

MSC 인증이 수산물 수출기업 성과에 미치는 영향 분석

Analysis of the Impact of MSC Certification
on the Performance of Fisheries Exporting Companies

양이석 · 박혜진



한국해양수산개발원
KOREA MARITIME INSTITUTE

저자	양이석, 박혜진
내부연구진	연구책임자 양이석 한국해양수산개발원 수산연구본부 전문연구원 공동연구원 박혜진 한국해양수산개발원 수산연구본부 부연구위원
연구기간	2025. 1. 1. ~ 2025. 10. 31.
보고서 집필내역	
연구책임자	양이석 연구총괄, 제1장, 제3장 일부, 제4장, 제5장
내부연구진	박혜진 제2장, 제3장 일부
산·학·연·정 연구자문위원	이주현 어업매니저 해양관리협의회(MSC) 한국사무소 김주영 커머셜 오피서 해양관리협의회(MSC) 한국사무소 김태영 교수 경상국립대학교 식품자원경제학과
※ 순서는 산·학·연·정 순임	

목차

01	서론_1	
	제1절 연구 배경 및 목적	1
	1. 연구 배경	1
	2. 연구 목적	2
	제2절 연구 내용 및 방법	3
	1. 연구 내용	3
	2. 연구 방법	4
	제3절 선행연구 검토	5
02	MSC 어업 인증 현황 및 사례_11	
	제1절 MSC 인증의 개요 및 현황	11
	1. MSC의 비전과 역할	11
	2. MSC 인증의 구조	18
	3. MSC 인증의 현황	30
	제2절 MSC 인증의 효과 및 사례	37
	1. MSC 인증의 효과	37
	2. MSC 인증의 효과성 사례	46
	제3절 소결	52
03	MSC 인증 실태 및 성과분석_55	
	제1절 수산물 수출기업 MSC 인증 실태조사	56
	1. 실태조사 개요	56
	2. 실태조사 결과	63
	제2절 수산물 수출기업 MSC 인증 성과분석	89
	1. 성과분석 개요	89
	2. 성과분석 결과	95
	제3절 소결	109

04	MSC 인증을 통한 수산물 수출경쟁력 강화 방안 _113	
	제1절 기본 방향	113
	1. 시장 신뢰 확보 및 글로벌 수요 대응력 강화	113
	2. 재무적 성과 제고 및 부가가치 창출	114
	3. 구조적 역량 강화와 제도 인프라 고도화	115
	제2절 추진 과제	117
	1. 기업 전략적 측면	117
	2. 정부 정책적 측면	122
05	결론 및 정책 제언 _127	
	제1절 요약 및 결론	127
	제2절 정책 제언	130
	1. 인증 비용 및 역량 지원 확대	130
	2. 브랜딩 및 판로 창출 지원	131
	3. 정보 및 제도 인프라 강화	132
	4. 지속가능성 정책과의 연계 강화	133
	참고문헌 _135	
	부록 _139	

표 목차

〈표 1-1〉 연구 절차	5
〈표 1-2〉 선행연구 검토 및 본 연구의 차별성	9
〈표 2-1〉 MSC 인증의 효과(소비자의 지불의사금액 증가)	42
〈표 3-1〉 MSC 인증 관련 수산물 수출기업 설문조사 개요	57
〈표 3-2〉 MSC 인증 보유 수산물 수출기업 설문조사 항목	59
〈표 3-3〉 MSC 인증 미보유 수산물 수출기업 설문조사 항목	60
〈표 3-4〉 MSC 인증 보유 수산물 수출기업 설문조사 항목(중복 응답 포함)	62
〈표 3-5〉 MSC 인증 취득 시 주요 고려 요인	74
〈표 3-6〉 MSC 인증 취득 성과 중요도	76
〈표 3-7〉 MSC 인증 취득 성과 만족도	78
〈표 3-8〉 종속변수 및 독립변수 설정	90
〈표 3-9〉 수출 성과 결정요인별 한계효과	96
〈표 3-10〉 MSC 인증 취득 요인(시장 요구사항) 항목별 한계효과	97
〈표 3-11〉 MSC 인증 유지 의향에 영향을 미치는 요인 분석 결과	99
〈표 3-12〉 MSC 인증 취득 성과의 중요도·만족도 분석(IPA) 결과	100
〈표 3-13〉 MSC 인증 취득 성과의 중요도·만족도 분석(IPA) 결과 분류	101
〈표 3-14〉 MSC 인증 취득 세부 성과별 중요도·만족도 분석(IPA) 결과	103
〈표 3-15〉 MSC 인증 취득 세부 성과별 중요도·만족도 분석(IPA) 결과 분류	105
〈표 4-1〉 기업 전략적 측면의 수출경쟁력 강화 방안	117
〈표 4-2〉 정부 정책적 측면의 수출경쟁력 강화 방안	121

그림 목차

〈그림 2-1〉 뉴펀들랜드 그랜드뱅크스	12
〈그림 2-2〉 북대서양 대구의 어획량과 캐나다의 TAC	14
〈그림 2-3〉 세계 수산자원 관리의 흐름	16
〈그림 2-4〉 Theory of Change(MSC)	17
〈그림 2-5〉 MSC 인증의 구조	18
〈그림 2-6〉 MSC 어업 인증 표준의 구조	19
〈그림 2-7〉 MSC 어업 인증의 원칙	21
〈그림 2-8〉 MSC 채점지표 및 성과지표	22
〈그림 2-9〉 MSC 어업 인증을 통해 개선된 연도별 성과지표의 수	23
〈그림 2-10〉 MSC 어업 인증 표준의 개정(Fisheries Standard Review) 절차	24
〈그림 2-11〉 MSC 에코라벨	25
〈그림 2-12〉 MSC 에코라벨 부착 제품	25
〈그림 2-13〉 MSC CoC 인증의 원칙	26
〈그림 2-14〉 MSC의 제3자 인증 구조	29
〈그림 2-15〉 MSC 프로그램 어업 참여 현황	31
〈그림 2-16〉 UN FAO 주요 어장 어획량 대비 MSC 인증 어업 어획량	32
〈그림 2-17〉 국내 MSC 어업 인증 추이	33
〈그림 2-18〉 주요 국가별 MSC 에코라벨 제품 매출(2023~24년도)	34
〈그림 2-19〉 MSC와 협업 관계에 있는 다국적 소매업체	35
〈그림 2-20〉 주요 MSC CoC 인증 기업 및 인증 기업의 추이	36
〈그림 2-21〉 국내 MSC 에코라벨 제품 수 추이 및 주요 MSC 에코라벨 제품	36
〈그림 2-22〉 MSC 인증의 효과	38
〈그림 2-23〉 MSC 인증과 SDGs	45
〈그림 2-24〉 파타고니아 이빨고기 어획량 추이	47
〈그림 2-25〉 해양포유류 혼획 방지를 위한 banana pinger	49
〈그림 2-26〉 아스투리아스 지역의 문어 경매 가격 추이	50
〈그림 2-27〉 네덜란드 및 영국의 정어리 가격 및 영국 정어리 생산량 추이	51
〈그림 3-1〉 MSC 인증 보유 여부	63
〈그림 3-2〉 MSC 인증 획득 시기	64
〈그림 3-3〉 MSC 인증 인지도	64

〈그림 3-4〉 MSC CoC 인증 인지도	65
〈그림 3-5〉 MSC 인증 취득 비용의 부담감	66
〈그림 3-6〉 MSC 어업 인증 취득 비용의 부담감	67
〈그림 3-7〉 MSC CoC 인증 취득 비용의 부담감	67
〈그림 3-8〉 MSC 인증 유지 비용의 부담감	68
〈그림 3-9〉 MSC 어업 인증 유지 비용의 부담감	69
〈그림 3-10〉 MSC CoC 인증 유지비용의 부담감	69
〈그림 3-11〉 MSC 인증 유지 의향	70
〈그림 3-12〉 MSC 인증 취득에 따른 경영 만족도	70
〈그림 3-13〉 MSC 인증 취득에 따른 기대 성과	71
〈그림 3-14〉 MSC 인증 취득에 따른 손익 비교	72
〈그림 3-15〉 MSC 인증 취득 후 수출액 변화	80
〈그림 3-16〉 MSC 인증 취득 후 수익성 변화	80
〈그림 3-17〉 MSC 인증의 가격 프리미엄 형성 영향(보유)	81
〈그림 3-18〉 MSC 인증의 가격 프리미엄 형성 영향(미보유)	82
〈그림 3-19〉 MSC 인증의 시장 접근성 향상 영향(보유)	83
〈그림 3-20〉 MSC 인증의 시장 접근성 향상 영향(미보유)	83
〈그림 3-21〉 MSC 인증 취득 관련 애로사항	84
〈그림 3-22〉 MSC 인증 미취득 이유	85
〈그림 3-23〉 MSC 인증 유지에 따른 애로사항	86
〈그림 3-24〉 지속가능성 관련 중요 요소	87
〈그림 3-25〉 지속가능성 활동의 유도 요인	87
〈그림 3-26〉 지속가능성 활동의 수출 경쟁력 향상 기여 여부	88
〈그림 3-27〉 IPA Matrix	94
〈그림 3-28〉 MSC 인증 취득 성과 중요도·만족도 분석(IPA)	101
〈그림 3-29〉 MSC 인증 취득 세부 성과별 중요도·만족도 분석(IPA)	106
〈그림 4-1〉 MSC 인증을 통한 수산물 수출경쟁력 강화 기본 방향 및 추진 과제	116

01

서론

제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

세계화로 인해 국가 간 무역이 활발해지고 있는 가운데 각국 정부는 자국 산업과 소비자를 보호하기 위해 식품 안전 확보를 목적으로 한 위생·검역 기준, 라벨링 및 표시 등 다양한 비관세장벽을 강화하고 있다. 이러한 가운데 소비자들 또한 안심하고 신뢰할 수 있는 식품을 구매하기 위해 식품 정보에 더욱 관심을 기울이고 있다.

최근에는 기후변화와 해양환경 오염 문제가 부각되면서, 전 세계적으로 친환경적이고 지속가능한 소비에 대한 관심이 크게 확산되고 있다. 특히 수산 분야는 수산자원의 남획과 고갈, 해양오염 등의 문제가 심화됨에 따라 지속가능성에 대한 요구가 증가하고 있다. 이러한 흐름을 반영하듯 해외 주요 호텔과 유통기업은 MSC와 같은 지속가능성 인증을 받은 수산물만을 취급하고 있으며, 가치소비 트렌드에 민감한 MZ세대를 중심으로 지속가능성을 고려한 소비 행태가 새로운 표준으로 자리 잡고 있다.

MSC 인증은 해양관리협의회(MSC)의 어업 기준에 따라 지속가능한 방식으로 어획된 수산물에 부여되는 국제 인증으로 전 세계적으로 73개국, 154개 어종, 20,914개 제품이 인증을 획득하는 등 국제적인 위상을 가지고 있다. 국내의 경우 원양어업을 중심으로 인증 취득이 활발히 이루어지고 있으며, 최근 연근해어업까지 그 범위가 확대되고 있다. 하지만 인증 취득 과정에서 평균 1.5억 원의 비용이 소요되는 등 높은 진입장벽이 존재해 기업들의 부담이 적지 않은 상황이다.

이와 관련해서 해양수산부는 국내 수산물 수출기업의 경쟁력을 강화하기 위해 MSC를 포함한 국제 인증 취득을 적극적으로 지원하고 있으며, 2025년부터는 업체당 최대 지원 금액이 확대되었다. 하지만 이러한 정책적 지원에도 불구하고 MSC 인증 취득이 실제로 수출기업의 성과에 어떤 영향을 미치는지에 대한 영향을 실증적으로 분석한 연구는 매우 제한적이다. 특히 MSC 인증과 수출 성과가 어떠한 연관성을 가지는지 규정하고 이를 통해 인증이 실질적으로 창출하는 경제적 효과를 평가한다면 이는 매우 가치 있는 연구가 될 것으로 판단된다.

2. 연구 목적

글로벌 식품산업의 패러다임이 빠르게 변화함에 따라, 국제 인증은 우리나라 수산물 수출기업이 해외시장에서 경쟁력을 확보하고 시장 우위를 점하기 위한 필수 요소로 자리 잡고 있다. 동시에 이러한 인증 제도는 새로운 형태의 진입장벽으로도 작용하기 때문에 기업 차원의 효율적인 인증 전략 수립과 정부의 체계적인 정책 지원 방안 마련이 필요한 시점이다.

이에 본 연구에서는 MSC 인증 취득 현황을 파악하고 인증 보유 수산물 수출기업을 대상으로 실시한 설문조사 결과를 토대로 MSC 인증의 실제 기

업 성과 영향을 실증 분석하는 것을 목표로 한다. 이를 통해 수산업의 지속 가능성을 제고하고 국제 시장에서 우리나라 수산물의 경쟁력을 강화하기 위한 실무적, 정책적 방안을 제시하고자 한다.

제2절 연구 내용 및 방법

1. 연구 내용

본 연구는 최근 지속가능성이 주요 이슈로 대두되고 있는 수산물을 대상으로 MSC 인증이 실제 수출기업의 성과에 어떠한 영향을 미치는지 실증적으로 파악하고자 한다. 이에 MSC 인증을 취득한 수산물 수출기업을 대상으로 설문조사를 실시한 뒤 인증 취득에 따른 성과를 분석하고자 하였다. 이에 따른 연구 구성은 다음과 같다.

제1장 서론에서는 연구의 배경 및 목적을 밝히고 연구 내용과 방법을 소개하였다. 그리고 선행연구 검토를 통해 기존 연구와의 차별성을 정리하였다.

제2장에서는 수산물 관련 지속가능성 인증으로 가장 널리 소비자 및 업계에 인식되고 있는 Marine Stewardship Council(MSC, 해양관리협의회)의 인증 현황과 효과성 사례를 파악하고자 하였다. 이에 본 장에서는 MSC 인증과 관련된 해양관리협의회의 비전과 역할, MSC 인증 현황 및 효과, 그리고 사례를 통한 효과성을 살펴보았다.

제3장에서는 설문조사를 통한 MSC 인증 취득 정보, MSC 취득에 영향을 미치는 요인, MSC 인증 취득 성과, 지속가능성 및 ESG 인식 등 기업

성과에 관한 조사 결과를 바탕으로 수산물 수출기업 분석을 실시하였다.

제4장에서는 제3장의 결과를 바탕으로 MSC 인증을 통한 수산물 수출 경쟁력 강화 방안의 기본 방향을 설정하고 기업 전략적 측면과 정부 정책적 측면에서의 추진 과제를 제시하였다.

제5장에서는 앞서 연구된 결과를 종합하여 MSC 인증이 수산물 수출기업 성과에 미치는 영향에 관한 분석 결과와 우리나라 수산물의 경쟁력을 강화하기 위한 정책 제언을 제시하였다.

2. 연구 방법

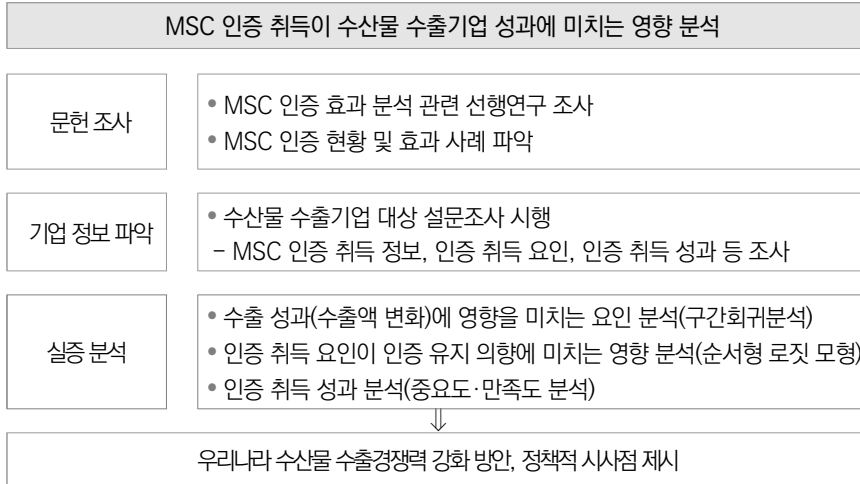
본 연구에서는 문헌 조사, MSC 인증 획득 수산물 수출기업 대상 설문조사, 실증분석 등이 활용되었다. 연구 수행에 앞서 문헌 조사를 통한 선행연구 자료 수집 및 MSC 인증 현황과 효과성 분석 사례를 파악하였다.

그 이후 수산물 수출기업을 대상으로 한 설문조사를 실시하였다. 설문조사에서는 기업의 MSC 인증 취득 관련 정보와 인증 취득 시 중요하게 고려한 요인, 인증 취득 후 성과 등을 파악할 수 있는 문항을 구성하였다.

실증분석에서는 설문조사를 통한 자료를 바탕으로 구간회귀분석, 순서형 로짓 모형, IPA 분석 등의 분석 방법을 활용하여 MSC 인증 취득에 따른 수산물 수출기업 성과에 미치는 영향을 분석하였다.

이러한 분석 결과를 바탕으로 MSC 인증을 통한 수산물 수출경쟁력 강화 방안 및 정책적 시사점을 제시하고자 하였다.

〈표 1-1〉 연구 절차



자료: 저자 작성

제3절 선행연구 검토

기존의 선행연구를 살펴본 결과, 다양한 분야에서 인증 취득에 따른 기업 경영성과 영향에 관한 분석이 이루어지고 있음을 알 수 있었다. 비수산 분야에서는 제조업을 대상으로 한 품질경영시스템 인증(ISO 인증, KC 인증, KS 인증 등)의 효과를 분석한 연구가 활발히 이루어져 왔다. 수산 분야에서도 에코라벨, 국제인증 등의 인증 취득에 따른 영향을 다룬 연구가 일부 존재하나 그 수는 미미하게 나타났다. 특히, 최근 국내 수산물 수출기업의 경쟁력 강화를 위해 MSC 국제 인증 취득을 적극적으로 지원하고 있음에도 불구하고, MSC 인증에 초점을 맞춘 인증 효과 및 영향을 실증적으로 분석한 연구는 거의 전무한 실정이다.

이에 본 연구는 최근 지속가능성이 주요 이슈로 대두되고 있는 수산물을 대상으로 MSC 인증이 실제 수출기업의 성과에 어떠한 영향을 미치는지 실증적으로 분석하고자 한다. 구체적으로는 MSC 인증 취득에 영향을 미치는 요인과 MSC 인증 취득에 따른 경영성과 차이를 규명함으로써, 우리나라 수산물 경쟁력 강화를 위한 실무적, 정책적 시사점을 도출하는 데 목적이 있다. 본 연구는 지속가능한 수산물 시장 육성을 위한 정책 수립에 있어 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

이군희(2006)는 ISO 9000 및 ISO 14000 인증이 기업의 경영성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다. 인증 신청의 동기 및 인증 후 효과를 내부 요인(품질개선, 비용절감 등)과 외부 요인(고객요구, 수출지원 등)으로 구분하고 이를 기업의 규모(대기업, 중소기업) 및 소유형태(국내기업, 해외기업)별로 비교하였다. 분석 결과, 대기업과 해외기업이 중소기업 및 국내기업에 비해 인증 효과를 상대적으로 더 크게 인식하고 있으며, ISO 9000 인증의 경우 내부절차 개선과 품질개선 효과가, ISO 14000 인증의 경우 환경개선 및 이미지 제고 효과가 상대적으로 크게 나타났다.

배도용 외(2021)는 친환경 인증제도의 일환인 녹색인증제도가 기업의 경영성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다. 이중차분법을 활용하여 녹색인증을 받은 기업과 인증을 받지 않은 기업 간의 성과 차이를 비교하였다. 분석 결과, 녹색인증을 받은 기업은 총매출 증가, 에너지 절감, CO₂ 저감 등에서 유의미한 성과를 보였으며, 정부 지원사업 참여에 따른 금전적 혜택도 크게 작용하는 것으로 나타났다. 다만 수출과 고용 측면에서는 통계적으로 유의미한 성과 차이는 나타나지 않아 인증 효과가 주로 국내 시장 중심의 정책 효과에 국한되고 있는 것으로 분석하였다.

이양기 외(2021)는 WTO/TBT 제품인증 획득이 기업의 수출 성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다. 기술동적 역량과 마케팅 역량을 중심

으로 제품인증이 수출 성과에 미치는 효과를 매개 및 조절 관점에서 살펴 보았다. 국내 제조기업을 대상으로 설문조사를 한 결과, 제품인증은 기술 역량과 마케팅 역량에 유의한 영향을 미치며, 기술 역량은 수출 성과에 직접적인 긍정적 영향을 주는 주요 매개 변수로 확인되었다. 또한 마케팅 역량은 기술 역량과 수출 성과 간 매개 및 조절효과를 일부 가지는 것으로 나타났다.

김태영 외(2024)는 기업이 획득한 제품인증의 유형(KC 인증, CB 인증, K마크 인증)에 따라 경영성과에 차이가 있는지를 실증적으로 분석하였다. 기존의 설문조사 기반이 아닌 공식 인증 데이터와 기업재무정보 데이터를 결합하여 성장성, 수익성, 고용성과, 혁신성과 등 정량적 성과지표를 중심으로 일원분산분석(ANOVA)을 하였다. 분석 결과, 인증유형 간에 경영성과 차이 여부는 대부분의 지표에서 통계적으로 유의미하지 않았으며, 이는 인증을 단순한 획득 수단으로 여기는 기업의 인식에 따른 결과로 보았다.

이정삼 외(2016)는 우리나라 수산자원관리의 기본체제 분석 및 문제점 진단, 소비자 참여형 수산자원관리의 개념 및 도입 필요성 검토, 국제 동향 및 사례분석 등을 통해 우리나라 실정에 맞는 소비자 참여형 수산자원 관리방안을 모색하고자 하였다. 우리나라는 아직 지속가능 수산자원관리가 도입되어 있지 않으나 국내 사례 및 설문조사 결과 소비자 참여형 수산자원관리의 도입 여건이 충분히 마련되어 있어 우리나라 또한 소비자 참여형 수산자원관리제도의 도입 및 개발이 필요함을 시사하였다.

박현지(2018)는 우리나라 소비자를 대상으로 에코라벨(MSC) 인증 수산물에 대한 지불의사금액(WTP)을 추정하고 이에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 일대일 대면 및 온라인 설문조사를 실시하였으며, 분석에는 토빗(Tobit) 모형을 활용하였다. 분석 결과, 에코라벨 인증 수산물에 대해 지불의사가 있는 응답자의 평균 지불의사금액은 약 10.45%로 추정되었으며,

여성과 고령자 그리고 미혼자의 경우 지불의사금액이 더 높은 것으로 나타났다.

박혜진(2024)은 수산물 수출기업을 대상으로 국제 인증의 취득 및 유지에 영향을 미치는 요인과 인증 취득에 따른 경영성과를 의사결정나무분석, 다중회귀분석, 다차원척도법, 군집분석 등을 활용하여 다각적으로 분석하였다. 품질규격, 친환경, 종교·문화, 지속가능성 인증을 중심으로 수산기업의 인증 취득 여부, 인증 유지 의향, 취득 이후 성과의 차이를 실증적으로 분석하였다. 분석 결과, 국제 인증 취득은 고객 만족, 브랜드 이미지 제고, 해외 판로 확대 등의 비재무적 성과뿐만 아니라 수익성과 같은 재무적 성과에도 일부분 기여하는 것으로 나타났다.

Fernández Sánchez 외(2020)는 스페인 아스투리아스 지역의 소규모 문어 어업을 대상으로 MSC 인증이 가격 프리미엄을 창출하는지 여부를 실증적으로 분석하였다. 2010년부터 2019년까지의 항구별 문어 경매가격 데이터를 바탕으로 이분차분법 분석을 하였다. 분석 결과, MSC 인증을 받은 문어는 비인증 문어보다 15.2%에서 최대 24.6% 높은 가격 프리미엄이 발생한 것으로 나타났다. 인증 시행 직후부터 나타난 효과로 MSC 인증이 소규모·전통 어업인에게 실질적인 경제적 유인을 제공할 수 있음을 시사하였다.

Davies 외(2020)는 MSC 인증이 어업 단위에서 발생시키는 가격 프리미엄, 시장 접근성, 평판, 고용 등의 사회경제적 효과를 실증적으로 분석하였다. 영국 콘월 지역의 헤이크(Cornish Hake)와 정어리(Cornish Sardine)를 중심으로 인증 전후의 항구별 위판가격 데이터를 이용해 이중차분법 분석과 반구조화 면접조사를 실시하였다. 분석 결과, 헤이크 어업의 경우 인증 이후 평균 위판가격이 유의하게 증가하였으며, MSC 인증이 가격 상승, 시장 확대, 브랜드 이미지 향상에 긍정적으로 작용한 것으로 응답

되었다. 반면, 정어리 어업의 경우 가격 상승 효과가 뚜렷하게 나타나지는 않았으나 시장 접근 유지 및 어업 평판 향상 등의 비가격적 혜택이 긍정적으로 효과가 나타난 것으로 분석되었다.

〈표 1-2〉 선행연구 검토 및 본 연구의 차별성

구분	연구 목적	연구 방법	주요 연구내용
비수산	이군희 (2006)	• 문헌조사 • 설문조사 • 분산분석	• ISO 9000 및 ISO 14000 인증 목적 파악 • 기업규모 및 소유형태별 인증 효과 분석 • 인증 획득 이후 내·외부 요인별 이익 효과
	배도용 외 (2021)	• 문헌조사 • 설문조사 • 이중차분법	• 연구가설 설정 및 가설 검증 • 녹색인증 획득 집단과 미획득 집단 비교 분석 • 녹색인증의 효과성 분석
	이양기 외 (2021)	• 문헌조사 • 설문조사 • 다중회귀분석	• 연구가설 설정 및 가설 검증 • 다중회귀분석 기법을 통한 제품 인증획득이 기업의 수출 성과에 미치는 영향 분석
	김태영 외 (2024)	• 문헌조사 • 설문조사 • 분산분석	• 연구가설 설정 및 가설 검증 • KC인증, CB인증, K마크 인증 획득 기업들의 성장성, 수익성, 고용성과, 혁신성 등의 경영성과 분석 및 인증유형에 따른 획득 효과 실증분석
수산	이정삼 외 (2016)	• 문헌조사 • 설문조사 • 출장조사 • 전문가 자문	• 우리나라 수산자원관리의 기본 체계 분석 및 문제점 진단 • 소비자 참여형 수산자원관리 개념 및 도입 필요성 검토, 국제 동향 사례분석
	박현지 (2018)	• 문헌조사 • 설문조사 • 토빗 분석	• 우리나라 소비자의 에코라벨 인식 수준과 구매의사, 프리미엄 수용 가능성 분석 • 에코라벨 정책적 타당성 및 도입 가능성 평가

구분	연구 목적	연구 방법	주요 연구내용
박혜진 (2024)	수산업계의 국제 인증 취득 활성화를 위한 통찰 도출	- 문헌조사 - 설문조사, 심층면접 - 의사결정나무분석 - 군집분석 - 다중회귀분석 - 다차원척도법	- 국제 인증제도 현황 및 성공사례 파악 - 국제 인증 취득·유지 의향에 대한 의사결정과정 분석 - 국제 인증 취득 요인이 취득·유지 의향에 미친 영향 분석 - 국제 인증 취득 성과 분석
Fernández Sánchez 외 (2020)	MSC 인증을 받은 스페인 문어 어업의 가격 프리미엄 효과 파악	- 문헌조사 - 통계자료 분석 - 이중차분법 - 회귀분석	MSC 인증을 받은 스페인 문어 어업의 가격 프리미엄 효과 여부와 그 수준을 정량적으로 분석
William Davies 외 (2020)	MSC 인증이 수산업에 미치는 사회경제적 영향 분석	- 문헌조사 - 영국 해양관리기구(MMO)의 통계자료 분석 - 설문조사 - 이중차분법	- 두 개의 MSC 인증 어업(헤이크, 정어리) 사례를 중심으로 인증 효과 실증분석 - MSC 인증 이후 변화에 대한 정성 분석
본 연구의 차별성	MSC 인증이 기업 성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하여 실무적, 정책적 시사점 제시	- 문헌조사 - 설문조사 - 전문가 자문 - 구간회귀분석 - 순서형 로짓 분석 - IPA 분석	- MSC 인증 획득 기업의 수출 성과 분석 - MSC 인증 유지 영향 요인 분석 - MSC 인증 성과별 개선 방향 도출 - MSC 인증 관련 실무적, 정책적 시사점 제시

자료: 저자 작성

02

MSC 어업 인증 현황 및 사례

제1절 MSC 인증의 개요 및 현황

MSC(Marine Stewardship Council, 해양관리협의회)는 해양 환경 파괴를 최소화하기 위해 지속가능 어업의 국제표준 및 인증을 관리하고 지속가능 어업으로 생산된 수산물에 MSC 에코라벨 사용을 장려하는 국제 비영리기구이다. MSC 인증은 현재 다양한 수산업의 지속가능성 인증 중 소비자들의 인식도가 비교적 높고 성숙한 시장 기반을 갖춘 인증 표준으로 평가된다. 이에 본 절에서는 이러한 MSC에 대하여 그 설립 배경과 비전, 현황에 대해서 살펴보고자 한다.

1. MSC의 비전과 역할

1) MSC의 설립 배경

MSC가 처음 탄생하게 된 계기는 캐나다 동부 해안의 대서양 대구 자원 급감 사태였다. 대서양 대구는 9세기 무렵 바이킹 시대부터 국제 무역 시장

에서 중요한 재화로 통용되기 시작할 만큼 다양한 이유로 유럽 지역에서 역사적으로 매우 중요한 어종이었다. 이는 오래전부터 장기간 보관이 가능한 형태로 대구를 가공하는 가공법이 발전하였기 때문인데, 당시 대구는 주로 말린 소건품(stockfish)이나 소금에 절여 말린 염건품(saltfish)의 형태로 가공되었다.

바이킹족들은 그들의 항해를 위해 가공한 대구를 식량으로 사용했으며, 그 결과 가공된 대구가 남부 유럽까지 전파되었다. 이렇게 형성된 대구 교역망은 흑사병 창궐, 전쟁 등에도 불구하고 천 년 이상 이어져 왔으며, 현재도 노르웨이의 주요한 수출품으로 자리를 잡고 있다. 또한 대구 무역에 있어 주요한 역할을 하던 스페인의 바스크 민족은 대구를 잡는 과정에서 캐나다의 뉴펀들랜드(Newfoundland)섬 앞바다의 그랜드뱅크스(Grand Banks)¹⁾를 발견하기도 하였다. 이후 영국의 탐험가인 존 캐벗(John Cabot)이 바스크인들이 주로 대구를 어획하고 있던 그랜드뱅크스의 존재를 알림으로써 뉴펀들랜드 지역에 대한 대구 어업이 본격적으로 성행하게 되었다.

〈그림 2-1〉 뉴펀들랜드 그랜드뱅크스



자료: 브리태니커 대백과사전(Encyclopedia Britannica)

1) 뉴펀들랜드 동남쪽의 광대한 수심이 얇은 대어장

이후 17~18세기경 그랜드뱅크스에서 어획된 대구는 영국을 거쳐 인도의 사탕수수 농장 노예들에게 식량으로 수출되는 등 영국의 식민지 경영을 통한 경제적 번영에 지대한 공헌을 하기도 하였다. 그러나 뉴펀들랜드의 대서양 대구로 인한 경제적 번영은 항구적이지 않았다. 1949년 뉴펀들랜드 주가 캐나다로 편입되면서 뉴펀들랜드에서의 대구 어업 역시 캐나다의 해양수산부 관할로 편입되었는데, 자원 관리가 제대로 이루어지지 않아 남획이 지속된 것이다. 특히 1950년대 이후 레이더, 어군탐지기 등을 갖춘 트롤 어선들이 점차 도입됨으로써 어획 능력이 폭증하였고 이에 대서양 대구 자원은 급감하기 시작했다.

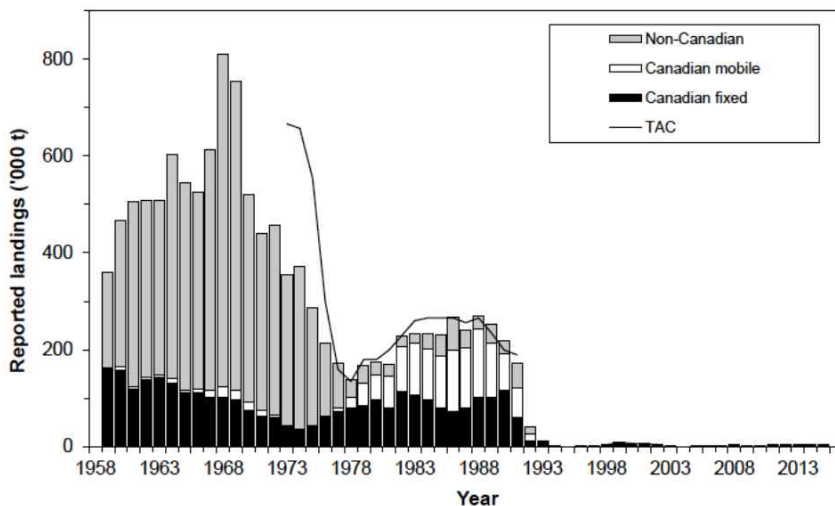
이에 따라 1976년 캐나다 정부는 EEZ 내 어업 관리를 이유로 외국 어선의 입어를 금지했다. 그 결과 대구 자원의 어획 사망률, 즉 대구 자원이 어획으로 인해 감소하는 비율이 즉각적으로 감소하였다. 그러나 이러한 어획 사망률 감소는 대구 자원의 증가보다는 외국 어선의 대구 어획 중단에 따른 것이었음에도 캐나다 해양수산부는 이를 오판하여 총허용어획량(Total Allowable Catch, TAC)을 상향시키는 결정을 하게 된다. 그 결과 외국 어선들의 빈자리를 캐나다와 미국의 어선들이 차지하게 되었고 대구 자원은 자원을 회복할 수 있는 한계점 이하까지 감소하게 되었다.

이러한 실패에도 불구하고, 캐나다 정부의 대서양 대구 자원 관리는 그 이후에도 적절하게 이루어지지 않았다. 1980년대에는 해양수산부의 자원 평가 전문가들이 제시한 권고 수준보다 높은 연간 총허용어획량(TAC)이 여러 차례 설정된 것이다. 특히 1987년에는 민간 자원 평가 전문가들이 대구 자원 평가를 통해 1989년의 TAC를 50% 이상 감축할 것을 권고했음에도 불구하고, 정부는 이보다 훨씬 높은 TAC를 설정하였다.

이러한 결정의 배경에는 다양한 사회적, 경제적, 정치적 요인이 작용했으나, 기존의 대구 자원 평가 과정에서의 과학적 오류 역시 중요한 영향을 미

쳤다. 해양수산부가 사용하던 자원 평가 모형에 수학적 오류가 있어 실제보다 훨씬 낮은 어획 사망률이 추정되었던 것이다. 해양수산부는 1989년에 이르러서야 이러한 오류를 인정하고 모형을 수정함으로써 TAC를 대폭 삭감하였으나, 그때는 이미 대구 자원이 급격히 감소한 뒤였다. 결국 이러한 자원 관리의 실패는 1990년대 초반 대구 산업의 완전한 붕괴로 이어졌다.

