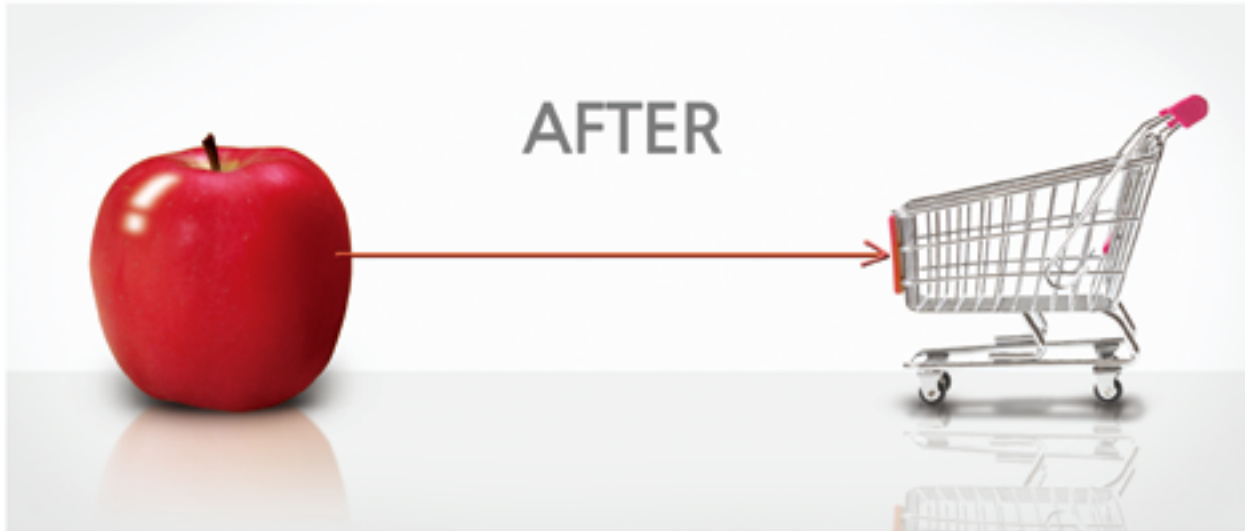
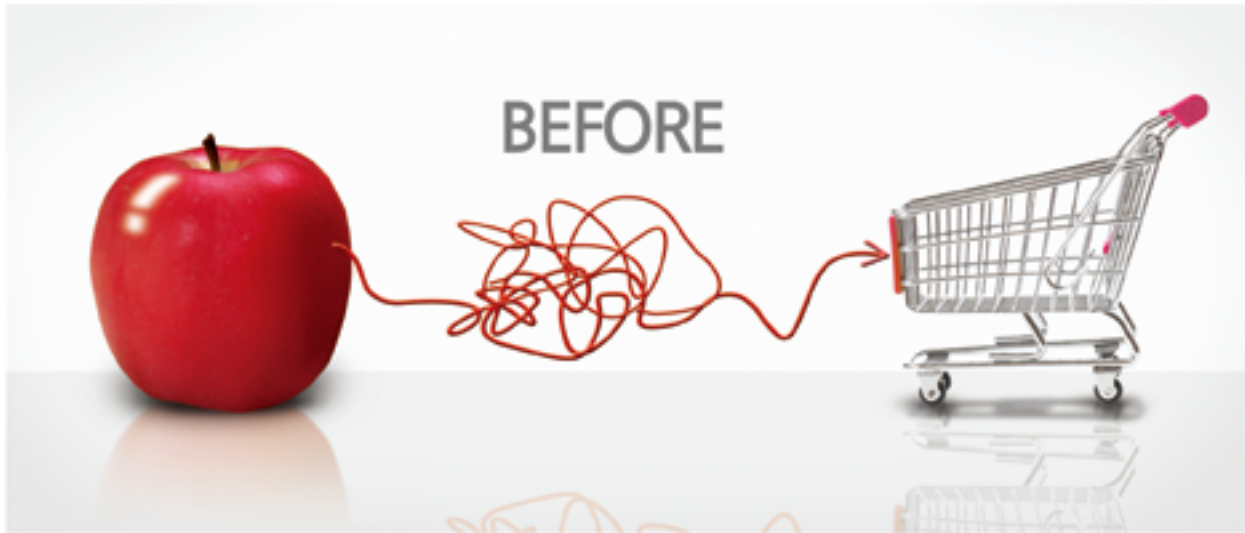




농수산물 新유통시대!

산지조직화 · 전문화에서부터 농수산물 사이버거래소 운영,
온오프라인 직거래 활성화, 동반성장 · 공정거래 지원까지
aT는 다양한 유통혁신사업을 통해 생산자와 소비자 모두가 만족하는
新유통시대를 열어가고 있습니다.



신동

테마 in
지방도매시장에 생명력을 불어넣자

이슈 in
농산물 직거래 활성화에 관한
법률 제정 공청회

정보 in
유통자치시대
대구·경북 농민들의 농산물,
다 팔아드립니다

세계 in
세계의 농산물 브랜드
일본 '마시는 우마지 마을'



contents

유통in 2014. 03/04 Vol.10



08



aTin

- 22 한국농수산물유통공사 올해 주요 사업

정보in

- 24 유통자치시대
대구경북 농민들의 농산물, 다 팔아드립니다
- 28 산지유통 그 해답은
함께 일귀내 GO~ 지역은 함께 UP~
- 32 팔리는 농산물은 다르다
소비자 입맛을 사로잡은 방울토마토 전문농사꾼
- 36 유통현장은 지금
대전중앙청과, 전처리 농산물사업 개척

- 04 유통뉴스



테마in

- 08 지방도매시장에 생명력을 불어넣자

이슈in

- 14 농산물 직거래 활성화에 관한 법률 제정 공청회

현장토크

- 18 가락시장 물류개선 방안



14



24



32



50



36



52



62

등록번호 서초 마00065호 | 등록일 2012년 10월 22일
발행일 2014년 3월 15일 | 발행편집인 김재수
발행처 aT(한국농수산물유통공사) 서울특별시 서초구 강남대로 27(양재동) aT센터 ☎ 02-6300-1582
기획/편집/취재/디자인 한국농어민신문(02-3434-9000)
제판인쇄 천일인쇄사

본지에 게재된 글과 사진 등은 aT의 동의 없이 사용할 수 없습니다.
본지에 게재된 글은 필자의 개인 견해이며 aT의 공식 입장과 다를 수 있습니다.
본 잡지는 유통정보 교류를 위해 무료로 배포되고 있습니다.

- 40 불공정거래 극복전략 시리즈 ⑥

- 44 정복! IT세상
IT가 농업을 변화시킨다

- 46 행사 캘린더

세계in

- 48 세계의 농산물 브랜드
일본 '마시는 우마지 마을'

- 50 해외유통정보
일본의 직매장은...
미중, 소비트렌드가 변화한다



사람in

- 52 만나고 싶었습니다
이명진 전 농림부 부이사관

- 54 유통 전문가 칼럼
양승룡 고려대 교수

- 56 사람들



광장in

- 60 (사)농식품유통인포럼

- 62 우리농산물 이야기
동서양의 중요 식품, 양파

- 64 농업인 생활법률, 독자코너

‘화무십일홍(花無十日紅)’에 벚꽃 역시 빚겨가지 못합니다. 세월 앞에 장사 없듯 벚꽃도
절정의 기간이 열흘을 채 넘기지 못한다고 합니다. 그래도 벚꽃은 다른 듯합니다.
절정의 시기는 물론 꽃망울이 채 맺혀지기 전부터 만개의 시기를 지나 흩날리며
떨어지는 낙화의 순간, 아니 길바닥에서 퇴색돼 잊혀져가는 계절까지 각기 다른
아름다움을 뽐내니까요.

어느덧 벚꽃이 피려합니다. 벚꽃이 피어나 지고 다시 다음 해를 기억하는 그 일상의
모든 날들이 아름다운 하루하루가 되길 바랍니다. -유통in-

News

김재수 aT 사장 ‘농업의 대반격’ 출간



김재수 한국농수산식품유통공사(aT) 사장이 농업의 가능성과 희망을 제시한 ‘농업의 대반격’ 책자를 출간했다. 김재수 사장이 지난 33년간 농림축산식품부, 농촌진흥청 등 농림공직자로서 그리고 aT 사장으로 근무하면서 우리 농업과 농촌의 현실에 대해 보고 듣고 느낀 것을 언론기고문 중심으로 엮은 책이다.

이 책은 △정치농업시대를 마감하자 △글로벌시대 우리농업이 길로 가자 △신 농업혁명을 일으키자 △한국농업미래 비전이 보인다 등 총 4부로 구성됐다. 또한 생산 중심의 농업에서 기능성 농업, 치료농업, 관광농업이 어우러지는 미래형 6차 산업으로 발전해 신성장동력을 창출할 수 있다는 그의 평소 소신을 책 속에서 설명하고 있다. 특히 김 사장은 이 책자의 판매 수익금을 사회공헌의 일환으로 기부할 예정이다.

김재수 aT 사장은 “전반적인 농업 여건이 어려운 것은 사실이지만 선진강국과 국내 농업현장을 두루 살펴본 결과, 우리 농업의 미래에 희망이 있다”며 책을 발간한 이유를 밝혔다. 그는 덧붙여 “우리 농업의 미래변화는 무한하며 창조경제 꽃은 농업에서 핀다”며 “농업이야말로 창조적 아이디어와 기술개발이 융복합해 창조경제의 꽃을 피울 산업”이라고 강조했다.

올해 유통구조 개선 주요 대책은

농림축산식품부는 지난해 5월 27일 발표된 농산물 유통구조 개선대책이 가시적인 성과를 올리고 있어 올해부터 본격적인 성과 도출을 위한 대책을 추진해 나간다는 계획이다. 우선 올해 유통비용 절감에 주력기로 했다. 직거래 판매액을 지난해보다 20% 신장한 1조9350억원, 농협 소매 판매액 2조 1500억원(10% 신장), 농협 도매 판매액 1조2250억원(22% 신

장), 도매시장 정가수의매매 비중 14% 등을 통해 유통비용을 6200억원 절감시킨다는 목표를 세웠다.

이에 따라 직거래 및 농협 유통계열화를 본격 확대한다는 계획이다.

로컬푸드 직매장은 올해 30개소를 추가 설립하고, IT 기반의 직거래 플랫폼 및 소상공인의 산지 직구매를 위한 포스몰을 구축해 생산자와 소비자의 접근성을 높이기로 했다. 특히 ‘농산물 직거래 활성화에 관한 법률’도 신규 제정해 우수 직거래사업자를 보호하면서 직거래를 더욱 육성할 계획이다.

농협 안성물류센터를 활용해 대규모 식자재업체 및 중소슈퍼, 외식업체 등에 공급하고 온라인을 통한 직접 판매도 늘려나가기로 했다.

도매시장 정가수의매매를 확대하기 위해 예약거래와 출하정보 시스템을 구축하고, 물류인프라 확대를 위한 규제완화, 찾아가는 교육 및 인센티브 지원 등을 추진기로 했다.

농산물 수급안정 부문에서는 관측의 정확성을 제고하고, 모바일 앱 등을 통한 정보 제공을 확대, 자율적 수급조절 유도를 위한 농가 인센티브 지원 등의 대책을 전개한다는 계획이다.

농안법 개정해 도매시장 규제 완화

공영도매시장 중도매인간 거래를 금지했던 농안법이 개정됨에 따라 품목구색을 위한 중도매인간 거래가 제한적으로 허용된다. 또 공영도매시장 평가는 중앙정부와 지자체가 각각 시행하던 것을 중앙으로 일원화됐다.

이 같은 내용을 담은 농안법 일부 개정안이 지난 2월 28일 국회를 통과했다. 이에 따라 법 통과 6개월 이내에 농안법 시행령과 시행규칙이 개정되고, 오는 9월경에 개정된 농안법이 시행될 것으로 보인다.

농림축산식품부는 농산물 유통구조 개선을 위해 규제완화 및 제도를 개선하고 있으며, 도매시장 유통효율화를 가장 핵심적인 대책으로 추진하고 있다. 이에 따라 농식품부는 도매시장 정가수의매매 활성화와 함께 농산물 유통 관련 도매시장 규제를 완화한다는 방침을 세운 바 있다.

이번에 국회를 통과한 농안법 일부 개정안에서는 중도매인간 농수산물 거래를 제한적으로 허용했다. 농안법 제31조에서 농림축산식품부령 또는 해양수산부령으로 정하는 연간 거래액의 범위에서 해당 도매시장의 다른 중도매인과 거래하는 경우 허용한다고 명시했다.

또한 도매시장 평가도 개선됐다. 기존에는 농식품부와 해수부 이중으로 평가하던 것을 중앙으로 일원화해 평가 결과의 일관성과 신뢰성을 제고하는 한편 도매시장법인 등 피평가자의 업무부담을 덜어주기로 했다.

이와함께 중도매업자의 명의대여 금지 조항을 명시하고 위반자에 대해서는 허가취소 또는 6개월 이내의 업무정지, 1년 이하의 징역 또는 1000만원 이하의 벌금에 처할 수 있도록 했다.

농협공판장 “올해 정가수의매매 목표 6080억원”



농협공판장이 정가수의매매 활성화에 총력을 기울인다는 방침이다. 농협은 올해 정가수의매매 목표를 지난해보다 무려 30.1% 신장한 6080억원을 달성하겠다는 목표를 발표했다. 지난해 4672억원보다 30.1% 성장한 것으로 전체 공판사업의 15.5%에 달하는 규모다.

이를 위해 지난해 버섯과 감귤 2개 품목이었던 정가수의매매 집중 추진 품목을 올해는 사과, 배, 수박, 감귤류, 풋고추, 애호박, 버섯류 등 7개 품목으로 늘렸다. 품목별 우수 출하처도 개발키로 했다. 연합사업단, 조공법인 등 규모화된 산지 출하조직을 중심으로 물량을 유지하고, 중도매인을 대상으로 추척과 설 등 명절 성수품에 대한 우수상품 설명회를 개최하는 등 다각적인 방법으로 정가수의매매를 추진할 계획이다. 가락공판장 등 공판장의 구색맞춤을 강화하여 전송판매를 내실화하고, 통합 출하유치 목표액 250억원의 40%인 100억원을 정가수의매매로 처리한다는 목표다.

정가수의매매 기반도 확충해 나가기로 했다. 우선 지난해 가락,

대전, 창원 등에 구축한 저온저장고 및 상품화 시설을 올해는 부산, 광주, 부여 등에도 구축기로 했다. 또 중앙회의 정가수의매매 업무 기능을 강화하고, 공판장별 마케팅팀 운용 및 경매사를 신규로 채용기로 했다. 특히 경매사 평가에서 정가수의매매 추진 실적을 반영한다는 방침이다.

인천 구월도매시장 2017년 말까지 이전



인천 구월농축산물도매시장이 오는 2017년 말까지 확장 이전될 예정이다.

인천시는 그동안 구월도매시장 시설현대화를 추진해 왔으나 사업비 등의 마련에 어려움을 겪어왔다. 이런 가운데 인천시는 지난 3월 3일 롯데쇼핑과 구월도매시장 부지에 대한 투자약정을 체결함에 따라 도매시장 이전을 통한 시설현대화를 추진할 수 있게 됐다.

지난 1994년 개장한 구월 도매시장은 그동안 낙후된 시설 개선과 경매장, 중도매인 점포 부족 등으로 시설현대화가 절실한 상황이었다. 또한 인천 남부 지역을 상권으로 하고 있는 구월도매시장은 송도신도시 개발 등으로 농산물 물동량이 더욱 늘어날 것으로 전망되지만 시장 규모는 부지 6만809㎡(1만8395평), 건물 4만4101㎡(1만3340평) 등으로 협소해 이를 충족하지 못하고 있는 상황이다. 한국농촌경제연구원의 연구에서도 농산물 유통 부하가 가장 심각한 도매시장으로 분석한 바 있다.

이에 따라 인천시는 롯데쇼핑과 투자약정을 체결하고 오는 6월 30일까지 본 계약을 하기로 합의했다. 도매시장 부지 매각대금은 3060억원으로 협의된 상태다.

인천시는 부지 매각대금을 구월도매시장 이전 신축 비용으로 투자할 방침이다. 이전 예정지는 인천시 남동구 남촌동 177-3번지 일대 5만4000평으로 현재는 개발제한구역이다. 따라서 국토부와 도매시장이전을 위한 개발제한구역 해제를 협의해 나가기로 했다.

가락시장 특수품목중도매인 일반 전환 ‘제동’

특수품목중도매인을 일반 중도매인으로 전환하는 내용을 담아 서울시의회에 발의됐던 서울시농수산물도매시장조례 일부 개정안이 전면 보류됐다.

당초 서울시의회 재정경제위원회(재경위)는 지난 2월 26일 유청 서울시의원이 지난해 6월 발의한 서울시농수산물도매시장조례 개정안을 처리할 예정이었다. 그러나가락시장 도매법인과 중도매인들의 거센 반발과 함께 2월 25일 서울시의회 재경위가 주최한 공청회에서 상당한 논란이 불거지자 서울시의회 재경위에서 조례개정안을 아예 보류시켰다.

이에 따라가락시장 특수품목중도매인의 일반 중도매인으로 전환은 무산됐다.

그러나 무점포로 영업을 하고 있는가락시장 특수품목중도매인에 대해 시설현대화를 통해 사무실 또는 점포를 부여하는 방안을 지속적으로 검토해 나가기로 했다.

2월 25일 공청회에 배석한 이병호 서울시농수산물식품공사 사장은 “특수품목 중도매인 점포와 품목을 어떻게 할지 2가지 문제로 압축할 수 있지만 이해집단의 이해관계에 대한 결론을 내지 못하고 있는 상황”이라고 밝혔다.

정수용 서울시 산업경제정책관은 “특수품목 중도매인의 점포배정과 취급 품목에 대해서는 이해당사자의 충분한 논의와 전문적 영역에서 살펴보고 대안을 제시할 수 있는 기회를 갖는 것이 좋겠다”고 언급하며 조례 개정에 대한 보류의사를 전달했다.

강서도매시장 개장 10년 만에 ‘거래액 1조’



2월 25일 개장 10주년을 맞은 강서시장은 2013년 거래물량 56만9591톤, 거래액 9520억원을 기록해 전국 공영도매시장 중에서가락시장에 이어 2위를 기록했다. 이는 서울시민이 소비하는 농산물의 10%에 달하는 물량이다.

강서시장은 지난 2004년 21만3032㎡ 규모로 상장경매제와 시

장도매인제를 병행해 개장했으며 경매제 시장에서는 도매시장법인 3개사, 중도매인 332명, 매매참가인 7명, 경매사 51명, 하역원 150명 등이 종사하고 있다. 또한 시장도매인제에서는 시장도매인 52개사, 하역원 132명 등이 활동하고 있다.

이처럼 강서시장은 빠르게 성장해 왔지만 서울시농수산물식품공사는 강서시장 거래 활성화 대책을 마련해 적극 추진한다는 방침이다. 우선 구매자를 더욱 끌어들이기 위해 2015년 7월 개장을 목표로 식품종합상가를 건립키로 했다. 식품종합상가가 개장되면 소매상인들이 농산물과 식자재를 한 번에 구매할 수 있어 거래가 더욱 늘어날 전망이다.

또한 강서시장 인지도를 높이기 위한 다양한 홍보 활동도 전개한다. 지하철 마곡역이 강서시장역으로 병행 표기되도록 추진하고, 인근 주민들이 시장을 더 이용하도록 명절 특판행사도 지속적으로 열기로 했다. 이와함께 김장 나눔 행사, 설추석 과일 기부 행사, 다문화 가정 초청행사, 어린이 장터놀이 등 강서시장을 알리기 위한 다양한 행사를 개최기로 했다.

도매시장 평가, 정가수의매매 비중 높여

농림축산식품부는 유통구조 개선대책이 원활하게 추진되도록 공영도매시장 평가를 개선한다.

농식품부와 한국농수산물유통공사(aT)는 도매시장 운영 개선 및 유통주체의 경영개선 등 도매시장 발전을 이끌기 위해 매년 도매시장 개설자 31개소, 도매시장법인(공판장 포함) 83개소, 시장도매인 52개소를 대상으로 도매시장 운영평가를 시행하고 있다. 또 평가 결과에 따라 우수평가 개설자에 대해 인센티브를 부여하고 우수 도매법인에게도 출하촉진자금을 차등 지원한다. 반면 부진한 개설자와 도매법인에 대한 지도 관리를 강화하고 있다.

이에 따라 농식품부는 유통구조 개선대책에 발맞춰 도매시장평가도 개선키로 했다. 대책 중에서 도매시장의 핵심 사안인 정가수의매매 활성화, 물류 효율 증대 등에 대한 평가를 강화하기로 한 것이다.

개설자에 대한 평가에서는 중점 정책 수행노력 부문에서 하역업무 효율화, 정가수의매매 활용 유도 등의 배점이 각각 4점과 7점으로 상향 조정됐다. 도매법인중도매인 육성지도 부문에서는 도매법인 고객만족도 결과가 높은 비중으로 평가된다.

도매시장법인 평가에서는 하역업무 효율화와 정가수의매매 시스템 활용 노력 등의 지표가 각각 신설돼 중요하게 다뤄진다. 특히 도매시장평가의 일원화를 대비해 개설자 자율관리 부문도 10점 배점으로 신설됐는데, 도매시장별 특성을 반영해 개설자의

자율평가 결과가 적용된다. 반면 고객만족도 부문은 기존 20점 배점에서 10점으로 하향 조정됐다. 이와함께 도매시장법인 재무건전성 확보노력 지표에서 부채비율의 경우 정책자금인 농안기금 사용은 평가에서 제외된다.

시장도매인에 대한 평가에서는 하역업무 효율화 노력과 물량집하 분산 강화를 위한 업무개선 지표가 각각 신설됐다. 또한 개설자 자율관리 부문도 도매시장법인과 똑같이 적용되며 신설됐다.

양곡시장 친환경농산물 도매시장으로



양재동 양곡도매시장이 매우 쇠퇴한 가운데 친환경도매시장으로 재탄생해 도매시장 본연의 기능을 살리고 소비자 양곡도매의 거점으로 육성해야 한다는 공감대가 형성되고 있다.

이에 농림축산식품부와 서울시는 양곡도매시장을 양곡과 친환경농산물이 상생하는 친환경 전문 도매시장으로 재편해야 한다는 정책방향을 수립했다. 또한 서울시농수산물식품공사는 농식품신유통연구원에 ‘양곡도매시장 기능 재정립방안’ 연구용역을 의뢰했고, 친환경농산물 도매시장으로서 가능성을 타진했다.

연구결과 양곡과 전문 친환경농산물 도매시장으로서 매력이라는 주장이다. 이에 따르면 비용편익 비율이 2.1로 매우 높게 나타났고 도매시장을 통한 거래의 규모화로 800억원의 친환경농산물 신규 수요 창출이 가능할 것으로 분석됐다.

친환경농산물 전문 도매시장 운영에 대한 요구도 높다. 신유통연구원이 친환경생산자, 유통업체,가락시장 중도매인 등을 대상으로 한 설문조사에서 현행 일반 도매시장 출하시 친환경농산물과 일반농산물의 혼재와 낮은 가격이 문제로 친환경 전용 도매시장이 필요하다는 의견이 압도적이었다. 하지만 친환경 전용 도매시장의 성공가능성에 대한 의구심이 제기되고 있고, 친환경도매시설 건축비 208억원의 예산 확보가 관건이다.

김동환 농식품신유통연구원장(안양대 교수)은 “양곡도매시장에 친환경도매시장을 도입하는 것은 침체된 양곡시장의 활로와 친환경농산물 유통의 문제를 해결하는 대안이 될 것”이라며 “생산

자와 소비자, 사회전체적으로 유무형의 다양한 기대효과가 예상된다”고 강조했다.

양재 화훼공판장 관엽류 일요경매

한국농수산물유통공사(aT)는 3월부터 5월 초순까지 양재동 화훼공판장 관엽류에 대해 일요일 경매를 실시한다고 밝혔다.

aT는 5월까지 관엽류 출하와 수요가 집중될 것으로 내다보고 화훼 경매 활성화를 위해 현재 화요일과 금요일 주 2회였던 관엽류 경매를 일요일도 추가해 주3회로 확대 시행한다.

aT 화훼공판장의 관엽류 경매는 2011년 168억원, 2012년 180억원, 2013년 192억원 등으로 성장 추세를 보이고 있다. 이에 따라 aT는 올해 일요일 경매를 통해 지난해 봄철 일요일 경매액 10억원보다 20% 증가한 12억원의 경매실적을 올릴 계획이다. 또한 관엽류 주 출하지인 고양과 화성 등 경인지역과 부산, 김해, 음성, 광주지역을 중심으로 출하자 유치에 주력하고 있다.

