

제 9 장

농산물 수출의 현실과 비전

권 오 복* · 김 병 룰** · 한 석 호***

목 차

<ol style="list-style-type: none"> 1. 농산물 수출 현황 <ol style="list-style-type: none"> 1.1. 농림축산물 수출 동향 1.2. 품목부류별 수출 동향 2. 일본시장에서 우리나라 주요 농산물의 경쟁력 <ol style="list-style-type: none"> 2.1. 채소류 2.2. 화훼류 2.3. 인삼류 3. 농산물수출방식과 수출시장의 소비형태 <ol style="list-style-type: none"> 3.1. 농산물 수출방식 	<ol style="list-style-type: none"> 3.2. 주요 수출시장에서 한국농산물의 소비형태 4. 농산물 수출의 문제점 <ol style="list-style-type: none"> 4.1. 주요 품목별 문제 4.2. 주요 수출시장별 문제 4.3. 국내 생산 및 물류 4.4. 해외시장 개척 5. 농산물 수출전망과 과제 <ol style="list-style-type: none"> 5.1. 수출전망 5.2. 비전 및 과제
---	---

1. 농산물 수출 현황¹⁾

1.1. 농림축산물 수출동향

○ 2000년 이후 우리나라 농림축산물 수출액은 연평균 7.4% 성장하여

* 부연구위원. obkwon@krei.re.kr

** 연구 위 원. brkim@krei.re.kr

*** 전문연구원. shohan@krei.re.kr

1) 수출 관련 자료는 농수산물유통공사의 수출통계 원자료를 집계하여 사용하였으며, 사용된 원자료는 국가간 교역에 사용되는 HS코드를 품목단위에서 그룹화하여 수출입통계 집계시 사용되는 AG코드이다. 농산물 수출통계 및 각종 시장정보를 제공해 준 농수산물유통공사와 농림부 식품산업과 담당자에게 감사드린다.

2003년에 18억 6,000만 달러에 이르고 2004년에는 20억 6,000만 달러로 전년대비 10.2% 증가한 것으로 추정된다.

- 부류별로는 농산물 수출이 연평균 10.8%로 가장 큰 폭의 증가를 나타낸 반면, 축산물 수출은 1999년 4억 달러에 달한 이후 2000년 광우병과 구제역, 2002년 구제역 발병 등으로 크게 감소하였고 임산물 수출도 연평균 13.7%로 크게 감소하고 있다.
- 금액 기준으로 신선품과 가공품 비율을 비교해 보면, 2000년 전체 농림축산물 수출 중 가공품의 비중이 72.1%이던 것이 2004년도에는 81.9%로 증가하였고, 같은 기간 신선품의 수출 비중은 27.9%에서 18.1%로 9.8%포인트 감소하였다. 2004년 신선농림축산물 수출은 3억 7,000만 달러에 불과하다.
- 신선 농림축산물 품목군별로는 채소류, 과일류, 화훼류의 수출이 지속적으로 증가하고 있으나, 인삼류와 축산물, 산림부산물은 감소 추세에 있다.
- 2004년 우리나라 농산물 수출의 국가별 비중은 일본(36.0%), 미국(12.5%), 중국(8.3%), 러시아(8.1), 홍콩(6.2%) 순이며, 종전에는 일본의 수출비중이 가장 높으나, 미국, 중국 등으로 점차 다변화되는 추세에 있다.

표 9-1. 우리나라의 농림축산물 수출실적

단위: 백만 달러

	농산물	축산물	임산물	전 체
2000	1,133.5	143.8	254.6	1,531.9
2001	1,251.9	117.9	210.1	1,579.9
2002	1,374.5	98.5	166.9	1,639.9
2003	1,563.2	119.5	177.1	1,859.8
2004(P)	1,744.4	153.3	162.5	2,060.2

주: 2004년은 12월 확정치가 발표되지 않아 추정치임.

자료: 농수산물유통공사

표 9-2. 신선농림축산물 주요 품목별 수출추이

단위: 백만 달러, %

	2000	2001	2002	2003	2004(P)	연평균 증감률 (%)
농림축산물	1,531.9	1,579.9	1,639.9	1,859.8	2,060.2	7.4
신선농림축산물	428.0	396.4	323.0	354.1	372.0	-3.5
- 채 소	107.1	121.1	89.5	100.6	124.0	3.7
- 인 삼	47.4	36.6	13.9	24.8	43.4	-2.2
- 화 훼	28.9	31.8	32.1	45.3	47.0	12.2
- 과 실	33.4	38.7	66.9	52.1	61.4	15.2
- 돼지고기	75.0	46.1	22.2	31.3	26.0	-26.5
- 닭 고 기	3.0	3.1	3.3	3.8	2.2	-7.8
- 산림부산물	133.1	119.1	95.1	96.2	68.0	-16.8
가공농림축산물	1,103.9	1,183.5	1,316.9	1,505.7	1,688.2	10.6
- 김 치	78.8	68.7	79.3	93.2	102.0	6.5
- 인삼가공품	31.6	38.2	41.1	41.8	38.6	5.0
- 가공식품	872.1	985.6	1,124.7	1,289.8	1,450.6	12.7
- 목 재 류	121.5	91.0	71.8	80.9	97.0	-5.6
신선수출비중(%)	27.9	25.1	19.7	19.0	18.1	-10.9

자료: 농수산물유통공사

- 우리나라가 일본에 주로 수출하는 농림축산물로는 김치, 채소류, 화훼, 인삼 등이다. 2004년 대일본 농림축산물 수출은 채소, 김치, 화훼, 가공식품의 수출호조로 전년 대비 9.4% 증가한 7억 2,700만 달러로 추정된다.
- 2004년 대미 농림축산물 수출액은 과실, 면류, 주류 등 가공식품 수출 호조로 전년 동기대비 24.5% 증가한 2억 7,800만 달러로 추정된다.
- 2004년 대중국 농림축산물 수출액은 목재류(합판) 및 가공식품 수출

표 9-3. 주요 국별 농림축산물 수출실적

단위: 백만 달러, %

	2000	2001	2002	2003	2004(P)	연평균 증가율
일 본	745.0	656.2	600.9	664.7	727.4	-0.6
미 국	146.2	173.0	214.2	223.6	278.4	16.1
중 국	118.2	109.5	131.3	168.4	212.4	14.7
러시아	74.2	129.2	134.6	157.5	169.0	20.6
홍 콩	134.0	131.4	106.7	99.2	111.8	-4.5
대 만	55.4	47.4	65.3	62.0	66.0	4.4
기 타	258.9	333.2	386.9	484.4	495.1	16.2
계	1,531.9	1,579.9	1,639.9	1,859.8	2,060.2	7.4

자료: 농수산물유통공사

증가로 인해 전년 동기 대비 26.1% 증가한 2억 1,200만 달러로 추정되며, 2000년 이래 연평균 14.7%씩 증가하여 중국은 러시아 다음으로 빠르게 성장하는 시장이다. 대중국 주요 수출품목은 당류, 과자류, 면류 등 가공식품 위주이다.

- 러시아는 1990년대 후반부터 우리나라의 새로운 농축산물 수출시장으로 부상한 국가로 농축산물 수출이 2000년 이래 연평균 20.6%씩 성장하였다. 2000년 7,420만 달러였던 대러시아 농축산물 수출은 2004년에 1억 5,490만 달러로 2배 증가한 것으로 추정된다. 러시아에 대한 주요 수출품목은 라면, 커피조제품, 마요네즈, 과즙음료, 과자류 등 가공식품과 돈육 등이다.
- 홍콩으로는 주로 당류, 주류, 인삼류, 과자류 등이 수출되는데 2004년도에는 홍삼 및 가공식품 수출호조로 전년대비 12.7%나 수출이 증가한 것으로 추정된다.

1.2. 품목부류별 수출동향

1.2.1. 농산물 수출동향

- 최근 3년간 품목군별 수출비중은 연초류(13.4%), 채소류(12.5%), 면류(12.4%), 주류(11.5%), 과자류(10.2%), 과실류(5.1%), 인삼류(4.2%), 화훼류(2.6%) 순이다. 농산물의 수출금액은 1993년 6억 9,500백만 달러였으나, 그 후 채소류, 과실류, 화훼류의 수출이 증가하여 2004년에는 17억 4천만 달러로 추정되며 이는 1993년보다 두배 이상 증가한 것이다.
- 채소류 중에서 김치와 과채류를 합친 수출비중이 90% 이상을 점유하고 있으며, 이들 품목의 최근 3개년 평균 수출비중은 일본 83.9%, 미국 4.2%, 중국 2.6%로 일본에 집중되어 있다.

