제 2 주 제

지역농협의 유통사례

김창한 | 오창농협

지역농협의 유통사례

김창한*

자연과 환경을 생각하는 오창농협!

친 환 경 농 업 추 진 현 황

오 창 농 업 협 동 조 합

오창농업협동조합(우)363-883 ☎(043)217-2624-7. Fax(043)217-3921
주소:충북청원군오창읍창리2-1. 조합장김 창 한(011-353-2926)

Ⅰ. 오창농협 일반현황

1. 설립일자 : 1968. 12. 23

2. 일반현황 :

① 농가호수 : 1,899호 조합원수 : 2,287 (총인구수36,825명)
② 경지면적 : 2,307ha(답:1,546ha. 전:731ha. 기타30ha)
③ 임직원수 : 65 명 (임원 15명. 직원 50명). P/T 17명
④ 주요시설 : 본점 1, 지점2, 미곡종합처리장1(위성시설3)
친환경농산물물류센타.하나로마트.농기구센타

3.지역특화사업

- 친환경농산물 생산 유통

* 오창농협 조합장

Ⅱ. 오창농협 친환경농업 추진현황

◇ 오창 친환경농산물 생산 및 유통현황 (2007.12월)

작 목	인 증 단 계	작목 반수	농가수	면적(ha)	생산량 (톤)	주 요 품 목	금액 A (백만)	총금액 B (백만)	점유율 %(A/B)
쌀 (잡곡)	유 기	13	231	235	1,300	쌀 현미 (찹쌀 흑미)	4,800	14,000	34.2
	전 환 유 기								
	무농약	5	150	95	600				
	소계	18	381	330	1,900				
잡곡	유 기	1	13	21	30	콩	370	1,254	30.0
시설 채소	유 기	1	18	60	1,600	토마토,딸기,채소류, 기타 등	3,000	3,500	71.4
기타 채소	무농약	1	12	40	1,000	오이.호박 감자 등	1,500	2,400	62.5
과수	저농약	2	50	30	650	배,사과 복숭아	1,150	1,950	60
계		23	474	481	5,180		10,820	23,104	46.8

주) 1.금액은 총 판매액 대비 친환경농산물 판매액
2.시설채소 면적은 연 면적임.

- 오창 친환경 농산물 생산연혁 및 배경

1993년 오창 팔결시설채소작목반을 조직하고 작목반장 김 창한 (오창농협조합장)의 주도하에 농산물 수입개방에 대비 친환경 농산물생산이 안정적인 농가소득 보장의 지름길임을 인식시켜 적극적으로 추진 '96년 시설 채소를 시작으로 2000년 쌀, 2001년 늙은 호박, 2002년 과수, 2003년 콩, 등으로 점차 품목 및 대상농가수를 확대 하였으며,작목반장 김 창한(현 조합장)은 '99년 신지식 농업인 으로 선정되었으며,2000년 농협 새 농민상 환경부문 본상을 수상하였으며 2004년 정부 산업포장 및 2005년 전국친환경농업 대상,2007년 대산 농촌문화대상을 수상함.

◇ 오창 친환경농업 연도별 육성현황

(단위: 명, 헥타, 톤)

년도별	농가수	면 적	생산량	주요품목	비 고
1993	18	9	240	토마토,딸기,방울토마토	시설채소
1999	39	40	560	토마토,딸기,방울토마토 쌈채, 쌀	수도작 시설채소
2002	210	220	2,100	토마토,딸기,방울토마토 쌈채, 쌀, 콩, 늙은호박	수도작,잡곡, 시설채소
2004	365	380	4,160	토마토,딸기,방울토마토 쌈채, 쌀, 콩, 늙은호박	수도작,잡곡, 시설채소
2005	410	420	4,680	토마토,딸기,방울토마토 쌈채, 쌀, 콩, 늙은호박 감자, 고구마,오이,애호박 풋고추,배,복숭아 등	수도작,잡곡 시설채소,노 지채소,과수
2007	474	481	5,180	토마토,딸기,방울토마토 쌈채, 쌀, 콩, 늙은호박 감자, 고구마,오이,애호박 풋고추,배,복숭아 등	수도작,잡곡 시설채소,노 지채소,과수

