

C2011-13 | 2011. 4.

# 파프리카 대표조직 발전방안 연구

정 은 미 연구 위원  
김 수 림 연구 위원

**한국농촌경제연구원**

## 연구 담당

정은미      연구위원  
김수림      연구원

연구 총괄, 제1~3장, 제5장 집필  
제2장, 제4장 집필

## 머 리 말

---

파프리카는 원예농산물 중 수출 1위이며 수출농업의 활로를 연 대표적인 품목이다. 최근 파프리카의 국내 수요도 크게 증가하고 있는 추세로서 국내 가격이 상승하여 수출 수요와 경합이 이루어지고 있다.

파프리카 일본 수출은 2001년부터 항공 수송에서 선박 수송으로 전환됨에 따라 가격경쟁력을 확보하여 수출량이 증가하였지만, 일본 시장 의존도가 매우 높은 품목이다. 즉, 수입국인 일본의 파프리카 생산, 유통 및 소비가 직접 국내 파프리카 산업에 영향을 미치게 되므로 이에 대한 리스크를 적절히 분산하지 않으면 국내 파프리카 산업 전체가 불안해지는 구조이다. 그러므로 일본 시장의 변화에 능동적으로 대응하기 위해서는 국내 파프리카 산업의 대표조직 육성과 그 조직이 합당한 역할을 할 수 있도록 지원이 필요하다.

본 연구의 목적은 파프리카 산업의 생산, 유통, 수출, 일본 시장의 동향 파악과 실태 분석을 통해 국내 수요와 수출 수요를 동시에 만족시키고 가격을 안정화 하는 방안을 강구하는 것이다. 이는 결국 국내 파프리카 생산자의 단일 조직, 대표조직을 통해 물량을 조절하는 일이다.

이 연구 수행과정에서 현지조사 및 자료지원에 적극 협조해 주신 (사)한국파프리카생산자자조회 사무국과 회원 농가, 연구가 원만하게 진행되도록 아낌없이 조언을 해 주신 파프리카 수출업체 관계자 여러분께 감사드린다. 이 연구 결과를 바탕으로 파프리카 대표조직이 활성화되어 파프리카 산업에 희망이 될 수 있기를 기대한다.

2011. 4.

한국농촌경제연구원장 오 세 익



## 요 약

---

이 연구는 국내 파프리카 산업의 발전과 수출 안정을 위해 대표조직의 역할을 검토하고 그에 따른 대표조직의 위상을 정립하기 위한 목적으로 수행되었다. 이를 위해서 파프리카 생산, 유통, 수출, 일본 수출 시장 등 산업 전반적인 동향과 실태 분석을 통하여 파프리카 생산자자조회가 파프리카 대표조직의 기능을 수행하기 위한 필요한 사업내용과 활성화 방안을 제시하였다.

파프리카 재배면적은 2009년 410ha, 생산량 3만 6,023톤에 이른다. 2005년 이후부터 국내에도 파프리카 수요가 증가하고 가격이 상승하여 내수 출하를 목적으로 하는 재배농가가 증가하였다. 그러나 파프리카 수출농가의 재배규모는 2천~4천 평 규모의 농가가 48%, 2천 평 미만 농가가 35%로 규모 4천 평 미만 농가가 83%이며, 평균 재배면적은 약 3,200평(1.1ha)이다. 시설유형은 유리온실이 평균 4,676평(1.56ha), 자동화온실이 평균 2,276평(0.77ha)이고 비닐온실은 1,200평(0.42ha)에 불과하다.

국내 파프리카 총 생산량 중 약 40%는 수출되고 60%는 국내 소비로 파악된다. 서울(가락)도매시장에 파프리카 반입량은 2005년 이후 크게 증가하여, 2010년 반입량은 2005년에 비해 약 5배, 거래금액은 9배, 평균단가는 약 2배 상승하였다. 국내 수요가 증가하여 반입량 증가에 비해 평균 단가의 상승률이 높다. 파프리카의 월평균 가격이 가장 높은 1~3월과 9~10월의 반입량은 약 3배 증가하였는데, 월평균 가격이 연평균 가격보다 높은 시기는 수출과 경합하므로 일본 바이어의 불만이 높다. 그 영향은 반입량이 많은 시기에 국내 월평균 가격이 낮아질 때 일본 시장가격이 더 낮아지는 요인이 된다.

파프리카 수출은 일본으로 연간 1만 7천 톤 내외, 수출금액은 5천 8백만 달러 내외이며 미국, 중국, 대만 등에도 일부 수출을 시도했으나 물류 및 가격경쟁력을 갖지 못하여 지속적이지 못하였다. 그러나 파프리카 수출 시에 지역 다변화를 시도한다 하더라도 지형적으로 일본이 가장 유리한 것이 사실이다. 그

러므로 현재 70%인 일본 시장 점유율을 90%까지 높이는데 주력하는 것이 최선의 방법임은 틀림없다.

과거 우리나라 과채류의 일본 수출은 1990년대 엔화 강세로 증가하였지만 2001년 이후 크게 감소하였다. 파프리카도 국내 가격이 상승하고 수출 비중보다 국내 출하비중이 더 높아지고 과거 과채류의 수출 오류를 반복하지 않도록 주의가 필요하다.

파프리카 수출농가는 (사)한국파프리카생산자자조회를 파프리카 대표조직으로 인식하는 비율이 86%로 조사되었다. 그동안 자조회의 역할에 대해 긍정적으로 평가하며 앞으로도 기대가 크기 때문으로 판단된다.

파프리카의 국내 시장이 커지고 국내 출하만을 목적으로 생산하는 농가도 증가하여 국내 시장가격이 급락하며 수출 가격에도 영향을 미치는 정도가 심화되고 있으므로 이에 대한 공동 대처가 필요하다. 국내 수요와 수출 수요를 동시에 만족시키고 가격을 안정화 하는 방안은 결국 국내 파프리카 생산자의 단일 조직, 대표조직을 통해 물량을 조절하는 일이다.

파프리카 생산자자조회가 명실상부한 파프리카 대표조직으로 영향력을 발휘하기 위해서는 의무자조금 제도를 도입하고, 그 자조금을 가격안정기금으로 활용하여 수출 확대와 국내 가격을 안정화해야 한다. 파프리카의 일본 수출 확대를 통해 일본 시장에서 가격교섭력을 확고히 유지하고, 일정한 수출량 확보를 통해 국내 가격의 등폭락을 방지하는 것이 파프리카 수출농가의 소득을 안정화 하는 방법이기 때문이다.

## ABSTRACT

## Successful Development of a Paprika Growers Association

This study was carried out to examine what roles a producer organization representing paprika growers in Korea can and should play to develop the paprika industry and secure a stable access to export markets. Some management ideas for a paprika growers association were suggested after examining the market situation and trend of the paprika industry in regard to production, distribution, and export of paprika and the market situation in Japan.

In 2009, the total cultivation area of paprika was 410ha and the total output reached 36,023 tons. Since 2005, the demand as well as the price rose in the domestic market. As a result, the number of farm households growing paprikas for domestic shipment increased. However, the share of farm households growing the crop on less than 1.6ha of farmland accounted for 83%, averaging at 1.1ha. Of these, farm households growing the crop on a farmland with a size between 0.6 and 1.2ha accounted for 48% and those growing on less than 0.6ha of farmland accounted for 35%. Glass greenhouses (average cultivation field of 1.56ha) were the most-widely used facility type to grow paprika, followed by automated greenhouses 0.77ha and vinyl greenhouses 0.42ha.

It is estimated that out of total amount of paprika produced in Korea, 40% is consumed domestically and the rest is exported. The amount of paprikas shipped into the Garak wholesale market in Seoul has increased significantly since 2005. In 2010, the shipment increased by five times and turnover grew by nine times with the average unit price increasing by about twice. Average unit price increased faster than shipment amount due to rise in domestic demand. During the periods from January to March and from September to October, when average monthly price is the highest, shipment rose by about three times. But since domestic demand competes with exports when monthly average price is higher than annual average price, there is much dissatisfaction by Japanese buyers. What this implies is that the periods of higher shipment act as a factor lowering the market price of paprikas in the Japanese market.

Paprika exports to Japan amount to about 17,000 tons a year with a yearly revenue of about 58,000 dollars. Although attempts have been made to export paprikas to the United States, China, Taiwan, and others, no lasting success was achieved due to uncompetitive price and logistics. But, even if attempts are made to diversify export markets, Japan holds the most advantageous position in terms of logistics. Therefore, the best option is to focus on increasing the current market share of Korean paprika in the Japanese market from 70% to 90%.

In the 1990s, Korea's fruit and vegetable exports to Japan increased as a result of strong yen, but plunged since 2001. In the case of paprika, too, the share of domestic shipment rather than exports increased as domestic price rose. Therefore, it is necessary to pay close attention not to repeat the past mistake made in exporting fruits and vegetables.

A survey has found that 86% of paprika growers recognize Korea Paprika Growers Association(KPGA) as their representative organization. They are positive about the role the association has played so far and have high expectations about what it can do for them in the future too.

The domestic paprika market grew and the number of farm households growing the crop for the purpose of selling them to the domestic market only increased too. As a result, domestic price fell sharply and its effect on the export price, too, increased accordingly. Therefore, it is necessary to act jointly to cope with the problem. The way to meet the demand in both the domestic and export markets and stabilize the price is to control the shipment through a single organization representing the producers.

In order for KPGA to exert influence as a true organization representing paprika growers, it is necessary to introduce a mandatory relief fund and use it to stabilize domestic prices and expand exports. This is because firmly maintaining the bargaining power in the Japanese market by expanding exports and preventing price fluctuations by securing a certain amount of supplies is the only way to stabilize the income of paprika farmers.

Researchers: Jeong, Eun-Mee and Kim, Su-Rim

Research period: 2010. 10. - 2011. 4.

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



## 차 례

---

### 제1장 서론

1. 연구 필요성 .....	1
2. 연구 목적 .....	3
3. 연구 내용 .....	3
4. 연구 방법 .....	4

### 제2장 파프리카 산업의 동향과 실태

1. 파프리카 생산 동향과 실태 .....	6
2. 파프리카 유통 동향과 실태 .....	14
3. 파프리카 수출 동향과 실태 .....	21

### 제3장 일본의 파프리카 시장 동향

1. 일본 파프리카 생산 및 수입 동향 .....	36
2. 한국산 파프리카의 경쟁력 및 평가 .....	39
3. 일본 파프리카 소비 동향 .....	42
4. 과거 과채류의 일본 수출 동향과 시사점 .....	49

### 제4장 파프리카 일본 수출량 변동 요인 분석

1. 일본시장 가격 변화에 따른 수출량 변동 .....	54
2. 국내 가격 변화에 따른 수출량 변동 .....	59

### 제5장 파프리카 대표조직의 역할과 활성화 방안

1. 파프리카 대표조직의 필요성 .....	64
-------------------------	----

2. 파프리카 수출농가의 자조회에 대한 평가와 기대 .....	66
3. 파프리카 생산자 자조회의 역할 제고 방향 .....	72
4. 파프리카 대표조직의 사업과 활성화 방안 .....	74

**제6장 요약 및 결론**

부록. 과채류 농업관측 .....	91
--------------------	----

참고 문헌 .....	100
-------------	-----

## 표 차 례

---

### 제2장

표 2- 1.	파프리카 국내 재배면적과 생산량 .....	6
표 2- 2.	지역별 파프리카 재배면적 .....	7
표 2- 3.	파프리카 수출 농가의 재배규모별 농가 수 .....	9
표 2- 4.	파프리카 수출 농가의 온실형태별 평균 재배면적과 농가 수 ...	10
표 2- 5.	응답자 연령별 영농경력 분포 .....	11
표 2- 6.	응답자 연령별 시설유형 분포 .....	12
표 2- 7.	응답자 경영규모별 시설유형 분포 .....	13
표 2- 8.	파프리카 유통 비율 .....	15
표 2- 9.	서울(가락)도매시장의 파프리카 취급규모 .....	16
표 2-10.	서울(가락)도매시장의 파프리카 월별 반입량과 반입 비중 .....	19
표 2-11.	서울(가락)도매시장의 파프리카 월별 가격 및 연평균 가격과 차이 ...	19
표 2-12.	재배규모별 수출 및 국내 출하 비중(전국 평균) .....	20
표 2-13.	재배규모별 수출 및 국내 출하 비중 .....	20
표 2-14.	파프리카의 국별 수출량 실적 .....	22
표 2-15.	파프리카의 국별 수출금액 실적 .....	22
표 2-16.	수출업체의 연간 수출량과 재배면적 .....	24
표 2-17.	수출업체의 재배규모별 농가 수 .....	26
표 2-18.	수출업체의 지역별 재배면적과 농가수 .....	28
표 2-19.	농가의 경영규모별 평균 수출선도금 .....	30
표 2-20.	농가의 수출비중별 평균 수출선도금 .....	30
표 2-21.	수출농가의 수출업체에 대한 불만족 .....	31
표 2-22.	국내가격이 높을 때 계약 수출량과 국내 출하 선택 내용 .....	32
표 2-23.	싱가포르의 일본산 파프리카 수입 동향 .....	35

### 제3장

표 3- 1.	일본의 파프리카 재배면적 및 생산량 .....	37
표 3- 2.	일본의 채소 품목별 수입 실적 .....	38
표 3- 3.	일본의 국별 파프리카 수입 실적 .....	38
표 3- 4.	일본의 파프리카 월별·국별 수입구조 .....	39
표 3- 5.	일본의 국별 파프리카 수입단가 .....	40
표 3- 6.	일본 동경도매시장(오타시장)의 국별 파프리카 도매가격 .....	40
표 3- 7.	일본 소비자의 파프리카 구입 장소 .....	44
표 3- 8.	일본 소비자의 한국 파프리카 평가(일본산 대비) .....	45
표 3- 9.	한·일 파프리카 속성수준의 부분가치 및 효용 .....	46
표 3-10.	시뮬레이션을 통한 일본의 파프리카 시장점유율 예측 .....	48
표 3-11.	농산물 수출액 추이와 채소류 비중 .....	49
표 3-12.	주요 과채류의 일본 수출량 .....	51
표 3-13.	한국산 과채류 수출의 SWOT 분석 .....	52

### 제4장

표 4- 1.	수입수요함수 추정결과 .....	58
표 4- 2.	국내가격과 일본에서 한국산 가격의 함수 추정결과 .....	61
표 4- 3.	일본시장에서 한국산 가격과 수출량 함수 추정결과 .....	62

### 제5장

표 5- 1.	생산자자조회의 역할에 대한 평가 .....	67
표 5- 2.	수출농가의 자조금 제도·사업에 대한 만족도 .....	69
표 5- 3.	수출농가의 자조금 제도에 대한 필요성 인식 .....	69
표 5- 4.	수출농가의 자조금 의무화 방안에 대한 의견 .....	69
표 5- 5.	파프리카 대표조직이 해야 할 일 .....	70
표 5- 6.	생산자 대표조직 자금 조달 방법 .....	71
표 5- 7.	생산자 가격안정기금 가입 의향의 유무 .....	72
표 5- 8.	파프리카생산자자조회 사업내역 .....	75

## 그림 차례

---

### 제2장

- 그림 2-1. 파프리카 유통경로 ..... 15
- 그림 2-2. 서울(가락)도매시장의 파프리카 월별 반입량 ..... 17
- 그림 2-3. 서울(가락)도매시장의 파프리카 월평균 가격 ..... 17

### 제3장

- 그림 3-1. 일본 소비자의 파프리카 구입 빈도 ..... 42
- 그림 3-2. 일본 소비자의 파프리카 선호 포장형태 및 구입 수 ..... 43
- 그림 3-3. 일본 소비자의 파프리카 선호 색상 ..... 44
- 그림 3-4. 일본 소비자의 구입 파프리카 원산지 ..... 44
- 그림 3-5. 과채류 일본 및 동남아시아 수출량 비중 ..... 50
- 그림 3-6. 주요 과채류의 일본 수출량 ..... 50

### 제4장

- 그림 4-1. 선형관계 ..... 55
- 그림 4-2. 비선형관계 ..... 55
- 그림 4-3. 수출량과 가격과의 관계 ..... 55

### 제5장

- 그림 5-1. (사)한국파프리카생산자자조회의 대표조직 인식 여부 ..... 68



# 제 1 장

---

## 서 론

### 1. 연구 필요성

- 파프리카는 2010년 원예농산물 중 수출 1위(5,826만 달러)이며 수출농업의 활로를 얻 대표적인 품목이다.
  - 1990년대 정부보조로 유리온실을 비롯한 시설재배의 생산기반을 갖추면서 고부가가치 수출 작물로 도입된 파프리카는, 안정적인 수출로 고소득 작물이라는 인식이 확산되면서 2009년 재배면적은 410ha로 2000년보다 4배 이상 증가하였다.
  - 파프리카 수출량은 2000년 7천 톤에서 2009년 1만 8천 톤으로 2.5배, 수출액은 2000년 2,862만 달러에서 2009년 5,328만 달러로 약 2배 증가하였다.
  - 최근 파프리카의 국내 수요도 크게 증가하여 2010년 기준 파프리카 생산량 중 국내 유통 비중이 60%, 수출 비중이 40%로 추정되고 있다.
  
- 그러나 파프리카 수출량의 99.8%가 일본에 집중되어 있다.
  - 2001년부터 일본 수출 수송이 항공에서 선박으로 전환됨에 따라 물류비용 절감으로 가격경쟁력을 확보하여 일본 수출이 급격히 증가하였고 이

에 따라 일본 시장에 대한 수출 의존도가 매우 높아졌다.

- 즉, 수입국인 일본의 파프리카 생산, 유통 및 소비가 직접 국내 파프리카 산업에 영향을 미치게 되므로 이에 대한 리스크를 적절히 분산하지 않으면 국내 파프리카 산업 전체가 불안해지는 구조이다.
  - 그러므로 일본 시장의 변화에 능동적으로 대응하기 위해서는 국내 파프리카 산업의 대표조직 육성과 그 조직이 합당한 역할을 할 수 있도록 지원이 필요하다.
- 한편, 파프리카 수출량이 크게 증가하였음에도 불구하고 계절적 영향으로 여름철 과잉 생산, 겨울철 수출량 부족에 따른 수출량의 불안정 문제는 여전히 해결되지 못하고 있다.
- 수출량 조정 역할은 그동안 파프리카생산자자조회가 자율수급 체계를 권고하거나 의결하는 수준이었고 모든 의사결정은 각 수출업체의 자율적 판단에 일임해 두었다.
  - 그러나 계절적 수출량 과부족은 수출업체간 과당경쟁을 유발하여 일본 시장에서 파프리카 가격을 교란하는 원인이 되고 한국산 파프리카에 대한 신뢰를 잃는 요인이 되고 있다.
  - 따라서 국내 파프리카 산업의 안정화를 위한 전제조건은 일본 시장에서 가격 신뢰를 꾸준히 유지할 수 있는 대책, 즉 생산량 과부족 시에도 질서 있는 거래가 정착되도록 수출량의 수급을 조절하는 일이다.
  - 수출량 수급 조절은 파프리카 생산 및 유통 관련 주체 모두의 협력이 필요하므로 파프리카 대표조직이 관련주체의 협의와 의결을 도출하고 조정의 역할을 수행해야 할 것이다.
- 나아가 국내 파프리카 산업의 발전을 위해서는 안정적인 생산과 더불어 국내의 소비 활성화가 전제되어야 하므로 이를 위해 파프리카 대표조직의 기능과 역할이 강화되어야 할 것이다.



## 2. 연구 목적

- 본 연구는 국내 파프리카 산업의 발전과 수출 안정화를 위해 대표조직의 역할을 검토하고 그에 따른 대표조직의 위상을 정립하는데 목적이 있다. 이를 위해 다음과 같은 4가지 중점 내용을 검토한다.
  - 첫째, 파프리카 국내외 시장 동향을 살펴보기 위해 생산, 유통, 수출의 동향을 고찰하고 시장 변화를 전망하고자 한다.
  - 둘째, 파프리카 수출의 99%를 차지하는 일본 시장에서 한국산 파프리카의 경쟁력 평가 및 소비 동향을 고찰하고 과거 한국산 과채류의 일본 수출이 급감한 이유를 살펴본다.
  - 셋째, 일본 수출에 영향을 미치는 국내 파프리카 가격 변화와 일본에서 한국산 파프리카 가격 변화에 따라 수출량 변화 정도를 살펴본다.
  - 넷째, 파프리카 국내외 시장개척, 소비촉진, 수급조절 등 자율 수급체계를 비롯하여 대표조직이 수행하는 사업이 연계성 있는 사업이 되도록 전반적인 사업을 검토하고 사업의 활성화 방안을 제시하고자 한다.

## 3. 연구 내용

- 파프리카 산업의 동향과 실태
  - 파프리카 생산 동향 및 농가의 생산 실태
  - 파프리카 국내 유통 동향 및 농가의 유통 실태
  - 파프리카 수출 동향과 수출업체 현황
    - 파프리카 수출국별 시장 확대 가능성
    - 파프리카 수출업체의 특징
- 파프리카 일본 시장 동향

## 4

- 일본 파프리카 생산 및 수입 동향
  - 일본 시장에서 한국산 파프리카의 평가
  - 일본 소비자 선호와 파프리카 소비 특징
  - 과거 과채류 일본 수출동향과 시사점
- 파프리카 수출 관련 시나리오 분석
- 국내 가격 변화에 대한 수출량 시나리오 분석
  - 일본 수출가격과 수출량 변동에 대한 시나리오 분석
- 파프리카 대표조직의 사업 활성화 방안
- 파프리카 대표조직의 필요성
  - 생산자의 자조회에 대한 평가와 기대
  - 파프리카 생산자 자조회의 역할 제고 방향
  - 파프리카 대표조직 사업의 활성화 방안
    - 파프리카 생산자자조회의 과제
    - 대표조직의 의무자조금과 가격안정기금 운영 등 활성화 방안

## 4. 연구방법

- 문헌조사
- 국내외 파프리카 관련 문헌 수집 및 분석
  - 주요국(일본, 중국) 파프리카 통계 자료 수집
  - 파프리카 관련 언론 기사 분석
- 현지조사
- 파프리카의 국내외 생산, 유통 및 수출·수입업체 조사

- 파프리카 생산자자조회의 역할 및 자조금 사업 검토
  - 파프리카 자조금 참여농가·농수산물유통공사 수출담당자
- 우편 또는 전화 조사
  - 파프리카 생산자 조사 : 파프리카 자조회 참여농가
  - 파프리카 수출업체 조사 : 2009년 수출량 기준 10톤 이상 업체

## 제 2 장

### 파프리카 산업의 동향과 실태

#### 1. 파프리카 생산 동향과 실태

##### 1.1. 파프리카 생산 동향

- 1990년대 정부 보조사업으로 유리온실 등 시설재배의 생산기반을 갖추기 시작하면서 파프리카는 고부가가치 수출 작물로 도입되었다.
  - 파프리카는 안정적인 수출품목으로 채소류 중 고소득 작물이라는 인식이 확산되면서 2009년 재배면적은 2000년 대비 4배 증가한 410ha, 생산량 3만 6,023톤에 이른다(표 2-1).

표 2-1. 파프리카 국내 재배면적과 생산량

단위: ha, 톤

구분	2000	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009
면적	110	149	260	249	303	320	367	410
생산량	7,500	15,734	20,551	21,631	26,378	28,870	32,778	36,023

주: 2007년 이전 자료는 파프리카생산자자조회 자료, 2007년 이후는 통계청 자료임.  
 자료: (사)한국파프리카생산자자조회, 통계청.

- 2005년 이후 국내에도 파프리카 수요가 증가하고 가격이 상승하여 내수 출하를 목적으로 하는 파프리카 재배 농가가 증가하였다. 내수 출하 농가는 기존 시설재배 농가가 시기에 따라 작목전환하는 경우이며 비닐온실의 측고가 낮거나 토양재배를 하는 경우도 많아 단수는 낮은 편이다.

○ 파프리카의 재배농가는 강원과 영호남지역에 집중되어 있고 지역별로 편차가 크다. (사)한국파프리카생산자자조회<sup>1</sup>는 전국 재배면적의 약 76%를 차지한다(표 2-2).

표 2-2. 지역별 파프리카 재배면적

단위: ha, 명(%)

	재배면적 <sup>1)</sup>		(사)한국파프리카생산자자조회 소속 농가				
	2007년	2009년	재배면적 <sup>2)</sup>	총 재배면적 중 비중	농가 수	농가 호당 재배면적	
경기	15	15	4.5 (1.4)	1.1	2 (0.6)	2.3	
강원	76	123	53.2 (17.0)	13.0	75 (21.2)	0.7	
충북	2	2	- -	-	-	-	
충남	9	10	3.5 (1.1)	0.9	3 (0.8)	1.8	
전북	37	39	43.3 (13.8)	10.6	48 (13.6)	0.9	
전남	47	67	61.2 (19.5)	14.9	49 (13.8)	1.2	
경북	9	25	13.1 (4.2)	3.2	10 (2.8)	1.3	
경남	117	117	124.5 (39.7)	30.4	161 (45.5)	0.8	
제주	7	12	10.1 (3.2)	2.5	6 (1.7)	1.7	
전국	320	410	313.3 (100.0)	76.4	354 (100.0)	10.6	

주 1) 2007, 2009년 시설채소 온실현황 및 채소류 생산실적. 농림수산식품부 채소특작과.

2) (사)한국파프리카생산자자조회<sup>1</sup>의 2010년 회원을 기준으로 함.

1 파프리카 수출 농가를 중심으로 설립된 파프리카생산자자조회는 회원 354명(재배면적 313ha)의 전국 조직이다.

