

한국형 군단위 농산물종합단순가공공장 모형수립에 관한 연구

Modeling Comprehensive Food Processing Business
at County Level in Korea

연구기관
한국식품개발연구원

농림부



제 출 문

농림부 장관 귀하

본 보고서를 “한국형 군단위 농산물종합단순가공공장 모형 수립에 관한 연구” 과제의 최종보고서로 제출합니다.

2000. 6.

주관연구기관명 : 한국식품개발연구원
총괄연구책임자 : 강 수 기
연 구 원 : 장 종 근
 최 태 동
 곽 창 근
 오 승 용
 박 용 곤
 황 성 혁

<요 약 문>

I. 題 目

한국형 군단위 농산물종합단순가공공장 모형수립에 관한 연구

II. 研究의 目的

농촌지역, 특히 중산간부 농촌지역의 종합적인 단순식품 가공산업 육성에 활용할 수 있는 표준가공공장(사업) 모형의 제시와 사례지역의 분석

III. 研究의 必要性

- 중산간부 지역은 산업입지가 불리하여 2.3차 산업유치를 통한 지역경제 활성화가 제약되어 있어 식품가공사업을 통한 지역경제 활성화가 필요
- 가공식품시장은 대기업이 시장을 지배하고 있고 기존 유통체계의 장벽이 높아 중·소 식품업체에서 생산한 품목의 시장진입이 매우 어려움
- 중산간부 지역의 특성에 부합되고 시장적응에 무리가 적은 단순가공식품을 구명하고 이를 생산하는 공장 표준모형의 개발·제시 필요

III. 研究의 內容 및 範圍

- 가공공장표준모형 정립
- 사례지역분석
 - 가공대상 식품 구명
 - 공장 기본 설계도
 - 가공사업 수익성 분석

-운영방안 제시

○ 외국의 소지역 단위 가공사업 사례조사

IV. 研究結果

1. 산지 농산물 가공사업의 중요성

- 산지 농산물 가공사업은 농업생산의 안정, 농가 소득의 증대, 연관 산업의 발전을 통해 농촌 지역 경제 발전에 기여
- 농산물을 소비자의 식생활에 맞게 변형, 현대화 처리함으로써 국민식생활의 편의화와 전통 식문화의 발전적 계승에 기여

2. 산지 농산물 가공사업의 현황과 문제점

- 농업 및 국민경제에 미치는 효과가 큰 산지 농산물 가공사업의 활성화를 위하여 정부는 적극적인 금융 및 제도적 지원을 실시하였고 이에 힘입어 산지 농산물 가공사업은 질적·양적으로 성장하였음
- 그러나 가공품목의 시장성 취약, 사업주체의 사업경험 미흡, 원료 생산의 계절성에 기인하는 낮은 가동률, 기존 지역업체와의 과당경쟁, 시장 여건의 변화에 대한 대응 미흡, 농산물과 가공식품의 수입개방화 대응력 결여 등으로 상당수의 가공업체가 어려움을 겪고 있음

3. 농산물 가공사업 주변여건의 변화

- 농산물 생산기술의 발달로 원료공급기간이 길어지고 생산량도 늘어나고 있으나 가공원료로서 수입 농산물에 비하여 가격 경쟁력 취약
- 할인점의 증가, 식재료 유통의 확대, 정보통신 기술의 발달에 따른 전자상거래 확대, 콜드체인 시스템의 확대 전망 등으로 농산물 거래에서 가공화, 규격화 및 포장거래가 확대되고 있음
- 핵가족화, 주거생활의 도시화로 인한 주·부식용 가공식품(ready-to-eat), 조리용 반가공식품(ready-to-cook)의 수요와 단체급식·외식의 증가로 인한 식재료 수요가 증가하고 있으며 가공업체의 반제품 외주가 늘어나고 식품안전에 대한 관심증대로 청정농산물 및 무공해 가공식품 수요가 늘어나고 있음
- 가공식품 시장은 식품가공업체가 늘어나면서 가격과 홍보를 위한 경쟁이 더욱 심해지고 있으며 대형할인점이나 백화점이 식품유통에서 비중이 높아지면서 가공업체에 대한 지배력이 확대되고 있음
- 시장개방이 확대되면서 수입원료를 이용하는 민간 식품업체들이 늘고 대기업의 식품사업 참여확대로 중소기업체들의 영역이 점차 축소되어 가고 있으며 특히 많은 정책지원업체들이 어려움에 처해 있음
- 정부는 산지포장센터를 다기능의 종합적인 산지유통 거점시설로 육성하고 콜드체인시스템을 도입하며 농산물 및 산지 가공식품의 전자상거래를 발전시키고 있음
- 이 같은 주변여건의 변화에 따라 산지 농산물 가공사업은 사업개념을 재정립하고 경영의 주체, 가공대상품목, 가공기술 수준, 사업의 구성(mix)등에

있어서 발전적인 재검토가 요청되고 있음

- 따라서 농촌 지역의 농산물 가공사업 활성화를 위해서는 군 단위 지역특성에 부합되고 시장적응에 무리가 적은 단순가공식품을 구명하여 이를 생산하는 공장 표준모형을 개발하여 제시하는 것이 필요함

4. 군 단위 농산물 종합 가공공장 일반모형

- 군 단위 농산물 가공공장은 원료관리, 품질관리, 영업관리가 가능한 한도내에서 다수 품목을 한 공장에서 처리하는 종합공장이어야 하며 가공기술이 단순해야 하며 군 지역 가공사업 발전을 주도하는 협력적 가공사업의 중심체로의 역할이 필요하며 산지 농산물 유통사업을 선별적, 복합적으로 수행
- 군 단위 종합가공사업에서는 군 직영, 민관 합작, 농협연합, 농업인(영농법인) 등 다양한 경영형태를 고려하여 지역실정에 맞게 선택
- 군 단위 농산물 가공사업의 품목은 ①수요의 안정성·지속성, ②소비자의 제품 인식의 용이성, ③소비자의 상표에 대한 무차별성, ④가공기술의 단순성 및 사용의 용이성 등의 조건을 충족
- 군 단위 농산물 가공사업에서는 완제품 가공 이외에 식재료 유통업체를 대상으로 한 식재료 전처리 가공, 기존 가공업체를 대상으로 한 반제품 가공 및 OEM 완제품 가공 등으로 가공형태의 다양화 필요
- 군 단위 가공사업은 기존 지역 가공업체와 OEM 협력 관계를 정립하여 여건에 따라 상호 생산품목과 마케팅을 지역의 가공여건에 맞게 적절히 분담하는 전략적 제휴가 유리하며 이외에도 장기적으로는 전자상거래 사업, 농산물 수출 대행사업 등이 포함된 농산물 산지 유통사업도 복합적으로 고려하여야 함

- 군 단위 산지 농산물 가공공장은 가공원료저장시설, 선별·포장시설, 저온 저장시설, 전처리시설, 완제품 가공시설, 예냉처리시설, 사무실 및 부대시설 등이 필요에 따라 선택적으로 갖추어져야 함
- 가공품목은 지역의 농산물 생산 여건, 지역의 가공여건, 식품시장 여건, 지역의 의견 등을 종합적으로 고려하여 결정해야 함

5. 곡성군의 사례분석

- 사례지역은 산간부로서 군 단위 지역경제가 취약하고 생산자단체가 참여한 가공사업이 없으며 지역에서 생산되는 농산물을 가공하는 사업이 없고 도시 소비처가 인접해 있는 전남 곡성군으로 하였음
- 곡성군은 전라남도 22개시군 중의 하나로서 임야가 72.8%를 차지하고, 평야는 협소한 중산간 지대이지만, 고속도로 및 국도를 따라 광주, 순천, 여수, 광양, 남원 등 인근 소비도시까지 30분-1시간 이내에 도달할 수 있음
- 곡성군의 가공대상에서 제외되어야 할 품목은 ①음료류, ②기호식품, ③수입품이 품질차이는 적고 가격은 저렴한 품목, ④원료공급이 부적절한 품목, ⑤브랜드 선호가 높은 품목, ⑥지역내 기존업체가 생산하고 있는 품목 등임
- 곡성군에서 가공대상으로 고려해야할 품목은 ①주·부식류, ②원료 저장성이 높은 품목, ③제품 저장성이 높은 품목, ④수입산과 제품차별화가 되는 품목, ⑤신뢰성이 요구되는 품목, ⑥지역 특산품으로서 관내에서만 생산되거나 품질이 소비자 기호에 크게 부합하는 품목, ⑦소비자의 기호에 부합하고 지역에 식품가공 명인이 있어 기술독점이 가능한 품목 등임. 또한 지역에서 이미 생산되는 품목 중 시장성 유망 품목은 해당업체와 협의하여 외주품목으로 하여 마케팅을 하는 OEM 외주협력 사업으로 함

- 곡성군에서 가공유망품목으로 선정된 품목은 참기름, 볶음참깨, 깎마늘, 콩나물이었고 선별·소포장 품목은 콩, 완두, 동부엌음
- 유기농쌀과 식재료용 쌀공급, 주·부식류에 속하는 두부, 김치, 부각, 절임류(깻잎, 마늘), 마늘다대기는 지역협력품목으로서 본 공장 가공사업이 안정화 되고 난 이후 2단계 사업으로 고려함
- 종합가공공장은 대지는 600평, 주공장건물 250평, 재배사 64평 등 건평 314평 규모로 설립되며 주요 가공설비로는 참기름을 착유하기 위한 참기름 가공시설, 깎마늘을 가공하기 위한 마늘박피시설, 콩나물을 재배하기 위한 콩나물재배사, 곡물을 소포장하기 위한 곡물 소포장라인 등임
- 앞에서 선정된 품목을 가공하기 위한 공장의 시설투자비는 모두 651.75백만원이 소요될 것으로 추정되었으며 가공공장을 1일 8시간 기준 월 25일, 연 12개월을 가동할 경우 총이윤은 169,016천원으로 추정되었음
- 제품의 판매비중은 금액기준 참기름이 39.0%, 깎마늘 20.3%, 콩나물 18.4%, 등이며, 나머지를 볶은 참깨와 소포장이 차지하는 것으로 추정되었음. 또한 이윤에서의 비중은 콩나물 28.8%, 깎마늘 25.0%, 참기름 22.5% 등이며 나머지를 볶은 참깨와 소포장이 차지하는 것으로 추정되었음
- 손익분기점 매출액은 999.8백만원으로 추정되었고 매출액 대비 손익분기점 매출액의 비율인 손익분기점률은 69.0%에 이르는 것으로 나타났으며 내부수익률은 28.7%로서 본 사업은 수익성이 있다고 추정되었음
- 가동률이 80.62%일 때 내부수익률은 사회적 평균이자율과 같게되어 가동률이 최소한 이 이상을 유지하여야만 수익성이 있는 사업으로 판단되며, 평균 가동률이 이 이하로 떨어지게 되면 수익성이 없게됨

- 원료가격이 기준가격보다 16.39% 이상 인상되면 내부수익률도 9.5% 이하로 낮아져 수익성이 없게됨
- 본 분석에서는 가동률 100%를 유지할 때 생산되는 양을 모두 판매할 수 있는 마케팅 능력을 가정하고서 분석하였기 때문에 사업주의 마케팅 능력에 따라서 수익성에 차이가 예상됨
- 사업의 운영주체로서는 농협과 민간협작이 각각의 장단점을 가지고 있으며 군 직영과 농업인 참여는 품목과 사업성격상 군 단위 식품가공사업에 적합하지 않았음
- 농민이 장차 농산물의 수확, 포장, 출하에 있어서 당면하게될 어려움을 해소하기 위해 군 가공공장에서는 인력 및 수송차량 풀제를 운영하여 산지 농산물의 수확, 포장, 출하를 수수료 조건으로 대행사업을 병행함
- 곡성군내 기존 가공업체중 외주협력업체로 참여하는 경우 군 가공공장의 브랜드로 판로를 개척하여 주되 일정한 수수료를 받게 되어 다양한 품목으로 구색을 갖추게 되고 경영수익에도 기여하게 되며 협력업체에 대해서는 군 가공공장이 엄격한 제품규격 요청과 품질관리가 중요함
- 시장성은 있으나 보다 면밀한 검토가 필요한 품목이나 외주 협력사업은 최초 사업착수 시기에 포함하기에는 무리가 되기 때문에 본 공장의 기본품목 가공 사업이 안정화되고 난 다음에 착수하여야 함
- 농산물이나 가공식품에 대한 사이버 공간을 통한 주문에 대응하기 위해서는 전자상거래 사업을 농산물 산지 유통사업과 연계해서 실시하며 장기적으로는 일본을 겨냥한 지역 농산물 수출대행 사업도 추진함

- 공장 위치는 현재 석곡면에 위치한 농산물 포장센터가 저장시설의 활용이라는 측면에서 적합할 것으로 사료되나 실제 사업 착수시에는 산업 입지론적 관점과 사업에 영향을 줄 수 있는 경제외적 요인들이 고려된 다른 대안적 위치도 검토할 필요가 있음

- 앞으로 가공사업의 세부 경영 및 판매전략은 사업참여 관련 당사자들이 면밀하게 검토되어야 할 과제임. 아무리 시장성이 유망한 품목을 가공하더라도 경영과 판매가 부실하면 사업이 성공 할 수 없음. 기존에 성공적으로 잘 되고 있는 농협의 경영 및 판매전략을 벤치마킹 하는 것도 한 방법이 될 수 있을 것임

<목 차>

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 필요성	1
제 2 절 연구의 목적 및 내용	2
제 3 절 연구방법	2
제 2 장 산지 농산물 가공사업의 현황과 문제점	3
제 1 절 산지 농산물가공사업의 의의	3
1. 농촌경제에 미치는 영향	3
2. 일반 경제에 미치는 영향	4
3. 사회, 문화에 미치는 영향	4
제 2 절 산지 농산물 가공사업의 변천	5
1. 사업내용	5
2. 정책지원 내용	6
제 3 절 산지 가공사업의 현황	6
1. 업체지원	6
2. 자금지원	7
3. 가공품목	7
4. 사업주체	7

제 4 절 산지 가공사업의 문제점	8
1. 가공품목의 경쟁력	8
2. 사업주체의 경영능력	8
3. 공장 가동률	9
4. 지역 기존업체와의 경쟁	9
5. 시장여건 대응	9
6. 수입 개방화 대응	10
제 3 장 농산물 가공사업 주변여건의 변화	11
제 1 절 농산물 생산	11
1. 가공 원료로서의 경쟁력	11
2. 생산의 연중화	11
3. 공급과잉의 주기적 발생	12
4. 농업노동력의 노령화, 부녀화	12
제 2 절 농산물 유통	12
1. 포장거래 확대	12
2. 새로운 유통업체 등장	13
3. 새로운 거래방식 확산	13
4. 콜드체인 시스템 도입	14
제 3 절 식품 수요	14
1. 주·부식 가공식품 수요	14
2. 식재료 수요	15
3. 반제품의 외주거래	15
4. 안전농산물 및 식품 수요	15
5. 국내농산물 및 가공식품의 수출수요	16

제 4 절 가공식품 유통	16
1. 시장진입 장벽	16
2. 식품유통업체의 지배력 확대	17
제 5 절 식품산업	17
1. 수입원료의 사용	17
2. 대기업의 영역확대	18
3. 산지 지역업체간 경쟁	18
4. 정책지원업체의 경영난	18
제 6 절 정부의 정책	19
1. 산지 유통센터의 육성	19
2. 콜드체인 시스템의 구축	19
3. 전자상거래의 확대	19
4. 정책지원의 변화	20
제 7 절 새로운 틀	20
제 4 장 군 단위 농산물 종합 가공공장 일반모형	21
제 1 절 산지 농산물가공사업의 새로운 틀	21
1. 산지 농산물가공사업의 개념	21
2. 운영 유형	22
3. 가공품목	26
4. 가공기술	27
5. 가공형태	28
6. 기존 가공업체와의 관계	29
7. 사업구성	30
제 2 절 군 단위 산지 농산물 가공사업 모형	31

제 3 절 주요시설 구성	33
1. 원료저장시설	33
2. 선별·포장시설	33
3. 제품저장 시설	33
4. 전처리시설	33
5. 제품가공 시설	34
6. 예냉처리 시설	34
7. 사무실 및 부대 시설	34
제 4 절 가공시설 공용 개념도	34
제 5 절 가공 유망품목 결정 체계	36
1. 가공품목 결정의 중요성	36
2. 지역 생산농산물 분석	37
3. 주·부식 가공품목 조사	37
4. 지역의견 조사	37
5. 시장분석	38
6. 지역 가공업체 조사	38
제 5 장 곡성군 사례분석	41
제 1 절 사례지역의 선정	41
제 2 절 곡성군 개황	41
1. 행정구역	41
2. 지형	41
3. 기후	42
4. 교통	43
5. 인구	44

제 3 절 가공 유망품목의 결정	45
1. 결정방법	45
2. 농산물 생산실태	48
3. 주·부식 가공 품목 조사	66
4. 곡성군 지역의 가공유망 품목 의견 조사결과	90
5. 시장분석	91
7. 곡성군 지역 가공업체	142
8. 가공유망 품목 결정	145
제 4 절 공장시설 기본 설계도	156
1. 공장개황	157
2. 원료창고	157
3. 참기름가공	157
4. 참깨볶음	157
5. 간마늘 가공	158
6. 콩나물 라인	158
7. 제품창고	158
8. 사무실 및 부대시설	158
9. 기타	158
제 5 절 수익성 분석	159
1. 시설투자 내역	159
2. 총이윤	162
3. 손익분기점 분석	164
4. 내부수익률	166
5. 가동률 및 원료가격 변화에 따른 수익성 변화	168
6. 수익성 분석의 한계 및 고려사항	170

제 6 절 사업 운영	173
1. 운영주체	173
2. 사업조직	175
3. 사업추진	178
4. 판로개척 및 유지	179
제 6 장 요약 및 결론	181
1. 산지 농산물 종합가공 공장(사업) 모형 정립	181
2. 사례지역 분석	182
참고문헌	184
부 록	185

< 표 목 차 >

<표 4-1> 운영주체별 유리성과 불리성	25
<표 5-1> 곡성군 농산물 특화계수	49
<표 5-2> 곡성군 농산물 생산추세	50
<표 5-3> 곡성군 미곡 및 맥류 생산추세	51
<표 5-4> 곡성군 잡곡류 생산추세	52
<표 5-5> 곡성군 두류 생산추세	53
<표 5-6> 곡성군 서류 생산추세	54
<표 5-7> 곡성군 과채류 생산추세	56
<표 5-8> 곡성군 엽채류 생산추세	58
<표 5-9> 곡성군 조미채소류 생산추세	60
<표 5-10> 곡성군 근채류 생산실적	61
<표 5-11> 곡성군 특용작물 생산추세	62
<표 5-12> 곡성군 과일류 생산추세	64
<표 5-13> 수도권지역 주요 곡류가공품의 판매 실태Ⅰ	68
<표 5-14> 수도권지역 주요 곡류가공품의 판매 실태Ⅱ	69
<표 5-15> 수도권지역 주요 과채류가공품의 판매 실태	72
<표 5-16> 수도권지역 주요 근·엽채류 가공품의 판매 실태	73
<표 5-17> 수도권지역 주요 조미채소류 가공품 판매 실태	74
<표 5-18> 수도권지역 주요 과일가공품 판매 실태	75
<표 5-19> 수도권지역 주요 특용작물 가공품 판매 실태	77
<표 5-20> 곡성 인접도시 주요 곡류의 포장판매 실태	78
<표 5-21> 곡성 인접도시 주요 근·엽채류의 포장판매 실태	80
<표 5-22> 곡성 인접도시 주요 양념채소류 포장판매 실태	82

<표 5-23> 곡성 인접도시 주요 과채류 포장판매 실태	84
<표 5-24> 곡성 인접도시 주요 과일류 포장판매 실태	85
<표 5-25> 곡성 인접도시 주요 특용작물 및 서류 포장판매 실태	86
<표 5-26> 곡성 인접도시 주요 단순가공 주·부식품 판매 실태	87
<표 5-27> 곡성군 생산 농산물별 적정가공품목 의견조사 결과	90
<표 5-28> 주요 농산물 품목별 출하 포장단위 및 포장재질	99
<표 5-29> 1일 식재료 납품규모(N유통)	106
<표 5-30> 조사개황	113
<표 5-31> 국내농산물의 농약사용 안전성에 대한 생각(수도권)	114
<표 5-32> 국내농산물의 농약사용 안전성에 대한 생각(광주광역시)	116
<표 5-33> 가공식품의 안전성에 대한 생각(수도권)	117
<표 5-34> 가공식품의 안전성에 대한 생각(광주광역시)	117
<표 5-35> 가공식품의 가짜여부에 대한 생각(수도권)	118
<표 5-36> 가공식품의 가짜여부에 대한 생각(광주광역시)	119
<표 5-37> 농산물·식품의 안전성에 대한 보증기관의 신뢰도	120
<표 5-38> 공공기관이 보증한 농산물의 구입 가능한 가격수준(수도권)	120
<표 5-39> 공공기관이 보증한 농산물의 구입 가능한 가격수준(광주광역시)	121
<표 5-40> 식품구입시 생산지 고려여부(수도권)	122
<표 5-41> 식품구입시 생산지 고려여부(광주광역시)	123
<표 5-42> 소비자별 선호하는 제품기업(수도권)	123
<표 5-43> 소비자별 선호하는 제품기업(광주광역시)	124
<표 5-44> 식품선호(수도권)	125
<표 5-45> 식품선호(광주광역시)	126
<표 5-46> 식품조리방법(수도권)	126
<표 5-47> 식품조리방법(광주광역시)	128
<표 5-48> 반찬 구입장소(수도권)	128
<표 5-49> 반찬 구입장소(광주광역시)	129

<표 5-50> 반찬 구입기준(수도권)	130
<표 5-51> 반찬 구입기준(광주광역시)	131
<표 5-52> 반찬 구입시 선호업체(수도권)	131
<표 5-53> 반찬 구입시 선호업체(광주광역시)	132
<표 5-54> 두릅 구입시 선호하는 상태(수도권)	133
<표 5-55> 두릅구입시 선호하는 상태(광주광역시)	134
<표 5-56> 채소류 구입시 선호하는 상태(수도권)	134
<표 5-57> 채소류 구입시 선호하는 상태(광주광역시)	135
<표 5-58> 농협제품에 대한 신뢰도(수도권)	136
<표 5-59> 농협제품에 대한 신뢰도(광주광역시)	137
<표 5-60> 곡성군 농산물에 대한 소비자의 생각(수도권)	137
<표 5-61> 곡성군 농산물에 대한 소비자의 생각(광주광역시)	138
<표 5-62> 곡성군 특산품 인식 여부(수도권)	139
<표 5-63> 곡성군 특산품 인식 여부(광주광역시)	140
<표 5-64> 곡성군지역의 식품제조업체 현황	143
<표 5-65> 시판품목 조사후 곡성군에 적용 가능한 주·부식 가공식품명	147
<표 5-66> 시장분석후 곡성군에 적용 가능한 주·부식 가공식품명	152
<표 5-67> 지역업체 조사후 곡성군에 적용 가능한 주·부식 가공식품명	154
<표 5-68> 가공유망 품목	155
<표 5-69> 지역 협력 가공품목	155
<표 5-70> 시설투자내역	159
<표 5-71> 기계설비 세부내역	161
<표 5-72> 품목별 제품 단위당 제조원가 및 이윤 명세서	163
<표 5-73> 내부수익률(IRR)	167
<표 5-74> 가동률 변동에 따른 수익지표의 변화	169
<표 5-75> 원료가격 변화에 따른 수익지표의 변화	169
<표 5-76> SWOT 분석표	174

<표 5-77> 농민의 판매 담당 희망처	176
<표 5-78> 농민의 판매 유리처에 대한 의견	176
<표 5-79> 농민의 수출농산물 생산 참여의사	178
<표5-80> 농민의 유기농산물 참여의사	178

<그림목차>

<그림 4-1> 운영주체 구분	23
<그림 4-2> 가공대상 품목	27
<그림 4-3> 적용 가공기술	28
<그림 4-4> 가공형태	29
<그림 4-5> 지역 가공업체와의 관계	30
<그림 4-6> 사업구성	31
<그림 4-7> 산지 가공사업의 틀	32
<그림 4-8> 가공시설의 공용 개념도	36
<그림 4-9> 가공품목 결정체계	39
<그림 5-1> 곡성군 지도	42
<그림 5-2> 곡성군의 연령별 인구분포	44
<그림 5-3> 식자재 유통업체 식자재 공급프로세스	104
<그림 5-4> 공장 기본 설계도	156

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 필요성

일반 농촌 지역은 산업입지가 불리하여 2,3차 산업유치를 통한 지역경제활성화가 제약되어 있으며 농가는 영세소농이 다수로서 농가 소득도 낮다. 식품가공사업은 부가가치 및 고용창출, 연관산업 파급효과 등을 통해 지역경제 활성화에 기여하며 사업성격상 대체적으로 원료산지 입지가 유리하기 때문에 농촌지역에 유치 대상산업으로 적절한 산업이다.

이에 따라 그 동안 정부에서는 산지 농산물 가공사업육성을 위하여 행정 및 자금지원을 통한 정책지원을 해왔으나 지원 대상 가공업체의 구조적인 문제와 농산물 가공사업 주변여건의 변화로 산지 농산물 가공사업은 많은 어려움을 겪고 있다.

어떤 농산물로 어떤 가공식품을 생산해야 하는지는 가공원료 공급지로서 지역농업여건, 산업입지로서의 특성, 제품시장 여건 등에 좌우되기 때문에 적절한 가공사업의 파악이 용이하지 않다. 특히 가공식품시장은 일부 주·부식류를 제외하고는 대기업이 시장형성을 지배하고 있고 소비자의 브랜드 선호가 높으며 기존 유통체계의 장벽이 높아 중·소 식품업체에서 생산한 품목의 시장진입이 매우 어려운 실정이다.

따라서 농촌 지역에서 농산물 가공사업이 활성화 될 수 있도록 하기 위해서는 신개발제품이나 고차가공품의 생산을 지양하고 농촌지역의 군 단위 지역의 특성에 부합되고 시장적응에 무리가 적은 단순가공식품을 구명하여 이를 생산하는 공장 표준모형을 개발하여 제시하는 것이 절실히 요청되고 있다.

제 2 절 연구의 목적 및 내용

연구의 목적은 농촌지역, 특히 중산간부 농촌지역에서 종합적인 단순식품 가공산업 육성에 활용할 수 있는 표준가공공장 모형을 제시하고 사례지역을 선정하여 적정가공 품목을 선정하고 그에 따른 가공공장 설립 및 운영계획을 수립하여 제시하는데 있다.

주요 연구내용은 가공공장표준모형 정립, 가공대상 농산물과 가공대상 식품 구명, 해당품목의 가공사업 수익성 분석, 가공사업 운영방안 등이다.

제 3 절 연구방법

먼저 산지 농산물 가공사업의 실태를 파악하고 변화하는 농산물 가공주변여건을 분석하여 군 단위 농산물 종합가공사업의 틀을 정립하였다. 이러한 새로운 틀위에 군 단위 농산물 종합가공사업의 일반모형을 도출한 후에 사례지역(군)을 선정하여 군 단위 가공사업 및 운영계획을 수립하였다.

품목결정에서는 지역 농산물 생산실태 분석 → 가공대상 품목조사 → 지역 의견 조사 → 소비분석 → 식품산업분석 → 시장분석 → 지역내 가공업체 분석 → 품목선정 등의 과정을 거쳤다. 여기에서 선정된 품목을 대상으로 가공량별 시나리오로 수익성 분석을 하고 효율적인 운영방안을 제시하였다.

제 2 장 산지 농산물 가공사업의 현황과 문제점

제 1 절 산지 농산물가공사업의 의의

1. 농촌경제에 미치는 영향

농산물 가공산업은 가공 및 판매과정에서 농촌경제의 발전에 기여한다. 첫째 농가소득 증대에 기여한다. 가공용 원료농산물의 판매가 늘어나 농업소득이 증대되며 농민이 가공사업에 참여하면 가공과정에서 발생하는 부가가치가 농민의 소득으로 귀속되기 때문이다. 둘째 농산물 생산 안정 및 농가 소득 안정에 기여한다. 농민이 가공업체와 계약재배를 함으로써 농산물 생산량, 판매가격이 안정되고 가공을 통해서 저장성이 높아짐에 따라 농산물 과잉생산시 가격폭락을 완화할 수 있다. 셋째 대안 있는 농업구조 조정에 기여하게 된다. 저부가가치 농산물 원료에서 고부가가치 농산물을 원료로 하는 농업으로 농업자원이 이동된다. 예컨대 치즈와 버터생산이 이루어지면 곡물을 생산하던 농가가 낙농업으로 전환함으로써 곡물농가의 일방적인 퇴출이 아니라 낙농농가로의 전환을 하게되어 생산작목과 농가의 구조조정이 이루어진다. 넷째 농수산물 유통개선에 기여한다. 산지에서 농산물을 가공함으로써 원료 수송비 절감, 신선도 저하 및 물량감소 억제 등을 통하여 실현된 유통비용 감소분이 농민에게 귀속 될 수 있다. 다섯째 수입 농산물 및 가공식품의 국내시장 잠식을 억제한다. 예컨대 녹차개발로 커피수입이 억제되고 유자음료 개발로 오렌지주스 수입이 억제 될 수 있다. 여섯째 국내 농산물의 간접수출 증대에 기여한다. 원료가격이 비싸고 수송비가 높은 농산물을 가공하여 부가가치를 높여 수출하

면 농산물의 수출증대 효과가 발생한다. 예컨대 호박죽을 가공하여 수출하면 호박 수출효과가 있고 김치를 가공하여 수출하면 배추, 고추, 마늘 등의 수출 효과가 있게 된다.

2. 일반 경제에 미치는 영향

농산물 가공산업은 농촌경제에 미치는 영향 뿐만 아니라 일반경제에 미치는 영향도 지대하다. 첫째는 고용 창출이다. 가공업체에 고용되어 있는 노동력은 약 20만명으로 추산되고 있다(통계청, 2000). 둘째 국민소득 증대효과이다. 가공산업에서 창출되는 부가가치는 연간 약 13조원에 달한다(통계청, 2000). 셋째 연관산업의 발전이다. 가공산업은 가공기계, 포장, 저장, 수송, 식품 도.소매와 직접 연관되어 있어 가공산업의 발전은 연관산업의 재화와 용역의 수요창출에 기여한다. 이와 함께 식품과학기술의 발전에도 아울러 기여한다.

3. 사회. 문화에 미치는 영향

농산물 가공산업은 농산물을 요리하기 쉬운 상태로(ready-to-cook), 또는 바로 먹을 수 있는 상태로(ready-to-eat) 변형처리함으로써 사회적, 문화적으로 기여한다. 첫째 국민 식생활을 편의화 한다. 조리시간을 단축하거나 필요가 없게되며 휴대가 간편하고 보관기간을 연장해 주며 수시 취식이 가능토록 한다. 둘째 국민건강 증진에 기여한다. 이는 영양이 필요한 사람에게는 고영양식품을, 낮은 영양이 필요한 사람에게는 다이어트(diet)식품을, 그리고 체내 생리기능 활성화의 강화가 필요한 사람에게는 기능성 식품을 제공하는 것이 그 예이다. 셋째 전통식문화의 발전적 계승을 가능케 해준다. 새로운 세대에게 수요가 감소하는 전통식품을 가공을 통해서 현대화하여 전통식품을 국내에서 유지 발전시킴과 동시에 외래식품에 의한 전통식품의 대체를 억제한다. 또한 전통식

품을 국제화하여 한국 식문화를 해외에 선양하게 된다. 넷째 소비자의 식기호를 충족시킨다. 가공을 통하여 맛, 향기, 조직감, 빛깔, 모양의 개선을 통해서 소비자에게 식생활의 즐거움을 제공한다. 다섯째 식량안보에 기여한다. 농산물은 부패가 빨리 되어 저장성이 낮기 때문에 가공을 하면 장기간 비축이 가능해져 필요식량의 안보재고 유지를 가능케 해준다.

제 2 절 산지 농산물 가공사업의 변천

1. 사업내용(강수기외, 1994.1)

정부에서 정책적으로 산지에 농산물 가공공장을 육성하기 시작한 것은 1969년에 가내수공업 형태의 특산단지 육성사업에 식품을 포함하면서부터이다. 이어 1973년에 새마을 가공공장 사업이 시작되어 총 49개의 가공공장이 설립되었으나 별다른 성과를 거두지 못하고 1987년에 종료되었다. 또한 1973년에 동시에 시작된 산지복합가공공장 사업으로 23개 공장이 설립되었으나 이 사업 역시 1987년에 종료되었다.

1985년부터 농공단지 육성사업이 시작되면서 식품가공공장도 정책 지원대상에 포함되었다. 이 사업에는 농어민, 생산자단체, 민간업체들이 참여하였다. 이어 1989년에는 농산물가공사업을 본격적으로 육성하기 위하여 농림수산부에 가공산업육성을 전담할 표준가공과가 발족하면서 전통식품개발사업과 산지계열 가공사업이 산지 농산물가공 사업 육성의 핵심이 되었다. 이와 함께 이보다 앞서 1988년에 농산물가공사업육성을 기술적으로 뒷받침하기 위하여 한국식품개발연구원이 발족하였다. 1993년 6월에는 “농수산물 가공산업 육성 및 품질관리에 관한 법률”이 제정 공포되면서 산지 농산물 가공사업육성정책이 제도적으로 뒷받침되어 질적·양적으로 본격화되었다

2. 정책지원 내용

전술한 “농수산물 가공산업 육성 및 품질관리에 관한 법률”이 제정 공포되면서 산지 농산물 가공사업은 전통식품개발사업과 산지계열가공사업을 양축으로 하여 양적으로 본격적인 확장 단계에 이르렀다. 이 법의 시행령에 따라 전통식품개발사업의 지원 대상은 ‘국산 농산물을 주원료로 사용하여 농어민 5호 이상의 공동조직 및 생산자단체에 의하여 시행령에 의하여 지정된 전통식품의 가공업’이다. 그리고 산지 계열화 가공사업의 지원 대상은 ‘국산농수산물을 주원료로 사용하여 산지에서 농수산물을 가공업을 하고자하는 일반사업자 및 생산자 단체’이다.

정책지원의 구체적인 내용은 행정지원과 자금지원이다. 행정지원에서는 가공사업 인허가와 공장설립을 용이하게 하도록 관련 법규를 개정하였다. 자금 지원은 보조와 융자로서 가공사업 주체가 농민이나 생산자 단체일 경우는 보조와 융자가 함께 이루어지지만 일반사업자일 경우는 저리 융자만 지원 받는다. 자금 지원은 최초에는 공장건설에 소요되는 자금을 한정되었으나 나중에는 포장, 디자인 및 운영자금으로 확대되었다.

제 3 절 산지 가공사업의 현황

1. 업체 지원(농림부의, 1999.8)

이와 같이 지원된 가공업체수는 1998년 말 기준으로 총 1,395개에 달하고 있다.

가공주체별로는 전통식품가공사업의 경우 농어가 공동이 489개 업체, 생산자 단체가 120개 업체이며 산지일반(계열화) 가공사업의 경우 생산자 단체가 153개 업체, 일반업체가 156개 업체에 달하고 있다. 이밖에 특산단지내 사업 477개 업체가 정책 지원을 받았다. 연도별로는 1995년까지 1,048개소가 지원을 받았으며 1996년 177개, 1997년 124개, 1998년 46개 등으로 최근 들어 신규 정책지원 대상업체수가 감소되고 있다. 지원사업 구성비중에 있어서는 전통식품사업이 56.1%로 산지 일반가공 사업 43.9% 보다 많다.

2. 자금지원

1989년부터 1998년까지 지원된 자금은 3,118.2억원에 이르고 있으며 이중 전통식품사업에 918.1억원, 산지 일반가공사업에 1,859.6천억원 그리고 특산단지에 340.4억원이 지원되었다. 이 가운데 보조가 39.1%, 융자가 63.9%이며 일반업체나 특산단지는 보조가 전혀 없고 융자만 지원되었다.

3. 가공품목

가공품목은 조미식품, 반찬류 등 일상적인 소비품목이 주요 품목이고 주류, 음료류, 차류, 한과류와 같은 기호식품도 다수 포함되어 있다. 사용된 원료농산물은 배추, 무, 콩, 고추, 마늘, 깨, 사과, 배, 포도 등으로서 대체적으로 가짓수는 제한적이었다.

4. 사업주체

사업주체는 전통식품사업의 경우 농어가 공동이 80.3%로서 생산자단체 19.7%보다 월등히 높았다. 산지 일반가공사업의 경우는 생산자 단체가 50.7%로서 일반가공업체 49.7%와 비슷하였다.

제 4 절 산지 가공사업의 문제점

1. 가공품목의 경쟁력

대부분의 가공품목이 시장성이 취약하다. 대기업이 이미 시장을 선점하여 시장 신규진입이 어려운 품목, 수명이 짧은 기호성 음료, 소비자 기호가 확인되지 않은 지역 토속 주류나 차류, 수요가 감소추세에 있는 건채류 등이다. 또한 식품을 가공할 때 식생활을 주도하는 40대 이하 연령층의 기호에 부합되지 않는 맛, 향, 색택, 조직감 등의 현대화가 고려되어야 하나 대체로 전통식품의 맛을 살린다고 하여 복고적으로 식품을 가공하기 때문에 식품구매 비중이 높은 젊은 세대의 유인이 어려워 판매가 부진하게 되는 주요 요인이 되었다.

또한 제품의 상품성 처리가 미흡하였다. 포장디자인, 포장재질, 포장단위 등에 있어서 최근에 다소 나아지기는 하였으나 일반 기업제품에 비해서 대체로 뒤지고 있다.

2. 사업주체의 경영능력

사업주체의 사업경험이 미흡하여 품목결정에서부터 판매에 이르기까지 경영상의 시행착오 반복으로 사업정착이 지연되거나 사업부진의 한 요인이 되고 있다(강수기외, 1994.1). 이와 함께 사업주체가 가공기술, 품질관리, 포장기술, 저장기술 및 가공기계 등에 관한 지식이 부족하다. 그 이유는 본질적으로 농민은 농산물 생산에는 전문성을 가지고 있으나 가공사업의 경우 원료관리, 생산관리, 판매관리에 있어서 전문성이 낮고 시간활용도 여의치가 않다. 농협은 조직관리와 자금관리에는 전문성이 있어 농민들보다 다소 낫겠지만 역시 가공

사업관리에 있어서는 농협의 속성상 민간업체 만큼의 효율성과 적극성은 부족할 수밖에 없다. 가공사업의 주체는 지역의 실정, 가공품목의 특성, 주변 시장 여건 등을 고려하여 결정되어야하나 이러한 고려가 미흡한 실정이다. 특히 사업에 경험을 가지고 있고 사업에만 전념을 하여도 치열한 경쟁에서 살아남기가 쉽지 않은 식품가공사업에 식품사업 경영에 경험이 거의 없는 농민이 전통 식품의 경우 전체의 80% 이상에 달하고 있어 정책지원 사업의 어려움을 더해주고 있다. 이들에게는 사업시작 이전뿐만 아니라 사업시작 이후에도 식품사업 경영에 관한 교육이 밀도 있고 지속적으로 이루어져야 한다 .

3. 공장 가동률

식품가공사업은 가공원료 생산이 대부분 계절성을 띠고 있을 뿐만 아니라 원료의 저장성이 낮은 식품을 가공하는 사업의 경우 공장 가동률이 낮아 고정비용 부담이 높게되어 흑자실현에 중요한 장애요인이 되고 있다. 이는 가공품목이 시장성이 낮은 몇 개 품목에 한정되어 있거나 채소류 및 과일류처럼 원료의 저장성이 낮은 품목을 가공하는 경우에 특히 문제가 되고 있다.

4. 지역 기존업체와의 경쟁

신규로 참여하고자 하는 가공사업이 이미 해당지역에서 가동되고 있는 경우 제한된 시장에서 기존업체와 과당경쟁으로 사업초기에 시장진입이 어렵거나 함께 도산하는 경우가 적지 않다.

5. 시장여건 대응

식품유통구조가 최근에 크게 달라지고 있다. 식재료 유통규모가 연간 8-9조

원에 이르고 있고 농협 유통, 삼성 에버랜드, 신세계, 제일제당, LG, 동원산업, 대상, 오뚜기 등 대형유통업체의 참여가 늘어나고 있다(식품저널, 2000). 또한 식품업체간 반제품 공급, OEM생산 거래가 확대되고 있다. 식품 유통업체는 대형할인점이 전국단위 또는 지역단위로 늘어남에 따라 주문자 상표부착방식(PB)의 가공제품의 수요가 늘어나고 있다. 이러한 시장 변화에 대응하기 위해서는 농산물 전처리 형태의 가공, 기존 식품업체의 반제품이나 완제품 OEM 수요품목, 또는 PB식품 수요 조건을 충족시킬 수 있는 가공사업 전략이 필요하나 최종 완제품을 생산하여 행사성 판매나 전통적인 유통업체를 대상으로 판매하는 방식이 고수되고 있다.

6. 수입 개방화 대응

국내경제의 세계화에 따라 원료성 농산물과 가공식품의 수입이 크게 증가하고 있다. 이에 따라 개방화에 대한 사전적 고려가 없었던 상당수의 가공업체가 가격과 품질에서 수입품과 경쟁력을 갖지 못하고 어려움을 겪고 있다.

제 3 장 농산물 가공사업 주변여건의 변화

제 1 절 농산물 생산

1. 가공 원료로서의 경쟁력

저렴한 농산물의 수입개방으로 가공원료로서의 경쟁력이 상대적으로 저하되고 있다. 가공원료로서의 수입대상품목은 완전 원료는 주로 건조채소이며 수송부피가 크거나 수송 중 부패성이 높은 농산물은 반가공 상태로 수입이 이루어지고 있다. 껌잎이 절임상태의 산물로 수입되거나 당근, 포도 등이 원액형태로, 통조림용 복숭아가 반가공 처리된 상태로 수입되는 것이 그 예이다. 수입대상국도 중국, 동남아에서 남미, 아프리카 등 전 세계로 확대되고 있다. 그러나 우리나라 농산물의 가격경쟁력은 별로 개선되지 못하고 있다. 따라서 수입 농산물과 품질상의 차별화가 요구되고 있다.

2. 생산의 연중화

농산물 생산기술의 발달로 상당수의 채소류 생산의 연중화가 이루어져 신선 가공원료 공급가능 기간이 늘어나 해당품목의 공장 가동률이 제고될 수 있게 변하고 있다. 그러나 노지가 아닌 시설내에서 생산된 농산물은 가격이 다소 비싸지게 되어 원가상승 요인이 되고 있다.

3. 공급과잉의 주기적 발생

농산물 생산기술의 발전으로 다량생산이 가능하게 되었으며 이에 따라 주기적으로 공급과잉 문제가 자주 발생하고 있다. 따라서 과잉농산물 처리를 위한 가공의 필요성은 더욱 높아지고 있다.

4. 농업노동력의 노령화, 부녀화

농업 노동력의 노령화 부녀화가 심화됨으로서 농산물의 수확, 포장에 있어서 일시적으로 필요한 노동력 확보가 쉽지 않으며 농산물 출하에 있어서도 중간상인이나 도매상들과의 협상, 농산물 유통정보 입수 등에서 적지 않은 어려움을 겪고 있다. 따라서 산지에서 수확, 포장, 출하의 대행조직이 요청된다.

제 2 절 농산물 유통

1. 포장거래 확대

농산물 거래가 산물 거래에서 점차 포장 거래로 확대되고 있다. 포장거래는 도매시장에서뿐만 아니라 소매단계에서도 소포장 형태로 늘어나고 있다. 그리고 신유통 개념으로 신설이 전국적으로 확대되고 있는 물류센터에서는 모든 거래 농산물에 대해서 규격화된 포장거래를 하고 있다. 이는 거래의 편의성, 수송의 용이, 신선도 연장, 파손 감소등 유통상의 이익과 함께 소비자의 쓰레기 공해발생 거부 여론 등에 주로 기인한다. 포장대상 농산물은 과일류, 채소류가 대부분 포함되며 곡물류는 핵가족화로 1회당 구입량이 감소하여 소포장

거래가 이루어지고 있다. 포장재는 과일과 채소는 대부분 골판지 상자이며 일부는 그물망 포장이 이루어지고 있다. 곡물은 주로 합성수지 포장이다. 산지에서 포장이 더욱 확대되어야 하는 추세에 있다.

2. 새로운 유통업태 등장

근년에 할인점이 계속 늘어나고 있으며 농산물 유통에서 차지하는 비중이 높아지고 있다. 할인점은 농가나 산지 농협과 직거래하기도 하고 도매시장에서 구입하기도 하는데 구입된 농산물은 할인점의 작업장에서 소분 포장이 이루어진다.

또한 농산물을 요리에 바로 사용할 수 있도록 전처리된 농산물을 단체급식 업체나 외식업체에 공급하는 식재료 전문 유통회사가 많이 늘어나고 있다. 과거에는 지역 단위의 도매상에서 소규모로 담당해오던 식재료 공급사업이 전국 단위의 대기업계열의 유통업체가 참여하고 있다.

한편 소비지에는 산지 → 물류센터 → 소매상 → 소비자를 지향하는 물류센터가 전국적으로 확대 보급되고 있다. 이곳에서는 규격화된 포장거래를 요구한다.

따라서 신유통업태의 등장은 산지에서 농산물의 전처리, 포장화, 규격화를 요구하고 있다.

3. 새로운 거래방식 확산

도매시장에서 수지식 경매대신 전자경매가 점차 보급될 예정이며 정보통신 기술의 발달로 인터넷 경매, 전자상거래등 가상공간을 통해서 농산물 거래가

늘어날 것으로 전망되고 있다. 현재는 B2C 범주에 포함되는 농산물 쇼핑몰이 많이 늘어나고 있으며 일부 특산 농산물에서는 농민과 소비자사이 인터넷 상거래가 직접 이뤄지고 있다. 그러나 앞으로는 농민의 공동출하 조직과 소비자 도매상, 대형할인점, 단체급식소 사이에 인터넷 경매를 통한 거래가 확대될 것으로 전망되고 있다. 이를 위해서는 농산물의 표준화가 필수적이기 때문에 산지에서부터 농산물의 표준화, 포장화가 요청된다.

4. 콜드체인 시스템 도입

소비자들이 보다 신선한 농산물을 원하고 있어 수입 농산물에 대해 품질경쟁력을 갖추고 소비자의 선호에도 부응하기 위하여 농산물 유통에 있어서 콜드체인 시스템화가 서서히 진전되고 있다. 따라서 산지에서도 저온처리 및 저장시설, 냉장수송차량, 농산물의 포장화가 요청되고 있다. 현재 일부 가공품과 식재료의 배송이 부분적으로 콜드체인화 되고 있다.

