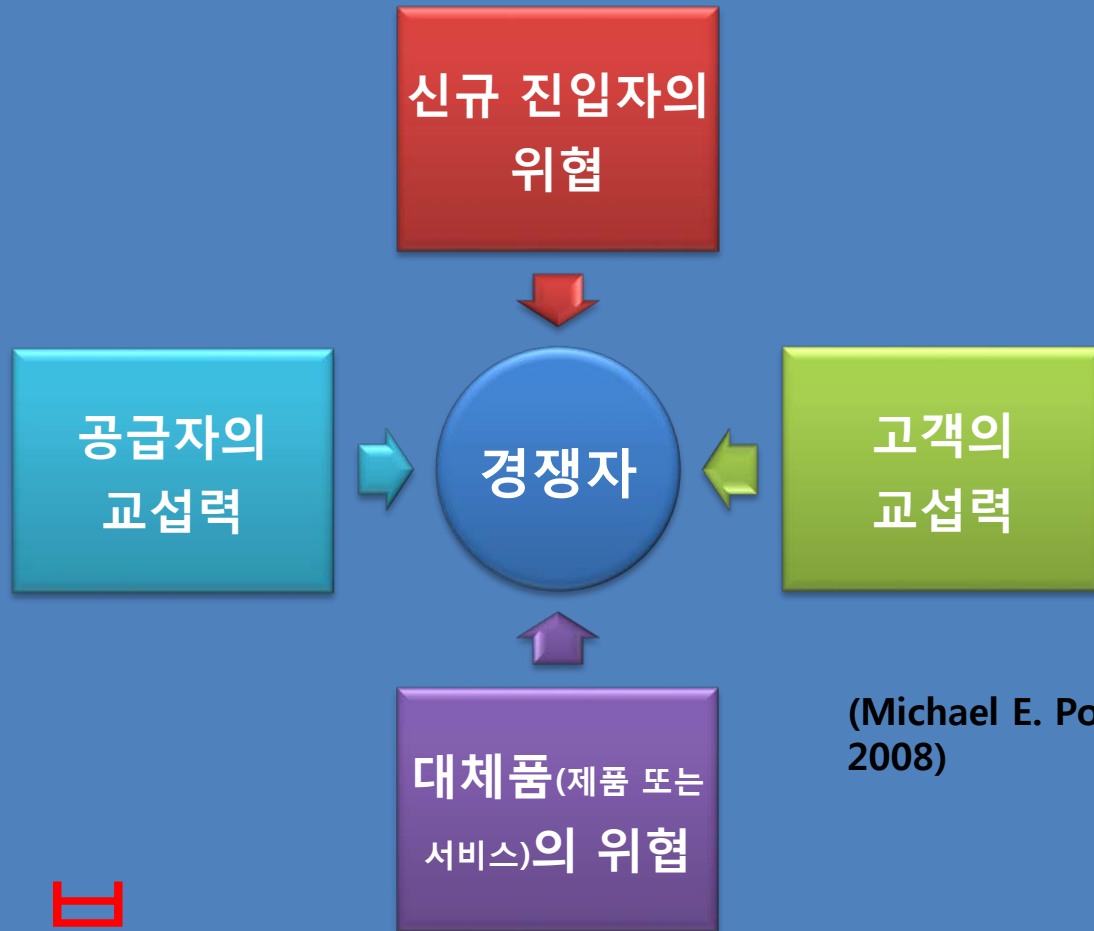


# 농식품 수출확대 정책 방향

## 수출진흥과

제11회 원예산업정책토론회('17.2.24)

# 산업을 좌우하는 다섯 가지 경쟁세력



(Michael E. Porter, 1979, 2008)

