

對日輸出擴大를 위한 競爭力 提高方案

— 農産物輸出을 중심으로 —

李 庸 完*

目 次

- | |
|----------------------------|
| I. 序 |
| II. 對日輸出에 대한 概觀 |
| III. 對日 輸出擴大를 위한 競爭力 提高 方案 |

I. 序

UR 타결에 따른 WTO체제의 출범으로 農業생산의 국제분업화가 촉진될 전망이다. 따라서 세계 農業은 국가간 지역간 비교우위에 따라 새로운 農産物 생산패턴을 띠게 될 것이며, 각국은 자급 자족을 위한 보호무역의 늪에서 벗어난 競爭力을 갖춘 품목으로 특화하면서 지역農業의 변화를 기초로 한 세계農業질서가 새롭게 구축될 전망이다. 이에 따라 우리의 濟州農業도 커다란 시련과 전환기를 맞이하게 되었다. 이에 우리 濟州道는 이와 같은 여건변화에 능동적으로 대처하기 위해서 “최선의 방어는 최선의 공격”이라는 인식하에 수동적·방어적 영농운영에서 競爭力강화를 통한 공격형 輸出農業으로의 전환을 모색하고자 그 여건조성에 최대한의 노력을 경주하고 있다.

그동안 濟州農業은 관광산업과 더불어 濟州지역경제의 성장을 주도하여 왔으며, 앞으로도 濟州 지역의 입지적 여건 등을 고려해 볼 때 濟州 지역경제의 중추적 산업으로서 성장·발전의 추진은 불가피 하다 하겠다. 따라서 農産物의 국제교역환경의 변화에 적극적으로 대처함과 동시에 濟州 農業의 활성화를 도모하기 위해선 무엇보다도 기술 및 자본집약적 영농을 통한 고품질의 農産物 생산의 '공격형 輸出영농체제'로의 전환이 이루어 져야 할 것이다. 이를 위해서는 農産物의 生産-輸出體制로의 확립이 이루어 져야 할 것이다. 다행히 濟州道는 세계최대의 農産物 수입국인

* 제주대학교 경상대학 무역학과 전임강사

日本과 지리적으로 가장 인접해 있을 뿐만 아니라 기후 및 식생활 문화도 흡사하여 대일 農産物 輸出에 대한 잠재적 가능성은 충분하다 하겠다. 그러나 우리 濟州道는 그동안 對日 農産物 輸出에 대해 상당히 소극적인 입장을 취해왔으며, 農産物의 輸入自由化에 따른 對日 輸出에 있어서의 지역간·국가간 경쟁관계도 또한 한층 심화될 것으로 展望된다.

이에 本稿에서는 對日 農産物의 輸出확대에 따른 제반 문제점을 살펴보고 對日 輸出확대를 위한 競爭力 강화방안을 중심으로 제시해 보고자 한다.

II. 對日 輸出에 대한 概觀

1. 日本의 農産物 輸入에 대한 概觀

1) 日本의 農産物 輸入動向

- 94년도 日本의 농림수산물 수입액은 전년대비 13.2% 증가한 69,417백만달러를 기록하였으며, 총수입액에서 농림수산물수입이 차지하는 비중은 25.3%를 기록하였다.

(〈表 II-1〉참조)

- 이와같이 농수산물수입이 증가한 것은 엔고로 인한 수입메리트(Merit)의 증가와 함께 외국의 對日 農産物 輸出을 위한 적극적인 일본시장 공략 등에 기인한 것으로 풀이된다.
- 국가별로 보면, 중국으로부터의 수입증가가 두드러졌으며 수입액 상위국가들의 경우, 수입액은 증가한 반면 수입셰어(Share)는 저하됨으로써 수입선이 다변화되는 경향을 나타내고 있다.
- 94년도 日本의 농수산물 수입대상국별 순위와 수입시장점유율(금액기준)을 보면, 1위는 미국(29.1%)으로 93년대비 8.2% 증가하였으며, 반면에 2위인 중국(8.8%)은 93 41.2% 급증하였다. 이어서 3위 캐나다(7.0%), 4위 호주(6.6%), 5위 태국(5.3%), 6위 인도네시아(5.3%), 7위 대만(4.9%), 8위 말레이시아(3.5%), 9위 한국(2.6%), 그리고 10위 러시아(2.4%) 순이며(〈表 II-2〉참조),
- 94년도 순위변화를 보면, 3위 중국이 캐나다를 누르고 3위로 부상하였으며, 중국, 호주, 러시아 등은 광활한 영토에서 생산된 農産物을 저렴한 가격으로 대량 공급할 수 있었던 것이 시장확대요인으로 분석된다.
- 품목별 수입실적의 경우, 순위면에서 작년도와 별 차이없게 나타났으나, 93년 100% 증가했던 합판은 5.5%감소했고 93년 흉작으로 인해 쌀수입이 34배 증가한 14억불을 기록했다.
- 日本의 農産物 수입액을 주요 품목별로 살펴보면, 어패류가 전체의 33.9%로 수위를 기록하

고 있으며 2위가 육류(農産物 전체수입의 16.9%), 3위가 곡물(14.0%) 순을 기록하고 있는데, 어패류와 육류가 전체수입의 반이상(50.8%)을 점하고 있다.

- 수입이 급증한 주요품목으로는 코코아, 커피(전년비 42.4%), 곡물(전년비 38.8%), 야채(전년비 24.1%), 음료(전년비 20.2%), 과일(전년비 15.1%), 어패류((전년비 13.7%), 육류(전년비 13.1%)으로 거의 모든 품목이 전년도에 비해 증가한 것으로 나타났다.

<表 II-1> 日本의 農林水産物 수입현황

(單位 : 백만불)

구 분	1991	1992	1993(a)	1994(b)	(b)/(a)%
전체 수입(A)	236,737	233,021	240,670	274,742	114.2%
농림수산물(B)	52,728	55,952	61,346	69,417	113.2%
농산물	30,044	31,830	32,131	38,245	119.0%
임산물	10,162	10,867	14,551	14,416	99.1%
수산물	12,522	13,225	14,665	16,756	114.3%
(B)/(A)%	22.3%	24.0%	25.5%	25.3%	-

※ 資料 : 日本의 주요농수산물 수입현황, 農水産物流通公社, 1995.6

<表 II-2> 主要國別 농림수산물 수입현황(상위 10개국)

(單位 : 천불)

순위	'94	'93	국 명	93년		94년		전년비(%)
				수입액	구성비(%)	수입액	구성비(%)	
1	1		미 국	18,689,820	30.5%	20,220,447	29.1%	108.2%
2	3		중 국	4,341,612	7.1%	6,130,173	8.8%	141.2%
3	2		캐 나 다	4,425,963	7.2%	4,841,286	7.0%	109.4%
4	4		호 주	3,773,375	6.2%	4,549,414	6.6%	120.6%
5	8		태 국	2,905,992	4.7%	3,708,914	5.3%	127.6%
6	6		인도네시아	3,396,789	5.5%	3,647,074	5.3%	107.4%
7	5		대 만	3,454,878	5.6%	3,419,396	4.9%	99.0%
8	7		말레이시아	2,908,601	4.7%	2,458,431	3.5%	84.5%
9	9		한 국	1,709,157	2.8%	1,828,272	2.6%	107.0%
10	10		러 시 아	1,379,336	2.2%	1,684,738	2.4%	122.1%

※ 資料 : 日本의 주요농수산물 수입현황, 農水産物流通公社, 1995.6

〈表 II-3〉 主要 品目別 수입현황(상위 20개품목)

(단위 : 천불)

순위	품 목	'93년		'94년				
		'94	'93	수 량	금 액	수 량	전년비	금 액
1	1	통 나 무	23,438	5,658,083	22,386	95.5%	4,975,582	87.9%
2	2	제재가공재	10,574	4,233,942	10,717	101.3%	4,517,940	106.7%
3	3	새 우	316,669	3,230,784	320,324	101.1%	3,668,351	113.5%
4	4	돼 지 고 기	457,279	2,568,075	493,886	108.0%	2,926,186	113.9%
5	5	쇠 고 기	51,755	2,468,972	590,038	115.1%	2,860,936	115.9%
6	6	담 배	-	2,114,488	-	-	2,593,412	122.6%
7	7	옥 수 수	16,862,671	2,131,114	15,930,348	94.5%	2,248,738	105.5%
8	8	알 콜 음 료	315,076	1,683,208	560,162	177.8%	1,955,655	116.2%
9	9	합 판	575,752	1,942,988	506,794	88.0%	1,841,374	94.8%
10	10	참 치 류	336,979	1,673,456	331,870	98.5%	1,809,885	108.2%
11	11	펄 프 목 재	11,262,391	1,625,841	11,967,871	106.3%	1,789,961	110.1%
12	-	쌀	107,861	42,184	2,536,314	2,351.5%	1,417,262	3,359.7%
13	12	대 두	5,031,147	1,374,154	4,731,308	94.0%	1,395,134	101.5%
14	13	밀	5,813,656	1,138,045	6,352,435	109.3%	1,348,424	118.5%
15	14	연어, 송어	228,539	1,082,803	243,209	106.4%	1,299,497	120.0%
16	15	계	110,377	878,409	123,572	112.0%	1,207,608	137.6%
17	16	가 금 육	401,279	750,932	454,727	113.3%	993,394	132.3%
18	23	커 피 두	312,524	510,738	345,280	110.5%	949,588	185.9%
19	18	신 선 채 소	346,532	612,829	581,791	167.9%	868,266	141.7%
20	25	양 모	135,482	489,633	144,319	105.5%	680,480	139.0%
상기 20개품목(A)			-	36,210,633	-	-	41,347,681	114.2%
농림수산물합계(B)			-	61,346,098	-	-	69,417,125	113.2%
(A)/(B) (%)			-	59.0%	-	-	59.6%	-

※ 資料 : 日本의 주요농수산물 수입현황, 農水産物流通公社, 1995. 6

2) 최근 日本의 農業구조(農産物 수입구조)의 변화 및 전망

○ 日本 農業비중의 감소추세(〈表 II-4〉참조)

- 국민 총생산에 있어서 農業 총생산이 차지하는 비중은, 1980년 2.4%에서, 1992년 1.8%로 감소.
- 日本의 總輸出액에서 農産物 輸出이 차지하는 비중은, 1980년 0.7%에서, 1992년 0.4%

로 감소.

