

# ‘FTA시대 농업활로, 유통경로 다양화만이 살길이다!’ 토론회 개최!

◇ 일시 및 장소 : 2014.7.16.(수) 10:00,  
국회의원회관 제3세미나실

- ◇ 주 최 : 국회 농림어업 및 국민식생활발전 포럼  
(공동대표 김영록, 김춘진, 홍문표 의원)
- ◇ 주 관 : 한국농업경영인중앙연합회, 한국농축산연합회





## - 목 차 -

토론회 개요 -----	4
--------------	---

주제발표 1 : 양승룡 고려대학교 식품자원경제학과 교수	
* “FTA 대응 농업정책 개선 방향” -----	5

주제발표 2 : 진용욱 경희대학교 명예교수	
* “모바일 슬기정보 시대의 융복합 홈쇼핑 플랫폼 구조” -	19

메 모 장 -----	35
-------------	----

## “FTA시대 농업활로, 유통경로 다양화만이 살길이다!” 토론회

### 1. 배경

- 우리농업은 한중 자유무역협정(FTA)를 비롯한 수입개방, 급격한 원자재 가격상승과 기후변화로 인해 큰 어려움에 처해 있음. 현재의 위기를 극복하기 위해서는 농산물의 안전한 생산과 함께 다양한 유통채널 확보를 통해 소비자와 함께하는 농업으로 점차 변모시켜야 할 것임. 이에, 우리 농업의 활로를 모색하고자 각계 전문가를 모시고 토론회를 개최하고자 함.

### 2. 주요내용

- 일시 : 2014년 7월 16일(수), 오전 10시  
 □ 장소 : 국회의원회관 제3세미나실  
 □ 주최 : 국회 농림어업 및 국민식생활발전포럼  
 □ 주관 : 한국농업경영인중앙연합회, 한국농축산연합회  
 □ 제목 : FTA시대 농업활로, 유통경로 다양화만이 살길이다! 토론회  
 □ 토론회 구성원

소속 및 직책	성명	비고
중앙대학교 교수	이정희	좌장
고려대학교 교수	양승룡	주제발표자
경희대학교 명예교수	김용욱	주제발표자
뉴미디어유통산업협회	정호표	토론자1
한농연중앙연합회 사무총장	손재범	토론자2
KREI 부연구위원	문한필	토론자3
가천대학교 교수	설승현	토론자4
(주)한국인증농수식품사업단	김동준	토론자5

※ 토론자는 섭외과정에서 일부 변경될 수 있습니다.



# “FTA 대응 농업정책 개선방향”

## 《 주제발표 1 》

◇ 양승룡 (고려대학교 식품자원경제학과)



## FTA 대응 농업정책 개선 방향

2014. 7. 16

양승룡 교수

고려대학교 식품자원경제학과

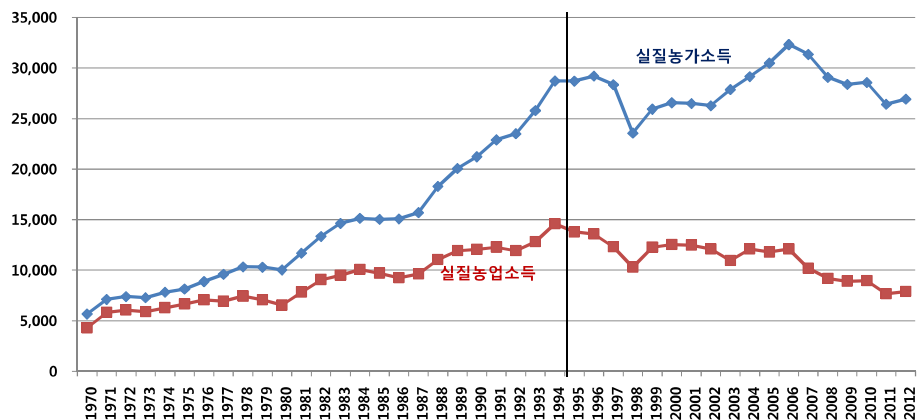


## 한국 농업의 현 주소

□ 농업소득 하락, 농가소득 정체

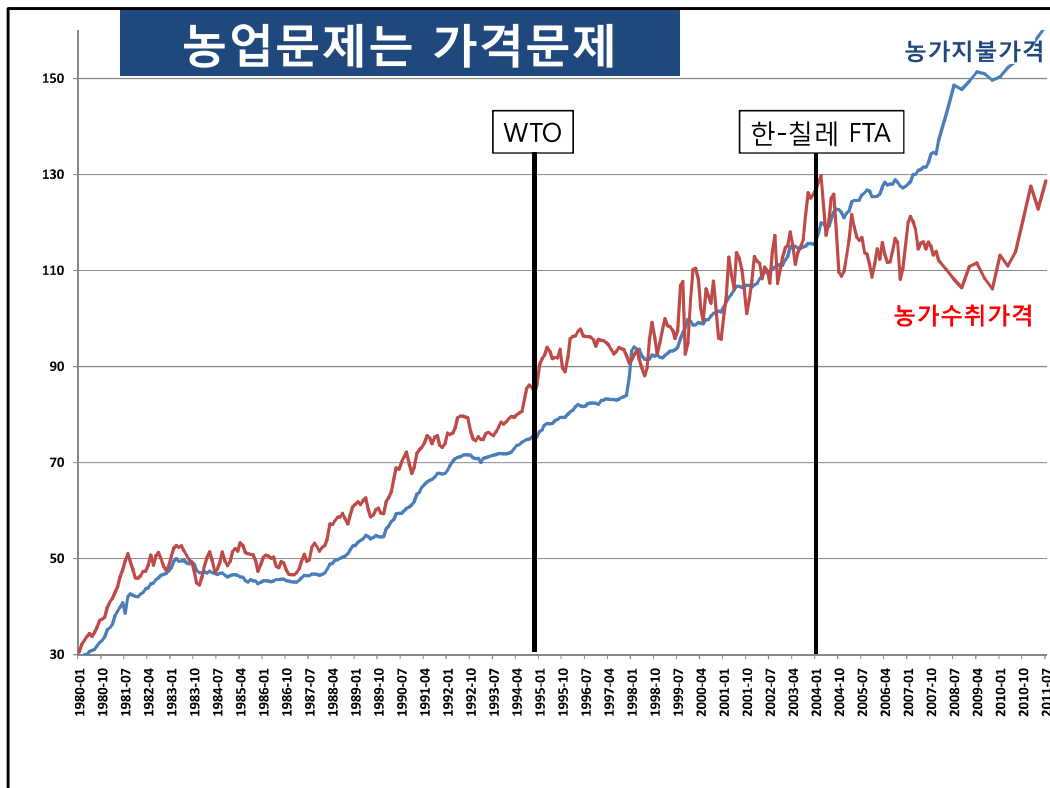
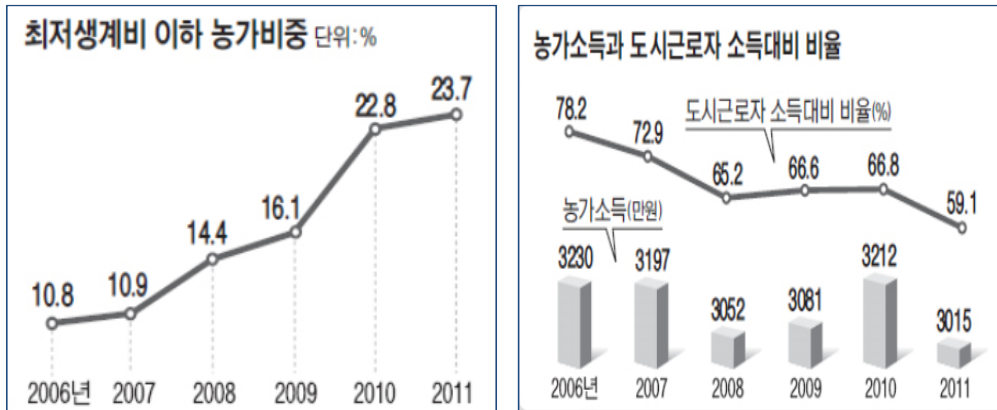
실질농가소득 및 실질농업소득 변동 추이 (1970-2012)

