

## 대안유통의 특성에 대한 시론\*

김 호\*\*

### An Essay on Characteristics of Alternative Marketing

Kim, Ho

The alternative marketing can be defined a face to face regional marketing that commodities are traded based on mutual trust and understanding which have been accumulated through relationships formation and interaction between producers and consumers. Essences of an alternative marketing are formation, expansion and solidarity of relationships between producers and consumers, mutual trust and communication, and cooperation. Based on these, it makes it's principle to trade regionally and shorten food mileage and psycho-social distance. For example, there are local food direct stores, local food markets, farmer's markets, food package sales, CSA, local food school or public meal and so on. In alternative marketing, the relationship among them is especially considered very important in marketing process, not just a flow of commodities.

Key words : *alternative marketing, trust, interaction, communication, cooperation, local food*

## I. 서 론

농산물시장이 개방되고 농산물 및 식품의 글로벌화가 진전되고 있다. 농가의 실질소득 감소와 농업인력의 고령화, 소농의 증가 등 농업여건이 악화되고 있다. 그리고 소비자의 식품 소비패턴은 서구화, 간편화, 패스트푸드의 소비 증가 등으로 변화되고 있다. 유통측면에서는 기존의 대량유통체계에 기초한 도매시장 및 대형유통업체와 거래에 있어, 상대적으로 유리한 농가와 불리한 농가 등으로 구분되고 있다. 정부 또한 유통대책을 두 가지 방향 즉,

\* 이 연구는 2016년도 단국대학교 대학연구비에 의해 수행되었음.

\*\* Corresponding author, 단국대학교 환경자원경제학과 교수(hokim@dankook.ac.kr)

대량유통을 중심으로 한 시장유통과 주로 소농·고령농을 위한 직거래 등으로 구분하여 마련하였다.

이와 같이 농산물의 생산·유통·소비 여건이 변화되고, 신자유주의에 의한 무한경쟁 논리가 농업부문에 적용되면서 생산자와 소비자 모두 기존의 식품체계(food system)에 대해 문제를 제기하고 있다. 그래서 농산물의 지역생산-지역소비체계(local food system)의 구축, 지역산 식재료의 학교(공공)급식 공급, 상호 대면적인 유통방식, 생산자와 소비자의 교류 및 협력에 의한 유통방식, 식품안전성의 보증, 유통거리의 단축, 지역농업의 자립, 전통 식생활 및 전통문화의 계승 등 대안시장의 창출을 도모하고 있다.

이러한 대안시장은 각 지역에서 지자체와 생산자조직 등이 중심이 되어 로컬푸드 직매장이나 로컬푸드 장터, 농민장터, 친환경 로컬푸드 학교급식 등 다양한 형태로 전개되고 있다. 이것의 공통점은 생산자와 소비자 간의 교류·소통·신뢰를 기반으로 하고 있다는 점이다. 이 연구에서는 이와 같은 대안시장에서 영위되는 유통방식을 대안유통으로 규정하고, 이와 관련된 문헌자료를 검토하여 그 본질과 형식을 정리하였다. 그리고 대안유통의 개념 규정과 효과에 대해 고찰하였다.

## II. 대안유통에 대한 검토

### 1. 소농 및 고령화율의 증가

대안시장의 사전적 의미는 기존시장을 대신할 수 있는 시장이라는 것이다. 그리고 대안시장에서 이루어지는 유통체계 및 활동을 대안유통으로 규정할 수 있다. 기존시장은 시장 개방에 따른 글로벌시장, 대량생산을 기반으로 한 대량유통 체계, 상품유통에 있어 공간적 및 인격적 분리 즉 생산장소와 소비장소 간의 먼 거리, 생산자와 소비자의 직접 대면 대신에 브랜드 및 명세서 등에 의한 유통이라는 특성을 가지고 있다.

이에 대해 대안 먹거리 네트워크의 구축을 주장한 Kim et al. (2013)은 먹거리 경제 속에서 새롭고 급속하게 주류화 되는 공간으로서 유기농, 공정무역, 로컬푸드, 고품질 식품, 프리미엄 특산식품 등이 폭발적으로 성장하고 있다고 하였다. 이는 단축된 상품사슬에 기반하고 있는데 다수 소농이 주로 참여하고 있다는 것이다.

