

발 간 등 록 번 호

11-1543000-001551-01

광역단위 친환경 산지조직 육성방안

2016.12

연구기관: 단국대학교 천안캠퍼스 산학협력단

농림축산식품부

제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 「광역단위 친환경 산지조직 육성방안」에 관한
연구용역의 최종보고서로 제출합니다.

2016년 12월

연구기관 : 단 국 대 학 교

연구진 : 김 호 (연구책임자)

양성범 (공동연구자)

김지훈 (연구보조원)

석다솜 (연구보조원)

이상윤 (연구보조원)



목 차

I. 서 론

1. 연구목적 및 필요성	1
2. 연구내용 및 방법	6

II. 친환경농산물 출하, 유통, 소비현황

1. 출하 현황	11
2. 출하 경로	17
3. 유통 주체별 특성	26
4. 시사점	51

III. 산지조직 우수사례 및 성공요인

1. 산지유통활성화사업 주요 내용	53
2. 산지조직 우수사례	70
3. 친환경산지조직 우수사례	83
4. 산지유통조직의 성공요인	99

IV. 광역단위 산지조직 육성 방안

1. 친환경산지조직 모델(안)	107
2. 사업시행 주요 내용	117
3. 사업주체간 역할	122

V. 사업운영방안

1. 사업계획서 작성 매뉴얼(안)	127
2. 평가지표 및 배점표(안)	133
3. 인센티브 및 패널티(안)	135

• 참고문헌	139
• 부록. 사업수행지침(안)	141

표 차례

<표 2-1> 연도별 친환경농산물 출하량	12
<표 2-2> 품목별 친환경농산물 출하량	13
<표 2-3> 지역별 친환경농산물(유기, 무농약) 인증면적	14
<표 2-4> 지역별 유기농산물 인증농가 수	15
<표 2-5> 지역별 무농약농산물 인증농가 수	16
<표 2-6> 친환경농산물 출하처 현황	22
<표 2-7> 친환경농산물 소매경로별 시장규모	25
<표 2-8> 지역농협 친환경농산물 취급액의 변화	27
<표 2-9> 중간유통업체의 친환경농산물 조달방법	29
<표 2-10> 유통주체별 품목별 취급자인증 물량	30
<표 2-11> 유통주체별 품목별 취급자인증 작업장면적	31
<표 2-12> 가락시장의 친환경농산물 취급현황(2015)	33
<표 2-13> 가락시장의 친환경농산물 품목별 취급현황(2015)	34
<표 2-14> 친환경전문점 및 생협 매장 수 및 매출액	35
<표 2-15> 율가홀푸드 취급품목	41
<표 2-16> 대형마트 자체브랜드	42
<표 2-17> 친환경농산물 학교급식 공급규모(2010~2015.6)	44
<표 2-18> 학교급식지원센터 취급 주요 친환경농산물	48
<표 2-19> 당진시 연도별 학교급식 농산물 공급 실적	48
<표 2-20> 아산시 연도별 학교급식 농산물 공급 실적	49
<표 2-21> 홍성군 연도별 학교급식 농산물 공급 실적	49
<표 2-22> 충남지역 학교급식지원센터 운영 현황	50
<표 2-23> 유통 주체별 특성 비교	51
<표 3-1> '06년~'16년도 「산지유통활성화사업」의 주요 개선내용	58
<표 3-2> 산지유통활성화사업 연도별 재정투입액	63
<표 3-3> 지원 부류별 세부품목	64
<표 3-4> 농산물산지유통센터 운영현황	66

<표 3-5> 농산물산지유통센터 설치	67
<표 3-6> 6차산업인증사업자 사업계획서 심사기준	68
<표 3-7> 2015년 산지유통활성화 사업자 선정자 수	71
<표 3-8> 2016년 산지유통활성화사업 우수조직	73
<표 3-9> 2016년 산지유통활성화사업 우수조직 특징	73
<표 3-10> 2016년 산지유통활성화사업 우수조직 담당자 인터뷰	75
<표 3-11> 농림축산식품부 각 부서별 주요기능 및 정책현황	100
<표 4-1> 친환경 광역조직 육성사업 세부항목	121
<표 5-1> 사업 세부항목별 추진계획(당해년도)	131
<표 5-2> 사업 세부항목별 연도별 추진계획	132
<표 5-3> 산지유통활성화사업 연도별 재정투입액	136
<표 5-4> 산지유통종합평가 차등금리 적용기준	136
<표 5-5> 기본 인센티브 지원내용	137
<표 5-6> 산지유통종합평가결과 참여조직 금리 차등 적용안	138
<표 5-7> 인센티브에 대한 패널티 사항	138

그림 차례

<그림 1-1> 무농약 이상 친환경농산물 출하량 및 전체 점유율	1
<그림 1-2> 무농약 이상 친환경농산물 인증면적 및 전체 점유율	2
<그림 1-3> 광역단위(道 단위) 산지 생산·유통조직 개선 모델(안)	5
<그림 1-4> 주요 연구 내용	6
<그림 1-5> 연구 개요도	7
<그림 2-1> 친환경농산물유통 경로별 비중	18
<그림 2-2> 친환경농산물유통 경로별 비중	19
<그림 2-3> 친환경농산물 유통경로 비중	21
<그림 2-4> 부류별 친환경농산물 유통경로 비중	23
<그림 2-5> 친환경농산물 중간(도매)단계 비중	24
<그림 2-6> 소비자협동조합 운영형태	36
<그림 2-7> 한살림 친환경농산물 공급액	39
<그림 2-8> 친환경농산물 전문매장 운영형태	40
<그림 2-9> 친환경 학급급식의 농산물 공급체계	45
<그림 2-10> 친환경농산물 학교급식 확대를 위한 과제	46
<그림 3-1> 아산연합회 조직도	93
<그림 3-2> 지역농업추진을 위한 조직간 연계도	95
<그림 4-1> 친환경농산물 생산자조직의 일반구조	107
<그림 4-2> 친환경농산물 광역산지유통 조직도(안)	108
<그림 4-3> 친환경농산물 광역산지유통조직의 중장기 발전단계	113
<그림 4-4> 친환경 산지조직 사업선정절차(안)	120

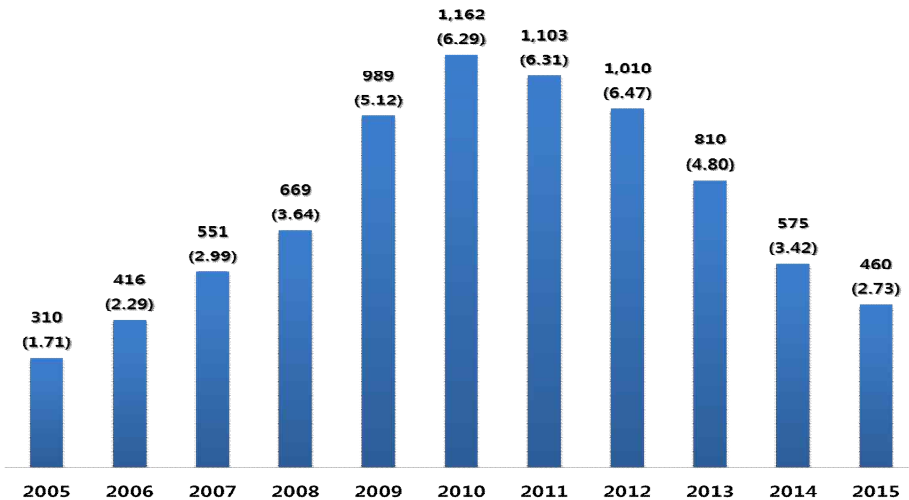
I. 서론

1. 연구목적 및 필요성

가. 연구의 필요성

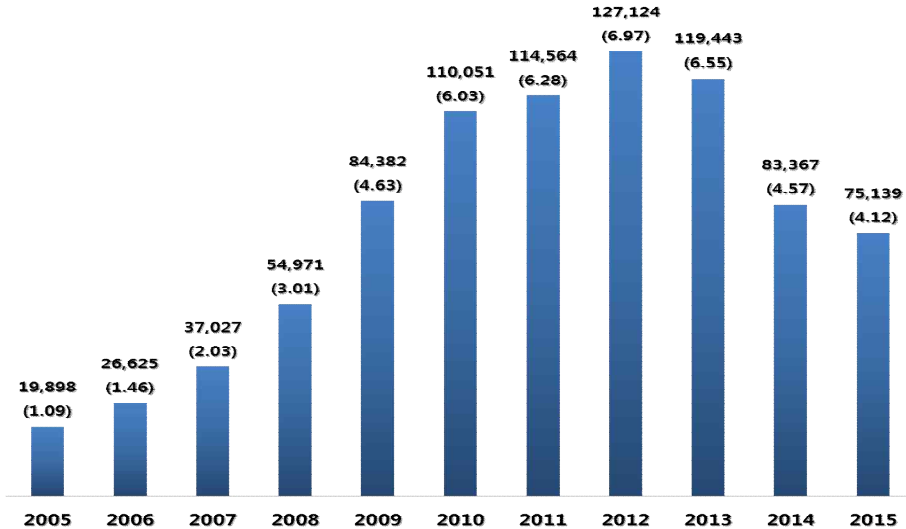
- 무농약 이상 친환경농산물 출하량은 2005년 310천 톤에서 2010년 1,162천 톤으로 약 3.7배 증가하였으나, 이후 2015년 말 현재 460천 톤으로 급격히 감소함. 인증면적은 2005년 19,898ha에서 2012년 127,124ha로 약 6.4배 증가하였으나, 이후 2015년 말 현재 75,139ha로 감소함.

단위 : 천 톤, %



〈그림 1-1〉 무농약 이상 친환경농산물 출하량 및 전체 점유율

단위 : ha, %



〈그림 1-2〉 무농약 이상 친환경농산물 인증면적 및 전체 점유율

- 최근 들어 친환경농산물의 출하량과 인증면적이 감소한 원인으로 부실 인증, 저농약농산물 인증폐지 등을 들 수 있으나, 근본적으로는 생산과 유통과의 연계 부족을 들 수 있음.
- 친환경농산물 소비지 유통 활성화를 위해서는 생협, 대형유통업체의 기존 유통경로의 취급체계를 빠르게 증가시키는 것이 필요함.
 - 그러나 생협은 생산자와 소비자의 관계 형성을 중시하기 때문에 단기간에 취급물량을 확대시키는 것은 한계가 있으며, 대형유통업체는 골목상권 보호를 위한 유통산업발전법 제정에 따라서 일정 면적 이상 점포의 신규 매장 출점금지, 월 2회 휴무제 등으로 친환경농산물 취급량 증대가 한계가 있음.
 - 그러므로 친환경농산물 유통 활성화 방안을 모색하기 위해서는 기존 생협 등의 소비자 단체유통경로가 손상되지 않는 범위 내에서 친환경농산물 유통활성화 방안이 모색되어야 함
 - 또한 친환경농산물 산지를 중심으로 대규모 물량을 지속적으로 출하

할 수 있는 생산 및 유통조직이 필요함.

- 농산물 시장개방, 대형유통업체의 시장지배력 확대, 소비자 선호변화, 생산·정보·물류 기술의 발전 등 농산물 유통환경의 변화에 대응하기 위해 산지유통구조의 혁신을 통한 생산농가 및 산지유통주체들의 경쟁력 강화가 요구되고 있음
 - 이에 산지유통조직의 규모화와 조직화를 위해 농산물산지유통시설지원사업과 산지유통활성화사업이 진행되고 있음
 - 산지유통시설지원사업은 2017년까지 약 380개소를 설립하고 총 사업비 1조 382억 원이 투입되는 사업으로 산지 농산물을 규격화 및 상품화하기 위해 필요한 집하·선별·포장·저장 및 출하 등의 기능 수행을 위한 복합시설 (Agricultural Product Processing Center)을 지원하는 사업임.
 - 산지유통활성화사업은 농산물 유통환경변화에 대응하여 산지유통 주체의 거래 교섭력을 확보하기 위해 2017년까지 총 사업비 129억 원을 투입하여 면 단위 지역조합 또는 소규모 농업법인 위주의 소단위사업권역에서 시·군 단위 이상 광역화된 사업권역으로 발전하도록 산지유통주체의 역량을 강화하는 사업임.
 - 이를 통해 산지유통조직의 규모화와 조직화를 통해 거래교섭력 강화 및 전략적 마케팅 역량을 제고하고, 동시에 전업·선도 농가들을 중심으로 생산 농가를 조직화하여 균일한 품질의 농산물을 일정기간 동안 연중 공급할 수 있는 역량을 갖출 수 있음

- 친환경농산물 시장은 그 동안 소비지가 산지를 견인하는 구조(생협, 학교급식 등)로 확대되어 전문화된 산지유통주체가 육성되지 못한 상황임.
 - 소규모 영농법인 형태, 일반농산물 판매주체가 부수적이고, 다단계로 친환경을 취급함에 따라 유통비용이 매우 높은 상황
 - RPC 사례(226개) : 개소당 취급실적 10,703톤 중 친환경은 7.6%인 817톤('13)
 - 쌀 유통비용('13) : 관행 10.4%, 무농약 36.3%, 유기 40.5%
 - 지역농협도 단순계통 거래에 머무르고, 구조적 특성상 주력사업으로

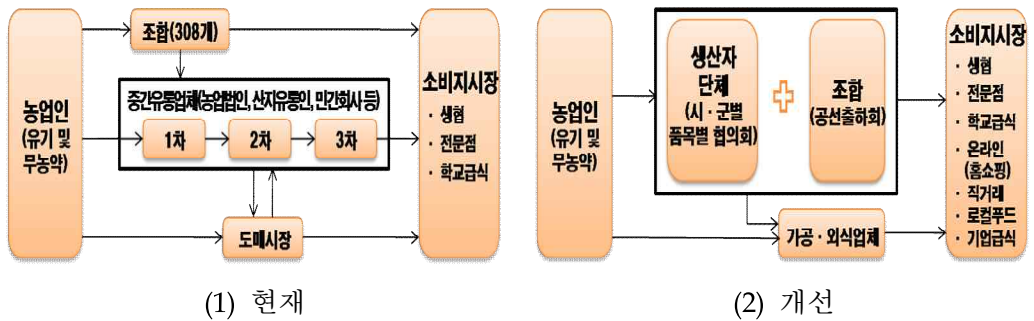
육성하기는 한계

- 일부 조합원만 참여하고 있고, 읍·면 단위로는 친환경 생산량이 적음

- 따라서 친환경농산물 유통활성화를 위해 생산농가의 조직화 및 산지유통조직의 규모화·전문화를 통한 경쟁력 강화가 필요함.

나. 연구의 목적

- 소득수준 향상과 웰빙·건강식품에 대한 관심 증가에도 불구하고 국내에서는 고정고객을 중심으로 소비
 - 국내 소비지 유통채널은 학교급식(31.5%), 직거래(26.5), 생협(16.4), 전문점(4.7) 등 절대 다수(79.1%)가 고정고객을 중심으로 형성
 - 일부 외국에서는 일반소매점의 유기농식품 판매비중이 높아 일반고객의 유기농식품 소비접근성이 높은 상황
 - 외국의 유기농식품 일반소매점 판매 비중 : 스위스 78.3%, 독일 59.6% 등
- 따라서 친환경농산물 유통·소비 특성을 고려하여 규모화된 산지조직 육성이 필요함
 - 현재는 소규모 유통조직 155개가 존재하며 산지에 수집 및 규모화 하는 기능이 없어 시장교섭력이 낮은 상태임
 - 농산물 산지·소비지 유통주체별 특성 분석결과 등을 반영하여 친환경 단지·지구, 수출·가공·유통기업 등과 연계한 광역단위(도 단위) 산지 생산·유통조직 육성방안 도출이 필요



〈그림 1-3〉 광역단위(도 단위) 산지 생산·유통조직 개선 모델(안)

- 본 용역결과를 통해 친환경농산물이 틈새시장을 벗어나 생산자에게 안정적 판로의 제공, 소비자는 원하는 상품을 저렴하게 항상 구매할 수 있는 체계를 마련할 수 있으며, 나아가 규모화된 산지주체 육성 시 소비자와 교섭가격의 기준가격 역할도 가능할 것으로 예상됨.

2. 연구내용 및 방법

가. 연구내용

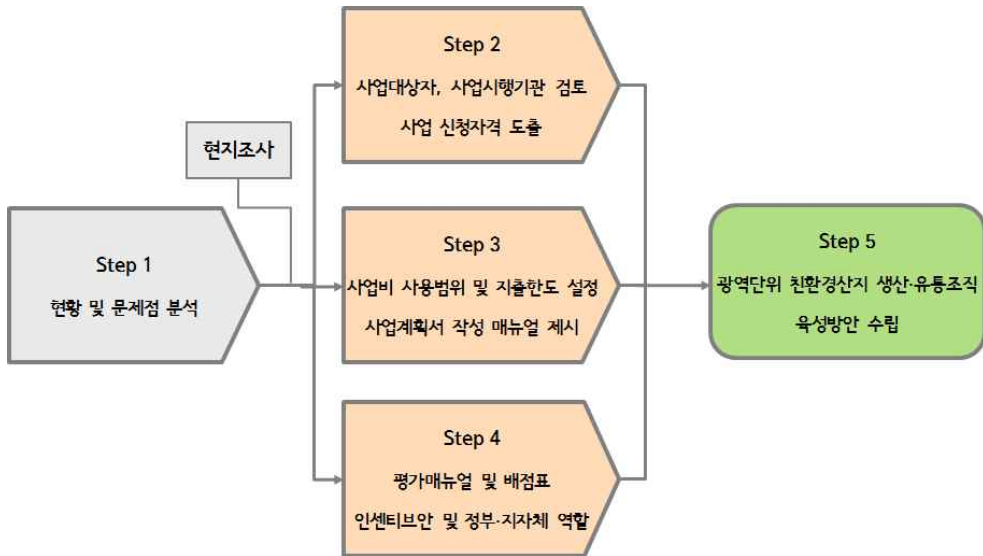
- '광역단위 친환경산지 생산·유통조직 육성방안' 연구를 위해 첫째 선행 연구, 인증통계, 현장관계자 인터뷰 등을 통한 유통주체별 친환경농산물 생산, 유통, 소비 현황 및 문제점을 분석하고,
- 둘째 농산물 산지·소비지 유통주체별 특성 분석결과 등을 반영하여 친환경 단지·지구, 수출·가공·유통기업 등과 연계한 생협 생산자연합회 모델의 광역단위(도 단위) 산지 생산·유통조직 육성방안을 제시하며,
- 마지막으로 사업대상자 선정을 위한 평가 매뉴얼 및 배점표(안) 제시하고, 사업 성과목표, 사업실적 평가를 통한 인센티브 또는 패널티 적용 방안 및 산지 조직의 조기 정착을 위한 정부·지자체 역할을 제시하고자 함.

광역단위 친환경산지 생산·유통조직 육성방안

<현황 및 문제점분석>	<생산·유통조직 육성방안>	<평가매뉴얼 제시>
-친환경농산물 소비지 유통주체 현황 조사 -산지 유통 주체별 생산·유통 특성 및 문제점 -산지조직 우수사례 발굴 및 성공요인 분석	-광역단위 생산·유통조직 개선 모델 도출 -사업대상자, 사업시행기관, 신청자격, 사업비 사용범위 등 -지원대상자 사업계획서 작성 매뉴얼 제시	-사업대상자 선정을 위한 평가매뉴얼 및 배점표(안) -인센티브 또는 패널티 적용 방안 -정부 및 지자체 역할 제시

〈그림 1-4〉 주요 연구 내용

나. 연구방법



〈그림 1-5〉 연구 개요도

□ Step 1 : 현황 및 문제점분석

- 선행연구, 인증통계, 현장관계자 인터뷰 등을 통한 유통주체별 친환경 농산물 생산, 유통, 소비 현황 및 문제점 분석
- 친환경농산물 소비지 유통주체 현황 조사(원물조달 방법, 선호하는 산지조직, 취급품목, 매출규모, 점포운영 현황 등)
- 농산물 산지 유통주체(생협 생산자연협회, 농협<조공법인, 공선출하회>, 중간유통업체 등)별 친환경농산물 생산·유통 특성, 효과·문제점 등 최근 동향 분석
- 친환경농업 산지조직 우수사례 발굴 및 성공요인 분석

- 융복합형(1+2+3차), 가공·수출 중심형(1+2차), 유통 및 체험중심형(1+3차)에 대한 친환경농업 6차 산업 우수사례 발굴

□ Step 2 : 사업대상자, 시행기관, 신청자격 도출

- 사업대상자, 사업시행 기관(주체)에 관한 사항 검토
 - 예를 들어 농협은 계통공급이 가능하고, 경제사업 분리와 연계한 사업 추진이 필요하고, 생협은 계약재배 등을 통한 원물 조달과 함께 별도의 물류기능과 판매장도 보유
 - 광역지방자치단체를 사업주관 기관으로 검토할 수 있으나, 산지유통 업무는 aT가 상당 부분 수행
- 법인 설립·운영 기간, 판매실적, 농어업경영정보 등록 여부, 농가구성 현황 등 사업 신청자격에 관한 설정

□ Step 3 : 사업비 사용범위 및 지출한도, 사업계획서 작성

- 광역단위 산지 생산·유통조직 육성 사업비(자부담 포함 20억원/2년) 사용범위 설정 및 범위별 지출한도 설정
 - 농가교육비, 안전성 검사비, 조직화 컨설팅, 상품개발, 홍보·마케팅 등
- 사업비 사용범위 및 지출한도 설정을 통한 지원대상자 사업계획서 작성 매뉴얼(안) 제시

□ Step 4 : 평가매뉴얼·배점표 및 주체별 역할 제시

- 사업대상자 선정을 위한 평가 매뉴얼 및 배점표(안) 제시
- 사업 성과목표, 사업실적 평가를 통한 인센티브 또는 패널티 적용 방

안, 산지 조직의 조기 정착을 위한 정부·지자체 역할 제시

□ Step 5 : 친환경산지 생산·유통조직 육성방안 수립

- 농산물 산지·소비지 유통주체별 특성 분석결과 등을 반영하여 친환경 단지·지구, 수출·가공·유통기업 등과 연계한 생협 생산자연합회 모델의 광역단위(도 단위) 산지 생산·유통조직 육성방안 제시

II. 친환경농산물 출하, 유통, 소비현황

1. 출하 현황

가. 친환경농산물 출하량

- 2005년부터 2015년까지 친환경농산물(유기농산물, 무농약농산물)의 출하량은 2005년 310,159톤, 2006년 415,713톤, 2007년 551,168톤, 2008년 669,241톤, 2009년 988,740톤, 2010년 1,161,819톤, 2011년 1,103,105톤, 2012년 1,009,769톤, 2013년 810,287톤, 2014년 575,135톤, 2015년 460,064톤으로 나타남.

- 친환경농산물 중 유기농산물의 경우 무농약농산물에 비해 출하량과 출하 비중이 낮은 편이며, 2005년부터 2015년까지 유기농산물의 출하비중은 평균 17.0% 수준이었으며, 무농약농산물은 83.0%로 나타남.
 - 유기농산물의 출하량은 2005년 68,091톤에서 2012년 168,256톤으로 증가하는 추세였으나, 2013년부터 감소하여 2015년에는 94,429톤 출하됨.
 - 무농약농산물의 출하량은 2005년 242,068톤에서 2010년 1,039,576톤으로 증가하였으나, 이후 지속적으로 감소하여 2015년 365,635톤이 출하됨.

〈표 2-1〉 연도별 친환경농산물 출하량

단위 : 톤, %

연도별	유기농산물	무농약농산물	합계
2005	68,091(22.0)	242,068(78.0)	310,159(100.0)
2006	95,404(22.9)	320,309(77.1)	415,713(100.0)
2007	107,179(19.4)	443,989(80.6)	551,168(100.0)
2008	114,649(17.1)	554,592(82.9)	669,241(100.0)
2009	108,810(11.0)	879,930(89.0)	988,740(100.0)
2010	122,243(10.5)	1,039,576(89.5)	1,161,819(100.0)
2011	123,314(11.2)	979,791(88.8)	1,103,105(100.0)
2012	168,256(16.7)	841,513(83.3)	1,009,769(100.0)
2013	116,991(14.4)	693,296(85.6)	810,287(100.0)
2014	95,694(16.6)	479,441(83.4)	575,135(100.0)
2015	94,429(20.5)	365,635(79.5)	460,064(100.0)

출처: 국립농산물품질관리원(2016년 12월 기준).

- 품목별 친환경농산물 출하량은 <표 2-2>와 같으며, 특용작물의 경우 2009년부터 출하량이 집계됨.
 - 당해 연도 출하량과 생산 비중을 가장 많이 차지하는 품목은 무농약 농산물의 채소류 품목이었으며, 연 평균 259,665톤(38.7%)를 차지하고, 유기농산물의 특용작물류가 가장 낮은 출하량과 비중을 차지함.
- 유기농산물과 무농약농산물 모두 채소류가 가장 큰 생산 비중을 차지하며, 곡류, 과일류, 서류, 특용 작물 순으로 생산 비중을 나타냄.
 - 유기농산물의 출하량이 가장 많았던 2012년은 출하량이 많았던 채소류보다 곡류의 출하량이 약 2만 톤 정도 많았으며, 이후 2015년까지

곡류, 채소류, 과실류, 특용 작물, 서류 순으로 바뀌게 됨.

〈표 2-2〉 품목별 친환경농산물 출하량

단위 : 천 톤, %

연도	유기농산물					무농약농산물				
	곡류	과실류	채소류	서류	특용작물	곡류	과실류	채소류	서류	특용작물
2005	16.8 (25.0)	4.1 (6.0)	42.9 (63.9)	3.3 (5.0)	0.0 (0.0)	34.1 (20.1)	12.4 (7.3)	115.9 (68.3)	7.2 (4.3)	0.0 (0.0)
2006	22.7 (24.5)	5.3 (5.7)	59.2 (63.8)	5.6 (6.0)		53.4 (25.6)	13.7 (6.6)	135.9 (62.4)	5.9 (2.8)	
2007	26.2 (25.3)	6.2 (6.0)	66.6 (64.2)	4.7 (4.6)		78.5 (7.6)	22.5 (7.6)	185.8 (62.4)	4.7 (3.6)	
2008	26.1 (24.1)	16.0 (14.7)	62.4 (57.4)	4.1 (3.7)		106.6 (26.5)	31.1 (7.7)	231.0 (57.4)	33.8 (8.4)	
2009	29.9 (29.5)	7.2 (7.1)	54.1 (53.5)	4.3 (4.3)	5.7 (5.6)	161.9 (18.6)	76.1 (8.8)	443.0 (51.0)	48.5 (5.6)	139.4 (16.0)
2010	29.0 (27.0)	7.9 (7.4)	58.1 (54.1)	5.4 (5.1)	6.9 (6.5)	267.1 (26.2)	40.6 (4.0)	519.8 (50.9)	36.9 (3.6)	156.8 (15.4)
2011	44.1 (37.1)	8.1 (6.8)	55.7 (46.9)	4.5 (3.8)	6.4 (5.4)	267.5 (27.7)	39.5 (4.1)	430.6 (44.6)	47.2 (4.9)	180.9 (18.7)
2012	54.0 (35.2)	9.1 (5.9)	74.8 (48.6)	9.0 (5.9)	6.8 (4.4)	269.3 (32.3)	26.9 (3.2)	351.3 (42.2)	30.2 (3.6)	155.4 (18.7)
2013	48.5 (45.9)	9.6 (9.1)	40.6 (38.4)	4.0 (3.8)	2.9 (2.7)	223.1 (32.9)	59.9 (8.8)	199.2 (29.3)	26.9 (4.0)	170.0 (25.0)
2014	38.9 (42.9)	7.2 (7.9)	35.2 (38.8)	3.3 (3.7)	6.0 (6.6)	113.8 (24.0)	22.0 (4.6)	148.7 (31.3)	14.8 (3.1)	175.6 (37.0)
2015	43.5 (49.1)	7.9 (8.9)	31.3 (35.3)	2.8 (3.2)	3.1 (3.5)	126.2 (34.9)	15.4 (4.3)	95.1 (26.3)	11.3 (3.1)	113.3 (31.4)

()는 당해 연도 친환경농산물 출하량에서 차지하는 비율임.

출처: 국립농산물품질관리원(2016년 12월 기준).

나. 친환경농산물 인증면적

- 친환경농산물 인증면적은 2010년 110,050ha에서 2012년 127,124ha로 매년 증가하였으나, 2013년부터 감소하여 2015년 말 현재 75,139ha임.
- 인증면적은 2015년도 현재 전라도가 약 43,018ha(57.3%)로 가장 컸으며, 경상도 10,132ha(13.5%), 충청도 9,182ha(12.2%), 경기도 4,744ha(6.3%), 강원도 4,199ha(5.6%), 제주도 2,555ha(3.4%) 순으로 나타남.
- 전라도의 경우 인증면적비율이 2010년 63.5%에서 2011년 66.8%로 꾸준히 증가하였으나, 이후 감소하여 2015년 현재 57.3%를 차지함.

〈표 2-3〉 지역별 친환경농산물(유기, 무농약) 인증면적

단위 : ha, %

	경기도	강원도	경상도	충청도	전라도	제주	합계
2010	4,785 (4.3)	13,655 (12.4)	10,949 (9.9)	6,907 (6.3)	69,856 (63.5)	2,257 (2.1)	110,050 (100.0)
2011	5,211 (4.5)	6,873 (6.0)	13,166 (11.5)	8,541 (7.5)	76,505 (66.8)	2,341 (2.0)	114,564 (100.0)
2012	6,070 (4.8)	7,230 (5.7)	14,848 (11.7)	10,793 (8.5)	83,245 (65.5)	2,568 (2.0)	127,124 (100.0)
2013	5,791 (4.8)	6,795 (5.7)	15,354 (12.9)	11,468 (9.6)	75,117 (62.9)	2,571 (2.2)	119,443 (100.0)
2014	4,943 (5.9)	5,552 (6.7)	11,770 (14.1)	9,812 (11.8)	47,001 (56.4)	2,522 (3.0)	83,367 (100.0)
2015	4,744 (6.3)	4,199 (5.6)	10,132 (13.5)	9,182 (12.2)	43,018 (57.3)	2,555 (3.4)	75,139 (100.0)

()는 당해 연도 친환경농산물 인증면적에서 차지하는 비율임.

특별, 광역시의 인증면적은 합계에서 경기, 강원, 경상, 충청, 전라, 제주를 제외하면 됨.

출처: 국립농산물품질관리원(2016년 12월 기준).

다. 친환경농산물 인증농가

- 유기농산물 인증농가는 2010년 10,790농가에서 2012년 16,733농가로 증가하는 추세였으나, 2013년부터 감소하여 2015년 말 현재 11,611농가 임.
- 무농약농산물 인증농가는 2010년 83,136농가에서 2012년 90,325농가로 증가하는 추세였으나, 2013년부터 감소하여 2015년 말 현재 48,407농가 임.

〈표 2-4〉 지역별 유기농산물 인증농가 수

단위 : 호, %

	경기도	강원도	경상도	충청도	전라도	제주	합계
2010	1,138 (10.5)	1,021 (9.5)	3,167 (29.4)	2,231 (20.7)	2,865 (26.6)	212 (2.0)	10,790 (100.0)
2011	1,189 (8.9)	1,093 (8.2)	3,226 (24.1)	2,411 (18.0)	5,057 (37.8)	226 (1.7)	13,376 (100.0)
2012	1,347 (8.0)	1,048 (6.3)	3,496 (20.9)	2,952 (17.6)	7,461 (44.6)	260 (1.6)	16,733 (100.0)
2013	1,171 (8.4)	890 (6.4)	3,249 (23.3)	2,733 (19.6)	5,465 (39.2)	265 (1.9)	13,957 (100.0)
2014	1,105 (9.5)	763 (6.6)	2,599 (22.3)	2,632 (22.6)	4,138 (35.6)	253 (2.2)	11,633 (100.0)
2015	1,126 (9.7)	711 (6.1)	2,547 (21.9)	2,622 (22.6)	4,215 (36.3)	263 (2.3)	11,611 (100.0)

()는 당해 연도 유기인증농가에서 차지하는 비율임.

특별, 광역시의 인증면적은 합계에서 경기, 강원, 경상, 충청, 전라, 제주를 제외하면 됨.

출처: 국립농산물품질관리원(2016년 12월 기준).

〈표 2-5〉 지역별 무농약농산물 인증농가 수

단위 : 호, %

	경기도	강원도	경상도	충청도	전라도	제주	합계
2010	3,487 (4.2)	3,615 (4.3)	11,048 (13.3)	4,579 (5.5)	58,160 (70.0)	784 (0.9)	83,136 (100.0)
2011	4,015 (4.5)	3,561 (4.0)	13,430 (15.0)	5,396 (6.0)	60,700 (67.6)	872 (1.0)	89,765 (100.0)
2012	4,280 (4.7)	3,604 (4.0)	14,651 (16.2)	6,520 (7.2)	58,270 (64.5)	871 (1.0)	90,325 (100.0)
2013	4,689 (5.2)	3,608 (4.0)	14,725 (16.4)	7,206 (8.0)	56,744 (63.1)	908 (1.0)	89,992 (100.0)
2014	4,048 (7.1)	2,459 (4.3)	10,474 (18.5)	6,159 (10.9)	31,240 (55.0)	837 (1.5)	56,756 (100.0)
2015	3,851 (8.0)	2,127 (4.4)	8,682 (17.9)	5,534 (11.4)	26,229 (54.2)	800 (1.7)	48,407 (100.0)

()는 당해 연도 무농약인증 농가에서 차지하는 비율임.

