

연구보고서
2006-03



충남 농산물 수출확대 방안 연구

권용대 · 박광배

연구보고서 2006-03

충남 농산물 수출확대 방안 연구

권용대 · 박광배

목 차

제1장 서 론	1
1. 연구 배경과 필요성	1
2. 연구내용 및 방법	2
3. 선행연구의 검토	3
제2장 충남 농업의 현황과 수출 동향	5
1. 충남 농업의 현황과 여건변화	5
2. 우리나라 농산물의 수출 동향과 여건분석	16
3. 충남 농산물의 수출 동향과 여건분석	27
제3장 충남 농산물의 수출 확대방안	40
1. 기본방향	40
2. 충남 농산물 수출확대를 위한 주체별 역할과 기능	46
제4장 수출 농산물의 물류체계 개선방안	59
1. 수출농산물의 물류체계 현황	59
2. 농산물 수출 물류체계의 개선방안	62
제5장 요약 및 결론	70
참고문헌	72
부록: 국내외 농산물 수출 지원제도 실태	73

표 목 차

<표 2-1> 충남 농업의 위상 (2002년)	6
<표 2-2> 지역별 농가소득 구성(2002)	7
<표 2-3> 충남 농산물 재배면적 및 생산 (2002년)	9
<표 2-4> 식량작물 생산 현황	10
<표 2-5> 과채류 재배면적 및 생산량	11
<표 2-6> 엽·근채류 재배면적 및 생산량	12
<표 2-7> 조미채소 재배면적 및 생산량	13
<표 2-8> 과실 재배면적 및 생산량	14
<표 2-9> 특용작물 재배면적 및 생산량	15
<표 2-10> 가축사육 두수 현황	16
<표 2-11> 우리나라의 농림축산물 수출실적	17
<표 2-12> 신선농산물 품목별 수출추이	18
<표 2-13> 주요국별 농림축산물 수출실적	19
<표 2-14> 채소류 수출 추이	20
<표 2-15> 과실류 수출 추이	21
<표 2-16> 화훼류 수출 추이	22
<표 2-17> 화훼류의 국제 경쟁력 비교(2004년)	26
<표 2-18> 충남 농수산물 수출실적	28
<표 2-19> 충남 수출 농업단지 현황	29
<표 2-20> 충남 시·군별 수출현황(2005년)	30
<표 2-21> 충남 수출농업의 SWOT 분석	39
<표 4-1> 물류비용의 구분	62

제1장 서론

1. 연구의 배경과 필요성

우리나라도 상업농시대로 들어섬에 따라 농산물 과잉생산문제와 판로확대가 최대의 현안 과제로 떠오르고 있다. 이를 해결하기 위해서는 농산물 내수시장의 확대도 중요하지만 무엇보다 수출을 늘려야 한다는 절박감이 높아지면서 농산물 수출이 농업발전과 성장의 주요 과제로 부각되고 있다. 이제 어려운 농업여건을 해결할 수 있는 길은 수출을 확대하는 길밖에 없다는 대명제가 설득력을 얻고 있다. 그러나 농산물 수출은 말로만 하는 것이 아닌 만큼 어려움이 많은 것이 또한 현실이다.

우리나라 농산물의 수출확대정책은 지금까지 수입개방에 대응하는 소극적 전략 또는 국내 농산물의 수급조절이라는 방어적인 차원에서 벗어나지 못해 왔다. 하지만 앞으로의 농산물 수출은 혁신적인 구조조정을 통하여 지속적인 부가가치 창출을 가져올 수 있도록 경쟁력 있는 달성할 수 있는 지속가능한 수출농업 구조를 목적으로 하는 공세적인 정책으로의 전환에서 그 출발점을 찾아야 할 것이다. 여기에는 DDA/FTA 등으로 농산물시장이 완전 개방되는 상황에서 국내시장에서만 농산물을 팔아서는 농업의 미래가 없다는 판단이 깔려 있다.

충남은 이러한 농업의 개방화 추세에 대응하여 국내 시장중심의 마케팅전략에서 벗어나 수년전부터 수출지향형 농업을 육성하고자 많은 노력을 경주하고 있다. 1차 산업의 비중이 높은 전통적인 농도로서 충남은 지역농업의 국제경쟁력 강화와 농가소득 증대를 위한 새로운 성장 동력원을 농산물 수출확대를 통하여 발굴할 필요성을 느껴 수년전부터 농산물의 수출증대정책을 적극 추진하고 있다. 이에 따라 충남은 2006년 농수산물 수출목표 130백만불을 기준으로 2010년까지 500백만불을 달성한다는 계획 하에 시·군별로 품질, 안전, 가격 등에서 뛰어난 고품격 수출 농산물 브랜드 육성을 위한 지원사업을 펼치고 있다. 충남은 특히 인삼, 배, 화훼를 중심으로 수출농업단지를 조성하고 각종 지원과 함께 농산물의 국외 수요를 늘리는 정책을 주도하고 있다.

그러나 품목별, 품질별, 가격별, 시기별, 그리고 수출대상국의 수요상의 특징과 수급 구조는 물론 수출입 관행상의 주의사항 등 농산물이라는 유기물을 수출하는 데는 많은

어려움이 산적해 있다. 충남 도내 농산물의 수출은 현재 128개의 수출업체, 1,249 농가들이 참여하여 추진되고 있으나 생산 농민들의 수출에 대한 마인드 형성이 잘 안되어 있고, 생산과 유통 및 수출에 있어서 수직적·수평적 계열화 시스템이 미흡한 관계로 농산물 수출에 획기적 성과가 나올지는 불확실한 실정이다. 충남 농산물의 수출은 생산, 유통, 가공, 운송, 수출 시장의 적응 등 전 과정에서 많은 애로요인을 안고 있으나 이에 대한 효과적인 전략을 마련하지 못하고 있는 것이 현실이다.

이러한 상황에서 해외시장에서 지속가능한 충남 농산물의 수출확대 기반을 조성하기 위해서 전략적이고 체계적인 수출정책의 수립 및 집행 방안에 대한 연구의 필요성이 제기되고 있다. 본 연구는 충남 농산물의 수출확대를 위하여 생산에서부터 포장, 선별, 가공, 수송, 저장 등 수출농산물 전반에 걸친 효율적인 관리를 도모하여 해외 판매를 늘리면서 동시에 생산자들의 소득을 늘리고, 또한 도내 농업의 경쟁력을 강화하기 위한 창의적인 수출관련 정책의 수립과 효율적인 집행방안을 모색하는데 있다.

2. 연구 내용 및 방법

1) 연구 내용

지금까지 농산물 수출과 관련하여 적지 않은 연구가 이루어졌으나 대부분이 2차 자료 중심의 거시적 분석 또는 특정 품목 중심의 미시적 접근을 하였으며, 수출주체인 지자체, 수출업체, 농가를 중심으로 수출현황을 체계적으로 조사 분석하여 개선 방향을 제시하는 데는 미흡하였다. 무엇보다도 농산물 수출을 활성화시키기 위해서는 수출에 관련된 농가, 수출업체 등 각 주체들의 역량과 조직, 지자체의 지원체계에 대한 구체적인 분석에 의하여 구체적인 대안을 제시하는 것이 필요하나 현재까지 이에 관한 연구는 거의 없는 것으로 파악되고 있다. 이에 따라 본 연구에서는 충남 농업의 수출여건과 관련하여 충남 농촌 농업 발전 방향에 대한 기술을 바탕으로 이와 관련된 충남 농업의 수출여건, 현황, 문제점을 고찰하고 농산물의 생산, 유통 및 제도적인 측면에서 농산물 수출증대를 위한 관련 주체들의 역할과 과제를 중심으로 대응방안을 모색하고자 한다. 정부는 농산물 수출 확대를 위해 수출전략품목의 육성, 수출관련 자금지원, 수출 물류비지원, 포장디자인개발, 컨설팅, 수출전문단지 육성 등을 적극적으로 추진하고 있다. 그러나 농산물 수출은 소규모 영세농가 위주의 생산구조 하에서 고품질의 수출 농산물을 확보하는데 어려움이 있으며, 특히 유통구조 측면에서 수출 확대에 필수적인 품질향

상 및 안전성 관리가 취약하고 규격화, 수확후 관리 기술의 개발 및 보급체계도 미약한 실정이다. 이에 따라 본 연구에서는 수출농산물의 생산에서부터 포장, 선별, 가공, 수송, 저장 등 충남 농산물의 수출업무관련 물류체계상의 문제점과 해결과제를 검토한 후 지속가능한 수출농업의 산업화를 위한 효율적인 물류시스템의 구축방안을 연구내용의 중심과제로 삼고자 한다. 농산물 수출을 위해서는 수출전문단지를 육성하고 이들을 중심으로 각종 지원을 하고 수출의 주체로 육성하는 것도 필요하지만 우리나라 농산물 유통체계 전반을 선진국 수준으로 개선시켜 수출에 필요한 조직육성, 품질 개선 등이 선행되어야 한다고 보았기 때문이다.

2) 연구 방법

본 연구 수행함에 있어서 정부의 농산물 수출 지원 실태와 문제점을 파악함으로써 농산물 수출 촉진을 위해 해결해야 할 과제들을 도출하고 개선방안을 제시하는데 있어 그 결과물의 질을 제고하기 위해 다음과 같은 연구방법을 강구하였다. 농림부, 한국농촌경제연구원, 농수산물 유통공사 등에서 나온 수출 관련 연구문헌들을 통해 우리나라 수출농업의 문제와 과제를 도출하였으며 도내 통계자료, 실태 분석, 인터뷰 등을 통해 충남의 농산물 수출 현황과 특징을 구명하였다. 농산물 수출과정에서 나타나는 수출농업단지와 물류체계, 지원제도상의 문제점 등 각종 애로요인을 분석하고 국내외 선행연구 자료들을 최대한 이용하여 연구결과의 신빙성을 제고하고 농산물 수출 정책에 반영될 수 있도록 실질적인 제언들을 강구하였다.

3. 선행연구의 검토

그동안 농산물 수출증대를 위한 연구는 고품질의 수출용 농산물 생산, 수출단지조성, 지자체의 수출지원 등 주로 공급자 위주의 수출전략이 주요한 내용을 이루고 있었다. 김병률(2005)은 농산물 수출조직의 진단과 지원제도에 관한 연구에서 농산물 수출단지, 수출업체의 조직상의 문제점과 해결과제의 도출 및 개선방향을 제시하였으며, 수출농산물의 유통경로, 수출절차를 살펴보고 수출지원기관의 수출농가에 대한 시설, 물류비, 운전자금의 지원실태를 파악한 후 수출업체간 과당경쟁지향, 수출물류비 관리의 효율화 방안을 제시하였다.

김완배(2002)는 수출전략 농산물의 수출경쟁력 제고를 위한 기술개발연구를 통하여

농산물 수출확대를 위한 재배기술, 수확후 기술적 요인을 도출하고 수출경쟁력의 향상 방안을 제시하였다. 미국, 중국, 일본시장에서의 품목별 농산물 수출실태 파악 수출전략 품목의 선정과 품질향상, 생산, 유통의 애로요인 발굴 및 해결방안 제시하였다.

송부용 (2001)은 경남도내 물 수출전문조합의 효율적 운영과 수출확대방안 연구를 통하여 경남도내 수출전문조합의 결성과 운영실태에 대한 조사결과 분석과 수출전문조합의 타당성과 운영성과 제고를 위한 개선방안을 제시하였다,

하지만 해외 소비자의 기호에 대응한 수출 농산물의 발굴, 유통 물류시스템의 구축 등 소비시장 지향형 수출전략에 관한 연구는 질적으로나 내용적으로 아직 미흡한 단계이다. 본 연구는 농산물의 수출경쟁력에 영향을 미치는 주요 요인을 생산부문보다는 물류 유통부문에서 찾아야 한다는 관점에서 기존의 생산부문 지향형 수출확대전략에 관한 선행연구를 확장하여 수출형 생산 농업에 후방연쇄효과를 높일 수 있는 수출 농산물의 물류시설, 정보화, 표준화, 수송, 저장, 하역, 보관, 포장 등 수확후 물류 관리체계에 대한 연구를 수행함으로써 충남 수출농업의 지속적 산업화를 위한 전제조건을 도출하고 이를 달성하기 위한 방안을 제시한다는 점에서 선행연구와 차별성을 가질 수 있다.

제2장 충남 농업의 현황과 수출 동향

1. 충남 농업의 현황과 여건변화

1) 충남 농업의 위상

전통적으로 충남은 산업구조나 인구구조면에서 농업이 차지하는 비중이 높은 농도라고 할 수 있다. 경지면적은 2002년 현재 253,516ha로써 전국경지 면적의 13.6%를 차지하고 있어 경북, 전남에 이어 전국 3위의 규모에 달하며 평탄한 평야지대가 많아 제주도 다음으로 29.5%의 높은 경지 면적율을 가지고 있다. 이같이 충남의 농업 입지적 조건이 타도에 비해 양호하지만 산업화 도시화로 영농환경이 악화되면서 지난 10년 동안 충남농업이 지역경제에서 차지하는 비중이 크게 축소되고 있다. 지역총생산에서 차지하는 충남의 농업비중이 1990년 35.9%에서 2002년 12.6%로 줄어들었고 농가인구도 43.3%에서 26.7%로 크게 감소하였다. 이같이 다른 도에 비해 농업의 쇠퇴속도가 상대적으로 빠른 이유는 최근 서울과 수도권의 2,3차 산업기능이 충남으로 대거 이전함에 따라 농업이 지역경제에서 차지하는 역할과 위상이 크게 위축되었기 때문이다.

충남의 지역 총생산의 산업별 구성비를 보면 1989년에는 농림어업 31.6%, 광공업 18.3%, 기타부문 50.1% 으로 구성되었으나, 2001년은 농림어업 12.1%, 광공업 39.6%, 기타부문 48.3% 으로 농림어업은 19.5%가 감소한 반면, 광공업부문은 서해안 개발 및 수도권 공장들의 충남 북부지역으로의 이전에 따른 영향으로 21.3%가 증가하여 농업은 상대적으로 크게 위축되는 현상이 가속화하고 있음을 알 수 있다. 그러나 충남은 아직도 전통적인 농업도로서 농업의 지역총생산 비중이 전남에 이어 전국 2위이며, 농업 인구 3위, 쌀 생산 2위 등 각종 지표상으로 국가농업의 중요한 기반을 담당하고 있다.

〈표 2-1〉 충남 농업의 위상 (2002년)

구 분	단 위	전 국	충남	전국대비	
				점유율	순 위
농 어 가	천호	1,353	178	13.1	3
(비중)	%	7.8	26.7		
농어가인구	천명	3,806	511	13.4	3
(비중)	%	7.8	26.7		
(60세이상농가인구비율)	%	38.2	38.1		
(40세미만농가인구비율)	%	32.2	31.9		
‘01년농어업생산액	억원	237,199	31,188	13.1	2
(GRDP점유비율)	%	4.4	12.6		
경지면적	천ha	1,862	254	13.6	3
(호당경지면적)	ha	1.45	1.50		
논면적	천ha	1,138	187	16.4	2
농가소득	천원	24,475	24,709		4
호당농가부채	천원	19,898	16,830		최저
쌀생산	천석	34,216	6,069	17.7	2
가축사육(소·돼지·닭)	천두(수)	133,140	21,538	16.2	2

자료: 2004년 업무구상보고, 충남도청 농정과

충남의 호당 평균농가소득은 2002년 현재 24,708천원으로 전국 평균보다 약간 높은 편이며 9개 도 중에서 경기, 제주, 경남에 이어 4번째에 해당되는 순위이다. 한편 농외소득 비율은 32.7%로서 전국 평균33.2%보다 0.5%포인트 낮은데 이는 타도보다 충남지역의 농업인들이 농업소득에 의존하는 비중이 높다는 것을 의미한다. 충남 농업인의 평균부채액은 13,382천원으로 전국평균 15,023천원보다 1,695천원이 낮아서 상대적으로 안정적인 경영실적을 올린 것으로 나타났다.

〈표 2-2〉 지역별 농가소득 구성(2002)

지 역	농가소득		농외소득 (천원)	농외소득비율 (%)	농가부채 (천원)
	원(천원)	지수			
평균(전국)	24,474	100	8,139	33.2	15,023
경 기 도	30,747	125.87	13,752	44.7	17,023
강 원 도	21,777	89.15	7,464	34.2	19,012
충 북	23,569	96.49	8,147	35.7	16,750
충 남	24,708	101.15	8,081	32.7	13,382
전 북	20,905	85.58	5,928	28.3	14,313
전 남	21,180	86.71	6,322	29.8	12,831
경 북	23,688	96.97	5,584	23.5	13,662
경 남	25,465	104.25	12,506	49.1	23,393
제 주 도	29,302	119.96	13,290	45.3	32,528

자료: 농림통계연보, 농림부

2) 충남 농업의 여건변화

충남의 농가경제는 DDA/ 한·미 FTA추진으로 농산물 시장의 개방 확대가 불가피한 추세인데다, 대내적으로는 수입농산물의 급증과 국내 농산물의 생산증가로 공급과잉기 조가 지속되면서 농산물 가격하락과 농가소득의 침체 현상으로 어려움이 가중되고 있다. 충남 농업은 생산증가에 따른 농업 성장과 농가소득간의 괴리현상으로 인하여 농민들의 사기가 저하되고 있으며 농가부채 부담도 좀처럼 줄지 않고 있어 새로운 성장의 활로를 찾아야 할 시점이 되었다.

한편 국내의 농산물 소비행태를 보면 소비구조가 다양화 하면서 종전에 비해 가격보다 맛과 안전성, 브랜드 선호현상이 나타나고 있어 농업경영에서 있어서도 제조업과 마찬가지로 마케팅전략, 고품질화, 비용절감 등 효율적 경영이 중요한 과제로 부각되고 있다. 한편 농촌지역은 농업인의 삶의 질 향상 및 농어촌개발 촉진에 대한 법의 제정을 계기로 도농균형 개발 차원에서 교육·의료·복지인프라에 대한 투자 요구가 크게 늘어나고 있다. 또한 도시의 거대화 과밀화로 도시민들이 쾌적한 정주환경을 선호하고 주 5일제 근무로 인한 여가수요의 확대로 농촌에 대한 가치를 재인식하면서 농촌 어메니티를 활용한 그린투어리즘 운동이 새로운 농촌발전 모델로 제기되고 있는 중이다. 거시적인 관점에서 농업경영구조는 농업경영의 성과를 밑바탕에서 규제하는 기본 틀

이라고 정의할 수 있으며 구체적으로는 농산물 생산주체인 농가의 경영형태와 그 분포를 의미한다. 이러한 농업경영구조는 국민경제의 발전과 함께 사회경제적 여건이 변화하면서 영향을 받게 되는데 최근 우리 농업을 둘러싼 국내외여건이 급변하면서 충남의 농업 및 경영구조도 빠르게 변화하고 있다.

농업경영구조가 소득기여도가 높은 재배 작목 중심으로 재편됨에 따라 소득의 극대화를 목표로 하는 상업적 전업농이 충남농업의 미래를 주도하게 될 것으로 전망된다. 미래에는 생계형 영농구조를 특징으로 하는 소농, 가족농 중심의 농가들이 소득과 경영구조 측면에서 상층농과 하층농으로 나누어지는 양극화 현상이 심화되고 있다. 상층농은 영농규모를 확대하면서 기간적 전업농 체제로 변화하는 반면에 영세한 대부분의 하층농가는 농업소득만으로는 생계를 유지하기 어려울 정도의 예비적 탈농계층으로 남게 될 것이다.

상층농은 미곡, 과수, 채소, 축산 분야별로 시장수요의 변화에 재빠르게 대응해나가면서 경영성과를 극대화할 수 있는 소득작목 중심으로 전문화, 규모화가 급속하게 진행할 것으로 전망된다. 규모화를 위하여 영농조합법인, 농업회사법인 등 다양한 형태의 경영조직을 결성하고 소비시장의 신 유통 동향에 대응하여 판매자의 시장 교섭력 강화 및 브랜드 활성화차원에서 지역간에 연합화된 거대 단일 판매조직도 등장할 것이다. 또한 전문화의 과정에서 종자, 종묘 공급, 육묘, 재배, 수확 등 생명공학과 전자공학을 활용한 자본집약적 시설 투자 및 기계화가 촉진되고 계획생산, 계획판매를 실천하는 농업경영인들도 증가할 것이다.

충남의 농업이 수도권의 거대 소비시장에 인접한 유리한 입지적 이점을 살려 고부가가치화 산업구조로 개편해 나갈 경우 농업도 충분히 2,3차 산업 못지않게 신 성장 동력원으로 발전할 가능성이 있다. 미래에는 농업도 제조 산업화 추세에 따라 구조적으로 크게 변화할 전망이기에 때문에 충남 농업이 고부가가치형 지역농업 체계로 탈바꿈한다면 농업구조의 개편이 가속화 될 전망이다. 지역을 관통하는 고속도로망의 확충과 교통통신 수단의 발달로 국토공간이 실질적으로 축소됨에 따라 충남의 농촌지역도 수도권지역과 더욱 밀접한 연계를 가지고 농업구조가 다양화, 복합화 될 것이다. 특히 지역농업이 시설원예, 축산농을 중심으로 한 자본집약적 기술집약적 구조로 변하면서 충남의 농업도 소수의 전업농에 의한 고부가가치형 고품질 농업구조로 변모할 전망이다.

3) 충남의 농산물 생산현황

(1) 일반현황

충남지역의 주요 농산물 생산 현황을 살펴보면 식량작물의 경우 2002년도에 951,509톤을 생산하여 전국 생산량의 15%를 차지하였고 그중에서 쌀은 874천톤이 생산되어 전국의 17.7%를 차지하고 있다. 이 같은 쌀 생산량 비중은 면적 비율 대비 16.4%에 비하여 높은 수치로 쌀의 단위당 수확량이 다른 지역에 비해 많기 때문이다. 채소류는 과채류, 엽채류, 근채류, 조미채소를 모두 합하여 967,316톤을 생산하여 전국 생산량의 10.8%를 차지하고 있으며 참깨와 들깨를 포함하는 특용작물의 생산비율을 16.2%, 과실류는 180,437톤을 생산하여 전국 생산량의 7.2%를 차지하고 있다.

충남의 농산물 중에서 비교우위가 있는 농산물을 살펴보고자 품목별 특화계수를 계산하였다. 충남 전체 농산물의 특화계수는 충남의 농경지 면적 비율 29.4%를 전국의 경지 면적 비율인 18.6%로 나누어 충남 전체 품목의 지역특화계수인 1.59를 산출하였다. 이 숫자는 충남의 농경지 활용도가 전 국토 면적의 평균 농경지 이용률과 비교하여 충남지역이 1.59배 높다는 의미이며 이는 충남이 다른 도와 비교하여 농업생산에 비교우위를 가지고 있다는 지표로 볼 수 있다. 한편 작물별로 지역 특화지수를 보면 식량작물이 1.01로서 전국 평균과 거의 같은 재배면적 비율을 보이고 있으나 채소, 특용작물, 과수 등 나머지 작물은 특화계수가 1이하로서 비교우위가 낮은 것으로 나타났다.

〈표 2-3〉 충남 농산물 재배면적 및 생산

구분		단위	전국(A)	충남(B)	전국대비 (B/A)	특화계수
합계	면적	ha	1,633,833	230,985	14.1	1.59
	생산	M/T	16,467,846	2,030,973	12.3	
식량작물	면적	ha	1,298,815	185,525	14.3	1.01
	생산량	M/T	6,347,961	951,509	15.0	
채소	면적	ha	333,645	35,467	10.6	0.75
	생산량	M/T	8,984,495	967,316	10.8	
특용작물	면적	ha	80,680	11,174	13.8	0.98
	생산량	M/T	56,524	9,145	16.2	
과수	면적	ha	166,322	11,367	6.8	0.48
	생산량	M/T	2,500,081	180,437	7.2	

자료: 2002년 작물통계, 농림부, 2003

(2) 식량작물

식량작물은 쌀, 보리, 콩, 고구마, 감자 등을 말하는데 그중에서 충남 쌀의 생산량비중은 17.7%로서 전남에 이어 2위이고 특화계수가 1.15로서 대표적인 비교우위 작물이다. 그러나 맥류와 두류는 전국 7위, 서류와 잡곡은 전국 8위로서 도의 농업위상에 비하여 그 비중이 미미한 실정이다. 그 이유는 전통적으로 충남은 경지면적 중에서 논의 비율이 높고 토양과 기후조건이 쌀의 생산에 적합하지만 다른 잡곡류는 밭에서 재배되는 작물로서 밭의 비율이 적은 충남의 농업 여건상 재배적지가 많지 않고 소득기여도도 떨어지기 때문이다.

〈표 2-4〉 식량작물 생산 현황

구분		단위	전국(A)	충남(B)	전국대비 (B/A)	특화계수	비고
합계	면적	ha	1,298,815	185,525	14.3	1.66	
	생산	M/T	6,347,961	951,509	15.0		
미곡	면적	ha	1,053,186	172,977	16.4	1.15	전국 2위
	생산량	M/T	4,926,746	874,075	17.7		
맥류	면적	ha	80,911	836	1.0	0.07	전국 7위
	생산량	M/T	217,893	1,984	0.9		
두류	면적	ha	99,214	7,982	8.0	0.56	전국 7위
	생산량	M/T	134,792	10,642	7.9		
서류	면적	ha	37,850	2,872	7.6	0.53	전국 8위
	생산량	M/T	982,876	63,774	6.5		
잡곡	면적	ha	27,654	858	3.1	0.22	전국 8위
	생산량	M/T	85,243	1,034	1.2		

자료: 2002년 농림통계연보, 농림부, 2003

(3) 과채류

충남의 과채류 생산량 추이를 보면 1999년 414,979톤으로 최고수준의 생산량을 달성한 후 감소추세를 보이고 있으며, 2002년 현재 372,857톤으로 1999년에 비하여 10.1% 감소하였다. 그중에서 시설하우스에서 재배되는 과채류 생산량은 <표 I-1-8>에서 보듯이 354,994톤으로 전체 생산량의 95.2%를 차지하고 있어 시설과채류의 생산비중이 노지재배보다 훨씬 많음을 알 수 있다. 시설과채류의 생산량이 2000년 이후 감소추세를

보이고 있는데 그 이유는 UR협상 이후 농가들이 고소득 작물로 각광을 받아온 시설수박, 시설딸기, 시설오이 등 과채류에 몰리면서 생산과잉 현상이 나타났고 이에 따라 가격 하락과 수익성 악화로 재배면적과 생산량이 축소되었기 때문으로 분석된다.

표를 보면 생산량이 전국 2위인 수박과 전국 3위인 참외의 비중은 줄어드는 대신에 딸기, 토마토가 충남의 주 농산물로 부상하고 있고 특화계수가 각각 1.98과 1.15로 나타나고 있어 이들 품목들이 비교우위를 가진 작물임을 알 수 있다. 한편 오이의 생산비중도 늘어나고 있어 앞으로 이 지역의 주 작목으로 부상할 것으로 전망되고 있다.

〈표 2-5〉 과채류 재배면적 및 생산량

구분		단위	전국(A)	충남(B)	전국대비 (B/A)%	특화계수	비 고
합계	면적	ha	61,109	9,174	15.0		
	생산	M/T	2,263,596	354,994	15.7		
시설수박	면적	ha	19,740	4,021	20.4	1.36	경남1위, 충남2위
	생산량	M/T	692,099	150,184	21.7		
시설참외	면적	ha	237,373	7,490	3.2	0.21	경북1위, 충남7위
	생산량	M/T	2,349	101	4.2		
시설딸기	면적	ha	7,451	2,228	29.9	1.98	경남1위, 충남2위
	생산량	M/T	204,830	60,940	29.8		
시설오이	면적	ha	5,494	803	14.6	0.97	전남1위, 충남2위
	생산량	M/T	406,849	64,280	15.8		
시설호박	면적	ha	4,114	477	11.6	0.77	경남1위, 충남4위
	생산량	M/T	157,110	13,175	8.4		
시설 토마토	면적	ha	3,353	580	17.3	1.15	충남1위, 전남2위
	생산량	M/T	218,485	38,645	17.7		

자료: 2002년 농림통계연보, 농림부, 2003

(4) 엽·근채류

무, 배추로 대표되는 엽·근채류는 그동안 노지채소가 주종을 이루고 있었으나 최근 들어 수요가 년 중 평균화됨에 따라 시설채소의 비중이 늘어나고 있다. 충남은 엽·근채류 재배면적 비율이 전국의 8.3%를 차지하고 있고 생산량 비율은 10.7%이다. 시설재배의 경우 배추와 무는 경기 다음의 전국 2위, 시금치는 3위를 차지하여 충남이 시설 엽·근채류의 주산지로서 성장하고 있음을 알 수 있다. 현재 시설 엽·근채류의 경우 경

기도가 전국 1위의 주산지로 나와 있는데 앞으로 수도권 소비시장이 커지고 물류 교통망의 편리성이 확대될 경우 충남의 입지조건이 더욱 좋아지면서 경기도를 능가하는 전국 1위의 주산지로 부상할 가능성도 있다 하겠다.

〈표 2-6〉 엽·근채류 재배면적 및 생산량

구분		단위	전국(A)	충남(B)	전국대비 (B/A)%	특화계수	비 고
합계	면적	ha	93,144	7,731	8.3		
	생산	M/T	4,235,477	455,623	10.7		
시설배추	면적	ha	3,755	393	10.4	1.25	경기 1위, 충남 2위
	생산량	M/T	177,823	19,214	10.8		
시설 시금치	면적	ha	3,327	211	6.3	0.76	경기 1위, 충남 3위
	생산량	M/T	60,169	4,127	6.9		
시설상추	면적	ha	5,234	367	7.0	0.84	경기 1위, 충남 2위
	생산량	M/T	145,136	7,722	5.3		
시설무	면적	ha	5,373	518	9.6	1.12	경기 1위, 충남 2위
	생산량	M/T	210,838	22,284	10.6		
당근	면적	ha	3,760	118	3.1	0.37	제주 1위, 전국 5위
	생산량	M/T	136,109	4,557	3.3		

자료: 2002년 농림통계연보, 농림부, 2003

(5) 조미채소

고추, 마늘, 양파로 대표되는 조미채소는 수급조절이 어렵고 해마다 가격등락폭이 심하여 소득불안정이 높은 작물이다. 주산지는 주로 영호남에서 많이 생산되는데 충남은 생산량 순위가 45위권에 머물러 중간정도에 위치해 있다. 그 중에서 생강의 지역특화계수는 5.74로서 매우 높고 전국 생산량의 57.2%를 차지하여 1위의 주산지로 되어 있다. 그 이유는 마늘 주산지인 서산 육쪽 마늘이 생강과 보완관계를 이루고 있어 생산여건이 타 지역보다 유리하기 때문이다. 또한 파의 지역특화계수가 1.43으로 비교우위가 높은 것으로 나타났고 생산순위가 3위를 차지하고 있어 유망성장 작목으로 부상하고 있다. 전체적으로 볼 때 조미채소류는 중국산의 수입량이 늘어나면서 가격천정화 현상이 지

속되고 수익성 악화로 앞으로 성장 전망이 불투명하다고 할 수 있다. 그러나 충남이 시장경쟁에서 우위를 차지하고 있는 생강, 파는 수입개방화에 대처해 나갈 품질고급화 전략이 마련될 경우 지역농업을 지속적으로 이끌 유망 작목이 될 수 있을 것으로 보인다.

〈표 2-7〉 조미채소 재배면적 및 생산량

구분		단위	전국(A)	충남(B)	전국대비 (B/A)	특화계수	비 고
합계	면적	ha	149,486	16,285	10.9		
	생산량	M/T	2,305,422	156,699	6.8		
노지고추	면적	ha	72,104	7,881	10.9	1	경북1위, 충남5위
	생산량	M/T	192,753	18,341	10.0		
시설고추	면적	ha	4,620	364	7.9	0.72	경남1위, 충남4위
	생산량	M/T	188,403	12,052	6.4		
파	면적	ha	21,590	3,366	15.6	1.43	전남1위, 충남3위
	생산량	M/T	566,828	69,068	12.2		
양파	면적	ha	15,314	218	1.4	0.13	전남1위, 충남6위
	생산량	M/T	933,095	10,641	1.1		
생강	면적	ha	2,705	1,692	62.6	5.74	충남1위
	생산량	M/T	29,861	17,072	57.2		
마늘	면적	ha	33,153	2,764	8.3	0.76	전남1위, 충남5위
	생산량	M/T	394,482	29,525	7.5		

자료: 2002년 농림통계연보, 농림부, 2003

(6) 과실

충남의 과실 재배면적과 생산량 비율을 보면 전국 대비 각각 6.8%와 7.2%를 차지하고 있다. 품목별로 보면 배가 전국 생산량의 20.4%를 차지하여 전남을 제치고 전국 1위의 주산지로 떠오르고 있다. 그 이유는 사과생산량이 공급과잉단계에 들어감에 따라 성환, 천안을 중심으로 지역 농민들이 사과의 대체작목으로서 배를 많이 재배했기 때문으로 보인다. 실제로 충남 사과의 생산량 추이를 보면 1996년 62,873톤에서 2002년에는 37,570톤으로 40.2%가 감소하였지만 배는 1996년 28,387톤에서 2002년에는 78,849톤으로 177% 늘어나 이 같은 사실을 확인할 수 있다.

사과와 포도의 특화계수는 1.18, 1.63로서 충남이 전국적인 주산지를 형성하고 있음을

알 수 있다. 그러나 한칠레 FTA 협정으로 향후 품목의 수익성 악화가 우려됨에 따라 경쟁력 향상을 위한 대책이 필요한 품목으로 지적받고 있다.

〈표 2-8〉 과실 재배면적 및 생산량

구분		단위	전국(A)	충남(B)	전국대비 (B/A)	특화계수	비 고
합계	면적	ha	166,322	11,367	6.8		
	생산	M/T	2,500,081	180,437	7.2		
사과	면적	ha	26,163	2,093	8.0	1.18	경북1위, 충남4위
	생산량	M/T	433,165	37,570	8.7		
배	면적	ha	25,387	4,598	18.1	2.66	충남1위, 전남2위
	생산량	M/T	386,348	78,849	20.4		
복숭아	면적	ha	15,598	906	5.8	0.85	경북1위, 충남4위
	생산량	M/T	187,542	12,014	6.4		
포도	면적	ha	26,007	2,880	11.1	1.63	경북1위, 충남4위
	생산량	M/T	422,036	45,014	10.7		
감	면적	ha	29,070	577	1.9	0.28	경남1위, 충남6위
	생산량	M/T	281,143	5,590	1.9		
자두	면적	ha	5,939	72	1.2	0.18	경북1위, 충남6위
	생산량	M/T	75,572	711	0.9		

자료: 2002년 농림통계연보, 농림부, 2003

(7) 특용작물

충남의 특용작물 생산 현황을 보면 들깨와 땅콩이 전국 생산량의 20%와 26.8%를 차지하여 전국 1위의 생산실적을 가지고 있음을 알 수 있다. 충남도내 들깨 주산지는 당진, 홍성이며 땅콩은 서산, 예산, 태안으로 알려져 있다. 특작에 포함되지 않지만 충남의 인삼생산량은 2002년 3,952톤으로 전국 1위의 주산지로서 알려져 있는데 그 중에서도 금산군이 1,043톤을 생산하여 도내 1위의 주산지로서 부동의 위치를 지키고 있다.