주) 2008년부터 친환경축산 시작

1. 생산지도

- 농협교육지원 사업은 친환경 농산물 생산위주로 전환 각종지원을 확대 친환경 자재 무상 지원, 고성능 방제기를 이용한 영양제 무료 살포(2006년 300만평)등 농업인의 편익을제공하고 지방자치단체를 통한 지원에도 적극적으로 참여함
- 2002년부터 농협에 친환경 전담팀을 구성 인증 단계부터, 생산지도, 수매, 보관, 가공, 판매 에 이르기 까지 전 과정 을 체계적으로 관리 운영함.
- 친환경교육 강화 : 매년 5회 이상 친환경 농가에 대한 집합 교육 및 작목반 단위 현장교육 실시 및 선진지 견학실시

◇ 2005-2007년 친환경 교육현황

구 분	횟 수	인 원	비 고
관내 농업인	112회	4,600명	집합교육및 영농회 현장교육
관외출강 교육	106회	9,600명	농업관련공무원,임직원,농업인,소비자
관외인 방문교육	126회	6,200명	농업관련공무원,임직원,농업인,소비자
계	344회	20,400명	

- 농협지도사업비의 30%이상을 친환경부문배정(2007년 350백만원)
  친환경 농가에 최대지원 :친환경자재(미생물 제제, 쌀겨, 포장재 등)
- 행정기관(자치단체)와 연계 친환경 농업예산의 지원 확대를 통한 영농비 절감 등 농정활동전개

◇ 자치단체(청원군청)지원 내역

년 도	지원내역	금 액	비 고
2003년	-미생물 방제기 1대	120백만원	
2004년	-미생물제재,퇴비등	150백만원	
2005년	-방제기,퇴비살포기,미생물제재,퇴비등	300백만원	
2006년	-미생물제재,유기질퇴비 등	450백만원	
2007년	-미생물제재,유기질퇴비,우렁이 등	550백만원	

- 농산물 품질관리원등 관련기관과 유기적인 협력체계 구축으로 친환경 농가 편익제공
- 철저한 관리로 친환경 농산물 신뢰도 제고: 수시로 농산물 및 토양에 대한 성분 검사 및 잔류농약검사(년3회) 등
- 농협 토양 진단 센 타를 활용 농가에 전 필지 매년 토양진단 실시 및 영농일지조제 공급 및 작성요령 교육 등 편익제공
- 인증신청에 필요한 제 서식 무료발급 등 편익제공과 작목반단위 일괄인증 신청 등 실익제공
- 사전에 판매처를 확보하고 친환경농가 및 면적을 조정하여 체계적으로 육성.
- 전국 친환경농산물 품평회 수상

2002년: 곡류(쌀) 최우수상
2003년: 곡류(쌀) 우수상. 과채류(토마토) 우수상
2004년: 곡류(쌀) 대상. 채소류(토마토) 대상 수상
2005년: 곡류(쌀)대상. 울진엑스포 대상 수상
2006년: 곡류(쌀)우수상

◆ 전국친환경농산물 품평회 입상내역 ◆

구 분	구 분	품 목	시상명	농가명	주 소
4회(2002)	곡류부문	쌀	최우수상	김 영 우	청원군 오창면 괴정558
5회(2003)	곡류부문	쌀	우 수 상	박 지 환	청원군 오창면 성재1리
	채소부문	토마토	우 수 상	김 창 한	청원군 오창면 신평43
6회(2004)	곡류부문	쌀	대 상	김 영 배	청원군 오창면 기암84-1
	채소부문	토마토	대 상	이 종 구	청원군 오창면 신평40-3
2005울진엑스포	곡류부문	쌀	대 상	박 지 환	청원군 오창면 성재1리
7회(2005)	곡류부문	쌀	대 상	정 석 훈	청원군 오창면 신평리
8회(2006)	곡류부문	쌀	우 수 상	박 치 순	청원군 오창면 모정리

2.농산물유통

- 전 농가, 전 품목 계약재배 및 계통출하

- 주요거래처를 통한 도시소비자를 초청 유기농산물 생산농장 현장체험 및 우리 농산물 애용교육과 관내관광 등을 연계 지속적인 유대 및 고객관리 등 적극적인 마케팅 실시 (주요거래처:농협유통,한국유기농협회,수도권생협연합회,풀무원식품,SK 등 유기농 매장 및 이유식 제조업체, 가공업체)
- 친환경농산물 전문 물류센타 운영을 통한 선진유통 체계구축
  - 2005년5월부터 친환경 물류센타 운영: (건평250평)
  - 관내 농산물은 물론 청원관내 인근지역 친환경농산물 유통
  - 이력관리 시스템(생산, 유통) 운용으로 선진 유통체계 확립
  - SK 와 협력 사업으로 회원제 택배(냉장) 물류체계 구축