(단위: 천원/가구)



## 한국 농업의 현 주소

□ 도농 간 소득 격차 심화 → 사회적 갈등 + 정치적, 재정적 부담 증가



## 농산물 시장개방

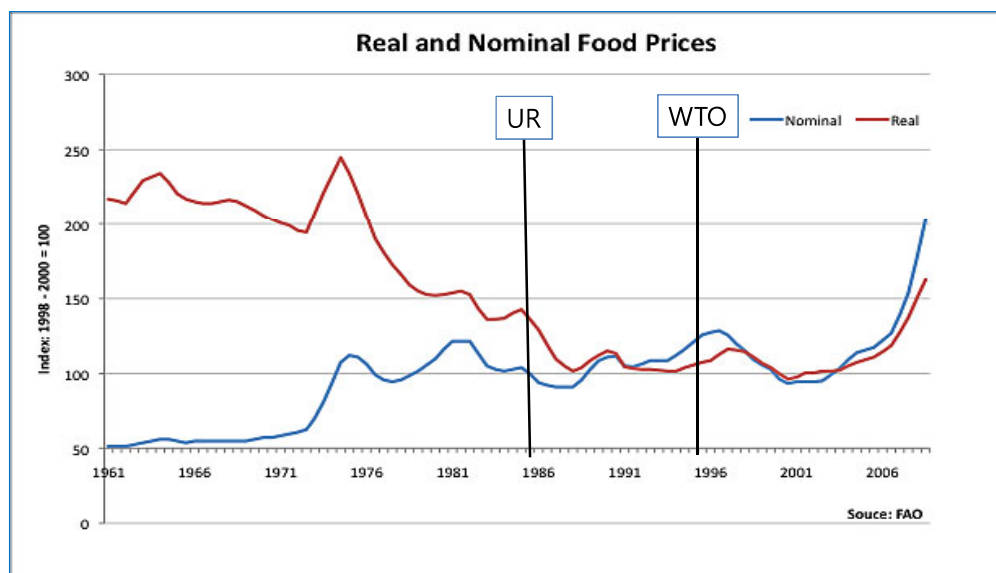
### ■ 브레튼우즈(Bretton Woods) 체제 : 1945년

- 국제통화기금(IMF)
- 국제개발은행(IBRD)
- 국제무역기구(ITO) => 관세와 무역에 관한 일반협정(GATT)

### ■ UR(1986 – 1993)

- UR은 GATT의 8번째 다자협상
- 농업 자유무역의 대상에 편입
- 7년간의 협상 끝에 1993년 말 미국과 EU의 극적 합의로 타결
- 1995년 세계무역기구(WTO) 출범

## WTO 체제와 세계식량가격



## 다자협상에서 양자협상으로

### ■ Doha Development Agenda (2004 - ?)

- 3년 계획의 UR 후속 무역자유화 논의 합의 도출 실패
- 개도국의 UR 경험
- FTA 통한 시장개방 추진

### ■ Free Trade Agreement (FTA)?

- 맞춤형 개방 + 명확한 협상력
- 무역창출(trade creation)과 무역전환(trade diversion)

## 무역자유화 효과

### ■ 긍정적 효과

- 분업과 전문화를 통한 생산성 향상
- 교역을 통한 가격하락
- 기술 확산 촉진
- 생산자 시장 확대
- 소비자 선택 확대

### ■ 부정적 효과

- 글로벌 경쟁 강화
- 부의 집중과 불평등 분배
- 식량안보 위협



#### WTO 보고서 요지

- ▶ 교역자유화로 발생하는 혜택 패자에게 재분배해야
- ▶ 아웃소싱으로 많은 근로자들 일자리 잃어
- ▶ 개발도상국은 교역증대로 인한 실업증가 막아야
- ▶ 교역 자유화와 고용조화는 개도국 경제개혁에 필수

WTO/ILO 공동보고서(2009.2.19)

## 한국의 FTA 체결 현황

### ■ 2004년 한-칠레 FTA 발효 이후 12개 FTA 타결, 9개 FTA 발효

#### - 발효된 FTA

2004. 4	한-칠레 FTA
2006. 3	한-싱가포르 FTA
2006. 9	한-EFTA(스위스, 노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈타인 4개국)
2007. 6	한-아세안 FTA
2010. 1	한-인도 FTA
2011. 7	한-EU FTA
2011. 8	한-페루 FTA
2012. 3	한-미 FTA
2013. 5	한-터키 FTA

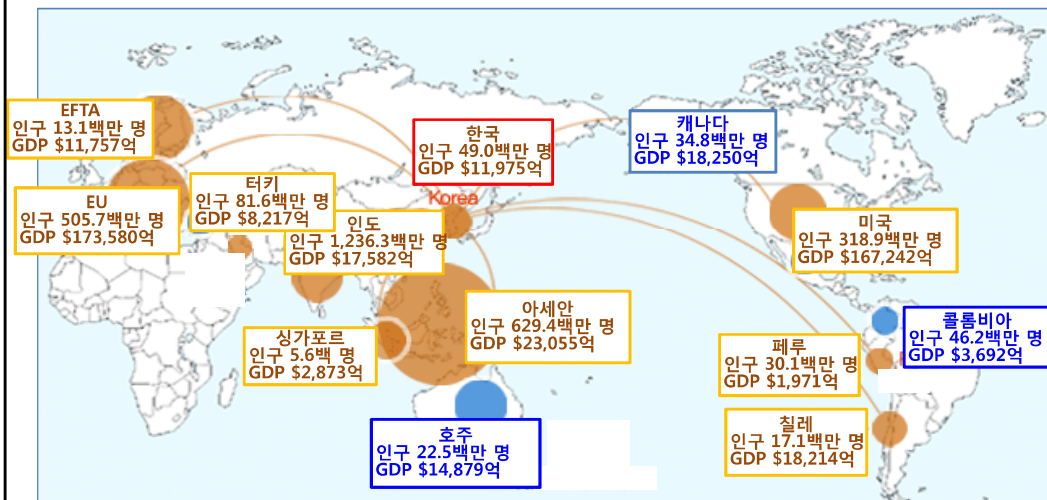
#### - 타결된 FTA : 콜롬비아(2013. 2), 호주(2013. 12), 캐나다(2014. 3)