〈표 2-9〉 특용작물 재배면적 및 생산량

구분		단위	전국(A)	충남(B)	전국대비 (B/A)%	특화계수	비 고
합계	면적	ha	76,796	10,384	13.5		
	생산	M/T	56,524	9,145	16.2		
참깨	면적	ha	44,176	3,729	8.3	0.61	전남1위, 충남5위
	생산량	M/T	23,818	1,976	8.3		
들깨	면적	ha	26,489	5,550	20.9	1.55	충남1위, 경기2위
	생산량	M/T	20,882	4,163	20.0		
땅콩	면적	ha	5,483	1,105	20.1	1.49	충남1위, 전북2위
	생산량	M/T	11,212	3,006	26.8		

자료: 2002년 농림통계연보, 농림부

(8) 축산

2002년도 충남에서 한우, 젓소, 돼지, 닭 등을 키우는 축산농가는 55,251농가로 전국 417,676농가의 13.2%를 차지하고 있다. 한육우 사육두수는 경북, 전남에 이어 3위, 젓소, 돼지, 닭은 1위인 경기 다음의 2위를 차지하고 있다. 충남 도내에서 한육우의 주산지인 홍성군이 29,799마리로 1위를 차지하고 있으며, 그 다음 예산, 공주 순이다. 젓소는 천안시가 14,676마리로 1위의 산지이고 예산, 아산, 당진군의 순서로 사육하고 있다. 돼지는 홍성군이 343,269마리로 충남의 22.3%를 차지하여 수위를 차지하고 있으며 닭은 당진군이 충남사육두수의 14.9%를 차지하여 제1위의 주산지가 되고 있다. 축산은 경기도에 이어 전국 2위에 머물고 있는데 영농규모화로 절대 농가수를 감소하겠지만 기업농화가 크게 진전되면서 충남이 축산업의 중심지로서 성장할 가능성이 높다 하겠다.

〈표 2-10〉 가축사육 두수 현황

구분		단위	전국(A)	충남(B)	전국대비 (B/A)%	비 고
합계	농가수	호	417,676	55,251	13.2	
	두수	마리	-	-		
한육우	농가수	호	212,317	26,933	12.7	경북 1위, 충남3위
	두수	마리	1,410,228	193,503	13.7	
젖소	농가수	호	11,716	2,023	17.3	경기1위, 충남2위
	두수	마리	543,587	88,408	16.3	
돼지	농가수	호	17,437	3,091	17.8	경기1위, 충남2위
	두수	마리	8,974,403	1,539,323	17.2	
닭	농가수	호	176,206	21,660	12.3	경기1위, 충남2위
	두수	마리	101,692,903	16,803,285	16.5	

자료: 2002년 농림통계연보, 농림부, 2003

2. 우리나라의 농산물의 수출 동향과 여건분석

1) 농산물 수출 개황

1990년대 초반 이후 정부의 적극적인 수출농업 추진으로 2004년 농림축산물 수출액이 20억 달러를 초과하였으며, 농림업 GDP대비 수출 비중이 1995년 6.5%에서 2004년 10% 이상으로 높아졌다. 또한 대일 수출의존도가 1999년 56%에서 2004년 35%로 줄어들어 수출 시장이 다변화되었으며, 수출 시장이 152개국으로 늘어나고 수출 품목도 1997년 764개에서 2004년 900여개로 늘어나는 등 다양화되었다. 심지어 최대 수입국인 일본에서 신선농산물 수입 시장 점유율이 오이, 가지, 배, 백합, 장미, 토마토, 파프리카 등에서 1위를 차지하는 등 나뭇대로의 성과가 있었다.

〈표 2-11〉 우리나라의 농림축산물 수출실적

(단위: 백만 달러)

	농산물	축산물	임산물	전체
1989	586	36	582	1,204
1990	702	75	616	1,393
2000	1,134	144	255	1,532
2001	1,252	118	210	1,580
2002	1,375	99	167	1,640
2003	1,563	120	177	1,860
2004	1,759	163	164	2,085

자료: 농수산물유통공사, www.kati.net

정부는 시장개방에 대응하고 농업의 활로를 모색하기 위해 수출농업과 기술집약적인 농업을 적극 육성하는 사업을 추진하였다. 이로 인해 우리나라의 시설농업 수준이 높아져 일본에는 화훼 수출량이, 대만을 비롯한 동남아와 미국 등에는 과일, 김치, 인삼제품 등의 수출량이 늘어나 수출농업의 가능성을 보였다. 그러나 농림축산물 수출 구조를 구체적으로 살펴보면 채소, 과일, 화훼 등 신선농산물의 수출 비중이 줄어들고 수출국이 일본에 집중되어 있으며 수출 시장에서 경쟁이 심해 수출 증대에 심각한 장애가 발생하고 있어 향후 수출농업 추진에 큰 어려움이 예상되고 있다.

농산물 수출 증대의 이면에는 주류, 과자류, 면류, 당류 등 가공완제품의 수출 비중이 80% 정도로 높아졌으나 신선농산물의 수출 비중은 줄어들었고 금액도 크지 않다는 문제가 있다. 그동안 일본에 일부 과채류와 화훼류를 수출하였는데 최근에는 수출량이 줄어들었고, 대만, 미국에 수출하던 과일류는 가격경쟁력이 떨어져 많은 수출업체가 수출을 못하고 있다. 농산물 수출은 개방화 시대에 대응해 국내 농업의 난관을 타개하기 위한 중요한 전략이 될 수 있으나 아직은 국내 수출기반이나 해외수출시장 확보 등 토대가 취약하며 노력한 만큼 수출성과가 만족스럽지 못한 상태이다. 또한 중국, 미국, 러시아 등으로 수출 시장의 다변화가 진행되고 있지만 여전히 일본 의존도가 35%로 높은 편이다.

농림축산물 수출액이 외양적으로 늘어나고 있음에도 불구하고, 전체 농림축산물 수출액 중에서 채소, 과일, 화훼 등 신선농산물의 수출비중은 상대적으로 낮아져 수출 농산물 생산 농가의 소득에 직결된 수출 증대는 한계가 있는 것으로 판단된다. 수출 농림축산물 중에서 신선품과 가공품 비율(금액 기준)을 비교해보면, 2000년에는 전체 농림축

산물 수출액 중에서 가공품의 비중이 72.1%이었으나 2004년도에 78.6%로 증가한 반면, 같은 기간에 신선품의 수출 비중은 27.9%에서 21.4%로 6.5%포인트나 감소하였다.

〈표 2-12〉 신선농림축산물 품목별 수출추이

(단위: 백만 달러, %)

구분	2000(A)	2001	2002	2003	2004(B)	증감률 (B/A*100)-1
농림축산물	1,531.9	1,579.9	1,639.9	1,859.8	2,085.0	36.1
신선농림축산물	428.0	396.4	323.0	354.1	477.0	4.4
-채소	107.1	121.1	89.5	100.6	127.0	18.6
-인삼	47.4	36.6	13.9	24.8	89.2	88.2
-화훼	28.9	31.8	32.1	45.3	48.5	67.8
-과실	33.4	38.7	66.9	52.1	85.7	156.6
-돼지고기	75.0	46.1	22.2	31.3	27.3	-63.6
-닭고기	3.0	3.1	3.3	3.8	2.3	-23.3
-산림부산물	133.1	119.1	95.1	96.2	67.0	-49.7
가공농림축산물	1,103.9	1,183.5	1,316.9	1,505.7	1,638.0	48.4
-김치	78.8	68.7	79.3	93.2	102.7	130.3
-가공식품	903.6	1,023.8	1,165.8	1,331.6	1,438.4	59.2
-목재류	121.5	91.0	71.8	80.9	96.9	-20.3
신선수출지분(%)	27.9	25.1	19.7	19.0	21.4	-6.5 ¹

1)2000년 대비 2004년의 비중 감소 %포인트

자료: 농수산물유통공사, www.kati.net

또한 농림축산물 전체로 볼 때는 일본 중심의 수출에서 미국, 중국, 러시아 등 수출국이 다변화되고 있으나, 이는 주로 가공품 위주의 수출국 다변화라 할 수 있다. 즉, 농림축산물 수출의 대일 의존도(35%)가 점차 낮아지고 있는 가운데 미국(13.7%), 중국(10.2%), 러시아(8.4%)에 대한 수출 비중은 완만하게나마 증가하고 있어 농림축산물 수출이 점차 다변화 추세에 있다. 그러나 미국, 중국, 러시아, 홍콩 등으로의 수출 증가는 주로 면류, 주류, 당류, 과자류, 마요네즈, 인삼류 등 가공 완제품 중심으로 수출이 증가하였다. 반면 채소, 과일 등 신선농산물은 여전히 일본, 대만, 미국 등 주요국에 집중적으로 수출되고 있어 농산물 수출 다변화에는 한계가 있다.

〈표 2-13〉 주요국별 농림축산물 수출실적

(단위: 천톤, 백만 달러, %)

국가명	2002	2003		2004		증감률(2003~04)	
	물량	물량	금액	물량	금액	물량	금액
계	1639.9	1449.6	1859.8	1491.0	2085.0	2.9	12.1
일본	590.0	462.3	657.5	498.1	728.6	7.7	10.8
미국	213.9	96.9	223.2	107.5	284.7	10.9	27.6
중국	129.9	189.8	166.1	229.6	213.7	21.0	28.7
러시아	134.5	105.2	157.4	107.3	175.4	2.0	11.4
홍콩	106.7	184.5	99.2	191.2	119.3	3.6	20.3
대만	65.3	37.7	62.0	44.1	71.0	17.0	14.5
동남아	112.1	207.0	113.1	158.2	114.9	△23.6	1.6
기타국가	287.5	166.2	381.3	155.0	377.4	△6.7	△1.0

자료: 농수산물유통공사, www.kafi.net

채소류 수출은 늘어났으나 일본 시장에 집중되어 있고 일본 시장에서 중국 등 다른 수출국들과 경쟁이 심화되고 있어 수출을 늘리는 데는 한계가 있다. 심지어 토마토, 딸기 등 품목에 따라서는 현재의 시장점유율을 유지하기도 어려울 것으로 예상된다. 채소 수출은 2003년부터 증가세로 반전하여 2004년에 1억 2,700만달러로 전년 대비 21%나 증가하였다. 이는 파프리카, 멜론 등 일부 품목의 수출이 증가한 요인도 있지만 특히 2004년은 일본이 태풍, 지진 등 자연재해로 인해 배추, 양배추 등의 일시적인 수입수요가 급증한 것이 수출 증가의 주요인으로 향후 전망을 낙관적으로만 볼 수 없게 한다. 채소류 수출액 중에서 김치와 과채류를 더한 점유율이 90% 이상이나 되며, 일본에 대한 수출 비중이 2001년 이후 년 평균 84%로 여전히 일본 시장 의존도가 매우 높아 미국 4.2%, 중국 2.6%과 비교할 때 그 격차가 심함을 알수 있다.

또한 일본의 농산물 수입 시장은 세계 각국의 각축장으로 경쟁이 심하다. 과거 우리가 일본시장에서 독점적인 지위를 누렸던 김치도 이미 추월당하였으며, 수출 주력 품목이었던 딸기, 오이, 가지, 토마토 등은 품종보호, 원산지표시 강화, 국내가격 상승 등으로 최근 수출이 감소세에 있다. 신선채소류에서는 파프리카가 채소 수출의 절반을 차지할 정도로 수출호조를 보이고 있다. 반면 오이는 일본의 원산지표시 강화 및 절임류 소비 위축으로 2002년 이후 수출량이 감소하고 있으며, 토마토는 국내가격 상승과 일본 내 식품안전성 문제로 인해 대일 수출량이 2000년을 정점으로 감소하는 추세이다. 딸기

는 일본의 딸기 품종 보호 및 원산지표시 실시로 인해 2001년을 정점으로 수출량이 연평균 39%씩 감소하는 추세이다. 일본 시장에서 중국산 딸기는 다른 국가들에 비해 높은 가격경쟁력을 바탕으로 급성장하여 2003년부터 미국산을 제치고 1위를 차지하고 있다. 중국의 저가 공세에 밀려 미국, 한국, 기타 국가들의 딸기 수출은 급격히 감소하고 있다.

〈표 2-14〉 채소류 수출 추이

(단위: 백만 달러)

	파프리카	토마토	가지	오이	딸기	채소종자	기타	계
1993	-	-	-	2	5	8	58	73
2000	30	23	4	10	10	17	13	107
2001	34	15	4	11	11	16	30	102
2002	32	9	3	5	6	17	18	90
2003	50	9	3	4	4	15	16	101
2004	55	11	2	3	4	16	86	127

자료: 농수산물유통공사, www.kati.net

과실류는 대만을 비롯해 일본, 미국, 캐나다 등 다양한 국가에 수출되고 있으며 특히 배, 감귤, 단감의 수출이 증가하고 있다. 그러나 수출 주력품목인 사과, 배는 수출 시장에서의 경쟁 여건이 불리하여 수출 확대에 어려움을 겪고 있다. 주로 대만, 미국으로 수출되는 배는 2004년 수출이 전년 대비 13% 증가하였으나, 최근에는 미국, 중국, 칠레 등에서 신고, 20세기 등 동양배 묘목을 도입하여 대량 생산함으로써 우리 배의 경쟁력 약화가 불가피할 것으로 전망된다. 또한 대만 등으로 수출되는 사과는 2004년도에 국내 가격이 좋아지자 수출을 기피함으로써 전년 대비 38%나 수출이 감소하였다. 반면 감귤은 캐나다 등지에서는 오렌지에 비해 벗겨먹기가 쉽다는 장점이 작용하고, 일본에서는 고가의 일본산과 저가의 중국산 사이 틈새시장에 진입하고, 새로이 러시아 수출 시장이 확대됨에 따라 2004년 수출이 전년 대비 30% 증가하였다. 단감은 국내 생산 증가와 품질향상으로 말레이시아, 싱가포르 등 동남아국가로 수출이 급격히 증가하여 이들 지역이 새로운 수출 시장으로 부각되고 있다.

〈표 2-15〉 과실류 수출 추이

(단위: 백만 달러)

	배	단일과실 조제품	사과	기타 과실	감귤	감	기타	과실류 전체
1993	4.9	23.5	7.5	2.7	1.4	0.0	4.6	44.6
2000	17.1	8.1	2.3	4.5	4.5	3.9	4.7	45.1
2001	19.6	13.6	3.2	4.1	4.9	4.4	6.5	56.3
2002	34.1	15.0	14.4	5.5	5.7	4.6	3.5	82.8
2003	30.1	17.4	7.7	5.0	4.3	2.3	8.0	70.5
2004	35.3	22.8	5.2	6.8	5.6	3.6	6.4	85.7

자료: 농수산물유통공사, www.kafi.net

화훼류는 주로 일본에 수출되고 있다. 일본 시장에서 인도, 말레이시아, 중국 등과의 경쟁이 심화되고 수출가격이 낮아짐에도 불구하고 한국산에 대한 인지도가 높아 장미, 국화, 백합 등 절화는 그동안 일본 수입 시장에서 높은 점유율을 차지해 왔다. 그러나 최근에 올수록 절화류의 일본 시장 점유율은 말레이시아, 인도 등의 수출 급증으로 인해 계속 줄어들고 있다. 장미의 경우 2001년까지만 해도 일본 시장으로 우리나라 수출량이 2,890만 송이가 수출되어 일본시장 점유율이 46.3%나 되었으나, 2004년에는 2,196만 송이로 27.8%까지 줄어들었다. 반면 경쟁국인 인도는 수출량이 급증하여 같은 기간 시장점유율이 33.5%에서 48.7%로 급증하였다.

국화의 경우 우리나라는 2001년만 해도 일본에 2,163만 송이를 수출하여 네덜란드를 추월하여 28.9%를 점유하는 최대 수출국이 되었으나, 그 후 수출이 정체되어 2004년에는 2,291만 송이를 수출하여 16.0%를 점유하게 되었다. 반면 말레이시아는 2001년에 일본으로 1,490만 송이를 수출하였으나 2004년에는 6,586만 송이를 수출하여 45.6%의 시장점유율을 보이고 있다. 심지어 2005년에는 사정이 더 악화되어 일본 시장에서의 입지가 크게 위축되고 있는 데 반해, 말레이시아를 비롯해 대만, 베트남, 중국산 국화까지 대일 수출량이 크게 늘고 있다. 접목 선인장 형태로 네덜란드, 미국, 일본 등지로 수출되는 선인장은 경쟁국인 터키산과 중국산의 저가 공세에 밀려 수출이 감소 추세이다. 심비둠이 주종인 양란류는 중국 등지로 수출이 빠르게 증가하고 있으나 중국 내에서도 재배가 시작되어 수입대체가 이루어지면 수출확대에 한계가 있을 것으로 전망된다.

〈표 2-16〉 화훼류 수출 추이

(단위: 백만 달러)

연도	장미	백합	국화	난초	선인장	양란	기타	화훼 전체
1993	-	0.8	-	0.0	2.5	-	0.8	4.1
2000	10.3	4.4	4.7	3.3	2.7	1.2	2.3	28.9
2001	10.2	4.9	7.3	3.9	2.5	0.9	2.1	31.8
2002	7.1	7.0	7.2	5.4	2.4	9.7	2.3	32.1
2003	10.4	9.5	8.4	11.8	2.3	0.5	2.4	45.3
2004	11.6	13.3	9.2	9.6	2.1	0.5	2.2	48.8

자료: 농수산물유통공사, www.kati.net

이상에서 검토한 바와 같이 신선농산물의 수출이 최근 증가세를 보이고는 있으나 해외 시장의 일시적인 요인, 높은 일본 시장 의존도, 소수품목 의존적인 수출, 국내가격에 민감한 생산자의 인식 등으로 인해 아직 수출기반이 취약하다고 할 수 있다. 결국 신선농산물의 경우 채소의 파프리카, 화훼, 인삼 이외에는 수출 확대 가능성이 크지 않으며, 수출 증가 가능성이 있는 품목도 수출금액 비중이 낮아 단기적으로는 대폭적인 수출 확대가 어려울 것으로 예상된다. 또한 일본 중심의 신선농산물 수출은 가격경쟁을 앞세운 중국, 동남아 등 신흥 수출국의 시장점유율 확대로 가격 중심의 수출전략은 효과를 보기가 어려울 것으로 예상된다. 특히 최근 세계경제가 고유가 및 환율하락, 국제금리 상승의 영향으로 성장이 둔화될 것으로 예상되면서 농산물의 수출환경이 악화되고 있는데다, 주 수출국인 일본의 검역강화, 소비위축 및 중국과의 경쟁심화로 수출의 어려움이 예상된다.

2) 주요 품목별 수출 동향과 현안 과제 (2005년)

(1) 채소류

①오이

오이는 2004년 2,237천불 수출실적을 올렸으나 원산지 표시제 시행 및 일본 경기 침체로 수출이 하향추세이다. 수출용은 백침계로 수출불가시 국내 판매에 애로가 있는데다 내수용 오이가격의 상승 등으로 수출을 기피하는 원인이 되고 있다. 따라서 매년

수출이 큰 폭으로 감소하고 있으며 선별장 등 시설을 보유한 주도적인 수출업체가 없어 수출경쟁력이 크게 떨어지고 있다. 이에 대책으로 수출업체 사전등록제 및 생산 이력제 시행으로 해외 소비자들의 요구에 적극대처하고 수출업체와 농가의 계약재배 및 안전성 관리를 강화하고 우리나라 신품종 육종에 의한 종자 구입비를 절감하며 전문생산단지의 수출활성화 추진으로 안정적인 수출기반 구축하고 우수단지에 대한 인센티브 및 유통시설 집중 지원하여야 한다.

②방울토마토

방울토마토는 2004년 연간 7,426천불을 수출했으나 원산지 표시제·잔류농약 검출 영향으로 수출이 급감하고 있다. 국내 수출 토마토가 주 수출국인 일본산 품질과 유사하고, 가격은 일본산의 80% 수준으로 그동안 수출이 꾸준히 유지되고 있으나 향후 내수가 격 상승으로 인해 최상품의 브랜드 물량을 확보하기 어렵고, 한 단지에서 여러 수출업체와 거래하는 관행상 지속적인 공동 브랜드사업으로 수출을 지속하기에는 애로사항이 발생하고 있다. 완숙토마토의 경우 수출 물류시스템의 미흡으로 운송시 품위 손상 우려가 있고 일본시장은 고당도, 엄격한 선별 조건 요구하나 국내농가는 수량 중심의 재배방법 선호하기 때문에 방울토마토는 최근 국내 생산량이 증가하고 대체과실의 공급량 부족에 따른 국내가격 상승으로 수출경쟁력이 떨어지고 있는 것으로 분석된다.

토마토 수출을 늘리기 위해서는 수출농가의 재배, 품질관리 등 교육철저로 모니터링 제도의 안정화 유지, 시장점유율이 높은 완숙토마토, 중형토마토 등의 재배기술 확대 및 수출유망품목 지원, 국내가격의 등락에 의한 공급불안의 해소를 위해 전문 수출단지 조성 및 일본의 신품종 도입 재배를 통한 해외 소비자기호에 부응해야 하는 과제를 안고 있다.

③멜론

1999년 이후 국내 시설재배면적과 생산량 지속 증가 추세이며 특히 머스크 등 고품질 메론 생산이 증가하고 있다. 2004년에 4,775천불의 수출실적을 올렸는데 1999년 이후 대일 수출이 지속적으로 증가추세인데 2004년 대일 수출이 멜론수출의 99%를 차지하고 있다. 주품종은 머스크이나 국내 산지별 품질차이가 크고 농가간 네트형성이 고르지 않다. 수출용 고품질 메론은 일본산 고품질과 비슷하고 일본시장에서 중품질의 메론과 주로 경합하고 있다.

수출물량의 대부분이 농협무역을 통해 이루어지고 있으며, 기타 수출업체의 경우 20~40만불 수준이다. 안정적인 생산기반이 미형성 및 국내 가격 고가 형성으로 대량 수출이 어려운 실정이며 안정적인 생산 기반을 형성하지 못하여 국내가격 상승시 산지에서 수출을 기피하여 수출 확대의 추진에 애로가 발생하고 있다.

메론의 수출경쟁력을 높이기 위해서는 해외 전문기술자 초청을 통한 지속적 재배기술 교육을 통해 고품질 멜론 생산을 유도하고 수출컨설팅을 통한 파종에서 수확까지 체계적인 교육실시하도록 하여야 한다. 지자체 생산자단체 농업기술원 등과의 연계체제 구축을 통한 해외 기술연수단파견을 추진하고 일본 고품질 메론 주산지 시즈오카, 홋카이도 등의 연수 추진을 통해 수출농가의 경영 마인드를 제고시켜야 한다.

④딸기

2004년 연간 1,339천불을 수출했으나 일본내에서 품종보호 작물로 등록되어 있고 일본의 수입업자들이 2002년 이후 육종권 문제 및 원산지표시제 등으로 딸기 수입을 기피하여 현재 주로 가공용 딸기를 수출하고 있다. 우리나라 딸기의 수출 시기는 일본산과 경합하는 11월~4월까지로 미국, 호주 등 타국산에 비해 가격이 낮게 형성되어 있다.

타국산 딸기에 비해 낮은 가격형성과 함께 수출도 큰 폭 감소하고 있어 경쟁력이 저하되고 있는 품목 중의 하나로서 대책마련이 시급하다. 수출경쟁력을 향상시키기 위해서는 일본시장 품종보호제도의 강화에 대비하여 한국산 신품종 보급을 확대하고 소량으로 수시 운송이 가능한 소형냉장 컨테이너의 확충 및 지원확대가 필요하다. 동절기 시설재배 품종을 여름딸기 품종 재배확대를 통한 수출시장의 틈새를 공략하는 것도 딸기 수출확대의 전략이라고 할수 있다. 딸기의 안전성 강화를 위한 천적재배를 통하여 고품질 친환경 딸기를 생산하여 수출시장 소비자 인식도 제고시키는 방안도 수출확대에 기여하게 될 것이다.

(2) 과실류

①사과

2004년 4,993천불의 수출실적으로 올랐으며, 일본산에 비해 당도가 낮고 착색 및 과형이 떨어지는데다 수출가격 보다 국내 내수가가 높아 농가에서 수출을 기피하거나 계약을 미이행하는 실정이다. 주 수출국은 대만인데 10~60만불 정도를 수출하는 13개

업체가 수출을 주도하여 선도적인 수출업체가 부재하며 중국, 칠레산 등과 경합으로 수출이 감소 하는 추세이다.

②배

배 수출은 주로 미국이나 수출과정에서 나타난 애로요인은 기본적으로 사과와 마찬가지로 수출 물량 확보에 어려움이 있다. 중국의 WTO 가입이후 중국산 배의 북미수출 확대로 시장경쟁이 치열해져 황금배의 캐나다 수출이 어려워지고, 수출보험 가입의 국가적 지원이 요, 환차손 발생으로 수출채산성이 악화되고 적자를 보는 업체들이 늘어나고 있다.

③감귤

2004년에 5,351천불을 수출하였으나 최근 재배면적 감소 및 국내가격 상승으로 수출 공급량이 부족한 상태이다. 일본산과 거의 품질차이는 없으나 부패과 발생, 당도 및 산미가 불균일하여 주 수출국인 캐나다로의 수이 감소추세이며, 1개 업체(B/L Int'l)에서 수출물량의 대부분을 차지하고 있고, 모로코, 중국, 미국 등과 수출시장에서 경쟁을 벌이고 있다.

④단감

2004년 3,760천불의 수출실적을 올렸으며, 일본산에 비해 당도가 유사하고 육질이 단단하고 저장성도 높다. 단감의 품질은 개선되었으나, 선별 및 포장에 미흡하고 국내가격 상승으로 수출이 미 이행되는 사례가 많다. 주 수출국은 말레이, 태국, 홍콩 등이다.

(3) 화훼류

화훼류의 주 수출 품목은 장미, 국화, 백합 등 인데 수출 생산자 조직에서 지적하고 있는 일반적인 수출의 애로요인은 다음과 같다. 첫째, 수출단지의 재배시설 설치와 차광막, 보온커튼, 보일러 등 노후시설에 대한 개보수가 필요하다. 둘째, 수출용 화훼의 균일한 상품성을 가진 기계선별 포장을 위해 규모화된 수출단지에 산지포장센터(APC)의 설치가 필요하다. 셋째, 장미, 국화 등 수출화훼 대부분이 로열티를 지불해야 하는 수입종자로 국내에서 우수 품종을 개발 보급할 필요가 있다. 품종별 수출동향과 경쟁력을 분석한 결과는 <표 2-17>과 같다.

〈표 2-17〉 화훼류의 국제 경쟁력 비교(2004년)

(단위 : 천불, %)

품 목	대 일 수출액	한 국 점유율	경 쟁 대상국	경 쟁 력
장 미	11,595	40.6%	인도 화란 에콰도르	<ul style="list-style-type: none"> ○ 상품의 품질면에서 일본산과 비슷한 수준 ○ 연중생산 및 공급체계로 안정적 생산기반 보유 ○ 선별 등 규격출하 마비로 일본산 가격의 50~60%선 유지 ○ 경쟁국보다 저가 가격 및 품질경쟁력 미약 <ul style="list-style-type: none"> - 가격은 인도산의 1/2, 네덜란드산 1/5 수준 - 베트남산의 경우 화란 재배기술에 의해 생산된 고품질 장미가 수입
국 화	9,270	17.4%	말련 중국 대만	<ul style="list-style-type: none"> ○ 스프레이국을 중심으로 한 일본내 한국산 소비확대로 시장점유율이 높은 편임 - 품질은 일본산과 비슷. 거래가격 또한 일본산과 동등 - 말레이시아 화란 등 고품질 국화의 수입량 증대, 중저가 중국산 수입으로 가격하락추세
백 합	13,337	85.5%	중국 화란 인도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 일본시장에서의 상품경쟁력과 인지도는 높지 않으나 시장점유율은 80%대로 시장우위 ○ 한국산 수입상품의 품질은 일본산보다 다소 뒤지는 것으로 평가

자료: 농수산물 유통공사

①백합

백합은 1999년 이후 지속적인 증가추세로 2004년에 연간 13,275천불을 수출했으며 주 시장인 일본에서 한국산 백합에 대한 인지도는 아직 높지 않으나 일본 수입시장의 80%를 점유하고 있다. 한국산의 품질은 일본산에 비해 다소 떨어지고 그 이유는 선별이 불균일하기 때문으로 분석되며 국내에는 공동선별장이 없기 때문이다. 주재배 품종은 조지아, 히노모토, 겔리아, 카사블랑카, 스타게이지, 르네브 등이다.

②난류(양난포함)

난류의 수출실적을 보면 2000년 3,250천불에서 2004년 9,989천불로서 급성장세에 있다. 수출용 양란 전문단지 전국적으로 6개소가 운영 중이며 재배면적은 26ha로 4개소는 중국시장(심비디움), 2개소는 미국시장(호접란)을 대상으로 운영 중이다. 시설면적 중 유리온실비율은 25%로 비교적 높은 편이다. 주요 생산품종인 심비디움, 덴파레, 팔레놉시스(호접란)의 생산기술은 경쟁국인 중국, 대만에 비해 우위에 있다. 중국은 비닐하우스 재배가 일반적이며 품종육종은 매우 미흡하나 현재 중국, 화란 등 화훼선진국과의 협업을 통한 기술도입 속도가 빨라 향후 5년 내 한국산에 위협이 될 것으로 전망된다.

심비디움은 호냉성 작물로 일본 및 대만 지역보다 국내지역의 재배환경이 유리하여 품질 경쟁력이 있다. 심비디움은 생산 초기단계로 생산량이 적고 기술적 한계가 있으며 한국산이 대만산에 비해 품질이 좋아 고품질 상품은 한국산 수입에 의존하고 있다.

국내 생산현황을 보면 2002년 양란의 재배면적은 240ha에 총생산량은 약 104백만분)으로 생산금액은 970억원이며 국내 난 소비의 대중화로 가격 안정세가 유지되고 수출가격 호조 및 증가로 생산량도 증가추세이다.

3. 충남 농산물의 수출 동향과 여건 분석

1) 충남 농산물의 수출 동향

충남의 농산물 수출 실적을 보면 2003년까지는 해마다 감소하다가 2004년 116백만불을 달성하여 2003년도 보다 37.6%로 크게 증가한 이후 2005년에는 122백만 불로서 전년도 대비 5.8%가 증가하여 수출이 점차 증가추세를 회복하고 있다. 2005년 주요 농산물 품목별 수출동향을 보면 인삼류는 충남의 최대 수출품목으로 2005년도에 전년도 보다

3,984천불이 증가한 67,442천불을 수출하여 전체 수출액의 55%를 차지하였다. 배는 2005년 19,927천불을 수출하였으며 미국 7,190천불, 동남아 12,388천불, 기타지역 349천불을 수출하여 전체 수출액의 18%를 차지하고 있다. 화훼류는 충남의 새로운 수출 주력품으로 2004년 7,724천불('05년 7,819)을 수출하였으나 환율 및 고유가 등으로 전년 대비 1.3%가 감소하였다.

〈표 2-18〉 충남 농수산물 수출실적

(단위: 백만불)

구분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
수출액	139	119	101	84	116	122
증감율(%)	△27	△14.3	△15.5	△16.8	37.6	△5.8

자료: 충남도청 농정유통과

충남이 2005년에 달성한 농산물 수출실적 122 천불은 국가전체 농산물 수출액 2,222 백만불의 5.4% 수준이며 9개 광역자치단체 중 7위로써 충남 농업의 비중과 역할을 고려할 때 상대적으로 저조한 수준이다. 또한 충남의 주요 수출품목이 인삼류, 배, 화훼류 등 소수의 품목에 집중되고 있으며, 수출국도 미국, 일본, 중국 이들 3개국에 60%로 편중 되어 있어 이들 국가의 정책에 따라 수출이 영향을 받는 취약한 구조이다.

한편 2005년 충남도내 시군별 수출실적을 보면 <표2-19>와 같은데 부여군이 전체 수출의 54%인 66백만 불을 수출하였고 그 다음 천안의 18백만 불 14.7%로서 이들 2개 시군이 실적이 충남 전체 농산물 수출의 70%에 달하여 수출의 지역 간 편차가 심함을 알 수 있다.

〈표 2-19〉 충남 시·군별 수출현황(2005년)

(단위: 백만불)

구분	합계	채소류	김치류	과실류	화훼류	인삼류	가공품	임산물	수산물	기타
계	122.1	2.70	4.34	20.67	7.70	67.44	6.36	6.30	2.57	4.02
천안시	18.43	0.40	0.06	14.49	0.07	1.40	-	1.20	-	0.81
공주시	0.80	-	-	0.24	0.56	-	-	-	-	-
보령시	1.53	0.03	-	-	0.05	-	-	0.01	1.44	-
아산시	4.54	-	0.05	1.06	2.12	-	-	1.31	-	-
서산시	1.97	-	-	-	1.75	-	-	-	0.22	-
논산시	6.48	0.36	-	4.08	0.01	-	0.55	1.48	-	-
계룡시	0.24	0.22	-	-	0.02	-	-	-	-	-
금산군	8.08	0.05	-	0.29	-	7.74	-	-	-	-
연기군	3.97	-	0.01	0.03	-	-	3.93	-	-	-
부여군	66.03	1.10	0.62	0.27	-	58.30	0.31	2.21	0.01	3.21
서천군	0.96	-	-	-	-	-	0.34	0.09	0.53	-
청양군	3.66	-	3.44	0.21	-	-	0.01	-	-	-
홍성군	1.49	-	-	-	0.43	-	0.94	-	0.12	-
예산군	1.04	0.54	-	-	0.50	-	-	-	-	-
태안군	2.46	-	-	-	2.12	-	0.09	-	0.25	-
당진군	0.42	-	0.16	-	0.07	-	0.19	-	-	-

자료: 충남도청 농정유통과

또한 농산물 수출의 전진기지 역할을 하는 충남도내의 농산물 수출단지는 14개소로서 과실류 6개소, 채소류 1개소, 화훼류 7개소인데 다른 도에 비해서 단지의 규모와 종류면에서 미흡한 실정이다.

