

## 푸른들영농조합의 친환경농산물 유통실태와 발전과제

김 호\* · 윤 종 열\*\*

### Marketing Issues of Pureundeul Farming Corporation at Asan City

Kim, Ho · Yoon, Jong-Yeol

Pureundeul farming corporation(PFC) is an exemplary body of all producer organizations for environmentally friendly agriculture(EFA) in Korea. It is located at Asan in Chungnam and has 301 farmers. They attained more than 10 billion wons as a sale in 2004. And The direct marketing channel of the EFA products is the second logistics center(Asan)→the first logistics center(Gwangju Gyunggi)→ local hansalim shops→ consumers. It is needed to construct the system of the direct marketing as follows : First, it needs to construct the direct marketing system within the region for EFA products of Asan. Second, the direct shop and suppling area should be enlarged as a way to promote sales with the demand increase of EFA products. Third, an aggressive promotion campaign is be needed for increasing motivation of consumption and understanding of EFA products.

*Key words : pureundeul farming corporation, environmentally friendly agriculture, direct marketing*

## I. 서 론

푸른들영농조합은 한살림 아산시 생산자연합회 회원이 공동으로 출자하여 설립한 법인이다. 이것은 1980년 아산시 음봉면 산정리에서 청년 생산자들이 중심이 되어 조직되어 서울의 소비자와 직거래를 시작한 것이 출발점이었다. 생산자연합회는 한살림 정신과 철학을 근본으로 하여 친환경 유기농산물의 생산과 직거래운동을 전개해왔다. 그리고 푸른들영농조합은 아산지역 생산자 회원이 생산한 농산물의 대부분 뿐 아니라 타 지역의 한살림 생산

---

\* 단국대학교 교수

\*\* 대표저자, 단국대학교 대학원

자 회원이 생산한 농산물의 일부를 가공 및 소포장, 물류 등 유통기능을 수행하고 있는 조직체이다.

아산지역 생산자 회원은 2000년 63농가, 2001년 85농가이고, 2004년에는 301농가로 2000년에 비해 약 4.7배 증가했다. 그리고 사례지역의 친환경농업의 총 생산면적은 약 552.2ha인데, 벼가 243.0ha(44.0%)로 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 그 다음으로 밀 123.0ha(22.0%), 콩 115.0ha(20.8%) 순으로 나타나고 있다. 그밖에 채소류는 60.2ha(10.9%), 과일류는 11.0ha(2.0%)를 차지하고 있다. 이러한 농산물의 대부분은 도시지역에 설립되어 있는 한살림 생협을 통해 직거래되고 있다. 이 지역은 시군 단위의 친환경 유기농업 생산자회원 수 및 경지규모에 있어 우리나라 대표적인 산지라고 할 수 있다.

이 연구에서는 이같은 푸른들영농조합의 친환경 유기농산물 유통실태에 대해 살펴보고자 한다. 즉 친환경농산물의 종류와 유통경로 및 유통마진, 매출액 추이에 대해 고찰하고, 직거래의 발전과제를 제시하고자 한다.

## II. 친환경농산물의 종류 및 유통경로

### 1. 친환경농산물의 종류

사례지역의 친환경농산물 재배 품목은 <표 1>에 나타난 바와 같다. 곡물류 5개, 채소류 29개, 과일류 2개, 축산물 1개, 기타 품목 6개 등 총 44개 품목이다. 또한 가공식품으로서 두부, 콩나물, 통밀가루가 자체 가공 시설에 의해 생산되고 있다.

친환경농산물은 배를 제외하고 대부분이 무농약 재배 및 유기재배이다. 곡물류는 쌀과 밀 등이 생산되고 있는데, 사례지역의 대표적인 품목이다. 그리고 채소류는 29개 품목인데 가지, 감자, 양파, 오이, 배추, 무, 깻잎, 피망, 호박, 고추, 대파 등이 있다. 축산물은 유정란만을 생산하고 있고, 과일류는 저농약 및 무농약 배와 무농약 복숭아가 생산되고 있다. 그밖에 가공식품은 두부, 콩나물, 통밀가루가 생산되고 있으며, 2005년부터 두유를 생산할 계획이다.

