

발 간 등 록 번 호

11-1543000-004034-01

© 2021-23 | 2021. 10. |

# 자조금 현황 분석을 통한 제도개선 및 발전방안 연구

연구기관  
한국농촌경제연구원

**KREI**



농림축산식품부

## 연구 담당

---

최병욱 | 연구위원 | 연구 총괄, 제5장 집필

허 덕 | 명예선임연구위원 | 제5장, 부록 집필

정은미 | 연구위원 | 제1장, 제4장, 부록 집필

김태환 | 위촉연구원 | 제2장, 제5장, 부록 집필

박은지 | 위촉연구조원 | 제3장, 제4장, 부록 집필

수탁연구보고 C2021-23

### 자조금 현황 분석을 통한 제도개선 및 발전방안 연구

---

등 록 | 제6-0007호(1979. 5. 25.)

발 행 | 2021. 10.

발 행 인 | 김홍상

발 행 처 | 한국농촌경제연구원  
우) 58321 전라남도 나주시 빛가람로 601  
대표전화 1833-5500

인 쇄 처 | (주) 프리비

※ 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.

# 제 출 문

## 농림축산식품부 장관 귀하

이 보고서를 「자조금 현황 분석을 통한 제도개선 및 발전방안 연구」 과제의 최종 보고서로 제출합니다.

2021년 10월

연구기관: 한국농촌경제연구원  
연구책임자: 최병옥(연구위원)  
연구참여자: 정은미(연구위원)  
허 덕(명예선임연구위원)  
김태환(위촉연구원)  
박은지(위촉연구조원)



국제시장 개방에 대응하기 위해 생산자의 자율적 품목 경쟁력 제고를 목적으로 국내 자조금 제도가 도입 및 시행되었다. 국내 자조금은 지난 30여 년 동안 축산과 농산 분야에서 일부 외형적으로 성장하였다.

그러나 자조금 사업이 다양하고 자조금 납부가 활발한 미국, 유럽과 비교할 때, 국내 자조금 조직과 생산자는 자조금 사업에 대한 인식이 부족하여 자조금 납부와 자조금 사업 활성화에 어려움을 겪고 있다. 그러므로 자조금 조직의 마케팅, R&D, 수급 조절 등의 사업을 효과적으로 추진하기 위해서는 현재 자조금 제도의 실태와 현황 분석을 통하여 정책 과제를 발굴하고 제도 개선 및 발전방안을 마련하는 것이 필요하다.

이 연구는 자조금 조직의 현황과 운영 실태 분석을 통해 자조금 품목을 유형화하고, 성장단계에 따른 중·장기 발전 방향을 제시하였다. 또한, 자조금 단체의 성장단계에 적합한 평가 및 환류 체계를 구축하여 자조금 조직이 역량을 강화하는 방안을 국내외 사례 조사와 연구를 통하여 제시하였다.

자조금 제도의 현황과 실태분석, 자조금 사업의 과제 발굴 및 개선방안을 제시하는 과정에서 농림축산식품부, 품목별 자조금 조직, 한국농수산물유통공사, 농협 등 관련 기관의 많은 업무 협력에 감사드린다. 또한 자조금 제도의 발전 방향을 제시할 수 있도록 많은 도움을 주신 연구원 내부와 외부 전문가들의 수고에 감사드린다. 아무쪼록 이 연구가 품목별 자조금 조직의 활성화와 정책 방안 수립에 기초자료로 활용되길 기대한다.

2021. 10.

한국농촌경제연구원장 김 홍 상



## 연구 목적

- 이 연구는 현재 운영 중인 국내외 자조금 조직의 운영 실태를 파악하여 자조금 운영의 과제와 시사점을 도출하는 것을 목적으로 한다. 또한 자조금 조직을 성장단계별로 구분하여 단계별 기능 및 역할과 단기 및 중장기적 발전방안, 평가체계 개선방안 등을 제시함으로써 자조금 사업의 본래 목적인 마케팅 및 수급 조절과 관련한 사업을 효과적으로 실시하는 방안을 제시하는 것이 목적이다.

## 연구 방법

- 이 연구에서는 일차적으로 통계 및 사업보고서 자료를 활용하여 의무 및 임의자조금을 설치한 품목의 일반적인 특성과 품목별 자조금 사업 현황을 세밀하게 검토하였다. 또한 자조금 조직 업무 담당자를 대상으로 한 설문조사와 전문가 자문회의를 통해 자조금 사업의 운영상 문제점과 제도개선 사항을 파악하였다.

## 연구 결과

- 국내 농축산업을 둘러싼 대내외적 환경변화에 대응하기 위해 장기적으로 국내 생산자의 자생력을 강화할 수 있는 체계를 마련하는 것이 중요하며, 따라서 자조금의 역할을 강화하여 정부의 시장 개입을 줄이고 생산자가 참여 및 주도하는 산업 육성이 필요하다. 이에 자조금 정책의 기본 방향을 자조금 조직 단계별 육성을 통한 생산자 참여형 농축산 정책 구조 확립으로 설정하고, 주요 과제를 1) 평가체계를 통한 자조금 거버넌스 역량 강화, 2) 수급(소비 및 공급) 안정 노력, 3) 조사와 연구 및 기타, 4) 내수 및 수출, 5) 제도개선으로 구분하여 각각의 단기 및 중장기 전략을 제시하였다.
- 우선 자조금 조직을 농가거출금과 자조금 납부율을 기준으로 구분하였으며(0~4단계), 품목별 특성에 따라서 수출형, 수입경쟁형, 내수중심형으로 구분하였다. 0단계는 자조금 설치 및 기반 마련, 1단계는 자조금 사업 수행, 2단계는 사업 다각화, 3단계는 사업 고도화, 4단계는 품목 최상위 조직으로 단계별 거버넌스를 설정하고 주요 사업내용을 제시하였다.

- 자조금 조직의 단계별 발전방안은 단기에 자조금 사업 기반 마련, 중기에 내수 중심형 또는 수출 주도형, 장기에 수급 관리형으로 구분하였으며, 내수 마케팅 경쟁력 강화 방안, 수출창구 단일화 방안, 단기~중장기 수급안정 관련 사업 시행 방안을 제시하였다.
- 기존 농산 평가체계를 활용하되, 연구에서 도출된 문제점들을 보완할 수 있는 방향으로 통합 평가체계를 제시하였다, 단계별로 배점 비중을 달리하여 자조금 조직 육성 단계에 적합한 평가 체계를 구축하였다. 또한 평가에 따른 환류체계(매칭비율)를 설정하였으며, 환류체계는 정부 지원의 형평성과 사업의 효율성을 고려하여 저단계 우선 지원 방식을 채택하여 소규모(저단계) 품목의 육성을 독려하고자 하였다.
- 제도개선 사항으로는 1) 자조금 조성 및 조직 운영, 2) 사업 추진, 3) 평가 및 관리 부분의 3개 영역에 대한 방안을 제시하였다. 먼저 자조금 거출, 농가 정보 수집, 미납부 농가에 대한 제재 방안, 운영비 상한 등에 관한 법적·행정적 제도개선 사항을 제시하였으며, 다음으로 현재 자조금 사업 현황과 국내외 여건 변화에 따른 사업 추진 개선 방향을 제시하였다. 또한 자조금 조직의 품목 대표성 및 대의원의 대표성 확보 방안, 품목별 중장기 발전계획 수립 방안 등 평가 및 관리 방안을 제시하였다.
- 추가로, 부록을 통해 자조금 조직과 생산자조직간 연계 방안을 제시하였다.



**제1장 서론**

1. 연구의 필요성과 목적 .....	1
2. 연구내용 및 방법 .....	5
3. 선행연구 검토 및 차별성 .....	7

**제2장 자조금 법 및 조직 운영현황과 당면과제**

1. 자조금 법 주요 내용 .....	9
2. 자조금 운영 및 사업 현황 .....	17
3. 당면과제 .....	85

**제3장 자조금 주요 사업 사례**

1. 소비홍보 사업 .....	89
2. 수급안정 사업 .....	94
3. 수출 및 기타사업 .....	100
4. 시사점 .....	105

**제4장 자조금 해외사례 분석과 시사점**

1. 뉴질랜드 .....	107
2. 미국 .....	112
3. 호주 .....	116
4. 일본 .....	119
5. 시사점 .....	127

**제5장 자조금 제도개선 및 발전방안**

1. 기본방향 .....	131
2. 자조금 운영형태에 따른 구분 및 발전방안 .....	133

---

3. 성과관리 체계 정비 .....	142
4. 제도개선 .....	154
<b>부록</b> .....	<b>167</b>
<b>참고문헌</b> .....	<b>179</b>

## 제2장

〈표 2-1〉 자조금 조직 개요 .....	11
〈표 2-2〉 의무자조금 조직 내 관리체계 .....	12
〈표 2-3〉 의무자조금 제도 관련 규정 .....	13
〈표 2-4〉 임의자조금 제도 관련 규정 .....	14
〈표 2-5〉 식품자조금 제도 관련 규정 .....	14
〈표 2-6〉 자조금 평가 및 감독 체계 .....	15
〈표 2-7〉 농산, 축산, 식품자조금 사업목적 .....	18
〈표 2-8〉 의무 및 임의자조금 현황 .....	19
〈표 2-9〉 의무자조금 품목별 거출 기준 및 방법 .....	21
〈표 2-10〉 자조금 조성액 규모별 분류(2020년 기준) .....	22
〈표 2-11〉 농산자조금 재원(2020년 기준) .....	22
〈표 2-12〉 축산 및 식품자조금 재원(2020년 기준) .....	23
〈표 2-13〉 생산액 대비 수출액, 수입액 비중 .....	24
〈표 2-14〉 산업별 자조금 집행 내역(2020년) .....	25
〈표 2-15〉 품목별 자조금 집행 내역(2020년) .....	26
〈표 2-16〉 키워자조금 조성 규모 추이 .....	28
〈표 2-17〉 키워 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	28
〈표 2-18〉 배자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	30
〈표 2-19〉 배 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	30
〈표 2-20〉 사과자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	32
〈표 2-21〉 사과 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	32
〈표 2-22〉 감귤자조금 조성 규모 추이 .....	34
〈표 2-23〉 감귤 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	34
〈표 2-24〉 참외자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	36
〈표 2-25〉 참외 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	36
〈표 2-26〉 포도자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	38

<표 2-27> 포도 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	38
<표 2-28> 뽕은감자조금 주요 사업내용(2020년) .....	39
<표 2-29> 복숭아 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	41
<표 2-30> 단감 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	42
<표 2-31> 파프리카자조금 조성 규모 추이 .....	44
<표 2-32> 파프리카 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	44
<표 2-33> 콩나물 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	45
<표 2-34> 마늘 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	46
<표 2-35> 양파 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	48
<표 2-36> 가지 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	50
<표 2-37> 오이 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	51
<표 2-38> 풋고추 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	52
<표 2-39> 무배추자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	54
<표 2-40> 무배추 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	54
<표 2-41> 고추자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	55
<표 2-42> 고추 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	55
<표 2-43> 인삼자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	57
<표 2-44> 인삼 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	57
<표 2-45> 친환경자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	59
<표 2-46> 친환경 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	59
<표 2-47> 백합자조금 조성 규모 추이 .....	60
<표 2-48> 백합 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	61
<표 2-49> 절화 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	62
<표 2-50> 난 자조금 주요 사업내용(2020년) .....	64
<표 2-51> 한우자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	65
<표 2-52> 한우자조금 주요 사업내용(2020년) .....	65
<표 2-53> 한돈자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	67
<표 2-54> 한돈자조금 주요 사업내용(2020년) .....	67

〈표 2-55〉 우유자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	69
〈표 2-56〉 우유자조금 주요 사업내용(2020년) .....	69
〈표 2-57〉 계란자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	71
〈표 2-58〉 계란자조금 주요 사업계획(2020년) .....	71
〈표 2-59〉 계란자조금 집행실적(2020년) .....	72
〈표 2-60〉 닭고기자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	73
〈표 2-61〉 닭고기자조금 주요 사업내용(2019년) .....	73
〈표 2-62〉 닭고기자조금 집행 실적(2019년) .....	74
〈표 2-63〉 오리자조금 조성 규모 추이(억 원) .....	75
〈표 2-64〉 오리자조금 주요 사업계획(2020년) .....	76
〈표 2-65〉 육우자조금 주요 사업내용(2020년) .....	77
〈표 2-66〉 양봉자조금 주요 사업내용(2020년) .....	79
〈표 2-67〉 사슴자조금 주요 사업내용(2020년) .....	80
〈표 2-68〉 자조금 조직 설문조사 응답률 .....	81
〈표 2-69〉 자조금설치 목적(1,2,3순위 합) .....	81
〈표 2-70〉 지금까지 우선적으로 수행한 사업과 향후 우선적으로 수행할 사업(1,2,3순위 합) .....	82
〈표 2-71〉 사무국 운영의 문제점(상위 3개 응답) .....	83
〈표 2-72〉 거출금 납부고지서 발부 방식 .....	84
〈표 2-73〉 자조금 미납부자에게 필요한 조치(1,2,3순위 합) .....	84
〈표 2-74〉 자조금 조성액 규모에 따른 운영비 상한선 .....	86
〈표 2-75〉 자조금 운용비용의 범위(운영요령 제17조) .....	86
〈표 2-76〉 자조금 사업 추진체계 .....	87

### 제3장

〈표 3-1〉 산업별 자조금의 소비홍보 분야 집행 비중(2020년) .....	89
〈표 3-2〉 소비홍보 사업 비중과 품목별 특성 간 상관관계 .....	90

〈표 3-3〉 과일류 소비홍보 사업 .....	91
〈표 3-4〉 채소류 소비홍보 사업 .....	92
〈표 3-5〉 특작류 및 화훼류 소비홍보 사업 .....	92
〈표 3-6〉 축산 소비홍보 사업 .....	93
〈표 3-7〉 수급안정 사업 비중과 품목별 특성 간 상관관계 .....	95
〈표 3-8〉 공급조절 사업 주요 사례 .....	97
〈표 3-9〉 과일류 및 채소류 수급안정 사업 .....	98
〈표 3-10〉 특작류 및 화훼류 수급안정 사업 .....	98
〈표 3-11〉 축산 수급안정 사업 .....	99
〈표 3-12〉 과일류 수출활성화 사업 .....	101
〈표 3-13〉 특작류 및 화훼류 수출활성화 사업 .....	101
〈표 3-14〉 과일류, 채소류, 화훼류 경쟁력제고 사업 .....	102
〈표 3-15〉 농산자조금 유통구조 개선 사업 실적 .....	104
〈표 3-16〉 축산자조금 유통구조 개선 사업 실적 .....	104

## 제4장

〈표 4-1〉 뉴질랜드 자조금 관련 주체별 역할 .....	108
〈표 4-2〉 뉴질랜드 자조금 거출 개요 .....	110
〈표 4-3〉 호주 자조금 관련 법 .....	117
〈표 4-4〉 호주 자조금 관련 주체별 역할 .....	117
〈표 4-5〉 일본 농축산업진흥기구 주요 역할 .....	120
〈표 4-6〉 2021년도 예산, 수지 및 지출계획 .....	123
〈표 4-7〉 2021년도 축산 예산 계획 .....	124
〈표 4-8〉 2021년도 채소 및 특산 예산 계획 .....	125
〈표 4-9〉 일본 농축산업진흥기구 조직도 .....	126

## 제5장

〈표 5-1〉 농가거출금과 납부율에 따른 품목 구분(농산, 축산 구분) .....	134
〈표 5-2〉 품목별 생산자 규모 비교 .....	135
〈표 5-3〉 품목별 특징에 따른 유형 구분 .....	136
〈표 5-4〉 단계별 주요 역할 및 사업내용 .....	141
〈표 5-5〉 농산자조금 평가항목 및 지표 .....	143
〈표 5-6〉 자조금 계정과목 통합안 .....	146
〈표 5-7〉 평가지표 산출식 .....	149
〈표 5-8〉 단계별 평가 중점내용(특징) .....	149
〈표 5-9〉 단계별 배점 비중 .....	150
〈표 5-10〉 육성 단계별 평가지표(안) .....	150
〈표 5-11〉 자조금 정부 지원금 배분 방식별 특징 .....	151
〈표 5-12〉 자조금 평가 추진 주체 검토 .....	154
〈표 5-13〉 자조금 조성액 규모에 따른 운영비 상한선 .....	156
〈표 5-14〉 자조금 운영비 상한선(2안) .....	156
〈표 5-15〉 경작신고 절차 및 전산시스템 구축방안 .....	158
〈표 5-16〉 자조금 조사·연구사업 비중(2020년 기준) .....	159
〈표 5-17〉 자조금 계정과목 통합안 .....	161

**제2장**

〈그림 2-1〉 연도별 의무자조금 설립(누적) ..... 18  
 〈그림 2-2〉 자조금 사업 IPA분석 결과 ..... 83

**제3장**

〈그림 3-1〉 파프리카 수급조절 사례 ..... 96

**제4장**

〈그림 4-1〉 일본 농축산업진흥기구 업무 ..... 121  
 〈그림 4-2〉 alic의 육우 사육사업 안정화 방안 ..... 121

**제5장**

〈그림 5-1〉 자조금 제도개선 및 발전방안 ..... 132  
 〈그림 5-2〉 (자조금 조직 조사결과) 자조금 조직의 단계별 역할 ..... 137  
 〈그림 5-3〉 단계별 주요 역할 및 사업내용 ..... 141  
 〈그림 5-4〉 자조금 평가의 목적(중복응답) ..... 144  
 〈그림 5-5〉 Agrix 시스템 구성도(인삼 경작신고 등) ..... 157  
 〈그림 5-6〉 발전계획과 연계한 자조금 사업체계 ..... 164



# 1

## 서론

### 1. 연구의 필요성과 목적

#### 1.1. 연구 필요성

- 국내 자조금 제도는 WTO 등 국제시장 개방에 대응하기 위해 생산자가 자율적으로 자조금을 조성하여, 농산물의 품질향상, 소비촉진 등을 통해 품목의 경쟁력을 제고할 목적으로 도입됨.
  - 자조금은 이익집단이 공동의 이익 증진을 위해 스스로 조달한 재원을 의미함.

#### 〈글상자 1〉

「농수산물자조금법」  
자조금단체가 농수산물의 소비촉진, 품질향상, 자율적인 수급조절 등을 도모하기 위하여 농수산업자가 납부하는 금액을 주요 재원으로 하여 조성·운용하는 자금

「축산자조금법」  
축산물의 안전성을 제고하고 소비를 촉진하는 등 축산업의 발전을 도모하기 위하여 축산업자가 납부하는 금액을 주요 재원으로 하여 조성·운용되는 자금

자료: 국가법령정보센터.

- 자조금은 세금, 부담금과는 달리 생산 물량, 면적 등에 따라 거출하되, 경영에 큰 부담이 되지 않도록 소량의 자금을 조성하여 해당 품목의 발전을 위해 사용하는 자금임.
- 농·축산물의 수입자유화가 확대될수록 정부의 직접 보조를 통한 시장 개입은 한계가 있으므로, 생산자의 자율적인 대응 능력이 중요해지고 있음.
- 자조금 제도의 특징은 산업의 발전과 세계화에 따라 정부의 역할과 기능을 축소하면서,

생산자들이 스스로 시장 대응 능력을 강화하는 것임. 즉, 품목별로 산업의 문제를 생산자가 주도적으로 해결하고 발전을 도모하는 자구적 성격의 정책임.

- 품목별 산업의 문제는 개별 생산자가 대응하기에 한계가 있음. 따라서 품목 단위로 생산자들의 결의에 따라 자조금을 설치 및 거출하고, 거출된 자조금을 활용해 산업의 당면과제 해결 및 공동 발전을 도모함.
- 자조금은 생산자 스스로 조성한 기금이지만 그 관리와 운용에서 공익성을 요구받음. 정부는 자조금 제도를 통해 자조금을 본래의 목적대로 투명하고 효율적으로 운용하도록 제정적·행정적으로 지원하고, 이에 대해 관리·감독하는 방향으로 기반이 마련되어 왔음.

○ 축산자조금은 1980년대 후반부터 논의가 시작되었으며<sup>1)</sup>, 농산자조금은 2000년대부터 논의가 시작되었음.

- 축산 분야는 1992년 양돈업자조금과 양계업자조금 사업이 승인 및 지원되었으며, 2000년 국내 농산 분야 최초로 파프리카와 키위 자조금이 설치되었음.
- 농산자조금은 2010년 품목별 대표조직을 시작으로 본격 추진하였으나. 자조금에 대한 생산자의 인식과 참여 부족으로 활성화되지 못하였음.
- 2021년 10월 현재 자조금은 농산 26개(의무 14, 임의 12), 축산 9개(의무 7, 임의 2) 식품(김치)1개(임의 1) 조직으로 외형적으로 성장하였음<sup>2)</sup>. 또한, 임의자조금 조직은 의무자조금 조직으로 전환하기 위해 많은 노력을 기울이고 있음.

○ 의무자조금 조직은 품목을 대표하는 기구이며, 자조금을 의무적으로 거출할 수 있는 권한을 가지고 있음. 그러므로 자조금의 설치와 운영을 위해서는 생산자의 동의와 대표성을 확보하는 것이 선행되어야 하며, 공동의 목적을 달성하기 위한 용도로 사용되어야 함.

- 의무자조금은 미납부자의 무임승차 문제를 최소화하도록 노력해야 하며, 특정 브랜드가 아닌 품목 전체의 발전을 위한 용도로 사용되어야 함.
- 해외 주요 국가는 자조금 사용 용도를 Generic Promotion and Research으로 명시<sup>3)</sup>하고 있으며, 자조금을 영리사업(Commercial or Trading Activities)에 사용할 수 없도록 규정<sup>4)</sup>하고 있음.

1) 허신행 외. 1988. “축산자조금 제도에 관한 연구”. 한국농촌경제연구원.

2) 자조금단체(농수산자조금법), 축산단체(축산자조금법), 사업자단체(식품), 자조금관리위원회를 통칭함.

3) Checkoff Programs—An Overview. 1996 US Code.

4) Commodity Levies Act 1990, Commodity Levies Kiwifruit Order 2017.

- 세계적으로 WTO, FTA 등의 진전에 따라 정부의 시장개입과 생산자 직접 보조 금지 및 축소가 예상되는 상황에서 생산자 스스로의 판로개척과 마케팅 활성화, 유통구조 개선 및 수급 조절의 중요성이 어느 때보다도 강조되고 있음.
  - 그러나 자조금 조직별로 설립연도, 자조금 규모와 사업역량에 따라서 자조금 운용방식에 대한 역량 차이가 크며, 영세한 조직이 많아 수요의 규모에 적합하도록 공급 측면을 조절하는 사업보다 소비 규모를 확대하는 소비 촉진, 홍보 활동 등 일회성 사업에 편중되어 있음.
  - 축산자조금은 축산물 수입에 대응하여 국내 축산물에 대한 소비 홍보 사업을 대대적으로 시행하여, 일정부분 성과를 거둔 것으로 평가받고 있음. 그러나 수급 안정, 가축방역 등 새로운 문제에 대한 역할 확대가 필요한 실정임.
  - 농산자조금은 상대적으로 의무자조금 도입 초기 단계이므로, 품목별 현황 분석을 통해 역할 수행에 대한 방향 정립이 필요한 실정임.
  
- 그간 자조금을 활용하여 시장개방에 대응한 적극적인 소비홍보 사업을 추진하였고, 이를 통해 국산 농축산물의 인지도 제고 및 수요확대에는 일정부분 성과를 거두었으나, 수급불안, 가축 질병 등 품목 공동의 위협에 대처하고 수출확대, 경쟁력 제고 등 품목 성장의 기반을 구축하기 위한 노력은 부족한 면이 있음.
  - 특히, 최근에는 갑작스러운 기상이변, 가축 질병에 따른 농축산물 수급과 가격 불안정이 자주 발생하여, 2020년대부터는 정부 주도의 수급 안정 사업에서 생산자의 자율적 참여를 바탕으로 한 수급 안정 사업으로의 전환을 정책적으로 추진하고 있으며, 이에 따라 자조금 조직의 역할 확대에 대한 요구가 높아지고 있음.
  - 농축산물 생산과 유통 시스템이 선진화되어 있는 미국 및 유럽과 같이 생산자 중심의 품목별 자조금 조직이 해당 품목의 대표성을 가지고 생산, 유통, 가공, 마케팅, 수출입, 수급 분야에서 해당 산업 주체가 모두 참여하여 공공의 이익에 적합한 의사결정을 하기 위해서는 단일 품목을 기반으로 한 생산자 조직화가 선행되어야 하며, 자조금 조직의 역량확보가 요구됨.
  
- 우리나라는 자조금 조직에 국고보조금을 지원하는 등 정책적 지원을 추진하여 왔으며, 자조금 조직이 품목 생산자의 대표조직으로써 수급안정에도 일정한 역할과 기여를 하기를 기대하고 있으나, 이들 조직이 정부의 정책 사업 영역으로 인식되던 수급 안정 사업을 시행하기까지는 많은 시행착오를 거치면서 단계적으로 성장하는 방안이 모색되어야 함.

- 그러므로, 농축산물 자조금 정책이 해당 품목의 주요 현안을 해결하는 정책 사업으로 자리 매김하기 위해서는 단기 및 중장기 대책 마련에 관한 체계적 연구가 필요함.
  - 또한, 자조금의 본원적 목표를 달성하기 위해서는 정부 정책, 지자체 및 생산자단체 역할, 자조금 거취 방법, 자조금 사무국의 효율적 운영방안, 평가체계 개선 등의 다양한 분야의 연구도 필요함.
- 자조금의 대상은 농산뿐만 아니라, 축산과 식품(김치 등)을 포함하므로 품목마다 생산과 유통·소비, 수출입 환경의 성격이 모두 다름. 따라서 일괄적인 기준을 적용하여 자조금 조직의 발전방안을 추진하는 데에는 한계가 있음.
- 의무자조금을 설치하고 정착 및 성공하였다고 평가받는 파프리카, 한우, 돼지 등의 자조금 조직도 주도적으로 수급 조절과 수출입 관련 사업을 시행하는데 어려움을 겪고 있으며, 자조금 도입 초기 조직이 농가로부터 직접 자조금을 거출하여 해당 품목의 경쟁력 강화에 필요한 사업을 추진하기까지는 많은 시간이 소요될 것으로 예상됨.
- 그러므로, 농축산물 품목별로 그동안의 자조금 운영실태와 사업성과를 분석하여 품목 특성과 자조금 조직의 성장단계를 고려한 단계별 발전방안을 마련할 필요가 있으며, 각 성장단계를 고려한 차별화된 성과관리 지표를 마련하는 등 평가체계를 정비하여 자조금 조직의 사업역량을 육성하는 것이 바람직할 것임.

## 1.2. 연구 목적

- 본 연구의 목적은 현재 운영 중인 국내외 자조금 조직의 운영실태 파악을 토대로 자조금 운영의 과제와 시사점을 도출하는 것임. 또한 자조금 조직을 성장단계별로 구분하여 단계별 기능 및 역할과 단기 및 중장기적 발전방안, 평가체계 개선방안 등을 제시함으로써 자조금 사업의 본래 목적인 마케팅 및 수급 조절과 관련한 사업을 효과적으로 실시하는 방안을 제시하는 것임. 구체적인 연구 목적은 다음과 같음.
- 첫째, 자조금 관련 법·제도, 운영 및 사업 현황을 파악하여 자조금 사업의 당면과제를 도출함.

- 둘째, 주요 국가인 뉴질랜드, 미국, 호주 자조금 제도와 일본의 농축산물 수급 안정 사례를 분석하여, 각각의 사업에 대한 국가별 특성을 분석함. 이를 통해 국내 자조금 조직의 단계별 성장방안과 자조금 조직 역할 강화를 위한 시사점을 제시함.
- 셋째, 자조금 조직을 농가 거출금과 납부율에 따라서 단계별로 구분하고, 성장단계별 자조금 거버넌스의 기능과 역할, 평가방식 및 환류 체계를 제시함.

## 2. 연구내용 및 방법

### 2.1. 연구내용

- 제2장에서는 먼저 국내 자조금의 운영실태를 검토하고 당면과제를 도출함.
  - 자조금 관련 법을 검토하여 자조금 제도의 근간과 운영에 관한 법률을 점검함.
  - 다음으로 자조금 조직 사업 내용과 업무담당자 설문조사 결과를 바탕으로 운영현황을 검토함.
  - 관련제도와 운영현황 파악을 토대로 자조금 제도의 당면과제를 도출함.
- 제3장에서는 주요 농산, 축산자조금 조직의 사업 실태와 수요 및 공급측면의 사업 사례를 분석함.
  - 농산(파프리카, 참외, 양파, 마늘), 축산(한우, 한돈) 자조금의 조성 개요와 현황, 수급안정 관련 사례를 검토함.
  - 국내 자조금 사업의 성과를 검토함.
- 제4장에서는 주요 선진국의 자조금 관련 사례를 분석하여 국내 자조금 제도에 대한 시사점을 도출함.
  - 주요 국가의 자조금 관련 법, 추진 배경, 운영 주체, 거출방식 및 자조금의 용도 등을 검토하여 국가별로 특성을 도출함. 또한 사례분석을 통해 국내 자조금 제도에 시사하는 바를 도출함.

- 제5장에서는 자조금 제도의 개선 및 발전방안을 제시함.
  - 자조금 조직을 단계화하고 단계별로 거버넌스의 역할과 사업내용을 제시함.
  - 자조금 사업의 방향성과 유형별 중장기 발전방안을 제시함.
  - 자조금 사업 평가지표를 선정하고, 단계별 배점 분배 및 환류 체계를 제시함.
  - 끝으로 효율적인 자조금 제도의 운영을 위해 법적·행정적 제도개선 방안을 제시함.

## 2.2. 연구 방법

- 자조금 운영체계, 조직 구성 및 역할, 사업 범위, 자원 조달 등에 관한 선행연구를 국내외 문헌조사를 통해 수행함.
  - 자조금 연간 사업계획서, 사업결산서, 보도자료 등을 바탕으로 품목별 자조금 사업의 특징에 대해 분석함.
- 농산, 축산 자조금 전문가 자문회의를 운영하여, 주요 문제점과 개선방안을 논의함.
  - 자조금통합지원센터, 학계, 자조금관리위원회 업무 담당자 등 전문가 면담조사를 통해 제도개선 사항을 논의함.
- 자조금 조직의 운영실태와 자조금 관련 인식, 운영상 애로사항을 파악하고, 향후 개선방안을 검토함.
  - 분석에 사용한 자료는 설문조사를 통해 수집함.
  - 우선, 사전설문조사, 담당자 면담 조사, 전문가 자문, 연구진 협의를 통해 본 연구에 사용된 설문지를 작성함.
  - 농산, 축산, 식품 자조금 조직의 업무담당자(사무국장)을 대상으로 조사함.

### 3. 선행연구 검토 및 차별성

#### ○ 자조금 운영 해외사례

- 김동환·송정환(2019)은 미국, 뉴질랜드, 네덜란드, 호주, 영국, 일본 등 해외 자조금 실태를 조사하고, 시사점을 도출함. 이를 통한 정책개선 방안으로 품목 통합적 자조금 사업 도입, 자조금 거출 확대 방안 모색, 자조금 단체의 전국 대표 조직화 추진 등의 정책개선 방안을 모색함.
- 국승용(2016)은 뉴질랜드 과수산업의 발전과정과 산업구조의 특성을 분석하여 추진된 농정 시스템 혁신과정을 고찰함으로써 우리나라 과수산업 발전 방향 모색을 위한 시사점을 도출함.
- 이정민(2013)은 미국 낙농산업 수급 현황 및 자조금 제도 구조를 분석하여, 신상품개발, 소비자와의 신뢰 관계 강화, 조사 연구의 충실 등의 향후 과제를 도출함.

#### ○ 제도개선 및 발전방안, 평가체계

- 정경수 외(2021)는 국내 축산자조금 사업에 대한 문제점과 개선 방향을 제시하고, 축산선진국의 시사점, 국내 축산자조금의 발전 방향에 대해 고찰함. 이를 통해 의무자조금 7개 품목과 임의자조금 2개 품목에 대한 평가체계를 개발함.
- 최병옥 외(2012)는 원예 분야의 기존 품목별 대표조직 및 자조금 단체가 의무자조금 제도를 도입할 경우 현행 ‘농수산물자조금의 조성 및 운용에 관한 법률’이 원예 분야 실태에 적합하도록 법률적 고려사항 및 문제점을 분석하고 개선방안을 도출함.
- 이용선(2010)은 원예자조금의 조성 및 운영상의 현황과 실태를 분석·평가하고 원예자조금의 유형과 단계에 따른 발전 전략을 제시하며, 의무자조금 도입 방안과 자조금 관리·운영 및 정부 지원·감독상의 개선방안을 제시함.
- 박성재 외(2012)는 농업 부문 자조금 전반을 대상으로 자조금의 운영실태를 파악하고, 중장기 정책 방향의 설정과 발전 단계 등을 고려하여 자조금 유형별로 제도개선 방안을 제시함.

○ 자조금 농가 인식조사

- 황태규 외(2016)는 한우자조금에 관한 농가 및 소비자 인식, 한우자조금 사업에 관한 농가 및 소비자평가, 그리고 한우 산업 전망에 관한 농가 및 소비자 인식을 조사하고, 비교·분석하여 한우자조금의 발전방안을 제시함.
- 정우립(2011)은 양돈자조금의 조성 및 운용과 자조금 성과에 대한 소비자의 태도, 돈육 구입 및 소비행태를 조사 분석하였으며, 향후 지향해야 할 발전방안을 제시함.

○ 선행연구와의 차별성

- 기존의 자조금 관련 연구는 품목별 또는 산업별(농산, 축산) 자조금을 대상으로 수행됨.
- 본 연구는 국내 전체 자조금(농산, 축산, 식품)을 대상으로 분석하였으며, 산업 간, 품목 간, 의무/임의 간 비교 분석, 단계 구분 등을 통해 단계에 적합한 발전방안을 도출하는 통합적인 연구라는 것에 차별성이 있음.
- 또한 기존 연구의 설문조사 방법은 자조금 납부자(생산자 등), 소비자를 대상으로 자조금 사업의 인식을 조사하는 형태였으나, 본 연구는 품목별 자조금 조직(사무국) 설문조사를 통해 자조금 사업 현황, 애로사항, 정책 개선방안 등 운영실태를 면밀히 파악함.



# 2

## 자조금 법 및 조직 운영현황과 당면과제

### 1. 자조금 법 주요 내용

#### 1.1. 자조금 법적 근거

- 우리나라 자조금 제도는 1990년 「농어촌발전특별조치법(이하 농발법)」을 시작으로 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률(이하 농안법)」, 「축산물의 소비촉진 등에 관한 법률」 등으로 근거를 마련함.
  - 1980년대 초 양계자조금이 임의자조금으로 운영되어 왔으며, 1990년 농발법을 시작으로 근거를 마련함. 농발법에 따라 1992년 임의자조금으로 양돈, 양계자조금이 설치됨.
  - 2000년 농안법에 의해 자조금 제도와 정부 지원의 근거를 마련함. 농안법에 따라 2000년 파프리카와 키위 임의자조금이 설치됨.
  - 2002년 「축산물의 소비촉진 등에 관한 법률」 제정으로 축산부문의 의무자조금 근거가 마련되었으며, 2004년 양돈자조금이 의무자조금으로 전환함.
  - 「축산물의 소비촉진 등에 관한 법률」은 「축산자조금의 조성 및 운용에 관한 법률(이하 축산자조금법)」로 개정됨.
  - 농안법에 근거한 농산자조금이 급속히 늘어나면서, 임의자조금 형태의 운영은 한계에 봉착함. 이에 2012년 「농수산물자조금의 조성 및 운용에 관한 법률(이하 농수산물자조금법)」을 제정하여 의무자조금 전환 근거를 마련함.

- 식품자조금은 개별법 개정을 통해 일부 품목(김치, 전통주)을 대상으로 자조금 제도를 도입함('11년 7월 「김치산업진흥법」, '19년 12월 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」을 개정하여 개별법 내 단일조항으로 규정).
- 따라서 우리나라 자조금 제도의 틀은 「농수산물자조금법」과 「축산자조금법」, (식품 분야) 개별법으로 설명할 수 있으며, 의무자조금과 임의자조금을 구분하여 자조금 제도의 목적, 자조금 운용 및 관리 등을 규정하고 있음.

## 1.2. 자조금 관리 및 운영

- 자조금 조직 내 관리체계는 「농수산물자조금법」은 총회, 대의원회, 의무자조금관리위원회, 사무국, 대납기관, 수납기관을 규정하고 있으나, 「축산자조금법」은 총회를 규정하지 않음 (대의원회에서 총회 기능 수행).
  - 「농수산물자조금법」은 농산물자조금 조직의 구성 주체를 농수산업자로 규정하고 있으며, 농·어업인, 농·어업경영체, 생산자단체를 의미함.
  - 「농업·농촌 및 식품산업 기본법」 제3조에 따라 농업인은 1) 1,000m<sup>2</sup> 이상의 농지를 경영하거나 경작하는 사람, 2) 농산물 연간 판매액이 120만원 이상인 사람, 3) 1년 중 90일 이상 농업에 종사하는 사람 등에 속함.
  - 농업경영체는 농업인과 농업법인을 의미하며, 생산자단체는 1) 「농업협동조합법」에 따른 조합 및 그 중앙회, 2) 「산림조합법」에 따른 산림조합 및 그 중앙회, 3) 「엽연초생산협동조합법」에 따른 엽연초생산협동조합 및 그 중앙회, 4) 농림축산식품부장관이 정하는 요건을 갖춘 단체<sup>5)</sup>임.
  - 「축산자조금법」은 축산자조금 조직의 구성 주체를 축산업자로 규정하고 있으며, 국내에서 축산물을 생산하거나 그 축산물을 생산하기 위한 가축을 사육하는 자를 의미함(사육 두수 및 면적 등 사육 규모에 대한 기준은 없음)<sup>6)</sup>.

<sup>5)</sup> 농산물을 공동으로 생산·판매·가공·수출하기 위하여 농업인 5명 이상이 모여 결성한 법인격이 있는 전문생산자 조직으로, 영농조합법인, 조합공동사업법인 등이 있음.

<sup>6)</sup> 「축산자조금법」 제2조의2

〈표 2-1〉 자조금 조직 개요

구분	농산	축산
조직 구성 주체	농산업자 (농업인, 농업경영체, 생산자단체 등)	축산업자(국내 축산물 생산자, 가축 사육자)
의무자조금	총회, 대의원회, 의무자조금관리위원회, 사무국, 대납기관, 수납기관	대의원회, 의무자조금관리위원회, 사무국, 대납기관, 수납기관
임의자조금	임의자조금위원회	

자료: 국가법령정보센터, 「농수산물자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」, 「축산자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」

- 대의원회<sup>7)</sup>는 의무자조금 설치 및 폐지, 거출금액, 사업계획 및 결산, 자조금운용 감사 등에 관한 사항을 의결하는 기구임.
  - 대의원회는 법령에 따라 농·축산업자 수, 유형 및 행정구역을 기준으로 선출구역을 확정하고 구역별 대의원 수를 배정함.
  - 대의원 선출 시 선출구역에 선거인의 과반수, 선출구역에 농·축산물의 3분의 2 이상을 생산(사육), 출하하는 선거인이 투표에 참여하면 유효한 것으로 보고 있음.
- 의무자조금관리위원회는 의무자조금의 효과적인 운용을 위하여 설치된 기구임.
  - 의무자조금관리위원회는 총회 또는 대의원회에서 선출된 자, 농식품부 장관이 지명하는 농식품부 공무원, 수납기관, 민간단체, 학계 및 관련 전문가 등으로 구성됨.
  - 의무자조금관리위원회는 선출직(대의원 중 대의원회에서 선출된 자)이 과반수를 차지하도록 규정하고 있음<sup>8)</sup>.
  - 의무거출금의 수납과 의무자조금의 관리 및 집행, 의무거출금의 수납 위탁 관련 수수료 결정, 의무자조금의 사업계획과 운용계획의 수립·변경과 결산 및 그 내용의 총회 또는 대의원회 보고, 기타 총회 또는 대의원회 위임 업무 등을 수행함.
- 의무자조금은 관리위원회의 운영 및 사무를 보조하기 위하여 사무국을 둘 수 있음.
  - 「농수산물자조금법」에 따라 사무국의 효율적 운영을 위해 필요한 경우 관리위원회의 의결을 거쳐 2개 이상의 품목을 통합한 사무국을 둘 수 있음.

7) 농산자조금은 총회를 두고 있으나, 농산업자 수가 150명을 초과하는 의무자조금단체는 총회를 갈음하는 대의원회를 둘 수 있음(대의원회는 총회에 관한 규정을 준용).

8) 농식품부 장관이 지명하는 위원이 있지만, 자조금 조직 내에서 자율적으로 선출하는 위원 중심으로 구성됨. 이는 미국, 영국 등 자조금 선진국에서 농식품부장관이 위원을 임명한다는 점과 비교할 때 우리나라 제도가 더 자율적인 측면이 있음.

〈표 2-2〉 의무자조금 조직 내 관리체계

	농산	축산
총회	· 농산업자 중에서 의장1, 부의장1, 감사2~5 등 총 20~200명 선출 - (임기) 의장, 부의장, 감사 2년	-
대의원회	· 총회에 관한 규정 준용 - (임기) 대의원 4년	· 축산업자 중에서 의장1, 부의장1, 감사2~5 등 총 30~250명 선출 - (임기) 의장, 부의장, 감사 2년, 대의원 4년 - (대의원 총 수) 한우 250명 돼지 150, 육계·산란 계 80 육우 30 그 외 50
자조금관리위원회	· 의무자조금단체가 자조금의 효과적인 운영을 위해 구성(11~21명) - (임기) 위원장, 부위원장 2년, 위원 4년 - 총회(대의원) 구성원, 관계공무원, 수납기관 대표, 소비자단체, 관련전문가 등	· 의무자조금을 설치한 축산단체가 자조금의 효과적인 운영을 위해 구성(17~25명) - (임기) 위원장, 부위원장 2년, 위원 4년 - 대의원, 관계공무원, 축산단체장, 축산경제대표(농협), 수납기관 대표, 소비자단체, 관련 전문가 등
	· 의결사항: 의무자조금 설치 및 폐지, 거출금액, 사업계획 및 결산, 자조금 운용 감사 등	
	· 업무(직무): 거출, 수납, 사업계획, 자조금 운용·관리·집행 운용규정 등	
사무국	· 의무자조금관리위원회의 운영 및 사무 보조 · 운영은 사무국 운영규정에 따르며, 그 외 사항은 위원장이 정함(의무자조금관리위원회의 의결) · 필요시 2개 이상의 품목을 통합하여 사무국 운영 가능	-

자료: 국가법령정보센터, 「농수산자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」, 「축산자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」, 농림축산식품부 내부자료.

○ (의무자조금 설치요건) 농식품부 장관에게 의무자조금 설치계획서를 제출하여 승인받은 후, 농림축산식품부령으로 정하는 바에 따라 해당 농·축산업자 또는 제12조에 따른 대의원의 3분의 2 이상이 투표하고 투표자 3분의 2 이상의 찬성을 받아야 함.

- 의무자조금 설치계획서에는 의무자조금 명칭, 설치 이유와 목적, 재원확보 방안 및 운용 계획 등이 포함되어야 함. 농산자조금의 경우 자조금단체의 대표성<sup>9)</sup>과 사업역량, 의무자조금 설치계획서 내용의 타당성을 종합적으로 고려한 농식품부 장관의 승인이 필요함<sup>10)</sup>.
- 농산자조금 거출한도는 품목 평균 거래가격의 1/100 이내이며, 품목 특성에 따라 농식품부 장관 승인 하에 산정기준과 거출한도를 변경할 수 있음. 축산자조금 거출한도는 가축 또는 축산물 평균 거래가격의 5/1,000 이내임.
- 의무자조금 폐지요건은 농·축산업자 1/10 이상의 서명을 받아 폐지요청을 할 수 있음. 또한 농·축산업자 1/2 이상이 요청한 경우 자동 폐지됨.

9) 대표성 판단 기준: ① 해당 농산물의 농산업자 수(회원)가 해당 농산물의 전체 농산업자 수의 50%를 초과할 것, ② 농산업자의 해당 농산물 생산량(생산량 통계가 없을 경우 출하량), 생산액 또는 재배면적이 전국 생산량, 생산액 또는 재배면적에서 차지하는 비중이 50%를 초과할 것.

10) 「농수산자조금법」 시행규칙 제5조, 「축산자조금법」 시행규칙 제4조

- 농산자조금은 평가체계를 운영함에 따라 관련 별치가 존재함. 자조금 용도 위반, 수납의뢰거부 및 수납중단, 투표 미실시 폐지 등에 해당하는 경우 1천만 원 이하의 과태료를 부과할 수 있음.

〈표 2-3〉 의무자조금 제도 관련 규정

	농산	축산
설치요건	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 농식품부의 설치계획서 승인 → 대의원 2/3 투표와 2/3 찬성</li> <li>· 의무자조금 설치계획서에는 다음 사항이 포함되어야 함.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 의무자조금 명칭, 설치 이유와 목적, 부과 대상 및 납부 방법, 산정기준 및 방법, 납부면제에 관한 계획, 재원확보 방안 및 자금운용계획</li> </ul> </li> <li>· 자조금단체의 대표성과 사업역량, 의무자조금 설치계획서 내용의 타당성 등을 종합적으로 고려하여 승인</li> </ul>	
거출한도	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 해당 품목 평균 거래가격의 100분의 1 이내</li> <li>- 품목특성에 따라 장관승인하에 산정기준, 한도변경 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가축 또는 축산물 평균 거래가격의 1천분의 5 이내</li> </ul>
폐지요건	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 농산업자 1/10 이상 서명 → 폐지요청 → 투표</li> <li>· 농산업자 1/2 이상 요청 → 자동 폐지</li> <li>· 생산량(액) 비중 50% 이하 시 정부의 개선조치 명령 후 미개선 시 폐지 명령</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 축산업자 1/10 이상 또는 축산물 1/4 이상 생산자 서명 → 폐지요청 → 투표</li> <li>· 축산업자 1/2 이상 요청 → 자동 폐지</li> </ul>
별치	<ul style="list-style-type: none"> <li>과태료부과(미납 시 1천만 원)</li> <li>· 자조금의 용도 위반</li> <li>· 의무거출금 수납의뢰거부 및 수납중단</li> <li>· 찬반투표 미실시 폐지</li> <li>· 의무자조금 폐지 후 수납지속</li> <li>· 유사명칭 사용</li> <li>· 평가 미이행, 평가보고서 거짓 제출 및 미제출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>과태료부과(미납 시 1천만 원)</li> <li>· 자조금의 용도 위반</li> <li>· 의무거출금 수납의뢰거부 및 수납중단</li> <li>· 찬반투표 미실시 폐지</li> <li>· 의무자조금 폐지 후 수납지속</li> <li>· 유사명칭 사용</li> </ul>

자료: 국가법령정보센터, 「농수산물자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」, 「축산자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」, 박성재 외, 2012. 농업부문 자조금 운영실태와 개선방안. 한국농촌경제연구원

○ (임의자조금 설치요건) 농림축산식품부령으로 정하는 바에 따라 임의자조금 설치계획서를 작성하여, 해당 농·축산업자의 100분의 10(농산), 100분의 5(축산) 이상의 서명을 받아야 함. 이후 농식품부 장관에게 제출하여 승인받아야 함.

- 임의자조금 설치계획서에는 설치 목적, 재원확보 방안 등이 포함되어야 함.
- 임의자조금은 거출한도에 대한 규정은 없으며, 폐지요건은 농·축산업자 5/100 이상의 서명을 받아 폐지요청을 할 수 있음.

〈표 2-4〉 임의자조금 제도 관련 규정

구분	농산	축산
설치요건	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 임의자조금 설치계획서 작성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 설치 목적, 재원확보 방안 등</li> </ul> </li> <li>· 농·축산업자의 100분의 10(농산), 100분의 5(축산) 이상의 서명</li> <li>· 농식품부 장관에게 제출하여 승인 필요</li> </ul>	
거출한도	규정 없음	
폐지요건	· 농·축산업자 5/100 이상의 서명을 받아 폐지요청	
벌칙	해당사항 없음	
자조금 위원회	업무	· 자조금 폐지 및 거출금액, 사업계획 수립·결산 등의 심의의결
	구성	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 15명(위원장 1명, 부위원장 1명, 감사 2명), 위원의 과반수는 농·축산업자</li> <li>- (임기) 위원장, 부위원장, 감사 2년, 위원 4년</li> <li>- 농·축산업자, 관계공무원, 관련 전문가 등</li> </ul>

자료: 국가법령정보센터, 「농수산물자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」, 「축산자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」, 박성재 외, 2012. 농업부문 자조금 운영실태와 개선방안. 한국농촌경제연구원

○ (식품자조금) 식품 분야는 개별법을 개정하여 김치, 전통주 품목에서 제한적인 형태의 자조금을 운용하고 있음.

- 보조금을 지원받으려는 자조금 조직은 회원 생산액(출고액)이 전체 생산액(출고액)에서 차지하는 비중이 30% 이상이어야 하며, 이때 생산액(출고액)은 통계청에서 조사한 사업예정 전전년도를 기준으로 함.
- 김치자조금의 연간 보조금 지급한도는 회원이 생산한 김치 연간 생산액의 10/1,000 이하임 (전통주는 규정 없음).
- 자조금 조직 내 운영체계에 대한 법적 근거는 없으나, 자체 운영 규정을 통해 관리위원회 및 관리단을 운영하고 있음.
- 김치자조금의 경우 농식품부 장관은 보조금에 관한 업무·회계 및 재산 등에 관하여 보고하도록 하거나, 필요한 자료를 제출하도록 요청할 수 있음.

〈표 2-5〉 식품자조금 제도 관련 규정

구분	김치	전통주
생산규모 요건	조직의 구성원들이 생산하는 김치의 생산액이 김치제조 업체에서 생산하는 김치 전체 생산액의 30% 이상	조직의 구성원이 생산하는 전통주 등의 출고액 합계가 해당 조직이 대표하는 주류 종류 전체 출고액의 30% 이상
	통계청에서 조사한 사업예정 전전년도 생산액(출고액)의 합계	
보조금 지급	연간 보조금의 지급한도는 그 구성원이 생산한 김치 연간 생산액의 1천분의 10 이하	규정 없음
지도·감독	보조금 업무 관련 필요사항 보고 및 자료제출 요청 가능	규정 없음
벌칙	해당사항 없음	
운영체계	규정 없음 (단, 자체 운영규정을 통해 관리위원회 및 관리단 운영)	

자료: 국가법령정보센터, 「김치산업 진흥법」, 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」.

### 1.3. 평가 및 감독

○ 현재 농산자조금을 대상으로 평가를 시행하고 있으며, 평가 결과에 따라 정부 지원금을 차등 지원하고 있음. 축산자조금은 평가체계가 부재함.

- 농산자조금은 한국농수산식품유통공사(aT)를 통해 매년 운영평가를 시행하고 있으며, 평가 결과에 따라 정부 지원금 비율을 달리하고 있음<sup>11)</sup>. 또한 「농수산물자조금법」 제31조에 따라 2년마다 농식품부 지정 외부 전문기관을 통해 운용평가를 시행하고 있음.
- 반면 축산자조금은 정기적인 평가체계가 부재함. 단, 자율적으로 사업성과분석을 시행하는 경우는 있음(한우, 한돈 등).
- 농산자조금은 aT 운영평가 지표에 회계의 투명성 평가지표가 포함되어 있으므로 매년 외부 회계감사를 실시함. 축산의 경우 자율적으로 외부회계감사를 실시함.
- 거출금 미납 시 300만 원 이하의 과태료를 부과할 수 있음<sup>12)</sup>.
- 또한 농산 의무자조금 미납자에 대해 「농수산물자조금법」 제19조의2에 따라 생산, 유통, 수급 조절 등을 위한 각종 지원의 전부 또는 일부를 제한할 수 있음. 단, 축산자조금의 경우 정책 사업 관련 제재 근거가 없음.

〈표 2-6〉 자조금 평가 및 감독 체계

구분	농산	축산	식품
평가체계 (의무자조금)	(매년) aT가 운영실적 평가 → 보조금 차등 지원 (매칭비율 : 80~100%) (격년) 외부 전문기관 성과평가 (농수산물자조금법 제31조) → 업무개선 추진	없음	해당 사항 없음 (의무자조금 형태)
지도·감독	자조금 업무 관련 필요사항 보고 및 서류제출 지시 가능, 장부·서류 검사 가능		보조금 업무 관련 필요사항 보고 및 자료 제출 요청 가능
감사	(매년) 외부 회계감사 실시 운영평가 내 회계의 투명성 평가지표	자율적으로 실시	없음
보조금 환수	· 지급한 보조금 또는 간접보조금의 전부 또는 일부를 기한을 정하여 반환 - 1. 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 보조금 또는 간접보조금을 지급받은 경우 - 2. 보조금 또는 간접보조금의 지급 목적과 다른 용도에 사용한 경우 - 3. 보조금 또는 간접보조금을 지급받기 위한 요건을 갖추지 못한 경우		
임의→ 의무 자조금 유도	3년간 의무전환 조건으로 한시적 지원 (연 1억원 한도)	없음 (별도 조건없이 지속 지원)	없음 (별도 조건 없이 지속 지원)
거출금 미납· 거부시 제재	정책사업 지원 배제 등 미납자 지원 제한('21~) 과태료 부과 가능 * 단, 부과사례 없음	정책사업 관련 제재 없음	해당 사항 없음 (의무자조금 형태)

자료: 국가법령정보센터, 「농수산물자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」, 「축산자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」, 「보조금 관리에 관한 법률」, 농림축산식품부 내부자료.

11) 운영실적 평가 결과(80점 이상 우수, 60~80점 보통, 60점 미만 미흡)에 따라 보조금 차등 지원(80~100%)

12) 부과사례 없음.

#### 1.4. 문제점

- 자조금 제도의 틀을 규정하는 법률 내용이 산업(농산, 축산) 간 상이함.
  - 일반적인 설치, 운영, 사업절차 등의 사항은 유사하게 마련되어 있으나, 평가 및 환류 체계, 제재 사항 등의 규정은 상이함.
  - 자조금 사업지침에는 평가를 통해 차등 지원할 수 있도록 명시하고 있으나, 「축산자조금법」에는 평가에 대한 근거가 없음.
  - 이 같은 차이는 축산자조금이 먼저 자조금 제도를 도입했고, 농산자조금은 농안법의 적용을 받아 운용하면서 발생한 것으로 볼 수 있음,
  
- 「축산자조금법」은 자조금의 설치를 축산단체<sup>13)</sup>가 하는 것으로 규정하고 있음. 즉, 축산단체가 축산업자 전체를 회원으로 하고 있지 않을 수 있음에도 불구하고, 자조금 조직과 축산단체의 경계를 명확히 분리하고 있지 않음.
  - 또한 의무자조금관리위원회가 자조금 운용에 대한 책임을 가지나, 의무자조금관리위원회의 독립성 여부에 대한 명백한 규정을 두고 있지 않음.
  - 반면 「농수산자조금법」에서는 자조금의 설치, 운용, 폐지 등의 주체를 자조금단체로 명확히 하고 있음.
  
