

제31차 신유통토론회

제 1주제 발표

일본 내 한국 농식품유통현황과 발전과제

이 준 희 보리 Japan 대표

사)농식품신유통연구원

A . 일본(유통)시장 현황

1 . 일본 경제 현황

①. 경제 붕괴의 공포 심리

· 일반적으로 불황이 지속되면 정부는 세금이 줄고, 기업과 개인은 물가와 임금이 줄어 경기가 지속적으로 하강한다. 그러나 호황시에는 세금은 증가하고 물가와 임금은 상승함으로써 불황과 호황이 일정한 간격으로 반복되어 왔던 것을 경험해 왔다. 최근 10년의 시간은 이러한 탄력이 끝이 보이지 않는다는 것이다. 상상을 넘는 불량채권은 세 차례에 거친 공적자금 투입에도 끝이 보이지 않고 정부부채는 운용의 한계를 넘어 경기탄력을 불러올 수 있는 여력을 상실하고 있다. 일본의 경제 공포심리는 미래에 대한 전망을 내올 수 없는 데서 사회전반으로 확산되고 심리적 공황상태를 전염시키고 있는 것이다.

②. 불황의 중심인 은행의 불량채권

· 최근 2년간 14개 주요은행에 투입된 불량채권 처리액은 6조5천억엔에 이르지만 당기손익은 6천억엔을 넘는 적자를 보이고 있다. 6조5천억엔 투입효과가 1,500억엔 적자감소로 밖에 나타나지 않는 것이다. 이러한 계산이라면 주요은행들이 불량채권으로 인한 은행적자를 회복하려면 향후 30조엔 이상의 불량채권을 처리해야 된다는 것이다. 14개 주요은행의 작년 9월 현재 악성산업(건설, 부동산, 유통)에 대한 대출잔고는 84조엔 정도이다. 정부발표는 악성산업(건설, 부동산, 유통)의 불량채권비율이 작년9월 현재 13.1%라고 발표했다. 그러나 2000년 9월에는 9.9%라 발표했다. 이러한 통계에 대해 이제는 아무도 경기와 관련해 통계를 신용하지 않는다.

· 이러한 경제정책 운용과 관계없이 극심한 지속적 불황아래에서도 예금잔고는 계속증가하고 있다. 특히 상대적으로 안심하는 도시은행은 예금잔고가 10년 전에 비해 2.1% 지방은행은 0.5%가 늘었다. 이는 예금자의 돈으로 불량채권을 처리해 나가도 일본국민은 계속 은행에 돈을 맡기고 있다는 것이다.

③. 고실업율과 임금 디플레이션

· 작년 말 현재 일본의 완전실업율은 5%에 이르고 경기악화로 남성 또는 세대

주의 완전실업율이 전쟁이후 최고수준에 이르고 있다. 정확한 통계는 없으나 고용자들도 파트타임이나 단기간 계약고용형태로 불완전 고용구조가 심화되고 있다. 금년 비공식 통계는 연말에 가면 6.5%까지 완전 실업율이 상승할 것이라 예고하고 있다. 금년 하반기 이후 리스트럭처링(구조조정) 해고인력이 대규모로 예상되기 때문이다.

· 임금의 실질하락은 물가상승에 비해 임금상승이 따라가지 못하는 것이 일반적 현상이다. 현재 일본은 물가가 하락하면서 임금도 하락하는 속에 물가하락에 비해 임금 하락 폭이 더 크다는 데 있다. 상여금이나 제수당의 감액에 그치지 않고 일본사회 봉급자의 성역인 기본급에 대한 감액까지 발생하고 있는 상태이다. 이러한 상황이 지속되면서 고급인력에 대한 총원이나 스카우트는 옛날 전설이 되고 있다. 고용비용을 줄이는 것이 최대의 과제이기 때문이다. 이러한 상황이 계속되면서 세계에서 가장 안정적 사회구조를 가지고 있다는 일본에서 중산층을 중심으로 사회 분배구조에 대한 개혁얘기가 나오기 시작했다. 직접세와 간접세구조의 개편은 표면적 주장이고 실질적으로 전후 일본경제구조의 기본틀인, 국가, 기업, 개인의 역할과 부담에 대한 재편을 요구하고 있는 것이다.

④. 중국 WTO 가입의 영향

· 작년말 중국의 WTO가입(2001.12.11)은 일본경제에 새로운 파장을 불러오고 있다. 2000년 교역규모가 820억달러 였으나 금년은 1000억달러를 초과할 것으로 예상된다. 88년 무역수지가 역전된 이래 2000년 200억달러 이상 적자, 금년은 300억달러 이상의 무역적자가 예상된다. 이는 한국과 큰 차이가 있는 것으로 일본내 제조 메이커가 중국에 공장을 짓고 그 생산품을 일본으로 가지고 들어오기 때문이다. 작년 일본의 수입품 중 의류봉제는 중국산이 75%를 넘었고 야채류는 48%를 넘었다. 중국은 일본의 인건비에 1/20밖에 되지 않는 속련된 저임금 노동력을 가지고 있다. 특히 중국 노동력은 10대후반 20대초반으로 가장 생산성이 높은 연령층이 풍부하다는 것이다.

· 중국의 WTO가입은 장기적으로 일본내 사회구조를 변화시키는 역할을 할 것이다. 단기적으로는 불황시 값싼 물건을 공급해주는 역할을 하겠지만 산업구조의 해체로 일본국민은 일자리를 잃게되고 절대소득의 지속적 감소를 각오해야 한다. 기업은 부실경영을 은행에 넘기고 중국에 공장을 지어 더 많은 이윤을 얻을 수 있을 것이다. 국민은 기업의 불량채권을 해결하기 위해 더 많은 세금

을 내고 더 열심히 은행에 돈을 예금 해야한다. 안정적 소득보장의 직장은 줄어들고 파트타임이나 임시직 일자리를 찾아 더 열심히 뛰어 다닐 수밖에 없을 것이다. 이러한 사회분위기를 예고한 2002년 1월2일자 요미우리신문의 신년사 한마디는 그 극명성을 더해준다. " 21세기는 지옥이라 자각하고 현실대처를 해야한다 " 고.

II. 일본 유통업계의 현황

①. 일본 대형유통의 몰락

· 일본 경제 침몰의 주범을 건설, 부동산, 유통으로 일체화하여 지목한다. 버블(거품)경제의 유혹은 유통업계에서 시작되었다는 것이 다수 의견이다. 일본의 유통구조는 70년대 중반까지만 해도 전근대적이고 전통적인 재래식 시장유통이 근간을 이루고 주택지역의 구멍가게가 일반적 이었다. 70년대중반이후 일본은 명실상부한 마이카 시대를 맞이한다. 자동차는 이동접근성의 자유와 함께 주차장의 요구를 필요로 한다. 쇼핑은 주차장을 필수로 하고 주차장을 동반한 대형유통 시설을 주문했다. 그러나 일본에서 주차장을 갖춘 대규모 유통시설을 도심에 유치하기는 어려운 일이었다. 여기에 건설업자와 부동산업자가 가세를 한다. 건설업자는 간선도로가 연결된 근교지역의 신주거(베드타운)시설계획을 맡고 부동산업자는 대형유통업체와 함께 주거편의성과 더불어 분양사업을 맡게 되는 것이다. 금융기관은 시세의 100%이상을 담보대출하기 시작하고 유통업체는 시설한 유통센타를 담보로 새로운 센타를 짓는 자금을 융자받는다. 건설회사는 최종 준공전까지 외상으로 공사를 시작하고 부동산회사는 입주한 수요자를 대상으로 장기금융을 앞선해 주면서 자고 나면 가격이 오르도록 고객을 위한 부동산 경기부양 기술을 발휘한다.

· 그러나 버블이 붕괴되면서 2000년 대형유통회사가 132개 파산했고 2001년에는 114개가 파산했다. 금년에는 100개를 넘지 않을 것으로 보이나, 이는 더 이상 파산할 회사가 남지 않았기 때문이다. 금년8월 최대유통회사인 다이에의 사실상 파산은 대형유통업 몰락의 종말을 의미하는 것이다. 정부는 유통업 재생을 위해 공적자금투입을 결정했으나 재생규모에 대해 금융기관과의 견해 차

이가 커 아직 최종협의를 이르고 있지 못하다.

②. 일본 대형유통업의 전망

- 일본 상장 대형유통업체는 29개(2001년 현재)이다. 이들 업체의 부채는 6조 엔에 이르며 이는 이들 기업의 연간 매출액의 47%를 차지한다. 최대유통회사인 다이에 경우, 1조3천억엔 부채를 가지고 있으며 이는 1년 매출의 40%에 해당된다. 하지만 이자부담은 전체매출액의 0.92%에 불과하다 이는 초저금리 정책 때문이다 한국과 같이 이자부담이 크지는 않으나 매출이 감소하고 있는 상황에서 원금상환은 거의 불가능하다. 따라서 채산성이 조금만 악화되어도 덩치 큰 회사를 유지해 나갈 수가 없는 상황이다.
- 일본은 이러한 상황에서 문제 해결을 위해 외국자본을 적극적으로 유치하기로 하고 이의 일환으로 일본유통업체의 해외매각을 시도했다. 그러나 세계 2위 유통체인인 까르프는 동경에 2000년12월 1호점을 오픈한 이후 겨우 몇 개의 매장을 오픈한 후, 아직까지 대대적인 일본 유통업체 인수등 본격적인 일본시장 진출을 보류한 상태이며, 세계 1위 월마트 역시 본격진출을 아직 미루고 있다. 마침내 일본정부는 회사재생법과 민사재생법 등 특별법을 통한 구조조정에 나서고 있고 금년 들어 불량채권문제의 최대 걸림돌인 부실유통회사 정리를 본격화하기 시작했다.
- 이러한 구조조정은 일본 대형유통회사의 창업주 등 기존 경영진의 퇴진을 가져왔다. 그러나 새로운 경영자는 공적자금투입의 최소화와 비용지출의 최소화가 1차목표 이지 기업의 경영정상화와 장기적 기업발전에는 관심을 두기 어렵다. 따라서 일본대형유통업은 사실상 붕괴의 길을 갈 수밖에 없으며 새로운 유통구조에 자리를 내주어야 할 것이다.
- 새로운 유통모델은 인터넷을 통한 사이버 마켓이 주목받고 있으나 인터넷망이 낙후되어 있는 일본현실상 그 결말은 아직 속단키 어렵다고 봐야한다. 한편 무가정보지를 통한 통신판매시장이 아직 건재한 가운데 오프라인인 소형슈퍼와 온라인 연결 유통이 시도되고 있는 점도 주목할 필요가 있다.