특별, 광역시의 인증면적은 합계에서 경기, 강원, 경상, 충청, 전라, 제주를 제외하면 됨.

출처: 국립농산물품질관리원(2016년 12월 기준).

2. 출하 경로

가. 2012년 유통경로별 비중¹⁾

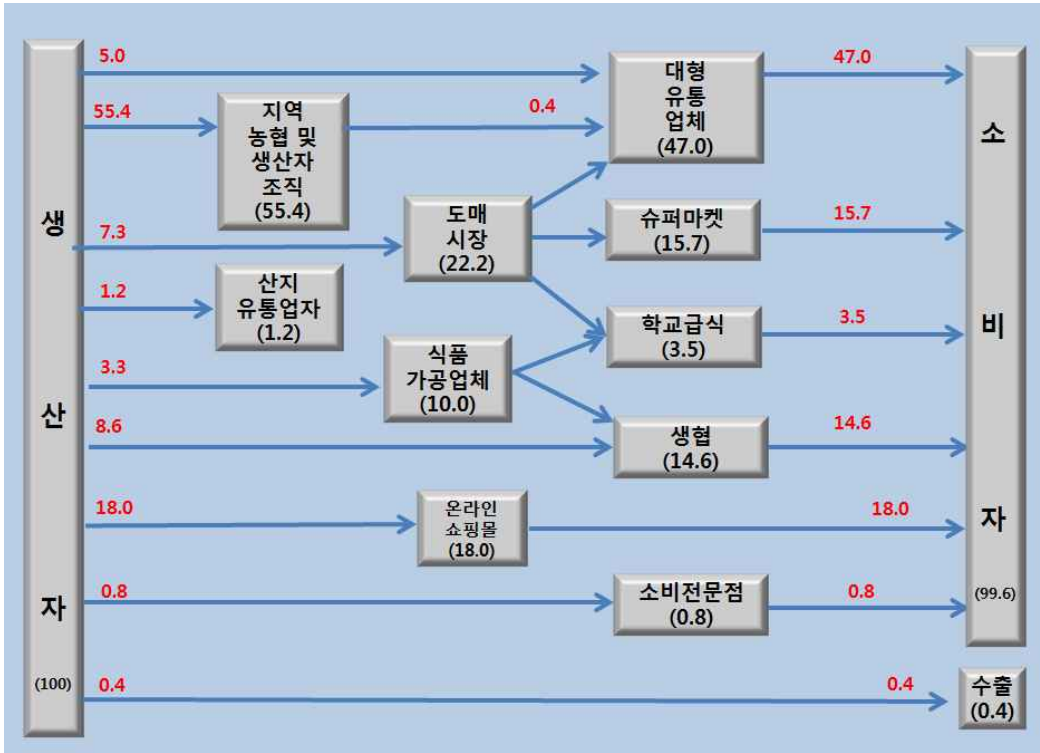
- 한국농촌경제연구원에서 조사한 바에 따르면, 친환경농산물의 유통구조에서 가장 큰 부분을 차지하고 있는 곳은 생산자조직(농협, 지역농협)으로 나타났고, 55.4%의 농산물을 유통하고 있음.

- 생산자조직(농협 및 지역농협)이 55.4%로 가장 많았고, 그 뒤를 대형유통업체가 47.0%, 도매시장에서 22.2%, 온라인 채널(홈쇼핑 등)에서 18.0%, 슈퍼마켓과 지역마트와 같은 소매단계에서 15.7%, 생협에서 14.6%를 유통하고 있음.
 - 산지 유통인(산지 수집상)과 직접적으로 소비자에게 판매하는 소매점, 수출은 매우 낮은 수준임.

- 소매점과 온라인채널, 생협은 비교적 유통단계가 적으나, 대형유통업체, 소비지 인근 마트 및 슈퍼마켓, 학교급식의 경우는 앞에 소비지보다 복잡한 유통경로를 가지는 편임.

- 1단계 출하의 경우에는 생산자 조직(농협 및 지역농협), 온라인 채널, 생협(한살림, 아이쿱 등), 소매점, 산지유통업자, 수출 순으로 나타남.
 - 1단계에서 대부분의 친환경 농산물은 생산자조직(농협 및 지역농협)을 통해 소비자에게 이동하는 것으로 추정됨.
 - 온라인 채널은 18.0%의 친환경 농산물을 유통하는 것으로 추정되며, 이 경우에는 소비자에게 직접적으로 유통되는 특징을 가짐.

1) 친환경농산물 도매시장 유통활성화 방안(한국농촌경제연구원, 2013)을 재구성함.



출처 : 친환경농산물 유통경로별 취급 비중과 특성분석, 한국농촌경제연구원, 2013.

〈그림 2-1〉 친환경농산물 유통경로별 비중

나. 2014년 유통경로별 비중²⁾

- 2013년 농식품신유통연구원의 친환경농산물 유통실태조사에서는 생산자에서 소비자까지의 유통경로를 추정함.
- 생산자의 생산량을 기준으로 1단계에서는 중간유통업체, 지역농협, 도매시장, 직거래, 가공업체로 유통됨.
 - 1단계에서 추정된 각 유통주체별 비중은 중간유통업체가 45.4%로 가

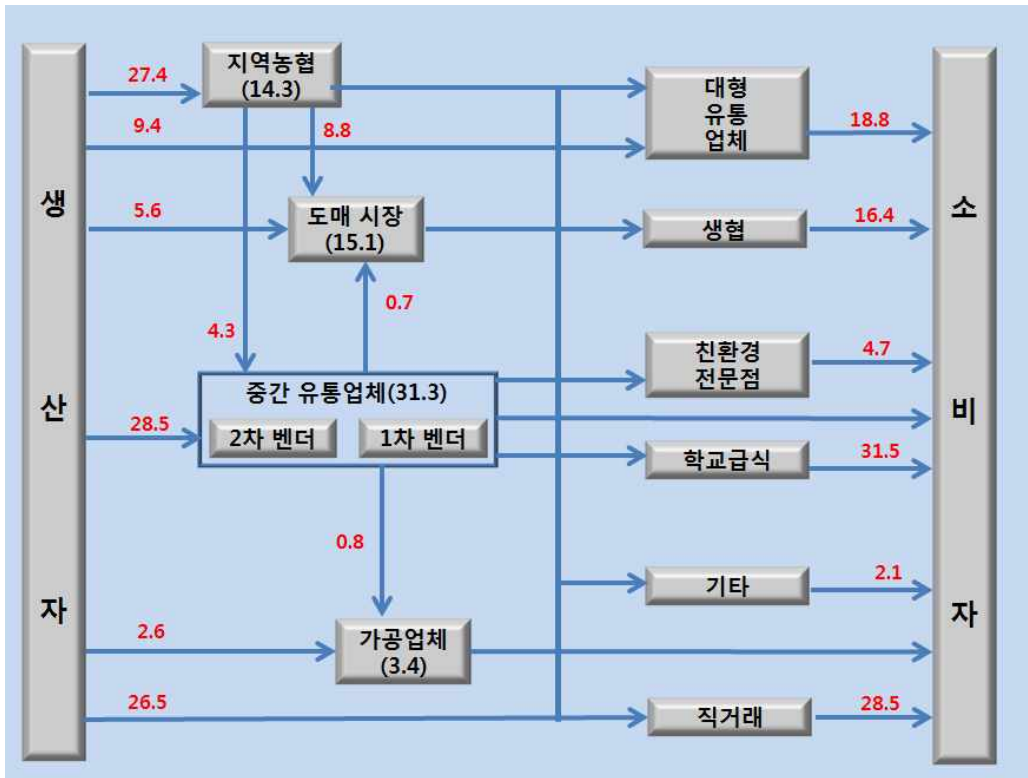
2) 친환경농산물 유통·소비실태 조사(농식품신유통연구원, 2014)를 재구성함.

다. 2015년 유통경로별 비중³⁾

1) 전체

- 친환경농산물이 유통되는 경로로는 크게 출하(산지), 중간(도매), 소비(소매)단계로 구분할 수 있음.
 - 중간(도매) : 지역농협, 도매시장, 중간유통업체(생산자조직, 중간유통전문업체), 가공업체로 구분
 - 소비(소매) : 직거래(통신거래, 전자상거래, 꾸러미사업, 로컬푸드직매장 등), 소매업체 직접거래로 구분
- 산지단계에서는 중간유통업체(28.5%)가 가장 높은 비중을 차지하며 그 다음으로는 지역농협(27.4%), 직거래(26.5%), 소매업체(9.4%), 도매시장(5.6%), 가공업체(2.6%)의 순임.
- 중간(도매)단계에서는 중간유통업체(48.8%)가 가장 높은 비중을 차지하며 그 다음으로는 도매시장(23.6%), 지역농협(22.3%), 가공업체(5.3%)의 순임
- 소비(소매)단계에서는 학교급식(31.5%)이 가장 높은 비중을 차지하며, 그 다음으로는 직거래(26.5%), 대형유통업체(18.8%), 생협(16.4%) 등의 순임.

3) 친환경농산물 생산 및 유통 현황 조사(농식품신유통연구원, 2016)를 재구성함.



출처 : 친환경농산물 생산 및 유통 현황 조사(농식품신유통연구원, 2016)를 재구성함.

〈그림 2-3〉 친환경농산물 유통경로 비중

2) 출하단계

- 생산자들이 출하하는 유통주체에 따라 크게 중간(도매)단계와 소비(소매)단계로 구분하면 각각 64.1%와 35.9%임
 - 쌀의 경우는 각각 77.1%와 22.9%이며, 쌀을 제외한 품목의 경우 54.8%와 45.3%임
 - 쌀과 다른 작물간의 유통경로가 큰 차이를 보이는 있음
- 중간(도매) 단계에서 쌀의 경우 지역농협 비중이 53.7%에 달하고 있으며, 이는 도정 이후 판매가 일반적이기 때문에 RPC 등 시설을 갖추고

있는 농협으로의 출하가 많기 때문임.

- 쌀을 제외한 품목의 경우 중간유통업체가 35.6%로 가장 많은 비중을 차지하며, 농협의 경우 8.1%에 지나지 않음

○ 소매(소비) 단계의 경우 소매업체로의 직접 출하(생협, 친환경전문점, 대형유통업체, 음식점, 기타 등)는 전체의 9.4%에 지나지 않는 반면, 소비자 직거래는 전체의 약 26.5%를 차지하고 있음.

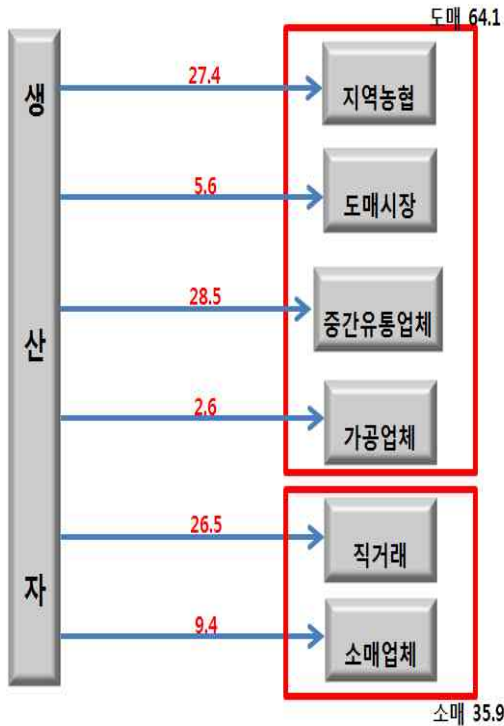
- 쌀의 경우는 각각 6.3%와 16.6%인데 반해, 쌀을 제외한 품목의 경우 각각 10.8%와 34.5%에 달함

〈표 2-6〉 친환경농산물 출하처 현황

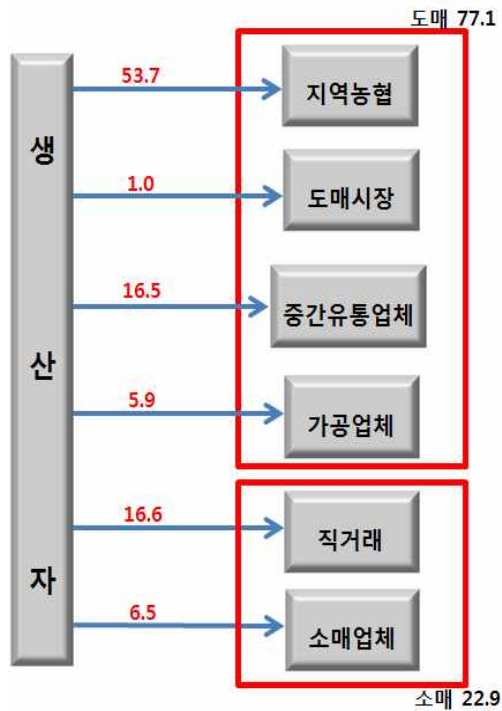
단위 : %

구 분	출 하 처	전체	쌀	쌀 제외
중간(도매)	생산자조직	13.7	9.2	15.8
	중간유통업체	14.8	7.3	19.8
	지역농협	27.4	53.7	8.1
	도매시장	5.6	1.0	10.2
	가공업체	2.6	5.9	0.9
	소 계	64.1	77.1	54.8
소비(소매)	직거래	26.5	16.6	34.5
	생협	6.0	4.6	6.3
	친환경전문점	0.9	-	1.3
	대형유통업체	1.3	0.1	2.0
	음식점	0.3	1.1	-
	기타(수출 등)	0.9	0.5	1.2
	소 계	35.9	22.9	45.3
합계		100.0	100.0	100.0

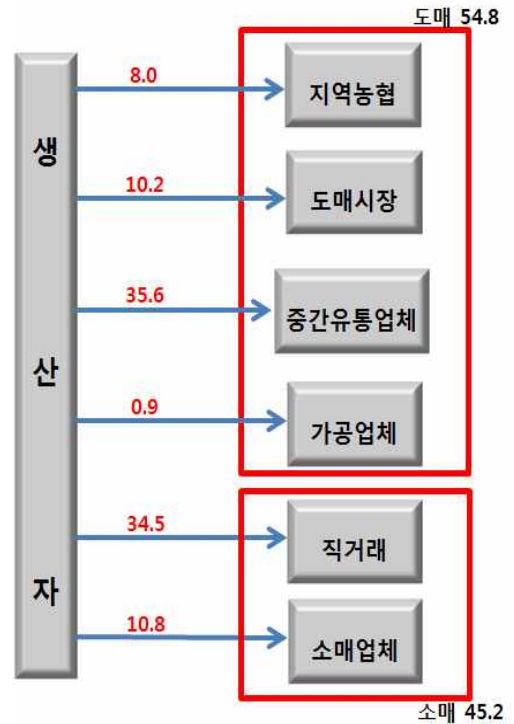
출처 : 친환경농산물 생산 및 유통 현황 조사(농식품신유통연구원, 2016)를 재구성함.



(1) 전체



(2) 쌀



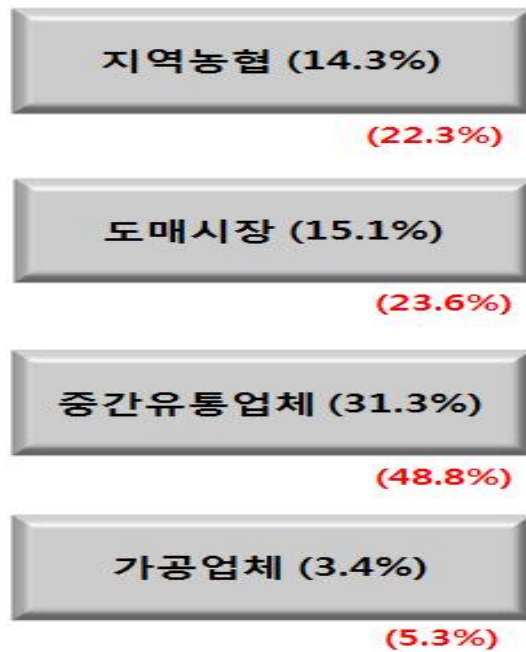
(3) 쌀 제외

출처 : 친환경농산물 생산 및 유통 현황 조사(농식품신유통연구원, 2016)를 재구성함.

〈그림 2-4〉 부류별 친환경농산물 유통경로 비중

3) 중간(도매)단계

- 생산자에게 공급받은 친환경농산물을 취급하는 중간(도매)단계는 크게 지역농협, 중간유통업체, 도매시장, 가공업체로 구분됨.
- 각각 14.3%, 15.1%, 31.3%, 3.4%이며, 이들의 중간(도매)단계 내에서 비중은 각각 22.3%, 23.6%, 48.8%, 5.3%임.



출처 : 친환경농산물 생산 및 유통 현황 조사(농식품신유통연구원, 2016)를 재구성함.

〈그림 2-5〉 친환경농산물 중간(도매)단계 비중

4) 소비(소매)단계

- 소비(소매)단계에는 생협, 친환경전문점, 대형유통업체, 학교급식, 일반 소매점, 직거래 등이 포함되며, 농식품부에서 외주 조사로 진행한 「유기농식품판매장 현황 조사」(2015)의 자료를 활용하여 매출액 기준으로 취급 비중을 설정함.
 - 직거래의 경우는 농가의 출하비중인 26.5%를 그대로 적용함.
- 소매경로에서 추정된 매출액은 약 1조 9천억 원 수준이며, 학교급식이 가장 큰 매출액을 차지하고 있는 것으로 조사되었고, 다음으로 생협, 대형마트, 백화점의 순으로 높은 비중을 차지함.
 - 학교급식 6,000억 원, 친환경전문업체(생협, 친환경전문점) 4,020억 원, 대형유통업체 3,600억 원(대형마트, 백화점, SSM, 농협), 농가 직거래 5,050억 원, 기타(외식, 수출 등) 400억 원임.

〈표 2-7〉 친환경농산물 소매경로별 시장규모

단위 : 억 원, %

구 분		시장규모	비 중
친환경 전문업체	생협	3,130	16.4
	친환경전문점	890	4.7
	소계	4,020	21.1
대형유통업체	대형마트	1,440	7.5
	백화점	1,000	5.2
	SSM	660	3.5
	농협	500	2.6
	소계	3,600	18.8
학교급식		6,000	31.5
기타(외식, 수출 등)		400	2.1
농가 직거래		5,050	26.5
합 계		19,070	100.0

출처 : 친환경농산물 생산 및 유통 현황 조사(농식품신유통연구원, 2016)를 재구성함.

3. 유통 주체별 특성

가. 지역농협

- 일반 농산물의 경우 농가들이 출하처로 가장 많이 이용하는 조직은 산지의 지역농협인데, 일반 농산물과 마찬가지로 친환경농산물 유통에 있어 산지단계에서는 지역농협의 역할이 매우 중요함.
- 농협중앙회에서 집계한 지역농협의 친환경농산물 취급규모는 2015년 기준으로 약 48만 톤, 10,569억 원으로 나타남.
 - 이 중 채소류가 4,893억 원으로 전체의 46.3%를 차지하고 있고, 다음으로 과실류가 24.5%를 차지함.
 - 2012년 취급 실적과 대비하면 금액 기준으로 약 27.7%가 감소한 것으로 나타남. 부류별로는 과실류가 40.6% 감소하였고, 다음으로 곡류가 30.1% 감소하는 등 전반적으로 큰 폭의 감소가 나타남.
 - 다만, 지역농협의 친환경농산물 취급규모(10,569억 원)는 생산자들이 도매시장이나 타 유통경로로 직접 출하한 물량에 대해서도 지역농협에서 다시 집계하는 사례가 있어, 상기 취급액 전체를 지역농협의 친환경농산물 취급액으로 인정하기는 어려울 것으로 판단됨.

〈표 2-8〉 지역농협 친환경농산물 취급액의 변화

단위 : 억원, %

구 분	2012(A)	2015(B)	변화율
곡류	2,328	1,628	-30.1
채소류	6,367	4,893	-23.2
과실류	4,350	2,586	-40.6
특작/기타	1,563	1,461	-6.5
합계	14,608	10,569	-27.7

출처 : 친환경농산물 생산 및 유통 현황 조사(농식품신유통연구원, 2016)를 재구성함.

- 그러나 지역농협의 취급실적 감소는 지역농협의 주 출하처 중 하나인 도매시장의 취급실적 감소로 이어지고, 도매시장 취급실적의 감소는 일반 소매점이나 음식점의 친환경농산물 취급실적 감소로 연결됨.
- 도매시장을 경유하여 일반 소매점에 공급되는 물량 중 상당수는 저농약 과채·과일이거나 버섯류 등으로 추정되며, 이들 품목에 대해 일반 소매점에서는 친환경 취급에 대한 정확한 인식 없이 취급하는 경우가 많은 것으로 보임.

나. 중간유통업체

- 소규모 다품목 체제의 친환경농산물의 특성상, 산지에서 여전히 중간유통업체(영농법인, 농업회사법인, 민간유통회사, 산지유통인 등 벤더 개념)를 활용한 다단계의 경로를 통해 친환경농산물이 유통되고 있음.
- 생산자가 생산한 농산물을 판매하기 위해 자발적으로 설립한 중간유통업체들이 많으며, 보통 생산과 유통이 결합되어 있고, 생산자들이 중심이 되어 운영되고 있음. 이러한 유형의 생산결합형 중간유통업체들은 친환경농산물 유통에 있어 매우 중요한 역할을 수행하고 있으며, 생협

과 전문유통업체 상당수가 이들과의 계약을 통해 친환경농산물을 공급 받고 있음.

- 또 다른 중간유통업체의 유형에는 친환경농산물의 유통만을 전문으로 하는 중간유통업체가 있으며, 이들은 일반적으로 '벤더'라고 불리고 있음.
 - 친환경농산물의 계약재배 특성으로 인해 계약 관계를 체계적으로 관리하는 전문업체가 필요하며, 이러한 관리를 통해 수요처에 필요한 품목과 물량을 적시에 공급하는 역할을 담당하고 있음.
 - 1차 벤더와 2차 벤더로 구분되며, 특정 품목을 중심으로 특화된 2차 벤더들을 보다 상위의 1차 벤더들이 관리하면서, 대형유통업체나 대형식자재업체에 상품을 공급하는 체계를 가지고 있음.
 - 이들은 국내 친환경농산물 뿐만 아니라 해외 유기농산물을 취급하기도 함. 주로 친환경 농산물의 주요 유통·판매 주체와 함께 활동하고 있는데, 대형유통업체·학교급식·전문점 등에는 모두 벤더들이 중간공급자로서의 역할을 수행하고 있음.
 - 활동하는 유통경로와 취급품목, 취급규모에 따라 다양한 사업방식이 나타나고 있으며, 이들의 조달 및 판매경로도 사업방식에 따라 매우 다양한 양상을 보이고 있음.
- 중간유통업체는 생산자로부터 전체의 절반 이상인 56.6%를 조달받으며, 그 다음으로는 생산자조직으로부터 약 21.3%를 조달받고 있음. 즉 생산자 또는 생산자조직으로부터 직접 조달하는 비중이 77.9%에 달함.

〈표 2-9〉 중간유통업체의 친환경농산물 조달방법

단위 : %

조 달 처	비 중
생산자	56.6
농협	4.0
생산자조직	21.3
산지수집상	0.4
동종중간유통업체	13.6
도매시장	0.6
기타	3.5
합 계	100.0

출처 : 친환경농산물 생산 및 유통 현황 조사(농식품신유통연구원, 2016)를 재구성함.

□ 취급자 인증현황

- 2016년 12월 말 현재 농산물품질관리원의 '취급자인증상세현황'을 분석한 결과, 중간유통단계에서의 취급자인증물량이 전체의 약 96.1%를 차지함.
 - 품목별로는 곡류(95.6%)>서류(93.9%)>특작류(91.8)>채소류(84.4%)>과실류(84.0%)의 순임. 비교적 저장성이 강한 품목류에 대한 중간유통단계에서의 인증물량 비중이 높은 것으로 나타남.
- 원산지별로는 국산이 77.1%로 가장 높았으며, 수입산은 22.4%의 비중을 차지함.
 - 과실류의 취급자인증물량은 전체 물량의 약 81.2% 차지함.

〈표 2-10〉 유통주체별 품목별 취급자인증 물량

단위 : 톤, %

		곡류	과실류	채소류	서류	특작류	기타	계	
국산	중간유통단계	농협	117,150.8 (33.4)	7,189.4 (6.8)	31,077.5 (9.5)	4,958.1 (10.9)	1,685.1 (10.5)	9,873.0 (0.6)	171,933.9 (6.9)
		중간유통	218,292.9 (62.2)	81,078.8 (77.1)	243,736.9 (74.9)	37,746.6 (83.0)	13,065.5 (81.3)	1,614,524.6 (98.8)	2,208,446.2 (89.1)
		소계	335,443.7 (95.6)	88,268.2 (84.0)	274,814.4 (84.4)	42,704.7 (93.9)	14,751.5 (91.8)	1,624,397.6 (99.4)	2,380,380.1 (96.1)
	소매단계	생협	3,261.3 (0.9)	874.6 (0.8)	3,410.8 (1.0)	1,489.0 (3.3)	65.6 (0.4)	4,530.6 (0.3)	13,631.9 (0.6)
		전문점	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	356.3 (0.0)	356.3 (0.0)
		대형마트	5,013.8 (1.4)	4,159.7 (4.0)	5,191.0 (1.6)	426.1 (0.9)	168.1 (1.0)	4,930.1 (0.3)	19,888.9 (0.8)
		학교급식	7,341.1 (2.1)	11,813.3 (11.2)	42,036.0 (12.9)	873.6 (1.9)	1,088.2 (6.8)	200.6 (0.0)	63,352.8 (2.6)
		소계	15,616.2 (4.4)	16,847.6 (16.0)	50,637.8 (15.6)	2,788.8 (6.1)	1,321.9 (8.2)	10,017.5 (0.6)	97,229.8 (3.9)
	소계	351,059.9 (100.0)[77.4]	105,115.8 (100.0)[18.6]	325,452.2 (100.0)[99.1]	45,493.5 (100.0)[100.0]	16,072.5 (100.0)[85.4]	1,634,415.1 (100.0)[90.7]	2,477,609.9 (100.0)[77.1]	
	국산/수입산		4,665.3 [1.0]	873.6 [0.2]	3,036.0 [0.9]	21.2 [0.0]	2,741.2 [14.6]	2,411.8 [0.1]	13,749.0 [0.4]
수입산		97,834.4 [21.6]	457,945.6 [81.2]	80.0 [0.0]	0.0 [0.0]	0.0 [0.0]	164,766.3 [9.1]	720,626.4 [22.4]	
합계		453,559.6 [100.0]	563,935.0 [100.0]	328,568.2 [100.0]	45,514.7 [100.0]	18,813.7 [100.0]	1,801,593.2 [100.0]	3,211,985.3 [100.0]	

()는 국산에서의 비중, []은 원산지 비중.

〈표 2-11〉 유통주체별 품목별 취급자인증 작업장면적

단위 : m²

		곡류	과실류	채소류	서류	특작류	기타	계	
국산	중간유통단계	농협	2,367,451.5 (75.8)	90,040.0 (17.7)	310,547.5 (20.1)	42,966.7 (23.2)	78,180.3 (26.1)	7,823.3 (0.8)	2,897,009.2 (45.2)
		중간유통	658,465.0 (21.1)	150,973.2 (29.7)	966,106.2 (62.5)	114,372.1 (61.8)	162,386.7 (54.2)	880,257.0 (93.8)	2,932,560.2 (45.8)
		소계	3,025,916.5 (96.9)	241,013.2 (47.3)	1,276,653.7 (82.6)	157,338.8 (85.0)	240,567.0 (80.4)	888,080.3 (94.7)	5,829,569.4 (91.0)
	소매단계	생협	6,184.8 (0.2)	7,930.0 (1.6)	33,700.0 (2.2)	6,740.0 (3.6)	2,380.0 (0.8)	3,737.9 (0.4)	60,672.7 (0.9)
		전문점	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	1,835.1 (0.2)	1,835.1 (0.0)
		대형마트	24,911.3 (0.8)	59,864.2 (11.8)	59,864.2 (3.9)	8,359.5 (4.5)	23,122.6 (7.7)	39,985.8 (4.3)	171,049.1 (2.7)
		학교급식	66,292.3 (2.1)	174,527.0 (34.4)	174,527.0 (11.3)	12,575.7 (6.8)	33,323.8 (11.1)	4,353.0 (0.5)	341,517.1 (5.3)
		소계	97,388.4 (3.1)	268,091.2 (52.7)	268,091.2 (17.4)	27,675.2 (15.0)	58,826.4 (19.6)	49,911.7 (5.3)	575,074.0 (9.0)
	소계	3,123,304.9 (100.0)[21.5]	509,104.4 (100.0)[92.6]	1,544,744.9 (100.0)[97.4]	185,014.0 (100.0)[99.9]	299,393.4 (100.0)[97.7]	937,992.0 (100.0)[8.4]	6,404,643.4 (100.0)[22.7]	
	국산/수입산		4,116.6 [0.0]	6,123.3 [1.1]	6,123.3 [0.4]	251.0 [0.1]	7,000.2 [2.3]	9,640.4 [0.1]	33,473.3 [0.1]
수입산		11,373,203.7 [78.4]	34,665.5 [6.3]	34,665.5 [2.2]	0.0 [0.0]	0.0 [0.0]	10,260,004.0 [91.5]	21,744,594.6 [77.2]	
합계		14,500,625.5 [100.0]	549,893.2 [100.0]	1,585,533.7 [100.0]	185,265.0 [100.0]	306,393.6 [100.0]	11,207,636.4 [100.0]	28,182,711.3 [100.0]	

()는 국산에서의 비중, []은 원산지 비중.

다. 도매시장

- 친환경농산물을 도매시장에 출하하는 이유는 생협이나 대형유통업체 등 차별화된 판로를 확보하지 못했거나 과잉 생산된 품목의 대량물량을 신속하게 처리하고자 하기 위함
 - 특히 친환경농업으로 전환한 초기에 판로나 소비처를 확보하지 못한 생산자의 주요 출하처로서의 기능을 하고 있음
 - 버섯처럼 재배특성상 친환경 재배가 관행화되어 있는 경우이거나, 유통경로가 제한적인 상황에서 과잉 생산된 물량을 처리하기 위한 경우 도매시장을 이용하고 있음.

- 도매시장 출하의 장점으로서는 품질에 관계없이 대량유통이 가능하고 결제가 신속하고 안전하며, 안정적인 판로 확보가 가능하다는 점임. 단점은 일반농산물에 비해 친환경농산물의 차별성을 인정하지 않고, 생협 등 전문유통채널과 달리 가격변동, 낮은 수취가격, 낮은 신뢰도의 위험에 노출된다는 점임.

- 도매시장에는 주로 무농약농산물이 출하되며, 상대적으로 가격의 유리성이 없고 수익성이 낮다는 특징을 가지고 있음
 - 재배방식이 친환경으로 전환된 경우의 대표적인 사례로는 버섯류, 토마토, 딸기 등을 들 수 있으며, 과잉 생산된 친환경농산물을 처리하는 경우는 학교급식용 생산에 집중하는 농가에서 많이 발생하는데, 방학기간에는 도매시장을 통해 헐값으로라도 출하하는 경향을 보임.

- 친환경농산물의 도매시장 출하실적은 매년 농식품부에서 발간하는 ‘농수산물도매시장통계연보’에 나타남.
 - 2015년 가락시장으로 반입된 친환경농산물은 87,702톤이며, 금액으로는 2,142억원 규모임. 공영도매시장 친환경농산물 반입량에서 가락시장이 차지하는 비중은 2013년 기준으로 44.3%이기 때문에 전국 공영

도매시장의 취급물량은 약 20만 톤 규모로 판단됨.

〈표 2-12〉 가락시장의 친환경 농산물 취급현황(2015)

단위 : 톤, %

구 분	유기	무농약	저농약	합 계
전체 생산량	94,429	365,636	117,386	577,451
가락시장 물량	438	57,044	30,221	87,702
가락시장 비중	0.5	15.6	25.7	15.2

출처 : 서울시농수산물공사.

- 2105년 기준 가락시장에 반입되는 친환경농산물은 무농약이 가장 많고, 다음이 저농약과 유기농 순임.
 - 저농약농산물은 주로 과일·과채류에서 많이 반입되고 있으며, 배, 수박, 단감, 참외 등이 높은 비중을 차지함.
 - 무농약농산물의 경우는 재배적 특성에서 기인하는 버섯이 큰 비중을 차지하고 있으며, 상위 3개 버섯이 가락시장 무농약 농산물 반입물량에서 차지하는 비중은 82.4%에 달함.
 - 2016년부터 저농약인증이 완전 폐지되었기 때문에 2016년 공영도매시장의 친환경농산물 거래 실적은 2015년보다 줄어들 것으로 예상됨.

