

# FTA대응 수출시장 확대전략 2

출처 : 한국농촌경제연구원  
'농업전망 2012'

※ 지난호에 이어 계속...

## 2. FTA 체결국 수입여건 분석

### 2.3. 수출시장 경쟁력과 소비자 선호도

딸기는 경쟁력이 높다.

#### 2.3.1. 수출시장별 경쟁력

- 현시비교우위지수(RCA) 분석 결과 세계시장에서 사과 수출경쟁력은 중국산이 가장 높다. 한국산 사과는 2009년 이전까지는 1.0 이하로 경쟁력이 낮았으나 2009년 이후 수출경쟁력이 개선되고 있다.
- 한국산 감귤과 오이는 경쟁력이 아주 낮으나

- 미국 시장에서 판매되는 사과(후지)의 당도는 7.4~13.0° Bx, 감귤은 7.3~9.2° Bx로 조사되어 한국산 품질에 비하여 그다지 좋은 편은 아니다.
- 사과 판매가격은 개당 600~1,100원, 수박은 한 개에 6,600원에 판매되고 있어 판매가격 수준이 낮은 편이다.

표 4-12. 미국 뉴욕시장 농산물 판매가격 및 품질

단위: g, ° Bx, 원

품목	원산지	무게	당도	소매가격
사과(후지)	뉴질랜드	300	13.0	1,100
사과(후지)	칠레	351	10.5	900
사과(갈라)	미국	200	7.4	700
감귤	페루	241	8.9	649
감귤(탄저린)	페루	138	7.3	900

주: 1) 환율은 1\$=1,100원을 적용함.  
2) 소매가격은 대형판매매장에 판매되는 날개당 가격임.  
자료 : 한국농촌경제연구원 현지조사 자료임(2011.9).



그림 4-4. 미국시장 농산물 품질 및 판매가격

- 싱가포르 대형할인매장에서 판매하고 있는 농산물 품질이나 가격 수준은 상대적으로 백화점 등 고급매장보다 낮은 편이다. 과일 당도는 사과 11.2° Bx, 배는 11.0° Bx으로 한국산보다 당도가 낮다.

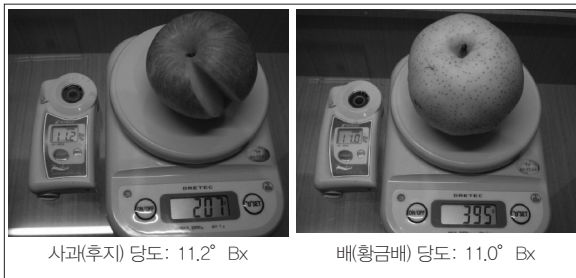


그림 4-5. 싱가포르 수출시장 판매과실 품질

표 4-13. 싱가포르 수출시장 판매농산물 품질 및 가격

품목(품종)	판매단위	당도(° Bx)	무게(g)	가격(원)
사과(후지)	1개	11.2	207	1,440
배(황금배)	1kg	11.0	395	2,320

주: 환율은 1S\$ = 879.3원(2011.02.11)을 적용함.  
 자료 : 한국농촌경제연구원 싱가포르 대형할인매장 현지조사 자료(2011.1).

- 대형할인 매장에서 판매되는 미국산 후지사과의 가격은 5개에 1,520~2,320원으로 가격이 낮은 편이다.

### 2.3.2. 수출시장별 소비자 선호

- 수출시장 소비자들의 한국산 수출 상품에 대한 선호도를 높이기 위해서는 소비자 선호도를 높일 수 있도록 상품화 및 마케팅을 수행해야 한다. 이를 위해 우선 수출시장 소비자들의 선호도를 파악하여 차별화된 전략을 마련해야 한다.

- 아세안 FTA 체결국가 중 말레이시아 소비자들의 딸기 선호도와 베트남 소비자들의 팡이버섯에 대한 선호상품 유형을 분석하였다. 말레이시아 시장에서 딸기와 관련된 가상의 속성조합별 상품유형의 시장점유율을 추정한 결과 「'미국산 가격', '달면서 약간 신맛', '한국산', '중소과'」의 상품속성으로 구성된 상품의 시장점유율이 가장 높을 것으로 전망되었다.