송기복 aT 화훼공판장장은 “관엽류는 아직도 법정도매시장을 통한 판매보다는 유사시장을 통한 유통량이 많다”며 “화훼농가의 안정적인 판로 지원을 위해서는 경매 확대가 필요하다”고 말했다.

농협중앙회 공선출하회 연도대상 선정

농협중앙회가 지난 4일 개최한 2013년 공선출하회 연도대상 시상식에서 경남 진주 중부농협의 파리고추공선출하회(회장 정대현)가 평균출하단가가 최고 18% 이상 오르는 등 농가 소득 증진에 기여한 공로로 연도대상으로 선정됐다.

파리고추공선출하회는 농가 소득 증진을 위해 출하품에 대한 공선출하와 일반출하 시세표를 매일 공시해 공선출하회에 대한 신뢰감을 형성시키고 생산자 역량강화 프로그램을 운영하는 등 체계적인 관리로 높은 점수를 얻었다. 대상의 영예를 안은 파리고추공선출하회는 우수탑과 함께 시상금 500만원을 받았다.

금상에는 홍천 내면농협 오이공선출하회(회장 박명갑), 진도 선진농협 대파공선출하회(회장 조철환), 제주 하귀농협 월동하우스감귤공선출하회(회장 강창하)가 수상의 영광을 얻었고 본상은 경기동부과수농협 복숭아공선출하회(회장 이성근), 영동농협 사과공선출하회(회장 정동기), 부여농협 토마토공선출하회(회장 오성근), 남원 춘향골농협 포도공선출하회(회장 김영곤), 성주 선남농협 참외공선출하회(회장 박노덕)가 뽑혔다.

지방도매시장에 생명력을 불어넣자

침체되고 있는 지방도매시장을 활성화해야 한다는 요구가 높아지고 있다. 지방도매시장의 유통기능이 약화될수록 지역의 농산물 생산자는 물론 소비자 모두 손해를 볼 수 있다는 지적이다. 생산자인 농민들은 판로가 더욱 좁아지고, 소비자들은 지역에서 생산된 보다 신선한 농산물을 구매할 수 있는 기회가 줄기 때문이다. 특히 대형도매시장에 농산물 출하가 집중될 경우 가격 불안정성은 더욱 심각해질 것으로 우려되고, 운송거리와 시간이 길어지면서 소비자들은 가격은 비싸고 품질은 떨어지는 농산물을 구매해야 할지도 모른다. 이에 따라 지방도매시장의 현주소를 짚어보고 지방도매시장을 왜 활성화해야 하는지 진단했다.

경매를 지켜본 후 곧바로 이동한 재래시장은 말 그대로 ‘시장통’이었다. 도매업과 소매업이 한 번에 이뤄지면서 주변 도로는 이미 마비된 지 2~3시간이 지났을 정도다. 결국 도매시장과 기존 재래시장으로 상권이 분리되면서 후발주자인 도매시장은 주춤할 수밖에 없는 상황이다.

1 지방도매시장 현장을 가다

3월 중순의 토요일 아침. 한창 떠들썩해야 할 경매장이 생각보다 조용했다. 사과 경매가 한창이었지만 경매사의 목소리가 공허하게 들렸다. 사과뿐 아니라 딸기, 토마토, 감귤 등 농수산물도매시장에 들어온 과일의 경매가 끝 나기 까지 불과 한시간도 채 걸리지 않았다. 김이 빠지는 순간이었다. 모 농산물도매시장의 안타까운 풍경이었다.

이 도매시장은 사방팔방으로 도로망이 좋고, 주변은 큰 소비시장도 형성하고 있는 것으로 분석되고 있다. 이에 그간 이 도매시장에서는 개장 이후 현재에도 시장 활성화를 위해 많은 노력을 기울여 왔지만 생각보다 진전을 보지 못하고 있다.

문제는 무엇일까? 후적지 정리가 미흡했던 탓이 크다. 당초 도매시장 개설 당시에는 인근의 유사도매시장을 정리하고 이주시킨다는 방침이었다. 그러나 여전히 그 시장은 성황리에 영업을 하고 있다.

경매를 지켜본 후 곧바로 이동한 재래시장은 말 그대로 ‘시장통’이었다. 도매업과 소매업이 한 번에 이뤄지면서 주변 도로는 이미 마비된 지 2~3시간이 지났을 정도다.

결국 도매시장과 기존 재래시장으로 상권이 분리되면서 후발주자인 도매시장은 주춤할 수밖에 없는 상황이다.

재래시장에서 만난 한 상인은 “여기서 장사가 잘 되는데 도매시장까지 갈 필요가 뭐 있어?”라고 말한다.

다시 도매시장으로 돌아온 오후 1시 한산하기는 마찬가지였는데, 도매시장



의 또다른 악재, 대형유통업체에 소매유통의 자리를 빼앗겼기 때문이다. 도매시장 주변으로 다수의 대형마트가 도매시장을 고립시키기라도 하듯 자리 잡고 있다. 동서남북으로 대형유통업체에 둘러싸여 있는 형국이다. 그러니 소매유통 마저 타격을 입을 수밖에 없다.

그래서 이 도매시장에서는 특단의 대책이 마련되지 않고는 시장 활성화는 영원히 멀어질 것이라는 우려가 높다. 도매와 소매를 철저히 분리할 수 있는 여건을 마련하는 것은 물론 중도매인이 낙찰받은 농산물의 상품성을 유지하기 위한 저온저장고도 필요하다는 얘기이다. 이 뿐만 아니라 도매시장만의 특색 있는 지역문화를 만드는 것도 전제가 돼야 한다. 더불어 중도매인 확보, 판로 개척, 우수 농산물 공급 등도 저변에 마련돼야 할 여건이다.



2 지방 도매시장 운영 실태는

이 같은 사례는 비단 이 도매시장만의 문제가 아니다. 전국 32개 공영도매시장 중에서 상당수의 지방도매시장에서 겪고 있는 현실 일지도 모른다. 실제 2012년도 농수산물도매시장 통계연보에 따르면 청과 연간 거래액이 1000억을 넘지 못하는 도매시장은 춘천, 원주, 강릉, 충주, 익산, 정읍, 포항, 구미, 창

원팔용, 창원내서 등 10개나 된다. 물론 거래금액으로 시장활성화 척도를 간주할 수 없지만 그래도 도매시장이 제역할을 하기 위해서는 거래의 규모화는 필수조건인 것만은 틀림없다.

도매시장의 거래위축은 도매시장의 관리 및 행정적인 측면에서도 많은 영향을 미친다. (사)한국식품유통연구원의 '해외도매시장 운영관리의 시사점' 연구에서 "최근 유통경로의 다원화에 따라 도매시장의 기능과 역할의 중요성이 줄어들자 일부 개설자는 사업소 직제를 폐지하는 경향이 나타나고 있다"며 "시장관리업무를 본청 주무부서 또는 산하기관인 농업기술센터에 흡수하는 등 축소 운영하는 사례가 나타나고 있다"고 진단했다.

지방도매시장의 위축과 행정적 축소에 따라 유통종사자의 현장지도 및 감독의 소홀, 민원발생시 신속한 업무처리 곤란, 도매시장 활성화 및 시설현대화를 위한 종합대책 수립 등에 어려움이 따르고 있으며, 이로 인해 지방도매시장은 고질적인 악순환이 되풀이 될 수도 있다는 우려를 제기했다.

실제 지방도매시장의 운영은 전반적으로 매우 침체돼 있으며, 일부는 심각한 위기론도 대두되고 있는 실정이다. 대형유통업체, 전자상거래, 농산물수입 등 유통경로가 다원화되면서 지방도매시장 유통경로가 축소되고 있고, 거래비중 또한 낮아지는 추세를 보이고 있다.

이와 관련 김병률 한국농촌경제연구원 선임연구위원은 "지방도매시장은 분산 상권이 적고 수요처의 직구매 증가 등으로 중도매인 취급물량이 위축되고 있다"며 "이로 인해 생산자들이 차량 단위 등으로 출하를 규모화 할 수 없다보니 가락시장 등 대형 도매시장을 선호하는 경향이 강하다"고 설명했다.

그는 또 "산지 조직화를 통한 대형업체 거래와 협동조합 계통출하 증가, 소매의 대형마트 집중, 대형도매시장 출하 확대 등의 경향으로 지방도매시장의 물량을 감소시키고 있다"며 "도매시장 양극화도 심화되고 있는 실정"이라고 진단했다.



실제 지방도매시장의 운영은 전반적으로 매우 침체돼 있으며, 일부는 심각한 위기론도 대두되고 있는 실정이다. 대형유통업체, 전자상거래, 농산물수입 등 유통경로가 다원화되면서 지방도매시장 유통경로가 축소되고 있고, 거래비중 또한 낮아지는 추세를 보이고 있다.

시장별 거래실적								
구 분	청 과		수 산		축 산		합 계	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
계	6,496,141	10,603,613	322,603	1,017,847	-	-	6,818,744	11,621,460
서울가락	2,202,785	3,842,005	106,915	449,494	-	-	2,309,700	4,291,498
서울강서	540,802	898,011	-	-	-	-	540,802	898,011
부산염곡	366,399	455,753	-	-	-	-	366,399	455,753
부산반여	225,065	388,850	-	-	-	-	225,065	388,850
부산국제	-	-	118,728	202,356	-	-	118,728	202,356
대구북부	481,564	676,598	12,362	50,261	-	-	493,926	726,859
인천구월	210,835	314,592	-	-	-	-	210,835	314,592
인천삼산	209,844	300,542	-	-	-	-	209,844	300,542
광주각화	224,898	355,977	-	-	-	-	224,898	355,977
광주서부	205,588	349,602	4,566	26,673	-	-	210,154	376,275
대전오정	221,814	344,026	5,880	28,296	-	-	227,694	372,322
대전노은	133,102	200,816	-	-	-	-	133,102	200,816
울 산	80,824	140,187	5,712	28,335	-	-	86,536	168,522
수 원	108,489	161,158	9,503	26,770	-	-	117,992	187,928
안 양	64,626	107,728	8,853	32,292	-	-	73,479	140,020
안 산	76,854	117,101	3,784	12,432	-	-	80,638	129,533
구 리	371,006	591,101	40,887	139,095	-	-	411,893	730,196
춘 천	16,143	27,977	-	-	-	-	16,143	27,977
원 주	34,054	62,561	-	-	-	-	34,054	62,561
강 릉	18,478	32,306	-	-	-	-	18,478	32,306
청 주	92,619	155,082	1,700	5,030	-	-	94,319	160,112
충 주	30,751	56,408	593	2,444	-	-	31,344	58,852
천 안	68,477	113,629	-	-	-	-	68,477	113,629
전 주	69,941	113,233	1,907	9,658	-	-	71,848	122,891
익 산	50,225	83,549	1,213	4,711	-	-	51,438	88,260
정 읍	18,299	28,701	-	-	-	-	18,299	28,701
순 천	76,145	113,109	-	-	-	-	76,145	113,109
포 항	25,204	56,946	-	-	-	-	25,204	56,946
안 동	78,806	179,178	-	-	-	-	78,806	179,178
구 미	20,630	36,211	-	-	-	-	20,630	36,211
창원팔용	49,381	84,597	-	-	-	-	49,381	84,597
창원내서	64,355	93,126	-	-	-	-	64,355	93,126
진 주	58,138	122,954	-	-	-	-	58,138	122,954

자료 : 2012년 도매시장 통계연보

특히 낙후된 지방도매시장의 경우 현대화 필요성이 제기되고 있으나 사업방법과 예산 확보 등에서 어려움을 겪고 있다. 이와 관련 농산물유통 전문가들은 “건물만 새로 짓는 식의 획일적 사업보다는 도매시장 여건과 유형별로 심층 진단해 사업방향을 설정하는 등 보다 적극적이고 세밀하게 사업을 이끌어 나가야 한다”고 제안하고 있다.



3 낙후된 도매시설 현대화 필수

지방도매시장은 모두 1990년대에 건립되었고 그나마 가장 최근에 지어진 도매시장도 10여년 이상 지난 2000년대 초반에 건설된 것이다. 이렇다보니 현대의 농산물유통 시스템에서는 시대에 뒤떨어질 수밖에 없는 상황이다.

현재 물류의 기본이 되는 저온저장 시설이 아예 없거나 턱없이 부족하고, 소분 등 상품화 시설도 매우 취약한 실정이다.

이와 관련 한국농수산식품유통공사가 시행한 ‘도매시장 시설현대화 추진체계 개편 연구용역’ 결과 도매시장 시설현대화사업 방향에 대해 △저온유통체계 확충 △도매시장 운영활성화를 위한 원스톱 쇼핑 체계 구축 △소비자 니즈 충족을 위한 소포장, 전처리 가공시설의 확충 △환경친화적 도매시장 시설정비 △유통환경 변화 및 규모화를 고려한 가변성 시설 △도매시장 혼잡도 개선을 위한 동선의 효율성 확보 △물류효율화를 위한 시설정비(파렛트 출하율 증가) 등으로 설정된 바 있다.

농림축산식품부는 도매시장의 유통기능을 높이기 위해 공영도매시장 시설현대화 정책사업을 추진하고 있다. 농식품부는 지난 2009년 전국 32개 공영도매시장의 시설현대화 사업방침을 수립한 이후 연차적으로 사업대상 선정평가를 거쳐 낙후된 시장을 현대화하고 있다. 그러나 도매시장 시설현대화사업은 의지만큼 속도가 나지 않고 있는 실정이다.

특히 낙후된 지방도매시장의 경우 현대화 필요성이 제기되고 있으나 사업방법과 예산 확보 등에서 어려움을 겪고 있다.

이와 관련 농산물유통 전문가들은 “건물만 새로 짓는 식의 획일적 사업보다는 도매시장 여건과 유형별로 심층 진단해 사업방향을 설정하는 등 보다 적극적이고 세밀하게 사업을 이끌어 나가야 한다”고 제안하고 있다.

지방도매시장의 낙후된 유통시설도 시장기능이 위축되고 있는 원인으로 지적되고 있다. 상당수의 지방도매시장은 경매장과 중도매인 점포 등 아주 기본적인 유통시설, 즉 강우와 눈을 피할 수 있을 정도의 비가림시설 수준에 그치고 있다. 기계화 등의 물류시설을 갖추고 전산화된 첨단 유통시설과 비교하면 하늘과 땅 차이라고 볼 수 있다.



전문가 인터뷰



“지방도매시장 지역경제 활성화 원동력”

| 김병률 한국농촌경제연구원 선임연구위원 |

“지방도매시장은 도소매가 융복합된 지역 밀착형 시장입니다. 각 지역별 구매자와 소비자들에게 신선하고 다양한 농산물을 공급하는 기지입니다. 특히 농산물 수급과 가격안정을 위해서는 지방도매시장의 역할이 매우 중요합니다”

김병률 한국농촌경제연구원 선임연구위원은 지방도매시장 활성화를 이같이 강조했다.

지방도매시장에 대한 문제를 연구하고 있는 그는 도매시장 특히 경쟁력이 떨어지는 지방도매시장을 역지로 활성화시킬 필요가 있는냐는 질문에 대해 오히려 반문한다.

그는 “지방도매시장은 신선하고 다양한 농산물을 공급하는 한편 지역생산 지역소비라는 로컬푸드 개념이 적용된다”며 “게다가 지역산 농산물의 서울 등 대도시 운송 후 전송 판매에 따른 비용 절감과 지역경제 활성화를 이끄는 원동력이 된다”고 말했다.

그는 또 “지방도매시장이 위축되고 가락시장에 집중될 경우 물량 집중으로 농산물가격 급등락 등 불안정성이 확대된다”며 “또 농산물 운송에서도 지역별 산지에서 대규모 도매시장으로 1차 운송돼 거래된 후 다시 지역의 실수요자에게 2차 운송되면서 비용증가와 신선도 저하가 발생해 결과적으로 생산자와 소비자 모두 손해를 보게 된다”고 지적했다.

따라서 그는 지방도매시장의 활성화를 강조하면서 “지방도매시장 거래규모를 확대해 지역의 소비자유통 거점으로 육성해야 한다”며 “가락시장 등 대도시 도매시장에 집중되는 농산물을 지방도매시장으로 분산을 유도하고 지역에서도 도매시장 외부 경로로 유통되는 물량을 끌어들이야 한다”고 밝혔다.

특히 그는 “지방도매시장 활성화는 도매시장법인의 출하물량 유지와 중도매인 분산 판매기능 강화가 조화를 이뤄야 한다”며 “도매시장의 저장시설, 소포장, 선별, 전처리 시설, 산지출하 운송차량 지원, 물류기기 등 유통설비 확충과 현대화도 절실하다”고 진단했다.

농산물 직거래 활성화에 관한 법률 제정 공청회

우리나라 농산물 유통에서 직거래는 지난 1990년대 후반부터 대두되기 시작했다. 지난 20여년간 직거래는 다양한 유형으로 이뤄져 왔으나, 큰 성과를 거두지 못한 게 사실이다. 그러다 박근혜정부는 출범과 동시에 농산물 유통구조 개선대책 마련에 착수해 농산물 직거래를 포함한 5대 과제를 설정해 박차를 가하고 있는 상황이다. 특히 직거래 부문에 대한 생산자 농민과 소비자들의 관심이 뜨겁다. 그동안 직거래가 제대로 활성화되지 못해 온 가운데 기존 유통채널에 대한 불만도 끊이지 않고 있기 때문이다. 이에 생산자와 소비자들은 직거래에 대한 기대를 걸고 있는 상황이다. 이런 가운데 농림축산식품부는 직거래 활성화를 위한 법 제정을 추진하고 있으며, 3월 10일 서울 양재동 aT센터에서 직거래 운영자 및 유통전문가 등을 초청해 '농산물 직거래 활성화에 관한 법률' 제정을 위한 공청회를 열었다.

주제발표

농산물직거래법 제정 계획 주요 내용

안영수 농림축산식품부 유통정책과장

농산물 유통구조 개선 5대 과제에 직거래 활성화가 포함돼 있고, 직거래비율을 2012년 3.6%에서 2016년 10%까지 끌어올릴 계획이다. 이에 따라 지난 2월 10일 '직거래 활성화에 관한 법률 제정계획(안)'을 수립했고, 관계부처와도 의견을 주고받았다. 직거래법은 생산농가 소득 증대와 소비자 가계안정을 도모할 목적으로 추진되고 있다.

직거래는 '농어업농어촌 및 식품산업 기

본법'에 따른 농산물과 식품으로서 대통령령으로 정하는 것으로 정의하고자 한다. 또 식품이 직거래 대상물에 포함된다면, 정책적으로 육성해 온 사회적기업 및 마을만들기 사업 등에 참여하는 농업생산자들의 판로를 개척하고 6차산업 촉진 및 지역농업 활성화가 가능할 것으로 봤다. 생산자는 농업인과 생산자단체, 농업법인을 통칭하며, 소비자는 농산물을 소비생활을 위해 사용하거나 이용하는 자로 했다.

농산물 직거래는 4가지 유형으로 구분했다. 그 유형은 △생산자가 생산한 농산물을 소비자에게 직접 판매 △생산자로부터 농산물을 구입한 자가 소비자에게 직접 판매 △생산자로부터 그 농산물의 판매를 위탁받은 자가 소비자에게 직접 판매 △소비자로부터 농산물의 구입을 위탁받은 자가 생산자가 직접 생산한 농산물을 구입하는 것 등이다.



농산물 직거래는 4가지 유형으로 구분했다. 그 유형은 △생산자가 생산한 농산물을 소비자에게 직접 판매 △생산자로부터 농산물을 구입한 자가 소비자에게 직접 판매 △생산자로부터 그 농산물의 판매를 위탁받은 자가 소비자에게 직접 판매 △소비자로부터 농산물의 구입을 위탁받은 자가 생산자가 직접 생산한 농산물을 구입하는 것 등이다.



자가 소비자에게 직접 판매 △소비자로부터 농산물의 구입을 위탁받은 자가 생산자가 직접 생산한 농산물을 구입하는 것 등이다.

또 농산물 직거래사업자는 직거래 정의에 따른 직거래를 하는 자이고, 직거래 농산물은 직거래 대상이 되는 농산물이다. 농산물 직매장은 상시적으로 직거래 농산물을 거래하는 매장이고, 농산물 직거래장터는 비상시적으로 직거래농산물을 거래하는 특정 장소이다. 온라인직거래는 전자거래의 방식으로 거래하는 것이며, 농산물 공동체 직거래는 다수의 생산자로부터 농산물을 직접 구입하거나 판매를 위탁받아 여러 품목을 모아 단일상품으로 제작한 후 다수의 소비자에 직접 판매하는 유형이다.

정부와 지자체는 체계적이고 지속적으로 직거래 활성화 정책을 시행해야 한다. 현재는 직거래 장터 등 일회성 행사 성격으로 기본적인 정책 추진 시스템이 미흡하기 때문에 직거래 활성화에 대한 국가와 지자체의 책무 규정, 농식품부 장관 및 시도지사는 각각 기본계획 및 실행계획을 수립하도록 규정했다. 우수 직거래사업자에 대한 인증 및 관리를 할 수 있도록 한다. 우수 직거래 사업자에 대한 인증제 실시를 통해 생산자와 소비자에게 올바른 정보를 제공하고 사업 활성화를 도모한다. 직거래 유형에 따른 인증기준을 마련하고 유효기간을 2년으로 설정한다.

직거래 기반조성 및 지원근거도 마련한다. 직거래 실태조사를 할 수 있는 규정이 있고, 직거래 종합정보관리시스템을 구축해 실태조사 결과 및 우수 직거래 사업자 현황 등 직거래 관련 정보를 제공한다. 또한 직거래 사업자를 대상으로 인력 양성을 위한 교육 지원, 직거래 유형별 설립운영 지원, 직거래 우수사례 교류포상 및 홍보 지원 등의 근거 조항도 있다. 이와 함께 직거래 인증 취소 관련 조항, 벌칙 등의 조항도 있다. 농림축산식품부는 직거래법 정부안을 오는 8월말 국회에 제출할 예정이다.

실효성 부분에 대해선 개정함에 있어 구체적인 내용을 넣고 공청회를 통해 의견을 묻도록 하겠다.

현재 다양한 형태의 직거래가 많이 활성화되고 있지만 관련 개념이 명확하지 않고, 우수직거래에 대해서도 소비자 인지가 잘 안 돼 있다. 그래서 법제정 필요성이 생겨났고, 법 제정을 통해 고품질 농산물에 대한 직거래가 효과적으로 정착될 수 있도록 노력하겠다. 또 마을지역육성사업이나 농업의

6차 산업화 등과도 연계해 대안 유통경로를 제시함은 물론 영세농 판로 확보를 도모하겠다. 직거래 법률이 잘 제정될 수 있도록 다양한 의견을 꾸준히 수렴하겠다.



- 일 시 2014년 3월 10일
- 장 소 서울 양재동 aT센터

- 주제발표 안영수 농림축산식품부 유통정책과장

- 지정토론 전창곤 한국농촌경제연구원 선임연구위원(사회) 정지기 용진농협 전무 김대훈 ICOOP 대외협력팀장 임은경 한국소비자단체협의회 사무총장 이병성 한국농어민신문 기자 조민경 농림축산식품부 유통정책과 사무관



좋은 법률 마련돼 직거래 정착되길

전창곤 한국농촌경제연구원 선임연구위원(사회)

직거래는 실질적으로 다양각색의 형태로 나타났지만 이것을 체계적으로 관리해 직거래 효과를 제고시키기 위한 것들은 없었다. 그래서 이번 법률을 통해 직거래를 활성화시키고 제도적·법적으로 체계적으로 관리하자는 것이 이번 법률 제정의 시작이다. 법률 제정에 있어 추상적이거나 구체적이지 못할 때는 분쟁 등 논쟁이 일어나기 마련이다. 이에 이번 법률안이 국회에 제출되기 전까지 다양한 의견 제시를 통해 보완하고 구체성을 띄도록 해야 한다. 이런 공청회 자리도 그런 의미에서 좋은 기회가 될 것이다. 좋은 법률안이 마련돼서 직거래가 우리나라 유통구조 개선의 선구적인 사업으로 추진될 수 있길 바란다.