〈표 2-13〉 가락시장의 친환경 농산물 품목별 취급현황(2015)

단위 : 톤, %

구분	구성비	유기농	무농약	저농약
전체물량	100.0	438	57,044	30,221
상위 10개 품목	71.1	82	50,684	17,114
1 새송이버섯	22.7	0	19,938	0
2 느타리버섯	17.1	0	14,984	1
3 팽이버섯	13.8	0	12,085	1
4 배 신고	8.8	10	24	7,727
5 맛느타리버섯	3.2	1	2,791	1
6 참외(일반)	2.9	1	3	2,511
7 단감부유	2.7	6	6	2,323
8 수박 기타	2.5	0	135	2,090
9 토마토(일반)	1.9	64	706	913
10 포장수박	1.8	0	12	1,547

출처 : 서울시농수산물공사.

라. 생협

- 생협은 한살림생협연합회와 아이쿱생협연합회, 두레생협연합회, 여성민우회생협, 정농생협 등이 있으며, 생협의 친환경농산물 거래는 생산자(조직)와 소비자조직이 제휴·결합 하여 도농공동체 운동 등 운동적 측면과 직거래의 효율성을 추구하는 경제적 측면이 조화된 형태임.
- 생협의 친환경농산물 판매방식에는 두 가지가 있는데, 1주일 전에 인터넷 또는 전화로 주문하면 주 1~2회 각 가정으로 배달해주는 가정별 공급방식과 직영매장에서 조합원이 직접 구입하는 방식 등이 있음.
 - 그러나 최근 생협 매출액 중에서 매장판매의 비율은 약 70% 이상을 차지하고 있어, 생협의 매장설립이 증가하고 있음.
 - 생협의 직영매장을 운영하는 이유는 조합원 확대를 통한 가정별 공급액의 증대에 한계를 보이고 있으며 개별주문과 공급에 소요되는 물류

비용 부담 때문인 것으로 판단됨.

〈표 2-14〉 친환경전문점 및 생협 매장 수 및 매출액

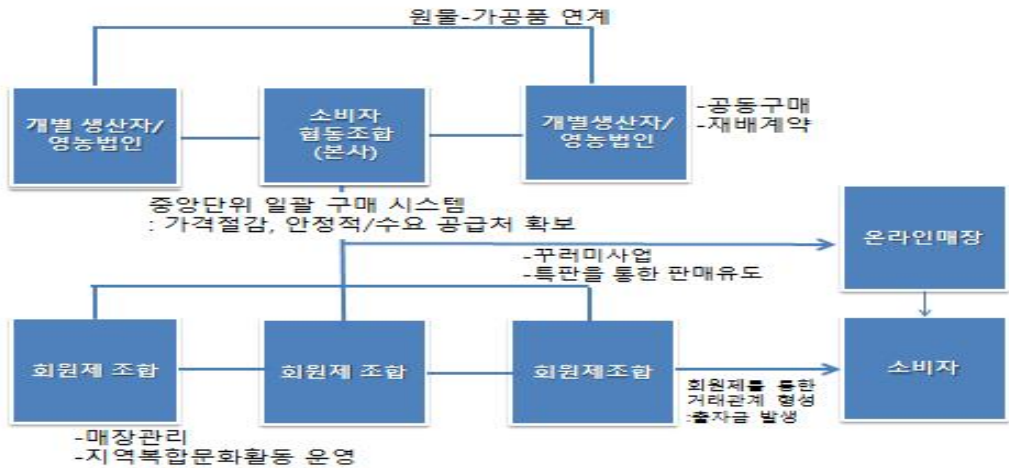
단위 : 개소, 억 원

업 태	매 장 수		매 출 액	
	2014	2015	2014	2015
친환경전문점	623	724	1,545	1,779
생협	556	624	5,881	6,272
소 계	1,179	1,348	7,426	8,051

출처 : 농림축산식품부 보도자료(2016.3.28.).

- 생협은 '생산자 참여형 생협'과 '소비자 주도형 생협'에 따라 선호하는 산지조직이 차이를 보임.
 - '생산자 참여형 생협'의 경우 생산자 조합원의 물품을 다른 생산자의 물품보다 우선적으로 구매함.
 - 생산자 참여형 생협은 호저생협, 괴산, 음성, 풀무 등이 있음.
 - '소비자 주도형 생협'의 경우 유기농업의 자연과 소비자에게 유익한 생산을 지향하는 생산자와 조직의 농산물을 우선적으로 구입함.
 - 소비자 주도형 생협에는 여성민우회 등이 있음.

- 생협은 생산자 또는 생산자조직과 주로 계약재배 방식으로 친환경농산물을 조달하고 있으며, 출하기간 내내 큰 가격변동 없이 고정가격으로 거래하고 있음(생산계약재배).
 - 생산자입장에서 출하가격 및 소득의 안정을 기할 수 있어 선호도가 높은 출하처임.
 - 생산자 선정에 있어서 개인 생산자 보다는 작목반 등 조직이나 단체를 구성하는 생산자를 우선시함.



출처: 경기도 친환경농업 및 로컬푸드 활성화를 위한 친환경농산물 소매장 건립 및 운영 방안 수립(지역농업네트워크, 2013).

〈그림 2-6〉 소비자협동조합 운영형태

- 계약재배란 생산자와 계약자 또는 구매자가 미래에 농산품을 생산하여 인도하기로 사전에 가격, 수량, 품질, 거래방법 등에 대해 일정한 약속을 하고 거래하는 행위임.
 - 계약재배를 통해서 소비자와 공동으로 생산 및 가격 안정 기금을 운영하며 생산의 안전성을 높이고 전국 물류시스템을 구축하는 한편 물류효율화를 추구하여 불필요한 유통비용을 절감하는 등의 경제성을 확보하고 있음.
 - 이를 통해 생산자는 보다 안정적인 생산이 가능해지고 조합원도 보다 안정적인 가격으로 상품 구입이 가능해짐.
- 생협은 각 지역에 지역생협이 있으며, 전국에 분산되어 있는 생산자 또는 생산자조직과 직거래하고 있음.
 - 생협연합회는 전국에 분산된 생산자와 소비자를 연계하기 위하여 품목별 생산의 규모화, 물류, 가격결정 등을 공동으로 수행함.

- 즉 생협은 광범위하게 분산되어 있는 생산지와 소비지를 연계하는 중계기구이지만 물류센터를 설치 운영함으로써 취급물량의 규모화 및 효율화를 도모함.
 - 생협의 주요 소비지는 서울 등 수도권에 집중되어 있으며 전국 매출의 약 70%를 차지함.
 - 규모가 상대적으로 큰 지역생협의 경우 생산자와 직접거래를 하는 경우도 있지만, 규모가 작은 생협은 생협의 물류센터를 통해서 공급을 받음.
 - 채소, 과일 등 신선식품은 지역생협에서 직접 구매하는 경우도 있으며, 공산품은 대부분 생협 연합회에서 조달함.
- 유통마진을 통해 생협의 실태를 파악해 보면 마진이 평균적으로 약 25% 안팎으로 나타나 타 유통경로 보다 유통마진이 작음.
- 그러나 최근 생협의 취급물량은 친환경농산물의 생산량 증가추세를 따라 잡지 못하고 있음.
 - 또한 생협의 개별 수주 및 발주체계는 물류비용 등 유통비용과 유통마진이 과다하게 발생되고 있어 생협의 경영을 악화시키고 있음.
 - 일부 생협에서는 가격경쟁력을 이유로 계약재배 가격을 낮추는 사례도 나타나고 있음.
- 생협이 생산자 수취가격 결정하는 방식은 생산자와 소비자 간 상호 협의의 하에 결정하는 것을 원칙으로 함.
- 주로 전년도 공급가격을 기준으로 산지 수취가격을 결정하며 생산비에 근거하여 작황이나 출하시기, 타단체나 업체의 가격, 시장가격 등을 협의 하에 진행함.
 - 그러나 경우에 따라서는 계약단가가 낮아 친환경농산물 생산비를 완전히 보장해주지 못하는 사례도 있음.
 - 친환경농산물 가공품은 물품사양서와 생산원가표를 제출받아 이에 근

거하여 가격을 상호 협의하여 결정하고 있음.

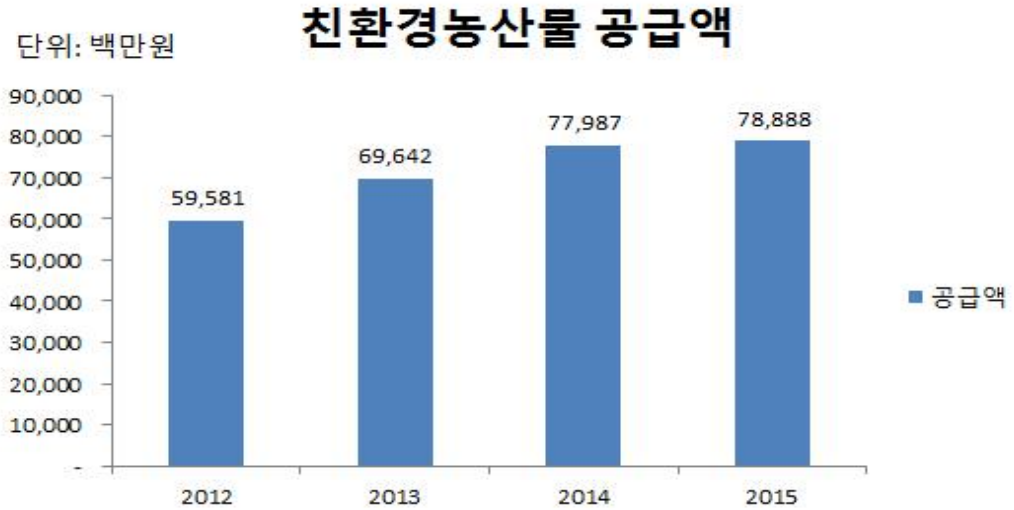
- 한살림의 생산자연합회는 일반 기업과는 달리 상업적 이익이 목표가 아닌 인간 생태계를 먼저 생각하는 것을 목표로 함.
 - 현재 판매중인 농축산물 친환경성, 안전성 등에 관한 엄격한 기준에 따라 선별하여, 소비자들에게 공급되고 있음.
 - 한살림 생협의 경우 전년도 소비량에 기초하여 공급예정량을 설정하고 생산자나 생산지별로 생산을 의뢰한다. 공급예정량을 기준으로 하여 '생산계획신청서'를 작성하게 되는데 이는 생산자와 소비자가 맺는 일종의 약속이며 이 신청서에 근거하여 수급계획이 조절되고 공급이 이루어지게 됨.

- 아이쿱생협의 생산자협의회는 윤리적 생산을 추구함.
 - 생산자협의회 구성은 지역단위보다 품목별 전국조직임.
 - 구체적인 사업은 농업생산 기술의 향상, 품질 향상을 위해 연구팀을 운영하고 농법의 공유를 공동으로 수행함.
 - 아이쿱생협의 경우 판매 대행제를 도입하여 생협이 스스로 자율적인 수급관리가 용이하도록 함.
 - 판매 대행제와 파종 전 계약을 통해서 실질적인 신뢰체계 완성이 가능함
 - 또한 모든 물품은 ICOOP인증센터의 산지관리를 통해 관리함으로써 아이쿱생협에서 취급하는 모든 농산물의 안전성을 담보하고 있음.

- 아이쿱생협 조합원은 일반적으로 20~30% 정도 할인된 가격에 물품을 구입할 수 있음. 대신 월 회비를 납부하여야 함.
 - 2011년 배추 파동 당시 일반 시장에서 한 포기 15,000원에 팔릴 정도로 가격이 올랐던 배추를 한살림 등의 생협에서는 1,300원 남짓에 공급했음.

- 한살림생협과 아이쿱생협은 회원 생협의 유통사업을 연합회로 집중하여 물류 효율화를 추구함.

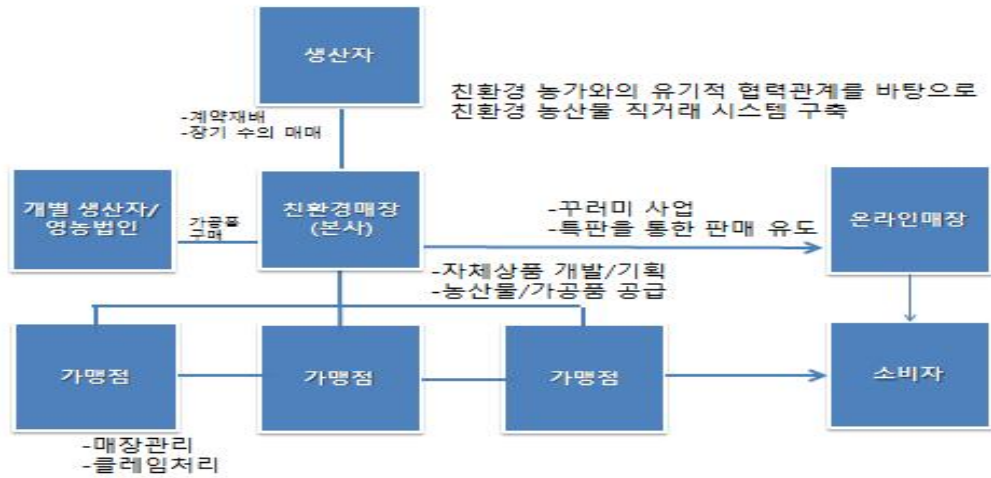
- 2011년 대비 2015년 현재 생협 기준 부류별 취급 비중을 보면 양곡 (7.8%→6.5%)과 과일(24.0%→21.4%)은 줄고, 축산(20.7%→21.9%), 수산 (8.5%→9.2%), 가공식품(34.5→34.8%) 등은 증가함.



〈그림 2-7〉 한살림 친환경농산물 공급액

마. 전문점

- 친환경농가와의 유기적 협력관계를 바탕으로 친환경농산물 직거래 시스템을 구축함.



출처: 경기도 친환경농업 및 로컬푸드 활성화를 위한 친환경농산물 소매장 건립 및 운영 방안 수립(지역농업네트워크, 2013).

〈그림 2-8〉 친환경농산물 전문매장 운영형태

- 율가홀푸드에서 취급하는 품목들은 친환경채소, 친환경과일, 친환경곡식, 냉동식품, 정육, 수산, 건강식품, 흙밀, 빵 등임.
 - 약 5,000여 가지의 다양한 상품을 취급하고 있으며 상품 안전성에 대해 엄격한 관리를 하고 있음.
 - 초록마을의 경우 친환경/유기농 제품군 위주의 상품 구성됨.
- 2014년 10월 기준으로 친환경전문점의 매장 수는 초록마을이 370개로 가장 많고 율가홀푸드 88개, 무공이네 47개 순이며, 학사농장, 해가온, 흙살림, 새농 등이 3~6개소의 매장을 운영하고 있음.

〈표 2-15〉 올가홀푸드 취급품목

대분류	중분류	소분류	상품구성
신선 식품	농산물	쌀, 잡곡류	멥쌀류, 찰쌀류, 잡곡류 등
		채소류	엽채류, 근채류, 나물류 등
		과실류	채소류, 과일류
		기타(버섯, 견과류 등)	버섯류, 견과류
	축산물	닭, 돼지, 한우, 유제품 등	
	수산물	생선, 조개, 건어, 해조, 젓갈, 수산 가공	
	파머스 마켓	프리미엄 친환경 농산물	
가공 식품	농산물	쌀, 잡곡류	곡식가루, HMR제품(가정간편식), 떡, 케이크, 선식, 생식 등
		채소류	반찬, 절임류, HMR제품(가정간편식) 등
		과실류	잼, 병조림, 주스, 차 즙, 음료 효소 등
		기타(버섯, 견과류 등)	죽, 후레이크, 가루 등
	축/수산물	반찬 및 HMR제품(가정간편식) 등	
	기타	생수, 고로쇠	
생활 용품	화장품	기초, 색조, 세안제, 팩, 유아용품, 기능성 등	
	의류잡화	의류, 패션, 잡화	
	기타	비누, 치약, 면제품, 휴지, 자기, 도서 등	

출처: 경기도 친환경농업 및 로컬푸드 활성화를 위한 친환경농산물 소매장 건립 및 운영방안 수립(지역농업네트워크, 2013).

바. 대형마트4)

- 대형 유통업체의 경우 지역농협, 도매시장, 중간유통업체, 가공업체를 통해 공급받으며, 대형유통업체의 자체브랜드(Private Brand, PB)를 활용함.

〈표 2-16〉 대형마트 자체브랜드

구분		친환경 브랜드명	구분	친환경 브랜드명	
농협		아침마루	백화점	롯데	푸름
대형 할인점	이마트	자연주의, 이후레쉬		현대	한들내음, 유기농하우스
	롯데 마트	자연애찬		갤러 리아	후레쉬 그루메
	홈플 러스	웰빙플러스		신세계	그린스타

출처: 김창길, 친환경 소비성향과 마케팅 전략, 한국농촌경제연구원, 2008.

- 대형마트의 경우 친환경농산물의 생산과 소비가 증가하게 되자 특정매입⁵⁾에서 직매입 형태⁶⁾로 전환함.
 - 직매입 대비 특정매입 비중은 이마트 5.5:4.5 롯데마트 5:5 홈플러스 3:7로 직매입 비중이 점차 확대되는 추세임. (과일의 경우 전량 직매입)
- E사의 경우 농산물 유통은 전문유통협력업체를 이용한 조달과 산지직구매를 병행하는 방식이며, 이를 위해 거래 농가 리스트 작성하는 등의 관리방식을 갖고 있음.

4) 박규동, 친환경농산물 시장관리의 필요성에서 발췌함.

5) 특정매입: 납품업자로부터 상품을 우선 매입해서 판매한 뒤 안 팔린 상품은 반품하는 거래형태를 말함.

6) 직매입: 직접 상품을 구매하여 판매하고 남은 재고에 대해서도 책임을 지는 것.

- 구체적인 관리과정으로는 취급 농산물 대상을 자체 잔류농약검사, 재배기간 중 생산농가 방문을 통한 장부 및 재배일지관리, 계약 성실 이행 여부 확인 등이 있음.
- 대형마트에서는 중간유통업체(32.8%) 지역농협(27.4%) 도매시장(15.1%), 가공업체(3.9%)순으로 친환경 농산물을 공급받음.
 - 할인점과 같은 대형유통업체는 최근 친환경농산물을 차별화 전략의 하나로 인식하여 산지 직구매를 늘리고 있음.
 - 대형유통업체의 산지직구매 비율은 대체로 전체의 절반 수준이며, 구색상품은 주로 벤더를 이용함.
 - 대형유통업체에서 친환경농산물의 산지직거래 확대 의향 시, 가장 선호되는 산지 공급주체는 일반농산물과 유사하게 친환경 채소류와 친환경 청과류에서는 작목반과 농협으로 나타났지만, 친환경 채소류의 경우 추가적으로 영농조합법인도 선호되는 것으로 나타남.
- 농식품부, '15년 친환경농산물 소매판매 현황조사 에 따르면 대형마트의 친환경농산물 매출액은 2014년에 2,179억 원, 2015년 2,061억 원임을 알 수 있음.

사. 학교급식

1) 전반적인 현황

- 우수하고 안전한 식재료에 대한 요구가 커지면서 친환경농산물을 학교 급식 식재료로 이용하는 비중이 점점 늘어나고 있음. 2000년대 초반 일부 지자체를 중심으로 시작된 친환경학교급식은 이제 전국적으로 실시되고 있으며, 친환경농산물 유통에 있어 중요한 유통경로로 자리 잡고 있음.
- 친환경학교급식은 지자체의 여건에 따라 다양하게 운영되고 있는데, 서울시의 경우는 강서·가락도매시장 내에 친환경유통센터를 설립하고 운영은 서울시농수산물공사에 맡기고 있으며, 경기도의 경우는 경기농림진흥재단을 통해 공급업체를 선정하여 통합 구매하는 방식을 취하고 있음.

〈표 2-17〉 친환경농산물 학교급식 공급규모(2010~2015.6)

단위 : 톤, 개소

연 도	친환경농산물 공급물량	지원 학교수
2010	59,139	8,742
2011	62,899	9,796
2012	79,334	10,818
2013	78,748	11,335
2014	116,103	11,136
2015.6	52,870	10,519

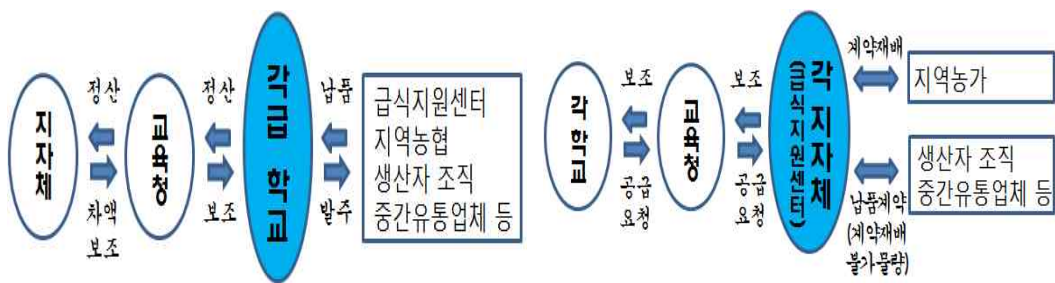
출처 : 농림축산식품부 자체조사 자료.

- 농림축산식품부의 2015년 시군 및 교육청을 통하여 조사한 결과에 따르면, 2015년 6월까지 학교급식에 공급된 친환경농산물의 규모는 52,870톤이었으며, 이를 연간으로 환산할 경우 약 12만 톤 규모로 추정됨.

- 그러나 이 물량에는 학교 개별로 추진하는 경우는 제외되어 있고, 일부 지자체의 경우 친환경농산물 학교급식 실적에서 쌀이 제외되는 경우도 있어, 12만 톤보다 많은 양이 학교급식에 공급될 것으로 예상됨.
- 이러한 문제점을 감안하여 금액으로 환산할 경우 경기도의 친환경농산물 공급액이 1,500억 원 수준으로 분석되었고, 이를 전국으로 확대할 경우 친환경농산물 학교급식 규모는 약 6,000억 원으로 추정하고 있음.

2) 친환경농산물 학교급식 확대 방향

- 친환경 학교급식 우수 지자체는 직영형태의 현물중심 공급체계 또는 별도의 수발주 시스템을 구축한 것이 특징
- 학교급식을 지자체가 주도하는 경우(경기도, 경상북도, 충남 아산 등) 친환경급식 비중이 상대적으로 높은 것으로 분석
 - (인천) 2.2~11.0%, (강원) 7.0~14.9% ↔ (아산) 71%, (홍성) 63.5%, (횡성) 42.3%



(1) 통상적인 친환경 학교급식 체계

(2) 친환경 급식 우수 지자체

〈그림 2-9〉 친환경 학교급식의 농산물 공급체계

- 지자체 차액 지원금이 교육청에 제공되어도 실제 집행여부 확인이 곤란하다는 일부 의견에 따라 수·발주 시스템 고도화 추진

- 학교급식 관계자에 대한 교육·체험·홍보 지원을 통한 고정고객 확보
 - 환경가치에 대한 영양(교)사, 학생 교육 등을 통해 상대적으로 낮은 친환경농산물 가격만족도를 만회하고 미래세대를 고정고객으로 확보

과 제	방 법	효 과
①지자체 주도의 광역단위 현물지원 체계 구축(중장기)	⇒ 학교급식법(교육부) 개정	⇒ 계약재배 확대 및 최저가 입찰제 대체
②학교급식 수·발주 전산시스템 구축(중장기)	⇒ NEIS 연계 시스템 보완 또는 확대	⇒ 친환경농산물 급식 투명성 확보 및 관련 통계 구축
③학교급식지원센터 교육·체험 지원(단기)	⇒ 의무자조금, 친환경소비촉진 홍보사업	⇒ 어린이 중심의 미래세대 친환경농산물 소비자 확보

〈그림 2-10〉 친환경농산물 학교급식 확대를 위한 과제

3) 충남 학교급식지원센터 사례

□ 원물 조달 방법

- 학교급식에서 친환경농산물 조달 유형은 공급자 특성에 따라 구분되며, 민간공급업체를 통한 조달, 학교급식지원센터를 통한 조달, 농수산물 유통공사의 사이버거래소(G2B)를 통한 방식으로 구분함.
- 민간 공급업체를 통한 식재료 조달은 가장 일반적인 학교급식 식재료 조달 유형임.
 - 학교가 입찰, 수의계약을 통해 공급업체를 선정하고 공급계약을 체결하는 등 식재료 조달전반을 주관함.
- 사이버거래소를 통한 학교급식전자조달은 비대면 입찰방식으로 거래 투명성을 제고 시킬 수 있다는 측면에서 교육과학기술부가 권장하는

방식임.

- 학교급식지원센터의 운영 및 식재료 공급 범위와 방식은 지역여건에 따라 차이가 있음.
 - 운영주체 측면에서 보면, 학교급식지원센터는 지방자치단체가 직접 운영하거나 관리, 감독 등을 농협 등 지역생산자 단체, 또는 공공기관 등에 위탁하는 경우가 있음.
 - 최근에는 농협이 학교급식지원센터 운영에서 차지하는 비중이 높아짐.

□ 선호하는 산지 조직

- 충청남도의 학교급식 지원센터의 경우 시군별 학교급식지원센터 설치, 센터 운영 모형을 통합 민간 위탁형 (물류기지형) 으로 정함 또한 광역센터를 설치하여 시군 센터를 조정, 운영 할 수 있도록 함.
 - 이러한 운영방식은 계약재배를 통하여 물가상승이나 물량부족에 대한 관리가 가능하고, 식재료 대량구매에 따른 교섭력을 강화해 식재료 원가 절감이 가능해짐.
 - 식재료 유통단계를 축소시켜 유통구조를 개선시키고 식재료의 안정성과 신뢰도가 높아짐.
 - 이러한 이유들을 바탕으로 충청남도는 통합 민간 위탁형 (물류기지형) 학교급식지원센터를 설립 방향으로 정함.

□ 취급품목

- 학교급식지원센터에서 취급하는 식재료의 범위는 급식지원센터의 여건에 따라 차이가 있음.
 - 학교급식지원센터의 주요 취급품목은 쌀, 잡곡류, 채소류, 과일류 등이었으며, 모두 친환경농산물을 취급하고 있음.

- 친환경농산물의 경우 일부 학교 급식지원센터에서 친환경 쌀을 취급하

지 않는 사례가 있었으나, 대부분의 경우 친환경농산물로서 쌀, 잡곡류, 채소류, 과일류 등을 취급하고 있음.

〈표 2-18〉 학교급식지원센터 취급 주요 친환경농산물

단위: 개소

	전체	광역학교급식지원센터	
		서울	경기도
쌀	4	●	
잡곡류	6	●	●
채소류	6	●	●
과일류	5	●	●

출처 : 황윤재외 3인, “학교급식 친환경농산물 안전성 관리 방안”, 한국농촌경제연구원, 2012.

□ 매출규모

- 당진 학교급식지원센터는 사업운영 초기(2011년,2012년)에 친환경농산물의 공급량이 10%내로서 극히 저조함.

〈표 2-19〉 당진시 연도별 학교급식 농산물 공급 실적

단위: 톤, 백만 원

년도	친환경농산물		지역산농산물	
	물량	금액	물량	금액
2011	41(6.40%)	180(10.6%)	361(56.7%)	620(36.5%)
2012	60(7.70%)	290(10.1%)	476(61.0%)	1.172(41.0%)
2013	332(37.0%)	1.023(36.0%)	553(62.0%)	1.280(44.0%)
2014	385(46.0%)	1.268(41.0%)	526(63.0%)	1.401(45.0%)

출처 : 당진시, 2014년 통계연보.

- 아산센터는 2013년 농산물, 김치류만 학교에 공급하다가 2014년부터 축산물을 공급하고 있음.

〈표 2-20〉 아산시 연도별 학교급식 농산물 공급 실적

단위: 톤, 백만 원

년도	친환경농산물		지역산농산물	
	물량	금액	물량	금액
2012	936(71.0%)	3.727(69.3%)	888(67.6%)	3.059(56.8%)
2013	858(74.0%)	5.141(63.0%)	1.214(66.0%)	4.766(58.0%)
2014	1.211(56.0%)	5.831(48.0%)	1.420(66.0%)	7.413(61.0%)

출처 : 아산시, 2014년 통계자료.

- 흥성센터의 운영 특징은 거버넌스 운영체계가 잘 구축되어 있고 친환경 농산물 계약 재배 및 공급을 위한 중간조직으로 생산자단체가 잘 구축되어 있음.
- 이를 바탕으로 생산농민의 수취가격이 안정적이고 공산물 및 축산물 등 다른 식재료도 경쟁 입찰을 유지하면서 품질 좋은 재료를 적정가격에 공급하고 있음.

〈표 2-21〉 흥성군 연도별 학교급식 농산물 공급 실적

단위: 톤, 백만 원

년도	친환경농산물		지역산농산물	
	물량	금액	물량	금액
2014	341(67.4%)	1.173(62.6%)	317(62.7%)	1.108(59.2%)

출처 : 흥성군, 2014년 통계자료.

- 2014년을 기준으로 충청남도 내 시군 학교급식지원센터 설립 운영은 당진시, 아산시, 흥성군, 청양군 등 4개소이며, 2015년에는 천안시, 공주시, 논산시 부여로 확대하고자 함.

〈표 2-22〉 충남지역 학교급식지원센터 운영 현황

지역	구분	내용
충남	광역	2012년부터 2014년까지 매년 1개 권역 센터 설치 계획 -권역구분: 서북구권(당진, 서산, 태안, 예산, 홍성), 서남부권(보령, 청양, 서천, 부여), 중남부권(공주, 논산, 계룡, 금산) 북부권(천안, 아산, 연기)등 4개 권역
	기초	○당진군 학교급식지원센터 (11.5설립) -형태: 위탁운영(당진 농협연합사업단) -성격: 물류 유통형 -시설: 신선편이시설, 축산물가공시설, 집하시설, 선별포장 시설, 저온저장고시설, 배송차량 19대 -식재료조달현황 ○89개교 1만 9818명에 식재료 공급 ○우수농산물 지원 57개교(유,초,중,고) 해나무쌀 차액지원 89개교 ○아산시 학교급식지원센터 -형태: 위탁운영(관내 지역농협들의 농협연합사업단) -성격: 물류유통형 -건축면적: 990 m ² 규모로 설치 예정 ○식재료 조달 현황 -친환경 농산물만 공급 -기존 학교급식 공급업체들과의 마찰로 가공품, 축산물은 기존업체들이 공급

출처: (사)학교급식전국네트워크, 2012.

4. 시사점

가. 현황

〈표 2-23〉 유통 주체별 특성 비교

	주거래대상	주요품목	특성
지역농협	-도매시장 -하나로클럽/마트	-쌀 취급 비중 높음	-지역농협의 취급실적 감소는 지역농협의 주 출하처 중 하나인 도매시장의 취급실적 감소로 이어지고, 도매시장 취급실적의 감소는 일반 소매점이나 음식점의 친환경농산물 취급실적 감소로 연결됨
중간유통업체	-생협 및 전문유통업체 -학교급식	-전 품목	-1차 벤더, 2차 벤더 -계약 재배
도매시장	-학교급식 -일반소매점/음식점	-과거 저농약 중심 -버섯 등 친환경재배의 관행화 품목	-장점: 품질에 관계없이 대량유통이 가능하고 결제가 신속하고 안전하며, 안정적인 판로 확보가 가능 -단점: 일반농산물에 비해 친환경농산물의 차별성을 인정하지 않고, 생협 등 전문유통채널과 달리 가격변동, 낮은 수취가격, 낮은 신뢰도의 위험에 노출
생협 및 전문점	-중간유통조직	-전 품목	-생산계약재배: 생산자 또는 생산자조직과 주로 계약재배 방식으로 친환경농산물을 조달하고 있으며, 출하기간 내내 큰 가격변동 없이 고정가격으로 거래하고 있음
대형마트	-농협 -도매시장, -직매입	-전 품목	-대형유통업체 자체브랜드(pb) 활용
학교급식	-중간유통업체 -도매시장	-전 품목	-민간공급업체를 통한 조달, 학교급식지원센터를 통한 조달, 농수산물 유통공사의 사이버거래소(G2B), -학교급식지원센터 활성화 필요

나. 시사점

□ 생산과 유통의 연계 필요

- 최근 들어 친환경농산물의 출하량과 인증면적이 감소한 원인으로 부실 인증, 저농약농산물 인증폐지 등을 들 수 있으나, 근본적으로는 생산과 유통과의 연계 부족을 들 수 있음.
- 친환경농산물 소비지 유통 활성화를 위해서는 생협, 대형유통업체의 기존 유통경로의 취급체계를 빠르게 증가시키는 것과 학교급식 및 도매시장 등의 친환경농산물 활성화 방안이 모색되어야 함.

