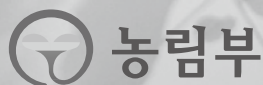




주요국 농식품 수출지원정책

2007. 12



요약문	9
프랑스 농식품 수출 지원 정책	23
I. 농식품 산업 현황	24
1. 농업	24
2. 식품산업	25
3. 수출	27
II. 농식품 산업 육성 정책	29
1. 지속가능 산업으로 육성	29
2. 표준화 및 품질 보증 정책	30
III. 수출 지원 정책	42
1. 수출 지원 체계	42
2. 농수산부의 역할	43
IV. 수출 지원 조직 및 역할	49
1. 직접적인 수출 지원 조직 및 역할	49
2. 간접적인 수출 지원 조직	54
V. 수출 지원 사례	59
VI. 시사점	62

네덜란드 농식품 수출 지원 정책	65
I. 농식품 산업 현황	66
1. 농업 현황	66
2. 농식품 수출 현황	68
II. 농식품 산업 육성 정책	94
1. 농식품 산업의 경쟁력 증대 방안	94
2. 농업자연식품품질부(LNV)의 정책	108
III. 수출 지원 정책	94
1. 산업 클러스터 육성	94
2. 지식개발과 혁신, 현장 중심 교육	108
IV. 시사점	116


덴마크 농식품 수출 지원 정책	129
I. 농식품 산업 현황	130
II. 농식품 산업 육성 정책	136
1. 전문화	137
2. 협동조합의 발달	138

3. 전문자문기관의 육성 및 활용	141
4. 식품·농수산에 대한 행정개혁 추진	142
5. 식품안전 강화	143
6. 수출 지원	144
Ⅲ. 농식품 수출 지원 기관	146
1. 덴마크 농업이사회(DAC)	147
Ⅳ. 시사점	157

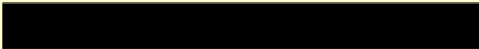
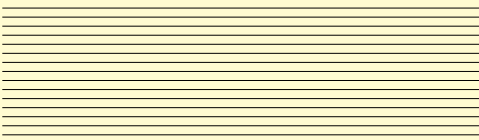
일본 농식품 수출 지원 정책	167
I. 농식품 산업 현황	167
1. 개요	170
2. 농업 현황	172
3. 농업 구조 및 전망	176
4. 일본의 농식품 유통환경	177
Ⅱ. 농식품 수출입 현황 및 여건	179
1. 농림수산물 수출입 현황	179
2. 식품 수출 현황	184
3. 식품 수입 현황	187

Ⅲ. 농식품 관련 정책	191
1. 농업구조정책 전개 : 선택과 집중	191
2. 농촌정책의 전개 : 자원·환경보전 직접지불제	195
3. 21세기 신농정 2007 결정	196
Ⅳ. 주요 수출 지원 정책	198
1. 개요	198
2. 일본 농림수산물·식품의 종합적인 수출 전략	198
3. 수출촉진을 위한 지원 대책	210
Ⅴ. 시사점	212

태국 농식품 수출 지원 정책	216
I. 농식품 산업 현황	216
Ⅱ. 수출 지원 정책	221
1. 주요 경제 정책	221
2. 농식품 수출 관련 주요 기관	223
3. 'Kitchen of the World'의 주요 내용	228
Ⅲ. 성과 및 시사점	241
1. 성과	241
2. 시사점	242



요약



주요국 농식품 수출 지원 정책 <요약>

1. 조사 개요

■ 조사목적

주요 농업 선진국의 농식품 수출지원 정책 및 정책 시행 효과 등에 대한 조사를 통해 농식품 수출확대를 위한 정책 참고자료로 활용

개방화 추세에 대응한 경쟁력 있는 산업으로서의 농식품 산업의 육성과 수출정책 개발을 위한 벤치마킹 요소 발굴·전파를 통해 농식품 산업의 선진화에 기여