최저최대 수수료를 명시 필요

정지기 용진농협 전문

현재 400여 농가가 참여하고 있고 첫째 59억원을 시작으로 지난해엔 108억원의 소득을 올렸다. 이 중 과채류 등 순수 농산물은 50% 정도 된다. 이 농산물을 공판장에 냈을 경우는 30억원 정도의 수취가가 발생하는데 이를 놓고 볼 때 공판장에 출하하는 것보다 40%는 소득이 증대되지 않았나 싶다. 이러한 매장들이 전국 요소요소에 생겨나 제대로 운영된다면 농촌도 희망이 있지 않을까 싶다. 그래서 이번 법률 제정에 대해 대단히 감사하고 다행이란 생각이 든다.

법률안 내용을 살펴보니 전반적으로는 잘 진행되는 것 같다. 구체적으로 몇 가지 제언을 하자면 우선 로컬푸드를 어느 범위까지 인정할 것인지 명확히 해야 한다. 그렇지 않으면 편법이 생길 수 있고 너무 범위가 넓다보면 공판장에서 사다가 납품하는 등의 문제도 발생한다. 다음으로는 수입과일이나 커피 등 대중화된 수입 농식품을 어떻게 할 것이냐는 문제이다. 국민 정서에 맞게 고민해야 할 부분이다. 수수료율도 법에 최저최고 수수료를 명시해야 한다. 그렇지 않을 경우 농민들이 수긍하지 않을 수 있고 타 매장과 비교 가능성도 높다.

직거래 유지해 온 생협이 소외돼선 안 돼

김대훈 ICOOP생협 대외협력팀장

직거래 유형별 사례를 보면 4유형에 '소비자로부터 농산물의 구입을 위탁 받은 자가 생산자가 직접 생산한 농산물을 구입하는 것'으로 분류돼 있는데 설명과정에서 '현재 이 사례는 없지만 앞으로 협동조합 등을 통해 추진될 것 같다'고 했다. 그런데 현재 생협이나 한살림 등 기존 생협 직거래단체가 직거래 도입 취지인 생산자와 소비자 간 유대 강화, 생산-소비를 연계한 생산자 소득보장 및 소비자의 가계안정도 등 법 취지에 맞는 역할을 하고 있다. 앞으로 법을 제정함에 있어 생협도 포함되도록 보완해야 한다. 특히 직거래 법이 유통과정에서 한 단계는 되고 두 단계는 안 된다고 할 게 아니라, 실질적으로 생산자와 소비자에게 얼마나 도움을 줄 수 있는지를 봐야 한다.

17조 직거래 지원에 관련해서 구체적인 지원 방법 없이 선언적으로 돼 있어 실질적인 지원효과가 나타나도록 후속대처가 이뤄져야 한다. 예를 들어 농가 등은 직거래를 함에 있어 물류비용을 어떻게 절감할 것인지 등의 고민을 하는데 이에 대한 지원근거 등이 마련돼야 한다. 또 직거래를 함에 있어 계약생산이 필요한데 이를 위해선 구매자금이 요구되고, 직거래를 통합적으로 지원할 수 있는 통합플랫폼도 만들어 생산과 소비가 통합 플랫폼 속에서 이뤄지면 좋을 것 같다.

운동적 개념의 직거래 의미 살려야

임은경 한국소비자단체협의회 사무총장

직거래 정의를 보면 일반소매업자가 생산지에 가서 물품을 구매해 판매하면 직거래라 볼 수 있는데 이는 현재의 직거래 태동과는 다르다. 현 직거래를 지탱한 것은 꾸러미나 직거래 장터 등의 운동적 개념이었다. 이것을 어떻게 살려나갈 것이냐가 중요하다.

우수직거래 매장을 인증해 관리하겠다는 측면도 모호하다. 품질인증이 아닌 매장인증을 하겠다는 것인데 그러면 품질인증은 무엇으로 할 것이냐는 문제가 남는다. 이는 GAP인증 등으



로 가는 것인데 농식품부가 추진하는 GAP와 어떻게 연결시켜야 할지 의문이다. 관련 법도 그렇다. 비슷한 법률인 생협법과는 어떻게 연계할지, 또 문화와 교육, 로컬푸드가 어울린다는 측면에선 식생활지원법과도 연관될 수 있는데 이러한 유사한 법률과의 관계를 어떻게 정립해야 할지 법안에 나타나있지 않다. 이 부분에 대한 명확한 답이 나와야 한다.

농가 가공식품도 함께 가야

이병성 한국농어민신문 기자

이번 법안을 검토해보면 식품도 일정부분 가미할 필요가 있다고 본다. 농산물만을 놓고 볼 때는 계절성과 상품 구색 등에 어려움이 있다. 농가가 생산한 농산물을 원료로 만든 전통식품 등 가공식품이 법률안에 명시돼 있었으면 한다. 특히 자가 농산물 가공에 대해 법률 위반적인 문제가 있는데 이 부분도 같이 풀어가야 한다. 또 직거래 유형 중 '생산자로부터 농산물을 구입한 자'로 돼 있는 부분이 우려스러운 측면이 있다. 직거래가 활성화되면서 일반 벤더들이 직거래 유형을 띤 사업을 성행하고 있다. 이 부분에 대한 명확한 매듭이 지어져야 한다. 인증표시제의 통일도 요구된다. 법률적으로 통일된 인증표시제가 구축돼야 소비자에게 효과적으로 다가갈 수 있고 신뢰성도 높아질 수 있다고 본다.

농식품을 유통하는 채널은 많다. 소비자들은 자신이 유리하다고 생각하는 곳에 갈 수 밖에 없다. 농산물 직매장은 타 유통채

널과 비교해 상품 구색 면에서 떨어질 수 있다. 이를 감안해 문화적인 요소를 가미해 소비자들이 찾아올 수 있는 매장을 운영할 필요가 있다.

다양한 의견 수렴, 법률 통해 직거래 정착시킬 것

조민경 농식품부 사무관

직매장 수수료율 명시 부분에 대해서 우수사업자 인증 시에 어떻게 구체화할지 논의하겠다. 수수료율은 특히 상생과도 관계있기에 직거래 취지를 잘 살릴 수 있도록 수수료율 문제를 논의해 나가겠다. 직거래를 단순히 1단계나 2단계로 구분해서 안 된다는 지적에 대해서 충분히 부작용을 알고 있고 검토할 예정이다. 우수 직거래 사업장 인증을 통해 반영하도록 하겠다. 식품도 포함시키고 했는데 법령 안에 농산물뿐만 아니라 식품도 포함해 함께 가고 있다. 또 인증마크나 표지 실효성 부분에 대해서 개정함에 있어 구체적인 내용을 넣고 공청회를 통해 의견을 묻도록 하겠다. 일부 지역에선 우수한 사례의 직거래 형태도 나타나고 있지만 아직 생산자는 물론 소비자도 관련 개념 등을 정확히 알지 못하고 잘못 파악하는 경우도 있다. 이는 직거래 정착의 장애요인으로 작용했고, 법제정 필요성이 대두되기에 이르렀다. 법 제정을 통해 농산물 유통비용 절감을 일궈내 농가와 소비자 모두가 상생하는 직거래를 정착시켜 나가겠다. 또 오늘 공청회를 비롯해 다양한 의견 수렴 자리를 마련해 이를 법률을 제정함에 있어 적극 참고하겠다. 많은 관심을 지속적으로 가져주길 당부 드린다.

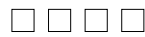
“가락시장의 물류효율화를 위해 물류개선은 반드시 필요하다”

유통인들이 주장하는 ‘가락시장 물류개선 방안’

제국삼
가락시장 노동조합회장
협의회장



물류와 하역은 구분해서
논의해야 한다



가락시장에서 물류개선을 하려면 도매시장의 하역기계화 여건이 확립돼야 한다. 이를 위해서는 하역장비에 대한 지원이 필요하다. 장비 노후화로 인해 유지관리비가 과중되는데다 노조 자체 하역장비 구입율도 50% 수준이기 때문이다. 정부의 산지 파렛트 출하 활성화 정책과 연계해 중도매인 규모화 및 사업역량을 강화하는 한편, 하역기계화 추진과 함께 하역근로자의 인원감축에 필요한 예산을 지원해야 한다.

물류와 하역은 구분해야 한다. 물류개선을 얘기할 때 하역체계 개선을 얘기하는데 따로 봐야 한다는 것이다. 물류개선이 이뤄진 다음에 하역체계 개선을 논해야 하는데 같은 논의선상에 놓고 보니 혼돈하는 것 같다. 산지에서부터 파렛트화가 정착된다면 자연스럽게 하역체계도 바뀔 것이다. 물류개선을 추진할 때 분명 순서가 있는 것이다.

하역근로자를 법인화 해야 한다는 요구가 있다. 하역업무외 물류기기관리, 소비지 및 산지운송 저장 및 선별, 물류서비스 등에 대한 사업수익성이 낮는데다 그에 따른 경쟁력도 불확실한 상황이다. 특히 물류사업의 수익성이 떨어지게 될 경우 결국 하역근로자의 임금과 직결될 우려가 있다. 또 물류회사 설립 운영에 필요한 직간접적인 운영비와 자원충당 문제도 대두될 것으로 보인다. 더불어 하역근로자를 물류회사 직원으로 전환할 경우 제도적사회적경제적 보상에 대한 문제도 발생할 수 있다. 상용근로자로서 근로기준법에 준해 ‘주5일제 및 40시간 근무’, ‘시간외 근무수당, 야간 및 휴일 근무수당’, ‘타업종 근로자와 같이 단체협약을 통한 매년 임금인상’ 등 근로조건을 적용하도록 요구할 가능성도 높다. 하역근로자 장래를 위해서는 법인화 하기 보다 그 전에 물류회사를 별도로 설립한 후 그 회사의 운영을 지켜본 다음에 법인으로 전환하는 것도 늦지 않다는 생각이다.

현재 하역근로자의 권리금 보장 문제도 거론되고 있다.가락시장 시설현대화 사업지연으로 시설여건이 개선되지 못하거나 산지 파렛트 출하율이 저조할 경우에는 기계화 추진이 어렵고 하역근로자의 인원감축도 할 수 없는 만큼 물류회사로의 하역주체 전환은 하역 기계화 추진여건을 고려해서 효율적으로 인원을 감축한 이후에 논의돼야 한다는 생각이다.

가락시장 물류개선을 위한 움직임이 빨라지고 있다. 물류개선을 둘러싼 이해관계는 다들 다르지만 ‘물류개선을 해야 한다’는데는 같은 목소리를 내고 있다. 특히 가락시장 시설현대화사업이 한창 진행 중에 있는 만큼 시설현대화사업 완공과 함께 가락시장 물류개선도 마무리돼야 한다는 목소리가 높다. 도매법인, 중도매인, 산지유통인, 하역노조 등 주요 관계자들로부터 가락시장 물류개선방안에 대해 들어봤다.



이재홍
동부팜청과 부장



산지의 기반여건 조성과
중도매인의 규모화가 첫 번째 조건



물류개선의 기반은 바로 파렛트 등 물류기기의 활용이다. 파렛트화는 기본적으로 산지에서 전제가 돼야 한다. 산지에서 파렛트로 출하할 수 있을 때 도매시장이 어떻게 대응할 것인지를 봐야 한다. 그러니 산지의 규모를 봐야 한다. 예로 들어보자. 한 농가가 감자를 ‘특품’ 3상자와 ‘상품’ 1상자로 출하한다. 소규모이다. 이 물량을 가지고 파렛트화가 가능하겠는가. 혹여 한 농가가 파렛트로 출하할 수 있는 규모라고 해도 중도매인이 규모화되지 않는 한 이전과 다를 바가 없다. 또 다른 예로 호박이 5톤 트럭에 파렛트화 해 출하했다고 하자. 이 파렛트를 하차하는데는 20분밖에 안 걸리지만 이 파렛트를 살 중도매인이 없다보니 이를 다시 재분류해야 한다. 경매장 내 차량의 대기시간이 약 2시간에서 20여분으로 줄었을 뿐, 물류비용의 절감효과를 기대하기 어려운 것이다. 결국 산지에서부터 파렛트화가 돼야 하고 그 파렛트를 구입할 수 있는 중도매인의 규모화가 필요하다는 얘기이다. 일선에서는 대형유통업체 등에서는 파렛트화율이 높는데 도매시장은 너무 적다는 지적을 하기도 한다. 실상을 몰라서 나온 얘기들이다. 대형유통업체에서는 산지에 파렛트 출하를 강제하고 있다. 판로를 쥐고 있는 대형유통업체로서는 산지에 강하게 요구할 수 있지만 도매시장은 대형유통업체처럼 강제할 수 있는 여건이 아니다. 산지에서 파렛트로 출하하면 도매시장은 받아서 경매를 하면 된다.

‘농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률’의 표준하역비제도를 재정비해야 한다. 표준하역비제도는 표준규격출하품에 대한 하역비를 법인이 대신 부담토록 하는 제도이다. 농산물의 포장출하를 확대해 물류개선을 도모한다는 취지이다. 파렛트 출하율을 높이기 위한 방침이기도 하다. 그러나 몇 년 후 이 제도는 본래의 목적과는 관계없이 시장에 출하되는 모든 상품에 표준하역비제도를 적용토록 했다. 그렇다보니 생산지에서는 파렛트로 출하할 필요없이 기존대로 도매시장에 출하하면 된다고 생각할 수밖에 없는 것이다. 표준하역비제도에 적용되는 규격 출하품에 대한 정의를 다시 세워야 한다. 그래야만 파렛트화율이 높아지게 되고 파렛트 단위의 경매가 가능해질 것이다. 여기에 파렛트 출하상품에 대해서는 인센티브를 제공하는 것도 고민해 봐야 한다. 파렛트로 도매시장에 출하하니 이점이 있다는 것을 체감하기 위해서이다.

송보현
한국농산물중도매인조합연합회
서울시지회장



효율성 있는 표준하역비제도 운영 위한 재검토

□ □ □ □

가락시장 파렛트 출하율이 정해진 원인은 우선 산지에서 인력과 장비 등 각종 비용을 들여 파렛트로 도매시장에 출하해도 하역비는 여전히 날개로 부과되고 있어 파렛트 출하의 이점이 없기 때문이다. 또 농산물 반입량의 90%가 경매거래를 통해 거래되는 상황에서 경락시점까지 소유주의 개념이 없어 책임있는 주체의 하역비 절감 노력이 부재한 것도 이유가 된다. 출하규모가 적고 공동출하비율이 낮은 품목의 경우 산지에서 파렛트 출하 여건이 성숙되지 못한 것도 문제이다.

물류개선은 물류비를 줄이는 것에서부터 시작해야 한다. 많은 물류비용이 중도매인에 전가되면서 유통 경쟁력을 상실하고 있다는 지적도 있다. 배송단가를 결정하는데 있어 비경쟁체제로 운영되고 있고 실제 배송작업이 없었던 물량까지 배송비가 부과되는 것은 물론 최적시간에 신속하게 배송되지 못하는 등 노동효율성이 지극히 낮아 인력사용자인 중도매인들의 불만이 많다. 더구나 배송배달대형할인업체의 물류비 부담 등 이중삼중으로 물류비용이 인상되면서 중도매업을 하는데 한계에 봉착해 있다. 이 같은 문제점을 해결하기 위한 방안으로는 무엇보다 하역노조를 '도매법인의 직원화' 해야 한다는 주장이다. 도매시장에서 하역비를 지불하는 주체가 있어야 이를 절감하는 노력이 있을 수 있기 때문이다.

또한 파렛트 출하율을 높이기 위해서는 '농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률'에 도입된 표준하역비제도를 실효성 있게 운영할 필요가 있다. 하역업무의 사용자를 명확히 함으로써 하역비 부담주체가 파렛트로 출하해 농산물 유통비용을 줄이고 물류 효율성을 제고할 수 있도록 구조를 바꿔야 한다는 것이다. 또한 출하자로부터 공제하는 상장수수료 이외에 별도의 하역비를 징수하도록 허용한 것은 완전한 표준하역비 제도가 아니다. 이 뿐만 아니라 파렛트 출하시에는 하역비를 전액 면제해준다거나 경매를 우선 시행할 수 있도록 하는 등의 인센티브를 주고 반대의 경우 패널티를 부과하는 정책도 동시에 추진돼야 한다.

이상용
대아청과 기획이사



생산지에서부터 소비자까지 모든 단계 서로 맞물려야

□ □ □ □

가락시장의 물류개선에 대해 반대하는 사람은 아무도 없다. 당연한 수순이다. 최근에 와서 물류개선에 대한 관심이 더욱 커졌다. 가장 큰 이유는 가락시장 시설현대화 사업이 진행 중에 있기 때문이다. 가락시장 시설현대화라는 터닝포인트가 있는 지금, 단계적으로 물류개선을 추진해야 한다는 당위성이 높아졌다.

그러나 물류개선은 쉽지 않은 일이다. 물류란 종합적이고 유기적인 문제이다. 복잡다단하다. '농장에서 식탁까지'라는 말에서 보듯, 물류는 생산지에서부터 소비자의 입까지이다. 따라서 물류개선은 생산지에

서부터 소비자까지 가는데 거치는 모든 단계가 서로 맞물려야 가능한 것이다.

우선 산지의 여건이 아직 마련돼 있지 않다. 영세소농이 많고 이로 인해 조직화와 규모화가 어려운 게 산지이다. 또 수확후관리기술도 부족한 실정이다. 물론 파렛트 출하를 위한 제반여건도 미흡하다. 그렇다고 물류개선이 안되는 이유를 산지 탓만 할 수는 없다. 도매시장도, 중도매인도, 하역노조도 그들만의 잘못이 아니다. 그만큼 물류개선은 다양한 이해관계 속에서 서로 공합이 맞아 떨어져야 한다.

멈춰져 있는 기계를 돌리려면 윤활유를 뿌려야 한다. 물류개선에서 윤활유는 산지에 줘야 한다. 파렛트로 출하하고 물류기기를 임대하는 등의 모든 비용이 산지에서는 부담으로 작용한다. 기존보다 파렛트로 출하하는데 드는 비용이 예를 들어 20원 더 든다면 이 20원을 지원할 수 있어야 한다는 것이다. 한시적인 지원이다. 파렛트 출하 상품에 대해 소비자들이 높은 가격을 지불할 수 있다는 나름대로의 '목시적 합의'가 이뤄져 그 상품이 제값을 받을 수 있을 때까지는 산지에 충분한 지원이 필요하다.

한 가지 긍정적인 면이라면 정부지자체서울시농수산식품공사가 물류개선의 필요성에 대해서 공감을 하고 있다는 점이다. 특히 공사의 경우 지난 몇 년 동안 여러 시행착오 끝에 물류개선에 대한 생각을 많이 했을 것이다. 이 같은 의지와 노력 속에서 이해관계자들과 물류개선을 추진한다면 가락시장 시설현대화 사업이 완료됐을 때 자연스럽게 가락시장에 개선된 물류체계가 정착될 수 있을 것으로 내다본다.

이광형
한국농업유통법인중앙연합회
사무총장



산지 대변할 수 있는 주체의 얘기 들어야

□ □ □ □

물류개선의 핵심은 유통비용 절감이다. 유통비용을 절감하기 위해 가락시장이 도입하려고 하는 것이 바로 파렛트화이다. 파렛트 출하에 앞서 산지여건을 고려해야 하고 하역구조도 살펴봐야 하며 도매법인의 의지도 확인해야 한다. 파렛트화를 할 경우 산지에서는 지금보다 유통비용이 늘어날 것이란 우려가 높다. 또 물류기기 활용은 하역노조의 인원감축이란 생존권과도 연결될 수 있다. 또 파렛트로 출하할 때가 기존방식보다 물량이 줄어들 수 있다는 추정에서 도매법인이 이를 감수할지도 봐야 한다.

물류개선을 위한 위원회가 구성돼 있다. 그런데 산지는 빠져 있다. 이 부분만 본다면 서울시농수산식품공사가 물류개선 의지가 없다고 볼 수 있다. 모두가 파렛트화를 위해서는 산지에서부터 바뀌어야 한다고 한다. 한국농업유통법인중앙연합회가 모든 산지를 대신한다고 볼 수는 없지만 직접 생산하는 사람들로써 그들의 입장을 대변할 수는 있다. 산지에 파렛트 출하를 위한 기반여건이 갖춰지지 못한다면 물류개선은 효과를 거둘 수 없다. 산지의 의견을 청취하는 자리를 우선 마련하고 그들을 포용해 함께 가야 한다.

산지에서 유통시설을 활용할 수 있는 폭을 넓혀줘야 한다. 파렛트로 출하하려면 포장에서부터 신경을 써야 한다. 선별을 더 정확히 해야하고 그만큼 인건비도 많이 들어간다. 포장재 비용은 말할 것도 없이 부담이다. 유통시설은 대부분 농협에 편중돼 있다. 농업회사법인 등 생산자들을 위한 유통시설도 필요하지만 기존의 유통시설을 활용하는 방안도 모색해야 한다. 또 파렛트화를 하기 전 파렛트화를 꼭 해야 하는 품목과 할 수 있는 품목, 하기 쉬운 품목을 정확히 선별해 단계적으로 추진하는 것도 중요하다. 전 품목을 해야 한다는 무리수를 두게 되면 부작용이 생길 수 있다. 또한 산지에서는 파렛트화 등 물류기기를 활용하게 되면 투입비용이 증가할 것으로 생각하는데 정부에서 일정 부분 지원하는 방안도 생각해야 한다.

한국농수산물유통공사 올해 주요 사업



한국농수산물유통공사(aT)는 유통구조 개선대책의 성공적인 추진을 위해 다각적인 지원사업을 전개한다. 사이버거래소를 새로운 유통채널로 기반을 강화하고, 생산자와 소비자를 위한 직거래 활성화를 지원한다. 또 기상이변과 농산물 생산기반 약화로 우려되는 수급안정에 선제적으로 대응하고, 중소식품외식기업의 경쟁력 강화를 위한 지원사업을 추진한다. 또 세계경제가 회복될 것으로 예측되는 가운데 한국산 농식품의 전세계 수출확대를 위해 수출시장별, 품목별 지원대책을 추진한다. 올해 aT가 추진해 나갈 주요 사업계획을 소개한다.



농산물유통 부문

사이버거래소의 거래 활성화에 더욱 박차를 가한다. 올해 매출 2조원을 목표하고 새로운 유통채널로 역할을 강화해 나간다. 이를 위해 소상공인지원, 단체급식, 기업간 거래, B2C 쇼핑몰 등 다각적인 사업을 전개한다. 부문별 주요 사업내용은 소상공인 지원을 위해 POS 물품 구축해 직거래 기반을 구축한다. POS 물품은 슈퍼, 식당 등 소상공인이 손쉽게 접할 수 있는 POS 단말기에 직거래 운영 체계를 구축하는 것이다. POS 화면에 상품을 전시하고, 원하는 상품을 신용카드로 구매하면 바로 배송이 이뤄지는 시스템이다.

농산물 직거래 활성화를 위한 사업을 적극 추진한다.

직매장, 직거래장터, 꾸러미 등 직거래 DB 구축 및 직거래 플랫폼을 구축한다. 이를 통해 직거래 관련 다양한 정보를 제공하고 생산자와 소비자 누구나 편리하게 직거래를 할 수 있도록 기반을 마련한다. 직거래 유형별 맞춤형 지원도 펼친다. 로컬푸드 직매장 25개소 및 공동작업장 10개소, 신규장터 10개소 등을 선정해 지원하고 직거래 컨테스트, 페스티벌 등을 개최한다.

산지 유통조직 규모화를 이끌어 나간다.

산지유통 종합평가와 연계해 통합조직화와 APC 내실화를 유도한다. 평가대상 자격 및 지표에 대한 공동계산 비중을 지난해 15억원 이상에서 올해는 20억원 이상으로 강화해 농가조직 내실화를 유도한다. 산지유통센터(APC) 종합 지원시스템도 구축한다. APC 적기 건립 및 운영 활성화를 도모하고 건립 단계별 컨설팅 및 정보를 제공한다.

도매시장 정가수의매매 활성화를 유도한다. 산지 출하자와 도매시장법인, 중도매인의 정가수의매매 거래를 지원하는 예약거래 및 출하정보 시스템을 구축한다. 또 도매시장 운영실적 평가에서 정가수의매

매 활성화에 대한 배점을 높였다. 도매시장 경쟁력 제고를 위한 제도 개선 및 물류효율화도 추진한다. 도매시장발전협의회 운영을 통해 발전방안을 마련하고, 파렛트와 플라스틱상자 등 물류기기 공동이용을 지원한다. 산지유통종합평가와 연계해 규모화된 산지조직을 우대지원하고 도매시장 출하에 대한 국고보조지원을 70%에서 80%로 높였다.

