

농식품 수출 활성화 과제와 전략 *

문 한 필
(한국농촌경제연구원 부연구위원)

1. 우리나라의 농식품 수출 현황

1997년에 19억 달러에 불과했던 우리나라 농식품 수출액은 2008년에 30억 달러를 넘어선 이후 가파르게 증가하여 2012년에는 56억 달러를 기록하였다. 2008년 이후 농식품 수출액은 연평균 11.1%씩 빠른 성장세를 유지하고 있는 셈이다<그림 1 참조>.¹⁾ 특히 농림축산식품부는 2008년부터 ‘2012년도 농식품 수출 100억 달러 달성’을 목표로 설정하고 강력한 수출 촉진 정책을 추진해 왔는데, 농식품 수출기반 조성사업, 수출성장동력 확충사업, 수출물류비 지원 사업, 해외마케팅 사업, 한식세계화 사업 등의 대규모 투융자 지원이 최근 5년간의 농식품 수출증대에 일정 부분 기여한 것으로 평가된다.

또한 우리나라는 2002년에 칠레와 FTA 협상을 타결한 이래 지난 10년간 47개국과 10개의 FTA를 체결²⁾함으로써 우리나라의 수출시장이 다변화됨과 동시에 확대된 사실

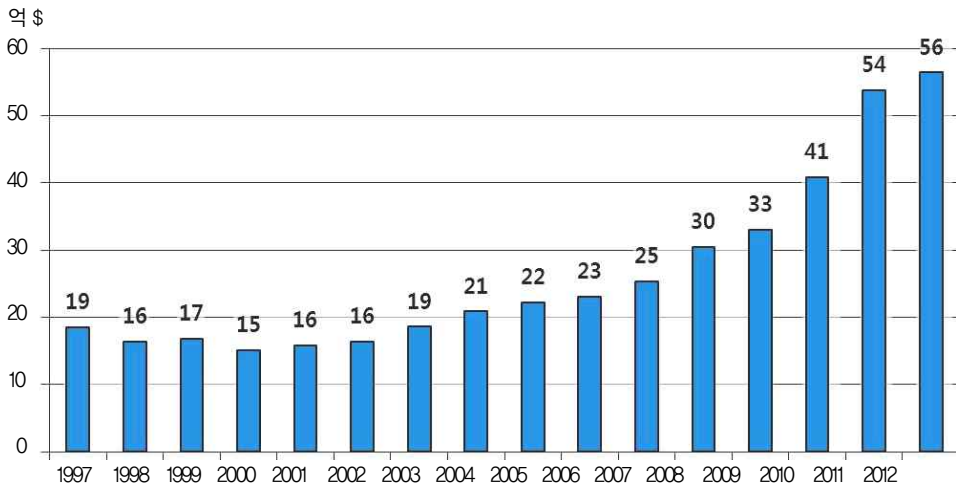
* (hanpil@krei.re.kr 02-3299-4259).

1) 우리나라 농식품 전체 수출액은 농수산물유통공사의 수출입통계를 기준으로 하였으며, 농산물, 축산물, 임산물의 합계이다 (단, 수산물 제외). 이하 부류 및 품목별 수출액은 관세무역개발원의 수출입통계를 농수산물유통공사의 2013년 AG 코드 (HS코드 연계)를 기준으로 집계한 자료이다.

2) 칠레 이외에 협상을 타결한 나라는 싱가포르(2004년 11월), 유럽자유무역연합(EFTA) 4개국(2005년 7월), 동남아시아국가연합(ASEAN) 10개국(2006년 4월), 인도(2008년 9월), 유럽연합(EU) 28개국(2009년 10월), 페루(2010년 8월), 미국(2010년 12월 재협상 타결), 터키(2012년 3월), 콜롬비아(2012년 6월) 등이다. 기체결된 9개의 FTA는 이미 발효가 된 상태이며, 콜롬비아와 체결한 FTA는 국회 비준을 준비 중이다.

도 농식품 수출증가의 주요 요인으로 볼 수 있다. 2000년대 중반 이후 DDA와 같은 다자무역체제의 진전이 지체되면서 우리나라는 통상정책의 우선순위를 FTA 추진에 두고, 거대경제권이자 주요 교역파트너인 EU, 미국과는 개방수준이 높은 FTA를 체결하여 가시적인 교역확대를 도모한 반면, 신흥시장인 인도, 페루, 터키, 콜롬비아와는 낮은 수준의 FTA를 체결하여 시장진출의 교두보를 선점하는 효과를 거두었다.

그림 1 농식품 수출 실적(금액) 추이(1997~2012)



자료: 농수산식품유통공사, 2013.

개별 품목별로 보면 기존 수출품목의 수출액이 증가하는(intensive margin) 동시에 신규 수출품목도 늘어나고 있는 것을(extensive margin) 알 수 있다<표 1 참조>. 농식품 중에서 최대 수출액을 기록한 품목은 혼합조제식료품으로 2012년 수출액이 7.1억 달러에 달한다. 수출액이 1억 달러를 초과한 품목은 2000년까지 하나도 없었으나 2005년에 담배, 라면, 소주, 베이커리류, 커피류 5개 품목으로 늘었으며, 2012년에는 혼합조제식료품과 자당, 비스킷, 인삼류, 김치, 곡물발효주, 기타임산물이 추가되었다.

이러한 수출품목의 다양화 추세가 지속되는 가운데 최근 가장 높은 수출증가율(2008년 대비)을 보인 품목은 유채유, 아몬드, 오리고기, 기타가금육, 스파게티 등이며, 과당, 땅콩, 은행, 참깨 등도 40배 이상 수출액이 증가했다. 주력 수출품목의 대부분이 가공농식품에 해당되지만, 최근 인삼류, 김치, 파프리카, 화훼류, 유자차 등의 신선농산물 수출도 빠르게 증가하고 있다(어명근 등, 2011).

표 1 우리나라의 농식품 수출 현황 (품목별)

단위: 백만 달러

구 분		2008(A)	2009	2010	2011	2012(B)	증감율 (B/A)
총계		3,797,443	3,787,837	4,722,278	5,702,643	5,783,303	52.3
신 선 농 산 품	김치	85,295	89,386	98,360	104,577	106,604	25.0
	파프리카	54,166	53,280	58,302	65,866	88,807	64.0
	배	47,384	53,770	54,117	47,268	49,961	5.4
	유자	27,148	26,843	32,607	40,442	40,815	50.3
	닭고기	12,818	17,686	26,671	33,432	35,758	179.0
	백합	19,051	24,742	27,845	33,088	30,090	57.9
	장미	11,811	20,132	34,235	25,676	27,142	129.8
	딸기	11,667	19,190	26,125	20,606	24,281	108.1
	팽이버섯	11,259	21,277	26,296	22,591	16,864	49.8
	고추	12,584	13,474	15,214	15,876	16,855	33.9
느타리버섯	1,347	6,494	8,883	11,635	13,229	882.0	
가 공 농 산 품	혼합조제식료품	608,137	504,850	766,358	929,985	713,737	17.4
	관련	453,034	466,948	536,492	549,788	606,398	33.9
	커피조제품	196,043	193,842	205,870	302,228	297,231	51.6
	자당	127,715	149,073	242,145	291,178	262,864	105.8
	라면	129,518	141,910	157,204	186,732	206,230	59.2
	기타음료	39,456	49,344	65,426	112,891	151,626	284.3
	기타곡물발효주	33,355	59,638	97,073	137,874	144,290	332.6
	기타임산물	17,717	14,600	46,050	113,002	141,159	696.7
	소주	124,108	112,931	123,056	114,345	126,813	2.2
	비스킷	59,900	68,171	75,400	97,925	108,943	81.9
	편지	57,725	38,075	48,688	68,072	87,258	51.2
	기타설탕과자	57,361	49,753	59,231	87,260	86,496	50.8
	기타베이커리제품	34,755	35,206	39,026	54,123	83,823	141.2
	가죽	95,928	70,822	85,166	78,370	79,440	-17.2
	단일과실조제품	34,124	38,010	58,034	60,690	68,967	102.1
	맥주	43,284	41,831	46,836	65,397	67,814	56.7
	홍삼	41,574	44,703	52,695	108,405	65,100	56.6
	물	19,478	19,163	28,826	63,006	62,440	220.6
	조제분유	24,001	23,078	24,375	36,227	57,087	137.9
	기타 양모, 조수모 등	53,709	39,180	44,631	62,751	49,244	-8.3
	기타 가구	43,962	43,815	42,259	48,431	48,612	10.6
	젤라틴	38,317	36,769	34,385	35,726	46,590	21.6
	기타당	25,556	22,250	38,293	39,572	46,331	81.3
	기타소스제품	21,543	18,896	26,566	39,322	44,908	108.5
	대두유	18,740	9,765	23,307	47,529	44,311	136.5
	곡류조제품	34,667	34,350	45,317	58,569	43,485	25.4
	베이커리반죽	36,283	34,281	36,619	42,520	42,377	16.8
채소종자	22,522	21,899	24,145	29,033	40,492	79.8	
섬유관	13,253	10,615	10,224	22,840	39,244	196.1	
기타사료용조제품	18,920	31,180	37,303	41,743	38,906	105.6	

주: 품목별 수출액은 농수산식품유통공사의 2013년 AG 코드(HS코드 연계)를 기준으로 집계한 자료임
 자료: 관세무역개발원, 2013.

