

# 가공식품 수출의 효율적 지원 방안

김 경 필 연구 위원  
허 성 윤 초청 연구원

한국농촌경제연구원

## **연구 담당**

김경필	연구위원	연구총괄, 제1장~제5장
허성운	초청연구원	제2장, 제3장

## 머 리 말

---

가공식품 시장규모가 중국, 아세안 등 신흥시장을 중심으로 빠르게 성장함에 따라 가공식품의 주요 수출국들은 수출확대를 위해 다양한 전략을 마련하여 지원하고 있다. 우리나라도 가공식품 수출유망시장과의 지리적 인접성, 유사한 식문화의 이점을 바탕으로 가공식품 수출확대를 위한 지원을 강화할 필요가 있다. 국내산 원료를 이용한 고부가가치 가공식품의 수출 증대는 국내 산업뿐만 아니라 농업부문의 생산과 부가가치 유발효과를 증대시킬 수 있기 때문이다.

가공식품 수출을 확대하기 위해서는 효율적인 수출지원사업 방안 수립이 필요하나, 아직 우리나라는 가공식품 부문에 차별화된 지원사업이 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구는 가공식품 부문에 초점을 맞추어 수출지원사업의 실태 및 문제점을 분석하고 효율적인 지원방안을 마련하기 위해 수행하였다.

가공식품 수출의 효율적 지원방안은 수출지원사업 추진 기본방향, 수출지원사업 우선순위, 품목유형별 중점지원 사업, 정책추진 방향별 지원 강화사업, 유사사업 범주화 및 지원 강화, 수출인프라 강화사업, 국내산 원료사용 구조 강화 방안으로 구분하여 제시하였다.

본 연구결과는 가공식품 수출지원 정책을 수립하는 데 기초자료로 활용할 수 있을 것으로 기대되며, 원활한 연구수행을 위해 자료 제공과 자문에 도움을 준 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사, 수출업체 및 전문가들에게 깊이 감사드린다.

2014. 12.

한국농촌경제연구원장 **최 세 균**



## 요 약

---

### 연구배경

농식품 수출을 국내 농업성장의 발판으로 삼기 위해서는 부가가치가 높은 가공식품 분야로 수출정책 대상을 확대할 필요가 있다. 본 연구의 목적은 수출지원사업의 실태와 문제점, 지원성과를 분석하여 가공식품 부문에 초점을 맞춘 수출지원사업의 효율적 지원방안을 제시하는 것이다. 구체적으로는 수출지원사업 추진 기본방향, 수출지원사업 우선순위, 가공식품 품목 유형별 중점지원 사업, 정책추진 방향별 지원 강화사업, 유사사업 범주화 및 지원 강화사업, 수출인프라 강화사업, 국내산 원료사용 구조 강화 방안을 제시하였다.

### 연구방법

본 연구는 우선 가공식품 수출지원의 타당성을 제시하기 위해 수출증대로 인한 파급효과를 분석하였으며, 이를 위해 2010년 실측 산업연관표(한국은행)를 이용하여 산업연관분석(가공식품 10개 부문)을 실시하였다. 수출지원사업 우선순위 분석은 수출전문가 42명을 대상으로 수출지원 5대 부문 29개 세부사업에 대해 설문조사를 실시하였고 조사결과에 대해 계층분석(AHP)을 수행하였다. 수출지원사업 성과분석을 위해서는 표적집단면접(FGI), 다중회귀모형(OLS), 성향점수매칭(PSM) 분석 방법을 활용하였다. FGI는 가공식품 수출업체와 정책부서, 수출전문가에 대해 실시, 다중회귀모형(OLS) 분석은 가공식품 수출지원연도별 투입예산과 수출액 자료를 이용하여 수행하였고, PSM 분석은 가공식품 수출업체 조사자료를 이용하여 분석하였다. 해외 가공식품 지원 사례는 가공식품 수출 강대국인 미국과 뉴질랜드 사례를 살펴보았다. 이러한 연구 부문별 분석결과를 통하여 가공식품 수출의 효율적 지원방안을 도출하였다.

## 연구결과 및 시사점

가공식품 수출지원사업의 기본방향은 첫째, 수출물류비지원 보조금의 경우 국제협상 쟁점사항이며 사회적 후생손실을 발생시키므로 장기적으로 축소하는 대신 수출 주체의 고정비용을 줄일 수 있는 인프라부문 지원사업을 강화하는 방향으로 설정하였다. 둘째, 수출지원사업 성과분석 결과에 근거하여 제한된 예산범위 내에서 지원성과를 극대화시킬 수 있도록 효율적인 수출 지원사업을 위한 개선방안을 제시하였다.

가공식품 수출사업의 부문별 중요도는 1) 해외시장개척·해외마케팅 부문, 2) 수출물류·검역·통관 부문 순서로 나타났다. 수출지원정책 평가지표 별로 ‘수출목표’ 달성 측면에서는 1) 시장개척·해외마케팅 부문, 2) 수출 금융·보험 부문 순으로 중요하다. 세부 지원사업별로는 수출상품화사업, 잔류농약검사비지원, 해외관측행사지원, 수출해외전진기지구축사업, 우수농식품구매지원자금사업이 중요하다. 가공식품 수출지원정책을 수립할 때 가공식품 지원 부문별(단계별), 세부지원 사업별로 중요도가 높은 사업으로 지원정책을 강화할 경우 지원사업의 효율성을 높일 수 있을 것이다.

가공식품 수출지원사업 효과별로 수출증대 크기 기준으로 1순위 그룹에 속하는 사업은 해외관측행사지원, 국제박람회참가, 우수농식품구매지원자금이며, 2순위 그룹은 해외시장정보인프라구축, 글로벌 K-FOOD FAIR, 3순위 그룹에는 개별브랜드지원사업, 맞춤형해외시장조사사업으로 나타났다. 가공식품 유형별로 살펴보면 신선가공식품은 해외관측행사지원, 국제박람회참가지원 순서로, 전통가공식품은 글로벌 K-FOOD FAIR, 해외관측행사지원, 국제박람회참가, 해외바이어거래알선 순으로, 일반가공식품은 해외관측행사지원, 국제박람회참가, 해외바이어거래알선 순으로 나타났다. 가공식품 지원정책 효과를 제고시키기 위해서는 품목유형별로 지원사업 수출효과가 큰 사업을 차별적으로 지원할 필요가 있다.

단기적인 수출확대를 위해서는 우수농식품구매지원자금, 해외관측행사지원, 국제박람회참가 지원사업을 강화해야 한다. 중장기적으로 수출기반 강화와 수출 가공식품의 부가가치를 높이기 위해서는 수출상품화사업과

안전성관리 지원사업을 강화할 필요가 있다. 가공식품 수출과 국내 농가소득 연계를 강화시키기 위해서는 우수농식품구매지원자금을 활성화시키고 가공식품형 원료공급단지 및 수출선도조직육성이 필요하다.

수출지원사업 목적이 유사한 사업은 더 큰 틀에서 범주화 및 강화시킴으로써 지원목적은 효율적으로 달성할 수 있어야 한다. 수출상품화사업은 수출역량 강화와 부가가치를 높이는 데 특히 중요하고 수출업체 수요도 높은 사업이다. 따라서 수출상품화사업은 기술개발에서부터 수출시장 진출·정착단계까지 일관된 지원시스템을 갖추 수 있도록 지원범위와 예산을 확대시킬 필요가 있다. 수출상품화사업과 연계를 강화시킬 수 있어서 사업 통합도 고려할 수 있는 사업은 개별브랜드지원사업, 수출컨설팅, 샘플통관운송비지원, 해외aT지사화사업이다. 해외 마케팅사업은 국제박람회참가와 해외 판촉행사지원, 글로벌 K-FOOD FAIR를 중심으로 지원하되 이 사업들 간에 연계성을 강화하여 시너지 효과를 높여야 할 것이다.

국제협상에서 쟁점사항으로 대두되고 있는 수출보조금은 중장기적으로 축소 및 폐지될 가능성이 높으므로 수출보조금 지원 비중을 축소하고 수출인프라부문 지원을 강화하는 체계로 개선되어야 한다. 예를 들어 수출유망품목 발굴단계에서부터 수출시장 정착단계까지 일관된 맞춤형 상품화지원사업과 이를 위한 기술개발과 마케팅지원사업이 요구된다. 국내 식품기업의 국내산 원료이용 비중을 높이기 위해서는 기업체가 원하는 규격화된 원료를 공급할 수 있는 생산기지 조성과 원료 품질관리 시스템이 요구된다.

한편, 본 연구는 가공식품 수출의 효율적 지원방안 제시 과정에서 연구수행 범위의 제약상 몇 가지 한계점들을 가지고 있다. 첫째, 본 연구는 전체 지원사업의 검토 및 상대적인 지원성과에 근거하여 효율적인 지원방안을 제시하고 있기 때문에 개별 지원사업 개선의 구체성은 미흡한 측면이 있다. 둘째, 수출물류비지원성과나 수요는 제시하였지만 물류비 축소에 대응한 수출업체들의 가격경쟁력 제고, 국제무역 여건 및 시장환경 변화에 대응할 수 있는 구체적인 신규사업 제시가 미흡하다. 이러한 한계점들은 추후 몇 가지 개별지원사업에 초점을 맞춘 연구를 수행하여 구체적인 개선방안을 제시함으로써 극복할 수 있을 것이다.

## ABSTRACT

---

# Efficient Support Plans for Processed Food Exports

## Background of Study

The purpose of this study is to analyze the support programs and support performance of the export support program to deduce improvement plans for the efficient pursuance of export support projects focusing on the processed food sector. The more detailed purpose is to analyze the defects and achievements of processed food export support, support reinforcement projects by policy indices and item types, key support projects by processed food types, categorization and expansion of support projects, export infrastructure strengthening projects, and measures to strengthen systems to supply ingredients made in Korea.

## Research Method

In order to analyze the feasibility of processed food export support, this study made industrial correlation analysis using the industry correlation table measured in 2010 and analyzed overseas cases. For the export support project prioritization analysis, survey results on 42 export experts in export companies, research institutes, and policy-makers were used to make pairwise comparison and absolute comparisons of AHP analyses for 29 projects in five main sectors. For export support project performance analysis, FGI, multiple-regression model (OLS), and propensity score matching (PSM) were used.

## Research Results and Implications

The relative importance per export support project sector was in the order of 1) overseas market pioneering and overseas marketing sector and 2) export logistics, quarantine and customs processing. In the aspect of 'export

target' achievement per export support policy evaluation index, the order of importance was 1) market pioneering/overseas marketing sector and 2) export finance and insurance sector support projects. In the aspect of 'efficiency', it was found that market pioneering/overseas marketing support projects were the most important. For detailed support projects, they were in the order of export commercialization, pesticide residue inspection cost support, overseas sales promotion event support, export overseas forward base construction project, and outstanding agrifood purchase support fund projects. When establishing processed food export support policies, when setting by order of projects with high importance per support project and detailed support project, it was found that efficiency could be raised.

Upon analyzing the entire processed food export support projects, the first group with the highest support performance was overseas sales promotion event support, international expos, and the second group was overseas market information infrastructure and K-FOOD FAIR. For types of processed food items, fresh processed food was in the order of overseas sales promotion event support and international expo participation support; traditional processed food was in the order of global K-FOOD FAIR, overseas sales promotion event support, international expo participation support, and overseas buyer brokering. By diversifying support policies per processed food types, it is necessary to strengthen support projects focusing on those with high support performance per type.

Projects that must be strengthened per export support project evaluation item are the excellent agricultural food purchase support fund, overseas sales promotion event support to enhance the export enhancement effect. In order to strengthen the export base and increase the additional value of processed foods, export commercialization and safety management support projects must be strengthened. In order to strengthen the link with rural income, it is necessary to promote the excellent agrifood purchasing support fund and to foster a processed food-type ingredient supply complex and export leading organization.

Projects that need to be comprehensively operated due to similarity in project support purposes should be categorized in a bigger picture and improvements should be made to efficiently achieve the original purpose of the support project. Export commercialization support is especially im-

portant for strengthening export capacities and raising additional values, and it is a project with a high export company demand. Therefore, the scope of support and budget must be expanded for the export commercialization support so that it can be equipped with a single support system from technological development to entry into export markets. Projects that can strengthen the connection with the export commercialization support project are individual brand support, export consulting, passing samples through customs and transportation cost support, and overseas aT branching. Overseas marketing projects should support mainly international expos, overseas sales promotion events, and global K-FOOD, but the link among these projects should be strengthened for a bigger synergy effect. Overseas buyer brokerage and overseas antenna shop operation projects must strengthen the connection with international expos and overseas sales promotion event support projects.

The export infrastructure strengthening support project is a project that can indirectly strengthen support in response to discontinuing export subsidies according to international agreements in the long run. For example, if support for commercialization projects must be strengthened, operation of pilot plants and use of joint experiment facilities for technology development and commercialization, offering consulting and support services for small and medium sized food companies for farmers with innovative ideas, development of basic food processing related to new product development, brand and food packaging technology development support, providing information to pioneer export markets and domestic and international sales channels, authentication and quarantine, and providing information related to customs can be supported.

Researchers: Kim Kyung-phil, Heo Seong-yoon

Research period: 2014. 1. ~ 2014. 10.

E-mail address: [kkphil@krei.re.kr](mailto:kkphil@krei.re.kr)

## 차 례

---

### 제1장 서 론

- 1. 연구의 필요성과 목적 ..... 1
- 2. 선행연구 검토 ..... 3
- 3. 연구범위 및 방법 ..... 8

### 제2장 가공식품 수출지원사업 동향 및 문제점

- 1. 가공식품 수출현황과 변화 ..... 17
- 2. 수출지원사업 동향 및 특징 ..... 22
- 3. 가공식품 수출지원사업 문제점 ..... 37
- 4. 가공식품 수출 과급효과 ..... 41

### 제3장 가공식품 수출지원사업 성과분석

- 1. 분석방법 및 한계점 ..... 45
- 2. 표적집단면접(FGI) 분석 ..... 49
- 3. 다중회귀모형(OLS) 분석 ..... 58
- 4. 성향점수매칭(PSM) 분석 ..... 67
- 5. 성과분석 시사점 및 당면과제 ..... 71

### 제4장 해외 가공식품 수출지원 사례

- 1. 주요국의 수출동향 및 특징 ..... 76
- 2. 주요국의 수출지원사업 동향 및 특징 ..... 79
- 3. 주요국의 농식품 수출지원체계 ..... 85
- 4. 수출지원 성공사례 ..... 88
- 5. 시사점 ..... 95

**제5장 가공식품 수출의 효율적 지원방안**

1. 기본 방향 ..... 99  
2. 효율적 지원 방안 ..... 109

**제6장 요약 및 결론 ..... 119**

부록 1. 수출지원정책효과의 성향점수매칭(PSM) 모델 ..... 123  
부록 2. 가공식품 수출지원사업의 상대적 중요도 조사표 ..... 134  
부록 3. 가공식품 수출업체 조사표 ..... 144

**참고 문헌 ..... 155**

## 표 차례

---

### 제1장

표 1- 1. 농식품 수출지원사업 종류 및 분석 대상사업 .....	10
표 1- 2. 연구부문별 분석자료와 분석방법 .....	12
표 1- 3. 주요 분석 및 활용 내용 .....	14

### 제2장

표 2- 1. 농식품 수출 동향 .....	18
표 2- 2. 주요 가공식품 품목별 수출 증감률 .....	19
표 2- 3. 우리나라 농식품 주요 수출대상국 .....	20
표 2- 4. 대중국 농식품 수출 상위 품목 변화 .....	21
표 2- 5. 농식품 세부수출지원사업 변화 .....	23
표 2- 6. 농식품 수출지원사업 예산 및 비중 변화 .....	26
표 2- 7. 농식품 수출지원사업 부문별 예산 동향 .....	27
표 2- 8. 농식품 수출지원사업 분야별 예산비중 변화 .....	29
표 2- 9. 농식품 수출지원사업 지원계획 .....	32
표 2-10. 농식품 수출지원사업 종류 및 개요 .....	35
표 2-11. 가공식품 원재료별 국내산 이용 비율 .....	39
표 2-12. 가공식품 수출지원사업 문제점 .....	40
표 2-13. 산업연관표의 가공식품 부문분류표 .....	42
표 2-14. 가공식품 수출증대 시나리오별 파급효과 분석 .....	44

### 제3장

표 3- 1. FGI 분석의 장점 및 약점 .....	46
표 3- 2. 가공식품 수출지원사업 평가항목별 유효사업 응답자수 .....	51
표 3- 3. 가공식품 수출지원사업 추진방향 항목별 유효사업 응답자수 .....	53
표 3- 4. 가공식품 수출지원사업 장점과 개선사항 .....	56
표 3- 5. 수출지원사업 수출증대 효과분석의 다중회귀모형 변수 .....	59

표 3- 6. 개별 수출지원사업의 연도별 수출증대 효과 ..... 63  
 표 3- 7. 연도별 수출지원사업 효과 분석결과 종합 ..... 65  
 표 3- 8. 가공식품 유형별 수출증대 유효사업 ..... 66  
 표 3- 9. 가공식품 품목유형별 수출증대영향 지원사업 ..... 67  
 표 3-10. 가공식품 수출지원사업 평가항목별 유효 지원사업 ..... 72  
 표 3-11. 가공식품 수출지원사업 추진방향별 주요 지원사업 ..... 72

**제4장**

표 4- 1. 주요국 가공식품 수출동향 ..... 78  
 표 4- 2. 주요국 농식품 수출지원사업 종류 및 지원분야 ..... 83  
 표 4- 3. 가공식품 주요국 수출 특징과 국내 지원정책 활용 부문 ... 95  
 표 4- 4. 가공식품 주요국 우수사례 특징과 국내정책 활용 부문 ..... 96  
 표 4- 5. 가공식품 주요국 수출지원사업 특징과 국내정책 활용 부문 .. 97

**제5장**

표 5- 1. DDA 수출 관련 모델리티 수정안과 MC9 각료 선언문  
 주요 내용 ..... 100  
 표 5- 2. 가공식품 수출지원 성과분석결과의 효율적 지원 활용방안 .. 105  
 표 5- 3. 가공식품 수출지원사업 우선순위 평가 ..... 110  
 표 5- 4. 가공식품 수출지원사업 부문별 상대적 중요도 ..... 111  
 표 5- 5. 가공식품 유형별 지원사업 우선순위 ..... 112  
 표 5- 6. 가공식품 수출업체의 수출지원사업에 대한 의식 ..... 115

## 그림 차례

### 제1장

그림 1- 1. 연구 추진체계도 .....	16
-------------------------	----

### 제2장

그림 2- 1. 농식품 수출액의 가공식품과 신선농산물 비중 추이 .....	19
그림 2- 2. 농식품 수출지원사업 예산 추이 .....	28
그림 2- 3. 농식품 해외시장개척사업 부문별 예산 추이 .....	30
그림 2- 4. 농축산물 판매촉진사업 분야별 예산 추이 .....	30
그림 2- 5. 농식품 수출지원 분야별 예산 비중 추이 .....	33

### 제3장

그림 3- 1. 가공식품 수출지원사업 평가항목별 유효사업 응답자수 ..	52
그림 3- 2. 가공식품 수출지원사업 정책지표별 해당사업 응답자수 ..	54

### 제4장

그림 4- 1. 뉴질랜드의 수출기업 육성 모델 .....	84
그림 4- 2. 뉴질랜드 농식품기업 수출성장률 차이별 기업 특성 .....	89

### 제5장

그림 5- 1. 수출보조로 인한 사회적후생 감소 효과 .....	101
그림 5- 2. 가공식품 수출지원사업 효율적 지원 체계도 .....	108
그림 5- 3. 가공식품 수출지원사업 평가항목별 유효 지원사업 .....	113

### 부록

부그림 1- 1. 정책지원 사전/사후 비교평가의 문제점 .....	124
부그림 1- 2. 수출지원 수혜그룹과 비수혜그룹 간 단순 비교평가 문제점 .....	125
부그림 1- 3. 지원정책 수혜기업과 비수혜기업 간 공통영역 .....	129



## 1. 연구의 필요성과 목적

### 1.1. 연구의 필요성

우리나라 농식품 수출액은 1995년에서 2002년까지 16~17억 달러 수준으로 정체 내지 감소하는 추세였다. 하지만 2008년 전후로 정부의 적극적인 농식품 수출목표 설정과 지원정책 등의 영향으로 2013년에는 57.2억 달러로 사상 최대치를 기록하였다. 최근 5년 동안 농식품 수출액은 연평균 14.8%의 높은 성장률을 나타내고 있으며 10년 전에 비해 207.8% 더 성장하였다.

2000년대 이전에는 채소, 과일, 화훼 등 신선농산물 수출이 40% 이상의 비중으로 높았으나, 이후 가공식품 비중이 확대되는 추세로 재편되고 있는 것이 최근의 주요 수출 특징 중 하나이다. 2013년 신선농식품 수출은 11.8억 달러로 전체 농식품 수출액의 20.6% 비중인 반면, 가공식품은 79.4%인 45.4억 달러로 가공식품 중심으로 수출구조가 변화하고 있다.

이러한 변화에 대응하여 정부의 수출목표를 효과적으로 달성하고 수출 증대를 농업성장 동력으로 연계시키기 위해서는 농식품 수출정책을 신선농산물과 가공식품 두 유형으로 분류하여 추진하는 전략이 유효할 것이다.<sup>1</sup> 국내 농업여건상 신선농산물 수출은 국제시장에서 가격경쟁력이 약하고 국내 공급기능도 원활하지 않은 시기가 있기 때문에 신선농산물 수출로

## 2 서론

수출목표를 달성하는 전략은 한계가 있다. 대신 김치나 유자차, 장류 등 전통식품이나 1차 가공제품 중심으로 고부가가치화 된 제품의 수출을 늘리면서 국내 농업과 연계성을 강화시키는 전략이 보다 효과적일 것으로 판단된다.

현재의 농식품 수출지원체계는 신선농산물 중심으로 맞춰져 있으며, 가공식품에 대한 수출지원은 대기업 지원 및 중복수혜 등의 문제가 제기되어 적극적으로 지원하기가 쉽지 않은 여건이다. 수출물류비지원의 가공식품 부문 지원은 막걸리, 고추장, 쌀 가공품 등 국내산 원료를 사용하는 제품이 지원 대상에 포함되어 있지만 가공식품 수출업체들은 지원대상 품목을 확대하기를 원하고 있다. 가공식품 수출과 밀접히 연관되는 우수농식품구매 지원자금은 담보설정 능력이 있어야 수혜가 가능하며, 대기업 편중 논란 이후로 현재는 중소기업에 우선 배정하는 방식으로 조정이 된 상태이다.<sup>2</sup>

가공식품 수출확대 지원정책은 농식품 수출목표 달성과 연관 산업 활성화를 위해 필요하지만 지원성과를 보여주기가 쉽지 않다. 국내 농업과의 연계성이 미흡하고 국내 농가소득을 증대시키는 데에도 신선농산물 수출은 직접적으로 연관되어 있는 편이지만, 가공식품 수출은 수입원료를 사용하는 경우가 많기 때문에 미흡하다고 평가받는 경향이 강해서 가공식품 수출 분야에 정책지원 근거를 마련하기는 쉽지 않다. 또한 농식품 수출추진 전략 수립에 가공식품 부문 수출 지원방안 마련이 필요하지만 아직까지 구체적인 연구는 거의 추진되지 않은 실정이다.

따라서 가공식품 수출지원의 타당성을 보여주기 위해서는 수출증대의 파급효과를 보여주는 한편, 현재 수출지원사업의 실태와 문제점을 진단하고 지원성과를 분석하여 가공식품 수출증대와 수출기반 강화에 기여할 수 있는 수출지원제도의 개선방안을 마련할 필요가 있다.

---

1 정부는 농식품 수출목표를 2017년에 100억 달러를 달성하는 것으로 설정하였다(농림축산식품부 2013).

2 기업유형별 지원액 평가지수는 중소기업이 0.90, 중견기업 0.78, 대기업은 2.48로 대기업 지원성과가 높고, 대기업이 수출시장을 개척함으로써 중견기업 및 중소기업의 수출을 이끄는 효과를 보이는 것으로 평가되었다(황의식 외 2013).

## 1.2. 연구 목적

본 연구의 목적은 가공식품 수출지원사업의 지원실태와 문제점, 지원성과를 분석하여 가공식품 부문에 초점을 맞춘 수출지원사업의 효율적 추진을 위한 개선방안을 도출하는 데 있다. 세부적으로는 가공식품 수출지원 문제점과 성과를 분석하여 수출지원사업 추진 기본방향, 수출지원사업 우선순위, 품목유형별 중점지원 사업, 정책추진 방향별 지원 강화사업, 유사사업 범주화 및 지원 강화, 수출인프라 강화사업, 국내산 원료사용 구조 강화 방안을 제시하는 것이다.

## 2. 선행연구 검토

### 2.1. 농식품 수출 문제점 및 개선사항 부문

이병성 외(2012)는 2010년 정부에서 수출지원을 받은 88개 업체와 해외 바이어 44명을 대상으로 설문조사를 실시하고, 수출시장에서의 국산 가공식품의 만족도를 분석하여 개선점을 제시하였다. 한국산 가공식품에 대해 신선도(28%), 품질인증 획득(24%), 라벨링 표시 미흡(16%) 등은 개선되어야 할 것으로 나타났다. 해외 바이어들은 가격(25.6%), 포장규격(15.4%), 다양하지 못한 품목(12.8%) 등을 개선되어야 할 점으로 지적하였다.

조윤희(2013)는 농식품 수출지원사업의 문제점을 사업별로 분석한 결과 우수농식품구매지원자금의 대기업 편중과 중복지원 문제, 수출물류비지원의 미흡한 성과, 상이한 식품기준체계에 따른 통관거부 등을 지적하며 농가소득 지지효과가 큰 수출유망 품목에 대한 지원강화와 수출물류비지원 폐지에 따른 인프라사업 강화 등을 개선과제로 제시하였다.

박기환 외(2013)는 가공식품 수출확대를 위한 현안 과제로 농업과 가공식품 수출의 연계부족, 가공식품 수출지원 체계가 미비한 점 등을 제시하

#### 4 서론

였다. 가공식품 수출이 10% 증가할 때 농업 부문별로 각각 채소 및 과실(0.1%), 기타 식용작물(0.3%), 축산물(1.3%) 부문에 상대적으로 적은 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 최지현(2013)의 연구에서 가공식품 산업별 국내산 이용비율은 육가공품 34.1%, 유제품 32.0%, 장류 51.4%, 과실 및 채소가공품 45.5%, 소주 53.2%로 추정되었다. 김치, 유자차, 삼계탕 등 수출용 가공식품의 원재료는 국내산 이용비율이 높게 나타났으며, 주요 재료 및 비율은 김치의 마늘(99.3%), 유자차의 유자(100.0%), 삼계탕의 계육(100.0%), 막걸리의 쌀(97.5%)이다.

박기환 외(2012)는 수출지원제도의 문제점으로 수출물류비지원이 국제협상 이행에 따라 폐지될 가능성이 높고 매년 지원액을 축소하고 있지만 대체 지원제도가 부재하다는 점, 수출물류비지원이 수출 성수기와 비수기 기간 지원이 차별화되지 않아 수출단가 상승을 위한 노력이 부족한 점을 지적했다. 이와 같은 문제는 수출업체 난립의 주요 원인이 되므로 효율성을 높일 수 있도록 고가격 및 저가격 수출시기별 지원을 차별화해야 한다고 주장하였다. 최지현 외(2013)의 연구에서는 산업연관분석을 이용하여 가공식품의 국내산 농축산물 원재료 이용률을 추정하였다. 분석결과 제분(3.8%), 기타 주류(22.9%) 등은 국산 이용률은 낮은 반면, 장류(51.4%)와 소주(53.2%)는 상대적으로 높게 나타났다.

## 2.2. 수출지원제도 및 성과평가 연구

농식품 수출지원제도 개선과 관련된 연구로 최세균(2009)은 농식품 수출지원제도 현황 등을 파악하고 주요 추진과제를 제시했다. 김성훈(2011)은 우리나라 가공식품 수출의 현황과 문제점을 지적하며 수출 확대전략으로 인프라 지원, 국내산 원료의 안정적 공급 시스템 마련과 해외 원료의 안정적 확보, 물류·유통체계 개선, 수출대상국 시장분석과 정보 제공 강화 등을 제시하였다. 김성훈 외(2009)는 수출액과 수출량의 신축성계수를 도출하여 품목별 수출물류비지원에 대한 효과를 계측했다. 그 결과, 김치류

와 화훼류, 채소류, 축산물, 과실류는 지원성과가 있는 반면, 인삼류는 지원성과가 낮은 것으로 나타났다. 향후 확대가 필요한 인프라 강화사업은 ‘수출농산물 안전성관리’인 것으로 확인되었다.

문한필 외(2012)는 중력모형(Gravity model)을 응용하여 수출방정식을 구성하고 수출 결정요인과 수출지원사업의 성과를 정량적으로 분석했다. GDP의 수출탄력성과 수송거리, 물류비 지원, 해외마케팅 지원사업과 수출기반 구축사업이 수출성과에 미치는 영향이 유의미한 것으로 분석되었으나 가공식품은 분석대상에서 제외되었다. 김경필 외(2011)는 농식품 수출지원사업 실적, 수출 영향 요인분석, 수출지원제도의 수출업체·전문가 의식 조사 등을 기초로 수출지원제도 개선방안을 제시했다. 박기환 외(2012)는 가공식품 수출업체를 대상으로 수요조사를 한 결과 수출지원제도의 우선순위는 수출물류비지원, 국제박람회참가, 운영활성자금지원, 해외유통업체연계관측행사, 수출유망품목육성 등의 순으로 나타났다.

농식품 수출증감 및 수출지원정책 효과에 대한 평가 연구로 박순찬 외(2013)는 농식품 수출확대 지원 정책 중 해외시장 개척사업과 농축산물 판매촉진 사업을 중심으로 GTAP CGE 모형을 사용하여 계량경제학적 파급효과를 분석하고, 2010년 시행된 농식품 수출확대 지원정책으로 인한 성과를 정량적으로 분석하였다. 그러나 농산물, 임산물, 수산물 수출로 나누어 분석하여 가공식품 부문은 다루지 않았고 정책의 파급효과를 측정하였다.

한국고용정보원(2011)은 CGE 모형으로 용자사업과 해외시장개척 및 판매촉진사업 중심으로 수출지원사업 파급효과를 분석하였다. 2008년에서 2010년까지 파급효과는 생산 분야에서 3조 5,130억 원이 증가하고 고용 분야 8,804명, 취업 분야 27,256명이 증가하는 것으로 나타났다. 박기환 외(2012)는 농식품 수출 감소는 국내 GDP를 0.0355% 감소시키고, GDP 디플레이터는 0.3554% 감소하는 것으로 분석하였다. 전체 수출액과 수입액을 각각 0.2689%와 0.3092% 감소시키는 것으로 분석되어 교역조건 또한 0.1449% 악화되는 것으로 나타났다.

문한필 외(2011)는 산업연관분석을 이용하여 신선농산물 수출의 경제적 파급효과를 계측하였다. 그 결과, 생산유발효과는 가공식품이나 공산품 수

출에 비하여 낮지만, 부가가치와 고용 및 취업에 미치는 효과는 더 큰 것으로 나타났다. 농림수산물 수출액이 10억 달러 증가하면 국민경제 전체에 18억 7천 달러 규모의 생산유발효과, 8억 1천 달러의 부가가치를 창출하며 7천 명의 고용창출 효과와 4만 명의 취업유발 효과가 있는 것으로 분석되었다.

최지현 외(2013)는 우리나라 신식품산업 주요 정책으로 수출지원사업을 포함한 지원사업들을 평가하고 개선방안을 도출하는 연구를 진행하였으며, 이중차분모형(DID)을 이용하여 식품정책 사업별 정책효과를 실증 분석한 바 있다. 해외판촉행사지원과 국제박람회참가에 대한 예산규모, 사업추진 체계, 사후관리 등의 측면에서 개선방안을 제시하였다. 제시된 주요 개선사항은 지원사업의 차별화, 사업효과를 높일 수 있도록 유사 및 관련사업 간의 효율적인 연계 및 네트워크 구축, 사업단계별 점검 시스템 구축 등이다.

타 산업 분야의 정책지원성과 분석 연구로 김홍규(2013)는 기존의 정부 지원사업 평가 시, 주변 환경 변화나 수혜집단과 비수혜집단 간의 차이로 인한 영향을 통제하지 못하는 단점을 극복하기 위해 성향점수매칭(PSM)과 이중차분모형(DID)의 순차적 적용을 제시하고 이를 근거로 고용노동부의 클린사업장 조성지원 사업의 성과를 분석하여 기존의 성과평가에 비해 선택편의를 제거하고 보다 정교한 성과평가를 수행하였다.<sup>3</sup> 강기춘 외(2013)는 정부지원사업 수혜기업과 비수혜기업 간에 발생할 수 있는 선택편의의 문제를 해결하는 성향점수매칭(PSM)법을 이용하여 제주지역산업기술개발 사업 참여기업의 연구개발(R&D), 매출, 순이익, 고용 등 다양한 성과지표에 미치는 효과를 추정하고 자료포락분석(DEA)을 적용하여 지원사업의 효율성을 측정하였다. 제주지역 산업기술개발사업의 기술개발비를 지원받은 기업이 지원을 받지 않은 기업에 비해 연구개발 지속성이 더 높은 것으로 나타났으며, 해당 지원사업이 제주지역 참여기업의 효율성 제고에 일정

<sup>3</sup> 여기에서 선택편의는 정부지원을 받은 기업의 성과가 좋아졌을 때, 이 성과의 향상분이 정부지원 때문인지, 향상될만한 기업이 정부지원을 받은 것인지에 대한 문제를 뜻한다.

부분 기여한 것으로 평가되었다.

채광기 외(2010)는 이변량 중도절단 프로빗모형(Bivariate Censored Probit)으로 순차적 선택편의 모형을 설정하고, 중소·벤처기업지원 정책자금을 1회 수혜한 업체들을 대상으로 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 정책자금을 지원받은 중소·벤처기업은 받지 않은 기업보다 더 향상된 수익성을 나타내어 정책자금이 수익성을 개선하는 데 유의한 효과를 보였다.

노용환 외(2012)는 이중차분모형(DID)과 Heckman 2단계 추정법을 사용하여 중소기업 정책자금 융자사업의 고용효과를 분석한 바 있다. 업체별 고용효과는 1년 후 1.37명, 2년 후 1.55명(누적기준), 3년 후 1.84명(누적기준) 등 자금투입 1억 원당 0.5명 수준으로 자금투입 초기에 집중되는 것으로 나타났다. 단기고용효과는 긴급경영안정자금이, 중장기고용효과는 개발기술사업화자금, 신성장기반자금, 창업자금의 성과가 높게 나타났으며, 기업의 재무상태는 고용효과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 확인되었다. 이서영(2011)은 수출보험이 대기업 및 중소기업 수출에 효과적으로 작용하고 있는지를 살펴보기 위해, 대기업과 중소기업의 수출공급함수 모형을 설정하여 수출보험이 수출공급에 미치는 영향을 실증 분석하였다. 대기업의 경우에는 수출보험이 수출공급에 영향을 주는 것으로 나타났지만, 중소기업의 수출공급에는 수출보험의 영향이 유의하지 않은 것으로 나타나 수출보험은 대기업에 더욱 영향력이 크다는 결론이 도출되었다.

외국의 수출지원제도에 대해서 김경필 외(2011)는 한·중·일 수출지원제도를 비교 분석했다. 주요 비교분석 내용은 국가별 수출동향, 지원체계, 수출확대전략 등이다. 한국이 벤치마킹해야 할 사항은 수출환경 조성 부문에서 품질표준화, 수출시장 진출을 위한 국가 간 협력, 생산 업종별 조직화 등이다. 품질향상 및 안전성관리 부문과 검역 및 통관 지원사업을 강화하는 한편, 수출확대를 위한 기술 연구개발(R&D) 사업에 시범생산, 물류 및 수송, 마켓테스트 사업까지 포함시켜야 한다고 주장하였다. 박기환 외(2012)는 미국과 일본, 프랑스, 네덜란드, 뉴질랜드의 수출지원제도를 제시하고 우리나라의 벤치마킹 가능성을 검토했다. 박기환 외(2013)는 미국, 일본, 중국의 농식품 수출지원제도를 소개하였다. 미국의 시장접근프로그램

예산 배정액, 수출신용보증제도와, 일본의 수출촉진대책 등을 제시하였다. Honma Masayoshi(2014)는 일본의 수출확대 전략, 가공식품 수출확대를 위한 과제, 아시아 시장 진출을 위한 한·일 협력방안을 제시하였다. 이병성 외(2012)는 미국과 일본의 수출지원제도를 소개하였으나, 국내 지원제도의 문제점 또는 개선방향까지는 다루지 않았다. 김경필 외(2012)는 AHP 분석을 이용하여 농식품 수출지원사업 부문별 세부지원사업의 상대적인 중요도를 평가했다. 수출지원사업 평가기준으로는 수출목표달성이 가장 중요하고 개별 지원사업은 ‘해외마케팅 지원사업’과 ‘수출 농식품의 품질·안전 관리 지원사업’이 가장 중요한 것으로 나타났다.

## 2.3. 본 연구의 차별성

본 연구는 기존에 신선농산물과 가공식품을 통합하여 지원하던 수출지원제도를 가공식품 부문에 초점을 두어 효율적인 수출지원방안을 제시하는 데 차별성이 있다. 이를 위해 가공식품 수출지원사업 성과를 정량적·정성적으로 평가하고, 가공식품 수출 강대국의 지원프로그램을 구체적으로 검토한 후 국내 가공식품 수출지원사업의 지원강화 부문 및 우선순위, 개별 지원사업별 개선방안을 제시하였다.

## 3. 연구범위 및 방법

### 3.1. 연구범위

#### 3.1.1. 가공식품 품목범위

가공식품은 신선가공식품, 전통가공식품, 일반가공식품으로 분류하였다.

신선가공식품은 국내 농업과 연계성이 높은 품목으로서 1차 원료를 가공하였지만, 농림축산식품부 및 한국농수산물유통공사의 수출품목 분류상 신선농산물로 분류되는 김치, 유자차, 인삼제품 등의 품목 군이다. 전통가공식품은 전통식품에 해당되지만 분류상 가공식품으로 구분되는 장류, 막걸리, 전통주 등의 품목 군이다. 일반가공식품은 가공식품 중 보편적인 식생활과 연관성이 높은 일반가공식품으로서 조제분유, 조제음료, 식재료 관련 품목 군이다.

### 3.1.2. 수출지원사업 분석대상 범위

본 연구에서는 정부의 농식품 수출지원사업 5대 부문, 29개 세부지원사업을 분석대상으로 설정하여 상대적 중요도(AHP) 및 포적집단면접법(Focus Group Interview: FGI) 분석을 수행하였다. 가공식품 수출지원사업 5대 부문은 생산·조직 부문, 안전성관리 부문, 시장개척·해외마케팅 부문, 물류·검역·통관 부문, 수출금융·보험 부문으로 구분하였다. 세부지원사업은 29개로 설정하였으며, 생산·조직 분야에 수출상품화사업 등 4개 사업, 안전성관리 부문에 잔류농약검사 등 5개 사업, 시장개척·해외마케팅부문에 국제박람회참가 등 12개 사업, 물류·검역·통관에 수출물류비 등 6개 사업, 수출금융·보험 부문에 2개 사업이 포함되었다. 세부지원사업은 현재 aT에서 지원하고 있는 사업들을 제시하였으며, 제시된 사업들 중에 신선농산물에만 지원이 가능한 사업도 있지만, 가공식품 지원에도 응용 및 적용할 수 있는 사업내용들이기 때문에 총괄적으로 포함하여 분석대상 사업으로 설정하였다.

다중회귀모형(OLS) 분석대상은 한국농수산물유통공사 수출지원실적 D/B에 입력되어 있는 수출상품화사업, 국제박람회참가, 해외관측행사지원, 해외바이어거래알선, 글로벌K-FOOD FAIR, 해외안테나숍운영, 개별브랜드지원사업, 해외시장정보인프라구축, 수출컨설팅, 수출물류비지원으로 하였다. 성향점수매칭(PSM) 분석을 위한 대상 지원사업은 FGI 분석에 사용한 7개 주요 사업이다.

표 1-1. 농식품 수출지원사업 종류 및 분석 대상사업

지원 부문 <sup>5)</sup> (5)	세부지원사업 종류(29개)	지원대상 품목류				분석대상 <sup>4)</sup>		
		농산물	가공식품			F G I	O L S <sup>5)</sup>	P S M
			신선 가공	전통 가공	일반 가공			
생산· 조직 (4)	1)원예전문생산단지육성	○	-	-	-			
	2)수출상품화사업	○	○	○	○	○	○	○
	3)수출선도조직육성사업	○	-	-	-			
	4)수출협의회활성화지원 <sup>2)</sup>	○	○	○	-			
안전성 관리 (5) <sup>1)</sup>	1)잔류농약검사비 지원	○	-	-	-			
	2)일본채소류 ID관리	○	-	-	-			
	3)대만사과 안전성관리	○	-	-	-			
	4)러시아 수출업체 관리	○	-	-	-			
	5)수출용유자차품질인증브랜드	-	○	-	-			
시장 개척· 해외 마케팅 (12)	1)국제박람회참가	○	○	○	○	○	○	○
	2)해외관측행사지원	○	○	○	○	○	○	○
	3)해외바이어거래알선	○	○	○	○		○	
	4)글로벌K-FOOD FAIR	○	○	○	○		○	
	5)해외안테나숍운영	○	○	○	○		○	
	6)개별브랜드지원사업	○	○	○	○		○	
	7)수출농산물공동브랜드(휘모리)	○	-	-	-			
	8)해외시장정보인프라구축	○	○	○	○		○	
	9)수출컨설팅	○	○	○	○		○	
	10)해외aT지사화사업	○	○	○	○			
	11)샘플통관운송비지원	○	○	○	○			
	12)수출농식품인증지원	○	○	○	○			
물류· 검역· 통관 (6)	1)수출물류비지원 <sup>3)</sup>	○	○	○	-	○	○	○
	2)선도유지제지원	○	-	-	-			
	3)수출해외전진기지구축사업	○	○	○	○	○		○
	4)해외물류기반구축사업	○	○	○	○			
	5)공동물류활성화 지원사업	○	○	○	○			
	6)수출물류효율화컨설팅	○	○	○	○			
금융· 보험 <sup>2)</sup>	1)농수산물수출보험가입지원	○	○	○	○	○		○
	2)우수농식품구매지원자금	○	○	○	○	○	○	○

주 1) 안전성관리부문에 신선농산물 대상으로 안전지도 및 교육을 지원하는 ‘안전지킴이 육성’이 포함되어 있음. 수출용유자차품질인증브랜드 사업은 유자차 수출협의회 자체사업으로 정부지원은 없는 사업임.

- 2) 수출협회의회활성화지원은 신선가공식품과 전통가공식품만 지원, 일반가공식품 지원하지 않음.
  - 3) 수출물류비지원은 국내산 원료를 사용한 가공식품에 지원이 가능함.
  - 4) FGI는 표적집단면접(Focus Group Interview: FGI), OLS는 다중회귀모형, PSM은 성향점수매칭(Propensity Score Matching: PSM)을 의미함.
  - 5) OLS 분석대상 사업명 종류는 2013년 기준으로 제시함. i) 국제박람회참가에는 개별참가박람회지원 포함, ii) 해외관측행사지원에는 대형유통업체관측지원, iii) 해외바이어거래알선에는 바이어초청사업, iv) 개별브랜드지원사업에는 수출브랜드지원사업, v) 해외시장정보인프라구축은 유료정보지원사업과 맞춤형해외시장조사지원을 포함함. 글로벌상품개발 마케팅조사는 해외안테나숍운영으로 분류됨.
- 자료: 한국농수산물유통공사(2014a)와 한국농수산물유통공사(2014b)를 참조하여 재분류 및 작성함.

## 3.2. 연구방법 및 추진체계

### 3.2.1. 분석자료와 방법

본 연구는 수출지원 성과를 평가하기 위해 다양한 수출관련 자료를 이용하여 3가지 형태의 분석을 수행하였다. 가공식품 수출 동향과 수출지원사업 동향을 파악하기 위해서 aT 농수산물수출지원정보(kati.net), 무역협회(kita.net), 농림축산식품부의 수출실적 및 지원사업 자료를 활용하였다. 가공식품 수출증대의 파급효과를 분석하기 위해서는 2010년 실측 산업연관표(한국은행)를 이용하여 산업연관분석(가공식품 10개 부문) 방법론을 활용하였다. 가공식품 수출지원사업의 우선순위 도출은 수출업체, 연구기관, 정책담당 등 수출전문가 42명을 대상으로 조사한 설문조사를 기초로 AHP 분석의 쌍대비교 및 절대비교 분석방법을 이용하였다.

수출지원사업 성과분석을 위해서 FGI, 다중회귀모형(OLS), 성향점수매칭(PSM) 기법을 이용하여 분석하였다. FGI는 가공식품 수출업체 22개 업체 및 정책부서 관계자를 대상으로 7회에 걸쳐 실시했다.