또한 Kim (2017)은 대안시장이란 생산자와 소비자 간에 교류와 이해, 신뢰를 기반으로 하는 협동의 원리가 통하는 시장이라고 하였다. 생협이 대안시장을 지향하는 방법은 거대화되어 있는 일부 지역생협을 생산자와 소비자가 교류할 수 있는 중소규모로 독립 분할하여, 생산자와 소비자 간 심리적 거리를 좁히는 것이다. 최근의 친환경학교급식, CSA (Community Supported Agriculture; 공동체지원농업), 친환경 로컬푸드 시스템 등이 대안시장으로

떠오르고 있다고 하였다.

Table 1. Farm distribution by scale of cultivated land

(Unit : %)

	Below 0.1 ha	0.1~0.5	0.5~1.0	1.0~1.5	1.5~2.0	2.0~3.0	Over 3.0 ha	Total
2007	3.0	37.4	25.8	12.8	7.4	6.6	7.1	100.0
2010	2.0	38.6	24.7	12.2	7.5	6.7	8.3	100.0
2015	2.0	43.0	23.7	10.6	6.6	5.8	8.3	100.0
2016	2.3	44.6	23.1	10.2	6.3	5.7	7.8	100.0

Source : MAFRA.

소규모 농가 증가 및 농업 인력의 고령화율 등 농업여건의 변화도 대안유통의 배경으로 볼 수 있다. Table 1에 나타난 바와 같이, 1.0 ha 미만의 소규모 농가의 비율이 늘어나고 있는 추세이다. 즉 2007년에 66.2%이었는데 2016년에는 70.0%로 증가하고 있는 추세이다. 특히 0.1~0.5 ha 규모의 농가비율은 2007년 37.4%에서 2016년에 44.6%로 7.2%p나 증가하였다. 이러한 소농은 대량유통을 주로 하는 도매시장이나 연중 지속적으로 출하해야 하는 대형유통업체와의 거래에서 상대적으로 불리하거나 불가능한 농가이다. 따라서 소농에게 제시되고 있는 시장은 학교급식, 직거래장터, 로컬푸드 직매장 등이며, 소농의 조직화를 통해 꾸러미 거래나 CSA 등을 추진하고 있는 사례가 많다

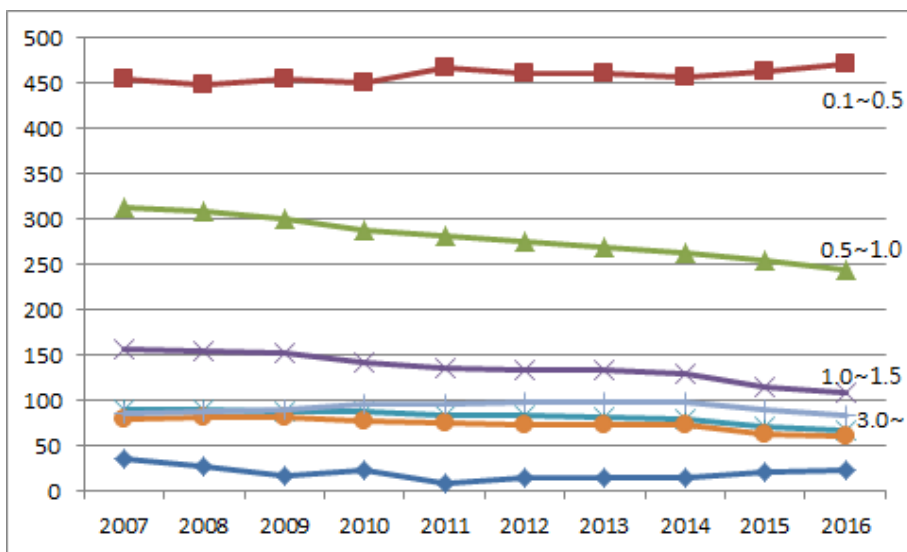


Fig. 1. Farm distribution changes by scale of cultivated land (ha).