국가별로 보면 1억 달러 이상의 국산 농식품이 수출된 해외시장은 2000년에 일본과 홍콩, 중국, 미국 4개국에 불과했으나 2005년 러시아와 아랍에미리트, 대만이, 2010년에는 베트남, 인도네시아, 태국, 이라크가, 2012년에는 인도네시아와 필리핀이 추가되어 모두 13개국 시장에서 1억 달러 이상의 수출액을 기록하였다. 그 밖에 싱가포르, 말레이시아 등 동남아 국가들은 물론 호주, 네덜란드, 캐나다 등도 신규 수출시장으로 부상하고 있다. <표 2>에서 제시된 바와 같이 2008~2012년 기간의 농식품 수출증가 기여도를 계측한 결과, 일본이 27.3%로 가장 높았으며 중국이 19.6%로 2위를 차지하였다.

그 밖에 베트남이 10.3%, 홍콩과 아랍에미리트가 4.7%, 미국이 4.2% 등으로 나타났다. 같은 기간 수출액 상위 20개국 중에서 수출증가율은 662만 달러에서 4,888만 달러로 증가한 캄보디아가 약 6.4배로 가장 높았으며 베트남은 2.6배, 싱가포르는 1.3배로 뒤를 이었다. 그 밖에 이란, 싱가포르, 인도, 말레이시아도 2배 이상 증가했다(어명근 등, 2011).

표 2 주요 수출대상국별 수출증가 기여도(2008-2012)

구 분	단위: 천 \$, %				
	2008(A)	2012(B)	증감액(B-A)	기여도	증감율(B/A)
총계	3,797,443	5,782,613	1,985,170	100.0	52.3
일본	873,636	1,415,441	541,806	27.3	62.0
중국	591,684	980,606	388,923	19.6	65.7
ASEAN	381,173	849,673	468,500	23.6	122.9
미국	389,741	473,065	83,324	4.2	21.4
EU	208,371	311,969	103,597	5.2	49.7
베트남	79,682	283,924	204,242	10.3	256.3
홍콩	175,707	268,829	93,121	4.7	53.0
러시아	294,781	251,359	-43,422	-2.2	-14.7
대만	166,458	227,993	61,535	3.1	37.0
아랍에미리트연합	128,995	221,741	92,746	4.7	71.9
인도네시아	85,874	142,726	56,852	2.9	66.2
필리핀	53,020	106,507	53,487	2.7	100.9
싱가포르	42,051	97,468	55,417	2.8	131.8
호주	73,776	94,005	20,229	1.0	27.4
네덜란드	71,768	93,694	21,926	1.1	30.6
말레이시아	32,842	72,484	39,642	2.0	120.7
태국	77,314	70,534	-6,780	-0.3	-8.8
이란	20,091	62,395	42,304	2.1	210.6
캐나다	37,579	58,149	20,570	1.0	54.7
캄보디아	6,624	48,882	42,258	2.1	637.9
독일	27,792	45,392	17,600	0.9	63.3
인도	19,562	43,324	23,762	1.2	121.5
기타국가	548,466	724,095	175,629	8.8	32.0

주) 국가별 수출액은 농수산식품유통공사의 2013년 HS-AG코드를 기준으로 산출하였음.

2) 수출액은 2012년 기준 상위 20개국(EU, ASEAN 제외)만 제시하였음.

자료: 관세무역개발원, 2013.

2. 주요국의 농식품 수출시장 여건

우리나라는 FTA 협상에서 국내 농업분야의 특수성을 고려해 주요 농산물에 대해서는 양허제외 또는 부분적 개방을 대체로 유지한 반면, FTA 상대국들은 자국의 농산물 시장을 전반적으로 조기개방하고 일부 품목에 한하여 예외적인 조치를 취하였다.³⁾

한·미 FTA의 미국 측 농산물 양허안에 따르면 미국은 품목수 기준 58.7%, 우리나라의 대미 수출액 기준 82.0%에 대해 관세를 즉시 철폐하기로 하였다. 5년 이내 단기 관세철폐 품목 수의 비중은 80.8%이다(수출액 기준 84.0%). 미국의 민감품목인 낙농품, 설탕, 쇠고기 등에 대해선 10년 이상의 관세철폐 기간과 TRQ를 설정하였으나, 우리나라의 수출 가능성은 미미하다. 한·EU FTA에서 EU는 품목수 기준 91.8%, 우리나라의 수출액 기준 88.3%에 해당하는 농산물의 관세를 즉시 철폐하기로 하였다. 5년 이내 단기 관세철폐 품목 수의 비중은 98.1%이다(수출액 기준 99.5%). EU는 우리나라가 높은 수준으로 보호하고 있는 쌀, 채소 및 과일 일부 품목에 한정해 동등한 수준의 예외적인 취급을 설정하였다. EU는 쌀 관련 39개 세번을 양허 제외하였으며, 토마토, 호박, 감귤, 복숭아, 자두 등의 채소와 과일 16개 세번은 기존의 시장진입가격제도를 유지하기로 하였다.⁴⁾

표 3 기 체결 FTA의 상대국 농식품 양허안 개요

구 분	주요 내용
한·칠레 FTA (2004년 4월 발효) 729품목	- 즉시철폐 677개 품목(92.9%) - 10년 철폐(쇠고기, 쌀 등) 10개 품목(1.4%) - 양허제외 42개 품목(5.8%)
한·싱가포르 FTA (2006년 3월 발효) 6품목	- 모든 품목 즉시철폐 ※ 소주, 맥주 등 주류 6개 품목만 실행관세 적용 중
한·EFTA FTA (2006년 9월 발효)	- 가공농산물은 본 협정, 기초농산물은 양자협정을 통해 규정 - 기초농산물 관세 철폐율: 스위스(51%), 노르웨이(61%), 아이슬란드(67%) - 아이슬란드: 사과, 배, 쌀 발효주, 김치 무관세, 버섯류 즉시철폐 - 노르웨이: 김치 (96% 감축), 계절관세(사과, 배) - 스위스: 즉시철폐(김치, 쌀 발효주), 쿼터 및 계절관세(사과, 배)
한·ASEAN FTA (2007년 6월 발효)	- 일반, 민감(일반민감, 초민감)품목으로 구분하여 양허 - 일반품목군의 관세는 2010년 완전 철폐(선발 가맹 6개국), 베트남은 2016년, 캄보디아, 라오스, 미얀마는 2018년 철폐예정 - 6개 국가의 수입관세는 대부분 2012년부터 무관세 - 베트남 등 후발 가맹국은 2012년 이후에도 5~50% 관세 부과 - 10% 이상 기준세율 철폐품목: 고추, 무, 새송이버섯, 팽이버섯, 딸기, 파프리카, 백합, 장미 등

3) 기체결 FTA 상대국들은 자국과 우리나라의 농축산물 경쟁력 차이를 감안하여 우리나라와의 비대칭적인 개방수준에 합의하였다.

4) EU의 시장진입가격제도는 EU로 수입되는 과일과 채소의 수입가격이 일정 가격보다 낮을 경우에 관세상당치를 추가로 부과하는 제도이다.