정부

# CONTENTS

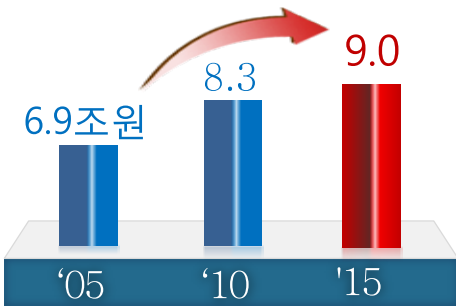
- I. 원예산업 현황
- II. 여건 변화 및 전망
- III. 수출 정책 기본방향
  - 1. 유망상품 발굴 및 다양한 판로 개척
  - 2. 수출 창구 단일화
  - 3. 비관세 장벽 대응 강화
  - 4. 타겟 마케팅 강화
  - 5. 농가소득 연계 강화 및 수출정책 외연 확대

# I. 원예산업 현황 및 전망

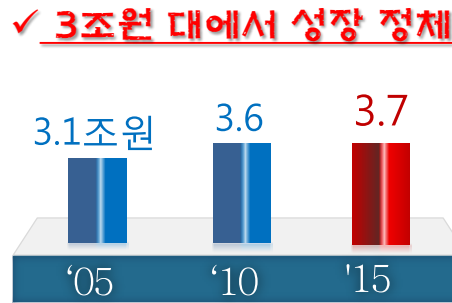
## ➤ 시설 과채류, 인삼류가 전체 원예산업의 성장을 주도

\* 반면, 기타 채소류, 과실, 기타 특용작물 등 타 원예분야는 성장이 정체

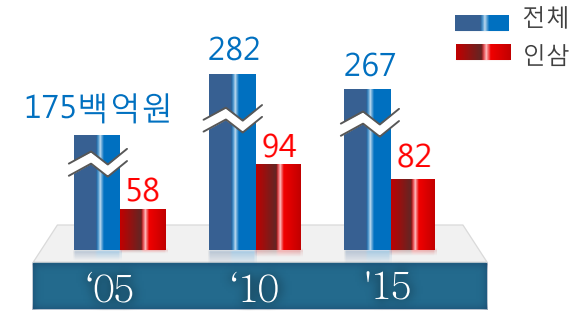
### 채소 생산액



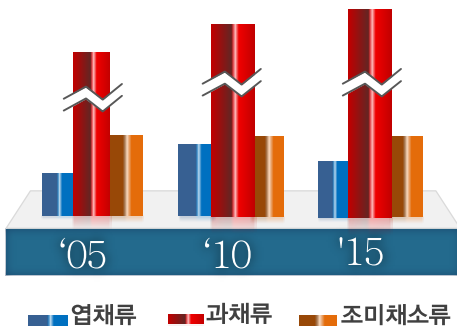
### 과실 생산액



### 인삼특작 생산액

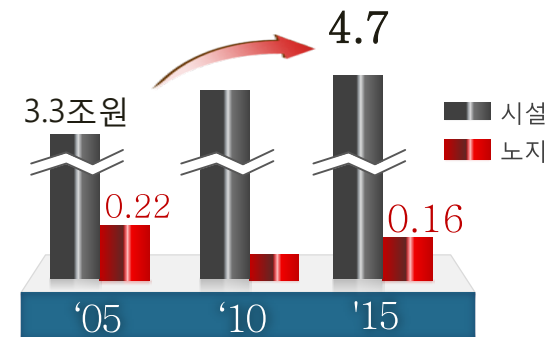


### 채소 부류별 생산액



	'05(A)	'10	'15(B)	증가율 (%) B/A
엽채류	949	1,408	1,136	19.7
과채류	3,539	4,236	4,874	37.7
근채류	425	584	569	33.9
조미채소류	1,843	1,880	1,967	6.7
양채류	163	245	443	171.8

### 과채류 생산유형별 생산액



# [참고] 시설원에 정책 방향

비전

## 내수와 수출의 선도산업으로 육성

목표

구분	현재(2015)	목표(2020)
<ul style="list-style-type: none"> <li>생산액</li> <li>수출액</li> <li>생산규모</li> <li>수출시장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>5조원</li> <li>2억 달러</li> <li>호당 평균 0.6ha</li> <li>일본, 미국, 동남아 일부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>9조원</li> <li>10억 달러</li> <li>호당 평균 1.0ha 이상</li> <li>아시아 중심 세계시장 확대</li> </ul>