- 日本의 총수입액에서 農産物 수입이 차지하는 비중은, 1980년 10.6%에서, 1992년 12.7%로 증가.
 - 총세대수에서 농가의 비중은 1980년 12.8%에서, 1992년 8.6%로 감소.
 - 총인구에서 농가인구의 비중은 1980년 18.2%에서, 1992년 10.6%로 감소.
 - 총취업인구에서 農業취업인구의 비중은 1980년 9.1%에서, 1992년 5.5%로 감소.
 - 일반회계 국가예산에서 農業관계예산이 차지하는 비중은, 1980년 7.1%에서, 1992년 3.9%로 감소.
- · 농촌인구의 고령화 등에 따른 재배농가의 감소현상으로 農業의 비중은 점차 감소하고 있으며,
- 또한 日本의 農業정책이 최근 생산자보호중심에서 소비자보호로 정책적 전환을 시도하고 있다.
- 이러한 추세는 앞으로도 계속될 것으로 예측되며 여기에 엔고현상의 지속으로 향후에도 日本의 농림수산물의 수입증가는 불가피할 것으로 전망된다.

〈表 II-4〉 최근 日本農業의 지위저하

구 분	단 위	1980년	1985년	1990년	1992년
국내 총생산 (농업총생산의 비중)	10億엔 (%)	245,547 (2.4%)	324,159 (2.3%)	432,589 (1.8%)	465,431 -
수출 총액 (농산물 수출의 비중)	100萬달러 (%)	129,807 (0.7%)	175,638 (0.4%)	286,948 (0.4%)	339,650 (0.4%)
수입 총액 (농산물 수입의 비중)	100萬달러 (%)	140,528 (10.6%)	129,539 (11.3%)	234,799 (11.1%)	233,021 (12.7%)
총세대수 (農家の 비중)	千 戶 (%)	36,015 (12.8%)	38,133 (11.4%)	41,036 (9.2%)	43,077 (8.6%)
총인구 (농가인구의 비중) (%)	千 人 (18.2%)	117,060 (16.3%)	121,040 (13.8%)	123,611 (10.6%)	123,957
취업 총인구 (농업취업인구의 비중)	萬 人 (%)	5,552 (9.1%)	5,817 (7.6%)	6,280 (6.2%)	6,437 (5.5%)
국내 총고정자본형성 (농업 총고정자본형성의 비중)	10億엔 (%)	77,097 (4.8%)	89,209 (4.1%)	140,105 (2.7%)	142,483 -
일반회계 국가예산액 (농업관계예산의 비중)	億 엔 (%)	436,814 (7.1%)	532,299 (5.1%)	696,512 (3.6%)	714,897 (3.9%)

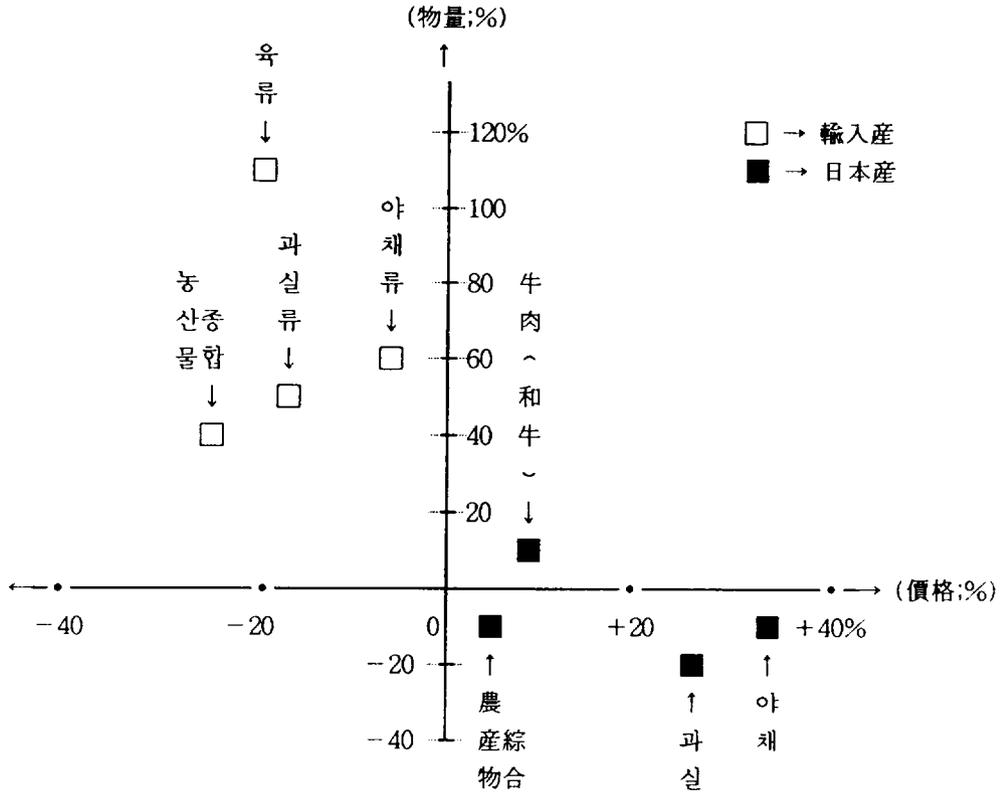
資料 : 日本 경제기획청, 국민경제예산, 대장성, 日本무역통계, 총무청, 노동력조사

- 日本 소비자들의 '食문화' 변화
 - 생활수준의 향상에 따라 소비자들의 음식(食)에 대한 욕구(Needs)가 품질중시, 건강지향으로 다양화되어 지고 있으며, 또한 식품소비패턴도 肉食(家庭) 중심에서 외식 및 서비스 중심으로 지향되고 있으며,
 - 이에따라 과거 청과물의 수입은 국내에서 생산되지 않는 품목(바나나, 파인애플 등)이거나 일기불순 등에 의한 공급부족이 수입유발적 요인을 이루었으나 최근에 들어서는 특히 소비자에게 '食'을 제공하는 양관점이나 외식산업 등에 의한 "定時·定量·定質"의 상품에 대한 안정적 공급확보여부가 수입의 절대조건이 되고 있다.

- 대형수퍼 등의 量販店을 중심으로 한 직수입 확대추세
 - 그 동안 종합상사 등을 경유한 간접수입이 대부분이었으나, 엔고의 지속으로 저렴한 신선식품의 안정공급이 큰 과제로 부상됨에 따라 해외에서의 계약재배 등을 통한 직수입의 추진을 확대하고 있다.

- 日本産 農産物의 輸入産 農産物과의 差別化 추세
 - 日本의 식료품에 대한 수요는, 양적으로는 거의 충족되고 있는 실정. 따라서 日本의 農業은 질적인 면에서 競爭力을 강화시키고 있으며, 특히 선도와 食味 등에서 소비자의 필요에 충족될 수 있도록 품질競爭力 강화를 통한 부가가치의 증대에 노력하고 있다.
 - 1985년에서 1991년까지의 일본산과 수입산에 대한 가격 및 수량변동을 보면(〈圖表 II-1〉참조), 우선 일본산의 경우 야채와 과실 등 단가가 높은 청과물에서 시장점유율을 넓히고 있는 것으로 나타나고 있으나,
 - 수입農産物의 경우 엔고에 의한 가격저하 등을 배경으로 물량을 신장시키고 있어 수요의 결정요인에서 일본산과 확실한 차이를 보이고 있다.