③. 재래시장의 리모델링

- 80년대이후 계속 몰락을 거듭하던 소형 지역슈퍼(100-300평규모)들이 대형 유통업체들의 도산으로 새로운 시스템을 구축하기 시작했다. 지역별 슈퍼마켓 오너 동우회들이 연합하거나 공동출자를 하여 기획회사를 만들고 공동구매 공동브랜드 (PB상품)화 작업을 시작하면서 네트워크 관리 시스템을 만들기 시작했다. 예를들어 98년 관서지역 슈퍼동우회 45개사가 연합하여 Cooks Best라는 브랜드를 만들고 이 가운데 29개사가 출자하여 공동제품개발 등 제품 컨설팅 전문업체를 만들어 3년만에 전체 슈퍼매출 600억엔의 10%정도를 PB 제품이 차지하기에 이르렀다. 기존 소형지역슈퍼들의 농축산물의 공급구조가 산지 시장-중앙시장-슈퍼구조였던 것을 산지-슈퍼로 직접 연결 하는 BtoB 유통방식을 도입해 비용을 줄이는데 성공했으며, 인터넷을 통한 슈퍼-슈퍼간 산지-산지간 산지-슈퍼간 BtoB 거래네트워크도 금년9월 오픈하였다. 내년부터는 소비자 주문 네트워크와의 연결을 준비중이다.
- 재래시장의 리모델링은 일본전국에서 진행중이며 핵심은 새로운 시설투자 없이 기존 시설을 근간으로 관리시스템의 새로운 모델을 준비하는 것이다. 중소형 슈퍼의 오너들이 실제 경영에서 위탁 경영시스템으로의 전환을 최종목표로 하고 있다. 중소형슈퍼는 거의 부채가 없는 개인 사업체들이므로 재무구조 건실하며 전문마케팅 컨설팅을 통하여 새로운 수익창출 기회가 비교적 용이한 편이다. 한편 이들 컨설팅 전문가들은 대부분 대형유통회사 출신 등 전문가들이다. 관서지역에서 시작된 이러한 재래유통구조의 리모델링 사업은 동경을 비롯해 대다수의 도시지역으로 빠르게 전파되고 있다. 이와 함께 새로운 유통시험은 정액마트(100엔숍)와 길거리점포(남대문.동대문.상가시장)의 신장과 성공도 눈여겨 볼 부분이다.

B.일본내 한국농식품 유통현황

I. 일본내 수입선 현황

①. 오퍼무역

· 70년대이후 대일 농식품 수출의 주류를 이루던 방식은 일본의 바이어가 한국을 방문해 오퍼를 하는방식이었다. 80년대 중반이후 일본의 종합상사들이 한국내 현지사무소를 직접 운영하기까지 했으나 90년대 후반이후 이러한 추세는 급속히 퇴조하고 있다. 90년대 초반만 해도 일본내에서 한국 농식품 수입을 전문으로 하던 오퍼상은 1000여개가 넘었으며 이때는 일본 대형 유통업체들이 전국적으로 매장확대의 전성기를 이루던 때였다. 한편 일본내 오퍼상들의 퇴조는 80년대말 이후 일본으로 유학 갔던 유학생들이 동경등 대도시에서 머무르며 소규모 농식품 수입 도매업을 시작하면서 이들과의 경쟁에서 밀려난 것도 주요한 원인이다. 그러나 기본적으로는 대형유통업체의 퇴조로 인한 중개거래를 할 수 있는 기회 감소가 보다 근본적이라고 봐야한다.

· 2000년 들어서는 일본내에서 자기유통구조를 가지고 있거나 고정 공급처를 가지고 있는 소수의 오퍼상들만이 그명맥을 유지하고 있다. 그러나 이들 오퍼상들은 실제 유통능력이나 공급교섭력이 있는 업체들로 새로운 거래선(일본내 공급선) 개척에 매우 중요한 사람들이다. 이들이 지속적으로 한국농식품 거래를 통해 사업을 확장해 나갈 수 있도록 한국의 생산자 또는 수출관련기관들이 관심과 지원을 보내는 것이 앞으로 매우 중요한 과제다.

②. OEM방식

· 90년대들어 김치를 중심으로 일본내 한국가공식품의 수요가 급증하면서 일본내 유통업자의 요구에 의해 이루어진 시장으로 실제 공산품 OEM과 같이 주문자 상표부착은 아니고 생산자 표기 없이 판매자만을 부착하는 것이다. 이는 일본유통업자가 타유통업자와의 경쟁관계에서 유사품의 가격경쟁을 차단하기 위한 목적과 중간업자의 자기 이익보호를 위한 공동의 이해에 따라 형성된 것으로 결과적으로 한국산 농식품의 자체 브랜드 유통을 차단시키는 결과를 낳았다. 최근에는 김치등 가공식품이 생산자 브랜드 상표가 모두 표기된 형태로 유통되고 있으나 유통방식은 여전히 일본내 중간납품업자 또는 한국내 중계업자

를 통해 유통되는 형태를 크게 벗어나지 못하고 있다.

③. 직매입방식

· 일본내 대규모 유통업체가 한국 또는 일본에서 직매입하는 방식으로는 신선농산물(야채등)을 제외하고는 매우 드물며 최근 김치정도가 일본유통업체 직매입 품목이다. 신선농산물은 형식적으로는 일본 주요 도매시장을 통해 직접 상장되고 있으나 실제 거래 방식은 일본내 중개관리업자가 수수료를 받고 직상장시키며 직상장시 일본중개인 수수료는 별도이며 중개관리업자는 경락가와는 상관없이 일정 수수료를 챙기므로 위탁상장만도 못한 결과를 종종 가져온다. 일본내 직상장 방식은 몇몇 중간업자끼리의 수수료 챙기기 영업이며 차라리 부산 등지의 수출대행업자와의 거래보다 못한 경우가 많다. 이들 수출대행업자는 국내 관계기관으로부터 수출지원금을 받고 일본내 중개도매상 또는 중매인에게 직접 공급하므로 일본에 물건이 도착해 상장을 못해 이리저리 떠돌아 다니는 일본내 직상장 방식보다는 안전한 거래일수 있기 때문이다.

④. 직도매물류

· 90년대 중반이후 한국유학생 중심으로 졸업후 일본에 체류하며 교민등 한국인 많이 사는 지역에서 스스로 소규모 물류시설과 직판시설을 갖추면서 시작된 한국 농식품유통구조로 2000년 말에는 30여개 도시에 200여개의 수입도매회사가 성황을 이루었다. 이들의 연간 매출액은 100억엔 이상을 넘었고 수입액은 50억엔 정도가 되었다. 주로 야끼니쿠등 요식업에 도매거래(배달)가 주된 영업이었고 소규모 한국식품슈퍼를 스스로 직영 하며 재고관리를 해나갔다. 그러나 작년 광우병 파동이후 야끼니쿠영업이 위축되면서 이들 가운데 30%이상이 정리되고 최근에는 일본유통과 결합하기 위한 시도를 하고 있으며 중소 슈퍼에 직납품하는 구조를 만드는 노력도 있다.

II.일본내 유통경로 현황

①. 일반유통

· 일본내 대형유통업체,,슈퍼,, 편의점등 일반적인 유통에 거래되는 한국농식품

의 규모는 식자재유통 다음으로 큰 규모이나 아이템 수가 극히 제한적이다. 김치, 김, 고추장, 냉면, 삼계탕 등 10여개 미만의 가공식품과 야채 과일 등 주류를 이루고 있다. 최근 들어 김치이외의 제품들이 다소 늘고 있으나 대형일반유통 등 일반적인 유통시장에 아직까지 한국 가공식품이 본격적으로 진출하고 있지 못하다. 아직까지 김치도 일본제조 김치가 주를 이루고 있고 한국산은 형식적 전시 형태가 일반적이다. 특히 한국제품은 제조 10일 이후에는 가격을 2/1 이하로 할인하는 떨이판매 취급을 받고있는 등 아직은 매우 취약한 형편이다. 이후 최소한 1주일에 1회정도 배송하는 등 본격적으로 배송 물류 시스템을 갖추지 못하면 한국산 김치는 일본김치와 일본유통시장에서 경쟁하기 점차 어려워 지리라 판단된다. 신선농산물의 일본시장 일반유통은 매우 매리트가 크나 1일 배송시스템과 보관시스템이 없이는 진입이 불가능하다. 가공식품도 다품종소량 주문에 응할수 있는 일본내 한국농식품 물류전문업체의 도움에 의하지 않고는 일반유통 시장의 공급확대는 어렵다.

②. 식자재 유통

- 최근 광우병 파동 이전까지 한국농식품 유통경로의 가장 유망한 대상이었으나 한국음식전문점인 야끼니쿠의 불황으로 매우 타격이 크다. 그러나 최근 닭갈비 등 다양한 한국음식의 퓨전식당들이 성업을 이루고 있으므로 적절한 한국 식자재수입 도매유통업체들의 지원이 있으면 지속적 성장이 가능한 유통경로이다. 한편 규모의 경제면에서 소규모 수입도매 유통업체들의 난립이 어느 정도 정리되면서 대도시 중심으로 중규모의 업체들이 등장하는 새로운 양상이 나타나고 있다. 스스로 브랜드 유통을 시작하면서 한국내 업체와 파트너관계를 구축하는 사례들이 늘어나고 일본내에서 도시간 협력네트워크도 모색되고 있다.
- 한편 일본내 35,000여개의 야끼니쿠가 성업하던 90년대 말보다는 줄었으나 아직 20,000개 이상의 한국음식 야끼니쿠점이 영업중이다. 또한 일본식당에서 김치, 나물 등 한국 식품소재 수요가 계속 증가하고 있으며 특히 일본불황여파로 유럽과 미국에 비해서는 비용이 싸고 중국과 동남아에 비해 안전한 한국을 찾는 일본관광객이 계속 증가하고 있다 그리고 음식문화를 주도하는 젊은 일본 여성들의 한국방문이 크게 늘고 있어 이들이 한국에서 경험한 한국음식의 일본내 수입, 전파가 계속 늘어날 것이다. 이러한 변화들은 결국 일본내 한국식자재 유통을 이후 크게 확대할 것으로 보인다

③. 전문점 유통

- 일본내에서 전문품목유통채널을 경유하는 한국 농식품은 화훼와 임산물이다. 일본에서 화훼를 판매하는 곳은 꽃집과 업무도매상으로 나눌 수 있다. 꽃집은 소비량의 50% 정도를 수입에 의존하고 있다. 업무도매상은 장례식장 등에 화훼를 공급하는 곳으로서 사찰등 장례식장과 유착관계를 갖는 등 특수한 유통형태를 취하고 있다. 한국에서 수입되는 꽃은 백합 국화 장미 등으로 이들 대부분 일본내 중간공급상과 연결된 오퍼상을 통해 수출되고 있으며 일본내 시장유통에 직접 접근하지는 못하고 있다.
- 임산물은 송이버섯. 표고등 버섯류가 주종을 이루고 있다. 송이버섯은 유통기간이 짧고 가격 등락폭이 큰 이유로 제품의 7-80%는 시장 상장을 통해 판매하고 있고, 나머지는 직판업자와 연결된 오퍼상을 통하고 있다. 최근에는 슈퍼등 직판업자에 공급권을 가진 중간업자가 직수입하는 규모가 늘고 있다. 표고버섯은 중국 표고버섯의 가격 경쟁력에 밀려 계속 감소되고 있다.
- 수산물은 오래된 거래관계를 유지하는 것이 특색으로 주로 선물계약에 의한 연간계약 형태로 이루어지고 있으며 일반유통업자의 참여는 불가능하다. 향후 한국 농식품 물류 유통시스템이 갖추어지면 슈퍼등 직판업자에 직접공급을 모색할 수 있을 것이다.

④. 원료유통

- 70년대이후 한국 농산물의 최대 일본수출 방식이었던 가공원료 수출은 중국 농산물에 밀려 갈수록 줄어들고 있다. 특히 연간 35만톤에 이르는 김치소비 증대로 인하여 기존에 한국 농산물을 원료로 만들던 절임류(쓰게모노)의 소비는 위축되게 되었다. 이로 인해 가공원료 수입량 감소를 더욱 부추기고 있다. 임산물중 한국산밤의 유통도 최근 중국산에 밀려 대폭 줄고 있다.
- 한국산 공장김치 생산량(25만톤) 보다 많은 일본 현지 김치생산(35만톤)과 관련하여 원료의 수출에 대한 모색은 가능할 수 있다. 그러나 한국 김치공장들이 중국산 양념류를 쓰고 있는 상황을 볼 때 중국산에 경쟁할수 있는 한국농산물원료수출이 쉽지는 않을 것이다. 최근 일본에서 중국산 농산물에 대한 안전문제가 크게 부각되고 있는 바, 김치원료의 원산지 차별화 유통이 앞으로 예견되므로 배추.무우.고추등 김치원료의 대일수출은 신중히 고려할 필요는 있다. 또한 향후 5년안에 일본내 공장김치 생산이 50만톤을 넘어설 것을 고려한다면

일본에 김치원료를 공급하는 방안을 모색해 볼 수 있다.

