

외국의 농산물 수출지원 실태

어 명 근 부 연구 위원

최 세 균 연 구 위 원

최 윤 국 책 임 연 구 원



연구 담당

어 명 근 부연구위원 연구총괄, 제3장, 제4장, 제6장 집필

최 세 균 연구위원 제2장, 제4장 집필

최 윤 국 책임연구원 제5장 집필

머 리 말

지난 11월 WTO 차기 농업협상이 개시됨으로써 농산물 무역 전쟁은 제2기에 들어섰다고 할 수 있다. 각종 비관세 장벽에 의해 보호되던 농산물 시장을 ‘예외없이 관세화’하여 비관세 장벽을 제거한 제1기 농산물 무역전쟁인 우루과이 라운드에 이어 차기 협상에서는 농산물 관세의 실질적이고 대폭적인 감축에 의한 시장접근 보장이 집중적으로 논의될 것으로 전망되기 때문이다. 이와 같이 국제 농산물 시장은 다자간 협상과 지역주의를 통해 점차 확대되고, 시장접근과 무역 왜곡에 관한 국제 무역규범이 더욱 강화되고 있다.

오늘날 세계 각국은 국내 농업 보호를 위한 소극적 자세에서 탈피하여 더욱 적극적이고 공세적인 자세로 입장을 전환하고 있다. 우리나라도 만성적인 농산물 무역적자에서 벗어나기 위해서는 수출 확대에 주력하는 정책이 필요하다.

이 연구보고서는 미국과 EU, 그리고 케언즈 그룹 등 주요 농산물 수출국들의 수출지원 실태에 관해 조사한 결과를 정리한 것이다. 문헌조사와 국내외 현지조사를 통해 외국의 수출지원에 대한 자료를 수집, 분석하였으며 나아가 우리 나라의 농산물 수출 증대를 위한 정책 대안도 제시하였다. 이 연구보고서가 정책 당국, 수출업체, 생산 농민, 그리고 농산물 무역 분야의 연구자들에게 유용한 자료로 활용되기를 기대한다.

1999. 12.

한국농촌경제연구원장 **강 정 일**

빈

면

차 례

제1장 서론

1. 연구의 필요성과 목적 1
2. 연구 방법과 범위 3

제2장 수출지원의 개념과 국제 규범

1. 수출의 의미와 효과 7
2. 수출지원의 개념과 애로요인 8
3. 수출지원의 정책 수단 10
4. WTO 보조금 규정 12
5. WTO 농업협정문의 보조금 17

제3장 미국의 농산물 수출지원제도

1. 개요 21
2. 1996년 농업법과 수출지원 22
3. 직접 수출보조 23
4. 해외시장 개척 및 정보수집 지원 29
5. 수출금융 및 수출신용보증 37

제4장 유럽연합의 농산물 수출지원제도

1. 유럽연합의 수출지원 개요 43
2. 프랑스의 농산물 수출지원제도 53

3. 이탈리아	56
4. 네덜란드	60

제5장 케언즈 그룹 국가들의 수출지원제도

1. 호주	72
2. 뉴질랜드	80
3. 캐나다	85
4. 칠레	89

제6장 외국의 수출지원제도의 문제점과 정책적 함의

1. 주요국 수출지원 정책의 특징과 문제점	93
2. 정책적 함의	95

Abstract	100
----------------	-----

부록: 주요국의 수출지원제도(요약)

1. 직접수출보조	103
2. 수출신용보증 및 보험	103
3. 수출시장 개척	104
4. 해외시장 정보 제공	107

표/그림 차례

제2장

표 2-1	WTO 금지보조금의 예	16
표 2-2	WTO 허용보조금의 예	16

제3장

표 3-1	‘1996년 농업법’의 연도별 수출진흥계획 지출액 한도	24
표 3-2	농산물 수출액과 수출지원 프로그램 지출액	40
표 3-3	미국의 주요 수출지원 프로그램	41

제4장

표 4-1	EU의 수출보조 내역	45
표 4-2	EU의 수출보조분야 이행계획	49
표 4-3	주요국의 농산물 수출지원 및 보조금, 1997	50
표 4-4	EU의 품목별 수출액 추이, 1992-97	51
표 4-5	EU의 품목별 수입액 추이, 1992-97	52
표 4-6	네덜란드의 경제 및 농업관련 지표	62
표 4-7	네덜란드의 농림산물 종류별 수출	65
표 4-8	대상국별 농산물 수출액과 점유율, 1995	66

그림 1-1	연구 추진 체계	6
그림 2-1	보조금 성격의 판단 기준	17

빈 면

제 1 장

서 론

1. 연구의 필요성과 목적

WTO 체제의 출범으로 농산물 무역에 관한 최초의 다자간 국제규범이라 할 수 있는 WTO 농업협정이 타결됨에 따라 각국은 국내 농업부문을 보호하기 위한 방안 마련과 함께 농산물 수출에 관해서 각별한 관심을 기울이고 있다. 다자간 시장개방의 기본논리인 시장확대의 혜택을 최대한 얻기 위해서는 수입을 제한하는 수세적 통상정책에서 탈피하여 수출을 증대시키기 위한 공세적 정책으로 방향을 선회할 필요가 있기 때문이다.

수요의 가격탄력성이 낮은 농산물의 특성상 국내 수요를 단기적으로 증대시키기 어렵기 때문에 농가소득을 증대하고 농업부문의 성장을 촉진하기 위해서는 농산물 수출 증대의 중요성이 더욱 커질 수밖에 없는 실정이다. 그러나 농산물 수출업체들은 공산품 수출과 달리 규모가 일반적으로 작고 품목별 생산과 유통에 전문성이 요구되어 정부와 협회, 단체로부터 직접 또는 간접적인 다양한 지원을 받고

있다.

미국의 1996년도 수출 지원액 4억 3000만 달러 가운데 수출진흥프로그램(EEP)과 낙농수출유인프로그램(DEIP) 등에 의한 직접 수출보조는 28%인 1억 2000만 달러에 불과했다. 그러나 해외시장개발계획(FMD)이나 시장접근프로그램(MAP), 또는 수출신용보증프로그램(GSM102/103) 등에 의한 간접 지원 규모는 72%인 3억 2000만 달러에 이르고 있다.

유럽연합은 1996년 직접수출보조를 위해 72억 달러가 지출되었으며 회원국별 예산은 대부분 간접적 수출지원을 위해 지출되었다. 캐나다와 호주, 뉴질랜드 등은 품목별 유통위원회(Marketing Board)를 통한 수출 국영무역에 의해 가격 풀(Price Pooling) 제도를 실시함으로써 사실상 생산자에 대한 수출보조를 지불하고 있다.

WTO 농업협정에는 직접적인 수출 보조 등 감축대상 보조가 명시되어 시장개척 지원이나 해외시장 정보 수집, 그리고 수출금융과 신용보증, 수출보험 등 간접적 수출 지원은 허용 보조로 해석되고 있다. 따라서 각국은 국제 규범에 위배되지 않는 범위내에서 수출 지원을 유지 또는 강화하기 위해 간접지원을 증가시키기 위한 농산물 무역정책을 수립, 시행하는 추세에 있다.

세계 최대의 농산물 수출국인 미국은 UR 타결 이전인 1990년대 초반에 이미 농산물 수출보조인 “수출진흥프로그램(EEP)”의 지출을 수출보조 감축 기준연도인 1986-90년 수준보다 낮추었으며 UR 타결 이후 개정된 ‘1996년 농업법’에서도 “수출진흥프로그램” 예산을 WTO에서 양허한 수준보다 축소하였다. 유럽연합(EU)도 UR 협상 이전인 1987년과 이후인 1993년, 두 차례 추진한 ‘공동농업정책(CAP)’ 개혁을 통해 ‘수출환급제’와 같은 직접 보조를 점진적으로 감축하는 한편 시장개척, 식품박람회 참가 등 회원국별로 시행하는 간접지원은 확대하였다. 또한 1999년의 ‘아젠다(Agenda) 2000’을 통해 확정된

2000년대 농산물 무역정책은 직접수출보조를 줄이고 회원국들의 재량을 증대시키는 방향으로 선회하고 있다.

농업의 성장 기조를 유지하고 농가 소득을 증대시키는 한편 차기 WTO 농업 협상에 대비할 필요가 있는 우리 나라 입장에서라도 외화 획득과 농업소득 증대를 위해서는 물론 국내 농산물 가격 안정을 위해서도 수출 증대가 필요한 실정이다. 더욱이 차기 WTO 협상에서 우리 나라의 협상력을 증진시키기 위해서는 주요 농산물 수출국들의 수출지원 제도는 물론 협회나 조합 등 민간 단체가 수행하고 있는 수출지원 실태를 조사하여 수출지원에 관한 구체적인 정보를 확보함으로써 향후 농산물 협상의 참고자료로 활용하는 것은 물론 국내 농정에도 활용할 필요가 있다.

이 연구의 목적은 주요 외국의 농산물 수출지원 제도에 관한 자료를 수집, 분석하는 한편 WTO 농업협정 및 보조금 규정 등과의 합치성 차원에서 검토함으로써 국제 규범에 위배되지 않는 수출지원 정책을 개발하기 위한 기초 자료를 제공하는 동시에 차기 WTO 농업 협상에서 상대국들의 농산물 수출 지원 실태와 전략을 파악하기 위한 참고 자료로 활용하기 위한 것이다.

2. 연구 방법과 범위

이 연구는 기본적으로 수출지원제도 관련 문헌과 통계 자료, 그리고 각국 해당 기관의 인터넷 홈페이지에 수록된 정보 등 2차 자료를 수집하여 집계, 정리하는 방식으로 수행하였다. 그리고 연구를 위촉한 농림부의 요청에 따라 화훼류 수출지원제도에 대한 조사를 위해 네덜란드 농업성과 농업경제연구소, 화훼류도매업자협회, 경매장, 수출업체 등을 방문, 면담 및 현지 조사를 실시하였다. 아울러 국내 제

도의 현황과 문제점을 파악하기 위해 화훼류와 신선 채소류, 가공식품 등 수출농산물의 생산농민과 수출업체, 물류회사 등에 대한 현지 조사와 관계자들과의 면담을 통해 필요한 자료를 수집하는 방식을 병행하였다.

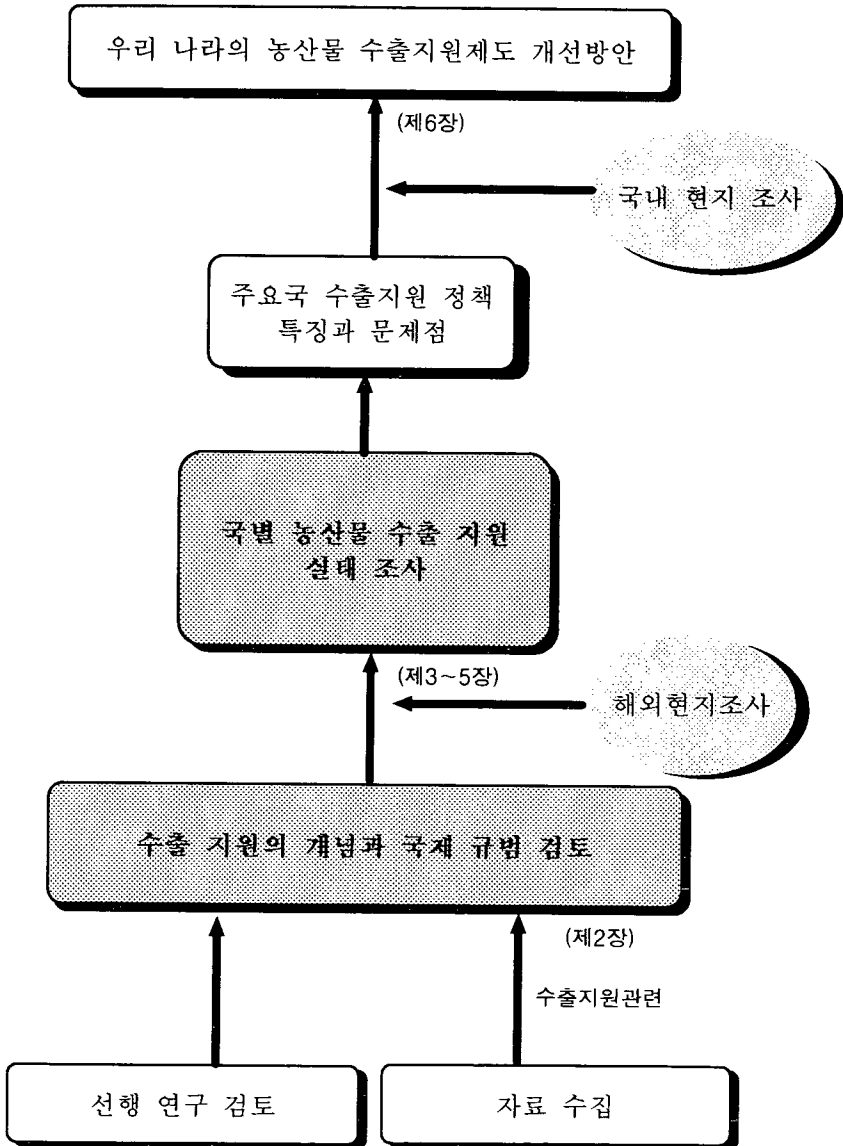
연구사업 설계 당시 이 연구의 범위에 대해 논란이 있었다. 1년이라는 시간적 제약과 연구인력, 그리고 재원 문제로 인해 여러 국가들을 대상으로 하기보다 중요성이 있는 특정 국가의 수출지원제도를 집중적으로 조사하는 방안과 적어도 우리 나라의 농산물 무역과 관련된 주요 국가들을 가능한 한 조사 대상에 포함시키는 방안 가운데 하나를 택하는 문제가 그것이었다.

또한 우리 나라의 농산물 수출지원제도의 현황과 문제점 및 개선 방안을 포함시킬 것인지 여부 등에 대해 사업설계서 심의 단계에서부터 여러 가지 의견이 제시되었다. 그 후 연구진의 자체 논의와 과제를 위촉한 농림부와의 협의를 통해 조사분석 대상국을 주요 관련국 다수로 결정하되 화훼류 수출문제는 네덜란드의 실태에 대한 가능한 한 집중적인 조사를 병행하고 마지막으로 우리 나라의 농산물 수출 지원정책에의 시사점을 결론 부분으로 포함시키는 절충안으로 결정하였다.

조사 대상 국가의 범위와 함께 분석 대상 제도 및 주체의 범위에 대해서도 사전적으로 규정할 필요가 있어 정부는 물론 협회나 단체가 주관하는 직접 및 간접지원제도 전부를 대상으로 하였다. 아울러 대상품목도 우리 나라와 관련된 주요 농산물뿐 아니라 농산물 수출국별 관심 품목 전부를 대상으로 하였다. 그 결과 불가피하게 조사 대상이 너무 광범위하게 되었으며 이를 보완하기 위해 시간적 범위는 최근으로 한정하여 자료 구득이 가능한 1997년 또는 1997-98 회계연도를 기본 기간으로 하고 부득이한 경우 1996년 자료를 이용하였다.

이 연구는 다음과 같은 체계에 의해 추진되었다. 먼저 수출지원의 개념을 정립하고 지원제도의 정책 수단과 종류를 분류, 정리하면서 수출보조에 관한 국제 규범을 재검토하였다 (제2장). 아울러 미국과 유럽연합 등 주요 국가들의 농산물 수출지원 제도에 관한 선행 연구 결과를 검토하고 각종 통계자료를 바탕으로 국가별 농산물 수출지원 정책과 제도를 조사, 분석하였다 (제3장, 제4장, 제5장). 특히 네덜란드에 대해서는 화훼류 수출 현황과 경쟁력의 원천, 수출시스템 등에 대한 자료를 구체적으로 제시하였다. 마지막으로 외국의 수출지원 제도의 특징과 문제점을 분석한 뒤 국내 수출농산물 생산농가와 수출업체 등에 대한 현지 조사 결과를 바탕으로 우리 나라의 농산물 수출제도의 개선방안을 제시하였다 (제6장).

그림 1-1. 연구 추진 체계



제 2 장

수출지원의 개념과 국제 규범

1. 수출의 의미와 효과

국제 무역이란 서로 다른 국가간의 상품과 서비스를 매매하는 행위를 의미하며 일반적으로 그 주체는 국가가 아니라 민간 기업이나 개인이 된다. 따라서 농산물 수출이란 한 국가의 수출업체가 국내에서 생산 또는 가공된 농산물을 외국의 수입업체에게 판매하는 일이다. 수출은 기업이 어떤 상품을 국내에서 판매할 때보다 해외시장에서 판매할 경우 더 높은 이윤을 얻을 수 있거나 또는 규모의 확대에 의해 원가를 절감함으로써 경쟁력이 향상되어 기업의 수익성을 높일 수 있을 때 이루어진다. 그러므로 수출을 담당하는 주체는 기업이건 개인이건 또는 국가기관이라 할지라도 어떤 품목의 국가 전체적인 수요와 공급 상황보다는 일정한 시점과 제한된 지역에서의 수급조건의 변화에 의한 시장가격의 변동에 따라 수출 의사를 결정하게 된다. 국가 전체로는 어떤 품목의 순수출국이며서도 같은 품목이 상당량 수입되고 있는 현실은 이와 같이 수출의 주체가 민간기업이며 기

업은 이윤추구를 목표로 수출입에 종사하기 때문에 가격과 품질 등 국내외 시장의 조건에 민감하게 반응한다는 원리를 나타내는 것이다.

수출이 국민경제에 미치는 효과는 첫째, 외환 가득의 증대를 통해 국가의 구매력을 향상시킴으로써 국부(國富)를 증대시킬 수 있다는 점이다. 둘째, 국내 시장에 공급 과잉이 발생했을 경우 수출을 통해 신규 수요를 창출함으로써 국내시장을 안정시킬 수 있다. 또한 경쟁이 치열한 국제시장에서의 생존을 위해 기술개발 투자를 확대하거나 외국 회사와의 제휴를 통해 고도의 기술이나 경영기법을 습득하게 되어 상품의 품질을 개선하고 경쟁력을 향상시키는 부수적 효과도 얻을 수 있다. 이러한 이유로 거의 모든 국가는 수출 증대를 위한 정책 마련에 노력하고 있다.

수출이 해외의 구매자를 상대로 판매하는 상거래이지만 수출 가능성을 결정하는 요인은 외국의 무역정책 등 해외시장의 여건뿐 아니라 국내 경제의 상황과 거시정책 등 내부적 여건도 중요한 역할을 하게 된다. 특정 품목의 가격은 국내 수급상황에 따라 변동하는 것은 물론 금리와 조세 등에 영향을 미치는 재정정책의 방향과 인건비와 노동시장 상황에 따라서도 생산비와 가격이 크게 변화할 수 있기 때문이다. 그 밖에 운송 및 저장 등 물류시스템과 항만 시설, 투자유치 정책 등 광범위한 요인들이 수출에 영향을 미칠 수 있다.

2. 수출지원의 개념과 애로요인

수출지원이란 정부 또는 공공기관이 수출 증대라는 정책목표를 달성하기 위해 특정 산업이나 기업 또는 개인에게 제공하는 각종 조치나 활동이라고 정의할 수 있으며 수출애로 요인을 해소하기 위한 여

러 가지 활동도 포함된다.¹ 일반적으로 정부의 수출지원은 지원 대상에 따라 전반적인 경제의 하부구조 조직 및 개선, 특정 산업에 대한 지원, 그리고 개별 기업 등의 세 가지 수준으로 구분될 수 있다 (Serlinghaus 1990, 16). 이와 같이 다양한 수준에서의 정부 지원을 통해 기업들은 수출이 중요한 소득원이라는 인식을 갖게 되어 수출 유인이 발생하거나 증가하고 수출잠재력이 확대될 수 있다.

그러나 수출유인의 증가가 반드시 수출 증대로 연결되는 것은 아니다. 수출품의 운송과 저장, 수출통관 절차, 그리고 해외시장에서의 마케팅은 물론 수출물품 생산을 위한 원자재 구득과 생산공정의 단계에서 무수한 장애, 즉 수출애로요인(*export barriers*)이 존재하고 있기 때문이다. 기업이 당면하는 수출애로요인은 동기 부족(*motivational barriers*), 정보 부족(*informational barriers*), 경영 및 자원 관련 요인(*operational and resource-based barriers*) 등 세 가지 측면에서 파악할 수 있다.

국제경쟁력이 부족하여 해외시장 진출이 불가능한 경우를 제외하더라도 현재 충분한 국제경쟁력을 갖추고도 수출에 참여하지 못하는 동기 부족 애로요인은 기업이 수출을 시간 낭비 또는 위험과 비용을 유발하는 것으로 간주하여 내수시장보다 수익성이 낮게 과소 평가하는데 따른 것이다. 정보 부족 애로요인에 의한 수출 부진은 현재 수출을 하고 있지만 가격과 품질 등 수출 시장의 경쟁자 관련 정보나 해외 구매자 또는 소비자의 기호와 취향 등 정보가 부족하여 수출을

¹ 정부의 수출지원에 대한 개념은 시각의 범위에 따라 “기업의 수출 마케팅 촉진에 유리한 환경을 조성하기 위한 정부의 활동”이라고 협의로 규정하는 견해 (최정섭 등 1992)와 “수출기업, 수출산업, 또는 국민경제 차원에서 수출활동을 실제로 촉진하거나 또는 잠재적으로 촉진할 가능성이 있는 공공정책 수단”으로 광범위하게 규정하는 견해 (Serlinghaus 등 1990)도 있다.

증대시킬 잠재력이 있음에도 불구하고 수출실적이 향상되지 않거나 증가율이 낮은 경우를 의미한다. 그리고 경영 및 자원 관련 애로요인은 수입국과의 공간적 거리와 문화적, 역사적 이질성, 법규와 관습의 차이 등으로 인해 시장 진출이 어려운 경우에 발생한다. 해외시장 진출을 위한 수출상품의 해외 홍보에는 상당한 금전적, 시간적 투자가 필요하지만 중소기업 수출업체로서는 기업 운영상 인력과 자원, 시간 등 필요한 자원이 부족하기 때문에 발생한다.

결국 효과적으로 수출을 증대하기 위해서는 정부의 수출지원이 이러한 수출 애로요인의 제거 또는 완화에 초점을 맞출 수밖에 없다. 그리고 수출 애로요인의 성격에 따라 지원 대상도 경제 전반의 하부구조와 산업 또는 기업 등으로 달라지기 때문에 그에 따른 적절한 수출지원 정책 수단을 선택할 수 있을 것이다.

3. 수출지원의 정책 수단

정부의 수출지원의 성격은 크게 직접지원과 간접지원의 두 가지 종류로 구분할 수 있다. 직접지원이란 수출 증대를 유발하기 위한 직접적인 지원으로 수출액이나 수출량에 비례하여 지급되는 보조금이나 수출결손금 또는 소득세와 같은 직접세 감면 등 기업의 수출에 직접적인 영향을 미치는 활동이 이에 해당한다. 직접적인 수출 지원은 특정 분야의 수출을 인위적으로 장려함으로써 시장에서 형성된 가격이 경제 전체의 수요와 공급 조건을 적절히 반영하지 못하고 왜곡시키게 된다. 따라서 시장 메카니즘에 의한 자원의 효율적 배분이 불가능하게 되어 국제무역에도 부정적인 영향을 초래하기 때문에 국제적으로 금지 또는 감축대상으로 규제하고 있다.

간접지원이란 산업이나 기업의 수출 증대를 직접적으로 유발하는

직접지원과 달리 시장의 왜곡을 최소화하면서 수출활동을 측면 지원함으로써 수출잠재력을 향상시켜 수출을 간접적으로 증대시키기 위한 지원 활동이다. 수출시장의 개척, 유지 및 확대를 위한 제반 조치가 여기에 해당된다. 간접지원 활동은 시장에 의한 자원 배분을 왜곡하는 효과가 없거나 적은 것으로 인식되어 국제적으로도 대부분의 간접지원 조치가 허용되고 있다.

수출지원의 정책 수단은 지원의 성격과 지원 대상에 따라 달라진다. 먼저 직접 지원 정책 수단은 앞서 예시한 수출보조금과 결손금지급, 그리고 직접세 감면 등이 포함된다. 이에 비해 간접지원의 정책 수단은 지원 주체와 단계, 지원 대상, 그리고 지원 목적 등에 따라 다양하며 해외시장이나 품목의 특성에 따라서도 다른 형태를 나타낼 수 있다.

먼저 가장 일반적인 간접지원 활동으로 해외시장 개척 활동을 들 수 있다. 수출품의 해외 홍보나 광고 등 수출마케팅 활동을 지원하거나 무역박람회나 식품전시회 참가 지원, 그리고 무역사절단 파견 등이 여기에 해당되며 대상 품목은 거의 모든 품목으로 광범위하다. 해외시장 정보 수집 지원과 수입업체에 대한 기술 지도 및 품질관리를 위한 인력 상주를 지원하는 것도 간접지원 수단에 속한다. 지원 대상은 특정 기업이 될 수도 있으며 대부분 산업 전체나 때로는 상품과 국가 이미지를 연결하는 홍보의 형태가 될 수도 있다. 이러한 수출지원은 주로 최종 소비시장에 대한 마케팅 단계에서 지원된다.

수출금융, 수출신용보증, 수출보험 등 금융과 신용상의 지원은 세계 각국이 가장 광범위하게 활용하는 간접지원의 전형적인 정책 수단으로 주로 은행이나 보험회사를 통해 이루어지는 조치이다. WTO나 OECD 등 국제 기구에서 새로운 규범이 제정되기 전까지는 공식적으로 허용되고 있는 지원 정책으로 수출업체에 대한 특혜 금리 등의 범위가 국제 관례 또는 OECD 가이드 라인을 초과하지 않는 한

규제대상이 되지 않는다. 지원 대상은 주로 개별 수출업체이며 수출 물품 생산 단계나 신용장(Letter of Credit) 개설 단계 및 수출선적 단계에서 지원된다.

그 밖에 수출국 내부에서 이루어지는 지원으로 수출용 수입 원자재에 대한 관세 환급 등 수출과 관련된 각종 조세지원제도, 생산성과 품질 향상을 위한 연구개발 투자와 기술 지도, 그리고 수출 물류 시스템 구축이나 개선, 수출 관련 사회간접자본 건설 및 투자 확대 등도 간접지원에 해당된다. 이와 같은 지원의 경우 그 성격상 국내 산업에 대한 구조조정 지원이나 국내보조와 구별하기 힘든 경우도 많이 발생하여 국제적인 통상 마찰의 요인이 될 수도 있다.