<표 1> 사례지역의 친환경농산물 종류

구 분	인증 구분	품 목	품목수
곡 물 류	유 기	멥쌀, 찰쌀, 흑미, 콩	5
	전환기 유기	멥쌀, 찰쌀, 흑미	
	무농약	멥쌀, 찰쌀, 흑미, 밀, 콩	

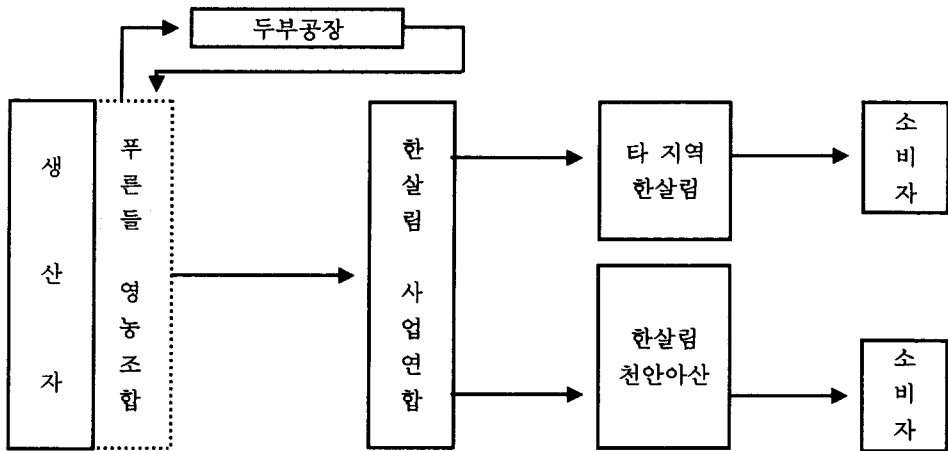
구 분	인증 구분	품 목	품목수
채 소 류	유 기	완숙토마토, 부추, 완두콩, 강남콩, 대파, 달래, 애호박, 쪽파, 고구마순, 콩, 오이, 가지, 감자, 호박, 배추, 생강, 대파, 생강	29
	전환기 유기	가지, 부추, 완두콩, 생강, 참외, 풋고추, 중파, 대파, 깻잎, 양파, 피망, 파리고추, 오이, 호박	
	무농약	가지, 감자, 강남콩, 고구마, 깻잎, 파리고추, 대파, (밤)호박, 배추, 생강, 양파, 오이, 완두콩, 참외, 토마토, 콩, 무, 피망, 두릅	
과 실 류	무농약	배, 복숭아	2
	저농약	배	
축 산 물	-	유정란	1
가공식품	유 기	두부, 콩나물	3
	무농약	두부, 콩나물, 통밀가루	
기 타	무농약	새송이버섯, 생표고 버섯, 썰은 건 표고버섯, 느타리버섯, 팽이버섯, 땅콩	6

자료 : 현지조사(2004. 12)

## 2. 유통경로

친환경 유기농산물은 주로 다품목 소량으로 생산·유통되며, 대체로 일반농산물에 비해 낮은 수량과 생산과정의 노동시간 증가를 반영하여 가격이 비교적 높은 편이고 외관상 품질이 떨어지기 때문에 일반도매시장을 경유하는 유통이 아니라 다양한 직거래형태의 시장의 유통이 주류를 이루고 있다. 이러한 점에서 볼 때, 사례지역에서 생산되고 있는 친환경 농산물은 한살림 생협과 연계하여 생산자와 소비자 간의 신뢰관계와 제휴관계를 통한 직거래형태를 취하고 있다. 이와 같은 직거래형태는 생산자를 조직화하여 직거래를 지역 속에서 더욱 확대시켜 나가고, 지역 농가들의 상호교류와 공동작업 등을 포함한 그룹거래를 지향하고 있는 것이 특징이다.

<그림 1>은 사례지역의 친환경농산물 유통경로를 나타낸 것이다. 생산자조직은 개별조합원들이 출자해서 설립한 자체 물류센터인 푸른들영농조합을 조직·운영하고 있다. 이 물류센터는 한살림의 제2 물류센터로서 보관·저장, 소분·포장, 당일 출고작업 등의 기능을 담당하고 있고, 규모는 냉동·냉장고 50평을 포함한 총 200평이다<표 2>. 또한 이 곳으로 출하되고 있는 품목은 사례지역을 포함한 충청남도 이남에서 생산되거나, 특히 부정기적인 발주 품목 중에서 부피가 크거나, 유통기한이 길고, 소분 대상인 것을 보관하고 있다.



