C2005-8 / 2005. 4

태안군 농산물 물류센터 설치 및 운영계획 수립

조 명 기 연구위원
박 현 태 연구위원

KREI
한국농촌경제연구원

머 리 말

최근 농산물의 생산·유통환경은 새로운 변화를 맞이하고 있으나 우리의 농업은 이에 대한 대응력을 갖추지 못하고 갈수록 어려운 상황에 직면하고 있다. 또한 국제무역환경은 본격적인 글로벌 시장시대로 돌입하고 있으며, 우리 농산물은 수입농산물과 갈수록 경쟁이 심화되고 있고, 외국계 유통업체의 국내시장 진출, 대형유통업체의 급성장 등 소비지에서의 다양한 유통주체, 유통경로 간 경쟁체제가 형성되고 있으며, 소비자들은 더욱 좋은 품질의 농산물을 편리하고 경제적으로 구매하기를 원하고 있다.

태안군은 지역에서 생산되는 브랜드 농산물의 명품화 사업을 성공적으로 추진하기 위하여 경쟁력 있는 산지 전문유통조직을 육성하고, 선진화된 유통시설의 확보를 통해 지역농업의 중장기 대외경쟁력을 제고하여 농업인의 소득향상을 도모하고자 한다.

우리 연구원은 태안군의 의뢰에 따라 태안지역에 물류센터 건설의 타당성을 검토하고 효율적인 유통기능을 수행할 수 있는 적정부지를 확보하며, 이에 따른 적정규모의 시설을 배치하고, 관리·운영방안을 제시하게 되었다. 아무쪼록 이 연구결과가 태안지역 농산물의 산지유통체계를 개선하여, 생산자의 시장교섭력을 높여 농산물을 제 값에 판매할 수 있기를 바란다.

연구추진과정에서 많은 조언과 자료를 제공해 준 태안군농업기술센터 및 군청 관계자, 태안지역 농협 조합장 및 실무자, 생산자대표, 지역농업인에게 감사드리며, 짧은 연구기간에도 불구하고 연구를 수행한 연구진에게 감사한다.

2005. 4.

한국농촌경제연구원장 **이 정 환**

목 차

제 1 장 연구의 필요성 및 목적

1. 연구의 필요성 ····· 1
2. 연구 목적 ····· 2
3. 생산자 현지 설문조사 표본수 ····· 2

제 2 장 농산물 및 화훼류 생산, 유통구조 분석

1. 농산물 생산 및 유통 현황과 문제점 ····· 4
2. 화훼류 생산 및 유통 현황 문제점 ····· 16
3. 산지유통시설 및 생산자조직 ····· 28

제 3 장 농산물 물류센터 운영 기본계획

1. 물류센터 건설의 필요성 및 기본 방향 ····· 33
2. 물류센터의 컨셉 및 중심기능 ····· 38
3. 태안 물류센터 사업형태 및 사업방식 ····· 43

제 4 장 물류센터 거래량 추정 및 시설규모 산정

1. 적정 취급물량 추정 및 시설규모 산정 ····· 46
2. 물류센터 투자소요액 추정 ····· 61

제 5 장 적정 부지 선정 및 투자 타당성 분석

1. 적정 입지 분석 ····· 63
2. 투자타당성 분석 ····· 67
3. 투자소요액 및 사업자 ····· 69

4. 목표 취급물량 설정 ····· 70
5. 분석결과 ····· 71
6. 감응도 분석 ····· 73

제 6 장 관리・운영방안

1. 관리・운영의 기본 방향 ····· 74
2. 관리운영 형태의 대안별 검토 ····· 74
3. 생산자단체 위탁관리시 운영방식 ····· 77
4. 운영 주체 선정에 대한 설문 조사 ····· 79
5. 운영주체 선정 및 관리방안 ····· 80

제 7 장 물류센터 운영활성화 방안

1. 생산자 조직과 연계강화 ····· 81
2. 다양한 출하처 확보와 적극적인 판로개척 ····· 82
3. 상품성 제고 ····· 83
4. 물류시스템 구축 ····· 85
5. 정보시스템 구축 ····· 86
6. 경영 혁신 ····· 87
7. 물류센터의 바람직한 발전 방향 설문조사 ····· 87

부 록 국내외 산지유통센터 운영사례 분석 ····· 89

참고문헌 ····· 123

표 차 례

제 1 장

표 1- 1. 태안지역 생산자 설문 조사 표본수 ····· 3

제 2 장

표 2- 1. 전국 마늘 재배면적 및 생산량 ····· 5
표 2- 2. 태안군 마늘 재배면적 및 생산량 ····· 5
표 2- 3. 연도별 마늘 수급 현황 ····· 6
표 2- 4. 연도별 마늘의 가격 현황 ····· 7
표 2- 5. 주산지별 출하시기 및 판매형태 ····· 8
표 2- 6. 서울 가락시장 마늘 출하량에 대한 지역별 출하비중(2003) ····· 8
표 2- 7. 연도별, 유통단계별 유통비용, 무안-서울 ····· 9
표 2- 8. 연도별 전국 생강 재배면적 및 생산량 ····· 10
표 2- 9. 연도별 태안군 생강 재배면적 및 생산량 ····· 10
표 2-10. 연도별 생강 수출입 현황 ····· 10
표 2-11. 연도별 생강 가격 현황 ····· 11
표 2-12. 서울 가락시장 생강 출하량에 대한 지역별 출하비중(2003) ····· 12
표 2-13. 연도별, 유통단계별 유통비용, 태안-서울 ····· 13
표 2-14. 연도별 고추 재배면적 및 생산현황 ····· 14
표 2-15. 연도별 고추 수급 현황(8월～익년 7월 기준) ····· 14
표 2-16. 연도별 고추(화건) 가격 현황 ····· 15
표 2-17. 농업생산에서 화훼생산의 비중 ····· 17
표 2-18. 주요 품목별 화훼 생산액 추이 ····· 17
표 2-19. 화훼류 품목별 수출 비중 ····· 18

표 2-20. 화훼류 국가별 수출 비중 ····· 19
표 2-21. 주요 화훼의 태안군 생산면적 비중 ····· 20
표 2-22. 국화 주산지별 특성 ····· 21
표 2-23. 태안군 화훼농가의 경력과 재배작물 ····· 22
표 2-24. 화훼류 작목반 현황 ····· 22
표 2-25. 주요 화훼의 재배방법별 비중 ····· 23
표 2-26. 주요 화훼의 출하처별 비중 ····· 24
표 2-27. 태안지역 화훼류 상위 10개 출하 품목 ····· 24
표 2-28. 태안지역 화훼농가의 재배품목 수 ····· 25
표 2-29. 태안지역 화훼농가의 단일작목 재배현황 ····· 25
표 2-30. 화훼의 출하선 결정방법 ····· 25
표 2-31. 국내 출하선 결정시 고려사항 ····· 26
표 2-32. 태안군 화훼류 수출 추이 ····· 26
표 2-33. 태안군의 주요 화훼류 수출방법 ····· 27
표 2-34. 태안군 화훼산업의 강점과 약점 ····· 27
표 2-35. 유통시설 현황, 2003 ····· 29
표 2-36. 간이집하장(집하장) 시설 현황, 2003 ····· 29
표 2-37. 저온저장고 시설 현황, 2003 ····· 30
표 2-38. 생산자 유통조직 현황, 2004 ····· 31
표 2-39. 농업인단체 현황, 2004 ····· 31
표 2-40. 농축산물 브랜드 현황, 2003 ····· 32

제 3 장

표 3- 1. 태안지역 농산물 물류센터 건립계획 인지 여부 ····· 36
표 3- 2. 농산물 물류센터 건립의 필요성에 대한 의견 ····· 36
표 3- 3. 농산물 물류센터 건립이 필요하다면 그 이유 ····· 37
표 3- 4. 물류센터가 건립된다면 이용 의향 ····· 37
표 3- 5. 농산물의 기존 거래와 전자상거래의 차이점 ····· 40

표 3- 6. 농산물 물류센터와 기존 유통체계 비교 ····· 42

제 4 장

표 4- 1. 농산물의 주요 판매처별 판매량 비중 ····· 47
표 4- 2. 농산물 판매처 결정시 주요 고려사항 ····· 47
표 4- 3. 목표년도의 물류센터 채소류 취급물량 추정 ····· 50
표 4- 4. 채소류 관련 시설별 적정 규모 ····· 51
표 4- 5. 화훼류 주요 품목의 연평균 면적증가율 및 단수 ····· 53
표 4- 6. 주요 화훼품목의 생산규모 변화 ····· 54
표 4- 7. 주요 화훼품목의 물류센터 이용 정도 비율 ····· 54
표 4- 8. 목표 연도의 물류센터 화훼류 취급물량 추정 ····· 55
표 4- 9. 화훼류 관련 시설종류 및 규모 추정 ····· 56
표 4-10. 태안물류센터 시설별 적정 규모 ····· 57
표 4-11. 기존 농수산물 유통센터의 연면적에 대한 주차대수 비교표 ····· 58
표 4-12. 태안 물류센터의 주차대수 산정 ····· 59
표 4-13. 물류센터 건설시 필요시설에 대한 설문 ····· 60
표 4-14. 개략공사비 산정 ····· 61

제 5 장

표 5- 1. 물류센터 후보지별 장단점 분석 ····· 66
표 5- 2. 물류센터 후보지별 적합도 분석 ····· 67
표 5- 3. 태안군 농산물 물류센터 채소류 취급규모 ····· 70
표 5- 4. 태안군 농산물 물류센터 화훼류 취급규모 ····· 70
표 5- 5. 수수료 수준별 운영 주체 내부투자수익률 ····· 71
표 5- 6. 태안군 현금흐름표 ····· 71
표 5- 7. 운영주체 현금흐름표 ····· 72
표 5- 8. 농산물 물류센터 손익분석(운영주체) ····· 72
표 5- 9. 취급물량 감소 정도별 감응도 분석(상품화사업) ····· 73

표 5-10. 취급물량 감소 정도별 감응도 분석(화훼사업) ····· 73

제 6 장

표 6- 1. 관리운영 주체 대안별 특성비교 및 우선순위 제시 ····· 76
표 6- 2. 생산자단체 위탁관리시 대안별 장단점 비교 및 우선순위 제시 ····· 78
표 6- 3. 물류센터의 바람직한 운영주체 ····· 79

제 7 장

표 7- 1. 물류센터의 향후 바람직한 발전방향 ····· 88

KREI

그 림 차 례

제 3 장

그림 3- 1. 태안 물류센터의 컨셉 및 중심 기능도 ····· 41
그림 3- 2. 태안 물류센터 사업 개요 ····· 45

제 5 장

그림 5- 1. 태안군 지형도 ····· 64
그림 5- 2. 태안 물류센터 후보지 ····· 65

KREI

제 1 장

연구의 필요성 및 목적

1. 연구의 필요성

○ 최근 급변하는 산업구조의 개편으로 농산물의 생산·유통환경은 새로운 변화를 맞이하고 있으나 영세 소농구조의 우리 농업·농촌은 이에 대한 대응력을 갖추지 못하고 치열한 시장 경쟁 하에서 갈수록 어려운 상황에 직면하고 있음.