#### - 협상 중인 FTA : 중국, 베트남, 한-중-일, TPP(미국, 일본 등 12개국)

## 한국의 FTA 지도

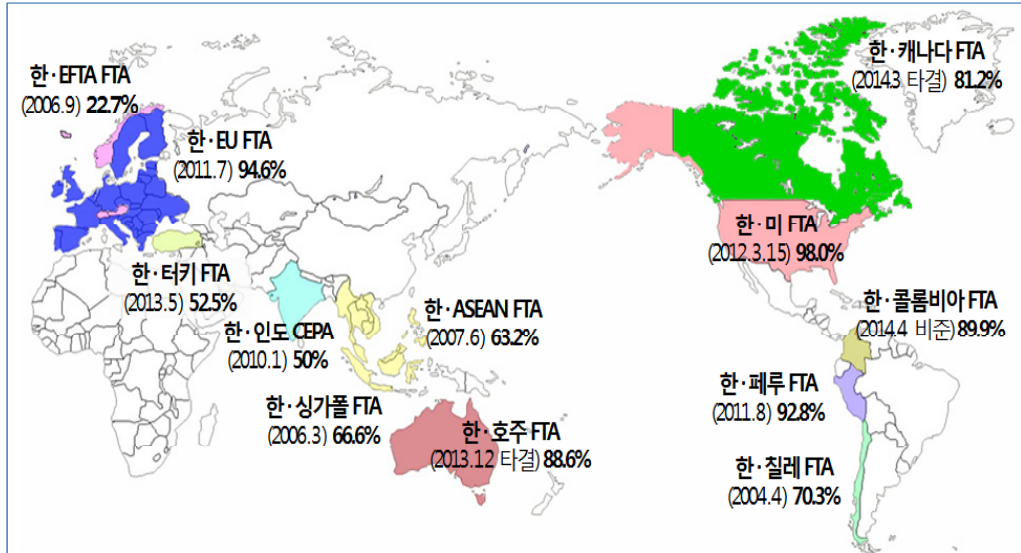
### ■ 시장규모 (한국 포함)

- 인구 : 발효국 28.8억 명, 체결국 포함 29.8억 명
- GDP : 발효국 41조 8천억 달러, 체결국 포함 45조 5천억 달러



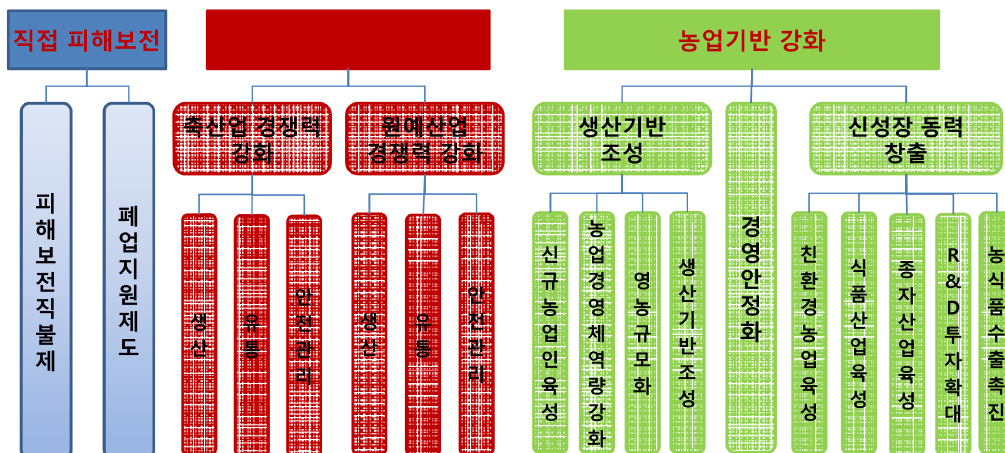
# 한국의 FTA 지도

## ■ 한국 농축산물 수입관세 철폐율 (2014년 5월 기준)



# FTA 대응 정부대책

## FTA 국내보완대책





## FTA 대응 정부대책

<표 2-2-35> 중장기 투융자계획(2004~2013)

(단위 : 백억원, %)

구 분	합 계	2004~2007		2008~2013	
	12,321	4,151	33.7	8,170	66.3
□ 농업경쟁력 강화	6,336	2,252	35.6	4,083	64.4
□ 경영 및 소득안정	2,992	1,037	34.7	1,955	65.3
□ 농식품안전 및 유통혁신	1,183	365	30.9	818	69.1
□ 농촌복지 및 지역개발	1,810	496	27.4	1,314	72.6

자료 : 농림수산식품부

## FTA 대응 정부대책

■ 사업 유형별 예산(2013) : 유통 부문 대응 예산 약 7.3% (2,383억 원)

대분류	중분류	소분류	예산(억 원)	비중(%)
품목별 경쟁력 제고	원예산업 경쟁력 강화	생산	1,037	3.2
		유통	1,005	3.1
		안전관리	0	0.0
		소계	2,042	6.2
	축산업 경쟁력 강화	생산	3,366	10.3
		유통	1,378	4.2
		안전관리	1,599	4.9
		소계	6,343	19.3
농업기반 강화	경영안정화		4,767	14.5
	생산기반	농업경영체 역량 강화	510	1.6
		생산기반 조성	6,597	20.1
		신규농업인육성	1,816	5.5
		영농규모화	2,299	7.0
		소계	11,222	34.2
	신성장 동력 창출	R&D투자확대	781	2.4
		농식품 수출 촉진	3,122	9.5
		식품산업 육성	634	1.9
		중자산업	498	1.5
		친환경 농업육성	2,521	7.7
		소계	7,556	23.0
	직접 피해보전		900	2.7
	합계		32,830	100.0

