 위하여 농어업경영체, 생산자단체, 식품산업을 업으로 하는 자와 농수산물과 식품을 수출하는 자 등에게 필요한 지원을 할 수 있다.
 - 세계무역기구협정의 이행을 위한 특별법 제11조(국내지원 정책의 시행) ① 정부는 협정 발효 후 조속한 시일 내에 수출품에 대한 신용보증과 수출시장에 대한 정보 제공 등 협정에서 허용하는 수출시장 개척에 대한 지원제도를 확충하여야 한다.
 - 농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률 제57조(기금의 용도) ① 기금은 다음 각 호의 사업을 위하여 필요한 경우에 용자 또는 대출할 수 있다.
 1. 농산물의 가격조절과 생산·출하의 장려 또는 조절
 2. 농산물의 수출촉진
 3. 농산물의 보관·관리 및 가공
 4. 도매시장·공판장·민영도매시장 및 경매식집하장(제50조의 규정에 따른 농수산물집하장 중 제33조의 규정에 따른 경매 또는 입찰의 방법으로 농수산물을 판매하는 집하장을 말한다)의 출하촉진·시설 및 운영
 5. 농산물의 상품성 제고
 6. 기타 농림수산식품부장관이 농산물의 유통구조개선·가격안정 및 종자산업진흥을 위하여 필요하다고 인정하는 사업
- 본 사업은 1980년부터 국내 농산물의 가격안정을 위해 수출용 원료구매 자금을 지원하였으며, 1995년부터는 수출 부자재·저장·가공·포장·운송 등 부대경비를 지원하였음.
- 수산분야 지원은 2005년부터 수발기금(구 해양수산부)으로 이관되었으며, 2008년부터 농식품 수출자금(원료구매자금, 가공식품 수출업체 지원자금 등)을 운영활성화자금으로 통합 지원하였음.

- 우수농식품구매지원사업은 융자 80%(연리 3~4%, 1년 상환)이며, 사업시행 주체는 한국농수산물유통공사와 농협중앙회임.

1.3.3. 사업별 지원 규모

- 우수농식품구매지원사업은 2008년 3,230억 원, 2012년 3,652억 원으로 최근 3,600억 원 이상의 규모가 지원되고 있음.

표 3-6. 우수농식품구매지원사업의 연도별 지원 규모

단위: 억 원

	2008	2009	2010	2011	2012(계획)
지원 규모	3,230	3,430	3,602	3,652	3,652

자료: 농림수산물식품부.

- 우수농식품구매지원사업은 농협중앙회가 시행주체인 수출품목 생산단지 지원과 한국농수산물유통공사가 주체인 농식품 수출업체 지원으로 구분할 수 있음.
 - 농식품 수출업체 원료구매 및 수출단지 운영자금의 융자는 2012년까지 90%이었으나, 2013년부터는 80%로 변경되었음.
- 본 사업의 규모는 2012년 총 3,652억 원이며, 수출품목 생산단지 지원이 410억 원으로 11.3%이며, 농식품 수출업체 지원이 88.8%인 3,242억 원 투입될 계획임.
 - 2013년에는 2012년보다 6.0% 증액된 3,871억 원이 계획되어 있으며, 이 중 수출품목 생산단지 지원은 12.4% 증액된 461억 원, 농식품 수출업체 지원은 3,410억 원으로 5.2% 증가시킬 계획으로 있음.

표 3-7. 우수농식품구매지원사업의 2012년 및 2013년 예산 계획

단위: 백만 원

	2012년 (A)	2013년 (B)	증감 (B-A)
□ 우수농식품구매지원	365,200	387,052	21,852
▪ 수출품목 생산단지지원 (산출근거)	41,000 (64개×7.1억원×90%)	46,078 (82개×7.1억원×80%)	5,078
▪ 농식품 수출업체 지원 (산출근거)	324,200 (190개×18.9억원×90%)	340,974 (225개×18.9억원×80%)	16,774

자료: 농림수산식품부.

2. 수출지원사업의 세부 내용 및 집행 실적

- 정부의 수출지원사업은 상기와 같이 해외시장개척지원사업, 농축산물판매촉진사업, 우수농식품구매지원사업의 3가지로 대별할 수 있으며, 이 중에서 해외시장개척지원사업 및 농축산물판매촉진사업은 한국농수산물유통공사가 시행주체로서 100% 정부보조사업임.
 - 또한, 우수농식품구매지원사업 중에서 농식품 수출업체 지원은 규모가 크고 한국농수산물유통공사가 시행주체임.
 - 본 장에서는 우수농식품구매지원사업 가운데 용자지원이자 농협이 시행주체인 수출품목 생산단지 지원을 제외하고, 한국농수산물유통공사가 시행주체로 되어 있는 전체 사업을 중심으로 세부내용과 집행 실적을 제시하고자 함.
 - 정부의 농식품 수출지원사업의 세부사업명 등은 매년 변경되고 있기 때문에 2012년을 기준으로 정리하도록 함.

2.1. 농식품 수출지원사업 변화

2.1.1. 과거 지원사업의 종류

- 정부보조 지원 중심의 과거 농식품 수출지원사업은 크게 해외시장개척지원사업, 농축산물판매촉진사업, 농식품 운영활성화 자금으로 구분되었으며, 이들 사업 각각의 세부 항목명 등은 연도별로 변화되어 왔음.
- 이전의 해외시장개척지원사업은 수출활성화사업, 국제농산물박람회참가, 대형유통업체 직수출, 수출홍보사업, 해외시장정보사업의 5가지로 분류하여 2011년의 농식품 수출기반 조성사업, 수출성장동력확충사업, 해외마케팅사업의 3가지보다 많았음.
- 각 사업별 세부 항목을 살펴보면, 수출활성화사업은 2000년의 경우 포장디자인개발, 현지화 적응수출상품개발, 농산물수출컨설팅의 3가지 세부항목이 있었으나, 2005년에는 수출유망품목 개발지원, 농산물 수출컨설팅, 고품질 안전생산지원, 전문생산단지 평가의 4항목으로 운영되었음.
 - 국제농산물박람회참가는 2000년 박람회와 특판전이 있었으나, 2005년은 박람회와 한국우수농산물수출상담회로 변화되었음.
 - 대형유통업체 직수출은 2000년 시장개척단 파견, 현지유통업체연계 판촉, 우수바이어 초청에서 2005년 현지유통업체연계 판촉과 우수바이어 초청으로 시장개척단 파견사업이 폐지되었음.
 - 2000년의 수출홍보사업은 한국농산물 해외홍보, 한국 식문화 홍보, 해외상설매장 설치의 3가지 세부항목이었으나, 2005년에는 이들 3가지 이외에 한국식품 로드쇼와 과일류 해외홍보행사가 추가되어 5가지로 확대개편되었음.
 - 해외시장정보사업은 2000년 심층조사와 DB구축의 2가지였으나, 2005년에는 인터넷 보급 확산으로 인터넷 거래알선사업이 추가되었음.

- 한편, 수출물류비 지원 등이 포함된 농축산물판매촉진사업은 과거에도 지속적으로 운영되었으며, 용자로 운영되는 농식품 운영활성화 자금은 현재와 사업명이 변화되었지만 지원 내용은 거의 유사한 형태로 운영되어 오고 있음.

표 3-8. 과거 농식품 수출지원사업의 종류 및 변화

	2000	2005
<input type="checkbox"/> 해외시장개척지원사업	○	○
▪ 수출활성화사업	○	○
- 포장디자인개발	○	-
- 현지화 적용수출상품개발	○	-
- 수출유망품목 개발지원	-	○
- 농산물수출컨설팅	○	○
- 고품질 안전생산지원	-	○
- 전문생산단지 평가	-	○
▪ 국제 농산물박람회 참가	○	○
- 박람회	○	○
- 특판전	○	-
- 한국우수농산물수출상담회	-	○
▪ 대형유통업체 직수출	○	○
- 시장개척단 파견	○	-
- 현지유통업체연계 판촉	○	○
- 우수마이어 초청	○	○
▪ 수출홍보사업	○	○
- 한국농산물 해외홍보	○	○
- 한국 식문화 홍보	○	○
- 한국식품 로드쇼	-	○
- 과실류 해외홍보행사	-	○
- 해외상설매장 설치	○	○
▪ 해외시장정보사업	○	○
- 심층조사	○	○
- DB 구축	○	○
- 인터넷 거래알선	-	○
<input type="checkbox"/> 농축산물판매촉진사업	○	○
<input type="checkbox"/> 농식품 운영활성화 자금	○	○

주: ○ 표시는 해당 연도에 지원된 사업 종류임.

자료: 김정필 외, 「농식품 수출지원제도 개선 방안」, 한국농촌경제연구원, 2011.

2.1.2. 현재의 지원사업

- 해외시장개척지원사업은 이전에 5가지로 세분류되었으나, 2011년에는 3가지로 재분류되었으며, 농축산물판매촉진사업도 3가지에서 2가지로 변화되었음.

표 3-9. 한국농수산물유통공사의 2011년 농식품 수출지원사업 종류

	세분류	세세분류
해외시장 개척지원사업	▪ 농식품 수출기반 조성 사업	- 수출선도조직 육성 - 수출전문인력 육성 - 수출안전성관리(GAP) - 해외시장 정보인프라 사업 - 국내 수출의욕 고취
	▪ 수출성장동력확충 사업	- 수출유망품목 육성사업 - 공동대표브랜드 관리운영 - 품목별 공동마케팅 지원
	▪ 해외마케팅사업	- 국제박람회참가지원 - 유통업체연계 판촉행사 - 바이어거래알선 - 해외 홍보마케팅 사업 - 수출여건변화 대응 마케팅
농축산물 판매촉진사업	▪ 수출물류비 지원	
	▪ 수출인프라강화사업	

자료: 한국농수산물유통공사, 「농림수산물 수출진흥사업 안내」, 2011.

- 한국농식품유통공사는 2012년에 정부의 해외시장 개척지원사업과 농축산물 판매촉진사업을 생산조직, 안전관리, 시장개척, 물류지원, 금융보험으로 분류하여 각 사업을 추진하고 있음.
- 생산조직은 원예전문생산단지지원, 수출유망품목 육성, 수출전문인력 육성, 수출선도조직 육성, 수출협의회 활성화 지원 등의 사업이 있음.
 - 안전관리에는 수출농산물 GAP인증지원, 잔류농약검사비지원, 일본채소류 ID 관리, 대만 사과 안전성 관리, 러시아 수출업체 관리 등의 사업이 추진되고 있음.
 - 시장개척은 해외홍보마케팅지원, 해외유통업체연계판촉행사, 국제박람회

회 참가지원, 바이어 거래알선, 공동브랜드 휘모리관리 등의 지원사업이 있음.

- 물류지원은 수출업체에 직접 지원하고 있는 수출물류 지원, 해외공동물류센터, 농식품물류효율화컨설팅 등으로 구분되어 있음.
- 금융보험은 한국무역보험공사의 환변동보험 및 농수산물 수출보험, 우수농식품 구매지원 등 주로 금융과 관련된 지원이 포함되어 있음.

표 3-10. 한국농수산물유통공사의 2012년 농식품 수출지원사업 종류

분류	세분류
▪ 생산조직	<ul style="list-style-type: none"> - 원예전문생산단지지원 - 수출유망품목 육성 - 수출전문인력 육성 - 수출선도조직 육성 - 수출협의회 활성화 지원
▪ 안전관리	<ul style="list-style-type: none"> - 수출농산물 GAP인증지원 - 잔류농약검사비지원 - 일본채소류 ID 관리 - 대만 사과 안전성 관리 - 러시아 수출업체 관리
▪ 시장개척	<ul style="list-style-type: none"> - 해외홍보마케팅지원 - 해외유통업체연계관측행사 - 국제박람회참가지원 - 바이어 거래알선 - 해외aT센터 지사화사업 - 고품질샘플제공비지원 - 수출브랜드해외상표등록 - 해외인증제도등록지원 - 공동브랜드 휘모리관리
▪ 물류지원	<ul style="list-style-type: none"> - 수출물류지원 - 선도유지제이용 - 해외공동물류센터 - 공동물류활성화 - 농식품물류효율화컨설팅
▪ 금융보험	<ul style="list-style-type: none"> - 환변동보험 및 농수산물 수출보험 - 우수농식품 구매지원 - 우수수산물 지원

자료: 한국농수산물유통공사.

2.2. 주요 수출지원사업별(2012년 기준) 상세 내용

- 농식품의 수출지원사업별 상세 내용은 한국농수산물유통공사가 시행주체인 사업을 대상으로 하되, 농식품 중심의 주요 핵심 사업 위주로 지원대상이나 조건 등에 대해 정리하도록 함.

2.2.1. 생산조직

가. 원예전문생산단지지원

- 원예전문생산단지지원은 정부가 지정한 원예생산단지에 대한 운영실태 점검(인센티브 지원)을 통해 안정적 수출체계를 구축하는 것이 목적임.
- 본 사업의 지원대상은 정부 지정 원예전문생산단지이며, 매년 운영실태 평가를 통해 우수등급 이상 단지에 수출물류비 인센티브 등을 지원하고 있음.
 - 평가점수에 따라 최우수(10%), 우수(7%), 일반·저평가단지(지원제외)로 분류하며, 최우수·우수단지를 대상으로 해외선진물류연수 기회를 부여함.

나. 수출유망품목 육성

- 수출유망품목 육성은 농수임축산물의 통합 상품화사업 운영으로 수출유망 고부가가치 상품을 발굴하여 해외시장을 개척함으로써 수출증대에 기여하고자 지원하고 있음.
- 지원대상은 국내 수출업체이며, 농수임축산물 및 가공식품의 상품개발·수출상담활동·해외마케팅 등을 지원함.
 - 지원한도는 각 지원 단계별로 2천~5천만 원 차등지원(총 사업비의 70~80%)임.

다. 수출전문인력 육성

- 수출선도 농가에 대한 선진기관 현장교육, 해외전문가 및 국내 맞춤 컨설팅 지원으로 선진농업기술의 조기정착이 목적임.
- 지원대상은 농식품 수출선도농가(선도조직, 원예전문생산단지)이며, 해외선진농업기관(네덜란드 PTC+) 현장교육 지원으로 수출전문 선도 농가 육성, 해외 재배기술 전문가 초청을 통해 선진기술 습득을 위한 농가 지도 등이 주요 지원내용임.
 - 수출전문 선도 농가 육성은 총 3회 지원하며, 교육자 항공료, 교육비, 체재비의 70%를 지원(운영전문가 소요비용 제외)하고 있음.
 - 선진기술 습득을 위한 농가 지도 지원은 10회로 해외 전문가 초청 항공료, 강사료, 체재비, 통역비 등 총 소요비용의 70%를 지원함.

라. 수출선도조직 육성

- 농식품 수출 확대를 위해서는 선진화된 수출 시스템으로 구조 개편을 통해 수출경쟁력을 제고해야 하며, 안전성이 확보된 고품질 수출농식품의 안정적인 생산·공급 시스템을 구축함으로써 새로운 수출성장동력 창출이 필요함.
 - 본 사업은 생산부터 수출까지 일괄 관리하는 수출선도조직을 육성하여 농식품 수출을 주도하도록 함으로써 경쟁력 강화를 통한 수출확대 도모가 목적임.
- 지원대상은 수출선도조직 사업자로 선정된 18개 조직(수출업체와 수출농가 간 공급계약 체결)이며, 지원품목은 파프리카, 여름딸기 등 16품목임.¹²

¹² 수출선도조직 육성사업의 지원품목은 파프리카, 여름딸기, 새송이버섯, 단감, 백합, 장미, 김치, 유자차, 팽이버섯, 토마토, 멜론, 국화, 선인장, 겨울딸기, 사과, 밤의 16 품목임.

- 2012년 현재 16품목 19조직(농산물 15품목 17개소, 임산물 1품목 2개소)
이 수출선도조직으로 선정하여 지원하고 있음.

표 3-11. 품목별 수출선도조직 현황(2012년)

	조직수	선정 조직명
파프리카	1	KOPA
여름딸기	1	올원코리아
새송이버섯	1	머쉬엠(송이올비티 등 18개 회원사 연합법인)
단감	1	모닝팜
백합	1	대동농협
장미	2	로즈피아, K-flower(대동농협, 한국화훼농협, 오수관촌농협 3개 회원사 연합법인)
유자차	1	한성푸드
김치	1	대상FNF
팽이버섯	1	한국버섯수출사업단(KMC)(울주머쉬랜드 등 11개 회원사 연합법인)
토마토	1	EK무역(홍원물산, 홍원농산, 명인무역, 보라무역의 4개 회원사 연합법인)
벨론	1	HN무역
국화	1	구미원예수출공사
선인장	1	고덕원예무역
겨울딸기	2	엘림무역, 경남무역
밤	2	양촌영농조합법인, (주)에버숙
사과	1	K-Apple(NH무역, 경북통상, 경북능금농협 등 3개 회원사 연합법인)

자료: 한국농수산물유통공사.

- 본 사업에 선정된 조직에게는 기반조성인센티브를 매년 1억~1억 5,000만원(총 사업비의 70% 이내)을 지원하며, 수출활성화 인센티브(매년 표준물류비의 3~10% 이내)도 지원해 주고 있음.
- 연합법인 수출선도조직은 회원사의 전년도 국가수출기여도에 따른 연합법인 인센티브를 추가 지원(3% 한도)하며, 운영활성화자금이나 시설현대화 자금 등의 정책자금 지원 시 가점부여 등의 우대 조치가 있음.

- 매년 운영실적 평가를 통해 차등 지원하고 있으며, 평가결과로 계속 지원 여부를 결정함.¹³

마. 수출협의회 활성화지원

- 수출업체간 자율협력기구를 구성·지원함으로써 수출품의 안전·품질관리, 공동마케팅, 수출질서 확립 등을 도모하는 것이 목적임.
- 지원대상은 김, 김치, 단감, 딸기, 막걸리, 밤, 배, 버섯, 사과, 식품, 쌀, 양란, 유자차, 인삼, 전통주, 채소종자, 파프리카이며, 지원내용으로는 협의회의 품목별 특성에 맞는 다양한 공동마케팅 자율 추진, 공동사업으로 회원사의 참여 동기 부여 및 사업성과 제고를 위해 사업비의 일정비율을 협의회에서 부담하는 매칭사업 추진 등임.

2.2.2. 안전관리

가. 수출농산물 GAP인증지원

- 본 사업의 목적은 국제기준의 안전농산물 생산관리시스템(GAP)의 농가 보급을 통해 전략수출농업육성 및 안전농산물의 수출 확대를 도모하는 것임.
 - 즉, GAP 인증지원으로 수출농산물의 안전성 확보 및 농가경쟁력 향상은 물론, 일본 등 주요 수출대상국의 수입농산물 안전성 검사 강화에 적극적으로 대처하고자 함.
- 인증 대상품목은 국내에서 식용으로 재배되는 수출농산물이며, 대상자는 국

¹³ 수출선도조직 평가 항목은 사업목표 달성도 40%, 국가전체 대비 수출신장을 20%, 조직화·규모화 노력 30%, 마케팅 노력 10%임.

내에서 식용으로 재배되는 수출농산물을 생산하는 자로 인증유효기간은 2년임.¹⁴

- 인증수수료는 5만원으로 6농가 이상부터는 농가당 2,000원씩을 추가하되, 최고 40만 원을 초과할 수 없으며, 유효기간 연장 및 신청서류 보정에 따른 재신청은 수수료가 면제됨.

나. 잔류농약검사비지원

- 잔류농약검사비지원은 일본의 PLS 시행, 대만의 안전성관리제도 시행 등에 따라 잔류농약검사비 일부를 지원하여 수출농식품의 안전성 확보를 위해 추진되고 있음.¹⁵
- 지원대상은 농식품 수출업체 및 수출농가이며, 지원품목으로는 수출물류비 지원품목 가운데 잔류농약검사를 실시한 품목임.
 - 지원기준은 국고보조 80%, 자부담 20%로써 국립농산물품질관리원 다성분 분석 검사비의 80%, 분석비용이 다성분 분석 검사비를 초과하는 경우 초과비용의 50% 지원(자부담 50%)임.

14 인증유효기간은 인삼 및 약용작물의 경우 품목에 따라 다르게 적용함.

15 2006년 5월 29일 시행된 일본 PLS(Positive List System) 제도의 주요 내용은 다음과 같음. ① 원칙적으로 식품 중에 잔류하는 농약 등은 일률기준치(0.01ppm)로 규제(적용)하나, ② 식품 중에 잔류하는 농약 등이 후생성에서 정하는 대상외의 물질(65물질)인 경우에는 규제대상에서 제외하는 것으로 하며, ③ 식품 중에 잔류하는 농약 등이 개별적으로 식품위생법 제11조 제1항에 기초하여 규격기준이 설정되어 있는 경우에는 해당 기준치로 규제함. 포지티브리스트 제도 도입 후, 원칙적으로 모든 농약 등에 대하여 잔류기준을 설정하므로 기 기준을 초과하여 농약 등이 식품에 잔류하는 경우 그 식품의 판매 및 유통이 금지됨. 대만의 경우도 2009년 1월 1일부터 PLS 실시 등 안전성관리제도를 시행하고 있음.

2.2.3. 시장개척

가. 해외유통업체연계관촉행사

- 본 사업은 해외 대형유통매장 연계 관촉행사(시식, 홍보, 프로모션 등)를 통해 한국 농식품의 입점 확대 및 소비자 인지도 제고가 목적임.
- 지원대상은 국내 수출업체 및 수출관련 협회·단체, 해외유통업체 및 바이어나, 국내 수출업체의 경우 현지 입점판매 등 거래관계가 있고 행사추진이 가능한 업체로 한정함.
 - 해외시장에서 우리 농식품 판매 확대를 위한 관촉마케팅 활동비(총 사업비의 80%)를 지원하고 있으며, 지원항목은 입차비·장치비, 시식행사, 홍보(매체광고, 전단지, 이벤트), 입점비 등임.
 - 지원한도는 국내 공모가 회당 2,000만~3,000만 원이며, 해외 aT 공동기획의 경우 회당 3,000만~1억 원임.

표 3-12. 해외유통업체연계관촉행사 지원한도

단위: 백만 원/회

	지원대상	지원한도
국내 공모	수출업체 및 관련협회	(종합) 30, (부류) 20
해외 aT 공동기획	해외유통업체 및 바이어	(종합) 100, (부류) 30

자료: 한국농수산물유통공사.

나. 국제박람회 참가지원

- 본 사업은 주요 해외식품 박람회별로 국내 수출업체를 모집하여 국가관 형태로 참가를 지원함.
- 지원대상은 농식품 수출업체이며, 국제박람회 부스입차비, 장치비, 기본비용 입차비, 운송통관비 등을 지원해 주고 있음.

표 3-13. 국제박람회 참가 지원사업의 지원 내역

		지원 비율	지원 한도	비고
부스임차비	대기업	70%	1부스	한국관표준부스(3×3m 기준)
	중소기업	100%	1부스	
부스장치비		100%	1부스	
기본비품 임차비		100%	1부스	쇼케이스, 시식대, 상담테이블, 의자, 전기 1kw(주간)
운송통관비	신선농산물	100%	200만원	신선농산물에 한함

자료: 한국농수산물유통공사.

다. 바이어 거래알선

- 바이어 거래알선 지원은 해외 aT 추천 우수바이어의 일괄 초청을 통해 대규모 ‘수출상담회’를 개최함으로써 수출거래를 알선하고자 시행되고 있음.
- 지원대상은 농식품 수출업체이며, 바이어 왕복 항공료, 숙박비(기본), 수출상담장 설치 등 운영 제반사항, 공사의 밀착지원 관련 비용(생산시설 및 유통매장 견학 시 통역, 교통편의 등) 등을 지원해 주고 있음.

라. 수출브랜드해외상표등록

- 본 사업은 수출 농식품의 해외 상표 등록 활성화로 OEM 수출을 지양하고, 고품질·고부가가치 제품의 수출브랜드를 육성하여 지속 가능한 수출기반을 마련하는데 목적이 있음.
- 지원대상은 수출물류비 지원대상 수출자로서 국제 상표 출원 및 등록에 소요되는 비용의 80%를 지원해 주고 있음.
 - 지원범위는 관납료(출원, 사용선언서, 등록 등) 및 대리인(변리사) 선임료이며, 업체당 1천만 원 이내가 지원한도임.

마. 해외인증제도등록지원

- 수출 농식품의 해외 인증제도 등록 지원을 통해 고품질·고부가가치 제품의 수출을 촉진하고, 농식품 수출의 비관세 장벽을 해소함으로써 신규수출시장 개척 및 수출확대 도모가 목적임.
- 이 사업은 해외 각국에 농식품 판매를 위해 필요한 등록제도 및 부가가치 제고를 위해 필요한 인증제도가 대상이며, 지원대상은 수출물류비 지원대상 수출자임.¹⁶
 - 해외 인증 취득에 소요되는 비용의 50%를 지원하며, 지원범위는 관납료 (심사비, 등록비 등), 제품 시험비용, 대리인(대행사) 수수료로서 업체당 2천만 원 이내 지원이 가능함.

바. 공동브랜드 휘모리관리

- 본 사업의 목적은 수출 농산물 공동브랜드 휘모리(Whimori) 육성을 통한 한국 농식품의 고급화·규격화를 추진하는데 있음.
- 지원대상은 휘모리 대상품목 운영업체 및 생산자이며, 생산·안전성 관리, 품질관리, 선별·포장관리, 운송관리, 수출관리, 마케팅 관리 등 수출 단계별로 지원하고 있음.

16 해외 대상인증제도는 러시아 고스트(GOST-R) 인증, 할랄식품(Halal Food) 인증, 코셔(Kosher) 인증, 일본농림규격(JAS) 인증, 유기식품인증(EU(Organic)), 미국(NOP), 네덜란드(CUC) 등), 인도네시아 SNI(Standard National Indonesia) 인증, 미국 FDA 인증, 중국 SFDA(국가식품약품감독관리국) 위생허가, 사우디아라비아 SASO(Saudi Arabian Standards Organization) 인증, Global GAP 등임.

표 3-14. 공동브랜드 휘모리관리 지원 내역

	지원 내용
생산·안전성관리	계약재배 약정체결: 품종, 생산물량, 파종·출하시기 등 공동 안전성 관리: GAP, 검역·검사, 농약살포, 생산이력관리 등
품질관리	품질관리 전담 지도사 지정·운영, 외부전문가 지도, 바이어 초청 등
선별·포장관리	공동선별장 운영: 휘모리 품위기준 준수, 소포장 등 고급화
운송관리	콜드체인시스템: 신선도유지, 물류비 절감(공동운송)
수출관리	수출창구 일원화: 우수바이어 확보, 대형유통매장 직수출
마케팅관리	브랜드 홍보, 시장개척, 판촉행사 등(aT·수출업체 합동)

자료: 한국농수산물유통공사.

2.2.4. 물류지원

가. 수출물류비지원

- 본 사업은 수출물류비 지원 한도를 정하고, 중앙정부와 지자체의 물류비를 합산하여 수출업체에게 지원함으로써 수출 확대를 도모하는데 목적이 있음.
- 지원대상은 중앙정부와 지자체로 구분하고 있으며, 중앙정부 지원대상의 경우는 등록일 기준 과거 1년간 단일부류 수출실적(FOB)이 25만 달러 이상인 업체임(단, 일본 채소류 ID 대상품목은 ID 보유업체에 한하여 지원하며, 유통공사에서 관장하는 품목별 수출협의회가 구성된 품목은 협의회 회원사에 한해 지원).
 - 지자체는 수출실적과 상관없이 지자체 관내에서 생산(제조)된 농식품을 수출한 업체를 대상으로 함.
- 중앙정부가 지원하는 품목은 과실류, 화훼류, 채소류, 김치류, 인삼류, 축산물, 전통주, 장류, 쌀 가공품, 녹차 등이며, 김치류, 인삼류, 유아제품, 쌀 가공품, 녹차, 감귤농축액, 장류 등 가공품은 주원료가 국내산(막걸리 제외)인 경우에 한하여 지원하되, 주원료의 일부를 외국산과 혼합한 경우는 지원 대

상에서 제외됨.¹⁷

- 지자체가 지원하는 품목은 지역 특성을 감안하여 필요 시 자체지원 품목의 별도 운용이 가능함.
- 수출물류비지원은 표준물류비의 35%를 한도로 매월 수출물량기준에 따라 중앙정부(10%)와 지자체(25%)가 분담하여 지원함.
- 과당경쟁 방지를 위해 중앙·지자체 총액 지원한도 및 인센티브를 2010년 표준물류비의 45%(중앙 15, 지자체 30) → 2011년 35%(중앙 10, 지자체 25), 2010년 선도조직 15%, 휘모리 15% 이내 → 2011년 선도조직 12%, 휘모리 10% 이내 등으로 축소하였음.
 - 지원액=수출물량×품목별·국가별 지원단가
- 수출물류비지원은 향후 WTO 협상 결과 예상되는 수출물류비 감축 또는 철폐에 대비하여 수출업체와 생산농가의 자생력을 강화시키기 위해 기본물류비 지원수준을 단계적으로 축소하고 있음.

표 3-15. 수출물류비 지원 조건

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
기본물류비 지원수준 (표준물류비 대비)	25%	20%	15%	10%	10%	10%
지원대상 수출실적 요건 (FOB기준 전체부류 20만 달러)	15	20(15)	20(15)	(20)	(30)	(40)

자료: aT센터, 「농림수산물 수출진흥사업 안내」, 2011.

나. 선도유지제이용

- 선도유지제이용 사업은 수출 신선농산물의 부패방지와 시들음을 방지할 수 있는 선도유지 시설 설치 및 선도유지제 지원으로 상품성 향상 및 수출확대 도모가 목적임.

¹⁷ 곡류는 2010년 7월 이후 지원이 중단되었음.

- 본 사업은 살균·훈증시스템 설치지원(시범사업)과 선도유지제(에틸렌가스 제거제) 구입비용 지원의 2가지로 구분하여 지원하고 있음.
 - 선도유지제 구입비용의 지원대상은 수출물류비 지원대상 수출자 및 수출조직이며, 선도유지제 구입비용(공급가액: 부가세 제외)의 80% 지원 (지원한도는 수출자당 연간 2천만 원 이내)함.

다. 공동물류활성화

- 공동물류활성화 지원은 주요 수출항로별 공동물류를 담당하는 물류전문업체를 선정하여 물량 규모화에 따른 수출업체의 해상운임 절감을 도모하는데 목적이 있음.
- 지원대상은 한국산 농수산물 수출업체이나, 현행 수출물류비를 지원받는 수산 및 임산물, 대기업은 지원대상에서 제외함.
 - 운송물량 규모화에 따른 할인된 해상운임 제공, 공동물류 참여 수출업체에 대해 국내 발생분 THC(Terminal Handling Charge) 등을 지원하며, 수출업체의 수요가 높은 5개 해상 노선이 대상임¹⁸.

2.2.5. 금융보험

가. 환변동보험 및 농수산물수출보험

- 본 사업은 환율변동, 농산물 수출보험 가입비를 지원함으로써 수출업체의 안정적 경영에 기여하는데 목적이 있음.
- 지원대상은 수출물류비 지원업체 중 환변동보험 및 단기수출보험 가입한 자이며, 보험 가입 시 자부담분을 납부해 주고 있음.

¹⁸ 2012년 기준 운용노선은 부산-도쿄, 부산-오사카, 부산-시모노세키, 부산-기룡, 부산-LA임.

표 3-16. 환변동보험 및 농수산물 수출보험 지원 내역

	환변동 보험료	단기수출보험
지원대상	선물환 및 범위제한 선물환 가입비	선적후 일반수출거래, 농수산물패키지 가입비
지원비율	선물환 100%, 범위제한선물환 90%	
지원한도	10백만원 한도	
지원방법	보험 가입 시 지원(가입 시 자부담분 납부)	
지급제외	한국무협협회 또는 지자체 등에서 보험가입비 지원을 받은 경우	
사후관리	보험가입 이후 가입액 대비 수출실적 미달 시 미달비율에 해당하는 지원액 회수 * 회수대상액=[1-(수출실적/보험가입액)]×보험료 지원액	

자료: 한국농수산물유통공사.