표 1-2. 연구부문별 분석자료와 분석방법

연구 부문	분석 자료	분석방법 및 범위
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출지원 동향 및 특징</li> <li>-가공식품 수출동향 및 추이</li> <li>-가공식품 수출지원사업 동향</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aT(kati), 무역협회(kita)</li> <li>• 농림축산식품부자료</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출지원 타당성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2010년 실측 산업연관표 (한국은행)</li> <li>• 해외사례 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 산업연관분석 (가공식품 10개 부문)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출지원사업 우선순위 분석</li> <li>-수출지원사업 부문 및 세부지원사업 우선순위</li> <li>-정책지표별 지원부문 우선순위</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출전문가 조사</li> <li>-수출업체, 연구기관, 정책담당 등 42명</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AHP 분석 (5대 부문 29개 사업)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출지원사업 성과분석</li> <li>-수출지원 평가항목별 유효 지원사업</li> <li>·평가항목별 지원사업</li> <li>·수출지원사업별 장점 및 개선사항</li> <li>-개별 수출지원사업 수출증대 효과</li> <li>·수출지원사업별 수출증대 크기</li> <li>·지원사업의 연도별 수출증대 효과</li> <li>-수출지원 수혜업체 수출증대 효과 (수혜업체와 비수혜업체 비교 평가)</li> <li>·수출지원사업 인지도, 선호도 등</li> <li>·수출지원사업 개선방안</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출업체 FGI 회의(7회)</li> <li>-22개업체/정책기관</li> <li>• 가공식품 수출지원연도별 투입예산과 수출액 자료(aT D/B)</li> <li>-2011: 643개 업체</li> <li>-2012: 652개 업체</li> <li>-2013: 724개 업체</li> <li>• 가공식품 수출업체조사 자료</li> <li>-조사: 222개 업체 (수혜 143, 비수혜 79)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정량(빈도분석) 및 정성 분석 (주요 7대 사업 중심)</li> <li>• 합동자료(pooled data)를 이용한 다중회귀(OLS) 모형분석</li> <li>-2011: 10개 사업</li> <li>-2012: 8개 사업</li> <li>-2013: 12개 사업</li> <li>• 성향점수매칭(PSM) 분석</li> <li>-이산선택모형 (Binary Choice)</li> <li>-주요 7대사업 대상</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 가공식품 수출지원 사례</li> <li>-대상국가: 미국, 뉴질랜드</li> <li>-지원사업 동향, 우수사례 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 선행연구 자료</li> <li>• 전문가 원고위탁</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국가별 주요 특징 비교</li> </ul>

다중회귀모형(OLS) 분석은 가공식품 수출지원연도별 투입예산과 수출액 자료(aT D/B)를 이용하여 수행하였고, PSM 분석은 가공식품 수출업체 조사결과를 이용하였다.<sup>4</sup> 해외 가공식품 수출지원 사례는 미국과 뉴질랜드

4 개별 수출지원사업의 수출증대효과를 분석하기 위한 다중회귀모형(OLS) 추정은

농식품 수출지원 관련 홈페이지와 관련 보고서 내용을 정리한 후 국가별로 비교분석하였고 가공식품 수출지원의 타당성 근거자료로 제시하였다.<sup>5</sup> 이러한 연구 분석자료 및 분석결과는 효율적 지원방안의 도출 근거자료로 활용하였다.

### 3.2.2. 주요 분석 및 활용내용

본 연구는 수출지원 타당성 및 지원성과 분석을 위해 다양한 분석방법을 활용하였으며 주요 분석내용과 분석결과의 활용내용은 다음과 같다. 첫째, 산업연관분석은 가공식품 수출이 증가했을 때 전체 산업 및 농림축산 부문에 미치는 생산, 부가가치, 고용증대 유발 효과를 추정하기 위하여 수행하였다. 분석결과는 가공식품 수출지원 타당성을 제시하는 근거자료로 활용하였다.

둘째, AHP 분석은 가공식품 수출지원사업 부문별, 개별지원사업별 상대적인 중요도를 도출하기 위해서 실시하였다. 분석결과는 가공식품 수출지원 성과분석 대상 주요사업 선정의 기초자료로 활용하고 가공식품 수출의 효율적 지원을 위한 수출지원사업 부문별 우선순위 방안 제시에 활용하였다.

셋째, 가공식품 수출업체 전문가 FGI 분석은 수출지원사업의 기여효과, 향후 추진방향과 개선방안을 도출하기 위해 수행하였다. 분석결과는 가공식품 수출증대 기여효과 사업, 지원 강화 및 축소사업 판단과 지원사업 개선방안, 신규사업을 도출하는 데 활용하였다.

넷째, 합동자료(pooled data)를 이용한 다중회귀분석은 개별 수출지원사업의 수출증대효과를 판단하고 수출효과의 크기를 파악하여 품목유형별 지원사업의 우선순위를 제시하는 데 활용하였다.

---

중앙대학교 진현정 교수, 수출업체 조사결과의 PSM 분석은 고려대학교 안병일 교수에게 원고를 의뢰하여 제작성하였다.

<sup>5</sup> 해외의 가공식품 수출지원 사례는 미국 알칸소 주립대학의 위용석 교수, 뉴질랜드 농업연구소 김태훈 소장에게 원고를 의뢰하여 제작성하였다.

다섯째, 성향점수매칭(PSM) 분석은 수출지원사업의 수출증대 기여효과를 판단하기 위해서 시행하였다. 이 분석은 수출증대에 영향을 주는 다른 모든 변수들이 동일하다고 가정하여 수출지원 수혜업체와 비수혜업체 간 수출여건 영향을 제외하고 정책지원 수출효과에 대해서만 분석이 가능하다는 장점 때문에 수행했다. 분석결과는 수출지원사업의 수출증대에 기여하는 사업을 판단하는 데 활용하였다.

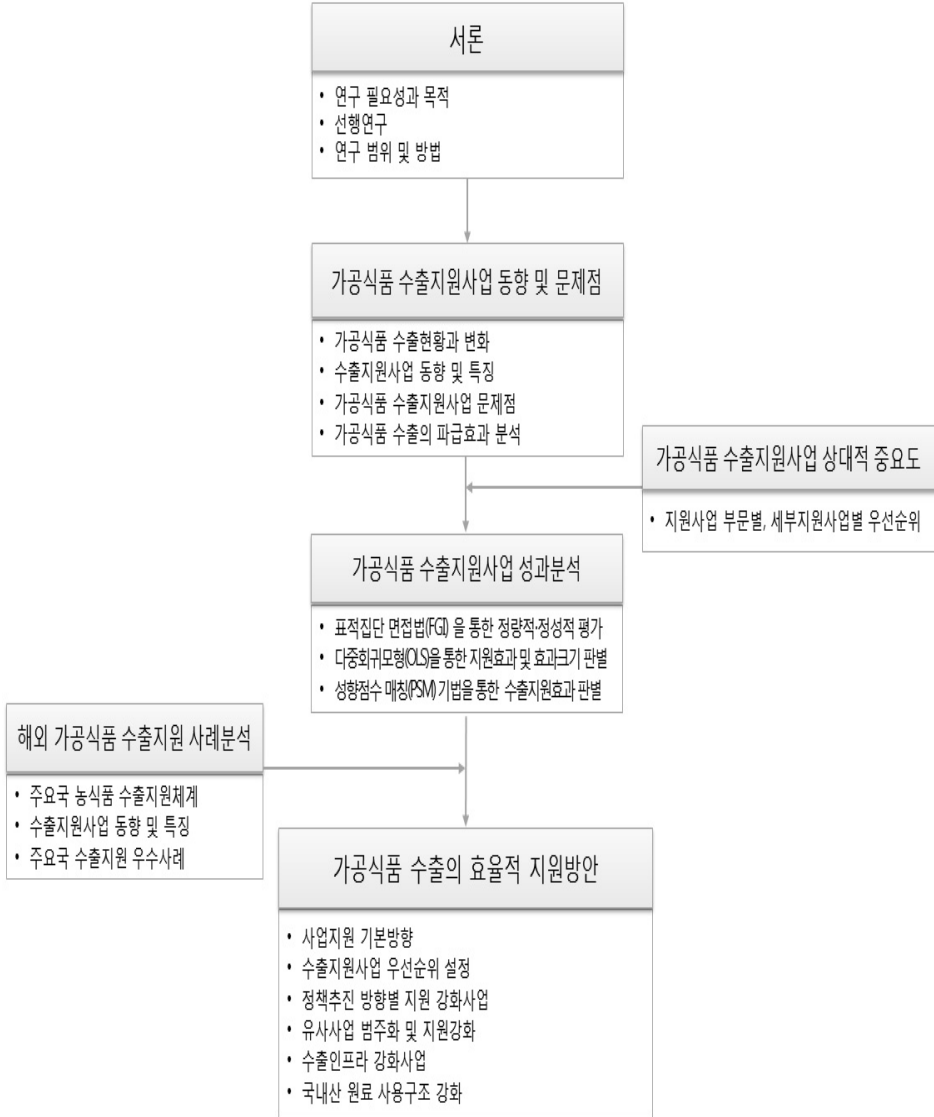
표 1-3. 주요 분석 및 활용 내용

분석 내용	분석 필요성 및 차별성	분석결과 활용
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 산업연관분석</li> <li>-가공식품 수출이 증가했을 때 전체 산업 및 농림축산부문에 미치는 생산, 부가가치, 고용증대 유발효과 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출증대가 산업 및 농업분야에 미치는 경제적 효과를 파악할 필요가 있음</li> <li>• 분석의 차별성                     <ul style="list-style-type: none"> <li>-2014년에 발표된 2010년 실측 산업연관표 이용</li> <li>-생산유발효과 외에 부가가치유발효과, 취업 및 고용유발효과 제시</li> <li>-수출 정책목표 달성 시나리오별 파급효과를 금액단위로 제시</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출지원의 타당성을 제시하는 근거자료로 활용</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• AHP 분석</li> <li>-가공식품 수출지원사업 부문별, 개별지원사업별 상대적인 중요도 도출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농식품 수출지원사업은 5대 부문 29개 세부지원사업으로 구분할 수 있는데 가공식품 수출지원을 강화할 경우 수출정책 지표에 따라 중요도가 높은 지원 부문 및 개별지원사업을 우선적으로 지원해야 효율적이므로 지원 부문별 및 개별지원사업별 상대적인 중요도를 파악할 필요가 있음</li> <li>• 분석의 차별성                     <ul style="list-style-type: none"> <li>-가공식품 수출 부문에 초점을 맞춘 수출지원사업의 상대적인 중요도를 제시함</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출지원 성과분석 대상 주요사업 선정의 기초자료로 활용</li> <li>• 가공식품 수출의 효율적 지원방안을 위한 수출지원사업 및 세부지원사업의 우선순위 제시에 활용</li> </ul>

(계속)

분석 내용	분석 필요성 및 차별성	분석결과 활용
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출 업체 FGI 회의</li> <li>-수출지원사업 기여효과, 향후 추진방향과 개선방안 도출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 지원사업 수혜자 중심의 지원사업 기여효과를 파악하고 향후 추진방향 및 개선방안을 도출할 필요가 있음</li> <li>• 분석의 차별성                     <ul style="list-style-type: none"> <li>-주요 가공식품 수출지원사업 중심으로 지원사업 수혜자 측면에서 수출 지원사업 기여효과와 개선방안 도출</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 분야 수출 지원사업의 정성적·정량적 효과 제시</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 합동자료(pooled data)를 이용한 다중회귀분석</li> <li>-수출지원 사업별 수출효과의 상대적 크기 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 개별 수출지원사업의 수출 증대 효과를 분석하여 개별지원사업 지원의 상대적 중요도를 판단할 필요가 있음</li> <li>• 분석의 차별성                     <ul style="list-style-type: none"> <li>-정부지원사업 수출지원실적 자료에 근거해 수혜업체 중심의 개별 수출 지원사업 효과의 상대적인 크기 분석</li> <li>-수출지원사업의 효과의 연도별 추이 파악</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 개별 수출지원사업의 개별 지원효과 크기 판별 및 지원 우선 순위를 제시하는 데 활용</li> <li>• 가공식품 품목유형별 지원사업 우선 순위 제시에 활용</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성향점수매칭 (PSM) 분석</li> <li>-수출지원사업 효과 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출지원사업의 지원효과를 분석하여 수출지원사업의 타당성 및 개선방안을 제시할 필요가 있음</li> <li>• 분석의 차별성                     <ul style="list-style-type: none"> <li>-수출증대에 영향을 주는 다른 모든 변수들이 같다고 가정하여 수출지원 수혜업체와 비수혜업체 간 수출여건 영향을 제외하고 정책지원 수출효과에 대해서만 분석 가능</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출지원 사업의 성과를 판단</li> </ul>

그림 1-1. 연구 추진체계도



# 가공식품 수출지원사업 동향 및 문제점

## 1. 가공식품 수출현황과 변화

### 1.1. 수출 동향

2013년 농식품 수출액은 57.2억 달러로 2003년 대비 두 배 이상 증가하였다. 특히 가공식품은 2.4배 증가하여 1.3배 증가한 신선농산물보다 증가율이 훨씬 높다<표 2-1>.6 신선농산물 중에서 수출증가율이 높은 품목류는 가금육, 과일류, 산림부산물 등이며 가공식품에서는 유제품, 기타가공식품, 소스류의 성장률이 컸다.

농식품 수출은 채소, 과일, 화훼 등 신선농산물 수출이 40% 내외의 비중을 차지하고 있었으나 점차 신선농산물 비중은 감소하는 반면(2013년 20.1%), 가공식품 비중은 확대되는 추세이다. 2013년 신선농산물 수출은 11.8억 달러로 전체 농식품 수출액의 20.6%를 차지하고 있는 반면, 가공식품은 79.4%인 45.4억 달러로 가공식품 중심으로 수출구조가 변화하였다 <그림 2-1>. 신선농산물에서 수출액이 많은 품목은 산림부산물(3억 2천만 달러), 채소류(2억 2천만 달러)이며, 가공식품에서는 연초류(6억 3천만 달러), 주류(4억 2천만 달러 수준)이다.

6 수산식품을 제외한 농식품 수출실적이며, 본 연구에서는 수산물과 수산가공식품은 연구의 범위에서 제외하였다.

표 2-1. 농식품 수출 동향

단위: 백만 달러, %

구 분	2003년	2008년	2012년	2013년	성장률 2013/2003
농식품 전체	1,859.8	3,048.2	5,644.8	5,724.6	207.8
신선농산물	509.5	675.1	1,079.4	1,180.5	131.7
채소류	100.6	148.6	224.6	220.3	119.0
김 치	93.2	85.3	106.6	89.3	-4.2
인삼류	66.6	97.2	150.8	174.9	162.6
화훼류	45.3	76.2	84.0	61.2	35.1
과실류	70.5	154.9	222.0	233.4	231.1
돼지고기	31.3	17.7	2.9	4.8	-84.7
가금육	5.8	12.9	41.2	42.2	627.6
산림부산물	96.1	59.0	213.8	316.4	229.2
버섯류	-	23.2	33.5	38.0	-
가공식품	1,350.3	2,373.1	4,565.4	4,544.1	236.5
면류	195.3	200.3	315.6	320.8	64.3
소스류	55.2	121.7	172.0	181.0	227.9
주류	173.8	236.1	417.4	385.5	121.8
과자류	148.4	248.0	403.2	434.0	192.5
연초류	237.1	463.9	632.8	553.2	133.3
유제품	22.5	49.1	101.7	123.3	448.0
목재류	80.9	59.5	251.0	231.5	186.2
기타	437.1	994.5	2271.8	2314.8	429.6

주 1) 김치와 인삼류, 유자차는 농식품 수출입 통계상 신선농산물로 분류되나, 본 연구에서는 제조과정상 신선가공식품으로 분류하여 연구를 수행함.

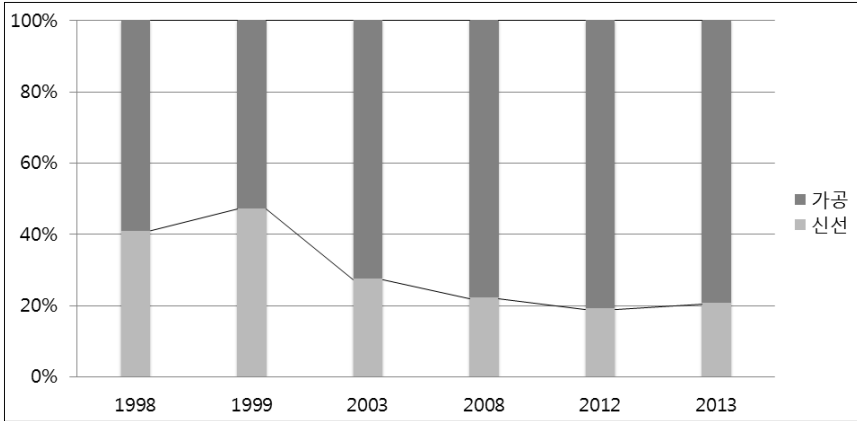
2) 수산식품을 제외한 농식품 수출기준임.

자료: 한국농수산물유통공사(각 연도), 『농림수산식품 수출입동향 및 통계』.

정부가 본격적으로 수출 진흥정책을 추진한 2008년 수출액 대비 지난 2013년의 가공식품 수출 성장률 상위품목은 막걸리(329.5%), 음료(278.1%), 고추장(158.5%) 순으로 나타났다<표 2-2>.

그림 2-1. 농식품 수출액의 가공식품과 신선농산물 비중 추이

단위: %



자료: 한국농수산물유통공사(각 연도). 『농림수산물 수출입동향 및 통계』.

표 2-2. 주요 가공식품 품목별 수출 증감률

단위 : 백만 달러, %

	2003	2008	2012	2013	증감률 (2013/2008)
김치	93.2	85.3	106.6	89.3	4.7
인삼류	66.6	97.2	150.8	174.9	79.9
유자차	8.0	27.1	40.8	43.0	58.4
고추장	7.9	9.4	23.7	24.3	158.5
막걸리	1.2	4.4	36.9	18.9	329.5
커피	228.6	453.0	606.4	524.9	15.9
커피조제품	62.0	196.0	297.2	306.1	56.2
라면	149.1	129.5	206.2	212.5	64.1
설탕	71.6	127.7	262.9	203.1	59.0
소주	110.3	124.1	126.8	107.5	-13.4
음료	19.4	64.4	225.9	243.5	278.1
비스킷	30.6	59.9	108.9	132.5	121.2
마요네즈	21.0	46.5	37.8	36.6	-21.3
조제분유	6.2	24.0	57.1	69.9	191.3

자료: 한국농수산물유통공사(각 연도). 『농림수산물 수출입동향 및 통계』.

## 1.2. 국가별, 품목별 동향

일본과 중국, 미국, 러시아, ASEAN, EU는 우리나라의 주요 농식품 수출국이며, 이들 국가가 차지하는 비중은 전체의 70%를 상회한다. 2013년 일본으로의 수출액은 2009년 대비 52%가 증가하는 데 그쳐, 전체 평균 수출증가율 73.6%에 미치지 못하였고 수출대상국 비중 또한 25.7%에서 22.5%로 3.19% 포인트 하락하였다. 그렇지만 최근 중국으로의 수출 상승세가 매우 두드러지게 나타나고 있다<표 2-3>.

표 2-3. 우리나라 농식품 주요 수출대상국

단위: 백만 달러, %, %p

주요국	2009		2013		증감률		순위
	수출액	비중	수출액	비중	수출액	비중	
일본	846.3	25.7	1,286.6	22.5	52.0	-3.19	1
중국	419.5	12.7	947.5	16.6	125.9	3.83	3
미국	338.4	10.3	522.7	9.1	54.5	-1.13	4
러시아	221.6	6.7	244.4	4.3	10.3	-2.45	6
ASEAN	325.4	9.9	985.1	17.2	202.8	7.34	2
EU	162.1	4.9	297.9	5.2	83.8	0.29	5
전체	3,298.1	100.0	5,724.6	100.0	73.6	-	-

주: 농림축산식품 전체 수출실적임.

자료: 한국농수산물유통공사(각 연도). 『농림수산물 수출입동향 및 통계』.

대중국의 2013년도 수출액은 2009년 대비 125.9% 증가하여 전체 수출증가율 73.6%를 훨씬 상회하였다. 수출대상국 비중도 다른 주요국들 모두 비중이 감소하고 있으나 단일국가로는 유일하게 3.83%포인트 증가한 국가이다. 더욱이 ASEAN 대상 수출증가율도 높기 때문에 향후 중국과 ASEAN 국가 등, 신흥시장이 수출확대 대상국으로서 관심을 가질 필요성이 있다. 가공식품 수출증가율이 높은 중국에 대한 주요 농식품 수출품목과 수출액은 2009년과 비교하여 대부분의 주요 품목들이 증가하였다.<sup>7</sup>

특히, 조제분유(1,100.0%)와 생우유(378.9%), 아이스크림(123.1%) 등 유제품 수출이 큰 폭으로 증가하여 대중국 수출 대표품목으로 성장하였다.

표 2-4. 대중국 농식품 수출 상위 품목 변화

단위: 백만 불, %

2009			2013			수출변화		
순위	품목	수출액	순위	품목	수출액	품목	증감률	순위 변동
1	설탕	56.5	1	설탕	128.7	설탕	127.8	-
2	라면	32.1	2	조제분유	56.4	조제분유	1,100.0	▲ 12
3	커피조제품	26.6	3	커피조제품	52.1	커피조제품	95.9	-
4	유자차	9.5	4	인삼	39.1	인삼	475.0	▲ 3
5	퀵런	9.1	5	비스킷	37.8	비스킷	530.0	▲ 5
6	과실조제품	8.0	6	라면	37.8	라면	17.8	▽ 4
7	인삼	6.8	7	유자차	22.1	유자차	132.6	▽ 3
8	혼합조미료	6.7	8	과실조제품	19.7	과실조제품	146.3	▽ 2
9	곡류조제품	6.2	9	퀵런	17.8	퀵런	95.6	▽ 4
10	비스킷	6.0	10	대두유	10.3	대두유	139.5	▲ 5
11	인스턴트면	5.8	11	초콜릿	9.1	초콜릿	145.9	▲ 5
12	캔디	5.7	12	생우유	9.1	생우유	378.9	▲ 7
13	소주	5.0	13	맥주	8.5	맥주	203.6	▲ 4
14	조제분유	4.7	14	소주	8.4	소주	68.0	▽ 1
15	대두유	4.3	15	혼합조미료	7.5	혼합조미료	11.9	▽ 7
16	초콜릿	3.7	16	캔디	6.4	캔디	12.3	▽ 4
17	맥주	2.8	17	아이스크림	123.1	아이스크림	123.1	▲ 1
18	아이스크림	2.6	18	인스턴트면	3.6	인스턴트면	-37.9	▽ 7
19	생우유	1.9	19	곡류조제품	3.3	곡류조제품	-46.8	▽ 10
20	간장	1.6	20	고추장	2.2	고추장	46.7	▲ 1
21	고추장	1.5	21	막걸리	1.4	막걸리	1,300.0	▲ 2
22	된장	0.8	22	간장	1.2	간장	-25.0	▽ 2
23	막걸리	0.1	23	된장	0.7	된장	-12.5	▽ 1

주: 수출변화는 2009년 순위에서 2013년 순위의 차이를 나타내며 ▲는 순위의 상승을, ▽는 순위의 하락을 의미함.

자료: 한국농수산물유통공사(각 연도). 『농림수산물 수출입동향 및 통계』.

7 수출동향은 최근 5년간 변화를 살펴보기 위해 2009년과 비교하였다.

## 22 가공식품 수출지원사업 동향 및 문제점

인삼(475.0%), 유자차(132.6%), 과실조제품(146.3%), 고추장(46.7%)의 수출 증가율이 높고 전통주인 막걸리도 1,300.0%의 괄목할 만한 수출성장을 보였다.

## 2. 수출지원사업 동향 및 특징

### 2.1. 전체 농식품 수출지원사업 현황

#### 2.1.1. 세부지원사업 변화

농식품 수출지원사업은 크게 용자사업과 보조사업으로 구분되는데, 보조사업으로는 해외시장개척사업과 농축산물판매촉진사업이 있으며 우수농식품구매지원자금 사업은 용자사업이다. 농축산물판매촉진사업의 경우, 국내 농식품 수출업체의 수출물류비지원을 지원하고 안전성과 검역 등의 인프라 기반을 강화하기 위한 사업으로 세부 사업내용상의 큰 변화가 없다. 반면 해외시장개척사업의 경우에는 세부 지원사업이 해마다 변화하고 있어 해당 시장상황과 수출업체 수요에 따라 탄력적인 운영이 가능하다는 특징이 있다.<sup>8</sup>

세부 수출지원사업의 변화를 보면, 2000년과 2005년, 2010년과 비교하여 2014년까지 계속해서 진행 중인 사업은 국제박람회참가, 해외관측행사 지원, 해외 우수바이어 알선, 해외시장정보구축 등으로 비교적 해외시장 진출과 관련되어 중요하게 평가되는 사업들이 지속적으로 진행 중인 것으로 나타났다. 수출유망품목 선정 및 상품화, 전문생산단지 조성, 해외매장

---

<sup>8</sup> 농식품 수출 세부 지원사업 변화<표 2-5>는 지원기능을 중심으로 지원사업 자료 및 담당자 면담에 근거하여 분류하였기 때문에 수출지원사업 예산변화<표 2-6>의 사업 분류와는 다소 상이함.

운영사업 등도 비교적 연속성을 유지하는 것이 확인되었다. 반면, 포장디자인개발, 지자체 수출 인센티브 지원, 식재료 수출활성화 사업, 지리적표시 특산물 수출활성화, 중국진출한국계유통업체지원, 한국식품 로드쇼 등의 사업은 정책수요나 정책방향에 따라 폐지되거나 타 사업 분야로 일부기능이 이전되고 있다. 수출용유자차품질인증브랜드사업, 샘플통관운송비지원, 수출농식품인증지원, 개별브랜드지원사업, 해외aT지사화사업 등은 2010년 이후 시장진출 여건에 따라 신규로 지원하고 있는 사업이다.

표 2-5. 농식품 세부수출지원사업 변화

과거 지원사업				현재 지원사업		
지원사업명	'00	'05	'10	지원사업명	'14	신규
<input type="checkbox"/> 해외시장개척사업	○	○	○	<input type="checkbox"/> 해외시장개척사업	○	
• 수출활성화 사업	○	○	○			
- 포장디자인개발	○					
- 현지화적응수출상품개발	○					
- 수출유망품목 개발지원		○	○	- 수출상품화사업	○	
- 농산물 수출컨설팅	○	○		- 수출컨설팅(수출기반조성)	○	
- 공동브랜드 개발 및 운영			○	- 농산물공동브랜드관리운영	○	
- 고품질 안전생산지원		○				
- 전문생산단지 평가		○		- 원예전문생산단지육성	○	
- 신선농산물신속적기운송지원			○			
- 수출선도조직육성			○	- 수출선도조직육성사업	○	
- 수출전문인력육성			○			
- 수출안전성관리(GAP)			○	- 수출농산물 안전성 관리지원	○	
- 지자체 수출 인센티브 지원			○			
- 식재료 수출활성화 사업			○			
- 지리적표시특산물수출활성화			○			
- 한국우수농산물수출상담회		○				
• 대형유통업체직수출	○	○				
- 시장개척단 파견	○		○			

24 가공식품 수출지원사업 동향 및 문제점

(계속)

과거 지원사업				현재 지원사업		
지원사업명	'00	'05	'10	지원사업명	'14	신규
-현지유통업체연계 판촉	○	○	○	-해외판촉행사지원	○	
-지자체연계 판촉행사			○			
-우수바이어 초청	○	○	○	-해외바이어거래알선	○	
-중국진출한국계유통업체지원			○			
• 수출홍보사업	○	○	○			
-한국농산물 해외홍보	○	○	○			
-한국 식문화 홍보	○	○				
-한국식품 로드쇼		○				
-과실류 해외홍보행사		○				
-해외상설매장 설치	○	○		-해외안테나숍운영	○	
-국내 수출의욕 고취			○			
-공동대표브랜드 관리운영	○		○			
• 해외시장정보사업	○	○	○	-해외시장정보인프라구축	○	
-심층조사	○	○				
-DB 구축	○	○				
-인터넷 거래알선		○				
				-수출용유자치품질인증브랜드사업	○	■
				-샘플통관운 송비지원	○	■
				-수출농식품인증지원	○	■
				-해외물류기반구축사업	○	■
				-개별브랜드지원사업	○	■
				-수출협의회활성화지원	○	■
				-공동물류활성화지원	○	■
				-수출물류효율화컨설팅	○	■
				-해외aT지사화사업	○	■
				-글로벌K-FOOD FAIR	○	■
□ 농축산물 판매촉진사업	○	○	○	□ 농축산물 판매촉진사업	○	
-수출물류비지원			○	-수출물류비지원	○	
-환변동보험가입 지원			○	-농수산물수출보험가입지원	○	
-수출농산물 검역 지원			○			
□ 농식품 운영활성화 자금	○	○				
□ 수출관련 융자예산			○	□ 우수농식품구매지원자금(융자)	○	
-수출자금 지원			○			
-농식품수출 전진기지구축			○	-수출해외전진기지구축사업	○	

주: ○는 해당 연도에 지원되고 있는 사업을, ■는 2014년도 신규지원사업을 의미함.  
 자료: 한국농수산물유통공사(2014a)와 지원사업 담당자 면담을 토대로 제작성.

## 2.1.2. 예산 동향

### 가. 수출지원사업별 예산

농림축산식품부의 2014년 기준 농식품 수출지원사업 총 예산은 5,081억 원이다. 그중에서 해외시장개척사업 예산은 321억 원으로 전체 보조사업 예산의 36.4%, 농축산물판매촉진사업은 423억 원으로 48.0%를 차지한다. 글로벌 K-FOOD 프로젝트 사업은 K-POP 등 한류 확대의 기회요인을 활용하여 해외 마케팅 콘텐츠를 전파하고 소비자의 체험활동과 현지시장 판촉행사 등을 추진하여 농식품 수출증대를 도모하기 위한 사업이다. 이 사업은 2013년부터 예산이 반영되기 시작하여 2014년에는 137억 원이 편성되었고, 전체 보조사업의 15.6%를 차지한다.

한편, 우수농식품구매지원자금은 국내 농식품 수출업체에 원료농산물 구매와 가공을 위한 원료구입 및 운영자금을 용자로 지원하는 사업이다. 2014년 기준 지원예산은 4,200억 원으로 2009년 3,122억 원 대비 34.5% 증가하였다.

해외시장개척사업의 주요 사업은 수출성장동력확충 부문과 해외수출거래선발굴 부문으로 구분되어 있다. 2014년 기준으로 예산은 각각 127.3억 원과 193.7억 원이며, 전체의 14.5%와 22.0%의 비중을 차지한다. 2009년 예산에 비해서는 수출성장동력 확충 부문이 73.3%로 크게 증가하였지만, 해외 수출거래선 발굴 부문은 16.5%만 증가하여 상대적으로 증가율이 적었다.

수출성장동력 확충 사업의 주요 세부지원 사업은 수출정보인프라구축사업과 수출유망품목육성사업(수출상품화사업), 품목별 공동마케팅지원사업 등이다. 해외수출 거래선 발굴 사업은 국제박람회참가, 해외판촉행사지원 등의 세부지원사업으로 구성되어 있다.

농축산물 판매촉진사업은 수출물류비지원과 수출인프라강화 사업이 포함되어 있다. 수출물류비가 2014년에 37.4%로 높은 비중을 차지하지만 17.2% 감소하였다.

26 가공식품 수출지원사업 동향 및 문제점

표 2-6. 농식품 수출지원사업 예산 및 비중 변화

단위: 십억 원, %

구 분	2009		2014		증감(%)	
	예산	비중	예산	비중	예산	비중
총계	377.4	-	508.1	-	34.6	-
1. 해외시장개척사업	24.0	36.7	32.1	36.4	33.9	-0.3
<input type="checkbox"/> 수출성장동력 확충	7.3	11.3	12.7	14.5	73.3	3.2
수출유망품목육성 사업	1.2	1.8	0.9	1.0	-23.7	-0.8
수출정보 인프라 구축	1.3	2.0	4.4	5.0	244.0	3.0
국내 수출의욕 고취	-	-	0.2	0.2	-	-
공동브랜드 관리운영	0.9	1.4	0.3	0.3	-67.2	-1.1
품목별 공동마케팅 지원	0.5	0.7	2.0	2.3	343.5	1.6
개별브랜드 홍보	-	-	1.8	2.0	-	-
해외공동물류센터 지원	-	-	1.6	1.8	-	-
수출확대 전문가건설팅	-	-	1.5	1.7	-	1.7
수출선도조직육성사업	1.7	2.6	-	-	-	-2.6
수출전문인력 육성	0.4	0.6	-	-	-	-0.6
수출안전성관리(GAP)	0.1	0.2	-	-	-	-0.2
식재료 수출활성화 사업	1.3	2.0	-	-	-	-2.0
<input type="checkbox"/> 해외 수출거래선 발굴	16.6	25.5	19.4	22.0	16.5	-3.5
국제박람회참가	7.0	10.7	7.8	8.9	11.8	-1.8
해외관측행사지원	2.4	3.6	5.4	6.1	126.3	2.5
지자체 연계 관측행사	0.4	0.7	1.0	1.1	127.3	0.4
해외안테나숍운영	-	-	4.1	4.7	-	-
해외바이어거래알선	0.3	0.5	1.1	1.2	237.4	0.7
해외 홍보마케팅	6.5	10.0	-	-	-	-10.0
2. 농축산물판매촉진사업	41.3	63.3	42.3	48.0	2.4	-15.3
<input type="checkbox"/> 수출물류비지원	39.7	60.9	32.9	37.4	-17.2	-23.5
<input type="checkbox"/> 수출인프라 강화	1.5	2.4	9.4	10.6	510.3	8.2
3. 글로벌K-FOOD프로젝트사업	-	-	13.7	15.6	-	-
소계	65.3	100.0	88.1	100.0	35.0	0.0
4. 우수농식품구매지원자금(융자)	312.2	-	420.0	-	34.5	-

주: 우수농식품구매지원자금은 융자사업 별도 예산이며, 예산 비중 및 비중변화는 보조사업과 융자사업을 구분하였음.

자료: 한국농수산물유통공사(aT) 내부자료를 토대로 제작성함.

## 나. 수출지원사업 분야별 예산 및 비중 추이

농식품 수출지원사업의 전체 예산액은 매년 증가하는 추이를 보이는 가운데, 2014년 총 농식품 수출지원 예산은 2009년 대비 34.6% 증가했다.

수출지원사업 예산은 2000년대 초 중반까지 정체 내지 소폭 증가하는 양상을 보였으며, 정부가 적극적인 수출 정책을 추진한 2008년부터 농식품 수출지원사업 예산이 대폭 증가하기 시작하였다. 2013년부터는 글로벌 K-FOOD 프로젝트 사업(농특회계, 계속, 보조)이 추가되어 전체 수출지원사업 예산이 더욱 늘어나게 된 계기가 되었다.

표 2-7. 농식품 수출지원사업 부문별 예산 동향

단위: 십억 원, %

지원사업 부문	2000	2005	2009	2013	2014	증감률 ('14/'09)
1. 해외시장개척사업	8.7	12.9	24.0	30.2	32.1	33.9
수출성장동력확충	1.6	2.5	7.3	12.2	12.7	73.3
해외수출거래선발굴	7.0	10.4	16.6	18.0	19.4	16.5
2. 농축산물판매촉진사업	19.1	28.9	41.3	41.2	42.3	2.4
수출물류비지원	19.1	26.3	39.7	31.0	32.9	-17.2
수출인프라 강화	-	2.6	1.5	10.2	9.4	510.3
3. 글로벌 K-FOOD 프로젝트 사업	-	-	-	15.4	13.7	-
4. 우수농식품구매지원자금	-	272.4	312.2	350.0	420.0	34.5
계	27.7	314.2	377.4	436.7	508.1	34.6

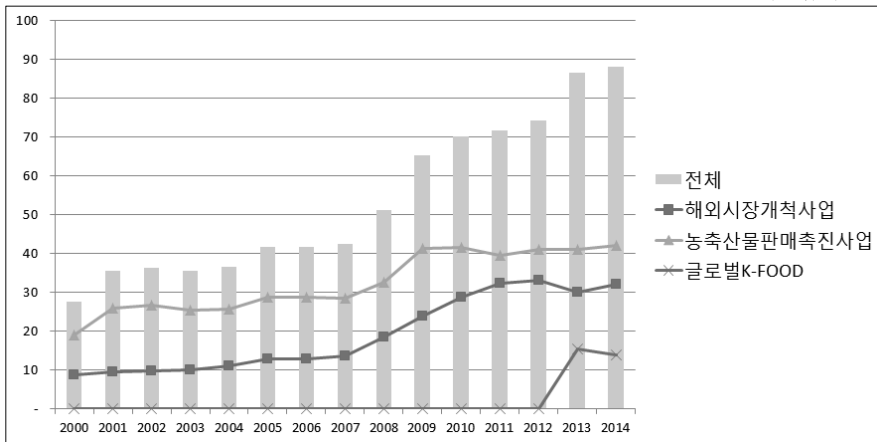
주: 2009~12년은 정산기준, '2013~14년은 예산기준임.

자료: 한국농수산물유통공사(aT) 내부자료.

지원사업 분야별로는 해외시장개척사업과 농축산물판매촉진 사업을 포함한 보조사업 예산이 모두 지속적인 증가세를 보였고 융자사업인 우수농식품구매지원자금의 예산 역시 증가하는 추세이다. 2009년과 비교해서 농축산물판매촉진사업의 세부지원 사업인 수출인프라 강화 사업의 예산이 510.3%의 증가율을 기록하여 가장 많은 증가세를 보였으며, 수출성장동력확충사업 또한 73.3%로 높은 증가세를 나타냈다.

그림 2-2. 농식품 수출지원사업 예산 추이

단위: 십억 원



자료: 한국농수산물유통공사(aT) 내부자료 참조 작성.

전체 지원예산 중 세부지원 사업이 차지하는 비중을 비교한 결과(2009년 대비 2014년 예산비중), 수출성장동력 확충 사업과 수출인프라 강화 사업이 각각 3.2%p와 8.3%p 상승하였다. 반면, 이를 제외한 다른 사업부문 중에서 특히 수출물류비지원 비중이 23.5% 포인트로 가장 크게 감소하였고, 해외수출거래선발굴지원사업도 3.5% 축소되었다. 이는 2013년에는 글로벌 K-FOOD 프로젝트 사업이 포함된 영향이 큰 것으로 생각된다. 수출물류비 지원비중이 축소되고 수출인프라 지원부분이 강화되는 추세는 최근의 국제협상이나 보조금지급에 대한 논란 등에 비추어볼 때 바람직한 것으로 판단된다.

2005년의 해외시장개척사업 지원비중은 31.2%이지만 농축산물 판매촉진사업비중은 69.0%로 높아 두 지원사업 부문 간에 격차가 컸었다. 하지만, 2009년에는 36.7%와 63.3%로 격차가 다소 줄어들어 해외시장개척사업의 비중이 증가하고 사업중요성도 커지고 있음을 보여준다. 2013년부터는 글로벌 K-FOOD 프로젝트를 제외한 해외시장개척사업과 농축산물판매촉진 사업 비중이 각각 42.3%와 57.7%로 나타나 예산액 기준 사업비중은 비슷해지는 경향이다.

표 2-8. 농식품 수출지원사업 분야별 예산비중 변화

단위: %, %p

지원사업분야	2000	2005	2009	2013	2014	증감 (14/09)
1. 해외시장개척사업	31.2	31.0	36.7	34.8	36.4	-0.3
수출성장동력확충	5.9	6.1	11.3	14.1	14.5	3.2
해외수출거래선발굴	25.3	24.9	25.5	20.7	22.0	-3.5
2. 농축산물판매촉진사업	68.8	69.0	63.3	47.4	48.0	-15.3
수출물류비지원	68.8	62.8	60.9	35.7	37.4	-23.5
수출인프라 강화	0.0	6.3	2.4	11.7	10.6	8.3
3. 글로벌 K-FOOD 프로젝트	-	-	-	17.8	15.6	-
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-

주 1) 2009~12년은 정산기준, 2013~14년은 예산기준임.

2) 용자사업인 우수농식품구매지원자금 예산은 금액의 단위가 보조사업과 비교하여 상당히 높기 때문에, 전체 비중변화의 결과를 왜곡시킬 수 있으므로 비중에 포함하지 않음.

자료: 한국농수산물유통공사(aT) 내부자료를 토대로 재작성함.

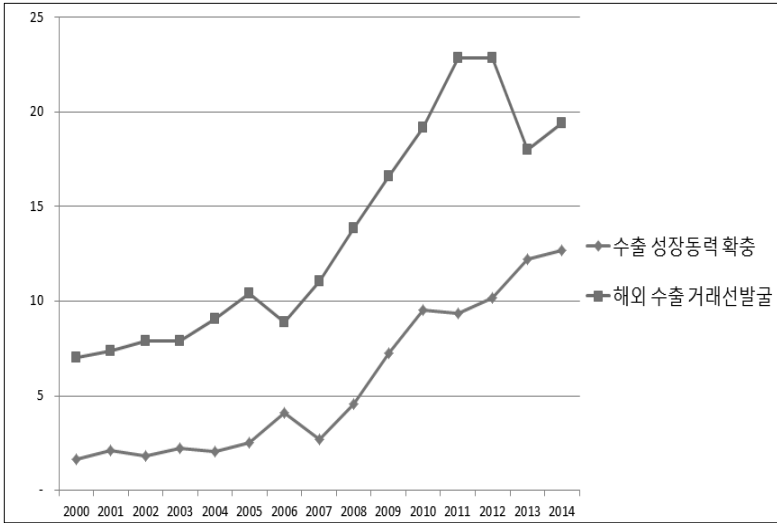
해외시장 개척사업의 주요 사업인 수출성장동력확충사업 부문과 해외 수출거래선발굴사업 부문의 예산은 2000년대 중반 이후 꾸준한 상승세를 보였으며 수출성장동력 확충사업은 계속해서 증가세를 보였으나, 해외수출 거래선 발굴 부문의 예산은 2013년에 감소하다 2014년 다시 증가하였다 <그림 2-3>.

농축산물 판매촉진 사업의 두 축인 수출물류비지원과 수출인프라 강화 사업은 수출물류비지원 비중이 2007년 98%를 차지할 만큼 압도적이었으나, 2012년을 기점으로 수출물류비지원이 축소되고 수출인프라 강화사업 예산이 증액됨에 따라 7:3 비중으로 수출물류비 지원사업비 비중이 낮아지는 추세다. 이 두 지원사업은 2012년에 지원비중이 감소되어 이후 정체되는 모습을 보이고 있다<그림 2-4>.

글로벌 K-FOOD 프로젝트 지원사업은 2013년도에 최초로 도입되어 17.85%의 비중을 차지했으나 2014년에는 다소 감소한 15.6%의 비중을 보여준다.

그림 2-3. 농식품 해외시장개척사업 부문별 예산 추이

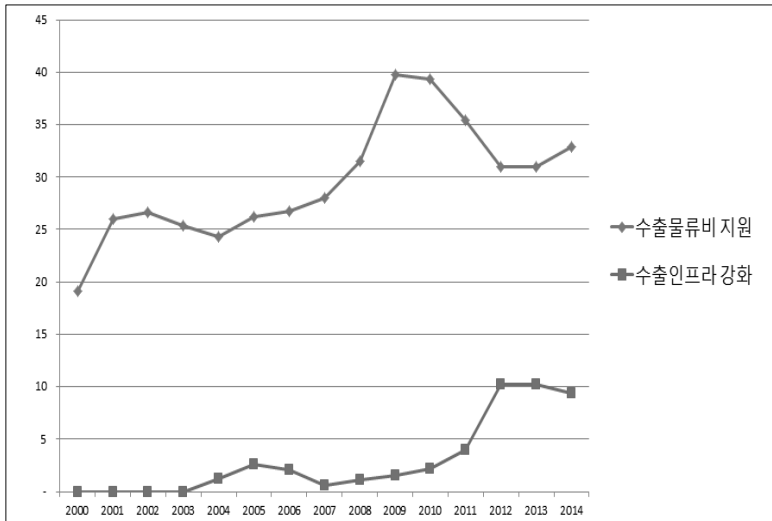
단위: 십억 원



자료: 한국농수산물유통공사(aT) 내부자료.

그림 2-4. 농축산물 판매촉진사업 분야별 예산 추이

단위: 십억 원



자료: 한국농수산물유통공사(aT) 내부자료.

#### 다. 향후 수출지원사업 지원계획<sup>9</sup>

농림축산식품부의 향후 수출분야 지원예산은 단계적으로 축소되어 2013년 대비 2017년 예산은 24.7% 감소될 계획이다. 예산이 감소하는 원인은 예산액 규모면에서 가장 많은 우수농식품구매지원자금이 2013년 대비 2017년 예산이 41.1% 감소하기 때문이다. 반면, 보조사업 예산은 2013년 845억 원에서 2017년 1,270억 원까지 50.3% 늘어날 계획이다.