핵심 과제

### 안정적 생산기반 구축

- 온실 신규 조성
- 노후시설 현대화
- 에너지 절감시설 보급, 우수품종 육성

### 선진 유통체계 확립

- 산지 규모화 및 조직화
- 직거래 및 신유통방식 활성화
- 저온 유통체계 확충

### 수출기반 확충

- 수출 전략품목 육성
- 수출 선도조직 육성
- 안전성 관리 강화

### 시설의 표준화·국산화

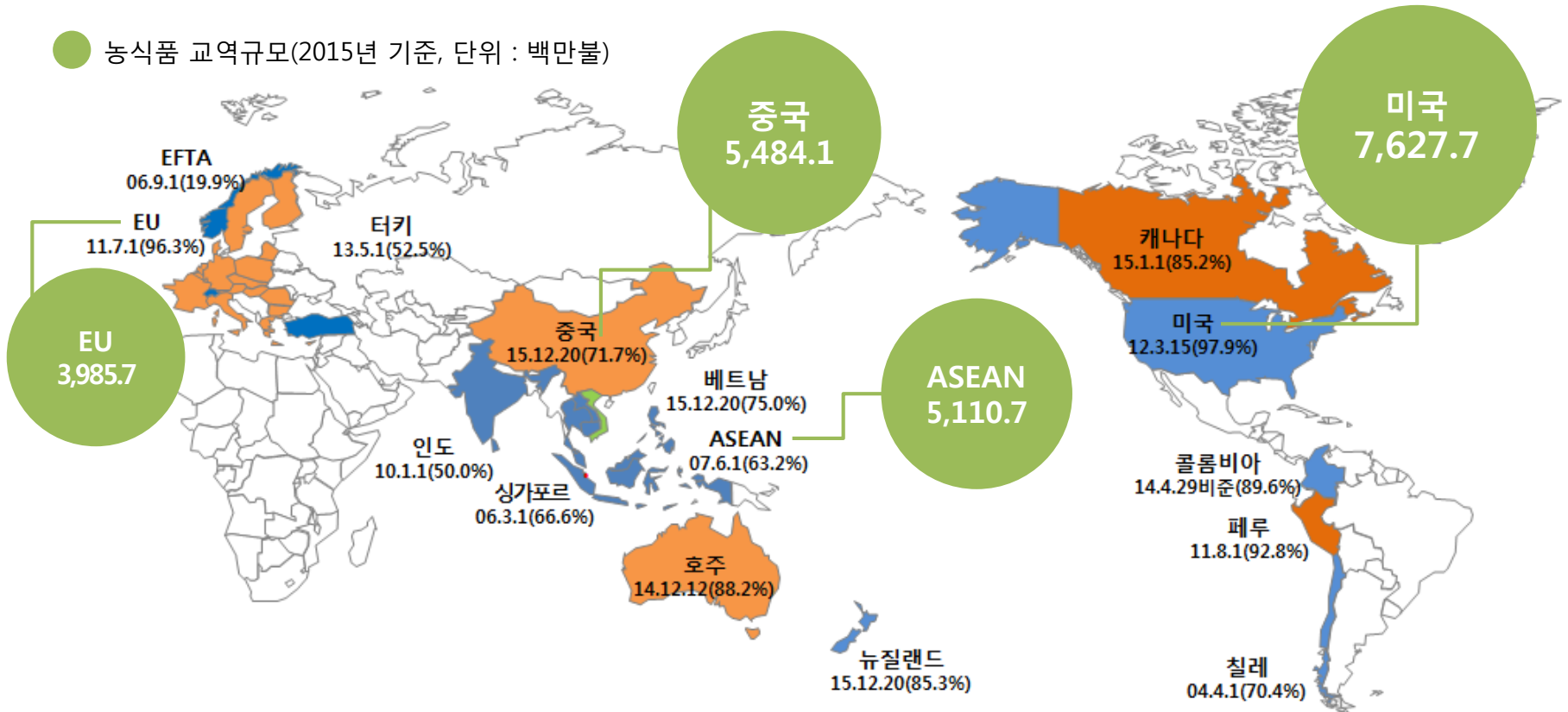
- 온실 설계기준 마련
- 시설 설비 및 자재 국산화 지원

## II. 여건 변화 및 전망

### ➤ **한중 FTA**를 기점으로 사실상 농업은 **완전 개방시대** 도래

\* 미국, 중국, EU, 아세안 등 총 52개국, 15건의 FTA 발효 중('17.1월말 현재)

