

◀ 주제 4 ▶

## 미국 CSA운동의 기원과 유형 및 CSA농장의 운영관리

정진영\* · 손상목\*\* · 김영호\*\*  
(한국유기농업협회\*, 단국대학교 한국유기농업연구소\*\*)

유기농법의 환경보전 기능과 안전농산물 생산기능이 알려지면서, 안전식품인 유기농산물을 관행농산물에 비해 20%내외의 고가임에도 불구하고 생산자·소비자 직거래의 형태로 구입하려는 움직임이 미국에서 활발히 나타나고 있다. 이와 함께 유기농업의 환경보전기능에 대한 지역사회 주민들의 이해가 “지역사회의 환경보전운동”과 맞물려 나타난 것이 CSA운동(Community Supported Agriculture, 지역사회가 지원하는 농업)이라 할 수 있다.

CSA는 소농/가족농이 주로 참여하는 유기농업 독농가들에게 생산자·소비자 직거래 대안으로 등장하고 있다. CSA운동에서 유기농업 독농가는 수확기에 유기농산물의 일부를 살 것을 보증하며 CSA회원이 된 CSA주주(Shareholder)들을 위해서 유기농산물을 재배하는 것이다. 이 계약재배 형태는 중간 유통업자들이 배제되기 때문에 농민들의 수고에 대한 정당한 대가와 생산물에 대한 높은 가격을 보상하고 있다. 그밖에 매주마다 신선한 유기농산물, 또는 고품질의 생산물이 소비자에게 제공된다. 뿐만 아니라 CSA운동에 참여하는 회원들은 CSA운동을 통해 그들이 직접 지역사회의 일원으로서 지역사회의 수질/토양보전에 기여하는 친환경적 유기농가를

지원하고 있다는 것에 자긍심을 느끼고 있다. 또한 CSA운동은 많은 도시민들에게 잃어버렸다고 또는 오래전에 떠났다고 느끼는 흙(땅)과의 관계를 다시금 맺도록 하고 있다고 CSA에 참여한 회원들이 느끼도록 하고 있다.

CSA운동단체는 대개 약35~200명의 회원들을 가지고 있으며 CSA참여농가의 경작지규모는 평균 35acres이다. CSA농산물을 운반하는 box의 중량은 5~10pounds 정도로, 2~3인의 가족이 일주일에 먹기에 충분한 양이었다. 매주마다 10~35\$내외의 가격에 해당하는 농산물이 분배/배달되고 회원은 농산물이 배분되는 22주동안에 평균 346\$정도(225~500\$)를 농산물 구입비용으로 지불하고 있다.

최근 몇 년전부터 CSA회원수가 점차 크게 증가하여 2000년 현재 CSA운동단체당 회원수는 약 200~400명정도에 달하고 있으며 CSA운동단체당 1~2개의 CSA농가에서 생산 공급하는 농산물을 공급받고 있다.

CSA운동에 참여하여 CSA회원들이 지출하는 비용은 그리 비싼 편이 아니라고 알려지고 있다. 3년간에 걸쳐 회원들이 지불한 비용을 분석한 연구보고에 의하면 CSA회원들은 관행농산물을 판매하는 슈퍼마켓을 이용하는 일반소비자들이 동일한 농산물을 구입하면서 지출한 구입비용에 비해 37%이상 절약하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 대부분의 CSA회원들은 “유기농산물 구입비용에서 돈을 절약한다”는 것은 CSA운동 참여의 두 번째 이유이며, CSA회원이 된 주된 이유로 “CSA운동 참여로 인한 지역사회 환경보전 기여”라고 답하고 있다는 것이다.

## 1. CSA운동의 기원과 유형

CSA운동은 유럽과 일본에서 나타났던 생산자·소비자 직거래에서 찾을 수 있다. 미국에서는 1986년에 New England지역에서 처음으로 CSA가 설립되었는데,

Massachusetts의 Jan Vander Tuin과 New Hampshire의 Trauger Groh가 유럽인들의 모델에 그들의 경험을 기초로 하여 CSA운동을 최초로 만들었다.