표 3 기 체결 FTA의 상대국 농식품 양허안 개요 (계속)

구 분	주요 내용
한·인도 CEPA (2010년 7월 발효)	- 2017년까지 1~5%로 감축: 돼지고기, 쇠고기 등 9(HS 6단위 기준) - 2019년까지 50% 감축: 감, 강낭콩, 보리, 녹차, 닭고기(절단육), 쌀, 인삼 등 - 양허제의 쌀, 무, 감자, 고구마, 고추, 사과, 견과류, 밀가루 등
한·EU FTA (2011년 7월 발효) 2,064품목	- 즉시철폐 1,896개 품목(91.8%): 면류, 돼지고기, 닭고기, 아이스크림, 맥주, 인조꿀, 녹차, 화훼류, 비스킷, 음료, 간장 등 - 3~5년 철폐 129개 품목(6.3%): 쇠고기, 마늘, 고추류, 천연꿀, 오렌지, 감귤, 꽃양배추, 샐러리, 완두, 콩 등 - 쌀은 양허제외, 배는 계절관세(8~12월) 적용
한·페루 FTA (2011년 8월 발효) 961품목	- 즉시철폐 663개 품목(69.0%) - 5년내 철폐 812개 품목(84.5%) - 양허제외 5개 품목(0.5%)
한·미 FTA (2012. 3. 15 발효) 1,813품목	- 즉시철폐 1,065개 품목(58.7%): 라면, 배, 조제식품, 음료, 주류, 간장, 삼계탕 등 - 2~7년 철폐: 자두, 아이스크림, 버섯, 호두, 담배, 대두유, 채소 등 - 10~15년 철폐: 설탕, 차, 맵쌀, 쇠고기, 치즈 - 10년 철폐 및 TRQ: 낙농품
한·터키 FTA (2013년 5월 발효) 2,612품목	- 10년 이내에 관세철폐 품목수 및 수입액 기준 동일한 수준 양허 - 즉시철폐 480개 품목(18.4%): 커피, 김치, 면류, 소주 등 - 5년 내 철폐: 542개 품목(20.7%): 인삼류, 선인장, 장미 - 10년 내 철폐: 1,377개 품목(52.7%): 잎담배, 양배추, 오이, 감자, 콩 - 양허제외 1,060개 품목(40.6%): 혼합주스, 파인애플, 체리, 살구, 닭고기, 유장, 치즈, 버 등

주: 품목은 HSK 10단위 세번을 말함.
자료: 외교통상부, 관세청, 2013.

우리나라 농식품 수출확대 전략을 모색하기 위해서는 주요 FTA 대상국 수출시장의 여건을 살펴볼 필요가 있다. 먼저 미국은 3억 1,579만 명의 인구에 15조 6,850억 달러의 GDP를 가지고 있는 세계 제일의 농식품 시장이다. 또한 미국시장에서 우리나라 농식품의 주 수요층인 한국인 거주자는 218만 명에 달한다(2012년). 그러나 미국은 거리가 멀어 물류비용이 높을 뿐만 아니라 장거리 운송에 따른 신선농산물의 품질유지가 쉽지 않아 수송 측면에서 불리한 지역이다. 해상운송일 경우 미국 서부(LA)까지 10일이, 동부(뉴욕)까지 24일이 소요된다.

EU는 27개 회원국을 보유하는 5억 330만 명의 인구나, 16조 5,780억 달러의 경제규모(GDP)를 가진 단일 경제권으로는 세계 최대의 시장이다. EU의 1인당 GDP는 3만 2천 달러로 미국의 64% 수준이며, 일인당 구매력이 매우 낮은 신규 회원국들이 포함되면서 역내 경제력의 격차가 확대되었다. EU에 체류 중인 한국인은 약 11만 5천 명으로 우리나라의 수출 농산물에 대한 소비층이 얇은 편이다. EU는 직선거리로 미국보다 가깝지만(8,991km 파리 기준) 해상운송 비용이 훨씬 더 많이 소요되기 때문에 대EU 농식품 수출에서 신선농산물의 비중이 미국이나 아세안에 비해 매우 낮은 편이다.

ASEAN은 총 10개 회원국에 6억 1,560만 명의 인구와 2조 2,540억 달러의 경제규모를 가진 거대시장으로 우리나라에게는 미국, 중국, 일본, EU와 더불어 5대 교역시장 중 하나이다. 최근 ASEAN 회원국들의 빠른 경제성장에 따른 일인당 소득 및 구매력 증가로 인해 아세안은 일본, 중국에 이어 우리나라의 제3위 수출시장으로 부상. ASEAN 역내의 한국인 체류자 수는 EU보다 두 배 이상 많은 27만 2천 명이다. ASEAN은 거리로 보면 미국과 EU에 비해 절반 이상 가까운 시장이기 때문에 운송비용이 상대적으로 저렴한 만큼 가격경쟁력 측면에서 우리나라 농산물 수출에 유리한 시장이다. 동남아시아는 최근 전 세계에 확산되고 있는 한류의 인기가 가장 높은 지역으로 한류의 확산과 함께 동남아시아 시장으로의 농식품 수출액 또한 큰 폭으로 증가하고 있다.⁵⁾

표 4 주요 FTA 체결국의 시장여건 (2012년 기준)

구 분	미국	EU	아세안
인구(천 명)	315,791	503,297	615,596
GDP(10억 달러)	15,685	16,578	2,254
1인당 GDP(달러)	49,965	32,021	3,745
한국과의 거리(km)	11,156	8,991	4,350
한국인 체류자 수(명)	2,176,998	114,843	271,572
문화콘텐츠 수출액(천 달러)	468,288	325,127	796,632

주: 문화콘텐츠 수출액(2011년 기준)은 미국의 경우 북미, EU는 유럽, 아세안은 동남아 수출액 기준임.
 자료: 통계청, EU, IMF(World Economic Outlook Database, 2013.4), 문화체육관광부(2012 콘텐츠산업백서), 농림축산식품 주요 통계

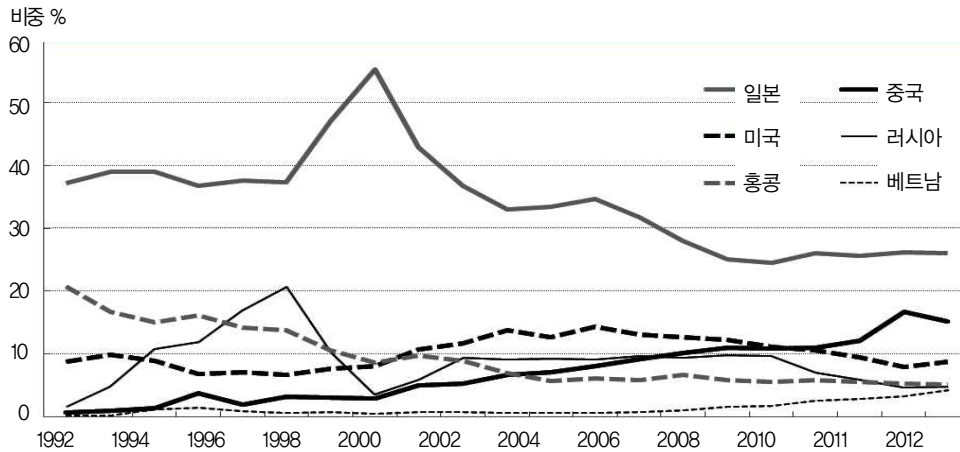
2012년도 우리나라 농식품 수출 중에서 FTA 특혜관세 적용이 가능한 FTA 대상품목⁶⁾의 수출액은 약 12억 달러이며, 그 가운데 원산지 증명서를 발급하여 수출한 FTA 활용 수출액은 약 3억 3천만 달러에 불과할 정도로 낮은 FTA 활용도(26.4%)를 보이고 있다.⁷⁾ 미국과 EU로 수출되는 품목은 FTA 관세철폐 수준이 높아 FTA 대상품목의 비중이 높은 반면, ASEAN의 경우 관세철폐 수준이 낮아 FTA 대상품목의 비중이 낮다. 미국과 EU는 FTA 대상품목의 수출액이 각각 약 4억 9천만 달러, 1억 8천만 달러이며, FTA 활용 수출액도 각각 2억 3천만 달러, 8,700만 달러로 절반 수준의 FTA 활용도를

5) 한류가 빠르게 확산되고 있는 동남아시아로의 수출실적 증가는 신선농산물의 수출액과 한류의 확산 간에는 유의미한 상관관계가 존재한다는 것을 시사한다.
 6) FTA 협정 체결로 상대국의 수입관세가 하락하여 우리나라가 수출시 FTA 특혜관세 혜택을 받을 수 있는 품목을 의미한다.
 7) FTA 활용률 통계는 FTA 무역 리포트(관세청, 2013.7)를 참조하였다.