〈圖表 II-1〉 日本 農産物の 生産者(輸入)價格과 生産(輸入)數量의 變化
(1985년에 대한 1991년의 伸張率)



※ 資料 : 日本農業新聞, 1995년 5월 9일

2. 濟州道の 對日 輸出現況 및 實態

1) 部門別 輸出動向 分析

- 94년도 본도의 總輸出실적은, 주수출시장인 일본의 엔고현상과 함께 수출여건의 개선 등으로 전년도(93년도) 輸出실적 75,246천불 보다 28% 증가한 96,709천불을 기록하는 등 호조를 보임으로써 향후 수출전망을 밝게 하고 있다.
- 이를 部門別로 보면,
 - 農産物の 경우,
 - 전년도에 비해 75% 증가한 6,202천달러를 기록하였으며,

- 이를 다시 품목별로 보면, 금귤, 배추, 콩, 버들어귀, 양배추 그린피스(까지콩) 등이 日本으로 處女輸出되었으며, 감귤과립주스, 진양배추, 무우말랭이, 밤호박, 시호 등의 품목들은 전년도(1993년도)에 비해 큰폭으로 증가하였다.
- 반면에 전당근, 당면 등은 중국산에 비해 가격경쟁에서 뒤져 감소추세를 보였다.
- 수산물의 경우,
 - 주수출품목인 활소라가 연초에 수출가격의 하락으로 수출중단상태를 맞았으나, 어획할당 제도 폐지, 수출자율규제 폐지 등 수출여건 등의 개선을 통한 수출정상화의 추진으로 큰폭으로 수출이 증가하면서 전년도에 비해 42%가 증가한 33,240천달러를 기록하였다.
 - 이와 반면에 넙치의 경우, 그동안 수출의무할당량 자유결의 유도, 수출항공요금 등의 할인 추진 등 본격적인 수출노력을 기울여 왔으나 전년도보다 12% 감소하였으며,
 - 해조류의 경우 쪼갬을 제외하면 지난해와 비슷하거나 증가추세에 있다.
- 축산물의 경우,
 - 축산물의 유일한 輸出품목인 돈육에 대한 국내 생체값의 상승으로 輸出豚肉의 원료돈 확보에 어려움을 겪고 있는 가운데 日本지역의 濟州道産 돈육에 대한 선호도의 증가로 輸出은 전년도에 비해 82% 증가한 1,029천달러를 기록하였다.
- 임산물의 경우,
 - 표고버섯이 여름 및 가을철 가뭄 등의 영향으로 생산량이 격감하면서 국내수요량 공급부족 등으로 輸出물량확보의 어려움을 겪는 가운데 輸出실적은 전년도에 비해 27%가 감소한 560천달러를 기록하였다.

〈表 II-5〉 部門別 輸出현황

(단위: 천불)

구 분	총수출액(A)		對일본(B)		비율(B/A)		
	93년	94년	93년	94년	93년	94년	
총 계	75,246	96,709	63,114	87,488	83.9%	90.5%	
1 차 산 품	소 계	28,245	41,031	27,001	39,605	95.6%	96.5%
	농산물	3,538	6,202	2,194	4,776	62.0%	77.0%
	수산물	23,472	33,240	23,472	33,240	100%	100%
	축산물	565	1,029	565	1,029	100%	100%
	임산물	770	560	770	560	100%	100%
공 산 품	46,901	55,678	36,113	47,883	77%	86.0%	

※ 資料: 濟州道

〈表 II-6〉 農産物 輸出現況

(單位: %, 千\$)

품 목	93년 실적		94년 실적		비율(%)	
	물량(A)	금액(B)	물량(C)	금액(D)	C/A	D/B
감 귤	1,133.0	1,239.0	981.0	957.0	77.2	86.5
감귤과립주스	23.0	122.0	478.0	485.8	398.1	2,078.2
견양배추	175.0	850.0	167.0	899.9	105.8	95.4
견당근	46.2	199.0	37.4	151.9	76.3	80.9
견무우줄기	8.0	38.0	37.4	125.0	328.9	467.5
견갓나물	8.0	47.0	2.0	12.0	25.5	25.0
무우말랭이	40.0	284.0	73.5	345.1	121.5	183.7
밤호박	94.0	95.0	366.0	306.4	322.5	389.3
토마토	32.0	90.0	108.2	254.6	282.8	338.1
소철	52.0	60.0	27.1	339.0	565.0	52.1
시호	16.0	400.0	2.5	569.7	142.4	15.6
파리고추	-	-	12.9	92.1		
금귤	-	-	7.0	20.0		
배추	-	-	105.0	57.0		
양배추	-	-	550.0	346.0		
콩	-	-	9.0	41.0		
버들어귀	-	-	190.0	589.0		
당면	3.0	16.0	-	-		
견쪽파	25.0	15.0	-	-		
그린피스 (각지콩)			1.0	6.1		
기타	-	-	312.7	355.9		
계	1,657	3,538.0	3,277.7	5,953.4	168.3	197.8

※ 資料: 濟州道

〈表 II-7〉 水產物 輸出現況

(單位：%, 千\$)

품 목	93년 실적		94년 실적		비율(%)	
	물량(A)	금액(B)	물량(C)	금액(D)	C/A	D/B
〈활선어〉	422	10,002	387	9,532	91.7	95.3
복 어	42	1,989	36	2,397	85.7	120.5
넙 치	233	6,474	195	5,716	83.7	88.3
삼 치	95	1,036	34	400	35.8	38.6
문 어	34	296	108	838	317.6	283.1
우 력	10	110	12	120	120.0	109.1
〈패 류〉	1,275	8,327	2,424	16,724	190.1	200.8
소 라	1,246	8,221	2,324	16,304	186.5	198.3
보 말	29	106	100	420	344.8	396.2
〈해조류〉	787	3,403	551	3,348	70.0	98.4
진 톳	196	2,070	128	1,428	65.3	68.0
갈래곰보	54	355	67	371	124.1	104.5
갈 파 래	20	218	-	-	-	-
미역줄기	247	760	-	-	-	-
〈기 타〉	54.3	1,803	303	3,636	558.0	201.6
성 계 알	48.0	1,590	43	2,545	89.5	160.1
옥 돔	6.0	210	5	131	83.3	62.4
멸 치 젓	0.3	3	5	8	1,666.6	266.6
計	2,244	23,472	3,665	33,240	163.3	141.6

※ 資料：濟州道

〈表 II-8〉 畜產物 輸出現況

(單位：%, 千\$)

품 목	93년 실적		94년 실적		비율(%)	
	물량(A)	금액(B)	물량(C)	금액(D)	C/A	D/B
돈 육	93.0	562	163	1,029	175.3	183.1
마 육	0.3	3	-	-	-	-
計	93.3	565	-	1,029	174.7	183.1

※ 資料：濟州道

〈表 II-9〉 畜産物 輸出現況

(單位：%, 千\$)

品 目	93년 실적		94년 실적		비율(%)	비율(%)
	물량(A)	금액(B)	물량(C)	금액(D)	C/A	D/B
건 표 고	27	562	13.9	379.2	51.5	67.5
영지버섯	2	3	5.0	180.7	250.0	6,000.0
計	29	565	18.9	559.9	65.2	99.1

※ 資料：濟州道

2) 濟州道 輸出의 특징

○ 對日 편중의 輸出구조

－ 輸出대상국은 日本, 캐나다, 러시아, 대만 등 4개국이나 94년도 濟州道 농수축산물 전체輸出의 96.5%가 對日輸出로서 日本이 輸出대상국으로서 절대적 비중을 차지하고 있다.

○ 수산물 위주의 輸出구조

－ 94년도 1차산품 總輸出額 중 수산물 輸出액은 33,240천만\$로서 약 83.9%를 차지하고 있다.

○ 農産物 輸出의 경우 乾菜소류 중심의 소액 다품목의 輸出패턴

－ 이와같이 乾菜소류 중심으로 輸出패턴이 이루어지고 있는 것은 濟州
 － 日本간 직항로의 미개설로 인해 선도유지에 어려움이 있기 때문

3) 濟州道の 對日輸出여건

－ 화란과 덴마크가 農業의 선진화를 이룰 수 있었던 것도 인근에 독일이라는 거대한 農産物 수입국이 있었기 때문에 가능하였듯이 農産物 輸出에 있어서 지리적 요인은 輸出 선진화의 중요한 변수라 할 수 있다.

－ 이러한 점에서 濟州道는 세계 최대의 農産物 수입국인 日本과 가장 가까이 위치해 있어 입지적으로 輸出農業화의 최적조건을 갖추고 있다 하겠다.

- 또한 濟州道 輸出의 주공략대상으로 삼고 있는 日本은,
 - 세계최대의 農産物 輸入國(94년도 694억불 수입)로서,
 - 기후, 풍토, 식생활 문화면에서 우리 濟州道와 유사할 뿐만 아니라
 - 지리적으로 가장 가까운 거리에 있으며,
 - 90만명의 재일동포와 한국적음식점(야끼니꾸야) 3만개 농이 있어,
- 우리도의 농·수·축산물이 무공해 청정지역의 고품질 農産物 輸出지역이라는 차별적 이미지를 부각시키면서 독자적인 판매유통망을 확보해 나갈 있도록 對日輸出 Marketing 전략을 수립해 나간다면 對日輸出 확대의 가능성은 충분할 것으로 판단된다.