〈그림 2-2〉 북대서양 대구의 어획량과 캐나다의 TAC



자료: Department of Fisheries and Oceans Canada. 2016. Stock Assessment of Northern Cod.

이러한 대구 산업 붕괴에 따라 1992년 캐나다 정부는 그랜드뱅크스 해역의 북서대서양 대구에 대해 2년간의 어획 금지 조치, 즉 모라토리엄(moratorium)을 선언하게 된다. 당초 모라토리엄은 2년의 한시적인 조치였으나 1994년 12월, 결국 무기한으로 연장되었다. 이로 인해 뉴펀들랜드 지역에서 대구 어업 및 가공업에 종사하던 약 37,000명이 일자리를 잃었고, 지역사회는 완전히 붕괴되기에 이르렀다. 이는 단순히 특정 어종을 인간이 더 이상 이용할 수 없게 된 데서 그치지 않고, 해당 어종에 생계를 의존하던 지역사회의 지속가능성까지 위협하는 사례로 기록되었다.

이러한 과정을 거치며, 당시 뉴펀들랜드 지방에서 대구 유통의 핵심적 역할을 하던 유통기업 유니레버(Unilever)와 환경보호단체인 세계자연기금(World Wide Fund for Nature, WWF)은 남획 문제에 대한 새로운 해법을 모색하기 시작했다. 그 결과로 등장한 것이 바로 소비자 참여형 수산물 관리 방식이다.

인류가 바다로부터 단백질을 얻기 위한 수단으로써 어업을 시작한 이래 어업은 오랫동안 자유 입어 환경에서 이루어져 왔다. 당시 인류의 어획 기술은 조악했으며, 이는 수산자원에 심각한 어획 압력을 가하지 않았기에 별도의 관리 없이도 자원의 지속가능성이 위협받지 않았다. 그러나 대서양 대구 사례에서 볼 수 있듯, 어선의 대형화와 기술의 발전에 따른 생력화로 어획 압력이 지속적으로 증가하면서 수산자원의 지속가능성은 점차 위협받게 되었다. 이에 대응하기 위해 공유재인 수산자원을 관리하고자 하는 정부의 규제가 시작되었으며, 이는 2세대 수산자원 관리로 볼 수 있다.

그러나 정부 주도의 관리 체계는 특유의 X-비효율성, 단속 역량 및 자원 부족 등의 문제로 인해 수산자원을 효과적으로 관리하지 못하였고, 이를 극복하고자 등장한 것이 바로 3세대 수산자원 관리인 협동적 관리이다. 협동적 관리는 정부뿐만 아니라 어업인 등 규제 당사자가 협력하여 수산자원을 공동으로 관리하는 방식이다. 이는 2009년 노벨 경제학상을 수상한 엘리너 오스트롬(Elinor Ostrom) 교수가 『Governing the Commons』에서 제시한 이론적 기반 위에 있다. 오스트롬 교수는 공유재에 대한 정부 주도 관리의 한계를 지적하며 그 대안으로 공동체에 의한 관리가 효과적일 수 있음을 주장하였다.

그러나 이러한 협동적 관리 역시 한계를 드러내며 완전한 해법이 되지 못했다. 이에 따라 제시된 새로운 접근 방식이 바로 4세대 수산자원 관리인 소비자 참여형 어업 관리이다. 해당 방식에서는 소비자단체의 조직화와 행

등을 통해 수산물 시장에 간접적으로 개입하게 되는데, 불법 어획이나 남획 등 지속가능성을 해치는 방식으로 생산된 수산물에 대해 불매운동 및 선택적 구매 등의 방식으로 자원 관리에 참여하는 형태이다.²⁾

〈그림 2-3〉 세계 수산자원 관리의 흐름

제4세대 수산자원관리로의 전환 가속화



자료: 한국해양수산개발원(2017), 「소비자 참여형 수산자원 관리 방안」 저자 재구성

이러한 흐름 속에서, 유니레버와 세계자연기금은 소비자들이 수산자원 관리에 보다 쉽게 접근할 수 있는 방안으로 에코라벨을 활용한 소비자의 간접적 개입 구조를 고안하였다. 그 결과, 1997년 영국 런던에 지속가능어업 국제표준 및 인증을 담당하는 비영리기구인 MSC를 설립하였으며, MSC는 지속가능한 방식으로 생산된 수산물에 에코라벨을 부여하는 체계를 통해 소비자의 선택을 유도하고 있다.

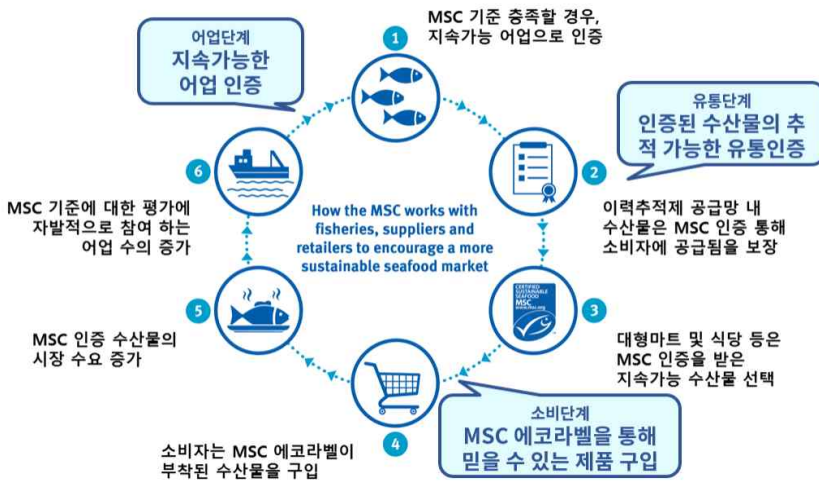
2) MSC의 비전 및 지속가능어업 메커니즘

앞서 살펴본 역사적 배경 속에서 설립된 MSC는 “생명이 넘치는 풍요로운 바다, 현재와 미래세대를 위한 안정적인 수산물 공급(for the world's oceans to be teeming with life and seafood supplies safeguarded for this and future generations)”이라는 비전을 설정하고 있으며, 이를

2) 한국해양수산개발원(2017), 소비자 참여형 수산자원 관리 방안.

실현하기 위해 어업 인증 표준을 제정하고, 해당 표준을 기반으로 에코라벨 제도를 운영하고 있다. MSC 활동의 핵심은 바로 이 에코라벨로, MSC는 '변화의 이론(Theory of Change)'이라는 개념을 기반으로 MSC 에코라벨을 통해 MSC가 추구하고자 하는 선순환 구조를 설명하고 있다.

〈그림 2-4〉 Theory of Change(MSC)



자료: 수산식품 국제인증 저변확대를 위한 전문가 포럼 발표 자료(2024)

이 변화의 이론에 따르면, MSC 에코라벨을 통한 선순환 구조는 다음의 6단계로 나누어 설명된다. 먼저, MSC의 지속가능성 기준을 충족하는 어업 방식을 택한 어업이 MSC 어업 인증을 획득하게 되며, 해당 어업에서 생산된 수산물은 가공과 유통을 거쳐 시장에 진입하게 된다. 이후 소매 단계에서 이들 수산물에는 소비자가 알아볼 수 있도록 MSC 에코라벨이 부착되며, 소비자는 환경 보호와 자원 보존에 대한 의식을 바탕으로 해당 라벨이 부착된 수산물을 구매하게 된다.

이러한 소비 행위는 인증 수산물에 대한 시장 수요 확대를 유발하고, 이

는 가격 프리미엄이나 시장 확대 등 인증 어업에 대한 경제적 보상으로 이어진다. 결과적으로 더 많은 어업이 이러한 경제적 유인을 바탕으로 지속 가능한 어업 방식을 도입하게 되며, 이는 MSC 인증의 확산과 지속가능 어업의 확대라는 긍정적인 순환 구조로 이어진다.

이러한 메커니즘에서 핵심 역할을 하는 것은 소비자의 선택이며, 그 선택을 가능하게 하는 수단이 바로 MSC 어업 표준과 에코라벨이다. 소비자는 개별 어업의 지속가능성을 판단하기 어려운 만큼, MSC는 과학적 기준에 근거한 평가와 인증을 통해 신뢰할 수 있는 정보를 제공하며, 에코라벨은 이를 직관적으로 식별할 수 있도록 지원하는 도구로 기능한다. 이를 통해 MSC는 소비자가 수산자원 관리에 간접적으로 참여할 수 있는 구조를 제공하고 있다고 할 수 있다.

2. MSC 인증의 구조

앞서 살펴본 바와 같이, MSC는 ‘변화의 이론(Theory of Change)’을 실현하고자 다양한 요소를 통해 소비자가 지속가능한 수산물을 신뢰하고 선택할 수 있는 구조를 마련하고 있다. 그 구성요소로는 MSC 어업 인증, MSC 에코라벨, MSC CoC(Chain of Custody) 인증, 그리고 제3자 인증구조가 있다.

〈그림 2-5〉 MSC 인증의 구조

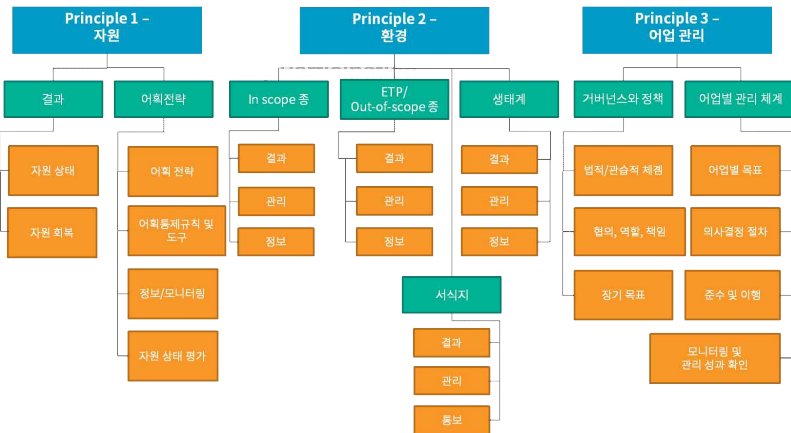


자료: 수산식품 국제인증 저변확대를 위한 전문가 포럼 발표 자료(2024)

1) MSC 어업 인증

지속가능한 방식으로 생산된 수산물을 인증하는 MSC에 있어 가장 근간이 되는 것은 MSC 어업 인증으로, 이 인증의 기준이 되는 것이 바로 MSC 어업 인증 표준이다. MSC 인증은 총 3개의 원칙(principle), 8개의 구성요소(component), 25개의 성과지표(performance indicator), 그리고 74개의 채점지표(scoring issue)로 구성되어 있다.

〈그림 2-6〉 MSC 어업 인증 표준의 구조



자료: MSC 내부 자료

MSC 어업 인증 표준을 구성하는 원칙들에 대해 살펴보면, 먼저 첫 번째 원칙인 ‘지속가능한 자원량 유지’는 인증을 받고자 하는 대상 어종의 자원 상태가 남획 상태에 있지 않으며, 설령 남획 상태에 처하더라도 회복이 가능한 관리 체계가 존재하는지를 확인한다. 예를 들어, 고등어를 어획하는 대형선망어업이 MSC 인증을 신청하는 경우 고등어가 ‘대상 어종’에 해당된다. MSC 인증 제도의 도입 배경이 대서양 대구 자원의 고갈이었다는 점을 고려할 때, 어업 표준 제정의 가장 일차적이자 직접적인 목적을 다루는 원칙이라고 할 수 있다.

이 원칙에서는 대상 어종의 자원 상태를 최대 지속가능 어획량(Maximum Sustainable Yield, MSY) 수준과 비교하여 점수를 부여하며, 자원 상태를 평가하기 위한 자료의 적절성과 해당 자료를 활용한 자원 평가의 적절성도 심사 범위에 포함된다. 또한 자원 상태가 악화되더라도 이를 회복할 수 있도록 하는 관리 체계라는 관점에서 어획 전략(harvest strategy)과 어획 통제 규칙(harvest control rules)에 대한 심사도 함께 이루어진다.

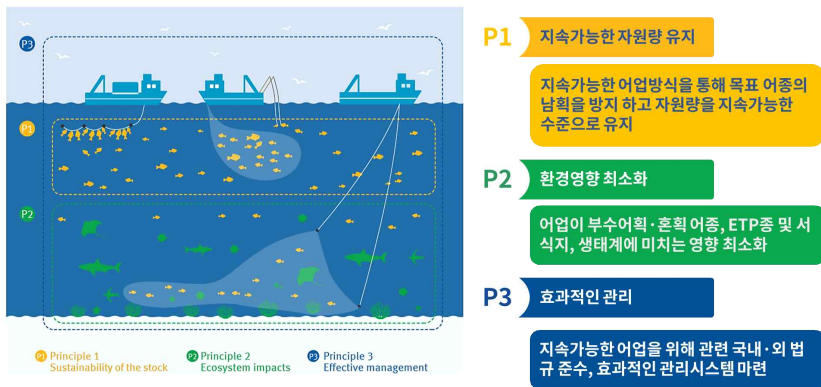
두 번째 원칙인 ‘환경영향 최소화’는 어업 활동이 대상 어종을 제외한 주변 환경에 미치는 영향을 최소화하고 있는지를 살펴본다. 여기서 ‘주변 환경’은 부수어획/혼획 어종, 멸종위기종(Endangered, Threatened, and Protected species, ETP), 서식지 및 생태계를 포함한다. MSC에서는 부수어획/혼획 어종을 in-scope 종과 out-of-scope 종으로 구분하는데, in-scope 종은 MSC 인증의 대상이 될 수 있는 어종이며, out-of-scope 종은 조류, 포유류, 양서류, 파충류 등 인증 대상에서 제외되는 어종이다.

이 원칙에서는 해당 어업의 활동이 부수어획/혼획 어종 및 멸종위기종의 자원 회복을 중대하게 저해하지 않는지를 중심으로 평가하며, 자원 상태와 관리 수준, 그리고 이를 위한 충분한 정보 수집 여부에 대해서도 심사가 이루어진다. 서식지와 생태계 역시 회복하기 어려운 위해가 가해지는지를 살펴보는 데, 서식지에 대해서는 저층과의 접촉이 많은 어구를 사용할 경우 보다 엄격한 기준이 적용되며, 생태계의 경우 대상 어종의 어획으로 인한 먹이사슬 구조 변화 등 생태계 전반에 어업이 미치는 영향을 중심으로 검토된다. 즉, 어업이 미칠 수 있는 모든 ‘주변 환경’에 대한 영향을 포괄적으로 평가하도록 표준이 구성되어 있다.

마지막으로 세 번째 원칙인 ‘효과적인 관리’는 어업이 효과적으로 관리되고 있는지를 판단하기 위한 법적·관습적 체계, 주체의 역할과 의사소통 체계, 의사 결정 절차, 규제에 대한 감시 및 모니터링 등에 대해 심사를 진행

한다. 어업 인증 심사는 심사가 이루어지는 시점뿐 아니라 그 이전 약 5년간의 데이터를 토대로 이루어지는데, 그러한 현재와 과거의 상태만으로는 해당 어업이 향후 지속가능성을 유지할 수 있을 것이라 기대하기에는 한계가 있다. 따라서 내·외부적으로 어업 관리가 체계적이고 투명하며 효율적으로 이루어질 수 있도록 하는 ‘체계’가 갖추어져 있는지를 확인하는 것이 중요하며, 원칙 3에서 이러한 관리 체계 전반에 대한 심사가 이루어지는 것이다.

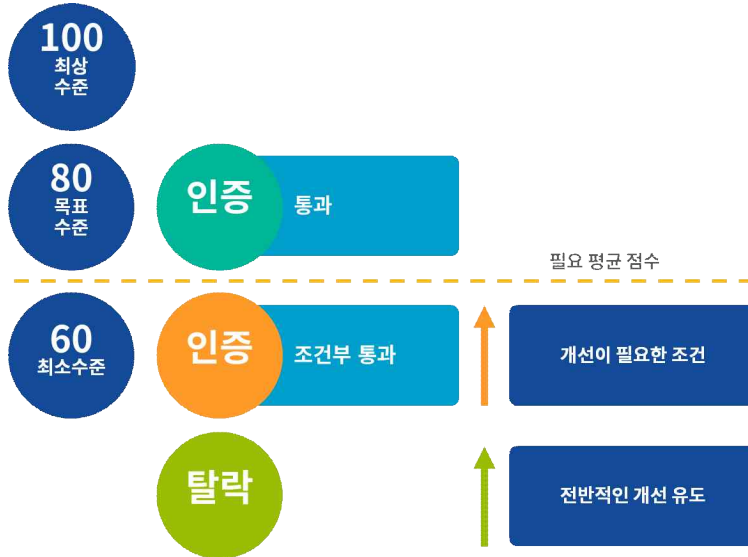
〈그림 2-7〉 MSC 어업 인증의 원칙



자료: MSC 어업 인증 절차 가이드(2019)

앞서 언급한 3가지 원칙 아래에는 상술한 바와 같이 각각 실제 점수로 평가되는 채점지표와 그 채점지표의 평균을 통해 항목별 점수를 계산하는 성과지표가 존재한다. 채점지표는 가장 하위 단계의 지표로, 각각 60점, 80점, 100점의 세 단계 기준이 마련되어 있으며, 해당 점수에 도달하기 위한 충족 요건이 구체적으로 제시되어 있다. 각 채점지표에 대해 부여된 점수의 평균은 성과지표 점수로 환산되며, 총 25개 성과지표가 모두 80점 이상을 획득하고, 원칙별 평균 점수 또한 80점 이상일 경우 인증이 부여된다. 이 기준에 따르면, 어느 하나의 성과지표라도 80점을 넘지 못할 경우 해당 어업은 인증에서 탈락하게 된다.

〈그림 2-8〉 MSC 채점지표 및 성과지표

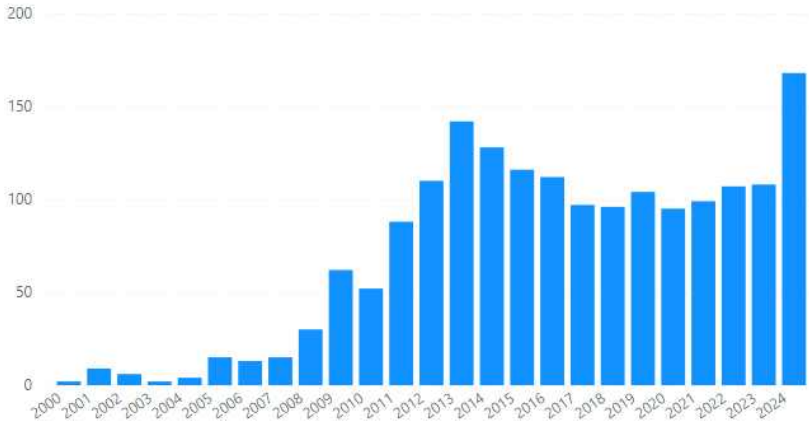


자료: MSC 어업 인증 절차 가이드(2019)

다만, MSC는 지속가능 어업의 시장 진입을 촉진하고 어업의 점진적 개선을 유도하기 위해 ‘조건부 인증’ 제도를 운영하고 있다. 이는 성과지표의 점수가 인증 기준에 미달하더라도, 최소 수준을 충족할 경우 5년 뒤 재인증 심사에서 해당 조건을 충족하는 것을 전제로 인증서를 부여하고 MSC 인증 원물로 판매할 수 있도록 허용하는 것이다.

이러한 조건부 인증을 받은 어업은 지속가능한 어업 방식의 효능감을 실질적으로 체감하게 되며, 동시에 높은 시장가격 수취와 시장 확대 등 MSC 인증을 통해 얻을 수 있는 혜택을 유지하기 위해 자발적으로 어업 방식을 보다 지속가능하게 개선하려는 동기를 부여받게 된다. 2024년 기준 전 세계적으로 총 168건의 조건이 해소되었으며, 이를 통해 글로벌 어업의 지속가능성 수준이 실질적으로 향상된 바 있다.

〈그림 2-9〉 MSC 어업 인증을 통해 개선된 연도별 성과지표의 수



자료: MSC 내부 자료

한편, MSC 어업 인증 표준은 5년 주기로 개정되는데, 그 주요 목적은 최신 과학적 지식과 어업 관리 기법을 반영하기 위한 것이다. 어업 관리 정책은 생물경제학의 발전과 함께 지난 수십 년간 매우 빠른 속도로 발전해 왔으며 지금도 학계, 정부, 지역수산기구(RFMO) 등 다양한 주체들이 보다 효과적인 정책을 모색하고 있다. 또한, 해양 생태에 대한 지속적인 연구와 과학적 발견을 통해 어업이 환경에 미치는 영향에 있어 기존에는 간과되었던 영향들이 새롭게 밝혀지기도 한다. 이처럼 새로운 어업 정책과 과학적 지식을 반영하기 위해 어업 인증 표준은 지속적인 개정이 이루어지고 있다.

이와 함께 어업 표준의 적용성과 접근성 제고 역시 개정의 중요한 목적 중 하나이다. MSC 어업 인증 표준은 전 세계에서 조업하는 대규모의 상업적 어업뿐만 아니라, 소규모·영세 어업에도 동일하게 적용된다. 따라서 자료 준비나 관리 기법 도입, 인증 비용 부담 측면에서 영세 어업은 상대적으로 어려움을 겪게 되는데, 이러한 소규모 영세어업에 대한 접근성을 제고하기 위하여 어업 표준을 보다 효율적이고 탄력적으로 운영할 수 있는 방

안을 모색하고 있으며, 이러한 논의 또한 어업 표준 개정 과정에서 매우 중요하게 다루어진다. 한편, 현재 적용 중인 MSC 어업 표준은 세 차례의 주요 개정을 거쳐 2024년에 발표된 버전 3.1이다.

〈그림 2-10〉 MSC 어업 인증 표준의 개정(Fisheries Standard Review) 절차



자료: MSC 내부 자료

2) MSC 에코라벨

앞서 변화의 이론(Theory of Change)을 설명하는 과정에서 언급했듯이, MSC가 제시하는 선순환 구조에서 MSC 어업 인증 표준과 함께 핵심적인 요소로 작용하는 것이 바로 MSC 에코라벨이다.

MSC 에코라벨은 MSC 어업 인증을 받은 어업에서 생산된 원물이 가공과 유통을 거쳐 소비자에게 최종 제품으로 판매될 때, 해당 제품에 부착되는 라벨이다. 즉, 소비자에게 판매되는 최종 제품을 제조하거나 판매하는 주체가 에코라벨을 부착하며, 이를 통해 소비자는 제품이 지속가능한 어업에서 생산된 것임을 쉽게 식별할 수 있다. MSC 에코라벨은 MSC가 상표권을 갖는 저작물로, 해당 라벨을 제품에 사용하기 위해서는 해당 상표권을 행사하는 MSCI(MSC International)와 상표권 사용 계약을 체결해야 한다. 이를 통해 MSC는 에코라벨의 무분별한 사용을 방지하고, 소비자 신뢰를 유지할 수 있도록 브랜드 관리와 상표권 통제를 동시에 수행하고 있다.

〈그림 2-11〉 MSC 에코라벨



자료: MSC 소개자료 책자(2020)

〈그림 2-12〉 MSC 에코라벨 부착 제품



자료: 수산식품 국제인증 저변확대를 위한 전문가 포럼 발표 자료(2024)

3) MSC CoC 인증

앞서 MSC 인증의 핵심 요소로 MSC 어업 인증 표준과 MSC 에코라벨을 언급하였는데, 이와 더불어 MSC 인증구조에 있어 중요한 역할을 하는 또 하나의 장치가 바로 MSC CoC 인증이다. CoC 인증은 Chain of Custody의 약자로, ‘관리 연속성’으로 번역할 수 있는데, 표현 그대로 MSC 인증을 받은 어업에서 생산된 원물이 유통·가공 전 과정에서 비인증 원물과 혼입되지 않고, 이력 추적이 가능하도록 시스템이 구축되어 있는지를 확인하는 것이 핵심이다.

일반적으로 인증 어업과 비인증 어업에서 생산된 원물은 외관상으로 구분이 어렵기 때문에 혼입 가능성 및 라벨 오용 가능성이 발생할 여지가 있다. 이러한 여건에서 소비자는 자신이 구매한 수산물이 실제 MSC 인증 어업에서 생산된 것인지에 대한 불안감을 가질 수밖에 없다.

이러한 불안감을 원천적으로 차단하고 소비자 신뢰를 확보하기 위해 도입된 제도가 바로 CoC 인증이며, MSC 인증 원물이 최종 소비자에게 전달되기까지 제품의 소유권이 이전되는 모든 유통 주체가 CoC 인증을 획득해야만 해당 제품에 MSC 에코라벨을 부착하여 판매할 수 있다. 즉, 유통의 전 과정에서 인증 원물과 비인증 원물을 엄격히 구분하고, 인증 원물에 대해서는 이력 추적이 가능하도록 시스템이 구축되어 있어야 한다.

CoC 인증은 총 다섯 개의 원칙으로 구성되어 있으며, 각 원칙은 <그림 2-13>과 같다. 이 원칙들은 크게 이력 추적성과 분리성의 두 가지로 분류할 수 있는데, 원칙 1과 원칙 4가 이력 추적성에 해당하며 원칙 2와 원칙 3이 인증 제품과 비인증 제품 간의 분리 보관 및 취급에 관한 분리성에 해당한다. 마지막으로 원칙 5는 앞선 네 가지 원칙이 심사 시점에만 충족되는 것이 아니라, 향후에도 지속적으로 유지될 수 있도록 하는 관리 시스템의 존재 여부에 대해 살펴본다.

〈그림 2-13〉 MSC CoC 인증의 원칙



자료: MSC 및 ASC CoC 인증 절차 가이드(2019)

구체적으로 살펴보면, 이력 추적성 확보와 관련하여 원칙 1에서는 해당 업체가 CoC 인증을 받은 공급자로부터 원료를 공급받았는지를 확인한다. MSC CoC 인증 체계에서의 이력 추적성은 통상적인 이력 추적 방식과는 다소 차이가 있는데, 기본적으로 심사 대상이 되는 업체의 바로 전 단계 공급처와 다음 수급처에 대해 발행된 인보이스를 통해 이력을 검증하게 된다. 즉, 해당 업체가 MSC CoC 인증 공급자로부터 어떤 품목을 얼마나 공급받았고, 이를 다음 MSC CoC 인증 업체에 얼마만큼 공급했는지를 살펴보는 것이다.

이는 유통 과정에서 제품의 소유권을 보유한 모든 업체가 CoC 인증을 취득해야만 최종 제품에 MSC 에코라벨을 부착하여 판매할 수 있다는 점을 고려하면, 각각의 업체에 대해 CoC 인증 심사를 하는 과정에서 전후 한 단계의 이력을 추적하는 방식이 비용 효과적으로 이력 추적성을 확보할 수 있는 것이다.

다음으로 분리성 확보에 대해서는 원칙 2와 원칙 3에서 다루고 있는데, 핵심은 인증 원물과 비인증 원물이 시간적 또는 공간적으로 엄격히 분리되어야 한다는 점이다. 앞서 언급했듯이 인증 여부는 어획 방식이나 자원 관리 노력 유무에 따른 차이가 있을 뿐, 제품 자체의 외형이나 관능적인 차이로는 유통 전문가라 하더라도 구분이 거의 불가능하다. 따라서 MSC CoC 인증에서는 혼입 가능성을 원천적으로 차단하기 위해 인증 원물과 비인증 원물을 명확하게 분리하도록 요구하고 있다. 예를 들어, 시간적으로 분리한다면 특정 일자나 시간대를 정해 MSC 인증 원물만을 가공 및 유통하는 것이 방법이 될 수 있다. 또한 공간적으로 분리한다면 작업대, 작업라인, 적재 공간 등을 인증 원물용과 비인증 원물용으로 구분하는 방법을 활용할 수 있다.

다만 이러한 CoC 인증이 없이도 MSC 인증 제품으로 판매가 가능한 경우가 있는데, 바로 포장된 완제품(consumer-ready tamper-proof)을 유통하는 경우이다. 이는 해당 제품이 이미 최종 소비자에게 판매될 수 있도록 완전히 포장되어 유통 과정에서 비인증 원물과 혼입될 가능성이 없기 때문이다.

예컨대, MSC 인증을 받은 참치를 이용해 제조된 참치 통조림 제품의 경우, 최종적으로 통조림 가공을 하는 주체가 CoC 인증을 취득하고 MSC 에코라벨 사용 승인을 받아 제품에 라벨을 부착하면, 이후 유통 단계에서는 별도의 CoC 인증 없이도 해당 제품을 MSC 인증 제품으로 판매할 수 있는 것이다. 다만 이들 업체의 경우에도 MSC 에코라벨을 자사 홍보물에 활용하고자 할 경우에는 라벨 사용계약이 필요하며, 최종 소매업체의 경우에는 마케팅 협약 체결이 요구된다.

4) 제3자 인증 구조

MSC 인증 구조의 또 다른 특징은 제3자 인증 구조를 채택하고 있다는 점이다. 인증제도란 기본적으로 특정한 기준 또는 표준을 설정하고, 그 기준 또는 표준을 충족하는지를 심사한 후, 심사를 통과한 대상에 대해 인증을 부여함으로써 비인증 대상과 차별화할 수 있도록 하는 제도이다. 이때 심사 결과에 대한 보증 주체가 누구냐에 따라 인증은 제1자, 제2자, 제3자 인증으로 구분된다.

제1자 인증은 자가 심사 방식으로, 인증 대상자가 직접 심사를 수행하고, 그 결과 기준을 충족한다고 판단되면 스스로 인증을 선언하는 방식이다. 유럽의 CE 인증이 대표적인 사례이다. 그러나 이 방식은 인증 평가의 신뢰성이 전적으로 인증 대상자에 의존하기 때문에 소비자 입장에서는 평가 결과에 대한 의구심을 가지고 신뢰도가 낮을 수밖에 없다.

제2자 인증은 이러한 제1자 인증의 문제점을 보완하기 위해 도입된 것으로, 인증 대상자가 아닌 별도의 개인, 조직, 협회 등이 인증 평가를 수행하는 방식이다. 예컨대 공급을 받는 수요처, 즉 구매자가 납품업체에 대해 직접 평가를 진행하거나 외부 전문가(대리인)에게 위임하여 심사하는 방식으로 운영되고 있다.

이러한 제2자 인증 구조에서 더 높은 수준의 신뢰성과 전문성을 확보하기 위해 등장한 것이 제3자 인증인데, 요구되는 기준 또는 표준은 독립된 협회나 전문가 위원회에서 결정되고, 그 기준 또는 표준에 따라 완전히 독립된 제3자가 평가를 한다는 점에서 큰 차이를 보인다.

MSC는 바로 이 제3자 인증 구조를 가지고 있는데, <그림 2-14>와 같이 MSC는 인증 표준을 개발하고 제공하는 역할을 하며, 실제 심사는 전문 심사기관인 독립 인증기관(Conformity Assessment Body, CAB)이 담당한다. 현재 국내에서는 Control Union Korea, DNV인증원, LRQA(로이드 인증원), SGS Korea의 네 곳이 MSC 인증 심사를 수행하고 있다.

이들 인증기관은 심사에 필요한 역량과 요건을 갖추었는지를 검증받은 뒤, MSC 인증 심사를 수행하는 자격을 획득하게 된다. 이러한 인증기관의 심사 자격을 평가하고 검증하는 기관이 인정기관(Accreditation Body, AB)이다. MSC 인증의 경우 ASI가 전 세계 인증기관의 심사 품질을 감독하는 인정기관의 역할을 수행하고 있다.

〈그림 2-14〉 MSC의 제3자 인증 구조



자료: 수산식품 국제인증 저변확대를 위한 전문가 포럼 발표 자료(2024)

MSC가 이와 같은 구조를 채택한 이유는, 각 기관이 고유한 역할을 충실히 수행함으로써 인증 품질을 일관되게 유지할 수 있기 때문이다. 인증기관은 인증 심사를 통해 수익을 창출하며 보다 많은 심사를 수행할수록 더 우수한 경영 성과를 거둘 수 있다. 또한 인증 심사를 의뢰하는 고객들은 보다 수월하게 인증을 부여하는 인증기관을 선호할 가능성이 높다.

이러한 여건하에서 만약 인정기관이 존재하지 않는다면, 인증기관과 소속된 심사원은 더 많은 고객을 유치하기 위해 심사 기준 또는 표준을 관대하게 적용하려는 유인을 갖게 된다. 그러나 ASI와 같은 인정기관이 인증기관의 심사 과정을 정기적으로 평가하고, 기준을 관대하게 적용할 경우 인증 심사 자격을 정지하거나 취소할 수 있는 권한을 가지므로, 결과적으로 인증기관은 시장 경쟁 속에서도 인정기관인 ASI가 요구하는 인증 심사의 품질과 일관성을 유지할 수 있게 된다.

3. MSC 인증의 현황

1) 글로벌 및 국내 MSC 어업 인증 현황

(1) 글로벌 MSC 어업 인증 현황

MSC 인증 체계의 근간을 이루는 MSC 어업 인증의 글로벌 현황은 <그림 2-15>와 같다. 2024년 3월 31일 기준, MSC 프로그램에 참여하고 있는 어업의 수는 총 716개로, 여기서 ‘어업’은 하나의 인증 대상으로 묶인 집단의 수를 의미한다. 즉, 하나의 인증 어업에 복수의 어업 경영체가 포함되어 있을 수 있으므로, 실제 MSC 프로그램에 참여하고 있는 경영체 수는 이보다 훨씬 많을 것으로 추정된다.

이들 인증 어업을 통해 2023년 4월 1일부터 2024년 3월 31일까지 생

산된 수산물의 총량은 약 1,548만 톤에 달하며, 이는 FAO의 어획량 통계 기준으로 전 세계 어획량의 약 19.3%를 차지하는 수치이다.

〈그림 2-15〉 MSC 프로그램 어업 참여 현황



자료: 2023-24 MSC 연간보고서(2024)

〈그림 2-16〉은 MSC 프로그램에 참여 중인 어업의 생산량이 해역별 전체 어획량에서 차지하는 비중을 나타낸 지도이다. 지도상의 짙은 청색 점은 개별 MSC 인증 어업의 위치를 나타내며, 채색된 영역은 해당 지역의 FAO 통계상 전체 어획량 대비 MSC 인증 어업의 생산량 비중을 단계별 색상으로 구분하여 시각화한 것이다.

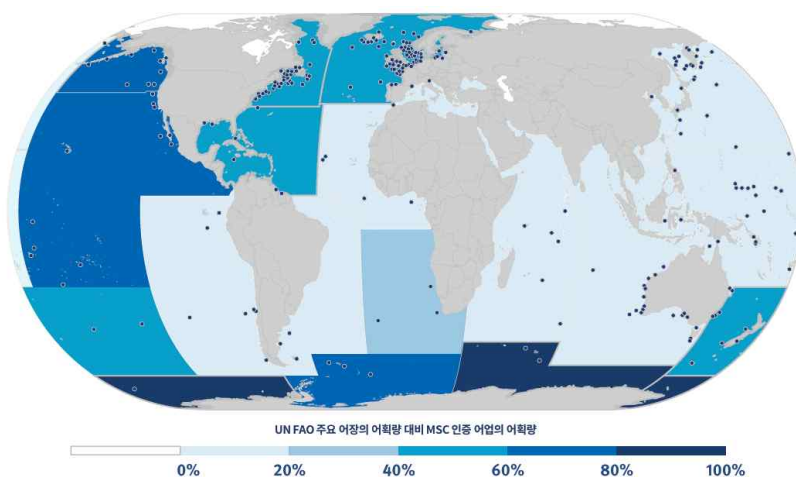
특히, 불법·비보고·비규제(IUU) 어업 문제가 심각하여 과거 유럽 내 소비자들에게 수산자원 이용의 문제점을 부각시키는 데 주요한 역할을 했던 남극해 지역의 경우 이후 이빨고기 어업, 크릴 어업 등이 차례로 MSC 인증을 획득하면서, 현재 남극해는 MSC 인증 어업의 생산 비중이 가장 높은 해역이다.