나. 우수 농식품 구매지원

- 우수 농식품 구매지원의 대상은 국내산 농식품 수출실적이 있거나 수출계획이 있는 업체이며, 이들 업체의 경영 안정 도모에 목적이 있음.
- 지원은 융자이며, 금리는 농업인(생산자 단체 포함) 연 3%, 비농업인(일반업체 등) 연 4%로 대출기간은 1년 이내임.
 - 지원비율은 총 사업비의 90% 이내(자부담 10% 이상)이며, 지원용도는 원료·부자재 구입, 저장·가공 등 운영자금 중심임.

2.3. 수출지원사업별 집행 실적

- 농식품 수출지원사업별 집행 실적을 살펴보면, 전체 집행액은 2000년 275억 원에서 2011년 693억 원으로 2.5배 증가하였음.
 - 해외시장개척사업은 동년 84억 원에서 298억 원으로 3.5배 증가하였으며, 농축산물판매촉진사업은 191억 원에서 395억 원으로 2.1배 증가한 것으로 나타나 해외시장개척사업 규모의 증가율이 더 높음.

- 특히, 수출물류비 지원사업은 최근 300억 원 내외로 정체 내지 축소되고 있지만, 수출실적은 크게 늘어 kg당 지원액은 매년 감소하고 있음을 알 수 있음.

표 3-17. 농식품 수출지원사업 세부항목별 집행 실적 추이

단위: 백만 원

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1. 해외시장개척사업	8,440	12,680	12,663	13,346	17,643	23,332	27,590	29,812	31,420
□ 농식품 수출기반 조성	1,052	1,929	2,586	1,805	2,177	3,408	4,138	4,159	1,790
• 수출선도조직 육성	-	-	-	-	-	1,668	1,833	1,455	-
• 수출전문인력 육성	-	-	-	-	-	414	-	-	-
• 수출컨설팅 등	251	497	1,086	469	642	-	-	-	-
• 수출안전성 관리(GAP)	-	120	-	0	127	119	154	139	-
• 해외시장정보 인프라 구축	801	1,312	1,500	1,336	1,408	1,207	1,305	1,536	1,560
• 국내 수출의욕 고취	-	-	-	-	-	-	261	199	230
• 우수지자체 인센티브 지원	-	-	-	-	-	-	585	830	-
□ 수출성장동력 확충	513	596	1,444	845	2,343	3,817	4,688	3,383	7,292
• 식재료 수출활성화 사업	-	-	-	-	-	1,307	838	-	-
• 수출유망품목육성 사업	117	596	549	804	1,768	1,143	1,083	1,585	1,700
• 포장디자인 개발	396	-	-	-	-	-	-	-	-
• 공동브랜드 관리운영	-	-	895	41	502	916	844	200	252
• 품목별 공동마케팅 지원	-	-	-	-	73	451	1,426	1,598	3,340
• 신규시장 개척 지원	-	-	-	-	-	-	398	-	-
• 지리적표시특산물 수출활성화	-	-	-	-	-	-	99	-	-
• 해외물류기반구축	-	-	-	-	-	-	-	-	2,000
□ 해외마케팅 사업	6,875	10,155	8,633	10,696	13,123	16,107	18,764	22,270	22,338
• 국제박람회참가 지원	3,010	3,694	3,834	3,732	5,205	6,945	7,660	6,987	6,550
• 유통업체연계 판촉행사	51	1,449	1,063	1,552	1,662	2,287	3,448	5,125	5,540
• 지자체연계 판촉행사	-	-	-	467	286	440	506	382	1,000
• 해외상설매장 설치·운영	582	16	-	-	-	-	-	-	-
• 바이어 거래알선	295	131	219	329	229	291	674	1,099	1,310
• 해외 홍보마케팅	2,937	4,865	3,517	4,616	5,741	6,144	6,476	7,896	6,828
• 수출여건변화 대응 마케팅	-	-	-	-	-	-	-	781	1,110
2. 농축산물관매촉진사업	19,081	28,882	28,804	28,606	32,684	41,277	41,535	39,458	40,972
• 수출물류비 지원	19,081	26,266	26,764	28,049	31,561	39,743	39,373	35,455	31,078
• 수출인프라 강화	-	2,616	2,040	557	1,123	1,534	2,162	4,003	9,894
계	27,521	41,562	41,467	41,952	50,327	64,609	69,125	69,270	72,392

주: 2012년은 계획임.

자료: 한국농수산물유통공사.

3. 수출지원사업의 이용 실태

3.1. 조사개요

- 현재 정부의 다양한 농식품 수출지원사업이 현장에서 어떻게 활용되고 있는지 이용 실태를 파악하기 위해 농식품 수출농가 및 수출업체 설문조사를 실시하였음.
- 농식품 수출농가 설문조사는 2012년 정부지정 원예전문생산단지에 소속된 농가를 대상으로 실시하였으며, 소속 농가 리스트는 원예생산단지 대표자 조사를 통해 확보하였음.¹⁹
 - 확보된 원예전문생산단지 소속 농가는 총 1,255농가로 이를 대상으로 우편 설문조사하였으며, 총 145농가가 응답하여 회수율은 11.6%로 나타났음.
 - 조사대상 원예전문생산단지 소속 수출농가의 평균 연령은 55세이며, 재배경력은 17년으로 평균 5,000평 정도의 규모를 재배하고 있는 것으로 조사되었음.

표 3-18. 조사대상 원예전문생산단지 소속 수출농가 개요

	연령(세)	재배경력(년)	재배면적(평)
평균	55.1	17.0	4,994

자료: 수출농가 조사결과.

- 수출업체는 한국농수산물유통공사에서 제공한 455업체 가운데 중복되는 업체를 제외하였으며, 이를 채소(버섯 포함), 과일, 화훼, 축산, 가공으로 재

¹⁹ 2012년 현재 정부지정 원예전문생산단지는 채소류 60개소, 과실류 50개소, 화훼류 474개소 등 총 154개소임.

분류하였음.

- 재분류 결과, 채소 74업체, 과일 55업체, 화훼 22업체, 축산 26업체, 가공 81업체 등 총 258업체가 조사대상으로 선정되었으나, 수출실적이 많지 않은 업체는 제외하고 비교적 수출 규모가 큰 183업체를 대상으로 하였음.²⁰
- 수출업체 조사는 코리아데이터네트워크(KDN)사가 E-Mail, Fax, 전화조사 등의 방법을 통해 조사 대행하였으며, 183업체 가운데 130업체가 응답하여 응답률은 71.0%임.

○ 조사대상 농식품 수출업체의 대표자 연령은 평균 53.8세이며, 수출업무 경력은 13.9년으로 조사되었음.

- 평균 자본금은 38.8억 원, 종업원 수는 108.5명으로서²¹ 평균 매출액은 555.8억 원이며, 이중 농식품 수출비중은 평균 64.5%를 차지하고 있음.

표 3-19. 조사대상 농식품 수출업체 개요

	대표자 연령			대표자 수출업무 경력			자본금				
	50세 미만	50~59세	60세 이상	10년 미만	10~20년	20년 이상	2억 원 미만	2억~10억 원	10억 원 이상		
비중	34.6	33.1	32.3	28.3	47.2	24.4	27.8	38.9	33.3		
	종업원 수			매출액(2011년)			영업형태				
	5명 미만	5~50명 미만	50명 이상	20억 원 미만	20억~100억 원 미만	100억 원 이상	영농조합법인	농업수출회사법인	지역농협	전문수출업체	기타
비중	31.5	43.1	25.4	26.4	40.0	33.6	10.8	13.8	4.6	50.8	20.0

자료: 수출업체 조사결과.

20 수출업체의 수출액 규모별로 상위에 속해 있는 업체를 조사대상으로 설정하였기 때문에 수출지원제도 이용 실태 분석결과는 보다 신뢰성이 높을 것으로 판단됨.

21 수출업체의 종업원 수가 108.5명으로 많은 것은 대상FNF, NH무역, 경남무역, 대농농협 등 기업체와 지자체 출자회사, 농협 등이 포함되어 있을 뿐만 아니라 비교적 수출실적이 많은 업체를 조사대상으로 선정하였기 때문이며, 전체 수출업체들의 종업원 수는 이보다 훨씬 적을 것으로 판단됨.

- 조사대상 수출업체의 영업형태는 영농조합법인이 10.8%, 농업수출회사 법인 13.8%, 지역(품목) 농협 4.6%, 전문수출업체(무역회사) 50.8% 등으로 나타나 전문 수출업체 비중이 가장 높은 것으로 나타남.
- 수출지원사업의 이용 실태는 수출농가와 관련된 사업과 수출업체 관련 사업으로 구분하여 인지도, 기여도, 이용도, 만족도 등을 파악하였음.
 - 단, 이용 실태 파악을 위한 설문 조사는 농가의 경우 회수율이 낮고, 수출업체는 비교적 일정 규모 이상의 수출실적이 있는 업체를 대상으로 했기 때문에 지원 받아 본 경험 등의 조사결과는 실제치와 다르다는 점을 염두해 두어야 함.

3.2. 이용 실태 분석

3.2.1. 수출농가 관련 지원사업

- 수출농가와 관련된 대표적인 지원사업은 원예전문생산단지지원, 수출전문인력육성, 잔류농약검사비지원의 세 가지 정도이며, 이들 사업별로 인지도, 활용도, 만족도 등을 조사하였음.

가. 원예전문생산단지지원

- 조사 수출농가 가운데 56.8%는 원예전문생산단지지원 사업에 대해 대체로 인지하고 있으며, 농가의 70% 이상은 본 사업이 수출에 도움이 된 것으로 평가하고 있어 상당히 긍정적인 반응을 나타내고 있음.
- 원예전문생산단지지원사업을 이용한 경험이 있는 수출농가는 72.3%로 상당히 높은 편이며, 경험이 있는 농가의 만족도는 보통이 가장 높은 가운데, 만족 이상의 비중이 30.2%로 불만족 24.4%보다는 다소 높음.

표 3-20. 수출농가의 원예전문생산단지지원사업 인지도 및 기여도 평가
단위: %

	전혀 모른다	자세히 모른다	보통	대체로 안다	매우 잘 안다	계
인지도	7.3	22.0	13.8	38.5	18.3	100.0
	전혀 도움안됨	별 도움 안됨	보통	조금 도움 됨	매우 도움 됨	계
기여도	4.8	8.6	16.2	28.6	41.9	100.0

자료: 수출농가 조사결과.

표 3-21. 수출농가의 원예전문생산단지지원사업 이용도 및 만족도 평가
단위: %

	이용도			만족도					
	경험 있음	경험 없음	계	매우 불만	불만	보통	만족	매우 만족	계
구성비	72.3	27.7	100.0	9.3	15.1	45.3	15.1	15.1	100.0

자료: 수출농가 조사결과.

나. 수출전문인력육성

- 수출농가의 44.7%는 수출전문인력육성사업에 대해 대체로 알거나 매우 잘 알고 있어 인지도는 높지 않은 편이므로 지원사업의 효과 제고를 위해서는 인지도 향상을 위한 노력이 요구됨.
 - 그럼에도 불구하고 80% 이상의 농가는 이 사업이 수출확대에 기여하고 있는 것으로 평가하고 있음.

표 3-22. 수출농가의 수출전문인력육성사업 인지도 및 기여도 평가
단위: %

	전혀 모른다	자세히 모른다	보통	대체로 안다	매우 잘 안다	계
인지도	13.6	34.0	7.8	30.1	14.6	100.0
	전혀 도움안됨	별 도움 안됨	보통	조금 도움 됨	매우 도움 됨	계
기여도	2.1	8.2	16.5	29.9	43.3	100.0

자료: 수출농가 조사결과.

○ 수출농가의 과반 이상은 수출전문인력육성사업을 이용한 경험이 없는 것으로 조사되었는데, 이는 낮은 인지도와 관련이 큰 것으로 판단됨.

- 이 제도를 이용해 본 경험이 있는 수출농가의 만족도는 대체로 보통이 42.9%로 가장 높으며, 만족 이상의 비중은 31.2%로 나타남.

표 3-23. 수출농가의 수출전문인력육성사업 이용도 및 만족도 평가

단위: %

	이용도			만족도					
	경험 있음	경험 없음	계	매우 불만	불만	보통	만족	매우 만족	계
구성비	44.2	55.8	100.0	7.8	18.2	42.9	20.8	10.4	100.0

자료: 수출농가 조사결과.

다. 잔류농약검사비지원

○ 정부의 잔류농약검사비지원이 수출에 기여한 것으로 평가하는 수출농가의 비중은 70.7%인데 비해 수출농가의 47.4%가 이 사업을 인지하고 있는 것으로 나타나 보다 적극적인 홍보가 필요함.

표 3-24. 수출농가의 잔류농약검사비지원사업 인지도 및 기여도 평가

단위: %

	전혀 모른다	자세히 모른다	보통	대체로 안다	매우 잘 안다	계
인지도	14.1	28.3	9.1	34.3	14.1	100.0
	전혀 도움 안됨	별 도움 안됨	보통	조금 도움 됨	매우 도움 됨	계
기여도	4.0	12.1	13.1	28.3	42.4	100.0

자료: 수출농가 조사결과.

○ 잔류농약검사비지원의 수출농가 인지도가 낮아 이 제도를 이용한 경험이 있는 수출농가는 44.0%로 나타났으며, 이용해 본 농가의 39.2%는 대체로 만족 이상으로 평가하고 있음.

표 3-25. 수출농가의 잔류농약검사비지원사업 이용도 및 만족도 평가

단위: %

	이용도			만족도					
	경험 있음	경험 없음	계	매우 불만	불만	보통	만족	매우 만족	계
구성비	44.0	56.0	100.0	4.1	20.3	36.5	28.4	10.8	100.0

자료: 수출농가 조사결과.

- 이상의 조사결과를 종합해 보면, 수출농가와 관련된 정부의 지원사업에 대한 인지도는 50% 내외로 조사되었지만, 농가의 70% 이상은 해당 지원사업이 수출에 도움이 된 것으로 평가하고 있어 상당히 긍정적인 반응을 나타내고 있음.
 - 반면, 원예전문생산단지지원사업을 제외하면 이용률이 과반 이하로 나타났다는데, 이는 지원제도에 대한 인지도와도 무관하지 않으므로 관련 제도의 인지도 향상 노력이 요구됨.

3.2.2. 수출업체 관련 지원사업

- 수출업체와 관련된 지원사업은 다양하지만, 공동물류활성화사업과 농식품 물류효율화컨설팅사업은 2012년 신규 시범사업으로 참여업체가 극히 제한적인 상태이며, 해외공동물류센터의 경우도 사업 대상자가 해외바이어(국내 수출업체 현지법인 포함) 중심이기 때문에 조사 항목에서는 제외시켰음.
- 이러한 사업을 제외하고 13개 지원사업에 대해 인지도, 활용도, 만족도 등을 조사하였으며, 그 결과는 생산조직, 안전관리, 시장개척, 물류지원, 금융보험으로 구분하여 부류별로 정리하였음.

가. 생산조직

- 수출유망품목육성사업은 수출업체의 54.6%가 대체로 인지하고 있는 가운데

데, 부류별로는 과일 수출업체의 인지도가 72.7%로 가장 높은 반면, 화훼 수출업체는 38.5%로 낮음.

- 화훼는 장미, 국화, 백합, 선인장 등 주요 수출품목이 고정적인 구조를 유지하고 있으나, 과일은 단감이나 감귤 등 새로운 수출유망 품목의 수출이 시도되고 있기 때문으로 판단됨.
- 수출선도조직에 대해 대체로 잘 알고 있는 수출업체는 평균 63.8%로 나타났으며, 부류별로는 채소, 과일, 화훼 수출업체의 인지도가 각각 74.4%, 84.1%, 84.3%로 평균보다 상당히 높음.
- 이는 수출선도조직이 파프리카, 딸기, 사과, 장미 등 농산물 중심으로 지원되었기 때문임.²²
 - 반면, 가공의 경우 김치만 선도조직으로 선정됨에 따라 가공품 수출업체의 수출선도조직 인지도는 41.9%로 매우 낮은 것으로 조사되었음.

표 3-26. 수출업체의 생산조직 관련 수출지원사업 인지도 평가

단위: %

		전혀 모른다	자세히 모른다	보통	대체로 안다	매우 잘 안다	계
수출유망 품목육성	채소	14.0	16.3	14.0	37.2	18.6	100.0
	과일	4.5	15.9	6.8	50.0	22.7	100.0
	화훼	30.8	15.4	15.4	23.1	15.4	100.0
	가공	16.1	17.7	12.9	30.6	22.6	100.0
	평균	14.6	18.5	12.3	36.9	17.7	100.0
수출선도 조직육성	채소	9.3	11.6	4.7	25.6	48.8	100.0
	과일	2.3	9.1	4.5	43.2	40.9	100.0
	화훼	-	15.4	-	30.8	53.8	100.0
	가공	24.2	22.6	11.3	24.2	17.7	100.0
	평균	13.8	15.4	6.9	31.5	32.3	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.
자료: 수출업체 조사결과.

22 표 3-11 참조.

- 수출유망품목육성사업의 수출에 대한 기여도는 55.4%, 수출선도조직육성은 58.7%로 인지도와 비슷하거나 다소 낮은 것으로 조사되었는데, 이는 관련 지원사업의 대상 수출업체가 일부 제한적이기 때문으로 판단됨.

표 3-27. 수출업체의 생산조직 관련 수출지원사업 기여도 평가

단위: %

		전혀 도움안됨	별 도움 안됨	보통	조금 도움 됨	매우 도움 됨	계
수출유망 품목육성	채소	5.0	10.0	30.0	27.5	27.5	100.0
	과일	-	21.6	24.3	24.3	29.7	100.0
	화훼	-	16.7	16.7	41.7	25.0	100.0
	가공	5.7	5.7	28.3	24.5	35.8	100.0
	평균	3.6	13.4	27.7	28.6	26.8	100.0
수출선도 조직육성	채소	5.1	7.7	20.5	20.5	46.2	100.0
	과일	15.4	10.3	10.3	28.2	35.9	100.0
	화훼	8.3	8.3	8.3	25.0	50.0	100.0
	가공	9.4	7.5	35.8	22.6	24.5	100.0
	평균	10.5	8.8	21.9	25.4	33.3	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

- 조사대상 수출업체 가운데 수출유망품목육성사업을 이용한 경험이 있는 비중은 평균 28.5%이며, 부류별 수출업체 비중도 23~33% 정도로 나타나 높지 않은 편임.
 - 이용도는 전반적으로 높지 않지만, 이용 경험이 있는 수출업체의 67.5%가 만족 이상으로 평가하고 있어 만족도는 높음.
 - 부류별로는 화훼 수출업체의 경우 만족하지 않은 비중이 타 부류에 비해 상당히 높은 반면, 가공품 수출업체의 만족도 비중(75.0%)이 가장 높은 특징을 지니고 있음.
- 수출업체의 수출선도조직 이용도는 평균 36.2%로 나타났으며, 이용 경험이 있는 수출업체의 만족도는 78.7%로 매우 높은 편임.²³

- 이는 선도조직으로 선정될 경우 추가적인 인센티브 지원 등이 따르기 때문으로 판단됨.

표 3-28. 수출업체의 생산조직 관련 수출지원사업 이용도 및 만족도 평가

단위: %

		이용도			만족도					
		경험 있음	경험 없음	계	매우 불만	불만	보통	만족	매우 만족	계
수출유망 품목육성	채소	32.6	67.4	100.0	7.1	-	35.7	42.9	14.3	100.0
	과일	29.5	70.5	100.0	-	-	46.2	30.8	23.1	100.0
	화훼	23.1	76.9	100.0	33.3	-	66.7	-	-	100.0
	가공	38.7	61.3	100.0	4.2	-	20.8	37.5	37.5	100.0
	평균	28.5	71.5	100.0	5.4	-	27.0	37.8	29.7	100.0
수출선도 조직육성	채소	53.5	46.5	100.0	8.7	-	13.0	43.5	34.8	100.0
	과일	47.7	52.3	100.0	4.8	4.8	14.3	47.6	28.6	100.0
	화훼	46.2	53.8	100.0	16.7	-	-	50.0	33.3	100.0
	가공	19.4	80.6	100.0	8.3	-	16.7	33.3	41.7	100.0
	평균	36.2	63.8	100.0	4.3	2.1	14.9	40.4	38.3	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

나. 안전관리

- 수출업체의 평균 51.9%는 잔류농약검사비지원사업에 대해 인지하고 있으며, 부류별로 인지도의 차이가 큰 특징을 보이고 있음.

- 채소와 과일 수출업체의 본 사업 인지도는 각각 69.7%, 75.0%로 평균 이상으로 높은데 비해 가공품 수출업체는 39.4%로 상대적으로 낮은 것으로 나타남.

23 수출선도조직은 19개소가 선정되어 있지만, 최근 연합 참여하는 업체가 확대되어 실제 참여 업체는 60개소 이상임. 그렇지만 전체 수출업체 중 선도조직으로 선정된 업체 비중은 낮기 때문에 본 연구의 이용도 36.2%는 과다 계상되었을 가능성이 높음. 이는 조사 대상 수출업체가 비교적 규모가 큰 업체로 수출선도조직 참여 업체가 상당수 포함되어 있기 때문임.

- 이는 파프리카나 사과, 배 등은 수출하기 위해 일본 및 대만의 안전성관리제도 기준에 적합한 농약을 사용해야 하는 등²⁴ 식물검역 등 신선농산물의 특성이 반영된 결과임.

표 3-29. 수출업체의 안전관리 관련 수출지원사업 인지도 평가

단위: %

		전혀 모른다	자세히 모른다	보통	대체로 안다	매우 잘 안다	계
잔류농약 검사비 지원	채소	16.3	7.0	7.0	20.9	48.8	100.0
	과일	11.4	6.8	6.8	29.5	45.5	100.0
	화훼	7.7	23.1	15.4	23.1	30.8	100.0
	가공	21.3	18.0	21.3	19.7	19.7	100.0
	평균	17.8	14.7	15.5	21.7	30.2	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.
자료: 수출업체 조사결과.

- 잔류농약검사비지원사업이 수출확대에 기여하였다고 판단하는 수출업체는 평균 62.1%로 인지도에 비해 높아 긍정적 평가를 얻고 있음.

표 3-30. 수출업체의 안전관리 관련 수출지원사업 기여도 평가

단위: %

		전혀 도움안됨	별 도움 안됨	보통	조금 도움 됨	매우 도움 됨	계
잔류농약 검사비 지원	채소	5.0	7.5	20.0	22.5	45.0	100.0
	과일	2.6	2.6	15.4	33.3	46.2	100.0
	화훼	9.1	-	36.4	27.3	27.3	100.0
	가공	1.9	11.3	34.0	22.6	30.2	100.0
	평균	2.7	7.2	27.9	27.0	35.1	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.
자료: 수출업체 조사결과.

24 각주 15 참조.

- 수출업체 가운데 잔류농약검사비지원을 받아 본 경험이 있는 비중은 평균 24.8%이며, 채소와 과일 수출업체는 평균보다 높은 42~46% 내외의 이용도를 보이고 있음.
 - 이용 경험 수출업체의 만족도는 71.9%가 만족 이상으로 답변하였으며, 이용도가 높은 채소와 과일 수출업체의 만족도가 72~80%로 높게 나타났다.

표 3-31. 수출업체의 안전관리 관련 수출지원사업 이용도 및 만족도 평가
단위: %

		이용도			만족도					
		경험 있음	경험 없음	계	매우 불만	불만	보통	만족	매우 만족	계
잔류농약 검사비 지원	채소	41.9	58.1	100.0	5.6	5.6	16.7	38.9	33.3	100.0
	과일	45.5	54.5	100.0	-	5.0	15.0	35.0	45.0	100.0
	화훼	15.4	84.6	100.0	-	-	-	50.0	50.0	100.0
	가공	13.1	86.9	100.0	25.0	-	25.0	25.0	25.0	100.0
	평균	24.8	75.2	100.0	6.3	3.1	18.8	34.4	37.5	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

다. 시장개척

- 시장개척 관련 수출지원제도 가운데 인지도가 가장 높은 사업은 국제박람회지원(77.6%)이며, 다음이 바이어거래알선(71.3%) 등의 순으로 조사되었음.
 - 반면, 수출브랜드해외상표등록 및 해외인증제도등록지원의 경우 알고 있는 수출업체는 40%대로 낮은 상황임.
 - 이는 국내 상당수의 농식품 수출업체 규모가 영세하여 해외에 상표를 등록하거나 해외인증제도를 취득할 수 있는 업체가 많지 않기 때문으로 판단됨.

표 3-32. 수출업체의 시장개척 관련 수출지원사업 인지도 평가

단위: %

		전혀 모른다	자세히 모른다	보통	대체로 안다	매우 잘안다	계
해외유통 업체연계 판촉행사	채소	9.5	11.9	11.9	31.0	35.7	100.0
	과일	2.3	7.0	4.7	34.9	51.2	100.0
	화훼	15.4	15.4	7.7	30.8	30.8	100.0
	가공	12.9	9.7	12.9	27.4	37.1	100.0
	평균	10.9	9.3	12.4	31.8	35.7	100.0
국제박람회 참가지원	채소	4.8	7.1	26.2	23.8	38.1	100.0
	과일	2.3	4.7	7.0	34.9	51.2	100.0
	화훼	-	7.7	-	38.5	53.8	100.0
	가공	4.9	1.6	9.8	32.8	50.8	100.0
	평균	4.7	4.7	13.2	32.6	45.0	100.0
마이어 거래알선	채소	14.3	-	19.0	26.2	40.5	100.0
	과일	4.7	4.7	11.6	25.6	53.5	100.0
	화훼	7.7	7.7	23.1	7.7	53.8	100.0
	가공	9.7	6.5	11.3	37.1	35.5	100.0
	평균	10.1	5.4	13.2	31.8	39.5	100.0
수출브랜드 해외상표 등록	채소	23.8	19.0	28.6	16.7	11.9	100.0
	과일	9.3	20.9	18.6	34.9	16.3	100.0
	화훼	23.1	7.7	23.1	23.1	23.1	100.0
	가공	24.2	21.0	16.1	24.2	14.5	100.0
	평균	22.5	20.2	17.1	24.8	15.5	100.0
해외인증 제도 등록지원	채소	27.5	17.5	27.5	20.0	7.5	100.0
	과일	19.0	14.3	21.4	35.7	9.5	100.0
	화훼	30.8	15.4	23.1	7.7	23.1	100.0
	가공	24.2	17.7	14.5	29.0	14.5	100.0
	평균	24.4	18.1	15.7	29.1	12.6	100.0
공동브랜드 휘모리관리	채소	14.0	16.3	16.3	23.3	30.2	100.0
	과일	4.5	11.4	11.4	43.2	29.5	100.0
	화훼	7.7	7.7	15.4	23.1	46.2	100.0
	가공	22.6	22.6	16.1	19.4	19.4	100.0
	평균	16.2	17.7	13.1	28.5	24.6	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

- 시장개척 관련 수출지원사업의 인지도 대비 수출 기여도를 살펴보면, 대부분의 사업들이 인지도보다 기여도가 낮은 것을 알 수 있음.

표 3-33. 수출업체의 시장개척 관련 수출지원사업 기여도 평가

단위: %

		전혀 도움안됨	별 도움 안됨	보통	조금 도움 됨	매우 도움 됨	계
해외유통 업체연계 판촉행사	채소	5.1	10.3	23.1	28.2	33.3	100.0
	과일	5.0	10.0	10.0	25.0	50.0	100.0
	화훼	8.3	-	25.0	41.7	25.0	100.0
	가공	1.8	1.8	30.9	21.8	43.6	100.0
	평균	4.3	6.0	28.4	23.3	37.9	100.0
국제박람회 참가지원	채소	2.5	7.5	25.0	32.5	32.5	100.0
	과일	-	-	15.0	45.0	40.0	100.0
	화훼	-	-	8.3	33.3	58.3	100.0
	가공	1.7	3.4	16.9	32.2	45.8	100.0
	평균	1.7	2.5	20.8	35.0	40.0	100.0
바이어 거래알선	채소	2.6	7.7	23.1	20.5	46.2	100.0
	과일	-	3.0	5.0	10.0	22.0	100.0
	화훼	-	-	16.7	41.7	41.7	100.0
	가공	3.5	5.3	21.1	29.8	40.4	100.0
	평균	2.6	5.2	21.6	27.6	43.1	100.0
수출브랜드 해외상표 등록	채소	5.4	5.4	40.5	24.3	24.3	100.0
	과일	8.6	2.9	37.1	34.3	17.1	100.0
	화훼	9.1	-	27.3	36.4	27.3	100.0
	가공	-	-	80.0	20.0	-	100.0
	평균	4.7	2.8	43.9	27.1	21.5	100.0
해외인증 제도 등록지원	채소	2.9	8.6	45.7	28.6	14.3	100.0
	과일	2.8	11.1	41.7	33.3	11.1	100.0
	화훼	-	-	45.5	36.4	18.2	100.0
	가공	5.9	5.9	43.1	19.6	25.5	100.0
	평균	3.8	7.5	43.4	26.4	18.9	100.0
공동브랜드 휘모리관리	채소	7.9	13.2	36.8	26.3	15.8	100.0
	과일	10.5	15.8	28.9	31.6	13.2	100.0
	화훼	8.3	-	33.3	25.0	33.3	100.0
	가공	11.8	7.8	51.0	13.7	15.7	100.0
	평균	9.9	11.7	40.5	21.6	16.2	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

- 대표적인 사업인 국제박람회지원과 바이어거래알선 사업의 인지도는 68~78%인데 비해 수출확대 기여도는 71~75%로 오히려 낮은 특징을 보

이고 있음.

- 특히, 공동브랜드휘모리관리의 경우 인지도는 53.1%로 나타났으나, 수출에의 기여도는 37.8%로 상당히 낮아 많은 수출업체가 이 사업을 긍정적으로 평가하지 않는 것으로 추론됨.
- 시장개척 관련 수출지원사업을 이용해 본 경험이 있는 수출업체 비중은 국제박람회참가지원이 60.5%로 가장 높으며, 다음이 바이어거래알선 47.3%, 해외유통업체연계관촉행사 43.8%로 나타나 업체의 인지도 순서와 크게 다르지 않은 것으로 조사되었음.
- 인지도가 가장 낮은 사업으로 평가되는 수출브랜드해외상표등록과 해외인증제도등록지원은 이용도가 각각 10.1%, 8.7%로 타 사업에 비해 상당히 낮은 편임.
 - 공동브랜드휘모리관리도 이용도는 15.5%로 낮는데, 이는 휘모리 대상품목 및 선정 업체가 많지 않은 사업의 특성 때문임.
- 시장개척과 관련된 수출지원사업을 이용한 수출업체의 상당수는 해당 사업이 농식품 수출에 기여한 것으로 평가하고 있어 만족도는 75~83% 내외로 나타나고 있음.
- 다만, 공동브랜드휘모리관리의 경우 본 사업을 지원받은 수출업체의 50%만이 만족하고 있어 사업의 만족도 제고를 위한 방안 마련이 필요할 것으로 판단됨.

라. 물류지원

- 농식품 수출지원제도 가운데 수출물류비지원의 경우 수출업체 조사에서 인지도가 89.3%로 가장 높은 것으로 조사되어 대표적인 수출지원제도로 자리 잡고 있음.