제 3 절 식품 수요

1. 주·부식 가공식품 수요

핵가족화, 주거생활의 도시화로 주·부식용 가공식품(ready-to-eat)이나 조리용 반가공식품(ready-to-cook)의 수요가 증가하고 있다. 또한 여성의 사회 참여 확대로 가정에서 여성의 조리시간이 부족함에 따라 밑반찬, 조리반찬의 수요가 늘어나게 되고 개인의 입맛을 중요시하는 가정에서는 가정에서 손쉽게 조리할 수 있는 반가공식품을 선호하고 있다(강수기, 1994). 따라서 소비자의 필요와 기호에 부합하는 주·부식류 가공식품의 생산이 요청되고 있다

2. 식재료 수요

학교급식, 산업체 급식, 병원급식과 같은 단체급식 및 외식의 증가로 식재료 수요가 증가하고 있다. 시장규모는 연간 7-8조원으로 추산되고 있으며 매년 증가 추세에 있다. 식재료 유통은 유통업체가 단체급식소를 직접 운영하는 운영점을 가지고 식재료를 조달하는 경우와 식재료 운영점을 가지고 있지 않고 단순히 식재료 조달만 하는 경우로 분류된다. 대체적으로 운영점을 가지고 있는 경우 전처리를 더 많이 하고 있다. 농협에서는 농협유통이 식재료 공급사업에 참여하고 있다.

농산물은 모두 식재료 품목에 포함되며 식재료 품목의 경쟁력은 가격경쟁력, 신선성과 위생성, 적시배송에 있다(식품저널, 1999). 따라서 단체급식 수요가 높은 대도시 주변 농촌지역에서 식재료 사업에 대형유통업체의 협력사업으로 참여가 유리하다.

3. 반제품의 외주거래

가공업체에서 경영효율화를 위해서 반제품의 외주가 부분적으로 늘어나고 있다. 이는 가공시설비의 부분적 절감, 원료확보 및 관리비의 절감이 주요 목적이다. 대체로 중소기업이 대기업에 반제품을 공급하게 되나 중소기업간에 이루어지기도 한다. 산지 가공사업은 민간 식품업체에 반제품을 공급하는 품목을 포함하면 사업의 다각화를 꾀할 수 있다.

4. 안전농산물 및 식품 수요

식품안전에 대한 소비자의 관심증대로 저공해, 저농약 청정농산물이나 가공

식품의 수요가 늘어나고 있다(윤석원외, 1999.11). 또한 수입 농산물에서 안전성 문제가 자주 제기되고 맛이 국내 소비자의 기호에 부합되지 않기 때문에 국산 농산물이나 국산원료 사용 가공식품의 선호가 늘어나고 있다. 특히 상추, 깻잎, 쪽갓 등 신선채소류와 콩나물, 두부 등이 안전성으로, 고춧가루, 참기름 등이 가짜제품으로 자주 문제가 되어왔다. 안전하고 신뢰성 있는 농산물 가공품의 생산은 산지농산물 가공사업의 핵심적 전략이 될 수 있다. 풀무원은 식품의 안전성과 신뢰성을 심어 주어 성공한 대표적인 식품기업의 예가 될 수 있다.

5. 국내농산물 및 가공식품의 수출수요

국내농산물에 대한 수출이 늘고 있으며 특히 일본으로 수출이 증가하고 있다. 주요품목은 토마토, 양파, 쪽파, 마늘, 양배추, 배추, 당근, 무, 오이, 호박, 딸기 등 채소류와 수박, 사과, 메론, 포도 등 과일류, 그리고 표고버섯 등 다양한 품목이 수출되고 있다. 이 가운데 주요 수출품목은 토마토(방울토마토)로서 연간 약 13백만불 어치가 수출되고 있으며 다음으로 오이, 배추, 딸기가 각각 7백만불, 3백만불, 2백만불 수준이다. 또한 가공식품으로서는 김치가 연간 약 70백만불 어치가 일본에 수출되고 있으며 매년 증가세를 보이고 있다. 따라서 산지 가공사업에서 농산물 및 가공식품의 수출을 포함할 수 있을 것이다.

제 4 절 가공식품 유통

1. 시장진입 장벽

가공식품 시장은 식품가공업체가 늘어나면서 가격과 홍보에서 가공업체 사이에 경쟁이 더욱 심해지고 있다. 또한 가공업체가 늘어나 경쟁이 치열해지면

서 가공업체의 유통업체에 대한 협상력이 떨어지고 결제 방식도 불리해지고 있다. 따라서 개별 중·소 식품업체의 식품시장 진입이 더욱 어려워지고 있다. 이는 산지가공사업체가 품목을 선택함에 있어서 보다 신중해야 하고 마케팅에 서 보다 치밀한 전략이 필요함을 의미한다.

2. 식품유통업체의 지배력 확대

대형할인점이나 백화점이 식품유통에서 비중이 높아지면서 가공업체에 대한 지배력이 확대되고 있다. 식품의 규격, 가격, 포장, 거래 조건 등에서 이들 업체의 교섭력이 강화되고 있다. 그리고 주문자 상표부착 방식의 소위 PB상품의 거래도 늘어나고 있다. 따라서 산지 가공업체가 식품판로를 확대하려면 이들 식품유통업체가 요구하는 제품규격에 항상 관심을 가져야 한다.

제 5 절 식품산업

1. 수입원료의 사용

농산물 시장개방화가 확대되면서 저렴한 수입원료를 사용하여 식품을 가공하려는 민간 식품업체들이 늘고 있다. 수입한 가공 원료들의 가격이 국내 농산물에 비해서 현저하게 싸기 때문이다.

또한 원료의 부패성 때문에 원료의 수입이 곤란한 경우는 반제품을 수입하여 국내에서 완제품을 가공하기도 한다.

따라서 값이 상대적으로 비싼 국내농산물을 가공 원료로 사용하는 정부의 정책지원업체들은 가공식품의 가격경쟁에서 열세에 놓이게 되었다.

2. 대기업의 영역확대

주요 제품은 대기업에서 직접 생산하거나 또는 중소식품업체에 외주를 주어 OEM방식으로 제품을 생산 판매한다. 특히 소비자들에게 인기가 좋은 품목은 곧바로 참여하여 기술력, 자본력, 회사인지도, 회사 판매망을 이용하여 시장을 주도적으로 확보하기 때문에 중소기업체들의 영역이 점차 축소되어 가고 있다. 따라서 중소식품업체들은 생존하기 위해서 소량생산으로 지역시장을 일부 확보하거나 대기업의 OEM제품을 생산하거나 아니면 완전한 제품차별화를 해야만 한다.

3. 산지 지역업체간 경쟁

산지에서는 기존 중소식품가공업체와 정책지원업체가 동일 지역내에서 일부 품목을 중복 생산하면서 과잉경쟁을 하고 있으며 상당수의 업체가 이러한 경쟁으로 어려움을 겪거나 도산하고 있다.

4. 정책지원업체의 경영난

정책지원업체들이 정부의 많은 지원에도 불구하고 식품시장에 대한 이해부족, 사업경험 부족, 경영능력 미흡, 사업조직의 경직성과 비능률성 등 경영의 근본적인 문제로 대부분이 어려움에 처해 있다.

제 6 절 정부의 정책

1. 산지 유통센터의 육성

정부는 산지포장센터를 산지유통센터로 발전시켜 집하선별, 포장, 저온저장, 종합정보기능을 갖춘 종합적인 산지유통의 거점시설로 육성하는 정책을 추진하고 있다(농림부, 2000.1). 여기에는 간이집하장의 소규모 유통센터화, 농산물에 예냉, 저온저장, 냉장수송 적용기반을 마련하기 위한 저온유통기반시설 확충이 포함되어 있다. 따라서 앞으로 산지의 농산물 유통에서 산지유통센터의 비중이 커지게 되었다.

2. 콜드체인 시스템의 구축

농장에서 식탁까지 농산물의 신선상태를 유지하여 국내농산물의 품질경쟁력을 높이고 소비자의 고품질 농산물 소비욕구도 충족시키기 위하여 콜드체인시스템이 추진되고 있다. 따라서 산지에서는 일정한 규모의 농산물의 저온처리 및 저장능력을 갖추어야 할 필요가 있다.

3. 전자상거래의 확대

정부에서는 농산물 유통 효율화의 일환으로 농산물 통합 쇼핑몰을 발전시키고 일선 협동조합과 우수 농가들을 지원하여 전자상거래에 적극 참여하도록 하고 있다. 1999년에는 106 농가의 홈페이지를 구축하였고 2000년에는 200농가를 추가로 지원할 계획이다(농림부, 2000.1). 또한 1999년말 현재 51개 농협과 5개 축협의 홈페이지가 개설되어 있다. 이와 함께 농협을 주축으로 B2B

형태의 농산물 전자상거래가 활성화 될 것으로 전망되고 있다. 따라서 산지가
공사업에서는 농산물전자상거래를 통한 농산물 및 가공식품의 판매체계 구축
이 필요할 것이다.

4. 정책지원의 변화

정부에서는 산지 가공사업의 육성을 위하여 과거 10여년 동안 집중적인 지
원을 하였다. 농민과 생산자 단체에게는 사업비의 50%를 보조금으로 지원하
였고 30%는 저리 용자, 그리고 나머지 20%정도만 자부담을 하도록 하였다.
그러나 적지 않은 농민과 생산자단체에서 사업성보다 보조금을 의식하고 무분
별하게 가공사업에 참여하여 부실화의 주요요인의 하나가 되었다. 따라서 정
부는 사업의 책임있고 실효성 있는 수행을 위하여 보조금을 철폐하고 저리용
자로 정책지원을 전환하였다. 따라서 산지 가공사업이 생존하기 위해서는 자
립능력의 강화가 요청되고 있다.

제 7 절 새로운 틀

전술한 바와 같이 산지 농산물 가공사업은 사업이 갖는 국민경제적 중요성
이 지대함에도 불구하고 대부분 경영부진을 면하지 못하고 있는 실정으로써
이는 가공품목의 적합성 결여, 무리한 사업 추진, 경영주체의 경영 미숙에 기
인한 바 크다. 이와 함께 식품수요와 시장의 경쟁구조, 판로 등 농산물 가공과
관련된 주변 여건이 크게 변화하여 산지 농산물 가공사업에 적지 않은 영향을
주고 있으나 이에 대한 대응이 적절하게 이루어지고 있지 못하고 있다. 이를
현재대로 방치해두면 국민경제에 막대한 부담을 줄 수밖에 없게 된다. 따라서
산지 농산물 가공사업은 사업개념을 재정립하고 경영의 주체, 가공대상품목,
가공기술 수준, 사업의 구성(mix)등에 있어서 발전적인 재검토가 요청되고 있다.

제 4 장 군 단위 농산물 종합 가공공장 일반모형

제 1 절 산지 농산물가공사업의 새로운 틀

1. 산지 농산물가공사업의 개념

郡지역은 농산물이 생산되는 지역, 즉 농산물 산지이다. 따라서 군 단위 농산물 가공공장이란 산지에 위치한 농산물 가공공장의 의미와 일치한다. 농산물 가공공장은 공장 입지에 따라 소비지형과 산지형이 있다(강수기, 1991.2). 소비지형은 소비지 최근접지 또는 소비지내에 공장이 입지할 경우 기업적 유리성이 확보되는 유형으로서 농민, 농촌경제에 미치는 효과는 미미하다. 반면 산지형은 산지에 입지함으로써 기업적 이윤이 확보되는 유형이며 산지형은 농촌의 고용증대와 지역내 연관산업에 파급효과를 통하여 농촌경제 발전에 기여하게 된다. 또한 농민이나 생산자단체가 산지형 가공사업에 참여하면 가공과정에서 발생하는 부가가치의 상당부분이 이들에게 귀속된다. 이러한 관점에서 볼 때 산지 농산물가공사업의 육성은 농촌지역 주민에게 매우 중요한 의미를 갖는다.

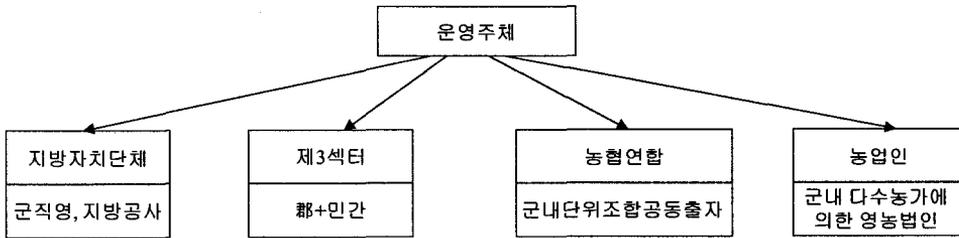
산지 농산물 가공사업이 이러한 취지를 달성하려면 前章에서 서술한 문제점을 극복하고 변화하는 농산물 가공사업 주변여건에 부합되는 새로운 틀을 가져야 한다. 이를 위해서 기본방향은 제품경쟁력의 확보, 경영능력의 개선, 안정적인 판로의 개척과 판로의 지속적 유지이며 이에 적합한 산지 농산물 가공사업의 개념이 정립되어야 한다.

첫째 산지농산물 가공사업은 종합적이어야 한다. 종합이란 다수의 품목을 한 공장에서 가공 처리하는 것을 의미하는 것으로 정의한다. 가공품목이 1-2개 품목에만 한정되면 가공기계나 시설의 활용도가 낮고 작황이 부진하면 해당 원료의 물량확보가 어렵거나 가격상승으로 사업 전체의 경영수지에 악영향을 주게 된다. 또한 저장성이 낮은 원료의 경우 원료생산의 계절성으로 공장가동률이 낮아 경영에 압박을 주게 된다. 따라서 다수의 품목을 가공하는 것이 일반적으로 경영에 유리하다. 그러나 품목이 너무 많을 경우는 원료관리, 품질관리, 영업관리가 어렵게 되기 때문에 품목수가 적정해야 한다. 둘째 가공기술이 단순해야 한다. 산지에서는 고급 기술인력의 확보가 어렵기 때문에 가급적 공장 및 기술관리가 용이한 단순기술이 활용되어야 한다. 단순기술이란 농산물의 물리적 형태만 변화 처리하는 것으로 한정한다. 또한 복잡한 고차 기술은 고가의 시설과 장비가 수반되기 때문에 투자비용이 많이 소요된다. 셋째 정부에서 정책적으로 지원하는 군 단위 가공사업의 성격은 기업이윤과 함께 군 지역 농민과 일반 주민 등 가급적 다수에게 공익성이 실현되어야 한다. 넷째 산지 농산물 출하사업을 복합적으로 수행해야 한다. 농산물 유통이 소비자의 요구, 콜드체인 시스템화, 전자상거래 등의 추세에 따라 점차 규격포장화 상태로 거래되고 있어 수확, 포장, 예냉, 저장 등이 늘어날 전망이다. 다섯째 군 단위 종합가공사업은 군 지역의 가공사업 발전을 주도하는 중심체가 되어야 한다. 군 단위에 있는 소규모의 가공공장이 여러 개 설립되어 유사 품목끼리 과도한 경쟁을 하게 되면 오히려 동반 부실을 초래할 수 있기 때문이다. 따라서 지역 농산물 가공사업의 중심사업체로서 기존의 지역내 중소가공업체와 보완적 협력관계를 유지해야 한다.

2. 운영 유형

과거에 개별적인 산지 가공사업의 주체는 지역실정, 식품시장, 가공품목의

성격 등을 고려하지 않고 경영조건이 취약한 농민위주의 가공사업이 시행됨으로서 경영에 적지 않은 장애요인이 되었다. 그러나 군 단위 종합가공사업에서는 운영주체가 군 직영, 민관 합작, 농협연합운영, 농업인(영농법인) 등 다양하게 있을 수 있기 때문에 이러한 여러 형태를 모두 고려해야 한다<그림 4-1>.



<그림 4-1> 운영주체 구분

농산물 가공사업은 민간에 맡겨 놓을 경우는 시장 메카니즘에 의해서 사업의 성과가 결정된다. 그러나 정부의 정책지원 사업인 경우는 사업 운영 주체가 지방자치단체, 민관합작, 농협, 농민 중에서 누구인가에 따라 사업 경영성과가 영향을 받는다. 이들 운영 주체는 각각 유리점과 불리점이 있기 때문에 가공사업여건에 비추어서 사업주체가 결정되어야 한다.

군 직영은 사업성격이 어느 개인의 이익이 아니라 공공의 이익을 발생시킬 경우에 적합하다. 물론 사업 수익성이 완전히 무시되는 것은 아니다. 농산물 가공사업에 있어서 군 직영의 경우는 제품이 시장성이 있는 가공 원료를 지자체가 소유하고 있을 때 적합하다. 군 직영의 유리성은 제품에 대하여 소비자로부터 공공기관의 신뢰를 확보할 수 있다는 점이나 경영수지에 소홀하거나 행정위주의 사업운영, 전문성의 결여, 지자체 고유업무 추진에 지장을 초래할 수 있다는 불리성이 있다(최유성외, 1998.2).

민관합작 또는 제3섹터 방식은 공익성과 수익성이 모두 중요할 경우 적합하다. 농산물 가공사업에 있어서는 공공기관의 신뢰를 요하며 민간의 사업기술과 자본이 필요한 가공사업에 적합하다. 민관합작 방식의 유리성은 지자체의 행정력과 공신력 그리고 민간의 기술과 자본을 활용할 수 있다는 점이다. 그러나 지자체의 공익성과 민간의 수익동기가 충돌할 가능성이 상존하며 합작대상 민간자본의 유치가 쉽지 않다는 점이다.

농협 또는 농협연합 방식은 수익성과 조합원 이익이 균형되게 실현될 경우 적합하다. 지역의 농업생산구조 또는 가공대상 원료 농산물의 생산이 농가간에 대체로 동질적일 때 적합하다. 하나의 지역 농협이 사업의 주체가 될 경우는 해당 농협의 규모가 커야 가능하기 때문에 여러 개의 개별 지역농협이 연합하면 단독으로 했을 때보다 자금부담이 경감된다. 이 방식의 유리성은 지역내 농협의 시설과 자원을 활용할 수 있으며 농협의 판매망을 이용 할 수 있다는 점이다. 불리한 점은 사업의 경영목표와 조합원 이익이 충돌 할 수 있다는 점이며 의사결정이 느리고 경영의 신속성이 결여된다는 점이다. 또한 사업의 이익 실현에 장기간이 소요될 경우 선출직인 조합간부들 입장에서는 참여를 주저할 수 있다.

그리고 영농법인은 참여농민의 수익성이 가장 중요한 사업동기가 된다. 이 방식은 특산품이나 희소원료 또는 가공기술을 일부 농가가 독점적으로 보유하고 있을 때 적합하다. 이 방식의 유리성은 참여농가가 공동으로 생산하고 판매할 수 있으며 보유기술의 활용이라는 점이다. 불리성은 가공사업 경영능력이 대체로 미흡하고 생산규모가 영세하다는 점이다. 영농법인은 민간기업과 마찬가지로 개인의 이익실현에 치중하기 때문에 군 단위 가공사업의 개념에 부적합하여 사업 주체로는 고려하기 곤란하다.

이들 방식의 유리성과 불리성 그리고 경영주체에 적합한 농산물 가공여건을 요약하면 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> 운영주체별 유리성과 불리성

	사업성격	유리성	불리성	선택기준
군직영	<ul style="list-style-type: none"> 공익성: 지역경제 발전 유발효과가 뚜렷한 경우 	<ul style="list-style-type: none"> 제품에 대한 소비자 신뢰 확보 	<ul style="list-style-type: none"> 경제성(경영수지) 소홀가능성 전문성 결여, 행정위주의 사업 운영 지자체 고유업무 추진에 지장 	<ul style="list-style-type: none"> 가공원료를 지자체가 소유하고 있을 때 예: 임산물(잣) 수자원
민관합작(제3섹터)	<ul style="list-style-type: none"> 공익성 / 수익성 	<ul style="list-style-type: none"> 민간의 기술·자본+지자체의 행정력, 공신력 활용 	<ul style="list-style-type: none"> 지자체의 공익성과 민간의 수익 동기 충돌 가능 합작 대상 민간 자본 유치가 쉽지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> 공공기관의 신뢰를 요하나 민간의 경영기법이 요구되는 가공사업 예: 국산 선호품목, 진짜확인 품목 등(두부, 참기름, 콩나물 등)
농협(농협연합)	<ul style="list-style-type: none"> 수익성/조합원 이익 	<ul style="list-style-type: none"> 군내지역조합의 시설·자원 공동 활용 군내지역 농협의 공동판매 가능 	<ul style="list-style-type: none"> 경영의 경직성 경영능력의 미흡 조합원 이익과 사업체의 경영목표 충돌가능 	<ul style="list-style-type: none"> 지역의 농업생산 구조가 동질적일 때 예: 군 전체 주산품목(사과, 배, 딸기, 차, 감귤 등)
농업인(영농법인)	<ul style="list-style-type: none"> 수익성(참여농민) 	<ul style="list-style-type: none"> 참여농민의 공동생산, 공동판매 협력 보유기술의 활용 	<ul style="list-style-type: none"> 경영능력 미흡 생산규모의 영세 	<ul style="list-style-type: none"> 특산품이나 희소원료, 또는 가공기술을 소수농가가 독점적으로 보유하고 있을 때 예: 안동소주, 함천한과, 순창고추장

3. 가공품목

농산물 가공사업에 있어서 품목선택은 매우 중요하다. 왜냐하면 팔릴 수 있는 품목이 가공되어야 하기 때문이다.

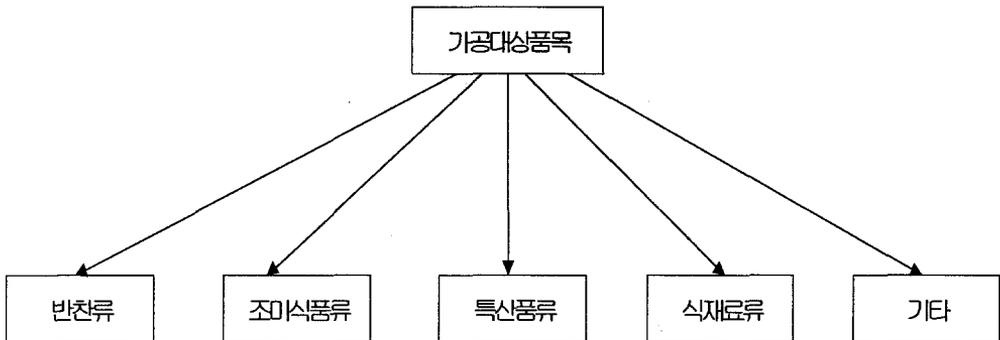
가공식품은 대체식품이 많고 광고의 영향을 많이 받으며 소비자가 브랜드를 선호하는 품목이 적지 않다. 또한 품목에 따라 수명(life cycle)이 짧거나 계절성이 심한 품목이 있다.

기존의 정책지원 가공사업 품목중 상당수는 식품의 이러한 특성을 고려하지 않은 경우가 많다. 예를 들어 음료는 대체음료가 매우 많고 유행성을 가지고 있어 수명이 짧으며 계절적 소비변화가 클 뿐만 아니라 먹어도 되고 먹지 않아도 되는 품목이다. 또한 광고경쟁도 치열한 품목이다. 주류와 차류 역시 이러한 범주에 속한다.

따라서 군 단위 규모에서 대량 생산되는 지역 특산물을 이용하여 전국적으로 대량 공급하는 경우가 아니면 다음과 같은 조건을 만족시키는 품목이어야 한다. 첫째 수요가 안정적이고 지속적이어야 한다. 일상적으로 연중 소비되고 수요변동의 증감이 적어야 한다. 둘째 소비자의 제품 인식이 용이해야 한다. 가공된 식품이 소비자에게 생소할 경우 소비자는 구입을 주저한다. 더욱이 이름이 알려지지 않은 신제품이나 중소기업체의 식품일 경우는 대규모의 광고가 지속적으로 이루어지지 않는 한 소비자 접근이 더욱 어렵다. 셋째 소비자가 상표에 대하여 무차별적인 품목이어야 한다. 어느 특정기업의 상표만을 소비자가 선호할 경우 시장진입이 어렵기 때문이다. 특히 대기업이 시장을 지배하고 있는 품목이 대부분 이 범주에 속한다. 넷째 가공기술이 단순하고 사용이 용이해야 한다. 가공기술이 복잡하면 기술관리가 어렵고 산지에서는 구하기가 어려운 고임금 전문기술자를 필요로 하며 그에 따른 시설비도 일반적으로 높

은 경우가 많기 때문이다. 이러한 조건을 충족시키는 품목은 주·부식류에서 많이 찾을 수 있다. 반찬류, 조미식품류(양념류), 그리고 조리용 식재료가 여기에 포함된다.

한편 해당 군 지역의 자연조건에서만 생육이 되거나 소비자가 선호하는 특성을 갖는 농산물이 생산되는 지역 특산물인 경우는 원료의 독점성으로 제품의 독점성도 갖기 때문에 시장에서 기존 제품의 저항없이 용이하게 시장에 진입할 수 있다. 그러나 주의할 점은 타 지역에서 생산이 어려운 지역 특산물이라 할 지라도 소비자의 기호에 부합되지 않는 가공식품은 의미가 없으며 동종의 수입산과의 경쟁력도 함께 고려해야 한다. 이를 도식화하면 <그림 4-2>과 같다.

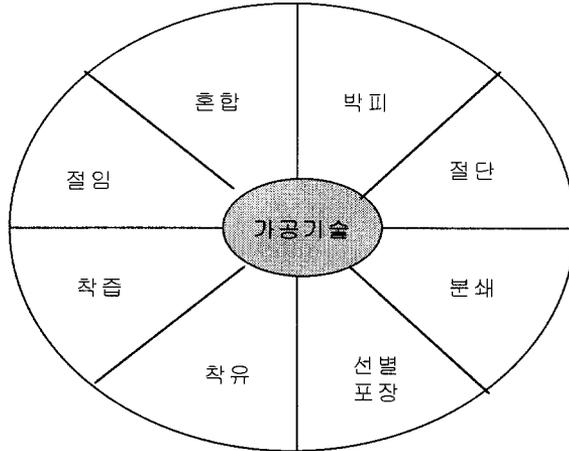


<그림 4-2> 가공대상 품목

4. 가공기술

산지에서 복잡한 기술과 시설을 이용하여 가공하면 기술의 관리가 어렵고 비용도 많이 든다. 또한 산지에서는 고급기술 인력을 구하기도 어렵다. 일부 산지 가공업체에서는 과도한 기술과 시설 투자로 원가에 적지 않은 부담을 주고 있다. 여기서 단순가공기술은 원료 농산물을 1차 처리를 통하여 물리적 형

태만 변화시키거나 서로 혼합시켜 조리, 또는 먹을 수 있는 상태로 처리하는 기술로 정의한다. 이러한 기술에는 선별포장, 절단, 박피, 착즙, 착유, 분쇄, 건조, 혼합, 절임, 조리 등이 포함될 수 있을 것이다<그림 4-3>.



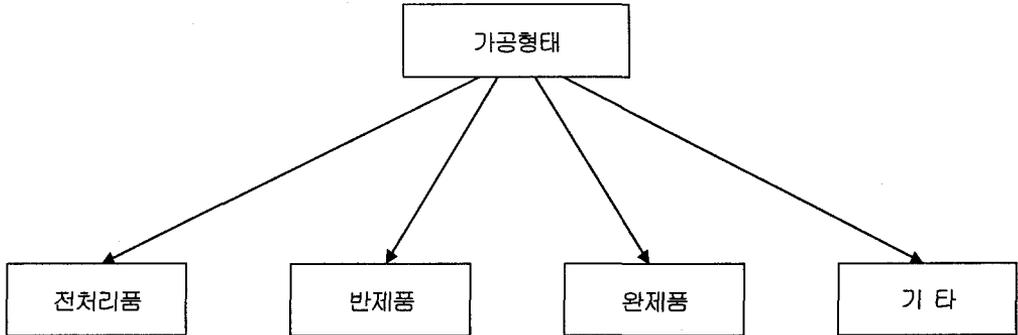
<그림 4-3> 적용 가공기술

단순가공기술의 활용은 시설투자비가 적고 기술의 사용과 관리가 용이하여 소규모의 산지 농산물 가공사업에 적합한 기술이다. 또한 주·부식용 식품은 대부분 단순가공기술의 활용으로서 가공이 가능하다.

5. 가공형태

그 동안 산지 가공업체에서는 개별소비자를 대상으로 한 완제품 위주의 가공식품 생산에 치중해 왔다. 그러나 수요형태의 변화에 따라 개별 소비자를 대상으로 한 완제품 가공 이외에 식재료 유통업체를 대상으로 한 식재료 전처리 가공, 기존 가공업체를 대상으로 한 반제품 가공 및 OEM 완제품 가공등으로 가공형태의 다양화가 필요하다<그림 4-4>. 이와 함께 소비지 도매시장

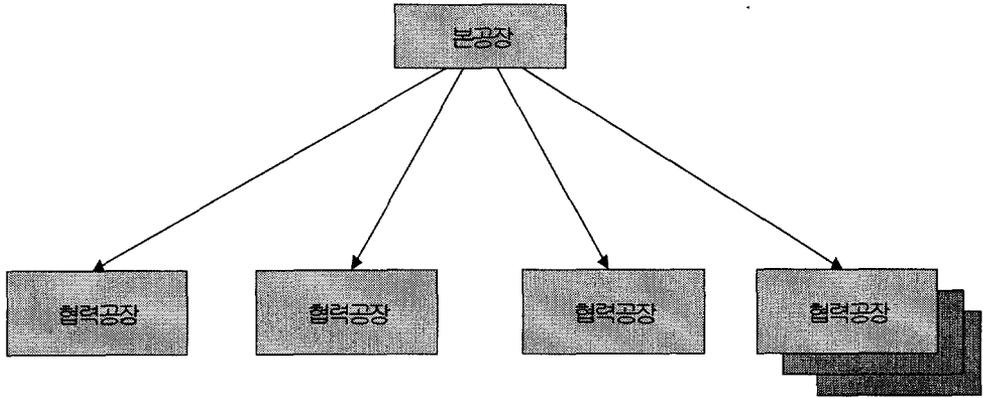
이나 물류센터 출하를 목적으로 일반 농산물을 단순히 선별 포장하는 사업도 산지 농산물 가공사업의 종합화에 도움이 될 것이다.



<그림 4-4> 가공형태

6. 기존 가공업체와의 관계

산지에는 정책 지원 농산물 가공업체 이외에도 개인의 영리를 목적으로 한 가공업체가 있다. 이들 기존 가공업체의 주요 문제점의 하나는 판매의 어려움이다. 이는 주로 식품 브랜드인지도 저위, 판로개척의 한계에 기인하고 있다. 따라서 군 단위 가공사업은 기존 지역 가공업체와의 경쟁보다는 OEM 협력 관계를 정립하여 사업여건에 따라 상호 생산품목과 마케팅을 지역의 가공여건에 맞게 적절히 분담하여 전략적으로 제휴하는 가공사업 운영이 유리하다<그림 4-5>. 이럴 경우 지역내 기존 가공사업체와 군 단위 가공사업은 경영이 개선되고 품목구색의 다양화, 판매 수수료 수입의 확보 등의 효과를 거둘 수 있을 것이다.

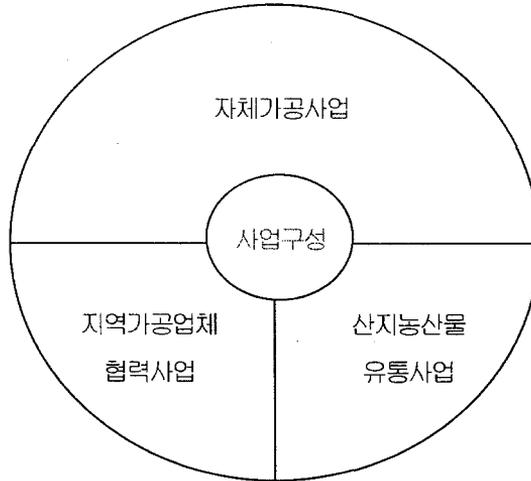


<그림 4-5> 지역 가공업체와의 관계

7. 사업구성

군 단위 산지 농산물 가공사업은 자체 고유의 가공사업과 전술한 지역가공업체 협력 사업 이외에 산지 농산물 유통사업, 전자상거래 사업, 농산물 수출대행사업 등이 복합적으로 고려되어야 한다<그림 4-6>.

산지 군 단위 농산물 가공사업은 원료 농산물과 접근해 있기 때문에 농산물 산지 유통사업을 겸하는 것이 유리하다. 또한 정부에서 산지 유통센터를 중심으로 산지 유통기능을 강화할 예정이고 산지에 저온저장시설이 그 동안 많이 건립되었기 때문에 수확, 포장, 저장, 출하사업을 할 수 있다. 또한 농산물 전자 상거래가 장차 확대될 전망이어서 농산물 산지 유통사업에는 전자상거래가 통합적으로 고려되어 추진되어야 한다. 그리고 농산물 산지유통사업에 국내 농산물 시장의 한계를 극복하기 위하여 농산물 수출증대가 필요하다. 개별 농가나 작목반 수준에서는 농산물 수출시장 개척과 시장관리가 어렵기 때문에 지역 실정에 유리한 품목을 대상으로 군 단위 가공사업에서 농산물 수출대행 사업을 겸하는 것이 바람직하다.



<그림 4-6> 사업구성

제 2 절 군 단위 산지 농산물 가공사업 모형

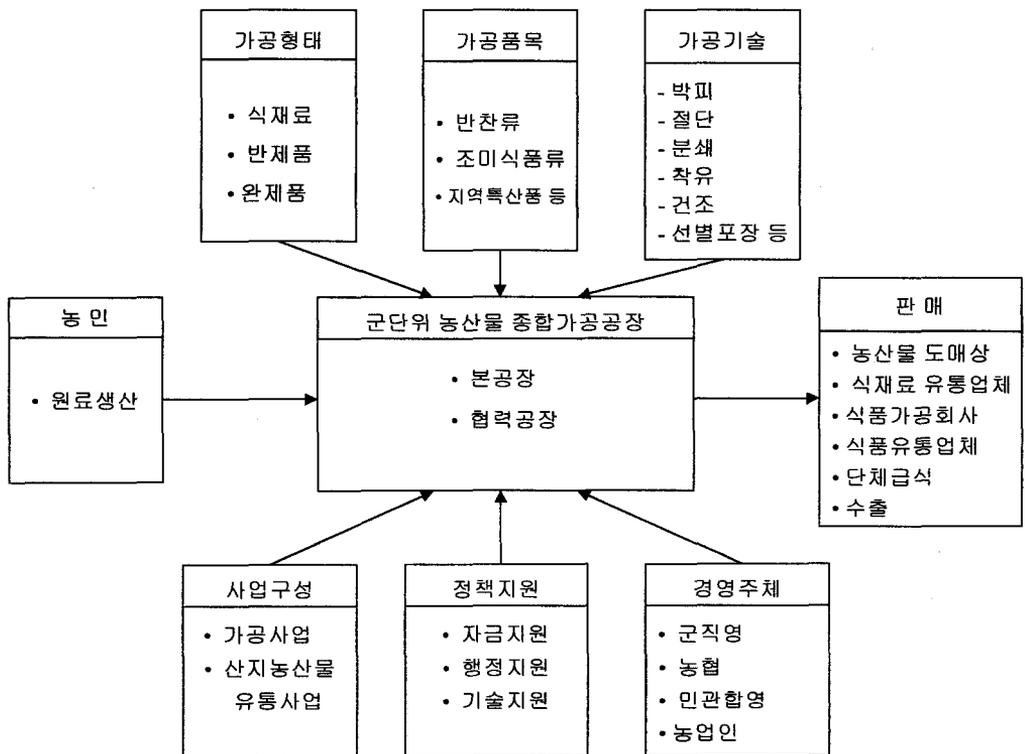
전술한 산지 가공사업의 틀을 요약하여 종합적으로 도식화한 모형은 아래 <그림 4-7>과 같다.

먼저 가공공장은 군 단위공장의 고유가공 사업이 있고 군 단위 브랜드 제품을 생산하는 군 지역내 민간 협력업체 공장으로 구성된다. 협력업체 선정은 제품이 시장성이 있으나 시장개척에 어려움을 겪는 주·부식 식품이나 지역 특산품을 생산하는 업체로 한다.

본 공장의 가공형태는 전처리품, 반제품, 완제품, 단순정리 포장제품 등으로 하며 가공품목은 주·부식이 되는 반찬류, 조미식품류, 지역특산품과 시장성이 확인되는 농산물 부산물에 한정한다. 가공기술은 물리적 형태의 변화 수준의 단순 처리기술을 활용한다. 사업 구성은 가공사업 이외에 농산물 수확·포

장·저장·출하, 전자상거래, 수출대행 등이 포함되는 산지 농산물 유통사업을 종합적으로 수행한다. 사업경영 주체는 가공 사업여건에 따라 군직영, 농협, 민관합작, 영농법인가운데서 선택한다. 산지 농산물 가공품의 판로는 농산물 도매상, 식재료 유통업체, 타 식품가공업체, 식품 유통업체, 단체급식소, 수출 등이 된다.

산지 가공업체에 대한 정책지원에 있어서 자금 및 행정지원은 정부에서, 기술지원은 한국식품개발연구원, 지방 대학 등이 담당한다.



<그림 4-7> 산지 가공사업의 틀

제 3 절 주요시설 구성

1. 원료저장시설

가공에 사용될 원료를 저장하는 창고이며 필요에 따라 원료별로 구분 저장이 되도록 한다. 또한 신선도 유지가 필요한 원료 농산물 저장이 필요 할 경우는 저온저장 시설을 한다.

2. 선별·포장시설

단순히 선별해서 포장만 하는 시설로서 그 이상의 손질은 하지 않는다. 도매시장이나 물류센터에 출하될 농산물이 여기에 포함된다. 또한 전자상거래 주문 농산물이나 수출 농산물이 이 시설에서 선별, 포장된다.

3. 제품저장 시설

가공된 제품을 일시적으로 저장하는 시설이다. 상온저장시 신선도 저하나 부패가 일어날 수 있는 품목을 저장한다. 저장 대상 품목들의 저장조건이 서로 다를 경우를 고려하여 저장시설이 설계되어야 한다.

4. 전처리시설

세척, 제피, 절단등 단체급식용 식재료 가공시설을 의미한다.

5. 제품가공 시설

완제품 가공시설로서 가공 대상품목에 따라 시설이 달라진다.

6. 예냉처리 시설

유통중 신선도 연장을 위해서 필요한 농산물을 위한 예냉시설이다. 농산물 도매시장이나 물류센터에 출하할 농산물이 주 대상이다.

7. 사무실 및 부대 시설

실험실, 휴게실, 전자상거래를 위한 컴퓨터 시설 등이 필요하다.

제 4 절 가공시설 공용 개념도

산지 농산물 가공공장은 가공품목에 따라 가공시설 배치와 가공공정의 흐름이 달라지겠으나 일부 공정을 여러 품목이 함께 활용하면 시설 및 기계활용도를 제고하여 가공사업의 효율화에 기여를 할 수 있다. 이러한 목적을 개념화한 공정의 개략적인 흐름은 <그림 4-8>과 같이 설명될 수 있다.

먼저 선별출하 대상 농산물은 종합 선별포장 시설에서 처리된다. 여기서 처리된 농산물은 즉시 출하되거나 출하되기 전까지 저장창고에 단기간 저장된다. 포장농산물 저장창고는 품목의 저장요건에 따라 예냉 및 저온 저장설비가 필요하다.

가공처리 대상농산물은 종합 원료창고에 일단 입고되어 보관된다. 원료창고가 종합적이지만 원료의 저장 요건에 따라 저장요건이 유사한 품목별로 내부 설비가 구분되어야 한다.

원료창고에 저장된 농산물은 가장 먼저 다듬기, 세척 등 기본처리 과정을 거쳐야 한다. 이 공정은 구체적인 작업에서는 품목별로 차이가 있겠으나 유사한 물리적 특성을 가진 품목유별로 작업을 공동으로 활용 할 수 있을 것이다.

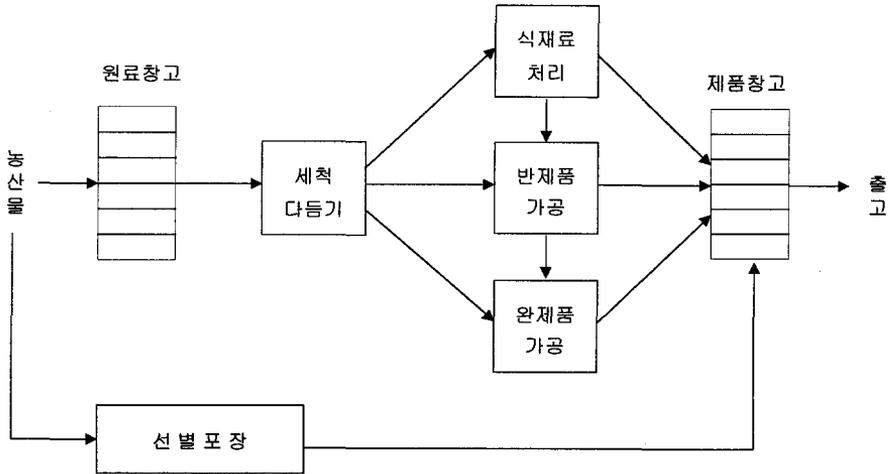
기본처리 과정을 마친 농산물은 가공 목적에 따라 식재료처리, 반제품 가공, 완제품 가공 등으로 이동한다. 식재료 처리는 대부분 제피, 절단 등 조리할 수 있는 상태로(ready-to-cook) 농산물의 외형적 형태를 변경시키는 과정이며 이 과정이 완료되면 출하될 때까지 제품창고에 단기간 저장된다.

반제품 가공은 원료 농산물을 기본 처리한 후 품목에 따라 곧바로 반제품 공정으로 이송되거나 제피, 절단 등 식재료 처리시설을 거쳐 반제품 공정에 들어가기도 한다. 반제품 가공이 완료되면 출하될 때까지 제품창고에 저장된다.

완제품 가공도 반제품 가공과 마찬가지로 원료 농산물을 기본 처리한 후 품목에 따라 곧바로 완제품 공정으로 이송되거나 식재료 처리, 반제품 가공을 거쳐 완제품 가공에 들어가기도 한다. 완제품 가공이 완료되면 출하될 때까지 제품창고에 단기간 저장된다.

이러한 개념을 예로 들어 보기로 한다. 배추를 가공한다고 하자. 일반 출하용 배추는 포장한 후 저장한다. 다음으로 배추 다듬기와 세척을 한 후 식재료 처리만 하는 배추는 절단하고 제품 창고에 저장되고 절임 상태의 제품은 반제품 가공공정을 거친 후 제품창고에 저장된다. 김치 상태의 제품은 완제품 가공 공정을 거친 후 제품창고에 저장된다. 이러한 시설은 세부적인 기술 및 시설만 부분적으로 조정하면 여러 품목에 동시에 활용될 수 있다. 양파, 감자,

마늘, 껌 등 이러한 공정의 일부를 공유할 수 있는 품목의 예가 될 수 있다.



<그림 4-8> 가공시설의 공용 개념도

제 5 절 가공 유망품목 결정 체계

1. 가공품목 결정의 중요성

가공품목결정에 있어서는 지역내에서 생산되는 농산물 중 어떤 농산물을 이용하여 어떤 식품을 가공해야 하는가를 선택하는 과정이며 이는 산지 가공사업의 성공여부에 영향을 미치는 가장 중요한 요소 가운데 하나이다. 이 과정에서는 지역의 농산물 생산 여건, 지역의 가공여건, 식품시장 등이 분석되어야 한다. 다음에서는 이러한 과정을 설명한다.

2. 지역 생산농산물 분석

지역에서 생산되는 농산물의 생산실태를 가공의 관점에서 분석한다. 생산량, 생산추세, 가공적성, 생산방식, 수확시기 등이 검토된다. 생산량과 생산 추세에서는 원료가 가공할 만큼 안정적으로 충분히 공급될 수 있는 품목을 파악한다. 가공적성에서는 해당 농산물이 생식용인지 또는 가공용인지 구별하게 된다. 예컨대 포도는 생식용과 잼용으로 품종이 구분된다. 생산방식에서는 비료, 농약을 다량 사용하는 일반농법과 비료, 농약사용을 기피하는 유기농법이 있다. 수확시기는 원료농산물의 공급가능 기간을 파악하는데 중요하며 이는 공장 가동률에도 영향을 미친다. 또한 농산물의 저장성도 가공원가와 가동률에 영향을 미친다.

3. 주·부식 가공품목 조사

단순가공기술 처리로 주·부식품으로 시판되는 품목을 중심으로 조사한다. 단순가공기술은 투자비가 적게 들고 기술관리가 용이하여 산지 농산물 종합가공사업에 활용하기 적합하기 때문이다. 또한 주·부식류를 중심으로 조사하는 것은 수요가 지속적이고 안정적이며 소비자에게 잘 인식되어 있기 때문이다. 가공대상품목을 조사할 때는 해당 군지역에서 생산되는 농산물을 활용한 가공식품을 조사한다. 가공형태, 포장실태, 가격, 원산지 등을 필요에 따라 조사한다.

4. 지역의견 조사

농산물을 생산하는 농민이나 지역주민이 평소에 가공식품으로 적합하다고 생각하는 품목을 파악한다. 또한 군청, 읍면사무소, 단위농협, 농업기술센터등

농산물 가공사업과 업무적으로 관계가 있는 직원을 대상으로 가공 유망품목과 이유를 조사한다. 이와 함께 지역에 묻혀있는 특산식품을 파악하기 위해 식품 명인과 해당식품을 조사한다.

5. 시장분석

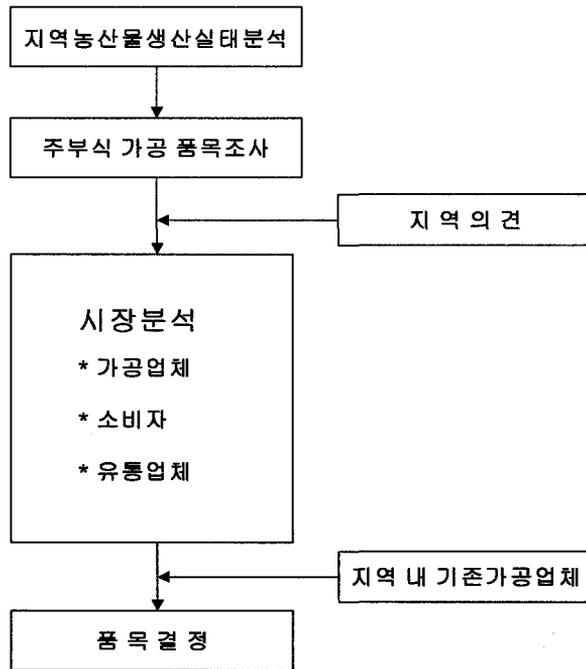
위와 같은 조사과정에서 파악된 품목을 대상으로 해당지역 인근 도시와 수도권권을 대상으로 소비자의 인지도, 구입실태 및 구입 의사 등을 중심으로 조사한다.

그리고 가공품목의 중복으로 인한 과당경쟁이나 가공품목의 시장성, 경쟁성, 반제품 거래, OEM거래 등을 파악하기 위하여 군 주변지역의 식품가공산업 실태를 조사한다. 특히 단순 가공 처리된 주·부식 생산업체를 파악하고 사례 가공업체를 선정하여 반제품 및 OEM 시장을 파악한다. 또한 산지에서 생산된 농산물과 가공식품의 수요 및 경쟁조건을 파악하기 위하여 농산물 유통업체, 식품유통업체, 식재료 유통업체를 중점 조사한다. 농산물 유통업체 조사에서는 농산물 산지유통사업에 필요한 정보를 파악하고 식품유통업체 조사에서는 가공식품의 시장경쟁과 거래조건을, 그리고 식재료 유통업체 조사에서는 거래조건을 중심으로 파악한다.