- 파프리카는 온실 실내온도가 최저 18℃ 이상을 유지해야 하는 고온성 작물이므로 겨울을 분기로 작형이 두 가지로 나뉜다. 5월~12월에 수확하는 여름작형과 10월~익년 7월에 수확하는 겨울작형이다.
  - 여름작형은 강원, 전북, 경북, 경남의 고랭지에서 130ha 재배되고, 겨울작형은 경남, 전남북의 평지와 경기·충청지역 유리온실에서 280ha 재배되는 것으로 추측된다. 겨울작형의 재배면적이 여름작형보다 약 2.2배 넓다.
  - 최근 강원지역의 재배면적이 2007년 76ha에서 2009년 123ha로 크게 증가하고 있다. 이는 2005년 이후 국내 파프리카 가격이 상승하면서 내수 출하를 목적으로 하는 여름작형의 일반 농가가 증가하였기 때문이다.
- 파프리카 수출 농가는 경남, 전남북, 강원지역에 집중되어 있다. 수출 농가의 재배면적은 경남 40%, 전남 20%, 강원 17%, 전북 14%의 순으로 많으며, 수출 농가 수는 경남 46%, 강원 21%, 전남북이 각각 14%를 차지한다(표 2-2).
- 수출 농가 수가 많은 지역일수록 농가 호당 재배면적은 작다. 호당 평균 경영규모는 강원, 경남, 전북의 순으로 0.7~0.9ha이다.
- 파프리카 수출 농가의 재배규모별 농가 수를 살펴보면, 2천~4천 평 규모의 농가가 48%, 2천 평 미만 농가가 35%의 순으로 규모 4천 평 미만 농가가 83%이다(표 2-3).
- 평균 재배면적 4천 평 미만인 농가는 파프리카 재배 농가가 가장 많은 경남이 90% 이상이고 여름작형 산지인 강원 92%이며 전북 86%, 전남 67%의 순이다.
  - 재배면적 2천평 미만인 농가는 전북 54%, 경남 36%, 전남 31%, 강원 29%의 순이다.
  - 전북은 2천 평 미만의 농가 비중이 가장 높은 반면 8천 평 이상 대규모 농가도 8%로 재배규모가 양극화 되어 있는 지역이다.

표 2-3. 파프리카 수출 농가의 재배규모별 농가 수

단위: ha, 호(%)

지역	재배 면적	2천 평 미만	2천 ~4천 평	4천 ~6천 평	6천 ~8천 평	8천 평 이상	계
경기	4.5	-	-	-	2 (100.0)	-	2 (100.0)
강원	53.2	22 (29.3)	47 (62.7)	2 (2.7)	4 (5.3)	-	75 (100.0)
충남	3.5	-	-	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	3 (100.0)
전북	43.3	26 (54.2)	15 (31.3)	3 (6.3)	-	4 (8.3)	48 (100.0)
전남	61.2	15 (30.6)	18 (36.7)	7 (14.3)	3 (6.1)	6 (12.2)	49 (100.0)
경북	13.1	4 (40.0)	2 (20.0)	1 (10.0)	1 (10.0)	2 (20.0)	10 (100.0)
경남	124.5	58 (36.0)	87 (54.0)	11 (6.8)	4 (2.5)	1 (0.6)	161 (100.0)
제주	10.1	-	1 (16.7)	3 (50.0)	2 (33.3)	-	6 (100.0)
전국	313.3	125 (35.3)	170 (48.0)	28 (7.9)	17 (4.8)	14 (4.0)	354 (100.0)

자료: (사)한국파프리카생산자조합

- 전남은 4천 평 미만의 농가 비중이 다른 지역보다 상대적으로 낮고 4천 평 이상 규모도 비교적 고루 분포되어 있다. 파프리카 겨울작형 재배에 유리한 지역이므로 향후 파프리카 생산·수출 기지로 개발이 기대되며 재배면적 증가가 예상된다.
  - 재배규모 6천 평 이상인 경우는 9%에 불과하며 대규모 유리온실을 정부 보조로 지원받은 경우이다.
- 파프리카 수출 농가의 온실형태별 농가수는 유리온실(자동화온실, 비닐온실 재배를 겸하는 경우 포함) 재배 농가가 25%, 자동화 온실(비닐온실 재배를 겸하는 경우 포함) 재배 농가가 57%, 비닐온실 재배 농가가 18%를 차지한다(표 2-4).
- 유리온실은 경남, 전남을 제외하면 평균 4천 5백 평 이상으로 규모가 크고 유리온실 재배 농가는 자동화온실이나 비닐온실 재배를 겸하는 경우 까지 포함하면 파프리카 수출 농가의 25%에 해당한다.
  - 유리온실의 경우 경기, 충남, 경북은 참여 농가수가 적은 반면 규모가 6천 평 이상이고, 경남, 전남은 참여 농가수도 비교적 많지만 유리온실 규

모는 경남 2천 평, 전남 3천 평 내외이다.

- 농가수가 57%로 가장 많은 자동화 온실은 강원, 경남의 평균 재배면적이 2천 평 내외, 전남이 3천 평 내외인 반면, 전북은 1천 7백 평 정도이다.
- 자동화 온실은 유리온실보다 시설 단가가 낮기 때문에 파프리카 재배 농가가 선호하는 온실이다. 비닐온실의 경우도 축고를 높이고 자동화 시설을 도입하면 파프리카 생산성이 높아지므로 향후 파프리카 수출 농가 중 겨울작형의 비닐온실 형태는 자동화 온실로 전환할 것으로 전망된다.

표 2-4. 파프리카 수출 농가의 온실형태별 평균 재배면적과 농가 수

단위: 평, 호(%)

지역	평균 재배면적 농가 수	온실형태					
		유리온실	유리온실 +자동화온실	유리온실 +비닐온실	자동화온실	자동화온실 +비닐온실	비닐온실
경기	6,873	6,873					
	2 (100.0)	2 (100.0)					
강원	2,105	4,567	5,350		2,102	2,000	1,460
	75 (100.0)	3 (4.0)	2 (2.7)		48 (64.0)	2 (2.7)	20 (26.7)
충남	6,848	6,848					
	3 (100.0)	3 (100.0)					
전북	2,724	4,587	22,300		1,700	1,550	1,287
	48 (100.0)	12 (25.0)	1 (2.1)		13 (27.1)	6 (12.5)	16 (33.3)
전남	2,883	2,929	4,733		2,810		1,467
	49 (100.0)	14 (28.6)	3 (6.1)		27 (55.1)		5 (10.2)
경북	3,222	7,100			5,000		1,860
	10 (100.0)	2 (20.0)			1 (10.0)		7 (70.0)
경남	2,135	2,103	3,058	2,500	2,134	2,000	1,947
	161(100.0)	23 (14.3)	17 (10.6)	2 (1.2)	102 (63.4)	1 (0.6)	16 (9.9)
제주	4,571	5,320			2,700		
	6 (100.0)	5 (83.3)			1 (16.7)		
전국 농가수	354 (100.0)	64 (18.1)	23 (6.5)	2 (0.6)	192 (54.2)	9 (2.6)	64 (18.1)

자료: (사)한국파프리카생산자조합



- 비닐온실은 강원, 전북, 경북에서 비중이 높다. 비닐온실은 난방 효율이 극히 낮기 때문에 주로 여름작형 재배에 이용되고 겨울작형 재배에는 이용되지 않는다. 여름작형의 경우도 생산성을 높이려면 3월 전후로 정식 시기를 앞당기고 난방을 하는 것이 유리한데 비닐온실 재배는 난방이 불리하므로 이용하기 어렵다. 그러므로 여름작형이라 하더라도 비닐온실 재배의 단위면적당 생산성은 낮다.

## 1.2. 파프리카 생산 실태

- 파프리카 생산 실태를 살펴보기 위해 (사)한국파프리카생산자자조회의 회원 350호를 대상으로 2011년 3월 15일~4월 10일 우편 및 전화 조사하였다.
  - 생산자자조회에 소속되지 않은 국내 출하를 목표로 파프리카를 생산하는 농가는 파악이 어렵기 때문에 이번 조사에서 제외되었다.
- 조사 응답자는 총 170명이며, 연령별로 50대가 81명(48%)으로 가장 많으며 40대 42명(25%), 60대 33명(19%)의 순이다(표 2-5).

표 2-5. 응답자 연령별 영농경력 분포

단위: 명(%)

	5년 미만	5~10년	10~15년	15년 이상	농가 수
20대	-	1	-	-	1 (0.6)
30대	3	5	2	-	10 (5.9)
40대	9	19	13	1	42 (24.7)
50대	9	45	25	2	81 (47.6)
60대	1	15	17	-	33 (19.4)
70대	-	1	2	-	3 (1.8)
계	22(12.9)	86(50.6)	59(34.7)	3(1.8)	170 (100.0)

자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

- 응답자의 파프리카 영농경력은 5~10년이 86명(51%), 10~15년이 59명(35%)으로 5년 이상이 86%이다.
  - 파프리카 농가 경영주의 연령을 영농경력별로 살펴보면, 경력 5~10년의 50대 26%(45명), 경력 10~15년의 50대 15%(25명), 경력 5~10년의 40대 11%(19명), 경력 10~15년의 60대 10%(17명)의 순이다.
  - 반면 30대 이하의 비중은 크게 적은 편이다. 파프리카가 재배시설을 갖추는데 초기 투자비가 많이 필요하고 재배기술이 까다로워 다른 품목에 비해 초기 진입장벽이 높기 때문이다.
- 조사 응답자의 연령별 평균 재배면적은 30대가 4,600평(1.54ha)로 가장 넓고 전 연령의 평균은 약 3,200평(1.1ha)이다(표 2-6).
- 응답자의 시설유형은 유리온실이 평균 4,676평(1.56ha), 자동화온실이 평균 2,276평(0.77ha)이고 비닐온실은 1,261평(0.42ha)에 불과하다.
  - 자동화온실 농가 수는 108명(64%)에 이르지만 자동화온실 재배면적은 유리온실 재배면적의 1/2 수준이다.

표 2-6. 응답자 연령별 시설유형 분포

단위: 평(명)

	평균 재배면적	시설유형		
		유리온실	자동화온실	비닐온실
20대	2,000 (1)	-	2,000 (1)	-
30대	4,620 (10)	4,760 (4)	2,800 (6)	-
40대	3,196 (42)	4,185 (7)	2,716 (31)	1,666 (4)
50대	2,970 (81)	5,423 (22)	2,085 (55)	1,436 (4)
60대	3,343 (33)	3,015 (15)	2,781 (13)	942 (5)
70대	3,166 (3)	6,000 (1)	1,250 (2)	-
평균	3,215 (170)	4,676 (49)	2,276 (108)	1,261 (13)

주: 유리온실+자동화 온실, 유리온실+비닐온실의 재배형태는 유리온실에, 자동화온실+비닐온실의 재배형태는 자동화온실에 포함되었음.

자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

- 조사 응답자는 자동화온실의 50대 32%, 40대 18%, 유리온실의 50대 13%, 60대 9%의 순으로 비중이 높다. 유리온실 재배의 50~60대와 자동화온실 재배의 40~50대가 파프리카 생산의 주류이다.
- 파프리카의 채산성이 다른 과채류에 비해 높기 때문에 농가 경영주 연령이 60대 이상 농가가 직접 재배 일선에서 활동하고 있다. 향후 파프리카의 주력 노동력을 고려한다면, 생산 및 국내외 유통, 수출 등 각 분야에서 채산성 있는 파프리카 산업이 되도록 면밀한 대책이 필요하다.
- 따라서 앞으로 파프리카 생산은 유리온실 재배의 노동력 확보를 위한 후계자 육성과 생산성을 높이기 위해 자동화온실을 유리온실로 전환하는 두 가지 시책이 꾸준히 요구된다.

○ 조사 응답자의 경영규모는 2천~3천 평 재배가 32%(55명), 1천~2천 평 재배가 26%(44명), 3천~4천 평 재배가 12%(20명)의 순으로 많다(표 2-7).

표 2-7. 응답자 경영규모별 시설유형 분포

단위: 명(%)

	농가 수(비율)		시설유형		
			유리온실	자동화온실	비닐온실
1천 평 미만	10	(5.9)	-	10 (5.9)	-
1천~2천 평	44	(25.9)	13 (7.6)	27 (15.8)	4 (2.4)
2천~3천 평	55	(32.4)	5 (2.9)	42 (24.7)	8 (4.7)
3천~4천 평	20	(11.8)	4 (2.4)	15 (8.8)	1 (0.5)
4천~5천 평	15	(8.8)	5 (2.9)	10 (5.9)	-
5천~6천 평	4	(2.4)	-	4 (2.4)	-
6천~7천 평	2	(1.2)	2 (1.1)	-	-
7천~8천 평	5	(2.9)	5 (2.9)	-	-
8천~9천 평	5	(2.9)	5 (2.9)	-	-
9천 평 이상	10	(5.9)	10 (5.9)	-	-
계	170	(100.0)	49(28.8)	108(63.5)	13(7.6)

주: 표 2-11과 같음.

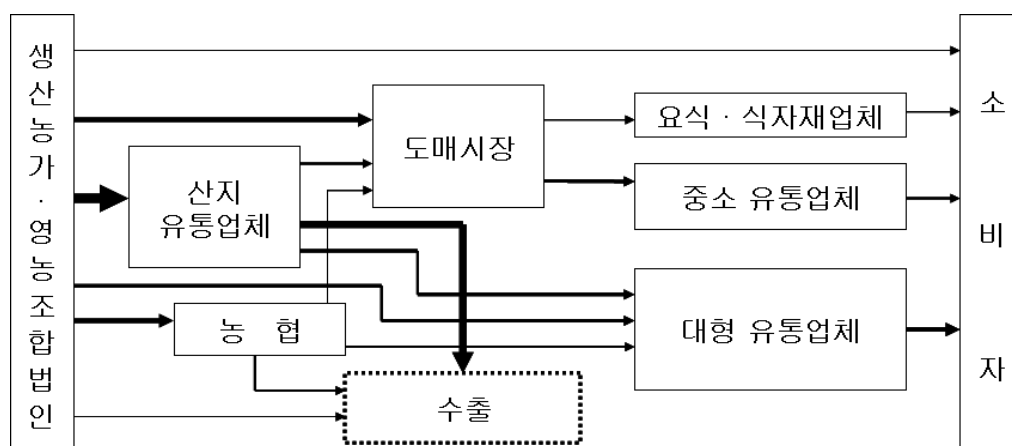
자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

- 조사 응답자의 시설유형을 살펴보면, 2천~3천 평 재배규모의 자동화온실 농가가 25%(42명)로 가장 많고, 1천~2천 평 재배의 자동화온실 농가 16%(27명), 3천~4천 평 재배의 자동화온실 농가 9%(15명)의 순이다.
  - 시설 유형별로 살펴보면, 유리온실 재배는 1천~2천평 8%(13명), 9천 평 이상 6%(10명)의 순으로 가족경영이거나 기업경영으로 양극화 현상이 보이지만 자동화온실 재배는 73%(79명)가 3천 평 미만을 경영하고 있다.
- 재배규모가 2천 평 미만이면 정식기 및 수확기에 일부 외부 노동력을 이용하더라도 기본적으로 가족 경영으로 가능한 규모이다.
- 조사에 의하면, 파프리카 재배면적 2천 평 미만인 약 1/3(54명)은 가족 경영이지만 2/3는 이미 중소 농기업을의 형태에 해당한다고 말할 수 있다.
  - 유리온실 재배농가는 2천 평 이상인 73%(36명), 자동화온실 재배농가는 66%(71명)가 이미 중소 농기업을의 형태를 띠고 있다.

## 2. 파프리카 유통 동향과 실태

- 수출농산물 중 파프리카가 주력 품목이지만 국내 수요가 충분히 존재해야 수출량 변동에 따른 가격변동, 나아가 소득변동의 충격이 완화된다. 그러므로 국내 수요 확대는 파프리카 산업의 확대에 필요불가결한 요소이다.
- 국내 파프리카 수요는 2005년 이후 크게 증가하였다. 2000년 파프리카생산자자조회가 설립된 후 수출단가가 낮을 때는 무료 시식, 효능에 대한 선전 등 국내 소비확대를 위한 홍보를 지속하여 파프리카에 대한 소비자의 인지도가 높아졌기 때문이다.
  - 일본 수출 파프리카 농가의 철저한 농약관리 등 품질관리 내용과 농가 개인 홈페이지를 통한 전자상거래가 방송에 소개되면서 개별 소비가 증가하고 그 후 대중 요식업소의 소비도 증가하였다.

그림 2-1. 파프리카 유통경로



주: 화살표의 선 굵기는 유통량의 비중을 고려하여 작성함.  
 자료: 정은미 외(2008).

- 그러므로 파프리카는 전자 상거래의 개별 소비량도 국내 소비량의 1~2% 가 될 것으로 추정된다.

○ 파프리카의 국내 유통량에 대해서 정확한 통계를 구하기는 어렵다. 다만 생산자의 각 유통경로별 비중을 조사한 결과, 국내 파프리카 총 생산량 중 약 41%는 수출되고 59%가 국내에서 소비되는 것으로 나타났다(그림 2-1).

표 2-8. 파프리카 유통 비율(2010년)

단위: 톤, %

	수출	국 내 <sup>1)</sup>			계 <sup>2)</sup>
		도매시장	대형유통업체	소계	
유통량	16,155	13,989	8,856	22,845	39,900
비율	41.4	35.9	22.7	58.6	100.0

주 1) 서울(가락)도매시장 취급량(10,761톤)을 기준으로 지방도매시장은 서울도매시장 취급량의 30%를 취급하고, 대형유통업체는 도매시장의 63%를 취급한다고 가정함.  
 2) 유통량 계는 농가의 재배형태를 분류하여 평당 생산량을 다음과 같이 가정함. 수출 농가(자조회 회원 농가)의 유리온실(약 4만평)의 60kg/평, 비닐온실 35kg/평, 일반 농가(자조회 비회원 농가, 약 30만평) 17kg/평으로 계산한 결과임.

- 국내 유통량만을 기준으로 하면, 유통량의 59%가 공영도매시장을 경유하고 41%는 대형유통업체를 경유하는 직거래로 조사되었다(표 2-8).
- 파프리카의 국내 가격과 유통량의 추이를 알아보기 위해 서울(가락)도매시장의 파프리카 취급 정보를 이용하였다.
  - 국내 도매시장에서 파프리카의 가격 및 반입량 등 취급 정보는 2004년 이후 집계되어 있다.
  - 1997년 우리나라에 파프리카가 재배되기 시작하면서 수출하고 남은 파프리카는 국내 도매시장에 판매하였지만 2003년까지는 피망의 일종으로 취급하였기 때문이다.
- 서울(가락) 도매시장에 파프리카 반입량은 2005년 이후 크게 증가하였다. 2010년 반입량은 2005년보다 5배, 평균단가는 2배 증가하였다(표 2-9).
  - 이를 연평균으로 환산하면 반입량은 2005년 이후 연평균 96% 증가하였고 거래금액은 46% 증가하였다. 2005년 이후 반입량이 크게 증가한 것은 국내 수요가 증가하였기 때문인데, 반입량 증가에 비해 평균 단가의 증가율이 높다. 이는 수요 증가율이 공급증가율보다 크다는 의미이므로 향후 파프리카 국내 수요는 더욱 증가할 것으로 전망된다.
  - 한편, 국내 수요의 증가는 수출량의 감소로 이어진다. 특히 2010년은 이상기후로 과채류의 단수가 크게 낮은 해였는데도 서울(가락)도매시장의 반입량이 전년보다 증가하였고 반면 수출량은 감소하였다.

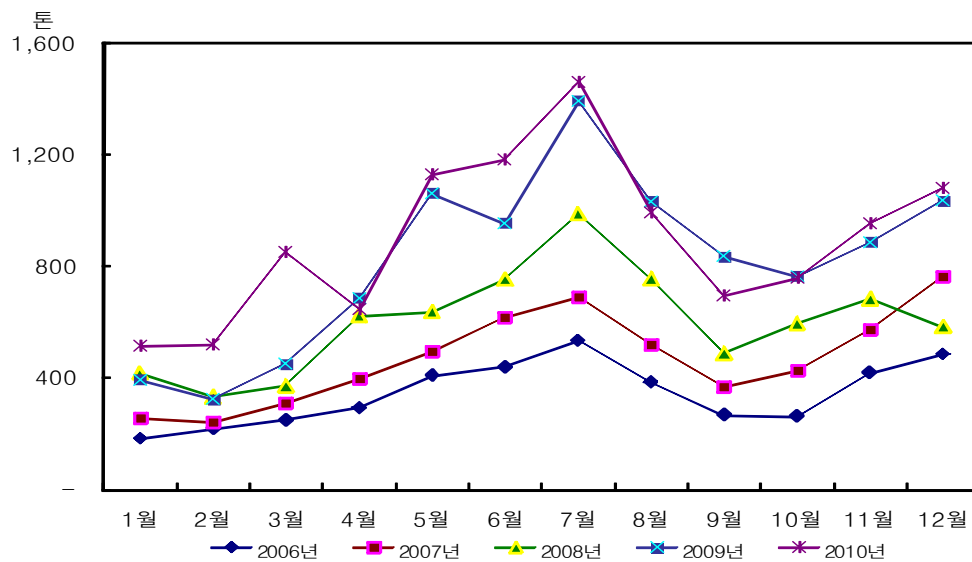
표 2-9. 서울(가락)도매시장의 파프리카 취급규모

단위: 톤, 백만 원, 원/kg

	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
반입량	921	2,231	4,141	5,646	7,215	9,796	10,761
거래금액	2,013	5,201	11,387	17,784	22,291	30,875	45,160
평균단가	2,185	2,331	2,750	3,150	3,074	3,152	4,197

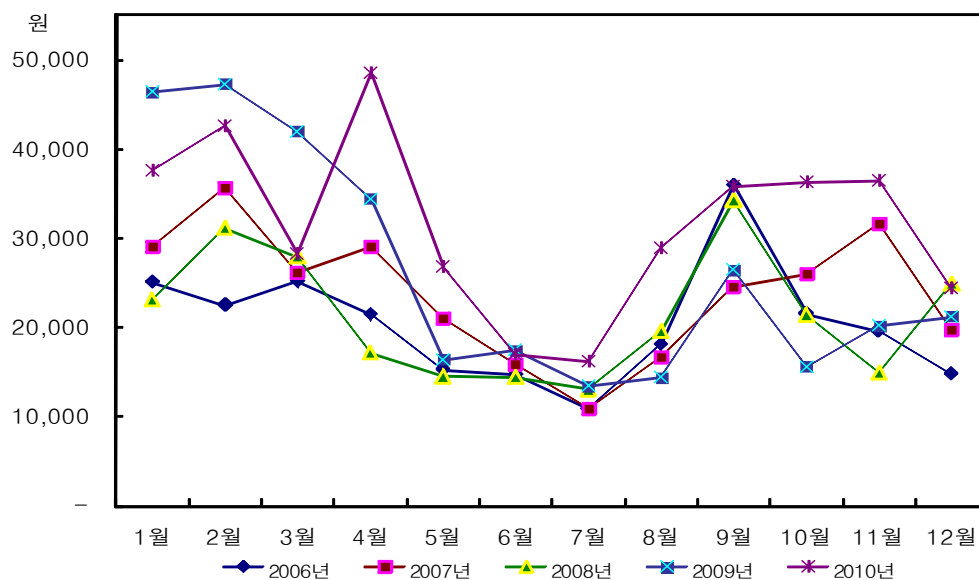
자료: 서울시농수산물공사.

그림 2-2. 서울(가락)도매시장의 파프리카 월별 반입량



자료: 서울시농수산물공사.

그림 2-3. 서울(가락)도매시장의 파프리카 월평균 가격



자료: 서울시농수산물공사.

- 과거 과채류 수출에서 국내 수요의 증가로 국내 단가가 상승함에 따라 수출량이 급격히 감소한 경험이 있듯, 최근 파프리카에도 이러한 현상이 나타나는 것은 아닌지 예의 주시할 필요가 있다.
- 서울(가락) 도매시장에 반입량은, 여름작형과 겨울작형이 동시에 출하되는 5~7월, 11~12월에 반입 비중이 높고 겨울작형 출하기인 12월 중순~4월, 여름철 고온 및 장마기에 결실불량으로 9~10월은 반입량이 적다(그림 2-2).
- 특히 국내 수요가 증가하면서 5~8월을 제외하면 수출 가격보다 오히려 국내 가격이 높은 경우도 있고 겨울철 1~3월은 국내 가격이 더욱 높게 형성됨에 따라 수출 수요와 경합이 나타나고 있다(그림 2-3).
  - 그러나 월평균 가격은 작황에 따라 변동이 심하고, 기존 수출 농가 이외에 과채류 농가가 파프리카로 작목을 전환하거나 신규 진입하는 농가가 증가하면서 5~12월은 반입량이 증가하고 가격은 낮아지는 추세이다.
- 파프리카 도매시장의 월별 반입량과 월평균 가격의 상관관계를 비교하여 국내 수요 추이를 살펴본다.
- 월평균 가격이 가장 높은 1~3월의 반입비중은 연평균 5% 내외이지만 2010년 반입량은 2006년에 비해 3배 증가하였고 9~10월도 반입량은 연평균 7% 정도이지만 2.7배 증가하였다(표 2-10).
  - 월평균 가격이 연평균 가격보다 높은 1~4월, 9~10월은 수출과도 경합하며 수출 계약 불이행 등으로 일본 바이어의 불만이 높다. 그 영향으로 반입량이 많은 5~8월, 11~12월에는 국내 가격도 월평균 가격이 연평균 이하로 낮지만 일본 시장에서도 더 낮은 가격이 형성되는 요인이 되고 있다(표 2-11).
- (사)한국파프리카생산자자조회 회원 농가를 대상으로 생산량의 수출과 국내 출하 비중을 조사 결과, 응답자는 평균 69%를 수출하고 31%를 국내 시장에 출하하고 있다(표 2-12).<sup>2</sup>



- 재배규모가 1천 평 미만인 경우는 수출보다 국내 출하 비중이 51%이지만, 재배면적 2천 평 이상인 경우는 국내 출하보다 수출 비중이 높다.

표 2-10. 서울(가락)도매시장의 파프리카 월별 반입량과 반입 비중

단위: 톤, %

	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2006	182	218	249	292	409	440	534	384	267	263	418	486
	4.4	5.3	6.0	7.0	9.9	10.9	12.9	9.3	6.4	6.3	10.1	11.7
2007	254	239	308	396	495	615	690	520	369	426	573	762
	4.5	4.2	5.5	7.0	8.8	10.9	12.2	9.2	6.5	7.5	10.1	13.5
2008	417	333	371	621	636	750	985	754	487	594	682	583
	5.8	4.6	5.2	8.6	8.8	10.4	13.7	10.5	6.8	8.2	9.5	8.1
2009	392	323	448	686	1,060	952	1,391	1,031	833	762	885	1,033
	4.0	3.3	4.6	7.0	10.8	9.7	14.2	10.5	8.5	7.8	9.0	10.5
2010	513	519	850	647	1,127	1,181	1,458	989	695	755	951	1,078
	4.8	4.8	7.9	6.0	10.5	11.0	13.5	9.2	6.5	7.0	8.8	10.0

자료: 서울시농수산물공사.