또한, MSC가 처음 출발하여 가장 오랜 역사를 가지고 있고, 그만큼 많은 어업이 MSC 프로그램에 참여하고 있는 유럽 지역과 MSC의 탄생 배경

이 되는 뉴펀들랜드 지방을 포함한 북미 동부 해안 지역 역시 인증 어업의 생산량 비중이 전체 어획량의 약 절반에 달하는 것을 알 수 있다.

북미 서해안 지역의 경우에는 MSC 인증 어종 중 가장 높은 비중을 차지하는 북태평양 명태와 대구 어업이 포함되어 있어, 이 지역 역시 전체 어획량 대비 MSC 인증 어업의 생산량 비중이 높은 특징을 보인다. 한편, 아시아-태평양 지역에서는 우리나라의 원양 선사들이 MSC 인증을 획득하여 중서부 태평양 해역에서 조업 중인 다랑어 어업들이 주요한 MSC 인증 어업으로 자리 잡고 있다.

〈그림 2-16〉 UN FAO 주요 어장 어획량 대비 MSC 인증 어업 어획량



자료: 2023-24 MSC 연간보고서(2024)

(2) 국내 MSC 어업 인증 현황

국내 어업의 MSC 인증은 주로 MSC 인증 원물에 대한 수요가 높은 해외로의 수출 비중이 높은 원양어업을 중심으로 이루어지고 있다. 국내 최초의 MSC 인증 어업은 동원산업의 중서부 태평양 다랑어 선망어업으로, 2018년 본심사(full assessment)를 시작하여 2019년에 인증을 취득하였

다. 이어 동시 추진되고 있던 동사의 중서부 태평양 다랑어 연승어업도 뒤를 이어 2020년에 인증을 획득하였다.

이후 국내 원양어업의 MSC 인증 참여는 점차 확대되었으며, 2025년 기준 총 8개 선사의 10개 어업이 3개 품종에 대해 MSC 인증을 취득한 상태이다. 특히 2024년에는 인증 취득이 집중적으로 이루어진 시기로, 이는 MSC 어업 인증 표준 개정과 관련이 있다. 구체적으로는 기존 2.0 버전의 인증 표준 적용 기한이 도래함에 따라, 인증을 보다 용이하게 취득하고자 하는 원양 선사들의 신청이 집중되었기 때문이다.

〈그림 2-17〉 국내 MSC 어업 인증 추이

		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
동원산업	참치(선망)		본심사 시작	인증 취득					재인증 심사 시작	재인증 취득
	참치(연승)	예비심사	본심사 시작		인증 취득					선망 인증에 병합
정일산업	크릴			예비심사	본심사 시작	인증 취득				
TNS산업	이빨고기					인증서 공유				
사조산업	참치(선망)					본심사 시작	인증 취득			
동원수산/한성기업	참치(연승)				예비심사		본심사 시작		인증 취득	
신라교역	참치(선망)					예비심사		본심사 시작	인증 취득	
	참치(연승)					예비심사	본심사 시작		인증 취득	
대해수산	참치(연승)							본심사 시작	인증 취득	
사조산업	참치(연승)						예비심사	본심사 시작	인증 취득	

자료: MSC 내부 자료

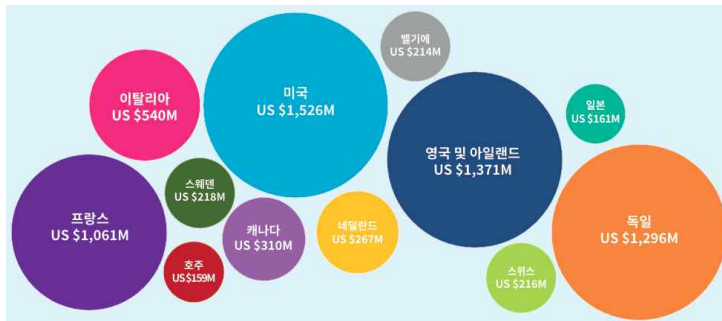
2) 글로벌 및 국내 MSC CoC 인증 현황

(1) 글로벌 MSC CoC 인증 및 에코라벨 제품 현황

2024년 3월 31일 기준 MSC 에코라벨을 부착하여 판매되고 있는 제품은 전 세계에 총 20,910종으로, 매출 규모는 미화 134억 달러 규모이다. 이를 국가별로 살펴보면 미국이 15억 달러로 가장 높은 매출을 기록하고 있으며, 영국, 독일, 프랑스 이탈리아 등이 그 뒤를 잇고 있다. 이러한 국가

들에서 MSC 에코라벨 제품이 광범위하게 유통될 수 있었던 데에는 국가별 MSC 사무소의 적극적인 소비자 인식 제고 활동뿐만 아니라, 동시에 대형 소매업체의 유통 전략 또한 MSC 에코라벨 제품 확대에 큰 영향을 미쳤다.

〈그림 2-18〉 주요 국가별 MSC 에코라벨 제품 매출(2023~24년도)



자료: 2023-24 MSC 연간보고서(2024)

2000년대를 전후하여, 서구권 소비자들은 자신이 섭취하는 수산물이 어떻게 생산되었는지에 대해 보다 많은 관심을 갖기 시작하였고, 이에 따라 다수의 환경 단체와 소비자 단체는 대형 소매업체들을 대상으로 이러한 소비자의 환경적 요구에 적극적으로 반응할 것을 촉구하였다. 이러한 사회적 압력에 부응하여, 주요 소매업체들은 MSC 에코라벨 제품의 유통 확대를 위한 구매 정책을 선언하고, 자사가 취급하는 수산물 중 일정 비율 이상을 MSC 인증 제품으로 구성하겠다는 목표를 설정하였다.

이에 따라 해당 소매업체에 납품하고자 하는 공급자들은 MSC 인증 제품의 매입을 확대하게 되었고, 이는 결과적으로 MSC 인증 어업의 시장가격 상승 및 시장 확대 등 긍정적인 효과로 이어졌다. 즉, 이와 같은 흐름은 앞서 언급한 MSC의 변화의 이론(Theory of Change)이 실제 시장에서 작동하고 있음을 보여주는 사례이며, 특히 글로벌 유통망을 보유한 다국적 소매업체들이 MSC 프로그램 확산에 있어 핵심적인 역할을 수행하였음을 시사한다.

〈그림 2-19〉 MSC와 협업 관계에 있는 다국적 소매업체



자료: 수산식품 국제인증 저변확대를 위한 전문가 포럼 발표 자료(2024)

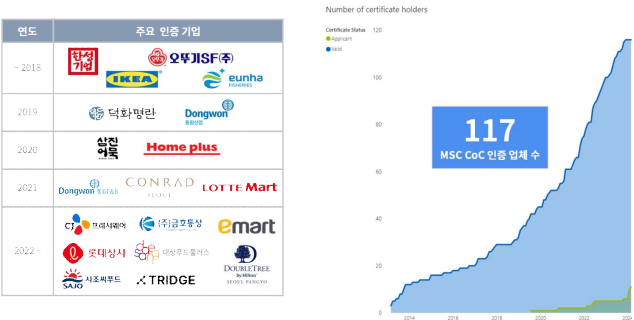
(2) 국내 MSC CoC 인증 및 에코라벨 제품 현황

국내의 경우, MSC 관련 시장이 아직 초기 단계임에도 불구하고, 대형 수산식품 브랜드를 중심으로 CoC 인증이 점차 확대되고 있다. 2024년 3월 31일 기준, MSC CoC 인증을 취득한 국내 업체 수는 총 117개이며, 이들 업체는 주로 해외에서 인증 원물을 수입하여 가공 또는 유통하는 활동을 수행하고 있다. 특히 미국 및 러시아산 명태를 수입·가공하는 업체들이 다수를 차지하고 있다.

이와 함께, 일부 대규모 소매업체들 역시 CoC 인증을 취득하는 사례가 증가하고 있다. 앞서 언급한 바와 같이, 소매업체는 별도의 CoC 인증서 없이도 소비자 판매용 완제품 형태의 MSC 인증 제품을 판매할 수 있으므로 통상적으로 CoC 인증 취득이 필수 사항은 아니다. 그러나 소매업체가 매장에서 자체적으로 제품을 소분하거나 재포장하는 경우, 혹은 생선 매대나 카페테리아를 운영하는 경우에는 CoC 인증이 필수적이다. 이에 따라, 현재 일부 유통기업 및 대형마트 체인은 이러한 목적을 위해 CoC 인증을 취득하고 있으며, 이는 유통단계에서의 MSC 인증 수산물 취급을 보다 적극적으로 확대하기 위한 전략으로 해석될 수 있다.

CoC 인증을 취득한 또 다른 산업군으로는 호텔 레스토랑 부문이 있다. 특히 일부 글로벌 호텔 체인은 ESG 경영의 일환으로 MSC 인증 수산물을 일정 비율 이상 구매하겠다는 구매 선언을 발표하고 있으며, 이에 따라 해당 호텔 체인의 레스토랑들이 MSC CoC 인증을 획득하고 MSC 인증 제품을 취급하기 위해 적극적으로 노력하고 있다.

〈그림 2-20〉 주요 MSC CoC 인증 기업 및 인증 기업의 추이



자료: 수산식품 국제인증 저변확대를 위한 전문가 포럼 발표 자료(2024)

이러한 CoC 인증 업체들로부터 유통되고 있는 MSC 에코라벨 제품 수는 현재 총 88종에 이르며, 주요 품목은 명태를 원료로 한 어묵, 맛살, 명란 등의 가공식품, 참치 통조림, 회 제품, 냉동 생선 필렛 제품 등이다. 이 가운데 참치 가공 제품 일부를 제외하면, 대체로 MSC 인증을 받은 수입 원물을 국내에서 가공한 제품이 주류를 이루고 있다.

〈그림 2-21〉 국내 MSC 에코라벨 제품 수 추이 및 주요 MSC 에코라벨 제품



자료: 수산식품 국제인증 저변확대를 위한 전문가 포럼 발표 자료(2024)

제2절 MSC 인증의 효과 및 사례

앞서 MSC 인증의 구조에서 확인할 수 있듯이, MSC는 지속가능한 어업 방식을 채택한 어업이 시장과 소비자로부터 실질적인 혜택을 얻을 수 있도록 하는 메커니즘을 제공하고 있다. 이러한 구조는 인증 어업에 경제적 인센티브를 부여함으로써, 지속가능한 어업의 확산을 유도하는 선순환 체계를 형성한다는 점에서 의미가 있다.

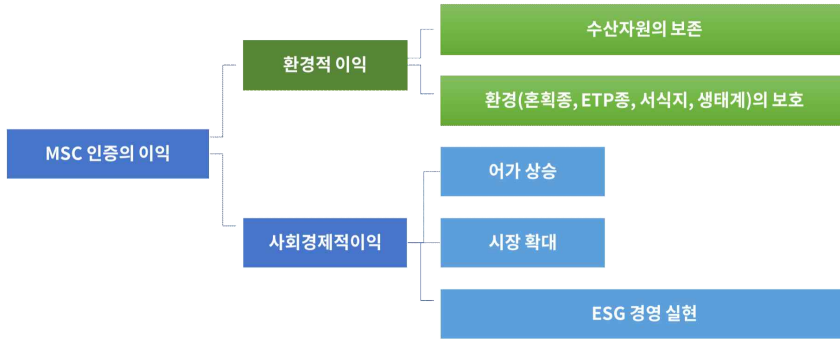
이에 본 절에서는 MSC 어업 인증을 통해 어업이 실제로 어떤 효과를 얻을 수 있는지 구체적으로 살펴보고자 한다.

1. MSC 인증의 효과

MSC 인증을 통해 어업이 얻을 수 있는 이익은 크게 환경적 이익과 사회경제적 이익으로 구분할 수 있다. 먼저, 환경적 이익은 MSC 어업 인증의 표준을 충족함으로써 얻는 직접적인 자원 및 생태계 보존 효과로, 원칙 1에서 요구하는 ‘대상 어종의 자원 상태 유지’를 통한 수산자원의 보존 효과와 원칙 2에서 요구하는 ‘환경에 미치는 영향의 최소화’와 관련된 환경 보호 효과를 들 수 있다.

그리고 사회경제적 이익은 대표적으로 대형 유통업체의 MSC 인증 제품 구매 선언과 소비자의 우선 구매 등을 통해 기대할 수 있는 어가 상승과 시장 확대 효과로 볼 수 있다. 아울러 최근 기업을 대상으로 강조되고 있는 ESG(환경·사회·지배구조) 경영의 지표로써 활용할 수 있다는 점도 이익으로 들 수 있다.

〈그림 2-22〉 MSC 인증의 효과



자료: 수산식품 국제인증 저변확대를 위한 전문가 포럼 발표자료(2024)

1) 환경적 이익

MSC 어업 인증은 인간의 어획 활동이 수산자원과 환경에 미치는 영향을 최소화하여, 어업이 지속가능한 방식으로 이루어질 수 있도록 하는 것을 목표로 한다. 이에 따라 수산자원과 해양 생태계에 미치는 부정적인 영향을 최소화함으로써 궁극적으로 어업 산업의 지속가능성을 담보하는 것이 환경적 이익의 핵심 구현 원리이다.

(1) 수산자원의 보존

MSC 인증을 통해 어업은 과학적 관리 기반의 지속가능한 수산자원 이용을 추구하게 된다. MSC는 활용 가능한 최선의 과학적 접근(best available science)을 통해 불확실성이 높은 해양 속의 수산자원 상태를 추정하고, 이를 기반으로 적절한 어업 관리 체계 구축을 요구한다. 데이터 부족으로 자원 상태 파악이 어려운 경우에도 다양한 대체 지표들을 제공하고, 위험 기반 평가(Risk-Based Framework)를 활용할 수 있도록 하고 있다.

이러한 기준은 어업 관리 역량이 일정 수준 이상 정착되어 있는 어업에는 더 정교한 자원 평가와 관리 방식 채택을 유도하고, 이를 통해 위험을 최소화한 상태에서 어업 경영을 최적화할 수 있게 된다. 또한 여건상 체계적인 관리가 어려운 어업의 경우에도 대체 지표나 별도의 평가 도구를 제공함으로써 개별 어업이 자원 상태를 파악하고 이에 대응할 수 있는 충분한 단초를 제공한다.

더불어, 어획 전략(harvest strategy)과 어획 통제 규칙(harvest control rules)의 도입을 통해 현재의 지속가능한 자원 상태가 미래에도 유지될 수 있도록 체계 마련 등 장치를 갖추도록 함으로써 수산자원 보존의 효과가 지속될 수 있도록 하고 있다. 여기서 어획 통제 규칙은 자원 상태의 변동에 따라 모든 어업 관련 주체가 사전에 설정한 방식으로 조업 일수나 어획량 쿼터를 조정하는 관리 수단이다. 즉, 자원 상태가 일정 이하로 내려갈 경우 자원 고갈 가능성에 선제적으로 대응 가능한 제도적 기반이 된다.

이러한 방식은 두 가지 장점이 있는데 하나는 사전에 설정된 과학적 기준에 따라 수산자원에 가해지는 어획 압력을 효과적으로 조절할 수 있는 최선의 방안을 검토할 수 있다는 것이며, 다른 하나는 사전에 모든 이해관계자와의 합의를 거침으로써 분쟁 가능성을 최소화할 수 있다는 점이다. 결과적으로 MSC 인증을 획득하기 위해서는 이러한 장치들이 필수적이며, 이는 어업의 수산자원 관리를 더욱 효과적으로 할 수 있게 되고, 전반적인 자원 보존 효과를 실질적으로 제고하는 결과로 이어진다.

(2) 환경의 보호

MSC 인증은 대상 어종의 자원 상태뿐만 아니라, 대상 어종을 둘러싼 해양 생태계 전반에 어업이 미치는 영향까지 포괄적으로 관리하고 있다. 이는 어업이 어획 과정에서 갖는 특유의 비선택성과 동력화된 어획 활동

의 강한 물리적 영향력을 고려한 접근이다.

어업에서는 낚시, 그물 등 다양한 어구를 활용하여 어획하게 되는데, 이 과정에서 상업적 가치가 있는 대상 어종 외에도 다른 어종까지 같이 부수 어획하는 비선택성을 가진다. 예컨대 조기를 잡기 위해 설치한 자망 그물에는 조기 외에도 병어, 오징어, 심지어 상괭이와 같은 멸종위기 해양포유류마저 함께 잡힐 수 있는 것이다. 이러한 어업의 특성을 생각해 보면 대상 어종만 관리할 경우 부수어획/혼획 어종 및 멸종위기종이 멸절의 위기에 처할 가능성이 있다.

따라서 MSC에서는 부수어획/혼획 어종과 멸종위기종에 대해서 어업이 미치는 영향도 평가 대상으로 포함하고 있으며, 해당 영향을 줄이기 위한 실질적 조치가 이루어질 것을 요구한다. 뿐만 아니라, 어업이 서식지와 생태계에 미치는 영향도 중요한 평가 요소 중 하나이다. 저인망 어업이나 형망 어업 등 일부 어업은 어법 특성상 어구를 이용해 해저 바닥을 긁는 방식으로 조업을 하게 되는데, 이 과정에서 해양생물의 산란장 및 서식장으로 기능하는 저서 생태계가 심각하게 훼손될 수 있다. 이에 따라 MSC 어업 인증 표준에서는 이러한 어법들에 대해 어구가 저서 환경에 미치는 영향에 대한 지속적인 모니터링과 영향을 최소화하기 위한 다양한 노력, 조치를 요구하고 있다.

생태계 차원에서도 최근 대두되고 있는 생태계 기반 어업 관리의 흐름을 반영하여, 대상 어종과 혼획 어종의 피식·포식 관계 등 먹이사슬 구조 전반에 대한 영향까지 고려하도록 요구하고 있다. 이와 같은 기준은 인증을 준비하는 어업으로 하여금 보다 포괄적인 관점에서 수산자원과 환경 전반을 고려하도록 유도하며, 결과적으로 해양 환경 보호라는 측면에서의 효과를 창출하게 된다.

2) 사회적 이익

MSC 인증을 통해 어업이 획득할 수 있는 또 다른 주요 효과는 사회경제적 이익이다. 우선 MSC 인증을 받은 어업은 지속가능한 방식으로 생산된 수산물에 대한 소비자의 우선 구매와 인증 제품에 대한 프리미엄 수요를 바탕으로 어가 상승 및 시장 확대 효과를 기대할 수 있다. 특히, 인증을 통해 일시적으로 공급량이 제한되는 구조가 형성되면서, 인증 수산물에 대한 희소성과 가치가 상승하게 되는 시장 메커니즘이 작동하게 된다.

또한 최근 기업 경영의 핵심 화두로 떠오르고 있는 ESG(환경, 사회, 기업 지배구조) 경영의 관점에서도 MSC 인증을 하나의 환경 책임 이행의 지표로 활용할 수 있는데, 기업 입장에서는 환경적 책임성과 지속가능성에 대한 의지를 외부에 증명하는 수단이 되며, 이에 따라 자본 시장에서 다방면의 경제적 이익을 거둘 수 있다.

(1) 어가 상승

MSC 인증을 통해 어가가 상승하는 데에는 여러 가지 원리가 적용될 수 있는데, 크게 공급 감소에 따른 전반적인 어가 상승, 소비자의 지불의사금액 증가, 구매 선언 소매업체의 수요 집중 등을 들 수 있다.

먼저 기본적인 경제 원리에 따라 공급 감소는 시장가격 상승으로 이어질 수 있다. MSC 어업 인증을 받기 위해서는 어획량이 최대 지속가능 어획량(MSY) 수준에서 유지되어야 하는데, 이를 위해서는 남획 상태에 대비하여 어획량을 일정 수준 이하로 제한해야 한다. 이러한 제한은 결과적으로 시장에 대한 공급량을 줄이는 효과를 가져오며, 이에 따라 자연스럽게 시장 가격이 상승하게 된다. 특히 이런 현상은 대체가 어려운 어종일수록 더욱 두드러지게 나타난다.

또 다른 가격 상승 요인은 소비자의 지불의사금액(willingness to pay)의 증가이다. 이 현상은 특히 유럽 지역에서 두드러지는데, 과거 지중해 참치, 파타고니아 이빨고기처럼 무분별하게 소비된 어종의 자원 고갈 사례를 직접적으로 체감한 소비자들은 다소 높은 가격을 지불하더라도 자원과 환경을 보호하는 방식으로 생산된 제품을 구매하려는 경향을 보이고 있다.

실제 연구 사례에 따르면, 국가별 차이는 있으나 <표 2-1>과 같이 에코 라벨 제품에 대해 4~27% 정도 더 높은 비용을 지불할 의사가 있는 것으로 조사되었다. 이러한 추가 지불의사금액은 변화의 이론(Theory of Change)에 따라 어업에 전달되어, 어업이 추가적인 수익을 얻을 수 있는 구조로 작동하게 된다.

<표 2-1> MSC 인증의 효과(소비자의 지불의사금액 증가)

국가	대상 어종	평균 WTP (%)
미국	연어	21.6
	게	26.8
멕시코	-	15.0
프랑스	대구	13.4
중국	-	4~6
일본	연어	26.0
한국	-	10.5

자료: 박현지(2018)

마지막으로, 소매업체의 구매 선언에 따른 수요 집중 효과 역시 가격 상승을 유도할 수 있다. 앞서 언급했듯이, 다국적 소매업체들은 소비자의 요구에 부응하기 위해 자사에서 취급하는 수산물 중 일정 비율 이상을 MSC 인증 제품으로 구매하겠다고 공식적으로 선언한 바 있다. 이때 선언된 비율은 일반적으로 소비자의 요구 수준을 충족하기 위해 도전적으로 설정되는 경우가 많다. 이에 따라, 해당 소매업체들은 선언한 목표치를 달성하기

위해 공급업체들로 하여금 추가 비용을 지불해서라도 MSC 에코라벨 제품을 공급하도록 요구하는 경향을 보이며, 결과적으로 이 추가 비용이 어업에 전달됨으로써 어가 상승과 함께 추가적인 이익으로 이어지게 된다.

(2) 시장 확대

수산물에 대한 소비자의 기호는 경로의존성이 매우 높은 특성을 갖고 있어, 수출 역시 기존에 형성된 시장을 중심으로 이루어지는 경향이 강하다. 이로 인해 수산물의 신규 시장 개척은 상대적으로 매우 까다로운 편이다.

그러나 앞서 언급한 소매업체의 구매 선언은 이러한 한계를 일정 부분 극복할 수 있는 여지를 제공한다. 소매업체는 소비자와 약속한 MSC 인증 제품의 구매 비율을 충족시키기 위해, 기존에 공급되던 비인증 품목을 인증 제품으로 대체할 가능성을 검토하게 되며, 이 과정에서 MSC 인증을 보유한 유사 품목 생산업체에는 새로운 판로가 열리는 기회가 주어지는 것이다.

이와 같은 시장 확대는 수산물의 높은 공급탄력성을 고려할 때, 수산물 공급자에게 매우 중요한 경제적 의미를 지닌다. 수산물은 식품으로서 수요의 변동 폭은 크지 않은 반면, 자연조건에 따른 공급의 변동 폭이 매우 크고, 어획된 수산물을 재고로 보관하는 데에도 막대한 비용이 소요되기 때문에, 공급의 변화에 따라 가격이 급격히 변동하는 특성을 갖고 있다.

따라서 과잉 생산이 발생했을 경우, 이를 추가적으로 흡수할 수 있는 다양한 시장의 존재는 과잉 공급으로 인한 급격한 가격 하락을 어느 정도 방어하는 중요한 역할을 하게 된다. 다시 말해, 확대된 시장이 어업체의 수취 가격 하락을 완충하는 직접적인 수단으로 기능할 수 있는 것이다.

(3) ESG 경영 실현

ESG 경영은 최근 투자 시장에서 중요한 개념으로 자리 잡고 있다. 이는 과거 기업의 윤리적 경영이 재정적 수익을 감소시킨다는 전통적인 인식에서 벗어나, 환경·사회·지배구조 측면에서 우수한 특성을 가진 기업이 오히려 더 나은 재정적 성과를 낼 수 있다는 학설에서 출발한 투자 흐름이다. 특히 기후 위기, 지속가능성, 다양성, 인권 등에 대한 사회 전반의 관심이 커지면서 더욱 주목받고 있으며, 최근에는 ESG 관련 정보의 주식시장 공시 의무화 논의도 활발히 진행되고 있다. 개별 기업의 관점에서도 ESG 측면에서 우수한 성과를 보여줄 경우, ESG 경영을 중시하는 투자처로부터 더 유리한 조건으로 자금을 조달할 수 있는 가능성이 열리게 되므로, 이에 관심을 가지는 기업들이 점차 늘어나고 있는 추세이다.

다만, 현재까지는 ESG 경영에 대한 공인된 단일 평가 기준이 부재한 상황이며, 대부분 개별 평가 기관의 자체 기준에 따라 ESG 보고서가 작성되고 평가가 이루어지고 있다. 그럼에도 불구하고 다수의 ESG 보고서에서 공통적으로 중시하는 지표 중 하나가 바로 UN의 지속가능 개발 목표(Sustainable Development Goals, SDGs)이다. SDGs는 UN과 국제사회가 인류의 보편적 문제 해결을 위해 2030년까지 달성하고자 설정한 글로벌 공동 목표로, 17개의 주 목표와 169개의 세부 목표로 구성되어 있다. 17개 주 목표는 ▲빈곤, 질병, 교육, 성평등, 난민, 분쟁 등 인류의 보편적 문제, ▲기후변화, 에너지, 오염, 물, 생물다양성 등 환경 문제, ▲기술, 주거, 고용, 생산과 소비, 사회구조, 법, 경제 등 사회·경제 문제로 구분된다.

MSC 인증은 이들 SDGs 중에서 5개 주요 목표에 기여하는 지표로 간주되는데, 기아 종식, 양질의 일자리와 경제 성장, 지속가능한 소비와 생산, 해양 생태계 보전, 글로벌 파트너십 구축이다. MSC는 수산물의 지속가능한 생산을 통해 기아 문제 해결에 기여하고, 엄격한 어업 인증 표준을 통해

해양 생태계를 보전하며, MSC 어업 인증을 받은 어업으로부터 생산된 수산물을 공급함으로써 지속가능한 소비와 생산이 이루어지도록 한다. 또한, 노동 여건에 대한 자체 또는 외부 평가도 요구하고 있으므로 일자리의 질과 안전성을 제고하며, 전 세계 20개 지역 사무소를 보유한 글로벌 인증 운영 기구로서 파트너십의 관점에서도 글로벌 협력에 기여하고 있다.

〈그림 2-23〉 MSC 인증과 SDGs



자료: MSC 소개자료 책자(2020)

이러한 MSC 인증의 유효성에 대해 UN의 공식적인 인정이 이루어진 사례가 바로 ‘쿤밍-몬트리올 글로벌 생물다양성 프레임워크(Kunming-Montreal Global Biodiversity Framework)³⁾’이다. 이 프레임워크는 2022년 12월 캐나다 몬트리올에서 개최된 제15차 생물다양성협약 당사국총회(COP15)에서 제정된 UN 공식 지표로, 생물다양성 보존을 위해 총 23개의 목표를 설정하고 2023년부터 공식 발효되었다.

3) UN Environment Programme(2022)

이 중 목표 5(아생 생물종의 지속가능한 관리 및 거래)와 목표 9(생물다양성 가치의 사회경제적 통합)의 두 가지 목표에 대하여 MSC 인증 어업에서 생산된 어획량과 CoC 인증 업체 수를 공식 지표로 채택하고 있다. 즉, 당사국들은 MSC 인증 데이터를 기준으로 두 가지 목표에 대한 달성 현황을 측정받게 된다. 이처럼 MSC 인증은 ESG 경영의 관점에서 국제적으로 공신력 있는 유효한 지표로 인정받고 있으며, 기업 입장에서는 자본 시장 내 ESG 평가에서 유리한 입지를 확보할 수 있는 전략적 자산이 될 수 있다. 이는 어업체나 수산 기업이 MSC 인증을 통해 얻을 수 있는 또 다른 사회경제적 이익이기도 하다.

2. MSC 인증의 효과성 사례

1) 환경적 이익

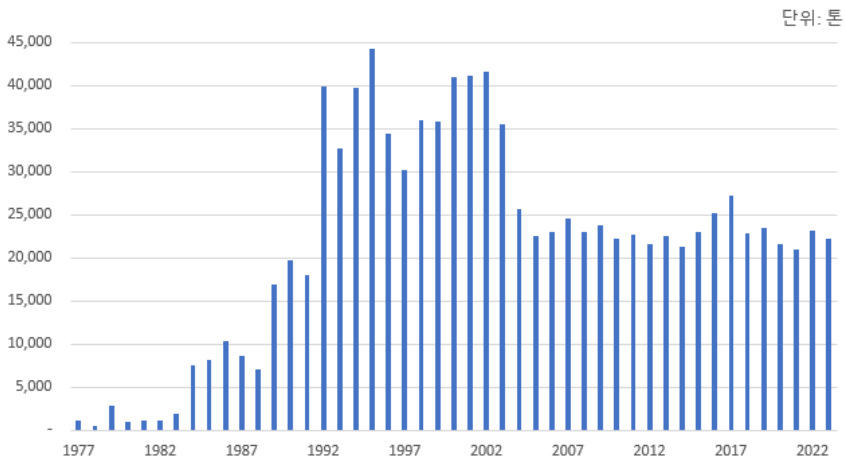
(1) 자원 보존: 파타고니아 이빨고기

파타고니아 이빨고기는 우리가 흔히 ‘메로’라고 부르는 어종으로, 1970년대 미국의 한 수산물 유통 상인이 하얀 살, 부드러운 식감, 비리지 않는 맛에 주목하면서 고급 수산물로 전 세계에 널리 알려지게 된 어종이다. 본래는 외양이 좋지 못하고 toothfish라는 이름 역시 식품 이미지와 어울리지 않아 인기가 없었으나, 칠레 농어라는 이름으로 리브랜딩을 하면서 전 세계적으로 수요가 급격히 증가하게 되었다. 이후 이러한 수요에 부응하기 위해 수많은 어선이 남극해 어장으로 몰려드는 ‘white gold rush’ 현상이 발생하였고, 그 결과 1970년대 후반 연간 1,000톤에 불과했던 어획량이 1990년대에는 약 4만 톤으로 30~40배가량 증가하게 되었다. 생물학적으로 산란 수가 적고 성장 속도도 느린 파타고니아 이빨고기의 특성으로 인해 이 같은 급격한 어획량 증가는 자원 고갈로 직결되었다.

이러한 상황에서 어선 간의 경쟁 조업은 더욱 과열되어 점차 불법 어획이 만연하게 되었고, 한때 불법 어획량이 합법 어획량을 초과하는 상황까지 초래되었다. 이에 대한 반발로 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 등 미국의 대형 유통업체들이 윤리적인 소비를 위해 이빨고기의 판매를 중단했고 700명 이상의 미국 셰프들은 환경 단체와 연대하여 메뉴에서 이빨고기를 제외하는 ‘Take a Pass’ 운동까지 벌이게 된다.

이에 파타고니아 이빨고기를 조업하던 어선들은 2003년 COLTO (Coalition of Legal Toothfish Operators)라는 협회를 결성하여 불법 어업 근절과 이빨고기 자원의 지속가능성 확보를 공동 선언하였으며, 그 일환으로 MSC 인증을 추진, 2024년 인증을 획득하였다. 이러한 노력의 결과, 이빨고기 자원은 적절히 관리되기 시작하였고, 홀푸드마켓에서도 해당 어종의 유통을 재개하였다. 한때 역사상 가장 비윤리적으로 이용되던 수산자원이 MSC 인증을 통해 다시 적절히 관리되고 지속가능하게 소비될 수 있었던 대표적인 사례로 평가된다.

〈그림 2-24〉 파타고니아 이빨고기 어획량 추이



자료: FAO FishstatJ(검색일: 2025.4.14.)

(2) 환경 보호: 바나나 핑거(banana pinger)

전 세계적으로 널리 사용되는 어법 중 하나인 자망어업은 촘촘히 엮인 그물을 어류의 이동 경로에 설치하여, 어류가 그물에 얽히거나 낚히게 함으로써 어획이 이루어진다. 이러한 어획 방식은 혼획이 빈번하게 발생하는 특징을 가지는데, 이때 자망어업의 혼획으로 인해 가장 큰 피해를 입는 생물종 중이 고래 등의 해양포유류이다. 이들 해양포유류는 과거 인간의 과도한 어획 활동과 어업 및 해상 운송업에 의한 영향 등으로 인해 멸종위기종으로 분류된 종이 상당수에 이른다.

이에 따라, MSC 인증을 받고자 하는 어업은 해양포유류에 미치는 환경적 영향을 최소화할 것이 요구되며, 혼획 방지를 위한 다양한 노력을 기울이게 된다. 이러한 노력 중 하나가 바로 수중 초음파 발신기(pinger)의 사용이다. 이 장치는 고래가 감지할 수 있는 초음파를 발신하여, 고래가 어구에 접근하지 않도록 유도함으로써 혼획을 줄이는 역할을 한다. 이 수중 초음파 발신기는 1996년부터 사용되기 시작하였으며, 다양한 연구를 통해 실제로 돌고래 혼획을 감소시키는 효과가 있는 것으로 입증되었다. 그러나 시간이 지나면서 해양포유류가 수중에서 발신되는 초음파 신호에 익숙해짐에 따라 경계 효과가 점차 감소하는 문제가 발생하였다.

영국 콘월(Cornwall) 지역의 민대구(hake) 어업 또한 기존의 초음파 발신기를 사용하였으나, 효과가 점차 줄어드는 현상을 경험하게 되었다. MSC 어업 인증을 유지하기 위해서는 혼획을 적절히 관리해야 했기에, 해당 어업은 새로운 대안을 모색하게 되었다. 그 결과, 산업체, 대학, 환경 단체가 협력하여 새로운 수중 초음파 발신기인 ‘바나나 핑거’를 개발·도입하였다. 이 장치를 활용한 결과, 콘월 지방 해역에서 돌고래가 발견될 확률이 인근 해역보다 약 37% 낮아지는 효과가 나타났다. 이처럼 콘월 지역의 민대구 어업은 MSC 어업 인증을 유지하기 위해 돌고래를 보호할 수 있는 신기술을 도입하였고, 결과적으로 해양 생태계 보호에 실질적으로 기여하게 된 것이다.

〈그림 2-25〉 해양포유류 혼획 방지를 위한 banana pinger



자료: MSC 홈페이지(검색일: 2025.4.17.)