4) 對日 輸出 확대의 문제점 및 해소방안

- 생산능가의 輸出의지결여 및 비관적 잠재의식의 내재
(해소방안)
 - · 道の 輸出農業Drive정책에 대한 지속적이고 일관된 정책의 추진으로 생산 농가 에 대해 신뢰감의 조성
 - 도내 1차산품 생산자(생산농가)를 대상으로 한 對日輸出 가능성에 대한 의식교육의 실시
- 안정적인 輸出공급기반의 미비
 - 국내가격 상승시 輸出물량확보의 어려움
 - 기후 및 가격변동으로 인한 안정적인 輸出물량확보의 어려움
 - 輸出계약 불이행으로 인한 국제적 신뢰도의 저하
- (해소방안)
 - · 지역별 품목별 輸出단지 조성을 통한 생산-輸出의 일괄적 시스템 확립
 - 생산농가와외 계약재배를 통한 지속적인 輸出물량의 확보
 - 農産物 輸出보험제도의 활용
 - 輸出계약 위반시 차후 輸出참여 배제의 제도화
- 輸出지원체계 및 대외홍보활동의 미약
 - 도내 輸出업체 규모의 영세함으로 인한 독자적인 해외시장개척 및 확대의 어려움

(해소방안)

- 신규輸出品목의 개발 및 해외시장개척, 輸出상담·알선, 輸出시장정보 수집, 상품전시 및 홍보활동 등에 대한 지원강화
- 濟州-日本간 직항로의 미개설에 따른 물류비용의 과다 가격競爭力의 취약성
 - 부산을 경유하는데 따른 물류비용의 과다로 인한 가격競爭力 취약요인
 - 신선 채소류 輸出의 제약요인

(해소방안)

- • 기존의 항로(여수 日本, 인천 日本)에서 여수(또는 인천) 濟州 日本으로 이어지는 삼각항로의 추진
- 濟州道産 農産物의 품질고급화 및 포장 디자인의 국제화를 통한 품질競爭力의 강화로 취약한 가격競爭力 보완
- 환율변화에 대한 적극적 대응을 통한 환차익의 추구 강세통화로의 결제·선적시기 및 결제시기의 조절(leads and lags)
- 濟州道産 農産物에 대한 日本내에서의 차별적 인지도 부재
 - 濟州道産 農産物에 대한 對日 輸出마케팅전략 수립의 어려움

(해소방안)

- • 濟州道の '무공해 청정지역'이라는 차별적 '원산지국 이미지'제고를 위한 지역 Brand화의 추진
- 지방정부 차원에서 濟州道産 農産物에 대한 홍보사절단의 파견 등의 對日통상 활동의 강화
- OEM방식을 통한 간접輸出의 문제
 - 日本 Buyer의 요구조건(특히 輸出단가)를 맞추는데 있어서의 어려움
 - 濟州道産 농축산물의 품질競爭力에 상응하는 가격을 보상받고 있지 못함

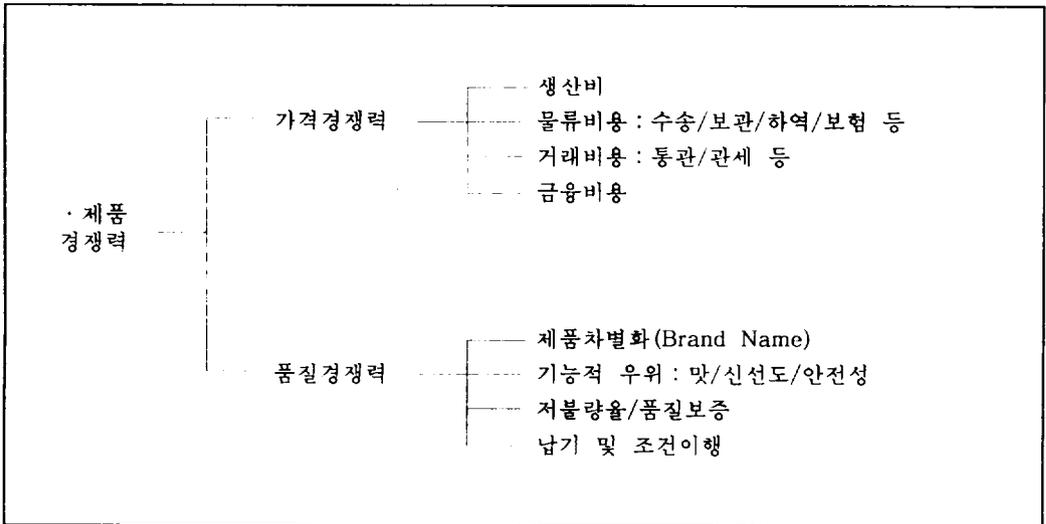
(해소방안)

- • 濟州道産 농축산물의 Brand화와 함께 독자적인 판매 유통망의 확보(대형수퍼 등 양판장으로의 직輸出, 상설직판장의 설치 등)를 통한 직輸出 추진

Ⅲ. 對日 輸出擴大를 위한 競爭力 提高 方案

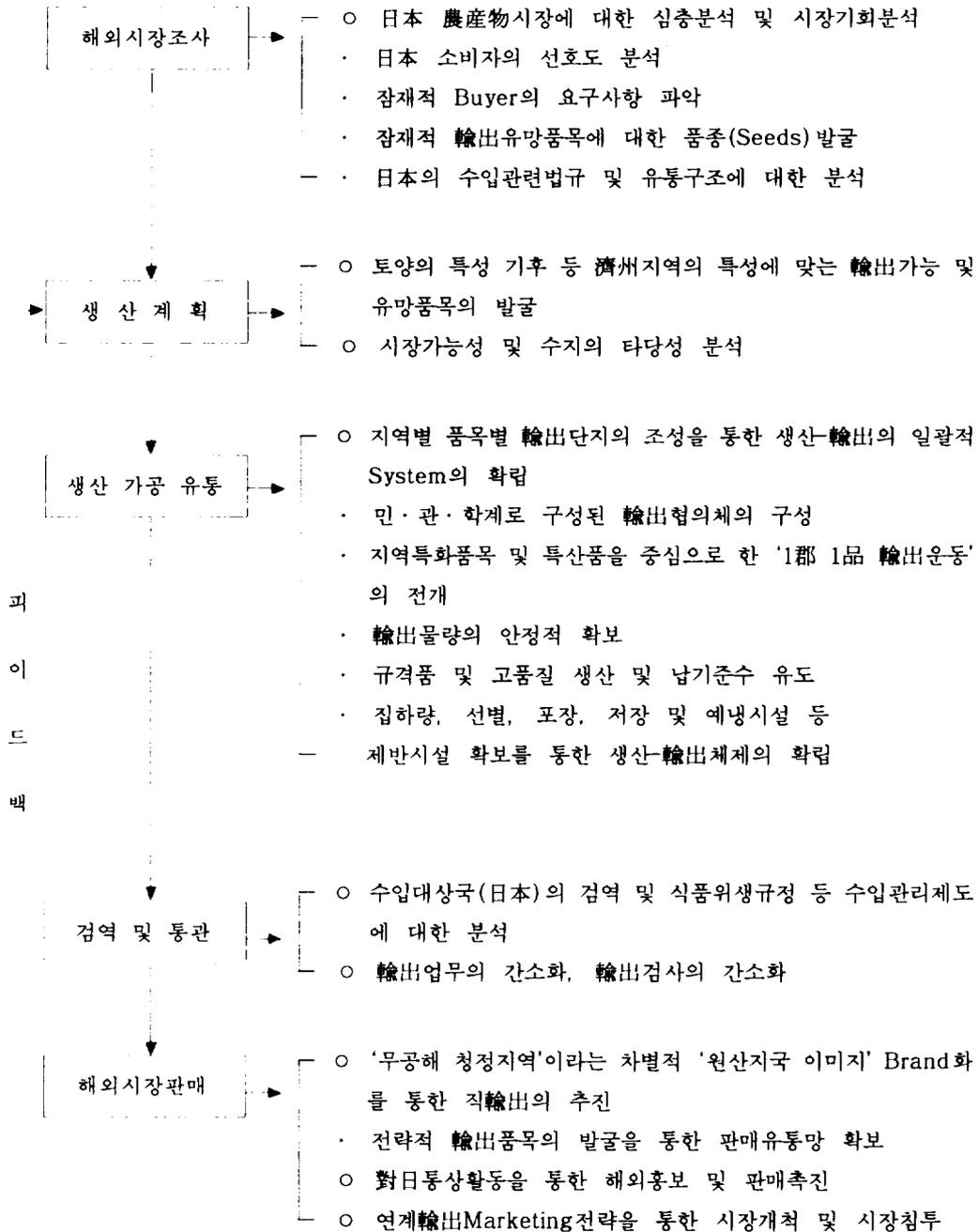
○ 競爭力 決定要因 및 競爭優位의 源泉

- 개념적으로 競爭力이란 「다른 기업이나 제품과 비교 또는 경쟁하여 우위를 지킬 수 있게 하는 능력」등으로 정의할 수 있으며, 일반적으로 競爭力은 경쟁 또는 비교의 주체가 누구냐에 따라서 제품단위, 산업단위, 국가단위 競爭力으로 구분할 수 있으며, 또한 경쟁의 양상에 따라서 가격, 품질, 기술競爭力으로 구분할 수 있다.



