



농어업 발전과 농어민
소득증진의 꿈!

aT가
함께 합니다

www.at.or.kr

aT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

농어업 발전과 농어민 소득증진의 꿈!

aT가 함께 합니다!





Contents

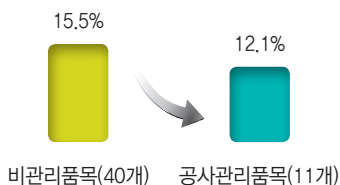
- | Part. 01 | aT가 고객님들과 함께 이룬 성과 04
- | Part. 02 | 고객님들과 함께 이렇게 일하겠습니다 05
- | Part. 03 | aT와 유관기관들, 이렇게 다릅니다 28

Part. 01

aT가 고객님들과 함께 이룬 성과

우리나라 농수산물산업의 지속가능성 제고

채소류 수급안정 [’16년 소비자물가지수 월 편차]

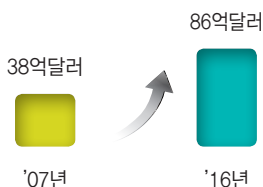


유통효율화(유통비용 절감액)



실적

농수산물 수출진흥



식품기업 국산 농산물 원료 구매



수급관리 역량 확대

- 선제적 수급관리시스템 구축 운영
- 적기 구매 · 수입 · 비축 및 방출

유통구조 혁신기능 강화

- 직거래, 사이버 등 신 유통 확산
- 산지 규모화 및 도매시장 개선

전략적 수출개척 및 마케팅

- 신 시장 개척 및 수출유망품목 발굴
- 온라인 마케팅 및 인프라 강화

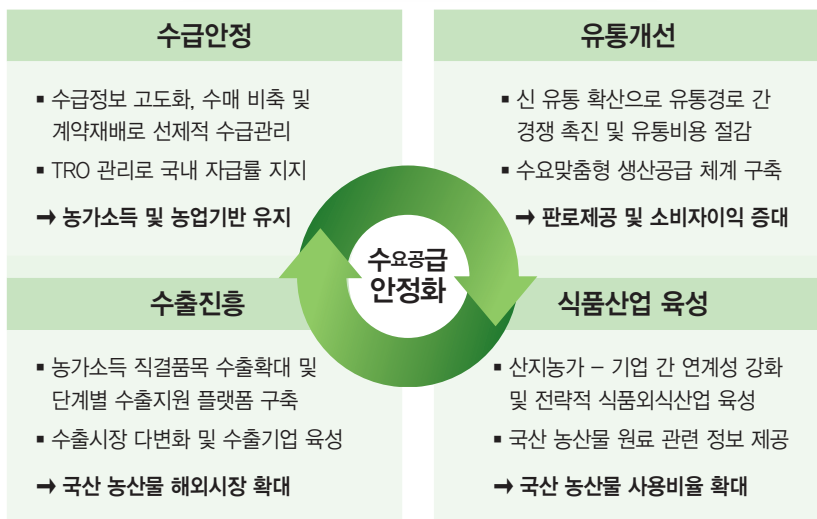
식품산업 인프라 확충

- 식품산업 종합지원 및 산지 연계
- 중소식품 · 외식기업 육성 및 상생

Part. 02 고객님들과 함께 이렇게 일하겠습니다

농어업인 소득증대 및 농어업의 지속발전 선도

※추진기반 = 수급안정



고객님들과 함께 이렇게 일하겠습니다

농산물 수급안정

농산물 수급의 선제적 관리로 농가소득을 안정화하고
국내 농업 생산기반 조성에 기여하겠습니다.

수매비축/계약재배	TRQ 운영	쌀
• 수확기 수매 및 가격 상승기 방출 • 수요맞춤형 계약재배 및 직공급	• 수급상황 연계 도입 · 방출 • 비축농산물 위생 · 안전관리	• TRQ 수입쌀 도입 · 판매 • APTERR용 국내쌀 수매

▶ 정부비축사업 실시기관으로서 정부 지정 품목의 수매와 국영 무역 관리품목의 수입 및 비축 · 방출업무를 수행

- 수매 : 저장 가능 품목을 성출하기에 수매하여 단경기 방출
 - 대상(9개) : 고추, 마늘, 양파, 땅콩, 콩, 사과, 배, 배추, 무
- 수입 : WTO 협정에 따른 국영무역품목을 수입 · 판매
 - 대상(8개) : 고추, 마늘, 양파, 참깨, 땅콩, 콩, 팥, 생강
 - * 수익금은 전액 「농안기금」에 불입하여 가격안정, 수출진흥사업 등에 활용
- TRQ 수입쌀 도입 · 판매관리 및 해외원조용 국내쌀 수매

▶ 계약재배 등 수급안정을 위한 다양한 정책사업 수행

- 채소류 계약재배로 실수요처 직공급 및 수급조절물량 확보
- 비축기지 현대화 · 광역화(4개 권역)를 통한 비축인프라 확충

수급안정 분야에 대해 궁금하신 점은 ➡ ☎ 061-931-1061

aT가 수행하는
수매비축 사업은 농가와
소비자에게 어떤 영향을
미치나요?



aT는 농산물의 가격이 하락하는 성출하기에

수매를 실시하여 생산농가 소득을 안정화하는 한편, 가격이 상승하는
단경기에는 비축농산물을 시장에 방출하여 소비자 가격을 안정화합니다.
즉, 농가와 소비자 모두를 위한 사업입니다.

* 농식품부(사업지원기관) / aT(비축사업실시기관) / 농협(수매사업실시기관)

▶ (수매) 가격하락 시 저장성 있는 국내산 농산물을 수매하여
생산농가의 소득을 지지합니다.