○ 1990년 이후 UR농업협상 타결과 WTO체제의 출발, 최근 한·칠레 FTA협정 등 본격적인 글로벌 시장시대의 돌입으로 농산물의 수입개방이 가속화됨으로써 우리 농산물의 대외 경쟁력 저하현상은 갈수록 심화되고 있음.

○ 또한 1996년 유통시장의 전면적인 개방으로 외국계 대형유통업체의 국내 시장 진출, 국내 유통업체의 급성장 등 소비지에서의 다양한 유통주체, 유통경로 간 경쟁체제가 형성되고 있어 산지의 변화와 새로운 공급시스템이 요구되고 있음.

○ 한편 소비자의 기호는 기능성 농산물, 친환경 농산물 등 고품질 농산물에 대한 소비가 늘어나고 있으며, 인터넷 홈쇼핑을 통한 전자상거래의 편리성을 추구하는 등 소비자 위주의 유통질서가 빠르게 재편되고 있음.

○ 이와 같이 기존의 공급자 중심의 유통질서가 무너지고 소비자와 유통업

체 위주로 시장구조가 급격하게 재편됨으로써, 이에 대응하기 위한 생산자의 시장교섭력을 제고할 수 있는 공동판매 등 유통활동의 필요성이 한층 요구되고 있음.

○ 따라서 산지유통은 개별 농가단위의 노력을 어떻게 경제단위의 규모로 조직화하여 품질관리를 통해 상품성을 향상시키고, 시장유통에 연계시키느냐 하는데 있음.

2. 연구 목적

○ 이 연구는 태안군의 브랜드 농산물의 명품화 사업을 성공적으로 추진하기 위하여 경쟁력 있는 산지 전문유통조직을 육성하고, 선진화된 유통시설의 확보를 통해 지역농업의 중장기 대외경쟁력을 제고하여 농업인의 소득향상을 도모하는데 그 목적이 있음.

○ 구체적으로는,

- 태안군의 주요 농산물 생산 및 유통실태를 파악하여 생산 및 수급동향에 따른 농업인의 대처방안을 제시하며,
- 산지 물류센터 건립 타당성을 검토하여 효율적인 유통기능을 수행할 수 있는 적정부지 및 시설을 배치하고, 관리·운영방안을 제시하는데 있음.

3. 생산자 현지 설문조사 표본수

○ 태안군에서 생산되는 마늘, 생강 등 농산물과 화훼류를 전문적으로 취급하는 대형 물류센터를 건설하여 산지 유통 문제를 해결함으로써 태안지역 생산자를 보호하고자 생산자 현지 설문조사를 실시하였음.

○ 지역은 태안읍을 비롯하여 8개 읍면 지역 모두 포함하였으며, 품목은 마늘, 생강, 고추 등 양념채소류, 알타리 무우 등 일반채소류와 국화, 장미

등 화훼류를 취급하는 생산자를 대상으로 하였음.

○ 조사 표본수는 총 218명으로 채소류취급 생산자 139명, 화훼류취급 생산자 79명을 대상으로 조사하였음.

표 1-1. 태안지역 생산자 설문 조사 표본수

단위: 명

구 분		표본수	비율(%)
지역별	태 안 읍	61	28.0
	안 면 읍	23	10.5
	고 남 면	7	3.2
	남 면	32	14.7
	근 흥 면	15	6.9
	소 원 면	34	15.6
	원 북 면	36	16.5
	이 원 면	10	4.6
	계	218	100.0
품목별	마 늘	62	28.5
	생 강	22	10.1
	고 추	39	17.9
	기타 채소류	16	7.3
	화 훼 류	79	36.2
	계	218	100.0

제 2 장

농산물 및 화훼류 생산, 유통구조 분석

1. 농산물 생산 및 유통 현황과 문제점

가. 마늘

1) 재배면적 및 생산

○ 전국 마늘 재배면적은 1980년대 중반까지 증가 추세였으나, 이후 가격 등락에 따라 2~3년 주기로 증감을 반복하고 있음.

- 2000년 이후에는 지속적으로 감소하고 있으며, 2004년도 재배면적은 2000년 보다 33% 감소한 30,237㏊임.
- 전체 재배면적에서 난지형 마늘이 차지하는 비중은 1998년 73.1%에서 2004년 80.0%로 증가한 반면, 한지형 마늘은 동기간 26.9%에서 20.0%로 감소하였음.
- 재배면적 감소는 농촌 노동력 부족과 중국산 마늘의 수입증가에 따른 가격 하락 현상으로 보이며, 난지형 마늘의 비중 증가는 한지형 마늘에 비해 단위당 수량이 많기 때문으로 분석됨.

○ 전국의 마늘 생산량은 2004년 현재 357,700톤으로 2000년 이후 지속적 감

소 추세를 나타내고 있음.

○ 태안군 마늘 재배면적은 2003년 현재 1,157ha로 전국 재배면적의 3.5%, 충남재배면적의 약 46%를 차지하고 있음.

- 1990년대 초반까지는 한지형 마늘이 전체 재배면적의 약 70%를 차지하였으나, 1990년대 후반 이후 난지형 마늘이 늘어나기 시작하여 2003년 현재 난지형 마늘이 전체 재배면적의 64.7%를 차지하고 있음.

○ 태안군 마늘 생산량은 2003년 현재 11,850톤으로 전국 생산량의 약 3.1%를 차지하고 있음.

표 2-1. 전국 마늘 재배면적 및 생산량

단위: 천ha, 천톤

구 분		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
재배면적	난지형	27.3	32.0	35.0	28.7	26.3	26.9	24.2
	한지형	10.0	10.4	9.9	8.4	6.9	6.2	6.0
	계	37.3	42.4	44.9	37.1	33.2	33.1	30.2
생산량		393.9	483.8	474.4	406.4	394.5	378.8	357.7

자료: 농림부, 『농림통계연보』, 각 연도.

표 2-2. 태안군 마늘 재배면적 및 생산량

단위: ha, 톤

구 분		1998	1999	2000	2001	2002	2003
재배면적	난지형	817	811	757	834	811	748
	한지형	403	420	460	393	393	409
	계	1,220	1,231	1,217	1,227	1,204	1,157
생산량		9,953	12,461	12,506	15,139	12,236	11,850

자료: 태안군, 『통계연보』, 2004.

2) 수급 현황

○ 마늘 공급량은 1999년까지 증가 추세였으나, 2000년 이후 감소추세에 있음.

- 2004년산 마늘 총 공급량은 433,164톤으로 이중 국내 생산량 357,697톤, 관세할당 물량 14,467톤, 민간수입 예상물량 55,000톤, 이월물량 6,000톤으로 나타남.

- 마늘의 수입 의존도는 1995년 1.5%에서 2002년 8.2%, 2004년 16.0%로 급격하게 증가하고 있으며, DDA농업협상 등 관세율 인하에 따른 수입원가 하락으로 앞으로 지속될 전망임.

○ 마늘 1인당 소비량은 2000년 10.6kg에서 2004년 9.0kg으로 감소하였으며, 2008년 8.5kg, 2014년에는 8.0kg으로 감소할 것으로 전망됨.[1]

표 2-3. 연도별 마늘 수급 현황

단위: 천톤

구 분		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
공급	국내생산	393.9	483.8	474.4	406.4	394.5	378.8	357.7
	관세할당	10.5	2.2	11.9	12.5	13.2	10.0	14.5
	민간수입	44.7	22.9	15.0	14.0	21.5	32.9	55.0
	전년이월	3.0	2.0	3.0	14.7	6.0	14.0	6.0
	계	452.1	510.9	504.3	447.6	435.2	435.3	433.2
수요	국내소비	449.6	507.7	483.7	420.5	421.2	429.3	433.2
	수 출	0.5	0.2	5.9	21.1	-	-	-
	차년이월	0.2	3.0	14.7	6.0	14.0	6.0	-
	계	452.1	510.9	504.3	447.6	435.2	435.3	433.2
수입의존도(%)		12.3	4.9	5.6	6.3	8.2	9.9	16.0

주: 1) 2004년은 추정치임.
2) 의무수입물량은 신선·냉장마늘과 건조마늘 포함.
자료: 농림부, 『농림업 주요통계』, 각 연도.

3) 가격 동향

○ 마늘 가격은 국내 재배면적 및 생산량에 따라 등락이 차이가 나타나고 있는데, 난지형 마늘의 경우 2003년도 kg당 도매가격이 2,142원으로 전년도 보다 약 5% 높았으며, 깐마늘은 3,312원으로 약 2%, 한지형 마늘은 5,070원으로 약 27% 높게 형성되었음.

[1] 한국농촌경제연구원, 『농업전망 2005』, 2005. 1.

○ 2004년도 중국산 마늘의 국내 수입 원가는 신선마늘이 kg당 2,250원, 도매원가 2,420원에 거래되었으며, 깐마늘은 수입원가 kg당 2,470원, 도매원가 2,660원에 거래되었음[2]

표 2-4. 연도별 마늘의 가격 현황

단위: 원/kg

구 분		1998	1999	2000	2001	2002	2003
한지형		4,971	3,418	2,461	2,869	3,673	5,070
난지형	신선마늘	3,124	2,130	1,532	1,633	2,052	2,142
	깐 마 늘	4,942	3,649	2,673	2,757	3,259	3,312

주: 가락시장 거래가격 기준임.
자료: 서울시농수산물공사, 『유통정보핸드북』, 2004.

4) 유통실태

○ 마늘의 수확시기는 5월에는 제주를 중심으로 조생종인 극난지형, 6~7월에는 남해·고흥·해남·무안·태안·서산지역에서 주로 생산되고 있는 중생종인 난지형, 7~8월에는 태안·서산 및 안동·의성·삼척·단양지역에서 주로 생산되고 있는 만생종인 한지형 마늘이 출하되고 있음.

○ 특히 태안지역의 난지형 마늘은 6~7월에 집중 출하되기 때문에 물량이 집중되어 수급불안정으로 인한 가격하락 현상이 발생하고 있음

○ 태안지역 난지형 마늘의 거래 형태를 보면, 출하초기인 6월경에는 주대마늘이 50개 묶음단위로 거래되고 있으나, 이후에는 kg(10kg, 20kg그물망) 단위 거래로 거래되고 있음.

○ 출하 형태별 출하비중을 보면, 일반적으로 종자용으로 약 20%, 수확과 동시에 주대 형태로 출하되는 물량이 약 60%, 나머지 물량은 저장 후 통마늘 또는 깐마늘 형태로 출하되고 있음.

---

2 태안군농업기술센터, 『2005새해영농 소득작물교재』, 2005.

표 2-5. 주산지별 출하시기 및 판매형태

주산지	첫 출하시기	거래형태	비 고
제주	5월7일～8일	난지형 마늘은 출하초기인 5월경에는 주대마늘이 50개 묶음 단위로 거래되나, 이후에는 kg단위로 거래(난지형 마늘이 차지하는 비중 약80%)	고흥산과 출하 시기 비슷함
고흥	5월10일～12일		
창녕, 남해	5월20일～30일		
태안, 서산	6월 초순	한지형마늘은 출하초기에는 50개 묶음 단 또는 100개 묶음의 접단위로, 저장마늘은 kg단위로 거래	난지형으로 작목 전환 됨
의성, 예천	6월 중순		주대 달린 채로 출하
삼척	6월 하순		

○ 서울 가락동 농수산물 도매시장에 출하되는 출하량 비중을 보면, 충남 서산지역이 19.4%로 가장 많은 것으로 나타났으며, 태안지역의 마늘은 가락시장 전체 물량의 10.0%를 차지하고 있는 것으로 나타남.