Table 2. Farmer distribution by age

(Unit : %)

	Below 20 yrs.	20~49 years	50~59 years	Over 60 years	Total
2007	13.8	26.1	18.1	42.0	100.0
2010	13.2	25.9	19.2	41.8	100.0
2015	9.3	20.2	20.1	50.3	100.0
2016	8.6	18.8	19.5	53.1	100.0

Source : MAFRA.

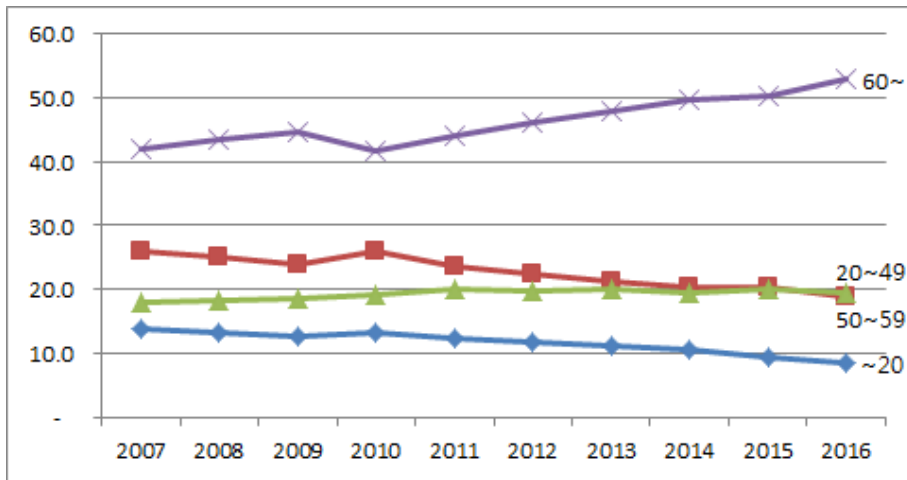


Fig. 2. Farmer distribution changes by age (years).

또한 농가인구의 고령화가 더욱 진전되고 있다. 20세 미만과 20~49세 미만의 농가인구는 지속적으로 감소하고 있는 반면에 60세 이상의 농가인구는 증가하고 있다. 20세 미만은 2007년에 13.8%이었는데 2016년에는 8.6%로 감소했고, 20~49세 미만의 농가인구는 2007년 26.1%에서 2016년 18.8%로 감소하였다. 반면에 60세 이상 농가인구는 2007년 42.0%에서 2016년 53.1%로 11.1%p나 증가하였다(Table 2).

그래서 농가인구의 65세 이상 비율인 고령화율은 증가추세를 보이고 있는데, 2007년 32.1%에서 2016년에는 40.3%이었다. 농가인구의 고령화는 젊은 농가에 비해 상대적으로 재배작목의 한계와 마케팅활동의 제약을 초래한다. 예를 들어 과수나 시설재배 같은 노동 집약적인 작물보다는 쌀 등 기계화율이 높은 작물을 주로 재배하는 경향이 있다. 또한 시장정보의 수집 및 분석, 판매처에 대한 교섭이나 흥정, 판로개척 등의 활동에 있어 젊은 농가에 비해 불리한 편이다.