2000년 2월 현재 미국과 캐나다에 약 1000개의 CSA가 활동중에 있다. 오늘날 미국과 캐나다에서 활동중인 CSA운동/농장은 크게 나누어 다음과 같은 4가지 유형으로 구분할 수 있다. 그러나 실제에 있어서는 각 지역간, 국가간에 따라 각기 조금씩 차이가 있다.

### 1) 유기농가 주도형

유기농업 독농가들이 주도하여 CSA운동을 조직하고 경영상 가장 중요한 결정을 내리는 유형이다. 주주회원 또는 기부자는 경제적으로 곤란하지 않은 사람들이 대부분이다. 이러한 종류의 CSA는 초기 CSA운동에서 많이 형성되었다.

### 2) 소비자 주도형

유기농산물을 애용하는 회원 소비자들이 CSA운동을 조직하고 그들이 요구하는 작목을 재배할 농부를 고용하는 형태인데, 이 경우 CSA운동에서 가장 중요하다고 볼 수 있는 CSA협약이 소비자들에 의함에 의해 만들어진다는 특징이 있다.

### 3) 유기농가 협동형

유기농가 주도형 CSA가 변형되어진 것으로 볼 수 있다. 이러한 유형의 CSA는 2인 이상의 유기농업 독농가들이 재원을 공동출자하여 유기농산물을 생산하고 함께 CSA회원 소비자에게 공급하고 있는 형태이다. 이러한 CSA의 장점으로서는 서로 다른 작목을 각각 재배/사양하고 있는 여러 CSA농가들에서 생산한 달걀, 고기, 우유, 과일 등 다양한 농산품들을 CSA회원 소비자에게 제공할 수 있다. 이 경우 소

농 CSA농가들은 조방적인 땅을 위해서, 호박이나 사탕옥수수 같은 저부가가치 작물들을 해서 경작지를 할애하지 않아도 되고 대농 CSA농가들은 당근이나 허브 같은 노동집약적인 작물에 시간을 빼앗기지 않아도 된다는 장점도 있다.

#### 4) 유기농가-소비자 협동형

유기농업 독농가와 회원 소비자간에 경작지를 공동소유하면서, 농기구, 농자재와 노동을 각각 함께 투여하며 유기농산물을 생산 공급하는 형태의 CSA이다.

## 2. CSA의 출범과 운영관리

CSA운동단체가 출범하고 운영되기 위해서는 작물재배와 생산 외에도 고려해야 할 많은 사항들이 많다. 무엇보다 어떻게 유기농산물을 분배하느냐 하는 문제와 CSA회원들을 어떻게 많이 찾아내 모집하느냐 하는 것이다.

일반적으로 입에서 입으로 전해지는 것이 가장 좋은 광고라고 하듯이 CSA의 신규회원 가입자 모집에서도 예외가 아니다. 이미 CSA운동에 대해 알고 있고 CSA농장을 신뢰하는 사람들이야말로 CSA 기가입자들의 만족도이다.

신규가입자들을 모집하기 위해서는 전시회, 협회들의 총회장, 건강식품점, 그리고 지구 환경보전의날(4월 22일)축제 행사들이 좋은 광고의 기회가 되고 있다. 이웃 사람, 직장/사업장이 가까운 사람들을 타겟으로 회원가입을 권유하고 있는데, 시민단체, 환경단체, 학교, 교회 등이 CSA운동 홍보를 펼치기에 가장 좋은 조건을 갖춘 곳이라고 한다.

## 1) 유통전략

CSA운동을 확대시켜 나가기 위해서 ① 신규회원 가입자를 모집해 오는 회원에게 디스카운트 제공하는방법, ② 신규회원 가입자 10명을 모집해 오는 회원에게는 년회비를 면제시켜 주는 방법, ③ CSA회원에게 T-셔츠 또는 여성용 큰가방을 제공하는 방법 등이 있는데, ③의 방법은 무언의 광고방법으로 그 효과가 가장 크다고 한다.