수출확대와 농가소득연계 강화전략의 예산은 2013년과 비교하여 2017년에 288.6% 증가한 307억 원이 투입될 예정이다. 세부내용으로는 수출 위기대응 체계 마련 전략 예산이 66.7% 늘어날 계획이며, 농식품 수출 중소기업 육성전략과 새로운 농식품 해외수요 창출 전략에는 기존예산 금액이 높음에도 불구하고 각각 34%와 16.8% 증가될 예정이다. 농식품 수출증대와 농가소득 연계를 위한 예산 증가율이 다른 전략보다 훨씬 높은 것은 바람직한 방향으로 보인다.

5개년 계획의 예산 중 농식품 수출중소기업육성전략 부문이 차지하는 비중은 총 42.7%로 가장 높은 가운데 사업예산의 집중화가 예상된다. 두 번째로 높은 비중을 차지하는 사업은 농식품 해외수요창출전략 부문이며, 2013년에 가장 많은 47.1%의 비중으로 사업을 시작하여 점차 감소될 예정이다. 수출확대와 농가소득연계 강화전략은 2013년 9.3% 수준에서 2017년에는 24.2%까지 비중이 확대될 예정이어서 중장기적으로 강화되는 사업 분야이다.

세부 지원사업 중 높은 비중을 차지하는 사업은 수출물류비지원 사업(33.2%)과 신규시장 개척지원(22.1%), 수출단지육성사업(14.6%)이다. 수출단지 육성사업 예산 투입을 2013년 대비 2017년에 440%까지 증가시킬 계획이므로 정부가 수출단지 육성사업에 대한 강한 의지를 갖고 있는 것으로 판단된다. 가공식품 지원을 포함하는 지원사업은 가공식품 수출과 농업연계강화 사업, 공동물류이용 지원사업, 신규시장개척사업, 환변동보험 모

<sup>9</sup> 농림축산식품부(2013) 내부자료를 참조하여 작성하였다.

니터 지원 사업 등이 있다. 신규시장개척사업을 제외하면 가공식품 수출에 초점을 맞춘 지원사업 예산 비중은 낮은 편이다.

표 2-9. 농식품 수출지원사업 지원계획

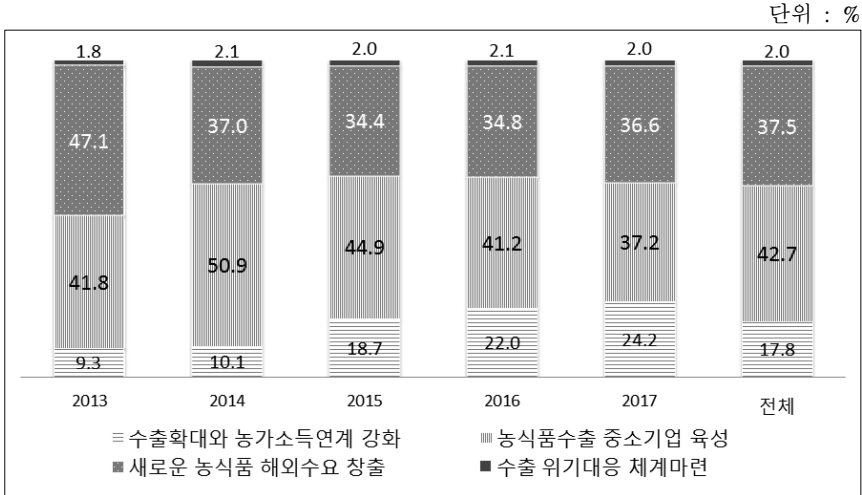
단위: 억 원, %

주요 전략	연도별 소요예산			합계		증감률 (17/13)
	2013	2015	2017	예산	비중	
총계	4,716	3,310	3,550	18,109	-	-24.7
1. 수출확대와 농가소득연계 강화	79	194	307	917	17.8	288.6
수출단지 지원 육성	50	160	270	750	14.6	440.0
안전 농산물 생산 지원	28	30	32	150	2.9	14.3
제2의 파프리카 찾기	-	2	3	9	0.2	-
가공식품수출과 농업연계 강화	1	2	2	8	0.2	100.0
2. 농식품수출 중소기업 육성	353	467	473	2,198	42.7	34.0
공동물류이용 지원	41	41	41	205	4.0	0.0
수출물류비지원	260	370	370	1,710	33.2	42.3
수출선도조직육성사업	32	34	36	170	3.3	12.5
품목별 수출협의회 공동마케팅	20	22	26	113	2.2	30.0
3. 새로운 농식품 해외수요 창출	398	358	465	1,934	37.5	16.8
신규시장 개척 지원	198	220	280	1,138	22.1	41.4
시장다변화 추진	46	48	60	252	4.9	30.4
신개념 종합박람회 개최	134	65	90	412	8.0	-32.8
관련 기관·부처 간 협력사업 (재외공관 홍보사업)	20	25	35	132	2.6	75.0
4. 수출 위기대응 체계 마련	15	21	25	103	2.0	66.7
환변동보험 지원	15	17	19	85	1.6	26.7
상시모니터링반 운영	-	2	3	9	0.2	-
비상대처시스템 구축	-	2	3	9	0.2	-
소계(보조)	845	1,040	1,270	5,152	100.0	50.3
5. 우수농식품구매지원자금(용자)	3,871	2,270	2,280	12,957	-	-41.1

주: 용자사업인 우수농식품구매지원자금은 비중에 포함하지 않았으며 원자료에는 제2전략에 포함됨.

자료: 농림축산식품부(2013). 『농식품 수출 희망찾기 플랜(2013~2017)』.

그림 2-5. 농식품 수출지원 분야별 예산 비중 추이



자료: 농림축산식품부(2013). 『농식품 수출 희망찾기 플랜(2013~2017)』.

## 2.2. 농식품 수출지원사업 종류

농식품 수출지원사업은 한국농수산물유통공사(aT)에서 지원 및 관리하고 있다. 농식품 수출지원사업은 aT의 지원사업 종합안내서, 홈페이지, 지원사업 예산 내부자료별로 조금씩 상이하지만 5개 부문, 29개 세부지원사업으로 분류할 수 있다. 5대 지원 부문은 1) 가공식품 생산·수출조직 부문 2) 수출농식품의 안전성관리 부문, 3) 수출시장개척·해외마케팅 부문, 4) 가공식품 수출 물류·검역·통관 부문, 5) 수출 금융·보험 부문이다.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> 현재 농식품 수출지원사업은 신선농산물과 가공식품 지원사업이 명확히 구분되어 있지 않다. 전체 지원 사업들 중에서 신선농산물이나 가공식품 어느 한 부문만 지원이 가능한 사업들이 있으며, 농식품 유형별로 해당되는 지원사업은 <표 1-1>에 제시되어 있다. 제시된 지원사업들 중에서 신선농산물에만 지원이 가능한 사업이 있지만 가공식품 지원을 강화할 경우 필요한 사업, 예를 들어 원예전문생산단지육성사업은 가공식품 원료공급을 위한 기능 수행이 가능하고 가공식품의 안전성 제고를 위한 사업이 필요할 수 있으므로 모든 지원사업을 대상으로 분석하여 가공식품 수출을 지원방안을 분석하였다.

농식품 세부 수출지원사업은 29개 세부 지원사업으로 분류할 수 있다. 지원 부문별로는 시장개척·해외마케팅 부문이 국제박람회참가, 해외관측 행사지원 등 총 12개의 가장 많은 세부지원사업을 포함하고 있다. 생산·조직 부문은 수출상품화사업 등 4개 세부지원사업이, 안전성관리 부문에는 잔류농약검사비 등 5개 지원사업이, 물류·검역·통관 부문은 수출물류비지원 등 6개 지원사업, 금융·보험 부문에는 우수농식품구매지원자금 등 2개 지원사업이 있다.

지원 부문별 주요 사업 내용을 살펴보면, 생산·조직 부문의 수출상품화 사업은 수출이 유망한 고부가가치 상품을 발굴하여 해외시장을 개척할 수 있도록 상품화 및 해외시장 진입을 지원하는 사업이다. 수출선도조직육성 사업은 품질이 우수한 농산물을 안정적으로 확보하여 생산에서부터 수출 단계까지 일관되게 수출활동을 수행할 수 있는 대표적인 수출조직을 육성하는 사업이다. 안전성관리 부문의 잔류농약검사비 지원사업은 수출대상국의 안전성관리 강화추세에 대응하기 위해 잔류농약검사비 일부를 지원하여 수출농식품의 안전성을 제고시키는 사업이다.

시장개척·해외마케팅 부문의 국제박람회 참가지원은 해외 주요 식품 박람회별로 국내 수출업체를 모집하여 국가관 형태의 참가를 지원하는 사업이다. 글로벌 K-FOOD FAIR 사업은 해외 수출현장에서 수출상담회와 수출홍보를 종합적으로 전개하여 농식품 수출을 증대시키는 사업이다. 해외 안테나숍 운영지원은 신규 수출시장을 개척하고 진입하는 활동을 촉진시키기 위해 현지 여건에 맞는 해외안테나숍 운영을 지원하는 사업이다.

물류·검역·통관 부문의 수출물류비 지원은 수출 농식품의 물류비 일부를 지원함으로써 포장 및 수송비용 부담을 일부 감축시켜주는 사업이다. 수출 해외전진기지 구축사업은 해외 주요 수출국에 냉장·냉동 물류인프라 및 마케팅, 연구조사 등 복합전진기지를 구축하는 사업이다. 수출금융·보험 부문의 농수산물수출보험가입지원은 환변동보험, 단기수출보험 가입비 지원으로 수출업체의 수출경영 안정성을 제고시키는 사업이다.

표 2-10. 농식품 수출지원사업 종류 및 개요

분야 (5)	사업종류(29)	지원사업 개요
생산·조직 (4)	원예전문 생산단지육성	• 정부 지정 원예생산단지에 대한 운영실태 점검(인센티브 지원)을 통해 안정적 수출체계 구축
	수출상품화 사업	• 수출유망 고부가상품 발굴을 통해 해외시장 개척으로 수출증대에 기여
	수출선도조직 육성사업	• 고품질 농식품의 안정적 수출물량공급을 위해 생산에서 수출까지 일관하는 품목별 선도조직 육성 지원
	수출협회의 활성화지원	• 수출업체 간 자율협력기구를 구성·지원하여 수출품의 안전 및 품질관리, 공동마케팅, 수출질서 확립 등
안전성 관리 (5)	잔류농약 검사비 지원	• 일본의 PLS 시행(2006.5.29.), 대만의 안전성관리제도 시행(2009.1.1.) 등에 따라 잔류농약검사비 일부를 지원하여 수출농식품의 안전성 확보
	일본채소류 ID 관리	• 일본정부의 식품안전성 강화에 대응하여 대일수출 채소류의 생산·출하 단계에서 범정부적인 안전관리체계 구축, 한국산 채소류의 일본 통관 원활 수행 조성
	대만사과 안전성 관리	• 한국산 사과의 대만 통관시 잔류농약 검출위반을 사전 예방하기 위해 안전성 검사기관별 검사물량 배정 및 검사비용 지원을 통한 대만 수출용 사과의 안전성 확보
	러시아 수출업체 관리	• “對러시아 한국산 식용농산물 수출요령(농림수산식품부 고시 제164호, 2011.10.4)” 제7조에 따라 러시아 식용농산물 수출업체의 등록 및 관리를 목적으로 함
	수출용 유자차 품질인증 브랜드사업	• 국내 유자농가, 생산자, 수출업체 및 해외 소비자를 위해, 품질브랜드 인증을 통한 공신력 있는 보호제도 마련
시장 개척· 해외 마케팅 (12)	국제박람회 참가	• 주요 해외식품박람회별로 국내 수출업체를 모집하여 국가관 형태로 참가 지원
	해외관측 행사지원	• 해외 대형유통매장 연계 관측행사(시식, 홍보, 프로모션 등) 통해 한국 농식품 입점확대 및 소비자 인지도 제고
	해외바이어 거래알선	• 해외 aT 추천 우수바이어 일괄초청을 통한 대규모 ‘수출상담회(BKF)’ 개최로 수출 거래알선
	글로벌 K-FOOD FAIR	• 해외 수출현장에서 수출상담회와 수출홍보를 종합한 글로벌K-FOOD FAIR 개최로 수출상담 전개 및 우리 농수산물 수출홍보(신규사업)

(계속)

분야 (5)	사업종류(29)	지원사업 개요
시장 개척· 해외 마케팅 (12)	해외안테나숍 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국 농식품의 신규시장 개척 및 진입가능성을 모색하기 위해 솽인솽 등 현지 여건에 맞는 해외안테나솽운영 사업비 지원</li> </ul>
	개별 브랜드 지원사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대규모 수출 확대로 해외시장을 리드할 글로벌 농식품 스타 브랜드 육성을 위해 개별 브랜드의 해외 홍보 마케팅 집중 지원으로 장기적 수출확대 발판 마련</li> </ul>
	수출농산물 공동브랜드 (휘모리) 관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출 농산물 공동 브랜드 ‘Whimori’ 육성을 통한 한국 농식품의 고급화·규격화 추진</li> </ul>
	해외시장정보 인프라 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 유일의 농림수산물 수출정보 전문 서비스로서 수출과 관련된 정보를 인터넷을 통하여 무료로 제공</li> </ul>
	수출컨설팅 (수출기반조성)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농수산 식품 수출현장 애로사항 등을 수출 컨설팅을 통해 사전에 숙지·예방함으로써 기업의 원활한 수출 시장 개척 및 확대를 지원하고 경쟁력 제고</li> </ul>
	해외 aT 지사화사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농수산식품 개별 수출업체에 대하여 해외 aT센터가 해외지사 역할 수행</li> </ul>
	샘플통관 운송비지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 신규 시장 및 신규 바이어 개척을 위한 샘플 수출 시 소요되는 통관·운송비를 지원함으로써 농식품 수출 선 다변화 및 수출확대 도모</li> </ul>
	수출농식품 인증지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정 국가 수출시 필요한 인증제도 등록 지원을 통해 농식품 수출의 비관세 장벽을 해소함으로써 신규 수출 시장 개척 및 수출확대 도모</li> </ul>
물류· 검역· 통관 (6)	수출물류비 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출물류비지원한도 정하고 중앙정부와 지자체 물류비를 합산하여 수출업체지원</li> </ul>
	선도유지제 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출 신선농산물 선도유지제 구입지원, 품위유지 통한 상품성 제고 및 수출확대 도모</li> </ul>
	수출해외 전진기지 구축사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 주 수출시장에 냉장·냉동 물류인프라 및 마케팅, 연구조사, 홍보 등 복합전진기지 구축 활용</li> </ul>

(계속)

분야 (5)	사업종류(29)	지원사업 개요
물류 · 검역 · 통관 (6)	해외물류기반 구축사업	• 해외 냉장·냉동 물류서비스 지원, 고품질 농식품의 안정적 공급 및 신규시장개척 지원
	공동물류활성 화지원사업	• 공동물류를 담당할 물류 전문업체를 선정하여 물량 확보에 따른 수출 운송비 절감 유도 및 물류 경쟁력 제고
	수출물류 효율화컨설팅	• 물류컨설팅 전문업체가 수출업체를 직접 방문하여 수출업체의 물류단계별 현황진단을 통해 물류비용 절감 및 효율화를 위한 최적화 솔루션 제공
금융 · 보험 (2)	농수산물수출 보험가입지원	• 환변동보험, 단기수출보험 가입비 지원으로 수출업체의 안정적 경영 지원
	우수농식품구 매지원자금	• 농식품 수출을 위한 원료 및 부자재 구입, 저장, 가공 등 운영자금

주: 안전성관리부문에 신선농산물 안전지도 및 교육을 지원하는 ‘안전지킴이육성’이 포함되며, 수출용유자차품질인증브랜드 사업은 유자차수출협의회 자체사업임.

자료: 농식품 수출지원사업 종류는 2014 농식품·외식기업 지원사업 종합안내서(aT, 2014. 4.)와 농수산물 수출전략 및 지원사업(aT, 2014. 3.) 자료를 참조하여 작성함.

### 3. 가공식품 수출지원사업 문제점

가공식품 수출지원사업의 문제점은 크게 여섯 가지로 구분하여 살펴볼 수 있다. 첫째, 현재 농식품 수출지원사업은 국제협상과 무역환경 변화에 적절히 대응하기 쉽지 않은 구조이다. 국제무역기구(WTO) DDA 협상 결과 우리나라는 2021년까지 수출보조금을 축소할 가능성이 높지만 여전히 수출보조금 지원비중이 높으며 수출업체의 수출보조금 의존경향이 강편이다. 그리고 미국이나 뉴질랜드 등 가공식품 주요 수출국은 중국, ASEAN 등 신흥시장으로 가공식품 수출을 증대시키기 위해 체계적으로 노력하고 있으나 우리나라는 아직 가공식품 부문 수출전략이 미흡한 실정이다.

둘째, 가공식품 수출지원사업의 성과평가 시스템이 미흡하다는 점이다. 농축산물판매촉진사업, 우수농식품구매지원자금 등 몇몇 개별지원사업에 대해서는 성과평가가 수행되었지만 전체적인 수출지원사업 측면에서는 지원사업 평가가 제대로 이루어지지 않아 지원사업 개선이나 개별 지원사업의 효율적 지원방안 제시가 부족하다. 또한, 수출지원사업 성과를 정량적으로 평가하기 위해서는 수출지원사업 지원실적과 수출실적, 기업현황에 대한 D/B가 필요하지만 아직 관련 내용 관리가 미흡한 실정이다.

셋째, 가공식품 수출 품목의 국내산 원료 사용비중이 낮음에도 불구하고 이를 제고시킬 수 있는 지원사업이 미흡한 실정이다. 가공식품 중 식음료제조업체의 국내산 원재료 사용 비중은 29.7%(물량기준)로 매우 저조한 수준이다. 배추, 인삼, 주요 과실 등의 국내산 원료 사용비중은 90% 이상으로 높지만, 건고추, 마늘, 생강 등은 50~70% 수준, 고춧가루, 다진마늘 등은 20~50%로 낮다. 가공식품 주요 수출품목이기도 한 과자류(10.9%)와 면류(4.0%), 주류(15.8%), 장류(27.4%) 등도 국내산 원료 사용비중이 낮은 실정이다<sup>11</sup><표 2-11>. 그럼에도 불구하고 국내산 원료를 사용하는 수출업체에게 정부지원사업 참여기회를 더 많이 제공하는 등의 혜택이 미흡한 편이다.

넷째, 가공식품 분야 수출지원체계 차별화가 미흡하다. 수출지원사업은 주로 신선농산물 및 신선가공식품 중심으로 지원되고 있으며, 일반가공식품 분야에 초점을 맞춘 지원사업이 많지 않다. 예를 들어 가공식품분야 생산 원료의 안정적 확보 관련 사업, 가공상품 안전성을 강화시킬 수 있는 지원사업들은 거의 없는 실정이다. 그리고 수출지원사업 지원체계도 오랜 기간 동안 농축산물판매촉진사업, 해외시장개척사업, 우수농식품구매지원자금의 틀을 유지하고 있기 때문에 거래환경 변화에 맞는 신규사업 발굴이 미흡한 편이다. 일부 개별 지원사업들이 축소·통합·폐지되어 신규사업으로 추진되고 있지만 지원예산 비중이 미미하거나 기존 지원사업과 최종목적은 유사한 경우가 있다.

<sup>11</sup> 한국농수산식품유통공사(2013)를 참조하였다.

표 2-11. 가공식품 원재료별 국내산 이용 비율

단위: %

	품 목	전체 투입비중	국내산 비율		품 목	전체 투입비중	국내산 비율
	주요 원재료				주요 원재료		
과자류	밀가루	38.1	0.0	장류	대두	37.9	12.3
	변성전분	21.3	0.0		물엿	15.2	45.8
	올리고당류	9.3	0.0		밀가루	14.2	0.0
	쌀	3.6	89.8		정제소금	8.2	85.2
	대두	3.5	1.6		쌀	5.5	100.0
	감자	3.1	89.4		밀	3.9	0.9
잼류	딸기	50.0	100.0	드레싱	계란	34.3	100.0
	백설탕	31.4	0.0		대두유	33.9	0.0
	사과	3.9	100.0		백설탕	18.8	0.0
면류	밀가루	56.9	0.0	김치류	배추	67.3	99.9
	팜유	14.7	0.0		무	17.7	99.9
	밀	13.8	0.0		천일염	3.7	90.1
	건조야채	2.9	26.0		고춧가루	2.5	56.5
	고구마전분	2.3	14.6		주정	76.5	14.1
커피류	원유	44.5	100.0	주류	보리	8.8	19.2
	백설탕	29.8	0.0		쌀	5.9	50.7
	커피원두	20.4	0.0		옥수수전분	3.0	0.0
	인스턴트커피	1.9	0.0		유가공품	원유	95.9
음료류	과당	27.6	36.1	설탕	탈지분유	0.9	37.7
	원유	24.5	100.0		백설탕	0.7	0.0
	백설탕	14.3	0.0		농축과채즙	0.3	35.7
	감귤	13.0	100.0		변성전분	0.1	0.0
	대두	7.1	33.9		원당	99.9	0.0

자료: 한국농수산물유통공사(aT)(2013). 『식품산업분야별 원료소비 실태조사』.

다섯째, 가공식품 수출업체 수요에 부응하는 지원체계의 개선이 미비한 편이다. 현재 가공식품 분야에 지원이 가능한 사업은 20여 개로 지원사업 종류가 많아 수출업체들이 지원사업 내용을 다 파악하는 경우가 많지 않으며, 수출업체 수요가 많거나 중장기적으로 수출기반 강화가 기대되는 지원사업 비중이 약하다. 또한 수출업체들은 지원사업이 기업규모나 품목

특성을 고려한 맞춤형 사업으로 개선되기를 바라고 있지만 아직은 미흡한 편이다.

여섯째, 수출업체들에 대한 수출지원사업 방향과 내용에 대해 홍보가 미약한 편이다. 수출업체들은 향후 수출물류비지원 등 보조지원 사업 폐지와 이에 대응하여 어떻게 수출경쟁력을 높여야 하는지에 대한 의식이 부족한 편이고 아직도 많은 경우 수출물류비지원을 확대해주시기를 바라고 있는 실정이다. 수출지원사업 개편방향과 개별사업 내용들을 수출업체들에게 적극적으로, 주기적으로 설명할 필요성이 있다.

표 2-12. 가공식품 수출지원사업 문제점

수출지원사업 문제점	세부 내용
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국제무역환경 및 여건변화 대응 미흡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- DDA 협상·무역환경 변화대응 미흡</li> <li>- 주요국 가공식품 수출확대 강화전략 대응 저조</li> <li>- 수출업체의 정부보조금 의존경향 큼</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출지원사업 성과 및 평가시스템 미흡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출지원사업 성과 미흡하고 수출보조금 비중이 높음</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 국내산 사용 비중이 낮음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 과자류(10.9%), 면류(4.0%), 장류(27.4%)로 국내산 원료 사용비중이 낮음</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 분야 수출지원체계 차별화 미흡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 과거 수출지원체계 변화 미약</li> <li>- 가공식품 수출지원전략 미흡</li> <li>- 가공식품 분야 신규사업 추진 저조</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출업체 수요 부응 및 맞춤형 지원 미흡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 세부지원사업 종류가 많음</li> <li>- 가공식품 수출업체 수요 높은 사업 발굴 미흡</li> <li>- 지원사업 특성별, 규모별, 품목별 맞춤형 지원 미흡</li> <li>- 수출상대국 식품기준 정보, 시장정보 D/B 제공 미흡</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출지원사업 수요자대상 홍보 부족</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중장기적으로 보조금지원 감축에 대한 수출업체 인지 및 대응자세 미흡</li> <li>- 수출업체의 인지도가 낮은 지원사업 많음</li> <li>- 준비가 미비한 상태에서 신청하여 탈락하는 사례 발생</li> </ul>

주: 수출지원사업 문제점은 선행연구, 수출업체, 정책담당자 면담내용을 종합하여 작성함.

#### 4. 가공식품 수출 파급효과

가공식품 수출증대를 위한 지원사업은 여러 가지 문제점으로 인해 지원사업 효과성에 대한 논란이 있을 수 있다. 그럼에도 불구하고 가공식품 분야 수출지원을 강화해야 하는 이유들이 있는데, 가장 중요한 이유는 가공식품 수출증대가 국내 산업 및 농업 부문의 생산과 부가가치, 취업 및 고용유발에 상당히 긍정적인 경제적 파급효과가 있기 때문이다.

가공식품 수출증대가 국내 산업 및 농업분야에 어느 정도의 파급효과를 미치고 있는지는 산업연관 분석을 통해 결과를 제시하였다. 본 분석은 수입이 국내 생산활동에 따라 유발되는 것으로서 이를 내생화할 필요가 있고 산업 간의 연관관계 파악을 위해 안정적인 투입구조를 반영하고자 경쟁수입형 수입내생모형인  $[I - (I - \hat{m})A]^{-1}$ 모형을 활용하여 분석하였다. 이 모형은 수입계수행렬( $\hat{m}$ )을 도출하여 이를 제외한 국내 자급률( $I - \hat{m}$ )을 각 부문에 곱하기 때문에  $(I - A)^{-1}$ 형에 대응하는 국내산 제품으로만 이루어진 역행렬을 의미한다.

2014년 8월에 발표된 2010년 실측 산업연관표를 이용하여 분석하였으며, 특정 시점에서 외생변수의 변화에 의한 영향을 보고자 하였기 때문에 경상가격 산업연관표를 사용하였다. 2010년 실측 산업연관표부터는 분류체계가 다소 개정되어 대분류 30부문, 중분류 82부문, 소분류 161부문, 기본 부문 384부문으로 구성되어 있다. 본 연구는 산업연관표상에 가공식품 부문을 나타내는 소분류 11개 분류 중, 연구의 범위와 무관한 수산가공품을 제외한 10개 분류를 각각 외생화하여 분석하였다. 농림축산부문의 파급효과 분석을 위해 대분류 농림수산물 부문에서 중분류 수산물 부문을 분리하여 농림축산부문으로 재구성하였으며, 이를 제외한 기타 산업 부문은 모두 대분류로 구성하였다.

표 2-13. 산업연관표의 가공식품 부문분류표

대분류	중분류	소분류	기본부문	주요품목
음식료품	식료품	육류 및 낙농품	도축육	쇠고기, 돼지고기, 기타 부산물 등
			가금육	닭고기, 기타 가금육 등
			육가공품	햄, 베이컨, 소시지 등
			우유	우유
			낙농품	요구르트, 연유, 분유 등
		수산가공품	수산물 가공품	김, 어묵, 참치통조림 등
			수산동물 저장품	냉동참치, 젓갈류 등
		정곡 및 제분	정곡	쌀, 보리쌀 등
			제분	밀가루, 소맥피 등
		제당 및 전분	원당	원당
			정제당	정제당
			전분 및 당류	옥수수전분, 물엿 등
	떡, 과자 및 면류	떡, 빵 및 과자류	떡, 빵, 초콜릿, 스낵류 등	
		면류	국수, 당면, 라면 등	
	조미료 및 유지	조미료 및 첨가용식품	고춧가루, 식초, 마요네즈, 장류 등	
		유지	대두박, 동물성유지, 식물성 유지, 참기름 등	
	기타 식료품	과실 및 채소 가공품	김치, 단무지, 과실즙, 채소즙, 주스, 잼 등	
		커피 및 차류	커피믹스, 원두커피, 녹차, 홍차, 유자차 등	
		인삼 및 건강보조식품	홍삼·백삼·인삼제품, 건강기능식품 등	
		기타 식료품	씨리얼, 두부, 냉동만두, 기타 냉동조리식품 등	
	사료	사료	배합사료, 애완동물 사료 등	
	음료품	주류	주정	주정
			소주	소주
	맥주		맥주, 맥아	
	기타 주류		탁주, 위스키, 약주 등	
	비알콜 음료 및 얼음	비알콜음료 및 얼음	콜라, 두유, 과실음료 등	
	담배	담배	담배	담배

자료: 한국은행(2014). 『2010년 산업연관표』.

본 분석은 가공식품 부문의 수출 확대가 해당부문의 생산 확대에 이어진다고 가정하였다. 이를 토대로 시나리오에 의한 부문별 수출액 증가분이 전체 산업에 미치는 효과를 계측하였다.<sup>12</sup> 현재 정부는 2017년 농식품 수출 100억 달러 달성을 목표로 설정하고 세부전략을 마련하여 추진하고 있

다.<sup>13</sup> 2013년을 기준으로 전체 농식품 수출액의 79.4%를 가공식품이 차지하고 있으며 향후 이 같은 수출구조가 유지될 경우 100억 달러 목표를 달성하기 위해서는 가공식품 수출이 80억 달러를 수출해야 한다. 따라서 최근 3년간 평균 가공식품 수출액이 44억 달러이므로 목표 달성을 위해 가공식품 수출액이 최대 100%까지 증대되어야 한다. 이러한 정책목표에 따라서 수출을 증대시키는 시나리오를 각각 20%와 50%, 최대 100%까지 증가하는 것으로 가정하였고, 가공식품 수출증대 시나리오별로 국내 산업 부문 및 농업 부문에 미치는 파급효과를 계측하였다.

가공식품의 생산 증대가 타 연관산업 및 농림축산 분야에 미치는 파급효과를 알아보기 위해 각 가공식품 부문별 생산유발계수를 계측한 결과, 부문별로는 쌀이 상당 비중을 차지하고 있는 ‘정곡 및 제분부문’의 생산유발효과가 전체 타 산업 부문과 농림축산 부문 모두에 미치는 파급효과가 가운데 가장 큰 것으로 나타났다.<sup>14</sup> ‘기타 식료품 부문’은 전체 타 산업 부문에 미치는 파급효과는 크지 않으나 농림축산 부문에 미치는 파급효과가 크게 나타났다. 이러한 결과는 ‘기타 식료품’에 포함된 품목인 김치와 유자차, 인삼제품, 우유 및 낙농품 등의 생산증대가 국내 농림축산 분야 생산증대에 기여하는 효과가 높다는 것을 보여준다.

가공식품 수출증대 시나리오별로 생산유발효과와 부가가치유발효과, 취업 및 고용유발효과를 분석한 결과 가공식품 수출이 20~100% 증가하면

12 박기환 외(2013), 김수현 외(2006) 등에서도 각 유발계수에 수출규모를 곱하는 방식으로 수출의 경제적 파급효과를 계측한 바 있으며, 따라서 현 상태에서 수출 비중이 높은 산업 부문의 생산 폭이 더욱 크게 계측되는 특징이 있다. 또한, 산업연관표의 수출 부문은 관세청의 무역통계자료를 이용하여 품목별로 재분류하고 있으며, 가격은 재화수출의 경우 FOB가격(본선인도가격), 중계무역과 서비스 수출은 실거래 가격으로 평가된다.

13 농림축산식품부(2013: 9-10)를 참조하여 제시하였다.

14 가공식품 수출 증대를 통한 국내 농업생산에 미치는 유발효과가 크기 위해서는 가공식품 원료사용 구조가 국내산 농산물을 사용하는 비율이 높아야 한다. 즉, ‘정곡 및 제분 부문’의 유발효과가 크기 위해서는 국내산 쌀 및 쌀을 이용한 가공제품 수출이 증대되어야 한다.

국내 전체 생산유발은 1조 6,600억~8조 300억 원, 농림축산부문은 1,700억~8,500억 원 증대되는 것으로 나타났다. 부가가치유발효과는 전체 산업 부문에서 6,300억 원~3조 1,500억 원, 농림축산부문은 930억 원~4,650억 원 증대된다. 취업(고용)유발효과는 전체 산업에서 14,046명(5,887명)~70,230명(29,433명), 농림축산부문은 5,461명(402명)~27,304명(2008명) 증대되는 것으로 나타났다.

가공식품 수출 증대로 인한 생산유발효과와 부가가치유발효과, 취업 및 고용유발효과에 대한 분석결과는 가공식품 수출증대가 국내 산업 및 농업에 미치는 영향이 긍정적이므로 가공식품 수출지원을 강화할 필요성이 있다는 것을 보여준다.<sup>15</sup> 중점적으로 수출을 지원해야 할 가공식품 분야는 전체 산업 부문 및 농림축산 부문에 파급효과가 가장 큰 분야가 ‘기타식료품’ 분야이며, 이 분야는 과일 및 채소가공품, 차류, 인삼 및 건강보조식품 등 국내 농업과 연계성이 높은 품목들을 포함하고 있다. 따라서 가공식품 수출증대를 통해 국내 농업부문을 활성화시키기 위해서는 ‘기타 식료품’ 부문 및 국내 농업과 연계성이 높은 품목을 중심으로 수출지원사업을 강화할 필요가 있다.

표 2-14. 가공식품 수출증대 시나리오별 파급효과 분석

단위: 십억 원, 명

가공식품 부문	수출 20% 증가		수출 50% 증가		수출 100% 증가	
	전체	농림축산	전체	농림축산	전체	농림축산
생산유발효과	1,657.9	170.4	4,144.4	426.4	8,289.0	852.6
부가가치유발효과	630.2	92.9	1,575.8	232.3	3,151.4	464.7
취업(고용)유발효과	14,046 (5,887)	5,461 (402)	35,115 (14,717)	13,652 (1,004)	70,230 (29,433)	27,304 (2,008)

주: 취업유발효과의 ( )는 고용유발효과를 의미함.

<sup>15</sup> 한국고용정보원(2011)에서 전체 농식품 지원사업의 거시경제적 파급효과를 CGE 모형으로 분석한 결과 2010년 기준 생산은 1조 2,099억 원, 고용은 8,804명, 취업은 27,256명으로 나타났다.

### 1. 분석방법 및 한계점

가공식품 수출지원사업 성과를 분석하기 위해서 세 가지 분석방법을 활용하였으며, 분석방법은 표적집단면접법(Focus Group Interview: FGI), 다중회귀모형(Ordinary Least Square: OLS), 성향점수매칭(Propensity Score Matching: PSM)이다.

위 분석방법들은 분석자료 수집과 분석방법, 분석결과 해석 측면에서 여러 가지 장점 및 단점을 가지고 있다. 수출지원성과를 정량적, 정성적으로 분석하기 위해서는 다양한 자료수집과 분석방법을 활용할 필요가 있었기 때문에 위 세 가지 분석방법을 도입하였다.

#### 가. 표적집단면접법(Focus Group Interview: FGI)

본 분석에서 표적집단면접법(FGI)은 계량모형 분석을 위한 자료수집의 어려움과 계량모형으로부터 평가하기 어려운 정성적·정량적 평가를 실시하여 지원사업 개선방안을 도출할 수 있기 때문에 도입하였다. 수출지원사업을 계량모형으로 평가하기 위해서는 각 식품기업별 수출지원사업 지원액과 수출액, 수출기업 특성들이 입력된 D/B가 필요하다. 하지만 현실적으로 모형을 추정할 수 있을 정도로 충실하게 구축된 D/B는 구하기 어려

은 여건이었다.

FGI 분석방법은 이러한 자료의 한계를 극복하면서 정성적인 분석을 보완할 수 있기 때문에 수출지원사업 주 수요자인 수출업체 전문가들 대상으로 집중적인 토론회의를 거쳐 기존의 지원사업 성과를 평가하고 개선방안을 도출하고자 도입하였다. 예를 들어 수출지원사업의 평가항목별(수출증대 효과에 기여하는 사업, 부가가치 제고에 도움이 되는 지원사업 등) 유효 지원사업 효과를 정량적으로 파악할 수 있다. 또한 FGI에서 도출된 결과는 계량모형 분석결과와 일관성에 대해 상호 비교할 수도 있다. 수출지원사업의 향후 추진방향이나 개선사항도 계량분석으로 도출하기 어려운 내용이므로 FGI 같은 정성적 분석방법이 더 유효할 수 있다.

표 3-1. FGI 분석의 장점 및 약점

장점	약점
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정 이슈에 대한 전문가들의 식견 및 전망 의견 수렴이 가능함</li> <li>• 단기간에 특정 이슈에 대한 실태 및 문제점, 개선방안 파악이 용이함</li> <li>• 계량분석을 통해 분석하기 어려운 정량적 분석을 수행할 수 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전문가의 전문분야나 소속 직위에 따라 주관적인 의견을 제시할 가능성이 높음</li> <li>• 전문가들이 상반된 방향의 정성적, 정량적 반응을 보일 때 일관성 있는 결론을 도출하기 어려움</li> </ul>

그럼에도 불구하고 FGI 방법은 몇 가지 단점을 가지고 있다. 응답자 선별에 따라서 전혀 다른 결과가 도출될 가능성이 크고 응답자의 위치(예를 들어 지원사업 공급자인지 혹은 수요자인지)에 따라 토론내용이 주관적일 가능성이 많다는 것이다. 따라서 본 분석에서는 FGI 결과의 편의성을 줄이기 위해서 FGI 회의 개최 횟수와 참석자를 많이 증가시키려고 하였으며(7회 개최, 22개 수출업체 참석), FGI 결과는 지원사업 정책담당부서와 지원사업기관(aT)의 검토의견을 수렴하여 반영하였다.

## 나. 다중회귀모형분석(OLS)

정부의 수출지원사업을 효율적으로 추진하기 위해서는 수출증대에 기여하는 사업과 지원사업별 수출증대 효과의 순위를 판단할 필요가 있다. 따라서 다중회귀모형분석은 정부의 개별수출지원사업이 수출증대에 미치는 영향과 상대적 중요성을 분석하기 위해서 수행하였다. 분석자료는 수출지원사업 수혜업체들에 대한 지원실적 및 수출액에 대한 합동자료(pooled data)이며 다중회귀모형분석으로 추정하였다.

국내 가공식품 수출지원실적을 바탕으로 개별지원사업의 수출증대 효과를 분석한 결과는 지원효과의 상대적 크기를 비교함으로써 향후 지원사업의 지원 순위를 결정하는 데 중요한 자료로 활용될 수 있다. 또한, 구체적으로 어떤 사업에 보다 중점을 두어야 하는지에 대한 시사점을 준다.

단, 본 다중회귀분석을 위한 개별업체별 지원실적 및 수출실적 자료가 충분하지만 기업특성 변수가 포함되지 않는 자료이기 때문에 외부 수출영향 요인을 분리해내지 못하는 한계가 있다. 또한 연도별 수출실적 증감 추세를 반영하지 못해 수출증감 변화에 따라 수출지원사업의 유의성이 다르게 나타날 수 있는 분석모형의 한계도 있다.

## 다. 성향점수매칭(PSM) 분석

정부의 수출지원사업 성과를 보다 객관적으로 검증하기 위해서 계량모형 분석방법을 도입할 수 있다. 계량모형을 이용한 분석을 위해 한국농수산물유통공사(aT) 지원실적 자료를 이용할 수 있지만 수집자료는 수출기업 특성이 반영되지 않아 기업특성 등 외부요인을 고려한 수출지원성과를 판단하기에는 한계가 있다.

수출지원사업의 직접적인 수혜를 받은 수출업체와 비수혜업체를 대상으로 동시에 조사하여 식품기업의 외부조건은 비슷하다는 가정하에 순수 수출지원사업만의 성과를 판단하는 것이 합리적이다. 이러한 요건을 최대한

고려할 수 있는 계량모형이 PSM 방법이다. 본 분석은 표본선택편의 (sample selection bias) 문제를 회피할 수 있는 비모수적(non parameter) 분석방법을 따랐다는 점에서 회귀분석과 같은 모수적 접근법에 비해 우월하다는 장점을 가지고 있다. 그러나 이와 같은 방법론적인 우월성에도 불구하고 본 분석은 몇 가지 한계점을 가지고 있다.

PSM 방법으로 분석하기 위해 수출지원사업 수혜업체와 비수혜업체에 대해서 동시에 조사를 실시하였다. 하지만 수출업체 조사 표본수가 적고 충실하지 못한 데에서 주요 한계점들이 나타났다. 첫째, PSM 분석에서는 공통영역에 존재하는 관측치의 개수가 충분히 커야 비교적 신뢰할만한 추정 결과를 얻을 수 있는데, 수출업체 조사결과 취득할 수 있었던 표본수가 적었다. 총 표본수가 222개이고, 이 가운데 수출지원사업을 수혜받은 경험이 있는 업체는 143개, 그리고 개별 수출지원사업 프로그램을 수혜받은 업체는 이보다 더 적어서 충분한 수의 공통영역에 존재하는 관측치를 얻지 못했다는 한계가 있다. 둘째, 본 분석을 위한 자료는 수출업체 조사 자료라는 특성상 수출액이나 매출액, 고용인원, 수출계약 건수 등에 대한 조사 문항에 영업비밀 등의 이유를 들어 성실히 답변에 응하지 않은 업체가 비교적 많아, 조사자료 항목에 결측치가 많이 발생했다. 이와 같은 결측치는 해당 수출업체에 대한 조사자료 전체를 수출효과 분석에서 사용하지 못하는 등의 문제를 초래하여 총 표본 222개 업체 중에서 실제 분석에 사용한 유효 관측치를 줄이는 결과로 귀결되었다. 관측치 개수가 작을 경우 분산을 크게 하고 그 결과 표준오차의 값을 높여 추정결과의 통계적 유의성을 떨어뜨리게 된다. 본 연구의 분석에서 유의한 영향을 주는 것으로 나타난 변수가 비교적 적었던 원인은 이와 같은 관측치 부족이 가장 큰 원인이라고 추정할 수 있다. 또한, 2012년과 2013년 수출액이 전년보다 증가액이 미미하거나 오히려 감소한 것도 이론과 부합되지 않은 결과로 추정되는 데 영향 (2013년 농식품 수출액은 전년보다 1.6% 감소)을 미쳤을 것으로 판단된다.

그럼에도 불구하고 세 가지 분석방법과 분석결과는 나름대로의 장점을 가지고 있으며 다른 분석방법에서 시도하기 어려운 분석을 보완하여 객관적이고 타당한 분석결과 및 시사점을 도출하는 데 활용할 수 있다.

## 2. 표적집단면접(FGI) 분석

### 2.1. 분석 개요

가공식품 부문의 수출지원사업을 효율적으로 추진하기 위해서는 지원사업의 주 수요자인 가공식품 수출업체들의 수출지원사업에 대한 평가내용과 개선사항을 발굴하고 검토하는 과정을 거쳐 가공식품 수출지원정책 수립 과정에 반영할 필요가 있다. 구체적으로는 가공식품 수출업체들의 수출지원사업 참여 효과가 큰 사업과 향후 지원사업 추진방향 설정에 대한 평가내용을 가공식품 부문 수출지원사업 추진의 정책방향 근거자료로 활용해야 한다.

본 절의 분석목적은 가공식품 수출지원사업에 대한 수출업체의 평가를 근거로 수출지원사업 효과를 분석하고 추진방향을 제시하는 것이다. 이를 위하여 수출 전문가그룹 FGI를 다회 실시하여 수출업체와 정책지원기관의 의견을 수렴·검토하는 방식을 도입하였다.

FGI 회의 내용은 정성적 조사와 정량적 조사 방식을 병행하여 실시할 수 있도록 회의내용을 구성하였다. 정성적 조사내용은 수출지원사업에 대한 전반적인 참여경험과 평가, 향후 개선사항들이며, 정량적 조사는 수출지원사업 평가항목별로 해당되는 수출지원사업을 조사하고 응답결과를 계량화하였다.

FGI 회의는 2014년 8~9월까지 수출업체와 정책담당부서를 포함하여 총 7회에 걸쳐서 진행하였다. FGI 회의에 참석한 기관은 22개 수출업체와 정책담당 부서 10명이다. FGI 회의에 참석하는 대상 수출업체는 최근 3년간 정부의 수출지원사업에 참여한 수출업체들이며, 이 업체들 중에서 지원사업 참여빈도가 많은 업체들 중심으로 하여 우선적으로 전문가 회의를 소집하였다. 수출지원사업 전문가그룹 FGI에 참여한 수출업체의 주요 수출품목은 김치, 유자제품, 인삼제품, 장류, 막걸리, 즉석식품, 유제품, 아이스크림, 냉동식품, 통조림, 주류 등이다.

FGI 회의는 수출업체들의 1) 수출지원사업 참여효과 및 기대효과, 2) 가공식품 부문 수출지원사업 추진방향, 3) 개별 수출지원사업별 장점 및 단점 부문으로 구분하여 조사 및 토론을 실시하였다.

수출지원사업의 참여효과 항목은 ① 단기적으로 수출증대에 기여효과가 큰 사업, ② 장기적으로 수출 기반·역량 강화에 효과가 큰 사업 ③ 가공식품 수출의 해외 홍보·마케팅 효과가 큰 사업 ④ 수출업체의 수출증대로 인한 영업이익의 제고효과가 큰 지원사업 ⑤ 가공식품 수출증가 시 부가가치제고·국내 고용증대에 효과가 큰 사업 ⑥ 수출 증가 시 농가소득 증대에 기여효과가 큰 사업 등 6개 항목으로 설정하였다.

수출지원사업의 향후 추진방향 항목은 ① 향후 확대되어야 할 지원사업 ② 축소되어야 할 지원사업 ③ 참여하고 싶은 지원사업 ④ 신규로 추진해야 할 사업 ⑤ 유사·중복성이 높은 사업 ⑥ 특정 품목 및 특정 국가 지원을 강화해야 하는 사업 등 6개 평가항목으로 설정하였다.