■ 조사대상국

프랑스, 네덜란드, 덴마크, 일본, 태국 (5개국)

■ 주요 조사내용

- 농식품 산업현황
- 농식품 산업 육성정책
- 농식품 수출지원 정책, 예산
- 수출지원 조직 및 역할, 수출지원 사례 등

2. 국가별 정책 특징 및 시사점

■ 프랑스

1) 농식품 산업 육성 정책

국가농촌개발계획에 따라 7년간(2000~2006) 13개 농식품 가공·유통분야를 지원

주요 지원 조건

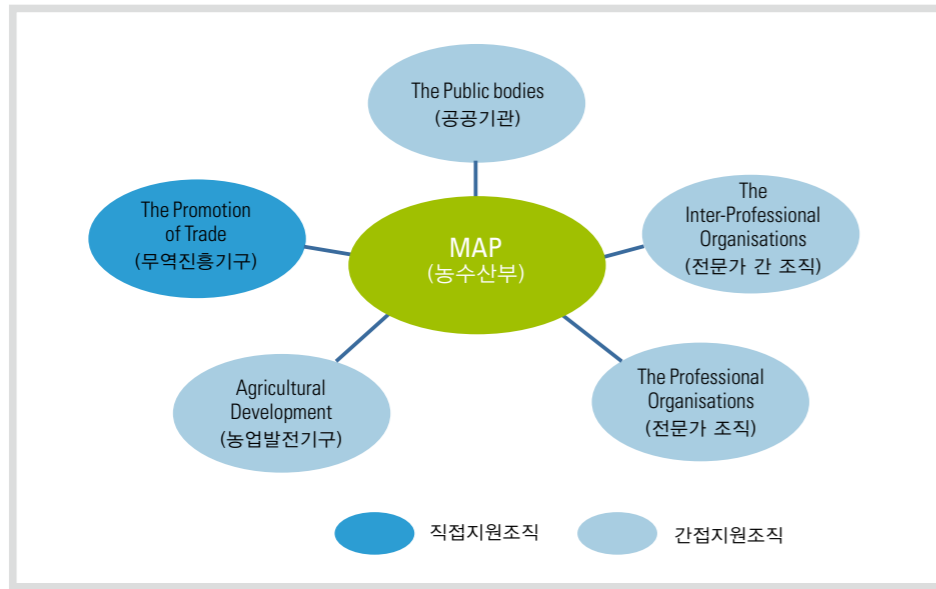
- 유럽산 농식품일 것
- 투자금액이 23만 유로를 초과할 수 없음
- 시장에서 판매될 수 있는 농식품일 것
- 환경 및 위생, 동물 후생과 관련한 최소한의 규정을 준수할 것
- 원료 농산물 생산자들에게 경제적 혜택이 돌아갈 수 있을 것

농촌개발계획에 의한 농식품 산업 지원과 함께 프랑스 정부가 민간과 함께 장기간 실시하고 있는 표준화 정책 및 인증 제도, 명확하게 업무가 분장되어 있는 식품안전 관리, 장기적이고 다양한 교육 지원 시스템이 경쟁력있는 농식품 생산의 기반이 되고 있음

2) 수출 지원 정책

농수산부가 농식품 수출 지원 정책의 핵심 역할을 하며 경제산업부가 예산 및 업무를 지원하고 있음

농수산부가 수출 지원을 위해 직접 집행하는 예산은 연간 약 4천만 유로이며 관련 공공기관에 2천만 유로, 무역 진흥 기구에 2천만 유로를 집행하고 있음



프랑스 농식품 수출 지원 정책은 그림에 나타난 바와 같이 직·간접적인 수출 관련 기관에 대한 정부의 지원 및 관리로 요약할 수 있으며 30년 이상 유지해 온 각 기관의 역할과 협조 체제가 바탕이 되고 있음