– (‘16년) 5품목 / 3만4천톤 → (‘17 계획) 6품목 / 4만2천톤

* 고추(3천톤), 마늘(9천톤), 양파(8천톤), 배추(4천톤), 무(2천톤), 콩(16천톤)

- 수매시기, 품질규격, 수매가격 등 탄력 운영
- 수급예측 결과에 따라 수매, 시장격리 등 조절수단 선별

▶ (판매) 가격상승 시기에 비축농산물을 시중에 판매함으로써
수급 불균형을 해소하고 소비지 가격을 안정시킵니다.

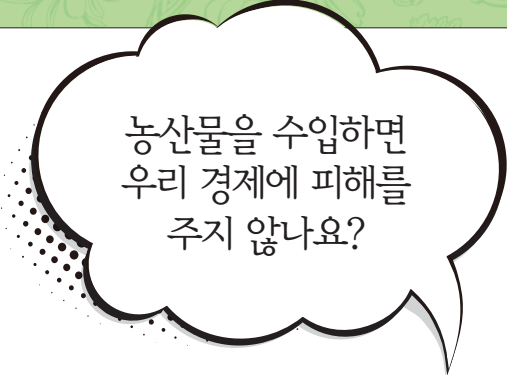
– 가격동향에 따라 도매시장 상장, 김치업체 및 수출업체 직배



– 수매 –



– 비축 –



농산물을 수입하면
우리 경제에 피해를
주지 않나요?



민간이 농산물을 자유롭게 수입하면 무분별한

저가 농산물 반입으로 국내 생산기반이 붕괴될 것입니다.

공공기관 aT는 WTO 협상에 따라 저율관세 수입이 불가피한 농산물,

국내 생산이 부족한 농산물을 수입하여 농산물 수급과 가격을 안정화하고

있습니다. 이때 국내 농가영향 최소화를 위해 국내 수급상황에 따라

수입 시기와 물량을 탄력 운영합니다.

▶ 국제 협상 결과 등에 따라 농식품부에서 지정한 8개 품목의 농산물을 수입
비축하여 국내 농산물 수급을 안정화합니다.

－ MMA : 고추, 마늘, 양파, 생강, 팥(녹두)

－ CMA : 참깨, 콩(콩나물콩), 땅콩

* MMA(Minimum Market Access) : 최소시장 접근물량

* CMA(Current Market Access) : 현행시장 접근물량

▶ 품목별 국내 수급상황을 감안하여 도입 시기와 물량을 탄력 운영하여 국내
농가 피해의 최소화를 도모합니다.

－ 국내 작물 수확기 등을 감안한 분산 도입 및 단경기 방출, 과잉생산 시
건조품 대체 도입 추진 등

－ 생산 감소 시는 TRQ(저율관세할당물량) 조기 도입

* 콩, 참깨 등 국내 생산이 절대 부족한 품목은 수급안정용으로 상시비축

▶ 동 사업 수익금은 전액 「농산물가격안정기금」에 불입하여 농산물
가격안정, 유통개선, 수출지원 등 공익사업에 활용합니다.

채소류 수급안정을 위한 aT의 성과와 계획은?



aT는 국민 식생활과 밀접하고 가격등락폭이 큰

5대 채소류에 대한 수매 및 수입, 방출관리를 통해 농가 소득 지지와

서민물가 안정을 도모하고 있습니다. 앞으로는 계약재배,

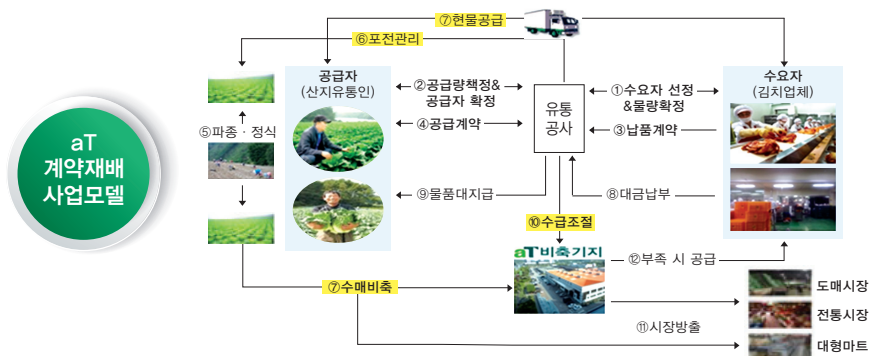
상시비축 등으로 확대하여 가격 변동성을 보다 효과적으로

안정시킬 계획입니다.

▶ 주요 농산물 중점관리를 통해 '16년 공사 관리품목의 가격 변동률을 관리의 품목 대비 78% 수준으로 유지하였습니다.

▶ 향후 유통종합정보시스템 구축, 계약재배, 상시비축 등을 통해 채소류 가격등락을 보다 효과적으로 관리하겠습니다.

- 국가 수급종합정보망 구축 및 효과적 분산으로 수급안정 유도
- 계약재배 확대 : ('16) 배추, 무 → ('17) 마늘 추가 → ('18) 양파, 건고추 추가
- 배추·무 작기별 상시비축을 통해 수급불안에 신속 대응



Part. 02

02

고객님들과 함께 이렇게 일하겠습니다

농산물 유통개선

직거래를 활성화하고 산지와 소비지의 유통을 개선하여 우리나라 농산물 유통을 선진화하겠습니다.