〈표2-20〉 충남 수출 농업단지 현황

구분	수출단지명	대표자명	전화번호	위치 주소
과실류	논산배 수출영농법인	최동호	041)733-3630	논산시 광석면
과실류	예산능금농업협동조합	윤익로	041)332-3506	예산군 예산읍
과실류	아산배수출단지	강태언	041)544-4852	아산시 온천동
채소류	세도농협	임승훈	041)833-0280	부여군 세도면
화훼류	태안반도백합수출영농조합법인	강항식	(041)675-3816	태안군 태안읍
화훼류	태안국화수출영농조합법인	한도희	041-675-0504	태안군 태안읍
화훼류	태안심비디움수출영농조합법인	윤강선	041-674-5226	태안군 태안읍
과실류	논산과수원에영농조합법인	박형규	041-733-7816	논산시 부석면
과실류	호주 성환배수출단지	하재영	041-582-0091	천안시 성환읍
화훼류	21세기백제생화작목반	황운환	041-841-7379	공주시 사곡면
화훼류	지산영농조합법인	이홍복	041-662-2783	서산시 부석면
화훼류	가사화훼작목반	장순복	041-662-4519	서산시 부석면
화훼류	아산화훼영농조합	이병곤	041)544-0746-8	아산시 도고면
과실류	미국 성환배수출단지	하재영	041)582-0091	천안시 성환읍

자료: 충남도청 농정유통과

2006년에 충남은 농산물 수출목표를 전년보다 8% 증가한 1억 3천만 불로 책정하여 한 상반기 수출실적은 60,591천불로 2006년 목표대비 46.6%를 달성하였으나 고유가의 지속, 환율하락, 잔류농약검사 강화 등 수출환경이 점점 악화되고 있다. 이에 따라 충남도는 불리한 수출여건을 개선하고 수출 현장에서 발생하는 문제에 체계적으로 대응하기 위하여 다음과 같은 시책을 추진 중이다.

먼저 충남은 농산물 수출 종합대책 협의회를 개최하여 수출 대안 모색 및 수출활성화 방안 강구하고 농수산물 해외시장 개척단을 구성 운영하여 최대시장인 동남아 지역을 공략하는 전략을 추진하고 있다. 그리고 농산물의 해외 판촉 전략을 그 동안 판촉 위주방식에서 판촉+ 인삼엑스포 홍보 + 바이어 초청을 포함한 판촉전으로 바꾸었다. 수출농업 정보화를 위하여 수출농가 및 단체를 D/B화하고 수출농가, 업체 등 생산품목, 생산량, 수출국 등 수출현황에 대한 통계조사를 본격적으로 실시할 계획이다.

수출업체의 경쟁력 향상을 위하여 과실류, 엽/과채류, 화훼류, 버섯류 취급하는 생산

농가 및 업체 대상을 대상으로 수출물류비 지원을 종전 4~8%에서 5~8%로 확대하기로 결정하였으며 예산 1,067백만 원을 이미 확보한 바 있다. 충남의 수출농가, 단체의 애로 사항을 상담하기 위해서 농특산물 수출지원 센터를 연중 운영 중에 있다. 농수산물 수출 전담기구 설치 및 인력 보강차원에서 2006년 9월에서 열린 금산 인삼 엑스포에 근무하던 인삼 세계화 팀을 농산물 수출 담당업무로 바꾸어 전담 인원을 3명에서 5명으로 늘렸고 실질적인 농수산물 수출지원 대책을 마련하기 위하여 도 단위 실무 및 수출업체대표로 구성된 충청남도 농수산물 수출협의회를 확대 운영하기로 하였다.

또한 수출 농산물의 생산, 유통, 해외마케팅 등 일관된 수출지원 시스템 구축을 위하여 농수산물 수출지원단을 구성하고 수출 유망품목의 개발, 고품질 수출농산물 생산 기술 보급, 수출농산물 안전성 조사 관리 강화, 해외신규시장 개척방안 등을 강구하기로 했다. 그리고 호주, 러시아에 농수산물 해외시장개척단을 파견하고 인삼, 김치류, 배 등의 판촉활동을 지원한바 있다. 중장기적으로는 2010년 농수산물 수출 목표를 500백만 불을 정하고 시장별 · 품목별로 다음과 같은 수출지원 추진계획을 수립 추진할 예정이다.

(1) 품질차별화를 통한 수출기반 확충전략

시책 1: 고품질 농식품 해외인증 획득 지원(신규)

- 대상품목: 채소류, 과실류, 화훼류, 가공식품 등
- 지원대상: 수출농가, 영농법인, 작목반, 조합 및 수출업체
- 지원내용: 해외인증 획득시 소요비용 지원(FDA, ISO)
 - 농약잔류검사료, 컨설팅료, 교육비, 기타정비
- 단, 사업이 장기간 소요되는 인증은 연간단위로 지원 가능
- 사업비: 60백만원(도비 48, 자부담 12)
- 지원비율: 도비80%, 자부담 20%
- 지원한도: 1품목당 2,000천원 내외

시책 2: 수출용 포장디자인 개발(신규)

- 지원대상: 수출농가 (작목반, 영농조합법인), 수출업체 중 100만불/년 이상 수출실적이 있는 농가에 지원
- 대상품목: 신선 농림축수산물, 가공식품 등

- 사업비: 100백만원(도비 50, 자부담 50)
- 지원한도: 업체당 3,000천원 내외

시책 3: 수출농산물 포장재 지원(신규)

- 지원대상: 수출농가, 작목반, 영농조합법인 등 생산자 단체
-신선농산물을 재배하여 수출에 참여하고 있는 농가
-수출실적 및 수출용 포장재 제작실적을 확인 할 수 있는 농가
(작목반, 생산자 단체 등)
- 대상품목: 과실류, 채소류, 화훼류, 김치, 인삼류, 기타 신선농산물
- 사업비: 1,400백만원(도비 420, 시군비 420, 자담 560)
- 지원비율: 도비 30%, 시군비 30%, 자담 40%
- 지원한도: 1업체당 10,000천원 내외
- 지원내용: 수출용 상품별 특성에 따라 소요되는 자재 지원

(2) 해외시장 개척활동의 획기적 개선전략

시책 1 농수산물 해외 판촉전 개선(보완)

종전: 농수산물 판촉위주, 해외시장개척단 별도 운영

개선: 판촉+바이어 상담회 병행, 시개단과 통합 운영

(’06년 판촉전2회, 시개단 2회->’07년 판촉전 5회)

- 사업량: 5회(미주, 동남아, 러시아 등 수요 감안 개최)
- 사업비: 250백만원 (도비)
 - 내용: 도내 우수 농수산물 생산농가 · 업체 공모 선정현지 파견 상품 홍보 판촉 및 바이어 상담 수주 병행

시책 2: 국제 식품박람회 참가 지원

- 지원박람회: 농수산물 유통공사 및 공공기관 주관 박람회
- 사업량: 37개업체
- 사업비: 74백만원(도비)
- 지원대상: 도내 수출농가, 생산자 단체, 가공업체
- 지원한도: 1업체당 2백만원 이내 (년간 3회 이내)

- 지원내용: 부스임차료, 물품운송 · 통관비, 통역비 등

시책 3: 농수산물 유통공사 해외무역관을 통한 수출업체 업무대행 지원

- 목적: 해외시장정보 수집 및 마케팅 능력 취약, 해외출장에 따른 경비 부담 등으로 어려움을 겪고 있는 수출농가(업체)의 해외시장개척 지원
- 지원 대상: 도내 수출농가(단체), 업체
- 사업량: 20개 업체 내외
- 사업비: 40백만원(도비 32, 자담 8)
- 지원 비율: 도비 80%, 자담20%
- 업무위탁: aT대전충남지사
- 지원 사항
 - 신규바이어 발굴 및 해외시장정보 제공
 - 바이어 반응조사 등 수출상담 진행
 - 기존 거래선 관리, 현지 출장시 제반활동 지원 등
 - ※ 단, 계약체결 대행, 클레임 해결 및 법적분쟁 등 해외무역관의 법적 성격상 지원할 수 있는 사항은 제외

(3) 농산물 수출업체에 대한 사기 진작책 추진 전략

시책 1: 신선농산물 수출물류비 지원 확대

- 지원품목: 과일류, 엽·과채류, 화훼류, 버섯류 등 신선농산물
- 지원 대상: 수출농가·생산자 단체(6~8%), 수출업체(3%)
- 예산액: 2,000백만원(도비 600, 시군비 1,400)
- 지원비율: 도비 30%, 시군비 70%

시책 2: 농수산물 수출탑 시상

- 우수농산물 수출농가·업체에 대한 시상(연1회)
 - 대상: 연간 3백만불 이상 수출한 농가·업체, 수출지원 유공 공무원 등
- 시상훈격: 도지사 상패
- 기타 도정 참여기회 부여(위원회, 간담회 참석 등)

(4) 수출 농수산물 홍보 및 인프라 구축전략

시책 1: 농수산물 상품 설명회 개최

- 사업내용: 도내 우수 농수산물 전시 · 설명회
- 초청대상: 수출업체, 해외바이어, 대형유통업체 등
- 사업비: 60백만원(도비)
- 지원내용: 국내체재비, 통역요원 고용, 상담장 임차비 등
- 업무협조: 농유평, KOTRA 등

시책 2: 수출농수산물 해외홍보물 제작

- 제작형태: 책자, 리후렛, 포스터, CD 등
- 4개국 (한국어, 영어, 일본어, 중국어) 제작
- 수록내용: 제품특성, 제품사진 · 설명, 가격, 생산자 정보 등
- 사업비: 60백만원(도비)
- 배부처: 해외무역관, 해외바이어 및 수출업체에 배포

2) 충남 농산물 수출의 문제점

농산물 수출의 변화 동향과 관련하여 충남이 당면한 문제점으로서 다음과 같은 사항을 들 수 있다. 첫째, 수출 농업단지의 수가 적고 규모도 영세성을 면치 못하고 있다는 점이다. 충남도내 14개 수출농업단지의 경우 참여농가별로 소규모로 분산되어 있고, 각기 다른 작목을 재배함으로써 수집, 선별, 포장비용 등이 높아 가격 경쟁력이 약화되고 있다. 충남도가 고품질 농산물의 수출을 활성화하기 위해 지정, 운영하고 있는 수출단지는 채소류 1개, 화훼류 6개, 과실류 7개 등이다. 그러나 이들 수출단지는 지난 2002년 원예전문생산단지로 명칭이 변경돼 현재에 이르고 있지만 처음부터 구체적인 지정 기준이나 선정조건, 단지규모 등이 마련되지 않은 채 출범, 수출기반으로의 역할과 기능을 제대로 하지 못하고 있는 실정이다.

둘째, 수출에 따른 물류비용이 과다하다는 점이다. 농산물을 소량 단위로 수출할 경우 내륙 및 해상 수송비 등 수출물류비용이 높아지므로 물류비를 줄이기 위하여 소형 컨테이너 개발과 보급, 저온저장 수송체계 등 일관적 수출물류시스템의 구축과 활성화가 요

구되나 아직 개선되지 않고 있는 상태이다. 셋째, 수출품목들이 다양화되지 못하고 수출 농산물의 규격화 및 포장수준이 미흡하여 수출농산물의 고품질화에 장애가 되고 있다. 넷째, 생산농가들은 수출시장에 대한 정보 미흡과 경험 부족으로 수출을 하고자 하는 동기가 부족하고 수출물량이 늘어날수록 품질이 떨어지는 점과 부분적으로 불량품을 섞어 수출하는 문제도 발생하고 있다. 다섯째, 농산물의 수출환경이 국내시장의 수급조건에 따라 달라지는 관계로 안정적 수출물량확보가 어려우며 수출계약 체결 후에도 계약 불이행 사태가 발생하여 수출신용도가 떨어지는 경우가 나타나고 있다. 여섯째, 전문적 수출업체의 부족으로서 영세한 유사수출업체가 난립하여 물량확보, 수출규격품 수집, 시장정보의 수집 및 활용, 수출시장에서의 경합과 경쟁 등의 사태가 발생하는 경우가 많아지고 있다. 일곱째, 지속적인 해외시장 개척 및 정보수집 미흡으로서 주요 수출국의 농산물 수급동향 및 검역 등 수입관리제도에 대한 정보부족으로 수출기회를 상실하는 경우가 많다.

상기와 같은 충남의 농산물 수출의 문제점을 살펴 볼 때 몇 가지 시사점을 찾아 볼 수 있다. 첫째, 기술력을 바탕으로 둔 규모화 전문화를 통하여 가격, 품질경쟁을 갖춘 농산물만이 지속적으로 수출이 증가 한다는 점이다. 신선 농산물의 수출경험이 그 예가 된다. UR이후 시설농업에 대한 투자 확대로 과잉생산과 농산물의 가격하락으로 인한 어려움을 탈출하려는 수단으로 신선농산물의 수출이 시작되어 상당한 성과를 거두었다. 그러나 초기에 수출유망 품목으로 지목받았던 채소, 과실류는 기술개발 노력의 미흡과 품질관리 소홀로 수출증가세가 꺾이면서 고전을 면치 못하고 있다.

둘째, 농산물 수출은 시장외적인 요인 즉 병충해, 가뭄, 홍수, 우박등 기상이변, 상대국의 보복적 수입규제 등 예기치 못한 사건에 따라 민감하게 영향을 받는다는 것이다. 농산물 수출은 건강과 위생문제를 까다롭게 다루는 국제적 통관절차를 거쳐야 하는 과정임을 감안할 때 앞으로는 농산물 수출에 영향을 줄 수 있는 예기치 않은 돌발 상황에 대처할 수 있는 대응능력을 갖추어 나갈 수 있어야 할 것이다.

셋째, 농산물의 수출은 세계 최대의 농산물 수입국인 일본시장의 동향에 따라 큰 영향을 받는다는 사실이다. 따라서 일본농업의 동향과 정책의 변화는 우리 농산물 수출에 즉각적인 충격을 주므로 일본 시장의 동향에 대한 면밀한 분석과 대응전략이 필요하다. 넷째, 농산물 교역량이 전 세계적으로 확대됨에 따라 국가 간에 수출경쟁력이 동태적으로 빠르게 변하고 있다는 점이다. 과거에 주력 수출상품이었던 농산물이 현재는 오히려 수입가능성이 높아지는 품목으로 되고 있는가 하면 예상치 못했던 품목들이 수출유망 품목으로 떠오르고 있다. 변화하는 해외수출시장에 대한 정확한 정보를 수집하고

이에 신속하게 대응하는 수출전략의 수립이 긴요해지고 있다.

다섯째, 국제적으로 열세인 우리 농산물의 가격경쟁력을 만회하기 위해서는 농산물의 2,3차 산업화를 통한 품질경쟁력을 향상시키는 것이 중요하다. 이를 위하여 국산 농산물을 원료로 사용하는 2차 전통가공 식품 및 충남 고유의 한식류를 유망 수출품목으로 발굴하여 수출함으로써 수출농업의 고부가가치화를 조기에 달성하여야 한다는 것이다.

3) 충남 농산물 수출의 SWOT분석

충남의 농산물 수출이 지역농업의 활로를 개척하고 농업 성장의 동력원이 될 수 있기 위해서는 충남 농업의 수출여건에 대한 진단이 선행되어야 할 것이다. 여기서는 충남의 수출농업을 둘러싼 대내외적인 여건을 SWOT기법으로 분석하고자 한다. SWOT 분석의 목적은 충남의 수출 농업이 가지고 있는 내부의 약점을 보완하고 강점을 더욱 살리며 외부환경에 대해서는 부정적 요인을 회피하거나 극복할 수 있는 방안을 마련하고 긍정적 외부요인을 더욱 살릴 수 있는 전략을 마련하는데 있다.

(1) 기회요인(Opportunity)

첫째, 농산물의 최대 수입국인 일본시장이 지리적으로 가장 가깝다는 점이다. 일본은 한해 약 800억 달러 어치의 농산물을 수입하는 최대 농산물 수입국가인 데다 최근 한국 문화와 농산물에 대한 인식이 크게 좋아져 품질조건만 갖추었다면 수출을 확대하는데 호기로 작용할 것으로 내다보이고 있다. 일본 대장성에서 발표한 2000년 한국산 신선농산물 수입실태 조사보고서에서 한국산 오이와 가지는 일본 전체 수입량의 100%를 차지하고 있으며, 토마토는 86%, 수박은 78%, 백합은 61% 등 한국산 신선농산물이 일본 시장에서 상당히 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 조사된 바 있다. 선도 유지가 중요한 채소, 과실은 일본이 우리나라와 가까운 인접국이라는 입지적 장점을 살릴 경우 대 일본 신선 농산물의 수출전망은 밝다고 할 수 있다. 신선농산물의 대일 수출은 식품박람회 참가, 유망품목 개발, 일본 유통업체와 공동으로 판촉전과 각종 이벤트 행사 등을 통해서 더욱 확대할 수 있을 것이다.

둘째, 충남의 주력 수출농산물인 인삼과 배의 경우 중국과 동남아시아의 경제성장으로 고소득층이 늘어나고 고품질 수입농산물에 대한 소비가 증가함에 따라 품질 차별화로 승부하게 되면 우리 농산물에 대한 수출시장을 신규로 개척할 수 있는 여건이 성숙되고

있는 점이다.

셋째, 음식문화의 세계화 추세 및 우리나라 한류 문화와 음식에 대한 해외 소비자들의 관심과 인식이 높아짐에 따라 충남에서 생산된 농산물을 원료를 사용하여 가공한 전통 식품 및 전통 음식류의 수출가능성이 높아지고 있다는 점이다.

(2) 위협요인(Threat)

첫째, 중국, 동남아등 후발 농업국의 농산물이 해외시장에서 싼 가격을 무기로 경쟁하여 우리나라 농산물의 수출증가에 큰 위협을 주는 요인으로 등장하고 있다. 국제무역에서 가장 중요한 경쟁력의 원천이 가격인데, 중국이 WTO에 가입한 후 일본과 미국 등 선진국 시장에서 유리한 가격조건으로 수출함에 따라 우리 농산물의 시장점유율이 위협을 받고 있는 것이다.

둘째, 최근 환율 하락으로 우리 농산물의 수출 채산성이 악화되고 있는 것으로 분석되고 있다. 수출시장에서 환율변동은 농산물 수출에 크게 영향을 준다. 농산물 수출이 환율의 하락으로 어려워짐에 따라 환율 손실 보상, 선물시장, 중계무역 등 보완적인 안전장치를 마련하여야 할 것이다.

셋째, 농산물의 수출과정에서 병충해, 위생문제를 야기 시키거나 상대국의 보복적 비관세장벽 등 예기치 못한 거래장애가 발생할 가능성이 있다. WTO 출범이후 농산물 무역환경이 많이 개선되었으나 아직도 동·식물검역, 식품검사 등의 비관세 무역장벽이 많이 남아 있다. 예를 들면 중국은 자국산 인삼산업을 보호하기 위해 인삼을 의약품으로 등록하는 제도를 비관세 무역장벽으로 악용함으로써 우리나라산 인삼을 중국에 수출하기 어렵게 만들고 있다. 또한 채소, 화훼 등 신선농산물에서 검출되는 잔류농약의 허용기준이 각국마다 다르게 적용되고 있어 수입국에서의 식품위생검사 통관에 애로를 겪는 경우가 종종 있다.

(3) 강점(Strength)

첫째, 농가와 지자체간에 농산물 수출의 필요성과 의욕이 확산되고 있다는 점이다. 2005년 충남의 농산물 수출 비중은 도전체 수출액의 0.4% 수준에 불과하지만 수출을 통하여 지역 농업이 경쟁기반을 확보할 수 있으며, 농산물 가격안정 및 농가소득증대에 큰 역할을 한다는 인식이 점차 확산되고 있다. 농가에서 생산한 농산물이 해외시장

에서 세계 각국의 농산물과 경쟁을 함으로써 개방화 시대를 맞이하여 세계적인 차원에서 농업을 운영할 수 있으며 수입 농산물에도 능동적으로 대처할 수 할 수 있다는 점에서 수출마인드의 확산은 중요하다고 본다.

둘째, 시설농업의 현대화와 규모화가 빠르게 진행되고 있어 신선채소류, 과일, 일부 축산물의 경우 수출시장의 변화에 탄력적으로 대응할 수 있는 상업적 영농체계를 갖추고 있다는 점이다. 따라서 비농업분야의 수출상품에 대한 지원과 같이 농산물을 수출하는 농가에게도 적극적으로 지원한다면 앞으로 수출경쟁력을 갖춘 상업적 전업농가들이 대거 출현할 가능성이 높다고 할 수 있다.

셋째, 사계절이 뚜렷한 우리나라의 기후 특성 때문에 맛, 향, 당도 등에서 우리 농산물의 품질이 우수하다는 점이다. 예를 들어 2000년 미국에서 한국 배의 시식회를 열어 소비자들의 반응을 조사한 결과 많은 미국의 소비자들로부터 품질을 인정받아 배 판매량이 5 배나 늘었다는 보도가 있는 바와 같이 우리 농산물의 우수한 품질이 해외에서 크게 평가받고 있다는 사실을 도처에서 확인할 수 있다.

(4) 약점(Weakness)

첫째, 농촌 노임의 상승과 비싼 농지 가격으로 가격 경쟁력을 갖추기 어렵다는 점이다. 1999년에 오이·고추의 대일 수출량이 급격하게 감소하였는데 그해 겨울철 기름값 인상으로 생산비가 올라가면서 수출 채산성을 맞추기 어려울 정도로 농가들의 가격경쟁력이 악화되었기 때문에 발생한 사건이다. 앞으로 우리 농산물의 수출확대는 중국 동남아 등 후발 경쟁국과 비교하여 어떻게 하면 품질대비 유리한 가격을 제시할 수 있는가에 달려 있고 할 수 있다.

둘째, 수출농업은 아직 산업화 초기단계로서 농민들과 업체들이 수출 업무에 익숙지 못하여 불필요한 클레임을 야기하거나 거래교섭력을 떨어뜨리는 요인으로 작용하고 있다. 국내 농산물 값이 조금만 높게 형성되어도 수출계약을 파기하고 내수시장에 농산물을 출하하는 농가들이 아직도 많은데, 이는 농산물 수출 업무의 특수성에 대한 지식 부족으로 수출신용도를 떨어뜨려 지속적인 수출을 어렵게 하는 사례로 볼 수 있다.

셋째, 수출농업단지 규모의 영세성이 가격경쟁력을 약화시키는 요인으로 지적되고 있다. 10피트 또는 20피트 컨테이너로 수출되는 오이·토마토의 경우 컨테이너를 채우기 위해 단지규모가 최소 5ha는 되어야 하지만 채소류 수출단지의 경우 참여농가 단위로 6백~1천5백평 규모로 분산돼 있고 각기 다른 작목을 재배하는 경우가 많다. 수출

농산물의 생산단지 규모가 너무 작아 적재량을 다 채우지 못한 상태로 수송함에 따라 수집·선별·운송비가 많이 들고 컨테이너를 채우기 위해 며칠씩 대기하거나 타 지역으로 이동해 부족물량을 채운 후 수송하는 사례도 많아 농산물의 품질을 저하시키는 요인으로 작용하고 있다.

〈표 2-21〉충남 수출농업의 SWOT 분석

약점요소	강점요소
국제적 비교열위를 가진 가격경쟁력 규모화 되지 않은 소농구조 낙후된 농산물 유통 물류시스템	고품질 농산물 재배에 적합한 기후풍토 농민, 지자체의 강한 의욕과 동기부여 세계적 수준의 시설농업 기술보유
기회요소	위협요소
세계 최대 농산물 시장인 일본이 인접 중국, 동남아등에서 고품질 농산물 수요 증가 세계화에 따른 한국 전통식품에 대한 관심증대	해외시장에서 후발농업국의 추격 환율하락으로 인한 수출채산성 악화 비관세 무역장벽의 불확실성 존재

제3장 충남 농산물의 수출 확대 방안

1. 기본 방향

1) 농산물 수출의 영향요인

농산물 수출은 한 국가의 수출업체가 국내에서 생산 또는 가공된 농산물을 외국의 수입업체에게 판매하는 것을 의미한다. 농산물 수출이 농업경제에 미치는 효과는 첫째, 외환 가득의 증대를 통해 농가 소득을 향상시킴으로써 농가경제를 발전시킬 수 있다는 점이다. 둘째, 국내 농산물 시장에 공급 과잉이 발생했을 경우 농산물 수출을 통해 신규 수요를 창출함으로써 국내시장을 안정시킬 수 있다. 셋째, 경쟁이 치열한 국제시장에서의 생존을 위해 농업기술과 마케팅기법을 습득하게 되어 농산물의 품질을 개선하고 국제 경쟁력을 향상시키는 효과도 얻을 수 있다. 이러한 이유로 거의 대부분의 국가는 농산물 수출 증대를 위한 정책 마련에 노력하고 있다.

하지만 실질적으로 농산물 수출은 기업이 어떤 농산물을 국내에서 판매할 때보다 해외 시장에서 판매할 경우 더 높은 이윤을 얻을 수 있거나 또는 규모의 확대에 의해 원가를 절감함으로써 경쟁력이 향상되어 수익성을 높일 수 있을 때 이루어진다. 그러므로 농산물 수출을 하는 주체는 기업이건 개인이건 어떤 농산물의 국가 전체적인 수요와 공급 상황보다는 그 당시 수급조건의 변화에 의한 시장가격의 변동에 따라 수출을 결정하게 된다. 즉 수출의 주체는 이윤추구를 목표로 수출사업에 종사하기 때문에 가격과 품질 등 국내외 시장의 조건에 민감하게 반응하게 된다. 이 같이 농산물 수출은 수출주체의 이윤추구 동기와 함께 외국의 농업정책 등 해외시장의 여건뿐 아니라 국내 농업의 상황과 정책 등 내부적 여건에 따라 영향을 받게 된다. 그리고 농산물의 수출은 국내 수급상황에 따라 변동하는 것은 물론 농업생산비, 운송 및 저장 등 물류 시스템, 환율 변화 등 광범위한 요인들이 수출에 영향을 미칠 수 있다.

농산물의 가격경쟁력, 농산물의 수송과 저장, 수출통관 절차, 그리고 해외시장에서의 마케팅은 물론 농산물 생산의 단계에서 무수한 장애, 즉 수출애로요인이 존재하고 있다. 대체적으로 농산물을 수출하는 기업이 당면하는 수출애로요인은 농산물 가격이 국

제시세 보다 비싸 해외시장 진출이 불가능한 경우를 제외하고 그밖에 동기부족, 정보부족, 제도적 관련 요인 등 세 가지 면에서 파악할 수 있다.

첫째, 충분한 국제경쟁력을 갖추고도 수출에 참여하지 못하는 동기부족 애로요인은 농산물 생산농가들이 수출을 시간 낭비 또는 위험과 비용을 유발하는 것으로 간주하여 국내 농산물 시장에 출하는 것보다 수익성이 낮게 과소평가하는데 따른 것이다. 둘째, 정보 부족 애로요인에 의한 농산물의 수출 부진은 현재 수출을 하고 있지만 가격과 품질 등 수출 시장의 경쟁자 관련 정보나 해외 구매자 또는 소비자의 기호와 취향 등 정보가 부족하여 수출을 증대시킬 잠재력이 있음에도 불구하고 수출실적이 향상되지 않는 경우를 의미한다. 셋째, 제도관련 애로요인은 국내 농산물과 관련된 유통, 검역, 통관절차 등이 농산물 수입국과의 문화적, 역사적 이질성, 법규와 관습의 차이 등으로 인해 제도적으로 시장 진출이 어려운 경우에 발생한다. 특히 해외시장 진출을 위한 농산물의 해외 홍보에는 상당한 금전적, 시간적 투자가 필요하지만 영세한 농산물 수출업체로서는 제도적으로 홍보에 필요한 인력과 자원, 시간 등 필요한 자원이 부족하기 때문에 발생한다.

2) 농산물 수출 지원 정책의 수단

농산물의 수출지원이란 정부 또는 공공기관이 농산물 수출 증대라는 정책목표를 달성하기 위해 특정 생산자단체나 수출기업 또는 농가에게 제공하는 각종 조치나 활동이라고 정의할 수 있으며 농산물 수출의 애로 요인을 해소하기 위한 여러 가지 활동도 포함된다. 일반적으로 다양한 정부 지원을 통해 기업체들은 농산물 수출이 중요한 소득원이라는 인식을 갖게 되어 농산물 수출 유인이 발생하거나 증가하고 수출잠재력이 확대될 수 있다. 결국 효과적으로 농산물 수출을 증대하기 위해서는 정부의 수출지원이 이러한 수출 애로요인의 제고 또는 완화에 초점을 맞추는 것이 중요하다. 그리고 농산물 수출 애로요인의 성격에 따라 지원 대상과 내용이 달라져야 하며 그에 따른 적절한 수출지원 정책 수단을 선택하여야 한다.

정부의 농산물 수출지원 정책은 크게 직접적 지원과 간접적 지원의 두 가지 종류로 구분할 수 있다. 직접 지원이란 농산물 증대를 유발하기 위한 직접적인 지원으로 수출액이나 수출량에 비례하여 지급되는 보조금이나 수출결손금을 충당하기 위한 세금 감면, 물류비 지원 등 수출에 직접적인 영향을 미치는 활동이 이에 해당한다. 직접적인 수출 지원은 특정 농산물 또는 사업 분야의 농산물 수출을 장려함으로써 농산물의 수

요와 공급 조건을 적절히 반영하지 못하고 왜곡시킬 수 있다. 따라서 시장 메커니즘에 의한 자원의 효율적 배분이 불가능하게 되어 농산물의 국제무역질서에도 부정적인 영향을 초래하기 때문에 현 WTO체제하에서 금지 또는 감축대상으로 논란이 되는 경우가 많다.

한편 간접 지원이란 농산물의 수출활동을 측면 지원함으로써 수출잠재력을 향상시켜 농산물 수출을 간접적으로 증대시키기 위한 지원 활동이다. 해외 농산물 시장의 개척, 판촉활동, 수출시장의 정보 수집 및 전파를 위한 제반조치가 여기에 해당한다. 농산물 수출확대를 위한 이같은 간접 지원 활동은 시장에 의한 자원 배분을 왜곡하는 효과가 없거나 적은 것으로 인식되어 WTO에서도 간접 지원 조치가 허용되고 있다. 먼저 농산물 수출증대를 위한 간접 지원 활동으로 해외시장 개척 활동을 들 수 있다. 수출품의 해외 홍보나 광고 등 수출마케팅 활동을 지원하거나 무역박람회나 식품전시회 참가 지원, 그리고 홍보사절단 파견 등이 여기에 해당하며 대상 농산물은 거의 모든 품목이 된다. 해외 농산물 시장 정보 수집 지원과 농산물 수입 바이어에 대한 네트워크 구축 및 지속적 관리를 위한 상주인력 배치를 지원하는 것도 간접 지원 수단에 속한다.

한편 농산물 수출금융, 신용보증, 수출보험 등 금융과 신용상의 지원은 세계 각국이 가장 광범위하게 활용하는 농산물 수출증대를 위한 간접 지원의 전형적인 정책 수단이다. WTO 나 OECD 등 국제기구에서 공식적으로 허용되고 있는 지원 정책으로 수출업체에 대한 특혜 금리 등의 범위가 국제관례 또는 OECD 가이드라인을 초과하지 않는 한 규제대상이 되지 않는다. 지원 대상은 주로 개별 농산물 수출업체이며 수출물품 생산 단계나 신용장 개설 단계 및 수출선적 단계에서 지원된다.

그 밖에 농산물 수출에 대한 지원으로 각종 조세지원, 농산물의 생산성과 품질 향상을 위한 연구개발 투자와 기술경영지도, 그리고 농산물 수출 물류시스템 구축이나 개선, 수출 관련 농업생산단지, APC, LPC 등 사회간접자본 건설 및 투자 확대등도 간접 지원에 해당한다.

3) 수출확대를 위한 당면 과제 및 기본 방향

농산물 수출 확대를 지원하기 위한 정책적 함의를 도출하기 위해서는 다음과 같은 우리나라 농산물 수출에서 몇 가지 해결해야 할 애로사항 및 문제점을 적시할 필요가 있다. 첫째, 우리나라는 우루과이 라운드 협상의 타결 당시 수출보조가 없었으나 1995년 이후 개도국 우대 조항에 의거 농산물 수출보조금을 늘리고 있는 중이다. 이러한 정책

은 금지보조인 직접 보조를 감축하고 허용대상으로 간주되는 간접보조(해외시장 개척, 무역박람회 참가, 수출신용 및 보험 등)로 전환하는 추세에 어긋나는 것이다. 비록 개도국 우대 조항에 의거한 수출보조의 지원이지만 향후 DDA 협상에서의 입지 강화를 위해서는 보조액을 감축하거나 항목을 허용 대상인 해외시장 개척을 등으로 적절히 변경하는 방안을 강구해야 하는 것이다.

둘째, 우리나라의 농산물 수출에서 가장 큰 문제는 대부분의 농산물이 영세적인 소농 구조하에서 생산되어 가격경쟁력이 약하다는 점이다. 그리고 가격경쟁력이 있는 몇몇 품목도 포장, 저장, 국내 및 해외수송 등 전반적인 수출물류 기반이 취약하고 물류 시스템이 낙후되어 해외시장, 특히 일본시장에서 경쟁력이 하락하고 있는 실정이다. 펠릿 사용이 일반화되지 못하여 생산지에서의 적재 작업이나 소비시장에서 하역 작업을 할 때 많은 인력이 필요하게 되어 비용 상승을 유발하고 있다. 또한 유통과정에서 필요한 저온저장고가 부족하여 신선도 유지가 필수적인 농산물이 수송대기를 하는 동안 농산물의 품질이 저하되어 해외 수입시장에서 제값을 받지 못하는 경우가 자주 발생한다. 셋째, 수출금융과 신용보증 및 보험제도가 농산물 수출을 실질적으로 증대시키는데 부적합한 점이 있다. 수입국의 국내 가격 폭락 등으로 인해 수입자가 계약을 불이행하는 위험을 부보하는 선적전보험인 '수출불능보험'의 경우 보험가입을 위해서는 보험회사에 수출계약서를 제출하도록 되어 있다. 그러나 우리나라 농산물의 수출 관행상 신용장 거래 대신 구두 또는 전화계약에 의해 거래되고 있어 수출계약서를 구비하지 못해 수출불능보험가입이 불가능하다. 그 결과 일본을 비롯한 해외시장에서의 급격한 가격하락으로 인해 수입자가 계약을 파기할 경우 농산물 수출업체가 입게 되는 피해를 보상할 수 없다.