- 의무자조금관리위원회 설치 후 대의원 선출 등은 실질적으로 관리위원회에서 수행하고 있으나, 축산자조금법에는 축산단체가 대의원을 선출하는 것으로 명시되어 있음.
  - 축산자조금법상 대의원 선출, 보궐선거, 대의원회 설치 등에 관한 사항의 주체는 축산단체로 규정되어 있음.
  - 자조금관리위원회의 독립성을 보장하기 위해 대의원 선출에 관한 사항은 의무자조금 설치 후에는 관리위원회에서 선출할 수 있도록 할 필요가 있음.
  
- 자조금 운용에 관한 주요 사안이 대의원회를 통해 결정되고 있으므로, 대의원의 대표성 확보 방안 또는 그 외 방법으로 생산자의 의사를 수렴할 방안을 모색할 필요가 있음.

13) 축산단체란 민법 제32조에 따라 설립된 비영리법인으로서 축산업자 전부 또는 일부를 회원으로 하는 전국단위 단체와 농협중앙회를 뜻함.



- 법인 또는 단체의 중요 의결사항은 회원 전체가 참여하는 총회에서 결정하는 것이 일반적이나, 자조금은 대의원의 의사만으로 이를 결정하게 되어 있음.
- 축산자조금법에는 전체 축산업자가 참여하는 총회와 관련된 규정이 없음. 농산자조금은 총회를 두도록 되어 있지만, 대의원회가 갈음할 수 있도록 규정하고 있음. 그러나 이 외의 다른 규정<sup>14)</sup>이 없으므로 사실상 「축산자조금법」과 동일한 규정임.
- 자조금 조직의 총회는 원칙적으로 품목 생산자 전체로 구성되는 특징이 있어, 총회의 구성 및 회의 개최와 진행이 현실적으로 어려운 측면이 있음. 이에 따라 대의원회가 실질적인 총회 역할을 할 수밖에 없으나, 자조금 조직이 품목 대표조직으로써의 위상을 정립하기 위해서는 전체 생산자의 의견을 수렴할 수 있는 보완 방안을 모색하여야 할 것임. 또한, 대의원 선출시 후보자 수가 선출구역별로 배정된 대의원수와 같거나 적은 경우 무투표 당선 가능성이 있으므로 이에 대한 개선방안도 도출할 필요가 있음
- 실제로 자조금 사무국 설문조사 결과, 설문에 참여한 12개 농산 의무자조금 중 3개 품목만 총회를 개최함(2020년<sup>15)</sup> 기준, 연 1~2회).

## 2. 자조금 운영 및 사업 현황

- 농산, 축산, 식품자조금 사업의 공통적인 목적은 품목별로 생산자가 주도하여 산업의 육성 여건을 갖추고자 하는 것임. 부류에 따라 운영 주체, 사업 배경, 사업목표에는 차이가 있음.
  - (농산) 시장개방에 따른 수입산 농산물에 대응하기 위해 자조금 사업을 시행하며, 자조금을 통해 품목 경쟁력 제고, 소비촉진 등을 도모
  - (축산) 축산물 수입 자유화에 대응하여 경쟁력을 강화하기 위해 자조금 사업을 시행하며, 자조금을 통해 소비촉진 및 판로 확대, 수급조절 및 가격안정 등을 도모
  - (식품) 김치산업의 발전을 위해 시행하고 있으며, 소비촉진, 판로확대, 수급조절 및 가격안정 사업 등을 도모

14) 「농협법」 제124조에서는 조합의 대의원회가 총회를 대신할 수 없는 경우를 명시함.

15) 코로나19 확산으로 인해 평년과 차이가 있을 수 있음.

〈표 2-7〉 농산, 축산, 식품자조금 사업목적

분야	사업목적	시대적 배경	운영 주체
농산	생산자 스스로 자조금을 마련하여 품목 경쟁력 제고, 소비촉진 등을 도모	WTO, FTA 등 시장개방에 따른 수입산 농산물에 대응 방안 필요	품목별 협회
축산	생산자가 자발적으로 거출한 자금으로 소비촉진·판로 확대, 수급조절·가격 안정 등 축산업 육성 지원	(수입자유화) 외국산 축산물 수입으로 인해 경쟁력 강화 방안 필요	의무: 자조금관리위원회 임의: 축산단체
식품 (김치)	소비촉진, 판로확대, 수급조절 및 가격 안정사업 등을 추진함으로 김치산업 발전 도모	중국산 김치 수입 증가에 대응하고, 김치의 세계화 및 김치산업진흥을 위하여 자발적인 지원체계 구축 필요	(김치)협회

자료: 저자 작성.

## 2.1. 자조금 조직 설립연혁 및 주요 경과

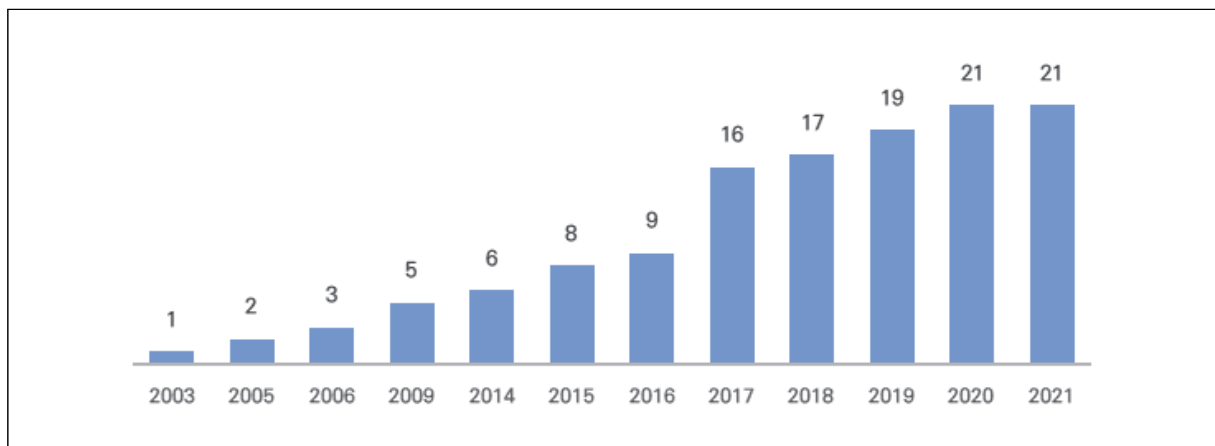
○ 1992년 양돈업자조금과 양계업자조금 사업 지원이 시작되고 30여년이 경과된 현재('21년 9월) 총 36개 품목에서 자조금을 운영하고 있음.

- 농산자조금 26, 축산자조금 9, 식품자조금 1(김치)
- 농산(의무14, 임의 12), 축산(의무 7, 임의 2), 식품(임의 1)

○ 2003년 한돈자조금을 시작으로 의무자조금이 설치되었으며, 20여 년간 양적으로 성장하여 2021년 21개 의무자조금이 운영되고 있음.

- 21개 의무자조금은 평균적으로 도입된 지 6년이 경과됨(농산 3년, 축산 12년).
- 축산자조금은 도입 시기(2000년대)가 빨랐으나, 농산자조금은 의무자조금 설치 초기단계임.

〈그림 2-1〉 연도별 의무자조금 설립(누적)



자료: 저자 작성.

〈표 2-8〉 의무 및 임의자조금 현황

구분	품목	자조금 조직	관련 단체 설립연도	의무자조금 설치일	
농산(26)	의무(14)	인삼	(사)한국인삼협회	2014	2015.05.
		친환경	(사)한국친환경농업협회	2015	2016.07.
		백합	(사)한국백합생산자연협회	2009	2017.01.
		키위	(사)한국키위연합회	2006	2017.02.
		배	(사)한국배연합회	2010	2017.07.
		파프리카	(사)한국파프리카생산자조회	2000	2017.07.
		사과	(사)한국사과연합회	2010	2017.07.
		감귤	(사)제주감귤연합회	2008	2017.09.
		콩나물	(사)대한두채협회	1994	2017.11.
		참외	(사)한국참외생산자협의회	2006	2018.11.
		절화	(사)한국화훼자조금협의회(절화)	2019	2019.09.
		포도	(사)한국포도협회	2010	2019.12.
		마늘	(사)한국마늘산업연합회	2010	2020.07.
		양파	(사)한국양파산업연합회	2010	2020.07.
	임의(12)	단감	(사)한국단감연합회	2009	-
		복숭아	(사)한국복숭아연합회	2008	-
		무배추	(사)한국무배추생산자연협회	2010	-
		고추	(사)한국고추산업연합회	2010	-
		난	(사)한국난재배자협회	2003	-
		뽕은감	(사)한국뽕은감협회	2018	-
		가지	(사)한국가지생산자협의회	2005	-
		오이	(사)한국오이생산자협의회	2008	-
		풋고추	(사)한국풋고추생산자협의회	2012	-
		딸기	(사)한국딸기생산대표조직	2006	-
		밀	(사)국산밀산업협회	2012	-
		블루베리	(사)한국블루베리연합회	2018	-
축산(9)	의무(7)	돼지	한돈자조금관리위원회	1975	2003.12.
		한우	한우자조금관리위원회	1999	2005.05.
		우유	우유자조금관리위원회	1981	2006.05.
		닭	닭고기자조금관리위원회	1973	2009.06.
		계란	계란자조금관리위원회	1973	2009.06.
		오리	오리자조금관리위원회	1994	2015.01.
		육우	육우자조금관리위원회	1981	2014.03.
	임의(2)	사슴	(사)한국사슴협회	1975	-
		양봉	(사)한국양봉협회	1976	-
식품(1)	임의(1)	김치	(사)대한민국김치협회	2011	-

주: 축산관련 단체 설립연도는 협회 설립연도임.

자료: 자조금통합지원센터

## 2.2. 자조금 운영현황 및 재원

- 2020년 기준, 자조금 사업을 시행한 품목은 농산자조금은 의무 14개, 임의 9개 품목, 축산자조금은 의무 7개, 임의 2개 품목, 식품자조금은 임의 1개 품목임.
- 2015년 시행된 농산 분야 임의자조금 졸업제로 인해 일부 품목은 지원사업이 중단됨. 따라서 2021년 사업을 진행 중인 농산 임의자조금은 7개임.
  - 임의자조금 졸업제: 임의자조금단체 중 의무자조금을 추진하는 단체에 한정하여 3년 이내에 의무자조금 결성을 전제로, 연간 1억 원 한도 내에서 3년간 한시적 지원
  - 밀, 쌀, 옥묘 자조금은 2018년 지원이 종료되었으며, 옥묘자조금은 옥묘업등록제 시행에 따라 등록된 옥묘업자 증가로 임의자조금 요건을 충족하지 못함.
  - 난, 무배추, 고추자조금은 2021년 지원 중단
- 의무거출금 산정기준은 해당 지역과 품목을 대표하는 대의원의 2/3 이상 참석과 2/3 이상 의결, 농림축산식품부 승인과정을 통해 최종적으로 결정됨.
  - 의무자조금 거출 기준은 재배면적, 출하물량, 출하금액을 기준으로 설정되어 있음.
  - 거출금은 자조금관리위원회가 직접 수납하거나, 농협, 도축장 등이 자조금 수납을 대행하는 형태로 이루어지고 있음.

### 〈참고〉

(농수산자조금법 제8조)

의무거출금은 농수산업자별로 해당 품목 재배면적이나 출하액 등 경영규모를 기준으로 산정하되, 그 한도는 해당 품목 평균 거래가격의 100분의 1 이내로 한다.

(축산자조금법 제7조)

의무거출금의 한도는 가축 또는 축산물 평균 거래가격의 1천분의 5 이내로 한다.

주: 농산자조금 조성액이 10억 원 미만인 경우, 운영비 한도는 2억 원임.

〈표 2-9〉 의무자조금 품목별 거출 기준 및 방법

품목	의무거출금 납부대상	의무거출금 거출 기준	수납방법
인삼	인삼 경작 농가	24원/m <sup>2</sup>	농협, 직접납부
	자체검사업체(법인)	300~900원/kg	직접납부
	생산자단체(농협)	1.2원/m <sup>2</sup>	직접납부
친환경	1,000m <sup>2</sup> 이상 유기·무농약인증 농업인 (농업법인포함), 재배시설 이용 인증면적 330m <sup>2</sup> 이상	인증면적 기준 3~5원/m <sup>2</sup>	친환경 인증기관, 직접 납부
	친환경농산물 취급 조합, 자조금 사업참여 희망 조합, 농협은 자조금단체 회원가입 및 납부 동의서 제출조합	전년도 친환경농산물 취급실적에 따라 연 100~200만 원	직접납부
백합	재배 농업인, 농업법인	350원/m <sup>2</sup>	직접납부
		취급액의 0.3% 이내	공판장
		수출 분당 30원	수출업체
키위	농업경영체	30원/m <sup>2</sup>	농협, 농업법인
	생산자단체, 유통업자	취급액의 0.3% 이내	직접납부
배	배 생산농가	2원/1봉지	농협, 직접납부
파프리카	1,000m <sup>2</sup> 이상 경작자	303.1원/m <sup>2</sup>	직접납부
사과	사과 생산농가	20원/3.3m <sup>2</sup>	직접납부
	회원단체	전년도 사과 취급액에 따라 부과 (2~20백만 원)	직접납부
감귤	감귤재배 농업인	출하액의 0.25%	농협, 직접납부
	생산자단체, 유통조직(농협, 영농법인, 상인단체)	전년 매출액의 0.05%	직접납부
콩나물	재배 농가, 농업법인	10원/1kg	22개 협회지부
참외	농업인(영농법인 포함)	(농가) 2원/포장박스 1kg	농협
	생산자단체(농협)	전년 취급액 0.5% 이내	직접납부
절화	생산자	공판장 출하농가는 경매액의 0.5% (미출하농가 평당 품목별 금액 차등 적용)	공판장, 농협
	생산자단체	전년도 절화 계통출하액의 0.5%	직접납부
	유통업자	전년도 절화 계통출하액의 0.5%	직접납부
포도	농업인	10원/m <sup>2</sup> 이내(한도 20만 원)	농협, 직접납부
	생산자단체	전년도 취급액의 0.07% 이내 (한도 1천만 원)	직접납부
마늘	재배면적이 1,000m <sup>2</sup> 이상인 농업경영체	5원/m <sup>2</sup> (최대 납부한도 10만 원)	직접납부, 농협
	전년도 취급액이 5억 원 이상인 산자단체(농협)	전년도 취급액에 따라 1~6백만 원	직접납부
양파	재배면적이 1,000m <sup>2</sup> 이상인 농업경영체	1m <sup>2</sup> 당 4원(최대 납부한도 10만 원)	직접납부, 농협
	전년도 취급액이 5억 원 이상인 산자단체(농협)	전년도 취급액에 따라 1~6백만 원	직접납부
돼지	양돈 농가	1,100원/두	도축장
한우	한우 농가	20,000원/두	도축장
우유	낙농가	2원/1리터	집유장
닭고기	육계 농가	3~30원/수	도계장
계란	산란계 농가	10~80원/수	도계장
오리	오리 농가	10원/수	도압장
육우	육우 농가	15,000원/1두	도축장

자료: 자조금통합지원센터 내부자료 및 정경수 외. 2021. 축산자조금 성과평가 연구. 건국대학교.

○ 품목별로 자조금 조성액 규모의 편차가 큼.

- 산업별 평균 규모는 농산자조금 8.4억 원(의무 12.7억 원, 임의 1.8억 원), 축산자조금 74.5억 원(의무 95.2억 원, 임의 2.0억 원), 식품자조금(임의 2.5억 원)임.

- 규모별로 분류하면, 100억 원 이상 2개(축산 2), 50억 원 ~100억 원 미만 1개(축산 1), 25억 원 ~ 50억 원 미만 4개(농산 1, 축산 3), 10억 원 ~ 25억 원 미만 5개(농산 5), 5억 원 ~ 10억 원 미만 5개(농산 3, 축산 1, 식품 1), 5억 원 미만 16개(농산 14, 축산 2)임.
- (농산) 친환경이 45.1억 원으로 가장 큰 규모<sup>16)</sup>이며, 인삼, 배, 파프리카, 사과 감귤이 10억 원 이상, 나머지는 10억 원 미만임.
- (축산) 한우, 한돈이 200억 원 이상으로 큰 규모이며, 우유 92.5억 원, 닭고기, 오리, 육우가 약 20억 원, 나머지는 10억 원 미만임.

〈표 2-10〉 자조금 조성액 규모별 분류(2020년 기준)

구분	농산	축산	식품
100억 원 이상	-	한우, 한돈	-
50억 원~ 100억 원 미만	-	우유	-
25억 원 ~50억 원 미만	친환경	닭고기, 오리, 육우	-
10억 원~25억 원 미만	인삼, 배, 파프리카, 사과, 감귤	-	-
5억 원~10억 원 미만	백합, 참외, 포도	계란	김치
5억 원 미만	키위, 절화, 마늘, 양파, 가지, 오이, 풋고추 등	양봉, 사슴	-

주: 자조금 조성액 규모는 농가대출금과 정부 지원금을 합한 금액 기준(임의자조금의 경우 자체조성금과 정부 지원금의 합)  
자료: 저자 작성.

〈표 2-11〉 농산자조금 자원(2020년 기준)

단위: 억 원

의무자조금					임의자조금				
구분	농가대출금 (A)	정부 지원금 (B)	합계(C)	비율 (B/A)	구분	농가대출금 (A)	정부 지원금 (B)	합계	비율 (B/C)
인삼	9.3	10.2	19.5	110%	가지	1.2	0.6	1.8	45%
친환경	28.1	17.0	45.1	60%	오이	1.5	0.7	2.2	45%
백합	4.2	4.1	8.3	97%	풋고추	1.2	0.5	1.7	45%
키위	1.6	1.0	2.6	65%	뽕은감	1.2	0.3	1.5	23%
배	6.7	6.0	12.7	90%	난	0.6	0.4	1.0	70%
파프리카	13.3	10.4	23.7	78%	복숭아	1.4	0.5	1.8	33%
사과	10.1	5.8	15.9	58%	단감	1.2	0.4	1.5	33%
감귤	12.4	10.1	22.5	81%	무배추	1.4	1.0	2.4	70%
콩나물	2.0	1.3	3.3	64%	고추	1.4	1.0	2.4	70%
참외	3.8	3.5	7.3	91%					
절화	1.9	1.8	3.7	97%					
포도	4.9	3.2	8.1	65%					
마늘	1.4	1.0	2.4	70%					
양파	1.4	1.0	2.4	70%					

주: 임의자조금의 경우 수입 세부자료 부재로 자체조성금을 농가대출금으로 표기함.

자료: 농림축산식품부 내부자료, e나라도움 국고보조금통합관리시스템.

16) 농산자조금 조성액은 농가대출금과 정부 지원금을 합한 금액으로 이월금, 이자, 외부지원금 등을 제외하고 산출함(단 임의자조금은 수입 세부 자료가 부재하여 이월금 등을 포함한 자체조성금과 정부 지원금을 합한 규모임).

〈표 2-12〉 축산 및 식품자조금 재원(2020년 기준)

단위: 억 원

의무자조금					임의자조금				
구분	농가거출금 (A)	정부 지원금 (B)	합계(C)	비율 (B/A)	구분	농가거출금 (A)	정부 지원금 (B)	합계	비율 (B/A)
한우	154.2	94.3	248.4	61%	양봉	1.7	1.4	3.2	82%
한돈	192.8	61.5	254.3	32%	사슴	0.2	0.7	0.9	93%
우유	40.7	51.8	92.5	127%	김치	2.5	2.5	5.0	100%
계란	6.3	2.5	8.7	39%					
닭고기	8.0	12.0	20.0	66%					
오리	10.2	11.7	21.9	115%					
육우	10.9	9.8	20.7	90%					

주: 계란자조금 2019년 기준, 닭고기자조금 2018년 기준, 식품(김치)자조금의 농가거출금은 자체조성액을 의미함.  
 자료: 농림축산식품부 내부자료, e나라도움 국고보조금통합관리시스템.

- 2020년 자조금에 대한 정부 지원금은 총 325.7억 원이며, 농산자조금 81.6억 원, 축산자조금 241.6억 원임.
  - 농산 의무자조금에 76.3억 원, 임의자조금에 5.3억 원이 투입됨.
  - 축산 의무자조금에 239.5억 원, 임의자조금에 2.1억 원이 투입됨.
  - 식품 임의자조금에 2.5억 원이 투입됨.
- 품목 생산액 대비 자조금 조성액은 전체 평균 0.6% 수준임.
  - 자조금 조성액의 비중은 백합자조금이 가장 높은 8.6%이며, 친환경(3.5%), 파프리카 (0.9%), 육우 (0.8%), 사슴 (0.7%)을 제외한 품목은 0.05% 미만임.
  - 농산자조금은 평균 0.7%이며, 농산의무 0.3%, 농산임의 0.1%임.
  - 축산자조금은 평균 0.4%이며, 축산의무 0.3%, 축산임의 0.4%임.
- 품목별 생산액 대비 수출액과 수입액의 비중을 비교한 결과, 품목별로 큰 편차를 보임.
  - 생산액 대비 수출액 비중은 파프리카 40%, 인삼 39%, 배 19%, 무배추 17% 순으로 높게 나타났으며, 그 외 품목은 10% 미만임.
  - 생산액 대비 수입액 비중은 육우 1,463%, 키위 164%, 난 43%, 포도 39% 순으로 높게 나타남.

〈표 2-13〉 생산액 대비 수출액, 수입액 비중

상위 5개	1	2	3	4	5
수출액 비중	파프리카(40%)	인삼(39%)	배(19%)	무배추(17%)	절화(6%)
수입액 비중	육우(1,463%)	키위(164%)	난(43%)	포도(39%)	백합(30%)

자료: 저자 작성.

○ 자조금 의사결정 기구는 대부분 생산자로 구성되어 있어 유통·소비 등의 분야에 대한 의견 수렴이 어려운 구조임.

- 자조금 의사결정 기구는 대의원(의장 등), 자조금관리위원(위원장 등)으로 구분할 수 있음.
- 제도적으로 농산업자 또는 축산업자만 대의원이 될 수 있음. 또한, 품목별 자조금관리위원회 구성인원 중 생산자 비중이 평균 66%에 이르고 있는데, 이는 위원회의 과반수는 대의원 중에서 선출해야 하기 때문임.
- 대의원회와 관리위원회는 연간 2~3회씩 개최되고 있으며, 2020년은 코로나19의 영향으로 서면으로 진행한 경우가 다수임.

○ 자조금 사무국은 거출금 부과 및 수납, 사업 운영 등 실무 전반을 수행하고 있으며, 평균 직원 수는 3.4명임.

- 한우(17명), 한돈(12명), 친환경(6명)을 제외한 품목의 사무국 직원은 5명 미만이며, 통합으로 운영하여 전담 직원이 1명인 경우도 있음.
- 농산자조금 평균 직원 수는 2.7명이며, 축산자조금 평균 직원 수는 5.4명임.
- 의무자조금은 4.3명(농산의무 3.2명, 축산의무 6.4명), 임의자조금은 1.7명임(농산임의 1.7명, 축산임의 2.0명).
- 한우, 한돈자조금을 제외할 경우, 축산 의무자조금은 평균 3.2명임.

### 2.3. 자조금 사업 현황

○ 농산, 축산자조금법에 따라 자조금의 용도는 소비촉진 홍보, 교육 및 정보제공, 수급안정, 조사연구 등 다양한 사업에 사용될 수 있음. 그러나 실제 집행내용은 주로 3가지 사업으로 국한됨.



## 〈글상자 2〉

농산자조금의 용도 「농수산자조금법」 제4조.

1. 농수산물의 소비촉진 홍보
2. 농수산업자, 소비자, 제19조제3항에 따른 대납기관 및 제20조제1항에 따른 수납기관 등에 대한 교육 및 정보제공
3. 농수산물의 자율적 수급 안정, 유통구조 개선 및 수출활성화 사업
4. 농수산물의 소비촉진, 품질 및 생산성 향상, 안전성 제고 등을 위한 사업 및 이와 관련된 조사·연구
5. 자조금사업의 성과에 대한 평가
6. 자조금단체 가입을 제고를 위한 교육 및 홍보
7. 그 밖에 자조금의 설치 목적을 달성하기 위하여 제13조에 따른 의무자조금관리위원회 또는 제24조에 따른 임의자조금위원회가 필요하다고 인정하는 사업

축산자조금의 용도 「축산자조금법」 제4조.

1. 축산물 소비촉진 홍보
  2. 축산업자, 소비자, 제18조제2항에 따른 중도매인등과 제19조제1항에 따른 수납기관에 대한 교육 및 정보제공
  3. 축산물의 자율적 수급 안정, 유통구조 개선 및 수출활성화 사업
  4. 축산물의 소비촉진, 품질 및 생산성 향상, 안전성 제고 등을 위한 조사와 연구
  5. 자조금 사업에 대한 경제성 평가
  6. 그 밖에 자조금의 설치 목적을 달성하기 위하여 제14조에 따른 의무자조금관리위원회 또는 제26조에 따른 임의자조금위원회가 필요하다고 인정하는 사업
- \* 제6조제2호 및 제25조제2호에 따른 정부 출연금 또는 지원금은 제1항제1호 중 「방송법」 제2조제1호에 따른 방송과 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 신문의 광고(방송프로그램에서 축산물을 소품으로 활용하여 노출시키는 형태의 광고는 제외한다) 용도로는 사용할 수 없다.

자료: 국가법령정보센터.

〈표 2-14〉 산업별 자조금 집행 내역(2020년)

구분	소비홍보	유통구조개선	교육 및 정보제공	조사·연구	수급안정	경쟁력제고	수출활성화	운영관리	
농산	의무	36%	3%	15%	4%	12%	4%	3%	19%
	임의	43%	-	38%	1%	-	-	-	19%
축산	의무	41%	2%	20%	2%	20%	-	-	12%
	임의	73%	2%	11%	-	6%	-	-	7%
식품	임의	28%	11%	2%	4%	39%	6%	-	10%

주: 식품(김치)자조금은 지출비목이 상이하여 사업내용을 바탕으로 연구진이 분류함.

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

- 평균적으로 소비홍보 사업 비중이 가장 높으며, 교육 및 정보제공, 운영관리비 순으로 지출 비중이 높음.
- 유통구조 개선, 조사연구 등의 사업을 수행하고 있는 품목은 전체의 절반 이하임.
- 자조금 조성 규모가 큰 품목은 비교적 다양한 사업을 수행하고 있으나, 임의자조금 등 조성 규모가 작은 품목은 일부 사업영역에 편중됨.
- 조성 규모가 작으므로 유통구조 개선, 조사연구, 수급안정 등의 사업을 효과적으로 수행 하는데 제약이 있음.
- 실제로 감귤의 경우 매년 약 6만 톤이 가공용으로 처리되고 있는데, 시장격리를 위해 kg당 10원씩만 지원하여도 6억 원이 소요됨.

〈표 2-15〉 품목별 자조금 집행 내역(2020년)

단위: 억 원

구분	소비 홍보	유통 구조 개선	교육 및 정보 제공	조사 연구	수급 안정	경쟁력 제고	수출 활성화	운영 관리	기타 비용	자조금 규모 <sup>1)</sup>	농가 거출금	정부 지원금
<b>의무자조금</b>												
인삼	33%	-	13%	1%	37%	-	1%	13%	2%	19.5	9.3	10.2
친환경	46%	5%	10%	2%	16%	-	-	15%	4%	45.1	28.1	17.0
백합	9%	4%	2%	4%	14%	16%	34%	17%	-	8.3	4.2	4.1
키위	20%	9%	26%	7%	-	-	4%	30%	4%	2.6	1.6	1.0
배	57%	20%	1%	3%	-	-	4%	13%	2%	12.7	6.7	6.0
파프리카	38%	-	1%	2%	17%	24%	-	18%	-	23.7	13.3	10.4
사과	58%	-	23%	1%	-	-	-	18%	-	15.9	10.1	5.8
감귤	41%	-	6%	1%	38%	-	1%	5%	2%	22.5	12.4	10.1
콩나물	53%	-	-	5%	-	17%	-	25%	-	0	2.0	1.3
참외	51%	-	9%	1%	24%	-	4%	10%	1%	7.3	3.8	3.5
절화	36%	-	7%	25%	-	-	1%	26%	5%	3.7	1.9	1.8
포도	12%	-	48%	3%	24%	-	-	11%	-	8.1	4.9	3.2
마늘	26%	-	33%	-	-	-	-	30%	12%	2.4	1.4	1.0
양파	25%	-	36%	-	-	-	-	30%	9%	2.4	1.4	1.0
한우	29%	10%	17%	3%	31%	-	-	6%	4%	248.5	154.2	94.3
한돈	29%	2%	19%	2%	37%	-	-	4%	5%	254.3	192.8	61.5
우유	64%	-	28%	1%	-	-	-	6%	-	92.5	40.7	51.8
계란 <sup>2)</sup>	39%	-	26%	-	-	-	-	35%	1%	8.8	6.3	2.5
닭고기 <sup>3)</sup>	40%	-	25%	3%	6%	-	-	20%	6%	20	8.0	12.0
오리	37%	-	18%	1%	34%	-	-	7%	2%	21.9	10.2	11.7
육우	49%	-	10%	3%	31%	-	-	8%	-	20.7	10.9	9.8
<b>임의자조금</b>												
가지	48%	-	43%	-	-	-	-	9%	-	1.8	1.2	0.6
오이	57%	-	35%	-	-	-	-	8%	-	2.2	1.5	0.7
풋고추	47%	-	47%	-	-	-	-	6%	-	1.7	1.2	0.5
뽕은감	33%	-	45%	5%	-	-	-	17%	-	1.5	1.2	0.3
난	16%	-	44%	-	-	-	-	40%	-	1.0	0.6	0.4
복숭아	33%	-	51%	-	-	-	-	15%	-	1.8	1.4	0.5
단감	35%	-	49%	-	-	-	-	16%	-	1.5	1.2	0.4
무배추	56%	-	16%	-	-	-	-	28%	-	2.4	1.4	1.0
고추	58%	-	13%	-	-	-	-	29%	-	2.4	1.4	1.0
양봉	79%	4%	3%	-	13%	-	-	2%	-	3.2	1.7	1.4
사슴	68%	-	20%	-	-	-	-	12%	-	1.5	0.2	0.7
김치	28%	11%	2%	4%	39%	6%	-	10%	-	5.0	2.5	2.5

주: 1) 의무자조금은 전년도 이월금, 지원금, 기타수익을 제외한 농가거출금과 정부 지원금의 합이며, 임의자조금은 이월금 등을 포함한 자체조성금과 정부 지원금의 합

2) 2019년 기준

3) 2018년 기준

자료: 농림축산식품부 내부자료, 각 자조금 조직 내부자료, e나라도움 국고보조금통합관리시스템

### 2.3.1. 과일류 자조금 사업현황

#### 가. 키위(의무자조금)

##### ○ 품목 일반 현황<sup>17)</sup>

- 2019년 기준, 키위 재배면적은 1,392ha이며, 생산량은 23,801톤, 국내 생산액은 825억 원임.
- 2020년 수입량은 35,786톤이며, 이 중 뉴질랜드산 34,970톤, 칠레산 616톤, 이탈리아산 200톤임. 수입액은 114,150천\$임.
- 2020년 수출량은 389톤, 수출액은 1,328천\$이며, 주 수출국은 일본 및 동남아 시장임.
- (생산) 그린키위는 생산이 정체되었으나, 골드키위 등 외국산 품종의 국내 생산량은 매년 증가하고 있음.
- (수입) 뉴질랜드 키위 수입은 증가하고 있으나(전년 대비 약 5천 톤 증가), 칠레(약 150톤), 이탈리아(약 50톤) 키위 수입은 감소함.
- (수출) 수출량은 '18년 438톤에서 '19년 612톤으로 증가하였으나, 코로나19의 영향으로 '20년 389톤으로 감소함.

##### ○ 키위자조금의 설립주체는 한국키위연합회이며, 2017년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 농가, 개개인이 하기 어려운 소비촉진홍보, 수급조절 및 가격안정, 수출시장 개척(창구일원화), 연구개발(R&D) 등을 도모
- (비전 및 목표) 산지의 조직화·규모화, 공동선별·판매를 통한 생산자단체의 가격 결정권 확보
- (추진전략) ① 키위 홍수 출하를 방지함으로써 시장가격 안정 도모, ② 품목별 마케팅전략 수립으로 수확기 생산자, 소비자 혼란 해결, ③ 의무자조금 홍보를 위한 지역별 맞춤형 교육 추진, ④ 자조금을 납부하지 않는 농가는 각종 정부 지원금을 배제한다는 내용을 언급하여 자조금 납부에 참여하도록 적극 홍보
- 조직현황: 대의원 37명, 관리위원<sup>18)</sup> 12명(생산자 9, 정부 1, 기타 2) 사무국 직원 2명
- (거출방법) 지역농협, 영농조합법인 등 키위를 출하하는 참여조직이 해당 자조금을 거출하여 자조금 사무국에 납부, 참여조직 없이 조합공동사업법인 등 유통업자에게 직접 출하하는 경우에는 유통업자가 거출하여 자조금 사무국에 납부

17) 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), KATI, 한국키위연합회

18) 이하 품목별 관리위원 현황은 위원장, 부위원장, 감사를 포함한 수치임.

- (거출기준) 농업경영체(농업인, 농업법인) : 재배면적당 30원 이상, 생산자단체 및 유통업자 : 취급액의 0.3% 이내
- 조성금액: '18년 2.6억 원, '19년 3.0억 원, '20년 2.6억 원

〈표 2-16〉 키위자조금 조성 규모 추이

단위: 억 원

구분	2018	2019	2020
자체조성액	1.4	1.5	1.6
정부 지원금	1.2	1.5	1.0
합계	2.6	3.0	2.6

자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-17〉 키위 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(20.5)	49,884	
광고	5,500	TV CF광고 7회, 일간지 광고 5회
소비촉진	44,384	TV 방송 2회, 온라인사진전, 대형마트시식행사
유통구조개선(9.0)	22,000	
포장재 개선	22,000	공동구매 자재(종이상자) 지원
수출 활성화(4.2)	10,347	
해외시장개척	10,347	수출물류지원(상자)
교육 및 정보제공(25.6)	62,440	
거출홍보	-	
교육	10,852	지역맞춤형교육(6개단체), 농업인 교육교재 제작
정보제공	51,588	소식지 발행(4회), 재배월력 발행
조사연구(6.6)	15,990	
조사/연구용역	15,990	외부 회계감사, 의무거출금 부과 업무용역
성과평가	-	
선거(4.1)	10,000	
총회의장 선거	-	
대의원 선거	10,000	대의원선거 용역
징수 수수료(0.0)	-	
운영관리(30.0)	73,140	
인건비	64,050	
회의비	1,952	
복리후생비	3,200	
자산취득비	-	
기타경비	3,938	
합계(100.0)	243,800	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 키위자조금 이슈

- 한국을 대표할 수 있는 키위 품종개발 시급(고품질 키위 연구개발 필요)
- 전국 단일 브랜드화를 위해서 박스 공동구매 참여는 협조적이었으나, 회원 단체 참여율은 50%에 그침(20개 법인 중 10개 참여).

- 자조금 납부에 대한 농가의 부정적인 인식 존재, 자조금 미납자에 대한 해결 과제 모색 필요

#### 나. 배(의무자조금)

##### ○ 품목 일반 현황<sup>19)</sup>

- 2020년 기준, 배 재배농가는 11,898호, 재배면적은 8,530ha, 생산량은 132,580톤임.
- 2020년 수입량은 620톤, 수입액은 871천 \$임.
- 2020년 수출량은 23,563톤, 수출액은 71,675천 \$이며, 주 수출국은 미국(42.6%), 대만(37.2%), 베트남(11.8%)임.
- (생산) 20만 톤 수준을 유지하였으나, '20년 저온피해로 13만 톤으로 감소함. 재배면적은 지속적으로 감소하고 있음.
- (수입) 수입량은 2010년대 초반부터 후반까지 100톤에서 300톤 수준으로 증가하였으며, '20년에는 국내 생산량 감소로 600여 톤이 수입됨.
- (수출) 수출량은 1~2만 톤 수준이었으나, '18년 3만 톤 수준으로 증가함. 그러나 코로나19의 영향으로 '20년에는 감소함.

##### ○ 배자조금의 설립주체는 한국배연합회이며, 2017년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 배 산업의 지속적인 성장과 경쟁력 확보를 위해 생산, 유통, 수출, 홍보 등을 주체적으로 관리할 수 있는 전국 단위 대표조직 필요, 생산, 출하조절, 판매 및 규격화 등에 자율적, 전문적, 시장 탄력적으로 대응하고 시장 교섭력과 경쟁력 제고
- (목표) 고품질 배 생산지도, 수급조절 및 시장교섭력 강화, 배 생산농가의 소득증대와 배 산업의 발전 도모, 의무자조금 도입을 통한 품목 자생력 확보
- (추진전략) ① 시장경쟁력 강화를 위한 고품질생산 교육 및 소비홍보사업 추진, ② 신수요 창출을 위한 수출 시장개척사업 추진, ③ 의무자조금 기반 조성을 위한 공감대 형성 및 도입 추진
- 조직현황: 대의원 70, 위원장 1명, 부위원장 2명, 감사 2명, 관리위원 17명(생산자 13, 정부 1, 농협 1, 기타 2), 사무국 직원 3명

<sup>19)</sup> 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), KATI 자료, 한국배연합회

- (거출방법) ① 전국 배 취급농협(수납기관) 배 봉지 판매 시 전산 자동 거출, ② 영농법인(수납기관) 공동구매 자조금관리위원회로 직접 거출, ③ 봉지업체 개인 구매 시 농협(수납기관) 및 자조금위원회로 직접 거출
- (거출기준) 배 봉지 1매당 2원(배 봉지 구매자로부터 조성)
- 조성금액: '18년 12.2억 원, '19년 15.0억 원, '20년 12.0억 원

〈표 2-18〉 배자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2018	2019	2020
자체조성액	6.2	7.5	6.0
정부 지원금	6.0	7.5	6.0
합계	12.2	15.0	12.0

자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-19〉 배 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(39.8)	479,453	
광고사업	429,700	CF 광고(6회), PPL(7건), 라디오 CM, 유튜브, 신문광고
소비촉진사업	49,753	재난구호물품(배·배즙) 기증 홍보, 배데이 행사 개최
유통구조개선(27.4)	330,000	
포장재 개선	330,000	배 소포장 상자 유통지원 사업
수출 활성화(5.8)	69,524	
수출마케팅지원	69,524	브랜드화 포장재 지원, 수출통합 마케팅 사업
교육 및 정보제공(1.7)	20,000	
정보제공	20,000	웹사이트 유지보수, 배 자조금 거출, 성과 홍보, 배 자조금 정보제공
조사연구(4.2)	51,100	
연구용역	50,000	배 미세먼지 효능 연구용역
성과평가	1,100	배 자조금사업 외부 회계감사
징수 수수료(2.8)	33,206	자조금 수납기관 수수료
운영관리(18.4)	221,938	
인건비	95,360	
회의비	30,006	
복리후생	13,680	
기타경비	82,892	
합계(100.0)	1,205,222	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

### ○ 배자조금 이슈

- 여름철 장마 및 태풍 등 기후 악조건이 반복됨에도 불구하고, 낙과 등 저품질과에 대한 수급

안정사업이 미비함. '19년 시행한 수매지원사업과 같은 형태로 자연재해에 대응할 수 있는 수급 사업을 추진하여야 함.

- 포장재 개선사업(출하장려 지원), K-PEAR 브랜드화 포장재 지원사업(수출마케팅) 등의 사업 시행은 국산 배 경쟁력 강화 측면에서 긍정적인 사례임.

#### 다. 사과(의무자조금)

##### ○ 품목 일반 현황<sup>20)</sup>

- 2020년 기준, 사과 재배농가는 38,608호, 재배면적은 23,330ha, 생산량은 422,115톤임.
- 2020년 수입량은 12,546톤, 수입액은 20,184천 \$임.
- 2020년 수출량은 1,952톤, 수출액은 5,936천 \$이며, 주 수출국은 대만, 베트남임.
- (생산) 50만 톤 수준을 유지하였으나, '20년 다소 감소함. 재배면적 또한 '19년 32,954ha에서 '20년 23,330ha로 크게 감소함.
- (수입) 수입량은 큰 변동 없이 1만 톤 수준을 유지하고 있음.
- (수출) 수출량은 점차 감소하고 있음('17년 3,134톤, '20년 1,952톤). 주력 수출품종(만생종 부사)이 품위등급 관리 부족 등으로 인해 주력 시장에서 품질 경쟁력이 점점 약화됨에 따라 수출량이 감소하고 있음.

##### ○ 사과자조금의 설립주체는 한국사과연합회이며, 2017년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) WTO, FTA 등 시장개방 확대와 농업환경 변화 등에 대응하기 위해 사과 품목에 대한 전문성과 수급조절, 마케팅 능력을 가진 대표조직 육성 필요, 사과 생산 농업인의 소득 증대와 사과산업의 발전 도모
- (목표) 소비촉진과 판로확대, 수급조절 도모, 시장교섭력 확보, 사과의 우수기능성 홍보, 생산농업인의 자율적 수급조절 및 유통활성화, 생산·유통 정보교육 및 선진 기술 제공을 통한 경쟁력 제고
- (추진전략) ① 생산체계 선진화, ② 안정적 소비시장 확보, ③ 저장 및 유통혁신 전략, ④ 수출마케팅 활성화 전략

<sup>20)</sup> 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), KATI 자료, 한국사과연합회

- 조직현황: 대의원 69, 위원장 1명, 부위원장 2명, 감사 2명, 관리위원 21명(생산자 11, 정부 1, 농협 4, 기타 5), 사무국 직원 5명
- (거출방법) ① 대금 정산 시 농협 거출, ② 자진신고 및 납부고지서를 통한 납부
- (거출기준) 사과 생산농가: 3.3m<sup>2</sup>당 20원, 회원단체: 전년도 사과 취급액에 따라 구간별 부과 (2~20백만 원)
- 조성금액: '18년 5.9억 원, '19년 11.1억 원, '20년 19.5억 원

〈표 2-20〉 사과자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2018	2019	2020
자체조성액	3.2	8.1	13.7
정부 지원금	2.7	3.0	5.8
합계	5.9	11.1	19.5

자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-21〉 사과 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(58.1)	672,418	
광고	512,770	TV, 라디오, 유튜브 광고, 신문 및 월간지 기사 및 광고, 대형유통업체 쇼핑카드 광고, 전광판 광고, 소비촉진 스티커 제작
소비촉진	159,648	과일 박람회 행사 참여 및 원물지원, 소비촉진홍보행사
교육 및 정보제공(22.5)	260,087	
거출홍보	56,212	의무자조금 고지서 제작 및 배포, 의무자조금 리플렛 제작, 의무자조금 관리 시스템 구축 및 유지관리, 문자 발송
교육	84,293	교육 영상 제작 및 TV 송출(4회), 재배 및 의무자조금 교육 자료 제작·배포, 생산·유통과정 교재 제작 및 초청교육, 의무자조금 정보제공 인력 운영, 자조금 교육
정보제공	119,583	의무자조금 소식지 제작 및 배포, 홈페이지 개편 및 관리
조사연구(0.9)	10,000	
조사연구용역	10,000	수출조직 개편 및 통합 연구용역
징수 수수료(0.4)	4,556	거출기관수수료
운영관리(18.1)	209,689	
인건비	116,817	
회의비	41,500	
복리후생비	27,259	
자산취득비	5,648	
기타경비	18,465	
합계(100.0)	1,156,750	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.



○ 사과자조금 이슈

- 생산유통자율조절의 필요성을 인지하고 있으며, 수급조절 역할이 요구되나 사업비의 한계로 인해 수급조절 사업 미비
- 개인정보를 수집하고 있으나 정보의 신뢰성이 부족함. 자조금 납부 의무를 회피하기 위해 재배면적을 허위로 제출하거나, 개인정보 활용에 동의하지 않는 농가도 있음.
- 자조금 사업영역이 소비홍보와 교육 및 정보제공에 국한되어 있음.

라. 감귤(의무자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>21)</sup>

- 2020년 기준, 감귤 재배농가는 23,361호, 재배면적은 20,113ha, 생산량은 658,859톤임.
- 2019년 수입량은 18톤, 수입액은 48.1천 \$임('20년 수입 없음).
- 2020년 수출량은 5,996톤, 수출액은 5,983천 \$임.
- (생산) 2010년 이후로 큰 변동 없이 생산량 60만 톤, 재배면적 2만ha 수준을 유지하고 있음.
- (수입) 감귤 수입량은 미미하며, 대체로 수입이 이루어지지 않음.
- (수출) 수출량은 2010년 초중반 3천 톤 내외 수준에서 2010년대 후반 1천 톤대로 감소함. 그러나 '19년부터 증가하여 '20년 5,996톤까지 증가함.

○ 감귤자조금의 설립주체는 제주감귤연합회이며, 2017년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 농산물 시장개방 확대와 급속한 농업환경 변화에 대응, 고품질 감귤 안정생산 지도 및 수급조절, 시장 교섭력 강화로 농업인의 소득 증대와 감귤산업 발전 도모
- (목표) 고품질감귤 안정생산, 감귤 경쟁력 강화, 감귤 소비판촉 및 수급조절 강화를 통한 농가소득 증대, 연중 감귤 홍보체계 구축 및 채널 다양화로 소비촉진 활성화, 의무자조금의 안정적 사업기반 구축
- (추진전략) ① 감귤 소비판촉 및 시장개척, ② 농업인 영농교육 지속 추진, ③ 출하기에 맞춘 홍보 집중 실시, ④ 농업인 실익증진을 위한 신성장사업 발굴·지원
- 조직현황: 대의원 80명(생산자 76, 유통조직 4), 관리위원 21명(생산자 14, 정부 1, 농협 1, 기타 5), 사무국 직원 4명

21) 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), KATI 자료, 제주감귤연합회

- (거출방법) ① 농가별 고지서 배부 및 농협을 통한 자조금 납부, ② 조합의 경우 계좌이체 등의 방법으로 자조금사무국에 일괄납부
- (거출기준) 감귤재배 농업인: 출하액의 0.25%, 생산자단체 및 유통조직: 전년 매출액의 0.05%
- 조성금액: '18년 21.2억 원, '19년 26.3억 원, '20년 23.8억 원

〈표 2-22〉 감귤자조금 조성 규모 추이

단위: 억 원

구분	2018	2019	2020
자체조성액	11.1	14.3	13.7
정부 지원금	10.1	12.0	10.1
합계	21.2	26.3	23.8

자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-23〉 감귤 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(41.2)	873,275	
광고 홍보	434,471	TV·라디오 광고, PPL 4건, 다중시설 홍보(지하철, KTX, 옥외광고), 인테넷 홍보(배너, 웹툰)
소비촉진	438,804	축제연계홍보, 과일산업대전 홍보관, 기획판매전(라이브커머스, 신문광고, 라디오 광고제작, 판촉전 등)
수급안정(38.3)	812,295	
수급안정	812,295	언론사 홍보, 홍보캠페인(감귤원 원지정비 사업, 고품질 품질관리), 축제 개최, 기획판매전 지원, 긴급 소비촉진 판촉행사, 감귤대금(농협)
경쟁력 제고(0.3)	5,408	
품질 향상	5,408	감귤선별기 성능검사
수출 활성화(0.9)	20,095	
해외시장개척	20,095	해외매장 행사(LA 12개소), 수출 확대 지원(홍공)
교육 및 정보제공(5.9)	124,223	
자조금사업홍보	30,850	감귤의무자조금 참여 확대 홍보(신문광고 6건, TV광고),
농가교육	27,398	제주감귤박람회 감귤품평회 지원, 영농교육(생산 31회, 대미수출 2회, 브랜 드감귤대학 16회)
정보제공	65,975	원예지 발간
조사연구(1.4)	29,800	
조사연구용역	29,800	전산시스템 개발 용역, 노지감귤 운송원가 조사연구, 감귤유통처리 실태분석 연구
운영관리(4.7)	100,364	
인건비	70,303	
회의비	13,671	
기타경비	16,390	
징수수수료(2.5)	52,956	의무자조금 수납기관 수수료
목적기금(4.7)	100,000	
합계(100.0)	2,118,417	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 감귤자조금 이슈

- 자조금이 소비홍보를 주 목적으로 사용되고 있으며(수급안정 내 사업도 소비홍보 사업과 유사), 자조금을 활용한 수급 조절 기능이 미비함.
- 해외시장 개척 활동 및 판촉홍보 행사 등의 사업은 감귤 수출 확대에 기여한 사업으로 볼 수 있음.

마. 참외(의무자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>22)</sup>

- 2020년 기준, 참외 재배농가는 4,505호, 재배면적은 3,596ha, 생산량은 148,875톤임.
- (생산) 생산량은 20만 톤 후반에서 지속적으로 감소하여 '20년 15만 톤 수준으로 감소함. 재배면적 또한 지속적으로 감소하고 있음(2010년 대비 2020년 재배면적은 58% 수준).

○ 참외자조금의 설립주체는 한국참외생산자협의회이며, 2018년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 홍보기반 구축을 통한 참외 소비·유통, 생산 확대로 농업환경 개선, 참외의 품질 및 생산성 향상, 안전성 제고, 자율적 수급안정과 유통구조 개선을 통해 생산농가 소득 향상 실현, 생산농가에 대한 정보제공, 교육·훈련을 통한 대응능력 향상
- (목표) 산지가격 지지, 고품질 참외 유통, 시장경쟁력 강화, 해외 판로개척
- (추진전략) ① 지속적 소비촉진 활동 강화, ② 농가교육 실시, ③ 회원 위탁사업(교육 및 소비 홍보) 지원 강화, ④ 내실 있는 협의회 운영
- 조직현황: 대의원 48명, 위원장 1명, 부위원장 2명, 감사 2명, 관리위원 21명(생산자 18, 정부 1, 기타 2), 사무국 직원 1명
- (거출방법) ① 농협을 통한 납부, 포장박스 미사용 시 판매대금에서 공제하여 거출, ② 생산자 단체의 경우 일괄납부
- (거출기준) 농업인: 포장박스 1kg 당 2원, 생산자단체: 전년 취급액 0.5% 이내
- 조성금액: '18년 1.2억 원, '19년 5.6 원, '20년 7.3억 원

<sup>22)</sup> 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), KATI 자료

〈표 2-24〉 참외자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2018	2019	2020
자체조성액	1.1	2.8	3.8
정부 지원금	0.1	2.8	3.5
합계	1.2	5.6	7.3

주: 2018년 11월 의무자조금 출범  
 자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-25〉 참외 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(51.4)	363,708	
광고	178,000	대중매체(TV, 라디오, 온라인, 오프라인) 광고
소비촉진	185,708	홍보행사 개최, 판촉용 영상 제작, 콘텐츠 영상 제작, 지역별 홍보사업
수급안정(24.0)	170,000	
수급조절	170,000	성주군 저급품 구매사업
수출 활성화(3.7)	25,814	
수출물류지원	25,814	동남아시아지역 수출물류비 및 마케팅 지원
교육 및 정보제공(9.4)	66,383	
거출홍보	27,300	참외 소식지 제작 및 배포, 거출 홍보용 교육 영상 제작
교육정보제공	39,083	지역별 교육사업 실시
조사연구(8.2)	58,000	
성과평가	58,000	참외 자조금 사업 운용평가
징수수수료(1.1)	8,120	참외 자조금 거출 수납대행 수수료
운영관리(9.5)	67,242	
인건비	47,414	
회의비	10,844	
기타경비	8,983	
합계(100.0)	707,067	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 참외자조금 이슈

- 지자체(성주군) 조례를 근거로 공급조절 사업을 수행하고 있음. 대외경쟁력 강화를 위해 지자체장, 참외산업발전위원회, 생산자는 규정된 역할을 수행함. 저급과 구매사업을 통해 저품위 참외 출하를 차단하고, 특·상품 위주로 유통하며 참외 가격안정 및 자율적인 수급 조절을 유도함.
- 세계적으로 참외를 생산하는 곳은 거의 한국뿐임. 이 같은 이유로 참외는 수출 코드가 없으며, 국가 수출입 통계가 부재함(aT를 통해 물류비 지원사업에 신청하는 농가(단체)의 수출량을 집계하는 수준). 따라서 수출활성화를 통한 해외시장 개척뿐만 아니라, 자조금 조직을 통해 수출조직 육성 및 관련 정보·통계수집이 필요함.

바. 포도(의무자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>23)</sup>

- 2020년 기준, 포도 재배농가는 23,301호, 재배면적은 9,988ha, 생산량은 165,906톤임.
- 2020년 수입량은 70,932톤, 수입액은 212,929천 \$임.
- 2020년 수출량은 1,972톤, 수출액은 30,742천 \$이며, 주 수출국은 베트남(26.5%), 중국(25.0%), 홍콩(21.5%)임.
- (생산) 2010년대 20만 톤 수준에서 '20년 165,906톤까지 지속적으로 감소함. 재배면적 또한 '09년 15,144ha에서 '20년 9,988ha로 감소함. 최근 샤인머스켓의 생산 비중이 확대되고 있음.
- (수입) 수입량은 최근 10년간 7만 톤 내외에서 증감을 반복하고 있음.
- (수출) 수출량은 2010년대 초반 1천 톤 이하에서 '16년 1,103톤, '19년 2,012톤으로 증가함.