4. WTO 보조금 규정

4.1. 국제 규범과 보조금의 의미

WTO의 출범으로 인해 각국은 국내 경제정책을 수립하면서 국제 규범과의 조화와 투명성 확보라는 측면을 추가적인 제약으로 고려하지 않을 수 없게 되었다. 정책을 입안하는 단계에서부터 국제적으로 허용되는지 여부를 미리 검토하여 외국과의 통상 마찰을 사전에 예방할 필요가 있기 때문이다. 따라서 유사한 효과를 나타내는 정책이라도 시행 규칙을 허용대상 정책으로 제정하는 등 기술적이고 엄밀한 조치가 수반되어야 하는 것이다.

농산물에 대한 수출지원 또는 수출보조와 관련된 국제 규범에는 WTO의 “보조금 및 상계조치에 관한 협정”과 “농업협정”의 두 가지가 있다. WTO의 “보조금 및 상계조치에 관한 협정”(이하 “보조금 협정”)은 상품 교역만을 대상으로 하며 서비스 교역에 대한 보조는 적

용 대상이 아닌 것으로 규정되어 있다. 또한 농업과 농촌에 대한 지원 및 농산물 수출지원은 “보조금 협정”이 아닌 “농업협정”의 대상이라고 규정되어 있다. 그러나 농산물에 대한 지원이라도 “농업협정”의 보조금 지급 규정을 위반할 경우 상계조치 등 대응조치는 “보조금 협정”에 명시된 발동 기준과 절차 등의 규정이 준용되므로 농산물에 대한 지원 방안 마련을 위해 “보조금 규정”의 검토가 선행될 필요가 있다. 또한 농업생산과 간접적으로 연계는 되지만 지원 대상이 농민이 아닌 농업관련 산업일 경우에는 “보조금 협정”의 적용을 받도록 규정되어 있다.

“보조금 협정”은 제1조에서 보조금을 다음과 같이 정의하고 있다: ‘보조금이란 회원국의 영토내에서 정부의 재정적 부담(contribution)이 있는 경우 또는 GATT 제16조에 명시된 소득 또는 가격지지(income or price support)가 존재하며 이러한 조치로 인해 자국의 수출이 증가하거나 또는 외국 상품의 수입이 감소하는 혜택이 있는 경우’를 말한다. 따라서 ‘정부의 재정적 부담’이나 ‘소득 또는 가격지지’ 정책으로 인한 ‘수출 증가 또는 수입 감소의 혜택’이 있을 경우에만 보조금에 해당되며 ‘재정적 부담’이나 ‘소득 또는 가격지지 정책’의 존재만으로는 보조금 여부를 결정할 수 없는 것이다.

한편 ‘정부’의 범주에는 지방정부와 정부투자기관 등 공공기관이 포함되며 정부의 지분이 49% 이하인 공기업은 민간기관의 지원 행위에 대한 규정에 따라 ‘정부가 권한을 위임하고 감독하는 기관’에 해당될 경우에는 정부의 재정적 부담이 있는 것으로 해석된다. 또한 ‘재정적 부담’이란 무상지원, 대출, 지분참여, 대출보증, 세액공제, 정부의 특정 재화와 용역 구매 등을 총칭하며 ‘혜택’이라 함은 수혜자가 시장에서 대체적인(alternative) 다른 방법을 사용할 때 지불하여야 하는 초과비용을 의미한다고 할 수 있다.

4.2. 보조금의 효과와 성격

보조금은 국내 생산물의 경쟁력을 향상시켜 국내 시장에서는 수입품과의 경쟁에서 유리하게 작용하여 외국으로부터의 수입을 감소시키고 해외 시장에서는 수출경쟁력을 향상시켜 수출을 증가시키는 효과를 갖는다. 이러한 보조금 제도는 정부가 자국의 산업을 보호, 육성하기 위한 중요한 산업정책 수단인 동시에 경제·사회 등 광범위한 분야에 영향을 미치게 되므로 이를 행사하는 것은 한 국가의 고유한 주권행위에 속한다고 할 수 있다. 그러나 보조금 지급은 특정 산업의 경쟁력 구조를 인위적으로 변화시키고 나아가서는 국제 무역에도 왜곡을 초래할 수 있기 때문에 국제적으로 불공정 무역행위로 간주되는 규제 대상이며 보조금 제도의 도입은 회원국들과의 협의 대상으로 규정되고 있다.

보조금은 어떤 상품의 생산을 조건으로 지급되어 그 효과가 국내 생산에만 영향을 미칠 경우 생산보조금(Production Subsidy)이라고 하며 수출을 조건으로 지급될 경우 수출보조금(Export Subsidy)이라고 분류한다. UR 농산물 협상에서도 국내보조와 수출보조는 서로 다른 기준하에 독립적으로 감축기간과 감축 폭 등을 협의, 결정한 바 있다. 또한 보조금은 성격에 따라 금지보조와 상계조치 가능보조, 그리고 허용보조로 구분할 수 있다. 금지보조와 상계조치 가능보조는 규제대상 보조라고 통칭되기도 한다.

금지보조금이란 ‘법률상 또는 사실상 수출실적에 따라 지급되는 보조금과 수입품 대신 국내 상품의 사용을 조건으로 지급되는 보조금’이라고 규정되어 있다 <표 2-1>. 상계조치가능보조금이란 ‘특정성(Specificity)’이 있는 보조금으로 다른 회원국의 산업에 피해를 초래하거나 회원국이 직·간접적 혜택, 특히 양허 혜택의 무효화 또는 침해를 가져오는 보조금 및 회원국의 이익에 대한 심각한 손상을 가

져오는 보조금이라고 정의하고 있다. 또한 허용보조금은 특정성이 없는 보조금이나 또는 특정성은 있어도 “보조금 협정” 제8조 2항에 규정된 연구활동 지원과 낙후지역 지원 등은 허용되는 것으로 간주된다 <표 2-2>. 여기서 ‘특정성’이란 보조금에 대한 접근이 특정 기업으로 명백하게 제한된 경우나 외견상(법률상) 특정성이 없지만 사실상 특정적이라고 믿을 만한 이유가 있는 경우를 의미한다. 즉 제한된 수의 특정 기업에 대한 보조금 지급이나 특정 기업이 보조금을 압도적으로 사용할 경우, 또는 공여기관의 재량권 행사방식을 고려하여 특정성을 판단한다. 또한 지정된 지역에 위치한 특정기업에 대한 보조금과 “보조금 협정” 제3조에 해당하는 ‘금지보조금’도 특정성에 해당한다. 금지보조와 허용보조 등 보조금의 성격을 판단하는 기준과 절차는 <그림 2-1>에 나타나 있다.

보조금과 특정성에 대한 이상의 정의에 부합되는 보조금은 규제대상 보조금으로 분류된다. 그러나 농업보조금은 예외적으로 농업협정문의 국내보조와 수출보조에 관련된 규정에 따르도록 되어 있다. 농업보조금을 예외로 인정한 “보조금 협정”의 조항들은 먼저 제2부(금지보조금) 제3조 1항으로 ‘농업협정에 규정된 경우를 제외하고 … 다음의 보조금은 금지된다.’고 하여 농산물을 별도로 처리하고 있다. 또한 제3부(조치가능 보조금) 제5조(부정적 효과)는 ‘보조금 사용이 다른 회원국의 이익에 부정적 효과를 초래하여서는 아니 된다’고 규정하고 있지만 ‘농업협정 제13조(적절한 규제)에 규정된 바에 따라 농산물에 유지되는 보조금에는 적용되지 아니한다’고 예외를 인정하고 있다. 그 밖에 “보조금 협정” 제6조(심각한 손상)는 ‘농업협정 제13조에 규정된 농산물에 대하여 적용되는 보조금에는 적용되지 아니한다’고 규정하고 있으며 제7조(구제)에서도 ‘농업협정 제13조에 규정된 경우를 제외하고 … 다른 회원국에 협의를 요청할 수 있다’고 규정함으로써 농업보조금을 예외로 처리하고 있다. 따라서 농산물과

표 2-1. WTO 금지보조금의 예

- ① 수출성가에 따라 특정 기업 또는 산업에 제공하는 직접보조금
- ② 수출장려금을 포함, 외화보유제도 또는 이와 유사한 관행
- ③ 수출품 선적과 관련, 국내선적에 비해 보다 유리한 조건으로 제공되는 국 내수송 및 운임
- ④ 수출품 생산에 사용되는 수입품, 국내제품 또는 서비스를 내수용품 생산 에 비해 보다 유리한 조건으로 제공
- ⑤ 수출과 관련하여 산업 또는 기업이 지불해야 할 직접세, 사회보장부담금 의 완전 또는 부분적인 면제, 환급, 유예
- ⑥ 수출관련 직접세 과세표준산정에 있어서 내수용품 이상의 특별공제 허용
- ⑦ 수출품의 생산, 배포시 내수용품 이상의 간접세 면제, 환급
- ⑧ 수출품 생산에 사용되는 재화, 서비스에 대한 내수용품 이상의 전단계 누 적간접세 면제, 환급, 유예
- ⑨ 수출품생산용 수입품에 부과된 것을 초과하는 수입과징금의 환급
- ⑩ 장기적인 운영비용 또는 손실보전에 미흡한 보증, 보험료로 수출신용보증, 보험, 수출물품 생산비용 증가대비 보험, 보증, 환리스크 보증 등의 제공
- ⑪ 국제자본시장에서의 조달비용보다 낮은 금리의 수출신용공여, 수출자 또 는 금융기관 부담 비용의 전부 또는 일부를 대신 부담하는 수출신용조건 의 제공
- ⑫ 기타 상품수출 증가목적의 제반 형태의 소득 또는 가격지원

자료: WTO, 「보조금 및 상계조치에 관한 협정」 부속서 1.

표 2-2. WTO 허용보조금의 예

- ① 시장조사 : 수출시장에 대한 정보제공
- ② 국제무역전시회 : 국제 무역전시회의 개최 및 참가에 대한 자금지원
- ③ 수출진흥사무소 : 자국 수출품에 대한 정보제공을 위한 해외사무소
- ④ 정부지원 연구 : 수출가능성이 있는 제품개발을 위한 연구지원
- ⑤ 수출신용 : 수출입은행과 같이 수출금융 및 보험을 담당하는 기구에 의한 금융지원 (OECD 공적수출 가이드라인에서 허용하는 범위)
- ⑥ 수출보험 : 국제무역에 있어서의 위험으로부터 보호하는 보험제공
- ⑦ 간접세의 환급 : 수입관세, 판매세, 부가가치세 등 간접세의 환불(단, 부과 금액을 초과하는 수입과징금의 환급은 불허)
- ⑧ 수출자유지역 : 재수출을 조건으로 관세를 내지 않고 수입한 물품의 가공 을 위한 지역운영
- ⑨ 무역진흥기관운영 : 자국의 수출입진흥을 위한 공공기관의 운영과 지방정 부의 시장개척활동에 필요한 자금지원
- ⑩ 프로젝트파이낸싱 및 무조건부 원조(untied-aid)를 통한 수출지원

자료: 미국 상무부. 1995. *Government Export Promotion*; 전경련 (1997, 43)에서 재인용.

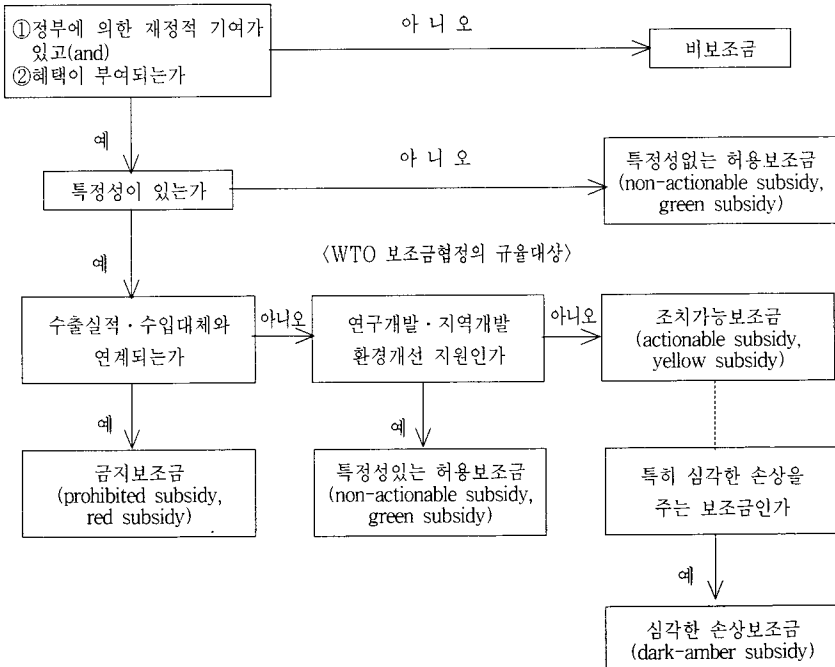
관련된 보조금은 “농업협정”에 의거하여 허용대상보조와 규제대상보조로 구분하여 시행할 수 있다.

5. WTO 농업협정문의 보조금

5.1. 개요

WTO “농업협정”이 포괄하고 있는 대상 품목의 범위는 수산물을 제외한 HS분류 1류에서 24류에 속하는 산동물, 육류, 낙농품, 화훼류, 과실류, 채소류, 곡물류, 인삼 등 특용작물, 유지작물, 당류, 건과류,

그림 2-1. 보조금 성격의 판단 기준



가공식품, 음료, 주류, 담배와 원피, 누에고치, 아마, 대마, 전분 등이다. 앞에서 언급한 바와 같이 “농업협정”에서 보조금은 국내보조와 수출보조로 분류되며 각각의 보조는 다시 허용대상과 감축대상 또는 규제대상으로 구분된다.

5.2. 농업보조금의 분류와 국내 보조

“농업협정”에서 국내보조는 허용대상보조를 예시하고 다른 모든 보조를 감축대상으로 간주하는 형태(Positive System)인 반면 수출보조는 감축대상 보조를 예시하고 그 밖의 다른 보조는 허용하는 형태(Negative System)를 도입하고 있다. “농업협정”의 부속서 2는 허용대상 국내보조를 ‘생산 및 무역 왜곡효과가 없거나 최소 수준인 정책으로 소비자로부터 전가된 것이 아닌 정부의 재정 부담에 의한 지원이며 가격지지 효과가 없는 보조’라고 규정하고 허용되는 구체적인 보조금 형태를 다음과 같이 예시하고 있다:

- 정부서비스: 일반 서비스 (연구, 방제·방역, 교육·훈련, 지도·홍보, 검사, 유통촉진, 하부구조개선), 국내식량구호, 식량안보 목적의 공공비축
- 허용대상 직접지불: 생산 중립적 소득지지, 소득보험 및 안정화, 재해복구, 은퇴/탈농 지원, 휴경 보상, 구조조정을 위한 투자보조, 환경보전, 낙후지역 개발

또한 협정문 제6조 2항에는 개발도상국에만 허용되는 보조금으로 농업에 대한 일반적 투자보조 및 저소득 농민 또는 자원 빈약 농민에 대한 투입재 보조와 마약재배를 다른 작물로 전환시키는 데에 필요한 보조를 명시하고 있다. 아울러 제6조 4항은 생산에 미치는 영향이 미미한 낮은 수준의 보조인 최소허용보조(deminimis)의 요건을

품목 특정적(product-specific) 국내보조의 경우 특정 품목의 연간 총생산액의 5% (개도국은 10%) 이내, 그리고 품목불특정(non-product specific) 국내보조의 경우 농업 총생산액의 5% (개도국은 10%) 이내 까지 허용하고 있다. 제6조 5항에서는 예외적으로 허용하고 있는 생산제한 정책하의 직접지불(Blue Box)로서 일정 면적과 단수 기준 직접지불과 기준 생산의 85% 이하에 대한 직접지불 또는 고정된 사유두수에 대한 직접지불로 한정하고 있다.

감축대상 국내보조는 농업협정 제6조와 부속서 2에 규정된 허용대상 국내보조 이외의 모든 국내보조이다. 특히 시장가격지지, 투입재 보조, 금융지원 등은 대표적인 감축대상 국내보조에 속한다.

5.3. 허용대상과 감축대상 수출보조

수출보조는 ‘보조금 협정’에서 가장 강하게 규제되는 보조금으로서 ‘농업협정’에서도 다른 분야보다 규제가 심하고 감축 폭도 큰 분야이다. 직접적인 수출보조는 시장 기능의 왜곡을 초래하여 국가간 무역 흐름에 직접적인 영향을 주기 때문이다. 그러나 해외시장 개척을 위한 지원 등 간접적 수출지원과 개발도상국의 경우 유통비용 지원은 허용되고 있다.

‘농업협정’ 제9조 1항은 감축대상 수출보조를 ‘수출 이행을 조건으로 한 직접보조, 공공재고 수출을 목적으로 한 가격차 보상, 정부 활동에 의해 조성된 재원을 통한 농산물 수출보조, 유통비용 보조(출하, 등급, 가공비용, 국제운송비 등), 국내 운송비 보조, 수출품의 원료농산물에 대한 보조’로 규정하고 있다. 여기서 수출이행을 조건으로 하는 보조에는 기업이나 산업뿐만 아니라 유통위원회(marketing board) 등 생산자 단체나 조합에 대한 현물보상도 포함된다. 아울러 비상업용 공공재고를 수출할 목적으로 정상 가격보다 낮은 가격에 국내시장에 판매나 처분하는 것도 감축대상으로 규정하고 있다.

‘농업협정’상 허용대상 수출보조는 기본적으로 감축대상이 아닌 모든 수출보조라 할 수 있다. 그리고 제9조 4항은 개발도상국에 대하여 감축약속을 우회하는 방법으로 지불되지 않는 한 출하, 등급, 기타 유통비용과 국제운송비 보조, 그리고 국내 운송비 보조 등을 허용(감축약속 면제)하고 있다. 또한 제10조 2항에는 수출신용, 수출신용보증 또는 수출 보험에 대해서는 이를 규율하기 위한 국제적 규범 도출을 위해 노력하며 향후 합의될 국제 규범에 따라 제공키로 한다고 규정함으로써 사실상 선진국과 개발도상국 모두에게 이를 허용하고 있다. 그러나 국제 관례상 OECD 가이드 라인에 따른 상업은행 금리 수준의 수출금융 지원이 허용 수준으로 간주되어 그 이하의 특혜금융은 교역 상대국으로부터 이의가 제기될 가능성이 있다.

따라서 해외시장 개척활동 지원, 시장정보 제공 및 수출 알선 등 일반적인 수출촉진 활동과 자문서비스는 감축대상 수출보조에 포함되지 않아 허용보조로 간주할 수 있으며 현재 거의 모든 국가가 이를 도입, 활용하고 있다. 이와 같이 ‘농업협정’상의 수출보조 분야는 감축대상 보조를 예시하고 그 밖에 다른 형태의 보조는 허용함으로써 허용대상 보조의 형태를 예시하고 그 밖의 다른 모든 보조를 감축대상으로 하는 국내보조 분야에 비해 허용보조의 범위가 넓어 농산물 수출국에 일방적으로 유리하게 규정되어 있는 실정이다. 따라서 차기 협상에 자동협상의제(Built-in Agenda)로 지정된 농산물 협상에서 수출보조 분야와 국내보조 분야의 형평성 문제를 제기함으로써 우리 나라의 협상력을 제고하는 방안을 모색할 필요가 있다.

제 3 장

미국의 농산물 수출지원제도

1. 개요

세계 최대의 농산물 수출국인 미국은 1996년 농산물 수출액 603억 달러, 수입액 379억 달러로 224억 달러의 농산물 무역흑자를 기록하였다. 국가 전체의 무역적자가 매년 1500억 달러 이상 누적되고 있는 미국 경제에서 농산물 수출의 중요성은 점차 증가하고 있는 것이다. 미국은 만성적인 국내 농산물 공급 과잉을 해소하기 위해 연평균 농업생산량의 3분의 1 이상을 수출하고 있다. 농산물에 대한 해외수요 창출을 통해 국내 시장 안정과 농가 소득을 유지할 수 있기 때문이다. 따라서 미국 정부는 농산물 수출지원 정책의 시행을 위해 상당한 예산과 인력을 투입하고 있다. 그리고 항목별 지출예산 한도 등 수출지원정책의 세부적인 내용은 5~6년마다 개정되는 농업법(Farm Bill)에 규정되어 있다. 또한 미국의 농산물 수출업체들은 농산물을 제외한다는 별도의 조항이 없는 한 비농업 부문에서 제공되는 수출지원도 받을 수 있다.

미국은 품목별, 정책 목적별로 매우 다양한 농산물 수출 지원 프로그램을 설정하고 집행 기관간의 조직적인 연계를 통해 정교한 수출촉진 활동을 펼치고 있다. 미국의 수출지원 프로그램은 크게 수출보조, 수출신용보증 및 수출신용보험, 해외시장 개척 지원과 해외시장 정보 및 기술지원의 네 가지로 구분할 수 있다. 그 밖에 해외 식량원조도 수출지원 활동으로 포함시키는 경우도 있다.

2. 1996년 농업법과 수출지원

1996년 개정된 미국의 농업법(1996 FAIR Act)은 1996년부터 2002년까지의 수출보조와 지원 규모 및 방식을 해당 프로그램별로 규정하고 있다. 농업법 개정의 기본 방향은 무역과 식량원조계획이 고가(高價) 및 고부가가치 생산물 수출을 증대시키는 방향으로 시장개척을 촉진하는 것이었다. 이러한 방침에 따라 수출진흥계획(Export Enhancement Program)의 1996-2002년에 연도별 예산 상한이 UR 협정문에 양허한 수출보조보다 16억 달러 이상 낮은 수준으로 책정되었다. 또한 시장촉진계획(Market Promotion Program)은 시장접근계획(Market Access Program)으로 명칭을 변경하고 비영리 무역기관 지역의 무역단체, 그리고 민간기업들을 포함하는 기구에 참여하도록 규정하였으며 1996-2002년의 예산 상한을 매년 9000만 달러로 규정하였다. 신흥시장계획(Emerging Markets Program)에 의해 미국산 농산물 수출이 증가할 가능성이 있는 시장 혹은 국가들을 지정하고 상품신용공사(Commodity Credit Corporation)로 하여금 1996-2002년 기간에 10억 달러 이상의 직접수출금융 또는 신용보증을 할 수 있도록 하였다. 또한 매년 1000만 달러까지의 기술 지원을 할 수 있도록 규정하였다. 수출신용보증프로그램(Export Credit Guarantee Programs)은 단기신용보

증계획(General Sales Manager: GSM-102)과 중장기신용보증계획(GSM-103)에 매년 55억 달러를 배정하되 두 계획을 신축적으로 운용할 수 있도록 허용하였다. 또한 미국산 원료농산물이 중량 기준 90% 이상 포함된 고부가가치 농산물 수출에 대한 신용보증을 허용하고 최소 보증한도를 연도별로 규정하였다.

미국의 농산물 수출지원 활동을 주관하는 농무부 산하 해외농업청(Foreign Agriculture Service)의 1997 회계연도 수출지원 예산은 1억 3500만 달러가 약간 넘는데 비해 여러 품목별 및 지역별 민간 부문의 예산은 1억 7600만 달러에 달하였다. 업계의 활동은 대부분 생산자와 가공업자들이 다수결로 결정한 자조금에 의해 조성된 기금의 지원을 받는다.

3. 직접 수출보조

WTO 출범 이후 1996년 개정된 미국의 농업법은 종전의 해바라기 종실유 보조계획(Sunflower-seed Oil Assistance Program)과 면실유 보조계획(Cotton-seed Oil Assistance Program)을 삭제함으로써 직접적인 수출보조는 수출진흥계획(EEP)과 낙농수출유인계획(DEIP)에 따른 보조만 지급된다.

3.1. 수출진흥계획

‘수출진흥계획(EEP)’은 1985년 5월 15일 농무부에 의해 공표되고 ‘1985년 농업법’에 제차 규정된 미국 연방정부의 농산물 수출확대 정책의 하나로서 미국 농민이 생산한 농산물이 경쟁국, 특히 유럽연합(EU)의 불공정 무역관행으로 인한 수출시장 잠식에 대응하기 위한 제도이다. 미국의 입장에서 ‘불공정 무역관행(Unfair Trade Practice)’이

란 “미국과의 무역협정에 따른 미국의 이익에 위배 또는 불일치하거나 이를 부정하는 일체의 외국법과 정책, 또는 관행 등을 의미하며 또한 비합법적, 비합리적, 차별적으로 미국의 상업을 제약하거나 부담을 주는 법과 제도 및 관행”을 의미한다 (어명근 1994, 25). 미국 농무부는 상품신용공사(CCC)를 통해 수출업자에게 현금을 보너스 형태로 지불함으로써 미국산 농산물이 목표시장에서 수출업자의 구입원가 이하로 수출될 수 있도록 지원함으로써 농산물 수출을 증대시키기 위한 것이다. 수출진흥계획은 ‘1985년 농업법’ 이외에도 개정된 1978년 농산물무역법(amended Agricultural Trade Act of 1978)과 UR 농업협정, 그리고 ‘1996년 농업법(FAIR Act of 1996)’에 따라 시행되고 있다.

UR 농업협정에 따른 미국의 수출보조 감축 양허는 연도별 품목별로 수출보조 대상물량과 금액의 상한을 규정하고 있으며 수출물량 양허는 1995년 7월 1일, 예산액 양허는 1995년 10월 1일부터 발효하였다. ‘1990년 농업법’은 수출진흥계획의 집행기구인 상품유통공사(CCC)에 1991-95 회계연도에 매년 5억 달러를 배정하였으며 ‘1996년 농업법’도 1996년부터 2002년까지 7년간 연도별 지출액 한도를 규정하고 있다 <표 3-1>. ‘1996년 농업법’에 규정된 2000년까지의 수출보조 한도는 UR 농업협정에서 양허한 수출보조금 상한액보다 16억 달러 낮은 수준이다. 따라서 ‘1996년 농업법’은 농무부 장관으로 하여금 수출실적이 UR 협정의 수출보조 감축기준 기간인 1986-90년의 평

표 3-1. ‘1996년 농업법’의 연도별 수출진흥계획 지출액 한도

단위: 100만 달러

연도별	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
지출액	350	250	500	550	579	478	478

자료: USDA/ERS. 1996. *Agricultural Outlook: Special Supplement*.