넷째, 식품박람회나 농산물 무역전시회 등에 참가하는 수출업체들의 인식부족과 자금 제약으로 인해 품목의 다양성이 부족하고 전시기술이 낙후되어 있으며 전시 농산물의 외관과 포장도 소비자들의 시선을 끌 만한 특징이 없는 실정이다. 첨단 마케팅 기법을 활용하여 나날이 다양화, 첨단 기술화되는 다른 나라들의 홍보, 전시관과 직접적으로 비교되는 경우가 많아 소비자나 관람객들에게 한국농산물에 대한 부정적인 이미지를 갖도록 함으로써 홍보효과가 반대로 나타날 가능성도 있다.

다섯째, 최근 환율 하락과 유가 급증 등 농산물 수출여건이 악화되면서 농산물 수출업체들의 채산성이 크게 악화되고 있다. 농수산물유통공사가 집계한 수출실적을 보면 2006년 1/4분기 신선농산물 수출실적은 3만7600톤으로 지난해 같은 기간보다 28.9%나 감소했으며, 특히 채소류는 45.5%가 줄었다. 현재 화훼 등 신선농산물을 수출하는 일

부 기업의 경우 출혈 수출이 불가피 하며, 김치나 전통주 등 가공식품업체들도 손실을 줄이기 위해 수출량을 줄이고 있는 실정이다. 수출업체들의 환율하락에 따른 손실을 보전할 수 있는 환변동보험이 있지만 이미 환율이 크게 떨어진 상황에서 실질적으로 도움이 되지 못한다. 현재와 같이 농산물 수출여건이 악화된 상황에서 획기적인 농산물 수출 대안을 마련하는 것이 쉽지 않다. 하지만 정부가 농산물 수출업체들의 당면 어려움을 현실적으로 풀 수 있도록 적극적인 모습을 보여 주어야 장기적으로 지속가능한 수출 확대가 가능할 것이다. 이와 같은 수출상의 애로요인을 중심으로 충남의 농산물 수출을 증대시키기 위한 방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 농산물 수출이라는 제 기능을 다하지 못하는 수출농업단지를 규모화 전문화를 달성하여 수출농업을 기본적 생산기반을 구축해 나가야 한다. 해외 거래선과의 안정적인 교역관계를 유지하기 위하여 수출단지의 규모가 작아 물량의 안정적 확보가 어려운 경우가 많이 발생한다. 따라서 수출농업단지는 안정적인 수출물량을 확보할 수 있는 수준으로 규모화 되어야 하는데 품목별로 재배면적과 집단지정도, 수출비중 등을 감안 선정기준을 마련한다. 수출농업단지 선정 후 단지에 대한 평가·분석을 통해 수출컨설팅 실시, 전담 지도사 배치, 재배지 검역서비스 제공, 물류비와 인센티브 지원 등의 사후관리를 선별적으로 지원하도록 한다. 즉 수출실적, 수출신장률, 생산대비 수출비중, 계약재배 수매비중, 시장개척, 단지관리 능력 등을 종합적으로 평가하고 이에 따라 과감한 인센티브와 패널티가 적용돼야 하며, 부실단지는 지정취소 등의 과감한 조치도 필요하다

둘째, 해외시장개척 및 정보 수집 능력을 강화시켜 나가야 한다. 해외 농산물박람회나 식품전시회 등 국제 무역박람회 참가방식을 개선할 필요가 있다. 참가업체 선정 시 품목의 품질, 마케팅 수준, 활동계획서 등에 대한 심사를 강화하면서 선발된 업체에 대해서는 자금과 마케팅 전문 인력 등 지원을 강화하여 품질이 우수하고 포장과 규격이 새로운 품목을 전시하게 함으로써 해외시장에 대한 홍보효과를 제고하고 한국농산물 전반에 대한 이미지를 향상시키는 방향으로 전환해야 할 것이다. 해외 주재 영사관이나 농수산물유통공사 등 기존 해외조직과 인력이 있는 기관을 국별, 지역별 해외시장 정보 수집 및 시장개척 활동의 거점으로 활용하기 위해 해외시장개발 전담기관으로 위촉 또는 지정 지원하고 전담요원들의 자질을 향상시킬 필요가 있다. 한편 수집된 각종 시장 정보를 체계적으로 관리하고 가공하여 전파할 수 있도록 정보관리 시스템 구축이 수반되어야 할 것이다. 현지 바이어나 수입업체들에 대한 지원책 마련 필요성도 제기되고 있다. 수출업체뿐만 아니라 실질 구매자인 현지에서 활동 중인 바이어에 대해서 판촉이

나 광고 등의 지원도 함께 이뤄져야 수출확대 효과를 가져 올 수 있다.

셋째, 수출물류 시스템 개선을 위한 지원을 확대할 필요가 있다. 산지의 예냉·선별·포장 등의 물류체계 미비로 상품의 질이 경쟁국에 비해 떨어지는 농산물이 다수이다. 신선농산물 수출단체 대부분이 소규모 농가들로 구성되어 있어 최소 컨테이너 단위의 적정 수출규모조차 이루지 못해 물류비 증가 요인으로 작용하고 있다. 포장디자인의 경우도 상품표시나 규격, 디자인 등에 있어 국제화가 미흡해 영문표기가 잘못돼 있거나 소비자의 시선을 끌지 못하는 디자인으로 상품의 질을 떨어뜨리고 있다. 따라서 수출물류시스템을 일관적으로 연계하여 효율적으로 관리가 될 수 있도록 하고 특히 팬릿 시스템 개발을 장려하면서 사용 후 회수시스템을 개발, 도입함으로써 물류 시스템을 효율화하여야 할 것이다. 또한 공항과 항구 인근에 저온 저장시설의 건설을 지원하여 신선농산물 수출을 촉진할 필요가 있으며 그 밖에 소형 컨테이너 등 농산물 수송용 용기를 개발하고 도입을 확대하여 물류 기반을 강화해야 할 것이다. 아울러 장기적으로는 도로와 철도 등 국내 운송을 위한 간접자본 건설과 도시계획 등 사회전체의 인프라 구축을 위한 투자를 확대할 필요가 있다.

넷째, 수출지원을 위한 금융관련 각종 제도를 확대 실시하는 방안을 강구해야 할 것이다. 과거 수출드라이브정책 하에서와 같이 신용장만으로도 상당액의 선금금을 확보할 수 있도록 적극적, 공세적으로 수출금융 제도를 확대 시행하여 수출농민이나 수출업체들의 자금난을 완화시켜야 할 것이다. 대부분 영세규모인 수출농가나 수출업체들이 거래선이나 금융기관과의 관계에서 담보나 신용부족으로 여러 가지 어려움을 겪는 경우가 많다. 가격과 인도조건 등 수출상당시 자금난과 신용부족으로 인해 불이익을 받지 않도록 수출 신용보증 제도를 실질적으로 확대, 개선하여 운영할 필요가 있다. 한편 농산물은 제조업 상품과 달리 단기적 가격변동이 심하여 선적불능 위험이 높고 선적 후에도 위생 및 검역 문제 등으로 인해 대금회수 불능 위험이 높은 편이다. 농산물의 수출보험을 실질적인 위험분산 방안으로 이용하기 위해 구비서류 축소 또는 신축적 적용 등 수출불능보험의 가입절차를 간소화하고 가입자격을 완화하여 수출보험가입을 확대시켜야 할 것이다. 농산물 수출을 위한 품목별 자조금 제도의 도입과 시행을 적극 지원해야 할 필요가 있다. 자조금은 국내외 가격차를 보상할 수 있도록 품목별 생산자 또는 수출업체의 단체나 협회에 의한 측면 지원차원에서 필요하다.

다섯째, 농산물 수출 관련 업무에 종사하는 인력을 양성하고 전문화시켜야 한다. 농산물 수출이 비농업 분야의 수출과 같은 수준에서 효율적으로 이루어지지 위해서는 생산 단계 뿐만 아니라 영업, 물류, 수출업무와 사후관리 단계까지 전문화된 인력이 담당할

수 있도록 교육과 훈련을 지원해야 할 것이다. 이와 함께 지도사나 수출전문 공무원이 재배기술교육은 물론 경영컨설팅, 마케팅 등 단지 전반을 지도할 수 있도록 해야 한다. 지도사가 기술 뿐만 아니라 수입국 소비자의 기호, 수출유망 신제품 소개, 해외 마케팅, 안전성과 관련된 농약사용 등 전반을 지도하고 관리할 수 있도록 제도적 장치가 마련돼야 할 것이다.

2. 충남 농산물의 수출확대를 위한 주체별 역할과 기능

1) 지자체의 역할

(1) 농산물 수출농업단지의 규모화 및 전문화 유도

수출농업을 육성하기 위해서는 해외시장 개척도 중요하지만 무엇보다도 산업단지를 조성하여 분양하듯이 농산물도 품목별 규모화된 우수한 수출농업단지를 육성하여야 한다. 이곳에서 규격화된 안전한 고품질의 농산물을 계획적으로 생산하여 등급별로 수출용, 시판용 및 단체급식용으로 구분하여 수출과 함께 국내에 유통시킨다면 자원의 효율적 이용과 함께 안정된 공급기반이 구축되며 판로의 안정화도 가능해질 것이다. 이러한 단지는 품종 선택에서부터 비배 관리, 병충해 방제, 신기술 도입 등의 원활한 이행은 물론 규모화된 선별, 포장, 저장 및 수송 등이 가능한 물류센터를 통하여 효율적 물류체계에 의한 원가 절감이 가능하므로 국제경쟁력도 높아지게 될 것이다.

우리나라는 지형 특성상 소규모 농가가 다품목 소량생산 중심으로 생산함에 따라 적정 수출규모의 물량확보를 위해 여러 농가로부터 수집하여야 하며 국내가격이 상승하게 되면 수출계약이 파기되어 수출물량 확보가 어렵게 된다. 따라서 가격과 품질 경쟁력을 갖춘 수출 가능 농산물을 발굴하여 체계적으로 수출농업단지를 육성, 가격·품질경쟁력을 높이는 동시에 물류비 절감을 꾀하고 우수 수출 농산물 생산자 단체를 육성하는 등의 조치가 필요하다. 특히 신선 채소류와 절화 등은 규모화된 수출농업단지 조성할 경우 업체를 거치지 않고 직접 수출하여 유통비용을 절감시킬 수 있고 농가 수취가격을 올리는 효과를 가져오게 된다.

정부는 채소류·과수류 등 5개 분야에 걸쳐 품목별로 50만 달러 이상의 수출 시장을 만들 수 있는 가능성을 가진 품목이 선정 대상이 되고 국내 재배 여건과 세계시장 규모, 가격경쟁력 등을 따져 수출농업단지를 지정할 예정이다. 선정된 품목에 대해서는 품질·유통·브

랜드·마케팅을 집중 지원하여 농산물 수출 확대의 생산기반을 구축하겠다는 전략이다. 충남도는 이러한 정부방침에 따라 비교우위와 특화계수가 높은 농산물을 수출 전략품목으로 선정, 수출농업단지를 조정하고 집중 지원하여야 할 것이다. 이미 선정된 배, 화훼류 품목과 14개의 수출농업단지 외에 수출 전략품목을 확대 선정하여 지역별 특색에 맞는 시범수출농업단지 조성 사업과 함께 해외 시장 정보, 기술경영 지도, 마켓테스트, 시험수출 등을 통해 수출 가능성을 진단받은 뒤 수출컨설팅, 물류비 지원, 해외홍보 등을 지원하는 방안을 마련한다.

선정된 수출농업단지가 지속적으로 농산물 수출을 확대하기 위해서는 일정 수준이상 규모화가 달성되어야 한다. 시설원예는 수출 농산물의 20%이상을 점유하고 있는 데다 농업 생산액 비중이 14%에 달하고 대량생산, 연중생산 구조를 갖추고 있어 고부가가치 농업으로 평가받고 있다. 하지만 농가별로 지역별로 분산되어 생산되다 보니 가격 및 품질 경쟁력을 지속적으로 향상시키기 어렵고 수출의 안정성을 확보하기도 어려웠다. 따라서 시설원예의 경우 최소 10만평 규모화가 되어야 하며 이에 따른 각종 기자재 지원 예산도 마련되어야 하고 과실류 30ha, 채소류는 시설 5ha, 노지 10ha, 화훼류는 2ha 이상 규모를 갖추어야 할 것이다. 또한 이들 수출농단을 몇 개씩 묶거나 품목별로 통합하여 수출전문 조합 형태로 운용하여 비용 절감을 위한 노력이 따라야 할 것이다. 한편 수출농업단지의 전문화를 위하여 수출 농산물에 대한 수출규격, 품질(당도, 산도 등) 지침을 품목별로 만들어 엄격한 적용을 의무화한다. 수출단지 규모에 따라 수출 농산물의 선별 포장, 규격화, 품질 고급화를 위해 일정 기준을 제시하고, 규모에 따른 최적의 APC 설치를 적극 지원할 필요가 있다.

여기서 수출농업단지의 규모화와 전문화에 따른 성공사례인 파프리카 수출 전문 업체 농산무역의 운영상황을 소개하기로 한다. 1999년 설립된 농산무역은 수출단지 활성화를 위한 벤치마킹 사례로 꼽힌다. 농산무역은 수출단지인 참샘 영농조합 등 전국의 13개 파프리카 생산 영농조합 등이 주축이 돼 설립된 파프리카 전문 수출업체다. 농가들이 생산도 하고, 자신들이 세운 무역업체를 통해 수출도 하는 업체로서 파프리카 생산 농가들이 서로 연합하여 생산, 재배기술 공유, 선별, 포장, 홍보, 마케팅에 이어 수출까지 원스톱으로 실시하고 있다. 전국에 걸쳐 현재 16개 영농조합이 참여하고 있는 농산무역은 재배시기를 조절, 연중 안정적인 생산과 수출로 바이어들로부터 높은 신뢰와 함께 큰 호응을 얻고 있다.

재배기술 교육, 선별, 해외시장 조사, 홍보 및 마케팅 등도 모두 자신들의 수출업체인 농산무역을 통해 자체적으로 이뤄진다. 특히 농가들은 농가별 ID등록제와 생산지 정보

시스템을 구축, 정식에서부터 관리, 병충해 정보, 농약살포정보, 수확정보, 생산량 대비 수출량 등을 자체적으로 관리하고 있다. 이러한 철저한 관리에 따라 잔류농약 검출, 생산량 대비 수출 저하 등의 문제가 발생할 시 바로 위반농가에 대해서는 수출중단 등 강력한 패널티를 적용하고 있다. 이 때문에 잔류농약이나 품질저하 등 수입국 바이어들이 제기하는 클레임 등이 거의 없다. 생산농가와 무역업체 사이에 발생하는 분쟁 등도 농산무역과 이들 농가에서는 찾아보기 힘들다.

이와 함께 모든 회원농가에 대해 매출액의 1%를 자조금으로 적립, 월 1회 네덜란드 재배전문가 초청 현장컨설팅, 직접 생산한 농가의 제품 현지 유통견학, 해외 판촉·홍보행사, 시장조사, 신시장 개척 등에 활용하고 있다. 이러한 관리로 농산무역은 국내 파프리카 수출량의 50%이상을 차지하고, 수출액도 3,000만 달러에 이른다

(2) 수출 보험 및 조세 지원 제도의 개선

현재 농산물 수출에서 가장 큰 문제는 계약가격과 실제가격의 차이, 환차손등에 의한 손실 문제이다. 이로 인해 수출업체는 수출 물량을 안정적으로 확보할 수 없고 가격차와 환차손으로 업체 경영에 위험이 매우 큰 것으로 조사되었다. 또한 농가 입장에서도 국내가격과 수출가격의 격차로 계약불이행이 빈번히 발생하고 계약불이행으로 지속적인 수출물량 조달이 어렵다. 이를 해소하는 가장 중요한 방법이 수출보험제도의 활용이다. 현재 수출보험제도가 있으나 다분히 형식적으로 진행되고 있어 인수 및 보상실적과 전체 수출보험인수액에서의 농수산물수출보험 점유비는 매우 미미한 실정이다. 농산물 수출보험제도는 수출업자나 생산자들이 가지는 수출불가능 위험이나 대금 미회수 위험, 가격 변동위험, 환율 변동위험을 전가시켜 수출거래에 안심하고 참여할 수 있도록 해야 한다. 특히 계약 체결시와 실거래 시점 사이의 가격 변동으로 발생하는 수출 손실을 보전하는 것이 농산물 수출단지와 수출업체의 안정적인 수출 확대에 절대적으로 중요하다.

수출보험제도는 한국수출보험공사가 지난 1995년부터 시행하고 있는데 보험료가 비싸 별 도움이 못된다는 의견이 많다. 특히 국내 구입 값이 상승, 수출대금을 초과함으로써 손실이 발생하는 경우에 대비한 가격상승위험보험은 보험료는 비싸면서 사고시 보상혜택은 적고 가입절차도 까다롭다는 평가가 있다. 실제로 가격상승위험보험에 가입한 농산물 수출업체는 거의 없어 보험료 인하 및 가입서류 간소화 등 개선의 필요성을 입증해주고 있다.

진주시의 경우 지난 2005년 6월 전국 최초로 수출 자조금제 도입하여 농협·농민과 공동으로 농산물 수출농가의 피해를 보상하는 수출 자조금 제도를 도입하여 수출농가가 클레임 등으로 피해를 입었을 경우 전체 피해액의 80%를 보상기로 한바 있다. 그 동안 수출농업은 현지 시세변화에 따라 검역기준이 변동해 클레임이 걸리면 그 부담을 모두 농가가 떠 안아 수출 확대의 걸림돌이 돼 왔는데 진주시에서 이러한 농민들을 실질적으로 지원하는 것에 대해 충남도에서도 도입을 검토해 볼 필요가 있다.

충남도는 2001년에 농어촌진흥기금(적립액 145억원) 가운데 10억원을 농산물 수출 안정화기금으로 관리, 운영하여 국내 농산물 가격이 오르는데 대한 농가 피해를 보전해주는 데 사용한 바 있다. 농산물 수입국의 사정 때문에 수출을 못해 대금을 회수하지 못하는 것에 대비, 해당 농가가 수출보험공사에 보험을 가입할 수 있도록 농가에 보험료를 지원해주는 방안을 검토해야 할 것이다.

수출농산물 생산에 투입된 수입원자재에 대한 관세 환급제도를 개선해야 할 것이다. 백합이나 튜립, 아이리스의 생산을 위한 수입 종구 등 수출용 농산물 생산을 위한 수입 원자재는 현행 관세 환급 대상 품목에 포함되지 않는다. 따라서 수입 종구 등 수출 농산물 생산용 수입 원자재를 관세 환급 대상 품목으로 분류하여 원자재 수입 시 납부한 관세를 환급해 줄 필요가 있다. 일반 공산품도 대부분 수출용 원자재에 대해 관세를 환급하고 있을 뿐만 아니라 수입농산물을 가공한 식품을 수출할 경우 수입관세를 환급하고 있으므로 형평을 유지하기 위해서도 관세 환급제도를 개선하여 수출 농산물 생산용 수입원자재에 일정 수출액 이하의 수출업체를 대상으로 일정한 금액을 환불하는 '간이 정액환급제도'의 대상 품목에 포함시킬 경우 환급절차가 대폭 간소화되어 영세 수출업체 또는 농가가 쉽게 환급받을 수 있을 것이다. 현재 수출자금 지원체계는 재원이 세분화되어 있고 지원기관이 분산되어 있어 해외시장개척자금을 조성해 종합적으로 운영하는 것이 바람직하다. 해외시장개척자금이 조성된다면 현재 수출업체에서 농업경영체로까지 지원확대가 가능하고 현 수출원료수매자금, 유통자금, 시설자금 외에 수출 경영체의 창업자금과 해외시장개척자금, 수출단지·농단의 시설 및 운영자금의 추가지원도 가능할 것이다. 수출 경영체에 대한 자금지원제도도 개선돼 수출관련 제 지원자금을 점진적으로 통합운영, 패키지(package)방식으로 지원할 수 있을 뿐만 아니라 지원대상자별 등급평가제를 도입해 지원한도, 금리 등을 차등 운영하고 자금, 경영, 시장개척, 기술지도 등을 연계한 컨설팅기능까지 수행할 수 있을 것으로 보인다.

(3) 수출 농산물의 물류지원시스템 구축

신선채소와 과수·화훼 등 국내 농산물을 수출할 때 가장 큰 문제가 되는 것은 가격

및 물류비용이 높다는 점이다. 예를 들어 농협무역에서 과실을 수출할 때 배 5Kg 한 상자를 미국에 19달러에 수출했는데 그중 절반은 선별 등 물류비용인 것으로 추정되었다. 사과·배 등 과일은 미국·남미·중국 등에 비해 값이 비싸고 특히 물류비용이 수출국에 따라 수출원가의 30~50%나 돼 한국산 과일의 지속적인 대량 수출을 어렵게 하고 있는 실정이다.

김치 및 화훼·과채류 등 신선품은 주로 냉장컨테이너 단위로 항공운송하고 있으나 항공운송요금의 물류비 비중이 높아 수출을 어렵게 하고 있다. 백합의 경우 물류비용이 수출원가의 49.1%나 되고 방울토마토도 수출원가의 41.3%가 물류비용으로 나타나고 있다. 따라서 농산물 수출의 물류효율성을 높일 수 있는 유통기술개발과 물류지원시스템의 구축과 함께 물류비의 지원이 요구되고 있다.

수출물류비 지원은 수출 촉진을 위해 정부에서 농수산물유통공사를 통해 매년 선별포장비, 국내운송비, 해상 운임료 등을 산출하여 품목별로 1kg당 정액 지원하고 있으며, 지자체에서는 해당 지역의 농산물 수출 확대를 위해 수출금액 기준으로 일정 비율을 지원하고 있다. 이에 대해 영세 농산물 수출업체의 난립과 경영부실업체의 존속을 조장하여 소위 지원비를 타먹기 위해 수출한다는 비평을 받고 있어 수출업체의 규모화와 경영건전화를 위해 수출 실적 하한선을 대폭 인상하거나 물류지원비를 없애버려야 한다고 주장하기도 한다.

그러나 실제 다음과 같은 이유로 정부의 물류비 지원은 필요한 것으로 분석된다. 첫째, 물류비 지원 단가는 수출가격에 포함되어 국내 수출생산조직과 수출가격협상, 바이어와의 가격협상에 활용됨으로써 국내에서 농가의 수취가격 인상, 해외시장에서의 경쟁력 제고에 기여하게 된다. 둘째, 품목에 따라 국내가격이 수출가격에 비해 비쌀 경우 수출 농가들은 통상적으로 수출업체와의 물량조달계약을 이행하지 않으나 수출업체는 바이어와의 수출계약을 이행하고 수출선을 지속적으로 유지하기 위해서는 손해 보는 수출을 할 수밖에 없는 경우가 많다. 이 경우 수출물류비는 수출손실을 보전하는 역할을 한다. 셋째, 수출 실적 하한선을 대폭 인상하거나 지원비를 없애야 한다는 주장은 주로 대형수출업체의 주장이며 실제로 지원비를 대폭 삭감 또는 수출 실적 하한선을 대폭 인상할 경우 군소 수출업체들은 수출 시장에서 퇴출될 수 있다. 군소 수출업체들이 시장에서 퇴출될 경우 이들 업체의 바이어들이 취급하던 물량들이 대형 수출업체들의 물량 증가로 완전 대체되지는 않을 것으로 보여 수출 증가에 역작용을 할 수 있다. 넷째, 기존의 수출업체들과 계약관계에 있는 수출 농가들은 일부 대형수출업체의 수출 농가로 전환되기도 하지만 그렇지 않은 농가는 수출판로를 상실할 수 있다. 다섯째, 현

재 주요 수출 시장인 일본, 대만에서 경쟁국 사이의 가격경쟁이 더 치열해지고 있어 물류비 지원은 수출업체에게 한계효용이 매우 높아 물류비 지원이 감소하거나 없을 경우 수출량이 격감할 수 있다.

따라서 수출물류비 지원은 계속 필요하다. 다만 물류비 지원의 세부방법은 다음과 같이 개선될 필요가 있다. 첫째, 물류비 지원액은 수출 시장에서 경쟁국과의 가격경쟁을 지원하거나 일정한 물량을 수출함으로써 국내시장의 과잉 공급을 해소하기 위해 부분적인 손실을 보는데 대해 보전하는 역할을 하기 때문에, 품목별로 수출 시장별로 시기에 따라 차등적으로 적용할 필요가 있다. 둘째, 물류비 지원을 위한 수출업체의 수출 실적 하한선은 수출업체의 규모를 위해 상향 조정될 필요가 있으나 이 또한 품목이 처한 상황에 따라 탄력적으로 적용될 필요가 있다. 셋째, 지자체마다 차이가 큰 수출물류비 지원은 수출단지의 생산, 유통시설 설치, 보완 등 고품질 수출 농산물 생산에 집중 지원함으로써 향후 DDA 협상 이후 수출보조 철폐에 대비하여 허용보조에 해당되는 방향으로 지원이 전환될 필요가 있다. 넷째, 각 지자체에서 수출 농산물의 품질보다는 수출 실적 중심으로 물류비를 지원하기 때문에 수출업체들도 물류비를 지원받기 위해 품질보다 가격과 지원금에 따라 수출 농산물을 확보하려는 경향이 있어 정책 방향에 역행할 수 있다. 따라서 수출물류비 지원은 중앙정부 차원에서 통일적으로 관여하되, 수출단지에 대한 지원은 지자체 능력에 따라 차등할 수 있도록 하여 중복 지원업무를 지양하고 지원 업무의 전문화를 기해야 할 것이다.

(4) 수출 컨설팅 및 정보지원시스템의 도입

수출농가 및 단체를 대상으로 생산에서 수출할 때까지 수출현장에서 발생하는 각종 애로사항을 해소하기 위하여 수출컨설팅제도의 도입이 필요하다. 공산품과는 달리 농산물 수출은 생산에서 수출되기까지 유통과정에 많은 애로사항이 상존하고 있으므로 수출경쟁력을 제고하기 위해서는 이들 애로사항을 적극 발굴하여 해소 해주어야 한다. 예를 들어 우리나라 수출 농산물의 규격품 생산율을 높이기 위한 농가기술지도, 수확 후 선도 유지를 위한 기술관련 컨설팅은 시급히 도입 시행하여야 할 것이다.

수출컨설팅은 첫째, 수출현장에 직접 방문하여 애로사항을 해소하는 이동컨설팅, 둘째, 품목별 수출농가 대상으로 일반적 기술 분야 집합교육 위주의 품목별 컨설팅, 셋째, 파종에서 수출단계까지 수출상품화 기술 중심으로 현장을 방문하여 지도하는 현장밀착형 컨설팅, 넷째, 해외 재배·유통분야 전문가 초빙하여 현장 지도하는 해외전문가

컨설팅, 다섯째, 방문, 전화, 팩스, 인터넷, PC통신에 의하여 상시적으로 상담하는 상시 컨설팅 등 다양한 방법으로 애로사항을 해소하도록 해야 한다. 사업방향으로서 컨설팅 대상자의 애로 사항을 사전 조사하여 컨설팅 계획을 수립, 분야별 전문가를 선정하여 현장지도를 하는 방법과 생산에서부터 수출통관 및 클레임에 이르기까지의 제반 수출 과정에서 발생하는 현장애로사항을 접수하여 사내외 전문가로 구성된 컨설팅 팀이 애로사항을 해소해주는 방법을 들 수 있다.

또한 농산물의 수출은 해외시장의 수요변화가 심하고 계절성과 경기변동에 매우 민감하기 때문에 새로운 정보입수와 시장성 평가, 수입 거래선에 대한 분석이 수반되어 신속하게 대응책을 모색하는 것이 중요하다. 농산물 수출확대를 위해서는 신속하고 정확한 통상정보 수집 활용지원이 필수적이다. 다양하고 종합적인 정보를 신속하고 정확하게 수집 파악할 수 있고 외국과 유효한 커뮤니케이션 각종 수출지원 업무를 일관적으로 지원할 수 있는 체제를 갖추는 데는 농산물 수출정보 지원센터의 설립이 필요하다. 여기에 해외 농산물 수출시장의 수요 분석 및 예측, 국제무역패턴의 변화에 적응할 수 있는 수출 판매방식을 연구 개발토록 하는 기능을 접목시킬 필요가 있다. 또한 국내생산 동향을 파악하여 수출농업에 미치는 영향을 분석하여 농산물 수출업체들의 경영의 사결정을 지원하는 역할을 담당하도록 하여야 할 것이다. 이러한 정보 분석 결과는 인터넷을 활용하여 시의적절하게 전파하는 시스템을 갖추도록 하여야 할 것이다.

(5) 수출촉진 관련 제도의 효율적 운영

농산물 수출을 담당하는 행정부서는 과거의 관례에 따라 지원하다보니 지원보다는 규제에 가깝게 제도가 만들어져 있다. 농산물을 조금만 가공해도 식품으로 분류, 가공 전과 가공 후를 별개로 취급해 식품을 감시하는 보건행정, 무역을 관장하는 통상행정은 물론 농정당국으로부터 별도로 수출관리를 받아야 하는 등 규제적 행정에서 벗어나기 위하여 농산물 수출을 전담하는 종합적 지원기구를 도입하여야 할 것이다.

충남도는 농산물 수출에 대한 농민들의 의식을 고취시키고 참여 동기를 불어 넣어주기 위하여 우수 수출 농산물 업체 시상식 행사를 개최하고 품목별 농산물 수출 협의회를 운영하여 기존 및 신규수출시장에 대한 정보를 교환하고 효율적 시장개척대책을 세우는데 서로 상부상조 하도록 제도적으로 뒷받침하여야 할 것이다.

2) 수출업체, 중개기관의 역할

(1) 신속 정확한 정보 및 중계 서비스의 제공

수출 중계 업체 및 기관들은 원활한 수출농산물의 운송 방안과 다양한 수출관련 정보를 신속하고 정확하게 전파하는 것이 중요하다. 이를 위하여 수송, 저장, 통관, 해외 바이어알선등 수출농산물의 유통관련 서비스를 저렴하고 편리하게 제공할 수 있는 시스템을 유지하는데 노력하여야 한다. 또한 해외에서 선호하는 농산물에 대한 시장수요 정보를 적시에 파악하여 수출농가에게 정확한 전파하는 역할을 하여야 한다. 수출업체들의 경우 자체적으로 해외정보를 수집하는 데는 한계가 있으므로 농수산물 유통공사를 비롯한 수출관련 중계기관들이 유기적으로 협조해 수출국 소비자의 기호, 유통구조, 선호 품종 등의 정보를 제공해야 할 것이다.

현재 농수산물 유통공사는 수출유망품목 발굴을 위해 시험수출, 기술지도, 판촉행사 등 다양한 수출지원 서비스를 제공하고 있다. 그 결과 복숭아는 일본의 대형유통점 소비자 시식행사로 우수한 맛을 인정받고 있으며, 화훼류 중 시클라멘은 일본산에 비해 재배기술이 낮은 편이나 가격경쟁력이 우수한 것으로 확인되면서 수출 유망 품목으로 발굴된 바 있다. 또한 국내에서 생산되는 고유의 독특한 품종으로 일본내 소비수요가 많고 수출경쟁력이 있어 향후 품질향상 시 수출확대의 가능성이 있는 품목으로 참외, 멜론, 산호수를 발굴하였다.

참외도 일본에서 재배되지 않는 품종으로 선택, 향기, 미각, 당도 등이 뛰어나 고급과실로 인정받고 있다. 이같이 해외시장 개척과 정보제공을 통하여 우리 농민들에게 수출마인드를 고취시키는 적극적인 서비스를 담당하여야 할 것이다.

(2) 자율적인 수출전문 조합의 결성

농수산물은 공산품과 달리 규격화되어 있지 않고, 운송과정에서 부패되는 사례 등이 발생하여 클레임이 제기되고 있다. 따라서 신규시장 개척 및 거래처의 유지·관리 등 농산물 수출에 대한 전문성을 갖춘 능력있는 수출업체가 필요한데 영세 신규 수출업체의 난립에 대한 과다경쟁으로 기존 수출업체가 장기간에 걸쳐 구축한 적정 수출가격을 교란시키는 덤핑 수출이 빈번히 발생하고 있다. 국내 수출업체간 과당경쟁을 하면서 발생하는 문제점은 첫째, 국내 농산물 가격 상승을 부추기고 해외 시장에서 수입수요

가 위축되어 수출선을 상실하게 되고 수출 재개시 회복이 용이하지 않게 된다. 둘째, 해외 바이어들이 국내 생산현장까지 접근하여 직수출을 요청하는 등 국내업체들 간의 과당경쟁을 역이용하고 있다. 셋째, 직수출 하는 영세수출업체의 경우 새로운 수출 시장 개척이 극히 어려워 신규 시장으로의 수출 확대에 걸림돌이 되고 있으며, 기존 시장의 의존도가 높아 업체간 수출경쟁의 격화로 가격하락현상이 심해진다.

이 같이 전문성을 갖추지 않은 업체들이 무분별하게 수출하지 못하도록 규모화된 전문업체의 육성 등을 통해 업계가 정비될 수 있도록 정부가 우선 정책적 지원을 해야 한다.

한편 덤핑수출을 막기 위한 대책으로 품질과 규격별로 덤핑기준단가를 업체들이 자율적으로 정하고 업체 스스로의 자정하려는 노력이 중요하다. 특히 지방자치단체에서 세운 무역회사들은 지자체에서 손해부분을 보전해 줄 것이라는 생각으로 목표수출실적을 채우는데 만 연연할 뿐 출혈수출도 마다하지 않는 등 민간수출업체와 과당경쟁을 벌이는 경우가 많은데 수출업체간, 농민과 업체간 분쟁의 조정역할을 담당할 있는 수출전문조합의 자율적 결성이 필요하다.

현재 충남도내에 농산물 수출전문조합은 없는 실정인데 생산자 단체를 중심으로 품목별 생산에서부터 유통 및 수출까지 체계화할 수 있는 수출전문조합을 자율적으로 결성하여 이를 바탕으로 수출과당 경쟁의 지양 및 중재 기능을 담당할 수 있도록 하여야 할 것이다. 농산물 수출을 위해 일부 기초 자치단체에서 수출회사를 설립하여 운영하고 있으나, 그 성과나 효과가 미미하고 수출물량이나 바이어 확보가 힘든 실정이므로 향후 시군 단위의 수출전문조합의 결성은 자제하여야 할 것이다.