6. 지역 가공업체 조사

해당 군 지역내에 위치한 민간 식품가공업체의 운영실태를 파악하여 가공유망품목으로 분석되어 선정된 품목이라도 사업이 중복이 되면 조정한다.

이러한 과정을 도식화하면 아래 <그림 4-9>와 같다.



<그림 4-9> 가공품목 결정체계

여 백

제 5 장 곡성군 사례분석

제 1 절 사례지역의 선정

사례지역 선정은 산간부로서 군 단위 지역경제가 취약하고 생산자단체가 참여한 가공사업이 없으며 지역에서 생산되는 농산물을 가공하는 사업이 없고 소비지에 알려진 특산품도 없으며 도시 소비처가 인접해 있는 전남 곡성군으로 하였다.

제 2 절 곡성군 개황(곡성군, 1999)

1. 행정구역

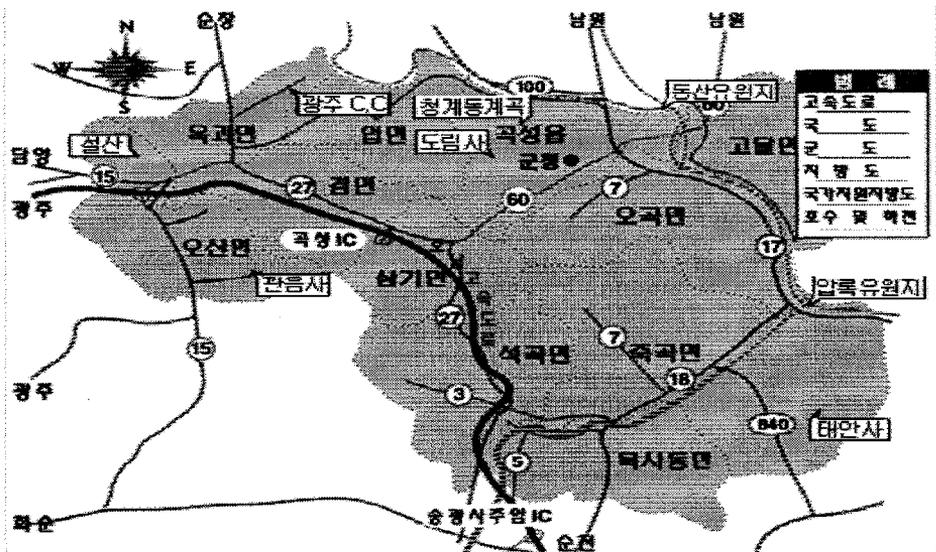
전라남도 22개시군 중의 하나인 곡성군은 곡성읍을 포함하여, 겸면, 고달면, 목사동면, 삼기면, 석곡면, 오곡면, 오산면, 옥과면, 입면, 죽곡면 등 1읍 10면으로 125리로 구성되어 있다. 또한 전라남도의 동북부에 위치하여 서쪽으로는 담양군, 남쪽으로는 순천시, 화순군, 동쪽으로는 구례군, 북쪽으로는 전라북도 남원시, 순창군과 경계하고 있으며, 전라남도과 전라북도의 도계에 접하여 있다.

2. 지형

곡성군은 면적은 547.1km²이지만 대부분이 산악으로 이루어져 임야면적이

398.1km²로서 군 전체면적의 72.8%를 차지하고, 평야는 협소하여 경지면적은 92.7km²에 불과한 중산간 지대이다.

또한 곡성군의 동쪽으로는 전북 진안의 마이산에서 발원하여 임실, 순창, 남원을 거쳐 구례, 하동으로 흘러가는 섬진강이 지나고 있으며, 남쪽으로는 보성에서 발원한 보성강이 승주를 거쳐 서쪽에서 동쪽으로 흘러 곡성군의 압록지역에서 섬진강과 합류하고 있다.



<그림 5-1> 곡성군 지도

3. 기후

곡성군은 우리나라의 남부지방에 위치해 있지만 산지가 많은 지형적인 특성으로 한서의 차이가 심하며, 기온은 연도별로 다소 차이가 있으나 최고기온은 37°C 내외, 최저기온은 -10°C 내외로서 연평균 약 13°C 정도의 기온을 보이고 있다.

강수량은 최근 10여년간 연평균 1,200mm 내외를 기록하고 있지만 적을 때는 1994년 730mm에 불과하였으며, 많을 때는 1998년 1,769.6mm나 되는 등 연간 기록이 매우 심한 편으로서 많은 강수가 7-8월에 집중되어 있다.

또한 서리는 보통 11월에 내리기 시작하여 3월에 끝나며 무상일수는 연간 290일 내외에 이른다. 강설일은 연간 20일에 채 미치지 못하며 12월에 시작하여 2월에 끝난다.

4. 교통

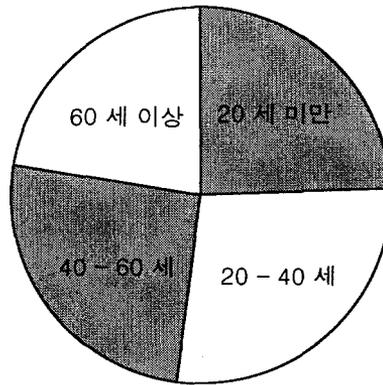
교통은 광주에서 부산까지 이어지는 남해안 고속도로가 군의 남서부지역을 관통하고 있어 남해안 고속도로를 따라 서쪽으로는 광주, 동쪽으로는 순천, 여수, 광양 등 인근 소비도시까지 30분-1시간 이내에 도달할 수 있으며, 17번 국도가 군의 동부지역을 남북으로 통과하고 있어 남으로는 순천, 북으로는 남원, 전주까지 1시간 이내에 도달할 수 있다.

또한 남해안 고속도로가 광주에서 시작하는 호남고속도로와 연결되므로 호남고속도로와 경부고속도로를 경유하여 서울까지 5시간 이내에 도달할 수 있으며, 인근의 담양군에서 남해안 고속도로와 88고속도로가 만나므로 88고속도로를 이용하여 대구를 포함한 경북 남서부지역까지도 2~3시간 안에 도달할 수 있다.

이와 함께 최근 직선화 공사가 상당 구간에서 마무리되고 있는 전라선 철도가 군의 동부지역을 남북으로 지나고 있어 교통은 철도, 도로 모두 양호한 편이다.

5. 인구

곡성군의 상주인구는 1998년 기준 14,147세대에 40,858명인 것으로 집계되었으며 이중 남자가 19,982명, 여자가 20,876명으로서 여자가 약 1,000 여명 많은 것으로 나타났다.



<그림 5-2> 곡성군의 연령별 인구분포

또한 65세 이상 고령자가 6,862명으로 전체인구의 15 %에 달하고 있어 인구의 노령화 정도가 심한 것을 알 수 있다.

연령별 인구분포를 보면 20~59세의 인구는 20,947명으로 전체인구의 51.3%이며 49세까지는 남자인구가 많으나 그이상의 연령층에서는 여자가 더 많은 것으로 나타났다.

제 3 절 가공 유망품목의 결정

1. 결정방법

가공품목을 결정하는데 있어서는 제4장의 가공품목 결정체계도에 의한 자료 조사 분석에서 얻어진 결과를 시장여건을 고려한 기준을 적용하는 방식을 취하였다. 이와 함께 농민들의 영농활동을 조사하여 보완적으로 활용하였다.

최초단계인 지역 농산물 분석에서는 곡성군 통계와 농협, 농업기술센터, 농산물품질관리원 등의 자료를 이용하여 곡성군 지역에서 생산되는 농산물의 생산실태와 추세를 파악하였다.

주·부식 가공 식품 품목 조사에서는 광주, 여수, 순천 등 인근 소비지역과 수도권 지역의 유통업체를 대상으로 주·부식류를 중심으로 파악하였다.

곡성군의 가공유망 품목에 대한 지역의견은 군청, 읍·면사무소, 농협, 농산물품질관리원, 농업기술센터 등을 통하여 파악하였다.

가공업체조사에서는 곡성군 주변지역인 광주, 전남지역과 함께 타 지역의 사례업체를 방문 조사하였다.

소비분석에서는 광주지역과 수도권의 소비자를 대상으로 설문 조사한 결과를 이용하였다.

유통업체조사에서는 광주, 여수, 순천 등 주변 소비도시와 수도권의 농산물 유통업체, 식품유통업체, 식재료 유통업체를 대상으로 활용하였다.

지역협력업체 파악에서는 곡성군내의 식품가공업체를 조사한 결과를 이용하였다. 군청에서 제공한 자료와 사례업체를 방문하여 면접조사한 결과를 분석하였다.

이러한 자료를 파악하여 가공 유망품목을 선정하는 과정에서 아래와 같은 시장조건을 반영하였다.

먼저 가공대상에서 사업이 불리한 품목의 기준을 정하여 적용하였다.

첫째 음료류는 수명(life cycle)이 짧고 계절적 영향이 크며 기호성이고 대체 음료가 많아 수요가 불안정하다. 또한 수요가 확대되면 대기업의 개입이 곧바로 이루어져 시장에서 자금력, 유통망, 광고 등의 경쟁에서 중소기업체는 압도된다.

둘째 기호식품은 문자 그대로 소비자 기호에 부합되어야 하기 때문에 해당 제품에 대해서 사전적으로 소비자 기호를 면밀히 파악해야하고 소비자에게 해당 기호식품을 인식시키는데 많은 시간과 자금이 소요되며 소비자의 기호변화가 커서 위험부담이 크다. 따라서 시장 전망이 불투명할 뿐만 아니라 제품의 품질관리와 판매관리가 어렵고 위험부담이 크다. 이러한 품목은 가급적 가공 유망 품목 검토에서 배제한다.

셋째 수입산이 가공원료나 반제품, 또는 완제품의 품질에 있어서 국내산과 동일하고 가격은 국내산보다 월등히 저렴한 품목은 가공 유망품목에서 제외한다. 시장에서 경쟁력이 없기 때문이다.

넷째 원료로서 공급이 부적절한 품목은 가공 유망 품목에서 가급적 배제한다. 원료의 저장성이 낮고 수확시기가 짧은 품목은 공장 가동률이 낮기 때문에 경영에 부담이 된다. 또한 원료가 생식용이고 가공용이 아닌 경우는 가공 대상에서 제외한다. 또한 생산량이 농가 자가 소비용 정도이거나 소량 분산 생산되어 원료수집 확보가 곤란한 경우도 제외한다.

다섯째 브랜드 선호도가 높은 품목으로서 소비자가 특정 브랜드를 선호하는 품목은 시장의 진입과 경쟁에서의 생존이 어렵기 때문에 가공 대상 검토 품목에서 제외한다. 특히 대기업에서 시장을 지배하고 있는 품목의 경우에는 자체 상표 가공에서 배제한다.

여섯째 지역내 기존업체가 이미 생산하고 있는 품목은 검토 대상에서 배제한다. 과거의 경험에서 일부 나타난 바와 같이 기존업체와 과당경쟁으로 서로 부실화 할 가능성이 있다.

다음으로는 가공에서 배제되었다고 해서 모두 가공 대상이 될 수는 없다. 지역여건에 비추어서 판로가 안정적인 품목선정 기준을 적용하여 선택하였다.

첫째 주·부식류는 수요가 연중 지속적이고 변동폭이 적어 안정적이다. 또한 소비자에게 제품이 생소하지 않고 잘 인식되어 있어 소비자가 품목 선택시 주저함이 적다.

둘째 원료의 저장성이 높은 품목이다. 원료의 저장성이 높으면 원료를 저장하여 놓고 연중생산이 가능하여 공장가동률을 높여 준다.

셋째 제품의 저장성이 높은 품목이다. 제품의 저장성이 높으면 판매기간 중 제품의 품질 저하로 반품되어 폐기되는 비율이 낮아져 판매비용의 감소를 가져온다.

넷째 수입산과 제품차별화가 이루어지는 품목이다. 국내산이 가격경쟁력은 뒤지더라도 일정한 소비자 집단이 국내산을 선호하는 상품의 특성을 가지는 경우는 제품차별화가 이루어져 품질경쟁력을 갖는다.

다섯째 신뢰성이 요구되는 품목이다. 안전성, 국내산 여부, 품질의 진위여부에 대해 소비자가 불안감을 갖는 품목은 공익성을 가진 기관에 의해 품질보증 이 되면 안정적 구매 소비층이 있다.

여섯째 주·부식용 지역 특산품으로서 원료농산물이 곡성군에서만 생산되거나 품질이 타 지역에서 생산되는 품목에 비하여 소비자 기호에 월등히 부합하는 품목은 원료의 독점성을 갖기 때문에 제품차별화에 의하여 경쟁력을 갖는다.

일곱째 해당 군 지역에 식품가공 명인 등을 통하여 독특한 가공기법이 있고 해당품목이 소비자의 기호에 부합되어 기술독점 가능성과 시장성이 있는 품목은 제품차별화를 통하여 경쟁력을 갖는다.

한편 전술한 부정적, 긍정적 기준 이외에 사업성이 불투명할 경우는 유보품목 기준을 설정하여 적용하였다. 즉 시장전망이 불투명한 품목으로서 전술한 기준에 적용되지 않는 품목은 앞으로 사업을 해나가는 과정에서 면밀히 판단하여 결정해야 할 대상품목으로 유보하여 분류한다.

곡성군 지역내에서 이미 생산되는 품목가운데서 시장개척을 통하여 해당 품목이 시장성을 갖게 되는 품목은 해당업체와 협의하여 일정량 또는 전량을 외주품목으로 하여 마케팅을 하는 OEM 외주협력 사업으로 한다. 군 단위 가공사업이 품목구색을 갖출 수 있으며 수수료 수입을 얻을 수 있기 때문이다.

2. 농산물 생산실태

가. 생산개황

곡성군에서 생산되는 농산물은 정부 공식 통계자료상으로는 40여개 품목이다. 재배면적을 보면 대체적으로 잡곡류와 서류는 감소하고 과일과 채소류 그리고 특작류는 증가추세를 보이고 있다. 이는 농산물 생산이 식품소비변화를 반영하고 있는 것으로 분석된다.

공식 통계자료에는 집계되고 있지 않으나 생산이 이루어지고 있는 품목은 메론, 매실, 두릅, 토란, 고들빼기, 버섯류 등이 있으며 다음의 농산물 품목별 생산현황에서 설명한다. 그리고 주요 농산물별 생산기간 및 수확시기를 살펴보면 상당수의 품목이 하우스재배로 재배 및 수확기간이 길어 가공원료의 공급시기가 늘어나고 있다

농산물별 특화계수를 살펴보면 식량작물 중 미곡과 잡곡은 도 및 전국대비 특화계수가 1보다 높고 채소류 중 딸기와 수박은 도 및 전국대비 특화계수가 1보다 높다. 참깨는 도 대비 특화계수가 1보다 낮지만 전국대비 특화계수는 1보다 높게 나타났다. 과일류 중 사과와는 전국대비 특화계수가 1보다 낮지만, 도 대비 특화계수는 35.5에 달해 전남지역에서는 사과 산지로서 비중이 높게 나타났다<표 5-1>.

<표 5-1> 곡성군 농산물 특화계수

구 분		특화계수		구 분		특화계수	
		도대비	전국대비			도대비	전국대비
식량 작물	미곡	1.20	1.12	채소	딸기	2.78	3.37
	맥류	0.78	2.03		기타	0.27	0.24
	두류	0.96	1.40		소계	0.53	0.53
	서류	0.67	0.71	특용 작물	참깨	0.86	1.09
	잡곡	2.63	1.19		기타	0.72	0.29
	소계	1.11	1.19		소계	0.81	0.59
채소	배추	0.61	0.50	과수	사과	35.51	0.84
	고추	0.71	0.55		감	0.79	1.19
	마늘	0.31	0.69		기타	0.81	0.42
	수박	1.00	1.02		소계	1.34	0.66

자료 : 곡성군청 제공

농산물 생산현황을 유별로 살펴보면 미곡을 포함한 식량작물은 7,355ha의 면적에서 31,914M/T을 생산하였으며, 배추, 무 등을 포함한 채소류는 1,316ha에서 34,758M/T, 과실류는 511ha에서 5,703M/T, 참깨, 들깨 등을 포함한 특용작물은 883ha에서 603M/T을 각각 생산한 것으로 나타났다.

<표 5-2> 곡성군 농산물 생산추세

단위 : ha, M/T

작물 연도	계		식량작물		채소류		과실류		특용작물	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	9,739	57,864	8,563	33,488	709	21,544	160	2,631	306	202
1993	9,571	52,462	8,264	30,283	804	18,521	201	2,654	302	206
1994	9,904	63,347	8,142	31,465	947	24,479	519	5,562	296	198
1995	9,997	74,860	7,885	30,796	1,226	30,688	552	7,616	335	224
1996	9,516	56,248	7,209	29,495	1,452	19,911	533	6,613	322	229
1997	9,599	74,543	7,222	30,426	1,546	37,865	561	6,071	270	181
1998	10,065	72,978	7,355	31,914	1,316	34,758	511	5,703	883	703

자료 : 곡성군청, 「곡성군 통계연보」, 1999.

나. 품목별 생산실태

1) 식량작물

식량작물의 품목별 생산을 살펴보면 미곡이 전체 식량작물 재배면적의 85.2%인 6,214ha에서 29,516M/T을 생산하고 있는 것으로 나타났다. 미곡의 생산면적 및 생산량의 추이는 1992년 6,304ha에서 1996년 5,848ha로 재배면적이 감소하여 왔으나 이후 증가추세를 보이고 있다. 재배면적의 감소로 미곡의 생산량은 1992년 28,683M/T에서 1993년 25,257M/T까지 감소하였으나 단보당 생산량의 증가에 힘입어 1998년에는 29,516M/T까지 증가하였다.

한편 찹쌀이 소량 생산되고 있으나 통계상 집계되지 않아 파악할 수 없었다. 또한 통계에는 나타나지 않았으나 곡성군이 유기농쌀 재배단지로 지정되어 1999년에 64농가가 참여하여 49.4ha에서 유기농쌀을 재배하였으며, 2000년에는 50ha 재배를 계획하고 있다.

<표 5-3> 곡성군 미곡 및 맥류 생산추세

단위 : ha, M/T

연도	미 곡		맥류 계		쌀보리		맥주보리	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	6,304	28,683	969	2,357	819	1,884	150	473
1993	5,933	25,257	1,133	2,799	962	2,492	171	307
1994	5,992	26,724	839	2,255	771	2,044	68	211
1995	5,933	26,849	427	1,187	370	1,007	57	180
1996	5,848	26,529	287	787	256	690	31	97
1997	6,059	27,863	260	773	225	659	35	114
1998	6,214	29,516	335	1,005	306	917	29	88

자료 : 곡성군청, 「곡성군 통계연보」, 1999.

맥류의 생산은 1992년 969ha에서 2,357M/T을 생산하였으나, 1993년 이후 재배면적이 매년 크게 감소하여 1997년에는 260ha에서 773M/T을 생산하는데 불과하였다. 1998년에는 재배면적이 306ha로 전년대비 36% 증가하여 생산량도 1,005M/T으로 늘어났다.

잡곡은 1992년 77ha에서 112M/T이 생산되었으나, 1995년까지 재배면적이 계속 증가함에 따라 생산량도 같은 해 334M/T까지 증가하였다. 이후 재배면적이 크게 감소하여 1997년 108ha감소함에 따라 생산량도 277M/T까지 감소하였다.

<표 5-4> 곡성군 잡곡류 생산추세

단위 : ha, M/T

작물 연도	잡곡류 계		조		수수		옥수수		메밀		기타 잡곡	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	77	112	2	2	2	2	57	91	16	17	-	-
1993	139	214	8	8	9	9	103	176	19	21	-	-
1994	183	283	7	8	1	1	150	247	25	27	-	-
1995	224	334	12	13	1	1	173	280	38	40	-	-
1996	110	318	1	1	1	1	90	297	18	19	-	-
1997	108	277	1	1	2	2	89	258	14	14	2	2
1998	183	292	3	3	1	1	89	242	40	41	5	5

자료 : 곡성군청, 「곡성군 통계연보」, 1999.

품목별로 살펴보면 옥수수의 경우 잡곡생산에서 차지하는 비중이 가장 높은 품목으로서 1992년 57ha에서 91M/T이 생산되었고, 1995년 280ha까지 재배면적이 증가하였으나 이후 감소추세를 나타내어 1998년에는 89ha에서 242M/T이 생산되는데 불과하였다. 또한 찰옥수수가 일부 농가에서 재배되어 소량 생산되고 있으나 통계로는 집계되지 않고 있다.

메밀의 경우 1992년에는 16ha에서 17M/T이 생산되었고, 1995년 38ha에 40M/T까지 생산이 증가한 이후 크게 감소하였으나 1998년에는 40ha에 41M/T까지 생산이 증가하였다.

조는 1992년 2ha에서 2M/T이 생산된 이후 1995년 12ha에 13M/T까지 생산이 증가하였으나 이후 대폭 감소하여 1998년에는 3ha에서 3M/T의 생산에 불과하다.

수수는 1992년 2ha에서 2M/T이 생산되었고, 1993년에는 9ha에 9M/T까지 생산이 크게 증가하였으나 이후 생산이 급격히 감소하여 1998년에는 1ha에서 1M/T이 생산되는 것에 지나지 않는다.

<표 5-5> 곡성군 두류 생산추세

단위 : ha, M/T

작물 연도	두류 계		콩		팥		녹두		기타 두류	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	1,066	1,578	936	1,432	65	72	31	34	34	40
1993	918	1,401	787	1,258	67	74	33	32	31	37
1994	1,002	1,607	820	1,394	68	80	68	78	46	55
1995	1,206	1,871	1,050	1,694	63	71	45	49	48	57
1996	893	1,366	740	1,191	67	75	19	20	67	80
1997	712	1,103	639	1,025	18	19	19	20	36	39
1998	634	964	540	863	25	25	7	7	62	69

자료 : 곡성군청, 「곡성군 통계연보」, 1999.

두류는 1992년 1,066ha에서 1,578M/T이 생산되었으며, 1995년 1,206ha에 1,871M/T까지 재배면적 및 생산량이 증가하였으나 이후 재배면적이 크게 감소함에 따라 1998년에는 634ha에서 964M/T이 생산되는데 불과하였다.

두류의 품목구성에서는 콩의 비중이 가장 높은 데 콩의 경우에도 1992년 936ha에서 1,432M/T이 생산되었으며, 1995년 1,050ha에 1,694M/T까지 생산이 증가하였으나, 1998년에는 540ha 863M/T으로 1995년의 절반수준으로 생산이 감소하였다. 한편, 군청에서 제공한 자료에 의하면 1999년에는 콩의 재배면적이 446ha로 더욱 감소하였으나, 이중 콩나물콩의 재배면적은 111ha였고 여기에서 재배된 콩나물콩 생산량은 170M/T에 이르는 것으로 나타났다.

팥은 1992년 65ha에서 72M/T이 생산되었으며, 1996년까지 재배면적의 변화는 심하지 않았으나 1997년에는 전년의 1/4 수준인 18ha로 재배면적이 감소하였으며 생산량도 19M/T으로 크게 격감하였다. 1998년에는 전년보다 재배면적이 14% 가량 증가하였지만 1996년 수준의 절반에도 미치지 못하는 25ha가 재배되었으며, 생산량도 25M/T에 불과하였다.

녹두는 1992년 31ha에서 34M/T이 생산되었으며, 1994년 68ha에 78M/T까지 생산이 증가하였으나 이후 재배면적이 크게 축소되어 1998년에는 7ha에서 7M/T이 생산되는데 불과하였다.

또한 통계로는 공식 집계되지 않고 있으나 완두와 동부가 소량 생산되고 있다. 곡성군청에서 비공식 집계한 자료에 의하면 1999년중 완두는 22ha에서 34M/T이 생산되었으며 동부콩은 34ha에서 52M/T이 생산된 것으로 나타났다.

<표 5-6> 곡성군 서류 생산추세

단위 : ha, M/T

작물 연도	서류 계		고구마		감 자	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	147	758	54	402	93	356
1993	141	612	40	250	101	362
1994	126	596	31	227	95	369
1995	95	555	31	227	64	328
1996	71	495	22	179	49	316
1997	83	410	27	177	56	233
1998	34	137	4	25	30	112

주 : 생산량은 정곡기준임.

자료 : 곡성군청, 「곡성군 통계연보」, 1999.

서류는 1992년 147ha에서 정곡기준 758M/T이 생산된 이후 계속해서 재배면적 및 생산량이 감소하여 1988년에는 1992년의 1/4수준에 미치지 못하는 34ha만 재배되었으며, 생산량은 137M/T으로 크게 감소하였다.

품목별로는 고구마의 경우 1992년 54ha에서 402M/T이 생산되었으나, 재배면적 및 생산량이 계속 감소하여 1998년에는 4ha에서 25M/T이 생산되었다. 감자는 1992년 93ha에서 356M/T이 생산된 이후 1993년 101ha에 362M/T까지 생산이 증가하였으나, 이후 계속된 감소추세를 나타내어 1998년에는 30ha에서 112M/T이 생산되었다.

2) 채소류

채소류는 1992년 709ha에서 21,544M/T을 생산하였다. 이후 재배면적은 1997년 1,546ha에 이르기까지 계속 증가하였으나 생산량은 풍흉에 따라 연간 심한 기복을 보이고 있으며 1997년 37,865M/T까지 증가하였다. 1998년에는 재배면적이 1,316ha로서 전년대비 15%가량 감소하여 생산량도 34,758M/T으로 감소하였다.

채소류 중 과채류는 1992년 27ha에서 946M/T이 생산되었으나, 이후 재배면적이 증가추세를 나타내어 1997년 578ha까지 증가하였다. 1998년에는 재배면적이 452ha로서 전년대비 20% 이상 감소하였으나 단수의 증대로 생산량은 전년대비 약간 증가한 12,985M/T을 기록하였다.

품목별로는 수박의 경우 1993년 142ha에서 1,900M/T이 생산되었으며, 1995년에는 재배면적이 262ha까지 증가하였고 생산량은 8,945M/T까지 증가하였다. 1996년에는 재배면적이 199ha로 감소함에 따라 생산량이 4,150M/T으로 감소하였고, 1997년에는 재배면적은 243ha로 다시 크게 증가하였으나 단수의 격감으로 생산량은 3,548M/T으로 전년대비 오히려 감소한 것으로 나타났다. 1998년에는 재배면적이 168ha로 다시 감소하였으나 생산량은 4,331M/T으로 전년보다 20% 이상 증가하였다.

<표 5-7> 곡성군 과채류 생산추세

단위 : ha, M/T

연도	채소류 계		과채류		수 박		참 외	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	709	21,544	27	946	-	-	3	57
1993	804	18,521	170	2,606	142	2,698	2	37
1994	947	26,123	329	9,218	171	3,844	2	38
1995	1,226	36,225	463	15,778	262	8,945	6	178
1996	1,452	19,911	341	7,439	199	4,150	4	103
1997	1,546	37,865	578	12,833	243	3,548	7	116
1998	1,316	34,758	452	12,985	168	4,331	3	72

연도	딸 기		오 이		호 박		토마토	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	-	-	18	759	6	124	0.2	6
1993	-	-	15	474	11	184	0.4	11
1994	122	3,744	21	1,266	13	294	0.6	32
1995	152	3,596	27	2,006	14	998	1	56
1996	104	2,126	8	368	25	630	1	62
1997	248	6,341	27	1,687	30	994	23	47
1998	207	5,023	30	2,054	34	1,009	10	496

자료 : 곡성군청, 「곡성군 통계연보」, 1999.

참외는 1992년 3ha에서 57M/T이 생산된 이후 1995년 6ha에서 178M/T까지 생산량이 증가하였으나 이후 재배면적이 감소하여 1998년에는 ha에서 72M/T이 생산되었다.

1994년 시설원예로 시작한 딸기재배는 처음 122ha에서 3,744M/T이 생산되었으며 1996년에는 104ha에 2,126M/T까지 생산이 감소하였으나 다시 재배면적이 확대되어 1997년에는 248ha에서 6,342M/T이 생산되었고, 1998년에는 재배면적이 207ha로 전년대비 16.5% 감소하였고, 단수도 감소하여 생산량은 전년대비 20.8%감소한 5,023M/T을 기록하고 있다.

대부분 시설원예로 재배되는 오이는 1992년 18ha에서 759M/T이 생산되었다. 이후 재배면적이 1995년 227ha까지 증가하여 생산량도 2,006M/T에 이르렀다. 그러나 광양, 순천지역에서 오이재배가 확대되면서 1996년에는 재배면적이 8ha로 크게 감소하였고, 생산량도 368M/T에 불과하였다. 1997년부터 재배면적이 확대되기 시작하여 1998년에는 30ha에 2,054M/T까지 생산되었으나 1999년에는 54농가에 14ha로 재배면적이 다시 감소하였고, 2000년에는 겨우 25농가만 재배하였다.

호박은 1992년 6ha에서 124M/T이 생산되었다. 이후 재배면적 및 생산량이 계속 증가하여 1998년에는 34ha에서 1,009M/T이 생산되었다.

대부분이 방울토마토인 토마토는 1994년까지는 재배면적이 1ha에도 미치지 못하였으나 재배면적이 꾸준히 확대되어 1997년 23ha까지 증가하였다. 재배면적의 확대와 더불어 생산량도 147M/T까지 증가하였다. 1998년에는 재배면적이 10ha로 전년보다 56.5% 감소하였지만 단수확대에 힘입어 생산량은 전년보다 3배 이상 증가한 496M/T에 이르고 있다.

이외에 최근에 재배가 시작되어 재배면적이 확대되고 있는 과채류로 메론이 있다. 메론은 곡성군에서 곡성의 특산품으로 지정하여 집중 육성할 정도로 재배가 활발하며 곡성군청에서 집계한 자료에 의하면 1999년에 49ha에서 1,369M/T의 메론이 생산되었다.

엽채류는 1992년 144ha에서 10,784M/T이 생산되었다. 이후 1994년까지 재배면적 및 생산량이 감소하였으나 1995년 재배면적이 183ha로 증가함에 따라 생산량도 10,599M/T으로 증가하였다. 1997년에는 재배면적이 198ha로 크게 증가하여 생산량도 11,817M/T으로 증가하였으나 1998년에는 재배면적이 184ha로 약간 감소하여 생산량도 10,802M/T으로 줄어들었다.

<표 5-8> 곡성군 엽채류 생산추세

단위 : ha, M/T

연도	엽채류 계		배 추		시금치		상 추		양배추	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	144	10,784	126	10,487	9	109	8	142	2	47
1993	123	8,133	98	7,616	14	195	7	135	4	187
1994	124	8,600	104	8,303	11	92	6	118	3	87
1995	183	10,599	120	9,974	11	148	7	134	45	344
1996	168	5,735	140	5,268	16	197	10	183	3	87
1997	198	11,817	158	11,241	24	242	13	219	3	115
1998	184	10,802	147	9,980	15	189	17	373	5	260

자료 : 곡성군청, 「곡성군 통계연보」, 1999.

품목별로 살펴보면 배추는 대부분 가을배추로서 1992년 126ha에서 10,487M/T이 생산되었으나 1993년 재배면적이 98ha로 감소하고 생산량도 7,616M/T으로 줄어들었다. 이후 재배면적이 1997년 158ha까지 점진적으로 증가하여 생산량도 11,241M/T까지 증가하였지만 1998년에는 재배면적이 147ha로 감소하여 생산량은 9,980M/T에 불과하였다.

시금치는 1992년 9ha에서 1993년 14ha로 재배면적이 확대되어 생산량이 109M/T에서 195M/T까지 증가하였으나 1994년, 1995년 재배면적이 11ha로 감소하여 생산량도 줄어들었다. 이후 1996년, 1997년 연속 재배면적이 확대되어 1997년 생산량은 242M/T까지 증가하였으나, 1998년에는 재배면적이 15ha로 감소함에 따라 생산량도 189M/T으로 줄어들었다.

상추는 1992년 8ha에서 142M/T이 생산되었지만 1994년 6ha에 118M/T까지 감소하였다. 이후 재배면적이 계속 확대되어 1998년에는 재배면적이 17ha로 증가하였으며 생산량도 373M/T으로 늘어났다.

양배추는 재배면적이 1992년 2ha에 불과하였으나 1995년 45ha까지 확대되었다. 따라서 생산량도 같은 기간 47M/T에서 344M/T으로 크게 증가하였다. 그러나 이후로는 재배면적이 크게 축소되어 1998년에는 5ha에 260M/T이 생산되었다.

조미채소류는 1992년 411ha에서 2,485M/T이 생산되었다. 그 이후 1995년 498ha, 1996년 903ha까지 재배면적이 확대되어 생산량이 5,121M/T까지 증가되었다. 1997년에는 재배면적이 626ha로 감소하였으나 단수증대에 힘입어 생산량이 5,513M/T까지 증가하였다. 1998년에는 재배면적이 539ha로 감소함에 따라 생산량도 4,435M/T으로 줄어들었다.

품목별로는 고추의 경우 1992년 259ha에서 472M/T이 생산된 이후 1994년까지는 재배면적의 큰 변동이 없었으나 1995년부터 재배면적이 크게 증가하여 1996년 664ha에까지 증가하였다. 이후 감소추세를 나타내고 있으나 1998년에도 339ha를 재배하였으며, 생산량은 739M/T에 이르고 있다.

파는 1992년 26ha에서 592M/T이 생산되었다. 파의 경우도 1994년까지 재배면적에서 큰 변동이 없었으나 1995년 재배면적이 49ha로 크게 증가함에 따라 생산량이 1,344M/T으로 크게 증가하였으며, 이후 1996년을 제외하고 재배면적이 꾸준히 증가하여 1998년에는 77ha에서 2,195M/T이 생산되었다.

양파는 1992년 3ha에서 147M/T이 생산되었고 1995년 재배면적이 5ha까지 증가하여 생산량이 281M/T까지 증가하였으나 다시 재배면적이 감소하여 1998년에는 3ha에서 172M/T이 생산되는데 불과하였다.

생강은 1992년 3ha에서 30M/T이 생산된 이후 재배면적이 계속 증가하여 1998년에는 13ha에서 131M/T이 생산되었다.

<표 5-9> 곡성군 조미채소류 생산추세

단위 : ha, M/T

연도	작물		고 추		과	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	411	2,485	259	472	26	592
1993	398	2,414	265	532	21	580
1994	399	2,663	250	493	23	573
1995	498	4,476	319	896	49	1,344
1996	903	5,121	664	1,752	15	352
1997	625	5,513	404	1,317	76	2,039
1998	539	4,435	339	739	77	2,195

연도	작물		생 강		마 늘	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	3	147	3	30	120	1,243
1993	2	104	7	94	104	1,105
1994	2	108	7	87	118	1,402
1995	5	281	7	83	118	1,872
1996	4	229	7	82	213	2,706
1997	3	176	11	105	131	1,876
1998	3	172	13	131	107	1,198

자료 : 곡성군청, 「곡성군 통계연보」, 1999.

마늘은 1992년 120ha에서 1,243M/T이 생산된 이후 재배면적에서 큰 변화가 없었으나 1995년 재배면적이 거의 2배 수준으로 증가하여 생산량도 2,706M/T까지 달하였다. 이후 재배면적이 다시 감소하여 1998년에는 107ha에서 1,198M/T이 생산되었다.

근채류는 1992년 127ha에서 7,329M/T이 생산되었다. 이후 재배면적이 감소 추세를 보여 1996년 40ha까지 감소하였으나 1997년에는 재배면적이 145ha로 크게 증가하여 생산량도 7,702M/T으로 증가하였다. 1998년에는 재배면적이 전년보다 소폭 감소한 141ha로서 생산량은 6,536M/T에 달하였다.

품목별로는 무의 경우 1992년 117ha에서 7,142M/T이 생산되었으나 1996년까지 재배면적이 25ha로 크게 감소하여 생산량은 834M/T에 불과하였다. 1997년에는 재배면적이 131ha로 증가하여 생산량도 7,343M/T으로 증가하였으며 1998년에는 재배면적이 124ha로 전년대비 소폭 감소하여 생산량은 6,154M/T으로 감소하였다. 한편 단무지용 무도 일부 농가에서 소량 재배되고 있으나 통계로는 집계되지 않고 있다.

<표 5-10> 곡성군 근채류 생산실적

단위 : ha, M/T

연도	근채류 계		무		당근	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	127	7,329	117	7,142	10	187
1993	114	5,368	104	5,100	9	269
1994	95	5,642	87	5,478	8	164
1995	82	5,371	77	5,260	5	111
1996	40	1,616	25	834	15	782
1997	145	7,702	131	7,343	14	359
1998	141	6,536	124	6,154	17	382

자료 : 곡성군청, 「곡성군 통계연보」, 1999.

당근의 경우에도 1992년 10ha에서 187M/T이 생산되었으나 1995년까지 재배면적이 5ha로 감소하여 생산량도 11M/T에 불과하였다. 이후 재배면적이 확대됨에 따라 1998년에는 17ha에서 382M/T이 생산되었다.

기타 근채류중 재배면적 및 생산량이 적어 공식 통계로는 집계되지 않고 있으나 고들빼기와 토란이 소량 생산되고 있으며 군청의 집계에 의하면 토란이 1999년 8ha에서 150M/T이 생산되었다.

3) 특용작물

특용작물은 1992년 306ha에서 202M/T이 생산되었으나 이후 재배면적 및 생산량이 약간의 기복을 보이고는 있지만 대체로 재배면적은 300ha, 생산량은 200M/T 부근에서 움직이고 있었다. 그러나 1998년에는 재배면적이 883ha로 크게 증가하여 생산량도 603M/T으로 크게 늘어났다.

<표 5-11> 곡성군 특용작물 생산추세

단위 : ha, M/T

연도	특용작물 계		참깨		들깨		땅콩	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	306	202	211	122	96	79	14	23
1993	302	206	216	138	86	68	15	25
1994	296	198	216	134	79	64	15	23
1995	335	224	251	158	83	65	14	24
1996	322	229	241	161	81	68	8	14
1997	270	181	186	110	84	71	8	16
1998	883	603	511	317	372	286	17	33

자료 : 곡성군청, 「곡성군 통계연보」, 1999.

품목별로는 참깨의 경우 1992년 211ha에서 122M/T이 생산되었으나, 1995년 재배면적이 251ha로 늘어남에 따라 생산량이 251M/T으로 증가하였다. 이후 감소추세를 보이던 재배면적 및 생산량이 크게 반전되어 1998년에는 511ha에서 317M/T이 생산되었다.

들깨는 1992년 96ha에서 79M/T이 생산되었다. 이후 재배면적 및 생산량이 약간 감소하여 재배면적은 대체로 80ha 내외에서 그리고 생산량은 70M/T 내외에서 움직이고 있었으나 1998년에는 재배면적이 372ha로 전년대비 4배 이상 증가함에 따라 생산량도 286M/T으로 크게 증가하였다.

땅콩은 1992년 14ha에서 23M/T이 생산되었다. 이후 재배면적은 14~15ha에서 생산량은 23~25M/T 정도를 유지하였으나 1996년, 1997년에는 재배면적이 8ha로 감소하여 생산량도 14~16M/T으로 감소하였다. 그러나 1998년에는 재배면적이 17ha로 증가함에 따라 생산량도 33M/T으로 늘어났다.

4) 과일류

과일류는 1992년 160ha에서 2,631M/T이 생산되었다. 이후 과일류 재배면적이 꾸준히 증가하여 1997년 561ha까지 증가하였으나 1998년에는 전년대비 약 10% 감소한 511ha로 줄어들었으며, 생산량도 5,703M/T으로 감소하였다.

품목별로는 사과와의 경우 1992년 129ha에서 2,326M/T이 생산되었다. 이후 재배면적이 계속 증가하여 1995년에는 228ha에서 4,073M/T이 생산되었다. 이후 재배면적은 약간 감소하였으나 생산량은 크게 감소하여 1998년에는 213ha에서 2,456M/T이 생산되었다.

배는 1992년 15ha에서 150M/T이 생산되었지만 이후 재배면적이 계속 증가함에 따라 생산량도 계속증가하여 1998년에는 88ha에서 1,165M/T이 생산되었다.

복숭아는 1992년 8ha에서 91M/T이 생산되었으며, 이후로도 재배면적에 있어서 큰 폭의 변화 없이 8ha 내외에서 안정되어 오다 1998년 10ha로 약간 증가하였다. 그러나 1998년 생산량은 단수의 감소로 인하여 108M/T에 불과하였다.

<표 5-12> 곡성군 과일류 생산추세

단위 : ha, M/T

작물 연도	과일류 계		사과		배	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	160	2,631	129	2,326	15	150
1993	201	2,654	170	2,261	18	276
1994	519	5,562	214	3,301	28	391
1995	552	7,616	227	4,073	38	460
1996	533	6,613	228	3,511	59	886
1997	561	6,071	226	2,741	65	892
1998	511	5,703	213	2,456	88	1,165

작물 연도	복숭아		포도		단감	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
1992	8	91	8	64	-	-
1993	8	84	5	33	-	-
1994	9	93	8	76	130	1,101
1995	7	100	14	85	134	1,778
1996	7	66	12	128	127	1,172
1997	8	134	14	221	137	1,234
1998	10	108	20	319	129	1,094

자료 : 곡성군청, 「곡성군 통계연보」, 1999.

포도는 거의 대부분의 품종이 생식용인 거봉포도로서 1992년 8ha에서 64M/T이 생산되었으나 1993년 한번 감소한 것을 제외하고 재배면적이 계속 증가하여 1998년에는 20ha로 증가하였으며 생산량도 319M/T으로 증가하였다.

단감의 경우 1995년 130ha에서 1,101M/T이 생산된 이래 생산량은 그해의 풍흉에 따라 약간의 기복을 보이지만 재배면적은 대체로 130ha내외를 유지하고 있다.

이외에 곡성군에서 생산되는 품목으로서 재배면적이 적어 통계에는 잡히지 않았지만 두릅과 표고버섯, 느타리버섯 등이 있다.

두릅은 10여 농가가 1ha를 재배하였으나 두릅의 특성상 식재후 3년이 지나야 수확이 가능하고, 10여 농가 대부분이 식재 후 3년이 경과하지 않았기 때문에 생산실적은 거의 없는 실정이다.

단보당 약 1600~1700주 정도의 식재가 가능한 두릅은 식재후 성목이 되면 1주당 100~150g의 두릅을 수확할 수 있으며 배수가 잘되는 경사진 산지에서 잘 자랄 뿐만 아니라 번식력이 좋아 재배확대가 용이하다는 특성을 가지고 있다.

이 같은 특성을 가진 두릅을 군 농업기술센터에서 소득작목으로 선정하여 식재농가에 묘목비용을 보조하면서 재배면적 확대를 꾀하고 있어 수 년 내에 두릅의 재배면적 및 생산량이 크게 증가할 것으로 보인다.

기타 느타리버섯은 5ha에서 342M/T이 생산되었고, 표고버섯도 19ha에서 255M/T이 생산되었다.

다. 곡성군 농산물의 특징

곡성군은 산지가 많은 지형적 특성으로 광활한 평야를 찾아보기 힘들며 대부분 산과 산 사이의 좁은 평야로 형성되어 있어 곡성군이 전국의 주산지라고 할 정도로 많이 생산되는 농산물은 없지만 위의 생산현황 및 추세에서 살펴본 것처럼 다양한 품목이 조금씩 생산되고 있다. 즉 곡성군 농업 특징의 하나로서 소량다품목 생산을 들 수 있다.

또한 곡성군은 공해를 유발하는 제조업체가 거의 없고, 남원에서 흘러들어 구례, 하동을 거쳐 남해안으로 흘러가는 섬진강 상류에 위치한 준산간지대이기 때문에 곡성군에서 생산되는 농산물은 환경 친화적인 농산물에 가깝다.

라. 작목반 현황

곡성지역에서 작목반은 지역별, 품목별로 구성되어 활동중이며 지역별로는 11개 읍면에서, 품목별로는 30개 품목에 걸쳐서 137개 작목반이 있으며 반원은 2,864명에 이르고 있다.

이중 기초작목반은 24개반에 293명이, 일반작목반은 35개반에 738명이, 선진작목반은 78개반에 1,833명이 각각 활동중이다.

지역별로는 곡성읍과 고달면, 옥과면 지역에서 작목반 활동이 왕성하며 품목별로는 미곡, 딸기, 풋고추, 메론작목의 작목반 활동이 왕성한 편이다.

3. 주·부식 가공 품목 조사

가. 조사방법

수도권과 곡성군에 인접해 있는 전남지역 소비도시의 식품 유통업체에서 시판되고 있는 주·부식중심의 가공식품을 조사하였다. 조사대상 식품유통업체는 할인점, 백화점, 슈퍼, 재래시장등 이었다. 주요 조사항목은 가공품목, 가공형태, 포장형태, 포장단위, 가격등 이었으며 필요시 생산업체의 지명도 및 수입산 여부를 파악하였다. 특히 인접 소비도시인 광주, 여수, 순천등을 집중 조사하였다.

나. 판매품목 실태

1) 식품 소매 유통업체 개황(김동환, 2000.5)

우리나라 식품관련 소매업 사업체수는 1997년 기준 약 29만 3천여개소로 종업원 4인 미만의 영세사업체가 절대다수를 차지하고 있지만 전체 점포수의

2% 미만에 불과한 슈퍼마켓, 백화점, 할인점의 식료판매액이 약 30%를 차지하고 있으며 앞으로 이러한 비중은 훨씬 높아졌을 것으로 전망된다.

슈퍼마켓은 대형할인점의 급격한 확산으로 최근 매출이 정체상태를 보이고 있지만 전체 매출에서 차지하는 식품비중이 신선농수산물 30.5%, 가공식품 42.4%, 건어물 5.6% 등으로 모두 78.5%에 달하고 있다.

백화점은 외환위기로 인한 경기침체로 매출이 감소하는 등의 어려움을 겪었으나 최근 팔목할 회복세를 나타내고 있다. 백화점은 종합소매점을 지향하기 때문에 슈퍼와 같이 식품의 구성비가 높지 않지만 식품의 중요성이 높아 식품의 구성비는 21.4%에 이른다.

할인점은 슈퍼센터, 회원제창고형 매장, 카테고리킬러 등으로 구분되는데 슈퍼센터형 할인점으로는 E-마트, 그랜드마트, 홈플러스, 롯데마그넷, 나산클레프, LG마트, 까르푸, 해태마트, 한화마트 등이 있으며, 최근 월마트가 회원제 창고형 매장에서 슈퍼센터형으로 전환하였다. 할인점의 매출구성비는 식품이 57%로 가장 중요한 품목이며 이중 신선식품이 27%, 가공식품이 25% 정도를 차지하고 있다.

2) 수도권

가) 곡류가공품

쌀의 단순가공품목으로 쌀가루, 떡류, 강정 등이 판매되고 있다. 품목별로 살펴보면 쌀 10kg은 23,100원~26,900원에, 현미쌀눈가루 350g은 650원에, 쌀가루 500g은 2,400원에 판매되고 있다. 그리고 떡국 떡은 500g, 1kg 단위로 판매되고 있으며, 각각 2,200원과 3,470원에 판매되고 있다. 떡볶이 떡은 100g과 500g단위로 판매되고 있으며 각각 400원, 2,200원에 팔리고 있다. 쌀강정은 200g에 1,960원씩 판매되고 있다.