○ 포도자조금의 설립주체는 한국포도협회이며, 2019년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 국산 포도의 생산·유통·등 포도산업에 대한 정보·기술교류, 교육훈련, 조사 연구, 홍보 및 소비촉진 등을 통해 한국 포도산업의 발전에 기여
- (목표) 포도농가 교육 및 정보제공을 통한 고품질 포도생산, 국산포도 경쟁력 강화 및 농가 소득안정 기여
- (추진전략) ① 경쟁력 향상을 위한 교육, 소비홍보, 수출마케팅지원, ② 자율적 수급안정 사업을 통한 가격안정 도모, ③ 의무자조금 거출 홍보 및 정보제공
- 조직현황: 대의원 75명(생산자 75), 위원장 1명, 부위원장 2명, 감사 2명, 관리위원 17명(생산자 11, 정부 1, 농협 2, 기타 3), 사무국 직원 1명
- (거출방법) ① 농업경영체: 회원가입신청서 정보를 통한 납부고지서 발부, ② 생산자단체: 농협경제지주 전산자료를 활용하여 납부
- (거출기준) 농업경영체: 재배면적 1㎡당 10원 이내(최고한도 20만 원), 생산자단체: 전년 취급액의 0.07% 이내(최고한도 1천만 원)
- 조성금액: '18년 1.9억 원, '19년 3.0억 원, '20년 8.2억 원

<sup>23)</sup> 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), 한국포도협회, KATI 자료

〈표 2-26〉 포도자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2018	2019	2020
자체조성액	1.3	2.0	5.0
정부 지원금	0.6	1.0	3.2
합계	1.9	3.0	8.2

주: 2020년부터 의무자조금 시행  
 자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-27〉 포도 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(12.3)	79,000	
광고	31,000	대중매체 광고(유튜브, SNS, 라디오)
소비촉진	48,000	포도데이 및 지역별 소비촉진 판촉 행사
수급안정(24.3)	155,423	
수급	155,423	저품위 포도 조절(가공화, 폐기, 매취 등)
교육 및 정보제공(48.4)	309,745	
거출홍보	198,098	공중파 TV 및 신문 지면광고, 인쇄물 배부
교육	15,000	지역별 농가 교육
정보제공 및 관리	96,647	거출지원구역, 의무거출금 납부고지서 우편물 및 문자 발송, 교육교재 인쇄 및 배부, 회원가입 안내 영상 제작, 수납시스템 구축 및 개발, 홈페이지 유지보수, 유튜브 채널 개설 운영
조사연구(3.1)	20,000	
조사·연구용역	20,000	자조금 사무국 발전방안 연구용역
징수 수수료(0.4)	2,260	수납기관 징수수료
운영관리(11.5)	73,572	
인건비	41,256	
회의비	19,358	
기타경비	12,958	
합계(100.0)	640,000	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 포도자조금 이슈

- 포도자조금은 '19.12월에 설치되어 '20년부터 의무자조금 단체로써 본격적으로 사업을 추진하기 시작하였음. 이에 따라, 거출홍보 등 자조금 사업 기반구축을 위한 교육 및 정보 제공 사업을 집중적으로 추진하였음. 향후, 농가 참여가 늘고 사업 경험이 축적됨에 따라 보다 다양한 사업을 추진할 필요가 있음.
- 출범 초기부터 수급안정을 위한 사업들을 추진한 것은 긍정적으로 평가할 수 있음. 자조금으로 저품위 포도 처리(기상재해) 사업을 시행하여, 포도 산업의 경쟁력 및 생산성 향상을 도모함. '20년 자조금을 거출한 농가를 대상으로 매물, 파쇄, 폐기, 가공화, 매취촉진(수매) 사업을 시행하였으며, 사업비는 전체 집행액의 24.3%를 차지함.

사. 뚝은감(임의자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>24)</sup>

- 2020년 기준, 뚝은감 재배농가는 16,251호, 재배면적은 10,990ha, 생산량은 109,464톤임.
- (생산) 생산량은 10만 톤 수준을 유지하고 있으며, '19년까지 증가추세였으나 '20년 다소 감소함. 재배면적은 1만 ha 내외임.

○ 뚝은감자조금의 설립주체는 한국뚝은감협회이며, 2018년 임의자조금을 설치함.

- (설립목적) 국산 감의 생산·유통·등 뚝은감산업에 대한 정보·기술교류, 교육훈련, 조사 연구, 홍보 및 소비촉진을 통해 한국 뚝은감산업의 발전에 기여
- (목표) 뚝은감 산업발전 기반조성을 위한 자조금 도입 추진, 뚝은감 산업발전을 위한 농정 활동 전개, 뚝은감 효능 및 건강기능성 홍보활동 강화를 통한 소비촉진 도모
- (추진전략) ① 의무자조금 도입을 위한 교육홍보 및 회원 확보, ② 뚝은감 홍보를 통한 소비 확대 추진
- 조직현황: 대의원 60명(생산자 56), 관리위원 15명(생산자 9, 기타 6), 사무국 직원 1명
- (거출기준) 출하액의 3% 이내
- 조성금액: '20년 1.6억 원(자체조성금 1.3억 원, 정부 지원금 0.3억 원)

〈표 2-28〉 뚝은감자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(32.8)	51,550	
광고	20,000	SNS, 파워블로그 등을 통한 바이럴 마케팅 홍보, 카드뉴스 제작
소비촉진	31,550	소비촉진 판촉행사 추진
교육 및 정보제공(44.6)	70,000	
홍보	25,000	의무자조금 가입신청서 우편발송, 주산지 순회 가입 설명회, 농업전문지 홍보
교육	20,000	의무자조금 순회교육
정보제공	25,000	홈페이지 제작, 의무자조금 회원관리 및 농가조직화
조사연구(5.4)	8,400	
조사연구	8,400	자조금운용법령에 따른 법정 의무 평가
운영관리(17.2)	27,050	
	27,050	인건비, 회의비, 소모품비 등 사무국 운영 관련 제비용
합계(100.0)	157,000	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

24) 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), KATI 자료

○ 뚝은감자조금 이슈

- 의무자조금 전환을 위한 회원 모집 노력이 필요하며, 이를 위해 농가를 대상으로 의무자조금에 대한 교육 및 정보제공 활동이 필요함.
- 의무자조금 전환까지 자조금의 기능과 역할에 대한 홍보활동이 필요하며, 거출기준, 거출목 등 거출 기반을 마련해야 함.

아. 복숭아(임의자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>25)</sup>

- 2020년 기준, 복숭아 재배농가는 32,621호, 재배면적은 15,324ha, 생산량은 189,058톤임.
- 2020년 수입량은 10,018톤, 수입액은 14,772천 \$임.
- 2020년 수출량은 508톤, 수출액은 2,502천 \$임.
- (생산) 10만 톤 수준에서 2010년대 후반 20만 톤까지 증가함. 재배면적 또한 지속적으로 증가하고 있음.
- (수입) 2010년대 중반 5,000톤 수준에서 '20년까지 약 2배 증가함.
- (수출) 200톤 수준이었으나, 지속적으로 증가하여 '19년 600톤으로 증가함. 최근 다소 감소하였으나, 500톤 수준을 유지함.

○ 복숭아자조금의 설립주체는 한국복숭아생산자협의회이며, 2008년 임의자조금을 설치함.

- (설립목적) 자조금의 조성 및 운용을 통한 복숭아의 자율적 수급조절 및 판매촉진을 도모하고, 회원 상호간의 협력 및 정보교환으로 복숭아 생산 농업인의 소득증대와 복숭아산업의 발전 도모
- (목표) 복숭아 효능 및 건강기능성 홍보활동 강화를 통한 소비촉진 도모, 복숭아의무자조금 단체 설립을 위한 가입 회원 확보
- (추진전략) ① 소비촉진을 위한 건강기능성 홍보 및 판촉 행사 추진, ② 의무자조금 도입을 위한 농가 회원가입 신청서 확보, ③ 의무자조금 도입을 위한 세부 계획 추진
- 조직현황: 관리위원 11명(생산자 6, 정부 1, 기타 4), 사무국 직원 3명(단감 협의회 직원 1명)

<sup>25)</sup> 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), KATI 자료



- (거출방법) 농가 직접분담을 원칙으로 하고, 조합 사정에 따라 농가와 회원 간 공동조성
- (거출기준) : 출하실적에 따라 차등 분담(약 0.08%)
- 조성금액: '19년 1.9억 원, '20년 2.7억 원

〈표 2-29〉 복숭아 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(33.2)	60,180	
광고	20,000	유튜브 온라인 영상 홍보
소비촉진	40,180	복숭아데이 행사 개최, 지역별 소비판촉 직판행사 및 축제 지원
교육 및 정보제공(51.4)	93,000	
거출홍보	73,000	의무자조금 회원 정보관리 및 가입 상담, 케이블 TV 광고, 지면, 온라인 카드뉴스, 주산지 옥외광고
정보제공	20,000	주산지 관련기관 등 협의 및 합의 추진, 의무자조금 미가입 회원 방문 가입 안내
운영관리(15.4)	27,820	
인건비	21,833	
회의비	960	
기타경비	5,027	
합계(100.0)	181,000	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

### ○ 복숭아자조금 이슈

- 의무자조금 전환을 위한 회원 모집 노력이 필요하며, 이를 위해 농가를 대상으로 의무자조금에 대한 교육 및 정보제공 활동이 필요함.
- 의무자조금 전환까지 자조금의 기능과 역할에 대한 홍보활동이 필요하며, 거출기준, 거출목 등 거출 기반을 마련해야 함.

자. 단감(임의자조금)

### ○ 품목 일반 현황<sup>26)</sup>

- 2020년 기준, 단감 재배농가는 28,322호, 재배면적은 7,614ha, 생산량은 89,354톤임.
- 2020년 수출량은 5,609톤, 수출액은 9,331천 \$이며, 주 수출국은 말레이시아(33.3%), 필리핀(19.4%), 홍콩(12.3)임.

<sup>26)</sup> 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), KATI 자료

- (생산) 2010년대 초반 15만 톤에서 지속적으로 감소하여, '20년 9만 톤 이하로 감소하였으며, 재배면적 또한 지속적으로 감소하고 있음.
- (수출) 수출량은 5천톤 수준이며, 최근 5년간 감소함. 수출량 감소에도 불구하고, 생산량 감소에 따른 단가 상승으로 수출액 9백만\$를 달성함.

○ 단감자조금의 설립주체는 한국단감연합회이며, 2009년 임의자조금을 설치함.

- (설립목적) 회원 간 상호협력 및 정보교환으로 생산에서 유통·수출·연구까지 자율적, 전문적, 시장 탄력적으로 대응함으로써 생산 농업인의 소득증대와 단감산업의 발전도모
- (목표) 효능 및 건강기능성 홍보활동 강화를 통한 소비촉진 도모, 단감의무자조금 단체 설립을 위한 가입 회원 확보
- (추진전략) ① 소비촉진을 위한 건강기능성 홍보 및 판촉 행사, ② 의무자조금 도입을 위한 농가 회원가입 신청서 확보, ③ 의무자조금 도입을 위한 세부 계획 추진
- 조직현황: 관리위원 12명(생산자 7, 정부 1, 기타 4), 사무국 직원 3명
- (거출방법) 농가 직접분담을 원칙으로 하고, 조합(법인) 사정에 따라 농가와 회원 간 공동조성
- (거출기준) 출하실적에 따라 차등 분담(약 0.2%)
- 조성금액: '19년 2.3억 원, '20년 1.6억 원

〈표 2-30〉 단감 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(35.3)	54,018	
광고	23,000	과수SNS 운영, 온라인 매체 홍보(유튜브, 블로그), 일간지, 온라인 뉴스 홍보
소비촉진	31,018	단감데이 행사 개최, 과일산업대전 행사 참가 운영, 지역별 소비판촉 직판행사 및 축제 지원
교육 및 정보제공(49.0)	75,000	
거출홍보	55,000	케이블 TV 광고, 옥외광고, 전문지 광고, 주산지 설명회, 의무자조금 가입 회원 정보 관리 및 가입안내
정보제공	20,000	주산지 관련기관 등 협의 및 합의 추진, 의무자조금 미가입 회원 방문 가입 안내
운영관리(15.7)	23,982	
인건비	22,982	
기타경비	1,000	
합계(100.0)	153,000	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

### ○ 단감자조금 이슈

- 의무자조금 전환을 위한 회원 모집 노력이 필요하며, 이를 위해 농가를 대상으로 의무자조금에 대한 교육 및 정보제공 활동이 필요함.
- 의무자조금 전환까지 자조금의 기능과 역할에 대한 홍보활동이 필요하며, 거출기준, 거출목 등 거출 기반을 마련해야 함.

## 2.3.2. 채소류 자조금 사업현황

### 가. 파프리카(의무자조금)

#### ○ 품목 일반 현황<sup>27)</sup>

- 2019년 기준, 파프리카 재배면적은 728ha, 생산량은 80,770톤임.
- 2020년 수출량은 30,274톤, 수출액은 86,437천 \$이며, 주 수출국은 일본(99.7%)임.
- (생산) 2010년대 초반 5만 톤에서 지속적으로 증가하여, '20년 8만 톤을 상회함. 재배면적 또한 400ha 수준에서 725ha로 증가함.
- (수출) 수출량은 지속적으로 증가하여 3만 톤 수준이었으나, 일본의 코로나19 긴급조치로 인한 수요 감소로 '20년에는 다소 감소함.

#### ○ 파프리카자조금의 설립주체는 한국파프리카생산자자조회이며, 2017년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 자발적으로 파프리카의 판로 확대, 수급조절 및 가격안정을 도모, 조직의 규모화를 촉진하여 시장교섭력 확보
- ('21년 사업목표) 생산 70천 톤, 도매가격(연) 3,000원/kg, 수출 35천톤/1억불, 자조금 조성 1,390백만 원
- (추진전략) ① 생산기반 강화 전략, ② 유통 활성화 전략, ③ 수출 활성화 전략, ④ 운영 내실화 전략
- 조직현황: 대의원 35명(생산자 35), 위원장 1명, 부위원장 2명, 감사 2명, 관리위원 15명 (생산자 8명, 정부 1, 기타 6), 사무국 직원 4명
- (거출방법) 상반기(1월), 하반기(7월) 자조회 계좌로 납부
- (거출기준) 재배면적 1㎡당 303.1원

<sup>27)</sup> 시설채소 온실 현황 및 생산실적(KOSIS), KATI 자료

- 조성금액: '18년 26.8억 원, '19년 22.5억 원, '20년 24.0억 원

〈표 2-31〉 파프리카자조금 조성 규모 추이

단위: 억 원

구분	2018	2019	2020
자체조성액	13.6	11.9	13.6
정부보조금	13.2	10.6	10.4
합계	26.8	22.5	24.0

자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-32〉 파프리카 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(37.8)	826,915	
소비홍보 광고	743,460	통합광고(TV, PPL 라디오, 온라인 등), PPL 2건, 방송광고, 언론사 광고
소비촉진	83,455	요리경연대회, 사진콘테스트, 홍보용 여성동아, 달력 제작, 홍보용 우수상품 구입
수급안정(17.3)	377,200	
수급	377,200	동·하작기 중첩 시기 가격 급락 대비 수급조절(시장격리)
경쟁력 제고(23.6)	516,655	
경쟁력 제고 품질 향상	500,748	컨설팅(867회) 및 집합교육(19회)
안전성 제고	15,907	농약안전성 지침서 제작
교육 및 정보제공(0.7)	16,000	
정보제공	16,000	지역신문 의무자조금 가입 안내
조사연구(2.2)	49,000	
조사연구용역	49,000	자조회 업무 전자결재시스템 도입 용역, 과채류 가공식품 수출사업 연구
운영관리(18.3)	399,803	
인건비	209,249	
회의비	61,596	
기타경비	128,958	
합계(100.0)	2,185,574	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 파프리카자조금 이슈

- 파프리카 자조금은 소비 촉진 홍보 활동, 시장개척 활동, 생산 관리(농약 안전 사용) 등을 추진하며, 가격 안정화를 위해 물량 조절을 관리함.
- 파프리카 자조금은 경쟁력 제고 사업을 중점적으로 추진하고 있는 몇 안되는 조직 중의 하나임. 농가를 대상으로 품질향상 컨설팅 사업 및 재배관련 교육을 제공하여 생산성 증대 및 안정성 확보에 주력하고 있음. 또한, 겨울 및 여름 작형이 중첩되는 매년 6~7월 및 11월을 중심으로 자율적 수급조절 사업을 추진하고 있음

나. 콩나물(의무자조금)

○ 콩나물자조금의 설립주체는 대한두채협회이며, 2017년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 콩나물 생산 및 판매 등에 관련된 정보교환, 콩나물의 위생적인 관리를 통한 국민 건강 증진, 유통질서 확립으로 콩나물재배업의 건전한 발전과 회원의 복리증진 도모
- 조직현황: 대의원 35명(생산자 35), 위원장 1명, 부위원장 2명, 감사 2명, 관리위원 16명 (내부 11, 외부 5(정부 1, 기타 4)), 사무국 직원 5명
- (거출방법) 회원 농가가 소속지부\*에 납부하면 지부가 협회 의무자조금 계좌로 입금  
\* 대한두채협회 산하 지역단위 22개 지부
- (거출기준) 콩나물콩 사용량 1kg 당 10원
- 조성금액: '20년 3.3억 원

〈표 2-33〉 콩나물 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(53.2)	173,902	
광고	133,902	라디오광고 및 TV 광고
소비촉진	40,000	콩나물의무자조금 소비자 실태조사, 친환경 잡지 홍보, 협회지 발간
경쟁력제고(17.5)	57,127	
생산성향상	57,127	국산 콩나물콩 구매 지원
조사연구(4.6)	15,000	
연구	15,000	국산나물용콩 종자특성 시험연구(2회), 콩나물의무자조금평가
운영관리(24.8)	80,971	
회의비	54,872	
출장비	4,000	
기타경비	22,099	
합계(100.0)	327,000	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 콩나물자조금 이슈

- '20년 집행된 자조금의 절반 이상이 소비홍보 사업에 투입되어 있음. 의무자조금임에도 사업의 형태가 단순화되어 있으며, 소비홍보에 편중되어 있음.

다. 마늘(의무자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>28)</sup>

- 2020년 기준, 마늘 재배농가는 111,979호, 재배면적은 25,372ha, 생산량은 363,432톤임.

<sup>28)</sup> 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS)

- 2020년 수입량은 37,814톤, 수입액은 36,651천 \$임.
- 2020년 수출량은 3,130톤, 수출액은 10,518천 \$임.
- (생산) 30만 톤 수준을 유지하고 있으며, 재배면적은 2만ha 중반 수준을 유지하고 있음.
- (수입) '16년 74,494톤 수준에서 최근 감소하여 4만 톤 내외 수준임.
- (수출) '18년까지 100톤 미만이었으나, '19년 2천 톤 수준으로 크게 증가함.

○ 마늘자조금의 설립주체는 한국마늘연합회이며, 2020년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 마늘의 수급조절 및 판매촉진 도모, 고품질 마늘의 생산지도 및 시장교섭력을 강화하여 생산 농업인의 소득증대와 마늘산업의 발전 도모
- (추진전략) ① 마늘의무자조금 조기 정착, ② 경작신고, 경작의향조사, 재배면적조사 등 수급안정사업의 추진, ③ 계약재배 활성화 등 유통구조 개선 사업 추진, ④ 마늘산업의 중장기 발전 방향 모색
- 조직현황: 대의원 119명(생산자 119), 위원장 1명, 부위원장 2명, 감사 2명, 관리위원 22명 (생산자 17, 정부 1, 농협 1, 기타 3), 사무국 직원 4명
- (거출방법) ① 농업경영체: 직접 납부, 수납기관(농협)을 통해 납부, ② 생산자단체(농협): 직접 납부
- (거출기준) 농업경영체: 재배면적 1㎡당 5원, 생산자단체(농협): 전년도 취급액에 따라 차등 부과(1백만 원~6백만 원)
- 조성금액: '19년 2.4억 원, '20년 2.4억 원

〈표 2-34〉 마늘 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(25.6)	62,150	
소비홍보	62,150	TV, 라디오, 온라인 등 홍보, 소비촉진 행사 지원
교육 및 정보제공(32.7)	79,432	
교육정보제공	79,432	의무자조금 가입 홍보, 관측정보 제작 및 배포 사업, 다이어리 제작, 수납제도 홍보영상 제작
선거(12.1)	29,358	
총회의장선거	2,088	
대의원선거	27,271	
운영관리(29.7)	72,059	
인건비	56,844	
기타경비	15,215	
합계(100.0)	243,000	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 마늘자조금 이슈

- '20.7월에 의무자조금이 출범하여, 실질적인 사업 추진은 '21년도부터 이루어지고 있음.
- 노지채소 품목에서 의무자조금 조직이 출범한 것은 마늘과 양파가 최초이며, 정부 주도의 수급정책이 생산자 중심의 자율적 수급조절로 전환되는 계기가 될 것으로 기대하고 있음.
- 다만, 자조금 조직의 수급조절 역할과 책임에 대의원은 공감하는 반면 개별 농가에서는 부정적인 시각이 존재함. 이에 따라 지역단위 대의원 주도의 개별 농가 설명회 등을 통해 수급조절 역할과 책임에 대한 공감대 확산을 추진하고 있음.
- '21년에는 경작신고 조사 및 운영 지원 등 수급안정 관련 사업을 중점적으로 추진하고 있으며, 우량 종구 갱신 및 보급 등 농가 경쟁력 제고를 위한 노력도 이행 중임.

라. 양파(의무자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>29)</sup>

- 2020년 기준, 양파 재배농가는 46,016호, 재배면적은 14,673ha, 생산량은 1,168,227톤임.
- 2020년 수입량은 42,080톤, 수입액은 18,309천 \$임.
- 2020년 수출량은 5,622톤, 수출액은 2,747천 \$임.
- (생산) 생산량은 증감을 반복하면서 1.5백만 톤 수준을 유지하고 있음. 재배면적은 최근 다소 감소하여 1만ha 후반 수준임.
- (수출입) 수입 및 수출량은 국내 생산량에 따라 크게 변동함(수입: 1만 톤 이하 ~ 15만 톤, 수출: 1천 톤 이하 ~ 5만 톤).

○ 양파자조금의 설립주체는 한국양파연합회이며, 2020년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 양파의 수급조절 및 판매촉진 도모, 고품질 양파의 생산지도 및 시장교섭력을 강화하여 생산 농업인의 소득증대와 양파산업의 발전 도모
- (추진전략) ① 양파의무자조금 조기 정착, ② 수급안정 사업을 통한 양파산업 발전과 농가 소득 증대, ③ 소비촉진 홍보활동을 통한 소비 확대, ④ 수출 활성화, 유통구조 개선 등 중·장기 사업 추진, ⑤ 농업인 조직화 및 의무자조금 관련 교육·홍보

<sup>29)</sup> 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), KATI 자료

- 조직현황: 대의원 118명(생산자 118), 위원장 1명, 부위원장 2명, 감사 2명, 관리위원 20명(생산자 13, 정부 1, 농협 2, 기타 4), 사무국 직원 3명
- (거출방법) ① 농업경영체: 직접 납부, 수납기관(농협)을 통해 납부, ② 생산자단체(농협): 직접 납부
- (거출기준) 농업경영체: 재배면적 1㎡당 4원, 생산자단체(농협): 전년도 취급액에 따라 차등 부과(1백만 원~6백만 원)
- 조성금액: '19년 2.4억 원, '20년 2.4억 원

〈표 2-35〉 양파 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(24.6)	59,700	
소비홍보	59,700	TV, 월간지, 라디오 홍보, 소비촉진 행사 및 지원, 동영상 홍보 영상 제작 및 송출, 관측월보 포스터 제작
교육 및 정보제공(36.2)	88,016	
교육정보제공	88,016	회원가입 신청 현수막 제작 및 배포, 농가 교육 지원, 의무자조금 SPOT 광고 송출, 회원가입 신문지면 광고,
선거(9.2)	22,426	
총회의장선거	2,425	
대의원선거	20,001	
운영관리(30.0)	72,848	
인건비	53,314	
회의비	11,893	
기타경비	7,641	
합계(100.0)	242,990	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

### ○ 양파자조금 이슈

- '20.7월에 의무자조금이 출범하여, 실질적인 사업 추진은 '21년도부터 이루어지고 있음.
- 노지채소 품목에서 의무자조금 조직이 출범한 것은 마늘과 양파가 최초이며, 정부 주도의 수급정책이 생산자 중심의 자율적 수급조절로 전환되는 계기가 될 것으로 기대하고 있음.
- 다만, 자조금 조직의 수급조절 역할과 책임에 대의원은 공감하는 반면 개별 농가에서는 부정적인 시각이 존재함. 이에 따라 지역단위 대의원 주도의 개별 농가 설명회 등을 통해 수급조절 역할과 책임에 대한 공감대 확산을 추진하고 있음.
- '21년에는 경작신고 조사 및 운영 지원 등 수급안정 관련 사업을 중점적으로 추진하고 있으며, 의무자조금 홍보, 거출독려, 양파산업 관련 정보 전달 등 교육 및 정보제공을 통해 자조금 사업 기반을 다지고 있음.



마. 가지(임의자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>30)</sup>

- 2019년 기준, 가지 재배면적은 647ha, 생산량은 33,871톤임.
- 2020년 수출량은 129톤, 수출액은 321천 \$임.
- (생산) 3만톤 수준을 유지하고 있으며, '20년 4.5만 톤 수준으로 증가함. 재배면적은 6백 ha 수준임.
- (수출) 수출량은 1백만 톤 이하였으나, '19년 120만 톤 수준으로 증가함.

○ 가지자조금의 설립주체는 한국가지생산자협의회이며, 2005년 임의자조금을 설치함.

- (설립목적) 가지의 자율적 수급조절 및 판매촉진 도모, 고품질가지를 생산·판매함으로써 생산 농업인의 소득증대와 가지산업의 발전 도모
- (목표) 소비촉진 홍보 강화를 통한 소비 확대 및 농가소득 안정화 도모, 의무자조금 도입 및 농정활동 등을 통한 대표조직 기능 강화
- (추진전략) ① 소비촉진 홍보 및 판촉행사를 통한 소비 확대 추진, ② 의무자조금 도입 위한 교육·홍보 등을 통한 회원 확보, ③ 수급 불안정 발생 시 탄력 대응 및 의무자조금 도입 절차 추진
- 조직현황: 위원장 1명, 부위원장 1명, 감사 2명, 관리위원 9명(생산자 6, 정부 1, 농협 2), 사무국 직원 1명
- (거출방법) 농가 직접분담을 원칙으로 하고 조합 사정에 따라 농가와 회원간 공동조성 가능
- (거출기준) 회원 연간 출하량의 3% 이내
- 조성금액: '20년 1.8억 원

---

<sup>30)</sup> 농작물생산조사(KOSIS), 한국가지생산자협의회, KATI 자료

〈표 2-36〉 가지 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(47.9)	43,428	
광고	40,000	TV 광고, 신문잡지·온라인 등 대중매체 광고, 온라인 홍보 동영상 제작
소비촉진	3,428	소비홍보 사업지원, 소비촉진 특판행사
교육 및 정보제공(42.7)	38,734	
교육 및 정보제공	38,734	의무자조금 홍보용 동영상 제작, 의무자조금 회원가입 안내 홍보물 제작·배부, 의무 자조금 가입 회원 정보 관리 및 가입안내, 협의회 홈페이지 제작
운영관리(9.5)	8,592	
인건비	6,489	
회의비	1,415	
기타경비	697	
합계(100.0)	90,755	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 가지자조금 이슈

- 소비촉진 사업과 교육 및 정보제공 사업에 편중되어 있음. 교육 및 정보제공 사업 내역을 볼 때, 거출 홍보에 집중되어 있음.
- 자조금 사업 규모가 0.9억 원('20년)으로 작은 수준이며, 다양한 사업을 수행하기에 어려움이 따름.

바. 오이(임의자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>31)</sup>

- 2020년 기준, 오이 재배농가는 10,366호, 재배면적은 4,721ha, 생산량은 335,596톤임.
- 2020년 수출량은 211톤, 수출액은 613천 \$임.
- 2020년 수입량은 19,055톤, 수출액은 12,250천 \$임.
- (생산) 증감을 반복하며 30만 톤 수준을 유지하고 있음. 재배면적은 5천 ha 내외임.
- (수출) 수출량은 2010년대 초반 1백 톤 이하에서 증가하는 추세임.
- (수입) 수입량은 2만 톤 수준에서 소폭 감소하여, '19년 이후 1.9만 톤 수준임.

○ 오이자조금의 설립주체는 한국오이생산자협의회이며, 2008년 임의자조금을 설치함.

31) 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), KATI 자료

- (설립목적) 오이의 자율적 수급조절 및 판매촉진 도모, 회원 간의 상호협력 및 정보교환으로 경쟁력 있는 고품질오이를 생산·판매함으로써 생산 농업인의 소득증대와 오이산업의 발전 도모
- (목표) 소비촉진 홍보 강화를 통한 소비 확대 및 농가소득 안정화 도모, 의무자조금 도입 및 농정활동 등을 통한 대표조직 기능 강화
- (추진전략) ① 소비촉진 홍보 및 판촉행사를 통한 소비 확대 추진, ② 의무자조금 도입 위한 교육·홍보 등을 통한 회원 확보, ③ 수급 불안정 발생 시 탄력 대응 및 의무자조금 도입 절차 추진
- 조직현황: 위원장 1명, 부위원장 2명, 감사 2명, 관리위원 10명(생산자 8, 정부 1, 농협 1)
- (거출방법) 농가 직접분담을 원칙으로 하고 조합 사정에 따라 농가와 회원간 공동조성 가능
- (거출기준) 전년도 출하액의 0.1% 이내
- 조성금액: '20년 2.2억 원

〈표 2-37〉 오이 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(57.0)	74,174	
광고	40,000	TV 방송프로그램, 유튜브 온라인 영상 홍보, 언론 홍보, 온라인 바이럴 홍보
소비촉진	34,174	수도권 및 광역시 판촉행사 실시, 지역단위 판촉행사 지원
교육 및 정보제공(34.8)	45,325	
교육 및 정보제공	45,325	의무자조금 홍보용 동영상 제작, 회원가입 안내 홍보물 제작 배부, 협의회 홈페이지 제작, 의무자조금 회원 정보관리 및 가입 상담
운영관리(8.2)	10,644	
인건비	1,072	
회의비	6,489	
기타경비	3,073	
합계(100.0)	130,133	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 오이자조금 이슈

- 소비촉진 사업과 교육 및 정보제공 사업에 편중되어 있음. 교육 및 정보제공 사업 내역을 볼 때, 거출 홍보에 집중되어 있음.
- 자조금 사업 규모가 1.3억 원('20년)으로 작은 수준이며, 다양한 사업을 수행하기에 어려움이 따름.

사. 풋고추(임의자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>32)</sup>

- 2020년 기준, 풋고추 재배농가는 23,100 농가, 재배면적은 4,387ha, 생산량은 183,348톤임.
- (생산) 2010년 20만 톤 수준이었으나, '11년부터 18만 톤 수준을 유지하고 있음.

○ 풋고추자조금의 설립주체는 한국풋고추생산자협의회이며, 2012년 임의자조금을 설치함.

- (설립목적) 풋고추의 자율적 수급 조절 및 판매촉진 도모, 고품질 풋고추를 생산·판매함으로써 생산 농업인의 소득증대와 고추산업의 발전 도모
- (목표) 소비촉진 홍보 강화를 통한 소비 확대 및 농가소득 안정화 도모, 의무자조금 도입 및 농정활동 등을 통한 대표조직 기능 강화
- (추진전략) ① 소비촉진 홍보 및 판촉행사를 통한 소비 확대 추진, ② 의무자조금 도입 위한 교육·홍보 등을 통한 회원 확보, ③ 수급 불안정 발생 시 탄력 대응 및 의무자조금 도입 절차 추진
- 조직현황: 위원장 1명, 부위원장 2명, 감사 2명, 관리위원 9명(생산자 6, 정부 1, 농협 2), 사무국 직원 1명
- (거출방법) 농가 직접분담을 원칙으로 하고 조합 사정에 따라 농가와 회원간 공동조성 가능
- (거출기준) 전년도 출하액의 3% 이내
- 조성금액: '20년 1.7억 원

〈표 2-38〉 풋고추 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(46.6)	61,208	
소비촉진(광고)	61,208	공중파 TV 홍보, 신문잡지, 온라인 등 대중매체 광고, 소비홍보 사업지원, 지역단위 판촉행사 지원
교육 및 정보제공(47.2)	61,991	
교육 및 정보제공	61,991	자조금 홍보 및 교육 책자 제작, 의무자조금 홍보용 동영상 제작, 회원가입 안내 홍보물 제작, 회원 정보 관리 가입안내, 홈페이지 제작
운영관리(6.2)	8,112	
인건비	6,489	
회의비	934	
기타경비	697	
합계(100.0)	131,311	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

32) 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS)

○ 풋고추자조금 이슈

- 소비촉진 사업과 교육 및 정보제공 사업에 편중되어 있음. 교육 및 정보제공 사업 내역을 볼 때, 거출 홍보에 집중되어 있음.
- 자조금 사업 규모가 1.3억 원('20년)으로 작은 수준이며, 다양한 사업을 수행하기에 어려움이 따름.

아. 무배추(임의자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>33)</sup>

- 2020년 기준, 무배추 재배농가는 218,928호(무 80,534호, 배추 138,394호), 재배면적은 51,468ha(무 20,519ha, 배추 30,949ha), 생산량은 3,421,271 (무 1,178,631톤, 배추 2,242,640톤)톤임.
- 2020년 무 수입량은 7,217톤, 수입액은 3,591천 \$이며, 주 수입국은 중국임. 배추 수입량은 643톤, 수입액은 314천 \$이며, 주 수입국은 중국임.
- 2020년 무 수출량은 6,943톤, 수출액은 4,698천 \$이며, 주 수출국은 미국, 캐나다, 베트남임. 2020년 배추 수출량은 24,445톤, 수출액은 16,759천 \$ 이며, 주 수출국은 대만임.
- (생산) 무 생산량은 최근 10년간 증감을 반복하며 120만 톤 내외임. 배추 생산량 또한 증감을 반복하며 230만 톤 내외임.
- (수입) 무 수입량은 2010년대 초반 2만 톤 수준이었으나 7천 톤 수준까지 지속적으로 감소함. 배추 수입량은 2010년대 초반 1천 톤 이상이었으나, '14년 이후 감소하여 500톤 내외로 수입됨.
- (수출) 무 수출량은 '14년까지 2천 톤 이하였으나, 이후 지속적으로 증가하여 '20년 6,943톤임. 배추 수출량은 지속적으로 증가하였으며 '17년 2만톤을 초과함.

○ 무배추자조금의 설립주체는 한국무배추생산자협의회이며, 2010년 임의자조금을 설치함.

- (설립목적) 무, 배추의 자율적 생산조정과 출하조절을 통한 유통개선, 회원간의 상호협력 및 정보 교환으로 우수농산물을 생산함으로써 생산농업인의 소득증대와 무·배추산업의 발전 도모

<sup>33)</sup> 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), 농산물유통 종합정보시스템

- 조직현황: 관리위원 13명(생산자 10, 정부 1, 농협 1, 기타 1), 사무국 직원 3명
- (거출기준) 판매량의 3% 이내
- 조성금액: '18년 1.6억 원, '19년 2.4억 원, '20년 2.4억 원

〈표 2-39〉 무배추자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2018	2019	2020
자체조성액	1.0	1.4	1.4
정부보조금	0.6	1.0	1.0
합계	1.6	2.4	2.4

자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-40〉 무배추 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(56.4)	53,951	TV 방송, 소비촉진 행사(농산물 상생마케팅 행사), 김장재료 및 완성김치 특별판매, 애용 캠페인
교육 및 정보제공(15.9)	15,254	의무자조금사업 TV 홍보, 신문 홍보, 농업관측 포스터 배포
운영관리(27.6)	26,436	회의비, 인건비, 관련 세금 등
합계(100.0)	95,640	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

### ○ 무배추자조금 이슈

- 무·배추는 작목 전환이 빠른 품목이며, 재배기간이 짧고, 생산자 수가 많아(21.9만 호) 의무 자조금 참여를 유도하는 것이 어려움.
- 산지유통인을 중심으로 자조금이 도입되어, 농협 등 생산자조직이 주도적으로 의무자조금 도입을 추진하기에 어려움이 있음.

자. 고추(임의자조금)

### ○ 품목 일반 현황<sup>34)</sup>

- 2020년 기준, 고추 재배농가는 261,889호, 재배면적은 35,533ha, 생산량은 243,424톤임.
- 2020년 수입량은 246,991톤, 수입액은 169,061천 \$이며, 주 수입국은 중국임.
- 2020년 수출량은 4,047톤, 수출액은 20,635천 \$이며, 주 수출국은 미국임.

<sup>34)</sup> 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), KATI, 농산물유통 종합정보시스템 자료

- (생산) 2010년 30만 톤 수준에서 지속적으로 감소하여 '20년 20만 톤 중반으로 감소함. 재배면적 또한 2010년의 41% 수준인 35,533ha로 감소함.
- (수입) 수입량은 2010년대 초반 10만 톤 후반으로 감소하였으나, '16년 이후로 20만 톤 수준을 유지하고 있음.
- (수출) 수출량은 2~3천 톤 수준에서 증감을 반복하였으며, '20년 4천 톤으로 증가함.

○ 고추자조금의 설립주체는 한국고추산업연합회이며, 2010년 임의자조금을 설치함.

- (설립목적) 고추의 수급 조절 및 판매촉진 도모, 고품질 고추의 생산지도 및 시장교섭력을 강화하여 생산 농업인의 소득증대와 고추산업의 발전 도모
- 조직현황: 위원장 1명, 부위원장 1명, 감사 2명, 관리위원 15명(생산자 11, 정부 1, 농협 1, 기타 2), 사무국 직원 1명
- (거출방법) 수납기관(회원농협) 위탁거출
- (거출기준) 전년도 판매액의 1%(최소 50만 원~최대 500만 원)
- 조성금액: '18년 1.2억 원, '19년 2.4억 원, '20년 2.3억 원

〈표 2-41〉 고추자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2018	2019	2020
자체조성액	0.7	1.4	1.3
정부보조금	0.5	1.0	1.0
합계	1.2	2.4	2.3

자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-42〉 고추 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(58.1)	126,000	
소비촉진	126,000	TV PPL, 월간잡지/SNS, 라디오, 유튜브, 미디어보드 광고, 온라인 기획기사
교육 및 정보제공(13.0)	28,220	
정보제공	28,220	자조금 홍보영상 송출, 관측정보 제작 및 배포
운영관리(28.9)	62,544	
인건비	60,973	
회의비	171	
자산취득비	1,097	
기타경비	303	
합계(100.0)	216,764	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 고추자조금 이슈

- 소비촉진 사업과 교육 및 정보제공 사업만 수행하고 있으며, 운영관리비를 제외하면 실질적으로 소비홍보 사업 중심으로 자조금을 운용하고 있음.
- 자조금 규모가 약 2억 원으로 작은 수준이며, 재배농가가 26만 호에 이르는 등 생산자 수가 많아, 의무자조금 전환을 위한 조직화에 어려움이 예상됨.

### 2.3.3. 특작류 및 화훼 자조금 사업현황

가. 인삼(의무자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>35)</sup>

- 2020년 기준, 인삼 재배농가는 17,707호, 재배면적은 15,160ha, 생산량은 23,896톤임.
- 2020년 수입량은 62톤, 수입액은 6,599천 \$임.
- 2020년 수출량은 11,894톤, 수출액은 229,764천 \$이며, 주 수출국은 중국, 일본, 미국, 홍콩, 베트남임.
- (생산) 생산량은 '06년 이후 2만 톤 수준을 상회하고 있음. 재배면적은 '09년 26,944ha로 정점을 찍은 후 지속적으로 감소하고 있음.
- (수입) 수입량은 2010년대 초반 약 100톤 수준이었지만, 최근 감소하여 50톤 수준임.
- (수출) 수출량은 5천 톤 이하에서 '19년부터 1만 톤을 초과함.

○ 인삼자조금의 설립주체는 한국인삼협회이며, 2015년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 경쟁력 제고를 통한 인삼의 종주국 지위 구축, 국내외 인삼 소비 확대 등을 통한 산업 성장기반 조성, 제조가공, 유통, 수출 분야 종사자의 소득 증대 도모, 고품질 안전 인삼 생산기반 조성으로 국민건강 증진에 기여
- 조직현황: 대의원 71명(생산자 67), 위원장 1명, 부위원장 2명, 관리위원 13명(생산자 8, 정부 1, 기타 4), 사무국 직원 4명
- (거출방법) ① 경작농가 및 생산자단체: 수납기관(인삼농협)에서 수납 후 한국인삼협회 지정 계좌로 송금 ② 한국인삼협회 지정 계좌로 납부

<sup>35)</sup> 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), 2019년 인삼통계자료집, KATI 자료



- (거출기준) 경작농가: 2,400원/a, 생산자단체(농협): 120원/a, 자체검사업체: 300~900원/kg
- 조성금액: '18년 21.0억 원, '19년 23.9억 원, '20년 25.8억 원

〈표 2-43〉 인삼자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2018	2019	2020
자체조성액	12.5	14.6	15.6
정부보조금	8.5	9.3	10.2
합계	21.0	23.9	25.8

자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-44〉 인삼 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(32.8)	668,200	
광고	319,100	TV광고 제작 및 송출
소비촉진	349,100	PPL, 라디오 송출, 기타홍보(입찰공고, 심사용역)
수급안정(37.3)	760,089	
수급	760,089	판매촉진사업(라이브커머스, 언론보도), 재해 피해농가 지원
수출활성화(0.6)	13,000	
해외시장개척	13,000	해외 언론 홍보 6개국, 500회 송출
교육 및 정보제공(13.1)	267,481	
교육	30,844	자조금 교육지원, 자조금 담당자교육, 학술지원
정보제공	236,637	홈페이지, 온·오프라인정보제공, 온라인 보도, 자조금 사업 안내(홍보물 책자, 문자 및 우편발송), 인삼병해충도감 제작 및 배부, 회계감사
조사연구(1.4)	29,000	
성과평가	29,000	인삼자조금 경제성평가 및 효과분석
징수 수수료(2.3)	46,000	거출기관 수수료
운영관리(12.6)	256,402	
인건비	155,891	
회의비	36,825	
복리후생비	16,450	
기타경비	47,236	
예비비(0.0)	-	
합계(100.0)	2,040,171	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

### ○ 인삼자조금 이슈

- (코로나19에 따른 수급불안 대응) 온라인 커머스를 활용한 소비촉진 사업을 시행하는 등 자조금을 활용하여 직접적으로 판로를 지원함. 또한 농업재해 피해 경작지에 대해 자조금을 완납한 농가를 대상으로 지원사업을 수행함.

- 인삼 수출이 지속적으로 확대되고 있으므로, 해외 언론 홍보 외에도 다양한 수출활성화 사업 시행이 요구됨.

#### 나. 친환경(의무자조금)

##### ○ 품목 일반 현황<sup>36)</sup>

- 2020년 기준, 친환경 인증 농산물 출하량은 495,764톤이며, 이중 유기농산물이 137,781톤, 무농약농산물이 358,103톤임.
- 2020년 기준, 친환경 인증 농가는 59,249호이며, 이중 유기농산물이 23,750호, 무농약 농산물이 35,499호임.
- 2020년 기준, 친환경 인증 농산물 재배면적은 81,827ha이며, 이중 유기농산물이 38,540ha, 무농약농산물이 43,286ha임.

##### ○ 친환경자조금의 설립주체는 한국친환경농업협회이며, 2016년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 친환경농업을 통해 한국농업의 새로운 대안 모색, 지속가능한 농업 실현, 친환경 농산물 수급 조절 및 판매촉진을 통한 친환경농업 육성
- (목표) 친환경농업인의 소득 향상, 건강하고 안전한 먹거리 공급, 지속가능한 생태 농업 구축, 세상 모든 곳에 우리 친환경
- (추진전략) ① 식량주권 강화 및 친환경·생태농업에 대한 광범위한 홍보, ② 지속적·집중적·효율적으로 친환경농업의 가치를 알려 실질적인 친환경농식품 소비촉진 증대, ③ 친환경 농업인의 자부심 및 소속감 고취
- 조직현황: 대의원 170명(생산자 163), 위원장 1명, 부위원장 2명, 관리위원 19명(생산자 10, 정부 1, 농협 2, 기타 6), 사무국 직원 6명
- (거출방법) 인증신청 시 인증기관 거출
- (거출기준) 생산농가: 인증면적 기준 3~5원/㎡, 농협: 전년도 친환경 농산물 취급실적에 따라 연 100~200만 원
- 조성금액: '18년 31.9억 원, '19년 32.4억 원, '20년 45.1억 원

<sup>36)</sup> 국립농산물품질관리원 친환경 인증관리 정보시스템

〈표 2-45〉 친환경자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2018	2019	2020
자체조성액	18.5	18.8	28.1
정부보조금	13.4	13.6	17.0
합계	31.9	32.4	45.1

자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-46〉 친환경 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(46.3)	1,574,452	TV 방송 제작 지원 및 협찬, TV·라디오·유튜브 광고, 캠페인송 제작, SNS 운영, 뉴스레터 제작, 언론홍보
수급안정(16.5)	560,836	학교급식 판촉행사, 재해 피해농가 격려물품 지원사업, 온라인/직거래장터 판촉사업, 온라인 파머스마켓
유통구조개선(5.2)	176,716	공영홍쇼핑(1회), 직거래장터 운영, 온라인 캠페인 및 기부행사, 소비촉진 공모사업 실시, 그린카드 포인트 제공, 친환경농산물 가공활성화 방안 도출 조사연구, 우수식당 지정사업, 대학생협 지원사업
교육 및 정보제공(10.2)	346,794	친환경농업인 교육, 소비자 산지체험, 청년농업인 아카데미, 유기과수 품위기준 설정 및 핸드북 제작, 학교급식 친환경농산물 품위기준 설정, 친환경방제 기술 교육자료 제작, 식지 제작 및 문자발송, 농사달력 제작 및 발송, 자조금 미납자 대상 납부안내서 발송
	70,934	왕우렁이 농법의 생태 환경보전 기여 조사 연구, 거출확대 방안 연구, 친환경농산물 자조금 중장기 발전전략 수립, 유기농업자재 공시제도 개선방안 연구
선거(0.1)	4,742	
징수 수수료(4.2)	143,742	
운영관리(15.3)	521,784	
합계(100.0)	3,400,000	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

### ○ 친환경자조금 이슈

- 친환경자조금과 품목 자체의 의무 및 임의자조금과 중복되므로, 납부 순서에 대한 세부적인 검토가 필요함. 의무자조금을 2개 이상 납부해야 할 경우 먼저 납부한 거출금 만큼을 제하고 거출하도록 규정되어 있지만, 자조금 조직에서 회원들의 납부 현황을 파악할 수 없기 때문에 (개인정보보호법) 거출에 어려움이 있는 상황임.
- 또한, 친환경 자조금은 다른 자조금과는 달리 다양한 품목들을 포함하고 있으므로, 자조금 조직의 역할 및 사업목표를 명확히 정립할 필요가 있음.

다. 백합(의무자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>37)</sup>

- 2020년 기준, 백합 재배농가는 153 농가, 재배면적은 78ha, 생산량은 14백만 분, 생산액은 9,675백만 원임.
- 2020년 수입량은 740톤, 수입액은 2,435천 \$이며, 주 수입국은 네덜란드임.
- 2020년 수출량은 486톤, 수출액은 5,000천 \$이며, 주 수출국은 일본임.
- (생산) 백합 재배면적은 최근 감소추세이며, '20년 재배면적은 '15년의 48% 수준임. 생산액 또한 최근 감소하는 추세임.
- (수입) 수입량은 '15년까지 1천 톤을 상회하였으나, 이후 감소하여 700톤 수준임.
- (수출) 수출량은 2010년대 초반 3천 톤을 초과하였으나, 최근 크게 감소하여 500톤 수준임.

○ 백합자조금의 설립주체는 한국백합생산자중앙연합회이며, 2017년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 백합 재배농업인들의 자율적 수급 조절과 품목의 경쟁력 제고를 도모
- (목표) 백합 종구의 자급화를 통한 경쟁력 제고, 수출시장 다변화를 통한 수출확대, 백합 산업 마케팅보드
- 조직현황: 대의원 29명(생산자 29), 위원장 1명, 부위원장 1명, 감사 2명, 관리위원 15명 (생산자 8, 정부 1, 기타 6), 사무국 직원 2명
- (거출방법) 자조금사업에 참여하는 백합 및 구근식물 재배 농업인이 직접 납부(시도연합회 조직 활용 납부)
- (거출기준) 재배면적 3.3㎡당 1,000원, 유통과정거출 경매가격의 2%, 수출 본당 30원
- 조성금액: '18년 13.4억 원, '19년 14.6억 원, '20년 8.2억 원

〈표 2-47〉 백합자조금 조성 규모 추이

단위: 억 원

구분	2018	2019	2020
자체조성액	6.7	7.3	4.1
정부보조금	6.7	7.3	4.1
합계	13.4	14.6	8.2

자료: 농림축산식품부 내부자료.

37) 2020 화훼재배현황, KATI 자료(백합절화용 기준)

〈표 2-48〉 백합 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(9.0)	73,497	
광고	32,587	TV PPL 1회, TV CF광고 2편, 오프라인 전시 광고, 신문 및 잡지 기사개제, 캘린더 제작·배포
소비촉진	40,910	캠페인 및 원예체험, 백합절화수출경쟁력제고 세미나(3회), 신화환 홍보 및 화훼상품 체험교육
수급안정(14.1)	115,000	
수급	115,000	산지폐기
유통구조개선(3.7)	30,000	
유통개선	30,000	오픈마켓 직거래 지원
경쟁력제고(16.0)	130,000	
품질향상	130,000	수출용 백합절화 품질향상, 연작 장애 극복 지원
수출 활성화(34.5)	281,000	
수출마케팅지원	251,000	수출국 상장수수료 지원, 수출용 슬리브 및 포장지 등 지원
수출물류지원	30,000	
교육 및 정보제공(2.0)	15,982	
교육	15,982	품질향상 도모 및 의무자조금 도입 필요성 교육
조사연구(3.7)	30,000	
조사·연구용역	30,000	국내 백합 병원균 분포 및 특성조사 연구
운영관리(17.1)	139,054	
인건비	76,131	
회의비	16,448	
복리후생비	2,400	
기타경비	44,076	
합계(100.0)	814,534	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 백합자조금 이슈

- 타 품목에 비해 소비홍보 지출이 적으며, 유통구조 개선, 경쟁력제고, 수출활성화 등 다양한 사업을 수행하고 있음. 산지폐기 등 수급안정 사업도 수행하고 있음.
- 수출이 감소하는 가운데, 코로나19로 인해 경조화환 시장이 위축되면서 어려움을 겪고 있으므로, 신규 수요 발굴 및 품질 경쟁력 향상을 위한 사업을 강화할 필요가 있음.

라. 절화(의무자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>38)39)</sup>

- 2020년 기준, 절화 재배면적은 1,224ha, 판매량은 370백만 본, 판매액은 169,922백만 원임.
- (생산) 절화 재배면적은 최근 감소추세이며, '20년 재배면적은 '15년의 84% 수준임. 생산액 또한 감소추세임.

38) 2020 화훼재배현황

39) 수출입 통계는 절화(HS코드 0603) 기준임.

- (수입) 2020년 수입량은 8,674톤이며, 수입액은 34,197천 \$임.
- (수출) 2020년 수출량은 1,084톤이며, 수출액은 8,586천 \$임.

○ 절화자조금의 설립주체는 한국화훼자조금협의회이며, 2019년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 수입산 화훼류에 대응하여 국내 절화 경쟁력 강화, 수출 활성화 및 소비 촉진
- 조직현황: 대의원 39명(생산자 39), 관리위원 17명(생산자 13, 정부, 1, 농협 1, 기타 2), 사무국 직원 2명
- (거출방법) 대금 정산 시 aT, 농협 거출
- (거출기준) 생산자: 공판장 출하능가는 경매액의 0.5%(미출하능가 평당 품목별 금액 파등 적용), 생산자단체 및 유통업체: 전년도 절화 계통출하액의 0.5%
- 조성금액: '19년 0.4억 원, '20년 3.7억 원

〈표 2-49〉 절화 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(36.2)	132,286	
광고	70,265	TV, 라디오, PPL, 주요 일간지 기획기사, 신문사·잡지 기사, 인터넷 포탈 광고
소비촉진	62,021	부산영락공원 절화 홍보사업, 전시회, 특판행사(직거래장터), 회전간판 홍보, 캐리커처 및 아크릴 간판을 제작
수급안정(0.0)	-	
수급	-	
유통구조개선(0.3)	980	
유통협력	980	거베라 산업 발전 대책 간담회
경쟁력제고(0.1)	497	
생산성향상	497	유통구조개선 사업
수출활성화(0.5)	2,000	
해외시장개척	2,000	일본 수출 테스트(국산 대국 신제품 수출지원)
교육 및 정보제공(7.6)	27,783	
교육	10,138	농업인 현장교육, 전문가 간담회, 자조금교육
정보제공	17,645	온라인 화훼소식지(문자발송), 자조금 홍보 리플렛 제작 및 발송
조사연구(24.8)	90,740	
조사·연구용역	90,740	화훼유통구조 개선방안 수립 연구용역, 수입꽃 현황과 국내 화훼 산업 진단 분석 및 발전방안 연구용역, 절화 생산 유통 자율 조절 용역, 조화성분 분석의뢰
징수 수수료(4.1)	14,862	거출기관 수수료
운영관리(26.4)	96,760	
인건비	71,000	
회의비	1,744	
복리후생비	7,228	
기타경비	16,787	
합계(100.0)	365,908	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 절화자조금 이슈

- 자조금 사업 규모가 3.6억 원('20년)으로 영세하며, 소비홍보 사업에 집중되어 있음. 거출률 향상을 위해 거출목(공영시장 등)에 대한 논의가 필요함.
- 또한 중장기적으로 백합 자조금과 통합하여 역량을 강화하는 방안도 검토할 수 있음.

마. 난(임의자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>40)41)</sup>

- 2020년 기준, 난 재배농가는 356호, 재배면적은 103ha, 판매액은 44,829백만 원임.
- (생산) 난류 재배면적은 '15년 164ha에서 감소하는 추세이며, 판매액 또한 '15년 61,859백만 원에서 감소하고 있음.
- (수입) 2020년 기준, 수입량은 1,356톤이며, 수입액은 14,816천 \$임.
- (수출) 2020년 기준, 수출량은 29톤이며, 수출액은 374천 \$임.

○ 난자조금의 설립주체는 한국난재배자협회이며, 2003년 임의자조금을 설치함.

- (설립목적) 고품질 난 생산, 출하 조정 및 난 생활화를 통한 소비촉진으로 난 산업의 경쟁력 제고와 산업 위기 극복을 도모
- 조직현황: 사무국 직원 1명(21년 사업 중단)
- (거출기준) 동·서양란: 공판장 낙찰액의 0.2% 또는 20만원/1,000m<sup>2</sup>, 자생란: 공판장 낙찰액의 0.2% 또는 20만원/500분 또는 판매전 판매액의 1%
- 조성금액: '18년 1.7억 원, '19년 1.9억 원, '20년 1.2억 원

40) 2020 화훼재배현황

41) 수출입 통계는 난초(HS코드 0602901010) 기준임.

〈표 2-50〉 난 자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(16.4)	15,949	
광고	-	
소비촉진	15,949	한국난산업박람회, 한국춘란전국신아판매전, 한국춘란신아사진전시회
교육 및 정보제공(43.8)	42,634	
거출홍보	15,480	의무자조금 간담회, 설명회, 난의무자조금 설치지원 및 교육용역
교육	27,155	난 배양교육 및 정보제공사업, 미래농업인 대상 배양교육
운영관리(39.7)	38,644	
인건비	29,504	
기타경비	9,140	
합계(100.0)	97,228	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

### ○ 난자조금 이슈

- 의무자조금 설치를 추진 중이지만, 난류 재배품목(동·서양란, 자생란) 농가 간 이해관계 상충 등으로 전체 품목이 참여하는 의무자조금 전환에 어려움이 있음.