그림 9-1. 농산물 부류별 수출추이

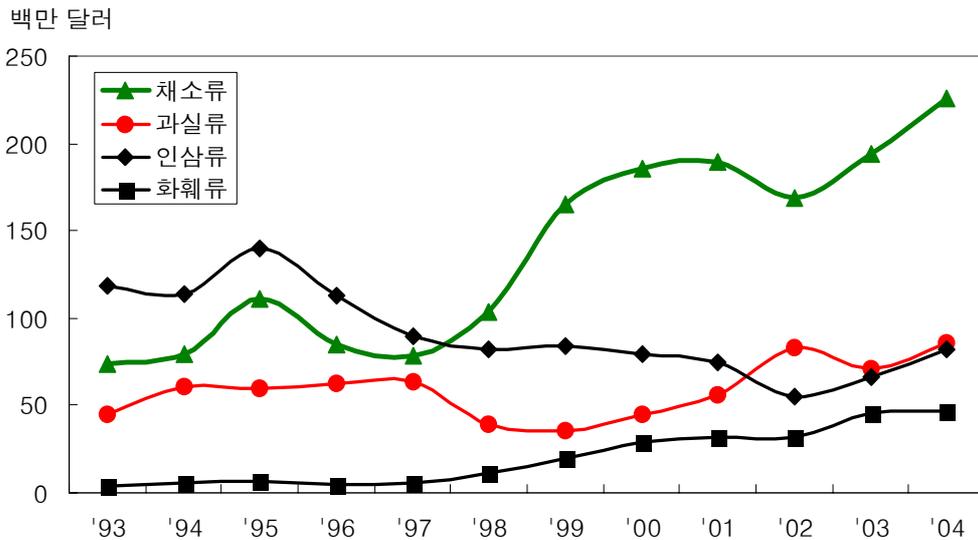


표 9-4. 김치의 수출 추이

단위: 백만 달러, 톤, %

	1993	2000	2001	2002	2003	2004	연평균 증가율
금액	34.2	78.8	68.7	79.3	93.2	102.0	9.9
수량	9,314	23,433	23,785	29,213	33,064	35,500	12.2

자료: 농수산물유통공사

- 우리나라 김치는 88서울올림픽을 통해 세계인에게 본격적으로 알려져 수출되기 시작한 이래 꾸준한 홍보와 제품개발 덕분에 수출이 빠르게 증가하였다. 올림픽 당시만 해도 1,300만 달러에 불과하던 김치수출이 2004년에는 1억 2천만 달러에 이르렀고, 수출량은 2004년 3만 5,500톤으로 연평균 12.2% 증가하였다.
- 이 같은 김치수출은 한류 영향, 2002년 월드컵 영향, SARS에 대한 면역식품으로서 김치가 효과가 있다는 외국 언론홍보, 해외판촉전 개최 등에 힘입어 호조를 띠고 있다. 2004년에는 일본의 태풍영향으로 김치의 대일 수출이 크게 증가하였다. 그럼에도 불구하고 주시장인 일본에서 자체 생산이 늘어나고 중국산 김치의 대일 수출이 증가하여 일본 시장에서 경쟁이 심화되는 추세이다.
- 우리나라에서 수출되는 채소류에는 파프리카, 채소종자, 토마토, 오이, 딸기 등이 포함되는데, 파프리카가 채소 수출의 절반 정도를 차지하여 주종을 이루고 있다. 2004년 주요 품목별 수출액은 파프리카 5,450만 달러, 채소종자 1,580만 달러, 토마토 1,060만 달러 등이다.
- 그 중에서 파프리카는 국내 재배면적 증가 및 안전성 관리 강화를 통한 품질향상에 힘입어 대일 수출이 증가세를 유지하고 있다.
- 오이는 대부분 일본으로 수출되고 있으며, 수출량은 2002년 이후 감소

추세를 보이고 있다. 특히 일본의 원산지표시 강화 및 절임류 소비 위축으로 수출이 감소추세에 있다.

- 토마토의 대일 수출량은 2000년을 정점으로 국내가격 상승과 일본내 식품안전성 문제 때문에 감소하고 있는 추세이다.
- 한국의 대일 딸기 수출량은 2001년을 정점으로 연평균 39% 감소 추세에 있다. 2004년 딸기 전체 수출량은 1,018톤으로 전년대비 30% 감소하였다. 수출 감소 요인은 일본의 자국산 딸기 보호를 위해 딸기 품종 보호 및 원산지표시를 실시하고 있기 때문이다.
 - 신선딸기: (2001) 1,418톤 ⇨ (2003) 185톤 ⇨ (2004) 107톤
 - 냉동딸기: (2001) 3,230톤 ⇨ (2003) 1,267톤 ⇨ (2004) 911톤
- 일본의 딸기 시장에서 중국산의 수출단가가 다른 국가들에 비해 낮아 가격경쟁력이 더 높기 때문에 급성장하여 미국산을 제치고 1위의 비중을 차지하였다. 중국을 제외한 미국, 한국, 기타 국가들의 시장점유율은 감소하고 있다.
 - 중국산: (2000) 10만 624톤 ⇨ (2002) 13만 236톤 ⇨ (2003) 13만 882톤
 - 미국산: (2000) 15만 416톤 ⇨ (2002) 13만 385톤 ⇨ (2003) 10만 792톤
- 과실류의 수출은 배(42%), 단일과실조제품(24%), 사과(11%), 기타과실(7%), 감귤(7%), 감(4%) 순이며, 국가별 수출비중은 대만이 29.9%로 가장 높고, 미국이 23.7%, 일본이 6.0%, 캐나다가 6.0%를 차지하고 있다.
- 2004년 과실류 수출은 배, 감귤, 단감의 수출이 증가하여 전년 대비 21.1%가 증가한 8,600만 달러이다. 이 중에서 배 수출은 전년대비 17.3%가 늘어난 3,530만 달러이다.
- 대만 등으로 수출되는 사과는 2004년도에 국내가격 상승으로 수출이 부진하여 전년 대비 수출이 32.5% 감소한 520만 달러였다.

- 2004년 감귤 수출실적은 560만 달러로 전년 대비 30.2% 증가하였다. 감귤은 일반적인 소비 대체재인 오렌지에 비해서 손으로 까서 먹기가 쉽기 때문에 캐나다 등지에서 인기가 높은 것으로 나타나고 있으며, 주로 캐나다, 러시아, 일본 등으로 수출한다. 일본시장에서는 고가의 일본산과 저가의 중국산 사이에 중간가격으로 판매되고 있다. 러시아도 우리나라 감귤의 28% 정도를 수입하는 중요한 시장이다.
- 단감의 국내 생산량이 증가하고 품질이 향상됨에 따라 말레이시아, 싱가포르 등 동남아시아 국가로 수출이 급격히 증가하여 새로운 수입시장으로 부각되고 있다. 2003년도에는 태풍 매미의 영향으로 수출이 감소하였지만 2004년도에는 수출액이 전년의 230만 달러에서 360만 달러로 회복되었다.
- 일본에서 한국산 화훼에 대한 인지도가 높아지고 일본내 태풍 피해로 생산량이 감소하여 대일 수출이 늘어나 2004년도 화훼류 수출실적은 전년대비 4.6% 증가한 4,740만 달러이다. 한국산 화훼의 국가별 수출비중은 일본이 71.4%로 집중되어 있으며 중국 16.8%, 미국 5.1% 순이다.

표 9-5. 과실류 수출 추이

단위: 백만 달러

	배	단일과실 조제품	사과	기타과실	감귤	감	과실류 전체
1993	4.9	23.5	7.5	2.7	1.4	0.0	44.6
2000	17.1	8.1	2.3	4.5	4.5	3.9	45.1
2001	19.6	13.6	3.2	4.1	4.9	4.4	56.3
2002	34.1	15.0	14.4	5.5	5.7	4.6	82.8
2003	30.1	17.4	7.7	5.0	4.3	2.3	70.5
2004	35.3	22.3	5.2	6.8	5.6	3.6	86.2

자료: 농수산물유통공사

- 수출물량 전체가 일본으로 수출되는 백합은 일본에서 수입백합 시장 점유율이 94%를 차지할 정도로 인기가 높은 품목으로 수출이 계속 증가하는 추세이다.
- 장미 역시 전량 일본으로 수출되는데 일본시장에서는 네덜란드, 인도, 베트남 등과 경쟁을 벌이는데 아직까지 한국산 장미가 일본시장 점유

표 9-6. 화훼류 수출 추이

단위: 백만 달러

	장미	백합	국화	난초	선인장	양란	화훼 전체
1993	-	0.8	-	0.0	2.5	-	4.1
2000	10.3	4.4	4.7	3.3	2.7	1.2	28.9
2001	10.2	4.9	7.3	3.9	2.5	0.9	31.8
2002	7.1	7.0	7.2	5.4	2.4	0.7	32.1
2003	10.4	9.5	8.4	11.8	2.3	0.5	45.3
2004	11.6	13.3	9.2	9.6	2.1	0.5	47.4

자료: 농수산물유통공사

표 9-7. 인삼류 수출 추이

단위: 백만 달러

	홍삼	백삼정	홍삼정	백삼	수삼	인삼류 전체
1993	44.7	28.6	1.0	11.1	0.0	118.8
2000	43.3	11.2	2.8	4.2	0.0	79.0
2001	32.0	14.2	4.3	4.6	0.0	74.8
2002	8.9	13.9	4.9	5.0	0.0	55.0
2003	22.2	14.0	6.4	2.6	0.0	66.6
2004	40.9	14.1	6.1	2.6	0.1	82.0

자료: 농수산물유통공사

울에서 1위를 지키고 있다. 국화도 전량 일본으로 수출되는데 백합이나 장미와 마찬가지로 일본시장에서 인기가 좋아 1위의 시장점유율을 보이며 수출이 증가추세이다.

- 접목 선인장 형태로 네덜란드, 미국, 일본 등지로 수출되는 선인장은 경쟁국인 터키산과 중국산의 저가 공급에 의한 가격경쟁력 열위로 수출이 감소추세에 있다.
- 신비디움이 수출의 주종을 이루는 난류의 수출도 수출이 빠르게 증가하는 품목이다. 난류의 주요 시장은 중국, 홍콩, 대만 등지이지만 대부분이 중국으로 수출된다. 난류 역시 중국에서 재배를 시작해서 수입대체가 이루어지면 수출확대에 한계가 있을 것으로 전망된다.
- 인삼수출은 연말연시 선물 및 구정 명절 등의 특수를 겨냥한 뿌리삼의 수출이 증가하고, 미국, 일본 등으로 2003년 이후 인삼제품의 수출 증가에 힘입어 수출증가폭이 확대되고 있다.

1.2.2. 축산물 수출동향

- 축산물 수출의 최근 3개년 평균 수출비중은 기타축산 부산물(43.7%), 포유가축육류(21.2%), 낙농품(16.9%), 단백질류(9.9%), 가금육류(4.5%) 순이다. 이중 신선축산물 수출금액은 1993년 8,313만 달러에서 포유가축육류의 2000년 광우병과 구제역, 2002년 구제역으로 수출이 감소하면서 2004년 2,820만 달러로 하락하였으며, 신선축산물의 수출 비중은 1993년 72.4%에서 2004년 18.4%로 크게 하락하였다.
- 우리나라 축산물 수출의 국가별 비중은 2004년 미국 33.8%, 일본 25.3%, 러시아 17.1%, 필리핀 3.4% 등이며, 포유가축육류의 주 수입국인 러시아의 수출비중이 광우병과 구제역 등의 질병으로 감소하고 있다.
- 2004년도 축산물 수출은 1억 5,300만 달러로서 1999년 이래 지속적인

감소세를 나타내고 있다.