- 競爭力 구성요소가 갖는 경쟁우위의 원천은 환경적 요인에 의해서 형성되는 것이나를 기준으로 本源的 優位(generic advantage)와 戰略的 優位(strategic advantage)로 구분된다.
- 本源的 優位란 기업특유의 투자나 노력없이 환경적 요인으로 부터 얻어지는 우위로서 노동, 자원 등의 부존요소, 기후 및 계절적 요인, 문화 등을 의미하며, 戰略的 優位는 기업투자의 산출물로서만 획득 가능한 것으로서 기업특유의 자산적 성격을 갖고 있는데 예컨대 기술, 판매망, 제품차별화 능력(Brand Name) 등을 의미한다.
- 對日農産物의 輸出확대를 위한 競爭力 강화를 위해서는 戰略的 競爭優位要素를 강화시킬 수 있도록 對日輸出전략을 수립해 나가야 하겠다.

※ 對日 農産物 輸出마케팅 절차의 흐름도 및 競爭力 제고사항



피
이
드
백

1. 對日 輸出農産物의 생산 및 輸出기반의 강화

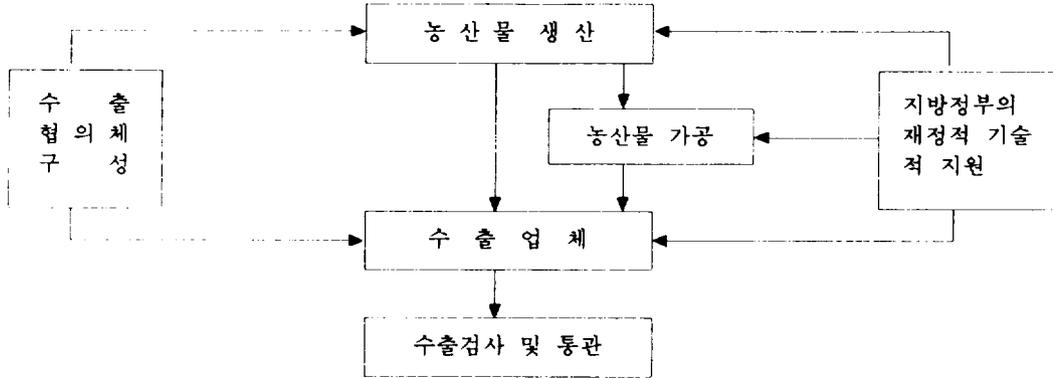
1) 生産-輸出의 일괄시스템 확립

- 濟州道産 農産物의 품질은 자연적 입지적 조건이 유리해 우수한 것으로 평가되고 있으나 생산능가의 日本 農産物시장에 대한 인식부족(農産物의 규격화, 품질의 등급화 등)과 기술 부족 등으로 적정품질의 생산이 어려울 뿐만 아니라 그 품질이 충분히 인정받지 못하고 있는 실정이다.
- 특히 農産物 輸出은 農産物의 특성상 생산과 輸出활동이 별개의 經濟主體에 의해 수행되기 때문에 여기에서 비롯되는 여러가지의 문제점들 즉, 생산자와 輸出업체간의 계약생산에 따른 물량확보의 문제, 품질관리의 문제, 위험부담의 전가 등의 문제가 발생하고 있다.
- 따라서 對日 輸出農産物의 안정적 공급과 체계적인 對日시장을 공략하기 위해서는 무엇보다도 품목별 輸出단지의 생산-輸出의 일괄시스템의 확립이 요구된다.
- 생산-輸出전문단지의 조성은 기존의 主産團地를 중심으로 육성되어야 하며, 또한 수출전문단지내에 집하장을 비롯해 선별, 포장, 저장 및 예냉시설 등 輸出에 필요한 제반시설을 갖추으로써 생산-輸出체제의 확보가 이루어져야 한다.
- 특히 輸出단지의 운영은(〈圖表 Ⅲ-1〉참조), 생산자들로 구성되는 생산자단체 협의회가 아니라 생산자와 가공업자 그리고 輸出업자와 輸出관계기관으로 구성되는 輸出협의체를 구성하여 상호 유기적인 협조하에 輸出農産物의 품질향상 및 생산성증대에 따른 競爭力의 제고를 기할 수 있도록 해야 하며,
- 주기적으로 지역별 품목별 輸出단지별로 日本의 Buyer들을 초청하는 品質評價會를 마련함으로써 濟州道産 農産物의 우수한 품질을 日本의 대형수퍼 등의 量販店 Buyer들에게 직접적으로 인식시킬 수 있는 기회와 장 마련을 통해 계약재배에 의한 직輸出을 추진해 나가야 하겠다.

※ 輸出협의체의 機能

- 農産物 輸出의 특성상 生産과 輸出활동이 별개로 이루어지는데서 오는 제반 문제점을 해결, 원활한 생산-輸出 System의 확립
 - · 계약재배를 통한 물량확보 및 납기의 준수 등 輸出계약 이행 보증 (輸出업체의 農産物 輸出보험제도의 활용에 대한 지원)
 - 품질의 등급화 및 규격품의 생산 등 고품질 생산유도 및 자율검사원의 위촉
 - 생산, 輸出상의 애로사항 및 개선방안에 관한 협의, 행정예의 반영
 - 日本의 수입업체, 量販店 Buyer의 초청 → 品質評價會의 마련을 통한 Buyer 확보

〈圖表Ⅲ-1〉 輸出專門 主産團地別 生産 및 輸出 운영체계도



2. 地域Brand화의 추진을 통한 競爭力 강화

1) 地域Brand화의 의미 및 필요성

— Brand화란,

- a. 품질에 대한 보증을 포함한 상품명, 기업명, 기업마크 등의 표시
- b. 다른 경쟁제품과 구별되는 차별적인 우위성의 확보
- c. 제품 그자체에 대한 우위성 뿐만 아니라 이미지에 대한 심리적 효용의 확보를 말하며,

— 地域 Brand화란, 「지역특산품판매를 위한 Brand戰略」으로서 지역특산품의 Brand화를 통한 독자적인 유통판매망을 확보할 필요가 있을 때 제품차별화 전략과 표리일체가 되어 전개되는 Brand化 戰略을 말한다.

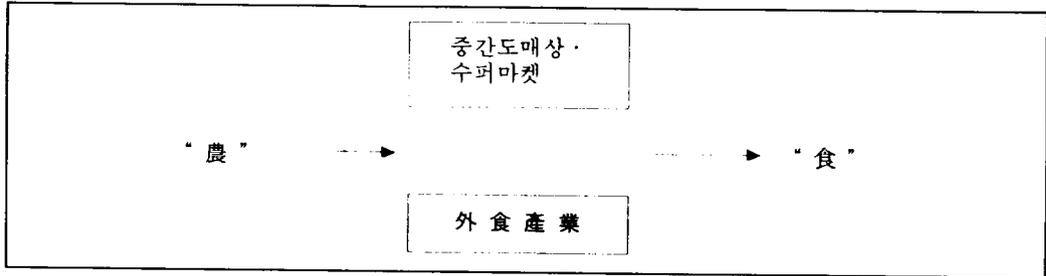
— 地域Brand화를 통한 제품의 차별화는 競爭力을 유지하기 위한 중요한 전략으로서, 日本내에서 지역Brand화가 성공적으로 이루어지고 있는 지역은 대량 출하가 가능한 大産地가 아니고, 예컨대 「博多万能 과」, 「江戶岐 호박」, 「澤田의 맛」과 같이 그 제품에 특징이 있고 소비자와 유통업자로부터 긍정적 평가를 받고 Brand가 확립된 상품을 생산하고 있는 곳이다.

— 품질이 우수하나 가격競爭力이 취약한 濟州道産 農産物의 對日輸出의 확대 및 對日 輸出을 통한 농가의 소득증대, 고부가가치의 창출을 위해서는, '無公害·清淨地域'이라는 지역적 특성을 이미지화한 Brand의 개발을 통한 高品質 輸出戰略의 추진이 불가피하다.

— 濟州道産 農産物에 대한 地域Brand화가 확립될 경우, 소비자에 대한 신뢰도의 제고, 품질인증의 효과 그리고 輸出競爭力의 제고효과를 기대할 수 있으며, 따라서 濟州道 산 농축산물의 對日輸出확대를 위해서는 地域Brand를 통한 '濟州道産 농축산물'이라는 차별적 이미지의 제고를 통한 체계적이고 독자적인 輸出마케팅전략을 수립해 나가야 하겠다.