보이고 있다. 대미 수출품목 가운데 FTA 대상품목의 수출액 기준 상위 8개 품목은 면류, 음료, 제조담배, 배, 기타 농산가공품, 비스킷, 기타 소스류, 로열 젤리 등이며 제조담배를 제외한 모든 품목에서 FTA 수출 활용 비중은 43~66%이다. EU는 로열 젤리, 느타리버섯, 기타 농산가공품 등을 주로 수출하고 있다.

ASEAN은 FTA 대상품목의 수출액이 약 5억 5천만 달러로 수출규모가 크지만 FTA 활용 수출액은 약 6백만 달러에 그쳐 FTA 수출 활용도가 극히 낮다. 대ASEAN 수출품목 가운데 FTA 대상품목의 수출액 기준 상위 8개 품목은 커피조제품, 면류, 김, 닭고기, 물, 모류, 기타, 분유 등이며, 이 가운데 FTA를 활용하는 품목은 면류 1개 품목이다. EFTA는 FTA 대상품목의 수출액은 3천 5백만 달러로 적은 규모이지만 FTA 활용도가 90%에 육박하여 대부분의 품목이 FTA 특혜관세를 적용받아 수출되고 있다. 반면, 인도는 ASEAN과 마찬가지로 FTA 대상품목의 활용 수준이 낮다.

그림 2 국가별 농식품 수출시장 점유율 추이



자료: 농수산식품유통공사, 2013.

한편, FTA 체결국은 아니지만, 일본과 중국은 우리나라 농식품의 주력 수출시장이다. 특히, 2001년 중국의 WTO 가입 이후 중국시장으로의 농식품 수출이 급증하고 있다. 우리나라 농식품 수출에서 중국이 차지하는 비중은 농산물의 경우 한·중 수교가 이루어진 1992년에 0.8%에서 2012년에 13.7%로 증가해 일본에 이어 제2의 수출시장으로 부상했으며, 축산가공품의 경우 1992년 0.03%에서 2012년 33.0%로 대폭 늘어나 중국이 일본을 제치고 제1의 수출시장이 되었다.

중국은 시장개방과 경제성장에 따른 소득증대로 농식품 수입이 급증하고 있다. 지난 10년간 중국의 농식품 수입은 6.3배 증가한 결과 2012년 중국의 농식품 수입액은 866억 달러에 이르러 세계 3위에 해당한다. 그 결과 중국은 과거 농식품 수출국에서 수입국으로 전환되었을 뿐만 아니라 농식품 무역적자 규모는 갈수록 확대되고 있는 상황이다. 2012년 중국의 주요 수입 농식품은 채유용 종자(44.5%), 동식물성유지(15.1%), 곡물(5.5%), 육류(4.7%), 과일·견과류(3.8%), 낙농품(3.6%), 음료(3.5%) 등이며, 최근 3년 육류(돼지고기, 쇠고기), 곡물, 인삼, 자당의 수입액이 급증하였다.

중국 농식품시장에서 점유율이 높은 주요 교역파트너는 북·남미권(캐나다, 미국, 브라질, 아르헨티나)과 동남아시아(태국, 필리핀, 베트남, 인도 등)이다. 한편, 한국산 농식품의 경우 인삼, 유자, 음료, 자당 등이 중국수입시장의 점유율을 확대하고 있는 추세이지만, 2012년 한국산 농식품 수입액은 전체 중국 수입액의 1% 수준에 불과하다.

또한 한국의 대중국 수출 품목은 가공농산물(당류, 기타조제농산물, 과자류, 커피류, 면류 등) 위주로 국내 농업과의 실질적인 연계가 미약하다는 문제점을 가지고 있다. 최근 3년(2010~12년) 평균으로 중국시장 수출액에서 가공농식품이 차지하는 비중은 83.4%로 단순가공품을 포함한 신선농산물 비중인 16.6%에 비해 압도적으로 높다. 대중국 농식품 수출에서 가공농식품류의 비중이 큰 주요 원인은 동식물 검역(SPS)조치로 신선 과채류, 신선 과실류, 신선 육류의 교역이 금지되어 있고, 양국간 신선농산물의 가격경쟁력 격차가 현저하기 때문이다.

우리나라의 유망 수출시장인 중국 농식품시장의 여건을 보다 자세하게 살펴볼 필요가 있다. 우선 중국은 지리적 근접성이 좋아 해상 운임을 포함한 수출 물류비 측면에서 우리나라의 농식품이 대중국 신선농산물 수출의 경쟁국인 일본에 비해 유리하다.⁸⁾ 중국의 남부에서 북부 또는 서부에서 동부 간 신선농산물 물류비용보다 한국산 수입 비용이 낮은 품목도 존재한다.

두 번째로 K-POP, 드라마, 예능 프로그램 등 한류문화 콘텐츠를 통해 노출되는 가공식품의 수출마케팅이 가능하다. 최근 5년간(07~11) 한류문화 콘텐츠의 대중국 수출액은 7억 7천만 달러로, 218% 증가했다. 중국의 한류문화 콘텐츠 수입 증가세에 힘입어 한국 농식품의 인지도가 높아지고 실질적인 상품구매로 이어질 가능성이 크다. 특히 중국의 산동성과 동북 3성(길림성, 요녕성, 흑룡강성)은 지리적으로 근접한 지역으로 한국과의 교역이 활발하고 한류의 영향력이 큰 지역이다. 또한 해당 지역의 산업화

8) 인천↔청도: 330 마일, 가고시마↔청도: 639 마일, 부산↔상해: 493 마일, 요코하마↔상해: 1,038 마일

와 경제성장으로 지역 주민의 소득과 구매력이 높아졌기 때문에 지리적 인접성을 기반으로 유제품, 신선농산물 등 신선식품의 진출이 용이하다.⁹⁾ 더욱이 최근 중국에서는 자국산 식품 안전사고가 빈번하게 발생하고 있어 수입식품에 대한 신뢰도가 높아져 수입산 식품 수요가 증가하고 있다. 2008년 멜라닌 분유 파동으로 분유 수입이 급격히 늘어난 것이 실례이다.

3. 농식품 수출 지원정책 현황

우리나라 농식품 수출 지원정책은 크게 해외시장 개척, 농축산물 판매촉진, 수출관련 융자지원으로 구분되며, 농림축산식품부에서 총괄적으로 정책을 수립하고 농수산식품유통공사(aT)와 지자체, 관련기관을 통해 수출업체나 수출농가를 직·간접적으로 지원하고 있다. aT를 통해 지원하는 사업은 해외시장개척, 농축산물판매촉진, 수출정책자금지원(우수농식품구매지원)이며, 해외시장개척지원사업과 농축산물판매촉진사업은 100% 정부 보조사업이며 우수농식품구매지원사업은 융자사업이다. 한편, 지자체를 통한 지원사업은 수출교육 및 컨설팅, 수출단지조성 및 경영, 해외시장 개척 및 마케팅, 물류비, 품질인증 지원 등이다.

해외시장 개척 지원 사업은 FTA 체결 확대 등 가속화되는 무역자유화의 진전을 수출확대로 연결될 수 있도록 정보, 상품화, 브랜드 육성, 물류기반 구축 등 수출업체의 대외 경쟁력 제고, 이를 통해 농가소득 증대 및 식품산업 발전에 목적을 두고 있다. 해외시장개척지원사업의 예산은 2008년에 186억 원에서 2012년에 314억 원으로 매년 사업규모가 확대되고 있다.

농산물판매촉진사업은 지속적인 농식품 수출확대를 위해 수출 물류비를 지원하고, 수출 관련 국내인프라를 구축하는 것으로 수출확대를 통한 농가소득 증대에 목적을 두고 있다. 농산물판매촉진사업의 예산은 2009년에 383억 원, 2012년에 410억 원으로 매년 400억 원 규모가 지원되고 있다.

9) 중국내 조선족 인구는 2010년 194만 명으로 동북 3성의 조선족이 전체의 88%를 차지한다(2010년 중국 인구조사통계). 산동성은 한국기업의 최대 진출 지역으로 한국 농식품 신규진입이 수월하며 높은 수준의 소득규모로 프리미엄 식품소비에 대한 구매력이 높으며, 938개의 한국 기업이 진출해 있다(2012년 KOTRA 조사결과).