- 돼지고기 수출은 1990년대 계속 증가하여 1999년에는 3억 달러 이상이 되었으나 2000년 3월 구제역 발생으로 주력시장인 일본으로의 돼지고기 수출이 2001년 이후 거의 중단상태에 놓여 수출이 급격하게 감소하고 있다. 2004년에는 제주산 돼지의 대일본 수출 증가에도 불구하고 러시아 및 필리핀으로의 수출이 감소하여 수출이 전년대비 16.9% 감소하였다.

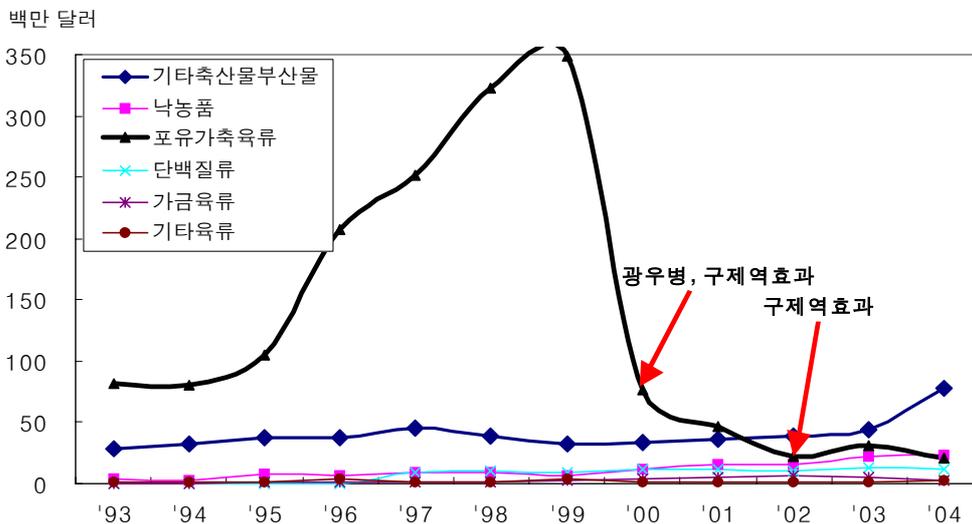
표 9-8. 축산물 수출 추이

단위: 백만 달러, %

	1997	2000	2001	2002	2003	2004	전년대비 증감률
돼지고기	240	71	46.1	22.2	31.3	26.0	△16.9
닭고기	-	2	3.1	3.3	3.8	2.2	△42.1
계	240	73	49.2	25.5	35.1	28.2	△19.7

자료: 농수산물유통공사

그림 9-2. 축산물 수출 추이



- 조류독감의 여파로 삼계탕을 제외하고는 닭고기 수출이 본격적으로 재개되지 않아 2004년 닭고기 수출은 전년대비 42.1% 감소한 220만 달러에 불과하다.

1.2.3. 임산물 수출동향

- 임산물의 최근 3개년 평균 수출비중은 견과류(32.2%), 합판(13.6%), 기타목재(13.4%), 버섯류(13.3%), 섬유판(12.0%) 순이다. 1993년 임산물 수출금액은 4억 5,355만 달러에서 2004년 1억 6,250만 달러로 감소하였고 신선임산물 수출금액도 1993년 1억 3,027만 달러에서 2004년 6,800만 달러로 크게 감소하였다. 산림부산물 수출도 2001년 이래 감소세를 띠고 있는데 주 원인은 간밤과 송이버섯의 대일본 수출이 감소하고 있기 때문이다. 우리나라 임산물 수출의 국가별 비중은 2004년 일본(39.6%), 중국(35.8%), 프랑스(6.8%), 미국(5.6%) 순이다.
- 2004년 밤 수출은 생밤의 대중국 수출호조에 불구하고 대일본 수출이 부진하여 전년 대비 37.6% 감소한 4,170만 달러에 그쳤고, 송이버섯은 국내 생산량 감소 및 내수가격 상승으로 수출이 감소하였다.

그림 9-3. 임산물 수출 추이

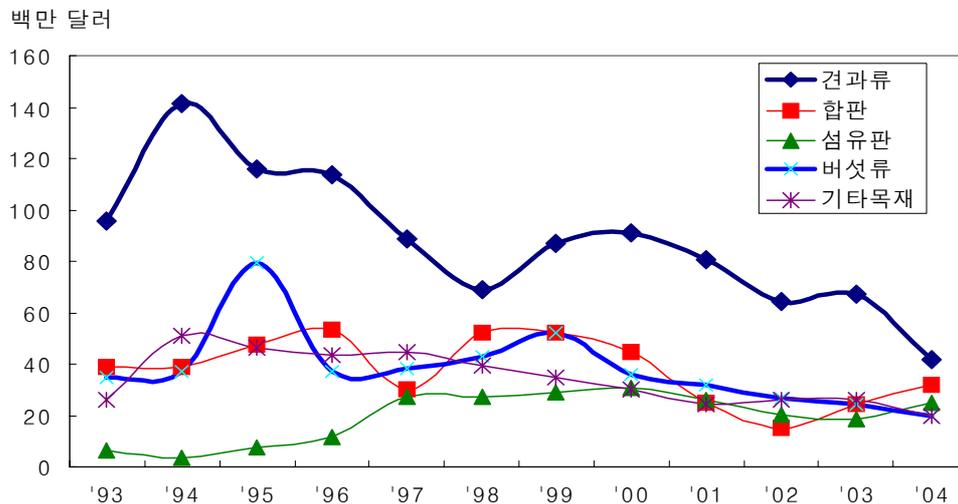


표 9-9. 주요 임산물의 수출 추이

단위: 백만 달러

	1997	2000	2001	2002	2003	2004	전년 대비 증감률
밥	89	89	78.4	62.9	66.8	41.7	△37.6
송이버섯	-	-	27.7	22.6	18.0	15.6	△13.3
표고버섯	-	-	4.4	4.3	6.4	4.6	△28.1
산림부산물	89	133.1	119.1	95.1	96.2	68.0	△29.3

자료: 농수산물유통공사

- 표고버섯은 국내가격 상승 및 저가의 중국산의 일본 시장 잠식으로 수출 감소세가 지속될 전망이다.

2. 일본시장에서 우리나라 주요 농산물의 경쟁력

2.1. 채소류

- 2004년 일본의 절임 야채류 수입은 12만 4,300톤이고 금액으로는 237억 4,600만 엔으로 전년대비 12.8% 증가하였다. 이 중 한국산의 수출 물량 및 금액은 각각 1만 200톤, 101억 7,200만 엔으로 일본 전체 절임 야채류 수입의 42.8%를 차지하고 있다. 2001년 이후 중국의 대일 절임류 수출량은 이미 한국을 앞질렀고 2004년에는 8만 6,715톤으로 한국산보다 2배 이상 수출하였다. 금액도 2004년에는 114억엔으로 한국보다 많았다. 2004년 중국산 절임류의 수출단가는 kg당 1.3엔으로 한국산 3.3엔보다 1/3이 낮아 앞으로 한국산 절임류의 수출전망을 흐리게 하고 있다.
- 일본의 파프리카 수입 중 한국산 점유율은 2003년 53.6%로 2000년 이후 계속 증가 추세에 있으며, 화란산과 뉴질랜드산 파프리카보다 수출

단가가 60% 수준으로 낮아 가격경쟁력을 갖추고 있다.

- 특히, 국내에서 생산된 파프리카의 90% 이상이 일본으로 수출되고 가격경쟁력이 있어 앞으로 수출은 계속 늘어나 일본시장에서 화란산과 뉴질랜드산을 더 많이 대체할 것으로 전망된다.
- 일본의 신선딸기 시장에서 한국산 딸기가격은 일본 국내산의 53%, 미국산의 46% 수준이다. 미국산과 뉴질랜드산은 일본산 비수기인 6-11월을 중심으로 수입되는 반면, 한국산은 일본산 성수기에 수급 보완용으로 저가에 많이 수입된다. 한국산 신선딸기의 품질은 일본산에 비해 품종기호 및 품질수준이 열위이나 가격 경쟁력을 갖추고 있다. 그러나 최근 일본의 육종권 강화조치로 수입이 크게 줄어들고 이 추세는 계속될 전망이다.
- 한국산의 일본내 딸기 시장점유율은 냉동딸기의 경우 중국산의 가격 경쟁력이 높아 크게 줄어들고, 신선딸기의 경우에는 일본의 육종권 강화조치로 수출이 감소하여 시장점유율이 낮아지고 있는 추세이며, 토마토의 대일 수출량은 2000년을 정점으로 국내가격 상승과 일본내 식품안전성 문제 때문에 감소하고 있는 추세이다.

표 9-10. 일본 절임야채류 수입 실적

단위: 톤, 백만엔

	2001		2002		2003		2004	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
계	86,934	16,375	92,748	18,521	106,432	21,049	124,306	23,746
한국산	22,197	8,092	27,351	9,486	30,854	10,326	31,203	10,172
중국산	58,592	6,496	59,538	7,262	69,099	8,719	86,715	11,402
기타	6,145	1,787	5,859	1,773	6,479	2,004	6,388	2,172

주 1) 2005.9.0.292(조제 기타야채, 10kg 이하), 2005.9.0.299(조제 기타야채, 기타)를 합한 실적임.

2) 2004년은 1~11월까지의 실적임.