2) 최근 日本내에서 지역 Brand화가 요청되고 있는 배경

○ “農”과 “食”의 거리확대에 따른 불안감의 확대



→ · “農”과 “食”의 거리가 확대됨에 따라 「누가 만든 것인지 모르는 식품을 먹지 않을 수 없는데서 오는 불안감」이 소비자들 사이에서 확대되고 있음

· 수입식료품의 증가, 해외수탁생산에 따른 식품안정성에 대한 불안감의 고조

— 식생활의 변화에 따른 외식산업의 증가

— 소득수준의 향상에 따른 식품소비의 고급화 추세

— 유통혁명

→ · 量販店을 중심으로 한 PB(Private Brand) 상품의 확보를 통한 점포의 차별화 추세

· “農”과 “食”의 중간유통과정에서의 양판점, 외식산업의 바이어의 역할의 증대 : 양판점 Buyer의 품질평가능력의 향상

○ 日本 農産物 Brand화의 類型 사례

· 類型 1 : · 지역자원의 이용형으로서 이미 그지역내에 있는 품목을 적극적으로 상품화, 소비자의 인지도를 확대시켜 나간 유형

· 대표적 사례로서는 돈부리(떡밥)(秋田縣 比内町), 은행(愛知縣 祖父江町)

· 類型 2 : · 품질의 고급화를 통한 시장세분화전략으로 마케팅활동을 전개한 유형

· 대표적 사례로서는 “夕張 메론”, “博多万能 파” 등을 들 수 있으며, 이 중에서 “夕張메론”은 육질이 붉은 재래종에서 신품종을 만들어 항공수송으로 수요를 확대하였음

· 類型 3 : · 선물용 수요에 대응, Brand화에 성공한 유형

· 대표적 사례로서는 “唐津 아이베리”의 고급말기를 들 수 있는데, 동경

나리타 시장의 동경청과-대규모 중매업자라는 시장유통으로 고급과일점에서 선물용으로 유통되고 있음

- 類型 4 : · 출하시기의 차별화에 의한 유형으로서 시설원예에 적용되는 유형
 - 이는 高知縣과 九州의 여러縣에서 노지에서 생산되는 품목을 하우스에서 주년화하여, 수요를 확대시킨 유형
- 類型 5 : · 이는 무농약재배 등의 안전성에 차별화를 가하여 성공한 유형

3) 地域 Brand화를 통한 對日 直輸出 추진의 當面課題

① '一郡 一輸出品 運動'의 추진을 통한 地域特産品の 개발

- 지역자원을 활성화시켜 그것을 해외에 통용될 수 있도록 지역별 선정된 특화품목을 중심으로 한 '一郡 一輸出品 運動'을 통한 지역 Brand의 추진
- 전통식품, 지역특산품 및 전략적 輸出品목의 Brand화를 통한 輸出상품화
 - 濟州道의 '광천음료수', 김치, 오미자차, 더덕, 표고 등

② 道에 의한 品質認證制 및 原産地表示制의 실시

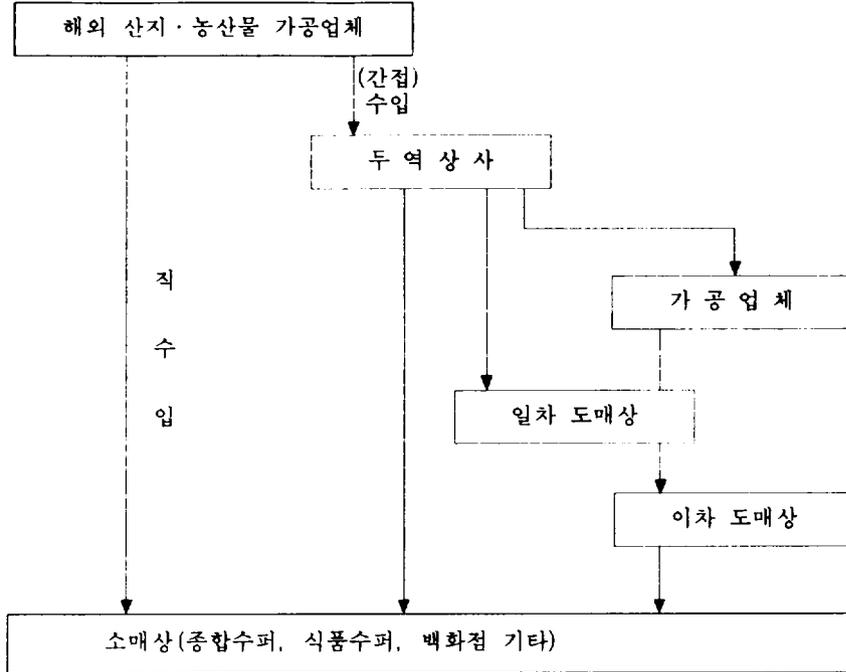
- 고품질 생산 및 濟州道産 농축산물에 대한 日本 소비자의 신뢰도를 제고시킬 수 있도록 道에 의한 품질인증 및 원산지표시제의 실시
- 유기農産物, 지역 특산품 그리고 전략적 輸出品목에 대해 품질기준을 설정하고 합격품에 한해 道가 도안, 디자인한 '무공해 청정지역'을 이미지화한 마크를 붙인 상품만이 '무공해 청정지역인 濟州道産 農産物'임을 홍보
- 이와같이 해서 형성된 濟州道産 Brand품목은 도, 군, 생산자단체 그리고 道内 輸出업체의 공동노력에 의한 해외광고 및 홍보활동(소개책자의 발간 등)의 추진
- 품질인증제의 실시를 통한 제품차별화의 추진
 - 품질인증제의 실시를 통한 農産物의 제품차별화는 「수요창조를 위해 소비자에게 기존의 제품과는 다른 무엇을 호소할 것인가?」하는 문제로서, 農産物 및 農産物 가공식품의 경우 제품차별화의 원점은 「맛」, 「신선도」, 「안전성」에 있다.
 - 「맛」은 Brand화전략에 있어서 Seeds에 해당되는 것으로서, 산지의 자연조건, 기술 축적, 그 지역의 식문화에 관계되는 것이나 야채도 과일과 같이 당도계로 재서 품질을 감정하는 오늘날에 있어서는 소비자에게 Appeal되는 「맛」이야말로 제품차별화의 기본이라 할 수 있음

- 「신선도」에 의한 제품차별화는 유통시스템에 관계된 문제로서, 보존이 어려운 日本 北海道의 '夕張 메론'이 대량으로 공급되어 오오사카 소비시장을 장악할 수 있던 것도 택배업자에 의한 새로운 유통시스템을 개발하였기 때문이며, 氷溫(냉동, 보온)유통 등의 유통기술의 발달에 따라 「신선도」에 의한 제품차별화는 다양하게 전개될 전망
- 「안전성」은 무농약, 저농약재배 등에 의한 것으로서, 문제는 그 내용을 생산자가 얼마나 명확히 규정하고 그것을 엄수해 나가느냐 그리고 소비자가 그것을 어떠한 수단으로 확인하고 그 품질을 신뢰할 수 있느냐에 달려 있음

③ OEM방식의 間接輸出에서 독자적인 판매유통망의 확보를 통한 直輸出

- OEM (Original Equipment Manufacture) 방식에 의한 輸出이란, 외국의 輸出대행기업의 주문에 따라 주문자의 상표부착에 의한 輸出의 형태로서 해외에서의 판매유통망을 직접 확보할 필요가 없어 규모가 영세한 輸出업체가 손쉽게 활용할 수 있는 전략적 잇점이 있으나
- 현지 소비자들과의 직접적인 접촉이 이루어지지 못하기 때문에 시장동향과 정보에 어둡고 지속적인 輸出확대에는 한계가 있으며, 輸出계약조건(특히 輸出단가)에 관한 협상시 輸出업체가 불리하며, 채산성 악화시에도 가격인상요구가 어려운 문제점이 있다.
- 따라서 OEM방식의 간접輸出에서 독자적인 판매유통망의 확보를 통한 直輸出을 추진하기 위해서는 현지(日本)의 소비자 또는 대형 量販店을 대상으로 濟州道産 農産物을 직접 어필 (Appeal) 시킬 수 있도록 輸出마케팅활동이 이루어져야 하며,
- 이를 위해선 '無公害·清淨地域'이라는 지역적 특성을 이미지화 한 Brand 개발 함께 濟州道の 차별적 이미지를 부각시킬 수 있는 전략적 輸出品목(예컨대 '濟州道の 광천음료수')을 輸出상품화하면서 독자적인 판매유통망을 확보해 나가야 하겠으며,
- 전략적 輸出品목의 對日輸出을 통해 확보된 판매유통망을 활용, 濟州道産 農産物의 對日輸出확대를 위한 활로로 활용하는 소위 '戰略的 輸出品目的 對日 農産物輸出에의 戰略的 連繫方案'을 강구하는 전략 수행이 요구된다.

〈圖表Ⅲ-2〉 日本의 수입農産物 및 農産物 加工식품의 유통경로도



④ 對日輸出용 포장·디자인의 개발을 통한 競爭力 強化

- 포장 디자인의 개발은 濟州道産 농축산물의 Brand화와 직접적으로 결부되는 문제로서, 현지(日本)의 선호도 및 편견에 대한 적응도를 높혀 현지 소비자들의 구매 의욕을 고취시킴으로써 對日輸出 촉진효과를 기대할 수 있으며, 또한 對日 輸出용 포장디자인의 개발을 통한 품질競爭力의 강화로 취약한 輸出 價格競爭力을 보완시킬 수 있다.
- 특히 가공품의 경우 단순가공의 형태로 OEM방식에 의해 輸出되고 있으며, 소비자형 제품포장은 日本 현지에서 다시 이루어 지고 있다.
- 따라서 도내 輸出업체에 의한 제품의 포장은 단순히 수송상 필요한 내장보호의 의미와 輸出비용을 절감하기 위한 비용요소로서의 의미를 갖고 있어 제품의 포장 디자인이 갖는 마케팅적 機能을 수행하고 있지 못다.
- 따라서 濟州道 특유의 이미지를 부각시키면서 日本 소비자들의 기호 및 선호도가 잘 반영될 수 있도록 제작되어야 하며 또한 일본 현지에서의 유리한 판로확보 및 활용을 고려하여, 日本의 우수한 포장 디자인 전문업체와 공동개발(단순한 주문·제작 의뢰가 아닌) 하는 방안이 바람직하다 하겠다.