〈그림 1〉 유통경로

여기에서 수집된 품목은 한살림 사업연합의 경기도 광주 물류센터(제1물류센터)로 입고 된다. 그런데 다량으로 입고되는 물품은 수량, 상태, 유통기한, 포장지 등을 표본 추출하는 방식으로 검수한다. 그리고 일일 발주 품목은 주로 입고 시점에서 상태를 검수하고, 수량은 집품준비를 하면서 확인한다. 또한 수량의 차이가 발생할 경우에는 생산지에 확인하여 인수량을 수정한다. 입고된 물품은 분류 및 집품 준비과정을 거쳐 당일의 총주문량을 지역 공급량과 매장 공급량으로 분리하여 준비한다. 이렇게 분리된 물품은 지역과 매장의 집품 라인을 분리하여 집품작업을 하고, 지역 공급물품은 종이상자, 매장 공급물품은 녹색상자에 분류한다.

분류 및 집품작업이 완료되면, 배송용 차량에 물품 상차작업을 실시하고, 각 공급센터와 각 지역 한살림 매장으로 보낸다. 그리고 각 지역 한살림으로 배송된 물품은 대부분 정해진 물류 지역의 범위에 따라서 소비자에게 직접 공급이 되고 있고, 일부는 매장에서 판매되고 있다.

〈표 2〉 유통 및 가공 관련 시설 보유현황

시 설	규 모	시 설	규 모
기초분석실 및 미생물증식시설	37.5평	유기질비료 생산시설	1식(50평)
BMW 저장시설	1식	미생물 저장실	2평
유기질비료 저장창고	50평	기초분석장비	8조
벼 건조시스템	건조기 2대 승강기 1식	중경제초기	4대
저온저장고	72평	집하장	133평

시 설	규 모	시 설	규 모
전기시설	1식	장비(냉장차 등)	1톤, 2.5톤, 5톤
지게차	3대	당도측정기	1대
농산물 건조기	1대	운반상자	7,900개
파래트	350개	자료실	12.5평
서 적	250권	컨테이너식 저장고	3대
두부공장	160평	콩나물 재배실	60평

자료 : 현지조사(2004. 12)

### Ⅲ. 매출실태와 유통마진 분석

#### 1. 품목별 출하량 및 매출현황

푸른들영농조합에서 취급하는 품목은 멸치, 김과 같은 건어물을 제외하면 대부분 1차 농산물이다. 또한 가공식품으로서, 두부, 콩나물이 자체 가공공장에서 생산하여 출하하고 있다.

<표 3>은 품목별 출하량 및 매출현황을 나타내고 있다. 출하품목 중 오이, 완속토마토, 유정란, 애호박, 버섯류 등이 많은 비중을 차지하고 있다. 총 매출액을 보면 채소류의 경우, 완속토마토가 약 6억 1천만원으로 가장 많고, 오이가 약 2억 5천만원, 애호박이 약 8천 8백만원, 배추와 풋고추가 각각 약 6천 3백만원, 5천만원으로 나타나고 있다. 한편, 버섯류는 새송이 버섯, 팽이버섯, 느타리버섯, 생표고 버섯 등 총 4가지가 출하되고 있고, 이중 새송이 버섯이 출하량(약 82톤) 및 매출액(약 3억 5천만원)에서 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 그리고 축산물에 있어서 유일한 품목인 유정란은 출하량이 약 20톤이고, 매출액은 약 1억 원으로 나타나고 있다. 그밖에 부추의 경우, 출하량은 약 70톤, 매출액은 약 6천 3백만원이고, 가지의 경우, 출하량은 약 29톤, 매출액은 약 3천 1백만원이었다.

<표 3> 품목별 출하량 및 매출현황

(단위 : kg, 천원)

품 목	출하량	매출액	품 목	출하량	매출액
완 두 콩	10,017	25,043	강 낭 콩	6,109	15,273
가 지	29,446	31,856	깻 잎	76,032	28,059

품 목	출하량	매출액	품 목	출하량	매출액
파리고추	31,709	47,745	느타리버섯	9,216	20,275
달 래	9,919	11,437	감 자	7,714	19,285
부 추	70,367	63,330	새송이버섯	82,909	356,509
생 강	7,051	28,204	수 박	3,087	34,690
고구마순	13,039	13,039	알 토 란	7,255	7,255
생표고버섯	60,492	199,624	애 호 박	68,331	88,416
오 이	142,464	250,777	유 정 란	20,471	100,915
배 추	7,640	63,330	중 파	24,218	22,336
참 외	3,773	22,638	완숙토마토	111,302	601,407
팽이버섯	110,811	88,649	풋 고 추	43,810	50,741
토란줄기	2,813	2,813	피 망	23,929	31,108

자료 : 현지조사(2004. 12)