균 수출실적에 미치지 못할 경우 매년 1억 달러까지 수출보조를 늘릴 수 있는 재량을 부여하고 있다.

수출진흥계획의 대상 품목은 소맥, 밀가루, 쌀, 냉동가금육, 보리, 맥아, 신선달걀, 식용유 등이다. 수출진흥계획을 담당하는 부서는 농무부 해외농업청(FAS)의 상품신용공사(CCC) 운영과(Operation Division)이며 이 프로그램에 참여하고자 하는 농산물 수출업자는 다음 사항을 담당부서에 제출해야 한다.

- 미국에서의 법적 절차를 취할 수 있는 사무실이나 대리인의 이름, 거리, 주소;
- 기업구조 설명: 설립일자, 장소 등;
- 과거 3년간 미국 정부의 각종 프로그램이나 계약 또는 협정에 참여하였음을 입증하는 진술서 (해당 사항 있을 경우);
- 연방정부가 시행하는 프로그램에 참여하는 것이 금지되거나 유예되거나 또는 금지하도록 제안되지 않았음을 입증하는 서류;
- 그 밖에 수출실적 증명.

농무부는 수출진흥계획의 무역정책목표에 부합되는 보조금 수혜 대상국가와 품목을 선정할 때 다음 네 가지 기준을 고려한다. 첫째, 무역정책효과(Trade Policy Effect)란 수출진흥계획은 다른 나라의 보조금에 의한 수출을 목표시장에서 축출하고 미국산 농산물이 시장을 점유함으로써 경쟁국의 보조와 불공정 무역관행에 대항한다는 무역정책적 전략을 제고시킬 수 있는 잠재력을 지녀야 한다는 것이다. 둘째, 수출효과(Export Effect)는 수출진흥계획이 미국의 역사적 시장 점유율과 장기적인 통상관계를 고려하면서 미국산 농산물 시장을 개척, 확대 및 유지할 수 있는 잠재력을 갖춰야 한다는 것이다. 따라서 다른 나라의 수출보조가 없을 경우 미국산 농산물의 경쟁성이 있는

품목의 수출에 집중적으로 노력해야 한다는 기준이다. 셋째, 보조없는 수출에 미치는 효과(Effects on nonsubsidizers)는 수출진흥계획에 의한 보조 지급이 보조를 받지 못하는 수출업자에 미치는 효과가 최소 수준 이상일 경우에는 승인을 하지 않는다는 기준을 말한다. 마지막으로 보조요건(Subsidy requirements)은 농무부가 수출진흥계획의 보조요건을 기대수익과 비교하여 보조금 수준이 기대수익 달성에 필요한 최소수준을 넘지 않도록 해야 한다는 기준이다.

수출진흥계획에 따른 수출보조금은 미국 정부가 아닌 민간 부문의 거래에 지원된다. 농무부는 목표 수출국과 대상 품목 및 국별 지원 가능 물량 등을 결정한 뒤 이를 명시한 안내장(invitation)을 발행하여 해외농업청(FAS)에 등록된 수출업자에게 팩스로 발송한다. 수출업자는 해당 국가의 잠재적 수입업자와 보조금(보너스)을 받는 조건에서 산출한 가격으로 수량과 품질, 인도조건 등을 포함한 수출계약 상단을 하여 거래가 성사되면 계약서를 첨부하여 농무부에 보조금을 신청(bid)한다. 농무부 수출진흥계획 담당 부서는 신청된 보조금액이 경쟁성이 있는가를 검토하고 다른 수출업자의 신청액과 경쟁국의 수출액을 비교하여 보조금 지급 여부를 결정하며 보조금 신청의 일부 또는 전부를 거부할 권리를 갖는다. 1998/99년도 품목별, 지역별 수출진흥계획의 보조금 지원 대상 물량은 다음과 같다:

- 소맥: 16,154천 톤 (아프리카 및 중동 8,004, 아시아 7,400, 유럽 및 구소련 500, 중남미 250)
- 밀가루: 475천 톤 (아프리카 및 중동)
- 보리: 1,489천 톤 (아시아 150, 중남미 25, 유럽, 구소련, 아프리카, 중동 1,314)
- 맥아: 150천 톤 (아시아 40, 중남미 90, 남아프리카 15, 구소련 5)
- 쌀: 132천 톤 (아프리카 및 중동 87, 유럽, 구소련 45)

- 유채류: 320천 톤 (아시아 208, 아프리카 및 중동 70, 중남미 33, 구소련 6, 서부아프리카 3)
- 냉동가금류: 30천 톤 (중동 20, 아시아 7, 아프리카 3)
- 달걀: 16,256천 다스 (홍콩 10,165, 중동 6,091)

농무부의 승인을 받은 수출업체는 상품유통공사와 보조 약정을 맺게 되며 농무부는 동부시간으로 오전 10시까지 수출진흥계획에 대한 신청의 승인을 공시하고 팩시밀리와 인터넷(<http://www.fas.usda.gov>)을 통해 이를 공고한다. 상품신용공사는 약정서상의 보조금 단가에 순수출 물량을 곱하여 보조금 지급액을 결정하며 미국의 수출업자에게 현금으로 지급된다. 수출업자는 특정 품목이 목표시장에 약정서의 조건대로 수출되었음을 입증하는 자료를 농무부에 제출하면 보조금 지급을 요청할 수 있다. 농무부는 수출진흥계획에 따른 수출을 포함한 수출실적을 매일 공시한다. 수출업자는 하루에 단일 품목이 한 시장으로 10만 톤 이상 수출될 경우 수출실적을 다음 영업일 오후 세시(동부시간)까지 농무부에 보고해야 하며 10만 톤 이하일 경우에는 일주일 이내에 농무부로 보고해야 한다.

미국의 예산은 의회에서 매년 심의하여 결정하며 수출진흥계획(EEP) 예산도 '1996년 농업법'과 'UR 농업협정'에서 책정된 한도내에서 전년도 예산 운용 실적을 고려하여 '농업예산법(Agriculture Appropriations Act)'에 의해 규정한다. 수출진흥계획에 따른 보조금 지급은 유럽연합의 보조금 지급 수준에 대응하여 이루어지므로 세계시장 상황에 따라 변화하는데 1996년 이후 세계 농산물 시장의 수급조건상 가격이 높게 형성되어 1996-98년에는 수출진흥계획 예산 지출 실적이 거의 없으며 1999년에도 1/4분기에는 지급 실적이 없다 <표 3-2>. 그러나 미국은 1998/99 회계연도의 수출진흥계획 지원 예산을 '1998년 농업예산법'에 의거하여 1억 5000만 달러로 책정한데 이어

1999년 320억 달러, 2000년 4억 9400만 달러로 책정하고 있다. 세계 농산물 시장의 가격이 하락하면 언제든지 수출보조를 지급하기 위함이다. 1999년 이후 수출진흥계획을 수행하기 위해 필요한 예산은 신축적이고 다년도 계획 자금(multi-year program level)으로 편성될 예정이다. 따라서 1999-2003년 기간에 가용한 예산 총액 12억 달러 범위 내에서 농무부 재량으로 연도별 예산을 책정하되 어느 한해에 사용되지 않은 자금은 다음해에 이월하여 사용할 수 있다. 다만 UR 농업협정에서 양허한 수출보조의 한도를 초과할 수 없다.

3.2. 낙농수출유인계획

‘낙농수출유인계획(DEIP)’은 미국의 낙농제품 수출업자로 하여금 세계시장 가격으로 대상 품목을 목표시장에 수출할 수 있도록 하는 정책이다. 농무부는 이 프로그램에 따라 수출업자에게 현금을 보조금으로 지급함으로써 수출업자가 구입가격 이하로 특정 낙농제품을 수출할 수 있게 한다. 이 정책의 주요 목적은 다른 국가들의 보조금 지급으로 인하여 미국산 낙농제품이 경쟁력을 상실한 수출시장을 개척하는 것이다. 낙농수출유인계획은 수출진흥계획과 같이 1985년 공표되어 ‘1990년 농업법’과 UR 협정을 거쳐 ‘1996년 농업법’에서도 2002년까지 유효기간이 연장되었다. 이 프로그램은 농무부 장관으로 하여금 UR 협정에서 양허된 보조금을 상한까지 지불하여 낙농품 수출을 최대한 증가시킬 수 있도록 보조금을 확보하도록 의무화하고 있다. 1998/99 회계연도의 낙농수출유인계획 예산은 9900만 달러이며 품목별, 지역별 지원가능 물량은 다음과 같다.

- 탈지분유: 84천 톤 (아프리카와 중동 17, 아시아와 구소련 28, 중남미 39)
- 분유: 5천 톤 (아프리카와 중동, 구소련 5)

- 유지방: 30천 톤 (아프리카와 중동, 구소련, 중남미)
- 기타(치즈, 크림 등): 3천 톤 (아시아, 구소련, 중남미, 아프리카, 중동)

낙농수출유인계획의 구체적 시행방법은 수출진흥계획과 같으나 정책 목적이 시장개척에 있다는 점과 대상 품목이 분유, 유지방, 체다, 모차렐라, 가우더 치즈, 크림 및 가공된 아메리카 치즈 등이라는 점에 차이가 있다. 낙농수출유인계획의 예산 역시 매년 의회에서 국내외 시장상황과 전년도 지출 실적 등을 고려하여 결정하며 ‘농업예산법’으로 규정된다. 그러나 실제 지급액은 당해연도의 시장조건에 따라 변화하며 UR 이행계획의 범위내에서 결정된다. ‘1996년 농업법’에 의해 식물성 유지류에 대한 수출보조가 철폐됨으로써 특정 품목류를 대상으로 하는 유일한 직접 수출보조 계획인 낙농수출유인계획의 보조금 지급 실적은 1997년 1억 2100만 달러에서 1998년 1억 1000만 달러로 약간씩 감소하고 있으며 1999년과 2000년 예산도 1억 200만 달러와 9900만 달러로 감소하고 있다.

4. 해외시장 개척 및 정보수집 지원

미국은 직접적인 수출보조 외에 민간업체와 생산자 단체의 해외시장 개척 활동을 정부가 지원하는 형태로 농산물 수출 확대를 도모하고 있다. 이러한 정책이 성공적으로 추진되기 위해서는 생산자 혹은 수출관련 단체와 정부간의 적절한 업무 분담에 의한 협력체계가 유지되어야 한다. 농산물의 해외시장개발을 위한 지원프로그램은 1955년부터 시행되어 온 해외시장개발계획(Foreign Market Development program: FMD)과 시장접근계획(Market Access Program: MAP), 그리고

신흥시장계획(Emerging Markets Program: EMP)이 있다.

4.1. 해외시장개발계획

‘해외시장개발계획(FMD)’은 미국의 농산물 수출지원 정책 가운데 가장 오래된 정책으로 1955년 농무부 해외농업청(USDA/FAS)이 생산자 또는 수출관련 협회나 단체들의 해외시장 개척활동을 기술적, 재정적으로 지원하기 위해 마련한 프로그램이다. 일명 “협력자 계획(Cooperator Program)”으로 알려져 있으며 비영리적인 품목별 단체 또는 농산물 무역협회들과 비용분담적 지원(Cost-sharing assistance)을 원칙으로 하며 장기적으로 미국의 농산물 수출시장을 개발, 유지, 확대시키기 위해 무역장벽과 규제를 제거하는 것을 목표로 하는 정책이다. 기술지원, 무역서비스 및 시장조사 등의 활동이 포함되며 후술하는 시장접근계획(MAP)과 달리 특정 품목의 상표(brand-name) 판촉이나 소비자 상대 판촉이 아니라 포괄적 상품기준(generic commodity basis)의 판촉 활동을 지원한다

이 프로그램에 참여할 수 있는 대상은 담배를 제외한 미국의 농업 생산자와 소량 수출품에 관련된 단체들로서 전체 산업을 대표하거나 전국적 회원 조직을 가진 비영리 단체의 경우 우선권이 주어지며 해외시장개발계획에 참여하기 위한 자격 기준은 다음과 같다:

- 첫째, 이 프로그램이 미국 농산물의 해외 시장을 개발, 유지, 확장시키는데 도움이 될 것;
- 둘째, 이 프로그램에 의한 지원이 없으면 미국의 비영리적 농산물 무역 관련 단체가 시장개척 활동을 할 수 없을 것;
- 셋째, 비영리적 농산물 무역 관련 단체는 특정 민간 기구를 대리인으로 위촉할 것;

해외농업청은 매 회계연도 개시 전에 연방관보(Federal Register)를 통해 지원 가능한 금액과 신청절차 등을 공표한다. 이 프로그램에 참여하고자 하는 미국의 비영리적 농산물 무역관련 단체는 안내서에 게재된 양식에 따라 품목, 필요자금, 자기 부담 내역, 세계시장동향과 다른 수출업자와의 경쟁 및 예산, 그리고 활동 계획 등이 명시된 유통 전략을 해외농업청에 제출하고 심의위원회에서 계획서의 완전성과 승인 기준에 의거 심사하게 된다. 해외농업청의 승인을 취득하면 경쟁적 절차를 거쳐 기금 할당을 받게 되는데 협력자들은 유통년도 동안에 발생한 시장개척 비용을 환불받기 위해 항목별로 구분하여 이를 해외농업청에 제출해야 하며 해외농업청은 회계감사에 대비하여 이들 자료를 보관하여야 한다.

지원대상 품목은 담배 및 담배 관련 제품을 제외한 사료용 곡물, 밀, 콩, 쌀, 포도, 키위 등 과실류, 축산물, 낙농산물, 임산물, 수산물 등 40여 개에 달한다. 이 계획에 의한 판매 촉진 활동은 소비자를 대상으로 하는 판촉이 아닌 전체적인 미국산 농산물에 대한 일반적인 판촉에 초점을 둔다는 특징이 있다. 어떤 품목 고유의 차별화된 특성을 강조하는 판촉과 달리 그룹이나 계급 전체의 특성을 강조하는 판촉 활동인 ‘포괄적 판촉(generic promotion)’인 이 프로그램은 밀, 곡물, 계란 및 오렌지 등 생산자에 따라 본질적 내용이 차별화되기 어려운 품목의 생산자들이 공동 부담하는 판촉을 지원하여 판매를 증가시킬 수 있다. 1998/99 회계연도의 해외시장개발계획 예산은 약 3400만 달러가 책정되었으며 2000년부터는 다음에 소개하는 시장접근계획과 마찬가지로 상품신용공사(CCC)를 통해 예산을 집행하게 된다. 이는 여러 가지 해외시장 판촉 활동의 자금과 재정 운영 활동을 통합적으로 실시하기 위한 것이다.

4.2. 시장접근계획

‘시장접근계획(MAP)’은 상업적 농산물 수출시장의 개발, 유지, 확대를 장려하고 소규모 수출업체의 이익을 증대시키며 새로운 시장 개척과 외국의 불공정 조치에 대응하여 미국 농산물의 상업적 판매를 증대시키기 위한 정책 프로그램이다. 이 계획은 ‘1990년 농업법’의 시장촉진계획(MPP)을 ‘1996년 농업법’에서 명칭을 변경한 것으로 해외농업청이 주관한다. ‘1996년 농업법’에는 1996-2002년의 예산 한도가 연간 9000만 달러로 책정되어 있다.

해외농업청은 신청 자격과 조건 및 자금 할당 기준 등 시장접근계획에의 참여 신청요령을 매년 관보 ‘Federal Register’에 공고하고 있다. 참여희망자는 신청인 인적사항, 계획의 적합성(program justification), 전략 계획 및 활동 계획 등 기본 정보를 제안서 양식에 의해 서면으로 제출한다. 해외농업청은 유통전문가들로 하여금 신청서를 검토하게 하여 수출시장을 개발하고 확대하기 위해 가장 좋은 계획을 제출한 신청자를 선정하여 승인한다. 승인 받은 활동들에 대한 자금 지원은 설정된 예산의 한도내에서 할당된다. 참여자들은 계획년도 기간내에 발생한 비용을 환불받기 위해서는 항목별로 구분하여 해외농업청에 제출해야 하며 해외농업청은 이들 비용 관련 자료를 회계감사에 대비하여 보관해야 하는 의무가 있다.

참여를 희망하는 생산자나 수출업체는 품목별 무역협회에 연락하거나 협회에 가입하지 않은 경우, 미국 동부 농산식품수출협의회(EUSAFEC), 중부 국제농산물 무역협의회(MIATCO), 남부 무역협회(SUSTA), 또는 서부 농산물무역협회(WUSATA) 등 네 개의 지역무역단체로 연락하면 된다. 미국의 비영리 농산물 무역기구나 농협, 또는 주(州)의 대리인일 경우 매년 연방 관보인 ‘Federal Register’에 공고되는 신청 기간중에 안내책자를 참고하여 신청할 수 있다. 프로그램의

목적은 효과적으로 달성할 수 있는 신청자를 선정하는 절차는 다음 세 단계로 이루어진다:

첫째, 먼저 규제 요건에 해당되는지 여부를 검토하게 됨;

둘째, 경영 및 관리 능력, 자금 사용의 적절성, 대사관의 소견, 목표시장, 일반관리비, 소규모 사업을 위한 예산 제안, 농무부의 다른 프로그램을 통한 자금 조달 가능성과 조율성, 그리고 수출 적합성 등에 관해 해외농업청의 품목별 마케팅 전문가들이 심사;

셋째, 마지막으로 자기 부담금(40%), 수출실적(30%), 수출목표(15%), 과거 수출목표 달성도(15%) 등을 평가하여 신청자별 상대적 실적과 앞 단계에서 추천한 소요자금 규모에 의해 자금을 배정함.

이 프로그램에 의해 자금이 지원되는 활동은 다른 프로그램의 자금 지원을 받지 않아야 한다. 지원대상 활동은 각종 광고제작 및 분배, 점포내(in-store) 및 식품 서비스 판촉, 생산물 진열, 소매, 무역 및 소비자 전시회 참가 수수료 등을 포함한다. 그리고 포괄적 판촉(generic promotion) 활동의 경우 예외적으로 미국 시민 고용자에게는 생활비를 추가로 지원하며 해외 체류 미국 시민 계약자에게는 미국 내에서 개최되는 무역박람회나 세미나 및 교육훈련 관련 비용을 지원하고 전시회 사업도 지원대상이 된다. 이러한 비용들은 대부분 규정된 한도내에서 지급된다.

한편 이 프로그램의 지원으로 자사 상표에 대한 판촉을 할 경우 자사 상표 부착 농산물의 판촉비 상환율은 미국이 원산지인 농산물 판촉비와 동일하며 50%를 넘지 않아야 하고 처리 절차상 인력과 시간 낭비를 줄이기 위해 한번에 상환을 청구할 수 있는 금액을 1만

달러 이상으로 제한하고 있다. 또한 ‘1993년 통합조정법(Omnibus Reconciliation Act of 1993)’은 자사 상표 농산물의 판촉 보조 기간을 5년으로 규정함으로써 단일 국가에서의 자사 상표 농산물 판촉을 위한 지원은 5년까지만 지원받을 수 있다.

4.3. 신흥시장계획

‘신흥시장계획(EMP)’은 미국 농산물을 구입할 수 있는 잠재력이 높은 신흥 시장 국가에 대한 미국 농업전문가들의 기술적 지원을 통해 수출을 확대시키기 위한 프로그램이다. 신흥시장계획은 ‘1990년 농업법’에 의해 처음 도입되었으며 ‘1996년 농업법’에서 개정하였다. 이 계획의 목적은 신흥 국가에 대한 미국산 농산물 수출을 개발, 유지, 확대하고 신흥 국가에서 무역장벽의 잠재적 감축 등 식품 및 농촌관련 기업 체계의 적합성을 제고하여 이들 국가에 대한 미국의 무역 및 투자 전망을 증대시키는 것이다. ‘1996년 농업법’은 1996-2002년의 7년간 매년 1000만 달러의 농업기술지원 예산을 배정할 것을 의무화하였다. 이 프로그램의 담당부서는 해외농업청의 신흥시장실(Emerging Markets Office)이며 상품신용공사의 자금을 통해 세계 전 지역을 대상으로 지원한다.

‘1996년 농업법’에 따르면 신흥시장(Emerging Market)이란 식품과 농업 및 농촌 관련 산업 부문에서 시장지향적 경제를 추구하는 국가로서 미국산 농산물에 대하여 활력있고 중요한 시장을 잠재적으로 제공하는 국가라고 정의하고 있다. 확정된 신흥시장 국가 목록은 없으나 일단 위의 정의에 해당될 경우 일인당 소득 8355 달러 이내이고 인구 백만명 이상이라는 조건에 부합되면 신흥시장으로 간주된다. 이 프로그램은 미국의 민간부문의 활동을 정부가 대체하기 위한 것이 아니라 지원하기 위한 것이므로 비용 분담(Cost Share)을 원칙으로 하며 시장접근을 강화하는데 초점을 두고 있다. 또한 최종소비자

를 상대로 하는 활동이 아니라 해외농업청내 다른 부서의 활동을 보조하는 활동이므로 일단 시장접근 문제가 신흥시장계획에서 다루어지면 그에 따른 후속 활동은 다른 프로그램에서 취급되기도 한다.

신흥시장계획의 지원을 받기 위한 사업의 우선 순위는 1) 미국의 수출을 개척, 유지, 증대시키는데 성공할 확률; 2) 미국의 수출에 미치는 잠재적 장기적 영향; 3) 상대국 경제의 농업부문이 자유 시장 체제로 전환하는데 직접 기여한 정도; 4) 미국의 해외 정책적 이익과의 부합성 등에 따라 결정된다. 또한 민간부문의 재정 부담 정도도 지원 여부를 결정하는데 고려되고 있다. 이 프로그램의 주요 지원 대상은 농업관련 단체나 대학 또는 주 정부들이며 지원 대상 활동은 시장 특정적 문제나 해외시장개발계획(FMD) 또는 시장접근계획(MAP) 등 유통계획에서 취급하지 않는 분야의 활동이다. 또한 식품 안전성과 규제, 무역투자를 위한 분야별 평가서, 오리엔테이션을 위한 방문, 타당성 연구 및 여러 품목을 대상으로 하는 활동도 지원 대상활동에 포함된다. 이 프로그램은 1998년 중국의 “통계자료 수집 및 분석” 사업(농무부 경제연구소)과 “소매 육류의 상품화 훈련 설비” 사업(육류수출협회)에 각각 35만 달러와 33만 달러, 그리고 베트남의 “기술지원훈련계획”(해외농업청, Cochran Fellowship Program)에 32만 달러를 지원하였다.

4.4. 해외시장 정보 제공

미국의 농산물 수출을 위한 해외시장 정보와 수출지원 관련 정보는 농무부 해외농업청(FAS)의 무역지원계획실(Trade Assistance and Planning Office: TAPO)과 인터넷(<http://fas.usda.gov>)를 통해 수출업체와 생산자 등에 배포된다. 1953년 3월 10일 설립된 해외농업청은 1954년 국무부 소속이던 해외 대사관의 농무관들을 해외농업청 소속으로 전환하였으며 64개국의 농업참사관과 12개국 17개 농업무역관(ATO),

그리고 세계 127개국에 있는 다수의 조사요원을 활용하여 정보수집과 분석 활동을 하고 있다. 1998년 현재 직원 881명, 직할 예산 1억 4000만 달러 및 상환성 자금 5400만 달러를 운용하고 있다. 또한 소기업청(Small Business Administration: SBA)은 자본금 350만 달러 이하의 소규모 농산물 수출업체들을 대상으로 법률적 기술 자문과 수출지원 관련 정보를 제공하고 있다. 해외시장 정보 지원 프로그램에는 미국수출지원센터(US Export Assistance Center)와 수출법률구조네트워크(Export Legal Assistance Network) 등이 마련되어 있다.

해외농업청의 무역지원계획실(TAPO)은 해외농업청과 상품신용공사가 실시하는 수출지원 프로그램에 관한 정보와 농업무역관(ATO), 농무관 및 조사요원 등을 통해 수집된 국가별, 품목별 해외시장동향 보고서를 정기간행물(AgExporter 등)과 인터넷을 통해 수출업체와 생산자들이 수시로 이용할 수 있도록 제공하고 있다. 또한 수입국의 불공정 무역행위와 무역장벽에 관한 실태를 조사하여 이를 해소하기 위한 무역정책 자료를 제공하기도 한다. 이들 자료에 포함된 주요 정보의 내용은 다음과 같다:

- 국별 보고서: 130개국 주재 농무관과 조사요원 등을 통한 국별, 품목별 수입 규정을 포함한 교역 및 생산 동향 정보
- 수출알선: 75개 해외사무소를 통해 수집한 바이어 관련 정보로서 미국의 수출업자에게 제공하여 농산물의 해외 판매 기회를 확대
- 세계시장 및 무역동향: 미국 농산물의 수출 전망 및 주요 뉴스에 대한 보고서(수출시장 및 무역정책 관련 분석자료)를 제공
- 해외 바이어 및 수출업체 명단: 80개국 2만여 바이어 명단을 수출업자들에게 유료로 제공하며 미국의 수출업체 명단

을 해외 바이어들에게 제공

- 국가별 불공정 무역행위와 무역관련 통계자료 등.

5. 수출금융 및 수출신용보증

미국 농무부는 농산물 수출에 따른 상업적 금융 수요를 지원하기 위해 상품신용공사를 통해 수출신용보증 프로그램을 운영하고 있다. 수출 대상국의 신용 하락으로 수입업자가 발행한 신용장(Letter of Credit)의 대금회수 불능 위험이 증가하면 수출업자의 주거래 은행이 신용장 인수를 거부하거나 꺼리게 되어 수출이 위축될 수밖에 없다. 이 경우 정부가 수출신용장에 대하여 지급보증을 하거나 수출입 은행으로 하여금 지급불능 위험에 대한 보험으로 부보하도록 하면 민간 수출업자의 수출에 따른 대금회수 불능 위험이 감소하여 수출을 증대시킬 수 있다.