표 5 농식품 수출지원사업 세부항목별 예산 및 집행 실적 추이

단위: 백만 원

	2000	2005	2010	2011	2012(계획)
1. 해외시장개척사업	8,440	12,680	27,590	29,812	31,420
□ 농식품 수출기반 조성	1,052	1,929	4,138	4,159	1,790
수출선도조직 육성	-	-	1,833	1,455	-
수출전문인력 육성	-	-	-	-	-
수출컨설팅 등	251	497	-	-	-
수출안전성 관리(GAP)	-	120	154	139	-
해외시장정보 인프라 구축	801	1,312	1,305	1,536	1,560
국내 수출의욕 고취	-	-	261	199	230
우수지자체 인센티브 지원	-	-	585	830	-
□ 수출성장동력 확충	513	596	4,688	3,383	7,292
식재료 수출활성화 사업	-	-	838	-	-
수출유망품목육성 사업	117	596	1,083	1,585	1,700
포장디자인 개발	396	-	-	-	-
공동브랜드 관리운영	-	-	844	200	252
품목별 공동마케팅 지원	-	-	1,426	1,598	3,340
신규시장 개척 지원	-	-	398	-	-
지리적표시특산물 수출활성화	-	-	99	-	-
해외물류기반구축	-	-	-	-	2,000
□ 해외마케팅 사업	6,875	10,155	18,764	22,270	22,338
국제박람회참가 지원	3,010	3,694	7,660	6,987	6,550
유통업체연계 판촉행사	51	1,449	3,448	5,125	5,540
지자체연계 판촉행사	-	-	506	382	1,000
해외상설매장 설치·운영	582	16	-	-	-
바이어 거래알선	295	131	674	1,099	1,310
해외 홍보마케팅	2,937	4,865	6,476	7,896	6,828
수출여건변화 대응 마케팅	-	-	-	781	1,110
2. 농축산물판매촉진사업	19,081	28,882	41,535	39,458	40,972
수출물류비 지원	19,081	26,266	39,373	35,455	31,078
수출인프라 강화	-	2,616	2,162	4,003	9,894
계	27,521	41,562	69,125	69,270	72,392

자료: 한국농수산식품유통공사, 2013.

우수농식품구매지원사업은 수출자금 수요가 증가하는 식품업체나 중소기업을 지원하여 생산과 연계된 규모화, 전문화된 수출조직 육성을 촉진하는 데 목적을 두고 있다. 우수농식품구매지원사업은 농협중앙회가 시행주체인 '수출품목 생산단지 지원'

과 aT가 주체인 ‘농식품 수출업체 지원’으로 구분된다. 2012년 우수농식품구매지원사업의 지원규모는 3,652억 원이며, ‘수출품목 생산단지 지원’이 11.3%인 410억 원, ‘농식품 수출업체 지원’이 88.7%인 3,242억 원에 달한다.

aT는 2012년 해외시장개척지원사업과 농축산물판매촉진사업을 생산조직, 안전관리, 시장개척, 물류지원, 금융보험으로 재분류하여 각 사업을 추진하고 있다. 생산조직은 원예전문생산단지지원, 수출유망품목 육성, 수출전문인력 육성, 수출선도조직 육성, 수출협의회 활성화 지원 등의 사업이 있다. 안전관리에는 수출농산물 GAP 인증 지원, 잔류농약검사비 지원, 일본채소류 ID 관리, 대만 사과 안전성 관리, 러시아 수출업체 관리 등의 사업이 추진되고 있다. 시장개척은 해외홍보마케팅지원, 해외유통업체연계 판촉행사, 국제박람회 참가지원, 바이어 거래알선, 공동브랜드 휘모리 관리 등을 포함한다. 물류지원은 수출업체에 직접 지원하고 있는 수출물류비 지원과 해외공동물류센터 지원, 농식품물류효율화 컨설팅 지원 등이 있다. 금융보험은 한국무역보험공사의 환변동보험 및 농수산물 수출보험, 우수농식품 구매지원 등 주로 금융과 관련된 지원이 포함된다. 세부사업별 목적은 <표 6>과 같다.

표 6 aT의 2012년 수출지원사업 재분류

	세부 지원사업	사업 목적
생산 조직	원예전문생산단지 지원	정부가 지정한 원예생산단지에 대한 운영실태 점검(인센티브 지원)을 통해 안정적 수출체계 구축
	수출유망품목 육성	농수임축산물의 통합 상품화사업 운영으로 수출유망 고부가가치 상품 발굴, 해외시장 개척
	수출전문인력 육성	수출선도 농가에 대한 현장교육, 컨설팅 지원으로 선진농업기술의 조기 정착
	수출선도조직 육성	생산부터 수출까지 일괄 관리하는 수출선도조직을 육성하여 수출 경쟁력 강화
	수출협의회 활성화 지원	수출업체간 협력기구를 구성함으로써 수출품의 품질관리, 공동 마케팅, 수출 질서 확립
안전 관리	수출농산물 GAP인증 지원	국제기준의 안전농산물 생산관리시스템(GAP)의 농가보급을 통해 전략수출농업육성 및 안전농산물의 수출 확대
	잔류농약검사비 지원	일본의 PLS, 대만의 안전성관리제도 시행 등에 따라 잔류농약검사비 일부를 지원하여 수출농식품의 안전성 확보
시장 개척	해외유통업체 연계 판촉행사 지원	시식, 홍보, 프로모션 등 판촉행사를 통해 한국 농식품의 입점 확대 및 소비자 인지도 제고
	국제 박람회 참가 지원	농식품 수출업체를 대상으로 해외식품 박람회에 국가관 형태로 참가하여 국내 농식품 경쟁력 평가 및 향상
	바이어 거래 알선	해외 aT 추천 우수바이어의 일괄 초청을 통해 대규모 ‘수출상담회’를 개최함으로써 수출거래 알선

표 6 aT의 2012년 수출지원사업 재분류 (계속)

	세부 지원사업	사업 목적
	수출브랜드 해외상표 등록 지원	수출 농식품의 해외 상표 등록 활성화로 OEM 수출을 지양하고, 고품질·고부가가치 제품의 수출브랜드를 육성하여 지속 가능한 수출기반을 마련
	해외 인증제도 등록 지원	고품질·고부가가치 제품의 수출을 촉진하고, 농식품 수출의 비관세장벽을 해소함으로써 신규시장 개척 및 수출확대
	공동 브랜드 휘모리 관리	공동브랜드 휘모리(Whimori) 육성을 통한 한국 농식품의 고급화·규격화를 추진
물류 지원	수출 물류비 지원	수출물류비를 수출업체에게 지원함으로써 수출 확대를 도모
	선도유지제 이용	수출 신선농산물의 부패방지와 시들음을 방지할 수 있는 선도유지 시설 설치 및 선도유지제 지원으로 상품성 향상 및 수출확대
	공동 물류 활성화	주요 수출항로별 공동물류를 담당하는 물류전문업체를 선정하여 물량 규모화에 따른 수출업체의 해상운임 절감
금융 보험	환변동보험 및 농수산물 수출보험	환율변동, 농산물 수출보험 가입비를 지원함으로써 수출업체의 안정적 경영에 기여
	우수 농식품 구매 지원	국내산 농식품 수출실적이 있거나 수출계획이 있는 업체를 대상으로 저리 용자를 지원함으로써 업체의 경영안정 도모

자료: 한국농수산식품유통공사, 2013.

4. 농식품 수출활성화 과제와 전략

정부의 적극적인 FTA 추진에 따라 국내 농업도 수세적인 입장에서 벗어나 적극적인 해외시장 진출을 모색해야 할 필요성이 높아지고 있다. 농식품 수출은 공산품에 비해 부가가치와 고용·취업 유발효과가 크다. 특히 신선농산물의 수출증대는 농업인과 농촌지역의 소득증대와 직결되며(부가가치유발효과), 가공식품산업과 함께 농업·농촌의 고용(취업) 확대에 매우 긍정적인 효과가 있다(문한필 등, 2011).¹⁰⁾ 신선농산물 수출의 취업유발효과가 크게 나타난 것은 상대적으로 노동집약적인 생산구조에 자가노동력이 가장 많이 활용되고 있기 때문이다. 더욱이 신선농산물 수출은 공급량 조절을 통해 국내시장의 가격안정에도 도움이 된다. 이러한 이유로 그동안 정부와 지자체에서는 다양한 수출지원정책을 추진해 왔다.