이와 같이 매출액은 개별 품목에 따라서 큰 차이를 보이고 있다. 이것이 의미하는 바는 출하하는 품목에 따라서 농가소득에 차이가 있다는 것이다. 이러한 차이는 복수생산자 방식을 통해서 해소가 가능하다. 예컨대, 토마토, 새송이버섯 등과 같은 시설재배 품목은 비교적 수량이 많고, 단가가 높지만 생산비가 많이 소요된다. 그리고 토란줄기, 고구마순 등과 같은 노지재배 품목은 수량이 적고, 단가가 낮지만 시설재배 품목보다 생산비가 적게 소요된다. 따라서 복수품목 생산방식은 생산계획수립 시, 개별농가가 하나의 품목만을 전문화하는 것이 아니라 개별농가가 감당할 수 있는 범위 내에서 다품목·소량생산을 유도하여 농가소득을 향상시키고, 나아가서는 유기농업의 지속적인 발전을 도모할 수 있는 것이다.

또한 동일품목을 재배하는 개별 농가간의 소득도 큰 차이를 보이고 있다. 예컨대, 완숙 토마토의 경우, 조사농가 4개 중 A농가는 농가소득이 약 9천만원인 반면에 B농가는 약 3천만원으로 A농가보다 무려 6천만원 정도 소득격차를 보이고 있는 것으로 조사되었다. 이러한 소득 격차는 재배규모, 농업경영 및 기술, 병충해 방지 기술 등에 있어서 개별 농가간 차에 기인하고 있다. 그러므로 품목별 작목모임은 농가간 지속적인 상호교류를 통해 유기농업에 대한 경험과 기술의 차이를 해소시킬 수 있는 장으로 활용하는 것이 중요한 과제가 된다.

<표 4> 곡물류의 수매 현황

(단위 : 톤, 천원, %)

품 목		수 량	비 율	금 액	비 율
벼		2,217.174	(65.6)	4,699,694.8	(69.6)
밀		889.385	(26.3)	806,214.7	(11.9)
콩	두 부 콩	251.329	(7.4)	1,145,911.6	(17.0)
	콩나물콩	23.998	(0.7)	104,200.5	(1.5)
합 계		3,381.886	(100.0)	6,756,021.6	(100.0)

자료 : 현지조사(2004. 12)

한편, 푸른들영농조합은 곡물류를 자체 수매하고 있는 바, 그 현황은 <표 4>와 같다. 곡물류의 총 수매량은 약 3,300톤이고, 총 수매액은 약 67억원으로 나타나고 있다. 벼의 경우, 수매량은 약 2,200톤으로 수매량 전체 대비 약 65.6%를 차지하고 있고, 수매액은 약 46억으로 수매액 전체 대비 약 69.6%를 차지하고 있다. 그리고 밀의 경우, 수매량은 약 889톤, 수매액은 약 8억원이었다.

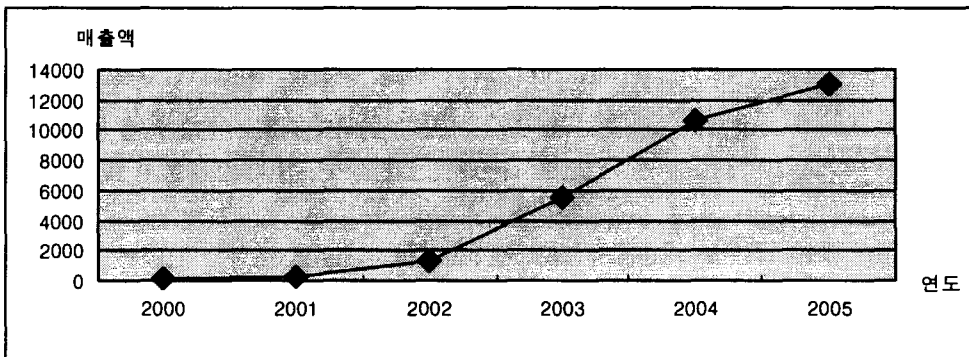
<표 5> 연도별 매출 현황

(단위 : 백만원, %)

연 도	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년(P)
매출액	88.1	205.5	1,340.7	5,531.3	10,684.4	13,000.0
증가율	(100.0)	(233.2)	(1,521.4)	(6,277.0)	(12,127.5)	(14,752.6)

주 : 2005년도 매출액은 예상치를 나타냄.

