

도민과의 아름다운 동행

- 생산자와 소비자의 상생을 위한 농산물 유통방안 찾기 -

의 정 토 론 회

- 일 시 : 2021. 11. 29.(월) 오후 1시
- 장 소 : 충남도립대학교 해오름관(소강당)
- 주 최 : 충청남도의회



충청남도의회

개 회 사

여러분! 반갑습니다.

충청남도의회 김명숙 의원입니다.



살얼음이 잡히고 땅이 얼기 시작하여 점차 겨울
기분이 든다고 하는 ‘소설(小雪)’을 지나 우리
곁에 성큼 겨울이 다가왔습니다. 바쁘신 일정에도 이렇게 「생산자와
소비자의 상생을 위한 농산물 유통방안 찾기」 의정토론회에 참석해 주신
관계자 여러분께 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

잘 아는 바와 같이 농업은 우리의 삶을 지탱하는 가장 기본이 되는
국민 먹거리 산업입니다. 농업발전 없이 선진국이 된 나라가 없을
만큼 농업을 육성하는 것은 참으로 중요한 일입니다.

특히, 농업의 영역에서 농산물의 유통은 생산과 소비를 연결하는
대동맥이자 농업의 산업적 발전을 위한 근원적 동력이라 할 것입니다.

농민이 아무리 좋은 농산물을 생산해도 농산물을 최종 소비자에게
잘 전달하지 못하면 아무런 의미가 없습니다.

현재 충청남도 전체 경지면적(논+밭)은 약208,600ha이며 전국대비
약13% 비중을 차지하고 있으며, 농업 생산가능 인구는 1,514,818명
으로 지역별 양극화가 심각하며 특히 남부권의 경우 전형적인 농촌
기반 사회로서 주요 소득은 바로 농업에 있습니다.

그동안 충청남도에서는 농산물 유통구조 개선을 위한 각종 사업과 중소농이 생산한 농산물의 유통활성화를 위해 크게 노력하고 있지만 아직까지 미흡한 점이 많이 있습니다.

이제는 안정적 농산물 유통을 위하여 큰 그림에서 권역별 농촌 접근 방식의 변화와 광역단위 먹거리정책의 추진이 필요합니다. 또한, 기본적으로 지방 유통시장 거래제도 및 유통구조 혁신을 통하여 생산자와 소비자가 상생할 수 있는 농산물 유통 선순환 구조를 만들어야 합니다.

따라서, 오늘 의정토론회에서 우리가 살펴야 할 농산물의 유통구조 개선을 위한 정책과 발전방안을 모색하고 무엇을 준비하여 어떤 방향으로 의정과 도정이 가야할지 전문가들을 모시고 함께 고민해 보고자 합니다.

이번 의정토론회에 참석하여 주신 지역의 생산자·단체 여러분과 농산물 유통분야 관계자 분, 도민 여러분께서도 부디 소중한 고견을 나누어 합리적인 방안이 도출되도록 힘써 주시기 바랍니다.

저는 이 자리에서 논의된 여러 말씀을 귀담아 여러분들이 직접 체감할 수 있는 지원 정책이 충청남도 의정과 도정에 반영될 수 있도록 최선의 노력을 다하겠습니다.

감사합니다.

2021. 11. 29.

충청남도의회 의원 김 명 속

의정토론회 개요 및 흐름

개요

- 일 시 : 2021. 11. 29.(월) 오후 1시 ~ 3시
- 장 소 : 충남도립대학교 해오름관(소강당)
- 주 최 : 충청남도의회
- 주 제 : 생산자와 소비자의 상생을 위한 농산물 유통방안 찾기

진행흐름

시 간		내 용	비 고
< 개 회 식 >			
13:00~13:02	02'	개회 및 국민의례	사회: 농수산해양위원회 전문위원
13:02~13:10	08'	내빈소개, 개회사 등	진행: 김명숙 의원
< 토 론 회 > ※ 좌장 : 김명숙 의원			
13:10~13:30	20'	주제 발표	- 박기범(금산만안농협 농산물산지 유통센터장) → 충남 농산물 유통활성화 방안 <충남 산지간 연대를 통한 농산물 유통의 경쟁력 증대 제안>
13:30~14:20	50'	지정 토론	- 토론자 5명(각 10분) ① 라희중 (청양군 친환경농업협회 생산자 농민) ② 정환열 (청양군 지역활성화재단 상임이사) ③ 조성미 (풀무소비자생활협동조합 이사장) ④ 명덕재 (청년온라인판매플랫폼 운영) ⑤ 최권성 (충청남도 농림축산식품유통과장)
14:20~14:50	30'	자유 및 청중 토론	참여자 전체
14:50~15:00	10'	정리 및 폐회	좌장 : 김명숙 의원

목 차

■ 주제발표

1. 충남 농산물 유통 활성화 방안

〈충남 산지간 연대를 통한 농산물 유통의 경쟁력 증대 제언〉

- 박기범(금산 만인산농협 농산물산지 유통센터장) 3

■ 지정토론

1. 비대면 시대, 농장에서 밥상으로 “유튜브를 활용한 농산물 홍보 판매”

- 라희중(청양군 친환경농업협회 생산자 농민) 21

2. 공공학교급식 추진현황과 과제

- 정환열(청양군 지역활성화재단 상임이사) 23

3. 더 친환경적인 생산과 소비자의 안전 먹거리 욕구에 맞는 친환경 로컬푸드 실현 과제

- 조성미(풀무소비자생활협동조합 이사장) 25

4. 소농가 온택트 직거래 효과와 보완과제

- 명덕재(청년온라인판매플랫폼 운영) 27

5. 충청남도 유통 활성화 방안

- 최권성(충청남도 농림축산국 농식품유통과장) 31

주제발표(1명)

◀ 충남 농산물 유통활성화 방안

<충남 산지간 연대를 통한 농산물 유통의 경쟁력 증대 제안>

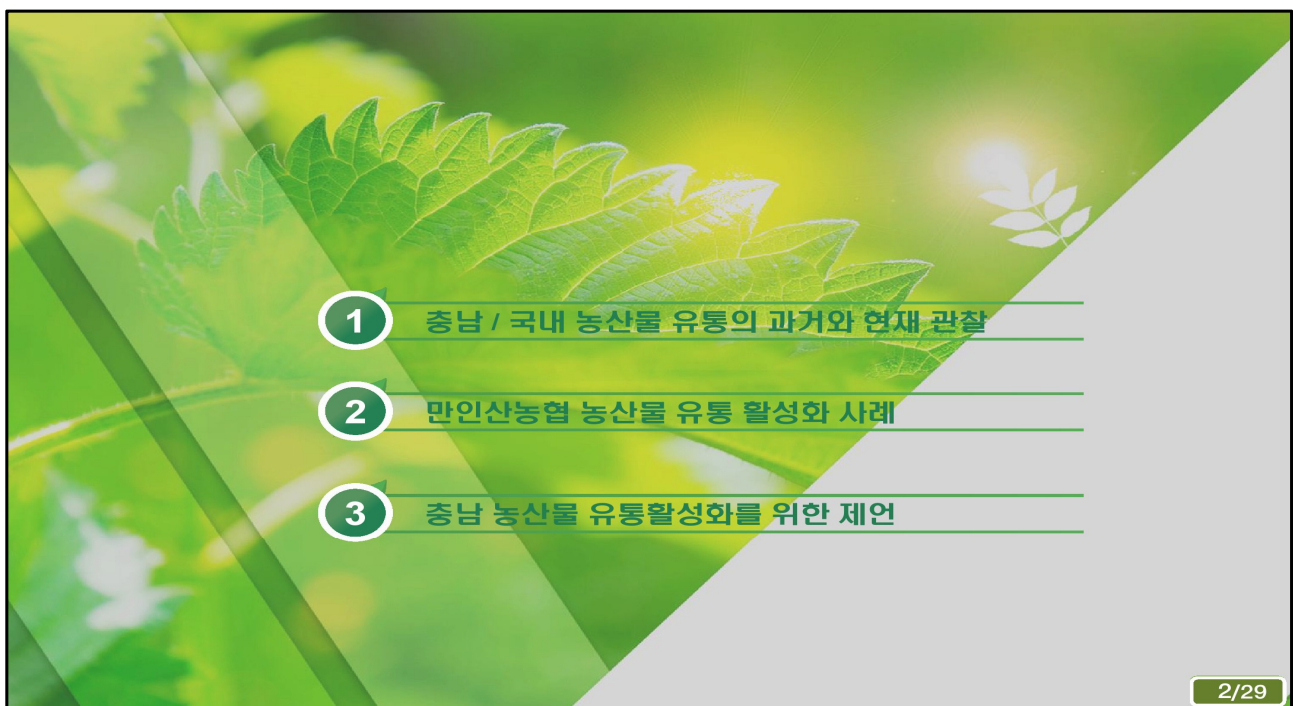
- 박기범(금산 만인산농협 농산물산지 유통센터장)