(생산지도, 유통센타 출하-오창농협. 선별, 소분 등-오창농협, Sk공동. 판매, 마케팅. 소비자 배송-Sk)역할분담

*홈페이지:www.62life.com(자연이랑) 참조

*이력관리추적 시스템 : 누가, 언제, 어디서, 무슨 작목을 어떤 농법으로 재배하여, 언제, 어떤 출하처 로 출하하고, 출하된 농산물을 언제, 어떻게 선별 또는 분업 하여 언제, 어떠한 수송체계를 통하여 소비자에 전달 되는지를 추적할 수 있는 시스템. 즉, 생산에서 부터 유통에 이르기 까지 전 과정을 추적 확인 할 수 있는 제도임.

. 금후 추진계획

친환경농산물 전용 유통센타(APC)건립

- 목적 : 친환경농산물 유통 확대 및 품질관리 강화를 위한 친환경농산물 및 GAP 전용 산지유통센타 건립이 필요 (현재 250평 규모 친환경농산물 물류센타 운영)
- 규모 : 건평 1,800평. 부지 7,000여평 규모
- 총사업비 : 100억(부지매입비 제외)
  농림부 및 자치단체와 협의중
- 유통센타 건립 예정시기 : 2008-2009년도
- 추진후 예상 처리예상물량 및 금액

년도	예상물량(톤)	금액(백만원)	비고
2006년도	5,200	8,500	
2007년도	6,000	10,000	
2008년도	9,000	15,000	
2009년도	12,000	20,000	
2010년도	18,000	30,000	

-역할 : 중부권 산지 물류센타 기능
관내 및 타지역 친환경농산물 수집 및 선별,소분업,출하
철저한 품질관리, 이력관리(생산,유통)시스템 구축
(2005년 10월부터 시행)
-거래처 확보 : SK등 기업, 농협유통등 유통매장, 생협(기거래처)
학교급식 등 단체급식 추진

SK케미칼과 오창농협과의 친환경농산물 유통 사례

□ 유통 현황

○ '05.5월부터 청원군『오창농협』과『SK케미칼(주)』간에 **친환경농산물 납품계약을 체결,** SK임직원의 가정에 택배방식 판매

○ 오창농협과 SK직원(3명)이 오창 산지유통센터에서 **친환경농산물 품질관리** 및 **생산유통이력관리**

친환경농산물 생산,출하	⇒	소포장・선별	⇒	마켓팅,배송, 사후관리
<농가・오창농협>		<오창농협・SK>		<SK>

○ 상품은 10만원~5만원 규모의 4종 세트 및 단품세트로 구성되며, SK 임직원이 인터넷 홈페이지(www.62life.com)에서 선택하여 구매

○ SK는 구매하는 임직원에게 직원복지 차원에서 가격의 50% - 70% 지원

□ 유통 내용

○ 납품 품목 : **쌈채류, 토마토, 쌀,** 사과・배・감귤 등 **과일류**

- 오창농협이 생산하지 않는 과일류 등은 타 지역 농협에서 구매하여 납품

○ 친환경농산물 납품 현황

- **'05. 5월 시작 : '05년 15억. '06년 28억. '07년 40억.**
'08년도 계획 : 60 억원
- '07. 3월부터는 SK케미칼, SK건설, SK텔레콤 등 그룹 전체로 확대 중

* SK그룹 임직원은 전체 35천명 수준이며, 납품대상 임직원이 10천명 수준임.