- 두 번째로 선호도가 높은 상품 유형은 「'미국산 가격', '달면서 신맛', '미국산', '대과'」 상품이며, 세 번째로 선호도가 높을 것으로 추정된 상품은 「'중간 수준 가격', '달면서 신맛', '한국산', '특대'」 상품이다.

- 말레이시아 딸기 수출시장 확대를 위해 가장 중요한 상품속성은 '달면서 약간 신맛'과 '낮은 가격'이며, 싱가포르의 경우 '강한 단맛'의

‘대형’ 크기의 딸기 상품에 대한 선호도가 높다. 인접한 두 지역 수출시장에 대한 “제품 차별화(Products Differentiation)”를 통해 소비자 만족도를 높이면서 가격경쟁력을 높일 수 있도록 상품화하는 전략이 필요하다.

- 베트남 팡이버섯 시장에서는 「‘가격 2만 동’에 ‘약간 질긴 육질의 머리가 작고 줄기가 날씬’한 ‘베트남산’ 상품유형의 시장점유율이 가장 높고, 「‘가격 1만 5천동’에 ‘약간 질긴 육질의 머리가 작고 줄기가 날씬’한 ‘베트남산’ 상품은 두 번째로 높을 것으로 전망되었다.
- 베트남에서 한국산 팡이버섯은 크기가 균일하고 줄기가 날씬해 다른 제품에 비해 외관이 더 뛰어나다는 평가를 받고 있다. 또한 소비자가 인식하는 식품안전성 측면에서 한국산은 중국산과 대만산을 압도하고 있다. 그러나 중국산 팡이버섯 제품은 공기를 많이 포함하지 않은 상태로 밀폐 포장되어 수입되고 있고, 일부는 수입업체에 의해 진공상태로 재포장되어 판매되기 때문에 더 오랜 기간 저장이 가능한 것으로 평가받고 있다.
- 베트남 팡이버섯 시장의 경우 신선도 및 저장기간이 길어야 상품의 선호도가 더 높은 것으로 판단할 수 있다.



### 3. FTA 체결국 시장확대 전략

#### 3.1. 수송거리와 한류확산 측면에서 아세안 시장을 집중 공략

- FTA 체결 국가들에 대한 수출시장을 확대하기 위해서는 국가별 수출시장 규모와 최근의 수출성장률을 고려하여 수출이 빠르게 증가하는 국가와 품목들 중심으로 수출시장을 확대하는 노력이 필요하다.
  - FTA 국가별 수출규모는 아세안(10.3억 달러), 미국(6.0억 달러), 유럽(3.6억 달러) 순서로 크다. 수출국가별 비중은 아세안시장이 9%에서 14%로 가장 크게 증가하였다. 아세안국은 수출시장 규모와 수출성장률이 모두 크므로 단기적으로 아세안지역 수출확대에 주력해야 한다.
  - 유럽은 현재 수출 규모는 작지만 수출이 지속적으로 증가하고 있으므로 현지 선호도가 높은 품목 중심으로 수출시장을 확대해야 한다.
  - 미국 지역에 대한 수출비중이 감소하고 있지만 수출시장 규모는 지속적으로 성장하고 있으므로 기존 수출품목 중심으로 시장을 유지·확대하는 노력이 필요하다.
- 수출시장 인구는 아세안, EU, 미국 순으로 많고 세 지역 모두 3억 이상 인구의 거대시장이기 때문에 모두 적극적으로 수출을 시도할 만한 지역이다.
  - 우리나라 수출 농산물의 주된 수요층이라고 할 수 있는 한국인 체류자 수는 미국이 유럽의 19배 수준, 아세안의 8배 수준으로 가장 많아 소비시장 측면에서는 미국시장이 가장 유리

하다.