## FTA 대응 정부대책

### ■ 유통 관련 세부사업별 예산(2013) : 소비지 부문 대응 미흡

- 대부분 유통 정책이 산지 및 도매 물류 정책

중분류	세부사업	예산(억 원)
원예산업 경쟁력 강화	과실 브랜드 육성 지원	10
	과수 거점산지 유통센터 건립 지원	66
	농산물 브랜드 육성	100
	인삼 약용작물 계열화 지원	571
	인삼 생산·유통시설 현대화	17
	원예농산물 저온 유통 체계 구축	177
	신선편이가공시설현대화	64
축산업 경쟁력 강화	송아지 경매시장 현대화 사업	9
	축산경영종합자금(브랜드 경영체 지원 + 가축 계열화 지원)	1,356
	가축 및 계란 수송 특장차량 지원사업	13

## FTA 대응 정부대책

### ■ 문제점

- 정량적 평가에 바탕을 둔 대책
- FTA 영향 과소평가
- 생산 경쟁력 위주 정책 : 농업생산성 함정
- 산지 위주 정책
- 정부대책에도 불구하고 농업경쟁력 하락

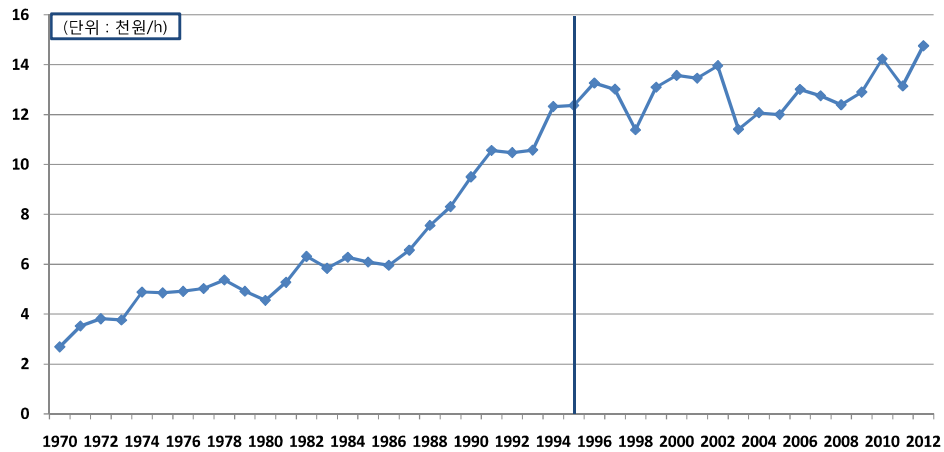
양승룡(2013) "국가별 농업경쟁력 지수개발에 관한 연구 "

- 농업경쟁력 지수 : 23위(2008) → 26위(2011)
- 농업정책지원 지표 : 3위(2008) → 3위(2011)

## 농업 생산성 함정

□ 막대한 자본투자와 기술개발에도 노동생산성의 상승폭 감소

<그림 6> 실질노동생산성 변동 추이 (1970-2012)



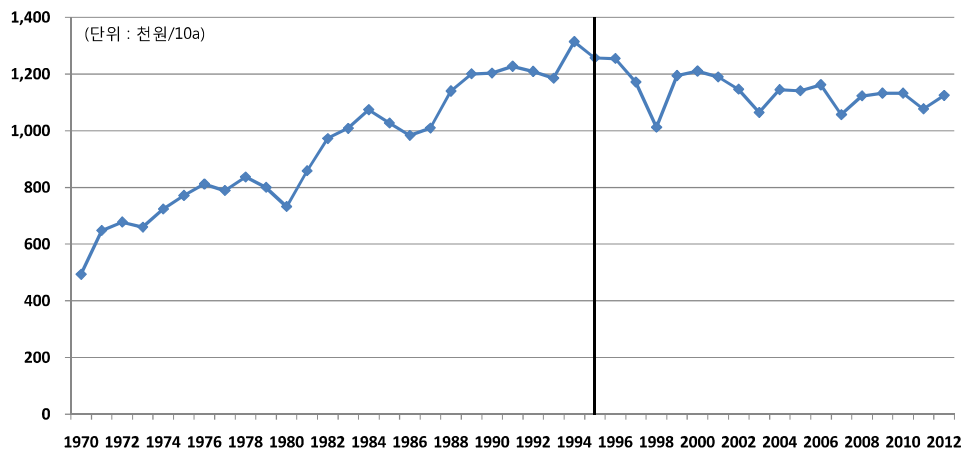
17

고려대학교 식품자원경제학과

## 농업 생산성 함정

□ 영농규모화사업에도 불구하고 토지생산성 감소  
• 규모화를 통한 생산성 향상의 한계

<그림 7> 실질토지생산성 변동 추이 (1970-2012)



18

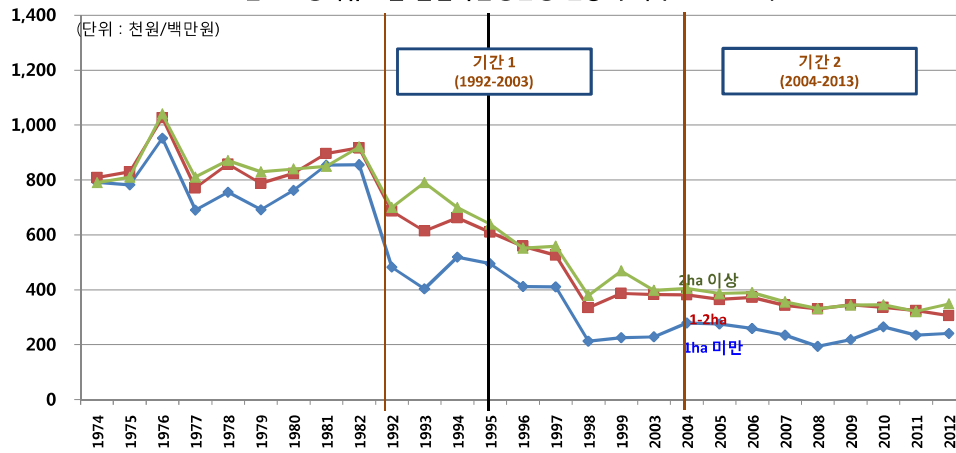
고려대학교 식품자원경제학과

## 농업 생산성 함정

□ 1990년 이후 자본생산성 지속적 감소

• 농업자본 과잉 또는 비효율적 투자 + 경지규모화 효과 미흡

<그림 9> 경지규모별 실질자본생산성 변동 추이 (1974-2012)



19

고려대학교 식품자원경제학과

## FTA 대응 정책 개선 방향

- 무역이익공유제를 통한 경제정의 구현
- 경쟁력제고 중심의 산업정책이 아니라 농업의 지속적 유지 발전을 추구하는 농촌정책이 되어야
- 생산성 제고 중심에서 소비 확대 정책 강화
- 소비지 유통 중요성 인식

## 농업은 미래다.

"무언가를 심으면 거두게 됩니다. 그러니까 심는다는 것은  
미래를 기약하는 일이죠."