□ 산지에 수집 및 규모화된 조직 필요

- 농산물 시장개방, 대형유통업체의 시장지배력 확대, 소비자 선호변화, 생산·정보·물류 기술의 발전 등 농산물 유통환경의 변화에 대응하기 위해 산지유통구조의 혁신을 통한 생산농가 및 산지유통주체들의 경쟁력 강화가 필요함
- 그럼에도 불구하고 친환경농산물 시장은 그 동안 소비지가 산지를 견인하는 구조(생협, 학교급식 등)로 확대되어 전문화된 산지유통주체가 육성되지 못한 상황임.
 - 현재는 소규모 유통조직 155개가 존재하며 산지에 수집 및 규모화 하는 기능이 없어 시장교섭력이 낮은 상태임.

□ 친환경농산물의 안정적인 공급체계 구축 필요

- 대형유통업체 및 학교급식 시장에서의 농산물 유통에 있어 중요한 요소는 안전한 농산물을 안정적으로 공급하는 것이 필요함.
 - 실제 대형마트 농산물 MD의 경우 가격 변동의 위험보다도 물량 공급 중단의 위험을 크게 느끼고 있음.

□ 따라서 친환경농산물 유통활성화를 위해 생산농가의 조직화 및 산지유통조직의 규모화·전문화를 통한 경쟁력 강화가 필요함.

Ⅲ. 산지조직 우수사례 및 성공요인

1. 산지유통활성화사업 주요 내용

가. 사업개요

□ 사업목적

- 시장개방 확대, 소비자 기호변화, 대형유통업체 성장 등 농산물 유통환경변화에 대응한 산지유통 주체의 거래 교섭력 확보
- 시·군 단위 이상 광역화된 사업권역으로 발전하기 위한 산지유통주체의 역량 강화

□ 사업대상자

- 농협조직(지역농협, 품목농협, 조합공동사업법인, 연합사업단), 농업법인(영농조합법인, 농업회사법인), 협동조합
 - 2014년 이후 사업대상자가 구체적으로 구분되어 제시됨.
 - 농업법인의 경우, 농림축산식품분야 재정사업관리 기본규정 제91조(농업법인의 지원 요건 및 사후관리 기준)에 적합하여야 함.
 - 또한 총출자금이 3억 원 이상이고, 설립 후 운영 실적이 3년 이상, 조합원(농업인 주주)이 10명 이상인 법인이어야 함.
 - 농업회사법인은 농업인 주주 지분이 51% 이상을 점유하여야 함(생산자단체는 농업인 주주 지분을 계산하여 인정, 지자체 지분은 비생산자 지분으로 간주).
 - 협동조합기본법에 의거하여 설립된 협동조합의 경우, 농업인 조합원

수가 전체 조합원의 51% 이상인 경우에 해당됨.

- 대기업(상호출자제한기업집단에 속하거나, 자산총액이 5천억 원 이상 또는 자기자본이 1천억 원 이상 등인 법인) 및 대기업이 실질적으로 소유·운영(30% 이상 지분을 확보하고 최대 출자자·임원겸임 등)하고 있는 농업법인은 사업대상에서 제외

□ 지원자격 및 요건

- 당해 연도 산지유통 종합평가 결과 150등(농협조직 100내외, 법인조직 50내외) 이내 통합조직(참여조직 포함), 품목광역조직
 - 매년 기존조직도 통합마케팅(조직통합 및 계열화)으로 자금 필요시 추가신청이 가능함.
- 전년도 원예농산물 취급액이 50억 원 이상, 조직화취급액이 30억 원 이상이며, 전체 취급액 대비 조직화 취급률이 30% 이상인 조직
 - '16년부터는 조직화취급액이 40억 이상인 조직은 조직화 취급률이 30% 미만이라도 지원자격이 부여됨.
 - 또한 개별조직의 신규 지원은 제외, 개별조직의 기존자금은 평가결과와 상관없이 최고금리 3%(농업법인 2.5%)를 적용하여 지원
- 참여조직의 취급액(수출실적, 자체공판실적 및 군납 등 제외)중 통합조직에서 취급하는 해당 품목 취급액의 출하목표 비율 이상을 통합조직으로 출하할 경우 자금 금리 우대 지원
 - 참여조직 취급액의 통합조직 출하목표 비율 : 50%
- 참여조직의 사업지원 대상요건은 참여조직의 조직화취급액을 통합조직으로 일정액 이상 또는 일정비율 이상 출하하여야 함.
 - 참여조직 지원대상 요건 : 농협조직 5억 원, 농업법인 2억 원

□ 지원자금의 사용용도

- 원물확보자금(계약금, 중도금, 잔금)
 - 수탁 : 지원대상 품목의 공동계산 수탁을 위한 자금
 - 매취 : 지원대상 품목의 원료를 계약재배하여 매취하기 위한 자금

- 계약재배 원재료 공급
 - 2016년부터 새로 추가된 항목임.
 - 계약재배 시 원재료(종자, 육묘) 및 농자재(농약 등)를 별도로 구입하여 공급할시 그 원재료의 구매자금

- 선지급금(운전자금)
 - 농가가 공동판매용으로 조직에 출하한 후 농가에 최종 판매대금 정산 전에 판매대금의 일부를 지급하는 자금

- 수급안정사업으로 일원화한 품목(무·배추·고추·마늘·양파·파·사과·배)
 - 산지유통활성화자금을 활용하여 매취용도로만 사용 가능

- 자가 생산을 위한 영농자금
 - 해당 조직의 자경농지(임차농지 제외)에서 자가 생산에 필요한 농자재(농약, 비료, 종자 및 농기구에 한함) 구입비용
 - 농기계임대은행에서 지원하는 농기계 등은 자금용도에서 제외

□ 지원자금의 지원형태

- 지원형태
 - 기금융자 80%, 자부담 20%

- 지원금리
 - 1.0~3.0%(3년 거치 일시상환)

- 당해 연도 산지유통종합평가 결과에 따라 매년 금리를 차등하여 적용
- 농가에 자금 지원 시 금리 및 수수료 부과금지

나. 주요추진방향

□ 2006년

- 산지유통조직의 규모화, 조직화, 전문화경쟁력강화
- 공동마케팅조직 도입을 통한 시·군 단위 이상 사업영역의 광역화 추진

□ 2007년

- 개별 품목단위 지원에서 우수조직에 대한 종합지원방식으로 전환

□ 2008년

- 2013년까지 공동마케팅 조직 80개소, 산지유통전문조직 200개소를 육성
- 주요원예농산물 10대 품목 처리 비중을 50%까지 확대

□ 2009년

- 우수조직을 중심으로 유통종합자금을 집중지원
- 사업평가를 통해 경쟁체제 도입
- 농산물 가공저장업체에 국산농산물수매 지원

□ 2010년

- 우수조직을 중심으로 유통종합자금을 집중지원
- 사업평가를 통해서 경쟁체제 도입
- 지속적인 경영혁신과 유통효율화 유도
- 산지유통의 핵심 완성

□ 2011-2012년

- 공동마케팅조직, 전문조직, 일반조직을 대형조직 및 중형조직으로 개편하고 등급제 도입(공동계산 기준)
 - 대형조직(공동계산액 100억 원 이상), 중형조직(공동계산액 100억 원 미만)
- 2017년까지 산지유통조직 150개소를 육성하여 주요 원예 농산물 10대 품목의 처리 비중 50%까지 확대

□ 2013-2016년

- 2017년까지 대형 및 산지유통조직 150개소를 육성하여 원예농산물 처리 비중을 50%까지 확대

〈표 3-1〉 `06년~`16년도 「산지유통활성화사업」의 주요 개선내용(계속)

연도	주요 추진방향	예산 (백만원)	지원조직 자격 및 요건	사용용도	지원조직 및 방식	특기사항
2006	<ul style="list-style-type: none"> ○ 산지유통조직의 규모화, 조직화, 전문화 경쟁력강화 ○ 공동마케팅조직 도입을 통한 시·군 단위 이상 사업영역의 광역화추진 	546,220	<ul style="list-style-type: none"> ○ 공동마케팅조직 : (취급액 100억원 이상) ○ 산지유통전문조직 : (취급액 30억원 이상) ○ 산지유통일반조직 : (취급액 10억원 이상) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 공동계산, 공동규격 출하 등을 위한 출하선도금 ○ 농산물 가공공장의 원료구입 매취사업 자금 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정부자금80%, 자부담20% ○ 공동마케팅조직 (회원농협 및 농업법인 1.0%) ○ 산지유통전문조직 (회원농협 및 농업법인 1.0%~3.0%) ○ 산지일반조직 (회원농협 및 농업법인 3.0%) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 공동마케팅조직 : 최대150억원 지원 (조직 당 30억원 이내) ○ 산지유통전문조직 : 최대 70억원 이내 ○ 산지유통일반조직 : 최대 30억원 이내
2007	<ul style="list-style-type: none"> ○ 개별 품목단위 지원에서 우수조직에 대한 종합지원방식으로 전환 	589,120	상동	상동	상동	상동
2008	<ul style="list-style-type: none"> ○ `13년까지 공동마케팅 조직 80개소, 유통전문조직 200개소를 육성 ○ 주요원예농산물 10대 품목 처리 비중을 50%까지 확대 	714,000	상동	<ul style="list-style-type: none"> ○ 공동계산, 공동규격 출하 등을 위한 출하선도금 ○ 농산물 가공공장의 원료 구입 매취 사업 자금 	상동	상동
2009	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우수조직을 중심으로 유통종합자금을 집중 지원 ○ 사업평가를 통해 경쟁체제 도입 ○ 농산물 가공저장업체에 국산농산물수매 지원 	608,125	상동	<ul style="list-style-type: none"> ○ 공동계산, 공동규격 출하 등을 위한 출하선도금 ○ 농산물 가공공장의 원료 구입 매취 사업자금 	상동	<ul style="list-style-type: none"> ○ 공동마케팅 조직 : 최대 300억원 지원 ○ 산지유통전문조직 : 최대 70억원 지원 ○ 산지유통일반조직 : 최대 30억원 지원

〈표 3-1〉 `06년~`16년도 「산지유통활성화사업」의 주요 개선내용(계속)

연도	주요 추진방향	예산 (백만원)	지원조직 자격 및 요건	사용용도	지원조직 및 방식	특기사항
2010	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우수조직을 중심으로 유통 종합자금을 집중 지원 ○ 사업평가를 통해서 경쟁체제 도입 ○ 지속적인 경영혁신과 유통 효율화 유도 ○ 산지유통의 핵심 완성 	541,475	상동	<ul style="list-style-type: none"> ○ 채소 및 과일 계약 재배를 위한 계약 자금 ○ 공동계산, 공동규격 출하 등을 위한 출하선도금 ○ 기타 원료확보자금 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 공동마케팅조직 3년 1% ○ 산지유통전문조직 3년 1~3% ○ 일반유통조직 1년 3% 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 공동마케팅조직 평가 등급에 따라 지원 사업비 일부 무이자 인센티브 적용
2011	<ul style="list-style-type: none"> ○ 공동마케팅조직, 전문조직, 일반조직을 대형조직 및 중형조직으로 개편하고* 등급제 도입(공동계산 기준) ○ 2017년까지 산지유통조직 150개소를 육성. 주요 원예 농산물 10대 품목의 처리 비중 50%까지 확대 	512,500	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기존 취급액 기준에서 공동계산액 기준으로 개선 ○ 산지유통종합평가 150등 이내, 신규조직은 100개소 이내('12년 75개소, '13년 50개소 이내로 축소) **통합마케팅조직 자금 배정권 부여 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 공동계산, 공동규격출하 등을 위한 출하선도금 ○ 지원대상품목의 원료구입 자금 ○ 운전자금 ○ 수급안정자금 통합 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 적용금리 : 1.0~3.0% ○ 전년도 공공계산액 실적 및 산지 유통종합평가 결과에 따라 차등 배정 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지원한도액 500억원 등급제 실시를 통해 승급하지 못할 경우 페널티 ○ 우수조직에 무이자 인센티브 ○ 농가선급금 이자부담 폐지
2012	상동	542,000	○ 14년부터 읍·면 단위 지역 농협 및 개별농업 법인 지원 제외(예정)	상동	상동	상동

*대형조직(공동계산액 100억 원 이상), 중형조직(공동계산액 100억 원 미만)

**통합마케팅 참여조직은 사업의무량을 통합마케팅을 통해서 의무적으로 출하

〈표 3-1〉 `06년~`16년도 「산지유통활성화사업」의 주요 개선내용(계속)

연도	주요 추진방향	예산 (백만원)	지원조직 자격 및 요건	사용용도	지원조직 및 방식	특기사항
2013	○ 2017년까지 대형 및 산지유통조직 150개를 육성하여 원예농산물 처리 비중을 50%까지 확대	661,238	○ 14년부터 총출자금 3억원 이상, 설립 후 운영실적 3년 이상, 조합원 30명 이상인 법인으로 요건 강화 (예정) ○ 대기업 및 대기업이 실질적으로 소유·운영하고 있는 농업법인 지원 제외	○ 원료확보자금 ○ 운전자금 ○ 무·배추·고추·마늘·양파·파의 선지급금 및 단순 매취자금	○ 지원금리 : 1.0~3.0% ○ 당해연도 산지유통종합평가 결과에 따라 매년 차등 적용	○ 지원자격 및 요건을 갖추진 못한 조직은 추가 배정과 인센티브 대상에서 제외, 사용 중인 자금은 기본금리 (3%) 적용
2014	상동	575,000	○ 전체 취급액 대비 공동계산율 20% 이상인 조직 ○ 14년중 통합조직으로 참여 예정인 조직은 최근 1년간 최소 3억원 이상의 공동계산 물량으로 출하후 통합 조직에서 aT로 관련 증빙자료를 제출후승인	○ 수급안정사업으로 일원화한 품목의 경우 산지유통 활성화 자금을 활용하여 매취 용도로만 사용 ○ 자가 생산을 위한 영농자금	상동	○ 농산물산지유통센터 관련 산지유통종합 계획 이행실적연차 평가 결과 산지유통 종합계획에 포함된 통합마케팅조직 금리 인센티브 (무이자) 추가 지원 및 패널티

〈표 3-1〉 `06년~`16년도 「산지유통활성화사업」의 주요 개선내용

연도	주요 추진방향	예산 (백만원)	지원조직 자격 및 요건	사용용도	지원조직 및 방식	특기사항
2015	상동	450,000	<ul style="list-style-type: none"> 농업법인의 경우 농림축산식품분야 재정사업 관리 기본규정 제91조에 적합해야 함. 16년부터 개별조직은 지원제외(예정), 15년도는 평가결과 상관없이 금리 3% 적용하여 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 15년부터 단순수탁 농가에 대한 지원을 중단, 공동계산에 참여하는 농가 또는 출하권을 위임한 농가에게만 자금 지급 	상동	<ul style="list-style-type: none"> 농산물산지유통센터 사업자로 선정된 후 포기한 사업자에 대해 향후 3년간 지원제외 산지유통활성화사업 및 산지유통종합계획상의 통합조직은 참여조직을 일치시키지 않은 경우 패널티
2016	상동	상동	<ul style="list-style-type: none"> 참여조직의 취급액 중 통합조직에서 취급하는 해당 품목 취급액의 출하목표 비율 이상을 통합조직으로 출하할 경우 자금 금리 우대 지원 참여조직의 사업지원 대상요건은 참여조직의 조직화취급액을 통합조직으로 일정액이상 또는 일정비율 이상 출하해야 함. 	<ul style="list-style-type: none"> 단순매취에 대한 지원은 불가, 계약 재배매취에 참여할 경우만 지급 	<ul style="list-style-type: none"> 지원금리 : 1.0~3.0% (농업법인 등 2.5%) 	<ul style="list-style-type: none"> 16년부터 정부지원 농산물산지유통 시설의 경영성과를 평가하여 우수 조직에 차년도 자금 인센티브 부여

다. 산지조직화사업

□ 평가기준

- 농림축산식품부의 '산지유통활성화 사업'에서 평가 기준을 가지고 평가하여, 농협조직과 농업법인을 대상으로 선정하며, 본 사업은 DDA와 FTA 등 시장개방의 확대와 소비자 기호변화, 대형유통업체 성장과 같은 유통환경변화에 대응하여 산지유통 주체의 거래 교섭력을 확보하는데 목표로 하여, 면단위 또는 소규모 위주의 소단위사업권역에서 광역화된 사업권역으로 발전하여 산지유통주체의 역량을 강화하는 것을 목표로 함.

- 지원자격 및 요건으로는 당해연도 산지유통 종합평가 결과 150등(농협조직 100등 내외, 법인조직 50등 내외)이내 조직으로, 전년도 원예농산물 취급액이 50억 원 이상, 조직화 취급액이 20억 원 이상이며, 전체 취급액 대비 조직화 취급률이 20%이상인 조직이 신청가능하고, 산지조직 간 통합 및 수직계열화를 통해 조직화·규모화 촉진을 위하여 조합공동사업법인, 연합사업단 등의 통합조직에 자금 배정권한 부여함.
 - 2014년에는 전년도 원예농산물 취급액이 50억 원 이상, 공동계산취급액이 20억 원 이상, 전체 취급액 대비 공동계산율이 20%이상인 조직이 신청 가능하였으나, 2016년부터는 전년도 원예농산물 취급액이 50억 원으로 동일하나, 조직화 취급액이 30억 원 이상, 조직화 취급률이 30%이상으로 증가함.

- 농림축산식품부는 산지유통활성화사업에 지원을 하고 있으며, 2013년도까지 약 9조 8천억 원을 투입하였고, 2014년 5천 3백5십억 원을, 2015년과 2016년에는 4천5백억 원을 투입함.
 - 2017년 이후에는 약 3조 가량을 추가로 투입할 계획이며, 이를 통해 사업대상에게 지원할 계획임.

〈표 3-2〉 산지유통활성화사업 연도별 재정투입액

단위 : 백만 원

구분	2013년 까지	2014년	2015년	2016년	2017년 이후
용자	7,923,922	420,000	360,000	360,000	2,453,940
자부담	1,889,879	11,500	90,000	90,000	613,485
합계	9,813,801	535,000	450,000	450,000	3,067,425

출처 : 농림축산식품부, 산지유통화사업 지침서, 2016.

- 산지유통활성화사업의 지원대상은 크게 농협조직과 농업법인으로 구분하며, 지원대상 품목은 각각 양곡부류(두류 조, 좁쌀 맥류, 기타 잡곡류 등), 청과부류(과실류, 채소류, 인삼류, 버섯류 등), 화훼부류(절화, 절지, 절엽 및 분화), 약용작물류(한약재용 약용작물류), 임산물류(밤, 잣, 대추, 호도, 은행 등)을 지원함.
- 세척, 세절 등 전처리(신선편이)농산물 및 단순 가공품도 지원가능 하며, 축산류, 임산물류, 양곡류(미곡 제외)를 취급하는 경우, 원예농산물 취급액이 전체 취급액의 50%이상일 경우에 지원 가능함.

〈표 3-3〉 지원 부류별 세부품목

부류별	지원대상 세부품목
양곡부류	- 두류, 조, 좁쌀, 수수, 수수쌀, 옥수수, 메밀, 참깨 및 땅콩, 맥류, 기타잡곡류(미곡은 제외)
청과부류	- 과일류, 채소류, 산나물류, 목과류, 버섯류, 서류, 인삼류 중 수삼 및 유지작물류와 두류 및 잡곡 중 신선한 것.
화훼부류	- 절화, 절지, 절엽 및 분화
약용작물류	- 한약재용 약용작물류(야생물 기타 재배에 의하지 아니한 것을 포함) 등
임산물류	- 밤, 잣, 대추, 호도, 은행, 도토리, 표고, 송이, 목이, 팽이, 한약재용 임산물

출처 : 농림축산식품부, 산지유통화사업 지침서, 2014-2016.

- 각 평가 기준은 규모화, 조직화, 전문화라는 공통 평가기준과 농협조직은 통합사업역량을 농업법인은 부가가치건전성을 평가지표로 하여 각각 조직을 평가하여 선정하게 됨.
- 가·감점 항목은 공통부분으로 하여 최대 가점 5점으로 하고, 감점에는 최대 -2점에서 선정취소로 함.
- 가점 요인으로는 참여조직의 수, 매취환원액7), 인증실적8), 수출실적, 정가수의거래 판매비중, 영농기술인력 지도까지 총 6개 부분에서 최대 5점을 부여함.
- 감점 요인으로는 비고의성 오류자료로 제출자료의 오류나 일부자료의 기한 내 미입력 또는 미제출시 -2점을 부여하고, 고의성 오류 자료입력이나, 오류자료 제출 시 취소처분 함.

- 7) 매취 환원액 : 조직화 농가의 매취 이익 환원액으로 현금, 현물로, 0.2억 원은 0.5점, 0.5억 원은 1.0점, 1억 원 이상은 2.0점으로 부여함.
- 8) 인증실적의 평가는 시설과 경영관리 2개 부분으로 구분하여, 시설부분은 GAP 또는 HACCP 인증에 1점을 부여하고, 경영관리는 ISO9001 또는 ISO14001 또는 ISO22000에 1점을 부여함.

- 산지유통활성화사업에 신청한 농협조직 또는 농업법인은 지원 받은 자금을 5가지 용도로 사용가능하며, 지원 형태는 기금에서 80.0%를 지원하고 수혜자 자부담 20.0%로 당해연도 결과에 따라 금리를 차등 적용받게 됨.
 - 원물확보자금(수탁, 매취), 계약재배 원재료 공급, 선지급금, 자가생산을 위한 영농자금, 수급안정사업으로 일원화한 품목(무, 배추, 고추, 마늘, 양파, 파, 사과, 배)의 매취용도로 활용 가능함.
 - 지원 한도액은 2014년 연간 500억 원 내외(최소한도 10억)에서 기존 사용금액 합산액을 감안하여 배정하였으나, 2015년부터 2016년 현재까지는 연간 600억 원 내외(최소한도 10억)에서 신청이 가능함.

□ 농산물산지유통센터(APC)의 운영현황

- 2005년까지 농산물산지유통센터 운영현황을 살펴보면 2005년까지 설치되어 운영되고 있는 유통센터의 수는 224개가 운영 중이며, 투입된 국고지원금은 1,729억 원에 도달하여 연평균 196.78억 원이 투입됨.
- 농산물산지유통센터(APC)는 전국에 연평균 약 15개소가 신규로 설치·운영되고 있으며, 2006년 22개가 한해 신규로 설치·운영하는 APC중 가장 많았음.
- 2009년까지 신규로 설치·운영되는 APC가 증가하였으나, 이후 신규 설치·운영 개소는 점점 감소하는 추세를 보이며, 최근 2014년에는 8개소가 신규로 운영되고 있음.

〈표 3-4〉 농산물산지유통센터 운영현황

단위 : 개소, 억 원

연도별	유통센터 수	국고지원금
2005*	224	1,729
2006	22	180
2007	13	137
2008	18	185
2009	21	239
2010	19	217
2011	11	171
2012	13	211
2013	16	273
2014	8	158
합 계	365	3,500

* 2005년도까지의 현황을 나타냄.

출처: 농림축산식품주요통계, 농산물 산지유통현황(2015).

□ 지역별 APC 설치현황

- 지역별 농산물산지유통센터의 설치현황을 보면, 2005년까지 경상도 74개소로 가장 많았으며, 전라도가 65개소로 그다음, 충청도가 37개소, 강원도가 23개소, 제주도가 15개소, 경기도가 10개소 순으로 나타남.
- 2014년까지 설치·운영 중인 APC 365개소 가운데, 경상도가 121개소, 전라도가 118개소, 충청도가 53개소, 제주도가 29개소, 강원도가 28개소, 경기도가 16개소로 나타남.
- 2005년부터 2014년까지 약 9년 동안 141개소가 신규 설치됨.

〈표 3-5〉 농산물산지유통센터 설치

단위 : 개소

연도별	경기도	강원도	충청도	경상도	전라도	제주도	합계
2005*	10	23	37	74	65	15	224
2006	0	1	4	9	6	2	22
2007	0	1	1	8	3	0	13
2008	0	0	4	6	5	3	18
2009	2	0	1	8	9	1	21
2010	2	0	3	3	10	1	19
2011	0	1	1	4	5	0	11
2012	0	1	0	1	7	4	13
2013	2	1	2	6	4	1	16
2014	0	0	0	2	4	2	8
합 계	16	28	53	121	118	29	365

* : *는 2005년도까지의 현황을 나타냄.

출처: 농림축산식품주요통계, 농산물 산지유통현황(2015).

라. 6차산업 인증사업자 평가기준

□ 자격요건

- 농업인, 농업법인, 농업관련 생산자단체·소상공인·사회적 기업·협동조합·사회적 협동조합·중소기업·1인 창조기업 등 농촌융복합산업법 제2조에서 규정하는 주체를 대상으로 하여, 주된 사업장이 농촌지역에 입지해야 함.

- 해당지역에서 자가 생산 또는 계약 재배되는 농산물을 주원료 사용한 식품·가공품을 판매하거나, 농촌지역의 유·무형 자원을 활용하여 체험·관광·외식 등 서비스업을 제공하는 사업을 병행하여야 함.

〈표 3-6〉 6차산업인증사업자 사업계획서 심사기준

평가항목	세 부 내 용	배점
적합성	<ul style="list-style-type: none"> • 사업계획이 6차산업화 개념 및 취지에 부합되는 정도 • 농산물 등 지역자원을 활용하여 1차, 2차, 3차 산업이 융·복합된 정도 	15
혁신성 및 경쟁력	<ul style="list-style-type: none"> • 사업계획의 혁신성 및 아이디어의 창의성·독창성 • 생산제품·서비스의 차별성, 가격·품질 측면에서의 경쟁력, 농산물의 수입대체, 신시장 개척, 기존에 없는 새로운 부가가치 창출 가능 정도 	30
발전가능성	<ul style="list-style-type: none"> • 경영체가 6차산업화를 통해 현재의 수준에서 한 단계 업그레이드할 수 있는 잠재력 보유정도(재원조달계획 및 연차별 투자계획 등) 	20
지역농업과의 연계성	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 내의 생산, 가공, 유통, 관광 등 6차 산업 관련 주체 간 연대·협력 정도 	15
사업성과	<ul style="list-style-type: none"> • 경영체의 최근 3년간 매출액 증가율, 일자리 창출실적 등 	20
계	-	100

출처 : 농촌융복합산업사업자 인증에 운영요령(2016).

- 최소 분기당 1회 실시하는 인증심사를 신청하는데, 지역 내 6차산업 지원센터에서 신청를 작성하여 제출하고, 심사를 받게 되며, 6차산업 추진여부, 성과 및 발전가능성을 평가하고, 관련 분야 민간 전문가 3~7인으로 구성된 심사위원회를 통해 평가 받음.

- 인증사업자로 지정되면, 6차산업사업자 지원사업 선정에 우대 및 가점이 부여되고, 6차산업화 융자자금(연 300억원) 및 전문펀드 등을 통해 사업자금을 지원하고, 신제품개발 및 사업에 대한 컨설팅 지원과 함께, 소비자 판촉전, 유통채널 입점 등 판매망 개척에 지원을 하며, 인증사업자 표시를 사용가능함.

2. 산지조직 우수사례

가. 산지조직 우수사례

- 산지조직 종합평가를 기반으로 하여 산지유통활성화 사업자들을 선정하게 되는데, 이 때 산지유통활성화 사업에 신청한 사업자들을 농협조직과 농업법인으로 구분하여, 지원을 함.
- 농협조직은 강원, 경상, 전라, 충청, 제주 등 비교적 전국의 농협조직들이 신청하는데 비해, 농업법인은 경상과 전라에 몰리는 편임.
 - 사업의 신청은 주로 대표법인 1개와 다수의 참여조직으로 이뤄지는 편이며, 농협조직은 평균적으로 14.4개의 조직이 참여하여 사업을 신청하나, 농업법인의 경우, 7.4개의 조직이 참여하여 사업의 신청하는 수준임.
- 사업에 선정된 농협조직은 연합사업단 형태가 4개, 품목농협 형태가 4개, 조합공동사업법인 형태가 14개로, 총 22개 농협조직이 선정됨.
 - 연합사업단 : 경남연합사업단, 농협중앙회 밀양시연합사업단, 강원연합사업단, 경북연합사업단
 - 품목농협 : 제주감귤농업협동조합, 대구경북능금농협, 전남서남부채소농협, 예산능금농업협동조합, 충북원예농업협동조합, 한국화훼농업협동조합
 - 조합공동사업법인 : 햇사레과일조합공동사업법인, 남원시조합공동사업법인, 진주시조합공동사업법인, 함안군조합공동사업법인, 익산탐마루조합공동사업법인, 나주시농협공동사업법인, 부여군지역농협조합공동사업법인, 논산시농협조합공동사업법인, 성주조합공동사업법인, 제주지역조합공동사업법인, 함평군농협원예조합공동사업법인, 천안시농협조합공동사업법인, 완주군조합공동사업법인, 상주시조합공동사업법인

- 농업법인은 경기도, 전라도, 경상도에서 선정되었으며, 법인 형태의 경우 농업회사법인이 7개, 영농조합법인이 3개로 선정됨.
- 경기도의 농업법인의 경우, 10억 원 이상의 참여조직은 없으며, 10억 원 미만의 참여조직으로 구성됨.
- 농업회사 법인 : (주)농업회사법인 거산, 농업회사법인 의령군 토요일유통(주), 농업회사법인 합천유통주식회사, 농업회사법인 안심배추주식회사, 농업회사법인영광군유통(주), 농업회사법인 주식회사 농산
- 영농조합 법인 : 영농조합법인 송원APC, 한국참다래유통사업단 영농조합, 전남생약농업협동조합

〈표 3-7〉 2015년 산지유통활성화 사업자 선정자 수

구분	참여조직 수		지역	10억 원이상 참여조직 수(개)
농협조직	평균 (편차)	14.4 (7.83)	강원도	21
			경상도	42
	최대값 (최소값)	43 (21)	전라도	33
			충청도	43
			제주도	23
농업법인	평균 (편차)	7.4 (4.72)	경기도	0
			전라도	17
	최대값 (최소값)	20 (17)	경상도	20

- 2016년 산지유통활성화 사업에서 우수조직으로 선정된 조직 가운데 언론에 소개된 5개 법인은 형태는 농협조직과 농업법인으로 나누어짐.
- 2016년 산지유통활성화 사업 참여농가 가운데 농민신문에 5개 조직이 보도됨.

- 농협조직 3개와 농업법인 2개로 주로 품목은 과채류를 출하하며, 인근 지역의 농가 혹은 농협이 협력하여, 산지유통활성화에 기여함.
 - 강원 신북농협의 경우, 운송업체와 위탁계약을 통해 농가 순회를 통해 원물을 수집하여 출하하는 형태로, 농가의 농산물 생산에만 집중하도록 함.
 - 충북 덕산농협의 경우, 덕산 농산물산지유통센터(APC)를 통해 인근 농가를 조직화하고, 농가에서 원물을 순회 수집하여, 농가 노동력을 절감하고, 출하 농산물을 대형 유통업체와 농협에 출하하여 시장교섭력을 높이도록 함.
 - 충북 원예농협은 충주, 제천, 괴산, 음성 등 4개 시군의 과수재배농가에서 출하되는 사과를 수집, 출하하여 운영되며, 4,000톤의 저장창고를 통해 물량을 조절하며, 연간 원물 처리능력이 10,000톤에 달함.
 - 합천유통은 2016년 산지유통활성화사업 최우수조직에 선정되었으며, 대형 유통업체와의 연계를 통해 원활한 판로를 개척하고, 민-관 협력을 통해 유통 선진화를 실현하고자 함.
 - 밀양시연합사업단은 관내 9개 농협이 산지유통을 함께하며 시작되었으며, 2015년 산지유통 최우수조직으로 선정되었으며, 참여 농가 수만 1,114개로 인근 농가와 연계됨.

- 성공요인분석(2016년 산지유통활성화 사업 우수조직 대상)
 - 2016년 산지유통활성화사업 우수조직의 경영체 담당자와의 전화 인터뷰를 통해서 각 조직들이 최우수 조직으로 선정된 직접적인 원인, 각 조직들의 성과, 산지 유통의 애로 사항에 대해서 알아봄.
 - 5개 조직 모두 최우수조직 선정 이유를 '조직화'를 들고 있음. 산지유통센터의 경우 다른 요인들 보다 참여농가간의 조직화가 가장 중요한 요인으로 여겨짐.