FGI 회의에 참석한 수출업체들은 수출지원사업 조사항목에 따라 자사업체에 해당되는 내용을 응답하거나 응답이유도 추가적으로 제시하는 방식으로 진행하였다. 조사 항목별로 해당되는 지원 사업은 중복응답이 가능하며, 해당사업이 없을 경우에는 응답하지 않는 방식으로 진행하였다. FGI를 통해 정량적 분석과 정성적 분석을 병행하였는데, 정량적 분석을 위해 각 평가항목에 해당하는 수출지원사업을 응답하고 응답횟수 빈도분석<sup>16</sup>을 실시하였다.

정성적 분석내용들은 수출지원사업별 장단점, 수출지원사업 개선사항(지원시스템, 평가·선정방법, 지원사업 규모, 개선사항 등), 신규발굴사업 내용 등이다. 수출업체들 간에 특정 지원사업에 대한 필요성이나 지원방향에 다른 의견이 나올 때에는 더 많은 시간을 할애하여 토론하였다.

<sup>16</sup> 응답결과는 FGI 회의에 참석한 업체들이 해당 지원사업에 참여 혹은 참여하지 않은 경우가 동시에 존재하고 사업의 지원규모에 따라 수출업체들이 참여한 빈도가 달라질 수 있기 때문에 응답빈도수가 낮다고 해서 중요도가 낮다고 단정 짓기는 어렵다.

## 2.2. 분석 결과

### 2.2.1. 수출지원사업 기여효과<sup>17)</sup>

가공식품 수출업체들의 수출지원사업 참여효과 항목에 대한 응답 결과, 단기적으로 수출증대 기여효과가 가장 클 것으로 판단되는 사업은 ‘해외관측행사지원’으로 나타났다. 국제박람회참가, 수출상품화사업, 개별브랜드지원사업도 수출증대에 기여하는 것으로 나타났다. 중장기적으로 농식품 수출의 기반과 수출역량을 강화하는 데 가장 크게 기여할 것으로 기대되는 사업은 수출상품화사업과 안전성관리지원사업이다.

표 3-2. 가공식품 수출지원사업 평가항목별 유효사업 응답자수

단위: 명

수출지원사업	수출증대	수출기반강화	홍보·마케팅 효과	기업영업 이익제고	부가가치·고용증대	농가소득증대효과
전문생산단지육성	-	-	-	-	-	1
수출상품화사업	2	3	-	-	7	-
수출선도조직육성사업	-	1	-	-	-	1
안전성관리	-	3	-	-	4	-
품질인증브랜드	-	-	-	-	-	1
국제박람회참가	3	2	6	1	-	-
해외관측행사지원	10	-	5	4	-	-
글로벌K-FOOD FAIR	1	1	3	-	-	-
개별브랜드지원사업	2	2	3	-	1	-
수출물류비지원	1	2	-	1	-	1
수출해외전진기지구축	-	1	-	-	2	-
해외물류기반구축사업	-	1	-	-	-	-
우수농식품구매지원자금	1	-	-	1	-	5

주: 수출기반강화에는 인증지원사업, 수출상품 부가가치 제고에 R&D 관련 사업이 포함됨.

<sup>17)</sup> 조사대상 29개 세부사업들 중에서 중복 응답하여 선택한 조사결과이다.

그림 3-1. 가공식품 수출지원사업 평가항목별 유효사업 응답자수



국제박람회참가, 개별브랜드지원사업, 수출물류비지원도 수출기반을 강화하는 데 기여하는 것으로 확인되었다. 해외시장에서 홍보 및 마케팅활동 제고효과에 기여하는 사업은 국제박람회참가와 해외관측행사지원이며, 수

출기업의 영업이익 제고에 가장 크게 기여하는 사업은 해외관측행사지원으로 나타났다. 수출상품의 부가가치 제고에 기여가 클 것으로 판단되는 사업은 수출상품화사업과 안전성관리 지원사업, 농가소득증대에 기여하는 사업은 우수농식품구매지원자금으로 나타났다.

## 2.2.2. 수출지원사업 추진방향<sup>18</sup>

수출지원사업 추진방향의 평가항목별 해당 사업을 조사한 결과, 확대되어야 할 대표적인 사업은 국제박람회참가, 해외관측행사지원 사업이다.<sup>19</sup>

표 3-3. 가공식품 수출지원사업 추진방향 항목별 유효사업 응답자수

수출지원사업	확대대상 사업	축소대상 사업	참여의향 사업	현재수준 유지·개선사업
수출선도조직육성사업	-	1	-	-
수출상품화사업	1	1	6	1
안전성관리	1	-	-	-
품질인증·브랜드지원	-	-	-	1
국제박람회참가	6	-	5	3
해외관측행사지원	5	1	2	1
해외바이어거래알선	1	2	-	2
글로벌K-FOOD FAIR	-	-	1	1
해외안테나숍운영	-	1	-	1
개별브랜드지원사업	3	3	6	-
해외aT지사화사업	1	2	-	1
해외시장정보인프라구축	-	-	1	-
수출물류비지원	Na	Na	Na	Na
수출해외전진기지구축	-	1	1	1
해외물류기반구축사업	-	-	1	-
공동물류활성화지원	-	1	-	1
우수농식품구매지원자금	-	-	3	-
농수산물수출보험가입지원	-	-	-	2

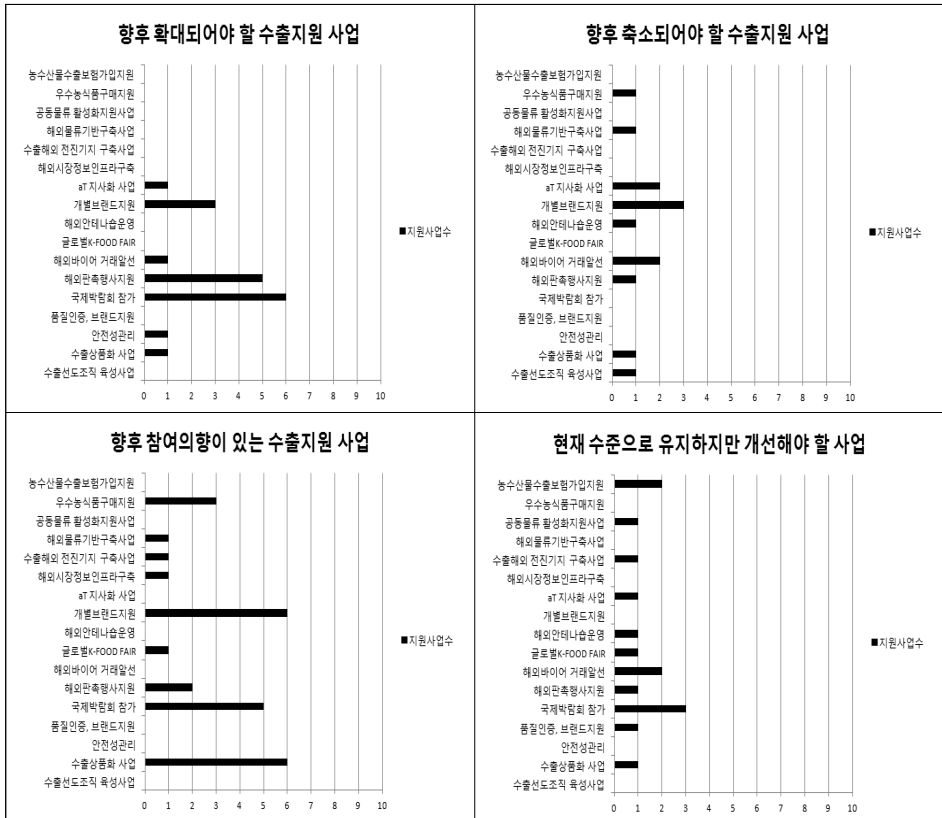
주: Na는 국제협상에서 보조금 축소가능성으로 인해 본 분석에서 수출물류비 지원사업은 본 분석에서 고려하지 않는다는 의미임.

<sup>18</sup> 조사대상 29개 세부 사업들 중에서 중복 응답하여 선택한 조사결과이다.

<sup>19</sup> 수출물류비지원도 확대해야 할 사업으로 평가하는 응답자가 많지만 보조금 성격으로 중장기적으로 축소될 가능성이 높다.

참여의향이 높은 사업은 수출상품화사업과 국제박람회참가이며, 현재 수준으로 유지하되 사업내용을 개선해야 할 사업은 농수산물수출보험지원 사업이다. 국제박람회참가는 향후 확대되어야 하고 참여의향도 높은 대표적인 사업이지만 개선도 필요한 사업으로 나타났다.<sup>20</sup>

그림 3-2. 가공식품 수출지원사업 정책지표별 해당사업 응답자수



<sup>20</sup> FGI 결과에서 ‘개별브랜드지원사업’은 확대 혹은 축소대상 사업으로 각 3명씩 응답하여 사업추진방향을 명확히 설정하기 곤란한 측면이 있다.

### 2.2.3. 수출지원사업별 장점과 개선사항

수출지원사업의 장점과 개선사항 분석 세부 대상사업은 수출전문가 조사결과에 따라 부문별 중요도가 높게 나타난 7개 세부지원사업을 대상으로 설정했다. 분석대상 사업은 수출상품화사업, 국제박람회참가, 해외판촉행사지원, 수출물류비지원, 수출해외전진기지구축사업, 농수산물수출보험가입지원, 우수농식품구매지원자금(음자) 등이다.<sup>21</sup>

수출상품화사업의 장점은 수출상품 개발연구에서부터 프로모션 기능 부문까지 일괄 지원함으로써 수출상품 아이টে를 발굴하고 신규시장까지 개척하는 기능을 가능하게 한다는 점이다. 수출업체 수요가 아주 높은 사업이지만 예산 배정액이 작아 업체별 지원액이 작고 상품화의 전 과정을 지원하지 못하는 점, 예를 들어 상품개발의 연구개발 단계는 예산부족 때문에 지원하지 어렵다는 점은 정책지원 사업예산 배정시 개선해야 할 사항으로 판단된다. 또한 수출상품화사업 대상업체로 선정될 경우 자부담 능력이 없기 때문에 지원사업 수혜를 받기 어려운 사례도 발생하므로 자부담 방식을 개선하거나 자부담 규모를 줄이는 방식으로 개선해야 할 필요가 있다. 수출상품화사업 대상업체 선정 시 평가기준을 중장기적인 관점에서 수출성장 잠재성이 높은 국가 및 품목을 선정할 수 있도록 개선해야 한다.

국제박람회참가의 장점은 수출업체가 해외지사 없는 경우 미개척시장 참가 및 진출을 가능하게 하며 수출계약을 현장에서 체결할 수 있는 등 지원사업 효과가 빠르게 나타나고 현지 주력시장 진출이 용이하다는 점이다. 반면, 개선사항은 대기업은 단독부스나 메인시장의 참여를 유도하고 중소기업 위주로 참여기회를 확대해야 하며, 국제박람회 참여업체들 간에 정보공유와 비즈니스 활동을 협력할 수 있는 네트워크를 구성하고 수출업체들이 네트워크 활동에 적극적으로 참여해야 할 것으로 보인다.

<sup>21</sup> 농수산물수출보험가입지원의 상대적인 중요도 순서는 낮게 나타났지만 간접지원 사업으로 중요하게 추진되어야 한다는 수출전문가 의견을 반영하여 분석대상 사업에 포함하였다.

해외관측행사지원은 현지시장에서 홍보와 판매활동을 통하여 수출을 증대시키고 거래처와의 관계를 강화해주므로 수출업체 수요가 높은 사업이다. 수출업체 수요가 높은 사업이지만 예산규모가 적다는 단점이 있으므로 예산규모를 늘려야 한다.

표 3-4. 가공식품 수출지원사업 장점과 개선사항

부문	지원사업	장점	개선사항
생산 · 조직	수출 상품화 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 상품개발 연구(R&amp;D)와 프로모션 기능 수행</li> <li>· 신규거래처와 수출상품 아이템 발굴 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 업체 수요 대비 지원규모 작고 수혜업체별 지원금액이 적음</li> <li>· 장기적 관점에서 시장·업체·품목 선정</li> <li>· 현지시장 진출 아이템의 매출액, 수출목표 평가기준 현실화</li> </ul>
시장 개척 · 해외 마케팅	국제 박람회 참가	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 미개척시장 참가 및 진출 가능</li> <li>· 지원 수출성과 빠르게 나타남</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 대기업과 중소기업 참여기준과 방법 차별화</li> <li>· 참여업체 네트워크 활성화</li> </ul>
	해외관측 행사지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 현지마켓 마케팅활동 및 거래관계 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수요대비 지원규모 적어 예산 규모 증액 필요</li> </ul>
물류 · 검역 · 통관	수출물류비 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가격경쟁력 제고</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 간접적 가격경쟁력 제고 방식으로 전환</li> </ul>
	해외공동 물류센터 이용지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수출경력이 짧은 중소기업들이 이용하기에 적절함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 물류기반 취약업체 활용도 제고</li> <li>· 조성기능(현지 시장 조사·연구 컨설팅) 강화</li> </ul>
금융 · 보험	농수산물 수출보험 가입지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국내 담보능력 현시수단 활용</li> <li>· 거래사고 발생시 비용 보상 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 중소 수출업체 이용 장벽 높음</li> <li>· 가입률 높이도록 보험 개선</li> </ul>
	우수 농식품 구매지원 자금	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 비교적 저렴한 이자율의 자금조달 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지원자금 이자율을 일반용자에 비해 유리하게 설정</li> <li>· 국내산원료 안정공급과 가격수매 구조 조성</li> <li>· 중소·영세업체 이용 제고 위한 이용조건 완화</li> </ul>

자료: 가공식품 수출업체 전문가 FGI 결과(2014. 9.).

수출물류비지원은 수출상품의 가격경쟁력을 높일 수 있는 장점이 있는 반면, 지원사업의 성과가 뚜렷하지 않으며 수출가격 하락 및 국내 업체들 간 출혈경쟁의 사례가 있고 국제기구 쟁점에서 수출보조금을 감축해야 하는 방향에 역행하는 지원사업인 것으로 분석되었다. 따라서 국제협정에서 보조금을 감축하는 추세에 대응할 수 있도록 간접적으로 컨테이너지원, 수출보험지원 부문 등에 지원을 강화하여 수출경쟁력을 높일 수 있도록 개선해야 한다.

수출해외전진기지 구축지원사업의 장점은 수출경력이 짧은 중소기업들이 이용하기에 적절한 사업이지만, 수출업체별로 물류채널이 달라 어떤 지역의 경우에는 수출전진기지 활용도가 낮을 수 있으므로 활용도를 높일 수 있도록 운영방안 보완이 요구된다.

농수산물수출보험가입지원의 장점은 해외에 소재하는 수입회사와 거래할 때 국내 담보능력을 확보하고 있음을 보여줄 수 있는 수단으로 활용할 수 있으며, 거래사고가 발생할 경우 비용을 보상함으로써 거래비용감축이 가능하다. 또한 수출 계약과 실적만으로 가입이 가능한 장점도 있다. 하지만 중소 수출업체들의 경우 보험이용 장벽이 높으며 약관이 까다로워 실제 거래사고가 발생할 경우 보상받지 못하는 경우도 많다. 재판매보험의 보상품이 높지만 보험료가 비싸서 가입하기 어려운 실정이며, 농식품 기업의 영세성으로 인하여 재판매보험의 경우 적용 대상이 많지 않다. 따라서 수출보험을 이용할 수 있는 담보조건과 재무구조 기준이 영세업체들이 이용하기에는 제한이 많으므로 영세한 농식품 수출업체가 수출 계약과 수출 실적만으로도 이용하기 쉽도록 하는 등 조건완화가 필요하다.

우수농식품구매지원자금의 장점은 비교적 저렴한 이자율로 자금조달이 가능하다는 점이다. 하지만 지원자금 이자율이 일반 용자자금에 비해 크게 저렴하지 않아 활용도가 높지 않으며, 수출업체의 부동산 담보능력이나 운영규모가 일정조건에 부합하지 않을 경우 이용하기 어려운 구조여서 이용하기를 주저하는 경우가 많다. 따라서 시중자금과 정책자금 이자율의 차이가 크지 않으므로 중소·영세업체들이 이용률을 제고시킬 있도록 이자율, 담보조건 등의 이용조건을 완화해야 한다.

### 3. 다중회귀모형(OLS) 분석<sup>22</sup>

#### 3.1. 분석 개요

##### 3.1.1. 분석자료

다중회귀모형(OLS) 분석자료는 한국농수산물유통공사로부터 제공 받은 “농식품 수출업체 수혜 지원사업과 수출실적”을 이용하였다. 각 연도의 자료는 2011년 643개 업체, 2012년 652개 업체, 2013년 724개 업체에 대한 관측치이다.

수혜업체의 주력 수출품목은 1) 신선농산물, 2) 신선가공식품, 3) 전통가공식품, 4) 일반가공식품 5) 품목 미관측 품목으로 구분된다. 1)번 신선농산물과 품목 판별이 어려운 업체 관측치는 최종분석에서 제외하였다. 따라서 본 연구에서는 신선농산물을 제외한 3개 농식품 유형별 수출증대 효과 크기의 순위를 찾아내는 데 중점을 두었다. 최종분석에 사용된 각 연도의 자료는 2011년 394개 업체, 2012년 418개 업체, 2013년 598개 업체이다. 자료에 포함되어 있는 변수는 2013년도의 경우 업체명, 개별사업 참여 여부, 업체별 주력품목, 업체별 수출실적(연간) 변수는 2011년과 동일하나 개별 지원사업 명칭은 2011년, 2012년과 다소 다르다. 2013년 지원실적 기준 개별지원사업 종류는 우수농식품구매지원자금, 수출물류비지원, 국제박람회참가(국제식품박람회), 국제박람회참가(개별참가박람회), 해외관측행사 지원, 개별브랜드지원사업, 수출상품화사업, 해외시장정보인프라구축(맞춤형해외시장조사), 해외시장정보인프라구축(유료정보지원사업), 해외안테나숍운영, 글로벌 K-FOOD FAIR, 해외바이어거래알선으로 구성된다.<sup>23</sup>

<sup>22</sup> 가공식품 수출지원사업 성과분석을 위한 다중회귀모형(OLS) 추정은 중앙대학교 진현정 교수에게 원고를 위탁하였으며 제출원고를 토대로 저자가 제작하였다.

<sup>23</sup> 해당 사업명은 aT 지원실적 자료 D/B에서 관리되고 있는 지원사업명 기준이

표 3-5. 수출지원사업 수출증대 효과분석의 다중회귀모형 변수

관측치	포함되어 있는 변수	변수 특성 및 단위
724	○ 업체명	명목 변수
	○ 수출지원사업별 수혜여부 - 우수농식품구매지원자금, 수출물류비지원, 국제박람회참가(개별참가박람회), 해외관측행사지원, 개별브랜드지원사업, 수출상품화사업, 해외시장정보인프라구축(맞춤형해외시장조사), 해외안테나숍운영, 해외시장정보인프라구축(유료정보지원사업), 국제박람회참가, 글로벌K-FOOD FAIR, 해외바이어거래알선	더미 변수 1: 각 사업별로 수혜를 받은 경우 2: 지원사업 비수혜업체인 경우
	○ 업체별 주력 수출 품목류	1) 신선가공식품 2) 전통가공식품 3) 일반가공식품
	○ 업체별 수출실적(연간)	양적변수 (단위: 천 달러)

주: 연도별 수출지원사업 변수명은 조금씩 다르며 현재 제시되어 있는 지원사업은 2013년 기준으로 작성함. 2011년 변수명은 우수농식품구매지원자금, 수출물류비지원, 국제박람회참가(개별참가박람회), 국제박람회참가(국제식품박람회), 해외관측행사지원, 수출보험 지원, 수출상품화사업, 직접세일즈, 판매촉진사업, 해외바이어거래알선 등임. 2012년 지원사업 변수명은 우수농식품구매지원자금, 수출물류비지원, 국제박람회참가(개별참가박람회), 해외관측행사지원, 수출상품화사업, 국제박람회참가(국제식품박람회), 해외바이어거래알선, 직접세일즈 등임.

### 3.1.2. 자료의 특성과 분석모형

지원사업 수혜업체들의 수출증대 효과의 상대적 크기를 비교하기 위해 먼저 주어진 데이터를 이용해 패널분석(panel analysis)을 진행할 수 있는지를 살펴보았다. 만일 패널분석을 진행할 수 없다면, 합동자료(pooled

며, ( )의 사업명은 aT Kati 및 지원사업종합안내서의 사업명으로 D/B 사업명과 aT 안내 사업명 및 지원사업 범위가 다소 다른 경우가 있다.

data)를 이용하여 다중회귀 OLS를 이용하여 추정하는 것이 바람직하다.

추정계수가 불편추정값(unbiased estimates)이 되기 위한 중요한 요건 중의 하나는 오차항과 수출실적( $Y_i$ )과의 상관관계가 없어야 된다는 것이다. 즉 통계학적으로  $Cov(Y_i, e_i) = 0$ 이 되어야 하지만, 개별기업들의 업체속성 관측이 어렵기 때문에 관측되지 않는 속성에 의해 수출실적이 체계적으로 결정된다면 횡단면분석에서 OLS 방법으로 추정된 각 사업별 효과 추정의 계수값은 편의를 가질 수밖에 없다.

관측되지 않는 개별기업들의 특성과 수출실적의 상관관계로 발생하는 내생성 문제(endogenous problem)는 패널 자료를 사용함으로써 상당 부분 극복이 가능하다고 알려져 있다. 예컨대, 수출실적 영향요인 분석에서 수출실적에 영향을 미칠만한 개별기업들의 규모, 수출 노력 및 여건, 수출경험 등 수출지원사업의 수혜여부 이외의 다른 개별기업별 특성변수들의 효과는 패널자료가 존재하는 경우 고정효과모형을 사용하여 개별기업의 관측되지 않는 특성과 수출실적과의 상관관계 내생성 문제를 효과적으로 통제할 수 있다.

3개 연도에 걸쳐 연속적으로 최소한 하나 이상 사업의 수혜를 받은 기업들의 숫자를 살펴본 결과, 3개 연도에 걸쳐 목록에 올라 있는 기업체의 수는 313개로 확인되었다. 이는 대략적으로 각 연도별 전체 수혜기업들 중 절반에 해당되는 수치이다. 이 313개의 관측치들을 이용하여 패널분석이 가능할 수도 있지만, 매년 주어진 사업들이 다르다는 문제가 있다. <표 3-5>에 제시된 바와 같이, 매년 수출사업들이 동일하지 않은 상태인데, 우수농식품구매지원자금, 수출물류비지원, 국제박람회참가(개별참가박람회), 국제박람회참가(국제식품박람회), 해외관측행사지원, 수출상품화사업, 해외바이어거래알선 이상 7개 사업만이 매년 연속적으로 이루어진 것으로 나타난다. 따라서 3개 연도에 올라있는 기업들 중에 절반에 해당되는 관측치만 남게 되고 또한 3개 연도에 연속적으로 이루어진 사업 또한 7개만이 남게 되기 때문에, 본 연구에서는 패널분석보다는 합동자료를 이용한 다중회귀가 적절하다고 판단된다. 합동자료를 이용한 분석 모형은 다음의 식 (1)과 같다.

$$(1) Y_i = \alpha + \delta_1 D_1 + \dots + \delta_j D_j + \beta_1 Class_i + SOD_i + \epsilon_i.$$

$Y_i$ 는 종속변수로서 개별기업들의 특정연도의 업체별 수출실적을 의미한다.  $D_j$ 는 독립변수로서 개별기업의 각 사업별 참가 여부에 대한 더미 변수이며, 원래 주어진 자료를 변환하여 특정 기업이 특정 연도에 개별사업 수혜를 받은 경우 1, 그렇지 않은 경우는 0으로 처리하였다.  $\alpha$ ,  $\delta$ ,  $\beta$ 는 독립변수들에 대응한 계수를 나타내며,  $\epsilon_i$ 는 에러항을 의미한다.<sup>24</sup>  $Class_i$ 는 개별기업의 주력품목 유형을 나타내며, 신선가공식품을 1, 전통가공식품을 2, 일반가공식품을 3으로 분류하였다.

개별 사업들의 참가 여부뿐만 아니라 더 많은 사업의 수혜를 받게 되면 체계적으로 수출실적이 상승하는지를 살피기 위해 변수를 추가하였다.  $SOD_i$ 는 개별기업이 특정 연도에 받은 사업의 전체개수를 뜻한다. 이 변수는 각 연도의 개별기업들에 대해서 수혜를 받은 사업의 건수에 해당되는 변수라고 볼 수 있다. 예를 들어, 어느 기업이 2011년에 우수농식품구매지원자금, 수출물류비지원의 수혜를 받았다면 이때 이 변수의 값은 2가 되고, 만일 또 다른 어느 기업이 우수농식품구매지원자금, 개별참가박람회, 국제식품박람회, 해외관측행사지원의 수혜를 받았다면 4의 값을 갖게 된다.

### 3.1.3. 다중공선성 분석

수출업체들의 개별지원사업 수혜 여부에 대한 더미변수들과 이 더미변수들의 전체 합에 해당되는 독립변수가 같은 모형에 포함되어 있다. 다중공선성 문제의 심각성 정도를 점검하기 위해 분산팽창요소(Variance Inflation Factor)를 적용하였는데, 이를 바탕으로  $j$ 번째 독립변수  $X_j$ 에 대한 분산팽창계수를 다음과 같은 식에 의거하여 구하게 된다.

<sup>24</sup> 문한필 외(2012) 연구결과 물류비지원, 해외마케팅지원사업 수출지원사업이 수출증대에 유의미하게 나타나고 있으므로 이 논문에 근거하여 모형의 계수 추정결과가 (+)로 나타날 것으로 예상하여 모형을 설정하였다.

$$(2) VIF_k = \frac{1}{1 - R_k^2}$$

여기서  $R_k^2$ 는  $X_k$ 를 종속변수로 하고 나머지  $m-1$ 개의 독립변수에 대해 회귀 방정식을 맞추었을 때 얻어지는 결정계수이다. 만일 심각한 다중공선성이 존재하면  $R_k^2 \rightarrow 1$ 로 접근하기 때문에  $VIF_k$ 는 커지게 되는 반면, 다중공선성이 거의 없다면  $R_k^2 \rightarrow 0$ 으로 접근하기 때문에  $VIF_k$ 는 1에 가까워진다.

독립변수에 각 업체가 받은 지원사업의 개수에 해당하는 ‘전체사업혜택’을 포함하여 다중회귀분석을 실시했을 경우, 2011년, 2012년, 2013년 각각 VIF값이 6.705, 6.475, 9.509로 나타났다. 이는 다중공선성이 추정 결과의 신뢰성에 문제를 일으킬 정도로 다소 심각함을 의미한다. 따라서 각 개별 사업들의 더미변수와 이들의 전체 합에 해당되는 독립변수를 한 모형에 포함하여 추정하는 것을 피하는 것이 적절하다고 판단된다.

### 3.2. 분석결과

분석은 일반화선형모형을 통해 진행하였으며, 품목구분은 요인으로, 나머지 더미변수는 공변량(Covariance)으로 처리하였다. 모형은 분석에 사용된 설명변수들의 교차작용(Interaction)이 특별히 존재하는 것으로 여겨지지 않기 때문에 주효과만을 지정하였다.

각 연도별 분석결과 모형 적합도는 각 연도별 우도비카이제곱 통계량이 61.162, 81.336, 130.177로 나타났으며, 모형설정이 적합하지 않다는 귀무가설을 기각하는 것으로 나타난다. 즉, 전체적인 측면에서 모형 적합도는 통계적 유의성을 만족시키는 것으로 확인되었다.

2011년은 독립변수에 해당하는 총 10개의 지원사업들 중, 해외판촉행사 지원과 판매촉진사업이 5% 유의수준하에서 수출실적에 유의미한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이 중에서 해외판촉행사지원이 표준화계수 0.298로 가장 큰 영향을 미치는 변수로 나타났으며, 판매촉진사업의 표준화계수도 0.098로 분석되어 통계적으로 유의하게 나타났다.

표 3-6. 개별 수출지원사업의 연도별 수출증대 효과

변수		추정계수 $\beta$		
		2011년	2012년	2013년
(상수)		526.131	-2769.578	8102.160**
주력품목	전통가공식품	417.089	1125.745	-2658.280
	일반가공식품	1025.039	1899.098	-1971.714
우수농식품구매지원자금		741.200	5837.220**	8102.160**
수출물류비지원		-3561.231	465.810	-2658.280
국제박람회참가 (개별참가박람회)		-591.553	-4270.705*	-1971.714
국제박람회참가 (국제식품박람회)		2971.154	6307.475**	4260.881**
해외관측행사지원		29716.505**	16792.512**	6403.118**
수출보험 지원		5632.954	-	-
수출상품화사업		-1220.242	-3703.900	-10713.678**
직접세일즈		3220.817	-2570.470	-
판매촉진사업		3367.745*	-	-
해외바이어거래알선		2264.993	4266.282**	2194.211
개별브랜드지원사업		-	-	23425.078**
해외시장정보인프라구축 (맞춤형해외시장조사)		-	-	17794.676**
글로벌상품개발 마케팅조사		-	-	4162.489
해외시장정보인프라구축 (유료정보지원사업)		-	-	31192.613**
글로벌K-Food FAIR		-	-	7852.294**
모형적합도	우도비카이제곱 (유의확률)	61.162 (0.000)	81.336 (0.000)	130.177 (0.000)
	Akaike 정보기준 (AIC)	8766.296	9287.648	13232.809

주 1) 주력품목은 범주형 변수로서, 기준범주는 신선가공식품임.

2) 상첨자 \*\*는 5% 수준 하에서 유의한 변수를 의미하며, 상첨자 \*는 10% 수준하에서 유의한 변수를 의미함.

2012년은 독립변수에 해당하는 총 8개의 지원사업들 중 우수농식품구매 지원자금, 해외관측행사지원, 국제박람회참가(국제식품박람회), 해외바이어 거래알선이 유의수준 5%하에서 업체 수출실적에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 또한 국제박람회참가(개별참가박람회)이 유의수준 10%하에서 업체 수출실적에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

그중 해외관측행사지원이 표준화계수 0.277로 가장 큰 영향을 미치는 변수였으며, 국제식품박람회 표준화계수 0.164로 두 번째로 높은 영향을 주는 것으로 드러났다. 이어서 표준화계수 0.158인 우수농식품구매지원자금, 표준화계수 0.104인 해외바이어거래알선 순으로 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 범주형 변수인 주력품목을 보면, 신선가공식품, 전통가공식품, 일반가공식품을 주력으로 하는 업체들 간 수출의 차이가 유의하지 않게 나타났다. 이는 업체의 주력품목이 업체들의 수출실적에 가시적인 영향을 미치지 못함을 뜻한다.

2013년도 분석결과 독립변수에 해당하는 총 12개의 지원사업 중 우수농식품구매지원자금, 해외관측행사지원, 개별브랜드지원사업, 해외시장정보인프라구축(맞춤형해외시장조사), 해외시장정보인프라구축(유료정보지원사업), 국제박람회참가(국제식품박람회), 글로벌 K-FOOD FAIR의 7개의 변수가 5% 유의수준하에서 수출업체실적에 유의한 영향을 미치는 것으로 드러났다. 그 중 해외시장정보인프라구축(유료정보지원사업)이 표준화계수 0.173으로 가장 큰 영향을 미치는 것으로, 우수농식품구매지원자금은 표준화계수 0.152로 두 번째로 높은 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 다음으로 표준화계수를 기준으로 글로벌 K-FOOD FAIR, 개별브랜드지원사업, 해외관측행사지원, 국제박람회참가(국제식품박람회), 해외시장정보인프라구축(맞춤형해외시장조사) 순으로 영향을 주는 것으로 드러났다.

2013년 분석결과 독립변수 중 수출상품화사업은 수출업체실적에 음(-)의 영향을 미치는 유의한 변수로 나타났다. 이 변수는 2012년 자료에서도 통계적으로 유의하지는 않지만 음(-)의 계수가 나타났는데, 이를 통해 이 지원사업 수혜업체들의 수출실적이 상대적으로 저조한 것을 짐작할 수 있다. 하지만 추정결과가 유의하게 나타나지 않은 이유는 지원 사업 성격이 수출업체의 수출유망상품 발굴과 시장개척을 지원하는 사업 특성상 수출성도가 바로 나타나기 어려운 특성 때문일 것으로 추정된다.

표 3-7. 연도별 수출지원사업 효과 분석결과 종합

	2011년도	2012년도	2013년도
유의한 변수	해외관측행사지원, 판매촉진사업 국제박람회참가 (국제식품박람회)	우수농식품구매지원자금, 해외관측행사지원, 국제박람회참가 (국제식품박람회), 해외마이어거래알선 국제박람회참가 (개별참가박람회)	우수농식품구매지원자금, 해외관측행사지원, 개별브랜드지원사업, 해외시장정보인프라구축 (맞춤형해외시장조사), 해외시장정보인프라구축 (유료정보지원사업), 국제박람회참가 (국제식품박람회), 글로벌K-FOOD FAIR, 수출상품화사업
표준화 계수에 바탕을 둔 영향 순서 <sup>1)</sup>	1) 해외관측행사지원 2) 판매촉진사업	1) 해외관측행사지원 2) 국제박람회참가 (국제식품박람회) 3) 우수농식품구매지원자금 4) 해외마이어거래알선	1) 해외시장정보인프라구축 (유료정보지원사업) 2) 우수농식품구매지원자금 3) 글로벌K-FOOD FAIR 4) 개별브랜드지원사업 5) 해외관측행사지원 6) 국제박람회참가 (국제식품박람회) 7) 해외시장정보인프라구축 (맞춤형해외시장조사)

주 1) 이 순서는 수출증대효과에 유의한 것으로 나타난 변수들 중에서 순서를 의미함.  
 2) 유의한 변수는 5%, 10%에서 유의한 변수들 중 국제박람회참가만이 10%에서 유의한 변수임.

전체적으로 볼 때, 해를 거듭할수록 업체들의 수출실적에 유의한 영향을 미치는 개별사업들이 늘어난 것으로 볼 수 있다. 이 중 해외관측행사지원은 3개 연도에 걸쳐 모두 유의한 변수로 나타났으며, 영향과 순위가 모두 매우 높은 것으로 나타났다.<sup>25</sup> 또한 국제박람회참가(국제식품박람회)와 우

<sup>25</sup> 해외관측행사지원 등 홍보 및 마케팅 활동이 최대의 성과를 거두기 위해서는 수출시장 소비자의 선호 속성에 맞는 제품개발(R&D)과 상품화가 전제되어야 한다.

수농식품구매지원자금도 2011년도를 제외하고는 나머지 2012년도와 2013년에 걸쳐 모두 유의미한 변수로 나타나 수출업체 실적에 긍정적인 영향을 미치는 중요한 변수라고 할 수 있다<표 3-8>.

표 3-8. 가공식품 유형별 수출증대 유효사업

구분	2011년도	2012년도	2013년도
신선가공식품	1) 국제박람회참가 (국제식품박람회)** 2) 해외바이어거래알선** 3) 해외관측행사지원**	1) 해외관측행사지원** 2) 우수농식품구매지원자금** 3) 국제박람회참가 (국제식품박람회)** 4) 바이어초청**	1) 우수농식품구매지원자금** 2) 해외시장정보인프라구축 (맞춤형해외시장조사)** 3) 개별브랜드지원사업** 4) 국제박람회참가 (국제식품박람회)** 5) 해외관측행사지원*
전통가공식품	1) 직접세일즈** 2) 해외바이어거래알선** 3) 국제박람회참가 (국제식품박람회)**	1) 해외관측행사지원**	1) 유료정보지원** 2) 글로벌K-FOOD FAIR**
일반가공식품	해외관측행사지원**	1) 우수농식품구매지원자금** 2) 해외바이어거래알선** 3) 국제박람회참가 (국제식품박람회)** 4) 해외관측행사지원**	1) 개별브랜드지원사업** 2) 글로벌K-FOOD FAIR** 3) 유료정보지원** 4) 국제박람회참가 (국제식품박람회)** 5) 해외바이어거래알선**

주 1) 숫자는 수출증대 효과 순위를 나타내며 표준화계수를 바탕으로 한 개별사업의 수출액에 대한 영향도입.

2) \*\*는 5% 수준하에서 유의한 변수를 의미하며, \*는 10% 수준 하에서 유의한 변수를 의미함.

표 3-9. 가공식품 품목유형별 수출증대영향 지원사업

품목류	지원효과순위	유효사업
신선가공식품	1순위 그룹	해외관측행사지원, 국제박람회참가(국제식품박람회)
	2순위 그룹	해외바이어거래알선, 우수농식품구매지원자금
	3순위 그룹	맞춤해외시장조사, 개별브랜드지원사업
전통가공식품	1순위 그룹	-
	2순위 그룹	-
	3순위 그룹	글로벌K-FOOD FAIR, 해외관측행사지원, 국제박람회참가(국제식품박람회), 해외바이어거래알선
일반가공식품	1순위 그룹	-
	2순위 그룹	해외관측행사지원, 국제박람회참가 (국제식품박람회), 해외바이어거래알선
	3순위 그룹	글로벌K-FOOD FAIR, 유료정보지원, 개별브랜드지원사업, 우수농식품구매지원자금

- 주 1) 1순위 그룹은 지원효과 분석결과 3개년도 모두 유의하게 나타난 지원사업, 2순위 그룹은 2개년도, 3순위 그룹은 1개 연도에서 유의하게 나타난 지원사업을 제시함.
- 2) 물류비는 2011년과 2012년도 뚜렷한 증가효과를 보이지 않으며 2013년에는 오히려 수출감소 효과로 나타남. 이는 전반적으로 수출이 감소하였기 때문인데, 따라서 물류비는 수출증가에 영향을 주는 것이지 증가시키거나 하락시키는 영향으로 판단하기 어려움.

## 4. 성향점수매칭(PSM) 분석<sup>26</sup>

### 4.1. 분석 개요

본 분석은 기업체 특성이 유사하다는 조건하에서 단지 농식품 수출지원사업 수혜여부에 따라 수출증대 효과가 발생하는지를 판단하기 위해서 수

<sup>26</sup> 가공식품 수출지원사업 성과분석을 위한 성향점수매칭(PSM) 분석은 고려대학교 안병일 교수에게 원고를 위탁하였으며, 제출원고를 토대로 저자가 재작성하였다.

행하였다. 분석자료는 농식품 수출지원사업 수혜업체와 비수혜업체에 대한 설문조사 결과이다. 조사대상 업체는 한국농수산물유통공사(aT)의 식품기업 목록 중에서 수출지원사업 수혜업체 724개와 비수혜업체 1,358개를 대상으로 하였다. 이들 기업에 대한 조사는 전문조사기관에 의뢰하여 2014년 9~10월에 인터넷, 전화, 설문조사 방법으로 조사하였다. 이 가운데 조사에 응답한 222개의 식품기업에 대한 조사결과를 분석에 이용하였다.

본 연구의 설문조사에서 식품기업의 특징을 나타내는 항목은 설립 연도, 최초 수출 연도, 경영조직 형태(중소기업, 중견기업, 상호출자제한기업, 개인사업자), 최근 3년간의 신제품 수, 해외법인 수, 사업체 내 수출전담인력, 주요 수출품목, 주요 수출국가, 연간매출액 및 수출액, 연간 출하량 및 수출량, 단위당 수출상품 가격, 영업이익률, 고용인원, 수출대상 국가 수, 수출대상 품목 수, 검역·통관 제재 건수, 수출상품 손상 및 부패건수, 해외수출바이어 수 등의 항목을 포함하였다. 조사대상 연도는 최근 3년간으로 구분하여 식품기업의 주요 특성들, 즉 매출액, 수출액, 연간출하량, 영업이익률 등을 조사하였다.

조사기업의 특성을 살펴보면, 설립 연도는 평균 1997년인 것으로 나타났으며, 최초 수출 연도는 평균 2004년, 평균 고용인원은 103명으로 드러났다. 조사대상 222개 기업 가운데 중소기업은 179개, 중견기업은 14개, 상호출자제한 기업은 3개, 개인사업자는 26개였다. 최근 3년간 신제품 개발 수는 평균 3.18개인 것으로 나타났으며, 해외법인 수는 평균 1.16개, 최근 3년간의 해외마케팅 지원사업 참여횟수는 평균 1.56회, 수출전담인력은 평균 1.9명인 것으로 확인되었다. 식품기업들의 주요 수출 품목은 유자차, 김치, 인삼 및 홍삼제품 등 신선가공식품을 수출하는 회사가 81개, 장류, 막걸리, 전통주 등 전통가공식품을 수출하는 회사가 41개, 조제분유, 조제음료, 우유 및 식재료 관련 품목을 수출하는 회사가 98개였다. 조사에 응답한 222개 식품기업 가운데 하나 이상의 수출지원사업 수혜 경험이 있는 식품기업의 수는 143개, 수혜 경험이 없는 식품기업의 수는 79개이다.

지원사업 종류별로는 국제박람회참가 지원에 참여한 회사가 88개로 가장 많고 수출물류비지원에 참여한 회사는 67개, 해외판촉행사지원에 참여

한 회사는 38개, 수출상품화사업에 참여한 회사는 29개, 농산물수출보험가입지원에 참여한 회사는 19개, 우수농식품구매자금지원사업에 참여한 회사는 13개이며, 수출해외전진기지구축사업에 참여한 회사는 가장 적은 3개 회사인 것으로 나타났다.

## 4.2. 분석 결과<sup>27</sup>

본 절에서는 농식품 수출지원사업에 참여한 회사와 참여하지 않은 회사 간에 이미 존재하던 수출성과 지표의 차이를 보정하고 양 그룹의 회사들 간에 수출지원사업 참여 이외에는 다른 여건이 동일하도록 조건을 설정한 상태에서 수출지원 성과지표를 비교하는 성향점수 매칭(Propensity Score Matching: PSM) 방법을 이용하여 수출지원사업의 효과를 분석하였다.

PSM 분석을 위한 성향점수 추정은 크게 세 가지 경우로 나누어 실시하였다. 첫째, 수출지원 세부사업 종류에 관계없이 이 지원사업을 수혜받은 경우와 그렇지 않은 경우에 대한 수출성과 지표의 상호 비교, 둘째, 수출지원 세부 사업들 중에서 수출업체 참여율이 가장 높은 것으로 나타난 국제박람회참가에 대해 수혜받은 경우와 그렇지 않은 경우에 대한 수출성과 지표의 상호 비교, 셋째, 수출지원 세부사업들 중 두 번째로 참여율이 높은 것으로 나타난 수출물류비지원을 수혜받은 경우와 그렇지 않은 경우에 대한 수출성과 지표를 상호 비교하였다.

### 가. 매칭을 위한 사전분석

먼저 성향점수 추정을 위해 프로빗 모형을 추정하였다. 프로빗 모형을 수출지원사업에 대한 참여(수혜)여부를 종속변수로 하고 기업의 특성을 나타내는 변수를 설명변수로 설정하였다.

<sup>27</sup> PSM 분석의 이론 및 분석모델에 관한 설명은 부록 1에 제시하였다.

식품기업의 규모를 설명변수로 포함하기 위해 각 기업이 고용하고 있는 고용 인원수, 수출경험 및 노하우 정도를 나타내는 대리변수로 최초 수출 연도를 삽입하였다. 기업의 형태는 개입사업자인 경우를 기준으로 하여 중소기업/중견기업/상호출자제한기업으로 구분하였으며, 회사의 R&D나 경쟁력 관련 지표를 반영하기 위해 최근 3년간의 신제품 개발수를 설명변수로 삽입하였다. 또한, 기업의 수출증대 여건을 반영하기 위해 해외법인 수, 수출전담 인력수, 주요 수출품목 유형(일반가공식품을 기준으로 신선가공식품/전통가공 식품으로 구분)을 설명변수로 삽입하였다.

전체 지원사업과 국제박람회참가, 수출물류비지원의 세 가지 분석결과 추정계수의 유의성 여부는 논외로 할 때 고용인원으로 대변되는 규모변수 및 수출전담인력, 신제품수와 수출지원사업 참여와는 양(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타나며, 최초 수출 연도 및 해외법인수와 수출지원사업 참여와는 음(-)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 즉, 고용인원이 많아 규모가 크며, 신제품을 개발할 수 있는 경쟁력이 있으며, 수출전담인력을 유지하고 수출경험이 오래되어 수출노하우가 보다 많이 축적된 기업일수록 수출지원사업에 참여하고 있다는 것을 알 수 있다. 반면, 해외법인을 운영할 만큼 수출에 보다 적극적으로 특화된 기업은 오히려 수출지원사업에 참여하지 않는 경향이 있다는 것을 알 수 있다.