<표 5-13> 수도권지역 주요 곡류가공품의 판매 실태

농산물명	가공품목명	용량단위	가격(원)
쌀	쌀	10kg	23,100~26,900
	현미쌀눈가루	350g	650
	쌀 가 루	500g	2,400
	떡국떡	500g	2,200
		1kg	3,470
	떡볶이떡	100g	400
		500g	2,200
쌀 강 정	200g	1,960	
보리	보 리	800g	1,800
	참쌀보리	800g	1,450
		4kg	10,800
	보리고추장	800g	7,140
	엿 기 림	400g	2,500
		500g	1,490
보리차	150g	480	
수수	수 수	500g	3,300
		600g	4,950
		800g	5,460
		1kg	5,700
조	조	500g	3,480
		600g	5,500
		800g	5,940

보리의 단순가공품목으로 보리고추장, 엿기름, 보리차 등이 판매되고 있다. 보리는 800g에 1,800원, 찹쌀보리는 800과 4kg이 각각 1,450원, 10,800원에 판매되고 있다. 보리고추장 800g은 7,140원에 판매되고 있다. 엿기름 400g과 500g 단위로 판매되고 있으며 원료의 원산지에 따라 400g은 2,500원에, 500g은 1,490원에 판매되고 있다. 보리차는 150g이 480원에 판매되고 있다.

수수는 500g, 600g, 800g, 1kg 단위로 각각 3,300원, 4,950원, 5,460원, 5,700원에 판매되고 있으며 조는 500g, 600g, 800g 단위로 각각 3,480원, 5,500원, 5,940원에 팔리고 있다.

메밀의 단순가공품목으로 메밀가루, 메밀냉면, 메밀국수 등이 판매되고 있다. 메밀가루 500g은 4,070원~6,740원에, 메밀부침가루 1kg은 5,500원에, 1.5kg은 4,070원~5,720원에 판매되고 있다. 메밀냉면 400g은 1,120원, 메밀국수 450g은 1,360원에 판매되고 있다.

<표 5-14> 수도권지역 주요 곡류가공품의 판매 실태 II

농산물명	가공품목명	용량단위	가격(원)
메밀	메밀가루	500g	4,070~6,740
	메밀부침가루	1kg	5,500
		1.5kg	4,070~5,720
	메밀냉면	400g	1,120
	메밀국수	450g	1,360
옥수수	마 가 린	400g	1,890~2,060
	옥수수차	150g	480
		340g	950
		500g	830

<표 5-14> 수도권지역 주요 곡류가공품 판매 실태 II(계속)

농산물명	가공품목명	용량단위	가격(가격)
옥수수	옥수수전분	300g	650
		500g	2,190
	옥수수가루	500g	2,150
	찰옥수수알	600g	2,150~2,300
콩	백 태	4kg	12,300
	콩나물콩	800g	3,650
	콩 나 물	100g	150
		300g	990
		500g	1200
	메 주	2.8kg	33,000
	메주가루	1kg	6,130~9,540
	된 장	450g	3,020
		500g	690
		1kg	1,630
		2.4kg	4,300
	두 부	1모	360~1,120
	미숫가루	500g	3,150
	콩 가 루	500g	3,130~3,150
	콩국가루	500g	2,070
	볶은콩가루	400g	2,740
500g		3,700	
녹두	녹 두	600g	8,100
		800g	10,100
	녹두가루	500g	7,880
팥	팥	800g	5,450~5,950
		1kg	5,650~6,600

옥수수 단순가공품목으로 마가린, 옥수수차, 옥수수가루, 옥수수전분, 찹옥수수알 등이 판매되고 있다. 마가린 400g은 1,890원에서 2,060원 사이에서 판매되고 있다. 옥수수차는 150g, 340g, 500g 단위로 판매되고 있으며 150g은 480원에, 340g은 950원에, 500g은 830원에 팔리고 있다. 옥수수 전분은 300g과 500g 단위로 판매되고 있으며 각각 650원, 2,190원에 팔리고 있다. 그리고 옥수수 가루는 500g에 2,150원에 판매되고 있다. 또한 찹옥수수알은 600g에 2,150원~2,300원에 판매되고 있다.

콩의 단순가공품목으로 콩나물, 메주, 메주가루, 된장, 두부, 미숫가루, 콩가루 등이 판매되고 있다. 백태 4kg은 12,300원에 판매되고 있으며 콩나물콩은 800g에 3,650원에 팔리고 있다. 콩나물은 1봉에 100g, 300g, 500g 단위로 판매되고 있으며 제조 회사의 브랜드 및 원료의 원산지에 따라 가격 차이가 크게 나고 있다. 100g은 150원에, 300g은 990원에, 500g은 1,200원에 판매되고 있다. 메주 2.8kg은 33,000원에, 그리고 메주가루 1kg은 6,130원~9,540원에 판매되고 있다. 된장은 제조회사에 따라 450g, 500g, 1kg, 2.4kg 단위로 다양한 용량으로 판매되고 있으며 원료의 원산지에 따라 450g은 3,020원에, 500g은 690원에, 1kg은 1,630원에, 2.4kg은 4,300원에 판매되고 있다. 두부도 원료의 원산지와 두부 크기에 따라 1모 가격이 360원~1,120원으로 크게 차이가 나고 있다. 미숫가루는 500g에 3,150원, 콩가루는 500g에 3,130원~3,150원, 콩국가루는 500g에 2,070원, 볶은 콩가루는 400g, 500g에 각각 2,740원, 3,700원에 팔리고 있다.

녹두의 단순가공품목으로 녹두가루가 판매되고 있으며, 녹두가루는 500g에 7,880원에 팔리고 있다. 그리고 녹두는 600g, 800g 단위로 판매되고 있으며 600g은 8,100원에, 800g은 10,100원에 판매되고 있다.

팥은 800g이 5,450원~5,950원에, 1kg은 5,650원~6,600원에 판매되고 있다.

나) 채소류

딸기의 단순가공품목으로 딸기잼이 판매되고 있다. 딸기잼은 500g, 530g, 580g, 850g 단위로 제조회사에 따라 각각 다른 용량에 판매되고 있으며, 가격은 각각 1,680원~3,600원, 1,940원, 2,800원~3,960원, 3,250원으로 제조회사에 따라 가격차이가 크게 나고 있다.

<표 5-15> 수도권지역 주요 과채류가공품의 판매 실태

농산물명	가공품목명	용량단위	가격(원)
딸기	딸기잼	500g	1,680~3,600
		530g	1,940
		580g	2,800~3,960
		850g	3,250
오이	오이피클	320g	1,620
		500g	2,550
	오이지	300g	1,090
		480g	2,820
		2.5kg	7,450
호박	호박잼	530g	1,940
	호박가루	1kg	5,000
	호박고지	100g	2,000

오이의 단순가공품목으로 오이피클과 오이지가 판매되고 있다. 오이피클은 320g, 500g 단위로 판매되고 있으며 가격은 각각 1,620원, 2,550원이다. 그리고 오이지는 300g, 480g, 2.5kg 단위로 판매되고 있으며 가격은 각각 1,090, 2,820원, 7,450원이다.

호박의 단순가공품목으로 호박잼, 호박가루, 호박고지 등이 판매되고 있다. 호박잼 530g이 1,940원에, 호박가루 1kg은 5,000원에, 호박고지 100g은 2,000원에 판매되고 있다.

<표 5-16> 수도권지역 주요 근·엽채류 가공품의 판매 실태

농산물명	가공품목명	용량단위	가격(원)
배추	절임배추	3kg	5,400
		5kg	8,500~9,000
		10kg	15,000
무	단 무 지	250g	920~1,540
		300g	860
		350g	1,260
		500g	1,260~1,300
	3.75kg	3,110~3,560	
	무말랭이	200g	1,700
가지	말린가지	500g	1,000

배추의 단순가공품목으로 절임배추가 판매되고 있다. 절임배추는 3kg, 5kg, 10kg 단위로 판매되고 있으며 가격은 각각 5,400원, 8,500원~9,000원, 15,000원이다.

무의 단순가공품목으로 단무지, 무말랭이가 판매되고 있다. 단무지는 제조회사에 따라 250g, 300g, 350g, 500g, 3.75kg 단위로 여러 종류의 용량으로 판매되고 있으며 가격도 제조회사에 따라 여러 가격으로 판매되고 있다. 250g은 920원~1,540원에, 300g은 860원에, 500g은 1,260원~1,300원에, 3.75kg은 3,100원~3,560원에 팔리고 있다.

가지의 단순가공품목으로 말린가지가 판매되고 있으며, 말린가지 500g은 1,000원에 판매되고 있다.

고추의 단순가공품목으로 고추장, 고추씨기름, 고추잎말린것, 고추부각, 고춧가루 등이 판매되고 있다. 고추장은 500g, 1kg, 2.4kg, 3kg 단위로 제조회사에 따라 다양한 용량으로 판매되고 있으며, 가격은 각각 7,780원, 13,350원, 8,700원, 46,270원으로 제조회사 및 원료의 원산지에 따라 차이를 보이고 있다.

<표 5-17> 수도권지역 주요 조미채소류 가공품 판매 실태

농산물명	가공품목명	용량단위	가격(원)
고추	고추장	500g	7,780
		1kg	13,350
		2.4kg	8,700
		3kg	46,270
	고추씨기름	330ml	6,540
		550ml	7,020
	고추잎말린것	100g	2,000
	고추부각	120g	1,700
	고춧가루	1kg	11,600~13,200
마늘	간마늘	100g	500
	마늘장아찌	240g	1,250
		1kg	4,500
	통마늘절임	360g	1,160
	마늘종	1단	1,730
생강	생강차	7g×45포	4,480
		13g×20포	3,550
		240g	3,280
	생강가루	400g	2,950

고추씨기름은 330ml와 550ml 단위로 각각 6,540원, 7,020원에 판매되고 있다. 고추부각은 120g에 1,700원씩 판매되고 있으며, 고춧가루는 1kg에 11,600원~13,200원에 판매되고 있다.

마늘의 단순가공품목으로 간마늘, 마늘장아찌, 통마늘 절임 등이 판매되고 있다. 간마늘은 100g 단위로 100g에 500원씩 판매되고 있다. 마늘장아찌는 240g, 1kg 단위로 판매되고 있으며, 가격은 각각 1,250원, 4,500원이다. 통마늘 절임은 360g에 1,160원 판매되고 있으며 마늘종은 1단에 1,730원에 팔리고 있다.

생강의 단순가공품목으로 생강차, 생강가루가 판매되고 있다. 생강차 7g×45포는 4,480원에 13g×20포는 3,550원에, 240g은 3,280원에 판매되고 있다. 생강가루 400g은 2,950원에 판매되고 있다.

다) 과일가공품

감의 단순가공품목으로 감식초, 꽃감이 판매되고 있다. 감식초는 500ml와 900ml 단위로 판매되고 있으며, 가격은 각각 5,330원과 9,300원이다. 꽃감 1.5kg은 30,080원에 판매되고 있다.

<표 5-18> 수도권지역 주요 과일가공품 판매 실태

농산물명	가공품목명	용량단위	가격(원)
감	감 식 초	500ml	5,330
		900ml	9,300
	꽃 감	1.5kg	30,080
사과	사과식초	900ml	1,630
	사 과 잼	570g	2,080
포도	포 도 잼	300g	1,490
		500g	1,680~2,070
		580g	2,550
	간포도 통조림	180g	610
		400g	980~1,220
포도원액	1리터	4,430	
복숭아	복숭아 통조림	400g	1,000~1,400
대추	건 대 추	200g	2,750
		250g	3,000
		300g	3,650
		500g	5,260
	대 추 차	13g×20포	3,660
		7g×45포	4,680

사과의 단순가공품목으로 사과식초, 사과잼이 판매되고 있다. 사과식초 900ml는 1,630원에 판매되고 있으며, 사과잼 570g은 2,080원에 판매되고 있다.

포도의 단순가공품목으로 포도잼, 간포도 통조림, 포도원액 등이 판매되고 있다. 포도잼은 300g, 500g, 580g 단위로 제조회사에 따라 다른 용량으로 판매되고 있으며, 300g은 1,490원에, 500g은 1,680원~2,070원에, 580g은 2,550원에 판매되고 있다. 간포도 통조림 180g은 610원에 400g은 980원~1,220원에 판매되고 있다. 포도원액 1리터는 4,430원에 판매되고 있다.

복숭아의 단순가공품목으로 복숭아 통조림이 판매되고 있으며 복숭아 통조림 400g은 1,000원~1,400원에 팔리고 있다.

대추의 단순가공품목으로 건대추, 대추차가 판매되고 있다. 건대추는 200g, 250g, 300g, 500g 단위로 여러 종류의 용량단위로 판매되고 있으며 가격은 각각 2,750원, 3,000원, 3,650원, 5,260원이다. 대추차 13g×20포는 3,660원에, 7g×45포는 4,680원에 판매되고 있다.

라) 특용작물 가공품

땅콩의 단순가공품목으로 볶은 땅콩이 판매되고 있다. 볶은 땅콩은 100g, 300g 단위로 판매되고 있으며 100g은 4,400원에, 300g은 2,310원에 판매되고 있다.

참깨의 단순가공품목으로 참기름과 참깨 강정이 판매되고 있다. 참깨는 100ml, 160ml, 300ml, 320ml, 330ml, 550ml, 130g, 450g, 600g 단위의 용량으로 각 제조회사에 따라 서로 다른 용량 단위로 판매하고 있다. 그리고 참깨의 원산지에 따라 가격도 서로 차이가 많이 나고 있다.

<표 5-19> 수도권지역 주요 특용작물 가공품 판매 실태

농산물명	가공품목명	용량단위	가격(원)
땅콩	볶은땅콩	100g	4,400
		300g	2,310
참깨	참 깨	100g	3,080
		110ml	2,260
	참 기름	160ml	6,930
		300ml	4,400
		320ml	4,000~4,100
		330ml	14,850
		500ml	5,300~6,000
		130g	1,650
		450g	5,500
	참깨강정	120g	4,450
		200g	4,450
들깨	들깨가루	250g	3,490
		600g	2,530
	들 기름	330ml	5,950
	들깨강정	200g	3,500

참기름은 국산 참깨를 이용한 경우 160ml에 6,930인데 반해 중국산 참깨는 500ml에 5,300원~6,000원으로 가격이 3~4배 이상 차이가 나고 있다. 110ml는 2,260원에 300ml는 4,400원에 320ml는 4,000원~4,100원에, 330ml는 14,850원에, 130g은 1,650원에, 450g은 5,500원에 600g은 10,890원에 판매되고 있다. 참깨강정 120g과 200g이 4,450원에 판매되고 있다.

들깨의 단순가공품목으로 들깨가루, 들기름, 들깨 강정 등이 판매되고 있다. 들깨가루 250g은 3,490원에, 600g은 2,530원에 판매되고 있는데, 이 또한 원산지에 따라 가격차이가 발생하고 있다. 들기름 330ml는 5,950원에 판매되고 있으며 들깨강정은 200g에 3,500원에 팔리고 있다.

3) 곡성 인접도시

가) 곡류

곡류 판매품목은 쌀, 보리, 콩, 그리고 기타 잡곡들이 주류를 이루고 있으며, 대부분 투명비닐(이하 복합다층필름)에 소포장되어 판매되고 있다.

품목별로 살펴보면, 쌀은 5kg에서 40kg 까지 여러 중량으로 포장되어 있으며, 그 중에서도 10kg과 20kg 중량의 포장 쌀이 주를 이루고 있다. 그리고 쌀은 다른 곡물 제품과 달리 포장재는 종이포장재에 포장되어 판매되고 있으며 판매가격은 생산지에 따른 다양한 가격을 가지고 있다.

<표 5-20> 곡성 인접도시 주요 곡류의 포장판매 실태

품 목		용량단위	가격(원)	포장재질
쌀		5kg	12,500~16,000	종이포대
		10kg	22,000~22,900	
		20kg	42,900~52,000	
보 리		800g	1,600~1,690	복합다층필름
		1kg	1,500~1,650	
밀	통밀	1kg	1,950~2,000	복합다층필름
	제분	1kg	2,500~2,600	복합다층필름
수 수		800g	1,600	복합다층필름
		1kg	1,700	
조		1kg	1,400	복합다층필름
녹 두		500g	2,100~5,000	복합다층필름
팥		1kg	5,200~5,450	복합다층필름
콩		500g	2,500~3,190	복합다층필름
		1kg	4,500~5,400	
혼합잡곡		800g	3,850~5,180	복합다층필름
		1kg	4,350	

보리는 800g과 1kg씩 복합다층필름에 소포장되어 800g짜리 보리는 1,600원에서 1,690원 사이에서 1kg짜리 보리는 1,500원에서 1,650원 사이에서 팔리고 있다. 통밀은 우리밀로서 1kg씩 복합다층필름에 소포장되어 1,950원에서 2,000원 사이에서 판매되고 있다. 그리고 우리밀을 이용하여 제분된 밀가루도 1kg씩 복합다층필름에 소포장되어 2,500원에서 2,600원 사이에서 판매되고 있다. 수수는 800g과 1kg씩 복합다층필름에 소포장되어 800g짜리 수수는 1,600원에 1kg짜리 수수는 1,700원에 팔리고 있다. 조는 1kg씩 복합다층필름에 소포장되어 1,400원에 판매되고 있으며 녹두는 500g씩 복합다층필름에 소포장되어 원산지에 따라 2,100원에서 5,000원 사이에서 판매되고 있다. 팥은 1kg씩 복합다층필름에 소포장되어 5,200원에서 5,450원 사이에서 판매되고 있으며, 콩은 500g과 1kg씩 복합다층필름에 소포장되어 종류에 따라 여러 가격으로 판매되고 있다.

나) 채소류

채소류의 대부분은 100g 단위로 포장없이 산물형태 판매가 주를 이루고 있으며 일부는 유통업체 소분실에서 랩포장 또는 스티로폼 랩포장하여 판매되고 있다.

품목별로 살펴보면 오이는 2~3개 또는 5개 묶음 단위로 각각 랩포장, 산물형태로 600원~1,000원 사이에서 판매되고 있다. 애호박은 날개 또는 100g 단위로 비닐봉지와 랩에 각각 포장되어 1개에 500원, 100g에 250원씩 판매되고 있다. 배추는 1통 또는 1단씩 산물형태로 판매되고 있으며 1통은 1,500원대에 1단은 5,000원에 판매되고 있다. 시금치는 1단씩 산물형태로 900원~980원 사이에서 판매되고 있다. 상추는 산물형태와 비닐봉지 포장형태로 판매되고 있으며 100g에 198원에서 280원 사이에서 판매되고 있다.

<표 5-21> 곡성 인접도시 주요 근·엽채류의 포장판매 실태

품 목		용량단위	가격(원)	포장재질
오 이		2~3개	600~1,000	랩포장
		5개	980~1,000	산물
애 호 박		1개	500	비닐봉지포장
		100g	250	랩포장
배 추		1통	1,500~1,580	산물
		1단	5,000	
시 금 치		1단	900~980	산물
상 추		100g	198~258	산물
		100g	280	비닐봉지포장
무	통무	1개	1,000~1,480	산물
		1개	500	랩포장
	열무	1단	1,500	산물
가지		100g	150	랩포장
당근	세척당근	100g	120~150	랩포장
		1봉	590~627	비닐봉지포장
	흙 당 근	100g	90~98	산물
부 추		1단	780~1000	스치로폴 랩포장
양 상 치		1통	1,500	산물
양 배 추		반통	1,500	랩포장
		한통	1,690~2000	
		100g	200~696	

무는 날개씩 랩포장 또는 산물 형태로 크기에 따라 500원~1,480원 사이에서 판매되고 있다. 열무는 산물형태로 1단에 1,500씩 판매되고 있다. 가지는 100g에 150원씩 랩포장되어 판매되고 있으며 시금치는 산물로 1단에 900원~980원사이에서 판매되고 있다.

세척당근은 랩에 또는 비닐봉지에 포장되어 있으며 랩포장은 100g에 120원에서 150원 사이에서 판매되며, 비닐봉지포장은 1봉지에 590원에서 627원 사이에서 판매되고 있다. 한편 흙당근은 산물형태로 100g에 90원~98원 사이에서 판매되고 있다.

부추는 1단씩 스티로폴 랩포장하여 780원에서 1,000원 사이에서 팔리고 있으며, 양상치는 산물형태로 1통에 1,500원씩 판매되고 있다. 양배추는 모두 다듬어져 랩포장되어 있으며 반통, 한통, 또는 100g 단위로 판매되고 있다.

다) 양념채소류

양념채소류도 채소류처럼 대부분 100g 단위로 판매되고 있으며 제품의 특성에 따라 포장형태가 스티로폴 랩포장에서 망포장에 이르기까지 다양한 형태를 갖추고 있다.

품목별로 살펴보면 고추는 크게 풋고추, 홍고추, 파리고추 세 종류가 판매되고 있으며 이들 모두 100g 단위로 판매되고 있다. 풋고추는 산물과 스티로폴 랩포장 형태로 100g에 228원과 380원에, 홍고추는 스티로폴 랩포장 형태로 100g에 500원에, 파리고추는 산물형태로 100g에 398원에서 550원 사이에 팔리고 있다.

파는 대파와 쪽파 두 종류가 판매되고 있으며, 대파는 다시 다듬은 파와 흙대파로 나뉘어 판매되고 있다. 파는 모두 1단 단위로 판매되고 있으며 다듬은 파는 랩포장되어 700원에서 980원사이에, 흙대파는 산물 형태로 900원에, 쪽파는 산물 형태로 980원에서 1,180원 사이에서 팔리고 있다. 양파는 대부분 망에 포장되어 있으며, 일부는 간양파 형태로 스티로폴 랩에 포장되어 판매되고 있다. 양파의 용량단위는 망의 크기에 따라 소망, 중망, 대망으로 구분되며, 소망은 1,200원~1,450원에, 중망은 2,200원~2,520원에, 대망은 4,880원에 팔리고 있으며, 간양파는 100g에 250원씩 팔리고 있다.

<표 5-22> 곡성 인접도시 주요 양념채소류 포장판매 실태

품 목		용량단위	가격(원)	포장재질
고 추	풋 고 추	100g	228	산물
		100g	380	스치로폴 랩포장
	홍 고 추	100g	500	스치로폴 랩포장
	파리고추	100g	398~550	산물
파	다듬은파	1단	700~980	랩포장
	흙 대 파	1단	900	산물
	쪽 파	1단	980~1,180	산물
양 파		소망	1,200~1,450	망포장
		중망	2,200~2,520	
		대망	4,880	
		100g	250	스치로폴 랩포장
마 늘	통 마 늘	1망	3,200~6,500	망포장
		1단	1,880	산물
	간 마 늘	100g	600~652	스치로폴 랩포장
		1kg	4,500	망포장
	쪽 마 늘	1망	2,180	망포장
	다진마늘	100g	1,000	스치로폴 랩포장
	마 늘 종	1단	980	산물
1단		800	랩포장	
깨	참 깨	100g	1,593~2,000	비닐봉지포장
		100g	1,200	플라스틱병
		240g	3,500	
		440g	6,500	
	들 깨	600g	2,980	비닐봉지포장
	흑 임 자	25g	800	비닐봉지포장
300g		8,700		

마늘은 가공정도에 따라 통마늘, 간마늘, 쪽마늘, 다진마늘 네 종류가 판매되고 있다. 통마늘은 망에 포장되어 1망에 원산지에 따라 3,200원~6,500원 사이에 팔리고 있으며, 통마늘중 햇마늘은 산물 형태로 1단에 1,880원에 판매되

고 있다. 깎마늘은 스티로폴 랩포장과 망포장 형태로 판매되고 있으며 스티로폴 랩포장은 100g 단위로 600원~652원 사이에, 망포장은 1kg 단위로 4,500원에 팔리고 있다. 통마늘과 깎마늘의 중간 가공단계인 깎마늘은 망에 포장되어 2,180원에 판매되고 있다. 다진마늘은 스티로폴 랩포장되어 100g에 1,000원에 판매되고 있다. 또한 마늘종은 산물 또는 랩포장 형태로 판매되고 있으며 1단에 800원에서 980원 사이에서 팔리고 있다.

깨는 참깨, 들깨, 흑임자 세종류가 판매되고 있으며, 포장형태는 플라스틱병과 비닐봉지가 주를 이루고 있다. 비닐봉지에 포장된 참깨는 100g에 1,593원에서 2,000원 사이에 팔리고 있다. 플라스틱병에 포장된 참깨는 병크기에 따라 100g, 240g, 440g 세 종류가 있으며 각각 1,200원, 3,500원, 6,500원에 팔리고 있다. 들깨는 600g 비닐봉지에 포장되어 2,980원에 판매되고 있으며, 흑임자는 300g 비닐봉지에 포장되어 8,700원에 팔리고 있다.

과채류를 품목별로 살펴보면, 토마토는 방울토마토와 찰토마토 두 종류가 판매되고 있다. 방울토마토는 산물과 스티로폴 랩포장 형태로 100g 단위로 판매되고 있다. 산물은 100g에 150원~158원에, 스티로폴 랩포장은 100g에 230원~444원에 팔리고 있다. 찰토마토는 산물 형태와 스티로폴 랩포장 형태로 판매되고 있으며 산물 형태 찰토마토는 100g에 180원~230원에, 스티로폴 랩포장 찰토마토는 6개에 1,000원에 팔리고 있다.

참외는 스티로폴 랩포장과 산물 형태로 판매되고 있으며 스티로폴 랩포장은 2개에 1,800원에, 산물은 3~5개에 3,000원~3,900원 사이에서 팔리고 있다. 수박은 산물형태로 크기에 따라 1통에 3,000원에서 15,000원 사이에서 판매되고 있으며 메론은 랩에 포장되어 1개에 4,000원에서 5,800원 사이에서 판매되고 있다.

딸기는 산물 형태와 스티로폴 상자에 담겨 판매되고 있으며 산물로 판매되는 딸기는 100g에 300원~450원에, 스티로폴 상자에 담겨 판매되는 딸기는 품질차이에 따라 4kg 1상자에 6,000원에서 16,500원 사이에서 팔리고 있다.

<표 5-23> 곡성 인접도시 주요 과채류 포장판매 실태

품 목		용량단위	가격(원)	포장재질
토 마 토	방울토마토	100g	150~158	산물
		100g	230~444	스치로폴 랩포장
	찰토마토	100g	180~230	산물
		6개	1,000	스치로폴 랩포장
참 외		2개	1,800	스치로폴 랩포장
		3~5개	3,000~3,900	산물
수 박		1통	3,000~15,000	산물
메 론		1개	4,000~5,800	랩포장
딸 기		100g	300~450	산물
		4kg	6,000~16,500	스치로폴 상자

라) 과일류

과일류는 제품의 형태에 따라 다양한 포장형태와 용량 단위로 판매되고 있으며 같은 품목이라 해도 크기에 따라 가격차이가 크게 나고 있다.

사과는 랩포장과 산물형태로 판매되고 있으며 랩에 포장된 사과는 2개 또는 5개 단위로 2,900원에서 3,950원 사이에, 산물 형태 사과는 5개에 2,000원에 팔리고 있다. 배는 랩에 포장되어 크기에 따라 1개에 900원에서 3,480원 사이에 판매되고 있다. 포도는 국내산 거봉포도와 칠레산 포도 두 종류가 판매되고 있다. 국내산 거봉 포도는 랩, 스티로폼 랩, 종이상자에 포장되어 판매되고 있으며 랩포장 거봉포도는 100g에 490원~550원에, 스티로폼 랩포장은 1팩에 14,190원에, 종이상자에 포장된 거봉포도는 1상자에 49,500원에 팔리고 있다. 칠레산 포도는 산물과, 스티로폼 랩, 비닐봉지에 포장되어 판매되고 있으며 산물은 100g에 428원에 스티로폼 랩포장은 1팩에 3,200원~3,480원에, 비닐봉지 포장은 1봉에 2,200원에 팔리고 있다. 단감은 비닐봉지 포장형태로 1봉에 3,500원 판매되고 있으며 꽃감은 스티로폼 랩포장 형태로 1팩에 3,500원에서 4,000원 사이에서 팔리고 있다. 밤은 깎밤과 생밤 두 종류가 판매되고 있으며

간밤은 진공비닐포장되어 양에 따라 1봉에 1,200원~2,980원에, 생밤은 스티로폴 랩포장되어 양에 따라 1팩에 1,480원~4,732원에 팔리고 있다.

<표 5-24> 곡성 인접도시 주요 과일류 포장판매 실태

품 목		용량단위	가격(원)	포장재질
사 과		2개	2,900~3,900	랩포장
		5개	3,950	
		5개	2,000	산물
배		1개	900~3,480	랩포장
포도	거 봉	100g	490~550	랩포장
		1팩	14,190	스티로폴 랩포장
		1상자	49,500	종이상자
	칠 레 산	100g	428	산물
		1팩	3,200~3,480	스티로폴 랩포장
		1봉	2,200	비닐봉지 포장
단 감		1봉	3,500	비닐봉지 포장
꽃 감		1팩	3,500~4,000	스티로폴 랩포장
밤	간 밤	1봉	1,200~2,980	진공비닐포장
	생 밤	1팩	1,480~4,732	스티로폴 랩포장

마) 특용작물류 및 서류

특용작물류는 100g 단위로 스티로폴 랩포장이나 비닐봉지 포장되어 판매되고 있다. 품목별로 살펴보면, 두릅은 스티로폴 랩포장 형태로 1팩에 1,000원~2,380원 사이에서 판매되고 있다. 느타리버섯은 산물 또는 스티로폴 랩포장 형태로 100g에 각각 590원~598원, 550원에 판매되고 있다. 표고버섯도 산물 또는 스티로폴 랩포장 형태로 100g에 각각 950원~1,180원, 1,100원에 판매되고 있다. 땅콩은 볶은땅콩과 피땅콩 두종류가 판매되고 있다. 볶은 땅콩은 산물 또는 비닐봉지 형태로 판매되고 있으며 산물의 경우 100g에 800원에, 비닐봉지 포장은 무게에 따라 1봉에 2,950원에서 4,900원 사이에서 팔리고 있다. 피

땅콩은 비닐봉지에 포장되어 1봉에 2,080원~2,600원 사이에서 판매되고 있다. 고구마와 감자는 산물형태로 각각 100g에 250원, 100원~200원에 판매되고 있다.

<표 5-25> 곡성 인접도시 주요 특용작물 및 서류 포장판매 실태

품 목		용량단위	가격(원)	포장재질
두 립		1팩	1,000~2,380	스치로폴 랩포장
느타리버섯		100g	590~598	산물
		100g	550	스치로폴 랩포장
표고버섯		100g	950~1,180	산물
		100g	1,100	스치로폴 랩포장
땅콩	볶은 땅콩	100g	800	산물
		1봉	2,950~3,410	비닐봉지포장
		1kg	4,900	비닐봉지포장
	피땅콩	1봉	2,080~2,600	비닐봉지포장
고 구 마		100g	250	산물
감 자		100g	100~200	산물

바) 농산물 단순 가공식품류

콩나물은 비닐봉지 포장 또는 산물 형태로 판매되고 있으며 비닐봉지에 포장된 콩나물은 브랜드명과 사용원료의 원산지에 따라 가격이 500원에서 1,300원으로 그 차이가 크게 나고 있다. 산물 형태 콩나물은 100g에 198원에 판매되고 있다.

두부는 1모 단위로 플라스틱 용기에 포장되어 판매되고 있으며, 두부도 콩나물처럼 브랜드명과 사용원료의 원산지에 따라 가격이 750원에서 1,850원으로 그 차이가 크게 나고 있다. 고구마 줄기를 삶아서 스티로폴 랩에 포장하여 100g에 400원~580원에 판매하고 있다.

<표 5-26> 곡성 인접도시 주요 단순가공 주·부식품 판매 실태

품 목		용량단위	가격(원)	포장재질
콩 나 물		1봉지	1,100~1,300	비닐봉지포장
		100g	198	산물
두 부		1모	750~1,850	플라스틱 포장
삶은 고구마 줄기		100g	400~580	스치로폴 랩포장
오 이 지		300g	1,000~1,500	진공비닐포장
김 치	배추김치	800g	3,000	병포장
		500g	2,200	비닐봉지포장
		1kg	2,700~4,500	
		2.5kg	8,000~9,200	
		4kg	12,400	
	열무김치	100g	400	비닐봉지포장
		1kg	6,300	
알타리김치	1kg	4,500~5,500	비닐봉지포장	
무말랭이	무말랭이	100g	975~1,280	비닐봉지포장
		100g	1,000	산물
	무 침	400g	4,320	비닐봉지포장
단무지	단 무 지	250g	1,400~1,850	플라스틱포장
		500g	2,150	
		3.75kg	3,000~3,480	산물
	무 침	170g	1,800	플라스틱포장
무장아찌		100g	1,000~1,080	산물
고추가루		145g	2,500	비닐봉지포장
		500g	6,800	
고추절임		400g	3,600	산물
고추무침		400g	4,320	산물
마늘장아찌		400g	4,320	산물
마늘절임		100g	1,000	산물
		145g	2,300	병포장
		400g	4,280	
		1.2kg	14,150	

<표 5-26> 곡성 인접도시 주요 단순가공 주·부식품 판매 실태 (계속)

품 목	용량단위	가격(원)	포장재질
토란대 삶은 것	100g	400~1,480	비닐봉지포장
참 기름	320ml	3,780	병포장
	350ml	5,650	
	450ml	5,310	
	750ml	8,800	
	150g	1,950	
	320g	3,680~3,780	
	500g	5,500~6,700	
깻잎절임	400g	4000~4,320	산물
	240g	3,800	플라스틱포장

오이지는 진공비닐포장하여 1,000원~1,500원 사이에서 판매되고 있다. 김치는 배추김치, 열무김치, 알타리김치 세종류가 판매되고 있으며, 포장 용량 크기에 따라 다양한 가격에서 판매되고 있다. 특히 배추김치는 비닐봉지 포장으로 포장 용량크기가 여러 가격으로 판매되고 있다. 500g은 2,200원에, 1kg은 2,700원~4,500원에, 2.5kg은 8,000원~9,200원에, 4kg은 12,400원에 팔리고 있다.

열무김치는 100g 당 400원에 또는 1kg에 6,300원 판매되고 있으며 알타리김치는 1kg에 4,500원~5,500원에 팔리고 있다. 무말랭이는 비닐봉지에 포장과 산물 두 종류가 100g 단위로 판매되고 있으며 비닐봉지포장은 975원~1,280원에, 산물은 1,000원에 팔리고 있다. 그리고 무말랭이 무침은 비닐봉지 포장으로 400g당 4,320원에 판매되고 있다.

단무지는 플라스틱 용기에 포장된 것과 산물 형태로 판매되고 있다. 250g 플라스틱 용기에 포장된 단무지는 1,400원~1,850원에, 500g 플라스틱 용기에 포장된 단무지는 2,150원에 판매되고 있으며, 3.75kg짜리 산물형태의 단무지는 3,000원~3,480원에 팔리고 있다. 그리고 단무지 무침은 플라스틱 포장용기에

포장되어 1,800원에 팔리고 있다. 무장아찌는 산물 형태로 100g에 1,000원~1,080원에 팔리고 있다.

고춧가루는 비닐봉지에 포장되어 무게에 따라 2,500원~6,800원에 판매되고 있으며, 고추절임, 고추무침, 마늘장아찌는 400g 씩 각각 3,600원, 4,320원, 4,320원에 팔리고 있다. 마늘절임은 산물과 병포장이 있으며 산물은 100g에 1,000원씩 판매되고 있으며, 병포장은 크기에 따라 여러 가격으로 판매되고 있다. 145g은 2,300원에, 400g은 4,280원에, 1.2kg은 14,150원에 팔리고 있다.

토란대는 삶아서 비닐봉지에 포장하여 100g에 400원~1,480원에 판매하고 있다. 참기름은 병포장 형태로 판매되고 있으며, 포장용기는 부피 또는 중량에 따라 구별되고 있다. 부피에 따라 320ml는 3,780원에, 350ml는 6,650원에, 450ml는 5,310원에, 750ml는 8,800원에 판매되고 있으며, 중량에 따라 150g은 1,950원에, 320g은 3,680원~3,780원에, 500g은 5,500원~6,700원에 팔리고 있다. 갯잎절임은 산물과 플라스틱 용기에 포장되어 판매되고 있으며 산물은 400g당 4,000원~4,320원에, 플라스틱용기 포장은 240g에 3,800원에 판매되고 있다.

4) 품목조사 요약

곡물은 곡물 소포장이나 곡분이 많았다. 서류나 과일류는 주로 산물로 판매되고 있었다. 채소류는 산물로 판매되거나 소분포장되어 판매되며 절임류, 건조채소, 조리반찬등으로 가공되어 판매되었다. 반찬류는 기업적 생산품목과 가내수공업적 조리판매품이 병존하였다. 조미식품은 장류, 고춧가루, 식용유, 식초, 조미채소 다짐류 등이 주류를 이루었고 대기업제품과 중소기업제품이 병존하였다. 그리고 채소류에서는 깐마늘, 깐양파처럼 조리준비 처리된 가공품이 포함되었다. 부식 가공제품은 원산지가 수입산인 품목이 많았다.

4. 곡성군 지역의 가공유망 품목 의견 조사결과

가. 조사방법

조사는 곡성군 관내의 군청, 읍면사무소, 농협중앙회 군지부 및 단위농협, 농업기술센터, 농산물 품질관리원 등 농업관련 유관기관에서 농산물가공과 유관한 27명의 직원이 주민 및 농민의 의견을 조사표에 의해 파악하였다..

<표 5-27> 곡성군 생산 농산물별 적정가공품목 의견조사 결과

농산물명	가공대상품목	추천인 수	농산물명	가공대상품목	추천인 수
쌀	쌀 엿	3	녹 두	청 포 목	1
쌀 보 리	미숫가루	1	메 밀	메밀가루	1
맥주보리	엿기름가루	4		메 밀 목	1
콩	콩 가 루	2	고 추	고추절임	1
	된 장	2		고춧잎절임	2
	청 국 장	2	들 깨	볶음들깨	1
	두 부	2		들깨잎절임	2
	메 주	2	오 이	오이장아찌	2
동 부	소포장동부	1	마 늘	간 마 늘	1
녹 두	녹두가루	1		마늘절임	1

지역의 농업관련기관 관계자의 의견에 의하면 원료농산물 기준 12개 품목, 가공대상품목 기준 20개 품목의 가공이 적절할 것이라는 의견을 제시해 주었는데 가장 많은 인원이 추천해준 품목은 맥주보리를 이용한 엿기름가루 가공으로서 4명이 추천하였다.

다음으로 쌀을 이용한 쌀엿을 추천한 인원이 3명이었으며, 콩을 이용한 콩 가루, 된장, 청국장, 두부, 메주 등의 가공과 고추를 이용한 고춧잎 절임, 들깨

를 이용한 들깨잎절임, 오이를 이용한 오이장아찌 등을 가공하는 것이 적당하다고 추천한 인원은 각각 2명씩이었다.

이외에도 동부콩을 이용한 동부 소포장제품, 녹두를 이용한 녹두가루, 청포묵, 메밀을 이용한 메밀묵, 메밀가루 가공, 고추를 이용한 고추절임, 들깨를 이용한 볶음들깨, 마늘을 이용한 깎마늘, 마늘절임 등으로 가공하는 것이 적당하다고 추천한 인원은 각각 1명씩이었다. 특히 동부콩을 이용한 소포장제품을 추천한 사람은 동부가 생산되는 지역이 많지 않으므로 동부의 소포장이 유리할 것이라는 이유를 들고 있다.

지역 우수 전통식품으로서는 기정떡과 한과, 백일주 등을 들고 있었다. 기정떡은 타 지역에서는 증편으로 알려져 있다. 백일주는 참쌀로 술을 담가서 100일이 지난 후에 걸러내는 약주로서 명절이나 제사때 농가에서 가공하여 사용하는 가내용 술이다.

5. 시장분석

가. 식품가공 업체조사

1) 분석방법

광주, 전남지역의 가공업체와 그 이외지역의 가공업체를 사례로 선정하여 곡성군에서 생산되는 종류의 농산물을 이용한 주·부식 가공식품을 중심으로 경쟁구조, 시장성을 조사하였다. 이와함께 식품업체간 반제품과 OEM 거래 유망 품목을 파악하였다.

2) 조사결과

조사업체 중 S농산은 과실 및 채소류를 가공하는 업체로서 잼류와 김치류

등을 주로 생산하고 있었는데 완제품 형태로 생산된 제품은 OEM방식으로 수출하거나 식품대기업에 납품하고 있으며 자체브랜드의 내수판매 비중은 미미하였다. 이 업체는 완제품 외에도 식품대기업 등의 주문을 받아 반가공품을 납품하고 있었다.

업체가 생산하는 완제품의 원료가 되는 반가공품을 외주 줄 때는 완제품의 품질관리를 위해서 주문생산 업체가 품질관리에 철저히 할 수 있는 시설과 능력을 갖추어야 하며 제품에 문제가 발생할 경우 추적관리가 가능해야 한다. 또한 생산량이 설비투자비를 충분히 보상할 정도가 되어야 하기 때문에 소지역 단위에서 생산되는 농산물만을 이용한 소량 다품목 가공에서는 부적절할 것으로 조사되었다.

다른 조사업체인 S종합식품은 통조림, 병조림, 냉동식품, 양념류 및 염장식품류를 제조하는 종합 식품제조업체이다. 이 업체는 종합식품회사이지만 수출과 군납, 식품 대기업에 OEM납품을 위주로 하고 있다. 1990년대 들어와 국내 지역대리점을 폐쇄한 이래로 자사 브랜드의 국내판매는 하지 않고 있었다. OEM거래를 위해서는 회사 인지도가 낮아 판매에 어려움이 있을 때 마케팅 능력이 있는 업체에 일정한 판매마진을 주고 판매하기 때문에 좋은 품질의 제품을 저렴하게 생산할 수 있어야 한다. 또한 유통업체에 PB상품 공급을 고려하는 경우 대기업에 OEM방식으로 납품하는 것보다 가격은 더 낮고 결제조건도 불리하며 가격할인, 광고 지원, 판촉요원 등을 필요에 따라 주재시켜야 하기 때문에 박리다매 할 수 있는 품목을 가공품목으로 선택해야 한다.

절임류 업체들은 기술과 시설의 활용도와 작업 연관도를 높이기 위해 대부분 김치류와 젓갈류 등을 같이 가공하는데 절임류 업체인 D식품은 광주지역 주요 백화점내 식품매장을 임대하여 자체브랜드로 김치류를 비롯하여 젓갈, 반찬류 등을 가공하여 판매하고 있었다. 이 회사의 조사 결과 배추김치는 절

임배추를 반제품으로 구매하여 배추김치의 생산이 가능하며 배추절임 공정을 외주함으로써 쓰레기 절감, 운송비 절감 등을 기할 수 있는 품목으로 제시하였다.

다른 업체인 D식품은 배추김치, 미역가공품, 과일가공품을 생산하는 업체이지만 계절별로 생산품목이 다르고 현재는 배추김치와 미역가공품만을 생산하고 있었다. 배추김치를 가공할 때 배추 절이는 공정을 외주 할 경우 배추생산의 계절성에 따른 공급능력의 문제를 극복할 수 있어야 한다. 그리고 건조농산물 형태의 단순가공의 외주는 수입 농산물을 이용한 건조제품이나 수입 건조제품에 비해 경쟁력이 낮아 부적절한 것으로 조사되었으며 깻잎 가공품의 경우 위생 처리된 후 바로 완제품으로 포장되어야 하기 때문에 반제품 외주는 기술적인 문제가 있는 것으로 조사되었다.

전처리 된 식재료의 식재료의 납품은 과도한 경쟁으로 낮은 품질의 농산물이 학교급식에 공급되고 있는 실정이다. 그리고 식재료 전처리는 식당종업원들이 배식시간 이외에는 시간이 남기 때문에 단체급식장에서 직접 전처리 작업을 한다. 또한 전처리해서 공급을 받으면 단가가 올라가기 때문에 전처리된 식재료의 구입을 주저하는 단체급식장이 적지 않은 것으로 조사되었다. 이는 품질보다 저가 위주의 식재료 구입 방식 때문으로 분석된다.

반찬류는 수도권에 위치한 K 식품과 같이 대부분 중소식품업체에서 생산이 되고 있다. 식품유통업체 매장에서 산물 형태로 판매하기 위한 가내부업적 가공과 포장형태로 유통시키기 위한 포장가공으로 분류된다. 주요품목은 무침류, 절임류, 조리반찬 등이다. 생산품목 구성에 있어서는 대부분 소량 다품목 형태이다. 소량 다품목형태는 품목별로 사업위험을 분산 할 수 있고 인력활용을 효율화 할 수 있으며 가동률의 제고를 기할 수 있다는 유리점이 있으나 반면 원료 물량확보 및 구입가격 안정등 원료관리, 그리고 품질관리 및 판매영업의

관리가 어렵다는 불리점도 동시에 있다. 따라서 무리하게 많은 품목을 가공하기보다는 가공사업의 비교 유리성이 있는 품목수로 적절하게 한정하는 것이 중요했다.

반찬류 가운데 김치는 수요가 늘어나는 추세이며 무말랭이, 호박고지, 가지 말림, 고구마대 말림같은 품목은 수요가 감소 추세에 있는데 이는 신세대의 식기호가 변화하기 때문이다. 절임류는 김치류 생산업체에서 대부분 같이 생산하고 있다. 절임류 가운데 오이 절임, 오이장아찌등은 수요가 감소 추세에 있고 마늘 절임은 수요가 꾸준하기는 하나 수요가 미약하다. 깻잎절임은 중국산이 저렴한 가격으로 수입되고 있으나 향이 약하고 질기기 때문에 국산이 일정한 경쟁력을 가지고 있는 반면 무말랭이는 중국산과의 경쟁에서 뒤져 생산이 크게 줄어들고 있는 것으로 조사되었다.

반찬류는 대부분 중소기업에서 생산되나 품목에 따라 인지도가 높은 식품업체나 대기업의 상표를 선호하는 경향이 있다. 따라서 이러한 이유 때문에 일부 품목은 OEM생산이 적지 않다.

반찬류 사업에서 어려운 점은 평균 30%에 달하는 판매마진과 반품의 발생이었다. 예컨대 30% 판매마진에 10개중 2개가 반품되어 20%가 반품되는 경우 판매에 관련된 비용이 50%를 넘게 된다.

곡물이나 곡분 소포장은 대부분 농협가공사업에서 이루어지고 있다. 곡물중 옥수수, 메밀등 잡곡류는 강원도 지역에서 생산되는 품목이 경쟁력을 가지고 있으나 타 지역에서 생산되는 품목도 꾸준하게 판매가 이루어지고 있다. 수입산과 경쟁에서 가격경쟁이 다소 뒤떨어지나 소비자 신뢰만 확보되면 국산을 선호하는 소비자층이 있으며 이러한 품목들은 구매빈도가 높지 않아 가격이 소비자의 구입행위에 큰 영향을 주지는 않는다. 참기름과 같은 조미식품은 중국, 수단 등 수입원료를 이용한 대기업 제품이 주류를 이루고 있으나 국산을

선호하는 일정한 소비자층을 대상으로 농협에서 가공하고 있다. 특히 명절때는 기업체 등에서 선물용으로 주문가공이 이루어지고 있다.

콩나물은 풀무원을 제외하고는 전국적으로 약 3000개에 달하는 중소기업체에서 생산하고 있다. 전체 생산량의 65%가 국산원료 제품이고 나머지 35%가 수입원료 제품이다. 수입콩나물 콩이 가격은 저렴하지만 수입관세가 530%에 달하기 때문에 국산 원료 제품이 경쟁력을 갖는 것으로 조사되었다.