베르나르 베르베르(신 2권 중에서)

### 양승룡 교수

고려대학교 식품자원경제학과

email: [sryang@korea.ac.kr](mailto:sryang@korea.ac.kr)

<http://sryang.korea.ac.kr>



# 모바일 슬기정보 시대의 “융복합 홈쇼핑 플랫폼 구조”

《 주제발표 2 》

◇ 진용옥 (경희대학교 명예교수)







## 차례

1. 모바일시대 TV홈쇼핑
2. TV홈쇼핑의 한계
3. 유통 환경 변화
4. 융복합 홈쇼핑 플랫폼 제안
5. 맺음



## 1. 모바일 슬기정보 시대의 홈쇼핑

- 지난 해 유료채널(PP) 매출 6조756억원 ----- 전년 대비 10.2%↑
- 지상파의 1.5배 ----- 5년 연속 지상파 제쳐
- PP 순이익은 5,736억원 ----- 전년 대비 81.8%↑
- 지상파 순이익은 1,241억원 ----- 전년 대비 38.8%↓

### ■ 2013년도 방송사업자별 매출·손익 현황

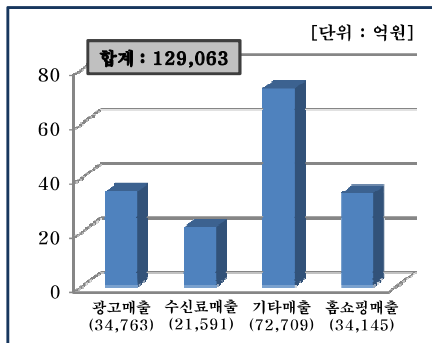
(단위:억원)

구 분	방송사업 매출			당기 순이익		
	2012	2013	증감	2012	2013	증감
지상파	39,704	38,963	-741	2,031	1,241	-790
종합유선(SO)	22,790	23,792	-1,002	4,812	3,618	-1,194
방송채널(PP)	55,121	60,756	5,635	3,167	5,736	2,569
지상파(DMB)	116	95	-21	-8	-28	-20
위성방송	4,993	5,457	454	561	726	165
합 계	122,724	129,063	6,339	10,563	11,293	730

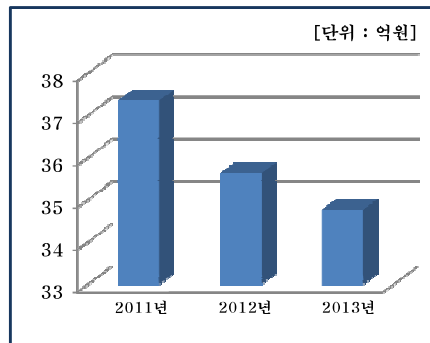
\* 자료 : 방통위 / 연합뉴스 보도문

- 전체 방송시장은 성장했으나 홈쇼핑 성장을 빼면 제자리 걸음
- 온라인, 모바일 등 다른 매체와의 경쟁심화와 방송광고시장 침체로 광고매출은 매년 감소 추세
- 2014년에는 홈쇼핑 방송매출이 가장 많은 비중을 차지할 것으로 예상

● 방송사업 매출현황(2013년)

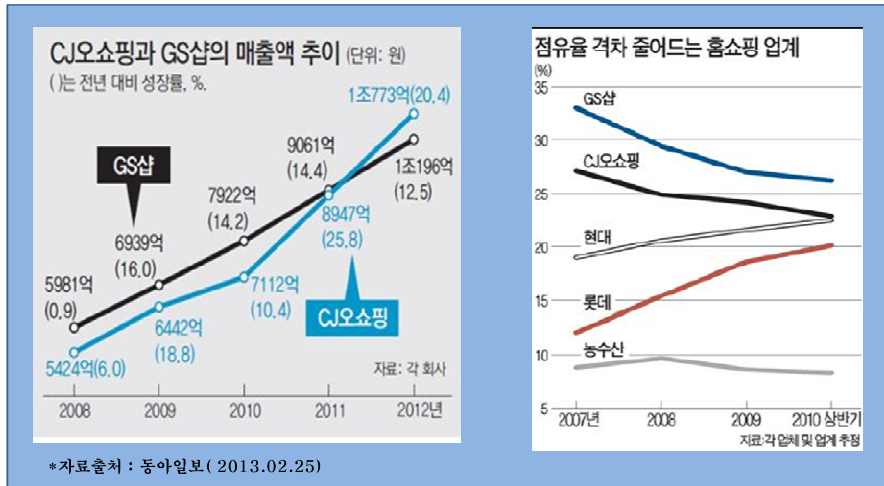


● 연도별 광고매출



## 홈쇼핑을 버려야 홈쇼핑이 산다?!

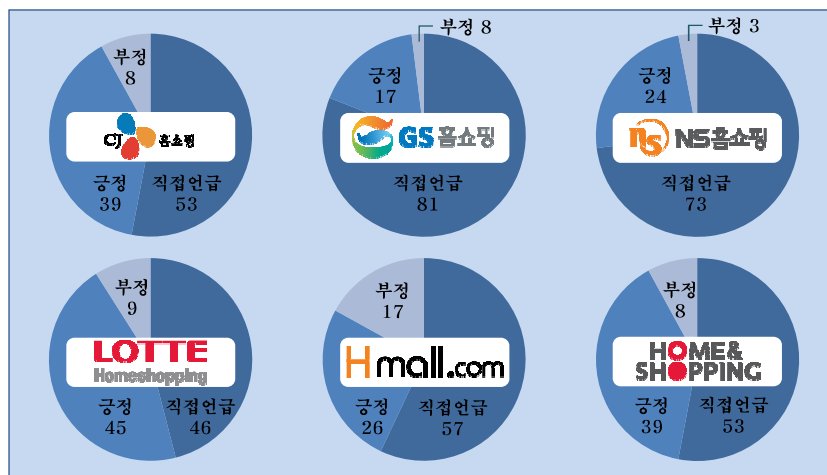
=> GS샵과 CJ오쇼핑은 2009년 '홈쇼핑'이란 명칭을 떼어버린 후 주춤하던 매출이 급성장



## 홈쇼핑사에 대한 소비자 인지도는 비교적 좋은 편!

● 브랜드 인지도 조사 결과

(단위: %)



※직접 언급: 브랜드를 그냥 언급만 한 비중. 인지도라는 측면에서 직접 언급 역시 긍정적으로 볼 수 있음



## ■ 중소기업이 바라보는 TV홈쇼핑 시장

- ✓ TV홈쇼핑을 통한 중소 영세업체의 **진흥효과**는 **제한적**
- ✓ 2011년 평균 37%에 달했던 판매수수료가 2012년 8월부터 평균 34%로 인하되었지만 택배비, 정액비 등을 추가로 부담하는 경우가 있는 등 여전히 **높은 수수료**가 영세업체에 큰 부담
- ✓ 중소기업에서는 규모의 경제성 때문에 TV홈쇼핑을 어쩔 수 없이 선택하지만 중소기업이 홈쇼핑에서 **성공하기는 극히 어려움**