#### 나. PSM 분석결과<sup>28</sup>

본 절에서는 수출성과지표인 수출액, 수출계약건수, 수출대상국가, 수출 품목수, 해외수출바이어수, 수출상품 품질손상 및 부패건수를 기준으로 설문조사가 비교적 충실히 응답된 2012년과 2013년에 대해 수출지원사업의

<sup>28</sup> 분석결과 수출지원사업이 직접적으로 수출증대에 대한 영향이 뚜렷하지 않고 수출을 증대시킬 수 있는 간접항목들에 대해 뚜렷이 영향을 주고 있는 것으로 나타나고 있는데, 이는 2013년 농림수산물식품 수출액이 전년도에 비해 1.6% 감소한 영향이 컸고, 한편, 수출영향 요인에는 뚜렷하게 긍정적인 효과를 미치지 때문인 것으로 추정된다.

효과를 PSM으로 분석하였다.<sup>29</sup> PSM 분석을 위해 본 연구에서 사용한 매칭 방법은 최근접매칭, 반경매칭, 커널매칭, 로컬선형매칭 4가지이다. 각 매칭방법은 접근 방법이 서로 다르기 때문에 이들 4개의 매칭방법은 효과에 대해 각기 다른 결과를 제시하며, 따라서 이들 결과를 종합하여 해석하는 것이 필요하다.

전체적인 수출지원사업 효과를 수혜 그룹과 비수혜 그룹 양자에 걸쳐 PSM으로 비교한 결과 2012년과 2013년 기준으로 수출액은 수혜받은 업체와 비수혜업체 간에 유의성 면에서 볼 때 큰 차이가 없는 것으로 나타났다. 수출대상국가, 수출계약건수, 수출바이어수, 수출품목수, 해외바이어수는 매칭방법에 따라 차이가 나타나긴 하지만 수혜를 받은 기업의 실적이 수혜를 받지 못한 기업의 실적에 비해 통계적으로 유의하게 높은 것이 관찰되었다. 즉, 요약하면 수출지원사업이 수출증대에 뚜렷한 효과를 나타낸다고 보기 힘들지만 간접적으로 수출을 증대시킬 수 있는 요인에는 뚜렷하게 영향을 주고 있다고 볼 수 있다.<sup>30</sup>

## 5. 성과분석 시사점 및 당면과제

가공식품 수출지원사업 성과분석 결과는 가공식품 수출지원사업 추진의 정책목표 방향을 설정할 때 지원사업을 차별화시킬 수 있는 기초자료로 활용할 수 있다. FGI의 정량적 분석결과는 정량적, 정성적 분석결과로서 단기적 및 중장기적으로 가공식품 수출증대에 유효한 사업, 수출기반 및 역량을 강화시키는 데 유효한 사업, 홍보 및 마케팅 효과 제고 사업, 수출상

<sup>29</sup> 각 연도를 구분한 이유는 연도별 수출지원 누적효과가 발생하는지를 검토하는 한편, 연도별 수출지원사업 수혜업체와 비수혜업체에 동일한 기준을 적용하기 위함이다.

<sup>30</sup> PSM 분석방법을 이용하여 국제박람회참가와 수출물류비지원의 효과도 평가했지만 자료수집 샘플수가 충분하지 않으므로 분석결과는 제시하지 않았다.

품의 부가가치 제고에 유효한 사업, 농가소득 증대에 기여하는 사업을 판별할 수 있다. 주요 평가항목별 유효 지원사업은 <표 3-10>에 제시하였다.

표 3-10. 가공식품 수출지원사업 평가항목별 유효 지원사업

지원사업 평가항목	주요 지원사업
가공식품 수출증대	해외관측행사지원
수출기반 및 역량 강화	수출상품화사업, 안전성관리
홍보 및 마케팅효과 제고	국제박람회참가, 해외관측행사지원
수출상품 부가가치 제고	수출상품화사업, 안전성관리
농가소득 증대	원료전문생산단지육성, 수출선도조직육성사업

주: FGI 결과에 따라 지원효과 지표별로 해당되는 사업을 정리함.

향후 가공식품 수출지원 정책방향을 수립할 때 지원사업 수요자 측면에서 확대 및 축소되어야 할 사업, 수출업체 참여의향이 높은 사업, 개선해야 할 사업을 차별적으로 활용할 수 있다. 단기적으로 수출을 증대하기 위해서는 해외관측행사지원을 강화하고, 중장기적으로 수출기반 및 역량을 강화하기 위해서는 수출상품화사업과 안전성관리지원사업을 강화해야 하며, 수출상품의 부가가치를 높이기 위해서는 특히 수출상품화사업을 강화해야 한다. 가공식품 업체들의 수요가 높아 지원을 확대해야 할 대표적인 사업은 수출상품화사업, 국제박람회참가, 해외관측행사지원사업이다.

표 3-11. 가공식품 수출지원사업 추진방향별 주요 지원사업

지원사업 평가항목	주요 지원사업
향후 확대되어야 할 사업	국제박람회참가, 해외관측행사지원, 개별브랜드지원사업 등
향후 축소되어야 할 사업	해외aT지사화사업, 해외바이어거래알선 등
향후 참여의향이 있는 사업	수출상품화사업, 개별브랜드지원사업, 국제박람회참가 등
현재 수준으로 유지하되 개선되어야 할 사업	국제박람회참가, 해외바이어거래알선, 농수산물수출보험 등
지원절차 간소화 사업	수출상품화사업, 국제박람회참가 등

주: FGI 결과에 따라 주요 사업을 재정리함.

수출상품화사업은 최근에 도입된 사업이지만 수출업체의 수출애로사항을 해결하는 데 도움을 많이 주고 있으며 업체 수요가 높은 사업이므로 예산을 확대하여 기술개발에서부터 수출시장 정착단계까지 일관적인 지원 시스템을 구축할 필요가 있다. 해외시장 판촉·마케팅활동 지원사업도 예산을 확대하는 한편, 수출 금융·보험 관련 지원사업은 수출업체들의 이용을 활성화시킬 수 있도록 적극적으로 홍보할 필요가 있다.

지원사업 목적이 유사하거나 통합적으로 지원할 필요성이 있는 사업은 사업 범위를 보다 더 큰 틀에서 범주화하여 중복되는 기능을 축소시키고 활성화시킬 수 있는 부문의 지원을 확대시킴으로써 지원사업 목적달성의 효율성을 높일 필요가 있다. 이러한 개별지원사업들의 개선사항들과 함께 신규사업 발굴 내용은 가공식품 수출지원의 효율적 지원방안에서 구체적으로 제시하였다.

다중회귀모형(OLS) 분석결과 가공식품 유형별로 수출증대 효과가 큰 사업들을 차별적으로 지원할 필요가 있다. 신선가공식품 부문에 수출증대 영향이 큰 사업은 해외판촉행사지원, 국제박람회참가(국제식품박람회)사업이다. 전통가공식품류 수출을 증대시키는 데 특히 유효한 사업은 글로벌 K-FOOD FAIR, 해외판촉행사지원, 국제박람회참가(국제식품박람회), 일반가공식품류는 해외판촉행사지원, 국제박람회참가(국제식품박람회), 해외바이어거래알선이다.

성향점수매칭(PSM) 분석에서 가공식품 수출지원사업 참여(수혜) 현황을 살펴보면 매출액이나 고용규모가 큰 기업이 보다 많이 분포되어 있음을 알 수 있다. 이러한 결과는 규모가 큰 기업이 수출지원사업의 수혜가 더 절실하기 때문이라기보다는, 수출지원사업 정보획득에 있어 상대적으로 규모가 작은 기업에 비해 더 유리하고, 수출지원사업을 수혜받기 위한 각종 요건(규제)을 상대적으로 더 용이하게 갖출 수 있기 때문인 이유도 있는 것으로 보인다.

성향점수매칭 분석결과는 조사결과의 제약 때문에 2012년과 2013년의 수출성과만을 대상으로 수출지원사업 효과를 분석하였다는 한계가 있지만 다음과 같은 시사점을 제공하고 있다. 첫째, 일부 지원사업의 경우를 제외

하고 수출지원사업의 수출증대효과는 뚜렷하게 나타나고 있지 않다. 2013년 수출실적이 전년과 비교하여 정체된 영향도 받았기 때문일 것으로 추정된다.

둘째, 하지만 수출지원사업은 수출계약건수, 수출바이어수, 수출품목수를 증가시키는 데 뚜렷한 양(+)의 긍정적 효과를 보이고 있다. 이 결과는 수출지원사업이 수출증대에 효과에 직접적으로 뚜렷한 영향을 미친다고 보기 어렵지만 간접적 및 중장기적으로 수출을 증대시킬 수 있는 기반을 구축하는 데에는 영향을 미치고 있는 것으로 평가된다.

셋째, 수출물류비지원은 기업들의 선호도가 제일 높은 사업임에도 불구하고 지원성고가 뚜렷하게 긍정적으로 나타나지 않고 있다. 이 분석결과도 2013년 수출실적이 전년도에 비해 다소 감소한 영향을 받았을 것으로 추정된다.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> 본 장에서 다양한 방법을 도입하여 분석한 결과는 제5장의 가공식품 수출의 효율적 지원방안과 연계시켜 종합적으로 정리하여 제시하였다. 수출전문가 FGI의 정량적·정성적 분석결과는 제5장 4절의 정책지원 방향별 강화사업 부문에, 다중회귀모형(OLS) 분석결과는 가공식품 유형별 중점 지원사업 부문에 제시하였다. PSM 분석결과 및 분석자료의 제약으로 인한 분석의 어려움은 제5장 1절 부문 작성 근거자료로 활용하였다.

## 해외 가공식품 수출지원 사례

정부에서 가공식품 수출지원 정책을 수립할 때 외국의 수출지원 사례를 검토하여 활용할 필요가 있다. 본 장의 연구목적은 가공식품 수출 비중이 높고 가공식품 수출이 활성화된 국가의 수출지원제도 사례를 살펴보고 국내 가공식품 지원정책을 수립할 때 활용할 수 있는 시사점을 도출하는 것이다.<sup>32</sup>

해외사례 분석 대상국은 미국과 뉴질랜드를 선정하였으며, 이 두 국가를 선정한 이유는 가공식품 수출액 및 수출증가율이 높으며, 다양한 수출지원 프로그램과 성공사례가 있기 때문이다.<sup>33</sup> 또한 이 두 국가는 중국시장에 대한 수출비중이 높은 국가이므로 한·중 FTA 체결에 대응하여 중국시장 수출확대를 적극적으로 추진하고 있는 한국 정부 입장에서는 특히 벤치마킹이 필요한 국가이다.<sup>34</sup>

<sup>32</sup> 해외 가공식품 수출지원사례는 해외 전문가에게 원고를 위탁하였으며 제출원고를 토대로 저자가 재작성하였다. 미국의 가공식품 수출지원 사례는 미국 알칸소 주립대학의 위용석 교수, 뉴질랜드 사례는 뉴질랜드 농업연구소 김태훈 소장에게 원고를 위탁하였다. 미국과 뉴질랜드의 최근 수출지원 동향을 정리하였으며, 미국 지원동향은 USDA(2014a), Hanrahan(2013) 등에서 인용·정리, 뉴질랜드 동향은 주요 관련 부서들의 홈페이지 및 유관기관 보고서 및 자료들을 인용·정리한 내용이다.

<sup>33</sup> 한국과 농업 및 수출여건이 비슷한 일본도 분석대상 국가로 고려할 수 있으나 일본의 농식품 수출지원제도는 이승신 외(2010)와 김경필 외(2011), 박기환 외(2012) 등에서 제시된 바 있으므로 본 연구에서 제외하였다.

<sup>34</sup> 뉴질랜드의 농식품 및 음료 수출 제1위 국가는 중국이며, 가공식품 수출은 호

특히 뉴질랜드는 OECD 국가들 중에서 농업보조가 가장 낮은 회원국에 속하나 국가 및 주요 부처 차원에서 협력하며 수출확대를 위한 지원을 강화하고 있는 국가이다. 향후 DDA 국제협상에서 수출보조금 등 직접보조가 어려울 경우 어떤 수출지원사업 부문에 지원해야 효과적일지에 대한 시사점을 주고 있다.

해외사례 분석은 각 국가별 주요 관련 기관들의 홈페이지와 유관기관 보고서 및 자료들을 참조하여 정리한 후 국가별로 비교분석하고 국내 적용가능성 검토 및 시사점을 도출하였다. 해외 수출지원 사례는 수출지원사업 방향, 지원사업 종류, 지원품목, 수출지원 성공사례 등을 중심으로 제시하였다.

## 1. 주요국의 수출동향 및 특징

### 1.1. 미국

미국 농식품 수출은 축산 및 원예가공품 수출액이 꾸준히 늘어나고 있으며, 수출비중도 67.2%(2013년)로 높은 편이다. 또한, 일반가공식품 수출액(2012년 기준)은 188억 8백만 달러로 독일에 이어 2위이며, 전년 대비 수출액은 21억 7천만 달러(13%)로 수출증가율이 가장 높은 국가이다. 뉴질랜드는 2012년 수출액이 17억 2천만 달러(세계 12위)로 상대적으로 낮지만 전년대비 수출액 증가율이 4%(세계 3위)로 최근 수출 성장률이 높다.

미국 가공식품 수출의 특징은 수출증가율이 캐나다와 일본, 영국 등 선진국 시장에 대해서는 전체 평균인 9%보다 낮은 반면, 중국, 필리핀 등 신흥시장 국가들에 대해서는 평균 이상으로 증가하고 있다는 점이다.<sup>35</sup> 미국

주, 일본에 이어 중국시장 수출비중이 3위를 차지하고 있다.

<sup>35</sup> 한국 시장에 대한 수출증가율은 연평균 10% 수준이다.

가공식품 수출의 급격한 성장은 신흥시장 국가들의 중산층 소득 증가와 도시화에 따른 영향이 크며 이런 추세는 지속될 것으로 전망되고 있다 (USDA 2014b).

한편, 최근 미국 가공식품 수출은 인터넷을 통한 온라인거래 수출량이 빠르게 증가하고 있다. 2013년 전 세계의 온라인 식료품산업은 420억 달러의 규모를 보이고 있다.<sup>36</sup> 또한 2018년까지 1억 3천만 명의 국제 구매자들이 3,000억 달러 이상을 구매할 것으로 예상되고 있다(Paypal 2014). 그래서 미국 정부는 중국의 상하이와 같은 신흥시장 대도시에 폭발적인 판매증가 추세를 미국 가공식품 수출증대와 연계시키기 위해 현지 국가들의 인터넷 판매회사들과 연결할 수 있도록 지원하고 있다.

## 1.2. 뉴질랜드

최근 뉴질랜드 농식품 수출산업에서 자주 거론되고 있는 핵심어는 바로 ‘혁신(Innovation)’이다. 2012년 뉴질랜드 전체 수출에서 농식품 수출액은 약 미화 210억 달러로 뉴질랜드 전체 수출의 56%를 차지하고 있다 (Ministry of Business 2014b).<sup>37</sup>

뉴질랜드 농식품수출 주요 품목은 낙농가공식품이 전체 농식품 수출의 약 50%에 달하는 102억 2,600만 달러를 차지하며, 이는 뉴질랜드 전체 수출액의 약 4분의 1에 해당하는 금액이다. 뉴질랜드 수출에서 전통적으로 10억 달러 이상 비중이 큰 낙농 및 육류가 수출확대전략에 있어 절대적으로 중요한 제품군이다. 그 외에 육류, 신선농산물, 음료류, 수산물 등이 주요 수출품목이다.

뉴질랜드 가공식품의 주요 수출국은 중국, 미국, 호주, 일본, 영국 등이며, 한국시장 수출액은 9위를 차지한다. 중국은 뉴질랜드의 25개 주요 수출 대상국가들 중 31억 8,000만 달러를 기록한 최고의 수출 대상국이다.<sup>38</sup>

<sup>36</sup> International Agricultural Reports(2014. 5. 6.) 재인용.

<sup>37</sup> “달러”는 미국 달러를 기준으로 하였다.

표 4-1. 주요국 가공식품 수출동향

구분	미국	뉴질랜드
수출액	• 863억 달러('13)	• 210억 달러('12)
주요 수출품목	• 오일 종자, 곡물가공품, 축산 및 원예 가공품 등	• 낙농 가공식품, 육류, 신선농산물, 음료류, 수산물 등
주요 수출국가	• 캐나다, 멕시코, 일본, 중국, 한국 순	• 농식품 및 음료: 중국, 미국, 호주, 일본, 영국, 한국(9위) • 가공식품: 호주, 일본, 중국, 홍콩, 말레이시아, 한국(7위)
수출 특징	• 축산 및 원예가공품 수출액 증가 • 중국, 필리핀 등 신흥시장 수출 증대 • 인터넷 온라인거래 빠른 증가	• 낙농 및 육류제품이 수출신장에 크게 기여 • 혁신가공제품 수출 증가 • 음료, 와인, 유아용 낙농제품 등 혁신제품 수출성장률이 높음

주 1) 미국의 수출액은 축산 및 원예작물 중심의 가공식품 기준임.

2) 혁신가공제품은 분류에 따른 별도의 설명이 없는 기타 가공식품류를 의미함.

가공식품 수출의 최근 10년 간 평균상승률은 15%로 전체 농식품 및 음료 수출 연평균 증가율(11%)보다 높다. 특이한 사항은 두드러진 성장속도를 기록한 음료 산업 수출성장에 와인 수출이 큰 역할을 한 점, 그리고 가공식품의 경우에는 유아용 낙농 제품, 혁신상품(innovative foods)<sup>39</sup> 성장이 전체 가공식품 수출 증대에 크게 기여하였다는 점이다. 2002년 가공식품류 수출 전체의 약 25%에 해당하던 낙농제품과 혁신 상품은 2012년 전체의 약 51%를 차지하고 있다. 가공식품 수출대상 지역 중 전통적으로 비중이 높은 호주 그리고 아시아지역, 라틴아메리카 및 아프리카 지역 신생 개발도상국 대상 수출액 성장이 최근 10년간 수출성장에 크게 기여하였다 (Ministry of Business 2014a).

38 한국으로의 수출은 9번째로 4억 8,500만 달러를 기록하고 있다.

39 '혁신상품'이란 분류에 따른 별도의 설명이 없는 기타 가공식품류를 지칭한다.

## 2. 주요국의 수출지원사업 동향 및 특징

### 2.1. 미국

미국 농무부의 해외농업서비스(FAS)는 미국 농식품의 해외 시장 경쟁력 제고를 위해 여러 가지 지원을 하고 있다. 2014년 농업법은 가공식품 수출 지원을 위해 시장접근 프로그램(Market Access Program: MAP)과 세계 무역기구(WTO) 의무사항들과 관련된 변화들을 포함하고 있다(Johnson, R and J. Monke 2014).

미국의 농식품 수출지원프로그램은 수출시장개발, 수출신용보증, 직접수출보조 등으로 요약된다(Hanrahan 2013). 농식품 시장개척 프로그램은 미국 농식품 산업계 및 수출업자들이 수백 개의 상품들에 대한 전 세계 시장을 개발하고 유지할 수 있도록 지원하고 있다.

FAS는 시장접근프로그램(MAP)을 통해 미국 농업무역협회, 협동조합, 주별 지역 무역 그룹들, 그리고 소규모 사업체들과 협력하여 해외 시장개척 비용을 분담하고 있다. 이는 소비자 광고, 공공 관계, 매장 지원, 무역박람회 개최, 시장 연구와 기술정보 제공 등의 서비스를 제공하고 있다. MAP 재원이 일반적 판매나 홍보 등에 사용될 때는 최소 10%의 비용을 참여업자가 분담해야 되며, 브랜드 상품의 홍보에는 1대 1의 분담을 요구하고 있다는 점이 특징이다.

신흥시장프로그램(Emerging Market Program: EMP)은 신흥시장에서 미국 가공식품의 수출증진을 위해 기술지원 활동 비용분담 형식으로 재정적 지원을 한다. 주요 지원활동은 수출가능성조사, 시장연구, 부문별 평가, 현장 초기 답사 방문, 전문 훈련, 사업 세미나이며, 여기서는 특정 회사나 브랜드 상품의 지원은 불가능하고 일반적인 미국 가공식품의 수출 증진에 기여하고 있다.

해외시장개발프로그램(Foreign Market Development Program: FMDP)은 미국 가공식품의 국제적 미래 수요를 창출하기 위해 해당 국가나 단체에

비용 공동분담 차원의 재원을 지원하고 있다. 2014년도엔 FMDP를 통해 24.6백만 달러를 농업생산자들을 대표하는 22개 무역기관들에 지원하고 있다.

특정곡물기술지원(Technical Assistance for Specialty Crops Program: TASC)은 미국 가공식품의 수출을 저해하는 위생검역 및 기술장벽 문제를 해결하기 위해 지원한다. 지원 가능한 활동은 세미나, 연수, 조사연구, 현장조사, 병원균 및 질병 연구 등이다. 2014년 농업법은 2008년 농업법이 오직 위생검역에만 초점을 맞춘 데 비해 범위를 기술장벽까지 포함하고 있다. 이로 인해 TASC는 위생검역과 무관한 기술 장벽 해결에도 지원이 가능해졌다. 상품 품질이나 포장과 관련된 문제, 환경 지속 가능한 상표 요구 사항 등도 지원이 가능하게 되었다. 고품질샘플지원사업(QSP)은 미국 농산물 및 식품무역 기관들의 상품 샘플을 해외의 수입업자들에게 제공하는 것이 주 목적이다.

미국 농무부의 상품신용공사는 수출금융지원 GSM-102 프로그램과 시설보증(Facility Guarantee) 프로그램을 통하여 용자를 보증해줌으로써 미국 사립 금융기관들이 해외 신흥시장의 수입업자들과 금융을 연계시켜 주고 있다. USDA가 운영하는 수출신용보증 프로그램(Export Credit Guarantees Program: ECGP)은 1978년 농업수출법에 의해서 시작되었으며, 의무규정으로서 재정긴축상황에서도 계속되고 있다(Hanrahan 2013). 수출신용보증 GSM-102 프로그램은 신용보증을 제공함으로써 미국 농식품 수출 금융을 원활하게 해 주고 수입업자들에게 좋은 신용조건을 제공한다. 은행들의 신용 보증은 개발도상국 수입업자들의 수입을 촉진시킨다. GSM-102 프로그램은 해외 수입업자들이 미국산 농식품의 구입 신용장과 함께 미국으로부터 인정된 외국 은행들에게 미국 은행에 의해 연장된 신용을 보증한다. 시설보증프로그램은 2014년부터 전체의 1.8%인 1억 달러를 신흥시장 수입국의 농업 및 식품 관련 시설 신설 및 보완을 위한 지원금으로 사용하고 있다. 수입 식품의 수송, 판매, 저장 및 분배와 관련된 시설들의 개선에 중점을 두고 있다.

검역 및 통관지원사업과 관련하여 FAS는 여러 농식품 수출의 규제들이

예측가능하고 투명하며 과학적일 수 있도록 지원하고 있다. 온라인 체계를 통해 수출업자들에게 해외의 규제 사항과 변동을 알려주고 미국과 유럽연합, CODEX 위원회 등의 살충제나 수의약품 등의 기준치를 제공한다. FAS 이외의 규제 관련 부서에서 동식물 무역규제, 육고기와 가금류 무역의 포장, 상표 및 특별 조건들에 대한 정보를 제공, 곡물 수출 관계, 자유판매 증명서 등 수출증명서를 발급하는 기능을 지원하고 있다.

## 2.2. 뉴질랜드

뉴질랜드의 ‘수출 확대를 위한 국가경제 발전전략’을 함축할 수 있는 단어는 ‘팀 뉴질랜드 회사(New Zealand Incorporation)’<sup>40</sup>이다. 즉, 팀워크를 제대로 발휘할 수 있는 하나의 조직으로 정부의 각 부서가 이들의 소비자인 뉴질랜드 수출기업 및 생산자들에게 지원을 필요로 하는 시간과 장소에서 각 분야 전문가들이 최고의 효율성으로 업무를 달성하자는 것이다.

뉴질랜드 정부의 각 부서별 농식품 수출분야 주요 지원사업을 살펴보면, 산업혁신고용부에서는 뉴질랜드와 해외 국가 간 수출규제 장벽 해소, 식품 및 음료산업 관련 정보제공 지원사업이 있다. 외교부는 해외 수출대상국 시장정보 제공 및 지원사업, 무역청은 뉴질랜드 기업들의 국제시장에서의 성장 지원을 위한 서비스 업무와 해외시장 개척 지원 및 서비스 업무, 교육부는 해외시장에 대한 지식과 정보 제공 및 지원, 뉴질랜드 기업들

---

<sup>40</sup> 2011년 발생한 크라이스트처치(Christchurch) 대지진 이후 크라이스트처치 재건을 위해 뉴질랜드 정부는 해외로부터 뉴질랜드 달러 110억 달러에 달하는 차관을 빌렸으며 이를 계기로 보다 강력한 중앙정부 주도 국가 경영을 지향하고 있다. 이에 따라 현 집권당(국민당)의 수장이자 수상인 존 키(John Phillip Key)는 일종의 ‘회사 최고 경영인’으로 역할하며 행정부 각 기관들이 회사의 부서처럼 기능하여 국가 경제를 부흥시킨다는 ‘하나의 목표 아래 일사불란하게 국가 경영에 임하자’는 취지 아래 ‘뉴질랜드 회사(New Zealand Inc.)’라는 개념이 형성되었다(The Business of NZ Inc 2012).

대상 해외 수요 정보 제공 서비스, 뉴질랜드 1차 산업부의 동식물 검역 및 방역 서비스 지원, 해외시장 진출에 필요한 각종 인증 서비스 제공, 1차 산업성장 전략 수행(Primary Growth Partnership), 1차 산업 관련 무역 상대국 정보 제공 서비스 등이다. 관세청은 국외 통관 정보를 제공하고 있다.

수출산업 발전의 핵심부서인 산업혁신고용부(Ministry of Business, Innovation, and Employment: MBIE)와 무역청(New Zealand Trade and Enterprise: NZTE)에서 진행되고 있는 수출확대 전략사업을 살펴보면, 수출목표 달성을 위해 무역청은 10대 업무 전략을 세우고 혁신적인 운영방안을 수립하여 업무의 효율성 증대를 위해 노력하고 있으며, 산업혁신고용부(MBIE)는 ‘칼라한 혁신처(Callaghan Innovation)’라는 신설 부서를 2013년 2월에 설립, 수출산업 발전을 위한 연구개발 지원의 효율적인 운용과 지역식품(수출) 산업발전을 위한 혁신센터 운영 지원에 주력하고 있다.

뉴질랜드 무역청(NZTE)의 주 역할은 뉴질랜드 (개인)기업 혹은 생산자 단체가 세계시장으로 진출하여 성장할 수 있도록 사업능력 향상을 위한 조력자로서 역할을 하는 것이다. 뉴질랜드 수출확대를 위한 뉴질랜드 무역청의 10대사업 강화 전략을 소개하면 <표 4-2>와 같다(New Zealand Trade & Enterprise 2011).<sup>41</sup>

뉴질랜드 무역청의 10대 전략안은 상대적으로 세계시장에서 규모가 작은 뉴질랜드의 주요 (수출)기업들을 규모화하고 국제시장에서 이들을 성장할 수 있도록 돕는 것을 주목적으로 한다. 본 전략안 중 가장 우선적이며 핵심적인 사항은 ‘500대 주요 수출 기업에 대한 지원사업’으로 일부 대기업을 포함한 고속 성장이 유망한 중·소규모(평균 연간매출 뉴질랜드 달러 3백만 달러에서 1억 5천만 달러 규모) 500대 수출기업을 선정, 이들의 매출성장을 주도하여 2025년까지 전체 수출산업이 전체 국민 총생산의 40% 이상이 되도록 하는 것을 목표로 이들 기업들의 주요시장 공략을 위한 지원 서비스를 극대화하는 것이다(New Zealand Trade & Enterprise 2011).

<sup>41</sup> 뉴질랜드 무역청(NZTE)의 10대 전략은 2011년 신임장관 보고서(New Zealand Trade & Enterprise 2011) 내용을 주로 인용하였다.

표 4-2. 주요국 농식품 수출지원사업 종류 및 지원분야

구분	미국	뉴질랜드
주요 지원 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시장개척프로그램(MDP)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-시장접근프로그램(MAP)</li> <li>-신흥시장프로그램(EMP)</li> <li>-해외시장개발프로그램(FMDP)</li> <li>-특정곡물기술지원(TASC)</li> <li>-고품질샘플지원사업(QSP)</li> <li>-무역박람회개최</li> </ul> </li> <li>• 수출금융지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-수출신용보증프로그램 (GSM-102)</li> <li>-시설보증프로그램(FGP)</li> </ul> </li> <li>• 국제무역협상                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-무역촉진권한(TPA), TPP</li> <li>-T-TIP, WTO</li> </ul> </li> <li>• 검역및통관지원프로그램, 원료및가공식품의 안전성관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 무역청 10대 전략사업                             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 500대 핵심 수출 기업</li> <li>2. 수출 영향력이 강한 프로젝트</li> <li>3. 종합적 서비스 지원</li> <li>4. 해외 수출시장에서 효율성 극대화</li> <li>5. 투자 촉진</li> <li>6. 협력</li> <li>7. ‘뉴질랜드 이야기’ 전파</li> <li>8. 인력 관리</li> <li>9. 조직 정비</li> <li>10. 운영자금 절감</li> </ol> </li> <li>• 10대 집중 분야                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-최우선 순위 시장: 1. 중국</li> <li>-첨단 지식기술 제조업 및 서비스 분야: 2. 항공 3. 해양 4. 보건 5. 국제적 농산업 6. 지열 7. 신기술</li> <li>-농식품및음료산업 부가가치 향상: 8. 수산 양식 9. 와인</li> <li>-중요 이벤트: 10. 아메리카 컵 요트 대회</li> </ul> </li> </ul>

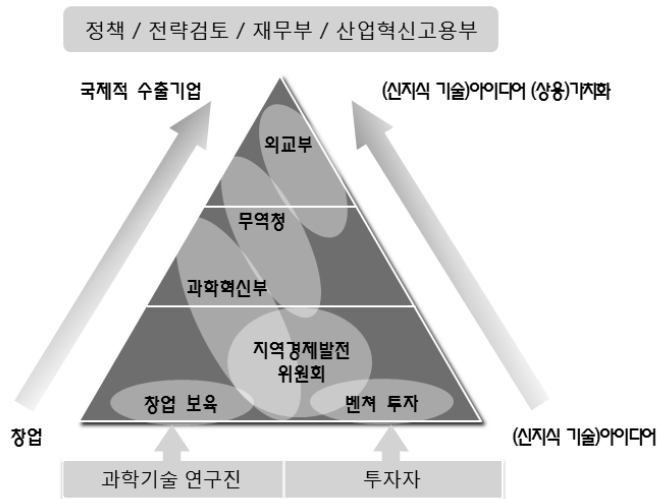
자료: 미국 수출지원사업은 FAS 웹사이트(<http://www.fas.usda.gov/programs>) 참조, 뉴질랜드 수출지원사업은 New Zealand Trade & Enterprise(2011)를 참조하였음.

무역청의 두 번째 핵심 전략은 대규모 (해외)고객 유치를 위한 수출에 미치는 영향력이 강한 10대 분야에 집중한다는 것이다. 수출시장 확대를 위해서 가장 중요하게 떠오르는 시장인 중국 시장에 집중하고, 첨단 지식 기술 산업 및 서비스 분야의 성장을 위해서는 항공, 해양, 보건, 국제적 농산업, 지열, 신기술 분야에 지원 강화, 농식품 및 음료 산업 부가가치 향상을 위한 산업에는 수산 양식 및 와인 산업 등을 집중적으로 강화하는 것이다(New Zealand Trade & Enterprise 2011).

뉴질랜드 수출기업 육성모델에 따르면<그림 4-1 참조> 뉴질랜드 과학혁신부(Minister of Science & Innovation: MSI)와 지역혁신센터는 순수과학 지식 및 기술을 상업화하는 기업 초기 창업활동 및 벤처투자에 초점을 맞추어 지원한다. 이들 기업이 성숙하는 중간 과정에서 국내 및 수출시장 진출 부분을 과학혁신부와 무역청이 협력 지원하여 기업을 성숙 단계에 이르도록 돕는 역할을 한다. 최종단계에서는 외교부(Ministry of Foreign Affairs and Trade: MFAT)가 국가 간 교섭 등을 지원, 성숙단계에 있는 기업들의 수출 확대를 돕게 된다. 이들 전체를 지원하고 정책 및 전략을 세우고 검토하는 역할은 산업혁신고용부(MBIE)와 재무부(Treasury)의 역할이다(New Zealand Trade & Enterprise 2011).

이와 같은 발전모델의 하나로 뉴질랜드 전체 수출산업 성장의 핵심인 ‘농식품 및 음료 산업의 부가가치 향상’과 ‘혁신상품의 상업화 및 국제시장 진출’에 대한 중앙 정부 및 지방 혁신센터의 지원 노력과 실제 성공사례가 나타나고 있다.

그림 4-1. 뉴질랜드의 수출기업 육성 모델



자료: New Zealand Trade & Enterprise(2011).

가공식품 수출 주요국 수출지원사업의 특징을 요약하면, 미국 수출지원사업의 주요 특징은 주로 수출금융지원 강화, 국제무역협상에 대응한 검역 및 통관 지원프로그램 강화, 안정성관리체계 강화로 요약할 수 있다. 뉴질랜드는 보조금 지원이 없으며, 국가적인 차원에서 수출규제 장벽 해소를 위해 노력하고 식품 및 음료산업에 대한 정보를 제공, 순수 과학기술을 기업 초기 창업활동과 벤처투자에 맞추어 지원, 수출유망국가·품목 지원강화, 최우선 방향을 중국시장 진출과 농식품 및 음료산업 부가가치 분야에 집중하는 것으로 요약할 수 있다.

### 3. 주요국의 농식품 수출지원체계

#### 3.1. 미국

미국 정부는 가공식품 수출확대를 위해 미국 농무부 외국농업서비스(Foreign Agricultural Service: FAS)와 무역대표부(US TRADE Representative: USTR)를 통해 다양한 지원을 하고 있다. 미국 농무부 FAS는 시장접근프로그램(Market Access Program: MAP)과 외국시장개척프로그램(Foreign Market Development Program: FMD)을 통해 식품안전성과 무역박람회 등에 관련된 사업들을 가공식품 수출업자들에게 지원하고 있다.

FAS는 해외에 96개 사무실을 갖고 160여 개 국가에 미국 가공식품 수출 확대를 위한 국가별 요구사항, 수출시장 진출 기회 및 제약들에 관한 제반 정보를 제공하고 있다.

가공식품 수출의 위생검역(SPS)과 기술장벽(TBT) 장애요인은 TPP와 Y-TIP를 통해서 해결할 수 있도록 지속적으로 협의하고 있다. 미국 농무부 수출지원 창구 및 지원프로그램은 상품신용공사 CCC(Commodity Credit Corporation)를 통하여 지원하고 있다.

## 3.2. 뉴질랜드

뉴질랜드 농식품 수출은 국가 경제적 차원에서 매우 중요하게 추진하고 있다. 뉴질랜드 정부는 수상을 비롯하여 각 부서 장관들의 명의로 지난 2011년에 국가산업발전계획안(Business Growth Agenda: BGA)에 수출확대 전략을 제시한 바 있다. 계획안의 요지는 2025년까지 뉴질랜드 전체 수출을 현재 수준인 국민총생산(GDP)의 30%에서 국민총생산의 40%까지 끌어올리는 것을 목표를 설정하였다. 농식품 전체 수출액도 현재(2012년) 수준의 두 배 혹은 세 배로 확대한다는 목표와 전략을 세웠다.<sup>42</sup> 수출목표 달성을 위해 수출관련 부서들의 혁신과 부서 간의 유기적 연계를 통해 수출유망기업들의 생산성을 향상시키고 고용을 확대하여 혁신적인 아이디어를 상업화하는데 아낌없이 지원할 계획이다.<sup>43</sup>

뉴질랜드의 모든 부처들은 수출산업 성장이 뉴질랜드 경제 성장의 핵심이며, 미래 뉴질랜드 국민들의 삶의 수준을 향상시킬 수 있는 길임을 함께 인식하고, 이를 위해 필요한 핵심 6대 주요사업 분야를 설정하였다. 6대 분야는 수출시장 확대, 간접자본, 자연자원, 혁신, 자본시장, 기술인력 및 안전한 고용환경이다.

뉴질랜드는 “뉴질랜드 회사” 개념을 도입하여 수출성장을 위한 각 부처별 협력체계를 구축하고 중점사업 부문을 설정하여 지원하고 있다. 2013년 ‘칼라한 혁신처, Callaghan Innovation’ 첨단기술 혁신부서를 신설하여 연간 1억 4천만 달러(뉴질랜드달러 기준)의 기술개발 지원금을 효율적으로 배분하는 컨트롤타워 역할을 수행하고 있다.

한국도 2017년 수출 100억 달러 달성을 목표로 설정하고 다양한 지원정책을 강화하고 있다. 또한 정부는 가공식품 수출증대의 중요성을 인식하고

<sup>42</sup> 뉴질랜드 농식품 및 음료(와인) 산업 관계자들 대부분이 2025년까지 뉴질랜드 농식품 분야 수출이 현재 수준 (2012년)의 두 배 혹은 세 배 이상 성장 가능할 것이라는 데 대해 긍정적으로 평가하였다(Ministry of Business 2012).

<sup>43</sup> Ministry of Business(2012)에서 인용하였다.

가공식품 부문에 초점을 둔 지원전략을 수립하여 지원할 계획이다.

가공식품 수출지원 효과 및 타당성에 대한 논란이 있지만<sup>44</sup> 외국에서도 이러한 논란이 반복되는 가운데에서도 지원 필요성에 대해 긍정적인 분위기로 전환되었으므로 우리나라도 이에 대응할 필요가 있다. 한편, 가공식품 수출지원의 필요성을 공감하고 지원에 대한 긍정적 시각이 형성되기 위해서는 수출지원 금액 대비 수출증대 효과를 높이고 가공식품 분야 수출지원이 국내 농업 및 농민소득 증대에 기여하는 성과를 보여주어야 할 것이다.

표 2-15. 주요국의 농식품 수출지원체계

구분	미국	뉴질랜드
지원 체계	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국 농무부 외국농업서비스부(FAS)와 무역대표부(USTR)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- FAS: 시장접근프로그램(MAP)과 외국시장개척프로그램(FMD)</li> </ul> </li> <li>SPS와 TBT 문제는 TPP와 T-TIP를 통해 해결 예정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>범 국가적인 차원에서 부처 간 협력체계 구축, 뉴질랜드 회사 개념으로 접근</li> <li>산업혁신고용부는 수출규제장벽 해소, 식품·음료산업 정보를 제공</li> <li>1차 산업부는 동식물 검역 및 방역 서비스 지원, 해외시장 진출에 필요한 각종 인증 서비스 제공</li> </ul>
지원 창구 및 지원 예산	<ul style="list-style-type: none"> <li>농무부 수출지원프로그램은 상품신용공사 CCC(Commodity Credit Corporation)를 통해 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2013년 ‘칼라한 혁신처, Callaghan Innovation’ 첨단기술 혁신부서를 신설하여 기술개발 지원금 효율적 배분 역할</li> </ul>

<sup>44</sup> 미국에서도 농식품 수출지원 타당성에 대한 찬반 여론이 반복되고 있었으나 최근에 긍정적인 분위기로 전환되고 있다. Kaise, H.R et al(2010)에 의하면 미국 농무부 해외시장개척비용들이 농업무역 성장에 상당히 긍정적인 영향을 미친 것으로 분석되었다. 2002에서부터 2009년 동안 MAP와 FMDP의 증가된 예산이 미 농산물 수출 비중을 18.6%에서 19.9%로 증가시켰으며 수출액도 905억 달러에서 961억 달러로 증가시켰다고 평가하고 있다.

또한, 한국은 미국과 뉴질랜드가 주 타겟 시장으로 설정한 중국과 ASEAN 국가들과 지리적으로 인접하고 있으므로 가공식품 수출을 증대시키는데 더욱 유리한 위치이다. 가공식품 수출증대를 국내 농업의 성장 동력으로 추진하는데 좋은 기회가 될 수 있을 것이다. 또한, 중국과 ASEAN 국가들은 한국과 식습관이 공통적인 부문이 많으므로 다른 나라보다 가공식품 시장 진출에 더 유리할 것으로 판단된다. 따라서 가공식품 주요 수출국들의 인근시장 진출노력에 대응하여 우리나라도 국가적인 차원에서 가공식품 수출확대를 위해 적극적으로 지원해야 할 것이다.

## 4. 수출지원 성공사례

### 4.1. 미국

#### ■ 온라인 상품소개책자로 수출증대 지원

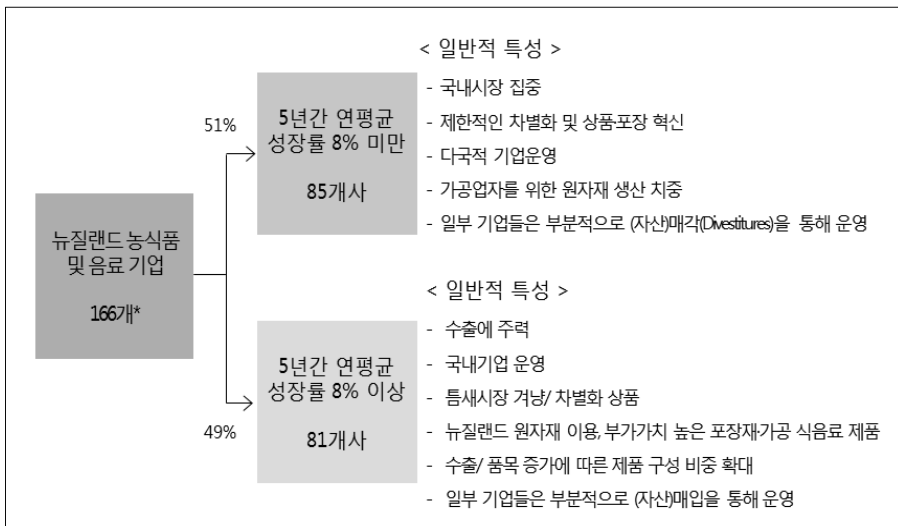
미국의 뉴욕 브루클린(Brooklyn)에 소재하는 4C 식품회사는 1935년도에 창립된 가족회사로 냉차 및 음료 믹스(iced tea and drink mixes), 빵 가루, 분말 치즈, 코팅 및 수프 등 다양한 식품을 개발하고 있다. 4C 식품회사(www.4c.com)는 2009년도에 미국 북동부 식품수출협회(Food Export)의 사이트에 상품을 소개하기 시작하였는데 해외 바이어들은 그 소개서를 통해 온라인으로 미국 중서부와 북동부 상품들의 정보를 쉽게 얻을 수 있게 되었다. 그 이후 회사는 30여개 국가 이상의 수입업자들과 연결되었고, 냉차(iced tea mixes) 수출을 증대시킬 수 있었다. 온라인을 통해 수입 가능한 상품들을 열람하는 국가들이 많아지고 회사는 보다 많은 수출액을 기대할 수 있게 되었다.

## 4.2. 뉴질랜드

### 4.2.1. 차별화된 가공식품 수출의 높은 성장률

뉴질랜드 농식품 분야 전문연구기관인 코리올리스(Coriolis Research)사에서 분석한 자료에 따르면, 분석 대상이 된 평균 500만 달러 이상의 연 매출을 기록하고 있는 166개 뉴질랜드 농식품 및 음료기업(가공식품 포함)들 중 최근 5년간 기업의 매출 성장이 연평균 8% 이상 급속히 성장하고 있는 기업들의 수는 81개로 절반(49%)에 가까웠다.

그림 4-2. 뉴질랜드 농식품기업 수출성장률 차이별 기업 특성



주: 연간 매출 미화 5백만 달러 이상인 식음료 기업과 가공식품 회사를 포함함.

자료: Ministry of Business(2012).

본 조사에서 연평균 성장률이 8% 이상으로 성장속도가 빠른 기업들은 대부분 뉴질랜드 국내기업들로 사업 특성이 수출에 초점이 맞추어져 있고 부가가치를 높인 가공식품을 생산하며, 국내산 재료를 이용하여 뉴질랜드 1차 산업 생산을 촉진시키는 기업들이다. 반면, 연평균 성장속도가 8% 이

하로 상대적으로 성장속도가 느린 기업들은 대부분 다국적기업 소유로 내수에 초점이 맞추어져 있고 부가가치를 높인 혁신상품이나 가공식품 대신 1차 산물의 대량 생산에 치우치는 경향이다(Ministry of Business 2012)<그림 4-2>.

#### 4.2.2. 칼라한 혁신처(Callaghan Innovation)의 컨트롤타워 기능

뉴질랜드 정부는 2013년 2월에 ‘칼라한 혁신처, Callaghan Innovation’라는 첨단기술 혁신부서(Advanced Technology Institute)를 신설하였다. 칼라한 혁신처는 주요 전략산업 분야인 정보산업, 제조업, (농)식품산업, 디자인 산업 등을 포함하여 연간 뉴질랜드 달러 1억4천만 달러의 기술개발 지원금을 우선순위에 따라 효율적으로 배분함으로써 정부 부서간의 불필요한 경쟁 및 중복을 없애고 창조적이고 혁신적인 아이디어에 신속하고 적합한 투자를 통해 수출 산업을 성장시키고 국가경제 발전전략을 실행할 핵심 신설부서로 그 역할이 기대되고 있다(Callaghan Innovation, 2013). 칼라한 혁신처는 창립 이후 빠르게 정착하고 있으며, 현재 전국적으로 400여 명의 연구자, 과학자, 엔지니어, 고급 기술자, 사업 투자 전문가 및 회계사 등 각 분야 전문가들이 근무하고 있다.