III. 일본내 지역별 유통 특색

①. 규슈(거점 후쿠오카)

· 규슈의 후쿠오카 하카타항은 부산에서 주15회(고속페리포함) 정기페리가 운항하는 물류의 최전방이다. 후쿠오카에서 소비하는 한국농식품은 그리 많지 않으나 규슈지역에서 관서지역까지를 포괄하는 한국식품시장의 수입항으로서 시모노세키와 더불어 양대관문을 이루고 있다. 이들 항구는 검역등 비교적 통관절차가 간편하여 일본수출 농식품의 80%가 이곳에서 통관이 이루어진다. 규슈지역은 한국식품문화가 가장 친숙한 지역이며 규슈남부는 일본 쓰게모노(절임류) 생산의 제일산지이고 축산업이 발달해 야끼니쿠 관련산업이 매우 발달되어 있다 향후 일본내 김치산업의 유망지로 김치소재 개발수출 또는 반가공품 결합을 모색할수 있는 지역이다. 한편 야끼니쿠 관련산업이 발달한 관계로 식자재 유통물류업체가 많이 있으므로 한국식자재 유통영업을 할 수 있다. 남부 가고시마는 매년 전라북도와의 교류행사가 대규모로 이루어지고 지역주민이 한반도와 밀접한 역사를 가지고 있어 치밀한 계획을 가지고 영업을 시도하면 상당한 호응을 얻을 수 있을 것이다.

②. 간끼(거점 오사카)

· 일본 상업의 발원지이며 식문화가 매우 발달한 지역이다. 행정구역으로는 오사카부, 교토부, 나라현, 효고현, 오카야마현을 말하며 약2800만이 거주하고 있다. 특히 재일교포 20만이 거주하고 있으며 한국농식품 소비가 제일 많은 지역이다

· 현재는 재일교포 중심으로 3개 도소매 재래시장(쓰루하시, 이마자토, 니시나리)을 통해 한국농식품 유통이 제일 크게 이루어지고 있으며 중소형 한국가공식품 제조업도 활발한 지역이다. 최근 일본유통(슈퍼, 편의점, 백화점)의 한국농식품 취급이 늘면서 한국농식품 수입 도매유통 전문회사 10여개가 성업중이다. 금년 5월이후 부산-오사카 페리가 주3회 운항하면서 물류의 개선이 이루어졌으나 세관과 검역당국의 비협조로 시모노세키나 하카타를 경유하는 유통경로의 변경은 아직 미미한 편이다.

· 작금에 이들 지역에서 일어나고 있는 중요한 변화는 긴끼지역 한국식품 가공업이 김치 중심 산업에서 젓갈 나물류등 으로 그 영역을 급속히 확대하고 있다는 점이다. 특히 지지미류의 거리 즉석요리 판매가 성업중이며 반가공 상태의 식품소재가 핸드캐리어를 통해 공급되고 있다 또한 초저가 슈퍼인 다마데 체인이 농식품취급을 시작하면서 한국직수입 개발을 진행중이며 타 재래슈퍼에 대한 한국 신선농산물의 공급확대도 유망하다.

③. 관동(거점 동경)

· 동경도 지바현 사이타마현 가나자와현 등을 지칭하며 2500만이 거주하는 일본에서 소비성향이 가장 높은 지역이다. 이지역 한국농식품 유통의 최대 영업세력은 뉴-컴머라고 불리는 20만 교민집단층이다. 이들은 80년대 후반이후 유학 취업등으로 일본에 건너와 거주하기 시작한 자들로 신주쿠 닛포리 등을 중심으로 한국상품 밀집 상가를 형성해 관동지역 도소매유통의 중심을 형성했다 이들은 한국에 연고를 가지고 있으므로 한국내 제조, 생산조직과 긴밀한 연관성을 가지고 있고, 최근에는 직접투자를 통해 공장을 운영하기로 한다. 이들은 젊고 국제감각이 있기 때문에 식자재, 가공원료를 90년대 중반부터 중국에서 조달하기 시작했으며 최근에는 중국쪽으로의 거래선 이동을 매우 빠르게 진행하고 있다.

동경은 교민이 30만을 넘어 이들에 대한 농식품 판매도 대단한 규모에 이른다. 또한 소비도시인 까닭에 신선 농산물의 베드타운 직판사업이 유망하다. 국내의 아파트 주변 농산물 직판장과 같은 소규모 점포 운영을 통해 일본내 한국농산물 소비기반을 확대할 수 있다. 그러나 개별점포가 물건을 수급할 대책이 없으므로 전문 물류업체의 중계가 있는 경우 200-300 개 판매소 건설은 어렵지 않을 것이다.

최근 광우병 파동의 영향이 가장 큰 지역이나 최근 퓨전 아시아 식당붐과 관련해 메뉴개발과 함께 식자재를 전문적으로 공급할 수 있는 대안을 찾는다면 위축된 야끼니구 시장의 규모를 배가하는 신시장 구축이 가능할 것이다.

기타(삿포로, 센다이, 니카타, 나고야, 다카마스, 히로시마, 가고시마, 나하 등)
지금까지는 3대 지역(큐슈, 긴끼, 관동) 중심의 한국 농식품 유통경로가 90 % 내외를 차지하였으나 최근 몇 년간 기타 중소도시의 한국 농식품 유통이 활기

를 띠고 있다. 이들 지역은 2차 물류 대상이므로 유통비용이 많이 든다. 그러나 소비자 가격이 비싼데도 불구하고 시장이 확대되고 있으므로 일본에서 광역 물류 시스템을 개발할 경우, 3000-4000만 일본 국민들의 한국 농식품 시장 개척이 가능하다.

특히 삿포로, 니카다, 다카마스, 가고시마는 한국 농식품 특판 이벤트시 기대 이상의 매상을 보여주는 지역으로 동경, 오사카와 더불어 한국 농식품 도소매 업체가 진출하여 새로운 시장을 개척할 수 있는 잠재력 있는 곳이다. 삿포로는 홋카이도 전체를 커버할 수 있고 다카마스는 시코쿠섬을 커버할 수 있다. 가고시마는 한번도 관련 역사성이 높은 곳으로 문화적 친숙함이라는 영업외적 거래 이점을 활용할 수 있는 곳이다.

이들 지역은 현재 동경 오사카 후쿠오카에서 택배를 통해 물류를 하므로 비용이 많이 드는 편이다. 이들 지역에는 도매기능이 없는 관계로 소매유통이 이루어지고 있다. 따라서 3대지역에 비해 적게는 1.5배 많게는 2배정도의 소비자 가격이 형성되고 있다. 3대 지역에서 검증된 김치, 김, 고추장, 삼계탕 등 가공식품 유통을 기본으로 도소매 유통업자의 진출과 육성이 최대과제이다.

C.. 일본내 한국 농식품 유통의 문제점

I 유통 접근성 (통관 및 검사)

(1). 일본 당국의 입장

항상 표면적으로는 식품 안정성을 강조하고 있는 일본 당국으로서는 수입통관 검사에 매우 엄격해야 하나 현실적인 문제들로 인하여 통관을 시켜주는 경우가 일반적이다. 저가 식품의 일정한 수입이 부족한 국내 식품생산을 보완해 주고 불경기로 인한 저소득층의 최저 생계를 유지할 위해 이들 식품의 수입을 용인할 수 밖에 없다는 인식을 가지고있다 외형상으로는 엄격한 것으로 보이나 실제로는 일정한 싸이클로 클레임을 걸어 경각심을 높여주고 수입자가 초과이익을 얻지 못하도록 적당한 조정을 하는 수준이다.. 신선 농산물의 경우 매년 정밀 조사를 하면 90% 이상 훈증을 해야 될 것이나 10회중 2-3회만 적발하여 이를 통제한다는 느낌을 받는다. 너무 엄격하면 거래가 완전히 중단될 수 있다는 것도 염두에 두고 있는 듯 하다.

가공식품에 대해서는 초기 수입에 대해서는 매우 엄격하게 검사를 한다. 그러나 이후에는 검사유효기간을 1년으로 정해 놓아 연간 1회정도 불시 검사를 하는 수준이다. 가공식품에 대해서는 한국내 제조식품 위생수준을 높이 평가한다. 한편 심리적으로 일본 수출은 까다롭다는 인식을 심어주어 한국내에서 제조업체들이 자체적으로 엄격한 관리를 하도록 유도하는 면도 엿볼 수 있다.

(2) 통관

정식 수출(상업통관)은 크게 문제될 것이 없다. 주로 통관 대행회사들이 업무를 수행하므로 특별히 일본수입이 제한받는 품목이 아니면 별다른 문제가 없다. 다만 관세와 관련하여 가공식품의 경우 동일제품을 수입시마다 가격변동이 심할 경우 통관이 지체되어 이로인한 불이익을 받을 수 있다.

문제는 휴대통관(핸드 캐리어)의 문제이다. 시모노세키는 수십년간 부산과의 페리교역으로 인하여 지역경제가 큰 혜택을 받아 왔다. 이와 관련한 창고 운송, 숙박업이 지역경제에 기여하는 바가 크다. 따라서 시모노세끼시는 타지역에 비해 휴대통관에 대해 많은 편리를 제공하고 있다. 이는 운송업자 창고업자의 로비 결과이기도 하다. 시모노세끼에 도착하는 화물의 96%가 동경 오사카등 이곳에서 600-1200 km 이상 떨어진 곳으로 내륙운송된다. 내륙운송비용은 부산-시모노세끼 해상운송의 2배이상 되기도 한다. 이는 결국 소비자 비용으로 전가되어 소비확대를 제약하는 역할을 하게 된다.

최근 오사카 히로시마 페리노선이 생겼으나 통관절차 지연으로 운송비용을 줄이려는 시도는 벽에 부딪치고 있다. 특히 통관시 정식 신고서 작성을 요구함으로써 현장통관이 아니라 항만에서 멀리 떨어진 세관에 직접 가서 수입신고서를 함으로서 최소 1일 정도 통관절차로 인한 지체손실을 당할 수 있다. 이는 일본 관계당국의 문제이나, 결국 일본에서 운송 창고업을 하는 물류업자들의 이해와 무관치 않을 것이다.

(3) 검사

가공식품은 식품검사를 받아야 하고 동식물은 동식물 검역을 받아야 한다. 가공식품 검사는 첨가물 검사와 세균검사, 제조공정 관계가 주요 대상이다. 이미 한국 제조 수준이 대장균과 같은 유해 세균감염수준은 벗어나 있으므로 크게 문제가 되지 않는다. 제조공정도 가공설비의 발전으로 역시 문제가 되지 않는

다.

문제는 동식물 검역이다.. 동물검역은 구제역으로 최근 몇 년간 검역 자체가 중단되어 닭, 오리 정도 제품만이 이에 해당되나 국내 도계 시설과 가공시설이 크게 개선되었고 신선육 수출은 미미하고 주로 냉동, 가열(레토르트) 제품이므로 크게 문제가 되지 않는다. 식물검역은 일본 검역당국의 전권에 의존한다. 식물검역은 자국내 피해 해충 등 살아있는 모든 벌레를 대상으로 하는 등 매우 까다로운 편이다. 이 규정을 엄격히 적용하면 정밀검역시 무균실 재배가 아니면 검역에 통과할 수 없는 수준이다..