2) 사회적 이익

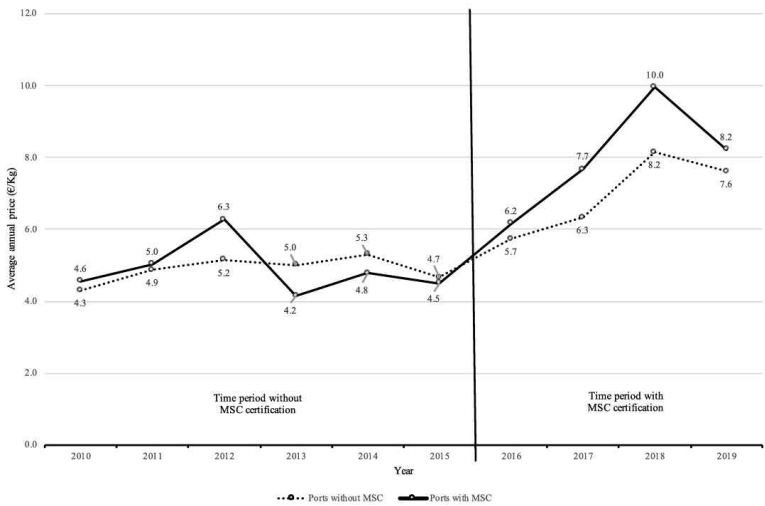
(1) 어가 상승: 스페인 아스투리아스 지역 문어 어업

스페인 아스투리아스(Asturias) 지역의 문어 어업은 2016년 전 세계 최초로 MSC 인증을 받은 문어 어업이다. 이 어업은 MSC 인증을 획득하기 위해 ▲금어기 설정, ▲금지 채중 도입, ▲어선당 통발 수 제한, ▲유령어구 방지 대책 마련 등 다양한 자원 관리 노력을 기울인 끝에 MSC 인증을 획득할 수 있었다. 그 결과, 인증 획득 이전에는 해당 지역과 타 지역 간 문어 경매가에 큰 차이가 없었으나, 획득 이후에는 최소 15.2%에서 최대 24.6% 까지 높은 어가를 형성하게 되었다.

이러한 어가 상승에는 두 가지 주요 요인이 작용하였다. 첫째, 자원 관리를 위해 생산량을 조절하면서 전체적인 문어 공급량이 줄어든 까닭이다. 앞서 언급했듯이 MSC 인증을 위해 도입된 금어기, 금지 채중, 통발 수 제한 등의 조치는 생산량 감소로 이어졌고, 이에 따라 어가가 상승하게 된 것이다. 이러한 흐름은 〈그림 2-26〉에서도 확인되는데, MSC 인증을 전후하여 MSC 인증을 받지 않은 인접 어업의 어가 역시 동반 상승한 것을 알 수 있다.

둘째, MSC 인증 문어에 대한 수요 집중 효과이다. 해당 어업은 전 세계 최초로 인증을 받은 문어 어업이었기 때문에, MSC 인증 문어를 유통하기 위해서는 반드시 이 어업에서 원물을 확보해야 하는 상황이었다. 이때, 호주에서 MSC 인증 문어에 대한 수요가 발생하였고, 기존의 시장 수요뿐만 아니라 신규 시장의 수요까지 집중되면서 가격이 상승하게 되었다. 이 사례는 MSC 인증이 자연스러운 생산량 조절과 지속가능 수산물을 요구하는 시장의 흐름에 따라 비인증 수산물 대비 높은 가격 형성을 유도할 수 있음을 보여준다.

〈그림 2-26〉 아스투리아스 지역의 문어 경매 가격 추이



자료: José L. Fernández Sánchez 외(2020)

(2) 시장 확대: 영국 콘월 지역 정어리 어업

영국 콘월은 잉글랜드 남서부에 위치한 지역으로, 이 지역에서 북동 대서양, 지중해, 흑해 등에 서식하는 정어리(European pilchard)를 어획하는 양조망 어업과 자망 어업이 2010년 MSC 인증을 받았다. 해당 어업들

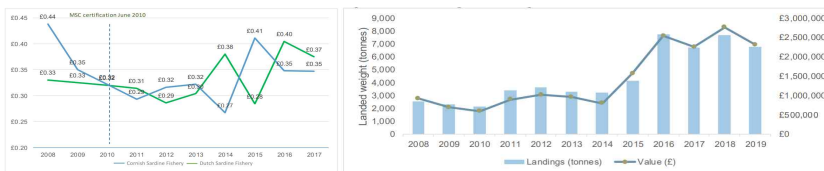
은 전통적으로 네덜란드의 정어리 어업과 경쟁 관계에 있었기 때문에, 지속가능한 수산물에 대한 소비자 수요에 부응하고 경쟁 우위를 확보하기 위한 전략으로 MSC 인증을 추진하였다.

인증 획득 이후, 한 컨설팅 회사가 인증의 경제적 효과를 분석한 결과, 어가 자체에는 인증 유무에 따른 유의미한 차이가 없었던 것으로 나타났다. 그러나 주목할 만한 변화가 하나 관찰되었는데, 그것은 바로 생산량 변동에 따른 어가의 변동이 거의 억제되었다는 점이다. 일반적으로 정어리와 같은 소형 부어류는 대량 생산이 이루어지는데, 이에 생산량의 변화에 따라 어가 변동 폭이 매우 큰 특성을 보인다. 그러나 해당 어업은 MSC 인증 이후 그러한 현상이 줄어든 것이다.

이는 기존 유럽 내 정어리 시장에서 MSC 인증 획득 이후 지속가능한 수산물을 요구하는 새로운 수요처를 확보하면서 시장 기반을 확대한 결과로 해석된다. 다시 말해, MSC 인증 정어리를 요구하는 신규 거래처가 생기면서, 생산량이 일시적으로 증가하더라도 추가 물량을 흡수할 수 있는 유통 경로가 확보되어 어가를 방어할 수 있었던 것이다.

이처럼 MSC 인증은 명시적으로 어가 상승을 유도하지 않더라도, 신규 시장을 확보함으로써 가격 하락을 방어하고 경제적 손실을 예방하는 효과를 가져올 수 있다. 이는 시장 안정성 확보 차원에서의 경제적 이익으로 평가될 수 있다.

〈그림 2-27〉 네덜란드 및 영국의 정어리 가격 및 영국 정어리 생산량 추이



자료: William Davies 외(2020)

제3절 소결

본 장에서는 지속가능한 어업을 실현하기 위한 대표적인 국제 인증제도인 MSC 인증의 구조와 운영 방식, 글로벌 및 국내 인증 현황, 그리고 이를 통해 나타난 환경적·사회경제적 효과를 종합적으로 검토하였다.

MSC 인증은 어업의 지속가능성을 보장하기 위해 ‘변화의 이론(Theory of Change)’을 기반으로 설계된 소비자 참여형 수산자원 관리 제도로, 과학적 자원 평가와 생태계 보호, 효과적인 관리 체계를 핵심 원칙으로 하고 있다.

MSC 어업 인증은 세 가지 원칙—① 대상 어종의 자원 상태 유지, ② 부수어획·서식지·생태계에 대한 환경영향 최소화, ③ 효과적인 어업 관리 체계 구축—을 중심으로, 총 25개 성과지표와 74개 채점지표에 기반한 정량적이고 다층적인 심사 구조를 통해 운영된다. 또한, CoC 인증(Chain of Custody)을 통해 유통·가공 과정에서의 이력 추적성과 원물의 분리성을 확보하고, 에코라벨 운영을 통해 소비자의 신뢰와 시장 선택을 유도한다. 아울러, 제3자 인증 구조를 채택함으로써 인증의 공정성과 신뢰성을 제도적으로 담보하고 있다는 점에서도 구조적 완성도를 갖춘 국제 인증으로 평가받고 있다.

2024년 3월 기준, MSC 인증을 획득한 글로벌 어업은 총 716개로, 이들의 연간 생산량은 약 1,548만 톤에 이르며 이는 전 세계 어획량의 약 19.3%를 차지한다. 인증 어업은 남극해, 유럽, 북미 등지에 집중되어 있으며, 이빨고기, 명태, 대구 등 주요 수출 어종을 중심으로 인증 활용이 활발하게 이루어지고 있다.

국내에서는 동원산업 등 원양선사를 중심으로 인증 취득이 활발히 진행되

고 있으며, 인증 확대의 주요 배경으로는 MSC 어업 표준의 개정 일정, 글로벌 시장의 수요 변화, 수출 전략 수립 등이 작용한 것으로 보인다. CoC 인증 역시 국내에서 117개 업체가 취득한 상태이며, 이들 중 다수는 인증 원물의 가공·유통을 담당하고 있다. 또한 일부 대형 유통업체와 호텔·레스토랑 산업에서도 관련 인증 확보 및 제품 취급이 점차 확대되는 추세이다.

MSC 인증을 통해 어업이 얻을 수 있는 효과는 크게 환경적 이익과 사회경제적 이익으로 구분할 수 있다. 환경적 측면에서 MSC 인증은 과학 기반의 자원 평가 체계와 어획 통제 규칙, 생태계 영향 평가, 혼획 저감 및 서식지 보호 등 체계적인 기준을 통해 수산업의 지속가능성을 실질적으로 제고하는 역할을 수행하고 있다. 특히, 어업 활동이 자원 감소나 생태계 교란으로 이어질 가능성에 대비해, 리스크 기반 평가나 보수적인 조업 전략을 요구함으로써 생태계 보전 조치가 실효적으로 작동되도록 설계되어 있다.

이와 같은 환경 보호 노력은 인증 어업의 실제 개선으로도 이어지고 있다. 예를 들어, 파타고니아 이빨고기 어업은 MSC 인증을 계기로 불법어업을 근절하고 자원과 소비자 신뢰를 회복한 대표 사례이며, 혼획을 줄이기 위한 바나나 핑거 개발 또한 MSC 인증을 유지하기 위한 노력 속에서 기술 혁신을 유도하고 환경 보호 성과로 이어지는 과정을 잘 보여준다. 이처럼 MSC 인증은 직접적인 규제 이상의 행동 변화를 유도하며, 지속가능 어업 전환을 위한 구조적 계기로 작용하고 있다.

사회경제적 측면에서 기업들은 MSC 인증을 통해 어가 상승, 시장 안정성 확보, 신규 수요처 개척, ESG 경영 실현 등 다양한 성과를 창출하고 있다. 먼저 생산량 조절이나 금어기 운영 등의 자원 관리 조치는 공급량 감소로 이어지며, 이는 어가 상승의 직접적인 요인으로 작용한다. 여기에 글로벌 유통업체들의 구매 선언과 소비자의 지불의사금액 증가가 결합되면서, 인증 수산물은 시장 내에서 차별화된 가격 경쟁력을 확보하게 된다.

더불어, 기존 시장에서의 입지 강화뿐만 아니라, 지속가능 수산물에 대한 해외 수요 유입을 유도함으로써 신규 수요처 확보 및 가격 안정성 유지에도 기여하고 있다. 예컨대, 스페인의 문어 어업은 인증 취득 이후 어가가 상승하였으며, 영국의 정어리 어업은 새로운 시장을 개척하며 어가 안정성을 유지한 사례로 평가된다.

아울러, MSC 인증은 기업의 ESG 경영 실천 수단으로도 활용되고 있다. UN SDGs 중 5개 목표에 부합하며, 쿤밍-몬트리올 생물다양성 프레임워크에서는 공식 이행 지표로 채택된 바 있다. 이처럼 MSC 인증은 글로벌 기준에 부합하는 지속가능성을 입증할 수 있는 전략적 도구로 기능하며, 기업의 국제 경쟁력과 평판 제고에 실질적인 기여를 하고 있다.

결론적으로 MSC 인증은 단순한 민간 품질 인증을 넘어, 지속가능한 수산업 전환과 수산물 수출 경쟁력 제고를 위한 핵심 전략 도구로 자리매김하고 있다. 특히 환경보전과 경제적 이익을 동시에 달성할 수 있는 수단으로 기능한다는 점에서, 국내 수산물 수출기업의 지속가능성 확보와 글로벌 시장 진출 전략의 일환으로서 그 중요성이 점차 커지고 있다.

이에 따라 국내 수산업계는 MSC 인증의 구조적 특성과 실질적 효과를 체계적으로 이해하고, 단순한 인증 취득을 넘어 인증을 효과적으로 활용할 수 있는 전략을 병행하여 마련해 나갈 필요가 있다. 아울러 정부 차원에서는 수산업계의 인증 참여를 확대하고 인증 어획물의 시장성을 높일 수 있도록 제도적 기반 정비와 행정·재정적 지원을 강화해야 한다. 특히 향후에는 ▲소규모 연안어업의 인증 진입 장벽 완화, ▲인증 어획물의 고부가가치화 전략, ▲MSC 인증을 활용한 국가 브랜드 연계 마케팅 등 다양한 정책 과제에 대한 체계적인 추진과 협업이 병행되어야 할 것이다.

03

MSC 인증 실태 및 성과 분석

제1절 수산물 수출기업 MSC 인증 실태조사

제3장에서는 MSC 인증 취득이 수산물 수출기업의 성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다. 이를 위해 설문조사를 통해 수집된 데이터를 기반으로 구간회귀분석, 순서형 로짓 분석, IPA 분석 등 다양한 분석 방법을 활용하였다.

우선, 구간회귀분석을 통해 기업이 인증 취득 시 중요하게 고려한 요인과 성과 인식이 수출액 변화에 어떤 영향을 미쳤는지를 규명하였다.

이어서 순서형 로짓 모형을 활용하여 기업의 업력, 인증 취득 요인, 성과 만족도 등이 MSC 인증 유지 의향에 미치는 영향을 분석하였다.

마지막으로 IPA 분석을 실시하여 MSC 인증 취득 성과에 대한 중요도와 만족도를 비교·평가하고, 이를 토대로 기업과 정책 차원에서의 개선 과제를 도출하였다.

1. 실태조사 개요

1) 조사 개요 및 방법

본 실태조사는 우리나라 수산물 수출기업을 대상으로 MSC 인증 취득 현황을 파악하고 해당 인증이 실제 기업의 경영성과에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 실시되었다.

조사 대상은 수산물 수출을 영위하고 있는 국내 기업으로, MSC 인증을 보유한 업체와 미보유 업체를 구분하여 온라인 설문조사를 수행하였다. MSC 인증 보유 업체 모집단의 경우 해양관리협의회(MSC) 한국사무소의 협조를 통해 구성하였으며, MSC 어업 인증 보유 업체, MSC CoC 인증 보유 업체, 그리고 두 인증을 모두 보유한 업체를 포함하여 총 152개를 대상으로 하였다. MSC 인증 미보유 업체 모집단의 경우 KMI 해외시장분석센터에서 보유하고 있는 수산물 수출업체 리스트 중 양식어종을 취급하는 업체를 제외한 580개를 대상으로 설정하였다. 조사 기간은 2025년 8월 5일부터 9월 5일까지 한 달간 이루어졌으며, 최종적으로 총 148개 업체(인증 보유 업체 48개, 인증 미보유 업체 100개)로부터 응답을 확보하였다.

본 조사는 인증 보유 업체와 미보유 업체를 구분해 크게 4가지 부문으로 설계하였다. MSC 인증 취득 또는 관련 정보를 파악할 수 있는 ① MSC 인증 취득(관련) 정보 부문, 인증 취득 시 주요 고려 요인의 중요도를 파악할 수 있는 ② MSC 인증 취득에 영향을 미치는 요인 부문, 인증 취득에 따른 성과의 중요도 등을 파악할 수 있는 ③ MSC 인증 취득 성과 중요도 부문, 지속가능성 관련 기업의 인식을 파악할 수 있는 ④ 지속가능성 및 ESG 인식 부문으로 구성되었다.

〈표 3-1〉 MSC 인증 관련 수산물 수출기업 설문조사 개요

구분	내용
조사 대상	• 수산물 수출기업(MSC 인증 보유/미보유 업체 구분)
조사 목적	• MSC 인증 취득이 수산물 수출기업 경영성과에 미치는 영향 분석
조사 방법	• 온라인 설문조사
조사 기간	• 2025년 8월 5일 ~ 9월 5일
모집단	• 총 732개 업체(중복 포함) • 인증 보유 업체 152개(MSC 어업 인증 11개, MSC CoC 인증 141개) • 인증 미보유 업체 580개
표본집단	• 총 148개 업체(인증 보유 업체 48개, 인증 미보유 업체 100개)
구성 및 주요 내용	인증 보유 업체 대상
	1. MSC 인증 취득 정보 - 인증 보유 현황, 인증 획득/유지 비용 부담 정도, 유지 의향, 전반적 만족도 등 2. MSC 인증 취득에 영향을 미치는 요인 - 인증 취득 시 주요 고려 요인의 중요도 3. MSC 인증 취득 성과 중요도 및 만족도 - 인증 성과 중요도 및 만족도, 수출액·수익성 변화, 애로사항 등 4. 지속가능성 및 ESG 인식 - 지속가능성 관련 기업 인식
	인증 미보유 업체 대상
	1. MSC 인증 관련 정보 - 인증 인지도, 인증 획득/유지 비용 부담 정도 등 2. MSC 인증 취득에 영향을 미치는 요인 - 인증 취득 시 주요 고려 요인의 중요도 3. MSC 인증 취득 성과 중요도 - 인증 성과 중요도, 향후 인증 취득 의향 등 4. 지속가능성 및 ESG 인식 - 지속가능성 관련 기업 인식

자료: 저자 작성

2) 설문 구성

앞서 제시한 4가지 부문별 틀을 토대로, 본 설문은 인증 보유 기업과 미보유 기업의 특성을 반영해 세부 항목을 달리 구성하였다. 즉, 공통적으로 기업 일반현황, 인증 취득 관련 인식, 취득 요인, 인증 취득 성과, 지속가능성 인식을 조사하되, 보유 기업의 경우 실제 인증 취득 및 유지 경험을 중심으로 설계하였고, 미보유 기업은 인증 취득의 필요성, 부담 요인, 향후 의향 등을 중점적으로 파악할 수 있도록 하였다.

먼저 MSC 인증을 보유한 기업을 대상으로 한 설문은 기업 일반현황, 인증 취득 정보, 인증 취득 요인, 인증 취득 성과, 지속가능성 인식 등 다섯 가지 부문으로 구성되었다.

기업 일반현황에서는 사업 형태, 조직 및 사업체 규모, 주요 판매·수출 품목, 주요 수출국 등 기본적인 특성을 파악하였다. MSC 인증 취득 정보 항목에서는 해외 수출 유무, MSC 인증 유형, 취득·유지 비용 부담 정도, 유지 의향, 취득 만족도 등을 조사하였으며, 아울러 인증 효과 기대 수준과 함께 인증 취득에 따른 비용과 이익에 대한 비교도 확인하였다.

MSC 인증 취득 요인은 시장 요구사항, 취득 요건, 경영진의 추진 의지, 조직 역량, 네트워크 등 인증 추진 과정에서 영향을 미치는 주요 요인들의 중요도를 평가하도록 설계되었다.

MSC 인증 취득 성과 부문에서는 재무성과, 고객성과, 품질성과, 프로세스 성과, 전략적 성과 등 세부 항목별 중요도와 만족도를 측정하였다. 또한 인증 취득 이후 수출액 및 수익성 변화, 가격 프리미엄 형성, 시장 접근성 향상, 인증 취득 및 유지 애로사항 등에 대해서도 다루었다.

마지막으로 지속가능성 인식 부문에서는 기업들이 인식하는 지속가능성의 중요성, 중요 요소, 수출 경쟁력 향상 기여 인식 등을 파악함으로써 인증과 지속가능경영의 연계성을 확인할 수 있도록 하였다.

〈표 3-2〉 MSC 인증 보유 수산물 수출기업 설문조사 항목

구분	문항
기업 일반현황	• 사업 형태, 조직 형태, 사업체 규모 • 주력 판매(수출)·유통 품목, 주력 수출국
MSC 인증 취득 정보	• 해외 수출 유무, MSC 인증 유형 • MSC 인증 취득·유지 비용 부담 정도 • MSC 인증 유지 의향, MSC 인증 취득 만족도 • MSC 인증 효과 기대, MSC 인증 획득에 따른 비용과 이익 비교
MSC 인증 취득 요인	• 시장요구사항, 취득요건, 경영진의 추진 의지, 조직 역량, 네트워크
MSC 인증 취득 성과	• 재무 성과, 고객 성과, 품질 성과, 프로세스 성과, 전략적 성과 • MSC 인증 획득 이후 수출액, 수익성 변화 정도 • 가격 프리미엄, 시장접근성 영향 • MSC 인증 취득·유지 애로사항
지속가능성 인식	• 지속가능성 중요성, 중요 요소, 수출 경쟁력 향상 기여 인식

자료: 저자 작성

한편, MSC 인증을 미보유 기업을 대상으로 한 설문은 보유 기업과 동일한 다섯 가지 부문으로 나누되, 미보유 기업의 상황을 반영하여 일부 항목이 조정되었다.

기업 일반현황에서는 사업 형태, 조직 및 사업체 규모, 주요 판매·수출 품목, 주요 수출국 등 기초 특성을 확인하였다. MSC 인증 취득 정보 항목에서는 해외 수출 여부, 인증 취득·유지 비용에 대한 부담 인식, 인증 효과 기대 수준, 인증 취득 시 예상되는 비용과 이익의 비교 등을 조사하였다.

MSC 인증 취득 요인은 시장 요구사항, 취득 요건, 경영진의 추진 의지, 조직 역량, 네트워크 등 실제 인증 취득 과정에서 영향을 줄 수 있는 요소들의 중요도를 평가하였다. MSC 인증 취득 성과 부문에서는 재무, 고객, 품질, 프로세스, 전략적 성과 등 기대 효과를 확인하는 동시에, 인증 미취득 이유와 향후 인증 취득 의향을 함께 파악하였다.

마지막으로 지속가능성 인식 부문에서는 지속가능성 개념에 대한 이해 정도, 중요하게 여기는 요인, 수출 경쟁력 향상 기여에 대한 인식 등을 조사하여 미보유 기업의 관점에서 인증 제도와 지속가능 경영을 어떻게 바라 보는지 살펴볼 수 있도록 했다.

〈표 3-3〉 MSC 인증 미보유 수산물 수출기업 설문조사 항목

구분	문항
기업 일반현황	• 사업 형태, 조직 형태, 사업체 규모 • 주력 판매(수출)·유통 품목, 주력 수출국
MSC 인증 관련 정보	• 해외 수출 유무 • MSC 인증 취득·유지 비용 부담 정도 • MSC 인증 효과 기대, MSC 인증 획득에 따른 비용과 이익 비교
MSC 인증 취득 요인	• 시장요구사항, 취득요건, 경영진의 추진 의지, 조직 역량, 네트워크
MSC 인증 취득 성과	• 재무 성과, 고객 성과, 품질 성과, 프로세스 성과, 전략적 성과 • 가격 프리미엄, 시장접근성 영향 • MSC 인증 미취득 이유, 향후 인증 취득 의향
지속가능성 인식	• 지속가능성 중요성, 중요 요소, 수출 경쟁력 향상 기여 인식

자료: 저자 작성

3) 일반 현황

본 조사에 최종 응답한 기업은 총 148개 업체로, 이 가운데 MSC 인증 보유 기업이 48개(32.4%), 미보유 기업이 100개(67.6%)였다. 인증 보유 기업의 경우 MSC 어업 인증(58.3%)과 MSC CoC 인증(62.5%)을 보유한 기업이 다수를 차지하였다.

설립연도별로는 인증 보유 기업의 경우 2000년 이전 설립(35.4%)이 가장 많았으며, 이어 2010년 이전(29.2%), 2020년 이전(25.0%), 2020년 이후(10.4%) 순으로 분포하였다. 반면 미보유 기업은 2020년 이전(33.0%)과 2010년 이전(29.0%) 설립이 다수를 차지하였다. 종사자 수는 인증 보유 기업의 경우 10인 미만(29.2%), 10~49인(29.2%), 200인 이상(20.8%)으로 다양하게 분포하였고, 미보유 기업은 10인 미만(46.0%)과 10~49인(36.0%)이 대부분으로, 상대적으로 소규모 기업 비중이 높았다.

무역전담부서 보유 여부를 보면, 보유 기업의 60.4%, 미보유 기업의 55.0%가 전담부서를 갖추고 있어, 인증 여부와 관계없이 절반 이상이 수출 관리 전담 조직을 운영하는 것으로 나타났다. 사업체 규모는 보유 기업의 경우 중소기업이 75.0%, 중견기업 이상이 25.0%였으며, 미보유 기업은 중소기업 비중이 93.0%로 압도적으로 높았다.

주력 품목의 경우 보유 기업은 참치(33.3%), 명란(12.5%), 고등어(12.5%), 계(10.4%) 등이 주요 품목으로 나타났고, 미보유 기업은 어묵(19.0%), 계(21.0%), 기타 품목(44.0%)의 비중이 높았다.

주력 수출국을 살펴보면, 보유 기업은 일본(25.0%), 미국(18.8%), EU(14.6%) 순으로 높았으며, 미보유 기업의 경우 미국(50.0%)이 가장 많았고, 그 외 중국(14.0%), 일본(14.0%)이 뒤를 이었다.

〈표 3-4〉 MSC 인증 보유 수산물 수출기업 설문조사 항목(중복 응답 포함)

단위: 개, %

구분		인증 보유		인증 미보유	
		빈도	비율	빈도	비율
전체		48	100.0	100	100.0
MSC 인증 여부	MSC 인증	28	58.3	-	
	MSC CoC 인증	30	62.5		
설립연도	2000년 이전	17	35.4	24	24.0
	~ 2010년 이전	14	29.2	29	29.0
	~ 2020년 이전	12	25.0	33	33.0
	~ 2020년 이후	5	10.4	14	14.0
종사자 수	10인 미만	14	29.2	46	46.0
	10~49인	14	29.2	36	36.0
	50~199인	10	20.8	15	15.0
	200인 이상	10	20.8	3	3.0
무역전담부서	있음	29	60.4	55	55.0
	없음	19	39.6	45	45.0
사업체 규모	중소기업	36	75.0	93	93.0
	중견기업 이상	12	25.0	7	7.0
주력 품목	참치	16	33.3	4	4.0
	이빨고기	2	4.2	3	3.0
	고등어	6	12.5	6	6.0
	게	5	10.4	21	21.0
	명란	6	12.5	-	-
	어묵	2	4.2	19	19.0
	게맛살	1	2.1	2	2.0
	기타	10	20.8	44	44.0
주력 수출국	일본	12	25.0	14	14.0
	미국	9	18.8	50	50.0
	중국	6	12.5	14	14.0
	태국	3	6.3	3	3.0
	베트남	3	6.3	4	4.0
	EU	7	14.6	4	4.0
	기타	8	16.7	11	11.0

자료: 설문조사 결과

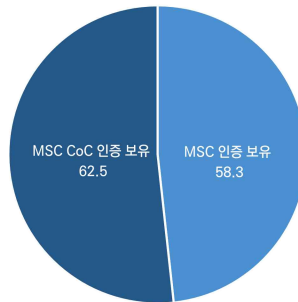
2. 실태조사 결과

1) MSC 인증 보유 여부

MSC 인증을 보유하고 있는 기업을 대상으로 어떤 종류의 MSC 인증을 보유하고 있는지(복수 응답 가능) 설문한 결과, ‘MSC CoC 인증 보유’로 응답한 기업이 62.5%로 가장 높게 나타났다. ‘MSC 어업 인증 보유’의 경우 58.3%의 수치를 보였다.

〈그림 3-1〉 MSC 인증 보유 여부

(단위: %, N=48)

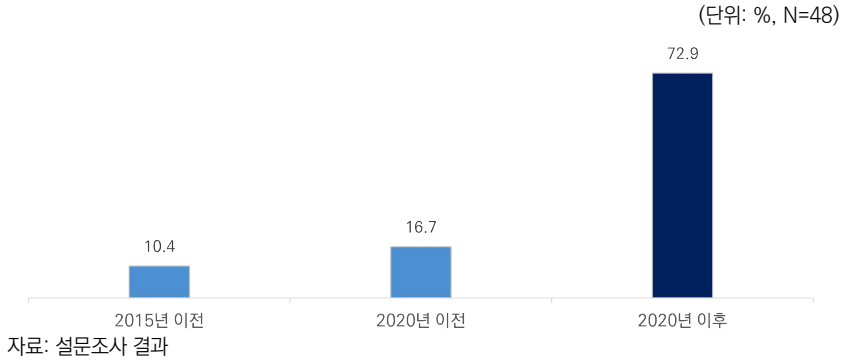


자료: 설문조사 결과

2) MSC 인증 획득 시기

MSC 인증을 보유하고 있는 기업을 대상으로 MSC 인증 최초 획득 시기에 관해 설문한 결과, ‘2020년 이후’가 전체 응답의 72.9%로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 ‘2020년 이전(16.7%)’, ‘2015년 이전(10.4%)’ 순으로 나타났다.

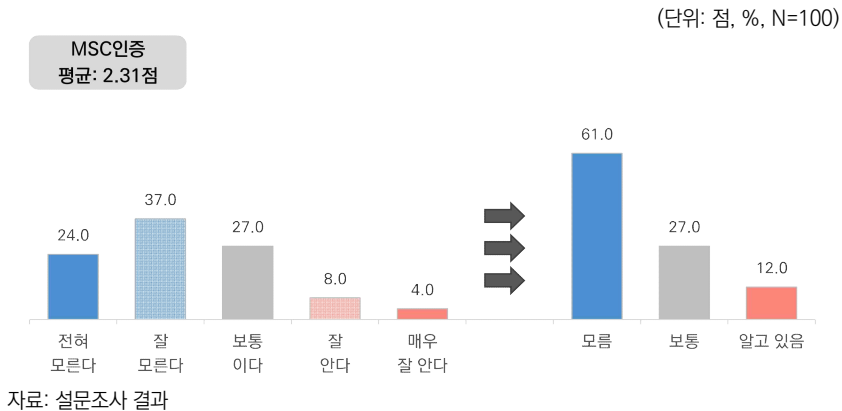
〈그림 3-2〉 MSC 인증 획득 시기



3) MSC 인증 인지도

MSC 인증을 보유하고 있지 않은 기업을 대상으로 MSC 인증에 대한 인지도에 관해 설문한 결과, MSC 어업 인증의 경우 ‘전혀 모른다(24.0%)’, ‘잘 모른다(37.0%)’의 ‘모름(61.0%)’ 응답이 가장 높은 것으로 나타났다. 그 다음으로 ‘보통(27.0%)’, ‘알고 있음(12.0%)’ 순으로 나타났다.

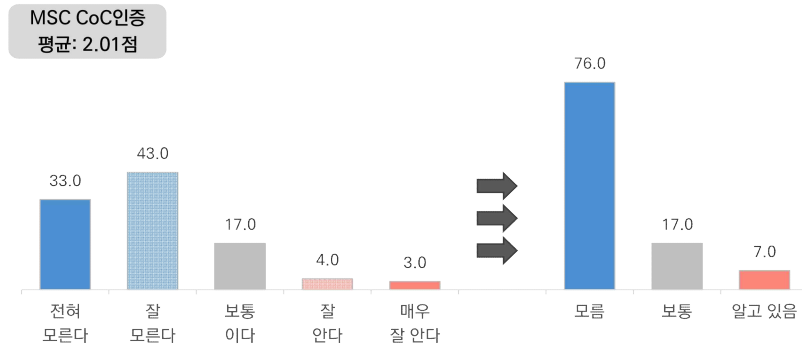
〈그림 3-3〉 MSC 인증 인지도



MSC CoC 인증에 대한 인지도의 경우 ‘모름’의 응답이 76.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘보통(17.0%)’, ‘알고 있음(7.0%)’ 순으로 나타났다.

〈그림 3-4〉 MSC CoC 인증 인지도

(단위: 점, %, N=100)



자료: 설문조사 결과

4) MSC 인증 취득 비용의 부담감

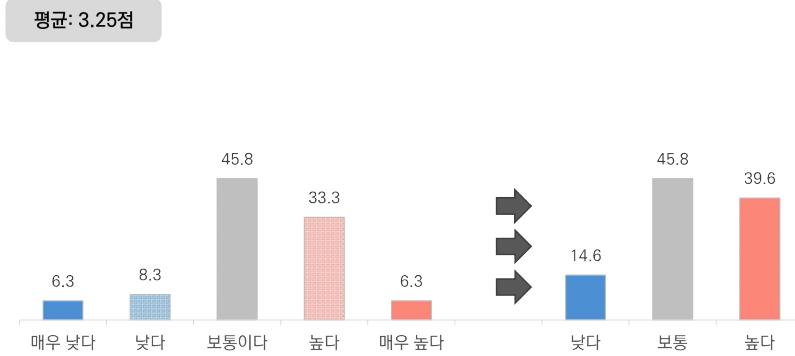
(1) MSC 인증 보유

MSC 인증을 보유하고 있는 기업을 대상으로 MSC 인증 취득 비용의 부담감에 대해 설문한 결과, 5점 척도 기준으로는 ‘보통이다’가 45.8%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘높다(33.3%)’, ‘낮다(8.3%)’, ‘매우 낮다(6.3%)’, ‘매우 높다(6.3%)’ 순으로 나타났다.

3점 척도로 변환한 값에서는 ‘보통’이 45.8%로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 ‘높다(39.6%)’, ‘낮다(14.6%)’ 순으로 나타났다.

〈그림 3-5〉 MSC 인증 취득 비용의 부담감

(단위: 점, %, N=48)



자료: 설문조사 결과

(2) MSC 인증 미보유

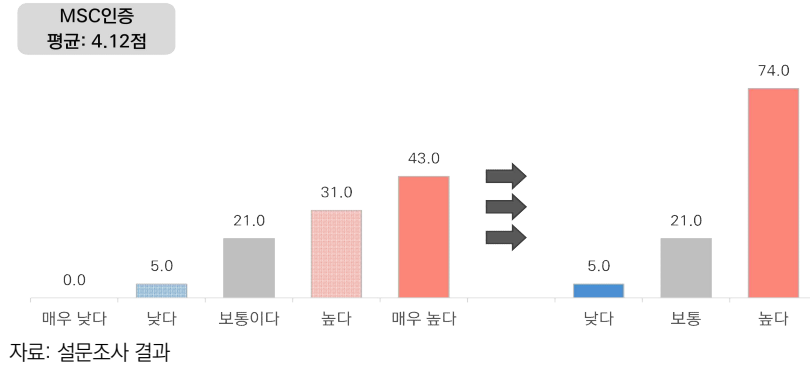
MSC 인증을 보유하고 있지 않은 기업을 대상으로 MSC 어업 인증 취득 비용에 대한 부담감에 대해 설문한 결과, 3점 척도 기준 '높다'가 74.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '보통(21.0%)', '낮다(5.0%)' 순으로 나타났다.

MSC CoC 인증 취득 비용에 대한 부담감의 경우 3점 척도 기준 '높다'가 65.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '보통(28.0%)', '낮다(7.0%)' 순으로 나타나 상대적으로 MSC 어업 인증 취득 비용 대비 MSC CoC 인증 취득 비용에 대한 부담감이 적은 것으로 나타났다.

현재 MSC 어업 인증의 취득 비용은 평균 7천 6백만원 정도가 소요되는 반면, MSC CoC 인증의 경우 취득 비용이 평균 5백만원으로 상대적으로 비용의 차이가 크게 나타나고 있다.