3. 輸出支援體制的 強化

1) 總체적 輸出지원체제의 확립

— 輸出지원은 輸出업체가 원활하게 輸出활동을 수행할 수 있도록 제반여건을 조성시켜 주는데 있으며, 특히 農産物의 輸出의 경우 農産物의 특성상 생산과 輸出활동이 별개의 經濟主體에 의해서 수행됨으로 인해 발생하는 여러가지 문제점들을 해소시켜 나갈 수 있는 방향으로 관련기관 및 단체별 지원전담기능의 강화를 통한 총체적 수출지원체제를 확립시켜야 하겠다.

— 關聯機關·團體別 支援機能의 強化

- 濟州道 : · 'One Stop 輸出支援 情報센터'의 설치운영
 - 행정적 輸出지원체제의 강화
 - 輸出전문단지별 '輸出협의체'의 구성
 - 對日통상활동의 강화를 통한 유리한 輸出여건의 조성
 - 民·官 합동의 해외시장개척단 파견
 - 輸出대상국에 대한 엄격한 검역절차의 완화요구
- 生産者團體 : · 契約栽培
 - (농수축협) · 輸出團地의 조성 등에 관한 技術的·財政的 支援
- 農水産物流通公社 : · 農産物 정보수집 및 홍보활동
 - 試驗輸出을 통한 對日輸出의 타당성(잠재성) 파악

2) 'One Stop 輸出지원·정보센터'의 설치 운영

- 輸出관련 시장정보, 輸出금융, 보험 등의 輸出관련 종합정보서비스를 제공하고, 輸出업체 및 輸出관련단체의 애로사항 및 건의사항을 청취, 행정예 즉각적으로 반영할 수 있는 'One Stop 輸出支援情報센터'를 道廳내에 설치 운영할 수 있는 輸出지원체제를 갖춰야 하겠으며,
- 이를 위해서는 현재 도산하 품목별 기능별 분산되어 있는 輸出지원업무를 하나의 조직으로 통합하여 輸出입상담 및 輸出지원정책의 개발, 해외시장동향분석 그리고 輸出지원을 위한 집행업무를 동시에 병행 추진함으로써 輸出지원업무의 효율성을 기할 수 있는 行政的 組織의 強化가 이루어 져야 하겠다.

4. 對日通商活動의 強化

1) '無公害 淸淨地域'이라는 차별적 '原產地國 이미지' 홍보

- 對日 輸出마케팅전략을 수행함에 있어서 제기되는 근본적인 문제는, 일본내에서 濟州道 농축산물이 갖는 차별적 인지도가 전혀 없다는 점이며,
- 따라서 향후 濟州道産 농축산물의 對日시장공략을 위해서는, 濟州道産 농수축산물은 '한국 산'농축산물이 아니라 '濟州道産'농축산물이라는 차별적 이미지의 제고를 통한 체계적이고 독자적인 輸出마케팅전략을 수립할 수 있도록 濟州道の '무공해 청정지역'이라는 차별적 이미지 제고를 위한 對日통상활동을 강화시켜 나가야 하겠다.
- 이를 위해서 지방정부차원에서 '무공해 청정지역'이라는 '원산지국 이미지' 제고를 위한 홍보사절단의 파견 및 홍보물의 제작 등의 對日통상활동을 적극 강화시켜 나가야 하겠으며, 또한 濟州道の 차별적 이미지 제고를 위한 선행적 통상활동의 일환으로서 日本과의 활발한 문화 및 스포츠 교류의 병행추진을 통한 濟州-일본간 교류의 활성화가 요구된다.

2) '韓日 7개 市道縣知事 交流會議'를 對日通商活動의 기반으로 활용

- 濟州, 부산광역시, 전남, 경남 그리고 日本의 규슈 3현(후쿠오카, 나가사키, 사가현)의 韓日 7개 시도현이 모여 현재 매년 실시되고 있는 '한일 7개 시도현지사 교류회의'를 對日 輸出확대를 위한 對日 통상활동의 기반으로 발전시켜 나감으로써 제도적·행정적 지원(예컨대 엄격한 검역절차의 완화, 濟州道産 農産物의 對日홍보활동을 위한 현지의 행정적 지원, 현지농장 Home Stay 등을 통한 규격품의 생산 및 포장기술 연수의뢰, 輸出전시상담회의 지속적인 개최 등)에 의한 유리한 輸出여건을 조성시켜 나갈 필요가 있겠다.
- 특히 후쿠오카縣은 인구 약 4백 79만명이 거주하는 공업 대도시이자 日本 農産物 수입의 중심지로서, 濟州道와는 상호보완적 산업구조적 특성을 갖고 있어 對日輸出확대를 위한 전략적 교두보로써 활용할 필요가 있다.

3) 지역적 특성에 따른 차별적 통상활동의 추진

- 日本시장을 하나의 시장(Single Market)으로 간주할 것이 아니라 지역별 특성에 따라 日本시장을 세분화(Market Segmentation)하여 지역적 특성에 따른 차별적 통상활동이 강구되어야 하겠다.

→ 동경, 대관 등의 거대소비도시에 대한 홍보 및 마케팅활동의 차별화

- 현지 직판장 설치를 통한 직輸出 추진 활동
 - 현지 교민을 대상으로 한 마케팅 홍보활동
 - 현지 濟州출신교민을 대상으로 한 “故鄉宅配便”의 활용을 통한 독자적 판로망 확보의 추진
- 또한 日本내 지역별 輸出시장 형성단계별로, 輸出가능성 진단을 위한 시장조사단, 시험輸出을 위한 輸出시장개척단, 기존시장확대를 위한 輸出촉진단 등의 다양한 통상 활동의 강화가 요구된다.

5. 連繫貿易의 戰略的 추진

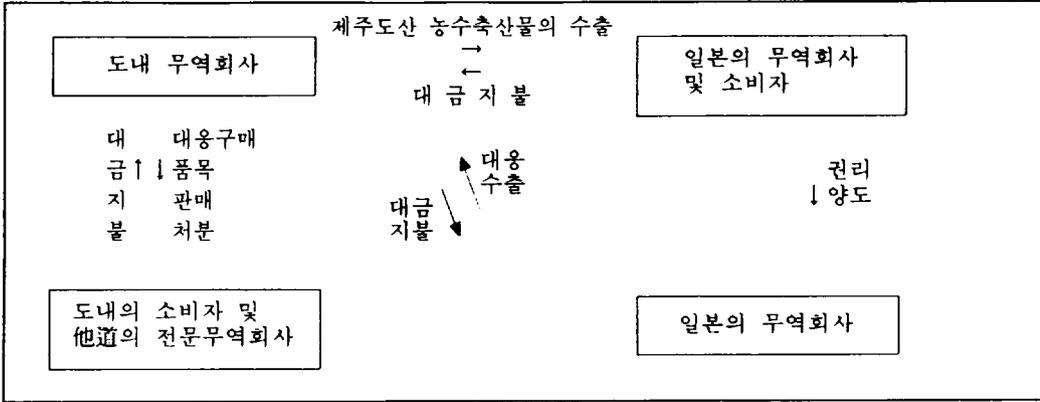
1) 連繫貿易의 개념 및 전략적 특성

- 連繫貿易(Counter Trade; CT)이란 輸出자가 상품, 기술 및 Know-how, 기계설비 등을 輸出하고 이와 연계하여 수입자로부터 輸出가액의 일정한 비율에 해당하는 대응상품을 구매할 것을 약정하는 무역거래의 형태로서, 輸出판매계약과 독립된 대응 구매계약서에 의해 輸出과 동시에 대금지급을 받은 후 대응구매를 행하는 거래방식을 말하며, 이 방식에서는 두개의 계약은 독립적으로 이루어지면서 하나의 협정서로 연결되므로 협정서에는 대응 구매불이행의 벌과금 등이 포함됨
- 連繫貿易은 종전 동구 사회주의국가 또는 외환사정이 악화된 개도국에서만 성행하는 특수교역방식이었으나 현재는 선진국에서도 새로운 시장개척 및 경쟁우위의 확보 방안의 일환으로서 오히려 적극적으로 활용하고 있으며, 전세계 총교역량의 10-30%를 차지하고 있는 것으로 추정되고 있으며, 점차 그 사용이 확대되고 있는 실정에 있다.
- 따라서 이러한 連繫貿易거래방식은 濟州道産 농축산물의 對日시장개척 및 시장침투를 위한 하나의 전략적 대안이 될 수 있으며, 특히 濟州道産 농수축산물의 日本 소비자들에 대한 “입맛 들이기” 전략으로 활용될 수 있다.