요약하면 주·부식 가공품의 국내 식품 업체간 반제품 거래는 외주를 주었을 때 품질은 동일하나 시설비 및 인건비등 비용이 절감되는 조건일 때 이루어지기 용이하다. 절임배추나 딸기잼용 반제품이 그 예가 될 수 있다. OEM거래는 수요가 있고 품질은 양호하나 가공업체의 인지도가 낮거나 마케팅 능력의 부족으로 판매에 애로를 겪는 중소기업체들이 선택하는 판매방식의 하나이다. 김치가 한 예이다.

주·부식류 중 전통적인 건채류의 가공은 수요의 감소로 판매가 어려운 실정이다. 수입산이 국내산과 동일하거나 소비자들이 거부감을 갖지 않는 국산원료 사용 품목은 시장에서 경쟁력을 잃어 가공업체의 가공대상 품목에서 퇴출되고 있다. 그러나 소비자가 국산을 선호하는 품목은 가격이 비싸더라도 수입산보다 국산을 소비하는 계층이 일정하게 존재하고 있다. 소비자가 특별히 브랜드 선호가 없는 곡물 소포장이나 절임류등은 대부분 농협이나 중소가공업체에서 가공이 되고 있다.

나. 유통업체조사

1) 조사방법

곡성지역에서 생산되는 농산물의 포장판매 수요품목을 파악하기 위하여 농민의 농산물 출하실태를 조사하였다. 조사는 설문에 의한 농민 조사와 현지

농협, 그리고 도매시장의 조사를 병행하였다. 가공식품의 경쟁구조를 파악하기 위하여 문헌조사와 식품유통업체를 방문 조사하였다. 조사대상지역은 수도권과 광주, 여수, 순천이었다.

2) 조사결과

(1) 농산물 유통

곡성군 관내에 도매시장은 없으며 소매시장이 곡성읍, 석곡면, 죽곡면, 옥과면, 입면 등 5개 읍면에 정기시장으로 1개소씩 총 5개소가 있다.

농산물 주요 출하지역은 서울, 광주, 순천, 광양, 여수, 남원, 기타지역으로 구분되는데 지역별 출하비중은 품목에 따라 다소 차이가 있으나 대부분 광주와 서울이 주요 시장이다. 주요 출하시장은 도매시장, 소매시장, 소매상(할인점, 소비자)직거래, 중간상인, 기타로 구분된다.

출하방식은 개별출하, 농협계통 출하, 정부수매, 산지수집상 판매 등이 주로 활용되나 산지수집상이 전체 출하량의 약 30%를 점유하고 있었다. 출하형태는 산물, 포장, 반가공, 완전가공, 발떼기등이며 농가에서 반가공이나 완전가공은 없다. 과일류는 대부분 골판지 상자 포장이며 채소류도 골판지 상자 포장이 늘고 있다.

광주지역에는 농산물 도매시장이 법정도매시장 1개소, 공판장 3개소, 유사도매시장 1개소가 각각 운영되고 있다. 법정도매시장 안에는 광주원협, 광주청과, 중앙청과, 호남농산물 등 4개의 법인이 연간 약 30만톤 이상의 농산물을 취급하고 있다. 공판장에는 양동의 농협 광주공판장과 송정동의 송정 농협공판장이 있다. 이들 두 공판장의 처리물량은 농협 광주공판장이 연간 4만4천톤, 송정농협공판장은 연간 2만톤 정도이다.

순천지역에서 현재 운영중인 도매시장은 인제동 소재의 순천원협 공판장이 있고 순천시 해룡면에 새 도매시장이 건설 중에 있다. 순천원협 공판장의 연간 처리물량은 약 7천3백톤이며 건설중인 순천도매시장이 2001년에 완공되면 처리물량이 크게 늘어날 것으로 기대되고 있다.

여수지역에서는 도매시장으로 충무동 소재의 여수중앙청과가 있으며 공판장으로는 남산동 소재의 여수원협 공판장과 학동소재의 여수원협 여천지소 공판장이 있다. 이들 3개 도매시장의 연간 처리물량은 약 1만 5천톤 정도에 달한다.

수도권에는 가락동 도매시장과 양재동 및 창동 물류센터가 곡성군 농산물의 주요 출하처이다. 가락동 도매시장은 산물 형태의 농산물도 품목에 따라 부분적으로 취급하지만 양재동 및 창동 물류센터에서는 규격화된 포장 농산물만 취급하며 양재동 물류센터의 경우 농협유통의 단체급식의 식재료공급에 필요한 전처리 농산물을 일부 취급한다. 포장상태는 광주지역 도매시장과 유사하다.

농민이나 발매기상인들이 이들 도매시장에 출하하는 농산물의 출하단위 및 출하용량을 품목별로 조사한 결과는 다음과 같다.

먼저 출하농산물 포장박스에 표시하는 내용은 원산지, 중량, 생산자의 주소나 전화번호, 등급 등이 표시되어 있었다. 정부의 보조를 받은 포장재는 표준규격품이라는 내용이 들어 있으며 보조를 받지 않은 포장재는 표시사항이라는 내용이 들어 있었다.

농산물 품목별로 표준화된 등급은 없으며, 산지에서 생산농가가 농가 자체의 기준에 따라 등급을 표시하고 있어 같은 특등 품목이라고 하더라도 품질격차가 나고 있었다.

개별 품목별 포장단위와 포장재의 이용현황을 선별적으로 살펴보면 고구마, 감자의 경우 출하 포장단위 중량은 15kg이며 포장재로는 골판지상자를 이용하

고 있었다. 수박의 경우 포장하지 않고 산물로 출하하기 때문에 별도의 포장재가 없었으며 참외는 출하 포장단위 중량이 15kg이며 포장재로는 골판지상자를 이용하고 있었다. 메론의 경우 출하 포장단위는 박스이다. 이 경우 크기에 따라 1박스당 3개 또는 4개 들어 있었으며 포장재로는 골판지상자를 이용하고 있었다.

딸기는 출하 포장단위 중량은 4kg, 8kg 등이 있으나 현재는 대부분 4kg 단위로 출하되고 있었으며 포장재는 스티로폴 상자를 이용하고 있었다. 오이, 호박은 출하 포장단위 중량이 20kg이며 포장재는 골판지상자를 이용하고 있었다. 토마토는 출하 포장단위 중량이 10kg, 15kg 등이며 포장재는 골판지상자를 이용하고 있었다.

배추의 경우에는 차량단위로 출하하기 때문에 별도의 포장재가 없이 산물상태로 거래되고 있었으며 시금치, 상추는 출하 포장단위가 4kg이며 포장재로는 비닐포대를 이용하고 있었다. 양배추는 출하 포장단위가 8kg이며 포장재로는 망을 이용하고 있었다.

무의 경우는 차량단위로 출하하기 때문에 별도의 포장재가 없었으며 당근의 출하 포장단위는 20kg이며 포장재로는 골판지상자를 이용하고 있었다.

양파의 출하 포장단위는 4kg, 8kg, 20kg이며 포장재로는 망을 이용하고 있었다. 부추는 출하 포장단위가 4kg이며 포장재로는 비닐포대를 이용하였다. 또한 고추는 출하 포장단위가 15kg이며 포장재로는 골판지상자를 이용하였다. 파의 경우 한 단씩 묶어 산물로 출하하고 있어 별도의 포장재가 없으며 마늘은 4kg, 8kg, 20kg 단위로 포장되어 출하되고 있으며 포장재로는 망을 이용하였다. 토란의 경우 한 단씩 묶어 출하되고 있으며 포장재로는 마대를 이용한다. 들깨잎의 출하 포장단위는 15kg이며 포장재로는 골판지상자를 이용하였다.

<표 5-28> 주요 농산물 품목별 출하 포장단위 및 포장재질

품 목	포장중량	포장재질
고 구 마	15 kg	골판지 상자
감 자	15 kg	골판지 상자
수 박	산 물	차량
참 의	15 kg	골판지 상자
메 론	3개, 4개	골판지 상자
딸 기	4 kg, 8 kg	스치로폴 상자
오 이	20 kg	골판지 상자
호 박	20 kg	골판지 상자
토 마 토	10 kg, 15 kg	골판지 상자
배 추	산 물	차량
시 금 치	4 kg	비닐 포대
상 치	4 kg	비닐 포대
무	산 물	차량
당 근	20 kg	골판지 상자
양 파	4, 8, 20 kg	그물 망
부 추	4 kg	비닐 포대
양 배 추	8 kg	그물 망
고 추	15 kg	골판지 상자
과	단	별도의 포장재가 없이 단별로 묶어서 출하
마 늘	4, 8, 20 kg	그물 망
토 란	단	마대 포대
들 껏 잎	15 kg	골판지 상자
감 (대봉)	15 kg	골판지 상자
사 과	15 kg	골판지 상자
배	15 kg	골판지 상자
복 승 아	15 kg	골판지 상자
매 실	8 kg	그물 망
포 도	10 kg	골판지 상자
밤	4 kg, 8 kg	그물 망
자 두	10 kg	골판지 상자
두 립	4 kg	골판지 상자
느타리버섯	4 kg	골판지 상자
표고 버섯	4 kg	골판지 상자

감(대봉), 사과, 배, 복숭아 등 대부분 과일류의 출하 포장단위는 15kg이며 포장재로는 골판지상자를 이용하고 있다. 매실의 경우에는 8kg 단위로 포장되어 있으며, 포장재로는 망을 이용하고 있다.

포도의 경우 출하 포장단위는 10kg이며, 포장재로는 골판지상자를 이용하고 있다. 그리고 밤의 경우 4kg, 8kg 단위로 포장되어 있으며 포장재로는 망을 이용하고 있다. 자두의 경우에는 출하 포장단위가 10kg이며 포장재로는 골판지상자를 이용하고 있었다.

두릅의 경우 출하 포장단위는 4kg이며 포장재로는 골판지상자를 이용한다. 느타리버섯과 표고버섯은 출하 포장단위가 4kg이며 포장재로는 골판지상자를 이용하였다.

요약하면 곡성군에서 생산된 농산물의 주요 출하처인 광주, 여수, 순천 그리고 수도권 지역의 도매시장에서는 대부분 포장 농산물로 거래되고 있었으며 배추, 무, 수박과 같은 일부 산물 거래 농산물을 제외하고 대부분의 품목이 포장거래 되고 있었다. 포장재는 골판지, 스티로폼, 그물망, 마대 등 이었으며 포장은 중량단위로 이루어지고 있었다.

(2) 식품유통

광주, 순천, 여수 지역의 식품유통업체는 크게 일반 재래시장, 백화점, 대형할인점 등으로 구분해 볼 수 있다.

광주지역의 백화점과 대형할인점을 중심으로 조사하였다. 백화점은 롯데백화점등 6개소, 대형할인점은 빅마트를 비롯해 9개소를 조사하였다.

순천지역에서는 백화점 1개소, 대형할인점 1개소를 조사하였으며 여수지역에서는 대형할인점 2개소를 조사하였다.

쌀을 원료로 한 떡볶이 떡과 떡국 떡은 수입원료와 밀가루 사용제품이 많은 데 비해 소비자들이 국산을 선호하는 경향이 없는 것으로 조사되었다. 쌀강정은 명절에 주로 팔리고 평소에는 판매가 미약했다. 기호식으로서도 판매가 적을 뿐만 아니라 명절식품으로서 1년 중 판매기간도 매우 짧았다.

쌀보리를 이용한 보리고추장은 소비자가 시험구매를 하지만 반복구매가 거의 없다. 보리차는 가공이 간단하나 차를 전문으로 하는 대기업이 수입원료를 사용하여 가공판매하고 있다. 수요는 개별 식당이나 단체급식소의 주전자용이 많다.

맥주보리를 이용한 엿기름이나 엿기름가루는 수입산이 저렴하고 판매는 매우 미약하다.

옥수수를 이용한 옥수수차는 보리차의 경우와 유사하였고 옥수수마가린은 종합식품 대기업이 수입원료를 사용하여 가공하고 옥수수 전분 역시 원산지가 수입산 이었다.

메밀을 원료로 한 메밀가루, 메밀묵, 메밀국수, 메밀냉면 등은 원료 원산지가 대부분 수입산 이었으며 강원도산이 일부 있었다. 국산만을 선호하는 소비자는 많지 않았다.

콩을 가공한 제품은 다양하게 팔리고 있었다. 된장, 고추장, 간장, 청국장 등 장류는 대부분 대분 대기업이 지배적이었으며 된장, 청국장 등은 중규모 기업 제품도 일부 판매가 되고 있다. 콩나물과 두부는 원료가 수입산인 제과 국내산인 제품이 함께 판매되고 있었다. 메주와 메주가루는 농협가공업체에서 생산한 제품이 소량 판매되고 있었다. 그리고 볶은 콩가루, 콩가루, 콩국가루 등 곡분은 농협가공업체와 중소기업체에서 가공한 제품이 판매되고 있었다.

녹두를 가공한 녹두나물과 청포묵은 수입산을 이용한 제품이 대부분이었다.

오이를 이용한 제품에서 오이소박이는 산물형태로 반찬 코너에서 판매되며 오이장아찌는 원료가 국산이나 오이절임과 오이 피클은 수입산이 많았다. 절임, 장아찌, 피클 등은 판매가 저조했다.

호박을 이용해서는 호박고지, 호박가루, 호박잼 등이 판매되고 있으나 판매가 저조했다.

배추를 이용한 배추김치는 산물과 포장김치로 판매되며 포장김치는 대기업 제품과 농협제품, 그리고 중소기업 제품이 경쟁적으로 판매되고 있다. 절임배추는 외식업소가 주고객이고 가정 주부도 구입하는 편이다. 또한 판매점내에서 소비자 요구에 따라 절임배추를 양념으로 직접 버무려 판매하기도 한다.

무를 이용한 무말랭이, 무말랭이 무침, 무장아찌의 판매는 저조하고 단무지는 통단무지나 슬라이스 형태의 단무지로 연중 판매되고 있다.

고추를 이용한 가공품에서 고추장은 대기업 제품과 순창특산품이 주로 많이 판매되고 풋고추 절임, 풋고추 및 풋고추잎 장아찌, 풋고추 무침등은 산물로 주로 팔리는데 풋고추 절임은 포장판매도 일부 있었다. 고추씨 기름이 소량으로 판매되고 있었으며 부각이 반찬용으로 판매되고 있다.

양파는 양념가공 중소기업체에서 마늘다짐, 생강다짐과 함께 양파다짐으로 저온유통 판매되고 있었다. 상온에서는 포장내부에 가스가 발생하여 부풀어오름 현상이 생기기 때문이다. 깐양파는 산지에서 하는 경우도 있으나 유통업체 작업장에서 주로 이루어지고 있었다.

생강은 생강다짐 이외에 생강차가 있으나 판매량은 많지 않았다.

마늘은 깐마늘의 경우 그물망 포장에 원산지가 표시되고 있는데 가격이 비싼 국산과 가격이 저렴한 수입산이 일정한 소비층을 확보하고 있다. 까지 않

은 통마늘보다 깬마늘의 수요가 늘어나는 것은 통마늘은 매대 면적을 많이 차지하고 소비자들이 마늘갈 때의 냄새와 불편함을 싫어하며 마늘 알의 품질을 확인 해보고자 하기 때문으로 조사되었다. 마늘 다대기, 통마늘 절임, 마늘쫄 절임, 마늘 장아찌가 중소기업체 제품으로 판매되고 있었다.

참깨를 이용한 참기름은 대기업이 수입산 원료를 이용한 제품을 저렴하게 판매하고 있으나 값이 비싼 국산 참기름은 농협제품이 주로 팔리고 있다. 참깨강정은 명절에 주로 팔리고 평소에는 판매량이 매우 적었다.

들깨도 참기름과 유사한 형태로 판매되고 있다. 들깨잎 절임은 중국산을 이용한 중견식품업체 제품과 국내산을 이용한 국내제품이 있는데 가격은 중국산이 저렴하나 향과 씹을 때 질긴 정도는 국산이 우월한 편이다.

그리고 곡류는 대부분 중소기업체나 농협에서 소포장하여 판매하고 있다.

요약하면 주·부식류중 건조채소와 일부 절임류의 판매는 감소 추세에 있다. 수입산과 국내산의 경쟁에서는 품질이 동일하고 안전성 문제가 없는 품목은 수입산이 경쟁력을 갖는다. 그러나 일상적으로 자주 먹는 주·부식 가운데 맛과 품질이 수입산에 비해 우월하고 안전성이 우려되는 품목은 가격이 비싸더라도 국산을 선호하는 소비자가 많다. 주·부식 단순 가공식품은 대부분 중소기업체에서 생산되는 품목이며 곡물 단순 포장이나 곡분은 농협 생산 제품의 판매가 양호하다. 국산농산물 가운데서도 가짜 논란이 많은 품목은 소비자가 가급적 농협제품을 선호하는 경향이 있다.

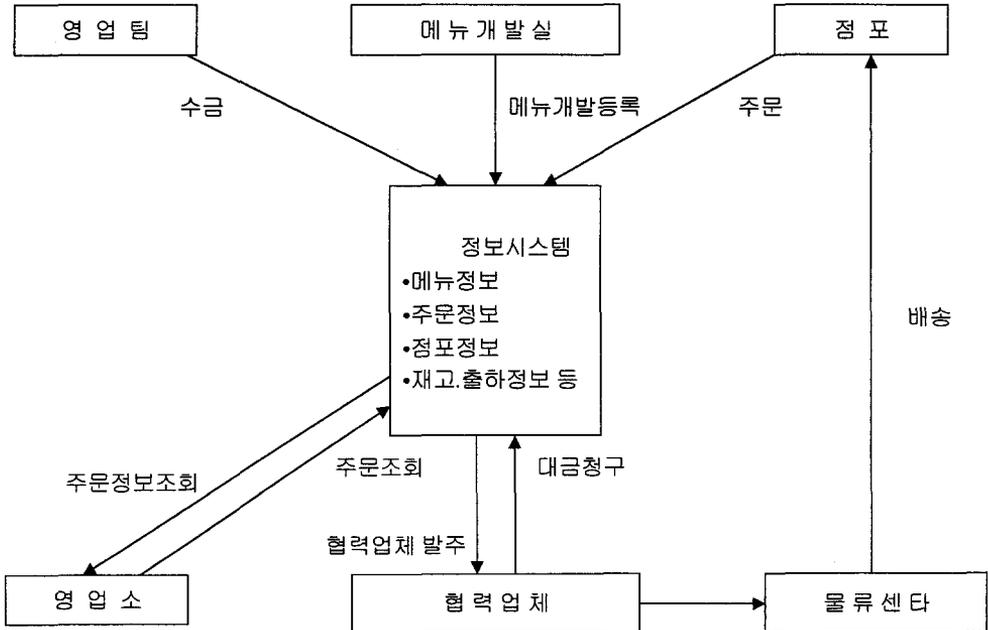
(3) 식재료유통

식재료 유통시장은 단체급식이 활발해 지면서 크게 성장하여 연간 7~8조원 규모의 시장으로 확대되었다(식품저널, 1999). 시장의 확대와 함께 대기업들이 식재료 유통시장에 적극적으로 참여하여 현재 LG유통, 삼성에버랜드, 신세계

푸드시스템, 오투기, 서울하인즈, 동원산업, 대상, 두산상사, 제일제당 등 10여 개 업체가 전국적인 인적·물적 유통망을 갖추고 경쟁하고 있으며 농협유통에서도 F/S사업부를 두고 식재료 유통에 참여하고 있다.

식재료유통에 참여하고 있는 이들 업체들은 F/S사업부를 두고 식재료유통과 함께 단체급식소의 운영을 겸하고 있기도 하며 업체별 식재료 유통량은 운영하고 있는 단체급식소의 식수인원에 크게 좌우되고 있다.

이들 업체들은 서울, 경기지역은 본사에서 직접 단체급식소 운영과 식재료 유통을 하고 있지만 지방에서는 단체급식소의 운영을 하면서 필요한 식자재는 협력업체로 통하는 현지의 소규모 식재료 유통업체에 식재료의 조달과 납품을 하청을 주고 있다. 식재료 유통과정은 대략 아래 <그림 5-3>와 같다(농수축산신문, 1999).



<그림 5-3> 식자재 유통업체 식자재 공급프로세스

이 같은 과정을 거쳐 식재료 유통회사들이 단체급식소에 납품하는 식재료의 형태는 크게 농산물, 축산물, 수산물, 가공식품으로 4가지로 분류된다. 농산물 중에서는 원료농산물 형태로 납품되어 단체급식소에서 다듬어서 사용하는 것과 미리 다듬고 세척하고 절단하는 등의 전처리 작업후 단체급식소에서 조리 재료 준비작업을 용이하게 해주는 농산물이 있다.

서울에 소재하고 있는 한 푸드 서비스 업체를 사례로 살펴보기로 한다. 이 업체는 운영점-본사-협력업체의 삼각체제로 운영되고 있으며, 서울, 전주, 광주, 부산, 대구에 물류센터를 운영하고 있다. 들차(배송차)는 서울 57대, 전주 5대, 광주 3대, 부산 3대, 대구 5대 등이 있으며, 구입품목 수는 약 20,000가지에 이른다.

단체급식장별 납품비중은 학교급식 45%, 병원급식 15%, 나머지 40%는 산업체급식이 차지하고 있다. 지역별로는 수도권 및 중부권이 77%, 영남권 14%, 호남권 9%순이다.

이 업체가 공급하는 식재료는 품질 및 신선도는 급식소의 여건에 따라 중품과 상품을 공급하고 있으며 구입가격은 도매시장 수준으로 구입하고 있었다. 구입시기는 대부분의 품목을 연중 구입하고 있으며 월 25일 공급하고 있었다.

이 같은 식재료의 구입 및 배송은 직접 담당하기도 하지만 대부분 지역협력업체에서 담당하고 있는데 식재료 배송에 따른 책임은 협력업체에서 지고 있었다.

처리정도를 보면 협력업체의 농산물 전처리는 곡물을 제외하고는 선별, 다듬기, 세척, 탈피, 절단등이 대부분으로서, 고구마는 선별이외에 세척을, 배추, 무 양배추는 다듬기를, 당근은 세척과 절단을 하며 감자, 양파, 생강, 마늘은 탈피를 하고 참깨, 들깨는 볶거나 갈아서 공급하고 있었다.

처리정도가 높은 고차 전처리는 본사물류센터에서 담당하며 대상품목은 양파, 양배추, 무, 감자, 오이, 호박, 대파, 고구마, 당근, 풋고추, 홍고추, 청피망 등이 있었다.

서울에 소재하고 있는 다른 식재료 유통업체가 5월중 하루에 납품하는 식재료 규모는 약 15백만원으로서 하루에 납품하는 농산물 품목은 66개 품목이었다<표 5-29>. 이 가운데 전처리되어 납품되는 품목이 16개 품목 정도로 식재료의 전처리가 전체 공급량의 약 30% 가까이 되고 있다.

<표 5-29> 1일 식재료 납품규모(N유통)

품 목 명	수량(kg)	단가(원)	금액(원)
가 지	111.5	1,750	195,125
간마늘(특)	66.1	2,000	132,200
간 생 강	11.2	1,350	15,120
간 양 파	25.0	1,350	33,750
근 대	194.0	470	91,180
간 감 자	267.9	900	241,110
간고구마	63.0	1,400	88,200
간 대 파	148.5	750	111,375
간마늘(대)	30.5	3,000	91,500
간마늘(중)	181.8	2,700	490,860
간 생 강	16.0	1,350	21,600
간양배추	622.9	700	436,030
간양상추	536.1	1,630	873,843
간 양 파	1,959.1	1,350	2,644,785
간 쪽 파	82.3	1,100	90,530
파리고추	12.4	3,400	42,160
느타리버섯	107.7	3,780	407,106
단 깻 잎	24.7	2,590	63,973
단미나리	21.8	1,380	30,084

<표 5-29> 계속

품 목 명	수 량	단 가(원)	금 액(원)
대 파	246.8	450	111,060
돋 나 물	11.0	330	3,630
돼지호박	222.0	430	95,460
마늘종/국산	58.0	1,250	72,500
바라깃잎	83.0	2,000	166,000
미나리(돌)	20.0	380	7,600
백 오 이	315.0	1,070	337,050
부 추	15.8	1,300	20,540
세척당근	836.3	550	459,965
숙음배추	52.0	470	24,440
시 금 치	225.5	750	169,125
쭈 갖	60.6	340	20,604
아 옥	109.8	610	66,978
알타리무	30.0	790	23,700
애 호 박	532.7	1,510	804,377
양 배 추	417.3	500	208,650
양 상 추	51.4	1,430	73,502
양송이버섯	521.2	3,550	1,850,260
열 갈 이	59.0	480	28,320
열 무	186.5	440	82,060
적 상 추	2.0	770	1,540
적 채	39.4	610	24,034
적포기상추	8.0	500	4,000
쪽 파	71.2	510	36,312
참 나 물	92.0	630	57,960
참취나물	51.0	1,550	79,050
청 경 채	183.0	440	80,520
청 상 추	26.0	750	19,500
청양고추	1.6	1,240	1,984
청 오 이	466.5	610	284,565
청 피 망	309.0	1,000	309,000
치 커 리	18.1	780	14,118
팽이버섯	55.6	3,170	176,252
표고버섯	113.3	4,340	491,722
풋 고 추	26.5	1,560	41,340
피 감 자	158.0	400	63,200
피 양 파	516.5	1,050	542,325

<표 5-29> 계속

품목명	수량	단가(원)	금액(원)
햇 무	833.8	400	333,520
햇간감자	1,249.7	1,350	1,687,095
햇간조림감자	111.0	1,000	111,000
햇배추(손질)	187.0	650	121,550
햇조림감자	24.0	800	19,200
햇피감자	223.1	850	189,635
홍 고 추	11.7	2,880	33,696
홍 피 망	17.2	4,000	68,800
흙 당 근	367.7	550	202,235
흙 생 강	3.2	1,130	3,613
합 계			15,724,121

그러나 단체급식의 규모와 전처리된 농산물을 요구하는 급식사업소는 지역에 따라 많은 차이를 보였다. 단체급식은 인접 지역에 대규모 사업장이 많고 인구가 많이 집중해 있으면 단체급식시장 규모가 크기 때문에 식재료유통이 활발하게 된다.

사례지역 군 단위 종합가공공장에서 농산물을 전처리하여 식재료 유통업체에 납품하는 것의 가능성 여부를 파악하기 위하여 종합가공공장의 소비대상지역이라고 할 수 있는 광주, 여수, 순천지역의 단체급식현황을 알아보았다.

먼저 이 지역의 단체급식소는 학교, 병원, 대규모사업장으로 구분되는데 대규모사업장이 차지하는 비중이 낮은 대신 학교급식의 비중이 높았다.

학교급식은 초등학교는 급식설비를 국가가 지원하고 급식운영비의 일부를 보조하여 전국적으로 실시하고 있으며 중·고등학교는 지역 실정에 맞추어 실시하고 있으나 광주·전남지역의 경우 고등학교에서 우선 실시하고 있다. 고등학교 급식의 경우 국가에서 시설보조가 없기 때문에 대부분 기존의 케이터링 업체가 학교내 급식시설을 기부채납 형식으로 설치하고 납품권을 가지고 있는 경우가 많았다.

이 지역에서 학교급식인원은 광주지역 초등학교의 경우 학교당 평균 식수인원 1,000명에 55개교로서 모두 55,000명 정도에 이르고 있으며 순천시의 경우 초등학교 급식인원이 34개교 2,413명, 중등학교 급식인원이 자체급식 2개교 200여명, 외부 배달 3개교 200여명 등 모두 5개교 400여명에 이르는 것으로 조사되었다. 또한 여수시의 경우 초등학교 급식인원이 51개교에서 약 26,000명, 중등학교 급식인원이 22개교 약 5,000명 정도로서 광주지역의 중등학교 급식인원을 제외한 광주, 여수, 순천지역의 학교급식인원은 약 90,000 여명에 이르는 것으로 나타났다.

이 지역의 식수인원 750명 정도의 한 초등학교 급식실태를 사례로 살펴보면 이 학교는 학부모, 교직원, 지역위원으로 구성되는 학교운영위원회에서 납품업체를 선정하여 식재료를 구입하고 있었는데 납품업체는 주문된 수량을 도매시장 등에서 구입하여 매일 오전 8:20 까지 납품하고 있었다. 식재료 단가는 학교 여양사가 월별 시장조사한 조사가격과 업체 견적가격을 비교하여 낮은 가격을 채택하고 있었으며 납품업체는 2개 업체로 한곳은 채소, 과일, 곡류, 냉장식품, 건어물을 납품하고 다른 한곳은 육류, 생선류, 냉동식품을 납품하고 있었다. 식단가는 1인 1식 기준 1,300원으로서 이중 우유, 인건비, 운영비를 제외한 식재료비는 840원 정도에 이르고 있어서 식재료 구입규모는 월 12,600천원으로 추정된다. 이중 채소 및 과일, 곡류 비중은 식재료의 30% 정도로서 농산물 식재료 구입규모는 월 3,760천원 정도로 추정되는데 전처리된 채 납품받는 식재료는 깬파, 깬마늘, 고구마대 정도에 불과하고 대부분 전처리하지 않은 채 납품 받아 급식소에서 직접 다듬어 사용하고 있었다.

병원급식의 경우 이 지역의 병원은 200병상 이상규모의 종합병원이 전남대학교 부속병원, 조선대학교 부속병원, 기독병원, 동광주병원, 한국병원, 성심병원 등으로 600병상규모 2곳, 550병상규모 1곳, 200병상규모 3곳 등 병상규모 2,300병상을 넘어서고 있어 식재료 시장의 큰 수요처이다.

이 지역에서 550명 병상규모의 한 종합병원의 급식실태를 사례로 살펴보면 식수인원은 1일 평균 2,400식(직원식 : 1,300식, 환자식 1,100식)에 이르고 있으며 식재료는 농수축협 및 제일제당을 통하여 조달하고 있었는데 급식시설 종사자는 37명에 이른다.

이 병원에서 납품받는 식재료의 구입규모는 월 평균 1억 1천만원 정도에 이르고 있는데 과일 및 채소, 곡류 등 신선농산물 구입규모는 30% 인 월 33,000천원에 이르고 있었다. 또한 납품 형태는 농산물은 신선농산물 상태로 납품을 받고 있었으며 간혹 농협에서 전처리된 제품을 납품하는 경우가 있으나 이 경우 신선농산물로 교환하여 재 납품 받고 있었다.

병원측이 전처리된 농산물을 꺼리는 주요 이유로는 첫째는 위생적인 측면으로서 전처리 과정에서 오염을 우려하여서 이며, 둘째로는 가격측면으로서 현재 신선농산물 단위가격이 400원이면 전처리 농산물의 단위가격은 900원으로 500원 정도 차이가 발생해 급식시설 종사인원을 이용하여 직접 다듬는 것이 경제적으로 유리하다고 판단하고 있었다.

이외에도 식재료 수요처인 광주·전남지역 대규모 사업체는 광양제철, 아시아자동차, 대우전자, LG, 광주전자, 금호타이어(1일 8,000식), 로케트 전기, 연초제조창, 아남전자 등이 있다.

광주지역의 식재료유통은 소규모 현지업체와 서울소재 대기업체가 담당하고 있는데 학교 및 병원, 사업체 단체급식소 등에 식재료를 납품하는 업체는 약 200여개 업체로 수는 많지만 대부분 규모가 영세하며 한 업체가 3~4개 학교에 납품하는 실정이었다.

서울소재 대기업체는 삼성에버랜드, 제일제당, 동원산업 등이 있는데, 이들 대기업들의 광주영업소는 주로 광주지역에 있는 그룹계열사 구내식당을 운영

하는 케이터링서비스 업무를 담당할 뿐, 식재료 유통은 본사에서 직접 담당하고 있었다.

각 대기업별로 서울 본사는 광주지역에 소재한 중소 식재료유통업체를 협력사로 선정하고 단체급식소에 납품할 품목과 물량을 e-mail이나 팩스 등을 통하여 납품 전달 협력사에 발주하면 협력사는 발주물량을 도매시장 등에서 구입하여 납품하였다.

그러나 광주지역 식재료 유통회사와 단체급식소간의 식재료 유통은 식재료를 전처리(다듬기, 절단, 세척 등)하여 납품받는 관행이 정착되어 있지 않았다. 단체급식소 측에서는 배식에 필요한 인원을 고용해야 하고 배식 이외의 시간에 이들 배식 인원의 노동력을 활용하여 전처리를 하면 되므로 굳이 가격이 비싼 전처리된 식재료의 납품을 원치 않았으며 전처리 업체의 위생상태를 불신하여 급식소에서 직접 전처리 하는 것을 선호하고 있었다.

한 유통업체의 사례를 들어 식재료 유통업체가 요구하는 품질수준을 알아보면 딸기, 토마토, 마늘, 참깨, 들깨의 경우 상등급의 품질을 요구하였으며, 쌀, 보리, 콩, 팥, 녹두, 고구마, 감자, 오이, 호박, 배추, 상추, 양배추, 무, 당근, 고추, 파, 양파, 생강 등 대부분의 농산물은 중 정도의 품질을 요구하고 있었다. 또한 신선도는 딸기와 토마토의 경우 상 정도 수준을 요구하고 있으며, 나머지 품목은 중정도의 신선도를 요구하였다.

품목별 연 공급기간은 딸기는 3월부터 5월까지, 토마토는 4월부터 6월까지이며 기타품목은 연중공급을 원하고 있었는데 농산물 품목별 선호품종은 오이는 취청오이, 호박은 애호박, 상추는 청상추, 당근은 세척당근, 파는 깎대파, 마늘은 깎마늘을 요구하였고 기타 품목은 일반적인 상태의 것을 원하였다.

또한 품목별 공급빈도는 쌀, 보리의 경우 6회/월, 콩, 팥은 15회/월, 녹두는

1회/월, 고구마, 감자는 매일, 참깨는 15일/월, 들깨는 10회/월 정도를 원하였으며 가격수준은 참깨, 들깨는 도매시장 가격수준 기타품목은 도매시장보다 싼 가격을 원하였다.

품목별로 요구하는 전처리의 정도는 감자는 선별, 포장하는 정도의 도매시장 거래상태를 요구하였으며 배추는 다듬기, 포장을, 당근은 다듬기, 세척, 포장을, 무는 선별, 포장을, 파는 다듬기, 세척, 포장을, 마늘은 다듬기, 세척, 포장을 각각 요구하였으며 기타 품목은 포장 정도만 요구하였다.

요약하면 식재료 시장의 잠재력은 광주 지역이나 수도권이나 풍부하다. 대상품목도 농산물은 어느 품목이나 가능하다. 참여형태는 직접 식재료 유통업을 하는 경우와 기존의 식재료 유통업체의 협력업체로 참여하는 두 가지 방법이 있다. 전자의 경우는 많은 품목으로 구색을 갖추어야 하고 도매시장에서 직접 구입도 해야하기 때문에 곡성군 산지 종합 가공사업에서 참여하는 것은 사업의 본질상 곤란하다. 그러나 후자와 같은 협력업체로의 참여는 가능하다. 곡성군에서 참여할 수 있는 품목은 쌀, 간마늘 등이 유통업체와 단체급식소의 조건에 부합되는 품목으로 고려 될 수 있다.

다. 도시지역 식품 소비실태

1) 조사 방법

도시지역 식품소비실태와 관련하여 조사대상은 비확률표본추출방법인 임의 표본추출방법을 사용하여 총 560(수도권 360, 광주광역시 200)명을 연령별, 지역별로 구분하여 조사하였으며 조사결과 응답내용이 부실한 조사표를 제외한 504(수도권 330, 광주광역시 174)매를 분석에 이용하였다.

조사지역은 우리 나라의 대량소비처인 서울특별시를 비롯한 수도권지역과 곡성군 인근의 대량소비처인 광주광역시를 대상으로 하였으며 조사방법은 설문서를 이용하여 면접청취 또는 자필 응답토록 하였다.

<표 5-30> 조사개황

단위 : 명

	20대	30대	40대	50대	60대 이상	계
수도권	14	84	186	35	11	330
광주광역시	18	78	60	17	1	174
계	32	162	246	52	12	504

2) 조사결과

가) 국내농산물의 농약사용 안전성에 대한 생각

국내농산물의 농약사용 안전성에 대한 수도권 지역 소비자들의 생각을 조사한 결과를 보면 가장 많이 염려되는 품목으로는 응답자의 75.2%가 딸기라고 응답을 하였다. 그 다음으로 상추 74.8%, 깻잎 73.3%, 포도 67.9%, , 풋고추 66.7%, 오이 64.2%, 홍고추 59.1% 등의 순으로 나타나 주로 채소류에 대해서 농약사용에 대한 안전성에 대해서 많은 염려를 하고 있는 것으로 분석되었다.

광주광역시 소비자 조사결과를 보면 가장 염려하는 품목으로 응답자의 70.1%가 포도라고 응답하였으며 그 다음으로 상추 61.5%, 딸기 59.2%, 깻잎 58.6%, 복숭아 56.9%, 풋고추 54.6%, 사과와 배 54.0%, 홍고추 49.4% 등의 순으로 나타나 과일류에 대해서 수도권 지역 소비자들보다 상대적으로 걱정을 더 많이 하는 것으로 나타났다.

그러나 서류인 감자와 고구마, 양파와 마늘, 무, 그리고 당근에 대해서는 수도권 지역과 광주광역시 소비자들 모두 농약사용에 대한 안전성에 대해서 염려를 덜하는 것으로 나타났다.

<표 5-31> 국내농산물의 농약사용 안전성에 대한 생각(수도권)

단위 : 명(%)

품 목	많이 염려	조금 염려	염려 안함	무응답	계
쌀	123(37.3)	153(46.4)	51(15.5)	3(0.9)	330(100.0)
콩	74(22.4)	171(51.8)	82(24.8)	3(0.9)	
감 자	27(8.2)	141(42.7)	159(48.2)	3(0.9)	
고구마	29(8.8)	134(40.6)	166(50.3)	1(0.3)	
무	54(16.4)	142(43.0)	132(40.0)	2(0.6)	
배 추	193(58.5)	107(32.4)	29(8.8)	1(0.3)	
양배추	169(51.2)	133(40.3)	25(7.6)	3(0.9)	
상 추	247(74.8)	67(20.3)	14(4.2)	2(0.3)	
시금치	177(53.6)	121(36.7)	29(8.8)	3(0.9)	
오 이	212(64.2)	97(29.4)	20(6.1)	1(0.3)	
양 파	44(13.3)	170(51.5)	114(34.5)	2(0.6)	
마 늘	49(14.8)	152(46.1)	126(38.2)	3(0.9)	
풋고추	220(66.7)	84(25.5)	26(7.9)	-	
홍고추	195(59.1)	104(31.5)	29(8.8)	2(0.6)	
깻 잎	242(73.3)	71(21.5)	15(4.5)	2(0.6)	
딸 기	248(75.2)	74(22.4)	8(2.4)	-	
토마토	150(45.5)	156(47.3)	23(7.0)	1(0.3)	
부 추	123(37.3)	153(46.4)	49(14.8)	5(1.5)	
호 박	77(23.3)	173(52.4)	74(22.4)	6(1.8)	
쭈 갓	173(52.4)	121(36.7)	33(10.0)	3(0.9)	
당 근	52(15.8)	161(48.8)	116(35.2)	1(0.3)	
사 과	170(51.5)	137(41.5)	23(7.0)	-	
배	142(43.0)	160(48.5)	28(8.5)	-	
복숭아	167(50.6)	136(41.2)	27(8.2)	-	
포 도	224(67.9)	94(28.5)	12(3.6)	-	
참 깨	86(26.1)	163(49.4)	81(24.5)	-	
잡곡류	61(18.5)	194(58.8)	74(22.4)	1(0.3)	

나) 가공식품의 안전성에 대한 생각

가공식품의 안전성에 대한 수도권 지역 소비자들의 생각을 보면 가장 많이 의심을 하고 있는 품목은 콩나물로서 응답자의 75.5%가 안전성에 대해서 의심을 하고 있는 것으로 나타났다. 그 다음으로 두부 55.8%, 고춧가루 50.3%, 마늘다대기 47.6% 순으로 소비자들이 의심을 많이 하고 있는 것으로 조사되었다.

광주광역시 지역 소비자들도 70.1%가 콩나물을 안전성이 가장 의심스러운 품목이라고 응답을 하였으며 그 다음으로 두부 62.1%, 참기름 44.3% 등의 순으로 나타나 수도권이든 광주광역시 소비자 상관없이 콩나물과 두부를 안전성이 가장 의심스러운 품목이라고 생각하고 있으며 그 다음으로 마늘다대기와 참기름을 의심스러운 품목으로 간주하는 것으로 나타났다.

한편 간장, 된장 등 장류는 상대적으로 안전성에 대한 의심을 하지 않는 비율이 높은 품목으로 소비자들은 생각하고 있는 것으로 조사되었다.

그러나 전반적으로 대부분의 품목에 대해서 정도의 차이는 있지만 안전성에 대한 의심을 많이 하고 있는 것으로 나타났으며 의심을 하지 않는 비율은 극히 적은 것으로 조사되었다.

<표 5-32> 국내농산물의 농약사용 안전성에 대한 생각(광주광역시)

단위 : 명(%)

품 목	많이 염려	조금 염려	염려 안함	무응답	계
쌀	54(31.0)	90(51.7)	30(17.2)	-	174(100.0)
콩	39(22.4)	81(46.6)	52(29.9)	2(1.1)	
감 자	20(11.5)	55(31.6)	99(56.9)	-	
고구마	18(10.3)	49(28.2)	107(61.5)	-	
무	23(13.2)	70(40.2)	78(44.8)	3(1.7)	
배 추	80(46.0)	85(48.9)	9(5.2)	-	
양배추	73(42.0)	79(45.4)	21(12.1)	1(0.6)	
상 추	107(61.5)	58(33.3)	8(4.6)	1(0.6)	
시금치	57(32.8)	82(47.1)	35(20.1)	-	
오 이	79(45.4)	75(43.1)	20(11.5)	-	
양 파	27(15.5)	73(42.0)	74(42.5)	-	
마 늘	40(23.0)	61(35.1)	73(42.0)	-	
풋고추	95(54.6)	60(34.5)	19(10.9)	-	
홍고추	86(49.4)	69(39.7)	19(10.9)	-	
깻 잎	102(58.6)	61(35.1)	10(5.7)	1(0.6)	
딸 기	103(59.2)	54(31.0)	17(9.8)	-	
토마토	75(43.1)	76(43.7)	22(12.6)	1(0.6)	
부 추	42(24.1)	78(44.8)	53(30.5)	1(0.6)	
호 박	43(24.7)	66(37.9)	64(36.8)	1(0.6)	
숙 갖	64(36.8)	79(45.4)	31(17.8)	-	
당 근	22(12.6)	82(47.1)	70(40.2)	-	
사 과	94(54.0)	68(39.1)	12(6.9)	-	
배	94(54.0)	64(36.8)	16(9.2)	-	
복숭아	99(56.9)	62(35.6)	12(6.9)	1(0.6)	
포 도	122(70.1)	43(24.7)	9(5.2)	-	
참 깨	45(25.9)	82(47.1)	47(27.0)	-	
잡곡류	39(22.4)	91(52.3)	43(24.7)	1(0.6)	

<표 5-33> 가공식품의 안전성에 대한 생각(수도권)

단위 : 명(%)

	많이 의심	조금 의심	의심 안함	무응답	계
콩나물	249(75.5)	79(23.9)	2(0.6)	-	174(100.0)
두 부	184(55.8)	137(41.5)	8(2.4)	1(0.3)	
고추장	74(22.4)	207(62.7)	49(14.8)	-	
된 장	72(21.8)	198(60.0)	60(18.2)	-	
간 장	62(18.8)	205(62.1)	62(18.8)	1(0.3)	
고추가루	166(50.3)	135(40.9)	29(8.8)	-	
마늘다대기	157(47.6)	145(43.9)	27(8.2)	1(0.3)	
참기름	124(37.6)	166(50.3)	38(11.5)	2(0.6)	
단무지	116(35.2)	188(57.0)	25(7.6)	1(0.3)	
깻잎절임	115(34.8)	175(53.0)	39(11.8)	1(0.3)	
기타반찬류	113(34.2)	198(60.0)	18(5.5)	1(0.3)	
잼 류	75(22.7)	205(62.1)	46(13.9)	4(1.2)	

<표 5-34> 가공식품의 안전성에 대한 생각(광주광역시)

단위 : 명(%)

품 목	많이 의심	조금 의심	의심 안함	무응답	계
콩나물	122(70.1)	51(29.3)	-	1(0.6)	174(100.0)
두 부	108(62.1)	63(36.2)	3(1.7)	-	
고추장	49(28.2)	99(56.9)	26(14.9)	-	
된 장	40(23.0)	104(59.8)	30(17.2)	-	
간 장	32(18.4)	111(63.8)	30(17.2)	1(0.6)	
고추가루	67(38.5)	82(47.1)	25(14.4)	-	
마늘다대기	53(30.5)	104(59.8)	16(9.2)	1(0.6)	
참기름	77(44.3)	71(40.8)	25(14.4)	1(0.6)	
단무지	45(25.9)	102(58.6)	27(15.5)	-	
깻잎절임	43(24.7)	115(66.1)	16(9.2)	-	
기타반찬류	37(21.3)	119(68.4)	14(8.0)	4(2.3)	
잼 류	43(24.7)	103(59.2)	21(12.1)	7(4.0)	

다) 가공식품의 가짜(수입산 둔갑, 불량품 등)여부에 대한 생각

가공식품의 가짜여부에 대한 수도권 지역 소비자들의 생각을 보면 응답자의 62.7%가 참기름을 가장 ‘많이 의심’하고 있는 것으로 나타났으며 그 다음은 고춧가루로서 61.5%의 응답자가 ‘많이 의심’을 하고 있는 품목으로 조사되었다. ‘조금 의심’한다는 응답을 포함하면 조사대상이 된 모든 품목에 대해서 상당수가 의심을 하고 있는 것으로 나타났고 고추장과 들기름에 대해서만 각각 10.9%, 10.6%가 ‘의심을 하지 않는다’라고 응답을 하였다.

광주광역시 지역 소비자들도 응답자의 67.8%가 참기름을 가장 의심을 많이 하고 있는 것으로 나타났으며 그 다음으로 고춧가루인데 60.3%의 응답자가 의심을 하고 있는 것으로 조사되었으며 다른 품목의 경우도 수도권 지역 소비자들과 마찬가지로 의심을 많이 하는 것으로 조사되었다.

<표 5-35> 가공식품의 가짜여부에 대한 생각(수도권)

단위 : 명(%)

품 목	많이 의심	조금 의심	의심 안함	무응답	계
고춧가루	203(61.5)	107(32.4)	18(5.5)	2(0.6)	330(100.0)
고추장	119(36.1)	173(52.4)	36(10.9)	2(0.6)	
참기름	207(62.7)	103(31.2)	20(6.1)	-	
들기름	144(43.6)	150(45.5)	35(10.6)	1(0.3)	
꿀	182(55.2)	122(37.0)	23(7.0)	3(0.9)	
일반가공식품	165(50.0)	150(45.5)	7(2.1)	8(2.4)	

라) 농산물·식품의 안전성에 대한 보증기관의 신뢰도

농산물이나 가공식품의 안전성을 누가 보증할 때 가장 믿을 수 있는가에 대한 설문에서 응답자의 50.9%가 환경단체가 보증한 것을 가장 신뢰할 수 있다고 응답하였으며 그 다음으로는 농민단체로서 15.5%의 소비자가 신뢰할 수 있다고 조사되어 민간단체들이 보증한 것에 대한 소비자들의 신뢰도가 높은 것으로 나타났다.