프랑스 농식품 수출에 있어 수출진흥 기구의 역할이 가장 크다고 볼 수 있으며 그 중에서도 1961년 설립된 농식품진흥공사(SOPEXA)를 통한 수출 지원 효과가 가장 큰 것으로 평가됨

세계 35개국에 41개 사무소를 운영하고 있는 SOPEXA는 독립적인 사업체로서 농수산부의 직접 관리를 받는 것은 아니지만 프랑스 내에 있는 각 생산자 단체의 요구 사항을 수렴하여 수출에 필요한 각종 프로모션을 진행하고 있으며 농수산부는 필요에 따라 직·간접적으로 예산을 지원하고 있음

SOPEXA 외에도 재정경제부 산하 기관인 무역진흥공사(UBIFRANCE)가 무역 관련 업무를 담당하는데 농식품에 관해서는 SOPEXA와 협조하는 형태이며 담당자가 현지 대사관에 파견되어 시장 조사 등을 지원하고 있음

3) 시사점

프랑스 농식품 수출 지원 정책의 핵심은 생산 및 가공, 유통 단계 등 각 단계별 기반 구축에서 비롯된다고 볼 수 있음

품목별 농식품 생산자 단체의 경쟁력 향상, 농식품 판매 및 기술개발위원회를 통한 기술 지원, 정부 및 민간 품질보증 체제의 구축 등이 농식품의 품질을 향상시키고 신뢰를 얻을 수 있는 기반이 되고 있음

유통 단계에 있어서는 원산지 및 지리적 표시 제도의 활성화를 통해 프랑스 내 소비자 뿐 아니라 유럽, 나아가 세계 소비자들로부터 ‘프랑스 ○○ 지역산’이라는 이미지를 심어줄 수 있었고 품질 보증을 통해 고급 이미지를 유지할 수 있었음

무엇보다 가장 큰 성공 요인은 SOPEXA, UBIFRANCE와 같은 해외 마케팅 및 기술 지원을 담당하는 기관의 활동임. 이들 기관들은 정부 소속 기관은 아니지만 농식품 생산자와 정부, 수출 대상국 삼자 간 원활한 커뮤니케이션을 주도하고 있음

따라서 고품질 농식품 생산, 소비자의 신뢰를 얻을 수 있는 품질 보증 및 표시 제도, 이를 적극적으로 홍보할 수 있는 체계적인 시스템이 조화를 이루고 있다는 점, 그리고 이 시스템을 구축하고 조화를 이룰 수 있도록 지원하는 농수산부의 정책이 프랑스 농식품의 경쟁력이 되고 있음

네덜란드

1) 농식품 산업 육성 정책

네덜란드 정부의 정책 방향은 산업을 직접 지원하는 방식에서 방향을 제시해 산업이 스스로 경쟁력을 가질 수 있는 방향으로 점차 변화하고 있으며, 정책의 목표는 국제화와 지속가능한 산업으로 발전시키는 데 맞춰져 있음

네덜란드의 농식품 강국으로의 강점은

- 산업 클러스터에 대한 지속적이고 전폭적인 지원
- 지속 가능한 산업으로의 농식품 산업을 위한 지식화 및 혁신 유도
- 국내외 인프라 구축 등으로 요약할 수 있음

농식품 산업을 네덜란드 경제의 근간이 되는 산업으로 성장시킬 수 있었던 것도 국가의 중대 산업으로 성장시키기 위한 모든 물적, 인적 자원을 투자할 수 있었기 때문이며 규제보다는 교육, 연구 등에 충분히 투자해왔기 때문인 것으로 분석됨

2) 수출 지원 정책

농식품 수출 지원 정책으로 가장 핵심적인 정책은 세계 수출 대상국과의 쌍방향 커뮤니케이션을 원활하게 수행하기 위한 BES(Bilateral Economic Cooperation) 정책을 꼽을 수 있음