농식품 수출활성화를 위해서는 우리 농식품의 강점과 기회 요인을 토대로 주력상품과 목표시장을 선정하고, 수출시장의 소비여건과 수출시장까지의 물류여건, 국내 공급

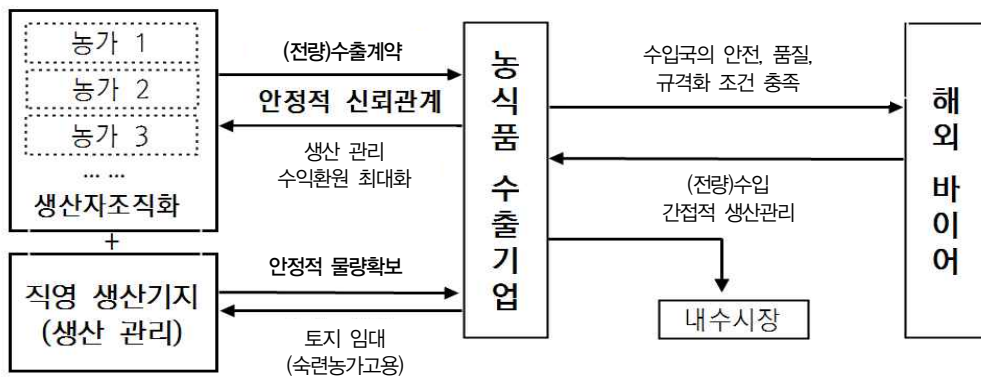
10) 농림수산품의 수출 10억 달러 증대는 국민경제 전체에 18억 7천 달러 규모의 생산을 유발하고, 8억 1천 달러의 부가가치를 창출하며, 7천 명의 고용창출 효과가 있다. 더욱이 취업자 수는 4만 명이 늘어나는 것으로 나타났다.

여건 등에 대한 면밀한 검토를 바탕으로 한 상품별·시장별 맞춤형 전략이 수립되어야 한다. 이를 위해서는 수출대상국의 시장규모와 소득수준, 우리나라 농식품의 잠재 소비계층, 국산 농식품에 대한 선호도 등에 대한 조사가 선행되어야 한다. 국내 공급 측면에서도 수출물량의 안정적 확보, 품질 및 안전성의 체계적인 관리, 정부의 효과적인 지원정책 등이 농식품 수출활성화의 전제조건이라고 할 수 있다.

4.1. 국내 수출기반 확충

우리나라 농식품 수출의 가장 큰 문제점 가운데 하나는 전문 수출경영체가 부족하다는 것이다. 정부는 경쟁력 강화를 통한 수출확대를 도모하고자 생산부터 수출까지 일괄 관리하는 농식품 수출선도조직을 육성하는 지원정책을 시행하고 있다 그러나 아프리카와 버섯 등 일부 품목을 제외하고는 선정된 대부분의 선도조직은 개별 수출업체로써 수출업체의 조직화라는 사업 취지와는 거리가 있으며, 선정된 업체도 수출선도조직 인센티브를 더 많은 정부지원을 받기 위한 수단으로만 인식한다는 문제점이 노출되었다. 또한 수출선도조직 인센티브 지원대상 평가 시 '수출실적 증가가 차지하는 비중이 크기 때문에 품목에 따라서는 저품질의 농식품이 대량으로 수출되는 결과가 초래하기도 한다. 따라서 수출선도조직 평가 시 수출실적이 차지하는 비중을 줄일 필요가 있으며, 개별업체보다는 연합조직이나 수출협의회 중심으로 수출선도조직을 지정하고, 기존 선도조직의 내실화를 유인하는 방안을 모색해야 한다. 무엇보다도 규모화된 전문 수출경영체를 육성하기 위해서는 수출경영체가 생산자(생산조직)와의 계

그림 3 '수출기업+생산기지+생산자(생산조직)' 수출조직화 모델(안)



자료: 박기환 등, 2012.

약재배 외에 직접 수출전용생산기지를 조성하여 생산, 유통, 수출을 계열화하는 ‘생산자(생산자조직)+생산기지+수출기업’ 유형의 수출전문조직에 대한 체계적인 투융자 지원이 마련되어야 한다.

국내 생산자 입장에서는 내수시장 가격이 수출가격보다 높을 경우, 까다로운 품질 조건을 만족시켜야 하고 절차가 까다로운 수출농산물을 생산할 이유가 없다. 또한 수출가격이 더 높더라도 조건, 절차 등의 문제로 수출농산물을 생산하는데 투입되는 시간, 노동력 등이 보상되지 않는 수준이라 판단되면 수출농산물을 생산하지 않는다. 수출용 농산물을 전문으로 생산하는 농가도 국내 수급여건에 따라 내수시장 가격이 상승하면 수출물량을 내수로 전환하는 경우가 허다하다. 이로 인해 수출업체는 해외 바이어와 계약한 물량을 확보하기가 어려워지고 수출시장에서 국내업체의 신뢰도는 하락하게 된다. 즉, 국내 시장가격이 상승할 경우 수출물량 확보에 어려움을 겪고 국내 시장가격이 하락할 경우 수출물량이 급증하여 단가가 하락하는 악순환이 발생하고 있다. 농가 입장에서는 국내 시장가격이 높을 경우 내수판매 비중을 높이는 것은 당연한 현상이지만 수출 계약의 신뢰를 높이고 안정적인 판로를 개척하기 위해서는 계약 위반에 대한 책임을 강화하되, 국내 시장가격이 크게 상승한 경우에도 계약을 이행한 농가에 대해서는 판매가격의 일부를 농가에게 보상해 주는 식의 인센티브를 제공하는 프로그램이 도입되어야 한다. 한국무역보험공사에서 운영하다 중단한 ‘가격상승보상보험제도’를 참고하여 수출물량을 안정적으로 확보하기 위한 보험방식의 지원제도를 재검토할 필요가 있다. 또한 농가의 수출농산물 생산의욕을 고취시키기 위해서는 수출농산물을 생산하는 농가에 대해 수출용 생산시설, 종자, 농약 등 생산기반을 조성하는데 필요한 부분을 지원하는 프로그램이 필요하다. 아울러 수출농가가 생산에만 집중할 수 있도록 수출절차 대행, 판매처 확보, 수출가격 안정화 등을 전문적으로 담당할 수 있는 인력 육성이 시급하다.

국내 농식품 수출업체는 다수의 영세한 업체가 주를 이루고 있는 반면 수출시장은 특정국가에 한정되어 소수의 바이어와의 협상과정에서 국내 수출업체의 교섭력이 약하고, 수출업체간 과다경쟁으로 인해 국산 농식품의 수출단가가 하락하게 되는 현상이 빈번하게 나타나고 있다. 정부의 수출액 기준의 일률적인 지원정책도 현재와 같이 영세 수출업체가 증가한 원인 중 하나로 지목된다. 따라서 차등 지원방식과 영세업체의 조직화 지원 등 해외시장에서의 국내 수출업체의 교섭력 강화를 도모할 수 있는 방안을 모색해야 한다.

국내 수출농업 기반조성을 위해서는 수출 물량의 안정적 확보 외에도 수출 농식품 품질관리시스템과 식품시장 모니터링시스템을 구축이 필요하다. 구체적으로 수출 농산물 재배농가의 기술력, 수확 후 관리, 식품가공기술, 국내외 유통여건 등에 의한 품질경쟁력 저하를 극복하기 위한 정책지원이 중요하며, 개별 수출업체나 수출농가가 파악하기 어려운 주요 수출시장의 기호와 소비패턴에 대한 정확한 정보를 제공할 수 있는 별도의 지원조직이 마련되어야 한다.

4.2. 수출물류비 지원제도 개선

수출물류비 지원제도는 농식품 수출의 대표적인 지원정책으로 수출업체의 인지도, 이용도, 만족도 등이 가장 높은 사업임에도 불구하고, 정부는 DDA 협상 결과에 따라 머지않아 모든 수출보조를 폐지해야 하는 상황을 염두에 두고 충격 완화를 위해 물류비 지원액을 점차 축소하고 있다.

현재 수출물류비 지원은 시기 및 품목에 차등이 있는 것이 아니라 수출 실적 기준(단일 품목 기준 25만 달러 이상)으로 지원되고 있어 수출업체간 물량확보를 위한 과다경쟁을 유발한다는 문제점을 가지고 있다. 수출물류 지원금의 효율적 활용을 위해 일부 업체를 지정하여 집중적으로 지원할 경우 효율성은 달성할 수 있으나, 형평성 문제에 직면할 가능성이 크다. 따라서 수출물류비 지원을 시기별(국내 성수기와 비수기), 품목별로 차등 지원하는 방안을 마련해야 한다. 특히, 수입원료를 위주로 가공하여 수출하는 농식품보다는 국내 농업소득과 직결되는 신선 농산물과 단순가공 농식품 중심으로 정부지원이 집중되는 것이 타당하다.