농산물 수급부문

농산물 수급조절 매뉴얼을 보완한다. 현행 수급조절 대상 품목은 안정-주의-경계-심각 등으로 구분돼 있는데, 품목별 최근 가격 및 수급동향을 반영해 매뉴얼의 현실성을 제고한다. 3월에는 배추와 무, 6월에는 마늘과 양파, 9월에는 고추 등 수급조절 매뉴얼을 개정할 계획이다.

농산물 유통정보 수집과 분석하는 공동 플랫폼을 구축한다. 수급정보, 가격정보, 정책정보 등을 종합해 생산자, 유통인, 소비자에게 신속히 제공한다.

aT의 농산물 비축기지 현대화광역화를 추진한다. 12개 비축기지 중에서 지방의 8개를 부산경남권, 충청권, 호남권, 대구경북권 등 4개 권역으로 통합 신축한다.

수입농산물의 품질과 안전성 관리를 강화한다. 농산물 도입규격을 설정해 품위확인 인력 양성, 현지 품위정보를 수집한다. 또 선적지 검사를 보다 강화하고, 도착지에서 체계적으로 품위를 확인해 문제 발생시 반송 및 선별 조치를 한다. 이와함께 보관관리, 판매 후 사후관리에 대한 내실을 높인다.

식품산업 부문

식품외식기업 컨설팅을 '과제해결' 중심의 맞춤형으로 개선한다. 또 지자체와 연계한 현장으로 해소를 위한 지원을 강화해 현장기동상담회 및 식품업체 순회 간담회를 지자체와 협력해 개최한다. 식품기업 컨설팅은 창업, 연구개발, 고부가, 향토사업 등과 함께 새로운 지원분야를 발굴하고 맞춤형 대중국 수출 컨설팅, 중소식품기업 판로 및 공동사업 활성화를 지원한다.

농공상융합형 중소기업을 지원한다. 판로개척을 위한 상품설명회 확대 및 유통업체 입점을 위한 컨설팅, 파워블로거 활용 등 SNS 마케팅을 시행한다.

중소식품기업 조직화 규모화를 위해 업체간 협력사업 모델을 발굴하고 맞춤형 지원과 지속 가능한 협력체계를 마련한다. 식품산업 전문 인력을 양성한다. 올해 경영, 마케팅, 고객대응, 품질

위생, 가공기술, 외식 등 총 3580명에게 식품관련 교육을 실시한다.

농식품 기업에 대한 자금을 지원한다. 식품가공원료 매입 자금 514억원, 농식품 시설현대화 자금 363억원, 외식업체 육성 자금 30억원, 농공상 융합형 중소기업 자금 172억원을 각각 지원한다. 또 전통식품 6차 산업화 선도, 전통식품 기반강화 및 품질고급화, 전통식품 세계화 등을 전개한다. 외식기업 해외진출을 동남아 지역에 집중하고 식재료 직거래 활성화, 외식정보 인프라 구축, 한식세계화 현지교육 등도 강화한다.

농식품 수출 부문

세계 경제의 완만한 회복세가 전망되지만 신흥국의 성장이 둔화되면서 원화 강세가 예측되는 가운데 농식품 수출 권역별 지원사업을 펼친다.

우선 아시아의 경우 일본 수출부진에 대응해 중국과 동남아 수출확대를 지원한다. 중국에서는 내륙 도시 안테나숍 운영, 청두 aT센터 신설, 칭다오 수출전진기지 건립 등 내륙시장을 본격 공략한다. 아세안에서는 미개척 시장 및 신규 유통업체 발굴을 통한 수요 확대에 나선다. 미얀마와 캄보디아 등 미개척 시장 공략 및 할랄 시장 진입을 지원하고, 주요국의 유통매장 입점을 확대한다. 일본에서는 엔저 장기화에 따른 업체 비용 절감 및 현지 마케팅 지원을 강화한다.

미주와 유럽에서는 현지 메인마켓 진입을 통한 소비기반 확대에 나선다. 미국에서는 백인, 히스패닉, 아시안 등 시장 특성에 따라 유망품목을 선정해 마케팅을 전개하고 전국적인 물류 인프라를 갖춘 대형 벤더를 활용한다. 중남미에서는 브라질 월드컵 연계 박람회 개최 등 국제행사 연계 판촉과 안테나숍을 확대해 소비자 인지도를 제고한다. 유럽에서는 한국 식재료 보급 및 유통업체 연계 판촉을 확대한다. 소맥소 등 글로벌 급식회사에 한국식 재료를 공급하고, 대형유통업체 연계 판촉을 실시한다. 특히 프랑스를 거점으로 남유럽 및 동유럽 시장 개척을 강화한다.

품목별 수출지원도 시행한다. 신선농산물의 경우 일본 시장 이외에 시장다변화를 추진한다. 파프리카, 토마토, 화훼류 등 대일 주력품목은 홍콩, 대만, 중국, 러시아 등 신규시장을 개척한다. 가공식품은 중국, 미국 등 기존 주력 시장에 대한 진출 확대 및 중남미 등 신규시장을 개척한다. 임산물물은 기본 주력품목인 밤, 표고버섯, 번견시에 대한 수출확대를 지원하고 이슬송이 등 수출 유망품목을 육성한다.



대구경북 농민들의 농산물, 다 팔아드립니다

대구광역시는 도심지, 섬유 등에 대한 이미지가 강하다. 농업인수가 약 5만여명에 불과한 대구시는 농업과 농촌에 대한 이미지가 떠오르는 지역은 아니다. 하지만 대구시는 달성군과 통합되면서 1개군(달성군)과 3개읍, 6개면을 가진 지역이다. 대구 시내에서 외곽으로 조금만 나가면 농촌의 풍경을 관람할 수 있는 도시와 농촌이 혼재된 지역이다.



대구시는 농업농촌에 대한 애정과 관심이 많다. 대구 시민과 대구 농민을 연결해주는 직거래장터가 활성화된 것은 물론 대구 인근의 경북지역 농민들이 생산한 농산물도 판매할 수 있는 활로를 만들어주고 있다.

그런 여파인지 대구시는 농업농촌에 대한 애정과 관심이 많다. 대구 시민과 대구 농민을 연결해주는 직거래장터가 활성화된 것은 물론 대구 인근의 경북지역 농민들이 생산한 농산물도 판매할 수 있는 활로를 만들어주고 있다. 특히 지난해에 이어 올해도 대한민국도시농업박람회를 개최하는 등 대구시의 농업농촌에 대한 애정은 기대 이상이다.

2016년 농산물 직거래 점유율 10%까지

대구시는 소비자에게 안전하고 신선한 먹을거리를 제공하고 생산자에게는 안정적인 판로를 확보해주기 위해 농산물 유통 사업에 적극 나서고 있다. 대구시는 현재 4%인 농산물 직거래 유통경로 점유율을 2016년 10%까지 확대한다는 목표 하에 다양한 농산물 직거래 사업을 추진하고 있다. 농산물 직거래 확대를 통해 농업인은 소득 5%를 더 올리고 소비자는 10%를 저렴하게 구입하는 구조를 만들기 위한 사업을 진행하고 있는 것이다.

대표적인 것이 농특산물 인터넷쇼핑몰인 대구장터(www.daegujiangter.com)다. 이곳은 한농연대구광역시연합회 회원 등이 대구농특산물유통주식회사를 설립한 후 대구시의 지원(쇼핑몰 운영비 1억5000만원, 시설 개선비 1억5000만원 등)을 받아 운영되고 있다. 이들은 친환경 채소와 과일쌀 등의 농산물과 농산가공품 그리고 대구시가 인증하는 명품 농특산물(D마크) 등 다양한 농산물을 취급하고 있다.

대구시의 명품인증 D마크는 2013년 현재 대구시 친환경 우수 농축산물 명품 21품목에 대해 진행되고 있다. 미나리와 새송이버섯, 계란, 미나리잔액, 미네랄수박, 대추 토마토, 블루베리 등이 대상 품목으로 2011년 10개 품목, 2012년 16개 품목 등 매년 확대되고 있다.

대구시의 지난해 농산물 유통 관련 추진실적에 따르면 총 판매실적은 76억원으로 2012년 보다 31% 증가한 것으로 확인됐다. 판매주체별로 살펴보면 대구장터 7억 4900만원(직매장 2억1900만원, 쇼핑몰 1500만원, 직거래장터 5억1500만원), 참달성 27억2200만원(쇼핑몰 23억2200만원, 직거래장터 4억원), 문양역 31억5600만원(직매장 31억600만원, 직거래장터 5000만원), 농협 대구지역본부 직거래장터 6억원, 생산농가 방문 직거래 5000만원, 기타 직거래장터 3억원 등이다.

신선한 우리 농산물을 만날 수 있는 직거래장터와 직매장

소비자들과 직접 만나는 직거래장터는 수요일 대구장터, 목요일 대구시농업기술센터, 금요일 두류공원, 토요일일 낙동강 보 등 일주일에 다섯 차례 운영되고 있다. 대구시는 직거래장터를 운영해본 결과, 소비자와 농민들의 만족도가 높고 확대 요구도 커지고 있어 올해는 이를 더욱 늘린다는 계획이다. 우선 율하공원(월요일), 함지공원(화요일)에도 직거래장터를 신규로 개장해 월요일부터 일요일까지 소비자들이 좋은 품질의 우리 농산물을 저렴하게 이용할 수 있는 체계를 갖췄다. 농민들도 매일 농산물을 공급할 수 있는 안정적인 판로를 확보하게 됐다.





소비자들과 직접 만나는 직거래장터는 수요일 대구장터, 목요일 대구시농업기술센터, 금요일 두류공원, 토요일 낙동강보 등 일주일에 다섯 차례 운영되고 있다.

로컬푸드 직매장 개설도 활발하게 진행하고 있다. 지난해 8월 9일 현대백화점에 로컬푸드 직매장을 개설해 운영하는 것을 비롯해 올 2월부터 홈플러스 등 대형쇼핑센터 7개 매장에 지역농산물을 입점해 판매하기 시작한 것이다. 또 지난해 10월 22일부터 팔공산 농부들을 개설해 운영하는 등 대구시는 로컬푸드 직매장 마련에 적극 나서고 있다. 올해도 동대구역사 내에 직거래 판매장을 3월 중 개장을 추진하는 등 신규 로컬푸드 직매장 4곳 개설을 목표로 삼고 있다.

생산농가를 방문하는 체험투어도 소비자들에게 큰 호응을 얻고 있다. 지난해 6월부터 12월까지 사과, 블루베리, 체리, 산딸기, 연근 등 관내농장 및 전통시장, 농산물가공공장 등을 방문하는 프로그램으로 운영된 도심 속 생산농가 방문 직거래사업은 총 973명이 방문해 5000만원의 판매실적을 기록했다. 대구시는 올해 1000명을 목표로 사업을 추진한다는 계획이다.

한 발 더 나아가는 대구의 준비

대구시는 여기에서 그치지 않고 농산물의 안정적인 판로 확대를 위한 바닥을 탄탄하게 다지기 위해 과수고품질 시설현대화 사업도 추진하고 있다.

총 사업비 5억188만원(국비 1억원, 시비 7547만원, 구비 7547만원, 자부담 2억5094만원)이 투입되는 이 사업은 고품질 안전과실생산과 생산비 절감, 생산성 향상 기반 구축 지원을 통해 사과재배 농가의 경쟁력 제고를 위해 진행되고 있다. 대구 동구지역 사과재배 농가 49곳을 대상으로 실시되는 이 사업은 사과품종 갱신과 관수관비시설, 관정개발, 야생동물방지사설 등에 지원되고 있다.

대구시는 또 농산물 디자인 고도화사업도 실시하고 있다. 지역명품인증 농축특산물(D마크)의 브랜드 및 포장지 개발 등을 통한 디자인 고도화로 상품 이미지를 개선, 대외홍보 및 판로개척을 도모하기 위해 추진하고 있는 것이다. 지난해 1억원이 투입된 디자인 고도화사업은 하빈미래버섯, 호수농원 블루베리 브랜드명 및 포장재 컨설팅, 사과 상자 디자인, 사과배 통합 상자 디자인 등에 투입되고 있다.



대구시는 또 농산물 디자인 고도화사업도 실시하고 있다. 지역명품인증 농축특산물(D마크)의 브랜드 및 포장지 개발 등을 통한 디자인 고도화로 상품 이미지를 개선, 대외홍보 및 판로개척을 도모하기 위해 추진하고 있는 것이다.

interview

대구광역시 농산유통과장 | 권 학 기 |



대구시가 농산물 직거래 사업에 적극 참여하게 된 계기는 무엇인가?

직거래 사업에 적극 나선 것은 이 사업이 도농 상생의 방안이라고 판단했기 때문이다. 이런 사업이 활성화되면 생산자들은 안정적인 판로를 확보해 소득을 보장받을 수 있고 소비자들은 안전하고 신선한 먹을거리를 시중 보다 저렴하게 구입할 수 있는 장점이 있다. 그래서 로컬푸드 직매장 및 직거래사업 등을 활발하게 추진하고 있다.

대구장터는 농업경영인들이 주축이 돼 운영되고 있고 참달성은 달성군 농민단체들이 모여 쇼핑몰을 운영하고 있다.

올해 농산물 직거래 사업은 어떤 것에 중점을 두고 추진하는가?

농민들의 소득을 올리고 소비자들은 저렴하게 농산물을 구매하는 등 이익을 창출하자는 측면에서 직거래장터를 매일 열려고 계획하고 있다. 지난해까지 수요일부터 일요일까지만 직거래장터가 열렸는데 올해는 월하공원(월요일)과 함지공원(화요일)도 개장해 매일 열리도록 하겠다. 지역별로 직거래장터가 열리기 때문에 단순히 대구지역 농민들만 참여하는 것이 아니라 대구 북구의 경우 칠곡군, 군위군 농민들도 찾아오도록 하고, 수성구는 청도군과 경산시 지역의 농민들이, 두류공원에서 열리는 직거래장터는 경북도의 모든 농민들이 참여할 수 있어 대구경북지역 모든 농민들에게 도움이 될 수 있는 방향으로 운영하겠다.

이와 함께 우리 농산물을 필요로 하는 기업을 찾고 있다. 기업체의 식당에 우리 농산물을 공급할 수 있는 방안을 모색하는 것은 물론 학교급식에도 친환경 농산물이 공급될 수 있도록 노력할 계획이다.

농민들과 소비자들의 반응은 어떠한가?

직거래장터에 참여하는 농민들에게 지난해까지 수수료를 받지 않았고, 또 잘 팔리기 때문에 농민들의 호응이 높다. 오히려 직거래장터 횡수를 더욱 늘려 달라는 요구가 많다. 소비자들도 대구경북지역 농민들이 생산한 농산물을 바로 신선하고 싸게 구매할 수 있어서 좋은 반응을 보이고 있다.

특히 무와 배추 등 농산물 가격이 비쌀 때 '찾아가는 도매시장' 서비스를 운영했었다. 50억원의 예산을 투입한 이 사업은 직접 소비자 곁으로 찾아가 가격 변동이 심한 품목을 판매해 물가 안정과 농가들의 판로 확대에 도움을 준 것으로 농민과 소비자들 모두 호응이 높았다.

대구농산물을 자랑해달라.

대구에도 자랑거리인 농산물이 많다. 우선 팔공산 미나리는 우리가 작목 전환을 통해 육성한 품목으로 무농약 인증을 받은 것은 물론 산 속에서 재배해 소비자들의 인기가 높은 품목이다. 팔공산 관광지를 찾으면 시식도 가능한 농산물이다. 동구지역에서 재배하는 체리는 아이들의 체험하는 농산물로 인기가 높고 블루베리는 팔공산에서 많이 재배되고 있다. 달성군에 가면 하빈참외라는 브랜드의 참외가 생산되는데 성주 참외 못지 않은 기술력으로 재배되고 있다. 전국 생산량의 40% 정도를 차지하는 연근도 피를 맑게 하는 등 효과가 좋고 대구 사과도 유명해 홍콩으로 수출하고 있다. 사과 수출을 위해 오래된 묘목 교체 및 관정 개발, 지춤패 지원 등을 시에서 시행하고 있다.

마지막으로 대구 농민들에게 할 말이 있다면?

시장에서 대구 농민들이 다른 지역 보다 지원을 받지 못했다고 느끼지 않도록 정책을 펴라고 항상 주문하신다. 그래서 우리는 중앙부처와 경북도 등의 농정에 발 맞춰 농민을 위한 사업을 시행해 나갈 계획이다.

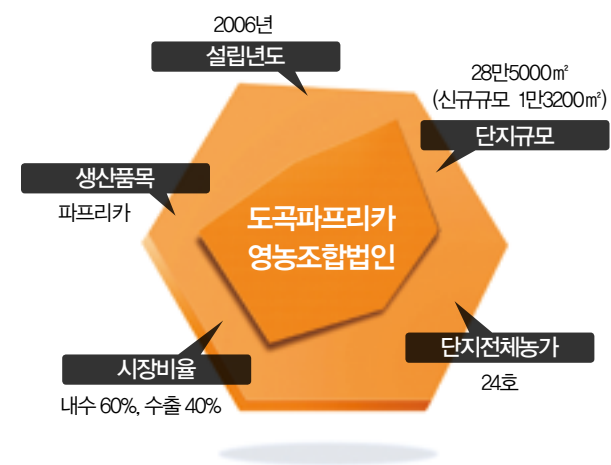
함께 일귀내 GO~ 지역은 함께 UP~

전남 화순의 도곡파프리카영농조합법인

한 지역에서 동일 품목을 재배하는 모든 농가들이 같은 곳에 출하해 선별부터 정산까지 모든 과정이 '공동'이라는 이름하에 이뤄지는 곳이 있다. 전남 화순의 파프리카 농가들이 규합해 만든 '도곡파프리카영농조합법인'이 그곳이다. 도곡파프리카영농조합법인은 전남 화순의 파프리카 주산지 도곡면을 중심으로 화순에서 파프리카를 재배하는 24곳의 농가가 함께하고 있다. 이 24곳의 농가들은 화순지역에서 파프리카를 생산하는 모든 농가들이기도 하다.



도곡파프리카영농조합법인에서 출하되는 파프리카는 최고 품질을 자랑한다. 파프리카를 재배하기에 최적의 입지일뿐더러 농가들이 서로 선의의 경쟁을 하며 품질향상을 유도하고, 재배기술도 특화돼 있다.



농가들을 규합하다

사실 한두 농가도 아닌 지역의 모든 농가를 규합하는 것은 쉽지 않은 과정이었다. 우수농가들은 자신들보다 재배기술 등이 뒤떨어진 농가들과 함께하는 것이 쉽지 않은 선택이고, 소규모 농가들이나 재배기술 등이 조금 뒤떨어진 농가들은 우수농가들에게 자신들이 묻힐까 걱정스러운 부분이 크기 때문이다. 하지만 화순 파프리카 농가들은 그러한 우려보다는 함께하는 것이 브랜드 단일화 등으로 시너지효과를 낼 수 있을 것으로 믿고 '대의'를 택했다. 파프리카 재배농가이기도 한 문형윤 도곡파프리카영농조합법인 대표이사는 "지금은 화순에서 파프리카를 재배하는 모든 농가들이 함께 하고 있지만 처음 법인을 결성했던 시기엔 농가들을 설득하는 과정이 쉽지는 않았다"면서도 "농가들이 서로 이해해주고 터놓고 대화를 나누면서 그런 불신들이 하나씩 걷혀

도곡파프리카영농조합을 출범시키게 됐다”고 밝혔다. 그러면서 그는 “이젠 상위 30% 농가들이 하위계층 농가들을 이끌고 있다”며 “선별부터 정산까지 모든 과정이 공동이라는 이름하에 이뤄지고 있다”고 설명했다.

도곡파프리카영농조합법인은 1달에 1번씩 전체회의를 개최한다. 이 자리는 ‘소통’의 시간이기도 하다. 농사 재배기술에서부터 친목도모까지 이 자리에서 모든 것이 이뤄진다. 문형운 대표는 “전체회의 자리에선 많은 대화가 이뤄진다”며 “농가들이 서로를 이해하고 또 재배기술 등을 공유하는 자리로 농가들이 전체회의를 통해 서로를 알아간다”고 말했다.

농가들 역시 이제는 도곡파프리카영농조합법인을 통해 자신들이 좀 더 발전하고 있다고 믿고 있고 실제로 그렇게 되고 있다. 화순 도곡면에서 2만6000여㎡ 규모의 유리온실에 파프리카를 재배하고 있는 노향례 씨(60)는 “공동으로 하니까 동일 브랜드로 출하해 경쟁력이 생기고 특히 기술적인 면에서 많은 도움을 받고 있고 판로구축 등의 걱정 없이 농사만 잘 지으면 된다는 생각을 갖게 됐다”며 “농가들이 하나 돼 결집하니 여러 방면에서 시너지효과가 생기는 것 같다”고 평했다.

품질향상부터 유통까지 승승장구

도곡파프리카영농조합법인에서 출하되는 파프리카는 최고 품질을 자랑한다. 파프리카를 재배하기에 최적의 입지일뿐더러 농가들이 서로 선의의 경쟁을 하며 품질향상을 유도하고, 재배기술도 특화돼 있다. 문형운 대표이사는 “이 지역에서 파프리카 재배는 1990년대 후반에 시작돼 2000년도를 넘어서면서부터 본격적으로 재배가 이뤄졌다”며 “이 지역은 동서로 길게 놓여 있어 뜨는 해와 지는 해를 모두 받기에 일조량이 많아 파프리카 재배에 유리하고 대부분의 농가가 천적을 이용해 친환경으로 파프리카를 재배하는 등 계속되는 재배기술 혁신으로 최고 품질의 파프리카를 생산한다”고 자신했다.



도곡파프리카영농조합원들은 직접 자율방범대를 운영하고 관내 불우이웃과 경로당, 학생 등에 해마다 성금과 농산물을 기부하고 장학금을 지급하는 등 지역과 함께하는 영농조합으로 거듭나고 있다.

유통에 있어서도 도곡파프리카영농조합법인의 자신감은 계속된다. 도곡파프리카영농조합은 고품질에 공동선별 및 공동계산으로 출하농산물의 균일성을 확보하는 과정이 밑바탕에 있기 때문이다. 여기에 도곡파프리카영농조합법인은 하나의 지역에 한 개 공판장을 거래하는 것을 원칙으로 한다. 문형운 대표이사는 “서울 가락시장에선 A청과, 대구시장에선 B청과 등 지역별로 한 개 공판장과 거래하는 것을 원칙으로 하고 있다”며 “이를 통해 신뢰를 구축하고 높은 값에 거래가 이뤄지고 있다”고 말했다. 판로의 40% 정도를 점유하는 수출시장에서도 주력 수출국인 일본으로의 물량을 계속해서 늘려나가고 있고 호주에 국내 최초로 파프리카를 수출하는 등 수출국가를 다변화하기 위한 노력도 게을리 하지 않고 있다. 여기에 선진지 등 해외견학을 통해 선진 재배기술을 터득함은 물론 중국, 홍콩, 필리핀 등 주력 수출국인 일본 외 지역 바이어와의 상담 및 소량 수출도 진행하며 수출 길을 넓힐 기반을 다지고 있다. 이러한 도곡파프리카영농조합법인의 행보는 100억원대의 매출을 유지하는 비결이기도 하다. 지난해 주 수출국인 일본의 엔저현상으로 타격을 받기도 했지만 성장세는 멈추지 않고 있다.



도곡파프리카영농조합법인은 현 29만7000여㎡의 면적을 33만㎡이상으로 확대하고 소비자 유통을 위한 직판장 오프라인 마트를 개설하는 등의 사업 확보로 현 100억원대 매출을 150억원대 이상으로 늘린다는 목표를 잡고 있다. 문형운 대표이사는 “소비자에게 질 좋은 농산물을 계속해서 제공한다는 일념 하에 정부와 지자체 사업을 통한 면적 증가 및 시설개보수로 시설을 보충하고 재배면적을 계속해 확보해 나가겠다”며 “앞으로 150억원대의 매출을 목표계획으로 잡고 있다”고 밝혔다.