칼라한 혁신처의 주요 기능은 1) 기존에 존재하던 부서에서 수행하던 고부가가치 혁신기술개발(펀드) 운영을 모두 본 혁신처로 이관하여 운영하는 것(Callaghan Innovation, 2013), 2) 지방정부와 함께 공동 투자형식으로 지방에 설립된 기술혁신센터(National Technology Networks)에 대한 연구개발비 지원을 통해 중·소기업인들이 가지고 있는 고부가가치 아이디어들을 신속히 상업화할 수 있도록 창업 및 사업 확장을 지원하는 것이다.

칼라한 혁신처가 100% 지분을 소유하고 있는 식품혁신 네트워크(Food Innovation Network)는 식품(수출)산업 지원에 중요한 역할을 수행하고 있다. 식품혁신 네트워크는 뉴질랜드 주요 4개 도시인 오클랜드(시설명: Food bowl), 파머스턴 노스(Food Pilot), 해밀턴(Food Waikato), 그리고 남섬 크라이스트처치(Food South)에 파일럿 플랜트(pilot plant) 및 일종의 공

동 실험실을 건립하고 식품가공과 관련된 혁신적인 아이디어를 갖고 있는 중·소 상공인 및 농업인들을 대상으로 상담 및 지원서비스를 제공하고 있다(New Zealand Food Innovation Network, n.d.).

여기에는 신제품 개발과 관련한 기본적인 식품가공 공정분야 개발, 브랜드 및 식품포장(기술) 개발지원, (수출)시장 및 국내외 판로개척을 위한 정보제공, 인증 및 검역, 세관 업무 관련 정보 제공 및 지원, 가공식품 교육 등이 포함된다. 최근, 창업 및 기존 사업 확대(전략 수립) 등 본 식품혁신센터 관할 지역에 존재하는 인적·물적 자원의 네트워크를 이용한 구체적인 지원 성공 사례들이 늘어가고 있다(Callaghan Innovation 2013).

#### 4.2.3. 기술개발지원 상품화 성공사례

##### 가. 컬리스사(Culley's Ltd)<sup>45</sup>

컬리스사의 대표 크리스 컬린(Chris Cullen)은 10여 년간의 요리사 경험을 통해 자신만의 특별한 수제 핫소스를 개발하여 납품을 시작하였다. 그는 큰돈을 투자하여 자신의 공장을 짓는 대신 오클랜드 공항 근처에 위치한 1,700만 달러 규모의 푸드보울(Foodbowl) 시설을 찾았다. 푸드보울은 뉴질랜드 산업혁신고용부(MBIE) 재원으로 2011년에 문을 연 뉴질랜드 지역 식품혁신네트워크 시설 중 하나이다. 본 시설을 이용하여 컬리스사는 푸드보울에서 부가적으로 제공하는 연구개발 서비스를 통해 유통기한이 좀 더 연장된 대량의 핫소스를 생산(하루 6,000병), 공급하는 것이 가능해졌고 국내 및 해외시장 진출 시 인증절차상 까다로운 ‘식품안전’ 자격까지 갖추게 되었다. 이와 같은 지원 결과 컬리스사 핫소스 제품들은 뉴질랜드에 진출한 호주 슈퍼마켓 그룹인 프로그레시브(progressive) 그룹에 대량 납품 계약을 맺게 되었다. 또한 푸드보울을 통해 1년간 300%의 매출 신장을 기록하였다.

<sup>45</sup> 컬리스사의 홈페이지 주소는 <<http://culleys.co.nz/>>이다.

### 나. 하카노아 생강음료 (Hakanoa Ginger beer)<sup>46</sup>

레베카 헤이(Rebekah Hay)는 새로운 맛을 지닌 생강탄산음료를 만들기 위해 부단한 노력을 기울인 결과 발효과정을 통해 얻은 두 종류의 생강음료, 즉, 고전적인 약간 쓴맛이 나는 건조한 생강음료(Dry Ginger Beer)와 혁신적으로 라임과 고추향이 나는 생강음료(Lime & Chilli Ginger Beer) 제조 방법을 고안하게 되었다. 레베카의 특별한 발효과정을 거친 생강탄산음료는 점점 인기를 얻게 되면서 주문을 감당하기 어려울 정도가 되었지만, 특별한 방부제 첨가물이 없는 발효 음식이라 짧은 유통기한이 문제가 되었다. 한편, 몸을 따뜻하게 해주고 각종 질병치료에 효능이 있는 생강음료 원액을 발효 제조하여 오uckland 근교 농민직거래 시장에 판매하였는데 이것을 ‘헬렌 올리버’라는 한 바리스타가 우유 거품에 타서 아이에게 먹인 것이 발단이 되어 ‘생강라떼’가 탄생되었다. 생강 원액은 각종 요리 식재료 및 민간치료용 등 여러 용도로 이용이 가능한 건강기능성 식품으로 가능성을 얻게 되었고 ‘스파이시 차이(Spicy Chai)’라는 특별한 생강음료 원액 발효 제품을 개발하게 되었다.

2012년 12월 푸드보울(Foodbowl)의 한 가공식품 전문 엔지니어와 함께 레베카는 최초로 대규모 생산 공정을 성공적으로 마치게 되었고 하루에 생강원액을 2,000병까지 생산하는 것이 가능해졌다. 또한 그동안 문제가 되었던 이들 제품의 짧은 유통기한도 푸드보울 측 전문가들의 도움으로 해결점을 찾게 되었으며 국내 및 수출 시장 진출에 필요한 각종 식품 인증을 얻게 되었다. 대량생산이 가능해지고 인증까지 받게 된 하카노아 음료들은 국내시장뿐 아니라 더 넓은 수출시장을 겨냥하고 있다. 이미 하카노아 생강탄산음료 및 원액 제품들은 영국으로 최초 수출이 되었다(New Zealand Food Innovation Auckland Ltd 2013).

<sup>46</sup> 하카노아의 홈페이지 주소는 <<http://hakanoa-handmade.co.nz/>>이다.

## 4.2.4. 수출보험 지원 성공사례

### 가. 컬리스사(Culley's Ltd)

뉴질랜드 수출신용 관리국(New Zealand Export Credit Office: NZECO)<sup>47</sup>의 기능은 수출기업들에게 보험 및 신용(거래) 관련 (신용 보증)서비스를 제공하는 것이다. 직접 돈을 빌려주는 보조금 지원이 아니라 크고 작은 뉴질랜드의 수출 기업 혹은 개인들이 수출과정에서 재정적인 위험부담 요소를 최소화할 수 있도록 정부 부처의 제도적인 장치로 신용을 보증해 주는 방식으로 지원을 한다.<sup>48</sup>

수출이란 국경을 넘어 서로 정치, 경제 및 사회문화적인 환경이 다른 국가에서 다른 국가로 물건이 배달되고 돈이 거래되는 상거래이다. 수출기업은 수출과정에서 재난이나 갑작스러운 경제적 변동 상황에 의해 심각한 재정적 위협에 처할 수 있다. 혹은 바이어의 재정상황에 따라 지불이 늦어지는 상황이 수출에 어려움을 초래할 수도 있다. 중소기업의 경우 혹은 대기업일지라도 신규시장에 진출하여 신용거래 내역이 없던 바이어 혹은 신용 상태가 불안한 국가의 바이어를 상대로 처음 수출하는 경우 담보 등의 문제로 대부분의 (수출신용)보험회사들이 수출보험 상품 제공을 거부하는 경우가 종종 발생한다. 이와 같이 수출기업들이 수출과정에서 겪게 되는 재정적인 위기 혹은 그 부담을 최소화하기 위해 수출보험 관리국은 수출기업과 관련 은행, 보험회사 및 금융 거래처에 접근하여 수출기업의 재정적인 위기를 해소하고 원만한 수출 진행을 가능하게 한다. 특히 정부의 ‘2025년까지 수출이 GDP 40% 이상’이라는 국정지표에 따라 수출신용 관리국의 역할이 더욱 중요해지고 있다.

단기수출보험상품(Short-Term Trade Credit Insurance/Guarantee)은 특히

<sup>47</sup> 본 보고서에서 사용한 New Zealand Export Credit Office(NZECO)의 한글 명칭인 ‘뉴질랜드 수출신용 관리국’은 작성자의 영문 번역이다.

<sup>48</sup> New Zealand Export Credit Office(<http://www.nzeco.govt.nz>).

중·소규모의 농식품 및 음료 산업 기업들로부터 꾸준히 신청이 많은 서비스이다. 뉴질랜드 수출신용 관리국(NZECO)은 수출기업이 주거래 보험회사로부터 수출보험이 거절당한 경우 아래 해당 기업들에 한해 본 서비스를 지원하고 있다. 첫째는 민간 보험회사의 보상범위를 벗어나거나 해당 수출거래가 극히 제한적인 특정 바이어에 한정된 경우이며, 둘째로 대규모 수출회사가 신규시장에 진출하여 민간 보험회사의(해당 특정 바이어를 상대로) 거래 범위를 벗어난 경우이다.

수출거래에서 수출신용 관리국은 수출기업과 해당 보험회사 혹은 금융기관을 접촉하여 수출대상국(신규)바이어의 신용조사 결과가 양호한 경우 민간 보험회사의 보상범위를 벗어난 한도의 신용보험 부분을 최장 360일 기한 안에 보충해 줌으로써(Top-up cover), 수출기업이 겪게 될 재정적 위험을 최소화하여 중소기업의 수출확대를 돕는 서비스가 ‘단기 수출(신용)보험’이다.

단기수출보험 지원서비스 성공사례로 소기업 육가공회사인 ‘National Meats’ 사례를 제시하였다. National Meats사는 전형적인 뉴질랜드 중소기업으로 주로 식자재용 가공육 제품을 생산·수출하는 육가공 회사이다. National Meats사는 2009년 초반 보험사 측으로부터 당사 주 거래처인 영국 바이어로 인해 수출신용보험이 불가하다는 통보를 받게 되었다. 이 수출보험은 National Meats사가 주거래은행으로부터 다양한 금융지원을 받는 데 필수적인 것이었다. 만약, 수출계약을 담보로 은행으로부터 대출을 받아 시설투자를 더 늘리지 못한다면 수출계약을 취소하는 것 외에는 마땅한 해결 방법이 없었다.

뉴질랜드 수출신용 관리국은 이러한 상황을 조사한 결과 긍정적으로 판단하여 영국 바이어의 신용도를 인정하고 National Meats사에 단기수출신용보증(Short Term Trade Credit Guarantee)을 승인하게 되었다. 이에 따라 National Meats사는 은행으로부터 가공시설 확대를 위한 설비투자에 필요한 자금지원이 가능하게 되었고, 부가가치가 높은 고품질의 National Meats사 육가공 제품들을 계속 영국에 수출할 수 있게 되었다(New Zealand Export Credit Office 2009).

## 5. 시사점

미국과 뉴질랜드의 수출지원사업은 우리나라 가공식품 수출지원정책 수립에 있어서 지원타당성, 지원방향, 지원사업 개선방향, 신규사업 발굴 등에 있어서 많은 시사점들을 주고 있다. 외국사례 분석결과 도출된 시사점들의 주요 내용은 제5장 가공식품 수출의 효율적 지원방안 제시 근거로 활용하였다.

해외 농식품 수출지원사례의 시사점으로는 첫째, 가공식품 주요 수출국들은 수출증대를 위해 범국가적인 차원에서 다양한 사업을 지원하고 있다. 중장기적으로 2025년, 2030년까지 수출목표를 설정하고 수출지원 전략을 추진하고 있다. 우리나라는 현재 2017년까지 수출목표를 설정하여 추진하고 있는데 더 중장기적인 차원에서 방향을 설정할 필요가 있다.

표 4-3. 가공식품 주요국 수출 특징과 국내 지원정책 활용 부문

주요 수출동향 및 특징	효율적 지원방안 활용
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국</li> <li>-수출대상국 중 중국, 필리핀 등 신흥시장 증가율이 평균 이상</li> <li>-축산 및 원예가공품의 수출성장률 높음</li> <li>• 뉴질랜드</li> <li>-최고 수출대상국은 중국</li> <li>-유아용 낙농가공제품, 혁신상품, 와인 등 음료 수출성장률 높음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농식품 수출증대 목표 중장기적 설정 필요</li> <li>• 가공식품 수출지원의 타당성 제시에 활용</li> <li>-가공식품 주요 수출국의 인접 수출유망 시장 진출에 대한 대응</li> <li>• 가공식품 수출 중점국가와 수출품목 우선 순위 설정</li> <li>-국내 가공식품 수출 타깃 국가 설정(중국, ASEAN 국가)</li> <li>-타깃 품목 설정(원예/낙농 가공식품)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국</li> <li>-인터넷을 통한 가공식품 수출량 빠르게 증가함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 지원사업 개편 및 강화</li> <li>-국가 간 인터넷 거래기반 지원사업 강화</li> </ul>

둘째, 가공식품 수출 주요국들은 중국과 아시아 신흥시장들을 가공식품 주요 수출대상 국가로 설정하고 원예 및 낙농가공식품을 주요 타깃 품목으

로 추진하고 있으므로 우리나라 가공식품 수출 주력 대상국가 및 품목을 선정할 때 고려할 수 있다. 인터넷을 통한 가공식품 수출증대는 인터넷 거래기반을 강화하는 데 활용할 수 있다.

셋째, 주요국의 수출지원체계로부터 얻을 수 있는 시사점은 국제 협상의 수출보조금 축소 가능성에 대응하여 수출인프라를 강화하고 비관세장벽으로 인해 발생하는 수출장애 해결을 지원하는 사업 강화의 필요성을 보여주고 있다. 해외사례로 얻을 수 있는 신규사업 추진 및 강화 분야는 농식품 수출의 검역 및 통관 애로사항을 해결할 수 있는 지원사업과 가공식품의 안전성을 강화할 수 있는 시설 및 관리 프로그램 지원이다. 또한 현재 국내에서 지원하고 있는 사업이기는 하지만 지원이 미약한 수출상품화사업을 수출유망품목 발굴 단계에서부터 기술개발단계, 파일럿생산, 제품화, 수출시장 진출 및 정착단계까지 밀착형 컨설팅 사업구조로 강화하는 방안이 필요하다. 수출보험 및 금융지원도 미국과 뉴질랜드에서 중요하게 작동하고 있는 지원 사업이므로 국내에서도 활성화시킬 필요가 있다.

표 4-4. 가공식품 주요국 우수사례 특징과 국내정책 활용 부문

주요 우수사례 및 특징	효율적 지원방안 활용
<input type="checkbox"/> 기술개발·밀착형컨설팅 사례 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-온라인 상품소개책자 지원</li> </ul> </li> <li>• 뉴질랜드                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-칼라한 혁신처 컨트롤타워 기능</li> <li>-기술혁신센터 연구개발 지원 및 기술개발 혁신센터 운영</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출지원 강화 부문                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-고부가가치 가공식품(포장제품) 수출</li> </ul> </li> <li>• 기존 지원사업 개선                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-온라인 북, 팜플렛 제작지원</li> </ul> </li> <li>• 신규사업                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-식품가공 혁신적 아이디어 중·소규모 기업 및 농업인 대상 상담 및 지원서비스</li> </ul> </li> <li>• 가공식품 수출지원 컨트롤타워 운영</li> </ul>
<input type="checkbox"/> 수출보험 지원 성공사례 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 뉴질랜드의 단기보험 지원서비스                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-수입국 바이어의 신용도를 인정받아 생산시설 설비투자와 육가공제품 수출에 성공</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 중·소규모 수출업체의 수출보험 이용 활성화를 위한 지원방안 필요</li> </ul>

넷째, 외국의 수출지원사업 성공사례로부터 얻을 수 있는 시사점은 중·소규모 수출업체 중심으로 지속적으로 해외시장 홍보 및 마케팅 활동을 할 수 있도록 지원할 필요가 있다는 것이다. 개별 중소기업들 입장에서는 관심을 가지고 있는 해외시장에 대해 정보가 부족하고 어떤 경로를 통해 수출할 수 있는지도 잘 모르는 경우가 많다. 또한 대부분의 중소 수출업체들은 수출이 유망한 상품으로 예상하지만 해외에서 마케팅활동을 하기에는 비용부담이 커서 적극적으로 수행하기 어려운 경우가 많다. 따라서 개별 중소기업들이 수행하기 어려운 제품개발 및 유통과 관련된 기술개발 지원과 대량생산을 가능하게 하는 생산 지원, 수출시장 진출 및 정착과 관련된 지원사업이 필요하다.

한편, 전 국가적인 차원에서 가공식품 수출과 관련된 기능들을 총괄적으로 관리하여 효율성을 높이기 위한 컨트롤타워 기능을 수행하는 부처 및 기관을 육성할 필요가 있다.

표 4-5. 가공식품 주요국 수출지원사업 특징과 국내정책 활용 부문

주요 수출지원사업 특징	효율적 지원방안 활용
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-수출금융지원과 국제무역협상, 검역 및 통관 지원프로그램, 안전성관리체계 강화</li> </ul> </li> <li>• 뉴질랜드                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-보조금 지원이 없음</li> <li>-국가적인 차원에서 수출규제 장벽 해소, 식품 및 음료산업 정보제공</li> <li>-순수 과학기술을 기업초기 창업 활동과 벤처투자에 맞추어 지원</li> <li>-수출유망국가·품목 지원 강화 (중국, 농식품 및 음료산업 부가 가치 부문 집중)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출지원체계 개선                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-수출보조금 폐지에 대응한 수출기반지원 사업 강화</li> <li>-외국의 국제협상, 비관세장벽 개선노력에 대응</li> </ul> </li> <li>• 신규사업 발굴 분야                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-검역 및 통관지원/ 안전성관리기준/수출 시장 정보 D/B 제공</li> <li>-안전성관리 시설자금/관리 프로그램 지원</li> <li>-기존 수출상품화사업은 신규사업으로 확대하여 기능 강화 및 우수사례 확대</li> </ul> </li> <li>• 기존지원사업 개선                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-수출보험 및 금융지원사업 활성화</li> </ul> </li> </ul>



## 1. 기본 방향

### 1.1. 수출보조금 감축 유도

가공식품 수출지원사업의 기본 추진방향은 크게 두 가지를 고려하여 설정하였다. 첫 번째는 수출보조금 지원은 국제무역협상 쟁점사항에 따라 향후 축소될 가능성이 높으며, 무역이론에서 수출보조는 사회적 후생손실 (net social welfare loss)을 발생시키므로 정부의 수출보조금은 감축하는 방향으로 지원해야 한다. 둘째, 정부의 제한된 예산범위 내에서 수출지원성과를 최대한 높일 수 있도록 효율적으로 지원해야 한다.

국제협상 쟁점사항들 중에서 수출지원사업 가능성 및 제약사항에 대해 검토해야 할 주요 사안은 WTO DDA의 수출보조금지원이다. WTO 제9차 각료회의(2013. 12. 7.)에서 수출보조 철폐에 관한 홍콩각료선언(2005) 재확인과 수출보조 감축기조 유지를 촉구하는 각료선언을 합의하였다. 현재 개도국의 수출보조금 지원 축소 및 철폐에 대해서 완전히 합의되지 않은 상태이지만 DDA 모델리티 4차 수정안을 이행할 경우 수출물류비지원을 축소해야 할 가능성이 높다. 따라서 본 연구에서 수출물류비지원 보조는 수출업체 수요가 가장 높음에도 불구하고 향후 지원예산을 축소하고 대신 수출인프라 부문을 강화하는 것을 기본방향으로 설정하였다.

표 5-1. DDA 수출 관련 모델리티 수정안과 MC9 각료 선언문 주요 내용

구분	모델리티 4차 수정안	MC9 각료선언문
수출 보조	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2013년 선진국 완전 철폐(개도국 2016년 철폐)</li> <li>• 농업협정 9.4조(개도국 수출물류비지원 등)에 따른 지원은 5년 후인 2021년 철폐</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2005 홍콩각료선언의 수출보조 철폐 등 개혁의 중요성 재확인</li> <li>• 농업 모델리티(Rev.4)가 향후 논의의 주요 기초 중 하나임을 확인</li> <li>• 수출보조 및 수출신용 등 조치의 감축 기초 및 감축 약속 이하 수준 유지</li> </ul>
수출 신용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상환기간 최대 180일(개도국은 360일로 시작, 4년차 180일 조정)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출경쟁 이슈를 최우선 과제로 하고 농업위원회에서 매년 집중 논의</li> <li>• 사무국이 회원국의 수출신용, 식량지원, 수출 국영무역 정보를 취합, 제공</li> </ul>

주 1) 수출국영무역 및 식량원조는 G20 제안 대상에서 제외됨.

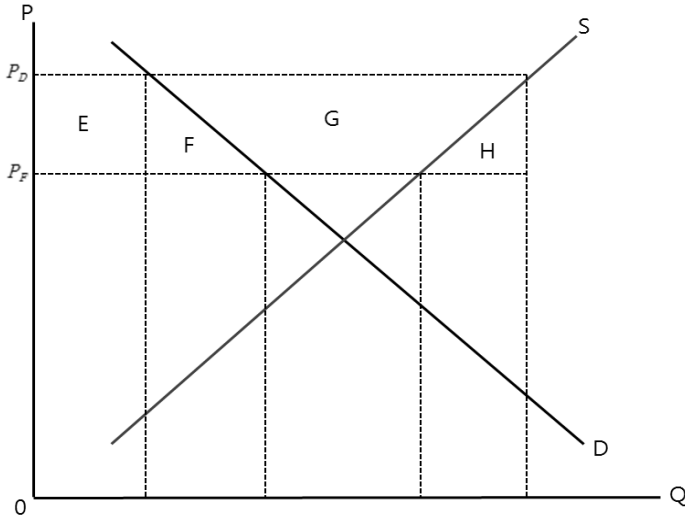
2) MC9은 WTO 제9차 각료회의를 의미함.

자료: 문한필 외(2014: 190). 『2013 DDA 협상과 향후 대응방안』. 한국농촌경제연구원.

한편, 정부의 수출지원은 수출물류비지원 외에도 <그림 5-1>과 같이 후생손실을 초래하는 생산자·수출업체에 대한 보조사업이 존재한다. 수출보조금의 직접적인 지원은 소비자 후생손실을 유발할 수 있음을 감안해야 한다. <그림 5-1>은 수출보조의 사회적 후생 감소효과를 보여준다.<sup>49</sup> 수출보조를 시행함으로써 국내가격은  $P_d$ 로 인상되고, 면적 (E+F+G)만큼의 생산자잉여가 발생한다. 하지만 소비자와 정부는 오히려 후생이 감소하는데 소비자 잉여는 (E+F)만큼, 정부는 재정지출 면적인 (F+G+H)만큼 잉여가 감소한다. 증가한 잉여인 (E+F+G)에서 감소한 잉여인 (E+F+G+H)를 제한만큼인 (F+H)의 순사회적 손실(Net social welfare loss)이 수출보조로 인해 발생하게 된다. 따라서 무역이론 측면에서 사회적 후생손실을 최소화시키기 위해서는 수출지원은 수출물류비지원 등 직접보조 지원방식을 지양하고 간접적으로 지원하는 전략이 바람직하다.

<sup>49</sup> 한국농업경제학회(2012) 『농업경제학』 pp.442~463 내용을 요약·정리하였다.

그림 5-1. 수출보조로 인한 사회적 후생 감소 효과



주:  $P_f$ 는 자유무역 때 형성되는 가격,  $P_d$ 는 수출보조금 지원시 상승가격임.  
 자료: 농업경제학(2012: 464).

한편, 사회적 후생손실을 줄이기 위해서는 수출보조금 지급을 축소하고 대신에 수출상품이 독점이윤을 누릴 수 있도록 기술개발 등 제품차별화가 가능한 사업을 지원하는 것이 바람직하다.

무역이론에 따르면, 전통적 무역이론에서는 국가 간에 부존자원 여건이나 기술격차가 비교우위에 영향을 미치며, ‘산업 간 무역’이 많은 무역흐름의 설명력을 지니고 있다. 하지만 최근의 무역흐름은 동일한 산업 내의 상품을 수출하는 동시에 수입도 하는 무역형태가 선진국 간 무역에서 빈번하게 관찰되고 있다. 이를 ‘산업 내 무역(intra-industry trade)’라고 부르며, 이는 비교우위에 기초한 전통적 무역이론으로는 명확하게 설명할 수 없다. 우리나라와 무역상대국 간에 ‘가공식품’이라는 동일한 산업 내 서로 다른 성질의 제품을 수출하는 동시에 수입하는 것 또한 산업 내 무역의 한 형태로 이해할 수 있다.

국가 간에도 기술이나 부존자원이 유사한 경제구조라면 동일한 산업생

산에서 상품에 독특한 특성을 부여함으로써 다른 나라 상품과 차별화시킬 수 있다. 각국 기업들의 제품차별화를 통한 독점적 경쟁구조의 강화 역시 시장개방을 통한 소비자 후생증가 가능성을 열어줌으로써 중요한 무역의 원인이 된다. 따라서 차별화된 제품의 해외시장 진출확대를 위해서는 차별화된 상품의 기술개발과 상품화, 인프라구축, 인지도 제고 등과 수출활동 주체들의 고정비용을 줄여줄 수 있는 정책지원이 필요하다.

## 1.2. 수출지원예산의 효율성 극대화

수출지원사업을 효율적으로 추진하기 위해서는 제한된 예산 범위 내에서 지원성과를 최대한 높일 수 있도록 수출지원체계를 개선해야 한다. 2014년 수출지원 예산은 5,081억 원이며, 향후 단계적으로 축소되어 2013년 대비 2017년 예산은 24.7% 감소될 계획이다. 따라서 향후 수출지원사업 예산을 더욱 효율적으로 사용하되 보조사업과 융자사업, 신선농산물과 가공식품 부문 간에 적절히 배분하여 운영할 필요가 있다.

농식품 수출을 확대하기 위해서는 기술개발 단계에서부터 상품화, 검역 및 통관, 수출시장 개척, 수출시장 정착 단계까지 다양한 노력과 지원이 필요하다. 이러한 다양한 단계에 걸쳐 수출애로사항을 해결할 수 있도록 지원하고 지원예산을 효율적으로 집행하기 위해서는 수출 품목별, 수출 국가별로 수출 기능을 조정할 수 있는 강력한 컨트롤타워 기능이 있어야 하며, 이 기능을 통해 수출지원사업 기능을 활성화시킬 수 있는 시스템을 구축해야 한다. 뉴질랜드의 경우 “칼라한 혁신처”를 중심으로 지원창구를 일원화하고 있으며, 일본은 “수출전략실행위원회”를 통해 지원창구를 일원화하는 노력을 하고 있다. 컨트롤타워 기구가 실질적으로 영향력 있는 기능을 수행하기 위해서는 수출지원 자금을 효율적으로 배분시키는 기능도 가지고 있어야 한다. 현재 한국에서는 농림축산식품부뿐만 아니라 산업통상자원부, 미래창조과학부 등 관련부처와 KOTRA, 중소기업진흥공단, aT 등 수출지원 관련 기관들의 지원기능 및 역할을 재정리할 필요가 있다.

가공식품 수출지원사업을 체계적으로 개선하기 위해서는 비효율적이거나 축소가 필요한 사업은 지원을 축소하되 수출업체 수요가 높거나 국내 농업과 연계성이 높아 지원강화가 필요한 부문에는 예산을 증액하고 지원 목적이 유사한 사업들은 범주화시키거나 중복되는 기능들을 조정하여 지원성과를 높이고, 현재 활용도가 낮은 지원사업들은 수요자 측면에서 사업을 활성화시킬 수 있는 개선방안을 제시하였다. 가공식품 수출지원체계의 효율성을 검증하기 위해서는 수출지원사업의 성과평가 시스템을 마련해야 하며, 이를 위한 지원 및 수출실적, 수혜기업 업체현황 등이 입력된 D/B가 관리되어야 한다. 한편, 가공식품 부문에 초점을 맞추어 사업을 지원할 때 지원성과와 효율성을 높일 수 있도록 정책지표별 지원사업의 우선순위를 제시하였다. 또한, 가공식품 부문에 초점을 맞춘 지원사업이 미흡하기 때문에 신선농산물 지원과 차별화시킬 수 있는 신규사업도 제시하였다. 이러한 지원사업의 개선방안 제시 내용들은 본 연구의 분석결과를 근거자료에 기초하였다.

국내 농식품 수출목표 설정과 관련해서는 뉴질랜드와 일본의 사례를 참조하여 작성하였다. 현재 우리나라의 수출목표는 2013년 수출액 57.2억 달러에서 2017년 두 배 수준인 100억 달러를 달성하는 것으로 설정하였는데 더 중장기적인 목표설정이 필요하다. 뉴질랜드와 일본의 수출목표는 2025년, 2030년 목표를 설정해놓고 있다. 뉴질랜드는 수출목표를 향후 10년 뒤 현재의 2~3배로 확대하는 것으로 설정하였다. 일본은 수출목표를 더욱 적극적으로 설정하여 2020년에 현재의 두 배 수준, 2030년에는 열 배 수준을 달성하겠다고 발표했다. 현재 수출성장의 두 배 수준을 달성하는 것은 우리나라가 더 빨리 달성하는 것으로 설정했지만 장기적인 관점에서의 목표 설정은 미흡하기 때문이다.

가공식품 수출을 위한 주력 시장과 품목 선정에는 국내 농식품 수출동향과 해외사례, 산업연관분석결과에 근거하여 주력시장은 중국과 ASEAN으로, 주력 품목은 원예·축산 가공품과 기타 가공식품으로 설정하였다. 뉴질랜드의 경우, 수출확대를 위한 10대 전략사업 중 첫 번째가 500대 핵심 수출기업 육성, 두 번째는 수출 영향력이 강한 프로젝트 추진, 네 번째에 해

외 수출시장에서의 효율성 극대화가 포함되어 있다. 그리고 최우선 순위 수출시장을 “중국”으로 설정하고, 집중분야는 “농식품 및 음료 산업 부가가치 제고”를 포함한다. 이는 수출확대를 위해 주요 수출기업 육성과 수출 증대 효과가 큰 사업의 지원을 강화하되, 수출시장에서의 효율성을 극대화하려는 노력으로 요약할 수 있다. 중국시장 수출확대에 최우선적으로 집중하여 농식품 수출 부가가치 제고를 중요한 전략으로 추진하고 있다.

국내 수출지원사업도 국내 농산물을 이용한 가공식품 수출지원을 강화할 필요가 있다. 산업연관 분석결과 가공식품 부문 중에서 전체 산업 부문 및 농림축산 부문에 파급효과가 가장 크게 나타난 분야는 기타식료품 부문이며, 과일 및 채소가공품, 차류, 인삼 및 건강보조식품 등 국내 농업과 연계성이 높은 품목들을 포함하고 있다. 국내 농식품 수출동향에서 수출증가율이 두드러지게 큰 품목 또한 유자차, 홍삼, 고추장, 막걸리, 조제분유 등 국내 원료농산물 이용비율이 높은 품목이다. 이들 품목이 중국 등 신흥시장에서 성장 가능성이 커질 것으로 예상되기 때문에 국내 가공식품 수출확대 전략품목도 중국을 주요 타겟 시장으로 설정하여 국내 농산물을 원료로 한 고부가가치의 “기타 가공식품”을 발굴하고 상품화하여 수출을 확대할 수 있는 지원사업을 강화해야 한다.

세부 수출지원사업 중에서 지원축소 대상사업, 범주화 및 확대 대상사업, 활성화 대상사업의 구분은 국제협상에 따른 수출물류비지원 축소 가능성, 수출지원성과 분석결과에 따라 정리하였다. 수출보조금과 지원성과가 낮은 품목 지원을 축소하는 대신에 지원사업 확대가 필요한 부문과 수출인프라 부문으로 지원을 강화한다. 기업 수요가 높은 사업이지만 활성화되지 않은 사업들은 활성화시킬 수 있도록 지원방안을 개선해야 한다.

표 5-2. 가공식품 수출지원 성과분석결과의 활용방안

지원사업 문제점	분석내용 및 방법	주요 분석결과	효율적 지원방안 제시활용
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국제무역환경 및 여건변화 대응 미흡</li> <li>- DDA 협상 쟁점사항 대응</li> <li>- 주요국 가공식품 수출 확대 강화 전략 대응</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DDA 협상 모델리티 수정안과 발리 패키지 협상의 수출보조비 지원 지속가능성 검토</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출보조 감축 추진 - 농업협정 9.4조 (개도국 수출물류비지원 등 지원)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국제협상 내용에 맞는 지원사업 개편 필요</li> <li>- 수출물류비지원 등 보조지원사업을 축소하고 그 대신 인프라 지원강화 근거로 제시</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 산업 내 무역이론에서 보조비 축소 및 수출인프라 지원확대 이론 검토</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출업체의 고정비용 절감 가능한 연구개발 및 인프라 지원사업분야 확대 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출고정비용 줄일 수 있는 인프라 부문/상품차별화 지원 강화 근거자료로 활용</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 산업연관분석 통한 수출증대 파급효과 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국민경제 및 농업 분야 파급효과 제시</li> <li>• 산업 및 농림축산 부문 파급효과 큰 부문은 기타식품 품목</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출지원사업 타당성 근거자료로 활용</li> <li>• 수출지원사업 강화 품목 근거로 활용</li> <li>- 기타식품: 과실 및 채소가공품, 기타 농식품</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외사례 분석으로 가공식품 지원확대 필요성 확인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주력시장: 중국, 신흥시장(ASEAN)</li> <li>• 주력품목: 원예 및 축산가공품/ 기타 가공식품</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 주력시장과 주력품목 제시에 활용</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주요 수출국가와 주력품목 및 수출목표 파악</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요국의 수출목표 설정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 수출목표 중장기 방향설정에 활용</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출보조금 감축과 연구개발(R&amp;D), 수출상품화사업을 강화하고 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 수출업체 지원사업 추진 지원 강화 부문 근거자료로 활용</li> </ul>

(계속)

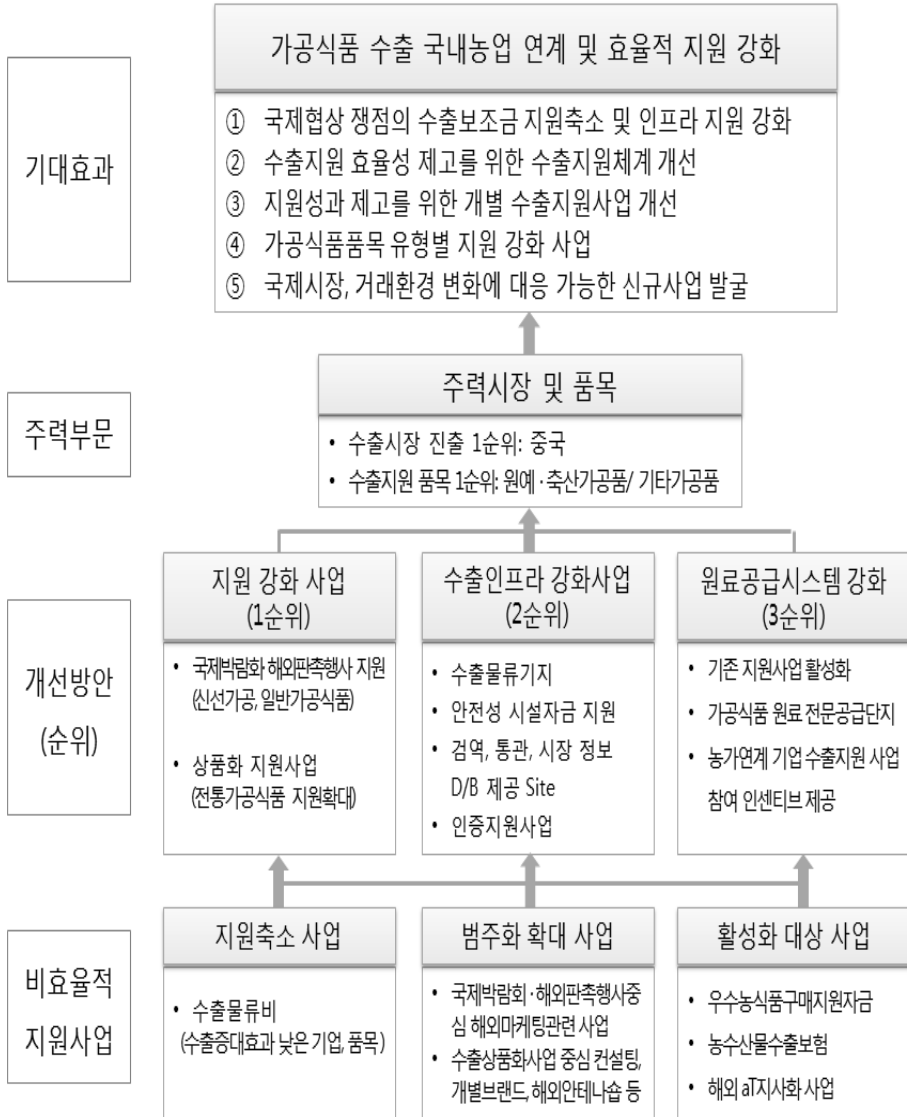
지원사업 문제점	분석내용 및 방법	주요 분석결과	효율적 지원방안 제시 활용
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 수출지원사업 성과 평가 시스템 미흡</li> <li>-지원사업 성과 평가 위한 D/B화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출지원사업 성과 정량적 평가</li> <li>-지원사업 주 수요자인 수출업체 참여 성과 및 향후 수요 FGI 분석</li> <li>• 지원사업 수출증대 효과(PSM) 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출지원사업 평가항목별, 추진방향 지표별 유효지원사업 도출</li> <li>• 제한적으로 유효수출지원 도출</li> <li>• 품목유형별 유효지원사업/사업지원 우선순위 도출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지원사업실적 D/B 구축 필요성 근거자료로 활용</li> <li>-지원실적과 수출액, 업체현황 등</li> <li>• 전체 수출지원사업 수출증대 영향변수 제시</li> <li>• 제5장 1절의 지원사업 기본 추진방향 제시에 활용</li> <li>• 가공식품 수출지원사업 유형별 지원방안 제시에 활용</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 가공식품의 국내산 원료이용 비중 낮음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 원재료 사용 실태</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내산 원재료 사용비율이 저조함 (물량기준 29.7%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내산 원료이용률을 높이기 위한 지원사업 개선 근거자료로 활용</li> <li>-국내산원료의 안정적인 공급시스템 구축기업 (예: 계약생산, 생산단지) 지원사업 참여기회 확대</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품 부문 수출지원 체계 미흡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출지원사업 변화 및 특징</li> <li>• 지원사업 예산 동향</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출지원사업 예산 증가 추세지만 향후 5년간 감소계획</li> <li>• 수출물류비지원 비중 축소 추이</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제약된 예산 하에서 효율적 지원의 필요성 근거로 활용</li> <li>• 가공식품 부문 수출지원사업을 수출단계별로 분류하여 지원성과 분석대상으로 활용</li> </ul>

(계속)

지원사업 문제점	분석내용 및 방법	주요 분석결과	효율적 지원방안 제시 활용
<ul style="list-style-type: none"> <li>가공식품 분야 지원 순위</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출전문가 AHP 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가공식품 지원사업 우선순위 도출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출지원사업 부문별 및 세부사업 지원 우선순위 제시</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>가공식품 수출 지원 전략 미흡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가공식품 수출지원사업 정량적·정성적 평가</li> <li>수출전문가 FGI분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출지원사업 평가 항목별·추진방향별 유효사업 도출</li> <li>수출지원사업 개선 사항 도출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출지원사업 개선 기본방향 제시에 활용</li> <li>평가항목별 유효사업 제시</li> <li>-지원 확대·축소사업</li> <li>사업개선방안제시</li> <li>-유사사업 범주화</li> <li>-밀착형 컨설팅 수출 상품화사업</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>가공식품 부문 신규사업 추진 저조</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외 주요국 가공식품 지원동향 및 특징</li> <li>해외 주요국 가공식품 수출지원내용 검토</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가공식품 수출지원사업 종류와 지원내용·지원체계 제시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출기능 컨트롤타워 제시 근거</li> <li>개별지원사업 개선방안 제시 활용</li> <li>-수출보험지원강화</li> <li>-수출 과정 밀착형 컨설팅형 수출상품화 사업</li> <li>신규사업 제시</li> <li>-인터넷거래강화 지원사업</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>가공식품 수출업체 수요 및 맞춤형 지원 미흡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출업체 전문가(FGI) 분석을 통한 정성적·정량적 평가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출업체 수요에 맞춘 지원사업 개선 사항과 신규사업 발굴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>개별지원사업 개선방안 제시에 활용</li> <li>-유사사업 범주화</li> <li>-정체사업 활성화</li> <li>신규사업 제시</li> <li>-안전성관리시설 및 프로그램 지원</li> <li>-인터넷거래기반 강화 지원사업</li> </ul>

주: 전체 수출지원사업 문제점은 선행연구, 수출업체, 정책담당자 면담내용을 종합하여 작성함.

그림 5-2. 가공식품 수출지원사업 효율적 지원 체계도



## 2. 효율적 지원 방안

### 2.1. 수출지원사업 우선순위 설정

#### 2.1.1. 가공식품 수출지원사업 부문별 중요도

가공식품 부문 수출지원사업 부문별 상대적인 중요도는 해외시장개척·해외마케팅 부문(가중치 0.339)로 가장 중요하게 나타났다. 다음으로 수출물류·검역·통관 부문(0.231), 생산·조직 부문(0.165), 안전성관리 부문(0.164), 금융·보험 부문(0.100) 순서로 중요하게 나타났다. 가공식품에 대한 수출지원 사업은 해외시장개척과 마케팅 활동에 상대적으로 더 중요도를 높이 설정하고 추진하는 방안이 필요하다.

가공식품 수출지원정책 평가지표별로 가공식품 수출지원의 최우선적인 목표를 ‘수출목표’ 달성으로 설정할 경우 첫째, 시장개척·해외마케팅, 둘째, 수출 금융·보험 부문 지원 사업을 우선적으로 지원하는 방안이 바람직하다. 한편, 정책평가 지표에서 수출지원사업 투입 비용보다 발생한 편익이 더 커야 하는 ‘효율성 측면’에서도 시장개척·해외마케팅 지원사업이 가장 중요한 것으로 나타났다.<sup>50</sup> 해외시장 개척과 해외마케팅 부문 지원사업의 중요성을 보여준다.

<sup>50</sup> 가공식품 수출지원사업 강화 부문을 정할 때 제약된 예산 범위 내에서 지원 부문별, 정책지표별 중요도를 정하고 우선순위에 따라 지원할 경우 지원성과를 최대화시킬 수 있을 것이다. 따라서 수출전문가들이 평가하는 지원사업의 우선순위를 판단할 필요가 있다. 현재 지원되고 있는 5대 부문 29개 세부 수출지원 사업을 가공식품 부문에 초점을 맞출 경우 어떤 지원부문과 지원사업이 상대적으로 더 중요할 지를 수출전문가들을 대상으로 조사하여 분석한 결과이다. 한국농촌경제연구원이 2014년 7월에 수출업체, 연구기관, 지원기관 등 수출전문가 총 42명을 대상으로 조사하였으며, 소속기관별 응답자수는 수출업체 19개 명, 정부기관 8명, 연구기관 10명, 대학 5명이다. 조사표는 부록 2 참조.

표 5-3. 가공식품 수출지원사업 우선순위 평가

부문별 우선순위 중요도		우선 순위	평가기준에 따른 중요도			
부문	가중치		효율성	효과성	시행 가능성	정책 수용성
생산·조직	0.165	3	0.012	0.013	0.029	0.019
안전성관리	0.164	4	0.033	0.042	0.055	0.034
시장개척·해외마케팅	0.339	1	0.072	0.105	0.101	0.061
물류·검역·통관	0.231	2	0.051	0.061	0.074	0.044
금융·보험	0.100	5	0.022	0.030	0.025	0.022

자료: 농식품 수출전문가 조사(2014. 8.).

세부지원사업 중요성은 AHP 분석결과와 FGI 회의결과에서 비슷하게 나타났다. 수출지원사업 부문별 세부지원사업별로는 생산·조직 부문에서 수출상품화사업, 안전성관리 부문에 잔류농약검사비지원, 시장개척·해외마케팅 부문에 해외관측행사지원, 물류·검역·통관 부문에 수출해외전진기지 구축사업, 금융·보험 부문에 우수농식품구매지원자금 사업으로 나타났다. 가공식품 부문 수출지원 정책을 수립할 때 상대적으로 중요도가 높은 부문을 고려하여 우선순위를 정하고,<sup>51</sup> 가공식품 수출지원사업 성과분석을 위한 수출업체 조사를 실시할 때 분석대상 사업의 세부사업으로 설정하여 활용할 필요가 있다. 한편, 제시된 사업들은 상대적으로 지원 부문 우선순위가 높다는 의미이며, 다른 세부지원사업이 중요하지 않거나 시급하지 않음을 의미하는 것은 아니므로 동일 부문에서도 중요한 세부지원사업이 두 개라고 판단된다면 동시에 수행할 수 있을 것이다. 예를 들어 생산·조직 부문에서 수출상품화사업이 상대적으로 우선순위가 높다고 제시했지만 수출선도조직육성사업도 핵심 사업으로 추진한다면 같이 추진할 수 있다는 의미이다.