▶ 민간이 수행하기 어려운 공익적 · 비수익적 유통개선을 수행

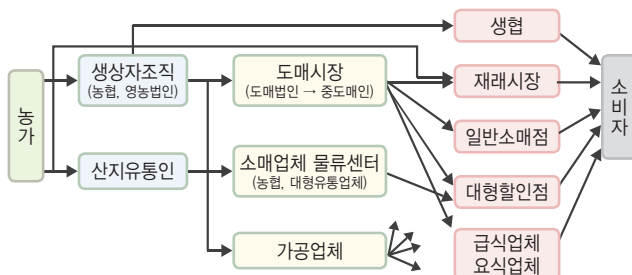
신 유통 확산
(직거래 등)

산지 규모화
도매시장 개선

화훼유통개선
유통인력양성

- 로컬푸드직매장('16년까지 154개소), 직거래장터('16년 52개소) 지원 및 사이버 거래소 운영('16년 거래액 3조원)
- 산지조직 규모화(공동계산액 : ('10) 44억원 → ('16) 162억원) 및 도매시장 개선 (정가 · 수의매매 : ('10) 7.3% → ('16) 21.3%)
- 화훼공판장 운영('16년 거래액 1,107억원)으로 화훼유통 개선 및 농식품 유통 전문인력 양성('85년 개원 이래 15만명)

농산물
유통단계



유통개선 분야에 대해 궁금하신 점은 ▶ ☎ 061-931-1011

농산물 유통의
문제점을 개선하기 위해
aT가 하는 일은?



유통의 핵심은 “제 값에 사고 파는 것”입니다. aT는 유통경로를
다양화하여 농민은 팔 곳을, 소비자는 살 곳을 선택하도록 함으로써
“농민은 제 값을 받고 소비자는 합리적 가격에 구매”하는 구조를
만들기 위해 직거래, 온라인 등 新 유통 확산에 앞장섭니다.

- ▶ 우리나라 농산물은 도매시장과 대형유통업체 위주로 유통되어 생산자의 출하처 및 소비자의 구매처가 제한되어 있습니다.

* 생산농민 출하처 : 생산자단체 51%, 산지유통인 28%, 산지공판장 11%

* 소비자의 구매처 : 소매상 44%, 대형유통업체 33%

- ▶ aT는 로컬푸드직매장, 직거래장터, ICT를 활용한 사이버거래 등 新 유통을 확산하고 농산물 유통경로를 다양화함으로써 생산농민과 최종소비자의 선택 범위를 확장하고 있습니다.

— 로컬푸드직매장은 직거래 대표모델로 자리매김

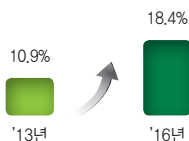
* 직매장 수/매출액 : ('12) 3개소 / 63억원 → ('16) 154 / 2,607

— aT 사이버거래소 실적 3조원으로 代案유통경로로 성장

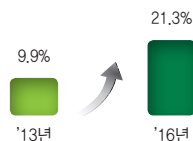
유통비용 절감액



신 유통 비중



정가 · 수익매매 비중





1. 2015년 주요 농산물 유통실태 ('16.10)

● 조사개요

- 품목 : 31품목 42종류 (식량작물6, 엽근채8, 과채5, 조미채3, 과일6, 화훼2, 축산4, 수산1, 수입7)
- 방법 : 성출하기에 주산지에서 소비지까지 각 단계별 유통주체 조사
- 유통비용률(44.8%)
 - 비용별 : 직접비(16.9), 간접비(13.3), 이윤(14.6)
 - 단계별 : 출하(10.0), 도매(11.6), 소매(23.2)

● 부류 · 단계별 유통비용률

(단위 : %)

구 분	농 가 수취율		유통비용(소비자가가격-농가수취가격)						
			단계별				구성별		
			계	출하	도매	소매	직접비	간접비	이윤
농산물전체	'14년	55.2	44.8	10.0	11.6	23.2	16.9	13.3	14.6
	'15년	56.2	43.8	9.3	12.6	21.9	15.8	14.0	14.0
식량작물	'14년	69.6	30.4	12.6	4.8	13.0	14.3	7.5	8.6
	'15년	67.8	32.2	13.3	5.7	13.2	15.1	8.0	9.1
엽근채류	'14년	31.7	68.3	22.3	14.3	31.7	38.7	11.4	18.2
	'15년	30.9	69.1	26.7	14.3	28.1	36.8	12.5	19.8
과 채 류	'14년	59.1	40.9	11.0	9.4	20.5	17.1	13.2	10.6
	'15년	61.2	38.8	10.7	8.5	19.6	16.1	15.1	7.6
조미채소류	'14년	43.7	56.3	19.3	14.4	22.6	28.0	12.0	16.3
	'15년	51.6	48.4	16.6	13.8	18.0	19.3	16.5	12.6
과 일 류	'14년	48.2	51.8	16.4	10.7	24.7	21.0	14.5	16.3
	'15년	47.0	53.0	16.6	10.6	25.8	21.7	14.9	16.4
축산부류	'14년	55.3	44.7	3.0	14.3	27.4	11.2	16.2	17.3
	'15년	56.4	43.6	1.5	17.1	25.0	10.8	16.4	16.4

* 축산부류 유통비용은 축산물품질평가원에서 조사함

● 연도별 유통비용(농축산물 전체)

(단위 : %)

구 분		'11	'12	'13	'14	'15
유통비용률		41.8	43.9	45.0	44.8	43.8
단계별	출하단계	10.0	9.1	9.1	10.0	9.3
	도매단계	8.6	12.1	12.3	11.6	12.6
	소매단계	23.2	22.7	23.6	23.2	21.9

* 유통비용률(%) = (소비자가가격 - 농가수취가격) / 소비자가격 × 100



2. 해외 농산물 유통비용 비교

● 3개국(한국 · 미국 · 일본) 농산물 유통비용률 비교

(단위 : %)