자료 : 현지조사(2004. 12)



<그림 2> 연도별 매출액 추이

그리고 <표 5>와 <그림 2>는 연도별 매출액 추이를 나타내고 있다. 푸른들 영농조합이 설립된 해인 2000년에는 매출액이 약 8천 8백만원이었지만, 2001년에는 2000년 대비 2.3배 정도 증가한 약 2억 5백만원을 나타내고 있다. 그리고 매출액은 2002년~2004년까지 매우 급격한 증가 추세를 보이고 있다. 예컨대, 2002년에는 2000년 대비 약 15배인 약 13억원, 2003년에는 2000년 대비 약 62배인 약 55억원까지 증가했고, 2004년에는 약 101억원으로 2000년과 비교했을 때 무려 120배나 증가했다. 이러한 매출 증가 추세로 봤을 때, 2005년 매출액은 30% 정도 증가한 약 130억원으로 예상되고 있다.

<표 6> 연도별 가공식품 매출액

(단위 : 백만원, %)

연 도	콩나물	두 부	합 계	비 율
2000년	43.3	-	43.3	(49.1)
2001년	103.4	-	103.4	(50.3)
2002년	170.8	-	170.8	(12.3)
2003년	248.7	563.2	811.9	(14.7)
2004년	417.2	1,433.5	1,850.7	(17.3)

주 : ( ) 내는 연도별 총 매출액 대비 가공식품이 차지하는 비율을 나타냄.

자료 : 현지조사(2004. 12)

그리고 <표 6>은 연도별 가공식품 매출액과 총 매출액에서 차지하는 비율을 나타내고 있다. 현재 사례지역에서 생산되고 있는 가공식품은 콩나물, 두부 2종류이고, 두부는 2003년에 처음 생산되기 시작하였다. 연도별 매출액을 살펴보면 2000년에 약 4천 3백만원, 2001년에 약 1억 3백만원이고, 총 매출액에서 차지하는 비중은 각각 49.1%, 50.3%로 나타나고 있다. 그리고 두부를 생산하기 시작한 2003년 매출액은 약 8억 1천만원으로 총 매출액 대비 14.7%를 차지하고 있고, 2004년에는 약 18억 5천만원으로 총 매출액 대비 17.3%를 차지하고 있다.

이상 살펴본 바, 1차 농산물의 생산량이 적었던 2000년~2001년에는 가공식품의 비중이 거의 50%를 차지하고 있다. 그러나 2002년~2004년에는 총 매출액에서 가공식품이 차지하는 비중이 낮게 나타나고 있다. 이것은 이 기간 동안 1차 농산물과 가공식품의 생산량이 모두 양적으로 증가하고 있으나 상대적으로 1차 농산물의 생산량이 더 증가했고, 반면에 가공식품의 종류는 2가지에 국한되어 있기 때문이다.

친환경농산물은 소득탄력성이 큰 상품인 바, 친환경농산물을 원료로 가공식품을 생산하면 품질차별화, 가격차별화를 통해 친환경농산물 생산농가의 소득증대에 기여할 수 있다. 따라서 사례지역은 친환경농산물 생산기반이 튼튼하고, 친환경농산물의 안정적인 판로가 확보되어 있기 때문에 농가소득을 향상시킬 수 있는 하나의 방안으로 가공식품의 종류를



점차 증가시킬 필요가 있다. 그리하여 푸른들영농조합에서는 2005년 현재 두유가공공장 설립을 추진하고 있다.

## 2. 유통마진 분석

사레지역의 생산자조직이 출하하고 있는 품목의 거래단위 및 출하가격은 <표 7>과 같다. 거래단위는 토마토, 참외, 파리고추, 풋고추는 중량(kg, g), 애호박, 오이, 가지, 피망 등은 수량(개)이다. 또한 감자는 중량(kg), 무는 수량(개)으로 하고 있다. 그밖에 버섯류의 거래단위는 중량(g)이고, 부추, 파는 중량(g), 배추와 깻잎은 수량(망, 장)을 사용하고 있다.

그리고 품목의 거래단위는 대체로 소량 단위인데, 이것은 친환경농산물이 생산자조직과 소비자단체간의 직거래로 유통되고 있기 때문이다. 즉, 소비자단체는 친환경농산물을 생산자조직으로부터 구입하여 소비자에게 직접 공급해야 하므로 소비자의 구매단위인 소매단계의 거래단위를 갖추어야 한다.

한편, 푸른들 영농조합법인에서 직접 소분되고 있는 품목은 지역에서 생산되고 있는 쌀, 밀과 외부에서 대량으로 들어오는 양파, 감자, 김, 멸치, 그리고 명절과 같이 특정 시기에 납품되는 은행, 호두 등이 해당되고, 부추, 달래, 깻잎, 토란줄기, 애호박, 강낭콩 등과 같은 일일품목은 생산자가 직접 소분해서 납품하고 있다.