표 3-34. 수출업체의 시장개척 관련 수출지원사업 이용도 및 만족도 평가

단위: %

		이용도			만족도					
		경험 있음	경험 없음	계	매우 불만	불만	보통	만족	매우 만족	계
해외유통 업체연계 판촉행사	채소	39.5	60.5	100.0	-	5.9	17.6	52.9	23.5	100.0
	과일	56.8	43.2	100.0	-	4.2	8.3	41.7	45.8	100.0
	화훼	38.5	61.5	100.0	20.0	-	-	60.0	20.0	100.0
	가공	48.4	51.6	100.0	-	-	13.8	24.1	62.1	100.0
	평균	43.8	56.2	100.0	1.9	1.9	13.0	33.3	50.0	100.0
국제 박람회 참가지원	채소	52.4	47.6	100.0	-	-	31.8	40.9	27.3	100.0
	과일	62.8	37.2	100.0	-	-	14.8	37.0	48.1	100.0
	화훼	61.5	38.5	100.0	-	-	12.5	37.5	50.0	100.0
	가공	74.2	25.8	100.0	-	2.2	17.4	32.6	47.8	100.0
	평균	60.5	39.5	100.0	-	1.3	21.8	33.3	43.6	100.0
바이어 거래알선	채소	44.2	55.8	100.0	-	-	36.8	47.4	15.8	100.0
	과일	59.1	40.9	100.0	-	-	32.0	40.0	28.0	100.0
	화훼	41.7	58.3	100.0	-	-	20.0	60.0	20.0	100.0
	가공	51.6	48.4	100.0	-	3.1	21.9	50.0	25.0	100.0
	평균	47.3	52.7	100.0	-	1.7	23.3	48.3	26.7	100.0
수출 브랜드 해외상표 등록	채소	4.7	95.3	100.0	-	-	50.0	50.0	-	100.0
	과일	11.4	88.6	100.0	-	-	40.0	40.0	20.0	100.0
	화훼	7.7	92.3	100.0	-	-	-	100.0	-	100.0
	가공	11.5	88.5	100.0	-	-	14.3	28.6	57.1	100.0
	평균	10.1	89.9	100.0	-	-	23.1	38.5	38.5	100.0
해외인증 제도 등록지원	채소	4.9	95.1	100.0	-	-	50.0	-	50.0	100.0
	과일	9.5	90.5	100.0	-	25.0	25.0	25.0	25.0	100.0
	화훼	-	100.0	100.0	-	-	-	-	-	100.0
	가공	11.3	88.7	100.0	-	-	28.6	-	71.4	100.0
	평균	8.7	91.3	100.0	-	9.1	27.3	9.1	54.5	100.0
공동 브랜드 휘모리 관리	채소	16.3	83.7	100.0	14.3	-	57.1	-	28.6	100.0
	과일	23.3	76.7	100.0	20.0	10.0	40.0	10.0	20.0	100.0
	화훼	23.1	76.9	100.0	33.3	-	-	-	66.7	100.0
	가공	11.3	88.7	100.0	14.3	-	28.6	28.6	28.6	100.0
	평균	15.5	84.5	100.0	10.0	5.0	35.0	15.0	35.0	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

○ 반면, 물류지원 관련 사업 중의 하나인 선도유지제이용은 수출업체의 46.2%만이 대체로 잘 알고 있는 것으로 나타남.

- 이 사업의 경우 대상품목이 신선농산물과 화훼류이기 때문에 낮은 인지도에도 불구하고 과일과 화훼 수출업체는 각각 75.0%, 69.2%가 알고 있어 상대적으로 높은 인지도를 보임.

표 3-35. 수출업체의 물류지원 관련 수출지원사업 인지도 평가

단위: %

		전혀 모른다	자세히 모른다	보통	대체로 안다	매우 잘 안다	계
수출 물류비 지원	채소	2.3	2.3	7.0	18.6	69.8	100.0
	과일	2.3	-	2.3	15.9	79.5	100.0
	화훼	-	-	-	15.4	84.6	100.0
	가공	4.8	3.2	6.5	17.7	67.7	100.0
	평균	3.1	2.3	5.4	16.2	73.1	100.0
선도 유지제 이용	채소	20.9	20.9	9.3	18.6	30.2	100.0
	과일	4.5	13.6	6.8	25.0	50.0	100.0
	화훼	7.7	15.4	7.7	15.4	53.8	100.0
	가공	25.8	29.0	9.7	17.7	17.7	100.0
	평균	20.0	23.1	10.8	20.0	26.2	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

○ 수출물류비지원은 수출업체에게 주는 직접적 지원 성격이 강하기 때문에 이 사업이 수출에 기여하고 있다고 평가하는 수출업체 비중이 92.2%로 압도적으로 높은 것으로 나타남.

○ 선도유지제이용사업의 기여도는 57.4%로 인지도에 비해 높으며, 특히 과일과 화훼 수출업체가 판단하는 수출 기여도는 각각 81.5%, 90.9%로 매우 높은 것으로 조사되었음.

표 3-36. 수출업체의 물류지원 관련 수출지원사업 기여도 평가

단위: %

		전혀 도움안됨	별 도움 안됨	보통	조금 도움 됨	매우 도움 됨	계
수출 물류비 지원	채소	2.3	-	7.0	14.0	76.7	100.0
	과일	-	-	-	13.6	86.4	100.0
	화훼	-	-	7.7	7.7	84.6	100.0
	가공	3.3	-	6.7	21.7	68.3	100.0
	평균	1.6	-	6.3	15.6	76.6	100.0
선도 유지제 이용	채소	5.6	5.6	25.0	25.0	38.9	100.0
	과일	2.6	-	15.8	28.9	52.6	100.0
	화훼	-	-	9.1	18.2	72.7	100.0
	가공	5.9	5.9	43.1	19.6	25.5	100.0
	평균	4.6	3.7	34.3	22.2	35.2	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

- 수출물류비지원은 인지도만큼 이용도도 높아 전체 평균이 93.8%로 대부분의 수출업체가 지원을 받아 본 경험이 있는 것으로 나타남.
 - 선도유지제이용의 이용도는 평균 26.2%에 그치고 있으나, 과일과 화훼 수출업체의 이용도는 과반 이상은 높은 편임.
- 수출물류비지원은 대부분의 수출업체가 받고 있는 가운데, 사업의 만족도를 평가한 결과, 평균 67.2%가 만족하고 있어 인지도, 기여도, 이용도에 비해 상대적으로 상당히 낮은 편임.
 - 수출물류비지원은 향후 폐지될 것에 대비하여 매년 지원 단가를 낮추고 있는데, 이것이 수출업체의 불만사항으로 작용하였기 때문으로 판단됨.
 - 수출물류비지원의 확대 필요성을 조사한 결과, 조사대상 수출업체의 95.4%는 확대가 필요하다고 응답하고 있음.
- 반면, 선도유지제이용의 이용도는 낮지만, 이용해 본 수출업체의 만족도는 76.4%로 상당히 높은 것으로 조사되었음.

표 3-37. 수출업체의 물류지원 관련 수출지원사업 이용도 및 만족도 평가

단위: %

		이용도			만족도					
		경험 있음	경험 없음	계	매우 불만	불만	보통	만족	매우 만족	계
수출 물류비 지원	채소	97.7	2.3	100.0	4.8	7.1	33.3	33.3	21.4	100.0
	과일	100.0	-	100.0	2.3	6.8	20.5	36.4	34.1	100.0
	화훼	100.0	-	100.0	15.4	15.4	15.4	15.4	38.5	100.0
	가공	88.7	11.3	100.0	1.8	9.1	12.7	30.9	45.5	100.0
	평균	93.8	6.2	100.0	3.3	7.4	22.1	28.7	38.5	100.0
선도 유지제 이용	채소	32.6	67.4	100.0	-	-	35.7	42.9	21.4	100.0
	과일	54.5	45.5	100.0	-	-	25.0	45.8	29.2	100.0
	화훼	53.8	46.2	100.0	-	-	14.3	28.6	57.1	100.0
	가공	14.5	85.5	100.0	-	-	22.2	44.4	33.3	100.0
	평균	26.2	73.8	100.0	-	-	23.5	38.2	38.2	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

마. 금융보험

- 한국무역보험공사가 시행하고 있는 환변동보험 및 농수산물수출보험 지원의 경우 수출업체 가운데 60.5%가 인지하고 있으며, 부류별로는 화훼 수출업체의 인지도가 84.6%가 가장 높은 것으로 조사되었음.
 - 우수 농식품 구매지원은 용자사업으로 수출업체의 55.9%는 인지하고 있으며, 과일 수출업체의 인지도가 79.5%로 가장 높은 반면, 화훼 수출업체는 46.2%로 낮음.
- 환변동보험 및 농수산물수출보험과 우수 농식품 구매지원이 농식품 수출에 기여하고 있다고 판단하는 수출업체는 각각 평균 66.1%, 69.6%로 인지도에 비해 높아 이들 사업에 대해 수출업체는 비교적 긍정적 평가를 하고 있음을 알 수 있음.

표 3-38. 수출업체의 금융보험 관련 수출지원사업 인지도 평가

단위: %

		전혀 모른다	자세히 모른다	보통	대체로 안다	매우 잘안다	계
환변동 보험 및 농수산물수 출보험	채소	11.6	9.3	18.6	14.0	46.5	100.0
	과일	4.5	9.1	11.4	29.5	45.5	100.0
	화훼	7.7	7.7	-	15.4	69.2	100.0
	가공	14.8	16.4	14.8	34.4	19.7	100.0
	평균	12.4	12.4	14.7	27.9	32.6	100.0
우수 농식품 구매지원	채소	11.6	16.3	11.6	11.6	48.8	100.0
	과일	2.3	11.4	6.8	31.8	47.7	100.0
	화훼	15.4	23.1	15.4	23.1	23.1	100.0
	가공	24.6	16.4	11.5	21.3	26.2	100.0
	평균	17.1	15.5	11.6	20.2	35.7	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

표 3-39. 수출업체의 금융보험 관련 수출지원사업 기여도 평가

단위: %

		전혀 도움안됨	별 도움 안됨	보통	조금 도움 됨	매우 도움 됨	계
환변동 보험 및 농수산물수 출보험	채소	5.9	2.9	17.6	55.9	17.6	100.0
	과일	5.0	5.0	17.5	32.5	40.0	100.0
	화훼	-	-	18.2	9.1	72.7	100.0
	가공	5.6	1.9	33.3	37.0	22.2	100.0
	평균	4.5	2.7	26.8	31.3	34.8	100.0
우수 농식품 구매지원	채소	8.6	-	14.3	17.1	60.0	100.0
	과일	5.1	-	20.5	17.9	56.4	100.0
	화훼	-	-	27.3	36.4	36.4	100.0
	가공	7.7	3.8	25.0	23.1	40.4	100.0
	평균	5.4	1.8	23.2	23.2	46.4	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

- 수출업체는 환변동보험 및 농수산물수출보험이 수출에 기여를 하고 있는 것으로 판단하지만, 가입한 경험이 있는 업체는 32.6%로 정도로 낮은 편이며, 우수 농식품 구매지원의 이용도는 43.8%로 나타남.
- 이들 사업의 만족도는 각각 73.8%, 78.5%로 높아 이용한 경험이 있는 수출업체는 긍정적 평가를 하고 있다고 판단됨.

표 3-40. 수출업체의 금융보험 관련 수출지원사업 이용도 및 만족도 평가

단위: %

		이용도			만족도					
		경험 있음	경험 없음	계	매우 불만	불만	보통	만족	매우 만족	계
환변동 보험 및 농수산물수 출보험	채소	44.2	55.8	100.0	-	5.3	26.3	15.8	52.6	100.0
	과일	47.7	52.3	100.0	9.5	-	19.0	14.3	57.1	100.0
	화훼	53.8	46.2	100.0	-	14.3	14.3	14.3	57.1	100.0
	가공	23.0	77.0	100.0	-	7.1	7.1	28.6	57.1	100.0
	평균	32.6	67.4	100.0	4.8	4.8	16.7	23.8	50.0	100.0
우수 농식품 구매지원	채소	51.2	48.8	100.0	-	4.5	22.7	36.4	31.8	100.0
	과일	59.1	40.9	100.0	-	3.8	19.2	38.5	38.5	100.0
	화훼	23.1	76.9	100.0	-	33.3	33.3	-	33.3	100.0
	가공	35.5	64.5	100.0	-	-	9.1	36.4	54.5	100.0
	평균	43.8	56.2	100.0	-	3.6	17.9	32.1	46.4	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

- 이상의 수출업체 조사결과를 종합해 보면, 수출업체의 경우 업체 관련 정부의 지원사업에 대해 대체로 인지하고 있는 것으로 조사되었음.
- 이 중 수출업체와 직접적 관련이 있는 수출물류비지원의 인지도가 가장 높으며, 다음으로 국제박람회 참가지원, 바이어 거래알선 등의 순으로 인지도가 높은 것으로 나타남.
 - 반면, 수출브랜드 해외상표등록, 해외인증제도 등록지원, 선도유지제 이용의 지원사업에 대해 대체로 알고 있는 수출업체는 40%대로 인지도가 낮음.

- 수출업체와 관련된 지원사업이 수출확대에 도움이 되었는가에 대해 도움이 되었다고 응답한 업체 비중은 인지도 비율보다 대체로 높아 수출증대에 기여한 것으로 생각됨.
 - 특히, 수출물류비지원의 수출 기여도는 타 사업에 비해 월등히 높아 거의 대부분의 수출업체가 수출에 상당히 기여한 것으로 판단하고 있어 수출물류비지원 존속이 반드시 필요함.

- 수출업체의 관련 지원사업 이용도는 수출물류비지원이 압도적으로 높으며, 다음이 국제박람회 참가지원, 바이어 거래알선, 해외유통업체 연계관측행사, 운영활성화 자금지원 등의 순으로 나타남.

- 수출지원제도를 활용해 본 경험이 있는 수출업체의 제도 만족도(만족이나 매우 만족)는 상당히 높은 것으로 조사됨.
 - 특히, 인지도가 상대적으로 낮은 수출브랜드 해외상표등록, 해외인증제도 등록지원, 선도유지제 이용 사업의 경우도 지원을 받아 본 수출업체의 만족도는 크게 높아 인지도 향상으로 활용도를 제고시킬 필요가 있음.

제 4 장

농식품 수출 및 지원제도의 효과 분석과 당면 과제

1. 농식품 수출의 국내가격 지지효과²⁵

1.1. 분석모형

- 현재의 국내 경제구조 하에서 농식품의 수출이 중단되는 경우 국내 농식품 시장에 주는 교란적 영향을 분석하고자 함.
 - 시장 교란 중에서도 특히 국내 농식품 가격하락이 생산자들에게 큰 영향을 줄 것이므로 연산가능일반균형모형(computable general equilibrium model)을 이용하여 농식품의 수출이 전혀 없는 상태를 가정하여 분석함.
 - 구체적으로는 GTAP(Global Trade Analysis Project) 모형을 이용하였으며, 농업과 식품산업을 중심으로 산업을 분류하고 국가는 우리나라와 다른 국가로 분류하여 시뮬레이션을 진행함.
- GTAP 모형은 미국 정부의 지원 하에 퍼듀대학(Purdue University)에서 개발

²⁵ 가격 지지효과 분석은 전문가에게 원고의뢰(중앙대학교 진현정 교수)한 내용을 기초로 제작성하였음.

되어 끊임없는 모델의 오류 수정, 새로운 경제모형의 이용, 매년 계속되는 자료의 갱신 등으로 학계와 금융계에서 널리 인정을 받고 있는 분석방법임.

- 이 모형은 전 세계국가들을 통괄하는 응용일반균형모형으로써 기본적으로 경쟁시장과 규모의 경제 불변을 가정하며, 국가 간 무역은 아밍톤 (Armington) 가정에 바탕을 둠.
 - GTAP 모형은 다양한 종류의 경제행위를 가정할 수 있고 이로 인한 경제적 파급효과를 국내외 전반에 걸쳐 분석을 할 수 있음.
- GTAP 모형은 데이터의 전 세계적인 문서화 및 대중화, 표준화된 모형 구축, 연구자간의 연계, Web을 통한 소프트웨어, 데이터의 유포 및 공유, 연계 기관 간 연계 등을 목적으로 함.
- 관심 대상은 국제 무역협상에 따라 발생하게 되는 개별 국가에 대한 영향, 국제무역, 전 세계적인 후생 수준 등을 망라하는 것임.
 - 이러한 분석을 위해서는 대부분의 국가를 포괄하며, 가능한 모든 연관된 산업을 포괄하는 거대한 데이터베이스가 필요하므로 이러한 요구에 준하여 GTAP의 운용체계가 구축됨.
- GTAP-DB는 가계, 기업, 정부, 해외계정 등으로 구성되며, 다자간 무역, 운송, 국가와 지역별 경제변수를 연계한 행렬로 구축됨.
- 지역별 DB는 개별 국가의 산업연관표에서 도출됨.
 - GTAP-DB는 전 세계 국가를 87개 지역으로 구분하고, 각각의 국가 및 지역경제를 57개 부분에 걸친 산업으로 분류하여 5년 마다 자료가 갱신되고 있음.
 - 이러한 산업부문의 자료 이외에도 5개 부문 기본생산요소(토지, 비숙련 노동, 숙련노동, 자본, 천연자원)에 대한 자료와 중요한 거시경제자료 등도 같이 제공됨.
- 핵심 자료로서 전 세계 국가가 서로 연결되어 있는 양자 간 무역 규모, 수송,

관세 및 비관세 무역장벽에 대한 통계자료가 수록되어 있기 때문에 GTAP-DB의 주요 데이터인 무역거래는 UN의 D-시리즈 데이터에 기초하여 구축됨.

- 이는 COMTRADE(Commodity Trade) 데이터이며, UN 통계청에 의해 관리됨.
 - UN COMTRADE 데이터는 GTAP 데이터 구축의 출발점으로서 SITC (Standard International Trade Classification) 5단위 코드로 구성됨.
 - 국가 간의 무역거래가 국가별로 보고되므로 수출과 수입 데이터는 알 수 있지만, 당사국간 수출과 수입이 일치하지는 않음. 즉, 수출액은 FOB(본선인도가격) 기준이며, 수입액은 CIF(운임보험료 포함가격) 기준이므로 운임보험료 만큼의 차이가 존재함.
 - 또한, GTAP 데이터베이스에는 수입관세, 최혜국대우, 덤핑보복관세, 수입할당, 수출보조금, 수출규제 비관세장벽 등 경쟁 저해요인을 수치로 포함하고 있음.
 - 수입관세, 최혜국대우, 덤핑보복관세, 수출보조금 등은 각국에서 상품별, 국가별로 각기 다른 세율이 적용되고 있고, 이를 집계하여 데이터를 구축함.
 - 수입할당, 수출규제, 비관세장벽 등은 수치화 자체가 어렵지만, 수출규제나 비관세장벽에 의해 나타나게 되는 부분을 관세로 치환하여 평가함.
 - 즉, 특정 상품의 관세율이 "0"이고, 수입이 금지되어 있지만, 자국 상품의 국제가격이 2배 수준이면 동 상품의 관세율을 100%로 계산하는 것임.
- 국가별로 데이터의 구축 시점에서는 차이가 있지만, 산업부문 간 연관관계를 나타내는 산업연관표와 거시경제지표 역시 포괄하고 있으므로 무역뿐만 아니라 경제의 균형점을 대표하는 다양한 경제지표를 개관할 수 있음.
- 만약, 모든 데이터가 정확하게 구축되어 균형이 이루어지게 되면, 왈라스법

칙(Walras' law)에 의하여 전 세계의 저축과 투자가 균형을 이루게 됨.

- 이러한 경제의 균형점에서 외생적 충격이 주어질 경우 개별 국가뿐만 아니라 세계경제에서 상품의 수요·공급의 균형이 보장되는 다른 경제로 이동하며, 관련 통계를 산출하게 됨.
- 따라서 GTAP 모형은 국가별, 산업별 GTAP-DB를 이용하여 일반균형의 관점에서 외생적 충격의 정량평가가 가능하도록 구축된 다지역-다부문 모형임.
- 이 과정에는 경제주체의 행동 또는 선택을 결정하는 외생 파라미터(대체 탄력성, 수요의 소득탄력성, 요소가격탄력성 등)가 중요한 역할을 담당하게 됨.
 - 또한, 제약조건을 포함하여 예산제약 하에서 경제주체들이 행동하며, 가격변화에 따라 균형이 이루어지게 됨.
 - 경제주체는 지역가계와 민간가계, 정부, 생산자, 세계은행, 해외부문 등 7개 부문으로 구성됨.
- 한편, 본 연구에서 사용된 GTAP모형에 의한 시뮬레이션은 성격상 정태적 분석이며, 결과 해석에 있어서 주의할 점은 이 분석에서 얻어진 수치는 근사치로써 받아들이는 동시에 그 수치 자체보다도 그 변화의 성격에 더욱 중점을 두어야 한다는 것임.

1.2. 모형 설정

1.2.1. 국가 및 산업 분류

- 본 시뮬레이션에서는 전 세계를 우리나라와 다른 국가로 나눈 후 우리나라에서 다른 국가로의 농산물과 식품 수출이 모두 중단되었다고 가정하여 시뮬레이션을 진행함.

- 산업부문은 농산물 및 식품 산업을 중심으로 아래에 제시된 바와 같이 19개 산업부문으로 분류함.
 - ① 쌀, ② 기타곡물, ③ 과일/채소, ④ 축산/낙농, ⑤ 우유, ⑥ 임산물 부문, ⑦ 수산물 부문, ⑧ 육류/육가공제품, ⑨ 낙농제품, ⑩ 식용유, ⑪ 설탕, ⑫ 기타 식품, ⑬ 음료/담배, ⑭ 자원산업 부문(석유, 석탄, 천연가스, 기타광물), ⑮ 관광, 레저, 환경 부문, ⑯ 일반산업 부문(직물, 의류, 가죽, 목재가공, 제지, 출한, 석유정제, 화학, 금속 등), ⑰ 첨단산업 부문(자동차, 전기, 전자, 항공 우주 등), ⑱ 통신, 금융, 무역, 공공서비스 부문(통신, 금융, 보험, 이동 통신, 무역, 해운, 항만, 공공서비스, 교육 등), ⑲ 기타 일반서비스 부문(전기, 가스 공급, 상하수도, 교통, 건설, 주택)

1.2.2. 시나리오 설정

- 본 연구에서는 국내 농산물과 식품부문의 수출이 전혀 없는 경우 각 산업부문의 물가와 국가 전체경제에 미치는 영향에 대한 분석이 목적이기 때문에, 모형 상에서 농식품 부문의 수출을 영(零)의 상태로 만드는 것이 중요한 작업임.
- GTAP에서 제공하는 기본 closure를 이용하는 경우 여기에서는 수출이라는 변수가 외생화되어 있지 않기 때문에 각 산업부문의 수출변수를 이용하여 직접적으로 시뮬레이션을 진행하는 것은 어려운 상태임.
 - 이에 따라 본 연구에서는 다른 국가의 수입관세를 이용하여 우리나라에서 다른 국가로의 농식품 수출이 영(零)이 되도록 설정하였음.
 - 또한, 이는 현실적으로 타당하다고 볼 수 있는데, 현실에서 아무 경제적 충격 없이 우리나라 농식품 수출이 제로가 되는 경우를 가정하기 힘들기 때문임.
 - 관련된 농식품 부문은 전술한 산업분류 상에서 ① 쌀, ② 기타곡물, ③ 과일/채소, ④ 축산/낙농, ⑤ 우유, ⑥ 임산물 부문, ⑦ 수산물 부문, ⑧

육류/육가공제품, ⑨ 낙농제품, ⑩ 식용유, ⑪ 설탕, ⑫ 기타 식품부문의 수출을 대상으로 하였으며, ⑬ 음료/담배부문은 다소 성격이 다른 관계로 포함하지 않음.

- 이 과정에서 상당히 복잡하고 어려운 작업은 국내 농식품 수입에 대한 다른 국가들의 관세를 어느 수준으로 해야 우리나라의 농식품 수출이 영(零)이 되느냐 하는 것임.
 - 관세를 지나치게 높게 설정하면 국내 농식품의 수출만 없어지는 것이 아니라 현재의 수준에서 국내로의 해당부문 수입이 증가하는 것으로 나타나는데, 이는 순수하게 수출만 없는 경우 물가 및 경제에 미치는 영향을 살펴보는데 있어서 방해 요인으로 작용할 것임.
 - 반대로 관세를 너무 낮게 설정하게 되면 수출이 계속해서 어느 정도 남아 있는 것으로 나타남.
 - 따라서 반복적인 몬테카를로 시뮬레이션(Monte Carlo simulation)을 통해 국내 12개 농식품 부문의 수출액이 영(零)이 되는 “다른 국가의 우리나라 농식품에 대한 관세 수준”을 소수점 세 자리까지 파악함.

1.3. 분석 결과

1.3.1. 전체 경제에 미치는 영향

- 전체 국내 경제에 미치는 영향을 추정된 결과, 농식품 수출의 감소는 GDP를 0.0355% 감소시키는 것으로 나타났으며, GDP 디플레이터는 0.3554% 감소하는 것으로 분석되었음.²⁶

²⁶ GDP deflator는 명목 GDP를 실질 GDP로 나눈 것인데 통상 그 나라 국민경제의 물가 수준을 나타냄. GDP는 모든 경제활동단계에서 산출된 부가가치를 포괄하여 추

- 우리나라의 상품과 다른 나라의 상품의 교환비율을 의미하는 교역조건은 0.1449% 악화되는 것으로 나타남.²⁷
- 또한, 전체 수출액과 수입액은 각각 0.2689%와 0.3092% 감소하는 것으로 분석되었는데, 전체 수출액 감소는 농식품 부문의 수출 감소가 직접적으로 작용한 것으로 보이며, 국내 공급이 증가함에 따라 관련부문의 수입수요의 일부가 국내 제품으로 대체되어 전체 수입액 또한 감소한 것으로 판단됨.
 - 전체적으로 볼 때, 다른 모든 경제적 조건이 동일할 때 농식품 수출이 없다면 현재보다 수출입의 절대액은 당연히 감소할 뿐만 아니라 교역조건이 불리해져 결과적으로 국내총생산이 줄어드는 것으로 분석되었음.

표 4-1. 농식품의 수출 중단 시 거시경제 변화

단위: %

	변화율
GDP	-0.0355
GDP deflator	-0.3554
교역조건	-0.1449
전체 수출액 변화	-0.2689
전체 수입액 변화	-0.3092

계되므로 GDP 디플레이터는 각 물가지수와 임금·환율 등 각종 가격지수가 반영됨.

²⁷ 교역조건(terms of trade)은 한 나라의 상품과 다른 나라의 상품(또는 재화)의 교환 비율로써 일반적으로 수출상품 1단위와 교환으로 얻어지는 수입상품 단위수를 의미함. 이 지표는 수출가격 지수의 수입가격 지수에 대한 비율로써 표시됨. 이 때 수출과 수입의 가격지수의 기준연차와 비교연차는 각각 동일 연차로 함. 이 교환비율이 수출국에 유리할 경우는 수출국교역조건이 유리화, 그 반대의 경우는 수출국교역조건이 악화라고 함. 교역조건을 산정하는 목적의 하나는 무역에서 얻어지는 이익을 계량하는 데 있으나, 교역조건의 유리화 또는 악화는 무역이익의 증감과는 별개의 것임.

1.3.2. 산업부문 무역 및 생산에 미치는 영향

- 국내의 각 산업부문별 영향을 살펴보면, 수출액은 농식품 부문 모두 100% 감소하는 것으로 나타났으며, 다른 산업부문의 수출은 다소 증가하는 것으로 추정되었음.
 - 이는 농식품 부문의 수출 감소로 인해 이 부문의 수출에 이용되던 자본 및 자원이 타 부문에 활용되어 나타난 현상으로 판단됨.
- 수입액은 농식품 부문 모두에서 줄어드는 것으로 나타났으며, 타 산업부문에서는 자원산업과 첨단산업만 제외하고 역시 줄어드는 것으로 분석되었음.
 - 농식품 부문의 수입 감소는 수출 물량 감소와 해당부문 제품 가격 하락이 함께 작용하여 수입수요의 일부를 충당하기 때문으로 여겨지며, 타 부문의 수입 증감은 연관된 산업의 간접적인 효과로 볼 수 있음.

표 4-2. 농식품 수출 중단 시 각 산업부문 생산 및 무역 영향

단위: %

	수입 변화	수출 변화	국내 판매 변화	국내 생산 변화
과일/채소	-8.960	-100	1.013	-1.605
축산/낙농	-2.982	-100	1.209	0.602
우유	-12.054	-100	0.086	0.039
임산물	-0.436	-100	-0.567	-1.156
수산물	-14.147	-100	2.725	-7.103
육류/육가공제품	-6.561	-100	1.362	0.559
낙농제품	-3.402	-100	0.369	-0.171
음료/담배	-0.473	1.116	0.108	0.145
자원산업부문	0.141	1.110	0.338	0.389
관광, 레저, 환경부문	-0.502	0.898	-0.012	0.006
일반산업부문	-0.020	0.553	0.190	0.273
첨단산업부문	0.104	0.649	0.354	0.507
통신, 금융, 무역, 공공서비스부문	-0.312	0.379	-0.032	0.004
기타 일반서비스부문	-0.347	0.589	-0.012	-0.012

주: 수입액은 CIF기준, 수출액은 FOB 기준임.

- 국내 각 산업부문별 생산량 변화는 대부분의 농식품 부문이 수출 감소로 인해 생산량까지 줄어드는 것으로 나타난 반면, 축산/낙농, 우유, 육류/육가공제품 등은 생산량이 늘어나는 것으로 추정되었음.
 - 생산량이 줄어드는 부문은 감소된 수출량이 국내 수요에서 흡수되지 못해 결국에는 생산을 줄일 수밖에 없음을 의미하며, 생산이 늘어나는 부문은 수출 감소로 인화된 국내가격으로 인해 해당부문의 국내 수요가 오히려 증가하여 나타난 현상으로 볼 수 있음.

1.3.3. 산업부문 및 자원의 가격에 미치는 영향

- 국내 산업부문 및 자원 가격에 미치는 영향을 우선 생산에 활용되는 5가지 투입물(토지, 비숙련노동, 숙련노동, 자본, 천연자원)의 부문별로 나누어 계측한 결과, 5부문 모두 가격 수준이 하락하는 것으로 나타남.
 - 이 중 가장 크게 가격이 하락하는 부문은 천연자원과 토지로서 이는 이 두 투입물이 농산물과 식품생산에 있어서 매우 중요한 역할을 하고 있다는 것을 간접적으로 제시함.
 - 줄어든 수출은 국내생산의 감소를 불러와 결국에는 노동 가격인 임금까지도 하락하게 만드는 것으로 나타났는데, 이는 임금의 하락뿐만 아니라 고용 감소까지 불러올 것으로 여겨지기 때문에 수출 감소는 실업률에도 악영향을 미칠 것으로 판단됨.
- 농식품 부문의 가격은 예상대로 하락하는 것으로 나타났는데, 가장 크게 영향을 받는 부문은 수산물이며, 다음으로 과일/채소 등의 순으로 분석되었음.
 - 영향을 크게 받는 부문은 국내 생산 대비 수출이 차지하는 비중이 다른 부문에 비해 상대적으로 높으며, 감소된 수출이 국내 수요로 충당되기 어려운 구조를 의미한다고 볼 수 있음.
 - 식품부문으로 볼 수 있는 육류/육가공제품, 낙농제품, 식용유, 설탕, 기타식품 등은 상대적으로 농산물보다는 적은 폭으로 하락되는 것으로 추정

되었음.

- 한편, 농식품 부문이 아닌 다른 부문도 가격이 하락하는 것으로 나타났는데, 이는 하락된 5가지 투입물 가격에 영향을 받은 것으로 볼 수 있음.

표 4-3. 농식품 수출 중단 시 자원 및 각 산업부문 가격 영향

단위: %

자원 및 산업부문	가격지수 변화
토지자원	-14.531
비숙련노동자원	-0.171
숙련노동자원	-0.089
자본자원	-0.093
천연자원	-46.098
과일/채소	-5.935
축산/낙농	-2.872
우유	-3.582
임산물	-0.744
수산물	-13.849
육류/육가공제품	-2.004
낙농제품	-1.083
식용유	-0.282
설탕	-0.093
기타 식품	-2.801
음료/담배	-0.506
자원산업부문	-0.110
관광, 레저, 환경부문	-0.229
일반산업부문	-0.084
첨단산업부문	-0.084
통신, 금융, 무역, 공공서비스부문	-0.185
기타 일반서비스부문	-0.121

2. 농식품 수출지원제도의 효과

2.1. 수출증대 효과²⁸

2.1.1. 분석모형

- 농식품 수출의 성과분석을 위해 중력모형(Gravity model)을 응용한 수출방정식을 구성하였으며, 확률효과 패널토빗(Random Effect Panel Tobit) 모형을 활용하도록 함.²⁹
- 분석을 위해 사용된 주요변수는 ① 수출시장의 규모와 소득수준³⁰, ② 우리나라와의 거리, ③ 수출지원실적³¹, ④ 수출대상국의 시장여건³², ⑤ 국내시장 수급상황³³ 등을 설정하였음.
- 설정된 분석 모형은 다음과 같음.

$$EX_{gct} = \beta_0 + \beta_1 GDP_{ct} + \beta_2 PCI_{ct} + \beta_3 DISO_{ct} + \beta_4 SuB1_{gct} + \beta_5 CUMSUB2_t + \beta_6 EXR_{ct} + \beta_7 RCPI_{gt} + \beta_8 PRO_{gt} + \beta_9 KORN_{ct} + \beta_{10} HANR_{ct} + v_{gc} + \epsilon$$

$$v_{gc} = \text{품목군별/국가별 확률효과}, v \sim iidN(0, \sigma_v^2), \epsilon = \text{교란항}, \epsilon \sim iidN(0, \sigma_\epsilon^2)$$

28 문한필 외(2011)에서 일부 내용을 발췌하여 재정리하였음.