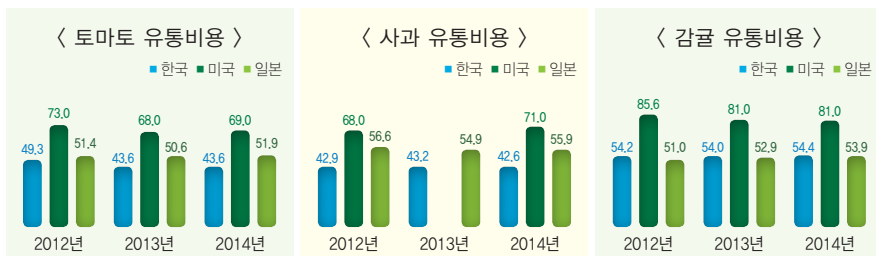
구 분	2011			2012			2013			2014		
	한국	미국	일본	한국	미국	일본	한국	미국	일본	한국	미국	일본
감 자	54.5	79.9	55.5	51.9	85.3	60.8	51.9	82.0	59.5	53.3	84.0	55.6
토마토	47.6	65.9	50.0	49.3	73.0	51.4	43.6	68.0	50.6	43.6	69.0	51.9
사 과	43.2	75.0	52.0	42.9	68.0	56.6	43.2	-	54.9	42.6	71.0	55.9
감 귤	56.1	84.8	50.5	54.2	85.6	51.0	54.0	81.0	52.9	54.4	81.0	53.9
평 균	50.4	76.4	52.0	49.6	78.1	55.0	48.2	77.0	54.5	48.5	76.3	54.3

주) 1. 출처 : (미국) 농무부(USDA), (일본) 농림수산성 / * '13년 미국 사과자료는 공시 안 됨

2. 미국은 감귤 대신 오렌지 자료 적용 / 감자는 가을감자, 토마토는 방울토마토 자료임

－ 3개국 동일조사 4품목 평균 유통비용률('14년 기준)은 한국이 48.5%로 가장 낮고, 일본 54.3%, 미국 76.3% 순임

- 감자 · 토마토 · 사과는 한국, 감귤은 일본이 가장 낮음
- 미국은 조사된 전 품목에서 유통비용률이 상대적으로 높게 나타남



* '13년 미국 사과자료는 공시 안 됨

－ 유통 선진화가 될수록 인건비 상승과 부가가치 제고를 위한 선별, 소포장, 냉장, 저온유통 등의 비용증가로 유통비용률이 높아지는 경향

- 유통비용률(4품목 평균, '14년) : 미국 76.3% > 일본 54.3% > 한국 48.5%

新 유통
확산을 위해
aT가 추진하는 일은
무엇인가요



산지-소비기간 직거래 확대를 위해

로컬푸드직매장 확충, 직거래 장터 운영, 농산물 사이버거래소 운영 등 다양한 노력을 하고 있습니다.

▶ **로컬푸드 직매장의 성공을 체계적으로 밀착 지원합니다.**

- 지원 직매장 : 119개소('16년까지 93개소, '17년 26개 신규)
- 예비사업자 선정, 농가조직화·교육, 직매장 개설 등 2개년 지원

▶ **직거래 인프라를 확충하는 한편 신 유통을 지속 발굴합니다.**

- 정례 직거래장터 개설 지원(52개소), 직거래서포터즈 운영
- 1인 유통 플랫폼 「스마트스튜디오」 운영 홍보
- 직거래페스티벌 대규모 전국단위 행사로 확대 발전

▶ **사이버거래소 운영으로 ICT 기반 유통혁신을 선도합니다.**

- '16년 거래액 3조원 달성 등 대안유통경로로 정착
 - * '16년 가락시장 거래액은 4조 8천억원
- POS-Mall 도입으로 중소상인에 맞춤형 직거래 시스템 지원
 - * '16년 거래금액 : 307억원, 구매회원수 : 20,040개소



이동식 장터(차량)



직거래서포터즈 운영



사이버거래소 거래액

산지지원 사업을
하는 목적은
무엇인가요?



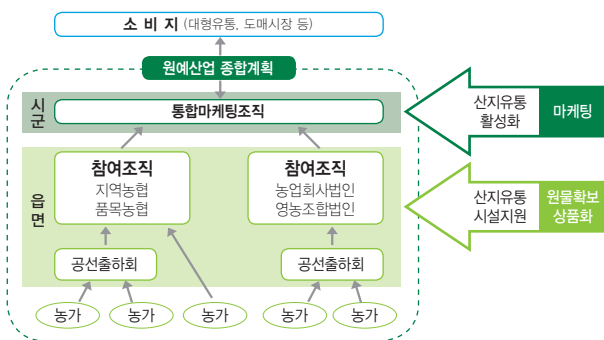
소농형태의 농가가 개별적으로 농산물을 판매하면 교섭력 부족으로 제값을 받기가 매우 어렵습니다. aT는 산지 규모화·조직화를 통해 소비자 유통주체에대한 농가의 거래교섭력을 강화함으로써 수취가격이 높아지도록 공익적인 역할을 수행하고 있습니다.

▶ 산지 규모화·조직화로 생산능가의 역량을 강화합니다.

- (공동출하확대) 통합마케팅 참여조직 출하규모 확대
* 목표 : ('15년) 총 취급액의 10% → ('16년) 50% 이상
- 안정적 원물조달을 위한 자금지원 / 교육, 컨설팅 / 홍보지원

▶ 산지유통센터(APC) 원스톱 지원으로 산지경쟁력을 높입니다.

- APC 운영활성화를 위한 경영컨설팅, 사전진단 및 컨설팅



〈 산지 조직화·규모화 〉

〈 APC 지원 〉

도매시장의 공익적 기능 강화를 위한 aT의 노력은?



공영도매시장은 우리나라 농산물 유통의 절반(55.1%)을 책임지는 핵심 인프라입니다. aT는 도매시장이 제대로 기능하도록 육성 지도함과 동시에 정가·수의매매 활성화로 경매제도의 약점을 보완하고 물류효율화도 추진하고 있습니다.