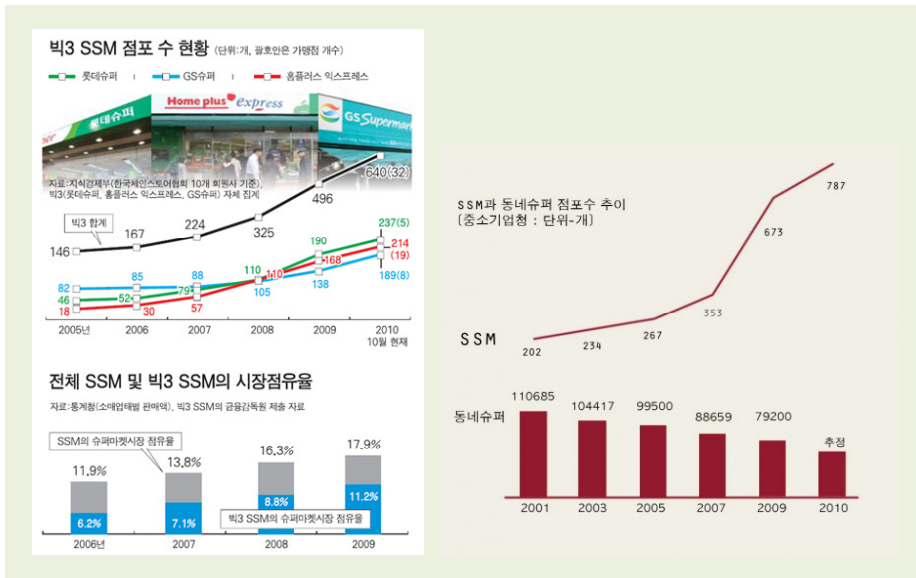
[2009.09.16 오마이뉴스 보도]

"99%의 중소기업은 망하고, 1%의 대기업 제품만 살아 남는다"  
4,700만원으로 방송 50분을 샀다.  
방송매출 5,000만원으로 업체는 3,000만원 손실!  
경쟁력 없는 상품이라고 다시 방송할 기회도 주지 않는다.



## 3. 유통환경 변화

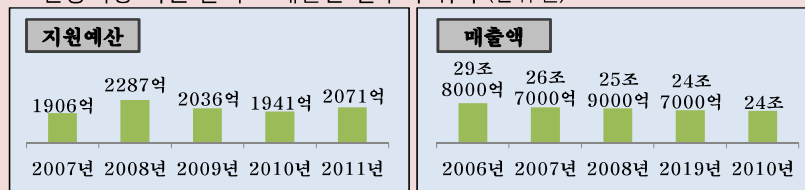
## 오프라인 유통시장은 대형유통업체와 SSM을 중심으로 집중화!



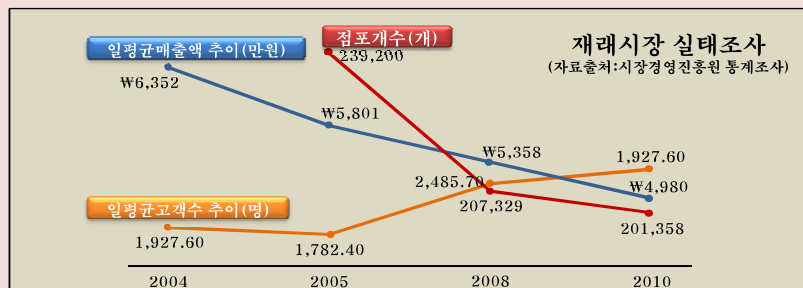
## 전통시장에 10년간 1.5조 부었는데, 매출은 뒷걸음!

● 전통시장 지원 늘려도 매출은 갈수록 위축 (단위:원)

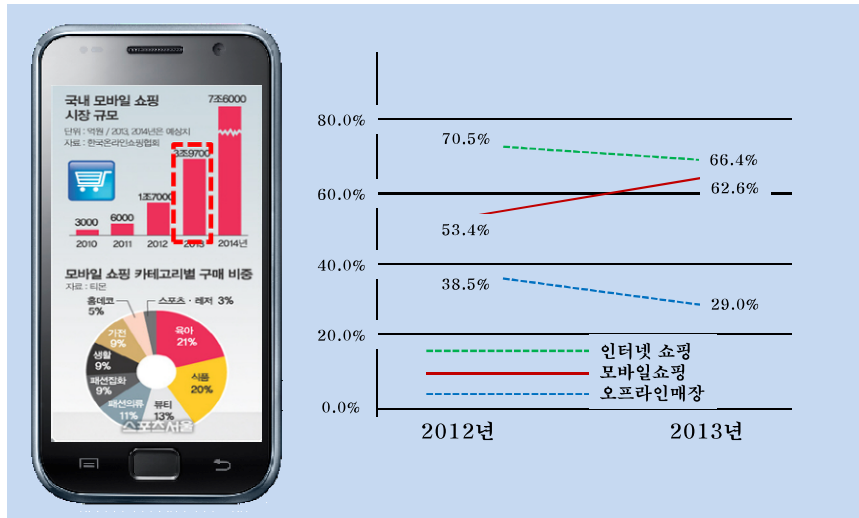
자료:중소기업청



※2002~2011년 지원예산 누계: 1조5711억(시설현대화 1조3513억+시장 경영혁신 지원 2198억)



국내 모바일 쇼핑시장 규모는 매년 급격히 신장하여  
2014년에는 7조 6천억원에 이를 전망이며,  
PC기반 인터넷쇼핑과 오프라인 이용비중은 감소 추세!



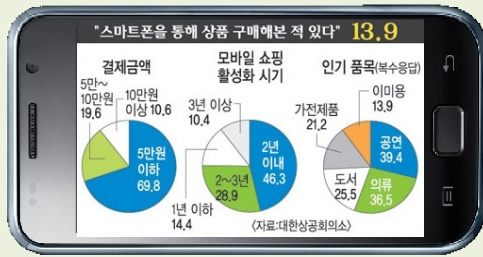
■ 모바일 쇼핑 앱 요일별 트래픽 비율 - 이용자수

	월	화	수	목	금	토	일
G마켓	15.2%	15.3%	14.7%	14.2%	14.7%	12.9%	13.0%
옥션	15.8%	17.3%	14.9%	14.8%	14.2%	11.8%	11.3%
11번가	16.2%	15.8%	15.7%	13.7%	13.2%	12.2%	13.1%
GS SHOP	7.3%	29.3%	7.1%	19.1%	6.8%	23.1%	7.3%
Cjmall	11.1%	18.7%	14.3%	14.0%	12.0%	16.2%	13.7%
롯데홈쇼핑	18.4%	13.3%	17.9%	14.0%	15.6%	10.4%	10.4%
현대Hmall	15.3%	15.8%	15.1%	14.6%	15.8%	11.2%	12.2%
요일평균	14.2%	17.9%	14.3%	14.9%	13.2%	14.0%	11.6%
포털3사 평균	14.4%	14.4%	14.4%	14.2%	14.3%	14.2%	14.1%