II. 유통주체

(1) 물류

한국 농식품 물류는 전문적 물류가 이루어지지 못하고 있다. 일본 공항, 항만 도착까지는 대규모 물류회사가 취급을 하나 일본도착후 일본내 물류는 체계적이고 효율적으로 이루어지지 못하고 있다. 일본의 농식품물류는 세단계 시스템에 의해 이루어진다. 일본의 1차물류는 간선도로를 통한 거점간 운송을 말한다. 2차물류는 도시내 거점으로 운송을 하는 부분을 말한다. 3차물류는 최종 도착지에 배송하는 부분이다. 1-3차 물류를 모두하는 대규모 운송회사도 있지만 대개는 자기창고를 가지고 1-2차, 2-3차 물류를 하는 중소운송회사들이다. 한국농식품은 세가지 유형으로 물류가 이루어진다. 첫째는 컨테이너베이스로 바로 일본 대규모 운송회사로 넘어가는 형태이다. 이는 일본내 대형유통회사 또는 자기창고를 가지고 있는 가공업체와 거래가 이루어진 경우이다. 이런 시스템은 FOB 거래가 주이며 C&F 일 경우는 일본 직매방식이다. 이는 물류비용이 큰 문제는 아니다.

둘째는 한국식품 도소매업체가 컨테이너 베이스 거래할 경우이다. 이때는 임대창고에 물건을 놓아두고 짧게는 1달 길게는 6개월 동안 주문에 따른 소량 택배를 하는 것이다. 컨테이너 거래의 잇점이 일본내 보관 운송과정에서 모두 잠식되고 재고가 단시일내에 소진되지 않을 때는 잔여 상품을 덤핑처리하는 경우가 많다.

셋째는 핸드캐리어를 이용해 공급을 받거나 페리용 12 피트 특수컨테이너 또는 컨테이너 흔적을 통해 물품을 조달하는 것이다. 이 경우 일본내 내륙운송료

를 부담해야 하며 소규모 거래가 주이므로 스스로 차량을 확보해 인접지역 물류를 직접 해결한다. 규모의 발전을 기대하기 어렵고 반경 30-50km 내 배달 영업이 주를 이룰 수 밖에 없다.

(2) 관리

관리는 물류와 함께 유통의 양대 축으로, 영업관리와 판매관리이다. 일본내 한국농식품유통의 대부분은 영세한 소규모이므로 별도의 영업조직이나 전문 영업관리자를 두는 경우는 극소수이다. 주로 사장이 영업을 하고 유학생을 파트타임으로 고용하거나 사장과 지인관계인 한국사람을 고용해 배달과 영업관리를 함께 한다. 일본 농식품 유통업계는 영업관리를 물류회사에 함께 하는 경우가 많다. 실제 물류회사가 전표관리까지를 위탁해 하므로 자기들 배송거래처와의 관계를 긴밀히 가지고 있다. 따라서 판매업체는 물류회사를 통해 신상품이나 신규아이템 소개를 의뢰하는 경우가 많다. 그러한 관계로 물류회사가 도매업을 겸하고 물류센터 기능을 함께 한다. 일본 최대 물류회사인 사가와 규빈이 과거 가전제품 물류도매업이 모체였던 것을 생각하면 쉽게 이해가 될 수 있다.

판매관리는 영업관리보다 더 낙후되어 있다. 판매관리는 판매자의 이익을 보장해 주기도 하지만 상품의 가치를 높이고 소비자로부터 재구매를 불러오는 것이다.. 동일한 한국식품의 유통기간이 서로 다르고 진열된 상품의 품질상태 또한 일정하지 못한 많은 한국 농식품은 소비자로부터 상품의 신뢰를 얻지 못하고 있다. 한편 일본의 식품은 제조로부터 소비자에게 판매될 때 까지의 전과정이 전산으로 추적이 가능한 시스템을 가지고 있다. 어제 생산된 제품이 오늘 슈퍼창고에 몇 개, 진열대에 몇 개가 있는지까지 파악이 가능하다. 한국 농식품은 유통경로의 원시성으로 인해 판매관리 자체가 어렵고 소비자의 반응이나 소비자의 요구를 반영할 시스템이 없는 것이다. 일본에 김치수출이 확대된지 10년이 지나도 400g PAT 병 유통이 대부분을 점하고 있는 사이에 일본제조 김치는 다양한 용기로 소비자 기호를 반영하고 있다. 일본산 김치는 제조시간까지를 명기함에도 한국 포장김치는 제조후 2달이 지난 것까지 진열대에 남아 있다. 시간이 지난 것을 아무리 싸게 팔아도 PAT병에서 익은 김치맛은 다시 김치를 찾고 싶지 않은 기억으로 소비자에게 남게 되는 것이다.

III. 소비자 관리

일본의 소비자 운동과 조직은 세계 제일이다. 일본의 소비자 조직은 대동아전쟁때 모자라는 생필품을 배급해 주기 위해 소비조합이라는 전국민적 조직의 전통으로부터 비롯되었다. 60년대의 고도성장기 일본은 식품의 안정성이 소홀해지자 이에 대항해 소비자들이 스스로 생활협동조합을 조직하면서 전국적 일본생협의 소비자 운동 조직이 탄생한 것이다. 최근들어 스스로 생필품을 제조 유통 소비를 목표로 하는 생협은 위축되었으나 소비자 감시조직 네트워크로서의 시민조직은 유지되고 있는 것이다.

최근 환경호르몬, 광우병 등 환경오염으로 인한 식품오염에 대해 노이로제에 걸려있는 일본 소비자들에게는 안전한 식품을 먹을 수 있는 바램이 가장 중요한 생활의 한 부분이다. 한국 농식품에 대한 안전성에 대해 일본 유통업자들은 어떠한 자체검사나 분석도 하지 않는다. 과거에는 교민이 주소비대상이었던 한국농식품을 이제는 일본 국민들도 상당량 소비하고 있으므로 조만간 일본 후생성 등 식품감시 관리조직이 이에 대한 전면적인 안전성 검사가 예상되고 있다. 한국의 식품안전성은 기본적으로는 큰 문제가 없다. 그러나 일본내 유통경로의 문제로 인한 안정성은 크게 문제가 될 것이다. 영세업자들이 주로 제품을 취급함으로써 유통경로상의 식품안전관리 허점은 수없이 노출되어 있기 때문이다. 최근 브랜드 유통이 점차 많아지고 있으므로 생산자인 한국내 업체와 수출지원 정부기관들이 어느 정도 농식품 안정성의 간접관리자로 나서야 할 것이다. 우선 유통기한에 대한 관리라도 해야 한다. 다소 비용이 들더라도 일본내 영세유통업자들의 부담을 덜어 유통기간 임박 상품을 신상품으로 교환해 주는 조치라도 취해야 한다.

한국 농식품의 안전관리와 이에 대한 홍보는 일본내 한국 농식품의 소비촉진을 가장 효과적으로 달성하는 수단이 될 수 있다. 정부 관련기관이 일본내 한국 농식품 판매, 홍보 이벤트에 들이는 시간과 비용의 절반을 일본내 한국 농식품의 안전관리와 이의 홍보에 배정하는 인식전환이 필요하다.

IV. 수출자 정보

일본내에서 소비자와 직접 접촉하는 판매상, 요식점 등에서 쉽게 제품에 대한 정보를 얻을 수 있도록 상품제조 수출자의 이들 상품에 대한 정보 제공 노력이

필요하다. 개별 제품에 쓰여있는 작은 글씨는 실제 활용이 불가능하다. 소비자에게 상품을 인식시키기 이전에 소비자와 접촉하는 판매자에게 상품정보가 주어져야 한다. 개별상품 단위까지는 필요하지 않겠으나 BOX에 상품에 대한 기본 정보를 표기하는 것이 필요하다. BOX제조시 인쇄를 실크스크린으로 하므로 글자를 몇자 더 써넣는다고 비용이 더 늘지는 않는다. 한국농식품과 관련해 일본내 최종판매자가 알고 싶은 것 중 몇가지를 지적하면

첫째 유통기간에 대한 것이다.. 언제까지가 유통기간이라고만 하지 말고 언제 생산되었고 언제까지가 유통기간이란 것을 알아보기 쉽게 BOX에 표기해 달라는 것이다. .둘째 주요원료를 알려달라는 것이다.. 셋째는 포장재질을 표기해 달라는 것이다.. 이세가지는 일본소비자가 물어오는 것 중 가장 빈도가 높은 관심 사항이다.

일본유통업자들이 필요로 하는 최대 관심사는 현재 일본에 수출하고 있는 한국 농식품에 대한 정보이다. 상업통관을 통해 정식수출되는 한국농식품자료를 요구하는 것이다.. 일본내 한국 농식품 도매업자는 자기 관련 상품자료는 영업홍보를 위해 만들고 있지만 김치면 김치에 대한 대일 수출 상품정보 모두를 알려주지 않는 것이다. 이러한 요구를 수용하기 위해서는 국내 생산업체들이 상도의를 지킬 결심이 있어야 한다. 통합자료를 보고 국내로 연락시 일본내 거래선이 있다고 밝히고 일단 그 거래선과 먼저 얘기해 달라고 정중하게 기존 거래선 보호 신뢰가 있어야 한다. 서로의 이익은 물량이 늘면 비용이 줄므로 원칙만 정하면 모두가 만족할 거래를 이룰 수 있기 때문이다. 이러한 자료는 정부관련 기관이 나서서 만들어야 한다고 본다.

D. 일본내 한국 농식품 발전 과제와 전망

I. 아이템 제고

·한국 농식품의 대일 수출의 변화를 크게 세단계로 나누어 볼 수 있다.

첫째시기는 80년 말까지 1차 농산물 수출시기로 주로 관 주도 수출과 종합상사 거래 시기다.

둘째시기는 88올림픽 이후부터 최근까지 다양한 중소기업자 중심으로 김치등

가공식품의 비중이 높아지며 중간 단계 유통업자들이 주도한 시기다.

셋째시기는 98년 IMF 이후로 일본내 일반유통업체들이 한국식품 취급을 본격화하면서 국내제조업체들이 직접 수출시장을 개척하며 일본내 중간단계 유통업자와 협력하는 시기이다. 이 시기에 가공식품의 일본내 소비가 매우 다양해지는 현상이 나타난다. 98년 이후 일본내 한국 식품의 아이টে이 다양해지면서 일본내 한국식품 전문수퍼들이 소규모 이지만 일본 전역으로 확대되어 나가고 일본수퍼에서도 10여가지 내외의 한국식품 취급품목이 본격화하기 시작했다. 이제 일본 시장에서 한국농식품에 대한 전면적인 상품유통조사가 필요하다. 규모는 작으나 반찬류 유통의 증대는 향후 1차 농산물가공의 새로운 인식을 필요로 한다. 지금까지는 한국전통식품의 완제품유통이 수퍼와 요식업소 유통에서 주류를 이루었다. 젓갈, 나물등 반찬류의 유통확대는 새로운 수출기반 확대를 가능하게 한다. 따라서 이에 대한 기반조성 노력이 절실하다. 젓갈류는 사시미 문화의 한단계 높은 식품으로서 일본소비자에게 접근하는 것이 가능하다. 사시미의 유통기간제한을 젓갈은 극복 시켜줄 것이므로 일본인들이 좋아하는 생선을 젓갈로 만들면 대단한 호응을 얻을수 있을 것이다. 젓갈용 고춧가루는 당분이 높은 한국산 고춧가루를 사용하게 할 수 있다. 젓갈의 고부가가치로 인해 중국산 고추보다 비싼 한국산 고춧가루를 사용하더라도 원가부담이 그리 크지 않을 것이다. 나물류도 한국산 나물류 생산과 연결 될 수 있다. 김치가 일본 절임류시장의 20%까지 점유하고 있는 상황을 볼 때 일본 즉석반찬시장의 10%를 한국 반찬류로 대체한다는 것은 그리 어려운 일이 아닐 것이다. 일본반찬시장은 현재 1조 6000억엔 임을 감안할 때 1600억엔 정도의 부가가치 발생이 가능할 것이다. 또한 일본내 김치시장이 1500억엔 정도인데 현재 15%정도만 한국산 김치가 점유하고 있는 것을 생각할 때, 반찬류는 김치산업의 일본화 전철을 안 밟는다면 30~40%의 점유가 가능할 것이다. 일본내 한국 농산품 유통의 전반적인 실태조사가 이루어지면 여러 가지 새로운 가능성과 전망이 가능할 것이다.