자료: 일본 재무성 무역통계

표 9-11. 일본 파프리카 수입 실적(0709-60-010)

단위: 톤, 백만엔, 엔/kg

	2001			2002			2003			2004.6		
	수입량	수입액	단가									
합 계	19,655	7,445	379	22,465	8,348	372	22,654	9,185	405	11,737	3,947	336
한 국	11,092	3,499	315	12,290	3,557	289	14,906	4,926	330	9,429	2,820	299
화 란	5,717	2,577	451	6,829	3,253	476	5,040	2,767	549	542	285	526
뉴질랜드	2,736	1,320	482	3,279	1,508	460	2,663	1,479	555	1,692	823	486
기 타	110	49	445	67	30	448	45	13	289	74	19	-

자료: 일본 재무성 통계

표 9-12. 한국산 딸기의 일본내 수출 가능성 평가

품목특성	장 점	단 점
*일본의 수급보완용 수입 *품종개발 등 일본정부의 정책적 지원품목으로 수입민감 품목으로 대두 *국내 고소득작목으로 정책 지원 우선품목	*일본 수요에 대응한 시설 및 기술 보유 *냉동딸기는 가공, 처리 능력이 우수하여 상품 양호 *중국산에 비해 품질경쟁력 보유 *일본 수입유통망 구축	*일본산과 출하시기 중복 *일본의 육종권 강화조치로 수출 가능품종 제약 *일본 정부의 취화메틸제 2회 훈증 불허로 검역문제 관건
종합평가		
* 가격경쟁력 보유로 일본내에서 한국산의 수요 잠재력이 큼. -당도 등 품질경쟁력과 가격경쟁력은 있으나 고품질로서의 이미지 미형성 * 신품종 개발 등 정책적 육성을 통한 적극적인 시장공략이 요구됨. -육종권 문제, 검역, 훈증 등 비관세적 요인 제거가 수출확대의 관건 -한국산 주수출 품종인 레드펠, 여봉은 일본에서 인기 감소		

자료: 농수산물유통공사

- 오이의 일본 수출은 2000년 이후 감소추세에 있다. 1991년부터 2001년까지 대일본 오이 수출량은 연평균 27.8% 증가하였으나 국내 오이가격의 상승과 일본의 신선채소 수입제한조치 등으로 수출이 감소하면서 2002년부터 감소하기 시작하였다. 특히, 일본으로의 오이 수출은

표 9-13. 일본 오이 수입 실적(0707-00-000)

단위: 톤, 백만엔, 엔/kg

	2001			2002			2003		
	수입량	수입액	단가	수입량	수입액	단가	수입량	수입액	단가
합계	7,960	1,355	170	3,405	642	189	2,021	387	191
한국	7,949	1,353	170	3,405	642	189	2,021	387	191

자료: 일본 재무성 무역통계

표 9-14. 일본 토마토 수입 실적(0702-00-000)

단위: 톤, 백만엔, 엔/kg

	2001			2002			2003		
	수입량	수입액	단가	수입량	수입액	단가	수입량	수입액	단가
합계	9,466	2,104	222	4,193	1,135	271	4,185	1,149	275
한국	8,266	1,721	208	3,205	831	259	3,112	836	269
미국	1,048	312	298	690	213	309	506	146	289
기타	151	71	470	298	91	305	567	167	295

자료: 일본 재무성 무역통계

국내 오이품종과 다른 백침계 품종으로 국내에서 소비되는 흑침계 품종과 상이하여 일본이 수입제한조치를 하였을 경우 농가의 위험성이 높다.

- 중국의 오이가 일본에 진출하기는 당분간 어려울 것으로 보인다. 이는 품질, 산지유통, 포장, 수확후 관리 등에서 중국산보다 한국산이 우위를 차지하고 있고, 중국오이는 흑침계로 일본의 백침계와는 상이한 품종이기 때문이다.

2.2. 화훼류

- 일본의 국화류 소비는 최근 월별 평준화되는 추세로 우리나라에 비해 고른 분포를 갖추고 있다. 일본 수입물량 중 한국산 국화의 점유율은 1999년 12%에서 2003년 31%로 점유율이 높아지고 있다. 일본의 국화

의 수입량은 지속적으로 증가추세에 있으나 수입단가는 하락하는 추세에 있다. 주수입국으로는 한국, 말레이시아, 화란, 대만, 중국 등이며, 한국산의 수출단가는 1999년 kg당 731엔에서 2003년 430엔으로 하락하는 추세이며, 가격에 있어 대만을 제외한 다른 수출국보다 경쟁력이 있다. 대만의 대일본 수출단가는 1999년 kg당 343엔에서 2003년 384엔으로 증가추세에 있으나 수출량은 900톤 내외로 한국산에 비해 품질이 떨어지고 가격경쟁력도 높지 않은 것으로 보인다.

- 일본의 백합 거래물량은 3월, 8월, 12월에 많은 편이며 수입량도 행사용 소비가 많은 9~12월에 집중되고 있다. 일본 수입물량 중 한국산 백합의 점유율은 1999년 55%에서 2003년 94%로 점유율이 높아지고 있다. 수입물량은 증가 추세이나 전체 수입금액은 수입단가 하락으로 감소추세에 있다. 주수입국으로는 한국, 화란, 뉴질랜드, 중국 등이며 한국산 수출단가는 1999년 kg당 843엔에서 2003년 399엔으로 하락하고 있어, 다른 경쟁수출국들보다 경쟁력이 있다. 중국의 대일본 수출단가는 1999년 kg당 333엔에서 2003년 894엔으로 상승추세에 있으나 수출량은 50톤 이하로 한국산에 비해 품질이 떨어지고 가격측면에서도 2002년 이후 한국산보다 높다.
- 일본의 장미는 연중 생산, 유통되며 특히 3~5월, 10~11월에 대량 유통되고 있다. 수입물량은 증가 추세이나 전체 수입금액은 수입단가 하락으로 감소추세에 있다. 주수입국으로는 한국, 인도, 화란, 베트남 등이며 한국산의 수출단가는 2002년 kg당 487엔에서 2003년 366엔으로 하락하는 추세이며, 가격에 있어 다른 수출국보다 경쟁력이 있다. 가격경쟁력과 품질경쟁력이 있는 한국산 장미는 2002년 일본 장미수입량의 61%를 점유하였고, 2003년에는 65%를 점유하고 있다.

표 9-15. 일본 국화 수입 실적

단위: 톤, 백만엔

	1999		2000		2001		2002		2003	
	물량	금액								
합 계	2,806	1,985	3,915	2,463	4,909	2,933	5,580	3,218	7,131	3,784
한 국	331	242	945	558	1,906	865	2,020	921	2,208	950
화 란	908	891	1,241	1,074	984	919	511	496	200	222
대 만	982	337	1,115	350	812	287	846	318	902	346
말레이시아	265	194	386	335	856	649	1,488	1,122	2,395	1,719

자료: 일본 재무성 무역통계

표 9-16. 일본 백합 수입 실적

단위: 톤, 백만엔

	1999		2000		2001		2002		2003	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
합 계	747	850	861	872	827	704	964	628	1,187	525
한 국	414	349	546	491	690	527	873	499	1,110	443
화 란	230	350	231	280	60	85	85	34	8	13
뉴질랜드	78	118	70	83	53	61	61	23	17	21
중 국	9	3	0.5	0.5	18	17	18	17	47	42

자료: 일본 재무성 무역통계

표 9-17. 일본 장미 수입 실적

단위: 톤, 백만엔

	2000 (천본)	2001 (천본)	2002		2003	
			물량	금액	물량	금액
합 계	59,894천본	62,492천본	2,026	1,515	2,743	1,669
한 국	23,761	28,904	1,256	612	1,793	656
인 도	21,410	20,903	391	332	552	403
화 란	10,524	8,060	217	405	194	382
베트남	2,304	2,315	88	77	88	75

자료: 일본 재무성 무역통계(2002년부터 HS-CODE 0603-10.040으로 분류됨)

표 9-18. 국제 인삼가격 비교, 2003

	한국	중국	미국	캐나다
가격(미 달러/kg)	155.4	11.2	31.5	20.1
국산가격대비 (국산=100.0)	100.0	7.2	20.3	12.9

자료: 홍콩 무역통계국

2.3. 인삼류

- 한국산 인삼가격은 홍콩 인삼시장에서 중국산에 비해 14배 정도 높은 가격을 형성하고 있다.
- 한국산 인삼가격은 인건비 증가 등의 요인에 의해 가격이 매년 상승하는 추세이며, 중국삼은 자국내 생산량 증가에 따라 수출가격도 떨어지고 있어 한국삼과의 가격차이는 점차 확대되고 있다.
- 외관상 차이는 크지 않으나, 고려인삼은 주성분인 사포닌 성분이 다양하게 함유되어 있어 품질측면에서 우수하고, 제품에 대한 포장 및 디자인 측면에서 중국산보다 경쟁력이 높으나, 중국의 인삼재배 기술이 점차 향상되고 있어 고려인삼과 재배기술 차이가 점차 줄어들고 있는 실정이다.

3. 농산물 수출방식과 수출시장의 소비형태

3.1. 농산물 수출방식

- 농산물 수출방식에는 간접수출방식과 직접수출방식이 있다. 간접수출이란 수출업체, 외국 중간상 등과 같은 국내외 수출입 중간상을 통하여 수출품을 해외시장에 판매하는 방식으로서 외국시장에 대한 직접

표 9-19. 간접수출과 직접수출 방식의 장단점 비교

	장 점	단 점
간접 수출	-해외경험이 없어도 비교적 쉽게 해외 시장 진출 가능 -해외시장 개척에 따른 비용절감 -사업 위험부담이 적음 -계약, 선적, 통관 등 수출업무 관 리부담이 적음	-수출경험 및 축적이 어려움 -자사제품에 대한 마케팅 통제가 어려움 -자사제품에 대한 이미지 구축이 어려움 -광고한 시장기반 구축이 어려움
직접 수출	-적극적인 시장개척 가능 -확고한 시장기반 구축 -수출업체 자신의 상표 보호 -직거래를 통해 마진율이 높음	-고도의 수출업무관리 -높은 시장개척비 소요 -현지 시장에 대한 정보 수집 및 분석이 요구됨 -사업위험도가 높음

자료: 권영철, 『세계경쟁시대의 수출마케팅』, 규장각, 1996.