지역과 함께하는 파프리카 농가들

도곡파프리카영농조합법인의 성장세와 맞물려 화순에서 이제 파프리카는 없어서는 안 될 주요 작물로 자리매김했다. 화순 농산물 수출의 95%이상을 파프리카가 담당하고 있는 것이다. 또 최근 후계농업인 5명이 파프리카재배를 시작하는 등 후계농 육성에도 파프리카가 일조하고 있다. 파프리카를 통한 지역경제 활성화가 이뤄지고 있는 것이다. 이에 더해 문형운 대표이사를 비롯한 도곡파프리카영농조합원들은 직접 자율방범대를 운영하고 관내 불우이웃과 경로당, 학생 등에 해마다 성금과 농산물을 기부하고 장학금을 지급하는 등 지역과 함께하는 영농조합으로 거듭나고 있다. 문형운 대표는 “지역과 함께하는 것이 우리 농가들에겐 또 하나의 보람”이라며 “지역과 함께 상생하는 도곡파프리카영농조합법인이 될 것”이라고 강조했다.



문형운 대표이사

소비자 입맛을 사로잡은 방울토마토 전문농사꾼

충남 부여의 방울토마토 재배농가, 송영로



한 입에 쏘~옥 들어가는 방울토마토는 다이어트 또는 후식용으로 좋은 열매로 인식되고 있다. 소비자들이 점점 방울토마토를 찾기 시작하면서 이를 재배하는 농가들도 점차 늘어나기 시작했다. 충남 부여군 세도면은 방울토마토 생산량이 많은 지역으로 알려진 곳이다. 이 지역에서 뛰어난 재배기술로 고품질의 방울토마토를 재배해 농가들의 발길이 끊이지 않는 농가가 있어서 눈길을 끌고 있다. 충남 부여군 세도면 세도로 13번지에서 방울토마토를 재배하고 있는 송영로 씨가 그 주인공이다.



무작정 뛰어든 농사, 실패를 맛보다

1994년 부여로 내려온 송영로 씨는 황산대교 부근의 강가에서 농사에 뛰어들었다. 군 제대 후 양조장, 정미소, 트럭 운전 등 다양한 일을 했던 그가 농산물 생산을 시작한 것은 돈벌이가 될 것이라는 판단 때문이었다.

송영로 씨는 “트럭으로 수박을 운반해주는 일을 했는데 트럭에 가득 실린 수박이 수천만원에 팔리는 것을 보고 농사를 해야겠다고 생각했다”며 “하지만 실전은 내가 본 것과 달랐다”고 회상했다. 대파, 수박 등을 재배해봤지만 실패를 거듭한 것이다. 토마토농가들의 모임에도 참여해 소위 잘 나가는 농가들로부터 각종 노하우, 재배방법 등을 전수 받았지만 오히려 농사를 망친 적도 적지 않았다. 송영로 씨는 “수차례 농사를 실패해보면서 농사가 쉽지 않다는 것을 뼈저리게 느꼈다”면서 “선진 농가들로부터 배운 농법을 기본 바탕으로 내 농장 현실에 맞게 접목하면서 조금씩 발전해나갔다”고 강조했다.

이후 방울토마토 재배에 본격적으로 뛰어든 그는 올해로 벌써 18년째 방울토마토 농사를 짓고 있다. 현재 4958㎡의 하우스 5동을 보유하고 있다.

송 씨는 “보통 방울토마토를 재배하면 수확량에 초점을 맞춰 재배하다보니 질이 떨어진 것이 사실”이라며 “하지만 소비자들의 소비 성향을 볼 때 방울토마토의 품질을 높이는 것이 중요하다고 생각해 품질 향상에 집중했다”고 강조했다.

송영로 씨는 “수차례 농사를 실패해보면서 농사가 쉽지 않다는 것을 뼈저리게 느꼈다”면서 “선진 농가들로부터 배운 농법을 기본 바탕으로 내 농장 현실에 맞게 접목하면서 조금씩 발전해나갔다”고 강조했다. 이후 방울토마토 재배에 본격적으로 뛰어든 그는 올해로 벌써 18년째 방울토마토 농사를 짓고 있다.



품질 향상에 맞춘 재배법

사실 그의 방울토마토는 다른 농장 상품들보다 크기가 다소 작은 편이다. 오직 품질 향상에 초점을 맞춰 방울토마토를 재배하기 때문이다.

송영로 씨는 “우리 방울토마토의 크기는 작은 편”이라며 “다른 농장처럼 거름과 물을 충분히 줄 수 있지만 맛을 높이기 위해 적절히 조절하고 있다”고 강조했다.

우선 10월 정식에 앞서 9월에는 구매한 벚짚을 밭에 깔아서 갈아엎는 작업을 진행한다. 벚짚이 땅에 유기질을 보충해주는 것은 물론 산소와 수분 관리 등에도 도움이 되기 때문이다. 토양개량제를 9월 말 땅에 뿌려주는 것은 물론 땅을 소독하기 위해 밀기울을 뿌려주는 작업도 병행한다.

또 수확한 토마토 중 상품성이 떨어지는 것은 설탕에 재워 발효시킨 후 이듬해 밭에 뿌린다. 수시로 하우스의 온도를 점검하는 것은 당연한 일이다.

송 씨는 “설탕에 담근 방울토마토를 뿌리면 맛과 향에서 차이가 나타난다”면서 “밤 10시까지는 하우스 온도를 11℃, 밤 10시부터 6시까지는 10℃ 등에 맞추고 있다”고 말했다. 그는 또 “밀기울과 물을 순서대로 밭에 뿌린 후 비닐을 덮으면 온도가 40~50℃로 올라가는데 소독효과가 있다”고 덧붙였다.

거름을 충분히 주지 않는 것도 이유가 있다. 그는 “거름을 많이 뿌려주면 방울토마토 색깔도 선명하게 잘 나오지 않고 잎이 크게 자라서 일조량에도 영향을 준다”며 “적게 주면 잎의 크기도 크지 않아서 햇빛도 잘 받고 작물의 품질이 향상된다”고 설명했다.

물의 양도 적은 편이다. 물을 많이 주면 나무 상태도 좋아지고 방울토마토의 크기도 커지지만 맛이 떨어지기 때문이다. 송영로 씨는 “방울토마토의 맛은 수분관리가 최우선”이라며 “물을 겨울에는 10일에 한 번씩 20분 정도 관수하고 있고 날이 풀려도 더 주지는 않는다”고 강조했다.

이처럼 그의 방울토마토 재배법은 오직 품질 향상에 주안점을 두고 있다. 정식시기도 통상 11월경에 실시하는 다른 농가와 달리 그는 10월 10일에서 15일경 진행한다.

2000년경에 국립농산물품질관리원으로부터 저농약 인증을 받을 만큼 농산물 안전성에도 초점을 맞추고 있다. 방제작업도 친환경 농자재를 활용하고 있는 그는 “내가 조금 손해 보는 것이 낫지 돈을 조금 더 벌겠다는 생각에 무분별하게 농약을 뿌리는 것은 아니라고 생각한다”고 설명했다.

송영로 씨의 방울토마토는 다른 농장 상품들보다 크기가 다소 작은 편이다. 오직 품질 향상에 초점을 맞춰 방울토마토를 재배하기 때문이다. “우리 방울토마토의 크기는 작은 편”이라며 “다른 농장처럼 거름과 물을 충분히 줄 수 있지만 맛을 높이기 위해 적절히 조절하고 있다”고 강조했다.



뛰어난 당도와 높은 경매가

현재 생산량 전량을 모두 서울 가락시장의 중앙청과에 출하하고 있는 송영로 씨 농장의 방울토마토 경매가격은 다른 농가 보다 월등히 높다. 다른 농가 보다 5kg당 최대 1만 5000원을 더 받는 등 평균 8000원 이상 수취가격이 높은 편이다. 당도가 일반 방울토마토 보다 2~3도 정도 높은 영향이다. 가락시장을 통해 받는 연간 조수입은 수수료를 빼도 1억2000만원이 넘는다.

송영로 씨는 “처음 중앙청과에 출하할 때는 제대로 대접을 못 받았지만 소비자들이 믿고 찾을 때까지 꾸준히 보낸 결과 좋은 결실을 맺었다”고 밝히면서 “한꺼번에 출하하면 값이 떨어질 수 있는 만큼 제값을 받기 위해 한 번에 전량을 다 출하하지 않고 분리해서 자주 올리는 편이다”고 말했다. 그는 또 “지금은 옛날처럼 농약을 함부로 뿌리면 절대 팔지 못한다”면서 “소비자들의 요구에 부응하기 위해 품질 향상에 초점을 맞춘다면 소득은 자연스럽게 따라올 것”이라고 덧붙였다.

추천인터뷰

모든 면에서 우수, 높은 경매가는 당연한 것

| 이재희 중앙청과 부장(경매사) |

“당도에서부터 경도, 광택, 모양 등 모든 면에서 우수하니 값도 높게 책정되는 것은 당연한 결과이지요.”

이재희 가락시장 중앙청과 부장은 부여 세도의 송영로 씨가 재배한 방울토마토를 ‘방울토마토계의 팔방미인’이라고 표현한다. 무엇하나 뒤처지는 게 없다는 것.



이재희 부장은 “5kg 방울토마토의 평균 경매가가 1만원에서 1만5000원에 형성되고 잘 나와야 2만5000원을 받는데 송영로 씨의 방울토마토는 3만원까지 유지된다”고 밝혔다. 그 이유에 대해 이 부장은 “방울토마토의 보통 당도가 7도인데 송영로 씨의 방울토마토는 9도에서 10도까지 나와 당도가 높다”며 “여기에 토마토가 단단해 경도는 물론 광택까지 좋으니 경매가가 높게 형성되는 것은 자연스런 현상”이라고 설명했다.

한편 이재희 부장은 북미한파와 식자재수요 증가 등으로 방울토마토 시세가 당분간 강보합세를 유지할 것으로 예상했다. 이재희 부장은 “북미 한파로 오렌지 등의 과일 수입이 줄어들었고, 칠레산 포도도 집중호우로 수입량이 많지 않아 이에 대한 대체효과로 방울토마토의 가격대는 평년 대비 20~30% 높게 형성돼 있다”며 “특히 결혼 시즌이 다가오고 있어 식자재 수요가 늘어날 것으로 전망돼 당분간 시세는 지지될 것”으로 전망했다.

대전중앙청과, 전처리 농산물사업 개척

대전 노은도매시장 대전중앙청과가 농산물 유통혁신을 이끌며 도매시장 역사를 창조하고 있다. 오래전부터 공영도매시장 친환경농산물 거래활성화에 주력해온 대전중앙청과는 도매시장법인 최초로 소포장세척 절단 등 전처리농산물 사업을 개척하고 도매시장 기능 고도화에 앞장서고 있는 것이다. 특히 친환경농산물과 전처리농산물 공급을 위해 친환경 전용경매장과 저온창고를 가동하고 있고, 자체 자금으로 HACCP 시설의 전처리 농산물센터를 구축해 가동하고 있다. 보다 저렴하고 우수한 품질의 전처리 농산물 공급에 주력하고 있어 관심이 집중되고 있다.



급변하는 유통환경 속에서 대전중앙청과는 평범한 도매시장법인이 아닌 시대를 앞서가는 도매시장법인으로 도약하고 있다. 전국적인 농산물 유통기반을 토대로 첨단시설을 갖춘 전처리농산물센터를 구축하고 식재료용 농산물 절단, 세척, 포장 등 농산물 가공사업에 적극 나서고 있다.



전처리농산물센터 유통혁신 앞장

공영도매시장에 전처리농산물 시설을 세운다는 것에 대해 그 누구도 선뜻 나서지 않았다. 도매시장은 상장경매를 통해 원물 농산물을 거래하는 기능에 초점을 맞추고 있기 때문이다. 하지만 유통환경은 시시각각 변화하고 있다. 특히 소비패턴이 달라지고 사회가 고도화되면서 유통환경은 최근 들어 더욱 빠르게 진화하고 있다. 그러나 농산물 유통의 중추 기능을 담당하고 있는 도매시장은 오히려 시장 외부환경의 변화에 둔감한 현실이다.

급변하는 유통환경 속에서 대전중앙청과는 평범한 도매시장법인이 아닌 시대를 앞서가는 도매시장법인으로 도약하고 있다. 전국적인 농산물 유통기반을 토대로 2013년 4월 30일 첨단시설을 갖춘 전처리농산물센터를 구축하고 식재료용 농산물 절단, 세척, 포장 등 농산물 가공사업에 적극 나서고 있다.

송성철 대전중앙청과 회장은 “공영도매시장이 정체되고 있는 것은 유통환경 변화에 적극 대응하지 못하고 있기 때문”이라며 “도매시장법인도 법과 제도가 허용하는 범위 안에서 투자를 확대하고 기능을 고도화하며 다양해지는 소비자들의 요구에 적극 대처해 나가야 한다”고 밝혔다.

이에 따라 대전중앙청과는 전처리농산물 사업에 적극 뛰어들었다. 학교 급식 등 단체급식 수요 확대와 보다 안전하고 신선하면서 간편한 농산물을 요구하는 소비자 수요에 능동적으로 대응하기 위해서다.

전처리농산물 사업을 위한 가공·유통시설을 완벽하게 구축했다. HACCP(위해요소 중점관리 기준) 전처리농산물센터(660㎡)와 친환경소포장 시설(220㎡), 상품화 시설(1390㎡), 친환경경매장(1100㎡), 친환경저온창고(320㎡), 일반경매장(4760㎡), 저온창고(1067㎡) 등의 시설과 유통 기능을 체계화했다.

안전성 관리는 최고 수준으로 이뤄지고 있다. 대전중앙청과 자체 검사와 HACCP를 통한 검증, 대전광역시 농수축산물 검사소 검사 등 3중으로 하고 있어 높은 신뢰를 바탕으로 하고 있다. 여기에 대전중앙청과가 자체 개발한 브랜드 ‘참마크’를 통해 품질을 책임진다.

착한가격에 안전성도 최고 수준

대전중앙청과는 유통과 물류효율을 높여 전처리농산물의 가격경쟁력을 확보했다.

산지에서 정가수의매매로 확보한 농산물을 톤 백 포대, 컨테이너 박스 등으로 전처리센터에 입고해 세척, 절단, 포장 등의 상품화를 거쳐 바로 소비처에 납품한다. 물류가 기존 3~4단계였던 것이 1단계로 축소되면서 유통효율을 높이는 동시에 소매점 등의 공급가격은 낮추고 있다.

송성철 회장은 “도매시장은 물류와 상류가 집결되기 때문에 유통효율이 낮다는 것은 말이 안 된다”며 “산지에서 원물을 그대로 반입해 도매시장에서 상품화를 거쳐 소비처에 납품하는 우리의 전처리농산물 유통은 1단계로 그 누구도 따라올 수 없는 시스템이다”라고 설명했다.

이 같은 유통혁신으로 품질은 우수하면서 연중 안정적이면서 상대적으로 낮은 가격에 전처리농산물 공급이 가능하다는 것이다.

대전중앙청과 전처리농산물을 취급하는 중도매인조합장 이진영씨는 “대형유통업체들이 소비지 유통과 단체급식 시장을 장악하면서 골목시장 등 영세상인들이 더욱 어려워지고 있다”며 “중도매인인 우리가 전처리농산물과 소포장 농산물을 중소 슈퍼와 재래시장 등에 공급하면 영세상인들도 영업에 큰 도움이 될 것”이라고 말했다.

학교급식에 식재료를 납품하는 중도매인 윤재하 씨는 “전처리센터가 가동되면서 학교급식에 보다 좋은 농산물을 공급할 수 있게 됐고, 앞으로 납품처가 더욱 늘어날 것으로 기대하고 있다”고 밝혔다.

대전중앙청과는 전처리농산물에 유통기한을 표기하고 있다. 농산물에 유통기한을 표기한다는 것은 매우 어려운 일이지만 품질과 신뢰를 보장하기 위한 조치다. 이를 위해 대전중앙청과는 전문연구기관에 품목별 저장 특성을 의뢰해 가공 이후 유통기한을 설정했으며 출하직전에 포장지에 표기하고 있다.

대전중앙청과는 전처리 농산물을 통해 영세상인의 골목상권 경쟁력 회복에도 많은 기여를 할 것으로 기대하고 있다. 재래시장과 나들가게 등은 농산물 물류시설이 없어 상품경쟁력에서 뒤떨어지고 있지만 이번 노은도매시장 농산물상품화 시설을 통해 대형마트 수준 이상의 소포장 농산물을 공급할 수 있기 때문이다.



대전중앙청과는 전처리농산물에 유통기한을 표기하고 있다. 농산물에 유통기한을 표기한다는 것은 매우 어려운 일이지만 품질과 신뢰를 보장하기 위한 조치다.

전처리농산물로 유통 새바람 자신

“전처리농산물 사업을 개척해 도매시장에 새바람을 불어넣고 생산자와 소비자에게 보다 우수하고 가격은 저렴한 식재료를 공급하겠습니다”

| 송성철 대전중앙청과 회장 |



도매시장 유통을 혁신하겠다는 송성철 대전중앙청과 회장의 의지가 뜨겁다.

공정하고 투명한 거래 기반을 구축하기 위해 전국 최초로 도매시장에 전자경매를 도입한 송 회장은 도매시장 유통기능을 고도화하는 사업에 열정을 쏟고 있다.

송 회장은 “1999년 전국 최초로 무선응찰식 전자경매 시연회를 선보이며 도매시장 거래시스템 선진화를 견인한 사례가 됐다”며 “이번엔 전처리시설 등 도매시장 상품화시설을 구축해 유통혁신에 발빠르게 나서겠다”고 말했다.

그 어느 유통경로보다 효율이 높은 유통체계를 구축한다는 게 송 회장의 방향이다.

송 회장은 “도매시장은 농산물 물류가 집중하는 장소로 정가수의매매를 활용한 1단계 유통은 그 어느 유통경로보다 효율을 높일 수 있다”며 “산지에서 작업해서 도매시장 상품화 시설이나 전처리 시설을 통해 소비자에게 바로 가는 가장 빠른 유통이 될 것”이라고 설명했다.

그는 특히 “도매시장 검사소에서 안전성 검사를 하고 전처리시설에서 자체검사를 다시 한 번 하는 가장 안전한 체계도 갖췄다”며 “유통전문가들이 상품을 평가해서 가격이 결정되고 안전성과 품질 또한 대전중앙청과가 보장하고 있어 가장 믿음만한 식재료”라고 말했다.

송 회장은 “농산물유통 변화의 길목에서 우리 노은도매시장과 대전중앙청과는 좋은 기회를 맞이했다고 생각한다”며 “친환경 농산물전처리 사업이 도매시장의 희망을 넘어, 대한민국 농업 농촌의 미래를 일구는데 기여하겠다”고 강조했다.





불공정거래행위 극복을 위한 협상 경영 전략

대규모유통업체가 있다고 할지라도 계속적으로 거래해야 하는 대규모 유통업체를 고발하는 것은 쉽지 않은 일이다. '법은 먼 곳에 있고 바이어는 가까운 곳에 있다'라는 말처럼 모든 불공정한 거래를 법으로 해결할 수는 없다. 질병을 해결하는 더 좋은 방법은 병이 난 후 치료하는 것보다 미리 병이 나지 않도록 예방하는 것이다. 법적인 내용도 잘 알아두면 도움이 되겠지만 이는 사건이 일어난 뒤의 처방일 뿐이다. 경영학적 지식과 협상론적 지식을 미리 공부하고 대규모 유통업체와 일을 했을 때 불공정한 거래는 많이 예방될 수 있을뿐더러 납품업체엔 새로운 시장을 찾을 수 있는 기회가 주어질 것이다.

아직 많은 농축수산물 업체들은 '더 좋은 품질의 상품'만 있으면 된다고 생각하고 경영학, 협상론 등과 같은 지식을 등한시한 채 문제가 생기면 대규모 유통업체나 법의 문제라고만 생각한다.

이런 패배적인 생각에서 벗어나 경영학과 협상론 등을 보다 적극적으로 공부해 유통업체와의 협상에서 서로 승리하는 길을 찾아낼 수 있어야 실질적인 상생을 이룰 수 있을 것이다.



협상의 제2원칙 : 공동의 이익을 우선시하라

협상의 제2원칙은 공동의 이익을 찾아내고 그것을 중심으로 대화를 풀어나가는 것이다. 내 이익만 보아서도 안 되고 상대방의 이익을 중심으로 내 이익을 설계해나갈 필요가 있다. 그러기 위해서는 다음의 3가지 방법을 동시에 사용할 필요가 있다.

- 1 상대방의 이익과 나의 이익 포인트 파악
- 2 내 이익을 올리면서도 상대방이 최대한의 이익을 얻을 수 있는 방안 모색
- 3 항상 상대방의 이익을 우선 이야기

예를 들어 살펴보자. 돈육을 납품하는 업체에 바이어가 삼겹살 행사를 주문한다고 하자. 하지만 삼겹살을 싸게 팔아서는 엄청난 손해가 날 수밖에 없다. 어떻게 하면 좋을까?

첫째, 바이어의 이익포인트가 무엇인지 확인해 보자.

바이어가 필요한 것은 무엇일까? 윗사람에게 고객들이 많이 찾는 삼겹살을 싸게 판매하게 되었다고 보고해 윗사람의 칭찬을 획득하는 것, 그리고 고객들을 많이 모아서 돈육 매출을 올리는 것, 이 두 가지가 바이어의 이익 포인트일 것이다. 나의 이익 포인트는 유사한 점과 다른 점이 있다. 돈육을 많이 판매하는 것은 나의 이익 포인트와 부합한다. 하지만 삼겹살을 싸게 많이 판매하면 손해가 나는 것은 나의 이익 포인트에 부합하지 않는다. 그러나 잘 살펴보면 바이어는 돈육을 많이 팔려고 할 뿐이고, 전단에 행사를 안내해서 고객을 끌려고 할 뿐이지 꼭 삼겹살을 많이 팔려고 할 필요는 없는 것이다. 이렇게 이익 포인트 분석을 마쳤다.

둘째는 내 이익을 올리면서도 상대방이 최대한의 이익을 얻을 수 있는 대안을 모색하는 차례이다. 그렇다면 삼겹살이 아닌 다른 부위도 함께 행사를 하면 안 될까? 시식 행사, 균일가 행사 등을 말이다. 가격이 싼 앞다리살 등을 시식행사를 동시에 하면 어떻게? 삼겹살을 사러온 고객들에게 앞다리살을 권유할 수 있는 것이다. 바이어에게 행사 하나 더 하겠다고 해서 거절 당하지는 않을 것이다. 이제 이야기를 하면 된다.

셋째는 항상 상대방의 이익을 우선시하며 제안을 하는 것이다. 삼겹살 행사도 하고 앞다리살 행사도 같이 한다고 제안해본다. 삼겹살은 워낙 원가가 비싸 이익률을 낮게 해주어야 하지만 앞다리살은 유통업체의 이익률을 낮추지 않고 행사를 하겠다고 제안을 한다. 그래야 유통업체의 매출과 이익이 모두 올라갈 수 있음을 강조한다.

만일 바이어가 승낙을 하면 삼겹살 할인 판매로 손해나는 부분을 어느 정도 앞다리살 행사로 보전할 수 있는 길이 생기게 된 것이다.

협상의 제3원칙 : 협상 한계선을 파악하고, 상대방의 핵심가치는 비껴가라

협상할 때 ‘협상한계선’을 파악하는 것이 매우 중요한 일이다. 상대방이 절대 물러나지 않는 지점을 미리 확인할 필요가 있다. 협상한계선은 대개 양보하지 못한다. 따라서 이러한 협상한계선을 발견하면 가능한 그것을 건드리지 않는 것이 좋다. 협상한계선을 건드리는 경우 협상 자체가 결렬될 확률이 크기 때문이다. 또한 대규모유통업체 같이 힘이 센 곳이 가지고 있는 협상한계선을 힘이 약한 유통업체가 깨려고 하면 협상한계선은 깨 지지도 않고 얻을 수 있는 것마저 얻지 못하는 경우가 많다. 협상한계선을 만나게 되면 다음과 같은 방법으로 협상을 시도해야 한다.

- 1 다양한 옵션을 개발해 얻을 것을 얻어라!
- 2 손실이 있을 때도 최소한의 수확은 챙긴다
- 3 한 번의 만남으로 끝나는 관계는 없다. 다음 협상에서의 유리한 고지를 선점 하려 노력한다.