수출신용보증계획(Export Credit Guarantee Programs)은 상품신용공사(CCC)의 지급보증이 없으면 금융 지원을 받을 수 없는 미국의 수출업자에게 상품신용공사를 대신하여 농무부 해외농업청(FAS)이 지급보증을 함으로써 미국 농산물의 수출을 유지하거나 또는 증대시키기 위한 정책이다. 일반적으로 개발도상국이나 중간소득 국가로서 외환사정이 어려운 국가에 대하여 신용보증을 제공한다. 우리 나라도 지난 1998년 외환위기로 인해 농산물 수입 신용장 개설이 곤란하거나 수출국 은행들이 신용장 인수를 거부하여 농산물 수입이 중단되었을 때 미 농무부가 제공하는 상품신용공사의 수출신용보증을 수혜한 바 있다. 수출신용보증 프로그램에는 3년 이내의 단기신용보증인 GSM-102와 3년에서 10년까지의 중장기 신용보증인 GSM-103이 있다. '1996년 농업법'에서는 2002년까지 매년 55억 달러를 신용보증에 배

정하고 단기(GSM-102)와 중장기 신용보증(GSM-103)을 신축적으로 사용할 수 있도록 허용하고 있다. 또한 이 농업법은 연간 55억 달러의 보증액과 별도로 7년간 10억 달러 이상을 신흥시장에 대한 수출신용보증용으로 사용하도록 규정하고 있다. 그에 따라 농무부는 1998년 이후 매년 2억 달러씩의 수출신용보증 예산을 신흥시장국가를 상대로 제공하고 있다. 아울러 고부가가치 농산물과 가격이 높은 농산물 및 가공농산물의 수출을 장려하기 위해 이들 품목에 대한 연도별 최소 신용보증 한도를 규정하고 있다.

5.1. 수출신용보증

상품신용공사(CCC)는 수출업체에 금융 지원을 하는 것이 아니라 외국 은행이 미국내 수출업자에게 수출대금을 지급할 것을 보증한다. 보증 범위는 통상 원금의 98%에 적정 수준의 이자를 합한 금액이다. 이와 같이 지급이 보증되므로 미국내 금융기관들이 신용도가 낮은 외국의 은행에 대해서도 경쟁적 수준의 낮은 금리(통상 리보금리를 기초로 산출)로 여신을 제공할 수 있게 된다. 그러나 외국 은행과 수입자간의 후속 금융 거래는 별도로 이루어지며 상품신용공사의 지급보증 대상이 아니다.

상품신용공사가 발행하는 정책안내서(Program Announcements)는 신용보증 대상국가, 품목, 물량, 신용보증 기간 및 다른 조건들을 소개하고 있다. 상품신용공사는 각국 및 외국의 은행이 상품신용공사가 보증하는 부채를 갚을 능력이 있는가를 평가한 뒤에 안내서를 발행하게 되며 계획에 참여하려는 미국의 수출업자, 외국의 수입업자 및 은행들은 상품신용공사에 문의하여 '수출신용보증(GSM-102/103)'의 적용 국가와 품목 등을 알 수 있다. 수출신용보증을 받고자 하는 수출업체의 자격 조건은 우선 미국 내에 사무실이 있어야 하고 미국 정부의 프로그램에 참여가 금지되거나 유예되지 않은 상태에 있어야

한다. 또한 금융기관은 일정한 설립기준을 충족시키면서 상품신용공사의 승인을 받아야 하며 상품신용공사는 승인된 외국 은행들의 최대 신용보증 한도액을 설정하여 통보하게 된다.

수출업자와 수입업자는 수출신용 조건에 대하여 협상을 하는데 만일 수출업자가 선적시 대금 결제를 원할 경우 미국의 금융기관 및 자격이 있는 외국 은행과 협의하여 미국의 금융기관이 수출업자에게 대금을 지급하고 외국 은행이 지급 보증을 받도록 한다. 거래가 확정되면 수출업자는 수출일자 이전에 지급보증을 신청하고 기간별로 다른 소정의 요율로 계산된 수수료를 지불해야 한다. 상품신용공사의 보증을 받은 외국 은행은 달러화로 표시된 취소불능 신용장을 발행하여 미국의 수출업자에게 보내는데 통상 외국 은행에게 여신 연장을 동의하는 미국내 금융기관이 확약(confirm)을 해 준다. 수출업자는 미국내 금융기관과의 계약에 의해 수출 관련 서류를 제출하고 수출대금을 지급받는데, 이 서류를 상품신용공사에도 제출해야 한다.

만일 외국 은행이 대금을 상환하지 않을 경우 수출업자나 대리인은 상품신용공사에 채무불이행 통보를 해야 하며 손실발생보고서를 작성, 제출하면 상품신용공사는 즉시 요구 금액을 지급하게 된다. 상품신용공사에 대한 회계감사에 대비하여 미국의 수출업자는 화물이 자격을 갖춘 국가에 도착하였음을 나타내는 서류를 비롯한 거래 관련 서류들을 대금 지급일로부터 5년간 보관해야 할 의무가 있다.

5.2. 수출신용보험

수출입은행(Ex-Im Bank)이 취급하는 수출신용보험(Export Credit Insurance Program)은 외국의 수입업자나 다른 채무자가 정치적 목적, 혹은 상업적 이유로 채무를 이행하지 못할 경우의 손실을 막아줌으로써 미국의 수출업자가 해외 판매를 증대시킬 수 있도록 지원하는 보험이다. 수출업체들은 수출입은행의 보험에 가입함으로써 이를 담

보로 수출 금융을 쉽게 받을 수 있게 된다. 수출입은행은 미국의 수출 증대를 위해 보험증권(Insurance Policy)을 수출업자와 금융기관의 요구에 맞게 작성한다. 보험증권은 수입업자의 수(단수 혹은 복수)와 신용위험의 종류(포괄적 혹은 특정적), 그리고 거래기간(단기 혹은 장기)에 따라 다른 형태를 갖고 있기 때문이다.

정치적 위험만을 부보하는 수출보험은 외국 통화의 평가절하에 의한 지급불능을 채무불이행 위험으로 간주하지 않으며 또한 대부분의 손실은 상업적 채무불이행에서 발생하므로 수출업자는 정치적 위험과 상업적 위험의 두 가지 위험을 모두 부보하는 포괄적 보험에 가입하는 것이 안전하다. 수출입은행의 보험에 가입하기 위해서는 수출이나 리스 품목의 원산지가 미국이라는 요건을 충족시켜야 한다. 단기 수출의 경우 부가가치의 50% 이상이 미국내에서 발생하고 미국의 항구에서 선적되며 수출된 이후 가치가 추가될 수 없다는 추가

표 3-2. 농산물 수출액과 수출지원 프로그램 지출액

단위: 100만 달러, %

구분	1996		1997		1998		1999 (예산)	2000 (예산)
	금액	비중	금액	비중	금액	비중		
농산물 수출액	60,349	100	57,137	100	51,731	100		
GSM-102	3,079	5.1	2,809	4.9	3,963	7.7	4,721	4,506
GSM-103	151	0.3	63	0.1	56	0.1		
MAP	90	0.1	90	0.1	90	0.1	90	90
EEP	5	0.008	0	-	2	0.004	320	494
DEIP	20	0.03	121	0.2	110	0.2	102	99
FAS수출지원 총액	3,512	5.9	3,278	5.7	4,448	8.6		

자료: US Bureau of the Census Trade Data, 1999; USDA. Budget Summary. 각년호.

표 3-3. 미국의 주요 수출지원 프로그램

프로그램	목적	운영내역	주요 특징
수출 시장 개척	FMD	-FAS의 유통운영과 담당 -담배를 제외한 40여개 품목에 대해 신청 및 검토 후 지원 -지원예산: 34백만 달러('98/'99) -세부지원내역: 시장조사, 무역거래지원, 기술지원	-품목별 비영리협회와 업무 및 비용을 분담 운영
	MAP	-FAS에서 CCC 자금 운영 -지원품목: 농림수산물(가공 및 섬유제품 포함) -지원예산: 90백만 달러('98/'99) -세부지원내역: 박람회, 전시회 참가비용 및 광고	-개별수출업체는 품목별 협회를 통해 FAS에 지원 신청 -검도시 수출관련실적 고려 차별적 지원 -중단기 지원정책
	EMP	-FAS의 신흥시장과 담당 -CCC는 자금 및 시설지원 -지원예산: 983만 달러('99) -지원신청대상: 농업관련단체, 대학, 주정부	-지원시 비용분담을 협의 -향후 미국농산물에 대한 수요확대 창출
수출 가격 보조	EEP	-FAS의 CCC 자금운영과 -지원예산: 150 백만 달러('98/'99) -수출업체는 USDA에 신청 후 승인 절차 -CCC와 지원협정 체결	-수출보조금 감축안에 따라 품목별 연간 최고한도(물량, 지원금액) 설정 운영
	DEIP	-농농제품 수출 -EEP와 운용방식 동일 -지원예산: 99백만불('98/'99)	-품목별 지역별 지원가능 물량 설정
수출 보증 및 보험	GSM-102/103	-신용보증기간: GSM-102:3년 이내/GSM-103:3-10년 -FAS의 CCC자금운영과 -지원예산: 42억 달러('98/'99)	-수출금액의 98% 및 이자 보증
	ECIP	-보험기관: 미 수출입은행 -상거래 위험시 90-98% 보상 -정치 위험 90-100% 보상 -수입재료 함량이 15% 이하: 100%보상, 16-50%시 미국산 함유량 보상, 50% 이상시 보상없음	-수출에 다른 수출업체의 위험 감소

적인 요건이 있다. 중기 수출의 경우 외국산 성분이 혼합된 상품이 보험에 가입되기 위해서는 수출업자가 사전에 이를 수출입 은행에 통보하여야 하며 외국산 성분이 15% 이내일 경우 수출품 가액 전액을 부보하며 외국산 성분의 비율이 16~50%일 경우에는 수출금액 가운데 미국산 성분의 가액에 해당하는 금액만을 부보한다. 그리고 외국산 성분이 50% 이상일 경우 보험금은 전혀 지급되지 않는다.

제 4 장

유럽연합의 농산물 수출지원제도

1. 유럽연합의 수출지원 개요

1.1. 수출보조 현황

1957년 로마조약에 의거, 1958년 유럽공동체(EEC)로 출범하여 1993년 마스트리히트 조약의 비준에 따라 유럽 12개국의 단일시장으로 발족한 유럽연합(EU)은 1995년 오스트리아와 스웨덴, 그리고 핀란드의 가입으로 15개 회원국, 인구 3억 7000만명의 세계 최대 경제블록으로 발전하였다. EU는 전세계에서 가장 많은 농산물 수출보조를 지불하고 있을 뿐만 아니라 전체 농업예산에서 수출보조가 차지하는 비율도 가장 높아 UR 협정에 의한 수출보조 감축의무 이행에 많은 어려움을 겪고 있다. WTO 사무국에 통보 의무가 있는 수출보조 감축 이행 결과도 1995년도 이행 결과만 통보되었을 뿐, 1996년부터 1998년도까지 3년간의 이행 실적은 통보가 지연되고 있어 수출보조 감축 이행상의 어려움을 간접적으로 나타내고 있다.

1997년의 수출보조 가운데 UR에서 양허한 2000년도 수준을 초과하고 있는 품목은 설탕과 쇠고기, 신선 및 가공 과일류와 채소류, 기타 가공 농산물 등이다 <표 4-1>. 설탕에 대한 수출보조는 2000년 양허수준 4억 9700만 ECU의 2.2배가 넘는 11억 1600만 ECU가 지불되었으며 쇠고기에 대해서도 2000년 양허수준의 20%를 초과한 14억 9900만 ECU가 지불되었다. 과일과 채소류도 2000년 양허 수준을 10% 이상 초과하고 있다.

1.2. ‘공동농업정책’의 지주(支柱)

EU는 농업생산성 향상과 식량의 안정적 공급, 그리고 농업소득의 증대 등을 목표로 1960년대부터 공동농업정책(Common Agricultural Policy: CAP)을 시행하고 있다. EU가 공동농업정책을 추진한 것은 농업부문이 역내 고용에서 중요한 부분을 차지하였고 대부분의 회원국에 있어서 농업부문의 소득 증대 필요성이 높았지만 농업에 대한 회원국 정부의 개별적인 개입은 유럽 단일시장 형성이라는 공동 목표의 달성을 어렵게 할 가능성이 있었기 때문이다.² 공동농업정책의 정책 목표는 역내 농산물 가격지지를 통해 역내 시장을 안정화시켜 적정 농업생산을 유지하는 한편 가변부과금(Variable Levy) 제도를 국경 보호조치로 활용하여 역내 농업을 외국의 싼 농산물 수입으로부터 보호하고 수출환급(Export Refund)제도에 의해 수출을 증대시킨다는 3대 지주로 구성된다.

² 최정섭 등(1994)은 공동시장이 형성되어 상품과 노동력, 그리고 자본의 역내 이동이 자유롭게 된 상황에서 농업정책이 여전히 개별국가의 관찰 아래 있으면 다른 부문에서의 공동정책 추진이 실효를 거두기 어렵기 때문이라고 설명하고 있다. 예컨대 농산물 교역이 자유롭지 못하고 국별 가격수준이 다를 경우 농산물 가격이 낮은 국가는 저노임이 가능하여 비교우위를 달성할 수 있다는 것이다.

표 4-1. EU의 수출보조 내역

단위: 100만 ECU

품목	1978	1985	1992	1995	1997	이행계획 (2000년)
예산총액(A)	8,677	20,009	32,463	34,906.5	40,423.0	-
수출보조금(B)	3,637	6,834	9,355	8,074.6	5,884.0	6,761.3
(곡물류)	1,234	1,101	3,377	1,532.1	596.5	2,063.6
(유제품)	1,175	2,375	2,140	1,926.8	1,753.3	2,011.4
(유지작물)	7	5	0	52.8	42.7	75.6
(설탕)	677	1,239	1,349	1,377.4	1,115.7	497.0
(쇠고기)	103	1,148	1,117	1,708.4	1,498.9	1,259.4
(돼지고기)	80	136	179	259.1	72.2	117.4
(가금+계란)	30	124	202	239.6	79.5	117.1
(과일, 채소)	49	77	103	216.7	84.0	75.8
(기타)	144	507	881	761.7	641.2	544.0
B/A(%)	41.9	34.2	28.8	23.1	14.6	-

주: 1994년 1 ECU는 약 1,925 마르크(독일), 0.776 파운드(영국), 1.133 달러(미국)였음.

자료: Commission of the EC (1995, 1997).

EU의 가격지지 정책은 가격 상한인 목표가격(Target Price)과 최소 가격인 개입가격(Intervention Price)을 설정하여 국내 가격이 목표가격을 상회할 경우 재고를 방출하고 개입가격 이하로 하락하면 수매를 통해 가격을 지지하는 시장가격 안정화 정책이다. 또한 가변부과금 제도에 의한 국경보호 조치는 경계가격(Threshold Price)과 최저 수입 가격(Lowest Import Price)의 차이를 관세로 부과하여 가격이 싼 외국 산 농산물 수입으로부터 국내 농산물을 보호하는 정책이다.³ 그러나

³ 목표가격은 생산자의 소득을 보장하여 생산 의욕을 고취시키는 동시에 소비자에게는 부담이 크지 않은 수준에서 결정되며 밀의 경우 목표가격은 독일의 공업지대이며 항구인 Duisburg 지방의 가격에 준하여 결정된

WTO 체제 이후 가변부과금을 관세화하여 더 이상 활용되지 않고 있다.

수출환급금 제도는 역내 가격과 수출가격(국제 시장가격)의 차액을 수출업자에게 환불하여 역내 가격보다 낮은 가격으로 수출이 가능하도록 하는 수출 보조 정책이다. 따라서 역내 가격이 국제가격보다 높을수록 수출환급금은 증가하고 그 차이가 작을수록 수출환급금은 감소하게 된다.

1.3. 공동농업정책의 추진과 개혁의 필요성

EU는 1980년대 들어 공동농업정책하의 가격지지에 따른 생산자 소득 보장과 가변부과금 제도에 의한 최저가격 유지 정책이 일단 성공적으로 정착되었다. 그 결과 농산물 생산이 증가하고 수출도 늘어나면서 수출보조금 지급액도 증가하는 악순환이 발생하였다. 수출보조 증가에 따른 EU의 재정 부담이 심화되면서 공동농업정책 개혁의 필요성이 높아졌고 1987년의 첫번째 개혁에 이어 1992년 두번째 공동농업정책 개혁안이 채택되어 지지가격 인하, 휴경제(Set-Aside) 실시 및 보상지불제(Compensation Payments) 등을 도입하게 되었다. EU는 UR 협상에서도 미국과의 끈질긴 양자 협상을 통해 시장접근과 국내 및 수출보조 측면에서 어느 정도 역내 농업보호에 성공하였다. 그러나 WTO 차기협상과 2000년대 EU농정의 기본 골격을 마련하기

다 (최세균 1994, 8-9). 밀의 개입가격은 곡물의 생산여건이 좋은 프랑스의 평야지인 Ormes 지역의 가격과 같은 수준이며 경계가격은 역내 생산자를 보호하기 위하여 역내 시장가격보다 높은 수준에서 결정되며 밀의 경계가격은 목표가격에서 수입항인 네덜란드의 로테르담(Rotterdam)으로부터 디스부르크(Duisburg)까지의 운송비를 뺀 수준에서 결정된다. 또한 최저수입가격은 실제로 수입된 물량 가운데 가장 낮은 수입가격을 적용하며 국제가격은 EU가 수출할 수 있는 국제가격 수준을 의미한다.

위해서는 공동농업정책의 추가적인 개혁이 필요하게 되었다.

1.4. UR 협정과 수출보조 감축

1992년의 개혁은 수출보조의 감축을 명시하지 않았기 때문에 EU는 UR 농업협정에 따라 수출보조를 감축하는 이행계획서를 제출하였다. 이는 1991-92년 106억 ECU에 달했던 감축대상 수출보조를 2000년까지 품목별로 금액기준 36%, 물량기준 21%씩 감축하는 것으로 수출보조 금액은 68억 ECU 이하로 감축시킬 의무를 갖게 되었다 <표 4-2>. 그러나 UR 이행 직전인 1994년의 수출보조 실적이 기준연도인 1986-90년 기간의 평균 수출보조보다 많아 이행 초기연도의 충격을 완화하기 위하여 1994년 수준을 기준으로 감축하되 목표연도의 수출보조 수준은 1986-90년 기간에서 감축한 것과 동일한 수준이 되도록 하는 이른바 ‘Front Loading’ 방식으로 감축 이행계획서를 제출하였다.

1.5. ‘아젠다 2000’의 목표와 주요 내용

1999년 3월 베를린 정상회의에서 합의된 ‘아젠다 2000’은 1992년의 공동농업정책 개혁의 성공을 발판으로 2000년대 공동농업정책 개혁방향을 마련하기 위한 것이다. ‘아젠다 2000’에 의한 공동농업정책 개혁의 목표는 농업경쟁력을 제고하고 농가소득을 보장하며 식품안전성을 제고하는 한편 차기 WTO 협상에서 EU의 입장을 강화하는 동시에 농업부문의 예산을 안정시킨다는 것 등이다. 따라서 구체적인 정책방향은 역내 농산물 과잉생산을 방지하기 위한 수단으로 목표가격을 인하하고 국제시장에서의 경쟁력을 높이기 위해 최저가격인 지지가격을 낮추며 그에 따른 수출보조 감소로 농가소득이 줄어드는 데 대한 대응책으로 보상지불제(Compensation Payments)를 확대함으로써 농가소득을 보전하는 것이다.

‘아젠다 2000’에 따르면 이러한 정책 목표를 달성하기 위하여 곡물, 유지종자 등 작물의 지지가격은 2000년부터 매년 7.5%씩 2년간 톤당 119.19 ECU에서 101.31 ECU로 15% 감축하게 된다. 대신 직접지불액은 54.34 ECU에서 63 ECU로 16% 증액하되 매년 같은 비율로 2년에 걸쳐 인상한다. 유지종자의 경우 헥타당 직접지불액은 매년 균등 비율로 3년간 감축하여 곡물류와 같은 수준이 되는 반면 유지종자에 대한 참조가격제도(reference price system)는 2000년에 폐지된다. 강제적 휴경제(Compulsory set-aside)는 2006/ 2007년까지 2000/2001년과 같은 10% 기본 비율이 유지되며 또한 전분용 감자의 최소가격은 현행 209.78 ECU에서 2001년까지 178.31 ECU로 15% 감축하는 반면 보상지불액은 86.94 ECU에서 110.54 ECU로 27% 증액한다.

축산 부문에 관해서는 소 사육에 대한 지지가격을 현행 톤당 2780 ECU에서 2002년 7월 1일까지 3단계에 걸쳐 20% 인하한 2224 ECU의 고정 기본가격(Basic Price)으로 대체하고, 역내 평균 시장가격이 기본가격의 103% 이하로 하락할 경우 민간 재고에 대해서도 보조를 지불하는 ‘안전망(Safety Net)’을 구축한다. 수소와 모우 등에 대한 현행 상여금(Premium)을 증액하고 도축상여금(Slaughter Premium)은 보유기간에 따라 8개월 이상인 성우의 경우 두당 80 ECU, 송아지는 두당 50 ECU씩 농민에게 직접 지급한다.

국별 우유 쿼터는 2005년부터 3단계에 걸쳐 1.5% 증량하되 그리스, 스페인, 아일랜드, 이탈리아, 영국은 2000년부터 2단계에 걸쳐 증량한다. 버터와 탈지분유의 지지가격은 2005년부터 매년 균등 비율로 3단계에 걸쳐 15% 인하한다. 한편 농가 소득을 보전하기 위해 2007년까지 톤당 보조액을 17.24 ECU로 3회에 걸쳐 균등 증액한다. EU에 의한 가격지지는 회원국별 총액한도(Financial Envelope)내에서 직접지불로 보완하여 경쟁력을 높이며 국별 총액도 2005년부터 3년간 증액한다.

가격지지와 수출보조 등 공동농업정책의 정책 목표를 달성하기 위한 수단은 유럽농업지도보장기금(EAGGF)이었으며 가변부과금으로 조성한 금액도 이에 편입되어 사용되었다. ‘아젠다 2000’은 이 기금(EAGGF)의 관리를 유럽연합 집행위원회로부터 수평적으로 분권화하여 회원국들이 일정한 기준에 의거하여 기금(EAGGF)내 국별 지분을 관리할 수 있도록 허용하고 있다.

표 4-2. EU의 수출보조분야 이행계획(금액 기준)

단위: 100만 ECU

품 목	수 출 보조액	감 축 계 획 (100만 ECU)					
		1995	1996	1997	1998	1999	2000
밀(밀가루)	1,783.0	2,069.4	1,883.7	1,698.1	1,512.4	1,328.8	1,141.1
사료곡물	1,379.5	1,296.7	1,214.0	1,131.2	1,048.4	965.5	882.9
쌀	61.8	58.1	54.4	50.7	47.0	43.3	39.6
유채	32.2	30.3	28.3	26.4	24.5	22.5	20.6
올리브	86.9	80.7	75.6	70.6	65.3	60.1	55.0
설탕	776.5	730.0	683.3	636.7	590.1	543.6	497.0
버터	1,325.4	1,245.9	1,168.3	1,085.8	1,007.3	927.8	848.2
탈지분유	370.1	347.9	325.7	303.5	281.3	259.1	236.9
치즈	439.2	505.2	460.4	415.6	370.7	325.9	281.1
기타유제품	1,008.1	947.6	887.1	826.7	766.2	705.7	645.2
쇠고기	1,967.8	1,900.6	1,772.3	1,044.1	1,515.9	1,387.6	1,259.4
돼지고기	183.4	172.4	161.4	150.4	139.4	128.4	117.4
가금육	143.2	137.8	128.5	119.3	110.1	100.8	91.6
계란	39.8	37.4	35.0	32.7	30.3	27.9	25.5
포도주	64.5	60.6	58.8	52.9	49.0	45.2	41.3
과채류(신선)	102.9	96.7	90.5	84.4	78.2	72.0	65.9
과채류(가공)	15.4	14.5	13.6	12.6	11.7	10.8	9.9
잎담배	62.9	95.0	84.1	73.1	62.1	51.2	40.2
주류	150.2	141.2	132.2	123.2	114.2	105.1	96.1
기타	572.5	646.1	590.1	534.2	478.3	422.3	368.4
합 계	10565.3	10614.1	9847.3	8472.2	8302.4	7533.6	6763.3

주: 1994년 1 ECU는 약 1,925 마르크(독일), 0.776 파운드(영국), 1.133 달러(미국)였음.

자료: EU의 UR 이행계획서.

1.6. ‘아젠다 2000’과 향후 EU의 수출보조정책 방향

지지가격을 품목별로 15~20% 인하함으로써 역내 농업생산자들이 세계 시장가격에 더욱 가까이 접근하게 되어 세계시장가격에 대한 농민들의 적응력을 높여 역내 및 국제시장에서의 경쟁력을 높일 수 있다. 또한 가격 인하에 따라 역내 수요가 증대되므로 농가 소득이 향상되며 역내가격과 국제시장가격간의 차액이 감소하므로 유럽연합이 지불하는 수출환급금(수출보조)이 점진적으로 감축될 수 있다.

UR 협상 당시 감축대상보조로 분류된 ‘유럽 농업지도보장기금(EAGGF)’의 수출환급 제도는 UR 이행계획에 따라 점차 축소되어야 하는 반면 이 기금에 대한 개별 회원국의 재량권을 증가시킴으로써 국별, 지역별 특성을 고려한 직접지불과 전략적 품목의 수출 증대를 위한 간접적 지원이 증가할 것으로 예상된다.

표 4-3. 주요국의 농산물 수출지원 및 보조금, 1997

단위: 1000 달러

국 별	정부 재원	업체 재원	수출보조	총 액
EU	148,203	216,384	7,158,000	7,522,587
프랑스*	10,300	50,100	0	60,400
이탈리아	39,600	27,700	0	67,300
스페인	40,000	0	0	40,000
비EU 합계	150,750	408,457	576,100	1,135,307
호주*	56,800	120,135	0	176,935
캐나다	11,300	13,000	115,600	139,900
뉴질랜드	5,200	217,570	0	222,770
스위스	44,500	0	317,500	362,000
외국 합계	298,953	624,841	7,734,100	8,657,894
미국	135,020	175,663	121,462	432,145

* 1996년 기준.
자료: 미국 농무부, 해외농업청 (FAS) 홈페이지(www.fas.usda.gov)에서 발췌.