- 수출시장별로 수출이 빠르게 증가하고 있는 품목에 집중하여 수출을 확대하기 위한 노력을 투입해야 한다.
  - 채소종자 등 채소류는 미국시장에서, 버섯, 김치류는 유럽시장에서 수출성장세가 빠르고, 아세안 시장에서는 딸기, 단감, 인삼을 비롯한 대부분 농산물들의 수출성장세가 빠르다.
  - 아세안 시장에서 대부분 품목들의 수출성장 가능성이 높지만 특히 과일류와 특작류 중심으로 수출확대 노력을 기울일 필요가 있다.
  
- 한국과의 수송거리 측면에서는 아세안 시장이 가장 유리하며, 미국과 유럽시장은 불리한 편이다.
  - 특히 신선농산물의 수송비용 절감과 신선도 등 품질유지를 위해서는 가급적 아세안시장 중심으로 수출하되 미국과 유럽시장으로는 부피가 작거나 유통기한이 긴 상품 중심으로 수출하는 전략이 유리하다.
  - 신선농산물 수출은 수송기간 동안 신선도 유지가 아주 중요하므로 미국과 유럽 등 원거리 시장까지 수송하면서 품질을 유지하기 위해서

는 수확후 관리기술 향상과 신속·정확한 물류시스템 구축이 요구된다.

- 한류확산 측면에서는 아세안 시장이 가장 유리하다. 한류확산을 가늠할 수 있는 문화컨텐츠 수출액은 아세안 시장이 미국과 유럽시장보다 각각 0.65배, 7.8배 많으며, 문화컨텐츠 수출 성장율도 아세안이(1,761%) 미국(5%)과 유럽(105%)에 비해 압도적으로 높다.
  - 특히, 아세안 시장을 중심으로 최근의 한류열풍을 수출과 연계시킬 수 있는 기회를 적극적으로 활용해야 한다.

### 3.2. 관세가 철폐되고 수입제한조치가 해제되는 품목수출에 주력

- FTA를 추진하는 가장 중요한 목적 중의 하나는 양국간 무역거래를 활성화하는 것이므로 FTA 체결은 양국간 관세를 하락시킬 뿐만 아니라 비관세조치들을 완화하는 노력도 투입하게 된다.
  - 따라서 FTA 체결국별로 관세하락 폭이 큰 품목과 최근에 수입이 허용된 품목들 중심으로

표 4-14. FTA 체결국의 수출시장 여건 평가

구분	미국	EU	아세안
인구(명)	◎	◎	◎
GDP(달러)	◎	◎	•
1인당 GDP(달러)	◎	◎	•
한국과의 거리(km)	•	•	◎
한국인 체류자 수(명)	◎	•	•
문화컨텐츠 수출액	□	•	◎

주 1) 농산물 수출시장 여건은 FTA 국가별 진출여건에 따라 연구자가 자의적으로 평가한 결과임. 2) ◎는 수출에 유리함, □는 수출여건이 보통임, •는 수출에 불리함을 의미함.

수출노력을 집중할 필요가 있다.

- 미국으로 수출하는 품목들 중에서 배, 유자차, 팽이버섯, 김치, 백합, 장미가 기존의 관세가 철폐되어 가격경쟁력이 높아질 것이다.
- 미국으로 수입허용을 요청한 품목들 중에서 최근에 토마토, 냉이, 미니화분, 감귤 수입이 허용되었다.
- 필리핀의 감귤 수입이 허용되었고, 필리핀 파프리카 수입과 베트남 토마토 수입도 곧 허용될 전망이므로 미리 준비해야 한다.
- 유럽 시장으로 수출하는 농산물 중에서는 감귤과 사과, 배를 제외한 모든 품목의 관세가 철폐되었으므로 수출가능 품목이 다양해졌다.
  - 특히 관세율이 10~20% 수준에서 완전 철폐되는 품목인 김치, 딸기, 무, 유자차 중심으로 수출을 확대하는 노력이 필요하다.
- 아세안 시장에 대한 관세철폐의 특징은 선발가맹국에서 후발가맹국으로 단계적으로 관세가 완전히 철폐되는 것이다. 아세안 시장에서 일반품목군의 관세완전철폐 기한은 선발가맹국은 2010년까지, 후발가맹국은 2016~2018년까지이며, 베트남 등 후발가맹국은 2012년 이후에도 5~50%의 수입관세를 부과하도록 되어 있다.
  - 따라서 아세안 국가들 중에서도 관세가 가장 빨리 철폐되는 국가인 말레이시아, 싱가포르 등의 선발가맹국을 우선적으로 공략하고, 베트남이나 캄보디아 등의 후발가맹국 진출은 단계적으로 확대하도록 한다.
  - 인도네시아 시장진입에 대한 관세율 철폐로 수출이 유리해진 품목은 신선버섯류와 딸기, 장미 등이다.