〈표 3-8〉 2016년 산지유통활성화사업 우수조직

형태	법인명	주요품목	특징
농협조직	강원 신북농협	토마토	운송업체와 위탁계약을 통해 상품수집함. 6월, 관내 70개 농가에서 순회 수집함. 1일 3차례 순회수집으로 원물 출하함.
	충북 덕산농협	수박	농산물산지유통센터(APC)를 통해 조직됨. 순회수집을 통해, 농가 노동력 절감함. 롯데마트 등 출하로 시장교섭력 높임.
	충북 원예농협 (충주거점)	사과	충주, 제천, 괴산 등 과수재배 농가가 주축됨. 연간 처리능력 10,000톤, 4,000톤의 저장창고. 거점 APC 운영평가 1위, 최우수조직 선정됨.
농업법인	합천유통	양파, 딸기 등	2016년 최우수조직선정됨. 대형 유통업체와 연계함. 민-관 협력체계를 통해 유통선진화.
	밀양시연합사업단	과채류	2004년 관내 9개 농협으로 시작함. 2015년 최우수조직 선정됨. 관내 공선출하회 소속 1,114명 참여함.

출처 : 농민신문(2016).

〈표 3-9〉 2016년 산지유통활성화사업 우수조직 특징

법인명	농협조직	농업법인	유통업체와의 연계성	APC운영	비고
강원 신북농협	○			○	운송업체와 연계하여 순회수집.
충북 덕산농협	○		○	○	
충북 원예농협	○		○	○	
합천유통		○	○		지자체와의 연계를 통해 협력체계 구성.
밀양시연합사업단	○	○	○		인근농협연합으로 시작하여 현재는 사업단을 구성.

○ 주요품목 및 애로사항(2016년 산지유통활성화 사업 우수조직 대상)

- 산지유통활성화사업 우수 조직들의 경우 조직이 속해있는 지리적특성이나 사업특성에 따라서 각기 다른 애로사항이 존재함.
- 강원 신북농협의 최우수 조직 선정 이유 중 가장 큰 성공 요인으로 조직화를 들고 있음. 주요 취급품목은 고추, 파프리카, 피망, 토마토, 오이, 호박, 배추, 감자 등이며 전체 매출액은 2015년 1,185억 원, 2016년 1,516억 원임. 산지유통의 애로사항은 강원도라는 지리적 특성상 면적이 넓고 운송거리가 굉장히 길며, 중간집결지가 없기 때문에 거리의 제약이 있고 또한 유통 비용 중 운송비용이 많이 든다는 점임.
- 충북 덕산농협의 경우 조직화와 취급품목의 다양성을 성공요인이라고 함. 주요 취급품목은 수박, 멜론, 오이, 호박 등이며 취급물량은 2015년 기준으로 수박 4,000톤, 멜론 1,000톤, 오이 800톤, 호박 300톤 매출액은 수박 60억 원, 멜론 10억 원, 오이 10억 원, 호박 5억 원 임. 농가에서 재배하고 있는 물량의 90%이상을 산지유통센터에서 취급해 주어야 농업인들이 안심할 수 있기 때문에 산지유통활성화 사업이 중요하다라는 것을 지적함. 또한 무엇보다 농산물 가격을 안정화시키는 것이 중요하다고 답함. 농산물 가격이 불안정하면 산지조직에 납품하는 농가들도 불안감을 느끼고 산지조직에 참여하지 않고 산지유통조직을 운영하는 조직도 어려움을 겪고 조직화 자체가 어렵다고 함.
- 충북 원예농협의 경우 조직화와 주기적인 회원교육을 통한 농가와의 소통을 성공요인으로 답변함. 주요 취급품목은 사과이며 2015년에는 7,200톤의 물량을 취급하고 210억 원의 매출을 냈고, 2016년에는 9,980톤의 물량을 취급하고 200억 원의 매출을 냈음. 충북 원예농협의 경우 여러 시·군이 참여하고 있기 때문에 지자체간의 갈등이 자주 발생하고 이로 인해 운영에 어려움을 겪음. 또한 광역 클러스터사업으로 인해 하드웨어는 잘 갖추어져 있으나 산지유통시설에 대한 예산안을 개선되었으면 하는 의견을 제시함. 실제로 충북 원예농협의 경우 대부분이 대규모 시설이기 때문에 부품을 하나 수리하는데도 많은 돈이 들어가기 때문에 예산을 매년 측정하는 것보다 일정 한도를 설정하여

사업 수립하는 것을 제안함.

- 밀양시연합사업단의 경우도 조직화를 성공요인으로 선정하였음. 주요 취급품목은 청양고추, 깻잎, 사과 등이며 매출액은 2015년 기준으로 청양고추 250억 원, 깻잎 100억 원, 사과 60억 원임. 산지유통 애로사항의 경우 많은 산지조직이 생겨나고 농산물이 상품화 되었지만 농산품 선별사가 많이 부족함을 들고 있음. 예전에는 물량이 소량이었기 때문에 대부분 자가노동을 하였으나, 물량 증가로 인해 인건비가 많이 소모된다고 함. 인건비가 증가하면 농가소득이 감소하게 됨에 따라서 농산물 선별사 등 단위가 소량에서 대량으로 늘어남에 따른 부분에 대하여 정부의 지원이 필요하다고 함.
- 합천유통의 경우 조직화를 성공요인으로 이야기함. 주요 취급품목은 양파, 딸기, 수박, 마늘이며 주요품목의 전체 매출액은 2015년 기준 362억 원 임. 다수의 참여조직으로 이루어져있어 조직 관리 및 의사소통에 대해서 어려움을 겪음.

〈표 3-10〉 2016년 산지유통활성화사업 우수조직 담당자 인터뷰

법인명	성공요인	주요품목	매출액 (2015년)	애로사항
강원 신북농협	조직화	고추, 파프리카 토마토	1,516억 원	-중간집결지가 없어 운송비가 많이 듦.
충북 덕산농협	상품 조직화	수박,멜론 오이,호박	85억 원	-농산물 가격 안정화가 필요.
충북 원예농협	조직화	사과	210억 원	-지자체간의 갈등. -산지유통시설 유지에 관한 예산 개선이 필요.
합천유통	조직화	양파,딸기, 수박,마늘	362억 원	-다수의 참여조직을 관리하기가 어려움.
밀양시 연합 사업단	조직화	청양고추 깻잎 사과	410억 원	-농산물 상품화에 따른 정부지원이 필요.

출처 : 담당자 인터뷰 (2017.01.23.)

나. 6차산업 우수사례

1) 친환경 농산물 6차산업 우수사례

가) 곡류

□ 리뉴얼 라이프(주)

- 양평지역의 친환경 쌀 생산기반을 적극 활용함.
 - 700여 농가에서 안전한 고품질 쌀을 안정적으로 공급받아서 생산에 대한 부담을 줄여 가공·마케팅에만 전념하게 됨.
 - 연간 30톤의 쌀을 수매해, 지역 쌀 생산농가의 수익을 보장하며, 농가당 연평균 100만 원 이상의 수입을 창출함.
- 당일 가공에 필요한 물량만 도정해 제품생산에 사용함.
 - 쌀 가공을 위한 가공시설 등 660m² 생산시설에서 연간 30톤의 쌀 가공원료로 제품을 생산하고, 지역경제 발전을 위한 고용을 창출함.
- 공략 가능한 차별화된 소비시장을 선정하고 집중적으로 연구함.
 - 유아용 시장을 타겟으로 선정하고 차별화된 전략을 사용하며, 중국시장의 성장가능성을 확인하여, 다각적 수출판로를 확보하고자 하며, 2014년 10만 불 수출실적을 2015년 50만 달러로 확대

□ 서천군농협 쌀조합공동 사업법인

- 철저한 농지 관리와 무농약 쌀 생산을 생산하며, 서천군농업기술센터의 토양관리 시스템을 통한 과학적 토양관리와, 사업 참여 농가는 참여이후 3년 동안 친환경 재배 후 사업 시행 가능하게 함.
 - 449개 수매농가에서 연간 3,000톤의 쌀을 수매해 농가 소득안정 보장하며, 무농약과 우렁이를 이용한 쌀 재배로 생태계 복원하고자 함.
- 위생적이고 최신식 시설의 도정라인으로 도정과정을 이분화하여 일반 쌀과 무농약 쌀의 철저한 혼합을 방지하며, 스테인리스 재질의 수송관

을 사용하여 공정을 진행함.

- 쌀 도정 이후, 즉석 밥으로 개발·생산하는데, 유통은 롯데마트에서 담당하여 연간 10억 원의 매출을 달성하고, 쌀 포장의 세분화로 핵가족 시대에 대처함.
- 무농약 쌀을 수도권 50여개 학교에 급식재료로 납품하고, 자매결연 학교의 학생을 모내기철에 초대하여 체험행사를 진행함.

나) 과실류

□ 베엘농장

- 베엘농장은 1차 산업에 친환경, 무농약 농법으로 딸기 재배를 중심으로 2차 가공에는 딸기 가공식품 판매로, 3차 산업은 인근 논산 훈련소 면회객과 유원지 등의 지리적 이점을 이용한 방문 체험 프로그램을 구성함.
- 친환경과 무농약 농법을 통해, 기존의 관행 딸기에 약 30% 높게 시장 가격이 형성되고 있으며, 농장 현지 판매와 학교급식 납품을 통해 안정적인 판로를 확보함.
- 또한 겨울부터 늦봄까지는 딸기를 판매하고, 그 외의 계절에서는 딸기 농장 체험프로그램과 가공식품을 판매하여 소득을 안정화함.
 - 딸기를 가공하여 딸기잼 판매로 연간 1,000만원 수익을 창출할 뿐 아니라 딸기농장체험을 통해 연간 500만원의 수익을 창출함.
 - 체험을 마친 참가자들에게 딸기를 가져갈 수 있도록 하여 바이럴 마케팅효과가 발생함.

□ 농업법인회사(주) 사과망태기

- 법인설립단계부터 차별화된 제품 생산 계획하여, 단순 제조시설이 아

년 식품위생법 준수 시설 을 통해 소비자 신뢰도 높여 시장에서 인정 받고, 13개 회원농가 모집해 '회원가'를 설정함.

- 가공품으로 값싸게 팔리던 원료의 가격을 높여 농가 소득을 높임.
- 회원 모집을 통해 '회원가'를 산정. 거래 기준가격 상승에 일조함.

○ 유통단계 없는 수확체험으로 생산자와 소비자 모두에게 혜택을 나누기 위해서, 소비자들에 직접 사과를 수확하게 함으로써 저렴한 가격에 구입 가능하고, 생산자는 포장비, 수확비 등의 부대비용 절감으로 수익 창출함.

○ 연간 3,000명 정도의 체험객을 유치하여, 수확체험 및 사과나무 분양 등의 체험아이템을 발굴하여 지역 환원사업을 통해 지역사회 발전에 기여함.

- 버려지던 가공품용 원물을 가공해 줌으로서 회원 외 농가의 소득 증대 기여하며, 외부 체험객 유치를 통해 지역사회 활성화에 기여함.

다) 채소류

□ 선한세상의 영농조합법인

○ 유기농 재배로 원료를 100% 자가 생산하는데, 콩, 고추, 옥수수 등을 종자원에 보급받아 사용하여, 관련 교육이수와 선진 기술 견학을 통해 친환경 재배법을 배워 유기농 농작물을 재배하고, 기계화를 통해 노동력 절감과 규모 확대가 가능해짐.

○ 죽염과 유기농원료로 가공식품을 차별화하는데, 유기농 콩과 죽염을 원료로 하여 죽염된장 등을 개발하고, 배를 활용하여 유기농 배 고추장을 개발함.

- 차별화를 위해 유기농 된장, 간장, 고추장을 특허화 하고, 특허화 된 상품을 통해 연매출 2억 5천만 원을 달성, 이어 미국 수출을 통해 연 매출액이 꾸준히 증가하는 추세임.

- 초기 농장 설계와 실천 계획을 마련하는 과정부터, 소비자의 건강에 대한 트렌트에 초점을 맞춰 기능성 장류 사업을 시작하고, 관련 교육을 통해 인적 네트워크를 구성함.
- 인터넷과 팜파티, 정부·지자체의 지원 인터넷 몰에 입점하여 상품을 판매하며, 지속적으로 구매하는 충성고객을 농장으로 초대 체험행사 및 숙박체험을 실시하고, 인근 박물관과 연계된 프로그램을 구성함.

2) 관행농산물 6차 산업 사례

가) 곡류

□ 게으른 농부 영농조합

- 300개의 수매농가와 협력관계를 통해, 고품질의 쌀 생산을 목표로 하고, 인센티브를 통해 동기부여 및 농가 소득안정을 보장하도록 하고, 수매농가에서 생산하는 쌀에 대한 기술지원과 우수한 재배 기술을 보급하고, 안전성과 유전자 검사를 통해 품질을 확보함.
- 직거래를 이용하는 소비자에게 20% 낮은 가격에 판매하고, 생산자에게는 판매수익을 공유하여 최소 15%의 수익을 보장하며, 수매한 쌀을 세부 포장단위로 나눔과 동시에 떡으로 가공하여 수매농가의 비수기에도 수익을 확보하도록 함.
- 모내기과 벼베기 등의 견학프로그램을 무상으로 실시하며 소비자 참여를 유도·확대하고 지역 관광프로그램과 연계하여 소비자의 쌀 구매를 확대시킴.

□ 에덴영농 주식회사

- 물김을 활용한 김국, 김떡의 제조방법을 특허 등록하여, 기술가치를 확보하고, 방풍, 부추, 민들레 등 가공원료 농산물을 재배함과 동시에, 모

시, 쌀, 장아찌용 채소는 지역농가에서 구매하여 농가 소득을 안정화함.

- 모시송편, 장아찌, 젓갈 등 품목을 다변화 하고, 해안지역의 특성을 살려 농산물뿐만 아니라 수산물 가공을 동시에 사용하고 있음.
- 로컬푸드를 이용한 체험학습 운영을 통해 지역농산물 우수성을 홍보하고, 모시 칼국수·송편, 김떡 만들기 등 체험프로그램과 숙박형 체험학습을 운영하여 소비자와 커뮤니케이션을 활성화 함.

나) 과실류

□ 보은황토사과 발전협의회

- 보은황토사과 발전협의회는 1차 산업에 사과생산, 2차 산업에 사과 가공식품, 3차 산업에서 체험학교와 사과농장 캠프 등 관광 상품으로 6차 산업을 실현함.
- 사과 생산은 지역의 107개 농가가 참여하여, 안정적인 생산량을 확보하며, 사과즙, 사과말랭이와 같은 가공식품으로 부가가치를 상승시키고, 체험학교·캠프·사과 수확체험을 관광 상품으로 활용함.
 - 사과 판매뿐 만 아니라, 사과 가공품, 사과나무 분양 및 수확체험을 통해 농가 조수입을 증가시킴.
 - 사과 가공품을 통해 농가당 약 300만 ~ 500만원의 조수입이 증가함.
 - 체험학교를 통해 농가 조수입 약 8,000만원 달성함.
- 지역의 농업기술센터를 통해 재배기술을 향상시켜 품질의 고급화를 목표로 하며, 자기계발을 통해 영농기술을 발전시킴.
- 가공품 개발을 통해, 고품질의 가공품의 생산·판매 뿐 아니라, 참여 농가의 출하과정에서 다양한 판로를 확보함과 동시에 직거래를 확대시켜 소비자의 인식을 파악하고, 충성고객을 확보함.

- 또한, 사과나무체험학교를 통해, 소비자들의 신뢰를 상승시키려는 노력을 하며, 단순 수확체험에서 그치지 않고 전통문화를 접목시켜 지역 대표 체험으로 육성함.

□ 농업회사 오곡백과(주)

- 농업회사 오곡백과(주)는 1차 산업을 직접하는 대신, 지역의 45개 수매 농가에서 아로니아와 쌀을 구매하여, 2차 산업에서 아로니아와 쌀 가공을 통해 수익을 창출하고, 3차 산업에서 수출과 수확체험을 통해 6차 산업화함.
- 45개 수매농가의 아로니아와 쌀을 전량 수매하여, 수매농가의 수익을 안정화하고, 아로니아와 쌀 가공생산시설을 통해, 가공식품을 판매하며, 아로니아 수확체험, 가공프로그램을 통해 매출을 증가시킴.
 - 2014년 약 3억원의 수매비 지급을 통해, 연평균 농가 수입 1,500만원을 창출하고, 아로니아와 쌀 가공식품을 통해 연간 8,000만원의 매출을 달성함.
- 순농가협동조합은 고품질의 아로니아생산에 전념하도록 하고, 가공과 마케팅을 전담하고 있으며, 농가와 상호협력관계를 통해 신뢰도를 제고하고 있고, 내수뿐 아니라 수출을 통해 높은 고부가가치를 창출함.
 - 또, 체험프로그램을 개발하여 체험객들에게 아로니아와 쌀 가공식품의 구매욕구를 자극하여 매출향상을 유도함.

□ 산머루농원 영농조합법인

- 생산원료는 묘목단계부터 전문 재배기술로 차별화된 맛과 품질을 유지하도록 하며, 인근 48개 계약재배 농가와 산머루를 계약재배하고, 연간 3억원 수준의 수매비용을 지급하여 계약재배 농가의 소득을 안정화함.

- 계약재배 농가의 생산량 100%를 수매함과 동시에 전문적인 재배관리 기술을 지도·관리하고, 머루주와 머루즙을 가공하여 연간 400톤 규모의 가공제품을 생산, 판매함.
- 미국, 일본, 싱가포르, 홍콩 등 해외 수출과 민속주대리점, 유기농 전문 매장, 관공서, 우체국 쇼핑을 활용하여 안정적 판매망을 관리하며, 다양한 체험프로그램을 운영하여 내국인과 외국인 관광객 유치를 목표로 함.

다) 채소류

□ 농업회사법인 대풍

- 지역 특산품인 고구마를 이용하여, 전문적인 재배기술을 확보하며, 차별화된 맛과 영양으로 상품성을 높이고, 5대 조합농가들과 협력관계를 유지하며, 지역 전문가를 통한 전문 재배관리기술을 확보하고자 함.
 - 5개의 고구마 재배농가에서 연간 1,200톤을 생산하며, 33ha 기준으로 농가 당 1억 원 매출을 달성함.
- 온·오프라인 유통망을 개척하는 데에 힘쓰는 데, 법인에서는 생산보다는 유통·판매에 보다 주력해 안정적인 판매망을 유지하고자 하며, 유통관련 전문인력과 소통하여 다양한 유통정보를 확보하며, G마켓, 11번가 등 온라인 플랫폼과 온라인 축협마트, 산림조합 등의 오프라인 매장도 확보함.
 - 온·오프라인 매장뿐 아니라, 고구마 수확체험과 케익 만들기 프로그램을 이용하여, 농가당 1,000만 원 대 매출을 달성함.
- 고구마 저장시설만 2,970㎡, 380kg처리 가능 찹통기가 2기, 700kg까지 건조할 수 있는 건조기가 4대로 연간 10톤의 가공처리 규모를 활용하여, 반건조 고구마를 생산하고, 인력을 고용함.

3. 친환경산지조직 우수사례

가. 충남 친환경농업 광역유통사업 현황

1) 사업개요

□ 광역친환경유통사업 추진의 배경

○ 시·군 단위 친환경농산물 유통의 어려움

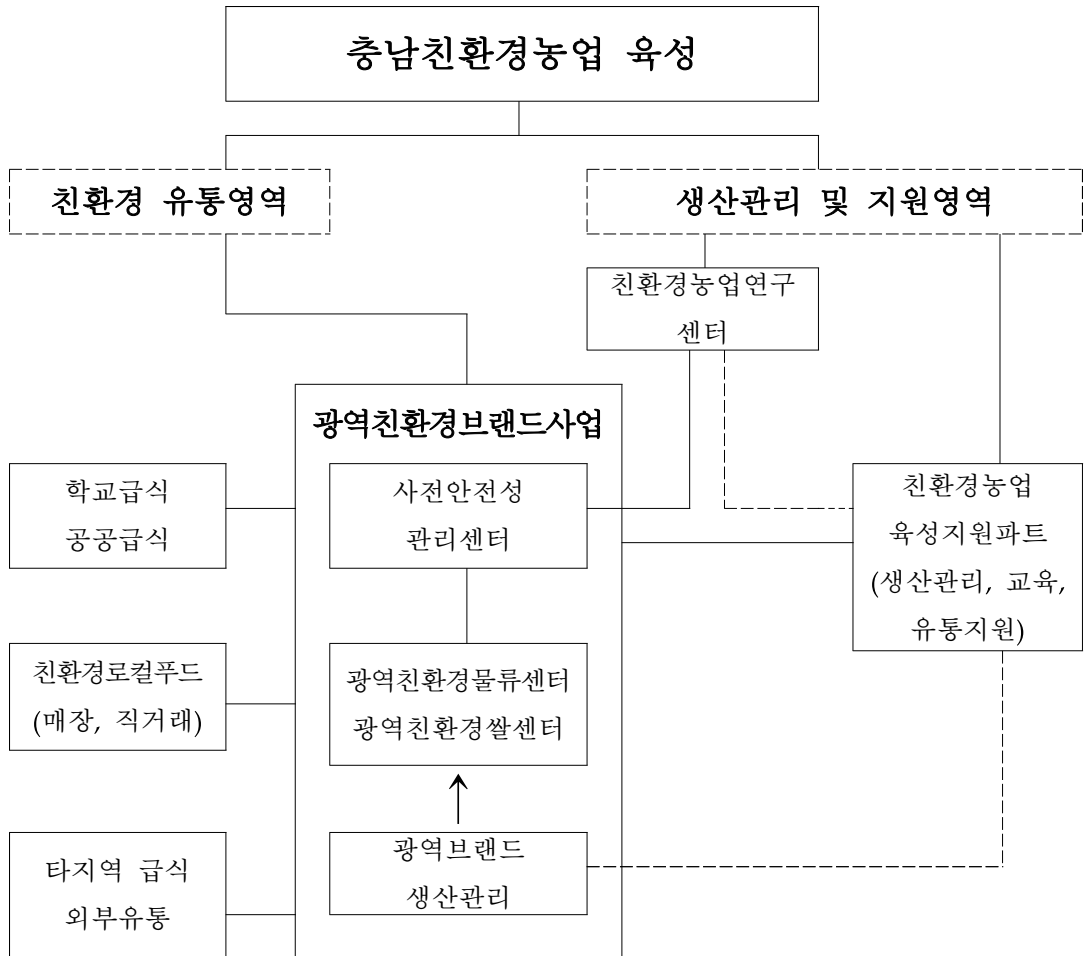
- 친환경농산물은 시·군 단위 생산량이 필요 물량의 약 10%가 되지 않아 시·군 단위에서의 친환경유통사업을 조직 및 운영하기에 한계가 존재
- 농협 역시 동일한 상황으로 비교적 작은 물량(약 10%)을 위해 별도로 시설 및 인력 운영하기에 어려움 존재.
 - 친환경농산물은 일반관행농산물과 비교해 농법과 관리, 유통에 이르는 법체계가 다르기 때문에 별도의 시설과 인력이 필요함.
- 학교급식의 경우 필요한 친환경농산물은 종류는 100여 가지가 넘는데 비해 시·군 단위에서 공급 가능한 품목은 겨우 30여 가지를 넘기 어려운 상황임.
- 이러한 이유로 개별 작목반 또는 개별 농가에서 친환경농산물을 자체적으로 유통하고 판로를 개척해야 하는 어려운 상황에 처해 있음.

○ 시장과 교섭 가능한 친환경농산물 유통주체의 필요

- 친환경농산물 소비시장의 변화에 대응할 수 있는 조직화된 산지 친환경유통주체의 부재하여 거래교섭력이 낮은 상태임
- 유통업체들이 대형화, 체인화 되어가는 추세에 대응하고 교섭 가능한 산지조직화를 위해서는 광역으로 조직화 되어야 품목 및 물량조치가 가능

- 따라서 시장과 교섭 가능한 광역친환경농산물 유통조직을 구축하고, 이를 통해 생산관리, 유통, 마케팅을 조직해야 할 필요성이 있음.

□ 충남 광역친환경유통사업의 기본 전략



□ 사업구조

○ 기본 사업 구조

- 충남 학교급식에 친환경농산물을 안정적으로 공급하기 위한 작부구축 및 유통체계 구축이 기본사업
- 학교급식을 기본으로 생산조직, 품목조직, 물량조직을 하고 이렇게 조직된 광역유통사업 기반을 통해 대형시장, 인근 대도시지역 급식시장 대응
- 작부구축, 생산관리, 시군 학교급식에 대응할 시군단위 친환경사업단 구축
- 시군단위 친환경사업단이 연합한 광역친환경사업단을 조직해서 충남 학교급식 및 대형 유통시장에 대응

○ 시군 친환경유통사업단

- 시군 친환경유통사업단의 핵심역할은 작부구축, 생산관리, 시군 학교급식 공급
- 시군 친환경유통사업단은 학교급식 공급을 위해 시군에서 생산가능한 품목은 시군에서 수급하고 부족한 것은 광역친환경유통사업단을 통해 충남산 및 전국산 친환경농산물을 공급받아 학교에서 필요로 하는 품목을 구성해 학교급식에 공급. 남은 농산물은 광역친환경유통사업단을 통해 타 시군 학교급식 및 대형 유통시장에 공급

○ 광역친환경유통사업단

- 광역친환경유통사업단은 시군 학교급식에 과부족한 친환경농산물을 충남단위에서 수급조절을 통해 시군 친환경유통사업단에 공급
- 충남에서 부족한 품목 및 물량은 광역친환경유통사업단에서 전국에서 조달해서 시군으로 공급
- 학교급식 공급을 위해 조직된 농가를 기본으로 대형유통시장에 공급할 품목 및 물량 배정을 통해 생산, 공급

2) 사업현황

□ 주요 판매처

○ 충남 학교급식

- 2014년부터 충남 학교급식에 친환경농산물을 충남친환경농업인연합회 산하 시군 친환경유통사업단과 광역친환경유통사업이 공급시작
- 2014년 천안, 홍성, 청양 3개 시군 공급
- 2015년 천안, 홍성, 청양, 부여 4개 시군 공급
- 2016년 천안, 홍성, 청양, 부여, 보령, 서산 6개 시군 공급

○ 롯데슈퍼

- 2015년 3월 롯데슈퍼 유기농CSV사업 개시, 충남광역친환경유통사업단이 유기농산물을 롯데슈퍼에 공급시작
- 2015년 5월 25일 농림축산식품부, 롯데슈퍼, 전국친환경농업인연합회가 롯데슈퍼 유기농CSV사업 업무협약 체결
- 유기농산물 공급을 충남광역친환경유통사업단에 위탁
- 2015년 7월 22일 충청남도, 롯데슈퍼, 충남친환경농업인연합회가 유기농 상생협력 협약식 체결
- 2015년 109개 매장에서 사업실시
- 2016년 현재 250개 매장으로 확대

○ 대도시 급식

- 2016년 하반기부터 경기학교급식에 충남산 친환경농산물 공급 시범사업 시작
- 세종, 대전 학교급식 공급을 위해 협의 및 준비 중

○ 생협 및 일반 유통

- 일부 품목을 생협과 이마트 등 일반시장에 유통

□ 판매현황

○ 2013년

- 출하농가 177농가, 판매액 63억
- 주요판매처 : 생협, 서울 및 천안 급식, 일반유통, 로컬푸드 등

○ 2014년

- 출하농가 307농가, 판매액 109억
- 주요판매처 : 생협, 서울 및 충남(홍성, 천안, 청양 등) 급식, 일반유통, 로컬푸드 등

○ 2015년

- 출하농가 554농가, 판매액 170억
- 주요판매처 : 생협, 서울 및 충남(홍성, 천안, 청양, 공주, 부여 등) 급식, 일반유통, 롯데슈퍼, 로컬푸드 등

○ 2016년(예상)

- 출하농가 584농가, 판매액 195억
- 주요판매처 : 생협, 서울 및 충남(홍성, 천안, 청양, 공주, 부여, 서산, 보령 등) 급식, 일반유통, 롯데슈퍼, 로컬푸드 등

□ 작부구축 구성

○ 작부구축 필요성 및 현황

광역 작부체계 구축의 필요성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 농업생산이 주산지 개념화가 되어 시군단위에서 학교급식에 필요한 품목을 구성하는데 어려움이 있음. ○ 시군에 부족한 품목은 광역품목이 보완하고 시군에서 남는 물량은 광역을 통해 타 시군으로 공급하는 방식으로 생산소비의 효율성을 제고 ○ 시군 학교급식에 공급하고 남는 물량을 모아 대형유통시장에 대응
광역 작부체계 구축사업의 구성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 시군단위에서 부족한 품목을 광역으로 생산조직 ○ 특히 시군단위에서 수요량이 적어 생산이 불가능한 품목 및 시군단위에서 필요량이 많은 품목을 전략품목으로 선정 ○ 시군과 광역간의 생산작부체계 연계 ○ 시군 및 광역간의 수급조절체계 구축 ○ 광역단위 친환경농산물 유통체계 구축

○ 시군별 광역 작부체계 구축 개요

시군	구 분	품목(개)	생산자(명)	비고
천안	주잡곡, 원예	46	188	
보령	주잡곡, 원예	32	38	
서산	주잡곡, 원예	32	92	
홍성	주잡곡, 원예	34	95	
청양	주잡곡, 원예	29	53	
부여	주잡곡, 원예	43	84	
논산	원예	22	12	
아산	원예	10	10	
태안	원예	4	6	
금산	원예	6	6	
	계	94	584	

○ 광역 작부체계 구축 품목

- 전체품목수 : 94품목(과일류 18품목 / 과채류 13품목 / 구근류 11품목 / 버섯류 4품목 / 엽채류 28품목 / 주잡곡 15품목 / 기타 5품목)

3) 주요 과제 및 애로사항

○ 시설

- 광역친환경유통을 수행하기 위한 친환경전용 유통센터 부재

○ 생산관리체계

- 친환경농산물은 안전성문제가 사회적 신뢰 획득에 중요한 문제
- 품질관리, 생산관리를 위한 체계가 필요
- 안전성관리, 생산관리를 담당할 생산관리체계가 부족한 상황

○ 광역물류체계

- 기존 물류체계와 다른 광역 물류체계 구축이 부족한 상황

4) 성공요인

○ 2015년 롯데슈퍼와의 친환경농산물 공급 MOU 이후, 실제 공급할 수 있는 품목과 물량의 한계에 봉착함. 대형 소비지(대형마트, 대형슈퍼, 학교급식 등)의 경우 연중 안정적인 공급을 요구하는 반면, 개별 농가 및 작목반 수준에서는 이러한 요구에 대응하지 못함

- 이를 극복하기 위해서는 조직화된 중간유통조직이 필요하며, 작부체계 및 유통체계 구축이 필수적임.
- 따라서 작부구축, 생산관리, 시군 학교급식에 대응할 시군단위 친환경사업단 구축하고, 시군단위 친환경사업단이 연합한 광역친환경사업단을 조직해서 충남학교급식 및 대형 유통시장에 대응함.

○ 시군친환경유통사업단과 광역친환경유통사업단의 책임과 역할을 구분함.

- 시군 친환경유통사업단은 해당 시군에서 생산 가능한 품목을 해당 지역에서 수급하는 것을 원칙으로 하고, 부족한 품목과 물량은 광역친환경유통사업단을 통해 충남 및 전국 친환경농산물을 공급받아 소비에서 필요로 하는 품목을 공급
- 2016년 충청도로부터 작부체계 구축을 위한 사업지원을 통해 대형소비지의 요구에 적극적으로 대응

나. 한살림 생산자연합회 운영 현황(아산시생산자연합회)

1) 현황

- 회원 : 344농가 (2015년 말 기준)
- 주소지 : 충남 아산시 음봉면 동천리 102번지
- 공동체 결성년도: 1996년
- 사업법인명 : 푸른들영농조합법인

2) 결성동기 및 추진현황

- 한살림아산시생산자연합회는 1970년대 중반부터 시작된 유기농업 운동을 기반으로 형성된 것이며, 그 과정은 크게 조직의 형성단계, 외부조직과의 연계단계, 그리고 조직의 외연적 확대와 세분화단계 등의 세 단계로 구분할 수 있음.

□ 내부조직의 형성단계

- 초기 내부조직 형성단계는 1975년 유기농업을 내부적으로 시행한 시기부터 시작하여 1987년 한살림과의 연대가 이루어지기 전까지의 기간임.

- 주로 농민운동, 생명운동을 주축으로 내부 조직이 형성되었으나, 여러 가지 경제사업의 실패로 인해 실질적인 생산자 조직의 구성에는 실패한 시기임.
- 다만, 이러한 실패와 결합을 통해 지역에 잔류한 소수의 핵심적인 농민들 간의 신뢰를 제고하는 시기임
- 유기농업의 도입, 직거래사업 등으로 지역농업을 조직화하려 했으나, 농민의 유통경험의 미숙이라는 내적요인과 소값 파동이라는 외적요인으로 인해 어려움을 겪은 시기임.