<표 7> 품목별 거래단위 및 출하가격

(단위 : 원)

품 목	거래단위	출하가격	품 목	거래단위	출하가격
깻 잎	30장	500	부 추	300g	900
중 파	500g	1,100	참 외	2kg	6,000
애 호 박	2개	1,600	고구마순	400g	1,000
강 남 콩	1kg	2,500	생표고버섯	400g	3,300
간완두콩	500g	4,200	가 지	4개	1,200
완 두 콩	1kg	2,500	피 망	3개	1,300
무	1개	900	쪽 파	1kg	1,600
두 립	1kg	14,800	느타리버섯	400g	2,200
배 추	1망	3,300	달 래	100g	1,100
생표고버섯	400g	3,300	유 정 란	1판	5,100
파리고추	200g	1,300	새송이버섯	400g	4,300

품 목	거래단위	출하가격	품 목	거래단위	출하가격
오 이	3개	1,600	팽이버섯	200g	800
완숙토마토	2kg	7,000	오 분 도	8kg	24,900
감 자	2kg	2,500	참쌀백미	40kg	142,000
풋 고 추	300g	1,000	백 미	8kg	25,900

자료 : 현지조사(2004. 12)

<표 8>은 푸른들 영농조합법인에서 한살림 사업연합으로 출하되고, 소비자에게 직거래 되고 있는 15개 품목에 대한 생산자가격과 소비자가격, 유통마진을 나타낸 것이다. 위에서 살펴본 유통경로<그림 1>에 의하면 사례지역에서 생산되고 있는 친환경농산물은 푸른들 영농조합법인을 거쳐 한살림 사업연합으로 출하된다. 따라서 생산자수취가격은 푸른들 영농조합법인에서 한살림 사업연합의 출하가에서 배송비 2%, 유기농발전기금 2%, 생산안정기금 2%, 연합회비 1%, 출자금 1%를 공제한 금액이 된다. 그리고 소비자지불가격은 한살림의 소비자가격을 이용하였다. 또한 일반농산물과의 유통마진 비교를 위한 자료는 조완형(2003)의 자료를 이용했다.

<표 8> 주요 품목의 유통마진

(단위 : 원, %)

품 목	단위	소비자가격	생산자가격	비 율	유통마진	비 율
백 미	8kg	29,500	24,087	81.7	5,413	18.3
현 미	4kg	14,200	11,625	81.9	2,575	18.1
감 자	2kg	3,200	2,325	72.7	875	27.3
완숙토마토	2kg	9,000	6,510	72.3	2,490	27.7
오 이	3개	2,100	1,488	70.9	612	19.1
가 지	4개	1,600	1,116	69.8	484	30.2
애 호 박	2개	2,100	1,488	70.9	612	29.1
배 추	1망	4,600	3,069	66.7	1,531	33.3
무	1개	1,300	837	67.2	427	32.8
깻 잎	30장	500	465	93.0	35	7.0
중 파	500g	1,400	1,023	73.1	377	26.9

품 목	단위	소비자가격	생산자가격	비 율	유통마진	비 율
부 추	300g	12,00	837	69.7	363	30.3
느타리버섯	400g	2,800	2,046	73.1	754	26.9
새송이버섯	400g	5,500	3,069	55.8	2,431	44.2
유 정 란	1판	5,900	4,743	80.4	1,157	19.6

자료 : 현지조사(2004. 12)

<표 8>에 나타난 바와 같이, 백미와 현미의 유통마진은 각각 18.3%, 18.1%이고, 감자는 27.3%이었다. 그런데 일반농법으로 생산된 백미의 유통마진은 18.1%, 감자의 유통마진은 53.9%로서, 친환경농산물 감자의 유통마진이 26.6% 낮다. 또한 완숙토마토, 오이, 가지, 애호박, 배추, 무, 깻잎, 중파, 부추 등 9개 품목의 평균 유통마진은 26.3%이다. 이중 배추의 유통마진이 33.3%로 9개 품목 가운데에서 가장 높고, 그 다음으로 무가 32.8%이며, 깻잎이 7.0%로 가장 낮다. 배추의 경우, 일반농산물 배추의 유통마진은 85.6%로 친환경농산물 배추보다 52.3% 높은 수준이고, 일반농산물 무는 77.8%로서 친환경농산물 무에 비해 45.0% 더 크다. 또한 오이의 경우, 일반농산물 오이의 유통마진은 47.9%로 친환경농산물 오이보다 28.8% 크게 나타났다. 그리고 새송이버섯의 유통마진은 44.2%로 조사품목 중 가장 크게 나타났고, 그밖에 느타리버섯과 유정란의 유통마진은 각각 26.9%, 19.6%이었다.