바람직한 수출전문조합의 운영 방향으로는 수출전문조합의 결성은 지역별 혹은 품목별로 생산자 단체를 중심으로 생산을 강화하고, 국내외 시장 동향, 가격 및 생산량 동향, 국별 기호도 및 품질경쟁력 등은 정부나 지방정부 등으로부터 정보를 수수하여 이들 단체나 조합에서 공유하는 방향으로 나아가야 할 것이다. 수출전문조합은 주요 생산자 단체인 영농법인이나 수출농단(수출농업종합단지) 위주로 결성하되 수출업무와 관련된 것은 농수산물 유통공사 같은 수출중계 전문기관이 전담하는 방식이 적합할 것이다.

(3) 해외 대형 바이어 네트워크 체제 구축

해외 유통업체 및 바이어와의 네트워크 체제 구축은 이들이 가지고 있는 농산물의 전문성과 함께 브랜드파워, 판매장, 자금력이 뛰어나기 때문에 다발적인 마케팅 활동과 수출시장 개척시에 대량 수출이 가능하다. 즉 단기간 적은 비용으로 현지 소비자들의

구매력을 확보, 수출을 늘릴 수 있는 장점이 있다. 해외 바이어와의 상시 연계시스템 구축으로 도내 농민과 직거래체제를 구축하거나 특판전 개최를 통한 수출확대를 도모할 수 있다. 우리농산물 주 수출국 및 수출가능지역의 해외 대형유통업체 및 바이어 등을 초청하여 우리 상품의 구매 상담을 알선지원하고 이들에게 산지 및 가공, 유통시설을 견학시키고 우리 식문화 체험을 통한 농산물의 수출을 효율적으로 추진할 수 있다. 그리고 해외 대형유통업체와 연계한 현지 수입업체의 소비자대상 관측활동 지원을 통해 한국 농산물에 대한 인지도 제고 및 수출수요의 저변 확대를 효과적으로 달성할 수 있다.

3) 생산자단체, 농민들의 역할

(1) 수출 농산물의 공동브랜드화 참여

수출농산물의 경쟁력 향상과 고부가가치화를 위해서는 일정 규모 이상의 수출이 가능한 충남의 대표적인 농산물에 대해서 공동브랜드화가 필요하다. 이스라엘의 카멜이나 뉴질랜드의 제스프리 등의 농산물 브랜드처럼 충남에서 생산되는 농산물이 세계적으로 인정받을 수 있도록 충남 농민들은 장기적으로 브랜드화 전략을 지속적으로 추진해 나가야 할 것이다.

현재 수출농산물의 브랜드화 실태는 김치·인삼 등 가공식품의 경우 업체자체의 독자 브랜드를 확보하고 있지만 과실·채소류 등 신선농산물의 수출은 업체간 출혈경쟁, 업체의 영세성에 따른 품질관리 미흡 등으로 공동 브랜드화가 어려워 외국 브랜드명을 사용하는 주문자상표부착 방식을 채택하고 있는 실정이다. 충남도에서 생산되는 수출 농산물중에서 안전성 및 고품질 확보가 용이한 생산시설 및 전문생산단지에서 생산되는 품목들을 중심으로 공동 브랜드화를 달성하여 수출물량 확보, 품질의 균일화와 포장의 규격화 등 공동브랜드화 요건을 갖춰 충남에서도 세계적인 농산물 브랜드가 나올 수 있도록 하여야 할 것이다. 현재 공동브랜드화의 대상품목은 파프리카, 오이, 방울토마토, 메론, 딸기 등 채소류 4품목 배, 사과, 감귤, 단감 등 과실류 3품목, 그리고 국화, 장미, 백합, 양란 화훼류 4품목이 거론되고 있는데 충남은 이중에서 방울토마토, 딸기, 배, 백합 등이 해당 된다.

공동브랜드화 사업은 농가들이 자발적으로 추진하는 것이 바람직하다. 공동브랜드 사업의 전제조건은 수출농가들이 품목별로 연합생산자 조직을 구성하여 공동선별, 공동

제산제 등을 통해 품질관리를 철저히 수행하는 것이다. 미국의 Sunkist 브랜드도 패킹 하우스간 품질경쟁을 도모하기 위해 선키스트 연합회 명의로 출하하지만 개별 패킹 하우스가 유통업체를 상대로 상품설명 및 판촉활동을 하는 것을 허용하고 있다. 다만 가격교섭력을 높이기 위해 개별패킹하우스가 유통업체와 가격협상을 하지 못하도록 금지하고 있다. 공동 브랜드 마케팅을 효율적으로 수행하기 위해 필요한 경우 주산지 조합간 연합회 혹은 연합 사업단이 구성되어야 한다.

(2) 자율적인 농산물 수출시장의 개척

우리나라 농산물의 품질은 세계수준으로 인정받고 있다. 그러나 세계시장에서 그 나라의 소비자가 요구하는 품질에 걸맞은 생산과 품질의 농산물 정보에는 그다지 관심을 가지고 있지 못하다. 그러다 보니 선별·포장·물류체계 미비에 따른 상품성 저하도 문제지만 이에 못지않게 수출국 소비자의 성향을 모른 채 수출에 나서서 제대로 대접을 받지 못하고 있다. 또한 해외에서 유통되는 표준거래단위에 의한 선별, 포장 및 규격화 작업등을 소홀히 진행하여 품질에 상응하는 정당한 가격을 지불받지 못하는 실정이다.

해외 소비자들의 입맛에 맞는 안전 고품질 농산물 생산은 수출을 하고자 하는 농민들의 기본적 자세라고 할 수 있다. 해외 시장에서 수요하는 농산물을 품질과 가격에 맞는 영농기술과 정보를 익혀 수출초기 단계의 시행착오를 줄이며 이를 위해 농민들은 같은 농산물을 수출하는 농가가 단체로부터 노하우를 배우거나 수출전략을 벤치마킹하여야 할 것이다. 지역에서 생산되는 농산물의 특성에 맞는 자체 수출 프로그램을 개발 자발적으로 수출확대를 모색하고 수시로 그 지역에서 생산되는 농산물을 시험 출하여 해외 소비자의 반응을 조사하고, 수출가능성을 파악 유망품목 수출을 촉진하도록 한다. 우리 농산물의 주요 수출시장에 시장개척단으로 참가하여 해외 유력 바이어와의 현지 수출상담을 하고 해외 선진유통시설 견학의 기회를 이용하여 우리 농산물의 경쟁력 파악 및 수출유망상품의 발굴기회를 찾으려는 노력도 중요하다.

농산물 수출은 시장구조상으로 볼 때 기본적으로 다품종, 소량방식으로 수출하는 것이 유리하다. 즉 수출농민 각자가 해외 소비자와 직거래를 트는 방법을 강구하는 것이 바람직하다. 즉 농민 개개의 입장에서 볼 때 농산물 수출은 물류비용과 품질관리의 어려움으로 거래과정에서 나타나는 복잡한 절차 및 비용을 줄이면서도 효과적으로 수출할 수 있는 방법을 모색하여야 할 것이다. 그 하나의 가능한 예로서 전자상거래를 통

하여 해외 수요처를 직접 찾아 소포장 수출이라는 직거래 방식으로 틈새시장을 파고들려는 마케팅 전략과 노력도 필요하다고 할 수 있다.

(3) 수출지향형 경영마인드

우리나라 농민들의 수출에 대한 의식이 바뀌어야 한다. 수출하다가 국내에서 좀더 비싸게 팔리다 싶으면 수출은 뒷전이고 조금이라도 더 가격을 받으려고 수출계약까지도 파기하는 경우가 많다. 신용이 생명인 무역거래에서 이러한 상거래는 수출길을 막히게 하고 우리 나라 전체 농산물의 수출 이미지에 악영향을 미친다. 수출은 가격과 품질외에 거래 상대방간의 신의와 신용이 보다 중요하다. 꾸준한 수출계약의 유지로 국제 신용도를 높여야 할 것이다. 농민 한사람 한사람이 스스로 수출 역군이라 생각하고 국내 가격이 좋으면 수출물량을 내놓지 않고 반대로 내수가격이 떨어지면 수출을 외치는 과거의 악습에서 벗어나 자신이 생산한 농산물은 선별·포장까지 책임지는 자세를 갖추 경우 국내 농산물 수출은 한 단계 도약이 가능해질 것이다.

지금은 인터넷 정보화 시대이다. 수출 농민들 각자가 자기 관심을 가진 품목에 대하여 인터넷을 이용하여 수출관련 정보, 일본 농산물 시장에 대한 정보를 수집할 수 있는 능력을 갖추어야 할 것이다. 참고로 정부 및 공공기관에서 제공하는 수출관련 지원 및 정보를 소개하면 다음과 같다. 농수산물유통공사에서 제공하는 유용한 농산물 무역정보 사이트로서 <http://www.Kati.net>(농수축산물 수출입 거래알선, 국가별 정보, 국내외 가격 시황, 농수산물수출입 뉴스 등 농수축산물무역과 관련된 종합 정보를 제공)가 있다. 경기도는 농축산물의 원활한 수출을 지원하기 위해 2000년 3월 1일부터 인터넷에 농산물 수출정보 홈페이지(www.kai.kyonggi.kr)를 운영하고 있다. 이 홈페이지에는 수출 농축산물과 해외 구매자 현황과 수출지원정책 등을 안내하고 수출애로 상담실과 자유토론 마당이 개설되고, 외국 바이어와 직접 수출상담을 할 수 있도록 영어와 일어 정보도 제공되고 있다. 대한무역투자진흥공사(KOTRA) 경기무역관과 농협 경기지역본부 등 관련 기관의 홈페이지와도 연결돼 종합적인 수출관련 정보에 접근하도록 하고 있다. 농수산물유통공사의 수출애로 상담 전화를 활용하는 것도 방법일수 있다. 이 전용전화는 전담 상담자 또는 개별업무 담당자들과의 1대1 개별연결 및 ARS 시스템으로 운영된다. 수출관련 상담 시 요청사항에 대해 전담 원스톱 상담을 해주거나 유통공사 사내 컨설팅팀으로 구성된 해당업무 상담원들이 상담한다. 주요상담 내용은 수출관련 자금지원, 박람회 및 특판전, 농수산물 판매촉진, 무역정보, 인터넷 거래알선, 포장디자인 개발, 현지화 적응상품 개발, 우수 바이어 초청 및 시장개척단 안내 등으로 이루어진다.

농촌진흥청은 1999년 3월부터 수출유망 농작물 전문연구팀 (전화번호 0331-295-8034)을 운영하고 있는데 국제시장에서의 국내 농산물 경쟁력 강화를 위해 품종육성과 고품질화에 대한 연구를 하며, 변동이 심한 국제농산물 가격과 관련된 정보를 농가에 전달하게 된다. 또 수출농가에 대한 현장 기술지원을 위해 기술지원협의회를 구성, 수출 농가를 방문해 영농현장의 애로사항에 관한 기술자문도 해준다. 전문연구팀이 취급하는 13개 농작물은 오이, 토마토, 딸기, 단 고추, 가지, 사과, 배, 감귤, 나리, 장미, 선인장, 돼지, 닭 등이다.

제4장 수출 농산물의 물류 체계 개선방안

1. 수출 농산물의 물류체계 현황

1) 농산물 수출 물류 체계의 역할

물적 유통(physical distribution, logistics)이란 생산물을 공급지로부터 소비자에게 이르는 전반적인 서비스를 말한다. 이의 중요한 내용으로는 가공, 수송, 보관, 포장, 규격화, 표준화, 주문처리 과정, 시장예측, 하역 등을 포함한다. 농산물의 수출을 위해 필수적으로 고려해야 할 것 중 가장 중요한 것이 바로 이와 같은 물적 유통일 것이다. 왜냐하면 해외 소비시장을 잘 예측하여 이에 대비해 생산을 적정화했다손 치더라도 물적 유통과정의 하차나 결함이 발견되면 클레임에 걸리기 십상이기 때문이다. 따라서 생산과정에서도 비용이 많이 소요되지만, 이와 같은 물적 유통과정에서의 장애요인에 의하여 발생하는 비용과 시간의 손실에 의하여 수출이 어려워 질 수 있다.

수출 농산물의 물적 유통의 효율화를 꾀하기 위한 시설로는 현재 수출단지의 조성 및 예냉시설, 집하장, 선별 처리장 등이 있다. 수출농업단지의 조성목적이 경쟁력있는 농산물의 생산과 수출 확대에 있는 것은 사실이지만, 해외시장에서 경쟁력을 높이기 위해서는 품종의 선택, 재배 경영기술, 검역·검사 등 위생조건의 개선, 포장디자인의 세계화, 수출 지향적 경영마인드 구축 등이 요구되며, 이 중에서 물적 유통과 관련한 것이 선별, 가공, 포장, 수송, 검사, 선적까지의 효율적인 일괄 수행이다. 물적 유통의 효율적 수행을 위해서 수출 농업 단지별로 이 같은 제반시설을 갖추고 있어야 할 것이지만, 물적 유통 시설의 기능을 보완하기 위해서는 저온저장고, 지게차, 팔레트, 포장기자재, 선별기, 세척기, 운송수단 등 기자재의 구입과 이용이 병행되어야 한다.

물적 유통의 흐름에서 첫 번째 단계를 보면 수확한 농산물을 신선한 상태로 유지하는 저장 상태에서 해외시장에서 소비자들이 선호할 수 있게 농산물을 분류 선별하는 과정 일일 것이다. 그 다음 수출 상대국의 소비자 규격에 맞고 가격을 높일 수 있는 신선품 위주로 상품을 분류한 다음 포장과정을 밟게 된다. 포장과정에서는 포장 용기의 성분(나무, 종이, 플라스틱, 투명 플라스틱)이라든지 포장겉면의 규격, 색상, 도안, 문구 등

에 대해서도 최대한 소비자의 선호에 맞출 수 있는 포장 방법을 개발하여야 한다. 이같이 선별, 분류와 포장은 표준화, 규격화라는 물적 유통의 첫 단계이자 수입업자에게 제공하는 생산자나 수출업자 등의 신용에 해당되기 때문에 가장 신경을 써야 할 부분이다.

수출 농산물의 물류가 중요시 되는데에는 여러 가지원인이 있겠지만 다음과 같이 요약할 수 있다. 첫째, 우리나라와 같이 토지비용이 높고 인건비가 비싼 소농 구조하에서 농가들이 농산물의 생산부문의 합리화를 통한 생산 비용을 절감하는 데 어려움이 따르므로 가격만으로 수출경쟁력을 유지하는 데는 한계가 있게 된다. 해외시장에서 수출경쟁력을 높이는 데는 농산물의 가격과 함께 품질경쟁력이 중요한데 물적 유통의 시스템이 바로 품질경쟁력을 좌우하는 결정적인 요소가 될 수 있기 때문이다. 둘째, 농산물에 대한 소비자들의 요구가 다양화, 고급화되고 안전성을 중시하는 경향이 높아짐에 따라 물류시스템도 이러한 추세에 맞추어 전문화, 고도화하여 소비자들에 대한 품질 서비스의 향상이 중요시되고 있는데 소비자들의 기호를 반영한 농산물로 만들어 내는 경쟁에서 이기기 위해서는 물류시스템에서 앞서 나갈 필요가 있다.

셋째, 농산물의 물류비용은 해마다 증가하는 경향인데 농산물의 저장, 포장·선별·하역·보관·수송기술이 크게 진보하고 있고, 게다가 IT기술의 발달로 농산물 유통 정보면에서도 빠르게 발전하고 있어 이러한 기술혁신들을 농산물 물류 시스템에 도입하여 물류비용의 절감 방법을 찾아낼 때 수출농산물의 경쟁력을 향상시킬 수 있게 된다.

2) 수출 농산물 물류체계의 문제점

농산물의 물류 과정에는 저장, 포장, 선별, 가공, 운송, 하역, 정보수집 등 연속적이고 일관적인 활동을 거쳐 최종 소비자에게 흘러들어가게 되는데, 이 과정에서 농산물 코드, 포장단위, 파렛트, 출하규격 등 다양한 유통기능들이 작용하게 되고 이에 따른 물류비용이 발생하게 된다.

2004년에 국내기업의 제조상품 수출의 경우 물류비는 수출액대비 9.1%로 나타났으며, 1995년 16.5%에서 1999년 12.5%, 2004년 9.1%로 대폭 개선된 실적이다. 하주별로는 연간 수출액 5,000만 달러 이상인 대 하주 7.6%, 중소하주 9.5%로 대하주가 중소하주에 비해 1.9% 포인트가 낮았다. 이는 대하주가 해상, 항공운임, 내륙운송비 등에서 중소하주보다 유리한 조건의 운임계약을 체결하고 있기 때문으로 분석됐다.

업종별로는 생활용품(19.5%), 농림수산물(13.1%), 화학공업(10.7%)이 10% 이상으로 상

대적으로 높은 반면 전기전자는 7.7%로 가장 낮았다. 누락 물류비를 반영시키지 않은 순 조사결과에 따른 2004년도 수출물류비는 수출액 대비 8.2%였다. 수출물류비 구조를 기능별로 보면 운송비가 전체 물류비의 72.8% 절대적인 비중을 차지하고 있으며 수출 포장비 8.0%, 통관비 6.7%, 보관/재고비 5.9%, 하역비 4.6%, 물류정보비 2.5% 순이었다. 한편 내수 중심의 기업물류비 조사에서는 재고관리비 비중이 33.2%로 매우 높게 나타나 수출물류비 구조와 대조적으로 비교된다. 수출물류비의 최대 비중을 차지하는 운송비는 국제운송비가 57.5%, 내륙운송비가 26.5%를 점하고 있다.

물류비용은 재화의 종류에 따라 다르게 나타나는데 농산물의 물류비는 <표4-1>과 같이 운송비, 저장 보관비, 포장·가공·선별비, 하역비, 물류정보비, 감모청소비, 상장수수료 등 직접비와 인건비, 제세공과금등 간접비로 구분할 수 있다. 농산물은 다른 상품에 비해 포장비, 하역비, 감모·청소비 비중이 대체로 높다. 포장비의 경우 농산물은 산지에서 1차가공이 필요한 품목이 많고, 도매·소매단계에서 재선별, 재포장에 따른 추가 비용이 발생하므로 물류비 전체에서 차지하는 비율이 비농산물의 2.5%보다 훨씬 높은 24.6%를 차지하고 있다. 농산물의 하역비도 파렛트 출하나 지게차에 의한 하역 기계화가 미흡하여 하역비 비중이 상대적으로 높아 비 농산물의 1.7%보다 훨씬 높은 13.2%이다. 감모·청소 비율도 농산물이 유통과정에서 부패나 폐기에 따른 감모로 인한 쓰레기의 과다 발생으로 17.2%로서 높게 나타난다.

해외 시장에서 국산 농산물이 경쟁력 우위를 확보하고 고품질·고부가가치의 농산물 수출을 증대시키기 위해서는 다른 나라 농산물과 품질 차별화가 이루어져야 된다. 품질 차별화 의 선행 조건은 수출물류 시스템의 현대화와 효율적 운영을 통한 생산성의 향상에 있다. 그러나 전국적으로 수출용 농산물의 산지 물류체계는 산지유통시설의 부족으로 상품화율이 저조하며, 수출시장의 요구조건을 충족시키지 못하고 있는 것으로 나타나고 있다. 이와 함께 선별의 신뢰성 및 전문성 부족, 포장기술 및 포장재의 낙후, 수출 농산물 브랜드화 부재, 수출에 대한 인식 부족, 수출업체 선정상의 문제점 등이 나타나고 있다. 그리고 국내외 수출 운송체계의 문제점으로는 소규모 물량운송으로 인한 물류비 증가, 저운송체계의 미비, 육로운송 편중, 부산항 집중, 적체심화와 선적지체, 저온 터미널 미 구축과 품질저하 등을 들 수 있다. 충남 농산물 수출 물류체계의 문제점 역시 전국적인 현상과 큰 차이가 없는 것으로 판단된다. 즉 수출농산물에 대한 대표적 브랜드부재, 선별규격의 비표준화와 수작업 중심의 상품화, 소규모 물량 운송으로 인한 물류비 증가, 영세업체의 수출주도와 시장개척 및 수출교섭력 제고의 한계성, 국제마케팅 전략 부재 등이 수출 물류체계의 문제점으로 지적되고 있다.

<표 4-1> 물류비용의 구분

구분		항목	일반 물류비	농산물 물류비	
유통 비용	물류 비용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 운송비 <ul style="list-style-type: none"> ○도로교통비 ○철도,수상,항공 운송비 ○ 재고유지 관리비 ○ 포장비 ○ 하역비 ○ 물류정보비 ○ 일반관리비 ○ 감모비 	<ul style="list-style-type: none"> ○도로교통비 ○철도,수상,항공 운송비 ○화물운송 대행료 ○보관비(영업·자가 창고) ○재고유지비 ○재고 위험비 ○골판지포장비 ○파렛트포장비 ○육상·수상·항공화물 하역비 ○물류정보비 ○일반관리비 - 	<ul style="list-style-type: none"> ○운송비 (도로, 철 도,수상, 항공 운송) - ○저장, 보관비 - - ○포장·가공비, 재선별비 ○육상·수상·항공 화물 하역비 ○물류관리비 - 물류정보비 포함 ○감모·청소비 	직접비용
	기타 유통 비용			<ul style="list-style-type: none"> ○상장수수료 ○인건비 ○제공과금 ○이윤 등 	간접비용

2. 농산물 수출 물류체계의 개선 방안

1) 농산물 수출물류 체계의 개선 과제

물류체계의 개선의 과제는 유통과정의 각 단계별로 유통기능을 보다 효율적으로 유지하면서 발생하는 각종 물류비를 어떻게 절감하느냐의 문제가 된다. 물류비 절감을 위한 물류체계 개선 방향은 다음과 같다. 첫째, 물류 경로의 단축이다. 유통경로를 단축함으로써 얻어지는 효과는 이미 널리 알려져 있는바와 같이 소비자와 생산자의 각 단계별 유통주체를 거치지 않고 직거래를 함으로써 유통효율성이 높아지게 된다. 이와 관련해서 농산물 저장창고나 배송센터 등의 물류거점을 신설하는 것도 유통경로를 단축하는 방법이 될 수 있다.

둘째, 농산물 수송단위의 다양한 확대이다. 화물단위의 로트화는 물류경로의 단축과 함께 물류비용의 효과가 큰 방법이지만, 이 방법은 고객서비스 수준에 미치는 영향이 크기 때문에 출하부문과 조정이 필요한 부분이다. 농산물 화물의 로트화는 1회당 화물 수준 단위를 늘린다든지, 수송회수를 현행보다 줄인다든지, 동 업계 타사 또는 다른 업자와 공동으로 수송하는 방법 등이 있다. 이러한 방법들은 물류부문 단독으로 행할 수 있는 부문이 아니기 때문에 반드시 판매부문과의 협의를 거쳐 예상되는 물류비의 절감액과 판매에 미치는 영향 정도를 비교 검토할 필요가 있다.

셋째, 저장 보관물량의 적정화이다. 물류비의 관점에서 본다면 농산물의 저장 보관 기간과 보관 물량은 적으면 적을수록 비용절감에 유리한 것이 사실이다. 그러나 농산물의 저장 보관이라는 것이 수요와 공급의 시간적 차이를 조절하여 고객서비스를 향상시키는 것을 전제로 하여 저장보관 하는 것이기 때문에 반드시 코스트만으로 판단할 문제는 아니다. 농산물의 보관 재고량이 너무 적으면 품질이 발생하여 고객에게 실망을 주고, 너무 많거나 오래 동안 저장하게 되면 자금이 고정되고 농산물의 품질이 저하되어 상품적 가치가 떨어질 가능성이 있다.

넷째, 농산물 물류 작업의 생력화이다. 생력화란 인력에 의존하던 작업을 기계로 대체하는 것에 의해 물류비 절감이 가능하게 된다. 농산물 물류의 경우 포장·하역작업등에서 많은 인력과 시간을 필요로 하기 때문에 이것을 기계화하는 것은 현재와 같이 인건비의 상승이 현저한 때에는 물류비의 절감에 있어 효과가 큰 방법이다. 생력화의 대표적인 방법으로서 팔레트 같은 유니트 로드 시스템(ULS), 자동창고, 자동포장기계 등이 있다. 그러나 생력화는 코스트절감 효과는 크지만 이것을 도입하기 위해서는 대형설비 투자를 필요로 하는 경우가 많기 때문에 사전에 충분히 채산성을 검토할 필요가 있다.

다섯째, 농산물 물류 정보시스템의 확립이다. 농산물 물류에 있어 물이란 스스로의 의사에 따라 움직이는 것이 아니고 반드시 거래활동이 선행되어야함을 의미한다. 따라서 물류활동은 그 거래정보에 기초하여 정보의 수집과 분석 그리고 의사결정이 내려진 후에 행해지는 활동이다. 따라서 거래에 필요한 다양한 정보가 적시에 적절하게 전달되는 시스템의 확립이야말로 물류 활동의 효율적 수행을 위해 꼭 필요한 부분이다.

여섯째, 물류체계 합리화 담당 조직의 확립이다. 농산물 물류시스템을 효율적으로 수행하기 위해서는 물류에 관해 책임을 부여받은 독립된 물류조직이 필요하다. 종래의 농산물 물류는 수출업체나 생산자 단체의 독자적인 운영과 관리 하에 개별적으로 행해져 왔지만, 이것은 물류에 관한 책임을 분산시켜버리기 때문에 물류관리를 통합적으로 할 수 없다. 물류의 기능들은 서로 밀접하게 관련되어있기 때문에 합리적이고 효율적인

물류활동을 수행하기 위해서는 그것을 통합적으로 관리할 필요가 있다. 물류 합리화는 생산에서부터 소비자에 이르기까지 전 과정에 걸쳐 일어나는 활동을 통제하고 운영하는 관점에서 다루는 것이 효과적이기 때문에 독립된 물류체계의 관리부문이 필요하므로 수출 농산물 유통전문조직의 설립이 요구된다.

2) 농산물 수출물류 체계의 개선방안

(1) 농산물 수출 물류 센터의 운영

우리나라의 농산물 수출 물류비용 구조를 보면 앞서 설명한 바와 같이 수출액 대비 13.1%로서 일반 재화의 수출물류체계에 비해 비효율적이고 불안정한 형태를 나타내고 있으며, 이에 따라 수출 경쟁력을 저해하는 걸림돌로 작용하고 있다. 이러한 농산물 수출물류 시스템의 구조적인 문제점을 해결하기 위해 정부는 2000년 광양시에 농산물 수출 물류센터를 건설하여 효율적이고 합리적인 방법으로 물류시스템의 운영을 도모하고자 한 바 있다. 충남의 경우는 수출물류 체계의 개선을 위하여 위와 같은 수출물류센터의 건립이 요구된다. 농산물 수출물류센터의 기본 컨셉은 농산물 전문 수출물류기지, 농산물 교역 및 수출물류기지, 수출농산물 종합상품화와 브랜드화 기지, 수출농산물 마케팅 전략 및 종합정보센터 기지, 전자상거래 기지이다. 이와 관련한 수출물류센터의 핵심기능은 크게 수출농산물 종합상품화 기능, 수출농산물 브랜드화 기능, 수출 및 교역창구 기능, 수출정보센터 기능, 전자상거래 기능, 국내물류와의 연계 기능 등이다. 수출물류센터의 주요 사업은 크게 수출상품화사업, 수출업무 및 정보센터사업으로 구분된다. 수출물류센터의 사업물량 확보를 위해서는 기존의 수출물류에 비해 접근성과 편의성, 수송 및 상품화비용, 상품품질, 수출교섭력, 제공 서비스, 제도적 지원 등에서 유리성과 우월성의 확보가 필요하다. 수출물류센터 상품믹스 방향은 기존의 리모델링에 의한 상품성·부가가치 제고하여 기존 수출상품과 품질 및 상품화에서 철저한 차별화된 상품을 개발하는 것이다. 그리고 물류센터 브랜드의 조기 포지셔닝 확립과 인지도 제고를 위해 목표시장의 설정이 필요하며, 사업초기 목표시장은 일본시장을 설정한다. 단계별 사업전략으로 1단계사업의 성과에 따라 단계적 사업 확장 계획을 수립하는 것으로 하고 2단계 사업의 경우 물류센터 기능을 다각화하며, 취급 품목은 화훼, 축산물, 수산물을 추가한다. 그리고 사업 시설규모는 수출농산물의 규모에 따라 적정 수준으로 하고 물류계획의 경우 수배송 계획, 하역, 보관·저장, 선별·포장, 정보 시스템, 검역 시

시스템 등이 필요하다.

물류수요의 증대에 대응하는 노동력 부족으로 기계화 자동화가 불가피하고 물류센터, 산지유통센터등 유통시설의 건설 확대와 대규모 유통체제로의 전환에 따른 적재출하와 기계화 하역의 필요성이 증대됨에 따라 수출농산물의 일관 물류체계 구축이 추진될 필요성이 커지고 있다. 농산물의 수송도 ULS(단일화물적재시스템)에 맞추도록 하고 농산물 포장센터 저온저장고 등과 같은 유통시설은 표준설계도를 제작 보급하고 파렛트 적재, 하역기계화를 추진하여 물류 표준화 시스템을 구축해야 한다.

물류표준화를 위해서는 먼저 규격포장 출하와 공동 상표 유통으로 유도하여야 한다. 이러한 물류표준화를 통해 시설의 공동이용을 가능케 하고 하역의 기계화 및 일관 연계 수송체계를 실현하여 인건비 절감, 물류시간 단축, 장비활용 극대화, 물류공동화 추진 등의 효과를 가져와 농산물을 상품성을 제고함으로써 수출농산물의 국제 경쟁력을 제고시킬 수 있는 것이다.

수출물류센터의 잠재적 운영 주체는 생산자단체, 수출기업, 개설자 등이 있다. 운영 주체의 설립 형태는 물류센터의 사업적·기능적 특수성을 고려하여 단독보다는 컨소시엄 형태가 바람직하다. 그리고 컨소시엄 형태의 경우 생산자단체와 수출기업간 컨소시엄 형태가 가장 바람직한 것으로 판단된다. 컨소시엄으로 참여하는 수출업체는 농수산물 유통공사 또는 충남 지역 농산물무역 전문 수출업체의 참여가 바람직하다. 특히 농수산물 유통공사의 경우 농산물 무역경험이 풍부하고 기존 해외시장 조직망을 활용할 수 있는 장점이 있다. 이와 함께 운영 주체로서 충남 지역 대표적인 생산자단체의 참여가 바람직한 것을 판단된다.

수출물류센터는 운영 주체와 관리주체의 일원화가 바람직하고 관리주체는 운영 주체의 내부조직으로 물류센터 관리부서의 설치가 가능하다. 개설주체가 물류센터의 운영에 직접 개입하는 바람직하지 않으며, 개설자와 운영 주체 간 조정자 기능 수행을 위하여 인원을 파견하는 형태가 바람직하다. 물류센터의 시설관리는 아웃소싱을 원칙으로 한다.

(2) 수출 농산물의 수확 후 관리체계 확립

수출 농산물의 품질제고를 위해서는 생산이후 수확 후 단계에서부터 수확후 관리기술의 체계적인 도입과 보급이 추진되어야 하고 특히 수확, 선별, 등급화, 포장, 예냉, 저장, 수송 등에 작업체계가 일관적으로 이루어지도록 수확 후 관리 시스템의 구축과 이와

관련된 각종 규격, 기준 등이 상호정합성을 가져야 한다. 수확 후 관리기술 관련 제도와 기준, 규격 그리고 정책지원을 체계화시키기 위해서는 충남도와 농업기술원 내에 수확 후 관리담당직제의 신설이 필요하다. 수확 후 관리 담당자를 중심으로 수출농가, 생산자 단체, 수출업체, 각 대학 및 연구기관 등에서 분산적으로 이루어지고 있는 수확 후 관리 관련 기술개발, 교육훈련 및 정책지원을 체계화시키는 것이 바람직하다. 필요하다면 농산물 수확 후 관리에 관한 기술개발과 교육 훈련을 체계적으로 담당할 농산물 수확 후 관리기술센터를 설립하여야 할 것이다. 농산물 수확 후 관리기술센터에서는 수확 후 관리 기술전문가, 유통전문가, 업계실무자 등이 상호 정보교환을 통한 현장 중심적 기술개발이 이루어지고, 개발된 신기술의 보급 및 교육훈련이 체계적으로 수행 되도록 해야 할 것이다.

최근 우리나라에서도 수확 후 관리체계의 핵심사업인 농산물의 이력정보추적시스템(Traceability System)의 도입이 추진 중이다. Traceability란 농산물의 생산단계에서부터 가공, 유통, 판매 단계에 이르기까지의 전 과정을 소비자가 거꾸로 추적하면서 관련 정보를 확인할 수 있는 시스템을 의미한다. 물론 추적시스템 자체는 이력정보를 추적 가능하게 하는 시스템이기 때문에 식품의 안전성 자체를 보증하는 시스템은 아니다. 농산물에 있어서 이력정보 추적시스템이란 작물의 재배 혹은 가축의 사육에서부터 가공, 유통(운송 및 저장 포함), 판매에 이르기까지 모든 과정을 소비자가 역으로 거슬러 올라가 확인할 수 있도록 각 단계에서 작성된 기록을 바코드, IC카드, 인터넷 등을 통하여 검색할 수 있는 시스템을 말한다.

이 중에서도 생산과정에 관련된 정보에 초점을 맞춘 것이 생산이력제라고 할 수 있다. 쌀, 채소와 같은 농산물은 품목 및 품종, 생산자정보, 포장정보(면적, 위치), 작부내용(파종 및 정식일, 수확개시일, 수확종료일 등), 재배방법(유기, 무농약, 저농약, 일반재배 등), 시비내용(비료 종류 및 시비횟수), 농약살포(농약종류, 사용횟수, 사용 시기 등), 잔류농약검사 유무 등의 정보를 생산자가 스스로 기입하여 데이터베이스화하고, 축산물은 생산자정보, 축사정보, 품종, 출생연월일, 사육방법, 사료정보(성장호르몬의 혼입 여부), 병력 및 백신접종 내역, 출하방법, 분뇨처리방법 등의 정보가 기록되어야 한다. 생산 이력제는 그 자체가 농축산물의 안전성을 보증하는 것은 아니지만 상품의 이력 및 생산 프로세스에 관한 정보 검색이 가능해짐에 따라 수출농산물의 품질제고에 여러 가지 효과가 발생할 것으로 기대되고 있다. 먼저 생산방법, 농약 및 비료 사용유무 등에 관한 정보가 제공됨으로써 농산물 등 식품표시제의 신뢰성을 높일 수 있으며, 문제가 발생했을 경우 신속한 원인규명을 가능하게 한다. 아울러 문제가 발생했을 경우 문제의

농산물을 정확하고 효율적으로 회수할 수 있게 된다.