## 2) 유인물

CSA운동 목표와 CSA활동에 대해 설명하는 소책자(팜플렛)를 준비하는 것이 무엇보다 중요하다. 소책자에는 회원들이 어느 시기에 어느 농산물을 공급받을 수 있는지를 자세히 알려주어야 한다. 5월에 옥수수를 기대하거나 8월에 딸기를 기대하도록 하지 않게 하기 위해서, 채소, 과일, 곡물 등 각종 농산물별로 수확기를 자세히 기술하여야 한다. 공동분배 물품의 비용, 그 물품(완제품, 반가공품, 그리고 특정계절적)의 크기, 그리고 배달횟수와 장소 등도 CSA회원들에게는 매우 중요한 정보가 된다는 점을 잊지 말아야 한다.

CSA에 참여하는 유기농업 독농가가 CSA운동의 운영관리를 위해 해야 할 일들은 다음과 같다.

- ① CSA농장에서의 모임 주선
- ② 신규 가입시 배부하는 「CSA안내책자(Handbook)의 준비
- ③ 재배작목 목록과 각 농산물의 수확시기에 대한 홍보
- ④ CSA농장에서 어떤 일이 일어나고 있는지, 회원들이 농장에서 농작업과 CSA 행사에 회원들이 어떻게 구체적으로 참여할 수 있는지에 대한 CSA달력을 개발
- ⑤ 다가오는 CSA행사, 어느 때에 어떤 채소들이 수확되는지, 날씨가 작물들에게 어떤 작용을 하는지 등에 대하여 알려주는 CSA회보를 준비

### 3) 노동력 제공 회원과 비노동력 제공 회원

CSA회원은 2종류의 회원으로 대별된다. 고액의 회비를 내는 대신 전혀 노동력을 제공하지 않는 “비노동력 제공 회원(특별회원)”과, 계절별로 수확기마다 수차례 일하는 시간을 정해 노동력을 자원봉사 활동처럼 CSA농장에 제공하고 그 대신 CSA회비를 조금만 내는 “노동력 제공 회원(일반회원)”으로 구분되고 있다. CSA농장에서는 작물재배기간에 노동력을 제공하는 일반회원들에게 1주일에 약3시간 가량 일할수 있는 기회를 주고 회비는 50%삭감하는 것을 제시하고 있다. 일부 CSA농장에서는 공동분배 유기농산물의 가격을 낮추기 위해 하루에 3~4시간씩 노동력을 제공하는 자원봉사회원들을 요구하기도 하고 있다.

### 4) CSA농장의 농작물 생산

CSA농장의 유기농산물 생산체제는 무엇보다 다양한 작목재배를 갖추어야 한다. 그런데 무엇보다 CSA에 참여하는 유기농업 독농가의 의욕을 가장 크게 꺾는 일이 바로 유기농산물 과일과 채소 등을 주년공급해야 한다는 점은 아이로니컬 한 것이다. 주년공급을 위해 농민들은 작부계획과 재식단계에서 더 많은 일을 해야 한다는 것을 의미한다. 이는 또 다른 의미에서 CSA농장을 경영하기 위해서는 더 많은 노동력과 농자재, 다양한 농기구와 기계장비, 다양한 작물들에 대한 기본적 생장과 생태에 대한 지식들을 가지고 있어야 한다는 것을 뜻하는 것이다.

파종전에 CSA농가는 작물재배계획에 대하여 매우 주의깊게 검토하여, 적절한 재식시기, 수확기 조정 등을 통해 연속적 재식이 가능한 작물재배계획이 통합적으로 작성되어야 한다. 작물재배계획을 작성한후에는 CSA회원들에 대한 분배량을 감안해서 각 작물별 적정 재식면적과 파종량을 결정해야한다.