한편, 해외시장의 수입바이어들 또한 우리 정부와 지자체에서 지급하는 수출물류비 지원액을 감안하여 국산 농식품의 수출단가를 그만큼 더 낮게 책정하는 부작용도 발생하고 있다. 이러한 문제점들에 비추어 정부와 지자체의 과도한 물류비지원이 오히려 수출경쟁력을 저하시킨다는 우려가 지속적으로 제기되면서 장기적으로는 직접지원보다는 수출농산물의 품질향상, 신규시장 개척, 공동마케팅 추진 등의 간접지원으로 전환되어야 한다는 의견이 대두되고 있다. 그러나 실증분석 결과 수출물류비 지원이 신선농산물의 수출확대에 실질적인 기여를 한 것으로 분석되었으며, DDA 협상에서도 개도국은 수출물류비 지원을 2021년까지 지속할 수 있는 것으로 합의된 상태이기 때문에, 이를 서둘러 축소하거나 폐지하는 대신에 제도적 보완을 강구해야 한다는 견해도 존재한다.¹¹⁾

수출물류비 폐지 또는 점진적인 축소에 대비한 대체 지원방안으로써 주요 항공사·해운 업체 간의 교섭을 통한 운임료 할인, 수출물류기지 설치와 공동 이용방안 등 개별업체에 대한 지원이 아닌 수출 물류인프라 구축을 통해 물류비용의 절감을 모색해야 한다.

4.3. 해외마케팅 활성화

우리나라의 농식품 수출시장은 과거보다 상당히 다변화되었으나, 여전히 일본, 미국 등 전통적인 시장에 국한되어 있어 수출 확대에 한계가 있으며, 품목에 따라서는 현지인이 아닌 교포가 주 소비층인 경우가 많다. 이러한 소비구조는 수출시장의 경제적 여건이 악화되어 수출이 여의치 못할 경우 대체할 수 있는 시장이 없다는 단점이 있다. 해외마케팅의 경우 일회성이 아닌 지속적 투자가 필요한 부분으로 우리 농산물이 해외시장에 정착하여 수입국 소비자의 선호가 생성될 때까지 지속되어야 하며 공격적 마케팅을 위한 예산 증액이 필요하다. 수출시장에 대한 체계적이고 지속적인 시장조사를 통해 소비자 선호도, 시장 관계자의 요구사항, 향후 시장전망 등 정부 차원에서 조사·분석을 실시한 후 국내 수출 관계자에 제공하는 시스템을 구축해야 한다. 예를 들어 국산 농식품 수출시장으로 새롭게 부상하고 있는 중국의 경우, 지역별로 식문화의 차이가 크고, 계층 간 소득격차가 확대되고 있는 추세이므로 수출대상지역, 소득계층, 연령대별 계층을 명확하게 설정하여 시장을 개척하고 틈새시장을 공략하는 전략이 필요하다. 고품질 안전식품에 대한 실질구매력을 갖춘 고소득계층을 공략하되 한류에 익숙하고 향후 소비를 주도할 80, 90년대 이후 출생자들인 빠링호우(八零后)와 지우링호우(九零后) 등 신소비 계층도 주요 타깃이 될 수 있다. 수입식품 구입경험, 한국산 농식품 수용도, 지불의향가격 등의 요인을 고려할 때 1차 타겟팅은 프리미엄 소비형 소비자, 2차 타겟팅은 개성적 소비형 소비자로 구분하여 이들 소비계층을 타깃으로 한류스타를 활용한 TV광고, 온라인마케팅, 옥외·인쇄광고 등 통합마케팅 전략을 추진하는 것이 바람직하다. 특히, 한국산 농산물의 청정이미지를 부각시켜 중국산 농식품과의 경쟁보다는 수입가공식품과의 경쟁우위에 초점을 둔 친환경·고품질 수출마케팅이 효과적일 것으로 판단된다. 일본의 원전사고 이후 중국시장에서 일본산 농식품의 수입이 크게 위축되어 있는 만큼 이러한 공격적 마케팅을 통한 국산 농식품의 시장개척을 지원하는 예산 증액이 시급히 요구된다.

11) 문한필 등(2012)은 수출물류비 지원액의 수출탄력성을 0.23으로 계측하였고, 이를 토대로 현행 수출물류비 지원사업의 부작용에도 불구하고 수출증대효과가 존재하므로 급격한 폐지보다는 점진적 축소가 바람직하다는 견해를 제시하였다.

농식품 수출업체들이 해외시장에서 직접 유통망을 확보하기 위해 시간·비용을 투자하는 것은 비용 대비 효과가 적은 경우가 많다. 이 경우 수출시장의 기존 대형유통망에 직접 접촉하기 보다는 수입에이전사(벤더)를 통한 유통망 확보를 추진하는 것이 보다 효율적일 수 있다. 정부의 수출지원자금 중 농식품 유통기업을 대상으로 신규 유통망 개척비용 및 대규모 유통망 입점 비용을 융자 또는 보조하는 방안을 검토해 볼 수 있다. 그러나 장기적으로 농식품 수출을 통해 더 큰 부가가치를 창출하기 위해서는 해외시장에서 보다 집적적인 방식으로 물류·유통 인프라를 구축할 필요가 있다. 특히 농식품의 경우 신선도 유지를 위한 해외시장에서의 콜드체인시스템 구축이 무엇보다 중요하다. 이를 위해서는 주요 수출시장에 수출전진기지를 건립하여 콜드체인시스템과 연계한 물류·유통 인프라를 확보해 나가야 한다. 수출전진기지를 거점으로 삼아 국내 수출업체(해당 시장의 국산 농식품 수입업체 포함)가 냉장·냉동 창고 및 운송수단을 상대적으로 저렴한 비용으로 활용할 수 있고 최적 물류시스템 하에서 국산 농식품이 유통된다면, 해당 시장에서 국내 수출업체는 물류비용을 절감할 수 있으며, 국산 농식품의 현지가격(수출단가) 또한 경쟁 상품에 비해 높은 수준을 유지할 수 있게 된다. 아울러 현재 농식품 수출에 관한 실무를 지원하고 있는 aT센터의 내실화와 기능 확대가 필요하다. 즉, 수출물류비 지원, 시장조사, 바이어 알선 등의 간접적인 지원업무를 넘어 수출물류기능 수행, 해외시장 유통망 구축, 국산농식품 전문매장 공동운영(농협중앙회 등 생산자단체와 연계) 등 보다 적극적인 역할을 수행할 수 있도록 인력과 예산 지원이 필요하다.

4.4. FTA 활용도 깨고

2012년도 농식품 수출의 FTA 활용도는 26.4%로 매우 낮은 수준이다.¹²⁾ FTA 확산에 따라 국산 농식품의 해외시장 진출 기회도 확대되는 만큼 적극적으로 FTA 대상국 수출시장을 공략할 필요가 있다. FTA 관세혜택을 받기 위해서는 반드시 필요한 수출자격요건을 충족시켜야 한다. 각 FTA의 원산지규정에 따른 원산지 지위 획득 여부가 곧 특혜관세 적용 여부를 결정하므로, 관세감축 대상 품목에 포함되었다 할지라도 원산지 기준을 충족시키지 못할 경우 관세인하 혜택을 받지 못한다.¹³⁾ 일반 제조업 분야에

12) 전술하였다시피, FTA 특혜관세 적용이 가능한 'FTA 대상품목'의 수출액은 약 12억 달러이며, 이 중 원산지 증명서를 발급하여 수출한 FTA 활용 수출액은 약 3억 3천만 달러에 불과하다(2012년 기준).

13) FTA 특혜 원산지 증명서는 원칙적으로 수출선적 원료 전까지 서면으로 발급 신청해야 하는데, 부득이한 경우 수출물품의 선적 일로부터 1년 이내에 사후발급 신청도 가능하다.

비해 FTA 활용률이 낮은 농식품 분야의 수출확대를 위해서는 신선 농산물과 가공 농식품을 전문적으로 담당하는 원산지증명 지원체계를 구축할 필요가 있다.