● 농식품 교역규모(2015년 기준, 단위 : 백만불)



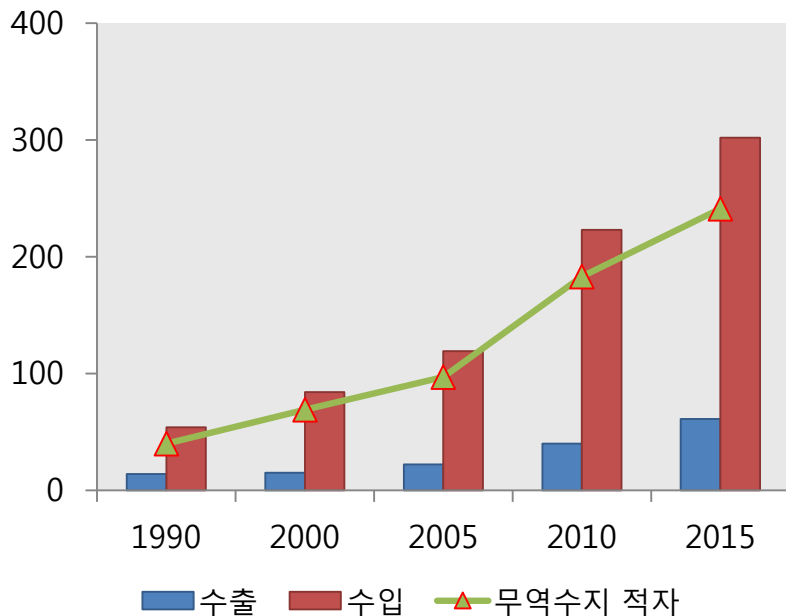
※ ( )은 국가별 협정문의 농축산물 전체 품목 중 계절관세/현행관세유지/TRQ/미양허 등을 제외한 품목 수의 비중(관세철폐율)을 의미

자료 : 산업통상자원부(FTA 강국, KOREA)

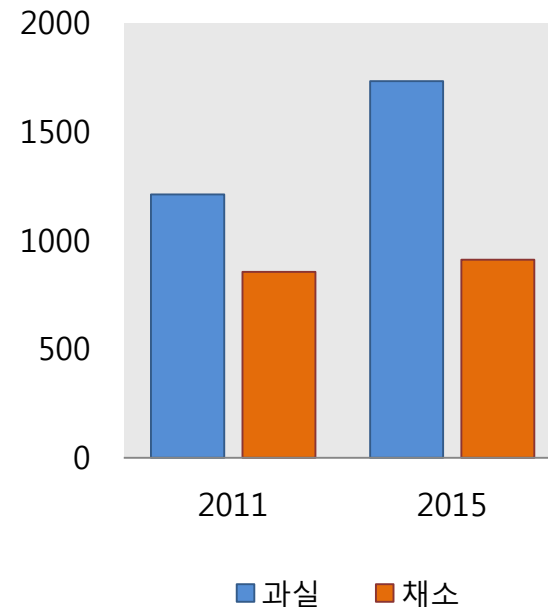
## Ⅱ. 여건 변화 및 전망

- 농업분야 **무역수지 적자**는 FTA가 시작된 이후 빠르게 **증가 추세**
- **과실류**는 수입이 빠르게 늘면서 무역 적자가 큰 폭으로 확대
- 시장개방 누적 효과로 전체 적자는 향후 10년간 **연평균 2.8% 증가 전망**(2017, KREI)