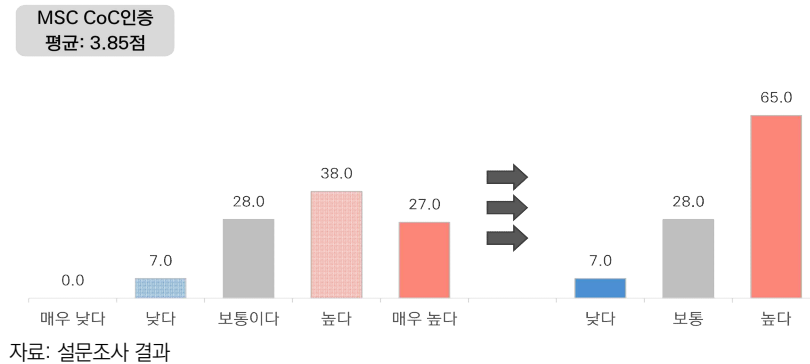
〈그림 3-6〉 MSC 어업 인증 취득 비용의 부담감

(단위: 점, %, N=100)



〈그림 3-7〉 MSC CoC 인증 취득 비용의 부담감

(단위: 점, %, N=100)



4) MSC 인증 유지 비용의 부담감

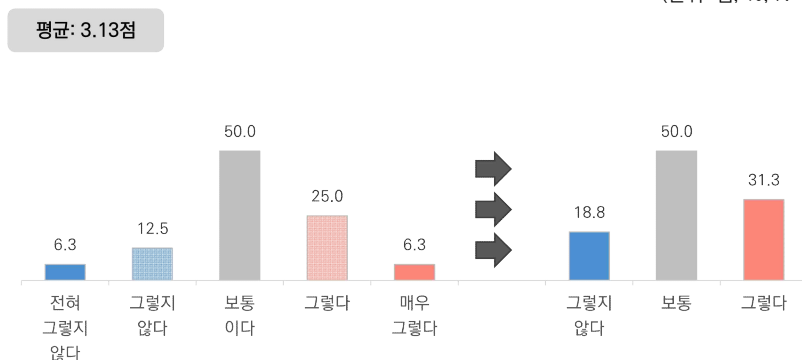
(1) MSC 인증 보유

MSC 인증을 보유하고 있는 기업을 대상으로 MSC 인증 유지 비용의 부담감에 대해 설문한 결과, 5점 척도 기준으로는 ‘보통이다’가 50.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘그렇다(25.0%)’, ‘그렇지 않다(12.5%)’, ‘전혀 그렇지 않다(6.3%)’, ‘매우 그렇다(6.3%)’ 순으로 나타났다.

3점 척도로 변환한 값에서는 ‘보통’이 50.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘그렇다(31.3%)’, ‘그렇지 않다(18.8%)’ 순으로 나타났다.

〈그림 3-8〉 MSC 인증 유지 비용의 부담감

(단위: 점, %, N=48)



자료: 설문조사 결과

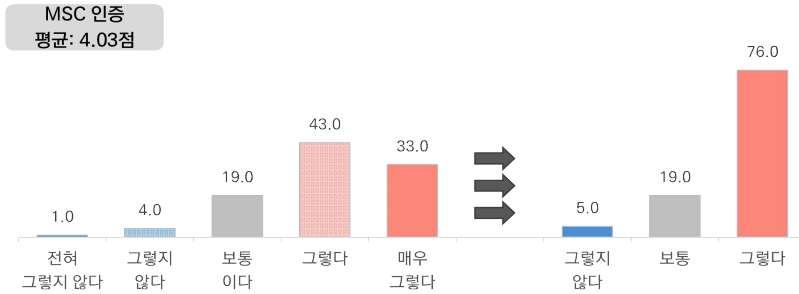
(2) MSC 인증 미보유

MSC 인증을 보유하고 있지 않은 기업을 대상으로 MSC 어업 인증 유지 비용의 부담감에 대해 설문한 결과, 3점 척도 기준 ‘그렇다’가 76.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘보통(19.0%)’, ‘그렇지 않다(5.0%)’ 순으로 나타났다.

MSC CoC 인증 유지 비용에 대한 부담감의 경우 3점 척도 기준 ‘그렇다’가 71.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘보통(23.0%)’, ‘그렇지 않다(6.0%)’ 순으로 나타나, MSC 어업 인증 유지 비용과 비교했을 때 상대적으로 낮은 수준의 부담감을 보이는 것으로 나타났다.

〈그림 3-9〉 MSC 어업 인증 유지 비용의 부담감

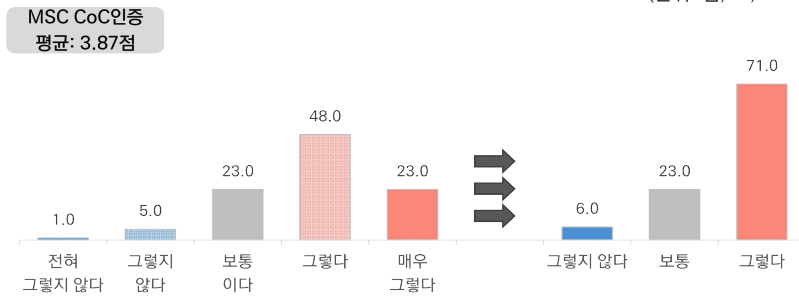
(단위: 점, %, N=100)



자료: 설문조사 결과

〈그림 3-10〉 MSC CoC 인증 유지 비용의 부담감

(단위: 점, %, N=100)



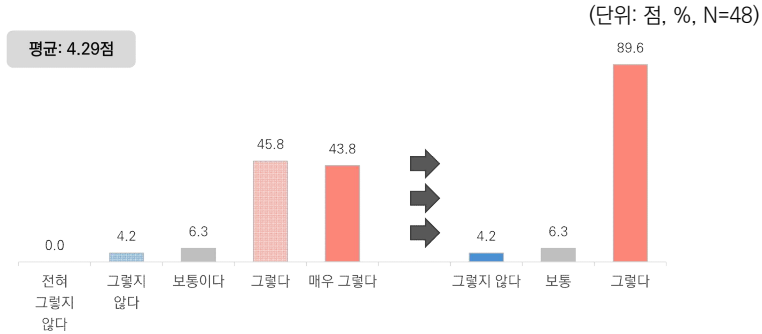
자료: 설문조사 결과

5) MSC 인증 유지 의향

MSC 인증을 보유하고 있는 기업을 대상으로 MSC 인증 유지 의향에 대해 설문한 결과, 5점 척도 기준으로는 ‘그렇다(45.8%)’와 ‘매우 그렇다(43.8%)’가 비슷한 수준으로 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘보통이다(6.3%)’, ‘그렇지 않다(4.2%)’ 순으로 나타났다.

3점 척도로 변환한 값에서는 ‘그렇다’가 89.6%로 압도적으로 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘보통(6.3%)’, ‘그렇지 않다(4.2%)’ 순으로 나타났다.

〈그림 3-11〉 MSC 인증 유지 의향



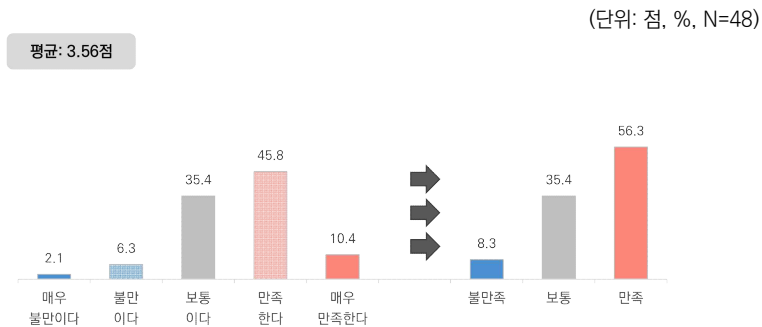
자료: 설문조사 결과

6) MSC 인증 취득에 따른 경영 만족도

MSC 인증을 보유하고 있는 기업을 대상으로 MSC 인증 취득에 따른 경영 만족도를 조사한 결과, 5점 척도 기준으로는 ‘만족한다’가 45.8%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘보통이다(35.4%)’, ‘매우 만족한다(10.4%)’, ‘불만이다(6.3%)’, ‘매우 불만이다(2.1%)’ 순으로 나타났다.

3점 척도로 변환한 값에서는 ‘만족(56.3%)’이 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘보통(35.4%)’, ‘불만족(8.3%)’ 순으로 나타났다.

〈그림 3-12〉 MSC 인증 취득에 따른 경영 만족도



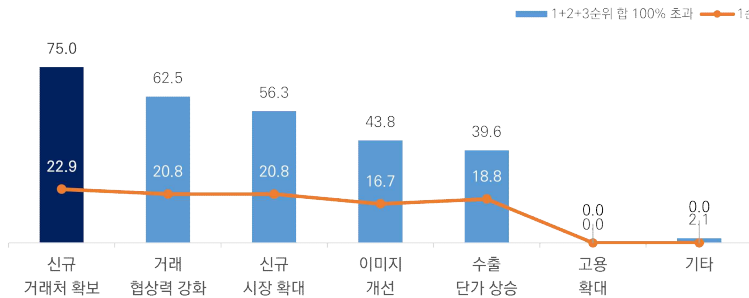
자료: 설문조사 결과

7) MSC 인증 취득에 따른 기대 성과

MSC 인증을 보유하고 있는 기업을 대상으로 인증 취득 시 기대했던 성과를 조사한 결과, ‘신규 거래처 확보’가 75.0%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘거래 협상력 강화(62.5%)’, ‘신규 시장 확대(56.3%)’, ‘이미지 개선(43.8%)’, ‘수출 단가 상승(39.6%)’ 순으로 나타났다. 반면, ‘고용 확대(0.0%)’, ‘기타(2.1%)’는 매우 낮게 나타났다.

〈그림 3-13〉 MSC 인증 취득에 따른 기대 성과

(단위: 점, %, N=48)



자료: 설문조사 결과

8) MSC 인증 취득에 따른 손익 비교

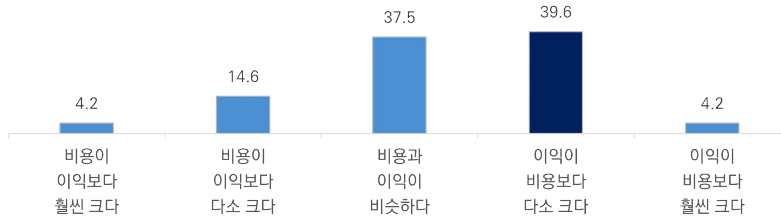
MSC 인증을 보유하고 있는 기업을 대상으로 인증 취득에 따른 손익을 비교한 결과, ‘이익이 비용보다 다소 크다’가 39.6%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘비용과 이익이 비슷하다(37.5%)’, ‘비용이 이익보다 다소 크다(14.6%)’, ‘비용이 이익보다 훨씬 크다(4.2%)’, ‘이익이 비용보다 훨씬 크다(4.2%)’ 순으로 나타났다.

종합하면, 이익이 비용보다 크다고 응답한 비율(43.8%)이 비용이 이익보

다 크다고 응답한 비율(18.8%)보다 높게 나타나, 다수의 기업이 인증 취득을 통해 비용 부담보다 더 큰 이익을 얻고 있는 것으로 평가된다.

〈그림 3-14〉 MSC 인증 취득에 따른 손익 비교

(단위: 점, %, N=48)



자료: 설문조사 결과

9) MSC 인증 취득 시 주요 고려 요인

MSC 인증 취득 시 주요 고려 요인을 살펴보면, 취득 기업의 경우 우선 시장 요구사항과 관련해서는 취득 기업이 해외 바이어 요구(4.42), 수출상 대국 규정(4.10), 글로벌 스탠다드(4.02) 등을 상대적으로 높게 인식하는 것으로 나타났다. 반면, 미취득 기업도 시장 요구사항을 중요한 요인으로 평가하였으나 전반적으로 점수 수준은 낮게 집계되었다. 이는 인증을 이미 취득한 기업들이 글로벌 시장에서의 바이어 요구와 규범 충족을 보다 직접적으로 체감하고 있음을 보여준다.

취득 요건에서는 인증 취득 비용과 유효기간 등이 두 그룹 모두 중요한 고려 요소로 나타났다. 미취득 기업은 인증 취득 비용(4.29)을 가장 큰 부담으로 인식하였으며, 설비 투자 비용(4.23)도 높은 수준으로 나타났다. 반면 취득 기업은 인증 유효기간(4.02)이 가장 높게 나타났으나, 다른 항목들과 큰 차이를 보이지 않아 전반적으로 3.8~3.9점대 수준에서 고르게 분포하였다. 즉, 미취득 기업은 인증 도입 과정에서 발생할 수 있는 비용적 제약을 특히 크게 의식하는 반면, 취득 기업은 실제 경험에 근거해 취득 요건

전반을 균형적으로 부담 요인으로 인식하는 것으로 해석된다.

경영진의 추진의지는 취득 기업과 미취득 기업 모두 공통적으로 높은 수준(평균 4점 이상)으로 평가되었다. 취득 기업은 경영진의 결단력과 지원(각 4.25)을 특히 중요하게 보았으며, 미취득 기업은 경영진의 결단력(4.32), 지원(4.24), 관심(4.11) 등이 높게 나타났다. 즉, 두 그룹 모두 경영진의 의지를 핵심 요인으로 인식하고 있으며, 특히 미취득 기업에서도 경영진 차원의 결단력 필요성을 강하게 인식하는 것으로 확인된다.

조직 역량 측면에서는 취득 기업이 인증 관련 지식 역량(4.10)을 가장 중요하게 꼽은 반면, 미취득 기업은 인증 관련 지식 역량(4.11)과 설비·시스템 역량(4.08)을 중시하였다. 즉, 인증을 이미 취득한 기업들은 내부 인적 역량을 더 강조하는 반면, 미취득 기업은 물적 인프라 확보의 중요성을 크게 인식하는 경향을 보였다.

마지막으로 네트워크에서는 취득 기업의 경우 인증기관(4.13)이나 컨설팅 업체(3.98) 등 실무적·기술적 지원 네트워크를 상대적으로 높게 평가하였다. 미취득 기업 역시 인증기관과의 관계(4.04)를 가장 높게 평가하였으며, 정부(4.01), 수출지원기관(4.00)과도 유사한 수준으로 중요하게 인식하였다. 이는 취득 기업은 실제 인증 절차와 직접 연결된 네트워크를, 미취득 기업은 인증기관뿐만 아니라 제도적 지원 기반을 가진 정부 및 공공기관과의 관계까지 폭넓게 고려하고 있음을 보여준다.

종합적으로 볼 때, MSC 인증 취득을 추진하는 데에는 시장의 요구와 경영진의 강한 의지가 핵심적인 동력으로 작용하며, 반대로 미취득 기업의 경우 비용·시간 부담과 제도적 지원 부족이 주요 제약 요인으로 나타났다. 따라서 향후 인증 확대를 위해서는 취득 기업이 강조하는 시장·바이어 대응 역량을 강화하는 동시에, 미취득 기업이 부담을 느끼는 비용·인프라 제약을 완화할 수 있는 지원 정책이 병행될 필요가 있다.

〈표 3-5〉 MSC 인증 취득 시 주요 고려 요인

단위: 점

구분		인증 취득(N=48)	인증 미취득(N=100)
시장 요구사항	수출상대국 규정	4.10	3.68
	해외 바이어 요구	4.42	3.67
	소비자 선호도	3.83	3.38
	글로벌 스탠다드	4.02	3.52
	글로벌 트렌드	3.98	3.47
	경쟁사의 인증 취득	3.79	3.37
취득 요건	인증 취득 비용	3.96	4.29
	설비 투자 비용	3.75	4.23
	소요 시간	3.81	3.85
	취득 난이도	3.98	3.99
	인증 유효기간	4.02	3.94
	투입 인력	3.85	3.86
	정부 지원	3.92	4.26
경영진의 추진의지	경영진의 결단력	4.25	4.32
	경영진의 지원	4.25	4.24
	경영진의 관심	4.02	4.11
	전담 인력 배치	4.04	3.81
	전 직원의 이해와 참여 유도	4.04	3.74
조직 역량	조직 규모	3.46	3.71
	설비·시스템 역량	3.69	4.08
	인증 관련 지식 역량	4.10	4.11
	부서 간 상호협력 역량	4.06	3.71
	담당 직원의 외국어 역량	3.38	3.69
네트워크	건설업체와의 긴밀한 관계	3.98	3.77
	인증기관과의 긴밀한 관계	4.13	4.04
	정부와의 긴밀한 관계	3.27	4.01
	수출지원기관과의 긴밀한 관계	3.79	4.00
	동종업계와의 긴밀한 관계	3.44	3.32

자료: 설문조사 결과

10) MSC 인증 취득 성과 중요도

MSC 인증 취득에 따른 성과의 중요도를 보면, 먼저 재무 성과에서 취득 기업은 매출액 증가(4.15), 수출액 증가(4.15), 수익성 증가(4.06)를 높은 수준으로 평가하였다. 미취득 기업도 유사하게 수출액 증가(4.16), 매출액 증가(4.08), 수익성 증가(4.06) 등 재무성과 전반을 중요하게 인식하였다. 두 그룹 모두 재무적 성과가 인증 취득의 핵심 기대 효과임을 보여준다.

고객 성과 항목에서는 취득 기업이 고객 만족도 향상(4.33), 고객 신뢰도 향상(4.27), 고객 충성도 향상(4.06) 등을 상대적으로 높게 평가하였다. 미취득 기업도 고객 신뢰도 향상(4.30), 고객 만족도 향상(4.15)을 중요하게 보았으나, 고객 충성도(3.92), 고객 소통 강화(3.77) 등은 취득 기업에 비해 낮게 인식했다. 즉, 취득 기업은 실제 경험을 통해 고객과의 관계 개선 효과를 강하게 인식하고 있음을 알 수 있다.

품질 성과에서는 취득 기업과 미취득 기업 간 차이가 비교적 작았다. 다만 미취득 기업이 위생·안전성 개선(4.03)을 더 높게 평가한 반면, 취득 기업은 제품 표준화(3.98)를 가장 중요한 품질성으로 꼽았다. 로스쿨 절감은 취득 기업(3.38), 미취득 기업(3.61) 양측 모두 상대적으로 낮게 평가하였다.

프로세스 성과에서는 취득 기업의 경우 이력 추적성 강화(4.21), 관리 투명성 강화(3.88) 등을 중요하게 평가하였다. 미취득 기업도 유사하게 이력 추적성 강화(3.87), 업무 효율성 강화(3.77), 관리 투명성 강화(3.70) 등을 꼽았으나 전반적으로 취득 기업보다 다소 낮은 수준에 머물렀다. 이는 취득 기업이 인증 과정을 직접 경험하면서 내부 관리 체계와 추적성 확보의 중요성을 더 크게 인식하고 있음을 보여준다.

마지막으로 전략적 성과에서는 취득 기업이 기업 경쟁력 제고(4.10), 기업/제품 이미지·인지도 제고(4.08), 제품 차별화(4.02)를 상대적으로 중요

하게 꼽았으며, 미취득 기업 역시 기업/제품 이미지·인지도 제고(4.12), 기업 경쟁력 제고(3.93), 제품 차별화(3.93) 등을 높게 평가하였다. 두 그룹 모두 고용률 증가는 가장 낮게 평가했는데, 취득 기업은 3.08점, 미취득 기업은 3.20점으로 나타나 인증이 고용 창출과 직접적으로 연결된다고 보기는 어렵다는 점을 보여준다.

종합하면, 취득 기업은 고객 성과와 프로세스 성과에서 높은 효과를 기대하는 경향이 두드러지고, 미취득 기업은 이미지·인지도 제고나 위생·안전성 개선 등 외부적으로 가시적인 효과를 중시하는 것으로 나타났다. 이는 취득 기업은 경험을 통해 고객 관계와 내부 프로세스 개선의 중요성을 체감하는 반면, 미취득 기업은 외부 시장 신뢰와 가시적 품질 개선을 주요 기대 요인으로 보고 있음을 보여준다.

〈표 3-6〉 MSC 인증 취득 성과 중요도

단위: 점

구분		인증 취득(N=48)	인증 미취득(N=100)
재무 성과	매출액 증가	4.15	4.08
	수출액 증가	4.15	4.16
	수익성 증가	4.06	4.06
	수출단가 증가	3.88	3.94
	신규계약 체결 건수 증가	3.98	4.01
고객 성과	고객 만족도 향상	4.33	4.15
	고객 신뢰도 향상	4.27	4.30
	고객 충성도 향상	4.06	3.92
	고객 소통 강화	4.02	3.77
	고객 불만 감소	3.78	3.79
품질 성과	제품 품질 향상	3.71	4.10
	생산성 향상	3.67	3.87
	위생·안전성 개선	3.79	4.03
	제품 표준화	3.98	3.86
	로스율 절감	3.38	3.61

단위: 점

구분		인증 취득(N=48)	인증 미취득(N=100)
프로세스 성과	경영방식 개선	3.65	3.69
	관리 투명성 강화	3.88	3.70
	업무 효율성 강화	3.67	3.77
	직원들의 규정 준수 의식 강화	3.85	3.63
	이력 추적성 강화	4.21	3.87
전략적 성과	기업/제품 이미지·인지도 제고	4.08	4.12
	기업 경쟁력 제고	4.10	3.93
	제품 차별화	4.02	3.93
	수출시장 다변화	3.96	3.89
	시장점유율 증가	3.85	3.84
	수출장벽 극복	3.81	3.83
	고용률 증가	3.08	3.20

자료: 설문조사 결과

11) MSC 인증 취득 성과 만족도

MSC 인증을 보유하고 있는 기업을 대상으로 인증 취득 이후 성과별 만족도를 조사한 결과, 먼저 재무 성과는 전반적으로 보통 수준을 보였다. 수출액 증가(3.40), 매출액 증가(3.33), 신규계약 체결 건수 증가(3.25), 수익성 증가(3.21) 등이 3.2~3.4점대 수준으로 나타났으며, 수출단가 증가는 3.17점으로 가장 낮았다. 이는 인증이 직접적인 재무성으로 연결되는 효과는 제한적임을 시사한다.

고객 성과에서는 고객 만족도 향상(3.71)과 고객 신뢰도 향상(3.65)이 상대적으로 높은 점수를 기록하였으며, 고객 소통 강화(3.44), 고객 충성도 향상(3.38), 고객 불만 감소(3.27)는 중간 수준에 머물렀다. 이는 인증 취득이 바이어 및 소비자와의 관계 개선에 긍정적 영향을 주고 있음을 보여준다.

품질 성과에서는 제품 표준화(3.52), 위생·안전성 개선(3.50), 제품 품질

향상(3.42)이 주요 항목으로 꼽혔다. 반면 생산성 향상(3.21)과 로스율 절감(3.15)은 상대적으로 낮은 만족도를 보였다. 즉, 품질·안전 측면에서의 효과는 일정 부분 체감되지만, 생산 효율성 측면에서의 효과는 제한적으로 인식되고 있다.

프로세스 성과에서는 이력 추적성 강화(3.77), 직원들의 규정 준수 의식 강화(3.65), 관리 투명성 강화(3.58)에서 비교적 높은 만족도가 나타났다. 반면 업무 효율성 강화(3.27)는 상대적으로 낮게 나타나, 인증이 곧바로 내부 효율성 개선으로 이어지지는 않는 것으로 볼 수 있다.

마지막으로 전략적 성과에서는 기업/제품 이미지·인제도 제고(3.75)가 가장 높았으며, 이어 기업 경쟁력 제고(3.63), 제품 차별화(3.58), 수출시장 다변화(3.42), 수출장벽 극복(3.35), 시장점유율 증가(3.23) 순으로 나타났다. 고용률 증가는 3.02점으로 가장 낮아 인증 취득이 고용 창출과 직접적으로 연결되지 않는다는 점을 보여준다.

종합하면, 인증 취득 기업들은 재무적 성과보다는 고객 성과, 품질 개선, 이력 추적성 강화, 이미지 제고 등 비재무적 성과에 대한 만족도가 상대적으로 높았다. 즉, MSC 인증은 단기적 매출 증대보다는 시장 신뢰 확보와 내부 관리 역량 제고에 기여하는 효과가 더 뚜렷하게 인식되고 있음을 알 수 있다.

〈표 3-7〉 MSC 인증 취득 성과 만족도

단위: 점

구분		인증 취득(N=48)
재무 성과	매출액 증가	3.33
	수출액 증가	3.40
	수익성 증가	3.21
	수출단가 증가	3.17
	신규계약 체결 건수 증가	3.25

단위: 점

구분		인증 취득(N=48)
고객 성과	고객 만족도 향상	3.71
	고객 신뢰도 향상	3.65
	고객 충성도 향상	3.38
	고객 소통 강화	3.44
	고객 불만 감소	3.27
품질 성과	제품 품질 향상	3.42
	생산성 향상	3.21
	위생·안전성 개선	3.50
	제품 표준화	3.52
	로스를 절감	3.15
프로세스 성과	경영방식 개선	3.40
	관리 투명성 강화	3.58
	업무 효율성 강화	3.27
	직원들의 규정 준수 의식 강화	3.65
	이력 추적성 강화	3.77
전략적 성과	기업/제품 이미지·인지도 제고	3.75
	기업 경쟁력 제고	3.63
	제품 차별화	3.58
	수출시장 다변화	3.42
	시장점유율 증가	3.23
	수출장벽 극복	3.35
	고용률 증가	3.02

자료: 설문조사 결과

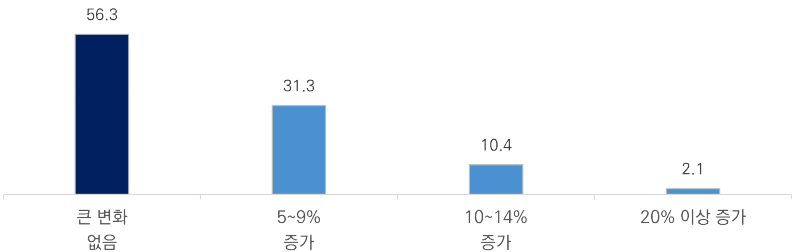
12) MSC 인증 취득 후 수출액 변화

MSC 인증을 보유한 기업을 대상으로 인증 취득 이후 수출액 변화를 조사한 결과, ‘큰 변화 없음’이 56.3%로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로는 ‘5~9% 증가’가 31.3%, ‘10~14% 증가’가 10.4%, ‘20% 이상 증가’가 2.1% 순으로 나타났다. 전체적으로 대다수 기업은 뚜렷한 변화가 없다고

응답했으나, 일부 기업에서는 소폭의 증가 효과를 경험한 것으로 나타났다.

〈그림 3-15〉 MSC 인증 취득 후 수출액 변화

(단위: 점, %, N=48)



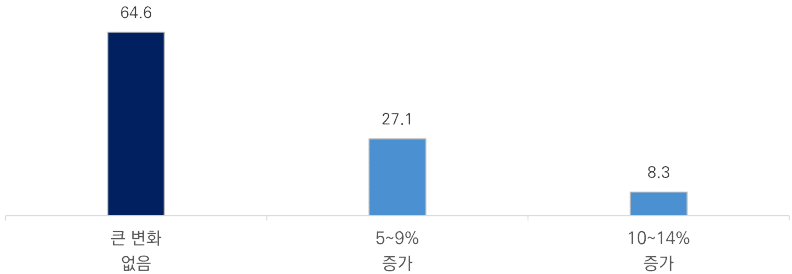
자료: 설문조사 결과

13) MSC 인증 취득 후 수익성 변화

MSC 인증을 보유한 기업을 대상으로 인증 취득 이후 수익성 변화를 조사한 결과, ‘큰 변화 없음’이 64.6%로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로는 ‘5~9% 증가’가 27.1%, ‘10~14% 증가’가 8.3% 순으로 나타났다.

〈그림 3-16〉 MSC 인증 취득 후 수익성 변화

(단위: 점, %, N=48)



자료: 설문조사 결과

14) MSC 인증의 가격 프리미엄 형성 영향

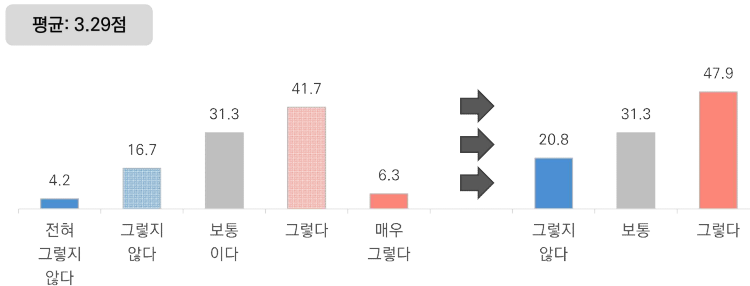
(1) MSC 인증 보유

MSC 인증을 보유한 기업을 대상으로 가격 프리미엄 형성에 미치는 영향을 조사한 결과, 5점 척도 기준으로는 ‘그렇다(41.7%)’가 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘보통이다(31.3%)’, ‘그렇지 않다(16.7%)’, ‘매우 그렇다(6.3%)’, ‘전혀 그렇지 않다(4.2%)’ 순으로 나타났다.

3점 척도로 변환한 값에서는 ‘그렇다’가 47.9%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘보통(31.3%)’, ‘그렇지 않다(20.8%)’ 순으로 집계되었다. 전체 평균은 3.29점으로, 응답 기업들은 대체로 가격 프리미엄 형성 효과를 보통 이상 수준으로 인식하고 있는 것으로 나타났다.

〈그림 3-17〉 MSC 인증의 가격 프리미엄 형성 영향(보유)

(단위: 점, %, N=48)



자료: 설문조사 결과

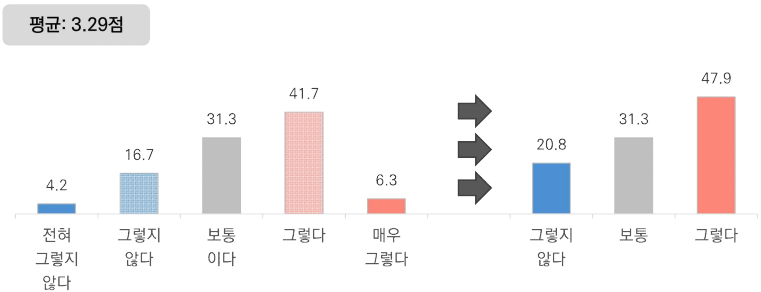
(2) MSC 인증 미보유

MSC 인증을 보유하고 있지 않은 기업을 대상으로 가격 프리미엄 형성에 대한 인식을 조사한 결과, 5점 척도 기준으로는 ‘그렇다(41.7%)’가 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘보통이다(31.3%)’, ‘그렇지 않다(16.7%)’, ‘매우 그렇다(6.3%)’, ‘전혀 그렇지 않다(4.2%)’ 순으로 나타났다.

3점 척도로 변환한 값에서는 ‘그렇다’가 47.9%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘보통(31.3%)’, ‘그렇지 않다(20.8%)’ 순으로 나타났다. 평균은 3.29점으로, 인증 보유 기업과 동일하게 가격 프리미엄 형성 효과를 보통 이상 수준으로 인식하는 것으로 조사되었다.

〈그림 3-18〉 MSC 인증의 가격 프리미엄 형성 영향(미보유)

(단위: 점, %, N=100)



자료: 설문조사 결과

15) MSC 인증의 시장 접근성 향상 영향

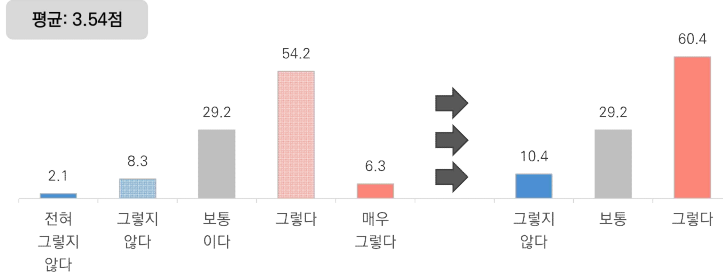
(1) MSC 인증 보유

MSC 인증을 보유한 기업을 대상으로 시장 접근성 향상에 도움이 되었는지를 조사한 결과, 5점 척도 기준으로는 ‘그렇다(54.2%)’가 가장 높게 나타났다. 이어서 ‘보통이다(29.2%)’, ‘그렇지 않다(8.3%)’, ‘매우 그렇다(6.3%)’, ‘전혀 그렇지 않다(2.1%)’ 순으로 나타났다.

3점 척도로 변환한 값에서는 ‘그렇다’가 60.4%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘보통(29.2%)’, ‘그렇지 않다(10.4%)’ 순으로 집계되었다. 평균은 3.54점으로, 응답 기업들은 대체로 시장 접근성 향상 효과를 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다.

〈그림 3-19〉 MSC 인증의 시장 접근성 향상 영향(보유)

(단위: 점, %, N=48)



자료: 설문조사 결과

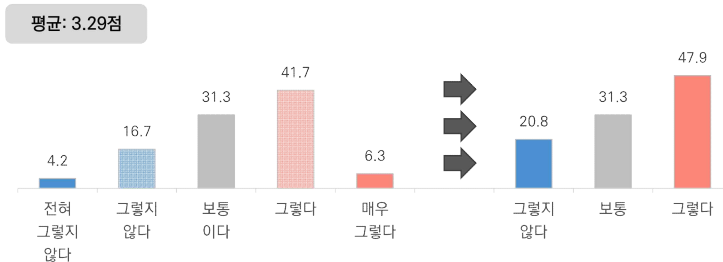
(2) MSC 인증 미보유

MSC 인증을 보유하지 않은 기업을 대상으로 시장 접근성 향상에 도움이 되었는지를 조사한 결과, 5점 척도 기준으로는 ‘그렇다(41.7%)’가 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘보통이다(31.3%)’, ‘그렇지 않다(16.7%)’, ‘매우 그렇다(6.3%)’, ‘전혀 그렇지 않다(4.2%)’ 순으로 나타났다.

3점 척도로 변환한 값에서는 ‘그렇다’가 47.9%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘보통(31.3%)’, ‘그렇지 않다(20.8%)’ 순으로 집계되었다. 평균은 3.29점으로, 인증 보유 기업(3.54점)보다 다소 낮아, 미보유 기업은 시장 접근성 향상 효과를 상대적으로 낮게 인식하고 있는 것으로 해석된다.

〈그림 3-20〉 MSC 인증의 시장 접근성 향상 영향(미보유)

(단위: 점, %, N=100)



자료: 설문조사 결과

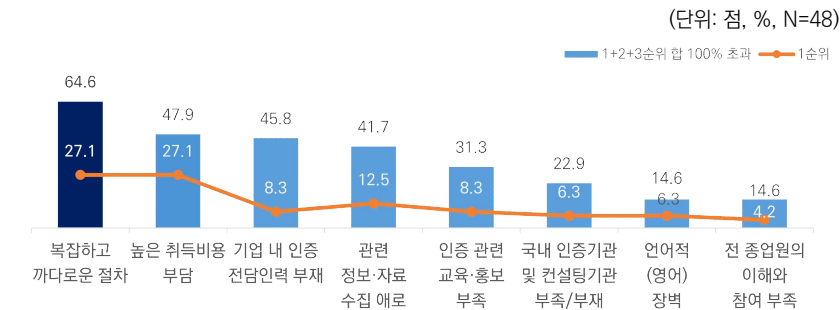
16) MSC 인증 취득 관련 애로사항

(1) MSC 인증 보유

MSC 인증을 보유한 기업을 대상으로 인증 취득 과정에서 겪은 애로사항을 조사한 결과, ‘복잡하고 까다로운 절차’가 64.6%로 가장 높게 나타났으며, 1순위 응답도 27.1%로 가장 많이 꼽혔다. 그 다음으로는 ‘높은 취득비용 부담(47.9%)’, ‘기업 내 인증 전담 인력 부재(45.8%)’, ‘관련 정보·자료 수집 애로(41.7%)’ 등이 주요 애로사항으로 지적되었다.