현재 30개 국가나 국제기구에 농업 카운슬러를 상시 파견하여 현지 상황을 파악하고 네덜란드 농식품에 대한 홍보 업무를 담당하게 하고 있는데 이 정책은 이미 30년 이상 노하우를 쌓아오고 있는 정책임

BES 사업의 목적은 네덜란드 식품에 대한 이미지를 강화하기 위해 수출 대상국과의 커뮤니케이션을 활성화하고 이를 통해 수출을 증진시키는 것임

이를 위해 국가별 미션을 설정하고 쌍방향 고위급 미팅, 무역을 위한 미팅, 국가별 보고서 작성, 전시회 참가, 세미나 개최, 웹사이트 제작, 정보지 발간 등의 세부 사업을 진행하고 있음

이 사업에 투입되는 예산 규모는 연 350만 유로로 투자 대비 수출 증진 효과에 대해서는 매우 낙관적으로 평가받고 있음

3) 시사점

농식품 산업을 네덜란드 경제의 근간이 되는 산업으로 성장시킬 수 있었던 것도 국가의 중대 산업으로 성장시키기 위한 모든 물적, 인적 자원을 투자할 수 있었기 때문이며 규제보다는 교육, 연구 등에 충분히 투자해왔기 때문인 것으로 분석됨

특히 네덜란드의 농식품 정책이 장기간 일관되게 추진될 수 있었던 배경은 농업자연식품부의 강력한 파워 때문이기도 함

네덜란드 정부는 농식품 산업을 고부가가치 산업으로 발전시키기 위해 클러스터화하고 지식 기반을 구축하는 데 장기간 투자를 해 왔음

국가마다 산업 클러스터 조성을 하고 있지만 네덜란드가 대표적인 성공 사례로 돋보이는 이유는 탄탄한 연구 기반을 바탕으로 외국 기업의 투자를 적극적으로 유치했으며 국내외 기업에 대한 차별 없이 기술 개발을 할 수 있는 여건을 조성했다는 점임

특히 농식품 기업에 대한 정부의 직접 자금 지원은 점차적으로 감소시킴으로써 관련 기업의 수를 줄여나감과 동시에 경쟁력 있는 기업에 대해서는 연구나 기술 혁신을 도모할 수 있는 시스템을 갖췄다는 게 네덜란드 농식품 산업의 경쟁력 배가에 주효한 역할을 한 것으로 평가할 수 있음

아울러 농업자연식품부 내에 지식 관련 부서를 통해서도 알 수 있듯이 농식품 분야에 대한 기술 교육과 연구 분야에 대한 예산을 대폭 배정해 지속 가능한 산업으로의 발전을 거듭할 수 있는 기반을 제공했다는 점이 주요 성공 요인임

네덜란드 농업자연식품부는 농식품 산업에 관해서는 매우 강력한 힘을 가지고 있음. 산업 진흥 부서로서 예산을 집행하고 정책을 수립하는 데 있어 비교적 커다란 걸림돌이 없다는 점이 30년 이상 농식품 지원 정책을 일관성 있게 추진할 수 있는 배경이 됨