표 4-4. EU의 품목별 수출액 추이, 1992-97

단위: 100만 ECU

농산물	1992	1993	1994	1995	1996	1997
전체	437,360	486,857	538,708	573,277	625,116	720,303
농림수산물	38,759	41,833	45,054	46,660	48,604	54,934
산 동물	384	529	616	782	752	684
육류	3,351	3,644	4,091	4,015	4,189	4,527
우유 및 달걀	3,987	4,187	3,970	4,639	4,603	4,931
생선	1,237	1,265	1,455	1,411	1,466	1,681
곡물	5,325	5,186	4,685	4,845	5,448	5,823
과일 · 채소	3,410	3,833	4,477	4,027	4,186	4,536
설탕 · 꿀	1,866	2,195	2,514	2,471	2,184	2,460
커피, 코코아, 차	1,685	2,089	2,558	2,751	2,838	3,076
사료	1,335	1,466	1,547	1,466	1,468	1,789
식품류	2,304	2,683	2,978	3,187	3,459	4,089
음료	6,966	7,604	8,406	8,220	8,672	9,988
담배	1,797	1,757	1,299	1,185	1,674	2,388
가죽	479	629	719	833	1,012	1,010
유지류	112	184	146	136	200	225
고무	18	19	22	29	33	67
목재류	642	638	745	1,599	1,590	1,993
천연섬유류	488	553	733	706	712	726
기타	3,374	3,375	4,095	4,356	4,136	4,926

주: 1994년 1 ECU는 약 1,925 마르크(독일), 0.776 파운드(영국), 1.133 달러(미국)였음.

표 4-5. EU의 품목별 수입액 추이, 1992-97

단위: 100만 ECU

농산물	1992	1993	1994	1995	1996	1997
전체	488,668	484,790	539,715	545,253	581,501	670,529
농림수산물	56,871	54,402	64,550	64,227	65,678	71,238
산 동물	616	596	612	506	522	584
육류	2,986	2,786	2,969	2,748	2,934	3,229
우유 및 달걀	657	743	759	692	731	803
생선	7,171	6,560	7,091	7,692	8,024	8,918
곡물	1,165	1,215	1,480	1,777	1,851	1,956
과일·채소	11,706	10,022	11,371	12,134	13,007	12,230
설탕·꿀	1,480	1,418	1,487	1,577	1,797	1,632
커피, 코코아, 차	4,335	4,613	6,362	7,981	6,802	8,828
사료	4,538	4,654	5,006	4,445	5,331	5,068
식품류	482	576	585	601	631	1,245
음료	890	989	1,141	1,109	1,434	1,860
담배	2,322	2,398	2,497	1,964	2,180	2,196
가죽	766	750	1,135	1,052	1,026	1,076
유지류	3,331	3,495	4,551	4,498	4,980	5,093
고무	630	625	792	1,178	1,072	1,003
목재류	6,992	6,725	8,301	5,750	5,036	6,207
천연섬유류	3,078	2,418	3,409	3,491	3,248	3,783
기타	3,726	3,818	4,596	5,029	5,068	5,509

주: 1994년 1 ECU는 약 1,925 마르크(독일), 0.776 파운드(영국), 1.133 달러(미국)였음.

2. 프랑스의 농산물 수출지원제도

2.1. 개요

프랑스는 농산물 수출액 395억 달러, 수입 268억 달러로 미국에 이어 세계 2위의 농산물 및 가공식품 수출국이다. 프랑스의 주요 수출진흥기관은 농식품판매촉진협회(SOPEXA) 및 프랑스대외통상센터(CFCE), 그리고 프랑스 대외통상보험회사(COFACE) 등이 있다. 그 밖에 농산업연합회 산하에 프랑스 신선과일, 채소류 및 종묘연합회(ONIFLHOR), INTERFEL과 신선과일 및 채소류 연합회(AFCOFEL), 국가 포도주 및 포도 사무소(ONIVINS), 낙농제품 직업교류연합회(CNIEL), 프랑스 수산제품 직업교류연합회(FIOM), 프랑스 자두위원회(BIP), 프랑스 육류사무소(OFIVAL) 등 품목별 단체가 있으며 프랑스목재연합회(FNB)는 임산물 수출촉진활동을 주도하는 단체이다. 프랑스는 수출신용보험기관이 EU 역외 지역에서 개최되는 박람회에 참여하거나 시장 조사 및 판촉활동을 하는 수출업자에게 신용보증을 제공한다.

농식품판매촉진협회는 여러 농업 및 식품관련 기구 그리고 정부의 공동 소유로 되어 있는 준민간 조직체로서, 이 협회의 기금은 산업체 기부금과 정부 재원으로 조성되며 일부는 생산자 부과금으로 충당한다. 농식품판매촉진협회의 1996년도 국내외 시장촉진을 위한 재원은 1억 1900만 달러이며, 수출촉진 사업비는 약 6000만 달러이다. 정부는 농식품판매촉진협회의 수출촉진기금의 17.6%에 해당하는 1030만 달러를 지원하였으며 나머지 5010만 달러는 상품연합회와 식품산업체의 기부금으로 충당되었다.

품목별 농산업연합회는 국내 판매 촉진 활동을 주관하며 통상적으로 농식품판매촉진협회에 수출촉진 활동 기금을 후원한다. 이 연합회는 회원업체로부터의 기부금으로 재원을 마련하며 정부 지원을 받기도 한다.

2.2. 수출지원 기관 및 대상국별 주요 활동

농업성과 농식품판매촉진협회는 프랑스산 낙농품, 포도주 및 주정의 판촉 홍보활동을 한다. “프랑스 주간”을 정하고 “프랑스 생활 양식” 혹은 “프랑스 요리” 등의 행사를 개최하여 이미지를 제고한다. 또한 포도주 웨이터경연대회를 개최하여 프랑스 포도주에 대한 홍보활동을 전개하고 있기도 하다.

농식품판매촉진협회(SOPEXA)는 전세계 33개국에 해외사무소를 설치하여 정보망으로 활용한다. 수출촉진기금의 65%는 독일(25%)과 영국(20%)을 비롯한 EU 회원국들을 대상으로 지출하고 있으며, 이 비율은 EU 회원국에 대한 프랑스 가공식품 수출의 비율에 따라 산출된 것이며 다른 주요 수출지원 대상국은 미국(12%), 일본 및 기타 아시아 국가(12%) 등이다. SOPEXA는 중국을 포함한 아시아 시장에서 가장 활발하게 수출촉진 활동을 전개하는 유럽의 수출촉진기구 중 하나이며 유럽집행위원회에도 대표단을 파견하고 있다.

농식품판매촉진협회(SOPEXA)의 주요 수출촉진활동은 특판전, 매스컴을 통한 이벤트 개최, 판촉물 개발, 국제박람회 참가, 무역사절단 파견 및 세미나 개최 등이다. 대상 품목은 포도주, 주정, 신선 및 가공과채류(과일쥬스 및 냉장식품 포함), 낙농제품, 수산물 및 해산물, 육류 및 가금육 제품 등이다.

EU 역외에서의 수출촉진활동은 주로 북유럽, 아시아·태평양 지역에서 전개되고 있으며, 브랜드 상품은 북미와 일본, 브랜드 없는 상품의 촉진활동은 주로 홍콩과 중국에서 전개되고 있다. 품목별로

보면 사과는 러시아와 아시아 및 중동을 대상으로 판촉활동이 이루어지며, 배는 러시아, 가공 과채류는 주로 EU와 미국 및 중동에서 무역박람회 참가 등 활동을 하고 있다. 낙농 및 육류제품의 판촉 활동은 주로 동유럽과 미국에서 전개되고 있다.

‘프랑스대외통상센터(CFCE)’는 1943년에 발족한 준정부 기관으로 설립목적은 통계정보, 시장조사 및 상담지원 등을 통한 농산물 및 공산품의 수출 증대에 있다. 산하 DPA(농산물사무국: Office of Food and Agricultural Products)가 농산물 수출증대를 담당하고 있으며 목표 시장은 EU 회원국, OECD 국가 (EU 비회원국, 미국, 일본 등) 및 남동 아시아 등이다.

‘프랑스 대외통상보험회사(COFACE)’는 프랑스 수출신용보험기관으로 수출업체에게 시장조사 및 판매촉진을 도모할 목적으로 신용보증을 제공하고 있다. COFACE는 1994년에 민영화되었으나 위험 부담이 큰 농산물의 수출지원은 정부의 재정 부담이 되고 있다. 1996년 프랑스의 종합보험회사인 AGF는 COFACE의 제1 대주주로 등장하였다.

그 밖에 프랑스 식품산업과 수출 지원을 위한 간접적인 정부 보조가 이루어지고 있으나 직접적인 수출촉진이 아닌 특별 시장조사, 신규 농산물 유통개발, 소비자 식품/위생 연구, 산업체의 연구개발, 신제품 개발 등 간접적인 수단으로 수출을 지원하고 있다. 농업성은 INAO(프랑스 원산지명칭관리소)에 대한 재정지원으로 농산물 수출촉진과 원산지증명 정책을 추진하고 있다.

3. 이탈리아

3.1. 개 요

이탈리아는 1996/97년 농산물 수출 163억 달러, 수입 249억 달러로 농업부문 무역적자가 85억 달러에 달했다. 연방 수출촉진 예산은 전통적으로 ‘해외무역기구(ICE)’가 취급하였으나 지방자치제의 진전에 따라 일부 권한을 지방정부에 이양하여 수출촉진 기관이 이원화되는 추세이다. 또한 산업별 조합 역시 수출촉진을 위해 적극적으로 활동하고 있다. 이들 프로그램에 대한 정부 지원 규모는 복잡한 기금운용으로 인해 정확하게 파악하는데 어려움이 있으나, 1997년의 경우 중앙 및 지방정부 차원의 공공기관에 대한 수출지원 규모는 3960만 달러로 추정되었다. 이 중 약 1600만 달러는 상업부와 농업부에 의해 지원되었으며 나머지는 지방정부가 조달하였다.

3.2. 수출지원 기관 및 주요 활동

3.2.1. ‘해외무역기구’의 수출촉진 활동과 재원 조달

‘해외무역기구(ICE)’는 기금의 대부분을 박람회 참가와 “삶의 질”을 강조하는 캠페인 전개에 지출하고 있다. 이탈리아의 수출촉진 활동은 전통적으로 유럽시장에서의 원예, 육류 및 치즈의 시장점유율을 유지 내지 확대하는데 초점을 두고 있으며, 미국 시장에서는 포도주, 치즈, 올리브유, 가공육 및 과자류 등 전통적 이탈리아 식품의 수출 촉진에 주력하고 있다.

해외무역기구 재원의 대부분은 상업부가 지원하며 수출촉진 예산

의 일정 비율은 농산물 수출 촉진을 위해 지출하도록 규정되어 1997년 그 액수는 500만 달러에 달했다. 과거에는 농업부에서 약 850만 달러를 지원받았으나 1998년부터는 지역의 수출촉진 활동을 활성화하기 위해 지방정부로 직접 지원되고 있다. 지방별 예산 분배는 거주인구와 교역 규모에 따라 이루어진다.

현재 지방정부는 각각 수출촉진기금을 운용하고 있지만, 국제무역 촉진활동을 위한 전문인력과 노하우 부족으로 ICE의 지원을 요청하거나 수출지원 자금의 상당 부분을 ICE에 반납하는 경우도 있다. 시실리와 베네토 지역은 각각 280만 달러와 180만 달러를 반납하였다.

모든 기금은 미국의 FMD나 MPP 프로그램과 같이 공동부담촉진활동(co-financed promotions)형태로 운용된다. 협력단체는 통상 생산자 협회나 조합 혹은 지방정부가 되며 항상 포괄적 관촉 활동에 지출되어 브랜드 제품 관촉에는 통상 사용되지 않는다. 그러나 ‘파르마(Parma) 햄’ 같은 지방 전통특산품에 대해서는 수출 촉진을 지원하는 경우도 있다. ICE는 EU 회원국을 대상으로 하는 촉진 비용에 대해서는 50%를 부담하지만, 역외국에서의 관촉 활동 비용에 대해서는 2/3를 지원한다. 1997년 ICE의 가용 예산은 1590만 달러로 추정되었다.

1997년 해외무역기구(ICE)가 예산을 지원한 수출촉진 품목은 일반 식료품(78.5%), 포도주(7%) 및 원예(14.5%) 등이었다. 원예작물은 거의 전적으로 EU가 목표시장이었으며, 포도주는 북미와 EU, 그리고 일반식료품의 경우 여러 지역을 대상으로 하였지만 주로 EU와 북미 지역의 활동에 집중적으로 지출되었다. 현재 전세계적으로 80개의 ICE (미국에는 4개) 사무소가 설치 운영 중이며, 대개 현지인을 고용하고 있으며, 현지 대사관 및 영사관 등과 긴밀한 협력체제를 이루고 있다.

그 밖에 ICE는 아시아(일본, 한국, 싱가포르, 중국 등)와 동유럽, 러시아, 그리고 라틴아메리카(아르헨티나, 브라질 등)와 같은 신흥시장

에도 진출 전략을 구체화하기 시작하였다. 1997년 11월 정부가 지원한 베이징의 대규모 ‘Made in Italy’ 행사에서 ICE는 식품과 농산물 판촉 활동을 전개하였으며 유사한 행사가 1998년 아르헨티나에서도 개최되었다.

3.2.2. 지방정부의 수출촉진활동

현재 이탈리아의 지방정부는 농업부 대신에 연방농산물 수출촉진 예산의 85%를 운용할 정도로 수출촉진 활동에서 역할이 증대되고 있다. 각 지역은 주(state) 정부로부터의 교부금과 보조금 덕분에 전국의 각종 식품 및 농산물 박람회에서 무료 혹은 저렴한 비용으로 공간을 확보할 수 있다. 일반적으로 20개 지방정부는 ICE와 같은 동일한 기준으로 기금을 배분하며 지역 기금은 조합이나 협회를 통해 파르마(Parma) 햄이나 파르미지아나 레지아노(Parmigiana Reggiano) 치즈와 같이 원산지명을 사용하는 전통특산품의 판촉을 위한 홍보 캠페인과 박람회 참가를 지원하고 있다. 지역 기금을 지원받기 위해서는 수출촉진 사업활동 경력과 계획서를 제출해야 한다. 수출촉진지원자금 규모는 지역별, 연도별로 달라진다.

일례로 수출촉진 프로그램을 가장 활발히 추진하는 Emilia Romana 지역은 1997년 400만 달러의 수출 촉진 예산을 마련하였으며, 이 자금의 대부분은 민간기금과 공동출자 형태로 조성되었다. 이 지역은 특정 사업이 전체 예산의 50% 이상을 지원 받지 못하도록 금지하고 있으며, 지역차원의 자금지원을 받은 사업은 ICE와 같은 다른 공공기금을 지원받을 수 없다. 지역예산의 1/3 이상이 과일 및 채소류 수출지원에 사용되었으며, 25%는 포도주 수출촉진에 투입되었다. 파르마 햄과 파르미지아나 레지아노 치즈는 각각 5~10%의 지방예산을 지원받았으며, 주요 촉진 활동은 박람회 참가, 시식회, 식품관련 언론을 통한 대중 홍보 등이었다.

3.2.3. 생산자 조합

가장 활동적인 조합은 치즈, 쌀, 육류, 과자류 및 포도주 조합이다. 각 조합들은 지방정부 및 ICE와 연계되어 활동을 하고 있으며 주요 수출시장인 EU 및 북미에 판촉활동을 집중하고 있다.

‘치즈 조합(Pecorino Romano)’은 정기적으로 유럽과 미국에서 언론 매체를 통한 홍보 캠페인(라디오, TV 및 잡지 등)을 지원하며, 캠페인 이외에도 뉴욕의 ‘우수식품전(Fancy Food Show)’이나 독일의 ANUGA에 참가하기도 한다. 이러한 활동의 모든 비용은 ICE나 사르디나(Sardina) 지방 정부가 공동 부담하며, 현재 조합은 독일시장에 더욱 관심을 갖고 홍보 캠페인과 점내 시식회 등을 개최하고 있다.

이탈리아 ‘쌀 생산자협회(Ente Risi)’는 이탈리아 국내 및 일부 EU 시장에서의 쌀 소비를 촉진한다. 미국의 쌀 연맹은 영국 내 쌀 소비의 포괄적 촉진을 위해 ‘쌀 생산자협회’와 장기간 협력하고 있다. 쌀 생산자협회의 재원은 생산자 자조금과 가공업자의 의무 징수 자조금으로 조성된다.

파르마(Parma) 햄 조합은 극도로 잘 조직화되어 경쟁력이 있으며 유럽과 미국에서 매년 다양한 판촉활동을 추진하고 있다. 프랑스 시장의 경우 조합은 ICE와 더불어 유력 소비자 잡지 등을 통해 장기간의 이탈리아 식품 판촉활동을 전개한다. 이 조합은 또한 파르마 햄의 조리 및 보관 방법 등에 대해 소책자를 발간하는 이외에 판촉물, 업소용 홍보 포스터 및 육류 카운터 진열 등의 활동을 추진하고 있다.

‘과자제조협회(AIDI)’는 ICE와 공동으로 식품박람회에 참가하거나 이탈리아 전통과자인 파네토니, 토로니 및 다양한 초콜렛 캔디 등에 대한 광고 캠페인 및 홍보물 제작 활동을 전개하고 있다.

‘포도주 제조업조합(Chianti Classico)’은 회원들의 회비로 재원을 100% 조성하고 있다(총회원 600명 가운데 약 200여명은 병 제조업자).

이 조합은 생산량의 70%를 수출하며, 주요 시장은 독일, 영국 및 미국 등이다. 조합은 식품박람회 등에 참가하며 매년 주요 수입국의 대도시에서 10여 회 가량 이벤트를 개최한다. 이벤트는 기자회견, 수입업자와 유통업자를 위한 세미나 및 포도주 시음회 등으로 구성된다.

4. 네덜란드

4.1. 네덜란드의 농업 개황

네덜란드는 1996년 총인구 약 1560만 명, 국토 면적 약 415만 ha로서 전체 취업자는 670만 명이고 농림업 부문의 취업자는 약 65만 명으로 전체 고용에서 차지하는 비율은 약 10%에 이르는 것으로 나타났다. 경작지 면적은 국토의 거의 절반에 해당하는 200만 ha이며 농업 취업인구 일인당 평균 경지면적은 약 3 ha에 달한다. 또한 국내총생산(GDP)은 약 6680억 길더(약 3500억 달러)로 일인당 43100 길더(약 2만 2000 달러)이며 농업생산액은 GDP의 약 7.3%인 485억 길더(약 242억 달러)로 나타났다.

1996년 전체 수출액은 3210억 길더(약 1605억 달러)이고 농산물 수출은 전체의 약 25.5%인 820억 길더(약 410억 달러)로 농산물 수출액이 생산액보다 많아 네덜란드가 세계 3위의 농산물 수출국으로 성장하는 원동력이 되었다. 한편 전체 수입액은 2880억 길더(약 1440억 달러)이며 농산물 수입액은 전체 수입의 16.7%인 480억 길더(약 240억 달러)로 나타나 농산물 부문의 무역흑자는 340억 길더(약 170억 달러)를 기록하며 미국에 이어 세계 2위를 차지하였다. 농업생산액 비중은 축산물 생산액이 절반 이상인 56%, 원예작물 35%, 그리고 경종작물 9%로 나타나 곡물류 등 경종작물보다 돼지고기, 낙농제품 등

축산물과 화훼, 과채류 등 원예작물 위주의 농업 구조를 보이고 있다.⁴

4.2. 정부의 역할

네덜란드의 농업에서 정부(Ministry of Agriculture, Nature Management and Fisheries)의 가장 중요한 역할은 교육, 연구 및 지도에 있다. 정부는 농업관련 교육과 연구 및 지도사업을 마련하고 재정지원을 하며 새로운 방식을 개발할 것을 촉진한다. 네덜란드의 농업정책에서 가장 핵심적인 목표는 일정한 수준의 수요에 대응할 수 있는 생산 유지와 생산성 향상, 그리고 세계시장에서의 경쟁력 제고라 할 수 있다. 또한 농업생산과 환경과의 조화와 균형을 통한 보호와 농업부문에 참여한 모든 상대방들간의 협력도 강조하고 있다.

또한 정부는 유럽연합(EU)의 공동농업정책(Common Agricultural Policy)을 1968년부터 수행하면서 이의 개선과 합리화에 기여하고 있다. 네덜란드는 공동농업정책의 개혁과 우유쿼터 관리, 그리고 시장 개방 등을 이행하고 있다. 정부는 국내 및 해외 농산물 시장에서 발생하는 변화에 대응하여 정책을 조정하는 책임이 있으므로 국내외 소비자 수요에 맞출 수 있도록 정책을 조율한다. 그 밖에 정부의 역할은 가격 및 유통정책으로 비록 구체적인 농산물 유통 활동에 참여하지는 않지만 가능한 여러 가지 방안에 의해 외국으로의 수출을 촉진한다 (Feng 1999). 수출촉진 활동은 무역박람회 참가와 해외관측활동 및 사절단 파견과 시장조사 등을 포함한다.

⁴ MANMF (1999) 및 LEI-DLO (1999) 참조.

4.3. 네덜란드의 화훼류 교역과 경매제도

4.3.1. 화훼류 교역

네덜란드는 1998년 절화 수출액 57억 길더로 세계 시장점유율 59%, 분화 수출액 22.7억 길더로 시장점유율 48% 기록한 세계 최대의 화훼류 수출국이다. 주요 수출국은 독일, 프랑스, 영국, 이탈리아 등을 포함한 EU 회원국이며 미국과 일본으로는 주로 절화류가 수출된다. 특히 독일은 절화류 수출액 21.8억 길더, 분화류 수출액 11억 길더로 최대의 수출대상국이다. 일본으로의 절화류 수출은 9-12월에

표 4-6. 네덜란드의 경제 및 농업관련 지표

구 분	1985	1990	1995	1996
인구 (100만 명)	14.5	15.0	15.5	15.6
취업인구 (10만 명)	5.3	6.1	6.6	6.7
농업취업자 (1000명)*	686			647
면적 (100만 ha)	4.15	4.16	4.15	4.15
경지면적 (100만 ha)	2.0	2.0	2.0	2.0
총수출 (10억 길더)	226	287	314	321
농산물수출 (10억 길더)*				82
총수입 (10억 길더)	216	256	282	288
농산물수입 (10억 길더)*				48
GDP (10억 길더)	426	517	638	668
농업GDP (10억 길더)*	50			49
일인당GDP (1000 길더)	29.4	34.6	42.5	43.1

자료: MANMF (1997/98); * LEI (1999).

집중되며 네덜란드의 일본시장 점유율은 1.8%(약 5000만 길더)로 증가 추세를 보이고 있다. 경매장에서 거래되는 10대 절화류는 장미(12.6억 길더), 국화(6.4억 길더), 튜립(3.3억 길더), 백합(3억 길더), 저베라(2.1억 길더), 카네이션(1.9억 길더), 프리지아(1.4억 길더), 심비디움(1.3억 길더) 등이다.

4.3.2. 네덜란드의 경매제도와 화훼류 수출 물류

네덜란드의 현행 경매제도(Clock auction)는 생산자들이 가장 효과적인 판매제도를 시행하기 위해 변경과 개선을 거듭한 결과 결정된 형태이다. 알스미어(Aalsmeer) 경매장(VBA)을 비롯한 7개의 화훼 전문경매시장은 재배업자들의 자생적 판매조합으로서 회비와 수수료(경매판매액의 5~5.5%)로 운영되며 국내 생산량의 90%, 수입물량의 70% 이상이 경매시장에 상장되고 있다.

1968년 두 경매장('Bloemenlust'와 'CAV')이 통합된 알스미어 경매장은 소유자인 5000여 생산자들과 수입업자들이 출하하고 수출업자, 도매상, 소매상들로 구성된 2000여 구매자들이 참여한다. 1998년 절화류 경매액은 29.6억 길더로 전체 경매액(66.2억 길더)의 약 45%를 차지한다. 출하량의 20%는 수입품이고 경매량의 80%가 수출되고 있어 네덜란드의 경매장은 화훼류의 생산과 무역을 연결하는 교량으로서의 기능과 역할을 하고 있다.

경매장에 상장되기 위해 국내 또는 해외에서 저녁과 밤에 도착한 절화류는 저온저장고에서 경매 대기하다가 경매 개시 후 레일을 따라 경매장에 진입한다. 대기실에서 이미 보조경매사가 품명, 생산자와 원산지, 수량 등 제반사항을 기록, 경매장에 걸려 있는 경매용 시계에 입력시키고 품질검사원은 특성 등을 조사하여 역시 입력시키면 경매사는 수량 및 특성 등을 공시하면서 시계판의 테두리 불빛으로 가격을 변화시키면 구매자들은 자기가 원하는 가격에 불빛이 닿을

때 버튼을 눌러 구입의사를 표시한다. 낙찰자로 선정되면 즉시 자기 소유 작업장으로 옮겨 행선지별로 재포장 등 간단한 가공 후 국내나 유럽 국가들에게는 컨테이너 트럭을 이용하여 육상으로 운송하고 미국이나 영국, 일본 등으로 수출할 경우 공항으로 운송하여 항공화물로 운송한다.

4.4. 정부의 농산물 수출지원

4.4.1. 수출지원 개요

정부는 농업의 부가가치 증대를 위하여 신품종 개발과 생산 및 가공 기술 등에 대한 연구개발 투자를 지속적으로 증대시켜 오고 있다. 또한 연구 개발 사업의 효율성을 제고시키기 위해 11개 연구기관(DLO)을 1999년 3월부터 민영화하는 한편 와게닝겐(Wageningen)대학과 공동으로 ‘Wageningen UR (University and Research Centre)’를 발족시켜 정부와 기업을 고객으로 계약 연구 형태로 운영하고 있다.

수출 촉진 사업은 농수산물자원관리성(MANMF)이 무역산업국을 통해 예산을 지원하는 해외시장 정보 수집 및 박람회 참가 등이 있으며, 주로 현지 대사관 주재 농무관 등 해외 네트워크를 활용하여 수출촉진 활동의 현장성과 효율성을 높이고 있다. 정부에서 지불하는 직접 수출보조는 없으며 EU에서 회원국의 특정 품목 수출업자에게 국내 가격과 수출가격의 차액을 환불하는 수출환급제도(Export Refund)를 시행하고 있다.