29 중력모형은 동일 산업 내에서도 국가 간 상품거래가 이루어지는 독점적 경쟁무역 현상을 분석하는데 유용한 분석방법임.

30 소득수준은 수출대상국 GDP와 수출국 1인당 GDP임.

31 수출지원실적은 수출물류비지원과 기타 지원(수출물류비를 제외한 누적지원액)으로 구분하여 각각의 성과를 평가함.

32 수출국 시장여건은 수출대상국 통화의 대미환율 대비 원-달러 환율, 한국인 체류자수, 문화컨텐츠 수출액임.

33 국내시장 수급상황은 국내 생산액과 소비자가격임.

$$EX_{gct} = EX_{gct}^* \quad \text{if } EX_{gct}^* > \$1,000$$

$$EX_{gct} = \$1,000 \quad \text{if } EX_{gct}^* \leq \$1,000$$

EX; 주요국가 수출액, *GDP*; 수출국 GDP, *PCI*; 수출국 1인당 국민소득, *DISO*; 한국과의 거리*국제유가, *SuB1*; 수출물류비 지원액, *CUMSUB2*; 물류비를 제외한 수출지원 누적액, *EXR*; 한국 대미환율/수출국 대미환율, *RCPI*; 실질 소비자물가지수, *PRO*; 생산액, *KORN*; 한국 교민 수, *HANR*; 한류³⁴

2.1.2. 분석결과

- 신선농산물 수출증가 요인을 분석한 결과, 정부의 수출물류비 지원액의 수출탄력성은 0.23으로 나타나 신선농산물에 대한 수출물류비 지원이 10% 확대되면, 신선농산물 수출은 2.3% 증가하는 효과가 발생함.
- 또한, 장기적이고 지속적인 성격의 농식품 수출기반 조성사업, 수출성장동력확충사업, 해외시장개척사업 등의 수출물류비 지원을 제외한 기타 지원 누적액의 탄력성은 0.47로 분석되었음.
 - 즉, 물류비를 제외한 수출지원 누적액이 10% 증가할 경우 신선농산물 수출은 4.7% 증가함을 알 수 있음.
- 수출물류비 지원액보다 기타 누적액의 파라미터 값이 큰 것으로 분석되었는데, 이는 수출물류비 지원이 단기적으로 수출확대에는 효과가 있었던 반면, 해외시장개척 등과 같은 지원은 상대적으로 장기간에 걸쳐 효과가 발생되며, 그 효과는 더 크다는 것을 의미함.

34 한류는 한국의 문화콘텐츠 수출액을 대리변수로 설정하였으며, HS Code는 4901-4905, 4909-4911, 9740, 852410, 852432, 852451, 852452, 852329, 3706, 950410임.

표 4-4. 신선농산물 수출증대 요인분석 결과

변수명	파라미터 추정치
수출대상국 국내총생산	0.659(0.141) ^{***}
수출대상국 1인당 GDP	0.194(0.200)
거리*국제유가	-0.612(0.206) ^{***}
수출물류비 지원액	0.229(0.028) ^{***}
기타 수출지원 누적액	0.472(0.191) ^{**}
상대 환율	-0.002(0.097)
실질 소비자물가지수	0.630(1.040)
국내 생산액	0.309(0.131) ^{**}
한국인 체류자 수	0.302(0.115) ^{***}
한류(문화컨텐츠 수출액)	0.197(0.302)
Constant	-13.262(3.187) ^{***}
σ_v	4.112(0.358) ^{***}
σ_ϵ	1.014(0.037) ^{***}
Censored Obs.	394
Uncensored Obs.	446
Wald Stat.	358.9
Log likelihood	-913.0

주 1) ***, **, *은 각각 1%, 5%, 10%에서 유의

2) σ_v 는 품목군 및 국가별 확률효과의 표준편차, σ_ϵ 는 오차항의 표준편차

3) Wald 통계량은 모든 설명변수의 계수가 0이라는 귀무가설을 기각

자료: 문한필 외, “농산물 수출증대의 요인과 경제적 파급효과 -신선농산물을 중심으로”, 「KREI 농정포커스」, 한국농촌경제연구원, 2011.

2.2. 산업파급 및 고용창출 효과³⁵

2.2.1. 분석모형

○ 농식품 수출지원정책의 파급 효과 분석 대상 사업은 해외시장개척사업, 농

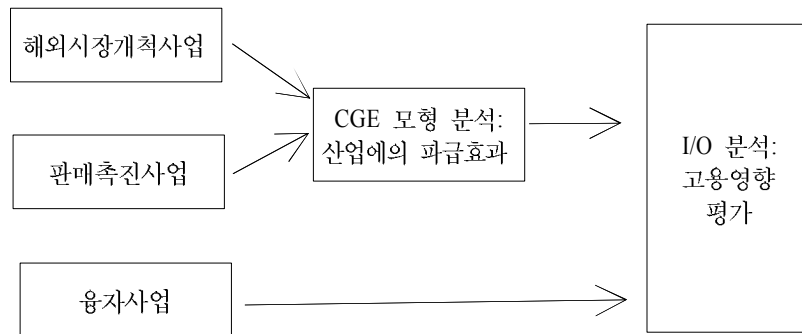
³⁵ 한국고용정보원(2012)에서 일부 내용을 발췌하여 재정리하였음.

축산물판매촉진사업, 수출관련 용자사업임.

- 용자사업은 보조금의 성격을 띠고 있고, 해외시장개척사업과 농축산물 판매촉진사업은 수출비용(export costs)이 절감되는 파급효과를 지님.
 - 이 때문에 성격이 상호 다른 사업을 분석하기 위해서는 서로 다른 분석 방법이 적용되어야 함.
- 특히, 수출비용의 절감이 고용에 미치는 영향은 고용영향평가에 기본적으로 사용되는 I-O 분석을 직접적으로 적용하여 분석할 수 없음.
- 수출비용의 절감은 우리나라 농식품 산업의 전 세계 각 국가로의 수출에 대한 데이터가 포함되어 있고, 나아가 농식품 산업이 우리나라 타 산업과의 관계를 포함하는 분석모형이 필요함.
 - 이러한 내용을 분석하는데 적합한 모형은 연산가능일반균형(Computable General Equilibrium: CGE)모형임.³⁶
- 용자사업의 경우 농수산물을 수출하는 업체에 자금을 융자함으로써 해당 산업의 생산을 가능케 하여 농수산물을 중간 투입하는 여타 산업에 영향을 미치기 때문에 본 연구는 산업연관표의 공급 유도형 모형을 이용하여 전방 연쇄효과를 분석함.
- 즉, 용자사업은 장기적인 정부의 직접적인 지원이라는 성격을 갖고 있기 때문에 민간은행을 이용하였을 경우에 지급하게 될 이자의 차이뿐만 아니라 용자사업의 전체 금액을 지원금으로 파악함.
- 따라서 농식품 수출지원사업이 고용에 미치는 파급효과를 분석하기 위해 연산가능일반균형(CGЕ)모형과 I-O 분석을 동시에 활용하도록 함.

36 연산가능일반균형(CGЕ: Computable general equilibrium) 모형은 생산, 소비, 투자, 정부지출 등 상호의존적인 국내경제부문들과 수출 및 수입 등 대외부문을 통합하였다는 점에서 일반균형모형이며, 국내외 정책의 변화, 또는 사건의 발생에 대해 최적해를 제공하도록 컴퓨터로 연산하는 모형임.

그림 4-1. 농식품 수출지원사업의 산업파급 및 고용창출 효과 분석틀



자료: 한국고용정보원, 「농식품 수출 확대 지원 정책의 고용영향평가」, 2012.

2.2.2. 분석결과

- 농림수산물의 수출 관련 산업에 대한 정부의 용자지원사업, 해외시장개척사업 및 판매촉진사업의 파급효과를 분석하였음.
 - 용자지원사업으로 인한 해당 산업에서의 생산의 유지가 이들 생산물을 중간재로 사용하는 여타 산업의 생산 및 고용에 미치는 전압연쇄효과를 분석하였음.
 - 해외시장개척사업과 판매촉진사업의 경우 여기에 포함된 각종 활동으로 인해 기업의 수출 비용이 감소하고, 이에 따라 가격경쟁력이 제고됨으로써 수출과 생산이 증가하는 메커니즘을 고려하였음.
 - 수출 비용의 감소가 해당 산업의 생산에 미치는 영향을 CGE 모형으로 분석하였음.

- 분석 결과, 2008년의 농림수산물 수출지원사업의 생산전방연쇄효과는 1조 1,093억으로 나타났으며, 고용 및 취업전방연쇄효과는 2,807명 및 8,615명으로 분석되었음.
 - 2010년에는 그 효과가 더 증가하여 생산전방연쇄효과는 1조 2,099억 원으로 확대된 것으로 계측되었음.

- CGE 모형으로 농림수산물 수출지원사업의 거시경제적 파급효과를 분석한 후에 이를 고용과 연계하면, 2008~2010년간 고용은 6,888~9,816명, 취업은 7,647~10,898명 증가하는 것으로 분석되어 산업연관표 분석에 비해 고용이 크게 증가하는 것으로 분석되었음.

표 4-5. 농림수산물의 수출확대지원사업 파급 효과

단위: 억 원, 명

		2008	2009	2010	전체
용자사업	생산	9,220	9,537	9,453	28,210
	고용	2,387	2,464	2,433	7,284
	취업	7,121	7,366	7,303	21,790
해외시장개척 및 판매촉진	생산	1,873	2,401	2,646	6,920
	고용	420	514	586	1,519
	취업	1,495	1,888	2,083	5,466
전체 사업	생산	11,093	11,938	12,099	35,130
	고용	2,807	2,978	3,019	8,804
	취업	8,615	9,254	9,387	27,256

자료: 한국고용정보원, 「농식품 수출 확대 지원 정책의 고용영향평가」, 2012.

3. 수출 및 지원제도의 당면 문제점

3.1. 수출과정의 문제점

3.1.1. 수출물류비 부담 가중

- 국제 유가 상승 등의 영향으로 수출 물류비 부담이 커짐에 따라 수출 농가의 수취가격이 상대적으로 하락하여 농가의 수출 확대 의지가 점차 약해지고 있음.
 - 딸기 수출의 경우 항공을 이용하고 있는데 물류비의 상당부분이 항공료

이나, 최근 유가 상승에 따라 항공료가 추가 인상됨에 따라 수출경쟁력이 저하되고 있음.

- 화훼는 수출 초기 항공 수출이 대부분이었으나 항공료 부담이 높아지면서 대부분 선박을 이용하여 일본으로 수출하는데, 선도유지가 곤란하며, 시간이 소요되어 일본 도착 시 개화가 잘 이루어지지 못하는 경우가 발생함.
- 이와 같이 수출물류비 등의 상승 등으로 농가수취가격이 하락하면서 수출로 농가소득이 향상되었다고 응답한 수출농가 비중은 16.9%에 불과한 반면, 내수 판매와 별 차이가 없거나(46.5%) 수출로 오히려 소득이 감소하였다(29.6%)고 대답한 농가가 많은 것으로 조사되었음.

표 4-6. 수출을 통한 농가소득 향상 정도

단위: %

	수출로 농가소득 감소	내수판매와 수출이 비슷	수출로 농가소득 향상	잘 모름	계
구성비	29.6	46.5	16.9	7.0	100.0

자료: 수출농가 조사결과.

- 수출업체 조사결과에서도 농식품 수출 시 가장 큰 애로사항으로 수출물량 수집, 유가와 자재비 인상 등 수출물류비 상승(20.3%)을 들고 있어 이에 대한 대응책 마련이 필요함.
 - 물론, 수출물류비에 대한 정부지원이 이루어지고는 있으나, 자재비 등의 상승하는 반면, 지원액은 지속적으로 축소되고 있는 실정임.
- 이에 따라 정부와 항공사 간의 교섭을 통해 농산물 수출물량에 대해 항공료를 인하하는 등 대책을 수립하는 것이 요구됨.
 - 또한, 수출 물류시설을 공동 이용할 수 있는 방안을 마련하도록 하며, 주요 수출시장에 한국산 농식품 공동 물류시설을 설치하는 방안도 고려해 볼 필요가 있음.

표 4-7. 수출업체의 수출 시 애로사항

단위: %

	농가의 수출 약속 불이행	전문적인 수출농가 (제조업체 부족)	고품질 제품 확보 곤란	재배 작기와 소비시기 미일치	까다 로운 수출 절차	수출 물류비 상승	업체간 과당 경쟁	수출국 정보 미흡	안정적인 바이어 부족	정부 지원 부족	계
채소	18.4	9.6	1.8	4.4	7.9	18.4	9.6	2.6	7.9	19.3	100.0
과일	19.7	9.8	2.5	1.6	7.4	23.0	13.9	0.8	4.9	16.4	100.0
화훼	13.5	10.8	5.4	8.1	-	24.3	10.8	2.7	10.8	13.5	100.0
가공	9.7	4.2	5.5	2.4	6.7	18.2	20.0	7.3	12.7	13.3	100.0
평균	13.1	6.9	3.7	3.7	6.6	20.3	15.4	5.4	9.7	15.1	100.0

주 1) 복수응답 결과임.

2) 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

3.1.2. 수출업체 난립으로 업체간 과당경쟁

- 공산품과는 달리 농식품 수출업체는 일부 식품업체를 제외하면 규모가 영세할 뿐만 아니라 상당히 많은 업체가 난립되어 있는 상황임.
- 이에 반해 농식품의 수출시장은 특정 국가에 집중되는 특징을 보이고 있어 거래하는 바이어가 한정되어 있음.
- 무분별하게 난립된 수출업체가 한정된 바이어와 거래함으로써 협상과정에서 우위를 점할 수 없어 거래교섭력이 저하되는 문제점이 노출되고 있음.
 - 예를 들어 일본 내 파프리카 수입업체는 약 30여개소로 알려져 있는데 ID를 부여받은 국내 수출업체 수 25개소로 과당경쟁 사례가 빈번히 발생하고 있음.
 - 반면, 뉴질랜드는 파프리카 수출업체가 2개로 조직화되어 있어 물량 조절이 용이하여 수입바이어와의 협상에서 거래교섭력을 극대화시킬 수 있음.

- 이처럼 수출업체가 난립할 수 있었던 것은 정부의 수출지원제도와도 무관하지 않으므로 영세하고 품질관리 능력이 부족한 수출업체는 탈락을 유도시킬 수 있도록 관련 제도를 개선할 필요가 있음.

3.1.3. 농식품 수출단가의 지속적 하락

- 영세한 업체가 무분별하게 난립되어 국내 수출업체간 과당경쟁 현상이 발생하여 수출단가가 하락하는 문제가 발생하고 있음.
 - 파프리카는 대표적인 채소 수출품목이나, 수출업체가 증가하면서 한국산 파프리카의 일본 수입단가는 2000년 kg당 385엔에서 2011년에는 332엔으로 하락하였음.
 - 화훼 중 수출액이 가장 많은 백합도 주요 수출시장인 일본에서 단가가 2000년 본당 137엔에서 2010년 71엔으로 크게 하락하고 있음.
 - 딸기도 최근 수출 유망품목으로 부상하자 관련 업체가 난립하면서 수출단가 하락이 우려되고 있음.

표 4-8. 주요 수출품목의 일본 내 한국산 수입단가 추이

단위: 원/kg, 원/본

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
파프리카	385	335	372	402	337	291	328	332
장미	33	35	26	24	20	25	29	20
백합	137	116	76	67	63	56	71	-

주: 파프리카 수입단가는 수입액을 수입량으로 나눈 값이며, 장미·백합의 수입단가는 수입액을 검역 본수로 나눈 값임.

자료: 일본 재무성 무역통계, 일본 농림수산성 식물방역소.

- 이와 같이 우리 업체 간 과당경쟁은 수출단가 하락은 물론, 한국산 농산물에 대한 평가도 저가격으로 분류되는 문제를 야기시킴.
- 수출단가 하락의 또 다른 주요 요인 중의 하나는 한국산 농식품의 품질경쟁력 저하를 들 수 있음.

- 주요 수출시장에서 한국산 파프리카 품질은 경쟁국인 네덜란드, 뉴질랜드에 비해 떨어지는 것으로 평가되고 있음.
 - 장미나 백합도 화훼선진국인 네덜란드나 대만에 비해 품질이 낮으며, 선진국이 직접 투자하고 있는 에콰도르나 케냐 등보다도 저평가 되고 있어 수출농가의 재배기술 향상을 위한 노력이 중요함.
- 국내 재배농가의 기술력 부족, 기후 조건 등 여러 가지 요인으로 인해 수입 바이어의 기호나 규격, 물량 등의 요구사항에 맞추지 못해 수출 확대에 한계가 발생하며, 수출단가도 하락하는 문제가 나타나고 있음.
- 파프리카의 경우 일본 바이어들은 M 사이즈를 가장 선호하지만, 현재 국내 재배 여건상 M 사이즈는 전체 생산량의 40~50% 정도로 물량 맞추기가 쉽지 않은 상태이며, 시장에서 요구하는 색상을 주문대로 맞추기 곤란한 실정임.
 - 딸기는 동남아시아에서 2L, DX 사이즈의 한국산이 수입되어 좋은 평가를 받았으나, 최근 무분별한 물량확대로 L, M, S 사이즈까지 수출되어 맛 평가가 낮아져 수입단가 또한 하락하는 실정임.
- 따라서 수출시장의 기호에 맞는 제품을 수출할 수 있도록 규제할 수 있는 방안 마련이 시급한 과제임.

3.14. 지속적인 수출물량 확보 곤란

- 수출농가는 국내 농산물 가격이 기후조건이나 성수기 등으로 상승하면, 수출물량을 내수로 전환하는 경우가 많아 수출업체는 수출물량 확보에 어려움을 겪고 있으며, 이 때문에 수출업체의 가장 큰 애로사항 가운데 농가의 수출 약속 불이행을 지적한 업체가 13.1%로 나타나고 있음.³⁷

³⁷ 표 4-7 참조.

- 수출업체 가운데 농가의 수출약속 불이행으로 애로를 겪은 경험이 있는 업체 비중은 평균 47.6%로 거의 절반 정도로 조사되었음.
- 그러나 부류별로 수출업체의 경험 여부를 살펴보면, 채소나 과일은 기상 여건 등에 많은 영향을 받기 때문에 채소와 과일 수출업체의 약속 불이행 경험은 각각 62.5%, 79.5%로 상당히 높아 상당수의 수출업체가 농가의 수출 약속 불이행으로 애로를 겪었던 것으로 나타남.

표 4-9. 농가의 수출약속 불이행으로 인한 수출업체의 애로 경험 여부
단위: %

	경험 있음	경험 없음	계
채소 수출업체	62.5	37.5	100.0
과일 수출업체	79.5	20.5	100.0
화훼 수출업체	53.8	46.2	100.0
가공품 수출업체	36.2	63.8	100.0
평균	47.6	52.4	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

- 수출약속 불이행은 국내 수출업체와 수입국 바이어들 간의 계약 이행 곤란으로 수출시장에서 신뢰가 저하되는 원인으로 작용함.
 - 반면, 국내 시세 하락 시 밀어내기 식 수출로 수출물량이 급증하여 수출 단가가 하락하는 상황이 발생함.
 - 예컨대 최근 태풍 피해로 배 생산량이 감소하여 국내 가격이 상승하자 대만 수출용 물량을 확보하기 위한 수출업체간 경쟁이 치열했음.
 - 화훼도 주요 수출국인 일본의 성수기와 국내 성수기가 겹쳐 수출물량을 확보에 곤란을 겪고 있는 반면, 국내 가격이 낮게 형성되는 비시기에는 저품위 제품을 수출함으로써 수출시장에서 한국산의 이미지가 크게 악화됨.

○ 수업체체는 농가의 약속 불이행에도 불구하고 지속적인 수출을 위해서는 농가와의 거래 관계 유지해야 하기 때문에 위반 농가에 위약금 등을 청구한 비율은 6.7%에 불과한 것으로 조사되었음.

- 오히려 수출업체의 72.5%는 당초 약정했던 수출단가보다 올려주어 수출한 것으로 나타났으며, 평균 16.3% 수출단가를 인상해 주었음.³⁸

표 4-10. 농가의 수출약속 불이행 시 수출업체의 계약단가 인상 경험

단위: %

	경험 있음	경험 없음	계
채소 수출업체	77.8	22.2	100.0
과일 수출업체	72.2	27.8	100.0
화훼 수출업체	71.4	28.6	100.0
가공품 수출업체	66.7	33.3	100.0
평균	72.5	27.5	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

○ 이러한 문제점은 농식품 수출의 초기 단계부터 지속적으로 제기되어 왔으나, 현 시점에서 개선되지 않아 이에 대한 개선방안 마련이 필요함.

- 물론 농가 입장에서 국내 시세가 수출가격보다 높을 경우 내수 판매 비중을 높이는 것은 어쩔 수 없는 현상으로 볼 수 있으나, 수출 계약을 이행하지 않음으로써 신뢰저하와 이로 인한 수출단가 하락을 초래하게 됨.
- 따라서 국내 가격 급등 시 농가의 수출판매가격을 일부 보상해 줄 수 있는 제도 도입을 고려할 필요가 있음.

38 수출업체의 계약단가 인상률은 부류별로 차이가 있는데, 채소 수출업체의 경우 20.0%, 과일 수출업체는 14.6%, 화훼 수출업체 22.3%, 가공 수출업체 10.3%로 화훼 수출업체의 인상률이 가장 높았음.

3.2. 수출지원제도의 문제점

3.2.1. 수출물류비지원의 축소(폐지) 대비 대체제도 부재

- 수출물류비지원은 농식품 수출의 대표적인 지원 정책으로서 수출업체의 인지도·기여도·이용도·만족도가 가장 높은 사업 중의 하나이며, 농식품 수출 신장의 상당히 중요한 역할을 담당한 중요 정책으로 평가되고 있음.
 - 그럼에도 불구하고 수출물류비지원은 DDA 협상 결과에 따라 폐지될 가능성이 존재하기 때문에 정부는 충격 완화를 위해 매년 지원액을 축소해 나가고 있는 실정임.
- 이 때문에 수출물류비 지원 단가는 매년 하락하고 있는 반면, 유가 상승 등으로 물류비 부담은 증가하는 추세임.
- 수출물류비지원은 수출업체가 가장 많이 이용하는 지원사업이며, 수출 기여도도 매우 높아 이 사업이 폐지될 경우 수출에 지장을 초래할 가능성이 높음.
 - 수출업체의 경우도 수출물류비지원 폐지 시 수출실적이 10% 내외 감소 31.5%, 21~30% 감소 21.8% 등으로 나타나 수출에 타격이 있을 것으로 예상하고 있음.
 - 부류별로는 채소 수출업체가 10% 내외(24.4%)와 31~40%(24.4%) 감소, 과일 수출업체는 21~30%(23.3%)와 50% 이상(23.3%) 감소, 화훼 수출업체는 50% 이상(38.5%) 감소로 나타나 화훼와 과일의 수출 감소가 클 것으로 수출업체는 예상하고 있음.
 - 수출지원제도의 효과 분석에서도 나타났듯이 수출물류비지원이 10% 축소되면, 신선농산물 수출은 2.3% 감소하는 것으로 계측되었으나³⁹, 이

³⁹ 확률효과 패널토빗(Random Effect Panel Tobit) 모형을 활용하여 수출지원제도의 효과를 분석한 결과, 수출물류비지원이 10% 확대되면 수출은 2.3% 증가하는 것으로

분석에는 다른 변수들도 포함되어 있기 때문에 수출물류비지원만으로 재분석할 경우 탄력성은 더욱 커져 수출 감소 비중도 2.3%보다 훨씬 높아질 가능성이 있음.

- 따라서 수출물류비 존속을 위한 정부차원의 적극적인 노력과 함께 폐지 시 이를 대체할 수 있는 제도 마련이 요구됨.

표 4-11. 수출업체의 수출물류비지원 폐지 시 수출실적 감소 예상

단위: %

	10% 내외 감소	11~20% 감소	21~30% 감소	31~40% 감소	41~50% 감소	50% 이상 감소	계
채소	24.4	7.3	19.5	24.4	4.9	19.5	100.0
과일	18.6	11.6	23.3	14.0	9.3	23.3	100.0
화훼	23.1	-	15.4	15.4	7.7	38.5	100.0
가공	43.1	15.5	22.4	12.1	1.7	5.2	100.0
평균	31.5	11.3	21.8	12.9	6.5	16.1	100.0

주: 채소 수출업체는 버섯이 포함되어 있으며, 평균은 축산물 수출업체 조사결과도 포함한 수치임.

자료: 수출업체 조사결과.

3.2.2. 수출물류비지원제도 운영의 효율성 제고 필요

- 정부의 수출물류비는 궁극적으로 폐지될 가능성이 높기 때문에 현 단계에서는 지원액을 증액시키기 보다는 예산 내에서 효율적 운영 방안을 마련할 필요가 있음.

- 현재는 비수기와 성수기 수출의 구분 없이 동일한 물류비가 지원되고 있어 수출업체의 수출단가 상승을 위한 노력이 부족해지며, 무분별한 업체 난립의 원인이 되기도 함.

추정되었음(표 4-4 참조). 이에 따라 10% 축소 시 2.3% 감소함을 의미한다고 볼 수 있음.

- 따라서 수출물류비는 높은 가격을 받을 수 있는 시기와 비수기를 구분하여 차등 지원할 필요가 있음.
 - 농식품의 품목별 특성을 반영하여 화훼와 같은 경우는 본 당 물류비 지원으로 개선하여 물류비 부담 청구와 이로 인한 무분별한 업체 난립을 방지할 필요가 있음.

3.2.3. 농식품 수출선도조직육성사업의 효과 달성 미흡

- 정부는 농식품 생산단계부터 수출까지 일괄 관리하는 수출선도조직을 육성하여 농식품 수출을 주도하도록 함으로써 경쟁력 강화를 통한 수출확대에도모하고자 농식품 수출선도조직 육성사업을 시행·운영하고 있음.
 - 그러나 파프리카와 버섯 등 일부 농식품을 제외하고 선정된 대부분의 선도조직은 개별 수출업체 중심임.
 - 이 때문에 당초의 목적과는 달리 수출업체의 조직화를 달성하는데 한계가 있으며, 선정되지 못한 경쟁 업체의 불만이 가중되고 있음.
 - 또한, 수출선도조직 인센티브를 지원받기 위해서는 평가 시 좋은 점수를 받아야 하며, 이 때문에 지속적인 수출실적 증대 등이 필요하여 저품위의 농식품이 수출되는 결과를 초래함.⁴⁰
- 수출선도조직으로 선정된 업체는 사업의 근본 목적 등의 이해도가 부족하여 선도조직 인센티브를 더 많은 정부지원을 받기 위한 수단으로 인식하는 경우가 많고, 회원사 및 참여 농가 간의 신뢰부족으로 이탈하는 업체도 발생하는 상황임.

40 수출선도조직으로 선정된 업체 가운데 운영 성과가 미흡하여 다음해 사업 대상자에서 제외된 경우도 있음. 예컨대 김치(한울), 배(팜슨, 천안배원협), 감귤(제주감귤농협)은 2010년 성과가 미흡하여 2011년 사업대상에서 탈락되었음.

- 따라서 수출선도조직 육성사업의 본래 목적과 효과를 달성하기 위해서는 개별 업체 중심의 선정을 지양하고, 연합조직 형태나 품목별 수출협의회를 지정하는 방식으로 개선될 필요가 있으며, 참여 회원사나 농가 간의 신뢰 구축 방안을 마련해야 함.

3.2.4. 수출농가의 수출 의욕 고취를 위한 지원사업 부족

- 수출농가에 대한 직접적인 지원사업은 원예전문생산단지지원 정도로 많지 않은 편임.
 - 이 때문에 수출농가의 경우 수출 시 가장 큰 애로사항으로 정부지원 부족(33.3%)을 들고 있음.

표 4-12. 수출농가의 수출 시 애로사항

단위: %

	낮은 수출단가	수출용 고품질 농산물 재배곤란	신뢰할만한 수출업체 부족	수출시기 조절하여 생산 곤란	까다로운 수출 절차	정부지원 부족	계
비중	24.9	13.5	3.4	12.7	11.4	33.3	100.0

자료: 수출농가 조사결과.

- 또한, 수출농가는 수출단가가 너무 낮아 국내시장에 판매하는 것이 오히려 낮다고 생각하고 있어 수출 의욕을 고취시키기 위해서는 이를 해결할 수 있는 제도 마련이 중요함.
- 특히, 국내가격과 수출단가 간 차이 확대 시 수출물량 확보 곤란 등의 문제가 발생하고 있으므로 기상이변 등으로 인한 국내가격 급변에 대비한 새로운 지원체계를 구축할 필요가 있음.

3.2.5. 다양한 전략형 해외마케팅사업의 지원 부족

- 우리나라의 농식품 수출시장은 정부의 적극적인 노력에 의해 과거보다 상당히 다변화되었으나, 여전히 일본, 미국, 대만 등 대부분 일부 시장에 국한되어 있어 수출 확대에 한계가 있으며, 품목에 따라서는 현지인이 아닌 교포사회 중심임.
 - 이러한 구조로 인해 수출시장의 경제적 여건 등에 의해 수출이 여의치 못할 경우 대체할 수 있는 시장이 없음.
- 그렇지만 해외시장개척지원사업은 책정된 예산이 많지 않아 보다 공격적으로 해외시장을 개척하는데 한계가 있으므로 예산 증액이 필요하며, 일회성이 아닌 정착 시까지 계속 지원되어야 효과를 얻을 수 있음.
- 또한, 신흥 수출시장으로 부상하고 있는 국가에 대한 체계적이고 지속적인 시장조사가 이루어질 수 있도록 수입국의 소비자 선호도, 시장 관계자의 요구사항, 향후 시장 전망 등 정부 차원에서 조사·분석을 실시한 후 국내 수출 관계자에 제공하는 시스템을 구축할 수 있도록 예산 증액 등의 방안이 요구됨.

제 5 장

국내외 수출지원제도 사례와 적용 가능성

1. 국내 비농업부문의 수출지원정책 현황

1.1. 중소기업수출지원센터의 주요 지원제도

1.1.1. 수출역량 강화사업

- 수출역량 강화사업은 제조업, 제조업관련 서비스업, 또는 지식기반관련 서비스업을 영위하는 중소기업의 수출역량을 강화하기 위해 수출관련 교육, 디자인, 바이어연계, 심층시장조사, 글로벌 브랜드 개발 수출에 필요한 해외 마케팅을 지원해주는 제도임.
 - 교육은 무역실무기초과정, 온라인무역실무과정, 국제무역 전문가과정 등이 있으며, 홍보용 디자인은 외국어 포장디자인, 카탈로그(종이, 전자), 홍보동영상 등을 지원함.
 - 정보제공 및 홍보에는 시장조사, 온라인수출지원, 해외신용조사, 해외상품홍보 및 공중파 해외광고, 전자무역서비스 제공 등이 있으며, 마케팅은 국내외 전시회 참가, 검색엔진마케팅, 해외전시회 마케팅대행 등임.
 - 진출국가의 시장분석 및 경쟁사 제품사양, 바이어인터뷰 등 심층시장조

사와 수출제품의 디자인설계, 도면작성 등의 제품 디자인개발을 지원하고 있음.

- 진출전략 컨설팅은 자사의 수출경쟁력 분석 및 대응전략, 중장기 해외진출 로드맵 작성이며, 글로벌 브랜드 개발은 수출제품 고부가가치 위한 브랜드 전략수립 및 로고 개발 등의 지원임.