덴마크

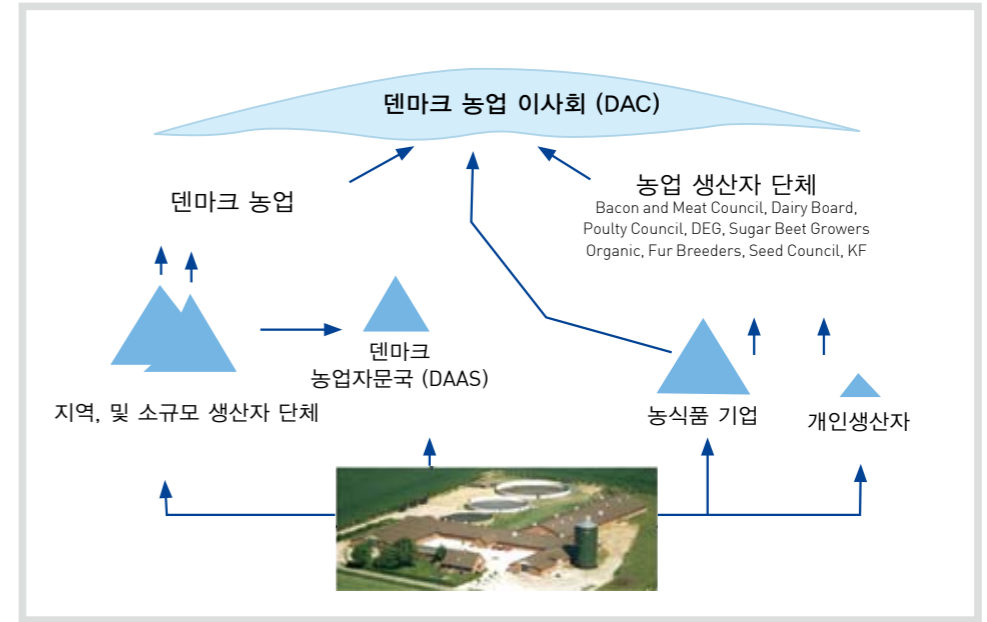
1) 농식품 산업 육성 정책

덴마크 농식품 산업의 경쟁력은 교육을 통한 생산 농가의 전문화 및 집중화, 협동조합을 통한 효율적인 마케팅 전개에 있음

덴마크 정부는 농업에 종사하기 위해서는 반드시 농업학교에서 5년 간의 교육 과정을 마치고 국가시험을 거쳐 자격을 취득하도록 하고 있음. 또한 반드시 30ha 이상의 농지를 소유해야만 농장을 경영할 수 있도록 하고 있음

전문 교육을 거쳐 농장을 경영하게 된 농민에게는 기술 및 금융 등 전폭적인 지원을 통해 전문적인 농업 경영인으로 성장할 수 있게 하고 있음

전문화된 생산자들을 중심으로 구성된 협동조합의 활성화 및 민주적인 운영이 덴마크 농식품 산업의 주요 경쟁력이 되고 있으며 현재는 농업이사회(DAC)를 주축으로 대부분의 농식품 관련 기업, 조합들이 집중되어 있어 매우 강력한 조직력을 갖추고 있음



2) 수출 지원 정책

덴마크 농식품 수출 지원 정책은 정부의 직접적인 정책 유도보다는 잘 조성된 협동 조합과 이들을 결속하여 민주적으로 운영하고 있는 농업이사회의 활동에 있음

또한 과감한 농식품 분야 행정 개혁을 통해 법과 제도를 정비함으로써 덴마크 농식품 기업들이 국제 경쟁력을 가질 수 있도록 하였음

그 결과 감독관청의 통합, 행정절차의 통일화·간소화, 법제도의 정당성 등이 실현됨으로써 보조금 중심으로 운영되던 덴마크 농업 정책의 문제점을 개선할 수 있었음

반면 자연 발생적으로 조직된 협동 조합의 성장과 발전을 통해 이들을 통합할 수 있는 농업이사회(DAC)를 조직, 운영함으로써 덴마크 농식품 산업 전체의 힘을 한 곳에 모을 수 있는 계기가 되었음

DAC는 생산부터 가공업계, 교육·환경·정보 관련 단체 등 덴마크 국내의 농축산업 관련 단체를 대표하는 종합 조정·협의기구의 역할을 수행함으로써 개인 농가에서부터 식품 대기업에 이르기까지 전체를 아우를 수 있는 대표 기관으로 자리매김 하였음

DAC는 덴마크 내에서 각 단체들을 결집시킬 뿐 아니라 덴마크 농식품의 창구로서 해외 마케팅 역할을 주도하고 있음

3) 시사점

덴마크가 농업 강국으로 성장한 배경은 정부의 전문화 정책으로 평가됨. 전문 농업인을 육성하고 이들이 기업 체제로 농장을 운영하도록 유도해 개별 농장을 기업화시키고 이들이 자연스럽게 조합을 형성하도록 함으로써 농식품 품목별 전문화, 집중화가 가능해짐