## 2.3.4. 축산 자조금 사업 현황

### 가. 한우자조금(의무자조금)

#### ○ 품목 일반 현황<sup>42)</sup>

- 2020년 4분기 기준, 한우 사육 농장 수는 88,994농장, 마리 수는 3,227,181마리임.
- (생산) 농장 수는 '12년 2분기부터 10만 농장 이하로 감소하였으며, 지속적으로 감소하고 있음. 사육 두수는 2백만 마리 후반대에서 '19년 3분기부터 3백만 마리 수준을 유지하고 있음. 2020년 한우 생산량(거래 정육량)은 215,644톤임.
- (수입) 2020년 쇠고기 수입량은 481,780톤이며, 수입액은 3,122,642천 \$임. 수입량과 수입액은 '20년까지 증가하는 추세임. 주 수입국은 미국, 호주임.
- (수출) 2020년 쇠고기 수출량은 132톤이며, 수출액은 4,628천 \$임. 수입량과 수입액은 감소하는 추세임. 주 수출국은 홍콩임.

○ 한우자조금의 설립주체는 한우자조금관리위원회이며, 2005년 의무자조금을 설치함.

42) 가축동향조사(KOSIS), 농산물유통 종합정보시스템



- (설립목적) 한우의 소비 활성화를 통하여 한우 산업의 안정적 발전과 한우농가 및 소비자의 권익 도모
- (목표) 효과적인 한우 홍보 강화로 한우 가격안정 도모, 한우농가의 자발적·선제적 수급관리 활동 지원, 한우 생산성 향상 및 환경대응력 강화, 유통환경 변화에 따른 다양한 소비활동 지원
- (추진전략) ① 한우 관측전망에 기반한 월별 집행계획 수립, ② 연중 안정적인 한우 수급을 위한 항별 핵심사업 추진, ③ 수급조절협의회 역할 강화로 수급조절 및 가격안정 추진, ④ 코로나19 대응 온라인 등 비대면 중심의 사업 강화, ⑤ 연례적 집행부진 사업 감액 편성
- 조직현황: 대의원의장 1명, 감사 2명, 대의원회 244명(생산자 244), 관리위원회 24명(생산자 17, 농협 2, 정부 1, 기타 4), 사무국 직원 17명
- (거출방법) 거출금 징수 위탁(도축장)
- (거출기준) 20,000만원/두
- 조성금액: '18년 243.3억 원, '19년 246.2억 원, '20년 250.9억 원

〈표 2-51〉 한우자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2018	2019	2020
자체조성액	149.0	151.9	156.6
정부보조금	94.3	94.3	94.3
합계	243.3	246.2	250.9

자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-52〉 한우자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(28.7)	7,226,858	
광고홍보(보조금 제외)	2,680,473	TV라디오 광고, 신문·잡지광고
광고홍보	2,407,236	방송프로그램 제작지원 및 협찬, 옥외광고, 디지털광고
홍보행사추진	221,600	
기타 소비홍보	1,917,549	
유통구조(10.1)	2,556,443	
유통투명화	465,978	유통투명화 정보제공, 우리한우판매점, 한우바이어대회(세미나)
유통개선	2,090,465	이동판매차량, 한우수출지원, 대한민국이 한우먹는날
교육 및 정보제공(16.9)	4,260,776	
생산자 정보제공	2,919,264	한우능력평가대회, 농가 홍보 및 계도광고, 한우질병방역 및 예방지원 등
소비자 정보제공	1,039,470	홈페이지, SNS 운영관리, 학생대상 한우우수성 정보제공 등
시장정보제공	222,042	한우농가 관측정보제공, 언론홍보대행
거출홍보	80,000	유통업자 홍보비 지원
조사연구(3.1)	783,344	
조사연구용역	738,744	조사연구 및 과제공모, 환경 등 축산규제 해소 조사연구 등
성과평가	44,600	한우자조금 성과분석

(계속)

구분	예산(천 원)	주요사업
수급안정(30.8)	7,757,354	
소비촉진	4,741,909	한우소비촉진행사, 직거래장터, 도시군수급안정
기타수급안정	3,015,445	한우우수수급조절위원회, 저능력 미경산우 비육 지원
운영비(5.9)	1,481,370	
기타비용(4.5)	1,127,172	
징수수료	1,067,083	수납기관(도축장) 수수료
선거 및 감사	53,189	제5기 자조금 대의원 선거, 내부감사 비용
합계(100.0)	25,193,317	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

### ○ 한우자조금 이슈

- 한우자조금은 조성 규모가 큰 품목으로 다양한 사업을 수행하고 있으며, 연구용역을 통해 자조금 사업의 효과를 계측하고 있음. 또한 생산자를 대상으로 한우질병방역을 위한 정보 제공 등 사회 공헌적 성격의 사업을 수행하고 있음.
- 다만, 수급상황에 따라 자조금이 능동적으로 활용되어야 함에도 불구하고 수급조절 효과가 낮은 소비홍보 중심으로 자조금이 사용되고 있음.
- 또한 중장기 사업계획이나 운영방향 설정이 미흡함. 신규사업 발굴 등 산업 발전에 기여할 수 있는 중장기적 방안을 마련할 필요가 있음.

### 나. 한돈자조금(의무자조금)

#### ○ 품목 일반 현황<sup>43)</sup>

- 2020년 4분기 기준, 돼지 사육 농장은 6,078농장, 사육 두수는 11,078,032마리임.
- (생산) 농장 수는 다소 감소하였으나 6천 농장을 유지하고 있으며, 사육 두수는 11백만 마리 수준을 유지하고 있음. 2020년 돼지 생산량(거래 정육량)은 1,097,043톤임.
- (수입) 2020년 돼지고기 수입량은 448,633톤이며, 수입액은 1,478,744천 \$임. 수입량과 수입액은 '18년 정점을 찍은 후 감소하고 있음. 주 수입국은 미국임.
- (수출) 2020년 돼지고기 수출량은 4,461톤이며, 수출액은 18,581천 \$임. 수입량과 수입액은 증가하는 추세임. 주 수출국은 홍콩임.

○ 한돈자조금의 설립주체는 한돈자조금관리위원회이며, 2005년 의무자조금을 설치함.

43) 가축동향조사(KOSIS), 농산물유통 종합정보시스템

- (설립목적) 한돈산업의 건전한 발전과 한돈인의 사회, 경제적 지위향상에 기여
- 조직현황: 대의원회 의장 1명, 감사 2명, 대의원 79명(생산자 79), 위원장 1명, 관리위원 24명(생산자 17, 농협 3, 정부 1, 기타 3), 사무국 직원 12명
- (거출방법) 거출금 징수 위탁(도축장)
- (거출기준) 1,100원/두
- 조성금액: '18년 376.1억 원, '19년 387.4억 원, '20년 387.1억 원

〈표 2-53〉 한돈자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2018	2019	2020
자체조성액	314.6	333.0	320.6
정부보조금	61.6	54.4	66.5
합계	376.1	387.4	387.1

자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-54〉 한돈자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(27.7)	7,831,809	
광고	3,343,391	TV라디오 광고
광고홍보	3,913,938	PR사업, 방송프로그램 제작 및 협찬, 디지털광고, 옥외광고, 스포츠 마케팅
홍보행사추진	574,480	홍보행사추진, 한도니캐릭터홍보, 소비 홍보물 제작
유통구조(2.3)	661,226	
유통투명화	661,226	한돈인증사업 및 유통홍보, 한돈인증사업홍보, 한돈 판매차량 지원 사업
교육 및 정보제공(18.3)	5,170,784	
생산자 정보제공	4,401,208	대의원 및 한돈인간담회, 농가정보제공, 가족분뇨처리 및 한돈장 환경개선, 축산악취저감컨설팅, 돼지 FMD 및 열병박멸대책위원회 운영 등
소비자 정보제공	191,440	육가공교육, 영양사대상 부위별 가공체험, 전국 어린이대상 한돈 교육사업, 한돈 소물리에 자격증 사업
시장정보제공	519,799	한돈전산관리 시스템 운용
거출홍보	58,338	한돈자조금 거출률 제고 및 참여확대
조사연구(2.1)	606,991	
조사연구용역	585,376	질병 청정화 연구, 소비자 행태 분석, 한돈관측 및 수급관리 연구, 한돈경쟁력강화 연구사업
성과평가	21,615	자조금 성과분석
수급안정(40.5)	11,453,908	
공급량 조절	6,519,498	공급량 조절
소비촉진	4,934,410	지역별 식희 및 한돈판매촉진, 지역특화사업, 한돈 소외계층 전달, 한돈SP사업, 한돈인증점 활성화 지원, 직장인대상 한돈웰빙부위 알리기 캠페인
운영비(4.2)	1,196,668	
인건비	1,024,711	
물건비	36,089	
기타경비	135,869	
기타비용(4.9)	1,387,981	
징수수수료	1,376,234	
선거 및 감사	11,747	
사업외 비용	171	
합계(100.0)	28,309,538	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 한돈자조금 이슈

- 한돈자조금은 조성 규모가 큰 품목으로 다양한 사업을 수행하고 있으며, 연구용역을 통해 자조금 사업의 효과를 계측하고 있음. 또한 돼지열병 대책, 악취저감컨설팅 등 지속 가능한 축산환경 조성 성격의 사업을 수행하고 있음.
- 다만, 중장기 사업계획이나 운영방향 설정이 미흡함. 신규사업 발굴 등 산업발전에 기여할 수 있는 중장기적 방안을 마련할 필요가 있음.

다. 우유자조금(의무자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>44)</sup>

- 2020년 4분기 기준, 원유 생산량은 172,486톤(연간 2,088,786톤), 젖소 농장 수는 6,106 농장, 젖소 사육 두수는 409,790마리임.
- 2020년 생우유 수입량은 42,637톤, 수입액은 98,515천 \$임.
- 2020년 생우유 수출량은 10,323톤, 수입액은 17,880천 \$임.
- (생산) 연간 원유 생산량은 '11년 1.9백만 톤으로 소폭 감소하였으나, 2백만 톤 수준을 유지하고 있음.
- (수입) 생우유 수입량은 2010년대 초반 2만톤 이하에서 '20년 4만톤 수준으로 증가함.
- (수출) 수출량은 '12년 이전까지 5백 톤 이하였으나, 이후 1만 톤 이상으로 증가함.

○ 우유자조금의 설립주체는 우유자조금관리위원회이며, 2006년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 낙농가가 스스로 참여하여 침체된 우유 및 유제품의 소비 촉진 활동을 전개
- (목표) 국산 우유 및 유제품의 영양적 가치와 효능·효과에 관한 정보 전달, 우유 소비 뉴트렌드 및 K-MILK 홍보, 국내 우유수급 안정화를 위한 해외공동마케팅 사업 추진, 대농가 교육과 조사연구 사업 추진
- 조직현황: 대의원의장 1명, 대의원부의장 1명, 대의원회 127명(생산자 127), 위원장 1명, 부위원장 2명, 감사 2명, 관리위원 23명(생산자 17, 정부 1, 농협 1, 기타 4), 사무국 직원 7명
- (거출방법) 거출금 징수 위탁(납유처(조합, 유업체))

44) 가축동향조사(KOSIS), 낙농진흥회

- (거출기준) 판매우유 1리터 당 2원(개별농가의 자조금 징수 시 소수점 이하 유량은 절사)
- 조성금액: '18년 114.4억 원, '19년 119.4억 원, '20년 115.9억 원

〈표 2-55〉 우유자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2018	2019	2020
자체조성액	64.5	67.7	64.1
정부보조금	49.9	51.7	51.8
합계	114.4	119.4	115.9

자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-56〉 우유자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비용(64.3)	7,302,093	
광고홍보	1,458,949	TV 광고, 방송프로그램 제작 및 방영 협찬, PR홍보, 대형마트 내 영상광고, 랩핑광고
홍보행사추진	4,247,700	지역별우유사랑캠페인, 해외공동마케팅
기타소비용	601,444	홍보물 제작 및 배부, 대행업체 선정관련, 국산우유사용인증사업(K-MILK)홍보(온라인 홍보 및 대형마트 광고물 게재 홍보), 국산우유·유제품 할인권 발행, 모바일·라이브커머스 홍보
교육 및 정보제공(27.8)	3,158,181	
생산자 정보제공	333,552	미허가축사 적법화지원 상담반 운영, 홍보요원화 교육, 깨끗한목장가꾸기운동(우수목장 시상 및 사례집 배부), 젖소질병방역협의회, 젖소사육단계HACCP 교육지원
소비자 정보제공	2,650,154	교육용 영상제작, 비대면 체험행사 진행, 우유의 날 행사, 소비촉진 프로모션, 캠페인, 요리 경진대회, 인식개선사업, 인플루언서 바이럴 홍보, 세계학교우유의날 기념경연대회 및 우유급식 우수학교 선정, 낙농현장교육, 애니메이션 제작 및 배포, 정보지(웹진) 발간, 유아대상 교육, 퀴즈대회 개최
거출홍보활동	174,475	대농가 홍보(전문지 광고, 자조금 소식지 발행)
조사연구(1.1)	126,661	
조사연구	77,029	중장년층의 심뇌혈관질환 예방을 위한 우유 및 유제품 섭취의 효능분석, 학교우유 지원사업 개선을 위한 환경 및 기반 조성연구
성과평가	49,633	우유자조금 성과분석
운영비(6.3)	709,476	
인건비	518,354	
물건비	7,852	
기타경비	183,270	
기타비용(0.5)	52,390	
징수수수료	52,390	
합계(100)	1,348,802	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

### ○ 우유자조금 이슈

- 코로나19로 인한 비대면 수업 진행으로 학교급식용 우유 소비가 감소하는 가운데, 물가 인상 등에 따른 우유 가격 인상으로 수입산 멸균우유에 대한 소비자의 관심이 증가하고 있음. 한편으로는 채식에 대한 선호도 증가로 대체유에 대한 소비가 늘어나는 등 시장 여건이 급격히 변화하고 있는 추세임.

- 따라서, 소비자 수요조사, 시장조사 등의 조사·연구를 보다 폭넓게 추진할 필요가 있으며, 조사 결과를 바탕으로 자조금 사업 체계를 개선해 나가야 할 것임.

라. 계란자조금(의무자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>45)46)</sup>

- 2020년 4분기 기준, 1일 평균 식용 계란 생산량은 4천 6백만 개, 산란계 농가는 936농가, 산란계 사육두수는 7천 2백만 마리임.
- 2021년 9월 기준, 수입량은 22,147톤, 수입액은 78,941천 \$임.
- 2020년 수출량은 1,643톤, 수출액은 2,839천 \$이며, 주 수출국은 홍콩임.
- (생산) 1일 평균 식용 계란 생산량은 증가하는 추세이며, 2010년대 초반 3천 5백만 개 수준에서 '14년 4분기 이후 4천만 개 수준으로 증가함.
- (수입) 계란 수입은 대체로 이루어지지 않고 있으나, 국내산 계란 공급에 차질이 생기는 경우(AI 등)에 수입하고 있음. '17년에 2,673톤, '21년에 22,147톤(9월 누적)을 수입함.
- (수출) 수출량은 100톤 미만 수준이며, 국내산 계란 인지도 향상으로 인한 대홍콩 수출량 확대로 '20년 1.6천 톤까지 증가함.

○ 계란자조금의 설립주체는 계란자조금관리위원회이며, 2009년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 계란산업을 보호하고, 소비촉진을 통해 생산농가와 소비자의 권익 도모, 계란 농가 스스로 계란산업 보호, 소비촉진을 통한 성장과 발전 도모, 국산 계란의 안전성과 신선함을 알리고, 정보제공을 통해 소비시장 확대 유도
- (목표) 온·오프라인 유통·판매시장 개척으로 농가 소득 증대, 계란 및 산란계 인식개선으로 계란산업의 가치 제고, 장기 수급안정 기술 역량 강화, 계란 의무자조금 활용한 산업 안정화 사업 도입
- (추진전략) ① 적합한 수급안정 시스템 도입, ② 의무자조금의 취지 홍보 및 역할 강화, ③ 생산자와 소비자가 만족하는 판매 기반 구축, ④ 계란산업 보호 및 발전을 위한 사회적 공감대 창출
- 조직현황: 대의원회 63명(생산자 63), 위원장 1명, 부위원장 2명, 관리위원 19명(생산자 13, 정부 1, 농협 1, 기타 4), 사무국 직원 3명

45) 가축동향조사(KOSIS), KATI, 수출입무역통계 자료

46) 수출입 통계는 신선란(HS코드 0407210000) 기준임.

- (거출방법) 거출금 징수 위탁(도계장)
- (거출기준) 10~80원/수
- 조성금액: '18년 13.2억 원, '19년 9.1억 원, '20년 11.8억 원

〈표 2-57〉 계란자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2018	2019	2020
자체조성액	7.8	6.6	9.4
정부보조금	5.4	2.5	2.4
합계	13.2	9.1	11.8

자료: 농림축산식품부 내부자료.

〈표 2-58〉 계란자조금 주요 사업계획(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(33.3)	1,200,000	
광고홍보	200,000	방송 및 신문 광고홍보
홍보행사추진	200,000	오프라인 홍보
기타소비홍보	800,000	온라인 홍보, 계란 및 계란산업 인식 개선
유통구조(2.8)	100,000	
기타유통사업	100,000	계란 및 알닭 판매장 지원
교육 및 정보제공(21.5)	775,000	
생산자정보제공	413,000	전국 산란계농가 교육 및 토론회, 산란계농가 HACCP 교육지원, 자조금소식지발행, 대의원 조직화 교육, 산란계농가 컨설팅
소비자정보제공	192,000	삼시세끼 계란·알닭 요리경연대회, 지역별 계란안전성 홍보행사, 홍보물제작 및 배포
시장정보제공	20,000	자문위원회
거출홍보	150,000	자조금 거출률 향상
조사연구(5.6)	200,000	
조사연구용역	150,000	계란의 효과적인 활용방안 연구, 산란계산업 중장기 발전대책
성과평가	50,000	계란자조금 사업평가
수급안정(22.8)	820,000	
공급량안정	500,000	계란 생산기반 유지 및 안정사업
소비촉진	220,000	계란 기부 및 나눔문화 확산사업, 에그투게더 캠페인
기타수급안정	100,000	산란계 통합관리 D/B사업
운영비(8.0)	288,000	
인건비	205,447	
물건비	1,000	
기타경비	81,553	
기타비용(2.6)	95,000	
징수수수료	5,000	
수수료	60,000	
선거및감사	30,000	
예비비(3.4)	122,000	
기타예비비	122,000	
합계(100.0)	3,600,000	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 계란자조금 이슈

- 계란자조금은 2009년 의무자조금을 설치하여 10여 년간 운영해왔으나, 최근 거출실적 부진으로 사업 추진에 어려움을 겪고 있으며, 납부 농가에서는 무임승차 문제를 지적하며 자조금 사업에 대해 부정적으로 인식하고 있음.
- 계란은 유통단계 특성상 타 축산 품목에 비해 효과적인 거출목 설정이 어려운 측면이 있으며, '19년부터는 자조금관리위원회에서 농가로부터 직접거출하는 방식으로 전환하여 조성규모가 조금씩 늘어나고 있는 추세임.

〈표 2-59〉 계란자조금 집행실적(2020년)

구분	계획(천 원)	집행(천 원)	집행률	사업 비중
소비홍보	250,000	211,211	84.5%	26.0%
교육 및 정보제공	272,000	157,028	57.7%	19.3%
조사연구	175,000	68,725	39.3%	8.4%
수급안정	735,000	130,285	17.7%	16.0%
운영비	130,500	130,000	99.6%	16.0%
기타비용	25,000	11,626	46.5%	1.4%
예비비	43,500	-		
사업외비용	-	104,692		12.9%
합계(100.0)	1,631,000	813,577		100.0%

자료: 계란자조금관리위원회 홈페이지.

마. 닭고기자조금(의무자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>47)48)</sup>

- 2020년 4분기 기준, 육계 사육 농가는 1,597농가, 사육두수는 94,834,654마리임. 2020년 기준, 닭고기 생산량은 642천 톤임.
- 2020년 닭고기 수입량은 170,290톤, 수입액은 402,207천 \$임.
- 2020년 수출량은 55,807톤, 수출액은 75,739천 \$임.
- (생산) 육계 사육두수는 2010년대 이후 분기별 7천~1억마리 수준을 유지하고 있음. 사육 농가는 1.5천~2천 농가 수준임.
- (수입) 수입량 또한 증가하는 추세임. 2010년대 초반 13만 톤 수준에서 후반 17만 톤 수준으로 증가함.
- (수출) 2010년대 닭고기 수출량은 증가하는 추세('17년 AI로 인해 일시적 감소)이며 '11년 대비 '20년 수출량은 2배 이상 증가함.

47) 가축동향조사(KOSIS), 농업총조사(KOSIS), KATI 자료

48) 수출입 통계는 닭고기(AG코드 22201) 기준임.



- 닭고기자조금의 설립주체는 닭고기자조금관리위원회이며, 2009년 의무자조금을 설치함.
  - (설립목적) 안정적인 육계산업 반을 조성하고 국내 닭고기 산업의 발전 도모, 국내산 닭고기 소비 확대를 통한 안정적인 육계산업 기반 조성, 농가와 산업에 기여할 수 있는 교육 및 정보 제공으로 육계농가의 자질향상에 기여, 소비자 홍보·교육·정보제공을 통한 소비 확대
  - (목표) 국내산 닭고기 백색육의 우수성 홍보, 의무자조금 미납 도계장 거출독려, 교육을 통한 농가 수익증대 및 선진사육기술 전파
  - 조직현황: 대의원 69명(생산자 69), 위원장 1명, 부위원장 2명, 감사 2명, 관리위원 23명 (생산자 12, 농협 1, 정부 1, 기타 9), 사무국 직원 2명
  - (거출방법) 거출금 징수 위탁(도계장)
  - (거출기준) 3~30원/수
  - 조성금액: '18년 43.3억 원, '19년 18.9억 원, '20년 4.1억 원

〈표 2-60〉 닭고기자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2017	2018	2019
자체조성액 <sup>1)</sup>	26.1	12.0	3.0
정부보조금	17.2	6.9	1.1
합계	43.3	18.9	4.1

주: 1) 전년도 이월금을 제외한 거출금을 자체조성액을 의미함.

자료: e나라도움 국고보조금통합관리시스템.

〈표 2-61〉 닭고기자조금 주요 사업내용(2019년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(8.1%)	40,070	
광고홍보	4,073	온/오프라인 닭고기 소비홍보
홍보행사추진	20,997	구구데이 페스티벌, 올바른 닭고기 정보제공
기타소비홍보	15,000	홍보물품 제작
교육 및 정보제공(15.7%)	77,946	
생산자정보제공	47,564	육계농가 HACCP 교육지원, 방역활동지원, 무허가축사 적법화 중앙상담반 운영 지원
거출홍보	30,382	자조금 거출홍보
수급안정(13.8%)	68,197	
공급량안정	68,197	육용실용계 수급예측사업
기타비용(4.4%)	21,624	
징수수료	21,624	징수수료
운영비(58.0%)	287,507	
인건비	184,948	
기타경비	102,559	
합계(100.0)	495,345	

자료: e나라도움 국고보조금통합관리시스템.

○ 닭고기자조금 이슈

- 2009년 의무자조금을 설치하여 10여 년간 사업을 운영해왔으나, 최근 사업비 집행에 대한 단체 간 이견, 무임승차 등의 문제로 운영에 어려움을 겪고 있으며, 관련 협회 간 갈등이 심화되어 자조금 거출·수납 거부, 법률 분쟁에 이어 자조금 폐지까지 거론되고 있는 상황임.
- 닭고기자조금은 타 품목과 달리 3개 단체(양계협회, 육계협회, 토종닭협회)를 중심으로 농협, 계열화 사업자, 농가가 참여하는 구조로 인해 의견조율이 쉽지 않음.
- 단체 간 의견 차이로 2019년에는 육계협회의 사업계획이 제외된 채 사업이 진행됨. 2019년 계획 대비 거출 실적은 49.6% 수준이었으며, 집행실적은 70.0%임('18년 집행실적은 28.0%).

〈표 2-62〉 닭고기자조금 집행 실적(2019년)

구분	'19년 예산(천 원)	'19년 집행액(천 원)	불용액(천 원)	집행률(%)
사무국	440,000	353,511	86,489	80.3
대한양계협회	105,000	73,194	31,806	69.7
한국토종닭협회	63,000	54,000	9,000	85.7
농협중앙회	100,000	14,640	85,360	14.6
합 계	708,000	495,345	212,655	70.0

자료: e나라도움 국고보조금통합관리시스템.

- 이에 따라, 자조금 거출 기반을 정비하고 단체 간 이견 조정을 통해 합의점을 도출하는 등 자조금 정상화를 추진할 필요가 있음.
- 한편, 자율적으로 조성한 자조금이 농가의 호응과 참여를 얻지 못할 경우에는 법에 따라 투표를 통해 자조금 사업의 지속 여부를 결정하는 방안도 검토할 수 있음.
- 또는 협회 간 합의에 도달하지 못할 경우, 협회별(부류별) 자조금 분리 방안도 검토할 수 있음. 이는 「축산자조금법」 제3조(하나의 축산물에는 하나의 자조금만 설치하도록 규정)의 개정이 선행되어야 함.

바. 오리자조금(의무자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>49)50)</sup>

- 2020년 4분기 기준, 오리 사육 농가는 449 농가, 사육두수는 7,928,810마리임.

49) 농작물생산조사(KOSIS), 농림어업총조사(KOSIS), 오리자조금관리위원회, KATI 자료

50) 수출입 통계는 오리고기(AG코드 22202) 기준임.

- 2020년 수입량은 50톤, 수입액은 364천 \$임.
- 2020년 수출량은 1톤, 수출액은 8천 \$임
- (생산) 분기별 오리 사육두수는 2010년대 초반 1천 5백만 마리에서 2020년 4분기에 약 8백만 마리로 감소함. 2020년 기준 오리 생산량은 112천 톤임.
- (수입) 수입량은 50만 톤 수준에서 '18년 129톤, '19년 365톤으로 증가함. '20년에는 다시 50만 톤 수준으로 감소함.
- (수출) 수출량은 연도별로 변화가 큼. 전반적으로 2010년대 초반부터 감소하는 추세임.

○ 오리자조금의 설립주체는 오리자조금관리위원회이며, 2015년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 건강한 오리를 소비자들에게 제공하여 오리 산업이 국민건강 증진과 동반 성장
- (목표) 새로운 오리고기 상품 개발, 온라인마케팅 확대를 통한 오리고기 소비 확대
- (추진전략) ① 소비 확대를 위한 홍보 강화, ② 육류소비 비중 중 오리고기 점유율 확대, ③ 오리고기 신상품 개발을 통한 소비 확대, ④ 오리농가 질병관리 지원, 현장 의견 수렴 및 교육, ⑤ AI예방을 위한 방역체계 구축 지원
- 조직현황: 대의원의장 1명, 대의원 50명(생산자 50), 감사 2명, 위원장 1명, 관리위원 18명 (생산자 12, 정부 1, 농협 1, 기타 4), 사무국 직원 2명
- (거출방법) 거출금 징수 위탁(도압장)
- (거출기준) 농가분 및 도축분: 10원/수, 종오리분: 1,000원/수(2021년 일부 도축분부터 거출 단가 조정(기준 10원/수 → 조정 20원/수))
- 조성금액: '18년 18.4억 원, '19년 19.5억 원, '20년 21.9억 원

〈표 2-63〉 오리자조금 조성 규모 추이(억 원)

구분	2018	2019	2020
자체조성액	10.4	11.5	10.2
정부보조금	8.0	8.0	11.7
합계	18.4	19.5	21.9

자료: 오리자조금관리위원회.

〈표 2-64〉 오리지조금 주요 사업계획(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(37.6)	940,000	
광고홍보 (매칭불가)	100,000	영상 및 지면 등 직접광고
광고홍보	750,000	신문, 방송제작 협찬 및 PPL광고, on-off line 홍보
홍보행사추진	90,000	오리데이 페스티벌, 캠페인, 기타 각종 행사홍보
교육 및 정보제공(17.6)	440,000	
생산자 정보제공	260,000	교육 및 토론회, 대의원회 간담회 개최, 농가 HACCP 교육비 지원, 사업 홍보물 발행(오리마을, 다이어리), 종오리 DB 유지, 해외연수, 견학, 농가 질병관리, 무허가 축사 지원사업
소비자 정보제공	170,000	소비자 홍보 교육(중량단위 판매정착 캠페인), 영양정보제공(포스터, 레시피 제작배포)
거출홍보	10,000	자조금 거출홍보(간담회, 홍보물 제작)
조사연구(4.0)	100,000	
조사연구용역	100,000	오리축사표준설계도 개발, 오리고기 시장 점유율 향상방안에 관한 연구, 오리 축사 시설 개선방안 및 2019년 오리 생산비 산출에 관한 연구, 자조금사업성과분석
수급안정(29.2)	730,000	
공급량안정	130,000	오리사육 실태조사, F1점검 및 수급조절사업
소비촉진	600,000	판촉행사, 할인판매(중량단위 캠페인 사업연계) 프랜차이즈 시장확대 공동마케팅, 국내산 오리고기 인증사업, 소비촉진 판촉물 제작, 지역축제 등 각종 현장성 소비 홍보 및 공익행사, 무료시식 홍보(행사후원, 사회복지시설 나눔행사, 셀럽, 오피니언 리더 대상 등)
운영비(7.2)	180,000	
인건비	135,000	
물건비	2,000	
기타경비	43,000	
기타비용(3.0)	75,000	
징수수수료	60,000	
선거감사 행정비용	15,000	
예비비(1.4)	35,000	
수급안정예비비	-	
기타예비비	35,000	
합계(100.0)	2,500,000	

자료: 오리지조금관리위원회.

○ 오리지조금 이슈

- 자조금이 소비홍보 사업 위주(36.4%)로 시행되고 있으며, 수급안정 내 소비촉진 사업까지 포함하면 약 60%를 소비 관련 사업에 투입하고 있음.
- 자조금 조성 규모 확대를 통해 사업영역을 확대할 필요가 있음.

사. 육우자조금(의무자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>51)</sup>

- 2020년 4분기 기준, 육우 사육 농가는 7,174 농가, 사육두수는 168,005마리임.
- (생산) 분기별 육우 사육두수는 전반적으로 증가하는 추세임('14년 1분기 13만 마리). 2020년 기준, 육우 생산량(거래 정육량)은 21,053톤임.
- (수입) 2020년 쇠고기 수입량은 481,780톤이며, 수입액은 3,122,642천 \$임. 수입량과 수입액은 '20년까지 증가하는 추세임. 주 수입국은 미국, 호주임.
- (수출) 2020년 쇠고기 수출량은 132톤이며, 수출액은 4,628천 \$임. 수입량과 수입액은 감소하는 추세임. 주 수출국은 홍콩임.

○ 육우자조금의 설립주체는 육우자조금관리위원회이며, 2014년 의무자조금을 설치함.

- (설립목적) 육우의 소비활성화를 통하여 육우 산업의 안정적 발전과 육우농가 및 소비자의 권익 도모
- (목표) 국내산 육우고기의 우수성 및 올바른 정보 전달, 소비자 인식개선을 통한 육우고기 구매욕구 향상, 마케팅을 통한 육우 소비촉진, 농가 컨설팅을 통한 생산기반 안정화에 기여
- 조직현황: 대의원 28명(생산자 28), 위원장 1명, 부위원장 2명, 감사 2명, 관리위원 19명 (생산자 12, 농협 1, 정부 1, 기타 5), 사무국 직원 2명
- (거출방법) 거출금 징수 위탁(도축장)
- (거출기준) 15,000원/두
- 조성금액: '18년 26.5억 원, '19년 21.7억 원, '20년 21.0억 원

〈표 2-65〉 육우자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(47.1)	962,463	
광고홍보	680,528	방송프로그램제작 및 방영협찬, 언론보도, 포털사이트홍보, 홈페이지 및 육우쇼핑몰 기획관리
홍보행사추진	169,490	육우구이데이, 스포츠마케팅
기타소비홍보	112,444	홍보물제작 및 배부, 대행사 선정 및 워크숍, 수해피해 육우농가지원

51) 가축동향조사(KOSIS), 농산물유통 종합정보시스템

(계속)

구분	예산(천 원)	주요사업
교육 및 정보제공(9.3)	189,251	
생산자 정보제공	108,664	친환경인증지원사업, 육우사료집 제작, 육우자조금 소식지 및 제작배부, 휴대폰 정보제공
소비자 정보제공	80,587	요리교실, 요리대회, 농가탐방, 자문위원단 위촉
조사연구(2.4)	50,000	
조사연구용역	50,000	육우농가컨설팅
수급안정(29.9)	610,149	
소비촉진	610,149	할인행사 및 판촉지원, 인증점 지원사업, 홈쇼핑 및 온라인 수수료지원, 지역시식 행사, 모바일 박람회
운영비(7.5)	154,059	
인건비	86,175	
물건비	5,867	
기타경비	62,017	
기타비용(3.7)	76,119	
징수수수수료	76,119	
합계(100.0)	2,042,041	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

### ○ 육우자조금 이슈

- 육우는 낙농의 부수적인 사업으로 거출 두수의 상향의지와 관계없이 조성되고 있음. 따라서 사육 농가 수, 거출금 확대에 한계가 있으며, 한우에 비해 소비자 인지도도 낮은 편임.

### 아. 양봉자조금(임의자조금)

#### ○ 품목 일반 현황<sup>52)53)</sup>

- 2019년 기준, 양봉 가구 수는 29,109호, 군수는 2,744,141군임.
- (생산) 군수는 '10년 1.6백만 군에서 지속적으로 증가하여 '16년 2백만 군을 초과함. 2020년 기준 생산량은 8,306톤(천연꿀 3,663, 인조꿀 4,643)임.
- (수출) 2020년 기준, 수출량은 8톤(천연꿀 6, 인조꿀 2), 수출액은 105천 \$ (천연꿀 86, 인조꿀 19)임.
- (수입) 2020년 기준, 수입량은 1,128톤(천연꿀 1,006, 인조꿀 122), 수입액은 15,689천 \$ (천연꿀 12,457, 인조꿀 3,232)임.

52) 한국양봉협회.

53) 수출입 통계는 천연꿀(HS코드 0409000000), 인조꿀(HS코드 1702901000) 기준임.

○ 양봉자조금의 설립주체는 한국양봉협회이며, 2009년 임의자조금을 설치함.

- (설립목적) 벌꿀에 대한 소비자의 불신을 해소하고 국산 벌꿀 및 양봉산물의 품질 및 안전성 적극 홍보, 벌꿀 및 양봉산물에 대한 정보 전달과 소비 유도, 국제경쟁력 제고 및 농가 소득증대
- 조직현황: 위원장 1명, 부위원장 1명, 감사 2명, 관리위원 15명(생산자 7, 정부 2, 농협 3, 기타 3), 사무국 직원 2명
- (거출방법) 양봉농가가 각 지회\*에 자발적으로 납부하면, 지회가 자조금위원회에 일괄 납부함(지회는 수납기관이 아니며, 수수료 없음). 비회원 및 유통업체는 자조금위원회에 직접 납부함.
- \* 한국양봉협회 산하 지역단위 16개 시도지회
- 조성금액: '20년 5.6억 원

〈표 2-66〉 양봉자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(78.5)	199,725	
광고홍보	199,725	프로그램 협찬(방송홍보), 홍보용역업체 선정 관련
홍보행사추진	-	
유통구조(3.7)	9,415	
유통투명화	9,415	농가 공동브랜드 한벌꿀 스티커 및 박스, 품질보증 필증 제작
교육 및 정보제공(2.7)	6,820	
생산자 정보제공	-	
소비자 정보제공	-	
거출홍보	6,820	자조금 거출 홍보물 제작배포
수급안정(12.7)	32,342	
소비촉진	32,342	소비촉진홍보행사 지원, 지회, 지부별 행사지원
운영비(2.4)	5,980	
기타경비	4,130	
물건비	1,850	
예비비(0.0)	-	
합계(100.0)	254,282	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

○ 양봉자조금 이슈

- 양봉은 타축종과 달리 도축, 집하, 집유 등의 절차가 없어 거출이 어려운데다, 밀원식물의 개화 시기와 장소를 따라 이동양봉하는 농가가 많아 정확한 생산자 현황 파악에도 한계가 있었음.

- 다만, 「양봉산업의 육성 및 지원에 관한 법률」 제정('19.8) 및 시행('20.8)으로 인해 양봉 농가의 등록의무가 신설되어 생산자 및 생산량 현황 파악이 가능해졌으며, 해당 정보를 활용하면 의무자조금으로의 전환을 추진할 수 있을 것으로 보임.

자. 사슴자조금(임의자조금)

○ 품목 일반 현황<sup>54)</sup>

- 2019년 기준, 사슴 사육 가구는 1,588호, 사육두수는 26,120마리임.
- (생산) 사슴 사육두수는 꾸준히 감소하고 있음. '10년 약 3만마리에서 '19년 1만 마리 수준으로 감소함.
- 사슴자조금의 설립주체는 한국사슴협회이며, 2007년 임의자조금을 설치함.
- (설립목적) 국내 사슴사육 농가의 권익보호와 합리적인 제도 개선, 안전하고 위생적인 녹용 생산을 통해 소비자 신뢰 확보 및 국민 건강 증진
- (목표) 우수사슴을 발굴하고 종자개량을 위한 종록의 관리를 통해 사슴 사육농가의 생산성 향상 및 사슴농가의 소득증진 기대, 국내 사슴산물의 우수성 홍보와 국제경쟁력 강화를 유도하고 사슴농가의 권익보호를 통한 사회적, 경제적 지위 향상 목적
- 조직현황: (사슴협회) 회장 1명, 부회장 5명, 감사 2명, 이사 13명, 관리위원 11명(생산자 7, 정부 1, 농협 1, 기타 2), 사무국 직원 2명
- (거출기준) 엘크 및 꽃사슴 등: 1,000원/두, 레드디어 2,000원/두
- 조성금액: '20년 1.9억 원

〈표 2-67〉 사슴자조금 주요 사업내용(2020년)

구분	예산(천 원)	주요사업
소비홍보(68.4)	96,521	
홍보행사추진	96,521	우수사슴 선발대회, 홍보용 달력 제작, KTX 책자 홍보, TV방송 프로그램, 월간지·신문 게재, 전광판 광고
교육 및 정보제공(19.8)	28,020	
생산자 정보제공	20,516	양록인 교육, 회원등록 현판공급, 농가 순회토론회, 협회소식지 발행
소비자 정보제공	7,504	홍보 리플렛 및 판촉물 제작
운영비(11.8)	16,633	
인건비	14,400	
기타경비	2,233	
합계(100.0)	141,174	

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 작성.

54) 2019 기타가축통계(농림축산식품부)



○ 사슴자조금 이슈

- 자조금 사업 규모는 1.4억 원('20년)으로 영세한 수준이며, 사육두수 감소에 따라 거출 확대 및 사업 시행에도 어려움이 있음. 이에 집행액의 약 70%가 소비홍보 사업이 투입됨.

2.4. 설문조사 결과

○ 자조금 조직의 운영 실태와 애로사항을 파악하기 위해, 자조금 사무국 담당자를 대상으로 설문 조사를 실시함.

- 설문조사를 통해 자조금 사업의 실태와 당면과제를 도출하고자 함.
- 자조금 조직의 일반사항, 사업 현황, 자조금 조직의 인식, 자조금 평가체계, 제도개선 의견 등을 조사함.
- 농산·축산·식품자조금 총 36개 품목을 대상으로 조사하였으며, 응답률은 의무자조금 86%, 임의자조금 33%임.

〈표 2-68〉 자조금 조직 설문조사 응답률

구분	농산		축산		식품
	의무	임의	의무	임의	임의
응답 수	12	3	6	1	1
전체	14	12	7	2	1
응답률	86%	25%	86%	50%	100%

자료: 저자 작성.

○ 자조금을 설치한 목적은 소비촉진 홍보(27.5%), 국내시장 확대(23.2%), 수급안정(20.3%) 순으로 높게 나타남. 소비촉진 홍보는 해당 품목의 소비·인지도 증가를 유도하는 것을 의미하며, 국내시장 확대는 판로 확대(시장 개척)를 의미함.

〈표 2-69〉 자조금설치 목적(1,2,3순위 합)

구분	빈도	비율
소비촉진 홍보	19	27.5%
국내시장 확대	16	23.2%
수급안정	14	20.3%
교육·정보제공	8	11.6%
수출활성화	6	8.7%
조사·연구	5	7.2%
기타	1	1.4%

자료: 자조금 조직 설문조사 결과.

- 자조금 조직이 지금까지 우선적으로 수행한 사업과 향후 우선적으로 수행할 사업이 유사함.
  - 자조금 조직은 지금까지 소비촉진 홍보 사업을 우선하여 수행하였으며, 국내시장 확대, 교육·정보제공 사업순으로 우선시함.
  - 그러나 해당 사업을 수행하며 사업효과 측정이 어렵고(32.1%), 정부정책 방향과 상이하다(21.4%)는 문제가 발생하였음.
  - 자조금 조직은 향후에도 소비촉진 홍보 사업(27.5%)을 우선시할 계획이며, 국내시장 확대(23.2%), 수급안정 사업(20.3%)에 중점을 두고 수행할 예정임.

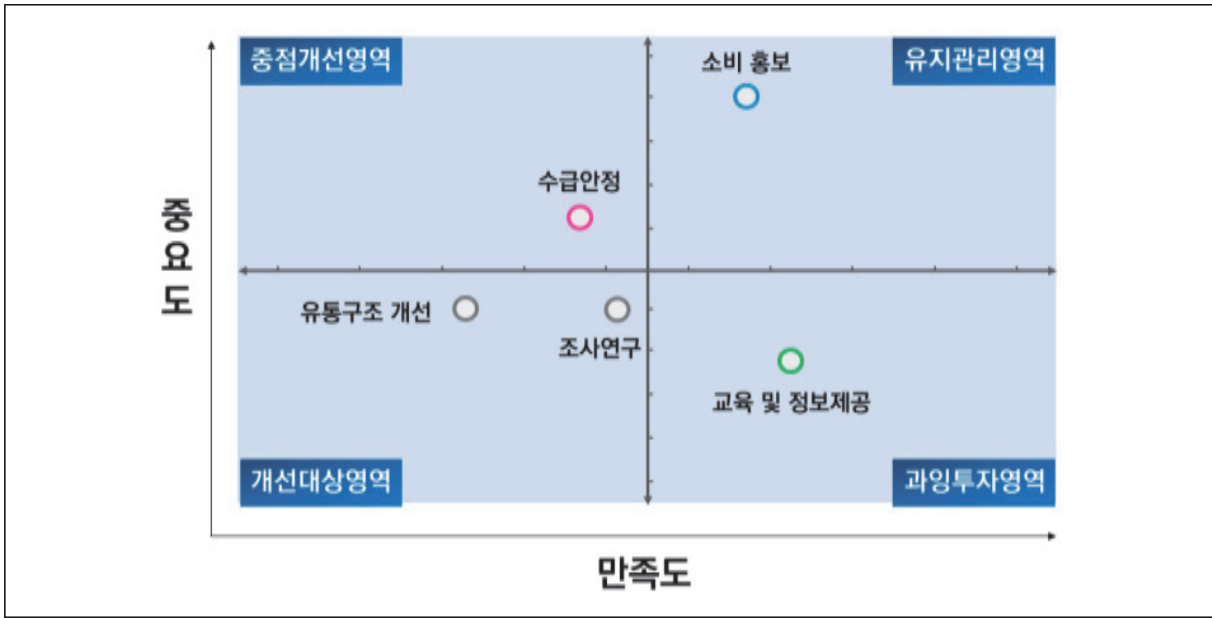
〈표 2-70〉 지금까지 우선적으로 수행한 사업과 향후 우선적으로 수행할 사업(1,2,3순위 합)

과거 우선순위 사업	빈도	비율	향후 우선순위 사업	빈도	비율
소비촉진 홍보	23	33.3%	소비촉진 홍보	19	27.5%
국내시장 확대	15	21.7%	국내시장 확대	16	23.2%
교육·정보제공	12	17.4%	수급안정	14	20.3%
수급안정	10	14.5%	교육정보제공	8	11.6%
조사·연구	5	7.2%	수출활성화	6	8.7%
수출활성화	4	5.8%	조사연구	5	7.2%

자료: 자조금 조직 설문조사 결과.

- 자조금 주요 사업에 대해 IPA(중요도-만족도) 분석 결과는 다음과 같음.
  - 자조금을 운용하는 주체의 자조금 세부 사업에 대한 전반적인 인식을 분석하기 위해 자조금 조직(사무국)을 대상으로 IPA 분석을 실시함.
  - IPA 분석은 특정 요소에 대한 중요도와 만족도를 각각 X축과 Y축으로 하는 2차원상의 평면 위에 좌표로 각 요소를 표현하는 분석 방법임. 설문조사를 통해 사업별 만족도와 중요도를 조사한 결과를 활용하여, 각각의 평균값을 기준으로 2×2 매트릭스에 표현함.
  - IPA 분석은 개선이 시급한 분야와 불필요하게 과잉 투자가 이루어진 분야를 파악하는데 유용한 분석 방법임.
  - IPA 분석은 만족도와 중요도의 평균값을 기준으로 전체 활용 영역을 1) 상위유지 영역, 2) 중점개선 영역, 3) 낮은 우선순위 영역, 4) 현상유지 영역으로 구분함.
  - 소비 홍보는 현재 상태 유지, 수급안정은 가장 시급히 개선이 필요한 사업임.
  - 유통구조 개선과 조사연구는 점진적으로 개선하되 시급하지 않은 사업임.
  - 교육 및 정보제공은 장기적인 개선과제임.

〈그림 2-2〉 자조금 사업 IPA분석 결과



자료: 자조금 조직 설문조사 결과.

- 현재 사무국 운영상의 애로사항을 조사한 결과, 자조금에 대한 농가의 인식 부족(27.7%), 운영비 비중 제한(26.2%), 자조금 조성 규모 영세(23.1%) 순으로 나타남.
  - 자조금에 대한 농가 인식 부족은 자조금 제도 도입단계에서부터 지속해서 발생하는 문제이며, 농산 분야 자조금 조성 규모의 영세성과도 큰 관련이 있는 사항임
  - 운영비 비중 제한은 축산자조금에서 더 시급한 문제로 나타남. 이는 축산자조금의 운영비 규정이 상대적으로 제한적이기 때문으로 판단됨.

〈표 2-71〉 사무국 운영의 문제점(상위 3개 응답)

구분	빈도	비율
자조금에 대한 농가 인식 부족	18	27.7%
운영비 비중 제한	17	26.2%
자조금 조성 규모 영세	15	23.1%

주: 1) 기타의견은 법규개정 지연, 예산배정 지연, 거출 문제 등임.

2) 중복응답 문항으로 빈도는 1, 2, 3순위 합을 의미함.

자료: 자조금 조직 설문조사 결과.

- 현재 농가거출금 규모에 대해 대부분 적은 수준이라고 응답하였으며(72.7%), 농가거출금 확대를 위해서는 미납부 농가 제재 강화(23.5%), 유통업체 등 지원금 확대(20.6%), 거출주체 확대(17.6%)가 필요하다는 의견이 많았음.
  - 자조금 조직의 절반 이상은 납부자를 파악하지 못하고 있음.

- 납부자를 파악하지 못하고 발부하는 경우는 위탁수납 형태로 자조금을 징수하는 경우이며, 납부고지서를 수납기관(도축장 등)에 발송하는 형태임.

\* 농가별 도축실적 확인이 불가하며, 검역본부에서 발표하는 도축장을 기준으로 납부고지서를 발부함.

〈표 2-72〉 거출금 납부고지서 발부 방식

구분	빈도	비율
직접 발부하지 않음	6	33.3%
납부자를 파악하지 못하고 발부	3	16.7%
납부자를 파악하고 발부	9	50.0%

자료: 자조금 조직 설문조사 결과.

○ 자조금 미납부자에게 필요한 조치사항을 조사한 결과, 정책 사업 배제(34.9%), 교육대상 배제(19.0%), 벌금 부과(17.5%) 순으로 나타남

- 자조금 미납부자를 가장 효과적으로 제재할 수 있는 조치는 정책 사업 배제인 것으로 나타남.
- 기존의 과태료(벌금) 부과 형태의 벌칙이 집행된 사례가 없으며, 지자체에서 강제할 수 없는 영역이므로 실효성이 없는 것으로 판단됨.
- 따라서 영농활동에서 큰 비중을 차지하는 정책지원사업에 대해 불이익을 주는 형태가 효과적인 제재 방법으로 인식되고 있음.

〈표 2-73〉 자조금 미납부자에게 필요한 조치(1,2,3순위 합)

구분	빈도	비율
(국가 및 지자체) 정책 사업 배제	22	34.9%
교육대상 배제	12	19.0%
벌금 부과	11	17.5%
주의·경고	9	14.3%
명단 공개	5	7.9%
기타	4	6.3%

주: 기타의견은 도매시장 출하 제한, 도매시장 경락 패널티, 유통 및 거래제한 등임.

자료: 자조금 조직 설문조사 결과.

### 3. 당면과제

- 전반적으로 자조금 조직의 업무 역량과 경험이 부족함.
  - 농축산 의무자조금은 평균 설치 8년 차며, 농산 의무자조금은 평균 5년 차에 불과함.
  - 친환경(6), 한우(17), 한돈자조금(12)을 제외한 품목의 사무국 직원은 5명 미만으로 영세함. 또한 통합으로 운영하여 실제 전담 직원이 없는 경우도 존재함.
  
- 대부분의 품목에서 조성된 자조금이 일부 사업(소비홍보, 교육 및 정보제공, 운영관리) 중심으로 사용되고 있음.
  - 품목에 따라 상이하지만, 평균적으로 사업비의 35%~40%가 소비홍보 사업에 투입됨.
  - 또한 홍보, 마케팅 지출이 수급안정 비목으로 계상되는 경우가 있어 실제 소비홍보 지출은 50% 내외임.
  - 한편 유통구조 개선, 조사연구, 경쟁력 제고 등의 사업은 5% 미만으로 투입되며, 사업 실적이 없는 품목이 대부분임.
  - 수급불안 상황에 대비하여 정부 지원금 중 일정 비율을 공급조절용 예비비로 적립하여, 시장안정을 위한 대책으로 수급안정 자금을 마련하는 방안을 검토할 필요가 있음<sup>55)</sup>.
  - 또한 사회적 공헌 활동 및 안전성 관리를 위해, 품질관리 차원에서 교육 및 정보제공 등의 형태로 병·해충·가축 질병 등의 방역 역할을 강화할 필요가 있음.
  
- 자조금 사무국의 지속적이고 탄력적인 운영을 위하여 운영비 상한에 관한 규정을 완화할 필요가 있음.
  - 운영비(자조금 운용에 드는 비용)는 자조금 조성액 규모에 따라 조성액의 20~30%(농산), 8~10%(축산)를 초과할 수 없음.
  - 운영비에는 고정적인 인건비 외에도 대의원회, 관리위원회 등 중요 회의비용 등이 포함되는데, 운영비 상한 비율이 정해져 있는 상황에서는 사무국이 경직적으로 운영될 수 있으며, 상황변화에 대한 탄력적인 대응에도 어려움이 있음.
  - 따라서 실질적으로 원활한 사업 운영 및 역량 강화를 위해 적정 수준의 운영비가 필요함.

<sup>55)</sup> 농산물분야 농수산물자조금의 관리 및 운영요령 제19조2(수급안정 예비비)

〈표 2-74〉 자조금 조성액 규모에 따른 운영비 상한선

구분	10억 원 미만	10억 원 이상
농산자조금	30%	20%
축산자조금	10%	8%

주: 농산자조금 조성액이 10억 원 미만인 경우, 운영비 한도는 2억 원임.

자료: 국가법령정보센터.

〈표 2-75〉 자조금 운용비용의 범위(운영요령 제17조)

목	세목	세부내용
인건비	급여	사무국 직원(계약직 포함)에 대한 본봉, 직책수당, 장기근속수당 등 고정급여
	제수당	사무국 직원(계약직 포함)에 대한 상여금, 시간외근무수당, 특수업무수당 등 성과급여
	법정부담금	사용자가 부담하는 법정후생비(4대보험)
	퇴직급여 총당금	임직원(계약직, 파트타이머 등 임시직포함)의 퇴직급여 총당금 전입액 또는 지급액
	일용직임금	파트타이머, 축탁 등 임시직원에 대한 임금 및 제수당
경비	회의비	대의원회, 위원회, 소위원회, 워크숍 등 정상적인 업무 수행을 위하여 개최되는 회의
	복리후생비	사무국 직원에 대한 법정복리비, 복리시설 부담비, 후생비, 체육비, 보건단련비, 신원보증보험료 등
	기타경비	수용비, 제수수료, 교육훈련비, 업무추진비, 포상비, 여비, 통신비, 임차료, 차량유지비 등
자산취득비	비품구입, 보증금 등	

자료: 국가법령정보센터.

○ 자조금 조직은 수납기관에 농가 정보를 요청하고 있으나, 수납기관은 개인정보 보호법을 우선 하며 소극적으로 대응하여 관련 자료 수집에 어려움이 있음.

- 이에 자조금 미납 농가 파악이 불가하여 자조금 납부실적 조회 및 확인이 불가함. 이에 자조금 조직은 미납 농가에 대한 납부 독촉 및 제재에 어려움을 겪고 있음. 또한 사업 관련 정보 전달, 대의원 선거 등에서도 문제를 겪고 있음.
- 따라서 거출률 제고 및 원활한 사무국 운영을 위해 자조금 조직의 농가 개인정보 수집 권한에 대한 검토가 필요함(지자체뿐만 아니라 수납기관에서도 통계자료를 전달받을 수 있도록 제도개선 등).

○ 의무자조금 제도를 원활히 운영하기 위해서는 모든 생산자가 참여할 수 있도록 유도하는 것이 필요하며, 무임승차 문제가 발생하지 않도록 자조금 미납부자에 대한 제재사항을 마련할 필요가 있음.

- 의무자조금 미납부 농가에 대해 지자체는 300만 원 이하의 과태료를 부과할 수 있으나(농수산 자조금법 제37조, 축산자조금법 제35조), 지금까지 부과된 사례는 없음<sup>56)</sup>.
- 농산자조금의 경우 미납부자 무임승차 문제를 해결하기 위해 의무거출금 미납자에 대한

<sup>56)</sup> 농수산자조금법 제33조, 축산자조금법 제32조에 따라 미납부 농가 과태료 부과 및 징수는 지자체에 위임함.

각종 지원을 제한할 수 있도록 제도를 보완하였으며('20.5월), '21년부터 20개 정책사업 신청을 위한 필수 제출서류로 자조금납부확인서를 포함하였음.