표 5-1. 중소기업수출지원센터의 수출역량강화사업 지원대상 및 내용

	구분(직전년도 수출)	지원내용	지원한도 (백만 원)	지원비율 (%)
1단계	직수출초보기업 지원 (수출 100만 달러 이하)	수출교육(FTA 및 무역실무), 홍보용 디자인 개발, 정보제공 및 홍보 마케팅	20	90%
2단계	직수출유망기업 지원 (수출 100만 달러 초과~500만 달러 이하)	수출교육(FTA 및 전문가과정), 포장, 제품디자인, 정보제공 및 홍보(심층시장조사 및 온라인수출 등, 마케팅(해외전시장 및 글로벌브랜드 개발 등)	30	70%
3단계	글로벌강소기업 지원 (글로벌강소기업 육성 대상기업으로 선정된 기업)	포장·제품디자인, 진출전략 컨설팅, 글로벌 브랜드 개발, 온라인수출 및 해외전시회 참가 등	50	50%

주: 단계별 순차적 지원만 가능함(예시: 2단계 지원시 1단계지원은 불가함).
자료: 중소기업수출지원센터.

- 중소기업기본법 제2조의 규정에 의한 제조업, 제조업 관련 서비스업 또는 지식기반 관련 서비스업을 영위하는 중소기업이면 지원이 가능함.
 - 직전 사업연도까지 참여하고자 하는 사업과 같은 단계사업에 3회 이상 참여한 기업, 금융기관으로부터 불량거래처로 규제중인 기업, 휴·폐업중인 기업은 지원이 제한됨.

1.1.2. 해외 민간 네트워크 활용사업

- 해외 민간 네트워크 활용사업은 현지경험과 전문 컨설팅 능력을 갖춘 해외 거점 민간 컨설팅, 마케팅 회사(민간 해외네트워크)를 통해 해외현지에 대

한 정보가 부족한 해외진출 희망기업을 지원함.

- 해외민간네트워크와 해외진출 지원희망 중소기업을 선정 후, 상호 컨설팅계약을 맺고 이에 따른 컨설팅비 일부 지원하고 있음.

○ 제조업(전업률 30% 이상), 지식서비스업 및 제조관련서비스업을 영위하는 중소기업이면 지원이 가능함.

- 전국은행연합회의 “신용정보관리규약”에 따라 연체, 대위변제·대지급, 부도, 관련인, 금융질서 문란, 화의·법정관리·기업회생신청·청산절차 등의 정보가 등록되어 있는 자로 국세를 체납중인 기업, 본 사업에 5회 이상 참여한 기업(단, 동일국가는 3년까지 지원)은 지원대상에서 제외 됨.

표 5-2. 중소기업수출지원센터의 해외민간네트워크활용사업 지원기준 및 비율

	지원비율	업체분담률
전년도 직수출액이 100만불 미만	70%	30%
전년도 직수출액이 100만불 이상	50%	50%

자료: 중소기업수출지원센터.

표 5-3. 중소기업수출지원센터의 해외민간네트워크활용사업 지역별 지원액

지역	지역	지원액
지역 1	북미, 유럽, 러시아, 일본, 싱가포르, 대양주, 중남미(브라질, 아르헨티나)	업체당 월 200만 원
지역 2	중국, 동서남아, 중남미(기타), 아프리카등 지역 1외 지역	업체당 월 150만 원

자료: 중소기업수출지원센터.

1.1.3. 수출인큐베이터사업

- 현지 주요교역 거점에 진출을 원하는 중소기업이 조기 정착할 수 있도록 사무공간제공, 서비스 및 행정지원, 전문컨설팅 지원, 중소기업 수출사랑방(공동사무실 운영) 유관기관 연계 등을 지원함.

- 임차료의 80%(2차년도는 50%)를 지원하며, 사무공간(12~20m²) 및 공동회의실, 사무집기 및 전화, 인터넷을 제공함.
 - 마케팅, 법률, 회계 컨설턴트의 자문 및 컨설팅 제공, 현지 시장 정보나 마케팅 네트워크 구축지원 및 기타 서비스, 행정지원 등을 함.
- 해외시장 개척을 위해 현지법인 또는 지사를 설치코자 하는 중소기업(제조업 전업률 30%이상) 및 지식 서비스업(정보통신, 소프트웨어 등) 영위 중소기업이면 지원이 가능함.

1.2. 한국은행 및 수출입은행의 주요 지원제도

1.2.1. 한국은행의 무역금융제도

- 무역금융제도는 수출업자와 수출용 원자재 및 완제품 생산업자를 용자 대상으로 하며, 수출품 및 수출용 원자재 제조에 필요한 자금을 선적전에 지원하는 제도임.
- 수출신용장, 내국신용장 등에 의해 재화 및 용역을 수출하거나 국내 공급하는 중소기업이면 지원이 가능함.
 - 「은행업감독규정」 제79조 제1항에서 정하는 계열기업군중 상위 30대 계열기업군 소속기업체 및 「신용정보 관리규약」에 의해 최종부도거래처로 분류된 업체는 제외됨.
- 용자금은 종류에 따라 생산자금, 원자재자금, 완제품 구매자금, 포괄금융으로 분류됨.
 - 생산자금은 수출용 완제품 또는 원자재를 국내에서 제조·가공하는데 소요되는 자금으로서 수출금액 중에서 가득액 부분에 대하여 지원함.

- 원자재자금은 수출품 생산에 필요한 원자재를 해외로부터 직접 수입하거나 국산 원자재를 국내에서 내국신용장에 의해 구매하는데 소요되는 자금을 수입신용장 또는 내국신용장 개설 후 관련어음 결제자금으로 용자해 주는 자금임.
- 완제품구매자금은 무역상사들이 수출에 필요한 완제품을 국내에서 내국신용장에 의해 조달하거나 수출용 중고품을 구매할 경우 내국신용장에 의하여 발행된 어음을 결제하거나 구매대금을 지급하는데 필요한 자금을 용자해 주고 있음.
- 포괄금융은 전년도 또는 과거 1년간 수출실적이 5천만 달러 미만인 업체에 대하여 수출물품 제조에 필요한 자금을 일괄하여 지원해 줌.

1.2.2. 수출입은행의 수출중소기업 특례신용대출

- 신용도 또는 담보력이 취약한 수출중소기업의 소규모 수출거래를 효율적으로 지원하기 위하여 수출이행능력과 수출거래의 안전성을 평가하여 자금을 지원하는 제도임.
- 기업별로 20억 원 한도 내(단, 자기자본의 100% 이내)에서 지원이 가능하며, 수출거래의 안전성 평가사항과 수출이행능력 평가사항을 토대로 평가함.

1.3. 한국무역보험공사의 주요 지원제도

1.3.1. 단기수출보험(농수산물패키지)

- 단기수출보험(농수산물패키지)은 간편한 한 개의 보험으로 농수산물 수출시 발생하는 여러 가지 위험(대금미회수위험, 수입국 검역위험, 클레임비용위험)을 한 번에 보장하는 농수산물 수출기업용 맞춤형 상품임.

- 이 보험은 고객의 필요에 따라 맞춤형 설계가 가능하기 때문에 담보위험의 종류와 위험별 책임금액을 고객이 자유롭게 선택할 수 있음.
 - 대상 수출품목은 농산물, 수산물, 축산물, 임산물 및 가공식품이며, 주요 계약사항은 기본계약일 경우 책임금액 한도는 3억 원으로 보상비율이 100%임.

표 5-4. 한국무역보험공사의 단기수출보험 계약 사항

	기본계약		선택계약	
	담보위험	대금미회수위험	수입국 검역위험	클레임비용위험
책임금액 한도	3억 원	1,000만 원	5,000만 원	
보상비율	100%	100%	50~100%	
보험계약자	농수산물 수출기업			
수출품목	농산물, 수산물, 축산물, 임산물 및 그 가공식품			
보험료	보험료=책임금액×보험요율(연1회 선납)			
보험요율	무신용장 2%, 신용장 0.3%	4%	0.7%	

주: 책임금액은 보험사고 발생 시 보상받을 수 있는 최대 금액임.
 자료: 한국무역보험공사.

1.3.2. 환변동보험

- 기업이 환율 변동으로 입게 되는 손실을 보상하고 이익을 환수하는 보험제도로 수출기업, 특히 환위험 관리여건이 취약한 중소기업이 환위험에 손쉽게 헤지할 수 있도록 2000년 2월에 도입된 제도임.
 - 기본 계약내용은 공사가 보장하는 환율(보장환율)과 결제시점의 환율(결제환율)과의 차이에 따른 손익을 정산하는 것으로 금융기관의 선물환거래와 유사함.
- 보장환율은 공사가 보험계약자에게 청약시점에서 제공하는 각 결제월별 환

율로서 청약일의 시장평균환율에 헤지기간별로 스왑포인트를 더하여 결제월별로 제공함(청약일 다음날에 보험증권에 기재).

- 보장환율=청약일 시장평균환율+Swap Point⁴¹

- 결제환율은 보험증권상의 보장환율과 비교하여 손익을 정산하는 기준이 되는 환율이며, 결제신청일 익영업일(손익산정일)에 고시함.

- 결제환율=결제신청일 시장평균환율+Swap Point

1.4. KOTRA의 주요 지원제도

1.4.1. 설립배경 및 조직 현황

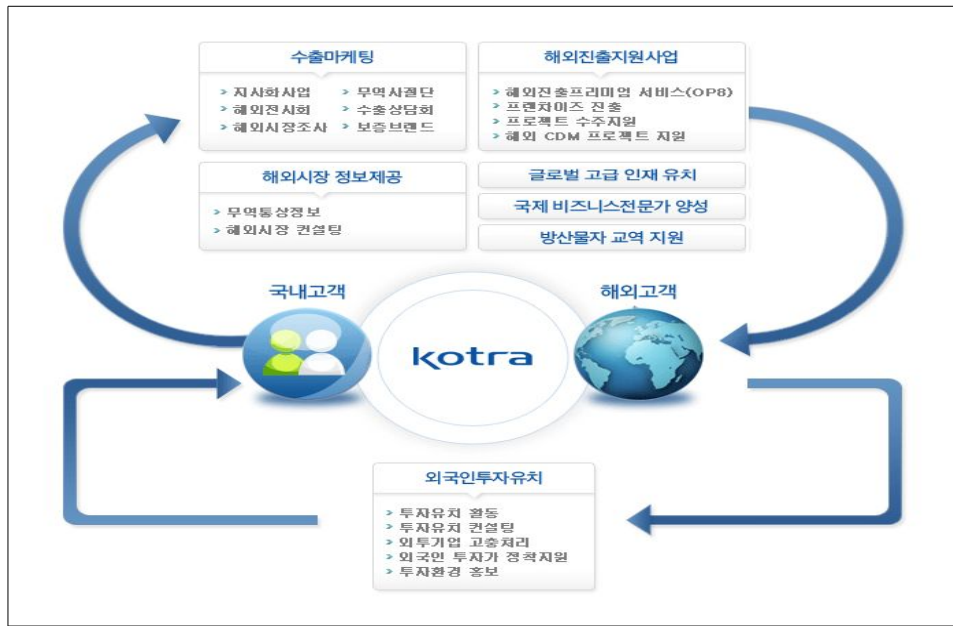
- KOTRA는 무역진흥과 국내외 기업 간의 투자 및 산업기술 협력의 지원 등에 관한 업무를 수행하여 국민경제 발전에 기여하기 위하여 설립된 기관으로 1962년 「대한무역진흥공사법」에 의거 설립되었음.

- 이후 1995년에는 대한무역투자진흥공사로 개정하였으며, 1998년에 외국인 투자지원센터 신설, 2009년 해외진출지원센터, 방산물자교역지원센터 등을 설치하였음.

- KOTRA의 주요 기능과 역할로는 중소기업 해외시장 개척, 중소기업 해외진출 지원, 해외시장정보 생산·전파 및 컨설팅, 외국인 투자유치, 중소기업 글로벌 비즈니스 연수 및 해외 전문인력 유치, 국가 브랜드 제고, 국제개발협력 지원, 방산물자교역지원, 정부수입사업 수행 등을 들 수 있음.

⁴¹ Swap Point는 우리나라와 외국의 이자율 차이를 반영한 기간별 금리로 공사는 5개 은행으로부터 기간별 스왑포인트를 제공받아 보장환율을 고시함.

그림 5-1. KOTRA의 주요 사업



1.4.2. 해외시장개척지원사업

○ KOTRA가 수행하고 있는 사업 가운데 대표적인 것이 “해외시장개척지원”이며, 이 사업에는 지사화사업, 수출 상담회, 해외시장 서비스, 설명회, 전시사업, 온라인마케팅사업, IT지원센터, 수출인큐베이터, 해외공동물류센터 운영 등이 있음.

- ‘지사화사업’은 해외무역관이 수출기업의 해외지사과 같은 역할을 수행하며 시장조사, 수출거래선 발굴에서 거래성사 단계에 이르기까지 해외 판로 개척활동을 밀착지원하는 사업으로 바이어와의 상담내용에 한해 6개월간 무료로 A/S 제도를 시행하고 있음.
- ‘수출상담회’는 한국 상품의 수입을 희망하는 구매단 또는 개별 바이어의 방한을 유치하여 국내 업계와의 수출 상담 기회를 제공함으로써 국내 업체들이 바이어와 수출상담을 통해 수출 증대 기회를 가질 수 있도록

하는 사업임.

- ‘해외시장 서비스(조사)’는 전 세계 해외무역관(76개국 111개소)을 통해 해외 바이어 찾기, 시장 조사 등을 지원하는 서비스로 유료로 운영하고 있음.
- ‘해외공동물류센터’는 KOTRA에서 해외 현지의 전문 물류서비스 업체를 선정하여 국내 수출기업이 저렴하게 물류관련 서비스를 이용하도록 지원하고 있을 뿐만 아니라 보관창고료를 일부 지원하며, 해외 마케팅 등 다양한 부가 서비스 제공을 통해 국내수출기업의 해외시장 진출확대를 지원하는 사업임.

표 5-5. KOTRA의 해외시장 서비스 유형 및 수수료

	서비스 내용	수수료
바이어 찾기	수출 희망 품목의 잠재 바이어 발굴	150,000원
맞춤형 시장조사	해외시장 수요 수출입 생산 경쟁동향, 수입관세율, 소매가격·유통구조, 품질인증제도, 기타 조사	110,000원/항목
바이어 연락처 확인	해외바이어의 실제 존재 여부, Contact Point 등 조사	무료
원부자재공급선 조사	수입 희망 품목의 잠재 공급선 발굴	220,000원
바이어 Follow-up Service(BFS)	바이어 찾기 무료 A/S 종료 후 바이어 찾기 바이어의 반응 및 교신 등 F/U 지원 서비스	150,000원

자료: KOTRA.

- “해외진출지원”은 해외진출기업에 대한 체계적인 정보제공 및 지원을 목적으로 해외투자 지원과 관련된 31개 정부부처, 기관 및 단체의 정보망을 통합한 해외진출통합정보시스템을 구축하여 운영 중임.
 - 주요 서비스 내용으로는 해외투자환경조사 출장지원, 해외투자진출 설명회, 해외진출 사절단 파견, 해외진출 프리미엄 서비스, 해외 프로젝트 수주지원, 지적재산권 보호지원 등이 있음.

2. 해외의 농식품 수출지원제도 동향

2.1. 일본

2.1.1. 농림수산물·식품의 종합수출전략 수립⁴²

- 일본은 시장개방에 대한 수세적 자세에서 탈피하여 시장개방에 적극적으로 대응하는 ‘공격적 농정’의 일환으로 수출정책을 강화하였음.
 - 농림수산성은 2015년 1조엔 수출목표를 달성하기 위해 ‘시장 개척’과 상대국의 ‘수출장애요소 개선’ 등을 주요 내용으로 하는 수출종합 전략을 수립하여 추진하고 있음.

- 수출사업자의 성숙도(수출 의욕단계, 수출 시험단계, 수출 실천단계)에 따라 4대 대책을 실시하는 것이 주요 내용으로써 ① 수출환경 정비대책, ② 품목별·국가별 전략적인 수출촉진대책, ③ 의욕 있는 농림어업인 지원 대책, ④ 일본 식품·식자재의 해외수요 개척대책 등임.
 - 수출환경 정비대책으로는 검역협회의 가속화에 의한 검역문제 정비, 수출증명서 발행체제 정비, 가공시설 등의 HACCP 도입, 생산단계의 GAP 도입, 유기 JAS 규격의 동등성 심사 신속화, 수출확대 기대품목의 관세 철폐 또는 감축 등이 있음.
 - 품목별·국가별 전략적인 수출촉진대책은 중점품목과 중점국가 설정, 품목별 로드맵 작성, 품목별 수출 비즈니스모델 확립·홍보전략 수립·홍보 매체 정비, 지적재산 전략·브랜드전략 추진, 공급기반 강화 등임.

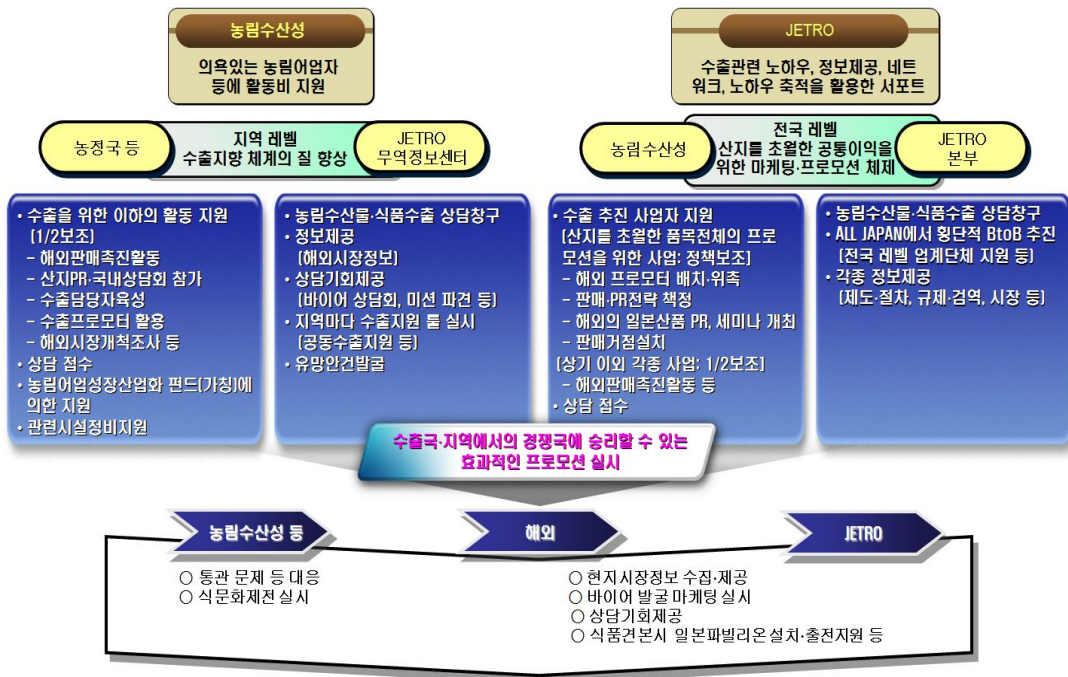
⁴² 일본의 농림수산물·식품의 종합수출전략 부분은 일본 농림수산성(2012)과 김태곤(2012)의 자료를 활용하여 정리하였음.

- 의욕 있는 농림어업인 지원 대책에는 국내외 바이어와의 상담의 장 제공, 상세한 정보제공 및 상담체제 확충, 의욕 있는 농림수산업자의 해외 판촉활동 지원, 세미나를 통한 수출정보 제공, 농상공 연대를 통한 신상품 개발·생산·수요개척 촉진 등이 마련되었음.
 - 일본 식품·식자재의 해외수요 개척대책으로는 중점적·전략적 이벤트 개최, 일본식당 장려계획과 연대, 해외공관 일식보급 사업(WASHOKU-Try Japan's Good Food), 관계부처 관련사업 연대 등이 있음.
- 수출대책의 원활한 추진을 위해 수출지원실, 수출촉진전국협의회, 지역수출촉진협의회, NPO법인 일식 해외보급추진기구를 설립하도록 함.
- 수출지원실은 농림수산성에 설치하였으며, 지원 분야는 ① 품목별 전략적 수출촉진, ② 의욕 있는 농림어업인 지원, ③ 수출촉진 홍보 등임.
 - 농림수산물 등 수출촉진전국협의회는 민관 관계자가 수출 촉진을 위해 설립되었으며, 주요 활동은 ① 농림수산물·식품의 수출에 관한 정보 수집·분석 및 공유, ② 농림수산물·식품의 수출에 관한 보급지도 및 홍보, ③ 수출촉진에 관한 방안 검토 및 실시, ④ 협의회 회원의 활동 연대 및 조정, ⑤ 협의회 활동에 관계되는 조직과의 연대 등임.
 - 지역수출촉진협의회는 지역단위의 지원체제로서 전국에 9개 협의회가 있으며, 농림수산성의 위탁사업인 수출촉진세미나와 수출 전시 상담회 등을 실시하는 경우 지역수출촉진협의회가 조정자로서 기능을 발휘하고 있음.
 - NPO법인 일식 해외보급추진기구는 현지 조직화를 지원하는 동시에 필요한 경우 일본에서 전문가를 파견하는 해외 현지조직 설립 지원사업, 일본 식문화 조리기술 보급을 위한 교재 등 작성사업, 해외에서의 일식 니즈 파악이나 현지 PR 활동 등을 하고 있음.

2.1.2. 수출지원제도의 내용과 예산⁴³

- 일본의 농림수산물·식품 수출촉진지원 대책은 농림수산성과 JETRO로 구분할 수 있음.
 - 농림수산성은 주로 지역 수준에서 수출지향 체계의 질적 향상 도모를 위해 수출에 의욕적인 농림어업자 등에 활동비 등을 지원하며, JETRO는 일본 브랜드 구축을 위한 전국 단위에서 수출관련 노하우나 정보 제공, 네트워크 구축 등을 지원하고 있음.

그림 5-2. 일본의 농림수산물·식품 수출촉진지원대책 체계



43 수출지원제도의 내용과 예산은 일본 농림수산성 식료산업국 수출촉진그룹 담당자의 현지 조사결과와 농림수산성 자료를 기초로 작성하였음.

○ 2012년의 농림수산물·식품 수출촉진 대책은 수출확대 리드 사업, 수출확대 서포트 사업, 농산물 수출회복사업, 동아시아 식품산업 해외전개지원사업 등으로 구분됨.

- 수출확대 리드 사업은 전체 예산이 317,911천 엔으로 주요 사업내용은 해외 일본 식문화제전 실시, 국별 마케팅 강화, 국내 세미나나 제 외국 식품수입관계자 초빙, 일본 파빌리온 설치 등이 있으며, 이 사업은 민간 기업 등에 위탁하여 위탁비를 지급함.

표 5-6. 일본의 수출확대리드사업 개요

	주요 사업
수출 확대 리드 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 일본 식문화제전 실시(100백만엔) <ul style="list-style-type: none"> - 일본 농림수산물·식품이 지닌 매력을 일본식문화와 병행하여 홍보하고, 소비자에 직접 일본산 제품의 우수함을 전해 신뢰회복과 수요 촉진을 도모하기 위한 대규모 이벤트 실시 • 국별 마케팅 강화(65백만엔) <ul style="list-style-type: none"> - 주요 수출국·지역 및 향후 수출 증가 예상 국가 지역에 중점 품목이나 타겟으로 하는 수요자에 대해 시장조사 등 마케팅 강화 • 국내 세미나나 제 외국 식품수입관계자 초빙(45백만엔) <ul style="list-style-type: none"> - 수출을 도모하려는 농림어업자 등을 대상으로 수출 세미나를 개최함과 동시에 국내외 유력 바이어와의 상담회를 개최함으로써 해외판로 확대 지원 • 일본 파빌리온 설치(108백만엔) <ul style="list-style-type: none"> - 해외에 일본산 농림수산물·식품의 상류 구축과 효과적인 보급을 도모하기 위해 국제박람회에 일본 파빌리온을 출전하고, 출전자의 해외에서의 판로확대를 지원

자료: 일본농림수산성.

○ 수출확대 서포트 사업의 예산은 912,249천 엔이며, 주요 사업은 식품 품질 관리체제 강화 서포트, 수출 추진 사업자 지향 서포트, 판매거점구축 서포트, 매칭의 장 서포트, 품종보호를 위한 DNA 품종식별기술확립대책, 해외 외식사업자를 통한 일본 브랜드 구축·홍보지원, 식과 농림어업의 제전 개최 지원 등임.

- 수출확대 서포트 사업은 1/2보조나 정책보조이며, 사업실시주체는 민간 단체 등임.

표 5-7. 일본의 수출확대 서포트사업 개요

	주요 사업
수출 확대 서포트 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 품질관리체제 강화 서포트 <ul style="list-style-type: none"> - 수출지향 농림어업자, 식품제조사업자 등에 대해 일본산 식품의 수출처인 해외사업자가 거래조건으로써 요구하는 품질관리 수준에 관한 정보 제공 - 국제적으로 통용되는 HACCP 도입이나 매니지먼트 체제 강화를 위한 인 재육성 추진 • 수출 추진 사업자 지향 서포트 <ul style="list-style-type: none"> - 일본 브랜드 확립이나 수출량의 산지간 조정, 해외시장의 지속적인 마케팅 활동, 일본 브랜드 PR 실시 등을 지원 • 판매거점구축 서포트 <ul style="list-style-type: none"> - 일본산 농림수산물·식품의 상류가 미발달된 국가 지역에 판로확대를 도모 하기 위해 판매거점 구축을 지원 • 매칭의 장(상담회) 서포트 <ul style="list-style-type: none"> - 수출지향 농림어업자와 현지 수요자(수입업자, 도매업자, 소매업자 등)와의 매칭의 장(상담회)를 해외에서 개최하여 현지시장의 판매촉진을 지원 - 수출에 의욕적인 국내 생산자, 식품사업자 등에 해외 외식사업자 단체가 주최하는 상담회에 출전 • 품종보호를 위한 DNA 품종식별기술확립대책 <ul style="list-style-type: none"> - 농산물 품종을 DNA 수준에서 식별하는 기술(DNA 품종식별기술) 개발 개발한 DNA 품종식별기술에 대해 관세, 종묘관리센터 등에서 광범위하게 이용 가능하도록 개발기술의 타당성 확인 등 지원 • 해외 외식사업자를 통한 일본 브랜드 구축·홍보지원 <ul style="list-style-type: none"> - 일본요리 정보 홍보, 식문화와 식재 보급, 일본 요리점의 해외진출 지원 • 식과 농림어업의 제전(가칭) 개최 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 제전 개최 상의 과제나 방향성에 대해 해외 현지 조사를 포함한 조사 검증 지원, 제전 개최·운영의 구체적인 실시내용의 상세 검토·설계 활동 지원 국제 심포지엄 등의 이벤트 개최에 필요한 회의장 비용 등 실시경비 지원

자료: 일본농림수산성.

○ 동아시아 식품산업해외전개지원사업의 예산은 76백만 엔으로 주요 사업내용은 해외전개지원사업과 해외활동실시지원사업임.

- 동아시아 식품산업해외전개지원사업은 정액 보조로 사업실시주체는 민간기업 등임.

표 5-8. 일본의 동아시아 식품산업 해외전개지원사업 개요

	주요 사업
동아시아 식품산업 해외전개 지원사업	<ul style="list-style-type: none"> • 해외전개지원사업 <ul style="list-style-type: none"> - 일본 식품산업이 동아시아 각국에 해외 투자 사업전개를 할 경우 필요한 정보(투자·식품관련 규제나 원재료 농림수산물의 조달 등의 조사를 포함) 수집정리·제공 • 해외활동실시지원사업 <ul style="list-style-type: none"> - 동아시아 주요 도시에 해외 연락협의회를 개최하여 정보수집 제공 및 진출기업 개별 노력으로는 해결이 곤란한 과제의 해결책 검토 - 동아시아 각국의 식품 규격·기준 등의 조사 및 정보제공

자료: 일본농림수산성.

- 농산물 수출회복사업의 예산은 238,224천 엔이며, 주요 사업은 신뢰회복을 위한 정보발신, 지진피해지역산품의 수출회복 프로모션 등임.
 - 농산물 수출회복사업은 민간기업 등에 위탁하고 있음.

표 5-9. 일본의 농산물 수출회복사업 개요

	주요 사업
농산물 수출회복 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 신뢰회복을 위한 정보발신 <ul style="list-style-type: none"> - 일본산 식품의 주요한 수출국가 지역에 TV, 신문 등 미디어를 활용하여 일본산 식품의 안전성과 매력에 관한 정보를 제공하고, 폭넓게 소비자에 올바를 정보를 알려 신뢰회복을 도모함으로써 일본산 식품의 구매의욕을 제고 • 지진피해지역산품의 수출회복 프로모션 <ul style="list-style-type: none"> - 동북지방을 중심으로 지진피해 지역의 농림수산물 PR을 실시하고, 해외의 음식방송프로그램 작성을 지원하여 해외에 지진피해지역의 이미지와 일본 식재의 인지도 향상을 도모함으로써 수출 회복 및 관광객 유치 지원

자료: 일본농림수산성.

- 2013년의 농림수산물·식품 수출촉진 대책(안)은 농식품의 해외시장 개척, 농산물 수출회복사업으로 구분됨.
- 농식품의 해외시장 개척사업의 전체 예산은 23,926백만 엔이며, 수출종합 서포트 프로젝트, 맛있는 일본 프로젝트 추진, 밀라노 국제박람회 정부출전 촉진, 국별 마케팅 조사, 수출 추진 사업자 지원, 수출판로개척사업, 해외 외

식사업자 대응 매칭 대책, 품종보호를 위한 DNA 품종식별기술확립 등이 주요 사업 내용임.

표 5-10. 일본 농림수산물·식품 수출촉진대책의 2013년 내용 및 예산

	주요 사업	지원조건
농식품 해외 시장 개척	<ul style="list-style-type: none"> 수출종합 서포트 프로젝트(1,430백만엔) <ul style="list-style-type: none"> 수출을 비약적으로 확대하기 위해 사업자 발굴에서 상담지원까지 JETRO와의 연휴강화를 통해 종합적인 비즈니스 서포트 체계를 구축 	보조율: 정액 사업실시주체: JETRO
	<ul style="list-style-type: none"> 맛있는 일본 프로젝트 추진(3,000백만엔) <ul style="list-style-type: none"> 일본음식·식문화를 홍보하는 전도사 육성, 세계 거점도시에서의 일본음식 이벤트나 정보 등을 전략적으로 전개하는 프로젝트 실시 국내에서 식을 통한 소비자와 생산자를 탐구하는 “식과 농림어업 제전”을 개최 	위탁비, 보조율: 정액 위탁처, 사업실시주체: 민간단체 등
	<ul style="list-style-type: none"> 밀라노 국제박람회 정부출진 촉진(760백만엔) <ul style="list-style-type: none"> 食이 테마인 2013년 밀라노 국제박람회 출진을 위해 일본관·전시물 설계 건축, 광고활동 계획책정 등을 실시 	위탁비 위탁처: JETRO
	<ul style="list-style-type: none"> 국별 마케팅 조사(65백만엔) <ul style="list-style-type: none"> 중점품목이나 타겟 수요자의 시장조사 등 마케팅을 실시 	위탁비 위탁처: 민간단체 등
	<ul style="list-style-type: none"> 수출 추진 사업자 지원(416백만엔) <ul style="list-style-type: none"> 농림어업자 등이 해외시장 조사나 바이어 초청 활동을 하고, 지역·지방 산품의 수출확대를 도모하는 것을 지원 	보조율: 정액, 1/2 이내 사업실시주체: 민간단체 등
	<ul style="list-style-type: none"> 수출판로개척사업(60백만엔) <ul style="list-style-type: none"> 해외 신규수요 개척, 새로운 판로 확대 도모를 위해 해외 수입사업자와 협동한 신규 수출 루트 개척을 서포트 	보조율: 1/2 이내 사업실시주체: 민간단체 등
	<ul style="list-style-type: none"> 해외 외식사업자 대응 매칭 대책(19백만엔) <ul style="list-style-type: none"> 수출에 의욕적인 국내 생산자, 식품사업자 등에 해외 외식사업자단체 등이 주최하는 상담회에 출전시키는 등 구체적인 비즈니스에 연계될 수 있도록 지원 	보조율: 정액 사업실시주체: 민간단체 등
	<ul style="list-style-type: none"> 품종보호를 위한 DNA 품종식별기술확립(28백만엔) <ul style="list-style-type: none"> 해외 수출 농산물의 DNA 품종식별기술 개발 및 타당성 검증에 산지판별 기술 개발을 도모하여 품종보호를 지원 	보조율: 정액, 1/2 이내 사업실시주체: 민간단체 등

	주요 사업	지원조건
농산물 수출 회복 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 신뢰회복을 위한 정보발신(168백만엔) <ul style="list-style-type: none"> - 일본산 식품의 주요한 수출국가 지역에 TV, 신문 등 미디어를 활용하여 일본산 식품의 안전성과 매력에 관한 정보를 제공하고, 폭넓게 소비자에 올바른 정보를 알려 신뢰회복을 도모함으로써 일본산 식품의 구매의욕을 제고 	위탁비 위탁처: 민간단체 등
	<ul style="list-style-type: none"> • 지진피해지역산품의 수출회복 프로모션(70백만엔) <ul style="list-style-type: none"> - 동북지방을 중심으로 지진피해 지역의 농림수산물 PR을 실시하고, 해외의 음식방송프로그램 작성을 지원하여 해외에 지진피해지역의 이미지와 일본 식재의 인지도 향상을 도모함으로써 수출 회복 및 관광객 유치를 지원 	
	<ul style="list-style-type: none"> • 수입규제완화를 위한 과학적 데이터 정비(81백만엔) <ul style="list-style-type: none"> - 수출상대국의 수입규제조건에 대응하여 전략적으로 수입규제조치의 수정을 요구할 수 있도록 식품 안전성 실증에 필요한 과학적 데이터를 정비하기 위한 모니터링 조사를 실시하여 과학적 근거에 기초한 효과적 수입규제 완화·철폐 유도 	

자료: 일본농림수산성.