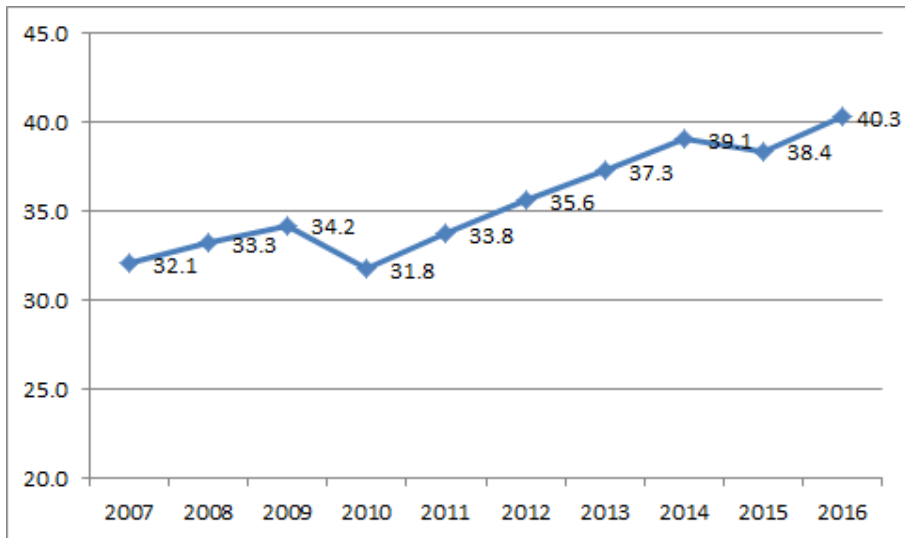


Fig. 3. Ageing rate changes of farmers (%).

## 2. 대안유통과 관련된 주요 이슈에 대한 검토

Table 3에 나타나 있는 대안시장, 대안적 농식품체계, 대안 먹거리 네트워크, 로컬푸드 등은 대안유통과 밀접한 관계가 있는 것으로 보인다. 이것의 공통점은 도매시장이나 대형마트 등 시장경제원리가 주도적으로 관철되는 시장을 지양한다는 점이다. 또한 푸드 마일리지라고 하는 식품의 이동거리를 단축하고 생산자와 소비자 간의 관계 및 신뢰, 협력, 지역, 직거래 등을 핵심어로 사용하고 있다.

유기농산물 등 친환경농산물의 생산과 유통을 주로 하는 한살림은 관계적 가치에 주목한 유기농업운동을 추구하고 있으며, 사업운영 방침은 생산자와 소비자의 신뢰, 사람과 자연 간의 관계에 기반을 두로 있다. 생산자와 소비자가 친환경 물품과 유기농산물을 직거래로 나누기 위해 함께 모여 만든 생활협동조합이라는 것이다(hansalim.or.kr). Kim et al. (2013)은 대안 먹거리 네트워크는 소농을 중심으로 먹거리 경제 속에서 주류화 되어야 하며 유통체계 또는 유통단계가 단축되는 것을 의미한다고 하였다. 이들은 신뢰, 관계, 소농, 유통거리의 단축, 로컬푸드를 강조하고 있다.

또 Heo (2007)는 유기농업의 관행화를 벗어나기 위해서는 유통에 있어 장거리를 이동하는 전통적 시장경제의 범위보다는 상당히 축소된 지리적 범위를 대상으로 하는 지역성을 가진 지역마케팅으로서, 다양한 비시장적이고 유연성이 있는 유통을 추진하여야 한다고 하였다. 즉 지역 내 직거래(로컬푸드), CSA, 대면유통 등을 대안유통의 범주로 제시하였다. 나아가 CDI (2012)는 지역공동체에 기반을 둔 로컬푸드 체계란 생산자와 소비자의 협력관계를 구축하여 거래하는 유기농 꾸러미사업이나 농민장터 등 지속가능한 방법으로 식품을

생산하는 생산자에게 도움을 주는 교환이라는 것이다.

Kim (2006)은 대안적 농산물체계에서는 생산자와 소비자의 단순한 연계에서 벗어나 소비자의 생산, 생산자의 소비를 통해 한 단계 높은 차원의 연대가 필요하다고 하였다. Jeong 등(2016)은 로컬푸드가 생산과 소비의 사회적 거리를 단축시키는 역할을 하며 지역경제 활성화에 기여하기 위해서는 생산과 소비가 서로 긴밀한 상생 관계임을 인식하도록 하고, 신뢰와 적절한 보상이 가능한 지역 내 유통 구조가 지역농업의 지속성을 높인다고 하였다. 여기에서도 상생관계, 연대, 신뢰와 보상 등이 강조되고 있다.