- 축산자조금도 제도개선을 통해 의무거출금 미납자에 대한 정책지원 제한 규정을 도입할 필요가 있음.
- 정부는 자조금 조직이 조성한 거출금 중 법 제4조(자조금의 용도)에 따라 해당 연도의 사업에 사용한 금액을 한도로 하여, 정부의 예산 내에서 출연금 또는 지원금을 지급할 수 있음.
  - 사업시행지침에서 정부 지원금은 거출액 중 해당 연도의 사업에 사용한 금액에 대해 최대 100% 까지(1:1 비율) 매칭하여 국고보조금을 지원할 수 있음(의무자조금)
  - 농산자조금의 경우 평가 결과[우수(의무 100%, 임의 70%), 보통(의무 90%, 임의 60%), 미흡(의무 80%, 임의 50%)]에 따라 차등 지원하되, 당해연도 자조금 예산 규모에 따라 지원 금액이 조정됨.
  - 축산자조금은 평가체계가 없으므로 평가결과에 따른 차등지원은 없으나, 조성 규모에 따라 지원금 매칭 비율을 조절함(200억 이상 0% ~ 10억 미만 100%).
  - 정부 지원금은 가용 예산 범위에 따라 일부 조정될 수 있으나, 적극적인 예산 확보 노력을 통해 거출금 대비 보조금 매칭 비중을 높일 수 있도록 하여, 자조금 조직이 안정적으로 사업을 추진할 수 있도록 지원해 나갈 필요가 있음.
- 정부 지원금은 매년 2월 자조금 조직 운용평가 후, 교부신청 및 승인 절차를 통해 교부됨. 그러나 사업비 배정이 늦어지는 경우가 발생해 연내 집행에 한계가 있음.
  - 사업계획서 제출 및 검토·승인 이후, 사업부서(농식품부)는 자조금 조직의 당해연도 사업 계획, 전년도 실적, 평가 결과 등을 종합적으로 고려하여 보조금을 배정함.
  - 그러나 예산배정 후 교부신청 및 승인과정에서 다소 시간이 소요되어, 자조금 조직이 한 해 사업 계획을 정상적으로 이행하는데 제약이 있음.

〈표 2-76〉 자조금 사업 추진체계



자료: 농림축산식품부 내부자료





# 3

## 자조금 주요 사업 사례

### 1. 소비홍보 사업

#### 1.1. 소비홍보 사업 특징

- 2020년 기준, 소비홍보 사업을 시행한 33개 품목의 사업비 지출액은 총 320억 원이며, 품목별 지출구조에서 평균 41%를 차지함.
- 특히 임의자조금의 소비홍보 사업 비중이 높은 것으로 나타남.
- 이는 임의자조금 조직의 사업 역량과 연관됨(대체로 소비홍보, 교육 및 정보제공 사업만 수행).

〈표 3-1〉 산업별 자조금의 소비홍보 분야 집행 비중(2020년)

구분	농산		축산		식품
	의무	임의	의무	임의	임의
소비홍보 비중	36%	43%	41%	73%	28%

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

- 품목별로 소비홍보 사업을 시행함에 따라 자체적으로 성과를 제시하고 있음. 그러나 정성적이고 추상적인 실적에 그치고 있어 객관적인 성과로 보기 어려움.
- 한우, 한돈, 우유 자조금은 자체 성과분석<sup>57)</sup>을 통해 사업의 효과를 계측하고 있음.

57) 1) 코리아리서치. 2020년 한우자조금 성과분석 연구 최종보고서. 한우자조금관리위원회.

- 한우, 한돈, 우유자조금은 성과분석 연구를 통해 TV 광고 평가, 마케팅 활동에 대한 소비자와 생산자의 평가 자료(설문조사)를 수집하고 있으며, 피드백을 통해 다음 연도 소비홍보 사업에 반영하고자 함.
- '20년 기준, 소비홍보 사업 효과
  - \* 한우: (자조금 1원당 한우 농가 수입) 단기(1달) 5.9원 증가, 장기(4개월 누적) 53.8원 증가 (농가 수취가격) 단기 90원 증가, 장기 819원 증가
  - \* 한돈: 집행금액 1원당 농가수입 1.97원 증가
  - \* 우유(전체 사업 효과): 자조금 1원당 소비 증가액 4.9원(단기), 11.6원(장기)
- 또한 우유 자조금은 온라인 홍보 효과(검색량, 조회 수 등), 매출액, 수출액, 원유 사용량 증가 등에 대해 사업의 성과를 제시하고 있음.

○ 소비홍보 사업은 주로 대중매체(TV, 라디오, 일간지, 온라인) 광고 중심으로 시행되고 있음. 대체로 소비홍보 사업의 다양성은 품목별 조성 규모와는 비례하지 않는 것으로 판단됨.

- 자조금 조치는 소비홍보 사업을 통해 품목에 대한 소비자 신뢰도·이미지 제고, 국산 농축산물에 대한 선호도 제고, 소비 촉진·수요 창출 등의 효과를 추구함.

○ 자조금 운용에서 가장 많은 비중을 차지하는 소비홍보 사업은 품목의 일반적인 특성과 무관하게 시행되고 있음.

- 소비홍보 사업 비중과 품목별 조성 규모, 생산액 대비 조성 규모 비중, 생산액 대비 수출입 금액 비중과의 상관관계를 분석한 결과, 통계적으로 유의한 상관관계가 없는 것으로 나타남.
  - \* 의무/임의자조금, 농산/축산을 구분하여 분석한 결과도 유의하지 않음.
- 이는 품목별 특성과 무관하게 소비홍보 사업을 수행하고 있는 것으로 볼 수 있음. 즉, 품목의 소비 촉진, 시장 확대를 위한 기초적인 자조금 사업으로 볼 수 있음.

〈표 3-2〉 소비홍보 사업 비중과 품목별 특성 간 상관관계

구분	조성 규모	생산액 대비 조성 규모(비중)	생산액 대비	
			수출액 비중	수입액 비중
상관계수	-.116	-.299	.049	.106
유의확률	.521	.102	.815	.647

자료: 저자 작성.

2) 코리아리서치. 2020년 한돈자조금 성과분석 최종보고서. 한돈자조금관리위원회.  
 3) 코리아리서치. 2020년 우유자조금 성과분석 연구 최종보고서. 우유자조금관리위원회.

## 1.2. 소비홍보 사업 실적

### ○ 과일류 소비홍보 사업 주요 실적

- 사과: (사과재배 농업인) 사과의무자조금 기능과 역할 홍보, (소비자) 사과 소비촉진 유도
- 참외: 소비촉진 확대 및 판매시장 개척
- 포도, 뽕은감, 복숭아, 단감: 소비 촉진 및 브랜드 홍보, 수요 창출

〈표 3-3〉 과일류 소비홍보 사업

품목	구분	사업명
키위	광고	TV CF광고 7회, 일간지 광고 5회
	소비촉진	TV 방송 2회, 온라인사진전, 대형마트시식행사
배	광고사업	CF 광고(6회), PPL(7건), 라디오 CM, 유튜브, 신문광고
	소비촉진사업	재난구호물품(배·배즙) 기증 홍보, 배데이 행사 개최
사과	광고	TV, 라디오, 유튜브 광고, 신문 및 월간지 기사 및 광고, 대형유통업체 쇼핑카트 광고, 전광판 광고, 소비촉진 스티커 제작
	소비촉진	과일 박람회 행사 참여 및 원물지원, 소비촉진홍보행사
감귤	광고 홍보	TV·라디오 광고, PPL 4건, 다중시설 홍보(지하철, KTX, 옥외광고), 인터넷 홍보
	소비촉진	축제연계홍보, 과일산업대전 홍보관, 기획판매전(라이브커머스, 신문광고, 라디오 광고제작, 판촉전 등)
참외	광고	대중매체(TV, 라디오, 온라인, 오프라인) 광고
	소비촉진	홍보행사 개최, 판촉용 영상 제작, 콘텐츠 영상 제작, 지역별 홍보사업
포도	광고	대중매체 광고(유튜브, SNS, 라디오)
	소비촉진	포도데이 및 지역별 소비촉진 판촉 행사
뽕은감	광고	SNS, 파워블로그 등을 통한 바이럴 마케팅 홍보, 카드뉴스 제작
	소비촉진	소비촉진 판촉행사 추진
복숭아	광고	유튜브 온라인 영상 홍보
	소비촉진	복숭아데이 행사 개최, 지역별 소비판촉 직판행사 및 축제 지원
단감	광고	과수SNS 운영, 온라인 매체 홍보(유튜브, 블로그), 일간지, 온라인 뉴스 홍보
	소비촉진	단감데이 행사 개최, 과일산업대전 행사 참가 운영, 지역별 소비판촉 직판행사 및 축제 지원

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

### ○ 채소류 소비홍보 사업 주요 실적

- 파프리카: 수요층 확대 및 소비촉진, 소비활성화, 고품질 농산물 이미지 정착
- 양파: 관측월보 포스터에 의무자조금 정보 명시로 회원가입 독려
- 가지, 오이, 풋고추: 소비 촉진 및 브랜드 홍보, 수요 창출
- 무배추: 소비촉진, 국내 수요 활성화, 소비자 인식 제고, 수입김치 견제 및 국산김치 수요 활성화
- 고추: 소비자 인식제고, 국산 고추 소비 확대

〈표 3-4〉 채소류 소비홍보 사업

품목	구분	사업명
파프리카	소비홍보 광고	통합광고(TV, PPL 라디오, 온라인 등), PPL 2건, 방송광고, 언론사 광고
	소비촉진	요리경연대회, 사진콘테스트, 홍보용 여성동아, 달력 제작, 홍보용 우수상품 구입
콩나물	광고	라디오광고 및 TV 광고
	소비촉진	콩나물의무자조금 소비자 실태조사, 친환경 잡지 홍보, 협회지 발간
마늘	소비홍보	TV, 라디오, 온라인 등 홍보, 소비촉진 행사 지원
양파	소비홍보	TV, 월간지, 라디오 홍보, 소비촉진 행사 및 지원, 동영상 홍보 영상 제작 및 송출, 관측월보 포스터 제작
가지	광고	TV 광고, 신문잡지·온라인 등 대중매체 광고, 온라인 홍보 동영상 제작
	소비촉진	소비홍보 사업지원, 소비촉진 특판행사
오이	광고	TV 방송프로그램, 유튜브 온라인 영상 홍보, 언론 홍보, 온라인 바이럴 홍보
	소비촉진	수도권 및 광역시 판촉행사 실시, 지역단위 판촉행사 지원
꽃고추	소비촉진 (광고)	공중파 TV 홍보, 신문잡지, 온라인 등 대중매체 광고, 소비홍보 사업지원, 지역단위 판촉행사 지원
무배추	소비홍보	TV 방송, 소비촉진 행사(농산물 상생마케팅 행사), 김장재료 및 완성김치 특별판매, 애용 캠페인
고추	소비촉진	TV PPL, 월간잡지/SNS, 라디오, 유튜브, 미디어보드 광고, 온라인 기획기사

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

○ 특작류 및 화훼류 소비홍보 사업 주요 실적

- 인삼: 고려인삼 인지도 제고
- 친환경: 친환경농업·농산물의 인지도 확산, 소비자 이해도 제고, 소비촉진, 신규 판로 개발
- 백합: 백합 꽃 생활화, 국내 백합소비 확대, 화훼농가 수출의욕 고취, 소비자와 유대 구축, 재사용 화환 사용 방지
- 절화: 화훼문화 홍보, 농가수취 가격 상승, 화훼산업 활력, 화환 재사용 근절
- 난: 대내외적 우수성 홍보, 소비촉진, 소득증대, 난 산업 활성화 도모

〈표 3-5〉 특작류 및 화훼류 소비홍보 사업

품목	구분	사업명
인삼	광고	TV광고 제작 및 송출
	소비촉진	PPL, 라디오 송출, 기타홍보(입찰공고, 심사용역)
친환경	소비홍보	TV 방송 제작 지원 및 협찬, TV·라디오·유튜브 광고, 캠페인송 제작, SNS 운영, 뉴스레터 제작, 언론홍보
백합	광고	TV PPL 1회, TV CF광고 2편, 오프라인 전시 광고, 신문 및 잡지 기사개제, 카렌다 제작·배포
	소비촉진	캠페인 및 원예체험, 백합절화수출경쟁력제고 세미나(3회), 신화환 홍보 및 화훼상품 체험교육
절화	광고	TV, 라디오, PPL, 주요 일간지 기획기사, 신문사·잡지 기사, 인터넷 포탈 광고
	소비촉진	부산영락공원 절화 홍보사업, 전시회, 특판행사(직거래장터), 회전간판 홍보, 캐리커처 및 아크릴 간판을 제작
난	광고	-
	소비촉진	한국난산업박람회, 한국춘란전국신아판매전, 한국춘란신아사진전시회

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

○ 축산 소비홍보 사업 주요 실적

- 한우: 소비 촉진 기여, 한우산업 가치 인식, 선물소비 촉진, 신규 소비층 확보, 한우 이미지 제고 및 친밀감 고취, 인지도 향상
- 우유: 인증마크 홍보, 소비 촉진 기여, K-MILK마크의 신뢰도 향상, 국산 우유의 우수성·안전성 전파, 우유관련 식품 콘텐츠 확산, 새로운 소비층 확대 및 판매 촉진 매체 확보
- 계란: 계란의 안전성 및 우수성 홍보, 소비증진, 알닭의 공익적 가치전달, 계란 소비량 증대와 계란산업 발전 도모
- 닭고기: 양계산업에 대한 소비자 인식 개선, 국산 닭고기에 대한 소비자의 선호도 향상 및 소비 촉진, 국산 닭고기에 대한 친밀감과 이해도 증진
- 오리: 소비자 신뢰도 상승과 직접 소비유도, 국내산 오리고기의 우수성과 긍정적인 홍보, 오리고기에 대한 인식제고
- 육우: 인지도 제고 및 소비촉진, 언택트 유통 활성화 모색, 브랜드 홍보
- 사슴: 농가 소득증진, 국산농용의 제품 인지도 향상에 따른 소비활성화

〈표 3-6〉 축산 소비홍보 사업

품목	구분	사업명
한우	광고홍보	TV라디오 광고, 신문·잡지광고, 방송프로그램 제작지원 및 협찬, 옥외광고, 디지털광고
	광고	TV라디오 광고
한돈	광고홍보	PR사업, 방송프로그램 제작 및 협찬, 디지털광고, 옥외광고, 스포츠 마케팅
	홍보행사추진	홍보행사추진, 한도니캐릭터홍보, 소비 홍보물 제작
우유	광고홍보	TV 광고, 방송프로그램 제작 및 방영 협찬, PR홍보, 대형마트 내 영상광고, 랩핑광고
	홍보행사추진	지역별우유사랑캠페인, 해외공동마케팅
	기타소비홍보	홍보물 제작 및 배부, 대형업체 선정관련, 국산우유사용인증사업(K-MILK)홍보(온라인 홍보 및 대형마트 광고물 게재 홍보), 국산우유·유제품 할인권 발행, 모바일·라이브커머스 홍보
계란	광고홍보	방송 및 신문 광고홍보
	홍보행사추진	오프라인 홍보
	기타소비홍보	온라인 홍보, 계란 및 계란산업 인식 개선
닭고기	광고홍보	온/오프라인 닭고기 소비홍보
	홍보행사추진	구구데이페스티벌, 올바른 닭고기 정보제공(지역별)
	기타소비홍보	홍보물품 제작
오리	광고홍보	영상 및 지면 등 직접광고, 신문, 방송제작 협찬 및 PPL광고, on-off line 홍보
	홍보행사추진	오리데이 페스티벌, 캠페인, 기타 각종 행사홍보
육우	광고홍보	방송프로그램제작 및 방영협찬, 언론보도, 포털사이트홍보, 홈페이지 및 육우쇼핑몰 기획관리
	홍보행사추진	육우구이데이, 스포츠마케팅
	기타소비홍보	홍보물제작 및 배부, 대행사 선정 및 워크샵, 수해피해 육우농가지원
양봉	광고홍보	프로그램 협찬(방송홍보), 홍보용역업체 선정 관련
사슴	홍보행사추진	우수사슴 선발대회, 홍보용 달력 제작, KTX 책자 홍보, TV방송 프로그램, 월간지·신문 게재, 전 광판 광고

주: 1) 계란, 오리 품목은 2020년 사업계획 내용임.

2) 닭고기 품목은 2019년 기준임.

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

## 2. 수급안정 사업

### 2.1. 수급안정 사업 특징

- 2020년 기준, 수급안정 사업을 시행한 15개 품목의 사업비 지출액은 총 226억 원이며, 품목별 지출구조에서 평균 11%를 차지함.
  - 수급안정 사업의 총지출액은 226억 원으로 많은 편이나, 수급안정 사업을 시행한 품목은 16개(의무 14, 임의 2) 품목에 불과함.
  - 또한 축산자조금의 경우, 소비촉진 항이 수급안정 계정과목 내에 포함되어 있어 공급조절 측면의 사업 규모는 작음.
  
- 수급안정 사업을 시행하는 품목은 자체적으로 사업의 효과를 평가(가격 안정도모, 수급 안정 유도 등)하고 있으나, 대부분 실제 사업의 효과는 도출하고 있지 않음.
  
- 한우, 한돈, 우유 자조금은 자체 성과분석을 통해 사업의 효과를 계측하고 있음.
  - '20년 기준, 수급안정 사업 효과
    - \* 한우: (자조금 1월당 한우 농가 수입) 당월에 대해 2.9원 증가  
(농가 수취가격) 당월에 117원 증가
    - \* 한돈: 집행금액 1원당 농가수입 2.70원 증가
    - \* 우유(전체 사업 효과): 자조금 1원당 소비 증가액 4.9원(단기), 11.6원(장기)
  
- 농산자조금의 경우 일부 품목에서만 수급안정 사업을 시행하고 있으며, 사업 내용은 구매, 폐기, 시장격리 등임. 소비촉진 성격의 판촉활동 사업을 포함하는 경우도 일부 존재함.
  
- 축산자조금의 경우 대부분의 품목에서 수급안정 사업을 시행하고 있으나, 수급조절 계정과목에 포함된 소비촉진 사업의 비중이 높음.
  - 저능력 미경산우 도축, 수급예측사업 등 공급량 조절 측면의 사업도 시행하고 있으며, 예비비 하위항목으로 수급안정예비비도 마련하고 있음

- 자조금 조성 규모와 수급안정 사업의 비중이 정(+)<sup>1</sup>의 상관관계가 있는 것으로 나타남.
  - 수급안정 사업 비중과 품목별 조성 규모, 생산액 대비 조성 규모 비중, 생산액 대비 수출입 금액 비중과의 상관관계를 분석한 결과, 조성 규모와 통계적으로 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타남.
  - 자조금 조성 규모와 상관관계가 있지만, 생산액 대비 조성 규모의 비중과는 무관한 것으로 나타남. 이는 대부분의 품목에서 자조금 조성액이 생산액 대비 미미한 수준이기 때문으로 판단됨.
  - 농산자조금만을 대상으로 분석한 결과, 상관관계가 더욱 강한(.584<sup>\*\*</sup>) 것으로 나타나, 수급안정 사업과의 상관관계는 농산자조금의 영향이 큰 것으로 보임. 축산자조금의 경우 통계적으로 유의하지 않음.
  - 즉, 자조금을 통한 수급안정 사업은 일정 수준의 규모를 가진 품목에서 시행되고 있는 것으로 볼 수 있음.

〈표 3-7〉 수급안정 사업 비중과 품목별 특성 간 상관관계

구분	조성 규모	생산액 대비 조성 규모(비중)	생산액 대비	
			수출액 비중	수입액 비중
상관계수	.478 <sup>**</sup>	.121	.188	.262
유의확률	.006	.526	.378	.264

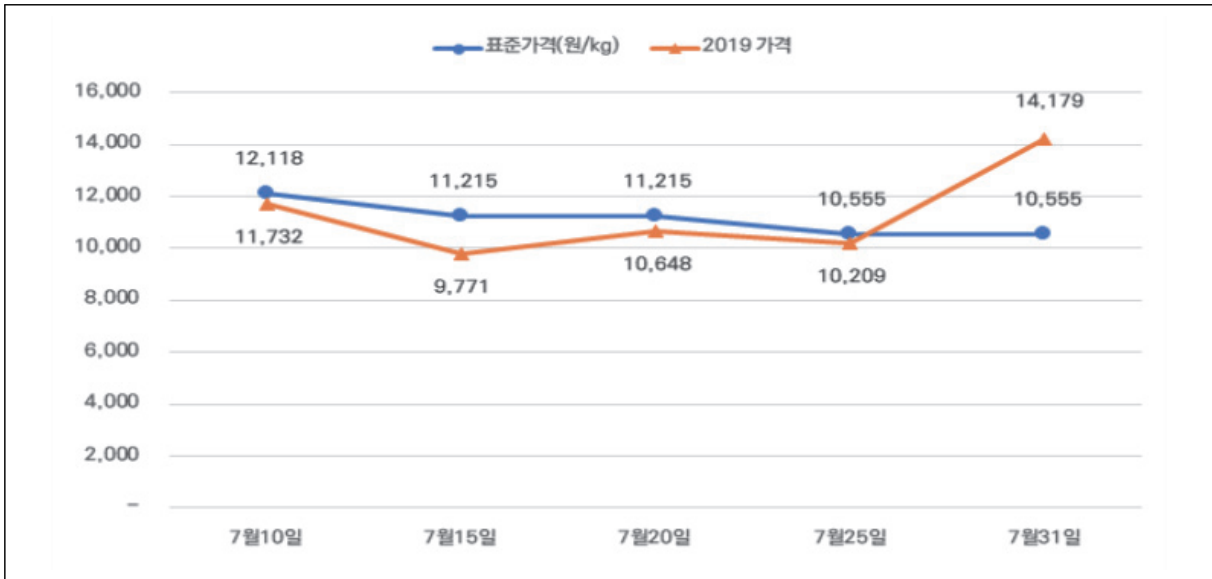
주: \*\* 0.01 수준에서 유의함.  
 자료: 저자 작성.

## 2.2. 수급안정 사업 사례

### ○ 파프리카자조금 공급조절 사업 사례

- 매월 예정 생산량, 재배면적, 파종일을 각 농단별로 조사하여 수급조절 예측데이터로 사용함.
- (「농안법」 제10조 제1항, 제2항) 가락시장 경락가격이 3일 이상 기준가격 이하로 하락할 때 유통협약에 의한 시장격리(산지폐기)를 추진함. 2020년 집행액은 377,200천 원임.
- 2019년 파프리카 가격 급락 시기(7월)에 수급조절을 통해 가격안정화를 시도함. 7월 한 달간 7억 원의 예산을 투입하여, 312농가, 1,400톤 물량에 대해 수급조절 사업을 시행하였고, 이에 7월 25일 이후 가격 상승을 유인함.

〈그림 3-1〉 파프리카 수급조절 사례



자료: 자조금통합지원센터 자료를 활용하여 저자 작성.

○ 참외자조금 공급조절 사업 사례

- 참외 수취가격 안정 및 참외 품질에 대한 소비자 신뢰 제고 등을 위해 참외 성출하기에 재배 농가 대상 저급과 수매사업을 실시함. 저급과 수매사업을 통해 품위가 낮은 참외 출하를 차단하고, 특·상품 위주로 유통하여 참외 가격안정 및 자율적인 수급조절을 유도함<sup>58)</sup>.
- 2020년 저급과 유통근절 수매사업 집행액은 170,000천 원임.
- 2019년 참외 저급품 유통근절 사업을 실시한 결과, 2019년 6월 평균 참외 가격(34,674원/10kg)<sup>59)</sup>은 2017년<sup>60)</sup> 6월 평균가(30,286원/10kg) 대비 4,388원 상승함.

○ 감귤자조금 공급조절 사업 사례

- 감귤 생산 및 작황 등 수급상황에 따라 저품위과 시장격리를 위해 가공용 수매 등의 사업을 추진함. 가격안정을 위한 가공용수매 등의 사업으로 2021년 566,000천 원을 집행할 계획임.
- 2015년 감귤 가격 폭락에 대응하여, 감귤 2만 톤에 대해 시장 격리 유통협약을 실시하여 '15년 12월 하순에 11,016원/10kg이던 가격이 '16년 1월 하순에 평년 수준인 16,884원/10kg까지 53.3% 상승함<sup>61)</sup>.

58) 성주군 참외산업 발전에 관한 조례 제정

59) 한국농수산물유통공사 KAMIS. 상품 기준.

60) 2018년은 작황 부진으로 생산량이 감소함. 따라서 유사한 생산량 수준인 2017년과 비교함.

61) 농민신문. 서윤 기자 <[문답으로 뉴스 깊이보기]농축산물 자조금> 기사 발췌. 2017.01.20.



○ 한우자조금 공급조절 사업 사례

- 적정두수 유지를 위한 선제적 대응과 시장 개척을 도모하기 위해 저능력 미경산우 비육 지원 사업을 시행하고 있으며, 2020년 집행액은 2,985,445천 원임(농가 보전금 2,700,000원).
- 또한 수급불안에 대비하여 시장안정을 위한 대책으로 수급안정적립금을 마련하고 있음. 2020년 수급안정적립금은 4,422,967천 원이었으며, 이는 총 사업 예산액 363억 원의 12%를 차지함.

○ 한돈자조금 공급조절 사업 사례

- 수급안정예비비를 활용하여 돼지가격 안정을 위한 공급량 조절 사업(소외계층 지원 사업, 한돈 뒷다릿살 구매 비축, 한돈수출물류비 지원 사업 등)을 수행함. 2020년 집행액은 6,519,498천 원임.
- 또한 수급불안에 대비하여 시장안정을 위한 대책으로 수급안정적립금을 마련하고 있음. 2020년 수급안정적립금은 5,970,444천 원이었으며, 이는 총 사업 예산액 368억 원의 16%를 차지함.

〈표 3-8〉 공급조절 사업 주요 사례

품목	사업명	목적	2020년 집행 실적
파프리카	예정 생산량 조사	매월 예정 생산량, 재배면적, 파종일을 조사하여 수급조절 예측데이터로 사용	377,200천 원
	시장격리	과잉생산에 대응하여 유통협약에 의한 시장격리 (가격조절)	
참외	저급과 유통근절 수매사업	참외 수취가격 안정 및 참외 품질에 대한 소비자 신뢰 제고	170,000천 원
감귤	수매사업	수급상황에 따라 저품위과 시장격리를 통한 가격안정	566,000천 원 ('21년 계획)
한우	저능력 미경산우 비육 지원 사업	적정두수 유지를 위한 선제적 대응과 시장 개척	2,985,445천 원
	수급안정적립금	수급불안에 대비하여 시장안정을 위한 대책	4,422,967천 원
한돈	공급량 조절 사업	돼지가격 안정	6,519,498천 원
	수급안정예비비	긴급한 수급 불안정시기에 대비하여, 신속한 돈가 및 수급 안정을 위한 시드머니 조성	5,970,444천 원

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

### 2.3. 수급안정 사업 실적

#### ○ 과일류 및 채소류 수급안정 사업 주요 실적

- 감귤: 행사에 따른 농협별 보유물량 유통처리로 적정 보유물량 유지, 만감류(한라봉, 천혜향) 수급조절 통한 산지 및 소비지 가격 동반 상승 효과
- 참외: 품위저하품 유통근절을 통한 참외가격안정 및 자율적 수급조절 유도
- 포도: 저품위 포도처리를 통한 경쟁력 및 생산성 향상, 가격안정 도모
- 감귤: 행사에 따른 농협별 보유물량 유통처리로 적정 보유물량 유지, 만감류(한라봉, 천혜향) 수급조절 통한 산지 및 소비지 가격 동반 상승 효과
- 참외: 품위저하품 유통근절을 통한 참외가격안정 및 자율적 수급조절 유도
- 포도: 저품위 포도처리를 통한 경쟁력 및 생산성 향상, 가격안정 도모
- 파프리카: 수급 및 가격안정으로 회원(농가) 소득 증진

〈표 3-9〉 과일류 및 채소류 수급안정 사업

품목	구분	사업명
감귤	수급안정	언론사 홍보, 홍보캠페인(감귤원 원지정비 사업, 고품질 품질관리), 축제 개최, 기획판매전 지원, 긴급 소비촉진 판촉행사, 감귤대금(농협)
참외	수급조절	성주군 저급품 구매사업
포도	수급	저품위 포도 조절(가공화, 폐기, 매취 등)
파프리카	수급	동·하작기 중첩 시기 가격 급락 대비 수급조절(시장격리)

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

#### ○ 특작류 및 화훼류 수급안정 사업 주요 실적

- 인삼: 수삼판매지원, 국가무형문화재 지정 의미 공유 및 확산
- 친환경: (매출실적) 할인 판매행사 1,646,742천원, 직거래장터 22,010천원, 온라인 파머스마켓 43,435천원
- 백합: 국내 꽃 자격지지, 고품질 상품 수출 유도

〈표 3-10〉 특작류 및 화훼류 수급안정 사업

품목	구분	사업명
인삼	수급	판매촉진사업(라이브커머스, 언론보도), 재해 피해농가 지원
친환경	수급	학교급식 판촉행사, 재해 피해농가 격려물품 지원사업, 온라인/직거래장터 판촉사업, 온라인 파머스마켓
백합	수급	산지폐기

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

○ 축산 수급안정 사업 주요 실적

- 한우: 선제적 수급안정 도모, 소비촉진 확대 및 가격 안정 효과 발생, 한우유전자원 손실 방지, 암소 개량 향상 기대, 한우가격 진정
- 계란: 산란계 산업 안정화 추진, 적정 사육수 유지 및 계란공급량 안정을 위한 수급조절, 체계적 수급 조절 예측시스템 구축, 경영관리의 전산화로 농가의 생산성 개선 및 경영성 향상
- 닭고기: 닭고기 수급변동 예측을 통한 수급조절 방안 제시, 닭고기 수급조절 및 정책추진, 농가경영관리를 위한 기초자료제공
- 오리: 오리고기 소비촉진과 수급안정에 기여, 오리고기 취급식당(정기 고정 소비처) 증가로 장기 안정적인 소비처 발굴, 국내산 오리고기 인증제를 통한 소비자의 신뢰도 제고
- 육우: 육우 소비 활성화, 육우 전문 판매장 발굴로 육우 소비의 확대

〈표 3-11〉 축산 수급안정 사업

품목	구분	사업명
한우	소비촉진	한우소비촉진행사, 직거래장터, 도시군수급안정
	기타수급안정	한우우수수급조절위원회, 저능력 미경산우 비육 지원
한돈	공급량 조절	공급량 조절
	소비촉진	지역별 식회 및 한돈판매촉진, 지역특화사업, 한돈 소외계층 전달, 한돈SP사업, 한돈인증점 활성화 지원, 직장인대상 한돈월빙부위 알리기 캠페인
계란	공급량안정	계란 생산기반 유지 및 안정사업
	소비촉진	계란 기부 및 나눔문화 확산사업, 에그투게더 캠페인
	기타수급안정	산란계 통합관리 D/B사업
닭고기	공급량안정	육용실용계수급예측사업
오리	공급량안정	오리사육 실태조사, F1점검 및 수급조절사업
	소비촉진	판촉행사, 할인판매(중량단위 캠페인 사업연계) 프랜차이즈 시장확대 공동마케팅, 국내산 오리고기 인증사업, 소비촉진 판촉물 제작, 지역축제 등 각종 현장성 소비홍보 및 공익행사, 무료 시식 홍보(행사후원, 사회복지시설 나눔행사, 셀럽, 오피니언리더 대상 등)
육우	소비촉진	할인행사 및 판촉지원, 인증점 지원사업, 홈쇼핑 및 온라인 수수료지원, 지역시식행사, 모바일 박람회
양봉	소비촉진	소비촉진홍보행사 지원, 지회, 지부별 행사지원

주: 1) 계란, 오리 품목은 2020년 사업계획 내용임.

2) 닭고기 품목은 2019년 기준임.

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

### 3. 수출 및 기타사업

- 수출활성화 및 기타사업을 시행하는 품목은 수출 기반 조성(국산 품목 우수성 홍보 등), 품질 개선, 포장재 지원사업을 통해 생산자 소득 증대, 소비 확대 등의 효과를 거둔 것으로 자체적으로 평가하고 있음.
  - 그러나 이를 뒷받침 할 수 있는 수치, 자료는 부족한 실정임. 즉, 사업의 효과에 대한 분석이 미흡함.

#### 3.1. 수출활성화 사업

##### 3.1.1. 수출활성화 사업 특징

- 2020년 기준, 수출활성화 사업을 시행한 7개 품목의 사업비 지출액은 총 3.8억 원이며, 품목별 지출구조에서 평균 1%를 차지함.
  - 총 지출액 3.8억 원 중 백합자조금의 지출액이 2.8억 원으로 대부분을 차지하고 있으며, 축산자조금의 경우 계정과목에 수출활성화 계정이 별도로 마련되어 있지 않음.
- 수출활성화 사업의 비중과 품목별 특성에는 유의미한 상관관계가 없는 것으로 나타났으며, 특히 생산액 대비 수출액의 비중과도 무관한 것으로 나타남.
  - 축산자조금은 수출활성화 계정과목이 없으므로, 농산자조금을 대상으로 수출활성화 사업과 품목별 일반특성을 기준으로 상관관계를 검토함.
  - 생산액 대비 수출액의 비중이 높은 품목도 자조금의 수출활성화 사업 비중과 무관한 것은, 해당 품목이 농업법인, 영농조합법인, 수출조직 등을 통해 수출되기 때문으로 판단됨.
  - 개별 농가 또는 법인의 수출 활동(국제시장에서 경쟁력 확보, 세계시장 정보 수집 등)은 역량에 한계가 있으므로, 자조금을 통한 수출조직 단일화를 모색할 필요가 있음.

### 3.1.2. 수출활성화 사업 실적

#### ○ 과일류 수출활성화 사업 주요 실적

- 감귤: 12월 최대성수기에 제주감귤 판매로 고객 확보, 한인사회뿐만 아니라 현지 고급시장 까지 진출 기회 가능성 확인
- 참외: 한국 참외 우수성 홍보

〈표 3-12〉 과일류 수출활성화 사업

품목	구분	사업명
키위	해외시장개척	수출물류지원(상자)
배	수출마케팅지원	브랜드화 포장재 지원, 수출통합 마케팅 사업
감귤	해외시장개척	해외매장 행사(LA 12개소), 수출확대 지원(홍콩)
참외	수출물류지원	동남아시아지역 수출물류비 및 마케팅 지원

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

#### ○ 특작류 및 화훼류 수출활성화 사업 주요 실적

- 백합: 농업인 수출의욕 고취
- 절화: 일본 도매시장 호평

〈표 3-13〉 특작류 및 화훼류 수출활성화 사업

품목	구분	사업명
인삼	해외시장개척	해외 언론 홍보 6개국, 500회 송출
친환경	-	-
백합	수출마케팅지원	수출국상장 수수료 지원, 수출용 슬리브 및 포장지 등 지원
절화	해외시장개척	일본 수출 테스트(국산 대국 신품종 수출지원)

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

## 3.2. 경쟁력제고

### 3.2.1. 경쟁력제고 사업 특징

- 2020년 기준, 경쟁력제고 사업을 시행한 5개 품목의 사업비 지출액은 총 7억 원이며, 품목별 지출구조에서 평균 2%를 차지함.
  - 총 지출액 7억 원 중 파프리카자조금의 지출액이 5억 원으로 대부분을 차지함.
  - 축산자조금의 경우 계정과목에 경쟁력제고 계정이 없음.

- 경쟁력제고 사업의 비중과 품목별 특성에는 유의미한 상관관계가 없는 것으로 나타남. 이는 경쟁력제고 사업을 시행하는 품목이 적은 것과도 관련 있음.
- 축산자조금은 경쟁력 제고 계정과목이 없으므로, 농산자조금을 대상으로 경쟁력 제고 사업과 품목별 일반특성을 기준으로 상관관계를 검토함.
- 품목의 품질관리 차원에서 경쟁력제고 사업은 내수시장 확대와 해외 수출시장 확대와도 관련된 사업임. 또한 지속가능한 생산환경 조성을 위해 병·해충 방지, 가축 질병 예방 및 치료 지원 등의 공익사업에 대한 사회적 요구가 확대되고 있음.
- 따라서 자조금 사업의 목적 중 하나인 품목의 경쟁력 강화를 위해 자조금을 활용하여 해당 사업을 시행할 필요가 있음.

### 3.2.2. 경쟁력제고 사업 실적

#### ○ 채소류, 화훼류 경쟁력제고 사업 주요 실적

- 파프리카: 고품질 파프리카 생산기반 조성, 안전성 확보
- 콩나물: 41업체 지원, 약 571톤
- 백합: 수출경쟁력 제고
- 절화: 공판장 구매 물량과 주산지(김해, 마산 등)에서 직접 수급 및 품질 등급 기준 등 논의

〈표 3-14〉 과일류, 채소류, 화훼류 경쟁력제고 사업

품목	구분	사업명
감귤	품질 향상	감귤선별기 성능검사
파프리카	품질 향상	컨설팅(867회) 및 집합교육(19회)
	안전성 제고	농약안전성 지침서 제작
콩나물	생산성향상	국산 콩나물콩 구매 지원
백합	품질향상	수출용 백합절화 품질향상, 연작장애 극복 지원
절화	생산성향상	유통구조개선 사업

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

### 3.3. 유통구조 개선

#### 3.3.1. 유통구조 개선 사업 특징

- 2020년 기준, 유통구조 개선 사업을 시행한 12개 품목의 사업비 지출액은 총 37억 원이며, 품목별 지출구조에서 평균 2%를 차지함.
  - 총 지출액 37억 원 중 한우자조금의 지출액이 26억 원으로 대부분을 차지함.
  
- 한우, 한돈, 자조금은 자체 성과분석을 통해 유통구조 개선사업의 효과를 계측하고 있음. 유통구조 개선사업의 세부내역(판매 차량 지원 사업, 인증사업 홍보, 유통 홍보, 판매점 선정사업 등)에 대한 효과성을 설문조사를 통해 점수화하고 있음(소비자, 생산자 대상 설문조사).
  - 그러나 유통비 절감, 판로 확대, 농가수취가격 등 농가소득에 대한 효과 분석은 미비하며, 사업에 대한 응답자의 주관적 효과(선호, 인식 등)를 파악하는 수준에 머물러 있다는 한계는 있음.
  - '20년 기준, 유통구조 개선 사업 효과
    - \* 한우: (자조금 1월당 한우 농가 수입) 당월에 대해 2.9원 증가  
(농가 수취가격) 당월에 117원 증가
    - \* 한돈: 집행금액 1원당 농가수입 0.26원 증가
  
- 유통구조 개선사업의 비중 또한 품목별 특성에는 유의미한 상관관계가 없는 것으로 나타남.
  - 국내 생산액 대비 수입액의 비중이 높은 품목은 국내 소비시장을 확대하는 것이 우선 과제임.
  - 품목의 경쟁력 강화를 위해 자조금 조직에서 생산자를 조직화하고, 재배방식, 품질관리 체계, 표준규격화, 수확 후 관리(유통)를 체계적으로 정비하여 품목을 대표하는 마케팅 조직으로 육성할 필요가 있음.
  - 이를 위해 내수 중심형 품목은 유통구조 개선사업의 비중을 확대할 필요가 있음.

### 3.3.2. 유통구조 개선 사업 실적

#### ○ 농산자조금 유통구조 개선 사업 주요 실적

- 친환경: (친환경우수식당 지정사업) 재추진을 통한 기존 지정 식당 현황파악 및 매뉴얼화로 2021년부터 확대 정착 할 수 있는 기반 마련, (대학생협 지원사업) 대학교에도 친환경 급식으로 변경하기 위한 시범사업 추진
- 백합: 꽃소비 증진, 화훼농가 소득증대, 유통 효율성 제고, 소포장 유도 및 소비자 이미지 제고
- 절화: 화환 재사용 현황, 수입 거베라 증가 관련 대책 논의, 중장기적 화훼산업 발전을 위한 사업 논의

〈표 3-15〉 농산자조금 유통구조 개선 사업 실적

품목	구분	사업명
키위	포장재 개선	공동구매 자재(종이상자) 지원
배	포장재 개선	배 소포장 상자 유통지원 사업
친환경	유통구조 개선	공영홈쇼핑(1회), 직거래장터 운영, 온라인 캠페인 및 기부행사, 소비촉진 공모사업 실시, 그린카드 포인트 제공, 친환경농산물 가공활성화 방안 도출 조사연구, 우수식당 지정사업, 대학생협 지원사업
백합	유통개선	오픈마켓 직거래 지원
절화	유통협력	거베라 산업 발전 대책 간담회

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.

#### ○ 축산자조금 유통구조 개선 사업 주요 실적

- 한우: 부정유통 및 거짓표시 판매 방지, 소비자 알권리 보장 및 한우유통투명화 실현, 냉동육 수출 억제 및 덤핑가격 방지, 우수한 품질 유지 관리
- 계란: 시장 유통 활성화, 계란 및 알닭 소비증대

〈표 3-16〉 축산자조금 유통구조 개선 사업 실적

품목	구분	사업명
한우	유통투명화	유통투명화 정보제공, 우리한우판매점, 한우바이어대회(세미나)
	유통개선	이동판매차량, 한우수출지원, 대한민국이 한우먹는날
한돈	유통투명화	한돈인증사업 및 유통홍보, 한돈인증사업홍보, 한돈 판매차량 지원 사업
우유	-	-
계란	기타유통사업	계란 및 알닭 판매장 지원
양봉	유통투명화	농가 공동브랜드 한벌꿀 스티커 및 박스, 품질보증 필증 제작

주: 1) 계란, 오리 품목은 2020년 사업계획 내용임.

2) 닭고기 품목은 2019년 기준임.

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 재구성.



## 4. 시사점

- 농업 관련 전문가와 생산 농가의 평가에 의하면, WTO 출범, 다수의 FTA 체결 등으로 위기에 직면했지만, 국내 농업이 유지 및 발전할 수 있었던 것은 자조금의 역할이 컸다고 평가되고 있음.
  - 고품질 생산기반 확대, 가격안정화, 수출사업 확대, 소비관측을 통한 소비자 선호도 향상, 시장 개척, 회원 교육, 품질 및 생산성 향상을 위한 R&D 등의 효과를 얻음.
  - 축산 분야의 경우, 축산물에 대한 이미지 개선, 농가 만족도 향상, 소비촉진 기여, 축산물 브랜드화 등의 성과를 거둠. 또한 비선호 부위와 선호부위 간 수요 간극을 줄이고, 국내산과 수입산의 품질 차이를 줄이는데 기여한 효과도 있음.
  
- 그러나 자조금 사업의 효과는 외부적·내부적으로 자체적인 정성 평가에 그치고 있으며 이에 대한 근거도 부족한 실정임. 또한 정성 평가마저도 수행되지 않는 품목이 대다수임.
  - 농산 의무·임의자조금은 자조금의 건전한 운용을 위해 외부 전문기관으로부터 사업 운용 및 성과 등에 대한 평가를 2년마다 받고, 그 평가 결과를 제출하도록 규정(농수산자조금법 제31조)하고 있으며, 이와는 별개로 사업 추진 실적에 대한 평가도 매년 받고 있음.
  - 반면, 축산자조금은 일부 품목에서 자체적으로 당해 사업성과에 대한 조사를 하는 것 이외에 별도의 평가를 하고 있지 않으며, 평가관련 법적 근거도 부재함. 따라서 축산자조금도 농산자조금과 동일하게 정기적으로 성과평가를 시행하고, 결과 제출에 관하여 규정하여야 함.
  - 특히 자조금은 소비·홍보 용도로 많은 예산이 투입되고 있으나(평균 41%), 성과평가를 하지 않거나, 설문지를 통한 만족도 조사에 그치고 있음. 또한 대부분의 광고·홍보 실적은 연간 총 지출액만을 관리하고 있음.
  - 자조금 사업은 연간<sup>62)</sup> 약 863억 원(농가거출금 약 537억 원, 국고지원금 약 326억 원)이 투입되는 사업이나, 해당 사업의 효과를 객관적으로 측정할 수 있는 체계가 미흡함.
  
- 즉, 모든 품목의 사업 내역에 대해 체계적인 성과측정 및 제고 방안을 마련하여야 하며, 지속적이고 공정하게 평가를 수행할 평가 기관을 설정해야 함.
  - 그 평가 기관에서는 자조금 사업의 성과를 체계적으로 평가할 수 있는 시스템(사업효과 계량화, 해외 사업효과와 비교, 부류별 평가 후 비교 등)을 구축해야 함.

62) 2020년 기준

- 또한 자조금을 효과적으로 운용하기 위해서는 각 사업의 필요성과 기대효과에 대한 조사와 연구가 선행되어야 함.
  - 예를 들어, 백합자조금은 국내 병해충 분포, 폐기 반송 물량에 대한 정밀 파악 및 조사 등 장기간의 조사·연구와 협력을 통해 수출활성화 사업의 기반을 조성함. 이에 구근의 안정적 공급 기반을 마련함.
  - '21년 수급조절 사업을 계획한 마늘과 양파는 작황 조사, 생산비 조사, 저품위 농산물 상품화 방안 등 조사·연구를 통해 효과적인 사업 시행을 도모하고 있음.
  - 즉, 조사와 연구를 통해 품목의 발전 방향(내수 중심, 수출 중심 등)을 설계하고, 발전 방향과 부합한 사업의 효과성을 향상시킬 필요가 있음.

# 4

## 자조금 해외사례 분석과 시사점

### 1. 뉴질랜드

- 2019년 기준 뉴질랜드의 농업 GDP는 88억 달러이며, 전체 GDP(2,091억 달러)에서 약 4.2%를 차지함. 최근 5년간 1차 산업에 속한 타 업종 대비 가장 높은 연평균성장률(18%)을 보임<sup>63)</sup>.
  - 뉴질랜드의 농업인구는 28만 명으로 전체 인구(510만 명)의 5.5%를 차지함. 농업인구는 최근 5년간 감소세를 보임(2020년 기준).
  - 전체 농지면적은 약 1,356만ha로 2012년 기준 1,439만 ha와 비교 시 5.8% 감소함.
  - 뉴질랜드는 키위를 주력 품목으로 하여 다양한 품종의 과일을 생산함. 2019년 기준 키위 재배면적은 14,920ha로 가장 큰 생산 규모를 가짐.
  - 2020년 기준 뉴질랜드 농축산물 수입액은 약 49억 달러로 전체 수입액 중 12%를 차지하며, 수출액은 약 254억 달러로 전체 수출액 중 64%를 차지함<sup>64)</sup>.

63) World Bank, FAO STAT, Kati, 2019년 기준.

64) UN Comtrade Database. 2020년 기준.

## 1.1. 추진 배경

- 뉴질랜드는 농업을 수출주도형으로 육성하여 왔으나, 대내외적 여건 변화로 보조금을 폐지하고, 자조금을 통한 민간주도 정책을 추진함.
  - 1936년 1차 상품마케팅법 제정 이후 낙농, 사과 등에 대한 품목위원회를 설치함.
  - 1970년대 오일쇼크, 수출 감소 등의 위기에 직면하며, 1984년 농정개혁을 추진하면서 보조금을 폐지함.
  - 보조금 폐지의 대안으로 자조금을 통한 민간주도형 정책을 추진함.
  - 원예산업 정책 개편에 따라 품목위원회에 생산과 유통을 규제할 수 있는 권한과 의무를 강화함.
  - 뉴질랜드 자조금의 법적 기반은 1990년 자조금법(Commodity Levis Act 1990)에 기초하고 있으며, 자조금법은 원예농산물뿐만 아니라 축산물, 화훼 등을 포괄하고 있음.

## 1.2. 운영 주체

- 정부, 원예협회, 품목단체와 품목위원회, 통합마케팅조직, 농협 등이 역할을 분담하여 수행함.
  - 정부의 주요한 정책도구는 제도이며, 품목위원회에 법에 따른 제도적 권한과 책임을 부여함.
  - 1990년 자조금법을 제정하고, 품목별 자조금 시행령(Levy Order)을 통해 품목별 의무 자조금을 시행하고 있으며, 품목별로 각 생산자 대표조직이 주관하고 있음.
  - 자조금 시행령(Order)은 6년간 효력이 인정되며, 새로운 명령의 대체나 자조금 연장(유지)여부는 농가 전체가 참여하는 투표로 결정됨.

〈표 4-1〉 뉴질랜드 자조금 관련 주체별 역할

구분	주요 역할	비고
정 부	품목조직에 제도적 권한과 책임부여	1차산업부
원예농산물 자조금단체	전체 경작자 대변 농정활동, 자율규제	뉴질랜드원예협회(HortNZ)
수출면허관리조직	수출과당경쟁예방	원예수출공사(HEA)
품목별 자조금단체	품목 경작자 대변, 자율규제결정	키위재배자협회(KGI)
품목단위 자조금관리위원회	자율규제, 유통조직, 관리감독 등	키위위원회(KNZ)
품목별 유통조직	브랜드 통합마케팅	제스프리(단일수출창구)
전속출하 참여조직	수확시기 결정 등 농가관리, 상품화	농협 등 품목별 산지유통조직

자료: 자조금통합지원센터 내부자료.

- (뉴질랜드 원예생산자협회) 개별 품목단체의 한계(원예농산물 경작자의 권익 보호 등)를 극복하고자 설립하였으며, 21개 품목단체, 24개 지역단체, 100개 이상 품목 경작자로 구성됨.
  - 뉴질랜드 원예생산자협회(Horticulture New Zealand)는 생산자단체를 대표하는 조직으로 마케팅 주체가 아닌 농정활동 기구임.
  - 모든 판매에 대한 의무적인 부과금(levy)을 징수하여 사업 재원으로 충당하고 있으며, 정부로부터 재정적 지원은 받지 않음.
  - 상업용 과일 및 채소 판매시점에서 의무거출금 부과 및 통합거출, 각 품목단체로 배분, 부과 기준은 각 품목 경작자가 투표로 결정함.
  - 법에 따라 각 품목 경작자 등과 협의, 연구개발, 품질관리, 시장개척 및 판매촉진, 교육 및 정보 제공, 경작자 대변 등의 사업을 추진함.
  - 수입 총 87억 원: 의무거출금 45억 원(52.6%), GAP인증 수수료 8억 원(8.7%) 그외 기부금, 이자 수입, 회의 수입 등 34억 원(38.8%)<sup>65)</sup>
  - 경작자, 품목단체, 지역단체, 공공기관, 정부 등과 협력체계 구축, 정보공유, 수출, 고용, 기후변화, 농업용수, 토지관리 등 공동 대응
  - 초파리(fruit fly) 등 예찰, 수입농산물, 병해충 등 관리, 방역
  - 정부와 지자체를 대상으로 농정활동 전개, 정책과 계획에 대한 의견수렴, 제안, 중재, 신속한 작물보호제(농약) 승인 등 지원

### 1.3. 자조금 거출방식 및 용도<sup>66)</sup>

- 자조금 납부주체는 품목 생산자들이며, 원예협회와 품목단체가 각각 자조금을 수취함. 즉, 품목단체 자조금이 부과되는 품목의 경우 기본 자조금에 품목단체 자조금이 추가되는 구조임.
  - 산지 출하단계에서 자조금을 징수하며, 법적으로 강제하고 있음.
  - 대부분의 뉴질랜드산 원예농산물이 자조금 부과 대상에 포함되며, 자조금 명령에 따라 1) 과일, 2) 신선 토마토, 3) 신선 채소, 4) 기타 채소, 5) 감자, 6) 가공 채소의 6가지임(상업용에 한해 거출, 수입품은 미거출).

<sup>65)</sup> Horticulture New Zealand Annual Report: 2019/20

<sup>66)</sup> 김동환 외. 2019. “자조금 해외사례와 시사점”을 참고하여 재구성.

- 품목단체가 거출하는 품목은 1) 신선 토마토, 2) 신선 채소, 3) 가공 채소임.
- 대부분의 경우 도매상, 가공업자, 소매상, 위탁상 등이 자조금을 거출하며, 생산자가 직접 판매한 경우(직거래)는 생산자가 거래액을 신고 후 직접 납부함.

○ (자조금 용도) 자조금 전액을 반드시 집행하도록 하며(자조금 명령), 집행 용도는 다음과 같음. 단, 영리활동(Commercial or Trading Activities)에는 사용할 수 없음<sup>67)</sup>.

- 연구개발(R&D)
- 시장 개척 및 판촉
- 품질보증 방식의 개발
- 교육과 훈련
- 정보와 커뮤니케이션
- 원예협회와 품목단체의 관리비
- 생산자 대표 활동 및 지지 활동

〈표 4-2〉 뉴질랜드 자조금 거출 개요

구분	내용
부과 대상	· (원예협회) 과일, 신선토마토, 신선 채소, 기타 채소, 감자, 가공 채소 · (품목단체) 신선토마토, 신선 채소, 가공 채소
거출 방식	· (대부분의 경우) 도매상, 소매상, 위탁상 등 유통업자가 자조금 거출 · 생산자 직접판매한 경우 생산자가 거래액 신고 후 직접 납부
거출 기준	· (판매액*) 14센트 / 100NZD(뉴질랜드달러) * 판매액 기준은 3가지 중 결정 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 5px;">           ① 농가 최초 판매시점의 금액            ② (수출용) F.O.B(본선인도조건) 가격            ③ 가격 결정 전 가공된 것은 추정가치(NPV)         </div>

자료: 김동환 외. 2019. “자조금 해외 사례와 시사점”을 참고하여 재구성.

67) Commodity Levies Act 1990.

#### 1.4. 키위 산업

- 1950년대부터 여러 수출업체의 과당경쟁으로 인한 가격 하락으로 키위 산업이 위기에 직면함.
  - 1970년대에 수출 단일 창구의 필요성이 제기되어 키위 마케팅 보드 설립을 추진함. 그러나 농가들의 반대로 출범하지 못함.
  - 1977년 뉴질랜드 정부의 강한 의지로 마케팅 보드를 설립하였으며, 수출허가제, 품질 기준 제정, 자조금 제도 도입의 3대 기능을 설정함.
  - 1980년대 여러 수출업체의 경쟁 심화로 가격 하락, 품질 균일화 문제 등이 발생하여 농가의 수익이 하락함.
  - 1988년 자조금 조직(마케팅 보드)을 설립함. 기존 7개 수출업체의 경쟁체제에서 수출창구를 단일화하고, 뉴질랜드 정부로부터 수출 독점권과 품질기준 결정권을 부여받음.
  - 1997년 마케팅 보드에서 관리기능과 상업기능을 분리해 자회사 개념으로 제스프리를 설립하고 브랜드를 개발함. 제스프리는 수출 단일 창구로써 마케팅을 전담하고 자조금 거출 역할을 담당함.
  - 뉴질랜드의 키위산업은 의무자조금관리위원회와 자조금단체, 통합마케팅조직으로 구성되어 있으며, 법에 의거하여 의무자조금관리위원회가 제스프리에 독점적 수출권한을 부여하고 있음.
  