* 정가수의매매란? : 출하자가 판매예정가격을 정한 물품에 대해 도매법인이 구매자에게 가격/물량을 제시하여 거래하는 것을 '정가매매', 판매예정가격 없이 도매법인과 구매자가 협의하여 거래하는 것은 '수의매매'라고 함

▶ 도매시장을 평가하여 정책에 부합하게 운영 되도록 유도합니다.

- 평가 결과 정책자금 차등지원, 컨설팅 등 인센티브, 페널티 제공



도매시장 종사자 교육

▶ 정가·수의매매 활성화로 경매의 약점을 보완하고 거래제도를 선진화합니다.

- '17년 거래목표 : 18.1%('16년 16.8%)
- 정가·수의매매 예약정보시스템 운영



정가수의거래시스템

▶ 파레트 보조금 지원 등 하역기계화로 도매 시장 물류체계를 개선합니다.

- '17년 지원예산 : 146억원



하역기계화

고객님들과 함께 이렇게 일하겠습니다

농수산물 수출지원사업

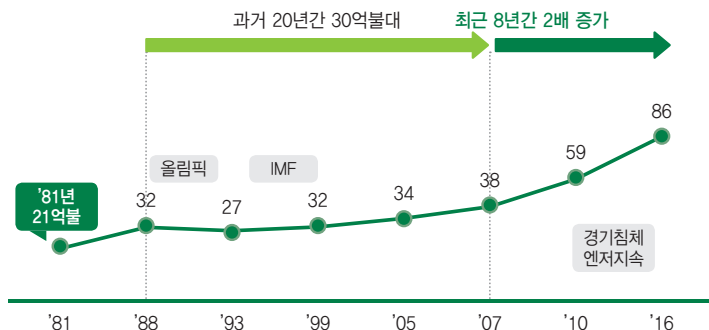
dT는 생산에서 해외 소비까지 일관된 수출지원을 통하여 우리 농수산식품의 글로벌 경쟁력을 강화하고 있습니다.

정부 농식품 수출육성정책에 따른 수출지원 전담기관으로서 수출기반 조성, 수출성장동력 창출, 해외마케팅 등 종합지원

- * 수출기반 : 선도조직 육성, 해외 물류기반 조성, 안전성 관리
- * 성장동력 : 유망품목 발굴, 수출물류비 지원
- * 마케팅 : 수출네트워크, 박람회 참가, 바이어 초청, K-FOOD 페어

※ UR협상 개시 이듬해인 '87년부터 무역부를 신설하여 수출지원 추진

〈 농수산물 수출 추이 〉



농수산물 수출에 대해 알고 싶으시다면 ⇒ ☎ 061-931-0811

농수산물식품 수출은
왜 중요하고 어떤 의미가
있을까요?



농수산물식품 수출은 국가 전체 수출액(5,268억달러) 중 1.5%에 불과하지만 “농가소득 증대, 농산물 가격안정, 일자리 창출” 등 국민경제에 기여하는 바가 큼니다.

▶ 수출은 국내가격을 안정시키고 농가소득을 증대시킵니다.

- 수출중단 시 국내가격 하락 : 과채류 5.9% ↓, 우유 3.6% ↓
- 수출중단 시 농가소득 감소 :
파프리카 17.5% ↓, 방울토마토 13% ↓, 딸기 10% ↓ (*출처 KREI)

▶ 농업 뿐 아니라 전후방 산업 성장에 긍정적 효과를 미칩니다.

- 농수산물식품 수출 10억달러 증가 시 파급효과 (*출처 한국은행)
 - 신선농산물 : 부가가치 8.1억달러(전자기기의 1.5배, 화학제품의 1.6배),
취업유발효과 31천명(전자기기의 5.9배, 화학제품의 5배)
 - 가공식품 : 부가가치 6.7억달러(전자기기의 1.2배, 화학제품의 1.3배),
취업유발효과 18천명(전자기기의 3.4배, 화학제품의 2.9배)

▶ 최근 엔저, 비관세 장벽 등의 악재로 국가 전체 수출은 위축되는 가운데 농수산물 수출은 꾸준히 확대되어 왔습니다.

| 우리나라 전체 수출액



| 농수산물식품 수출액



농수산물 수출의 어려운 점과 aT가 하는 일들은?



농수산식품은 생산 단계부터 상품화, 검역/통관, 현지 유통, 소비자 구매까지 수출 과정이 매우 복잡합니다. aT는 이러한 문제를 해결하기 위해 생산부터 수출국 현지 소비까지 전 과정을 일괄 지원하고 있습니다.

▶ 농수산물 수출의 모든 과정을 aT가 함께 합니다.

- **[생산단계]** 안전성 검사지원, 신규 수출품목 발굴 등
- **[상 품 화]** 수출상품화, 개별 브랜드 지원 사업 등
- **[물 류]** 수출물류비 지원, 해외 공동물류센터 운영 등
- **[검역·통관]** 현지화 지원 사업, 샘플통관비 지원 등
- **[마 케 팅]** K-Food Fair, 국제식품박람회, 미디어 홍보 등



▶ aT는 '92년 이후 축적해온 수출정보 DB, 국내외 네트워크, 노하우를 활용하여 농식품 수출 확대에 앞장서겠습니다.

- 지원조직 : 4처 · 1센터 · 14부 · 1TF · 11국내지사 · 14해외조직
- 지원인력 : 170명 ※본사 107, 국내지사 30, 해외조직 33

가공식품 수출도 꼭 지원해야 하나요?



가공식품 수출이 확대되면 “국산 원료 농산물 사용이
증가하여 농어민 소득증대에 기여”할 뿐 아니라, 신선재로 가공을 통한
부가가치를 창출과, 간접고용으로 “지역 일자리 창출에도 긍정적 영향”을
끼칩니다.

- ▶ '16년 전체 농수산물품 수출액(86억달러) 중 가공식품 수출이 54억달러로 62%를 차지합니다.