<농축산물 교역 현황>



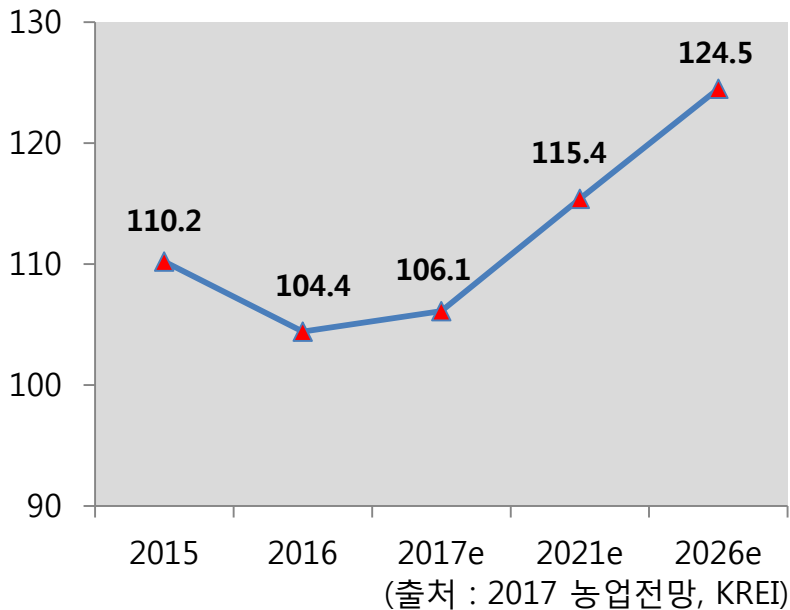
<과실 및 채소 수입 증가>



## Ⅱ. 여건 변화 및 전망

- [환율] 미국 금리 인상, 불확실성 증가 등으로 **달러화 강세** 전망(2017, KREI)
- [국제 유가] OPEC 감산 합의, 세계 경제 회복 전망 등 **완만한 상승** 전망(2017, KREI)
- **농가 경영비**(종자, 비료, 농약, 농자재, 농기구 등) **증가** 전망

<농가 투입재 가격지수>





# Ⅲ. 수출정책 기본 방향

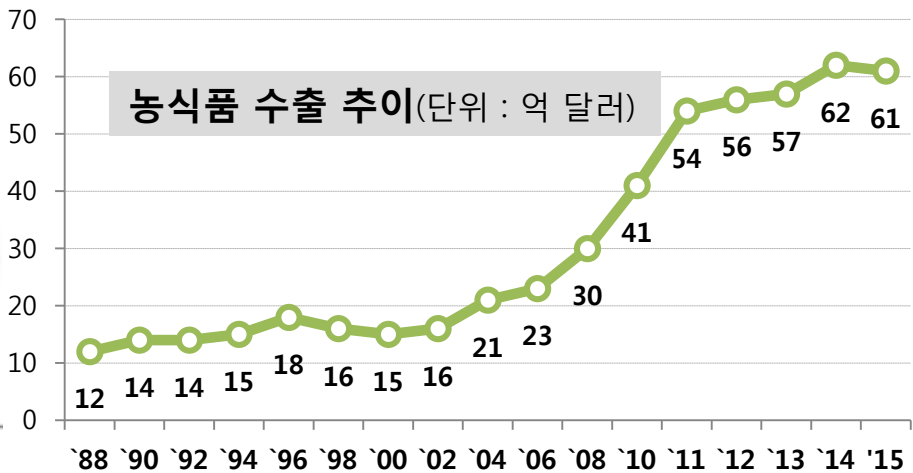
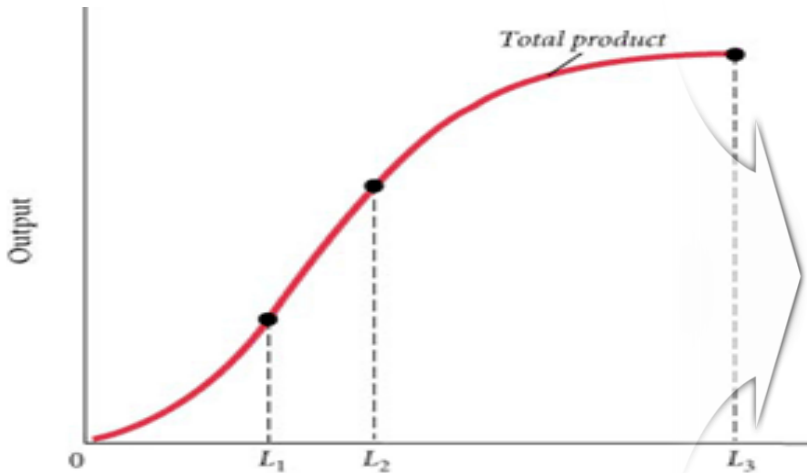
## ① 리비히 최소량의 법칙(Liebig's Law of Minimum)