Table 3. Main issues on alternative marketing

	Issues
Hansalim	Relational values, producers-consumers trust, relationship between human and nature
Kim et al. (2013)	Alternative food-network, local food, high quality food, shortened commodity chain, peasant
Hoe (2007)	Regional marketing, localism, direct marketing, CSA
CDI (2012)	Community, producer-consumer cooperation relationship, package sales, farmer's market, sustainable production, benefit for producers
Kim (2006)	Producer-consumer solidarity, alternative food system
Jeong et al. (2016)	Win-win relationship between production and consumption, shortening social distance, trust, adequate compensation, regional distribution structure
Bae (2013)	Consumers' interest, reasonable profit, producers' pricing, production plan
Yoon (2009)	Local food movement, producer-consumer relationship, shortening food mileage, trust, alternative market, regional resource use and saving
Kim et al. (2012)	School meal, food safety, urban-rural community, local food system, trust, interaction between producers and consumers

Bae (2013)는 로컬푸드 직매장 운영에 있어 소비자의 요구를 생산에 반영하여 안전한 농산물을 생산하는 예가 있음을 들고 있다. 즉 소비자 반응을 살피면서 생산비와 적정이윤을 보장받을 수준에서 가격을 결정하려고 한다는 것이다. 그래서 소비자는 생산방식, 품질 등을 면밀히 고려하며 생산자가 결정한 가격을 받아들이고 일부 선급을 지불하며 생산계획부터 수확까지 생산위험을 공유하며 구매하고 있다. 대안유통은 생산계획에서부터 소비자의 요구를 반영하고 생산자가 가격을 결정하며 소비자는 생산자의 적정이윤을 보장하는 경우도 있음을 나타내고 있다.

Yoon (2009)은 지역먹거리 운동은 생산자와 소비자 사이의 관계를 확대해주고 상호 간의 거리를 축소하며 신뢰를 확산한다고 보았다. 그 효과는 경제적으로 지역사회의 유지 발전, 농민들의 안정적 생활, 지역경제의 다양화, 대안시장의 창조 등이다. 또 사회적으로는 지역 내 관계 복원, 신뢰의 구축 등이며 생태적으로는 외부자원에 대한 의존 감소, 지역 내 자원에 대한 의존증대와 자원절약 등이 있다는 것이다.

Kim 등(2012)은 친환경학교급식의 의의로 교육활동, 생명운동, 지역운동, 로컬푸드 시스템, 학농교류의 활성화 등을 들고 있다. 친환경학교급식은 안전하고 신선하며, 영양이 풍부한 식품의 섭취 등 식품에 대한 올바른 관점을 정립시키는 역할을 하고, 학생들에게 건강과 생명의 가치관을 부여해주며 도농공동체 또는 생명공동체 운동으로 추진될 수 있다는 것이다. 또한 학생 및 학부모 등의 급식재료에 대한 신뢰성을 제고시키고, 지역농업 농촌에 대한 관심 및 애정과 생산지 견학이나 체험 등을 통해 생산자와 소비자 간에 상호 신뢰하고 상호 의존적인 관계를 형성할 수 있다고 하였다. 학교급식은 지역생산-지역소비 체계(local food system) 구축이 용이하다는 점을 들고 있다.

대안유통은 단순히 상품의 유통단계를 줄이는 관점에 그치는 것이 아니라 관계와 신뢰, 교류 등 인간 간의 상호의존성과 협력을 강조하고 있다. 「지역농산물 이용촉진 등 농산물 직거래 활성화에 관한 법률(농산물직거래법)」에서 규정하고 있는 바, 생산자와 소비자가 직접 거래하거나 중간 유통단계를 한 번만 거쳐 거래하는 데에 국한되는 거래가 아니다. 거래의 형식뿐 아니라 직거래에 함유되어 있는 관계의 내용(본질)이 기초되어야 한다는 점이다.

이 법률에서는 직거래에 대해 구체적으로 다음과 같이 규정하고 있다. 자신이 생산한 농산물을 소비자에게 직접 판매하는 행위, 생산자로부터 농산물의 판매를 위탁받아 소비자에게 판매하는 행위, 생산자로부터 농산물을 구입한 자가 이를 소비자에게 직접 판매하는 행위, 소비자로부터 농산물의 구입을 위탁받아 생산자로부터 이를 직접 구입하는 행위 등이 그것이다. 또한 농산물 직거래사업장이란 농산물 직거래가 이루어지는 사업장으로서 농산물 직매장, 농산물 직거래 장터, 농산물 인터넷 쇼핑몰, 농산물 공동체 직거래장 등 대통령령으로 정하는 사업장을 말한다(NLIC; National Law Information Center)고 하고 있다.