표 2-6. 서울 가락시장 마늘 출하량에 대한 지역별 출하비중(2003)

도 별	출하비중(%)	시군별	출하비중(%)
충 남	29.5	충남 서산시	19.4
전 남	26.8	경남 남해군	13.3
경 남	18.2	전남 고흥군	12.0
경 북	7.5	충남 태안군	10.0
제 주	7.5	경북 의성군	6.7
경 기	2.7	전남 해남군	4.8
강 원	0.3	전남 무안군	4.4
충 북	0.1	제주 북제주군	4.3
기 타	7.4	경남 김해시	3.2
계	100.0	경기도 광주군	2.7

자료: 서울특별시 농수산물공사,『농수산물 출하지 분석집』, 2004. 6.

○ 마늘의 주 유통경로는 생산자 - 산지유통인 - 도매상 - 중간도매상 - 소매상 - 소비자이며, 깐마늘은 생산자 - 산지조합 - 도매상(저장업체) -깐마늘 업체 - 소매상 - 소비자이고, 대량수요처에 직출하하는 물량은 산지유통

인이나 산지조합을 통해 출하되고 있음.

○ 무안지역에서 생산되는 난지형 마늘의 주 출하경로별 유통비용을 산출해 보면, 농가 수취율이 매년 떨어지고 있는데, 이는 운영비와 상인 이윤이 늘어나고 있으며, 특히 출하단계의 비용이 증가하고 있는데 기인함.

표 2-7. 연도별, 유통단계별 유통비용, 무안-서울

단위: %

구 분		1999	2000	2001	2002
농가수취율		43.9	37.0	35.0	31.0
유통비용		56.1	63.0	65.0	69.0
비용별	직 접 비	34.1	39.5	28.9	24.2
	기타운영비	6.8	11.7	17.9	18.4
	이 윤	15.2	11.8	18.2	26.4
단계별	출 하 단 계	33.8	35.1	27.8	43.8
	도 매 단 계	12.3	13.6	12.2	10.7
	소 매 단 계	10.0	14.3	25.0	14.5

주: 유통경로는 생산자 - 산지유통인 - 도매상 - 중간도매상 - 소매상 - 소비자
자료: 농수산물유통공사.

나. 생강

1) 재배면적 및 생산량

○ 생강의 주요 생산 국가는 인도, 중국, 인도네시아, 태국, 한국 등지임.

○ 우리나라의 생강 주산지는 충남 태안·서산, 전북 완주·남원·임실지역이며, 최근에는 경북 상주·안동, 경남 진주 등 재배지역이 확산되고 있는 추세임.

○ 전국 생강 재배면적은 1998년도 5,187ha에서 2000년도에는 1,656ha로 급격하게 줄어들었으며, 2001년부터 증가하여 2003년도에는 19,188ha로 나타남.

○ 전국의 생강 생산량은 2003년 현재 19,188톤으로 연도 간 증감의 변화는 있으나, 1998년 이후 지속적인 감소 추세를 나타내고 있음.

○ 태안군 생강 재배면적은 2003년 현재 413.8ha로 전국 재배면적의 24.2%를

차지하고 있음.

○ 태안군 생강 생산량은 1999년부터 지속적으로 감소추세에 있으며, 2003년 현재 4,096톤으로 전국 생산량의 약 21.3%를 차지하고 있음.

표 2-8. 연도별 전국 생강 재배면적 및 생산량

단위: ha, 톤

구분	1998	1999	2000	2001	2002	2003
재배면적	5,187	4,255	1,656	1,926	2,705	1,710
생 산 량	47,203	39,745	16,385	20,550	29,861	19,188

자료: 농림부, 『농림통계연보』, 2004.

표 2-9. 연도별 태안군 생강 재배면적 및 생산량

단위: ha, 톤

구분	1998	1999	2000	2001	2002	2003
재배면적	899.2	873.3	655	665	563.2	413.8
생 산 량	7,596	8,261	6,287	7,257	5,308	4,096

자료: 태안군, 『통계연보』, 2004.

2) 수출입 동향

○ 2000년 이후 국내 생강 재배면적의 급격한 감소로 수입물량이 대폭 증가하여 1999년 2,700톤에서 2003년도에는 11,610톤으로 증가하였음.

○ 수입은 주로 중국, 홍콩, 미얀마 등지에서 수입되고 있으나, 교역 여건상 대부분의 물량이 중국에서 수입되고 있는 것으로 나타남

○ 생강의 수출은 주로 분말 등 가공제품으로 일본, 미국 등지로 수출되고 있는데, 2003년에는 60톤을 수출한 것으로 나타남.

표 2-10. 연도별 생강 수출입 현황

단위: 톤

구 분	1999	2000	2001	2002	2003
수 입	2,700	2,552	19,021	15,382	11,610
수 출	100	1	82	37	60

자료: 한국농촌경제연구원, 『2003 식품수급표』, 2004. 12.

3) 가격 동향

○ 생강의 가격은 재배면적, 작황, 수입량에 따라 가격의 차이가 많은 것으로 나타남.

○ 생강의 연도별 가격 변화를 보면, 2002년도 전국적인 작황 호조로 8월 이후 가격이 하락하다가 수확기에는 20kg에 20만원대로 하락하였으나, 2003년도 재배면적 감소 및 작황부진으로 평년가격을 유지하였음.

○ 월별 가격동향을 분석해 보면, 연도 간 가격 차이는 있으나 일반적으로 3월에서 8월 사이에 생강 가격이 가장 높게 형성되므로 저장시설을 이용하여 출하를 조절하는 것이 바람직한 것으로 생각됨.

표 2-11. 연도별 생강 가격 현황

단위: 천원/20kgPP대, 상품

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계(평균)
1998	73.9	80.1	76.4	74.2	80.2	85.6	85.2	84.0	55.8	35.8	29.6	21.5	65.2
2000	21.7	22.6	22.4	22.5	26.0	54.2	57.1	75.4	73.0	62.9	80.2	93.2	50.9
2002	63.6	62.4	60.0	59.4	59.0	59.0	56.2	46.9	31.6	20.0	16.7	20.5	46.3
2003	28.3	30.0	30.0	30.0	32.6	41.4	46.6	46.3	39.6	25.4	36.4	42.0	35.7

자료: 서울특별시농수산물공사, 『농수산물유통정보핸드북』, 2004. 5.

4) 유통 실태

○ 생강의 시장 출하시기 보면, 햇생강이 수확되는 9월에는 상주, 안동산, 11월에는 김제산, 12월부터 5월까지는 태안, 서산, 당진, 보령산이 주종을 이루고 있음.

○ 생강의 출하 형태는 대부분 수확 후 산지 수집·반출상을 통해 판매되고 있으며, 산지의 포전거래 비율은 10% 내외로 추정하고 있음[3].

○ 생강의 일반적인 유통경로는 생산자 - 수집·반출상 - 도매상 -소매상 - 소비자의 4단계로 취급상인이 특정화 되어 있어 유통경로가 타 품목에 비해 단순함.

---

[3] 농수산물유통공사 자료.

○ 2003년도 가락시장에 반입된 지역별 출하량 비중을 보면, 충남 서산지역이 30.5%로 가장 많은 것으로 나타났으며, 태안지역의 생강은 가락시장 전체 물량의 3.1%를 차지하고 있는 것으로 나타남.

○ 2003년도 서울 가락시장에 반입되는 생강의 물량은 충남 서산·태안·당진, 전북 김제, 전남 영암지역으로 나타났으며, 경기지역의 물량은 상인의 저장물량인 것으로 판단됨.

표 2-12. 서울 가락시장 생강 출하량에 대한 지역별 출하비중(2003)

도별	출하비중(%)	시군별	출하비중(%)
충 남	43.1	충남 서산시	30.5
경 기	24.8	전북 김제시	14.2
전 북	14.5	전남 영암군	11.2
전 남	13.1	경기 성남시	9.5
경 북	0.4	경기 구리시	7.0
충 북	0.1	경기 하남시	6.1
기 타	4.0	충남 당진군	5.7
		충남 태안군	3.1
		충남 예산군	2.3
계	100.0	전남 영광군	1.8

자료: 서울특별시 농수산물공사, 『농수산물 출하지 분석집』, 2004. 6.

○ 생강을 서울 가락시장에 출하했을 경우, 유통단계별 유통비용을 추산해 보면 소매 단계가 가장 높고 그 다음에 출하 단계, 도매 단계 순으로 나타남.

○ 연도별 차이는 있으나 유통단계별 총 유통비용은 50%수준으로 나타났으며, 유통비용이 높은 순위를 보면 상업이윤, 운영비, 직접비 순으로 나타남.

○ 최근 산지를 중심으로 생강의 판매를 촉진하고 소비자의 만족도를 극대화하기 위하여 생강가공 기계설비를 갖추고 생강의 가공제품을 생산하여 대형 유통업체, 백화점 등에 출하하는 산지유통센터를 운영 유통개선에 기여하고 있음.

- 지역 생산자로부터 수집한 생강을 산지유통센터 저온저장고에 보관하였다가 제품 생산계획에 따라 작업, 출하하고 있음.
- 제품의 종류는 포장생강, 다짐생강, 생강가루, 편강, 초절임생강 등임.

표 2-13. 연도별, 유통단계별 유통비용, 태안-서울

단위: %

구 분		2000	2001	2002	2003
농가수취율		50.0	48.0	53.3	42.7
유통비용		50.0	52.0	46.7	57.3
비용별	직 접 비	12.5	13.6	14.4	7.0
	기타운영비	18.5	18.3	22.2	19.2
	이 윤	19.0	20.1	10.1	31.1
단계별	출 하 단 계	3.8	6.2	14.9	17.2
	도 매 단 계	15.0	13.8	5.1	4.1
	소 매 단 계	31.2	32.0	26.7	36.0

주: 유통경로는 생산자 - 수집·반출상 - 도매상 - 소매상 - 소비자
자료: 농수산물유통공사.

다. 고추

1) 재배면적 및 생산량 현황

○ 고추는 노동력 비중이 높은 작목으로 농촌노동력의 고령화, 중국산 고추의 수입 증가 등의 여파로 1996년 이후 재배면적 및 생산량이 감소하고 있는 추세임.

○ 고추 재배면적은 80,130ha이였으나, 매년 감소하여 2003년에는 63,150ha로 나타남.

○ 고추 생산량은 재배면적 감소와 연작피해로 인한 작황 부진으로 2000년 391,298톤에서 2003년에는 350,174톤으로 감소하였음.

○ 태안지역의 고추 재배면적은 2003년 현재 965ha로 전국 재배면적의 1.5%를 나타내고 있으며, 생산량은 2,008톤으로 나타남.