4.4.2. 수출지원 담당기관

네덜란드의 농산물 수출지원 담당 기관은 농수산물자원관리성이며 1996년 예산은 1995년과 같은 540만 달러 수준이었다. 수출지원 예산의 용도는 농산물 전시회 (특히 무역박람회 추진)에 50%, 광고와 점

내 판촉(In-store Marketing)에 15%, 구매사절단 파견, 무역회의 참석, 시장조사 및 홍보활동 지원에 35%가 지출된다. 그 밖에 수출시장 촉진 활동을 하는 민간 또는 정부지원 무역단체가 12개 있으며, 1996년 이들 기구들의 총예산은 약 7880만 달러에 달했다.

정부의 판촉 지원금은 대부분 국가 경제에서 중요성이 큰 낙농과 원예 부문에 투입되며, 판매위원회나 협회 등 민간 단체들의 판매촉진 비용은 기본적으로 생산자나 가공업자들의 자조금(check-offs)이나 부과금으로 충당되고 있다.

표 4-7. 네덜란드의 농림산물 종류별 수출¹⁾

단위: 10억 길더³⁾

구 분	1993	1994	1995	1996	1997 ²⁾	1998 ²⁾
경종작물	19.0	20.9	22.0	21.9	20.7	20.8
원예작물	15.8	18.3	17.5	17.7	20.1	21.5
축 산 물	19.2	18.9	18.6	19.1	20.8	21.4
유 지 류	2.5	3.3	3.2	2.9	3.2	3.8
기 타	3.6	3.9	3.8	3.8	3.6	3.6
합 계	60.1	65.3	65.1	65.4	68.4	71.1

1) 등록된 수출액이므로 실제 수입액은 10-15% 높을 것으로 추정됨.

2) LEI-DLO (1999).

3) 1길더는 1999년 현재 약 0.483 달러임.

자료: MANMF (1998).

표 4-8. 대상국별 농산물 수출액과 점유율¹⁾, 1995

국 별	수출액 (100만 달러)	점유율 (%)
EU-15개국	52,824.6	78.4
프 랑 스	8,047.7	11.9
벨기에/룩셈부르크	6,787.3	10.1
독 일	20,646.8	30.6
이탈리아	4,869.1	7.2
영 국	5,540.8	8.2
아일랜드	467.8	0.7
덴 마 크	1,002.8	1.5
그 리 스	1,385.9	2.1
포르투갈	421.9	0.6
스 페 인	1,674.5	2.5
스 웨 덴	865.5	1.3
핀 란 드	317.6	0.5
오스트리아	796.9	1.2
EU 역외국 합계	14,573.0	21.6
미 국	1,825.3	2.7
세계 전체	67,397.6	100

1) 등록된 수출액만이며 실제 수출액은 10-15% 많을 것으로 추정됨.

자료: 네덜란드 중앙통계국 및 농업경제연구소(LEI-DLO 1999), Haifa Feng (1999)을 재인용.

4.5. 업계의 수출지원 활동

4.5.1. 네덜란드 낙농국

‘네덜란드 낙농국(Dutch Dairy Bureau: DDB)’은 네덜란드에서 수출 지원활동 예산이 가장 많은 대표적인 농산물 수출촉진기관으로 품목별 생산자 단체인 네덜란드 낙농위원회(Dutch Dairy Board)가 예산을 지원한다. 수출촉진 대상국은 주로 EU 회원국들이며 주된 품목은 치즈와 버터 등이다.

4.5.2. 국제청과상협회

‘국제청과상협회(Greenery International: GI)’는 원예경매중앙국(Central Bureau for Horticultural Auctions)을 모태로 1996년 설립되었으며 연간 거래액 15억 달러, 회원 농민 1만 3000명으로 전국 과채류 경매액의 75%를 차지한다. 전국의 각종 과채류 경매시 생산자 부과금으로 재원을 조달한다. 수출촉진 예산이 둘째로 많은 품목별 단체로 목표 시장은 독일과 영국이며, 주요 대상 품목은 토마토를 비롯한 신선 과채류이다. 협회 출범 후 경매직 350명을 감원하고 정보기술 및 유통분야에 110명을 보강하는 조직 개편을 통해 네덜란드산 토마토에 대한 외국 소비자들의 인식 개선에 주력함과 동시에 스페인과 이탈리아, 모로코 등 외국산에 잠식당한 시장점유율을 회복하기 위해 노력하고 있다.

4.5.3. 육류정보국

‘육류정보국(Information Bureau for Meat: IBM)’은 도축시 두수에 따라 부과되는 자조금으로 운영되는 육류 및 가축생산위원회가 예산을 지원하고 있으며, 대상 품목은 신선 육류와 통조림 육류, 육류부산물

등이다. 주요 활동은 무역사절단 파견 등 전형적인 판촉 형태이며 EU 회원국, 특히 독일을 대상으로 활동한다.

4.5.4. 국제구근류센터

‘국제구근류센터(International Flower Bulb Center: IFBC)’는 장식용농산물생산위원회(Product Board for Ornamental Products)가 생산자와 무역업자들의 자조금으로 마련한 재원으로 수출촉진을 지원하고 있다. 주요 대상국은 EU회원국과 노르웨이, 일본, 한국, 헝가리, 폴란드 등이며 홍보와 수출 광고, 전시회 참가 등의 활동을 지원한다.

4.5.5. 네덜란드 화훼협회

‘네덜란드 화훼협회(Flower Council of Holland: FCH)’도 장식용농산물생산위원회의 지원으로 운영되며 주요 대상국은 독일, 이탈리아, 벨기에이나 이탈리아와 오스트리아, 스위스도 주요 시장으로 부상하고 있다. 대상품목은 절화 및 분화류 등으로 소비자 대상 광고, 무역사절단 파견 및 홍보 등을 지원한다.

4.5.6. 화훼류 수출 항공운임 지원 문제

네덜란드는 국내에서 생산된 화훼류뿐만 아니라 외국에서 수입된 화훼류도 상당 부분 수출하고 있다. 짐바브웨나 케냐 등 외국의 생산지에서 독일이나 영국 등으로 직접 수출하지 않고 네덜란드를 거쳐 수출하는 이유는 암스텔담의 스키폴 공항까지의 항공 화물 운송이 용이한데다 수출 물류 시스템 (운송-저장-경매-포장 및 가공-내륙운송-국제운송 등)이 잘 발달되어 있고 시장가격이 경쟁적으로 결정되며 구색 맞추기(Assortment) 비용을 절감할 수 있기 때문이다.

단일 품종을 대량 생산, 출하하는 수출국들은 규모가 큰 시장을 통해야 제값을 받을 수 있기 때문에 직수출보다 네덜란드의 경매장

을 경유하고 있다. 경매장은 국내외 생산과 수출입을 연결하는 교량으로서의 역할과 기능을 수행하고 있어, 네덜란드가 세계 최대의 화훼류 수출국으로 발전할 수 있는 근원은 경매제도와 수출 물류시스템의 발달에서 찾을 수 있다.

항공 운임은 단순히 목적지까지의 거리에 따라서만 결정되는 것이 아니고 항공화물(Air Cargo)의 수요와 공급간의 관계에 의해 결정된다. 네덜란드와 미국, 일본간에는 많은 항공사가 취항하여 항공화물 서비스의 공급이 충분한 반면 수요는 공급만큼 많지 않아 항공운송비가 상대적으로 낮게 형성될 수 있는 조건을 갖추고 있다.

수출항공 운송비를 결정하는 가장 중요한 요소는 “물량”과 “계약”이다. 암스텔담의 스키폴 공항은 항공화물 취급 규모가 유럽에서 두 번째로 큰 공항으로서 세계 각지로 항공노선이 많이 개설되어 있다. 따라서 장기간에 걸쳐 지속적으로 수출할 수 있는 대규모 물량이 확보된 거대 수요자의 경우 항공화물 운송계약에서 가격(운임) 협상을 주도할 수 있다.

화훼류 운송 계약은 항공회사와 공항의 서비스, 즉 항공화물 운송의 품질과 운송비를 모두 고려하여 결정한다. 화물이 다량이고 장기간에 걸친 운송이 필요할 경우 항공사와 운송업자 그리고 수출업자가 함께 협의하여 운임을 결정한다. 유럽대륙 이외의 지역으로 수출되는 절화류는 모두 항공편으로 운송되며, 가급적 직항노선을 이용하지만 불가피할 경우 외국에서 환송하는 경우도 있다. 스키폴 공항과 인근 지역에는 저온저장고가 많지만 외국의 모든 공항에 저온저장고 시설이 있는 것은 아니기 때문에 환송시 수출품의 품질 저하가 우려되어 운송비뿐만 아니라 공항의 시설과 서비스도 고려해야 한다.

화훼류 수출 항공료 보조는 경매제도와 수출 물류시스템에 의한 1300여 수출업자들의 항공료 결정 방식 등을 감안할 때 현실적으로 곤란하다. 알스미어 등 경매장의 경쟁적 가격 결정 방식은 네덜란드

의 화훼류 가격을 세계 최저 수준에서 형성되게 하므로 화훼류는 역내 가격과 국제 가격간의 차액을 지불하는 EU의 수출환급제도 대상에 해당되지 않는다.

4.6. 농산물 수출금융과 수출신용보증

네덜란드의 농업금융은 '라보 (Rabo) 그룹'과 별도로 생각할 수 없다. 라보 은행 그룹은 농민들이 자발적으로 조직한 지역신용협동조합으로 출발하여 오늘날 세계 모든 신용평가기관들로부터 신용등급 'AAA'를 받는 국내 2위, 세계 31위(자기자본 기준)의 금융그룹으로 성장하였다. 1999년 현재 436개의 지역별 독립적 단위은행과 중앙은행(Rabobank Nederland) 및 보험, 증권 등 자회사로 구성된 그룹을 총칭하는 라보 (Rabo) 은행 그룹은 전체 대출의 23%를 농업부문에 대부하여 네덜란드 농업자금 대출의 90%를 점유하고 있으며 그 밖에 중소기업과 주택금융 등에 대출하고 있다.

정부는 효율성 제고를 위해 농업금융을 점차 상업금융기관이 담당하도록 추진하고 있다. 1990년대 초반에 이미 단기금융을 상업화하였으며 1997년 10월 15일 투자 및 재보험법을 개정하여 정부 역할을 축소하였다. 그러나 중기(1년 이상) 수출신용은 아직도 정부가 관장하고 있다.

라보 은행은 과거 농민이 이사나 감사 등으로 참여하여 농업금융에 어느 정도 영향력을 행사했으나 현재는 최상의 신용등급을 유지하기 위해 농민을 위한 우대 금융이 불가능하다. 세계적인 금융기관의 인수 및 합병 (M&A) 및 대형화 추세에 대응하기 위해 지역은행수를 1994년 595개에서 1999년 현재 436개로 점차 감축하는 한편 목표 고객에 좋은 서비스를 제공하는 영업 전략을 시행하고 있다. 별도의 농산물 수출금융이나 농업금융이 없어 농민들도 상업적인 일반금융을 이용하고 있으며 대출금리는 단기 4~5%, 장기 5~7% 수준

이다.

라보 그룹은 국제 금융을 위한 세계적인 네트워크를 구축하여 유럽에 14개, 북미 2개, 남미 4개, 아시아 10개, 그리고 호주에 1개의 해외지점을 설치하고 각각 차별화된 고유 업무를 수행(아시아에서 한국과 일본은 없음)하고 있다. 벨기에 지점은 EU 회원국에 대해 복잡한 EU의 '보조 및 지원계획'에 대한 이해를 돕고 이용하기 쉽도록 자문서비스를 제공함으로써 유리한 무역 및 투자 환경을 조성함과 동시에 EU와의 성공적인 동반자 관계를 유지하고 있다.

네덜란드에는 별도의 농산물 수출금융이나 신용보증 기관은 없으며 상업적인 금융기관인 네덜란드 신용보험회사(NCM: Nederlandsche Creditverzekring Maatschappij NV)가 비농업 부문의 무역금융과 같이 취급하고 있다. 그러나 미국의 GSM-102/103이나 캐나다와 호주의 수출금융 지원을 받는 농산물과 경쟁을 해야하는 경우 예외적으로 라보 은행이 정부의 지원을 받아 대응기금(Matching Fund) 형태로 1~3년까지의 중장기 대출을 하고 있다.

네덜란드의 농산물 수출업자가 이용할 수 있는 수출금융에는 ECA(수출신용기관)의 수출금융과 아울러 라보 은행의 보완금융상품이 있으며, OECD 회원국들의 수출촉진계획을 이용하기 위해 고객들에게 제공하는 여러 가지 복합금융상품이 있다. 여기에는 ECA의 대출한도가 85%이므로 100%까지 대출받을 수 있는 보증금 상품(Downpayment Finance)과 제한적 상환요구성 금융인 사업금융(Project Financing), 국제금융공사(IFC)나 세계은행 등과의 공동 금융이 있다. 그 밖에 런던과 함부르크에서는 수출어음의 인수팀을 운영하고 있다.

제 5 장

케언즈 그룹 국가들의 수출지원제도

1. 호주

1.1. 개요

농산물 수출국 모임인 케언즈 그룹의 실질적 주도국인 호주는 1996년 농산물 수출 177억 달러, 수입 51억 달러로 126억 달러의 무역수지 흑자를 기록한 주요 수출국이지만 정부에 의한 농산물 수출보조가 없는 것으로 알려져 있고 EU와 미국의 수출보조 철폐를 가장 강하게 주장하고 있다.

그러나 호주도 금지되지 않은 수출 촉진을 위해 정부투자기관인 호주무역위원회(AUSTRADE)를 통해 수출시장개발 사업을 지원하고 있다. 대부분의 농산물 수출촉진 사업은 생산자 조직에 의해 행해지고 있으며 필요한 재원은 관련 법규에 근거하여 강제 징수되는 할당금으로 충당되고 있다. 1995/96년도에 생산자 조직의 부담금은 1억 2950만 달러인데 비해 정부 지원금은 5680만 달러에 달했다. 최근 호

주 정부는 특히 고부가가치 농산물의 수출시장진흥을 위한 지원을 강화하고 있으나 정부 지원금은 향후 몇 년 안에 감소할 것으로 예상된다.

호주의 주요 생산자 수출촉진단체에는 호주 소맥유통위원회(AWB), 호주 낙농조합(ADC), 호주 육류축산조합(AMLC), 호주 건과일유통위원회(ADFB), 호주 원예조합(AHC), 호주 와인브랜디조합(AWBC), 호주 양모연구진흥기구(AWRAP)단체 등이 있다.

1.2. 정부의 수출촉진 지원

1.2.1. 수출시장 개발지원 계획

호주 정부는 무역위원회(Australian Trade Commission: AUSTRADE)를 통해 모든 산업의 수출 촉진을 지원하는데 AUSTRADE는 국내사무소와 67개의 해외사무소를 설치 운영하고 있다. 정부의 핵심적인 수출촉진사업은 ‘수출시장 개발지원 계획 (EMDG)’과 ‘혁신적 농산물 유통계획 (IAMP)’이다.

EMDG는 수출시장 개발 혹은 진입시 발생하는 유통비용 부담을 위해 연간 19만5000 달러까지 기업에게 지원하고 있으나 상한액은 1996년 7월 1일 15.6만 달러까지 감소하였다. 지원 대상 업체는 수출액이 연간 1950만 달러 이하이고, 소요된 비용이 최소한 2만 3400 달러 이상이어야 한다. 1995/1996년 EMDG로 지불된 금액은 약 1억 7120만 달러였으며 그 중 약 20%(약 3420만 달러) 정도가 농산물 수출회사에 지원되었다.

1.2.2. 혁신적 농산물 유통계획

‘혁신적 농산물 유통계획(IAMP)’은 농림수산업 분야에서 혁신적인 사업을 계획하고 있는 견실한 생산자, 가공업자, 제조업자 및 유통업

자에 대하여 재정 지원을 하는데 기금의 대부분은 시장조사와 기업
의 활동에 지출된다. 1995/96년 13개 프로젝트에 3억 1300만 달러가
지원되었으나 이 계획은 1996년 7월 1일자로 종료되고 대신 1996년
9월부터 “Supermarket to Asia” 프로그램이 발족되었다. 이 프로그램은
아시아 시장에서 호주 식료품의 경쟁력 강화를 위해 생산, 포장, 운
송, 유통 및 무역 등 모든 식품관련 사업을 담당할 Supermarket to
Asia 위원회에 의하여 실시된다. 1996/97년부터 3년간 890만 달러의
정부 기금을 받게 될 이 단체의 임무는 “공격적인 수출 양식을 갖고
전세계에서 경쟁력 있는 농식품산업(agri-food industry)을 발전시켜 다
가오는 10년 동안 아시아 시장으로의 수출이 현저하고도 지속적으로
증대”되는 것이다. 이 위원회는 목표 달성을 위해 시장을 선정하고
판매, 생산, 포장 및 유통전략을 수립하는데 조력할 것이다. 유통부
문에서는 ‘Quality Food Australia’ 책자와 인증 프로그램을 개발, 발전
시켜 아시아 전체에 대한 소매 및 식품 서비스 수준이 상호 조화를
이루면서 향상되도록 장려할 것이다.

1.3. 유통위원회의 수출촉진 활동

1.3.1. 소맥유통위원회

‘소맥유통위원회(Australian Wheat Board: AWB)’는 1999년까지 모든
수출용 밀의 판매권을 갖는 법정 유통기구로서 호주 국내산 밀의
60~80% 정도를 취급하고 있다. AWB의 재원은 주로 국내 판매와 수
출의 수익금으로 조성되지만, AWB가 설립한 투자 기금인 밀산업기
금(Wheat Industry Fund)은 농가 판매액의 2%에 해당하는 생산자 부과
금으로 마련된다. 정부는 밀 생산 총액의 0.5%까지의 금액을 연구자
금으로 지원한다.

1995/96년 AWB의 주요 개발 목표는 까다로운 소비자의 욕구를 만

족시키기 위한 호주 밀의 가공 전략 수립에 있었다. 각종 밀의 품질과 생산을 총괄하는 제작팀이 구성되어 소비성향 분석, 품질 요구사항 반영, 신품종 개발 및 분리 전략 수립 등을 담당하였다. 특히 아시아 시장을 공략하기 위한 밀 생산을 위해 전문생산자 풀을 활용, 상여금을 지급하고 있다. 또한 소비자와 구매의사 결정 관련자들이 AWB의 생산물과 서비스를 구입, 이용하게 하기 위해 AWB를 ‘주문대로 생산한 고품질 곡물’의 공급자로 인식시킴으로써 경쟁적 지위를 향상시키고 핵심 소비자와의 관계를 강화하려 노력하고 있다.

AWB는 적극적으로 기술훈련, 소개 방문, 해외소비자에 대한 서비스 및 기타 판촉활동 등을 통해 밀 판촉 사업을 전개하고 있다. 이들 사업은 곡물기술학회(Academy of Grain Technology)의 아시아식품연구센터(Asian Food Research Center)가 담당하며, AWB의 국수시험공장의 독특한 설비와 빵연구소(Bread Research Institute)를 활용하여 신품종 밀의 검사와 가공기술 개량 등을 수행한다. 또한 싱가포르의 제빵산업훈련소(Bakery Industry Training Center)와 같은 외국 연구기관과도 연계하고 있다. 그 밖에 동남아시아와 중동의 제분업자들을 위한 사업포럼 “Growing Together”와 일련의 세미나 및 중국에서의 호주 밀 판촉을 위한 포럼 등 시장촉진사업을 위해 1996년 시장촉진사업 비용으로 약 170만 달러를 지출하였다.

AWB의 투자기금인 밀 산업기금(WIF)은 AWB의 사업 영역을 다양화하기 위해 이용되며, 1999년 정부차입보증이 종료될 때 AWB 사업을 지원하기 위한 자금원이 될 것이다. WIF는 이집트, 베트남, 중국의 제분사업에 투자하고 있으며, 1996년에는 중국 제분업체 두 곳에 500만 달러 이상의 투자 실적도 있다. 또한 AWB가 주도한 컨소시엄은 중국 광서성(廣西省)의 팡청(Fang Cheng)지역에 760만 달러 규모의 곡물창고 건설 계약을 따냈으며, 이 설비는 세계은행으로부터 자금 지원을 받는 중국 프로젝트의 중요한 부분으로서 곡물 출하체계를

현대화하기 위한 사업이었다. AWB는 유통 및 시장개발 이외에 정부의 수출신용보험기관이 보증되는 수출 금융을 제공하고 있으며, 1996년 AWB가 지불한 수출신용보험료로는 1,300만 달러였다.

1.3.2. 호주 낙농조합

‘호주 낙농품조합(ADC)’은 낙농품 수출 및 국내외 시장개발을 담당하며 민간업체와 낙농조합에 수출허가를 발급하거나 일본과 EU에 직접 치즈를 판매한다. ADC의 시장개발 사업 재원은 낙농품 생산자들에 대한 부과금으로 충당하고 있다. ADC는 아시아·태평양지역에서의 통합 광고 및 판촉활동을 위해 정부의 수출시장개발지원(EMDG) 계획을 통해 지원을 받았으며, 호주 정부는 낙농품 생산 총액의 0.5%를 연구비로 지원하고 있다. 1995/96년 ADC의 국제 판촉활동은 낙농품 시식회, 무역전시회 참가, TV 광고, 소비 촉진 교육용 비디오와 팜플렛, 그리고 식품제조업을 대상으로 한 구매자 지침 및 책자 발간 등으로 390만 달러를 지원하였다. ADC는 판촉 도구에 “Australian Dairy Mark”를 성공적으로 활용하여 대부분의 낙농품 수출에 상표 사용을 허가하고 있다.

1.3.3. 호주 육류축산조합

‘호주 육류축산조합(AMLC)’은 수익 극대화를 위해 소비자에게 호주산 육류의 좋은 특성을 홍보하고 가능한 한 가장 양호한 배달 체계를 확보하며 시장정보를 제공하는 등 시장접근을 보장, 보호하기 위한 국내외 활동을 담당하고 있다. AMLC의 재원은 전적으로 산업체 부과금으로 마련되며 정부는 소, 돼지 및 면양제품 생산 총액의 0.5%를 연구 기금으로 부담하고 있다.

1996년 AMLC의 수출촉진 비용은 2680만 달러로 그 중 62%는 북아시아, 22%는 미주, 그리고 아시아와 유럽에 12%, 중동에 5%가 지

출되었다. 일본에서는 집중적으로 “Aussie Beef” 상표를 선전하는 TV 광고를 함으로써 개인 수출업자들은 독자 상표 개발 대신에 그 로고를 사용하여 판매이익을 얻도록 하였다. 또한 호주 쇠고기의 소비자 인지도를 높이기 위해 자발적 표준제도(Voluntary Standard System: VSS)로 알려진 등급체계를 개발하여 긍정적 반응을 얻고 있으며 일본에 대한 호주산 쇠고기 수출의 절반을 담당하고 있는 8개 호주 업체들도 VSS를 채택하였다. 한국에서는 시장의 수요를 보다 잘 반영하기 위하여 목초사육 지침(grassfed fullsets)의 세부 사항들을 적절히 변경해 왔으며 냉장쇠고기의 판촉활동도 적극적으로 전개하고 있다.

1.3.4. 호주 원예조합

‘호주 원예조합(AHC)’은 현재 5억 1800만 달러인 수출을 2000년까지 14억 8000만 달러로 증가시킨다는 업계의 목표를 관리·감독하고 있다. 수출촉진사업은 AHC와 산하 개별 수출업자들에 의해 수행되고 있다. AHC의 재원은 업계 부담금과 정부 지원으로 구성되어 있다. 1995/96년 사과와 배에 지원된 기금은 전년도보다 크게 증가해 수출진흥예산의 55%를 차지하였다. 또한 건과일에 26%, 감귤류 18%를 각각 지원하였으나 꿀과 아보카도에 대한 수출진흥사업은 중단되었다. 건과일과 꿀 판촉사업은 수출허가권을 가진 호주 건과일 위원회와 꿀 위원회가 수행하고 있다.

AHC는 1988년 설립된 이래 산업체 부과금을 보충하고 호주 원예 산업 부문의 ‘변화’를 지원하기 위한 정부의 지원은 계속 유입되어 1996/97년에는 그 규모가 약 60만 달러에 이르렀으나 이후 중단되었다. AHC와 개별 품목별 유통위원회는 수출시장개발지원(EMDG)을 받고 있다 (1995/96년 AHC는 약 3만 달러, 건과일 위원회는 약 12만 달러).

AHC와 회원들은 시장접근 및 개발, 산업 마케팅 등 수출촉진 활

동을 하고 있다. 시장접근활동은 주로 검역수입장벽을 검증, 철폐하기 위한 검역소 기술지원이며 산업 마케팅 활동은 싱가포르, 말레이시아, 홍콩, 뉴질랜드, 인도네시아, 대만, 미국을 대상으로 전개하고 있다. 대부분의 수출진흥사업은 상점과 일반 대중매체를 통한 광고와 선전에 초점을 두고있으며 AHC의 주요 프로그램은 호주산 신선과채류의 안전성, 건강, 고품질을 상징하는 “Australian Fresh” 로고와 표시의 사용이다. 이 프로그램은 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아에서 1996년 처음 시작할 때부터 25개 이상의 사과 및 배 수출업자, 생산자, 통조림업자 등이 지원하였으며 현재 30개의 핵심 수출업자들이 사용 허가를 받아 약 230만 달러의 판촉비를 부담하고 있다.

1.3.5. 호주 와인브랜드조합

‘호주 와인브랜드조합(AWBC)’은 호주 및 해외에서의 상품판촉을 통해 호주산 포도제품의 수출을 진흥 및 조정하기 위하여 설립되었다. 이 조합의 특별사업은 호주산 와인의 국제적 평판을 획득하는 것이며 선별된 수출시장에서 호주산 와인에 대한 인식을 제고시키는 것이다. 아울러 포도주의 수출 허가와 선적승인증명서를 발급하고 있다. 품질기준에 적합하고 수입국의 요구조건 충족여부를 보증하기 위하여 수출용 포도주를 검사하며 또한 라벨 통합 프로그램을 관리하고 있다. 산하에 영국, 유럽 대륙, 미국, 스웨덴, 아시아, 캐나다에 주재하고 있는 수출업자들의 목표와 예산을 조정하는 호주 와인수출위원회가 소속되어 있다. AWBC는 영국(47%), 미국(18.5%), 유럽(15.5%) 등에 총 1400만 달러의 판촉비를 사용했으며 별도로 58만 달러의 경상비를 지출하였다. 재원의 대부분은 국가 또는 지역의 지원금으로 충당되었으나 최근 업계는 조합의 활동자금 조달을 위하여 수출증가세를 부과하기로 합의하였다.