<표 5-36> 가공식품의 가짜여부에 대한 생각(광주광역시)

단위 : 명(%)

품 목	많이 의심	조금 의심	의심 안함	무응답	계
고추가루	105(60.3)	63(36.2)	6(3.4)	-	174(100.0)
고추장	70(40.2)	85(48.9)	19(10.9)	-	
참기름	118(67.8)	45(25.9)	10(5.7)	1(0.6)	
들기름	89(51.1)	69(39.7)	15(8.6)	1(0.6)	
꿀	89(51.1)	65(37.4)	19(10.9)	1(0.6)	
일반가공식품	91(52.3)	72(41.4)	4(2.3)	7(4.0)	

한편 농림부와 군청이 보증한 농산물이나 가공식품을 안전하다고 믿는 비율은 각각 9.3%, 1.0%로서 극히 저조한 것으로 나타나 농림부나 군청이 안전성에 대한 보증을 소비자들이 신뢰하지 않고 있음을 알 수 있다.

또한 수도권과 광주광역시로 지역을 구분하여 분석한 경우에도 환경단체와 농민단체가 보증한 경우 신뢰도가 높고 군청이나 농림부가 보증한 경우는 신뢰도가 낮은 것으로 조사되었다.

<표 5-37> 농산물·식품의 안전성에 대한 보증기관의 신뢰도

단위 : 명(%)

구분	농림부	군청	농협	농민단체	보건복지부	환경단체	기타	계
응답자	45 (9.3)	5 (1.0)	47 (9.7)	75 (15.5)	59 (12.2)	246 (50.9)	6 (1.2)	483 (100)

마) 공공기관이 보증한 농산물의 구입 가능한 가격수준

농약사용 안전수준을 지킨 농산물을 공공기관이 보증할 경우 그렇지 않은 농산물보다 가격이 어느 정도 비쌀 경우 구입할 수 있는지에 대한 설문에서 수도권 지역 응답자의 39.8%, 광주광역시 지역 응답자의 43.5%가 20%이하일 경우 구입할 수 있다는 반응이 가장 높은 것으로 나타났다. 그 다음으로는 10% 이하일 경우 '구입 가능하다'가 수도권 지역 30.0%, 광주광역시 지역 33.3%를 차지하였으며, 30% 이하일 때는 수도권과 광주광역시 지역 소비자들의 경우 각각 18.0%, 13.7%로 조사되었다.

따라서 일반농산물에 비해 20%이하의 가격수준이 되어야만 농약사용 안전수준을 지킨 농산물을 소비자들이 구입 가능할 것으로 판단된다.

<표 5-38> 공공기관이 보증한 농산물의 구입 가능한 가격수준(수도권)

단위 : 명(%)

구분	20대	30대	40대	50대	60대 이상	계
10%이하	5(35.7)	36(42.9)	45(24.6)	10(28.6)	2(18.2)	98(30.0)
20%이하	3(21.4)	28(33.3)	78(42.6)	17(48.6)	4(36.4)	130(39.8)
30%이하	1(7.1)	11(13.1)	42(23.0)	4(11.4)	1(9.1)	59(18.0)
40%이하	1(7.1)	1(1.2)	2(1.1)	-	1(9.1)	5(1.5)
50%이하	-	2(2.4)	4(2.2)	2(5.7)	2(18.2)	10(3.1)
관심없다	4(28.6)	6(7.1)	12(6.6)	2(5.7)	1(9.1)	25(7.6)
계	14(100.0)	84(100.0)	183(100.0)	35(100.0)	11(100.0)	327(100.0)

연령별로 보면 수도권 지역의 경우 20~30대는 10% 이하로 비쌀 경우 구입하겠다는 비율이 가장 높고, 40대 이상은 20% 이하일 경우 구입하겠다는 비율이 가장 높게 나타난 반면, 광주광역시는 30대 이상은 20% 이하일 경우 구입하겠다는 비율이 가장 높게 나타나 지역별로 연령간에 차이가 있었으며 통계적으로도 유의성이 있는 것으로 분석되었다.

<표 5-39> 공공기관이 보증한 농산물의 구입 가능한 가격수준(광주광역시)

단위 : 명(%)

구 분	20대	30대	40대	50대	60대 이상	계
10%이하	7(38.9)	27(35.1)	21(35.6)	1(7.7)	-	56(33.3)
20%이하	7(38.9)	31(40.3)	28(47.5)	6(46.2)	1(100.0)	73(43.5)
30%이하	4(22.2)	13(16.9)	3(5.1)	3(23.1)	-	23(13.7)
40%이하	-	2(2.6)	1(1.7)	1(7.7)	-	4(2.4)
50%이하	-	1(1.3)	1(1.7)	1(7.7)	-	3(1.8)
관심없다	-	3(3.9)	5(8.5)	1(7.7)	-	9(5.4)
계	18(100.0)	77(100.0)	59(100.0)	13(100.0)	1(100.0)	168(100.0)

바) 식품 구입시 생산지 고려여부

수도권 지역 소비자들이 식품을 구입할 때 생산지를 고려하는지에 대한 설문에서 쌀은 84.5%가 생산지를 고려한다고 응답하여 소비자들 대부분이 생산지를 고려하고 있는 것으로 조사되었다. 콩은 생산지를 고려하는 경우와 고려하지 않는 경우가 절반의 비율로 나타났고, 잡곡의 경우도 콩과 비슷한 양상을 보였다. 채소류도 생산지를 고려하는 경우와 고려하지 않는 경우의 비율이 비슷한 수준으로 나타났으며 서류의 경우도 비슷하였다.

한편 과일류는 응답자의 71.5%가 생산지를 고려한다고 응답을 하여 생산지가 과일류 선택의 중요한 변수로 작용하는 것으로 나타났다.

연령별로는 식품구입시 40대가 생산지를 가장 많이 고려하고 있는 것으로 나타났으며 통계적으로도 쌀, 채소류, 과일류의 경우는 연령별 생산지 고려여부의 차이가 유의성이 있음을 확인시켜주고 있다.

광주광역시 지역 소비자들의 경우도 수도권 지역 소비자들과 마찬가지로 쌀과 과일의 경우 생산지를 고려하는 비율이 각각 78.2%, 73.0%로 높게 나타난 반면 콩, 잡곡, 채소류, 그리고 서류는 생산지를 고려하는 비율과 고려하지 않는 비율이 비슷한 수준을 보이고 있는 것으로 나타났다.

연령별로는 식품구입시 30대가 생산지를 가장 많이 고려하고 있는 것으로 나타났으나 통계적으로는 유의성이 없는 것으로 나타났다.

<표 5-40> 식품구입시 생산지 고려여부(수도권)

단위 : 명(%)

품 목	고려한다	고려 안한다	무응답	계
쌀	279(84.5)	51(15.5)	-	330(100.0)
콩	173(52.4)	157(47.6)	-	
잡 곡	158(47.9)	167(50.6)	5(1.5)	
채소류	169(51.2)	161(48.8)	-	
과 일	236(71.5)	93(28.2)	1(0.3)	
서 류	170(51.5)	158(47.9)	2(0.6)	

<표 5-41> 식품구입시 생산지 고려여부(광주광역시)

단위 : 명(%)

품 목	고려한다	고려 안한다	무응답	계
쌀	136(78.2)	37(21.3)	1(0.6)	174(100.0)
콩	84(48.3)	89(51.1)	1(0.6)	
잡 곡	84(48.3)	90(51.7)	-	
채소류	88(50.6)	86(49.4)	-	
과 일	127(73.0)	47(27.0)	-	
서 류	89(51.1)	85(48.9)	-	

사) 소비자별 선호하는 제품기업

<표 5-42> 소비자별 선호하는 제품기업(수도권)

단위 : 명(%)

품 목	농협	중소기업	대기업	상관없다	무응답	계
된 장	197(59.7)	18(5.5)	70(21.2)	40(12.1)	5(1.5)	330(100.0)
고추장	180(54.5)	22(6.7)	92(27.9)	32(9.7)	4(1.2)	
참기름	175(53.0)	22(6.7)	93(28.2)	39(11.8)	1(0.3)	
두 부	123(37.3)	41(12.4)	122(37.0)	43(13.0)	1(0.3)	
콩나물	132(40.0)	42(12.7)	103(31.2)	50(15.2)	3(0.9)	
단무지	125(37.9)	41(12.4)	109(33.0)	51(15.5)	4(1.2)	
청국장	166(50.3)	38(11.5)	60(18.2)	63(19.1)	3(0.9)	
고춧가루	230(69.7)	12(3.6)	31(9.4)	56(17.0)	1(0.3)	
김 치	183(55.5)	28(8.5)	67(20.3)	50(15.2)	2(0.6)	
떡 류	141(42.7)	50(15.2)	36(10.9)	99(30.0)	4(1.2)	
한과류	149(45.2)	48(14.5)	47(14.2)	84(25.5)	2(0.6)	
차 류	127(38.5)	37(11.2)	119(36.1)	46(13.9)	1(0.3)	
잼 류	129(39.1)	48(14.5)	99(30.0)	49(14.8)	5(1.5)	
꿀	181(54.8)	19(5.8)	81(24.5)	43(13.0)	6(1.8)	

된장, 고추장 등의 품목들을 생산자가 농협, 중소기업, 그리고 대기업 경우 어느 쪽을 좋아하는지에 대한 설문에서 수도권 지역 소비자들은 된장, 고추장, 참기름 등 전 품목을 농협에서 생산한 것을 가장 선호하는 것으로 나타났다.

다만 두부, 단무지, 차류 등은 대기업에서 생산한 것을 좋아한다는 비율도 30%정도로 높은 편이며 그 외 찜류, 참기름, 고추장의 경우에도 대기업 제품도 좋아하는 것으로 조사되었다.

광주광역시 지역 소비자들의 경우도 된장, 고춧가루, 김치 등 전 품목을 농협에서 생산한 것을 가장 선호하는 것으로 나타났다.

<표 5-43> 소비자별 선호하는 제품기업(광주광역시)

단위 : 명(%)

품 목	농협	중소기업	대기업	상관없다	무응답	계
된 장	107(61.5)	18(10.3)	41(23.6)	8(4.6)	-	174(100.0)
고추장	99(56.9)	22(12.6)	42(24.1)	10(5.7)	1(0.6)	
참기름	95(54.6)	20(11.5)	42(24.1)	17(9.8)	-	
두 부	86(49.4)	31(17.8)	41(23.6)	15(8.6)	1(0.6)	
콩나물	84(48.3)	37(21.3)	33(19.0)	19(10.9)	1(0.6)	
단무지	64(36.8)	47(27.0)	42(24.1)	21(12.1)	-	
청국장	81(46.6)	42(24.1)	32(18.4)	18(10.3)	1(0.6)	
고춧가루	123(70.7)	18(10.3)	18(10.3)	15(8.6)	-	
김 치	117(67.2)	21(12.1)	19(10.9)	16(9.2)	1(0.6)	
떡 류	83(47.7)	40(23.0)	21(12.1)	29(16.7)	1(0.6)	
한과류	84(48.3)	43(24.7)	21(12.1)	26(14.9)	-	
차 류	80(46.0)	35(20.1)	39(22.4)	20(11.5)	-	
찜 류	78(44.8)	30(17.2)	48(27.6)	18(10.3)	-	
꿀	103(59.2)	19(10.9)	34(19.5)	17(9.8)	1(0.6)	

아) 식품선호

두릅, 증편 등의 품목들을 좋아하는지에 대한 설문에서 두릅의 경우 수도권 지역응답자의 57.6%가 ‘좋아한다’고 응답을 하였으며 ‘안 좋아한다’는 9.75%, ‘그저 그렇다’는 30.0%로 절반 이상이 좋아하고 있음을 알 수 있다. 증편과 미숫가루의 경우도 두릅과 마찬가지로 응답자의 절반 이상이 좋아하고 있는 것으로 나타났다.

<표 5-44> 식품선호(수도권)

단위 : 명(%)

품 목	좋아한다	안 좋아한다	그저 그렇다	식품이름을 모른다	무응답	계
두 립	190(57.6)	32(9.7)	99(30.0)	7(2.1)	2(0.6)	330(100.0)
증 편	187(56.7)	37(11.2)	97(29.4)	6(1.8)	3(0.9)	
감장아찌	64(19.4)	84(25.5)	138(41.8)	42(12.7)	2(0.6)	
부 각	125(37.9)	58(17.6)	125(37.9)	18(5.5)	4(1.2)	
인진쑥차	74(22.4)	89(27.0)	141(42.7)	24(7.3)	2(0.6)	
미숫가루	183(55.5)	28(8.5)	115(34.8)	3(0.9)	1(0.3)	

그러나 감장아찌와 인진쑥차는 ‘그저 그렇다’라는 반응이 약 42~43%로 ‘좋아한다’라는 반응보다 상당히 높았으며 ‘안 좋아한다’는 반응도 약 26~27%로 전반적으로 좋아하지 않고 있음을 알 수 있다. 부각은 ‘좋아한다’라는 반응과 ‘그저 그렇다’라는 반응 약 38%로 같은 수준을 보이고 있다.

광주광역시 지역 소비자들의 경우 두릅, 부각, 미숫가루는 절반 이상의 응답자가 ‘좋아한다’라는 반응을 보였으나 감장아찌와 인진쑥차는 ‘그저 그렇다’라는 반응을 보인 비율이 더 높은 것으로 나타났다.

<표 5-45> 식품선호(광주광역시)

단위 : 명(%)

품 목	좋아한다	안 좋아한다	그저 그렇다	식품이름을 모른다	무응답	계
두 립	89(51.1)	36(20.7)	47(27.0)	1(0.6)	1(0.6)	174(100.0)
증 편	81(46.6)	40(23.0)	48(27.6)	4(2.3)	1(0.6)	
감장아찌	45(25.9)	44(25.3)	77(44.3)	8(4.6)	-	
부 각	103(59.2)	17(9.8)	50(28.7)	3(1.7)	1(0.6)	
인진숙차	49(28.2)	36(20.7)	78(44.8)	11(6.3)	-	
미숫가루	88(50.6)	27(15.5)	59(33.9)	-	-	

자) 식품준비방법

<표 5-46> 식품조리방법(수도권)

단위 : 명(%)

품 목	현재 구입의존	앞으로 구입희망	앞으로도 직접 조리	별로 안먹음	무응답	계
김 치 류	61(18.5)	49(14.8)	213(64.5)	7(2.1)	-	330(100.0)
장아찌류	112(33.9)	67(20.3)	88(26.7)	62(18.8)	1(0.3)	
깻잎절임	104(31.5)	56(17.0)	135(40.9)	35(10.6)	-	
절 임 류	98(29.7)	63(19.1)	96(29.1)	72(21.8)	1(0.3)	
기 타 조리반찬	39(11.8)	57(17.3)	197(59.7)	33(10.0)	4(1.2)	

김치류, 절임류 등의 품목들을 어떻게 준비하고 있는지에 대한 설문에서 수도권 지역 소비자들의 경우 김치류는 응답자의 64.5%가 ‘앞으로도 직접 조리’하여 먹겠다는 응답을 하였고 ‘현재 구입에 의존’하고 있다는 비율은 18.5%, ‘현재는 구입 안하지만 앞으로 구입을 희망’하는 비율은 14.8%로 김치류는 직접 조리하여 먹어야 한다는 생각이 절대적인 것으로 나타났다.

장아찌류는 ‘현재 구입의존’ 비율이 33.9%로 가장 높고 그 다음으로 ‘직접 조리’하는 경우로 나타났고 ‘별로 먹지 않는다’는 비율도 약 19%에 달하여 장아찌류의 소비가 감소하고 있음을 알 수 있다.

깻잎절임은 직접 조리해 먹는 비율이 40.9%로 가장 높고 그 다음으로 구입해 먹는 경우로 31.5%를 나타냈다.

절임류는 ‘현재 구입의존’ 29.7%, ‘앞으로도 직접 조리’ 29.1%, ‘앞으로 구입희망’ 19.1%로 구입하여 먹겠다는 비율이 조금 높은 것으로 나타났다.

기타 반찬류는 59.7%가 ‘앞으로도 직접 조리’하여 먹겠다고 응답을 하여 상품화된 제품의 구입 의사가 적은 것으로 보인다.

광주광역시 소비자들의 경우도 김치류, 장아찌류, 깻잎절임, 절임류 그리고 기타 조리반찬 모든 품목을 ‘앞으로도 직접 조리’하여 먹겠다는 비율이 가장 높은 것으로 나타났다.

장아찌류는 ‘별로 안 먹음’의 비율이 20.1%에 달하여 소비가 줄어들고 있음을 알 수 있다.

<표 5-47> 식품조리방법(광주광역시)

단위 : 명(%)

품 고	현재 구입의존	앞으로 구입희망	앞으로도 직접 조리	별로 안먹음	무응답	계
김 치 류	34(19.5)	30(17.2)	109(62.6)	1(0.6)	-	174(100.0)
장아찌류	32(18.4)	40(23.0)	67(38.5)	35(20.1)	-	
깻잎절임	35(20.1)	31(17.8)	96(55.2)	12(6.9)	-	
절 임 류	33(19.0)	32(18.4)	81(46.6)	27(15.5)	1(0.6)	
기 타 조리반찬	20(11.5)	30(17.2)	113(64.9)	10(5.7)	1(0.6)	

차) 반찬 구입장소

<표 5-48> 반찬 구입장소(수도권)

단위 : 명(%)

구 분	수퍼	백화점	재래시장	기타	계
20대	7(50.0)	4(28.6)	2(14.3)	1(7.1)	14(100.0)
30대	17(21.0)	42(51.9)	16(19.8)	6(7.4)	81(100.0)
40대	60(33.3)	80(44.4)	24(13.3)	16(8.9)	180(100.0)
50대	16(45.7)	15(42.9)	3(8.6)	1(2.9)	35(100.0)
60대 이상	1(10.0)	5(50.0)	1(10.0)	3(30.0)	10(100.0)
계	101(31.6)	146(45.6)	46(14.4)	27(8.4)	320(100.0)

수도권 지역 소비자들이 반찬 구입장소를 보면 백화점에서 구입하는 비율이 45.6%, 수퍼 31.6%, 재래시장 14.4% 순으로 백화점에서 가장 많이 구입하고 있는 것으로 나타났다. 이를 연령별로 살펴보면 20대와 50대는 수퍼, 30대, 40대, 60대 이상은 백화점에서 구입하는 비율이 높은 것으로 조사되었으며 재래시장에서 구입하는 비율은 30대가 19.8%로 가장 높았다.

연령별에 따른 반찬구입장소의 차이가 통계적으로 유의성이 있는지에 대한 검정에서 유의수준 5%에서 차이가 있는 것으로 분석되었다.

광주광역시 소비자들의 경우는 반찬을 '수퍼'에서 구입하는 비율이 36.3%로 가장 높은 것으로 나타났으며 그 다음으로 '백화점' 29.2%, '재래시장' 21.4%순으로 조사되었다.

연령별로는 20대는 백화점, 30~40대는 수퍼, 50대는 백화점에서 구입하는 비율이 가장 높은 것으로 나타났으나 50대의 경우는 수퍼나 재래시장에서 구입하는 비율도 23.5%로 높게 나타났다.

그러나 연령별에 따른 반찬 구입장소의 차이가 있는지에 대한 통계적인 유의성 검정에서 유의성은 없는 것으로 분석되었다.

<표 5-49> 반찬 구입장소(광주광역시)

단위 : 명(%)

구 분	수퍼	백화점	재래시장	기타	계
20대	5(27.8)	8(44.4)	4(22.2)	1(5.6)	18(100.0)
30대	29(38.7)	21(28.0)	14(18.7)	11(14.7)	75(100.0)
40대	23(40.4)	15(26.3)	13(22.8)	6(10.5)	57(100.0)
50대	4(23.5)	5(29.4)	4(23.5)	4(23.5)	17(100.0)
60대 이상	-	-	1(100.0)	-	1(100.0)
계	61(36.3)	49(29.2)	36(21.4)	22(13.1)	168(100.0)

카) 반찬 구입기준

수도권 지역 소비자들이 반찬을 구입하는 기준을 살펴보면 응답자의 72.8%가 '맛'을 가장 중요시한다고 응답을 하였으며 그 다음으로 '제조회사' 12.8%,

‘가격’ 8.0% 순으로 나타나 반찬구입시 ‘맛’이 가장 중요한 요소임을 알 수 있다. 연령별로 보더라도 전 연령층이 ‘맛’을 가장 중시하는 것으로 나타났으며 ‘제조회사’를 기준으로 한다는 비율이 가장 높은 연령층은 60대 이상 연령층이었고, ‘가격’을 중요한 기준으로 한다는 비율이 가장 높은 연령층은 20대로서 14.3%를 차지하였다.

연령별에 따른 반찬 구입기준이 차이가 있는지에 대한 통계적 유의성 검증에서 10% 유의수준에서 통계적으로 유의성이 있는 것으로 나타났다.

광주광역시 소비자들의 경우도 반찬을 구입할 때 ‘맛’을 중요시 한다는 비율이 75.8%로 가장 높은 것으로 나타났으며 그 다음으로 ‘제조회사’ 16.6%, ‘가격’ 7.0% 순으로 맛을 가장 중요한 선택기준으로 생각하고 있는 것으로 조사되었다.

<표 5-50> 반찬 구입기준(수도권)

단위 : 명(%)

구 분	가격	맛	제조회사	기타	계
20대	2(14.3)	12(85.7)	-	-	14(100.0)
30대	7(8.6)	64(79.0)	7(8.6)	3(3.7)	81(100.0)
40대	12(6.9)	122(69.7)	26(14.9)	15(8.6)	175(100.0)
50대	3(9.4)	23(71.9)	5(15.6)	1(3.1)	32(100.0)
60대 이상	1(10.0)	6(60.0)	2(20.0)	1(10.0)	10(100.0)
계	25(8.0)	227(72.8)	40(12.8)	20(6.4)	312(100.0)

연령별로 보더라도 ‘맛’을 가장 중요한 선정기준으로 생각하고 있으나 상대적으로 30~40대는 ‘제조회사’를 구입기준으로 한다는 비율도 약 19%에 달하고 있고, 50대는 ‘가격’을 구입기준으로 생각한다는 비율이 약 27%로 높은 것으로 조사되었으나 통계적인 유의성은 없는 것으로 나타났다.

<표 5-51> 반찬 구입기준(광주광역시)

단위 : 명(%)

구 분	가격	맛	제조회사	기타	계
20대	1(6.3)	14(87.5)	1(6.3)	-	16(100.0)
30대	3(4.2)	56(77.8)	13(18.1)	-	72(100.0)
40대	3(5.7)	40(75.5)	10(18.9)	-	53(100.0)
50대	4(26.7)	8(53.3)	2(13.3)	1(6.7)	15(100.0)
60대 이상	-	1(100.0)	-	-	1(100.0)
계	11(7.0)	119(75.8)	26(16.6)	1(0.6)	157(100.0)

타) 반찬구입시 선호업체

<표 5-52> 반찬 구입시 선호업체(수도권)

단위 : 명(%)

구 분	농협	민간기업	상관없다	기타	계
20대	6(42.9)	3(21.4)	5(35.7)	-	14(100.0)
30대	40(48.8)	13(15.9)	23(28.0)	6(7.3)	82(100.0)
40대	77(43.5)	45(25.4)	43(24.3)	12(6.8)	177(100.0)
50대	15(46.9)	6(18.8)	8(25.0)	3(9.4)	32(100.0)
60대 이상	5(50.0)	1(10.0)	4(40.0)	-	10(100.0)
계	143(45.4)	68(21.6)	83(26.3)	21(6.7)	315(100.0)

수도권 지역 소비자들이 반찬을 구입하는데 있어서 어느 업체에서 생산된 것을 가장 선호하는지에 대한 설문에서 농협 45.4%, 상관없다 26.3%, 민간기업 21.6% 순으로 농협에서 만든 반찬을 가장 선호하는 것으로 조사되었다. 연령별로 보면 전 연령층이 농협에서 만든 반찬을 가장 선호하고 있으나 민간

기업에서 만든 반찬을 좋아하는 비율도 40대의 경우 25.4%에 달하고 있고, 농협이나 민간기업이나 '상관없다'라는 비율도 20대 35.7%, 30대 28.0%, 40대 24.3%, 50대 25.0%, 60대 이상은 40.0%로 나타나 제조업체의 중요성이 점점 줄어들고 있고 구입기준에서 보았듯이 맛 즉 품질을 더욱 중요시하는 경향을 보이고 있음을 알 수 있다.

광주광역시 지역 소비자들의 경우도 반찬 구입시 농협제품을 가장 선호하는 것으로 나타났으며 그 다음으로는 민간기업 24.7%, 상관없다 21.7% 순으로 조사되었다.

연령별로는 20~40대까지는 농협제품을 가장 선호하는 것으로 나타났으며 50대는 농협이나 민간기업이나 '상관없다'의 선호비율이 같은 것으로 조사되었다. 40대의 경우는 민간기업 제품 선호비율이 약 30%에 달하고 있으며, 30대는 '업체에 상관없다'라는 비율이 27.0%에 달하고 있다.

<표 5-53> 반찬 구입시 선호업체(광주광역시)

단위 : 명(%)

구 분	농협	민간기업	상관없다	기타	계
20대	10(62.5)	3(18.8)	3(18.8)	-	16(100.0)
30대	38(51.4)	16(21.6)	20(27.0)	-	74(100.0)
40대	29(50.0)	17(29.3)	8(13.8)	4(6.9)	58(100.0)
50대	5(29.4)	4(23.5)	5(29.4)	3(17.6)	17(100.0)
60대 이상	-	1(100.0)	-	-	1(100.0)
계	82(49.4)	41(24.7)	36(21.7)	7(4.2)	166(100.0)

과) 두릅 구입시 선호하는 상태

수도권 지역 소비자들을 대상으로 두릅을 구입할 때 어떤 상태를 선호하는

가에 대한 조사에서 응답자의 약 80%가 '생채상태'를 선호하는 것으로 나타났으며 '데친 것'에 대한 선호는 11.3%, '데쳐서 무친 것'은 2.8%로 대부분이 생채상태로 구입하는 것을 원하는 것을 알 수 있다.

연령별로 보더라도 전 연령층이 '생채상태'를 좋아하는 것으로 나타났으며 통계적인 유의성 검정에서도 연령별에 따른 구입시 선호상태가 차이가 있음을 보여주고 있다.

광주광역시 소비자들을 대상으로 한 설문조사에서 응답자의 약 70%가 '생채상태'를 선호하는 것으로 조사되었으며, 20~40대는 '데친 것'을 좋아한다는 비율도 22~29%에 달하는 것으로 나타나 젊은층일수록 '데친 것'을 선호하는 비율이 높은 것으로 나타났으나 통계적인 유의성은 없는 것으로 분석되었다.

<표 5-54> 두릅 구입시 선호하는 상태(수도권)

단위 :명(%)

구 분	생채	데친것	데쳐서 무친것	기타	계
20대	6(54.5)	1(9.1)	1(9.1)	3(27.3)	11(100.0)
30대	59(73.8)	12(15.0)	4(5.0)	5(6.3)	80(100.0)
40대	150(81.5)	20(10.9)	3(1.6)	11(6.0)	184(100.0)
50대	30(88.2)	3(8.8)	1(2.9)	-	34(100.0)
60대 이상	10(100.0)	-	-	-	10(100.0)
계	255(79.9)	36(11.3)	9(2.8)	19(6.0)	319(100.0)

<표 5-55> 두릅구입시 선호하는 상태(광주광역시)

단위 :명(%)

구 분	생채	데친것	데쳐서 무친것	기타	계
20대	10(58.8)	5(29.4)	1(5.9)	1(5.9)	17(100.0)
30대	50(64.9)	18(23.4)	7(9.1)	2(2.6)	77(100.0)
40대	46(76.7)	13(21.7)	-	1(1.7)	60(100.0)
50대	13(76.5)	3(17.6)	-	1(5.9)	17(100.0)
60대 이상	1(100.0)	-	-	-	1(100.0)
계	120(69.8)	39(22.7)	8(4.7)	5(2.9)	172(100.0)

하) 채소류 구입시 선호하는 상태

<표 5-56> 채소류 구입시 선호하는 상태(수도권)

단위 : 명(%)

구 분	생채	반찬으로 만들어 놓은것	기타	계
20대	12(85.7)	2(14.3)	-	14(100.0)
30대	74(88.1)	8(9.5)	2(2.4)	84(100.0)
40대	172(92.5)	7(3.8)	7(3.8)	186(100.0)
50대	33(94.3)	2(5.7)	-	35(100.0)
60대 이상	9(81.8)	1(9.1)	1(9.1)	11(100.0)
계	300(90.9)	20(6.1)	10(3.0)	330(100.0)

수도권 지역 소비자들이 채소류를 구입할 때 어떤 상태로 되어있는 것을 선호하는지에 대한 설문에서 응답자의 90.9%가 '생채상태'를 선호하는 것으로 나타났으며 '반찬으로 만들어놓은 것'에 대해서는 6.1%만이 좋아한다고 응답을 하여 아직까지는 대부분이 생채상태를 선호하고 있음을 알 수 있다.

연령별로 보더라도 전 연령층이 '생채상태'를 가장 선호하는 것으로 나타났으며 다만 20대만이 '반찬으로 만들어 놓은 것'을 선호한다는 응답이 14.3%로 다른 연령층에 비하여 상대적으로 높게 나타났지만 10% 유의수준에서 통계적인 유의성은 없었다.

광주광역시 지역 소비자들 역시 채소류를 구입할 때 응답자의 81.0%가 '생채상태'를 가장 선호하는 것으로 나타났으며 '반찬으로 만들어놓은 것'에 대해서는 17.2%만이 좋아한다고 응답을 하여 아직까지는 대부분이 생채상태를 선호하고 있음을 알 수 있다.

연령별로 보더라도 전 연령층이 '생채상태'를 가장 선호하는 것으로 나타났으며 다만 20대는 '반찬으로 만들어 놓은 것'을 선호한다는 응답이 33.3%로 높게 나타났지만 10% 유의수준에서 통계적인 유의성은 없었다.

<표 5-57> 채소류 구입시 선호하는 상태(광주광역시)

단위 : 명(%)

구 분	생채	반찬으로 만들어 놓은것	기타	계
20대	11(61.1)	6(33.3)	1(5.6)	18(100.0)
30대	64(82.1)	14(17.9)	-	78(100.0)
40대	51(85.0)	9(15.0)	-	60(100.0)
50대	14(82.4)	1(5.9)	2(11.8)	17(100.0)
60대 이상	1(100.)	-	-	1(100.0)
계	141(81.0)	30(17.2)	3(1.7)	174(100.0)

거) 농협제품에 대한 신뢰도

농협제품에 대한 수도권 소비자들의 신뢰도를 보면 ‘높다’라는 반응 31.3%, ‘보통이다’ 58.4%, ‘별로다’ 10.3%로 절반 이상이 ‘보통이다’라는 평가를 하고 있으며 그다지 농협제품에 대한 신뢰성이 높지 않은 것으로 나타났다.

연령별로는 20대가 농협제품에 대해서 응답자의 약 43.0%가 신뢰성이 ‘높다’라는 반응을 보였으며 그 다음으로 50대로 34.3%가 신뢰성이 높다는 평가를 하는 것으로 나타났다.

<표 5-58> 농협제품에 대한 신뢰도(수도권)

단위 : 명(%)

구 분	높다	보통이다	별로다	계
20대	6(42.9)	7(50.0)	1(7.1)	14(100.0)
30대	24(28.6)	49(58.3)	11(13.1)	84(100.0)
40대	58(31.4)	108(58.4)	19(10.3)	185(100.0)
50대	12(34.3)	22(62.9)	1(2.9)	35(100.0)
60대 이상	3(27.3)	6(54.5)	2(18.2)	11(100.0)
계	103(31.3)	192(58.4)	34(10.3)	329(100.0)

광주광역시 소비자들의 경우도 농협제품에 대한 신뢰도에서 ‘보통이다’라는 반응이 62.1%로 수도권 지역 소비자들보다도 오히려 신뢰도가 떨어지고 있음을 알 수 있다.

연령별로는 20대의 경우 신뢰도가 ‘높다’라는 반응이 55.6%로 상당히 높은 것으로 나타났지만 나머지 연령층은 ‘보통이다’라는 응답이 높은 것으로 나타나 농협제품에 대한 신뢰도가 그다지 높지 않음을 알 수 있다.

<표 5-59> 농협제품에 대한 신뢰도(광주광역시)

단위 : 명(%)

구 분	높다	보통이다	별로다	계
20대	10(55.6)	7(38.9)	1(5.6)	18(100.0)
30대	20(25.6)	53(67.9)	5(6.4)	78(100.0)
40대	19(31.7)	36(60.0)	5(8.3)	60(100.0)
50대	3(17.6)	11(64.7)	3(17.6)	17(100.0)
60대 이상	-	1(100.0)	-	1(100.0)
계	52(29.9)	108(62.1)	14(8.0)	174(100.0)

너) 곡성군 농산물에 대한 소비자의 생각

<표 5-60> 곡성군 농산물에 대한 소비자의 생각(수도권)

단위 : 명(%)

구 분	청정 농산물일 것이다	다른 지역과 별 차이가 없을것이다	다른 지역보다 오염되었을 것이다	모름	계
20대	7(50.0)	4(28.6)	-	3(21.4)	14(100.0)
30대	30(35.7)	31(36.9)	1(1.2)	22(26.2)	84(100.0)
40대	73(39.5)	63(34.1)	5(2.7)	44(23.8)	185(100.0)
50대	11(32.4)	11(32.4)	2(5.9)	10(29.4)	34(100.0)
60대 이상	3(30.0)	3(30.0)	-	4(40.0)	10(100.0)
계	124(37.9)	112(34.3)	8(2.4)	83(25.4)	327(100.0)

곡성군에서 생산된 농산물에 대한 수도권 지역 소비자들의 평가를 보면 ‘청정 농산물일 것이다’라는 반응이 37.9%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘다른

지역과 별 차이가 없을 것이다'라는 반응이 34.3%, '모르겠다' 25.4% 순으로 나타나 청정지역 농산물이라는 이미지가 있음을 알 수 있다.

연령별로는 '청정 농산물일 것이다'라는 반응은 20대가 50.0%로 가장 높게 나타났고 그 다음으로는 40대로 약 40%가 청정농산물 이미지를 갖고 있는 것으로 나타났으나 '모르겠다'라는 응답비율도 상당하여 청정이미지를 소비자들에게 널리 알리는 활동이 필요함을 간접적으로 시사한다고 볼 수 있다.

광주광역시 지역 소비자들의 경우는 '다른 지역과 별 차이가 없을 것이다'라는 반응이 47.1%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 '청정 농산물일 것이다' 36.2%, '모르겠다' 16.1% 순으로 조사되어 수도권 지역 소비자들보다 '청정 농산물일 것이다'라는 비율이 적은 것으로 나타났다.

연령별로는 20대의 경우 '청정농산물일 것이다'와 '다른 지역과 별 차이가 없을 것이다'라는 비율이 각각 44.4%로 같게 나타났다.

<표 5-61> 곡성군 농산물에 대한 소비자의 생각(광주광역시)

단위 : 명(%)

구 분	청정 농산물일 것이다	다른 지역과 별 차이가 없을 것이다	다른 지역보다 오염되었을 것이다	모름	계
20대	8(44.4)	8(44.4)	-	2(11.1)	18(100.0)
30대	27(34.6)	37(47.4)	1(1.3)	13(16.7)	78(100.0)
40대	22(36.7)	30(50.0)	-	8(13.3)	60(100.0)
50대	5(29.4)	7(41.2)	-	5(29.4)	17(100.0)
60대 이상	1(100.0)	-	-	-	1(100.0)
계	63(36.2)	82(47.1)	1(0.6)	28(16.1)	174(100.0)

더) 곡성군 특산품 인식 여부

곡성군 특산품에 대한 수도권 지역 소비자들의 인식여부를 파악한 결과 아래 표에 있는 모든 품목에 대해서 대부분이 ‘모른다’는 반응을 보이고 있는 것으로 나타났다.

다만 유기농쌀은 응답자의 22.7%, 꿀 18.2%, 딸기 15.8%, 인진쑥차 15.8%가 ‘안다’라는 반응을 보여 다른 품목에 비하여 상대적으로 가장 많이 알려진 품목으로 조사되었다.

<표 5-62> 곡성군 특산품 인식 여부(수도권)

단위 : 명(%)

품 목	안다	모른다	무응답	계
증 편	15(4.5)	309(93.6)	6(1.8)	330(100.0)
두 립	51(15.5)	277(83.9)	2(0.6)	
깻 잎	44(13.3)	283(85.8)	3(0.9)	
콩과자	27(8.2)	301(91.2)	2(0.6)	
부 각	40(12.1)	287(87.0)	3(0.9)	
청국장	45(13.6)	284(86.1)	1(0.3)	
찰옥수수	33(10.0)	295(89.4)	2(0.6)	
메 론	28(8.5)	299(90.6)	3(0.9)	
인진쑥차	52(15.8)	276(83.6)	2(0.6)	
유기농쌀	75(22.7)	253(76.7)	2(0.6)	
딸 기	52(15.8)	275(83.3)	3(0.9)	
꿀	60(18.2)	268(81.2)	2(0.6)	

광주광역시 소비자들의 경우도 절반 이상의 소비자들이 ‘모른다’라는 반응을 보이고 있으나 비율은 수도권 지역의 경우와 비교하여 상대적으로 ‘안다’라는 비율이 높은 것으로 나타났다.

특히 딸기 42.5%, 꿀 40.8%, 유기농쌀 39.9%, 두릅 31.0%, 부각 29.9%, 그리고 깻잎 27.0%로 비교적 인지도가 높은 것으로 나타났다.

<표 5-63> 곡성군 특산품 인식 여부(광주광역시)

단위 : 명(%)

품 목	안다	모른다	무응답	계
증 편	23(13.2)	149(85.6)	2(1.1)	
두 립	54(31.0)	119(68.4)	1(0.6)	
깻 잎	47(27.0)	125(71.8)	2(1.1)	
콩과자	42(24.1)	130(74.7)	2(1.1)	
부 각	52(29.9)	121(69.5)	1(0.6)	
청국장	43(24.7)	129(74.1)	2(1.1)	
찰옥수수	42(24.1)	127(73.0)	5(2.9)	
메 론	39(22.4)	133(76.4)	2(1.1)	
인진쑥차	30(17.2)	140(80.5)	4(2.3)	
유기농쌀	68(39.1)	104(59.8)	2(1.1)	
딸 기	74(42.5)	96(55.2)	4(2.3)	
꿀	71(40.8)	100(57.5)	3(1.7)	

3) 조사요약

국내농산물의 농약사용 안전성에 대해서 수도권 소비자들은 채소류에 대해서, 광주지역 소비자들은 채소류와 함께 과일류에 대한 염려도 높은 것으로 나타났다. 쌀은 수도권이 37.3%가 많이 염려하고 46.4%가 조금 염려하는 것으로 나타났고 광주지역은 31.0%가 많이 염려하고 51.7%가 조금 염려하는 것으로 나타나 피조사자의 80% 이상이 쌀의 안전성에 대해 염려하는 것으로 나타났다.

가공식품의 안전성에 대해서는 수도권과 광주지역이 똑같이 콩나물과 두부를 가장 염려하였다. 그리고 가짜여부에 대한 의심에는 참기름과 고춧가루였다. 수도권에서 소비자가 선호하는 제품가공업체는 참기름과 콩나물은 농협이 대기업 보다 높았고 두부는 서로 같았다. 광주지역에서는 참기름과 콩나물은 수도권과 유사했으나 두부에 있어서는 농협제품에 대한 선호가 훨씬 높았다.

곡성에서 가공되는 가공식품 선호비율은 증편의 경우 수도권이 광주지역 보다 높았고 부각은 광주지역이 수도권보다 선호 비율이 더 높았다. 김치의 구입 의존도는 수도권과 광주지역이 35% 전후였고 절임류 구입의존도는 수도권 이 50% 가까이, 광주 지역은 40% 가까이 되었다. 반찬류 구입장소는 수도권은 백화점의 비율이 수퍼보다 더 높았고 광주지역은 수퍼의 비율이 백화점보다 더 높았다. 반찬류 구입 선호업체는 수도권과 광주지역 동일하게 농협이 민간기업 보다 선호되었다. 농협 가공제품에 대한 신뢰도는 수도권과 광주지역에서 서로 비슷하게 높다가 30% 수준이었고 보통이다가 60% 수준이었다.

곡성에서 생산된 농산물에 대한 청정성 인식에서는 수도권과 광주지역에서

청정할 것이다라는 응답이 약 37% 수준이었고 나머지는 다른 지역과 다름이 없을 것이다거나 또는 모르겠다라는 응답이었다. 곡성군에서 생각하는 특산품에 대한 소비자 인식에 있어서 수도권에서는 대부분 품목에서 불과 10% 정도만이 안다는 응답이었고 대부분의 응답자가 모른다는 응답비율이 높았으며 다만 유기농쌀만이 20%정도가 안다는 대답을 하였다. 이에 비해 광주지역에서는 소비자 인식도가 가장 높은 품목은 딸기의 비율이 가장 높았고 유기농쌀도 거의 40%에 달했다.

6. 곡성군 지역 가공업체

가. 조사방법

곡성군청에서 제공한 자료와 표본업체를 선정하여 직접 방문 조사하였다

나. 조사결과

사례지역인 곡성군에는 등록되어 있는 식품가공업체는 전통식품업체 2개소를 포함하여 모두 21개 업체가 있다. 이들 21개 업체를 품목별로 분류하면 절임류를 생산하는 업체가 3개소, 절임류와 수산가공을 겸하는 업체가 2개소, 두부 제조업체가 3개소, 다류 제조업체가 3개소, 한과나 부각류 제조업체가 5개소가 있고, 도시락 제조업체, 건강보조식품 제조업체, 당류 제조업체, 수산가공업체, 사과즙 가공업체가 각각 1개소씩 있는 것으로 조사되었다.

그러나 21개 업체 중 현재 공장을 가동하고 있는 업체는 11개소에 불과하고, 나머지 10개 업체가 휴업 중이다. 휴업중인 업체 중 3개소는 두부제조업체로서 작년에 전체적으로 유전자변형 콩의 안전성에 대한 논란이 대두되었을 때 두부의 소비가 크게 감소하여 매출부진으로 경영이 어려워진 이후 휴업을

하고 있는 것으로 알려졌다. 또한 김치가공업체인 수연식품의 경우 납품업체가 부도나면서 납품대금을 결제 받지 못하여 동반 부도로 인한 휴업으로서 사실상 폐업상태인 것으로 알려졌다.

<표 5-64> 곡성군지역의 식품제조업체 현황

업 체 명	소 재 지	허가연월	생산품목	비 고
영완산업	석 곡 면	'96. 3	절임류(토하젓)	
명성식품	옥 과 면	'95. 2	"	전통식품업체
수연식품	오 산 면	'92. 7	" (김 치)	휴업
동대전식품	검 면	'94. 4	도 시 락	휴업
매실과건강	목사동면	'93. 7	건강보조식품	휴업
곡성두부	곡 성 읍	'81. 7	두 부	휴업
푸른촌	석 곡 면	'77. 1	"	휴업
옥과두부	옥 과 면	'78. 11	"	휴업
동약식품	곡 성 읍	'96. 10	조미김(부각류)	
부곡식품	오 산 면	'96. 12	다 류(추출차)	휴업
청술식품	석 곡 면	'96. 12	절임류(토하젓·참게장)	
곡성전통메주	오 곡 면	'97. 2	기타식품(메주)	휴업
라파식품	검 면	'97. 4	다류(술잎·쑥차)	전통식품업체
전통민속 식품생자연	곡 성 읍	'97. 4	기타식품(부각류)	
하늘재식품	검 면	'97. 8	청량음료(사과즙)	휴업
청술개발식품	오 산 면	'97. 11	다 류	
목화식품	고 달 면	'97. 11	기타식품(부각·한과류)	
아리랑식품	석 곡 면	'98. 2	김치·절임류	휴업
박사골쌀엿	죽 곡 면	'98. 12	당 류(엿류)	
해마식품	오 산 면	'99. 1	수산물가공(바지락)	수출
옥수농원	옥 과 면	'98년	한 과 류	

현재 가동 중인 11개 업체중 '전통민속식품생자연'은 부각류를 가공하고 있는데 폐교를 임대하여 작업장으로 활용하고 지역주민을 고용하여 1999년 20억원 이상의 매출을 올리고 있었다. 이 업체에서 생산하는 부각은 고추부각을 포함하여 8개 품목이며 백화점에서 판매하거나 도매상에 산물로 판매하고 있었다.

부모로부터 전수 받은 기술을 사업화에 성공한 사례이다. 현재 작업장으로 활용하고 있는 폐교의 임대기간이 짧아 고정시설을 설치하지 못하고 간이시설을 활용하여 제품을 생산하고 있어서 위생수준 개선이 미흡한 실정이며 시설자금의 부족으로 자동화 시설 없이 모두 수작업에 의존해 제품을 생산하기 때문에 품질의 균일성이 다소 결여되었다.

다음으로 최근 전통식품업체로 지정 받은 옥과 한과가 있다. 옥과 한과는 이 지방에서 예부터 내려오는 옥과 지역에서 생산되는 한과의 명성이 사업동기가 되어 사업을 시작하였다. 전통식품업체로 지정 받은 후 공장을 짓고 시제품을 생산하였지만 명절 때만 선물용으로 일부 판매하였을 뿐 본격적인 생산 판매는 아직 못하고 있었다. 제품의 상품화 미흡과 시장의 개척에 애로를 겪고 있었다.

제조업체로 등록은 되어 있지 않았지만 곁면 지역에서 떡방앗간에서 기정떡(증편)을 생산해 별도의 매장을 차리지 않고 전화주문을 받고 판매하거나 직접 방문하는 소비자를 대상으로 판매하고 있었다. 주로 여름철에 3개월 정도 판매되고 있고 광주의 친척 매장에 납품하고 있다. 기정떡은 전국에서 생산이 되고 있으나 곡성에서는 막걸리를 이용해 발효시켜 독특한 맛을 내는 것으로 곡성 지역주변에 일부 알려져 있다.

7. 가공유망 품목 결정

가. 분석결과

1) 농산물 생산 실태분석

곡성군내에서 생산되는 40 여개 농산물 가운데 주·부식으로 가공이 근본적으로 곤란한 10개 품목은 가공 검토 1차 대상에서 제외되었다. 이들 품목은 과일류와 열매 채소류이다. 과일로는 사과, 배, 복숭아, 포도, 감, 매실등이며 열매채소로는 수박, 참외, 딸기, 토마토, 메론 등 이었다.

조, 수수, 팥, 녹두는 연간 생산량이 각각 연간 3톤, 1톤, 7톤, 7톤에 불과하기 때문에 원료 수집이 용이하지 않고 제품으로 가공할 수 있는 공급량으로는 부족할 것으로 사료된다. 완두와 동부는 곡성군 통계연보에는 포함되지 않고 있으나 연간 생산량이 각각 34톤, 52톤에 달하여 가공 검토 대상에 포함하였다. 유기농 쌀을 포함한 기타 농산물은 모두 가공 유망 검토 대상 농산물로 분류되었다. 지역 특산 농산물로 두릅이 가공 검토 대상으로 추가되었다.