충남 농산물 유통활성화 방안

- 충남 산지간 연대를 통한 농산물 유통의 경쟁력 증대 제언 -

박 기 범

금산 만인산농협 농산물산지 유통센터장



1

충남 농산물유통 SWOT 분석

Strengths (강점)

- 충남도의 전국 최고수준의 지원 (조직화/상품화/마케팅/물류 전방위)
- 충남도 농산물, 산지농협에 일당백의 전문가 존재
- 부여-논산 리딩 산지 그룹의 존재

Opportunities (기회)

- 충남 농산물유통 관계자들에 대한 유통사의 호의적인 인식
- 청양농협-서산운산농협-동천안농협 등 라이선스타들의 태동
- 만인산농협APC 대형화 완료(22년 3월)에 따른 진정한 거점역할 기대



Weakness (약점)

- 마케팅 역량의 부족 (역량있는 마케터는 극소수이고 대외마케터에 의존적 but..)
- 농가조직화 역량의 부족 (도매시장 출하 분중 완전한 출하권 위임을 받은 농산물의 비중은?)
- 산지간 충분한 연대를 하지 못하고 있음 (강원도와대조)
- (채소류) 품목의 다양성 아쉬움

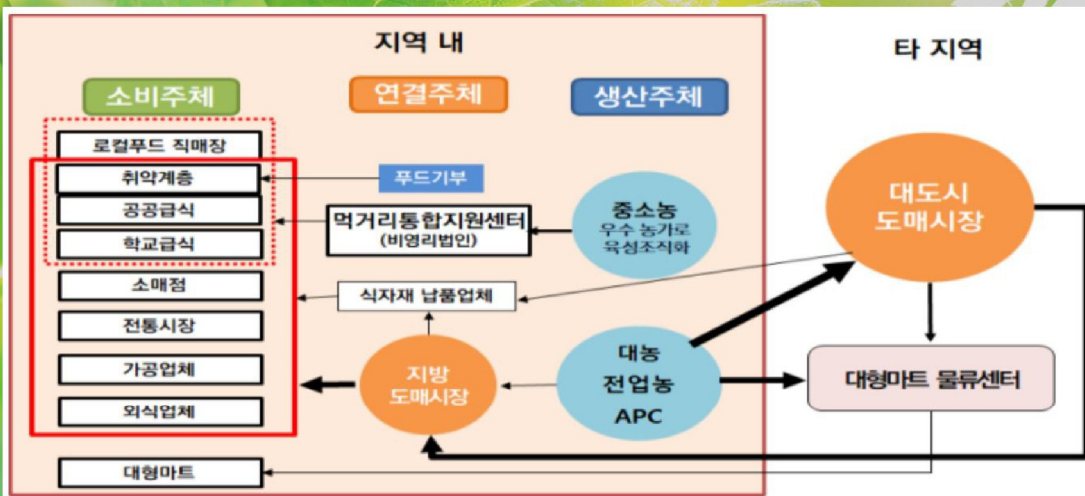
Threats (위협)

- 치열한 경쟁에서 살아남은 메머드급 벤더들의 견제함
- 나눠먹기식의 지역주의 한계 / 유통에 대한 경직되고 편협한 사고

1

국내 농산물 유통구조 및 유통실태

본류 유통과 대안 유통의 균형있는 발전과 상호 조화가 필요합니다.
본류 유통과 대안 유통은 보호해야 할 농가 대상이 다르기 때문입니다.



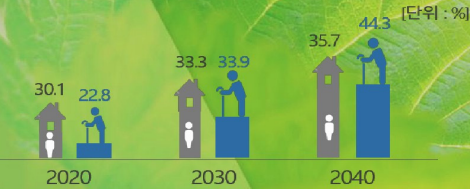
주) 굵은 화살표는 유통비중이 많은 것을 나타내며, 얇은 화살표는 유통비중이 적은 것을 나타냄.
출처: 지역유통 순환체계 구축을 위한 지방 도매시장 기능 재편방안, KREI, 2020.

1

농산물 유통구조의 변화 요인

[국내 농산물 도매시장은 인구·식문화·산업 유통의 시대적 변화에 대응하지 못할 경우에 위기 직면 가능성 높음.]

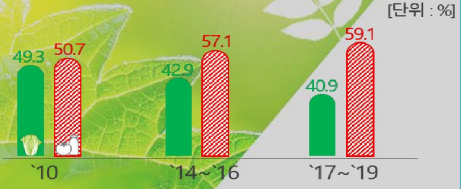
1
인구 및
가구
변화



☞ 소형화, 간편화(HMR)
건강지향, 가치소비(양 → 질)

출처: 통계청 통계포털(KOSIS), 장래가구추계

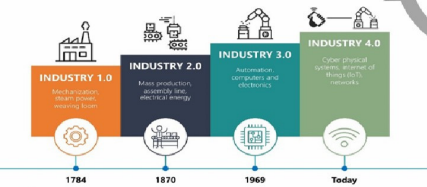
2
食
소비
문화
변화



☞ 신선식품 → 가공식품 이동
가정식 → 외식 (식자재 업체 성장)

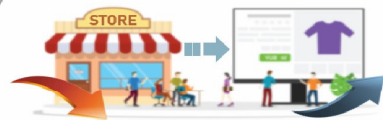
출처: 농촌진흥청 농식품 소비자 패널 조사(2019)

3
산업
지형
변화



☞ 빅데이터 → AI, IoT(사물인터넷) 등
스마트팜 확산, 지능형 농업생산 등

도소매
유통의
변화요구



435백만원('10) → 464('17) 5만원('10) → 20('17)

☞ 국내 가구당 연간 식품 구매액

☞ 유통시장 주도권: OFF → ON

출처: 농촌진흥청 오프라인 강자(할인점, SSM) ↓

4
新
유통
시장
경쟁

/29

1

충남 농산물 유통구조 개선을 위한 정책(사업)

충남오감 통합물류시스템(2016~)

- ☞ 목적: 유통단계 축소 → 유통비용 절감
- ☞ 공급: 지역 농산물 도매 대형마트 직납
- ☞ 확대: 로컬마트 공급체계 구축
 - 도내 및 인근 광역시도 공급
 - 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등)
- ☞ 거래액: ('16)342억 원 → ('19)1,456



충남광역먹거리통합센터

- ☞ (계획 중) 충남 15개 시·군 학교급식지원센터 또는 먹거리통합지원센터와 연계하여 시·군 간의 잉여/부족 물량 거래 및 지역산 외 품목에 대한 공동구매/공동물류로 유통비용 절감
- *충남산 농산물 취급률: 약 66% 수준
- ☞ 학교급식 외에 공공급식·복지급식, 군급식 등으로 영역 확장
- *도민 먹거리 기본권 보장