적인 경험이 없어도 간접경로를 통해 수출품을 해외시장에 진출시킬 수 있다.

- 반면 직접수출은 국내의 생산, 가공업체가 외국의 유통업자나 에이전트와 직접 판매계약을 체결하거나 현지에 자사의 판매지사나 법인을 설립하여 수출품을 직접 유통시키는 수출방식이다.
- 우리나라의 농산물 수출은 대부분 간접수출방식에 의존하고 있어 적극적인 시장개척이 어렵고, 한국 농산물의 인지도 증진 등에서 취약하다.
- 특히 신선채소류의 일본시장 수출은 거의 대부분이 국내 수출업체와 일본 수입업체간의 계약형태로 이루어지고 있다. 수출계약은 일본의 수입업체가 물량, 가격, 품질기준, 포장규격 등 제반 조건을 통보하고 한국의 수출업체가 수용하는 일방적인 형태가 대부분이다.

그림 9-4. 계약수출의 단계



- 일본의 수입업체와 계약을 맺은 수출업체는 파종 전후 생산농가 또는 생산자단체와 계약을 맺는데, 출하시 국내시세가 계약가격보다 높은 경우 계약파기사태가 발생하여, 수출물량 확보에 어려움이 발생한다.
- 수출은 생산 및 판매관리상의 역할에 따라 자사상품수출과 주문자상표부착(OEM) 수출로 대별되는데, 2004년도 1억 달러 이상 수출한 김치의 경우 대부분이 주문자상표부착에 의해 수출되었다. 두산의 종가 집김치는 자사상표를 부착하여 수출되는 대표적인 사례이다.
- 최근에는 몇몇 지방자치단체를 중심으로 수출회사를 설립하여 농산물의 직접수출을 도모하고 있다. 전남무역, 경남무역, 구미원예수출공사 등이 대표적인 지자체 수출회사인데, 구미원예수출공사의 경우 국화를 생산하여 일본으로 직수출하고 있다. 이와 같은 지방자치단체들의 직수출 시도는 농산물 수출시장 확대에 기여할 것으로 기대된다.

3.2. 주요 수출시장에서 한국농산물의 소비형태

3.2.1. 일본

- 수출농산물의 대부분이 현지 교민 위주로 소비되는 미국 등 여타 시장과 달리 일본 시장에서는 한국 교민은 물론 일본인들이 우리나라 농산물을 많이 소비하고 있다. 특히 일본의 유통업자나 소비자들은 한국산 농산물이 일본산과 가장 유사한 생산조건과 품질 수준으로 인식하고 있으며, 최근은 한류 열풍으로 한국산에 대한 이미지가 정착되고 확산되고 있다.

- 채소류 중 가장 많이 수출되는 파프리카의 경우 소비의 40%가 양판점 등에서 가정요리용으로 판매되고 약 30% 정도는 외식산업에서 중화 요리, 이탈리아요리, 햄버거 등에 사용된다. 과거에는 일본산 피망을 어린이 도시락 반찬 장식용으로 많이 소비하였으나 1990년대 후반 이후 색깔 있는 파프리카로 급속히 대체되고 있다. 앞으로는 양판점 등의 사이즈, 색상, 형태 등 까다로운 판매방식과 관계없이 가공관련 수요가 증가할 전망이다.
- 일본에서 규슈의 사이또시(西都市) 등 기존의 피망 주산지 농민들은 고령화, 시설 등의 이유로 인해 피망 생산을 소비가 급증하는 파프리카로 대체하지 못해 소비가 급증하는 파프리카를 주로 수입에 의존하고 있다.
- 우리나라는 일본에 신선딸기와 냉동딸기를 수출하는데 일본에서 신선 딸기는 가정에서 후식용으로 소비되고, 냉동딸기는 제빵 등 가공용으로 소비되고 있다. 특히 한국산 딸기는 주로 가공용 수요가 많은 편으로 수년전부터 대관령지역에서 가공용 딸기를 하우스재배하여 일본으로 전량 계약수출하는 등 수출이 늘고 있다.
- 장미, 국화 등 화훼류도 일본인들에게 인지도가 높아 수출이 늘어나고 있는 품목이다. 장미와 국화는 주로 어머니날, 혼례시즌인 5~6월, 연말인 12월, 2~4월에 많이 소비된다. 일본인들이 좋아하는 장미 색상은 적색, 흰색, 핑크색, 황색 등이다.
- 김치의 경우도 최근 한류열풍에 의한 한국 식문화 확산과 다이어트효과, 스테미너 식품으로 알려져 소비가 늘어나고 있는데, 소비계층은 교민보다는 현지인이 대부분을 차지하고 있다.

3.1.2. 미국

- 미국시장으로 수출되는 대부분의 농산물은 LA, 뉴욕 등 한인교포가

소비하는 실정이다. 대표적인 예가 김치인데, 미국으로 수출되는 김치는 한인마켓에서 한인 교포와, 유학생, 한인관광객, 주재원들이 주로 소비하고 있다.

- LA의 한국마켓, 한남체인마켓, 가주마켓, 아씨마켓, 그린랜드 등 슈퍼마켓과 뉴욕의 아씨플라자, 한아름마켓체인 10여개 점포 등 한인마켓에서는 주로 한인 수입업체를 통해 김치, 장류 등 가공농산물, 건어물, 한국배, 제주감귤, 팡이버섯, 밤, 깻잎 등이 판매되나 대부분 한인교포가 주소비자이며 일부 동양계와 멕시코인 등이 소비하고 있다.
- 인삼의 경우도 현지인에게 인지도가 미약한 편이며, 드링크류는 한국인을 포함한 동양계가 소비할 뿐, 미국계는 소수에 불과하다.
- 이 밖에도 라면, 소주 등 가공식품의 대부분도 한인 교포를 주 타겟으로 하여 수출되고 있다.

3.1.3. 중국 및 동남아시아

- 중국에 대한 수출도 단지 양난인 신비디움만이 중국 현지인을 대상으로 수출될 뿐, 수출의 주류를 이루고 있는 가공식품은 대부분이 현지 고소득층보다는 주로 소수의 교민, 유학생, 조선족 교포에 의존하는 수출판매구조를 지녀 시장 확대에 한계를 지니고 있다.
- 동남아시아에 대한 일부 과일과 가공식품 수출은 현지 교포 및 화교를 대상으로 이루어지고 있다.

4. 농산물 수출의 문제점

4.1. 주요 품목별 문제점

4.1.1. 김치

- 수출되는 김치는 대부분 국내의 영세한 소규모 생산업체에서 생산되고, 단무지, 절임식품 등 복합가공업체가 50% 가량을 차지하고 있다. 영세 수출업체의 난립으로 인한 덤핑수출로 상거래질서가 혼란하고 수출가격 하락을 조장하고 있다.
- 김치수출의 주시장인 일본에서 자체 생산 및 중국산의 대일 수출증가로 경쟁이 심화되고 있다. 기타 국가는 홍보 부족으로 인지도가 낮고 매운 맛에 대한 적응이 곤란한 실정이다. 최근 소량이나마 중국에 수출되고 있지만 중국산 김치의 저가공세로 수출확대에 어려움이 있다. 미국시장에서는 주로 한인계 및 일본계 등 아시안 마켓에서 동양계를 대상으로 판매되어 현지인에 의한 대량 소비가 이루어지지 않는 실정이다.

4.1.2. 채소류

- 일본으로 대부분 수출되는 오이는 1990년대 후반부터 시설재배가 확대되어 연중 생산, 공급이 가능해졌지만 일본의 절임류 원료 원산지 표시 강화, 식품안전성 문제 등이 대두되어 수출이 둔화되는 추세이다. 방울토마토의 경우도 일본시장에서 가격하락, 원산지 표시, 잔류 농약 검출 등으로 수출이 감소추세를 보인다.
- 일본에 주로 수출되는 신선 및 냉동딸기는 중국산의 저가 물량공세와 미국산의 가격 경쟁 우위 및 안정적인 공급으로 한국산은 상대적으로 경쟁력이 뒤지는 상황이다. 특히 가격 및 품질경쟁력에서 비교우위가 있는 신선딸기의 경우 연중공급체계가 갖추어지지 않아 현지마케팅에

서 경쟁력이 열위에 있고 일본의 육종권 강화조치로 수출이 제약을 받고 있다. 냉동딸기는 국내 원료생산량이 적고 중국산의 저가물량공세로 수출이 여의치 않은 실정이다.

- 일본시장에서 가격경쟁력이 있는 파프리카는 비닐재배 증가에 따른 품질 저하, 연중 공급체계 미정착으로 수출확대에 애로가 있는 한편, 국내소비기반이 낮고 수출의 대일의존도가 너무 높으며, 수출업체간 과당경쟁이 심한 편이다.

4.1.3. 화훼류

- 최근 유가 상승 등에 따른 생산비가 높아 수출의 채산성을 맞추기 어렵다. 일본시장에서 인지도 상승으로 수출이 늘어나고 있는 장미는 규격 및 선별이 일본산에 비해 뒤져 한국산 장미가 일본산에 비해 절반 정도의 가격대를 보인다.
- 중국에 수출유망품목으로 각광을 받고 있는 신비디움의 경우, 현지 생산이 늘어나 수출확대에 어려움이 예상되는 가운데, 수출품 선별 미흡과 국내업체의 저가 수출도 문제로 지적된다. 국내 수매가격 불안정 및 조기수출로 중국에서 초기 시장 가격을 낮게 형성시키고 있다.

4.1.4. 과실류

- 미국 등지로 수출되는 배는 최근 미국, 중국, 칠레 등에서 신고, 20세기 등 동양배 묘목을 도입하여 대량 재배함으로써, 한국산의 가격경쟁력이 저하되는 추세이다.
- 주로 동남아지역으로 수출되는 사과를 중국, 미국에서 후지사과를 대량 재배하여 수출함으로써 우리나라 수출확대를 제약하고 있다.
- 과일수출농가가 느끼고 있는 일반적인 문제점으로 낮은 수출가격, 수출가격 불안정, 품질관리의 어려움 등이다. 또한 영세수출업체를 위주

로 수출이 이루어지기 때문에 해외시장 개척 및 정보수집이 원활하게 이루어지지 않고 있다.