표 2-14. 연도별 고추 재배면적 및 생산현황

단위: ha, 톤, %

구분	2000		2001		2002		2003	
	전국	태안	전국	태안	전국	태안	전국	태안
재배면적	80,130	930(1.2)	76,253	964(1.3)	76,724	776(1.0)	63,150	965(1.5)
생 산 량	391,298	1,941(0.5)	411,750	2,046(0.5)	381,156	1,828(0.5)	350,174	2,008(0.6)

주: ( )는 전국 재배면적 및 생산량에 대한 태안군의 비중을 나타냄.
자료: 농림부, 『농림통계연보』, 2004, 태안군, 『통계연보』, 2004.

2) 수급 동향

○ 고추의 1인당 소비량은 1990년대 초반까지는 증가하였으나 중반이후 정체되면서 최근에는 완만하게 감소하는 것으로 나타남.

○ 고추의 연간 공급량을 보면, 수입량은 증가하고 있으나 국내 생산량이 감소하여 완만한 감소 추세를 나타내고 있음.

○ 고추의 연간 공급량에서 수입량이 차지하는 비중은 1996년 5.5%에서 2003년에는 30.6%로 증가하였으며, 이러한 추세는 계속될 전망임.

표 2-15. 연도별 고추 수급 현황(8월～익년 7월 기준)

단위: 천톤

구 분	1996	2000	2001	2002	2003
공급	231.1	227.0	223.3	238.7	216.1
국내생산	218.5	193.8	180.1	192.8	132.0
전년이월	-	3.0	1.0	10.0	18.0
관세할당량	-	2.1	2.5	-	6.2
수 입	12.6	28.1	39.7	35.9	59.9
수요	231.1	227.0	223.3	238.7	216.1
국내소비	203.4	219.7	208.8	215.3	207.2
수 출	2.7	6.2	4.5	5.4	3.9
차년이월	25.0	1.0	10.0	18.0	5.0
1인당소비량(kg)	4.5	4.7	4.4	4.5	4.3

주: 관세할당량은 전량 수매를 가정함.
자료: 한국농촌경제연구원, 『농업전망 2005』, 2005. 1.

3) 가격 동향

○ 건고추의 가격은 연도 간 가격 차이는 많지 않으나, 최근 수입량의 증가로 가격이 크게 하락하고 있는 실정임.

○ 국내산 고추시세가 600g 상품 가격이 4,000원 이상 지속될 경우 중국산 건고추의 수입이 증가될 것으로 추정하고 있음.[4]

표 2-16. 연도별 고추(화건) 가격 현황

단위: 원/600g상품

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계(평균)
1999	5,050	5,153	5,200	5,200	5,104	4,750	4,602	4,071	3,691	3,946	4,232	4,200	4,600
2000	4,244	4,309	4,338	4,300	4,475	4,732	4,715	4,167	4,223	4,850	4,821	4,800	4,498
2001	4,800	4,800	4,802	4,800	4,956	5,858	5,619	4,994	5,260	4,974	4,727	4,565	5,013
2002	4,456	4,500	4,490	4,125	3,854	3,600	3,317	2,961	3,757	3,685	3,285	3,404	3,786
2003	3,450	3,593	3,648	3,554	3,573	3,700	3,700	4,573	5,639	5,750	5,750	5,943	4,406

자료: 서울특별시농수산물공사, 『농수산물 출하지 분석집』, 2004. 6.

4) 유통 실태

○ 건고추의 유통경로는 크게 일반상인을 통한 경로, 계통출하, 직거래 등으로 나눌 수 있는데, 대표적인 유통 경로는 생산자 - 산지수집상 - 도매상 - 소매상 - 소비자에 이르는 경로임.

○ 포장재는 P.P대이며, 중량은 대부분 60㎏(100근) 단위로 출하하고 있음.

○ 고추는 일반적으로 지역 주요 집산지 5일 시장 또는 산지수집상을 통해 판매하는 비중이 높은 것으로 나타남.

○ 건고추의 경우 대부분의 물량이 산지유통인을 통해 유통되기 때문에 타 품목에 비해 산지 조합의 역할이 크지 않음.

○ 그러나 일부 산지조합에서는 농가의 수취가격을 제고하고 고품질 위주의 유통체계를 구축하기 위하여 거점지역을 중심으로 고추 집산지 시장을 개설・운영함으로써 유통개선에 이바지하고 있는 사례가 있음.

---

4 한국농촌경제연구원 2005년도 농업전망 참조.

○ 서울 지역 시장별 반입량 비중을 보면, 가락시장 25～30%, 성남 모란시장 30%, 경동시장 25%, 기타 영등포시장, 중앙시장, 구리시장으로 반입되고 있음.

라. 기타 채소류

○ 태안군은 고추, 마늘, 생강 외에도 배추, 양배추, 알타리무, 감자, 고구마, 달래 등 품질이 우수한 채소류 주산단지로서 면모를 갖추고 있는 것으로 나타남.

마. 생산 및 유통체계의 문제점

○ 태안지역의 농산물은 다품목 소량 생산체제하에서 유통의 공동화와 규모화가 전혀 이루어지지 않고 있어 생산·출하조직의 시장교섭력은 매우 낮은 수준이며, 소비지 시장에서의 인지도도 매우 낮은 실정임.

○ 공동출하를 가능하게 할 산지유통시설이 전무한 실정으로 개별 생산자 단위로 상품화를 수행하고 있어 품질관리가 전혀 이루어지지 못하고 있음.

○ 수확 후 신선도 유지 및 상품성을 향상시킬 수 있는 예냉시설, 저온저장시설 등이 매우 부족함.

2. 화훼류 생산 및 유통 현황 문제점

가. 화훼생산 현황

○ 화훼 생산액은 2003년 8,092억원으로 1990년에 비해 3.4배가 증가하였고, 지난 13년간 연평균 9.8%씩 증가함.

- 같은 기간 농업부가가치의 연평균 증가율 3.2%에 비해 3배 이상 빠르게 증가함.
- 화훼생산액이 농업에서 차지하는 비중도 1990년에는 1.8%에서 2003년에는 4.1%로 늘어남.

○ 전체 농경지면적과 농가 수는 감소하는데 반해 화훼 재배면적과 생산농가는 계속 증가하여 화훼의 위상이 크게 높아졌음.

표 2-17. 농업생산에서 화훼생산의 비중

구 분		단위	1990	1995	2000	2003	연평균 증가율(%)
생산액	화 훼	억원	2,393 (1.8)	5,090 (2.6)	6,649 (3.1)	8,092 (4.1)	9.8
	농 업	10억원	13,027(100)	19,925(100)	21,672(100)	19,583(100)	3.2
재배 면적	화 훼	ha	3,503 (0.2)	5,156 (0.3)	5,891 (0.3)	6,860 (0.4)	5.3
	총경지	천ha	2,109(100)	1,985(100)	1,889(100)	1,846(100)	-1.0
생산 농가	화 훼	호	8,945 (0.5)	12,509 (0.8)	13,080 (1.0)	13,596 (1.1)	3.3
	총농가	천호	1,767(100)	1,501(100)	1,383 (100)	1,264(100)	-2.5

주: 1) ( )내는 구성비(%)임.
2) 농업생산액은 당해년 농업부가가치임.
자료: 농림부, 『화훼재배현황』, 각 연도.

○ 우리나라에서 재배되는 화훼는 크게, 절화, 분화, 구근, 화목, 종자, 관상수 등 5개 부류로 구분되어 있으며, 절화와 분화가 총생산액에서 차지하는 비중이 약 90%에 이를 정도로 대부분을 차지함.

○ 절화의 경우 장미, 국화, 안개초, 백합, 카네이션의 비중이 매우 높으며, 1990년 78.3%에서 2003년에는 83.5%로 절화의 대부분임.

○ 분화류는 절화에 비해 재배품목이 훨씬 다양하나 호접란, 덴파레, 심비디움 등 난류의 비중이 크게 늘어남.

표 2-18. 주요 품목별 화훼 생산액 추이

단위: 백만원

구 분	1990	1995	2000	2003
절화류 계	59,224(100.0)	225,757(100.0)	372,992(100.0)	394,939(100.0)
장 미	10,158 (17.2)	63,019 (27.9)	167,918 (45.0)	163,228 (41.3)
국 화	12,484 (21.1)	45,588 (20.2)	55,385 (14.9)	79,526 (20.1)
안 개 초	8,118 (13.7)	28,854 (12.8)	16,095 (4.3)	25,669 (6.5)
백 합	7,781 (13.1)	19,606 (8.7)	38,640 (10.4)	33,833 (8.6)
카네이션	7,814 (13.2)	21,348 (9.5)	17,331 (4.7)	27,663 (7.0)
분화류 계	99,516(100.0)	188,270(100.0)	297,020(100.0)	324,288(100.0)
난 류	-	49,174 (26.1)	126,502 (42.6)	104,463 (32.2)

자료: 농림부, 「2003화훼재배현황』, 2004.

나. 화훼수출 현황

○ 우리나라 화훼류 수출은 IMF 외환위기 이전까지만 해도 500만 달러 정도였으나 외환위기 이후 크게 증가하여 2003년에는 4,500만 달러를 상회하였음. 품목별로는 장미, 국화, 백합 등 절화류가 전체 수출의 60%이상을 차지하여 화훼 수출을 주도함.

○ 장미는 일본시장에서 네덜란드, 인도, 베트남 등과 경쟁을 벌이고 있는데, 네덜란드산에 비해서는 가격경쟁력, 동남아시아산에 비해서는 품질경쟁력을 확보하고 있어 현재까지는 일본시장 점유율 1위를 지키고 있음. 국화와 백합도 전량 일본으로 수출되고 있는데, 일본시장에서의 선호도가 높아 수출이 증가추세임.

○ 접목선인장을 중심으로 한 선인장은 우리의 전통 수출 품목이었으나 1990년대 말부터 수출실적이 장미, 백합 등 절화에 뒤지고 있음. 주요 수출시장은 네덜란드, 미국, 일본 등이나 현재 후발국인 터키와 중국의 저가공급에 의한 가격경쟁력 열세로 수출이 정체 상태에 있음. 이에 비해 2000년대 들어 심비디움을 중심으로 한 난류가 빠르게 증가하고 있음. 그러나 난류 또한 중국의 재배가 확대되고 있어 수출확대에 어려움이 있을 것으로 예상됨.

표 2-19. 화훼류 품목별 수출 비중

단위: 천불, %

구분	장미	국화	백합	선인장	난초	기타	계
1996	99 (2.2)	74 (1.7)	1,212(27.1)	2,613(58.4)	331 (7.4)	144 (3.2)	4,473(100)
1997	48 (0.9)	28 (0.5)	2,054(39.1)	2,459(46.8)	358 (6.8)	305 (5.9)	5,252(100)
1998	3,419(29.8)	272 (2.4)	3,388(29.5)	2,266(19.7)	959 (8.4)	1,180(10.2)	11,484(100)
1999	6,624(33.5)	2,101(10.6)	3,061(15.5)	2,942(14.9)	2,925(14.8)	2,098(10.7)	19,751(100)
2000	10,324(35.7)	4,682(16.2)	4,395(15.2)	2,737 (9.5)	4,422(15.3)	2,329 (8.1)	28,888(100)
2001	10,220(32.1)	7,252(22.8)	4,868(15.3)	2,528 (7.9)	4,743(14.9)	2,238 (7.0)	31,849(100)
2002	7,113(22.2)	7,177(22.3)	6,951(21.6)	2,419 (7.5)	6,098(16.8)	2,363(16.8)	32,121(100)
2003	10,401(23.0)	8,394(18.5)	9,477(20.9)	2,257 (5.0)	12,341(27.3)	2,406 (5.3)	45,276(100)

자료: 농림부, 『2003화훼재배현황』, 2004.