이상 살펴본 바, 몇 가지 특징을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 친환경농산물 생산자가격은 새송이버섯을 제외하면 65.0%를 넘는 수준에서 결정되고 있다. 이것은 친환경농산물의 가격결정방식이 시장가격에 좌우되지 않고 계절 통일가격 또는 계절을 통해 재생산이 가능하게 하는 가격수준을 원칙으로 하기 때문이다.

둘째, 친환경농산물은 일반농산물에 비해 유통마진이 낮게 나타나고 있다. 이것은 전술한 바와 같이, 친환경농산물 직거래의 유통주체가 영리목적의 유통업자가 아니라 비영리단체인 생협이기 때문이다. 또한 유통경로도 생협에 의한 직거래방식을 택하고 있어 다단계를 거치는 시장유통에 비해 유통비용과 유통이윤이 상대적으로 적어진다는 점이다.

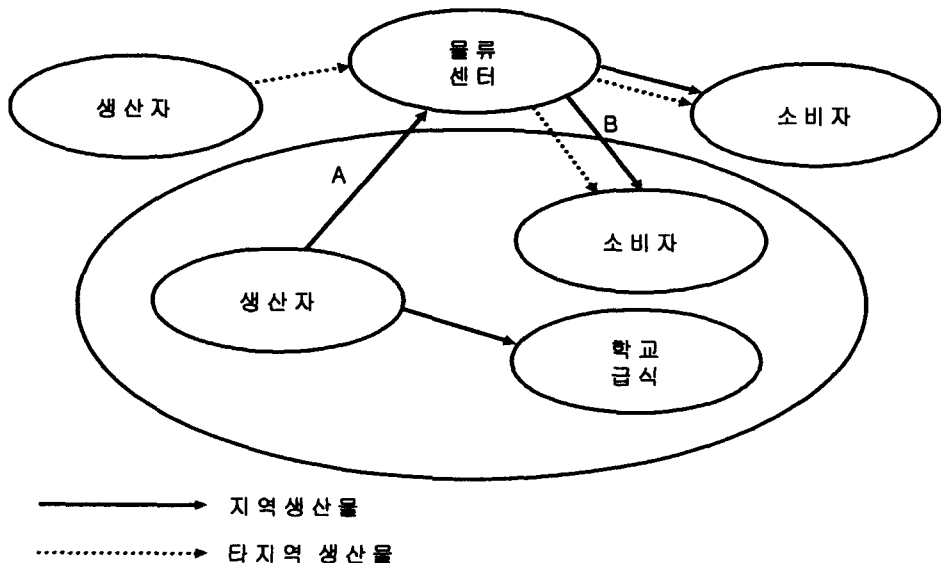
셋째, 백미, 현미, 감자와 같은 곡물류의 유통마진보다 배추, 무, 가지, 애호박과 같은 채소류의 유통마진이 더 높게 나타나고 있다. 이것은 채소류와 같은 신선품의 경우 거의 매일 소비지에 직접 출하해야 하므로 수확 및 운송작업 등에 노동력이 많이 소요된다. 또한 직거래방식은 도매시장의 저장기능을 수행할 수 없어서 유통과정에 손실분이 크기 때문이다.

#### IV. 친환경농산물 직거래의 발전과제

##### 1. 지역 내 직거래체계의 구축

현재 사례지역에서 생산되고 있는 친환경농산물은 생산자와 소비자의 제휴관계를 토대로 직거래 유통되고 있다. 이러한 직거래 유통은 현재 우리나라 친환경농산물 유통의 중심축을 이루고 있으며, 실제 전체 친환경농산물 유통량의 약 25%를 차지하고 있는 것으로 파악된다. 그리고 생협과 같은 직거래 단체는 물류효율성을 높이기 위해 중소규모의 물류센터를 거점으로 집배송의 규모화를 추진하고 있다. 이러한 추세에 상응하여 사례지역에서도 현재 제1물류센터와 제2물류센터의 증설이 진행되고 있다. 이와 같이 직거래 운동을 통한 친환경농산물의 생산, 유통, 소비 부문의 지속적인 발전은 매우 고무적인 현상이라고 사료되나 현재 사례지역의 친환경농산물 유통체계는 친환경농산물의 지역 내 직거래 비율이 매우 낮은 문제점을 가지고 있다.