1.3.6. 호주 양모연구진흥기구

‘호주 양모연구진흥기구(AWRAP)’는 1993년 12월 호주양모조합과 양모연구개발조합의 합병으로 출범하였으며, 1994년 6월에는 소비자 중심의 국제 유통 및 연구기관 단일화를 위하여 국제양모사무국(IWS)과 운영을 통합하여 AWRAP 위원회는 경영상의 문제, 특히 기술 및 연구개발문제와 호주 특유의 현안들을 담당하고 IWS 위원회는 자금, 울 마크(Woolmark) 상표 및 다른 상표전략 및 전반적 판촉 활동에 관한 정책적 문제들을 취급하고 있다.

AWRAP/IWS는 산업연구, 소비자 거래 및 소매촉진사업을 수행하며 세계 전역의 가공 전 및 후공정 산업에 대해 기술 서비스와 전문 지식을 제공한다. AWRAP의 기금은 주로 양모가액의 3.5%를 부과하는 양모세로 충당되며 IWS 기금의 90% 이상은 이러한 부과금과 세계 전체에서 사용되는 울마크 상표 사용료로 충당된다. 1995/96년 상표 사용료는 4.5 달러였으며 같은 기간 IWS의 유통활동비는 9400만 달러였다.

울마크는 세계적으로 유명한 의류상표 중의 하나로 소비자들은 울마크 라벨 부착 의복에 더 많은 금액을 지불할 의사가 있는 것으로 알려져 있다. 1995/96년 울마크 상업화 계획에 따라 꼬리표와 라벨 및 제품도안을 변경하여 울 브랜드 마크 (Woolblendmark)는 합성제품에, 그리고 Woolplus 상표는 IWS와 뒤풍사간의 제휴에 따라 모직이 첨가된 라이크라 제품에 사용되었다. IWS는 상표사용에 대하여 엄격한 품질보증 및 완전한 통제를 가지고 있으며 방적업자, 직조 디자이너 및 제조업자를 포함한 모든 생산공정상의 주요 협력업체 등과 협조하여 세계적인 제품개발 및 판촉활동을 전개하고 있다.

2. 뉴질랜드

2.1. 개요

뉴질랜드는 1996년 농산물 수출 89억 달러, 수입 15억 달러로 약 74억 달러의 흑자를 기록하였다. 정부의 수출지원 정책은 주로 생산자 유통위원회와 민간기업들을 통해 이루어지고 있다. 생산자 유통위원회를 통한 농산물 수출시장 진흥기금은 1995/96년 1억 3950만 달러에서 1996/97년에는 2억 1760만 달러로 증가하였다. 뉴질랜드 정부는 독립적 기구인 무역개발위원회(Trade Development Board: TRADENZ)를 통해서도 수출을 지원하고 있는데 TRADENZ의 1996/97년 활동 기금은 전년 수준(350만 달러)보다 증가한 5200만 달러였다.

뉴질랜드는 1980년대와 1990년대 초의 구조 개혁을 통해 농업보조금을 중단하고 외환 규제 및 수입허가제를 철폐했으나 농산물 가공과 유통은 아직도 상당한 규제를 하고 있다. 뉴질랜드 농산물 수출의 약 80%를 통제하고 있는 유통 및 촉진 위원회에는 사과·배 유통위원회(APMB), 낙농유통위원회(DB), 키위위원회(KMB), 양모위원회(WNZ), 육류생산유통위원회(MPB)가 포함되며 원예 부문은 원예수출국(Horticultural Export Authority: HEA)을 통해 수출을 촉진시키고 있다. 유통위원회와 화훼수출국은 법률에 의거, 수익유보금과 생산자와 가공업자에 대한 부과금을 통해 수출촉진 활동 등의 운영 기금을 조성하고 있다.

2.2. 뉴질랜드 무역개발위원회

뉴질랜드 정부의 수출진흥기구인 ‘무역개발위원회(TRADENZ)’의

임무는 수출 지원을 통해 외화 획득을 증대시키는 데 있다. 주요 활동은 시장분석, 수출 촉진 및 상담업무로서 대상 품목은 육류, 말, 원예, 화훼, 천연 식품, 건강 및 가공식품, 해산물, 임산물 및 포도주 등으로 식품·음료수출위원회(FBEC)와 전략적·전술적인 촉진방안을 개발, 수행하기도 한다. 대부분의 무역개발위원회 사업은 민간협회의 50 대 50 비율의 합작 형태로 운영되며 국내 활동의 핵심 목표에는 언론매체와 교육 프로그램 및 무역박람회 지원 등을 통해 국가적 수출문화를 진흥시키는 것이다.

1995/96년 무역개발위원회에 대한 정부 기금은 해외사무소 운영비용 1980만 달러와 직접적인 수출촉진사업비 520만 달러 등을 포함하여 총 380만 달러였으며 촉진 사업의 약 절반이 아시아에서 이루어졌다. 전세계 45개 해외사무소에 약 250여 명이 활동하고 있으며 절반 가량이 아시아 지역에 위치하고 있다. 무역개발위원회는 국가적 상표 이미지 확립을 위하여 관광위원회와 협력하고 있으며 “Brand New Zealand”는 뉴질랜드가 원산인 여러 상품에 대한 상표 이미지를 창출하기 위하여 고안되었다. 이 상표의 사용을 원하는 기업들은 상표 사용 승인 전에 품질, 환경 및 유통 평가를 받아야 한다. 대부분의 뉴질랜드 기업은 규모가 작으므로 TRADENZ는 합동전략계획과 유통활동계획을 통해 개별적인 수출 노력을 강화하기 위한 30여개 합작그룹(Joint Action Groups: JAG) 소속 기업들과의 합작 사업을 총괄하고 있다.

2.3. 유통위원회의 활동

2.3.1. 사과·배 유통위원회

‘사과·배 유통위원회(Apple and Pear Marketing Board: APMB)’는 사과와 배의 수출과 수출 목적의 조달을 통제하고 있으며 직접 사과와

배를 수출하거나 예외적인 경우 수출허가를 발급한다. 수출허가를 받기 위해서는 국가 수익의 극대화, APMB의 수출사업 및 전략과의 보완성과 차별성, 그리고 뉴질랜드 산업의 평판과 이미지 제고 등을 고려하며 수출기업의 재정기반과 사업능력도 평가하여 결정한다.

1996/97년에는 무역 잡지와 무역박람회 개최를 위해 약 1000만 달러를 지출하였으나 최근 소비자 촉진사업을 더욱 강화하고 있다. APMB는 “ENZA” 상표의 승인과 무역지원을 통해 과실류 가격 프리미엄을 목표로 하고 있으며 과실 라벨 부착과 매스컴 판촉 활동을 전개하고 있다.

APMB의 유통 전략은 고급 품질과 완벽한 무역 지원을 통한 뉴질랜드 고유품종과 혼합품종의 판촉에 있다. 북미에서의 판촉 활동에는 이벤트 스폰서 및 라디오 광고가 포함되며 영국에서도 유사한 활동을 통해 상표에 대한 소비자 인지도를 제고하였다. APMB는 런던, 벨기에, 밴쿠버, 시드니 및 싱가포르에 해외사무소를 운영하고 있다.

2.3.2. 낙농 유통위원회

‘낙농 유통위원회(Dairy Board: DB)’는 70여년 전에 처음으로 설립된 생산자 유통위원회로서 낙농제품의 수매와 유통을 통해 뉴질랜드에서 수출되는 모든 낙농품을 통제하고 있다. DB는 외국 바이어들과 낙농품 수출량 및 가격에 대하여 협상하고 GATT 1994에 규정된 관세를 쿼터 물량에 대한 정부의 의무를 이행케 하고 있다. 전세계적으로 유럽, 라틴 아메리카, 중동, 미국 등지에 있는 약 100여 개 회사 또는 협력회사 유통망을 통해 직접 판매하고 있다. 자회사들이 지출하는 판촉기금의 대부분은 TV, 라디오, 신문 및 점내 활동 등 모든 판촉 수단을 통한 위원회 자체 상표 광고에 사용된다. 뉴질랜드 상표의 버터, 분유 및 치즈 캠페인은 동남아시아, 라틴아메리카 및 중동에서 지속적으로 이루어지며 1996/97년의 판촉 기금은 1억

3900만 달러로 전년도의 1억 2830만 달러보다 증가하였다.

2.3.3. 키위 유통위원회

1998년 설립된 ‘키위 유통위원회(KMB: KMB)’는 뉴질랜드에서 생산되는 키위를 수매하여 수출하고 있다. 민간 수출업자는 호주로 수출하는 것만 허용되고 다른 모든 수출은 통제된다. KMB는 또한 수출용 키위의 생산자 가격을 결정한다. KMB의 1996/97년 수출촉진 지출은 1950만 달러로 전년도의 1730만 달러에 비해 증가하였다. 대부분의 판촉사업은 유럽을 대상으로 전개되며 일본과 기타 아시아 시장도 목표 시장으로 해외사무소는 벨기에, 동경, 홍콩 및 밴쿠버에 있다. 기존 시장에서의 KMB의 활동은 포괄적인 소비자 대상 광고에서 소매 및 수출을 위한 브랜드 광고로 전환되었다.

2.3.4. 양모 유통위원회

1944년 설립된 ‘양모 유통위원회(Wool Board)’는 양모의 품질 기준 설정과 수출허가, 수입시장 정보제공, 모직물 판촉 등의 사업을 수행하며 1994년 뉴질랜드 양모(Wools of New Zealand: WNZ)로 개명하였다. 생산자 대표단체인 WNZ는 판촉, 연구 및 개발, 품질보증, 산업규격 및 생산자 지원 등의 기능을 위해 판매액의 6%를 생산자 부담금 부과하여 재원을 마련하고 있다. WNZ의 해외사무소는 뒤셀도르프, 일크레이(영국), 애틀랜타, 홍콩, 베이징, 이치노미야(일본), 동경에 7개가 있다. WNZ는 1996/97년 수출촉진사업비로 3830만 달러를 지출하였다.

2.3.5. 육류생산 유통위원회

‘육류생산 유통위원회(MPB)’는 뉴질랜드의 육류 수출산업을 통제하고 조정하는데 있으며 현재 쇠고기 등 육류의 등급판정과 수출허

가, 국제무역정책, 시장정보, 연구 및 개발과 판촉에 관여하고 있다. 판촉사업은 대개 민간 육류수출회사들과의 합작사업의 형태로 행해지며 기금은 투자 사업에 대한 회수금과 도축시 부과되는 부과금으로 마련된다. 1996/97년 MPB의 수출진흥과 시장정보 사업비는 약 670만 달러로 전년도의 480만 달러에 비하여 증가하였다. 장기 시장 개척사업은 다른 공급자들과 차별화된 뉴질랜드 이미지 강화와 말단 시장유통조직과의 유대관계 고취를 통해 뉴질랜드 쇠고기 및 양고기에 대한 수요를 증대시키기 위해 고안되었다. 주요 활동 내용은 교육자료 개발, 세미나 개최, 교육초청 실시, 무역지침서 제작, 무역전시회 참가, 요리 및 시식회, 기술교습 등이다.

양고기의 판촉 대상 지역은 주로 유럽(특히 영국)과 중동(사우디아라비아)이며, 판촉 수단은 소비자 광고와 점내 판촉이었으며 쇠고기의 판촉 지역은 동남아시아와 멕시코 등이다. MPB는 아시아에 3개(서울, 동경, 홍콩), 유럽에 2개(브뤼셀, 런던), 중동 1개(마나마), 북미 1개(워싱턴 D.C.) 등 7개 해외사무소를 각각 운영하고 있다.

2.3.6. 원예작물 수출국

‘원예작물 수출국(HEA)’은 원예작물의 수출을 지원하기 위하여 1987년 설립되었으며 초기에는 정부의 종자기금을 받았으나 1993년 이후 중단되고 특정 상품의 판촉을 위하여 TRADENZ로부터 촉진기금을 받고 있다. 경영 및 판촉활동에 대한 대부분의 기금은 품목별 단체(특히 생산자조합)들과의 판촉계약으로 조달한다. 품목별 단체에는 호박, 살구, 체리, 딸기류 과일, 복숭아, 감, 아보카도 및 일본 시장을 위한 특화 야채작물 등이 있으며 이러한 판촉활동 비용은 연간 100만 뉴질랜드 달러 이하이다.

HEA의 판촉활동 내용은 무역진흥, 무역전시회, 점내 판촉 등으로 주로 일본 및 아시아 시장에서 추진되어 왔다. 그러나 특정 품목의

경우 여전히 중요한 수출시장인 호주에서도 판촉사업이 계속되고 있다. HEA는 또한 수출허가를 통해 과실과 채소 수출을 통제하고 있다. 수출허가를 받기 위해서는 1) 상품의 유통, 수송, 형식, 생산, 판촉, 판매 및 수출가격, 2) 수출시장정보 및 생산품 시장연구 규정, 3) 회계감사의 준수 및 전략의 유효성 등이 포함된 수출시장전략을 제출하여야 한다.

3. 캐나다

3.1. 개요

캐나다는 1996년 농산물 수출 149억 달러(임산물 제외), 수입 100억 달러로 49억 달러의 흑자를 나타냈다. 정부는 농림수산업 부문을 지원하기 위하여 농업 및 ‘농식품 캐나다(Agriculture and Agri-Food Canada: AAFC)’와 외교통상부(Department of Foreign Affairs and International Trade(DFAIT))가 협동하는 여러 프로그램을 통해 수출시장 개발 자금을 지원하고 있으며 이 밖에 다른 정부기관과 지방정부 역시 수출시장진흥 재원을 조달하고 있다.

1996/97년 연방 및 지방의 수출진흥기금은 1030만 달러였으며 캐나다 소맥유통위원회(CWB)는 캐나다 국제곡물기구(Canadian International Grains Institute: CIGI)를 통해 수출진흥기금을 지원하는데 CIGI에 대한 정부 지원금은 약 100만 달러로 추정되었다. 업계의 수출진흥기금 규모는 1996/97년 1300만 달러로 정부, 생산자 및 업계의 기금을 합하면 모두 2440만 달러였다. 캐나다의 농산물 수출진흥사업은 NAFTA 회원국 및 아시아(일본, 한국, ASEAN)를 목표로 하고 있다.

3.2. 정부의 수출지원 활동: 농식품 캐나다

‘농식품 캐나다(AAFC)’는 시장 및 산업서비스 지부 (Market and Industry Services Branch: MISB)를 통해 농산물 교역 개척 활동을 주도하고 있다. 정부는 대폭적인 예산 삭감에도 불구하고 농산물 수출진흥사업을 개편하였고 수출 지원을 위한 기금을 증액하였다. AAFC는 또한 전자상품공보협회, 전자무역안내, 시장조사 및 자문보고를 통하여 농산물 수출업자들을 위한 정보 및 분석 서비스를 제공하고 있다.

정부 프로그램에 따른 수출진흥기금을 받기 위해서는 전국 또는 지역의 수출업자 대표 기구인 비영리 농식품협회를 통해 특정 부문에 참여해야 하며 이 협회들은 농식품시장전략(Agri-Food Market Strategies:AIMS) 과정에 참여해야 한다. 농식품시장전략(AIMS)하에 협회들은 장기 수출시장전략을 개발하여 AAFC와 DFAIT간 운영위원회(Steering Committee)의 심의를 받게 된다. 브랜드 관측사업 신청자는 미국의 MAP 등 다른 국가들의 수출촉진 프로그램에 의하여 손실을 입고 있다는 것을 입증하는 수출전략을 마련하여 AIMS 운영위원회의 승인을 받아야 한다. 농산물 수출촉진 프로그램은 DFAIT의 ‘수출시장개발계획(PEMD)’과 AAFC가 지원하는 ‘농식품무역 2000(Agri-Food Trade 2000)’, ‘개발시장농식품기금(PIAF)’, ‘지역농식품기금(RIAF)’ 등이 있다.

수출시장개발계획(PEMD)은 재정위험 분담 프로그램으로서 국제시장정보 획득과 수출연계를 촉진하기 위한 서비스를 포함하고 있다. 재정지출은 승인된 개별 제안에 따라 할당된다. PEMD 프로그램에 의해 수출이 이루어지면 업체들은 PEMD의 부담금을 상환해야 하므로 각각의 협약은 신청자의 상환 조건 등에 대한 조항을 규정하고 있다. PEMD에는 농산물무역협회가 감독하는 특별활동계획(Special Activities Plan)이 포함되어 있으며 PEMD 농업예산의 60-70%가 이 사

업에 지출된다. 무역조합에 할당되는 기금은 환불되지 않으며 선별된 출장, 무역박람회 참가 및 기타 수출촉진 관련 경비의 50%를 지원하고 있다.

‘농식품무역 2000’ 역시 유통 및 무역활동을 수행하는 캐나다 농식품산업협회들을 지원하기 위한 비용분담기금 프로그램이며 PIAF는 다른 프로그램이 지원하지 않는 수출촉진 활동을 수행하는 재외공관의 농식품 통상관리가 사용할 수 있는 기금이다. RIAF는 수출업자 세미나, 무역사절단 및 시장조사 등과 같은 지역적 시장개발사업을 지원하기 위해 MISB의 지역사무소가 사용할 수 있는 기금이며, 1997-98년에 지역 차원에서 가장 효과적으로 이루어진 대미 수출진흥활동에 우선적으로 지원되었다.

지방 정부의 수출진흥 활동은 퀘벡식품수출업자클럽(Quebec Food Product: Quebec Export Club)의 식품수출지침(Gourmet Export Directory) 설치 및 국제식품전람회(SIAL, ANUGA 등) 참가 지원과 해외사무소 운영, 그리고 브리티시컬럼비아연안삼림목재조합(British Columbia Coast Forest and Lumber Association: CFLA) 등 특정 산업촉진기구를 운영하고 있다.

3.3. 캐나다 소맥유통위원회의 수출지원

‘캐나다 소맥유통위원회(CWB)’는 1935년 캐나다 소맥유통위원회법에 의해 캐나다산 밀과 보리의 수출에 대한 조정권을 보유하고 있으며 서부지역에서 생산되는 전체 밀과 보리(브리티시 컬럼비아의 Manitoba, Saskatchewan, Alberta, Peace River 지역)를 수출하고 기타 지역(온타리오)에서 생산되는 밀의 수출 허가증을 발급한다. 캐나다산 밀의 75%, 보리의 20%가 수출되고 있다.

CWB는 가격공동관리를 통해 모든 종류의 밀에 대하여 동일한 가격을 보장하며 수매, 저장 및 곡물수출선적을 관리하고 있다. 외국

구매자를 위해서 캐나다 정부 보증부 대출을 확대하고 있으며 외국의 독점수입회사들과 장기계약 체결을 협상하고 있다.

CWB의 시장개발 직원들은 새로운 곡물수요 창출을 위하여 해외 고객들과 협력하여 외국에 기술사절단을 파견하거나 AC Karma, Canada Prairie Spring (White) 밀 등 아시아 국수제조용 신제품들을 개발하였다. 또한 지난 몇 년간 신제품 평가를 위해 5개 아시아 국가에 14개의 제분공장을 선정하였다.

CWB의 시장촉진사업을 위한 파트너인 ‘캐나다 곡물위원회(CGC)’는 캐나다산 곡물의 품질에 대한 이해를 제고하고 시장성을 확대하기 위해 과학·기술 전문가들을 지원하고 있다. 다른 파트너인 CIGI는 수입국들을 위해 조작 및 가공방법과 기술에 관한 연수회 등 국제 프로그램을 개최하고 있다.

3.4. 산업계의 수출지원 활동

주요 품목 단체와 조직들은 수출시장 개발과 활동을 위한 재원 마련에 적극적이며 그 밖의 다른 품목들은 ‘수출시장개발계획(PEMD)’에 의해 일부 지원을 받는다. 생산자 및 산업 단체들이 수출촉진 활동을 지원하는 중요한 품목에는 카놀라, 아마유, 두류, 특작물, 돼지고기, 모피, 쇠고기, 낙농품, 가축유전자, 종자, 와인, 특산맥주 등이 포함되며 임산물 수출은 임산업협회(COFI)가 담당하고 있다. 업계의 자금은 1996/97년 약 1300만 달러였다.

캐나다 ‘쇠고기 수출연합회’ 등 일부 품목협회는 해외사무소를 통해 외국구매자들의 무역사절단을 조직하고 해외 식품박람회 참가 등을 지원하고 있다. 다른 단체들은 현지 캐나다 공관 및 영사관을 통해 활동하고 있다.

그 밖에 어떤 단체들은 상품에 대한 기술적 장벽을 제거하기 위하여 외국 정부와 협력하고 있다. 1997년 COFI는 일본 표준규격(JAS)에

따라 캐나다산 제품 15개의 새로운 인증을 획득하였으며 무역장벽과 관련된 다른 목재의 등급평가기준 경감을 위하여 로비를 벌이기도 하였다.

4. 칠레

4.1. 개요

우리 나라와 자유무역협정을 추진하고 있는 칠레는 1996년 농림수산물 수출액 55억 달러, 수입 15억 달러로 40억 달러의 무역수지 흑자를 기록하였다. 농업부문이 전체 수출액의 35% 이상으로 비중이 큰 국가이다. 1997년 수출촉진을 위한 정부의 직접지원 규모는 990만 달러로 추정되며, 수출촉진기금(EPF)과 칠레수출업체협회(CEA)에 대한 민간부문의 지원액은 720만 달러로 추정되고 있다.

4.2. 수출촉진 기관과 주요 활동

4.2.1. 칠레 무역위원회

일반적으로 수출촉진프로그램은 정부기구인 ‘칠레 무역위원회(PROCHILE)’를 통해 수행된다. 농산물 수출촉진을 위해 외무성 산하에 설립된 PROCHILE는 10개의 부서로 조직되어 있으며 그 중 3개 부서가 농산물 분야와 관련되어 있다. PROCHILE는 신흥시장 특히 라틴아메리카와 아시아 시장 진출에 관심을 증대시키고 있다.

PROCHILE의 활동은 모든 농산물 수출에 혜택을 주는 것으로 수출업체에게 시장정보 및 무역지도 제공; 통상사절단 파견; 국제 무역 박람회 참가 등을 지원한다. PROCHILE는 전체 예산으로 39개의 무

역사무소를 해외에서 운영하며 그 중 4개는 미국에 있다. 아울러 국내에도 지역별로 13개의 사무소를 운영하여 지방기업체가 해외수출 시장으로 진출할 수 있도록 지원한다.

1999년도 PROCHILE의 예산은 자체 예산과 농업성의 일부 예산을 합하여 2000만 달러에 이르고 있다. 구체적인 사업집행계획은 농업성 차관이 의장을 맡고 있는 이사회에서 심의·결정되며 이사회는 생산농가 대표, 수출업자 대표 및 PROCHILE 대표 등으로 구성된다. PROCHILE의 농산물 수출 수출촉진 프로젝트는 포괄적 판촉으로 미국과 유럽시장에서는 키위, 딸기류 및 파파야 등을 포함한 과일류에 대해 판촉 캠페인을 전개하였다. 포도주 판촉활동은 여러 나라에서 이루어지고 있으며 페루와 베네수엘라에서는 주로 낙농제품의 판촉 활동을 하였다. 또한 해외공관의 상무관 등은 주재국의 시장동향에 대한 자료 수집과 분석 결과를 국내 관련업체에 제공하고 있다.

4.2.2. 수출촉진기금

칠레 정부는 1995년 농산물 수출촉진을 목적으로 ‘수출촉진기금(Export Promotion Fund: EPF)’을 설립하여 농업 단체가 전통 농산물을 신흥시장에 수출하거나 또는 새로운 수출상품의 시장 개척을 지원하고 있다. 1997년 기금의 규모는 1710만 달러로 정부의 출연금과 민간 부문의 부담금으로 조성되었다. 이 기금은 생산자와 수출업자 협회 또는 지역협회나 정부의 신청을 받아 교부금을 제공한다. 지원 대상 품목은 신선과일, 농산업 제품, 포도주 및 가공식품 등이다. 1997년에는 수출품의 다양화와 새로운 품목의 수출 촉진 프로젝트를 집중적으로 지원하였으며 산티아고(Santiago) 수도권 외곽 지역의 프로젝트 지원에 중점을 두었다.

1997년부터 기금 관리방식이 변경되어 기금을 프로젝트별로 지원하는 대신 민간부문의 단체에 직접 지원하여 수출촉진활동의 관리를

수출단체가 직접 책임지도록 하였다. 새로운 기금관리 방식에 따라 칠레 식품가공업 및 농산업제조업연맹(Fepach)에 약 100만 달러가 지원되어 유럽시장에 냉장 및 건조식품, 북미와 아시아 시장에 주스 및 통조림 제품, 그리고 라틴아메리카에 건조 및 통조림 제품의 수출 촉진을 위한 통상사절단 파견과 국제 무역박람회 참가 등에 지출되었다.

4.2.3. 수출용 원자재 관세환급

칠레는 중소기업체들의 수출을 장려하기 위해 수입된 투입재에 대한 관세 환급제도(Duty Drawback System)를 단순화하여 지나친 서류부담을 덜어주었다. 총 수출액 2100만 달러 미만의 비전통 수출품은 FOB 가격 기준 수출금액의 3~10%를 환급해 주며 총 수출액이 2100만 달러에 가까울수록 환급 비율이 감소한다. 그러나 연간 수출액이 2100만 달러를 초과하는 경우 관세는 환급되지 않는다. 1995년에 농산물 수출에 대한 환급액은 약 3000만 달러에 달했으나 칠레는 UR 협상에서 이 프로그램을 2003년까지 폐지하기로 양허하였다.

간이관세환급제도(Simplified Duty Drawback)는 1986년 법률 제 18,480조에 의거하여 10%, 5% 그리고 3%의 관세 환급률을 관세 품목별로 규정된 소액의 수출에 적용하며 전년도 각 관세품목의 총수출액에 따라 결정된다. 예외공고(Decree of Exclusions)는 매년 이 제도에서 제외되는 품목(주요 수출품목)과 3%와 5%의 환급률 적용 품목들을 구분, 고시하며 나머지 품목에는 10%의 환급률이 적용된다. 동일한 품목을 수출하는 수출업자는 같은 간이관세환급을 받는다. 이러한 제도는 수출보조적 성격 때문에 2002년 말까지 폐지될 예정이며, 2002년 말까지 10%, 5%, 3%로 구분된 현재의 환급률을 3%로 점차 낮추고 있다. 이는 같은 기간에 관세율을 11%에서 6%로 인하함으로써 발생하는 재정수입의 손실을 보전하기 위한 조치이다. 또한 2003

년 1월 1일부터는 수입재 투입 비율이 50%를 넘는 품목의 수출에만 3%의 단일 환급률이 적용될 것이다. 따라서 관세환급은 수입원자재에 부과된 실제 관세를 반영하게 될 것이다. (수입 원자재인 50%에 대해 부과된 관세율 6%는 수출액의 3%인 환급율과 같은 수준임.)