□ 외부조직과의 연계단계

- 1987년 한살림과의 연대가 시작되는 시기부터 2000년 지역농업 선포식을 통해서 지역 내외의 다른 주체들과의 네트워크가 강화되기 시작하기 전까지의 기간임.
- 한살림아산시생산자연합회는 한살림생협과 유대를 기초로 하면서 지역의 다른 단체와의 연계를 도모하거나 공동체 운영방식과 이견이 있는 생산자, 생산자 그룹과 결별하는 과정을 거치고, 이를 통해서 친환경 농업과 지역 공동체라는 의식을 서로 결합하게 되는데 여기에는 1997년부터 제기된 지역농업의 개념을 받아들임.
- 1997년 아산시연합회가 창립되고 1998년 한살림에 공급되는 콩나물을 한살림아산시연합회에서 생산하게 되면서 한살림으로의 농산물 유통량이 확대되기 시작함
- 이후 한살림아산시연합회 생산자 스스로 더 이상 농산물유통을 직접 감당하기 힘든 상황이 되어 한살림아산시연합회 회원들은 1차 농산물 생산 외 유통과 가공 등 사업적인 부분을 감당 할 조직의 존재 필요성을 인식하고 1999년 아산시연합회의 회원들의 출자를 통해 아산친환경 지역농업에서의 유통과 가공을 전담 할 “푸른들영농조합법인”의

설립을 추진하게 되어 2000년 설립함.

□ 조직의 외연적 확대와 세분화 단계

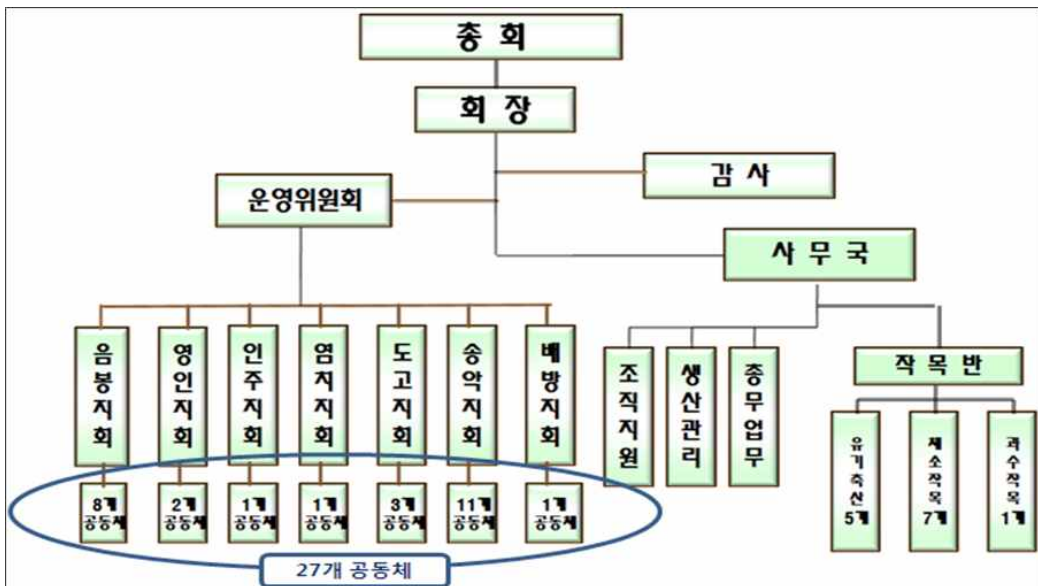
- 조직의 외연적 확대와 세분화 단계는 2000년 지역농업 선포식 이후 현재까지의 기간으로 지역농업의 형성 및 추진이라는 목표로 지역 생산자들을 조직화 하고, 경제적, 사회적 사업의 성장뿐만 아니라 아산시 자원순환형 친환경지역농업에 필요한 경종농업 확대와 하드웨어 사업 등을 통한 순환체계를 형성시키고 발전시키면서 다른 기관과의 협력을 증대하는 시기임.
 - 이 기간의 가장 큰 특징은 회원의 급격한 증가와 아산시청 및 농업관련 지역기관의 적극적인 지원 그리고 푸른들영농조합의 성장이라고 할 수 있음.
- 또한 2000년 초반 소비자의 인식의 변화와 함께 친환경농산물에 대한 소비도 급증 하면서 한살림과 더불어 아산시에서 생산 및 공급하는 물량도 자연스럽게 증가함.
- 또한 아산시청의 친환경농업에 대한 적극적인 지원과 2005년 선정된 아산시 친환경 지역농업 클러스터 사업 등으로 각종 생산 및 저장, 물류시설 및 가공 사업에 대한 지역 농업부분의 기반사업 영역이 급격히 확대됨.
 - 2007년 유기한우 사육시설이 완공되고 2008년 유기한우 송아지가 입식을 하게 되고 유기한우 사육을 위한 유기사료제조 시설 및 유기한우 육가공시설을 설치하게 되면서 자원순환 친환경 지역농업으로의 시스템이 구체적으로 형성됨.
- 2011년부터는 일부 품목에 국한되어 공급된 아산시 친환경학교급식을 농산물전체로 확대하는 운동을 지역사회단체와 연대한 결과 현재 아산시 친환경학교급식센터를 운영함.

- 이는 지역의 로컬푸드에 대한 가능성을 확인한 결과로 아산시뿐만 아니라 충남전역 및 수도권으로의 친환경학교급식으로의 전환을 도모함.

3) 아산연합회 조직운영

- 운영회의 주요내용 : 한살림 전반의 정보 공유, 전국이사회 주요내용 공유 및 안전결정사항 공유, 아산연합회 월 활동보고, 회원현황보고, 안전심의, 전달사항 등

○ 아산연합회 조직도



〈그림 3-1〉 한살림아산시생산자연협회 조직도

○ 운영위원회

- 연합회 최고의결기구로 각 지회 지회장, 지회총무, 공동체대표로 구성함(약40여명).
- 아산지역농업의 정책개발 및 방향설정

- 회원의 가입과 탈퇴, 징계에 대한 의결권을 가짐.
- 본 회 운영과 관련하여 심의 의결함.
- 운영위원회의 안건은 각 지회, 공동체단위 및 사무국에서 제안 함.

○ 지회

- 지회단위는 아산연합회를 이끌고 가는 핵심 축으로, 지역농업 설계의 중심으로 활동, 지회장 및 총무, 공동체 대표는 연합회 운영회의에 참석함.
- 정기적인 월례모임 추진
- 운영위원회 결의사항 정보공유 및 토론
- 농사기술과 정보교류, 학습활동
- 도시 회원초청 교류행사 진행
- 연합회 행사와 교육참여
- 지역농업 설계의 기초단위로 농협, 기초단체와의 교류활동
- 농자재의 공동구매와 출하 (우렁이, 퇴비, 상토 등)
- 회원상호 간의 부조와 친목도모

○ 공동체

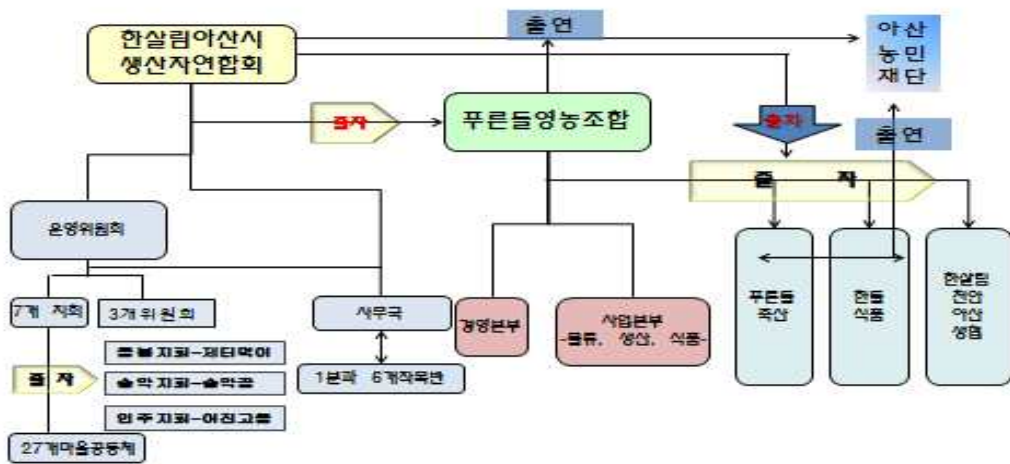
- 지회활동의 기초단위,부락단위의 활동을 중심으로 살맛나는 마을공동체 건설 추진
- 정기적인 회의 운영
- 운영위원회 및 지회모임의 의결사항 및 전달사항 공유
- 한살림 소식과 토론
- 공동 품앗이, 자재구입 등 공동의 영농활동
- 기술교류 및 영농일지 작성
- 사안별 수시모임 진행

○ 아산연합회 사무국의 업무

<p>■ 조직관리</p> <ul style="list-style-type: none"> •정책개발 및 제안 •공동체 운영지원 •회원관리 (가입 및 탈퇴) •운영위원회 관련 실무 •한살림 정보교류 (주간보고, 월보고, 소식지) •사무국운영 및 실무관리 •주요일정관리 •중요(대외비) 문서관리 •기획업무 •회원교육, 소비자교류 일체사항 •지역연대활동업무 •인증관련업무 	<p>■ 생산관리업무 (수도작, 시설노지, 축산)</p> <ul style="list-style-type: none"> •분야별 생산전반의 관리와 지원 •공동체 운영지원 •생산계획 및 일일품 출하관리 (생산계획서, 출하시기) •영농지도 및 작황관리 •한살림 연합과의업무교류 •수매출하 관리업무 •법인과 업무협력 (생산회람서) •생산관리의 주별활동계획 및 활동보고서작성 •인증관련업무 	<p>■ 총무 회계</p> <ul style="list-style-type: none"> •여성생산자 모임 지원 •입출금관리 •품목별 발주량대비 공급량분석 (출하실적 보고서) •자재 입, 출고 관리 및 발주업무 (재고관리) •공문서 및 각종행사관련서류 접수 및 보관 •행사 및 교육 연락업무 (공문발송 및 전화) •월별 결산보고 	<p>■ 기타업무</p> <ul style="list-style-type: none"> •행사 및 교육은 공동으로 진행. •일상업무시 새로 발생하는 업무에 대해선 관리성격으로 분류하여 적합한 업무분야로 지정 •중요일정에 대해선 모두 협력하고, 개인별 업무부화시 적절히 분산한다.
---	--	--	--

4) 지역농업추진 조직 간 연계

아산지역농업 추진 주체 연계조직도



〈그림 3-2〉 지역농업추진을 위한 조직간 연계도

5) 신규 생산자 가입절차

- 신규가입희망농가에 대한 추천서 (반장,지회장) 연합회 사무국 접수 -> 생산자 인터뷰 및 필지조사(연합회실무) -> 아산연합회 운영위 보고(승인요청) -> (예비회원활동) 한살림 신규생산자교육 이수 -> 전국연합회 신규회원 가입요청 -> 회원가입승인 (소정의 가입 서류 제출)

6) 약정량 배분원칙

- 수도작(벼) : 지회(반별) 3개년 생산수준(량)을 기초로 개별 약정량 배분
- 시설채소류 : 시설의 형태 및 지역(평균온도) 그리고 전년 조수입을 기초자료로 품목 및 약정량 배정
- 과수 : 3년간의 평균수확량과 면적대비로 약정량 배분
- 축산 : 축사의 규모 및 생산자의 의향을 기준으로 월별 입식 계획 수립

6) 성공요인 분석

- 사업 초기 농민운동, 생명운동을 통해 내부 조직을 형성하였으나, 판로 확보 실패, 경영악화, 부채증가 등으로 인해 경제사업이 실패함
 - 유기농업의 도입, 직거래사업 등으로 지역농업을 조직화하려 했으나, 농민의 유통경험의 미숙이라는 내적요인과 안정적인 판로확보 실패 등 외적요인으로 인해 어려움을 겪음
- 이후 한살림생협이라는 안정적인 판로와 연계로 경영안정 가능
 - 한살림아산시생산자연합회는 한살림생협과 유대를 기초로 하면서 지역의 다른 단체와의 연계를 도모함.
 - 이를 통해서 친환경농업과 지역공동체라는 의식을 서로 결합하게 되

어 지역농업의 개념을 구축함.

○ 자발적인 학습과 논의를 통한 방향 설정

- 지역의 지속가능한 농업의 구조는 무엇이고, 이러한 구조를 만드는데 무엇이 우선인가에 대한 농민 자발적 논의와 토론 그리고 합의를 도출함.
- 약 3년 간의 고민과 회의·토론·학습과정을 통해 아산친환경지역농업의 방향을 설정함.
- 외부자원에 의한 농업의 구조, 농약과 화학비료에 의존하는 농촌의 현실을 농가자체 물질순환 나아가 마을단위 물질순환 더 나아가 지역단위 물질순환의 구조로 농업구조를 바꾸자는 논의를 함.

○ 산지조직화를 통한 유통 기반 구축

- 외부조직(한살림)으로의 농산물 유통량이 확대됨에 따라 1차 농산물 생산 외 유통과 가공 등 사업적인 부분을 감당 할 조직의 존재 필요성을 인식하고 1999년 아산시연합회의 회원들의 출자를 통해 아산친환경 지역농업에서의 유통과 가공을 전담할 “푸른들영농조합법인”을 설립(2000년)

○ 조직 확대 및 세분화

- 회원의 급격한 증가와 시·도 및 농업관련 지역기관의 적극적인 지원, 소비자의 인식의 변화를 통한 친환경농산물에 대한 소비의 급증으로 생산 및 공급 물량도 증가
- 지자체의 친환경농업에 대한 적극적인 지원과 친환경지역농업 클러스터 사업 등으로 각종 생산 및 저장, 물류시설 및 가공 사업에 대한 지역 농업부분의 생산기반사업 영역이 급격히 확대됨.
- 2007년 유기한우 사육시설이 완공되고 2008년 유기한우 송아지를 입식하였으며, 유기한우 사육을 위한 유기사료제조 시설 및 유기한우 육가공시설을 설치하게 되면서 자원순환 친환경지역농업으로의 시스템

이 구체적으로 형성됨.

- 2011년부터는 일부품목에 국한되어 공급된 아산 친환경학교급식을 농산물전체로 확대하는 운동을 지역사회단체와 연대한 결과 현재 아산 친환경학교급식센터를 운영함. 이를 통해 지역의 로컬푸드에 대한 가능성을 확인하며 나아가 아산시뿐만 아니라 충남전역 및 수도권에 대한 친환경학교급식으로의 전환을 도모함.

4. 산지유통조직의 성공요인

가. 산지조직의 문제점

- 산지유통정책과 별개로 품목별 생산·유통·수급 정책을 분산 추진함에 따라 산지조직화에 혼선이 발생하며, 생산 및 수급은 해당 품목 관련 과에서, 유통은 유통정책과로 분리되어 통합이 미흡. 유사 정책 간 정책목표와 육성주체, 평가체계 등을 상이하게 운영하여 현장에서 혼란을 주고, 지역 내 경합을 유발하게 함.
- 농식품부 유통정책과는 산지, 도매, 소비자, 농안기금, 수급 총괄 등 유통구조를 개선하는 기능을 하며, 산지유통종합평가와 산지유통종합계획을 통해 산지조직을 지원, 평가하는 기능을 함.
- 농식품부 원예산업과는 채소산업 생산·유통정책 및 약용작물과 인삼산업 정책과 주요 채소의 수급업무를 담당하는데, 주로 주산지 정책을 채소류의 수급을 담당함.
- 농식품부 원예경영과는 과수산업 생산·유통정책과 시설채소 및 화훼산업 정책 및 과채류의 수급을 목표로 하며, 과수산업발전종합계획을 세워 과수의 거점유통과 생산 기반 등을 지원함.

〈표 3-11〉 농림축산식품부 각 부서별 주요기능 및 정책현황

	유통정책과	원예산업과	원예경영과
주요 기능	-유통구조개선 (산지,소비지,수급총괄 등) -품목과 총괄	-채소산업생산·유통정책 -약용·인삼 산업정책 -주요 채소 수급	-과수산업생산·유통정책 -시설채소 및 화훼산업 정책 -과채류 수급
제도	-산지유통종합평가 -산지유통종합계획	-주산지 정책	-과수산업발전종합계획
사업	-자금, 시설, 마케팅, 공선비, 자조금 등	-수급안정사업,비축·물류 시설(저온창고 등)	-시설(거점유통), 생산 기반 등

출처 : 농림축산식품부, 산지조직화 정책 개선방안, 2015.12.

- 또한, 김창환·박정운(2013)⁹⁾에 따르면, 생산자 출하조직의 조직화 수준이 낮아 출하단계에서 불필요한 비용이 발생하여 농산물 출하가격에 부정적인 영향을 미치고 있고, 산지유통의 핵심은 생산농가의 조직화이지만, 생산농가를 조직화해야 할 유통주체들의 역할이 매우 미흡한 실정이라고 함.
- 공동계산·공동선별·공동출하를 바탕으로 이루어진 조직화가 아니라면 효율적인 운영이 힘들며, 개인농가에서 우수한 품질을 생산하였다더라도 품위별·등급별 상품화가 공동으로 이뤄지지 않으면 시장교섭력이 떨어져, 농가소득 향상이 곤란
- 소비지의 환경변화는 다양하나, 생산자조직체가 이를 받아들이는 시간이 지연되는데, 이는 대형유통업체로 인해 소비지의 요구는 안정성, 고급화를 필요로 하나, 산지에서는 제대로 인지하지 못해 대응력이 떨어지는 실정임.
- 생산자 조직화의 미흡으로 산지유통시설의 운영 효율성이 저하되는데,

9) 김창환,박정운, 산지조직화 우수사례 특성분석에 관한연구, 2013, 식품유통학회

산지유통센터 설치비를 지원하고 있으나, 선별시설의 가동률과 저온저장시설의 가동률은 2011년 50%에 미치지 못하였기에, 지원되는 비용에 비해 효율이 매우 낮음.

- 가장 큰 문제로는 조직화의 기본단위인 소규모 조직화에 대한 지원이 전무하고, 대형 조직위주의 지원으로 규모는 거대해지고 있지만, 지속성, 성장성, 효율성 등의 조직 내부분제가 지속적으로 발생함.

나. 산지유통조직의 성공요인

1) 생산자조직화¹⁰⁾

- 생산자조직을 통해 규모화와 전문화를 추진하여 상품화 진전, 판로확대, 거래교섭력 향상
 - 생산자조직을 통한 통합마케팅은 생산단계에서부터 판매 이후까지 관리
 - 품목별로 품종의 통일과 브랜드 개발 및 홍보, 시장개척, 출하조절 등을 실시
 - 대형유통업체 등 대량수요처에 대한 일괄구매 욕구를 충족시키고, 구매상담 및 가격협상, 계약체결, 대금회수 및 정산 등의 기능을 수행함. 또한 대형유통업체의 가격인하 압력에 대응할 수 있는 교섭력 강화
- 생산자조직의 성립요건
 - 구성원이 느끼는 조직의 필요성에 대한 자발적인 의사
 - 동종작물을 재배하는 다수 농가의 존재
 - 구성원으로부터 신뢰를 받는 지도자의 리더십 등

10) 김호, 농산물 산지유통의 문제점과 개선방향, 식품유통연구 제16권제1호, 한국식품유통학회, 1999.3.

- 생산자조직의 필요성에 대한 인식도가 높은 조직일수록 결속력이 강하고 조직단위의 활동이 활발함.
 - 지도자는 독농가이면서 재배경험이 많아 기술보급의 중심적 역할을 하며 적극적으로 활동함으로써, 구성원들에게 신뢰를 주어 참여도를 높임.
 - 내외적인 여건을 고려하여 합리적이고 실현가능한 목표를 설정하여 단계적으로 달성해 감으로써, 구성원들에게 성취감을 유발시켜 조직의 구심력을 형성할 수 있음.

2) 광역단위 연합마케팅

- 산지유통조직의 성공사례에서는 품목별로 전문화하여 품목 광역 연합 마케팅을 추진하고 있음.¹¹⁾
 - 사례 : 햇사레조합공동사업법인
 - 도단위 규모의 생산자조직화는 도 규모의 지역자조금을 통해 생산자협의 기구의 광역화 유도
 - 이는 전국적으로 영향력이 있는 품목조직이 있는 경우, 이를 마케팅 보드와 연계하여 전국적 범위의 품목조직으로 발전시킬 수 있는 가능성이 있음.
- 산지유통의 차별화를 통해 경쟁력을 강화하고 거래교섭력을 높일 수 있음.
 - 농산물의 품질기준에 따라 공동선별하여 상품의 품질에 대한 수요처의 신뢰도를 높일 수 있음.
 - 광역단위의 연합마케팅으로 대규모 물량을 확보하여 판매처별 및 상품등급별로 출하를 조절함으로써 거래교섭력을 높일 수 있음.
- 대형유통업체는 농산물을 지속적으로 공급 받기를 원하고 있으므로 이에 대응하기 위해서는 광역단위 연합마케팅이 효과적임.

11) 국승용·최병옥, 산지유통조직의 성공요인 분석, 한국농촌경제연구원, 2008.

- 소비자가 필요로 하는 상품을 매장에서 적시에 공급할 수 없을 때는 경쟁업체에게 고객을 잃게 됨.
- 유통업체는 산지에 대해 소량의 물량이라도 지속적으로 공급해 주기를 요구하고 있음.

3) 계약재배를 통한 원물 확보와 품질관리

- 다품목 형태의 생산자조직화와 원물수집체계를 다양화하여 산지유통시설을 효율적으로 활용¹²⁾
 - 생산자조직화를 통해 출하위탁체계를 갖추고 원물수집체계를 안정적으로 구축할 수 있음.
 - 소비지의 대량수요처를 상대로 부가가치를 창출할 수 있는 원천임.
- 산지유통조직의 원물 확보를 위해서 공동선별과 계약재배의 확대를 추진하고 있음.
 - 산지유통의 규모화를 위해서는 균질한 품종, 품위, 품질 농산물을 확보하는 것이 핵심과제임.
 - 계약재배는 품질이 균일한 농산물을 확보할 수 있고, 소비자 유통주체에 대해 농산물마케팅 전략을 구사할 수 있는 기반이 됨.
- 또한 계약재배는 사전에 생산자에게 가격과 물량을 결정해줌으로써 생산자가 생산에만 전념할 수 있고, 안정적인 가격과 소득을 보장해 줄 수 있음.
 - 산지유통주체의 안정적인 물량확보와 생산자의 안정적인 가격 보장의 효과가 나타나고 있음.
 - 한살림의 경우, 파종 전에 다음 생산시기의 가격과 물량을 계약하여 생산자에 대한 안정적인 가격을 보장하고 소비자에게 판매할 물량을

12) 최병욱·전창근·김동훈, 농산물 산지유통시설의 효율적 활용 방안, 한국농촌경제연구원, 2010.

안정적으로 확보하고 있음.

4) 전문인력의 확보와 마케팅 전략

- 농가의 조직화부터 마케팅까지 책임감을 가지고 역할을 수행하는 우수한 전문인력을 확보하고 있음.
 - 성공적인 산지유통조직은 타 지역의 다양한 성공사례를 참고하여 이를 현장에서 구현할 수 있는 전문인력을 확보하는 것이 가장 중요한 요소로 인식하고 있음.¹³⁾
 - 전문인력은 농산물생산에 대한 이해, 소비자의 욕구, 유통업체의 운영 실태 등에 대한 폭넓은 지식과 경험을 가지고 있음.

- 전문인력의 유통마인드 및 마케팅전략의 추진
 - 소비자의 욕구에 반응하여 농산물의 종류와 품질 등을 결정하고, 판매 후에는 고객의 만족도를 파악
 - 마케팅 전략은 품질의 향상, 출하 목표시장의 설정, 소비자의 건강 및 환경에 대한 관심을 반영

5) 지방자치단체의 지원

- 지자체가 시·군단위 유통조직의 생산자조직화에 실질적으로 지원
 - 산지유통센터를 경유하는 농산물에 대해서만 출하 물류비를 지원함으로써 공동계산에 참여하는 농가가 확대된 사례 : 물류비, 포장비, 선별비 등 지원
 - 연합사업단의 가시적인 성과로 기존에 독립적으로 유통하고 있던 조직들이 연합사업단에 참여를 결정하는 계기가 됨.

- 지역에서 생산되는 농산물을 지역에서 소비될 수 있는 유통체계를 위해 지자체가 지원 : 학교급식 사례

13) 국승용·최병옥, 산지유통조직의 성공요인 분석, 한국농촌경제연구원, 2008.

- 충남은 시·군별 학교급식지원센터를 설립¹⁴⁾하여 지역의 친환경농산물과 우수농산물을 급식에 공급하고 있음. 또한 광역브랜드 '충남오감'을 통해 광역단위로 농산물 수집 및 판매를 추진하고 있음.
- 순천시는 우수농산물 기준을 설정하여 단계적으로 품질기준을 조정하여 학교급식을 지원하였음.
- 지역단위 농산물유통체계는 지자체의 의지와 생산자 및 산지유통조직의 역량이 조화를 이루게 되면 성과를 거둘 수 있음.

6) 산지유통시설의 활용¹⁵⁾

- 생산자의 개별적인 시장대응으로는 경쟁력을 가지기 어렵기 때문에 산지유통시설을 활용하여 생산자의 조직화와 상품화, 시장개척 및 판로 확대 등 마케팅 활동을 추진하는 것이 효과적임.
 - 산지유통시설을 효율적으로 활용할 수 있는 기본적인 조건은 다품목 형태의 생산자조직화와 원물수집체계의 다양화임.
 - 산지유통시설이 생산자조직화를 기반으로 연중 가동 가능한 체계를 확립하기 위해서는 생산자와 산지유통시설 운영주체와의 신뢰관계 구축이 선행되어야 함.
- 산지유통시설 간 통합적 추진체계를 구축하여 효율적으로 운영
 - 지자체의 주도로 산지유통시설 운영주체 간 협력 체계를 구축하여 효율성을 제고
 - 소비지 유통업체의 대형화 및 규모화가 가속화되고 있어, 이에 대한 거래교섭력을 강화하기 위해서는 산지유통시설의 통합적 운영체계가 필요

14) 2016년 현재, 충남 15개 시·군 중 학교급식지원센터가 운영되고 있는 곳은 8개 임. 2015년의 경우, 학교급식에서 지역 산 친환경농산물 이용비율은 63.8%임.

15) 최병욱·전창근·김동훈, 농산물 산지유통시설의 효율적 활용 방안, 한국농촌경제연구원, 2010.

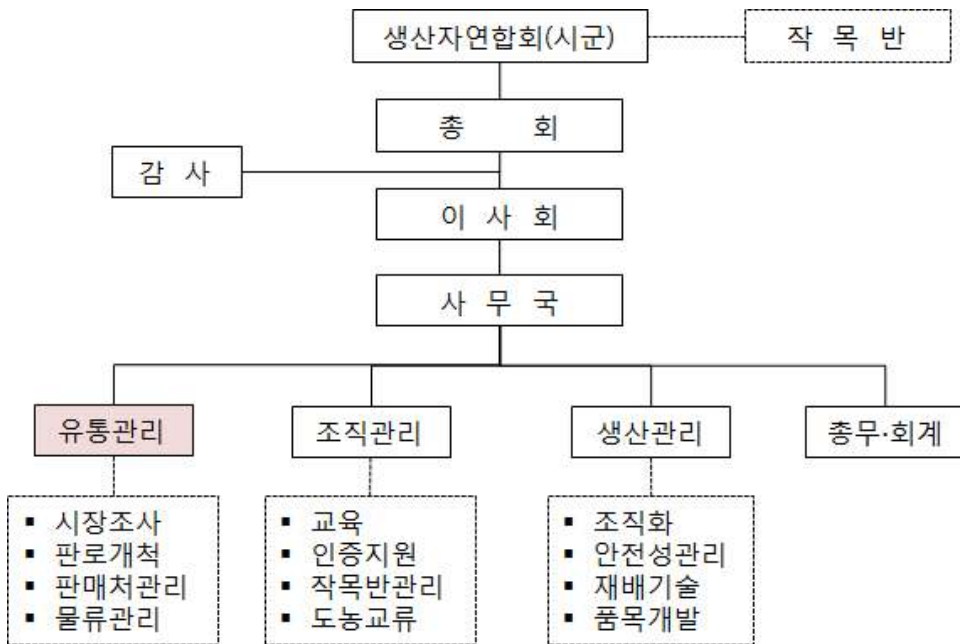
Ⅳ. 광역단위 산지조직 육성 방안

1. 친환경산지조직 모델(안)

가. 조직구조

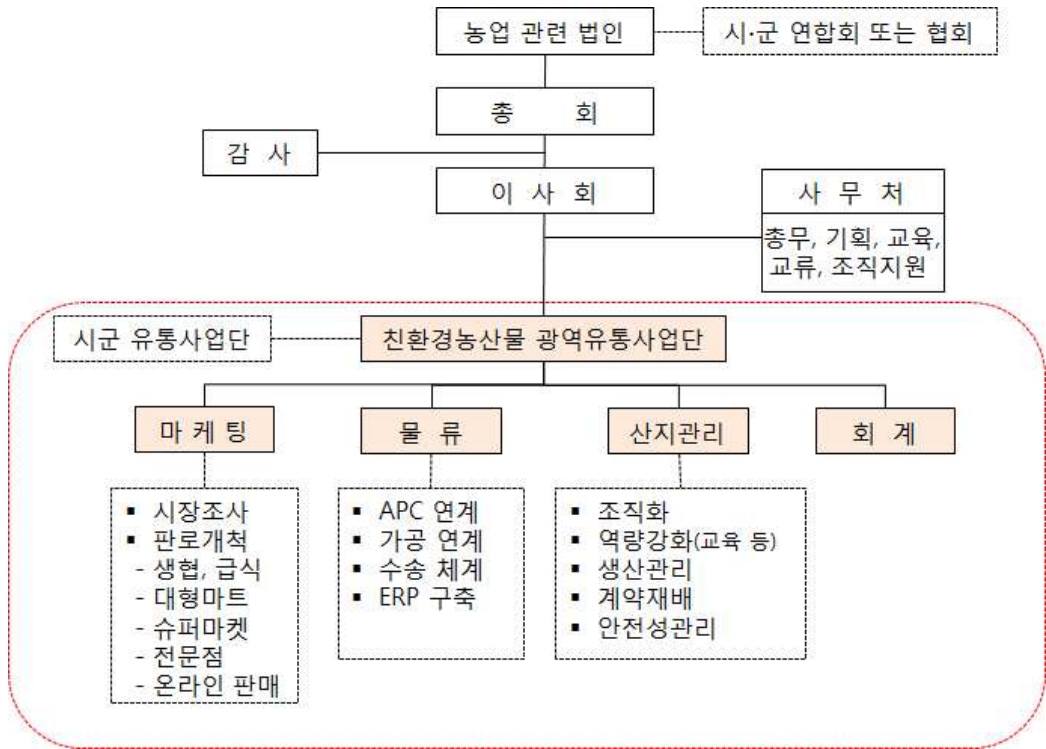
1) 생협 일반적인 조직구조

- 생산자조직은 생산과 유통, 교류 등을 종합적으로 수행하는 체계임.
- 생산관리, 유통관리, 조직관리, 총무·회계 등으로 구성되어 있음.



〈그림 4-1〉 친환경농산물 생산자조직의 일반구조

2) 친환경농산물 산지조직(안)



〈그림 4-2〉 친환경농산물 광역산지유통 조직도(안)

□ 친환경농업 관련 법인의 조직구조

- 친환경농산물 광역 산지유통조직은 농업 관련 법인의 사업단으로 조직되며, 시·군 연합회 또는 협회가 출자한 광역단위 농업법인이어야 함.
 - 사업단의 운영주체인 농업 관련 법인은 총회 및 이사회, 감사, 사무처 등 안정적인 조직구조를 갖추어야 함.
 - 사업에 대한 의결, 감독, 관리 등이 관련 법률 및 규정을 준수하는 법적 근거를 가진 농업법인임.
 - 광역 산지유통사업단은 시·군유통사업단과 연계되어 친환경농산물의 생산-가공-유통에 관한 사업이 광역단위로 추진되는 체계임.

- 친환경농산물 유통사업단(가칭)을 별도의 독립적인 조직으로 운영.
 - 유통사업단은 회계관리 측면에서 독립적으로 운영되어야 함.
 - 농업 관련 법인의 수익금이 유통사업단에 지원은 가능하나, 유통사업단의 수익은 법인으로 전입될 수 없음.
 - 기능별로 마케팅, 물류, 산지관리, 회계 등으로 크게 4가지 부문으로 구성됨.

□ 시·군 유통사업단

- 학교급식은 시·군별 학교급식지원센터나 지역농협, 급식업체 등이 주요 공급주체임.
 - 학교급식은 시·군 유통사업단별로 공급하는 것임.
 - 단, 시·군별로 생산품목이나 생산시기가 달라 타 시·군의 품목을 조달할 필요성이 있을 경우, 광역유통사업단이 주체가 되어 계약재배 및 수급조정을 추진함.
- 로컬푸드는 시·군 유통사업단이 추진함.
 - 지역 내 로컬푸드 직매장이나 직거래장터 등을 대상으로 지역 내 유통을 추진함.
 - 로컬푸드를 통해 생산자와 소비자 간 소통·교류·신뢰의 원칙을 실현하여 친환경농업의 환경생태 보전기능을 홍보함.