○ 취급품목 : 쌀, 잡곡, 과일, 채소, 축산물 등 160여 품목

□ 친환경농산물 주문사이트 "자연이랑" 운영

○ **SK Wellbeing 주문사이트 (http:/www.62life.com)"자연이랑"**

- SK 임직원 가족이 친환경 농산물을 쉽게 신청할 수 있는 주문 사이트
- 냉장 탑차 이용 고객 식탁까지 24시간 안에 신속하고, 안전하게 배송

□ 오창 농협 물류 센터

○ 2005년 6월 오창물류센터 출범(대지 800평, 건평 350평 오창읍 괴정리 소재)

- 오창농협 산지집하장 제공 + SK케미칼 웰빙사업팀은 물류관리기술 및 시스템 제공

○ 품질관리(안전성검사) :

1차 농관원 시료채취 검사 → 2차 오창농협의 무작위 검사 → 3차 SK 케미칼 검증

○ 유통이력 조회 시스템 운영 : 2005년 8월부터 바코드를 이용한 물류 추적시스템 적용

- 생산자에서 소비자에 이르는 유통 및 물류과정의 정보 완전 파악

《 물류센터 외부 전경》

《 물류센터 내부 전경》

◇ 오창 친환경 유기농산물축제 개최

- 전국 읍면단위 최초로 친환경유기농산물 축제를 개최하여 생산자와 소비자 및 유통업자가 한자리에 모여 친환경 농산물에 대한 관심과 친환경농산물의 중요성을 인식하고 소비자의 신뢰도를 제고시키는데 기여함.

- 행사개요

0. 일시 : 제1회 축제-2004.06.05(토)-06.06(일)
제2회 축제-2005.06.04(토)-06.05(일)
제3회 축제-2006.06.02(금)-06.04(일)
제4회 축제-2007.06.01(금)-06.03(일)
*2008년부터 청원군, 농협 공동주최 : 전국단위행사

0.장소 : 오창 과학단지 호수공원, 팔결시설채소작목반

0. 참석인원: 제1회 1만여명(연인원). 제2회 2만여명(연인원)
제3회 3만여명(연인원). 제4회 6만여명(연인원)

0.행사내용:

1. 친환경농업현장체험- 모심기, 미꾸라지 넣기, 우렁이 넣기, 토마토, 딸기 수확하기 등
2. 참여놀이마당- 민속놀이, 먹 거리장터 (친환경농산물)운영, 친환경 음식 만들기, 시식회 등
3. 문화행사- 열린 음악회(연예인초청), 노래자랑 등
4. 전시판매- 친환경농산물전시판매, 자재전시, 원산지표시 및 수입농산물 비교 전시, 미니목장 등
5. 부대행사- 어린이글짓기, 그림그리기, 댄스경연대회, 디카 콘테스트 등

- 기대효과: (생산자측면)

0. 안전하고, 신뢰할 수 있는 농산물 생산하는 사명감 고취
0. 친환경 농업의 중요성 및 농산물 수입개방에 대비 안정적인 농업소득 보장의 필요성 인식
0. 내가 만든 농산물이 우리지역을 대표함에 따른 자긍심과 책임의식 고취

(소비자측면)

0. 영농 현장체험 등을 통하여 친환경농산물 생산농가의 어려움을 인식
0. 오창에서 생산되는 친환경농산물에 대한 신뢰도 제고

- 결론 : 1. 친환경유기농축제를 통하여 생산자와 소비자가 함께 함으로 서로의 애로사항 및 요구사항에 대한 인식 공유
2. 오창 친환경 농산물에 대한 홍보로 많은 수요처 개발로 안정적인 판매처 확보
3. 향후 지속적인 행사로 전국 제일의 친환경단지로 부각

Ⅲ. 친환경농산물 유통과 마켓팅전략

♥ 마케팅이란

- 판매는 단순히 상품을 "파는 기술"이지만 마케팅은 팔리는 시스템을 구축하는 일이다.즉 소비자의 욕구를 파악해서 시장의 수요를 탐색하여 그것을 상품개발에 활용하며, 광고, 홍보, 판촉 등 효율적인 판매를 위한 모든 전략이 포함됨.
- 마케팅이란 기업입장에서는 "하나라도 더 팔기위한 전략"이고 소비자 입장에서는 소비자에게 만족을 주기위한 활동이라 할 수 있다 즉 고객사랑 이다.
- 마케팅은 고객지향, 경쟁지향, 장기이익 중시의 특징을 갖는 경영활동이다.
- 마케팅이란 고객의 욕구에 맞는 상품을 만들고 가격을 붙여서 유통시키고 판매촉진을 하는 일련의 기업 활동 이다. 상품을 많아 팔기위하여 통상4요소를 조합해서 마케팅 전략을 수립함.
① 상품전략, ② 가격전략, ③ 유통전략, ④ 판매촉진전략

▣ 추진방향

Ⅰ. 친환경교육 확대로 생산자 및 유통업자, 소비자 신뢰도 제고!