먹거리보장

- ☞ 먹거리생산: 중소농 조직화, 기획·계약생산 강화, 지역가공 확대
- ☞ 지역식품순환: 공공·기업급식 로컬푸드 공급 확대
- ☞ 먹거리기본권: 취약계층 로컬푸드 현물공급, 푸드사업단 운영
- ☞ 먹거리공동체: 식생활교육 체험관 운영, 도민 먹거리플랫폼 운영



2

우리의 조직 사명서 (since 2011) – targeting : 대형유통업체

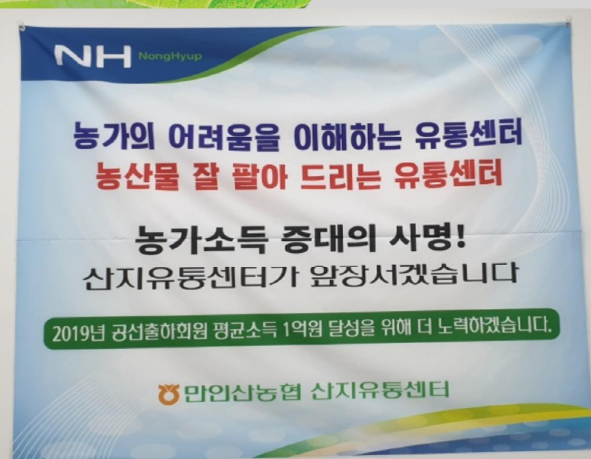
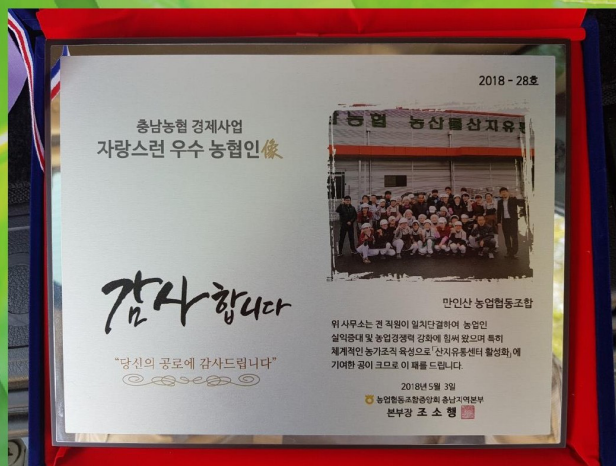
더 신선하고 품질 좋은 농산물을 공급하기 위해

농협과 농가 조직이 **함께 끊임없이 노력하고 연구하여**

생산자와 생산지를 더욱 돋보이도록 하고

결국 업자(vendor)가 아닌, **산지가 중심이 되는 농산물 유통**을 선도한다.

- 만인산농협 APC



<초창기 농가 조직화 방향>

1. 공선출하회의 개념 정립 / 계약재배의 중요성 인식기 (~'12)
2. 깃잎 단일품목 산지에서 벗어나기 위한 몸부림 / 품목별-인증별-표적시장별 15명 이내 조직으로 조직화 (~'13)
3. 복합상품화를 통한 고부가가치화를 통한 농가소득 증대 효과로 조직화 심화의 선순환이 시작됨 ('15~)

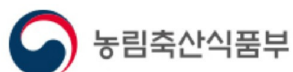


<농가 조직화 방향>

1. 공선출하회원으로서의 권리와 책임의 균형 강조 / '함께 가는' 의식 강화
2. '잘 팔아드릴 수 있는 품목을' 전략적으로, 적극적으로 육성하자!
- 금산군 농업기술센터, 충남농업기술원 조력
3. 채소류 전 품목부류를 아우를 수 있는 산지를 목표로 "더 많은 농가들이 참여 가능한 개방형 공선출하회" 육성

/29

2 만인산농협 농산물 유통사업 지원 내역 (2021년)



순번	사업명	사업내용	(단위 : 천원)
			총 사업비
1	농산물산지유통시설(APC)지원사업	보완시설 증축	4,000,000
2	농산물유통시설 현대화사업	과채류, 쌈채류 자동 삼면포장기(각2대)	500,000
3	충남오감 통합물류 사업	충남오감 물류비 지원	230,000
4	공선출하조직 육성사업	4개공선회(애호박,깻잎,고추,상추)	94,000
5	친환경 재질 포장재 공급 차액 지원 사업	친환경 재질 포장재 제작	90,000
6	충남오감 포장재 지원 사업	충남오감 포장재 제작	45,100
7	수출용 포장재 지원 사업	수출용 포장재 제작	20,000
8	농산물 수출물류비 지원 사업	수출물류비 지원	45,000
9	비관세장벽지원 사업	수출비관세장벽 해소	13,750
합 계			5,037,850

10/29

2 벤더(vendor)를 압도하는 채소류 산지의 출현.

[산지특화 상품화의 진전.. 또 진전]



1/29

2 채소류 유통에 최적화된 시설/설비/인력



2

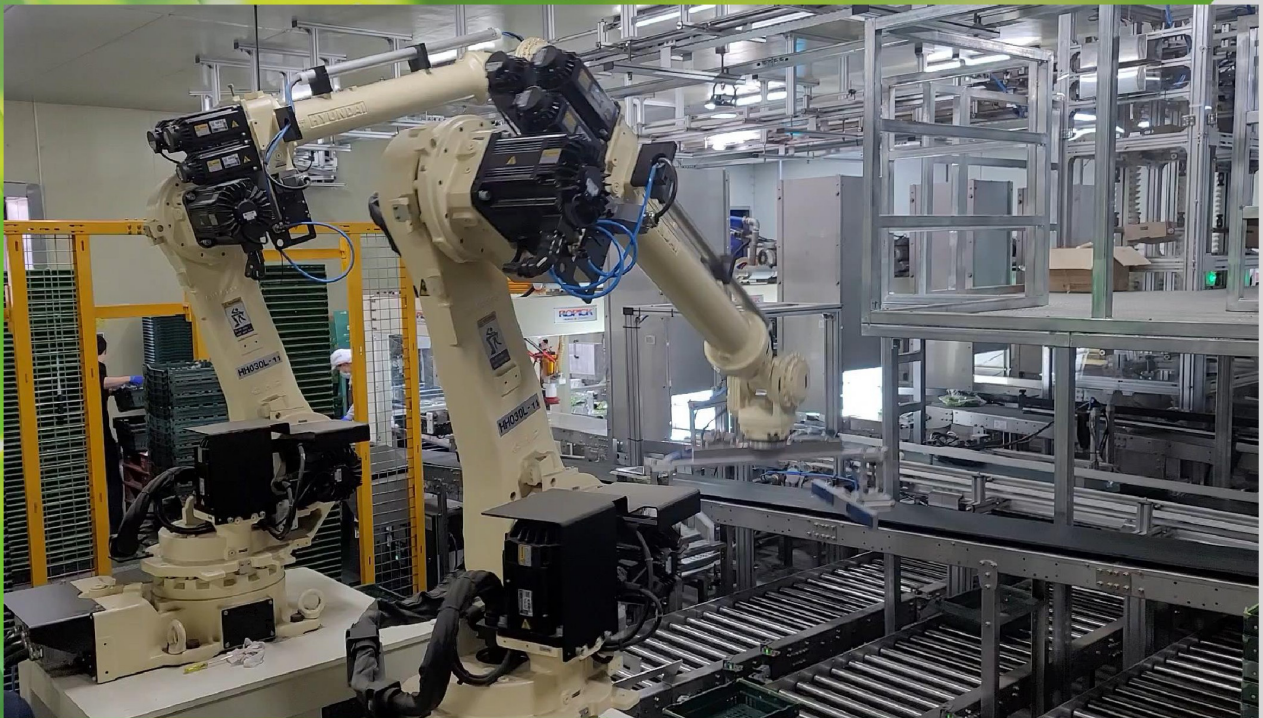
자동화라인을 통한 선별/포장/이동/적재의 분리 (델타로봇 활용)



13/29

2

KCP컨테이너의 자동투입으로 원가부담 감소 / 작업효율 증대 (다관절로봇 활용)



14/29

2

충남도 - 농협 통합마케팅조직 - 산지농협의 삼위일체 마케팅 추진

[산지의 마케팅은?]