- 농산물 수출회복사업의 예산은 319백만엔이며, 주요 사업은 신뢰회복을 위한 정보발신, 지진피해지역산품의 수출회복 프로모션, 수입규제완화를 위한 과학적 데이터 정비 등임.

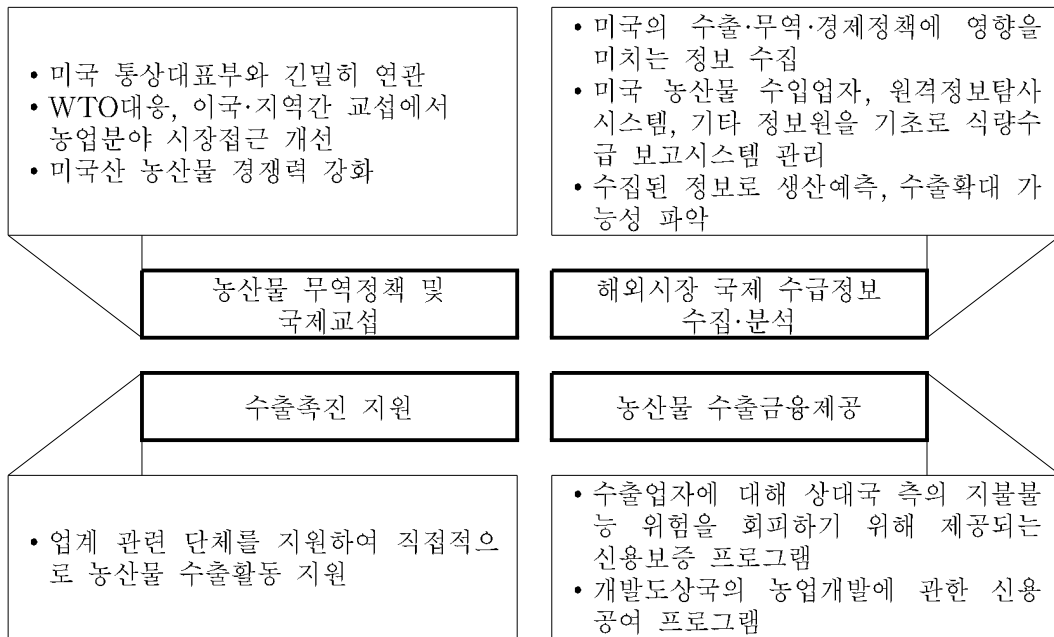
2.2. 미국⁴⁴

- 미국은 농무성 산하 해외농무국(FAS; Foreign Agricultural Service)이 수출 확대 프로그램을 총괄함.
 - FAS 역할: 해외시장 접근의 개선, 해외시장개척, 해외시장에서의 미국 농업 경쟁력 강화, 정보수집 등

⁴⁴ 미국의 수출지원제도는 이병성 외(2012) 및 미국 농무성 해외농무국 홈페이지 자료를 활용하여 정리하였음.

- FAS 수출촉진사업은 마켓접근 프로그램, 해외시장개척 프로그램, 품질샘플 프로그램, 특수작물 기술적 지원, 신흥시장 프로그램의 5종류로 구성됨.

그림 5-3. 미국 농무성 해외농무국(FAS)의 역할



자료: 이병성·권승구·박정운, “선진국의 수출지원제도와 국내 농식품 해외수출 전략”, 「한국식품유통학회 하계학술대회 논문집」, 한국식품유통학회, 2012.

- 시장접근 프로그램(Market Access Program)은 미국 농업 상품 및 제품에 대한 해외 시장의 개발, 확장 및 유지 보수를 위해 USDA의 상품 신용 공사(CCC; Commodity Credit Corporation)의 자금을 사용함.
 - MAP는 1978 년 농업 무역 법 제203조에 의해 승인되며, USDA의 해외 농무국(FAS)에 의해 관리되고 있음.
 - MAP는 비영리 미국 농업 무역 협회, 비영리 미국 농업협동조합, 비영리 주 지역 무역 그룹, 중소기업 및 USDA CCC 간 협력, 해외 마케팅 및 판촉 활동의 비용 공유 전시회, 시장 조사, 소비자 프로모션, 기술 지원, 무역 서비스 및 해외 고객에 대한 교육 세미나로 이루어짐.

그림 5-4. 미국 FAS의 수출촉진사업 종류

<p>MAP 시장접근 프로그램</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 수출진흥 예산 중 80%를 차지 • 미국 농산물의 상업 수출시장 개척·유지·확대 장려 목적 • 소비자 판매촉진, 시장조사, 홍보·기술적 원조, 무역업무 등의 프로그램
<p>FMDP 해외시장개척 프로그램</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 농산물의 보다 장기적 수출시장 개척·유지·확대 목적 • 업계 전체를 대표하는 조직이나 전국적 조직에 우선적으로 자금 제공 • 시장장해 해소, 가공능력 향상, 해외시장 규제 및 기준개선
<p>QSP 품질샘플 프로그램</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 새로운 시장에 수입업자의 관심을 높여 미국 농산물 시험수출 지원 • 해외 제조업자가 미국 농산물의 샘플을 시험하는 것을 촉진하기 위해 설치
<p>TASC 특수작물 기술 지원</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 수출을 방해하는 기술적 장해 및 검역 장벽에 대응 • 시찰여행, 기술 연구 등의 충족을 위한 지원
<p>EMP 신흥시장 프로그램</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 개발도상국의 시장 지향형 경제로의 수출 유지·강화할 수 있는 전망 있는 사업을 지원하는 프로그램

자료: 이병성·권승구·박정운, “선진국의 수출지원제도와 국내 농식품 해외수출 전략”, 「한국식품유통학회 하계학술대회 논문집」, 한국식품유통학회, 2012.

- MAP는 프로그램 참여자와 외국시장 홍보 활동비용을 위해 USDA CCC 에서 자금을 사용하며, 2008년 6월 제정된 식품·자연보호·에너지 법률에

의거 2012년 기준 연간 2억 달러의 MAP를 위한 기금을 설정함.

- MAP 지원대상 품목은 쌀, 사과, 포도, 밀, 사료곡물, 쇠고기 등 약 35개 품목으로 주로 부가가치가 높은 농산물임.

표 5-11. 미국 시장접근프로그램(MAP)의 참여단체 배정액(2012년)

단위: 달러

참여자(단체)	배정액	참여자(단체)	배정액
미국 경목 수출 위원회, 목재가공 협회, 침엽수 수출 위원회, 나무 산림·제지 협회	9,116,450	애완동물 식품 연구소	1,345,172
알래스카 해산물 마케팅 연구소	4,076,347	건포도 관리 위원회	2,492,655
미국 땅콩 협의회	2,360,678	미국 남부 무역협회	4,817,825
미국 대두 협회	3,561,523	썬키스트 생산자단체	2,232,043
블루 다이아몬드 생산자 캘리포니아 아몬드 협회	3,353,582	미국 낙농 수출협의회	4,161,299
캘리포니아 자두 협회	2,209,308	미국 건조 콩 협의회	1,129,517
캘리포니아 생포도 위원회	3,505,754	미국 곡물 협의회	7,341,208
캘리포니아 호두 위원회	4,163,787	미국 육류 수출 재단	19,703,780
국제 면화 협회	18,953,605	미국 밀 협회	6,092,625
크랜베리 마케팅 위원회	1,514,485	미국 가금류, 달걀 수출위원회	5,000,948
플로리다 밀감부	4,590,106	미국 쌀 연방/생산자협회	2,785,132
미국 중서부 식품 수출협회	11,195,302	위싱턴 사과위원회	4,508,858
미국 북동부 식품 수출협회	9,362,155	위싱턴주 과일위원회	1,550,941
국가 주립 농업협회	1,090,650	미국 서부 농업무역협회	9,969,728
국가 제과 협회	1,334,574	와인 연구소	6,938,144
국가 감자 프로모션 협회	4,767,008	기타	13,734,925
국가 해바라기 협회	1,163,220		
북서부 배 사무소	2,865,896	계	182,989,230

자료: USDA FAS(<http://www.fas.usda.gov>).

- 해외시장개척 프로그램(Foreign Market Development Program)은 장기적인 수출시장의 유지, 창출, 확장을 위해 만들어졌으며, USDA 상품신용공사(CCC)의 자금을 사용함.

- FMDP는 공법 480(Public Law 480)을 통해 처음 시작되었으며, 1978 년 농업무역법령 VII에 의해 재승인되어 USDA 해외농무국(FAS)에서 관리 하고 있음.

- 이 프로그램은 USDA와 미국 농업 생산자, 가공업자 간의 비용 공유, 무역촉진을 육성해 왔으며, FAS는 비영리 무역단체와의 협력을 체결한 후 파트너십을 통해 해외시장 개발을 수행하기 위한 기술적·재정적 자원을 제공함.
- CCC 펀드는 부분적으로 승인된 해외 관측활동을 위해 사용되며, 우선적으로 비영리 미국 농업 및 전 산업을 아우르는 무역 단체에 제공됨.

표 5-12. 미국 해외시장개척프로그램(FMDP)의 협력업체 배정액(2012년)

단위: 달러

협력업체	배정액	협력업체	배정액
미국 경목 수출 위원회, 목재가공 협회, 침엽수수출 위원회, 나무 산림·제지 협회	2,547,946	미국 밀 협회	5,149,923
미국 대두 협회	5,392,480	미국 가금류·달걀 수출 위원회	1,266,251
국제 면화 협의회	4,177,125	미국 쌀 협회	1,532,000
미국 곡물 협의회	3,877,364	기타	4,332,769
미국 육류 수출협회	1,426,798	계	29,692,659

자료: USDA FAS(<http://www.fas.usda.gov>).

- FMDP는 MAP와 유사한 제도이나 보다 장기적인 시장개척 지원에 중점을 두고 지원하고 있으며, MAP는 고부가가치 농산물 수출촉진을 주목적으로 하는 반면, FMDP는 주로 일반(bulk or generic) 농산물 수출촉진을 목적으로 하고 있음.
- 주요 목적은 소비자관측, 기술지원, 무역서비스, 시장조사와 같은 활동을 전개함으로써 장기적으로 수출시장을 확대하는 것임.
- FMDP는 비영리 상품 및 농업무역협회가 미국의 무역 장애를 제거할 목적으로 수행되는 해외시장 개발 활동에 대한 비용의 일부를 지원 받게 되는데, 이러한 활동에는 기술보조, 교역 서비스, 시장조사연구 등이 포함됨.

표 5-13. 미국 시장접근프로그램(MAP)과 해외시장개척프로그램(FMDP)의 차이

	MAP	FMDP
비용	• 정부와 사업체 공동부담	• 정부와 사업체 공동부담
지원대상	• 소비재나 특정품목 • 중단기적 해외시장개척	• 일반 벌크 품목 • 장기적 해외시장개척

자료: FAS 홈페이지를 기초로 정리.

- 품질샘플 프로그램(Quality Sample Program)은 미국 농업 무역 기관이 해외의 잠재적인 수입국에 제품 샘플을 제공하는 데 도움을 주기 위한 제도임.
 - 2010년 USDA는 QSP에 의해 협회 및 국가 농업 조직에 190만 달러를 제공하였음.
 - QSP에 의해 USDA는 샘플을 조달하고 수송비용에 대한 참가자(수혜자)를 보상하지만, QSP를 통해 상환되지는 않음.

표 5-14. 미국 품질샘플프로그램(QSP)의 배정액(2010년)

단위: 달러

참가	시장	배정액
미국 양산업 협회	중국, 동유럽, 인도, 멕시코, 서유럽	365,000
캘리포니아 농업 수출협의회	중국	300,000
위스콘신 인삼 위원회	중국, 한국, 일본, 대만	170,000
모헤어 협의회	중국, 인도, 남아공, 남미, 동남아, 서유럽	225,000
국립 감자 위원회	브라질, 중앙아메리카, 중국, 이집트, 인도네시아, 일본, 말레이시아, 멕시코, 니카라과, 필리핀, 한국, 스리랑카, 태국, 베트남 등	455,000
기타	-	374,340
계	-	1,889,340

자료: USDA FAS(<http://www.fas.usda.gov>).

- 특수작물 기술 지원 프로그램(Technical Assistance for Specialty Crops Program)은 미국 특수 작물의 수출을 위협하는 위생적·기술적 장벽을 해결하기 위한 자금을 제공하기 위한 제도임.
 - 특수작물(specialty crop)은 밀, 사료, 유채, 면화, 쌀, 땅콩, 설탕, 담배를

제외한 미국에서 재배된 모든 작물과 제품임.

- TASC 보조금은 세미나와 워크숍, 학습 여행, 현장 조사, 해충과 질병 연구, 사전 통관 프로그램에 지원되며, 2008년 400만 달러, 2009년 710만 달러, 2010년 800만 달러, 2011년과 2012년에 900만 달러를 제공하였음.
 - TASC 프로그램을 담당하는 FAS가 미국 기업에 대한 직접 지원으로 교부금을 제공하며, 연간 최대 50만 달러와 5년까지의 사업을 수행함.
- 신흥시장 프로그램(Emerging Markets Program)은 미국 외교 정책과 함께 신흥 시장에 미국 농산물 수출을 촉진하기 위한 기술 지원 활동 자금을 제공하는 제도임.
- EMP는 1990년 제정된 식품·농업·자연보호 및 무역법에 의해 허가되었으며, 기금은 CCC에서 1,000만 달러를 설정함.
 - 법률에서는 신흥시장을 국가경제의 식품, 농업, 농촌 사업부문을 통해 시장지향적인 경제를 향하여 가는 국가, 그리고 성장가능한 시장 미국의 제품과 농산품을 위한 성장 가능한 시장을 갖춘 잠재력을 가진 국가로 정의하고 있음.
 - 본 프로그램은 사업타당성 검토, 시장 연구, 산업 부문 이해, 특수한 기술과 비즈니스 워크숍 등이 포함됨.
- 한편, 미국은 수출신용보증제도(Export Credit Guarantees Program: ECGP)를 통한 자국산 농산물의 수출 확대를 도모하고 있음.
- ECGP는 미국 농산물 수입 국가를 대상으로 6개월~3년 이내의 단기신용보증인 GSM-102와 3~10년까지의 장기신용보증인 GSM-103이 있으나, GSM-103은 2008년 폐지되었음.
 - GSM 프로그램은 미국 농산물 수출업자가 자국 농산물을 수출할 경우 수입국 은행이 보낸 신용장을 통해 자국은행으로부터 수출대금을 우선 받게 되는데, 이 때 USDA의 상품신용공사(CCC)가 수출업자에게 수출대금을 우선 지불한 자국 민간은행에 대금상황을 보증해 주는 것임.

- 또한, 미국 농산물 수입국은 미국 내 금융기관으로부터 용자를 제공받고, 상품신용공사로부터 지급보증을 받는데, 이러한 수출신용보증제도로 인해 미국 농산물 수출에 많은 기여를 한 것으로 평가받고 있음.

2.3. 기타 국가⁴⁵

2.3.1. 프랑스

- 프랑스 농식품 수출지원 정책은 생산단계의 기반 조성과 교육을 통한 지식 산업화, 품질 및 안전 확보, 적극적인 홍보 마케팅 지원으로 요약할 수 있음.
 - 생산 기반 조성과 교육, 품질 및 안전 확보는 농수산부에서 담당하며, 해외 마케팅에 대해서는 농수산부에서 지원하는 SOPEXA(농식품진흥공사), UBIFRANCE(무역진흥공사) 등의 기관이 담당함.
- 프랑스 농식품진흥공사(SOPEXA)는 프랑스산 식품 및 농산물 판매촉진을 위해 설립한 기관이며, 주요 업무로는 마케팅 및 홍보 관련 컨설팅, 광고 전략수립, 홍보 캠페인·행사 개최 및 PR업무에 대한 계획 구상·대행, 식품 위생문제 발생 시 정보전달 담당, 국제박람회 시 프랑스관 부스 구상 수립, 프랑스 수출업체 명부 발행 등임.
- 프랑스 무역진흥공사(UBIFRANCE)는 프랑스 재정경제부 산하 기관으로 식품을 포함한 모든 분야의 무역 증진을 위해 설립한 기관이며, 주요 역할은 프랑스 신기술 관련 세미나 개최, 프랑스 기업의 해외 무역박람회 참가 지원, 프랑스 제품 전시회 및 설명회 개최, 36개국에 파견된 네트워크 관리, 기술 컨퍼런스 및 전문가 접촉 등임.

⁴⁵ 기타 국가의 수출지원정책은 농림부·농수산물유통공사(2007)에서 재정리하였음.

- 농식품진흥공사와 무역진흥공사와 같은 직접적인 수출 지원 조직 이외에 간접적 수출 지원으로 공공기관과 협회 및 조합 등을 들 수 있음.
- 공공기관은 공공기관 설립에 관한 법률(1982.10) 제정으로 농식품 분야 산업 및 상업 목적의 공공기관 설립이 가능하며, 주요 공공기관으로는 농업관련기관협의청, 과채류·와인·화훼사무국, 해외농업경제개발사무국, 프랑스 농업·농업청, 원산지 및 지리적표시청 등 40여개가 있음.
 - 이들 공공기관의 역할은 농식품 네트워크의 경제적 효율성 증진, 시장에 관한 지식 및 적용 증진, 공동체 역할 등이며, 연간 2,000만 유로의 예산이 공공기관 운영에 투입됨.
- 협회 및 조합은 농식품 네트워크의 경제적 파트너로서 경쟁력 향상과 수출 촉진에 참여하는 역할을 담당하며, 현재 59개로 예산규모는 약 1억 5,000만 유로임.
- 한편, 농수산부가 수출지원을 위해 직접 집행하는 예산은 4천만 유로 정도이며, 공공기관에 2천만 유로, 무역진흥기구에 약 2천만 유로를 지원하였음.
 - 이 중 농수산부 수출진흥기구에 집행한 예산은 1,660만 유로로 외국과의 네트워크에 전체 예산의 33.1%가 투입되었으며, 다음이 프랑스 제품 이미지 홍보(31.6%), 홍보활동(16.5%) 등의 순임.

표 5-15. 프랑스 농수산부 수출진흥기구의 투입 예산(2005년)

단위: 천 유로(%)

	비관세 장벽 관련 활동	시장조사	홍보활동	프랑스 제품 이미지 홍보	외국과의 네트워크	기타	계
예산	659 (4.0)	770 (4.6)	2,740 (16.5)	5,262 (31.6)	5,498 (33.1)	1,700 (10.2)	16,629 (100.0)

자료: 농림부·농수산물유통공사, 「주요국 농식품 수출지원정책」, 2007.

2.3.2. 네덜란드

- 수출지원 업무는 농업자연식품부 무역산업과가 담당하고 있으며, 농식품산업이 혁신을 지속하고 EU 내에서 뿐만 아니라 국제경쟁력을 가질 수 있는 환경을 제공하는데 노력하고 있음.
- 무역산업과에서 국제화와 관련하여 시행하는 정책으로는 BES(쌍방향 경제협력), CLIENT(물류개선 프로그램), 개발도상국과의 협력, 식물수출정책, 축산물 수출정책 등이 있음.
- BES(쌍방향 경제협력)는 네덜란드 농업자연식품부가 30년 이상 수행하고 있는 수출지원정책의 핵심으로 타 국가와의 비즈니스 파트너십을 장기적으로 유지하면서 네덜란드의 경쟁력을 높이는 정책임.
 - BES사업의 목적은 네덜란드 식품에 대한 이미지 강화를 위해 수출 대상국과의 커뮤니케이션을 활성화하고, 이를 통해 수출을 증진시키는 것임.
 - BES사업의 효과적 수행을 위해 세계 30개 국가에 농무 참사관을 파견하여 각 지역 및 국가별 정보를 지원하고 있으며, BES사업에 투입되는 예산 규모는 연 350만 유로임.
- 농식품 수출과 관련된 물류 개선 프로그램(CLIENT)은 농식품 수출입과 관련하여 공항, 항만 등 통관 과정에서 불필요한 규제나 비용 발생과 시간 지연을 최소화하기 위한 것이 주요 목적임.
- 개발도상국과의 협력사업은 네덜란드 농식품 수출지원과는 직접적 관계되는 것은 아니지만, 국제협력을 강화하여 네덜란드 국가 이미지 제고, 커뮤니케이션 강화, 전반적인 식품 안전 향상 등에 기여함.
- 식물수출정책(PEX/Plant Export Policy)은 농산물을 비롯한 식물 수출에 대

한 무역 장벽을 감소시키고자 정부와 분야별 협력 기구가 공동으로 수출대상국의 법적 규제 및 시장 접근에 공동 대응하기 위한 정책임.

- 정부는 수출대상국과 국제기구의 법, 규제 등 수출과 관련된 변동사항을 지속적으로 수집하여 수출기업에 제공하고, 기업이 현장에서 경험하는 문제점들도 신속히 정부에 보고하여 민관이 공동으로 문제를 해결하도록 함.

- 축산물 수출정책(VEX/Veterinary Export Policy)은 식품안전에 보다 민감한 시안이므로 국제협상 등을 통한 무역의 원활화에 집중하고 있음.

2.3.3. 뉴질랜드

- 수출중심의 뉴질랜드 원예산업의 발전은 정부의 정책지원과 산업군 안의 민간단체(생산자 조직)가 시장 개척 및 산업발전을 위해 노력한 결과임.
- 1980년대 초 뉴질랜드 농협개혁 영향으로 농식품산업 분야의 생산자 그룹들이 품목별로 조직되었으며, 대표적인 사례가 뉴질랜드 원예협회라 볼 수 있음.
- 뉴질랜드 원예협회(Horticulture NZ)는 채소연합단체와 과수생산자 대표조직이 합병되어 설립되었음.
 - 뉴질랜드 원예협회 산하 22개 생산자 조직의 산업부흥 및 수출을 위한 두 개의 중요한 법안 존재하는데, 상품자조금법안(Commodity Levy Act 1990)과 원예수출법안(Horticulture Export Authority 1987)임.
 - 특히, 원예수출법안에 동의한 적용대상 품목들에 대해서는 수출면허제도를 운영하고 있는데, 현재 11개 그룹이 면허제도를 시행하고 있음.⁴⁶
 - 원예수출법안의 핵심 중의 하나는 수출품목의 수출전략(EMS; Export

Marketing Strategy) 수립으로써 생산자 및 수출업자들이 지켜야할 최소한의 품질 기준 규정, 농약 잔류성 등 식품안전 관리규정, 산업구조와 기능 안내, 연구 개발비 조성, 국내산업 정보수집 관련 규정 등이 기재되어 있음.

- 법안에 따르는 모든 참가들은 이들이 동의하고 승인한 프로그램에 따라 수출할 의무가 부여됨.

3. 국내 적용 가능성 검토

3.1. 국내 사례의 활용 가능성

- 중소기업수출지원센터에서는 수출확대를 위해 상당히 다양한 제도를 운영하고 있으나, 대부분의 경우 제조업 관련 중소기업 중심의 지원으로서 농식품 부문에서 활용하는데 무리가 있음.
- 한국무역보험공사의 단기수출보험(농수산물 패키지)과 환변동보험 및 KOTRA의 해외시장개척지원사업은 농식품 수출과 연계성이 높음.
 - 특히, 단기수출보험은 수출업체가 가입 시 정부가 환변동보험 및 농수산물 수출보험 지원제도로 자부담분을 지원해 주고 있어 활용성이 높은 제도이며, KOTRA의 해외시장개척지원사업도 적은 비용으로도 활용이 가능한 시스템임.
 - 이 때문에 이들 사업에 대한 농식품 수출업체의 활용도 등 이용 실태를

46 11개 그룹은 아보카도, 단호박, 핵과류, 키위(호주수출 대상), 배(나시), 단감, 밤, 블랙커런트, 보이젠베리, 타마릴로, 송로버섯임.

조사하여 지원 방향을 재구축할 필요가 있으며, KOTRA 제도 이용 시 비용 지원을 검토하는 것도 고려해야 함.

3.2. 해외 제도의 벤치마킹 가능성

- 미국의 농업부문 수출지원은 주로 농산물 무역정책과 국제교섭, 해외시장 정보 수집·분석, 수출금융제공 등으로 우리나라와는 큰 차이가 없으며, 해외 시장개척에 주안점을 두고 있음.
- 프랑스도 예산의 상당부분은 프랑스 제품 이미지 홍보나 외국과의 네트워크 구축에 투입되고 있어 수출업체나 농가에 대한 직접적 지원보다는 간접 지원 형태 중심임.
- 일본은 시장개방에 대한 수세적 자세에서 탈피하여 시장개방에 적극적으로 대응하는 ‘공격적 농정’의 일환으로 수출정책을 강화하였으며, 1조엔 수출 목표를 달성하기 위해 ‘시장 개척’과 상대국의 ‘수출장애요소 개선’ 등을 주요 내용으로 하는 수출종합 전략을 수립하여 추진하고 있음.
 - 특히, 해외시장 개척사업에 240억 엔을 투입하는 등 해외시장 확대에 상당히 노력을 기울이고 있으며, 농림수산성 독자적인 활동만이 아니라 JETRO와의 연계 강화를 도모하고 있음.
 - 우리나라도 한국농수산물유통공사뿐만 아니라 KOTRA와의 연계 강화와 적절한 역할 배분을 통해 농식품 수출확대를 도모할 필요가 있음.
- 뉴질랜드는 원예수출법안을 마련하여 이 법안에 동의한 품목들은 수출면허 제도를 운영하고 있으며, 법안에는 생산자 및 수출업자들이 지켜야할 최소한의 품질 기준 규정, 농약 잔류성 등 식품안전 관리규정, 산업구조와 기능 안내, 연구 개발비 조성, 국내산업 정보수집 관련 규정 등이 기재되어 있음.

- 법안에 따르는 모든 참가자들은 이들이 동의하고 승인한 프로그램에 따라 수출할 의무를 부여하고 있으므로 우리나라의 경우도 장기적으로 관련 법안을 마련하는 방안을 고려하는 것도 중요함.
- 그러나 법안 마련은 독점 문제 발생, 면허제도 탈락 업체들의 반발과 법적인 소송의 발생 가능성 존재 등 여러 가지 측면에서 도입하기에는 어려운 점이 많아 도입을 고려해 보되, 상당히 신중한 검토가 필요할 것으로 판단됨.

제 6 장

농식품 수출증대를 위한 정책지원제도 개선 방안

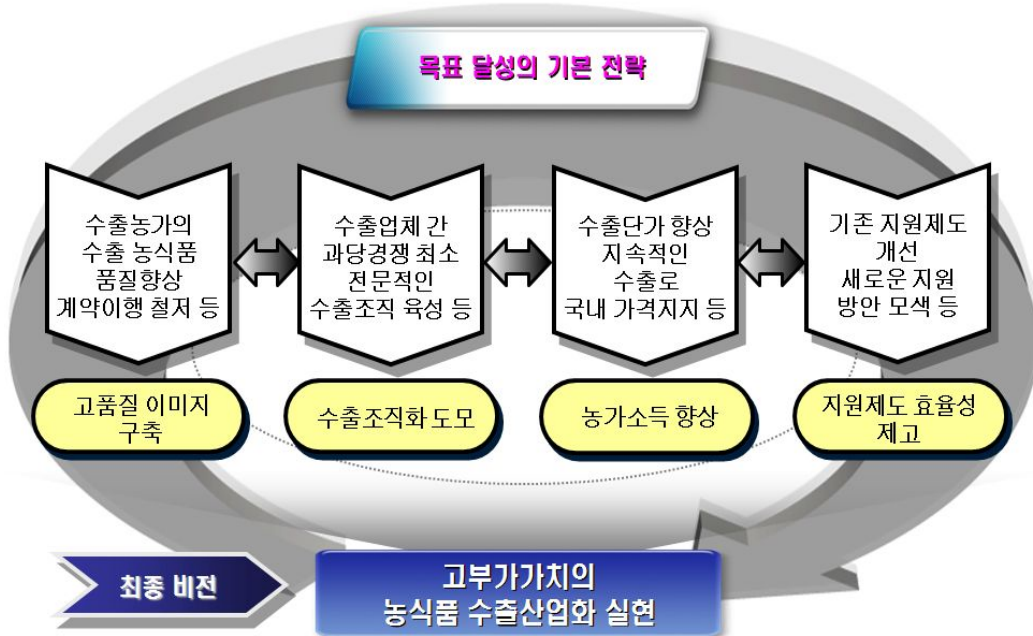
1. 기본 전략 설정

- 농림수산식품 수출액은 2000년 30억 달러에서 2011년 77억 달러로 사상 최고치를 기록하는 등 빠르게 성장하고 있는 추세임.
 - 이처럼 농림수산식품 수출이 크게 증가함으로써 농업부문의 수출산업화 추진은 물론, 새로운 수요 창출과 국내 농산물 가격 안정화 등에 상당한 기여를 하고 있음.
- 농업부문이 DDA/FTA 등으로 시장개방이 확대되면서 전반적으로 위축되는 상황 속에서도 농림수산식품의 수출이 크게 성장할 수 있었던 것은 농가 등 관련 기관의 노력과 함께 정부의 적극적인 수출지원제도 운영이 가장 중요한 요인으로 작용하고 있음.
- 그럼에도 불구하고 현재의 농식품 수출은 수출과정과 수출지원제도의 운영상에서 몇 가지 문제점을 내포하고 있기 때문에 농업부문이 수출산업으로 정착되기 위해서는 현행 제도의 문제점을 개편하고, 새로운 농식품 수출 정책지원제도를 마련할 필요가 있음.

○ 따라서 농식품 수출지원제도 개선의 목표를 ‘고부가가치의 농식품 수출산업화’로 설정하였으며, 이러한 목표 달성을 위한 기본 전략으로는 다음의 4가지를 설정하였음.

- 첫째, 수출농가의 수출 농식품 품질 향상과 계약 이행 철저 등을 통해 한국산 제품의 고품질 이미지를 구축하도록 함.
- 둘째, 수출업체 간 과당경쟁을 최소화하고, 전문적인 수출조직 육성 등으로 수출조직화를 도모함.
- 셋째, 수출단가 향상, 지속적인 수출로 국내 가격지지 등 수출농가의 소득향상에 기여함.
- 넷째, 기존 농식품 수출지원제도의 개선(단기 과제)과 새로운 지원방안 모색(중장기 과제) 등으로 지원제도의 효율성을 제고시킴.