[탱킹닷컴] 안드로이드 단말기 6만명 대상 표본조사(2012. 11)

## ■ 모바일 쇼핑

(단위:%)

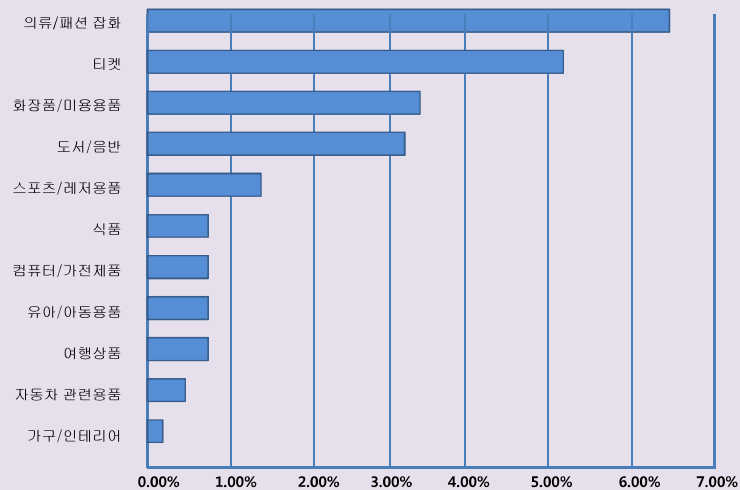


\*스마트폰 이용자 989명 이메일 조사

## ■ CJ오쇼핑 최근 한 달간 모바일 쇼핑 인기상품

상품명	카테고리
1 정샘물 '물'	이미용
2 조성아 '로우'블랙버블 클렌저	이미용
3 애플 아이폰2(32GB, 와이파이)	디지털
4 파인드라이브 IQ 3D 2000	디지털
5 수레산 쌀보리(800g)	식품
6 임근 아티스트 진동 파운데이션	이미용
7 송지오 리얼라쿤퍼 야상	패션
8 스페셜 트리트먼트 꼬발리 뷰	이미용
9 녹차먹인 다향오리 훈제슬라이드	식품
10 폴프랭크 센슈얼 트레이닝	패션

## ■ 스마트폰 이용자의 모바일 쇼핑 구매 경험 품목

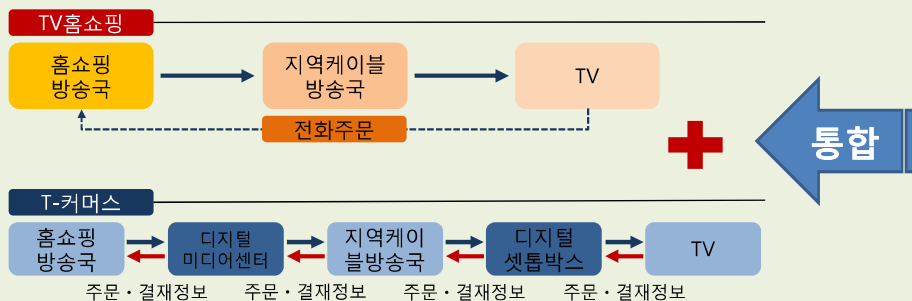






**T상거래, TV, 모바일쇼핑 결합**  
**증강현실 기반 융복합 홈쇼핑채널 구성 개념!**

■ 현행 TV홈쇼핑과 T-커머스 개념비교

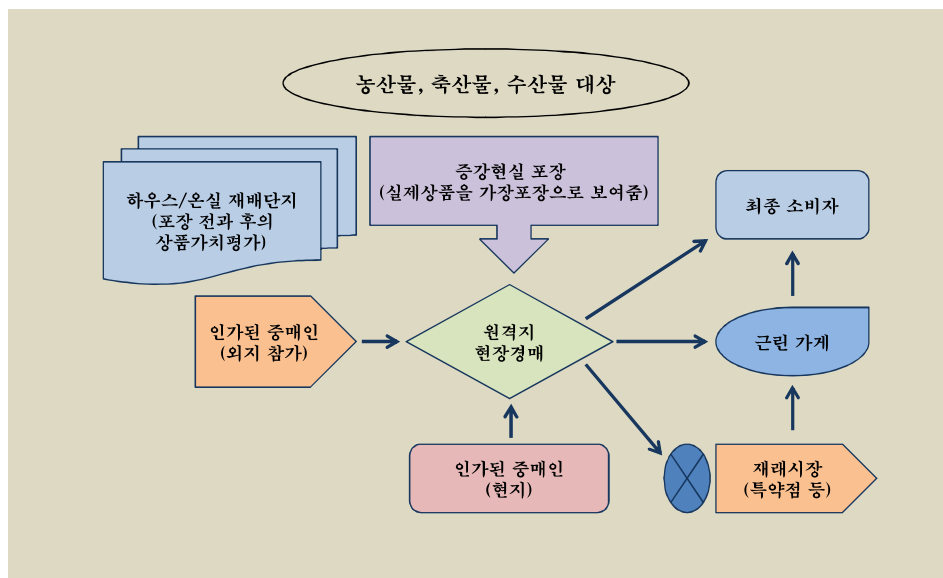


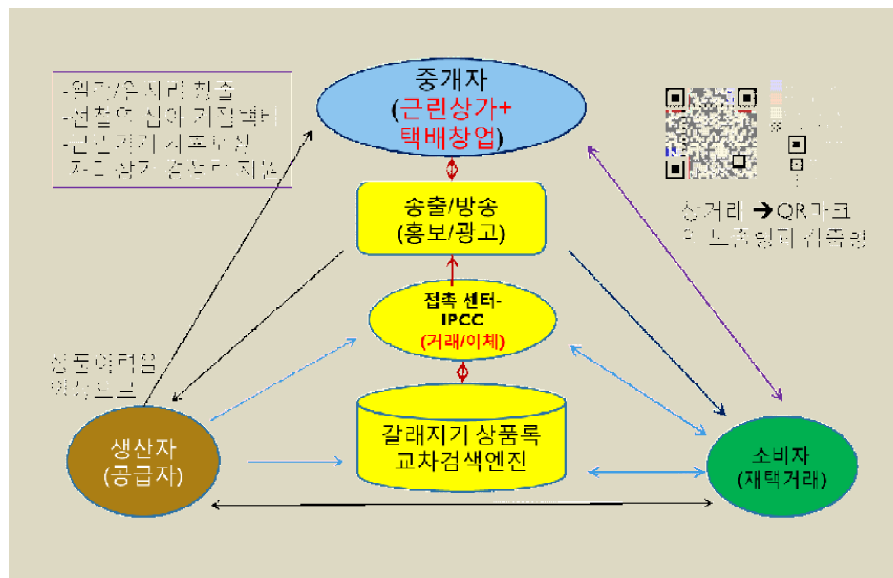
제안요지 :