예를 들어 지금까지 납품해온 상품을 모두 PB로 전환해달라고 바이어가 요청하게 되었다. 바이어도 유통업체에게 지시를 받은 부분이라 PB전환에 대한 재협상의 여지는 없다. 협상한계선인 것이다. 그런데 PB로 전환하게 되면 아무래도 유통업체는 더 높은 이익률과 더 낮은 가격을 요구하게 된다. 게다가 박스도 다시 만들어야 한다. 어떻게 할까?

첫째, 다양한 제안 옵션을 개발해 제안할 필요가 있다. 상품을 PB로 납품해 달라고 하면 일단 기존 상품과 PB를 동시에 납품하면 안 되는지 등의 대안들을 제시해볼 필요가 있다.

둘째, 만일 준비한 다양한 옵션이 거절당하는 경우 최소한의 수확을 챙길 필요가 있다.

예를 들어 전상품을 PB로 만들기는 하는데, 가격압박이 덜 심한 ‘프리미엄 PB’로 만들면 안 되는지, 혹은 전상품을 PB로 만드는 대신 진열을 유리하게 해 매출 자체를 늘릴 수 있도록 배려를 해줄 수 있는지를 요청할 수 있는 것이다.

마지막으로 두 번째 제시한 최소한의 수확 전략도 실패하는 경우 다음번엔 좀 더 배려해줄 것으로 약속이라도 받아야 한다. 이때 그냥 구두약속보다는 약속의 증거를 하나 확보하는 것이 중요하다. 물론 서류로 그런 약속을 해줄리는 없다. 하다못해 책상 위에 있는 특이한 볼펜이라도 달라고 하는 것이 좋다. 아무리 단순한 것이라 할지라도 나중에 기억을 강화시키는 효과가 있다.

참고

농수축산물 납품업체를 위한 대규모유통업체에서의 거래 공정화에 관한 법률 안내 및 불공정 거래행위 극복 경영 전략 (발행처: 한국농수산물유통공사 유통조성처유통기획팀)



당신의 용기에 안심을 더+합니다

비밀보장 · 신분보장 · 신변보호를 통해 철저하게 보호하고 있습니다.





봉황52농장 조영숙 대표

IT가 농업을 변화시킨다

충남 천안 봉황52농장

31운동 등 독립운동의 고장인 충남 천안시 병천면은 '아우내오이'로 유명한 오이주산지이기도 하다. 이 오이주산지 병천에 유명한 농민 파워블로거가 있다. 봉황52농장의 조영숙 대표가 그 주인공. 조 대표는 자신이 직접 재배한 오이를 올리는 것은 물론 31운동기념 아우내 봉화제 등 지역소식과 일상의 소소한 이야기를 전하며 IT를 통해 농촌의 꽃을 발현시켜 나가고 있다.

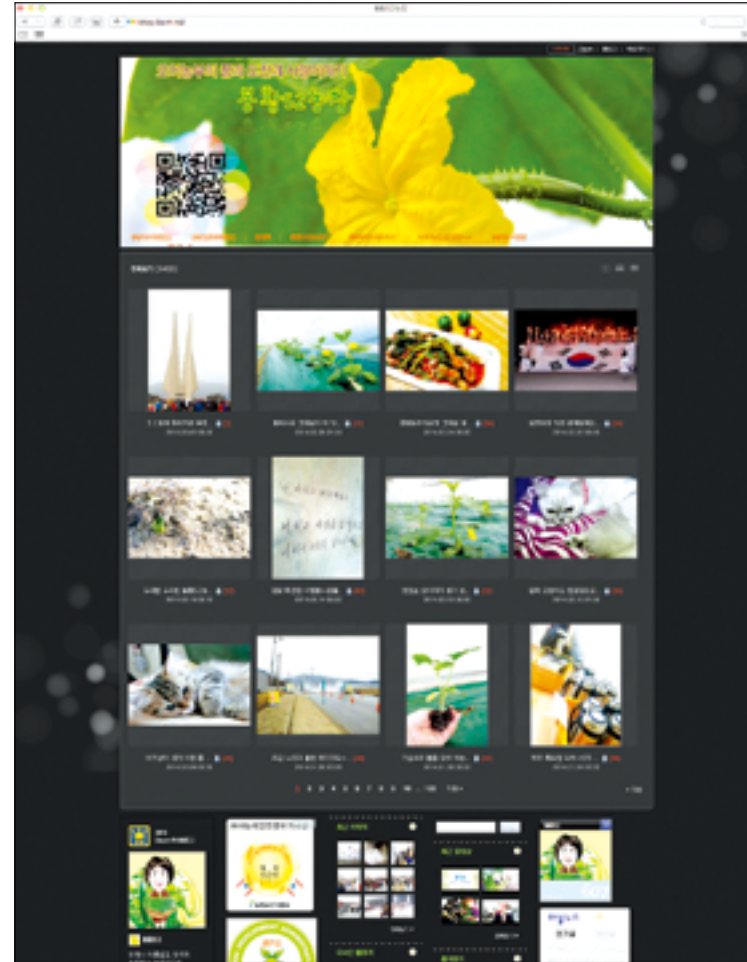
농민 파워블로거, 조영숙 대표

‘별에서 온 그대보다 더 멋지고 더 이쁜 내사랑~’

봉황52농장 조영숙 대표는 최근 자신이 운영하는 인터넷 블로그 ‘오이농부의 꿈과 도전과 사랑이야기, 봉황52농장(<http://blog.daum.net/524co>)’에 자신이 직접 재배한 오이 사진과 함께 이 같은 글을 올렸다. 이뿐만이 아니다. 2월 28일 열렸던 31운동 제95주년 기념 아우내봉화제 소식 등 지역의 돌아가는 이야기와 소탈한 농촌의 일상 이야기 등을 자신의 블로그와 홈페이지(<http://www.524co.com>) 등에 담고 있다. 그는 블로그와 홈페이지 등 IT를 적극적으로 활용해 전국농업인블로그경진대회 대상, 포털사이트 다음 우수블로그, 한국농수산대 명예교수 위촉, 농식품부 블로그 기자단 등 농민 파워블로거로 이름을 날리고 있다.

주경야독으로 인터넷 배워

지금은 농업계는 물론 인터넷 포털사이트 등에서도 알아주는 파워블로거지만 조영숙 대표가 인터넷의 고수가 되기까지는 우여곡절이 많았다. 조영숙 대표는 “처음 인터넷을 접하게 된 때는 10년도 훨씬 전의 일”이라며 “당시엔 이곳에 인터넷 전용선이 들어오지 않았던 시기였다”고 당시 상황을 전했다. 그러면서 그는 “열악한 상황이었음에도 불구하고 컴퓨터를 배우고 싶어 낮에는 일을 하고 밤에는 인근대



봉황52농장 블로그(<http://blog.daum.net/524co>)

학에서 인터넷을 배웠고, 이후 카페나 블로그 활동을 통해 인터넷에 관심을 크게 가지게 됐다”고 말했다.

이제는 인터넷 선생님

주경야독으로 인터넷을 공부했던 조영숙 대표는 이제 ‘IT 선생님’이 됐다. 농촌현장에서 어르신이나 주부 등 IT에서 소외됐던 이들을 대상으로 블로그와 카페를 비롯해 SNS 등 다양한 인터넷 교육을 진행하고 있는 것이다. 조영숙 대표는 “농촌엔 아직도 IT에서 소외된 이들이 많다”며 “이들에게 하나씩 가르쳐주면서 많은 보람을 느끼고 있다”고 밝혔다.

조영숙 대표의 이러한 행보 속엔 농민들이 다른 직종의 그 누구보다도 IT에 많은 관심을 가져야 한다는 확고한 신념이 자리 잡혀 있다. 조 대표는 “요즘 농산물 유통의 화두가 직거래이기도 한데 IT는 보통 여러 단계를 거쳐야 하는 농산물 유통을 직거래로 간소화시킬 수 있고 농민과 소비자를 정보로 통해 직접 이어줄 수 있는 중요한 마케팅 수단이기도 하다”며 “농민들과 관련 유통인들이 그 누구보다 IT를 자주 활용해야 한다”고 강조했다.



조영숙 대표는 “요즘 농산물 유통의 화두가 직거래이기도 한데 IT는 보통 여러 단계를 거쳐야 하는 농산물 유통을 직거래로 간소화시킬 수 있고 농민과 소비자를 직접 이어줄 수 있는 중요한 마케팅 수단이기도 하다”고 강조했다.

행사에 가봤어요



국내 76개 식품업체 참가

제39회 동경식품박람회

아시아 최대 규모의 농식품 박람회인 동경식품박람회에 국내 76개 식품업체가 참가해 우리농식품의 맛과 우수한 식문화를 널리 알렸다. 3월 4일부터 나흘 동안 일본 지바현 닛폰컨벤션센터(Nippon Convention Center)에서 제39회 동경식품박람회(FOODEX JAPAN 2014)가 열렸다. 이 자리에는 국내 주요 식품 수출업체가 참여해 파프리카버섯김치 등 신선식품을 비롯해 김과 홍삼, 장류, 유자차 등을 해외바이어 및 현지소비자에게 선보였다. 한국농수산물유통공사(aT)도 최대 수출시장인 일본으로의 수출 확대를 위해 한국관을 꾸려 참가했다.



전통식품, 외국 관광객 사로잡다

전통식품 길목마케팅

외국 관광객에게 전통식품을 홍보하는 자리가 마련됐다.

농림축산식품부는 지난 2월 1일부터 5일까지 5일간 서울 명동과 제주 바오젠 거리에서 외국인 관광객을 대상으로 막걸리, 김치 등 전통식품을 알리는 길목마케팅을 개최했다. 이번 행사는 외국인 관광객에게 손님을 대접하는 마음으로 8도 막걸리를 비롯해 김치와 떡, 한과 등 주요 전통식품을 알리고 귀국 후에도 한국 음식을 찾는 기회로 활용코자 기획됐다.



“농어업이 고부가가치 성장 산업 발전하도록 최선”

aT 신년 교례회

한국농수산물유통공사(aT)는 1월 23일 농식품 유통인이 참석한 가운데 신년 교례회를 가졌다. 이날 행사에는 농식품 관계자 300여명이 참석해 유대관계를 더욱 돈독히 하고 우리 농어업과 식품산업의 동반성장을 결의했다. 이와 함께 aT는 분야별 2014년도 사업계획을 발표하고 농수산물식품산업 발전을 위한 의견도 나눴다. 김재수 aT 사장은 “농산물 유통개선을 위한 지원체계를 강화하고, 수급관리시스템의 실효성을 높이는 한편 농식품 수출증대와 식품산업 육성을 통해 우리 농어업이 고부가가치 성장산업으로 발전할 수 있도록 최선을 다하겠다”고 강조했다.



전통장 만들어요

전통 장담그기 행사

농협중앙회는 2월 19일 경기도 연천군 새동지마을에서 식사랑농사랑 회원, 여성 농업인단체장, 소비자등 100여명이 참여해 장에 대한 소중함과 착한 먹거리의 중요성을 알리기 위한 전통 장담그기 행사를 가졌다. 이날 만들어진 된장과 간장 등 전통장은 장애아동복지시설과 아동보호시설 등에 전달돼 행사의 의미를 더했다.

“대둔산 얼음나라로”

대둔산 수락계곡 얼음축제

1월 3일 개막해 1월 26일까지 열린 대둔산 수락계곡 얼음축제가 신나는 얼음체험을 통해 행복한 겨울 추억을 만들어냈다. ‘고고! 쌍쌍! 대둔산 수락계곡 얼음나라로’라는 주제로 대둔산 수락계곡에서 열린 ‘대둔산 수락계곡 얼음축제’는 지난해에 이어 올해 2번째다. 얼음 뽕슬레이, 눈썰매, 얼음썰매, 눈놀이터 등 신나는 체험행사에 참여한 참가자들에게는 낭만과 추억을 담아낼수 있는 좋은 기회였다.



내가 만든 농기구

농업박물관, 어린이 초청 농기구 체험행사

농업박물관은 1월 14일 박물관내 기획전시실에서 방학을 맞은 어린이 20여명을 초청해 다양한 색상의 클레이로 농기구를 만드는 체험행사를 가졌다. 행사에 참여한 어린이들이 각종 농기구를 비교하며 즐거운 시간을 보냈다.



양평체험마을에서 만들어진 겨울추억

양평농촌체험마을 ICE페스티벌

‘양평농촌체험마을 ICE페스티벌’이 2월 17일 성공적으로 마무리됐다. 양평군이 후원하는 농촌체험마을 ICE페스티벌은 지난해 12월 28일 개막해 단월면 수미마을 등 9개 농촌체험마을에서 진행됐다.



행사에 가보세요

제15회 구례 산수유꽃축제

일정 : 3.22~3.30
장소 : 전남 구례군 지리산온천관광단지

2014 광양국제매화문화축제

일정 : 3.22~3.30
장소 : 전남 광양시 섬진마을

제8회 원동매화축전

일정 : 3.22~3.23
장소 : 경남 양산시 쌍포매실다목적광장

한국농식품 대 중국 수출활성화 토론회

일정 : 3.27
장소 : aT센터 세계로룸

제10회 부산도시농업박람회

일정 : 3.27~3.30
장소 : 부산 해운대구 벡스코(BEXCO)

제8회 광양꽃축제

일정 : 3.27~3.30
장소 : 전남 광양시 광양시농업기술센터

2014 광주봄꽃박람회

일정 : 3.28~4.6
장소 : 광주 서구 김대중컨벤션센터

2014 화개장터벚꽃축제

일정 : 3.29~3.30
장소 : 경남 하동군 쌍계사 등

제15회 옥천이원묘목축제

일정 : 3.29~4.5
장소 : 충북 옥천군 옥천이원묘목센터 일원

2014 청산도 슬로우걷기 축제

일정 : 4.1~ 4.30
장소 : 전남 완도군 청산도 일원

제52회 진해군향제

일정 : 4.1~4.10
장소 : 경남 창원시 중원로터리 등 진해 일대

2014 노산딸기축제

일정 : 4.2~4.6
장소 : 충남 논산시 노산천 둔치 및 딸기밭

제11회 양평산수유 한우축제

일정 : 4.4~4.6
장소 : 경기 양평군 개군레포츠포공원

식품산업전망대회 및 학술대회

일정 : 4.15
장소 : aT센터 그랜드홀

국제외식산업식자재박람회

일정 : 4.15~4.18
장소 : aT센터 제1,2전시장

일본 '마시는 우마지 마을' 유자 브랜드 스토리텔링화



일본에서는 동짓날이 되면 유자를 통째로 넣은 물에 목욕을 한다. 이 전통은 뜨거운 물에 유자를 넣고 목욕을 함으로써 노쇠한 몸에 새로운 생명력이 부활하길 바라는 것이다. 고치현에 위치한 '우마지무라'라는 작은 마을은 이러한 유자를 지역브랜드화하여 쇠퇴한 지역경제를 활성화시켰다. 우마지무라는 인구 1200여명의 작은 마을로 96%가 산림지대로 이루어져 있어 국유림 사업이 활발했었다. 하지만 임업쇠퇴 후 유자를 새로운 소득원으로 하여 '마시는 우마지 마을'이라는 브랜드를 개발하고 가공 상품을 판매하였다. 유자 차와 유자잼, 유자된장 그리고 히트 상품인 유자간장을 개발하여 1988년 가공식품 매출액은 1억 엔 정도에서 5년 후에는 10억 엔, 현재 연간 매출액이 30억 엔이 넘는 정도로 성장하였다.

차잼 등 제품상표에 시골 이미지 부각 '차별화'
연매출 30억...관광객도 늘어 지역 경제 봄바람



우마지무라 마을은 유자 제품 상표나 팸플릿에 시골풍의 어린이 그림 및 붓글씨를 사용하여 공기 좋고 물 맑은 이미지를 표현하면서 소비자로부터 신뢰를 얻는데 성공하였다. 이것은 '도쿄에 마을이 없어지고 있다'라는 포스터에서 힌트를 얻어 타 지역의 유자와 차별성을 주기 위해 상품과 마을을 함께 판매하는 마케팅으로 도시민이 갈망하는 '여유롭고 한적한 시골' 이미지를 부각해 유자 제품을 '마시는 우마지 마을'로 판매하면서 매출이 급증하였다. 또한 EYZY, 오사카 등 관련 전시회에 적극 참가해 거래처 확보에 노력함



과 동시에 TV 광고로 지역 홍보를 강화하였다. 조그만 시골 마을이 라디오나 TV에 홍보하는 것은 당시로는 대단한 모험이었다. 그러나 우마지무라를 소개하는 라디오 CM이 경진대회에서 2위를 차지할 정도로 인기를 얻었다. 우마지무라 마을은 독자적인 고객리스트 확보를 통한 통신판매를 추구하고 있다. 우마지농협은 1988년부터 독자적인 고객관리시스템을 구축하여 현재 35만 명의 고객리스트를 보유하고 있다. 증정품을 소비자에게 발송하면서, 팸플릿과 앙케트 용지도 동시에 발송하여 소비자의 의견을 수집하고 있으며 통신판매에 의한 산지직송 판매가 주류를 이루고 있다.

우마지무라의 유자 가공제품 판매 증가는 우마지무라에 대한 도시민들의 관심을 증대시켜, 소비자가 우마지무라의 방문에 큰 관심을 나타내는 파급효과를 가져왔다. 관광객 증대의 움직임에 대응하여 1991년부터 지역 온천시대 시설 정비와 철도 복원사업 등이 추진되었다. 이로 인해 일자리 창출을 통한 지역경제가 활성화하였고 약 1200명의 작은 마을이 연간 관광객 6만 명이 방문하는 관광지로 발전해 마을의 최고 일터로 변신하였다.

우마지무라의 마을을 함께 한 브랜드는 낙후되고 있는 우리 농촌에 좋은 본보기로서 스토리텔링을 통한 브랜드화, 다른 지역 제품과 차별화하기 위한 마케팅 노력 그리고 지역 브랜드를 통한 도농 교류 확대 방안의 필요성을 느끼게 해준다.

[자료제공: 농촌진흥청 농산업경영과]



일본의 직매장은...

정부는 직거래를 농산물 유통구조 개선의 핵심 축으로 보고 있다. 이는 이웃 일본에서도 마찬가지다. 이에 일본 직거래가 이뤄지는 직매장의 특징 등을 농촌진흥청이 펴낸 '일본의 직거래계약재배 정책현황 및 사례분석'을 통해 살펴본다. 이에 따르면 일본의 직거래 및 직매장 지원정책은 대부분 지산지소정책의 한 축을 구성하며 진행되고 있다.



일본의 직매장 특징

조직단위로 직매장 운영

일본의 직매장 특징은 크게 네 가지로 구분할 수 있다. 우선 직매장 운영이 대부분 개별경영보다는 조직단위로 운영되고 있다는 점이다. 우리나라의 경우 지정된 일시에 직매장(비상설)에 생산자가 개별적으로 상품을 가지고 와서 판매하는 경향이 높지만, 일본은 복수의 생산자가 동일 점포에 상품을 반입해 동시에 진열, 판매하는 경우가 일반적이다. 상품대금도 동일 창구에서 일괄적으로 지불하는 구조이며, 직매장의 점포는 생산자로 구성된 조직이나 생산자를 지원하는 조직에 의해 운영되는 것이 일반적이다.

또 다른 특징은 상품의 판매방식으로 위탁판매방식을 취하고 있다는 점이다. 일본의 경우 직매장이 판매할 목적으로 상품을 직접 매수하는 경우는 거의 없다. 이에 직매장에 농산물을 출하하는 농가는 항상 잔품발생이라는 위험에 직면해 있기도 하다.

세 번째 특징은 출하시의 규격과 가격결정상의 유연성이 크다는 점이다. 도매시장이나 특정 수요처와 거래하는 일반 농산물은 매우 엄격하고 세밀한 규격이 설정되고 그러한 규격이 가격형성에 커다란 영향을 미친다. 이에 비해 직매장에 출하하는 농산물의 규격은 매우 유연하다. 가격설정도 근처의 도매시장이나 소매점의 가격을 참고로 결정하는 경우가 대부분이다.

네 번째 특징은 생산자의 출하형태가 매우 다양하다는 점이다. 하루에 출하하는 품목도 많게는 십 수개 품목을 출하하는 농가에서 한 품목만을 출하하는 농가에 이르기까지 다양하다. 출하일수도 농가에 따라 수개월에서 20~30일 정도로 다양하며, 판매금액 역시 농가별 편차가 심하다.

일본의 직매장 운영실태

직매장 수 6년 새 70% 증가

일본 농림수산성에 따르면 2011년 현재 일본의 직매장수는 2만2980개소로 2005

년 1만3538개소에 비해 69.7%가 증가했다. 직매장 설치가 많은 지역은 대부분 대도시 부근이다.

직매장 운영 주체는 매우 다양하고 가장 많은 운영주체는 개별 농가로 전국에 1만780개(46.9%)가 설립돼 있고, 생산자그룹이 5180개(22.5%)로 생산자 및 생산자그룹이 개설한 직판장이 전체의 71.2%를 차지하고 있다. 농협이 개설한 직판장은 1790개(7.8%)로 아직 많지 않지만 매출액은 31.4%를 차지하고 있어 대형화돼 있음을 확인할 수 있다.

2011년 일본정책금융공고가 조사한 자료에 따르면 소비자의 63%는 직매장을 이용한 경험이 있는 것으로 나타났으며 남성보다는 여성이, 연령층은 높을수록 직매장 이용경험이 많았다. 직매장을 이용하는 이용자 측면에서 보면 연간 이용자수가 1만명 미만인 경우가 전체 직매장의 59.9%를 차지하고 있으며, 1만에서 5만명인 곳이 18.6%, 5만에서 20만명인 곳이 15.8%, 30만명 이상인 곳이 5.8%로 나타났다.

직매장을 활용해 농산물을 판매하는 등록 농가 수는 145만4000호로 일본 내 총 농가의 57.4%에 이른다. 이러한 결과를 토대로 볼 때 직매장이 농가의 농산물 판매상에 미치는 영향이 크다는 점과 비교적 소규모 농가의 농산물 판매처로의 역할이 크다는 점을 분석할 수 있다. 직매장의 농가 평균 수입 등을 고려할 때 전업적 농가의 경우 직매장은 어디까지나 보조적인 판매처의 기능이 큰 것으로 판단되고 있다.

직매장의 수익구조는 상당부분의 직매장이 수수료 수입에 의존하는 방식을 취하고 있다. 농산물을 출하하는 농업인이 판매가격을 결정하고, 직매장의 점포에 판매를 위탁하는 대신에 판매금액의 일정비율을 직매장에 지불하는 방식이다.

직매장 매출액 중에서 시정촌단위의 지역산농산물이 차지하는 비율은 전국 평균 73.2%로 나타났으며, 여기에 더해 사정촌이 속해 있는 곳까지 확대하면 평균 81.6%에 이른다.

미중, 소비트렌드가 변화한다

넓은 국토면적과 많은 인구 등이 맞물려 세계 주요 농식품 소비처로 불리는 미국과 중국의 소비트렌드가 변화하고 있다. 코트라(KOTRA)에 따르면 비만의 나라로까지 표현되는 미국은 유기농식품과 건강식품에 대한 비중을 높이며 '착한 식단'으로의 변화를 도모하고 있고, 식품안전에 대한 불안감이 커지고 있는 중국은 품질 및 안전성에 주목하고 있다.

비만의 나라 미국이 변한다

미국은 정부에서 직접 나서 비만과의 전쟁을 선포하고 있다.

코트라 워싱턴무역관에 따르면 미국 FDA(식품의약청)는 식품에 칼로리 함량 표기 확대 및 함량 표기 성분 추가를 진행 중에 있다. 2월 27일 FDA는 식단과 심장질환의 관계에 대한 최근 연구 결과에 따라 식품 성분표기를 수정하는 규제 변경안을 발표했다. FDA가 새롭게 제안한 식품 성분표기는 기존 표기보다 칼로리 함량 문구 크기를 확대해 소비자가 칼로리 함유량을 쉽게 알아볼 수 있도록 수정했고, 설탕 첨가량도 추가로 표시해 식품 고유의 설탕 함유량과 제조사가 첨가한 설탕 함유량을 별도로 확인 가능토록 했다.

특히 FDA는 식품 성분 표기의 1회 제공량이 미국인의 실제 섭취량보다 낮게 책정돼 칼로리 함유량이 과소평가되고 있다고 판단해 이번 규제변경안을 통해 약 17%에 달하는 식품에 대해 1회 제공량을 상향조정해 소비자가 실제 칼로리 함유량을 쉽게 계산할 수 있도록 수정했다.