산지가 주도하는 농산물 유통을 위하여
변화 모습을 소비자 바이어에게..

- 끈끈한 농가조직화로 부터 수반되는 변화 모습은 산지가 수행할 수 있는
“가장 효과적이고 강력한 마케팅 수단”
- 만인산농협의 농산물 마케팅은 “행사, 판촉, 홍보”보다
“조직화된 농가와 농협의 하모니로 어떻게 가치 있는 농산물을 상품화 할 수 있는나”에
핵심을 두고 있습니다.



/29

2

소비자가 원하는 상품을 개발 / 시장선점

[품목 다각화]

원물이 아닌 가치를 공급하여 참여 농가의 소득 향상에 기여

목적

공선회원의 소득 향상과 센터의 건실한 운영

방향

1. 품목-상품 다변화를 통한 **복합상품화 추진으로 고부가가치화**

- 2021년 10월말 기준 107개 품목, 552가지 상품(SKU)이 대형유통업체로 납품 중

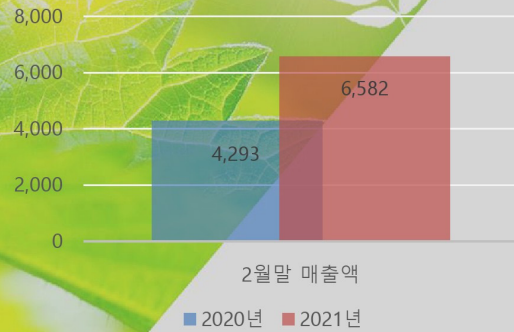


16/29

② 지속 마케팅의 결과

1. APC 매출 추이

2020년 40,000백만원 달성
2022년까지 60,000백만원 달성 목표



[표] 연도별 유통업체 직거래 매출액

(단위 : 백만원)

구 분	11년 (센터장 보직)	12년	13년	14년	15년	16년	17년 (APC확장)	18년	19년	20년	21년(예상)	22년(목표) (APC확장)
매출액	4,488	5,325	6,053	7,206	8,119	9,668	13,701	18,023	24,083	40,026	50,000	60,000

17/29

② 거래처 확대 추진

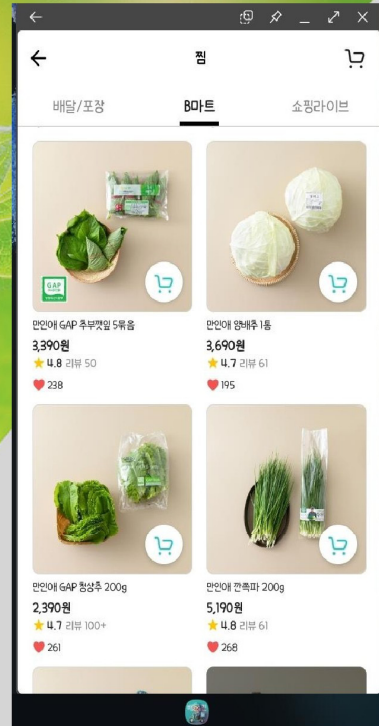
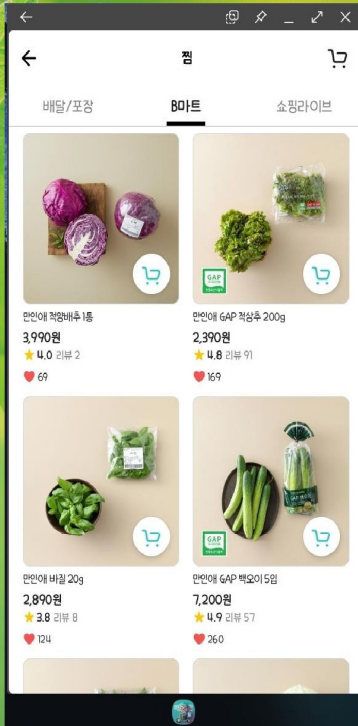
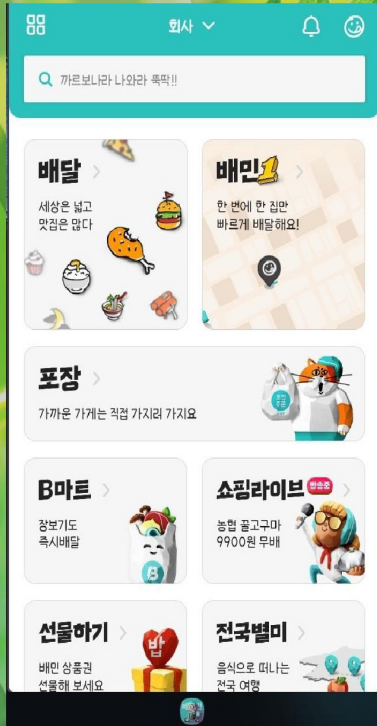
2. 신규 거래처 지속 확대

▶ 거래처 확대 특징 : **全 유통사를 아우르는 농산물 유통 구현**
업체의 성장 추세를 감안한 **新사업 진입 / 선점**

 트레이더스 이마트 친환경 브랜드가 아니다. 소비자다. No Brand 	 롯데마트 친환경 	 이마트 	 이마트 	식자재 / 온라인 / 편의점 업체 제일제당
--	--------------------------	-----------------	-----------------	--

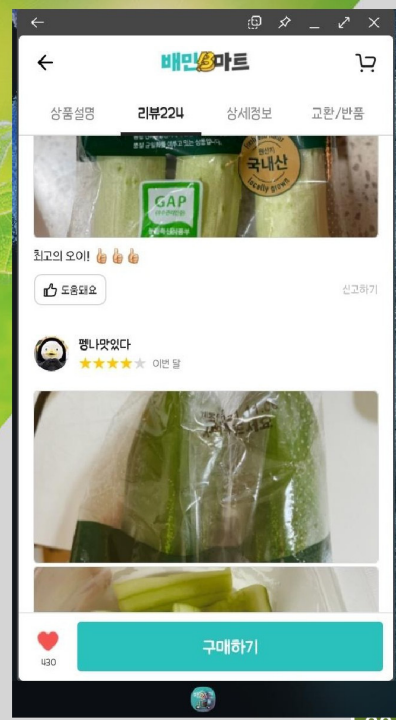
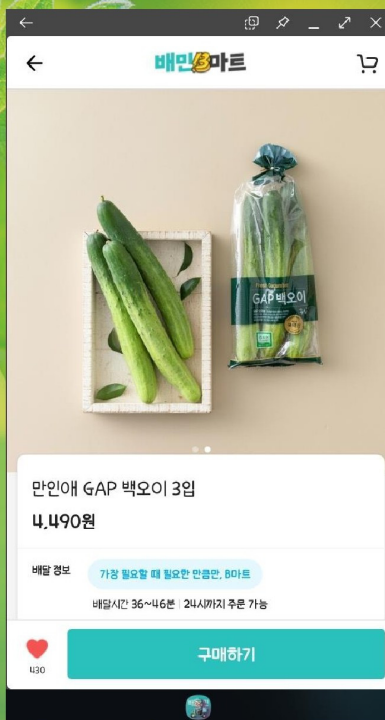
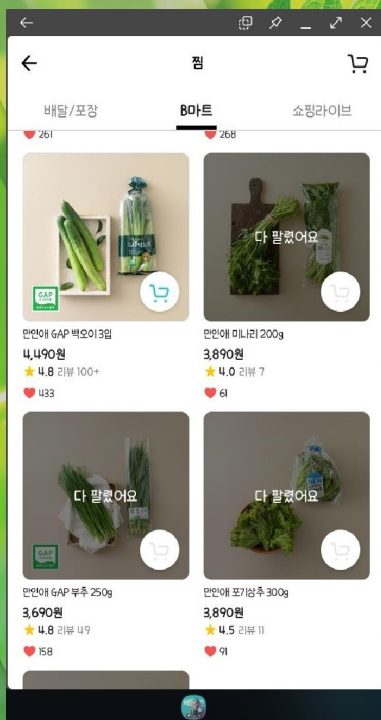
18/29