※ 連繫貿易 추진시 고려사항

- 連繫貿易거래에서 제공할 수 있는 상품은 무엇이며
- 그 댓가로서 얻을 수 있는 것은 무엇인가
- 구매된 물품을 처리할 능력은 있는가에 대한 분석이 선행되어야 함

〈圖表Ⅲ-3〉 濟州道-日本과의 假想的 連繫貿易거래의 체계도



2) 連繫貿易의 후쿠오카縣과의 교역에 적용·추진

- 이러한 연계방식을 통한 對日輸出전략은 그동안 4차에 걸친 한일해협연안 7개 시도 현지사 교류회의를 통하여 상호간에 우호 및 행정적 협력관계가 형성된 日本의 九州 3현(후쿠오카, 나가사키 사가현)을 대상으로 濟州-日本 3개현간의 직교역 활성화 차원에서 뿐만 아니라 한·일 지방자치단체간의 교류활성화 차원에서 連繫貿易의 추진은 바람직하다고 사료되며,
- 특히 후쿠오카현은 인구 약 4백 79만명이 거주하는 공업 대도시이며, 日本 農産物 수입의 중심지로서 濟州道와는 상호보완적 산업구조적 특성을 갖고 있을 뿐만 아니라 농수축산물에 대한 현내자금율이 낮아 對日 輸出확대를 위한 전략적 교두보로서 활용할 필요가 있겠다.

※ 對후쿠오카 輸出가능품목

→ 후쿠오카縣내에서 자금율이 낮은 품목들 중 濟州道の

對日 輸出가능품목: 배추, 양배추, 오이, 토마토, 당근, 돈육 등

〈表Ⅲ-1〉참조)

※ 후쿠오카縣으로 부터의 수입가능품목

→ 후쿠오카縣의 주요 輸出品목들 중 濟州道の 역외 수입품목인 공산품 등

(〈表Ⅲ-2〉참조)

〈表Ⅲ-1〉 후쿠오카縣 주요 농축산물의 生産量 및 自給率 現況(92年度)

(단위 : %)

	현내 생산량(A)	현내 생산량 내역		현내 시장 총입하량(D)	실질 현내자급율 (L=A/D+C)
		출하량(B)	자급량(C)		
쌀	256,100	170,806	85,294	223,095	83.0
소맥	45,700	45,233	467	58,241	77.8
야채류					
(무우)*	37,200	28,500	8,700	47,092	66.7
(배추)*	15,900	11,800	4,100	42,874	33.8
(양배추)*	49,800	43,200	6,600	67,999	66.8
(오이)*	16,000	13,500	2,500	28,399	51.8
(토마토)*	17,400	15,100	2,300	23,732	66.8
(가지)	31,900	28,000	3,900	16,201	158.7
(당근)*	4,250	3,260	990	25,199	16.2
(서양상치)	16,200	14,700	1,500	13,961	104.8
(양파)	10,600	6,490	4,110	50,288	19.5
(토란)	4,070	1,410	2,660	8,815	35.5
(말기)	21,400	19,700	1,700	7,724	227.1
(파)	11,000	9,200	1,800	11,875	80.4
(순무)	5,410	4,500	910	3,685	117.7
과실류					
(밀감)	78,800	70,800	8,000	36,861	175.7
(복숭아)	2,080	1,810	270	4,485	43.7
(자두)	683	596	87	732	83.4
(배)	11,000	10,200	800	13,161	78.8
(포도)	13,200	11,900	1,300	8,135	139.9
(화훼)	25,400	23,200	2,200	11,582	184.3
(매실)	958	673	285	1,295	60.6
(밤)	431	316	115	1,369	29.0
特産物					
(이草)	8,172	8,172	0	16,370	49.9
(茶)	1,860	1,860	0	3,560	41.0
畜産物					
(肉牛:頭)	28,976	28,976	0	49,588	58.4
(肉豚:頭)*	165,704	165,704	0	250,668	66.1

* 표시품목은 후쿠오카현내 자급율이 낮으면서 제주도의 대일수출가능품목

<表Ⅲ-Ⅰ> 후쿠오카縣 輸出品目 및 輸出실적

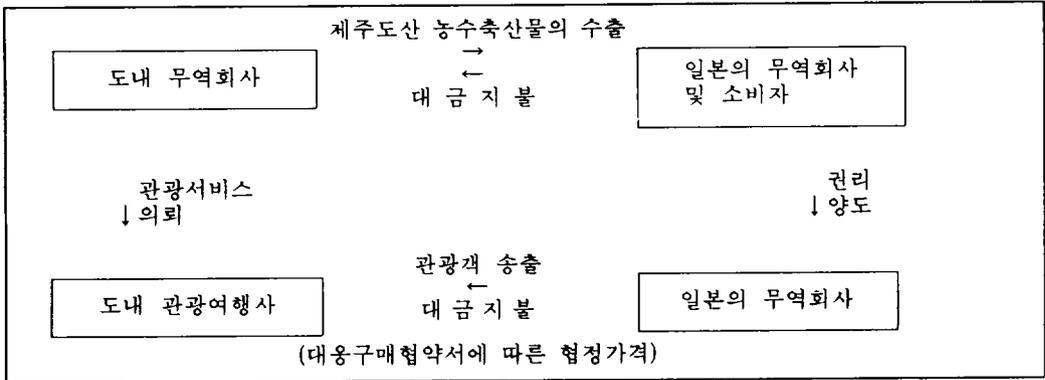
(단위 : 백만엔)

구 분	91년	92년	구 분	91년	92년
총 액					
1. 식료 및 음료	836,808	826,208	8. 비금속광물 및 동제품	18,160	26,935
소맥분	967	13,886	내화재료	6,019	8,747
조미료	650	688	시멘트	4,151	10,230
과실 및 야채	103	137	위생도구 및 부속품	3,324	2,605
패 류	62	2	운모 및 운모제품	842	892
2. 섬유제품	26	18	氷晶石	685	1,216
縫제품	773	3,840	비화소다	482	441
3. 紙 및 동제품	766	3,838	니트류	295	98
4. 목재 및 동제품	270	136	공업용 염안	206	137,016
5. 동식물 및 동제품	474	259	9. 기계기구제품	456,766	501,510
6. 유지 및 화학제품	82,406	22,174	자동차 및 동부품	381,151	416,923
합성수지 成形재료	78,343	67,617	전동기 및 동제품	25,585	23,350
합성품관계	13,824	14,499	전기 및 전자기구부품	8,637	10,868
코르크	13,908	14,008	철강제조부품	10,309	10,696
연료관계농업약품	12,635	10,991	건설기계	694	-
플라스틱	12,095	1,055	공작기계 및 동부품	2,861	2,056
공업약품	4,558	3,381	전기제품 小物	2,569	2,125
포장재료	3,843	4,608	선박 및 동부품	838	4,120
7. 금속 및 철강제품	3,628	3,756	펌프 및 동부품	1,078	959
강 재	2,317	2,063	광산설비기계	2,849	-
鍛 品	192,834	183,781	칼라 T·V	5,074	5,401
口-ル	184,066	173,567	バルブ	1,550	1,540
동 관	3,331	3,089	농업용기계 및 동부품	1,185	1,003
스 텐	2,231	2,860	단크 및 부속품	715	-
강 관	1,061	1,332	10. 잡제품	5,815	6,070
전 선	844	724	완 구	1,204	764
	224	33	履物 및 履物재료	850	876
	73	198	공업용 테이프	108	199
			마네킹 인형	173	124

3) 濟州道産 農수축산물의 對日輸出과 濟州관광상품과의 연계 추진

- 連繫貿易방식을 통한 對日시장침투를 위한 또 하나의 전략적 대안으로서, 濟州道産 農産物의 對日輸出을 濟州의 관광서비스산업과 연계시키는 방안을 강구해 보는 것도 바람직 하다 하겠다.
- 이는 濟州道가 갖고 있는 천혜의 관광자원을 활용할 수 있음은 물론 濟州관광산업의 활성화에도 크게 기여할 수 있을 것으로 사료되며, 특히 日本은 자국민의 국제화와 무역수지 흑자규모의 적정유지를 위해 국외여행을 적극적으로 권장, 장려하고 있기 때문에 한·일 지방자치단체간의 교류활성화 차원에서 관의 협조(대응구매이행 및 대금지불 보증 등)하에 濟州道産 農産物의 對日輸出과 濟州 관광상품과의 연계방안을 적극적으로 추진할 필요가 있다.

※ 濟州道産 農수축산물 對日輸出의 濟州관광산업과의 가상적 연계도



參 考 文 獻

- 農水産物流通公社, 「日本の 主要農水産物 輸入現況」, 1995. 6
- _____, 「對日 農水産物 輸出戰略品目 育成對策」, 1992
- _____, 「對日 農水産物 輸出핸드북」, 1995
- _____, 「農水産物貿易情報」, 1995年 각호
- 이중웅, “對日農産物 輸出的 當面課題와 擴大方案”, 「農村經濟」 제16권 제3호, 韓國農村經濟
研究院, 1993. 3
- _____, 「日本の 農産物市場 調査研究」, 韓國農村經濟研究院, 1992. 12
- 濟州農業發展研究所, 「濟州의 農業과 經濟」1995年 각호
- 佐賀縣, 「佐賀縣 統計年鑑」, 1993年
- 福岡縣, 「福岡縣 農業의 動向 -縣農業白書-」, 1993年