수출 촉진을 위한 다른 제도로서 관세 유예제도가 있다. 관세 유예 프로그램은 1987년 8월 5일에 제정된 법률 제18,634조에 규정되어 있으며 다음 세 가지 사항을 포함한다. 모든 자본재 수입업자에게 부과된 관세를 수입 신고일로부터 7년간 유예하며, 국내산 자본재의 최초 구매자에게는 수출업자가 아니라도 관세율(현행 7.3%)의 73%만큼 융자를 제공하는데 이는 수입 자본재에 주어지는 이익을 상쇄시키기 위한 것이다. 수출업자는 부채를 일부 또는 전부 탕감받는다. 이러한 관세유예와 융자제도에는 시장이자율이 적용되며 일반적으로 3년차, 5년차, 7년차의 3회에 걸쳐 분할 상환된다. 이 제도는 수출업자 뿐만 아니라 모든 생산자에게 적용된다. 수출업자에 대한 부채의 일부 또는 전액 탕감 제도는 그러나 1998년 11월 14일자 법률 제19,589조에 의거 폐지되었다. 1998년 11월 14일 이전에 관세유예와 융자를 받은 회사에 대해서는 경과조치가 적용된다. 또한 1998년 11월 14일부터 2002년 12월 31일까지 관세유예나 융자를 신청하는 회사를 위해 특별기관을 설립하였다. 이 제도에서 자본재라 함은 상품과 서비스 생산과정에 직접, 간접으로 투입되는 기계, 자동차, 장비 및 도구 등을 의미한다.

제 6 장

외국의 수출지원제도의 문제점과 정책적 함의

1. 주요국 수출지원 정책의 특징과 문제점

미국과 EU 모두 WTO에서 금지대상으로 규정한 직접수출보조는 감축하고 허용대상인 수출신용보증 등은 유지하거나 확대하는 방향으로 수출지원 정책을 추진하고 있다. 미국은 '1996년 농업법'에서 직접 수출보조인 수출진흥계획(EEP)에 소요되는 예산의 상한을 우루과이 라운드에서 감축 양허를 제시한 한도액보다 16억 달러나 낮게 책정하였을 뿐만 아니라 실제 집행에서는 국제 농산물 가격 상승에 힘입어 더욱 감축하였다. 그러나 수출신용보증인 GSM-102/103 예산은 연간 55억 달러로 책정하였으며 실제 집행액도 일정 수준을 유지하였다.

유럽연합(EU)은 2000년대 공동농업정책(CAP)의 개혁을 규정한 '아젠다(Agenda) 2000'을 통해 지지가격(개입가격)을 낮춤으로써 수출 가

능성을 증대시키는 동시에 역내가격은 하락하도록 하여 국제가격과 역내가격의 차이인 수출환급금(Export Refund)을 감축시키는 정책을 추구하고 있다. 감축대상인 직접 수출보조에 해당하는 수출환급금을 줄이면서도 수출은 늘리기 위한 정책개혁이다. 또한 유럽농업지도보장기금(EAGGF)에 대한 개별 회원국의 재량권을 증가시킴으로써 국별, 지역별 특성을 고려한 전략적 품목의 수출 증대를 위한 간접적 지원이 증가할 것으로 예상된다. 1997년의 수출환급금 지불액은 58억 8000만 ECU로 우루과이 라운드에서 양허한 2000년도의 한도액(67억 6000만 ECU)보다 낮은 수준에 머물렀다.

해외시장 개척 및 무역박람회 참석 지원 등 허용대상으로 간주되는 해외관측 활동에 대한 정부지원은 증대되는 추세를 보이고 있다. 미국은 시장접근계획(MAP)과 신흥시장계획(EMP) 등 해외농업청(FAS)의 해외시장 개척, 유지, 확대를 위한 예산을 증액하거나 유지하여 시장촉진 지원을 강화하고 있다. 유럽연합(EU)도 유럽농업지도보장기금(EAGGF)에 대한 회원국 재량을 강화하는 동시에 회원국별로 해외시장 개척 전담기구들을 활용한 해외 관측 활동에 대한 지원을 강화하는 방향으로 수출정책을 시행하고 있다. 호주와 캐나다 및 뉴질랜드 및 칠레 등 케언즈 그룹 국가들도 품목별 유통위원회나 무역진흥 단체(칠레의 PROCHILE 등)에 대한 정부의 예산 지원을 확대함으로써 해외시장 개척 활동을 적극적으로 전개하고 있다.

이러한 해외시장 개척을 위한 자금은 대부분의 국가에서 생산자 또는 가공업자와 유통업자가 부담하는 자조금을 바탕으로 하며 여기에 정부의 지원금을 받아 조성되고 있다. 그러나 정부의 지원금이 '정부가 권한을 위임하고 감독하는 기관'에 지원될 경우 정부의 재정적 지원으로 간주될 수 있으므로 향후 주요국의 무역진흥 기관의 성격과 운영 등에 대한 구체적인 정보와 자료를 수집, 분석함으로써 이들에 대한 지원이 허용 대상인가 감축대상인가를 판단할 수 있을 것이다.

2. 정책적 함의

우리 나라의 농산물 수출 지원을 위한 정책적 함의를 도출하기 위해서는 다음과 같은 우리 나라 농산물 수출상의 문제점을 적시할 필요가 있다. 첫째, 우리 나라는 우루과이 라운드 협상의 타결 당시 수출보조가 없었으나 1995년 이후 개도국 우대 조항에 의거 연간 약 12억 원에서 1998년에는 36억 원으로 수출보조 지급액이 증가하는 것으로 매년 WTO에 통보하고 있다. 이러한 정책은 금지보조인 직접보조를 감축하고 허용대상으로 간주되는 간접보조(해외시장 개척, 무역박람회 참가, 수출신용 및 보험 등)로 전환하는 세계적 추세에 어긋나는 것이다. 비록 개도국 우대 조항에 의거한 수출보조의 지원이지만 차기 WTO 협상에서의 입지 강화를 위해서는 보조액을 감축하거나 항목을 허용 대상인 해외시장개척 등으로 적절히 변경하는 방안을 강구해야 할 것이다.

둘째, 우리 나라의 농산물 수출에서 가장 큰 문제는 대부분의 품목이 가격경쟁력이 약하다는 점이다. 그러나 가격경쟁력이 있는 몇몇 품목도 포장, 저장, 국내 및 해외운송 등 전반적인 수출물류 기반이 취약하고 물류시스템이 낙후되어 해외시장, 특히 일본시장에서 경쟁력이 하락하고 있는 실정이다. 펠릿 사용이 일반화되지 못하여 생산지에서의 차량 적재 작업이나 항공기 탑재 작업을 할 때 많은 인력이 필요하게 되어 비용상승을 유발하고 있다. 또한 공항 인근에 저온저장고가 없어 절화류 등 신선도 유지가 필수적인 수출물품들이 항공기 탑재를 대기하는 동안 품질이 저하되어 수입국내 시장에서 제값을 받지 못하는 경우가 자주 발생한다.

셋째, 수출금융과 신용보증 및 보험제도가 농산물 수출을 실질적

으로 증대시키는데 부적합한 점이 있다. 수입국의 국내 가격 폭락 등으로 인해 수입자가 계약을 불이행하는 위험을 부보하는 ‘선적전보험’인 ‘수출불능보험’의 경우 보험가입을 위해서는 보험회사에 수출계약서를 제출하도록 되어있다. 그러나 우리 나라 농산물의 대일 수출 관행상 신용장 거래 대신 구두 또는 전화 계약에 의해 거래되고 있어 수출계약서를 구비하지 못해 ‘수출불능보험’ 가입이 불가능하다. 그 결과 일본시장에서의 급격한 가격하락으로 인해 수입자가 계약을 파기할 경우 수출회사가 입게 되는 피해를 보상할 수 없다.

넷째, 식품박람회나 무역전시회 등에 참가하는 업체들의 인식 부족과 자금 제약으로 인해 품목의 다양성이 부족하고 전시(Demonstration) 기술이 낙후되어 있으며 전시품의 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.

이와 같은 수출상의 애로요인을 중심으로 우리나라의 농산물 수출을 증대시키기 위한 개선방안을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 시장개척 및 정보수집을 전담하는 기관을 지정하여 지원을 강화할 필요가 있다. 해외 주재 영사관이나 대한무역투자진흥공사, 농수산물유통공사 등 기존 해외조직과 인력이 있는 기관을 국별, 지역별 해외시장 정보수집 및 시장개척 활동의 거점으로 활용하기 위해 해외시장개발 전담기관으로 위촉 또는 지정하여 운영자금을 지원하는 동시에 교육훈련을 통해 전담요원들의 자질을 향상시킬 필요가 있다. 한편 수집된 각종 시장정보를 체계적으로 관리하고 가공하여 전파할 수 있도록 정보관리 시스템 구축이 수반되어야 할 것이다.

둘째, 해외 농산물박람회나 식품전시회 등 국제 무역박람회 참가

방식을 개선할 필요가 있다. 참가업체 선정시 전시 품목의 품질, 마케팅 수준, 활동계획서 등에 대한 심사를 강화하는 동시에 선발된 업체에 대해서는 자금과 마케팅 전문 인력 등 지원을 강화하여 품질이 우수하고 포장과 규격이 새로운 품목을 전시하게 함으로써 해외 시장에 대한 홍보효과를 제고하고 한국농산물 전반에 대한 이미지를 향상시키는 방향으로 전환해야 할 것이다.

셋째, 수출물류 시스템 개선을 위한 지원을 확대할 필요가 있다. 팰릿 출하시스템이 전국적으로 시행될 수 있도록 팰릿 개발, 구입을 장려하는 동시에 정부 주도로 ‘사용후 회수시스템’을 개발, 도입함으로써 물류시스템을 효율화하여야 할 것이다. 또한 공항 인근에 저온 저장시설의 건설을 지원하여 신선농산물 수출을 촉진할 필요가 있으며 그 밖에 소형 컨테이너 등 항공기용 포장용기를 개발하고 도입을 확대하여 물류 기반을 강화해야 할 것이다. 아울러 장기적으로는 도로와 철도 등 국내 운송을 위한 간접자본 건설과 도시계획 등 사회 전체의 인프라 구축을 위한 투자를 확대할 필요가 있다.

넷째, 농산물 수출금융을 확대할 필요가 있다. 과거 수출드라이브 정책하에서와 같이 신용장(L/C)만으로도 상당액의 선급금을 확보할 수 있도록 적극적, 공세적으로 수출금융 제도를 확대 시행하여 수출농민이나 수출업체들의 자금난을 완화시켜야 할 것이다. 수출금융에 대한 새로운 국제 규범이 마련되기 이전까지는 허용되는 수출지원이므로 빠른 시일내에 수출금융을 강화, 확대하여 시행할 필요가 있다.

다섯째, 수출신용보증제도도 확대 실시하는 방안을 강구해야 할 것이다. 대부분 영세규모인 수출농가나 수출업체들이 거래선이나 금융기관과의 관계에서 담보나 신용 부족으로 여러 가지 어려움을 겪는 경우가 많다. 가격과 인도조건 등 수출상당시 자금난과 신용부족으로 인해 불이익을 받지 않도록 수출 신용보증제도를 실질적으로 확대, 개선하여 운영할 필요가 있다.

여섯째, 농산물의 수출보험제도를 개선하여 가입을 확대할 필요가 있다. 농산물은 제조업 상품과 달리 단기적 가격변동이 심하여 선적 불능 위험이 높고 선적후에도 위생 및 검역문제 등으로 인해 대금회수 불능 위험이 높은 편이다. 농산물의 수출보험을 실질적인 위험분산 방안으로 이용하기 위해 구비서류 축소 또는 신축적 적용 등 ‘수출불능보험’의 가입절차를 간소화하고 가입자격을 완화하여 수출보험 가입을 확대시켜야 할 것이다.

일곱째, 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 관세환급 대상품목으로 분류하여 원자재 수입시 납부한 관세를 환급해줄 필요가 있다. 일반 공산품도 대부분 수출용 원자재에 대해 관세를 환급하고 있을 뿐만 아니라 수입농산물을 가공한 식품을 수출할 경우 수입관세를 환급하고 있으므로 형평을 유지하기 위해서도 관세환급제도를 개선하여 수출 농산물 생산용 수입원자재에 대한 관세를 환급해 줄 필요가 있다. 또한 종구 등 수입원자재를 일정 수출액 이하의 수출업체를 대상으로 일정한 금액을 환불하는 “간이정액환급제도”의 대상품목에 포함시킬 경우 환급절차가 대폭 간소화되어 영세 수출업체 또는 농가가 쉽게 환급 받을 수 있을 것이다.

여덟째, 농산물 수출관련 업무에 종사하는 인력을 양성하고 전문화시켜야 한다. 농산물 수출이 최소한 전자제품 등 비농업 분야의 수출과 같은 수준에서 효율적으로 이루어지기 위해서는 생산단계 뿐만 아니라 영업, 물류, 수출업무와 사후관리 단계까지 전문화된 인력이 담당할 수 있도록 교육과 훈련을 지원해야 할 것이다.

아홉째, 농산물 수출을 위한 품목별 자조금 제도의 도입과 시행을

적극 지원해야 할 필요가 있다. 대부분의 농산물은 기후나 강수량, 태풍 등 자연조건에 노출되어 생산량과 가격의 변동폭이 큰 편이다. 따라서 거래선과의 신뢰관계를 유지하기 위한 수출물량의 안정적 확보가 어려운 경우가 많이 발생한다. 따라서 국내외 가격차를 보상할 수 있도록 품목별 생산자 또는 수출업체의 단체나 협회에 의한 자조금 제도를 도입, 시행할 수 있도록 정부의 측면 지원이 필요하다.

Abstract

Agricultural Export Supporting Policies in Major Countries

International agricultural markets have been expanding throughout multilateralism such as WTO in the one hand and regionalism such as NAFTA or EU on the other hand. Eliminations of provisions that regulated market access and trade barriers have contributed to the trends. As free trade is expanding while protectionism is shrinking in the agricultural markets, most countries including even the net importing ones became interested in maintaining, developing and expanding agricultural markets abroad.

This study is to review the export supporting policies in major countries such as the USA, EU and others. Considering provisions in the "WTO Agreement on Agriculture" and the "WTO Agreement on Subsidies and Countervailing Measures," the criteria of prohibited and actionable subsidies are identified. The provisions of export subsidies are 'the Negative System' in that they stipulated prohibited subsidies while those of domestic supports are 'the Positive System' in that they stipulated allowable subsidies or green box. In these contexts, each country tried to expand indirect export support which is deemed to be allowed while reducing direct subsidies which are

prohibited in the Uruguay Round.

The USA lessened annual ceilings of budget for Export Enhancement Program (EEP) which is known as the typical direct export subsidy in the "1996 Farm Bill (The FAIR Act)." Total EEP funding during fiscal 1996-2000 is about US\$ 1.6 billion less than the maximum levels permitted under the Uruguay Round Agreement. Moreover, actual outlays on EEP have been negligible owing to the high grain prices in the international markets since 1996. In the meanwhile, it authorized funding for Market Access Program (MAP), an indirect export support that was allowed in the UR, at US\$ 90 million annually for fiscal 1996-2002. It also mandated annual program levels for Export Credit Guarantee Program, GSM-102 and GSM-103, at US\$ 5.5 billion through 2002.

European Union (EU) also reduced the export refunds which is a typical form of direct export subsidies. Export refund is the difference between international and domestic prices. In "Agenda 2000," EU lowered intervene prices of grain, beef and dairy products. Domestic prices of the products could be cut down and there would be more room to increase export of the products by that kind of agricultural reforms. Instead, each member country of EU increasingly supports export marketing in the foreign countries in cooperation with producer's organizations.

Even the Cairns group countries, which are known to be free from export subsidies, also increase government budget to support export marketing for agricultural products. Most governments of

those countries usually support export indirectly through the producer's marketing board(wheat board of Canada, Australia, and New Zealand) or other associations and organizations for export promotion. Funds for foreign market development are frequently based on check-offs paid by producers or processors. In most countries, governments also add some funds to those check-offs. Government support can be clarified as the prohibited "financial support" if the organizations that received the support are supervised by the governments.

In line with the international trends of reducing direct export subsidies and increasing indirect support, Korea also should reduce direct supports of the marketing costs for the exports of vegetables and fruits as notified to the WTO. Even though these subsidies are based on the clauses for developing countries(Section4 of Article 9 of the URAA), it would be necessary to transfer the direct subsidies to indirect export supports such as supports for foreign market developments, participating trade shows or reforms of the social overhead capitals for export mercantile flows, which are allowed in the URAA.

Moreover, expanding export credit guarantee and export insurance that can cover the risks of export inability which is a kind of pre-boarding risks are widely allowed until the related international regulations are arranged in the future. Another indirect measure of support for the agricultural export is to refund tariffs for the imported raw materials that are used as inputs of the export

products. Refund tariffs of 8% on imported bulb for tulip or lily exported can substantially promote the exports of those products.

Researcher: Eor Myong-Keun, Choi Sei-Kyun, Choi Yoon-Kook

E-mail address: myongeor@kreisun.krei.re.kr

<부록> 주요국의 수출지원제도(요약)

1. 직접수출보조

국가	관련기관	재원	지원액 (100만 달러)	사업내용
미국	EEP	정부지원	550 (1999)	보조금을 받는 외국 및 EU농산물과 수출시장에서 경쟁할 수 있도록 지원하는 정책
	DEIP	정부지원	99 (1998 /1999)	시장개척과 분유, 유지방, 체다, 모차렐라, 가우더 치즈, 크림 및 가공된 아메리카 치즈 등 지원
스위스	Cheese Union	정부지원	362 (1996), 289 (1995)	수출보조금지원, 수출촉진 활동(유제품)

2. 수출신용보증 및 보험

국가	관련기관	재원	지원액 (100만 달러)	사업내용
미국	ECIP	정부지원		수출신용보험 업무 수행
	GSM-102 (3년이내 단기) GSM-103 (10년이내 중장기)	정부지원	5,500	FAS가 지급보증을 함.

3. 수출시장 개척

국 가	기관특성	관련기관	재원	지원액 (100만 달러)	사업내용
미 국		FMD			시장조사, 시장개척지원 및 상품 이용기술 지원, 박람회 참가, 판촉행사
		MAP			단기 시장개척자금지원(가공식품)
		EMP			신흥시장 국가에 대한 미국농업전문가들의 기술적 지원
프 랑 스	정부기관	SOPEXA	정부의 지원금 품목협회 및 상품산업의 부담금	60	특판전 및 메스컴 통한 이벤트 개최, 판촉물개발, 박람회참가, 무역사절단 파견 등
이탈리아	정부기관	ICE	정부지원 (상공부, 농업부)		무역박람회참가, 홍보활동(언론매체광고, 시식회개최)
	민간기관	Pecorino Romano Consortium 의 4개 단체	ICE의 지원		홍보활동, ANUGA 박람회 참가, 판촉사업, 이벤트 개최 등의 활동을 한다.
호 주	정부기관	AUSTRADE (EMDG, IAMP)	생산자부담금 정부지원	186.3	유통비용 절감을 통한 수출시장개척, 농림수산물의 유통과 관련한 혁신적인 계획을 제출한 업체 지원
		Supermarket to Asia Council	정부기금	8.9	아시아시장에서 호주산 식품의 경쟁력을 높이기 위해 생산, 분배, 포장, 유통 무역에 맞춘 'Supermarket to Asia' 정책 추진

수출시장 개척(계속)

국 가	기관특성	관련기관	재원	지원액 (100만 달러)	사업내용
호 주	민간기관	AWB	투자자금: 생산자부담(판 매액의 20%) 연구자금: 정부지원 (총 생산액의 0.5%)		상품개발, 판촉활동, 투자활동, 수출신용보 증
		ADC	아태지역 광고 및 판촉활동 자 금, 연구자금 : 정부지원	지원예산: 3.9	수출허가, 판촉활동, 브랜드홍보
		AMLC	생산자부담 연구자금: 정 부지원	지원비용: 26.3	로고개발 및 홍보, 품 질등급 향상을 위한 VSS도입
		AHC	생산자부담 EMDG지원		시장접근, 마케팅활 동, 호주산 신선과채 류에 대한 로고 개발
		AWBC	국가 및 지역 보조금	1.4	호주산 포도제품의 국내외 판매촉진
		AWRAP	A W R A P 의 3.5% 면세금 IWS	지원예산: 94	연구, 기술, 개발과 관 련된 수출지원업무, 'Woolmark' 브랜드 및 기타 상표홍보 및 판촉행사개최
캐 나 다	정부기관	PIAF			판촉활동비중 일부 지원
	민간기관	COFI			임산물 수출지원
		CBEF			소고기 수출지원
칠레	정부기관	PROCHILE			라틴아메리카, 아시아 의 정보제공, 박람회참 가, 통상사절단 파견
	민간기관	Fepach		100만	무역사절단파견, 박람회참가

수출시장 개척(계속)

국 가	기관특성	관련기관	재원	지원액 (100만 달러)	사업내용
뉴질랜드	민간기관	APMB		1000만 달러 (1996/97)	수출추진 및 수출허가승인, 판촉행사, 광고, 브랜드'ENZA'의 개발 및 홍보
		Dairy Board		지원예산: 139 (1996/97)	바이어와 품질 가격에 대한 수출협상 추진, 자체브랜드 개발 및 홍보, 광고 및 선전
		KMB		19.5 (1996/97)	키위의 수출추진 및 수출용 키위의 구매가격 결정
		MPB	소, 양, 염소의 가축도살시 마리당 부담금 징구		이미지홍보, 해외바이어초청, 세미나개최, 소비자광고, 특판전개최
		HEA	조합원 부담금	100만 (뉴질랜드 달러)	수출촉진활동, 수출허가제도를 통한 수출조정
뉴질랜드		GIB	사슴 도살이나 가축판매시 부담금 징구	1.5 (1996/97)	품질보증, 연합상표개발, 브랜드홍보(Cervena, Zeal)
		Forestry and Timber Products	TRADENZ와 공동조성		목재협회와 연계하여 TRADENZ에서 수출촉진활동 추진
스위스		Swiss Wine Exporters Union	수출업체의 연회비	2.5 (1996)	북미지역에 대한 수출촉진활동 추진

4. 해외시장 정보 제공

국 가	기관특성	관련기관 및 프로그램	재원	지원액 (100만 달러)	사업내용
프랑스	정부기관	CFCE			해외에서의 통계조사 활동 농산물 수출업무는 DPA에서 담당
스페인	정부기관	ICEX			무역박람회 개최 및 참가, 광고·홍보활 동, 시장조사, 무역사 절단 파견
	민간기관	ACEX			해외정보 제공, 러시 아 및 동유럽시장에 식품유통센터 설립
캐나다	정부기관	AAFC	정부지원		무역정보 및 시장분 석서비스
		RIAF			수출세미나, 무역사절 단 파견, 시장조사, MISB의 지역사무소 활동지원
	민간기관	CWB			밀과 보리의 수출촉 진, 생산자와 바이어 에 대한 종합적인 서 비스 제공
뉴질랜드	정부기관	TRADE NZ	정부지원 생산자부담	지원예산: 38 (1995/96)	육류, 원예작물, 건강 식품, 가공식품, 제빵, 임산물, 포도주 등 시 출시장분석 및 수출 지원업무
	민간기관	The Wool Board	생산자 부담금 (판매액 6%)	38.3 (1996/97)	품질기분설정, 수출허 가, 상장판매지원, 시 장정보제공, 연구기금 지원, 수출촉진활동
미국		TAPO	정부지원		국가별, 품목별 해외 시장동향 제공
		SBA	정부지원		소규모 농산물 수출업 체들을 대상으로 법률 적 기술 자문과 수출지 원 관련 정보 제공

참 고 문 헌

- 농수산물유통공사. 1999. 「해외 농산물 수출진흥정책 및 기관」.
- 농협중앙회. 1997. 「유럽선진농업금융제도 연수보고서」.
- 어명근. 1994. 「UR 이후 미국의 농산물 수출정책 전망」. D96. 한국농
촌경제연구원.
- 전국경제인연합회. 1997. 「WTO 체제하 수출지원제도 개편방안」.
- 최세균. 1994. 「UR 이후 EU의 농산물 수출보조정책 전망」. D97. 한국
농촌경제연구원.
- 최정섭 등. 1992. 「UR 협상 타결 이후 농산물 수출지원에 관한 연구」.
무공자료 92-55. 무역진흥공사, 한국농촌경제연구원.
- 한국농촌경제연구원. 1994. 「우루과이 라운드 농업협정문 해설」. E26.
- Commission of the EC. 1995, 1997. *The Agricultural Situation in the
Community*.
- Feng, H. 1999. *Agricultural Development in the Netherlands*. Report 5.99.06,
Agricultural Economic Research Institute (LEI), Hague.
- LEI-DLO. 1999. *Agricultural Economic Report 1999 of the Netherlands*.
- MANMF. 1998. *Facts and Figures: 1997/98*. Netherlands.
- Seringhaus, F.H.R. and P.J. Rosson. 1990. *Government Export Promotion: A
Global Perspective*. London and New York, Routledge.
- USDA. 1990. *The Basic Mechanisms of Japanese Farm Policy*. ERS MP
no. 1478.
- _____. 1990. *The Basic Mechanisms of U.S Farm Policy*. ERS MP no.

1479.

_____. 1990. *The Basic Mechanisms of EC Farm Policy*. ERS MP no. 1485.

WTO. 1997. Informal Paper AIE no. 11(USA), no. 16 (Australia); no. 17 (New Zealand).

연구보고 R410

외국의 농산물 수출지원 실태

등 록 제5-10호(1979. 5. 25)

인 쇄 1999. 12. 발행 1999. 12.

발행인 강정일

발행처 한국농촌경제연구원

130-710 서울특별시 동대문구 회기동 4-102

전화 02-3299-4000 팩시밀리 02-965-6950 <http://www.krei.re.kr>

인쇄처 동양문화인쇄(주) 02-737-2104

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본 연구원의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.