▶ 생산자 재배기술 교육, 유통업자 품질관리교육 강화로 소비자 인식전환

▶ 우수농산물관리제도(GAP), 생산이력제(Traceability), 유통이력제 조기시행 및 관리 체계 구축

Ⅱ. 생산자 및 생산량의 규모화 조직화!

▶ 집중투입과 대량생산의 관행에서 탈피 하여, 다품종 소규모 농산물의 생산으로 고품질, 기능성을 갖춘 농산물 생산

Ⅲ. 산지농협의 산지유통시스템 구축과 지도역량을 집중!

▶ 산지의 조직화와 생산량의 규모화를 통한 산지유통체계 구축 및 시장교섭력 강화

♥ 친환경 유기농산물 유통현황

2004년	2005년계획	2010년계획	2010년(미국)	비 고
0.2 %	0.3 %	2.0 %	20%	

▣ 세부추진계획

Ⅰ. 친환경 교육 확대를 통한 생산자, 유통업자, 소비자 신뢰도 제고

▶ 생산자에 대한 교육확대

- 품목별, 인증단계별 체계적인 재배 기술교육 강화로 고품질의 다양한 상품생산 유도로 소비자 신뢰도 제고
- 코덱스(농수산식품국제기준)기준의 농산물 생산으로 국내 소비자는 물론 농산물 수출에도 적극적으로 대처

▶ 유통업자에 대한 철저한 교육 및 품질관리 강화로 소비자 신뢰도 제고

▶ 우수농산물관리제도(GAP), 생산, 유통 이력제(Traceability) 조기시행 및 관리 체계구축

☞ 농림부의 한국 농식품(농산물) 안전종합대책'을 살펴보면 잔류농약검사 등 농산물 안전성 조사가 대폭 강화되고 생산 이력 제 나 우수농산물 관리제도(GAP) 등 선진형 안전관리 시스템이 2006년부터 단계적으로 도입한다고 한다. 일반 농산물에 비해 안전성을 담보하고 있는 친환경 농산물은 일부 지각없는 유통인 에 의해 소비자의 신뢰를 잃어 가고 있는 현실에서 생산자만이 정직하고 바른 사고를 가지고 있다 해도 소비자의 신뢰를 얻는 것은 한계점이 존재한다고 사료 되는 바 생산의 기초단계 - 유통 - 소비자까지 이어지는 유통의 흐름까지도 정확하게 파악할 수 있도록 생산, 유통 이력제의 활성화와 시스템구축 이 선행되어야 한다고 사료된다.

> *이력관리추적 시스템
> : 누가, 언제, 어디서, 어떤 작목 을 어떤 농법으로 재배 하여,언제, 어떤 출하처로 출하하고, 출하된 농산물을 언제, 어떻게 선별 또는 소분업하여 언제, 어떠한 수송 체계를 통하여 소비자에 전달되는지를 추적 할 수 있는 시스템
> 즉, 생산 에서부터 유통에 이르기 까지 전 과정을 추적 확인 할 수 있는 제도

▶ 친환경농산물의 브랜드화 확대

☞ 친환경농업 농가 중 우수농가에 대하여 상위 단계의 인증부여.

예) 쌀에서 적용하고 있는 러브 미 제도처럼 우수농가에 대하여 공신력 있는 브랜드 및 상표지원

♥ 브랜드의 중요성

농산물에 있어서도 강력한 브랜드는 무형의 가치를 지닐 뿐 아니라 우리농산물을 수입농산물과 차별화시켜 판매를 극대화 시킬 수 있게 함.

2003년 말 현재 우리나라 농산물 브랜드는 약 5천여 개의 브랜드가 활용되고 있으나 실제적인 가치를 갖는 브랜드는 극소수에 불과함

♥ 브랜드 자산

: 어떤 상품이나 서비스가 브랜드를 가졌기 때문에 발생하는 바람직한 마케팅 효과(예를 들어 높은 상표 애호 도,시장 점유율, 수익 등)를 말함.