- 수출에 참여하는 대부분의 농가에서 국내가격 하락시에만 수출에 의존하고, 국내가격 상승시에는 농가수취가격이 상대적으로 낮아 수출을 기피, 수출물량 확보에 어려움이 있다. 더구나 특상품은 도매시장, 공판장에 출하하고, 품질이 낮은 소과위주로 수출하는 경향이 있어 수출상품성이 저하되는 사례가 발견된다.
- 수출단지내 수출참여농가의 수출의 필요성에 대한 이해가 부족하고, 수출관련 지식, 정보의 부재, 수출상대국에 대한 홍보부족으로 수출참여농가의 이탈사례가 발생하기도 한다.
- 배 수출시 수입국의 현지검역관이 단지에 상주하면서 현지검역을 실시하고 있는데 영농조합에서 통역관 비용 등 여타 비용을 부담하고 있다.
- 수출용 사과에 대한 과수봉지 및 은박필름 등 각종 지원에도 불구하고 농촌인력의 고령화 등으로 인한 인력부족으로 과수봉지 씌우기 등 과수농가의 유대재배 회피현상이 발생하고 있어 이에 대한 대책이 요구된다.
- 규격, 포장 등 상품화 작업이 미흡하고 신선도를 유지할 수 있는 예냉시설, 집하시설 등 유통시설이 부족하고 선별, 포장작업을 원활히 수행할 수 있는 시설현대화가 필요한 실정이다.
- 수출업체간 과당경쟁으로 수출의 채산성이 낮고 수출물량 확보에도 어려움이 있는 것으로 나타났다.

4.2. 주요 수출시장별 문제점

4.2.1. 일본

- 일본시장에 대한 우리나라 농산물 수출의 주요 문제점은 ① 중국 등 저가 농산물과의 경쟁 심화, ② 일본의 식품안전성 등 비관세 장벽 강화, ③ 신선채소의 수입제한, ④ 계약수출 위주의 수출구조로 인한 시장개척의 한계 등이다.
- 파프리카와 방울토마토, 가지 등 채소류와 화훼류의 경우는 아직까지 어느 정도의 가격경쟁력을 유지하고 있지만, 김치, 인삼, 밤 등은 중국산 등에 가격경쟁력이 뒤져 수출확대가 어려운 실정이다. 냉동, 염장 채소를 주로 수출하던 중국이 신선농산물 수출체제를 구축하여 저렴한 신선채소의 대일 수출을 확대하고 있어 우리나라에게 위협이 되고 있다.
- 주요 수입농산물에 대한 원산지표시제 강화, 생산 및 재배이력정보 요구, 잔류농약검사 강화 등으로 수출에 더 많은 노력과 비용이 요구될 전망이다.
- 신선채소의 수입이 증가하고 국내생산이 감소하자 일본은 신선채소의 수입제한과 일반세이프가드(SG)를 빈번하게 발동하고 있어 우리나라의 안정적인 대일 채소 수출에 장애가 되고 있다.
- 앞서 언급한 대로 대부분의 과채류 수출이 국내 수출업체와 바이어간의 계약수출로 이루어져 시장개척 및 한국산 농산물 인지도 제고에 한계가 있다.

4.2.2. 미국

- 미국시장에 대한 우리나라 농산물 수출의 주요 문제점은 ①한인 교포

를 대상으로 한 가공식품위주의 수출구조, ②원거리 수송에 따른 고비용 구조, ③까다로운 동식물 검역, ④규모가 영세한 한국계 수입상에 대한 의존 등이다.

- 미국으로 수출되는 대부분의 농산물이 한인교포가 주 소비층이어서 소비확대에 한계에 있으며, 신선농산물로는 배 및 감귤류 등 과실류와 부추 등 일부 채소류가 수출될 뿐 나머지는 라면과 소주 등 가공품이 주류를 이루고 있다.
- 품질면에서는 일본이나 대만, 가격경쟁력면에서는 중국 등에 비하여 떨어지며 상품표시, 규격, 포장디자인 등의 국제화가 미흡한 실정이다.
- 원거리 수송에 따라 비용이 많이 소요되고 신선도 유지에도 어려움이 있다.
- 미국은 배와 감귤에 대해서 승인된 수출단지에서 생산된 것만 수입을 허용하고, 미국검역관의 입회하에서 수출검사를 실시하도록 하고 있다. 사과는 저온, 훈증처리된 것만 수입이 가능하지만 까다로운 식용 안전 검사 및 가격 조건 등이 맞지 않아 수출이 이루어지지 못한다. 또한 까다로운 수출입관련 규정으로 인해 일부 우리 농산물의 통관상의 지연이나 수입제한도 문제점으로 지적된다.
- 미 농무성의 수입허가 없이 전미 대륙으로 수출이 가능한 품목으로 백합구근과 신선버섯 등이 있으며, 미 농무성의 수입허가 후 수출이 가능한 품목으로 참깨잎, 시금치, 취나물, 밤(훈증조건), 가지, 상추 등이 있다. 2004년 1월 1일부터 오이, 멜론, 호박, 수박, 포도의 대미수출이 가능해졌다.
- 우리나라의 대미농산물 수출은 주로 규모가 영세한 한국계 수입업자들에게 의존하는데 이들이 미국의 주류시장에 진출하는데 가장 큰 애

로점이 마케팅 능력의 부족과 주류마켓으로의 진출애로 등인데 이로 인하여 한국 농산물물의 미국시장개척에도 한계를 지닌다.

4.2.3. 중국

- 우리나라의 대중국 농산물 수출의 특징 중 하나는 주 소비계층이 미국의 경우와 같이 대부분 현지인이 아닌 소수의 교민, 유학생, 조선족 교포에 의존하는 수출 구조를 지니고 있다는 점이다. 한국의 중국에 대한 수출의 주종을 이루는 라면, 커피조제품, 기타베이커리제품, 김 등은 중국 현지 소비자보다는 한국 교포 또는 조선족 등을 겨냥한 품목들이다. 이와 같이 교포 또는 조선족을 대상으로 한 수출 구조는 농산물 수출 시장 확대에 한계를 갖게 마련이다.
- 일부 수출 유망 품목의 경우, 현지투자생산에 의한 수입대체가 이루어져 수출이 중단되거나 수출 확대에 애로가 있다. 가공식품 중에는 라면, 과자, 빵, 고추장이 그러한 예이며, 신선농산물 중에는 사과와 배, 양란 및 선인장이 대표적인 예이다. 한국의 중국에 대한 농산물 수출은 그만큼 경쟁이 치열하다는 의미로서, 이 점은 중국에 대한 한국의 농산물 수출 위협요인 중 하나이다.
- 수출 주력 상품이 없는 가운데, 소량다품목 수출 구조로 인하여 수출 업무가 복잡하고 라벨 작업 등에 소요되는 거래 비용이 많이 소요된다. 2003년의 경우 총 48개 품목의 농림축산물이 중국에 수출되었는데 이 중 수출액이 1억 달러를 넘는 품목은 한 품목도 없고, 자당(2,400만 달러)과 라면(1,290만 달러)만이 1,000만 달러를 초과한 품목이다.
- 중국에 대한 한국의 농산물 수출경로가 인천과 부산에서 중국의 소비지역이 가까운 동부 연안의 산둥성·요녕성의 일부항구에 집중되어 있으며, 광둥·북건성 등 중국의 다른 지역에 대한 진출이 미미하다.
- 모든 식물은 한국의 식물검사 합격증을 첨부해야 하며, 과일 등은 중국측으로부터 사전 수입허가를 얻어야 한다.

4.3. 국내 생산 및 물류

4.3.1. 수출농산물의 생산

- 우리나라 수출농산물의 생산기반은 전반적으로 소규모 영농으로 취약하여 가격경쟁력이 낮을 뿐만 아니라, 수출규격품 생산 및 안정적 공급물량 확보에 애로가 있다.
- 우리나라 농산물 수출과 관련하여 빈번하게 지적되는 문제로는 국내 수급에 불균형이 생겨 국내가격이 높게 형성될 경우 수출품이 내수판매로 전환되어 수출물량 확보에 어려움이 있어 안정적인 수출거래선 확보가 어렵다는 점이다.
- 또한 수출상품의 안전성 확보, 규격화, 브랜드화 등 고부가가치 수출상품화에 대한 생산자들의 인식이 미흡할 뿐만 아니라 품질고급화와 고부가가치 상품화를 위한 전문인력도 부족한 실정이다.
- 현재 농림부가 고품질 농산물의 안정적인 공급으로 농산물 수출을 활성화하기 위해 지정, 운영하고 있는 수출단지는 채소류 17개, 화훼류 42개, 과실류 49개 등 108개이다. 일부 수출단지는 규모가 협소하여 컨테이너를 채울 수 있는 물량 확보가 어렵고, 생산량 대비 수출비중이 40% 대 또는 그 이하인 경우가 많아서 수출전문생산단지로서의 충분한 기능을 수행하고 있지 못한 것으로 평가된다. 108개 수출단지 중 수출실적이 100만 달러 이상인 곳은 20%에 불과한 실정이고 50%에 가까운 수출단지가 수출실적이 10만 달러 미만이다. 또한 분산 재배하고 있는 수출생산자조직 내의 농가들을 대상으로 원거리 수집이 이루어져 유통비용이 증가하고 품질이 균등하지 못하여 고품질 생산과 물류비용 절감에 장애요인으로 작용하고 있다.
- 수출단지에 대한 실질적인 수출컨설팅 실시, 전담지도사 배치 및 교육,

검역서비스 제공 등 수출단지의 사후관리가 미흡한 것으로 나타났다.