- ✓ “생물체의 생장은 **최소량으로 공급되는 영양요소의 양이 결정**”
- 정부는 **인프라, 플랫폼 개척 및 비관세 장벽 대응**에 집중



## ② 수확 체감의 법칙(Diminishing returns of scale)

- ✓ “일정 시점이 지나면 **새롭게 투입하는 요소로 인한 수확의 증가량 감소**”
- **새로운 시장, 상품, 판로**를 통해 정체된 농식품 수출 활로 모색 필요



## Ⅲ. 수출정책 기본 방향

### ③ 동네축구를 벗어나야 희망이 있다!

- ✓ 국내 수출 업체간 **출혈 경쟁**으로 품질 하락, **코리아 브랜드 가치 하락**, 공멸
- 합리적 진입장벽을 만들고 그 안에서 가능성 있는 **대표선수 육성** 필요



### ④ 수출은 농가소득에 도움이 되어야!

- ✓ **국산원료 사용 비중**이 낮은 농식품 수출지원에 대해 **비판적 시각** 有
  - 국산원료 사용 비중 : 라면(2.8%), 소주(7.6%), 음료(22.3%)
- 수출 확대와 농가소득 증대라는 **두 가지 목표 동시달성** 방안 모색 필요

# 1. 유망상품 발굴 및 다양한 판로 개척

## 유망상품 발굴

✓ **미래클**(Mira+cle : 미래에 클) **프로젝트**를 통해 수시로 유망 품목을 발굴하여 **단계별로 해외시장 진출 지원**

### 도입기(1년차)

- 품목별 홍보물 제작, 마켓테스트 지원 등

### 성장기(2~3년차)

- 대표업체 선정
- 업체 맞춤형 밀착 지원

### 확장기(4년차 이후)

- 목표시장 정착 지원
- 타시장으로 다변화

## 다양한 판로 개척

✓ 새로운 소비 트렌드를 반영한 수출 플랫폼 개척

\* 예 : 오프라인 체험매장 연계 중국 O2O 판매 채널

✓ 외식체인, 식재료 공급업체, 태권도 협회 등 대규모 B2B 채널 개척

## 新시장 개척

✓ **수출시장 다변화** 차원에서 **미개척 시장** 진출 지원

\* 5개 우선 개척 국가 : 인도, 카자흐스탄, 남아공, 브라질, 폴란드

✓ **일자리 창출** 및 수출 **인력 양성** 차원에서 **청년 농식품 해외개척단 파견**

### 거점 구축

- 파일럿 요원 파견
- 바이어 네트워크 발굴
- 안테나숍 운영, 시범 수출

### 개척단 파견

- 바이어 초청 상담회
- 마켓테스트, 시장 조사
- 현지 유관기관 간담회

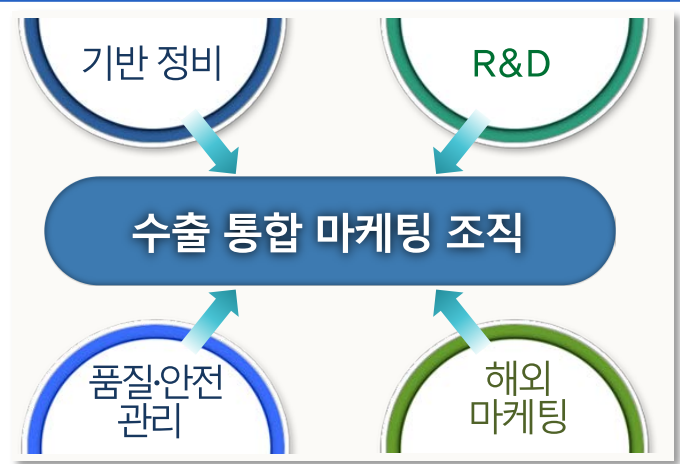
### 선도업체 육성

- 선도업체 선정
- 맞춤형 상품개발 지원
- 수출 쏠과정 패키지 지원

## 2. 수출창구 단일화

### ① 품목별 수출통합마케팅 조직 육성

- ✓ 기반정비, R&D, 품질·안전관리, 해외마케팅 지원
- ✓ 해외 **시장 개척**은 통합조직에서 수행
- ✓ 수출 **대금 정산** 창구 단일화, **전속 출하**
- 버섯류를 시작으로, 과채류로 확대 추진



### ② 선도업체 지원 강화

- ✓ **미래클 프로젝트**를 통해 발굴한 **신규 시장 및 아이템**에 대해서는 초기 시장개척에 적극적으로 참여하는 업체를 중심으로 지원
- 맞춤형 상품 개발, 해외 판촉, 브랜드 컨설팅 등 **필요한 사업 패키지 지원**