생산이력제가 도입된 농산물에 대해서는 홈페이지 혹은 매장의 단말기를 통해 생산이력정보를 검색할 수 있다. 생산이력제가 효과적으로 추진되기 위해서는 생산자들의 기록의식, 정보의 신뢰도 확보, 관련 정보시스템 개발, 법·제도의 정비 등이 필요하게 된다. 특히 우리나라의 농가의 생산규모가 영세하고 농업인들의 기록 의식이 미약하며, 생산관련 정보가 기록된다고 하더라도 정보의 신뢰성에 대한 담보 장치가 갖추어지지 않을 경우 생산이력제 도입에 따른 물류 시스템의 합리적 관리가 쉽지 않을 것이다. 생산이력제는 이와 같은 전제조건과 제약 요인을 가지고 있지만 소비자들의 안전성에 대한 관심과 염려가 크게 높아지고 있는 상황에서 그 도입이 시급하다. 특히 수출 농산물은 우리의 주 시장인 일본에서 생산이력정보를 요구하고 있어 이에 대한 대비책 마련이 늦추어질 수 없는 실정이다. 따라서 수출농산물과 안전성에 대한 소비자들의 관심이 큰 품목을 중심으로 생산이력제가 단계적으로 추진되어야 할 것이며, 이를 위한 철저한 사전 연구 및 시범실시가 요구된다.

(3) 수출 농산물 물류의 정보화 방안

농산물 수출을 위한 물류정보 수집의 필요성이 증대되고 있으나 정보 수집을 위한 인프라와 시스템의 지원은 전무한 실정이다. 농산물의 물류 흐름은 존재하나 물류정보의 흐름은 존재하지 않는 농산물의 경우 물류 시스템의 효율화를 위한 올바른 정책 결정과 생산자, 수출업자, 수출지원기관들의 의사결정을 위해 물류정보의 필요성은 더욱 증대되고 있다. 특히 수출농산물의 확대를 위한 정책 결정과 의사결정을 위한 물류·저장 정보에 대한 필요성이 증가하고 있으며, 농산물 시장의 개방으로 각국의 농산물 시장은 상호 영향을 주고받고 있으며, 검역 및 식품 안전, 실시간 방역 등에 있어서도 물류·저장시스템에 대한 정보 필요성이 극대화되고 있는 실정에서 원산지증명과 추적성을 위한 생산단계 물류·저장 정보인프라를 구축해야 할 필요성이 증대하고 있다.

따라서 충남도내의 주요 수출농산물의 물류·저장활동을 분석하고 지속적으로 적용 가능한 정보기술을 검토하여 수출 농산물 수급 분석 등 수출관련 사업에 필요한 농산물 물류·저장정보를 효율적으로 수집하기 위한 정보시스템을 구축하는 것이 필요하다. 농수산물 수출정보 시스템은 수출농산물에 대한 정보제공과 컨설팅, 바이어 연결, 국내외마케팅과 홍보, 검역·통관 지원 등 농산물 수출과 관련된 일관시스템이 포함된다. 한마디로 수출관련업무의 One-Stop 정보 서비스를 제공하여 생산에서 수출단계까

지 일관적 정보지원체계를 구축하는 것이다.

2006년부터 농림부는 유통국을 중심으로 RFID를 활용한 물류정보화를 위한 RFID 표준화작업을 진행 중에 있으며, 이를 바탕으로 좀 더 자동화되고 지능화된 농산물 물류 인프라가 구축될 것으로 기대되고 있다. 수출농산물 물류 정보화는 농업정보화 가운데 가장 정보화가 진행되지 않은 영역으로서 농산물 수출관련 통계, 관측, 수출정책부분에서의 정보수요가 크나 실제 제공되는 정보는 매우 한정된 실정이다. 예를 들어 수출 농산물 물류정보는 주요 수출농산물 단지의 생산량 정보에만 의존하므로 실제 산지에서 출하되어 수출국으로 이동하는 물류의 흐름에 대한 정보는 파악되지 못하고 있고 농산물 물류 정보는 플라스틱케이스, 박스 포장 그리고 팔레트 단위로 유통되고 있으나 정보인프라와의 통합성은 전무한 실정이다.

그리고 수출농산물의 저장 정보화는 저장업체 단위로 진행되어 전국적인 범위나 품목 단위의 일관된 정보 수집체계 없어 정보 수집에 한계가 있다. 농산물 수출을 위해 수집되는 정보는 해외, 소비, 가격, 생산, 산지, 저장/물류정보 등인데 이중 가격과 생산정보와 물류/저장정보부문이 중요한 정보이나 저장 농산물에 대한 정보의 품질도 상업적 이익과 연관되어 제한적일 수밖에 없다. 가격 위주의 유통 정보 수집, 분산구조를 지니는 현재의 정보구조에서는 물류흐름에 있거나 저장중인 농산물에 대한 정확한 물량 및 품질정보를 얻는 것이 불가능하다. 정확한 단기 농업관측을 위해서는 물류, 저장 과정에 있는 농산물에 대한 물량 및 품질정보가 필수적으로 요청된다.

물류·저장정보의 품질은 두 가지 조건이 충족되어야 한다. 첫 번째, 실시간으로 농산물 물류 정보의 수집과 분산이 가능해야 시시각각 변화하는 시장 상황에서 정확한 전망이 가능하다. 물류정보의 경우 그 정보의 가치가 존재하는 시간은 매우 제한적이며 따라서 통신망을 통한 실시간 정보가 필수적이다. 두 번째, 저장 상태를 비롯한 저장농산물의 품질정보가 물량정보와 함께 제공되어야 함. 품질정보의 경우 저장중인 농산물의 환경(온도, 습도 등)과 이를 반영한 부패정도와 상품정도가 반영된 형태의 정보이어야 한다.

수출 농산물의 물류·저장정보 시스템 구축의 기초단계로 저장, 물류기관의 정보화 인프라와 조사방식을 활용하며, 장기적으로 RFID, 모바일통신 그리고 스마트 팔레트를 활용한 실시간 저장·물류 정보시스템의 정보 수집이 요청된다. 조사방식은 조사내용의 신뢰성을 검증할 수 있는 방법이 없고, 저장, 물류가 상업적 이익을 위해 행해지는 활동이므로 정보 수집에도 한계가 있으므로 궁극적으로 저장, 물류정보 수집은 정보인프라에 의존하는 방식이어야 한다. 수출 농산물의 물류정보는 수출량 정보를 통해 확

인이 가능한데 수출량 정보를 확인하는 방법으로는 POS자료와 수출업체의 기장식 장부조사를 통해서도 가능할 것이다. 저장조사는 RPC와 APC의 저장물량 정보를 확인하거나 담당자에게 기장식 조사 또는 설문조사를 하는 방식, 각 저장창고의 데이터베이스에 접근하는 방식 등이 있을 수 있으나 모두 상업정보로서 정보 접근이 어려울 때 설문조사방식을 병행할 수도 있을 것이다.

(4) 수출 농산물 수송용 소형 냉장컨테이너 도입

수출 농산물의 신선도를 향상시키기 위해 예냉 실시와 저온차량 운송제 도입이 필요하다. 소량 단위로 농산물을 수출할 경우 내륙 및 해상 수송비 등 수출물류비용이 높아지게 되고 전체 수출원가에서 차지하는 물류비 비중이 19.4%에 달함으로써 경쟁력이 뒤떨어지는 요인을 작용하는 것으로 조사된바 있다. 따라서 수출 농산물의 수송체계를 효율화시키기 위해서는 소형 농산물 전용 컨테이너 개발과 보급이 필요하며 이 경우 수출전문조합이 품목간 공동으로 운용하는 방안이 물류비를 절감할 수 있을 것으로 보인다.

신선농산물 수출확대와 수출수송체계 개선을 위해 12FT 소형 냉장 컨테이너를 도입 운영하게 되면 기존 20FT, 40FT 컨테이너에서 발생하는 공적운임을 방지할 있고 소량수출을 통한 농산물의 신선도 제고 및 적기 수출 가능케 될 것이다.

제5장 요약 및 결론

WTO의 출범과 DDA/FTA 등 세계 경제의 개방화와 국제화가 급속히 진전되면서 우리 농업도 예외 없이 무한 경쟁시대를 맞이하고 있다. 개방화와 국제화는 외국 농산물이 우리 시장을 잠식하게 하지만 다른 한편으로 우리 농산물이 해외시장으로 뻗어 나갈 수 있는 여건을 조성한다. 즉 농업의 대외개방은 우리 농업의 위기인 동시에 우리 농업을 한 차원 높은 수출산업화로 나아가게 하는 기회이기도 하다. 따라서 농업개방이라는 위기를 어떻게 수출의 기회로 활용하는가가 우리 농업을 살리는 길이 될 것이다.

본 연구에서는 전통적으로 농도인 충남 농업이 국내시장에 안주하는 내수형 농업구조에서 벗어나 수출 산업화로 도약하기 위한 전략을 제시하고자 하는데 분석의 초점을 두었다. 연구 내용으로서 우리나라 농산물 수출의 동향과 문제점을 살펴본 후, 충남 농산물의 수출에 있어서 현 위치와 국내외의 수출 여건분석과 진단, 그리고 지자체, 수출업체, 생산 농민들이 충남 농업의 수출산업화를 위하여 하여야 할 역할과 기능들을 제시하였다.

충남은 2006년 농수산물 수출목표를 130백만 불로 세워놓고 2010년까지 500백만불을 달성한다는 계획 하에 품질, 안전, 가격 등에서 국제 경쟁력을 갖춘 농산물의 수출증대를 위한 한 지원 사업을 펼치고 있다. 그러나 품목별, 품질별, 가격별, 시기별로 다양한 농산물을 수출하는 데는 많은 어려움이 산적해 있으며, 생산 농민들의 수출에 대한 마인드 형성이 잘 안되어 있는데다, 생산과 유통 및 수출에 있어서 수직적·수평적 물류시스템이 미흡한 상태에서, 더욱이 환율 하락과 유가 급증 등으로 농산물 수출여건이 악화되면서 수출이 목표대로 달성될지는 불확실한 실정이다.

이에 본 연구에서는 충남 농산물의 수출 촉진수단의 개발과 수출 농업구조의 고도화를 통한 수출 확대를 위하여 다음과 같은 전략을 제시하였다. 첫째, 수출농업단지의 규모화 전문화를 달성하여 기본적 수출기반을 구축하고 수출컨설팅 실시, 전담 지도사 배치, 재배지 검역서비스 제공, 물류비와 인센티브 지원 등의 사후관리를 선별적으로 지원하도록 한다. 둘째, 해외시장 정보 수집 능력을 강화시키고 국제 농산물박람회나 식품전시회 등의 참가방식을 개선하여 충남 농산물에 대한 이미지를 향상시키는데 기여하도록 하여야 할 것이다.

셋째, 산지의 예냉·선별·포장·수송 등 수출물류 시스템을 일관적으로 연계하여 물류 체계의 효율성을 획기적으로 개선할 필요가 있다. 넷째, 농산물 수출지원을 위한 금융 관련 제도인 농산물수출 보험, 관세 환급, 자조금 제도 등을 확대 실시하는 방안을 강구해야 할 것이다. 다섯째, 농산물 수출 관련 업무에 종사하는 인력을 양성하고 전문화 시켜야 한다.

특히 충남 농산물의 수출확대 과정에서 걸림돌이자 현안 과제인 수출물류체계의 문제점을 해결하기 위하여 농산물 수출물류센터운영, 수출농산물의 수확 후 관리체계의 시스템화, 수출농산물의 물류정보화, 소형 냉장 컨테이너의 도입을 제안하였다. 이와 같이 생산자 농민은 고품질, 해외 맞춤형 규격 수출 농산물의 생산에 충실하고 수출업체에서는 고객 위주의 서비스, 과당경쟁의 자제에 노력하며 지자체는 이를 유기적으로 연계하는 수출지원 업무 및 제도적 지원에 충실히 하는 기본적 역할과 원칙을 지켜나갈 때 충남 수출농업의 미래는 한층 밝아 질 것으로 본다.

참고문헌

- 경기농정포럼, 「경기도 수출농업 활성화 방안」, 경기농정포럼 세미나 보고서 03, 1999.
- 권오복 등, "농산물 수출의 현실과 비전", 「농업전망 2005」, 한국농촌경제연구원, 2005.
- 김동민, 최세균, 「수출농업 활성화 방안」, 연구보고 P22, 한국농촌경제연구원, 1997.12
- 김병률외, 「농산물 수출조직의 진단과 지원제도에 관한 연구」, 한국농촌경제연구원, 2005.
- 김완배 등, 「수출전략 농산물의 수출경쟁력 제고를 위한 기술 개발의 현황과 과제」, 서울대학교, 2002.
- 농림부, 「2005년 농식품 수출 확대 대책」, 2005.
- 농림부 유통국, 농산물 국제포장박람회 참관 및 유통시설 운영현황조사 해외출장결과보고, 1999년 10월.
- 박성호, "경남지역 농산물 수출경쟁력 제고방안", 산업경제연구 13권 2호, 2003.
- 삼일회계법인, 「수출농산물 물류체계 개선에 관한 연구」, 1999.
- 송부용, 「농산물 수출전문조합의 효율적 운영과 수출확대방안」, 경남발전연구원, 2001.
- 어명근 등, 「외국의 농산물 수출지원 실태」, 한국농촌경제연구원, 1999.
- 이재옥, 김동민외, 「농림수산물 수출증대에 방안에 관한 연구」, 연구보고 120, 한국농촌경제연구원, 1986.
- 전창곤 등, 「신선채소류 수출경쟁력 우위 확보를 위한 수출상품화 모델 개발」, 한국농촌경제연구원, 2003.
- 주부용, 「일본농산물 도매시장 현황과 경남 농산물 대일 수출확대 방안」, 경남발전연구원, 1995.
- 최세균, 김동민, 권오복, 「UR이후 주요 농산물 수출 증대방안」, 연구보고 244, 한국농촌경제연구원, 1991.
- 최용규 등, 「WTO/DDA 협상에 따른 수출물류비 지원 방안 연구」, 농수산물유통공사, 2004.
- Daniel A. Sumner., Agricultural Trade Policy, 1995.
- Houck, James P. 1986. Elements of Agricultural Trade Policies, 1986.
- Nagel, Walter H. Jr. and Gasron Z. Ndyajunwoha, Export Marketing Handbook, 1988.
- 경기도 농산물 수출 정보 <http://www.kaei.gyeonggi.kr/>
- 농수산물무역정보 <http://www.kati.net>

부록: 국내외 농산물 수출 지원제도 실태

1. 외국의 농산물 수출 지원 제도

1) 미국

(1) 수출 진흥프로그램

①수출시장개척사업

- 해외 농업청(FAS)이 주관, 상품신용공사(CCC) 예산집행

□ 시장접근프로그램(MAP)

- 사업내용 : 개별 Brand 상품별 해외소비자 판촉활동비 지원
 - 광고비, 판촉비, 박람회 참가비, 해외근무 경비, 세미나 개최 및 교육훈련비 등
- 보조대상 및 비율 : 개인업체, 품목별 단체(협회) - 사업비의 50% 이내
지역별 단체 - 사업비의 90% 이내

□ 해외시장개발프로그램(FMD)

- 사업내용 : 곡물류, 육류 등 벌크 상품의 마켓조사, 무역서비스 제공 지원
 - 총체적인 해외시장개발프로그램으로 해외소비자 판촉활동비는 지원 제외
 - 25개 비영리협회(단체)를 대상으로 40개 품목에 한정 지원
- 보조금액 : 협회는 정부에 사전신청하여 승인 받은 금액을 보조받게 됨
 - 본 사업 참가협회는 통상 수혜 받는 정부보조금의 110%를 자부담

□ 고품질 샘플제공프로그램(QSP)

- 사업내용 : 우수품위의 농산물 샘플을 해외바이어에게 송부하는 사업을 지원
 - 샘플구입비, 상품소개서 및 선적서류 작성비, 샘플 운송비 등
- 보조대상 : 샘플을 해외바이어에게 송부하려는 수출협회 및 수출업체

- 보조품목 및 보조금액 : 곡물원료나 1차가공품(쌀, 밀, 대두, 임산물 등)
- 정부와 사전 협약한 금액 100% 지원 가능하나 업체 자부담액 따라 우선권 부여

□ 신흥시장지원프로그램(EMP)

- 사업내용 : 개도국 시장개척지원(비영리단체, 대학, 연방 및 각주 농무부 산하기관)
- 마켓조사, 사회 및 산업실태 조사, 수출가능성 연구비, 현지 방문비 등
- 보조비율 : 정부와 협정 사업비의 100% 이내(기관당 50만불 이하)

②수출가격보조사업

- 해외농업청(FAS)이 주관, 상품신용공사(CCC) 예산집행
- 수출증대 프로그램(EEP) / 낙농제품수출촉진프로그램(DEIP)
- 사업내용 : 해당품목 수출업체에 현금보너스를 지급 가격경쟁력을 확보
- 보조기준 : 정부가 정한 보너스(인센티브)금액 × 수출물량
- 보조금 미지원시 수출에 미치는 영향을 분석하여 품목별 보조금액 책정

③수출신용보증 및 융자사업

- 상품신용공사(CCC)가 사업운영
- 단기/중기수출신용보증(GSM102/103)
- 사업내용 : 수출업체 거래은행은 수입업체 거래은행에 신용 한도를 제공
- 수입업체 거래은행이 미국 수출업체를 위해 L/C를 개설
- 보 증 율 : 수출물품대의 98% 이내(일부 이자도 포함)
- 보증기간 : 단기(GSM102) 90일~3년 / 중기(GSM103) 3년~10년

- 공급자신용판매대금보증(SCG) - 상품신용공사(CCC)가 사업운영
- 사업내용 : 신용보증이 아니 되는 국가의 바이어에게 신용을 직접 공여
- 수입업체가 약속어음에 서명하고 약정서를 체결해야 보증 가능
- 고가품목으로서 수출잠재력을 지닌 해외시장 공략이 목표
- 보증율 : 수출대금의 65% 이내
- 보증기간 : 15일~180일

□ 설비보증프로그램(FGP)

- 사업내용 : 해외 신흥시장의 농산물 관련시설 개선 및 확충을 지원 수출 확대 도모
- 저장창고, 가공 및 제조시설, 처리시설, 유통시설 등
- 융자조건 : 사업비의 15%(착수금)를 수입자가 수출자에게 지급해야 융자 가능
- 융자기간 : 1년~10년(원금과 이자는 매년 2회 분할상환)

④식량원조사업(미래의 잠재시장 개척)

- 해외농업청(FAS)이 주관

□ PL480 / S416(b) Donations / Food for Progress Program

- 개도국, 빈곤국, 후진국, 신흥민주화국에 식량지원(판매, 융자 또는 기부)
- 예산규모 : (2000년) 2,219백만불 → (2001년) 1,288백만불

⑤수출정보지원사업

- 해외농업청(FAS)이 주관
- 농업무역관(Agricultural Trade Office - ATO)
- Agrotrade 시스템과 유사한 교역알선(Trade Lead) 서비스
- 긴급구매(Buyer Alert) 서비스 : 농무부 위성망 이용 세계 50개국에 정보제공
- 박람회 참가 및 개최를 통해 해외바이어와 미국 수출자간의 가교역할 수행
- Ag Export Services
- 워싱턴 D.C에 소재한 해외농업청(FAS)의 Ag. Export Service(AGX) 관계자는 19천명이 넘는 외국 바이어 정보가 수록된 바이어 list(상품별, 국가별)를 제공
- 실비만을 부담하면 미국 수출업자들은 자신의 제품을 주 2회 발행되는 Buyer Alert에 홍보할 수 있고, FAS를 통해 세계 각국 16,000의 바이어에 전송 가능

(2) 수출진흥기관

- 정부기관 : 농무부(USDA), 해외농업청(FAS), 상품신용공사(CCC), 소기업청

(SBA), 수출입은행(Ex-Im Bank), 농가공공사업청(FAS), 위험관리청(RMS)

- 민간조직 : 지역별협회(주농무부전국협회, 동부, 서부, 중부, 남부협회 등)
품목별협회(가금류 및 계란, 육류, 대두협회 등)

2. 스페인

1) 수출 농산물의 물류 시스템 운영 실태

(1) 포 장

- 포장품의 품질, 크기가 균일화되어 있고, 중간상인 및 소비자들이 상품을 눈으로만 보고도 상품상태 확인 가능
 - 사과나 배의 경우 골판지 상자에 단층으로 배열
- 포장재는 운반이 용이토록 설계되어 있으며, 포장규격은 상품별·규격별 규정
- 모든 포장품은 파렛 타이징되어 일관 운송이 가능
- 포장형태
 - 포장상자(특히 과일류) 거의가 뚜껑없는 골판지상자로 출하
 - 파렛 타이징이 용이하도록 꽃이가 있어 상품의 유동을 방지
 - 측면도 홈이 있어 품위 식별이 용이토록 되어 있고, 손잡이 구멍을 비롯한 환기구가 최소 1개 이상 개공처리
- 외부 표시사항
 - 일정한 양식은 없고 상자 외부에 자유롭게 표시
 - 주요 표시사항: 산지, 등급, 품명, 품종, 수(종)량, 상표,생산자표시(번호위주)
- 속포장
 - TRAY 사용 : 폴리에틸렌 Tray를 대부분 단층으로 내부포장
 - 소포장 : 플라스틱 투명상자 소포장, 그물망 소포장, 비닐소포장, 노끈결속 소포장

(2) 수송 및 하역기계화

○ 시장출하를 위해 운송하는 트럭은 대부분 대형트럭이고, 보냉 혹은 저온시설을 갖추었으며, 트럭을 시장건물 deck에 밀착시켜 지게차 또는 소형전동차 등으로 하역

- 트럭적재함 규격 : 2,600×15,500×2,400mm(15톤트럭 기준)
- 15톤 트럭 1대당 30파렛트 적재 가능(파렛트규격 : 1,200×1,000)
- deck와 트럭적재함 바닥과의 높이차 발생시 트럭적재함에 부착된 금속판 트레이를 deck에 내린 후 하역
- 도매시장 deck높이 : 980mm

○ 시장에서 각각의 배송처로 운송되는 트럭은 대부분 중대형 보냉 혹은 저온탑차로서 상품의 신선도 유지 가능

○ 시장내 운송은 지게차 또는 소형 전동차를 주로 사용하며, 도착한 운송차량의 물품하역, 상인 판매대에 물품진열, 배송을 위한 운송트럭 적재용으로 사용

(3) 팔레타이징

○ 파렛트는 대부분 목재 파렛트를 사용하고 있으며, 편면 4방향 파렛트가 주종을 이루고 있고, 청색페인트를 칠하여 외견상 식별을 용이하게 한 파렛트와 플라스틱 파렛트도 일부 있음

- 목재파렛트 : 1,200×1,000×140mm : 주로 사용
- 목재파렛트 : 1,200× 800×140mm : 일부 사용
- 플라스틱파렛트 : 890×740×140mm : 일부사용

○ 팔레타이징 방법 : 주로 블록쌓기와 엇갈려쌓기 사용

○ 팔레타이징 후 마감처리

- 밴딩(각 모서리에 “ㄱ”자형 지지대 부착), 그물망 또는 비닐로 래핑, 그물망 래핑후 밴딩 등

○ 플라스틱 상자

- 수확작업·저장용 등 구내용은 자체구입 사용
- 유통용은 풀시스템(IFCO) 이용이 일반화
- 풀 시스템 이용상자는 신선품(녹색), 냉동품(청색) 건조품(회색)을 색깔로 구분 사용

(4) 등급화, 표준화

○ 유통되는 과일과 채소들에 적용되는 품질의 등급과 포장, 라벨표시의 규정들을 상세히 정하고 있으며, 특히 수집상의 유통단계에서 검사된 과일·채소의 품질과 신선도가 최종소비단계까지 유지되도록 하는데 관심을 집중

○ 등급화와 규격화는 EU의 기준에 따라 대부분 산지유통 시설에서 이루어져 도매시장으로 반입되고 있으며, 이러한 과정은 대체로 산지유통 시설을 보유하고 있는 대규모 생산자, 협동조합, 대규모 개인수집상(Expéditeurs)들에 의해 수행

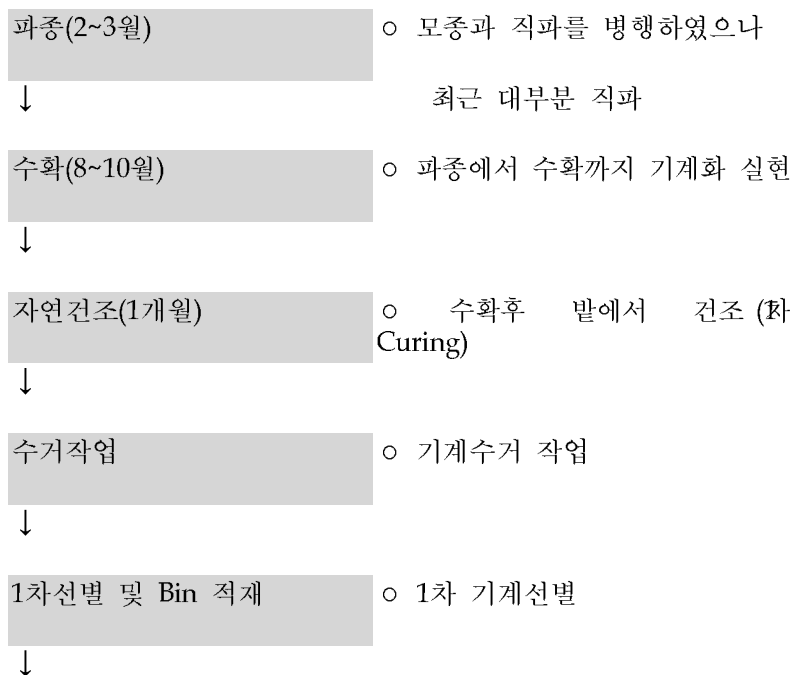
※ 과일·채소표준규격화 관련규정

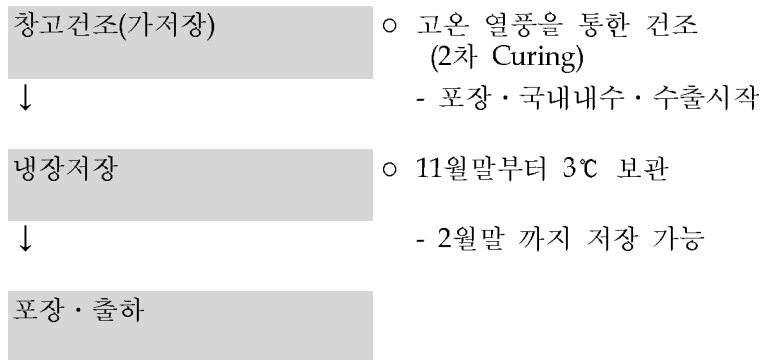
: 공동체 규정(Fruits et légumes :Règlementation communautaire),

정부간행물센터(Journal officiel de la République Française)

2) 수출용 양파의 유통 시스템

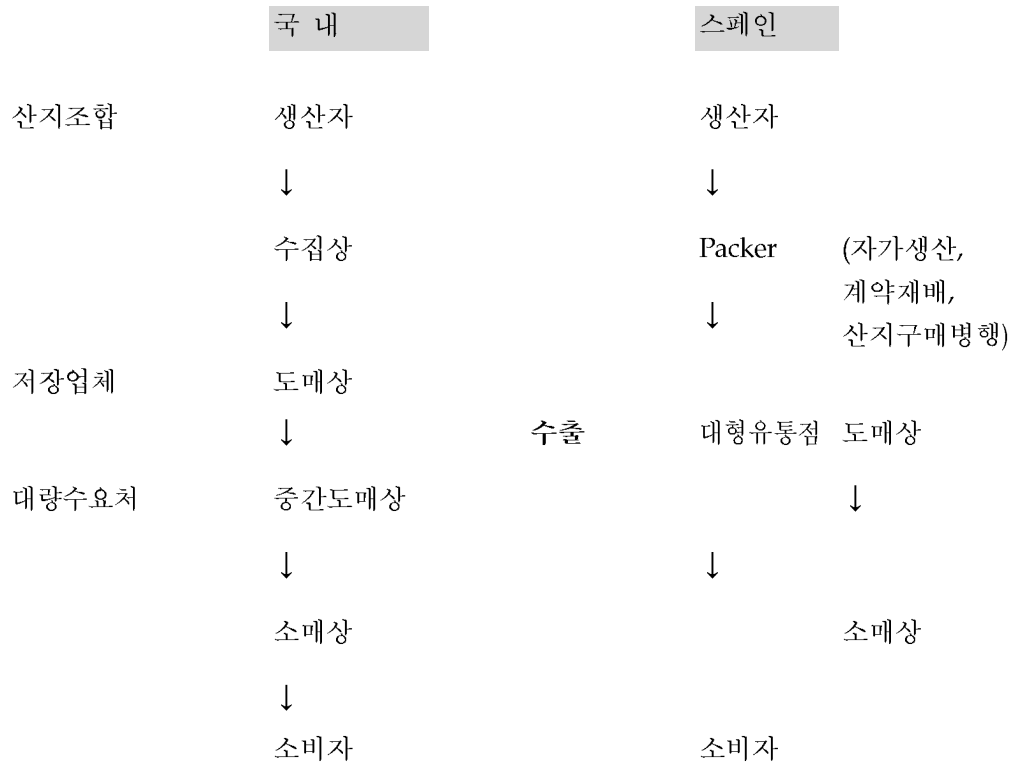
(1) 생산 및 수출체계도





(2) 한국과 스페인의 양과 유통체계 비교

<유통체계도 >



< 유통단계별 한국과 스페인의 물류체계 비교 >

단 계	국 내	스 페 인
산 지 유통	생산자	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대부분의 생산자가 Packer이며, 순수농가는 Packer에게 포전거래 판매
	수집상 (스페인 의 경우 Packer)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 포전거래를 통해 구입한 양파나 직접채배한 양파를 기계수확을 통하여 그물망 포장 없이 나무 상자(bin)에 보관
	저장업체	<ul style="list-style-type: none"> ○ 구매자(대형유통점 및 수입자) 요구에 따라 선별·포장·운송(전과정 기계자동화 처리) ○ 포장후 운송시 100% 팔레트를 이용 ○ 소포장의 경우 1kg, 2kg포장후 상자에 담아 팔레트 적재
	산지조합 및 산지 포장센터	<ul style="list-style-type: none"> ○ 산지조합을 결성 매취사업 및 수탁사업을 수행 ○ 수작업을 탈피하여 자동화된 기계에 의해 저비용으로 선별포장
소 비 지 유통	도매상	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주로 경매를 통하여 거래되며 5%의 상장수수료 부과 ○ 판매량의 80~90%는 중간도매 상에게 차상판매, 나머지 10~20%는 대량수요처, 전문 소매상, 차량행상 등에 판매
	중간 도매상	-
	소매상	-

양국 유통체계의 차이점에 따른 물류비 차이의 주요 원인은, 첫째, 국내에서 수집당시 20kg상태로 구매하고, 판매시 선별·재포장하는 과정에서 선별감모 및 재포장 비용이 추가 발생하는 반면, 스페인의 경우 나무상자(bin)에 산물상태로 보관하면서 구매자의 요구에 따라 포장함으로써 생산에서 소비단계에서 단 한번의 포장비용만 발생함. 둘째, 국내 양파 포장재의 경우 팔레트(Pallet) 적재가 불가능한 미끄러운 망 재질로 유통단계 전과정 동안 수작업을 통한 상하차(통상 8~9차례)가 불가피하여 과다한 상하차 비용 발생 및 손상으로 인한 loss가 불가피한 반면, 스페인의 경우 레노백을 사용 전량 팔레트 적재·운송되고 지게차를 이용한 1~2차례 정도의 상하차가 이루어짐으로써 상당한 물류비 절감효과가 있음.

셋째, 국내시장의 경우 유통단계가 복잡하여 유통마진이 높은 반면, 스페인의 경우 대형유통점과의 직거래 정착에 따른 유통마진이 최소화 되어 있는 상태임.