표 2-11. 서울(가락)도매시장의 파프리카 월별 가격 및 연평균 가격과 차이

단위: 원/kg

	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2006	25,033	22,479	25,120	21,410	15,231	14,702	10,827	18,037	35,865	21,490	19,558	14,740
	4,659	2,105	4,746	1,036	-5,143	-5,672	-9,547	-2,337	15,491	1,116	-816	-5,634
2007	29,020	35,682	26,060	29,066	21,014	15,803	10,779	16,660	24,458	25,936	31,583	19,678
	5,203	11,870	2,248	5,254	-2,798	-8,009	-13,053	-7,152	646	2,124	7,771	-4,134
2008	23,065	31,070	27,876	17,093	14,485	14,344	13,039	19,510	34,222	21,375	14,837	24,805
	1,755	9,760	6,566	-4,217	-6,925	-6,966	-8,271	-1,800	12,912	65	-6,473	3,495
2009	46,328	47,272	41,925	34,406	16,389	17,386	13,389	14,336	26,420	15,547	20,155	21,162
	20,102	21,046	15,699	8,180	-9,837	-8,840	-12,837	-11,890	194	-10,679	-6,071	-5,064
2010	37,488	42,546	28,151	48,545	26,820	16,910	16,227	28,800	35,764	36,201	36,358	24,320
	5,977	11,035	-3,360	17,034	-4,691	-14,601	-15,284	-2,711	4,253	4,690	4,847	-7,191

주 1) 빨간색 파프리카 기준임.

2) 연평균 가격은 2006년 20,374원, 2007년 23,812원, 2008년 21,310원, 2009년 26,226원, 2010년 31,511원이다.

자료: 서울시농수산물공사.

2 본 조사가 생산자자조회 회원의 수출을 위주로 하는 농가를 대상으로 하였기 때문에 수출 비중이 높다는 조사의 한계가 있다. 파프리카 생산량의 약 59%가 국내 출하되는 것으로 추정된다.

표 2-12. 재배규모별 수출 및 국내 출하 비중(전국 평균)

단위: 명, %

	농가 수	수출 비중	국내 출하비중	표준편차
1천 평 미만	10	49.4	50.6	31.1
1천~2천 평	44	68.2	26.9	27.3
2천~3천 평	54	74.4	25.6	21.3
3천~4천 평	20	77.0	23.0	17.4
4천~5천 평	15	73.0	27.0	18.7
5천~6천 평	4	74.3	25.7	25.0
6천~7천 평	2	72.0	28.0	17.7
7천~8천 평	5	68.7	31.3	24.6
8천~9천 평	5	56.9	43.1	20.5
9천 평 이상	10	59.4	40.6	14.5
계	169	68.9	31.1	

자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

표 2-13. 재배규모별 수출 및 국내 출하 비중

단위: %, 명

	강원			전북			전남			경남		
	수출	국내	농가수	수출	국내	농가수	수출	국내	농가수	수출	국내	농가수
1천 평 미만	71.3	27.7	2	25.2	74.8	3	50.0	50.0	1	65.3	34.7	4
1천~2천 평	76.0	24.0	7	52.3	47.7	10	60.0	40.0	2	78.8	21.2	21
2천~3천 평	68.8	31.2	22	65.7	34.3	3	57.0	43.0	2	81.5	18.5	22
3천~4천 평	81.5	18.5	2	86.7	13.3	3	65.7	34.3	2	73.8	26.2	12
4천~5천 평	50.0	50.0	1	100	0.0	1	53.8	46.2	3	78.5	21.5	8
5천~6천 평	65.0	35.0	2	-	-	-	-	-	-	83.1	16.9	2
6천~7천 평	-	-	-	60.0	40.0	1	-	-	-	85.0	15.0	1
7천~8천 평	70.0	30.0	3	50.0	50.0	1	-	-	-	85.0	15.0	1
8천~9천 평	50.0	50.0	1	-	-	-	53.3	46.7	3	75.0	25.0	1
9천 평 이상	70.0	30.0	1	54.5	45.5	2	44.5	55.5	2	50.0	50.0	1
계	69.2	30.8	41	60.8	39.2	24	52.3	47.7	15	77.3	22.7	73

자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

- 또한 재배규모 2~7천 평인 경우 수출비중이 70% 이상으로 재배규모가 8천 평 이상인 경우보다 수출 비중이 높다.
- 한편, 자조회 회원 농가를 대상으로 한 조사라는 한계는 있지만, 지역이나 재배규모별로 수출 및 국내 출하 비중은 알아보기 위해 주요 수출지역(강원, 전북, 전남, 경남)별로 나누어 살펴보았다(표 2-13).
  - 강원과 경남은 재배규모 4천 평 미만의 농가가 주류를 이루고 수출 비중이 높은 반면 전북과 전남은 2천~4천 평 재배 농가의 수출비중이 높다.

### 3. 파프리카 수출 동향과 실태

#### 3.1. 수출 개요

- 파프리카 수출은 1997년 일본 시장을 목표로 시작되어 수출량의 거의 전량을 일본으로 수출하고 있다.
  - 미국, 중국, 대만 등에도 일부 수출을 시도했으나 물류 및 가격경쟁력을 갖지 못하여 지속적이지 못하였다.
- 파프리카의 일본 수출은 파프리카 산업의 국제화와도 밀접한 관계가 있다. 일본에 파프리카 시장을 개척한 것은 1980년대 후반 네덜란드이지만 일본 시장과 가까운 우리나라가 일본 파프리카 시장의 70%를 점유하게 되었다.
  - 1990년대 우리나라가 유리온실을 비롯한 시설재배에 네덜란드의 기술, 농자재를 수입하면서 지리적 여건 상 일본 파프리카 시장을 점유한 것이다.
  - 그러므로 파프리카는 농업기술의 세계화를 통해 우리나라에 도입된 품목일 뿐만 아니라 새로운 수출 품목으로 공헌하는 품목이다.

표 2-14. 파프리카의 국별 수출량 실적

단위: 톤(%)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
계	16,019 (100.0)	17,845 (100.0)	14,604 (100.0)	14,185 (100.0)	17,057 (100.0)	17,725 (100.0)	16,168 (100.0)
일본	15,935 (99.5)	17,839 (100.0)	14,574 (99.8)	14,173 (99.9)	17,040 (99.9)	17,679 (99.7)	16,162 (100.0)
대만	74 (0.5)	5 (0.0)	5 (0.0)	-	4 (0.0)	43 (0.2)	0 (0.0)
미국	2 (0.0)	1 (0.0)	0 (0.0)	8 (0.1)	11 (0.1)	0 (0.0)	0 (0.0)
기타	9 (0.0)	0 (0.0)	25 (0.17)	4 (0.03)	2 (0.01)	4 (0.03)	7 (0.05)

주: ( ) 내는 계에 대한 구성비임.  
 자료: 농수산물유통공사 무역정보.

표 2-15. 파프리카의 국별 수출금액 실적

단위: 천 달러(%)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
계	43,401 (100.0)	53,145 (100.0)	45,732 (100.0)	47,154 (100.0)	54,166 (100.0)	53,280 (100.0)	58,302 (100.0)
일본	43,171 (99.8)	53,121 (100.0)	45,629 (99.8)	47,089 (99.9)	54,075 (99.8)	53,182 (99.8)	58,277 (100.0)
대만	200 (0.2)	15 (0.0)	5 (0.0)	-	13 (0.0)	84 (0.2)	0 (0.0)
미국	5 (0.0)	7 (0.01)	0 (0.00)	44 (0.09)	61 (0.11)	-	-
기타	25 (0.01)	1 (0.00)	98 (0.22)	21 (0.05)	17 (0.03)	14 (0.03)	26 (0.03)

주: ( ) 내는 계에 대한 구성비임.  
 자료: 농수산물유통공사 무역정보.

- 일본 수출량은 연간 1만 7천 톤 내외이며 수출금액은 5천 8백만 달러 내외이다(표 2-14, 표 2-15).

- 미국이나 대만에 일부 수출량은 식품박람회나 교민 대상 농식품 수출에 포함되어 수출되는 경우에 불과하다.

### 3.2. 수출업체 현황

- 파프리카 수출업체는 현재 약 20여 업체<sup>3</sup>가 활동하고 파프리카 단일 품목으로 연간 수출량이 1천 톤 이상인 수출업체는 약 7~8개 업체이다.<sup>4</sup>
  - 2000년대 초반만 하더라도 40~50여개의 수출업체가 난립하여 과당경쟁 등 폐해가 많았다. 그러나 도태되는 수출업체도 발생하고 2005년 이후 수출량이 일정하게 유지되면서 수출업체 수는 현재에 이르고 있다.
  - 파프리카는 일본 수출에 99% 집중하고 연중 거래되는 특성 때문에 국내 파프리카 생산 농가와 일본 수입업체 양측에서 신뢰를 얻어야만 지속적인 수출이 가능하다. 그러므로 수출업체는 표면적으로 가격과 품질 측면에서 경쟁하고 있지만 경쟁의 본질은 국내 농가와 일본 수입업체에게 신뢰를 얻는 방법이고 이 분야의 경쟁이 심화되고 있다고 할 수 있다.
  - 따라서 파프리카 수출업체 경쟁력의 핵심은 일본 수입업체가 요구하는 품위와 물량을 연중 적절히 공급하도록 생산 농가와 협력 하에 농약 관리 등 생산이력추적을 관리하는 수급 시스템을 갖추는 것이다.
- 수출업체의 현황을 살펴보기 위해 (사)파프리카생산자자조회의 농가별 주요 수출업체와 농수산물유통공사의 수출업체별 2009년 실제 수출량과 수출 금액을 이용하였다.

3 반면 일본의 파프리카 수입업체는 37개 업체가 있다.

4 수출업체는 수출만 전문으로 하는 전문 수출업체와 생산자단체인 농협이나 영농조합법인이 직접 수출업체로 등록, 운영하는 두 가지 경우가 있다. 전문 수출업체는 한솔무역, 오션그린, 강원무역, 경북통상, 보라무역, 세라무역 등, 농협은 NH무역, 가야농협, 도곡농협, 대곡농협, 남원시지부 등, 영농조합법인은 농산무역, 팜피아 등이다.

○ 수출업체의 수출실적은 2천 톤 이상인 업체가 NH무역(각 지역농협 포함), 농산무역, 팜피아, 오션그린의 순으로 4개 업체, 1천 톤 이상인 업체가 한솔무역, 강원무역, 경북통상 등 3개 업체이다(표 2-16).

- 수출업체의 수출량은 수출농가의 재배면적과 수출비중에 따라 결정되는데, 수출농가의 재배면적을 다수 확보하였다 하더라도 수출농가가 수출에 출하하는 비중이 낮으면 재배면적당 수출량이 적다.

표 2-16. 수출업체의 연간 수출량과 재배면적

단위: 톤, 평, kg/평

	수출량(2009년)	재배면적(2010년)	재배면적당 수출량
NH무역+농협	3,113	212,300	14.68
농산무역	3,327	166,600	19.97
팜피아	2,707	109,000	24.83
한솔무역	1,786	102,000	17.44
오션그린	2,480	84,900	29.21
강원무역	1,147	58,500	19.61
보라무역	567	37,800	15.00
세라무역	560	35,900	15.60
경북통상	1,040	31,100	33.44
지우	-	17,100	-
오대영농	204	18,200	11.21
태성무역	-	14,500	-
명인무역	110	13,600	8.09
비드바이코리아	255	10,000	25.50
조이무역	278	9,700	28.66
기타	324	18,800	17.25
계	17,897	940,000	19.04

주 1) 수출량은 2009년, 재배면적은 2010년 자료임.

2) 수출량 중 NH무역+농협은 합천가야농협·남원시지부·대곡농협·탐진들, 농산무역은 한국농원·도곡농협·팜슨, 팜피아는 경남무역 실적이 포함되었고, 기타는 하늘채, 우포, 한국공항의 3개 업체+α(일부 비정기 수출업체)임.

자료: 농수산물유통공사, (사)한국과프리카생산자자조회.

- 수출량이 1천 톤 이상인 업체 중 수출 비중이 높은 수출업체는 경북통상, 오션그린, 팜피아가 확보한 재배면적당 수출량이 평당 20kg 이상으로 높으며, 수출규모가 영세한 업체 중에도 비드바이코리아, 조이무역이 20kg 이상이다. 지우, 태성무역은 수출업체로 등록하였지만 수출실적이 없는 업체이다. 지우는 영농조합법인이므로 전량 내수 판매하는 곳이다. 수출할 수 있는 조건을 갖추기 위해 업체로 등록하였으나 최근 국내 가격이 높기 때문에 수출을 하지 않은 것으로 판단된다.
  - 현재 수출업체에 대한 정부 지원이 축소되고 있으나 여전히 수출을 장려하는 정책이 추진되고 있으므로 수출기여도의 평가기준은 중요하다.
  - 지금까지 수출업체 지원의 기준은 연간 수출량으로 결정되는 경우가 대부분이었지만, 국내 출하가 유리한 기간(1~3월, 9~10월)에 수출이 감소하여 수출경쟁력을 약화시키는 현상이 발생하므로 수출을 장려하기 위해서는 이 기간의 수출집중도를 고려할 필요가 있다.
- 수출업체의 재배규모별 농가는 2천~4천 평(1ha 내외)이 49%로 가장 많고, 4천 평 미만 농가가 전체의 84%인 반면, 6천 평(2ha) 이상인 농가는 8.5%에 불과하다(표 2-17).
- 재배규모 4천 평 미만의 농가 비중은, 농가수가 가장 많은 NH무역(지역농협 주도 포함)이 89%이고, 수출농가가 경남지역에 집중된 팜피아가 94%, 오션그린이 92%, 보라무역 100%에 이른다.
  - 재배규모가 비교적 작은 농가가 다수인 수출업체는 농약관리를 비롯한 산지 관리 및 국내외 정보교류의 어려움이 있다. 그러므로 해당 수출업체의 조직관리력이 수출을 위한 경쟁력의 관건이다.
  - 그러나 생산자조직에서 수출업체를 설립한 팜피아를 제외하면, 해당 수출업체의 계약 농가(지역) 간 교류는 가격 정보 이외에는 거의 없고 모든 정보를 수출업체에 의존하는 형태이다.

표 2-17. 수출업체의 재배규모별 농가 수

단위: 명(%)

수출업체	2천 평 미만	2천 ~4천 평	4천~ 6천 평	6천 ~8천 평	8천 평 이상	계
NH무역+농협	40 (46.0)	37 (42.5)	4 (4.6)	2 (2.3)	4 (4.6)	87 (100.0)
농산무역	13 (30.2)	12 (27.9)	9 (20.9)	3 (7.0)	6 (14.0)	43 (100.0)
팜피아	24 (45.3)	26 (49.1)	3 (5.7)			53 (100.0)
한솔무역	1 (3.6)	18 (64.3)	4 (14.3)	4 (14.3)	1 (3.6)	28 (100.0)
오션그린	16 (41.0)	20 (51.3)		2 (5.1)	1 (2.6)	39 (100.0)
강원무역		18 (78.3)	2 (8.7)	3 (13.0)		23 (100.0)
보라무역	16 (64.0)	9 (36.0)				25 (100.0)
세라무역	1 (11.1)	4 (44.4)	2 (22.2)	2 (22.2)		9 (100.0)
경북통상	10 (71.4)	2 (14.3)	1 (7.1)	1 (7.1)		14 (100.0)
지우		2 (50.0)	1 (25.0)		1 (25.0)	4 (100.0)
오대영농	1 (14.3)	6 (85.7)				7 (100.0)
태성무역		4 (80.0)	1 (20.0)			5 (100.0)
명인무역	2 (33.3)	4 (66.7)				6 (100.0)
비드바이코리아		4 (100.0)				4 (100.0)
조이무역	1 (25.0)	3 (75.0)				4 (100.0)
기타		3 (100.0)				3 (100.0)
계	125 (35.3)	172 (48.6)	27 (7.6)	17 (4.8)	13 (3.7)	354 (100.0)

주: <표 2-14>와 같음.  
자료: (사)한국파프리카생산자자조회.



- 한편 농산무역은 4천 평 이상 비율이 42%이고 특히 8천 평 이상의 비율도 14%로 높은 편이다. 상대적으로 생산성이 높은 규모가 큰 농가를 다수 확보하고 있으므로 수출업체 중 농기업의 입장인 편이다.
- 수출업체별로 확보한 재배면적은 지역농협을 포함한 NH무역(농협무역, 지역농협 포함)이 가장 많은 21만평(70ha)을 확보하고 농산무역 17만평(56ha), 팜피아 11만평(36ha), 한솔무역 10만평(34ha)의 순이다(표 2-18).
- 수출업체별 중점 지역은 경남, 전남북, 강원 등 전국 출하 농가를 갖고 있는 NH무역을 제외하면, 출하농가가 일정 지역에 집중한 형태를 띠고 있거나 작형에 따라 선택적으로 두 지역에 집중하고 있다.
  - 팜피아와 한솔무역은 경남지역에 농가가 집중하여 겨울작형이 주력이지만, 강원무역은 강원지역에 농가가 집중하여 여름작형이 주력인 업체이다.
  - NH무역과 같이 전국적으로 출하 농가를 확보한 수출업체는 지역과 작형에 편중된 수출업체보다 연중 수급조절이 용이하다. 그러나, 특정 시기(예를 들면, 여름작형 출하가 시작되고 겨울작형이 끝나는 6~7월)의 거래물량이 상대적으로 많아 시장가격이 낮을 경우가 발생하며 이러한 현상이 반복되면 수출농가에게 신뢰를 잃는 원인이 된다.
  - 반면, 지역과 작형에 편중된 수출업체는 특정 시기(작형이 끝나는 시기부터 작형이 시작되기 이전까지)에 수출량이 극히 적거나 중단되는 경우가 발생한다.
  - 이는 일본 수입업체 입장에서는 특정 시기의 거래관계를 위해 새로운 수출업체를 섭외해야 하므로 해당 작형의 수출업체와 거래 비용이 증가하게 되고 가격경쟁력, 나아가 지속적인 거래라는 신뢰가 낮아지는 요인이 되고 있다.
  - 한편 오션그린과 보라무역은 여름작형인 강원과 겨울작형인 경남에 비슷한 비율로 농가를 확보하고 있다. 일본 수입업체의 입장에서는 연중 안정적인 수출량 확보가 가능하여 거래 비용을 줄이므로 선호되는 수출업체이다.

표 2-18. 수출업체의 지역별 재배면적과 농가수

단위: 평(호)

	재배면적	경기	강원	충남	전북	전남	경북	경남	제주
NH무역+농협	212,300 (87)		24,700 (11)		47,100 (32)	58,700 (10)	22,200 (8)	59,600 (26)	
농산무역	166,600 (43)	6,000 (1)		14,000 (2)	44,600 (9)	102,000 (31)			
팜피아	109,000 (53)							109,000 (53)	
한솔무역	102,000 (28)	7,500 (1)		6,500 (1)				83,000 (25)	5,000 (1)
오션그린	84,900 (39)		41,000 (22)				10,000 1	33,900 (16)	
강원무역	58,500 (23)		56,500 (22)			2,000 (1)			
보라무역	37,800 (25)		20,200 (13)		1,500 (2)	3,600 (2)		12,500 (8)	
세라무역	35,900 (9)					6,400 (1)		13,200 (5)	16,300 (3)
경북통상	31,100 (14)						7,000 1	24,100 (13)	
오대영농	17,100 (7)		17,100 (7)						
지우	18,200 (4)				12,200 (2)	6,000 (2)			
태성무역	14,500 (5)							14,500 (5)	
명인무역	13,600 (6)							13,600 (6)	
비드바이 코리아	10,000 (4)					5,000 (2)		2,000 (1)	3,000 (1)
조이무역	9,700 (4)				6,200 (2)			3,500 (2)	
기타	22,800 (3)				8,300 (1)			4,500 (1)	6,000 (1)
재배면적 계 (농가 계)	940,000 (354)	13,500 (2)	159,500 (75)	20,500 (3)	119,900 (48)	183,700 (49)	39,200 (10)	373,400 (161)	30,300 (6)

주: &lt;표 2-14&gt;와 같음.

자료: (사)한국파프리카생산자자조회.

- 그러나 오션그린의 경우를 보더라도 겨울작형 재배면적의 10%, 여름작형 재배면적의 20%를 확보하는데 그치므로 수출물량 확보의 측면에서 각 시기별 수출업체간 경쟁은 치열하다고 할 수 있다.

### 3.3. 수출업체와 수출농가의 관계 실태

- 수출업체는 수출농가와 계약을 통해 수출 물량을 확보한다. 수출 계약 시에 수출업체는 수출량 출하 이전까지 농가에게 시설개보수 및 영농자금의 형태인 선도금을 지급하고 있다.
  - 이 선도금은 수출업체가 수출량 확보를 위해 농가에게 선수금으로 주는 일종의 계약금으로써, 수출농가는 해당 수출업체와 거래에 불만이 있어도 수출업체를 쉽게 변경하지 못하는 요인이 된다.
  - 그러므로 선도금은 수출업체나 수출농가의 양측 모두에게 거래의 지속성을 입증하는 도구이다. 파프리카는 수출 농업으로 도입된 작물이므로 지난 20년간 수출농가의 수출업체에 대한 신뢰 평가는 거의 이루어졌다. 그러므로 향후 수출업체와 수출농가 간 거래관계에 큰 변동은 없고 수출 선도금 등 계약관련 내용도 큰 변화는 없을 것으로 판단된다.
- 수출 선도금의 액수는 수출업체마다, 수출농가의 수출집중도에 따라 차이가 있다. 수출선도금을 지원받은 경우는 53%로 조사되었다. 그 중 경영규모별 수출선도금 규모를 살펴보면, 재배규모가 클수록 선도금의 금액도 크지만, 6천 평 미만인 경우는 규모에 차이없이 2천~4천만 원 수준이다(표 2-19).
  - 파프리카 농가 중 규모가 큰 농가의 비중이 큰 전북, 전남지역 농가가 비교적 선도금 액수가 크다.
  - 반면, 파프리카 재배경력이 비교적 긴 경남지역 농가의 수출선도금 액수는 재배경력이 비교적 짧은 강원, 경북지역 농가보다 크다.

표 2-19. 농가의 경영규모별 평균 수출선도금

단위: 백만 원(명)

	평균	지역				
		강원	전북	전남	경북	경남
1천평 미만	22.3 (3)		30.0(1)			18.5 (2)
1천~2천평	38.8(20)	33.8 (4)	50.0(2)	30.0(1)	20.0(1)	40.8(12)
2천~3천평	37.0(28)	20.4(13)	95.0(2)	40.0(1)	25.0(1)	46.8(11)
3천~4천평	40.9(11)	30.0 (1)	50.0(1)	50.0(1)		40.0 (8)
4천~5천평	64.3 (7)	30.0 (1)	200.0(1)	40.0(1)	60.0(1)	40.0 (3)
5천~6천평	30.0 (1)	30.0 (1)				
6천~7천평	55.0 (2)		20.0(1)			90.0 (1)
7천~8천평	67.5 (4)	40.0 (2)	150.0(1)			40.0 (1)
8천~9천평	153.3 (3)			153.3(3)		
9천평 이상	146.0(51)	200.0(1)	30.0(1)	200.0(2)	100.0(1)	
계	60.3(84)	33.5(23)	85.6(10)	113.3(9)	51.3(4)	51.9 (38)

자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

표 2-20. 농가의 수출비중별 평균 수출선도금

단위: 백만 원(명)

	평균	지역				
		강원	전북	전남	경북	경남
50% 미만	23.6 (7)	18.8(4)		60.0(1)		15.0 (2)
50~60%	82.8(15)	28.8(4)	116.7(3)	144.0(5)		19.0 (3)
60~70%	61.0(10)	25.0(4)	116.7(3)	100.0(1)		30.0 (2)
70~80%	51.3(12)	70.0(4)	30.0(1)	40.0(1)	80.0(2)	26.3 (4)
80~90%	65.9(17)	42.5(4)		100.0(1)		70.8(12)
90~100%	51.9(19)	15.0(2)	60.0(1)		22.5(2)	60.7(14)
100%	56.7 (6)	30.0(2)	125.0(2)			15.0 (2)
계	63.4(86)	34.6(24)	104.0(10)	113.3(9)	51.3(4)	50.8(39)

자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

- 수출농가의 수출비중별 수출선도금을 살펴보면, 경남지역은 수출비중이 높을수록 수출선도금의 금액이 크지만, 그 외의 지역은 반드시 그렇지 않다 (표 2-20).

- 수출비중이 높아도 재배규모가 적은 경우는 수출선도금 금액이 적기 때문이다.
- 수출농가가 수출업체에 대해 불만족하는 내용은 수출가격을 업체가 일방적으로 통보(35%)하거나 수출시장의 가격정보가 불투명하다(22%)는 내용이 비교적 높은 편이지만, 현재 거래하는 수출업체에 불만이 없다는 경우도 20%이다(표 2-21).
  - 파프리카 수출농가는 수출 가격이 투명하게 관리되지 않는다고 판단하는 비중이 57%로 높은 편이다.
  - 국내 농산물가격은 각 도매시장 경매 후 경매가격이 실시간으로 공개되므로 투명하다고 생각하는 반면, 수출하는 경우는 수출업체를 통해 가격결정을 통보받는다고 생각한다.
  - 그러므로 수출업체는 가격에 대한 정보를 투명하게 관리하여 수출농가에게 신뢰를 회복하는 일이 중요하다.

표 2-21 수출농가의 수출업체에 대한 불만족

단위: 명(%)

	1순위	2순위	3순위	비율
수출량이 계약대로 이행되지 않는다 (불성실한 계약 이행)	10	7	2	6.2
수출시장의 가격 정보를 알려주지 않는다 (가격 정보 불투명)	35	23	14	22.2
수출가격을 수출업체가 결정 한다 (가격 일방 통보)	58	37	9	34.5
수출시장 유통·소비 정보를 알려주지 않는다 (정보 공개 불성실)	4	20	17	9.3
대금결제가 늦다	9	8	13	7.5
현재 거래행태에 만족 (불만이 없다)	47	2	6	20.3
응답 계	163	97	61	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

- 그 외 수출량이 계약대로 이루어지지 않거나 대금결제가 지연되는 경우는 수출농가나 수출업체 간 신뢰관계에 문제가 있는 일부의 경우이다.
- 수출농가는 국내가격이 수출가격보다 높을 때 출하를 고민하게 된다. 파프리카 수출농가는 국내가격이 높다고 하더라도 수출계약이 우선이므로 수출한다는 비중이 72%로 높게 조사되었다(표 2-22).
  - 향후 수출을 늘린다는 비중도 6%에 이른다. 파프리카 수출 농가의 수출 충성도는 대단히 높은 편이다. 한편, 가격이 높은 쪽에 출하한다는 비중이 11%, 향후 내수 출하를 늘린다는 비중도 8%이다.