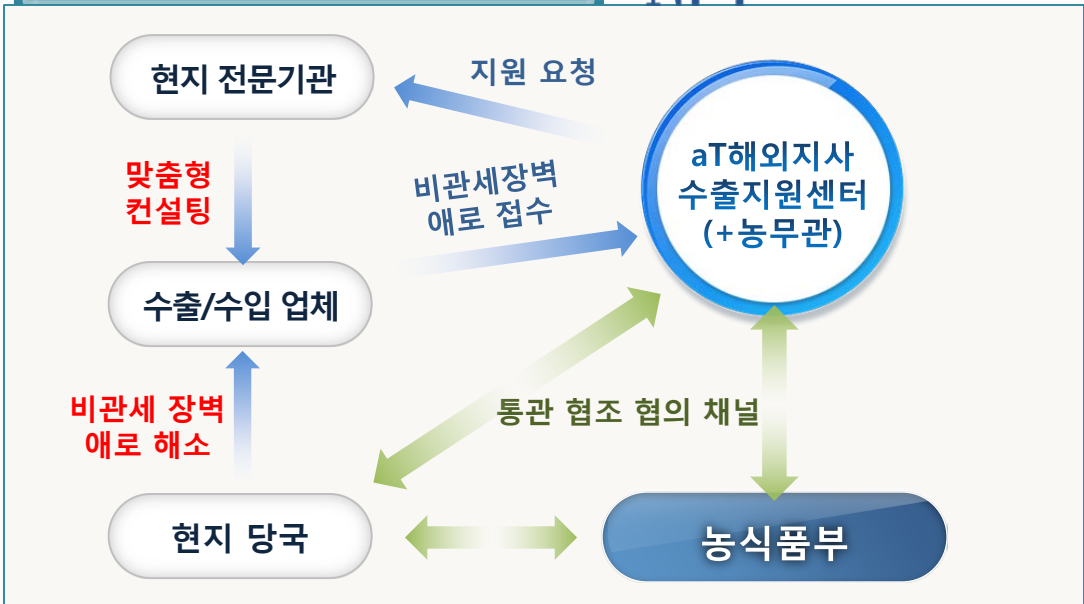
# 3. 비관세 장벽 대응 강화

## ① 통관애로 해소 지원

✓ aT해외지사 내 **수출지원센터**를 통해 현지 전문기관, 현지 당국 등과의 긴밀한 네트워크를 활용, **신속한 통관 애로 해소** 지원

\* '16년 기준, 해외 75개 현지 전문기관(통관, 관세, 법률 등)과 네트워크 운영 중

### 현지화 사업 지원 체계



## ② 정보 제공 내실화

✓ **수요자 맞춤형** 정보 제공

- 정보 전달방식 개선(**SNS**를 통한 정보 제공 확대)

\*카카오톡, 카카오토리, 페이스북 등

- 국가별 **비관세 장벽 사례** 제공(분기별 업데이트)

- 미국 **식품안전현대화법 대응 매뉴얼** 제작, 보급



## 4. 타겟 마케팅 강화

### 기본 전략

Generic promotion은 축소, **Specific promotion은 확대**

→ 권역별 유망품목에 대해 역량을 **선택과 집중!**

→ **Not best But Only one!**

### ①카테고리 킬러 방식 마케팅

✓ 백화점식 마케팅 대신, **특정 품목을 특화 시켜 판촉**하는 마케팅 확대

- 예 : 중국 영유아 식품 시장, 미국 기능성 쌀·쌀 가공식품, 일본 기능성 식품, 할랄 홍삼 등