그림 6-1. 농식품 수출 정책지원제도 개선의 기본 전략



2. 수출증대를 위한 수출지원제도 개선 방안

2.1. 기존 지원제도의 효율성 제고 방안(단기 지원제도 방안)

2.1.1. 감축 중인 수출물류비지원의 효율적 이용

- 수출물류비 지원은 향후 폐지 가능성에 대비하여 매년 지속적으로 지원액을 감축시키고 있으며, 증액 가능성이 낮아 주어진 지원액 내에서 효율적 운영이 요구됨.
- 수출물류비 지원은 수출실적 기준(단일 품목 기준 25만 달러 이상의 업체)이기 때문에 수출물량 확보를 위한 업체 간 과당경쟁 문제가 발생하고 있으며, 저위 상품의 수출로 수출시장에서 한국산 농산물의 이미지 저하도 나타나고 있음.
- 그렇다고 하더라도 몇몇 우수 수출업체만 선정하여 물류비를 집중 지원하게 될 경우 비지원 업체의 불만 폭증, 끊임없는 형평성 문제 제기 등으로 제도의 효율적 운영이 불가능해질 가능성이 농후함.
- 따라서 수출업체 간 과당경쟁을 최소화하고 전문적인 수출조직 육성을 위해서는 수출물류비 지원을 시기별·품목별로 차등 지원함으로써 운영의 효율성을 제고시키는 방안을 고려해야 함.
- 우선 수출 성수기와 비수기로 구분하여 성수기에 고품위 농식품 수출 시에는 수출물류비 지원을 확대하고, 비수기에는 지원을 상대적으로 축소하도록 함.
 - 이 경우 비수기 저위의 농산물 수출로 물류비를 지원받는 업체를 최소화

할 수 있어 부실 업체의 탈락을 유도할 수 있으며, 수출시장에서 한국산 제품의 이미지 향상에도 기여할 수 있음.

- 수출업체 조사결과에서는 수출물류비의 시기별 차등지원을 현행대로 유지하는 것이 좋겠다는 의견이 가장 높지만, 주요 수출시기와 비수기를 구분하여 성수기 고품위 농산물 수출 시에는 수출물류비 지원을 확대하고, 비수기에는 지원을 상대적으로 축소하는 방안을 마련할 필요가 있음.

표 6-1. 수출업체의 수출물류비 시기별 차등지원 의향

단위: %

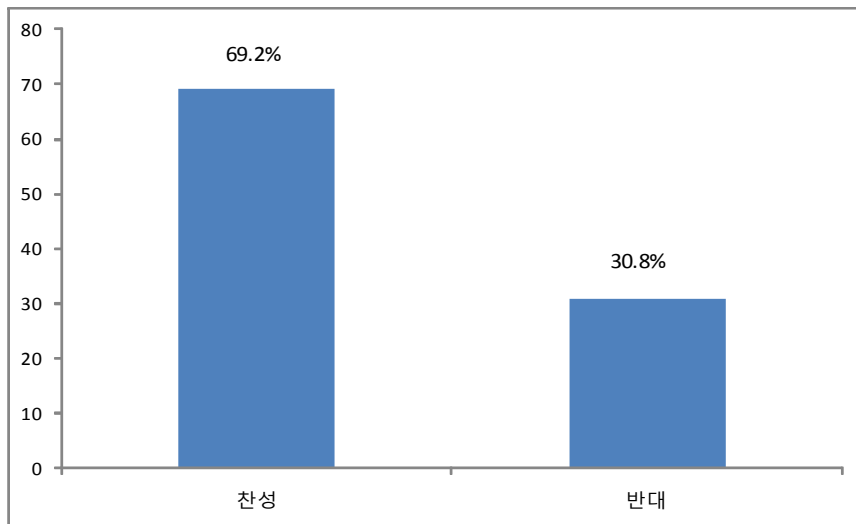
	모든 농식품의 차등지원 필요	신선농산물만 차등지원 필요	현행 유지	잘 모름	계
구성비	8.5	17.7	54.6	19.2	100.0

자료: 수출업체 조사결과.

○ 화훼의 경우 kg당 수출물류비 지원이 큰 의미가 없으며, 부정 지급 문제도 제기되고 있어 kg당 지원을 본당 지원으로 지원방식을 변경하는 방안을 마련할 필요가 있음.

- 화훼는 본당 지원으로 수출물류비 지원 방식 변경 시 보다 정확한 물량 집계 가능하기 때문에 부당 지원 문제는 해결할 수 있음.
- 화훼 수출업체의 69.2%도 화훼의 수출물류비 지원 방식을 kg에서 본당으로 변경하는 것에 찬성하고 있음.
- 그렇지만 본당으로 수출물류비를 지원할 경우 물류비 수령을 위해 상품성이 떨어지는 화훼를 수출하는 업체도 나타나는 부작용도 있을 수 있음.
- 이러한 문제는 kg당 지원 시에도 저품위 화훼를 수출해도 물류비는 지원받고 있어 어느 경우에도 문제 발생 소비는 존재함.
- 따라서 화훼를 본당 지원으로 변경하여 운영하고, 이에 따른 수출효과를 분석한 후 제도를 보완하도록 함.

그림 6-2. 화훼 수출업체의 수출물류비 지원 방식 변경 의향



자료: 수출업체 조사결과.

2.1.2. 수출선도조직육성사업의 본래 목적과 부합하도록 유도

- 정부는 농식품 생산단계부터 수출까지 일괄 관리하는 수출선도조직을 육성하여 농식품 수출을 주도하도록 함으로써 경쟁력 강화를 통한 수출확대를 도모하고자 농식품 수출선도조직 육성사업을 시행·운영하고 있으며, 조직화에 상당한 성과를 거두고 있음.
 - 그러나 당초의 목적과는 달리 일부 수출업체의 경우 선도조직 지원을 또 다른 형태의 추가적인 보조로 인식하고 있으며, 선정되지 못한 경쟁업체의 불만과 형평성 문제가 제기되고 있음.
- 따라서 현행 수출선도조직은 파프리카나 버섯, 장미 등과 같이 개별업체 중심이 아닌 연합조직이나 수출협의회 중심으로 지정하도록 방식을 개선하고, 추가 확대 선정하는 것보다는 현재 선정된 선도조직의 내실화를 도모하는 것이 바람직함.

- 또한, 수출선도조직 평가 항목에서 수출실적 달성 여부를 포함(수출신장율 20%)시키고 있는데 목표 달성을 위한 지나친 노력으로 저품위 농산물도 수출을 증대하는 상황도 발생하므로 수출신장율의 평가 항목 비중을 축소하는 방안도 마련해야 함.

※ 선도조직의 조직화 사례: (주) K-Flower

- (주) K-Flower는 2010년 3개 농협(오수관촌농협 한국화훼농협 대동농협)과 1개 영농조합법인(임실장미영농조합법인)이 연합하여 설립
 - 주주 구성

주주명	소유 주식 수	1주당 금액
오수관촌농협	3,000주	10,000원
한국화훼농협	3,000주	
김해대동농협	3,000주	
임실장미영농조합	1,000주	

- 사무실은 김해대동농협 내에 있으며, 대표이사 1명, 이사 2명, 감사 1명 등 4명의 임원으로 구성
- 2012년 3월에 수출선도조직사업 장미부문 사업자로 지정
- 2012년 5월부터 K-Flower 장미 수출을 개시하였으며, 장미 이외의 수출품목도 통합 수출

※ 선도조직의 조직화 사례: KOPA

- KOPA 연합법인은 파프리카 수출의 83%를 점유하고 있는 18개 업체가 연합 출자하여 2012년 설립
 - 공동물류·공동 원료구매를 통한 원가 절감(연간 6억 원) 및 자체 재원조성, 품질·안전성 관리 강화, 바이어 정보공유로 수출 교섭력 확보

○ 지원사항 및 지원방법

인센티브명	지원내용	지원방법
기반조성 인센티브	조기 정착을 위한 사업비의 일부 지원 (총 사업비의 70% 이내)	200백만 원 한도 (사업자 선집행 후 목표달성율에 따라 정산지원)
수출활성화 인센티브	고품질 수출물량에 대해 지원	표준물류비의 5%(매월 사업자의 신청에 의거 지원)
연합법인 인센티브	품목 또는 부류별 조직의 통합 유도를 위해 연합법인 선도조직의 운영비 지원	표준물류비의 3%(매월 사업자의 신청에 의거 지원)

- 사용용도: 생산품의 품질관리와 품질개선, 물류개선, 마케팅 연합법인의 조직운영비(인건비, 사무실 운영비 등) 용도로 한정 집행

○ 출자금 및 출자법인

- 공동 출자금: 2억 원
- 출자법인: (주)경남무역, 농업회사법인 (주)농산 (주)오션그린 (주)한솔무역, (주)NH무역, (주)팜피아, 경북통상(주), 농업회사법인 (주)탐진들, 농업회사법인 (주)강원무역, 가야농업협동조합, (주)세마무역, 보라무역, 우포그린 영농조합법인, 예경민 대영농조합법인, 태성무역(주), 명인무역

1.3. 해외시장개척지원사업의 증액 방안 마련

- 정부의 지속적인 해외시장개척지원 사업 추진은 대일본 수출의존도를 60%에서 30%대로 낮추는 등 농식품 수출시장의 다변화에 많은 공헌을 하였음.
- 그럼에도 불구하고 해외시장개척지원(2012년 기준)은 해외홍보마케팅(2013

년부터 이관 계획), 국제박람회참가지원, 해외관측행사지원이 전체 예산의 2/3를 차지하고 있으며, 해외물류기반구축, 바이어거래알선 등 나머지 사업들의 예산은 20억 원 내외로 소규모임.

- 이 때문에 새로운 유망 해외시장 개척이 곤란하여 수출국 다변화 노력에 한계가 있을 수밖에 없으므로 관련 지원사업의 증액이 요구됨.
- 특히, 해외시장개척지원사업은 당장의 성과를 나타내는 것이 아니라 계속적인 지원을 통한 장기적 관점의 사업이므로 사업의 지속성이 무엇보다 중요함.

1.4. 수출지원사업의 홍보 강화로 인지도 제고

- 농식품 수출지원사업이 현장에서 어떻게 활용되고 있는지에 대한 농식품 수출농가 및 수출업체 설문조사 결과, 수출농가와 관련된 정부의 지원사업에 대한 인지도는 50% 내외로 조사되었지만, 농가의 70% 이상은 해당 지원사업이 수출에 도움이 된 것으로 평가하고 있어 상당히 긍정적인 반응을 나타내고 있음.⁴⁷
 - 이 때문에 관련 지원사업에 대한 보다 적극적인 홍보 등으로 인지도를 향상시켜 이용률을 높인다면, 수출확대에 크게 기여할 수 있을 것으로 판단됨.
- 수출업체의 경우 수출물류비지원의 인지도가 가장 높으며, 다음으로 국제박람회 참가지원, 바이어 거래알선 등의 순으로 인지도가 높은 것으로 나타남.
 - 반면, 수출브랜드 해외상표등록, 해외인증제도 등록지원, 선도유지제 이용의 지원사업에 대해 대체로 알고 있는 수출업체는 40%대로 인지도가 낮음.⁴⁸

47 자세한 사항은 제3장의 pp.57~60을 참조할 것.

- 그럼에도 불구하고 수출업체와 관련된 지원사업이 수출확대에 도움이 되었는가에 대한 기여도는 인지도 비율보다 높은 것으로 조사됨.
 - 따라서 인지도가 낮은 사업의 활용도 제고 방안을 마련할 경우 현재보다 수출 확대 가능성은 큼.
- 농식품 수출지원제도에 대한 수출업체의 인지도는 비교적 높은 편이지만, 환변동보험 및 농수산물수출보험의 인지도는 60% 수준인데 비해 이용도는 30% 수준에 머물러 있음.
- 실제 수출업체 조사결과에서도 한국무역보험공사의 단기수출보험 등에 매년 가입하고 있는 업체는 25.0%에 불과한 것으로 나타남.
 - 단기수출보험 가입 시 자부담분에 대해 현재 정부에서 지원해 주고 있기 때문에 농식품 수출의 리스크 경감을 위해 가입을 적극 홍보해야 하며, 필요할 경우 수출물류비지원 조건으로 가입의무화도 고려할 필요가 있음.

표 6-2. 수출업체의 단기수출보험 가입경험

단위: %

	매년 가입	필요할 때만 가입	거의 가입하지 않음	전혀 가입하지 않음	계
채소 수출업체	32.6	16.3	4.7	46.5	100.0
과일 수출업체	25.0	27.3	11.4	36.4	100.0
화훼 수출업체	53.8	-	-	46.2	100.0
가공품 수출업체	20.0	13.3	15.0	51.7	100.0
평균	25.0	16.4	10.9	47.7	100.0

자료: 수출업체 조사결과.

- KOTRA의 해외시장개척지원사업의 경우도 수출확대나 시장조사를 위해 상당히 유용한 제도임.

- 수출업체의 51.6%는 KOTRA의 해외시장개척지원사업에 대해 대체로 알고 있는 것으로 나타났으나, 농식품부 관련 지원제도의 인지도에 비해서는 낮은 편임.

표 6-3. 수출업체의 KOTRA 해외시장개척지원사업 인지도

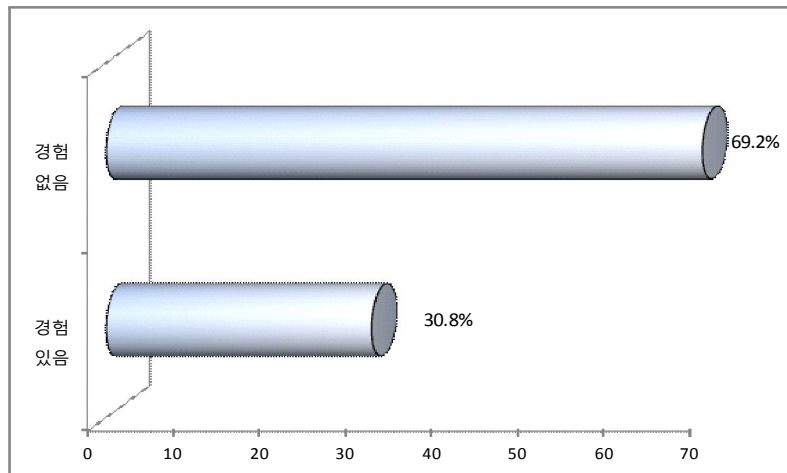
단위: %

	전혀 모름	자세히는 모름	보통	대체로 알고 있음	매우 잘 알고 있음	계
채소 수출업체	7.0	20.9	23.3	34.9	14.0	100.0
과일 수출업체	4.5	27.3	15.9	36.4	15.9	100.0
화훼 수출업체	15.4	7.7	23.1	30.8	23.1	100.0
가공품 수출업체	6.5	16.1	19.4	45.2	12.9	100.0
평균	6.2	21.5	20.8	36.2	15.4	100.0

자료: 수출업체 조사결과.

- 50% 수준의 인지도에 비해 이용도는 30.8%에 불과하여 많은 수출업체가 이 제도를 활용하고 있지 못함.
- 따라서 정부의 적극적인 홍보로 KOTRA의 지원제도를 활용할 수 있도록 하고, 필요 시 정부 방안을 마련하는 것이 필요함.

그림 6-3. 수출업체의 KOTRA 해외시장개척지원사업 이용 경험



자료: 수출업체 조사결과.

1.5. 수출지원사업의 우선순위 평가로 지원의 선택과 집중

- 현재 정부의 농식품 수출지원사업은 다양하지만, 예산 확충에는 제약이 따르고 있어 각 사업들에 대한 수출업체의 요구사항이 반영된 지원사업에 우선적으로 지원을 확대하는 이른바 “선택과 집중” 전략이 필요함.
- 수출업체 조사결과, 현행 농식품 수출지원사업 가운데 가장 우선적으로 필요하다고 느끼는 사업은 수출물류비지원(1순위)이며, 다음으로 운영활성화자금지원(2순위), 국제박람회참가지원(3순위), 해외유통업체연계관측행사(4순위), 환변동보험 및 농수산물수출보험(5순위) 등의 순임.
 - 부류별로는 채소 수출업체의 경우 수출물류비지원, 운영활성화자금지원, 환변동보험 및 농수산물수출보험, 수출선도조직육성, 국제박람회참가지원 등의 순으로 나타남.
 - 과일 수출업체는 수출물류비지원, 운영활성화자금지원, 환변동보험 및 농수산물수출보험, 해외유통업체연계관측행사, 국제박람회참가지원 등의 순임.
 - 화훼 수출업체는 수출물류비지원, 환변동보험 및 농수산물수출보험, 선도유지제이용, 국제박람회참가지원, 수출선도조직육성 등의 순임.
 - 가공품 수출업체는 수출물류비지원, 국제박람회참가지원, 운영활성화자금지원, 해외유통업체연계관측행사, 수출유망품목육성 등의 순으로 조사되었음.
- 이와 같이 수출업체의 주력 품목에 따라 지원 받기를 희망하는 사업의 우선순위에 약간의 차이가 있는데, 채소·과일·화훼의 신선농산물 수출업체는 수출물류비지원을 제외하면 환변동보험 및 농수산물수출보험에 대한 우선순위가 높은 특징을 보이고 있다.
 - 이는 신선농산물의 경우 선도유지가 어려워 장기 운송 시 변질되기도 하여 이들 보험에 대한 업체들의 선호도가 높기 때문임.

- 따라서 수출업체의 주력 품목 특성을 고려하여 수출지원사업의 우선순위를 결정하여 필요사업에 집중 지원함으로써 정부지원의 효과를 제고시키는 방안이 요구됨.

표 6-4. 수출업체의 현행 농식품 수출지원사업 우선순위

단위: 순위

	채소	과일	화훼	가공	평균
수출유망품목육성	8	10	10	5	7
수출선도조직육성	4	8	5	11	8
간류농약비검사지원	6	7	10	10	9
해외유통업체연계관측행사	8	4	10	4	4
국제박람회참가지원	5	4	2	2	3
바이어거래알선	7	8	6	6	6
수출브랜드해외상표등록	11	-	9	9	11
해외인증제도등록지원	12	-	10	11	12
공동브랜드회모리관리	13	11	7	8	13
수출물류비지원	1	1	1	1	1
선도유지제이용	10	6	2	13	10
환변동보험 및 농수산물수출보험	3	3	2	7	5
운영활성화자금지원	2	2	7	3	2

자료: 수출업체 조사결과.

2.2. 신규 지원제도 발굴(증장기 지원제도 방안)

2.2.1. 수출물류비지원 폐지에 대비한 대체제도 신설

- 수출물류비지원의 수출 기여도는 타 사업에 비해 월등히 높아 거의 대부분의 수출업체가 수출에 상당히 기여한 것으로 판단하고 있어 수출물류비 지원은 DDA 협상 타결 전까지는 반드시 존속되어야 함.

- 그렇지만 현재 정부는 폐지 가능성에 대비하여 매년 지원액을 감축하고 있어 업체의 불안감이 높아지는 상황이며, 향후 물류비지원이 폐지된다면 수출실적 감소는 불가피해질 전망이다.
- 이러한 상황에 대비하기 위해서는 수출물류비지원을 대체할 수 있는 제도를 신설해야 하지만, 물류비보조처럼 업체에 대한 직접적 보조는 앞으로 지양하는 것이 바람직함.
- 따라서 대체제도를 신설하되, 직접 보조 형태가 아닌 간접 지원으로 전환해야 할 것임.
 - 예컨대 정부 지원을 통해 국내에 수출물류시설을 구축한 후 수출업체가 공동 이용할 수 있는 방안을 마련하도록 하며, 주요 수출시장에 한국산 농식품 공동 물류시설을 설치하여 물류비 절감을 유도하는 방안이 필요함.
 - 또한, 정부와 항공사·해운업체 간의 협상으로 수출용 농식품에 대한 운임료 할인 등의 조치가 요구됨.

2.2.2. 수출물량의 안정적 확보를 위한 수출농식품 가격안정보험제도 도입

- 한국무역보험공사는 농식품의 수출 가격 안정을 위해 농수산물수출 가격상승보상보험을 다음과 같이 운영하고 있었으나, 현재는 중단된 상태임.

< 농수산물수출 가격상승보상보험 개요 >

- 계약자: 농수산물 수출자 또는 생산자
- 가입대상: 배추, 무, 파프리카, 파리고추, 감귤 배, 딸기, 토마토, 장미, 백합, 국화, 팽이버섯, 김, 굴 등 품목 및 그 가공품
- 보상한도: 보험가입금액(1천만 원~1억 원)
- 보험료 부담: 보험료의 90% 정부지원(자기부담 10%)
 - 보험요율(한국무역보험공사) 3%

- 보상하는 손해: 수출품목의 월별 국내가격이 매년 초 고시되는 기준가격 이상으로 상승했을 경우
 - 기준가격=최근 3년간(평균가격×가격 인상률)+(표준편차×1.645)
 - 보상단위금액=(기준가격-평균가격)×0.5 이내
 - 보상액=보상단위금액×당월 수출물량(Kg)×주원료비중(%)
- 면책사항
 - 계약체결 당월에 발생한 손실. 단, 갱신계약은 손실 보상
 - 신선식품 소비자물가지수가 전년 동기(월 기준)대비 10% 이상 상승한 월의 경우는 보험금의 50%만 지급

- 무역보험공사가 가격상승보상보험의 운영을 중단한 것은 지속적인 손해 등이 주요 원인이었음.

표 6-5. 한국무역보험공사의 농수산물 가격상승보상보험 손해실적

단위: 백만원, %

	2009	2010	2011.8
보험료	42	66	37
보험금	334	550	750
손해율	792.6	829.5	2,027.0

자료: 농협중앙회 내부자료.

- 그럼에도 불구하고 수출업체들의 수출 시 애로사항 중의 하나는 기상이변 등의 원인으로 인해 국내가격이 급등할 경우 수출물량을 확보하기 어렵다는 점임.
- 이 때문에 수출 계약 후 국내가격 급등 시 농가 판매가격의 일부를 보상해주는 가격안정보험제도의 재도입 요구가 많음.
 - 이에 대해서는 80% 이상의 수출농가와 수출업체 모두 보험제도 도입을 찬성하고 있음.

표 6-6. 수출 농식품 가격안정보험제도 도입 의향

단위: %

	찬성	반대	계
수출농가	89.7	10.3	100.0
수출업체	83.7	16.3	100.0

자료: 수출농가 및 수출업체 조사결과.

- 수출 농식품 가격안정보험제도 도입 시 가입 주체는 수출농가와 수출업체 모두 가입하는 것이 바람직하다는 의견이 높지만, 기본적으로 수출의 주체는 관련 업체이기 때문에 수출업체가 가입 주체가 되어야 함.
 - 단, 영농조합법인 등이 수출을 직접 할 경우 이들 생산자도 보험 가입을 할 수 있도록 함.

표 6-7. 수출 농식품 가격안정보험제도 도입 시 가입 주체

단위: %

	수출농가	수출업체	수출농가와 수출업체 모두	계
수출농가	23.0	23.0	54.0	100.0
수출업체	18.6	28.4	52.9	100.0

자료: 수출농가 및 수출업체 조사결과.

- 또한, 수출 농식품 가격안정보험제도와 유사한 보험을 한국무역보험공사에서 운영하다 중단한 사업으로 무역보험공사가 상품을 다시 개발하여 운영할 가능성이 없을 뿐만 아니라 정부 지원 시 직접보조 문제가 제기될 수도 있음.
 - 이 때문에 보험 상품의 운영은 민간단체로 분류되는 농협중앙회가 담당하는 것이 바람직함.
- 한편, 수출 농식품 가격안정보험제도 도입 시 보험료를 100% 수출업체 또는 생산자가 부담하는데 한계가 있을 수 있으므로 한국무역보험공사가 운영하였던 것처럼 정부 보조가 필요함.

- 농작물재해보험이나 공제보험 등 농업관련 보험도 대부분 정부 보조가 투입되고 있으므로 가격안정보험도 보조가 지원되어야 가입의 실효성을 제고시킬 수 있음.

※ 참고 사례: 농작물재해보험

- 대상 품목(2010년 기준): 25개 품목
- 대상 재해: 과거는 태풍, 우박, 동상해 등에 한정되었으나, 최근의 시범사업 대상품목들은 모든 재해를 대상으로 하는 종합위험방식 채택
- 정부지원
 - 국가가 보험료의 상당 부분을 부담
 - 보험운영비의 100%와 농가부담 보험료의 50%를 국가가 부담
 - 지자체와 농협 등에서 여건에 따라 추가적으로 지원하기 때문에 실제 농가 부담수준은 1/3 수준

※ 참고 사례: 농기계종합공제

- 농협은 농업인들의 농기계 사고로 발생될 피해를 보상하여 농가경제 안정을 도모하고자 1989년부터 농작업 상해공제(농업인 안전공제) 실시, 1991년부터는 농기계종합공제를 추가 개발·보급
- 가입대상: 농업인 안전공제는 만 15~84세 농업인으로 공제기간은 1년, 농기계종합공제는 만 18세 이상의 농기계 운전 가능한 자
- 대상 농기계: 경운기, 트랙터, 콤팩트, 승용관리기, 승용이앙기, SS분무기 등 13기종
- 공제료(보험료)의 50%는 정부 보조

- 그러나 보험 재도입 시 가장 커다란 문제는 보험가입 업체 수가 많지 않을 가능성이 크며, 지속적으로 손실이 발생할 수 있기 때문에 수출 농식품 가격안정보험은 기금(보상지원금) 방식으로 운영하거나 전체 농식품 수출업체의 가입 의무화로 가입률을 제고시키는 방식을 채택해야 함.
- 우선 기금 운영 방식은 한국무역보험공사에서 운영한 보험의 실제 지불 보험금을 분석하여 적절한 기금 기준을 설정하고, 정부 지원으로 기금을 조성한 후 운영은 보험사(농협중앙회)로 아웃소싱을 주도록 함.
 - 보험상품에 대한 지원예산총액을 보험료로 납입하고, 보험사는 납입보험료의 적정 한도로 보상을 하도록 함.
 - 수출가격보다 국내 가격이 상승할 경우 적정 수준에서 보험금을 지불하고, 이익 발생 시에는 손실에 대비하여 적립하는 형태로 운영함.
- 두 번째로 전체 수출업체 또는 생산자가 보험에 가입하도록 유도하여 가입률을 상승시켜 손실을 최소화하는 것임.
 - 이는 보험 가입 업체나 생산자에 한해 수출물류비보조를 지급하도록 의무화할 경우 가능함.
- 보험상품의 운영에 대한 개략적 방향은 설정하였으나, 향후 보다 구체적으로 보험을 설계하기 위해서는 다음과 같이 여러 가지 고려사항이 있음.
 - 대상품목 검토: 농식품 가운데 가격 변동, 재해 발생 빈도 등을 충분히 분석하여 적절한 품목을 선정
 - 보상 기준 및 보장률 산정: 수출업체나 생산자 의견을 고려하되, 보험관련 전문 기관 등에 별도 기준 산정 의뢰
 - 예컨대, 수출 농식품 가격안정보험 도입 시 보상 기준에 대한 설문 조사결과, 국내가격이 수출단가보다 30% 상승하였을 때가 가장 높음.

표 6-8. 수출 농식품 가격안정보험제도 도입 시 국내가격 상승 대비 보상 기준
단위: %

	수출단가보다 30% 상승 시	수출단가보다 40% 상승 시	수출단가보다 50% 상승 시	기타	계
수출농가	70.7	12.1	12.9	4.3	100.0
수출업체	86.3	3.9	2.9	6.9	100.0

자료: 수출농가 및 수출업체 조사결과.

- 또한, 보상 수준은 수출단가보다 국내가격이 50% 이상 상승했을 때 가격 차이의 50%가 가장 많지만, 면밀한 검토를 통해 보험료 등을 고려한 적절한 수준으로 설정하는 것이 필요함.

표 6-9. 수출 농식품 가격안정보험제도 도입 시 보상 수준

단위: %

	계약 수출단가 보다 상승한 국내가격 차이의 20%	계약 수출단가 보다 상승한 국내가격 차이의 30%	계약 수출단가 보다 상승한 국내가격 차이의 40%	계약 수출단가 보다 상승한 국내가격 차이의 50%	계
수출농가	6.1	20.0	11.3	62.6	100.0
수출업체	13.7	34.3	4.9	47.1	100.0

자료: 수출농가 및 수출업체 조사결과.

- 도덕적 해이 문제: 보험금 수령 후 실제로 수출하지 않을 가능성도 있으며, 보험 가입 시 수출계약서와 수령 이후 수출증명서 제출 의무화 필요
- 그러나 수출농가나 수출업체가 계약서를 작성하지 않는 경우도 많으므로 보험 도입 시 정식으로 수출 계약서를 작성하도록 의무화

표 6-10. 농식품 수출 시 계약서 작성 여부

단위: %

	수출농가			수출업체				
	작성	구두 계약	계	반드시 정식 계약서 작성	간이 약정서 작성	구두 계약	기타	계
구성비	71.1	28.9	100.0	58.1	21.0	9.7	11.3	100.0

자료: 수출농가 및 수출업체 조사결과.

- 가입·탈퇴 규정 강화: 위험의 시간적 분산을 위해 가입자가 장기적으로 보험을 유지하는 방안이 필요하며, 이를 가입·탈퇴 규정에 포함시킴으로써 보험금을 받고 다음 해에 탈퇴하는 문제를 방지
 - 정부 지원 자금 확보: 보험 운영에 필요한 정부지원 예산 확보가 요구
- 참고로 최근에는 농가의 수입 안정, 생산촉진 등 여러 가지 경제적 효과를 기대하면서 농업수입보장보험 도입도 적극 검토하고 있으며, 이에 대한 여러 가지 해외 사례도 있음.⁴⁹

※ 농업수입보장보험 관련 해외 사례

- 미국
 - 소득보장(Income Protection; IP): 곡물가격 또는 단수 하락에 의한 수입 감소로부터 농가 보호
 - 작물수입보장(Crop Revenue Coverage; CRC): IP와 유사하나, 보험료가 IP보다 평균 60% 정도 높은 편
 - 수입보증(Revenue Assurance; RA): IP와 유사하나, 곡물가격을 생산자 실제 수취가격에 가깝게 산정
 - 수입보장(Revenue Protection; RP): IP, CRC, RA 등 기존 수입보험을 RP 프로그램으로 통합하여 단순화
 - 과거수입보장(Actual Revenue History; ARH): 가격 확인 메커니즘이 미흡한 작물에 대해 수입보장 제공

⁴⁹ 농업수입보장보험에 관해서는 한국농촌경제연구원·보험개발원(2012) 자료를 참조하였음.

2.2.3. 수출농가의 생산기반 정비 및 의욕고취 지원제도 마련

- 수출농가가 가장 필요로 하는 정부의 추가지원은 생산시설 개보수 자금에 대한 일부 보조 확대(53.4%)임.
- 생산시설 개보수 자금 지원은 현재 「원예전문 생산단지 시설현대화 지원」 사업이 있어 농림수산식품부 장관이 지정한 원예전문생산단지의 농업인(농업법인 포함)의 경우 사업대상자 및 사업계획의 적정성, 수출 및 운영실태 등을 종합평가하여 선정 가능함.

표 6-11. 수출농가의 정부 추가지원 요청사항

단위: %

	생산시설 개보수 자금 보조 확대	각종 컨설팅 비용 지원	농약이나 천적 등의 비용 지원	수출국 기호에 맞는 종자비 지원	작기 조절 시 난방비 일부 보조	기타	계
구성비	53.4	10.3	15.5	5.2	13.8	1.7	100.0

자료: 수출농가 및 수출업체 조사결과.

- 그러나 이 사업의 보조비중은 20%에 불과한 반면, 용자(60%)나 자부담(20%) 비중이 대부분으로 시설·자재비, 유류비, 인건비 등의 상승으로 사업 추진 시 농가의 사업비 부담 과중 문제가 발생하고 있음.
 - 더욱이 「과실생산비 절감 및 고품질 생산시설 확대사업」에 포함되어 있는 생산시설현대화사업은 보조 50%(국비 25%, 지방비 25%), 용자 30%, 자부담 20%로 보조 비중이 높아 형평성에 어긋남.
 - 이에 따라 수출농가의 부담 완화와 고품질 수출 농산물 생산기반 조성을 위해서도 현행 보조 비중을 상향 조정할 필요가 있음.
- 신선농산물의 경우 수출시장별 수출 성수기가 존재하지만, 이 시기에는 동계작형 난방비 등의 부담으로 국내 재배 여건이 용이하지 않은 상황임.

- 또한, 수출국가의 식물검역 기준에 맞는 농약이나 천적 등을 사용해야 하기도 하므로 이에 대한 수출농가 부담이 큼.
- 따라서 수출의욕 고취를 위해 수출국 성수기나 식물검역 기준에 부합될 수 있도록 수출농가의 수출용 생산자재 지원 제도를 신설하는 것이 중요함.