○ 국가별 화훼류 수출은 IMF 외환위기 이후 일본 의존도가 크게 심화되었음. 2003년 현재 일본의 비중은 65.7%로 우리나라가 수출하는 화훼의 3분의 2를 차지하고 있음.

- 일본시장에는 주로 장미, 국화, 백합 등 절화류가 수출되고 있음.
- 특히 신선도를 요하는 절화수출의 경우는 수입량이 많고, 지리적으로 유리한 일본시장에 의존할 가능성이 큼.

○ 중국시장으로의 수출이 2000년대 들어 빠르게 증가하고 있는데, 주로 난류(특히 심비디움) 수출의 증가에 기인하고 있음.

○ 이에 반해 화란과 미국의 비중은 1990년대 중반 이후 계속 감소하는 추세를 보이고 있음.

○ 주목할 점은 중국의 화훼산업이 최근 빠르게 성장하고 있어, 중국시장으로의 수출제약 뿐만 아니라 일본시장에서 중국과의 경쟁도 더욱 심화될 것으로 전망됨.

표 2-20. 화훼류 국가별 수출 비중

단위: 천 달러(%)

구분	일본	홍콩	중국	화란	미국	기타	계
1996	1,548(34.6)	124 (2.8)	176 (3.9)	765(17.1)	930(20.8)	930(20.8)	4,473(100)
1997	2,268(43.2)	471 (9.0)	9 (0.2)	927(17.6)	636(12.1)	941(17.9)	5,252(100)
1998	7,865(68.5)	796 (6.9)	234 (2.0)	1,042 (9.1)	800 (7.0)	747 (6.5)	11,484(100)
1999	12,365(62.6)	2,784(14.1)	2,291(11.6)	974 (4.9)	644 (3.3)	693 (3.5)	19,751(100)
2000	20,975(72.6)	2,904(10.1)	2,434 (8.4)	859 (3.0)	962 (3.3)	754 (2.6)	28,888(100)
2001	24,242(76.1)	775 (2.4)	2,984 (9.4)	1,287 (4.0)	1,837 (5.8)	724 (2.3)	31,849(100)
2002	22,909(71.3)	1,103 (3.4)	4,665(14.5)	924 (2.9)	1,594 (5.0)	926 (2.9)	32,121(100)
2003	29,736(65.7)	1,003 (2.2)	10,030(22.2)	798 (1.8)	2,727 (6.0)	982 (2.1)	45,276(100)

자료: 농림부, 『2003화훼재배현황』, 2004.

다. 태안군의 화훼산업 구조

1) 화훼 생산

○ 태안군은 국화를 중심으로 장미, 백합, 안개초 등 절화와 심비디움, 호접

란 등 분화에 이르기까지 다양한 품목이 재배되고 있고, 면적도 증가하고 있음. 화훼재배에 유리한 자연조건과 지자체의 수출산업 육성에 힘입어 새로운 화훼 주산지로 성장하고 있음.

- 생산면적 기준 국화는 전국 1위, 백합 4위, 장미 8위, 안개초 4위, 심비디움 2위를 차지하고 있을 정도로 화훼류가 지역의 특화작목으로 자리 잡고 있음.

표 2-21. 주요 화훼의 태안군 생산면적 비중

단위: ha, %

구 분	전국면적	태안군	점유율	비 고
국 화	767	67	8.7	①태안, ②김해, ③마산, ④창원
백 합	228	15	6.6	①서귀포, ②양구, ③평창, ④태안
장 미	821	23	2.8	①고양, ②김해, ③파주, ⑧태안
안 개 초	136	10	7.4	①창원, ②남원, ③김해, ④태안
심비디움	127	18	14.2	①서귀포, ②태안, ③서산

주: 전국면적은 2003년, 태안군은 2004년 기준임.
자료: 농림부, 농협태안군지부.

○ 태안지역이 화훼 주산지로 발전하게 된 배경은 자연적 조건이 크게 영향을 미치고 있음. 특히 국화는 1970년대 말부터 마늘, 생강의 대체작물로 재배되기 시작하였는데, 같은 위도에 비해 겨울철에도 3~4℃가 높기 때문에 국화의 적심재배(남부지역의 경우 무적심 재배가 일반적)에 의한 자연개화작형이 널리 보급됨.

- 마산, 김해 등 전통적인 주산지역의 특화 정도는 약화된 반면 서해안 지역의 특화정도는 강화되고 있음.
- 태안지역의 자연개화작형 품종을 제외하면 대부분의 주산지는 촉성, 반촉성, 억제 작형 등 재배 작형이 다양함.
- 국화의 주 재배 품종은 고양지역이 푸마와 국광, 태안지역은 정운과 수방력, 마산지역은 설풍과 춘광 등임.
- 재배시설은 대부분 자동화온실(60~70%) 및 관행비닐온실(30~40%)에서 토경재배가 주류임.

표 2-22. 국화 주산지별 특성

구분		마 산	김 해	태 안
주 산 지 형성시기		1960년대 초	1970년대 초	1978년 식재 시작
주 산 지 형성과정		마산시 우산동에서 자생국화 중심 단지	부산근교 농가가 이주	농업기술센터의 지역개발 사업으로 시작
도입배경		작목반 중심으로 발전	자생 화훼산지로서 기술 축적	지자체가 육성
생산구조	주품종	설풍, 춘광등 대국중심	춘광, 백광등 대국중심	수방력, 대국중심에서 스프레이 국화로 이동
	시 설 형 태	자동화비닐온실 중심 유리온실 증가	관행비닐온실중심	자동화비닐온실 중심 관행 비닐온실
	재 배 방 식	시설토경(37%) 노지재배(63%) 자가육묘	대부분 목재, 철재 관행 온실에서 토경재배 자가육묘 비율이 높음	토경 적심재배, 작기증가를 위해 양액재배 도입
	토 지 소 유	임차농(41%)	자가 농지 소유	자기 농지에 산지조성
	유리성	화훼 소비지 인접기술 축적	마산 등 주산지에 근접하여 기술습득 용이	국화시험장 인접
	불리성	지가 상승, 시설 불량	시설 불량, 노령화	기술 축적의 상대적 저위
유통	판 매 방 식	개별판매, 공동수송	개별판매, 공동수송	개별판매, 공동수송
	판매처	공판장(50%) 유사시장(50%)	공판장(60%) 유사시장(40%)	공판장(70%) 유사시장(30%)
주 산 지 발전전망		수방력 도입으로 수출 확대 전망	스프레이국화 식재 증가 추세	수출단지 조성 등 수출 확대 전망 일부 타품목으로 대체

자료: 한국농촌경제연구원 조사결과.

○ 태안지역 화훼농가의 연령분포는 50대가 전체의 39.2%로 가장 많고, 다음이 40대로 31.7%를 차지하여 타지역에 비해 젊은층이 화훼농업을 선도하고 있음. 화훼영농 경력은 10년 이상 된 농가가 전체의 75.7%에 이를 정도로 농가의 화훼재배기술은 상당히 높을 것으로 예상됨.

○ 재배작물은 국화가 45.1%로 화훼농가의 약 절반은 국화를 재배하고 있음. 장미는 20.7%로 다음을 차지하고 있고, 백합은 9%로 예상보다 높지 않음.

표 2-23. 태안군 화훼농가의 경력과 재배작물

단위: %

연 령	39세 이하	40～49	50～59	60～69	70세 이상	계
구 성 비	6.3	31.7	39.2	17.7	5.1	100
화훼경력	3년 이하	4～6년	7～9년	10～12년	13년 이상	계
구 성 비	6.3	9.0	9.0	27.0	48.7	100
재배작물	국화	장미	백합	양란	기타	계
구 성 비	45.1	20.7	9.0	5.4	19.8	100

자료: 태안지역 화훼농가 현지조사 결과.

○ 화훼관련 생산조직으로는 농업기술센터가 주축이 된 연구회조직 4개(국화, 백합, 장미, 양란), 농협의 작목반 조직 10개, (사)화훼협회를 중심으로 한 작목반 조직 20개가 운영되고 있음.

- 화훼협회 중심의 20개 작목반에는 264농가가 참여하고 있음. 작목반 조직의 특성은 난과 장미 일부를 제외하면 지역단위를 중심으로 조직화됨. 작목반은 최소 5명에서 최대 33명까지 구성되어 있음.

○ 화훼농가의 재배시설은 대부분 자동화온실 및 반자동화온실이고 재배방법 또한 90%이상 토경재배로 시설 면에서는 타 화훼 주산지에 비해 열악한 편임. 특히 양액재배는 수출용 고품질 화훼생산을 위해 필요한 재배방법이나 태안지역에서는 아직 일반화되어 있지 못한 실정임.

표 2-24. 화훼류 작목반 현황

구 분	농가수(호)	주요 재배 품목
금 화	7	국화, 장미, 안개, 스타티스
달 산	9	국화, 장미
두 야	6	국화, 장미, 안개
몽 산	21	국화, 백합, 장미, 안개
미 화	8	안개, 국화, 해바라기, 미스티블루
백 화	33	국화, 안개, 스타티스, 홍화
서 해 난	28	난(심비디움, 호접, 교배종), 안개

송 화	7	장미, 스타티스, 니시안
상 화	10	국화, 안개, 장미, 백합
성 장	9	장미, 난
신 일	29	장미, 안개, 국화, 스타티스, 백합
서해안장미	5	장미, 공작
영 전	9	라스, 국화
영 화	7	국화, 스타티스, 안개
태 안 장 미	7	장미
태 평	6	안개, 국화, 백합
태 화	8	스타티스, 장미, 라스
화 남	25	국화, 안개, 장미
화 신	13	국화, 장미
흥 화	17	국화, 안개, 스타티스, 라스
계	264	

자료: (사)한국화훼협회 태안군 분회.

표 2-25. 주요 화훼의 재배방법별 비중

단위: %

구 분	양액재배	토경재배	상자재배	기타재배	계
국 화	-	98.5	-	1.5	100
백 합	14.3	85.7	-	-	100
장 미	26.1	73.9	-	-	100
양 란	40.0	40.0	20.0	-	100
기 타	-	100	-	-	100
평 균	8.0	90.4	0.8	0.8	100

자료: 태안지역 화훼농가 현지조사 결과.

2) 화훼 유통

○ 태안지역 화훼의 60%이상은 공영도매시장을 통해 출하되고 있고, 30% 정도가 재래시장의 위탁상에 출하되고 있어 공영시장 의존도가 타 지역에 비해 높음. 수출은 전체 출하물량의 5%를 약간 상회하는 수준임.

- 수출비중이 높은 백합은 공영시장보다 재래시장 의존도가 높게 나타남.