이러한 결과는 인증을 실제로 취득한 기업들이 절차의 복잡성과 비용 문제를 가장 큰 부담 요인으로 인식하고 있으며, 제도적 기반과 인적 자원의 부족도 주요 애로로 작용하고 있음을 보여준다.

〈그림 3-21〉 MSC 인증 취득 관련 애로사항



자료: 설문조사 결과

(2) MSC 인증 미보유

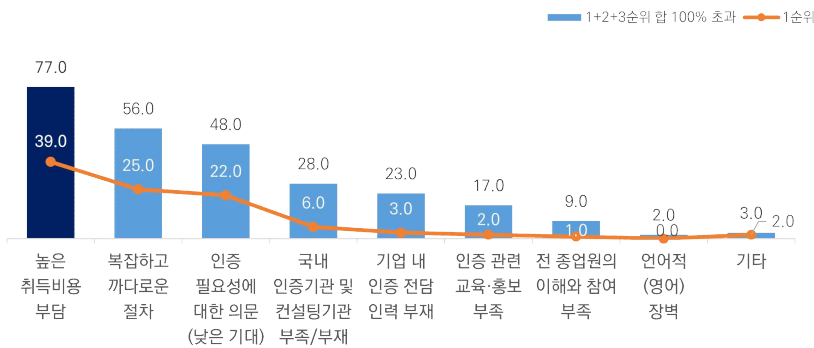
MSC 인증을 보유하지 않은 기업을 대상으로 미취득 이유를 조사한 결과, ‘높은 취득비용 부담’이 77.0%로 가장 많이 지적되었으며, 1순위 응답도 39.0%로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로는 ‘복잡하고 까다로운 절차 (56.0%)’, ‘인증 필요성에 대한 의문·낮은 기대(48.0%)’가 주요 이유로 꼽혔다.

이외에도 ‘국내 인증기관 및 컨설팅기관 부족/부재(28.0%)’, ‘기업 내 인증 전담 인력 부재(23.0%)’, ‘인증 관련 교육·홍보 부족(17.0%)’ 등이 뒤를 이었으며, ‘전 종업원의 이해와 참여 부족(9.0%)’, ‘언어적 장벽(2.0%)’은 상대적으로 낮은 수준에 머물렀다.

이러한 결과는 미보유 기업의 경우, 인증 취득 과정의 절차적 애로보다도 비용 부담과 필요성에 대한 인식 부족이 더 근본적인 제약 요인으로 작용하고 있음을 보여준다.

〈그림 3-22〉 MSC 인증 미취득 이유

(단위: 점, %, N=100)



자료: 설문조사 결과

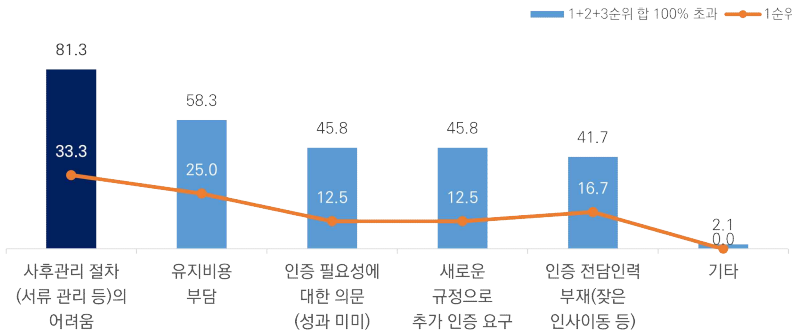
17) MSC 인증 유지에 따른 애로사항

MSC 인증을 보유한 기업을 대상으로 인증 유지 과정에서의 애로사항을 조사한 결과, ‘사후관리 절차(서류 관리 등)의 어려움’이 81.3%로 가장 높게 나타났으며, 1순위 응답에서도 33.3%로 가장 많이 지적되었다. 그 다음으로는 ‘유지비용 부담(58.3%)’, ‘인증 필요성에 대한 의문(45.8%)’, ‘새로운 규정으로 인한 추가 인증 요구(45.8%)’, ‘인증 전담 인력 부재(41.7%)’ 등이 주요 애로사항으로 꼽혔다.

특히 사후관리 절차와 유지비용은 응답 비중이 절반 이상을 차지해, 인증 취득 이후에도 지속적인 행정적·재정적 부담이 가장 큰 걸림돌로 작용하고 있음을 보여준다.

〈그림 3-23〉 MSC 인증 유지에 따른 애로사항

(단위: 점, %, N=48)



자료: 설문조사 결과

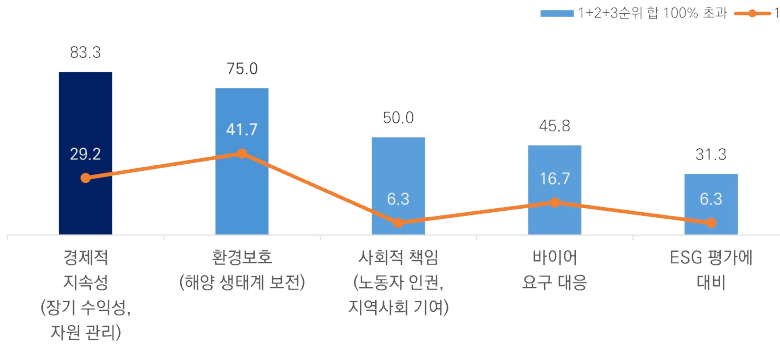
18) 지속가능성 관련 중요 요소

MSC 인증을 보유한 기업들이 중요하게 인식하는 지속가능성 요소를 살펴본 결과, ‘경제적 지속성(장기 수익성, 자원 관리)’이 83.3%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘환경보호(해양 생태계 보전)(75.0%)’, ‘사회적 책임(노동자 인권, 지역사회 기여)(50.0%)’, ‘바이어 요구 대응(45.8%)’, ‘ESG 평가 대비(31.3%)’ 순으로 나타났다.

특히 1순위 기준으로는 환경보호(41.7%)가 가장 많이 선택되어, 기업들이 지속가능성의 최우선 가치를 환경 측면에서 인식하고 있음을 보여준다. 이는 장기적인 수익성과 자원 관리라는 경제적 지속성을 핵심 기반으로 하면서도, 실제 우선순위는 환경적 책임에 두고 있다는 점에서 의미가 크다.

〈그림 3-24〉 지속가능성 관련 중요 요소

(단위: 점, %, N=48)



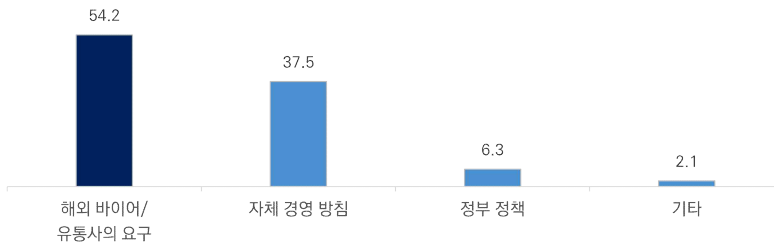
자료: 설문조사 결과

19) 지속가능성 활동의 유도 요인

MSC 인증을 보유한 기업들의 지속가능성 활동 유도 요인을 살펴본 결과, ‘해외 바이어와 유통사의 요구’가 54.2%로 가장 큰 유인 요인으로 나타났다. 이어서 ‘자체 경영 방침(37.5%)’이 주요한 요인으로 꼽혔으며, ‘정부 정책(6.3%)’과 ‘기타(2.1%)’는 상대적으로 낮은 수준에 그쳤다.

〈그림 3-25〉 지속가능성 활동의 유도 요인

(단위: 점, %, N=48)



자료: 설문조사 결과

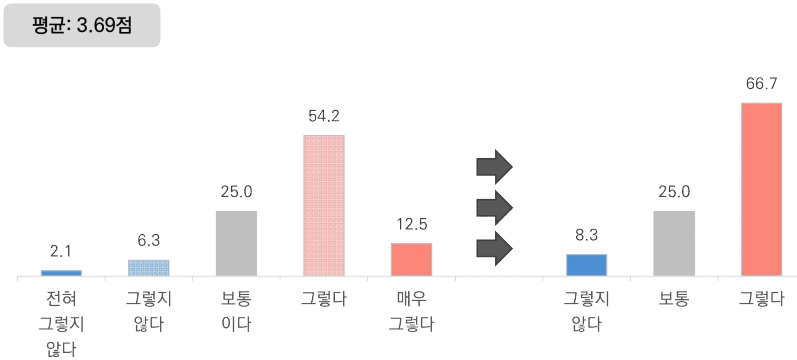
20) 지속가능성 활동의 수출 경쟁력 향상 기여 여부

MSC 인증을 보유한 기업들을 대상으로 지속가능성 활동이 수출 경쟁력 향상에 기여하는지에 대한 인식을 살펴본 결과, 5점 척도 기준으로는 ‘그렇다(54.2%)’가 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘보통이다(25.0%)’, ‘매우 그렇다(12.5%)’, ‘그렇지 않다(6.3%)’, ‘전혀 그렇지 않다(2.1%)’ 순으로 응답하였다.

3점 척도로 변환한 값에서는 ‘그렇다’가 66.7%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘보통(25.0%)’, ‘그렇지 않다(8.3%)’ 순으로 나타났다. 전체 평균은 3.69점으로, 응답 기업 다수는 지속가능성 활동이 수출 경쟁력 강화에 일정 수준 이상 기여한다는 긍정적 인식을 보유하고 있는 것으로 나타났다.

〈그림 3-26〉 지속가능성 활동의 수출 경쟁력 향상 기여 여부

(단위: 점, %, N=48)



자료: 설문조사 결과

제2절 수산물 수출기업 MSC 인증 성과분석

1. 성과분석 개요

1) 분석 개요

수산물 수출기업의 MSC 인증 취득에 따른 성과 분석은 수출액 변화, MSC 인증 유지 의향을 종속변수로 설정하였다. 수출액 변화의 경우 응답 기업이 MSC 인증 취득 전후를 비교하여 수출액 증감 정도를 나타내는 수출액 증감률로 구성하였다. MSC 인증 유지 의향의 경우 향후 인증을 지속할 의사를 측정하기 위해 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’, ‘보통이다’, ‘약간 그렇다’, ‘매우 그렇다’의 5점 척도로 구성하였다.

독립변수로는 업력, 종사자 수, 무역전담부서 여부, 사업체 규모, 인증 취득 비용 부담 정도, 인증 취득 요인, 인증 취득 성과 중요도 및 만족도로 구성하였다. 인증 취득 요인 및 인증 취득 성과 중요도 및 만족도에 관한 요인 변수는 관련 선행연구에서 제시한 요인들을 토대로 재구성하였다. 본 연구의 인증 취득 요인으로는 시장 요구사항, 취득 요건, 경영진 추진의지, 조직 역량, 네트워크로 구성되었으며, 인증 취득 성과 요인으로는 재무성과, 고객성과, 품질성과, 프로세스 성과, 전략적 성과로 구성하였다. 인증 취득 요인과 인증 취득 성과 요인의 중요도는 각 항목별 세부 요인을 포함하고 있으며, 요인별 중요도를 측정하기 위해 ‘전혀 중요하지 않다’, ‘중요하지 않다’, ‘보통이다’, ‘약간 중요하다’, ‘매우 중요하다’의 5점 척도로 구성하였다. 만족도의 경우에도 ‘매우 불만족한다’, ‘불만족한다’, ‘보통이다’, ‘만족한다’, ‘매우 만족한다’의 5점 척도로 구성하였다. 다만, 최종 독립변수 적용 시 각 요인별 세부요인의 평균값을 활용하여 분석하였다.

〈표 3-8〉 종속변수 및 독립변수 설정

구분			비고
종속변수	수출액 변화		20% 이상 감소 … 20% 이상 증가(9단계)
	MSC 인증 유지 의향		전혀 그렇지 않다 … 매우 그렇다(5단계)
독립변수	업력		2025년 - 기업별 창립 연도
	종사자 수		연속 변수
	무역전담부서 여부		있음(1), 없음(0)
	사업체 규모		중소기업, 중견기업, 대기업
	인증 취득 비용 부담		전혀 그렇지 않다 … 매우 그렇다(5단계)
	인증 취득 요인	시장 요구사항	전혀 중요하지 않다 … 매우 중요하다(5단계)
		취득 요건	
		경영진 추진의지	
		조직 역량	
		네트워크	
	성과 중요도 및 만족도	재무성과	전혀 중요하지 않다 … 매우 중요하다(5단계), 매우 불만족한다 … 매우 만족한다(5단계)
		고객성과	
		품질성과	
		프로세스 성과	
		전략적 성과	

자료: 저자 작성

2) 분석 방법

(1) 구간회귀모형(Interval Regression Model)

MSC 인증 취득에 따른 수출 성과(수출액 변화)를 분석하기 위해 구간회귀모형을 활용하였으며, 이를 바탕으로 수출액 변화에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것을 주목적으로 하였다.

구간회귀모형은 종속변수가 정확한 수치로 관측되지 않고 일정 구간 내 존재하는 경우에 사용하는 회귀분석 방법으로, Tobit 모형의 일반화된 형태로 지불의사(WTP)처럼 범위로 응답되는 데이터에 적용이 가능하다. 구간회귀모형의 종속변수와 독립변수의 관계는 수식 (1)과 같다.

y_i^* 는 관측되지 않은 잠재(Latent) 응답 변수인 수출액 변화를 의미하며, 최종 관측가능(Observed)한 응답 y 에 대한 기준을 제시한다. x_i 는 독립변수를 의미하며, β 는 이에 따른 회귀계수를 의미한다. 마지막으로 ϵ_i 는 정규 분포를 따르는 오차항을 의미한다.

$$y_i^* = \beta x_i + \epsilon_i, \epsilon_i \sim N(0, \sigma^2) \quad (1)$$

이때, 응답자가 선택한 구간 형태의 수출액 값은 다음 수식 (2)와 같다. 수식 (3)의 L_i 은 응답자가 선택한 하한값을 의미하며, U_i 는 응답자가 선택한 상한값을 의미한다.

$$y_i^* \in [L_i, U_i] \quad (2)$$

응답자의 수출액 구간이 $[L_i, U_i]$ 에 속한다는 확률은 다음 수식 (3)과 같다.

$$P(L_i \leq y_i^* \leq U_i) = \Phi\left(\frac{U_i - x_i\beta}{\sigma}\right) - \Phi\left(\frac{L_i - x_i\beta}{\sigma}\right) \quad (3)$$

(2) 순서형 로짓 모형(Ordered Logit Model)

MSC 인증 취득 요인이 인증 유지 의향에 미치는 영향을 분석하기 위해 순서형 로짓 모형(Ordered Logit Model)을 활용하였다. 순서형 로짓 모형은 종속변수가 순서화되어 있어 변수의 다항선택성과 이산성이 일반 선형회귀식이 가진 기본가정을 충족시키기 어렵기 때문에 이를 회귀방정식에 맞게 변환시킨 계량분석 방법이다⁴⁾. 순서형 로짓 모형의 종속변수와 독립변수의 관계는 아래 수식 (4)와 같다.

y^* 는 관찰이 불가능한 잠재 응답변수로 최종 관찰응답 y 에 대한 기준을 제시한다. ϵ 는 오차항을 의미한다.

$$y^* = \sum_{k=1}^k \beta_k x_k + \epsilon \quad (4)$$

여기서 선택 가능한 y 값이 L 개가 있다면 잠재응답과 관찰응답의 관계는 다음 수식 (5)와 같다. μ 는 y^* 의 경계값을 의미하며, 총 관찰응답 L 개 중 가장 적절한 값(l)을 선택하는 기준이 된다.

4) 서원석(2013), p. 50.

$$y = \begin{cases} 0 & \text{if } y^* \leq 0 \\ 1 & \text{if } 0 < y_i^* \leq \mu_1 \\ 2 & \text{if } \mu_1 < y_i \leq \mu_2 \\ \vdots & \\ L & \text{if } \mu_{L-1} < y_i^* \leq \mu_L \end{cases} \quad (5)$$

순서형 로짓 모형은 종속변수가 확률의 개념을 가지며, 종속변수 y 가 특정한 값 l 을 선택할 확률($\Pr(y=l)$)은 다음 수식 (6)과 같이 정의할 수 있다.

$$\Pr(y_i \leq l) = \Pr(y^* \leq \mu_L) = \frac{e^{\mu_L - \sum_{k=1}^k \beta_k x_k}}{1 + e^{\mu_L - \sum_{k=1}^k \beta_k x_k}} \quad (6)$$

(3) 중요도·만족도 분석(Importance-Performance Analysis)

본 연구에서는 MSC 인증에 대한 기업의 인식을 파악하고 MSC 인증 활성화를 위한 개선 방향의 우선순위를 도출하기 위해 MSC 인증을 취득한 기업 48개 사를 대상으로 중요도·만족도 분석(IPA)을 실시하였다.

IPA 기법은 Martilla & James(1977)에 의해 처음으로 도입되었으며, 설문 대상자로부터 특정 요인들에 대한 중요도와 만족도를 측정하여 우선순위를 결정하는 분석 방법이다. IPA 분석 방법은 각 속성의 상대적인 중요도와 만족도를 동시에 비교, 분석할 수 있으며, 평가 항목에 대한 중요도와 만족도를 X축, Y축의 2차원 좌표로 표현하고 각각의 중심점을 기준으로 한 4사분면 영역으로 나타낸다.

다음 IPA 모형의 4개 사분면의 각 의미는 아래의 <그림 3-11>과 같다.

제1사분면(유지·관리영역 : Keep up the good work)에 속한 속성은 중요도와 만족도 모두 높게 평가된 것으로 현재의 높은 성과를 유지관리할 필요가 있음을 시사한다. 제2사분면(집중적 개선영역 : Concentrate Here)에 대한 속성은 중요도는 높으나 만족도가 낮게 평가된 것으로 만족도를 높이기 위한 집중적인 노력과 개선이 필요함을 의미한다. 제3사분면(점진적 개선영역 : Low Priority)에 속한 속성은 중요도와 만족도가 모두 낮게 평가된 것으로 상대적으로 우선순위가 낮은 영역을 의미한다. 제4사분면(소극적 관리영역 : Possible Overkill)에 속한 속성은 중요도는 낮으나 만족도가 높게 평가된 것으로 불필요한 자원이나 노력이 투입되고 있는지 고려해야 하는 영역을 의미한다.

〈그림 3-27〉 IPA Matrix



자료: Martilla & James(1977)

2. 성과분석 결과

1) MSC 인증 수출기업의 성과 측정을 위한 구간회귀분석

본 연구에서는 구간회귀분석을 활용하여 MSC 인증 취득 기업의 수산물 수출액 변화에 영향을 미치는 요인을 분석하고자 하였다.

구간회귀분석의 추정 계수는 잠재적 연속변수에 대한 추정치로 실제 응답 구간의 확률 변화로 환산하기 위해 한계효과를 추정하였다. 분석 결과는 아래의 <표 3-9>와 같으며, 인증 취득 비용 부담, 인증 취득 요인의 시장 요구사항, 조직 역량, 성과 만족도의 전략적 성과 변수가 수출액 변화에 유의미한 영향을 주는 것으로 분석되었다.

인증 취득 요인의 시장 요구사항을 중요하게 고려하는 기업일수록 평균 수출액 변화는 모형3 기준 2.131%p 증가하는 것으로 나타났으며, 조직 역량을 중요하게 고려할수록 2.674%p 증가하는 것으로 분석되었다.

성과 만족도의 전략적 성과에 만족하는 기업일수록 평균 수출액 변화는 모형3 기준 2.972%p 증가하는 것으로 나타났다.

이를 통해 MSC 인증 취득 기업이 인증 취득 시 중요하게 고려하였던 인증 취득 요인인 시장 요구사항, 조직 역량, 전략적 성과 만족도가 수산물 수출 변화에 긍정적인 영향으로 작용함을 실증적으로 확인할 수 있었다.

이러한 결과를 통해 응답 기업이 MSC 인증 취득 시 중요하게 고려하였던 시장 요구사항의 세부요인(수출상대국 규정, 해외 바이어 요구, 글로벌 스탠다드 등)과 조직 역량의 세부 요인(조직 규모, 인증 관련 지식 역량, 담당 직원의 외국어 역량 요인 등), 그리고 전략적 성과(기업/제품 이미지·인지도 제고, 기업 경쟁력 제고, 제품차별화, 수출시장 다변화 등)가 실제 수출액 변화에 유의미한 영향을 미칠 수 있음을 시사한다.

반면, 인증 취득 비용에 부담을 많이 느끼는 기업일수록 수산물 수출 변화는 음(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 부담을 많이 느낄수록 평균 수출액 변화는 모형3 기준 1.838%p 감소하는 것으로 분석되었다. 이는 영세한 수산물 수출업체가 많은 수산물 수출 구조 특성상 기업의 MSC 인증 취득 비용에 대한 부담감이 실제로 수출 변화에도 영향을 미치고 있음을 보여주는 결과로 풀이된다.

〈표 3-9〉 수출 성과 결정요인별 한계효과

변수		모형1		모형2		모형3	
		한계효과	표준오차	한계효과	표준오차	한계효과	표준오차
업력		0.027	0.045	0.039	0.048	0.000	0.037
종사자 수		-0.001	0.001	-0.001	0.001	-0.001	0.001
무역전담부서 여부		-0.017	1.417	-0.403	1.453	-0.909	1.191
사업체 규모		-1.196	1.865	-0.688	1.833	-1.441	1.521
인증 취득 비용 부담		-1.628**	0.827	-1.499*	0.853	-1.838***	0.723
인증 취득 요인	시장 요구사항	2.998**	1.456	3.229**	1.640	2.131*	1.242
	취득요건	-0.238	1.353	-0.448	1.328	-0.061	1.197
	경영진추진의의지	-1.945	1.759	-2.047	1.793	-2.098	1.380
	조직 역량	3.677**	1.744	3.315**	1.698	2.674*	1.404
	네트워크	-1.113	1.208	-1.280	1.238	-1.103	0.958
성과 중요도	재무성과			1.083	1.513		
	고객성과			-1.037	1.473		
	품질성과			1.013	1.517		
	프로세스 성과			-0.841	1.280		
	전략적 성과			0.767	1.720		
성과 만족도	재무성과					1.596	1.092
	고객성과					0.141	1.282
	품질성과					-1.881	1.312
	프로세스 성과					-	-
	전략적 성과					2.972**	1.419

자료: 저자 작성

MSC 인증 취득 요인인 시장 요구사항 항목을 세부적으로 분석한 결과, 수출상대국 규정 요인과 글로벌 스탠다드 요인이 수산물 수출 변화에 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 수출상대국 규정을 중요하게 고려하는 기업일수록 평균 수출액 변화는 1.661%p 증가하는 것으로 나타났으며, 글로벌 스탠다드를 중요하게 고려하는 기업일수록 평균 수출액 변화는 3.557%p 증가하는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 기업이 수출업을 영위할 때 수출상대국이나 판매처에서 MSC 인증을 요구하는 경향이 있기 때문에 이를 충족시키고자 나타나는 결과로 보인다. 예로 힐튼, 하얏트 등 글로벌 호텔 체인에서는 MSC 인증과 ASC 인증과 같은 지속가능성 인증을 받은 수산물 취급을 점차 확대하려는 노력을 하고 있으며, 월마트, 코스트코 등 글로벌 대형유통채널에서도 MSC 에코라벨 제품을 도입하려는 노력을 지속하고 있다.

〈표 3-10〉 MSC 인증 취득 요인(시장 요구사항) 항목별 한계효과

변수		한계효과	표준오차
업력		-0.004	0.046
종사자 수		-0.001	0.003
무역전담부서 여부		1.392	1.316
사업체 규모		-2.838	1.912
인증 취득 비용 부담		-0.924	0.792
시장 요구 사항	수출상대국 규정	1.661*	0.978
	해외 바이어 요구	-1.552	1.220
	소비자 선호도	0.467	0.857
	글로벌 스탠다드	3.557***	1.317
	글로벌 트렌드	-1.398	1.253
	경쟁사의 인증 취득	0.145	0.689

자료: 저자 작성

2) MSC 인증 유지 의향 파악을 위한 순서형 로짓 분석

MSC 인증을 취득한 이후 수산물 수출에 성과를 나타내는 것도 중요하지만 해당 인증을 지속적으로 유지할 의향이 있는가도 장기적인 수출 성과 관점에서 중요한 요인이라고 판단된다. 이에 순서형 로짓 분석 모형을 통해 MSC 인증을 취득한 기업의 인증 유지 의향을 파악하고자 하였다.

종속변수는 5점 리커트 척도로 구성된 기업의 MSC 인증 유지 의향을 사용하였으며, 독립변수는 앞서 구간회귀분석에 활용한 변수인 업력, 종사자 수, 무역전담부서 여부, 사업체 규모, 인증 취득 비용 부담, 인증 취득 요인, 성과 중요도 및 만족도 변수를 사용하였다.

분석 결과는 아래의 <표 3-11>과 같으며, 업력, 인증 취득 요인의 시장 요구사항, 성과 만족도의 재무 성과 변수가 인증 유지 의향에 유의미한 양(+)의 영향을 주는 것으로 분석되었다.

업력이 많은 기업일수록 취득한 MSC 인증을 유지하려는 경향이 높은 것으로 나타났다. 이는 업력이 많은 기업은 업력이 적은 기업에 비해 상대적으로 경영 기반이 안정적이고 인증 취득 및 유지에 필요한 비용 부담을 감당할 여력이 있기 때문에 나타난 결과로 보인다. 수산물 수출 시장에서도 기업 규모가 크고 업력이 많은 기업일수록 단기적 수익보다는 장기적인 거래 유지를 우선시하는 경향이 나타나며, 이러한 관점에서 장기적으로 수출 경쟁력을 강화하는 MSC 인증을 취득 및 유지하려는 경향이 높게 나타나는 것으로 보인다.

인증 취득 요인인 시장 요구사항을 인증 취득의 핵심 요인으로 인식한 기업일수록 MSC 인증을 유지하려는 경향이 높게 나타났으며, 재무성과에 만족하는 기업 역시 인증을 유지하려는 의향이 높은 것으로 분석되었다. 이러한 결과를 통해 인증 취득 시 중요하게 고려되었던 시장 요구사항의

세부요인(수출상대국 규정, 해외 바이어 요구, 소비자 선호도, 글로벌 스탠다드, 글로벌 트렌드, 경쟁사의 인증 취득 요인)과 재무성과 요인(매출액 증가, 수출액 증가, 수익성 증가, 수출단가 증가, 신규계약 체결 건수 증가)이 기업의 MSC 인증 유지 의향에 유의미한 영향을 미칠 수 있음을 시사한다.

〈표 3-11〉 MSC 인증 유지 의향에 영향을 미치는 요인 분석 결과

변수		모형1		모형2		모형3	
		계수값	표준오차	계수값	표준오차	계수값	표준오차
업력		0.049**	0.024	0.050**	0.026	0.039	0.024
종사자수		-0.000	0.000	-0.000	0.000	-0.000	0.000
무역전담부서여부		0.784	0.700	1.125	0.768	0.618	0.839
사업체 규모		-0.376	0.873	-0.378	0.939	-0.520	0.930
인증 취득 비용 부담		-0.211	0.364	0.106	0.410	-0.237	0.405
인증 취득 요인	시장 요구사항	1.723***	0.690	1.572**	0.810	1.327*	0.742
	취득요건	-0.142	0.637	-0.195	0.689	-0.530	0.680
	경영진 추진 의지	-0.810	0.722	-1.050	0.806	-1.107	0.770
	조직 역량	0.440	0.715	0.538	0.756	0.760	0.775
	네트워크	-0.406	0.606	-0.385	0.642	-0.322	0.680
성과 중요도	재무성과			0.409	0.756		
	고객성과			1.252*	0.737		
	품질성과			-0.484	0.752		
	프로세스 성과			-0.054	0.664		
	전략적 성과			-0.300	0.909		
성과 만족도	재무성과					1.459**	0.744
	고객성과					0.450	0.844
	품질성과					-1.513	1.017
	프로세스 성과					-	-
	전략적 성과					0.318	0.839

자료: 저자 작성

3) MSC 인증 개선 방향 도출을 위한 중요도·만족도 분석

(1) MSC 인증 취득 성과의 중요도 및 만족도

본 연구에서는 MSC 인증 취득에 따른 재무성과, 고객성과, 품질성과, 프로세스 성과, 전략적 성과에 대한 기업의 중요도와 만족도에 관한 인식을 파악하고 이를 바탕으로 IPA 분석을 진행하였다. 이러한 IPA 분석을 통해 기업들이 각 성과 항목을 어떻게 평가하고 있는지 구체적으로 파악할 수 있었으며, 동시에 성과 개선의 전략적 우선순위를 도출할 수 있었다. 이는 MSC 인증 제도의 실효성을 높이고 기업 및 정책 차원에서 집중적으로 개선해야 할 영역을 식별하는 데 중요한 시사점을 제공한다.

먼저, MSC 인증 취득에 따른 재무, 고객, 품질, 프로세스, 전략적 성과에 대한 중요도 및 만족도 분석 결과는 다음과 같다. 성과 중요도의 전체 평균은 3.91점으로 고객성과(4.09점)가 가장 높게 나타났으며, 만족도의 전체 평균은 3.42점으로 프로세스 성과(3.53점)가 가장 높게 나타났다.

〈표 3-12〉 MSC 인증 취득 성과의 중요도·만족도 분석(IPA) 결과

단위: 점

구분	중요도	만족도
재무성과	4.04	3.27
고객성과	4.09	3.49
품질성과	3.70	3.36
프로세스 성과	3.85	3.53
전략적 성과	3.85	3.43
전체 평균	3.91	3.42
최댓값	4.09	3.53
최솟값	3.70	3.27

자료: 저자 작성

MSC 인증 취득 성과의 중요도 및 만족도 분석(IPA) 결과, 중요도와 만족도가 모두 높은 항목은 ‘고객성과’로 향후 지속적인 유지·관리가 필요한 영역으로 나타났다. 반면, 중요도는 높으나 만족도가 상대적으로 낮은 항목은 ‘재무성과’로 집중적인 개선 노력이 요구되는 영역으로 도출되었다. 반대로 중요도와 만족도 모두 낮은 항목은 ‘품질성과’로 개선 시급성이 낮은 점진적 개선영역으로 나타났다. 반면, 중요도는 낮지만 만족도가 높은 항목으로는 ‘프로세스 성과’와 ‘전략적 성과’가 도출되었으며, 이는 현재 수준을 유지하는 소극적 관리 영역으로 분류되었다.

〈표 3-13〉 MSC 인증 취득 성과의 중요도·만족도 분석(IPA) 결과 분류

구분	항목
유지·관리영역(제1사분면)	고객성과
집중적 개선영역(제2사분면)	재무성과
점진적 개선영역(제3사분면)	품질성과
소극적 관리영역(제4사분면)	프로세스 성과, 전략적 성과

자료: 저자 작성

〈그림 3-28〉 MSC 인증 취득 성과 중요도·만족도 분석(IPA)



자료: 저자 작성

(2) MSC 인증 취득 세부 성과별 중요도 및 만족도

MSC 인증 취득 세부 성과별 중요도 및 만족도 분석 결과, 세부 성과 중요도의 전체 평균은 3.90점으로 고객성과 항목의 고객 만족도 향상(4.33점)이 가장 높게 나타났으며, 만족도의 전체 평균은 3.42점으로 프로세스 성과 항목의 이력 추적성 강화(3.77점)가 가장 높게 나타났다.

성과 항목별 세부 결과를 살펴보면, 재무성과 항목에서는 ‘매출액 증가’와 ‘수출액 증가’가 가장 중요한 요인으로 인식되었으며, 만족도 측면에서도 ‘수출액 증가’가 가장 높은 것으로 나타났다.

고객성과 항목에서는 ‘고객 만족도 향상’이, 품질성과 항목에서는 ‘제품 표준화’가, 프로세스 성과 항목에서는 ‘이력 추적성 강화’가 중요도와 만족도 모두에서 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.

전략적 성과 항목에서는 ‘기업 경쟁력 제고’가 가장 중요한 요인으로 인식되었으며, ‘기업/제품 이미지·인지도 제고’에 대한 만족도가 가장 높은 것으로 분석되었다.

반면, 성과 항목별 가장 낮은 평가를 받은 요인의 경우 재무성과 항목에서는 ‘수출단가 증가’가, 고객성과 항목에서는 ‘고객 불만 감소’가, 품질성과 항목에서는 ‘로스율 절감’이, 전략적 성과 항목에서는 ‘고용률 증가’가 가장 낮은 평가를 받는 것으로 나타났다.

마지막으로 프로세스 성과 항목에서는 중요도 측면에서는 ‘경영방식 개선’이, 만족도 측면에서는 ‘업무 효율성 강화’ 요인이 가장 낮은 평가를 받는 것으로 분석되었다.

〈표 3-14〉 MSC 인증 취득 세부 성과별 중요도·만족도 분석(IPA) 결과

단위: 점

구분			중요도	만족도
1	재무성과	매출액 증가	4.15	3.33
2		수출액 증가	4.15	3.40
3		수익성 증가	4.06	3.21
4		수출단가 증가	3.88	3.17
5		신규계약 체결 건수 증가	3.98	3.25
6	고객성과	고객 만족도 향상	4.33	3.71
7		고객 신뢰도 향상	4.27	3.65
8		고객 충성도 향상	4.06	3.38
9		고객 소통 강화	4.02	3.44
10		고객 불만 감소	3.75	3.27
11	품질성과	제품 품질 향상	3.71	3.42
12		생산성 향상	3.67	3.21
13		위생·안전성 개선	3.79	3.50
14		제품 표준화	3.98	3.52
15		로스율 절감	3.38	3.15
16	프로세스 성과	경영방식 개선	3.65	3.40
17		관리 투명성 강화	3.88	3.58
18		업무 효율성 강화	3.67	3.27
19		직원들의 규정 준수 의식 강화	3.85	3.65
20		이력 추적성 강화	4.21	3.77
21	전략적 성과	기업/제품 이미지·인지도 제고	4.08	3.75
22		기업 경쟁력 제고	4.10	3.63
23		제품 차별화	4.02	3.58
24		수출시장 다변화	3.96	3.42
25		시장점유율 증가	3.85	3.23
26		수출장벽 극복	3.81	3.35
27		고용률 증가	3.08	3.02
전체 평균			3.90	3.42
최댓값			4.33	3.77
최솟값			3.08	3.02

자료: 저자 작성

MSC 인증 취득 세부 성과의 중요도 및 만족도 분석(IPA) 결과, 중요도와 만족도가 모두 높아 유지·관리를 해야 하는 영역으로는 고객성과 항목의 ⑥ 고객 만족도 향상, ⑦ 고객 신뢰도 향상, ⑨ 고객 소통 강화와 품질성과 항목의 ⑭ 제품 표준화, 프로세스 성과 항목의 ⑳ 이력 추적성 강화, 전략적 성과 항목의 ㉑ 기업/제품 이미지·인지도 제고, ㉒ 기업 경쟁력 제고, ㉓ 제품 차별화로 도출되었다.

중요도는 높으나 만족도가 낮아 집중적 개선이 필요한 영역으로는 재무성과 항목의 ① 매출액 증가, ② 수출액 증가, ③ 수익성 증가, ⑤ 신규계약 체결 건수 증가, 고객성과 항목의 ⑧ 고객 충성도 향상이 도출되었다.