- 또한 수출단지 자체적으로 해외정보를 수집하는 데 한계를 지닌 가운데 국내의 수출농산물 생산현장에서 수입국 소비자가 요구하는 품종, 규격, 품질에 대한 정보 획득이 용이하지 않은데 따른 어려움이 있다. 즉, 수입국 소비자의 기호변화가 제대로 생산현장에 전달되는 체계가 확립되어 있지 않다. 일례로 일본과 대만시장에서는 적색과피에 백색과육, 고당도의 복숭아를 선호하지만 우리나라 복숭아는 미백색 표피 또는 노랑색 과피에 당도 차이가 심한 편이다. 또한 단감의 경우 일본인이 선호하는 품종은 「도근조생」인데 비해 우리나라에서는 대부분 「부유」만을 재배하고 있다.
- 생산단계에서 수출시장 니즈와 선호도에 부응하는 적합한 품종개발과 보급이 취약하다. 일본시장 수출에서 대부분의 신선농산물은 수입업자가 특정 품종을 지정하고 종자까지도 수입하는 실정이어서 수출농산물에 적합한 품종개발이나 보급이 국내에서 체계적으로 이루어지지 못한다.

4.3.2. 수출농산물의 물류

- 수확후 효과적인 관리와 물류체계개선을 위한 관련 시설이 부족하고 수확후 관리에 대한 인식이 미흡하다. 이와 같이 수확후 관리기술 및 체계(수확방법 및 용기, 예건 및 예조(큐어링), 선별, 포장 등)가 낙후되어 있어 품질저하 및 상품성 저하의 요인이 되고 있다.
- 또한 결로현상(이슬맺힘현상)·시들음·조직이완 등의 방지, 부패냄새 제거, 변색 및 과피 경화 현상 억제 등을 통한 수출상품의 고품질 유지를 위한 소독(훈증), 예냉고, 저온저장시설 등 관련시설이 부족한 실정이다. 농촌경제연구원의 조사결과(2003)에 따르면 전체 산지 유통시설중 단순 집하장이 50%로 가장 많이 차지하고 있고, 저온저장고는 39%, 예냉시설은 1.5%로 매우 낮은 수준이다. 선진국의 경우 「이동식

예냉기」를 이용하여 수확 즉시 농장에서 예냉 처리하여 저온 콘테이너에 의해 소비지로 수송하던지 저온저장고에 보관하다가 냉장차량을 이용, 항만 등으로 이동되어 고품질을 유지한다. 칠레의 키위도 이와 같은 방법으로 최상의 신선도를 유지한다.

- 수출상품 선별의 신뢰성이 떨어지고 전문성이 부족하다. 신선채소류를 포함한 수출농산물의 경우 바이어가 선별규격을 제시하고 있으나, 실제로 선별작업은 아직도 공동작업이 아닌 농가별로 이루어지는 경우가 많아 규격차이가 발생하고 있다. 농가별 선별규격이 다르고, 기계선별과 인력선별의 등급구분 및 기준이 달라 규격표준화가 제대로 이루어지지 못하는 경우가 많다.
- 구체적으로 고용인력 위주의 선별 작업과 산지별로 상이한 선별기준 적용으로 품목별 선별의 전문성이 부족하며, 동일 수출단지내 또는 동일 수출지역내에서도 농가의 개별적인 수작업 선별과 선별기계를 이용한 공동선별이 동시에 이루어져 선별기준의 표준화가 이루어지지 못하고 있다. 특히 과일 선별의 경우 비파괴 광센서 선별기 이용도가 극히 저조한 채 육안 및 중량선별에 의존함으로써 한국산 과실에 대한 이미지 제고가 어려운 실정이다.
- 수확후 관리기술 전문가가 절대적으로 부족하다. 수확후 수출상대국 까지 전달되는 과정에서 많은 경우 비전문가에 의해 품질관리가 이루어져 품질저하가 심하다. 즉, 품질관리 및 지도를 담당해야 할 농업기술센터나 지역의 품질관리소의 기능도 취약한 편이다.
- 대부분의 수출상품 포장 규격은 바이어의 주문으로 만들어지고 있어 동일 수출상품에 대한 통일된 포장규격이 없는 실정이다. 심지어 동일 수출단지 또는 지역 내에서도 개별농가 중심의 포장과 공동포장 간에 포장형태 및 규격에서 차이가 발생하고 있다. 신선농산물의 경우 포장 기계화율이 낮아 포장작업 대부분이 수작업으로 이루어지고 있다.

- 일부 수출상품의 경우 한국산 정도의 원산지가 표시되고 있으나, 대부분의 경우 수입업자가 요구하는 디자인이나 상표로 표시되어(OEM 방식) 한국을 대표하는 수출상품의 브랜드화가 제대로 이루어지지 않아 일본 등 수출시장에서 중국 등 경쟁국의 농산물과 차별화가 어렵고 한국 농산물에 대한 이미지 정착이 어렵다.
- 일본 등 수출시장에서 식품의 안전성 기준을 강화하고 있는 가운데 수출상품의 안전성 확보도 취약하다. 이는 안전성 확보를 위한 관련 시설이 부족하고, 국내 수출농산물에 대한 수출전 검역체계가 확립되지 않았기 때문이다.

4.4. 해외시장 개척

- 우리나라 농산물 수출은 일본, 미국 등 소수 국가에 집중되는 취약한 수출구조를 가지고 있다. 이러한 이유는 전 세계를 대상으로 할 수 있는 수출유망 주력상품과 세계적 브랜드가 없고, 시장개척에서 소기의 성과가 나타나지 못한 데 기인하는 것으로 판단된다.
- 수출업체간 과당경쟁으로 수입업체에 대한 거래교섭력이 낮고, 그에 따라 수출가격이 낮아져 수출이 농가소득 증대에 기여하지 못해 농민들이 수출을 기피하는 현상으로 이어진다. 또한 영세 수출업체가 난립하여 농산물에 대한 지속적인 홍보가 힘들어 해외시장 개척이 미진할 뿐만 아니라 소량거래로 인해 상대적으로 거래비용이 많이 발생하여 경쟁력이 낮아지고 있다.
- 품목별 전문지식, 마케팅 능력 등 자질을 갖춘 시장개척주체가 미비한 실정이다. 현재 우리나라 농산물 시장개척은 주로 농수산물유통공사가 주축이 되어 추진하고 있는데, 농업무역관 등 해외전진기지가 일본, 미국의 특정지역에 편중되어 있음은 물론 인원부족으로 제 기능을 발휘하기가 어렵다.

- 농산물의 시장개척을 위해서는 판매장 등에서 시식, 시음 등 현지 판촉 및 홍보활동이 중요한데 농산물 수출시장개척에 대한 관심이 부족하여 국내수출업체 또는 농가가 판촉용 샘플제공 등 판촉 비용지출을 꺼려 필요한 판촉활동이 제대로 이루어지지 않고 있다.
- 수출시장개척을 위해서는 현지에 대형 유통망을 가진 대형 현지 수입업체 등 적합한 접촉포인트를 찾아 접촉해야 하는데 이들과 국내의 수출업체 등 수출주체와 연계가 미흡하여 효과적인 시장개척이 이루어지지 않고 있다.

5. 농산물 수출전망과 과제

5.1. 수출전망

- 한국무역협회는 2005년도 우리나라 전체 수출은 고유가 등으로 주요 교역국의 성장둔화와 반도체 등 IT 경기둔화, 원화강세로 전년대비 10.2% 증가한 2,810억 달러로 전망하고 있다. IMF에 따르면 2004년 세계경제는 5.0% 성장하였지만 2005년에는 4.3% 정도의 성장에 머무를 것으로 전망된다.
- 농림축산물 수출금액은 최근 환율 하락으로 2005년에는 전년보다 2.9% 증가한 21억 2천만 달러에서 2008년에 22억 8천만 달러로 증가율이 크지 않은 것으로 전망되었으나, 2008년 이후 DDA 농업협상에 따른 관세인하, 시장접근 확대 등으로 그 증가세가 커져 2014년에 28억 6천만 달러가 될 것으로 전망되었다.
- 신선농림축산물은 파프리카와 화훼류를 중심으로 2005년에는 전년보다 다소 증가한 3억 8천만 달러에서 2014년에 4억 8천만 달러가 될 것으로 전망되어 증가액이 크지 않은 것으로 나타났다. 전체 수출금액

중 신선농림축산물의 비중은 2004년 18.1%에서 2014년 16.8%로 감소할 전망이다.

- 가공식품은 현지인의 소비증가와 교포시장의 안정적인 소비구조로 연초류, 면류, 주류 등을 중심으로 안정적인 성장세가 지속될 것으로 전망된다.
- 연초류, 면류, 주류, 과자류 등의 2차 가공품 수출금액은 2005년 17억 4천만 달러에서 2014년 23억 8천만 달러로 2004년보다 49.8% 증가할 것으로 나타났으며, 2차 가공품을 제외한 1차 가공품 수출금액은 2004년 이후에도 크게 증가하지 않을 것으로 전망되었다.
- 농산물 수출은 2005년 이후 가공식품의 수출이 증가할 것으로 보이나 채소류(김치, 파프리카)와 화훼류를 제외한 신선채소류의 수출 감소와 환율하락으로 2005년에는 전년보다 다소 증가한 18억 달러로 전망되었고, 2014년에는 가공식품과 채소류, 화훼류를 중심으로 수출이 증가하여 수출금액은 24억 달러로 2004년 대비 38.9% 증가할 것으로 전망되었다.
- 특히, 2008년까지 증가세가 크지 않은 것으로 나타났는데, 이는 최근 일본의 신선채소류의 식품안전성 문제, 자국의 품종 보호 및 원산지 표시를 강화하면서 한국산 신선채소류의 수출이 크게 감소하기 때문이다.
- 김치는 미국, 대만 등 시장 다변화로 수출 증가세가 지속될 것으로 전망되나, 저가의 중국산 김치로 일본내 시장에서 경쟁이 심화될 것으로 예상되어 그 증가세는 크지 않을 것으로 전망된다.
- 화훼류는 주 수출국인 일본내 시장점유율이 더욱 높아질 것으로 전망되며, 중국 및 미국의 난류의 수입수요 증가로 안정적인 수출 증가세

가 지속될 것으로 전망된다.