- 제스프리(Zespri)가 단일수출창구 역할을 수행하고 있으며, 공급사슬의 각 주체들이 사업 영역을 담당하고 있음.
  - 키위위원회는 자율규제, 유통조직, 관리감독 등의 역할을 수행하며, 주요 수출국으로는 단일수출조직인 제스프리에, 이외 지역은 과당경쟁 예방 차원에서 요청받아 수출을 승인함.
  - 생산자는 위원회에 배타적 수출 권한 책임을 부여하고, 위원회는 통합마케팅조직인 제스프리에 수출 권한을 부여함으로써 전략적으로 수출 및 마케팅 사업을 수행하고 있음.
  - 키위위원회는 재배단계부터 수확 후 관리까지의 과정을 표준화하여 체계적으로 관리하고 있으며, 이에 따라 비용 절감 및 부가가치 제고 효과를 창출함.
  - 즉, 농가 출하 전까지의 과정, 수확 후 관리조직은 농가에서 출하한 이후 수출 선적 이전까지의 과정, 제스프리는 수출을 위한 선적 이후의 마케팅 과정을 담당함.

- 제스프리는 생산자 소유의 회사로 키위 산업에서 생산자조직이 강한 영향력을 가짐.
  - 키위 이외 품목의 자조금 조직은 마케팅 보드가 없으며, 의사결정 역할만 수행하고 있음.
  - 제스프리는 수출 마케팅 역할을 수행함과 동시에 마케팅 비용의 20%를 연구개발에 투자하고 있음. 지속적인 연구개발에 대한 투자로 자체 품종을 보유하고 있으며, 특허권을 보유하여 국내외 공급(재배)을 조절하고 있음.
  - 제스프리는 세계 키위 시장의 30%를 차지하고 있으며, 남반구 출하시기(4~11월)에는 70%의 점유율을 차지함.
  - 2020년 제스프리의 키위 수출액은 35억 8,300만 달러(뉴질랜드산 25억 9,900만 달러)로 매년 증가하고 있음(전년 대비 14% 증가)<sup>68)</sup>.

## 2. 미국

- 2019년 기준 미국의 농업 GDP는 3,978억 달러이며, 전체 GDP(21.4조 달러)에서 약 1.9%를 차지함. 2018년 대비 0.7%, 연평균 0.5%의 하락세를 보임<sup>69)</sup>.
  - 다양한 기후조건과 넓은 토지를 바탕으로 농업 기계화가 이루어져 대규모 생산체계를 구축함.
  - 주요 생산 품목은 곡물, 유지작물 및 과일이며, 대부분 품목에서 생산량이 감소하고 있음.
  - 2020년 기준 미국 농축산물 수입액은 약 1,510억 달러로 전체 수입액 중 6%를 차지하며, 수출액은 약 1,542억 달러로 전체 수출액 중 11%를 차지함<sup>70)</sup>.

### 2.1. 추진 배경

- 1929년의 대공황 이후 농산물 가격이 폭락함에 따라 농업 문제를 해결하기 위해 농민들도 동참해야 한다는 공감대가 형성됨.

<sup>68)</sup> Zespri Annual Report 2020/21.

<sup>69)</sup> World Bank, FAO STAT, Kati, 2019년 기준.

<sup>70)</sup> UN Comtrade Database. 2020년 기준.



- 농민단체들은 자율적인 수급 조절을 위한 유통협약을 도입하되, 무임승차자 문제 해결을 위한 정부의 개입을 요청함.
  - 이에 연방정부는 유통협약 및 유통명령, 자조금 사업의 시행을 위한 관련법을 제정함 (1933년 농업조정법, 1937년 농업유통협약법, 1996년 상품 소비촉진·연구·정보법).
  - 1996년 이전에는 특별법을 근거로 개별 품목별로 시행되었음. 1996년 이후 Fair Act에 근거하여 품목별로 별도의 시행령을 제정하고 있음. 품목별 법안은 자금의 조성 및 운영 방안을 해당 품목의 특성에 맞게 규정함.
  - 상품소비촉진·연구·정보 법은 자조금 법의 개념으로 농무부(USDA)에 대부분 품목에 대한 자조금 제도를 설립 및 운용할 수 있도록 포괄적인 권한을 부여함.
- 1996년 면화를 시작으로 추진하였으며, 자조금 제도 체계화를 시도하면서 농무부산하 AMS(Agricultural Marketing Service)가 별도의 정책사업으로 운영함.
- 품목의 판촉, 조사, 정보에 관한 법률을 통해 자조금의 법적 기반을 마련함.
  - 미국의 자조금 제도는 자발적으로 시행되었으나, 생산자의 무임승차 문제를 방지하기 위해 강제적인 자조금 징수(Mandatory Check-Off System)가 이루어지고 있음.
  - 미국의 자조금은 Check-Off Program으로 정의하며, 품목의 시장 유지 및 확대를 목표로 운영함.
  - 연방정부 위주의 자조금 사업이 실시되고 있으며, 일부는 주(州) 정부의 법률에 따라 자조금을 설치함. 즉, 연방정부(농무부)의 감독을 받는 자조금과 주 정부의 감독을 받는 자조금으로 구분됨.

## 2.2. 운영 주체

- (주요 운영현황) 미 농무부에서 전국 단위 24개, 유통명령위원회 26개, 주 단위 18개 품목 위원회를 지원함.
- 품목별 위원회 사무국 업무위탁(관리업무 외부위탁) 등을 통해 공정하고 객관적으로 사업을 추진하며, 비용을 절감함.

- 일정 기간 이후 제도의 종료 여부를 투표로 결정하여, 회원단체의 의사 확인을 통해 자조금 사업의 참여율과 민주성을 제고하고 있음.
- 사전적인 소비촉진, 연구개발, 유통명령 등으로 소비 확대, 공급관리, 해당 품목산업을 육성함.

### 2.3. 자조금 거출방식 및 용도

○ 자조금은 대부분 물량을 기준으로 거출하고 있으며, 거출 대상은 품목에 따라 차이가 있지만, 대부분 생산자와 수입업자임.

- 시장가격을 기준으로 거출함(대체로 품목별 시장가치의 1% 수준).
- 연방정부에서 운영하는 품목의 전체 거출 규모는 약 1조 원이며, 유제품이 전체 자조금 거출 규모의 절반을 차지함.
- 대부분의 품목에서 수입상품<sup>71)</sup>에 대해서도 자조금을 거출함.
- 생산자 외에도 일정 규모 이상의 유통업체와 수입업체까지도 가입대상에 포함되므로 효과적인 사업 수행이 가능함.
- 밀을 제외한 모든 자조금이 의무자조금이며, 농가들이 의무적으로 납부해야 함을 자조금 법에 명시하고 있음.
- 자조금 사업 재원의 대부분은 생산자 거출금으로 충당하고 있음.

○ 미국 자조금 사업은 소비촉진, 교육, 조사연구에 집중되어 있음.

- 소비자 광고, 영양교육, 시장조사, 상품 표준화 등 마케팅을 위한 조사개발 등이 주 사업 내용이며, 수급조절 관련 사업은 시행하지 않음.
- (유통명령) 가격폭락 문제 등을 해결하기 위해 경작자, 농협 등의 생산/유통 규제, 품목 위원회가 관리함.
- (포장 및 용기규제) 표시, 라벨링, 크기, 용량, 무게, 치수, 포장 등

<sup>71)</sup> Commodity Promotion, Research, And Information Act of 1996. Required Terms In Orders, 7 USC 612c Appropriation to encourage exportation and domestic consumption of agricultural products

- (소비촉진 및 광고) 농산물에 대한 일반 판촉사업을 추진함.
  - (수량 규제) 유통경로에 공급되는 농산물의 양을 통제함.
  - (연구 및 개발) 마케팅 연구 및 개발프로젝트를 수행함.
- 미국 자조금은 시장 소비수요 확대를 목적으로 결성되었고, 자조금 법에도 소비홍보 및 교육, 연구개발에 한하여 자조금을 지출하도록 규정하고 있음.
- 미국의 경우 과잉생산에 따른 가격 하락보다는 지속적인 농가의 감소 또는 자연재해로 인한 생산부족이 선결과제이므로 소비촉진을 통해 시장 규모 자체를 확대하는 것이 자조금 제도 운영의 주 목적임.
  - 미국의 자조금 사업은 광고, 홍보 등 프로모션에 집중되어 있었으나, 최근에는 조사연구 또는 수출을 촉진하는 방향으로 전환하고 있음.
  - 미국은 유통명령의 일환으로 물량규제나 품질규제를 제외한 연구개발, 소비촉진 등의 활동을 수행하고 있음.
  - 미국 자조금 조직들은 수급조절이 고유영역이 아닌 것으로 인식하고 있음.
  - 사업 재원에 대해 연방정부가 지원하는 사례는 없으며, 대부분 생산자단체가 부담하고 있음.
  - 미국의 모든 연방자조금 사업은 5년마다(낙농 및 유제품은 매년) 독립적인 사업평가를 수행하고, 공개할 것을 규정하고 있음<sup>72)</sup>.
  - 미국의 경우 대부분의 연방 자조금 단체들은 일별 방영 광고 데이터까지 관리하고 있어 정확한 광고효과 측정이 가능함(소비자 광고에 대한 정확한 효과 측정을 위해 월별 또는 최소한 분기별 광고 데이터 필요).

<sup>72)</sup> Federal Agriculture Improvement And Reform Act Of 1996, 7 U.S. Code § 7401, GAO. "Agriculture Promotion Programs". United States Government Accountability Office

### 3. 호주

- 2019년 기준 호주의 농업 GDP는 243억 달러이며, 전체 GDP(21.4조 달러)에서 약 1.7%를 차지함. 2018년 대비 12.3%, 연평균 3.6%의 하락세를 보임<sup>73)</sup>.
  - 2019년 농업 인구는 2만 8,700명으로 전체 고용인구의 2.3%를 차지함.
  - 2020년 농업 면적은 3억 7,700만ha로 전년도 대비 2% 감소함.
  - 주요 농산물 품목은 밀, 보리 등이며, 작물 이외에 양, 소, 젓소 또한 대표 생산 품목임.
  - 2020년 기준 호주 농축산물 수입액은 약 300억 달러로 전체 수입액 중 12%를 차지하며, 수출액은 약 155억 달러로 전체 수출액 중 7%를 차지함<sup>74)</sup>.

#### 3.1. 추진 배경 및 운영 주체

- 1914년 전쟁 준비법 이후 품목위원회 설치하고, 품목위원회에 법에 의한 권한과 책임을 부여함.
  - 세계 제1차 대전(1914~1918) 기간 내 구매와 수출을 독점하기 위해 품목별 위원회를 설치함.
  - 세계 대공황 이후 해당 품목 생산자를 중심으로 가격폭락 문제 등을 해결하기 위해 도입함.
  - 연방정부는 연방법에 따라 의무자조금 거출과 연구개발, 소비촉진, 생산 및 유통 규제 등을 지원함.
  - 각 주 단위로도 주법에 따라 자조금을 거출하고, 농산물 생산 및 유통 규제 역할을 수행함.
  - levy(국내 소비용 상품에 부과되는 세금)와 charge(수출입 상품에 부과되는 세금)는 각 호의 법령과 권한에 따라 부과 및 징수함.

73) World Bank, FAO STAT, Kati, 2019년 기준.

74) UN Comtrade Database. 2020년 기준.

〈표 4-3〉 호주 자조금 관련 법

구분	Act & Regulations
levy	Primary Industries (Customs) Charges Act 1999 Primary Industries (Customs) Charges Regulations 200
charge	Primary Industries (Excise) Levies Act 1999 Primary Industries (Excise) Levies Regulations 1999
common	National Residue Survey (Customs) Levy Act 1998 National Residue Survey (Excise) Levy Act 1998 Primary Industries Levies and Charges Collection Act 1991 Primary Industries Levies and Charges Collection Regulations 1991 Primary Industries Levies and Charges (National Residue Survey Levies) Regulations 1998

자료: Department of Agriculture Water and Environment.

○ 농수산부가 국세청을 통해 의무자조금 거출·지급, 품목위원회에 생산·유통 규제 권한을 부여함.

- (원예협회) 32개 의무자조금과 5개 임의자조금 등 37개 품목단체로 구성, 원예농산물 경작자 대표, 미래전략 개발, 연구개발, 마케팅, 안전, 환경 등과 관련된 사업 추진
- (호주 쌀 위원회) 생산 및 유통 통합 관리
- (단일 유통조직) 쌀 위원회가 국내외 단일 유통조직 SunRice(협동조합) 지정 및 관리감독, 각종 경제사업 추진
- (호주 축산공사) 모든 사업에 대해 호주 축산공사가 직접 운영함. 연구 및 마케팅 활동에 투자하여, 축산업 발전을 도모함. 100여개 국가에 수출하고 있으며, 생산량의 60% 이상을 수출함.

〈표 4-4〉 호주 자조금 관련 주체별 역할

구분	주요 역할	예시
정부	품목조직에 제도적 권한과 책임부여	농수산부
원예농산물 자조금단체	전체 경작자 대변 농정활동, 자율규제	호주원예협회
수출면허 관리조직	수출과당경쟁예방	지정 수출관리조직
품목별 자조금단체	품목 경작자 대변, 자율규제결정	호주쌀재배자협회
품목 단위 자조금관리위원회	자율규제, 유통조직 관리감독 등	호주 New South Wales 쌀 의무자조금관리위원회
품목별 유통조직	브랜드 통합마케팅	SunRice (국내외 단일 유통조직)
전속출하 참여조직	수확시기 결정 등 농가관리, 상품화	농협 등 품목별 산지유통조직

자료: 자조금통합지원센터 내부자료.

### 3.2. 자조금 거출방식 및 용도

- 호주의 자조금은 세금과 동일하게 취급하고 있음. 자조금은 levy와 charge로 구분됨.
  - 자조금 거출은 호주 정부<sup>75)</sup>가 직접 수행하며, 거출된 자조금은 수취기관에 전달되어 사업을 수행함.
  - 77개 품목, 113 종류의 자조금을 운영함(대부분의 농·축산물).
  - 감자, 고구마, 양파, 생강을 제외한 대부분의 채소류는 통합 운영되며, 과일 및 과채류, 축산물은 별도의 거출 기준을 적용함.
  - 거출 기준<sup>76)</sup>은 품목별로 상이하나 전반적으로 과일은 중량 기준, 채소류는 판매액 기준, 축산물은 사육두수를 기준으로 함(신선 사과: 1.895센트/kg, 채소류: 판매액의 0.51%, 소: 5달러/1두, 양: 판매액의 2%).
  - (축산) 축산물의 대부분이 내수보다는 수출목적으로 생산되므로, 자조금 또한 축산물의 위생 및 품질경쟁력 제고에 활용됨.
  
- 각 원예사업과 협의하여 요구사항 및 사업 우선 순위에 따라 R&D와 마케팅 사업에 투자함. 모든 투자에는 업계별 투자 자문 패널(SIAP)의 컨설팅이 수반됨.
  - 호주 자조금의 주요 조성 목적은 연구개발 및 마케팅임. 또한 자조금 거출 시 사용 용도를 미리 설정함.
  - 호주 자조금은 생산조정 개념에서 벗어나 연구개발과 마케팅에 초점을 두고 있음.
  - 정부 보조금은 연구개발 부문에만 사용<sup>77)</sup>되며, 마케팅 사업은 지원하지 않음.
  - 5개 항목에 대해 각각의 거출률이 정해져 있으며, 해당 용도에 따라 집행함.
  - ① Emergency Plant Pest Response, ② Marketing, ③ National Residue Testing, ④ Plant Health Australia, ⑤ R&D
  - 대부분의 자조금이 R&D에 사용되며, 첨단기술 분야 연구에 우선순위를 둠.

75) 호주 농수산부 산하 LRS(Levis Revenue Service)

76) Primary Industries (Customs) Charges Regulations 2000

77) Primary Industries and Energy Research and Development Act(PIERD) 법에 근거하여, 품목의 연간 총생산액 (GVP)의 0.5% 미만을 지원

- 생산성 향상, 시장접근 확대, 품질관리 및 개선을 통해 생산자에게 직접적인 혜택을 제공하고 있으며, 화학비료 및 농약사용 감소, 안전성, 자원이용 효율화 등 사회적·환경적 혜택도 제공하고 있음.
  - (축산) MLA는 주로 자조금으로 운영되며, 마케팅, 연구, 개발 활동을 지원하기 위해 사용함. 쇠고기 산업에서는 연구개발을 가장 중시하고 있으며, 연구개발 기업모델(RDC)<sup>78)</sup>을 개발하여 추진함.
  - (축산) 연구개발은 주로 생산성과 수익성 관련 연구·개발에 투자하며, 2020년 6월 기준 5억 2,340달러, 582건의 연구계약을 체결함.
- \* 양 자조금 집행 비중: Marketing 44%, R&D 39%, Animal Health Australia 9%, National Residue Survey 9%

## 4. 일본

- 2018년 기준 일본의 농업 GDP는 491억 달러이며, 전체 GDP(4.9조 달러)에서 약 1.0%를 차지함<sup>79)</sup>. 농업 부문 GDP 성장률은 전년 대비 2.1%, 최근 5년간 연평균 6.0%의 높은 성장세를 보임<sup>80)</sup>.
- 2019년 농지 면적은 439만 7,000ha로 전체 면적의 약 12%에 해당되며, 지속적으로 줄어드는 추세임.
- 전체 농지 면적은 전년 대비 0.5%, 연평균 0.6% 감소세로, 주요 작물별 농지 면적도 일부 품목을 제외하고는 모두 감소 추세임.
- 2020년 기준 일본 농축산물 수입액은 약 577억 달러로 전체 수입액 중 9%를 차지하며, 수출액은 약 60억 달러로 전체 수출액 중 1%를 차지함<sup>81)</sup>.

78) 호주 정부와 축산공사가 공공자금으로 연구개발 등을 수행하는 기관을 설립하여 사업을 추진하는 형태

79) World Bank, FAO STAT, Kati, 2018년 기준.

80) 일본 내각부 제공 통계.

81) UN Comtrade Database. 2020년 기준.

- 일본은 수급 조절 및 소비 촉진 등의 영역은 공공부문에서 해결해야 할 사항으로 간주하여 자조금 제도 도입을 고려하지 않음.
  - 일본은 순수한 의미의 자조금 제도는 시행하지 않음. 주로 기금에 의한 수급 조절 대책이 주를 이룸.
  - 생산자 거출금, 정부자금, 지자체 자금을 통합하여 수급 조절 사업을 시행함. 지자체별로 상이하나 수급 조절을 위한 자금 중 약 20%를 생산자가 직접 부담함.
  - 학교급식과 식교육 관련 부분 등 소비 촉진 사업에 대해 정부가 지원함. 소비 확대 사업에는 생산자가 직접 부담하지 않으나, 생산자단체인 농협이 일부 자금을 부담함.
  - 일본의 수급 조절 및 소비 확대 정책은 지자체의 재원이 투입되며, 지역별로 독자적으로 사업을 시행함.

#### 4.1. 일본 농축산업진흥기구(ALIC)

- 농축산업진흥기구는 일본 정부가 수립한 농업 및 축산업과 관련된 정책을 효과적이고 효율적으로 수행하기 위해 법적으로 설립된 통합 행정 기관임.
  - 독립행정법인 농축산업진흥기구는 주요 축산물 가격안정, 주요 채소 생산 및 출하안정, 설탕 및 전분의 가격 조정에 필요한 업무를 실시함.
  - 농산물, 축산물, 특산(설탕, 전분) 등의 영역을 담당하며, 이는 일본 농업 총생산의 64%에 해당하는 범위임(축산 35.5%, 농산 25.6% 등).
  - 또한 농·축산업의 진흥에 기여하기 위한 사업에 대해 그 경비를 보조하는 업무를 실시함.

〈표 4-5〉 일본 농축산업진흥기구 주요 역할

구분	내용
경영안정대책	고품질·안전한 농·축산물을 지속적으로 공급할 수 있도록 생산자를 지원
	송아지 및 우수 생산자 지불금, 육우 및 돼지 사육사업 안정화, 채소계약재배 등
수급 및 물가안정 대책	농·축산물의 급격한 공급 및 가격 변동 방지
	유제품 수입 및 판매, 채소 수급협의회, 긴급수급안정대책, 수입 설탕 구매 및 판매 등
비상조치	자연재해, 동물 질병 발생, 그 외 긴급한 상황에 대한 신속한 조치
정보 수집 및 보급	농·축산물의 수급동향을 파악하고 생산자의 안정적인 경영에 기여하는 정보 수집 및 보급
	(수급예측 및 동향, 국내 모범사례, 통계자료 등) 월간 간행물, 웹사이트 운영, 세미나

자료: alic(<https://www.alic.go.jp>)



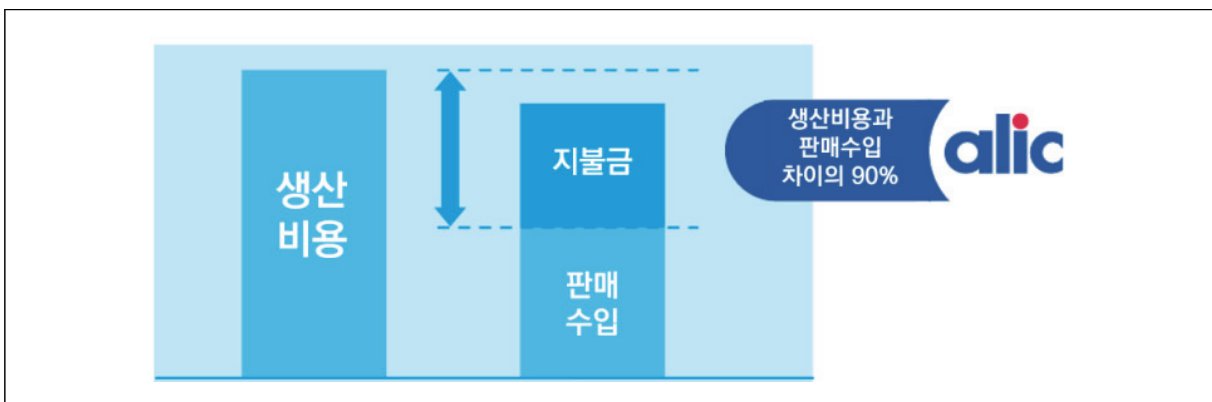
〈그림 4-1〉 일본 농축산업진흥기구 업무



자료: 저자 작성.

- 채소 가격이 크게 상승한 경우, 생산자단체가 실시하는 조기출하나 규격 외품 출하에 대해 교부금을 지급함.
- 돼지고기 및 쇠고기의 가격이 일정한 가격(안정 상위가격)을 상회할 경우, 기구에서 보관하고 있던 돼지고기 및 쇠고기를 방출함.
  - (축산물의 예시) 지정 협회에 적립한 생산자 적립금  
(부담 비율 = 기구(국가)1/2, 도도부현1/4, 생산자1/4)
- 사료비 상승 또는 도체 판매가 하락으로 육우의 판매수입이 사료 및 기타 생산원가 이하로 감소하는 경우, 사육업자에게 지불금을 지급하여 농가 경영 안정화를 도모함.

〈그림 4-2〉 alic의 육우 사육사업 안정화 방안



자료: alic(<https://www.alic.go.jp>)

○ 관련 법적 근거(독립행정법인 농축산업진흥기구법)

- (제5조 자본금) 기구의 자본금은 정부로부터 출자된 금액의 합계액으로 한다. 정부는 필요가 있다고 인정될 때, 예산에서 정하는 금액의 범위 내에서 기구에 출자할 수 있다.
- (제11조 국고납부금) 기구는 교부금의 교부에 필요한 재원을 충당하는 것으로서 농림축산 대신(農林水産大臣)이 정해 통지하는 금액을 국고에 납부하여야 한다.
- (제14조 장기차입금) 기구는 농림축산대신 허가를 받아 장기차입금을 조절할 수 있다.
- (제15조 채무보증) 정부는 ...(중략)... 법인에 대하여 보증할 수 있다.

○ 농축산업진흥기구의 수급 예산적립 및 지출 관련 사업구조(하기 표 참조)

- 2021년도 예산, 수지 및 지출계획
- 2021년도 축산, 채소, 특산 예산 계획

〈표 4-6〉 2021년도 예산, 수입 및 지출계획

단위: 백만 엔

구분	축산		체소	특산	설탕		정보 수집 제공	법인 공동	합계
	육류, 식육	낙농			전분	전분			
수입									
운영비 교부금	415	59	371	619	480	139	333	902	2,699
국고보조금	-	-	7,274	-	-	-	-	-	7,274
기타정부교부금	40,318	26,499	-	10,318	10,318	-	229	194	77,558
업무수입	-	18,787	-	53,310	42,833	10,477	-	542	72,639
거출금	5,589	-	-	-	-	-	-	-	5,589
부담금	-	-	3,472	-	-	-	-	-	3,472
납부금	-	-	2,466	-	-	-	-	-	2,466
자금에 의한 수입	203,163	20,115	4,259	-	-	-	-	47	227,585
차입금	-	-	-	48,533	48,533	-	-	-	48,533
제수입	859	-	78	-	-	-	87	257	1,281
계	250,344	65,460	17,921	112,779	102,164	10,616	648	1,942	449,094
지출									
업무경비	255,531	73,848	17,669	72,866	61,228	11,638	437	-	420,352
차입금상환	-	-	-	40,000	40,000	-	-	-	40,000
인건비	477	239	295	492	394	98	238	984	2,725
일반관리비	-	-	-	-	-	-	-	1,012	1,012
기타지출	-	-	-	155	155	-	-	-	155
계	256,008	74,087	17,964	113,513	101,777	11,736	676	1,996	464,244

주: 계정 간의 내부거래 제외, 백만 엔 미만은 반올림하여 합계와 일치하지 않을 수 있음.

자료: alic(<https://www.alic.go.jp>)

〈표 4-7〉 2021년도 축산 예산 계획

단위: 백만 엔

구분	축산	육류·식육	육용 송아지	낙농 유업	보급금 등	정보 수집 제공	법인 공통	합계
운영비 교부금	474	376	39	59	-	91	164	729
기타정부교부금	66,817	40,318	-	9	26,490	229	194	67,240
업무수입	18,787	-	-	-	18,787	-	542	19,329
거출금	5,589	5,589	-	-	-	-	-	5,589
자금에 의한 수입	223,278	203,163	-	20,115	-	-	47	223,325
조정 자금	65,577	65,577	-	-	-	-	-	65,577
축산업 진흥자금	157,701	137,586	-	20,115	-	-	47	157,748
제수입	859	859	-	-	-	62	138	1,059
계	315,804	250,305	39	20,183	45,277	382	1,085	317,271
지출								
업무경비	329,379	189,304	66,227	20,124	53,724	290	-	329,669
육우 비육 및 육돈 경영안정 교부금 등	120,119	120,119	-	-	-	-	-	120,119
축산업 진흥자금	89,309	69,185	-	20,124	-	-	-	89,309
육용 송아지 보급금	66,227	-	66,227	-	-	-	-	66,227
가공원료유 보급금 등	37,531	-	-	-	37,531	-	-	37,351
수입유제품 매매	16,193	-	-	-	16,193	-	-	16,193
정보수집제공	-	-	-	-	-	290	-	290
인건비	716	435	42	68	171	105	423	1,244
일반관리비	-	-	-	-	-	-	680	680
계	330,095	189,739	66,269	20,192	53,895	395	1,103	331,593

주: 계정 간의 내부거래 제외, 백만 엔 미만은 반올림하여 합계와 일치하지 않을 수 있음.

자료: alic(<https://www.alic.go.jp>)

〈표 4-8〉 2021년도 채소 및 특산 예산 계획

단위: 백만 엔

구분	채소	정보 수집 제공	법인 공통	합계
수입				
운영비 교부금	371	79	143	594
국고보조금	7,274	-	-	7,274
부담금	3,472	-	-	3,472
납부금	2,466	-	-	2,466
자금에 의한 수입(채소생산출하안정자금)	4,259	-	-	4,259
제수입	78	25	115	219
계	17,921	104	259	18,284
지출				
업무경비	17,669	64	-	17,733
채소 생산·출하 안정	14,171	-	-	14,171
채소농업진흥	3,498	-	-	3,498
정보수집제공	-	64	-	64
인건비	295	49	160	504
일반관리비	-	-	113	113
계	17,964	274	274	18,351

구분	특산			정보 수집 제공	법인 공통	합계
	설탕	전분				
수입						
운영비 교부금	619	480	139	163	595	1,377
기타정부교부금	10,318	10,318	-	-	-	10,318
업무수입	53,310	42,833	10,477	-	-	53,310
차입금	48,533	48,533	-	-	-	48,533
제수입	-	-	-	-	4	4
계	112,779	102,164	10,616	163	599	113,542
지출						
업무경비	72,866	61,228	11,638	83	-	72,949
가격조정	52,515	46,244	6,271	-	-	52,515
국고납부금	20,352	14,984	5,368	-	-	20,352
정보수집제공	-	-	-	83	-	83
차입금상환	40,000	40,000	-	-	-	40,000
인건비	492	394	98	84	401	977
일반관리비	-	-	-	-	219	219
기타지출	155	155	-	-	-	155
계	113,514	101,777	11,737	167	620	114,300

주: 계정 간의 내부거래 제외, 백만엔 미만은 반올림하여 합계와 일치하지 않을 수 있음.

자료: alic(<https://www.alic.go.jp>)

○ 농축산업진흥기구는 11부 22과 체계로, 임원 10명, 직원 250명으로 구성됨.

〈표 4-9〉 일본 농축산업진흥기구 조직도



주: 2021년 4월 기준임.

자료: alic(<https://www.alic.go.jp>)

## 5. 시사점

- 해외 주요 국가는 농업인-산업체-정부의 역할 분담과 협력 체계 구축에 집중하고 있으며, 개별 경영체는 생산자 조직화, 정부는 법과 제도에 의한 권한을 부여하는 방식으로 역할을 분담하고 있음.
  - 뉴질랜드, 호주의 자조금 위원회는 운영·관리 역할만을 수행하며, 마케팅 등의 사업은 유통조직(Zespri, Sunrice)에서 수행하도록 기능을 분화함.
  - Zespri와 Sunrice는 수출과 내수에 권한을 가지고 다양한 사업을 시행하며 성장하고 있음. 또한 자조금으로 사회적·공익적 사업도 수행하고 있음.
  - 국내 자조금은 자조금관리위원회에서 직접 사업을 수행하며, 제한적으로(소비홍보 위주) 사업을 시행하고 있음. 따라서, 자조금 업무 영역을 기능별로 분리하여, 공공성·대표성을 확보하는 방안이 필요함.
  
- 뉴질랜드의 키위 통합마케팅조직인 제스프리는 독점적 수출 권한을 가지고 단일수출창구 역할을 수행하고 있음. 제스프리는 생산자 소유의 회사로 생산자의 영향력이 강함.
  - 뉴질랜드는 국가 총 수출액 중 농축산물의 비중이 64%에 달할 만큼 농업 수출지향 국가임. 대표품목인 키위, 쇠고기, 양고기는 매우 높은 국제경쟁력을 보유하고 있는 것으로 평가받고 있음.
  - 특히 키위산업에서 제스프리는 배타적 수출 권한 책임을 부여받아 전략적으로 수출 및 마케팅 사업을 수행하고 있으며, 연간 실적도 지속적으로 증가하고 있음.
  - 반면, 키위 이외의 품목은 마케팅 보드가 없으며, 정보제공, 발전방안 및 정책제언, 품목 단위 의사결정과 같은 수준의 역할만 수행하고 있음.
  - 국내 자조금의 경우, 파프리카와 같이 수출 중심의 자조금 조직은 제스프리 사례를 벤치마킹할 필요가 있음.
  
- 미국 자조금의 가장 큰 특징은 소비 촉진에 집중되어 있다는 것임. 미국은 수요 확대를 목적으로 자조금 제도를 도입하였으며, 사업 재원은 대부분 생산자단체가 직접 부담함.
  - 시장 규모를 확대하는 것이 주목적이지만, 최근 조사·연구 또는 수출을 촉진하는 방향으로 전환하고 있음.

- 호주 자조금 또한 조사·연구에 큰 비중을 둬. 조사·연구를 투자 개념으로 인식하고 있으며, 정부 지원금은 조사·연구에만 사용할 수 있도록 함.
  - 미국과 호주는 시장 개방, 먹거리 안전성, 기상 변화, 데이터 수집, 첨단 기술 등의 이슈에 대비하여 품목의 경쟁력 강화를 위해 조사·연구의 비중을 확대하는 추세임.
  - 조사·연구 사업으로 생산성 향상, 시장접근 및 품질관리 개선을 통한 직접적인 혜택(생산자 및 관련업자)뿐만 아니라, 식품 안전성, 비료 및 농약 감소, 자원 효율화, 환경보호 등 사회적·공익적 혜택도 제공하고 있음.
  - 한편 국내 자조금 조직의 2020년 집행 내역을 살펴보면, 일부 품목을 제외하고 조사·연구의 비중이 5% 미만임. 운용평가, 성과분석 등의 사업도 5% 미만에 포함되어 있어 실질적인 조사·연구 사업은 미미한 수준임.
  - 국내 자조금 조직도 품질관리, 안전성 강화, 자조금 운용 등의 측면에서 경쟁력을 향상하기 위해 활발한 조사·연구 사업이 필요함.
  - 축산 선진국은 자조금을 활용하여 새로운 수요층을 개발하고, 유인하기 위한 마케팅 전략에 중점을 두고 있음. 미국과 호주는 시장다각화(국내외 시장개발) 등 국내외 마케팅 사업에 많은 비용을 지출하고 있음(미국 45%<sup>82)</sup>, 호주 26%<sup>83)</sup>).
  - 따라서 국내 축산자조금도 지속가능한 발전을 위해 기존의 단순한 소비홍보 사업에서 벗어나, 국내외 시장 개발 형태의 사업 다각화를 모색하여야 함.
- 일본은 자조금 제도를 시행하고 있지 않으나, 기금을 활용하여 수급 조절 대책을 수행하고 있음. 중앙 정부와 지자체 자금, 생산자 거출금을 통합하여 수급조절 사업을 수행하며, 일정 부분을 생산자가 직접 부담함.
- 일본 중앙정부는 채소 생산 및 출하와 관련된 주산지 지정과 운영 및 관리에 대한 사항은 큰 틀의 가이드 라인(「채소생산 출하안정법」)만 마련하고, 세부적인 사항은 주산지 지자체(도도부현), 시·정·촌 단위 지자체, 생산자(단체)에 권한을 이양하고 책임을 부과함.
  - 과잉생산 시 교부금을 통하여 생산자에게 안정적인 소득을 보장하는 대신 의무(계약 물량 생산)와 책임(벌금 부과 등)을 부과함.

82) Cattlemen's Beef Promotion Board Annual Report 2020.

83) Meat&Livestock Australia Annual Report 2020.



- 일본 농축산업진흥기구는 법에 따라 정부의 보증을 받으며, 일본 농업의 총 64%에 해당하는 품목의 수급안정 사업을 담당하고 있음.
  - 독립행정법인으로써 주요 품목의 공급 안정화, 가격 보전, 경영 안정화, 수매·비축, 정보 제공 등의 사업을 통해 생산자를 지원하고 있음.
- 일본의 사례를 국내 자조금에 단기적으로 적용하는 것은 어려움. 하지만 중기적으로 뉴질랜드, 호주와 같이 내수 및 수출 분야에서 품목별 대표조직을 설립하여, 경쟁력 향상을 도모하고 장기적으로 품목별 자조금 조직이 지자체, 농협 등과 수급 사업을 공동으로 운영하는 것에 시사점을 얻을 수 있음.
- 현재 국내에서도 관측정보는 제공되고 있으나, 해당 정보를 바탕으로 수급을 조절할 수 있는 농협 등의 생산자단체의 역량은 부족함.
  - 자조금 조직의 수급 역량이 향상된다면, 현재 채소류를 취급하는 지역농협이 실시하는 계약 재배 사업, 생산안정제도를 지자체, 농협과 협력하여, 주산지 지자체와 권역별 자조금 수급 조직을 바탕으로 전국적으로 확대 시행할 필요가 있음.



# 5

## 자조금 제도개선 및 발전방안

### 1. 기본방향

- 국내 농축산업을 둘러싼 대내외적 환경변화에 대응하기 위해 장기적으로 국내 생산자의 자생력을 강화할 수 있는 체계를 마련하는 것이 중요함. 따라서 자조금의 역할을 강화하여 정부의 시장개입을 줄이고 생산자가 참여 및 주도하는 산업 육성이 필요함.
  - 이미, WTO에서는 생산자 직접 지원정책이 제한되고 있으며, 우리나라가 농업 분야에서 개도국 지위가 아닌 선진국으로 인정받을 때 정부 보조의 급격한 축소가 예상되므로, 생산자 스스로 농축산물의 지속 가능한 생산 및 유통, 소비 구조를 확립하기 위해 자조금 정책을 활용할 필요가 있음.
  
- 이에 자조금 정책의 기본방향을 자조금 조직 단계별 육성을 통한 생산자 참여형 농축산 정책 구조 확립으로 설정하고, 주요 과제를 1) 자조금 운영형태에 따른 구분 및 발전방안, 2) 성과관리 체계 정비, 3) 제도개선으로 설정함.

〈그림 5-1〉 자조금 제도개선 및 발전방안



자료: 저자 작성.

## 2. 자조금 운영형태에 따른 구분 및 발전방안

### 2.1. 운영형태

#### 2.1.1. 자조금 조직 현황에 따른 단계 구분

- 자조금 조직의 대내외적 여건을 종합적으로 고려하여 성장단계를 구분하고, 단계별로 육성 및 운영 방향을 설정할 필요가 있음.
  - 국내 자조금 제도는 품목별로 제도 도입 시기, 예산 규모, 자조금 조직의 역량 등 품목의 대내외 여건이 상이함. 따라서 일괄적인 정책 적용과 중장기 육성방향 설정에 어려움이 있음.
  - 자조금 사업은 대부분 소비 촉진 및 홍보 사업 위주로 추진되고 있음. 사업역량이 부족한 의무 및 임의자조금 조직이 수급 안정 사업 등 다양한 역할을 수행하는 데 인력, 전문성 등에 한계가 있으며, 평가를 위한 사업으로 전략할 수 있음.
  - 따라서 성장단계에 따른 가능한 사업영역과 역할에 대한 접근이 필요함.
- 농가거출금과 납부율을 기준으로 하여 4개 단계로 구분함. 의무자조금은 1~3단계로 구분되며, 임의자조금은 0단계로 설정함.
  - 자조금 설치 시기<sup>84)</sup>, 조직 규모 및 역량, 예산 규모, 거출률<sup>85)</sup>, 납부율, 생산액 대비 조성액<sup>86)</sup>, 거출 규모 등을 종합적으로 검토한 결과, 농가거출금과 납부율을 동시에 비교하는 것이 바람직함.
  - 농가거출금은 2020년도 기준이며, 납부율은 자조금 납부자/품목 총 농가의 비율을 의미함<sup>87)</sup>.
  - 거출률에는 전년도 미납부분, 전년도 이월금, 이자미납금 등이 포함되는 점, 생산액 대비 조성액은 전체 품목이 1% 미만이므로 대동소이함을 고려할 때, 납부율과 농가거출금을 비교하는 것이 적절하다고 판단됨.
- 전체 21개 의무자조금을 선정한 기준에 따라 분류한 결과, 3단계 2개, 2단계 13개, 1단계 6개로 구분됨(임의자조금은 0단계).

84) 농산자조금은 의무자조금 도입 초기로 유의미한 구분이 불가함.

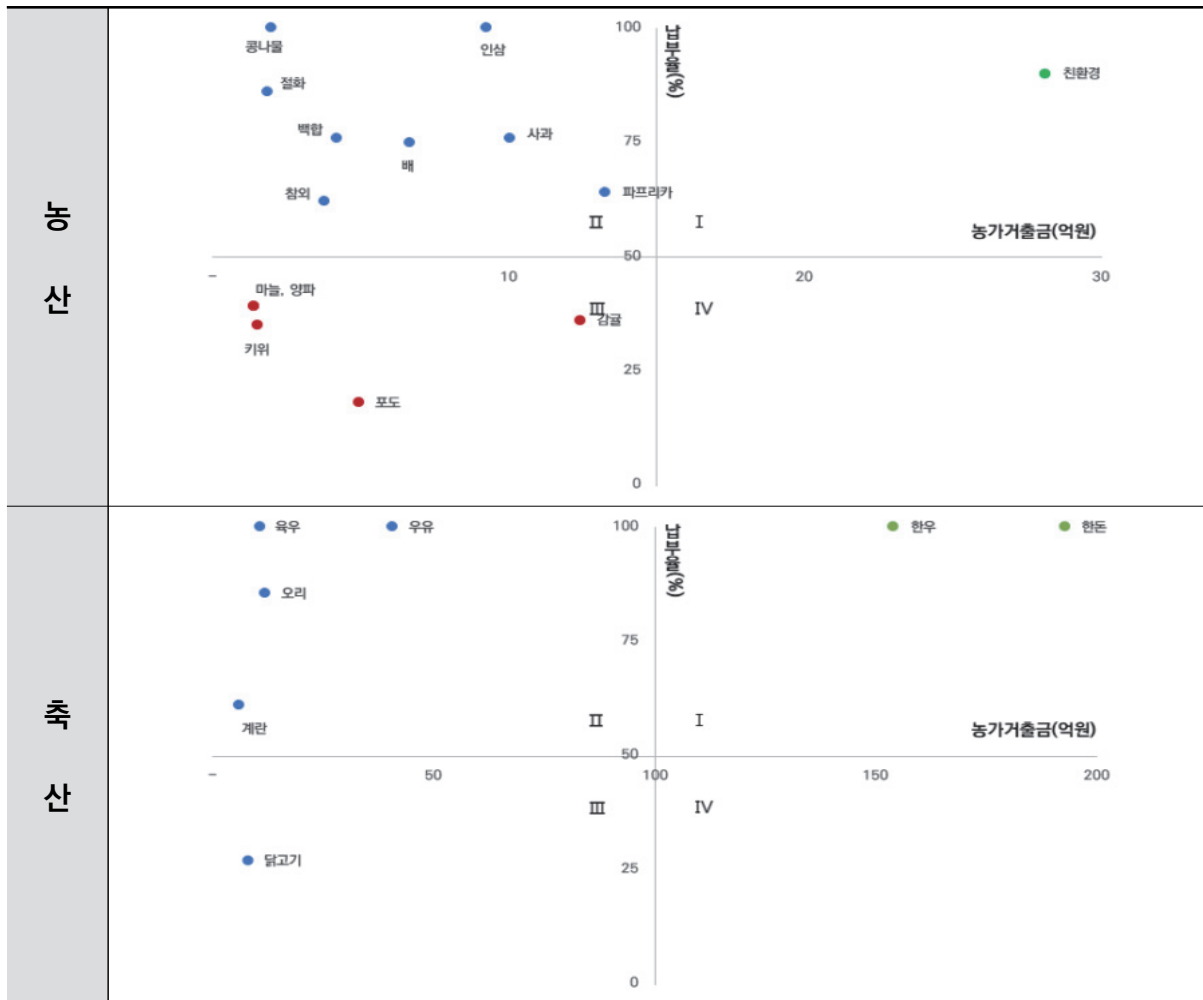
85) 자조금 조직이 납부 대상을 정확히 파악하지 못하고 있으므로 거출률 자료를 신뢰하기 어려움.

86) 모든 품목이 1% 미만이며, 큰 차이를 나타내지 않아 유의미한 구분이 불가함.

87) 2020년 11월 이후부터는 의무자조금 적용 대상이 품목 농업인 전체로 확대됨.

- 한돈과 한우 자조금은 3단계에 속하며, 콩나물, 인삼, 절화, 친환경, 백합, 배, 사과, 참외, 파프리카, 육우, 우유, 계란, 오리는 2단계에 속함.
- 친환경 자조금은 분류 기준에 따르면 3단계에 속함. 그러나 친환경 자조금은 다른 농산 품목과 비교해서 거출목(친환경 인증)에 특징이 있으며, 단일품목이 아니므로 기능적으로 볼 때 2단계에 속하는 것이 적절함.
- 키위, 감귤, 포도, 닭고기, 마늘, 양파는 1단계에 속함.

〈표 5-1〉 농가거출금과 납부율에 따른 품목 구분(농산, 축산 구분)



사분면	단계	품목
I	3단계	(2) 한돈, 한우
II	2단계	(13) 콩나물, 인삼, 절화, 친환경, 백합, 배, 사과, 참외, 파프리카, 육우, 우유, 계란, 오리
III	1단계	(6) 키위, 감귤, 포도, 닭고기, 마늘, 양파
-	0단계	임의자조금

주: 1) 마늘 납부율은 '21년 7월 기준 납부고지금액 대비 수납현황 비율임.  
 2) 양파의 경우 자료가 부재하여 마늘과 동일한 것으로 가정함.  
 3) 오리 납부율은 2020년 조성계획액 대비 조성금액을 의미함.  
 4) 친환경 자조금은 품목 특성과 기능적 측면을 고려할 때 2단계에 속하는 것이 적절함.  
 자료: 농림축산식품부 내부자료, 자조금조직 설문조사 결과 재구성.

### 2.1.2. 자조금 품목 특징에 따른 유형별 구분

- 자조금은 하나의 품목을 기준으로 운영되므로 품목의 여건 및 특성과 밀접한 관련이 있음. 이에 품목별 기본통계를 바탕으로 해당 품목의 농가 수 및 수출입 현황을 고려하여 주요 소비 시장에 따른 분류 및 생산자 조직화의 용이성 등을 분석함.
- 생산자 조직화 용이성을 검토하기 위해 품목별 재배(사육) 농가 수를 검토함. 생산자의 규모가 작으면 농가 조직화에 용이하지만, 생산자의 규모가 크면 생산자의 대표성 확보 및 사업 추진에 어려움이 있음.
  - 다만, 품목별 생산 규모를 고려하기 위해 생산액 1억 원 당 농가 수를 활용하여 비교함. 배추는 150농가이며, 이는 무배추 150농가가 1억 원을 생산하고 있는 것으로 볼 수 있음. 즉 생산액 대비 농가 수가 많음을 의미함.
  - 품목별 1억 원 당 농가 수의 중위값을 기준으로 규모의 크기를 구분함. 전체 품목의 중위값은 2.6임. 따라서 무배추(150), 친환경(46), 가지(15) 등 16개 품목은 생산자의 규모가 큰 것으로 나타났으며, 참외(1.2), 파프리카(0.3), 오리(0.1) 등 15개 품목은 생산자의 규모가 작은 것으로 나타남.

〈표 5-2〉 품목별 생산자 규모 비교

구분	품목
생산자 규모 대	키위, 배, 사과, 감귤, 포도, 딸은감, 복숭아, 단감, 마늘, 양파, 가지, 풋고추, 무배추, 고추, 친환경, 사슴
생산자 규모 소	참외, 파프리카, 오이, 인삼, 백합, 절화, 난, 한우, 한돈, 우유, 계란, 닭고기, 오리, 육우, 양봉

주: 콩나물 제외.

자료: 저자 작성.

- 품목별 주요 소비시장에 따른 분류를 위해 생산량 대비 수출량과 수입량 비중을 비교하였으며, 각 특성에 따라 ‘수출형’, ‘수입경쟁형’, ‘내수중심형’으로 명명하고 분류함.
  - 가격변동, 환율 등의 영향을 고려하여 물량 기준으로 분석하였으나, 통계 집계 방식으로 인해 물량비교가 어려운 품목들은 금액 기준으로 비교·분류하였음
  - 생산량 대비 수출량 비중이 높은 품목을 ‘수출형’으로 분류하였으며, 백합(61%), 인삼(50%), 파프리카(37%), 배(19%) 4개 품목이 해당됨. 이외의 품목들은 생산량 대비 수출량 비중이 10% 미만으로 나타남(평균 7%).
  - 한편, 품목별 생산량 대비 수입량 비중이 높으면서 수출은 없거나 미미한 품목을 ‘수입

경쟁형'으로 분류하였으며, 한·육우88), 키위(150%), 고추(101%), 포도(43%), 닭고기(27%)가 해당됨. 이외의 품목은 생산량 대비 수입량이 10% 미만으로 나타남.

- 화훼류는 생산량이 본(本) 단위로 집계되고 있어, 생산대비 수출·입 현황 비교를 위해 금액 기준으로 분석함.
- 수출 및 수입 물량이 미미하여 국내 생산량에 따라 수급이 이루어지는 품목을 '내수중심형'으로 분류하였으며, 수출형 및 수입경쟁형을 제외한 대부분의 품목이 이에 해당됨. 내수중심형 품목은 생산자 규모 대소 여부에 따라 아래 표와 같이 세분화하였으며, 생산액(1억 원 기준) 대비 농가 수가 많아 조직화 및 수급조절 추진이 곤란한 의무자조금 품목은 사과, 감귤, 마늘, 양파 등으로 나타남.

〈표 5-3〉 품목별 특징에 따른 유형 구분

구분		의무자조금 품목	임의자조금 품목
수출형		백합, 인삼, 파프리카, 배	-
내수 중심형	생산자 규모 大	사과, 감귤, 마늘, 양파, 친환경	뽕은감, 복숭아, 단감, 가지, 풋고추, 무배추, 사슴
	생산자 규모 小	참외, 한돈, 우유, 계란, 오리	오이, 양봉
수입경쟁형		한우, 육우, 키위, 포도, 닭고기, 철화	고추, 난

주: 콩나물 제외.

자료: 저자 작성.

## 2.2. 단계별 기능 및 역할과 발전방안

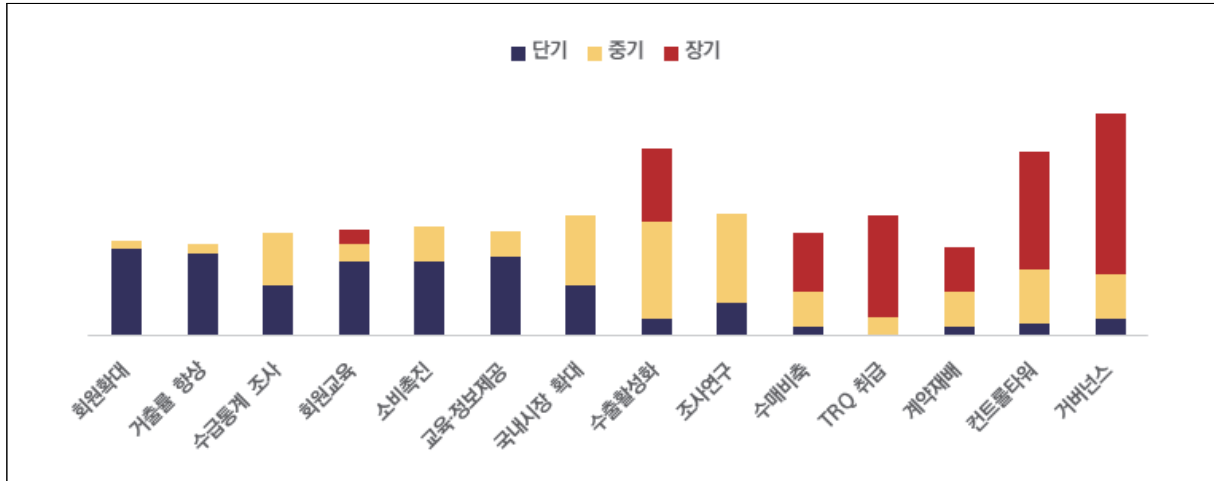
- 앞서 분류한 자조금 조직 현황에 따른 단계(0~4단계)를 바탕으로, 품목 유형을 고려한 단계별 기능과 역할을 제시하는 등 발전방안을 마련함.
- 우선, 자조금 사무국 담당자를 대상으로 한 설문조사를 통해 자조금 조직이 단기, 중기, 장기적으로 어떤 역할을 해야 하는지를 조사하였으며, 단기에는 기반 구축, 중기에는 사업 다각화, 장기에는 품목 최상위 조직 역할을 수행하는 것이 바람직하다고 응답하였음
  - 단기적으로 회원 확대, 거출률 향상, 회원 교육 등 사업 기반을 마련하고, 소비촉진과 교육·정보제공 사업을 수행
  - 중기적으로 수급통계 조사, 국내시장 확대, 수출 활성화, 조사연구 사업을 수행

88) 한·육우는 쇠고기(수입코드) 수입량과 비교하였으며, 이에 한우(223%), 육우(2,288%)로 나타남.



- 장기적으로 수매비축, TRQ 물량 취급, 계약재배 등의 사업을 수행하며 생산~유통의 컨트롤 타워, 거버넌스 역할로 품목 최상위 조직으로 발전

〈그림 5-2〉 (자조금 조직 조사결과) 자조금 조직의 단계별 역할



자료: 자조금조직 설문조사 결과.

- 설문조사 결과 및 자조금 현황 분석자료, 전문가 간담회를 통해 취합된 의견 등을 토대로 단계별 기능 및 역할을 제시함.

### 2.2.1. (0단계) 임의자조금 설치 및 의무자조금 전환을 위한 기반 마련

- 0단계는 자조금 설치 및 기반을 마련하는 단계로 임의자조금이 해당함. 이 단계에서는 회원 농가 모집 및 확대, 전문인력 채용, 회원과 직원 교육 등의 사업을 수행하여 자조금 사업 기반을 마련해야 함.

- 임의자조금 조직은 의무자조금 설치를 위한 전 단계로 볼 수 있음. 따라서 의무자조금으로 전환될 수 있도록 생산자들의 참여를 독려하고 설치 필요성에 대한 동의를 얻는 작업이 무엇보다도 중요함. 이를 위해 전문인력 채용 및 자조금 운영의 투명성 확보, 거출 기준 마련, 향후 추진 방향 설정 등 품목 대표조직으로 성장할 역량을 충분히 갖추기 위해 노력해야 함.

### 2.2.2. (1단계) 의무자조금 단체로써 본격적인 사업 수행·추진

- 1단계는 본격적인 사업을 수행하는 단계로 소비 촉진 및 홍보 사업, 교육 및 정보제공, 조사·연구 등의 사업을 수행함. 또한 거출 규모의 확대 및 원활한 자조금 운영을 위해 농수산업자의 자료를 수집하고 축적할 필요가 있음.
- 1단계 사업을 수행하며 문제점과 과제를 도출하고, 다음 연도 사업계획서에 반영하여 역량을 향상시켜야 함. 축적된 사업 경험을 바탕으로 품목 경쟁력 제고를 위해 중장기 발전방안을 수립하는 등 자조금 사업의 목표를 명확화하여야 하며, 이때 품목의 특징 및 유형이 반드시 고려되어야 함.
  - 1단계에서 수출형 품목은 수출국의 생산량, 가격, 수요량 등의 수급 동향과 해당 국가 소비자의 기호, 선호, 수요 등 소비자 정보를 수집하여야 함. 또한 수출국 검역요건에 맞는 품질관리 방안을 모색하여 수출을 위한 기반을 마련할 필요가 있음.
  - 내수중심형 품목은 수급통계, 경작통계 등 생산자(회원)의 자료를 관리하고 생산자 조직화를 통해 수급안정의 기반을 마련하여야 함.
  - 수입경쟁형 품목은 안전성 및 품질관리 체계 구축을 통한 시장 지배력 향상이 강조되어야 함. 이를 위해 1단계에서는 조사연구를 통해 국내산 농·축산물의 경쟁력 요인을 도출하고, 효과적인 소비홍보 방안을 모색하여 차별화 방안을 마련하여야 함.