<그림 3>는 현재 사례지역에서 생산되고 있는 친환경농산물의 유통경로를 나타낸 것이다. 친환경농산물은 물류센터(한살림 사업연합의 제1물류센터)로 출하되고 있고, 한살림 회원 생산자조직은 사례지역을 포함해서 전국에 약 20개가 분포되어 있다. 물류센터로 출하된 친환경농산물은 각 지역 한살림의 주문량에 따라 집품작업을 실시하고 다시 각 지역 한살림 매장으로 공급된다. 그리고 각 지역 한살림에 공급된 물품은 지역공급과 매장판매의 형태로 소비자에게 전달된다. 이처럼 사례지역에서 생산되는 친환경농산물의 유통경로는



<그림 3> 현재의 유통체계

정도의 매출액 신장을 이루었지만, 2004년도에는 지역공급 매출액이 매장공급 매출액보다 낮게 나타나고 있다.

직매장은 일반소비자로 하여금 친환경농산물 구매의 접근성과 편의성을 제고시키고, 지역 내 회원수의 증가와 홍보활동에 큰 역할을 담당한다. 그리고 친환경농산물 소비확대 측면에서 보면 직매장의 확충은 매장 공급과 지역공급 매출액을 동시에 상승시키는 효과를 거둘 수 있다. 따라서 푸른들영농조합이 직영하는 직매장의 설립을 추진함으로써, 향후 산지의 친환경농산물 생산의 증대와 지역 내 직거래가 실현될 경우, 푸른들영농조합의 안정된 판로로서 필요하다고 사료된다.

한편, 공급지역의 확대는 다른 지역에 비해 매장 접근이 어려운 소비자들에게 직접 물품을 공급함으로써 소비자들로 하여금 친환경농산물을 구매할 수 있는 기회의 폭을 넓힐 수 있다. 그리고 지역으로 공급되는 모든 물품은 인터넷 주문방식으로 이루어지기 때문에 인터넷 사용에 비교적 익숙한 젊은 주부계층으로 하여금 친환경농산물의 소비를 촉진시킬 수 있는 중요한 수단이 될 수 있다.

## V. 결 론

푸른들영농조합은 아산시 친환경 유기농산물 생산자회원이 공동 출자하여 설립한 물류 기구이다. 이 조직은 주로 유통을 담당하고 있는 바, 취급물량이 급속히 증가하고 있으며 2004년말 현재 매출액이 100억원을 초과하였다. 그리고 2005년에는 생산자 회원이 500농가에 이르고 매출액 또한 130억을 달성할 것으로 전망되고 있다. 이같이 생산자 및 생산물량의 증가는 안정된 판로와 지역 생산자와 소비자간 밀착이란 과제를 파생시킬 것으로 생각된다.

따라서 영농조합이 직접 운영하는 자체 직매장의 설립 운영의 필요성을 증대시키고 있다. 또한 푸른들영농조합에서 한살림 천안아산생협으로 공급되는 물품의 유통경로를 직선화할 필요성이 있다. 즉 경기도 광주에 소재하고 있는 제1물류센터를 경유하여 다시 천안으로 역류하는 경로를 직접 유통되는 경로로 단축시켜야 하는 것이다. 뿐만 아니라 생산물량의 증대에 따른 공급과잉을 해소하기 위하여 새로운 친환경 유기농산물 가공식품공장의 설립을 추진하여야 한다.

## 참 고 문 헌

1. 김 호 · 허승욱. 1997. 유기농산물 가공공장의 경영실태에 관한 사례연구. 한국유기농업학회지 6(1) : 11-23.
2. 김 호 · 허승욱. 2003. 친환경농산물의 소비실태에 대한 조사 연구. 한국유기농업학회 2003년 하반기 학술발표대회 논문집.
3. 윤종열. 2004. 친환경 지역농업의 발전모델 및 추진전략 수립에 관한 연구. 단국대학교 대학원 석사학위논문.
4. 조완형. 2003. 친환경농산물 생산 · 소비 · 유통의 특성분석과 개선방향에 관한 연구. 고려대학교 대학원 박사학위논문.
5. 한살림. 2004. 생산자 모임 교육자료집.
6. 허승욱 · 김 호. 2003. 수도권 소비자의 친환경농산물 소비실태 분석과 소비확대 전략. 한국유기농업학회지 11(4) : 15-37.