II. 직매입유통확대(일본내물류 시스템 확보)

일본내 유통 구조의 변화가 진행되는 시기에 한국 농식품유통의 새로운 발판을 구축하려는 시도는 매우 효과적일 수 있다. 일본유통구조의 변화 핵심은 대

규모 유통 체인의 몰락이다. 그간 한국 농식품 접근의 힘든 장벽이었던 대규모 유통체인의 몰락은 중소형 지역수퍼의 활성화로 이어질 전망이다. 지역별 소규모유통회사들의 연합이 완결되기 전에 개별수퍼들을 상대로 한국농식품 영업을 하는 것은 그리 어려운 일이 아니다. 문제는, 영업 후 그들이 요구하는 다품종 소량주문을 최소한 주1회 해결해 주어야 하는 것이다. 한박스 일수도 있고 여러 가지를 섞어서 한 박스일수도 있는 주문을 어떻게 해결해야 하느냐이다. 직매유통의 확대는 일본 내 한국농식품유통 확대의 전기가 될 수도 있다. 물류업의 전문영역이 형성되며 유통의 규모화 가격의 안정화를 이루는 계기가 될 것이다. 현재 한국농식품유통규모로 볼 때, 스스로 물류를 담당할 능력을 가진 업체는 거의 없다. 초기 물류를 일본 전문 물류 회사에 의존할 경우 그 비용은 중소형 수퍼로 전가될 것이고, 경쟁력은 약화될 것이다. 초기물류비용의 절감을 위한 방안이 최대 관건이다.

III. 일본내 한국농식품 통관 유통 물류업체의 육성.

일본내 통관업체의 대부분은 일본 업체이다. 규모와 실적을 기준으로 볼 때, 시모노세키 하카타에 주로 몰려있고 오사카, 고베, 요코하마에 한국 농식품전문통관업체가 많이 있다. 이들에 대한 교육과 지원이 필요하다. 통관회사들이 취급하는 물건에 대한 정보와 신뢰가 있으면 보다 효과적으로 통관당국과의 교섭을 할 수 있을 것이고, 필요한 개선을 건의할 수 도 있을 것이다. 이들 회사의 담당자들을 한국에 초청해 생산지와 공장을 견학시키고 교육을 할 필요가 있다. 일본내 한국 농식품 유통업자들과의 세미나를 통해 그들의 애로사항 한국농식품 유통의 문제들을 경청해 한국내 수출자, 생산자들에게 정보를 제공하고 개선토록 해야한다. 한국 내에서 일본에 있는 기업에 대한 직접지원은 어려움으로 간접적으로라도 지원,육성할 방안을 찾아야 한다. 국내 물류 전문업체를 지원하여 그 업체가 일본에 진출할수 있도록 해서라도 물류 전담회사를 육성해야 하며 이는 매우 시급한 과제다. 일본 유통 개편이 마무리 되면 일본 유통의 직매입구조는 다시 어려워질 것이다. 1~2년 안에 최소한 관동, 관서 큐슈 등 삼개 지역에 1~2정도의 한국 농식품 전문 물류업체가 육성 되어야 하며, 20F 컨테이너 300~400개정도의 상온, 냉장, 냉동 창고가 확보 되어야 한다. (일본내 창고 임대는 매우 저렴한 상황임)

IV. 전망

일본 인구는 1억 2000만이다. 이들은 매년 1000억 달러 이상의 농축 수산물 등 식품을 수입한다. 이러한 상황은 갈수록 심화될 것이다. 90년대초 7억달러 이던 신선과일 수입은 10년사이 두배로 증가했고 신선채소는 5억달러에서 12억달러로 증가하였다. 한국산 수입이 차지하는 비중은 80년대 중반까지 4~5%(16억달러)였으나 90년대초반 3%(17억달러)로 줄었으며 2000년대 들어와서 2% 미만으로 축소되었다.

이제 한국은 대일 농식품 수출의 마인드를 새롭게 전환해야 하는 시기에 접어들었다. 과거 국내농산물 생산과 소비 차원에서 대일 수출을 모색하던 관점은 수정되어야 한다. 중국의 값싼 농산물과 경쟁하는 것은 불가능 하다. 과거 역사문화의 친근성과 최근 20년간 김치를 중심으로 한국전통식품 수출의 경험과 성과를 토대로 일본 소비자의 요구에 따르는 안전, 안심한 식품으로서의 한국 농식품 수출기반을 구축해야 한다. 과거 일본의 주문에 의한 대체소재로서의 값싼 한국농산물이 아니라 우리가 시장을 만들고, 일본소비자들이 찾지 않을 수 없도록 만드는 일본내 유통 물류까지를 구축해야 한다.

햄버거나 피자가 설렁탕집이나 삼겹살 집에서의 메뉴의 한 종류로 끼워 팔릴 수 없는 것 아닌가? 일본내에서의 한국 농식품 판매 확대는 한국 식품만을 전문적으로 파는 슈퍼, 식당, 운송 창고등이 함께 갖추어질 때 가능할 수 있다. 이제 한국 농식품 수출 마케팅 전략을 위해서는 한국과 일본의 슈퍼전문가 식당요리전문가 운송전문가 창고관리 전문가등을 함께 포함시킨 논의구조가 필요한 것이다. 그간 견인차 역할을 했던 일본내 야끼니구들이 퇴조하고 있다. 이들이 계속 한국 농식품 소재를 사용한 한국식문화 소비의 최전선으로 남아있게 하기 위해서는 이들에 대한 새로운 리모델링 아이디어와 아이템을 제공해 주어야 한다. 이들 스스로 힘든 생존의 노력만으로는 어렵다. 한국에서의 전문가집단에 의한 일본내 시장 유통 소비자심리등을 검토한 대안 메뉴와 리모델링 이미지 제공이 시급하다. 일본에 대한 충분한 비전과 가능성은 열려 있다. 이제 한국에서 어떻게 새로운 일본시장 공략을 위한 기획과 준비를 하여 변화하는 일본유통구조 속에 한국 농식품 유통구조를 구축하는가가 관건이다.

제31차 신유통토론회

주제 발표

대일 수출 농식품의 물류 및 통관현황과 발전과제

고 재 갑 한국 농림수산물 수출입조합 전무이사

1. 서론

1. 농산물 물류체계

구분	물류체계	물류절차(1)	물류절차(2)
1	산지유통	집하, 선별, 포장, 검역, 상하차	예냉, 저장, 공장에서 가공(재포장)
2	국내운송	컨테이너 운송	화물트럭 운송
3	부두	통관, 선적대기, 선적	선적지에서 검역
4	국외운송	해상운송	항공운송
5	수입국	검역, 통관, 상하차, 내륙운송	

2. 물류개선을 위한 공통과제

- (1) 신속.정확한 수송으로 품질(선도) 유지
- (2) 선별.포장을 통한 품질고급화로 부가가치 향상
- (3) 물류선진화를 통한 비용 절감으로 가격경쟁력 제고

3. 수출 물류개선을 위한 정책지원 현황

구 분	현 황	문 제 점
물류비지원(지자체포함)	장려금차원의 지원	근본대책 해결 미흡
농가형 창고 지원	내수위주 운영, 가동율 저조	적기 수출에 저해요인
생산자단체 선별장 설치	대량품목은 성공, 소량품목은 실패	확대될 경우 가동율 저조로 부실화 우려
단지지정제도	유명무실	활성화가 필요함
마산, 광양 물류기지 설치	운영주체, 운영방법(공영제, 직영제) 미정	성공여부 불투명

4. 금차 주제발표 선정

- (1) 채소류 수출 물류개선을 위한 방안제시

- (2) 포장개선을 통한 품질고급화와 물류 선진화 방안 제시
 (3) 컨테이너 운송비 절감을 위한 방안제시

II. 본론

1. 채소류 수출 물류개선을 위한 방안제시

가. 채소류 수출(선적) 현황

(1) 채소류 수출절차

(A) 일반유형(공장출하 형태)

① 수매, 포장 → ② 식물검역 → ③ 선박 및 컨테이너 수배 → ④ 컨테이너 상차 → ⑤ 부산 C.Y 도착 → ⑥ 수출신고(면장발급) → ⑦ 선적 → ⑧ B/L 발급

(B) 채소류 유형(산지출하 형태)

① 수매, 포장 → ② 화물트럭에 상차 → ③ 부두 컨테이너 작업장 도착 → ④ 선적 작업 → ⑤ 식물검역 → ⑥ 컨테이너 선적 → ⑦ 수출신고 → ⑧ 선적

구 분	식물검역	내륙운송	주요 품목
공장출하 형태	공장	컨테이너	김치, 과실류(사과, 배, 단감, 밤 등)
산지출하 형태	항구(부산)	화물트럭	채소류(오이, 가지, 딸기 등)

※ 산지출하 형태 품목의 특성

- 장기간 보관이 어렵다(품질측면, 비용측면)
- 가공단계를 거치지 않는다(단순 선별 포장하여 수출)

(2) 컨테이너의 사용

- 냉장 컨테이너는 10FT, 12FT, 20FT, 40FT가 있으며 이중 오이, 가지, 딸기, 토마토 등 시설채소는 1회당 선적물량이 적기 때문에 10FT, 12FT 컨테이너를 주로 사용하고 있음

(3) 내륙운송

○ 채소류는 산지에서 부두 컨테이너 작업장까지는 화물차로 운송하고 작업장에서 컨테이너에 선적하고 있음.(전체 물량의 약 30-40%)

- 컨테이너 내륙운송시 동일한 헤드를 사용하기 때문에 컨테이너 종류별 내륙 운송료는 동일하며 왕복 운송료를 받고 있음.
- 이에 반하여 화물차는 편도 운송료를 받고 있으며, 화물차 크기에 따라 운송료가 다르기 때문에 소량운송의 경우 화물차로 운송하는 것이 저렴함.

※ 컨테이너 산지순회 내륙운송시 문제점

○ 선박회사에 컨테이너 사용신청은 출발일 2-3일전에 신청해야 하나 산지별 물량이 얼마나 나올지 모르는 상태에서 어떤 컨테이너를 신청할지 정확치 않으며,

○ 용량이 큰 20FT를 올려 보냈으나 12FT 용량밖에 생산되지 않았을 경우 운임부담이 늘어나며, 반대의 경우에는 상품을 다음 선적일까지 보관하고 있어야 함.

- 수집, 운송시간이 길어 선박출항 시간에 맞추기 어려움.
- 컨테이너 문을 여러번 개폐하므로 온도관리가 안되어 품위가 손상됨.

○ 여러곳의 집하장에서 각기 식물검역을 받아야 하므로 업무절차 번잡

○ 또한, 당일 선적해줄 바이어가 1명이 아니고 2-3명일 경우 C.Y에서 소형 컨테이너에 분배 작업을 해야 함.

※ 첨부 1 : 가지 수출현장 현지조사 보고서(11페이지) 참조

나. 경과사항

○ 상기 문제점을 개선하기 위해서 '99년-'00년 농수산물유통공사 부산 확장창고에 대일 채소류 수출 공동 선별장(집하장 겸용)을 설치하여 시범 운영함.