소규모 조합들이 통합되는 과정을 통해 대부분 품목별 단일 조합으로 성장해왔고 이들이 다시 농업이사회(DAC)로 결집함으로써 덴마크 농식품 산업은 매우 유기적인 네트워크를 형성하게 되었음

정부는 식품안전을 비롯한 농식품 산업 기반과 관련된 정책을 지원하고 자체적으로 경쟁력을 갖춘 기업은 조합을 통해 공동 브랜드 마케팅, 해외 마케팅 활동을 하고 있음. 특히 DAC가 일본에 사무소를 설치하는 등 본격적인 수출 지원 업무를 주도하고 있음

일본

1) 농식품 산업 육성 정책

일본은 2007년을 「농림수산신생원년」으로 설정, 농업의 구조개혁과 농촌 지역 활성화를 중시함

구조개혁을 가속화하기 위해, 일정 규모 이상의 인정농업자(4ha)와 마을단위영농조직(20ha)을 대상으로 「품목횡단적직불제」를 실시, 이와 동시에 농지·물 등 농업자원보전과 환경부하 경감을 결합하여 추진하는 「자원·환경 직불제」 병행 ⇒ 시장개방에 의한 손실, 농업자원보전, 환경부하 경감 등이 농업 보호의 근거로 작용

21세기 신농정 2007을 결정했으며 이는 ①식(食)과 농(農)의 국가 전략의 확립 ②일본 국내 농업의 체질강화 ③GAP의 본격도입 ④바이오매스 활용의 가속화 ⑤농촌지역에의 정주·교류 인구의 증가 등 5개 항목이 주축임

식(食)과 농(農)의 국가전략에서는 중국의 식료 수요증가와 바이오 에탄올 용 곡물 수요 증대 등 세계적인 식료사정의 변화에 대응한 「새로운 식료전략」을 확립함

국민식료회의(가칭)를 신설하고 식료에 관한 인식을 국민전체에 공유. 농산물과 식품의 수출액을 '13년까지 1조엔, 일본산 바이오연료의 생산을' 11년까지 5만 킬로리터로 하는 등의 목표를 설정함

2) 수출 지원 정책

일본의 농식품 수출 지원 정책은 2004년부터 본격적으로 추진되기 시작하여 수출국에 시장개척 대표단을 파견하여 수출 대상국의 현황을 파악하는 것으로부터 전개되어 왔음

이후 2013년까지 1조엔 수출 목표액을 설정하고 관계 부성, 지방 공공단체 등이 연계하여 수출 지원 정책을 추진하고 있음

종합적인 수출 전략은 △수출환경의 정비 △품목별 전략적 대처 △의욕적인 농림어업자에 대한 지원 △관계 부성과 연계한 해외 마케팅 전개 등임

이를 지원하기 위한 체제로는 농림수산성에 「수출촉진실」을 설치하고 장관을 본부장으로 하는 「국산농산물·식품수출촉진본부」를 설치하여 운영하고 있음

각종 해외 판촉 사업 등을 위해 2005년 6억5,600만 엔, 2006년에는 12억 5,300만 엔의 예산을 투입하여 생산자, 관련 단체, 지방 자치기구, 관련 부처와의 연계 활동을 강화하고 있음

3) 시사점

일본의 농림수산물 무역 상황을 보면, 최근에 아시아를 중심으로 수출액이 점차 증가하고 있음

일본의 농림수산업의 발전을 위해 농림어업자와 관련단체의 대처를 통해 일본 농림수산물 등의 수출액을 2013년까지 1조엔 규모 달성을 목표로 하는 정부의 목표가 실현될 수 있도록 관계부성, 지방공공단체 등이 연계하여 수출 환경을 정비하고 의욕적인 농림어업자 등에 대한 지원을 실시하고 있음