미국 정부의 '착한식단' 차리기도 강조되고 있다. 영부인인 미셸 오바마의 나쁜 식단 고치기 운동을 통해 학교급식과 학생들의 식습관 개선에 노력하고 있고, 미국의 모든 학교에 불량식품과 음료의 마케팅을 금지하는 제안을 내놓기도 했다.

앞으로 미국 농식품 전망은 우선 식품 성분표기 수정으로 가당식품 수요가 하락할 것으로 예상되며 특히 유기농식품 수요 확대가 전망된다. 지난 11월 발표된 '미국 유기농식품 전망 및 기획' 보고서에 따르면 미국의 유기농식품 시장은 2018년까지 연간 평균 14% 성장할 전망이며, 미국 가정의 81%가 어느 정도의 유기농식품을 구매하는 것으로 나타났다. 앞으로 미국 고용시장이 회복되면서 가처분 소득이 증가하면 유기농에 대한 수요는 더욱 증가할 것으로 예고되고 있다. 이에 발맞춰 한국산제품의 유기농 인증과 건강식품 인식 확대로 수출 기회를 노려야 할 것으로 보인다.

중국, 이제는 품질과 안전성이 우선

먹거리에 대한 불안감이 증폭되고 있는 중국은 이제 식량 생산량 보단 품질 및 안전성에 주목하고 있다.

코트라 청두무역관에 따르면 중국 식품 소비 증가량이 식량생산 능력을 초과했다. '중국 음식물과 영양 발전 강령(2014~2020년)'을 통해 본 2014년 중국의 식량 목표 생산량은 5억5000만톤 수준으로 이는 2013년 중국 식량 생산량 6억200만톤보다 훨씬 못 미치는 계획수치이다. 이것은 중국이 식량의 완전한 자급자족에서 벗어난 것을 의미하며 중국 내 식량 생산량으로 소비량이 충족되지 않는 부분에 대해선 수입으로 대체하겠다는 의미이다.

'2013 중앙농촌공작회의'를 통해 보면 중국 정부가 농산물 품질 및 식품안전 강화를 강조하는 것을 알 수 있다. 식품의 생산 환경 관련 안전성을 최대한 확보해 토지와 물을 비롯한 농산물 산지 환경을 정화시켜 오염물이 농지에 들어올 수 없게 하고, 이미 심각하게 오염된 농지와 물에 대해선 식용 농산물 생산 금지구역으로 지정, 복원작업을 진행 중이다. 또 농지에서 밥상까지의 모든 과정에 대한 관리 제도를 형성, 엄격한 식품안전관리책임제와 책임추궁제도를 수립해 행사권과 책임을 유기적으로 연관시켜서 농산물의 품질과 식품 안전 추적 시스템을 구축하고 있으며, 전국적으로 일괄적인 농산품과 식품안전 정보추적플랫폼을 마련, 식품안전 관련 범죄를 철저히 단속함은 물론 식품 브랜드 육성을 통한 국민들의 식품 품질에 대한 신뢰를 확보해 나가고 있다.

중국인들의 식품 소비수준도 대폭 향상되고 있다. 중국 도시 지역의 식품 소비지출액은 20년 사이 8배 정도 향상됐고, 점점 식품의 안전성에 대해서도 많은 관심을 가지는 추세이다.

이에 중국의 농업정책을 예의주시할 필요가 있을 것으로 보인다. 특히 최근 5년간 한국의 대 중국 농수산물 수출 증가율이 연평균 28%에 달했던 점을 고려하면 2020년엔 중국이 일본을 제치고 한국의 최대 농수산물 수출대상국이 될 것으로 예측되고 있다.

“생산자 더 받고, 소비자 덜 내는 유통구조 가장 바람직합니다”

| 이명진 전 농림부 부이사관 |

농산물 유통을 놓고 생산자인 농민은 물론 소비자 모두 요구가 많다. 이 때문에 정부와 정치권에서는 농산물 유통개선을 농업정책의 최우선 과제로 다루고 있다. 현 정부도 출범과 동시에 유통구조 개선 방안을 마련하고 박차를 가하고 있다.

농산물 유통에 대한 문제가 늘 제기되고 있지만 사실 면면히 들여다보면 우리나라

는 선진국과 비교해 결코 뒤지지 않는 상당 수준에 올라선 것으로 봐야 한다.

APC 등 산지유통시설, 공영도매시장, 대형마트 등 상적물적 유통기반이 체계적으로 구축되어 있기 때문이다. 특히 생산단계에서부터 소비자까지 유통비용 비율의 경우 일부 품목에서는 선진국을 앞서는 것으로 분석되기도 한다.

이처럼 우리나라가 농산물 유통에서 선진국 수준으로 올라설 수 있었던 것은 지난 1990년 전후 유통개선에 대한 정책기틀을 잡고 꾸준히 추진해 온 성과로 조명되고 있다.

“생산자는 더 받고 소비자는 덜 내는 구조가 가장 바람직한 유통개선 대책이 아니겠습니까?”

농산물 시장개방 물꼬가 터지기 시작한 지난 1990년 전후 농림수산부 유통정책 실무책임자였던 김재수 현 한국농수산식품유통공사 사장과 함께 실무담당자로 농산물 유통정책의 기틀을 세운 이명진 전 농림부 부이사관은 유통개선 방향을 이 같은 한마디로 강조했다.

지난 1972년 농림부 공무원으로 공직자 첫 발을 디딘 그는 2007년 부이사관으로 명예퇴직하고, 2008년 축산물HACCP기준원 전무로 자리를 옮겨 2011년 3월 퇴직하기까지 40여년을 농업분야 공직에 있으면서 다양한 농업정책을 이끌어 온 주인공이다.

특히 1989년부터 1990년까지 2년간 유통정책 실무담당자로 오늘날의 농산물 유통정책의 기틀을 세운 것은 40여년의 공직 생활에서 가장 기억에 남는 대목이라고 했다.

농산물유통 개선이 한창 진행되고 있는 상황에서 이명진 전 농림부 부이사관을 찾아 20여년 전 우리나라 농산물유통의 선진화 기틀을 세울 당시를 되돌아 봤다.



1980년대 농업과 농촌 문제가 연이어 터져 나왔었는데요?

1980년대의 농촌에서는 혼란이 많았던 것 같습니다. 83~84년 소 파동에 이어 농가부채 문제가 매우 심각하게 대두 되었습니다. 게다가 86년 UR협상이 개시되면서 우리 농업은 대내외적으로 큰 변화와 함께 수입개방 압력에 봉착하게 되었던 시기입니다.

정부에서도 농업과 농촌에 대한 대책을 내놓지 않았나요?

그렇습니다. 86년 농어촌종합대책, 87년 농어가부채경감대책경제활성화대책, 88년 선진화시책 등이 연이어 발표된 바 있습니다. 그런데 이러한 대책들은 현안 해결 중심이었고 근본 대책에는 미흡한 측면이 있었던 것 같습니다.

단기적인 대책으로는 문제가 있었을 것으로 보이는데요?

대책이 연이어 나왔지만 단기 현안 해결이 아닌 근본적인 문제를 해결하기 위한, 즉 근본대책을 수립해 해결해야 한다는 공감대가 80년대 후반 형성되었습니다. 이에 89년 농어촌발전 중장기대책이 수립돼 발표되었어요. 당시 농림수산부 공무원 모두가 이 대책 수립에 총력을 기울였고, 특히 농산물 수급안정 대책이 비중 있게 포함되었습니다.

그 당시 농산물 수급안정 대책에 대해 보다 더 자세히 말씀해 주세요?

90년 4월에 농어촌발전특별조치법이 제정됐는데, 농산물 유통개선 관련 조항이 다수 포함되었습니다. 당시 노태우 대통령은 농산물 가격안정을 위해 혁명적인 대책을 마련하라고 주문했습니다. 이에 따라 대책이 수립됐고 내용은 크게 소비자와 산지 유통시설 확충과 유통조성기능 구축, 전통식품산업 육성 등이 주요 골자였습니다. 이를 근거로 공영도매시장 건립사업이 보다 탄력을 받아 시행됐고, 산지에서는 집하장, 저장고, 공판장, 농산물 운송차량, 선과장 등 유통기반을 구축하는 정책사업이 본격적으로 추진되었어요. 물적 유통기능과 함께 상적 기능을 높이는데 주력했는데요, 표준규격화사업을 펼쳐 공동출하, 물류효율화, 유통정보 제공 등 유통효율 증대를 이끌었습니다.

전통식품 육성도 본격화했습니다. 장류, 주류, 한과, 녹차, 농가가공 등 전통식품 가공사업자에 대한 시설기준 완화 등 육성책을 펼쳤습니다. 특히 식품가공업을 허가제에서 신고제로 전환한 것은 아주 큰 혁신이었지요.

내용을 들어보니 요즘의 유통대책의 기반이 당시에 마련된 것 같습니다?

사실 유통대책의 선진화 기틀이 마련된 것이 바로 그 때가 아니었나 생각합니다.

당시 농산물 가격안정 대책은 사후관리 중심이었습니다만, 새로 마련된 대책에서는 사전적 관리에 초점을 맞췄습니다. 주산지 생산 약정 등 생산조정 시스템이 도입됐고, 생산자단체가 일정 기금을 조성해 가격이 폭락하면 보전해주는 등 자조금 성격의 사업도 시행했지요. 특히 양념 채소는 지역별 생산면적 조정체계를 구축하고 가격안정제도를 내실화 했습니다.

20여년이 지난 현 시점에서도 유통구조 개선 대책이 추진되고 있는데 소회가 남다를 것 같은데요?

90년 전후에 수립된 농산물 유통관련 대책들이 선진화의 초석이 아닐까 생각합니다. 공영도매시장 기반이 확립되었고, 산지유통센터와 물류센터 등의 개념도 그 당시 도입되었으니까요. 현 정부에서 추진하고 있는 유통 대책도 매우 잘 수립된 것 같습니다. 생산자는 더 받고 소비자는 덜 내는 유통구조로 압축되는데 가장 바람직한 방향인 것입니다. 급변하는 유통환경 변화에 어떤 방법으로 신속히 대응 하느냐도 중요한 것 같습니다.

가락시장 이야기 <상>

시장도매인제, 임의상장제로부터 교훈을 얻어야



양 승 룡

고려대 교수

가락시장은 대한민국 대표 시장이다. 표준규격화가 어려운 상품적 특성과 기상이변 및 병충해로 인한 생산의 불확실성, 그에 따른 가격의 급등락은 농산물 유통의 고질적 문제이다. 절대다수의 소규모 공급과 수요를 대상으로 해야 하는 점도 난제다. 그러나 가락시장은 이런 농산물의 유통을 비교적 훌륭하게 처리하고 있다. 전자식 경매를 이용한 공정하고 투명한 가격결정 과정과 결정된 가격을 실시간으로 시장참여자에게 전달해 생산, 유통, 소비의 효율적 의사결정을 가능케 하는 시스템은 전 세계 어느 시장도 견주지 못한다. 도매법인의 효율적 정산시스템과 중도매인의 신속한 물량 분산기능도 타의 추종을 불허한다.

그러나 안타깝게도 가락시장은 그에 맞는 평가를 받지 못하고 있다. 가격이 폭등하면 상인들의 독점과 매점매석을 의심하고, 가격이 폭락하면 법인의 수집능력을 비난한다. 유통에 문외한인 정치인이나 유통을 안다고 자부하는 전문가나 크게 다르지 않다. 농산물 유통에 무엇이 왜 문제인지 알지 못한 채 유통구조와 경매제를 탓하는 것이 전문적 식견인 양 치부되고 있다. 오늘날 우리 농산물 유통이 직면한 가장 커다란 도전이다.

본질적으로 위탁상 제도와 동일한 시장도매인제가 다시 거래제도의 대안으로 등장한 것은 이런 답답한 현실을 그대로 보여주는 것이다. 가락시장은 20여 년 전 위탁상 제도의 극심한 폐해를 방지하고 농산물 유통을 효율화 시키는 목적으로 설립되어 그 역할을 훌륭하게 수행하고 있다. 오늘날 농산물 유통마진 중 도매단계가 차지하는 비중이 8.6%로 산지의 10%, 소매의 23%에 비해 매우 효율적이다. 이는 또한 미국이나 일본

등 선진국의 도매유통과 비교해도 우수하다. 가락시장 운영시스템은 외국에도 수출할 수 있는 훌륭한 공공서비스 상품임에 틀림없다. 실제로 적지 않은 개도국들이 가락시장의 시스템을 배우기 위해 견학을 오고 있다.

그간 경제성장과 도시화, 그리고 식품소비패턴의 변화로 가락시장의 수용능력이 한계에 이르러 시장의 물적 기능을 강화하고 물류효율화를 목적으로 한 시설현대화사업이 2011년부터 추진되고 있다. 그러나 이런 국가적으로 시급한 사업이 시장도매인제의 도입 여부를 놓고 수년째 표류하고 있다. 시장도매인제 도입의 가장 커다란 명분은 경매제에 비해 유통마진이 줄어들고 가격이 안정적이라는 것이다. 검증되지도 않은 이런 주장은 실제로 10년 전 설립된 강서시장에 도입되어 실험적으로 운영되어 왔다. 그러나 경매제를 건너뛰어 절감된 경매수수료는 적정가격을 찾기 위한 가격발견 비용이나 계약이행 비용 등 거래비용에 미치지 못한다. 경쟁을 통해 결정된 가격이 실시간으로 공개되는 경매제에 비해 출하자와 시장도매인 간에 비공개계약으로 이루어지는 시장도매인제가 시장의 효율성을 얼마나 저해할지 명약관화하다. 이는 현재 8.6%인 도매마진에서 경매비용을 줄이는 것에 비할 수 없는 엄청난 사회적 비용을 초래할 것이다.

시장도매인제가 초래할 문제는 수산물 임의상장제의 경험을 통해 가능할 수 있다. 1997년 YS 정부는 규제개혁 차원에서 수산물의 강제상장제를 폐지하고 임의상장제를 도입하였다. 당시에는 수산자원의 보호와 거래의 공정성을 위해 모든 수산물은 일차적으로 산지위판장을 통하게 했다. 그러나 투명한 거래로 세원이 노출되는 것을 꺼린 산지수집상들이 어민들에게 좀 더 높은 가격 등 좋은 조건을 제시하고 산지위판장을 우회하였다. 우회유통의 우월한 조건을 선호한 어민들은 점차 강제상장제의 폐지를 요구하였고, '강제'라는 단어를 행정규제로 해석한 당시 정부는 임의상장제를 전격적으로 도입하였다. 그러나 어민들이나 정부 모두 상인들이 제시한 좀 더 좋은 계약조건이 강제상장제 하에 서만 가능한 것임을 간파하였다. 강제상장제가 폐지된다면 가격결정의 공정성과 투명성이 상실되어 어민들에게 오히려 큰 피해가 될 것이라는 것이 1984년 필자의 석사학위논문 결론이었다.

임의상장제가 가져온 문제는 금방 나타났다 ("수산물 임의상장제 개선되어야" 연합뉴스, 1999.10.22.). 유통질서가 문란함은 물론 수산물 생산과 유통에 관한 통계체계가 무너져 수산정책과 국제협상에도 커다란 차질이 빚게 되었다. 급기야 2005년 해양수산부는 수산물유통구조개선의 일환으로 강제상장제의 재도입과 산지위판장 운영활성화를 모색하게 되었다. 그러나 MB 정부시절 해양수산부가 폐지되면서 이러한 노력이 무산되어 오늘날 수산물 유통은 정상적으로 보기 어려울 정도로 심각한 문제에 봉착해 있다. 어민들이 다시 강제상장제(또는 계통거래)를 요구하는 것이 현실이다.

우리는 임의상장제의 경험을 통해 교훈을 얻어야 한다. 경매제가 건강하게 운영될 경우 시장도매인제는 대안적인 유통경로로 보일 수 있다. 그러나 시장도매인제가 득세하여 경매제의 위치를 차지하게 되면 심각한 문제가 발생할 것이다. 가락시장은 경매제를 중심으로 운영되어야 하며, 경매제가 훼손될 경우 우리 농산물 유통에 재앙이 될 것임을 명심해야 한다. 몇몇 중도매인의 이익을 위해 다수 농민과 소비자의 희생을 담보하는 우를 범하지 말아야 할 것이다.

◆알림

최근 가락시장에 대한 이런 저런 논란이 불거지고 있습니다. 이에 유통 전문가 칼럼에서는 고려대 양승룡 교수의 '가락시장 이야기'라는 제목으로 상하2회에 걸쳐 가락시장의 현안을 다루기로 했습니다.

※ 칼럼은 본지의 편집방향과 일치하지 않을 수도 있습니다.

토마토를 제2의 파프리카로 육성

이동필 농식품부 장관,
토마토 재배현장 간담회



이동필 농림축산식품부 장관은 3월 8일 충남 부여군 소재 예창영농조합법인 토마토 온실에서 생산자단체, 유통업체, 농촌진흥청 등 관련기관이 참석한 가운데 현장간담회를 가졌다. 이 자리에서 이동필 장관은 “토마토를 내수와 수출을 선도하는 전략품목으로 육성해 제2의 파프리카로 육성하겠다”고 밝혔다. 토마토를 포함한 우리나라 시설원예산업은 한국인 특유의 숙련된 노동력과 정보통신기술(ICT)을 융복합하여 꾸준히 성장해 오고 있는 고부가가치 산업이다.



음식관광 활성화 협력 김재수 aT사장, 코레일과 업무협약

김재수 한국농수산식품유통공사(aT) 사장은 2월 6일 한국철도공사와 코레일 본사에서 ‘음식관광 활성화’를 위한 업무협약을 체결했다. 양사는 이번 협약을 통해 철도관광 상품과 연계한 전통식품 체험 프로그램을 운영할 계획이다. 농림축산식품부와 aT는 지난해 8월 코레일과 함께 서울역광장에서 ‘철길따라 흐르는 도농상생 한마당 페스티벌’을 개최해 전통식품 직거래 장터를 열었고, 10~12월에는 ‘관광열차 연계 전통식품 체험 프로그램’을 진행, 전통식품과 철도관광을 융합한 6차 사업 모델을 구축하기도 했다.



6차 산업 현장 찾아 이양호 농진청장, 문경농업기술센터 등 방문

이양호 농촌진흥청장은 2월 20일 농식품 가공과 향토음식 등 6차산업화 사업장인 경북 문경시농업기술센터와 안동시농업기술센터를 방문했다. 문경시농업기술센터에서는 농산물가공지원센터를 방문해 농업 6차산업화의 대표적인 성공 모델인 오미자청, 오미자한과 등 오미자를 활용한 가공식품 현황과 시설을 둘러보고 다른 시군센터보다 선도적으로 추진하고 있는 ‘1인창조기업 비즈니스센터’ 등과 연계해 앞으로도 문경시의 지속적인 6차산업화 확대를 위해 농산물가공지원센터가 더 큰 역할을 해 줄 것을 당부했다. 안동시농업기술센터에서는 전국 생산량 1위(70%)를 차지하고 있는 산약 등 약용작물개발과 보급 및 업무현황을 보고받고 관련시설을 둘러보면서 관계자들을 격려했다.



한미 농업정책 논의 자리 최세균 농경원장, 미 대사관 관계자 만나

최세균 한국농촌경제연구원장은 2월 20일 연구원을 방문한 미국 대사관 소속 케빈 스미스 농무참사관과 마크 마이애스 농무관을 비롯한 관계자를 만나 양국의 농업문제 등 다양한 관심사에 대한 이야기를 나눴다. 특히, 양 기관의 참석자들은 한국과 미국 간 농산물 교역, 쌀 관세화, 농산물 수출입 원산지 증명의 실효성 증대 등의 문제에 관해 논의했다.



국제농업개발협력 전문가 양성위해 합심 이상무 한국농어촌공사 사장, 한경대와 업무협약

이상무 한국농어촌공사 사장은 1월 24일 경기도 의왕시 본사에서 한경대학교와 업무협약을 체결하고 국제농업개발협력 전문가 양성을 위해 적극 협력키로 했다. 공사의 해외사업 전문가양성을 위한 이 교육과정은 △국제개발협력 국가별 실천전략 △ODA실무 △새마을운동 및 농촌개발 사례 연구 △해외농산업을개발 투자 실무 △국내외 현장연수 등이다. 공사는 대학교와의 지속적인 교류협력을 통해 해외사업 추진을 위한 중장기적인 인적 역량 기반을 마련한다는 방침이다. 이상무 사장은 “우리 공사와 한국농업의 국제 경쟁력 확보를 위해서는 인재 양성을 위한 교육시스템과 현장경험이 가장 중요하다”며 “실효성 있는 교육으로 해외 농수산업 전문가를 다수 양성할 수 있을 것으로 기대한다”고 말했다.



한국식품연구원 12대 원장에 권대영 박사 취임

한국식품연구원 제12대 원장으로 권대영 박사가 취임했다.

권 신임원장은 2월 24일 열린 제189회 산업기술연구회 이사회에서 원장으로 선임, 2월 25일 취임식과 함께 본격적인 업무에 들어갔다. 앞으로 3년간의 원장 재임기간 동안 권 원장은 ‘세계적인 식품연구기관’으로의 도약이라는 비전을 선언했다.

인사발령

농림축산식품부

1월 20일자
<신규채용·고위공무원> △감사관 마광열
<승진·국장급> △농림축산검역본부 식물검역부장 노수현
 1월23일자
<승진·부이사관> △재정평가담당관(부이사관) 박범수 △방역총괄과장(부이사관) 김태웅
<승진·과장직위> △청초행정담당관 이정삼 △농림축산검역본부 동식물위생연구부 연구기획과장 강혜영 △농림축산검역본부 인천공항지역본부 화물검역과장 홍상표 △농림축산검역본부 제주지역본부장 서호석 △국립농산물품질관리원 강원지원장 윤석도 △국립농산물품질관리원 충남지원장 박주환 △국립농산물품질관리원 제주지원장 김일상 △농식품공무원교육원 운영지원과장 전건호 △국립종자원 종자유통과장 기술서기관 안형덕 △국립종자원 전남지원장 이경일 △국립종자원 경남지원장 김광근 △국립종자원 제주지원장 이재식
<전보> △경영인력과장 김연백 △간척지농업과장 천경구 △소비정책과장 안웅덕 △친환경농업과장 양주필 △농림축산검역본부 운영지원과장 이광화 △국립농산물품질관리원 운영지원과장 임종길 △국립농산물품질관리원 소비안전과장 배성두 △국립농산물품질관리원 경북지원장 윤영렬 △농식품공무원교육원 교육기획과장 박희수 △국립종자원 동부지원장 이재현 △국립종자원 서부지원장 송영환
1월 29일자
<승진·부이사관> △농지과장(부이사관) 이정형
2월 3일자
<파견> △농림축산식품부(국방대학교 파견) 임정빈 △농림축산식품부(세종연구소 파견) 이상혁
<직위·승진·과장급> △농림축산식품부(통일교육원 파견) 김홍철 △국립종자원 품종심사과장 김철
2월 12일자
<전보> △유통정책관 이재욱 △국립농산물품질관리원장 김대근
2월 14일자
<직위·승진·과장급> △농림축산검역본부 동식물위생연구부 식물검역기술개발센터장 노영호
2월 17일자
<승진·국장급> △식품산업정책관 유종진 △농식품공무원교육원장 고훈수
<직위·승진·과장급> △농업기반과장 한준희
<전보> △검역본부 영남지역본부장 조재호 △농림축산식품부(중앙공무원교육원 파견) 김인중
2월 18일자
<직위·승진·과장급> △국제개발협력과장 김수일 △국립농산물품질관리원 기획조정과장 임영조
<전보> △감사담당관 최영섭 △국제협력총괄과장 최병국 △유통정책과장 안영수

농촌진흥청

1월 20일자
<고위공무원 인사> △국립축산과학원장 홍성구
1월 28일자
<승진·과장급> △기술협력국 국외농업기술과장 조양희 △국립농업과학원 농업생물부 잠사양봉소재과장 김종길 △국립농업과학원 농업생명자원부 유전체과장 손성한 △국립식량과학원 벼맥류부 간척지농업과장 이진취 △국립원예특작과학원 원예작물부 도시농업연구팀장 박동금 △국립원예특작과학원 인삼특작부 버섯과장 공원식 △국립축산과학원 축산생태환경부 동물바이오공학과장 박응우 △국립축산과학원 난지축산시험장장 박남건
<전보> △대변인 정준용 △국립식량과학원 기획조정과장 이경보
<파견> △국방대학교 김상남 △통일교육원 김육한
2월 12일자
<전보> △연구정책국장 이진모 △국립원예특작과학원 인삼특작부장 이종기 △중앙공무원교육원(파견) 허건양



한국식품유통학회장에 황수 철 농정연구센터 소장 선임

한국식품유통학회는 2월 26일 수원 농촌진흥청 국제회의실에서 동계학술대회 및 정기총회를 개최하고 황수철 농정연구센터 소장을 신임 학회장으로 선임했다. 회장 임기는 2년.