3) 감귤 포장센터 운영실태

- ☐ 운영주체 : 협동조합
- ☐ 운영형태
 - 조합원은 주주로만 참여하며, 포장센터 운영에는 전혀 간여하지 않음
 - 전체 취급량의 50%수준은 조합원에게 매입하고, 나머지는 비조합원으로부터 매입
- ☐ 가격결정 및 대금정산
 - 전국적인 수급상황 및 가격동향에 따라 서로 흥정을 하여 가격결정
 - 컴퓨터 시스템에 의한 품질검사 및 등급별 선별 결과에 따라 농가별로 대금정산
- ☐ 보관·관리
 - 전량 저온창고에서 후숙처리를 하고 있으며, 보관성 제고를 위해 물세척 후 살균(fungi sige) 처리 및 왁스코팅 실시
- ☐ 1일 가동량 : 700톤
- ☐ 연간 가동일수 : 90일
- ☐ 포 장
 - 포장화 자동라인(제합기)에 의해 포장
 - 전량 open tray 방식으로 포장하고 있으며, 소포장이 주종을 이룸
 - 플라스틱 상자는 풀회사(IFCO)상자를 임대 사용

3. 일본

1) 해외시장개척

- 국제식품박람회, 시식회 등을 통하여 효과적인 판촉활동, 수출시장개척

2) 국제박람회 참가

- 베를린, 런던식품박람회 등

3) 상설특판장 (안테나숍) 운영

- 해외백화점등에 안테나숍을 개설하고, 식품컨설턴트를 통하여 소비자 기호도를 파악하며, 현지 외식산업과 연계하여 지역특산식품에 대한 메뉴 개발추진

4) 과실수출 진흥사업

- 과실 수출진흥 대책 협의회를 운영하여 기존수출시장에 안정공급, 신시장 개척

5) 수출검역조건정비

- 검사·소독 등의 절차를 받지 않고 수출이 가능하도록 병해충 무발생 지역을 보전하는 등 검역조건을 정비

6) 중요병해충 방제

- 미국 수출용 배(이십세기)와 EU수출용 농산물 등 수입국의 신규, 변경 검역 조건에 맞추어 수출검역 조건정비

2. 국내 관련기관의 농산물 수출 지원 제도 및 정책

(1) 경기도

① 품목별 수출확대 대책회의를 매월 개최

- 도, 유관기관 전문가, 품목별수출업체(농가) 등이 참여하는 수출 확대대책회의를 통해 품목별 수출애로사항 파악 및 시책 반영

② 품목별 수출교육 및 컨설팅

목 적 : 생산·유통·수출단계의 현장애로사항 해결 및 고품질 수출 농산물 생산 기술 지도

주 관 : 경기도, 농수산물유통공사

횟 수 : 24회 - 채소, 화훼, 과수 등(사전 수요조사)

장 소 : 평택, 안성, 용인, 고양, 파주 등 주요 수출농산물 생산지

대 상 : 수출농가 및 업체, 수출담당 공무원

강 사 : 농림부, 농수산물유통공사, 해외바이어, 전문수출업체, 품목별 국내외 전문가 등
주요내용

- 수출 지원시책 설명 및 수출농업 육성 방안 토론
- 해외 동향 및 우리 농산물의 미비점 및 대책 공유
- 재배기술, 농약 안전사용, 포장·저장기술 등 교육
- 수출시 애로사항 파악 및 해결방안 강구

③ 수출 농식품 해외홍보물 제작

홍보물 : 책자, 리후렛, 포스터, CD 등

게재내용 : 제품사진, 회사 및 제품소개, 연락처 등

게재문자 : 영어, 일어, 중국어, 프랑스어(2-3개 문자 동시 게재)

사 업 비 : 20,000천원

게재내용 : 업체(농가)명, 회사 및 제품특성, 제품사진, 연락처, 홈페이지, 전자우편주소 등

배 부 처 : 해외무역관, 해외주재 한국공관, 주한 외국대사관, 해외바이어, 다국적 유통기업 등

④국제박람회(식품·화훼) 참가

지원대상 : 농림부, 산자부 지원 국제박람회 참가업체

사 업 량 : 22회(소규모박람회 개별참가 14회 포함)

사 업 비 : 170백만원(도비)

지원한도

- 국 내 : 부스비의 70% 지원(부스비, 통역고용비)

- 국 제 : 1업체당 200만원 이내(년간 3회 이내)

지원내용 : 부스임차, 통역고용비, 물품운송·통관비, 냉장시설 등 비품임차비

* 세부지원내역과 비율은 박람회개최지 등 특성을 고려하여 조정

업무협조 : 농수산물유통공사, KOTRA, 농업인신문, 문화일보

⑤해외 판촉(특판)전 개최

지원대상 : 판촉전 참가로 수출확대가 기대되는 품목의 생산업체

사 업 비 : 160백만원(도비)

예정국가 : 미국, 말레이시아, 동남아시아, 중국 등 수요를 감안 개최

지원내용 : 매장임차 및 장치비, 통역·판촉요원 고용, 전시물품 운송·통관

업무협조 : 농수산물유통공사, KOTRA, 농협무역 등

⑥해외 시장 개척단 파견

지원대상 : 시장조사결과 수출 가능성이 크다고 인정된 업체

지원내용 : 수출상담장 임차비, 통역요원 고용비, 항공료 등

사 업 량 : 2회

사 업 비 : 60백만원(도비)

예정국가 : 중국, 대만, 미국, 중동 등 수요를 감안 파견

업무협조 : 농수산물유통공사, KOTRA

⑦해외바이어·기술자 초청 수출상담 및 컨설팅

지원대상 : 주요 품목별 수출상담 신청 수출단지 및 개별업체

사 업 비 : 60백만원(도비)

예정국가 : 일본, 대만, 중국 및 동남아 등 업체(농가)의 수요를 감안 초청

지원내용 : 국내 체재비, 통역요원 고용, 상담장 임차비, 컨설팅료

업무협조 : 농수산물유통공사, KOTRA, 한국무역협회 등

⑧ 고품질 농식품 해외인증 획득 지원

해외인증국가·기관 : 다국적 유통기업, 일본, 미국 FDA, HACCP 등

- 다국적 유통기업 : Carrefour(Quality Line), Tesco(BRC manual)
- 일 본 : 농림물자의 규격화 및 품질표시의 적정화에 관한 법률(JAS)
- 미 국 : 식품의약품(Food and Drug Administration) FDA 인증 등

대상품목 : 배, 토마토, 신선채소, 친환경농산물 및 가공식품

추진방법 :

- 수출단지의 신청에 의거 해당국 인증을 획득할 수 있도록 지원(인증기관 초청, 강의, 현장방문 검사 등)
- 인증기준에 미달 시 인증기준에 적합토록 해당항목 보완 지원

Carrefour Quality Line 개요

- 다국적기업 Carrefour의 범세계적 품질인증체계로서 이 기준에 적합한 품목만이 매장에서 판매됨.
- 주요 기준
 - 식품위해요소 중점관리기준 - 농약, 비료, 물관리일지, 품질매뉴얼 등
 - 공장 환경기준 - 입지, 시설 및 배치, 조명, 환기상태, 위생관리 등
 - 제품의 관리 - 포장, 제품시험, 금속 및 이물질 검출, 부적합품 관리 등
 - 공정관리 - 온도/시간관리, 중량관리, 일정관리 등
 - 인적자원 - 개인위생, 보건검진, 위생복착용 등

⑨ 농식품 해외인증 획득 지원계획

- 최근 농식품의 잔류농약 검출 등 시장의 안전성 강화에 적극 대응하기 위한 제도 마련
- 수출농산물의 신뢰도 제고 및 국제 가격경쟁력 향상으로 수출농가(업체)의 수출 의욕 고취 및 안정적인 수출증대
- 수출농산물 안전성 확보를 위한 국제적 인증제도 도입으로 대외 신뢰도 제고와 생산이력제의 생산에서부터 유통까지를 포괄하는 인증 시스템제도 도입
- 고객만족 및 가치창출의 시대적 흐름에 따라 소비자 및 유통 관계자 만족도를 위

한 품질개선 시스템의 도입으로 시간과 비용을 절약하고 고품·안전 농산물 생산 및 유통체계 확립

- 국제 박람회, 판촉전, 시장개척단 등 참여시 해외 인증획득 적극 홍보

□ 사업추진 절차

①사업 수요조사 (신청서 접수)

- 경 기 도 : 사업계획 수립 및 지원대상업체 선정, 사업비 지원, 인증기관과 대상업체간 계약지도, 인증컨설팅 지원

- 인증기관 : 대상업체와 계약체결, 인증컨설팅 및 심사, 인증서 발급
- 대상업체 : 신청서 제출, 인증기관과 계약체결, 인증관련자료 제출

□ 세부추진 계획

가. 지원대상 품목

- 수출안전성 확보가 시급한 신선농산물 수출유망품목 우선지원
- 채소류 : 파프리카, 방울토마토, 오이, 가지, 딸기 등
- 과실류 : 배, 사과, 포도, 복숭아 등
- 화훼류 : 선인장, 심비디움, 호접란, 백합, 국화 등
- 기타 가공식품 등 지원
- 인삼제품, 닭고기, 음료류, 과자류 등

나. 지원내용

- 지원대상 : 수출농가, 영농법인, 작목반, 조합 및 수출업체
- ※ 전년도 수출실적 및 당해연도 계약실적(신선농산물은 예외)
- 지원내용 : 해외인증 획득시 소요비용 지원
- 농약잔류검사료, 컨설팅료, 교육비, 기타 비용 등
- 단, 사업이 장기간 소요되는 인증은 연간단위로 지원 가능

- 사 업 비 : 80백만원(도비 64, 자부담 16)

※ 지원비율 : 도비 80%, 자부담 20%

- 지원한도 : 업체당 2개품목 이내에 지원

다. 지원방법 : 해외인증서 획득 후 도(道)에서 일괄 지원

- 제출서류

- 해외인증서 사본 1부.
- 소요비용 일체서류(세금계산서) 및 입금계좌 통장 사본 각 1부.

- 수출신고필증(수출품거래확인서) 혹은 수출계약서 사본 1부
- ※ 거래확인서는 소속 영농조합장의 장이나 혹은 수출업체 대표의
확인날인 인정

⑩수출용포장디자인 개발

사업기간 : 2006. 1. - 11월

사 업 량 : 15개업체

사 업 비 : 90,000천원(도비 45,000, 자담 45,000천원)

지원비율 : 도비 50%, 자담 50%

지원한도 : 업체당 300만원(보조금액 기준, 지원한도 초과시 도의 승인 요)

지원대상 : 도내 수출업체 및 수출계획이 있는 업체(농가)

대상품목 : 신선 농·수·축·임산물, 가공식품

⑪해외무역관을 활용한 지사화사업

사업기간 : 2006. 1. - 12월

사 업 비 : 20,000천원(도비 50%, 자담 50%)

지원대상 : 2006년 현재 수출을 하고 있거나, 향후 수출을 계획하고 있는 업체 및 농가

지원업체수 : 15개업체 내외

업무위탁 : KOTRA 경기무역관

지원사항

- 신규바이어 발굴 및 해외시장정보 제공
- 바이어 반응조사 등 수출상담 진행
- 기존 거래선 관리, 업무연락, 현지 출장시 제반활동 지원 등
- ※ 단 계약체결대행, 무역 클레임 해결 및 법적분쟁 등 해외무역관의 법적 성격상 지원
할 수 없는 사항은 제외

⑫수출농산물 포장재 지원

사업기간 : 2006. 1. - 12월

사 업 비 : 1400백만원(도비 420, 시·군비 420, 자담 560)

지원비율 : 도비 30%, 시·군비 30% 자담 40%

지원대상 : 도내 수출농가, 작목반, 생산자 단체

대상품목 : 배, 복숭아, 토마토, 화훼, 김치, 인삼, 기타 신선농산물

고품질 과실 육성 지원

사업기간 : 2006. 2. - 12월

사업량 : 38ha(포도 7.5, 배 30.5)/760톤(포도 150, 배 610)

사업비 : 700백만원(도비 350, 시·군비 350)

지원비율 : 도비 50%, 시·군비 50%

지원대상 : 도내 수출작목반, 생산자단체

대상품목 : 배, 포도

지원내용 : 수출용 상품별 특성에 따라 소요되는 자재 지원

⑬ 수출보험료 지원

지원대상 : 전년도 수출실적 500만불 이하의 중소기업체

지원액 : 보험료 전액(업체당 연간 500만원 이내)

지원종목 : 단기수출보험, 선적 전/후 수출신용보증보험, 환 변동보험, 농수산물수출
보험(농축산물에 한함), 수출보증보험, 신뢰성보험

⑭ 농산물 무역 전문인력 양성교육

교육인원 : 10회 300명

- 무역전문인력 양성교육(초급 과정) 8회 240명

- 무역 마케팅 과정 1회 30명

- 무역영어 과정 1회 30명

교육대상 : 중소기업업체 임직원 및 취업·창업희망자 등

교육내용 :

- 무역전문인력 양성 : 무역거래 제반사항의 단계적 교육

- 무역 마케팅 : 수출 시장 특성 및 무역관련 제도 습득

- 무역 영어 : 각종 영문 비즈니스 서식 작성 등

⑮ 농산물 수출정보 홈페이지 운영계획

- 운영방향

. 급변하는 국내·외 정세에 적극적이고 능동적으로 대응하여 농·축산물수출확대

. 정보통신 온라인을 이용한 경기도 농·축산물의 원활한 수출활동 도모 (틈새시장 이

용 극대화 추구)

. 수출농업인과 「농·축산물 수출확대 대책팀」 간 PC 및 인터넷을 통한 상호 정보교류

. 해외 및 국내 바이어 물색과 경기도 농·축산물의 적극적인 해외홍보

o 주요 게재내용

- 경기도 농·축산물 수출농가(업체) 현황

- 해외 바이어 정보

- 경기도 및 유관기관의 주요 농산물 수출시책

- 자유 토론마당

- 수출애로 상담실 등

o 홈페이지 명(도메인) : <http://www.kaei.kyonggi.kr>

- 개설시기 : 2000. 2. 1

o 주요고객

- 해외 바이어 및 국내 바이어

- 국내·외 수출업체 및 수출농가

- 유관기관(농산물유통공사, KOTRA, 농·수·축·인삼조합, 농협무역,
경기지방공사 등)

- 농·축산물 수출관련 공무원

- 기타 농산물 수출관련 농가 등

2) 강원도

(1) 기본전략

- 2010년까지 강원 농특산물 수출 300백만불 달성 ('03년 수립된 중기계획 수출신장
세에 따른 상향조정)

- 당초목표 : ('03) 65백만불 → ('05) 85 → ('07) 120 → ('10) 180

- 금회수정 : ('05) 188백만불 → ('06) 200 → ('08) 250 → ('10) 300

- 해외시장 조사로 수요증가 품목과 지리적, 계절적 경쟁품목 지속발굴

수출품목 : (현재)30품목 → ('06)35→ ('07)40→ ('10)50

- 수출생산기반의 지속적 조성; 현재 고랭지 영서권 위주에서 영동권 확대조성으로
균형발전 도모

- 바이어 기호에 부응, 품질 고급화와 안전성 강화
- 유통인프라 확충으로 수출경쟁력 확보
- 공격적인 해외 마케팅 활동 강화
- 다각적인 지원체계 구축

(2) 2006년 농산물 수출 추진계획

①수출 유망품목 발굴, 육성

전략품목 생산작형 개발 및 지대별 품종 선발(농업기술원)

수입 의존 종자, 종묘 자급화 추진(농업기술원)

수출 농산물 생산기반 조성

[강원도 지정 수출농장제] 확대 육성(24개소 600백만원)

- 10만\$ 이상 수출경영체를 "도 수출농장"으로 지정, 선도 경영체로 육성
- 신선채소 수출전문단지 육성(4개소, 3,600백만원)
- 파프리카, 여름딸기, 토마토 등 생산 및 유통시설 집중 육성
- 수출유망 화훼단지조성 확대(6ha, 900백만원)
- 토마토 수출단지 조성(4개소, 2000백만원)
- 풋고추 수출단지 조성(2개소, 440백만원)
- 여름딸기 생산지역 확대조성(1개소, 240백만원)
- 접경지역 원예단지 조성(2개소, 400백만원)
- 수출 백합종구 구입지원(556만구, 2,780백만원)
- 수출화훼 캐주얼 부케센터 설치(1개소, 300백만원)
- 수출국 소비자가 요구하는 포장 및 가공을 통한 부가가치 창출
- 선별, 포장, 유통 기계설비 및 저온저장고 지원
- 시설원예 고기술 육성지원(28ha, 1,400백만원)
- 수출작목 품질 고급화와 생산비 절감을 통한 경쟁력 제고

②수출 농산물 품질향상 및 경쟁력 제고

수출 신선농산물 유통활성화 지원(6개소, 400백만원)

산지유통 저장시설 지원(3,200평, 2,000백만원)

원예, 특작 저온유통기반 구축(500평, 1,000백만원)

시설원예의 유리온실 시설개선으로 경영 안정화 지원(20개소, 1,000백만원)
 시설원예 에너지 절감시설 지원(10개소, 500백만원)
 수출 시설원예작물 천적방제사업 추진(73ha, 501백만원)
 수출 농산물 안전관리 시스템 구축(1,000건, 110백만원)
 수출 농특산물 수출촉진비 지원(수출금액기준 3% 지원: 200농가, 600백만원)
 가공 농산물 수출업체 ISO, HACCP 등 국제 인증 획득 지원('06추경: 5개소, 500백만원)

③ 공격적인 해외 마케팅 활동 강화

정기적인 해외시장조사 및 동향 파악 및 해외 홍보행사와 연계한 해외시장조사
 해외 바이어 초청 수출상담회 개최 및 생산현장 투어
 - 바이어 15명 내외 체재비, 통역료 등 지원(1회, 25백만원)
 강원 농특산물 해외시장 개척단 파견(러시아, 중화권, 일본 중심, 3회, 80백만원)
 농특산물 해외 특판전 개최(미주지역 중심, 2회, 50백만원)
 국내외 유명 식품박람회 참가 확대
 - 동경식품박람회, 서울국제식품전, 서울국제식품박람회 참가지원(3회, 40백만원)
 강원도 농특산물 홍보물 제작 해외배부('06추경, 1,000부, 15백만원)

④ 효율적 수출지원 체계구축

강원지역 수출협의회 내실운영
 - 위원 13명, 년5회 격월 개최, 연말 종합평가회 개최
 여름딸기 해외 전문 컨설팅 지원(1개소, 80백만원)
 신선농산물 재배농가 현장컨설팅 실시(2회, 4백만원)
 현장 맞춤형 컨설팅 강화(aT농수산물유통공사)

3) 충청북도

(1) 기본전략

2006년 수출목표 : 170백만\$ '05년 실적대비 129%

(2) 2006년 중점 추진계획

① 농특산품 수출기반확충 및 품질차별화

☐ 농수산물 수출단지 지속적 확대 육성 : 30개소

- 신규수출단지 발굴 : 밤, 임산물, 양채, 난 등

‘06년도 사업 계획

- 사업량 : 18개단지 (과실류 13, 채소류 2, 화훼류 3)

- 사업비 : 1,900백만원 (도비 400, 시군비 931, 자담 569)

- 사업내용 : 저장·선별·유통 및 품질향상을 위한 공동사업 위주

☐ 신선농산물 수출물류비 지원

지원품목 : 가공하지 않은 도내산 신선농산물

- 과실류, 채소류, 화훼류, 버섯류, 관상어, 임수산물(조경수제외)

지원대상 : 도내산 신선농산물을 수출한 농가, 생산자단체, 수출업체

지원기준 : 수출실적에 따라 농가수취가격의 7~10% 차등지원

- 기본지원 : 농가수취금액의 7%(농가 5%, 수출업체 2%)

- 신규수출품목 : 농가수취금액의 10% (농가 5%, 수출업체 5%)

· “04~05년 도내 수출액이 5만불이하 수출품목 인센티브

- 과실 품질향상 : 사과, 배, 복숭아 봉지재배한 농가에 10Kg상자당 1,000원

사업비 : 500백만원 (도비 200, 시군비 300)

☐ 과학영농 특화지구 육성

대상지역 : 보은, 옥천, 영동

사업내용 : 생산기반조성, 유통시설, 기계화사업 등

사업비 : 150억원(도비 30, 시군비 30, 용자 60, 자담 30)

☐ 지역특화작목 육성

대상지역 : 9개시군 (보은, 옥천, 영동 제외)

사업내용

- 지역특성에 따라 대외 경쟁력이 있는 수출유망 품목 발굴

· 주산지, 농수산물수출단지 중심으로 2~3품목

사업비 : 50억원 (도비 10, 시군비 10, 기타 30)

☐ 시설채소 생산단지 육성

대상지역 : 10개시군 (증평, 단양 제외)

사 업 량 : 26ha

사업내용 : 열악한 채소산업의 시설현대화(비가림시설 등)

사 업 비 : 2,779백만원(도비 500, 시군비 1,167, 자담 1,112)

☐ 농·식품 국제품질인증 획득비 지원

대상품목 : 과일류, 화훼류, 친환경농산물, 가공식품

지원대상 : 농특산물 수출농가 ?생산자단체, 작목반 등

지원내용 : 농약잔류검사, 컨설팅료, 교육비, 기타경비

-FDA 등록, HACCP (식품위해요소중점관리기준)

지원한도 : 업체당 1품목 (품목당 2백만원 이내)

사업비 : 20백만원 (도비 10, 자부담 10)

②공격적인 해외시장개척으로 수출시장 다변화

☐ 해외시장개척단 파견

파견대상 : 농산물생산단체, 농가, 농식품가공업체, 무역업체

업무위탁 : 농수산물유통공사, KOTRA, 무역업체

지원내용 : 운송, 통관비, 상담장임차비, 통역비, 홍보비, 항공료 등

사 업 비 : 75백만원

파견계획

- 일본시장개척단 파견(동경, 오사카) : 2006. 4월중순

· 파견단 : 18명 (농업인·생산업체15, 지원 3)

- 미국 시장개척단 파견 (시카고) : 2006. 6월하순

· 파견단 : 18명 (농업인·생산업체15, 지원 3)

- 대만시장개척단 파견(타이페이) : 2006. 10월중순

· 파견단 : 18명 (농업인·생산업체15, 지원 3)

※ 본 계획은 현지사정에 따라 변경될 수 있음

☐ 국내·외 식품박람회 참가 확대

지원박람회 : 농수산물유통공사 및 공공기관 주관 박람회

지원대상 : 도내소재 농산물가공업체?생산자단체, 농업인

지원내용 : 부스임차료, 물품운송비, 통역비, 통관비 등

사 업 비 : 75백만원

지원기준 : 85개업체

- 해외국제식품박람회 : 업체당 1,600천원 한도 (30개업체)
- 국내국제식품박람회 : 업체당 500천원 정액지원 (40개업체)
- 서울국제식품 전시회 : 업체당 1,000천원한도 (15개업체)

지원체계

- 박람회 참가 통보서 제출 : 참가업체 ⇒ 도지사
- 박람회 참가전에 주관기관의 참가확정 통지서(신청서, 계약서) 첨부
- 박람회 참가여부 확인 : 도지사 (관계기관 협조)
- 보조금 교부신청서 제출 : 참가업체 ⇒ 도지사
- 참가비 지급 : 도지사 ⇒ 업체 (계좌입금)

※ 참가업체는 박람회 등 행사주관 측에 소정의 참가비용 우선 납부 후 도비 지원
해외시장 개척단 참가업체 항공료 지원

지원대상 : 수출상담회, 특판전 참가업체

지원기준 : 왕복 항공료

지원한도 : 1업체(1인당) 1백만원 한도

업체선정 : 참가신청업체(농가)가 많을시 파견대상국 선호품목 또는 수출가능성이 많은 품목 우선

참가비 지급 : 도지사 → 참가업체 (계좌입금)

- 참가업체(자)가 선지급 후정산 (여행사발행 항공료 영수증)

사 업 비 : 40백만원

③수출농업 마인드 강화

☐ 농산물 수출컨설팅 확대 추진

대상품목 : 사과, 배, 방울토마토, 장미

내 용 : 재배, 생산, 수확, 저장관리, 수출에 이르기까지 단계별 지도

추진계획 : 25회

시 군 : 장소제공, 교육장준비, 인원수배 협조

☐ 농특산물 수출확대 대책협의회 운영

구 성 : 유관기관, 농산물수출단지대표, 식품가공업체, 무역업체

운 영 : 격월제 운영

기 능

- 기관별 수출시책 및 협조사항 협의

- 수출현장에서 나타나는 애로사항 해소방안 협의
- 기존수출품목에 대한 확대방안 및 신규수출품목 개발
- 농특산물 수출시책개발 및 자문기구로 발전

※ 시군단위 품목별 수출협의회 운영 내실화

☐ 농업인 수출농업 교육

일 시 : '06. 6. 21 ~ 6. 23(2박 3일)

교육기관 : 충청북도 지방공무원교육원 도민교육과

대 상 : 40명 (수출단지회원, 수출협의회회원, 농업인등)

교육내용 : 수출전문가초청, 수출현장밀착 교육

④전시·홍보 마케팅 강화

☐ 농특산물 상품 설명회 개최

시 기 : 2006. 9월중

사업내용 : 도내 우수 농특산물 전시·설명회

초청대상 : 수출업체, 해외바이어, 대형유통업체 등

사 업 비 : 60백만원

☐ 농특산물 수출탑 시상

시상점수 : 5점 (대상 1점, 금상1점, 은상1점, 동상 2점)

선정기준 : 농특산물 수출실적이 높은 순으로 선정

선정방법 : 도 수출관련부서 및 시군 신청 심사위원회 심의

심사위원 : 도, 농업인대표, 유관기관으로 구성

사 업 비 : 20백만원

☐ 적극적인 해외 홍보강화

농특산물 홍보책자 배부 : 4,000부(영어, 일어, 중국어)

4) 전라남도

(1) 기본전략

- 해외 주요도시 농수산물 해외 관측행사해외 주요도시에서 농수산물 전시판매 행사, 수출상담회 실시로, 업체 시장여건 파악, 수출유망품목 발굴,
- 수출확대 ('02년부터 시행) 행사계획 : 3회 일본 오사카, 미국 (LA, 샌프란시스코)

(뉴욕) 참가규모 : 행사별 10 ~ 15개업체, 사업비 260백만원

- 행사장 임차료, 항공료, 홍보, 전시품 운송 통관비 지원 내용 : 농수산물 특판행사, 수출상담회 등 시장개척 활동전남 농수산물 해외 판매센터 설치 추진해외동포 바이어를 전라남도 명예수출 에이전트로 지정, 해외 『농수산물 판매거점』을 구축·운영, 안정적인 해외 판로 확보해외동포 명예수출 에이전트 위촉('05.12.21): 6명

- 미국3,일본1,중국1,독일1 (수출상담회 실시하여 구매력 등 검정)전남 농수산물 판매센터 설치

- 판매센터 매장확보는 에이전트가 자체적으로 확보, 운영

- 물품조달은 에이전트와 도내 수출업체간 자율 협약체결 공급

○ 전남무역을 통해 구매·운송 등 무역활동 지원해외 국제식품박람회 적극 참가해외 우수상품 벤치마킹, 자사제품 홍보, 신규 거래 바이어 확보를 통한 수출확대 실현을 위해 국제식품 박람회 적극 참가 지원참가지원

- 농수산물유통공사, 한국수산물수출입조합 참가행사 참가

- 전남 농수산물관 설치 참가 (2개 박람회)

- 개별업체 국제박람회 참가시 지원바이어 초청 국내 상담 추진도내 수출업체 관리바이어와 구매력 있는 진성바이어를 초청하여 산지투어, 수출상담회를 통한 해외시장개척개최계획 : 5회(농수산물식품 3, 종합 1, 수산물 1)

- 종합(3월), 신선(5월), 가공(7월), 농업박람회(10월), 수산물(12월)보조사업자 : 농수산물유통공사 광주·전남지사초청대상 : 해외마케팅을 통해 발굴 관리중인 진성바이어 우선 초청신규 시장(BRICs, 유럽) 및 틈새시장(동남아 주변국가)의 바이어 초청으로 수출 가능품목 발굴농산물 수출 물류비 지원, 신선 농산물 수출농가, 업체의 물류비 부담 경감으로 농가 수출의욕 고취, 경쟁력 확보, 안정적인 수출기반 조성

5) 전라북도

(1) 농식품 해외시장 개척

신규바이어 발굴 및 시장다변화전략품목 : 파프리카, 배, 절화류, 토마토 등 신선농산물 및 인삼, 김치, 주류, 과자류, 절임반찬류 등 가공식품시장개척사업 규모 : 총 17회, 사업비 200백만원

- 해외 특판행사(5회) : 미국 시애틀·워싱턴, 러시아, 일본, 대만

- 시장개척단(3회) : 일본, 동남아, 유럽 등
- 국제식품박람회 전북관 운영 등(9회) : 싱가포르, 시드니, 강소성 등기본 방향
- aT 등 유관기관과 전략적인 제휴로 마케팅 강화
 - 해외의 대형 유통업체와 연계한 판촉활동으로 해외 판로망 확대(대만 설치 상설전시판매장의 효과적 이용)
 - 수출시장별 특성을 고려한 맞춤형 수출마케팅 추진국제식품박람회 참가 지원으로 해외시장 진출기회 부여참가규모 : 7회, 27개업체 정도(동경, 시카고, 타이페이 등)총사업비 : 40백만원(민간경상보조)지원기준 : 참가업체당 1,500천원이내의 운송통관비, 통역비, 비품임차료 등추진방안 : 업체참가 희망시 행정(시·군 → 도) 경유 aT에 신청, 참가 정예화바이어 초청 수출상담회를 통한 신뢰 구축 및 수출선 확보사업개요
 - 전주발효식품엑스포, 전주세계소리축제, 전주영화제 등 도내 주요행사와 연계하여 수출상담회 개최
 - 농식품 생산현장 및 제품을 선보임으로써 바이어와의 깊은 신뢰구축으로 교섭력 증대수출상담회 개최 계획
- 전주세계소리축제 개최시 : 9월중, 초청바이어 20여명
- 전주발효식품엑스포 : 10월중, 초청바이어 30여명
 - 서울국제식품박람회 전북홍보관 운영 : 11월중, 초청바이어 50여명수출물류비 지원으로 수출농가에 자신감 부여지원품목 : 채소류, 과일류, 화훼류 등 신선농산물 및 김치지원대상

(2) 신선농산물 수출농가 및 수출업체지원

수출농산물 선적중량단위를 기준으로 aT의 품목별 물류비지원단가 적용(농가 60%, 업체 22%)지원규모 : 443백만원(도비 222, 시·군비 221)

※ 농가분 443백만원, 업체분 추경 확보예정지원이유

- 가격등락에 따른 수출농가의 출하차 변경 현상을 막아 바이어와 수입국에 대한 신뢰 구축
- 국내 수요기반이 취약한 파프리카, 오이, 가지 등의 생산기반 유지 및 확대
 - 복잡한 수출과정(선별·포장·검역 등)에서 노동력과 비용상 어려움을 겪고 있는 수출농가의 국제경쟁력 제고농특산물 해외전시판매장 개설 운영으로 현지화 전략에 박차
 - 농산물 및 가공식품위주 수탁판매 시·군별 유관기관, 업체등 이벤트행사 실시로

운영활성화 도모

(3) 고품질·안전농산물 공급기반 구축을 위한 수출컨설팅

실태평가 후 수출물류비 인센티브 제공(12%, 9%, 5%)농산물 수출컨설팅 지원으로
수출상의 각종 애로사항 해소현장밀착형 컨설팅

- 대상 : 신선농산물 생산 농가 및 단체
 - 방법 : 분야별 외부전문가 투입으로 수출현장 개별지도, 해외바이어 및 해외전문가 초청 컨설팅
 - 내용 : 토양관리, 품종선택, 재배기술, 병충해, 수확후 관리, 검역·통관, 클레임 처리 등추진방법 : 농수산물유통공사(전북지사)와 연계컨설팅 실시계획 : 17회(해외전문가 5회, 국내전문가 12회)

(4) 농수산물 수출입 정보 수집·전파

국내외 농림수산물 수출정보와 도내 수출관련 주요사항 등의 최신정보를 수집·분석
배포발행량 : 순기별 1회(연 36회)배포처 : 14개시·군, 수출관련 유관기관 등을 통해 농
수산물 수출업체, 수출관련 생산자(단체) 등 발행정보내용

- 국내·외 주요 농산물 가격정보 및 수출입뉴스
 - 전북도 주요 품목 수출시장별 시장동향 및 경쟁력 분석수출업체·농가 간담회 실시
로 수출참여율 제고내용 : 도내 농수산물 수출관련 농가와 업체의 애로사항을 청취하
여 우리도 수출지원시책에 반영간담회 실시 : 4회 (과실류1 화훼류1 채소류1 가공식
품1)참석대상 : 도내 신선·가공농수산물 수출농가 및 업체, 유관기관 등

6) 경상북도

(1) 중점 추진방향

- ☐ 2006년 수출목표 : 130백만\$ ('05실적대비 7% 증)
 - 농산물 57백만불, 축산물 4, 수산물 56, 임산물 13

2006년 품목별 수출계획

(단위 : 톤, 천\$)

품 목 별		2006 계획		2005 실적		2004 실적	
		물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
계		52,000	130,000	52,367	121,628	49,490	125,195
농 산 물	소 계	27,500	57,000	29,352	52,991	26,176	42,293
	신선류계	11,400	26,300	12,437	34,075	11,295	21,342
	○채 소 류	1,800	2,600	1,296	2,585	4,682	4,372
	• 딸 기	820	1,360	269	489	745	1,241
	• 미니토마	190	500	222	390	193	486
	• 단호박	80	50	33	22	34	20
	• 기 타	710	690	772	1,684	3,710	2,625
	○과 실 류	6,600	12,000	4,690	9,686	4,247	8,256
	• 사 과	4,920	9,400	3,014	6,308	2,754	5,423
	• 배	1,670	2,560	1,559	3,127	1,488	2,815
	• 기 타	10	40	77	251	5	18
	○버 섯 류	100	700	106	851	102	458
	○화 훼 류	2,900	11,000	6,345	20,953	2,264	8,256
	• 국 화	2,600	10,170	5,883	19,819	2,034	7,636
	• 장 미	180	570	303	753	139	429
	• 기 타	120	260	159	381	91	191

○ 기존 주요 수출품목(13개 품목)을 제외한 신규 수출 전략품목 선정을 위해 수출전략 품목으로 육성 이 가능하다고 판단되는 품목을 우선하여 발굴한 결과, 조사 대상 23개 품목 중 도내 생산 및 수출확대 가능성이 높은 성주참외, 팽이버섯, 양앵두(체리), 청도 반시 등 10개품목을 신규수출 전략품목으로 선정

□ 신규 전략품목(10개)에 대해서는

○ 지역별 품목 특색에 맞는 시범사업과 정보·기술지도, 마켓테스트, 시험수출 등을 통하여 성과분석과 수출 가능성을 파악한 후 수출경쟁력제고를 위해 수출컨설팅, 수출 물류비지원, 수출경쟁력제고사업, 해외홍보 등을 적극 지원하여 수출전략품목으로 육 성

신규수출 전략품목 발굴 선정내역 (경상북도)

품목명	'05재배,생산현황			10a당 연소득(천원)	'05전국 수출액(백만원)	비고
	재배면적(㏏)	농가수(㉿)	생산량(톤)			
계 (10개)						
성주참외	3,895	5,355	137,776	3,374	-	성주
팽이,새송이 버섯	16.6	122	3,516	5,088	0.02	청도 상주
고춧가루 및 고추씨기름	15,935	1,800	41,292	1,842	-	영양 안동
양앵두(체리)	3.56	16	-	-	-	김천
청도반시	1,729	5,365	24,874	1,266	-	청도
꽃감	658	1,118	5,600	2,079	-	상주
포도	9,926	3,420	174,896	3,216	0.9	영천
단호박	54	149	640	1,110	0.6	안동
오미자 단지조성	230	350	1,841	1,800	-	문경
류충현약용(상황)버섯	12	15	16	35,000	-	안동

※선정기준: 전국 수출실적 100만불이하인 품목으로 도내 생산확대 및 수출확대 가능성이 있는 품목

①수출단지 육성 및 안정적 생산기반 확충

- 수출단지의 체계적 육성 관리(65개소 - 농림부 17, 도 48)
- 신선농산물 수출경쟁력제고사업 추진(35개소, 30억원)
- 농산물수출 물류센터지원(1개소, 1,690백만원)

②수출유망품목 발굴 및 주력시장 집중공략

- 국제식품박람회 및 해외 특판행사 참가(6회)
- 수출유망품목 개발 및 현지관측 지원(6회)
- 경북사과 대만 특판전(1회)
 - 대만 사과 시장점유율 목표 : ('03)4% → ('08)10%