배달의 민족 B마트 <21년 9월말 런칭, 현재 18종 상품 납품중>



19/29

배달의 민족 B마트 <21년 9월말 런칭, 현재 18종 상품 납품중>



20/29

② 해외수출 -연말 150만불 달성 예상 (홍콩,일본,싱가폴, 미국,캐나다)



21/29

② 유럽종 상추 진전 (논산 - 부여산지 협업)

목적

샐러드 채소 시장 점유비 확대

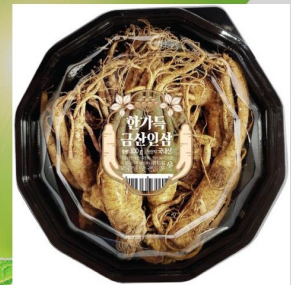
방향

1. 21년 9월 현재 샐러드채소 실적 : 41억원 → 22년 100억원으로 확대
2. 거품을 대폭 걷어낸 합리적 단가의 친환경/GAP 샐러드 채소를 연중 안정적으로 공급



22/29

② 금산인삼의 상품화 진전.. 인삼의 대중화



23/29

② 밀키트 상품화 진전 (1차 농산물 + 소스)



GOOD BOX!
Fresh, Easy, Tasty

오일샐러드파스타.
신선한 국내산 샐러드계소.
한데있는 파스타면.
그리고 비법드레싱이 만능.

GOOD BOX!



4/29

② 지속 마케팅 결과 (농가소득 증대)

유통센터에 납품하는 인증별 껏잎공선회원과
도매시장 출하 GAP껏잎, 무농약껏잎, 묽음껏잎 최상위단가 농가의 평균단가 비교(실수취가 기준)

공선회원 인증별 연평균가

유기농공선회 평균단가 : 27,308원

무농약공선회 평균단가 : 23,409원

GAP공선회 평균단가 : 21,458원

APC 묽음농가 평균단가 : 20,117원

구분별 도매시장 단가 최상위자의 연평균가

무농약 도매시장 평균단가 : 18,615원

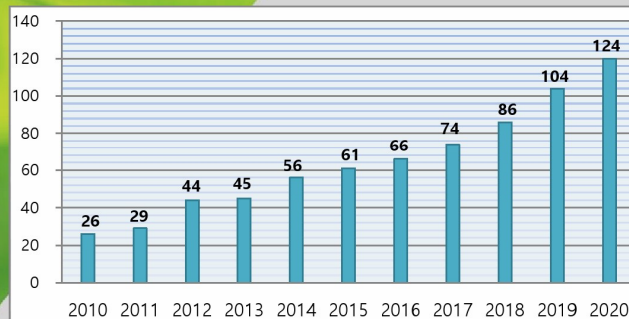
GAP 도매시장 평균단가 : 17,709원

묽음껏잎 도매시장 평균단가 : 16,609원

농가 소득지지를 위한 만인산농협의 정책.. <최저단가 지지제도>

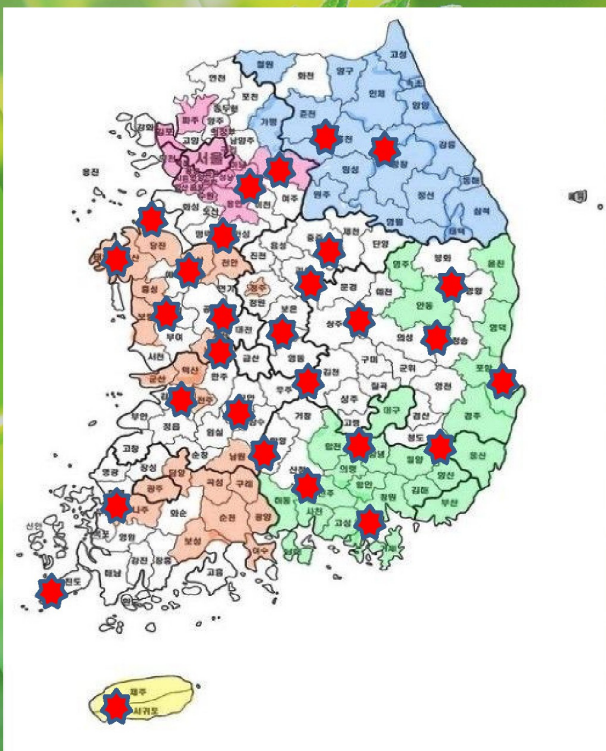
「제」 매년 공선회원 팀별 회의를 통해 농가의 생산원가 상승분과 도매시장 출하농가와와 수취가 차이, APC 상품화의 진전에 따른 경영 개선을 반영해서 품목별-인증구분별 최저 지지단가를 책정함

「제」 무농약껏잎 17,000원/ GAP껏잎 15,000원/ 친환경상추류 15,000원/ GAP쌈채류 17,000원 등 취급 전 품목의 최저 지지단가 설정으로 농가 평균소득 향상에 크게 기여함



거점(據點) : 어떤 활동의 근거가 되는 중요한 지점

- 산지간 연대, 협업을 통해 개별 산지의 대응 한계를 극복



• 전국 31개 지역농협과 적극적 협업 진행중

ex) 충주 친환경 쌈채소, 진주-밀양 고추&애호박, 경기 여주 가지, 이천 쌈채소, 충남 부여 셀러드상추-고추류, 천안 오이-꽃마늘, 공주 오이, 당진 양채류, 예산 쪽파-대파, 서산-태안 냉이&달래, 논산 유령종상추, 남원 준고랭지 채소, 강원도 고랭지채소 등

• 충남오감 농산물의 물류-마케팅-원물 협업 거점으로서의 역할이 빠른 속도로 증대됨

• 중부권 농산물 물류 거점 역할을 수행하며 농산물 물류혁신 도모 (충청남도 충남오감 통합물류비 보조 혜택 +)

• 연중 끊임 없는 채소류 릴레이 마케팅이 필요. → 만인산농협이 타 산지 채소류까지 끌어 당겨서..

★ 표시 지역 : 현재 협업을 진행하고 있는 전국의 산지 농협들.

향후 Business 영역은

산지유통센터 비즈니스, 중부권 거점 물류 서비스, 밀키트 기반의 신선 편이 유통사업 등 3개 영역으로 정의 함.