표 2-22. 국내가격이 높을 때 계약 수출량과 국내 출하 선택 내용

단위: 명(%)

	응답 수	비율
수출계약이 우선이므로 성실히 수출 계약을 이행한다 (수출이든, 국내시장이든) 가격이 높은 쪽에 출하한다	122	72.2
국내 가격에 관계없이 수출량을 줄이고 국내(내수)출하를 늘릴 계획이다	19	11.2
국내 가격에 관계없이 국내(내수)출하를 줄이고 수출량을 늘릴 계획이다	13	7.7
잘 모르겠다	10	5.9
계	5	3.0
	169	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

### 3.4. 수출국별 시장 확대 가능성

- 파프리카 수출은 일본 시장에 전적으로 의존하는 상황이므로 일본 국내 사정으로 파프리카 수출이 급감할 경우를 대비해야 한다.
  - 최근 일본 동북부 대지진으로 인해 교통시설의 운행단축, 계획정전 등으로 물류 유통에 차질을 빚으며 파프리카의 일본 수출량 감소와 그로 인한 국내 가격 하락이 문제가 되었다.

- 따라서 현재 개척된 일본시장 이외 중국, 홍콩 등 다른 시장을 개척해야 할 필요성이 대두되고 있다.
- 중국은 집에서 조리해서 먹는 문화보다 외식문화가 더욱 활발하고 연간 30만 톤 이상 파프리카를 생산하며 인근 홍콩이나 대만에 수출하고 있다.
- 중국의 파프리카 소비는 대도시에서 인지도가 있지만 중·소도시 및 지방은 인지도가 낮다. 다만 식품 안전성에 관심이 높아지면서 고급 레스토랑을 비롯하여 대형유통업체에서 안전성이 확인된 농산물에 대한 수요가 높아지고 있어 이에 대한 기대감은 있다.
  - 한국산 파프리카는 품질이 우수하지만 중국 일반 소비자가 구매하기에는 고가이다. 그러므로 고소득 소비층을 대상으로 하는 백화점 등 유통업체나 고급 요식업소에 납품하는 전문 도매상을 대상으로 마케팅·홍보가 필요하다.
  - 한국산 파프리카의 중국 진출에 가장 큰 걸림돌은 식물검역협정이 아직 체결되지 않았다는 사실이다. 만일 양국이 식물검역협정을 체결한다면 국내산의 중국 수출이 자유롭게 이루어질 수 있는 반면, 국내 파프리카 가격이 높게 형성되는 겨울철이나 9~10월은 오히려 값싼 중국산 파프리카가 수입될 우려도 있다.
- 홍콩, 싱가포르 시장은 소규모이지만 고소득 인구의 차별화된 소비 시장이 존재하므로 한국산 파프리카는 안전성을 확보한 고품질 농산물 전략으로 틈새시장 활용해야 한다.
- 현재 홍콩은 대만이나 중국에서 파프리카를 수입하고 있다. 싱가포르는 대부분 말레이시아산을 수입하지만 일본산 파프리카의 수입도 2010년 110톤, 655천달러인 반면 한국산 파프리카는 전무하다(표 2-23).

<참고> 중국 파프리카 시장 동향<sup>5</sup>

- 중국 파프리카 시장규모는 매년 증가추세이다. 피망보다 단맛 강하고 과육이 두터워 중국인이 선호하는 특징을 갖고 있어 앞으로 소비 확대 가능성이 있다.
  - 중국에서 파프리카는 백화점 등 고급 유통업체나 고급 요식업소에서 고소득 소비층을 대상으로 소비된다.
  - 대도시에서 샐러드용이나 볶음요리용으로 이용하며 고급채소로 가정 선물용으로 소비되거나 홍콩, 마카오, 대만에 수출되고 있다.
- 파프리카 생산은 2000년부터 규모화 재배를 시작하였고 2006년 이후 기술향상 및 재배면적 증가로 생산량이 증가 추세이다.
  - 생산량 : 2006년 28만 톤 → '09년 35만 톤, 전년대비 9% 증가
  - 주요 산지는 산동성, 중소규모 민영업체가 생산하며 일부 수출한다.
  - 냉동, 저장기술 발전으로 2~3년 후 생산은 50만 톤 이상 전망된다.
- 파프리카 유통은 상온 보관 및 유통되고 산지의 마케팅이 부족하여 수급 조절이 어렵고 가격변동이 심하다.
  - 수확기인 9~11월에 많이 소비되고 소비자는 L크기(200~220g)를 선호한다.
  - 2010년 8월말, 유기농 파프리카(400g, 팩포장)는 kg단위에 18.8~27.8위안(3,102~4,587원, 1위안=165원), 벌크 파프리카는 5.4위안(884원)에 판매되었다.
- 파프리카 수출은 신선고추에 포함하여 2009년 약 6만 톤(22백만 달러)을 수출하고 수입은 거의 없는 것으로 추정된다.
  - 수출국은 홍콩, 러시아, 대만, 말레이시아이며 수출단가는 0.14~1.14달러/kg로 매우 낮다.

5 농수산물무역정보(www.kati.net). 무역정보-발간책자 2010년 10월 18일 “중국 신선농산물 시장진출여건 조사”에서 발췌함.



- 홍콩과 싱가포르는 선박을 이용하여 수출한다 하더라도 수송 물류비용과 냉장용 시설 이용에 2천~4천원/kg이 소요되므로 가격경쟁력을 갖추기는 어려울 것으로 예상된다.
- 그러나 싱가포르는 일본 후쿠시마 원전의 방사능 유출사고 이후 일본산 농산물의 수입금지가 이루어지고 있다. 그러므로 안전성이 확인된 고품질의 한국산 파프리카가 일본산을 대체하여 경쟁력이 있는 품목이 될 것으로 전망된다.

표 2-23. 싱가포르의 일본산 파프리카 수입 동향

		2009년	2010년
물량(톤)		99.48	109.64
금액(천 달러)		806.93	655.72
단위당 환산금액	달러/kg	8.111	5.981
	원/kg	9,734	7,177
	원/5kg	48,669	35,884

주: 금액 한화 원은 1\$=1,200원으로 환산함.

자료: 농수산물유통공사 "aT Focus" Vol.4.

- 미국은 한국산 파프리카의 품질이 우수하다는 것을 알지만 선박을 이용한 냉장 물류 수송비용이 5,000원/kg으로 고가이므로 가격경쟁력이 크게 떨어진다.
- 우리나라의 파프리카 수출은 지역 다변화를 시도한다 하더라도 지형적으로 일본이 가장 유리하다.
  - 그러므로 현재 70%인 일본 시장 점유율을 90%까지 높이는데 주력하는 것이 최선의 방법임은 틀림없다.
  - 그 밖에 홍콩, 싱가포르, 대만은 안전성이 확보된 한국산 농산물을 홍보하고, 향후 파프리카 시장 선점 차원에서 고급 농산물의 틈새시장을 겨냥하여 판촉행사 등을 개최할 필요가 있다.

## 제 3 장

---

### 일본의 파프리카 시장 동향<sup>6)</sup>

#### 1. 일본 파프리카 생산 및 수입 동향

##### 1.1. 일본 파프리카 생산 현황

- 일본은 서양식 외식산업의 발달과 함께 1993년 네덜란드로부터 파프리카가 수입되면서 본격적인 파프리카 소비가 시작되었다. 파프리카 재배면적은 1998년 23ha에서 2002년 19ha로 감소하다가 2004년 이후 증가하여 2008년에는 61ha를 나타내고 있다.
  - 파프리카 재배면적이 최근 다시 증가세로 돌아섰으나, 가격경쟁력이 높은 한국과 네덜란드, 뉴질랜드산 파프리카 수입이 많아 재배면적은 크게 증가하지 못하고 있다.

---

6) 박기환·정은미·권희민(2010) 채소 및 화훼류 수출시장 확대방안 제3~4장 참조함

표 3-1. 일본의 파프리카 재배면적 및 생산량

단위: ha, 톤

구 분	1998	2000	2002	2004	2006	2008
재배면적	23	21	19	44	56	61
생 산 량	1,368	766	1,046	2,195	2,323	3,057

자료: 일본 농림수산성, 野菜生産状況表式調査, 각 연도.

- 파프리카 생산량은 2008년 3,057톤으로 1998년에 비해 2.2배 증가하였으며, 주요 생산지역은 쿠마모토(熊本), 이바라키(茨城), 나가노(長野), 미야기(宮城), 야마카다(山形) 등이다.

## 1.2. 일본의 파프리카 수입 동향

- 일본의 채소류 수입은 냉동 등 가공품 수입이 중심이며, 신선채소의 수입실적은 많지 않은 편이다. 신선채소는 2000년대 초 브로콜리와 아스파라거스의 수입이 많으나, 2000년대 중반에는 양파, 고추·피망, 파프리카로 중심 품목이 변화되었다(표 3-2).
  - 파프리카는 2000년 전체 채소 수입액의 4.5%에 불과하였으나, 한국으로부터의 수입이 확대되면서 수입액이 매년 증가하여 비중이 2005년에는 10%, 2010년은 12%로 크게 증가하였다.
- 일본의 파프리카 수입은 2000년대 초반까지만 해도 네덜란드가 전체의 60%로 가장 많았으며, 다음으로 한국과 뉴질랜드가 양분하는 구조였다. 그러나 국내 파프리카 재배농가의 증가로 대일본 수출이 확대되면서 한국의 수입 비중이 2010년 64%로 가장 높다(표 3-3).
  - 우리나라가 최대 수입국으로 부상한 반면, 네덜란드산의 수입비중은 지속적으로 감소하는 구조로 변화되었다.

표 3-2. 일본의 채소 품목별 수입 실적

단위: 백만 엔, %

구 분	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
계	101,841 (100.0)	95,549 (100.0)	96,400 (100.0)	77,726 (100.0)	61,087 (100.0)	58,235 (100.0)	76,670 (100.0)
양 과	7,748 (7.6)	11,025 (11.5)	12,785 (13.3)	9,102 (11.7)	6,369 (10.4)	7,877 (13.5)	14,406 (18.8)
브로콜리	12,775 (12.5)	9,180 (9.6)	8,622 (8.9)	7,469 (9.6)	5,624 (9.2)	4,807 (8.3)	6,026 (7.9)
아스파라거스	11,330 (11.1)	8,729 (9.1)	8,346 (8.7)	7,613 (9.8)	6,329 (10.4)	5,985 (10.3)	6,563 (8.6)
호 박	8,181 (8.0)	8,600 (9.0)	8,752 (9.1)	8,132 (10.5)	8,023 (13.1)	6,895 (11.8)	8,329 (10.9)
고추·피망	6,940 (6.8)	10,093 (10.6)	10,300 (10.7)	10,295 (13.2)	8,647 (14.2)	8,321 (14.3)	9,722 (12.7)
파프리카	4,581 (4.5)	9,691 (10.1)	10,041 (10.4)	10,122 (13.0)	8,441 (13.8)	8,111 (13.9)	9,442 (12.3)

주: ( ) 내는 계에 대한 구성비이며, 신선·냉장 실적임.  
 자료: 일본 재무성 무역통계

표 3-3. 일본의 국별 파프리카 수입 실적

단위: 톤, %

구 분	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
계	10,326 (100.0)	25,914 (100.0)	22,803 (100.0)	21,811 (100.0)	22,424 (100.0)	24,812 (100.0)	25,411 (100.0)
한 국	2,023 (19.6)	17,764 (68.6)	14,570 (63.9)	14,447 (66.2)	16,958 (75.6)	17,865 (72.0)	16,252 (64.0)
뉴질랜드	1,990 (19.3)	3,061 (11.8)	3,426 (15.0)	3,738 (17.1)	3,182 (14.2)	3,385 (13.6)	3,727 (14.7)
네덜란드	6,192 (60.0)	5,087 (19.6)	4,804 (21.1)	3,625 (16.6)	2,283 (10.2)	3,562 (14.4)	5,416 (21.3)

주: ( ) 내는 계에 대한 구성비임.  
 자료: 한국무역협회(www.kita.net).

- 월별 수입구조를 살펴보면, 봄철에는 한국산의 비중이 높은 반면, 뉴질랜드와 네덜란드의 수입량은 많지 않으며, 여름철과 가을철에는 고품질의 네덜란드산 비중이 높다(표 3-4).
- 연말·연초 수요가 많은 겨울철에는 일본과 기후가 반대인 뉴질랜드에서 주로 수입되고 있으나, 한국산 수입 실적도 적지 않은 편이다.
  - 한국이 최대 파프리카 수입국으로 부상했음에도 불구하고, 월별로는 수입국 패턴이 상이하며, 이러한 구조는 시간의 흐름에도 불구하고 커다란 변동이 없는 특징을 보이고 있다. 이 때문에 3~7월은 타 국가보다 한국의 수출업체 간 경쟁이 치열할 것으로 예상되며, 12~2월에는 뉴질랜드산과 경쟁이 불가피한 상황이다.

표 3-4 일본의 파프리카 월별·국별 수입구조

단위: %

구 분		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2000~ 2004	한 국	5.2	7.2	8.0	11.9	16.3	11.7	11.5	2.6	1.9	1.9	8.5	13.4
	뉴질랜드	15.2	14.7	15.4	9.7	5.6	0.0	0.2	0.3	2.8	9.0	13.9	13.2
	네덜란드	0.1	0.1	0.5	2.4	2.9	7.7	15.5	25.6	22.9	16.0	6.1	0.3
2005~ 2009	한 국	4.9	5.5	7.4	9.6	12.7	13.1	12.9	5.6	3.5	5.0	8.1	11.7
	뉴질랜드	16.2	17.1	14.7	12.5	3.9	0.2	0.0	0.0	2.0	8.7	12.5	12.1
	네덜란드	0.0	0.1	0.7	2.7	4.6	9.4	10.3	26.0	28.4	14.5	3.3	0.1

자료: 일본 재무성 무역통계

## 2. 한국산 파프리카의 경쟁력 및 평가

- 파프리카 국별 수입단가는 한국산이 2010년 kg당 328엔, 뉴질랜드산 474엔, 네덜란드산은 432엔으로 한국산이 뉴질랜드와 네덜란드의 69~76% 수준에 불과하다. 이들 국가에 비해 우리나라 파프리카의 가격경쟁력은 높다(표 3-5).

- 특히, 2000년대 초반까지는 한국산이 뉴질랜드와 네덜란드의 74~88% 수준이었으나, 점차 그 격차가 확대되어 최근에는 70% 내외로 낮아졌다.
  - 이는 비용 절감 등을 통해 가격경쟁력을 향상시켰다기보다는 한국 내 생산량 증가, 즉 수출량 증가로 일본 시장에서 가격이 하락한 것이다.
- 동경중앙도매시장인 오타시장의 국별 파프리카 도매가격은 kg단위에 한국산은 400엔대에 거래되는 반면, 뉴질랜드산과 네덜란드산은 500~600엔대에 거래된다(표 3-6).
- 일본시장 입장은 단가가 낮은 가까운 한국산을 주로 취급하고 싶어 하지만 한국산 공급량이 적은 9~10월, 겨울철 시기에는 부득이하게 네덜란드나 뉴질랜드에서 공급받는다.

표 3-5. 일본의 국별 파프리카 수입단가

단위: 엔/kg

구 분	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
한 국(A)	385	335	372	402	337	291	328
뉴질랜드(B)	517	461	549	587	453	430	474
네덜란드(C)	438	457	569	586	563	407	432
A/B(%)	74.4	72.8	67.9	68.5	74.3	67.8	69.2
A/C(%)	87.8	73.3	65.5	68.6	59.8	71.5	75.9

주: 수입단가는 수입금액을 수입량으로 나누어 계산하였음.

자료: 일본 재무성 무역통계.

표 3-6. 일본 동경도매시장(오타시장)의 국별 파프리카 도매가격

단위: 엔/kg

구 분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
한 국(A)	433	442	431	469	522	422	411	445
뉴질랜드(B)	667	630	549	678	682	681	517	628
네덜란드(C)	650	556	556	692	730	548	551	549
A/B(%)	64.9	70.2	78.5	69.2	76.5	62.0	79.5	70.9
A/C(%)	66.6	79.5	77.5	67.8	71.5	77.0	74.6	81.1

자료: 일본 동경도중앙도매시장,

- 일본시장에서 한국산 파프리카의 가격경쟁력은 높지만 계절적으로 한국산 공급량 변동이 커 일본의 수요에 적절히 대응하지는 못하고 있다. 그러므로 일본의 계절별 수요에 따라 공급체계를 갖춘다면 한국산 파프리카 수출의 일본시장 점유율을 높일 수 있다.
- 일본시장에서 한국산 파프리카가 네덜란드나 뉴질랜드에 비해 가격이 낮게 형성되고 있는 것은 품질이 상대적으로 떨어지기 때문이다.
  - 한국산은 수출 초기에 비해 재배기술 향상으로 품질이 향상된 것으로 평가되고 있으며, 지리적으로도 인접한 장점과 편의성 등으로 수입 바이어와 취급상들이 한국산 수입을 선호하고 있는 것은 사실이다.
  - 그럼에도 불구하고 물량이 많거나 가격이 낮을 때 형상이나 색택 등이 불량한 상품이 수입되는 경향이 있어 한국산의 이미지를 손상시키는 결과를 낳고 있다.
- 반면, 네덜란드산 파프리카는 한국산 파프리카의 물량이 부족한 시기에 특정크기의 상품을 미리 결정된 가격으로 주문 수입한다. 따라서 상품성 및 그에 대한 이미지도 양호하다.
  - 날개 포장을 하여 냉장 판매하는 경우가 대부분이기 때문에 상품성이 우수하고, 손상된 상품이 거의 없으나, 원거리로 인해 항공으로 운송하고 있어 물류비 상승으로 인한 단가 상승이 하나의 걸림돌로 작용한다.
- 뉴질랜드 파프리카는 네덜란드의 기술과 품종을 들여와 재배하고 있어 네덜란드산과 품질이 큰 차이가 없는 것으로 평가받고 있다.
  - 일본에서 파프리카는 연중 소비되는 품목이고 특히 계절적으로 수요가 많은 12~3월은 한국산 파프리카의 물량도 수요에 비해 크게 부족하기 때문에 일본, 한국과 기후가 반대인 뉴질랜드산 파프리카가 높은 가격을 받고 있다.

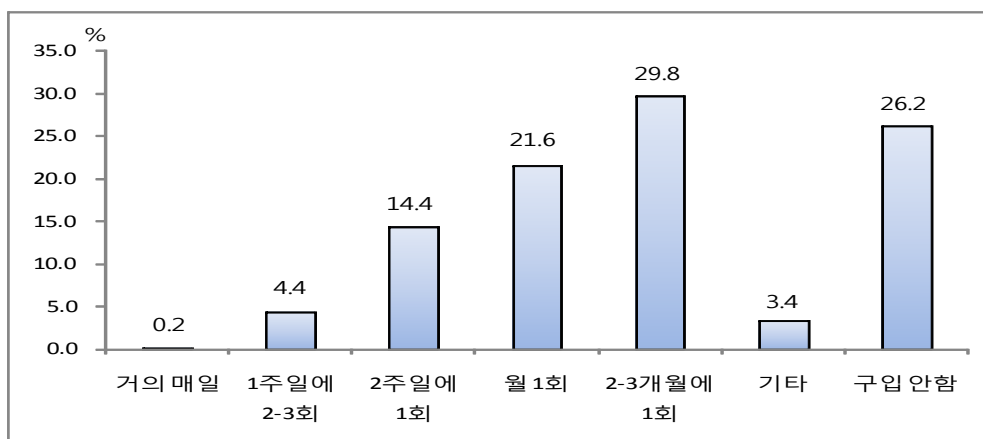
### 3. 일본 파프리카 소비 동향

- 일본의 파프리카 1인당 소비량은 200g으로 우리나라의 323g에 비해 38% 적은 것으로 추정된다. 다음은 일본 전문 리서치회사 Cross Marketing Inc. (クロス・マーケティング)의 전국 소비자패널 500명을 대상으로 파프리카 구매행태와 선호에 관해 2010년 9월(1개월간) 설문조사를 실시한 결과이다.

#### 3.1. 일본 소비자의 파프리카 구매행태

- 구매주기 및 선호 포장형태
  - 일본 소비자 가운데 파프리카를 구입하지 않은 비중은 26%이며, 구매주기는 ‘2~3개월에 1회’가 30%, ‘월 1회’는 21.6%, ‘2주일에 1회’ 14% 등의 순으로 나타났다(그림 3-1).

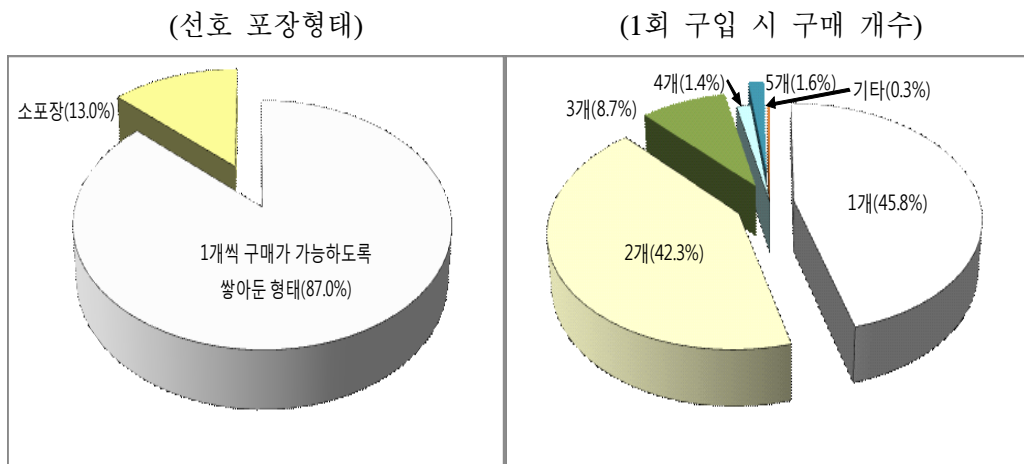
그림 3-1. 일본 소비자의 파프리카 구입 빈도



자료: 일본 소비자 조사결과.



그림 3-2. 일본 소비자의 파프리카 선호 포장형태 및 구입 수



자료: 일본 소비자 조사결과.

- 일본 소비자의 파프리카 선호 포장형태는 ‘소포장(13%)’보다는 ‘1개씩 구매가 가능하도록 쌓아둔 형태(87%)’를 선호하고 있는 것으로 조사되었다(그림 3-2).
  - 일본 소비자는 파프리카를 주로 샐러드용 색채를 나타내기 위해 소량 소비한다. 그러므로 파프리카 구입 시 ‘1개(46%)’, 혹은 ‘2개(42%)’를 사는 비중이 높다. 파프리카를 주 요리로 하는 조리법이 소개되지 않는 한 파프리카 소비의 급속한 증가를 기대하기 어렵다.
- 구입 장소 및 선호 색상
- 일본 소비자의 파프리카 구입 장소는 ‘슈퍼’가 94%로 압도적으로 높으며, 일부 ‘백화점’이나 ‘생산자로부터 직접구입’하는 것으로 조사되었다(표 3-7).
  - 일본 소비자는 ‘적색’의 파프리카를 가장 선호(56%)하고 있으며, 다음으로 ‘황색(31%)’, ‘오렌지색(14%)’ 순으로 나타났다(그림 3-3).

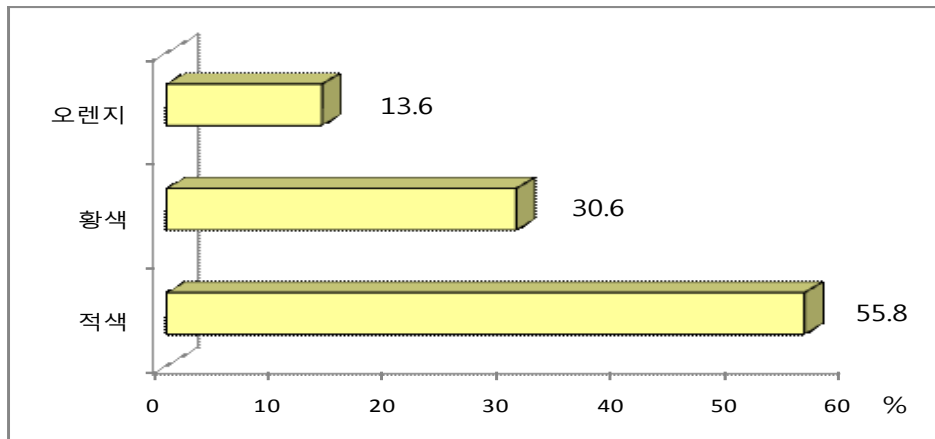
표 3-7. 일본 소비자의 파프리카 구입 장소

단위: %

구분	백화점	슈퍼	생산자에게 직접 구입	인터넷, 통신판매	기타	계
구성비	1.4	94.3	1.4	0.3	2.7	100.0

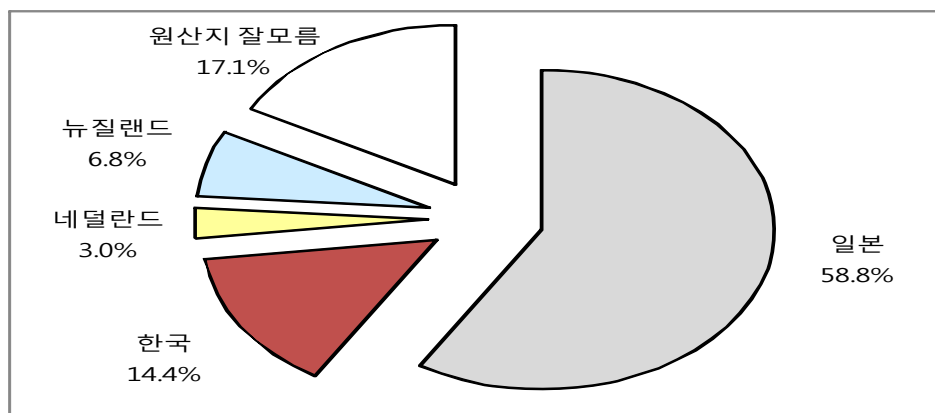
자료: 일본 소비자 조사결과.