제 7 장

요약 및 결론

- 농림수산물 수출액은 2011년 77억 달러로 사상 최대를 달성하는 등 비약적인 증가 추이를 보이고 있는데, 이는 농가 등 관련 기관의 노력과 함께 정부의 적극적인 수출지원제도 운영이 가장 중요한 요인으로 작용하고 있음.
- 이와 같은 농식품 수출의 확대에도 불구하고 고품질 농산물을 재배하는 전문 수출농가의 부족, 지속적·안정적인 수출물량 확보 곤란, 수출시장에서의 저평가로 인한 수출단가의 지속 하락 등 많은 문제점이 나타나고 있음.
- 그렇지만 농식품 수출은 농업부문의 수출산업화 추진은 물론, 새로운 수요 창출과 국내 농산물 가격 안정화 등에 많은 기여를 하고 있어 수출확대를 위한 보다 효율적인 수출지원 시스템을 마련할 필요가 있음.
- 따라서 본 연구에서는 농식품 수출의 부가가치 증대를 위한 정책지원 시스템 개편 방안의 체계적인 연구를 통해 농식품 수출 지원정책의 수립에 기여하고, 중장기적 관점의 새로운 수출지원제도를 제시하기 위해 수행되었음.
 - 수행된 연구 결과를 요약·정리하면 다음과 같음.

▣ 농식품 수출 구조 변화와 요인

- 농림수산물 수출액은 2000년 30억 달러에서 2005년 34억 달러, 2010년 59억 달러로 지속적으로 증가하는 추세이며, 2011년에는 사상 최대인 77억 달러를 기록하면서 2000년 대비 2.6배로 급증하였음.
 - 전체 농림수산물 수출 부류별 수출 비중은 농식품이 가장 높은 것으로 나타났다는데, 농식품의 수출 실적은 연초 11.6%, 주류 8.2%, 과자 7.6%, 당류 7.2%, 커피류 6.7%, 면류 5.9% 등 대부분 가공품 중심으로 전환되어 채소나 과일 등의 신선농산물 비중은 상대적으로 축소되었음.
- 농림수산식품의 국별 수출 비중은 2000년 일본이 60.5%, 중국 6.7%, ASEAN 5.0% 등으로 일본의 수출 의존도가 상당히 높았으나, 2011년에는 일본이 30.5%로 크게 감소한 반면, 중국은 15.5%, ASEAN 13.1%로 증가하여 향후 중국과 ASEAN 시장이 우리나라의 주요 수출시장으로 부상할 가능성이 높음.
 - 농림수산물 가운데 농식품의 주요 수출국을 살펴보면, 주요 상위 3개국 수출 비중이 2011년의 49.2%로 2000년에 비해 21.3%p 하락하여 수출 시장 집중화가 완화되었음을 알 수 있음.
- 이와 같이 주요 수출국의 집중도가 완화되고 있는 것은 정부의 수출지원제도 등을 통한 수출국 다변화 노력이 효과를 보이고 있기 때문으로 판단됨.
- 우리나라 농식품 수출은 기존의 신선농산물 중심에서 가공품으로 재편되고 있지만, 신선 원예작물의 수출 절대액은 지속적으로 증가하고 있으며, 주력 수출 품목도 여전히 수출 효자 품목으로 자리잡고 있음.
 - 그럼에도 불구하고 딸기와 백합 등 일부 부류에서는 주력 수출 품목에 변화가 발생하고 있는데, 이는 국내품종의 보급비율 확대, 국내품종 개발과 구근의 국산화 증대 등의 영향이 주요 요인을 작용함.

- 또한, 고소득 품목으로 인식되고 있는 파프리카의 수출은 더욱 확대되어 일본시장에서 한국산 파프리카의 시장점유율이 2011년 63.5%로 나타나 대표적인 신선채소 수출품목이 토마토에서 파프리카로 전환되었음.
- 또한, 농식품의 일본시장에 대한 수출 의존도가 점차 완화되고 있는 추세가 뚜렷한 특징을 보이고 있음.
 - 일본은 지리적으로 인접하고 있을 뿐만 아니라 소비 패턴도 유사하여 전통적인 주요 수출국이나, 최근 대중국 수출이 크게 증가하여 향후 우리나라의 중요한 수출대상국으로 자리잡을 가능성이 높음.
 - 더욱이 싱가포르, 홍콩 등 동남아시아 시장으로 신선농산물 수출이 확대되는 특징을 나타내고 있으며, 러시아도 꾸준한 물량이 수출되고 있어 노력 여하에 따라서는 수출 확대가 충분함.
- 이와 같이 수출구조가 변모하게 된 주요 요인으로는 고소득 품목의 새로운 등장(파프리카), 국내시장 가격 변동과 수출국 내에서의 경쟁 심화(토마토, 파프리카), 육종·재배기술 등의 향상(딸기, 백합), 리스크 분산을 위한 수출국 다변화 노력 등을 들 수 있음.

▣ 농식품 수출지원제도의 현황과 이용 실태

- 정부의 농업부문 수출지원제도는 크게 해외시장개척지원사업, 농축산물판매촉진사업, 우수농식품구매지원사업의 3가지로 대별할 수 있음.
- 해외시장개척지원사업은 농식품 수출업체의 경쟁력 제고와 해외진출을 위한 지원 사업을 추진하여 농식품 수출확대를 통한 농가소득 증대 및 식품산업 발전을 도모하는데 목적이 있음.
 - 본 사업은 민간경상보조로 국고 100%의 지원조건이며, 사업시행주체는

한국농수산물유통공사임.

- 이 사업은 수출 정보 인프라 구축, 수출유망 품목 육성, 수출 브랜드 지원, 수출 물류기반 구축 등의 수출성장동력확충사업과 국제박람회 참가, 판촉행사 지원, 바이어 초청회 개최 등의 해외수출거래선 발굴의 2가지로 분류하고 있음.
 - 총 예산 규모는 2012년 314억 원(수출성장동력확충 99억 원, 해외수출거래선 발굴 215억 원)이며, 2013년은 270억 원이 책정되어 있음.
- 농축산물판매촉진사업은 수출물류비 부담이 큰 농식품에 수출물류비와 안전성·검역 등 수출인프라강화 사업을 통해 농식품 수출확대와 농가소득 증대를 도모하는데 목적이 있음.
- 농축산물판매촉진사업은 100% 보조이며, 사업시행주체는 한국농수산물유통공사임.
 - 본 사업은 수출물류비 지원과 수출인프라 강화사업으로 구분하고 있으며, 2012년 전체 예산규모는 410억 원(수출물류비 지원이 311억 원, 인프라 강화가 99억 원), 2013년은 412억 원(수출물류비 지원 310억 원, 인프라 강화 102억 원)임.
- 우수농식품구매지원사업 농식품 수출에 필요한 원료구매 및 운영자금을 지원하여 국내 농식품 수출경쟁력 제고는 물론, 수출을 통한 농가소득 증대를 도모하는데 목적이 있음.
- 본 사업은 융자 80%(연리 3~4%, 1년 상환)이며, 사업시행주체는 한국농수산물유통공사와 농협중앙회임.
 - 우수농식품구매지원사업은 농협중앙회가 시행주체인 수출품목 생산단지 지원과 한국농수산물유통공사가 주체인 농식품 수출업체 지원으로 구분할 수 있음.
 - 사업의 규모는 2012년 총 3,652억 원(수출품목 생산단지 지원이 410억 원, 농식품 수출업체 지원 3,242억 원)이며, 2013년은 3,871억 원(수출품

목 생산단지 지원 461억 원, 농식품 수출업체 지원 3,410억 원)이 계획되어 있음.

- 상기와 같은 정부의 수출지원사업은 대부분 한국농식품유통공사가 시행 주체이며, 한국농식품유통공사는 정부 지원에 근거하여 해외시장 개척지원사업과 농축산물 판매촉진사업을 생산조직, 안전관리, 시장개척, 물류지원, 금융보험으로 분류하여 각 사업을 추진하고 있음.
 - 생산조직은 원예전문생산단지지원, 수출유망품목 육성, 수출전문인력 육성, 수출선도조직 육성, 수출협의회 활성화 지원 등의 사업이 있음.
 - 안전관리에는 수출농산물 GAP인증지원, 잔류농약검사비지원, 일본채소류 ID 관리, 대만 사과 안전성 관리, 러시아 수출업체 관리 등의 사업이 추진되고 있음.
 - 시장개척은 해외홍보마케팅지원, 해외유통업체연계관촉행사, 국제박람회 참가지원, 바이어 거래알선, 공동브랜드 휘모리관리 등의 지원사업이 있음.
 - 물류지원은 수출업체에 직접 지원하고 있는 수출물류 지원, 해외공동물류센터, 농식품물류효율화컨설팅 등으로 구분되어 있음.
 - 금융보험은 한국무역보험공사의 환변동보험 및 농수산물 수출보험, 운영활성화자금 지원 등 주로 금융과 관련된 지원이 포함되어 있음.
- 이와 같은 다양한 농식품 수출지원사업이 현장에서 어떻게 활용되고 있는지 이용 실태를 파악하기 위해 농식품 수출농가 및 수출업체 설문조사를 실시하였음.
 - 농식품 수출농가 설문조사는 2012년 정부지정 원예전문생산단지에 소속된 농가를 대상으로 실시하였으며, 총 1,255농가 가운데 145농가가 응답하여 회수율은 11.6%임.
 - 수출업체는 수출 규모가 큰 183업체를 대상으로 하였으며, 이중 130업체가 응답하여 응답률은 71.0%임.

- 수출농가 조사결과를 종합해 보면, 수출농가와 관련된 정부의 지원사업에 대한 인지도는 50% 내외로 조사되었지만, 농가의 70% 이상은 해당 지원사업이 수출에 도움이 된 것으로 평가하고 있어 상당히 긍정적인 반응을 나타내고 있음.
 - 반면, 원예전문생산단지지원사업을 제외하면 이용률이 과반 이하로 나타났는데, 이는 지원제도에 대한 인지도와도 무관하지 않으므로 관련 제도의 인지도 향상 노력이 요구됨.
- 수출업체의 경우 업체 관련 정부의 지원사업에 대해 대체로 인지하고 있는 것으로 조사되었음.
 - 이 중 수출업체와 직접적 관련이 있는 수출물류비지원의 인지도가 가장 높으며, 다음으로 국제박람회 참가지원, 바이어 거래알선 등의 순으로 인지도가 높은 것으로 나타남.
 - 반면, 수출브랜드 해외상표등록, 해외인증제도 등록지원, 선도유지제 이용의 지원사업에 대해 대체로 알고 있는 수출업체는 40%대로 인지도가 낮음.
- 수출업체와 관련된 지원사업이 수출확대에 도움이 되었는가에 대해 도움이 되었다고 응답한 업체 비중은 인지도 비율보다 대체로 높아 수출증대에 기여한 것으로 생각됨.
 - 특히, 수출물류비지원의 수출 기여도는 타 사업에 비해 월등히 높아 거의 대부분의 수출업체가 수출에 상당히 기여한 것으로 판단하고 있어 수출물류비지원 존속이 반드시 필요함.
- 수출업체의 관련 지원사업 이용도는 수출물류비지원이 압도적으로 높으며, 다음이 국제박람회 참가지원, 바이어 거래알선, 해외유통업체 연계관촉행사, 우수 농식품 구매지원 등의 순으로 나타남.

- 수출지원제도를 활용해 본 경험이 있는 수출업체의 제도 만족도(만족이나 매우 만족)는 상당히 높은 것으로 조사됨.
 - 특히, 인지도가 상대적으로 낮은 수출브랜드 해외상표등록, 해외인증제도 등록지원, 선도유지제이용 사업의 경우도 지원을 받아 본 수출업체의 만족도는 크게 높아 인지도 향상으로 활용도를 제고시킬 필요가 있음.

▣ 농식품 수출 및 지원제도의 효과 분석과 당면 과제

- 현재의 국내 경제구조 하에서 농식품의 수출이 중단되는 경우 국내 농식품 시장에 주는 교란적 영향은 GTAP(Global Trade Analysis Project) 모형을 이용하여 분석하였음.
- 분석결과, 농식품 수출 중단 시 GDP는 0.0355%, GDP 디플레이터는 0.3554% 감소되며, 교역조건은 0.1449% 악화되는 것으로 나타남.
 - 또한, 전체 수출액과 수입액은 각각 0.2689%와 0.3092% 감소하는 것으로 분석되었는데, 전체 수출액 감소는 농식품 부문의 수출 감소가 직접적으로 작용한 것으로 보이며, 국내 공급이 증가함에 따라 관련부문의 수입수요의 일부가 국내 제품으로 대체되어 전체 수입액 또한 감소한 것으로 판단됨.
- 국내 각 산업부문별 생산량 변화는 대부분의 농식품 부문이 수출 감소로 인해 생산량까지 줄어드는 것으로 나타난 반면, 축산/낙농, 우유, 육류/육가공 제품 등은 생산량이 늘어나는 것으로 추정되었음.
 - 생산량이 줄어드는 부문은 감소된 수출량이 국내 수요에서 흡수되지 못해 결국에는 생산을 줄일 수밖에 없음을 의미하며, 생산이 늘어나는 부문은 수출 감소로 인화된 국내가격으로 인해 해당부문의 국내 수요가 오히려 증가하여 나타난 현상으로 볼 수 있음.

- 국내 산업부문 및 자원 가격에 미치는 영향을 우선 생산에 활용되는 5가지 투입물(토지, 비숙련노동, 숙련노동, 자본, 천연자원)의 부문별로 나누어 계측한 결과, 5부문 모두 가격 수준이 하락하는 것으로 나타났으며, 농식품 부문은 수산물 13.849%, 과일/채소 5.935%등의 순으로 가격지수가 하락하는 것으로 분석되었음.
- 농식품 수출지원제도의 효과분석을 위해 중력모형(Gravity model)을 응용한 수출방정식을 구성하여 확률효과 패널토빗(Random Effect Panel Tobit) 모형을 활용하였음.
 - 신선농산물 수출증가 요인을 분석한 결과, 정부의 수출물류비 지원액의 수출탄력성은 0.23으로 나타나 신선농산물에 대한 수출물류비 지원이 10% 확대되면, 신선농산물 수출은 2.3% 증가하는 효과가 발생함.
 - 또한, 장기적이고 지속적인 성격의 농식품 수출기반 조성사업, 수출성장 동력확충사업, 해외시장개척사업 등의 수출물류비지원을 제외한 지원 누적액의 탄력성은 0.47로 물류비를 제외한 수출지원 누적액이 10% 증가할 경우 신선농산물 수출은 4.7% 증가함을 알 수 있음.
- 농식품 수출지원정책의 고용에 미치는 파급효과는 연산가능일반균형(CGЕ) 모형과 I-O 분석을 동시에 활용하여 분석하였음.
 - 분석 결과, 2008년의 농림수산물 수출지원사업의 생산전방연쇄효과는 1조 1,093억 원이었으며, 2010년에는 그 효과가 더 증가하여 1조 2,099억 원으로 계측되었음.
 - CGE 모형으로 농림수산물 수출지원사업의 거시경제적 파급효과를 분석한 후에 이를 고용과 연계하면, 2008~2010년간 고용은 6,888~9,816명, 취업은 7,647~10,898명 증가하는 것으로 분석되어 산업연관표 분석에 비해 고용이 크게 증가하는 것으로 분석되었음.
- 농업부문 수출 및 수출지원제도의 여러 가지 효과에도 불구하고 수출과정 등에서 문제점이 노출되고 있음.

- 첫째, 유가상승 등으로 수출물류비 부담이 가중됨에 따라 수출농가의 수취가격이 상대적으로 하락하여 수출확대 의지가 점차 약화되고 있음.
 - 둘째, 무분별하게 난립된 수출업체가 한정된 바이어에 거래함으로써 협상과정에서 우위를 점할 수 없어 거래교섭력이 저하되고 있음.
 - 셋째, 품질 경쟁력 저하와 영세한 국내 수출업체간 과당경쟁 현상이 발생하여 수출단가가 하락하는 문제가 발생하고 있음.
 - 넷째, 국내 농산물 가격이 기상이변 등으로 상승하면, 수출물량을 내수로 전환하는 경우가 발생하여 지속적인 수출물량 확보가 곤란한 상황임.
- 한편, 농업부문 수출지원제도의 운영 과정에서의 문제로는 첫째, 수출물류비 지원은 수출업체가 가장 많이 이용하는 지원사업일 뿐만 아니라 수출 기여도도 매우 높아 이 사업이 폐지될 경우 수출에 지장을 초래할 가능성이 높지만, 이를 대체할 수 있는 지원 제도가 마련되어 있지 않음.
- 둘째, 정부의 수출물류비는 궁극적으로 폐지될 가능성이 높기 때문에 현 단계에서는 지원액을 증액시키기 보다는 예산 내에서 효율적으로 운영되어야 하나, 지원사업이 획일적으로 운영되고 있음.
 - 셋째, 농식품의 경쟁력 강화를 통한 수출확대를 도모하고자 농식품 수출선도조직 육성사업을 시행·운영하고 있으나, 효과 달성이 미흡한 실정임.
 - 넷째, 수출농가의 수출 의욕 고취를 위한 지원사업이 상대적으로 부족한 상황임.
 - 다섯째, 수출국 다변화 정책 노력으로 상당한 효과를 이루었으나, 전략형 해외마케팅 사업은 부족함.

▣ 국내외 수출지원제도 사례와 적용 가능성

- 중소기업수출지원센터에서는 수출확대를 위해 상당히 다양한 제도를 운영하고 있으나, 대부분의 경우 제조업 관련 중소기업 중심의 지원으로서 농식품 부문에서 활용하는데 무리가 있음.

- 한국무역보험공사의 단기수출보험(농수산물 패키지)과 KOTRA의 해외시장 개척지원사업은 농식품 수출과 연계성이 높음.
 - 특히, 단기수출보험은 수출업체가 가입 시 정부가 환변동보험 및 농수산물 수출보험 지원제도로 자부담분을 지원해 주고 있어 활용성이 높은 제도이며, KOTRA의 해외시장개척지원사업도 적은 비용으로도 활용이 가능한 시스템임.
 - 이 때문에 이들 사업에 대한 이용 실태 조사로 지원 방향을 재구축할 필요가 있으며, KOTRA 제도 이용 시 비용지원을 검토하는 것도 고려해야 함.

- 일본은 시장개방에 대한 수세적 자세에서 탈피하여 시장개방에 적극적으로 대응하는 ‘공격적 농정’의 일환으로 수출정책을 강화하였으며, 1조엔 수출 목표를 달성하기 위해 ‘시장 개척’과 상대국의 ‘수출장애요소 개선’ 등을 주요 내용으로 하는 수출종합 전략을 수립하여 추진하고 있음.
 - 특히, 해외시장 개척사업에 240억엔을 투입하는 등 해외시장 확대에 상당히 노력을 기울이고 있으며, 농림수산성 독자적인 활동만이 아니라 JETRO와의 연계 강화를 도모하고 있음.
 - 우리나라도 한국농수산물유통공사뿐만 아니라 KOTRA와의 연계 강화와 적절한 역할 배분을 통해 농식품 수출확대를 도모할 필요가 있음.

- 뉴질랜드는 원예수출법안을 마련하여 이 법안에 동의한 품목들은 수출면허 제도를 운영하고 있으며, 법안에는 생산자 및 수출업체들이 지켜야할 최소한의 품질 기준 규정, 농약 잔류성 등 식품안전 관리규정, 산업구조와 기능 안내, 연구 개발비 조성, 국내산업 정보수집 관련 규정 등이 기재되어 있음.
 - 법안에 따르는 모든 참가들은 이 프로그램에 의해 수출할 의무를 부여하고 있어 우리도 장기적으로 관련 법안 마련을 고려하는 것이 중요함.
 - 그러나 법안 마련은 독점 문제 발생, 탈락 업체들의 반발과 소송의 발생 가능성 존재 등 여러 가지 측면에서 도입하기에는 어려운 점이 많아 도입을 고려해 보되, 상당히 신중한 검토가 필요할 것으로 판단됨.

▣ 농식품 수출증대를 위한 정책지원제도 개선 방안

- 농식품 수출지원제도 개선의 목표를 ‘고부가가치의 농식품 수출산업화’로 설정하였으며, 이러한 목표 달성을 위한 기본 전략으로는 다음의 4가지를 설정하였음.
 - 첫째, 한국산 제품의 고품질 이미지 구축, 둘째, 수출조직화 도모, 셋째, 수출농가 소득향상 기여, 넷째, 기존 농식품 수출지원제도의 개선(단기 과제)과 새로운 지원방안 모색(중장기 과제) 등으로 지원제도의 효율성을 제고시킴.
- 이와 같은 기본전략 하에서 농식품 수출증대를 위한 구체적 개선 방안은 기존 지원제도의 효율성 제고 방안(단기 지원제도)과 신규 지원제도 발굴(중장기 지원제도 방안)로 구분하였음.
- 단기 수출지원제도 개선 방안으로는 첫째, 감축 중인 수출물류비지원의 효율적 이용을 들 수 있음.
 - 즉, 수출업체 간 과당경쟁을 최소화하고 전문적인 수출조직 육성을 위해서는 수출물류비지원을 시기별·품목별로 차등 지원함으로써 운영의 효율성을 제고시키는 방안을 고려해야 함.
- 둘째, 수출선도조직육성사업의 본래 목적과 부합하도록 유도해야 함.
 - 현행 수출선도조직은 개별업체 중심이 아닌 연합조직이나 수출협의회 중심으로 지정하도록 방식을 개선하고, 추가 확대 선정하는 것보다는 현재 선정된 선도조직의 내실화를 도모하는 것이 바람직함.
- 셋째, 해외시장개척지원사업의 증액 방안을 마련할 필요가 있음.
 - 해외시장개척지원은 소규모이기 때문에 새로운 유망 해외시장 개척이 곤란하여 수출국 다변화 노력에 한계가 있을 수밖에 없으므로 관련 지원

사업의 증액이 요구됨.

- 특히, 해외시장개척지원사업은 당장의 성과를 나타내는 것이 아니라 계속적인 지원을 통한 장기적 관점의 사업이므로 사업의 지속성이 무엇보다 중요함.
- 넷째, 수출지원사업의 홍보 강화로 인지도를 제고시켜야 함.
- 관련 지원사업에 대한 보다 적극적인 홍보 등으로 인지도를 향상시켜 이용률을 높인다면, 수출확대에 크게 기여할 수 있을 것으로 판단됨.
 - 또한, 한국무역보험공사의 단기수출보험 가입을 적극 홍보해야 하며, 필요할 경우 수출물류비지원 조건으로 가입의무화도 고려할 필요가 있음.
- 다섯째, 수출지원사업의 우선순위 평가로 지원의 선택과 집중을 해야 함.
- 정부의 농식품 수출지원사업은 다양하지만, 예산 확충에는 제약이 따르고 있어 각 사업들에 대한 수출업체의 요구사항이 반영된 지원사업에 우선적으로 지원을 확대하는 이른바 “선택과 집중” 전략이 필요함.
 - 즉, 수출업체의 주력 품목 특성을 고려하여 지원사업의 우선순위를 결정·집중 지원함으로써 정부지원의 효과를 제고시키는 방안이 요구됨.
- 중장기 수출지원제도 도입 방안으로는 첫째, 수출물류비지원 폐지에 대비한 대체제도를 조속히 신설해야 함.
- 그러나 대체제도를 신설하되, 직접 보조 형태가 아닌 간접 지원으로 전환해야 할 것임.
 - 예컨대 정부 지원을 통해 국내에 수출물류시설을 구축한 후 수출업체가 공동 이용할 수 있는 방안을 마련하도록 하며, 주요 수출시장에 한국산 농식품 공동 물류시설을 설치하여 물류비 절감을 유도하는 방안이 필요함.
 - 또한, 정부와 항공사·해운업체 간의 협상으로 수출용 농식품에 대한 운임료 할인 등의 조치가 요구됨.

- 둘째, 수출물량의 안정적 확보를 위한 수출농식품 가격안정보험제도를 적극 도입할 필요가 있음.
 - 수출 농식품 가격안정보험제도 도입 시 보험료를 100% 수출농가 등이 부담하는데 한계가 있을 수 있으므로 일정 정도 정부 보조가 필요함.
 - 정부 지원 시 직접보조 문제가 제기될 수도 있으므로 보험 상품의 운영은 민간단체로 분류되는 농협중앙회가 담당하는 것이 바람직함.
 - 수출 농식품 가격안정보험은 기금(보상지원금) 방식으로 운영하거나 전체 농식품 수출업체의 가입 의무화로 가입률을 제고시키는 방식을 채택해야 함.
 - 보험의 보다 구체적인 도입을 위해서는 향후 대상품목 검토, 보상 기준 및 보장률 산정, 도덕적 해이 문제, 가입·탈퇴 규정 강화, 정부 지원 자금 확보 등의 추가 연구가 요구됨.

- 셋째, 수출농가의 생산기반 정비 및 의욕고취 지원제도를 마련해야 함
 - 수출농가의 부담 완화와 고품질 수출 농산물 생산기반 조성을 위해서도 현행 시설개보수 자금의 보조 비중을 상향 조정할 필요가 있음.
 - 또한, 수출의욕 고취를 위해 수출국 성수기나 식물검역 기준에 부합될 수 있도록 수출농가의 수출용 생산자재 지원을 신설하는 것이 중요함.

- 농업부문은 DDA·FTA 등으로 인한 시장개방의 확대로 많은 어려움을 겪고 있을 뿐만 아니라 국내 농식품 가격은 불안정성으로 인해 수급상황에 상당히 민감히 반응하고 있음.
 - 더욱이 소비자 식생활 패턴 변화 등으로 농산물 소비 감소 경향도 나타나고 있어 안정적 판로 확보가 무엇보다 중요한 과제임.

- 수출은 새로운 수요개척의 중요한 수단이며, 수출을 통해 국내가격 지지는 물론 고용창출 등 국가경제에 많은 긍정적 효과를 미치고 있음.

- 농업부문의 수출은 농가 등 관련 기관의 노력과 함께 정부의 적극적인 수출 지원제도 운영으로 2011년 사상 최대인 77억 달러 수출을 달성하는 등 농업부문의 수출산업화 기반을 착실히 구축해 나가고 있음.
- 그럼에도 불구하고 수출과정이나 지원제도 추진 상에서 몇 가지 문제점이 나타나고 있으므로 기존 제도의 보완과 새로운 제도 도입을 통해 문제점을 해결해야 할 것임.
 - 해결 과정에서 정부의 관심과 지원이 반드시 지속되어야만 농업부문의 신성장동력을 구축할 수 있음.
- 농업부문의 수출은 비농업부문과 비교하면, 아직은 미약한 수준이기 때문에 농업부문의 수출지원에 회의적인 시각도 일부 있을 수 있음.
 - 그러나 농업은 국민에게 안심·안전한 먹을거리를 제공하는 가장 중요한 부문이며, 식량의 안정적 공급을 위해서도 생산기반은 유지되어야만 함.
 - 이러한 의미에서 수출은 새로운 수요를 창출해 내는 중요한 수단 중의 하나이므로 수출확대는 곧 농업기반 조성의 원천이며, 이는 생산기반의 지속에 많은 영향을 미침.
 - 이에 따라 농업부문 수출에 대한 정부의 보다 적극적인 관심과 지원이 계속 이루어져야 할 것임.
- 특히, 본 연구는 농식품 수출증대를 위한 지원제도 개선과 신규 과제 발굴에 초점을 맞추고 있으나, 기본적인 방향 설정에 주안점을 두고 있어 상세한 과제를 제시하는 데는 한계가 있음.
 - 따라서 계량경제학적 근거를 통해 농식품 수출의 목표를 설정하고, 이를 바탕으로 본 연구에서 제시한 각 방안별 상세한 추진 과제를 별도로 설정할 필요가 있음.
 - 향후 관련 과제의 추가 연구를 통해 농식품 수출 목표의 설정과 추진 과제의 구체화가 이루어질 수 있기를 기대함.

참고 문헌

- 강민성, 조현승, 고대영, 김재진. 2011. 「한국의 수출경쟁 패러다임 연구 -일본, 중국과의 비교를 중심으로」. 산업연구원.
- 김경필, 김연중, 한혜성. 2008. 「농산물 수출유망시장 분석과 대응방안 -러시아를 중심으로」. 한국농촌경제연구원.
- 김경필, 문한필, 한정희. 2011. 「농식품 수출지원제도 개선방안」. 한국농촌경제연구원.
- 김경필, 한호석. 2010. 「과실·특작류 수출시장 확대 방안」. 한국농촌경제연구원.
- 김병률, 박성재. 2005. 「농산물 수출조직의 진단과 지원제도에 관한 연구」. 한국농촌경제연구원.
- 김성훈. 2009. 「농축산물판매촉진사업 제도개선 연구」. 한국농촌경제연구원, 2009.
- 김영식. 2010. 「중소기업의 수출지원제도 인지 및 활용이 수출성장에 미치는 실증연구」. 영남대 대학원 석사학위 논문.
- 김태곤. 2012. “일본의 농산물 수출지원제도.” 「세계농업」 Vol.138. 한국농촌경제연구원.
- 김태형. 2010. “수출지원제도와 수출성장에 대한 실증연구 -한국 수출중소기업을 대상으로.” 「aSSIST 경영학 PhD 논문총서 시리즈」. aSSIST(서울과학종합대학원).
- 농림부, 농수산물유통공사. 2007. 「주요국 농식품 수출지원정책」.
- 농림수산식품부. 각 연도. 「농림수산식품 주요통계」.
- _____. 각 연도. 「시설채소 온실현황 및 채소류 생산실적」.
- 대한무역투자진흥공사(<http://www.kotra.or.kr>).
- 문한필, 김경필, 어명근, 전형진. 2011. “농산물 수출증대의 요인과 경제적 파급효과 -신선 농산물을 중심으로-.” 「KREI 농정포커스」 제3호. 한국농촌경제연구원.
- 박기환, 정은미, 권희민. 2010. 「채소 및 화훼류 수출시장 확대 방안」. 한국농촌경제연구원.
- 어명근, 김경필, 전형진, 문한필, 이지용. 2011. 「신홍시장 농식품 수출확대 방안」. 한국농촌경제연구원.
- 오현정. 2009. 「중소수출기업 수출발전단계별 수출지원제도의 수출성장에 관한 실증연구」. 충남대 대학원 석사학위 논문.
- 이병성, 권승구, 박정운. 2012. “선진국의 수출지원제도와 국내 농식품 해외수출 전략.” 「한국식품유통학회 하계학술대회 논문집」. 한국식품유통학회.
- 이승신, 정성춘, 여지나. 2010. 「주요국의 농산물 수출지원제도: 중국, 일본」. 한국농촌경제연구원.

정재승. 2006. 「우리나라 중소기업 수출지원제도의 성과에 관한 실증연구」. 중앙대 대학원 박사학위 논문.

중소기업수출지원센터(<http://www.exportcenter.go.k>).

최세균, 김태훈, 김경필, 김성훈, 김연중, 국승용, 권오복, 정대회. 2009. 「농식품 수출 증대 전략」. 한국농촌경제연구원.

한국고용정보원. 2012. 「농식품 수출 확대 지원 정책의 고용영향평가」.

한국농수산물유통공사. 2011. 「농림수산물 수출진흥사업 안내」.

한국농수산물유통공사 무역정보(<http://www.kati.net>).

한국농촌경제연구원, 보험개발원. 2012. 「농업수입보장보험 도입방안」 정책토론회 자료집.

한국무역보험공사(<http://www.ksure.or.kr>).

USDA FAS(<http://www.fas.usda.gov>).

日本 財務省. 各 年度. 「貿易統計」.

日本 財務省 貿易統計(<http://www.customs.go.jp>).

日本 農林水産省 植物防疫所(<http://www.maff.go.jp/pps>).

日本 農林水産省(<http://www.maff.go.jp>).

日本 農林水産省 食料産業局輸出促進グループ. 2012. 「農林水産物·食品の輸出促進對策の概要」.

C2012-58

농식품 수출품목의 부가가치 증대를 위한 정책지원시스템 개편방안

- 농식품 수출증대를 위한 중장기 정책지원 방안 마련 -

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25)

인 쇄 2012. 12.

발 행 2012. 12.

발행인 이동필

발행처 한국농촌경제연구원

130-710 서울특별시 동대문구 회기로 117-3

02-3299-4000 <http://www.krei.re.kr>

인 쇄 문원사

02-739-3911~5 E-mail: munwonsa@chol.com

ISBN: 978-89-6013-160-6 93520

- 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.
-