51 상대적으로 지원 중요도 및 우선순위가 반드시 예산배정의 크기를 의미하는 것은 아니며 지원 중점강화 부문임을 의미한다.

표 5-4. 가공식품 수출지원사업 부문별 상대적 중요도

지원 부문	중요도가 높은 세부지원사업
생산·조직 부문	수출상품화사업
안전성관리 부문	잔류농약검사비 지원
시장개척·해외마케팅 부문	해외판촉행사지원, 국제박람회참가
물류·검역·통관 부문	수출해외전진기지구축사업
수출금융·보험	우수농식품구매지원자금, 수출보험

- 주 1) 수출전문가 AHP 분석결과와 가공식품 수출업체를 대상으로 개최한 FGI(Focusing Group Interview) 회의결과를 종합하여 작성함.
- 2) 국제박람회참가는 우선순위가 차순위이지만 수출업체 수요가 높기 때문에, 수출 보험지원사업은 지원을 강화해야 한다는 의견이 많았기 때문에 중요도가 높은 사업에 포함시킴.
- 3) 물류·검역 부문에서 가장 중요하다고 나타난 사업은 수출물류비지원이지만 국제 협상 쟁점사항 등을 고려하여 제외시키고 차순위로 나타난 수출해외전진기지구축 사업을 제시함. 하지만 수출해외전진기지구축사업은 지원성과 평가결과 확대나 축소대상 사업에 혼재되어 나타나고 있는 사업임.

## 2.1.2. 가공식품 유형별 중점 지원사업

국내 가공식품 수출지원사업은 지원종류가 다양하고 신선농산물과 가공식품 유형에 따라 신청할 수 있는 사업대상도 다르다. 또한 다양한 지원사업은 가공식품 유형에 따라 지원성과도 다르게 나타나고 있다. 따라서 가공식품 부문 지원사업은 품목 유형별로 구분하여 차별화하고 지원을 강화할 경우 지원성과를 더 높일 수 있을 것이다. 다중회귀모형으로 추정하여 유의하게 나타난 지원사업과 표준화계수를 통해 분석된 지원효과의 크기를 판단한 후, 식품유형별 중점 지원사업을 제시하였다.

표 5-5. 가공식품 유형별 지원사업 우선순위

품목류	지원효과 순위 <sup>1)</sup>	수출지원 수출증대 유효사업
신선가공 식품	1 순위 그룹	해외관측행사지원, 국제박람회참가
	2 순위 그룹	해외바이어거래알선, 우수농식품구매지원자금
	3 순위 그룹	해외시장정보인프라구축, 개별브랜드지원사업
전통가공 식품	1 순위 그룹	-
	2 순위 그룹	-
	3 순위 그룹	글로벌 K-FOOD FAIR, 해외관측행사지원, 국제박람회참가, 해외바이어거래알선
일반가공 식품	1 순위 그룹	-
	2 순위 그룹	해외관측행사지원, 국제박람회참가, 해외바이어거래알선
	3 순위 그룹	글로벌 K-FOOD FAIR, 해외시장정보인프라구축, 개별브랜드지원사업, 우수농식품구매지원자금

주: 1순위 그룹은 지원효과 분석결과 3개 연도 모두 유의하게 나타난 지원사업, 2순위 그룹은 2개 연도, 3순위 그룹은 1개 연도에서 유의하게 나타난 지원사업을 제시함.

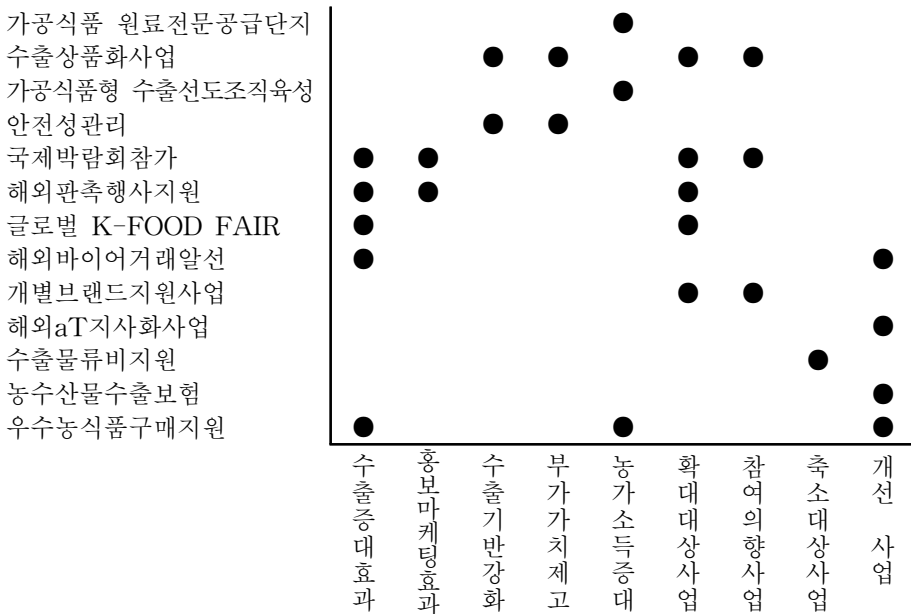
가공식품 수출지원사업 지원성도가 1순위그룹에 속하는 세부지원사업은 해외관측행사지원, 국제박람회참가, 우수농식품구매지원자금이며, 2순위 그룹은 해외시장정보인프라구축, 글로벌 K-FOOD FAIR, 3순위 그룹에는 개별브랜드지원사업으로 나타났다. 가공식품 품목 유형별로 신선가공식품은 해외관측행사지원, 국제박람회참가 순서로, 전통가공식품은 글로벌 K-FOOD FAIR, 해외관측행사지원, 국제박람회참가, 해외바이어거래알선 순으로, 일반가공식품은 해외관측행사지원, 국제박람회참가, 해외바이어거래알선 순으로 나타났다. 개별브랜드지원사업은 전문가 FGI 결과 축소 및 확대 방향이 명확하게 나타나지 않았지만 OLS 추정결과에서 신선가공식품과 일반가공식품 부문에서 유효한 사업으로 나타나고 있다. 따라서 개별브랜드지원사업은 지원 품목 유형별로 지원을 차별화 시킬 필요가 있다. 가공식품 품목 유형별로 지원정책을 차별화시키고자 한다면 유형별로 지원성도가 높게 나타나는 사업 중심으로 지원할 필요가 있다.

## 2.2. 정책추진 방향별 지원 강화사업

가공식품 수출지원성과를 높이기 위해서는 지원성과가 높은 사업과 정책방향 지표별로 유효성이 높은 사업 중심으로 지원할 차별화시킬 필요가 있다. 수출지원성과를 정량적, 정성적으로 평가한 결과 평가항목별 유효사업 내용을 <그림 5-4>과 같이 정리하여 제시하였다.

수출지원사업 추진방향 지표별로 수출증대 효과를 높이기 위해서는 우수농식품구매지원자금, 해외관측행사지원, 국제박람회참가, 글로벌 K-FOOD FAIR 사업을 강화해야 한다. 수출기반강화와 가공식품의 부가가치를 높이기 위해서는 수출상품화사업과 안전성관리 지원사업 강화가 요구된다. 농가소득 연계를 강화시키기 위해서는 우수농식품구매지원자금을 활성화시키고 가공식품 원료공급사업, 가공식품형 수출선도조직을 육성해야 한다.

그림 5-3. 가공식품 수출지원사업 평가항목별 유효 지원사업



주: ●는 수출지원사업 평가항목별로 해당되는 유효 수출지원사업을 의미함.

### 2.3. 유사사업 범주화 및 지원 강화

지원사업 목적이 유사하거나 통합적으로 지원할 필요성이 있는 사업은 더 큰 틀에서 범주화하여 지원사업의 원래 지원목적에 효율적으로 달성할 수 있도록 기능을 강화하는 방식으로 개선되어야 한다. 기존의 중복되는 역할이나 기능들은 통합하고 수출업체 수요가 높은 사업내용으로 지원을 강화해야 할 것이다.

가공식품 수출업체 조사결과에서 인지도와 선호도, 만족도가 가장 높게 나타나는 사업은 국제박람회참가, 수출상품화사업, 해외관측행사지원이다. 가공식품 부류별로 선호도 및 만족도를 고려하여 지원강화 사업을 선정할 수 있다. 전통가공식품의 경우 수출상품화사업의 인지도와 만족도가 높으며, 일반가공식품은 해외관측행사지원의 선호도가 높다. 향후 가공식품업체들이 특히 전통가공식품 부문에서 확대되기를 바라는 사업은 수출상품화사업이며, 신선가공 식품업체와 일반가공 식품업체는 해외관측행사지원이 가장 확대되기를 바라고 있다.

수출상품화사업은 수출역량 강화와 부가가치를 높이는 데 특히 중요하고 수출업체 수요가 높은 사업이다. 따라서 수출상품화사업은 기술개발에서부터 수출시장 진출까지 일괄지원 시스템을 갖출 수 있도록 지원 범위와 예산을 확대해야 한다. 수출 아이디어 상품에 대한 연구개발 단계에서부터 수출시장 마케팅까지 가능성 있는 품목을 선택하여 집중적으로 지원하는 방식으로 개선되어야 하며, 유망상품 개발단계에서부터 해외시장 입점, 판매, 확산단계까지 지속적이고 일괄된 지원이 필요하다. 수출상품화사업 기능과 연계를 강화시킬 수 있는 사업은 개별브랜드지원사업, 수출컨설팅, 샘플통관운송비지원, 해외aT지사화사업 등이다.

표 5-6. 가공식품 수출업체의 수출지원사업에 대한 의식

평가 항목	가공식품 유형	수출 상품화 사업	국제 박람회 참가	해외 관측 행사 지원	수출 물류비 지원	수출해외 전진기지	농수산물 수출보험	우수 농식품 구매 지원
인지도	전 체	2순위	1순위					
	신선가공		1순위	2순위				
	전통가공	1순위	1순위					
	일반가공		1순위					
선호도	전 체	2순위	1순위					
	신선가공		1순위	2순위				
	전통가공	2순위	1순위					
	일반가공		1순위	1순위				
만족도	전 체	2순위	1순위					
	신선가공		1순위	2순위				
	전통가공	1순위	1순위					
	일반가공		1순위					
확대 요망	전 체	1순위		2순위				
	신선가공	2순위	2순위	1순위				
	전통가공	1순위	2순위					
	일반가공			1순위		2순위		
축소 요망	전 체					1순위	2순위	
	신선가공					1순위	2순위	
	전통가공					2순위	1순위	
	일반가공						1순위	1순위

- 주 1) 가공식품 수출업체 조사결과(한국농촌경제연구원, 2014.9~10)를 참조하여 작성함.  
 2) 가공식품 수출지원 부문에 대한 수출업체 평가결과 나타난 순위를 제시한 결과임. 응답비율이 같은 경우에는 중복 표시하고, 1순위와 2순위 차이가 커서 의미가 적다고 판단되는 경우는 2순위 사업표시를 생략함.  
 3) 수출물류비지원은 확대요망사업 1순위, 인지도·선호도·만족도는 2순위로 높게 나타나지만 국제협상 규정상 축소 및 폐지될 가능성이 높으므로 순위 대상에서 제외시킴.

뉴질랜드의 상품화 관련 지원내용은 개별 농가나 기업의 입장에서 제품 아이디어에서부터 수출시장 개척단계까지 가능성이 있는 제품에 대해서는 밀착형 자문을 수행하는 기능이 차별화되어 있다. 뉴질랜드의 켈리스사의 핫소스 개발 및 수출사례, 하카노아 생강음료의 사례는 개인이 가진 아이디어의 가치 발견, 제품 생산에서부터 시설투자, 유통, 식품안전성 관리 시장 진출의 애로점을 해결하는 데 적극적으로 지원함으로써 세계 수출시장에 진출할 수 있도록 지원하고 있다. 한국도 개별기업의 수출가능성이 높은 혁신적인 아이디어를 발굴하여 연구개발에서부터 생산-마케팅-수출시장 진출 및 활성화 단계까지 일관성 있게 밀착된 지원이 가능한 지원구조를 갖추어야 한다.

<그림 5-4>에서 나타난 것처럼 해외마케팅지원 부문에서 국제박람회참가 외에 해외관측행사지원, 글로벌 K-FOOD FAIR는 해외마케팅 부문에 속하면서 수출증대 효과도 있으므로 지원을 강화할 사업이지만, 한편으로 지원 기능 및 목적의 유사성도 있으므로 사업을 범주화하거나 연계성을 강화해야 한다. 해외 마케팅사업은 국제박람회참가와 해외관측행사지원과 연계를 강화시킬 수 있는 사업은 해외바이어거래알선, 해외안테나숍운영 등이다.

## 2.4. 수출인프라 강화사업

가공식품 주요 수출국들은 직·간접 지원프로그램과 국제협상을 통하여 시장개척 및 확대, 관세인하, 비관세장벽완화 등을 유도하고 있으며, 수출 영향력이 강한 주요 부문에 집중적으로 수출확대 실천전략을 수립하고 있다. 이에 대응하여 한국도 주요국의 수출지원사업 프로그램과 국제규정의 빠른 이해 및 전파로 관세 및 비관세장벽 변화에 대응해야 한다. 세계무역기구의 직접보조의 감축 및 폐지방향을 이해하고 국내 농식품 수출지원사업들이 논쟁사항에 위반되는지를 검토하여 수출인프라 구축 등 가능한 한 간접지원 부문에 지원을 강화함으로써 중장기적으로 수출증대와 수출기반을 강화할 수 있도록 지원체계가 개선되어야 한다.

수출인프라를 강화할 수 있는 부문에 대해서는 수출보조금이 없는 뉴질랜드의 간접적인 수출기반 강화 지원사업을 참고할 수 있다. 뉴질랜드는 수출보조금이 없지만 간접지원방식으로 기술개발연구를 강화하는 대표적인 국가이다. 수출기반 강화를 위한 기술개발과 상품화를 위한 주요 지원 부문은 파일럿 플랜트 및 일종의 공동 실험실 운영, 혁신적인 아이디어를 가진 중·소 상공인 및 농업인들을 대상으로 상담 및 지원서비스 제공, 신제품개발 관련 기초적인 식품가공 공정분야 개발, 브랜드 및 식품포장기술 개발 지원, 수출시장 및 국내외 판로개척을 위한 정보제공, 인증 및 검역, 세관업무 관련 정보 제공 등이다.

특히 가공식품에 대해서 소비자들의 안전성에 대한 가치부여가 증대되면서 가공식품을 안전하게 생산하여 공급할 수 있는 시스템이 매우 중요해졌다. 현재 한국의 농식품 수출지원사업에는 가공식품의 안전성 관련 지원 사업이 없으므로 안전성을 제고시킬 수 있는 지원사업이 필요한 실정이다.

현재 가공식품 수출업체들의 안전성관리 부문에 대한 지원사업 수요는 안전성검사비용 지원 등 대부분 직접적인 보조금 지원에 관한 내용들이다. 이런 보조금지원 성격의 사업들을 직접 지원하기는 어려운 여건이므로 간접지원방식을 발굴해야 한다. 예를 들어 가공식품 안전성 관련 시설 자금 지원, 상품화 단계와 검역 및 통관 단계에서 발생할 수 있는 정보들을 수집하여 제공할 수 있는 사업과 교육 및 워크숍 프로그램을 추진할 수 있다. 최근에 국제적으로도 인터넷 거래규모가 빠르게 성장하고 있으므로 인터넷거래기반 사업을 강화해야 한다. 국제간에 인터넷을 통한 직접구매 현상이 확산되고 시장규모가 빠르게 증가할 것으로 전망되고 있으므로 중국, ASEAN 등 신흥국가들 중심으로 안정적인 인터넷 판매거래처와 시스템 구축을 위한 지원사업을 강화·발굴함으로써 경쟁국들의 온라인 시장진출에 대응해야 한다.

가공식품 수출업체들은 가공식품 원료확보단계, 상품화단계, 시장개척 및 마케팅단계, 금융단계 등 다양하게 신규사업에 대한 수요가 있다.

현재 가공식품 부문에 수출지원이 없거나 미약한 부문은 생산·조직 부문과 안전성관리 부문이다. 가공식품 원료 생산·조직 단계에서 대표적인

신규사업 수요는 가공식품 원료의 안정적 확보와 상품화 부문에서 나타난다. 원료공급 부문에서 나타난 대표적인 사업은 저렴하고 품질이 좋은 원료농산물을 안정적 확보할 수 있는 가공식품형 전문생산단지육성과 수출선도조직육성사업이다. 상품화 부문에서는 미래 성장가능성이 높은 식품 개발지원, 수출상품인증지원, 상표권갱신및보호지원, 포장개발 지원 등의 사업이다.

## 2.5. 국내산 원료 사용 구조 강화

국내 가공식품 수출의 가장 빈번하게 지적되고 있는 사항은 식품 생산에 국내산 농산물 원료 이용비중이 낮아 농가소득증대와 연계성이 낮다는 점이다. 따라서 가공식품 수출을 증대시키면서 수출이 증대되는 효과를 국내 농가소득 증대와 연계시키기 위해서는 가공식품 생산에 국내산 원료를 안정적으로 공급·확보할 수 있는 시스템을 강화시켜야 한다.

예를 들어서 가공식품 원료 전문생산단지를 운영하거나 원료공급 전문생산자조직을 육성하여 식품기업이 원하는 물량을 안정적으로 공급할 수 있는 기반이 구축되어야 한다. 또한 수출기업의 수출활동을 국내 농업과 연계성을 강화시키기 위해 국내산 원료사용 비중이 높거나 계약체계를 구축한 수출업체에게는 더 많은 수출지원사업 참여기회를 가질 수 있도록 평가기준을 개선해야 한다. 예컨대 수출업체 선호도가 높은 지원사업 선정가능성을 높이기 위해 국내산 원료사용 비율에 따라 가산점의 크기를 달리하는 방법이 있다. 그 외에 국내 생산 및 유통 부문의 지원사업과도 연계되어 생산기반과 물류시설 관련 지원, 정부지원사업 참여기회 확대 등 간접적으로 인센티브를 부여하는 방안 마련이 필요하다.

농식품 수출을 국내 농업성장의 발판으로 삼기 위해서는 부가가치가 높은 가공식품 중심의 수출 확대정책을 추진할 필요가 있다. 본 연구의 목적은 수출지원사업의 지원실태와 문제점, 지원성과를 분석하여 가공식품 부문에 초점을 맞춘 수출지원사업 개선방안을 제시하는 것이다. 세부적으로는 수출지원사업 기본방향, 수출지원사업 우선순위, 가공식품 품목유형별 중점지원 사업, 정책추진 방향별 지원 강화사업, 유사사업 범주화 및 지원 강화, 수출인프라 강화사업, 국내산 원료사용 구조 강화 방안을 제시하였다.

본 연구는 가공식품 수출 파급효과를 분석하기 위해 2010년 실측 산업연관표(한국은행)를 이용하여 산업연관분석(가공식품 10개 부문)을 실시하였다. 수출지원사업 우선순위 분석은 수출전문가 42명을 대상으로 한 설문조사 결과의 5대 부문 29개 사업에 대해 AHP 분석을 수행하였다. 수출지원사업 성과분석을 위해서는 표적집단면접(FGI), 다중회귀모형(OLS), 성향점수매칭(PSM) 분석 방법을 활용하였다. FGI는 가공식품 수출업체와 정책부서에 대해 실시, 다중회귀모형(OLS) 분석은 가공식품 수출지원연도별 투입예산과 수출액 자료를 이용하여 수행하였고, PSM 분석은 가공식품 수출업체 조사 자료를 이용하였다. 해외 가공식품 지원사례는 미국과 뉴질랜드 사례를 살펴보았다. 이러한 연구 부문별 분석결과를 통하여 가공식품 수출의 효율적 지원방안을 도출하였다.

수출지원사업의 기본방향은 첫째, 수출물류비지원 보조금의 경우 국제협상 쟁점사항이며 사회적 후생손실을 발생시키므로 장기적으로 축소하는 대신 수출주체의 고정비용을 줄일 수 있는 인프라부문 지원사업을 강화하

는 방향으로 설정하였다. 둘째, 수출지원사업 성과분석 결과에 근거하여 제한된 예산범위 내에서 지원성과를 최대한 극대화시킬 수 있도록 효율적인 수출 지원사업을 위한 개선방안을 제시하였다.

가공식품 수출사업의 부문별 중요도는 1) 해외시장개척·해외마케팅 부문, 2) 수출물류·검역·통관 부문 순서로 중요하게 나타났다. 수출지원정책 평가지표별로 ‘수출목표’ 달성 측면에서는 1) 시장개척·해외마케팅 부문, 2) 수출 금융·보험 부문 순으로 중요하다. 세부지원사업별로는 수출상품화 사업, 잔류농약검사비지원, 해외관측행사지원, 수출해외전진기지구축사업, 우수농식품구매지원자금 사업이 중요한 것으로 나타났다. 가공식품 수출지원정책을 수립할 때 가공식품 지원 부문별(단계별), 세부지원 사업별로 중요도가 높은 사업으로 지원정책을 강화할 경우 지원사업의 효율성을 높일 수 있을 것이다.

가공식품 수출지원사업 지원 효과별로 수출증대 크기 기준으로 1순위 그룹에 속하는 사업은 해외관측행사지원, 국제박람회참가, 우수농식품구매지원자금사업이며, 2순위 그룹은 해외시장정보인프라구축, 글로벌 K-FOOD FAIR, 3순위 그룹에는 개별브랜드지원사업, 맞춤형해외시장조사 사업으로 나타났다. 가공식품 유형별로 구분하여 살펴보면 신선가공식품은 해외관측행사지원, 국제박람회참가 순서로, 전통가공식품은 글로벌 K-FOOD FAIR, 해외관측행사지원, 국제박람회참가, 해외바이어거래알선 순으로, 일반가공식품은 해외관측행사지원, 국제박람회참가, 해외바이어거래알선 순으로 나타났다. 가공식품 지원정책 효과를 제고시키기 위해서는 품목유형별로 지원사업 수출효과가 큰 사업을 차별적으로 지원할 필요가 있다.

단기적으로 수출증대 효과를 높이기 위해서는 우수농식품구매지원자금, 해외관측행사지원, 국제박람회참가, 글로벌 K-FOOD FAIR 사업을 강화해야 한다. 중장기적으로 수출기반강화와 수출 가공식품의 부가가치를 높이기 위해서는 수출상품화사업과 안전성관리 지원사업을 강화할 필요가 있다. 가공식품 수출과 국내 농가소득 연계를 강화시키기 위해서는 우수농식품구매지원자금사업을 활성화 시키고 가공식품형 원료공급단지 및 수출선도조직육성을 지원하는 사업이 필요하다.

수출지원사업 목적이 유사한 사업은 더 큰 틀에서 범주화 및 강화시킴으로써 지원목적에 효율적으로 달성할 수 있어야 한다. 수출상품화사업은 수출역량 강화와 부가가치를 높이는 데 특히 중요하고 수출업체 수요도 높은 사업이다. 따라서 수출상품화사업은 기술개발에서부터 수출시장 진출·정착단계까지 일관된 지원시스템을 갖출 수 있도록 지원범위와 예산을 확대시킬 필요가 있다. 수출상품화사업과 연계를 강화시킬 수 있어서 사업 통합도 고려할 수 있는 사업은 개별브랜드지원사업, 수출컨설팅, 샘플통관 운송비지원, 해외aT지사화사업이다. 해외 마케팅사업은 국제박람회참가와 해외관측행사지원, 글로벌 K-FOOD FAIR를 중심으로 지원하되 이 사업들 간에 연계성을 강화하여 시너지 효과를 높여야 할 것이다. 해외바이어거래 알선, 해외안테나숍운영 사업들도 국제박람회참가와 해외관측행사지원 사업들과 통합하여 연계성을 강화시킬 필요가 있다.

국제협상에서 쟁점사항으로 대두되고 있는 수출보조금이 중장기적으로 축소되거나 폐지될 가능성이 높으므로 수출보조금 지원 비중을 축소하고 수출인프라부문 지원 비중을 높이는 체계로 개선되어야 한다. 예를 들어 수출유망품목의 발굴단계에서부터 수출시장 정착단계까지의 일관된 맞춤형 수출상품화사업이 필요하고 이를 위한 기술개발과 마케팅사업을 지원해야 한다. 국내 식품기업이 국내산 원료이용 비중을 높이기 위해서는 기업체가 원하는 규격화된 원료를 공급할 수 있는 생산기지 조성 및 원료품질 관리 시스템이 요구된다.

한편, 본 연구는 가공식품 수출의 효율적 지원방안 제시 과정에서 연구 수행 범위의 제약상 몇 가지 한계점들을 가지고 있다. 첫째, 본 연구는 전체 지원사업의 검토 및 상대적인 지원성과에 근거하여 효율적인 지원방안을 제시하고 있기 때문에 개별 지원사업 개선의 구체성은 미흡한 측면이 있다. 둘째, 수출물류비지원성과나 수요는 제시하였지만 물류비 축소에 대응한 수출업체들의 가격경쟁력 제고나 국제무역 여건 및 시장환경 변화에 대응할 수 있는 구체적인 신규사업은 제시가 미흡하다. 이러한 몇 가지 한계점들은 추후 몇 가지 개별 지원사업에 초점을 맞춘 연구를 수행함으로써 개선될 수 있을 것이다.



## 부 록 1

---

# 수출지원정책효과의 성향점수매칭(PSM) 모델

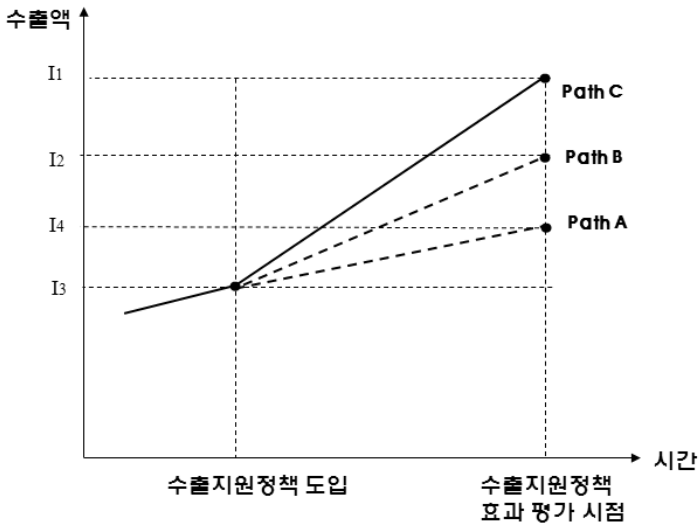
## 1. 수출지원정책 효과추정의 주요 쟁점

### 1.1. 정책수혜 사전/사후 비교에 의한 평가시의 문제점

- 농식품 수출지원정책이 모든 수출기업을 대상으로 할 경우, 이는 사실상 외환위기나 시장개방과 같이 국민경제 전체에 영향을 미치는 외생적인 충격과 마찬가지로 수출지원정책이 모든 회사에 공통적으로 영향을 미치기 때문에, 일반적으로 정책실시 이전과 정책실시 이후를 비교하는 방법으로 정책의 효과를 평가하게 됨.
- 그러나 이러한 사전/사후 비교에 의한 평가는 효과를 분석하고자 하는 해당 정책 이외에 다른 충격(예를 들어 시장여건의 변화 등)이나 정책은 없었다는 가장 큰 전제가 무리 없이 받아들여질 때에만 그 분석결과 타당성을 인정받을 수 있음. 즉, 예를 들어 수출지원정책이 수출량 확대를 목표로 한 것이라면 단순한 사전/사후 비교에 의한 평가는 <부그림 1-1>에서 I1과 I3를 비교하는 것으로 정책의 효과를 평가하게 될 것임. 이러한 평가는 그러나 수출지원정책이 없었다면 수출회사의 수출량은 시간이 지난다고 하더라도 (즉, 정책평가시점에서 도) I3 수준에 머물러 있을 것이라는 것을 가정하고 있음.
- 하지만 시간이 지나도 수출회사의 수출량이 수출지원 정책이 시작되었던 시점의 수준인 I3에 머물러 있을 것이라는 것은 현실적으로 비합리

적인 가정임. 왜냐하면 수출지원 정책 이외에도 수출량에 영향을 미치는 요인은 수없이 많기 때문임. 따라서 수출지원정책의 효과를 평가하기 위해서는 효과를 평가하는 시점을 기준으로 수출지원정책이 없었을 경우에 예상되는 수출량(Path A or Path B)을 추정하고 이러한 수출량과 실제로 나타난 수출량과의 차이를 비교해서 정책의 효과를 평가해야만 함.

부그림 1-1. 정책지원 사전/사후 비교평가의 문제점

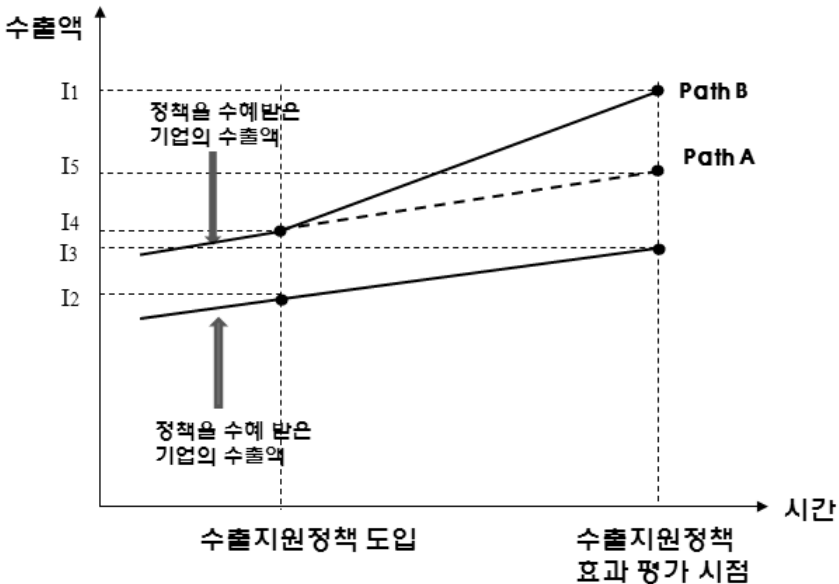


- 이 과정에서 수출지원 정책이 실시되지 않았을 경우에 예상되는 효과를 정확하게 추정하는 것은 사실상 불가능함. 따라서 가장 합리적인 대안은 수출지원정책이 시작되기 이전까지의 수출량 추이가 만일 수출지원 정책이 시행되지 않았으면 그 이후에도 계속될 것이라고 가정하는 것임 (즉, <부그림 1-1>에서 Path A).

## 1.2. 수출지원정책 수혜회사와 수혜받지 않는 회사 비교시의 평가 문제

- 수출지원정책 중 대부분은 모든 수출회사를 대상으로 하는 것 보다는 정책의 대상이 되는 수출회사를 타깃으로 하여 집행되는 경우가 많음. 따라서 이 경우에 정책 효과는 정책수혜대상 회사와 그렇지 않은 회사의 수출량을 상호 비교하여 도출할 수 있음. 그러나 단순히 정책목표가 되는 성과변수(수출액 등)를 단순히 두 집단 간에 비교하는 방법으로는 정책효과의 정확한 측정을 할 수 없음.
- 만일 정책의 목적이 수출량 확대를 위한 것이라면, 정책효과를 정책을 수혜받은 회사와 그렇지 않은 회사를 비교하여 도출하는 것으로부터 발생하는 문제점은 <부그림 1-2>를 이용하여 논의할 수 있음.

부그림 1-2. 수출지원 수혜그룹과 비수혜그룹 간 단순 비교평가 문제점



- 정책을 수혜받은 회사와 그렇지 않은 회사 간에 존재하는 소득차이를 무시한다면, 정책평가 시점에서 평가되는 정책효과는 I1과 I2의 차이인 (I1-I2)로 계산될 것임. 그러나 이는 올바른 평가가 아님.
- 정책의 효과는 정책을 수혜 받지 않은 회사가 정책을 수혜받지 못했을 경우에 예상되는 소득과 실제 정책을 수혜 받고 난 이후의 소득을 비교해야 하기 때문임. 즉, <부그림 1-2>에서 보면 (I1-I5)로 계산되는 평가가 적절하다고 할 수 있음.
- 그러나 문제는 (I1-I5)로 정책의 효과를 평가하기 위해서는 정책의 수혜 회사가 정책을 집행하지 않았을 경우에는 어느 정도의 회사소득을 얻을 수 있을지, 즉 <부그림 1-2>에서 I5 수준을 알고 있어야 한다는 점임. 하지만 사실상 이는 불가능함. 따라서 대안으로 선택할 수 있는 방법은 합리적인 가정을 바탕으로 I5 수준을 추정하고 이를 이용하여 I1과 비교하는 것임. 본 연구에서 선택한 성향점수 매칭(P propensity Score Matching: PSM) 방법은 사실상 I5을 합리적으로 추정하는 하나의 대안이라고 할 수 있음.

## 2. 분석 모델

- 농식품 수출지원사업 수혜회사와 비수혜회사 간 비교를 통해 정책효과의 유무를 판단하는 데 있어 가장 중요하게 고려되어야 할 점 중의 하나는 정책수혜 대상이 무작위로 선별되었느냐의 문제임. 즉, 정책수혜가 필요한 회사에게 집중되어 정책이 집행되었다면 이는 <부그림 1-2>에서 볼 수 있는 바와 같이 정책집행 이전에 이미 수혜회사와 비수혜회사 간에 근본적인 차이가 있었다는 것을 의미함.<sup>52</sup>

<sup>52</sup> 정민국 외. 2014. 「2013년 FTA 국내보완대책 농업인지원 성과분석 보고서」, E13-2014. 한국농촌경제연구원.

- 따라서 이러한 차이를 무시하고 수혜회사와 비수혜회사 간의 정책목표 변수(예를 들어 회사소득)를 단순 비교할 경우, 이는 선택편의를 무시한 평가가 되어 신뢰성이 떨어진다고 할 수 있음. 이러한 선택편의문제를 해결할 수 있는 방법으로 성향점수매칭(Propensity Score Matching: PSM)방법을 사용할 수 있음.

## 2.1. 성향점수매칭(Propensity Score Matching: PSM) 분석

- PSM은 드러난 회사의 특성을 이용하여 정책수혜를 받을 확률(혹은 성향 점수)을 계산하고 이를 기준으로 정책 수혜를 받은 회사와 수혜를 받지 않은 회사를 비교하는 방법임.
  - 성향점수란 회사의 관찰 가능한 특성이 주어졌을 때, 정책 수혜를 받을 확률로 정의할 수 있음.
- 정책수혜를 편의상 처치(treatment)라고 하면 정책효과는 처치효과(treatment effect)로 간주할 수 있는데, 정책목표가 회사소득을 향상시키는 것이었다면 정책효과의 크기는 일반적으로 처치를 받은 그룹의 평균 회사소득과 처치를 받지 않은 평균 회사소득의 차이로 계산할 수 있음.
  - 이때, PSM 방법이 논리적으로 타당하려면, 관찰된 회사들의 특성 이외에 다른 변수는 정책수혜(treatment)에 영향을 미치지 않는다는 가정과, 전체 샘플 중에서 수혜를 받은 회사의 확률분포와 수혜를 받지 않는 회사의 성향점수가 비슷한 관측치의 수가 충분히 커야 한다는 조건이 필요함.

### 2.1.1. PSM 적용을 위한 가정<sup>53</sup>

#### 가. 조건부 독립

- 조건부 독립이란 정책에 의해 영향을 받지 않는 변수  $X$ (예를 들어 회사 특성 변수들)가 주어졌을 때, 잠재적 성과 변수  $Y$ (예를 들어 수출액)는 정책 수혜대상으로 지정되는지의 여부와 관계없이 독립적이다라는 것을 의미함.
- 이는 수식으로 식 (1)과 같이 표현할 수 있음.

$$(1) (Y^T, Y^C) \perp T | X$$

- 여기서  $Y^T$ 는 정책을 수혜받은 회사의 수출액,  $Y^C$ 는 정책을 수혜받지 않은 회사의 수출액,  $\perp$ 는 독립임을 의미,  $T | X$ 는 회사에 대한 특성변수가 주어진 상황에서의 정책을 시행했다는 것을 의미함.
- “조건부 독립” 가정의 의미는 정책수혜대상으로 지정되는지의 여부는 모두 관측이 가능한  $X$ 에 의해 설명될 수 있음을 말함.
- 한편 조건을 좀 더 완화하여 식 (2)와 같은 약한 가정을 채택할 수도 있음.

$$(2) Y^C \perp T | X$$

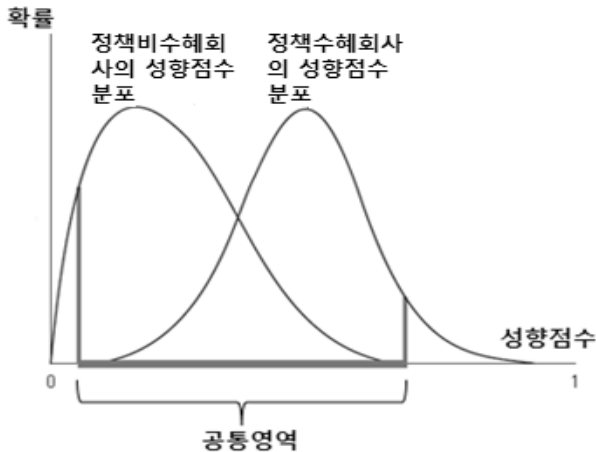
- 만일 관찰 불가능한 변수들““이 정책 수혜대상으로 지정하는 데 직접적인 영향을 미친다면, 이는 조건부 독립 가정을 위배하는 것이기 때문에 PSM 방법을 적용할 수 없음.

<sup>53</sup> 수식에 사용된 기호는 Khandker et al.(2010)의 방식을 사용하였다.

## 나. 공통영역(Common Support)

- 공통영역 가정은 정책을 수혜받은 집단과 그렇지 않은 집단 간에 성향 점수가 동일한 (혹은 비슷한) 수출회사가 존재해야 한다는 것을 의미함. 즉, 양 집단 간에 성향점수가 유사한 수출회사가 충분히 중첩되어 있어야 한다는 것을 의미함.

부그림 1-3. 지원정책 수혜기업과 비수혜기업 간  
공통영역



자료: Khandker et al.(2010)에서 참조하여 제작성.

### 2.1.2. PSM을 이용한 정책효과의 크기 측정<sup>54</sup>

- 앞서 설명한 두 가지 가정이 충족되면, 정책효과의 크기는 다음과 같이 측정할 수 있음.

<sup>54</sup> 수식에 사용된 기호는 Khandker et al.(2010)의 방식을 사용하였다.

$$(3) TE = E_{P(X)|T=1} E[Y^T | T=1, P(X)] - E[Y^C | T=0, P(X)]$$

- 이는 구체적으로 다음과 같은 수식으로 계산될 수 있음(Khandker et al. 2010; 권현정 외 2011).
  - 여기서 NT는 PSM 비교 대상이 되는 공통영역에 해당하는 정책수혜 회사의 수이며,  $w(i,j)$ 는 공통영역에 해당하는 정책 비수혜 회사 각각에 대한 가중치임.

$$(4) TE = \frac{1}{N_T} [\sum_{i \in T} Y_i^T - \sum_{j \in C} w(i,j) Y_j^C]$$

- 실제 PSM 방법을 적용하는 데에는 다양한 매칭 방법이 활용되는데, 이러한 매칭 방법은 어떻게 가중치  $w(i,j)$ 를 산출하는가에 따라 다양하게 구분됨.

## 2.2. PSM 방법을 이용한 정책효과의 추정 단계

### 2.2.1. 정책수혜 대상 여부 확률(성향점수) 추정

- 성향점수를 추정하기 위해서는 정책수혜회사와 그렇지 않은 회사 전체를 대상으로 정책수혜 여부를 종속변수로 하고, 회사의 관찰된 특징을 설명변수로 하는 이산선택모형(Binary Choice 모형, 예를 들어 프로빗 혹은 로짓 모형 등)을 이용할 수 있음.
  - 이때 가능한 한 많은 특성변수 X를 설명변수로 삽입하는 것이 좋지만, 지나치게 많은 특성변수를 삽입하는 것 역시 바람직하지는 않음.

- 이산선택모형이 추정되고 나면, 이 추정결과를 이용하여 각 특성변수 수준에서 정책을 수혜할 확률에 대한 예측치 (성향점수)를 추정함.

## 2.2.2. 공통영역 선택

- 정책 수혜 회사와 비수혜 회사를 매칭하기 전에 공통영역을 선택해야 함. 물론 <부그림 1-3>에서 볼 수 있는 바와 같이, 정책수혜회사들의 성향점수가 분포하는 바깥쪽에 존재하는 정책비수혜 회사는 공통영역에서 제외되어야 함. 또한 정책 비수혜회사들의 성향점수가 분포하는 바깥쪽에 존재하는 정책수혜회사들 역시 공통영역에서 제외되어야 함.
- 이때, 공통영역에서 제외되는 정책비수혜 회사들이 회사들의 관찰된 특성 ( $X$ )에 따라 영향을 받는다면, 이는 매칭결과를 해석하는 데 큰 장애요인으로 작용하기 때문에, 공통영역이 정책수혜회사와 비수혜회사 간에 균형 있게 도출되었는지를 점검할 필요가 있음.
  - 이를 위해서는 일반적으로 정책수혜그룹과 비수혜그룹에 걸쳐, 동일한 특성 ( $X$ )을 가진 회사에 대해 각 그룹에서 계산된 성향점수가 동일한지를 점검하는 방법을 이용하게 됨(즉, 성향점수  $\hat{P}(X|T=1)$ 과  $\hat{P}(X|T=0)$ 이 통계적으로 유의하게 같은 값이라고 할 수 있는지의 검정을 이용할 수 있음).

## 2.2.3. 정책수혜회사와 비수혜회사 간의 매칭

- 매칭은 비슷한 성향점수를 가진 정책수혜회사와 비수혜회사간의 정책 목표 변수(회사소득 등)를 비교하는 것인데, 이는 결국 식 (4)에서 가중치  $w(i,j)$ 를 산출하는 방법에 따라 다양하게 구분될 수 있음.

### 가. 최근접이웃 매칭(Nearest-neighbor matching)

- 최근접이웃 매칭은 성향점수가 비슷한 최근접이웃의 범위(개수)를 정하고 그 범위를 기준으로 수혜회사와 비수혜회사간에 비교하는 것임.
- 최근접 이웃의 범위를 4로 했다면, 예를 들어 특정한 성향점수  $\hat{P}=0.5$ 에서 이 값과 가장 가까운 성향점수 4개의 값을 가지는 회사들을 양쪽 그룹에서 추출하여 성과변수  $Y$ 를 상호간 비교하는 것임. 이러한 비교는 각기 다른 성향점수 모든 값에 대해서 반복적으로 실시함

### 나. 반경 매칭(Caliper or radius matching)

- 최근접이웃 매칭은 기준이 되는 성향점수에 따라 최근접 이웃의 범위에 포함되는 성향점수의 범위가 일정하지 않다는 문제점이 있음. 이러한 문제점을 교정하고자 하는 방법이 반경매칭인데, 이는 매칭 대상으로 하는 범위를 특정반경으로 제한하는 것임.
- 반경을 0.1로 했다면, 예를 들어 특정한 성향점수  $\hat{P}=0.5$ 에서 매칭 대상이 되는 반경은 0.4에서 0.6이 되기 때문에 성향점수가 이들 사이에 있는 회사들을 양쪽 그룹에서 추출해서 성과변수  $Y$ 를 상호 비교하는 것임.

### 다. 커널매칭(Kernal matching)

- 커널매칭은 식 (4)의 가중치를 비모수적 방법인 커널 방법으로 계측하고 이를 이용하여 정책효과를 측정하는 것임. 커널-가중치는 다음과 같이 계측함(Khandker et al. 2010).

$$(5) \quad w(i, j) = K\left(\frac{P_j - P_i}{a_n}\right) / \sum_{k \in C} K\left(\frac{P_k - P_i}{a_n}\right)$$

- 식 (5)에서  $K(\cdot)$ 는 커널 함수이며,  $P_j$ 는 정책을 수혜 받은 회사  $j$ 의 대한 성향점수,  $P_i$ 는 정책을 수혜받지 않은 회사  $i$ 의 성향점수,  $a_n$ 은 커널함수의 구간 폭임.