- 예 : 팝업스토어, 기획 특별 판촉 전 등



### ②권역별 특화 마케팅

✓ 해외 **시장별 특성**이나 **소비 트렌드** 등을 반영한 신규 **맞춤형 사업**을 발굴하여 **프로젝트로 추진**

- (중국) O2O 체험 매장 연계 마케팅, 쌀가루 이유식 제품개발 및 패키지 지원 등
- (미국) 브로커 등 현지 전문가 활용 판로 개척, 중국계·히스패닉계 등 에스닉 마케팅



# 5. 농가소득 연계 강화 및 수출정책 외연 확대

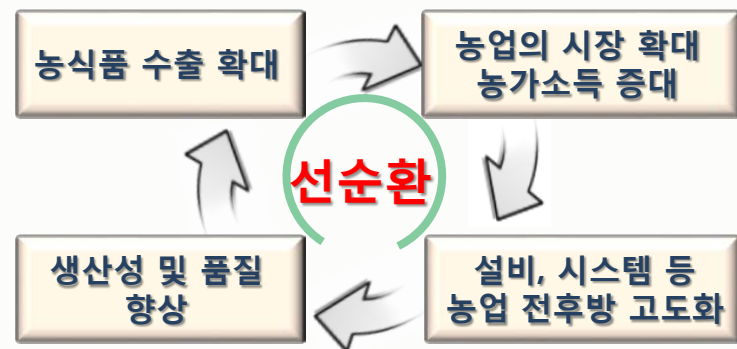
## ① 농가소득 연계 강화

- ✓ 국산원료 사용 비중이 높은(50% 이상) **정부 인증제품**(예 : 6차산업 사업자, 유기식품, 식품명인, 지리적 표시 등) 지원 우대
  - 각종 수출지원 사업에서 우선 대상으로 지원하고, 해외 박람회 · 바이어 초청 행사 등에서 **특별 홍보관** 운영 추진

## ② 수출정책의 외연 확대

- ✓ **농식품 전·후방 연관산업**으로 수출지원 정책 대상 확대, '17년부터 시범 지원
  - \* 농자재(비료, 농약, 농기계 등), 종자, 사료, 동물약품, 외식서비스, 브랜드 등
- ✓ 종자·농약·비료, 온실시스템 및 설비자재 등의 **패키지 수출모델** 추진 중

### 전후방 산업과 농식품 수출의 선순환



**감사합니다.**