➡ 증강현실기반 미디어 종합 홈 쇼핑채널 ➡ A커머스

종합 a 커머스	t 커머스	CATV(6개채널)	t + IPCC거래	1500만 가입자	관측 + 거래
		IPTV	t + e거래	200만 가입자	
		위성tv/DMB		200만 가입자	
	e 커머스	인터넷 쇼핑몰	재택 쇼핑	4000만 가입자	스토리지팜 (웹 스토아)
	m 커머스	3G/4G (i-Phone)	이동중 쇼핑	4000만 가입자	
		dmb		?	
	p 커머스	우체국	카달로그 쇼핑	?	구매대행
	d 커머스	동네슈퍼 재래시장 편의점 중심		?	구매대행

## 1, 2차 산업 기반 직 거래

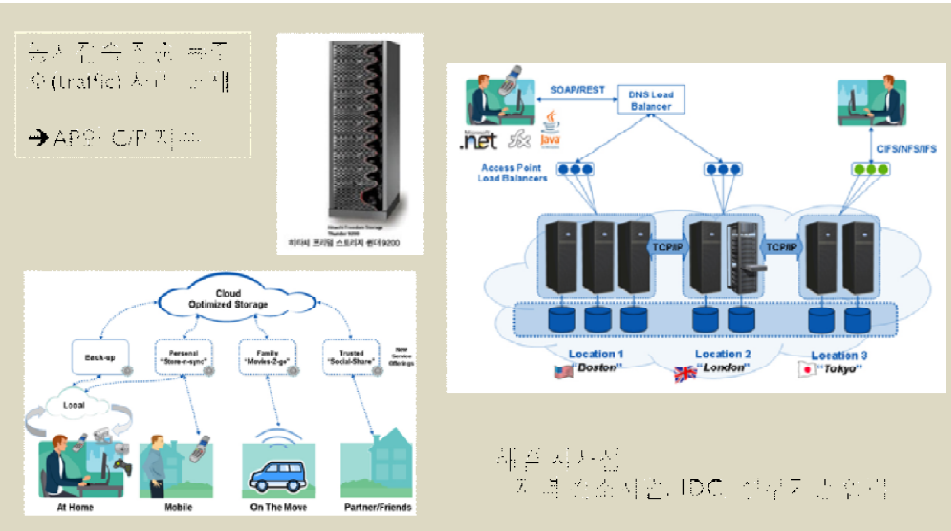




분야		내용	확보방안	비고
삼각프로슈머	생산자	상품이력의 CCTV 저장과 검색	프로그램	현장구매
	소비자	의미검색 갈래 짓기 상품 목록	특허	재택구매
지역 방송센터	중개자	홍보와 광고 방영 (기존 및 자체제작, 임포머셜)	프로그램 등록	
	접촉센터 (IPCC)	구매, 화자인증, 이체, 택배지령의 자동연계	특허	
	검색엔진	의미검색 갈래 짓기 상품목록 작성과 영상검색	특허	
	다 언어 교차검색	자국어입력	특허	표준화 추진

정부3.0(빅데이터 산업)과 융복합 홈쇼핑 시스템

## →지자체 등에 제안 필요성(경기도 선거 공약)



## ■ 농축수산품의 직거래 홈쇼핑 시스템

- ✓ VOD 쇼핑 -우체국 쇼핑 연동
- ✓ 삼각 프로슈머 - 신선도 유지와 변질 반품 대책  
/ 신속 택배와 근린택배
- ✓ 사이버 현장 경매 - 기존 유통구조와 결합
- ✓ DMB, IPTV, 유료방송 → 홍보 / T커머스
- ✓ 모바일 / 인터넷/TV 쇼핑 - 개인정보 보호

## 증강현실 포장상품과 현장 경매



- 1)답사- 숙성도 감정(도마도),수확(참외)  
→ 현실진행
- 2).삽입(사과)-포장(딸기)-수량 파악  
→증강현실 진행
- 3). 원격 현장 경매= 낙찰 후 대금 지불-의뢰인들에게 도매가 직송
- 4).소매 물량→TV-인터넷쇼핑몰 등에 증강현실 정보상태로 올림

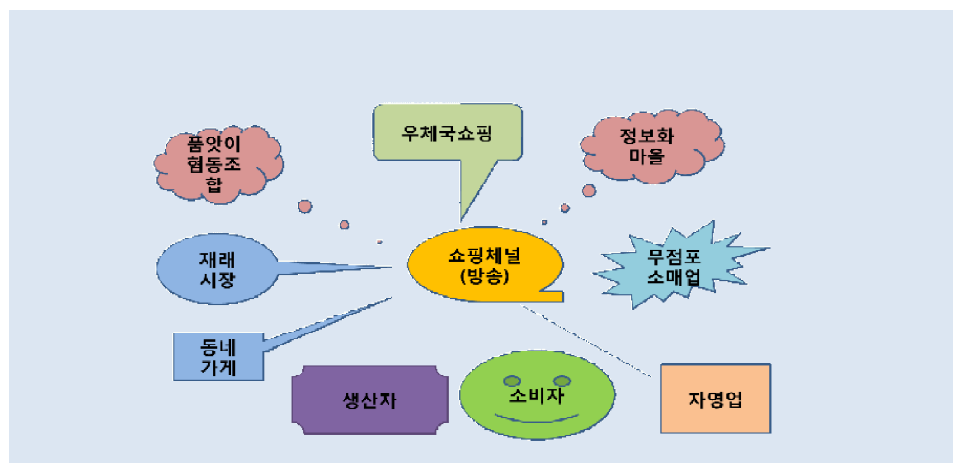


일반 소비자  
TV와 인터넷 쇼핑몰에서 상품정보 확인-IPCC 상담 후 구매 결정

→택배-낙찰 경매인의 위탁 가게나 직배 배송



TV홈쇼핑 = 중소기업 소상공 극히 불리하지만 필요한 유통채널 !  
모순(paradox)의 극복과 차별화된 전략 필요성  
→융복합 홈쇼핑 플랫폼 구축



## 맺음

- TV 홈쇼핑의 신기루

<쇼핑 아편 족의 양산>

<매부 좋고 누이 좋은 식의 묵시적 담합구조>

<중소기업과 소상공인의 딜레마 → 중골탑(中骨塔)>

- 비정상의 정상화→현 홈쇼핑 시스템은 시대 상황에 맞지 않음

<시대상황 반영→이동성과 슬기 정보화 상거래(T커머스)>

<필요하다면 법령의 개조까지를 검토>

<신기술 반영- 음성지문 개인인증 등>

# 고맙습니다!

---

## 메모장

---

---

## 메모장

---