표 2-26. 주요 화훼의 출하처별 비중

단위: %

구 분	공영시장	재래시장	기타	수출	계
국 화	58.7	33.7	2.4	5.2	100
백 합	36.7	41.6	-	21.7	100
장 미	63.9	35.2	0.6	0.3	100
양 란	93.3	-	1.7	5.0	100
평 균	61.2	32.1	1.6	5.1	100

자료: 태안지역 화훼농가 현지조사 결과.

○ 태안지역에서는 30여종 이상의 화훼가 재배되고 있으며 2004년 양재동 화훼공판장에 출하실적이 있는 농가는 213호임. 화훼공판장에 출하되는 품목을 기준으로 할 때는 연 463농가가 출하하였고 가장 많이 출하된 품목은 국화임. 국화 출하농가는 127호로 전체의 27.3%를 차지하여 국화가 태안지역 화훼를 대표하고 있음.

- 다음은 스타티스, 공작초, 해바라기, 장미, 안개초의 순이며 백합은 예상외로 20농가에 머물고 있음. 이는 백합의 경우 2004년에 내수판매보다는 대일 수출이 활발하였기 때문으로 보임.

표 2-27. 태안지역 화훼류 상위 10개 출하 품목

단위: 호(%)

순 위	출하품목	연 출하농가수
1	국 화	127(27.4)
2	스 타 티 스	58(12.5)
3	공 작 초	45 (9.7)
4	해 바 라 기	32 (6.9)
5	장 미	30 (6.5)
6	안 개 초	26 (5.6)
7	글라디올러스	22 (4.8)
8	솔리다스터	22 (4.8)
9	백 합	20 (4.3)
10	기 린 초	18 (3.9)
기 타	22개 품목	63(13.6)
계	32품목	463(100)

주: 1) 출하농가수는 출하품목을 기준으로 중복 계산된 수치임.
2) ( )내 수치는 구성비 임.

자료: 양재동 화훼공판장 내부자료에서 재 작성

○ 양재동 화훼공판장에 출하실적이 있는 213농가 가운데 단일 품목을 재배하는 농가는 67호, 2개 품목을 재배하는 농가는 35호, 나머지 111농가는 3개 품목 이상을 재배하고 있음.

표 2-28. 태안지역 화훼농가의 재배품목 수

단위: 호(%)

단일 품목	2개 품목	3품목 이상	계
67(31.5)	35(16.4)	111(52.1)	213(100)

자료: 양재동 화훼공판장 내부자료에서 재 작성.

○ 양재동 화훼공판장 출하 농가가 단일 작목으로 가장 많이 재배하는 품목 역시 국화이고, 다음이 장미, 스타티스, 백합의 순임.

표 2-29. 태안지역 화훼농가의 단일작목 재배현황

단위: 호(%)

국화	장미	스타티스	백합	난	기타	계
24(35.8)	15(22.4)	9(13.4)	5(7.5)	3(4.5)	11(16.4)	67(100)

자료: 양재동 화훼공판장 내부자료에서 재 작성.

○ 화훼농가의 출하선 결정은 국내용의 경우 대부분 본인이 판단하여 결정하고 일부 조직원 회의의 결정에 따라 출하하고 있으나, 수출용은 본인 결정보다는 조직의 결정에 의존하는 비율이 높음.

- 수출용의 경우 물류센터를 통한 정보수집 및 의사결정 기능의 필요성이 제기되고 있음을 시사함.

표 2-30. 화훼의 출하선 결정방법

단위: %

구 분	본인결정	이웃과 상의	조직회의	기타	계
국내용	83.3	1.5	13.7	1.5	100
수출용	18.2	18.2	63.6	-	100

자료: 태안지역 화훼농가 현지조사 결과.

○ 국내용 출하처 결정시 고려사항은 판매가격을 가장 우선순위로 고려하고

있고 다음이 물량처리능력을 보고 있음. 국내출하 물량의 경우도 개별농가단위에서는 한계가 있기 때문에 물류센터를 통해 가격교섭력 제고와 안정적 출하처를 확보해야 함을 의미함.

표 2-31. 국내 출하선 결정시 고려사항

구분	판매가격	물량처리능력	대금정산	선도금활용	운송편의	계
비율(%)	55.6	19.4	13.9	3.7	7.4	100

자료: 태안지역 화훼농가 현지조사 결과.

3) 화훼 수출

○ 태안지역이 화훼생산의 주산지임에도 불구하고, 1990년대 까지만 해도 화훼수출은 고양, 김해 등 타 지역에 비해 뒤떨어져 있었음. 이는 화훼농가의 수출마인드 부족으로 수출용 생산을 위한 기반이 미흡하였기 때문으로 보임.

○ 2000년대 들어 백합과 양난을 중심으로 수출이 본격적으로 시도되었고 2000년 수출액이 10억원을 돌파한 이후 최근 수출이 빠르게 증가하고 있음. 특히 양란의 수출이 크게 증가함.

- 2004년의 수출액은 55억원으로 전년대비 59.2% 증가하였고, 양란의 경우 전년대비 61.9%가 증가함.

표 2-32. 태안군 화훼류 수출 추이

단위: 천본, 백만원

구 분	2002		2003		2004	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
국 화	120	42	200	77	266	81
백 합	253	107	510	408	506	600
장 미	40	26	-	-	20	9
양 란	120	1,245	329	2,996	630	4,851
계	533	1,420	1,039	3,481	1,422	5,541

자료: 태안군농업기술센터.

○ 태안군의 현재 수출방법은 타지역 농협이나 민간 수출업자가 대행하여 수출하는 비중이 높고 현지농협이나 생산자 단체가 직접 수출하는 단계에는 이르지 못함. 화훼 수출시장은 절화의 경우 전량 일본이고 양란은 중국이 주 수출시장이나 미국과 멕시코에도 일부 수출되고 있음.

표 2-33. 태안군의 주요 화훼류 수출방법

구 분	타지역 농협대행	인근농가에 위탁	민간업자 대행	계	비 고
국 화	12.5	25.0	62.5	100	일본
백 합	66.7	-	33.3	100	일본
장 미	100	-	-	100	일본
양 란	100	-	-	100	중국, 미국, 멕시코

자료: 태안지역 화훼농가 현지조사 결과.

4) 태안군 화훼산업의 구조 진단

○ 현재 태안군의 화훼산업 현황과 화훼농가 조사를 통해 태안군의 화훼산업 구조를 진단해 볼 때, 태안군은 타 화훼 주산지에 비해 수출상품 생산기지 및 백합의 경우 종구생산 기지로 발전 가능성이 높음.

표 2-34. 태안군 화훼산업의 강점과 약점

구분	강 점	약 점
생산 기반	- 자연적 조건 유리 - 젊은 층이 화훼생산 주축	- 생산시설(반자동화), 재배방법(토경위주)의 낙후 - 다양한 작목전환에 의한 기술축적 한계
유통 기반	- 집단화에 의한 물량 결집이 용이 - 공영시장의 선호로 투명거래 용이	- 전반적인 유통시설의 부족 - 개별 유통활동에 의한 시장대응능력 부족
수출 기반	- 대량의 수출물량 확보 용이 - 백합, 양란 등 수출상품 재배 용이	- 고품질 수출용 화훼의 지속적 공급능력 부족 - 내수 출하 위주의 관행으로 수출마인드 부족

3. 산지유통시설 및 생산자조직

가. 유통시설 현황과 문제점

○ 태안군의 농산물 유통관련 시설은 간이집하장 위주로 건설되어 있어 농산물의 품질관리를 위한 수확 후 관리 시설과 상품화시설은 매우 미흡한 실정임.

- 수확 후 상품화시설과 관련된 예냉시설이나, 종합상품화가 가능한 산지유통센터나 청과물종합처리장 시설은 전무한 실정임.

○ 유통관련 시설은 2003년 말 현재 모두 58개소가 있으나 대부분 단일 기능만을 수행할 수 있는 시설로 수확 후 종합상품화가 거의 불가능한 실정임.

- 간이집하장 46개소, 집하장 1개소, 개량저장고 2개소, 저온저장시설 9개소에 불과한 실정임.

○ 특히 유통시설의 개소당 규모가 영세하며, 유통시설 간 상호 연계가 이루어지지 않아 제 기능을 발휘하지 못하고 단순 기능만 수행하고 있는 실정임.

- 집하장을 포함한 간이집하장의 개소당 평균 시설 면적은 187.6㎡, 연간 처리물량은 165.4톤, 연간 활용일수는 184일로 나타남.
- 집하장에서 주로 취급하는 품목은 지역특산품인 마늘, 생강, 고추, 달래 등 채소류가 주종을 이루고 있고, 최근 재배면적이 늘어나고 있는 화훼류가 많은 것으로 나타남.
- 한편 저온저장고의 개소당 평균 시설 면적은 253.4㎡로 규모화된 시설이 상당수 시설되어 있으며, 연간 처리물량은 319.4톤, 연간 활용일수는 271일로 나타남.
- 저온저장고에 저장되는 농산물은 주로 마늘, 양파, 고추 등 양념채소류로서 지역에서 생산되는 알타리무, 달래, 감자, 고구마 등 채소류와 화훼류는 수확과 동시에 시장에 출하되고 있는 것으로 나타남.

표 2-35. 유통시설 현황, 2003

단위: 개소수

구 분		간이집하장	개량저장고	저온저장고	집하장	계
지역별	태안읍	9	1	2	-	12
	안면읍	8	-	1	-	9
	고남면	6	-	-	-	6
	남 면	4	-	2	-	6
	근흥면	1	1	1	-	3
	소원면	3	-	-	-	3
	원북면	7	-	-	1	8
	이원면	8	-	3	-	11
운영주체별	작목반	40	-	4	-	44
	영농조합법인	4	-	-	-	4
	농 협	2	2	2	1	7
	민 간	-	-	3	-	3
계		46	2	9	1	58

주: 작목반은 영농회, 마을회, 동호회를 포함함.
자료: 태안군청, 농수산물유통공사, 『전국 농산물 산지유통시설 운영 현황』, 2003.

표 2-36. 간이집하장(집하장) 시설 현황, 2003

단위: ㎡, 톤

지역별	개소수	시설면적		연간 처리물량		연간 활용일수		취급품목
		계	평균	계	평균	계	평균	
태안읍	9	1,494	166	1,250	138.9	2,500	277.7	마늘, 생강, 화훼
안면읍	8	1,524	190.5	1,280	160	1,380	172.5	마늘, 고추, 쌀
고남면	6	996	166	715	119.2	940	156.7	고추, 마늘, 쌀
남 면	4	1,058	264.5	1,875	468.8	930	232.5	마늘, 장미, 국화, 백합
근흥면	1	166	166	150	150	200	200	마늘, 벼, 생강
소원면	3	498	166	285	95	400	133.3	화훼, 마늘, 버섯
원북면	8	1,721	215.1	1,360	170	860	107.5	마늘, 생강, 벼, 달래
이원면	8	1,360	170	860	107.5	1,440	180	마늘, 벼, 생강
계	47	8,817	187.6	7,775	165.4	8,650	184	-

자료: 농수산물유통공사, 『전국 농산물 산지유통시설 운영 현황』, 2003.