가공식품은 신선농산물에 비해 운송·보관 등 물류비용이 낮고, 관세·비관세 장벽이 낮아 시장개척에도 유리

- ▶ 가공식품 수출이 증가하면 국내 산업에 여러 가지 긍정적 효과가 부가적으로 따라올 수 있습니다.

① 국산원료 사용 촉진을 통한 농어가 소득증대에 기여

* 가공식품 국산원료 사용비율 : ('16) 31.5% (잠정)

— 총사용량 1,634만톤(국내산 515, 수입산 1,119) (잠정)

② 신선재로 가공을 통한 추가적 부가가치 창출

③ 간접고용을 통한 일자리 확대

* (예) 감귤가공품 수출증가 → 감귤원료 수요증가 및 가공공장 취업 증가 → 농가소득 및 지역 일자리 확대



※ 가공식품 수출의 전후방산업 성장 효과

→ 가공식품(음식료품) 수출 10억달러 증가 시 부가가치 6.7억불,
취업유발효과 18천명 * 한국은행



참고

가공식품 수출 지원 현황

[현 황] 2017년 수출사업 예산 5,934억원 중 수출보조사업 예산은 1,325억원, 원료구매 및 시설현대화 용자예산은 4,609억원

[형 태] 수출업체에 대한 직접지원(물류비, 자금지원), 정보제공, 경쟁력 제고 등 新시장 개척과 수출 역량강화를 위한 간접지원

[직접지원] 국산 원료 사용조건으로 지원

- ① 수출물류비 : 주 원료의 50% 이상 국내산 사용 조건으로 지원
 - 2016년 수출물류비 지원규모 : 신선농산물 29,781백만원(81%), 가공식품 6,935백만원(19%) * 수출물량×표준물류비 6~10% 지원
- ② 자금용자 : 국산 농산물 구매 조건 (단, 가공식품은 30%이상 사용)
 - 2016년 자금용자 규모 : 신선 1,684억원(66%), 가공 872억원(34%)

[간접지원] 해외 수출정보 제공, 바이어 초청, 해외 홍보 등 기업 수출역량 강화 및 수출환경 개선

- * (수출역량 강화) 수출정보, 공동마케팅, 상품화 제고, 수출컨설팅, 공동운송, 해외인증 등
- * (해외 홍보) 한국 농식품 홍보, k-food fair, 안테나숍, 바이어 초청 상담회

가공식품 수출 지원 필요성

- ▶ 가공식품 수출액이 최근 3년간(11~13) 평균인 44억불보다 20~100% 증가
가시 국내 농림축산 부문 생산액은 1,704억~8,526억원 증가
 (가공식품 수출의 효율적 지원방안/krei/14.12)

* 중점 육성 품목 : 과실 · 채소가공품, 차류, 인삼 및 건강보조식품 등

** 농업 선진국 네덜란드 가공식품 수출 624억불(농식품수출의 66.4%)

신선농산물 수출
확대를 위해
aT가 하는 노력은?



신선농산물 수출은 농가소득과 직결됩니다만, 대다수 수출업체들이
영세하기 때문에 수출국에서 통하는 품목 발굴과 해외 물류 및
마케팅을 위한 공적 지원이 더욱 절실합니다.

aT는“생산 > 품목 발굴 > 검역·통관 > 현지 물류 > 해외 마케팅” 등
신선농산물 수출의 전 과정에서 중소수출업체들을 다양하게
지원하고 있습니다.

- ▶ '16년 전체 농수산물 수출액(86억달러) 중 신선농산물 수출은 11억달러로 13%를 차지합니다.
- ▶ aT는 수출선도조직을 육성하는 등 연합화하여 신선농산물 수출 경쟁력을 제고하는 한편 수출국 현지 물류 지원체계를 강화하여 수출업체의 물류 부담을 경감하고 있습니다.



▶ 아울러 아래와 같이 신선농산물 수출을 지원하고 있습니다.

- 수출전문단지 육성으로 고품질 농산물 생산체계 구축
- 박람회 참가 지원, 판촉전 개최 등 해외 마케팅 지원
- 바이어 초청 상담회 개최, 신규 유망 수출상품 발굴

비관세 장벽을
해소하기 위하여
aT가 하는 일은?



검역, 통관 등 비관세 장벽은 수출의 큰 장애입니다.

aT는 2015년부터 시작한 현지화 지원 사업을 통해 수출업체의 비관세 장벽 극복을 돕고 있습니다. 수출국 현지의 법률·통관 전문기관과 네트워크를 구축하여 라벨링 제작·등록, 한국식품 수입등록 및 검사 등 수출애로 해소를 폭넓게 지원합니다.

▶ 2017년에도 현지화 지원사업의 영역을 더욱 확대하겠습니다.

(‘15) 해외지사 소재(중, 미, 일 등) 8개국 ▶ (‘16년) 인도 등 18개국
* (‘17년) 러시아 등 해외지사 미관할지역으로 지원국가 확대 계획

▶ 수출업체들이 해외 현지에서 겪는 어려움을 해소하기 위해 보다 폭넓은 분야를 지원하고 있습니다.