그림 3-3. 일본 소비자의 파프리카 선호 색상



자료: 일본 소비자 조사결과.

그림 3-4. 일본 소비자의 구입 파프리카 원산지



자료: 일본 소비자 조사결과.

- 주로 구입하고 있는 파프리카의 원산지는 일본산이 59%로 반수 이상을 차지하고 있으며, 다음으로 한국산이 14%인 것으로 조사되었다(그림 3-4). 그러나 원산지가 어느 나라인지 모르고 구입하는 소비자도 상당수(17%) 있는 것으로 나타났다.
- 한편, 한국산 파프리카를 주로 구입하는 소비자는 14%이지만, 한국산 파프리카를 구입해 본 경험이 있는 소비자 비중은 36%로 나타났다(표 3-8). 한국산 파프리카를 구입한 경험이 있는 소비자를 대상으로 맛, 신선도, 안전성, 색의 선명도를 일본산과 비교하여 조사한 결과, 대체로 보통 이상인 것으로 평가하고 있다.

표 3-8. 일본 소비자의 한국 파프리카 평가(일본산 대비)

단위: %

구 분	매우 나쁨	나쁨	보통	좋음	매우 좋음
맛	0.8	2.3	61.8	32.8	2.3
신선도	0.8	6.9	67.9	22.9	1.5
안전성	1.5	8.4	75.6	13.7	0.8
색의 선명도	0.8	1.5	58.0	34.4	5.3

자료: 일본 소비자 조사결과.

### 3.2. 일본 소비자의 파프리카 선호와 향후 전망

- 제품의 속성별 가치를 측정하고 소비자가 선택할 제품을 예측하는데 유용하게 사용되는 컨조인트 분석(Conjoint Analysis)을 활용하여 파프리카 소비에 결정요인의 부분가치를 추정하였다.
  - 컨조인트 분석은 전체 시장 수준이 아니라 시장의 구성원인 소비자 개인 수준의 선호를 측정하고 있기 때문에 예측타당성이 높은 것으로 알려져 있다.
  - 본 연구에서는 컨조인트 분석 중 조건부 순위결정법(contingent ranking method)을 이용하여 선호도 순위를 측정하였다.

- 일본 소비자의 파프리카 선택속성별 중요도는 ‘가격’이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘포장형태’, ‘크기’, ‘안전성’의 순으로 분석되었다(표 3-9).
- 일본의 포지티브리스트제도 시행과 소비자의 안전성에 대한 인식 제고 등으로 당초 안전성 속성의 중요도가 높을 것으로 예상되었으나, 실제 조사결과 가장 낮은 것으로 나타났다.

표 3-9. 한·일 파프리카 속성수준의 부분가치 및 효용

국가	속성	속성 수준	부분 가치	중요도 (%)	부분가치× 중요도
일본	가격	200g당 330엔	-1.843	47.665	-0.878
		200g당 290엔	0.084		0.040
		200g당 240엔	1.759		0.838
	포장 형태	단일 색상으로 포장	-0.484	21.106	-0.102
		빨강, 노랑, 오렌지가 혼합된 포장	0.484		0.102
	안전성	안전성 기준에 부합	-0.342	13.203	-0.045
		안전성 기준에 부합 및 저농약	0.342		0.045
	크기	소(S 이하, 145g 이하)	-0.116	18.026	-0.021
		중(M, 145~180g)	0.275		0.050
대(L 이상, 180g 이상)		-0.159	-0.029		
한국	가격	100g당 1,100원	-1.110	32.832	-0.364
		100g당 960원	0.338		0.111
		100g당 800원	0.773		0.254
	포장 형태	단일 색상으로 포장	-1.025	28.118	-0.288
		빨강, 노랑, 오렌지가 혼합된 포장	1.025		0.288
	안전성	안전성 기준에 부합	-0.333	16.715	-0.056
		안전성 기준에 부합 및 저농약	0.333		0.056
	크기	소(S 이하, 145g 이하)	-0.267	22.335	-0.060
		중(M, 145~180g)	0.131		0.029
대(L 이상, 180g 이상)		0.136	0.030		

주 1) 일본의 모형적합성 Pearson's R=0.999(Sig. =0.000).

2) 한국의 모형적합성 Pearson's R=0.998(Sig. =0.000).

- 일본시장에서 판매되는 외국산 파프리카가 네덜란드산, 뉴질랜드산, 한국산으로 3개국 모두 안전성 측면에서 문제가 없을 뿐만 아니라 검역기준을 통과한 상품에 대한 소비자들의 신뢰가 높기 때문에 판단된다.
- 일본 소비자의 각 속성별 속성수준의 부분가치를 살펴보면, 가격은 가장 낮은 240엔의 부분가치가 높고, 포장형태는 한 가지 색깔보다는 여러 가지 색깔이 혼합된 형태의 부분가치가 높은 것으로 분석되었다.
- 안전성은 일본의 안전성 기준에 부합하고 저농약의 파프리카 부분가치가 높고, 크기는 M 크기가 높은 것으로 나타났다.
- 우리나라 소비자의 경우도 파프리카 선택속성별 중요도는 가격, 포장형태, 크기, 안전성 순으로 일본과 동일한 것으로 분석되었으나, 가격의 중요도가 일본에 비해 상대적으로 낮다. 부분가치도 일본과 유사한 구조이나, 크기에 있어 L 크기의 부분가치가 높은 것으로 나타났다.
- 즉, 일본에 비해 우리나라 소비자는 크기가 큰 파프리카를 선호하고 있음을 알 수 있다.
- 한편, 향후 일본시장 파프리카 소비자 선호 추세를 전망하기 위해 초이스시물레이션을 수행하였다(표 3-10).
- 사용되는 모형에는 여러 가지 제품들 중에서 응답자가 가장 선호하는 것을 100%의 확률로 선택한다고 가정하는 최대효용모형(Maximum Utility)과 확률적인 선택모형인 BTL(Bradley-Terry- Luce)모형, 로짓 모형(logit model) 등이 있다. 통상 최대효용모형은 자동차와 같이 많은 비용이 지출되는 제품을 예측하는데 주로 활용되기 때문에 본 연구에서는 로짓 모형을 기초로 품목별 시장점유율을 예측하였다.
  - 분석을 위해 선정된 9개의 프로파일을 대상으로 파프리카의 시장점유율 예측해 본 결과, 240엔, 복수 색상 혼합 포장의 파프리카가 일본의 안전성 기준에 부합하면서 L 크기인 상품의 시장점유율이 26.9%로 가장 높

을 것으로 예측되었다.

- 두 번째로 점유율이 높을 것으로 예상되는 상품은 일본의 안전성 기준에 부합하면서 저농약인 240엔, S 크기의 단일 색상으로 포장된 파프리카이다. 다음은 가격이 240엔이며, 안전성 기준에 부합하면서 단일 색상의 포장형태로 M 크기인 상품인 것으로 분석되었다.
- 일본 수출 시 L 크기는 빨강, 노랑, 오렌지색이 혼합된 형태로 포장하는 것이 바람직하며, 수입바이어가 선호하는 S~M 크기는 단일 색상별로 수출하는 것을 고려해볼 필요가 있다.
- 그러나 다른 속성에 차이가 있더라도 최저가가 가장 중요한 구매요인으로 작용하고 있으므로 수출단가 하락을 위한 노력이 필요하다.

표 3-10. 시뮬레이션을 통한 일본의 파프리카 시장점유율 예측

가격 부문	포장형태 부문	안전성 부문	크기 부문	시장점유율(%)			순위		
				Max Utility	BTL	Logit	Max Utility	BTL	Logit
240円	단일 색상포장	안전성 기준 부합	M	20.1	14.4	19.6	3	3	3
240円	단일 색상포장	안전성 기준 부합 및 저농약	S	20.2	15.1	21.5	2	2	2
290円	단일 색상포장	안전성 기준부합	M	1.4	10.7	3.3	7	6	7
290円	단일 색상포장	안전성 기준 부합 및 저농약	L	4.2	11.2	5.5	6	5	6
330円	단일 색상포장	안전성 기준 부합	S	0.2	5.5	0.8	8	8	8
330円	단일 색상포장	안전성 기준 부합	L	0.0	5.4	0.8	9	9	8
240円	복수 색상혼합	안전성 기준 부합	L	33.1	15.6	26.9	1	1	1
290円	복수 색상혼합	안전성 기준 부합	S	6.2	12.0	8.5	5	4	5
330円	복수 색상혼합	안전성 기준 부합 및 저농약	M	14.6	10.1	13.0	4	7	4

#### 4. 과거 과채류의 일본 수출동향과 시사점

- 우리나라 농산물 수출액은 2000년 11.3억 달러에서 2009년 29.9억 달러로 연평균 11% 증가하였다. 농산물 중 약 9%를 차지하는 채소류는 2001년 일본 수출이 줄면서 2007년까지 감소하였으나 2008년부터 동남아시아 등지로 수출이 증가하며 다시 증가하는 추세이다(표 3-11).

표 3-11. 농산물 수출액 추이와 채소류 비중

단위: 백만 달러, %

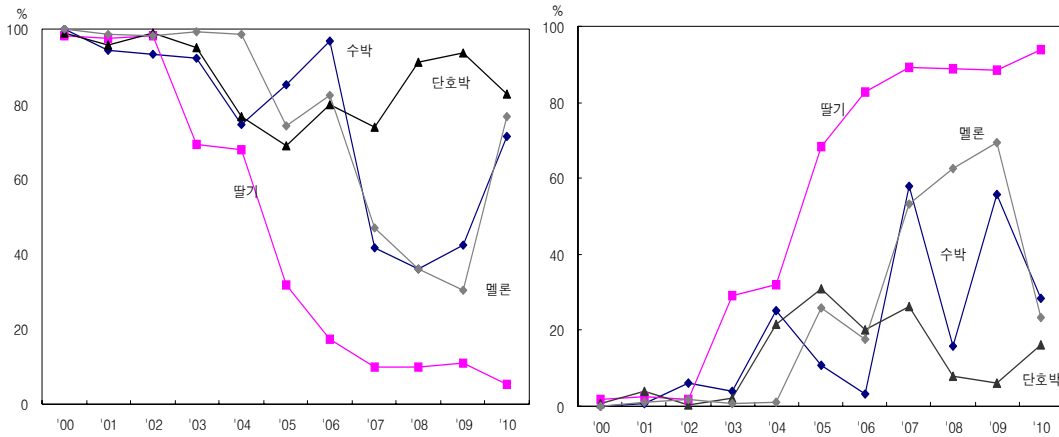
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
농산물	1,759	1,899	2,008	2,222	2,715	2,991
채소류	229.7	231.4	203.9	196.4	233.9	250.9
비중	13.1	12.2	10.2	8.8	8.6	8.4

자료: 농림수산물부 2010 주요 통계.

- 채소류의 주요 수출국은 일본이지만 최근 싱가포르, 인도네시아, 태국 등 동남아시아가 새로운 수출국으로 부상하고 있다.
  - 2003년 이후 한국 드라마 수출을 계기로 한국 문화가 전파되고 한식(韓食)을 비롯한 먹을거리 문화도 빠르게 전해지며 한국산 농산물의 수요가 증가하고 있기 때문이다.
- 우리나라 과채류의 일본 수출은 1990년대 엔화 강세로 증가하였지만 2001년 이후 일본으로 과채류의 수출이 크게 감소하였다(그림 3-5, 그림 3-6, 표 3-12). 그 요인을 다음 3가지로 요약할 수 있다.
    - 첫째, 2000년 이후 과채류의 국내가격이 수출 가격보다 높은 추세를 보임에 따라 수출수요가 감소한 것이다.
    - 둘째, 일본에서 2001년 광우병(BSE)이 발견되면서 소비자의 식품안전성

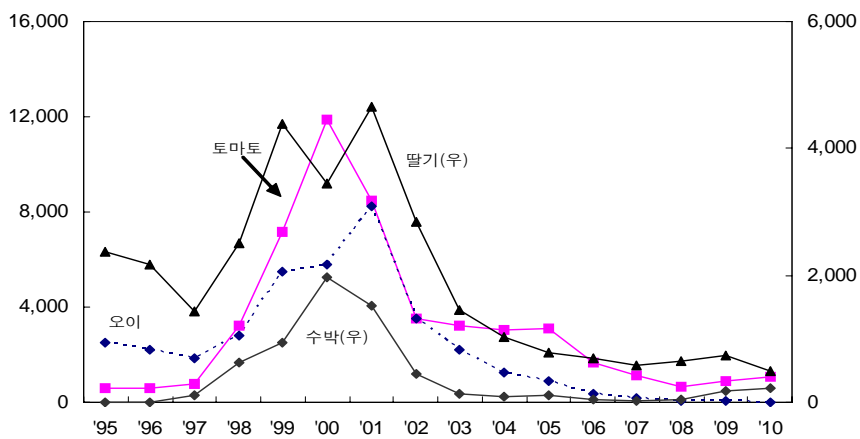
의식이 크게 높아졌다. 이에 대응하여 일본 정부는 수입농산물의 농약 포지티브 제도 등 검역을 강화하였다.

그림 3-5. 과채류 일본 및 동남아시아 수출량 비중  
(일본) (동남아시아)



자료: 한국무역협회(www.kita.net).

그림 3-6. 주요 과채류의 일본 수출량



자료: 한국무역협회(www.kita.net).



표 3-12. 주요 과채류의 일본 수출량

단위: 톤

	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
토마토	614	11,876	3,093	1,685	1,146	627	916	1,056
오이	2,526	5,803	916	343	196	80	61	26
딸기	2,370	3,437	786	693	571	643	738	502
수박	0	1,966	106	45	15	47	174	214

자료: 한국무역협회(www.kita.net)

- 셋째, 2000년대에도 지속된 경기침체, 엔화 약세 등은 한국산 농산물의 일본 수출이 감소한 요인이기도 하다.
- 과채류 일본 수출이 크게 감소한 것은 국내 시장과도 연관이 있다. 대부분 신선으로 소비되는 과채류는 품질(신선도)이 국내에서도 경쟁력이 있기 때문이다.
- 그러나 일본의 과채류 재배면적은 고령화로 인한 노동력 부족으로 휴경하거나 재배규모가 해마다 감소하고 있는 추세이다. 단호박을 제외하면 2007년 과채류 재배면적은 2006년보다 3% 감소하였다.
  - 또한 2007년 이전만 하더라도 일본에서 한국산 농산물은 중저품으로 인식되어 수출단가가 높지 않았다. 그러나 최근 저가 중국산 농산물의 식품오염 문제로 한국산이 상대적으로 고품질로 인식이 전환되고 있다.
- 과채류의 대 일본 수출에서 제약 요인으로 다음 3가지가 주로 언급되고 있다.
- 첫째, 국내 도매시장가격이 높았을 경우 일본 계약 수출물량을 줄이고 국내 도매시장으로 출하하는 경우가 발생한다.
  - 둘째, 국내 수출업체간 실적 등의 과다경쟁으로 일본 시장 내 덤핑 수출이 형성되어 한국산 과채류 이미지를 손상시킨다는 점이다.
  - 셋째, 수출업체와 수입업체간의 정보 부족으로 요구사항 불이행, 농가 전달 미흡 등의 문제가 발생한다는 점이다.

- 이러한 요인들로 인해 그동안 구축해 놓은 한국산 과채류의 이미지가 실추되고 거래가 단절되는 등의 문제가 발생한다.
- 최근 동남아시아 등 새로운 수출 시장 판로를 개척하여 수출다변화에 노력하고 있지만, 그럼에도 불구하고 일본은 인구 1억 2천명에, 채소류의 자급률이 80%대에 있기 때문에 상대적으로 큰 우리의 수출 시장이다.
  - 일본 시장은 비교적 가격이 안정적으로 형성되어 있는 시장이고 물류 수송비가 상대적으로 적게 소요되기 때문이다. 그러므로 일본 수출을 국내 농산물 가격안정 차원에서도 충분히 활용할 가치가 있다.
  - 따라서 일본 시장에서 한국산 농산물의 이미지 개선을 위한 대응책 마련, 품질경쟁력, 안전성 제고를 통한 신뢰 형성 등 일본 수출 증대를 위한 노력이 여전히 필요하다.

표 3-13. 한국산 과채류 수출의 SWOT 분석

강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국내시장 경쟁력이 있음 (수박, 멜론, 딸기, 오이, 토마토)</li> <li>· 일본시장 경쟁력 있음 (수박, 딸기, 오이, 토마토)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국내가격 상승으로 수출 공급 감소</li> <li>· 일본시장에서 중·저품으로 인식 (멜론, 토마토)</li> <li>· 저장성이 낮아 수출 어려움(딸기)</li> </ul>
기회요인(Opportunity)	위협요인(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국내 수요 증가(멜론, 단호박)</li> <li>· 국내 소비촉진을 위한 홍보 강화(토마토)</li> <li>· 활발한 신규 수출시장 개척 (수박, 멜론, 딸기, 오이)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국내 수입량 증가(멜론, 단호박)</li> <li>· 일본 시장의 수요 감소 (수박, 오이)</li> <li>· 일본의 농약포지티브제도 등 검역강화 (딸기, 오이, 토마토)</li> </ul>

## 제 4 장

---

### 파프리카 일본 수출량 변동 요인 분석

- 수출 주력 품목인 파프리카는 일본으로 수출이 99%에 이른다. 1990년대 후반~2000년대 초반만 하더라도 국내에서 파프리카에 대한 인지도가 거의 없었기 때문에 생산량 중 90% 이상의 비중으로 수출되었다. 그러나 최근 국내 수요 증가에 따라 전체 생산량 중 수출 비중보다 국내 출하 비중이 점차 증가하고 있다.
  - 파프리카의 국내 수요가 증가함에 따라 국내 파프리카 재배농가는 일본 시장에서 형성되는 한국산 파프리카 가격과 국내 시장 가격과 비교를 통해 수출량을 조절하고 있다.
  - 그러므로 파프리카 수출량은 크게 일본 시장에서 형성되는 한국산 파프리카 가격과 국내 시장의 파프리카 가격에 따라 좌우되는 형태이다.
  - 본 장에서는 파프리카의 일본 수출량 증감에 영향을 미치는 두 가지 과제, 즉 국내 파프리카 가격과 일본 시장에서 한국산 파프리카 가격의 변동을 중심으로 일본 수출량의 변화를 살펴보고자 한다.

## 1. 일본시장 가격 변화에 따른 수출량 변동

### 1.1 분석모형

- 함수 설정에 앞서 모델 정교화 작업이 중요하다. 따라서 두 변수 간의 관계에 대해서 우선 살펴보고자 한다. 두 변수 X와 Y의 관계를 나타내 주는 함수 형태는 회귀모형(regression model)이며, 두 변수 간의 관계가 비례적인 선형관계로 나타날 때 이를 선형모형(linear model)이라고 하고 두 변수의 관계가 비선형관계로 나타날 때 이를 비선형모형(nonlinear model)이라고 한다. 이 비선형모형은 변수에 대수(log)를 취하는 방법 등에 의한 변수의 변형에 의해 선형모형으로 전환될 수 있다. 본 4장에서 구하고자 하는 종속 변수는 수출량, 설명변수는 가격이기 때문에, 수출량을 기준으로 선형과 비선형을 구별하여 함수 형태를 결정하고자 한다.
- 함수 설정에 있어서 자료에서 수출량과 가격과의 관계형태가 선형관계인지, 비선형관계인지에 대해 판단하여야 한다.

- 수출량과 가격이 선형관계에 있다면 함수 형태는,

$$X = b_0 + b_1 KP_i + u_i$$

의 형태를 지니며,

- 수출량과 가격이 비선형관계에 있다면 함수 형태는

$$X = b_0 + b^2 KP_i + u_i$$

의 형태를 지니게 된다. 여기서 X는 수출량이며 KP는 파프리카 국내가격이다.

그림 4-1. 선형관계

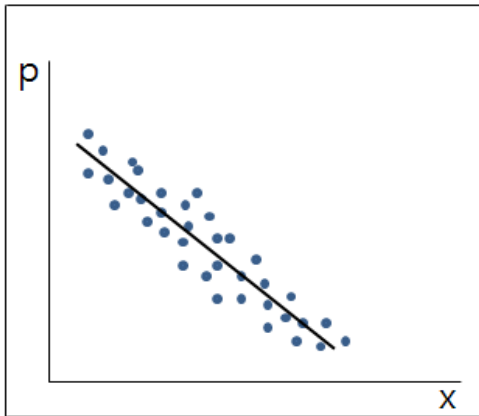


그림 4-2. 비선형관계

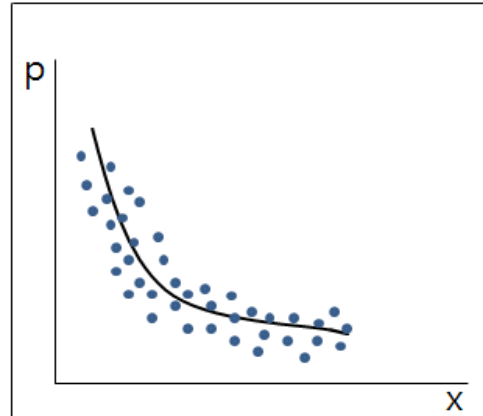
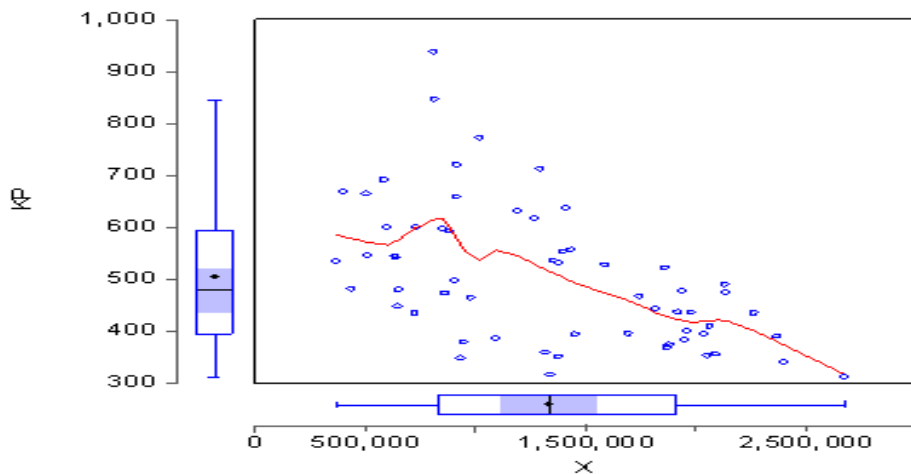


그림 4-3. 수출량과 가격과의 관계



- 분석하고자 하는 수출량과 가격의 관계는 선형관계를 지니고 있으므로 시나리오 분석에 있어서 추정하고자 하는 함수 형태는 선형함수로 설정하였다.
  - 따라서 변동률은 같은 폭으로 증가 혹은 감소하는 형태를 지니게 된다.
  - (그림 4-1, 그림 4-2)는 자료가 선형관계일 경우와 비선형관계일 경우 형태를 나타낸 것이며, 프로세서인 EViews를 통해 살펴본 결과 파프리카 수출량과 가격과의 관계는 선형임을 나타낸다(그림 4-3).

## 1.2 일본의 수입수요함수 설정

- 일본의 파프리카 가격 변동에 따른 수출량 변동 시나리오를 분석하기 위해서 우선 일본시장의 수입수요함수를 설정해야 한다.
  - 수입수요함수의 형태는 각 작물의 기대수입량이 국내가격과 수입가격에 의해 결정된다고 가정한다.
  - 그러나 실제분석에 있어서는 몇 가지 함수형태로 적용할 수 있으며 그 예는 다음과 같다.

$$import_t = f(domestic\ price_t, import\ price_t)$$

$$import_t = f(domestic\ price_t - import\ price_t)$$

$$import_t = f(domestic\ price_t / import\ price_t)$$

- 유의해야 할 사항은 수입된 제품에 대한 일본소비자의 반응이다. 즉, 일본소비자가 국내산과 수입산을 동질(Homogeneous)의 제품으로 인식하는지, 아니면 이질(Heterogeneous)의 제품으로 인식하느냐에 따라서 전체 모형 시스템이 달라질 수 있다.
  - 분석(증명) 수입품이 국산과 동질의 제품이라면 가격 도출과정에서 총공급에 일본의 국내 생산량과 수입량이 포함되며 따라서 수요량 또는 소비량도 일본의 국내 생산량과 수입량이 포함된다.
  - 그러나 수입품이 이질의 제품이라면 가격도출과정에서 일본의 국내산모형과 수입산모형을 달리 구분하게 된다. 즉, 총공급에 국내산만이 포함되며, 수요함수에도 국내산 생산량만 포함된다.<sup>7</sup>
  - 따라서 본 함수 설정에 있어서 우선 전제해야 할 사항은 일본 소비자들은 시장에서 판매하는 파프리카를 구입할 때 원산지의 가격 차이를 정확히 인지하지 않고 무분별하게 소비한다고 가정한다.

<sup>7</sup> 한석호 외(2010) 중기선행관측 기본모형 개발 연구 제 2장 참조함

- 따라서 일본시장에서 수입수요함수는 다음과 같이 설정하였다.

$$X = f(KP, JP)$$

여기서  $X$ 는 일본의 한국산 수입량(=한국의 일본 수출량)이며,  $KP$ 는 일본시장에서 형성된 한국산 파프리카 가격,  $JP$ 는 일본산 파프리카 가격이다.

### 1.3 일본의 수입수요함수 분석 결과

- 분석에 이용된 데이터는 2002년 1월부터 2010년 12월까지 한국에서의 수입량( $X$ ), 한국산 파프리카 가격( $KP$ ), 일본산 가격( $JP$ )의 월별 자료이다. 수입량은 무역협회 자료를 이용하였고, 한국산 파프리카 가격과 일본산가격은 일본 동경도매시장 데이터를 사용하였다.
  - 일본시장에서 형성되는 가격은 동경 오타도매시장의 거래금액을 이용한 가격이고 수입량은 한국에서 일본으로 수출된 전체량을 의미하기 때문에 가격에 대한 자료의 한계가 존재한다.
- 사용된 변수는 한국수출량이 종속변수로 한국산 가격, 일본산 가격이 독립변수로 사용되었다.