표 2-37. 저온저장고 시설 현황, 2003

단위: ㎡, 톤

지역별	개소수	시설면적		연간 처리물량		연간 활용일수		취급품목
		계	평균	계	평균	계	평균	
태안읍	2	1,356	678	1,300	650	730	365	마늘, 양파
안면읍	1	20	20	60	60	300	300	고추, 땅콩
남 면	2	823	412	1,400	700	730	365	양파, 마늘
근흥면	1	17	17	45	45	130	130	마늘
이원면	3	65	21.7	70	23.3	550	183.3	버섯, 양파, 마늘
계	9	2,281	253.4	2,875	319.4	2,440	271.1	-

자료: 군청자료, 농수산물유통공사,『전국 농산물 산지유통시설 운영 현황』, 2003.

나. 생산자조직 현황과 문제점

○ 태안군의 생산자 유통조직 현황을 보면 작목반 156개소, 품목별 연구회 18개소가 조직되어 있는 것으로 나타남.

- 품목별 작목반 수는 마늘이 35개로 가장 많으며, 다음으로 생강 31개, 달래 21개, 화훼류 11개, 버섯류 10개 순이며, 이외에도 고추, 고구마 등 채소류, 벼 등 식량작물, 포도 등 과실류, 한우 등 축산물 작목반이 구성되어 있음.
- 태안지역에서 생산되는 마늘, 생강, 달래, 화훼류 등 모두 18개 품목에 대한 생산과 출하를 조직적으로 관리하기 위하여 연구회가 조직되어 있음.
- 작목반 회원수는 품목별로 차이가 있으나, 작목반당 평균 회원 수는 25명 수준으로 나타남.

○ 태안군의 농업인단체는 모두 65개로 회원 수도 2,687명으로 나타남.

- 농업인단체 중 4-H가 20개가 조직되어 있어 가장 많고, 그 외에도 농촌지도자, 농업경영인, 생활개선회 등이 조직되어 활동하고 있는 것으로 나타남.

○ 태안군의 생산자조직은 상대적으로 많은 편이나 규모가 영세하고 조직의 활동이 생산 또는 친목단체에 그치고 있어 유통활동의 규모화나 공동화를 위한 조직화는 이루어지지 못하고 있는 실정임.

표 2-38. 생산자 유통조직 현황, 2004

단위: 개소수

구 분	작목반		연구회	계
	작목반수	회원수		
마 늘	35	1,090	1	36
생 강	31	948	1	32
고 추	2	24	1	3
달 래	21	393	1	22
버 섯 류	10	102	1	11
화 훼 류	11	141	4	15
기 타	46	1,123	9	55
계	156	3,821	18	174

주: 기타는 땅콩, 벼, 고구마, 수박, 조미제품, 쌀, 콩, 취나물, 포도, 사과, 배, 한우, 사슴, 낙농환경농업 등을 말함.
자료: 농협, 태안군청 자료.

표 2-39. 농업인단체 현황, 2004

구 분	단체수	회원수
농촌지도자	9	354
농업경영인	9	437
생활개선회	9	621
4-H회	20	547
연구회	17	705
4-H후원회	1	23
계	65	2,687

자료: 태안군청 자료.

다. 브랜드 현황 및 문제점

○ 태안 농산물의 브랜드 수는 2003년 말 현재 공동 브랜드 3개, 개별 브랜드 41개 등 모두 44개임.

- 부류별 브랜드 수는 쌀을 포함한 식량작물 7개, 마늘 등 채소류 14개, 과실류 3개, 과채류 2개, 버섯류 8개, 화훼류 3개 등임.

○ 태안 농산물 브랜드는 영세 생산자조직의 개별 브랜드화로 객관적 차별성이 인증되지 않은 상태로 소비자의 낮은 인지도로 브랜드화의 효과가 미흡한 실정임.

- 일관된 품질관리와 물량공급의 불안정성
- 상표등록이 어렵거나 효과가 의문시되는 행정지명, 재배방식, 품종명 등을 이용한 브랜드가 대부분임.
- 브랜드가 단순한 포장디자인 및 포장규격 개발 수준에 그치고 있음.
- 유사 브랜드 간 동일한 유통전략을 추구하고 있어 브랜드 간 충돌로 이미지 관리에 어려움이 있음.
- 대부분의 개별 브랜드가 상표등록을 하지 않아 법적보호를 받지 못하여 브랜드 도용 및 유사 브랜드 난립이 가능함.

표 2-40. 농축산물 브랜드 현황, 2003

구 분		브랜드명	개소수
식량작물	개별	365쌀, 갯바람검정콩, 송악황토감자, 원북밀레오쌀, 으뜸쌀, 태안왕쌀, 한화으뜸쌀	7
채 소 류	공동	태안군 육쪽마늘	1
	개별	안면마늘, 원북달래, 태안마늘, 안면도태양초, 갯바람육쪽마늘, 안면도청결고추, 안면홍고추, 철마산고추, 태안갯바람건고추, 태안육쪽마늘, 안면도홍고추, 태안황토육쪽마늘, 안면도해송건고추	13
과 실 류	개별	당진포도, 태안사과, 황토갯바람	3
과 채 류	개별	삭선참외, 태안오이,	2
특 작 류	공동	태안 느타리버섯	1
	개별	삭선표고버섯, 태안느타리, 모항느타리버섯, 삭선느타리버섯, 소근느타리버섯, 태안군포고버섯, 태안포고	7
농산가공	개별	남면농협참기름, 태안들기름, 태안참기름, 남면농협들기름, 남면농협메주가루, 남면농협엿기름, 안면도해송고추가루	7
화 훼 류	공동	반도의 백합	1
	개별	반도의 백합, 태안생화	2
계		-	44

자료: 태안군청, 농수산물유통공사,『농축산물 브랜드 현황』, 2003.

제 3 장

농산물 물류센터 운영 기본계획

1. 물류센터 건설의 필요성 및 기본 방향

가. 농산물 유통환경의 변화 전망

○ 수요 및 소비구조의 변화
- 식품 수요의 다양화와 식품 소비성향의 변화
- 농산물 구매 패턴의 다양화
- 유통업태의 빠른 분화와 소비자 구매 패턴의 변화로 다양한 가공식품의 요구

○ 생산 및 공급구조의 변화
- 재배기술 발전, 우량품종 보급, 수입농산물 급증으로 공급과잉 구조 전환
- 생산의 규모화·단지화로 국내 농산물 간, 지역 간, 생산자 간 경쟁 심화
- 산지유통기능 종합화, 수확 후 상품화 기능 진전, 생산·유통 계열화 진전

○ 소매유통구조의 변화와 소비자 중심의 유통체계 전환
- 신 유통업태 중심의 다점포화로 국내 유통시장의 재편
- 대형 유통업체의 다점포화와 자체 물류센터 보유 추세

- 소비자 위주 유통체계 급격한 전환
- 외식 및 식자재 유통업의 활성화와 대기업 참여 확산

○ 유통경로의 다원화
- 도매유통기구의 다원화와 출하선택 폭 확대

○ 지식정보화시대와 디지털경제
- 유통기구 간 수평적·수직적 연계, 실시간 마케팅, 거래방법의 다양화

○ 농산물 유통체계 변화 전망
- 소매는 업체규모화·체인화 진전, 대규모 신유통업태가 중추적인 역할 담당 전망
- 산지직구입과 글로벌소싱 비중 증가, 거래형태 다양화, 전자상거래 활성화
- 도매는 기존 도매시장 체계와 대규모 신유통업태 및 도매물류회사 중심 재편전망
- 산지는 소비지 유통체계와 소비자 주권시대 대응방향으로 빠르게 변화될 전망
- 산지의 핵심 유통기구는 종합적 유통기능 수행의 산지유통센터가 될 것으로 전망

나. 물류센터 건설의 필요성

○ 급변하는 소비지 유통환경 변화에 대한 태안지역 산지유통의 조속한 대응체제 구축 필요

○ 영세 분산적인 태안지역 유통체계의 조직화와 규모화로 시장교섭력 제고 필요
- 태안지역 농산물 물류 및 유통체계의 획기적 개선을 통한 유통효율성 극대화

○ 경쟁력 제고, 시장개척 및 수요확대를 위한 소비자 지향적 상품화사업 필요

- 태안지역 농산물의 시장개척과 확대를 위한 브랜드화 확립

○ 태안 농산물 유통체계의 국제화 전략 수립 필요
- 지속적인 농업성장을 위한 해외시장 개척과 수출의 중요성 증대
- 태안 농산물의 수출활성화를 위한 하부구조 구축 필요

○ 다원화된 거래처와 다양화된 거래방법에 대한 적절한 대응책 마련 필요
- 다양한 유통기구에 맞는 상품화와 거래방법 적용을 통한 산지교섭력 제고

○ 태안 농산물 유통체계 개선을 위한 조직적 구심체 필요
- 농산물 유통체계의 조직화·규모화·공동화를 위한 선도기능 역할 필요

○ 태안지역 농산물 생산자를 위한 복지·문화·교육·교류의 동기제공 필요

다. 물류센터 운영의 기본 방향

○ 기존 산지유통센터 및 타 지역 유통센터와의 기능 차별화와 특화
○ 태안지역 농산물의 국내외 유통체계의 획기적 개선
○ 기존 산지유통시설 및 생산자단체와의 보완 및 선도역할 수행
○ 물류센터 사업의 조기활성화 및 사업성 확보
○ 태안지역 농산물의 국내외시장 경쟁력 제고
○ 태안지역 농산물 생산자의 교육·복지·문화시설 제공

라. 물류센터 건립에 대한 생산자 의견

○ 태안지역 물류센터의 건립계획에 대한 인지 여부를 생산자에게 현지 설문조사한 결과 전체 응답자의 82.8%가 물류센터 건립계획에 대해 들어보았거나 알고 있는 것으로 응답하고 있으며, 특히 약 20%의 생산자는 물류센터의 건립계획에 대해 잘 알고 있다고 응답하고 있어 물류센터 건립에 대한 지역 생산자의 많은 관심을 보이고 있는 것으로 나타남.

○ 그러나 아직까지 물류센터 건립계획에 대해 모르고 있다고 응답한 생산자도 17.2%나 되는 것으로 나타남.

표 3-1. 태안지역 농산물 물류센터 건립계획 인지 여부

단위: %

지역별	잘 알고 있다	알고 있다	들어 보았다	잘 몰랐다	전혀 몰랐다	계
태안읍	25.4	35.6	28.8	10.2	0.0	28.1
안면읍	9.1	40.9	31.8	18.2	0.0	10.5
고남면	28.6	0.0	28.6	0.0	42.9	3.3
남 면	6.5	25.8	38.7	25.8	3.2	14.8
근흥면	26.7	13.3	26.7	33.3	0.0	7.1
소원면	17.7	58.8	14.7	5.9	2.9	16.2
원북면	21.9	43.8	15.6	18.7	0.0	15.2
이원면	30.0	20.0	50.0	0.0	0.0	4.8
계	19.5	36.2	27.1	14.8	2.4	100.0

자료: 현지 설문조사 결과.

○ 태안지역에 물류센터를 건립하는 것이 생산자를 위해 꼭 필요한 사업인가에 대한 설문조사 결과 전체 응답자의 94.9%가 필요하다고 응답하고 있으며, 특히 57.0%는 꼭 필요한 사업이라고 응답하고 있음.