구 분	지 원 내 용	온라인 신청
현지화 자문	- 통관 절차 및 필요서류 (품목정보, 세금 등) - 수출 가능 여부, 제품 사전 검토 등 - 법령, 위생·검역 기준, 검사·인증기관 정보 - 계약서 작성, 상표 침해자문, 현지법인 설립 등 - 기타 현지 비즈니스 정보 (통역, 바이어 등)	온라인신청 http://global.at.or.kr
라벨링	라벨링 제작·등록비	
상표권	유사상표 조사 및 현지 상표 출원 지원	
바이어	- 수입식품 등록·검사비 / 라벨링 제작·등록비 - 포장패키지 현지화 / 바이어 특화 컨설팅	해외aT지사로 신청

※ 농산 90%, 수산 70% 지원 (단, 현지화자문은 전액 지원)



해외 현지화 지원사업 문의처

aT본사

(농산) 통상지원부 오세원 / 정지희 ☎ 061-931-0863

(수산) 수산수출부 장서경 / 장유진 ☎ 061-931-0856

해외aT

국가/지역		담당	E-mail	Telephone
중국	베이징	송두류	durust84@at.or.kr	070-4617-5091
	상하이	정하패	penny0206@at.or.kr	+86-021-3256-6325
	칭다오	박춘경	ckpark78@naver.com	050-6026-0530
	청두	이종근	jglee@at.or.kr	070-4617-3266
	홍콩	김현호	max@at.or.kr	+852-2588-1616
일본	도쿄	김형표	arigato@atcenter.or.jp	070-4617-2688
	오사카	조대성	cds29476@at.or.kr	070-7000-4138~9
미국	뉴욕	석영지	tessa@at.or.kr	+1-516-829-1633
	LA	백유태	utae100@at.or.kr	+1-562-809-8810
EU	파리	윤해지	haejyun.hy@gmail.com	+33 (0)1 4108 6096
인니	자카르타	김혜성	hyeseong89@gmail.com	+62-21-2995-9032
UAE	아부다비	이태희	mumtaaz@at.or.kr	+971-2-622-2195
베트남	하노이	김혁	kh6318@at.or.kr	+84-4 6282-2987
태국 인도	방콕	허보민	bmhur@at.or.kr	+66-2-611-2628

고객님들과 함께 이렇게 일하겠습니다

식품산업 육성지원

국내 식품·외식산업 기반 확충과 식품기업 경쟁력 제고로 우리 농산물의 수요를 확대하고 일자리 창출에 기여합니다.

- ▶ aT는 식품정보 제공 및 전문가 육성, 중소식품·외식업체 종합 컨설팅, 해외 진출 지원업무 등을 수행

aT 사명 변경에 따라 식품산업육성 전문기관으로 자리매김('12년~)

농어업과의 연계 강화	판매채널 다양화 지원	중소식품기업 지원
- 식품-관광 연계 6차산업화 - 전통발효식품 육성 - 우수식재료 소비촉진	- 우수문화상품 발굴 육성 - 온오프라인 채널 다양화 - 우리술산업 기반조성	- 중소식품기업 경영컨설팅 - 농공상융합형 기업지원 - 외식업체 해외진출 지원

- ▶ 국내외 식품산업은 지속적으로 확대 추세

[세계] '16년 약 6.3조달러로 확대 추세이며, 인구증가 및 신흥개발국 성장으로 '18년 6.9조 달러 예상 (Canadean, '16)

[국내] '14년 164조원으로 전년 대비 4.4% ↑ (통계청, '15)
- 식품제조업 80조원, 외식산업 84조원

[해외진출] 외식업체 해외진출 : (15) 4,656개 → (16) 5,476

◇ 식품기업 비즈니스에 대해 궁금하신 점은 ➡ ☎ 02-6300-1648

◇ 식품산업육성 전반에 대해 궁금하신 점은 ➡ ☎ 061-931-0714



aT의 식품산업육성은
농가소득에
어떻게
기여하나요?

aT는 국내 식품기업들이 국산 농산물을 보다 많이 사용하도록
유도하기 위하여 국산 원료 구매자금을 지원하는 한편,
직거래 산지폐어, 직거래 물 등 다양한 사업을 추진하고 있습니다.

▶ **국내 식품기업의 국산 농산물 사용을 증대시키고 있습니다.**

(‘12) 447백만톤 → (‘16) 514백만톤

▶ **aT는 식품 외식업체가 국산 농산물을 더 많이 사용하도록 다음과 같은 사업
들을 추진하고 있습니다.**

★ 전자상거래 및 외식업체-농가의 직거래 지원

- [사이버] 식재료 직거래물 구축 (‘16년 119억원)
- [산 지] 직거래 산지폐어 (‘16년 9회/147억원)
- [소비지] 식자재 박람회 개최 (‘16년 163억원)

★ 기업 컨설팅, 농공상 융합형 지원 등을 통해 중소식품
기업 경쟁력 강화 및 판로개척으로 국산 농산물

(‘16년 436업체 지원)

★ 해외진출 지원으로 국산 식재료 수요 확대

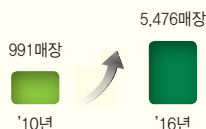
- 해외진출 : (‘10) 991매장 → (‘16) 5,476매장
- * 진출기업중 국산식재료 조달 : (‘16) 43.7%

★ 외식업체 국산원료 구매자금 지원 (‘16년 21억원)

〈 직거래 산지폐어 〉



▶ **해외진출 외식기업**



dT는 전통식품의
소비확대를 위해
어떤 노력을
하나요?



국내 식품·외식산업 기반 확충과

식품기업 경쟁력 제고로 우리 농산물의 수요를

확대하고 일자리 창출에 기여합니다.

- ▶ 전통식품 전용 홍보 플랫폼 「이음」 개관으로 전시 판매 홍보 및 체험교육까지 복합문화공간으로 육성하고 있습니다.

주요프로그램 : 전통주 시음, 컨설팅 · 교육 및 식품명인 강좌 등

* 프로그램 개설 : ('15시범) 23회 → ('16) 87회

* 체험소비자 수 : ('15시범) 12,947명 → ('16) 14,985명

- ▶ 젊은 층을 겨냥한 영(YOUNG) 마케팅과 해외소비 확대를 위한 다양한 홍보행사를 추진하고 있습니다.