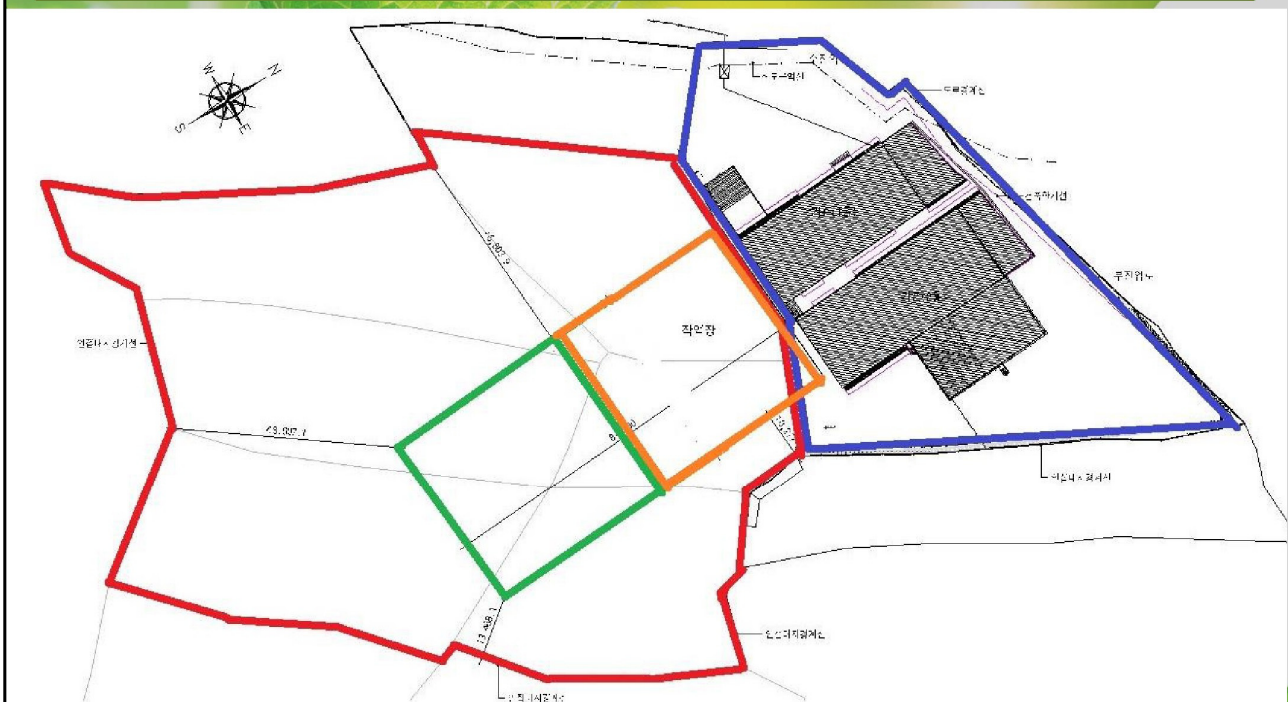


27/291

농림부 APC 건립지원 사업 대상자 선정 (총 사업비 40억원)

1. 기존 1,985평 부지(파란색 구역)에서 추가로 4,260여평을 확보(빨간색 구역)

- 500평 이상의 저운저장고를 추가로 확보함으로써 중부권 농산물 물류 거점 역할 기반 마련 ('22년 3월 완공)
- 전국 각지의 거점들과의 연계를 통해 물량 집적-> 차량공실 최소화-> 물류효율 극대화-> 농산물 유통혁신 도모

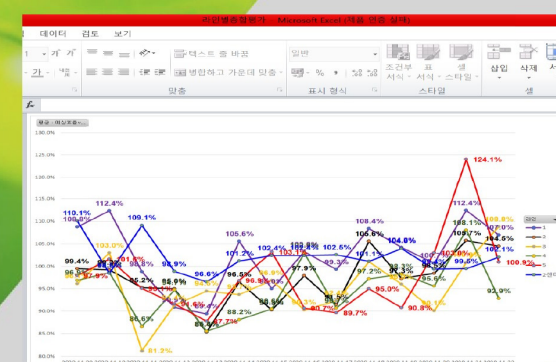
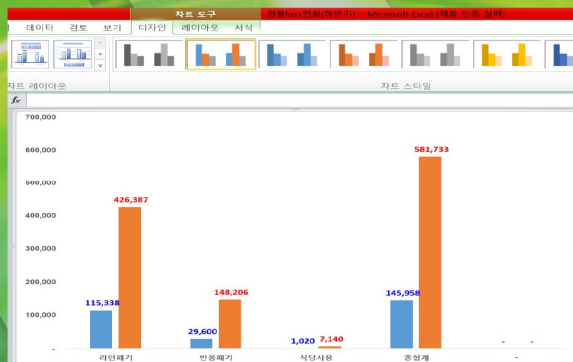
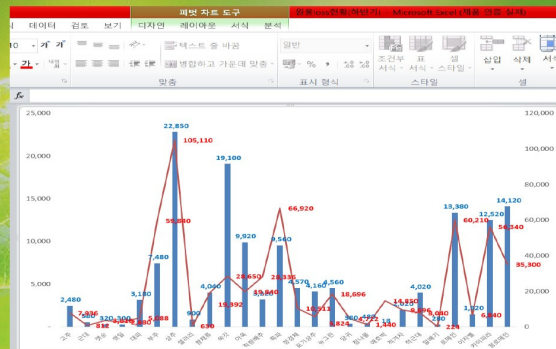


산지의 데이터 집적-관리-활용, APC의 smart화 추진

- 일별 로스관리, 라인별 생산성 관리

Microsoft Excel (책상 왼쪽 열)

년월	2020년 11월	2020년 11월	2020년 11월	2020년 11월
일자	11월 25일	11월 25일	11월 25일	11월 25일
발생치량 (모두)				
행 재이별	합계 : 발생치량(g)	합계 : Loss금액	행 재이별	합계 : 발생치량(g)
고추	2,480	7,936	라인재기	115,338
과대	580	812	반용재기	29,600
부순	320	3,616	식당사용	1,020
병명	300	2,880	종양재기	145,958
과대	3,180	5,088	행 재이별	합계 : 발생치량(g)
부수	7,480	59,840	라인재기	115,338
상수	22,850	105,110	반용재기	29,600
과대	900	630	식당사용	1,020
병명	4,040	19,992	종양재기	145,958
과대	19,100	28,650	행 재이별	합계 : 발생치량(g)
부수	9,920	19,840	라인재기	115,338
상수	3,220	28,336	반용재기	29,600
과대	9,580	66,920	식당사용	1,020



29/29

산지간 협업 통해 유통 비용을 최소화하고
효율을 극대화 하는 모델 구현을 통해
“농산물유통의 적정 이윤이 농가들에게 돌아갈 수 있는
산지주도의 유통 체계”를 더욱 견고히 만들어 가야 합니다.

비전 2025

농업이 대우받고
농촌이 희망이며
농업인이 존경받는

함께하는
100년 농협



3

충남 농산물 유통활성화를 위한 제언

1. 산지농협끼리 장점을 나누고 부족함을 메우는 **상호작용**이 절실합니다.
2. 충남 농협 마다의 여건이 당연히 제각각 입니다만 저마다 훌륭한 아이템 몇 개씩은 보유하고 있습니다.
문제는 서 말의 **구슬을 꿰지 않고 있는** 우리의 **미실천**입니다.
3. 산지에 흩어져 있는 원석을 고집어내서 보석으로 만들기 위해서는 **연대하고 협업해야** 합니다.
4. 연대와 협업은 **거점을 중심으로**. 충남의 마케팅 거점은 만인산농협,
물류 거점은 부여&논산&금산&예산이면 족합니다.
5. 거시적인 접근도 필요하지만 지난 10여년간 논의 주제는 크게 달라지지 않았고 많은 수는 **복지부동**하며
의미 있는 변화를 이룬 조직은 소수에 불과합니다.
6. 농산물 유통 부문은 워낙 방대하여 모두를 다 잘할 수는 없습니다.
성공하는 조직은 변화를 이끌어내고 **값진 결과물을 얻을 수 있는 곳에** 자원을 투입합니다.
7. 일단 **부가가치 높은 유통부문부터** 공략합니다. 대형유통업체-해외수출은 협업한다면 되려 도매시장보다
진입장벽이 낮을 수 있습니다.
8. 시작은 미미합니다. 그 끝도 창대하지 않는 경우가 태반입니다만 **충청남도 같은 유리한 조건하에서는**
산지간 협업만 활성화 시켜도 매년 적잖게 성장할 수는 있다는 것을 충남오감의 사례가 보여주고 있습니다.
9. 우리의 경쟁상대는 타 산지가 아닙니다. 우리의 경쟁상대는 **도매시장 중도매인의 정체성**을 띠고 있는
대형 벤더사들입니다.
10. 그들은 10~20년의 업력을 가지고 **소싱에 있어서 편의**를 제공하며 **능수능란**하게 유통사를 만족시킵니다만
11. 그 만족의 정도는 우리가 **능히 비교우위**를 점할 수 있는 정도입니다. 만인산농협의 매년 급성장하는
100여가지 납품 품목들이 그 증거입니다.