③수출농가 애로해소 및 행정지원 강화

- 수출농가 및 업체 수출촉진자금 지원확대(12억원)

- 환율하락에 따른 수출촉진자금 추가지원 1/4분기
- 수출유망품목 바이어 초청 교육 및 해외기술연수(4회)
- 이동 수출컨설팅을 통한 수출 종합 서비스제공(20회)
- 우수기관 시상으로 수출의욕 고취(12월)

(2) 2006년 중점 추진계획

①고품질 안전 수출농산물 공급기반 구축

도 지정 수출단지의 체계적 관리·육성수출단지 : '01 ~ '05까지 48개소

- 채소류 21, 과실류 22, 화훼 5
- 신선농산물 수출경쟁력 제고사업 및 수출컨설팅 우선지원
- ※ 농림부 지정단지 : 17개소(사과8, 배3, 포도1, 딸기1, 화훼4)신선농산물 수출경쟁력제고사업 추진(30억원)지원대상 : 신선농산물 수출단지 및 수출경영체사업량 : 경주 등 15개시군 35개소지원기준 : 연간 수출실적이 채소·화훼류는 5만불, 과실류는 10만불 이상인 수출단지사업내용 : 수확 후 품질관리시설, 생산 현대화시설, 시설 개·보수, 과실류 착색봉지대 등
- ※ 우수단지 선택적으로 집중지원 등 사업내용 확대신선농산물 수출촉진자금(물류비)지원(12억원)지원대상 : 도내 수출 신선농산물 생산농가 및 국내 수출업체지원기준 : 수출(농가수취) 금액의 7%
- 생산농가 5%(구미원에수출공사 4%), 수출업체 2%지원품목 : 신선농산물 44품목(사과, 배, 화훼 등)

②수출유망품목 발굴 및 주력시장 집중공략

국제식품박람회 및 시장개척 판촉전 : 6회(120백만원)국제식품박람회 참가 : 5회

- 동경식품박람회(FOODEX JAPAN)
- 기 간 : 2005. 3. 14 ~ 17(4일간)
- 타이페이식품박람회(FOOD TAIPEI)
- 기 간 : 2006. 6. 21 ~ 24(4일간)
- 홍콩국제식품박람회(FOOD EXPO)
- 기 간 : 2006. 8. 17 ~ 21(5일간)
- 기타큐슈식품박람회(IFF)

- 기 간 : 2006. 10월중(5일간)

· 상해식품박람회(FOOD CHINA)

- 기 간 : 2006. 11.30 ~ 12. 1(3일간)미주지역(LA 또는 뉴욕) 농산물 시장개척 판촉전 : 9월중

※ 참가업체 항공료·통역비 50%, 운송·통관비 일부 지원수출유망품목 현지판촉 지원 : 6회(70백만원)목 적 : 수출유망 및 신규품목의 원활한 현지시장 진입 지원지원대상 : 도내 농산물 수출업체 및 생산자 단체

※ 운송통관비, 홍보비, 인력고용비 등 업체당 10~15백만원 지원경북 사과 수출주력시장 집중공략(50백만원)목 적 : 도내 주력수출품목인 사과의 98%를 수출하는 대만에서 경북사과의 소비자 홍보와 이미지 제고

※ 시장점유목표 : ('03) 4% → ('08) 10%사업내용

· 경북사과 대만 특판전 : 1회 50백만원(12월)

③수출농가 애로해소 및 행정지원 강화

신선농산물 수출촉진자금 지원확대(12억원)지원품목 : 신선농산물 44개 품목지원대상 : 도내 신선농산물 생산농가 및 수출업체지원기준 : 수출금액의 7%(농가 수취금액 기준)

※ 수출농가 5%, 수출업체 2%(구미원예수출공사는 4%)해외 바이어(전문가) 초청 수출상품화 교육(10백만원)시 기 : 2006. 10월중품 목 : 사 과교육대상 : 의성, 청송, 영덕 등 주산지 농가 300명 정도수출단지 이동 수출컨설팅 추진 : 20회 정도컨설팅 대상 : 우수 수출단지 참여 농가품 목 : 사과, 파프리카, 국화, 단호박 등주 관 : aT(농수산물유통공사) 대구경북지사수출농가 해외기술연수 실시 : 3회(61백만원)연수대상 : 우수 수출농가 및 관련 공무원품목별 계획

· 채소(4월, 일본), 사과생산(9월, 일본), 사과수출(11월, 대만)수출시책추진 우수기관상 시상(7백만원)일 시 : 수출탑 시상행사시 시상시상점수 : 6점(최우수 1, 우수 5)평가내용 : 시군별 수출실적, 예산지원, 특수시책 등 평가

7) 경상남도

(1) 2006년 중점 추진계획

①수출농단 시설보완 및 수출 참여 확대

수출농단 조성 실적('95~'01년) : 100개소, 1,650ha

수출농단 시설 보완 사업 추진

- 시설보완 계획 : 13개 군, 2,400백만원(도비 600, 시군비 600, 자담 1,200)
- 보완시설 대상 : 에너지 절감·양액·자동화·현대화 시설 등

※ 수출농단의 집단화, 규모화, 공동화, 전문화 추진의 인센티브지원 사업에 최우선 지원 및 개별사업보다 공동사업

유선, 시설현대화로 수출경쟁력을 갖출 수 있는 사업 선정

수출 참여 현황

'01년까지 조성한 100개소 농단 중 86개 농단이 수출 참여

· ('95) 17% → ('97) 55% → ('03) 96% → ('04) 94% → ('05) 86%

'05년 채소·화훼 수출 59,802천\$ 중 수출농단에서 41,980천\$(70%) 수출

→ 신선농산물 수출의 견인차 역할 수행

수출농단 수출 참여 확대

- 수출농단 계속 수출 미참여시 인센티브(보완사업 등) 지원 중단
- 수출 정보, 기술교육·지도, 전담공무원 지정 등 종합적 지원체제 구축
- 수출 미 참여 농단 수출유망품목으로 전환하여 수출촉진 지도
- 수출 컨설팅 등 방문 지도를 통한 수출 참여 유도

수출농단 계약재배 확대

- ('03) 1,432ha → ('04) 1,600ha → ('05) 1,812ha → ('06) 3,081ha

※ '06년도 과수(단감, 배) 계약재배 면적의 증가로 전체 면적 증가

- 수출농단 최대한 계약재배 참여 유도 : 업체 계약 알선
- 수출계약농가 고품질 생산 지도, 촉진자금, 영농·정책자금 우선 지원통합 수출농업 단지 인센티브 지원

수출 경쟁력을 높이기 위해 규모화된 전문수출농단으로 개편 필요

-수출농단 100개소 중 동일 작목·농단 간 통합(연합화, 규모화)

· 같은 품목간 1시군 1농단으로 통합(기본방침)

-통합농단에 대한 인센티브 지원 : 시설현대화사업 등 (도비 최고 1억원)

· 2006년 인센티브 지원 : 3개 농단, 도비 250백만원

※ 경남 수출농단을 경쟁력 있는 전문수출농단으로 규모화·전문화 하기 위하여 앞으로 역점시책(계속사업)으로 추진할 계획임

②농산물 수출 물류센터 운영 활성화

- 시설장비 보완 및 포장재비 지원
- 운영 활성화를 위한 선별물량 유치
- 농산물 수출물류센터 공동브랜드 활용
 - 공동브랜드 네임 ; iroka(이로카)

※ 선정배경 : 이로(色) 카(香) 로 여자의 아름다운 모습과 일본인이 발음하기 쉬운 것으로 홍보 용이

- 로고 및 디자인 : 일본 수출시장의 소비자를 타킷으로 개발
- 공동브랜드 사용 : '06 하반기(사용 준칙 및 품위기준 마련)

③신선농산물 수출촉진자금 지원

'06년 예산액 : 6,476백만원(도 2,000 시군 4,476)

※'05년 지원 : 6,508백만원(도 2,250 시군 4,258)

지원내용 : 신선농산물 수출 간접비용 지원

- 생산농가(단체) : 포장비, 선별비 등 상품성 향상 비용
- 수출업체 : 유통물류비, 포장비, 운송비 등 수출 간접비용

지원 대상 및 기준

- 수출업체 : 도내 생산 농산물을 수출한 국내무역업체에 수출금액의 2%
- 생 산 자 : 수출농산물 생산 농단 또는 작목반, 개인, 생산단체 (농협, 전문조합)에 수출금액의 3%

⇒ 마산~시모노세키 직항로 이용 지원자금 차등 지원 : 미이용 수출업체 지원 제외
[지원품목 : 69개 품목]

④시설원예 수출농가 연질강화필름 지원

시설원예 수출농가에 대하여 광질의 연질강화필름을 지원하여 노동력과 에너지 절감 효과로 고품질 농산물 생산에 기여

- 사 업 량 : 13개시군 33ha
- 사 업 비 : 1,200백만원(도비 300, 시군비 300, 자부담 600)
- 지원방법 : 필름 보조 지원(50%), 설치비는 농가 부담
- 지원대상 : 시설원예(채소,화훼) 농가 중 최근 2년('04~'05)간 수출실적이 있는 농가
- 교체시기 : 2006. 3월~10월 중순(지역 및 작물에 따라 차이)

※ 연질강화필름 특징 : 한번 설치로 내구연한 연장(1년 → 5년)은 물론 경영비 절감 효과

⑤수출농가(업체) 시설지원

수출농단화 될 수 없는 특수 작목 수출농가 및 업체에 대한 시설지원으로 수출 경쟁력 향상

-사업대상 : 수출농단에 편입될 수 없는 특수 작목 수출 독농가(업체)

· 채소종묘, 버섯류, 특수화훼(아이리스, 금어초), 토마피 등

※ '04년 신선농산물 수출액 기준 26%가 독농가(업체)에서 수출

-사 업 비 : 720백만원(도비 180, 시군비 180, 자부담 360)

-사업내용 : 시설보완 및 현대화사업 지원

⑥수출 채소류 안전성 강화

- 채소류 주요 수출국인 일본은 농약잔류 검출, 식품관련 질병 등의 잦은 발생으로 수입 농산물에 대한 안전성 규제를 강화하고 있음

- 수출품목이 다양하고 소량단위 수출이 많은 채소류는 품목 특성상 잔류농약 검출 우려가 높아 체계적인 안전성 관리체계 구축 필요

수출 파프리카 안전성 강화

- 농약 안전성 위반사례 재발 방지를 위해 수출농산물에 대한 제재 대폭 강화

· 위반농가 ID 삭제기간 : (국내위반) 1년, (일본위반) 2년

· 발생지역 시·군은 원인규명 및 재발방지 대책 추진을 의무화

-소규모 비닐온실 농가 및 신규 진입농가 모니터링 및 지도·교육 강화

-생산단계부터 수출까지 농약안전성 중점 관리 지도 : 전담지도사 배치

-안전성관리 지도책임제 철저 및 홍보활동 강화

-파프리카 생산자 자조회와 수출업체 주도의 안전성 관리체계 확립

-수출업체는 농약공동구매 및 공급체계 확립, 전담직원 지정 등 농가의 안전성 책임관리

⑦농수산물 수출촉진 대책회의 개최

지역별·기관별 수출 촉진대책 점검 및 수출 총력 추진 체계 구축

-참석대상 : 전 시군 및 유관기관(농협, 경남무역, 농관원, 농수산물유통공사 등)

-개최시기 : 3월(상반기), 8월(하반기)

-내 용 : 지역별·기관별 수출 목표 및 추진 상황 점검 및 대책 강구

⑧2,000톤 규모(기존 600톤), 3개농단 20ha 유치

- 타 수출업체 선별 대행 : 당사자간 세부 협약 추진
- 브랜드 이미지 구축을 위한 해외 홍보, 판촉 강화> 시식회, 특판전, 초청 설명회 등
신선농산물 수출촉진자금 지원

'05년 예산액 : 6,476백만원(도 2,000 시군 4,476)

※ '04년 지원 : 6,143백만원(도 1,885 시군 4,258)

지원내용 : 신선농산물 수출 간접비용 지원

- 생산농가(단체) : 포장비, 선별비 등 상품성 향상 비용
- 수출업체 : 유통물류비, 포장비, 운송비 등 수출 간접비용

지원 대상 및 기준

- 수출업체 : 도내 생산 농산물을 수출한 국내무역업체에 수출금액의 2%
- 생 산 자 : 수출농산물 생산 농단 또는 작목반, 개인, 생산단체 (농협, 전문조합)에 수출
금액의 3%

<지원품목 : 69개 품목>

=> 마산~시모노세키 직항로 이용 지원자금 차등 지원 : 미이용 수출업체 지원 제외

⑨농수산물 홍보 CD 활용

경남농산물의 우수성 홍보를 위해 자체 제작된 CD로 시장 개척단·박람회·Road Show
등 현지 행사에 활용

홍보 내용 : 농수산물의 생산에서 선별, 유통, 선적까지의 과정 홍보

- 한국어, 일본어, 영어, 중국어 등 4개어

농수산물 수출촉진 대책회의 개최

지역별·기관별 수출 촉진대책 점검 및 수출 총력 추진 체계 구축

참석대상 : 전 시군 및 유관기관(농협, 경남무역, 농관원, 농수산물유통공사 등)

개최시기 : 2월(상반기), 8월(하반기)

내 용 : 지역별·기관별 수출 목표 및 추진 상황 점검 및 대책 강구

⑩축산물 수출 추진 대책

- 고품질 돼지고기 생산을 위한 돼지고기 품질개선 지원
- 사업량 및 사업비 : 20천두, 50백만원(도비)
- 수출돼지고기 포장재 지원으로 수출상품 이미지 제고
- 사업량 및 사업비 : 80천매, 24백만원(도비 100%)
- 육가공업체 시설지원으로 위생적인 돼지고기 생산기반 구축
- 사업량 및 사업비 : 1개소, 1,160백만원(축산발전기금 용자·자담)
- 기존 수출업체 관리 및 신규 품목 발굴
- 분기 1회이상 업체 출장, 국내외 동향 및 애로사항 수렴
- 유망품목 신규 발굴로 품목 다양화 추진
- 업체 해외시장 개척 및 바이어 알선지원 (경남무역 협조)

⑪임산물 수출 촉진대책

- 밤 품종 개량, 저수고 재배 등 재배기술 보급
- 연간 30천톤 생산을 위해 재배지 30천ha 집약적 관리
- 노령목의 지속적 개량 추진 : 갱신조림 757ha, 간벌 1,287ha
- 정지전정을 통한 저수고 재배 유도 : 671ha
- 재배현장, 생산자 중심의 기술교육 실시
- 농한기를 이용한 순회 기술교육 실시 : 연 2회(2, 11월)
- 현장 애로 해소 및 기술보급을 위한 전담 지도·보급팀 운영
- 지역 선도 재배자를 명예 연구관으로 위촉하여 현장기술 전파
- 밤 재배자가 희망하고 수출에 유망한 신품종 개발 추진
- “대한” 등 신품종 보급체계 확립 및 극조생종 개발 추진
- 검증된 품종의 묘목 유통을 위한 시스템 구축
- 수출농가를 중심으로 노령목 갱신지 최우선 공급 및 단지화
- 품종, 생산자, 생산지 등을 표시하는 “묘목생산 이력제” 실시
- 재배 관련 종합기술교육을 위한 “밤나무 시범 모델링”조성
- 전문 작업단 구성 운영 : 팀별 5-10명(주산단지별)
- 친환경적 밤 생산 기반 조성
- 산성화된 밤나무 임지 다양한 친환경적인 토양 개량 실시 : 2,156ha
- 적정 시비량 규명 등 토양관리 기술을 체계화하여 보급
- 제초제 사용을 억제하고 토양 침식을 방지하기 위하여 키가 작은 초본류 위주로 초

생 재배 유도

- 밤나무 간벌재를 활용한 퇴비 발효기 지원
- 천적방사 등 종합적인 방제 실시로 혹벌 피해 최소화 도모
- 작업로 시설 확대, 방제·수확 장비 지원 등 기계화 추진
- 작업로(287km), 방제장비(14대), 밤 생산 장비(4대)
- 항공방제 보다 지상방제를 유도하는 등 친환경적 방제시스템 구축
- 환경피해가 적은 약종 선정
- 작업로 시설 및 방제차를 확대 보급하여 자력 지상방제 유도
- 유통구조·가공기술 개발 등 지원시스템 개선
- 생산자 중심의 생산·수집·저장·유통 지원체계 구축
- 출하조절을 위한 저온 저장고 확충 : 175개소 38억원
- 밤 소비 촉진을 위한 홍보 강화 및 행사 추진
- 물류비용 절감 및 상품성 제고를 위한 규격·포장출하 지원
- 소비 추세를 반영한 소포장 단위 출하규격 지원
- 수요자 요구를 반영하여 현장 중심의 기술교육 강화
- 지역별·생산자별 브랜드 개발·보급하고 지역 특화사업으로 육성

⑫수산물 수출촉진대책

- 수출주력품목 지원 및 중점관리
- 도 특화품목(굴, 봉장어, 피조개)수출이 연속적으로 감소하고 있어 특단의 대책강구 필요
- 일본의 원산지표시제 정착과 소비자의 자국산 선호심리와 피조개, 봉장어 등 생산 저조가 수출 감소를 심화시키고 있음
- 해외홍보 및 생산증대에 행정지원 강화하고 가공수출업체의 애로사항 적극 해결 노력
- 일본의 소비자·생산자·유통업자에 대한 적극 홍보(사업비 : 135백만원, 분권 67.5도비 67.5)
- 피조개 복원화사업 추진(05~07년 남해 미조, 10ha)(사업비 : 300백만원, 분권 120, 도비 120, 자담 60)
- 가공수출업체와 간담회 개최 : 2회
- 굴 일본 수출 시스템 개선 노력
- 부산소재 중간상(오파)을 통한 대행수출로 수수료 등 부담 가중, 주문량 배정제외 등 불안감 조성으로 가격 낮추기 경쟁유발

- 일본수출 등록업체 직수출 방안 강구 노력
 - 굴 가공수출협의회 통한 수출창구 일원화, 중간상(오파) 배제
 - 직수출 자구방안 강구 설득 및 간담회 등 개최
- 수출 수산물 안전성 확보 강화
- 가공수출업체 대표자(종사자) 위생안전관리 의식 고취
- 대상지역 : 통영, 사천
 - 패류 가공수출업체 대상으로 안전관리 순회 간담회 및 교육
 - 패류독 안전대책 강구
- 대 어업인 교육 및 홍보 강화
 - 동계 어업인 교육교재에 패류독 안전대책 내용 수록, 홍보강화
- 패류독 발생상황 휴대전화 SMS 연락망 구축 신속통보
 - 대 상 : 가공수출업체, 어장 주, 굴 수협, 시군담당공무원
 - 내 용 : 패류독 발생해역 및 발생상황 등
- 대일 수출패류 원산지증명 발급철저
 - 패류독 기준미달 해역에서 생산된 패류임 “원산지증명”
 - 수출패류 원산지증명 및 추천에 만전 기하도록 경각심 고취
- 생산에서 가공 수출까지 안전성 확보
- 굴 양식어장 주변 해역 관리 및 모니터링 실시
 - 굴 관리 및 채취시 종사자 분변 해양직접 방지 지도 강화
 - 하천 유입수 주변해역 정기적 수질검사 분석(수산과학원)
- 양식어장 및 수협 경매 굴 자조검사 강화
 - 해역별 시료채취 패류독, 이질 등 모니터링 조사(수산과학원)
 - 수협 경매 굴 모니터링 안전성 조사(굴 수협)
- 생산이력제 시범 추진 : 굴(주관 : 해양수산부)
 - 어장관리→ 지정해역 생산 → 등록업체 가공 → 수출(출하)
 - 최종제품 바코드, 생산 출하정보 공개
- 가공수출업체 위해물질 검출 물의야기 시 패널티 조치
 - 행정처분 또는 사법기관 고발조치 등 강력 대응
- 유통 전단계 수산물 안전성 모니터링 조사 확대(도 자체)
 - 조사항목 : 패류독, 항생물질, 중금속, 말라카이트그린
- 수출기반 조성사업 추진

바다보석 진주산업 육성(지역혁신 특성화 산업 선정)

- 사업기간 : 2004 ~ 2006(3년)
- 사업비 : 6,312백만원(국고56%, 지방비12%, 참여기관31%)
- 주관 : 경상대 해양과학대, 진주협회, (주)대덕진주, (주)콘드로 등 참여 컨소시엄
- 양식가공기술개발, 인력양성, 마케팅 전략 등 연구 개발
- 해삼, 갯지렁이 인공종묘 생산체제 구축, 자원조성
- 사업비 : 500백만원(도비 50%, 시군비 50%)
- 민간 배양장 해삼 및 갯지렁이 인공종묘 양산체제 구축, 생산종묘(치충)매입자원조성, 환경개선 및 수출원료 확보

굴 박신장 현대화사업 추진(현행 336개소 → 현대화 100개소)

- 사업량 : 20개소/4,000백만원(국비30%, 지방비30%, 자담40%)
- 박신장·처리장 위생시설개선, 사용용수 살균소독시설 등
- ※ 추진기간 : '03 ~ '07/100개소('05년까지 59개소)

싱싱회 소비문화 정착과 수출산업으로 육성

- 싱싱회 소비촉진 추진으로 기업의 수출여력 강화
- 싱싱회 초밥 일본 수출방안 강구

○수출지원 제도개선 및 국제변화 적극대응

가공 부산물 굴 껍질 농업용퇴비로 재활용 할 수 있도록 제도개선 적극노력

- 가공부산물 폐각류 농가에서 토지개량용 퇴비로 재활용 할 수 없음(폐기물관리법시행규칙 제6조의2의3)
- 폐기물처리시설 외의 장소에서 처리할 수 있는 폐기물처리 대상에 가공잔재 폐각류 농업인이 퇴비로 재활용하고자 하는 경우 포함되도록 규제완화 방안 강구(관련부처 건의 등)

굴 껍질제거업 신고업으로 개선

- 현행 비규제 자유업으로 위생설비 불비로 안전사고 빈발
- 안전성 확보가 경쟁력임 당위성 주장, 신고업으로 제도개선

수출업체 자금지원 안내

- 수산발전기금(수출, 냉동, 유통), 중소기업지원기금 등 안내

일본의 비관세장벽에 적극 대응

- 대일 수출 생식용 생굴 이질균 명령검사 과다 부당성 지적, 지속적 개선(명령검사 면제) 요구

- 한·일 FTA협상에서 비관세장벽으로 논리개발 대응, 현행 위생관리 수준에서 명령검
사 면제받도록 노력
- (굴 가공수출업체 및 행정기관 공동대처)
- 일본의 한국산 굴에 대한 과잉 조치 사례 등 지속 파악
- FTA협상 진전대비 도내 수산피해 최소화 위한 노력
- 협상진전 : 한·일, 한·아세안 등
- 협상국별 경쟁력 우위 및 열세품목 등 기초자료 파악 분석, 관세양허 기간연장 등 대
응방안 강구
- 가공수출업체 자율 구조조정
- 일본은 동남아 인력고용 인건비 절감 가격 경쟁력 향상 반면 국내 굴까는 인건비 경
쟁국에 비해 상대적으로 높아 수출 경쟁력 약화(다른 품목 가공업체에도 영향 미침)
- 중국이 우리 경쟁상대로 급부상, 굴 통조림 수출 국제 경쟁력 상실 위기직면(미국의
굴 통조림 수입 바이어 중국으로 선회 등)
- 굴까는 인건비 업체 자율 구조조정 지도 강화
- 굴까는 인건비 수협차원 상한선 고시 등 방안 강구
- 인부(일용) 빼내가지 않기 업체 자율 결의 유도
- 종업원 후생시설 개선
- 작업 환경 및 탈의, 온수공급 등 안전성 확보 후생시설 개선
- 위생안전 의식 고취 및 직장 분위기 조성
- 해외시장 개척 및 판촉 활동
- 해외시장 개척행사 수산물 수출업체 적극 참여 유도
- 일본, 중국, 동남아, 유럽 등 참여지도 강화
- 도 주관 농수산물수출 상담회 참여희망업체 파악 참여 유도
- 경남산 제품품질 및 브랜드 이미지 알리는데 집중 노력
- 신규 소액수입 희망 바이어 발굴 기회로 활용
- 국제 수산박람회 참가
- 사업비 : 20,000천원
- 내 용 : 경남도관 개설 홍보, 도 특산 수산물 지원

8) 제주도

(1) 2006년 중점 추진계획

①농수축산물 수출업체에 경영안정자금을 지원

- 농어촌진흥기금 30억원, 수출촉진기금 15억원
수출경쟁력 제고 및 물류비 절감을 위해 제주/부산간 해상운송 수출 물류비 지원
(13,772M/T · 14억원)
- 신선농산물 등(kg당): 항공 200원, 선박 125원
- 화 훼 류(kg당): 항공 240원, 선박 100원
- 냉 동 돈 육(톤당): 100천원
- 감 껍(kg당): 100원

②축산물 수출촉진 판촉 및 홍보

- 대상지역 : 국내 또는 수출시장 현지
- 지원대상 : 제주도 육가공협의회
- 사업비 : 10백만원(도비)
- 축산물 수출용 냉장제품 시설사업
- 지원대상 : 제주도 수출 육가공협의회
- 사업내용 : 시설개보수 및 장비구입
- 사업비 : 120백만원(도비30 시군비60 자부담30)
- 농수축산물 수출품 마케팅 지원(재정경제국 경제통상과)
- 국제박람회 참가지원 -> 동경국제식품박람회 등 10회 30개업체
- 해외시장개척단 파견 -> 미주, 일본, 중화권 등 3회 30개업체
- 다양한 수출지원 프로그램 마련
 - 바이어초청 수출상담, 수출시장조사, 수출보험료 지원 등
 - 동영상(DVD), 카탈로그 제작(영어, 일어 등)

③농산물 전문생산 단지 육성

- 재배기술 지도등을 통해 고품질·안전농산물 생산, 연중수출추진
- 감귤수출단지, 화훼재배단지 집중육성

제주도 농산물 원종장에서 조직배양을 통해 백합종구 등을 생산, 저렴한 가격으로 농가에 보급확대

- 수입대체로 인해 수출경쟁력 강화로 농가소득증대 도모
- WTO협정 후 농산물수출물류비 지원이 중단됨에 따라 제주/일본간 정기 직항로를 개설, 수출상품에 대한 가격 경쟁력 제고
- 중장기물류체계 개선 대책수립 추진(재정경제국 경제통상과)
- 수출전략품목 확대추진
- 화훼, 말, 닭, 전복, 파래 등

9) 농수산물 유통공사

(1) 2006년 농산물 수출확대 지원정책

① 고품질·안전 수출농산물 생산·공급기반 조성

☐ 전문생산단지의 평가 및 사후관리를 통해 수출농산물 공급기지로 육성

- 단지 평가시스템 운영을 통해 경쟁력 있는 수출전문단지 육성
- 평가대상 : 126개소(채소 31, 과실 51, 화훼 44)
- 4등급(최우수, 우수, 일반, 미흡)으로 단지를 평가
- 평가결과에 따라 수출물류비 추가 지급 등 인센티브 제공
- 최우수 12%, 우수 9%, 일반 5%
- 우수단지 해외연수 실시 : 3회
- 원예전문생산단지 협의회 운영 등을 통해 단지활성화 도모

☐ 농산물 수출컨설팅 확대 실시

- 수출현장 애로해소를 위한 컨설팅 강화 : ('05) 85회 → ('06) 129
- 현장밀착형 101회, 해외전문가 초청 8회
- 수출가공식품의 위생관리 향상을 위한 컨설팅 확대 실시
- : ('05) 4회 → ('06) 20회
- 분야별 전문가로 구성된 기술지원단의 네트워크 구축을 통한 정보교류 및 기술개발 추진
- ☐ 수출농산물의 안전성 확보를 위한 지원 활동 강화

- 우수농산물관리제도(GAP) 인증 : 100농가
- GAP 인증관리 및 이력추적제도 전산시스템 구축, 인증기관 역할 수행
- 국제품질인증(ISO) 획득지원 : 25개소
- 안전성 확보가 시급한 수출용 신선채소류 대상
- “위해요소중점관리(HACCP)” 인증 획득지원 지원을 통해 수출 가공식품의 안전성 관리 및 “채소류 수출업체 사전등록제” 운영으로 생산단계부터 안전성 관리 강화

② 해외시장개척 성과제고를 위한 공격적 수출 마케팅 전개

☐ 국제식품박람회 참가

- 성과 중심의 박람회 참가 및 전략지역 신규박람회 발굴 노력 강화
- 계획 : 21회 참가, 260백만불 계약(441업체 참가 유치)
- 지역별 마케팅과 연계한 통합마케팅으로 시너지 효과 제고
- 판촉전, 시식행사, 세미나, 스포츠·문화 마케팅 등과 연계
- 틈새시장 공략을 위해 개별박람회 참가 지원 확대 : ('05) 50회 → ('06) 70

☐ 해외 대형유통업체 연계 판촉행사 확대

- 수출시장 여건을 고려한 차별화된 판촉전 개최 : ('05) 27회 → ('06) 40
- 목표시장별 유망품목 중심으로 차별화, 지속화 전략 추진
- 수출수요기반 조성을 위해 신규 대형유통점 지속 발굴·입점 확대
- 일본은 대도시 위주에서 지방도시로 확산하여 전국적인 시장접근 추진
- 지역별 시장특성을 고려하여 종합(일본, 중화권 등 시장점유 확대 유망지역)과 부류별
- (부류별 주력시장)로 구분 시행

☐ 해외 수출홍보 강화를 통한 수출수요 확산

- 공동대표브랜드(Whimori) 홍보 강화 및 한국 농산물의 신선, 안전, 고품격 이미지 중점 홍보
- 지역별 시장특성을 고려한 품목 및 매체를 통해 홍보효과 제고
- 한류열풍을 활용한 우리 식문화 확산 홍보활동 전개
- 한국음식요리교실(82회), 한국식품특별홍보전(1회), 김치 학술세미나(1회), 르 꼬르동 블루 개발 김치퓨전요리 시연·시식회 등
- 한국 농식품수출홍보대사 운영, aT센터 내 수출홍보관 운영
- 과실·채소 해외홍보 행사(30회), AgraFood 발간·배포(36,000부)

③수출경쟁력 제고를 위한 지원활동 강화

□ 수출농산물 공동대표브랜드(Whimori) 운영

- 공동브랜드 지원수출 : 14백만불
- 선별·포장비, 육묘비 등 상품화 지원 : ('05) 948백만원 → ('06) 1,167
- 사업여건을 갖춘 품목 및 업체를 대상으로 예비사업 추진
- 브랜드 인지도 제고를 위한 홍보활동 강화
- 휘모리 홍보전(5회), 생산시설 견학홍보, 박람회홍보관 운영(3회) 등

□ 수출경영체 경쟁력 제고를 위한 자금지원 확대

- 수출자금 지원 : ('05) 3,281억원 → ('06) 3,493
- 우수농수산물 원료구매자금 1,241억원, 운영활성화 자금 2,252
- 수출업체 종합평가를 통한 우수업체 인센티브 확대, 미흡업체는 제재
- 수출물류비 지원 : ('05) 289억원 → ('06) 289
- 농가소득 증대 효과가 크고 수출가능성이 높은 유망품목 집중지원

□ 수출유망품목 발굴·육성을 위한 개발수출 지원

- 품목 : 25품목(신선농산물 10, 가공식품 15)
- 생산부터 해외시장 진입까지 수출단계별 체계적 지원시스템 운영
- 국내 육종품목 발굴 및 해외 수출품목조사(공사, 농진청) → 해외마켓테스트 추진(공사, 수출업체) → 수출상품화로 수출정착(수출업체, 생산농가)

④해외시장 무역정보 수집·전파

□ 주요 국가별 특화정보 발굴·제공으로 수출업체 시장개척활동 지원

- 수출기반 구축을 위한 해외시장 심층조사 : 8건
- 해외농업정보 조사위원(모니터) 운영 : 23개국 46명
- 맞춤형 주문정보 제공으로 개별업체의 다양한 정보수요 충족
- 농수산물 무역정보 사이트(KATI)를 통한 정보 적기 제공
- 무역정보 전파 확대 : ('05) 514,000회 접속 → ('06) 644,000
- 인터넷 거래알선 사이트(Agro-Trade) 운영활성화
- 수출거래알선 정보제공 : 3,500건
- 인터넷 B2B 전문기업 및 해외 유관기관 사이트와 전략적 제휴 강화

⑤국·내외 aT센터 운영활성화

□ 해외aT센터의 마케팅 활동 강화

- 중소 수출업체 지사화사업 지원 확대 : ('05) 35업체 → ('06) 39
- 현지지사 역할 대행 및 현지법인 설립 지원
- 해외aT센터별 수출 주력품목의 수출목표 부여 및 평가 : 각 4개 품목
- 박람회, 판촉전, 바이어 발굴 등 해외시장개척 현지 업무 지원 강화

□ aT센터를 우리 농산물 홍보·판촉 및 국제교류의 장으로 육성

- 전시회 유치 : 개최횟수 62회, 가동률 48%
- 농업전시회 유치 활성화를 위해 농업관련 전시장 임대료 할인 대폭 확대 : ('05) 15% → ('06) 50%
- '05년 국내전시장 면적의 급증으로 전시회 유치경쟁 심화 전망
 - 수도권 104%(16,327평) 증가 / 전국 73%(22,212평) 증가
- 전시·회의장 가동률 제고를 위한 임대 마케팅 적극 추진
- 신규 수익모델 지속 개발 등 안정적인 사업기반 구축
- 지자체의 판촉·홍보전 등 각종 이벤트 행사의 기획 및 개최 지원
- 자체개발 전시회 육성으로 수익기반 확보
- 국내외 전시기획사와 유대 강화 및 일반 소비자 대상 홍보 강화

■ 집 필 자 ■

연구책임 · 권용대 충남대학교 교수
공동연구 · 박광배 충남발전연구원 연구원

충발연 2006-03 · 충남 농산물 수출확대 방안 연구

글쓴이 · 권용대 · 박광배 / 발행자 · 김용웅 / 발행처 · 충남발전연구원

인쇄 · 2006년 12월 31일 / 발행 · 2006년 12월 31일

주소 · 대전광역시 중구 용두동 112-1 (301-745)

전화 · 042-820-1271(산업경제연구팀) / 팩스 · 042-820-1129

ISBN · 978-89-89552-92-5 93520

<http://www.cdi.re.kr>

©2006. 충남발전연구원

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.
무단전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.