2) 주·부식 가공품목조사

곡성군 농산물 생산실태분석에서 검토 배제품목을 제외한 나머지 농산물만을 대상으로 가공 유망 주·부식 품목을 검토하며 일상적인 주·부식은 아니더라도 가공기술이 매우 단순한 품목은 가공가능 유망 품목 검토에 포함시킨다.

쌀은 떡볶이 떡, 떡국떡 형태의 가공이 가능하다. 유기농 쌀은 소포장 판매가 된다.

쌀보리는 보리고추장, 보리차 등이 가능하다.

맥주보리는 엿기름과 엿기름가루 가공이 가능하다. 주·부식 품목은 아니지만 단순기술을 활용하고 곡성군지역에서 제안한 품목이기 때문에 검토 대상에 포함시킨다.

완두, 동부는 정곡 소포장 판매가 가능하며 옥수수는 정곡 소포장과 옥수수차의 가공이 가능하며 메밀은 메밀가루, 메밀묵, 메밀국수, 메밀냉면 가공이 가능하다.

고구마와 감자와 같은 서류를 이용한 주·부식 가공은 없어 가공 유망품목 검토 대상에서 제외되었으며 마찬가지로 채소류 가운데서 시금치, 상추, 양배추, 당근, 파등은 주·부식 가공품목이 없어서 가공유망 검토 대상에서 제외되었다.

콩은 알곡 소포장, 콩나물, 두부, 메주, 된장, 청국장, 간장, 콩가루, 메주가루, 볶은 콩가루, 콩국가루 가공 판매가 가능하다.

오이는 오이소박이, 오이절임, 오이장아찌, 오이피클과 같은 김치나 절임류 가공이 가능하며 호박은 건조나물인 호박고지, 죽 조리용으로 분말형태의 호박가루가 가공대상이다.

배추는 김치가공을 위한 반가공 형태의 절임배추와 배추김치가 가능하다.

무는 건조채소 형태의 무말랭이, 무말랭이를 이용한 반찬으로 무말랭이 무침, 열무김치, 무장아찌 등이 가능하다.

고추는 홍고추를 이용한 고춧가루와 고추장, 풋고추를 이용한 풋고추 절임, 풋고추잎 장아찌, 고추부각 그리고 반찬형태의 고추무침이 있다. 또한 고추씨를 이용한 고추씨 기름이 가능하다.

양파로는 양파다짐, 생강으로는 생강 다짐의 가공 판매가 가능하다. 마늘은 깬마늘, 마늘 다대기와 절임류 형태의 통마늘 절임, 마늘쫑 절임그리고 장아찌 형태의 마늘 장아찌 등이 있다. 참깨로는 참깨 소포장, 볶음참깨, 참기름이 가공 가능하며, 들깨로는 들깨 소포장, 들기름이 있으며 들깨잎 절임이 있다. 땅콩으로는 볶아서 소포장하는 볶은 땅콩 소포장이 있다.

이를 종합적으로 요약하면 <표5-65>과 같다. 이들 품목은 시장조사 분석에서 곡성 가공공장의 가공품목으로 적합한지를 검토해야 한다.

<표 5-65> 시판품목 조사후 곡성군에 적용 가능한 주·부식 가공식품명

농산물명	가공품목명	비고
유기농쌀	소포장	
쌀	소포장, 떡볶이 떡, 떡국 떡	
쌀보리	소포장, 보리고추장, 보리차	
백주보리	엿기름가루, 엿기름	
완 두	소포장	
동 부	소포장	
옥수수	정곡 소포장, 옥수수차	
메 밀	메밀가루, 메밀묵, 메밀국수, 메밀냉면,	
콩	콩나물, 알곡소포장, 콩가루, 두부, 메주, 된장, 청국장, 메주가루, 볶은 콩가루, 콩국가루	
오 이	오이소박이, 오이절임, 오이장아찌, 오이피클	
호 박	호박고지, 호박가루	
배 추	배추김치, 절임배추	
무	무말랭이, 무말랭이 무침, 열무김치, 무장아찌	
고 추	고춧가루, 고추장, 풋고추 절임, 풋고추(잎)장아찌, 고추씨기름, 고추부각, 고추무침	
양 파	양파다짐	
생 강	생강다짐	
마 늘	깬마늘, 마늘다대기, 통마늘절임, 마늘쫑 절임, 마늘장아찌	
참 깨	볶은참깨, 참기름,	
들 깨	들기름, 깻잎 절임	
땅 콩	볶은 땅콩소포장	

3) 지역의견조사

지역에서 제시한 가공유망 제안품목은 곡물에서 쌀을 이용한 쌀엿, 쌀보리를 이용한 미숫가루, 맥주보리를 이용한 엿기름, 콩을 이용한 콩가루, 된장, 청국장, 두부, 메주, 녹두를 이용한 녹두가루와 청포묵, 메밀을 이용한 메밀가루와 메밀묵 등 이었다. 이 가운데 쌀엿은 주·부식이 아니고 기호식품이기 때문에 제외하고 녹두 제품은 생산량이 적어 앞에서 제외된 품목이다.

채소에 있어서는 오이를 원료로 한 오이장아찌, 마늘을 이용한 깎마늘과 마늘 절임, 고추를 이용한 고추절임과 고춧잎 절임 이었다. 그리고 들깨를 이용한 들깨볶음과 들깨잎 절임이 제시되었다.

지역에서 제시한 품목가운데 시장조사 품목에 가공 검토대상으로 추가되는 품목은 주·부식은 없고 기호식품인 볶음들깨와 보리 미숫가루 두 품목이었다.

지역 특산품으로 다슬기 국수와 다슬기 된장국이 제안되었으나 농산물이 아니어서 가공 검토 대상에서 제외하였다. 지역 우수 전통식품으로서 기정떡, 한과, 백일주 등이 제시되었다. 백일주는 주·부식이 아니어서 검토 대상에서 제외되었다.

따라서 곡성군 지역여건에 비추어서 가공 유망품목으로 제시된 품목가운데 분석대상으로 추가되는 품목은 기정떡과 한과였다.

4) 시장분석

앞에서 식품업체, 소비자, 식품유통업체 조사분석 결과 아래와 같은 품목가공이 유리한 것으로 요약되었다.

유기농쌀에 대한 소비자 관심이 높은 것으로 나타났다. 주식으로 매일 먹

는 쌀에 대한 농약으로 부터의 안전성 염려 때문인 것으로 분석되었다. 유기농쌀 작목반이 생산하고 군 단위 종합가공사업의 브랜드로 외주협력품목이 적합하다.

쌀을 이용한 떡볶이 떡과 떡국떡은 수입된 쌀가루와 밀가루등이 사용되어 가격경쟁력이 취약하다. 소포장 판매는 적합하나 민간 도정업체가 식재료 유통업체 협력업체로서 또는 단체급식소 직접납품 업체로서 공급 할 품목이다.

쌀보리를 이용한 소포장이 가능하며 보리고추장은 수요가 불투명하다. 그러나 쌀보리 수요는 미약한 것으로 조사됐다. 보리차는 가공기술이 단순하나 대기업이 수입원료를 이용하여 시장을 지배하고 있고 수요도 미약하다. 보리 미숫가루는 물에 용해할 때 커피가루 처럼 쉽게 퍼지게 하는 기술이 있어야 하며 수요가 미약하고 계절적이다.

맥주보리를 이용한 옛기름과 옛기름가루는 주·부식이 아니어서 수요가 미약할 뿐만 아니라 기존제품과의 시장경쟁도 불투명하다.

완두와 동부는 소포장 품목으로 일정한 수요가 있으며 경쟁도 심하지 않다.

옥수수 정곡 소포장은 강원도산이 가격과 소비자 인지도에 있어서 경쟁력을 가지고 있어 곡성산의 소포장화는 적합하지 않다. 메밀제품은 수입산 원료나 강원도산 원료가 경쟁력을 가지고 있다.

콩을 이용한 곡분은 시장이 불투명하고 장류는 대기업제품이 시장을 지배하고 있으며 콩나물은 소비자가 안전성에 관심이 가장 높은 품목으로 조사되었다. 따라서 안전성을 강조한 제품차별화를 통하여 판매처 확보 가능성이 높다. 두부도 콩나물과 유사한 수요의 특성을 가지고 있다.

오이를 이용한 제품은 오이소박이 이외에는 수요가 저조하다. 제품은 중소

식품업체 제품들이며 오이피클은 수입산이 가격 경쟁력을 갖는다.

호박을 이용한 건조제품인 호박고지는 수요가 감소하는 품목이며 호박 분말은 수요가 불투명하다.

배추를 이용한 배추절임은 김치제품업체에 반제품으로 납품하거나 식당이나 소비자 판매용을 고려해 볼 수 있다. 절임 배추생산은 수요가 많지 않은 실정이다. 배추김치는 수요가 지속적으로 늘어나고 있어 직접 소비자를 대상으로 한 판매제품으로 수요가 있기도 하자만 다른 가공업체와 OEM 거래가능 품목이다. OEM 거래시는 품질을 균일하게 유지하고 가격이 저렴해야한다. 김치가공은 배추원료 가격의 등락이 김치 사업에 영향을 준다.

무를 이용한 건조제품인 무말랭이는 수요가 감소하는 품목이며 무말랭이 무침도 마찬가지다. 건조채소는 대체로 수요가 감소하고 가격이 저렴한 수입산 때문에 사업성이 취약한 품목이다. 열무김치는 시장이 있으나 무장아찌 수요는 미약하다.

고추 가운데 홍고추를 이용한 고추장은 순창특산제품과 대기업제품이 시장을 지배하고 있으며 청결 고춧가루 생산에는 시설비가 많이 소요되고 대기업과 중소기업제품이 이미 경쟁이 심한 상태이다. 풋고추 절임류와 장아찌, 고추부각은 수요는 늘어나거나 많지는 않지만 경쟁이 심하지 않다. 고추무침 수요는 감소추세에 있다.

양파다짐과 생강다짐은 수요가 많지 않다. 간양파는 식재료로 수요가 있으나 최근 들어 수송중 신선도 저하와 손상이 많아 소비지에서 처리하려는 경향이 많다. 그리고 간양파는 양파 주산지에서 경쟁력을 갖는다.

마늘을 이용한 제품은 마늘이 거의 모든 음식조리에 사용되고 반찬으로 꾸준히 소비되고 있기 때문에 수요가 안정적이고 특정 브랜드 선호가 없는 중소

식품업체 제품으로서 시장진입이 용이하다. 마늘 다대기는 수요가 있으나 저온 유통을 해야하고 갈변현상 등이 해결해야할 과제이며 다른 품목의 다짐류와 같이 하지 않으면 품목의 생산관리와 영업관리가 쉽지 않으며 경제성도 취약하게 된다. 마늘은 이제 깎마늘로 구매가 이루어지고 있다. 중국산의 시장 점유량은 전체 시장의 5-10%인데 주로 단체급식소나 식당 중심으로 판매되고 국산은 대형할인점, 백화점, 수퍼 등에서 주로 판매된다.

참깨를 이용한 볶음참깨와 참기름은 소비자 조사에서 소비자가 불순물이 없는 순수한 제품인지와 국산인지에 대해 관심을 갖는 품목으로 소비자의 신뢰가 중요하다. 가공업체 조사에서도 참기름은 소비자 신뢰만 얻으면 사업성이 무난한 품목으로 제시되었다. 따라서 콩나물과 같은 이유로 진짜를 강조한 제품차별화를 통하여 판매처 확보가 가능하다. 일상적 판매 이외에 특히 명절에 선물용 판매도 많은 것으로 가공업체 조사에서 파악되었다.

들깨를 이용한 들깨볶음과 들기름은 판매가 쉽게 되어 유통기간이 길어지면 품질이 크게 저하되어 기술적으로 해결되어야 할 과제가 있다. 들깨잎 절임은 중국산이 가격경쟁력을 가져도 향과 조직감에서 국산이 경쟁력을 가지고 있다.

땅콩을 이용한 제품은 경기도 여주산이 경쟁력을 갖는다.

기타 사항에 있어서 딸기는 주·부식류는 아니지만 저온 저장하여 생산 단경기에 딸기 잼가공업체에 판매하는 것이 적합한 것으로 조사되었다. 곡물포장은 농협제품이 유리하고 대기업의 관심 품목이 아니다. 곡분제품은 농협제품을 선호하나 시장은 불투명한 상태이다. 쌀은 식재료 품목으로 적합하며 다른 농산물도 모두 적합하나 가격, 신선성, 품질, 적시배송이 중요한 조건이기 때문에 앞으로 품목별로 시장성을 보다 면밀히 검토하고 시장개척이 수반되어야 한다. 농산물은 앞으로 포장 거래화되기 때문에 포장 출하 사업이 필요하다. 지역 특산품으로서 기정떡과 한과는 곡성군지역에서 특산품으로 인식하고

있으나 소비자 조사결과 광주, 수도권에서는 인식이 미약했다. 따라서 수요가 불투명하다. 또한 기정떡은 여름철 계절 식품이고 한과는 명절 식품이기 때문에 활발한 판매는 기대하기가 곤란하다. 따라서 유보품목으로 분류한다. 두류는 소비자 조사결과 약 80%가 생체를 선호하고 11.3%가 데친 것을 선호하는 것으로 나타나 주·부식품으로 가공은 의미가 없는 것으로 나타났다.

곡성군에서 생산된 농산물을 이용한 주·부식 가공식품 유망품목을 이상과 같은 시장조사에서 검토하여 정리 요약한 결과는 <표5-66>과 같다.

<표 5-66> 시장분석후 곡성군에 적용 가능한 주·부식 가공식품명

농산물명	가공품목명	비고
유기농쌀	소포장	
완두	소포장	
동부	소포장	
콩	소포장, 콩나물, 두부	
오이	오이소박이	
배추	배추김치, 절임배추	
무	열무김치	
고추	풋고추 절임, 풋고추(잎)장아찌, 고추부각	
마늘	간마늘, 통마늘절임, 마늘쫑 절임, 마늘장아찌	
참깨	볶음참깨, 참기름,	
들깨	깨잎 절임	

이 가운데 유기농 쌀, 쌀, 쌀보리는 곡성군 가공사업에서 자체 도정시설을 갖을 수 없기 때문에 유기농 쌀은 유기농 작목반의 생산쌀을 곡성군 공동 브랜드로 OEM 판매가 적합하다.

5) 지역 가공업체조사

앞서 시장조사에서 도출된 가공 유망품목 가운데서 곡성군내 기존 식품업체 가공품목과 중복되는 주·부식 가공품목은 현재 시장에서 안정적으로 수요가 있는 품목인 두부, 김치류 및 절임류, 고추부각이다. 두부는 소비자 조사결과

안전성에 관심이 많고 농협과 같이 공공성이 있는 업체의 신뢰도가 높기 때문에 산지 군 단위 종합가공업이 엄격한 규격 제시로 품질관리를 하여 외주협력 사업으로 할 경우 유리하다.

김치류는 소비자 조사결과 앞으로 구입해서 먹겠다는 의사를 표현한 비율이 일정하게 있어 수요는 꾸준히 늘어날 것으로 전망이 되는 품목이다. 절임류는 소비빈도가 김치보다 낮은 반면 구입에 의존하려는 소비자 비율이 김치보다 높아 수요량은 많지 않으나 꾸준할 것으로 전망되는 품목이다. 따라서 기존에 가공업체가 사업관리에 경험이 있고 유통 시설이 있기 때문에 산지 종합가공업에서 직접 가공에 참여하기보다는 두부처럼 기존 지역가공업체와 OEM협력 관계를 통한 가공사업이 적합한 것으로 사료된다.

고추부각은 현지에서 생자연 식품이 이미 가공하고 있는 여러 종류의 부각 품목중 하나이다. 따라서 곡성군 가공사업에서 고추 한 품목을 가지고 부각가공을 하기보다는 여러가지 품목을 가지고 이미 사업을 정상적으로 운영하고 있는 생자연과 OEM 협력 사업이 적절하다. 즉 생자연 식품은 자체 상표로 판매하고 일정한 양은 군 단위 가공사업 브랜드로 시장을 확대 개척하여 OEM판매하는 것이 바람직하다.

라과 식품의 인진썩은 주·부식이 아니기 때문에 가공대상 품목에서 제외하여 유보품목으로 분류했으나 향후 군 단위 가공사업 브랜드로 시장개척이 가능할 경우 외주협력 품목으로 포함한다.

한과는 행사나 명절용 식품이고 소비자 조사에서도 수도권 및 광주지역에서도 특산품 인식이 안되어 있어 시장개척이 어려운 품목으로 전망된다, 따라서 지역협력 품목대상에서 제외한다. 기정떡은 여름철 식품으로 수요가 계절적이며 유통기간도 3일에 불과하고 소비자 조사 결과 수도권과 광주에서 특산품으로 인식되어 있지 않아 시장개척이 어려운 품목으로 전망된다. 따라서 외주

협력 품목에서 제외한다. 지역협력업체 조사후 곡성군에 적용 가능한 주·부식 가공품은 <표 5-67>과 같다.

<표 5-67> 지역업체 조사후 곡성군에 적용 가능한 주·부식 가공식품명

농산물명	가공품목명	비고
유기농쌀	소포장	
완 두	소포장	
동 부	소포장	
콩	소포장, 콩나물	
마 늘	간마늘	
참 깨	볶음참깨, 참기름	

6) 선정품목 종합

가) 가공유망품목

위와같은 과정을 거쳐서 가공 유망품목으로 선정된 품목을 종합적으로 정리하면 다음과 같이 요약된다<표 5-68>.

곡성군 군 단위 공장에서 가공이 유망한 품목으로 선정된 품목은 참기름, 볶음참깨, 간마늘, 콩나물이었고 선별하여 소포장하는 곡물은 콩, 동부, 완두였다. 이들 품목의 가공상 유리성은 수요의 연중성과 안정성, 원료저장성과 제품의 저장성, 수입산과 품질 차별화가능이며 가공기술이 단순하다.

곡물 소포장사업은 해당품목의 식부면적, 작황 등 생산량에 변화에 의한 가격에 영향을 받기 때문에 시장상황에 따라 다른 품목으로 용이하게 대체할 수 있다.

가공량과 공장설계도 그리고 수익성분석은 다음 제4절과 제5절에서 분석하였다.

<표 5-68> 가공유망 품목

농산물명	가공품목명	가공형태	자체생산	사업단계
참깨	볶음참깨	볶음	자체	1단계
참깨	참기름	착유	자체	1단계
마늘	깐마늘	제피	자체	1단계
콩나물콩	콩나물	재배	자체	1단계
잡곡	소포장브랜드화	선별포장	자체	1단계

나) 지역협력 품목

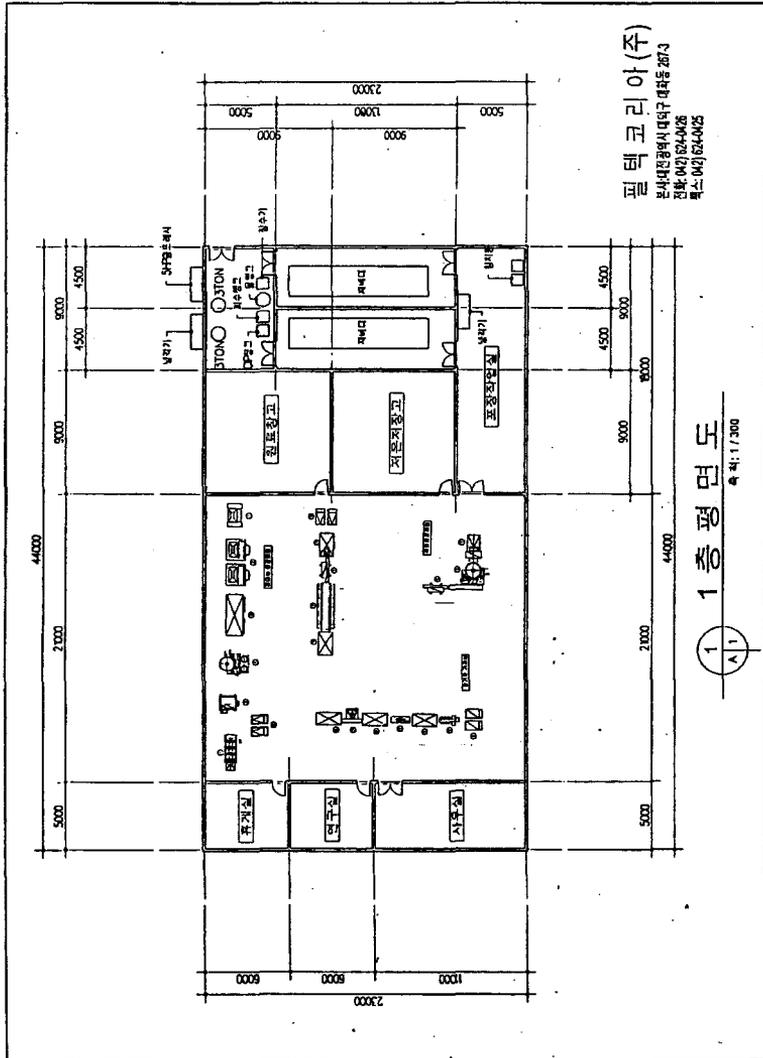
지역 협력품목은 곡성군내에 기존 가공업체가 이미 가공에 참여한 품목으로서 곡성군 군 단위 가공사업에서 자체 브랜드를 개발하고 이러한 브랜드로 시장개척을 해야 할 품목들이다. 주·부식류에 속하는 두부는 휴업중인 기존 가공업체에 외주를 주는 OEM 협력을 추진한다. 김치도 기존의 김치 가공업체와 OEM협력을 하되 절임류(깻잎, 마늘), 마늘다대기를 같이 한다. 부각은 이미 현지에서 사업이 잘 이루어지고 있으나 지역 특산품으로서의 시장 확대를 위해서 생자연 자체 브랜드판매 이외에 군 가공사업에서 시장개척을 하고 군 사업 브랜드로 OEM 협력을 추진한다. 쌀은 RPC와 협력하며 유기농쌀은 유기농쌀 작목반과 협력을 추진한다. 지역협력 사업은 본공장 가공사업이 안정화된 후에 2단계로 추진한다.

이들 품목을 표로 요약하면 <표5-69>과 같다.

<표 5-69> 지역 협력 가공품목

농산물명	가공품목명	가공형태	자체/외주	사업단계
쌀	유기농쌀	소포장	외주협력	2단계
배추	김치	김치	외주협력	2단계
깻잎	깻잎절임	절임	외주협력	2단계
콩	두부	단순가공	외주협력	2단계
마늘	마늘절임	절임	외주협력	2단계
고추등	부각	건조·볶음	외주협력	2단계

제 4 절 공장시설 기본 설계도



<그림 5-4> 공장 기본 설계도

1. 공장개황

곡성군에서 선정된 품목을 가공하기 위한 군 단위 농산물 단순 종합가공공장은 대지 600평에 주공장건물 250평, 콩나물재배사 64평으로 건평 314평 규모가 된다. 주공장 건물에는 기계류가 설치되고, 좌측으로 사무실, 연구실, 직원휴게실이 위치하고 우측으로 원료창고와 제품저장 창고가 배치된다.

그리고 가공설비로는 참기름을 착유하기 위한 참기름 가공시설, 깎마늘을 가공하기 위한 마늘박피시설, 콩나물을 재배하기 위한 콩나물재배사, 곡물을 소포장하기 위한 곡물 소포장라인 등이 있다.

2. 원료창고

원료창고는 가공에 필요한 원료농산물, 포장재 등을 저장하기 위한 시설로서 규모는 25평으로서 주공장 건물내에 위치한다.

3. 참기름가공

참기름 가공 주요 시설 및 장비로는 참깨 석발세척기, 이동운반통, 볶음솥, 착유기, 작업대, 충전기, 수축포장기, 박스페이핑기, L형운반카등 모두 9가지이며 공장내 왼쪽에 위치한다.

4. 참깨볶음

참깨볶음은 참기름 가공용 볶음솥을 이용하여 볶은 참깨를 곡물 소포장 라인의 포장기계를 이용하여 소포장하게 된다.

5. 깐마늘 가공

깐마늘 가공시설은 마늘쪽분리기, 마늘박피기, 건조기 등 3가지의 주요 기계류로 구성되며 작업과정에서 발생하는 불편을 막기 위하여 사무실과 거리를 두어 공장의 우측에 위치한다.

6. 콩나물 라인

콩나물라인은 정수기를 비롯하여 모두 16가지의 주요 기계류와 재배시설로 구성된다. 콩나물 라인은 주공장과는 별도로 콩나물 재배사를 갖추며 콩나물 재배사는 주공장의 냉장저장창고가 공동으로 이용될 수 있도록 주공장의 오른쪽에 위치시킨다.

7. 제품창고

제품창고는 저온저장고로서 주공장에서 생산된 참기름, 깐마늘, 소포장곡물과 콩나물 재배사에서 생산된 콩나물을 함께 저장하는데 유리하도록 주공장의 오른쪽에 위치시킨다.

8. 사무실 및 부대시설

사무실과 부대시설로서 간단한 실험시설을 갖추어 놓은 연구실, 화장실, 식당 등이 들어설 휴게실 등은 주공장의 왼쪽에 위치시킨다.

9. 기타

이상 설명한 공장시설의 기본 레이아웃은 <그림 5-4>와 같으며 세부설계는 사업착수 과정에서 이루어지게 된다.

제 5 절 수익성 분석

1. 시설투자 내역

앞에서 선정된 품목을 가공하기 위한 공장의 시설투자비는 모두 651.75백만원이 소요될 것으로 추정되었다<표 5-70>.

<표 5-70> 시설투자내역

항 목	수 량	금 액	비 고
착공이전비용		14.5 백만원	
설계비		8.2 백만원	토목 및 건설비의 2%
창업비		6.3 백만원	시설투자비의 1%
토지	600 평	24.0 백만원	평당단가 4만원 (곡성군청 제공 자료)
건물		410.2 백만원	
1. 주공장	250 평	375.0 백만원	평당단가 150만원 기준
2. 콩나물재배사	64 평	35.2 백만원	평당단가 55만원 기준
기계시설		196.1 백만원	용진기계산업 (펜텍코리아)
1. 콩나물재배시설	1 조	84.0 백만원	
2. 참기름제조시설	1 조	34.6 백만원	
3. 마늘박피시설	1 조	23.6 백만원	
4. 곡물충전시설	1 조	23.9 백만원	
5. 폐수처리시설	1 조	30.0 백만원	
차량	1 대	6.95 백만원	1톤 트럭
총계		651.75 백만원	

먼저 공장 건물을 건설하기 이전에 소요되는 착공이전비용은 설계비 8.2백만원과 창업비 6.3백만원 등 모두 14.5백만원이 소요될 것으로 추정되었다.

다음 토지는 공장의 건물면적 및 콩나물 재배사면적 314평에 건폐율 60%를 적용하면 524평이 필요할 것으로 추정되었으나 향후 시설 확대 가능성을 염두에 두고서 600평으로 정하였다. 곡성군 지역의 부지가격을 4만원이라고 가정하면 토지구입비는 24백만원으로 추정되었다. 또한 공장의 건축비는 주공장이 건평 250평, 평당 건설비 150만원을 가정하면 375백만원, 콩나물재배사가 건평 64평, 평당건설비 55만원을 가정하면 35.2백만원으로 모두 410.2백만원에 이르는 것으로 추정되었다.

기계시설비는 모두 196.1백만원이 소요되는 것으로 추정되었다. 각 시설별 상세명세는 <표 5-71>과 같다.

콩나물 가공시설의 경우 주공장 건물과 별도의 재배사 65평을 포함하여 정수기, 물탱크, 모터펌프, 재배stand, 전자콘트롤판넬, U.V자오살균기, 부로와, 살수기 등 총 17건의 기계류가 소요되어 모두 84백만원이 필요한 것으로 추정되었다.

참기름제조시설에는 참깨 석발세척기, 이동운반통, 볶음솥, 착유기 등 9건의 기계류가 소요되어 모두 34.6백만원이 필요한 것으로 추정되었다.

마늘박피시설에는 마늘쪽분리기, 마늘탈피기, 건조기 등 3건의 기계류가 소요되어 모두 23.6백만원이 필요한 것으로 추정되었다.

녹두, 완두, 동부, 메밀 등을 충전하여 소포장할 곡물충전시설에는 자동계량기, 버킷컨베이어, 밴드실라 등 4건의 기계류가 소요되어 모두 23.9백만원이 필요한 것으로 추정되었다.

이외에 폐수처리시설로 30백만원, 판매용 1톤 트럭구입비로 695만원이 소요되는 것으로 가정하였다.

<표 5-71> 기계설비 세부내역

단위 : 원

설비명	단가	대수	금액
콩나물 가공시설			84,000,000
1. 정수기	12,000,000	1	12,000,000
2. 물탱크	300,000	5	1,500,000
3. 모터펌프	150,000	6	900,000
4. 재배STAND	6,500,000	2	13,000,000
5. 전기콘트롤판넬	3,000,000	1	3,000,000
6. U.V자오살균기	4,000,000	2	8,000,000
7. 부로와	370,000	2	740,000
8. 살수기	1,600,000	2	3,200,000
9. 자외선살균기	360,000	1	360,000
10. 냉각기	1,300,000	2	2,600,000
11. 밸브 및 배관	1,800,000	1	1,800,000
12. 파렛트	1,800,000	1	1,800,000
13. 콤퓨레샤, 건조기	4,500,000	1	4,500,000
14. 침지탱크	1,000,000	2	2,000,000
15. 냉동기	7,000,000	1	7,000,000
16. 물탱크다이	1,300,000	3	3,900,000
17. 재배사시설비	17,700,000	1	17,700,000
참기름제조시설			34,600,000
1. 참깨 석발세척기	4,500,000	1	4,500,000
2. 이동운반통	700,000	2	1,400,000
3. 볶음솥	3,600,000	1	3,600,000
4. 착유기	7,500,000	1	7,500,000
5. 작업대	650,000	2	1,300,000
6. 충전기	8,500,000	1	8,500,000
7. 수축포장기	3,200,000	1	3,200,000
8. 박스데이핑기	3,200,000	1	3,200,000
9. L형운반카	700,000	2	1,400,000

<표 5-71> 기계설비 세부내역(계속)

단위 : 원

설비명	단가	대수	금액
마늘박피시설			23,600,000
1. 마늘쪽분리기	4,800,000	1	4,800,000
2. 마늘탈피기	7,800,000	2	15,600,000
3. 건조기	3,200,000	1	3,200,000
곡물충진시설			23,900,000
1. 자동계량기	12,000,000	1	12,000,000
2. 버켓콘베어	4,500,000	2	9,000,000
3. 벤드실라	2,900,000	1	2,900,000
폐수처리시설			30,000,000
1. 폐수처리설비	30,000,000	1	30,000,000

2. 총이윤

4개의 라인을 가진 가공공장을 1일 8시간 기준 월 25일, 연 12개월을 가동할 경우 총이윤¹⁾은 169,016천원으로 추정되었다<표 5-72>.

제품의 판매비중은 금액기준 참기름이 39.0%, 간마늘 20.3%, 콩나물 18.4%, 등이며, 나머지를 볶은 참깨와 소포장이 차지하는 것으로 추정되었다. 또한 이

- 1) 각 품목별 이윤은 납품단가를 알 수 있었던 참기름, 볶은 참깨, 콩나물, 간마늘, 소포장 콩의 경우 납품단가에서 제조원가 + 판매 및 일반관리비를 제외하여 추정하였고, 납품단가를 알 수 없었던 소포장동부, 소포장완두의 경우 제조원가 + 판매 및 일반관리비에 이윤율 10%를 가정하여 추정하였다.

윤에서 차지하는 비중은 콩나물 28.8%, 간마늘 25.0%, 참기름 22.5% 등이며 나머지를 볶은 참깨와 소포장이 차지하는 것으로 추정되었다.

<표 5-72> 품목별 제품 단위당 제조원가 및 이윤 명세서

단위 : 천원

품 목 (용량)	참기름	볶은 참깨	콩나물	간마늘
	250 ml	200 g	500 g	500 g
제조원가 계(원)	6,672	3,128	387	1,277
재료비	5,198	2,908	233	778
주재료비	4,906	2,748	113	728
포장재료비	292	160	120	50
노무비	898	141	87	304
제조경비	576	80	67	195
일반관리비(원)	650	305	38	124
납품원가(원)	7,323	3,433	425	1,402
이윤(원)	529	510	95	235
납품가격(원)	7,852	3,943	519	1,636
납품수량(개)	72,000	15,000	514,286	180,000
연간납품총액(천원)	565,313	59,143	267,055	294,545
연간이윤총액(천원)	38,080	7,643	48,711	42,263

품 목 (용량)	소포장 콩	소포장완두	소포장동부
	500 g	500 g	500 g
제조원가 계(원)	1,734	1,342	1,698
재료비	1,345	952	1,309
주재료비	945	552	909
포장재료비	400	400	400
노무비	252	252	252
제조경비	138	138	138
일반관리비(원)	169	131	166
납품원가(원)	1,903	1,472	1,864
이윤(원)	369	147	186
납품가격(원)	2,273	1,620	2,050
납품수량(개)	51,300	30,000	48,000
연간납품총액(천원)	116,591	48,590	98,412
연간이윤총액(원)	18,954	4,417	8,947

각 품목별 납품가격 명세를 살펴보면 참기름은 250ml 한병당 제조원가가 6,672원, 일반관리비 650원, 이윤 529원으로 납품가격이 7,852원이 될 것으로 추정되었다.

다음으로 볶은 참깨의 경우 250g 비닐포장 1봉지당 제조원가가 3,128원, 일반관리비 305원, 이윤 510원으로 납품가격이 3,943원이 될 것으로 추정되었으며, 콩나물의 경우 350g 단위 플라스틱 1컵당 제조원가가 387원, 일반관리비 38원, 이윤 95원으로 납품가격이 519원이 될 것으로 추정되었다.

간마늘은 500g 그물망 1개당 제조원가가 1,277원, 일반관리비 124원, 이윤 235원으로 납품가격이 1,636원이 될 것으로 추정되었다.

또한 소포장 콩의 경우 500g 비닐포장 1봉지당 제조원가가 1,734원, 일반관리비 169원, 이윤 369원으로 납품가격이 2,273원이 될 것으로 추정되었으며, 완두소포장의 경우 500g 비닐포장 1봉지당 제조원가가 1,342원, 일반관리비 131원, 이윤 147원으로 납품가격이 1,620원이 될 것으로 추정되었으며, 소포장 동부는 500g 비닐포장 1봉지당 제조원가가 1,698원, 일반관리비 166원, 이윤 186원으로 납품가격이 2,050원이 될 것으로 추정되었다.

3. 손익분기점 분석

손익분기점 매출액²⁾은 다음 (1)식에 의해서 결정되므로 고정비와 영업외 수익이 추정되어야 한다.

$$(1) \text{ 손익분기점 매출액} = \frac{\text{고정비} - \text{영업외수익}}{1 - \frac{\text{변동비}}{\text{매출액}}}$$

2) 한국은행, 「기업경영분석」, 1999.

따라서 손익분기점 매출액이 결정되기 위해서는 고정비와 변동비, 영업외수익이 추정되어야 하며, 변동비는 다음 (2)식, (3)식, (4)식에 의해서 결정된다.

$$(2) \text{ 변동비} = \text{총비용} - \text{고정비} - \text{특별손실}$$

$$(3) \text{ 고정비} = \text{판매 및 일반관리비} + \text{노무비의 } \frac{1}{2} + \text{제조경비} - \text{외주가공비} + \text{영업외 비용} + \text{재고조정중의 고정비}$$

$$(4) \text{ 재고조정중의 고정비} = (\text{매출원가} - \text{당기총제조비용}) \times (\text{노무비의 } \frac{1}{2} + \text{제조경비} - \text{외주가공비}) \div \text{당기총제조비용}$$

그러나 본 분석에서 외주가공은 없는 것으로 가정하였으며, 특별이익이나 특별손실도 없는 것으로 가정하였다.

따라서 본 분석에서 손익분기점 매출액을 산정하기 위한 식에서 (2)식, (3)식, (4)식은 다음의 (2)'식, (3)'식, (4)'식으로 변형이 가능하다.

$$(2)' \text{ 변동비} = \text{총비용} - \text{고정비}$$

$$(3)' \text{ 고정비} = \text{판매 및 일반관리비} + \text{노무비의 } \frac{1}{2} + \text{제조경비} + \text{영업외 비용}$$

$$(4)' \text{ 재고조정중의 고정비} = (\text{매출원가} - \text{당기총제조비용}) \times (\text{노무비의 } \frac{1}{2} + \text{제조경비}) \div \text{당기총제조비용}$$

(1)식, (2)'식, (3)'식, (4)식을 이용하여 손익분기점 매출액을 추정하여 보면 다음과 같다.

먼저 재고조정중의 고정비를 추정하면 매출원가가 1,280.6백만원, 당기총제

조비용이 1,166.9백만원, 노무비의 1/2이 99.4백만원, 제조경비가 130.3백만원이므로 재고조정중의 고정비는 22.4백만원으로 추정되었다.

고정비용을 추정하여보면, 판매 및 일반관리비가 113.7백만원, 노무비의 1/2이 99.4백만원, 제조경비 130.3백만원, 영업외 비용³⁾이 20.2백만원, 재고조정중의 고정비가 22.4백만원이므로 고정비용은 386.0백만원에 이르는 것으로 추정되었다.

따라서 총비용이 1,166.9백만원이고, 고정비가 386.0백만원이므로 변동비는 894.6백만원으로 추정되었다. 또한 여기에 매출액이 1,449.6백만원, 영업외 수익이 3.0백만원으로 추정되었으므로 손익분기점 매출액은 999.8백만원으로 추정된다. 그리고 매출액 대비 손익분기점 매출액의 비율인 손익분기점률은 69.0%에 이르는 것으로 나타났다.

4. 내부수익률

내부수익률은 초기 공장의 건설에서부터 시작하여 공장 가동기간동안 수익 흐름과 비용 흐름의 현재 가치를 같게 해주는 수익률을 나타낸다.

3) 영업외 수익 및 비용은 모두 금융비용 및 금융수익으로서 다음과 같은 가정하에 산출되었다.

1. 원료수매에 필요한 자금은 산지일반업체자격으로 농협중앙회에서 정책자금인 원료수매자금을 금리 연리 8%에 융자받는 것을 가정
2. 포장재료는 년초에 1년간 필요한 양을 연초에 구입하는 것으로 가정
3. 기타 운영비는 월단위로 소요되는 것으로 가정
4. 원료수매자금을 제외한 소요자금의 차입이자율은 연 13%를 가정
5. 예금이자율은 월 4% 가정
6. 판매대금은 차입자금의 원리금 상환에 우선적으로 이용되고, 남는 금액은 은행에 예금되는 것으로 가정

본 분석에서는 공장 가동기간은 주기계의 감가상각연한인 11년으로 가정하였으며, 제비용 및 매출액 규모는 매년 일정하다고 가정하였다. 초기의 설비투자 및 가동기간동안의 운영자금 투자에 대한 비용과 제품판매로 얻은 수익은 다음 <표 5-73>과 같다.

이 같은 수익과 비용의 흐름을 일치시켜주는 할인율은 28.7%로 나타나 분석 대상인 가공공장의 내부수익률은 28.7%인 것으로 추정되었다. 사회적 이자율을 3년만기 회사채의 이자율로 가정하면, 이 이자율이 9~10% 수준에 있으므로, 내부수익률 28.7%는 초기투자자금 및 운영자금에 대한 기회비용인 사회적 이자율보다 높으므로 본 사업은 수익성이 있다고 추정된다.

<표 5-73> 내부수익률(IRR)

단위 : 천원

항 목		연 도			
		2001	2002~2008, 2010~2011	2009	2012
비 용	시설투자	651,757	-	6,950	-
	재 료 비	-	837,840	837,840	837,840
	노 무 비	-	198,750	198,750	198,750
	가공경비*	-	106,787	106,787	106,787
	일반관리비*	-	112,837	112,837	112,837
	계	651,757	1,256,214	1,263,164	1,256,214
수 익	매 출 액	-	1,449,648	1,449,648	1,449,648
	시설잔존가치	-	-	-	335,226
	계	-	1,449,648	1,449,648	1,784,875
순 수 익		- 651,757	193,434	186,484	528,661

주 : * 가공경비 및 일반관리비에서 감각상각비 제외
내부수익률(IRR) : 28.7 %

5. 가동률 및 원료가격 변화에 따른 수익성 변화

이상에서는 기본가정 즉, 공장 가동률을 100%로 유지하고, 원료가격이 기준 가격(조사된 가격)으로 일정하다고 가정하고 분석을 진행하였다.

본항에서는 다른 조건은 기본가정과 같으나 가동률만 변동할 때 수익지표의 변화와 역시 다른 조건은 기본과정과 같으나 원료가격만 변화할 때 수익지표의 변화를 살펴보기로 하겠다<표 5-74>.

먼저 가동률의 변동에 따른 수익지표의 변화를 살펴보면, 가동률이 100% 일 때 손익분기점률은 69.0%, 손익분기점 매출액은 999.9백만원이었으며, 내부수익률은 28.7%, 연간 총이윤은 169.0백만원이었다.

가동률이 90%로 감소하면, 손익분기점률은 77.1%로 높아지고, 내부수익률은 19.1%로 감소하는 것으로 나타났다. 그러나 90%의 가동률에서도 내부수익률이 사회적 이자율보다 높으므로 수익성이 있다고 판단된다.

가동률이 80.616%로 감소하면 손익분기점률은 86.9%로 더욱 높아지고, 내부수익률은 9.5%가 되어 사회적 평균이자율과 같다고 판단된다. 따라서 가동률을 제외한 제가정이 맞다면 본 분석에서 대상으로 하는 공장은 가동률이 최소한 80.616% 이상을 유지하여야만 수익성이 있는 사업으로 판단된다.

가동률이 80%가 되면 손익분기점률은 88.1%로 더욱 높아지고 내부수익률도 8.39%로 낮아져 수익성이 없는 사업이 되고 만다. 이 정도의 가동률 하에서는 투자자금 전액을 외부차입 없이 자기자본을 가지고 사업한다고 할 때 손해는 보지 않지만 사업을 영위하기 보다 사회적 평균 이자율을 지급하는 회사채 등에 투자하는 것이 오히려 낫다는 의미가 된다.

<표 5-74> 가동률 변동에 따른 수익지표의 변화

항 목 가동률	손익분기점		내부수익률	
	비율(%)	매출액(천원)	IRR(%)	총이윤(천원)
100%	69.0%	999,850	28.71%	169,016
90%	77.1%	1,006,288	19.08%	110,687
80.616%	86.9%	1,015,288	9.5%	55,552
80%	88.1%	1,021,974	8.39%	49,414
70%	102.8%	1,042,984	-3.39%	- 11,859
60%	122.1%	1,061,604	-16.39%	- 70,188

또한 가동률이 더욱 하락하여 70%나 60%대가 되면 손익분기점률이 100%를 넘어서게 되고 내부수익률이 마이너스가 되어 사업을 하지 않는 것이 오히려 낮게 된다.

즉 4개 공정의 평균 가동률이 80.616% 이하로 떨어지게 되면 공장을 가동해서는 안된다.

다음으로 원료가격 변화에 따른 수익지표의 변화를 살펴보면, 원료가격이 기준가격일 때 손익분기점률은 69.0%, 손익분기점 매출액은 999.9백만원이었으며, 내부수익률은 28.7%, 연간 총이윤은 169.0백만원이었다<표 5-75>.

<표 5-75> 원료가격 변화에 따른 수익지표의 변화

항 목 원료가격	손익분기점		내부수익률	
	비율(%)	매출액(천원)	IRR(%)	총이윤(천원)
16.39% 인상	87.1%	1,263,224	9.5%	55,552
5% 인상	73.7%	1,068,486	23.04%	134,415
기준가격	69.0%	999,850	28.71%	169,016
5% 인하	64.8%	938,994	34.27%	203,617
10% 인하	61.0%	884,715	39.77%	238,217

원료가격이 기준가격보다 5% 인상되면 손익분기점률이 73.7%로 높아지고, 내부수익률은 23.0%로 낮아진다. 그러나 이 가격 하에서도 내부수익률이 사회적 이자율보다 높으므로 수익성이 있다고 판단된다.

원료가격이 기준가격보다 16.39% 인상되면 손익분기점률은 87.1%로 더욱 높아지고, 내부수익률은 9.5%가 되어 사회적 평균이자율과 같다고 판단된다. 따라서 원료가격을 제외한 본 분석에서 대상으로 하는 공장은 원료가격이 기준가격 대비 최소한 16.39% 까지 증가하여도 수익성이 있게 된다.

원료가격이 더욱 인상되어 기준가격 대비 16.39% 이상이 되면 손익분기점률은 더욱 높아지고 내부수익률도 9.5% 이하로 낮아져 수익성이 없는 사업이 되고 만다.

반대로 원료가격이 기준가격보다 인하되면 손익분기점률은 더욱 낮아지고, 내부수익률은 더욱 높아져 수익성은 개선되는데, 5% 인하되었을 때 손익분기점률은 64.8%, 내부수익률은 34.3%에 이르게 되며, 10% 인하되었을 때 손익분기점률은 61.0%, 내부수익률은 39.8%로 높아지는 것으로 나타났다.

6. 수익성 분석의 한계 및 고려사항

이상의 수익성 분석은 일정한 가정 위에서만 성립하는 것이다. 먼저 본 분석에서는 4가지 공정을 가진 가공공장에서 4가지 품목만을 생산 판매하는 것을 가정하고서 수익성을 분석하였다.

그러나 본 모형에서 상정하는 가공공장은 상기 4가지 품목의 생산·판매 외에 지역 내 가공업체로서 시장개척을 통하여 해당 품목이 시장성을 갖는 품목은 해당업체와 협의하여 일정량 또는 전량을 외주품목으로 하고 마케팅을 대행하여 품목구색을 갖추고 수수료 수입을 얻는 것을 상정하고 있다. 그러나

본 수익성 분석에서는 외주는 포함되지 않은 것으로서 실제 수익성은 외주의 여부에 따라 달라 질 수 있다.

외주를 주지 않는다고 하더라도 사례지역에 들어서게 될 가공공장은 본 분석에서 가정한 품목과 가정한 생산량을 고집할 필요는 없다고 판단된다.

본 분석은 앞서도 언급한 것처럼 사례지역의 원료생산여건, 주변 소비지의 소비여건을 감안하여 품목과 생산능력을 선정하였다. 그러나 실제 들어설 공장은 주어진 원료 생산여건에 더하여 개별 품목의 단위당 수익률이 높을 경우 원료 구매가를 높여주면서 재배면적을 어느 정도까지 확대할 수 있을 것인가, 또한 유통업체 납품가격을 인하하면서 판매량을 어느 정도까지 늘릴 수 있을 것인가를 종합적으로 고려하여 결정하여야 한다.

또한 원료는 전량 관내에서 생산된 농산물만을 이용하는 것으로 가정하였다. 따라서 4개 각 공정별 생산능력은 그 범위 내에서 결정되었다. 그러나 공장을 건설하고 기계설비를 갖추는 시점에서 생산능력은 원료여건 보다는 기계의 효율성에 맞추어야 할 것으로 판단된다.