## 5) 농산물 배송 방법

CSA농장으로부터 생산된 농산물을 회원에게 분배하는데는 다음과 같은 몇가지 방법이 사용되고 있다.

### ① 직접 회원들에게 배달하는 방법

대도시로부터 몇시간 멀리 떨어져 위치한 CSA농장들은 대도시 시내중심가 회원 집으로 직접배달을 하기도 한다. 그러나 대부분의 CSA농장들은 약속된 배달장소인 공원으로 농산물을 운반하고 약속시간(약 1~2시간)동안 그곳에서 회원들을 기다리는 방법을 채택하여 분배하고 있다. 때때로 CSA농가는 그들의 유기농산물을 팔기 위해 mini-farmer's market을 조직하여 다른 민간단체들을 초대하기도 한다.

### ② CSA농장에서 분배하는 방법

CSA농장에는 농산물들이 신선하게 준비될 수 있으므로 아마 가장 좋은 분배방법은 CSA농장에서 회원들이 농산물을 직접 선택하여 가져가는 것이라고 할수 있다. 이 경우 배달시간도 절약하고 배달하기위해 준비하는 시간도 절약할 수도 있다는 장점이 있다. CSA농민은 농작물을 수확한 후 회원들에게 나누어 줄 농산물을 포장하지 않은 채 펼쳐놓고 회원들로 하여금 직접 선택하게 한 후 포장한다. "You-peak"하는 것도 하나의 방법이 되고 있다. "You-peak"은 딸기와 콩과 같이 모든 회원들이 진정으로 원하는 품목이어야 하며 수확작업이 노동집약적이므로 회원각자가 직접 딸 때 상태가 가장 좋기도 하다.

## 6) 가격결정

CSA운동이 실패한 사례에서 가장 큰 원인은 농산물 가격을 지나치게 낮게 책정하는 것이었다고 한다. 어떤 CSA운동단체에서는 신규회원을 새로이 다수 입회시

키려는 목적으로 저가로 농산물을 제공하였던 적이 있었는데, 지나치게 낮은 가격은 CSA농가들을 지탱해주지 못하여 결국은 대부분 실패하였다고 보고되고 있으므로, 적절한 가격결정은 대단히 중요하다고 볼 수 있다.

모든 CSA에서는 CSA농장주인 유기농업 독농가들이 작물 재배계획과 함께 생산 시기, 농부들의 정당한 노동력에 대한 정당한 댓가를 포함한 자세한 비용이 담긴 경비를 예산안에 기획하며, 이것은 CSA회원들이 검토한 후에 CSA총회에서 승인된다. 총비용은 농산물을 분배받을 주주회원의 수로 나누어 계산된다. 경우에 따라서는 자발적인 가격등락폭이 적용되기도 하는데, 이로서 고소득 가계의 CSA회원들은 저소득 가계 CSA회원들보다 분배받는 농산물당 비용을 조금 더 많이 지불할 수도 있다.

## 참고문헌

1. 김연화·손상목 (1999), 유기농산물에 대한 소비자 의식구조, 한국유기농업학회지 8(1)49~67.
2. 정진영 (2000), 유기농업발전을 위한 지역사회 주민의 참여방안, 중앙대학교 사회개발대학원 석사학위논문.
3. Bauermeister, J. (1997), CSA - A first year's experience, Washington Tilth.
4. Fackler, H. H. (1998), Ohio CSA helps members feel connected, Growing for Market, October, pp.10~13.
5. Lamb, G. (1996), Community Supported Agriculture : Can it become the basis for a new associative economy? In : Gilman, Steve (ed.), CSA



Farm Network, Stillwater, NY.

6. Leap, J. (1996), A farmer's perspective on the CSA movement, The Cultivar, 1996 Winter, pp.7~8.
7. Leap, J. (1997), Filling the Boxes – Designing a CSA crop plan, The Cultivar, 1997 Winter, pp.3~5.