지정토론(5명)

1. 비대면 시대, 농장에서 밥상으로 “유투브를 활용한 농산물 홍보 판매”
 - 라희중(청양군 친환경농업협회 생산자 농민)
2. 공공학교급식 추진현황과 과제
 - 정환열(청양군 지역활성화재단 상임이사)
3. 더 친환경적인 생산과 소비자의 안전 먹거리 욕구에 맞는
친환경 로컬푸드 실현 과제
 - 조성미(풀무소비자생활협동조합 이사장)
4. 소농가 온택트 직거래 효과와 보완과제
 - 명덕재(청년온라인판매플랫폼운영)
5. 충청남도 유통 활성화 방안
 - 최권성(충청남도 농림축산국 농식품유통과장)

비대면 시대, 농장에서 밥상으로 “유튜브를 활용한 농산물 홍보 판매”

라 희 중

청양군 친환경농업협회 생산자 농민

[illegible]

공공학교급식 추진현황과 과제

정 환 열

청양군 지역활성화재단 상임이사

[illegible]

더 친환경적인 생산과 소비자의 안전 먹거리 욕구에 맞는 친환경 로컬푸드 실현 과제

조 성 미

풀무소비자생활협동조합 이사장

1980년 창립된 풀무생협이 2012년 여름, 32년 만에 처음으로 홍성에 20평 남의 작은 매장을 개설하면서 비로소 지역에서 생산된 친환경 먹거리가 지역으로 유통되기 시작했다. 처음부터 친환경로컬푸드를 목표로 삼았다. 지역에서 생산되는 좋은 먹거리를 지역으로 유통할 때가 되었고, 그것이 풀무생협이 할 일이라고 판단했기 때문이다.

비로소 소비자와 생산자가 함께하는 협동의 장이 만들어졌고, 풀무생협이 생산자와 소비자를 잇는 가교역할을 할 수 있게 되었다. 그러나 돈이 되는 생산과 유통은 쉬운 일이 아니었다. 풀무생협의 경험 속에서 생산자와 소비자가 상생할 수 있는 농산물 유통 방안을 찾아보았다.

1. 풀무생협이 친환경로컬푸드로 어린이집 친환경 급식을 하고 있다. 문제는 그 규모가 커지면서 지역에서 친환경 농산물의 수급이 어려워지기 시작했다는 것이다. 이유는 생협이 요구하는 농산물은 유기농, 무농약 인증을 받은 농산물 이여야 하기에 지역에서 수급할 수 있는 품목의 다양성에 한계가 있었기 때문이다. 식단에 반영되는 농산물의 품목이 최소 30~40가지가 되는데 이것을 지역에서 수급하기란 불가능했다. 이를 해결하기위해 연합회에 의존할 수밖에 없었고 지금까지 그 어려움은 계속되고 있다.

충남이 다양하고 똑똑해진 소비자의 욕구에 맞추어 더욱 확장될 공공급식 시장에서 필요한 다품목 소량생산으로 틈새시장을 노린 전략적 접근이 필요하다.

2. 소비자의 입장에서 건강하고 안전한 먹거리의 확보가 무엇보다 중요하다. 생협은 기본적으로 먹거리의 건강성, 안전성을 중요시하고 있기에 검증되지 않은 농산물은 매장에 들일 수가 없다는 원칙을 가지고 있다. 때문에 소비자와의 안전하고 건강한 밥상을 지키겠다는 약속을 지키기 위해 불가피하게 인증을 선호할 수밖에 없다. GAP와 유기농, 무농약 인증에 대해 정확히 알리고 소비자로 하여금 원하는 것을 제대로 선택을 할 수 있도록 해줘야 한다. 코로나로 인해 안전한 먹거리, 건강 먹거리에 대한 요구는 더욱 커질 것이다. 때문에, 친환경 농업의 기반을 확장하고 발전시키기 위해 최선을 다해야 할 것이다. 위드 코로나 시대에 앞으로 농업의 경쟁력은 친환경 농업에 있다고 본다.
3. 풀무생협은 지역 생협으로 그 규모가 크지 않지만 기본적으로 중,소농의 어려움을 돕겠다는 입장이다. 그러나 소농들의 친환경적 생산의 과정을 검증할 역량이 부족해 인증받지 않은 소농의 농산물을 받아들이기가 쉽지 않다. 소농들에게 인증의 기회를 주기 위해 인증에 따르는 경제적 지원과 자체 인증과 같은 제도적 지원을 병행하여 생산과정의 투명성 확보를 보장해 주어야 한다.
4. 생산과 소비에 있어서 생산자는 적정 가격 판매로 수익을 내고 소비자는 신선하고 믿을 수 있는 농산물을 먹을 수 있어야 한다. 이것은 로컬푸드를 통해 가능하다. 광역 수준의 로컬 소비가 이 두 가지를 해결해 줄 수 있다고 본다. 광역의 수준에서의 원활한 유통이 가능해지면 물류비용을 줄일 수 있어 좀 더 착한 가격으로 소비할 수 있고 환경적으로 탄소 배출도 줄일 수 있으니 그 의미가 크다. 충남도는 도내 친환경로컬푸드를 활성화하는데 더욱 적극적으로 나서야 할 것이다.

소농가 온택트 직거래 효과와 보완과제

명 덕 재

청년온라인판매플랫폼 운영

1. 청년 온라인 판매 플랫폼 풋풋농장 소개

풋풋농장은 청양군의 젊은 농부들이 2019년 ‘청년농업인온라인유통협업시스템 구축사업’ 지원사업을 받아 2020년 1월에 오픈한 온라인 직거래판매 플랫폼입니다. 농산물의 생산부터 온라인판매, 홍보까지 청년농부들이 직접 운영하는 직거래 채널이며 소농들이 생산한 농특산물에 부가가치를 더하고 있습니다.

II. 농민이 운영하는 온택트 직거래 장점

1) 농가소득증대

직접 생산한 농특산물을 소포장하여 부가가치를 창출함으로써 농가소득이 증가하였으며, 특히 대농보다 소농인 경우 소득증가율이 두드러졌습니다.

2) 가격결정권

본인이 생산한 농특산물의 가격결정권이 유통업체가 아닌 농가에 있으므로 자신의 생산물에 대하여 더욱 자부심과 책임감을 가지게 됩니다. 기존 도매 시장 경매 또는 유통업체에 납품하는 경우와 비교하여 농특산물의 가격에 대한 클레임이 없습니다.

3) 홍보 비용 및 시간절감

소농들의 경우 개별로 마케팅을 하기 위해서는 많은 시간과 비용이 들어가게 됩니다. 특히 영농규모가 영세한 농가는 러한 시간과 비용을 지불하기 어려운 경우가 대부분인데, 팟팟농장에서는 공동으로 브랜드를 만들고 홍보함으로써 소농의 부담이 적습니다.

4) 손쉬운 온라인 판매

소농들의 경우 온라인 직거래판매에 대한 욕구는 많지만 선뜻 실행하지 못하는 이유는 위에서 말한 바와 같이 시간과 비용이 지불되기 때문입니다. 이는 소농들의 온라인 직거래 진입장벽을 높이는 원인이 되는데, 팟팟농장은 농가가 생산한 농특산물의 컨설팅, 사진촬영, 상세페이지제작, 홍보까지 무료로 원스톱 진행하고 있으므로 소농들의 진입장벽을 낮추고 있습니다.