즉, 동일한 마케팅 노력을 투입 했을 때 브랜드력이 있는 상품과 없는 상품 간 에 나타나는 이익의 차이로 브랜드 가치를 평가함.

▶ 친환경농산물 포장디자인, 브랜드화 개발지원

▶ 친환경농산물 리콜제 도입 실시

☞ 판매단계에서의 환불 또는 교환 수준에서 점점 생산자로부터의 리콜(recall)까지 확대

▶ 신문 방송 및 인터넷 등 다양한 언론매체를 통한 지속적 홍보와 각종교육을 통하여 생산자와 소비자 이해확산 및 신뢰획득

▶ 도농간 자매결연, 소비자 및 소비자단체의 친환경농업 생산현장체험기회부여

▶ 친환경농업 정책, 친환경 농산물 홍보를 위한 정부차원의 방송광고

▶ 친환경농산물 박람회 등 각종 전시회 축제를 전국 소비지 중소도시와 대도시에 순회 개최하여 친환경농산물 우수성 홍보

Ⅱ. 생산자 및 생산량의 규모화 조직화!

▶ 집중투입과 대량생산의 관행에서 탈피 하여, 다품종 소규모 농산물의 생산으로 고급화 기능성 을 갖춘 농산물 생산

☞ 친환경농산물 유통 규모화를 위한 생산단지 조성과 함께 기존 관행적으로 집중투입 대량생산에서 다품종 소량생산으로 기능성을 갖춘 친환경농산물 생산으로 고

급화 차별화 전략추진.

Ⅲ. 산지농협의 산지유통시스템 구축과 지도역량을 집중!

▶ 산지의 조직화와 생산량의 규모화를 통한 산지유통체계 구축 및 시장교섭력 강화

☞ 산지의 생산자를 지역적 연합형태로 규모화 하고 친환경농산물 만을 집중할 수 있는 산지유통시설(APC)의 확충을 통해 유통의 체질개선
☞ 산지유통시설(APC)에서 소비지의 물류센터 대형 유통업체 전문판매장 등으로 유통체계 확충으로 유통단계 축소
☞ 소비자 단체 및 농민들이 주장하는 학교급식조례 추진을 조속히 시행하여 어린 학생들에게 양질의 농산물을 공급함으로 소비촉진을 도모하고 정부 및 산하단체의 식단을 점진적으로 유기농으로 개선
☞ 대도시 및 소비자단체(생협. 소비자 조합 등) 연계하여 환경농산물 소비확대를 도모하고 시민단체 등을 통한 소비자 조직을 적극 육성 하고 확대하여 안정적인 사업기반을 구축하고 소비자는 먹 거리 의 안전성을 보장

1.친환경농산물 생산 현황

① 친환경농산물 생산량의 급격한 증가

- 소비자들의 고품질 안전농산물 선호와 정부 및 지자체의 친환경농업 육성에 힘입어 친환경 인증농산물 생산량이 매년 급속히 증가

● 05년말 현재 전체 농산물의 4.4%로 연평균 76% 증가추세
● 친환경 인증단계별('05년)로는 유기(전환유기포함)인증 9%, 무농약인증 30%, 저농약인증 61%로 저농약 인증 비중이 높음.
● 품목별(.05년)로는 채소류41%,과실류36%,곡류12%,서류2%,특작 및 기타 9%로 채소류와 과실류 비율이 높음.

② 친환경농산물 생산의 문제점

● 과거 생산 소비자 연계조직(생협, 한살림 등) 위주의 생산에서 정책적 지원에 의한 생산위주로 전환되면서 다수의 농가 참여로 생산량이 폭발적 으 로 증가함에 따른 엄격한 품질관리가 요구됨.
● 판매 및 안정적인 판로 개척 없이 막연한 생산으로 판매치 못하고 관행농산물로 출하
● 친환경자재의 난립으로 인한 농가의 혼동초래

● 친환경자재의 고가로 경영비증가로 인한 농가 경영어려움.