반대로 중요도와 만족도가 모두 낮아 상대적으로 개선 우선순위가 낮은 점진적 개선이 필요한 영역으로는 재무성과 항목의 ④ 수출단가 증가, 고객성과 항목의 ⑩ 고객 불만 감소, 품질성과 항목의 ⑫ 생산성 향상, ⑮ 로스율 절감, 프로세스 성과 항목의 ⑯ 경영방식 개선, ⑰ 업무 효율성 강화, 전략적 성과 항목의 ㉕ 시장점유율 증가, ㉖ 수출장벽 극복, ㉗ 고용률 증가가 도출되었다.

마지막으로 중요도는 낮으나 만족도는 높아 소극적 관리가 필요한 영역으로는 품질성과 항목의 ⑬ 위생·안전성 개선, 프로세스 성과 항목의 ⑰ 관리 투명성 강화, ⑲ 직원들의 규정 준수 의식 강화가 도출되었다.

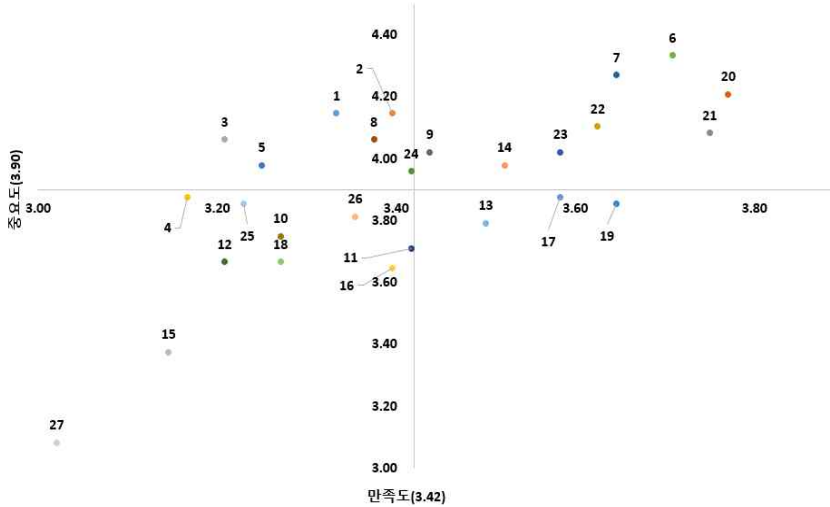
다만, 전략적 성과 항목의 ㉔ 수출시장 다변화 요인과 품질성과 항목의 ⑪ 제품 품질 향상 요인은 기준점이 되는 평균값에 해당되는 수치(만족도 3.42점)를 보여 각각 제1사분면과 제2사분면, 제3사분면과 제4사분면의 경계선 영역에 해당되어 특정 사분면으로 정확히 구분이 안되는 모습을 보였다. 이에 우선순위 결정 시 다른 성과의 지표와 기업의 질적 의견을 종합하여 고려해야 할 요인으로 판단된다.

〈표 3-15〉 MSC 인증 취득 세부 성과별 중요도·만족도 분석(IPA) 결과 분류

구분	항목		비고
유지·관리영역(제1사분면)	6	고객 만족도 향상	고객성과
	7	고객 신뢰도 향상	
	9	고객 소통 강화	
	14	제품 표준화	품질성과
	20	이력 추적성 강화	프로세스 성과
	21	기업/제품 이미지·인지도 제고	전략적 성과
	22	기업 경쟁력 제고	
	23	제품 차별화	
경계선 영역(제1·2사분면)	24	수출시장 다변화	전략적 성과
집중적 개선영역(제2사분면)	1	매출액 증가	재무성과
	2	수출액 증가	
	3	수익성 증가	
	5	신규계약 체결 건수 증가	
	8	고객 충성도 향상	고객성과
점진적 개선영역(제3사분면)	4	수출단가 증가	재무성과
	10	고객 불만 감소	고객성과
	12	생산성 향상	품질성과
	15	로스율 절감	
	16	경영방식 개선	프로세스 성과
	18	업무 효율성 강화	
	25	시장점유율 증가	전략적 성과
	26	수출장벽 극복	
	27	고용률 증가	
경계선 영역(제3·4사분면)	11	제품 품질 향상	품질성과
소극적 관리영역(제4사분면)	13	위생·안전성 개선	품질성과
	17	관리 투명성 강화	프로세스 성과
	19	직원들의 규정 준수 의식 강화	

자료: 저자 작성

〈그림 3-29〉 MSC 인증 취득 세부 성과별 중요도·만족도 분석(IPA)



자료: 저자 작성

(3) MSC 인증 취득 성과의 중요도·만족도 분석(IPA) 결과 종합

MSC 인증 취득 성과 항목에 대한 IPA 분석 결과를 큰 틀에서 살펴보면 MSC 인증 취득 기업들은 고객성과 측면에서 높은 중요도와 만족도를 경험하고 있는 반면, 재무성과 측면에서는 중요도가 높음에도 불구하고 상대적으로 낮은 만족도를 보였다. 아울러 프로세스 성과와 전략적 성과는 만족도는 높으나 중요도는 다소 낮게 평가되어 현재 수준을 유지하는 영역으로 분류되었으며, 품질성과는 전반적으로 중요도와 만족도가 모두 낮아 점진적 개선이 필요한 영역으로 나타났다. 이러한 결과를 미뤄보아 MSC 인증이 기업의 대외 신뢰도와 고객 관계 강화에는 긍정적인 기여를 하고 있으나, 인증이 실제 재무성과로 이어지는 데는 제약이 있음을 유추할 수 있다.

앞서 살펴본 MSC 인증 취득 성과 항목의 세부 요인들의 IPA 분석 결과

를 살펴보면 먼저, 유지·관리 영역으로 도출된 항목은 고객성과(고객 만족도 향상, 고객 신뢰도 향상, 고객 소통 강화), 품질성과(제품 표준화), 프로세스 성과(이력 추적성 강화), 전략적 성과(기업/제품 이미지·인지도 제고, 기업 경쟁력 제고, 제품 차별화)이다. 이는 기업들이 MSC 인증을 통해 대외 신뢰 확보와 고객 관계 강화, 제품 품질 및 표준화, 이력 관리 체계 구축에서 뚜렷한 성과를 경험하고 있음을 보여준다. 이러한 상황 속에서 기업은 유지·관리 영역으로 도출된 세부 요인을 지속적으로 관리하고 MSC 인증을 받은 제품을 토대로 브랜딩과 마케팅 전략을 강화해야 한다. 정부의 경우 이러한 기업의 성과가 해외시장에서 가격 프리미엄이나 시장 점유율 확대로 이어질 수 있도록 홍보와 판로 개척 지원사업을 강화할 필요가 있다.

반면, 집중적 개선 영역으로는 재무성과(매출액 증가, 수출액 증가, 수익성 증가, 신규계약 체결 건수 증가)와 고객성과(고객 충성도 향상)가 도출되었다. 이는 기업들이 MSC 인증을 통해 신뢰를 얻고 있음에도 불구하고, 기대했던 직접적인 재무성과로 연결되는 데에는 한계가 있음을 시사한다. 이에 기업은 고부가가치 상품 개발, 신규 시장 개척, 장기계약 확보 전략을 통해 재무적 성과를 확대하려는 노력을 지속해야 할 것으로 판단된다. 정부의 경우 인증 취득 비용 지원뿐 아니라, 인증 제품이 시장에서 가격 프리미엄을 확보하고 신규 계약으로 이어질 수 있는 정책적 지원(해외 마케팅, 무역 전시회, 바이어 매칭 프로그램)을 적극적으로 확대 추진해야 한다.

또한, 점진적 개선 영역으로는 재무성과(수출단가 증가), 고객성과(고객 불만 감소), 품질성과(생산성 향상, 로스율 절감), 프로세스 성과(경영방식 개선, 업무 효율성 강화), 전략적 성과(시장점유율 증가, 수출장벽 극복, 고용률 증가)가 도출되었다. 이들은 현재 기업과 정책 차원에서 우선순위가 낮은 항목들이지만, 중장기적인 경쟁력 확보 차원에서는 관리가 필요하다. 예를 들어, 수출단가 증가는 실질적 기업의 재무성과로 귀결되는 요인이다. 아울러, 생산성 향상과 로스율 절감은 원가 절감과 효율성 강화로 이어질

수 있으며, 수출장벽 극복과 시장점유율 확대는 미래 수출 기반 강화에 기여할 수 있다. 다만, 품질성과(생산성 향상, 로스율 절감), 프로세스 성과(경영방식 개선, 업무 효율성 강화) 항목의 경우 MSC 인증 취득을 통해 얻을 수 있는 기업의 성과라기보다는 일반적인 수출 기업이 추구하는 성과에 더 가까운 것으로 판단된다.

한편, 소극적 관리 영역으로 분류된 품질성과(위생·안전성 개선), 프로세스 성과(관리 투명성 강화, 직원들의 규정 준수 의식 강화)는 중요도는 낮지만 만족도가 높은 영역이다. 이는 기업들이 이미 일정 수준의 성과를 확보하고 있음을 의미하므로, 현 수준을 유지하면서 효율적으로 관리하면 될 것으로 판단된다. 다만 국제 수산물 시장에서 위생·안전 규제가 지속적으로 강화되고 있음을 고려하여 기업은 위생·안전 기준에 부합할 수 있도록 지속적인 모니터링을 하고 정부는 관련 제도적 지원을 꾸준히 보완할 필요가 있다.

마지막으로, 전략적 성과의 수출시장 다변화와 품질성과의 제품 품질 향상은 만족도가 전체 평균값과 동일하게 나타나 특정 사분면에 명확히 분류되지 못했다. 이들은 경계선에 위치한 요인으로 기업별 특성·시장 환경에 따라 전략적 중요도가 달라질 수 있는 요인이다. 따라서 이들 항목은 정량적 IPA 결과뿐만 아니라 기업의 의사와 세부 성과 지표를 종합적으로 고려해 우선순위를 판단할 필요가 있다.

세부 성과 분석 결과를 종합하면, 기업은 고객성과와 프로세스·전략적 성과를 강점으로 유지·활용하면서, 재무성과와 고객 충성도 항목에서 집중적인 개선 노력을 기울여야 한다. 정부는 인증의 실질적 경제적 편익을 높이는 정책 지원을 강화하는 동시에, 중장기적으로 시장다변화와 같은 영역에서 점진적 개선을 유도할 필요가 있다. 이를 통해 MSC 인증은 단순한 해외시장 진입 요건을 넘어 한국산 수산물의 지속가능성·신뢰성·수출 경쟁력 제고의 핵심 수단으로 자리매김할 수 있을 것이다.

제3절 소결

본 장에서는 수산물 수출기업의 MSC 인증 취득 성과를 다각도로 분석하였다. 먼저 구간회귀분석을 통해 인증 취득이 수출액 변화에 미치는 요인을 검증하였고, 이어서 순서형 로짓 분석을 통해 기업의 인증 유지 의향에 영향을 주는 요인을 파악하였다. 마지막으로 IPA 분석을 통해 인증 취득 성과 항목별 중요도와 만족도를 종합적으로 진단하였다. 이러한 분석 결과는 MSC 인증의 효과와 한계를 동시에 보여주며, 향후 기업 전략과 정부 정책에 중요한 시사점을 제공한다.

수출액 변화(수출 성과)에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위해 구간회귀분석한 결과(모형3 기준), ‘시장 요구사항’, ‘조직 역량’, ‘전략적 성과 만족도’가 수출액 변화에 유의한 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

특히, 시장 요구사항을 인증 취득의 주요 요인으로 고려한 기업일수록 평균 수출액 변화는 2.0%p 이상 증가하였다. 세부적으로는 수출상대국 규정(1.661%p), 글로벌 스탠다드(3.557%p)를 중시한 기업에서 뚜렷한 수출 확대 효과가 관찰되었다. 이는 글로벌 호텔 체인이나 대형 유통채널이 지속가능성 인증 수산물의 구매를 늘리고 있는 현실과도 부합한다고 볼 수 있다.

또한, 조직 역량을 중요하게 평가한 기업은 평균 2.674%p 수출액 증가를 경험한 것으로 분석되었는데, 이는 조직 규모, 인증 관련 지식, 담당자의 외국어 역량 등 내부 역량이 인증 활용 성과로 직결된다는 점을 보여준다. 아울러 전략적 성과(기업/제품 이미지·인지도 제고, 기업 경쟁력 제고, 제품 차별화, 수출시장 다변화 등)에 만족하는 기업일수록 수출액 변화가 2.972%p 증가한 것으로 나타나, MSC 인증이 단순한 수출 확대를 넘어 브랜드 가치와 장기 경쟁력 강화에 기여하고 있음을 시사한다.

반면, 인증 취득 비용 부담은 음(-)의 영향을 미쳤다. 인증 비용 부담이 크다고 응답한 기업일수록 수출액 변화는 평균 1.838%p 감소한 것으로 분석되었다. 이는 영세 기업이 다수인 한국 수산물 수출 구조에서 인증 비용이 여전히 중요한 걸림돌로 작용하고 있음을 보여주는 결과이다.

MSC 인증 유지 의향에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위해 순서형 로짓 분석한 결과, ‘업력’, ‘시장 요구사항’, ‘재무성과 만족도’가 기업의 MSC 인증 유지 의향에 유의한 영향을 미쳤다.

업력이 많은 기업일수록 인증을 유지하려는 경향이 강하게 나타났다. 이는 장기간의 수출 경험과 안정적인 경영 기반을 가진 기업일수록 단기적 비용 부담보다 장기적인 시장 신뢰와 거래 관계를 중시하기 때문으로 해석된다. 또한, 인증 취득 시 시장 요구사항(수출상대국 규정, 해외 바이어 요구, 글로벌 트렌드 등)을 중요하게 고려한 기업은 향후에도 인증을 유지하려는 경향이 높았다. 이는 MSC 인증이 단순한 선택이 아니라 해외 거래를 지속하기 위한 필수 요건으로 작용하고 있음을 의미한다.

아울러, 재무성과(매출·수출액·수익성·수출단가·신규 계약 체결 증가)에 대한 만족도가 높을수록 인증 유지 의향도 강화되는 것으로 나타났다. 즉, 인증을 통해 가시적 경제적 성과를 경험한 기업일수록 인증을 장기적으로 유지하려는 동기가 크다는 점을 실증적으로 확인하였다.

마지막으로 MSC 인증 개선 방향 도출을 위해 IPA 분석을 통해 성과 항목별로 기업 인식을 종합적으로 분석한 결과, 다음과 같은 특징이 도출되었다.

유지·관리 영역(중요도/만족도 모두 높음)에는 고객성과(고객 만족도·신뢰도·소통 강화), 품질성과(제품 표준화), 프로세스 성과(이력 추적성 강화), 전략적 성과(기업/제품 이미지·인지도 제고, 기업 경쟁력 제고, 제품 차별화) 항목의 요인이 해당하는 것으로 나타났다. 이는 기업들이 MSC 인

증을 통해 대외 신뢰 확보와 고객 관계 강화, 품질 표준화, 추적 관리 체계 구축에서 성과를 경험하고 있음을 의미한다.

집중적 개선 영역(중요도 높음/만족도 낮음)에는 재무성과(매출·수출액·수익성·신규 계약 증가), 고객성과(고객 충성도) 항목의 요인이 해당하는 것으로 나타났다. 이는 인증이 시장 신뢰 확보에는 기여했지만, 재무적 효과로 연결되는 데는 한계가 있음을 보여준다. 이는 인증의 경제적 실질성을 강화해야 함을 시사한다.

점진적 개선 영역(중요도/만족도 모두 낮음)에는 재무성과(수출단가 증가), 고객성과(고객 불만 감소), 품질성과(생산성 향상,ロス율 절감), 프로세스 성과(경영방식 개선, 업무 효율성 강화), 전략적 성과(시장점유율 증가, 수출장벽 극복, 고용률 증가) 항목의 요인이 해당되는 것으로 분석되었다. 점진적 개선 영역에 해당되는 요인의 경우 단기 우선순위는 낮지만 중장기 수출 경쟁력 확보 차원에서는 개선이 필요하다. 다만, 생산성·효율성 요인은 MSC 인증에 따른 효과보다는 일반적으로 수출기업이 가지는 성과의 성격과 유사하므로 MSC 인증 효과보다는 기업 내부 관리 역량과 연계해 판단할 필요가 있다.

소극적 관리 영역(중요도 낮음/만족도 높음)에는 품질성과(위생·안전성 개선), 프로세스 성과(관리 투명성 강화, 규정 준수 의식 강화) 항목의 요인이 해당되는 것으로 나타났다. 해당 영역의 요인은 현 수준을 유지하면 충분하지만 국제적으로도 위생·안전 규제가 강화되고 있어 기업은 지속적인 모니터링, 정부는 제도적 지원을 보완할 필요가 있다.

경계선 항목으로 도출된 전략적 성과(수출시장 다변화), 품질성과(제품 품질 향상) 항목의 요인은 기업별 특성·시장 환경을 고려한 추가 판단이 요구된다.

04

MSC 인증을 통한 수산물 수출경쟁력 강화 방안

제1절 기본 방향

MSC(Marine Stewardship Council) 인증은 국제 수산물 무역에서 단순한 선택적 요건을 넘어 거래의 기본 조건이자 지속가능한 수산물 공급을 위한 핵심 기준으로 자리매김하고 있다. 이에 따라 우리 기업의 수출경쟁력 강화를 위해서는 단순한 인증 취득 차원을 넘어 시장 요구에 대응하고 인증을 통한 부가가치를 창출하며, 이를 뒷받침할 구조적 역량을 강화하는 방향으로 정책적 노력이 종합적으로 추진되어야 한다. 이를 위해 본 절에서는 MSC 인증을 통한 수출경쟁력 강화를 위한 세 가지 기본 방향을 제시하였다.

1. 시장 신뢰 확보 및 글로벌 수요 대응력 강화

글로벌 시장에서 MSC 인증은 수입 규제 준수와 지속가능성 확보의 핵심 지표로 작용하고 있으며, 주요 수입국과 유통망은 인증을 거래의 필수 요건으로 인식하고 있다. 이에 기업과 정부 모두가 시장 중심의 대응력을 강화해야 한다.

기업은 수출상대국의 규제, 국제 표준, 글로벌 트렌드 등 시장 요구사항에 대한 선제적 대응 능력을 강화해야 한다. 또한 MSC 인증을 활용한 브랜딩 및 고객 관계 강화 전략을 통해 바이어 신뢰와 소비자 충성도를 확보해야 한다.

정부 또한 국가별 인증 요건 및 지속가능성 기준을 체계적으로 분석·제공함으로써, 기업이 신속하게 대응할 수 있는 기반을 조성해야 한다. 이러한 시장 중심의 대응력 강화는 ‘지속가능성 준수 → 시장 접근성 확보 → 수출 안정성 제고’의 선순환 구조를 구축하는 데 기여할 것으로 판단된다.

아울러, 정부는 K·FISH와 MSC의 공동 브랜딩, 해외 전시회·홍보 프로그램, 바이어 매칭 등 국가 차원의 시장개척 지원을 강화함으로써, 한국 수산물에 ‘지속가능한 프리미엄 수산물’로 인식될 수 있도록 해야 한다. 이러한 시장 중심의 대응력 강화는 국제 거래 안정성과 수출 기반 확충에 결정적인 역할을 할 것이다.

2. 재무적 성과 제고 및 부가가치 창출

MSC 인증은 단순한 친환경 표시를 넘어, 기업의 이미지 제고·제품 차별화·프리미엄화는 물론 국가 산업 경쟁력으로도 연결되는 전략적 자산이라고 할 수 있다.

인증 취득을 통해 기업은 이미지 제고와 브랜드 경쟁력을 확보할 수 있으나, 이를 실질적인 매출 증대와 수익성 향상으로 전환하기 위해서는 프리미엄 제품 개발, 고부가가치 시장 진출, 신규 바이어 확보, 장기공급계약 확대 등의 전략적 노력이 병행되어야 한다.

정부는 이러한 기업의 노력을 뒷받침하기 위해 인증 비용 완화, 전문 인

력 양성, 맞춤형 컨설팅 및 교육 프로그램을 강화 등의 지원을 통해 기업의 참여를 촉진하고, MSC 인증을 탄소중립·ESG 정책과 연계함으로써 산업 전반의 지속가능 가치 창출 체계를 구축해야 한다. 결국 인증이 단순한 비용이 아니라 경제적·사회적 성과를 창출하는 성장 동력으로 기능하도록 유도하는 것이 핵심이다. 이처럼 인증을 매개로 가치 창출 구조를 정착시킨다면, 우리 수산물은 ‘신뢰성과 지속가능성을 갖춘 프리미엄 제품’으로 자리매김할 수 있을 것이다.

이를 위해 정부는 K·FISH 등 국가통합브랜드와 MSC 인증의 공동 브랜드 및 판로 확대 전략을 추진하고, 글로벌 유통망 및 외식업체와의 협력을 통해 한국산 수산물의 프리미엄 이미지를 강화해야 한다. 한편, 기업은 인증을 브랜드 전략·ESG 경영·마케팅 활동과 연계하여 ‘지속가능한 프리미엄 수산물 브랜드’를 구축하고 고객 충성도 제고와 프리미엄 시장 진입에 집중할 필요가 있다. 즉, MSC 인증을 단순한 친환경 표시나 규제 대응 수단이 아니라 부가가치를 창출하는 구조를 제도적으로 고도화하는 핵심 성장 동력으로 활용할 필요가 있다.

3. 구조적 역량 강화와 제도 인프라 고도화

MSC 인증 기반의 수출경쟁력은 단기적 지원이나 개별 기업의 노력만으로는 한계가 있으며, 지속가능한 산업 구조로의 전환과 제도적·기술적 인프라 구축을 통해 확보되어야 한다.

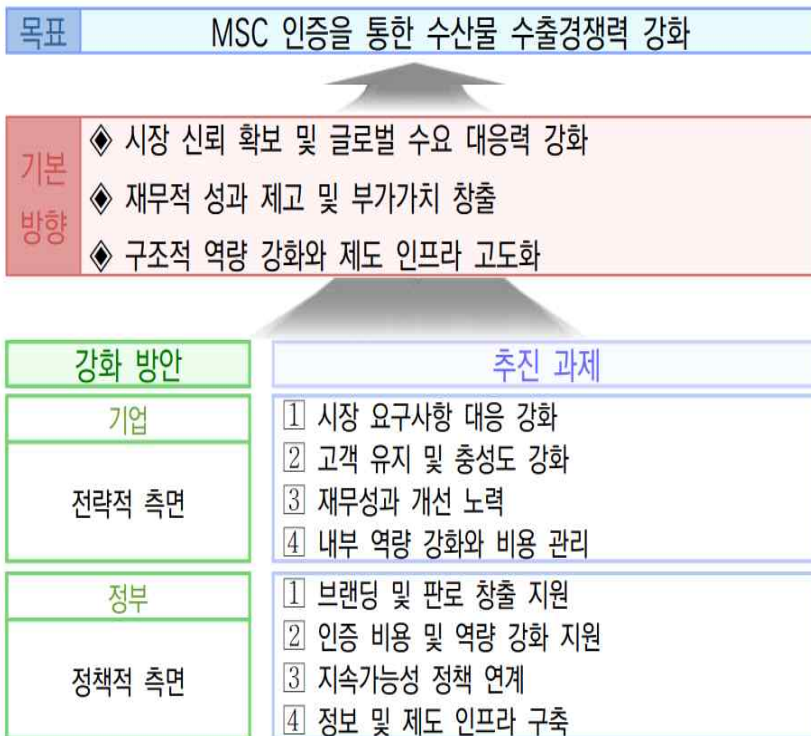
기업은 인증 전담 인력 양성, 품질 및 이력관리 시스템 개선, 비용 효율화 등을 통해 내부 역량을 지속적으로 강화해야 한다.

정부는 이를 지원하기 위한 전문 컨설팅·교육 프로그램·국가 차원의 수

산물 규제·소비 트렌드 정보 플랫폼·블록체인 기반 디지털 이력관리 시스템 등을 구축·고도화하여 기업의 대응력을 지원해야 한다. 이러한 구조적 기반이 마련될 때 기업은 인증 유지비용을 효율적으로 관리할 수 있고, 정부는 산업 전반의 투명성과 신뢰성을 제고할 수 있다.

나아가 정부와 기업의 협력 아래 탄소중립, ESG, 해양환경 보전정책과의 연계 강화를 통해 산업 전반의 지속가능성 기반을 확립하고, 국제협력 네트워크 확대를 통해 한국 수산물의 국제적 신뢰도와 장기적 수출경쟁력을 제고할 수 있을 것이다.

〈그림 4-1〉 MSC 인증을 통한 수산물 수출경쟁력 강화 기본 방향 및 추진 과제



자료: 저자 작성

제2절 추진 과제

본 절에서는 제3장의 실증분석 결과와 MSC 인증을 통한 수출경쟁력 강화를 위한 세 가지 기본 방향을 토대로 기업과 정부가 각각 추진해야 할 과제를 제시하였다. 이를 위해 기업의 전략적 측면과 정부의 정책적 측면에서 필요한 대응 방향을 구체적으로 도출하였다.

1. 기업 전략적 측면

1) 시장 요구사항 대응 강화

MSC 인증을 통한 기업의 수산물 수출경쟁력 강화를 위해서는 시장에서 요구하는 사항에 적절히 대응할 수 있는 능력을 강화할 필요가 있다. 앞서 살펴본 실증분석 결과에 따르면, 수출상대국 규정, 글로벌 스탠다드와 같은 시장 요구사항을 중요하게 고려한 기업일수록 수출 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는 국제 수산물 무역 환경에서 MSC 인증이 단순한 선택적 요건이 아니라 실질적인 거래 조건으로 작용하고 있음을 보여준다. 따라서 기업은 주요 수출국 규제와 글로벌 유통망의 지속가능성 요구를 면밀히 파악하고 이를 충족할 수 있는 전략을 수립해야 한다. 더 나아가 변화하는 해외시장 트렌드에 대응할 수 있는 선제적 관리체계 구축을 통해 안정적인 수출 기반을 확보할 필요가 있다.

2) 고객 유지 및 충성도 강화

안정적인 수출 기반을 확보하기 위해서는 고객 유지 및 충성도 강화 등을 통한 안정적 수요 확보가 중요하다. 실증분석 결과, MSC 인증은 고객 만족도와 신뢰도 향상에 긍정적인 기여를 하고 있어 장기적인 거래 관계 유지에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 것으로 나타났다. 이는 해외 바이어와 소비자가 인증을 신뢰의 신호로 받아들이고 있음을 시사한다. 따라서 기업은 MSC 인증을 활용하여 고객 충성도를 높이는 마케팅 전략을 적극 추진할 필요가 있다. 예를 들어 브랜드 신뢰도 제고를 통한 충성도 강화 방안, 장기 파트너십 기반의 거래 강화 방안, 고객 경험 개선 방안 등이 있을 수 있다.

우선, MSC 에코라벨을 제품 포장과 홍보물, 전시회 등 다양한 접점에서 적극적으로 활용하고 인증이 지닌 의미와 효과를 스토리텔링 방식으로 전달함으로써 브랜드 신뢰도를 제고해야 한다. “지속가능한 수산물 소비가 환경보전에 기여한다.”는 메시지를 소비자 경험과 연계할 경우 단순 구매를 가치 소비로 전환시켜 장기적 충성도를 확보할 수 있을 것으로 판단된다.

아울러, 글로벌 유통망과 외식업체와의 장기 파트너십 기반의 거래를 강화할 필요가 있다. 지속가능성에 대한 글로벌 수요가 증가함에 따라 기업에서는 MSC 인증 제품의 안정적인 공급을 통해 바이어와의 장기 파트너십을 구축해야 한다. 이러한 과정에서 이력 추적 관리 시스템을 바이어에게 투명하게 제공한다면 거래 안정성과 신뢰를 더욱 강화할 수 있을 것으로 판단된다.

마지막으로 기업은 인증 취득을 ESG 활동과 연계하여 소비자와 바이어 모두 사회적 가치 창출 과정에 동참하고 있다는 인식을 갖도록 해야 한다. 이를 통해 고객 충성도는 단순한 반복 구매 차원을 넘어 기업과의 장기적 관계 형성으로 이어질 수 있으며, 결과적으로 수출 기반의 안정성과 확장성을 동시에 확보할 수 있을 것으로 판단된다.

3) 재무성과 개선 노력

기업들은 MSC 인증을 통해 기업/제품 이미지·인지도 제고, 기업 경쟁력 강화 등 전략적 성과를 경험하고 있으나, 이러한 성과가 매출 확대나 수익성 증가와 같은 직접적인 재무성으로 충분히 전환되지 못하고 있는 것으로 분석되었다.

실증분석에 따르면 기업은 전략적 성과(기업/제품 이미지·인지도 제고, 기업 경쟁력 제고, 제품 차별화)에 대한 만족도가 높을수록 수출 성과(수출액 변화)가 큰 것으로 나타났다. 반면, 기업은 재무성과 항목에 대한 중요도는 높게 판단하고 있지만 실제 만족도는 낮은 것으로 나타나 해당 항목은 집중적인 개선이 필요한 영역으로 분류되었다. 이에 기업은 인증이 단순한 이미지 관리가 아니라 인증 효과를 실질적인 재무성으로 연결하기 위한 프리미엄 제품 개발, 고부가가치 시장 진출, 신규 바이어 확보 및 장기계약 확대 등의 노력을 기울여야 할 것으로 판단된다.

기업은 프리미엄 제품 개발과 고부가가치 시장 진출을 적극적으로 추진해야 한다. 단순히 MSC 인증을 획득하는 것에 그치지 않고 인증을 활용해 제품을 고급화하고 차별화함으로써 글로벌 유통망이나 외식업체에 프리미엄 제품으로 포지셔닝할 필요가 있다. 예를 들어 인증 제품을 ‘친환경·지속가능 프리미엄 라인’으로 고급 소비층을 타겟팅한다면 가격 프리미엄을 통한 수익성 확대가 가능하다.

또한, 신규 시장 개척과 장기계약 확보 전략이 병행되어야 한다. 현재 MSC 인증에 대한 수요는 북미·유럽 시장이 중심이지만 아시아 신흥시장에서도 점차 지속가능성 인증에 대한 관심이 확대되고 있는 추세이다. MSC 인증 기업에서는 이러한 시장 기회를 활용해 신규 바이어를 발굴하고 MSC 인증이 제공하는 신뢰성을 기반으로 장기공급계약을 체결함으로써 안정적인 지속 가능한 매출 기반을 구축해야 한다.

4) 내부 역량 강화와 비용 관리

실증분석에 따르면 인증 취득 비용 부담은 수출 성과에 부정적인 영향을 미치는 주요 요인으로 분석되었으며, 영세한 기업이 많은 수산물 수출구조 특성상 이러한 영향은 더욱 크게 다가올 수 있다.

이에 기업은 인증 취득과 유지 과정에서 발생하는 비용을 체계적으로 관리하는 한편, 인증 관련 지식과 전문성을 내재화할 필요가 있다. 내부적으로는 인증 전담 인력을 양성하고 외국어 역량이나 품질관리 능력을 강화함으로써 인증 효과의 지속성을 높일 수 있다.

아울러, 생산성 향상, 로스율 절감, 업무 효율화 등은 단기적 우선순위는 낮지만 장기적인 경쟁력 강화를 위해서는 꾸준한 개선이 필요할 것으로 판단된다.

〈표 4-1〉 기업 전략적 측면의 수출경쟁력 강화 방안

구분	과제	주요 내용	기대 효과
1	시장 요구사항 대응 강화	- 수출상대국 규정, 글로벌 스탠다드 등 국제적 요구 충족 - 글로벌 유통망의 지속가능성 기준 반영 - 변화하는 해외시장 트렌드에 대한 선제적 대응 체계 구축	- 해외시장 진입 안정성 확보 - 거래 조건 충족을 통한 바이어 신뢰 확보 - 안정적 수출 기반 강화
2	고객 유지 및 충성도 강화	- MSC 에코라벨 활용 및 스토리텔링 마케팅 - 고객 만족도·신뢰도 향상, 장기 파트너십 구축 - 이력 추적 관리 시스템 제공을 통한 투명성 강화 - ESG 활동과 연계한 가치소비 촉진	- 장기적 거래관계 안정화 - 고객 충성도 및 재구매율 제고 - 바이어 및 소비자와의 신뢰 기반 강화
3	재무성과 개선 노력	- 프리미엄 제품 개발 및 고부가가치 시장 진출 - 신규 바이어 발굴 및 장기공급계약 확대	- 매출액·수출액 증대 - 수익성 향상 및 가격 프리미엄 확보
4	내부 역량 강화와 비용 관리	- 인증 비용의 체계적 관리 - 인증 전담 인력 양성 및 외국어·품질관리 역량 강화 - 생산성 향상, 로스율 절감, 업무 효율화 추진	- 인증 유지 역량 강화 - 장기적 기업 경쟁력 강화

자료: 저자 작성

2. 정부 정책적 측면

1) 브랜딩 및 판로 창출 지원

MSC 인증의 효과가 실질적인 성과로 이어지기 위해서는 기업 단독으로는 글로벌 시장에서의 효과적인 홍보와 판로 개척에 한계가 있기 때문에 한국산 수산물이 ‘지속가능한 프리미엄 수산물’이라는 이미지를 확립할 수 있도록 국가적 차원의 브랜딩과 판로 지원이 필요하다. 지원해야 한다.

국가적 차원의 브랜딩 예로 한국산 수산물의 글로벌 시장 경쟁력 강화를 위해 국가통합브랜드와 국제 지속가능성 인증을 연계한 공동 브랜딩 전략을 들 수 있다. K·FISH가 국가 차원의 품질과 신뢰를 상징한다면, MSC는 국제적으로 검증된 지속가능성을 대표하는 인증이므로 양자의 결합은 한국 수산물의 차별성을 극대화할 수 있을 것으로 판단된다.

수출 제품 포장에 정부에서 운영하고 있는 수산물 국가통합브랜드인 K·FISH 인증과 MSC 에코라벨을 병기한다면, ‘한국 정부가 보증한 국가 브랜드’와 ‘국제적으로 검증된 지속가능성’이라는 이미지를 동시에 전달할 수 있다. 아울러, ‘K·FISH with MSC - Sustainable & Premium Koeran Seafood’와 같은 공동 슬로건을 개발하여 글로벌 시장에서 차별화된 이미지를 구축하는 방법이 있다.

이러한 공동 브랜딩 제품을 프리미엄 수산물로 포지셔닝하여 글로벌 호텔 체인, 외식업체, 대형 유통망과의 협력 확대에 활용해야 한다. 예를 들어 해외 호텔·레스토랑 메뉴판, 유통망 프리미엄 존 등에 K·FISH와 MSC 공동 로고를 표시할 수 있도록 하여 브랜드 인지도를 높이고, 동시에 프리미엄 소비층을 공략할 수 있도록 해야 한다. 나아가 이러한 전략적 협력 확대를 통해 MSC 인증 수산물이 단순한 홍보를 넘어 실제 구매와 장기계약으로 이어질 수 있는 기반을 마련해야 한다. 아울러 해외 전시회, 바이어

매칭 프로그램, 온라인 플랫폼 홍보 등 다양한 판로 개척 활동을 국가 차원에서 지원한다면 기업의 수출 기회는 한층 확대될 것이며, 인증 제품이 글로벌 시장에서 가격 프리미엄을 확보하는 데에도 기여할 수 있다.