동일한 제품을 생산하는 기계설비를 고려할 경우 생산용량을 두 배로 늘린다고 해서 설비비가 2배로 들어가지는 않는다. 또한 본 분석에서는 지역 내에서 생산되는 원료농산물 중 수집할 수 있는 양에 맞추어 기계의 생산능력을 결정하였으므로 각 공정별로 기계의 가격대비 효율성을 고려한 생산능력은 아니다. 그러나 지역 내에서 수집량을 증가시켜 생산능력을 늘리거나, 전량 지역 내에서 충당하지 않더라도 50%가 넘지 않는 범위 내에서 인근 지역이나 도매 시장에서 구입한 원료를 사용한다고 가정하고 생산량능력을 늘리는 것이 기계의 가격대비 효율성을 제고시키는 방법이 되며, 이렇게 할 경우 수익성은 더욱 제고될 수 있다.

예로써 본 분석의 4가지 공정 중 콩나물 가공시설의 경우 최적 시설 용량은 하루에 2.5M/T의 콩나물을 생산할 수 있는 규모라고 한다. 그러나 본 분석에서는 지역 내에서 생산되는 콩나물 콩의 수집가능량, 판매가능량 등을 종합적으로 고려하여 하루에 600kg의 콩나물을 생산하는 규모로 결정하였다. 그리고 콩나물 재배시설을 설치하는데 드는 비용은 최적시설 용량대비 절반 수준 정도 밖에 감소하지 않는다. 따라서 콩나물 콩 수집체계의 개선과 마케팅 능력의 제고를 통하여 하루 2.5M/T의 콩나물을 재배하는 것이 최적일 경우 굳이 본 분석에서처럼 하루 600kg 생산 능력의 콩나물 재배설비를 고집할 필요는 없다고 판단된다.

그리고 본 분석에서는 가동률 100%를 유지할 때 생산되는 양을 모두 판매할 수 있는 마케팅 능력을 가정하고서 분석하였다. 그러나 실제 들어서는 공장은 사업주의 마케팅 능력에 따라서 수익성에 큰 편차를 보일 것이다.

다음으로 원료농산물 가격이 변하게 되면 수익성에서 큰 변화가 올 수 있다. 국내산 농산물이 수입 농산물과 뚜렷한 품질 격차를 보이는 경우 국내산 농산물 가격이 상승할 때 제품 판매가격도 어느 정도 연동하여 상승하게 되므로 수익성의 변화는 크지 않을 것으로 판단된다. 그러나 본 분석에서 고려한 제품 중 비교적 높은 단위당 이윤율을 보인 깐마늘의 경우 국내 작황이 부진하게 되면 원료 구입가격은 크게 상승하는 반면, 수입 마늘⁴⁾을 이용한 깐마늘 또는 수입 깐마늘과의 경쟁 때문에 제품의 납품가격 인상에는 한계가 있어 마늘의 국내작황에 따라 수익성이 크게 변동할 소지를 가지고 있다.

본 수익성 분석에 근거하여 사업을 고려할 경우 품목 및 생산능력은 이상의 한계를 고려하여 결정해야 할 것으로 보인다.

4) 수입마늘과의 경쟁에서 최근 부과된 고율의 긴급관세로 인하여 2003년 5월까지 국내산 마늘이 경쟁력을 유지할 수 있을 것으로 보이나 고율의 긴급관세가 부과 기간이 종료되면 경쟁력이 크게 약화될 것으로 우려된다.

제 6 절 사업 운영

1. 운영주체

운영주체를 결정하는 데는 SWOT 분석방법을 사용하였다. 이 방법은 가공사업의 여건을 강점, 취약점, 기회, 그리고 위험요소 등으로 구분하여 군직영, 민관합작, 농협연합, 농업인 각각의 경우를 대비하여 분석하였다.

곡성군의 가공사업여건의 강점은 첫째 지리적으로 중산간부지역이며 오염원이 되는 굴뚝산업이 없어 앞으로 소비자들에게 곡성군을 청정지역으로 인식시키는 것이 가능하다는 점이며 따라서 가공원료의 저공해성을 활용할 수 있다. 둘째 승용차로 30분-1시간 거리 이내에 광주, 순천, 여수등 소비도시가 인접해 있어 식품시장의 접근이 용이하다. 셋째 곡성군 공무원의 가공사업에 대한 적극적이고 높은 열의가 강점이 되고 있다.

반면 곡성군의 가공사업여건의 취약점은 첫째 대외적으로 가공에 적합한 성가있는 주산 농산물이 없다는 점이다. 둘째 지역경제의 허약으로 가공사업을 적극적으로 추진할 수 있는 민간자본이 취약하다는 점이다. 셋째 곡성군은 전형적인 중산간부 농촌으로서 稅收가 미약하여 재정이 취약하며 따라서 가공사업에 직접 투자할 여력이 적다는 점이다. 넷째 농협은 대체적으로 장기간에 걸쳐서 수익이 실현되거나 다소라도 위험부담이 있는 사업의 참여를 주저하는 경향이 있다. 이는 조합장이 선출직이어서 임기내에 수익이 있는 안전한 사업의 추진이 보다 유리하기 때문이다. 다섯째 곡성군에서 독점적으로 보유하고 있는 가공원료 농산물이 없어 곡성군 직영으로 수행할 만한 가공품목이 없다. 여섯째 소비자 조사결과 식품안전 보장기관이나 단체에 대한 신뢰도에서 군지방자치단체가 매우 낮다는 점이다.

곡성군 가공사업 주변여건에서 좋은 기회라면 첫째 소비자들의 식품안전성에 대한 관심이 매우 높아지고 있다. 따라서 안전성이 보장된 농산물을 가공하면 사업성이 있게 된다. 둘째 수입 농산물이 국산농산물로 빈번히 둔갑되고 있다. 따라서 국산농산물을 선호하는 소비자에게 국산 농산물이라는 사실이 보장되면 사업성이 있게 된다. 셋째 주·부식 가공식품에 대한 수요가 늘어나고 있다. 넷째 식재료 유통업체, 대형할인점등 새로운 식품 유통업체가 늘어나면서 거래상 공신력있는 가공사업 주체가 요구되고 있다.

곡성군 가공사업 주변여건에서 불리한 여건이라면 첫째 군 지역내 가공사업이 위축되고 있다는 점이다. 많은 민간업체들이 휴업을 하고 있다. 둘째 산지 가공사업에 대한 중앙정부의 지원이 축소되고 있다는 점이다. 이러한 내용을 분석하면 <표 5-76>과 같다.

<표 5-76> SWOT 분석표

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> - 청정지역 소비자 인식 가능 - 인근에 소비 도시 인접 - 신뢰성을 요구하는 가공품목의 선정 - 곡성공무원의 사업에 대한 높은 열의와 추진 	<ul style="list-style-type: none"> - 식품안전 보장면에서 군 행정당국에 대한 소비자 평가 저위 - 곡성군 지역의 민간 자본 부족 - 곡성군청의 재정취약 - 농협은 장기 수익실현 사업 주저 - 군 소유 가공원료 농산물이 없음
Opportunity	Threat
<ul style="list-style-type: none"> - 수입농산물이 국내 농산물로 둔갑 - 소비자들의 식품안전에 대한 높은 관심 - 농협에 대한 소비자 신뢰도 존재 - 식품 유통업체의 증가로 판로 확대 	<ul style="list-style-type: none"> - 군 지역내의 가공사업 위축 - 산지 가공사업에 대한 중앙정부의 지원 축소

분석결과 군 직영은 군청이 독점적으로 소유하고 있는 농산물 가공원료가 없으며 가공식품의 안전성 보증에 대한 소비자의 신뢰가 낮고 군 재정여건이 취약하여 곤란하다. 농업인이 경영주체로 참여하는 것은 품목과 사업성격상 군 단위 식품가공사업에 적합하지 않았다.

농협과 민간합작은 장단점이 각각 있다. 농협이 연합하여 할 경우 시설의 공동 이용, 판매의 공동 노력, 소비자 신뢰확보 유리등의 이점이 있으나 조합들의 참여 주저, 조합상호간의 책임 회피 가능 등이다. 농협(연합)과 곡성군청이 공동으로 하는 제3섹터 방식은 공동출자에 의한 자금부담 경감, 곡성군청의 행정적 지원이 유리하나 농협의 이익, 가공사업 이윤, 군청의 공익성이 상호 충돌할 가능성이 있다. 결론적으로는 서로 우열을 가리기 곤란하나 이윤동기와 농민 조합원 이익동기 측면에서 농협연합 형식이 나을 것이나 출자금의 분담과 지방정부의 행정적 지원 활용의 측면에서는 제3섹터 방식이 나을 것이다.

2. 사업조직

군 단위 산지농산물 가공사업은 사업 이윤과 함께 지역 농민, 지역가공업체의 경제적 이익 창출도 중요하기 때문에 자체 가공공장에서 가공하는 것 이외에 지역가공업체와의 협력사업 및 산지유통사업을 병행하는 것이 필요하다. 이는 농촌의 여건, 정부의 산지 유통활성화 정책 등에도 부합된다.

곡성군내 기존 가공업체중 외주협력업체로 참여하는 경우 군 가공공장의 브랜드로 판로를 개척하여 주되 일정한 수수료를 받게 되어 다양한 품목으로 구색을 갖추게 되고 경영수익에도 기여하게 된다. 그러나 가장 중요한 것은 협

력업체가 군 가공공장의 엄격한 제품규격 요청에 따라 생산을 하여 소비자 신뢰를 잃지 않아야 한다. 그 이유는 협력품목에서 문제가 생겨 소비자 신뢰를 잃게 되면 본 공장에서 가공하는 품목 전체에 부정적 영향을 미치기 때문이다. 지역 협력 가공사업은 본 공장가공사업이 안정화되고 난 다음에 착수하여야 한다.

본 연구사업에서 수행된 농민 설문조사에서 산지 유통사업에 대한 농민의 의견이 몇 가지 제시되었다. 첫째 재배한 농산물의 판매는 응답자의 85%가 농협이나 농민단체가 담당해주기를 희망하고 있었고 저장에서 60% 이상이 농협이나 농민단체가 담당해 주기를 희망했다<표 5-77>.

<표 5-77> 농민의 판매 담당 희망처

단위: 명(%)

구분	농가	농협	농민단체	민간상인	합계
판매	57(13.5)	338(80.1)	21(5.0)	6(1.4)	422(100.0)
저장	156(39.6)	197(50.0)	40(10.2)	1(0.3)	394(100.0)

둘째 농협 계통출하와 민간상인 판매 가운데서 응답자의 74.5%가 농협계통출하가 더 이익이라고 생각하고 있었다<표 5-78>.

<표 5-78> 농민의 판매 유리처에 대한 의견

단위: 명(%)

구분	농협	민간상인	합계
	322(74.5)	110(25.5)	432(100.0)

셋째 농가의 농업 노동력이 노령화되어 현재의 가족 노동 중심의 농산물의 수확과 포장이 앞으로 어려워질 것으로 예상되고 있다. 더욱이 농산물 거래에서 규격화, 포장화가 확대되어 가고 있는 추세이다.

따라서 군 가공공장에서는 인력 및 수송차량 풀제를 운영하여 산지 농산물의 수확, 포장, 출하를 수수료 조건으로 농민이 필요로 하는 품목을 대상으로 대행사업을 할 수 있을 것이다. 인력은 11개 읍면 거주 노동력을 실적급 계약제로 군 가공공장에 등록하여 두고 사안이 발생할 때마다 등록되어 있는 노동력 가운데 시간적으로 작업 가능한 인력을 차출하여 현지에 나가 수확, 포장 작업을 한다. 이는 민간 상인의 발매기 사업과 유사하나 차이점은 군 가공사업의 경우 대상 농산물을 매취하지 않고 수확, 포장, 수송 대행을 하고 수수료를 받는다는 점이다. 수송차량은 단위 농협차량 차량을 회원제 카풀(car pool) 형식으로 확보하여 작업사안이 발생하였을 때 활용하면 단위조합은 차량의 활용도 제고라는 이점도 얻게 되어 단위조합의 경영에도 기여할 수 있다.

또한 농산물이나 가공식품에 대한 사이버 공간을 통한 거래가 확대 될 것으로 전망되고 있다. 사이버 거래에서는 제품의 규격화, 거래자의 공신력이 중요하며 주문에 대응하기 위해서는 농산물의 적정량 확보 및 공급 능력이 있어야 한다. 군 단위 농산물 가공사업이 군 지역의 다수 농협이 참여할 경우 이러한 조건에 부합된다. 따라서 군 단위 농산물 가공사업이 농산물 전자상거래 수요에 대응하기 위해서는 산지 유통사업을 병행해야 한다.

그리고 장기적으로는 일본을 겨냥한 지역 농산물 수출대행 사업도 추진할 필요가 있다. 최근 국내산 농산물의 수출이 증가하고 있으며 특히 대 일본 수출이 크게 늘고 있다. 곡성군에서도 딸기와 배가 일부 수출이 되고 있으나 특히 일본을 대상으로 청정성을 바탕으로 한 농산물의 수출 전망이 밝다. 농민 설문 조사에서도 응답자의 40%가 조건이 까다롭더라도 수출 농산물의 생산에 참여할 의사가 있다고 대답하였다<표5-79>.

<표 5-79> 농민의 수출농산물 생산 참여의사

단위: 명(%)

구분	있다	없다	모르겠다	합계
		174(40.1)	145(33.4)	115(26.5)

또한 유기농산물 생산에 참여할 의사를 나타낸 농민도 63.3%에 달하였다<표 5-80>.

<표5-80> 농민의 유기농산물 참여의사

단위: 명(%)

구분	있다	없다	모르겠다	합계
		276(63.3)	84(19.3)	76(17.4)

따라서 수출농산물 생산을 위한 인적 자원은 충분하다고 할 수 있다.

3. 사업추진

사업추진은 1단계, 2단계, 3단계로 구분하여 추진하는 것이 바람직하다. 1단계에서는 본 공장에서 가공하게 될 가공품목의 생산 판매에 치중하여 사업을 안정화시킨다. 2단계에서는 지역내 가공업체와 협력사업을 시작하고 산지 유통사업을 추진한다. 산지유통사업에는 일반 농산물 출하대행사업 이외에 농산물 전자 상거래 사업, 농산물 수출 사업을 포함한다. 3단계에서는 식품시장 여건에 따라 가공 대상품목을 추가하여 사업을 확대한다.

공장 위치 결정은 원칙적으로 공업용수, 인력, 교통편의성, 통신, 환경관리, 원료 접근도, 시장 접근도 등 산업입지 여건이 종합적으로 분석되어야 한다. 그러나 곡성군 지역은 이러한 조건에 큰 차이가 없다. 따라서 공장 위치는 현재 석곡면에 위치한 농산물 포장센터가 저장시설의 활용이라는 측면에서 여러 지역 중 하나의 대안 지역으로 고려될 수 있다. 이곳은 국도와 연결되어 진입 도로가 이미 포장되어 있고 공장을 건설할 수 있는 부지도 인접지역에 있다. 보다 구체적인 입지 검토는 산업 입지적 관점 이외에 사업상의 고려도 필요한 만큼 대안 사업 착수시기에 대안지역별로 면밀한 검토가 필요하다.

본 공장에서 가공하게 될 원료의 확보는 가급적 계약재배가 바람직하다. 왜냐하면 가공대상 품목이 소비자의 신뢰를 절대적으로 확보해야 할 품목이기 때문이다. 기존의 성공한 일부 가공사업에서는 계약재배 원료를 수매할 때 수확 현장에 지켜서 있다가 직접 수매를 하는 경우도 있다.

4. 판로개척 및 유지

식품가공사업 가운데서 가장 중요한 부분의 하나는 판로의 개척과 판로의 지속적 유지이다. 판매의 성공 여부가 사업의 성패를 좌우한다고 해도 과언이 아니다.

가공식품의 주요판로는 백화점, 할인점, 슈퍼, 단체급식, 농협유통망, 식재료 유통업체 그리고 재래시장 등을 고려 할 수 있다. 곡성군에서 가공되는 품목은 국산을 원료로 하고 안전성을 원하는 비교적 소득이 높은 계층을 판매 대상으로 하기 때문에 백화점을 우선적으로 고려할 수 있으며 소비자가 국산원료 가공식품을 주로 찾는 곳이 농협 하나로 클럽을 포함한 농협 유통망이기 때문에 이러한 판매망을 이용하는 것이 중요하다. 할인점이나 슈퍼를 판매망으로 활용할 때도 소득이 높은 지역에 위치한 유통업체를 선택하는 것이 바람직하다.

직하다. 그리고 판매마진에 있어서는 품목별로 다소 차이는 있으나 농협이 일반 유통업체에 비하여 최고 20% 이상 저렴하기 때문에 이러한 점도 판매망 선택에 고려하여야 한다.

관료가 개척되었더라도 해당 품목이 소비자에게 잘 팔리지 않으면 유통업체는 해당 품목의 거래를 중단하게 된다. 따라서 개척된 유통망에서 판매가 중단되지 않으려면 품질관리, 원가 관리, 소비자 신뢰가 지속적으로 유지되도록 노력 해야한다.

제 6 장 요약 및 결론

1. 산지 농산물 종합가공 공장(사업) 모형 정립

농산물 가공사업은 사업성격상 대체적으로 원료 생산지에 입지가 유리하며 농촌지역에 농산물 가공사업이 입지하면 부가가치의 농촌지역 귀속, 고용창출, 연관산업에 대한 파급효과 등을 통해 농촌지역경제 활성화에 기여하게 된다. 이러한 경제적 의의 때문에 정부에서는 지난 10여년 동안 농민과 생산자 단체가 주로 참여하는 산지 농산물 가공사업육성을 위해 집중적인 지원을 해왔다. 그러나 일부 가공사업은 성공적으로 운영되고 있으나 대부분의 가공사업이 가공품목의 부적절, 식품사업 경영 경험의 부족, 가공제품의 상품성 결여, 경쟁력의 취약, 공장 가동률의 저위, 판로확보의 곤란 등으로 경영상의 어려움을 겪고 있다. 이와 함께 그 동안 농산물 생산 및 유통, 수입개방의 확대, 식품시장의 변화, 정부의 정책 조정 등 농산물 가공 주변여건의 변화로 산지 농산물 가공사업에 대한 새로운 틀의 정립이 요구되고 있다.

과거에는 대부분의 농민 가공사업이 군 지역내 소 지역단위를 기반으로 소수의 품목을 다수의 가공업체가 소량 가공하였다. 새로운 틀은 기존 가공사업의 문제점을 최소화할 수 있는 군 단위의 농산물 종합가공공장을 요구한다. 1개 군은 평균 농산물 생산액이 연간 약 1,500억원에 달하여 경제적 가공물량의 확보가 가능하며 지방화 시대에 농촌지역경제의 중심이기 때문이다. 또한 품목과 사업구성에서도 종합화가 유리하다. 사업의 종합화는 원료관리와 영업관리의 곤란이라는 불리점에도 불구하고 사업 위험의 분산, 인력활용의 효율화, 공장 가동률의 제고, 거래협상력의 강화라는 유리점이 있다.

가공사업의 주체는 군직영, 민관합작, 농협(개별 또는 연합), 농업인(영농법인)이 될 수 있으나 지역의 농산물 생산, 식품시장 등 가공여건을 고려하여 가장 적합한 방식을 선택한다. 가공대상식품은 수요가 안정적이고 지속적인 주·부식을 중심으로 하고 가공기술은 가급적 농산물의 물리적 형태만 바꾸는 단순처리 기술에 한정하며 가공형태는 완제품 이외에 식재료용 전처리, 최종제품 가공을 위한 반제품을 가공한다. 그리고 지역 가공산업의 활성화를 위하여 지역내 기존 민간 가공업체와 전략적 OEM협력사업을 구축 운영한다.

가공대상식품은 사업성패에 영향을 미치는 중요한 요인의 하나가 된다. 따라서 가공대상식품을 선정할 때는 지역생산 농산물 분석 → 주·부식 가공식품 품목조사 → 지역의견 조사 → 가공식품시장 분석(소비, 생산, 유통) → 지역내 가공업체 분석 → 품목선정 등의 과정을 거쳐 신중하게 결정해야 한다.

2. 사례지역 분석

농산물을 이용한 주·부식 식품 정책지원사업이 없고 생산자 단체의 참여 가공사업이 없으며 지방경제가 취약한 전남 곡성지역을 사례로 선정하였다.

가공 유망 품목은 참기름, 볶음참깨, 콩나물, 깻마늘, 포장잡곡(대두, 완두, 동부콩)으로 선정되었다. 지역내 가공업체와 협력품목은 두부, 김치류, 절임류(마늘, 깻잎), 부각이며 농민단체와 협력품목은 유기농 쌀이었다. 가공사업품목의 종류나 사업규모는 사업이 안정화되면 점차적으로 확대 할 수 있을 것이다.

사업 수익성 분석에서 최초 투자 소요자금은 6.6억원으로 추정 되었다. 총이윤은 협력품목을 제외한 자체품목 생산 1년차 말에 가동률 100%일 경우 약 1.7억원, 90%일 경우 1.1억원, 80%일 경우 0.5억원이며 70%대일 경우는 -0.1억원의 적자가 발생 할 수 있다. 이와 같은 수익성분석 결과는 농산물 원료가

가격의 변화와 가공식품 가격의 변화에 따라 달라질 수 있다. 그리고 지역내 기존업체와의 OEM협력사업에서 발생하게 되는 수익이 전체 사업수익에 추가될 수 있다.

사업운영에 있어서 운영의 주체는 SWOT 분석에서 농협연합과 농협과 군의 협력에 의한 제3섹터(민관합작) 방식이 각각 장단점을 가지고 있었으며 군 직영과 농업인은 사업여건상 적당하지 않은 것으로 나타났다. 사업구성은 가공사업과 OEM협력사업 이외에 농산물 전자상거래와 농산물 수출이 포함된 산지 농산물 유통사업이 고려될 수 있다. 이 경우 목사동면의 산지 유통센터 활용이 바람직한 것으로 사료된다.

앞으로 가공사업의 세부 경영 및 판매전략은 사업참여 관련 당사자들이 면밀하게 검토되어야 할 과제이다. 아무리 시장성이 유망한 품목을 가공하더라도 경영과 판매가 부실하면 사업이 성공할 수 없게 된다. 기존에 성공적으로 잘 되고 있는 농협의 경영 및 판매전략을 벤치마킹 하는 것도 한 방법이 될 수 있을 것이다.

끝으로 곡성군의 청정성에 부합되는 청정 농산물의 생산가공, 가공사업 운영, 그리고 곡성군 생산 농산물의 대 일본 포장수출에 필요한 정보를 제공하기 위하여 일본 도매시장, 청정 농산물 생산, 농협참여 가공사업 등과 관련된 일본 사례를 현지 출장 조사하였다<부록>.

참고문헌

- 강수기 외, 「농촌형 식품가공산업 육성방안에 관한 연구」, 한국식품개발연구원, 1991. 2
- 강수기 외, 「정책지원 산지 농수산물 가공사업의 실태와 개선방안」, 한국식품개발연구원, 1994. 1
- 강수기, 「우리나라 식품가공산업 현황과 당면과제」, 농정연구포럼, 1994. 12
- 곡성군청, 「곡성통계연보」, 1999
- 김동환, 「대형소매업체의 농산물 조달실태와 대응과제」, 2000. 5
- 농림부의, 「농수산물 가공공장 현황」, 1999. 8
- 농림부, 「새천년 농정의 새로운 패러다임(I)」, 2000. 1
- 농수축산신문, 「한국식품연감」, 1999
- 식품저널사, 「식품저널」, P.P. 26~27」, , 1999. 3
- 윤석원 외, 「유기농산물 생산, 소비·유통제조개선에 관한 연구」, 농림부, 1999. 11
- 최유성 외, 「지방자치단체의 경영수입사업에 관한 연구」, 한국행정연구원, 1998. 2
- 통계청, 「산업총조사보고서」, 2000.
- 통계청, 「한국통계연감」, 1999.

부 록

여 백

일본의 사례

1. 도매시장

일본의 도매시장을 견학한 이유는 사례지역에서 생산되는 원료농산물의 대일 수출 유망품목을 발굴할 수 있는가를 염두에 두었기 때문이다. 그러나 일본의 도매시장을 살펴보고 나서, 사례지역의 수출 유망품목 발굴에 앞서 현재의 우리나라 농산물의 대일 농산물 수출관행이 깨어지지 않으면 수출이 어렵다고 판단하였으며, 이 같은 관행이 바뀌어지면, 사례지역에서 생산되는 농산물은 어느 품목이나 선별과 포장을 잘 하면 모두 유망품목이 될 수 있을 것이다.

일본의 도매시장에서 유통되는 농산물은 경매와 상대판매의 두 가지 경로를 경유하고 있다. 경매는 일반적인 절차로서 상장 → 경매(입찰) → 중도매인 → 소매인 → 소비자의 경로를 거치는데, 오오사카 중앙도매시장의 경우 경매수수료는 야채류 8.5%, 과일류 7%, 수산물 5.5%였다.

상대판매는 경매절차 없이 농산물을 출하하는 화주와 중도매인간에 대화를 통하여 가격을 결정하고, 중도매인 → 소매인 → 소비자의 경로를 거쳐 유통된다. 그런데, 수입농산물은 대부분 수입원가가 결정되어 있으므로 경매보다 상대판매의 비율이 높으며, 결정되는 가격은 수입원가보다 5%(paper margin) 정도 높은 선에서 결정된다. 그리고 수입농산물의 경우 이렇게 가격만 결정되면 도매시장으로 물건의 입하 없이 항구에서 소비지로 바로 유통되고 있는 것으로 알려졌다.

출하되는 농산물의 출하처별 출하비율을 살펴보면 80%가 농협(JA)을 통한 계통출하이고 나머지 20%는 상사(중간수집상)를 통한 출하가 차지하였다.

경매는 출하된 농산물을 모두 쌓아 놓고 경매하는 우리나라의 경우와는 달리 샘플만을 경매대 위에 올려놓고 경매하는 샘플경매를 하고 있었다. 일본에서 샘플경매가 가능한 이유는 일본농산물의 경우 등급별 선별이 잘되어 있어서 샘플과 전체 농산물의 품질이 같다는 인식하에 가격결정을 하여도 차이가 없기 때문이다. 그러나 우리나라의 경우 겉에는 좋은 품질의 농산물을 올려놓고 속에는 낮은 품질의 농산물을 섞어 놓아 샘플경매를 어렵게 하고 있으며, 낙찰가격은 보통 겉에 있는 좋은 품질을 기준으로 결정되지 않고, 속에 섞어 놓은 낮은 품질등급으로 결정되고 있다.

한편 일본 도매시장에서 거래되는 수입야채는 1999년 일본 도매시장 전체로 414.8천톤에 이르고 있으며, 이는 전체 거래물량의 4.3%에 이르고 있다. 이중 도매시장 점유율이 높은 품목은 청대완두로서 58.3%를 차지하고 있고, 이외에도 마늘, 브로콜리, 아스파라가스 등이 50%를 넘어서고 있으며, 밤호박, 생표고버섯 등은 30% 이상을 차지하고 있다. 그러나 오오사카 중앙도매시장의 경우 상장되는 야채 및 과일의 약 7% 정도가 수입농산물로서 일본 평균보다 높은 것으로 나타났다.

농산물의 수입은 품목별로 다르지만 주로 중국 등 동남아시아에서 많이 수입되고 있으며, 한국은 주요 수입국가가 아니었다.

오오사카 도매시장을 견학할 때, 한국산 농산물로서는 파프리카와 방울토마토가 눈에 많이 띄었는데, 일본에서는 한국산 파프리카와 방울토마토의 품질 수준을 일본산 평균의 60% 정도로 평가하고 있었다.

품 목	수입산 도매수량 (톤)	전년대비 증가율 (%)	도매시장 점유율 (%)
야채 계	414,782	113	4.3
밤호박(かぼちゃ)	124,176	115	47.5
브로컬리(ブロッコリー)	57,900	133	55.3
양파(たまねぎ)	54,444	85	5.4
생표고버섯(生しいたけ)	21,608	98	33.1
우엉(ごぼう)	21,587	120	15.5
마늘(にんにく)	16,644	98	57.0
청대완두(しゃえんどう)	16,549	138	58.3
아스파라가스(アスパラガス)	14,563	122	50.0
당근(にんじん)	13,191	142	2.3
파(ねぎ)	10,898	280	3.9
생강(しょうが)	10,712	113	21.8
양배추(キャベツ)	7,168	74	0.7
피망(ピーマン)	4,968	165	1.0
토란(さといも)	4,329	134	4.7
토마토(トマト)	4,025	312	0.8

자료 : 「食品市場新聞」

주 : 1999년 실적으로서 일본 전체 1·2류 도시시장 합계임

오오사카 도매시장 관계자에 따르면 한국산 농산물의 일본 도매시장 상장시 일본에 같은 종류 농산물이 있는지 여부가 가격결정에 중대한 영향을 미치고 있다고 한다. 즉 일본에서 단경기이거나 기상재해로 출하가 순조롭지 못한 품목을 수출하여 상장할 경우 품질에 비해서 높은 가격으로 낙찰 받을 수 있지만, 일본의 성출하기에 같은 품목을 수출하여 상장할 경우 일본산에 비하여 매우 낮은 가격에 낙찰된다고 한다.

또한 같은 품목이라고 하더라도 일본산 농산물은 높은 등급을 받는 것으로 알려져 있다. 이는 일본이 품질 선별기술이 앞선 것도 있지만, 일본산 농산물

의 경우 품목별로 많이 나는 산지가 정해져 있어 농산물 품목을 대면 생산지역이 주로 어디인지 알려져 있고, 도매시장에 상장되는 경우도 주로 그 지역 산만 상장되기 때문에, 경매사가 그 지역에서 나는 제품을 매우 잘 알고 있고 신뢰하고 있으며, 다른 한편 산지에서는 매우 균일하게 등급별 선별을 하기 때문에 샘플만 보고 높은 가격을 받는다.

반면, 한국산은 농산물 품목별 출하지역이 일정하지 않아 경매사가 상장된 농산물을 신뢰하지 못하기 때문에 품질 수준에 비해서 높은 가격을 받지 못하고 있다. 예컨대 우리나라의 경우 어느 지역에서 방울토마토를 수출하여 일본 내 도매시장 상장에 성공하면 다른 지역에서는 방울토마토 이외의 품목을 상장시켜야만 상장에 성공할 수 있고, 상장에 성공하지 못하더라도 최소한 기존 상장품목에 피해는 주지 않게 되는데, 실제로는 다른 지역에서도 방울토마토를 상장하고 있으며, 따라서 한국산의 물량이 많아지고 한국산끼리의 경쟁에 의해 낙찰가격이 계속 낮아지는 문제를 안고 있다.

우리나라의 농산물이 일본내 도매시장에 상장하게 되면 처음부터 모든 경매사가 상장된 우리나라 농산물을 다 소화해 주는 것은 아니다. 오오사카 중앙도매시장의 경우 처음에는 주로 교포들이 운영하는 영업점과 관계가 깊은 경매사들이 우리 농산물을 구매해 주는 것으로 알려졌다. 이 때 교포 영업점을 대상으로 우리농산물을 판매하기 시작하여, 호응이 좋으면 물량을 서서히 증가시키고, 더 나아가 품질에 대한 확신이 들면, 교포 영업점 이외의 곳에도 한국산 농산물을 공급하게 되고, 또한 경매과정에서 기존 경매사 외에 다른 경매사도 우리 농산물의 입찰에 참여하게 됨으로써 한국산 농산물의 일본 도매시장 상장이 성공하게 되는 것이다.

그러나 현실에서는 경매사에게 우리농산물에 대한 신뢰가 구축되기도 전에 한국의 다른 지역에서 생산된 동일한 품목의 상장이 시도되고, 한국 농산물의

양이 한국 농산물에 우호적인 경매사가 처리할 수 있는 정도를 초과하게 되므로 전에 낙찰되었던 가격을 크게 하회하여 낙찰된다. 이렇게 되면 기존에 상장하였던 한국 농산물도 좋은 가격을 받지 못해, 일본시장에서 정착되기도 전에 상장을 포기하게 되는 결과를 초래하였다.

따라서 한국산 농산물을 일본 도매시장에 상장하기 위해서는 먼저, 주산지를 조정할 필요가 있다고 판단된다. 한 방안으로 일본의 위도와 비슷한 위도를 갖는 지역은 일본의 비슷한 위도에서 무슨 품목을 주로 생산하고 있는지를 파악하여 그 품목을 수출 주산품목으로 집중 육성하는 것이다. 그러나 한국은 지형이 남북으로 길게 뻗어 있어 여러 위도대에 걸쳐 있는 일본과 달리, 지역별로 생산할 수 있는 품목이 중복되기 때문에 일본 수출만을 생각하여 주산지를 조정하는 데는 어려움이 있다.

차선책으로 일본에 상장하기 전에 국내에서의 수출선의 조정이 필요할 것으로 판단된다. 즉 현재 일본의 도매시장에 농산물을 상장하는 경우 상장주체는 대부분 개별농가가 아닌, 농수산물유통공사, 농협, 지역자치단체에서 운영하는 무역회사 등이다. 따라서 이들 기관이 한 품목을 일본의 도매시장에 상장하는데 성공하였다면, 다른 지역에서 동일 품목을 수출할 때 다른 수출기관을 통하지 말고, 상장에 성공한 수출기관으로 수출창구를 일원화하는 것이다. 이 때 일원화된 수출창구를 맡는 기관은 수출 품목의 수집, 선별에서부터 수출, 상장까지를 전담하게 되면, 일본내 상장시 동일 품목의 농산물의 상장을 위해 한국산 끼리의 경쟁을 방지할 수 있고, 또한 농산물의 선별 및 품질 등급의 균일화를 가져와 우리나라의 한 지역에서 생산되는 농산물만 상장하는 효과를 거둘 수 있으며, 수출기관 역시 그 품목에 대한 전문성이 제고되기 때문에 수출경쟁력을 증진시킬 수 있을 것으로 판단된다. 그러나 이 경우 수출물량을 지역적으로 어떻게 배분하느냐에 따라 동일 품목을 생산하는 다른 지역에서 이 같은 방안을 따라 줄 것이지가 관건이 된다.

이에 앞서 일본에 수출하기 위해서는 우리농산물의 선별기술과 포장기술을 제고할 필요성이 매우 높은 것으로 판단된다. 오오사카 중앙도매시장을 둘러 보면, 진열해 놓은 과일과 야채가 공산품에 비교하여 손색이 없을 정도로 규격이 균일하였고, 포장 또한 포장안의 농산물과 조화를 잘 이루는 산뜻하고 깔끔하게 포장되어 있어 보는 사람으로 하여금 구매의욕을 불러일으키고 있으며, 우리나라의 도매시장에서 보이는 농산물과 너무 현격한 차이가 있었다. 따라서 대일 농산물수출 증가를 위해서는 품목별 수출기관의 일원화가 중요하지만 우리 농산물의 선별기술 및 포장기술 수준의 제고가 선행되어야 하리라고 판단된다.

2. 일본의 환경농산물 재배사례

본 연구의 사례지역이 중산간지대로서 공해배출업소가 없어 환경적으로 깨끗한 청정지역이므로 환경농산물 재배의 가능성을 염두에 두고 일본의 환경농산물 생산하는 농업법인을 사례로써 조사하였다.

사례의 농업법인은 일본 오까야마현내 都窪郡 清音村에서 당근 등을 유기재배하는 농업법인인 (有)吉備路オーガニックワーク(Kibiji Organic Work Corp.)으로서 이 농업법인이 환경농산물로 재배하는 품목 및 재배면적은 당근이 240a, 양파 10a, 쌀 530a, 흑대두 150a 등 모두 4개 품목 9.3ha에 이르고 있었다.

이 농업법인의 모태는 처음 논 50a, 밭 40a 등 모두 1ha가 못되는 경지로 시작한 농가였으며, 이 농가는 1985년부터 현재의 위치에서 밭 20a를 임차하여 야채를 중심으로 유기재배를 시작하였다.

생산된 유기재배 농산물은 1994년 이전에는 소매 판매만 하였으며, 1994년

부터 도매시장에 출하하기 시작하였고, 1997년에는 오까야마 시민생활협동조합(시민생협)에 출하기회를 얻어 지금은 시민생협 회원위주로 판매하고 있었다. 1998년에는 이 농가를 포함한 3명이 공동으로 농업법인을 설립하여 현재는 농업법인에서 유기재배를 하고, 일부 유기재배된 농산물을 가공판매하고 있다.

이 법인을 대상으로 유기재배의 수익성을 조사한 결과 유기재배당근은 단위면적당 수확량이 일반 재배 당근의 60% 수준에 불과하지만, 판매가격은 20% 정도 밖에 높지 않아 일반재배와 유기재배의 생산비가 같다고 가정하여도 유기재배의 수익성이 낮은 것으로 이야기하고 있다.

유기재배 생산비를 일반재배 생산비와 비교하면, 유기재배시에는 농약을 이용하지 않으므로 농약대 및 농약살포에 따른 인건비가 절감되는 반면, 제조작업에 따른 인건비가 많이 소요되기 때문에 효율적인 제조여하에 따라서 일반재배보다 생산비가 많을 수도 있고, 적을 수도 있다고 한다.

그러나 이 농업법인에서 재배하는 당근은 재배방법에 대한 다각적인 노력을 한 결과 효율적인 제조기술을 개발함으로써, 일반재배 보다 생산비를 20% 정도 절감할 수 있었다.

대부분의 일본 소비자는 시중에 시판되는 모든 농산물이 법에서 규정한 최저 안전기준을 충족하고 있다고 믿기 때문에 외관이 안 좋은 유기재배 농산물보다 외관이 좋은 일반 농산물을 선호한다고 한다. 따라서 유기재배 농산물에 대한 수요는 그리 많지 않은 편이고, 유기재배 농산물의 경우 재배에 드는 노력에 비해서 가격수준은 낮은 편이다.

이러한 소비자의 선호를 충족시키기 위하여 이 농업법인은 유기재배한 당근이면서도 일반 당근과 같이 외관이 좋게 보이게 하기 위하여 꾸준한 연구개발

을 위해 노력한 결과 밭이랑과 고랑사이의 높이를 적당하게 유지시켜 밭에서 수확시 뿌리에 흙이 묻지 않는 깨끗한 당근 재배에 성공하였다.

유기재배 농산물의 판매는 앞에서 언급한 것처럼 오까야마 시민생협 회원에게 계약판매하고 있었는데, 농업법인 출범이전부터 현재까지 판매추세를 살펴보면, 1990년대 중반까지는 꾸준히 증가하여 왔으나 최근 2~3년간은 감소하였다고 한다. 그러나 이는 일본 소비자의 유기재배 농산물에 대한 관심이 감소하였기 때문이 아니라 경기침체에 따라 농산물 소비의 절대량이 감소하였기 때문이며, 감소추세가 일반농산물의 감소추세보다 완만하여 전체 농산물에서 차지하는 유기재배 농산물의 비중은 오히려 증가한 것이라고 이야기하고 있다.

또한 농업법인은 당근을 착즙하여 레토르트 파우치로 포장한 당근착즙주스를 개발하여 생협회원에게 판매하고 있었다. 이외에도 유기재배 농산물을 이용한 다양한 가공식품 개발을 고려하고 있으며, 장기적으로는 재배품목과 생산량을 늘려 유아식의 제조까지 염두에 두고 있다. 그러나 유아식을 본격적으로 생산하기 위해서는 유기재배 농산물의 품목이 다양하고 생산수량이 많아야 하지만 현재는 규모가 적고, 재배품목이 한정되어 있어 당분간은 유기재배 농산물을 이용한 유아식 가공은 어려울 것으로 전망하고 있다.

또한 법인관계자의 말에 따르면, 일본에서는 유기재배가 확대되면 농협의 큰 경제사업중의 하나인 농약 및 비료판매가 감소하기 때문에 일본의 농협(JA)에서는 공식적으로 유기재배를 반대하는 실정이라고 한다.

이상의 사례를 통해서 보면, 곡성군에서 유기재배를 실시하기 위해서는 단순히 지역적인 청정성만을 믿고 시작하기보다는 시범적으로 유기재배포장을 설치하여, 효율적인 제초기법을 개발함과 동시에 판로대책을 충분히 강구한 후에 본격적인 환경농산물 재배를 단계적으로 실시하는 것이 바람직 할 것으로 판단된다.

3. 식품가공업체 운영사례

가) 와카야마현 농협식품공업주식회사 海南감귤가공공장

와카야마현의 농협식품공업주식회사 海南지역 감귤가공공장은 일본의 全農(JA) 와카야마현 농협연합회에서 운영하는 식품회사로서 동 회사는 현내에 海南지역과 桃山지역에 음료제품을 생산하는 공장이 각각 있으며, 南部川지역에 梅實製品을 가공하는 紀南梅工場이 있다.

농협식품공업주식회사는 1937년 와카야마시에 수출용 감귤통조림 가공공장을 설립하면서 시작하였다. 이후 1971년 일본의 감귤 大豊때 감귤가격 안정을 위해 정부에서 오카야마현, 사가현, 에히메현 등 3개 지역에 시설비를 보조하면서 감귤가공공장 설립케 함에 따라 정부보조에 의해 海南공장이 설립되어 업무를 개시하였다.

정부의 보조로 설립된 海南공장은 와카야마현은 물론 구마모토현, 오오이타현, 미야자키현에서 생산된 원료감귤을 수매해야하는 의무가 부여되어 있었다. 따라서 海南공장은 이들지역에서 원료를 수매하여 1973년부터 냉동농축과즙 복합통조림 제조 개시하였다.

이후 과즙통조림 충전라인, 종이용기라인, 페트병 무균충전설비, 과즙탄산음료겸용 250g 통조림, 1.5ℓ 페트병 제조설비, 과즙탄산음료겸용 350g, 500g 통조림 제조설비 등을 차례로 설치하면서 규모확대를 계속해 온 결과 190g ~ 350g용 300캔/분을 생산할 수 있는 과즙음료통조림제조설비, 0.5ℓ 용 600본/분을 생산할 수 있는 무균충전페트병 음료제조설비, 1.5ℓ 용 160본/분을 생산할 수 있는 무균충전페트병 음료제조설비, 2.0ℓ 용 160본/분을 생산할 수 있는 무균충전페트병 음료제조설비, 350g용 1,000캔/분(또는 500g용 800캔/분)을 생산

할 수 있는 과즙탄산음료겸용 음료통조림 제조설비, 0.5 l 용 300본/분(또는 1.0 l ~1.5 l 용 160본/분 160본/분)을 생산할 수 있는 과즙탄산음료겸용 페트병 제조설비를 갖추게 되었다.

공장에서 근무하는 생산직 근로자는 모두 240명이었는데, 공장의 완전자동화로 수작업공정이 없기 때문에 모두 설비를 관리하는 인원이었다. 또한 각 라인별로 서로 다른 출입구를 이용하고 있으며, 각 출입구에는 손을 씻는 세면대와 씻은 손을 말리는 자동 건조기, 말린 손을 알콜소독하는 소독기가 있어 출입자는 손을 세척, 건조, 소독을 한 후 작업장에 들어갈 수 있었다.

이 공장에서는 감귤주스를 가공하고 있었으나 한시적으로 적용되는 법률인 「特定農産加工業經營改善臨時措置法」⁵⁾에 의해 국내산 감귤의 이용량만큼 오렌지 및 오렌지농축액의 수입권이 주어지기 때문에 100%일본산 감귤주스는 없었고, 일본산 감귤농축액과 수입 농축오렌지를 혼합한 감귤주스를 생산하고 있었다.

그러나 감귤주스의 생산이 전체 생산에서 차지하는 비중은 50%에도 미치지 못하고 있으며, 나머지는 산토리(さんとり), 코카콜라 등의 업체로부터 주문 받아 탄산음료를 주문자상표부착(OEM)방식으로 생산하여 공장 가동률을 극대화하고 있었다. 매출액은 연간 213억엔이며, 판매량은 1,950만 C/T (1 C/T = 8×1.5 l)에 달하였다.

와카야마현내 농협들의 연합으로 세워진 이 회사는 형식적으로 농협에서 출자한 독립된 자회사체제를 갖추고 있지만, 가공원료의 구매시 구매량을 회사가 판매추세를 고려하여 독자적으로 결정하지 못하고 생산농민을 포함한 농협

5) 「特定農産加工業經營改善臨時措置法」은 1999년까지 유효한 限時立法으로 1988년 제정하였으나, WTO체제의 출범과 함께 농산물 수입이 크게 증가하여 일본내 생산농가의 보호를 위해서 유효기간을 2004년까지 연장하였다.

관계자, 회사관계자 등이 협의하여 결정하고 있으며, 농협직원이 이 회사로 전보되기도 하며, 반대로 이 회사직원이 농협으로 전보되기도 하는 등 식품공장과 농협간의 인사교류가 이루어지고 있어, 전반적인 경영시스템은 한국과 대동소이하였다.

나) 株式會社 マキビ食品(오까야마현 吉備郡 眞備町 所在)

이 회사는 眞備町農業協同組合에서 운영하는 농산물처리가공공장으로 眞備町지역에서 많이 생산되는 죽순, 포도, 복숭아를 이용하여 죽순가공품, 포도젤리, 복숭아젤리 등을 생산하고 있었다.

가공원료는 주변농가에서 조달하였으며, 생산직 근로자는 인근에 거주하는 주민으로서 여성 32명이 일하고 있었다.

생산된 제품은 통·병조립의 경우 3개들이, 젤리는 6개, 9개, 15개들이 선물포장상자에 담겨 Set로 판매되고 있었는데, 젤리는 주문을 받고 계약생산을 하였다.

이 업체는 1,000평이 넘는 부지에 400평 가까운 공장건물을 갖추고, 과실가공품인 젤리를 생산하고 있어 기계설비가 자동화되어 있을 것으로 추측되었으나, 공장안으로 들어서자, 대부분의 공정이 수작업으로 진행되고 있었다. 동일 규모의 우리나라 산지 농산물 가공업체와 비교하였을 때 시설자동화 측면에서 매우 뒤떨어져 있다는 느낌을 받았다. 그러나 공장관계자에 의하면, 초기투자비가 많지 않기 때문에 원료가 없어 공정을 쉬는 철에도 공장의 유휴설비에 대한 부담이 적어 오히려 경쟁력제고에 도움이 된다고 한다.

이 공장은 가공에 필요한 원료의 구매와 가공은 농협가공공장에서 하고, 판

때는 독립된 자회사인 株式會社 マキビ食品에서 하는 형태를 취하고 있다. 또한 사업주체는 眞備町농업협동조합이며, 總合管理는 오까야마현 經濟農業協同組合連合會에서 담당하고 있었다.

다) 오까야마현 吉備路농업협동조합 清音지점 농산물가공공장

吉備路농협 清音지점 가공공장은 吉備路농협 清音지점 청사에 뒤편에 가공시설을 갖추고 두부를 비롯한 味噌, 불고기양념소스 등을 제조하고 있었다.

가공원료는 모두 지역 농가에서 재배·수확한 농산물을 이용하고 있었으며, 제품은 부녀회원들이 직접 참여하여 가공하고 있었다. 두부의 경우 부녀회원들이 오전에 일본의 전통방식으로 두부를 제조하여 회원농가에 판매하고 남은 물량은 농협지점의 매장에서 일반 소비자를 대상으로 판매하였다.

가공공장에서 생산판매하는 제품은 두부를 비롯하여 味噌, 불고기양념소스 등으로서 두부는 1모에 130엔, 味噌는 500g 1포에 500엔, 불고기양념소스는 400g 1팩에 350엔에 판매되고 있었다.