2. 친환경농산물 유통 현황

① 친환경농산물 유통구조가 다양해 시장규모를 정확히 파악하기 어려우나 05년말 기준 8,000억원 규모로 추정됨

● 시장규모 :(00)1,500억원 - (02)2,800억원 - (04)5,500억원 - (05)8,000억원

* 2000년 대비 2005년 판매액 5.3배 증가

② 친환경농산물 유통특징

● 도매시장 보다 직거래 및 전문유통업체를 통한 유통비중이 높고 가격결정 체계 미비로 유통경로별 다양한 가격형성

● 다품목소량생산으로 생산자와 소비자간 신뢰에 의한 유통

● 최근 백화점, 할인점의 친환경농산물 취급확대, 기업의 유통 참여증가, 전문업체 체인점 확대 등

③ 친환경농산물 유통 형태별 점유비('05년)

● 온라인(전화, 인터넷)을 통한 직거래(19%)

● 생산자조직(지역농협 등)매장을 통한 판매(36%)

● 생산, 소비자 연계조직(한살림, 생협)을 통한 판매(15%)

● 백화점, 할인점 등을 통한 판매(30%)

* 과거 생산, 소비자 연계조직 위주 판매에서 지역농협 및 백화점, 할인점을 통한 판매 형태로 바뀜

3. 친환경농산물 유통 활성화 방안 및 대책

① 정부 및 지자체 의 인식전환 필요

- 생산위주의 정책에서 유통위주 정책으로 전환필요
- 친환경농산물 홍보, 소비자교육, 유통시설 확충 등

② 단체급식 확대추진

- 학교급식, 기업체 급식 ,군부대 급식 확대

③ 농협의 역할증대

- 친환경농산물 유통은 농협이 책임진다는 인식 필요
- 유통시설에 대한 지원 필요

④ 각 지역별 거점 유통센타 필요: 수도권, 충청권, 호남권, 영남권 등

- 각 지역생산 친환경농산물의 거점조직을 통한 지역 내 수급으로 물류비 절감

- 거점 유통센타 역할증대: 정보 및 농산물 수급조정 등

⑤ 친환경농산물 브랜드육성 필요성

- 최근 FTA 확대, 경제블록화 등으로 개방이 확대 되고 경쟁이 심화되는 추세로 유기농산물 수입이 증가하며 특히 유기 가공식품의 경우 대부분이 수입산임.

* 유기농산물 수입현황

('00)804톤 - ('03)5,313톤 - ('05)8,500톤(국내 유기농산물 생산량의 22.3%)

⑥ 소비자 계층 확대에 따른 엄격한 품질관리 기준강화

- 종전 소비자, 생산자 연계조직(생협, 한살림 등)위주의 생산 및 유통에서 다수의 생산농가 와 불특정 다수의 소비자 대상의 유통으로 전환됨에 이에 따른 상품의 품질(모양, 빛깔, 맛, 신선도 등)과 안전성, 신뢰성 이 확실히 담보되어야함.
- 품질관리 강화를 위한 친환경전용 유통센타 건립 및 전문 인력 확보 필요

Ⅳ. 결론

향후 우리농업에 있어 친환경농업이 중요한 농업의 한 형태로 자리 잡게 될 것이며, 농협이 시장에 있어 교섭력과 경쟁력을 확보하기 위해서는 친환경 농산물의 품질과 기능성을 향상하고 그것을 바탕으로 제품의 차별화 고급화 마케팅에 중점을 두어야 한다. 생산 농가들을 다품종 소량생산으로 기능을 향상하고 유통량은 지역적 규모화로 조직 하고,산지 유통시설 을 선별, 규격화하고 지역별로 통일된 브랜드를 사용하는 전략이 필요하다.

일부 소비자에게 국한 되어지는 유통시스템이 아닌 개방적 광역화도 준비하며 친환경농산물도 공판장을 통해 별도로 계통출하 할 수 있게 되어야 하고 일반 수퍼 마켓과 직매장 에서 팔릴 수 있도록 해야 한다.

이러한 준비는 새로운 인재육성과 새로운 시장개척위해 소비자 홍보를 강화해야한다. 소비자 구매력의 결정은 친환경 농산물의 품질과 안전성 그리고 기능성 강화이다. 또한 정부나 자치단체의 친환경 농업에 대한 적극적인 지원과 홍보활동으로 생산자가 친환경 농업을 적극적으로 추진 할 수 있는 기반을 조성하고 소비자가 안심하고 신뢰할 수 있도록 품질관리 및 홍보에 주력 조기에 친환경 농업이 정착 될 수 있도록 노력을 경주하여야 할 것이다.