- 여러곳의 산지 집하장에서 화물트럭에 싣고 공동 선별장에 집합
- 공동 선별장에서 포장(소포장) → 식물검역 → 컨테이너 상차 → 선적

○ 여러 가지 문제점으로 인하여 계속되지 못하고 중도 포기함

※ 첨부 2 : 대일 채소류 수출 공동 선별장 운영 결과 보고서(12-13페이지) 참조

다. 문제점

(1) 생산이 단지화 규모화가 되어야 한다

○ 산지 집하장 1곳에서 1 컨테이너 물량을 확보하지 못하고 여러곳의 집하장에서 선별, 포장하여 1컨테이너 물량을 확보하는 현행체제로는 물류개선을 할 수 없다

※ 단지화가 안 되는 이유

- 생산농민에게 강제력을 동원할 수 없다(집단농장, 협업농장 등)

(2) 계약재배가 활성화 되어야 한다

- 생산농민에게 이익을 주기 위해서는 계약재배가 활성화되어야 한다

(3) 가격상승위험보험제도의 개선 및 활성화가 필요하다

- 계약재배가 활성화되기 위해서는 농산물 수출보험중 가격상승위험보험의 개선 및 활성화가 필요하다

라. 채소류 수출 물류개선을 위한 방안 제시

(1) 단지지정 및 수출업체와 컨소시엄으로 연계하여 산지 물류센터 설치

○ 시, 군별 특화품을 지정 개발하고 단지화하여 수출업체와 접목시켜 활성화 할 수 있는 제도가 필요하다. 현재 지원하고 있는 지자체 수출물류비 지원제도를 특화품목에 집중 지원하는 방안 등을 검토 요청한다

○ 국내단가가 수출단가보다 높게 형성되어 있는 경우에는 대책이 없다. 수출업체도 수출이 어려운 시기에는 국내유통을 할 수 있는 기반을 조성해야 한다. 생산은 생산자가 하고 유통(국내, 수출)은 수출업체가 전담하는 분업화 체제가 필요하다

○ 수출업체도 생산기반을 소유하고 있어야 장기적 방향에서 존립할수 있다

- 전북 김제 농산무역의 파프리카의 예

- 경북 문경 신미통상의 양파의 예

- 충남 논산의 논산 수출물류센터의 배, 딸기, 토마토 등의 예

(2) 계약재배 활성화를 위한 제도적 장치 마련

○ 계약재배를 활성화하기 위해서는 제도적인 장치가 필요하나 이러한 제도적 장치가 없어 활성화되지 못하고 있다

- 수출입조합은 “채소류 계약재배 자율규제요령”을 제정하여 시행했으나 위약 시 강제력을 취할 수 없어 실패함

○ 장려책과 동시에 위반시 규제할수 있는 법적 제도적 장치가 필요하다

- 농수산물 수출 진흥법('99년 폐지)의 부활 또는 신설(과거 계약재배요령 고시 등)

※ 첨부 3 : 채소류 수출 계약재배 활성화 추진 검토서(14페이지) 참조

(3) 가격상승 위험보험의 개선 및 활성화

○ 계약재배의 이행을 보장하기 위해서는 농산물 수출보험중 가격상승 위험보험의 개선 및 활성화가 필요하다

○ 농림부에서 주관하고 생산농민을 가입대상으로 하여 “수출농산물 가격안정보험(기금)으로 전환

- 미국의 농작물 보험법과 같은 보험으로 전환

※ 첨부 4 : 가격상승위험보험 제도개선 건의안(15페이지) 참조

2. 포장개선을 통한 품질 고급화와 물류 선진화 방안 제시

(1) 물류 선진화를 위한 Palette 선적 방안

가. 현황

○ 선진 수입국(일본, 대만, 미국, 유럽 등)에서는 Palette 선적을 원하고 있으나 국내에서는 일부 품목 또는 일부업체에 한해 시행하고 있음

나. 팔레트 선적의 필요성

○ 물류비용 절감(수출입국의 창고 및 컨테이너 입출고비)

○ 신속한 작업에 따른 시간절약 및 품질관리(선도유지)

○ 선진 수입국의 환경(인력절감)에 부합

다. 현재 문제점(팔레트 선적이 안되는 이유)

- 일반화 되어있지 않아 필요성이 절실하지 않다
 - 저개발국(동남아)은 아직 인건비가 싸기 때문에 필요성 적음
- 추가비용(팔레트구입비, 작업비, 추가선임)이 소요되어 원가 상승 요인이 됨
 - 수출자 측면에서는 절감부분과 비슷하고 반대로 수입자측면에서는 비용절감
- 제반시설이 구비되어있지 않다
- ※ 팔레트 선정시 고려사항
- 어느 컨테이너를 사용할 것인가(컨테이너의 규격) : 40FT, 20FT, 12FT
- 팔레트와 팔레트의 간격을 얼마로 둘 것인가(통풍로에 차이)
- 화물을 가장 많이 실을 수 있는 규격은 무엇인가(박스과 팔레트의 규격의 부합)
- 수입국 수입자가 주로 취급하는 규격은 무엇인가(재활용 가능 여부)
 - 지게차의 간격조정, 저장고의 간격 등에 문제는 없는가
- ※ 첨부 5 : 팔레트 선적을 위한 참고자료(16페이지) 참조

라. 팔레트 선적을 위한 방안 제시

- (1) 정부차원에서 품목별로 팔레트 선적을 위한 표준규격(박스 및 팔레트)의 마련
 - 포장박스 개선사업과 병행하여 연구용역사업을 실시(품목별 단계적으로 실시)
- (2) 수출업체(생산자단체 포함)에게 시설설치비의 50%를 지원하여 팔레트 선적을 위한 기반 조성
 - 독크 설치, 지게차 구입, 팔레타이징 장비 구입 등
- (3) 수출업체(생산자단체 포함)에게 팔레트 구입비의 50%를 당분간 지원하여 관례화

(2) 포장상자 표준화, 고급화 방안

가. 현황

- 현재 내수용 박스는 다양한 형태의 박스(개방형)를 사용하고 있으나, 수출용은 대부분 단순한 밀폐식 형태의 박스를 사용하고 있음

- 개방형은 고품질 강화 원지를 사용하여야 하나 국내는 대부분이 재생원지를 사용하고 있으며 강화 원지를 사용할 경우 약 50%정도 원가 상승 요인이 됨
- 특히 수출용의 경우 냉장보관, 냉장 컨테이너 수송으로 습기에 강해야하며 이를 위해서는 박스 내부에 방습제를 칠해야함
- 개방형은 미국, 캐나다의 경우 식물검역상 문제가 있음
- 내부 완충역을 하는 난좌, 또는 패드도 과거 형태의 것(예: 심자 칸막이 등)을 그대로 사용하고 있으며 선진형인 공기패드, 방습패드 등은 사용하고 있지 않음 (원가 상승 요인)

나. 경과사항(과거 추진 사례)

(1) 1995년도 대미 배 포장박스 개선사업

- 미국 현지의 선진형 박스(상단 개폐형, 상단 적재시 끼우는 적재형)으로 개발하여 수출했으나 다음과 같은 문제점으로 인하여 실패함
- 재생원지를 사용하므로 파장이 약하여 개방부분에 압상 발생
- 원지가 약하여 상단 적재시 끼우는 형이 찌그러지고 인부들이 재대로 끼우지 않아 도리어 장애요인이 됨
- 습기에 약하여 적재시 무너짐 발생

(2) 2001년도 과실류 난좌 개발사업

- 정부 지원을 받아 사과, 배, 단감 3개품목의 난좌 개발사업을 실시함
- 배는 팔레타이징을 위하여 기존 난좌의 규격을 변경하고 사과, 단감은 기존 난좌가 없으므로 신규 제작함(특히 단감은 품질관리상 난좌사용이 필요함)
- 사업실시 결과는 다음과 같음
- 배 : 성공적이거나 6-7과/5kg은 압상 문제가 염려되어 보완이 필요함
- 단감 : 개발측면에서는 성공적이거나 경제성이 떨어져 사용실적이 저조함
- 사과 : 신규규격 개발이 어려워 기존규격으로 제작(팔레트 선적 못함)
- ※ 일본산 사과와 한국산 사과는 형태(높이)가 다르기 때문에 동일 사용할 수 없음 (개수, 무게가 포장단위와 맞지 않음)

다. 문제점

- (1) 팔레트 선적에 부합하는 박스 표준 규격이 없다
- (2) 팔레트 선적에 부합하는 박스의 난좌가 개발되어 있지 않다

- 신규규격모델을 만드는 것은 전문적인 지식이 필요하고 공동사용이 전제되어야 하며 기초자본이 많이 소요되므로(난좌금형) 개별업체가 할 수 없다
- (3) 품질고급화는 경제성에 비하여 원가상승요인이 크므로 기피하고 있다
 - 경제성 : 산지에서 바로 수출, 냉장창고 저장 후 수출, 단기수출, 장기수출 등에 따라 과비용이 발생함
- (4) 수출업체 자체 브랜드화가 어렵고 박스 구매에 애로가 많다
 - 특히 채소류 수출업체는 생산자 브랜드(포장박스)로 수출하는 업체가 많음
 - 자체 브랜드를 사용할 경우 1회에 다량 구매하여야 하는데 수출에 차질이 있을 경우 보관상, 경제적으로 애로가 많다(금년도 대 대만 복숭아 수출의 예)

라. 포장박스 개선을 위한 방안 제시

- (1) 포장박스 표준화를 위한 연구 용역사업 실시
 - 용역업체 : 한국 디자인 포장 개발연구원(정부 투자기관)
 - 용역내용 : ①파렛타이징이 가능한 박스 규격(난좌규격 병행) ② 수출용 박스의 품질기준 설정(습도, 압상 등을 고려) ③ 수출용에 적합한 선진 박스 형태 개발
- (2) 수출용 박스 비축 공급사업 실시
 - 용역에 의해 개발된 박스에 대하여 비축공급사업을 실시하여 사용 장려
 - ※ 수출용 박스 비축공급사업 개요
 - 품목별 연간 사용량에 대하여 지역별로 박스제조업체를 선정하여 일괄계약
 - 공동브랜드 개발 공동사용(개별 브랜드사용업체는 개별사용)
 - 수입원지 비축 후 적기 제작 공급
 - 이동식 제함기를 이용한 접착식 박스 공급(제함기 대당 1억2천만원 소요)
- ※ 사업실시 효과
 - 일괄계약에 따른 품질보장 및 적정가격 유지
 - 공동브랜드 사용에 따라 과 수량 구입 해소(금년도 복숭아의 예 해소)

3. 컨테이너 운송비 절감을 위한 방안 제시

가. 농산물 수출 해상운송 현황

(1) '01년도 농산물 수출현황

○ '01년도 수출입조합 취급품목의 해상운송 전체 실적은 40FT컨테이너(15톤 선적) 기준으로 약 7,600대 정도이며 이중 일본수출은 약 5,600대 정도로 추정됨

구분	'01년 전체실적		대일 실적		주 요 품 목
	물량	컨테이너수	물량	컨테이너수	
	톤	40FT	톤	40FT	
과실류	20,110	1,340	2,565	171	사과, 배, 단감
김치	24,064	1,604	22,489	1,499	김치
채소류	53,625	3,575	48,262	3,217	파프리카, 토마토, 오이, 딸기 등
밤	16,374	1,091	11,988	799	깐밤, 생밤 등
합계	114,173	7,610	85,304	5,686	

(2) 컨테이너 내륙운송 현황

○ 농산물은 주로 냉장컨테이너(Reffer)를 사용하고 있으며 냉장 컨테이너는 온도를 조절하는 MG Set를 부착하여 수송하고 있음

○ 냉장컨테이너에 MG Set를 이용할 경우의 운임은 일반운임보다 30%가 할증되고 있음

○ 컨테이너 내륙운송을 담당하는 회사는 약 11개사가 있으며 현재 대부분의 업체는 정액 요율표의 요금을 받고 있으나 일부업체는 10-20% 인하하여 받고 있음