- ★ (20~30대 젊은층) 압구정 로데오 클럽데이 연계 전통주 홍보관, 우리 술 대축제 연계 직장인, 대학생 등 연령별 송별파티 개최

* 압구정 로데오 클럽데이 홍보관 4천명 방문('16.10.28~29)
/ 송년파티 5회, 259명 참여

- ★ (외국인) 코리아세일페스타 연계 전통식품 홍보, 관광객 대상 김치홍보, 해외요리학교 및 문화원 전통식품 요리강좌 개최(7개국)

* 추진사업 관련 매출액 : 23.1백만원('13) → 27.8('14) → 33.1('15) → 52.8('16) 60% ↑

〈우리술주간 송별파티〉



〈해외문화원 요리강좌〉



Part. 03

aT와 유관기관들, 이렇게 다릅니다.



aT와 Kotra는
어떻게 다른가요?

공산품은 팔 곳만 있으면 생산은 어렵지 않습니다.

이와 달리 '농식품 수출은 국가마다 안전성 문제에 민감하며, 작황에 따라 수출물량 확보도 어렵습니다.' aT는 농산물 유통의 반세기 경험과 25년의 수출지원 노하우로 '생산 > 안전 > 포장·운송 > 통관·검역 > 마케팅 등 수출 전 과정을 일관 지원'합니다. 반면 Kotra는 기 생산된 공산품에 대한 해외마케팅 위주로 수출지원을 수행합니다.

| 농식품 VS 공산품의 수출 특성 |

구분	농식품 수출(aT가 지원)	공산품 수출(Kotra가 지원)
수출주체	• 생산자와 수출업체가 별도	• 생산자가 주로 수출
수출조건	• 팔 곳이 있어도 수확량, 검역 등 변수와 제약조건 다양	• 팔 곳이 있으면 생산은 용이
생산기반	• 규격품 생산 경쟁력 취약	• 대량 생산기반 경쟁력 확보
상품특성	• 안전성 민감 및 검역 복잡 • 가격변동폭이 크고 운송, 포장 품질관리 등 비용 과다 • 기후조건에 따라 생산량 결정	• 검역 절차 없음 • 가격변동폭 및 물류비 비중이 농식품 대비 미미 • 신속한 생산량 조절 용이
수출지원 기능	• 생산부터 수출국 특성에 맞는 상품개발, 홍보, 시장개척, 정보 수집·전파 필요	• 수출 완제품에 대한 반응 조사 및 홍보와 정보조사

aT와
농어촌공사가
하는 일은
어떻게 다른가요?



aT는 유통개선을 통한 유통효율화, 수급안정을 통한
가격안정, 수출진흥을 통한 글로벌 경쟁력 제고 등 농수산물산업
'진흥' 업무를 수행합니다.
한편 농어촌공사는 농어촌정비, 수자원관리, 농지은행 등
생산기반 확충과 개발 업무를 수행합니다.



| aT와 농어촌공사의 차이 |

구분	aT	농어촌공사
미션	농수산물산업 진흥을 통해 국민의 안정적인 먹거리 확보와 삶의 질 향상	농어촌정비, 농지은행, 생산기반 시설 관리로 생산성 증대 및 농어촌 지역 발전
주요 사업	한국농수산물유통공사법 제1조 - 농산물 유통개선 - 농산물 수급안정 - 농수산물 수출진흥 - 식품산업 육성	한국농어촌공사법 제10조 - 농업 생산기반 - 농업 수자원관리 - 농지은행 - 농어촌 지역 개발

aT와 농협은 경쟁 관계인가요?



aT는 농어업인 소득증진과 국민경제 발전을 위하여
정부를 대신해 공익적·비수익적 사업을 수행하는 준정부기관으로,
유통조성, 수급안정, 수출진흥 등의 정부정책 목적 달성을 위한
지원업무를 수행합니다. 반면 농협은 조합원 영리 목적의 협동조합으로
유통, 수출을 직접 수행하며 정부 지원 대상 중 하나입니다.

| aT와 농협의 차이 |

구분		aT	농협
목적		농어업인 소득증진과 국민경제의 발전을 위한 준정부기관	조합원 소득증대와 삶의 질 향상을 위한 협동조합
사업 내용	수출 진흥	- 영세기업이 하기 힘든 시장개척 등 - 관촉진, 상담회, 박람회, 홍보 등 - 수출업체 수출경쟁력 제고 지원 - 자금, 컨설팅, 유망품목발굴 등	- 조합원 제품 해외마케팅 지원 - 자회사(농협무역)가 직접 수출 - 정부(aT대행) 정책의 수혜자 위치
	식품 산업	- 중소식품기업을 중견기업으로 육성 - 현장코칭 → 컨설팅 → 맞춤형 지원 - 외식 인프라 구축 및 전통식품 육성	- 산지농협의 원물공급으로 전처리, 신선편이 등 식재료 사업 진출 - 목우촌, 농협식품 등 자회사 운영
	유통 조성	- 비수익적·공익적 유통조성 - 산지조직 및 도매시장 운영평가, 유통정보 조사, 유통인 양성	- 조합원의 시장교섭력 증대를 위한 소비자 유통시설 운영 - 공판장, 마트, 물류센터 등
	수급 안정	- 정부 정책 차원의 수매비축, 국영무역으로 수급안정 도모 - 저울관세물량(TRQ) 수입 관리	- 생산자 계획생산 유도, 출하조절 및 산지수매 - 계약재배, 약정출하 등
	금융	- 정책자금 지원 및 사후관리 - 농협 외 수출업체, 농업법인 위주 *대출이 아닌 정부의 정책 목적 달성을 위한 지원 장치	- 일반은행업무 및 보험, 증권 등 - 조합원 상호금융자금 운용·대출 - 조합원에 대한 정책자금 대출

대한민국 농수산물식품의 행복한 변화가 시작됩니다!