표 4-1. 수입수요함수 추정결과

	계수 추정 값	t-값
C(상수항)	18.625***	23.362
LOG(KP)(한국산 가격)	-0.738***	-5.086
LOG(JP)(일본산 가격)	0.047	0.322
DUM200208+DUM200209 +DUM200210	-1.232***	-8.689
DUM_M01 (1월)	-0.797***	-9.253
DUM_M02 (2월)	-0.399***	-3.891
DUM_M03 (3월)	-0.250***	-2.646
DUM_M08 (8월)	-0.919***	-10.523
DUM_M09 (9월)	-1.190***	-12.506
DUM_M10 (10월)	-1.017***	-11.318
DUM_M11 (11월)	-0.286***	-3.264
<i>AdjustedR</i> <sup>2</sup> = 0.872, <i>D-W Value</i> = 1.700		

주: \*\*\*은 1% 수준에서 결과 값의 유의함을 나타냄.

- 본 분석에서 이용된 변수는 가격과 수입량 외에 계절영향을 반영하기 위하여 더미변수를 추가하였다.
  - 위의 표에서 사용된 각각의 더미변수들은 각 년도의 1~3월, 8~11월이다.
  - 이 변수들은 한국산 파프리카가 일본시장에서 차지하는 비중이 상대적으로 여름철에 비하여 크지 않기 때문에 미미한 가격 변동이 수입량에 영향을 크게 미치므로 해당되는 각 월 이외의 나머지는 0이 되는 더미변수로 처리되었다. 분석에 사용된 모든 변수는 자연대수를 취하였다.
- 분석결과, 일본시장 수입수요함수는 다음과 같이 정의된다(표 4-1).

$$\ln X = 18.625 - 0.738 \ln KP + 0.047 \ln JP$$

- 변수 **KP**의 계수 값인 0.738은 가격탄력성이며 이는 가격변동에 따른 수입량의 변화를 의미한다. 이는 한국산 파프리카 가격(KP)이 1% 상승할



때 수입량은 0.74% 만큼 감소하게 된다.

- 계측된 값은 가격탄력성이므로 우리가 구하고자하는 수입량 변화에 따른 한국산 파프리카 가격 변동을 알기 위해서는 신축성계수로 바꾸어야 한다.
  - 일반적으로 가격탄력성과 신축성계수는 서로 역의관계를 가지고 있으므로, 이를 수입량 변화에 따른 가격 변동률인 신축성 계수로 바꾸면 현재 구하고자 하는 수입량 변화에 따른 일본시장의 한국산 파프리카 가격의 관계를 알 수 있다.
  - 가격탄력성은 -0.74이고 신축성계수 값은 -1.36이며, 이는 수입량이 1% 증가할 때 일본 시장에서 한국산 파프리카 가격은 1.4% 하락한다는 것을 의미한다.
- 만약, 한국산 파프리카가 일본시장에서 수입이 3% 증가한다면 일본 시장에서 형성되는 한국산 파프리카 가격은 4% 하락하게 된다.
- 수입량이 5% 증가한다면 가격은 7% 하락, 수입량이 10% 증가한다면 가격은 14% 하락하는 것을 의미한다.

## 2. 국내 가격 변화에 따른 수출량 변동

### 2.1. 함수설정

- 앞서 서두에 밝혔듯이 국내 파프리카 생산량 중 대부분 일본으로 수출되었으나, 최근 국내의 파프리카 수요가 증가함에 따라 국내 도매시장으로 출하하는 비중이 점점 커지고 있다. 또한 수요 증가에 따라 국내 파프리카 가격도 상승하고 있는 추세이다.
- 국내 도매시장에서 형성되는 가격에 따라 농가 입장에서 내수 출하와 수출비중을 달리 할 수 있을 것으로 판단된다. 따라서 국내시장가격에 따

른 수출량 변동을 분석하고자 한다.

- 우선, 국내 시장가격과 수출량과의 관계를 바로 구할 수 있는 함수 형태가 없으므로 국내시장가격과 일본 시장에서의 한국산 파프리카 가격의 함수, 일본 시장에서의 한국산 파프리카가격과 수출량 함수를 따로 분석하여 이들의 관계를 살펴 볼 필요가 있다.
  - 일본시장에서 형성되는 한국산 파프리카 가격은 수입량에 따라서 결정된다. 하지만 이 수입량은 한국의 파프리카 생산량 중 농가의 수출 비중에 따라서 정해지게 된다.
  - 이 수출비중은 국내 시장에서 형성되는 가격에 영향을 가장 크게 받게 된다. 따라서, 본 분석에서 가격에 대한 함수를 설정할 수 있다.
  - 또한, 수출측면에서 보면, 일본시장에서 형성되는 한국산 파프리카 가격에 따라서 수출량이 결정되므로 수출함수를 설정할 수 있는 것이다.

## 2.2 가격에 대한 함수

- 일본시장에서 형성된 한국산 파프리카 가격(KP)과 국내시장 가격(KDP)의 함수는 다음과 같이 설정된다.

$$KP = f(KDP, EXCH)$$

- 분석에 이용된 데이터는 2006년 1월부터 2010년 12월까지 가격자료이다. 한국산파프리카 가격은 일본 동경도매시장, 국내가격은 서울시 농수산물공사 가격 데이터를 이용하였다.
- 본 분석에서 종속변수가 KP이며, 설명변수는 KDP 이다. 그 외 계절영향을 반영하기 위하여 더미변수를 추가하였다. 함수 결과는 다음과 같다. 분석에 사용된 모든 변수는 자연대수를 취하였다.

표 4-2. 국내가격과 일본에서 한국산 가격의 함수 추정결과

	계수 추정 값	t-값
C	4.833***	9.873
LOG(KDP)(한국시장의 가격)	0.502***	12.515
LOG(EXCH)(환율)	-0.531***	-9.074
DUM_M08 (8월)	0.140***	2.470
DUM_M02 (2월)	-0.133***	-2.744
<i>AdjustedR</i> <sup>2</sup> = 0.846,		<i>D-W Value</i> = 1.658

주: \*\*\*은 1% 수준에서 결과값의 유의함을 나타냄.

- 분석결과, 국내 가격이 1% 상승할 때, 일본시장에서 형성되는 한국산 파프리카 가격은 0.5%만큼 상승한다(표 4-2).
  - 여기에 사용된 더미변수는 2, 8월이며 이에 대한 계절적 영향이 있다.
  - 이는 평균을 의미하며 실제로, 2010년 국내 가격이 1% 상승하였을 때, 일본시장의 2010년 3월 한국산 파프리카 가격은 0.7% 상승하였고, 10월은 14% 상승하였다.

### 2.3 수출량에 대한 함수

- 일본시장에서 형성된 한국산 파프리카 가격(KP)과 수출량(X)에 대한 함수는 다음과 같이 설정하였다.

$$X = f(KP, EXCH)$$

- 분석에 이용된 데이터는 2006년 1월부터 2010년 12월까지 가격과 수출량 자료이다. 한국산파프리카 가격은 일본 동경도매시장, 수출량은 무역협회에서 제공된 자료를 이용하였다.

표 4-3. 일본시장에서 한국산 가격과 수출량 함수 추정결과

	계수 추정 값	t-값
C(상수항)	19.581***	18.820
LOG(KP)(한국산 가격)	-0.883***	-7.165
LOG(EXCH)(환율)	0.033	0.310
DUM_M01 (1월)	-7.826***	-9.502
DUM_M02 (2월)	-4.025***	-3.334
DUM_M03 (3월)	-0.110***	-2.145
DUM_M08 (8월)	-0.820***	-9.226
DUM_M09 (9월)	-1.076***	-6.549
DUM_M010 (10월)	-0.871***	-6.908
DUM_M011 (11월)	-0.274***	-2.712
<i>AdjustedR</i> <sup>2</sup> = 0.895, <i>D-W Value</i> = 1.795		

주: \*\*\*은 1% 수준에서 결과값의 유의함을 나타냄.

- 본 분석에서 이용된 변수는 종속변수가 X이며, 설명변수는 KP 이다. 그 외 계절영향을 반영하기 위하여 더미변수를 추가하였다. 함수 결과는 다음과 같다. 분석에 사용된 모든 변수는 자연대수를 취하였다.
- 분석결과(표 4-3)
  - 일본시장에서 형성된 파프리카 가격이 1% 상승할 때, 수출량은 0.9%만큼 감소하고 이는 일본시장에서 한국산 수입량이 감소함을 의미한다.
  - 여기에 사용된 더미변수는 1~3, 8~11월이며 이에 대한 계절적 영향이 있다.

## 2.4 분석결과

- 앞에서 추정된 두 가지 함수 중 (1)식은 일본 시장의 한국산 가격과 국내

가격에 대한 함수이며, (2)식은 수출량과 일본 시장의 한국산 가격에 대한 함수이다.

- (1)식에서 일본시장의 한국산 가격(KP)이 종속변수이며, 국내 가격(KDP)은 설명변수가 된다.
- (2)식에는 수출량(X)이 종속변수이고 일본시장의 한국산 가격(KP)은 설명변수가 된다. 이들의 함수는 다음과 같다.

$$KP = f(KDP, EXCH) \dots\dots\dots(1)$$

$$X = f(KP, EXCH) \dots\dots\dots(2)$$

- 위의 두 가지 함수를 종합해 볼 때, (1)식의 종속변수는 (2)식의 설명변수가 된다. 이를 나타내면 다음과 같은 함수 형태가 된다.

$$X = f(KDP, EXCH) \dots\dots\dots(3)$$

- 따라서 (1)식의 일본시장에서 한국산 가격함수의 탄력성과 (2)식의 수출량 함수 탄력성을 이용하여 (3)식인 국내 가격이 변할 때 수출량의 변화에 대하여 도출이 가능하다.

- (1)식의 탄력성은 0.5이며 (2) 수식의 탄력성은 -0.9이므로 이 두 수식의 곱 -0.44 가 국내가격변화에 대한 수출량의 변화가 된다.
- 그러므로 (3)식은 수출량과 국내 가격에 대한 함수의 탄력성으로 정의되고, 국내 파프리카 가격과 일본 수출량은 -0.44의 역비례 선형관계라는 의미이다.

- 이는 국내 파프리카 가격이 1% 상승할 때 일본으로 수출되는 수출량은 0.4% 감소함을 의미한다. 나아가 국내가격이 3% 상승한다면 수출량은 1% 감소하고, 5% 상승한다면 2%, 10% 상승한다면 수출량은 4% 감소한다는 의미이다.

## 제 5 장

### 파프리카 대표조직의 역할과 활성화 방안

#### 1. 파프리카 대표조직의 필요성

- 농업부문 대표조직의 필요성은 다음 4가지가 주로 언급되고 있다.<sup>8</sup>
  - 첫째, 생산자의 자립의식을 강화한다는 측면이다. 농업분야는 타분야에 비해 공익적 목적(식량생산, 환경보전 기능 등)이 강조되면서 정책사업의 주요 대상이지만 일부 생산자의 도덕적 해이가 사회적 비판의 대상이 되고 생산자의 정부 정책 의존도가 심화되었다. 그러므로 생산자의 문제를 스스로 해결할 수 있는 전국적 품목 조직 육성으로 생산자 조직간 경쟁을 유발하여 경쟁력을 향상시키고자 한다.
  - 둘째, 정부 정책사업의 효율적 추진체계를 확보한다는 측면이다. 현재 농식품부의 정책사업은 일반적으로 정부-지자체-생산자 또는 정부-농협-생산자, 수출관련 정책사업은 정부-농수산물유통공사-생산자의 체계로 이루어지고 있으나, 정책사업 추진체계가 일원화 되거나 통합적이지 못하여 지원대상 요건에 부합되지 않거나 중복으로 선정되는 왜곡 현상이 나타나고 있다. 그러므로 정부 정책의 실효성을 높이기 위해서는 전문성

<sup>8</sup> 최병욱 외(2010). p.12~16.

있는 생산자조직이 선정되고 육성될 필요가 있다.

- 셋째, 품목 조직의 전국 조직화의 틀을 확립한다는 측면이다. 전국 규모의 조직화를 기반으로 당면한 공통문제를 논의하고 합리적으로 추진, 해결할 수 있어야 한다.
  - 넷째, 변화하는 시장 정세에 대응하기 위해서 품목별 대표조직이 필요하다. 대형유통업체 및 SSM 확산으로 소비지 유통업체의 구매력이 커지면서 생산자의 시장교섭력이 점차 약화되고 있으므로 소비지 유통업체 구매력에 공동으로 대응할 수 있는 품목별 대표조직 체계를 갖추어야 한다는 논리이다.
  - 이러한 필요성에 근거하여 품목별 대표조직이 성공적으로 운영되기 위해서는 지역별로 결속력 강한 조직화가 선행되어야 하며 이를 바탕으로 품목 특성에 적합한 사업이 추진되어야 한다.
- 파프리카는 2000년 (사)한국파프리카생산자자조회를 설립하여 재배면적당 자조금을 조성하고 있다.
- 파프리카는 국내 수요보다 일본 수출을 위해 재배되었기 때문에 국내에서 파프리카의 인지도가 거의 없을 때부터 수출이라는 공통의 목표를 위해 결속력 강한 생산자조직인 자조회를 설립하게 되었다. 그리고 설립 당시부터 자조회가 전국 대표조직의 역할을 수행했다고 할 수 있다.
  - (사)한국파프리카생산자자조회는 설립 당시부터 국내외 시장 확대를 위해 소비촉진을 위한 홍보, 수급조절, 교육 등을 실시하며 국내외 시장을 크게 확대하였다.
  - 즉, 국내 수요보다 수출이 주요 목표일 때 설립된 파프리카생산자자조회는 그동안 파프리카의 전국 대표조직 역할을 성실히 수행하면서 국내 시장 확대에도 기여했다.
- 그러나 최근 생산량 중 국내 시장 출하 비중이 높아지면서 수출 농가 뿐만 아니라 국내 출하만 목적으로 하는 농가 수가 증가하고 있다는 사실이다.

국내 출하만 하는 농가는 수출농가의 자조금으로 실시하는 시장확대 효과에 대해 비용을 지불하지 않은 무임승차자이다.

- 무임승차자가 증가할수록 자조회 회원의 불만은 크게 증가한다. 특히 국내 가격이 크게 낮아지는 시기(5~7월과 11~12월)는 수출 가격도 동반 하락하는 부(負, -) 효과가 나타나기 때문이다.
- 이러한 무임승차는 어느 한 산업이 성장·발전하면서 사회경제적 파급에 따라 나타나는 효과이기도 하다. 따라서 무임승차자를 배제할 것이 아니라 자조회 가입을 적극 유도하거나 국내 출하 파프리카의 품질 규정도 대폭 강화하는 방향으로 생산 및 유통 질서를 회복해야 할 것이다.
- 그러므로 자조회가 전국 대표조직으로 기능하기 위해서는 그동안 변화된 상황을 올바르게 인식하고 그에 따른 자조회 조직의 위상과 역할을 재정립하는 일이 선행되어야 한다.

## 2. 파프리카 수출농가의 자조회에 대한 평가와 기대

### 2.1. 수출농가의 자조회에 대한 평가

- 현재 파프리카 자조회에 소속되어 자조금을 납부하는 농가는 수출을 하고 있거나 향후 수출하기 위해 ID를 부여받은 농가이며 전국 350여 호에 불과하다. 자조회 소속 농가는 재배면적에 비례하여 평당 1천원의 회비를 납부하여 자조금을 조성하고 이를 국내외 시장 확대 등을 위한 각종 사업을 추진하고 있다.
- (사)한국파프리카생산자자조회 회원, 즉 수출농가는 현재 파프리카 자조회가 수행하고 있는 사업 중 ‘잘 하고 있다’는 내용에 대해, ‘국내 소비촉진을 위한 홍보’ 30%, ‘농약안전 교육’ 19%, ‘해외 소비촉진을 위한 홍보’ 15%



의 순으로 평가하고 있다(표 5-1).

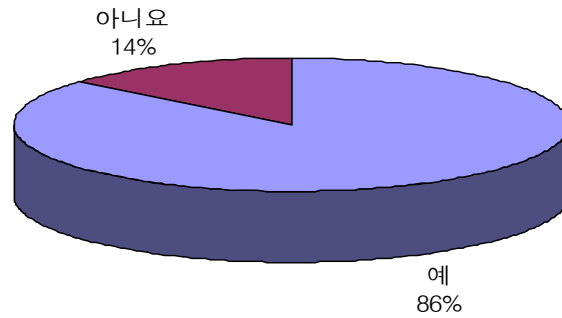
- 향후 자조회에 기대하는 역할은 ‘해외 소비촉진 홍보’ 22%, ‘국내 소비촉진 홍보’ 19%로 여전히 홍보가 높은 비중을 차지하지만, ‘시장 정보 수집 및 분석’에 대해서도 16%로 크게 증가한 편이다.
- 앞 장의 수출농가의 불만 중 가격정보의 불투명성이 높은 비중이었음을 고려하면 수출농가는 가격 정보 등 생산, 유통, 수출 등 각종 정보를 수집·분석하는 역할을 자조회가 수행하며 출하시기 조절 및 해외시장 개척에 대한 요구가 높아진 것으로 판단된다.
- 한편, ‘농약안전 사용 교육’을 비롯하여 ‘작물 재배 컨설팅’, ‘국내외 선진지 견학’등에 기대하는 비중은 크게 낮아졌다. 우리나라의 파프리카 재배 기술이 이미 일정 단계에 도달했음을 나타내는 수치이다.

표 5-1. 생산자자조회의 역할에 대한 평가

	현재 자조회가 잘 하고 있는 일		향후 자조회에 기대하는 역할	
	비율	순위	비율	순위
국내소비촉진을 위한 홍보	29.7	1	19.1	2
해외 소비촉진을 위한 홍보	14.8	3	22.0	1
일본 바이어 초청 파프리카 시설 견학 등 홍보	3.9	8	8.0	5
시장 정보 수집 및 분석	9.6	4	15.5	3
품질향상 컨설팅	7.4	5	8.6	4
국내외 선진지 견학	5.2	7	3.6	9
농약안전 사용 교육	19.3	2	8.0	5
품질관리 전산화 교육	1.2	10	2.5	10
작물 재배 컨설팅	6.7	6	5.9	8
기타	2.3	9	6.7	7
계	100.0		100.0	

자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

그림 5-1. (사)한국파프리카생산자자조회의 대표조직 인식 여부



자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

- 현재 수출농가는 (사)한국파프리카생산자자조회가 우리나라 파프리카 대표 조직이라고 인식하고 있는가에 대한 질문에 대해 ‘예’라는 응답이 86%로 조사되었다(그림 5-1).
  - 자조회를 대표조직으로 인식하지 않는 경우도 14%에 이르지만 대표조직으로 인식하는 비중이 6배 높다는 것은, 그동안 자조회의 역할에 대해 긍정적으로 평가하며 앞으로 자조회에 대한 기대가 크기 때문으로 판단된다.
- 한편 파프리카 수출농가의 자조금제도·사업에 대한 인식을 조사한 결과는 이용선 외(2010)의 연구를 인용한다.<sup>9</sup> 이 조사는 2010년 7월13~27일, 전국의 파프리카 선별장 또는 수출교육장에서 농가 108호를 대상으로 일대일 면접방식으로 이루어졌다.

9 이용선 외(2010)의 조사 농가의 개요 (단위: 명, %)

	성별		재배경력				
	남	여	5년 이하	6~10년	11~15년	16~20년	21년 이상
응답수	104	4	44	43	17	1	1
비중	96.3	3.7	41.5	40.6	16.0	0.9	0.9
	연령				수출비율		
	30대 이하	40대	50대	60대 이상	40% 미만	40~70%	70% 이상
응답수	12	40	48	8	11	42	54
비중	11.2	37.0	44.4	7.4	10.3	39.3	50.5

- 수출농가는 현행 자조금 제도나 파프리카생산자자조회의 사업에 만족하는 정도에 대해 ‘긍정’과 ‘매우 긍정’이 72%에 이른다(표 5-2).
- 생산자 자조금 제도의 필요성에 대해 ‘필요’ 또는 ‘매우 필요’가 82%로 나타났다(표 5-3). 파프리카 생산 농가는 생산자 자조금 제도나 사업의 필요성을 강하게 인식하고 있다.
- 다만 자조금 제도를 의무화 하는 방안에 대해서는 ‘잘 모름’ 10%, ‘부정’ 19% 등 잘 모르거나 부정적인 의견이 29%에 이른다(표 5-4). 파프리카 농가는 수출 비중이 높을수록 자조금 제도의 필요성을 강하게 인식하고 자조금 사업에 대해 관심이 많지만, 수출 비중이 낮은 농가는 자조금 제도를 아예 모르거나 부정적인 의견이 많다.

표 5-2. 수출농가의 자조금 제도·사업에 대한 만족도

단위: 명(%)

매우 부정	부정	보통	긍정	매우 긍정	계
0.9	8.2	19.1	52.7	19.1	100.0

자료: 이용선 외(2010)

표 5-3. 수출농가의 자조금 제도에 대한 필요성 인식

단위: 명(%)

전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요함	꼭 필요함	계
0.0	8.2	10.0	41.8	40.0	100.0

자료: 이용선 외(2010)

표 5-4. 수출농가의 자조금 의무화 방안에 대한 의견

단위: 명(%)

매우 부정	부정	잘 모름	긍정	매우 긍정	계
2.8	15.7	10.2	44.4	26.9	100.0

자료: 이용선 외(2010)

## 2.2. 수출농가의 자조회에 대한 기대

- 수출농가가 파프리카 대표조직으로서 자조회에 기대하는 역할은 ‘수출가격 안정화를 위한 물량조절’ 기능이 59%로 가장 높고, ‘수출농가 지원금 확대를 위한 로비’나 ‘수급 불안정 대책 마련’의 순으로 높게 조사되었다(표 5-5)
  - 국내 출하 비중이 높아지고 있지만 수출농가 입장에서 수출은 사활이 걸린 사업이므로 수출가격 하락 시 가격안정을 위한 노력이 가장 필요하다. 그런데 가격안정을 위한 물량 조절은 이해당사자의 합의가 필요하고 그합의를 실천하는데 필요한 인센티브나 벌칙 등 합의의 도출·실행을 위한 제도적 장치를 마련하는 일이 우선되어야 한다.
  - 자조회 회원 농가의 자조회에 대한 기대는 크지만 아직 (사)한국파프리카생산자자조회는 이사회 이외에 수출농가의 합의를 도출할 제도적 장치를 마련하지 못한 상태이다. 자조회는 회원 농가의 의견수렴 기구의 정비, 사업집행을 위한 조직 정비 등 조직적인 검토가 필요하다.

표 5-5. 파프리카 대표조직이 해야 할 일

단위: 명(%)

	1순위	2순위	3순위
수출가격 하락 시 가격 안정을 위한 물량조절	99 (59.3)	12 (7.6)	11 (8.4)
정부의 수출농가 지원금 확대를 위한 로비	31 (18.6)	48 (30.4)	11 (8.4)
생산의 계절적 수급불안정 대책 마련	12 (7.2)	49 (31.0)	33 (25.2)
파프리카 수급에 관한 정보 제공	8 (4.8)	15 (9.5)	17 (3.0)
수출농가와 대표조직의 원활한 교류	4 (2.4)	14 (8.9)	15 (11.5)
가격안정기금 조성	13 (7.8)	20 (12.7)	44 (33.6)
응답 계	167(100.0)	158(100.0)	131(100.0)

자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

- 수출농가의 ‘수출지원금 확대를 위한 로비’에 대한 기대가 높은 것은 수출농가가 최신 정보를 입수하지 못한다는 사실을 입증한다.
  - 수출지원금에 대해서 2008년 12월 제시된 WTO/DDA 농업위원회 의장 초안에 의하면, 수출보조금은 선진국 2013년, 개도국 2016년까지 철폐하기로 합의되었다. 그러므로 우리나라의 현행 수출물류비 지원 방식도 물류비 직접 지원을 단계적으로 철폐하고 그 대신 수출인프라 강화 확대, 중앙정부와 지자체의 수출지원제도 통합 및 효율성 제고, 개별 지원에서 대표 단체 지원으로 점진적 전환할 것으로 보인다.
  - 따라서 수출 지원은 대표조직을 통한 지원이 주류가 될 것이므로 향후 파프리카 대표조직인 자조회의 기능과 역할을 강화하는 것이 필요하다.
  - 한편, ‘생산의 계절적 수급불안정 대책’과 ‘가격안정기금 조성’에 대한 의견은 실질적으로 농가소득과 직결되는 문제이므로 농가가 기대하는 비중은 높지만 이 역시 대표조직의 합의와 의결이 필요한 내용이다.
  - 결국, 농가의 대표조직에 대한 기대는 가격안정과 수급조절이라는 두 가지 축으로 귀결되는데 이에 대해 대표조직이 어느 선까지 역할을 할 수 있을지가 향후의 과제이다.
- 수출농가는 대표조직에 대한 기대만큼 대표조직 사업 활성화를 위한 자금 조달에 92%가 동의하는 것으로 조사되었다(표 5-6).
- 자금을 조달하기 위한 방법으로는 ‘재배면적을 기준’이 57%, ‘수출 금액의 일정 비율’이 35%로 나타났다.

표 5-6. 생산자 대표조직 자금 조달 방법

단위: 명(%)

	응답수	비율
현재 자조회비 납부와 같이 재배면적을 기준으로 납부	95	57.1
수출금액의 일정비율(1% 내외)을 부과하는 방식	58	34.5
모르겠다	14	8.3
계	168	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

- 한편, 파프리카의 원활한 수출과 가격안정을 도모하기 위해, 수출금액의 일정 비율만큼 생산자가 출자·적립하여 수출가격 폭락시 생산자에게 재분배하는 가격안정기금 제도 운영에 대해 조사하였다(표 5-7).
  - 가격안정기금제도에 ‘가입 의향이 있는’ 생산자는 68%에 이른다. 수출하는 입장에서 가격안정이 그만큼 절실하다는 반증이다.
  - 반면, 가입 의향이 없는 생산자는 32%인데, 주요 이유는 가격안정기금에 대한 정보 부족을 비롯하여 기금운영 정보의 불투명, 책임 소재 불분명 등 대표조직의 역량에 대한 불신이다.
  - 따라서 대표조직의 역할은 가격안정기금에 가입 의향이 있는 수출 농가를 대상으로 가격안정기금의 효과를 가시화하는 노력이 필요하다. 결국 효과가 가시화하여 그 제도의 혜택을 얻는 농가가 나타날 때 가격안정기금 제도의 원활한 운영이 가능해진다.

표 5-7. 생산자 가격안정기금 가입 의향의 유무

단위: 명(%)

	응답수	비율
가입 의향 있다	115	67.6
없다	55	32.4
계	170	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 2011년 3월 15일~4월 15일 파프리카자조회 생산자 조사.