(3) 해상운송 현황

○ 대일 수출의 경우 대부분이 부관훼리를 사용하고 있으며 일부는 고려해운, 흥아해운 등을 이용하고 있음

○ 일본 이외의 지역은 국적선사인 한진해운, 현대해운과 외국선사를 선택하여 이용하고 있음

※ 첨부 6 : 대일 농산물 해상운송현황(17페이지) 참조

※ 첨부 7 : 세계 20대 냉장컨테이너 수송 선사 현황(18페이지) 참조

○ 해상운송요금은 매년 5월1일을 기준으로 정해지며 각사별 요금은 조금씩 다름

- 물량을 많이 취급하는 업체와 소량업체간에 할인율의 차이가 있으며 선적시기에 따라 Peak Season Charge가 부과됨(통상 6-9월말까지)

○ 금년 9-10월을 기하여 선박업체는 미주지역은 전년대비 약 24% 유럽지역은 28%를 인상함(일본은 경쟁사가 많아 그대로 유지되고 있음)

나. 경과사항

○ 수산물수출조합은 대일 수산물의 물류개선을 위하여 수산물 전용 냉동선을 운영하고 있으며 현재까지 성과가 좋음

○ 수출입조합은 수출업체의 해상운송요금을 인하하기 위하여 2001년부터 “해상운송 창구 일원화사업”을 실시하고 있음

※ 첨부 8 : 수출입조합의 해상운송창구 단일화 사업 현황(19페이지) 참조

○ 한국무역협회 화주사무국에서는 수출입운임할인센터(RADIS)를 운영하고 있음

- 무역협회에서 선정한 12개 포워딩업체를 통하여 운송하므로 운임할인

다. 문제점

○ 농산물 수출업체는 대부분이 중소화주로서 대형화주에 비해 상대적으로 운임협상력이 취약함

- 동절기에는 MG Set를 사용하지 않음에도 사용으로 간주하여 할증료 부과

- 철도운송의 경우 운임이 30%정도 싼데도 트럭운송료를 받음

○ 신선농산물의 경우 특수성을 고려한 특수장비나 시설이 필요하나 이에 미흡함

- 소량다품종, 산지의 분산, 냉장수송 등

라. 컨테이너 운송 물류비 절감 방안 제시

(1) 내륙운송 철도 이용 활성화

○ 내륙운송의 경우 철도를 이용하면 운임을 30%정도 인하할수 있음

○ 그러나 현재 컨테이너 기지인 의왕 → 부산간 철도운송의 경우만 MG Set 부착용 전기잭이 25개 정도 설치되어 있고 기타지역은 설치되어 있지않음

- 컨테이너기지 : 의왕, 대전, 전주, 광주, 광양, 구미, 대구, 인천

○ 철도청과 협조하여 전체 컨테이너 기지와 연결되는 기차에 전기잭을 설치하고 컨테이너 기지와 부산간에는 기차를 이용하여 운임절감

(2) 소형 컨테이너 확대 및 산지 생산기지에 배치

○ 현재 12FT 컨테이너는 부관훼리, 대한통운에서 운영하고 있으며 제주도 감귤은 8FT 컨테이너를 사용하고 있음

○ 채소류 수출이 집중되는 11월 -3월은 소형 컨테이너가 부족하여 소량의 화물을 20FT 또는 40FT에 선적하고 있는바 소형 컨테이너를 확대하여 산지 생산기지에 배치하는 것이 필요함

(3) 해상운송 창구 단일화로 운임 절감

○ 현재 수출입조합에서 시행하고 있는 해상운송 창구단일화 사업은 물량을 1개 선사에 몰아주어 운임을 인하하는 효과가 있으며 특히 동 제도는 선박회사의 담합에 의한 가격인상을 방지하는 효과가 있음

○ 그러나 연간 확정물량으로 계약할 수 없고 이행보증을 할 수 없기 때문에 시행에 애로가 있음

○ 해상운송창구 단일화사업의 활성화를 위한 지원방안의 검토가 필요함

(4) 수출물류비 절감대책 협의회 활성화

○ 현재 농림부(무역진흥과)에서는 농산물 수출물류비 절감을 위하여 대책협의회를 구성하여 운영하고 있음

- 농림부, 산자부, 건교부, 해수부, 전남도청, 경남도청, 유관단체 합동

○ 동 협의회를 통한 개선과제 발굴과 적극적인 추진 등 활성화가 필요함

III. 결론

(1) 현재 지원하고 있는 지자체 수출물류비 지원제도를 단지지정 및 수출업체와 컨소시엄으로 연계하여 산지 물류센터 설치에 지원하는 방안을 검토 요청

(2) 계약재배 활성화를 위하여 장려책과 동시에 위반시 규제할 수 있는 법적

제도적장치의 마련 요청

- (3) 농산물 수출보험중 가격상승 위험보험의 개선 및 활성화를 위하여 농림부에서 주관하는 “수출농산물 가격안정 보험(기금)으로 전환 검토 요청
- (4) 정부차원에서 품목별로 팔레트 선적을 위한 표준규격(박스 및 팔레트) 및 포장박스 표준화를 위한 연구 용역사업 실시
- (5) 수출업체(생산자단체 포함)에게 팔레트 선적을 위한 시설설치비 및 팔레트 구입비 50%를 지원하여 팔레트 선적 기반 조성
- (6) 수출용 박스 비축 공급사업 실시를 위한 지원방안 검토 요청
- (7) 철도청과 협조하여 전체 컨테이너 기지와 연결되는 기차에 전기책을 설치하고 컨테이너 기지와 부산간에는 기차를 이용하는 운송대책 추진
- (8) 소형 컨테이너 확대 및 산지 생산기지에 배치
- (9) 해상운송 창구 단일화사업을 위한 지원방안 검토 요청

(첨부1) 채소류(가지) 수출현장 현지조사 보고서

- (1) 조사지역 : 부산 강서구 지역(A업체 구매지역)
- (2) 생산농가
 - 비닐하우스 600평
 - 매년 7월 파종(종자는 수출업체가 구입, 공급)
 - 일본 기술자 현장기술 지도 실시
 - 9월초 1차 수확 ~ 익년 6월말까지 수확
 - 성출하기 150KG, 비출하기 60KG 수확
- (3) 선과장
 - 인근에 500 ~ 2,000평 규모 7개농가 소재
 - 7개 농가가 공동 선별장 설치운영
 - 1인의 관리인을 두고 관리인이 선별 작업 인부고용
 - 관리인 인건비 및 고용 인건비, 선과장 운영비는 농가 공동부담
- (4) 구매, 선별, 포장, 선적
 - 생산농가는 규격품(A, B, C)을 수확하여 15KG PVC상자에 담아 놓음.

- 선과장 소유 차량이 7개 농가를 순회하며 PVC상자를 수거하여 선과장으로 집하
- 선과장에서는 농가별로 GRADING작업하여 10KG 수출용 BOX(골판지)에 포장
- 수출업체는 등급별 수매가격으로 인수(등외품까지 인수하여 국내처분)
- 수매가격 : 원료대 + 선과장 운반비 + 선과 작업비 + BOX대 포함하여 결정
- 포장된 BOX는 화물차에 싣고 부두 컨테이너 작업장에 집합
- 일정시간 (오후 2시경)에 여러곳에서 화물차가 작업장에 집결
- 집결 완료후 식물검역 실시
- 10FT 또는 12FT 또는 20FT에 선적

(5) 참고사항

- 가지 선과장에서는 타 품목을 선과 할 수 없음. 품목별 병충해가 틀리기 때문에 감염우려
- 선과장은 각 지소(수매지역)에 다 설치되어 있음.
- 수출업체는 정예의 선과반을 편성하여 봉고차로 지소를 순회하며 작업하는 방법을 검토중이나 일시에 처리가 곤란하여 실현 어려움
- 화물차 동시 집결을 위하여 사전에 계획, 지시
- 10FT 또는 12, 20FT를 선정하기 위하여 사전에 생산 예상량 파악

(첨부 2) 대일 채소류 수출 공동 선별장(집하장) 운영 결과 보고서

1. 공동 집하장 설치 개요

- (1) 장 소 : 농수산물유통공사 부산 학장 창고
- (2) 규 모 : 1개동 (200평)
- (3) 사용기간 : '99. 1. 10 ~ '99. 3. 31. (시범운영기간)
- (4) 임 차 료 : 평당 4,680원/월
- (5) 시설 관리주체 : 농수산물유통공사
- (6) 사업 운영주체 : 한국농림수산식품수출입조합
- (7) 사용업체 : 채소류 수출업체 중 희망업체

(8) 대상 품목 : 수출 채소류 전품목

2. 공동 선별장 설치 및 운영

(1) 집하장 : 골판지 box에 포장된 상태의 물품, 또는 선별된 상태로 컨테이너 상자에 적재된 물품을 인수

- 화물 운송통보(FAX) → 화물차 도착 → 하차(상조인부) → 수량파악 → 입고 (상조인부) → lot별로 적재 → 화물인수 통보(FAX)

(2) 작업장(Grading 작업) : 컨테이너 상자에 적재된 물품을 Grade별로 재선별 하여 골판지 상자에 포장

- 집하장 적재품을 작업장으로 이동 → 자재공급 → 소포장 작업(자체조달 인부)

→ 소포장 완료 → 식물검역장으로 이동

(3) 식물검역장 : lot별로 적재된 상태에서 Sample 채취, 식물검역 실시

(4) 선적 : 출고(상조인부) → 수량파악 → 컨테이너에 상차

3. 공동 집하장 세부 운영계획

(1) 집하장 사용희망업체는 소정의 사용신청서를 수출입조합에 제출하여야 한다.

- 창고 SPACE가 부족할 경우에는 계획서 제출 우선 순으로 배정

(2) 수출입조합은 상근직원을 두고 물품의 입출고, 집하장 관리, 식물검역의 수행 등의 업무를 수행한다.

(3) 집하장에서 소포장 작업을 희망하는 업체는 별도 작업계획서를 제출하여야 하며, 작업인부 및 포장자재는 자체 조달한다.

(4) 집하장 창고온도는 4-5℃를 유지한다.

(5) 보관물품의 부패, 변질 등에 대한 책임소재는 다음과 같이 한다.

○ 집하장 창고 온도관리 : 농수산물유통공사

○ 보관창고에서의 물품관리 : 수출입조합

○ 상기이외의 사항 : 화주

(7) 집하장 사용업체는 소정의 사용료(임차료 및 시설 설치료, 운영지출경비)를 수출입조합에 납부하여야 한다.

(8) 세부적인 사항은 수출입조합내에 설치된 공동집하장 운영대책 소위원회에서 결정, 시행한다.

- 소위원 : 건오물산, 연합수산, ALP-KS, 한도물산, 경남무역, 경북통상

4. 운영 결과

(1) 다음과 같은 문제점으로 인하여 계속되지 못함

- 사용시기는 단기간에 집중되어 있는 반면 비수기에는 활용이 어렵고 정부 시설을 장기간 임차할 수 없음
- 동일지역에서 여러 업체가 작업할 경우 기업의 노하우가 노출될 것을 꺼림
- 선별장이 부두에서 떨어져 있어 컨테이너 내륙 운송비가 별도로 추가 됨
- 업체별 선별 기준이 서로 다를 경우 농가와 업체간에 분쟁야기
- 상기 사유로 공동선별장의 활용도가 낮아 경제성이 없음

(2) 향후 개선점

- 수출업체로서는 개별 선별장을 갖기를 희망함.
- 품목별 주산지별로 4-5개업체가 공동 선별장(진주 대곡지역 등)을 설치 운영하는 방안을 검토했으나 실현성이 떨어짐

(첨부 3) 채소류 수출 계약재배 활성화 추진 검토서

1. 추진방안

- 시군별로 수출단지를 지정하고 수출업체를 연계하여 계약, 관리하는 방안
 - 우선 시설채소중 주 수출품목부터 단계적으로 시행하되 파프리카, 오이, 가지 등 외국품종으로 재배되는 품목 중 내수와 중복이 없는 품목부터 시행
- 11월-익년 4월의 시설재배에 대하여는 계약재배하고 그 외 기간은 자유

2. 선결조건

- 상호간의 신뢰가 있어야하고 계약이행이 전제되어야 한다. 농가는 물론, 수

출입제도 확실하게 계약이행 할 수 있는 제도적인 장치가 필요하다.