한편 수출업체가 원산지증명서를 발급받더라도 FTA 체결국의 수입농식품에 대한 검역이나 식품안전성 검사 등의 통관절차를 거쳐야 수출이 가능하다. 미국 시장으로의 농식품을 수출하기 위해서는 까다로운 통관절차와 샘플 검사 등을 거쳐야 하는 탓에 많은 준비와 사전 지식이 필요하다. 샘플 검사가 필요한 농림수산물은 FDA가 샘플 조사를 하는데 샘플조사 결과 안전하다고 판정되면, 즉시 수입이 허가된다. 또한 FDA는 식품표시(Label statements) 사항을 관리·규정하고 있는데 미국에서 유통되는 식품은 이 규정을 반드시 준수해야 한다. 한편 미국은 음식점에서 조리돼 가정에 배달되는 음식 등을 제외한 대부분의 식품에 영양분석표(Nutrition label) 부착을 의무화하고 있다. EU도 여타 공산품에 비해 농식품의 수입통관절차는 다소 까다롭게 운영하고 있는데, 이는 소비자의 건강, 전염병 등 농수산물이나 식품 수입에 따른 부작용 방지가 중요하다고 여기기 때문이다. 특히, 육류의 검역은 EU 동물 검역제도(Veterinary Checks)에 따라 사전 검역과정을 거쳐야 하며, 식물의 경우 위생검역증(Phytosanitary Certificate)을 받아야 수입이 가능하다. 식품과 어류는 건강검역증(Health Certificate)을 첨부해야 한다.¹⁴⁾ EU 회원국은 수입 농식품에 대하여 자국 규정의 준수를 요구하며, EU내에서 유통되는 식품 및 제3국으로부터 수입된 식품에 대해 「식품 및 사료 신속경보시스템(Rapid Alert System for Food and Feed, RASFF)」을 적용함으로써 위해식품 발생 시 회원국간 신속한 정보교류 및 통일된 식품안전관리체계를 구축하고 있다. 아세안 회원국에 농식품을 수출하기 위해서는 우리나라 세관 또는 상공회의소에서 발급한 한·아세안 FTA 특혜원산지증명서가 필요하다. 동남아 국가들은 수입농식품에 대한 검역, 검사 등의 통관행정이 불투명하고, 경우에 따라서는 자의적인 조치와 부당한 요구를 한다는 지적이 많이 제기되고 있다. 이러한 이유로 일부 수출업체들은 아세안 국가로의 수출 시 국산 농식품에 대한 FTA 특혜관세의 적용을 포기하고 기존의 MFN 관세를 적용해 수출하고 있다. 현재 FTA 협상이 진행중인 중국의 경우도 자국의 식품안전법에 따라 수입되는 식품, 식품 첨가제 및 식품 관련 제품이 중국 식품안전 국가표준에 부합해야만 수입을 허용하고 있다. 또한 수입되는 모든 포장식품은 중국어 라벨(원산지,

14) EU는 미국과 달리 수입농산물에 대한 검역조치를 엄격하게 적용하지 않는 편이다. EU는 수입금지조치를 우선 적용하고 위험 평가를 통해 이를 해제하는 방식이 아니라, 수입허용조건을 제시하고, 그 조건에 맞는 경우에는 수입을 허용하는 시스템을 도입하고 있다. 이에 따라 이미 국산 감귤, 배, 사과, 밤, 팥이버섯, 딸기, 고추, 토마토, 호박 등을 러시아 연방을 포함하여 영국, 벨기에, 네덜란드, 프랑스 등지로 수출되고 있다(김경필 등, 2012).

중국 내 대리점 명칭, 주소, 연락처 등)을 부착하도록 요구하고 있다.

따라서 국산 농식품의 수출원활화를 위해서는 원산지증명 뿐만 아니라 검역, 검사 등의 통관절차, 수출대상국의 식품안전 관련 국내법 적용 등 개별 수출업체가 대응하기 어려운 다양한 농식품 관련 비관세조치를 전담하는 지원조직을 신설하여 운영하는 것이 필요하다.

5. 맺음말

정부는 그동안 농식품 수출활성화를 위해 다각적인 지원정책을 시행하여 왔다. 그러나 농식품 수출의 주체는 개인이나 기업이기에 때문에 정부의 역할과 정책적 지원 범위에는 한계가 있다. 장기적으로 WTO는 모든 종류의 수출보조를 철폐할 계획이기 때문에 이를 준수해야 하는 정부의 농식품 수출지원 수단은 제약될 수밖에 없다. 따라서 수출지원 사업의 선택과 집중이 필요하다. 물류비지원과 같은 비용에 대한 직접적인 보조보다는 국내 수출기반을 확충하고 해외시장에서의 마케팅 역량을 강화하는 데 정책지원을 집중해야 한다. 수출 농식품의 품질개선(수출전문시설지원), 식품박람회 참가, 공동마케팅 추진, 해외시장의 수출전진기지·물류인프라 확충, 비관세장벽 등 수출대상국의 식품관련 규제 대응센터 운영 등 One-Stop 방식의 종합지원 체계를 강구해야 한다. 수출농가와 수출기업에 대한 이러한 체계적인 지원을 통해 국산 농식품의 FTA 활용률도 제고할 수 있다.

공산품과는 다르게 농축산물이나 식품은 품목군에 따라 교역형태가 동질적이지 않고, 주요 수출시장별로 선호도 크게 다르기 때문에 수출지원 사업의 경우에도 품목 및 수출형태별, 시장별로 차별화된 지원 프로그램이 마련되어야 한다. 또한 발전가능성이 없는 품목 및 시장을 객관적으로 평가하여 향후 수출 증대가 가능한 품목 및 시장에 지원을 집중할 필요가 있다.

그리고 현재 다양한 수출지원 사업이 존재하지만 생산농가뿐만 아니라 수출업체도 지원사업의 존재여부를 모르는 경우가 많다. 일반적으로 수출물류비 지원, 국제박람회 참가 지원 등에 대한 인지도는 높으나, 수출브랜드 해외상표 등록 지원, 해외인증제도 등록 지원, 선도유지제 지원 사업 등은 활용가능성이 큼에도 사업의 존재에 대해 알지 못해 지원 실적이 낮은 편이다. 따라서 농식품 수출 관련 지원사업에 대한 적극적인 홍보를 통해 수출농가 및 업체의 인지도를 높여 지원사업의 이용률을 높이도록 해야 한다.

국내 농식품산업의 발전을 위한 제도적, 재정적 지원도 지속될 필요가 있으며, 특히 신규 수출유망 품목 개발을 위한 R&D 지원이 확대되어야 한다. 무엇보다도 FTA, DDA 등 무역자유화가 갈수록 진전될 것으로 전망되는 만큼, 농식품 수출활성화를 장기적으로 우리 농정의 한 축으로 설정하고 정부, 농업계, 식품업계가 효과적인 전략과 정책지원 수단을 모색하는 데 지혜를 모아야 할 때이다. 목표시장과 주력상품을 선정하고 국산 농식품의 강점을 토대로 새로운 기회를 활용하는 전략을 수립한다면 농식품 수출활성화는 충분히 가능하다.

참고문헌

- 김경필 등. 2012. 「FTA 대응 수출시장 확대전략」. 「농업전망 2012」 제4장, 한국농촌경제연구원.
- 관세청·국제원산지정보원. 2013.7. 「FTA 무역 리포트」.
- 농촌진흥청. 2012. 「중국소비자 소비행태 분석 결과」.
- 문한필 등. 2012. “신선농산물 수출의 결정요인과 지원 효과 분석” 「농촌경제」 제5권 제1호 p69-90, 2012, 한국농촌경제연구원.
- 문화체육관광부. 2013.8. 「2012 콘텐츠산업백서」.
- 박기환 등. 2012. 「농식품 수출품목의 부가가치 증대를 위한 정책지원 시스템 개편 방안-농식품 수출증대를 위한 중장기 정책지원 방안 마련-」. 한국농촌경제연구원. 농림수산식품부.
- 어명근 등. 2011. 「농산물 수출시장 확대방안(2/2차연도)」. 한국농촌경제연구원.

참고사이트

- 관세청(<http://fta.custom.go.kr>)
- 농림축산식품부(<http://www.mafra.go.kr>)
- 농림축산검역본부(<http://qia.go.kr>)
- 무역협회(<http://stat.kita.net>)
- 외교통상부(<http://www.mofa.go.kr>)
- 통계청(<http://www.kosis.net>)
- 한국관세무역개발원 수출입통계(<http://trass.or.kr>)
- 한국농수산물유통공사 수출입통계(<http://www.kati.net>)