일본의 농식품 수출 지원 정책을 보면 기반 조성에서부터 민관의 연계, 마케팅 활동에 이르는 체계적인 전략이 세워져 있으며 이를 토대로 각 분야의 구체적인 활동을 계획할 수 있도록 농림수산성에서 지원하고 있음

태국

1) 농식품 산업 육성 정책

태국 정부는 지난 1961년부터 10차에 걸쳐 국가 경제 사회 개발 계획을 수립하여 시행하고 있음

태국 산업부가 주도하고 있는 국가 경제 사회 개발계획의 내용을 살펴보면 태국 경제 정책의 변화를 살펴볼 수 있음. 사회 경제적 민주화가 본격적으로 추진되고 지속 가능한 산업으로의 전환을 시도하기 시작한 제 8차 경제 사회 개발 계획의 수행 과정에서 농식품 산업의 지속 가능 발전을 도모하기 위한 정책으로 태국 음식의 세계화 사업이 시작됨

2) 수출 지원 정책

태국 정부는 농식품 산업을 지속 가능 분야로 발전시키기 위해 국가 경제 개발 계획의 주요 부문으로 포함시켜 수출 증대를 위한 사업을 추진하고 있음

이에 가장 대표적인 수출 지원 정책인 ‘Kitchen of the World’ 즉, 태국 음식 세계화 사업임

태국 정부의 각료 위원회는 1999년 1월 11일 상업부(구 경제부)의 세계화를 위한 수출장려 정책에 따라 국외에 설립한 태국음식점(레스스토랑)의 수준을 결정하고 그 기준에 따라 태국 상표(Thailand brand)와 세계 태국 음식점에 대한 표준 증명서를 발급해 주기 시작한 것을 계기로 태국 음식 세계화 사업이 시작됨

‘Kitchen of the World’ 사업은 태국 음식 문화를 세계에 알리는 것과 함께 태국 식재료의 수출 증진에 주요 목적을 두고 있음

이 사업은 태국 정부가 전면적으로 주도하고 있으며 전통과 현지화를 매우 잘 조화시키고 있는 것으로 평가됨. 태국 레스토랑의 선정 기준과 등급을 결정하는 데 있어서도 태국산 원료의 사용 비중이나 조리사의 전문성 등을 평가하고 있음

또한 인테리어, 서비스, 위생에 대한 항목을 평가해 외국에서의 태국 레스토랑 이미지 개선에도 결정적인 역할을 하고 있음. 아울러 현지에서 레스토랑을 오픈하고자 하는 사업자에게 일정 자격기준을 평가해 경제적인 지원을 함으로써 품질 하락을 방지하고 있음

3) 시사점

태국 정부의 10차에 걸린 경제 개발 계획에도 잘 나타나 있듯이 정치, 경제적 불안정한 상태를 지속해왔음. 또한 중국, 베트남 등 주변 아시아 국가들과의 농식품 수출 경쟁 또한 치열해지는 상황임

이에 태국 정부는 관광 자원과 태국의 음식에 대한 이미지를 세계에 알리기 위한 'Kitchen of the World' 사업을 추진함으로써 태국 음식 문화 알리기와 농식품 수출이라는 두 가지 목적을 달성해 가고 있음

외국의 한식당의 경우 대부분의 한인 타운이나 현지를 찾는 한국 관광객을 대상으로 하고 있다는 점, 따라서 인테리어나 서비스 수준이 낮을 수 밖에 없고 최근에는 중국인들이 한식당을 경영하는 경우가 많아 국적 불명의 음식들이 제공되고 있는 상황임

따라서 다각적인 현지 실태 파악을 통해 장기적인 목표와 기준을 설정함에 있어 한식 세계화의 목적과 유사한 태국의 'Kitchen of the World' 정책이 모범 사례가 될 수 있을 것으로 파악됨