### 3. 파프리카 생산자 자조회의 역할 제고 방향

- 파프리카 생산자자조회는 2000년 수출 농가를 중심으로 자발적으로 조직된 우리나라 최초의 원예자조금이다.
  - 파프리카 자조회는 그동안 국내외 소비 촉진을 위한 홍보, 시장개척 활동, 농약안전 사용 교육 등을 추진하며 수출 농가의 ID를 관리하는 역할

- 을 하고 있다. 또한 수출관련 이해관계자의 갈등 조정 역할을 해왔다.
- 그러나 자조회 사업 수행에 필요한 전문 인력이 부족하고, 조성된 자조금을 운영하는데 있어서도 조성금액의 한계로 인해 대부분 이벤트성 판촉활동, 홍보사업에 치중함으로써 사업을 통한 수혜가 회원 농가에게 직접 이전되지 않아 농가의 적극적인 참여를 유도하는데 한계가 있다.
- 한편, 파프리카의 국내 시장이 커지고 국내 출하만을 목적으로 생산하는 농가도 증가하여 국내 시장가격이 급락하며 수출 가격에도 영향을 미치는 정도가 심화되고 있다. 이는 자조회 회원 농가 누구나 경험하는 것이므로 이에 대한 공동 대처가 필요함을 인지하는 비율이 높다.<sup>10</sup>
- 따라서 파프리카 생산자자조회가 과거 10여 년간 국내외 시장 개척을 위해 노력한 결과를 온전히 유지하고 발전시키기 위해서는 수급조절 및 가격안정을 강화하기 위해 자조회를 파프리카 대표조직으로 승격하는 것이 필요하다.
  - 이를 통해 명실상부한 품목 전문 생산자조직으로 규모화하여 일본 시장에서의 교섭력을 확보해야 한다. 국내 수요는 이미 인지도가 증가한 상태이므로 일본 수출을 보다 강화해야 한다. 우리나라의 일본 수출은 연간 1만 7천 톤 수준인데 비해, 일본의 파프리카 수입은 연간 2만 3천~2만 5천 톤 수준이다. 일본 수출을 연간 3천 톤 이상 늘려 연간 2만 톤만 수출하더라도 일본 시장에서 한국산 파프리카의 점유율은 80% 이상을 차지할 수 있고 시장교섭력을 크게 높일 수 있다.
- 가격안정과 수급조절의 기능은 수출과 국내 수요의 적절한 균형이 요구된다. 결국 수출을 위주로 하든, 국내 출하가 목적이든, 모든 파프리카 생산의 목적은 안정적인 생산, 즉 안정적인 농가소득을 유지하는 것이다.

<sup>10</sup> (표 5-5)에서 파프리카 대표조직이 해야 할 과제로서 ‘수출 가격안정을 위한 물량조절’이 가장 높은 비중으로 조사되었다.

- 수출 시장과 국내 내수 시장은 상호보완 작용을 하는 시장이다. 국내 생산이 증가하는 가운데, 국내 시장이 확대되었다고는 하나 수출량이 감소 또는 정체하면 국내 수요량보다 많은 물량이 출하되어 시장가격은 하락하고 농가소득은 줄게 된다. 또 일본 수출이 증가하면 국내 공급량이 줄어 국내 시장가격은 상승하고 농가소득은 늘게 된다.
- 이러한 파프리카 시장 특성상 국내 수요와 수출 수요를 동시에 만족시키고 가격을 안정화 하는 방안은 결국 국내 파프리카 생산자의 단일 조직, 대표조직을 통해 물량을 조절하는 일이다.

## 4. 파프리카 대표조직의 사업과 활성화 방안

### 4.1. 파프리카 생산자자조직의 과제

- 지난 2000년 설립된 파프리카 생산자자조직은 수급조절, 가격안정, 판로확대를 위해 각종 홍보활동, 조사활동, 정보 수집 및 분석, 시스템 개발 등의 사업을 수행하고 있다. 특히 홍보와 수급조절, 교육훈련 등 3가지 분야에 중점을 두고 있다.
  - 홍보 관련 사업은 판로확대와 소비촉진을 위해 TV, 방송 등 각종 매체 홍보를 비롯하여 시식행사, 무료 증정 홍보, 일본바이어 초청 등이다. 대국민 홍보행사와 소비촉진을 위한 지역 홍보, 무료증정 홍보가 큰 비중을 차지하고 있다.
  - 수급조절 사업은 물량의 조절보다 국내외 시장조사, 시장 정보의 수집과 분석 등 시장안정화를 위한 농가 자율 수급조절을 유도하고 있다.
  - 교육훈련 사업은 품질향상 컨설팅, 국내외 선진지 견학, 농약안전 사용 교육, 농약안전성을 위한 농가관리 프로그램(ERP) 개발 및 운영을 하고 있다. 작물 재배 컨설팅을 비롯하여 선진국 농업 견학, 농약안전 사용 교



육, 품질관리 전산화 교육의 순으로 사용되고 있다.

- 파프리카생산자자조회의 사업은 2005년부터 2009년까지 크게 증가하였으나 2010년은 내부적인 문제로 자조금이 전년대비 1/2로 줄었다(표 5-8).
  - 홍보와 수급조절, 운영비가 각각 70%, 64%, 35% 감소하였지만 교육훈련비는 15% 증가하였다.
  - 국내 홍보용 사업비는 국내시장이 성장과 더불어 축소하더라도 무방하지만 해외 홍보 및 수급조절을 위한 사업비의 축소는 생산자자조회의 역량을 발휘하지 못하는 요인이다.
  - 생산자자조회가 명실상부한 대표조직으로 기능하기 위해서는 특히 수급조절을 위한 사업비가 충분히 확보되어 활용할 수 있어야 한다. 또한 수급조절을 위한 각종 조사 자료의 수집, 산지 및 시장 정보의 수집과 분산에 전문인력의 활용 등 인력개발과 관리·운영에도 노력이 필요하다.
  - 이러한 관점에서 생산자자조회의 사업이 축소된다는 것은 그동안 추진해 온 자율적인 생산자 대표조직으로서 생산자자조회의 위상을 부정하는 일이므로 시급히 시정이 필요하다.

표 5-8. 파프리카생산자자조회 사업내역

단위: 백만 원

	2005	2006	2007	2008	2009(A)	2010(B)	증가율(B/A)
홍보비	148	999	1,775	1,728	1,632	485	-70.3
수급조절비	204	674	447	548	662	240	-63.7
교육훈련비	342	276	530	636	685	789	15.2
운영비	79	151	124	416	409	265	-35.2
계	773	2,100	2,876	3,328	3,388	1,779	-47.5

자료: 파프리카생산자자조회

- 향후 파프리카 대표조직으로서 생산자자조회의 사업 기조는 크게 다음 두 가지 방향으로 체계를 갖추어야 한다. 첫째, 파프리카 일본 수출 확대를 통

해 일본 시장에서 가격교섭력을 확고히 유지하고, 둘째 일정한 수출량 확보를 통해 국내 가격의 등폭락을 방지하는 것이다.

- 파프리카는 국내 수요가 증가하고 생산량 중 국내 출하비중도 높아지고 있지만 여전히 수출이 중요한 이슈이다. 그 이유는 일본 시장이 연간 수출량 1만 7천 톤 내외의 큰 시장이고 가격이 낮아지고 있지만 비교적 안정적이기 때문이다. 국내 파프리카 농가의 입장에서는 추가로 물류비가 다소 소요되지만 국내 시장과 거의 비슷한 조건에서 거래하게 되므로 물량의 위험을 분산하거나 국내 가격지지를 위한 시장으로 활용할 수 있다.
- 그러므로 파프리카 생산자자조회의 사업도 수출 수요와 국내 수요의 균형을 조절하되 생산 농가에 유리한 조건이 무엇인지 고려하여 시기별 사업을 수행해야 할 것이다.

#### 4.1.1. 일본 수출 확대를 위한 과제

- 최근 일본 수출 확대를 위해 빈번히 논의되는 내용은 수출창구의 단일화이다. 그런데 수출 창구를 단일화 하는 일은 수출농가와 수출업체의 의견 수렴을 거치고 모든 이해관계자의 동의를 얻어야 가능한 일이다.
  - 특히 수출 농가의 동의를 얻지 못하는 경우 한시적으로 시도할 수는 있지만 지속될 수 없는 내용이다. 현재 수출농가의 수출에 대한 의향이 높다지만 1~3월에 해마다 국내시장 반입량이 증가하는 것은 수출가격보다 국내가격이 높기 때문이다. 국내외 가격의 차이는 농가소득과 직결되는 사안이므로 수출창구가 단일화 된다고 해서 쉽게 바뀔 현상은 아니다.
  - 또 수출창구 단일화를 위해 대표조직 산하에 수출자회사를 설립하는 방안도 논의되고 있으나 수출관련 전문경영인은 이미 각 수출업체에서 활약하고 있는 인재를 다른 조직으로 영입해야 하는 일이다. 수출을 잘 하자고 하는 일이지만 일본 수입업체의 입장에서는 시장을 교란하는 행위가 될 수 있다.
  - 한편, 대표조직의 수출자회사는 정부가 농산물 수출 100만불을 달성하기

위해 한시적으로 제공하는 수출 선도금을 이용하기 위한 움직임으로 해석될 수 있다. 그러나 세계적인 추세는 수출보조금을 철폐하기로 합의되어 있는 상황이다. 수출자회사가 당장이라도 수출보조금이 없이도 지속적인 경영을 유지할 수 있는 조직적 체계를 갖춘다면 다행이지만, 이에 대한 대비 없이 전문경영인조차 변변치 않은 상황에서 조직을 만드는 것은 선부른 판단이다.

- 그러므로 수출창구를 단일화하는 일은 현실적으로 거의 불가능하지만, 수출창구를 단일화하는 수준의 효과를 낼 수 있는 방안이 바로 전국 대표조직이다.
  - 전국 대표조직이 강한 리더십을 발휘하기 위해서는 이해당사자 전원의 의견을 투명하고 민주적으로 결집하고 민주적 의사결정 과정에 따라 사업이 이루어지도록 하는 것이다.
  - 현재 파프리카생산자자조회의 이사회가 전국 대표조직의 역할을 수행하고 있지만 강력한 리더십을 발휘하고 있는지에 대한 평가는 필요하다.
- 한편, 일본 수출 확대를 위해서 일본 내 수입업자를 경유하지 않고 직접 판매하는 방안도 논의되고 있으나 이는 일본 시장에 대해 보다 면밀한 검토가 필요하다.
  - 일본 시장에서 농산물 도소매업은 신용을 중시하는 전통적 상관행이 뿌리 깊게 남아있는 곳이다.
  - 또한 최근 식품안전성이 중시되고 있는 추세이고 특히 식품안전성에 민감한 일본 시장은 상거래에서도 사회적 연대책임을 지는 관계 형성이 무엇보다 중요하다. 따라서 수입농산물의 경우는 수입업자를 반드시 경유하는 것도 농산물 소매유통이 저렴한 가격보다 수입업자 고유의 역할을 중시하기 때문이다.
  - 그러므로 일본 시장에 직거래는 한시적으로 시도해 볼 수 있으나 지속적인 거래를 원한다면 지양해야 할 사안이다.

#### 4.1.2. 수출량 확보의 과제

- 파프리카 생산자자조회는 자조회 설립 당시부터 수급조절을 위해 국내외 시장 조사, 시장 정보의 수집과 분석 등을 시도해 왔다.
  - 파프리카는 생산의 계절성이 심하다. 특히 한겨울(1~2월)과 장마철(9~10월)에 일사량 부족으로 착과가 불량하여 생산량이 감소하는 현상은 매년 반복되고 있다. 반면, 여름작형과 겨울작형이 동시에 출하되는 5~7월, 10~12월은 생산량이 수요보다 많아 가격이 크게 낮아지는 현상도 발생한다. 결국 생산의 계절성은 기후의 영향이 가장 큰데, 계절성으로 말미암아 발생한 수급 문제를 해결할 수 있는 방법은 농가가 상호간 정보를 교류하여 출하시기를 조절하는 방법뿐이다.
  
- 파프리카의 출하시기를 조절하는 일은 모든 생산 농가의 생산과정에 대한 모든 정보를 한 곳에서 관측할 수 있어야 가능하다.
  - 예를 들면, 한국농촌경제연구원 농업관측센터는 35개 품목에 대해 월별 출하량과 가격을 전망한다. 해당 품목의 농가와 모니터에게 정식 면적, 재배면적, 작황 정도, 출하예상 시기 등의 정보를 수집, 분석하여 해당 월의 출하량을 예측하고 시장 가격을 전망하는 것이다(부록 참조).
  - 파프리카는 전국 500여 재배농가에 불과하므로 모든 회원 농가의 정식 및 출하 정보를 1주 단위로 시스템에 입력하여 출하량을 산정하는 방법을 고려할 수 있다.
  
- 수급에 대한 정보가 제공된다 하더라도 국내 가격이 높다면 수출보다 국내 출하를 우선하는 것이 현실이다. 그러므로 수출을 장려하기 위해서는 의무자조금 제도를 적극 도입하고 가격안정기금으로 활용해야 한다.
  - 의무자조금은 특히 수급조절용 가격안정기금화를 위해 필요하다.
  - 가격안정기금은 출하가격이 수익선 아래로 내려갔을 때는 지원을 통해 손실을 보존하고 수익을 확보했을 때는 그 일부를 기금으로 적립하는 제

도이다.

- 가격안정기금은 가격의 등락 폭을 인위적으로 줄여 농가소득의 안정화를 도모하는 사업이다. 일시적으로 가격이 상승하더라도 이 때 출하한 일부 농가의 실적 소득은 어느 정도 높아지지만 반드시 그 농가의 총소득을 증가시키지는 못한다는 것이 농산물 유통에서 일반적인 사실이다. 그러므로 불안정한 가격 형성이 파프리카 산업의 지속성을 저해하게 된다.
- 수급조절을 위해 가격안정기금과 함께 고려할 수 있는 대안은 수출 인센티브를 제공하는 것이다.
- 현재 농단별 수출 실적은 모두에게 공개되는 자료이다. 이 실적을 근거로 수출량 증가율에 따라 정부 지원사업의 우대 정책을 이용할 수 있게 한다. 예를 들면 최근 유가상승으로 인해 에너지 절감시설에 대한 수요가 급증하고 있는데 이러한 시설개보수를 위한 지원에 우선권을 주는 것이다.
- 그러나 수출에 관한 우대정책은 반드시 객관적인 근거를 바탕으로 공정한 평가가 필요하다. 해당 농가 또는 농단의 수출에 대해 객관적인 평가를 재배면적이나 수출량으로 할 것인지 설정 기준과 근거가 있어야 한다.
- 수출 우대정책은 자칫 수출농가가 정책자금에 의존하는 결과를 초래할 수 있다. 그러므로 향후 정부 지원이 축소되고 없어도 수출을 하기 위한 장기적인 방향에서 이루어져야 한다.
  - 수출 정책도 기존에 수출상품화 지원 사업이 수출인프라 강화사업으로 변경되었는데, 다수의 세부사업들이 인센티브 제공 방식으로 시행되고 있어 세부 과제의 업무 중복 가능성이 제기되고 있다. 파프리카 산업에서도 예외가 아니므로 이에 대한 객관적인 평가 작업이 자조회 내에서 이루어지도록 노력해야 한다.

## 4.2. 파프리카 대표조직의 사업 활성화 방안

### 4.2.1. 의무자조금과 가격안정기금 운영

- 파프리카 생산자자조회가 명실상부한 파프리카 대표조직으로 영향력을 발휘하기 위해서는 의무자조금 제도를 도입하여 자조금을 가격안정기금으로 활용하여 수출 확대와 국내 가격을 안정화 하는 일이다.
  - 파프리카 일본 수출 확대를 통해 일본 시장에서 가격교섭력을 확고히 유지하고, 일정한 수출량 확보를 통해 국내 가격의 등폭락을 방지하는 것이 파프리카 수출농가의 소득을 안정화 하는 방법이기 때문이다.
  - 가격안정기금은 대표조직에 가입한 모든 농가가 참여하는 일종의 상호부조 성격의 보험이자 공제이다. 국내외 시장에서 경쟁하고 있는 생산농가이지만 대표조직을 통해서 협동을 통해 공동 이익을 추구하고자 하는 것이다. 가격안정기금을 통해 경쟁 관계가 상호 협력의 관계로 전환하는 계기가 된다.
  
- 파프리카 가격안정 및 수급조절을 위해서는 몇 가지 제도적 장치를 마련하고 그에 대한 합의가 필요하다. 제도적 장치는 크게 나뉘어 다음 두 가지가 고려 대상이다.
  - 첫째, 강력한 지도력을 발휘할 지도부 구성이다. 품목 전문 생산자조직로서 가장 우선 필요한 것은, 회원 농가의 합의를 이끌어낼 수 있도록 전폭적인 지지를 얻는 지도부의 구성이다.
    - 앞 장 생산 실태에서 살펴보았듯이, 생산 규모가 4천 평 미만인 농가의 비중이 83%인데 비해 6천 평 이상인 농가는 9%에 불과하다.
    - 따라서 재배규모에 따라 이해관계가 다른 농가를 가격안정 사업에 같이 동참하도록 하기 위해서는 민주적 절차와 투명한 정보를 제공하여 각 규모별, 지역별 대표를 구성해야 할 것이다.
  - 둘째, 의무자조금으로 기금을 확충하는 방법이다. 전문 생산자조직이 강

력한 리더십으로 가격안정 사업을 수행하기 위해서는 무엇보다 먼저 가격안정 사업 시행을 위한 기금이 조성되어야 한다.

- 가격안정기금을 운영하여 인센티브와 벌칙이 동시에 실천해야만 품목 전문조직으로 영향력을 행사할 수 있기 때문이다.
- 그동안 파프리카 자조금은 임의 자조금으로 운영되었으나 타품목 자조금과는 달리 파프리카 수출농가의 자조금 사업에 대한 인식과 공감대는 성숙되어 있으므로 이를 의무자조금으로 전환하는 것이 필요하다. 즉, 국내 출하만 하는 농가라도 파프리카의 의무자조금에 대해 필요성을 교육하여 인지하도록 유도하고 나아가 의무자조금에 미가입 농가도 내수시장으로 출하를 금지시키는 방법이다. 이와 같은 방법은 재배농가 전원이 참여하는 의무자조금 제도 하에서 가능한 규제이다.

○ 파프리카 생산자자조회는 과거 12년 동안 전문 생산자조직, 대표조직으로서 역할을 수행한 경험이 있다. 그러므로 이를 보완·보충하는 차원에서 조직을 재정비하고 제도 개선을 통해 가격안정과 수급조절을 수행하기 위한 새로운 조직으로 정착하기 위해 환골탈퇴가 필요하다. 이는 새로운 사업에 요구되는 법·제도의 개선에서부터 기존 생산·유통·수출단계의 관행적으로 이루어져 온 계약 불이행, 불성실한 거래 관행 등 온정주의를 타파하기 위한 관계 재정립을 의미한다.

- 첫째, 파프리카 생산, 유통, 수출관련 이해당사자가 파프리카 산업 발전을 위한 과제, 즉 국내외 시장 확대와 함께 가격안정, 수급조절에 동의하는가와 그 방법에 대해 의견 수렴이 필요하다.
- 둘째, 의무자조금 설치를 위한 근거법을 제정해야 한다. 의무자조금은 해당 품목의 생산자를 포함한 유통·수출업체 등 이해당사자의 대표가 입법청원으로 제정하는 것이 원칙이므로 이에 대한 합의를 이끌어 낼 공청회 등을 개최해야 한다.
- 셋째, 대표조직의 대의원을 선출해야 한다. 각 지역별, 생산규모별, 수출규모별 등 다양한 방법으로 다양한 이해관계자의 입장을 대변할 대표를

민주적인 절차에 따라 선출하여, 이들 대의원의 의사결정이 조직 말단인 회원 개개인에게 영향을 줄 수 있도록 강력한 의사결정 기구가 되어야 한다.

- 넷째, 의무자조금의 금액 결정은 대의원회를 통해서 결정하고 자조금의 효율적 관리·운영을 위해 ‘자조금관리위원회’를 둔다. 이 ‘자조금관리위원회’는 의무자조금의 투명한 관리, 민주적이고 효율적인 의사결정을 위해 모든 회의는 공개한다.
- 다섯째, ‘자조금관리위원회’의 전문성을 지원하기 위해 전문 자문위원회를 두고, 생산·유통·수출 등의 단계별, 국내외 시장별 각종 정보를 제공하기 위해 사무국에 정보 수집·분석을 위한 별도의 조직을 설치한다.

#### 4.2.2. 기존 고유 사업의 강화

- 가격안정기금의 운영 외에도 기존 자조회가 수행한 기능을 보다 실효성 있게 조직하여 대표조직의 위상을 강화하여야 한다. 이미 생산자자조회가 시행하고 있는 사업이지만 그 내용을 강화해야 하는 내용은 다음과 같다.
- 첫째, 국내외 시장 개척과 정보 제공에 관해서는 국내외 소비촉진을 위한 홍보와 국내외 소비 실태를 파악하여 생산에 반영되도록 생산농가 교육에 노력해야 하고 수출용 브랜드를 단일화해야 한다.
  - 현재 일본 수출용 브랜드는 각 산지별 인지도가 낮은 상태임에도 지역별, 농단별로 포장박스가 제각각 다르다. 일본 시장에서는 한국산 파프리카의 산지가 경남이거나 전남이더라도 지역에 관계없이 모두 한국산으로 인지되므로 수출용에 단일 브랜드가 필요하다.
  - 단일 브랜드를 만든다면 이를 위해 통일된 규격의 생산 및 품질관리가 이루어져야 한다.
  - 현재 각 지자체나 생산자단체별로 포장박스 지원금이 다르므로 파프리카 수출의 경우 이를 단일화하는 방안이 필요하다. 우선 포장박스를 동



일화하기 위해서는 각 지역별 차등 지원을 대표조직의 의무자조금으로 균일화 하는 방안을 고려할 수 있다.

- 둘째, 시장교섭력을 갖추기 위해서는 가급적 국내외 소비자가 요구하는 품질과 가격에 접근해야 한다.
  - 이를 위해서 생산의 규모화, 효율화를 유도하고 생산비를 절감하는 노력이 필요하다. 또한 지역별 조직화를 통해 분산되어 있는 생산농가의 유통 효율화 방안을 마련하고 물류비 절감 등 생산단가를 낮추어야 한다.
  - 또한 파프리카 재배의 생산성은 여름철 고온 및 겨울철 저온 대책인 냉난방에 대체에너지 이용을 늘리는 것이 관건이다. 현재 지열을 이용한 다양한 냉난방 기술이 개발되고 있으나 설비단가가 높아 설치에 부담이 되고 있다. 이 시설 자체는 에너지 절감 효과가 크므로 장기 저리용자 등 생산지원이 필요한 한편, 대체에너지 시공업체의 선정을 비롯한 제반 관리가 필요하다.
  - 대표조직은 생산비 절감을 위해 종자를 비롯한 농자재의 공동구매를 실시하고, 다양한 대체에너지를 이용할 수 있도록 지역별 농자재 및 설비 시설 정보를 수집하며, 설비 단가의 절감과 효율적인 관리를 위해 대표 조직을 통한 계약으로 일원화 해야 한다.
  
- 셋째, 지역별 생산 및 출하 동향이나 국내외 시장 동향이나 가격에 관한 월별 정보를 제공하여 생산농가가 위험을 대비하고 회피할 수 있도록 해야 한다. 이미 생산자자조회가 시행하고 있는 사업이지만 생산자 회원 말단까지 정보의 소통이 완전히 이루어지고 있다고 보기 어렵기 때문이다.
  - 이러한 정보의 수집 및 분산은 대표조직의 민주적인 의사결정에 기여하여 대표조직의 활성화에 기여할 것이다.
  - 앞서 언급한 농업관측처럼 파프리카 이해 당사자에게 생산 및 출하조절을 위한 유통정보를 상시 제공하여 투명하고 객관적인 정보를 바탕으로 각 주체가 합리적인 판단이 가능하도록 해야 한다.

- 또한 국내의 소비 실태에 관해 분기별 정보를 제공함으로써 생산농가가 생산 및 판매에 계획적으로 대응할 수 있어야 한다.
- 이를 위해서 대표조직의 전문인력 강화가 반드시 필요하다. 과거 인력부족으로 인해 정보 수집과 분산이 수동적으로 이루어지고, 이로 인해 의견결집을 위한 정보의 소통 부재로 민주적 의사결정에 어려움이 있었다. 따라서 전문인력의 강화를 통해 모든 회원 농가가 해당 정보를 인지하고 합리적인 선택을 하도록 지원하는 일은 대표조직의 활성화에 무엇보다 중요한 요인이다.

## 제 6 장

### 요약 및 결론

- 본 연구는 국내 파프리카 산업의 발전과 수출 안정화를 위해 대표조직의 역할을 검토하고 그에 따른 대표조직의 위상을 정립하는데 목적이 있다. 이를 위해 다음과 같은 4가지 중점 내용을 검토하였다.
  - 첫째, 파프리카 생산, 유통, 수출의 동향을 고찰하였다. 둘째, 일본 시장에서 한국산 파프리카의 경쟁력 평가 및 소비 동향과 과거 한국산 파프리카류의 일본 수출이 급감한 이유를 살펴보았다. 셋째, 국내 파프리카 가격 변화와 일본에서 한국산 파프리카 가격 변화에 따라 일본 수출량 변화 정도를 분석하였다. 넷째, 파프리카 생산자자조회가 대표조직으로 기능하기 위해 필요한 사업내용과 활성화 방안을 제시하였다.
  
- 2009년 파프리카 재배면적은 2000년 대비 4배 증가한 410ha, 생산량 3만 6,023톤에 이른다. 2005년 이후 국내에도 파프리카 수요가 증가하고 가격이 상승하여 내수 출하를 목적으로 하는 파프리카 재배 농가가 증가하였다.
  - (사)한국파프리카생산자자조회는 전국 재배면적의 약 76%를 차지한다. 파프리카 수출 농가의 재배면적은 경남 40%, 전남 20%, 강원 17%, 전북 14%의 순으로 많다. 파프리카 수출 농가는 2천~4천 평 규모의 농가가 48%, 2천 평 미만 농가가 35%로 규모 4천 평 미만 농가가 83%이다.