### Ⅲ. 대안유통의 범주에 대한 시론

앞에서 대안유통과 관련된 문헌에 대해 살펴본 결과를 기초로 대안유통의 개념을 규정해 보면 다음과 같다. 대안유통이란 생산자와 소비자 간의 관계형성과 교류를 통해 축적된, 상호 이해와 신뢰에 기초하여 거래되는 대면적인 지역 내 유통으로 규정할 수 있다. 이러한 대안유통의 범주를 내용과 형식, 효과로 구분한 것이 Table 4이다.

대안유통의 본질은 생산자와 소비자 간 관계 형성 및 확대와 연대, 도농교류 및 신뢰, 소통과 협력 등에 있다. 이를 바탕으로 지역 내 유통(로컬푸드 시스템)을 원칙으로 하며, 유통거리뿐 아니라 사회적 및 심리적 거리를 줄이는 유통체계를 그 형식으로 한다. 예를 들면 로컬푸드 직매장이나 로컬푸드 장터 농민장터, 꾸러미사업, CSA, 로컬푸드 학교급식 및 공공급식, 소규모 지역생협의 도농공동체적 직거래 등이다.

Table 4. The category of alternative marketing

Item	Contents
Essences	Relationship, interaction, mutual trust, solidarity and cooperation between producers and consumers
Forms	Local food system; local direct sales store, farmer's market, package sales, CSA, school meal program, etc
Effects	Development of regional agriculture, food safety, activation of regional economy, resource saving and environment conservation, formation of urban-rural community

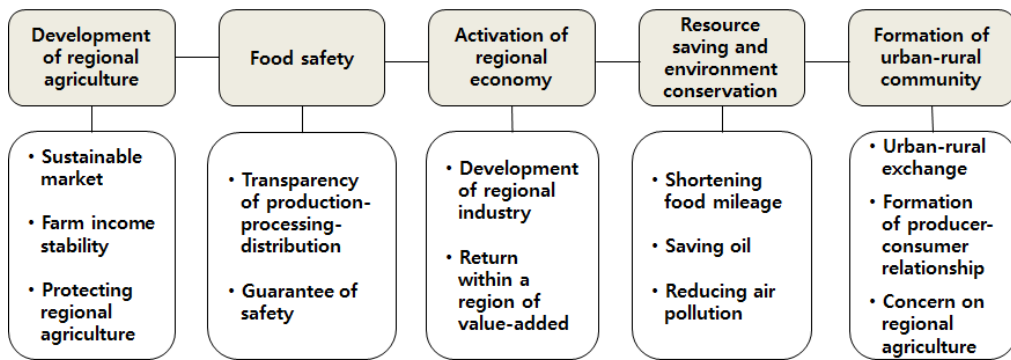


Fig. 4. Effects of alternative marketing.

대안유통의 효과는 Fig. 4와 같다(Kim, 2010). 먼저, 지역농업의 발전에 기여할 수 있다. 대안유통의 주요 생산자 주체인 소농 및 고령농에 대해 불확실한 가격 및 판로에서 벗어나 비교적 안정적인 판로를 제공함으로써 농가소득의 안정을 도모하고 지역농업을 보호할 수 있다. 또한 생산 및 가공, 유통과정의 투명성을 확보할 수 있어 로컬푸드의 안전성을 확보할 수 있다. 이를 보증하기 위해서는 생산자조직<sup>1)</sup>이나 관련 센터<sup>2)</sup>의 점검과 관리활동이 필요하다. 그리고 지역경제의 활성화에 기여할 수 있다. 즉 로컬푸드의 범위가 가공식품으로

1) 로컬푸드 생산자조직이나 협동조합 등이 조직되어 있는 사례가 많다.

2) 학교급식지원센터, 공공급식센터, Community business center 등



확대되어 지역에서 생산된 원료농산물을 지역 내에서 가공할 경우에 고용기회를 창출하게 된다. 또 생산자조직이 가공까지 담당할 경우에는 가공에서 창출되는 부가가치가 생산자에게 귀속될 수 있다.