### 2.2.3. (2단계) 사업 다각화를 통한 품목경쟁력 제고

- 2단계는 사업을 다각화하는 시기로 기수행한 사업의 내실을 다지고, 품목 경쟁력 제고를 위해 다양한 사업을 수행하는 단계임. 조사·연구 실증화(현장 적용), 수출활성화, 내수 및 수출 마케팅 단일화, 경쟁력 제고(품질 및 안전성 관리 등), 정책사업 추천, 수급안정사업, 수급 조절예비비 마련 등의 사업을 수행함.
  - 2단계부터는 수급조절사업을 수행하여 생산자의 권한과 책임을 강화할 필요가 있음. 수급 조절사업은 수요촉진 차원에서 홍보 사업뿐만 아니라, 공급조절 차원에서 공급량을 조절할 수 있는 사업을 포함함.
  - 다만, 2단계에서는 품목의 여건에 따라 기초단계의 수급조절 사업 개념으로 접근할 필요가 있음. 특히 자조금 조성 규모가 작으며 수급안정예산(농안기금, 농산물생산유통조절지원

등)을 활용할 수 없는 품목이 높은 단계의 수급조절 사업을 수행할 경우 효율성이 저하될 수 있음.

- 수출형 품목은 지속적인 해외정보 수집 활동과 품질관리를 통해 수출 활성화를 모색하여야 하며, 국내 조직간 출혈경쟁을 방지하기 위해 자조금 조직을 중심으로 수출창구를 단일화하여야 함. 즉 수출 통합조직을 설립하고 육성하여 활발한 해외 마케팅 활동을 수행하여야 함.
- 내수중심형 품목은 수급안정사업을 주도적으로 시행하기 위해 정부, 산지 유통 기구와 협력하여 품목별 실행조직을 육성하여야 함(밭작물 공동경영체 참여조직, 통합마케팅조직, 혁신조직 등).
- 수입경쟁형 품목은 조사연구 결과 도출된 경쟁력 강화 방안을 실제 현장에 적용하여 차별성을 도모하여야 함. 또한 내수 마케팅 경쟁력을 강화하기 위해 시·군 단위 농협의 통합마케팅 조직과 협력하여 내수 단일화를 추구할 필요가 있음.

#### 2.2.4. (3단계) 자조금 운용 경험을 토대로 고도화된 사업추진

○ 3단계에서는 자조금 운용 경험을 통해 고도화된 사업을 수행할 수 있을 것으로 판단됨. 이에 물류비 및 포장재 지원 등의 유통구조 개선 사업과 자율적 수급조절 사업을 수행해야 함.

- 자율적 수급조절은 2단계의 수급 조절보다 향상된 단계로, 자조금 조직이 주도적으로 해당 품목의 공급과 가격을 관리하는 것을 의미함. 이 단계에서는 외부 기관(한국농수산식품유통공사, 한국농촌경제연구원 농업관측센터 등)과 연계하여 공급조절을 주체적으로 시행할 필요가 있음.
- 수입경쟁형 품목의 경우 수급조절의 역할이 제한되는 측면이 있으므로, 국내시장 확보 위주의 사업이 요구됨. 이를 위해 물류비 지원, 포장재 지원 등 유통구조개선 사업으로 경쟁력을 강화할 필요가 있음.
- 내수중심형은 품목은 품질규격 관리, 시장격리 등의 상위단계의 수급조절 사업을 통해 공급조절의 주체적인 역할을 수행할 필요가 있음.

○ 또한, 이 단계에서는 품목 공동의 위기에 대응하는 방안을 고민하고, 미래 비전을 제시하는 역할을 수행할 필요가 있음.

- 최근 국민소득 증가와 함께 육류 소비가 증가하면서 사육 두수도 증가하고 있지만, 축산업 확대로 환경 문제와 가축 질병 문제가 사회적으로 큰 문제로 대두되고 있음.

- 따라서 3단계에 속하는 한우, 한돈 자조금은 해당 분야의 사회적 문제에 대한 품목 대표 조직 차원에서의 대응이 필요함.
- 예컨대 축산 분야 자조금을 활용하여 시설이 열악한 축산 농가를 대상으로 가축 질병 방지용 백신 지원, 가축분뇨와 관련하여서는 지자체와 가축분뇨 악취 저감을 위한 축산 농가 및 도축 시설과 축산 가공업체 대상으로 캠페인 실시와 예방 및 관리 방안의 교육 및 책자 배포 등의 활동이 필요함.
- 품질 및 안전성 관리의 사회적 책임을 달성하기 위해 정부 지원금(매칭자금)은 품질 및 안전성 관리 차원에서 상기의 사업예산으로 편성될 필요가 있음.

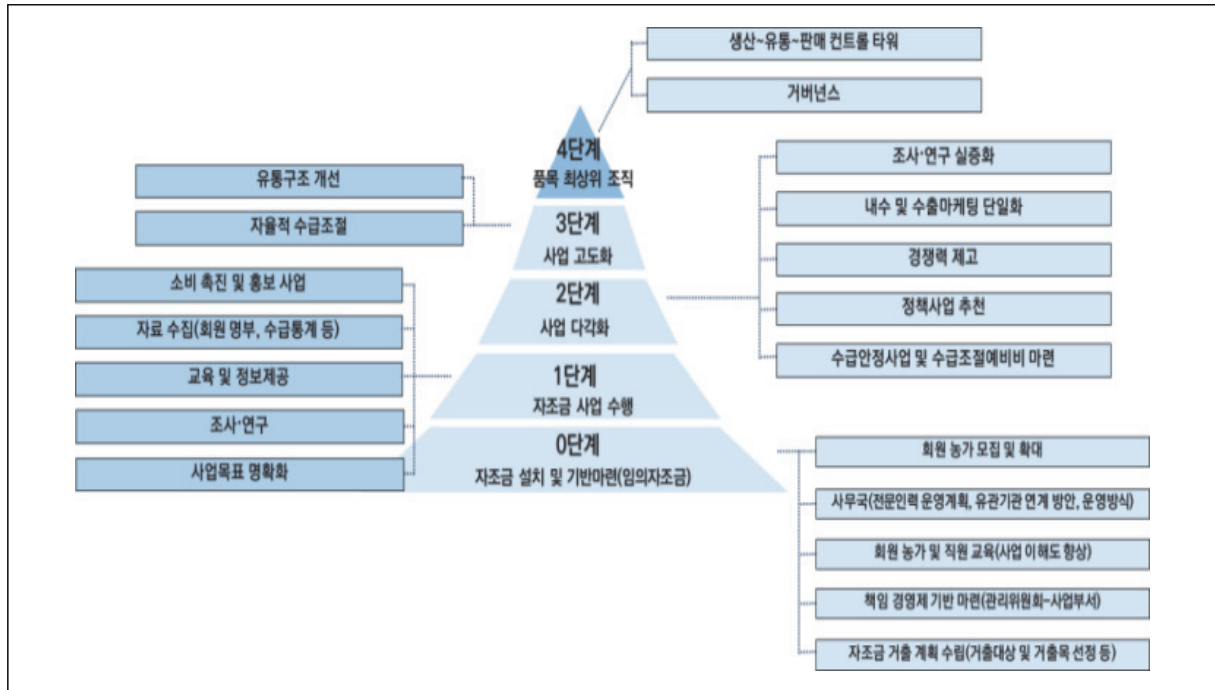
#### 2.2.5. (4단계) 품목을 대표하는 컨트롤 타워

- 4단계는 품목을 대표하는 최상위 조직으로 성장한 단계로 품목 협회(단체), 농·축협 등 관련 기관을 아우르는 거버넌스를 조성하고, 생산에서부터 유통, 판매(내수·수출)의 전 과정을 관리하는 컨트롤 타워 역할을 수행해야 함.
  - 현재 4단계에 해당하는 품목은 없으나, 자조금 조직이 품목 대표조직으로 충분히 성장할 경우, 같은 품목 내 생산자 및 생산자단체를 아우르며 총괄 의사결정 및 조정역할을 수행하고, 이를 통해 대형유통업체 및 식품·외식업계 등 대량수요처와의 공동사업 또는 협약 체결 등의 추진 주체로 발돋움할 수 있을 것임.

#### 2.2.6. 자조금 조직의 성장에 따른 단계 이동

- 품목의 성장에 따라 해당되는 단계의 변동이 있을 수 있음. 이에 단계의 이동에 따라 컨설팅이 필요할 것임.
  - 농가거출금 확대(축소) 또는 납부율 증가(감소)에 따라 단계가 이동할 수 있음. 단계가 상승하는 경우 차별화된 지원 및 컨설팅이 뒷받침되어야 할 것이며, 단계가 하락 또는 유지되는 경우 품목별 연구회를 조직하여 향후 발전방안에 대한 분석을 추진해야 할 것으로 판단됨.
  - 또한 앞선 단계별 구분에서 4단계에 대한 기준이 없으므로, 3단계를 3년 동안 유지할 경우 4단계로 성장하는 것으로 간주함. 또한 4단계를 3년 동안 유지할 경우 졸업형 품목으로 간주하여 정부 지원을 축소하고 정부와 직접 또는 정부 관리하에 수급 안정 및 품질관리 사업을 시행할 필요가 있음.

〈그림 5-3〉 단계별 주요 역할 및 사업내용



자료: 저자 작성.

〈표 5-4〉 단계별 주요 역할 및 사업내용

성장단계	주요 역할	사업내용
0단계 자조금 설치 및 기반마련	회원 농가 모집 및 확대	
	전문인력 채용	자조금 조직이 정부를 대상으로 행정업무 수행에 어려움을 경험 → 문서 작성 및 계약 관련 업무 역량 강화
	회원 및 직원 교육	자조금 사업 목표 및 역할 이해도 향상
	자조금관리위원회와 사업부서 분리를 통한 책임 경영제 기반 마련	자조금 관리위원회와 사업부서의 관계를 투명하게 확보하기 위하여 특별회계를 적용하되 독립채산제 실시
	자조금 거출 계획 수립 (자조금 거출대상 및 거출목 선정)	품목 특징 고려, 거출 규모 확대 방안 마련
1단계 사업 수행	소비 촉진 및 홍보 사업	소비 촉진 및 홍보 사업 실시 → 효과 평가 공유
	자료 수집(회원 명부, 수급통계, 회원 의견 등)	거출 규모 확대 및 자조금조직 운영을 위한 자료 수집
	교육 및 정보제공	회원농가 교육, 자조금 사업 이해도 향상, 자조금 운용 성과 확산, 시장정보 제공
	조사·연구	조사 및 연구사업을 시행하여 문제점과 해결방안 도출
	사업목표 명확화	중장기 발전방안 수립 등 자조금 사업의 목표 명확화
2단계 사업 다각화	조사·연구 실증화	조사연구 결과 현장 적용
	수출활성화	수출정보 제공, 수출물류비 지원 등
	내수 및 수출마케팅 단일화	조직화 방식(지역·품목단위) 비교검토 (내수 단일화) 시·군 단위 농협의 통합마케팅 조직과 관계 설정 및 협력방안 마련 전국단위 통합마케팅(APO)조직으로 성장하기 위한 계획 수립 → 심사·평가 실시

(계속)

성장단계	주요 역할	사업내용
2단계 사업 다각화	경쟁력 제고	품질관리 및 향상, 안전성 관리 및 제고 등을 위한 유관기관 협력 및 컨설팅
	정책사업 추천	APC, 저온저장고 설치 사업 등
	수급안정사업	(수요조절) 수요 촉진, 판촉 홍보 (공급조절) 시장격리, 공급량 조절 → 공정거래법 저축 여부 검토
	수급조절예비비	유사시 자율적 수급조절(공급조절)을 위한 예비비 비축
3단계 사업 고도화	유통구조 개선	물류비 지원, 포장재 지원, 유통투명화 등
	자율적 수급조절	농업관측사업과 효과적 연계 방안 마련
		(상위단계 수급조절) 품질규격 관리, 시장격리 등의 공급조절 주체적 시행
		(aT 연계) TRQ 물량 관리, 비축사업 실시
4단계 품목 최상위 조직	생산~유통~판매(내수·수출) 컨트롤 타워	
	품목 협회(단체), 농축협 등을 아우르는 거버넌스	

자료: 저자 작성.

### 3. 성과관리 체계 정비

#### 3.1. 평가체계 현황 및 한계

○ 자조금의 평가 및 감독 체계는 앞 절에서 언급한 바와 같이, 농산자조금의 경우만 법적 조항에 근거하여 평가 및 환류체계를 구축한 상황임.

- 정부 보조금을 지원받은 농산 자조금 조직에 대해 매년 전년도 운영실적을 평가함.
- 농산자조금 평가는 한국농수산물유통공사에서 수행하고 있으며, 평가 결과를 농식품부에 송부함.
- 평가 결과는 다음연도 보조금 배정 시 활용되며, 단체별 평가 결과에 따라 보조금을 차등 배정함(단, 예산현황 등에 따라 매칭비율 변경 가능). 평가 결과[우수(의무 100%, 임의 70%), 보통(의무 90%, 임의 60%), 미흡(의무 80%, 임의 50%)]에 따라 차등 지원함.
- 축산자조금은 평가체계가 없으나, 조성 규모에 따라 지원금 매칭 비율을 조절함(200억 이상 0% ~ 10억 미만 100%).

○ 품목별로 여건이 상이하므로, 동일한 평가지표와 배점으로 평가하는 것은 부적절함.

- 예를 들어, 의무자조금인 경우 농산업자는 모두 회원에 해당되므로 회원 영입실적을 평가하는 것은 무의미함.
- 또한 조성 규모가 작은 품목은 적은 금액으로 다양한 사업을 수행하는 것이 비효율적일 수 있음.
- 즉, 품목별 형평성을 고려하여 평가체계를 개선할 필요가 있으며, 축산자조금에도 적용할 수 있는 평가체계 마련이 필요함.

〈표 5-5〉 농산자조금 평가항목 및 지표

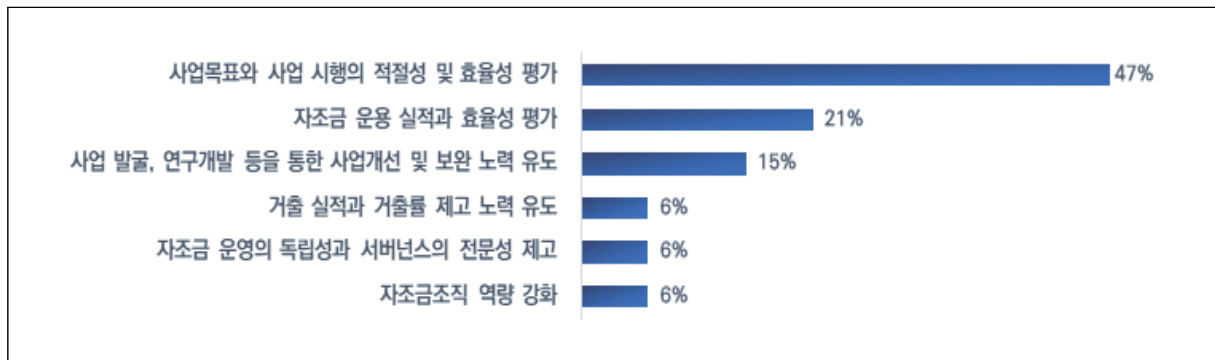
평가항목		평가지표
조성 (25)	자조금 납부대상	○ 목표 : 회원 부과액 대비 납부액 비중 100%
	자조금 조성 성장률	○ 목표 : 전년 대비 '20년 자조금 조성총액 증가 ○ 예외 : 자조금 조성 총액이 10억 원 이상인 경우 10점 * 이월금액 제외
	회원 영입실적	○ 목표 : 전년 대비 회원 농산업자 수 증가 ○ 예외 : 농산업자 영입 비율(회원 농산업자 수/전체 농산업자 수) 비율이 80% 이상일 경우 5점
운용 (55)	사업비 집행실적	○ 목표 : 최종 승인액 대비 100% 이상 집행
	소비홍보	○ 3대 지상파, 4대 종편채널 등 방송 송출(1회 2점, 최대 4점) ○ TV 및 라디오 광고 송출, 농업계 전문지, 일·월간지 등 언론홍보(1회 1점, 최대 3점) ○ 소비촉진 활성화 오프라인 행사 개최(박람회 또는 대형마트 판촉행사 한정) (1회 1점, 최대 2점)
	수급안정	○ 산지폐기 등 품목단위 자율적 수급조절 추진 시 사례당 5점
	유통구조개선 및 경쟁력제고	○ 산식 : 유통구조개선 실적점수 + 경쟁력 제고 실적점수 ○ 물류개선, 포장재개선 등 유통구조개선 실적 사례당 3점 ○ 해당 품목 품질향상, 생산성향상, 안전성 제고 실적 사례당 3점
	수출활성화	○ 수출마케팅 지원, 해외시장개척실적, 수출물류지원실적 등 수출활성화 사업 추진 사례당 3점 * 시장분석을 위한 해외방문 또는 선진지 견학 등은 제외
	조사·연구	○ 품질 및 생산성 향상, 안전성 제고 등을 위한 연구개발 사업 추진 실적 사례당 3점 * 단순 실태조사는 제외
	회계의 투명성	○ 외부 회계감사 실시 여부(4점) ○ 결산현황, 자조금조성·운용 등의 일간지, 농산 관련 신문, 단체 계사판 및 인터넷 홈페이지 적정 공시 여부(3점) ○ 집행증빙자료 관리 여부(3점)
역량 강화 (20)	자조금 교육실적	○ 목표 : 회원 대상 자조금 마인드 확산 교육 2회 이상(비대면 포함*) * 현장실사 시 비대면 교육자료, 배포 내역 등 확인(관련 증빙 준비 필요)
	자조금 교육인원	○ 목표 : 회원 수 대비 교육인원 비중 20% 이상(비대면 포함*) * 현장실사 시 비대면 교육자료, 배포 내역 등 확인(관련 증빙 준비 필요)
가점 (5)	모범(우수)사례 창출	○ 타 자조금단체에 귀감이 되는 모범(우수)사례를 창출하여 자조금 사업 활성화에 기여한 경우
감점 (5)	현황자료 구비여부	○ 회원·농가 명단(1점) ○ 회원(농가)별 재배면적 또는 생산량(액) 또는 출하량(액)(1점)
	허위자료 및 지연제출	○ 허위자료 또는 지연제출 시 건당 1점

자료: 농림축산식품부 내부자료.

### 3.2. 평가의 필요성 및 목적

- 자조금 제도의 지속가능한 발전을 위해 자조금 사업실적을 적절하게 평가하여 우수 조직에게 인센티브를 제공하는 것이 필요함.
  - 농산자조금의 경우 2008년부터 평가를 시작하였으며, 구체화된 평가체계를 갖추고 있음. 그러나 축산자조금은 농산자조금에 비해 오랜 기간 자조금 사업을 수행하였지만, 지금까지 평가 체계(절차 및 지표)가 없음.
  - 축산자조금도 농산자조금과 마찬가지로 평가지표를 품목 특성에 맞게 구성하고, 유관 기관과 역할 분담을 통해 평가해야 함.
  - 자조금 사업평가 체계는 계획(Plan) - 실행(Do) - 평가(See) - 환류(Feedback)의 순환 체계가 기본이 됨.
  
- (자조금 조직 조사 결과) ‘자조금 평가는 어떤 목적으로 수행되어야 하는가?’에 대한 질문에 ‘사업목표와 사업 시행의 적절성 및 효율성을 평가(47.1%)’가 가장 높게 나타남.

〈그림 5-4〉 자조금 평가의 목적(중복응답)



자료: 자조금조직 설문조사 결과.

- 자조금 조직의 사업성과를 평가하는 목적은 자조금 조직의 수준 및 단계별 계획과 목표, 실행 과정을 점검하여 평가를 통한 문제 해결 즉, 자조금 조직의 역량을 강화하는 방안을 모색 (피드백)하고자 하는 것임.
  - 구체적으로 자조금 조직의 사업실적 평가를 피드백하여 자조금 사업 방향을 개선하고, 평가 결과를 근거로 정부 보조금 차등 지원 등 자조금 조직의 경쟁력 강화를 유도하는 것에 근본적인 목적이 있음.



### 3.3. 평가지표 및 배점

- 기존 농산자조금의 평가체계를 활용하되, 문제점으로 지적된 항목을 개선하고, 축산자조금에도 일괄적으로 적용할 수 있는 평가지표를 도출하여야 함.
  - 새롭게 작성한 평가지표는 자조금 조직의 혼선을 방지하기 위해 기존 평가체계를 활용하되, 지자체 사업참여 여부, 사업목표의 적합성, 공익성, 사회적 책임, 사업의 다양성 등을 신규 지표로 보완함.
  - 또한 형평성 차원에서 앞서 분류한 단계별로 배점을 차등 적용하였으며, 품목 특성상 수출형, 내수중심형, 수입경쟁형을 구분하여 평가 시 선택하는 것으로 설정함.
  - 자조금 기반을 조성(0단계)하고 기본적인 사업을 수행(1단계)하는 단계는 회계의 투명성 항목에 배점 비중을 높게 두어, 사업 초기에 사업의 투명성을 확보하도록 설정함.
  
- 산업 간 다른 법을 따르고 있으므로, 평가에 앞서 법령 개정과 같은 전제사항을 제시함.
  - 「농산자조금법」과 「축산자조금법」 운용요령에 따르면 계정과목의 종류가 다름.
    - \* 농산: 소비홍보, 수급안정, 유통구조개선, 경쟁력제고, 수출활성화, 교육 및 정보제공, 조사연구, 선거, 수납위탁수수료, 운영관리, 예비비
    - \* 축산: 소비홍보, 유통구조개선, 교육 및 정보제공, 조사연구, 수급안정, 선거, 징수수료, 운영관리, 예비비
  - 산업 간 계정과목이 다르므로 동일한 지표로 평가할 수 없음. 따라서 계정과목을 일치시킬 필요가 있음. 일부 축산자조금 조직에서는 수출지원사업, 가축질병 방역, 축사악취저감 등 수출활성화와 경쟁력제고 항목에 포함될 수 있는 사업을 시행하고 있음.
  - 따라서 평가에 앞서 농·축산자조금 계정과목을 통합하여야 하며, 통합안은 다음과 같음.

〈표 5-6〉 자조금 계정과목 통합안

농산자조금(현재)		축산자조금(현재)		통합(개정)		
항	목	항	목	항	목	
소비홍보	광고	소비홍보	광고홍보(매칭불가)	소비홍보	광고	
	소비촉진		광고홍보		소비홍보	기타 소비홍보
수급안정	수급조절		홍보행사 추진		수급안정	수요촉진
	가격안정	기타 소비홍보	공급조절			
	수급안정 예비비	유통 투명화	수급안정 예비비			
유통구조개선	물류개선	유통구조	유통 개선	유통구조 개선	기타 수급안정	
	포장재개선		기타 유통사업		물류개선	
	유통개선	교육 및 정보제공	생산자정보제공	수출활성화	포장재개선	
	유통협력		소비자정보제공		기타 유통사업	
경쟁력 제고	품질향상	조사연구	시장정보 제공	조사연구	수출마케팅지원	
	생산성 향상		거출홍보		수출물류지원	
	안전성 제고		조사연구용역		기타 수출지원	
수출 활성화	수출마케팅지원	수급안정	성과평가	경쟁력 제고	조사연구용역	
	전문가·바이어초청		실태·수요조사		성과평가	
	해외시장개척		공급량 조절		기타 조사·연구	
	수출물류지원		가격 안정		품질향상	
교육 및 정보제공	거출홍보	운영비	소비 촉진	교육 및 정보제공	생산성 향상	
	교육		기타 수급안정		안전성 제고	
	정보제공		인건비		생산환경 개선	
	선진지견학·해외연수		물건비		거출홍보	
조사연구	조사·연구용역	기타비용	기타경비	수납위탁 수수료	교육	
	연구회		징수 수수료		정보제공	
	성과평가	예비비	선거 및 감사		선거	기타
총회 의장 등의 선출	수급안정 예비비		수납위탁 수수료	징수 수수료		
선거	대의원의 선출	예비비	기타 예비비	선거	선거 및 감사	
	수납위탁 수수료		운영비		예비비	인건비
운영관리				예비비		경비
						예비비
	예비비		예비비		예비비	

자료: 저자 작성.

○ 자조금 구성에 대한 항목은 자조금 거출 성과(회원 부과액 대비 납부액 비중)와 회원 영입실적(전년 대비 회원 증가)으로 구성됨. 단, 회원 영입실적은 임의자조금인 경우에만 해당됨.

- 자조금 구성 성장률: 전년 대비 조성총액 증가율(국고보조금을 제외한 자체조성액)  

$$[(t-1\text{년도 조성액} - t\text{년도 조성액})/t\text{년도 조성액}] \times \text{배점}$$

- 회원 영입실적: [(당해연도 회원 농산업자 수-전년도 회원 농산업자 수)/전년도 회원 농산업자 수] × 배점(단, 점수는 배점을 초과할 수 없음)
- 자조금 거출 성과: (총 납부액/총 부과액) × 배점
  - \* 납부·부과의 기준이 되는 농가: 품목 전체 농·축산업자
- 자조금 조성 규모: 총생산액 대비 농가거출액이 0.5%일 경우 만점
  - \* (해당 품목 총생산액/농가거출액)/0.005 × 배점
  - \* 당해연도 농가거출액 기준이며, 전년도 이월금액은 제외

○ 자조금 운용에 대한 항목은 사업비 집행실적, 소비홍보, 수급안정, 조사·연구 등의 사업에 대한 성과를 측정함.

- 사업비 집행실적: [(보조금 집행액/보조금 최종 승인액)×배점/2]+ [(자체조성금 집행액/최종 자체조성액)]×배점/2]
  - \* 보조금 교부확정액 대비 보조금 집행률과 총 자체조성액 대비 자체조성금 집행률을 합산하여 평가
- 소비홍보: 다양성+집중도(배점=총 배점-다양성 점수)
  - \* 품목에 대한 홍보실적만 인정
  - \* 홍보방법의 다양성(상 2점, 중 1점, 하 0점 평가)
  - \* 광고 매체의 다양성:상(상위 30% 미만), 중(상위 30% 이상 60% 미만), 하(상위 60% 이상)
  - \* 고비용 소비홍보사업의 예산 집중도[1-(TV광고예산/총홍보예산)×배점]
  - \* PPL을 제외한 TV 방송광고를 의미
- 유통구조개선: [(유통구조개선 사업 집행액/총 사업집행액)/30%]×배점
  - \* 포장재 개선, 유통 개선, 유통 투명화, 파레트 출하, 이력추적제 등 유통구조개선 사업 실적
- 수출활성화: [(수출활성화 사업 집행액/총 사업집행액)/30%]×배점
  - \* 수출마케팅 지원, 해외시장 개척실적, 수출물류지원 등 수출활성화 사업 실적
  - \* 단, 시장분석을 위한 해외방문, 선진지 견학 등은 제외
- 수급안정: 수요촉진(판매촉진사업, 판촉행사, 온라인 판매 지원 등 수요처 발굴, 다양화 측면의 사업), 공급조절(수매사업, 산지폐기 등 공급량을 조절하는 사업)
  - \* 수요촉진 실적: [(수요촉진사업 집행액/총 사업집행액)/15%]×배점
  - \* 공급조절 실적: [(공급조절사업 집행액/총 사업집행액)/15%]×배점

- 수급안정예비비:  $[(\text{수급안정예비비}/\text{총 농가거출액})/\text{목표 비중}(\%)] \times \text{배점}$ 
    - \* 목표비중: 1단계 5%, 2단계 10%, 3단계 15%, 4단계 20%, 당해연도 조성액 기준
  - 경쟁력 제고:  $(\text{경쟁력 제고 사업 집행액}/\text{총 사업집행액}) \times \text{배점}$ 
    - \* 품질 향상, 생산성 향상, 안전성(방역) 제고, 환경보호, 생산환경 개선 등 경쟁력 제고 사업 실적
  - 조사·연구: 조사·예산 연구 비중+연구실적
    - \* 품질 및 생산성 향상, 안정성 제고, 시장 분석, 소비촉진, 사업 효과 분석(공급 조절 효과, 성과평가 등) 등을 위한 연구개발 사업
    - \* 예산 비중:  $[(\text{조사·연구비}/\text{총 사업집행액})/\text{목표 비중}(\%)] \times (\text{총 배점}-3)$
    - \* 목표비중: 0단계 2%, 1단계 3%, 2단계 5%, 3단계 10%, 4단계 15%
    - \* 연구실적 1건당 1점(최대 3점)
    - \* 자조금 조직이 발주한 조사·연구 기준, 단순 실태조사는 제외
- 자조금 역량강화에 대한 항목은 회계의 투명성, 연간 사업계획, 중장기 사업계획, 교육실적, 지자체 지원사업 참여에 대한 성과를 측정함.
- 회계의 투명성:
    - \* 감사 실시 여부(2점)
    - \* 홈페이지 적정 공시 여부(0~1단계 3점, 2~4단계 2점)
    - \* 집행증빙자료 관리(상 2점, 중 1점, 하 0점)
  - 연간 사업계획: 사업의 합목적성, 효율성, 미래지향성을 종합적으로 판단하여 상 3점, 중 2점, 하 1점으로 평가(연간 사업계획 미수립 0점)
  - 중장기 사업계획 수립: 계획 이행 정도를 상 3점, 중, 2점, 하 1점으로 평가(미수립 시 0점)
  - 교육실적: 회원 교육실적 + 위원 및 직원 교육실적
    - \* 자조금 사업 목적, 용도 등에 관한 교육 1건 당 0.5점
  - 지자체 지원사업 참여 여부: 지자체 사업과 자조금 사업 연계 실적 1건당 1점
- 가점 및 감점 항목을 두어 평가지표를 보완하고 사업지침 준수를 유도함.
- 생산·유통 자율조절 수행(+3점), 지적사항 개선노력(+2점)
  - 관련 법 준수 여부(±2점)
  - 현황자료 미 구비 및 허위자료 제출(각 -2점), 증빙·보고자료 지연제출(-2점)

〈표 5-7〉 평가지표 산출식

평가항목		평가지표	
조성	자조금 조성 성장률	· [(t-1년도 조성액 - t년도 조성액)/t년도 조성액] × 배점	
	회원 영입실적	· [(당해연도 회원 농산업자 수-전년도 회원 농산업자 수)/전년도 회원 농산업자 수] × 배점 - 단, 점수는 배점을 초과할 수 없음	
	자조금 거출성과	· (총 납부액/총 부과액) × 배점	
	자조금 조성 규모	· (해당 품목 총생산액/농가거출액)/0.005 × 배점	
운용	택1	유통구조개선	· 유통구조개선 실적: [(유통구조개선 사업 집행액/총 사업집행액)/30%] × 배점
		수출활성화	· 수출활성화 실적: [(수출활성화 사업 집행액/총 사업집행액)/30%] × 배점
		수급안정	· 수요촉진 실적: [(수요촉진사업 집행액/총 사업집행액)/15%] × 배점 · 공급조절 실적: [(공급조절사업 집행액/총 사업집행액)/15%] × 배점
	소비홍보	· 다양성+집중도(배점=총 배점-다양성 점수) - 홍보방법의 다양성(상 2점, 중 1점, 하 0점 평가) - 고비용 소비홍보사업의 예산 집중도[1-(TV광고예산/총홍보예산) × 배점]	
	수급안정예비비	· 수급안정예비비: [(수급안정예비비/총 농가거출액)/목표 비중(%)] × 배점 - 목표비중: 1단계 5%, 2단계 10%, 3단계 15%, 4단계 20% - 단, 당해연도 조성액 기준	
	경쟁력 제고	· 품질·생산성 향상, 안전성(방역) 제고, 환경보호 등 실적 사례당 3점	
	조사·연구	· 조사·연구 예산 비중 + 연구실적 - [(조사·연구비/총 사업집행액)/목표 비중(%)] × (총 배점-3) - 목표비중: 0단계 2%, 1단계 3%, 2단계 5%, 3단계 10%, 4단계 15% - 연구실적 1건당 1점(최대 3점)	
	사업비 집행실적	· [(보조금 집행액/보조금 최종 승인액) × 배점/2] + [(자체조성금 집행액/최종 자체조성액) × 배점/2]	
역량 강화	회계의 투명성	· 감사 실시 여부 및 홈페이지 적정 공시 여부(각 1점) · 집행증빙자료 관리(상 2점, 중 1점, 하 0점)	
	연간 사업계획	· 사업의 합목적성, 효율성, 미래지향성 종합적으로 판단 - 상 3점, 중 2점, 하 0점으로 평가	
	중장기 사업계획	· 계획 이행 정도를 상 3점, 중, 2점, 하 1점으로 평가(미수립 시 0점)	
	교육실적	· 회원 교육실적 + 위원 및 직원 교육실적 - 자조금 사업 목적, 용도 등에 관한 교육 1건 당 0.5점	
	지자체 지원사업	· 지자체 사업과 자조금 사업 연계 실적 1건당 1점	
가점	생산·유통 자율조절 수행(+3점) 지적사항 개선노력(+2점)		
가·감점	관련 법 준수 여부(±2점)		
감점	현황자료 미 구비 및 허위자료 제출(각 -2점) 증빙·보고자료 지연제출(-2점)		

자료: 저자 작성.

○ 단계별로 중점 평가항목을 고려하였으며, 단계 특성에 따라 배점을 달리함. 크게 조성, 운용, 역량 강화의 3개 항목으로 구분됨.

〈표 5-8〉 단계별 평가 중점내용(특징)

구분	평가 중점내용(특징)
0단계	자조금 사업 기반 마련(자조금 거출 성과, 회원 영입실적)
1단계	회원 영입실적 배제, 조성단계 배점 감소, 조성 규모 및 거출성과 평가, 사업단계 배점 증가
2단계	자조금 사업 배점 증가, 수급조절예비비 배점 확대, 소비홍보 배점 감소
3단계	자조금 사업 배점 증가, 수급조절예비비 배점 증가, 소비홍보 배점 감소, 교육실적 배점 감소
4단계	자조금 사업 배점 증가, 수급조절예비비 배점 증가, 소비홍보 배점 감소, 교육실적 배점 감소

자료: 저자 작성.

〈표 5-9〉 단계별 배점 비중

구분	0단계	1단계	2단계	3단계	4단계
구성	30	20	15	10	10
운영	32	44	54	65	71
역량 강화	38	36	31	25	19

자료: 저자 작성.

〈표 5-10〉 육성 단계별 평가지표(안)

평가항목		평가지표	육성 단계별 배점					
			0	1	2	3	4	
구성	구성 성장률	전년 대비 조성액 증가	15	10	5	-	-	
	회원 영입실적	전년 대비 회원 증가	15	-	-	-	-	
	자조금 조성 규모	총 생산액 대비 농가거출액	-	5	5	5	5	
	자조금 거출 성과	자조금 조성률	-	5	5	5	5	
운영	택 1	유통구조개선	유통구조 개선 실적	4	8	10	12	14
		수출활성화	수출 마케팅 지원 실적	4	8	10	12	14
		수급안정	수요촉진 실적	2	4	5	6	7
	공급조절 실적		2	4	5	6	7	
	소비홍보	소비홍보 실적	14	12	10	8	4	
	수급조절예비비	전체 조성액 대비 예비비 비중	-	2	8	12	16	
	경쟁력제고	품목의 경쟁력 제고 실적	4	8	10	12	14	
	조사·연구	조사·연구 실적	5	9	11	16	18	
	사업비 집행실적	승인액 대비 집행액(사업별)	5	5	5	5	5	
	회계의 투명성	감사 및 공시, 자료 관리	8	7	6	6	6	
역량 강화	사업계획	연간사업계획의 적합성	3	3	3	3	3	
		중장기 사업계획 수립 및 이행	-	3	3	3	3	
	회원 교육실적	교육 실적	12	10	8	5	2	
	직원 및 위원 교육실적	교육 실적	12	10	8	5	2	
	지자체 지원사업	지자체 지원사업 참여 여부	3	3	3	3	3	
합 계								
가점	생산·유통 자율조절 수행(+3점), 지적사항 개선노력(+2점)							
가·감점	관련 법 준수 여부(±2점)							
감점	현황자료 미 구비 및 허위자료 제출(각 -2점), 증빙·보고자료 지연제출(-2점)							

자료: 품목별 사업결산서, 자조금조직 설문조사 결과, 수산자조금 평가체계, 산지유통센터(APC) 평가체계, 축산자조금 성과 평가 연구

### 3.4. 환류체계

- 정부의 총지원금을 단계(0~4단계)별로 분배하고, 단계별로 우수, 보통, 개선 등급에 따라 매칭 비율을 차등화함.
  - 2020년 정부 지원금은 총 325.7억 원이며, 농산자조금 81.6억 원, 축산자조금 241.6억 원, 식품자조금 2.5억 원임.
  - 총지원금을 단계별로 어떻게 분배할 것인가에 대한 고민이 필요함.
  - 분배 방식은 균등 분배, 차등 분배(저단계 우선 분배, 고단계 우선 분배)로 구분할 수 있으며, 각 방식의 특징을 비교하여 합리적인 방식을 제시함.
  - 균등 분배는 전체 지원금을 단계별로 동일하게 배분한다는 점에서 전체적인 형평성을 확보할 수 있음. 다만, 단계별로 자조금 조직 수의 편차가 크기 때문에 특정 단계에서는 지원금이 부족할 수 있음. 즉, 부분적인 형평성은 확보하기 어려움.
  - 저단계 우선 배분 방식은 하위 조직에 많은 지원금을 부여한다는 점에서 자조금 조직의 성장을 지원할 수 있음. 특히 임의자조금(0단계)은 자조금 거출과 사무국 운영 기반을 마련하는데 지원이 필요한 실정임. 반면 높은 단계로 발전할 유인이 적어 조직이 도태될 수 있다는 우려가 있음.
  - 고단계 우선 배분 방식은 고성장한 자조금 조직을 집중적으로 지원한다는 점에서 효율적임. 그러나 저단계 자조금 조직은 지원 부족으로 사업의 동기가 반감될 수 있으며, 신규 품목의 자조금 설치에 진입장벽으로 작용할 수 있음.
  
- 따라서 자조금에 대한 정부 지원의 형평성과 사업의 효율성을 종합적으로 고려할 때, 자조금 환류체계는 저단계 우선 분배 방식을 채택하여 저단계 품목(소규모)의 육성을 독려하는 방향으로 설계할 필요가 있음.

〈표 5-11〉 자조금 정부 지원금 배분 방식별 특징

구분	장점	단점
균등 분배	전체적인 형평성 확보	단계별 자조금 조직 수 편차 → 부분적인 형평성 미확보
차등 분배	저단계 우선 분배	자조금 조직 성장 지원
	고단계 우선 분배	선도 조직의 사업 동기 부여
		저단계에 지원이 집중 → 자조금 조직 도태 우려
		하위 조직의 사업 의욕 감소

자료: 저자 작성.

- 저단계 우선 분배 방식에 따라 단계별로 지원 비중을 차등함. 또한 단계 내에서 상대평가를 통해 그룹(우수, 보통, 개선)을 구분하고, 그룹별 매칭 비율을 달리함.
  - 저단계(0~1)에는 농가거출금 대비 100% 매칭률을 적용하고, 단계가 높아질수록 적용 매칭률을 하향하는 방법을 고려해 볼 수 있음. 이때 하향폭은 예산 여건을 고려하여 설정하는 것이 바람직함.
  - 각 단계의 우수그룹 100% 매칭, 보통그룹 80% 매칭, 개선그룹 60% 매칭
  - 이때 그룹은 단계 내 상대평가를 통해 구분함.
    - \* 우수(상위 30% 미만), 보통(상위 30% 이상 60% 미만), 개선(상위 60% 이상)
    - \* 단, 한 그룹 내 품목이 3개 미만일 경우, '보통'에 속하는 것으로 설정함.
    - \* 평가체계 개선 및 도입단계이므로 상대평가를 통한 구분이 적절함.
  - 단계별로 정부 지원금을 분할하고, 그룹 내 평가를 통해 분배할 경우, 우수그룹임에도 100% 매칭이 불가능한 상황이 발생할 수 있음.
    - \* 이때는 각 단계에서 지원 후 활용 가능한 지원금을 이용할 수 있도록 해야 함.
  - 단, 저단계 우선 분배 방식은 자조금 조직이 높은 단계로 발전할 유인이 적어 현상을 유지하고자 할 수 있으며, 이는 자조금 조직 발전을 저해하는 요인으로 이어질 수 있음.
  - 따라서 축산 임의자조금에도 지원졸업제를 적용하는 방안을 마련할 필요가 있음.
    - \* 농산자조금 지원졸업제: 의무자조금 전환을 전제로 3년간 한시적으로 매년 1억 원 한도 내에서 지원(매칭비율 70%)하고, 전환하지 않은 경우 지원을 중단함.

### 3.5. 평가 추진 주체

- 현재 농산자조금에 한해 한국농수산물유통공사에서 매년 운영실적을 평가하고 있음.
  - 운용평가는 지정된 외부전문기관에서 평가함. 운용평가 결과는 업무 개선시 반영(참고사항)되며, 보조금 차등 지원과는 무관함.
- 평가체계를 개선함에 따라 평가 추진 주체의 적절성을 검토할 필요가 있음.
  - 기존 평가 주체를 유지하는 방안과 변경하는 방안을 비교 검토하고, 적절한 방안을 제시하고자 함.



- 평가 추진 주체로 ① 공공기관(한국농수산식품유통공사 등), ② 연구기관(국책, 민간), ③ 협회 형태(신규), ④ 자조금통합지원센터를 비교(장·단점 및 특징)함.
  - 공공기관에서 자조금 평가를 추진할 경우, 자조금 사업의 정책적 활용이 용이하며, 현재 평가 주체인 aT의 업무 숙련도를 활용할 수 있음. 다만 평가 주체로써 민간 전문기관 육성이 어렵다는 한계가 있음.
  - 연구기관은 성과평가에 대한 전문성을 보유하고 있으며, 비교적 평가의 독립성을 확보할 수 있음. 또한 자조금 학회, 품목 학회 등 자조금 관련 연구회로 발전할 가능성이 있음. 다만, 관련 연구가 정책연구에 편중될 수 있으며, 현장 대응력이 부족하다는 한계가 있음.
  - 협회는 지속적으로 운영이 가능하므로 향후 평가의 전문성을 함양할 수 있으며, 자조금의 통합 운영 및 관리가 가능함. 그러나 소규모 자조금 조직의 활동에 제약이 있을 수 있음.
  - 자조금통합지원센터는 지원 업무를 수행해 오며 따라 자조금 업무 경험을 보유하고 있으며, 기존 네트워크를 통해 우수 사례 전파가 용이함. 다만 현장 민원 대응에 어려움이 있고, 정부 위탁사업 형태이므로 지속적인 업무 수행에 한계가 있음.
  - 한편, 평가 주체를 중심으로 정부 및 산업 전문가 등으로 구성된 평가위원회를 운영하는 방안도 검토할 수 있음. 이 경우 전문가 간 의견 공유가 용이하며, 다양한 시각에서 자조금 사업을 평가할 수 있음. 반면 평가위원이 임기제로 구성된다면 연차별로 일관적인 평가가 어려울 수 있음.
- 자조금 평가 추진 주체를 검토한 결과, 공공기관(aT 등)에서 평가 업무를 지속하는 것이 적절함. 다만, 축산자조금은 평가 도입기이므로 농식품부에서 직접 평가하는 것이 적절함.
- 자조금 조직의 역량 평가 및 정부 지원금 매칭과 관련한 운영실적 평가는 공공기관에서 수행하는 것이 적절함.
  - 자조금 사업의 효과 분석과 관련한 운용평가는 연구기관에서 수행하는 것이 지속성과 전문성 측면에서 적절함. 또한 효율성 측면에서 부류별 또는 유형별로 통합 평가하고 성과를 비교 분석하는 방안도 검토할 수 있음.
  - 연구기관에서 자조금 사업의 효과를 지속적으로 분석하고, 연구 결과를 누적한다면 향후 자조금 연구회 등으로 발전할 수 있음. 또한 품목 중심의 연구로 이어진다면, 자조금 사업의 타당성과 일관성을 확보할 수 있을 것임.

〈표 5-12〉 자조금 평가 추진 주체 검토

구분	장점	단점
공공기관(aT 등)	· 정책적 활용 용이 · (aT) 평가 업무 숙련도 보유	· 민간 전문기관 육성의 어려움 · 예산 범위 내로 활동이 제약됨
연구기관(국책, 민간)	· 사업성과평가 전문성 보유, 평가 독립성 확보 · 자조금 관련 연구회(학회) 발전 가능	· 정책연구 중심으로 편중될 수 있음 · 현장 민원 대응력 부족
협회 형태(신규 창립)	· 지속적 운영 가능 → 전문성 함양 가능 · 농산 자조금의 통합 운영 및 관리 가능	· 소규모 자조금 조직의 활동에 제약 · 품목 특성을 고려한 관리의 어려움
자조금통합지원센터	· 자조금 지원 관련 업무 경험 보유 · 자조금 우수 사례 전파 용이	· (주식회사 형태) 현장 민원 대응이 어려움 · (정부 위탁사업 형태) 업무 경험 축적의 어려움

자료: 저자 작성.

## 4. 제도개선

○ 국내외 자조금 관련 법, 조직, 사업 현황 등을 검토하여, 1) 자조금 조성 및 조직 운영, 2) 사업 추진, 3) 평가 및 관리 부분에 대한 제도개선 방안을 제시함.

- 농산자조금과 축산자조금을 관리하는 법·제도가 다르므로 자조금 조성에서부터 사업, 평가 및 관리까지 차이가 발생함.
- 이에 자조금 사업의 문제점과 운영의 애로사항을 해결하고, 통합 관리하기 위한 법적·행정적 제도개선 방안을 제시함.

### 4.1. 자조금 조성 및 조직 운영

○ 자조금 조직이 납부 농가의 정보를 수집할 수 있도록 법적 근거를 마련하여야 하고, 수납기관의 정보제공 의무를 강화하여야 함.

- 자조금 거출 방식의 대부분은 농협, 도축장 등이 수납기관에서 거출을 대행하는 형태임. 이에 수납기관에서 농가의 정보를 제공하지 않는다면, 자조금 조직에서는 납부 농가를 파악할 수 없음.
- 납부 농가의 정보를 파악하는 것은 미납부 농가를 확인하는 것뿐만 아니라, 수납기관에서 자조금 조직으로 보내주는 자료의 신뢰성을 검토하는데 중요한 사항임.
- 농산자조금은 「농산자조금법」 제28조의2에 따라 개인정보법에 우선하여 개인정보를 수집할 수 있음.

- 축산자조금은 「축산자조금법」 시행규칙 제7조에 농가 정보를 수집할 수 있도록 함. 그러나 개인정보법에 관한 내용이 없으므로 개인정보를 수집하는데 어려움이 따름.
  - 그러므로 「농산자조금법」을 참고하여 개인정보를 수집할 수 있도록 하고, 지자체뿐만 아니라 수납기관에서도 자료를 제공하도록 「축산자조금법」의 개정이 필요함.
- 자조금 미납부 농가에 대한 제재조치를 강화하여 자조금 사업의 수혜자 부담의 원칙을 지켜나가야 함.
- 자조금 거출률 100%를 달성할 때까지 미납부 농가의 무임승차 문제는 발생할 수밖에 없음.
  - 따라서 미납부 농가를 효과적으로 조치하여야 하지만, 자조금 사업의 혜택을 누리는 농가(회원)가 자조금 납부를 회피하여 무임승차하더라도 이를 강제할 수 있는 제도적 장치가 미비함.
  - 자조금 미납 시 지자체가 과태료(300만 원)를 부과 및 징수하게 되어 있으나, 현실적으로 벌칙(과태료)을 부여하는 데는 어려움이 따름.
  - 따라서 정책지원사업 배제 방안을 강화할 필요가 있음. 정책사업 대상 선정 시 자조금 납부 확인서를 확인하여 자조금 납부 여부와 납부 기간을 확인하여야 함. 또한, 정부 정책사업 뿐만 아니라 지자체 지원사업에서도 동일하게 적용하여 배제하여야 함.
  - 이를 위해 「농수산자조금법」 제19조의2에 제한되는 정책지원사업에 범위에 지자체 지원 사업을 포함하고, 지원 시 자조금 납부 여부와 납부 기간을 확인하도록 하는 조항을 추가하여야 함.
  - 또한 「농수산자조금법」을 참고하여, “의무거출금을 체납한 축산업자에 대하여 중앙 및 지자체 지원사업의 전부 또는 일부를 제한할 수 있다”라는 취지의 조항을 「축산자조금법」에 신설하여야 함.
- 자조금의 효율적인 운영을 위해 운영비 제한을 조정할 필요가 있음.
- 운영비 지출 계획은 농식품부의 승인을 득한 후 수립하고 있으므로 방만한 운영비 지출이 불가함. 또한 운영비의 사용기준을 제한하고 있으므로 제도적으로 운영비의 과도한 사용을 방지하고 있음.
  - 그러나 농산자조금과 축산자조금의 사용기준을 다르게 설정할 필요가 있는지에 대한 의문이 제기됨.
  - 또한 축산자조금의 경우 3개 품목을 제외하고 모두 10억 원 이상이므로 구분 기준에 대한 검토도 필요한 상황임.

〈표 5-13〉 자조금 조성액 규모에 따른 운영비 상한선

구분	10억 원 미만	10억 원 이상
농산자조금	30%	20%
축산자조금	10%	8%

주: 농산자조금 조성액이 10억 원 미만인 경우, 운영비 한도는 2억 원임.

자료: 국가법령정보센터.

- 원활한 사무국 운영(인력) 및 사업 집행(회의)을 위해 일정 수준의 운영비가 필요함.
- 따라서 농산자조금을 기준으로 운영비 기준을 일원화하고, 자조금 조직의 발전 단계 또는 조성 규모를 기준으로 운영비 제한을 차등화할 필요가 있음.
- \* 1안(발전 단계 기준) 0~1단계 = 30%, 2~4단계 = 20%
- \* 2안(조성 규모 기준)

〈표 5-14〉 자조금 운영비 상한선(2안)

구분	10억 미만	10~25억 미만	25~50억 미만	50~100억 원미만	100억 원 이상
운영비 제한	30%	25%	20%	15%	10%

자료: 저자 작성.

- 원활한 자조금 운용을 위해 자조금 사업 관리시스템을 구축하여 농가 정보, 경작신고, 거출 현황 등의 자료를 전산 관리하여야 함.
  - 자조금 거출의 용이성을 높이기 위해 농가 정보를 전산화하고, 품목별로 거출 현황을 파악하기 위한 관리시스템이 요구됨.
  - 농가 정보(생년월일, 성명, 주소, 연락처, 경작지 정보), 자조금 거출 내역 등의 자료를 수집하여 관리할 필요가 있음.
  - 농산자조금은 '21년부터 '의무거출금 관리시스템'을 구축하여 의무·임의 자조금 조직이 별도의 전산시스템을 구축하지 않더라도 회원·거출금 관리 및 상담이력 관리를 할 수 있도록 지원하고 있으며, 해당 시스템을 보다 효율적으로 활용하기 위해서는 지속적인 기능 추가 및 예산지원, Agrix(농업사업정보시스템)과의 연계 등을 추진할 필요가 있음.
  - 또한, 현재 인삼자조금 조직에서 추진 중인 경작신고제 도입 방안을 벤치마킹하여, Agrix(농업사업정보시스템)를 통해 의무자조금관리위원회에 경작 신고하고 경작 사실을 확인하도록 서비스 추가, 농업경영체 등록정보 등과 연계하는 방안을 제시함.
  - 현재 인삼 경작자는 Agrix를 통해 인삼농협에 경작 신고하고 있음. 2022년부터 경작신고

의무제를 도입해 자율·사전적 수급조절 체계 구축을 도모함.

\* 농림사업정보시스템(Agrix) 인삼 경작 신고

\* 제공목적: 경작 시 신청 정보제공

\* 제공하는 개인정보 항목: 이름, 생년월일, 주소, 전화번호, 경작지 정보

\* 제공받는자: 농협중앙회

\* 제공근거: 인삼산업법 제4조

\* 인삼 경작 신고관리시스템 업무전산처리 흐름도:

① 신청관리(농지등록, 필지중복 및 면적확인, 변경신고, 승계신고) →

② 현장조사(확인서 등록/수정) → ③ 인삼농협과의 신고정보 연계 송수신 처리

→ ④ 현황조회(수확예정 연근면적)

〈그림 5-5〉 Agrix 시스템 구성도(인삼 경작신고 등)



자료: 최병옥 외. 2020. 양파, 마늘 자조금 단체 활성화 방안. 연구자문 자료.

〈표 5-15〉 경작신고 절차 및 전산시스템 구축방안

1	생산유통 자율조절(경작신고) 시행계획 작성 의무자조금관리위원회	시행규칙 제24조의2제1항
2	시행계획 공고 및 10일 이상 의견수렴 의무자조금관리위원회	시행규칙 제24조의2제2항
3	투표 10일 전까지 조치 실시 여부 투표 통지 의무자조금관리위원회 → 대의원	시행규칙 제24조의2제4항
4	대의원회 개최, 조치 실시 여부 찬반투표 의무자조금단체 대의원회, 재적 대의원 수의 2/3 이상이 찬성하는 경우, 가결	법 제21조의2제1항
5	투표결과 공표, 농식품부에 승인 요청 의무자조금관리위원회 → 농식품부(품목담당과)	시행규칙 제24조의2제3항 법 제21조의2제1항
6	시행계획 심사, 조정 및 승인, 공고 농식품부(품목담당과) → 의무자조금관리위원회	법 제21조의2제1항
7	생산유통 자율조절(경작신고) 지원계획 시달 농식품부(품목담당과) → 주산지 시도, 농협경제지주, 의무자조금관리위원회	(지도·감독) 경작신고 안내, 교육, 위반자 적발, 과태료 부과 (시행 지원) 고령자 등의 전산입력 대행, 경작사실 확인 지원
8	지역별 사무국, 전산입력 대행인력 지정, 교육 의무자조금관리위원회	경작신고서 작성, 전산시스템 사용, 경작 사실 확인, 입력대행 수당 신청 요령 등
9	생산유통 자율조절(경작신고)제 시행 안내 의무자조금관리위원회 → 해당 경작자	경작신고 대상자, 품목, 신고 기한 및 방법, 전산입력 대행 신청, 경작사실 확인 등 일정
10	경작신고(또는 전산입력 대행) 해당 경작자 → (지역단위 사무국 또는 농협) → 의무자조금관리위원회	경작신고서 제출방법 1안) 서면 제출 2안) 자조금품목 통합전산시스템 3안) 품목별 전산시스템
11	경작사실 확인 및 미신고자 파악 의무자조금관리위원회(자조금 통합지원센터)	해당 지역 사무국 또는 농협 등 관계자가 현장 방문, 확인, 전산시스템에 사진 등 업로드
12	요청 시, 경작신고 확인서 발급 의무자조금관리위원회(자조금 통합지원센터) → 경작자, 시군(읍면동)	정책사업 신청 시 제출용 등
13	미신고 필지 및 경작자에 대한 재안내, 최고(催告) 의무자조금관리위원회(자조금 통합지원센터)	경작신고 기회를 다시 부여, 고령, 입원 등 불가피한 사정이 있는 경우는 신고/입력 대행

(계속)

14	미신고 경작자 명단 통보, 과태료 부과 요청	토지 소유자와 실제 경작자가 다르고 실경작자를 통지받지 못한 경우는 소유자 명단 통보
	의무자조금관리위원회 → 농식품부(품목담당과)	
15	불이행(미신고) 경작자에 대한 과태료 부과	법 제37조제2항제4의2호 과태료 처분 사전 통지, 제출 의견 검토, 과태료 부과, 이의제기 시 재판 후 강제징수
	농식품부(품목담당과) → 불이행(미신고) 경작자	

자료: 최병옥 외. 2020. 양파, 마늘 자조금 단체 활성화 방안. 연구자문 자료.