- (사)한국파프리카생산자자조회의 회원 170호를 대상으로 조사한 결과, 평균 재배면적은 30대가 4,600평(1.54ha)로 가장 넓고 전체는 평균 약 3,200평(1.1ha)이다. 시설유형은 유리온실이 평균 4,676평(1.56ha), 자동화온실이 평균 2,276평(0.77ha)이고 비닐온실은 1,200평(0.42ha)에 불과하다.
  - 유리온실 재배농가는 2천 평 이상인 73%(36명), 자동화온실 재배농가는 66%(71명)가 이미 중소 농기업의 형태라고 볼 수 있다.
- 국내 파프리카 수요는 2005년 이후 크게 증가하였다. 파프리카 총 생산량 중 약 40%는 수출되고 60%는 국내 소비로 파악된다. 서울(가락)도매시장에 파프리카 반입량은 2005년 이후 크게 증가하여, 2010년 반입량은 2005년에 비해 약 5배, 거래금액은 9배, 평균단가는 약 2배 가량 증가하였다. 국내 수요가 증가하여 반입량 증가에 비해 평균 단가의 증가율이 높다.
  - 파프리카의 월평균 가격이 가장 높은 1~3월의 2010년 반입량은 2006년에 비해 3배 증가하였고 9~10월도 반입량도 2.7배 증가하였으나 월평균 가격이 연평균 가격보다 높은 시기는 수출과 경합하므로 일본 바이어의 불만이 높다. 그 영향은 반입량이 많은 시기에 국내 월평균 가격이 낮아질 때 일본 시장가격이 더 낮아지는 요인이 된다.
- 파프리카 생산자자조회 회원농가의 조사 결과, 주요 수출지역인 경남 농가의 수출 비중은 77%인데 반해 전남 농가의 수출 비중은 52%에 불과하다. 또한 재배규모가 1천 평 미만이라 하더라도 강원과 경남 농가의 수출 비중은 각각 71%, 65%인데 반해 전북과 전남의 수출 비중은 25%, 50%이다.
  - 이 결과는 생산 규모화된 농가가 반드시 수출 비중이 높지는 않다는 사실을 나타낸다.
- 파프리카 수출은 일본으로 연간 1만 7천 톤 내외, 수출금액은 5만 8천 달러 내외이며 미국, 중국, 대만 등에도 일부 수출을 시도했으나 물류 및 가격경쟁력을 갖지 못하여 지속적이지 못하였다. 그러므로 파프리카 수출은 일본

시장에 전적으로 의존하는 상황이어서 일본 국내 사정으로 파프리카 수출이 급감할 경우를 대비해야 한다.

- 중국은 연간 30만 톤 이상 파프리카를 생산하며 인근 홍콩이나 대만에 수출하고 있다. 중국과는 식물검역협정을 체결한다면, 국내산의 수출보다 국내가격이 높은 계절에 오히려 값싼 중국산이 수입될 우려가 크다.
- 홍콩, 싱가포르 시장은 소규모이지만 싱가포르는 일본산 파프리카도 연간 100톤 가까이 수입하는 반면 한국산은 전무하다. 일본의 원전 방사능 유출사고 이후 안전성이 확인된 고품질의 한국산 파프리카는 일본산을 대체하며 싱가포르 시장에서 경쟁력이 있을 것으로 전망된다.
- 우리나라의 파프리카 수출은 지역 다변화를 시도한다 하더라도 지형적으로 일본이 가장 유리하다. 그러므로 현재 70%인 일본 시장 점유율을 90%까지 높이는 데 주력하는 것이 최선의 방법임은 틀림없다.

○ 파프리카 수출업체는 현재 약 20여 업체가 활동하고 파프리카 단일 품목으로 연간 수출량이 1천 톤 이상인 수출업체는 약 7~8개 업체이다.

- 2000년대 초반 40~50여개의 수출업체가 난립하여 과당경쟁 등 폐해가 많았으나 경쟁에서 도태되는 수출업체도 발생하여 현재에 이르고 있다.
- 수출농가가 수출업체에 대해 불만족하는 내용은 수출가격을 업체가 일방적으로 통보(35%)하거나 수출시장의 가격정보가 불투명하다(22%)는 내용이 비교적 높은 편이다. 다만 수출농가는 국내가격이 높다고 하더라도 수출계약이 우선이므로 수출한다는 비중이 72%로 높게 조사되었다.

○ 일본의 파프리카 수입은 한국산의 비중이 2010년 64.0%로 가장 높다. 일본 시장에서 수입단가는 한국산 2010년 328엔/kg, 뉴질랜드산 474엔/kg, 네덜란드산 432엔/kg으로 한국산 파프리카의 가격경쟁력은 높다.

- 그러나 계절적으로 한국산 공급량 변동이 커 일본의 수요에 적절히 대응하지는 못하고 있다. 일본의 계절별 수요에 따라 공급체계를 갖춘다면 한국산 파프리카 수출의 일본시장 점유율을 높일 수 있다.

- 일본의 파프리카 1인당 소비량은 200g으로 우리나라의 323g에 비해 38.1% 적은 것으로 추정되는 가운데, 일본 소비자는 ‘소포장(13.0%)’보다는 ‘1개씩 구매가 가능하도록 쌓아둔 형태(87.0%)’를 선호하고, 주로 샐러드용 색채를 나타내기 위해 소량 소비하므로 구입 시 ‘1개(45.8%)’, 혹은 ‘2개(42.3%)’를 사는 비중이 높다. 파프리카를 주 요리로 하는 조리법이 소개되지 않는 한 파프리카 소비의 급속한 증가를 기대하기 어렵다.
  - 일본 소비자의 파프리카 선택속성별 중요도는 ‘가격’이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘포장형태’, ‘크기’, ‘안전성’의 순으로 분석되었다.
  - 각 속성별 속성수준의 부분가치를 살펴보면, 가격은 가장 낮은 240엔의 부분가치가 높고, 포장형태는 한 가지 색깔보다는 여러 가지 색깔이 혼합된 형태의 파프리카의 부분가치가 높은 것으로 분석되었다.
  
- 우리나라 농산물 수출액 중 약 9%를 차지하는 채소류는 2001년대 일본 수출이 줄면서 2007년까지 감소하였으나 2008년부터 동남아시아 등지로 수출이 증가하며 다시 증가하는 추세이다.
  - 우리나라 과채류의 일본 수출은 1990년대 엔화 강세로 증가하였지만 2001년 이후 크게 감소하였다. 파프리카도 국내 가격이 높아지며 수출 비중보다 국내 출하비중이 더 높아지면서 과거 과채류 수출의 오류를 반복하지 않도록 주의가 필요하다.
  
- 파프리카 수출량은 크게 일본 시장에서 형성되는 한국산 파프리카 가격과 국내 시장의 파프리카 가격에 따라 좌우되는 형태이다. 미치는 영향을 분석한 결과는 다음과 같다.
  - 일본의 파프리카 수입수요 함수 분석 결과, 일본시장에서 한국산 파프리카 수입이 3% 증가하면 일본 시장에서 한국산 가격은 4% 하락, 수입량이 5% 증가한다면 가격은 7% 하락하고, 일본시장에서 가격이 1% 상승할 때, 수출량은 0.9%만큼 감소하고 이는 일본시장에서 한국산 수입량이 감소하는 것으로 분석되었다.

- 이 결과로부터 국내 시장가격과 일본 수출량의 관계를 도출하면, 국내 파프리카 가격이 1% 상승할 때 일본으로 수출되는 수출량은 0.4% 감소하고, 국내가격이 3% 상승한다면 수출량은 1% 감소, 5% 상승한다면 2%, 10% 상승한다면 수출량은 4% 감소하는 것으로 분석되었다.
- 파프리카 생산자 자조회는 국내에서 파프리카의 인지도가 거의 없을 때인 2000년 수출이라는 공통의 목표를 위해 전국 대표조직의 역할을 수행했다.
  - 그러나 최근 국내 수요가 증가하면서 국내 출하만 하는 농가가 나타나고 그동안 수출농가가 개척한 국내 시장에 무임승차하고 있다.
  - 무임승차는 어느 한 산업이 성장·발전하면서 사회경제적 파급에 따라 나타나는 효과이기도 하다. 따라서 무임승차자를 배제할 것이 아니라 자조회 가입으로 적극 유도하거나 국내 출하 파프리카의 품질 규정도 대폭 강화하는 방향으로 생산 및 유통 질서를 회복해야 할 것이다.
- 수출농가는 파프리카생산자자조회가 파프리카 대표조직이라고 인식하는 비율이 86%로 조사되었다. 그동안 자조회의 역할에 대해 긍정적으로 평가하며 앞으로도 기대가 크기 때문으로 판단된다.
  - 또한 자조회에 기대하는 역할은 ‘수출가격 안정화를 위한 물량조절’ 기능이 59%로 가장 높고, ‘수출농가 지원금 확대를 위한 로비’나 ‘수급 불안정 대책 마련’의 순이며, 대표조직에 대한 기대만큼 대표조직 사업 활성화를 위한 자금 조달에 92%가 동의하는 것으로 조사되었다.
  - 한편, 파프리카의 원활한 수출과 가격안정을 도모하기 위해, 수출금액의 일정 비율만큼 농가가 출자·적립하여 수출가격 폭락시 생산자에게 재분배하는 가격안정기금의 운영에 대해서도 ‘가입 의향이 있는’ 농가가 68%에 이른다. 수출 농가에서 가격안정이 그만큼 절실하다는 반증이다.
- 향후 파프리카 대표조직으로서 생산자자조회의 사업 방향은 일본 수출 확대를 통해 일본 시장에서 가격교섭력을 확고히 유지하고, 일정한 수출량 확

보를 통해 국내 가격의 등폭락을 방지하는 것이다.

- 일본 시장은 연간 수출량 1만 7천 톤 내외의 큰 시장이고 가격이 비교적 안정적이기 때문이다. 파프리카 농가는 국내 시장과 거의 비슷한 조건에서 국내 가격지지를 위한 위험을 분산 시장으로 활용할 수 있다.
  - 그러므로 파프리카 생산자자조회의 사업도 수출 수요와 국내 수요의 균형을 조절하되 생산 농가에 유리한 조건을 고려하여 시기별 사업을 수행해야 할 것이다.
- 파프리카 생산자자조회가 명실상부한 파프리카 대표조직으로 영향력을 발휘하기 위해서는 의무자조금 제도를 도입하고 자조금을 가격안정기금으로 활용하여 수출 확대와 국내 가격을 안정화해야 한다.
- 파프리카 일본 수출 확대를 통해 일본 시장에서 가격교섭력을 확고히 유지하고, 일정한 수출량 확보를 통해 국내 가격의 등폭락을 방지하는 것이 파프리카 수출농가의 소득을 안정화 하는 방법이기 때문이다.
  - 가격안정기금은 조직에 가입한 모든 농가가 참여하는 일종의 상호부조 성격의 보험이자 공제이다. 시장에서 경쟁하고 있는 생산농가이지만 대표조직에서 협동을 통해 공동 이익을 추구하고자 하는 것이다. 가격 안정 기금을 통해 경쟁 관계가 상호 협력의 관계로 전환하는 계기가 된다.
- 파프리카 생산자자조회는 과거 12년 동안 생산 전문조직, 대표조직으로서 역할을 수행한 경험이 있으므로 이를 보완·보충하는 차원에서 조직을 정비하고 제도 개선을 통해 가격안정과 수급조절에 적합한 새로운 조직으로 정착하기 위해 환골탈퇴가 필요하다.
- 이는 새로운 사업에 요구되는 법·제도의 개선에서부터 기존 생산·유통·수출단계의 관행적으로 이루어져 온 계약 불이행, 불성실한 거래 관행 등 온정주의를 타파하기 위한 관계 재정립을 의미한다.



## 부록

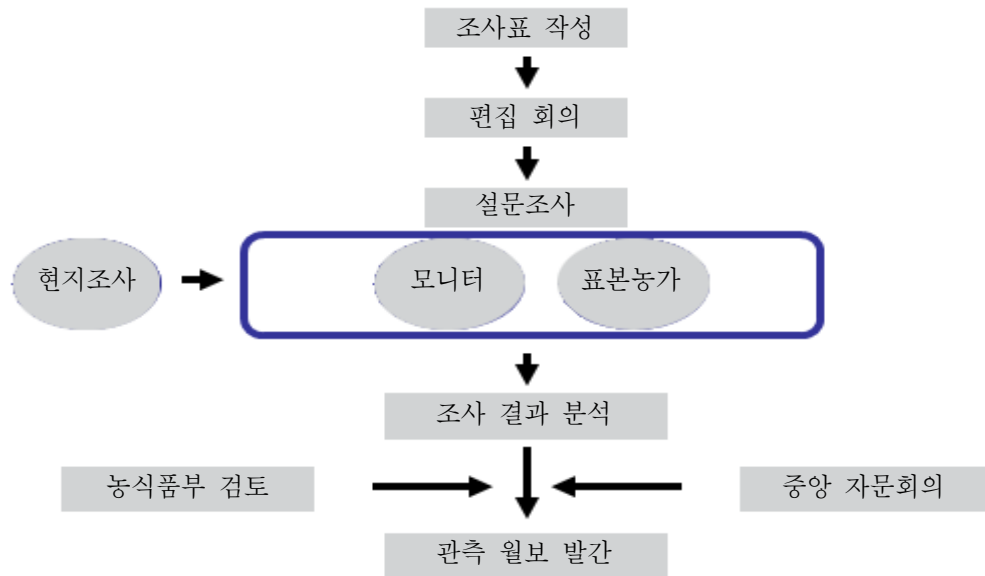
---

### 과채류 농업관측

#### 1. 과채류 관측월보 발간 과정

- 한국농촌경제연구원 농업관측센터는 농안법(농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률)에 근거한 농업관측전담기관으로서 31개 농축산물(곡물 2, 채소 11, 과일 6, 과채 6, 축산 6)의 관측업무를 수행하고 있다.
- 농업관측사업 추진체계
  - 사업계획수립 : 연초에 농업관측계획 수립, 농림수산식품부장관 승인
  - 품목별 관측사업 실시
    - 편집회의 : 수급동향, 주요 이슈, 전망 등 논의
    - 자료수집 : 농림수산식품부, 유관기관 및 시장 등의 자료 수집
    - 조사 : 모니터, 표본농가, 저장업체, 소비자 등의 설문조사, 현지 조사 등
    - 분석 : 조사 결과 집계, 수급모형 분석을 통한 추정
    - 자문회의 : 품목별로 지역자문회의 및 중앙자문회의를 통해 의견 수렴
    - 발간/확산 : 월보 또는 분기보로 발간, 인터넷 게시, 이메일 발송 등
- 농업관측 업무의 흐름은 다음과 같다.

부록 그림 1. 관측월보 발간 과정



## 1.1. 편집회의

- 월보에 수록할 내용에 대해 팀 내 검토한다. 특히 사항이 있는지 논의하여 월보에 반영될 수 있도록 한다.

## 1.2. 조사표 작성 및 발송 (모니터/ 표본농가)

- 웹조사시스템(outlook.krei.re.kr) 접속 → 화면 하단의 “연구원 모드” 클릭 후 지정된 ID와 비밀번호로 로그인 → 화면 좌측 상단의 “모니터” 클릭 후 “조사표관리” 선택 → 화면 상단의 “조사표 복사”를 클릭하여 전년 동월 조사표를 복사 → 화면 상단의 “수정”을 클릭한 뒤 조사표 내용을 금년 조사 내용에 맞게 수정(제목, 문항, 응답대상, 조사기간, 참고할 조사표 등)

- “참고할 조사표”는 응답자가 문항 답변 시 참고할 수 있도록 전월 조사표 또는 전년 동월 조사표로 설정한다.
- 조사표 작성이 완료되면, 화면 상단의 “메일발송”과 “FAX발송”을 각각 선택하여 응답대상자들에게 메일 및 FAX 두가지 방법으로 조사표를 발송한다. 아울러, 필요시에는 “SMS발송”을 이용하여 조사표 발송 사실을 알리거나 응답을 독촉할 수 있다.
- 표본농가 조사표는 화면 좌측 상단의 “표본농가”를 클릭한 뒤 위와 동일한 방법으로 작성할 수 있다(단, 조사표 발송은 하지 않음).
- 표본농가 조사표의 내용은 조사를 담당하는 전화조사 업체 직원들을 대상으로 오리엔테이션을 실시하여 품목담당자가 원하는 내용이 정확히 조사될 수 있도록 한다.
- 모니터 및 표본농가 변경 시에는 농업정보화팀에 그 사항을 통보하여 웹조사시스템에 반영이 되도록 한다.

### 1.3. 설문조사 실시

- 발송된 조사표는 조사 개시 후 약 일주일 뒤 회수가 완료될 수 있도록 한다.
- 응답률은 90% 이상을 유지하며, 특히 주산지 모니터는 반드시 응답하도록 하여 조사 내용의 신뢰성을 높여야 한다.

#### 1.4. 현지 조사 및 지역자문회의

- 지역자문회의: 각 지역 모니터 요원이 지역자문위원으로 참석함. 해당 지역의 재배 동향 및 작황, 출하 계획, 품목의 지역상황, 수출입 동향 등 해당 품목의 전반적인 동향에 대한 정보를 교환한다.
- 현지 조사
  - 농가 방문: 재배 동향 및 작황, 출하 계획 등을 조사
  - 유관 기관 방문: 각 농업기술센터, 농협 등

#### 1.5. 조사 결과 분석

- 웹조사시스템에서 작성한 조사표를 클릭한 뒤, 상단 메뉴 중 “집계” → “엑셀저장” 을 선택하여 모니터 및 표본농가의 응답 내용을 엑셀 파일로 저장.
- 조사 내용 분석시 지역별 재배면적에 따른 가중치를 부과한 뒤 취합할 것.

#### 1.6. 중앙자문회의

- 원고 작성: 관측 월보 발간을 위한 최종 전문가 회의이므로 월보에 수록될 내용을 모두 정리하여 원고에 포함하도록 한다. 월보에는 지면 제약상 포함되지 못하는 내용이더라도 자문위원들에게 검토를 받고자 하는 사항은 두루 포함하여 월보의 신뢰성을 제고할 수 있도록 한다.

부표 1. 과채류 부문 중앙자문위원

소속	담당 분야
농림수산식품부 채소특작팀 과장	과채 산업 전반
농협중앙회 원예인삼부 본부장	과채 산업 전반
서울시농수산물공사 유통정보팀장	과채 유통 전반
농촌진흥청 현장기술지원과 과장	과채 작황 및 병충해
전북농업기술원 채소연구소장	수박
전남농업기술원 원예연구소장	오이
충남 부여농업기술센터 시설채소담당	수박, 오이, 호박, 토마토
충남농업기술원 딸기시험장장	딸기
충남농업기술원 토마토시험장장	토마토
한국청과 채소 본부장	가락시장 동향
서울청과 과일 본부장	가락시장 동향
(주)송도농산물 대표	가락시장 동향
강원 춘천 ○○농협 조합장	토마토
전국 오이품목협의회 조합장	오이
경남 진주 ○○농협 조합장	호박
부산 ○○농협 조합장	토마토
전북 고창 ○○농협 조합장	수박
경북 성주 ○○농협 조합장	참외

## 1.7. 최종 검토 회의

- 중앙자문회의에서 지적된 사항들을 수정, 보완하여 관측 월보 최종 원고 작성한다(인쇄용 2단 편집).
- 작성된 최종 원고를 농식품부 담당 부서(정책통계담당관)에 발송하여 검토를 받는다.

## 1.8. 최종 교정 및 인쇄

- 인쇄소에 의뢰해 인쇄 작업 진행. 오탈자가 없도록 마지막까지 검토한다.

## 1.9. 관측 월보 발행 및 확산

- 매월 10일 인쇄된 관측 월보를 전국에 배포한다.
- 연구원 홈페이지에 월보 내용 게재, 문자메시지 발송 및 푸쉬메일을 전송한다.

## 2. 표본농가 및 지역모니터 조사 사례

- 매월 표본농가를 대상으로 정식의향면적, 출하예정면적, 대체작목, 예상품질수준 등에 대해 전화조사를 실시하고 이를 항목별로 분석한 뒤 지역별 가중치를 고려하여 항목별로 전국농가의 의향을 수치화한다.
- 지역모니터는 품목담당자가 매월 발송한 모니터 조사표에 관할 지역의 출하예정면적과 정식의향면적, 작목의 전환실태, 작황, 포전거래 동향 등을 시기에 맞게 기록하여 팩스 또는 이메일로 품목담당자에게 회신하고 있다.

## 부표 2. 토마토 표본농가 조사표 예시(2009년)

1. 선생님께서는 올해 정식, 출하를 하십니까?

[올해는 없지만, 작년에 정식, 출하가 있다면 2번 문항부터 체크해 주세요]

	방울토마토	일반토마토
예		
아니오		

2. 올해와 작년 5월에 얼마 정식하셨나요? 6월, 7월에는 얼마나 정식하실 예정이십니까?

	방울토마토		일반토마토	
	올해(2009년)	작년(2008년)	올해(2009년)	작년(2008년)
5월 정식면적	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>
6월 정식(의향)면적	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>
7월 정식(의향)면적	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>

3. [방울]

올해 6,7월 정식의향면적과 작년이 차이나는 이유는 무엇입니까?

( )

4. [일반(완숙)]

올해 6,7월 정식의향면적과 작년이 차이나는 이유는 무엇입니까?

( )

5. 선생님은 6월, 7월에 얼마나 출하하실 계획이십니까?

	방울토마토		일반토마토	
	올해(2009년)	작년(2008년)	올해(2009년)	작년(2008년)
6월 출하(예정)면적	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>
7월 출하(예정)면적	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>	3.3m <sup>2</sup>

## 6. [방울]

올해 6,7월 출하예정면적과 작년이 차이나는 이유는 무엇입니까?

( )

## 7. [일반(완숙)]

올해 6,7월 출하예정면적과 작년이 차이나는 이유는 무엇입니까?

( )

부표 3. 토마토 지역모니터 조사표 예시(2009년)

1. 선생님의 성함과 이메일을 적어 주십시오.

성함	
이메일	

※. 귀 시(군)에서 재배하고 있는 일반(완숙)토마토에 대해서 말씀해 주십시오.

2. 일반(완숙)토마토의 5월 정식면적과 6월,7월 정식의향면적을 적어주십시오. 작년은 어떠하였습니까?

	2009년	2008년
5월 정식면적	ha	ha
6월 정식의향면적	ha	ha
7월 정식의향면적	ha	ha

3. 올해 6월 일반(완숙)토마토 정식의향면적이 작년 정식면적과 차이가 난다면, 그 이유는 무엇입니까?

( )

4. 올해 7월 일반(완숙)토마토 정식의향면적이 작년 정식면적과 차이가 난다면, 그 이유는 무엇입니까?

( )



5. 올해 6월, 7월 일반(완숙)토마토의 출하예정면적을 적어주십시오. 작년은 어떠하였습니까?

	2009년 출하예정면적	2008년 출하면적
6월	ha	ha
7월	ha	ha

6. 올해 6월 일반(완숙)토마토 출하예정면적이 작년 출하면적과 차이가 난다면, 그 이유는 무엇입니까?

( )

7. 올해 7월 일반(완숙)토마토 출하예정면적이 작년 출하면적과 차이가 난다면, 그 이유는 무엇입니까?

( )

8. 올해 6월, 7월 일반(완숙)토마토의 단위면적당(300평 $\approx$ 10a $\approx$ 1,000m<sup>2</sup>) 예상수확량(kg)을 적어주십시오. 작년은 어떠하였습니까?

	2009년 예상단수	2008년 단수
6월	kg/10a	kg/10a
7월	kg/10a	kg/10a

9. 올해 6월 일반(완숙)토마토의 단위면적당 예상수확량(단수)가 작년과 차이가 난다면, 그 이유는 무엇입니까?

( )

10. 올해 7월 일반(완숙)토마토의 단위면적당 예상수확량(단수)가 작년과 차이가 난다면, 그 이유는 무엇입니까?

( )

11. 귀 시(군)의 일반(완숙)토마토에 대한 특이할 만한 사항이나 하시고 싶은 말씀이 있으면 적어주십시오.

( )

## 참고 문헌

---

- 강현수 외. 2009. “수출 공급함수를 이용한 경제성장이 쌀 수출에 미치는 영향 분석”. 『농촌경제』 제32권 제1호: 151-168. 농촌경제학회.
- 김경필 외. 2008. 『계열화 수출전문조직 육성방안 수립을 위한 연구』. C2008-19. 한국농촌경제연구원
- 농림수산물식품부. 2010. “품목별 대표조직 워크숍 자료집”
- 농수산물유통공사. 2010. “중국 신선농산물 시장 진출 여건 조사”. 농수산물무역정보 (www.kati.net) 발간책자(2010.10.18)
- 농수산물유통공사. 2011. 『일본 대지진 관련 한국식품 수출 확대 방안』. aT Focus Vol.4.
- 박기환 외. 2007. 『주요 채소류의 월별 수입수요함수 추정』. M83. 한국농촌경제연구원.
- 박기환·정은미·권희민. 2010. 채소 및 화훼류 수출시장 확대방안. R609-2(경제·인문사회연구회 협동연구 총서 10-23-03). 한국농촌경제연구원.
- (사)한국자조금연구원. 2009. 『2009 자조금 사업 발전대책』. KCI자료집 No.9.
- 성명환. 1997. “한국의 쇠고기 수입수요 분석”. 『농촌경제』 제20권 제3호: 95-106. 농촌경제학회
- 이용선 외. 2010. 『원예작물 자조금제도 발전방안』. C2010-20. 한국농촌경제연구원
- 정은미·김원태·김수림·윤선희. 2008. 『파프리카 산업의 현황과 과제』. C2008-22. 한국농촌경제연구원
- 최병욱·이명기·김동훈. 2010. 품목별 대표조직 기능 활성화 방안 연구. C2010-18. 한국농촌경제연구원
- 최세균 외. 2009. 『농식품 수출증대 전략』. P113. 한국농촌경제연구원
- 한석호 외. 2010. 『중기선행관측 기본모형 개발연구』. M102. 한국농촌경제연구원.

---

연구보고 C2011-13  
파프리카 대표조직 발전방안 연구

---

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25)  
인 쇄 2011. 4.  
발 행 2011. 4.  
발행인 오세익  
발행처 한국농촌경제연구원  
130-710 서울특별시 동대문구 회기동 4-102  
02-3299-4000 <http://www.krei.re.kr>  
인 쇄 (주)문원사  
02-739-3941~5 e-mail: [munwonsa@hanmail.net](mailto:munwonsa@hanmail.net)

---

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