※ 국내가격이 높아 농가가 이행을 못할 때의 대책이 있어야 하며 국내는 풍작으로 가격이 하락할 때도 수출가격을 지킬 수 있느냐가 문제다.

○ 부당침해방지에 대한 규제방안이 전제되어야 한다

- 시즌별로 계약하여 그 작기 동안에는 기득권이 보호되어야함

※ '02년도 4-5월 방울토마토 사례

- 시중가격이 kg당 3,000원일 때 일부 수출업체는 1,800원/kg에 계약재배를 하고 있다. 물론 현재는 농가가 손해지만 년중 동일가격으로 구매해주는 조건이기 때문에 농가에 유리하다

이러한 제도의 유지를 위해서는 수출자율지도가격제가 필요하며 지켜져야 한다(시중가격이 고가일 때는 수출하지 않다가 저가일 때 수출하는 업체는 수출원가가 저가이므로 계약재배업체는 경쟁할 수 없음)

3. 세부요령

○ 시즌초에 각 품목별위원회를 개최하여 계약재배 구매가격 협의 결정(± 오차범위 인정, 농가의 재산성을 보장해주는 수준에서 월별로 가격결정)

- 구매가격에 의한 수출원가 산정 및 자율지도가격 결정

- 구매가격, 수출가격 위반업체는 강력하게 규제(준수업체가 손해보는 일이 없도록)

(첨부 4) 농수산물 수출보험중 가격상승위험보험 제도개선 건의(안)

1. 현황 개요

(1) 취급기관 : 수출보험공사, 산업자원부

(2) 보험개요 : 농수산물 수출진행을 위하여 1994년 11월 신설

- WTO체제하에서는 수출지원이 어려우므로 보험의 활성화가 필요함

(4) 가입실태 : 현재까지 가격상승 위험보험은 6건에 불과함(보상1건)

2. 문 제 점

(1) 가입하려고 해도 가입할 수가 없다.

○ 보험에 가입하려면 사전에 수매계약과 수출계약이 이루어져야 하는데 대부분의 농산물수출은 사전에 수출물량 계약은 가능하나 단가계약은 어렵다.

○ 사전에 수출계약이 이루어진 경우에도 보험약관상 여타조건을 충족할 수 없다.

(2) 가입해도 보험금을 탈수가 없다.

○ 국내조달비 적용 기준이 애매함

※ 국내조달비용(물품대) - 다음 금액중 적은금액

- 물품구매를 위해 실지 지출한 금액

- 공인될 수 있는 가격(공공기관의 고시 도는 조사가격) 또는 공사가 합리적인 것으로 인정하는 기준으로 산정한 금액

○ 품목별 선별 감량비(LOSS율)인정기준이 없음.

○ 국내 조달비용중 증빙이 불가능한 항목은 손실을 볼 수 밖에 없음

(3) 최소한의 기업이익이 포함되어 있지 않다.

(수출자 입장)

○ 보험금 지급시 이익이 보상되지 않음. 사전 수매계약 체결, 사전 수출계약 체결, 보험료 납부등 통상거래보다 불리한 거래를 성사했는데 이윤보장 없음.

단지 수출계약 이행 효과뿐임.

○ 이윤보상이 없다면 차라리 통상거래를 선택하는 것이 유리함

※ 통상거래 : 사전계약없이 수확기에 형성되는 가격을 기준으로 수출
(국내가격이 높아 수출할 수 없으면 수출포기)

3. 건 의 (안)

○ 농림부에서 주관하고 생산농민을 가입대상으로 하여 “수출농산물 가격안정 보험 (기금)으로 전환

※ 미국의 농작물 보험법과 같은 보험으로 전환

(첨부 5) 팔레트 선적을 위한 참고자료

가. 팔레트 규격

NO	규격(가로 세로 높이)	지중	동하중	정하중	비고
		(kg)	(톤)	(톤)	
1	1100-1100-135	17.0	2.0	8.0	
2	1100-1050-135	19.0	2.0	8.0	
3	1000-1000-105	17.0	2.0	8.0	
4	1220-1020-140	19.	2.0	8.0	
5	1308-1136-110	24.0	2.0	8.0	
6	1200-900-140	14.5	1.5	6.0	
7	1100-800-120	14.0	1.0	4.0	
8	1150-1130-136	19.0	2.0	8.0	

나. 박스 및 난좌 규격(A,B,C 3개업체 조사)

품목	업체명	단위	포장 단수	과수	박스 사이즈			난좌 사이즈	
					가로	세로	높이	가로	세로
사과	A업체	10kg	2		435	366	210	-	-
	B업체				405	375	200	-	-
배		15kg	3					-	-
	공통	5kg	1	일괄	475	335	125	465	320-330
	A,B업체	10kg	2	일괄	485	345	220	465-480	330-340
	C업체		2	일괄	475	335	225		
	B업체	15kg	2		530	405	220		
	A업체	15kg	3	36이내	425	320	330		
	A업체			45이내	500	308	310	500	347-350
	C업체	15	2-3		530	385	230		
단감		5kg							
	C업체	10	2		400	300	220		
		10kg	3		395	305	210		
		15kg							

다. 과수별 난좌 개발 갯수

품목	단위	과수별	난좌 종류수	주요 과수	금형개발 갯수	비고
사과	10kg	25-50과	26	9	35	
배	15kg	25-45과	21	9	30	
	5kg	6-15과	10	5	15	10kg 병행사용
단감	10kg	33-70과	38	12	50	
		합계	95	35	130	

(첨부 6) 대일 농산물 수출 해상운송 현황

1. 선박회사별 일반사항

선사명	출발지	선박수	C.Y	출 항 요 일	비고
부관훼리	부산	2	부관훼리 C.Y	매 일	
대한통운	부산	-	대한통운 부산진 C.Y	"	부관훼리이용
고려훼리	부산	1	1부두 고려훼리 C.Y	화, 목, 일	
흥아해운	부산	16	양산국보C.Y	월,화,수,목,토,일	
남성해운	부산	11	대한통운 보급소 C.Y	월,화,수,목,일	범양, 고려 공 동배선

○대한통운 : 포워딩 업무병행(남성해운 등 기타선사 이용)

○일요일 - 목요일 까지 선적 (일본의 토요일 검역 불가능으로 금요일 선적은
못함)

○ 운항중단된 마간훼리는 장금상선에서 인수하여 운항재개 예정임

2. 선박회사별 운항사항

선 사 명	도 착 지	출항요일	소요 기간	CLOSING TIME	출항시간	일 본 도착시간	비 고
부관훼리	시모노세키	매일	11.00	16:00	18:00	08:30	
부관훼리	히로시마	매일	11.00	16.00	20.00	08.30	
고려훼리	하카다	화,목,일	11.00	16.00	18:00	08:30	
흥아해운	하카다	화,목,일	11.00	20.00	20.00	08.30	
남성해운	시모노세키	매일	11.00	16.00	20:00	08:30	

3. 선박회사별 컨테이너 보유

선 사 명	DRY				보냉	REFEER			
	10	12	20	40	20	10	12	20	40
부관훼리	70	50	229	5	99	-	-	10	-
대한통운	-	-	-	-	-	-	30	-	-
고려훼리	-	20	200	100	30	-	-	70	12
흥아해운	-	-	200	200	-	-	-	70	70
남성해운	-	-	200	200	.	-	-	70	70

· 대한통운 : 12FT REFEER 30대 → 유통공사 20, 일본통운 10

* 신선채소의 경우 겨울 - 4월까지의 DRY를 사용하며, 4월 - 가을까지는 리퍼를 사용함. 통상적으로 Reffer는 Dry보다 12F/T기준으로 약 100상자/5kg 적게 실림

(첨부 7) 세계20대냉동/냉장컨테이너 수송능력보유선사 현황

(단위 : TEU,%)

구 분	냉동/냉장컨테이너수송능력			전체 컨테이너 선대 보유량		
	TEU	냉장비율	순위	TEU	척수	순위
Maersk-sealand	116,706	15.9	1	735,268	291	1
P&O Nodloyd	62,419	14.9	2	417,788	161	2
Evergreen	37,852	9.6	3	395,187	145	3
MSC	31,888	8.2	4	388,166	174	4
CMA-CGM	24,072	11.7	5	206,331	100	8
Cosoo	23,796	9.5	6	249,354	133	7
한진해운	23,582	7.6	7	308,859	85	5
K-Line	23,247	13.1	8	177,627	60	10
APL	22,727	8.7	9	262,183	82	6
NYK	20,646	11.3	10	183,121	83	9
Hembug-sud	18,508	20.0	11	92,549	48	19
CPS Ships	18,118	10.3	12	175,693	84	11
MOL	16,850	10.5	13	161,015	59	12
CSCL	15,487	10.5	14	147,829	89	15
현대상선	14,095	11.4	15	123,618	32	17
OOCL	13,738	8.6	16	159,634	51	13
Hapeg-Lloyd	13,682	102	17	134,009	34	16
Dole	10,356	100.0	18	10,356	16	83
CSAV	10,244	11.9	19	86,390	40	20
Zim	9,907	6.6	20	151,158	78	14
20대선사합계	527,917	11.6	-	4,566,125	1,843	-

※ TEU : 20FT 1 컨테이너의 용량

(첨부 8) 수출입조합의 해상운송창구 단일화 사업 현황

1. 수산물 수출입조합의 부산지소 운영 현황

가. 개요

- 운영 : 이사회 산하에 운송 개선위원회를 두고 특별회계를 수립하여 운영
- 부산 무역회관 10층 소재
- 인원 : 정규직원 2명 (소장 1, 여직원 1) 임시직 5명 (남자 3, 여자 2)

나. 사업

- 냉동선(TOP 선박)을 팔레트 선적이 하도록 개조하여 일괄선적
 - 3ROOM의 냉동실로 되어 있으며 부관웨리보다 운임 30-40% 저렴
 - 저녁 10시 출항, 익일 오전 9시 도착(시모노 세끼)으로 운영함으로서 작업장에서 1일 온종일 작업가능
- 선박, 컨테이너 부킹 업무
- 용역 서비스, 서류발급 서비스 업무
 - B/L, INVOICE, PACKING LIST 취급
 - FAX발송후 DHL 또는 우편으로 송부

다. 운영

- 일반업체는 B/L 건당 30,000원의 수수료를 징수하고 있으나 수출조합은 회원사에 한해 20,000원의 수수료 징수
 - 15,000원은 경비로 쓰고 5,000원은 특별회계로 적립
- 냉동, 운반선의 운임 × 5%를 수수료 징수하여 경비 충당

2. 농림수산물수출입조합의 해상운송창구 단일화 사업 현황

가. 개요

- 회원업체의 수출물동량에 대하여 1개 해상운송업체와 일괄계약
 - 2000년 한진해운과 계약 2001년 퓨전해운과 계약
- 계약당시 Tariff 요금에 대하여 내륙운송료 20-25% 인하
- 해상운송요금 5-10% 인하
- 부대서비스(통관 검역 대행료 인하)

나. 운영 실적

- 수출입조합과 해운업체간에 연간 일괄계약

- 15개업체가 이용 연간 1,080 컨테이너 정도