이 외에도 K·FISH와 MSC 인증을 단순한 수출 마케팅 차원을 넘어, 지속가능한 국가 수산물 정책과 연계해야 할 필요가 있다. 예를 들어 탄소중립 로드맵, ESG 경영 확산 정책과 연동하여 K·FISH × MSC 브랜드를 홍보한다면 해외 소비자와 바이어에게 한국 수산물이 “환경적 가치와 사회적 책임을 갖춘 프리미엄 수산물”이라는 인식을 심어줄 수 있다. 이는 장기적으로 한국 수산물의 글로벌 브랜드 가치 제고와 지속 가능한 수출 기반 마련에 크게 기여할 것으로 판단된다.

2) 인증 비용 및 역량 강화 지원

MSC 인증은 국제 수산물 시장에서 거래의 기본 조건이자 경쟁력 확보의 필수 요소로 자리 잡고 있으나, 인증 취득과 유지에 소요되는 비용은 특히 중소기업에게 상당한 부담으로 작용한다.

실증분석에서도 인증 비용 부담이 수출 성과에 부정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이에 따라 정부는 단순 비용 보조 차원을 넘어 다양한 맞춤형 지원 체계를 마련해야 할 것으로 판단된다. 예를 들어 전문 컨설팅과 교육 프로그램을 통해 인증 준비 과정에서 발생하는 시행착오를 최소화할 수 있도록 해야 한다. 아울러, 인증 전담 인력 양성, 외국어 역량 강화, 품질관리 전문성 제고 등을 위한 인증 취득 지원 등 맞춤형 지원체계를 마련한다면 기업의 인증 취득 및 유지 역량을 구조적으로 강화할 수 있다. 이를 통해 중소기업의 참여를 촉진하고 산업 전반의 인증 확산을 도모할 수 있을 것으로 판단된다.

3) 지속가능성 정책 연계

MSC 인증은 국제적으로 ESG, 탄소중립, 해양 자원 관리 등 지속가능성 논의와 밀접하게 연결되어 있다. 이에 따라 정부는 MSC 인증을 국가 수산물 수출 전략 및 환경정책과 긴밀히 연계할 필요가 있다. 예를 들어, 해양수산부의 탄소중립 로드맵, ESG 경영 확산 정책, 해양환경 보전 정책과 MSC 인증을 연계하여 지원한다면 국제 사회에서의 규제 대응력과 교섭력이 한층 강화될 수 있다. 이는 한국산 수산물이 단순히 가격 경쟁력에 의존하지 않고, “지속가능성과 신뢰성”을 겸비한 프리미엄 수산물로 글로벌 시장에 자리매김할 수 있는 기반이 될 것이다. 나아가 정부 차원에서 국제기구, 글로벌 NGO, 해외 정부와의 협력 네트워크를 확대하여 MSC 인증을 활용한 외교적·산업적 레버리지를 강화하는 것도 필요하다.

4) 정보 및 제도 인프라 구축

해외 시장의 규제와 소비자 트렌드는 빠르게 변화하고 있으며, 이는 기업의 인증 유지와 수출 전략에도 직접적인 영향을 준다. 따라서 정부는 수산물 수출 관련 정보 및 제도 인프라를 구축하여 기업이 선제적으로 대응할 수 있도록 지원해야 한다. 구체적으로는 국가별 수산물 규제 현황과 해외시장 정보를 한눈에 확인할 수 있는 온라인 플랫폼을 제공하고 주요 유통업체의 지속가능성 요구를 분석·제공하는 정보 시스템을 운영하여 기업의 선제적 대응을 지원해야 한다. 더 나아가 블록체인 기반의 디지털 이력 관리 플랫폼을 구축하여 원산지, 어획·양식 과정, 유통 경로를 투명하게 공개할 수 있다면 해외 바이어는 물론 소비자들에게도 한국 수산물의 신뢰성을 효과적으로 입증할 수 있다. 이러한 인프라는 한국산 수산물의 경쟁력을 제고하는 핵심 기반이 될 수 있다.

〈표 4-2〉 정부 정책적 측면의 수출경쟁력 강화 방안

구분	과제	주요 내용	기대 효과
1	브랜딩 및 판로 창출 지원	- K·FISH와 MSC 공동 브랜딩 전략 추진 - 공동 로고·슬로건 개발 및 제품 포장·홍보 활용 - 글로벌 유통망, 호텔·외식업체와 협력 확대 - 해외 전시회, 바이어 매칭, 온라인 홍보 지원 - ESG·탄소중립 정책과 연계 홍보	- 한국산 수산물의 프리미엄 이미지 구축 - 글로벌 시장에서의 차별화된 브랜드 가치 제고
2	인증 비용 및 역량 강화 지원	- 중소기업 대상 인증 비용 부담 완화 지원 - 전문 컨설팅, 교육 프로그램, 전담 인력 양성, 외국어·품질관리 역량 강화	- 인증 취득 및 유지 역량 강화 - 중소기업 참여 확대 - 산업 전반의 인증 확산 촉진
3	지속가능성 정책 연계	- MSC 인증을 국가 수출 전략 및 환경·ESG 정책과 연계 - 탄소중립 로드맵, 해양환경 보전 정책과 통합 지원 - 국제기구·NGO·해외 정부와 협력 네트워크 확대	- 국제규제대응력 및 교섭력 강화 - 지속가능성과 신뢰성을 확보한 프리미엄 수산물 - 산업·외교적 레버리지 강화
4	정보 및 제도 인프라 구축	- 국가별 수산물 규제·소비 트렌드 대시보드 구축 - 주요 바이어·유통업체 지속가능성 요구 정보 제공 - 블록체인 기반 디지털 이력관리 플랫폼 운영	- 기업의 선제적 대응 역량 강화 - 수출 리스크 감소 - 한국산 수산물의 신뢰성과 투명성 제고

자료: 저자 작성

05

결론 및 정책 제언

제1절 요약 및 결론

본 연구는 수산물 수출기업의 MSC 인증 취득이 기업 성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고, 이를 토대로 수출경쟁력 강화를 위한 정책적 시사점을 도출하고자 하였다.

제1장에서는 본 연구의 배경과 목적, 연구 내용 및 방법, 선행연구 검토를 통해 MSC 인증의 성과를 실증적으로 분석하고 수산물 경쟁력 강화를 위한 실무적, 정책적 활용 방안을 규명할 필요성을 문제의식으로 설정하였다.

제2장에서는 이론적 논의를 통해 MSC 인증의 도입 배경, 글로벌 동향, 인증이 기업 성과에 미치는 영향을 정리하였다. 이를 통해 국제 수산물 시장에서 지속가능성과 위생안전 요구가 강화되고 있는 가운데, MSC 인증은 단순한 선택이 아닌 글로벌 거래 조건으로 작용하고 있음을 논의하였다.

제3장에서는 설문조사를 통해 수집된 데이터를 활용하여 MSC 인증의 성과를 실증적으로 분석하였다. 구간회귀분석을 통해 수출액 변화에 영향

을 미치는 요인을 규명하였고, 순서형 로짓 분석을 통해 인증 유지 의향의 결정요인을 분석하였다. 또한 IPA 분석을 통해 재무·고객·품질·프로세스·전략적 성과별 중요도와 만족도를 평가하여 기업이 인식하는 성과와 개선 과제를 도출하였다. 이를 통해 MSC 인증이 고객성과(고객 만족도·신뢰도·소통 강화), 전략적 성과(기업/제품 이미지·인지도 제고, 기업 경쟁력 제고, 제품 차별화)에는 긍정적 영향을 미치나 재무성과 전환에는 한계가 있다는 점을 확인하였다.

제4장에서는 앞선 분석 결과를 토대로 MSC 인증을 활용한 수산물 수출 경쟁력 강화 방안에 대한 기본 방향을 설정하고 기업의 전략적 측면과 정부의 정책적 측면에서의 추진 과제를 제시하였다. 기업은 ▲시장 요구사항 대응 강화, ▲고객 유지 및 충성도 제고, ▲재무성과 개선 노력, ▲내부 역량 강화와 비용 관리가 필요함을 확인하였다. 정부는 ▲브랜딩 및 판로 창출 지원, ▲인증 비용 및 역량 강화 지원, ▲지속가능성 정책 연계, ▲정보 및 제도 인프라 구축과 같은 정책적 노력이 요구됨을 제시하였다.

이상의 분석을 종합하면, MSC 인증은 한국 수산물 수출기업이 국제 시장에서 신뢰성과 차별성을 확보하는 중요한 수단으로 작용하고 있다. 그러나 인증 비용 부담과 재무성과로의 한계는 여전히 개선 과제로 남아 있으며, 이에 따라 기업의 전략적 대응과 정부의 정책적 지원이 병행될 필요가 있음을 확인하였다. 이를 종합하면 다음과 같은 시사점을 도출할 수 있다.

첫째, 기업 전략적 측면에서 MSC 인증은 단순한 마케팅 도구가 아니라 글로벌 시장 진입을 위한 필수 요건으로 자리매김하고 있다. 따라서 기업은 ▲수출국 규제와 글로벌 유통망 요구에 선제적으로 대응하고, ▲인증 신뢰도를 활용하여 고객 충성도와 장기적 거래 관계를 강화하며, ▲프리미엄 제품 개발·신규 시장 개척·장기 계약 확대를 통해 인증 효과를 실질적 재무성과로 전환해야 한다. 아울러 ▲인증 비용 관리, 전담 인력 양성, 품

질·외국어 역량 강화 등을 통해 내부 역량을 보완함으로써 지속 가능한 인증 유지 기반을 확보할 필요가 있다.

둘째, 정부 정책적 측면에서는 기업의 전략적 노력이 성과로 이어질 수 있도록 제도적·정책적 지원이 병행되어야 한다. 구체적으로는 ▲K·FISH와 MSC를 연계한 공동 브랜딩 전략과 판로 개척 지원, ▲중소기업의 인증 취득·유지 부담을 완화하기 위한 비용·역량 지원, ▲MSC 인증을 탄소중립·ESG 등 지속가능성 정책과 연계한 국제 교섭력 강화, ▲국가 차원의 정보 제공 및 디지털 이력관리 인프라 구축이 필요하다.

결론적으로, 기업의 전략적 실행과 정부의 정책적 지원이 상호 보완적으로 작동할 때 MSC 인증은 단순한 수출 요건을 넘어 한국 수산업의 글로벌 경쟁력을 강화하는 핵심 수단으로 기능할 수 있다. 이에 따라 기업과 정부는 각각의 역할과 책임을 명확히 하고, 긴밀한 협력체계를 구축해야 할 것이다.

마지막으로 제5장에서는 요약 및 결론, 정책 제언을 제시하였다. 정책 제언으로는 인증 비용 및 역량 지원 확대, 브랜딩 및 판로 창출 지원, 정보 및 제도 인프라 강화, 지속가능성 정책과의 연계 강화를 제시하였다.

제2절 정책 제언

본 연구의 분석 결과를 토대로 MSC 인증을 통한 수산물 수출경쟁력 강화를 위한 정책 제언은 다음과 같이 정리할 수 있다.

1. 인증 비용 및 역량 지원 확대

정부는 MSC 인증 취득 및 유지 과정에서의 비용 부담을 완화할 수 있는 제도를 마련해야 한다. 취득 및 유지 비용은 특히 중소기업에게 큰 부담으로 작용한다. 이에 따라 정부는 단순한 보조금 지원을 넘어 다층적·맞춤형 지원체계를 구축할 필요가 있다.

첫째, 전문 컨설팅 및 교육 프로그램을 통해 기업들이 인증 준비 과정에서 발생할 수 있는 시행착오를 최소화하고, 인증 절차의 효율성을 높여야 한다.

둘째, 인증 전담 인력 양성과 외국어 역량, 품질관리 전문성 강화를 지원하여 기업 내부의 역량을 구조적으로 제고해야 한다. 이러한 지원은 단순히 일회성 비용 경감을 넘어 기업이 장기적으로 인증을 유지하고 효과를 볼 수 있도록 하는 자생적 역량 기반을 마련한다는 점에서 중요하다.

이를 통해 특히 중소기업의 인증 참여를 확대하고 산업 전반의 인증 확산을 촉진할 수 있을 것으로 판단된다.

2. 브랜딩 및 판로 창출 지원

MSC 인증이 실질적인 수출 성과로 이어지기 위해서는 단순히 개별 기업의 노력만으로는 한계가 존재한다. 국제 시장에서의 인지도 제고와 판로 확대는 국가 차원의 전략적 접근이 필요하다.

첫째, 공동 브랜딩 전략을 통해 한국산 수산물의 차별성을 강화해야 한다. 정부가 운영하는 국가통합브랜드 K·FISH와 국제적으로 신뢰받는 지속가능성 인증인 MSC를 결합함으로써 한국 수산물이 ‘정부가 보증한 품질’과 ‘글로벌 기준의 지속가능성’을 동시에 갖춘 프리미엄 수산물이라는 이미지를 확립할 수 있다. 예를 들어, ‘K·FISH with MSC - Sustainable & Premium Korean Seafood’와 같은 공동 슬로건을 개발하여 글로벌 시장에 차별화된 메시지를 전달하는 것이 효과적일 것으로 판단된다.

둘째, 글로벌 유통망 및 호텔·외식업체와의 전략적 제휴 확대가 필요하다. 해외 호텔·레스토랑의 메뉴판, 대형마트의 프리미엄 존, 온라인 플랫폼의 주요 진열대에 K·FISH와 MSC 공동 로고를 표기하도록 지원함으로써 소비자 접점을 확대하고 브랜드 신뢰도를 높일 수 있다. 이를 통해 단순한 홍보 차원을 넘어 인증 수산물이 가격 프리미엄과 장기계약으로 이어질 수 있는 실질적 판로를 확보할 수 있다.

셋째, 국가 차원의 판로 개척 활동 지원이 요구된다. 해외 전시회 참가, 글로벌 바이어 매칭 프로그램, 온라인 마케팅 플랫폼 운영 등을 통해 중소기업이 글로벌 시장에 효과적으로 진출할 수 있는 기회를 제공해야 한다. 또한, 국가가 직접 운영하는 ‘MSC 인증 수산물 전문 홍보관’을 주요 수출 시장에 설치하여 한국산 인증 제품을 집약적으로 홍보하는 방안도 고려할 수 있다.

3. 정보 및 제도 인프라 강화

글로벌 수산물 시장은 국가별 규제, 소비자 선호, 유통구조 변화가 매우 빠르게 전개되는 분야이다. 기업 단독으로 이러한 정보를 수집·분석하기에는 한계가 있으며, 정부 차원의 정보 제공 및 제도 인프라 구축이 필요하다.

첫째, 국가별 규제 및 소비 트렌드 정보 제공 플랫폼 구축이 필요하다. 수출 대상국의 위생·환경 규제, 지속가능성 인증 요건, 주요 유통망의 구매 정책 등을 실시간으로 업데이트하여 기업들이 이를 즉각적으로 활용할 수 있도록 해야 한다.

둘째, 글로벌 바이어 및 유통업체 정책 정보 제공이 중요하다. 주요 글로벌 유통망(월마트, 코스트코, 까르푸 등)과 호텔 및 외식업체(힐튼, 하얏트 등)의 MSC 인증 요구 동향을 체계적으로 분석하여 제공함으로써 기업이 수출 전략을 사전에 조율할 수 있도록 지원할 필요가 있다.

셋째, 디지털 기반의 이력관리 시스템 도입을 확대해야 한다. 블록체인 기술을 활용해 어획·양식, 가공, 유통의 전 과정을 투명하게 기록·공유함으로써 해외 바이어는 물론 해외 소비자에게도 한국 수산물의 신뢰성을 보장할 수 있다. 이러한 정보 제공은 단순히 거래 신뢰 확보 차원을 넘어 국제적으로 한국 수산물이 ‘투명한 생산·유통 관리 체계’를 갖춘 국가로 자리매김하는 데 기여할 것으로 판단된다.

4. 지속가능성 정책과의 연계 강화

MSC 인증은 단순한 무역 인증이 아니라 국제 사회의 지속가능성·탄소 중립·ESG 의제와 긴밀히 연결된 제도이다. 따라서 정부는 MSC 인증을 국가 차원의 수출 전략 및 환경 정책과 연계하여 추진해야 한다.

첫째, 국가 지속가능성 정책과의 연동이다. 예를 들어 해양수산부의 「2050 탄소중립 로드맵」, ESG 경영 확산 정책, 수산식품산업 육성 기본계획과 MSC 인증을 유기적으로 결합함으로써 인증 취득 기업이 정부 정책의 수혜를 직접적으로 받을 수 있도록 해야 한다.

둘째, 국제 협력 네트워크 활용이 중요하다. 정부는 FAO, OECD, 글로벌 NGO(WWF 등), 해외 정부와의 협력 네트워크를 확대하여 MSC 인증을 외교적·산업적 협상력 강화 수단으로 활용할 필요가 있다. 이를 통해 한국 수산물은 단순히 가격 경쟁력에 의존하는 상품이 아니라 지속가능성과 신뢰성을 동시에 갖춘 프리미엄 수산물로 인식될 수 있다.

셋째, ESG·탄소중립 홍보 연계이다. K·FISH와 MSC 공동브랜드를 ESG·탄소중립 관련 정책 홍보와 연계한다면 해외 소비자와 바이어는 한국 산 수산물이 환경적 책임과 사회적 가치를 동시에 구현하는 제품으로 인식하게 될 것이다. 이는 장기적으로 한국 수산물의 글로벌 브랜드 가치를 제고하는 효과로 이어질 수 있다.

참고문헌

국내 문헌

- 김태영·전정환(2024), 제품인증유형에 따른 기업 경영성과 차이 분석, 산업혁신연구, 40(4), pp. 56-68.
- 박현지(2018), 에코라벨 인증 수산물에 대한 소비자 지불의사금액 추정, 부경대학교 대학원 해양수산경영학과 석사학위논문.
- 박혜진(2024), 수산물 수출기업의 국제 인증 취득 의사결정과 경영성과에 관한 연구, 부경대학교 대학원 해양수산경영학과 박사학위논문.
- 배도용·이병채(2021), 녹색인증제도가 기업경영성과에 미치는 영향에 대한 실증분석, 경영경제연구, 43(1), pp. 231-248.
- 서원석(2013), 순서형로짓모형을 이용한 재개발사업 이전 주택유형별 재정착만족도에 영향을 미치는 근린요소 분석, 서울시연구, 14(1), pp. 39-55.
- 이군희(2006), ISO 9000/14000 인증효과에 대한 실증적 연구, 한국품질경영학회지, 34(3), pp. 98-107.
- 이양기·강봉주(2021), WTO/TBT 제품인증획득이 기업의 수출 성과에 미치는 영향 : 기술동적역량과 마케팅 조절효과를 중심으로, 한국경제통상학회, 39(1), p p. 137-160.
- 이정삼·엄성희·정수빈·황규환(2016), 소비자 참여형 수산자원 관리방안, 기본연구 2016-05, 한국해양수산개발원.

2023-24 MSC 연간보고서(2024), MSC.
MSC 및 ASC CoC 인증 절차 가이드(2019), MSC.
MSC 소개자료 책자(2020), MSC.
MSC 어업 인증 절차 가이드(2019), MSC.

국외 문헌

Davies, W., & Williams, C. (2020). Evaluating the socioeconomic impacts of Marine Stewardship Council certification at the fishery level. NEF Consulting, Marine Stewardship Council Report

Fernández Sánchez, J. L., Fernández Polanco, J. M., & Llorente García, I(2020). Evidence of price premium for MSC-certified products at fishers' level: The case of the artisanal fleet of common octopus from Asturias (Spain). *Marine Policy*, 119, 104098.

Martilla, J. A., & James, J. C.(1977), Importance-performance analysis, *Journal of marketing*, 41(1), pp.77-79.

UN environment programme(2022), Monitoring framework for the Kunming-Montreal global biodiversity framework.

인터넷 자료

FAO, <https://www.fao.org/fishery/en>.(검색일: 2025.4.14.)

MSC 홈페이지, A sound idea: 'Banana Pinger' audio device could help reduce porpoise bycatch, <https://www.msc.org/media-centre/news-opinion/news/2020/06/15/banana-pinger-device-could-help-reduce-porpoise-bycatch> (검색일: 2025.4.17.)

기타

수산물식품 국제인증 저변확대를 위한 전문가 포럼 발표 자료(2024), 한국수산물협회.

부 록

1. 설문지

〈부록 그림 1-1〉 설문조사_개요

MSC 인증 취득 수산물 수출기업 설문조사

안녕하십니까? 국무총리실 산하 정책연구기관인 한국해양수산개발원(KMI)입니다.

본 설문지는 “MSC 인증 취득에 따른 수산물 수출기업의 성과”를 분석하기 위한 주요 자료로 활용하는 데 그 목적이 있습니다.

귀하께서 작성하여 주신 설문지의 내용은 오로지 학문적 목적을 위한 통계 분석 자료로만 사용될 것을 약속드리며, 아래의 통계법 제33조 및 제34조에 의거 특정 개인이나 기업의 특성은 절대 노출되지 않습니다.

바쁘시더라도 잠시만 시간을 내주시어 설문에 응답해 주시면 감사하겠습니다.

2025년 5월

제33조(비밀의 보호)

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

제34조(통계종사자 등의 의무)

통계종사자, 통계종사자이었던 자 또는 통계작성기관으로부터 통계 작성업무의 전부 또는 일부를 위탁 받아 그 업무에 종사하거나 종사하였던 자는 직무상 알게 된 사항을 업무 외의 목적으로 사용하거나 다른 자에게 제공하여서는 아니 된다.

자료: 저자 작성

〈부록 그림 1-2〉 설문조사_MSC 인증 취득 정보

1. MSC 인증 취득 정보

Q1. 귀 사업체는 해외 수출(직접, 간접)을 하십니까?

① 예 ② 아니오(설문 종료)

Q2. 귀 사업체는 MSC 인증을 보유하고 계십니까?

① 예 ② 아니오(설문 종료)

Q2-1. 귀 사업체의 MSC 인증 최초 획득 연도는 어떻게 되십니까? (작성) 해당연도 기재

Q2-2. 귀 사업체는 MSC 인증 획득 비용이 경영상 부담이 된다고 느끼십니까?

* 인증 신청, 심사, 컨설팅, 관련 시스템 정비 등 포함

매우 낮다	낮다	보통이다	높다	매우 높다
①	②	③	④	⑤

Q2-3. 귀 사업체는 MSC 인증 유지 비용이 경영상 부담이 된다고 느끼십니까?

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

Q2-4. 귀 사업체는 MSC 인증을 유지할 의향이 있으신가요?

① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 약간 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

Q2-5. 귀 사업체는 지속가능성 인증(MSC) 획득한 것에 대해 사업체 경영에 있어 전반적으로 얼마나 만족하시나요?

매우 불만이다	불만이다	보통이다	만족한다	매우 만족한다
①	②	③	④	⑤

Q3. 귀 사업체는 MSC 인증 획득으로 어떤 성과를 얻을 것으로 기대하고 인증을 획득하려고 하셨습니까?

(1순위) 해당연도 기재 (2순위) 해당연도 기재 (3순위) 해당연도 기재

① 높은 수출 단가 ② 신규 시장 확대 ③ 신규 거래처 확보 ④ 이미지 개선 ⑤ 고용 확대
⑥ 어획량 증대 ⑦ 기타(작성 :)

Q4. 귀 사업체는 MSC 인증 획득에 따른 '비용'과 '이익' 중 어느 쪽이 더 크다고 느끼십니까?

비용이 훨씬 크다	비용이 약간 크다	비용과 이익이 비슷하다	이익이 약간 크다	이익이 훨씬 크다
①	②	③	④	⑤

자료: 저자 작성

〈부록 그림 1-3〉 설문조사_인증 취득 요인

2. MSC 인증 취득에 영향을 미치는 요인

Q5. 귀 사업체가 MSC 인증을 취득하고자 할 때 어떤 요인을 가장 중요하게 생각하십니까?

항목		전혀 중요하지 않다	중요하지 않다	보통이다	약간 중요하다	매우 중요하다
시장 요구사항	1. 수출상대국 규정	①	②	③	④	⑤
	2. 해외 바이어 요구	①	②	③	④	⑤
	3. 소비자 선호도	①	②	③	④	⑤
	4. 글로벌 스탠다드	①	②	③	④	⑤
	5. 글로벌 트렌드	①	②	③	④	⑤
	6. 경쟁사의 인증 취득	①	②	③	④	⑤
취득요건	1. 인증 취득 비용	①	②	③	④	⑤
	2. 설비 투자 비용	①	②	③	④	⑤
	3. 소요 시간	①	②	③	④	⑤
	4. 취득 난이도(절차)	①	②	③	④	⑤
	5. 인증 유효기간	①	②	③	④	⑤
	6. 투입 인력	①	②	③	④	⑤
	7. 정부 지원	①	②	③	④	⑤
경영진의 추진 의지	1. 경영진의 결단력(의지)	①	②	③	④	⑤
	2. 경영진의 지원	①	②	③	④	⑤
	3. 경영진의 관심	①	②	③	④	⑤
	4. 전담 인력 배치(조직구조 개편)	①	②	③	④	⑤
	5. 전 직원의 이해와 참여 유도	①	②	③	④	⑤
조직 역량	1. 조직 규모	①	②	③	④	⑤
	2. 설비·시스템 역량	①	②	③	④	⑤
	3. 인증 관련 지식 역량	①	②	③	④	⑤
	4. 부서 간 상호협력 역량	①	②	③	④	⑤
	5. 담당 직원의 외국어 역량	①	②	③	④	⑤
네트워크	1. 컨설팅업체와의 긴밀한 관계	①	②	③	④	⑤
	2. 인증기관과의 긴밀한 관계	①	②	③	④	⑤
	3. 정부와의 긴밀한 관계	①	②	③	④	⑤
	4. 수출지원기관과의 긴밀한 관계	①	②	③	④	⑤
	5. 동종업계와의 긴밀한 관계	①	②	③	④	⑤

자료: 저자 작성

〈부록 그림 1-4〉 설문조사_인증 취득 성과(1)

3. MSC 인증 취득 성과

Q6. 귀 사업체는 MSC 인증 획득 이후 대비 어떤 성과를 얻었습니까?

항목		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
재무 성과	1. 매출액 증가	①	②	③	④	⑤
	2. 수출액 증가	①	②	③	④	⑤
	3. 수익성(영업이익) 증가	①	②	③	④	⑤
	4. 수출단가 증가	①	②	③	④	⑤
	5. 신규계약 체결 건수 증가	①	②	③	④	⑤
고객 성과	1. 고객(바이어, 소비자) 만족도 향상	①	②	③	④	⑤
	2. 고객(바이어, 소비자) 신뢰도 향상	①	②	③	④	⑤
	3. 고객(바이어, 소비자) 충성도 향상	①	②	③	④	⑤
	4. 고객(바이어, 소비자) 소통 강화	①	②	③	④	⑤
	5. 고객(바이어, 소비자) 불만 감소	①	②	③	④	⑤
품질 성과	1. 제품 품질 향상	①	②	③	④	⑤
	2. 생산성 향상	①	②	③	④	⑤
	3. 위생·안전성 개선	①	②	③	④	⑤
	4. 제품 표준화	①	②	③	④	⑤
	5. 로스를 절감	①	②	③	④	⑤
프로세스 성과	1. 경영방식(관행) 개선	①	②	③	④	⑤
	2. 관리 투명성 강화	①	②	③	④	⑤
	3. 업무 효율성 강화	①	②	③	④	⑤
	4. 직원들의 규정 준수 의식 강화	①	②	③	④	⑤
	5. 이력 추적성 강화	①	②	③	④	⑤
전략적 성과	1. 기업/제품 이미지·인지도 제고	①	②	③	④	⑤
	2. 기업 경쟁력 제고	①	②	③	④	⑤
	3. 제품 차별화	①	②	③	④	⑤
	4. 수출시장 다변화	①	②	③	④	⑤
	5. 시장점유율 증가	①	②	③	④	⑤
	6. 수출장벽 극복	①	②	③	④	⑤
	7. 고용률 증가	①	②	③	④	⑤

자료: 저자 작성

〈부록 그림 1-5〉 설문조사_인증 취득 성과(2)

Q6-1. 귀 사업체는 MSC 인증 획득 전후로 수출액은 어떤 변화를 보였습니까?

- ① 20% 이상 감소 ② 15~19% 감소 ③ 10~14% 감소 ④ 5~9% 감소 ⑤ 큰 변화 없음
 ⑥ 5~9% 증가 ⑦ 10~14% 증가 ⑧ 15~19% 증가 ⑨ 20% 이상 증가

Q6-2. 귀 사업체는 MSC 인증 획득 전후로 수익성은 어떤 변화를 보였습니까?

- ① 20% 이상 감소 ② 15~19% 감소 ③ 10~14% 감소 ④ 5~9% 감소 ⑤ 큰 변화 없음
 ⑥ 5~9% 증가 ⑦ 10~14% 증가 ⑧ 15~19% 증가 ⑨ 20% 이상 증가

Q7. 귀 사업체는 MSC 인증이 가격 경쟁력(프리미엄 형성)에 긍정적 영향을 미쳤다고 생각하십니까?

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

Q8. 귀 사업체는 지속가능성 인증(MSC) 획득이 시장 접근성을 높이는데 실질적으로 도움이 되었습니까?

* 시장 접근성 : 새로운 국가, 유통채널, 바이어에 접근이 가능해졌는지를 평가하는 지표

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

Q9. 귀 사업체는 해외 바이어로부터 MSC 인증 획득을 요구받은 적이 있습니까?

매우 가끔	가끔	요구 없음	자주	매우 자주
①	②	③	④	⑤

Q10. 귀 사업체가 MSC 인증 취득 시 겪은 애로사항은 무엇입니까?

(1순위) 해당번호 기재 (2순위) 해당번호 기재 (3순위) 해당번호 기재

- ① 복잡하고 까다로운 절차 ② 국내 인증기관 및 컨설팅기관 부족/부재 ③ 높은 취득비용 부담
 ④ 전 종업원의 이해와 참여 부족 ⑤ 기업 내 인증 전담인력 부족 ⑥ 언어적(영어) 장벽
 ⑦ 관련 정보·자료 수집 애로 ⑧ 인증 관련 교육·홍보 부족
 ⑨ 기타(작성 :)

Q11. 귀 사업체가 MSC 인증 취득 후 유지하는 데 있어 겪은 애로사항은 무엇입니까?

(1순위) 해당번호 기재 (2순위) 해당번호 기재 (3순위) 해당번호 기재

- ① 사후관리 절차(서류 관리 등)의 어려움 ② 인증 전담인력 부족(찾은 인사이동 등)
 ③ 인증 필요성에 대한 의문(성과 미미) ④ 유지비용 부담 ⑤ 새로운 규정으로 추가 인증 요구
 ⑥ 기타(작성 :)

자료: 저자 작성

〈부록 그림 1-6〉 설문조사_지속가능성 인식

4. 지속가능성 및 ESG 인식

Q12. 귀 사업체는 '지속가능성(Sustainability)'의 개념을 기업 경영에서 중요하게 생각하십니까?

* 지속가능성 : 환경보호, 사회적 책임, 경제적 지속성 등

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

Q13. 귀 사업체는 '지속가능성'과 관련하여 중요하게 생각하는 요소는 무엇입니까?

(1순위) 해당번호 기재 (2순위) 해당번호 기재 (3순위) 해당번호 기재

- ① 환경보호(해양 생태계 보전) ② 사회적 책임(노동자 인권, 지역사회 기여)
 ③ 경제적 지속성(장기 수익성, 자원 관리) ④ ESG 평가 대비 ⑤ 바이어 요구 대응
 ⑥ 기타(작성 :)

Q14. 귀 사업체의 '지속가능성' 관련 활동은 다음 중 어떤 요인에 의해 유도되었습니까?

- ① 해외 바이어/유통사의 요구 ② 자체 경영 방침 ③ 정부 정책 ④ 기타(작성 :)

Q15. 귀 사업체는 '지속가능성' 활동이 귀 사업체의 수출 경쟁력 향상에 기여한다고 생각하십니까?

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

Q16. 귀 사업체는 '지속가능성' 강화를 위해 어떤 활동을 추가할 계획이 있으십니까?

- ① 신규 인증 취득 ② 내부 ESG 정책 강화 ③ 사회적 가치 연계 활동(지역 어민 협력)
 ④ 친환경 제품 패키징 ⑤ 계획 없음 ⑥ 기타(작성 :)

자료: 저자 작성

〈부록 그림 1-7〉 설문조사_기업 정보

0. 기업 정보

SQ1. 귀 사업체의 명칭, 대표자명, 창설연월, 소재지, 종사자 수 등은 어떻게 되십니까?

사업체명												
대표자명		대표자 성별	① 남 ② 여									
창설연도	년	사업자 등록번호			-		-					
소재지	시/도	본사 소재지	시/도									
종사자 수	명	무역전담부서	① 있음 ② 없음									

* 사업체명 : 법인명과 실제 통용명칭이 다를 경우 공식적 명칭을 기재한 후 ()에 실제 통용명칭을 기입

* 창설연도 : 현재의 산업 활동(업종)을 시작한 시기

* 대표자 : 회장, 사장, 대표이사 등 업체 대표자

SQ2. 귀 사업체의 사업 형태를 선택하여 주십시오. (복수선택 가능)

- ① 생산(어획 등) ② 가공(간접수출) ③ 생산·가공(간접수출) ④ 생산·가공+수출업체(직접수출)
 ⑤ 수출전문업체(무역중계, 무역상사 등) ⑥ 기타(작성 :)

SQ3. 귀 사업체의 조직형태를 선택하여 주십시오.

- ① 개인 ② 회사법인 ③ 회사이외법인 ④ 비법인단체

SQ4. 귀 사업체의 규모를 선택하여 주십시오.

* 중소기업(자산 5천만원 미만), 중견기업(자산 10조원 미만 5천억원 이상 or 상시직원 수 1천명 이상), 대기업(자산규모 10조원 이상)

- ① 중소기업 ② 중견기업 ③ 대기업

SQ5. 귀 사업체의 주력 판매(수출)-유통 품목을 선택하여 주십시오.

- ① 참치 ② 이빨고기 ③ 고등어 ④ 삼치 ⑤ 갈치 ⑥ 조기 ⑦ 전갱이 ⑧ 게 ⑨ 크릴
 ⑩ 기타(작성 :)

SQ6. 귀 사업체의 주력 수출국을 선택하여 주십시오.

- ① 일본 ② 미국 ③ 중국 ④ ASEAN ⑤ 유럽 ⑥ 해당사항 없음 ⑦ 기타(작성 :)

* ASEAN: 인도네시아, 태국, 필리핀, 말레이시아, 싱가포르, 브루나이, 베트남, 라오스, 미얀마, 캄보디아

자료: 저자 작성

일반사업 2025-14-01

MSC 인증이 수산물 수출기업 성과에 미치는 영향 분석

인쇄 2025년 10월 29일

발행 2025년 10월 31일

발행인 조정희

발행처 한국해양수산개발원

주소 49111 부산시 영도구 해양로 301번길 26(동삼동)

연락처 051-797-4800 (FAX 051-797-4810)

등록 1984년 8월 6일 제313-1984-1호

조판·인쇄 캡스앤디 컴퍼니 (051-911-9890)

비매품