- 과실류는 주 수출품목인 배의 대만 쿼터량 확대, 단감의 미국 수출량 증가 등 수출여건이 양호하나 중국산 사과, 배의 해외시장 진출 확대로 경쟁이 심화되어 그 증가세는 크지 않은 것으로 전망된다.
- 임산물은 1990년대 이후 급격히 감소하는 수출품목으로 2005년 이후에도 그 추세가 유지되어 2005년에는 전년보다 3.3% 감소한 1억 6천만 달러에서 2014년 1억 3천만 달러로 감소할 전망이다. 견과류와 버섯류의 수출이 일본 시장 내에서 중국에 가격경쟁력이 낮아지면서 수출이 더욱 감소할 것으로 전망되었다.
- 축산물은 광우병과 구제역 등 질병 발생으로 2000년부터 감소추세였

표 9-20. 농림축산물 수출금액 전망

단위: 백만 달러, %

	2004(P)	전 망			
		2005	2008	2012	2014
전 체	2,060.2	2,117.4	2,276.4	2,688.6	2,864.5
- 농산물	1,744.4	1,798.4	1,924.9	2,276.8	2,422.7
- 축산물	153.3	162.0	211.7	279.6	313.2
- 임산물	162.5	157.1	139.9	132.2	128.5
가공농림축산물	1,688.2	1,736.6	1,859.2	2,232.4	2,383.7
- 1차가공품	572.5	586.7	574.0	686.0	712.3
- 2차가공품	1,115.7	1,149.8	1,285.2	1,546.4	1,671.3
신선농림축산물	372.0	380.8	417.2	456.3	480.8
신선수출비중(%)	18.1	18.0	18.3	17.0	16.8

주 1) 전망치에서 주요 수출품목은 한국농촌경제연구원의 KREI-COSMO 2004를 이용하였으며, 기타 수출품목은 시계열 분석 방법을 이용하였음.

2) 2차 가공품은 가공품 중 연초류, 주류, 면류, 과자류, 당류, 커피류, 코코아류 등을 합산한 수치임

으나 2004년 이후 다시 회복세로 돌아설 전망이다. 2005년 축산물 수출액은 1억 6천만 달러로 전년보다 다소 증가할 것으로 나타났으며, 2014년에는 3억 천만 달러로 증가하나 1999년 4억 천만 달러 수준까지는 증가하지 않을 것으로 전망되었다.

5.2. 비전과 과제

5.2.1. 비전

- 농산물의 전반적인 과잉기조 속에서 DDA 농업협상, 쌀 재협상, FTA 등으로 국내농산물 시장에서 경쟁이 더욱 치열해 지고 그에 따라 농업의 지속적인 성장이 위협받을 수 있다. 이러한 상황에서 국내시장에서 외국 농산물과 경쟁에서 이기기 위하여 품질고급화를 통한 경쟁력 제고가 요구됨과 동시에 규모가 제한된 국내시장에서 벗어나 해외시장까지 판로를 확대하여 수요기반을 확대해야 될 것이다.
- 수출단지를 중심으로 규모화를 통해 수출농업을 육성하여 외국의 까다로운 안전성, 검역기준 및 규격 등을 충족시키는 고품질 농산물을 생산하면 우리 농업이 한 단계 발전할 수 있을 것이다. 이를 통해 농산물 수출증가는 물론 우리의 우수한 농산물이 국내시장에서 외국농산물과의 경쟁에서도 우위를 점할 것이다.
- 따라서 수출농업육성은 국내시장에서 경쟁심화에 따른 돌파구를 제공하는 새로운 성장 동력원인 동시에 우리나라 농업을 한 단계 발전시킬 수 있는 계기도 될 만큼 중요하다.
- 이제 수출농업은 국내시장에서 남아서 외국에 일시적으로 파는 것이 아니라 국내 농업의 생존전략의 하나로 인식되어야 할 것이다. 정부 역시 2004년 20억 달러 농산물 수출을 2013년까지 50억 달러로 끌어올리겠다는 목표를 발표한 바 있는데 수출농업육성에 대한 정부의 의지가 그 어느 때 보다도 강력하다.

5.2.2. 수출확대를 위한 과제

- 수출농업육성 및 농산물 수출확대를 위한 핵심은 외국시장에서 “팔릴수 있는” 경쟁력 있는 고품질 농산물을 생산하여, 효과적인 물류과정을 거쳐 외국에 적극적으로 알려져 팔리게 하는 것이다. 이를 위한 과제는 ① 고품질·안전 농산물의 안정적인 공급기반을 갖추고, ② 효율적인 유통·수출시스템을 구축하며, ③ 해외시장 개척 및 확대 등으로 요약된다.
- 수출농산물 생산, 유통기반확충을 위해서는 생산자(단체), 농업기술원 및 농업기술센터, 농수산물유통공사, 수출업체, 지자체 및 정부 등 관련 주체가 효율적인 역할 분담을 통하여 총력 수출지원 체제를 갖추어야 한다. 생산자는 외국의 까다로운 검역조건 및 규격요건에 부합하는 안전한 고품질 농산물 생산에 주력해야 한다. 정부는 안전 농산물 생산시스템을 구축하기 위하여 외국에서 요구가 증가하고 있는 생산이력제 및 우수농산물관리제도(GAP)를 도입, 정착시켜야 할 것이다.
- 농업기술원과 농업기술센터는 수출유망품목의 개발, 육성과 고품질 수출농산물의 생산, 유통, 마케팅 컨설팅 기능을 담당해야 한다. 수출유망품목의 개발을 위해서는 외국 시장 및 소비자 기호조사가 병행되어야 한다. 농수산물유통공사 등은 기존의 시장개척 및 조사활동을 강화하는 한편, 해외시장의 정보가 생산현장에 신속하게 전달될 수 있는 체계를 구축할 필요가 있다.
- 기존 수출단지를 정비하여 내실을 기하는 한편 수출단지가 실질적인 수출공급기지로 기능할 수 있도록 저온시설, 선별시설 등 수출하부구조가 마련되어야 한다. 이와 더불어 고품질 농산물 수출체제를 갖추려면 산지 선별포장에서 항공, 선박운송, 수출국 내륙운송, 소매점까지 전 유통과정에 대한 냉장운송체계를 마련해야 할 것이다.

- 우리나라의 농산물 수출전략은 양적 수출 확대보다 질적 확대와 수출 상품·마켓 관리에 중점을 두어야 한다. 왜냐하면 양적인 수출에서는 중국을 비롯하여 미국, 호주, 남미국가 등 저생산비 국가들과 경쟁이 될 수 없기 때문이다. 인삼(홍삼), 김치, 화훼, 과일 등 세계적인 품질 경쟁력과 기술력을 갖춘 농식품을 수출주력품목으로 육성하여 세계적인 식탁에 오르도록 해야 할 것이다.
- 이를 위해서는 세계적인 농산물 개방시대에 목표수출시장을 소비 잠재력이 큰 중국, 인도 등 다인구국가, 성장잠재력이 큰 러시아연방, 개발도상국, 지리적 인접국(일본), 틈새시장이 많은 미국 등으로 설정하여 수출시장 다변화와 전략적 타겟마케팅을 추진해야 한다. 틈새시장의 한 가능성으로서 미국 채식주의자(Vegan 등)에 어필할 수 있는 건강식품, 유기자연식품, 곡물음료 등 개발하여 수출을 시도해 볼 수 있다. 이를 위한 건강식품박람회 참가, 매장내 시식회 등 홍보, 광고활동을 강화해야 한다.
- 우리나라 농산물 수출시장의 새로운 대상으로 중국시장에 대해서도 관심을 기울일 필요가 있다. 중국경제는 연평균 9%가 넘는 고속성장을 거듭하고 있으면서 고소득층도 빠르게 증가하고 있다. 구매력을 기준으로 할 때 현재 중국에는 연간 GDP가 14,000달러에 달하는 1억 7,000만 명의 인구가 있다. 앞으로 10년 뒤에는 2억 명 가량이 1인당 GDP가 4만여 달러에 이를 것으로 전망된다.
- 이들 중국의 고소득층들은 농산물 소비 시 맛과 품질만 좋으면 가격은 그다지 고려하지 않는 소비행태를 보이는 것으로 조사되었다. 이미 상해시 같은 대도시에서는 일본에서 수입된 고급사과가 개당 4,500원에 팔리기도 한다. 중국의 고소득층을 겨냥한 고품질 농산물 수출가능성이 증대하고 있다. 중국경제가 빠르게 성장하는 가운데 우유 등은 국내 생산이 부족하여 수입에 의존할 수밖에 없는데 지리적인 근접성을 이용하여 신선우유의 대중국 수출도 고려해 볼 수 있다.

- 보다 구체적으로 중국의 호텔, 백화점, 고급 레스토랑 등을 겨냥해서 방울토마토, 양채류, 브로콜리, 사과, 배, 단감, 감귤 등의 대중국 수출을 모색해 볼 수 있을 것이다.

- 수출농업육성의 성패는 정부의 지원도 중요하지만 중장기적으로는 생산자와 수출업체 등 이해당사자들의 책임의식과 자구적인 노력에 의해 좌우될 것이다. 수출농업의 공과 실 모두가 이해당사자들의 몫이기 때문이다. 이와 관련하여 일부에서 시도되고 있는 국내외 가격차에 따른 수출결손을 보전할 수 있는 수출자조금제도가 활성화되어야 하고 칠레의 수출협회(Chilean Export Association: ASOEX)와 신선과일협회(Chilean Fresh Fruit Association: CFFA) 등과 같이 생산자 및 수출업체가 주축이 된 시장개척 및 홍보활동도 고려해 볼 수 있을 것이다. 이 중 ASOEX는 수출농가 및 수출회사들로 설립된 비영리민간조직으로 수출농산물의 기술 및 절차 지도, 세계 주요 시장에서 관측활동 등을 담당한다. 역시 비영리 민간조직인 CFFA는 수출확대를 위해 칠레농산물의 세계적인 홍보를 맡고 있다.