#### 라. 로컬선형매칭(Local linear matching)

- 로컬선형매칭은 정책수혜를 받은 회사의 각 성향점수 근방을 기준으로 하여 정책을 수혜받지 않은 회사와 정책을 수행받은 회사 사이의 선형 점수 차이를 커널함수화시켜 이를 변수로 하는 일종의 선형회귀 분석을 통해 식 (4)의 가중치를 도출하는 방식임.
- 로컬선형매칭에 의한 가중치는 식 (6)과 같음(Khandker et al. 2010).

$$(6) \quad w(i, j) = \frac{K_{ij} \sum_{k \in C} K_{ik} (P_k - P_i)^2 - [K_{ij} (P_j - P_i)] \sum_{k \in C} K_{ik} (P_k - P_i)}{\sum_{j \in C} K_{ij} \sum_{k \in C} K_{ik} (P_k - P_i)^2 - [\sum_{k \in C} K_{ik} (P_k - P_i)]^2}$$

#### 2.2.4. 평균처치효과(정책효과) 측정

- PSM 방법에 의한 정책효과(평균처치효과) 측정은 공통영역에 분포하는 정책수혜회사와 비수혜회사 간에 성향점수로 가중 평균한 정책목표변수(회사소득 등) 평균값의 차이로 계산됨.

## 부록 2

# 가공식품 수출지원사업의 상대적 중요도 조사표

**KREI** 한국농촌경제연구원 (www.krei.re.kr)

### 「가공식품 수출지원사업 우선순위 설정을 위한 전문가 조사」

우리 연구원에서는 “가공식품 수출의 효율적 지원방안” 연구를 수행하기 위하여 각계 전문가(또는 정책담당자)를 대상으로 “가공식품 수출지원사업 분야 우선순위”에 대해 조사하고자 합니다. 본 연구결과는 향후 가공식품 수출의 효율적 지원전략 수립을 위한 기초자료로 활용할 중요한 조사이므로 적극 협조해주시길 부탁드립니다. 조사표에 관한 문의사항은 한국농촌경제연구원 식품유통연구부로 연락주시기 바랍니다.

조사기관: 한국농촌경제연구원 식품유통팀

주소: (우)130-710, 서울시 동대문구 회기로 117-3

조사관련 문의: 김경필 연구위원 02-3299-4312, kkphil@krei.re.kr

허성윤 연구원 02-3299-4379, heo0411@krei.re.kr

※ 응답자 정보(주민등록번호 및 계좌번호는 조사비 지급을 위한 목적입니다.)

성 명		전화번호	
이메일주소			
주민등록번호			
소 속			
계좌번호			

※ 본 설문지의 각 문항을 답변하는 요령은 다음과 같습니다.

·응답 예 : “**가공식품 수출지원사업 분야**”의 지원순서를 결정함에 있어 지원A(생산·조직분야)와 지원B(안전관리 분야)를 비교하여 **지원A(생산·조직)가 지원 B(안전관리)보다 매우 중요할 경우**의 상대적인 중요도는 다음과 같이 **√**로 표시합니다. 응답시에는 **2~9까지의 등급간 척도로 강약을 표시**하여 주시기 바랍니다.

가공식품 지원사업 분야 간 중요도 평가																	
지원분야 A	A가 절대로 중요	A가 확실히 중요		A가 매우 중요	A가 약간 중요		서로 비슷한 정도		B가 약간 중요	B가 매우 중요		B가 확실히 중요	B가 절대로 중요	지원 B			
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5		6	7	8
가공식품 수출의 생산·조직 분야					√												가공식품 수출의 안전성관리 분야
	← 어느 정도로 중요한지 2~9로 상대적 중요도 표시							어느 정도로 중요한지 → 2~9로 상대적 중요도 표시									

○ 농식품 수출지원사업의 종류는 5개 부문, 29개 사업으로 분류할 수 있습니다. 5대 부문은 1)생산·조직 부문, 2)안전관리 부문, 3)시장개척·해외마케팅 부문, 4)물류·검역·통관 부문, 5)금융·보험 부문으로 구성되며 <표 1>에 농식품 수출지원사업 부문별 29개 세부사업의 개요와 지원 대상품목을 정리하였습니다.

**<표 1> 농식품 수출지원사업 개요 및 지원대상**

분야 (5)	사업종류(29)	지원사업 개요	지원대상			
			신선 농산물	가공식품		
				신선 가공	전통 식품	일반 가공
생산· 조직 (4)	원예전문생산 단지육성	◦ 정부 지정 원예생산단지에 대한 운영실태 점검(인센티브 지원)을 통해 안정적 수출체계 구축	○	-	-	-
	수출상품화사업	◦ 수출유망 고부가가치 상품 발굴을 통해 해외시장 개척으로 수출증대에 기여	○	○	○	○
	수출선도조직 육성사업	◦ 고품질 농식품의 안정적 수출물량공급을 위해 생산에서 수출까지 일관하는 품목별 선도조직 육성 지원	○	-	-	-
	수출협의회활성화 지원	◦ 수출업체 간 자율협력기구를 구성 지원하여 수출품의 안전 및 품질관리, 공동마케팅, 수출질서 확립 등	○	○	○	-
안전성 관리 (5)	잔류농약검사비 지원	◦ 일본의 PLS 시행(06.5.29), 대만의 안전성관리제도 시행(09.1.1) 등에 따라 잔류농약검사비 일부를 지원하여 수출농식품의 안전성 확보	○	-	-	-
	일본채소류 ID관리	◦ 일본정부의 식품안전성 강화에 대응하여 대일수출 채소류의 생산·출하 단계에서 법정부적인 안전관리체계 구축, 한국산 채소류의 일본 통관이 원활 수행 조성	○	-	-	-
	대만사과 안전성 관리	◦ 한국산 사과의 대만 통관시 잔류농약 검출위반을 사전 예방하기 위해 안전성 검사기관별 검사물량 배정 및 검사비용 지원을 통한 대만 수출용 사과의 안전성 확보	○	-	-	-
	러시아수출업체 관리	◦ “對러시아 한국산 식용농산물 수출요령(농림수산식품부 고시 제164호, 2011.10.4)” 제7조에 따라 러시아 식용농산물 수출업체의 등록 및 관리를 목적으로 함	○	-	-	-
	수출용유자차 품질인증 브랜드사업	◦ 국내 유자농가, 생산자, 수출업체 및 해외소비자를 위해, 품질브랜드 인증을 통한 공신력 있는 보호제도 마련	-	○	-	-
시장 개척· 해외 마케팅 (12)	국제박람회 참가	◦ 주요 해외식품박람회별로 국내 수출업체를 모집하여 국가관 형태로 참가 지원	○	○	○	○
	해외관측 행사지원	◦ 해외 대형유통매장 연계 관측행사(시식, 홍보, 프로모션 등) 통해 한국 농식품 입점확대 및 소비자 인지도 제고	○	○	○	○
	해외바이어 거대알선	◦ 해외T 추천 우수바이어 일괄초청을 통한 대규모 ‘수출상담회(BKF)’ 개최로 수출 거대알선	○	○	○	○
	글로벌 K-FOOD FAIR	◦ 해외 수출현장에서 수출상담회와 수출홍보를 종합한 글로벌K-FOOD FAIR 개최로 수출상담 전개 및 우리 농수산물 수출홍보(신규사업)	○	○	○	○
	해외 안테나숍 운영	◦ 한국 농식품의 신규시장 개척 및 진입가능성을 모색하기 위해 수입업체 등 현지 여건에 맞는 해외안테나숍운영사업비 지원	○	○	○	○

<표 1> 농식품 수출지원사업 개요 및 지원대상(계속)

분야 (5)	사업종류(29)	지원사업 개요	지원대상			
			신선 농산물	가공식품		
				신선 가공	전통 식품	일반 가공
시장 개척· 해외 마케팅 (12)	개별브랜드 지원사업	◦ 대규모 수출 확대를 위해 해외시장을 리드할 글로벌 농식품 스타 브랜드 육성을 위해 개별 브랜드의 해외 홍보 마케팅 집중 지원으로 장기적 수출확대 발판 마련	○	○	○	○
	수출농산물공동브 랜드(휘모리) 관리	◦ 수출 농산물 공동브랜드 'Whimori' 육성을 통한 한국 농식품의 고급화·규격화 추진	○	-	-	-
	해외시장정보 인프라구축	◦ 국내 유일의 농림수산물 수출정보 전문 서비스로서 수출과 관련된 정보를 인터넷을 통하여 무료로 제공	○	○	○	○
	수출컨설팅 (수출기반조성)	◦ 농수산 식품 수출현장 애로사항 등을 수출 컨설팅을 통해 사전에 숙지·예방함으로써 기업의 원활한 수출 시장개척 및 확대를 지원하고 경쟁력 제고	○	○	○	○
	해외aT지사 화사업	◦ 농수산식품 수출업체에 대하여 해외 aT센터가 해외 지사 역할 수행	○	○	○	○
	샘플통관 운송비지원	◦ 해외 신규 시장 및 신규 바이어 개척을 위한 샘플 수출시 소요되는 통관·운송비를 지원함으로써 농식품 수출선 다 변화 및 수출확대 도모	○	○	○	○
	수출농식품 인증지원	◦ 특정 국가 수출시 필요한 인증제도 등록 지원을 통해 농 식품 수출의 비관세 장벽을 해소함으로써 신규 수출시장 개척 및 수출확대 도모	○	○	○	○
물류· 검역· 통관 (6)	수출물류비지원	◦ 수출물류비지원한도 정하고 중앙정부와 지자체 물류 비를 합산하여 수출업체지원	○	○	○	-
	선도유지제 지원	◦ 수출 신선농산물 선도유지제 구입지원, 품위유지 통 한 상품성제고 및 수출확대 도모	○	-	-	-
	수출해외 전진기지 구축사업	◦ 해외 주 수출시장에 냉장·냉동 물류인프라 및 마케팅, 연구조사, 홍보 등 복합전진기지 구축 활용	○	○	○	○
	해외물류기반 구축사업	◦ 해외 냉장·냉동 물류서비스 지원, 고품질 농식품의 안 정적 공급 및 신규시장개척 지원	○	○	○	○
	공동물류활성화 지원사업	◦ 공동물류를 담당할 물류 전문업체를 선정하여 물량 확보에 따른 수출 운송비 절감 유도 및 물류 경쟁력 제고	○	○	○	○
수출물류 효율화컨설팅	◦ 물류컨설팅 전문업체가 수출업체를 직접 방문하여 수출업체 의 물류단계별 현황진단을 통해 물류비용 절감 및 효율화를 위한 최적화 솔루션 제공	○	○	○	○	
금융· 보험 (2)	농수산물수출 보험가입지원	◦ 환변동보험, 단기수출보험 가입비 지원으로 수출업체 의 안정적 경영 지원	○	○	○	○
	우수농식품구매지 원자금	◦ 농식품 수출을 위한 원료 및 부자재 구입, 저장, 가 공 등 운영자금	-	○	○	○

※ 본 조사는 “가공식품 분야 수출지원” 부문에 차별화시키기 위해 신선농산물을 제외한 가공식품 수출지원사업에만 적용하는 조사입니다. 이를 감안하여 아래 내용에 응답하여 주시기 바랍니다.

1. 가공식품 수출 활성화를 위한 **수출지원사업 대상** 분야는 생산·조직 분야, 안전관리 분야, 시장개척·해외마케팅분야, 물류·검역·통관 분야, 금융·보험 분야 등 5개 분야로 구분됩니다. 5개 지원사업 부문의 상대적인 중요도를 평가하시고 해당 부문에 √표를 하여 주십시오.

가공식품 분야 지원사업A		가공식품 수출지원사업 활성화를 위한 지원대상 부문의 상대적 중요도 평가																		가공식품 분야 지원사업B	
		A가 절대로 중요	A가 확실히 중요	A가 매우 중요	A가 약간 중요	서로 비슷한 정도	B가 약간 중요	B가 매우 중요	B가 확실히 중요	B가 절대로 중요											
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9			
생산·조직																			안전성관리		
생산·조직																			시장개척·해외마케팅		
생산·조직																			물류·검역·통관		
생산·조직																			금융·보험		
안전성관리																			시장개척·해외마케팅		
안전성관리																			물류·검역·통관		
안전성관리																			금융·보험		
시장개척·해외마케팅																			물류·검역·통관		
시장개척·해외마케팅																			금융·보험		
물류·검역·통관																			금융·보험		

2. 아래 내용은 가공식품 수출의 효율적 지원을 위한 각 지원기능별 평가기준입니다. 아래의 설명을 보시고 2-1번 문항부터 이어지는 5개 부문별 평가기준의 상대적 중요도를 평가하여 주시기 바랍니다.

- ① “**효율성**”은 가공식품 분야 수출지원사업의 “**비용 < 편익**”을 의미합니다.
- ② “**효과성**”은 가공식품 분야 수출지원사업의 “**수출목표 달성**”을 의미합니다.
- ③ “**시행가능성**”은 정책당국이 가공식품 분야 수출지원 정책을 “**실제로 시행할 수 있는지**”를 의미합니다.
- ④ “**정책수용성**”은 가공식품 분야 수출지원정책의 “**정책지지 정도**”를 의미합니다.





2-5. 가공식품 수출활성화를 위한 “금융·보험 부문” 지원사업의 상대적 중요도에 대해 평가기준별로 해당 부분에 √표하여 주십시오.

가공식품 수출지원 금융·보험 부문의 평가기준별 상대적 중요도																		
평가기준 A	A가 절대 중요	A가 확실히 중요	A가 매우 중요	A가 약간 중요	서로 비슷한 정도	B가 약간 중요	B가 매우 중요	B가 확실히 중요	B가 절대 중요	평가기준 B								
	9	8	7	6	5	4	3	2	1		2	3	4	5	6	7	8	9
효율성																		효과성
효율성																		시행가능성
효율성																		정책수용성
효과성																		시행가능성
효과성																		정책수용성
시행가능성																		정책수용성

3. 농식품 수출지원사업들은 총 5개 부문에 29개 세부지원사업으로 구성되어 있으며, 지원사업 중에는 지원대상이 신선농산물에 한정된 지원사업도 일부 포함이 되나, 그런 경우 해당 지원사업의 대상범위가 가공식품까지로 포함된다는 전제로 3-1번 문항부터 가장 중요한 지원사업을 1~2순위 까지 평가하여 주시기 바랍니다.

- ① 농식품 수출지원사업의 생산·조직 분야: 4개 세부지원사업
- ② 농식품 수출지원사업의 안전성관리 분야: 2개 세부지원사업
- ③ 농식품 수출지원사업의 시장개척·해외마케팅 분야: 12개 세부지원사업
- ④ 농식품 수출지원사업의 물류·검역·통관 분야: 6개 세부지원사업
- ⑤ 농식품 수출지원사업의 금융·보험 분야: 2개 세부지원사업

3-1. <표 3>은 농식품 수출 활성화를 위한 생산·조직 분야의 세부지원사업들입니다. 원예전문생산단지육성사업과 수출선도조직육성사업은 가공식품 부문에 지원이 이루어지고 있지 않지만 향후 가공식품 원료공급단지 기능 수행과 가공식품 수출 조직 육성을 위해 가공식품 지원사업에 포함하는 것을 고려할 수 있습니다. 아래 4개의 세부지원사업들 중에서 가공식품 수출활성화를 위해 상대적으로 중요하게 지원을 강화해야 할 사업을 순서대로 두 개를 적어주시기 바랍니다. (1순위: \_\_\_\_\_ 번, 2순위: \_\_\_\_\_ 번)

**<표 3> 농식품 수출지원사업 생산·조직 분야의 세부지원사업**

농식품 수출지원 부문	세부지원사업
생산·조직 (4)	1) 원예전문생산단지육성
	2) 수출상품화사업
	3) 수출선도조직육성사업
	4) 수출협의회 활성화지원

3-2. <표 4>는 농식품 수출 활성화를 위한 안전성관리 분야의 세부지원사업들입니다.

아래 2개의 세부지원사업들 중에서 가공식품 수출활성화를 위해 상대적으로 중요하게 지원할 수 있는 관련 사업을 순서대로 두 개를 적어주시기 바랍니다.

(1순위: \_\_\_\_\_ 번, 2순위: \_\_\_\_\_ 번)

**<표 4> 농식품 수출지원사업 안전성관리 분야의 세부지원사업**

농식품 수출지원 부문	세부지원사업
안전성 관리 (5)	1) 잔류농약검사비 지원
	2) 수출용유자차품질인증브랜드사업

3-3. <표 5>는 농식품 수출 활성화를 위한 시장개척·해외마케팅 분야의 세부지원사업들입니다.

아래 12개의 세부지원사업들 중에서 가공식품 수출활성화를 위해 상대적으로 중요하게 지원을 강화해야 할 사업을 순서대로 두 개를 적어주시기 바랍니다.

(1순위: \_\_\_\_\_ 번, 2순위: \_\_\_\_\_ 번)

**<표 5> 농식품 수출지원사업 시장개척·해외마케팅 분야의 세부지원사업**

농식품 수출지원 부문	세부지원사업
시장개척·해외마케팅 (12)	1) 국제박람회참가(개별참가박람회 포함)
	2) 해외관측행사지원(대형유통업체 관측지원 포함)
	3) 해외바이어거래알선(바이어초청사업 포함)
	4) 글로벌K-FOOD FAIR(해외홍보마케팅지원 포함)
	5) 해외안테나숍운영
	6) 개별브랜드지원사업(수출브랜드지원 포함)
	7) 수출농산물공동브랜드(휘모리) 관리운영
	8) 해외시장정보인프라구축(유료정보지원사업, 맞춤형해외시장조사)
	9) 수출컨설팅(글로벌상품개발마케팅조사 포함)
	10) 해외aT지사화사업
	11) 샘플통관운송비지원
	12) 수출농식품인증지원

3-4. <표 6>은 농식품 수출 활성화를 위한 물류·검역·통관 분야의 세부지원사업들입니다. 아래 6개의 세부지원사업들 중에서 가공식품 수출활성화를 위해 상대적으로 중요하게 지원을 강화해야 할 사업을 순서대로 두 개를 적어주시기 바랍니다.

(1순위: \_\_\_\_\_ 번, 2순위: \_\_\_\_\_ 번)

**<표 6> 농식품 수출지원사업 물류·검역·통관 분야의 세부지원사업**

농식품 수출지원 부문	세부지원사업
물류·검역·통관 (6)	1) 수출물류비지원
	2) 선도유지제지원
	3) 수출해외전진기지구축사업
	4) 해외물류기반구축사업
	5) 공동물류활성화 지원사업
	6) 수출물류효율화컨설팅

3-5. <표 7>은 농식품 수출 활성화를 위한 금융·보험 부문의 세부지원사업들입니다. 아래 2개의 세부지원사업들 중에서 가공식품 수출활성화를 위해 상대적으로 중요하게 지원을 강화해야 할 사업 두 개를 순서대로 적어주시기 바랍니다.

(1순위: \_\_\_\_\_ 번, 2순위: \_\_\_\_\_ 번)

**<표 7> 농식품 수출지원사업 금융·보험 부문의 세부지원사업**

농식품 수출지원 부문	세부지원사업
금융·보험 (2)	1) 농수산물수출보험가입지원
	2) 우수농식품구매지원자금(용자)

### 부록 3

## 가공식품 수출업체 조사표

### 1. 가공식품 수출지원사업 효과분석을 위한 수출업체 조사표

■ 일반 현황 (2013년 12월 현재 기준으로 작성)

#### [ A ] 회사(사업장) 기본 사항

※ 다음은 귀사업장의 기본적인 사항에 대한 질문입니다. 공란에 적당한 응답을 기입하거나, 해당 번호에 “○”표 하여 주시기 바랍니다. 귀사의 주요 수출품목과 수출국가는 아래 표에서 해당번호를 골라 기재해 주시기 바랍니다.

회사(사업장)명		경 영 조 직	① 중소기업(매출액 00~00억원) ② 중견기업(매출액 00~00억원) ③ 상호출자제한기업(매출액 00억원 이상) ④ 개인사업자 (재무제표 작성)
설 립 년 도	년 월		
최초 수출년도	년도	주요 수출품목	1)            2)            3) 4) 기타(            ,            )
종업원수	명	주요 수출국가	1)            2)            3) 4) 기타(            ,            )
응답자 성명		응답자 소속부서	
응답자 전화번호		응답자 E-mail	
개발 신제품 수 (최근 3년간)	① 1개 ② 2개 ③ 3개 ④ 4명 ⑤ 4명 이상	해외마케팅 지원 사업 참여횟수 (최근 3년간)	① 1회 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 4회 이상
해외법인 수	① 1개 ② 2개 ③ 3개 ④ 4개 ⑤ 4개 이상	사업체내 수출 전담인력	① 1명 ② 2명 ③ 3명 ④ 4명 ⑤ 이상



지원분야 (5)	세부사업 (9)	지원 개요 및 내용	
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 해외시장에서 우리 농식품 판매 확대를 위한 판촉마케팅 활동비 (총 사업비의 80%, 단 대기업은 발생비용의 50% 지원)</li> <li>-지원항목: 임차비·장치비, 시식행사, 홍보활동(매체광고, 전단지, 이벤트), 입점비</li> </ul>
물류· 검역· 통관 (2)	4)수출물류 비지원	개요	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 수출물류비지원한도를 정하고 중앙정부와 지자체의 물류비를 합산하여 수출업체에 지원</li> </ul>
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 중앙정부에서 지원하는 품목(과실류, 채소류, 화훼류, 김치류, 인삼류, 축산물,전통주, 장류, 쌀가공품, 농차 등)을 기본적으로 함</li> <li>◦ 단, 지자체가 지역특성을 감안 필요시 자체지원 품목 별도운용 가능</li> </ul>
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지원한도: 표준물류비의 35%를 한도로 매월 수출물량기준에 따라 중앙정부(10%/수출업체)와 지자체(25%/수출업체+농가분) 분담하여 지원</li> <li>◦ '13.1.1~'12.31 수출물량에 대해 지원(B/L상의 수출선적일 기준) / 중앙정부 매월 및 지자체 사정에 따라 지원</li> <li>◦ 지원액 = 수출물량 × 품목별·국가별 지원단가</li> </ul>
	5)수출해의 전진기지 구축사업	개요	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 해외 주 수출시장에 냉장·냉동 물류인프라 및 마케팅, 연구조사, 홍보 등 복합전진기지 구축 활용</li> </ul>
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 생산자 및 수출업체의 수출활동 주체</li> </ul>
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 형태: 물류기능과 수출지원 기능을 동시에 갖춘 시설 설치(청도)</li> <li>◦ 시설: 냉동·냉장 물류시설/판매·전시홍보관/연구·조사센터/컨설팅, 상담센터 등 시설</li> <li>◦ 운영: 수출전진기지 관리운영 및 수출 종합지원 기능 수행</li> </ul>
금융· 보험 (2)	6)농수산물 수출보험 가입지원	개요	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 환변동보험, 단기수출보험 가입비 지원으로 수출업체의 안정적 경영 지원</li> </ul>
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 농식품 수출업체(수산물, 임산물, 연초류 제외)</li> </ul>
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 환변동보험 : 일반형 및 범위제한 선물환가입비에 대해 가입보험료의 90%를 10백만원 한도로 지원</li> <li>◦ 단기수출보험: 선적후 및 농수산물패키지 가입비에 대해 가입보험료의 90%를 10백만원 한도로 지원</li> </ul>
	7)우수 농식품 구매지원 자금	개요	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 농식품 수출을 위한 원료 및 부자재 구입, 저장, 가공 등 운영자금</li> </ul>
		지원 대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 농식품 수출사업자(생산자 단체, 농업인 포함)</li> </ul>
		지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 재원: 농산물가격안정기금</li> <li>◦ 용도 : 수출업체의 원료 및 부자재구입, 저장, 가공 등 운영자금</li> <li>◦ 지원금리 : 농업경영체 연 3.0% / 비농업인(일반업체 등) 연 4.0% (단, 지원업체 사업실적 평가결과 최우수업체 1%, 우수업체 0.5% 금리인하)</li> <li>◦ 대출기간: 1년 이내</li> <li>◦ 사업의무: 중소기업(대출금액의 50% 이상 수출) 대기업 (대출금액의 100% 이상 수출)</li> <li>◦ 배정한도: 전년도 수출실적 기준 사업의무 달성 가능액(최대 150억원)</li> <li>◦ 자금배정 및 지원</li> </ul>

## 1. 가공식품 분야 수출지원사업 효과

### 1.1. 귀 회사의 가공식품 분야 수출지원사업 참여 현황

- 귀사에서 최근 3년간 참여한 aT 수출지원사업을 기재해 주시기 바랍니다.

참여한 수출지원사업		
2011	2012	2013
1)		
2)		
3)		
4)		
5) 기타( )		

- 귀사에서 최근 3년간 참여한 aT 수출지원사업 참여 품목을 기재바랍니다.

참여 수출지원사업	참여 품목		
	2011	2012	2013
1)			
2)			
3)			
4)			
5) 기타( )			

- 귀사에서 최근 3년간 참여한 수출지원사업의 지원금액을 기재해 주시기 바랍니다.

지원사업	2011		2012		2013	
	보조금 (만원)	융자금 (만원)	보조금 (만원)	융자금 (만원)	보조금 (만원)	융자금 (만원)
1)						
2)						
3)						
4)						
5) 기타( )						
총계						

## 1.2. 수출지원사업 대상품목의 지원 이전연도의 매출액과 출하량 (연도변경 가능)

### 가. 수출지원사업 지원 이전 매출액과 수출액 변화

1) 회사 전체 매출액과 수출액, 연간출하량 작성

※ 2010년도에 특정 지원사업에 참여했으면 이전연도는 2008년과 2009년을, 이후연도는 2010년, 2011, 2012, 2013년으로 기재

구 분 <sup>주1)</sup>	분류 코드	B. 연간 매출액			C. 연간 출하량		
		국내출하액	수출액	합계	국내출하량	수출량	합계
2008		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2009		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2010		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤

2) 수출지원대상 품목1 (품목1: )

구 분 <sup>주1)</sup>	분류 코드	B. 연간 매출액			C. 연간 출하량		
		국내출하액	수출액	합계	국내출하량	수출량	합계
2008		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2009		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2010		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤

3) 수출지원대상 품목2 (품목2: )

구 분 <sup>주1)</sup>	분류 코드	B. 연간 매출액			C. 연간 출하량		
		국내출하액	수출액	합계	국내출하량	수출량	합계
2008		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2009		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2010		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤

4) 수출지원대상 품목3 (품목3: )

구 분 <sup>주1)</sup>	분류 코드	B. 연간 매출액			C. 연간 출하량		
		국내출하액	수출액	합계	국내출하량	수출량	합계
2008		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2009		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2010		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤

## 나. 수출지원사업 지원 이후 매출액과 수출액 변화

1) 회사 전체 매출액과 수출액, 연간출하량 작성(연도는 변경 가능)

※ 2010년도에 특정 지원사업에 참여했으면 이전연도는 2008년과 2009년을, 이후연도는 2010년, 2011, 2012, 2013년으로 기재

구 분주 <sup>1)</sup>	분류 코드	연간 매출액			연간 출하량		
		국내출하액	수출액	합계	국내출하량	수출량	합계
2011		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2012		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2013		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤

2) 수출지원대상 품목1 (품목1: )

구 분주 <sup>1)</sup>	분류 코드	연간 매출액			연간 출하량		
		국내출하액	수출액	합계	국내출하량	수출량	합계
2011		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2012		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2013		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤

3) 수출지원대상 품목2 (품목2: )

구 분주 <sup>1)</sup>	분류 코드	연간 매출액			연간 출하량		
		국내출하액	수출액	합계	국내출하량	수출량	합계
2011		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2012		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2013		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤

4) 수출지원대상 품목3 (품목3: )

구 분주 <sup>1)</sup>	분류 코드	연간 매출액			연간 출하량		
		국내출하액	수출액	합계	국내출하량	수출량	합계
2011		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2012		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤
2013		백만원	백만원	백만원	톤	톤	톤

### 1.3. 가공식품의 국내산 농산물 원재료사용 비율 변화

#### 가. 수출지원사업 지원 이전 국내산 농산물 사용 비율

구 분	전체	품목1: ( )	품목2: ( )	품목3: ( )
연도	국내산 원료 사용비율	국내산 원료 사용비율	국내산 원료 사용비율	국내산 원료 사용비율
2008	%	%	%	%
2009	%	%	%	%
2010	%	%	%	

#### 나. 수출지원사업 지원 이후 국내산 농산물 사용 비율

구 분	전체	품목1: ( )	품목2: ( )	품목3: ( )
연도	국내산 원료 사용비율	국내산 원료 사용비율	국내산 원료 사용비율	국내산 원료 사용비율
2011	%	%	%	%
2012	%	%	%	%
2013	%	%	%	

### 1.4. 가공식품의 상품 판매가격 변화 비교

#### 가. 수출지원사업 지원 이전 귀 회사의 수출상품 가격

구 분	품목1: ( )	품목2: ( )	품목3: ( )
참여연도 이전	수출상품 단위당 판매가격	수출상품 단위당 판매가격	수출상품 단위당 판매가격
2008	원/kg	원/kg	원/kg
2009	원/kg	원/kg	원/kg
2010	원/kg	원/kg	

#### 나. 수출지원사업 지원 이후 귀 회사의 수출상품 가격

구 분	품목1: ( )	품목2: ( )	품목3: ( )
참여연도 이후	수출상품 단위당 판매가격	수출상품 단위당 판매가격	수출상품 단위당 판매가격
2011	원/kg	원/kg	원/kg
2012	원/kg	원/kg	원/kg
2013	원/kg	원/kg	

### 1.5. 가공식품 분야 수출지원사업 참여 이전과 이후의 귀 회사의 영업이익율 변화

수출지원사업 참여 이전		수출지원사업 참여 이후	
연도	영업이익률	연도	영업이익률
2008	%	2011	%
2009	%	2012	%
2010	%	2013	%

### 1.6. 가공식품 분야 수출지원사업 참여 이전과 이후의 귀 회사의 고용인원 변화

수출지원사업 참여 이전		수출지원사업 참여 이후	
연도	종업원 수	연도	종업원 수
2008	명	2011	명
2009	명	2012	명
2010	명	2013	명

### 1.7. 수출지원사업 대상 품목의 지원 이전과 이후의 수출계약 건수 비교

수출지원사업 참여 이전		수출지원사업 참여 이후	
연도	계약 건 수	연도	계약 건 수
2008	건	2011	건
2009	건	2012	건
2010	건	2013	건

### 1.8. 수출지원사업 지원 이전과 이후의 수출 대상 국가 수 비교

수출지원사업 참여 이전		수출지원사업 참여 이후	
연도	수출대상 국가 수	연도	수출대상 국가 수
2008	개국	2011	개국
2009	개국	2012	개국
2010	개국	2013	개국

### 1.9. 가공식품 분야 수출지원사업 참여 이전과 이후의 귀 회사의 수출대상 품목 수 변화

수출지원사업 참여 이전		수출지원사업 참여 이후	
연도	수출 품목 수	연도	수출 품목 수
2008	개	2011	개
2009	개	2012	개
2010	개	2013	개

**1.10. 가공식품 분야 수출지원사업 참여 이전과 이후의 해외 수입바이어 수 변화**

수출지원사업 참여 이전		수출지원사업 참여 이전	
연도	수입 바이어 수	연도	수출 바이어 수
2008	개	2011	개
2009	개	2012	개
2010	개	2013	개

**1.11. 가공식품 수출지원사업 참여 이전과 이후 수출상품의 검역·통관 제재 건수 변화**

수출지원사업 참여 이전		수출지원사업 참여 이후	
연도	수출 품목 수	연도	수출 품목 수
2008	개	2011	개
2009	개	2012	개
2010	개	2013	개

**1.12. 가공식품 수출지원사업 참여 이전과 이후 수출상품의 품질 손상 및 부패 건수 변화**

수출지원사업 참여 이전		수출지원사업 참여 이후	
연도	수출 품목 수	연도	수출 품목 수
2008	개	2011	개
2009	개	2012	개
2010	개	2013	개

■ 가공식품 수출지원사업 관련하여 아래 질문들에 대해 다음 표의 7개 세부 수출지원사업 중 번호를 선택하여 주시기 바랍니다.

지원분야(5)	세부 수출지원사업 (7)
생산·조직(1)	1) 수출상품화사업
시장개척·해외마케팅(2)	2) 국제박람회참가
	3) 해외관측 행사지원
물류·검역·통관(2)	4) 수출물류비지원
	5) 수출해외전진기지구축사업
금융·보험(2)	6) 농수산물 수출보험 가입지원
	7) 우수농식품 구매지원 자금





## 참고 문헌

- 강기춘·김진옥. 2013. “지역산업기술개발사업이 참여기업의 성과에 미치는 효과 분석.” 『한국지역경제학연구』 26: 23-43. 한국지역경제학회.
- 곽기호·박주형. 2009. “산업연관분석을 활용한 기계산업의 경제적 파급효과 분석.” 『산업경제연구』 22(1): 179-199. 한국산업경제학회.
- 구승모·김성훈·이계오·손창수·한석호. 2011. “농축산물생산비조사 통계의 종합적 품질 진단 및 개선 방안.” 『농업생명과학연구』 45(6): 291-301. 경상대학교 농업생명과학연구원.
- 권승구·이병성·김태선·송동흡·박준홍·김경미·오현진·박정운. 2013. 『신선·가공농산물의 수출국별, 유통채널별, 거래형태분석 및 선호도분석』 PJ008280. 농촌진흥청.
- 권현정·조용운·고지영. 2011. “노인장기요양보험제도가 대상요인 및 부양가족의 삶의 질과 가족관계 만족도에 미치는 영향.” 『한국사회복지학』 63(4): 301-328. 한국사회복지학회.
- 김경량·정해동·최운상. 2005. “축산업의 경제효과에 관한 실증적 분석.” 『농업경영·정책연구』 32(4): 692-709. 한국농업정책학회.
- 김경필·문한필. 2012. “농식품 수출지원제도의 상대적 중요도 분석.” 『농업경영·정책연구』 39(3): 394-419. 한국농업정책학회.
- 김경필·문한필·한정희. 2011. 『농식품 수출지원제도 개선방안』. R631-1. 한국농촌경제연구원.
- 김성훈·김경필·한호석·송영은. 2009. 『농축산물판매촉진사업 제도개선 연구』. C2009-47. 한국농촌경제연구원.
- 김성훈. 2011. “가공식품 수출 현황과 확대 전략.” 『농업전망 2011』. E04-2011. 한국농촌경제연구원.
- 김수현·강희일·홍승표·정해식. 2006. “IT기기 수출의 경제적 파급효과.” 『기술혁신학회지』 9(2): 279-303. 한국기술혁신학회.
- 김정권. 2008. “AHP를 이용한 기업의 자원배분 우선순위 분석.” 『지역발전연구』 8(1): 109-125. 한국지역발전학회.
- 김창길·문동현. 2013. “농업·농촌 녹색성장 정책수단의 우선순위 결정 : 계층분석과정(AHP)의 적용.” 『농촌경제』 35(5): 45-64. 한국농촌경제연구원.

- 김태경·권대한. 2009. “포커스그룹 인터뷰를 통한 토지비축제도의 개선방향에 관한 연구.” 『도시행정학보』 22(3): 247-265. 한국도시행정학회.
- 김홍규. 2013. “PSM과 DID의 순차적 적용을 통한 정부지원사업의 효과성 분석.” 『Information systems review』 15(3): 141-150. 한국경영정보학회.
- 노용환·주무현. 2012. “중소기업 정책자금 고용효과의 지속성 분석.” 『중소기업연구』 34(2): 47-66. 한국중소기업학회.
- 농림축산식품부. 2014. 『국민행복 시대를 여는 신식품정책(안)』.
- \_\_\_\_\_. 2013. 『농식품 수출 희망찾기 플랜(2013~2017)』.
- 문한필·김경필·어명근·이지용. 2012. “신선농산물 수출의 결정요인과 지원 효과 분석.” 『농촌경제』 35(1): 69-90. 한국농촌경제연구원.
- 문한필·김경필·어명근·전형진. 2011. “농산물 수출증대의 요인과 경제적 파급효과 : 신선농산물을 중심으로.” 『농정포커스』 제3호. 한국농촌경제연구원.
- 문한필·송주호·정대희·김수지. 2014. 『2013 DDA 협상과 향후 대응방안』. P190. 한국농촌경제연구원.
- 박기환·이계임·김경필·이동소·허성운. 2012. 『농식품 수출품목의 부가가치 증대를 위한 정책지원 시스템 개편 방안; 농식품 수출증대를 위한 중장기 정책지원 방안 마련』. C2012-58. 한국농촌경제연구원.
- 박기환·김경필·이병훈·이계임·허성운. 2013. 『농식품 수출진흥 중장기 종합정책 마련 연구; 수출전용단지제도 도입 방안 중심』. C2013-49. 한국농촌경제연구원.
- 박순찬·주무현·김성훈. 2013. “농식품 수출확대 지원 정책의 파급효과 분석.” 『농업경영·정책연구』 40(2): 451-468. 한국농업정책학회.
- 반영운. 2014. “FGI를 통한 녹색산업단지 계획요소 도출.” 『국토계획』 49(3): 227-241. 대한국토·도시계획학회.
- 신용광·김창길·김태영. 2005. “계층분석과정(AHP)을 이용한 친환경농업정책 프로그램의 우선순위 결정.” 『농촌경제』 28(2): 39-56. 한국농촌경제연구원.
- 아오야마 히로코. 2014.9. “동양식문화의 보급 및 시장확대를 위해서: 음식을 통한 일·한간의 제휴사례.” 『동양 식문화의 새로운 가치발견과 한·일 협력방안 발표자료』. 한국농촌경제연구원.
- 안동환·김성훈. 2012. “계당산업의 산업연관효과 및 가격파급효과 분석.” 『농업경영·정책연구』 39(1): 124-146. 한국농업정책학회.
- 윤광진·이순태·조영기·차철표·이광남. 2011. 『어업허가 우선순위 설정에 관한 입법평가』. 입법평가연구-11-17-⑧. 한국법제연구원.

- 이병성·권승구·박정운. 2012. “선진국의 수출지원제도와 국내 농식품 해외수출 전략.” 『한국식품유통학회 하계학술대회 논문집』 153-189. 한국식품유통학회.
- 이서영. 2011. “수출보험의 대기업 및 중소기업 수출지원에 대한 효과분석.” 『통상정보연구』 13(3): 377-401. 한국통상정보학회.
- 이승신·정성춘·여지나. 2010. 『주요국의 농산물 수출지원제도: 중국, 일본』. 한국농촌경제연구원.
- 이의영·신범철. 2010. “정부의 수출지원이 중소기업 수출에 미치는 효과.” 『기업경영연구』 36: 197-213. 한국기업경영학회.
- 이준·조영삼·최재영·조은정. 2013. 『중국의 식품시장 전망과 국내 식품산업의 대응방안』. 산업연구원.
- 이현동. 2009. “산업연관분석을 이용한 수산식품산업의 경제적 파급효과 분석.” 『수산정책연구』 3: 13-37. 한국해양수산개발원.
- 인하대학교 산학협력단. 2014. 『TPP RCEP 등 향후 다자간 FTA 추진 전망과 농업분야 협상 및 대응방안』. 한국농촌경제연구원.
- 정민국 외. 2014. 『2013년 FTA 국내보완대책 농업인지원 성과분석 보고서』. E13-2014. 한국농촌경제연구원.
- 조윤희. 2013. 『농식품 수출지원사업의 문제점과 개선과제』. NABO. 국회예산정책처.
- 지인배. 2013. “산업연관분석을 이용한 한국 축산업의 구조변화 분석.” 『농촌경제』 36(1): 25-48. 한국농촌경제연구원.
- 진현정. 2013. 『농자재산업의 산업연관효과 동태적 추이분석』. D360. 한국농촌경제연구원.
- 채광기·하규수. 2010. “한국 중소기업진흥공단 정책자금 지원을 받은 중소기업의 수익성 분석.” 『한국동북아논총』 55: 165-187. 한국동북아학회.
- 최세균·김태훈·김경필·김성훈·김연중·국승용·권오복·정대회. 2009. 『농식품 수출증대 전략』. P113. 한국농촌경제연구원.
- 최지현·김병률·김성우·이동소·김윤진·차원규·박재홍·강혜정·안동환. 2013. 『농어업 부가가치의 새로운 창출을 위한 식품산업의 중장기 발전전략(5/5차연도); 식품산업정책의 평가와 효율적 추진방안』. R693. 한국농촌경제연구원.

- 최태동·석호문·임병옥·강수기·곽창근·장종근·오승용. 2000. 『가공식품 수출촉진을 위한 농가, 농업경영체 및 수출업체 기술지원사업』. G1325-0004. 농림부.
- 한국고용정보원. 2011. 『농식품 수출 확대 지원 정책의 고용영향평가』. 고용노동부.
- 한국농수산물유통공사. 각 연도. 『농림수산물 수출입동향 및 통계』. 농림축산식품부.
- \_\_\_\_\_. 2014a. 『농식품·외식기업 지원사업 종합안내서』.
- \_\_\_\_\_. 2014b. 『농수산물 수출전략 및 지원사업』.
- \_\_\_\_\_. 2013a. 『경영실적평가보고서』.
- \_\_\_\_\_. 2013b. 『식품산업분야별 원료소비 실태조사』.
- 황선대·이기용. 2013. “다차원척도법을 이용한 중소수출기업의 수출애로요인과 촉진요인 분석.” 『통상정보연구』 15(3): 135-153. 한국통상정보학회.
- 황의식·최지현·전창곤·김경필·최병옥·양찬영·전지연·전애라. 2013. 『농안기금 사업 성과평가 및 중장기 운용방안』. C2013-46. 한국농촌경제연구원.
- 한국은행. 2007. 『산업연관분석 해설』. 한국은행.
- 한국은행. 2014. 『2010년 산업연관표』. 한국은행.
- Honma Masayoshi. 2014.9. “일본과 한국의 농산물 수출전략과 협조체제의 구축.” 『동양 식문화의 새로운 가치발견과 한·일 협력방안』 세미나 자료. 한국농촌경제연구원.
- Callaghan Innovation. 2013. *Callaghan Innovation Business Case 2013/14-2015/16*.
- Euromonitor. 2014. “U.S. Processed Food Exports: Growth & Outlook.” *International Agricultural Trade Reports*.
- Hanrahan, C. 2013. *Agricultural Export Programs: Background and Issues*. R41202. Congressional Research Service.
- Johnson, R and J. Monke. 2014. *What Is the Farm Bill?*. RS22131. Congressional Research Service.
- Kaise, H.R. Keeney, S. Ramsey, T. Jackson and R. Fullenbaum. 2010. *A Cost Benefit Analysis of USDA's International Market Development Programs*. IHS Global Insight, Inc.
- Ministry of Business, Innovation and Employment and Coriolis Research. 2012. *Driving growth in the Processed Foods sector: Food & Beverage Information Project 2012 - Depth Sector Stream. Final Report v1.00d*.

- \_\_\_\_\_. Innovation and Employment and Coriolis Research. 2014a. *New Zealand iFAB 2013 Processed Foods Riview*. January 2014 v1.00a
- \_\_\_\_\_. Innovation and Employment and Coriolis Research. 2014b. *New Zealand iFAB 2013 F&B Industry Overview*. January 2014 v1.002e
- New Zealand Export Credit Office. 2009. *National Meats Uses the NZECO Short Term Trade Credit Guarantee to Continue Financing Profitable Trade*.
- New Zealand Food Innovation Auckland Ltd. 2013. *New Zealand Food Innovation Auckland Ltd [Brochure]*. Auckland.
- New Zealand Trade & Enterprise. 2011. *New Zealand Trade and Enterprise: Briefing to Incoming Ministers*.
- Paypal. 2014. Modern Spice Routes: The Cultural Impact and Economic Opportunity of Cross-Border Shopping, 2014([www.paypal.com/spiceroutes](http://www.paypal.com/spiceroutes)).
- Shahidur R. Khandker, Gayatri B. Koolwal and Hussain A. Samad. 2010. *Handbook of Impact Evaluation*. The world Bank.
- The Business of NZ Inc. 2012. The Press “Christchurch Earthquake 2011.”
- USDA. 2014a. FAS(<http://apps.fas.usda.gov/gats/BICOREport.aspx?type=pfood>).
- \_\_\_\_\_. 2014b. US Processed Food Export: Groqth & Outlook, FAS. 「[www.fas.usda.gov/GATS](http://www.fas.usda.gov/GATS)」
- <웹 정보>
- 농수산식품수출지원정보. <<http://www.kati.net>>.
- 통계청. <<http://www.kostat.go.kr>>.
- 4C foods Corp. <[www.4c.com](http://www.4c.com)>.
- Callaghan Innovation. <<http://www.callaghaninnovation.govt.nz/about-us>>.
- Culleys. <<http://culleys.co.nz>>.
- Food Export Association. <[www.foodexport.org](http://www.foodexport.org)>.
- Hakanoa. <<http://hakanoa-handmade.co.nz/handmade-ginger-syrup>>.
- New Zealand Export Credit Office. <<http://www.nzeco.govt.nz>>.
- New Zealand Food Innovation Network. <<http://www.foodinnovationnetwork.co.nz>>.
- USDA FAS. <<http://www.fas.usda.gov/programs>>.



연구보고 R715

가공식품 수출의 효율적 지원 방안

---

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25.)

인 쇄 2014. 12.

발 행 2014. 12.

발행인 최세균

발행처 한국농촌경제연구원

130-710 서울특별시 동대문구 회기로 117-3

전화 02-3299-4000 <http://www.krei.re.kr>

인쇄처 경성문화사

전화 02-786-2999 <http://www.ks5944.com>

---

ISBN 978-89-6013-656-4 93520

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.  
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.