### 3.3. 소비자 수용성이 높은 품질과 가격으로 상품화

- 미국, 유럽, 아세안 시장의 수출 품목들 중에서 핵심 품목들 중심으로 현지 소비자 선호도 조사를 통해 구매행태와 상품 선호속성을 파악하여 차별화된 상품화와 마케팅 전략을 추진해야 한다.
  - 예를 들어 딸기 수출에 있어서 말레이시아 시장으로는 「달면서 약간 신맛의 중소형 크기」의 딸기 상품을, 싱가포르 시장으로는 「강한 단맛의 대과 크기」의 상품 공급으로 상품화 및 마케팅 활동을 차별화해야 한다.
  - 베트남 시장에 팽이버섯 수출을 확대하기 위해서는 신선도를 오래 유지할 수 있는 진공포장 상품의 선호도가 높으므로 상품화과정에 반영해야 한다.
- 수출시장에서 한국산 농산물은 품질은 좋은 편이지만 가격이 비싼 편으로 평가받고 있다. 따라서 소비자 수용성이 높은 가격범위로 포장단위를 맞추어야 한다.
  - 특정 수출품목에 대해 소비자가 쉽게 수용할 수 있는 가격수준이 상품단위당 2달러이면 해당 가격 수준에 맞추는 포장단위를 개발해야 한다.
  - 최근에 해외시장 소비자들이 한국 농산물에 대한 호기심과 선호도가 높아지고 있으므로 한국산 농산물을 확실하게 인식시키고 신뢰도를 제고시킬 수 있는 상품표시제도 운영도 필요하다. 이를 위해 국가차원의 수출상품 보증표시나 브랜드 표시제도를 도입할 필요가 있다.

### 3.4. 수출인프라 비중을 확대하고 환율리스크를 완화하는지원제도로 개선

- 정부의 수출지원은 농산물 수출에 긍정적인 영향을 미치고 있으나 직접적인 보조성격의 수출물류비 지원보다 장기적이고 지속적인 간접지원사업의 수출증대 효과가 더 크다. 따라서 수출증대를 위해서는 당분간 수출물류비 지원을 유지하되 중장기적으로 직접보조 비중을 줄이면서 수출인프라 조성 등 간접 지원사업 비중을 확대해야 한다.
  - 이러한 전략은 장기적으로 국내 수출구조를 개선할 뿐만 아니라 국제협상에서 직접 보조금 지급을 제한하는 규정에도 부합하게 된다.
  - 수출인프라를 강화하는 지원사업 종류는 수

출용 저장·냉동 창고를 포함하는 물류센터 건립과 신속하고 정확한 선적과 수출시장까지의 수송이 이루어질 수 있는 배송관리 시스템, 국가차원의 지속적인 해외시장 마케팅활동 지원 등을 포함한다.

- 현재 농산물 수출보험제도는 수출업체들이 적극적으로 이용하기에 보장한도가 크지 않고 환율 리스크를 줄이기에 부족하다고 평가받고 있다.
  - 농산물 수출업체들의 수출규모가 커지고 있으며 최근 환율이 변동되는 경우가 많으므로 수출대금 수령의 안정성을 높이고 환율 변동에 따른 리스크를 감소시킬 수 있도록 수출지원제도를 개선해야 한다.