나. 조직활동

1) 마케팅

□ 마케팅 활동 : 시장조사, 판로개척 등

- 시장조사
 - 소비자기호 및 구매 트렌드의 변화를 조사하여 생산-가공-유통에 반영

하는 것임.

- 친환경(유기) 가공식품 등 신상품에 대한 수요 조사를 통해 소비자욕구를 충족시켜줄 수 있는 가공품을 생산하여야 함.
- 다양한 판매처별 취급품목, 점포운영 현황, 원물조달 방법 등 소매기구의 구매특성을 조사하여 대응하여야 함.

○ 판로개척

- 생협 및 직거래, 로컬푸드, 급식(학교, 단체, 기업, 공공급식 등) 등은 시·군 유통사업단이 주체가 되어 추진
- 대형유통업체, 전문점, 온라인 쇼핑몰(오픈 마켓, 전문 쇼핑몰 등), 홈쇼핑, 가공업체, 외식업체, 산지 전문벤더 등 대형소비처에 대해서는 광역 유통사업단이 주도적으로 추진
- 공동브랜드 개발, 포장디자인, 도안, 용기, 각종 홍보물 제작, 광고 및 홍보, 시장개척 및 판촉활동 등
- 사후관리, 마케팅 관련 자문 및 컨설팅 등

2) 물류

□ 물류 활동 : APC 연계, 가공 연계, 수송체계, ERP 구축 등

○ APC 연계 활동

- 관내 농협조직, 농업법인 등이 운영하는 APC를 활용하여 광역단위 물류기지를 확보하여야 함.
- 이러한 APC 연계를 통한 활용을 위해 관내 APC 운영주체와 임대 사용을 위한 계약 체결이 필요함.

○ 가공 연계 활동

- 친환경 유기가공업체에 대한 조사 및 발굴
- 이들 가공업체에 가공원료 공급을 위해 계약재배를 추진하여 안정적

인 판로를 확보하고, 가공업체는 안정적으로 원물을 확보할 수 있을 것임.

○ 저온유통시스템(Cold chain system)을 갖춘 수송체계 구축

- 수송체계는 서울 등 대도시와 대량소비처에 대한 광역 수송체계(지방→수도권 : 수직형)와 광역지자체 내 시·군 간 품목별 수급조정을 통한 관내 수송체계(지방→지방 : 수평형) 등 2가지 유형이 구축되어야 함.
- 품질유지를 위한 콜드체인 시스템(저장-수송-매장)의 일환으로 저온차량을 이용하여야 함.

○ ERP 구축

- 초기에는 계약재배, 수발주, 물류, 판매, 정산, 클레임 처리 등 내부 ERP 시스템 구축에 주력
- 중장기적으로는 농협 전산시스템과의 연계 등을 추진하고, 산지조직 중심의 SCM 분석을 통해 거점 APC 선정 등 추진
- 공급망 관리(SCM : Supply Chain Management) : 최초의 공급자로부터 최종 소비자에 이르기까지의 상품, 서비스 등의 흐름이 이루어지는 과정들을 통합적으로 운영하는 전략

3) 산지관리

□ 산지관리 활동 : 농가조직화, 역량강화, 생산관리, 계약재배, 안전성 관리 등

- 농가조직화는 광역 산지유통조직을 구축하고 활성화하는 데에 가장 핵심적인 요소임. 또한 이 사업의 주된 목적인 조직화를 통한 물량의 규모화와 품목구색 갖추기, 안정적인 판로확보, 거래교섭력 향상 등을 실현할 수 있음.
- 농가조직화는 읍·면단위, 시·군단위, 도단위 등 다층적(multi-lateral)

구조를 가지며, 품목별 생산량이 파악될 수 있어야 함.

- 농가조직은 시·군 단위 유통조직에서 관리하며, 광역유통조직은 종합적으로 조정하는 역할을 수행함.
- 농가조직화를 위한 컨설팅 및 자문을 실시함.

○ 역량강화

- 농가교육을 통해 역량을 강화하며, 교육은 생산자조직화의 중요성과 조직단위 생산·유통활동 이행에 대한 교육, 친환경농산물 유통과 관련된 교육, 친환경인증 기준에 부합되는 안전한 생산 및 품질향상에 관한 교육 등을 실시함.
- 교육 및 국내외 선진지 견학 비용은 각각 일정비율의 자부담을 조건으로 실시함.

○ 생산관리

- 친환경농산물은 가치재로서 소비자의 신뢰가 생명임.
- 친환경농산물 생산현장에 대한 관리로서 관리 전임자가 친환경 농자재 범위 및 사용방법, 친환경인증 기준에 부합되는 생산방법 등을 종합적으로 관리함.
- 수확 후 관리로서 공동선별 및 포장, 공동계산 등에 대한 지도 관리가 필요함.
- 공동계산을 실시할 경우, 주기는 1개월 이상 또는 분기 단위 이상의 기간으로 추진하는 것이 바람직함.

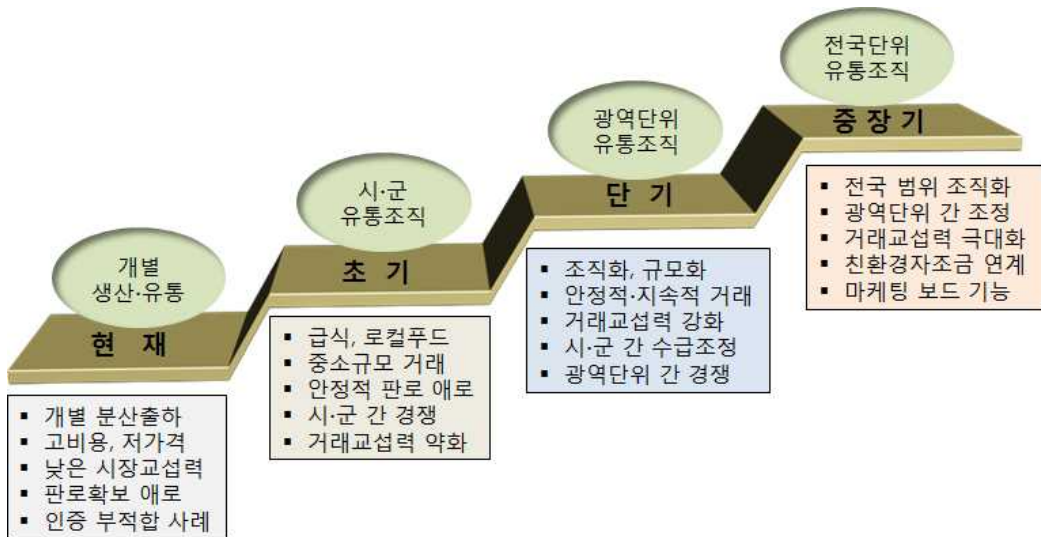
○ 계약재배

- 광역 유통조직의 수급계획에 따라 시·군 유통조직이 시·군별 및 품목별로 계약재배를 추진함.
- 계약재배 생산물의 판로 및 판매방식(수탁 또는 매취), 농가수취가격 등에 대한 사전 합의가 이루어져야 함.

○ 안전성 관리

- 안전성 검사는 주기적으로 실시하여야 하며, 검사기관의 지정이 필요함.
- 사후관리로서 클레임 처리 기준 및 방식에 대해 사전에 농가와 합의하여야 함.

다. 중장기 발전단계



〈그림 4-3〉 친환경농산물 광역산지유통조직의 중장기 발전단계

□ 현재의 개별 생산·유통 실태

○ 개별 분산 출하

- 유통의 비효율성으로 인해 유통비용이 상대적으로 과다하여 농가수취 가격은 낮은 반면, 소비자 지불가격은 높은 실정임.

- 시장교섭력이 약하고 안정적인 판로확보가 곤란함.

○ 생산관리의 미흡

- 친환경 인증기준에 부합되는 생산과정 및 농자재 사용에 있어 친환경 부적합률을 낮추는데 한계가 있음.
- 부적합 친환경농산물은 소비자의 신뢰를 잃게 되어 친환경농산물 수요에 위협요소로 작용함.

□ 시·군 단위 유통조직

○ 중소 규모의 거래

- 학교급식, 로컬푸드 직매장 등 중소규모 거래에는 유리함.
- 학교급식지원센터가 시·군 단위로 설립 운영되고 있어, 타시·군 또는 타시·도의 친환경식재료 사용을 기피하는 경향이 있음. 따라서 학교급식과 로컬푸드는 시·군 단위 유통조직이 수행하는 것이 효과적임.
- 농가의 조직화를 통해 친환경농산물을 판매하는 방식이 증가하고 있음.

○ 안정적 및 지속적인 거래를 위한 판로의 확보에는 한계가 있음.

- 물량 및 품목의 한계로 인해 대량수요처에 대한 지속적인 공급에 장애로 나타나고 있음.
- 시·군 간 경쟁으로 광역지자체 범위 내에서 가격경쟁이 치열함.
- 대형유통업체에 대한 거래교섭력이 약한 실정임.

□ 광역단위 유통조직

○ 광역단위 유통조직은 시·군 유통조직의 연합회 또는 협회 등의 출자를 통해 조직화 및 규모화한 형태임.

- 품목구색과 물량을 확보하여 거래교섭력을 강화하고, 지속적이고 안정적인 판로 확보에 유리함.

- 광역단위에서 작부체계 구축, 계약재배, 생산관리, 안전성 관리 및 사후관리, 농가에 대한 유통교육 등을 실시하는 것임. 이러한 활동은 시·군 유통조직과 역할 분담을 통해 실시될 필요성이 있음.

○ 그런데 광역단위 유통조직이 다수 설립될 경우에 광역단위 유통조직간 가격경쟁, 판로확보 경쟁이 발생될 가능성이 있음.

- 광역지자체의 지원이 수반될 경우에 상호 가격경쟁으로 인해 생산자 잉여가 감소될 수 있음.
- 또한 대량수요처가 광역단위 간 경쟁을 심화시키는 구매활동을 전개할 경우, 이에 대응할 수단을 마련할 필요성이 있음.
- 예를 들면, 친환경농산물 마케팅보드 같은 전국단위 유통조직을 구축하는 것임.

□ 전국단위 유통조직

○ 전국단위의 유통조직을 광역단위 유통조직이 연합하여 설립함.

- 추후 광역단위 유통조직이 다수 설립될 경우, 유사한 시장을 대상으로 경쟁하게 되는 상황이 발생할 가능성이 높음.
- 광역단위 유통조직간 경쟁이 심화되면 그 피해는 친환경농가에게 돌아갈 가능성이 있음.
- 이에 대응하기 위해 광역단위 유통조직별로 독자적인 마케팅을 추진하되, 전국 대량수요처를 상대로 교섭할 단일창구로서 전국단위 유통조직을 설립할 필요성이 있음.

○ 친환경농산물 자조금관리위원회와 연계하여 친환경농산물 마케팅보드의 역할을 수행할 수 있음.

- 전국단위의 마케팅보드는 대량수요처에 대해 거래교섭력을 극대화할 수 있음.
- 친환경자조금위원회와 연계하여 친환경농산물에 대한 홍보, 소비촉진,

판로확대 등을 효과적으로 실시할 수 있음.

- 자연기후적인 조건에 따라 생산시기(작기)에 큰 차이가 있는 품목은 전국단위에서 수급조절을 실시함.

2. 사업시행 주요 내용

가. 사업명 : 친환경농산물 광역 생산·유통조직 육성사업

나. 사업목적

- 친환경농산물 광역단위 산지유통조직을 육성하여 산지의 규모화·조직화를 통해 농가의 안정적 판로를 제공하고 시장교섭력 확보
- 친환경농산물 산지유통의 조직화를 통해 불필요한 유통비용을 절감하여 소비자가 저렴하게 구매할 수 있는 체계 마련

다. 사업대상자

- 농협조직, 농업법인(영농조합법인, 농업회사법인), 협동조합기본법에 의해 설립된 농산물 생산·유통 관련 협동조합, 광역단위 친환경농업인단체
 - 시·군 하부조직과 연계 또는 연합하여 광역단위로 사업단을 조직한 경우에 한함.
 - 농업법인의 경우, 농림축산분야 재정사업관리 기본규정(훈령 제153호) 제91조(농업법인의 지원요건 및 사후관리 기준)에 적합하여야 함(사업신청년도 1월 1일 기준).
 - 농업법인(영농조합법인, 농업회사법인)은 총출자금이 3억 원 이상이고, 설립 후 친환경농산물 공동마케팅 실적이 있는 법인
 - 농업회사법인은 농업인 주주 지분이 51% 이상을 점유하여야 함(생산자단체는 농업인 주주 지분을 계산하여 인정, 지자체 지분은 비생산자 지분으로 간주).

- 협동조합기본법에 의거 설립된 협동조합의 경우 기본요건은 농업인 조합원 수 및 농업인 주주 지분이 각각 전체 조합원의 51% 이상인 경우에 해당
- 대기업(상호출자제한기업집단에 속하거나, 자산총액이 5천억 원 이상 또는 자기자본이 1천억 원 이상 등인 법인) 및 대기업이 실질적으로 소유·운영(30% 이상 지분을 확보하고 최대 출자자·임원 겸임 등)하고 있는 농업법인은 사업대상에서 제외

라. 지원자격 및 요건

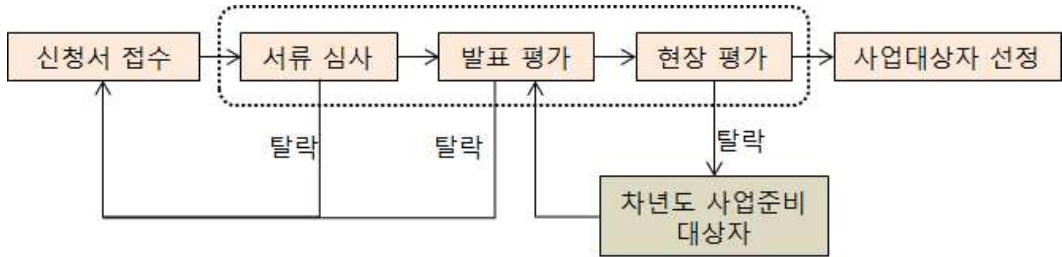
- 법인이 설립되어 운영되고 있고, 친환경농산물 공동마케팅 실적을 제시할 수 있는 법인체
 - 광역(도)단위 친환경농업 관련 생산자단체(조직)으로서, 별도의 유통사업단을 통한 유통사업 실적이 있는 조직을 우선 지원
 - 농협조직은 지자체와 농협중앙회가 공동으로 추진하는 '농산물 공동출하조직육성사업'에 참여하는 조직
 - 도별 친환경농산물 인증농가(또는 면적)의 50% 이상을 점유할 것
 - 매출실적은 최근 3년간 판매처별로 구분하고, 참여농가 수 및 시군별 분포를 작성하여 제출
- 사업 참여농가는 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」 제19조에 따라 인증을 득하여야 하며, 「농어업경영체 육성 및 지원에 관한 법률」제4조에 따른 농업경영정보를 등록(변경등록 포함)하여야 함.
- 계약재배 실적 또는 계획
 - 농가와 계약재배를 통해 120개 품목* 이상 조달이 가능하여야 함.
 - * (과일) 20개 품목<계절품목 3~4개 포함> (채소류) 70~80 (곡류) 30개

- 계약재배는 파종(또는 정식 및 착과) 전에 실시한 계약재배만 원칙적으로 인정하되, 단순매취(포전, 정전, 창고거래 등)는 불인정, 다만 품목 및 지역여건 등에 따라 불가피한 경우에는 생육기간 2/3이전에 계약재배한 것은 인정
- 참여농가와의 계약재배 실태를 확인할 수 있는 증빙자료 제출
- 공동브랜드를 사용하며, 공동선별·공동출하·공동계산하는 경우에 지원
 - 공동브랜드는 광역단위 친환경농산물 브랜드이어야 함.
- H/W 설치는 불허하며, 관내 농협조직 또는 농업법인의 APC 등 산지유통에 필요한 시설을 활용할 수 있는 사용 계약서 제출
 - APC, PRC, 저온저장고 등 유통시설은 반드시 친환경농산물 전용의 것을 임차하여야 함.
 - APC, 가공공장 등 대규모 시설 설치는 사업대상에서 제외함. 단 기존 보유시설의 개보수, 소규모 장비 구입자금은 총사업비의 10%이내에서 사용 가능

마. 지원형태

- 국비 50%, 지방비 30%, 자부담 20%
 - 사업관리 주체 : 시·도(지방비 매칭 조직)
 - 지방비와 자부담은 지자체에서 자율적으로 조정 가능하되, 자부담은 30%를 초과할 수 없음.

바. 사업선정 절차



〈그림 4-4〉 친환경산지조직 사업선정절차(안)

- 사업신청서를 접수한 조직만 지원대상이 될 수 있음.
- 심사 및 평가
 - 서류심사 : 사업계획서의 적격성과 증빙자료 구비 여부
 - 평가 : 발표평가를 통해 구두 심사를 하고, 현장평가를 통해 사업계획서의 적합성을 확인
 - 발표평가 : 구두심사, 서류내용의 적합성 평가
 - 현장평가 : 면담 및 현장확인, 사업계획서의 적합성 및 실천성과 사업의지 등을 확인
 - 서류심사 및 발표평가에서 탈락한 조직은 차년도에 사업신청서를 다시 제출
 - 현장평가에서 탈락한 조직의 경우, 차년도 사업준비 대상자로 선정하여 수정 보완된 사업계획서 근거로 발표평가와 현장평가를 거쳐 차년도에 선정 가능

사. 사업세부항목

〈표 4-1〉 친환경광역조직 육성사업 세부항목

구 분	세 부 항 목	비고
①교육 및 조직화	◦ 유통·마케팅 교육비	부대비용 포함
	◦ 농가조직화 컨설팅	
	◦ 농가조직화 자문비	
	◦ 위탁교육비	
②산지 및 안전성 관리	◦ 계약재배·작부체계 구축·운영	친환경생산관리비, 안전성검사비는 지방비 또는 자부담
	◦ 친환경생산 관리비	
	◦ 안전성 검사비	
③유통·물류 시스템 구축	◦ ERP 시스템 구축	
	◦ SCM 구축	
	◦ 무점포시장 개척을 위한 온라인·모바일 물 구축	
④마케팅 및 홍보	◦ 포장디자인, 도안, 용기 등 상품개발비	박람회 참가, 현지 시장조사비는 지방비 또는 자부담
	◦ 특허, 실용신안, 디자인, 상표등록 비용	
	◦ 각종 홍보물 제작비 - 팸플렛, 조직 및 상품소개서, 동영상 등	
	◦ 시장개척 비용 - 박람회 참가 및 현지 시장조사 - 관측활동 등	
	◦ 광고 및 홍보비 - TV, 신문, 잡지 등	
	◦ 마케팅 관련 자문 및 컨설팅 비용	

* 구체적으로 예시된 내역 이외의 항목은 별도 협의 필요

* 모든 항목은 지출이 발생했음을 증빙(방침문서, 계약서, 지출결의서, 세금계산서 등)할 수 있는 경우에만 정산 가능

* 세부항목별 인정기준은 농식품부(안) 참조(지자체 여건에 따라 일부 변경 가능)

3. 사업주체간 역할

가. 사업신청 단계

□ 농림축산식품부

- 사업대상자 선정기준 등을 반영한 기본계획을 수립
- 사업대상자 선정기준 등을 포함한 세부계획을 관련기관, 기존산지조직, 농업전문지, aT홈페이지에 공지
- 광역 지자체로부터 사업신청서 및 실적 서류 접수

□ 시·도 지자체

- 사업신청자의 기존 유통시설(APC, RPC 등) 활용 가능성과 타 사업과의 중복여부를 검토
- 관할 사업대상자들에게 사업추진계획 제출 요청과 접수된 사업추진계획을 자체 평가 및 승인 후, 농식품부에 제출

□ 사업대상자

- 사업대상자는 '17년 사업추진계획을 관할 시·도에 제출
- 사업대상자는 연차별 성과목표를 포함하여 매뉴얼(필수·자율·가점 항목)에 의한 사업계획서를 수립하여 시·도에 제출

구 분	주 요 항 목
필수항목	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 농가조직화, 유통·마케팅 교육 ◦ 계약재배 및 작부체계 구축, 친환경생산 관리, 안전성 검사 ◦ 업무시스템 구축(ERP 등) ◦ APC·RPC 사용계약 ◦ 무점포시장 개발, 공동선별·공동계산, 공동브랜드 개발 등
자율항목	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 위탁교육, 마케팅 컨설팅 ◦ 홍보물 제작, 판매장개설 계획 등
가점항목	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 지자체의 친환경농산물 유통지원 ◦ 가공업체·판매처와 MOU 또는 출하계약 체결 등

나. 사업자 선정 단계

□ 농림축산식품부

- 사업대상자 선정을 위한 심사 기본계획 수립

- 기본계획에 따라 세부 평가계획 수립 및 평가 실시
 - 각계 전문가로 구성된 5인 이내의 심사평가위원회 구성·운영
 - 접수된 사업신청서가 사업시행지침의 기본요건을 충족하는지 여부 검토
 - 1차 평가(서면평가) : 사업계획서의 적격성과 증빙자료 구비 여부
 - 사업계획량의 2배수 이내에서 공개발표평가 대상자 선정
 - 2차 평가(공개발표평가) : 구두심사, 서류내용의 적합성 평가
 - 공개발표평가 결과 80점 미만 조직은 사업대상에서 제외
 - 3차 평가(현장평가) : 사업계획 및 사업여건, 실천성 및 사업의지 등에 대한 현장 확인 및 면접조사

- 사업대상자 선정 평가결과에 따라 예산의 범위 내에서 사업대상자 최종 확정

다. 이행 및 사업평가 단계

□ 농림축산식품부

- 세부사업계획 승인(사업신청자가 작성한 사업계획에 대한 서면평가, 공개발표 평가를 통해 지원대상자가 선정될 경우 선정 행위 자체를 사업계획 승인 행위로 봄)
- 사업대상자의 사업추진여건 등 제반사항을 확인한 후 사업비 배정 계획을 시·도 및 사업대상자에게 통보
- 사업추진계획 검토, 사업추진 관리, 사업비 집행 등에 대해 지자체와 협업체계를 구축하여 사업추진에 협조
- 사업추진실적 점검(반기 1회)
 - 사업계획 이행 상황 점검, 사업비 집행 실적, 운영현황 등
 - 사업점검은 시·도 및 전문가 등으로 점검반을 구성
- 사업정산 및 결과보고(시·도 → 농식품부)
 - 사업대상자의 사업기간 만료 후 사업계획서 이행여부 확인 등 사업실적 정산을 완료하고, 그 결과를 농림축산식품부에 보고

□ 시·도 지자체

- 각 시·도는 관할 사업대상자에게 세부사업추진계획 제출 요청과 접수된 세부사업추진계획을 검토 승인 후, 그 결과를 농식품부에 제출
- 시·도는 관할 대상사업자의 사업비(국고보조)를 사업대상자의 요청에 따라 농식품부에 사업비 배정(일괄 또는 수시) 요청
- 사업계획에 변경(지원대상 법인, 총사업비의 변화에 한함)이 있을 경우

농식품부에 변경승인 요청

- 시·도는 농식품부와 협조하여 자부담금에 의한 사업실적(자부담금 우선 집행)을 확인한 후, 사업실적에 따라 사업자금(국고보조 및 지방비)을 집행
- 시·도는 사업추진계획에 따른 추진내용 및 자금용도를 확인한 후 최종 정산하여 농식품부에 보고
- 사업대상자의 사업완료 신청에 따라 사업추진실적을 검사 후, 그 결과를 농식품부에 보고
- 사업대상자가 보조금으로 취득한 중요재산에 대한 관리

□ 사업대상자

- 사업대상자는 '17년 사업추진계획을 관할 시·도에 제출
- 사업대상자는 자부담금 우선 집행 원칙에 의거 사업비를 집행하여야 하고, 자금의 용도 및 사업기간 내에 맞게 집행하여야 하며, 사업실적에 따라 시·도에 사업비 요청
- 사업비 요청 시 또는 최종 정산 시 제반 증빙자료를 첨부하여 제출

라. 사후관리 및 환류 단계

□ 사업평가

- 사업실적 평가(사업완료 후)
 - 농식품부는 사업완료 후 평가단을 구성하여 전년도 성과를 평가

- 평가단은 내·외부 전문가로 구성
- 평가내용 : 매출액, 농가조직화, 유통교육실적, 계약재배 및 작부체계 실적, 안정적인 판매처 확보 실적 등

□ 환류

- 우수조직에 대해서는 타 정책사업 선정 시 우선 인센티브 부여 및 국외 선진지 연수, 표창수여 등

V. 사업운영방안

1. 사업계획서 작성 매뉴얼(안)

가. 「친환경농산물 광역 생산·유통조직 육성사업」 신청서

(단위 : 백만 원)

성명			사업자등록번호		
주소			법인등록번호		
대표자			대표전화		
담당자		담당전화		팩스번호	
신청유형	농협조직 <input type="checkbox"/> , 농업법인 <input type="checkbox"/> , 광역친환경농업인단체 <input type="checkbox"/>		신규 및 재신청	기존조직 <input type="checkbox"/> , 재신청 <input type="checkbox"/> , 신규조직 <input type="checkbox"/>	
'16년조직화 취급실적 (친환경 농산물)	계약재배실적		자금의 용도	교육 및 조직화	<input type="checkbox"/>
	공동브랜드실적			산지 및 안전성 관리	<input type="checkbox"/>
	총 취급실적			마케팅 및 홍보	<input type="checkbox"/>
	참여농가 수			기타	<input type="checkbox"/>
정부지원 타 자금	지원사업명		지원금액		
설립일자			출자금		
<p>첨부 : 1. 참여조직의 조직구조도 1부, 2. 조합원현황 및 출자현황 1부, 3. 사업계획서 1부</p> <p>○ 농협조직 : ①최근년도 재무제표(세무서발행) 또는 가결산 재무제표 1부</p> <p>○ 농업법인(영농조합법인 및 농업회사법인)</p> <p>- 영농조합법인 : ①최근년도 재무제표(세무서발행) 또는 가결산 재무제표 1부, ②법인 등기부등본(출자금 3억 원 이상 및 설립연월일 3년 이상 확인) 1부, ③농업인확인서 (출자자 중 농업인이 50인 이상 확인) 각1부, ④농업경영체등록 확인서 각1부</p> <p>- 농업회사법인 : ①최근년도 재무제표(세무서 발행) 또는 가결산 재무제표 1부, ②법인 등기부등본(출자금 3억 원 이상 및 설립연월일 3년 이상 확인) 1부, ③농업인확인서 (출자자 중 농업인이 50인 이상 확인) 각1부, ④출자지분확인(출자자 중 농업인의 지 분이 51% 이상 확인), ⑤농업경영체등록 확인서 각 1부</p> <p>○ 광역단위 친환경농업인단체 : ①최근년도 재무제표(세무서발행) 또는 가결산 재무제표 1 부, ②법인등기부등본(출자금 3억 원 이상 및 설립연월일 3년 이상 확인) 1부, ③농업 인확인서(출자자 중 농업인이 50인 이상 확인) 1부, ④농업경영체등록 확인서 1부</p>					

나. 사업계획서

□ 친환경농산물 생산·유통 현황

○ 친환경농산물 생산 현황

- 일반현황

- 입지 및 기후
- 농가인구 및 경지면적
- 재정규모 및 농업예산 현황

- 친환경농산물 생산현황

- 전체 농산물 생산현황(최근 3년간) : 주요 품목별 재배면적, 생산량, 생산액
- 친환경농산물 생산현황(최근 3년간, 인증종류별) : 주요 품목별 재배면적, 생산량, 생산액

○ 친환경농산물 유통실태

- 전체 농산물 주요 품목별 유통실태 : 주요 품목별 및 판매처별
- 친환경농산물 주요 품목별 유통실태 : 주요 품목별 및 판매처별

□ 친환경농산물 산지유통사업 현황

○ 산지유통조직 일반현황

- 일반 산지유통조직 현황

- 조직명, 주요 취급품목, 판매실적(금액), 공동계산실적(금액)
- 지역 공동브랜드 및 브랜드 출하 현황, 브랜드 관리현황(조례 등)

- 산지유통시설 현황

- 산지유통센터(APC), 집하장, 선별장, 저온저장고, 간이집하장, 예냉시설 등

○ 친환경농산물 산지유통조직 현황

- 일반현황

- 조직명, 주요 취급품목, 판매실적(금액), 공동계산실적(금액)

- 운영현황

- 참여 농가 수, 농가(시군조직)별 출자금 현황, 조직단위 취급실적, 공동브랜드, 판매처별 판매현황
- 친환경농산물 공동브랜드 및 브랜드 출하 현황, 브랜드관리 현황(조례 등)
- 타 지역과 차별화 실태 : 유통·가공 활동에서 차별화 실태

□ 지자체의 친환경농산물 산지유통지원 현황

- 지자체의 산지유통지원 현황(전체)
 - 사업명, 대상조직, 참여조직(세부), 사업기간, 사업비
- 지자체의 친환경농산물 산지유통지원 현황
 - 사업명, 대상조직, 참여조직(세부), 사업기간, 사업비

□ 친환경농산물 마케팅 전략 계획

- 산지 및 안전성 관리 계획
 - 계약재배
 - 친환경농산물 생산관리
 - 안전성 검사
- 마케팅 및 홍보 계획
 - 물류 계획
 - APC 연계, 가공 연계, 수송체계, ERP 및 SCM 구축 등
 - 공동선별 및 공동계산
 - 유기기공식품 및 친환경가공식품 개발
 - 상품개발
 - 포장디자인, 도안, 용기, 특허, 실용신안, 상표등록 등
 - 광고 및 홍보계획
 - 팜플렛, 조직 및 상품소개서, 동영상 등
 - TV, 신문, 잡지 등

- 판로개척
 - 급식(학교, 공공, 기업체 등), 대형마트, 전문점 등
 - 모바일 쇼핑 APP, 온라인 쇼핑몰 구축·운영
 - 판촉활동, 박람회, 시장조사 등
- 마케팅 관련 자문 및 컨설팅

○ 교육 및 조직화 계획

- 농가 조직화
 - 조직화 교육, 농가조직화 컨설팅 및 자문
- 친환경농산물 유통교육
- 국내외 선진지 견학 등 연수

□ 사업 세부항목별 추진계획

〈표 5-1〉 사업 세부항목별 추진계획(당해년도)

(단위 : 백만 원)

구분	세 부 항 목	사업비	산출근거
① 교육 및 조직화	◦ 유통·마케팅 교육비		
	◦ 농가조직화 컨설팅		
	◦ 농가조직화 자문비		
	◦ 위탁교육비		
	소 계		
② 산지 및 안전성 관리	◦ 계약재배·작부체계 구축·운영		
	◦ 친환경생산 관리비		
	◦ 안전성 검사비		
	소 계		
③ 유통·물 류 시스템 구축	◦ ERP 시스템 구축		
	◦ SCM 구축		
	◦ 무점포시장 개척을 위한 온라인·모바일 물 구축		
	소 계		
④ 마케팅 및 홍보	◦ 포장디자인, 도안, 용기 등 상품개발비		
	◦ 특허, 실용신안, 디자인, 상표등록 비용		
	◦ 각종 홍보물 제작비 - 팸플렛, 조직 및 상품소개서, 동영상 등		
	◦ 시장개척 비용 - 박람회 참가 및 현지 시장조사 - 관측활동 등		
	◦ 광고 및 홍보비 - TV, 신문, 잡지 등		
	◦ 마케팅 관련 자문 및 컨설팅 비용		
	소 계		
	합 계		

〈표 5-2〉 사업 세부항목별 연도별 추진계획

(단위 : 백만 원)

구분	세 부 항 목	1차년도	2차년도
① 교육 및 조직화	◦ 유통·마케팅 교육비		
	◦ 농가조직화 컨설팅		
	◦ 농가조직화 자문비		
	◦ 위탁교육비		
	소 계		
② 산지 및 안전성 관리	◦ 계약재배·작부체계 구축·운영		
	◦ 친환경생산 관리비		
	◦ 안전성 검사비		
	소 계		
③ 유통·물 류 시스템 구축	◦ ERP 시스템 구축		
	◦ SCM 구축		
	◦ 무점포시장 개척을 위한 온라인·모바일 물 구축		
	소 계		
④ 마케팅 및 홍보	◦ 포장디자인, 도안, 용기 등 상품개발비		
	◦ 특허, 실용신안, 디자인, 상표등록 비용		
	◦ 각종 홍보물 제작비 - 팸플렛, 조직 및 상품소개서, 동영상 등		
	◦ 시장개척 비용 - 박람회 참가 및 현지 시장조사 - 판촉활동 등		
	◦ 광고 및 홍보비 - TV, 신문, 잡지 등		
	◦ 마케팅 관련 자문 및 컨설팅 비용		
	소 계		
합 계			