황수철 회장은 이 자리에서 “농업 발전에 헌신해 온 여러 선배들이 쌓아올린 공적을 바탕으로 새로운 도약을 위한 초석을 다지겠다”고 취임일성을 밝혔다.

산림청

1월 17일자
<승진·부이사관> △운영지원과장 박기남 △목재생산과장 남승희 △산불방지과장 고기연
1월 23일자
<전보> △동부지방산림청장 이경일
1월 28일자
<전보> △산림휴양치유과장 임상섭 △산림교육문화과장 강혜영 △산림복지시설사업단 기획과장 김영철 △산림복지시설사업단 시설과장 황효태 △산림교육원 재해방지교육과장 박위자
2월 1일자
<전보> △기획조정관 류광수 △해외자원협력관 이창재
2월 5일자
<전보> △해외자원개발담당관 이미라 △외교부 전출 이상익
2월 6일자
<고위공무원 인사> △중앙공무원교육원 교육파견 이규태 △국제연합식량농업기구(FAO) 고용휴직 전범면
3월 5일자
<전보> △국립산림품종관리센터장 이상민
<승진·과장급> △산림복지시설사업단 운영과장 정용진 △국제협력담당관실 이경호 △산림경영소득과 심상택 △산림경영소득과 안전수 △북부지방산림청 운영과장 이순욱
<승진·기술사·과장급> △평창국유림관리소장 심명진 △청초행정담당관실 김원수 △청초행정담당관실 이광호 △법무감사담당관실 김경목 △산림정책과 최은형 △산림정책과 조용철 △산불방지과 강성도 △산사태방지과 조화택

한국농수산식품유통공사(aT)

1월 28일자
<승진·급> △홍보실장 심정근 △대구경북지역본부장 염대규 △수급관리처장 조혜영 △사이버거래소장 황형연
<승진·2급> △시설관리팀장 김병원 △산자유통팀장 신형민 △채소특작팀장 함정운 △농산수출팀장 이주표 △소상공인지원팀장 민경후 △광주전남지역본부 수출유통팀장 장인식
<전보> △경영지원처장 이유성 △유통조정처장 성창현 △국영무역처장 기노선 △해외사업처장 백진석 △식품산업처장 김진영 △농식품유통교육원장 박해열 △광주전남지역본부장 현성기 △부산울산지역본부장 윤창근 △비서실장 이운용 △CS경영팀장 김창국 △경영지원팀장 이은석 △기금관리팀장 안병희 △자금지원팀장 고훈호 △유통기획팀장 정성남 △수급사업팀장 상병하 △유통정보팀장 구자성 △미국팀장 송강섭 △두류팀장 김진석 △사업개발팀장 박민철 △수출기획팀장 오형완 △식품수출팀장 차홍식 △수산물수출팀장 장시현 △해외관리팀장 신장현 △해외마케팅팀장 정연수 △신수요창조팀장 노태학 △외식진흥팀장 김서령 △식품진흥팀장 김준록 △기업컨설팅팀장 김동욱 △정보서비스팀장 이영철 △사업기획팀장 임재형 △마케팅팀장 박창희 △교육운영팀장 고광삼 △유통연구소장 변동현 △유통연구소 교수 배상원 △유통연구소 교수 권영규 △절화팀장 박연호 △서울경기지역본부 관리비축팀장 김진곤 △서울경기지역본부 수출유통팀장 조창익 △대전세종충남지역본부 수출유통팀장 윤승식 △대구경북지역본부 수출유통팀장 이한준 △부산울산지역본부 관리비축팀장 손운규 △부산울산지역본부 수출유통팀장 최대일 △전북지사장 김권형 △경남지사장 강경중
<교육·파견> △국방대학교 김장래 △통일교육원 양인규
<해외·파견> △도쿄aT센터지사장 배용호 △뉴욕aT센터지사장 신현곤 △베이징aT센터지사장 이필형 △칭다오aT물류유통공사법인장 성광돈 △오사카aT센터지사장 윤상영 △홍콩aT센터지사장 이승훈 △상해aT센터지사장 이상길



사람in

기고

농업의 6차 산업화와 마을 공동체 회복



전라남도 식품유통과장 서은수

최근 농식품업계의 화두가 되고 있는 ‘농업농촌의 6차 산업화’를 정의내리면 1차 산업(농림어업)의 종사자가 주도적으로 2차 산업(제조·가공), 3차 산업(유통·서비스·관광)과 연계해 새로운 부가가치를 창출하는 것을 일컫는다. 다시 말해 6차 산업화를 통해 농업의 종합산업화를 이룬다는 개념으로, 예를 들면 포도 농장(1차 산업), 포도 주 양조장(2차 산업), 식당과 민박(3차 산업)으로 이어지는 다각적인 산업화를 통해 부가가치를 창출하자는 것이다.

6차 산업화의 혁신적인 키워드는 농업이라는 일차원적인 관념을 넘어서 새롭게 농업을 재정의하자는 것이다. 사업의 개념과 목표를 새롭게 정의하고 확장하는 것은 모든 비즈니스 세계에서 기업의 운명을 결정짓는 매우 중요한 요소이다. 단순히 좋은 복사기 제조가 아닌 사무실의 효율을 올리는 것을 목표로 설정한 제록스가 사무기기 종합 업체로 성장한 것, 소비자들에게 즐거움을 파는 것을 목표로 정한 소니가 영화, 음악, 게임 등 다양한 사업을 확장한 것, 그리고 코카콜라가 자신들의 경쟁시장을 탄산음료 시장을 넘어 모든 음료시장으로 정하고 시장의 경계를 키운 끝에 탄산음료 저성장기를 극복하고 오늘날 최고의 종합음료 기업으로 성장한 것 등을 사업의 개념을 확장, 재정의해 성공한 대표적인 사례로 볼 수 있다.

지금은 농산물 가공, 농촌관광이 많이 보편화 되었지만, 과거에는 소수의 혁신가들이 시장변화를 읽고 농산물 가공과 체험관광을 선도했다. 그렇게 출발한 농업의 6차 산업화는 ‘농업의 외연’, ‘비즈니스로서 농업의 개념’을 재정의하고 확장시킨 점에서 농업혁신 모델이다. 다시 말해 기존 ‘농업은 생산이다’라는 고정관념을 깨고 농산물 가공 그리고 소비자 체험 관광까지 농업비즈니스 개념을 확장하고 융합한 새로운 발상이다.

앞으로 현재 농업이 직면한 구조적 여건 즉 농가인구 감

소와 고령화속에서 6차산업화 성공의 관건은 마을 공동체 회복에 있다. 즉 현재 마을 주민들이 지도자를 중심으로 적극적으로 참여하고 상부상조하는 공동체정신의 회복이다. 전남 강진군 군동 뒀장마을은 1970년대 부녀회를 조직하고 부가가치 제고를 위해 콩보다는 메주를 만들어 소비자에게 판매를 시작하여 지난 1991년부터는 전통 장과 뒀장, 고추장을 만들어 연간 40여 톤의 장류를 생산해 5억여원의 소득을 올리고 있다. 또한 생산농가의 콩을 전량 구매해 농가소득 증대는 물론 무엇보다 마을 주민들이 직접 재배한 국산콩과 3년 이상 된 천일염을 원료로 화학조미료나 첨가제와 방부제를 일체 배제한 국내산 천연재료만을 사용해 2500명의 도시소비자를 고정고객으로 확보, 제품 주문이 쇄도하고 있다. 최근에는 메주 단지를 현대화한 가공공장과 판매 체험장을 갖추고 도시민의 방문 체험과 연계하여 뒀장, 고추장 담그기 행사, 메주 쪄기 등의 체험프로그램을 통하여 도시소비자와 교류를 강화하고 있다. 즉 군동 뒀장마을은 마을공동체 농업 기반위에서 생산, 가공, 유통, 체험 등이 융복합된 전형적인 6차 산업의 성공모델이다.

지금 이 시대 농업을 포함한 비즈니스 경영에서 중요한 것은 미래 지향적인 사고방식과 차별적 관점, 그리고 환경 변화에 대응한 통찰과 안목이다. 농업을 넘어서 큰 비즈니스 시장을 넓게 읽고 분명하게 사업의 목표를 정의할 때 새로운 블루오션이 열리고 시장에서 우위를 점할 수 있다. 꼭 농업의 6차 산업화라는 이름이나 형식에 얽매일 필요는 없다. 우리가 진정 주목해야 할 점은 6차 산업화가 왜 생겨났으며, 누가 6차 산업화를 추진하고 있으며, 또 우리는 무엇을 하고 있으며 무엇을 해야 하는가이다. 시장을 창의적으로 해석할 수 있는 통찰과 새로운 키워드 창출이 6차 산업을 넘어서 또 다른 농업혁신을 꽃피우는 장기적인 밑거름이 된다는 사실을 기억하자.

수출 효자품목인 파프리카 산업의 현황 및 전망



신 광 수

- 사단법인 농식품유통인포럼 정회원
- 농업회사법인 (주)농산이사

파프리카는 1990년대 중반 항공기 기내식 재료를 공급하기 위한 목적으로 제주도 지역의 유리 온실에서 처음 재배되었다. 이후 일본 수출과 국내 수요의 지속적인 증가 및 적극적인 생산시설 투자와 기술개발로 생산이 크게 증가하였다.

파프리카가 국내 시장에서 인기가 증가하면서 기존의 피망과 무엇이 다르냐고 묻는 사람들이 많다. Paprika는 식물학적 분류상 학명은 '피망'과 동종인 *Capsicum annuum* L.로서 품종에 따라 다른 특성으로 개발되어 현재 유통시장에서는 각각의 품목으로 구별되어 취급되고 있다. 영명으로는 sweet pepper, bell pepper로 부른다. 우리나라에서는 매운 맛이 없는 대신 약간의 당도를 가지고 있어 한국원예학회(1994)에서 발간한 원예학 용어집에는 단고추로 분류하고 있다. 원산지는 중앙아메리카로 네덜란드에서 품종을 개발하여 전 세계시장에 보급한 품종이다.

피망보다는 크기가 크고 육질이 두꺼우며 과피색이 빨간색, 주황색, 노란색, 보라색, 미색, 갈색 및 초록색 등 7가지 색이 있으며 소비자의 기호에 따라서 선호하는 색도 다르다. 종자는 국내에서도 꾸준히 육종을 하고 있지만 아직까지 네덜란드에서 대부분수입을 하여 파종하고 있다. 본격적으로 재배되기 시작한 것은 불과 18년 정도밖에 되지 않았지만, 생산량의 증가와 함께 국내 소비량도 꾸준히 늘어나고 있다. 또한 신선농산물 품목으로서 거의 1억달러에 달하는 최고의 수출실적을 자랑하고 있는 효자 수출품목으로 자리매김하고 있으며 정부에서는 제2의 파프리카 수출품목을 발굴한다고 부산하다. 일반적으로 8월에서 이듬해 7월까지 재배하는 겨울작기의 주산지는 주로 함안, 화순, 영광, 김제 등 남부 평지 지역이다. 반면 3월에서 10월까지 재배되는 여름 작기의 주산지는 주로 평창, 화천, 합천, 남원 등 고랭지 지역이다.

파프리카가 독보적인 시설재배품목으로 자리매김한 것은 농산물 수입시장 개방에 대응한 채소산업의 경쟁력 향상을 위하여 시설채소사업과 재배기술 개발 및 보급을 정부가 적극 추진한 결과라고도 할 수 있다. 또한 1990년대 말 금융외환위기 이후 장미, 토마토, 오이 등 과채류를 유리온실에서 재배하는 농가들의 경영악화를 극복하기 위해 작목을 대 일본 수출 유망작목인 파프리카로 전환한 것도 파프리카 산업성장의 중요한 계기 중 하나이다. 파프리카 생산 규모는 2000년 재배면적 110ha, 생산량 8000톤에 불과했으나, 2013년 재배면적 450여ha, 생산량 4만5000여톤으로 추정되는 바 지난 10여년 동안 재배면적은 4배, 생산량은 5배 이상 증가하였다.

향후 파프리카 산업의 발전과 소비증대를 위하여는
생산기반 구축을 더욱 강화하여야 한다. 산지 생산 및 유통조직
그리고 수출업체를 중심으로 수직계열화 사업을 통한 생산자 조직화로
수출 및 내수물량의 안정적 확보가 필요하다.



그러나 파프리카 재배면적과 생산량의 증가 추세가 최근 들어 다소 둔화되고 있는데 그 원인은 에너지 비용과 인건비 등 생산비용이 매우 증가한 반면 파프리카 판매가격은 정체 내지 하락하였기 때문이다. 일본 엔화 가치의 평가절하로 인한 수익성 저하와 수출시장 확대의 한계 및 국내 소비시장 부진 등으로 인하여 수익성이 낮아지고 있다. 이러한 요소로 인하여 파프리카 산업은 지난 10여년 동안 누리던 수익성을 향후에도 지속적으로 유지하기에는 장담할 수 없다는 전망이다.

수출량은 1996년 수출용으로 전북 김제의 참샘영농조합에서 1.1ha가 재배된 이후 지속적으로 상승 추세이다. 연도별 수출물량은 2000년 7000톤, 2005년 1만4000톤, 2010년 1만8000톤 그리고 2013년 2만2000톤을 수출하였다. 2006년 잔류농약 초과검출로 인한 대일수출 중단을 계기로 내수가 증가하여 2006년에서 2010년까지는 수출 증가세가 둔화됐으며 생산량 대비 50% 이상이 내수로 전환되고 있다. 수출국은 99% 이상이 일본으로 집중되어 있어 편중화 현상이 심하며, 일본 시장의 변화에 민감하게 반응하고 있다. 하지만 일본의 파프리카 수입량이 꾸준히 증가하는데 힘입어 시장점유율 60%정도로서 네덜란드와 뉴질랜드를 이기고 점유 비중 1위를 계속 유지하고 있다.

일본의 파프리카 연간 소비량은 약 4만톤 내외로 추정되며 이중 일본 생산량은 1만톤정도로써 자국 생산량의 비중은 약하다. 최근 토요타통산 등 대기업이 대규모 농장건립을 통한 생산에 직접 참여하는 등 일본 생산량이 증가추세에 있어 향후 한국산의 최대 경쟁국이 될 가능성이 높다. 그리고 중국과의 FTA 협상추진에 따라 생산농가들이 매우 긴장하고 있으며 초민감 품목으로 지정되어 있다고 하지만 안심할 수 없는 국제

정세이다. 최근 수출시장 다변화를 위하여 호주, 미국 등 신시장 개척의 움직임이 있으나 유통기간이 길어 선도유지 문제와 가격경쟁력의 열세로 상업적 수출은 한계가 있는 것으로 나타나고 있다. 따라서 운송기간이 짧고 시장수요가 있는 극동아시아와 간헐적 수출시장이지만 대만이 신시장으로 주목받고 있다.

파프리카가 일본시장에서 인기가 상승하는 여파로 한국의 수출사가 20여개 이상인 반면, 이중 5개사가 수출물량의 80%를 차지하고 있고, 일본의 수입상사도 40여개사가 난립되어 수출입가격 및 물량 경쟁이 심하다. 그리고 수출물량이 겨울작기와 여름작기가 중복되는 5~7월, 11월~7월에 공급이 과잉되어 수출단가 하락의 주 원인으로 작용하고 있다. 그러나 최근에는 수출선도조직을 정비하고 수출회사들이 공동출자하여 설립한 (주)KOPA를 통하여 수출정보를 공유하고 있다. 이로 인해 과거와 같이 파프리카 수출물량 및 가격의 과도한 경쟁관계는 개선되고 있어 KOPA의 설립은 수출사 간 수평적 통합구조의 성공적 작품이라고 할 수 있다.

향후 파프리카 산업의 발전과 소비증대를 위해 생산기반 구축을 더욱 강화하여야 한다. 산지 생산 및 유통조직 그리고 수출업체를 중심으로 수직계열화 사업을 통한 생산자 조직화로 수출 및 내수물량의 안정적 확보가 필요하다. 또한 생산농가와 계약재배 또는 공동계산제를 통한 통합브랜드 및 공동 마케팅으로 연중 생산 및 공급체계를 구축하고 품질의 균일성 및 안전성의 확보로 국내외 수요를 확대하여야 한다. 이를 위해 정부에서는 노후 생산시설의 지속적인 개보수 지원과 생산단지의 규모화를 통한 효율적 생산여건을 구축하기 위하여 자본력이 미약한 생산농가 지원을 아끼지 말아야 할 것이다.

동서양의 중요 식품, 양파

동서양을 막론하고 파 종류 식물, 즉 양파, 마늘, 부추 등은 독특한 향기와 풍미로서 향신료와 식품재료로 그리고 민간약으로도 많이 사용하고 있다. 그 중 양파는 고대 이집트 시대에도 이미 중요한 식품이었고 약이었다고 한다. 따라서 재배역사는 적어도 5000년 이상 될 것으로 추정되고 있다.

양파를 섭취하면 버터만 먹은 것보다 혈액 속의 섬유질이 적어 콜레스테롤과 융합해 혈전이 되는 것을 막아준다는 연구결과도 발표됐다. 양파성분인 퀘르세틴도 피부암 발생을 낮췄다. 즉 양파는 피부암과 위장암 억제효과가 있다는 연구결과를 발표한 것이다.



박종철 순천대 교수는 부산대 약학대학과 동 대학원을 졸업한 약학박사이자 약사이며 현재 순천대 한약자원개발학과 교수로 재직 중에 있습니다. 또 순천대 한의학연구소장, 전남한방산업진흥원 운영위원, 한약사 국가시험 출제위원으로도 활동하고 있습니다.



※본 내용은 박종철 교수의 저서 '한방약초약차(푸른행복)'에서 발췌했습니다.

다양한 효능

양파의 알려진 여러 효능 중에서 성인병에 대한 효과를 살펴본다. 먼저 당뇨병 치료에 관한 작용으로서 인도 케랄라대학 연구팀의 독일학술지에 발표된 논문에 따르면 양파에서 분리한 성분인 에스 메칠시스테인설펍사이드가 항당뇨 효과를 나타낸다고 한다. 이 연구팀은 25~30g의 양파엔 당뇨병 치료에 도움이 되는 약리성분이 함유돼 있을 것으로 추정하고 있다.

양파는 혈전생성 억제 효능도 지니고 있다. 인도 타고르대학 연구팀은 10명의 학생을 대상으로 양파의 혈전억제작용을 실험했다. 4명에게 4조각의 빵에 100g의 버터를 발라 주었고, 또 다른 4명의 학생엔 양파 50g을 잘게 썰어서 버터를 바른 빵에 샌드위치를 만들어 먹게 했다. 나머지 2명엔 아무것도 먹지 않은 무처리 그룹으로 했다. 이후 이들의 혈액을 채취해서 검사한 결과 버터를 먹은 학생은 3분 41초에 피가 굳어지는데 비해 양파를 먹으면 4분 36초가 지나야 피가 굳어지는 것으로 나타났다. 또한 양파를 섭취하면 버터만 먹은 것보다 혈액 속의 섬유질이 적어 콜레스테롤과 융합해 혈전이 되는 것을 막아준다는 연구결과도 발표됐다. 미국의 위스콘신-매디슨대학 연구팀도 지난 1996년 양파의 혈관질환 원인이 되는 혈전 억제작용에서 양파 성분 중 황의 함량이 높은 양파가 더 강한 억제 작용이 있음을 밝히기도 했다.

한편 경남농업기술원의 양파시험장에선 양파와 양파성분으로 잘 알려진 플라보노이드 성분인 퀘르세틴을 이용해 생쥐 피부암과 위장암에 관한 효능연구를 했다. 양파를 먹인 생쥐는 먹이지 않은 그룹에 비해 낮은 피부암과 위장암 발생률을 보였다. 양파성분인 퀘르세틴도 피부암 발생을 낮췄다. 즉 양파는 피부암과 위장암 억제효과가 있다는 연구결과를 발표한 것이다.

다양한 가공제품 개발 필요

우리나라에서 많이 재배되고 있고 가끔씩 파동도 겪고 있는 양파를 여러 가지 가공제품으로 개발해 꾸준히 섭취한다면 성인병 등의 질병예방에 많은 도움이 될 것으로 필자는 확신한다. 그렇게 된다면 생산자에게는 경제적으로 그리고 소비자에게는 건강을 선물해 모두에게 일석이조가 될 것이다.

양파 효능

- 약효 : 이뇨(利尿), 살균(殺菌)
- 약리작용 : 항암작용, 혈당 강하작용, 혈장콜레스테롤의 상승 억제, 동맥경화증에 효과

농업인 생활법률

영농활동 중 흔히 발생할 수 있는 법률문제의 해결법을 알려드립니다. 알수록 힘이 되는 법률 지식을 통해 농업인들의 법적 권리 보호에 도움이 되겠습니다.



농업용 포장박스 부가세 환급신청 기간 놓쳤는데...

구입일 그 다음 분기말 지나도 환급 가능

Q 최근 농업용 포장박스를 구입하고 부가세 영수증을 받았는데 사정이 있어 해당분기와 다음 분기에 환급신청을 못하고 지금에서야 환급신청을 하려고 합니다. 지역 농협에서는 날짜가 지나 환급대행을 해줄 수 없다고 합니다. 환급신청이 가능한지, 가능하다면 어떤 방법이 있을까요?

A 농어업용기자재에 대해 사후 환급하는 조세특례제한법의 규정은 농어민의 세부담을 경감해 지원하고자하는 정책적인 입법취지와 '환급신청을 하여야한다'는 법 문언의 형식은 당해 환급신청의 증빙서류제출 협력의무를 부과한 것에 불과한 임의 규정이라는 조세심판례 및 대법원판례를 고려했습니다. 이후 농어민이 농축산임업용 기자재 및 석유류에 대한 부가가치세 영세율 및 면세적용 등에 관한 특례규정 제9조 제2항에 규정하는 기한 후에 농어업용 기자재에 대한 부가가치세의 환급신청을 하는 경우 조세특례제한법 제105조의2에 따른 부가가치세 환급특례를 적용 받을 수 있도록 기존의 유권해석을 변경했습니다. 따라서 본 사안의 경우 특례규정 제9조 제2항에서 적시한 환급신청 기일인 기자재의 구입일이 속하는 분기 말 또는 그 다음 분기말의 다음달 10일이 경과해 환급신청을 하는 경우에도 환급 받을 수 있습니다. 환급대행기관에 수정된 유권해석을 제시해 환급이 이뤄질 수 있도록 해야 합니다.

이 코너는 농업인교류센터 민원사례집의 내용을 발췌한 것입니다.
(문의 : 070-7165-0013)



독자 여러분들의 의견을 바랍니다

『유통in』을 사랑해주시는 독자 여러분 감사합니다.
더 나은 『유통in』을 만들고자 독자 여러분의 소중한 참여와 의견을 받고 있습니다.
유통현장에서 느낀 생각이나 의견이 있으시면 『유통in』으로 보내주세요.
독자 여러분의 생각과 마음을 담아 더욱 풍성한 『유통in』을 만들겠습니다. 보내주실 곳은 이메일 edit_utong@naver.com입니다. 또한 『유통in』은 독자 여러분의 편의를 위해 QR코드도 활용하고 있습니다. 스마트폰으로 우측 QR코드를 찍으면 자동으로 독자코너로 연결되니 더욱 쉽고 편하게 의견을 제시해 주세요.



스마트 폰으로 QR코드를 찍어보세요. 『유통in』 독자 코너로 자동 연결됩니다.

온 가족과 함께 할 수 있는 치킨 어떠세요?

- 전 세계적으로 H5N8형 AI는 사람에게 감염된 적이 없습니다.
- AI에 감염된 모든 닭·오리고기 및 계란은 현장에서 엄격하게 매몰·폐기처분되기 때문에 시중에 유통되지 않습니다.
- 70℃에서 30분, 75℃에서 5분간 가열하면 바이러스가 모두 사멸되므로 절대적으로 안전합니다.

“여러분의 식탁에는
안전한 닭·오리고기만 올라갑니다!”