## 4.2. 사업 추진

○ 자조금 주요 선진국은 시장 환경변화에 대비하여 조사·연구사업의 비중을 확대하는 추세임. 국내 자조금도 국내외 시장변화에 대응하고 자조금 조직의 역량을 강화하기 위해 조사·연구 사업 확대를 유도할 필요가 있음.

- 자조금 주요 선진국은 시장 환경변화에 대비하여 조사·연구사업의 비중을 확대하는 추세임.
- 호주 자조금의 경우 정부 보조금을 연구·개발에만 사용할 수 있도록 규정하고 있으며, 첨단 기술 분야 연구에 집중하고 있음. 미국 자조금의 경우는 홍보프로모션 위주의 사업에서 품질·안전성 관련 연구사업으로 중심이 이동하고 있음.
- 국내 농축산업은 농산물 소비 감소, 메가 FTA(RCEP, CPTPP 포함)로 인한 농축산물 수입 확대, 식량자급률 하락, 병해충 및 가축 질병, 농업인구 고령화 등 부정적인 이슈에 직면하고 있음.
- 이 같은 이슈에 대응하고 품목경쟁력을 강화하기 위해 자조금 조직의 조사·연구사업의 비중이 강화되어야 할 필요가 있음. 그러나 현재 조사·연구사업 비중은 5% 미만으로, 사업 내역 중 가장 낮은 수준임.

〈표 5-16〉 자조금 조사·연구사업 비중(2020년 기준)

구분	농산		축산		식품
	의무	임의	의무	임의	임의(김치)
조사·연구사업 비중	4%	1%	2%	-	4%

자료: 저자 작성.

- 농식품부는 자조금 조직의 자체 조성액과 정부 지원금은 1:1 매칭(50%)으로 지원되고 있으나, 사업 항목에 따라 최대 국고보조율을 차등하여 매칭할 계획임(40~70%).

- 이와 같은 맥락에서 조사·연구사업에는 정부 지원금을 100% 사용하는 방안과 총 사업비의 일정 비율(예: 10%)은 조사·연구 사업을 추진하도록 개선할 필요가 있음.
- 지금까지 자조금의 역할이 수요 확대, 소비자 인식 개선, 마케팅에 집중되었으나, 앞으로 식품 안전성, 환경보호 등의 공익적·사회적 역할을 수행할 수 있어야 함.
- 연이은 기상 변화(이상 기후), 가축 질병 발생으로 농축산물의 가격, 신선도, 안전성 등의 품질 관리의 중요성이 대두되고 있음.
  - 상기의 상황은 급격한 가격 변동을 초래할 수 있음. 따라서 급작스러운 수급 불안 상황에 대비하여 시장안정을 위한 대책으로 수급안정 자금을 마련할 필요가 있음.
  - 농산자조금은 「농수산자조금법」 운영요령 제19조의2에 따라 현저한 수급불안에 대비한 수급안정예비비를 적립할 수 있음. 축산자조금은 계정과목의 예비비 하위 항목으로 수급안정예비비 항목이 존재하여 사업계획에 포함하고 있으나, 수급안정예비비에 관한 별도의 운영규정은 존재하지 않음. 따라서 「농수산자조금법」 운영요령 제19조의2와 같은 취지의 조항을 추가하여 근거를 마련하는 것이 바람직함.
  - 또한 자조금 조직은 병해충 및 가축 질병 방역 지원 등의 사업을 보다 적극적으로 수행하는 등 품목 공동의 어려움에 대한 대응을 강화할 필요가 있음. 이를 위해 「축산자조금법」 제4조 ‘자조금의 용도’에 가축질병 대응, 축산환경 개선 추진 등의 사업을 추가할 필요가 있음.
- 자조금 사업의 목적성과 효율성을 고려할 때, 계정과목의 수정이 필요하며, 사업계획 작성(자조금 조직) 및 승인(농식품부) 시 세부사업이 해당 계정과목에 포함되는 것이 적절한지 판단해야 함.
- 소비촉진 사업은 농산자조금에는 소비홍보 계정에 포함되어 있으나, 축산자조금에는 수급안정 계정에 포함되어 있음. 계정 내 사업항목이 상이하여 통합 평가에 어려움이 예상됨.
  - 따라서 홍보를 의미하는 소비홍보 계정과 달리, 수요조절 측면의 수급안정사업으로 소비촉진 사업을 수급안정 계정으로 수정할 것을 제안함.
  - 품목별 사업계획서·결산서를 검토한 결과, 계정과목과 하위 세부사업이 일치하지 않는 경우가 있음. 예를 들어 소비홍보 계정에 교육 사업이 포함되거나, 유통구조 계정에 수출지원사업이 포함되는 경우가 있음(축산). 이는 계정항목 종류가 다양하지 않기 때문으로 판단되며, 세분화된 계정과목으로 개편하여 사업내용과의 일치성을 높여나가야 할 것임.



〈표 5-17〉 자조금 계정과목 통합안

농산자조금(현재)		축산자조금(현재)		통합(개정)		
항	목	항	목	항	목	
소비홍보	광고	소비홍보	광고홍보(매칭불가)	소비홍보	광고	
	소비촉진		광고홍보		소비홍보	기타 소비홍보
수급안정	수급조절		홍보행사 추진		수급안정	수요촉진
	가격안정	기타 소비홍보	공급조절			
	수급안정 예비비	유통 투명화	수급안정 예비비			
유통구조개선	물류개선	유통구조	유통 개선	유통구조 개선	기타 수급안정	
	포장재개선		기타 유통사업		물류개선	
	유통개선	교육 및 정보제공	생산자정보제공	수출활성화	포장재개선	
	유통협력		소비자정보제공		기타 유통사업	
소비자협력	시장정보 제공		수출마케팅지원			
경쟁력 제고	품질향상	조사연구	거출홍보	조사연구	수출물류지원	
	생산성 향상		조사·연구용역		기타 수출지원	
	안전성 제고		성과평가		조사·연구용역	
수출 활성화	수출마케팅지원	수급안정	실태·수요조사	경쟁력 제고	성과평가	
	전문가·바이어초청		공급량 조절		기타 조사·연구	
	해외시장개척		가격 안정		품질향상	
	수출물류지원		소비 촉진		생산성 향상	
교육 및 정보제공	거출홍보	운영비	기타 수급안정	교육 및 정보제공	안전성 제고	
	교육		인건비		생산환경 개선	
	정보제공		물건비		거출홍보	
	선진지견학·해외연수	기타경비	교육			
조사연구	조사·연구용역	기타비용	징수 수수료	수납위탁 수수료	정보제공	
	연구회		선거 및 감사		기타	
	성과평가	예비비	수급안정 예비비		선거	징수 수수료
총회 의장 등의 선출	기타 예비비		선거 및 감사			
선거	대의원의 선출	예비비		운영비	인건비	
	수납위탁 수수료				수납기관 수수료	경비
운영관리				인건비	기타 경비	
				경비	예비비	예비비
	자산취득비					
예비비	예비비					

자료: 저자 작성.

○ 정부 지원금 교부 과정에서 다양한 이유로 절차가 지연되는 경우가 발생하여 자조금 조직의 연내 사업 추진에 어려움이 따름. 정부 지원금 교부 승인 시기를 앞당겨 신속한 지원금 교부가 이루어질 수 있도록 해야 함.

- 농산자조금의 정부 지원금 교부가 지연되는 원인 중 하나는 그해에 사업계획서를 제출하기 때문임.

- 축산자조금은 「축산자조금법」 시행규칙 제12조에 따라 다음 연도 사업계획서를 11월 30일까지 대의원회 승인을 받아 공시함. 이후 12월에 다음 연도 사업계획서를 제출함.
- 농산·식품자조금은 사업계획서를 그해 1월 농식품부에 제출하고 있음. 이에 농산·식품자조금은 사업계획 검토·승인 이후 과정이 비교적 늦춰짐.
- 따라서 축산자조금과 동일하게 12월에 사업계획서를 제출하도록 하여 정부 지원금 교부 시기를 앞당길 필요가 있음.
- 또한 사업계획서 수령 후(1월) 전년도 정부 지원금의 일정 비율(예: 50%)을 선(先)지원하고, 나머지 지원금을 후에 지원하는 방안도 고려해 볼 수 있음.

#### 4.3. 평가 및 관리 기타

- 자조금 지원 사업시행지침은 평가 및 차등지원을 할 수 있도록 명시하고 있으며, 농산자조금은 운영실적 평가를 통해 차등지원하고 있음.
  - 반면 축산자조금에 대한 평가는 실시하고 있지 않으며, 「축산자조금법」에도 평가 및 차등 지원에 관한 법령이 부재함.
  - 농산자조금과 마찬가지로 축산자조금도 국가 보조금이 지원되는 사업이므로(2020년 정부 지원금: 농산자조금 81.6억 원, 축산자조금 241.6억 원), 법 개정을 통해 국고 사용에 대한 평가 근거를 마련해야 함.
- 자조금 거출금 별도계정 관리 의무와 운영비 집행비율 상한 관련 규정을 미이행할 경우의 제재 조항을 추가하고, 자조금 조직의 대표성이 상실되었을 경우 정부에서 조정 등을 추진할 수 있는 근거를 보완할 필요가 있음.
  - 자조금관리위원회는 자조금에 관한 회계를 명확히 하고 다른 회계와 구분하여 회계처리 하여야 함. 이를 위반할 경우, 500만 원 이하의 벌금을 부과할 수 있음(「농수산물자조금법」 제35조, 「축산자조금법」 제33조).
  - 품목별 또는 단계별로 설정된 운영비 상한을 초과해서 사용할 경우, 회계처리 위반과 같은 취지의 제재 조항이 추가되어야 함.
  - 자조금 조직의 대표성이 현저히 상실되었을 경우(설치승인 요건 미충족), 농산자조금은 정부에서 조정권고, 지원중단, 직권폐지 등을 추진할 수 있으며(「농수산물자조금법」 제21조 제6항), 축산자조금법에도 해당 내용과 같은 조문을 도입하는 것을 검토할 필요가 있음.

○ 자조금 조직에 대한 지도·감독 권한 규정을 보완할 필요가 있음.

- 정부는 자조금에 관한 업무·회계 및 재산 등에 대하여 필요사항을 보고하게 하거나 서류제출을 하게 할 수 있고, 이를 위해 소속 공무원이 장부·서류를 검사할 수 있으나(「농수산물자조금법」 제32조, 「축산자조금법」 제31조), 지도·감독 결과에 따른 행정지도나 필요한 조치를 취할 수 있는 근거는 미흡함.
- 따라서, 지도·감독 결과에 따라 필요할 경우 개선권고 및 시정명령 등 필요한 조치를 취할 수 있도록 관련 규정을 보완할 필요가 있음.

○ 자조금 조직의 품목 대표성, 대의원의 생산자 대표성을 확보할 수 있는 방안을 마련해야 함.

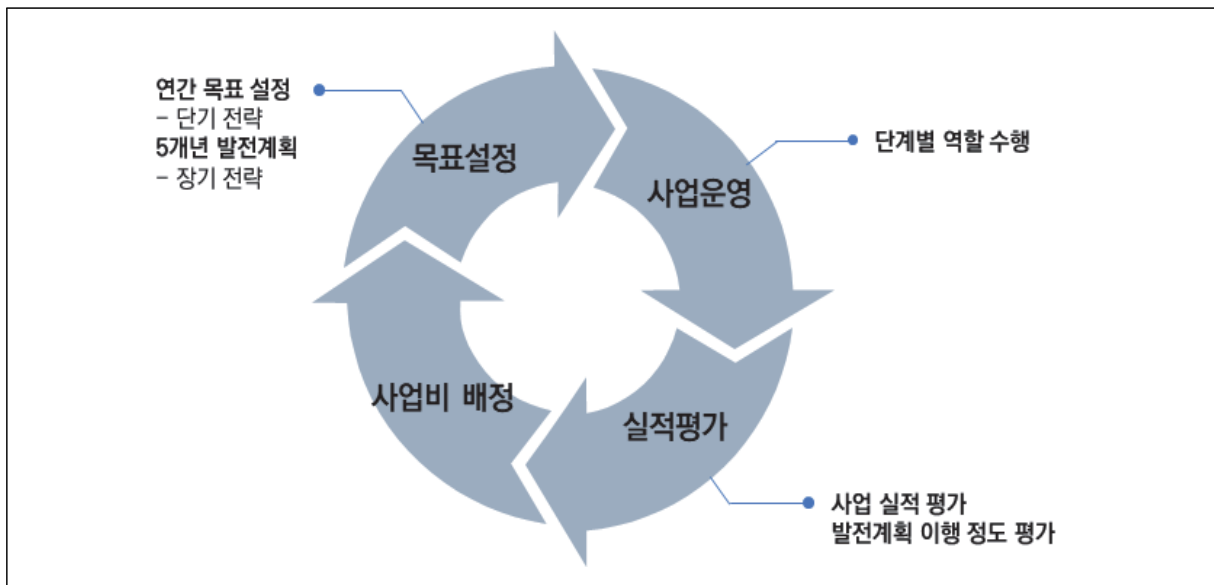
- 해외 자조금(뉴질랜드, 미국)은 일정 기간마다 품목 전체 생산자를 대상으로 자조금 존속에 관한 의사결정(투표) 체계를 구축하고 있음.
- 국내 자조금은 지원중단 및 직권폐지에 관한 법률이 있으나(농산자조금), 해외 사례와 같이 자조금 농가를 대상으로 정기적으로 존속여부를 투표하여 대표성을 확보하는 방안도 고려할 수 있음.
- 또한 대의원회는 의무자조금 조직의 주요한 의결기구로서 관리위원의 과반수에 해당하는 등 전체 생산자를 대표하여 중요한 의사결정을 담당해야 함. 농산자조금은 대의원회가 총회를 갈음할 수 있도록 규정함에 따라 대의원의 중요성은 더욱 커짐.
- 선출구역 농·축산물의 3분의 2 이상을 생산하거나 출하하는 생산자가 대의원 투표에 참여하도록 규정하고 있으므로, 대농 위주로 대의원회가 구성됨. 또한 선거구별 대의원 수 배분 기준만 규정하고 있으므로 대의원회가 다수 소농을 대표할 수 없음.
- 따라서 자조금을 납부하는 모든 생산자가 투표에 참여할 수 있도록 하고, 선거구뿐만 아니라 생산 규모를 고려하여 대의원 수를 배분하여야 함.

○ 자조금 평가체계의 지속적인 개선이 필요함. 또한 본 연구에서 제시하는 통합 평가체계에 기초하여 품목 특성(수출형, 주산지형 등)을 고려한 평가지표의 보완이 지속되어야 함.

- 평가지표 자체에 대한 지속적인 평가와 피드백이 필요함. 평가체계 운영과정에서 발생하는 문제점, 지적사항 등에 대해 농식품부, 자조금 조직, 전문가 간 지속적으로 논의하여야 함.
- 통합 평가체계는 단계에 따라 평가 배점을 달리하지만, 동일한 지표로 평가하므로 평가의 형평성을 확보할 수 있음. 그러나, 품목의 세부적인 특성을 모두 반영하는 데에는 어려움이 있음.

- 따라서 자조금 조직은 평가에 대한 생산자의 의견을 수렴하고, 이를 농식품부와 협의하여 품목의 특성을 나타낼 수 있는 가점 및 감점 제도를 운영할 필요가 있음.
- 자조금은 품목 경쟁력 제고와 품목 대표성을 확보하기 위해 발전 단계에 부합한 산업 중장기 발전계획을 수립하여야 함. 또한 발전계획 이행 정도를 평가하여 역량 강화를 유도하여야 함.
  - 현재 대부분의 품목은 최근 2~3년간 동일(유사)한 사업계획을 반복하고 있으며, 명확한 사업계획이 없는 경우도 있음.
  - 따라서 의무자조금 단계부터는 중장기 사업목표에 따른 연차별 세부 목표, 전략 등의 계획을 수립하여야 하며, 평가 시 계획 이행 정도 점검하여야 함.
  - 또한 연간 이행실적 평가 결과, 도출된 문제점에 대해 전문가 또는 자문단 피드백 체계를 자조금 조직이 자체적으로 구성할 필요가 있음.

〈그림 5-6〉 발전계획과 연계한 자조금 사업체계



자료: 저자 작성.

- 의무자조금 조직이 품목별 특성을 반영하여 품목별 중장기 발전계획을 수립하고 본연의 역할과 사업을 수행할 수 있도록, 「농산자조금법」, 「축산자조금법」, 개별법(식품)을 개정하여 법적 근거를 마련할 필요가 있음.
  - 운영실적 평가의 근거로 “농림축산식품부장관이 지정하는 평가 기관으로부터 매년 사업 성과 평가를 받고, 평가 결과에 따라 정부 지원금을 차등 지원받는다.”와 같은 취지의 조항을 추가할 필요가 있음.

- “의무자조금 조직은 연도별 세부 사업 계획을 포함한 중장기 발전계획을 수립하여야 하며, 평가 시 수립 여부와 계획 이행 정도 평가받는다.”와 같은 취지의 조항을 추가하여 중장기 발전계획 수립을 장려해야 함.
- 또한 집행한 사업의 효과를 객관적이고 공정하게 비교·검토할 수 있도록 운용평가(격년) 결과보고서를 공시하도록 하여야 함.



## 1. 자조금 단체와 생산자 조직 연계 방안(농산분야)

### 1.1. 문제인식 및 관련 현황

○ 국내 농산물유통은 통합마케팅조직이 운영하는 산지 APC 중심으로 재편 중이나, APC와 자조금 조직과의 연계(자조금 거출, 사업참여 등) 체계가 부재한 실정임.

- 농협이 APC의 63.1%를 운영하고 있으며 다수의 품목 재배에 관여하고 있어 단일품목 기반의 조직화가 미비하고 이에 따라 자조금 단체와의 괴리가 발생하고 있음.
- 정부는 전국에 약 447개소의 APC를 지원하는 동안 조직화·규모화를 추구하여 시·군의 통합마케팅 비율 향상을 위하여 지원하였으나, 품목 조직화 추진과 자조금 사업 추진은 별개로 인식되었음.

〈부표 1-1〉 운영주체(유형)별 APC 현황(2019년)

단위 : 개소, %

구분	개소 수	비중
합계	447	100.0
농협	282	63.1%
지자체(농협 위탁운영)	26	5.8%
영농조합법인	79	17.7%
농업회사법인	32	7.2%
지자체(법인 위탁운영)	3	0.7%
조합공동사업법인	22	4.9%
산림조합(지자체 포함)	3	0.7%

주: APC경유율은 품목별 특성에 따라 다르나, aT주요 농산물 유통실태에 따르면, 과일류는 60~70%, 채소류 30%~50%로 추정  
 자료: a.T APC 운영 현황 조사분석 최종보고서(2020.11)

○ 자조금 조직은 「농수산물자조금법」 제21조의2에 따라 생산 유통에 관한 공동의 계획을 수립/적용하는 등 총괄 조정 역할을 수행할 수 있으나, 중장기 목표가 부재하고 단체역량이 미비하여 현재는 단순 소비 홍보에 치중하는 경향이 있음.

- 의무자조금관리위원회는 대의원 3분의 2 이상이 찬성하는 경우 농림축산식품부 장관의 승인을 받아 ① 경작·출하신고, ②품질·중량 등 시장출하규격 설정, ③수출 등 단일

유통조직 지정의 조치를 할 수 있음.

- 그러나, 농산분야 의무자조금 단체는 대체로 설립 초기단계로 증장기 목표가 부재하고, 사무국 근무 인력은 평균 3명 정도로, 거출금 부과 및 수납, 용역계약 등 단순 행정처리에 업무가 과중되어 홍보 이외의 다양한 사업까지 추진하기에는 어려운 경우가 많음.

○ 한편, 정부는 품목단위 생산 유통 조직화 기반 마련을 위해 주산지 중심의 통합마케팅 조직을 지원하고 '20년부터 시범사업으로 산지유통 혁신조직을 육성하고 있음.

- 산지유통 혁신조직은 품목을 전문적으로 생산하고 마케팅을 계열화하도록 증장기 운영 계획을 수립하여 농림축산식품부의 인정을 받은 통합마케팅조직임. 대상 품목은 의무자조금 품목을 우선적으로 선정하고 있으며, 수급관리 필요성, 조직화 수준 등을 고려하여 선정함.
- 주산지 기반의 품목 기반 사업으로는 발작물 공동경영체육성 사업이 있음. 이 사업을 통해 농가 조직화, 농기계 공동 이용을 통한 생산비 절감, 유통 관련 시설 지원(선별기, 저온저장고 등), 통합마케팅 강화, 지역 단위 농정 거버넌스 체계 확립을 도모하고 있음. 시군·단위 통합 마케팅 참여조직과 푸드 플랜 계획을 수립하여 선정된 조직이 신청 가능하며, 생산자 조직화를 촉진하는 사업으로 신청이 증가하고 있음.

○ 이런 가운데, 「농수산물자조금법」개정을 통해 자조금 참여자 위주의 정책지원 체계를 마련하고, 미납자에 대한 지원 제한을 추진('21~)하고 있음. 미납부자를 정책사업 지원 대상에서 제외하는 것이 가능해짐에 따라, 정책사업을 통해 통합마케팅조직과 자조금 간 연계를 강화할 수 있는 방안에 대한 검토 및 추진이 가능해짐

- 정부가 발작물 공동경영체와 같이 APC 관련 지원사업을 시행할 때, 사업을 주도하는 APC를 대상으로 자조금 납부 증명서 제출을 의무사항으로 규정할 경우, 의무자조금 정책의 성공 가능성을 높일 수 있음.
- 2022년 발작물 공동경영체 지원사업에서 자조금 납입증명서 제출을 의무화한 결과, 생산자 직접 납부한 자조금이 노지 채소류(마늘, 양파) 70%~100%, 과일류 80%~100%의 획기적으로 납부율이 높아지는 것이 증명됨.



## 1.2. 해외사례 검토

- 해외 주요 국가의 자조금 운영 형태는 품목단위 조직화 기반을 바탕으로 생산자 조직, 자조금 조직, 기타 주체(가공, 유통 등) 간 사업 연계 및 협력 정도에 따라 다양한 형태가 존재함.
  - 뉴질랜드 키위자조금은 수출용 키위에 자조금을 부과하며, 수출통합조직인 제스프리(Zespri)를 통해 수출 및 거출이 이루어지는 구조임. 뉴질랜드 키위 생산자는 3천여 명에 불과하며 재배지가 일부 지역에 집중되어 있어 생산자 파악에 용이하고, 생산량의 90%를 수출하여 유통 창구가 단일화 되어 있음.
  - 따라서 뉴질랜드 키위자조금 사례는 국내 품목 중 생산자 수가 비교적 적고, 규모화되어 있으며 유통경로가 비교적 비슷한 품목(파프리카 등)일 경우 벤치마킹이 가능할 것임.
  - 유럽 주요국은 생산·가공·유통 사업자 간 합의를 통해 협약\*을 체결하고, 협약 이행을 통한 생산·마케팅 혁신 및 소비촉진 등을 추진하고 있음. 지역단위 생산자조직 및 연합조직(PO, APO) 중심으로 품목 조직화 기반이 체계적으로 구성되어 있으므로 협약 적용이 용이함.
    - \* 품질규격, 품질관리, 적정 수확·출하일 설정, 라벨표시, 물류방법 등
  - 따라서 해당 사례의 국내 도입을 위해 대형유통업체, 식품·외식업체 등 관련 산업과 효과적인 연계할 수 있도록 품목 생산 조직화와 교섭력 있는 주체의 육성이 선행되어야 함.

## 1.3. 시사점 및 개선 방안

- 단기적으로 품목단위 생산·유통 조직화 기반을 마련하는 동시에 자조금 조직이 이들의 사업을 전국단위 총괄조정·지원할 수 있도록 육성하고, 이에 따라 높아진 조직력과 교섭력을 바탕으로 유통 및 식품·외식업체 등 관련 주체와의 공동사업 또는 협약 체결 등을 중장기적으로 추진할 필요가 있음.
- 산지유통 혁신조직을 육성하여 품목단위 조직화 기반을 마련하고, 의무자조금 단체를 품목 전체의 의사결정 조직으로 육성하여 전국단위 총괄조정·지원 역할을 독려하여야 함.
  - 생산자단체 대표가 자조금대의원회 및 관리위원회에 구성원으로 참여하도록 유도하고, 품목단위의 각 정책사업에 대해 사업계획을 받을 때부터 자조금과의 연계나 생산자 대상 교육을 의무포함사항으로 규정할 필요가 있음.

- 특히, 혁신조직 PO는 품목기반의 사업이므로 반드시 자조금과의 연계를 강화할 필요가 있으며, 사업선정 단계의 3년 계획 수립 단계부터 이를 명시하고 수급조절 등 자조금 사업 참여 의무를 부여하는 방안을 검토할 수 있음.
- 또한 산지유통 혁신조직의 역량이 강화되면, 자조금 조직이 산지유통 혁신조직에 자조금 수납(거출업무)을 위탁하는 방안도 검토할 수 있음. 이때 역량 강화는 해당 품목의 혁신 조직들이 취급하는 물량의 총계가 품목 생산량의 절반을 초과할 경우 등의 기준을 검토할 수 있음.
- 한편, 자조금 단체는 품목단위 사업을 아우를 수 있도록 자체 역량을 육성할 필요가 있음. 이를 위해 직원교육을 강화하거나 전문인력을 충원하는 등 인적기반을 육성하고, 사업계획 마련 과정에서부터 생산자 조직의 의견을 반영하는 체계를 갖출 필요가 있음.
- 품목 총괄의 계획을 추진하거나 조정하는 업무를 수행하는 단체에 대해서는 정책적으로 인센티브를 부여해야 할 것임. 품목 생산자 대상으로 경작신고제를 추진하는 등 농수산 자조금법 제21조의2에 따른 생산·유통 자율조절 조치를 시행할 경우 평가시 가점을 부여하는 것도 방안이 될 수 있을 것임.

## 2. 자조금 조직과 생산자조직, 지자체, 공공기관 간 협력방안

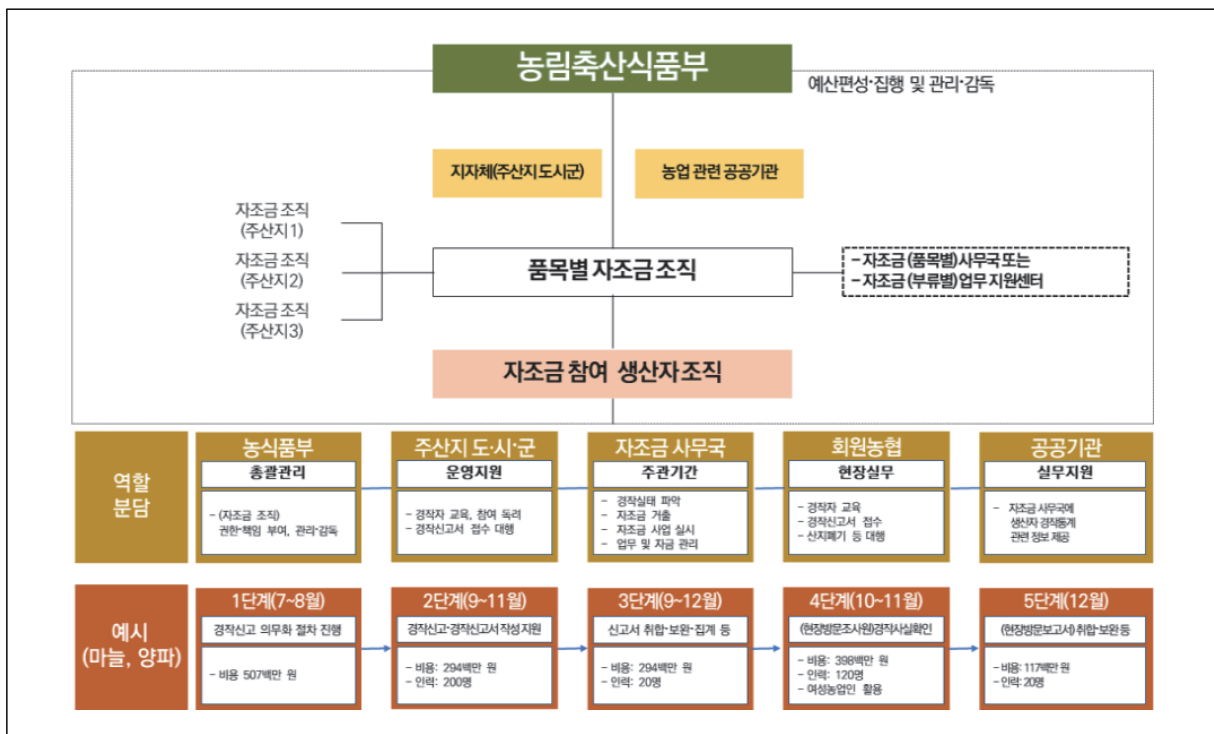
- <부도 2-1>은 품목별 자조금 조직과 관련한 주체(농식품부와 지자체, 자조금 사무국, 회원 농협, 공공기관) 간 역할 분담 체계를 나타낸 것임.
- 의무자조금 사업 관련 역할 분담 체계가 필요한 이유는 다음과 같음.
  - 첫째, 생산자의 재배 품목과 재배면적을 정확하게 파악할 수 있는 통계자료 및 세무 자료가 부족함.
  - 둘째, 생산자의 재배 품목 전환이 자유로우므로, 생산 대체 관계가 존재하는 마늘과 양파의 경우 매년 경작면적 변화를 파악할 수 있는 수단이 부족함.
  - 셋째, 농산 분야의 자조금 납부율이 낮으므로, 자조금 청구 및 납부확인, 고지서 발송시 공공기관의 협조와 개인정보 수집에 관한 동의를 받을 필요가 있음.

○ 품목별 자조금 사무국을 중심으로 공공기관, 회원농협, 주산지 도와 시군 행정 조직, 농식품부가 자조금 관련 일원화된 체계를 구성하여야 해당 사업의 지속성과 연속성을 확보할 수 있음

- 또한 자조금 조직 관련 일원화된 조직체계를 통해, 생산자 교육을 통한 자조금 납부 및 자조금 사업에 대한 긍정적 인식 확립이 용이해질 수 있음.

○ 파프리카는 파프리카 법인별로 자조금 관련 재배면적, 생산량, 출하량과 출하처 등을 산정할 수 있도록 조직체계가 구축되어, 시장격리와 같은 수급 조절 결정이 내려졌을 때 수급 안정 효과에 대한 평가와 측정도 가능함.

〈부도 2-1〉 품목별 자조금 조직 관련 주체 간 역할과 사업추진체계



주: 정부 지원금이 투입되는 동안은 농식품부가 총괄 관리하고, 자조금 조직의 역량이 강화되어 정부의 예산 지원이 필요 없을 경우 자조금 조직이 예산 편성·집행과 관리·감독 역할 수행이 요구됨.

자료: 저자 작성.

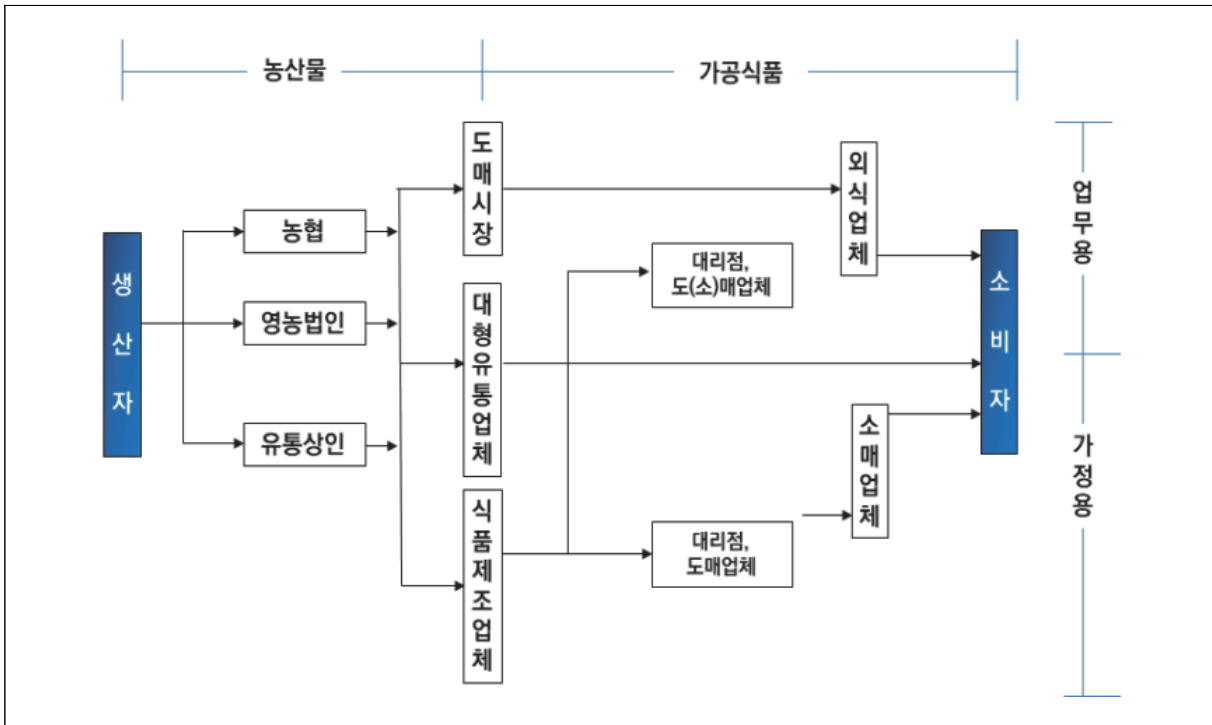
### 3. 자조금 사업 확장 및 영역 확대 방안

#### 3.1. 가치사슬에 따른 영농법인과 소비지 업체 가입

○ <부도 2-2>에서는 농산물과 농산물을 원료로 사용하는 식품제조업의 가치사슬이 나타나 있음.

- 현재 농산 분야의 품목별 자조금 조직은 생산자만 참여하고 있으나, 자조금 조직이 내수 및 수출유통 분야에도 영향력을 발휘하기 위해서는 도매시장, 대형유통업체, 식품제조업체, 수출업체 등과의 연계가 필요함
- 현재 자조금 조직은 생산자 중심의 생산자 대표조직으로 운영되고 있으며, 생산자 이외에 자조금 조직에 가입 가능한 유통 주체는 산지의 통합마케팅 조직과 영농조합법인, 조합공동사업법인 등이 있음. 그러나, 이들 단체는 최종 의결기구인 대의원회에 참여가 어려우며, 이에 따라 관리위원회에도 참여폭이 제한된 상황임.
- 따라서, 관리위원회 구성시 가치사슬에 해당하는 주체들이 참여할 수 있도록 유도할 필요가 있음. 또한, 생산자단체 뿐만이 아니라 소비지 유통업체, 가공업체, 수출입 업체 대표의 참여도 장기적으로는 검토할 필요가 있음.

<부도 2-2> 농산물과 식품제조업 분야 가치사슬



자료: 김관수 외. 2016. 식품제조업의 가치사슬 분석. 농림축산식품부·한국농수산물유통공사를 참고하여 작성

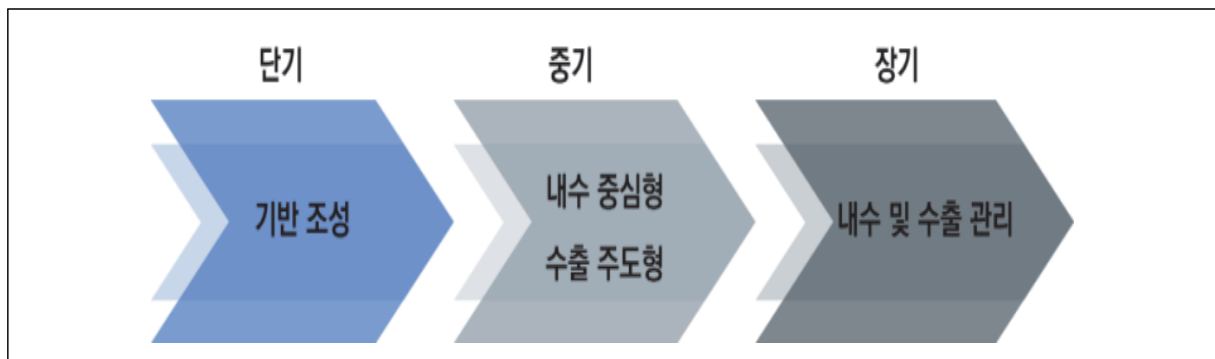
### 3.2. 자조금 사업영역 확대

- 정부에서 민감 품목으로 지정한 주요 품목(배추, 무, 고추, 마늘, 양파, 대파) 이외의 품목은 국내외 생산과 유통 실태와 수급 체계가 어떻게 작동하는지에 관한 품목별 산지, 도매시장, 소비지 분야의 연구가 부족하여 아직까지 구체적인 사항이 명확하지 않음.
  - 채소류 중심의 민감 품목이더라도 유통단계가 산지 유통, 도매유통, 소비지 유통으로 복잡하고 유통주체도 주산지 상인, 영농조합법인, 농협 등으로 복잡·다양하게 구성되어 있어 향후에도 많은 연구가 필요함.
  - 또한 품목별로 원료 농산물과 가공 농산물에 따라서 상이한 유통단계와 유통 주체가 산지에서 소비지까지 분포되어 있으므로, 가치사슬에 따른 품목별 생산과 유통 실태 파악이 중요함.
  - 정부간행물에서도 대략적인 유통단계와 유통비용이 나타나 있으나, 생산 과잉 및 과소에 따라서 긴급한 수급 대책을 수립하거나, 유통단계 개선을 위한 정부 대책을 수립할 때 품목별로 구체적인 자료가 없어 대책 수립에 한계가 있음.
  - 그러므로 품목별 자조금 조직의 소비 촉진과 홍보 사업도 생산자의 안정적 소득확보를 위해서 중요하지만, 더 나아가 품목 생산자 대표조직인 자조금조직이 생산자를 대상으로 경작 신고를 추진하여 재배품목(품종)과 면적, 출하시기 등을 정확히 파악할 수 있도록 역할을 확대해 나가는 것이 바람직함.
  - 또한, 해당 품목의 유통단계 및 실태, 생산 및 수입 실태에 따른 수급 환경 및 여건, 가격 분석 등이 조사 및 연구되어야 할 필요가 있음.

## 4. 자조금 조직 내수 및 수출 관리 방안

- 자조금 조직이 단기적으로는 자조금 사업 기반을 마련하고, 중기적으로는 내수 중심형 또는 수출 주도형 사업을 육성하며, 장기적으로는 수급 관리가 가능한 조직으로 성장하는 것을 발전 방향으로 제시함.
  - 우선, 자조금 조성의 기반을 마련하고, 중기부터는 내수 마케팅 경쟁력을 강화하거나 수출 창구를 단일화하는 방향으로 발전이 필요하고 이러한 사업 방향성은 자조금 단체가 참여 및 발주하는 연구용역을 통하여 수립하는 것이 효과적임.
  - 이를 위해서는 자조금 조직 특성상 정부와 자조금 관리위원회가 협의를 통하여 기존 산지 및 소비자 유통업체, 수출업체 중 해당 분야 사업을 담당할 수 있는 업체를 선정 또는 설립할 필요가 있음.
  - 자조금 관리위원회는 해당 품목과 분야를 대표할 수 있는 대표조직을 선정 또는 설립하여 내수 및 수출, 수급과 관련한 사업의 시행할 수 있도록 노력해야 함.
  - 파프리카 수출과 같은 분야는 수출통합조직이 설립되어 있으므로 해당 조직을 수출 분야 대표조직으로 육성하면 별도의 수출조직의 선정 및 설립이 필요 없음.
- 장기 발전방안은 자조금 조직에서 수급 안정 관련 사업을 시행하는 것이며, 품목의 여건을 고려하여 경작통계에서부터 계약재배까지 단계적으로 시행하는 것이 적절함.

〈부도 4-1〉 자조금 사업 중장기 발전방안



자료: 저자 작성.

#### 4.1. 내수 마케팅 경쟁력 강화 방안

- 품목별 자조금 조직이 의무자조금으로 발전하면, 소비 촉진과 홍보 이외에 진출할 수 있는 분야가 내수 분야 마케팅 조직 육성을 통한 품질관리 체계 구축과 시장 지배력 향상임.
  - 내수 분야에서 마케팅 경쟁력 강화에 유리한 품목별 자조금 조직은 주로 생산 기술과 저장 기술이 연계하여 지속적인 품질관리가 가능한 과일류와 과채류에 국한될 수 있음.
  - 과일류 중 사과, 배는 재배 품종에 따른 생산기술 메뉴얼과 APC(산지유통시설)를 중심으로 선별과 저장, 포장에 가능하므로 연중 품질관리와 출하 조절이 가능하여 지역명 또는 상표명을 활용한 브랜드 마케팅 체계 확립이 가능함.
  
- 과일류 자조금 조직의 내수 마케팅 경쟁력 강화를 위해서는, 농협 시·군 단위 통합마케팅 조직을 중심으로 형성된 산지 유통 체계의 재편이 필요함.
  - 지금까지 사과, 배 자조금은 회원농협이 조합원의 자조금을 대납하는 체계로 운영하였으나, 의무자조금 조직으로 전환한 후, 해당 품목 생산자로부터 재배면적에 따른 직접 납부를 추진하고 있음.
  - 사과에서 한국과수농협연합회가 운영하는 전국 공동브랜드 썬플러스를 개발·육성하고 있으나, 농협 중심으로 참여하고 있어 자조금 조직을 대표하는 마케팅 조직이 되기 어려움.
  - 그러므로 지금보다 더 많은 농협의 조합원과 영농조합법인 구성원과 산지 및 도소매 유통 업체를 의무자조금 회원으로 포함하여, 단일 브랜드를 중심으로 품종별 재배방식, 품질관리 체계, 수확 후 관리 기술을 체계적으로 정비하여 국가를 대표하는 마케팅 조직으로 육성할 필요가 있음.
  
- 국내 농산물 생산과 유통 분야에서 농협의 계통출하 비율을 나타내는 조직화 취급 비중을 고려한다면, 과일류는 약 50%~60%, 채소류는 30%~40%를 차지하여 농산물 시장에서 농협의 시장 점유율을 간과할 수 없음.
  - 농협의 마케팅 체계는 주산지와 비주산지 회원 조합이 취급하는 물량을 시·군 단위 통합 마케팅 조직이 출하를 대행하지만, 생산단계부터 수확 후 관리, 저장 및 출하는 모두 회원 농협의 업무이므로, 농협 이외의 영농조합법인, 농업회사법인, 친환경 업체 회원 등은 실질적인 참여가 어려움.

- 그러나 농협 중심의 자조금 부담 문제와 과일류 취급량의 40%~50%를 차지하는 영농조합법인 등의 생산자단체를 의무자조금 조직에 포함하지 못한다면, 의무자조금 조직의 성공과 의무자조금 조직이 해당 품목을 대표하여 설립 및 운영하는 마케팅 조직 출범은 어려움.
- 그러므로 과일류는 주산지 위주로 농협과 영농조합법인이 집중적으로 분포한 사과, 배, 감귤 등을 중심으로 의무자조금 참여 확대, 자조금 거출, 마케팅 조직 설립이 효과적으로 이루어져야 함.

## 4.2. 수출창구 단일화 방안

- 현재 의무자조금 조직 중 수출창구 단일화 방안이 가능한 품목은 파프리카임.
  - 과거 농산물 수출은 과일류와 과채류 중심으로 미국 및 동남아시아, 일본 시장에 활발하게 진출하였음.
  - 그러나 일본에서 파지티브 리스트(Positive List) 제도를 도입하면서 토마토와 파프리카의 대일 수출 안전성 체계가 강화되었음. 이에 파프리카는 수출 아이디 제도를 도입하여 안전성 관리 확보에 노력하고 있으며, 중국과 동남아시아 등으로 수출 다변화 전략을 추구하고 있음.
- 수출창구 단일화를 위해서는 품목별 의무자조금 조직 중심으로 수출통합조직을 설립·육성하는 것이 가장 효과적임.
- 파프리카 의무자조금 조직은 수출 통합조직으로 코파(KOPA)를 설립하여 육성하고 있음. 그러나, 기존 파프리카 생산자와 수출업체의 수출 관계가 존재하므로 코파를 중심으로 수출 통합을 실현하는 것은 단기적으로 어려움.
  - 그러므로 단기적으로는 의무자조금 수출통합조직과 기존 수출조직이 수출시장 개척과 안전성 관리 등에서 협력하는 방안을 모색하고, 중장기적으로는 의무자조금 수출통합조직 중심으로 수출업체를 통합하는 것이 필요함.



### 4.3. 수급안정 관련 사업 시행

- 품목별 의무자조금 조직의 궁극적 목표는 수급 및 유통구조를 개선하여 생산자 수취가격 안정과 소비자 구매가격 안정을 추구하는 것임.
  - 최근 농산물은 이상기후가 자주 발생하여 가격 변동성이 커지는 특성이 있으므로 평년 수준의 안정적인 재배면적과 생산량을 확보하는 것이 중요함.
  - 이를 위해서는 의무자조금 조직을 중심으로 단기적으로 경작통계를 작성하여 전체 재배면적과 생산량을 산정이 필요함.
  - 이렇게 산정한 경작통계 관련 정보는 정부의 농산물 수급 관련 기관과 공유하여 장기적으로는 계약재배, 시장격리 및 긴급 출하 명령 등을 수행할 수 있어야 함.
  
- 농산 분야 의무자조금 조직이 정부의 수급 안정 사업에 이바지하는 단기적 방법으로는 자조금을 활용하여 경작통계 작성을 위한 조사 및 연구, 인건비 등으로 활용하는 것임.
  - 현재 정부의 품목별 재배면적 통계와 관측 통계만으로는 갑작스럽게 발생하는 기상 변화에 생산량 변화를 산정 및 전망하기 어려움. 그러므로 의무자조금 생산자를 대상으로 경작통계를 작성하여 수급 조절의 근간이 되는 기초 통계를 제공하는 것이 필요함.
  - 농산 분야에서 의무자조금 단체의 경작통계가 중요한 이유는 통계청의 재배면적 통계와 농식품부의 수급 통계가 일치하지 않는 경우가 많기 때문임.
  
- 농산 분야 의무자조금 조직이 장기적으로 정부의 수급 안정 사업에 이바지하기 위해서는 자조금 단체의 수급 조직이 주산지를 중심으로 도매시장, 제조업체와 예약형 정가·수의매매를 통한 계약재배 실시가 필요함.
  - 이미, 정부에서 선정 및 관리하는 혁신조직은 식품제조업체와 예약형 정가·수의매매로 출하 3~4개월 전에 출하량과 가격을 결정하여 거래하고 있으며, 다수의 혁신조직을 총괄하는 주체로 자조금 단체를 육성하는 것이 필요함.



## 참고문헌

- 국승용. 2016. “뉴질랜드 원예산업 구조-키위·사과”. 한국농촌경제연구원.
- 김동환·강경탁. 2010. “품목별 대표조직의 해외 사례와 발전 과제”. 『제72차 신유통토론회』. 농식품신유통연구원
- 김동환·송정환. 2019. “자조금 해외사례와 시사점”. 『신유통 포커스』. 제19-03호. 농식품신유통연구원.
- 김정주. 2010. “국내 축산물 자조금의 현황과 축산 자조금법의 개정(1)”. 『월간양계』 11월호.
- 농림축산식품부. 2019 기타가축통계  
\_\_\_\_\_. 2019 인삼통계자료집.  
\_\_\_\_\_. 2020 화훼재배현황
- 농림축산식품부. 내부자료
- 박성재·박준기·정원호·임지은. 2012. “농업부문 자조금 운영실태와 개선방안”. 한국농촌경제연구원.
- 성주군청 농정과. 21년 주요업무 추진계획.
- 이용선·김태균·이선령·홍나경. 2010. “원예작물 자조금 제도 발전방안”. 한국농촌경제연구원.
- 이정민. 2013. “미국 낙농산업 수급 현황 및 자조금 제도 구조” 『세계농업』 154: 921-945  
자조금통합지원센터 내부자료.
- 정경수·유은아. 2021. “축산자조금 성과평가 연구”. 건국대학교 산학협력단.
- 정우림. 2011. “양돈자조금 사업에 대한 소비자의 태도와 돈육 구입 및 소비행태”. 충남대학교 대학원.
- 지역농업네트워크협동조합. 2021. “자조금단체 생산·유통 자율조절 매뉴얼 개발”.
- 최병옥·황의식·에시마리에·김진우·서영·김석중. 2012. “농수산물자조금법 제정에 따른 원예자조금 활성화 방안”. 한국농촌경제연구원.
- 코리아리서치. 2021. 2020년 우유자조금 성과분석 연구 최종보고서. 우유자조금관리위원회.  
\_\_\_\_\_. 2021. 2020년 한돈자조금 성과분석 최종보고서. 한돈자조금관리위원회.  
\_\_\_\_\_. 2021. 2020년 한우자조금 성과분석 연구 최종보고서. 한우자조금관리위원회.
- 통계청. 가축동향조사  
\_\_\_\_\_. 농림어업조사  
\_\_\_\_\_. 농림어업총조사  
\_\_\_\_\_. 농작물생산조사  
\_\_\_\_\_. 시설채소 온실 현황 및 생산실적
- 허덕·이형우. 2010. “미국의 자조금을 통한 쇠고기 소비확대 대책”. 한국농촌경제연구원.
- 허신행·정안성·허덕·김병률. 1988. “축산자조금 제도에 관한 연구”. 한국농촌경제연구원.
- 황태규·서강철·한성일. 2016. “한우자조금 사업에 관한 농가 및 소비자 인식 비교 분석.” 『농업경영·정책연구』 43(4): 921-945
- 7 USC 612c Appropriation to encourage exportation and domestic consumption of agricultural products.*
- 7 USC 7401 Commodity promotion and evaluation.*
- Cattlemen’s Beef Promotion Board Annual Report 2020.*
- Checkoff Programs—An Overview. 1996 US Code.*

*Commodity Levies Act 1990.*  
*Commodity Levies Kiwifruit Order 2017.*  
*Commodity Promotion, Research, And Information Act of 1996. Required Terms In Orders*  
*Federal Agriculture Improvement And Reform Act Of 1996*  
*Horticulture New Zealand. Annual Report: 2019/20*  
*Meat&Livestock Australia Annual Report 2020.*  
*Primary Industries (Customs) Charges Regulations 2000*  
*Zespri Annual Report: 2020/21*

〈참고 인터넷 사이트〉

계란자조금관리위원회 홈페이지 <<http://www.eggboard.or.kr/eb/index.php>> 검색일: 2021.10.21.  
관세청 수출입무역통계 <<https://unipass.customs.go.kr>> 검색일: 2021.11.05.  
국가법령정보센터 <<https://www.law.go.kr>> 검색일: 2021.10.15.  
국립농산물품질관리원 친환경 인증관리 정보시스템 <<https://www.enviagro.go.kr>> 검색일: 2021.10.28.  
낙농진흥회 홈페이지 <<https://dairy.or.kr>> 검색일: 2021.11.05.  
농민신문 블로그 <<https://m.post.naver.com/my.nhn?memberNo=36080930>> 검색일: 2021.05.03.  
농산물유통 종합정보시스템 <<https://www.nongnet.or.kr>> 검색일: 2021.11.03.  
농민신문. 서윤 기자 <[문답으로 뉴스 깊이보기]농축산물 자조금> 기사 발췌. 2017.01.20.  
에코다임스. 안성엽 기자 <원예농산물 의무자조금> 기사 발췌. 2015.05.21.  
오리자조금관리위원회 홈페이지 <<http://duckboard.or.kr>> 검색일: 2021.09.27.  
자치법규정보시스템 <<https://www.elis.go.kr/>> 검색일: 2021.10.29.  
제주감귤연합회 홈페이지 <<http://jejugamgyul.or.kr>> 검색일: 2021.11.03.  
한국가지생산자협의회 홈페이지 <[www.eggplant.or.kr](http://www.eggplant.or.kr)> 검색일: 2021.11.03.  
한국배연합회 홈페이지 <[www.kpear.co.kr](http://www.kpear.co.kr)> 검색일: 2021.11.03.  
한국사과연합회 홈페이지 <[www.k-apple.kr](http://www.k-apple.kr)> 검색일: 2021.11.03.  
한국양봉협회 <<https://www.korapis.or.kr>> 검색일: 2021.11.05.  
한국키위연합회 홈페이지 <<http://www.fruit.or.kr/kiwi/home>> 검색일: 2021.11.02.  
한국포도협회 홈페이지 <[www.ko-grape.kr](http://www.ko-grape.kr)> 검색일: 2021.11.03.  
한돈자조금관리위원회 홈페이지 <<https://porkboard.han-don.com>> 검색일: 2021.09.27.  
e나라도움 국고보조금통합관리시스템 <<https://www.gosims.go.kr>> 검색일: 2021.10.28.  
*KATI <<https://www.kati.net>> 검색일: 2021.11.03.*  
*ALIC <<https://www.alic.go.jp>> 검색일: 2021.09.24.*  
*Department of Agriculture Water and Environment <<https://www.awe.gov.au>>*  
*검색일: 2021.10.18.*  
*FAO Stat <<https://www.fao.org>> 검색일: 2021.10.18.*  
*UN Comtrade Database <<https://comtrade.un.org>> 검색일: 2021.10.18.*  
*World Bank <<https://data.worldbank.org/>> 검색일: 2021.10.18.*  
*Zespri <<https://www.zespri.com/en-NZ>> 검색일: 2021.09.24.*