한편 식품 유통거리(food mileage) 특히, 수송거리가 단축됨으로써 유류 등 자원절약과 대기오염 감축 등 환경보전에 기여할 수 있다. 나아가 안전하고 건전한 농산물의 생산을 위해 친환경농업이 확산된다면 농촌지역의 친환경성이 향상되는 등 생태계를 보호하는 데도 효과적이다. 끝으로, 대안유통은 생산자와 소비자 간 교류와 소통, 신뢰, 협력을 기초로 하기 때문에 도농공동체 형성을 추구할 수 있다. 대안유통체계가 발전되어 도농교류, 생산자와 소비자 간 관계형성, 소비자의 지역농업에 대한 관심이 더욱 증대된다면 도농공동체가 형성될 수 있을 것으로 생각된다.

#### IV. 결 론

대안시장은 거래관점 및 방식, 농산물 및 식품의 유통체계에 있어 기존시장과 차별화되는 특성을 가지고 있다. 그래서 대안유통은 유통에 대한 본질과 형식, 효과 등이 기존 대량 유통체계와 다르며, 단순한 상품의 흐름보다는 사람 간의 관계를 중시한다. 즉 생산자와 소비자 간의 교류, 소통, 협력, 신뢰 등을 기반으로 거래되는 것을 말한다.

특히 대안유통은 무한경쟁 여건이나 시장경제원리에 대해 상대적으로 불리해지고 있는 소농 및 고령농을 주요 주체로 두고 있다. 나아가 지역단위 식량자급체계와 지역순환식품체계의 구축으로 그 의미와 범주를 확대해가고 있다. 이것은 로컬푸드 산지조성 및 생산자조직 형성, 도농교류 및 체험, 식생활교육, 로컬푸드 직매장, 로컬푸드 학교(공공)급식, 사회적 약자에 대한 배려, 지역자원 및 환경의 보전 등을 포함하여 구축되어야 한다. 실제 각 지역에서 지자체의 정책과 생산자조직 및 협동조합의 적극적인 참여로 많은 사례가 추진되고 있으며 확산되고 있다.

[Submitted, February. 2, 2018 ; Revised, February. 13, 2018 ; Accepted, February. 19, 2018]

#### References

1. Bae, M. S. 2013. Activation Strategies and Situations of Local Food Direct Sales Store. Field Survey Report 26. The National Assembly Research Service.

2. Heo, J. 2007. Discussion on the “Conventionalization” and Crisis of Organic Agriculture. *Journal of Rural Development*. 30(1): 1-30.
3. Jeong, E. M., Y. L. Kim, and J. Y. Heo. 2016. Local Food Promotion Strategies and Policy Tasks for Local Economic Activation. KREI.
4. Kim, H. and D. C. Jeon. 2012. Analyses of the Awareness of Students’ Parents on School Meals and their Intention to Increase Consumption of Environment-friendly Agri-products. *Korean Journal of Organic Agriculture*. 21(1): 19-31.
5. Kim, H. 2010. Promoting Directions of School Lunch from Environment-friendly Agri-products of Metro-government. Casebook of the Half-year Academic Conference. Korean Society of Organic Agriculture.
6. Kim, H. 2017. Issues on Overcoming Present Crises of Organic Agriculture through its Philosophy and Principle. *Korean Journal of Organic Agriculture*. 25(1): 53-69.
7. Kim, H. J. 2006. The Existent Circumstance of Life Cooperatives’s Producers and Searching for the Alternative Agro-food System. *J. of Rural Society*. 16(1): 95-141.
8. Michael C. (Kim, C., G et al. Trans.). 2013. *The Sociology of Food and Agriculture*. Tabi.
9. Tamzin, P. and H. Rob. (Chungnam Development Institute Trans.). 2012. *Local Food*. Tabi.
10. Yoon, B. S. 2009. The Strategies and the Tasks of the Local Food Movement. *J. of Rural Society*. 19(2): 93-121.
11. [www.hansalim.or.kr](http://www.hansalim.or.kr)
12. [www.law.go.kr](http://www.law.go.kr)
13. [www.mafra.go.kr](http://www.mafra.go.kr)