2. 평가지표 및 배점표(안)

가. 주요평가지표(사업계획평가)

항 목		심 사 기 준	평점
대분류	중분류		
1. 사업계획 (30)	1-1.사업계획 수립의 적정성(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 사업계획 수립시 사전조사를 실시하였는가? ◦ 참여농가 및 유통시설 등 이해관계자의 의견을 수렴하였는가? 	
	1-2.사업목표의 명확성(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 사업지역의 특성과 부합되는 실현가능한 목표인가? ◦ 목표달성을 위한 연차별 사업목표와 추진일정이 적절한가? 	
	1-3.추진전략의 적절성(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 친환경유통의 조직화, 규모화를 달성하기 위한 전략이 수립되어 있는가? ◦ 참여농가, 관련기관 및 조직과 연계 및 협조체계의 구축 내용이 포함되어 있는가? 	
2. 운영계획 (60)	2-1.조직화 및 규모화(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 참여농가의 조직화와 규모화 추진계획이 제시되어 있는가? ◦ 농가교육 추진계획 및 일정이 제시되어 있는가? 	
	2-2.계약재배 및 작부체계 구축(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 계약재배 품목 및 물량 확보를 위해 참여농가와 계약이 체결되어 있는가? ◦ 작부체계 구축계획이 수립되어 있는가? 	
	2-3.안전성 관리(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 안전성 관리 위한 친환경농가에 대한 관리계획이 적절한가? ◦ 안전성 검사 계획이 적절한가? 	
	2-4.업무시스템 구축(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ERP 등 업무시스템 구축을 위한 준비가 되어 있는가? ◦ 친환경 APC·RPC 사용계약이 체결되어 있는가? 	
	2-5.시장개발(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 무점포시장 개발 추진계획이 실현가능한가? ◦ 공동선별·공동계산 추진계획이 적절한가? ◦ 공동브랜드가 있거나 추진계획을 수립하였는가? 	
	2-6.마케팅 활동(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 안정적인 판매처는 확보 가능한가? ◦ 광고·홍보물 제작계획이 수립되어 있는가? 	
3. 기타 (10)	3-1.컨설팅 등(5)	◦ 마케팅 컨설팅 등의 추진계획이 적절한가?	
	3-2.규칙 등(5)	◦ 공동브랜드 관리규정, 상표등록이 되어 있는가?	
합계	100점		
4. 가점 (10)	4-1.특정품목 생산확대(3)	◦ 과채류, 과실류 생산확대 계획이 구체적인가?	
	4-2.지자체지원(3)	◦ 지자체의 친환경농산물 유통지원 실적	
	4-3.판로계약(4)	◦ 가공업체·판매처와 MOU 또는 출하계약 체결 여부	
총합계	110점		

나. 사업추진실적 평가지표

항 목		평 가 내 용	목표	실적	점수 (배점)
교육 및 조직화 (45)	농가조직화 교육	- 연간 총 교육 횟수 및 시간 - 평균 참여농가 수			(5)
	유통· 마케팅교육	- 연간 총 교육 횟수 및 시간 - 평균 참여농가 수			(5)
	계약재매 취급비율	(계약재매 취급액/총 취급액)×100			(10)
	공동브랜드 출하비율	(공동브랜드 취급액/총 취급액)×100			(5)
	공동선별, 공동계산	(공동선별 취급액/총 취급액)×100			(5)
	작부체계 구축비율	(작부체계 면적/총 취급면적)×100			(10)
	유통전문 인력 확보	판매유통 전문 인력 수			(5)
안전성 관리 (20)	친환경 생산관리	친환경인증 기준 준수 100% 적합			(10)
	안전성 검사	(안전성기준 적합 건수/총 검사 건수)×100			(10)
마케팅 및 홍보 (20)	업무시스템 구축	ERP, SCM 구축 실적			(5)
	상품개발	포장디자인, 상표등록 실적			(3)
	무점포시장 개발	(무점포시장 출하액/총 취급액)×100			(5)
	시장개척, 홍보	- 박람회 참가, 판촉활동 실적 - 홍보물 제작·배포 및 광고홍보 실적			(5)
	컨설팅	마케팅 관련 자문 및 컨설팅 실적			(2)
사업 실적 (15)	총 취급액	친환경농산물 총 취급액			(5)
	취급액 성장률	(당기취급액-전기취급액)/전기취급액×100			(5)
	순수익률	당기순수익/총매출액×100			(5)
합계	17개 지표			(100)	
가점	지자체 의지	지자체의 친환경농산물 유통지원 내역			(5)
	출하계약 체결	판매처와 MOU 또는 출하계약 체결 실적			(5)

3. 인센티브 및 패널티(안)

가. 인센티브

- 산지유통활성화사업에서의 인센티브는 지원자금의 금리 지원과 100억 원 한도에서 무이자(1년간) 추가 지원자금과 같이 크게 2가지 성격으로 볼 수 있음.
 - 연간 100억 원 한도 내에서 1년간 무이자 자금지원
 - 과수거점 APC 경영평가결과 우수조직에 대한 무이자 추가지원은 100억 원 한도에서 인센티브를 제공함.
 - 정가·수의매매 우수조직에 대한 무이자 추가지원은 50억 원 한도로 정함.

- 산지유통활성화사업의 지원자금은 원물확보자금, 계약재배 원재료 공급자금, 운전자금, 수급안정을 위한 매취자금, 자가생산을 위한 영농자금의 형태로 사용하도록 지원함.
 - 2015년과 2016년에는 4천 5백억 원이 투입되었으며, 이는 산지유통종합평가에서 우수하게 평가받은 조직이 지원받게 됨.
 - 지원자금의 형태는 차등금리가 적용되는 융자 형태가 80%, 본인 자부담 투입형태가 20%로 구분됨.

〈표 5-3〉 산지유통활성화사업 연도별 재정투입액

단위 : 십억 원

구분	2013년 까지	2014년	2015년	2016년	2017년 이후
용자	7,923	420	360	360	2,453
자부담	1,889	115	90	90	613
합계	9,813	535	450	450	3,067

출처 : 농림축산식품부, 산지유통활성화사업 지침서, 2016.

- 지원 자금의 형태는 용자와 자부담으로 구분되며, 용자부문에서 금리의 차등적용을 통해 1차적인 인센티브를 제공함.
 - 금리는 최소 1.0% ~ 최대 3.0%로 적용하며, 매년 4월 1일자로 금리를 변경함.
 - 금리를 적용하는 방식은 당해 연도 산지유통종합평가 순위를 통해 산지유통종합평가 차등금리 적용기준을 적용함.

〈표 5-4〉 산지유통종합평가 차등금리 적용기준

단위 : 십억 원

산지유통종합평가 순위	적용 금리
상위 10% 이하(최우수조직 선정)	0.5%
상위 10% 초과 ~ 20% 이하(우수조직 선정)	0.5%
상위 30% 이하	1.0%
상위 30% 초과 ~ 55% 이하	1.5%
상위 55% 초과 ~ 80% 이하	2.0%
상위 80% 초과 ~ 90% 이하	2.5%
상위 90% 초과	3.0%

출처 : 농림축산식품부, 산지유통활성화사업 지침서, 2016.

- 3년간 추가 지원자금을 주는 기본 인센티브의 경우에는 지원 금액의 5%~최대 25%까지 제공하며, 산지유통종합평가 결과에 따라 차등으로 추가 지원함.

- 인센티브로 제공되는 추가 지원자금의 경우에는 기본 무이자 1년을 적용하며, 연간 최대 100억 원 규모에서 운영됨.
- 연도 내 통합조직간 통합일 경우 200억 원 한도로 지원하고 있음.

〈표 5-5〉 기본 인센티브 지원내용

단위 : 십억 원

산지유통종합평가 순위	추가 지원 금액
상위 10% 이내	지원 금액의 25% 이내
상위 10% 초과 ~ 20% 이내	지원 금액의 20% 이내
상위 20% 초과 ~ 30% 이내	지원 금액의 15% 이내
상위 30% 초과 ~ 40% 이내	지원 금액의 10% 이내
상위 40% 초과 ~ 50% 이내	지원 금액의 5% 이내

출처 : 농림축산식품부, 산지유통활성화사업 지침서, 2016.

나. 패널티

- 산지유통종합평가를 통해 부진조직 또는 사업지원대상 제외조직으로 선정될 경우, 산지유통활성화사업에서 패널티를 부여받게 됨.
 - 신규 자금의 지원 제한, 최고금리 적용, 인센티브로 주어지는 추가 지원 자금의 회수, 산지유통종합평가 결과와 상관없는 고정금리 3% 적용 등으로 다양함.
- 패널티의 경우에는 산지유통종합평가 결과 부진조직과 사업지원대상 제외조직에게 부여되며, 최고금리(농협-3%, 법인-2.5%)를 적용함.
- 부진조직은 신규자금의 지원이 가능하지만, 3년 연속 부진 시에는 신규자금과 타 산지관련 사업지원에서 제외됨.
 - 사업지원대상 제외조직으로 선정되면, 신규자금지원에서 제외될 뿐 아니라, 타 산지관련 산업에서 지원제외대상으로 분류함.

- 산지유통종합평가 탈락조직에게는 패널티가 부여되며, 패널티로는 추가 지원자금으로 지원된 금액의 회수도 이루어짐.
- 추가 지원자금의 최소 30%에서 최대 100%까지 회수함.
- 산지유통종합계획 연차평가 결과 부진조직(E등급)은 추가자금 지원 제한 및 종합평가 결과에 상관없이 기본금리(3%)를 1년간 적용함.

〈표 5-6〉 산지유통종합평가결과 참여조직 금리 차등적용(안)

구분	사업지원 대상조직			사업지원대상 제외조직
	최우수조직	우수조직	부진조직	
출하율 및 출하액	- 통합조직 출하율 30% 이상 - 출하액 50억원 이상 (두 조건을 모두 만족해야만 함)	통합조직 출하율 30% 이상	- 참여조직 중 최우수, 우수를 제외한 조직	- 참여조직 지원대상 요건 미달 조직 [출하실적 3억(농협), 1억(민간) 미달]
인센티브	- 통합조직 금리의 0.5% 인하적용		- 없음	- 없음
패널티	- 없음	- 없음	- 신규자금 지원 가능 - 최고금리 적용(3%) - 3년 부진시, 신규 자금 및 타 산지 관련 사업 지원 제외	- 신규자금 지원제외 - 기존자금 최고금리 적용 - 타 산지 관련 사업 지원제외

출처 : 농림축산식품부, 산지유통활성화사업 지침서, 2016.

〈표 5-7〉 인센티브에 대한 패널티 사항

단위 : 십억 원

산지유통종합평가 순위	회수 범위
상위 50% 이내	지원 금액의 30% 이내
상위 50% 초과 ~ 70% 이내	지원 금액의 50% 이내
상위 70% 초과 ~ 90% 이내	지원 금액의 80% 이내
상위 90% 초과 ~ 100% 이내	지원 금액의 100% 이내

출처 : 농림축산식품부, 산지유통활성화사업 지침서, 2016.

참고문헌

- 국승용·최병옥, 산지유통조직의 성공요인 분석, 한국농촌경제연구원, 2008.
- 김오열, “학교급식지원센터의 운영실태와 발전방향, 단국대학교 석사학위논문, 2015.
- 김창길, 친환경 소비성향과 마케팅 전략, 한국농촌경제연구원, 2008.
- 김창길, 친환경농업정책과제, 한국농촌경제연구원, 2016.
- 김창환, 산지유통조직의 유형별특성에 관한 연구, 동국대학교 박사학위 논문, 2014.
- 김창환,박정운, 산지조직화 우수사례 특성분석에 관한연구, 2013, 식품유통학회
- 김 호, 광역지자체 단위 친환경학교급식의 추진방안, 한국유기농업학회, 2010.12.
- 김 호, 농산물 산지유통의 문제점과 개선방향, 식품유통연구제16권제1호, 한국식품유통학회, 1999.3.
- 농림축산식품부, 농림축산식품사업 시행지침서, 2016.
- 농림축산식품부, 산지조직화 정책 개선방안, 2015.12.
- 농식품신유통연구원, 친환경농산물 유통실태조사, 2013.
- 이지영, 대형유통업체의 시장주도가 예상되는 친환경농산물 시장, 하나금융연구소, 2006.
- 지역농업네트워크, 경기도 친환경농업 및 로컬푸드 활성화를 위한 친환경농산물 소매장 건립 및 운영방안 수립 연구용역 최종보고서, 2013.
- 채성훈, 국내 생협의 사업특징과 시사점, 농협경제연구소, 2013.

- 최병옥·전창곤·김동훈, 농산물 산지유통시설의 효율적 활용 방안, 한국농촌경제연구원, 2010.
- 충청남도, 친환경무상급식 추진실적(내부자료), 2016.
- 황윤재외 3인, “학교급식 친환경농산물 안전성 관리 방안”, 한국농촌경제연구원, 2012.

부록. 사업시행지침(안)

친환경농산물 광역 생산·유통조직 육성사업

▶ 이 사업시행지침에 대한 해석기관은 농림축산식품부 친환경농업과입니다.

담당기관	담당과	담당자	전화번호
농림축산식품부	친환경농업과		

I. 사업개요

1. 목적

- 친환경농산물 광역단위 산지유통조직을 육성하여 산지의 규모화·조직화를 통해 농가의 안정적 판로를 제공하고 시장교섭력 확보
- 친환경농산물 산지유통의 조직화를 통해 불필요한 유통비용을 절감하여 소비자가 저렴하게 구매할 수 있는 체계 마련

2. 근거법령

- 친환경농어업 육성 및 유기식품의 관리·지원에 관한 법률 제16조(친환경농수산물 등의 생산·유통·수출지원)

3. 연도별 재정투입 계획

(단위 : 백만원)

구 분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년이후
합 계	1,000				
보 조	500				
지방비 및 자부담*	500				

* 지방비와 자부담의 분담비율은 지자체에서 자율적으로 조정

II. 2017 사업시행 주요내용

1. 사업대상자

- 농협조직, 농업법인(영농조합법인, 농업회사법인), 협동조합기본법에 의해 설립된 농산물 생산·유통 관련 협동조합, 광역단위 친환경농업인단체
 - 시·군 하부조직과 연계 또는 연합하여 광역단위로 사업단을 조직한 경우에 한함.
 - 농업법인의 경우, 농림축산분야 재정사업관리 기본규정(훈령 제153호) 제91조(농업법인의 지원요건 및 사후관리 기준)에 적합하여야 함(사업 신청년도 1월 1일 기준).
 - 농업법인(영농조합법인, 농업회사법인)은 총출자금이 3억 원 이상이고, 설립 후 친환경농산물 공동마케팅 실적이 있는 법인
 - 농업회사법인은 농업인 주주 지분이 51% 이상을 점유하여야 함(생산자단체는 농업인 주주 지분을 계산하여 인정, 지자체 지분은 비생산자 지분으로 간주).
 - 협동조합기본법에 의거 설립된 협동조합의 경우 기본요건은 농업인 조합원 수 및 농업인 주주 지분이 각각 전체 조합원의 51% 이상인 경우에 해당

- 대기업(상호출자제한기업집단에 속하거나, 자산총액이 5천억 원 이상

또는 자기자본이 1천억 원 이상 등인 법인) 및 대기업이 실질적으로 소유·운영(30% 이상 지분을 확보하고 최대 출자자·임원 겸임 등)하고 있는 농업법인은 사업대상에서 제외

2. 지원자격 및 요건

- 법인이 설립되어 운영되고 있고, 친환경농산물 공동마케팅 실적을 제시할 수 있는 법인체
 - 광역(도)단위 친환경농업 관련 생산자단체(조직)으로서, 별도의 유통사업단을 통한 유통사업 실적이 있는 조직을 우선 지원
 - 농협조직은 지자체와 농협중앙회가 공동으로 추진하는 '농산물 공동출하조직육성사업'에 참여하는 조직
 - 도별 친환경농산물 인증농가(또는 면적)의 50% 이상을 점유할 것
 - 매출실적은 최근 3년간 판매처별로 구분하고, 참여농가 수 및 시군별 분포를 작성하여 제출

- 사업 참여농가는 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」 제19조에 따라 인증을 득하여야 하며, 「농어업경영체 육성 및 지원에 관한 법률」 제4조에 따른 농업경영정보를 등록(변경등록 포함)하여야 함.

- 계약재배 실적 또는 계획
 - 농가와와의 계약재배를 통해 120개 품목* 이상 조달이 가능하여야 함.
 - * (과일) 20개 품목<계절품목 3~4개 포함> (채소류) 70~80 (곡류) 30개
 - 계약재배는 파종(또는 정식 및 착과) 전에 실시한 계약재배만 원칙적으로 인정하되, 단순매취(포진, 정전, 창고거래 등)는 불인정, 다만 품목 및 지역여건 등에 따라 불가피한 경우에는 생육기간 2/3이전에 계약재배한 것은 인정
 - 참여농가와와의 계약재배 실태를 확인할 수 있는 증빙자료 제출

- 공동브랜드를 사용하며, 공동선별·공동출하·공동계산하는 경우에 지원
 - 공동브랜드는 광역단위 친환경농산물 브랜드이어야 함.
- H/W 설치는 불허하며, 관내 농협조직 또는 농업법인의 APC 등 산지 유통에 필요한 시설을 활용할 수 있는 사용 계약서 제출
 - APC, PRC, 저온저장고 등 유통시설은 반드시 친환경농산물 전용의 것을 임차하여야 함.
 - APC, 가공공장 등 대규모 시설 설치는 사업대상에서 제외함. 단 기존 보유시설의 개보수, 소규모 장비 구입자금은 총사업비의 10%이내에서 사용 가능

3. 지원형태 및 자금의 용도

가. 지원형태

- 국비 50%, 지방비 30%, 자부담 20%
 - 사업관리 주체 : 시·도(지방비 매칭 조직)
 - 지방비와 자부담은 지자체에서 자율적으로 조정 가능하되, 자부담은 30%를 초과할 수 없음.

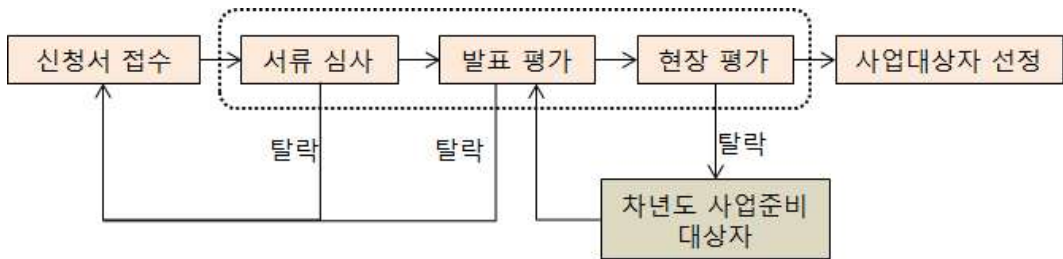
나. 자금의 용도

- 초기단계 운영자금
 - 농가조직화, 유통·마케팅 교육 등에 소요되는 비용
 - 판매촉진을 위한 브랜드 개발 및 등록비용
 - 공동마케팅을 위해 직접 사업에 소요되는 친환경전용 APC 등 유통시설 임차료
 - 사업의 효율화를 위한 ERP 시스템 및 SCM 구축
 - 무점포 시장 개발비 : 모바일 및 온라인 쇼핑몰 구축 등 전산화 기반 구축비용 등

- 광고·홍보, 상품개발, 컨설팅 등에 소요되는 비용
- 산지 및 안전성 관리, 계약재배 등 원물확보 등을 위한 운영활성화 자금
 - 계약재배 등을 통한 원물확보를 위한 비용
 - 친환경인증을 준수하여 안전성을 확보하기 위한 비용
 - 공동선별 및 공동계산, 공동브랜드 포장재, 마케팅 자문 및 컨설팅 등 공동마케팅에 소요되는 비용
- 다른 자금지원의 제한
 - 친환경농산물 광역 생산·유통조직 사업에 선정된 사업자는 산지유통활성화사업, 농산물마케팅지원사업에 의한 중복지원 배제

Ⅲ. 표준프로세스(SP)에 따른 담당기관 역할

1. 사업선정 절차



- 사업신청서를 접수한 조직만 지원대상이 될 수 있음.
- 심사 및 평가
 - 서류심사 : 사업계획서의 적격성과 증빙자료 구비 여부
 - 평가 : 발표평가를 통해 구두 심사를 하고, 현장평가를 통해 사업계획서의 적합성을 확인

- 서류심사 및 발표평가에서 탈락한 조직은 차년도에 사업신청서를 다시 제출
- 현장평가에서 탈락한 조직의 경우, 차년도 사업준비 대상자로 선정하여 수정 보완된 사업계획서 근거로 발표평가와 현장평가를 거쳐 차년도에 선정 가능

2. 사업신청 단계

농림축산식품부

- 사업대상자 선정기준 등을 반영한 기본계획을 수립
- 사업대상자 선정기준 등을 포함한 세부계획을 관련기관, 기존산지조직, 농업전문지, aT홈페이지에 공지

시·도

- 사업신청자의 기존 유통시설(APC, RPC 등) 활용 가능성과 타 사업과의 중복여부를 검토
- 관할 사업대상자들에게 사업추진계획 제출 요청과 접수된 사업추진계획을 자체 평가 및 승인 후, 농식품부에 제출

사업대상 조직

- 사업대상자는 '17년 사업추진계획을 관할 시·도에 제출
- 사업대상자는 연차별 성과목표를 포함하여 매뉴얼(필수·자율·가점 항목)에 의한 사업계획서를 수립하여 시·도에 제출

구 분	주 요 항 목
필수항목	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 농가조직화, 유통·마케팅 교육 ◦ 계약재배 및 작부체계 구축, 친환경생산 관리, 안전성 검사 ◦ 업무시스템 구축(ERP 등) ◦ APC·RPC 사용계약 ◦ 무점포시장 개발, 공동선별·공동계산, 공동브랜드 개발 등
자율항목	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 위탁교육, 마케팅 컨설팅 ◦ 홍보물 제작, 판매장개설 계획 등
가점항목	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 지자체의 친환경농산물 유통지원 ◦ 가공업체·판매처와 MOU 또는 출하계약 체결 등

3. 사업자 선정 단계

농림축산식품부

- 사업대상자 선정을 위한 심사 기본계획 수립

- 기본계획에 따라 세부 평가계획 수립 및 평가 실시
 - 각계 전문가로 구성된 5인 이내의 심사평가위원회 구성·운영
 - 접수된 사업신청서가 사업시행지침의 기본요건을 충족하는지 여부 검토
 - 1차 평가(서면평가) : 사업계획서의 적격성과 증빙자료 구비 여부
 - 사업계획량의 2배수 이내에서 공개발표평가 대상자 선정
 - 2차 평가(공개발표평가) : 구두심사, 서류내용의 적합성 평가
 - 공개발표평가 결과 80점 미만 조직은 사업대상에서 제외
 - 3차 평가(현장평가) : 사업계획 및 사업여건, 실천성 및 사업의지 등에 대한 현장 확인 및 면접조사

- 사업대상자 선정 평가결과에 따라 예산의 범위 내에서 사업대상자 최종 확정

4. 세부계획수립 및 시행단계

농림축산식품부

- 세부사업계획 승인
- 사업대상자의 사업추진여건 등 제반사항을 확인한 후 사업비 배정 계획을 시·도 및 사업대상자에게 통보
- 사업추진계획 검토, 사업추진 관리, 사업비 집행 등에 대해 지자체와 협업 체계를 구축하여 사업추진에 협조

시·도

- 각 시·도는 관할 사업대상자에게 세부사업추진계획 제출 요청과 접수된 세부사업추진계획을 검토 승인 후, 그 결과를 농식품부에 제출

사업대상 조직

- 사업대상자는 '17년 사업추진계획을 관할 시·도에 제출

5. 자금배정단계

농림축산식품부

- '17년 사업대상자의 자금은 시·도를 경유하여 사업비(국고보조) 배장 요청에 의해서 자금배정(분기별 또는 수시)

사업대상 조직

- 사업대상자는 자부담금 우선 집행 원칙에 의거 사업비를 집행하여야 하고, 자금의 용도 및 사업기간 내에 맞게 집행하여야 하며, 사업실적에 따라 시·도에 사업비 요청
- 사업비 요청 시 또는 최종 정산 시 제반 증빙자료를 첨부하여 제출

시·도

- 시·도는 관할 대상사업자의 사업비(국고보조)를 사업대상자의 요청에 따라 농식품부에 사업비 배정(일괄 또는 수시) 요청
- 시·도는 농식품부와 협조하여 자부담금에 의한 사업실적(자부담금 우선 집행)을 확인한 후, 사업실적에 따라 사업자금(국고보조 및 지방비)을 집행
- 시·도는 사업추진계획에 따른 추진내용 및 자금용도를 확인한 후 최종 정산하여 농식품부에 보고

6. 이행점검 및 사후관리단계

<사후관리>

농림축산식품부

- 사업추진실적 점검(반기 1회)
 - 사업계획 이행 상황 점검, 사업비 집행 실적, 운영현황 등
 - 사업점검은 시·도 및 전문가 등으로 점검반을 구성
- 사업정산 및 결과보고(시·도 → 농식품부)
 - 사업대상자의 사업기간 만료 후 사업계획서 이행여부 확인 등 사업실적 정산을 완료하고, 그 결과를 농림축산식품부에 보고

시·도

- 사업대상자의 사업완료 신청에 따라 사업추진실적을 검사 후, 그 결과를 농식품부에 보고
- 사업대상자가 보조금으로 취득한 중요재산에 대한 관리

<제재>

농림축산식품부

- 사업정산 결과 사업실적이 사업추진계획의 내용에 미달 시 위약금을 청구
- 사업대상자가 사업목적 외 사용 등 부당사용이 확인될 시 관련 규정 등에 따라 당해 금액을 회수 조치

7. 사업평가 및 환류단계

<사업평가>

- 사업실적 평가(사업완료 후)
 - 농식품부는 사업완료 후 평가단을 구성하여 전년도 성과를 평가
 - 평가단은 내·외부 전문가로 구성
 - 평가내용 : 매출액, 농가조직화, 유통교육실적, 계약재배 및 작부체계 실적, 안정적인 판매처 확보 실적 등

<환류>

- 우수조직에 대해서는 타 정책사업 선정 시 우선 인센티브 부여 및 국외 선진지 연수, 표창수여 등

<붙임 3>

친환경농산물 광역 생산·유통조직 육성사업 신청서

(단위 : 백만원)

성명		사업자등록번호	
주소		법인등록번호	
대표자		대표전화	
담당자		담당전화	팩스번호
신청유형	농협조직 <input type="checkbox"/> , 농업법인 <input type="checkbox"/> , 광역친환경농업인단체 <input type="checkbox"/>	신규 및 재신청	기존조직 <input type="checkbox"/> , 재신청 <input type="checkbox"/> , 신규조직 <input type="checkbox"/>
'16년 조직화 취급실적 (친환경 농산물)	계약재배실적	자금의 용도	교육 및 조직화 <input type="checkbox"/>
	공동브랜드 출하실적		산지 및 안전성 관리 <input type="checkbox"/>
	총 취급실적		마케팅 및 홍보 <input type="checkbox"/>
	참여농가 수		기타 <input type="checkbox"/>
정부지원 타 자금	지원사업명	지원금액	
설립일자		출자금	
첨부 : 1. 참여조직의 조직구조도 1부, 2. 조합원현황 및 출자현황 1부, 3. 사업계획서 1부			
<p>○ 농협조직 : ① 최근년도 재무제표(세무서발행) 또는 가결산 재무제표 1부</p> <p>○ 농업법인(영농조합법인 및 농업회사법인)</p> <p>- 영농조합법인 : ① 최근년도 재무제표(세무서발행) 또는 가결산 재무제표 1부, ② 법인등기부등본(출자금 3억 원 이상 및 설립연월일 3년 이상 확인) 1부, ③ 농업인확인서(출자자 중 농업인이 50인 이상 확인) 각1부, ④ 농업경영체등록 확인서 각1부</p> <p>- 농업회사법인 : ① 최근년도 재무제표(세무서 발행) 또는 가결산 재무제표 1부, ② 법인등기부등본(출자금 3억 원 이상 및 설립연월일 3년 이상 확인) 1부, ③ 농업인확인서(출자자 중 농업인이 50인 이상 확인) 각1부, ④ 출자지분확인(출자자 중 농업인의 지분이 51% 이상 확인), ⑤ 농업경영체등록 확인서 각 1부</p> <p>○ 광역단위 친환경농업인단체 : ① 최근년도 재무제표(세무서발행) 또는 가결산 재무제표 1부, ② 법인등기부등본(출자금 3억 원 이상 및 설립연월일 3년 이상 확인) 1부, ③ 농업인확인서(출자자 중 농업인이 50인 이상 확인) 1부, ④ 농업경영체등록 확인서 1부</p>			

<붙임 2>

친환경농산물 광역 생산·유통조직 육성사업 세부항목

구 분	세 부 항 목	비고
①교육 및 조직화	◦ 유통·마케팅 교육비	부대비용 포함
	◦ 농가조직화 컨설팅	
	◦ 농가조직화 자문비	
	◦ 위탁교육비	
②산지 및 안전성 관리	◦ 계약재배·작부체계 구축·운영	친환경생산관리비, 안전성검사비는 지방비 또는 자부담
	◦ 친환경생산 관리비	
	◦ 안전성 검사비	
③유통·물류 시스템 구축	◦ ERP 시스템 구축	
	◦ SCM 구축	
	◦ 무점포시장 개척을 위한 온라인·모바일 물 구축	
④마케팅 및 홍보	◦ 포장디자인, 도안, 용기 등 상품개발비	박람회 참가, 현지 시장조사비는 지방비 또는 자부담
	◦ 특허, 실용신안, 디자인, 상표등록 비용	
	◦ 각종 홍보물 제작비 - 팸플렛, 조직 및 상품소개서, 동영상 등	
	◦ 시장개척 비용 - 박람회 참가 및 현지 시장조사 - 판촉활동 등	
	◦ 광고 및 홍보비 - TV, 신문, 잡지 등	
	◦ 마케팅 관련 자문 및 컨설팅 비용	

* 구체적으로 예시된 내역 이외의 항목은 별도 협의 필요

* 모든 항목은 지출이 발생했음을 증빙(방침문서, 계약서, 지출결의서, 세금계산서 등)할 수 있는 경우에만 정산 가능

* 세부항목별 인정기준은 농식품부(안) 참조(지자체 여건에 따라 일부 변경 가능)

사업계획 평가표

항 목		심 사 기 준	평점
대분류	중분류		
1. 사업계획 (30)	1-1.사업계획 수립의 적정성(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 사업계획 수립시 사전조사를 실시하였는가? ◦ 참여농가 및 유통시설 등 이해관계자의 의견을 수렴하였는가? 	
	1-2.사업목표의 명확성(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 사업지역의 특성과 부합되는 실현가능한 목표인가? ◦ 목표달성을 위한 연차별 사업목표와 추진일정이 적절한가? 	
	1-3.추진전략의 적절성(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 친환경유통의 조직화, 규모화를 달성하기 위한 전략이 수립되어 있는가? ◦ 참여농가, 관련기관 및 조직과 연계 및 협조체계의 구축 내용이 포함되어 있는가? 	
2. 운영계획 (60)	2-1.조직화 및 규모화(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 참여농가의 조직화와 규모화 추진계획이 제시되어 있는가? ◦ 농가교육 추진계획 및 일정이 제시되어 있는가? 	
	2-2.계약재배 및 작부체계 구축(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 계약재배 품목 및 물량 확보를 위해 참여농가와 계약이 체결되어 있는가? ◦ 작부체계 구축계획이 수립되어 있는가? 	
	2-3.안전성 관리(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 안전성 관리 위한 친환경농가에 대한 관리계획이 적절한가? ◦ 안전성 검사 계획이 적절한가? 	
	2-4.업무시스템 구축(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ERP 등 업무시스템 구축을 위한 준비가 되어 있는가? ◦ 친환경 APC·RPC 사용계약이 체결되어 있는가? 	
	2-5.시장개발(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 무점포시장 개발 추진계획이 실현가능한가? ◦ 공동선별·공동계산 추진계획이 적절한가? ◦ 공동브랜드가 있거나 추진계획을 수립하였는가? 	
	2-6.마케팅 활동(10)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 안정적인 판매처는 확보 가능한가? ◦ 광고·홍보물 제작계획이 수립되어 있는가? 	
3. 기타 (10)	3-1.컨설팅 등(5)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 마케팅 컨설팅 등의 추진계획이 적절한가? 	
	3-2.규칙 등(5)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 공동브랜드 관리규정, 상표등록이 되어 있는가? 	
합계	100점		
4. 가점 (10)	4-1.특정품목 생산확대(3)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 과채류, 과실류 생산확대 계획이 구체적인가? 	
	4-2.지자체지원(3)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 지자체의 친환경농산물 유통지원 실적 	
	4-3.판로계약(4)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 가공업체·판매처와 MOU 또는 출하계약 체결 여부 	
총합계	110점		