III. 한계 및 보완해야 할 과제

1) 한계

- ① 품질관리의 문제점 : 농가별 품종, 품질 등이 상이하므로 품질관리에 어려움이 있습니다. 특히, 농산물의 경우 작년 생산된 품질과 금년 생산된 농

산물의 품질이 동일하지 않은 경우가 있어 여러 소농들의 농산물을 공동 판매함에 있어 어려움이 있습니다.

- ② 합배송 문제 : 합배송을 위해서는 선별장, 창고, 대지 매입 등이 필요한데 소농들의 경우 자본능력의 한계로 합배송이 어렵습니다. 농가 개별 발송의 경우 합배송이 불가능하여 대형 쇼핑몰 등과 비교하였을 때 경쟁력이 떨어집니다. 또한, 근래 마켓컬리 케이스에서 배송 쓰레기 문제로 인하여 친환경 포장으로 대체하는 등 친환경 이슈가 있는데, 개별 농가 발송의 경우 택배 쓰레기가 다량 발생하여 장기적인 관점에서 보완이 필요하다고 생각됩니다

2) 보완해야할 과제 : 농가교육, 합배송 등을 위해서 개별 소농의 투자에는 한계가 있으며 시설의 공유화가 필요하다고 생각합니다.

- ① 지자체 지원
- ② 공동조직(공선회, 농민단체 등)을 통한 시설설비
- ③ 농협 시설 공유

충청남도 유통 활성화 방안

최 권 성

충청남도 농림축산국 농식품유통과장

I. 농산물유통 여건

- 소비자의 농업·농촌 중요성 인식변화와 건강·안전 먹거리 등 실속 중시
 - 직거래, 로컬푸드 확대로 유통비용 절감 및 생산자·소비자 편익 증대 확산
 - 학교급식 공공성 강화, 안전한 먹거리 공급 및 지역농산물 소비 확대요구
 - 코로나19로 온라인 거래, 가정용 수요 확대 등 농식품 유통환경 변화
 - 쿠팡, 마켓컬리 등 온라인 유통활성화 및 산지유통 경쟁력 강화
 - 1인가구 증가, 식생활 서구화, 다품목·소포장화 등 소비패턴의 빠른 변화
 - 농산물의 생산중심에서 유통중심으로 정책전환, 마케팅 중요성 증대
- ⇒ 대내외 농산물 유통환경의 빠른 변화 및 유통전반의 다양한 요구 증대 전망

II. 그동안 성과

- 지역농산물 매출 전년 대비 16.2% 증가한 6,647억원(전년 5,722억원)
 - 전문조직 유통(통마조직, 충남오감) : 5,018억원(전년대비 11.2%↑)
 - 직거래 유통(직매장, 온라인쇼핑, 학교급식 등) : 1,629억원(전년대비 34.7%↑)

- 충남오감 및 통합마케팅 조직을 이용한 대량유통 확대
 - 농산물 유통환경 변화에 대응, '충남오감' 마케팅 활성화
 - 대형유통업체 등 MOU추진 : 6개업체(2,500매장), 제주도 / 2,980억원 매출

- 비용절감사업 추진 : 통합물류(31%, 연12억원), 통합구매(15%, 연5억원)
- 쿠팡(물류센터 입고형), 도내마트 도내농산물 납품 등 새로운 시장 개척
- * 충남오감 매출 추이 : '14)164억원 → '19) 1,456억원 → '20) 1,539억원

○ 통합마케팅 전문조직 역량강화 및 매출액 증대

- 12시군, 13개 통합마케팅조직에 교육·마케팅 활동 등 지원(12억원)
- 유통형자조금 도입(딸기, 714농가, 8억원)으로 생산·유통·수출경쟁력 제고 및 품위저하 딸기 매입·냉동유통으로 부가가치 창출
- * 통합마케팅 매출 추이 : '14)1,017원 → '19) 3,057억원 → '20) 3,479억원

□ 직거래 인프라 확대

○ (로컬푸드 직매장 및 직거래장터 확대) 지역내 중소·고령 농업인의 안정적인 농산물 판매기반 마련

- 로컬푸드 직매장 : '18) 51 → '19) 61 → '20) 71개소
- 직거래 장터(개소수/농가수) : '16) 24/ 440 → '18) 26/ 900 → '20) 26/ 1,274
- 광역직거래센터 1호점 설치(전국 최초, 대전 유성 도룡동/ '19. 5.)
- * 광역직거래센터 1호점 매출액 : '19) 50억원 → '20) 160억원

○ (학교급식 센터 확대) 13개 학교급식지원센터를 설립하여 14개 시군에서 급식센터를 중심으로 학교급식용 지역 농산물 생산·공급

- 센터설립(시군): '11) 1(1) → '13) 2(2) → '15) 5(5) → '17) 10(11) → '18) 13(14)
- 학교급식센터 이용대상 확대에 따라 센터 추가 건립, 입고장·저온 저장고 확장 등을 지원하여 학교급식 지역 식재료 유통 효율 개선
- * 설립 및 시설보강 지원(억원) : '18) 6.6 → '19) 100.6 → '20) 42.5 → '21) 35

○ (학교급식지원시스템 보급) '15년 학교급식지원시스템을 개발·보급하여 학교급식 농산물 수요량 파악 및 지역 작부구축에 활용

- 학교급식지원시스템을 통해 학교에서 사용하는 전체 식재료를 주문·공급함으로써 급식에서 소요되는 식재료 종류·주문량 등 기초통계 구축

□ 비대면 온라인 플랫폼 운영(유통) 확대

- 비대면 소비확산에 따른 ‘농사랑’ 과 TV 홈쇼핑 운영(유통) 확대
 - 농사랑 운영 : ‘18) 205억 → ‘19) 261억 → ‘20) 275억 * 17,959농가 참여
 - TV홈쇼핑 참여 : ‘18) 9.6억 → ‘19) 11.2억 → ‘20) 17.3억 * 16개업체 참여

Ⅲ. 앞으로

- 생산자는 생산에만 전념할 수 있도록 생산기반 체계 구축 지원과 안정적 판로 기반 확보를 위한 다양한 유통경로 확대 추진
- 아울러, 유통환경 변화를 반영한 농가규모별 맞춤형 투트랙으로 구분, 집중 육성하여 농가소득 증대 도모
- 이를 위해,
 - **1그룹(전문농가)**은 국민먹거리 생산자로서 산지조직력 강화를 통한 가격교섭력을 갖고 품질좋은 안전한 농산물 생산
 - 공선출하조직(130여조직, 2만여농가) 및 시군 통합마케팅조직(13조직) 육성과 온라인 경매(aT 운영) 참여
 - 도내 생산 농산물 도내마트 공급 확대와 쿠팡, 마켓컬리 등 온라인 업체 납품확대, 농업인 스스로 수급 조절하는 유통형 자조금 조성 확대 추진
 - **2그룹(소농)**은 지역주민 먹거리 생산자로서 지역식품순환 체계내로 수렴하여 농업약자의 안정적 판로기반 확보
 - 학교급식 지역농산물 공급확대와 로컬푸드 직매장, 광역직거래 센터(2개소) 및 직거래장터 확대
 - 비대면 온라인 쇼핑몰 ‘농사랑’ 운영 확대 및 TV홈쇼핑 참여 확대로 안정적인 판로기반 확보 추진
- ⇒ **안전먹거리와 선순환 농산물 유통체계 구축을 통하여 생산자와 소비자가 상생할 수 있는 유통환경 조성을 위해 계속 노력해 나가겠습니다.**

MEMO



A series of horizontal dotted lines for writing.

MEMO



Handwriting practice lines consisting of 20 horizontal dotted lines.

MEMO



A series of horizontal dotted lines for writing.