○ 따라서 태안지역에 농산물 물류센터의 건립은 매우 필요한 사업으로 판단됨.

표 3-2. 농산물 물류센터 건립의 필요성에 대한 의견

단위: %

품목별	꼭 필요하다	필요하다	필요 없다	잘 모르겠다	계
마 늘	64.5	33.9	1.6	0.0	29.0
생 강	63.6	36.4	0.0	0.0	10.3
고 추	64.1	35.9	0.0	0.0	18.2
기타 채소류	87.5	12.5	0.0	0.0	7.5
화훼류	38.7	48.0	5.3	8.0	35.0
계	57.0	37.9	2.3	2.8	100.0

자료: 현지 설문조사 결과.

○ 농산물 물류센터가 필요하다고 응답한 생산자 중 필요한 이유에 대한 설문조사 결과, 응답자의 38.3%는 안정적인 판로가 확보된다고 응답하고 있어 가장 많은 응답비율을 나타내고 있고, 그 다음으로 물류비 등 비용절감 27.0%, 브랜드화 등 상품성제고 19.9% 순으로 응답하고 있음.

○ 특히 마늘과 고추는 안정적인 판로확보를, 생강과 기타채소류는 비용 절감을, 화훼류는 수출 촉진이 필요하다고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타나고 있음.

표 3-3. 농산물 물류센터 건립이 필요하다면 그 이유

단위: %

품목별	안정적인 판로확보	작업의 유리성	수출 촉진	상품성 제고	비용 절감	기타	계
마 늘	40.2	8.3	0.0	23.7	27.8	0.0	31.2
생 강	40.0	2.9	0.0	20.0	37.1	0.0	11.2
고 추	50.0	3.4	0.0	20.7	25.9	0.0	18.7
기타 채소류	28.0	16.0	0.0	24.0	32.0	0.0	8.0
화훼류	31.3	10.4	20.8	14.6	21.9	1.0	30.9
계	38.3	8.1	6.4	19.9	27.0	0.3	100.0

자료: 현지 설문조사 결과.

표 3-4. 물류센터가 건립된다면 이용 의향

단위: %

지역별		있다	없다	잘 모르겠음	추후 결정	계
지역별	태안읍	77.2	10.5	1.8	10.5	27.9
	안면읍	77.3	0.0	0.0	22.7	10.8
	고남면	85.7	0.0	14.3	0.0	3.4
	남 면	75.9	0.0	3.4	20.7	14.2
	근흥면	53.3	0.0	13.4	33.3	7.4
	소원면	82.4	8.8	2.9	5.9	16.7
	원북면	76.7	0.0	3.3	20.0	14.7
	이원면	100.0	0.0	0.0	0.0	4.9
품목별	마 늘	77.4	3.2	3.2	16.2	30.4
	생 강	81.8	4.6	0.0	13.6	10.8
	고 추	78.9	2.6	5.3	13.2	18.6
	기 타 채소류	93.8	0.0	0.0	6.2	7.8
	화훼류	71.2	7.6	4.5	16.7	32.4
계		77.5	4.4	3.4	14.7	100.0

자료: 현지 설문조사 결과.

○ 한편 태안지역에 농산물 물류센터가 건립된다면 이용할 의향이 있느냐 하는 질문에 대해 전체 응답자의 77.5%가 이용하겠다고 응답하고 있어 높은 반응을 나타내고 있음.

○ 특히 이원면과 고남면, 소원면의 생산자가 물류센터 건립 후 이용 의사가 높게 나타나고 있으며, 기타채소류 및 생강 생산농가의 이용 의사가 높게 나타나고 있는 반면, 화훼류 취급농가의 이용의사가 비교적 낮게 나타나고 있음.

2. 물류센터의 컨셉 및 중심기능

가. 기본 컨셉

○ 태안지역 농산물의 종합적인 상적 및 물류기지
- 농산물 거래 및 물류기능의 직접수행 및 대행
- 농산물의 종합상품화와 브랜드화 기지
- 상품화된 수출농산물에 대한 수출업무 수행
- 시장개척 및 경쟁력 제고를 위한 마케팅전략 기지
- 농산물 유통개선을 위한 종합정보센터 기지

○ 농산물 전자상거래 기지
- 농산물 물류기지의 보완기능
- 시장영역 확대 및 매출액 증대

○ 종합적 물류기지의 보완적 기능 수행
- 생산자 문화·복지·교육 기지
- 기존 산지유통시설과의 합리적 연계

나. 물류센터의 중심기능

1) 농산물 종합상품화 기능

○ 태안지역 농산물 종합상품화
- 생산자가 반입한(위탁, 매취, 계약구매 등) 농산물의 상품화
- 다양한 품질 및 포장규격화, 공동브랜드화를 통한 차별화
- 기존 산지 유통시설과 연계하여 공동 기준에 의한 종합 상품화

○ 농산물의 상품화 유형 및 차별화
- 물류센터가 직접 매취하여 상품화 및 판매업무 직접 수행
- 물류센터는 생산자가 위탁한 농산물의 상품화 및 판매업무 대행

2) 도매물류 및 현장도매 기능

○ 차별화된 브랜드 농산물을 대형 유통업체와 도매시장 등에 분배하는 도매 배송
○ 지역 소매상과 전국 산지수집상을 위한 현장 도매
○ 위험분산과 사업 조기활성화를 위해 도매배송과 현장도매 기능의 복합화
○ 대상 품목: 마늘, 생강, 고추 등 채소류 및 화훼류
○ 세부 기능: 수집, 예냉, 저장, 선별, 포장, 배송, 도매 등

3) 농산물 수출 및 정보센터 기능

○ 상품화된 수출농산물에 대한 수출업무 수행
- 물류센터가 직접 구매하여 상품화한 농산물의 수출 업무
- 생산자(단체)의 위탁에 의한 수출 대행

○ 수출시장 개척 및 수출상담 기능
- 농산물 수출업체나 생산자에 대한 수출컨설팅 및 상담기능
- 해외시장 개척과 수출농산물 홍보를 위한 마케팅 전략수립

○ 수출증대를 위한 정보센터 기능
- 수출농산물 시장정보와 동향에 대한 최신 자료 수집·분석·분산

○ 대상 품목: 마늘, 생강, 고추 등 채소류 및 화훼류

4) 전자상거래 기능

○ 실물거래 기능의 보완, 판매시장 확대, 거래의 시간적·공간적 제약성 극복
- 물류센터의 브랜드화·품질규격화 상품은 전자상거래에 적합

○ 전자상거래는 시장개척 및 판매확대를 위한 보완적 수단으로 활용 가능
- 브랜드 상품의 전자상거래는 시장개척 및 판매증대의 효과적인 수단
- 태안 물류센터의 독자적 전자상거래 장터 구축

○ 대상 상품: 마늘, 생강, 고추 등 채소류 및 화훼류

표 3-5. 농산물의 기존 거래와 전자상거래의 차이점

차이점	주요 내용	농산물 전자상거래의 장점
유통단계 축소	중간유통단계 축소효과	유통단계축소→유통비용 절감가능
판매공간 및 시간적 무제한	언제, 어느 곳에서도 거래가능	공간적·시간적 판매확대 가능성
고정비용 절감	판매시설 및 거점구축의 불필요	산지↔소비지 직접연결→시설비절감
고객정보 활용	거래고객정보의 데이터베이스화	고객니즈의 실시간접수 가능
효율적 마케팅 기능	고객D/B를 통한 일대일 마케팅기능	고객니즈의 신속한 충족 가능
신속한 서비스 기능	고객위주의 서비스확대	

5) 태안지역 농산물의 공동브랜드화 기능

○ 태안지역 농산물의 상품, 시장, 가격차별화를 위한 공동브랜드화 추진주체 기능
- 취급 품목에 대한 공동 브랜드 개발
- 태안군 전체 공동이 아닌 물류센터 공동브랜드화 추진

○ 물류센터 핵심기능은 상품화기능과 공동브랜드 창출 기능
- 태안 농산물의 브랜드 로열티 확보 가능한 공동브랜드 창출

다. 공적 및 보조적 기능

1) 생산자(단체)에 대한 선도 기능

○ 품질규격화, 포장화, 마케팅전략 등에서 생산자에 대한 선도기능 수행
- 기존 생산자(단체)의 영세·분산적 개별 상품화를 물류센터의 종합 상품화로 흡수 통합
- 기존 개별·영세 브랜드를 물류센터 공동 브랜드화로 유도

2) 생산자 교육·문화·홍보·교류의 장소 제공 기능

○ 생산자(단체)의 생산 및 유통 등 각종 교육의 장소 제공
○ 태안지역 문화행사와 연계한 농산물 전시회 및 홍보 기능
○ 태안지역 농업·농민단체에 대한 화합 및 교류의 장소 제공
○ 태안지역 우수농산물 상설전시 및 바이어 상담 기능

3) 지역경제 활성화 및 소득증대 기능

○ 물류센터의 필요 인력은 지역주민을 우선적으로 고용함으로써 지역경제 활성화 및 소득증대 기여

그림 3-1. 태안 물류센터의 컨셉 및 중심 기능도

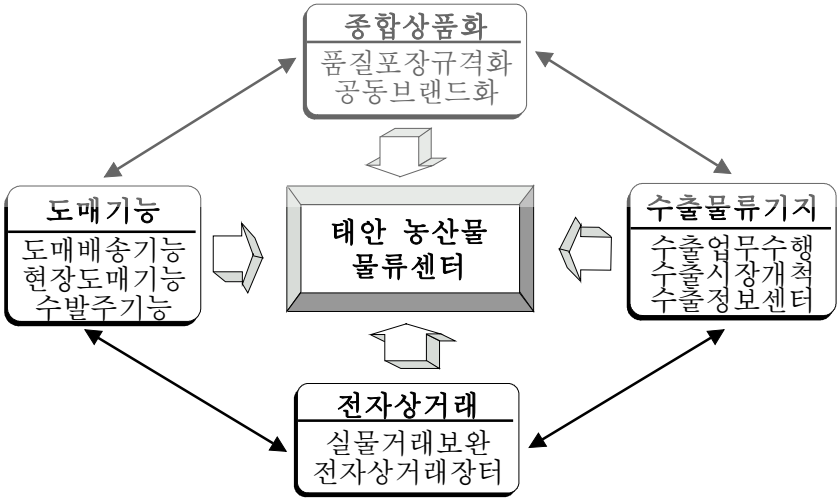


표 3-6. 농산물 물류센터와 기존 유통체계 비교

구 분	태안 물류센터 유통체계	기존 태안지역 유통체계
○ 사업형태 (기능)	- 농산물의 산지 종합상품화 - 전국 유통기구 도매배송, 현장도매 - 전자상거래 판매 - 농산물 수출 및 정보화기지 - 사업적 기능 및 공익적 기능 복합	- 개별 생산자(단체)의 부분 상품화 - 도매시장 위주 개별출하 - 실물거래 중심 거래 시스템 - 개별 수출상품화 및 수출위탁
○ 사업방식	- 수주와 계약에 의한 배송 - 사전예약에 의한 출하(도매시장) - 현지수요자를 위한 현장 도매방식 - 상품화, 물류, 판매, 수출대행	- 개별주체의 직접운송과 판매 - 개별주체의 비계획적, 즉석출하 - 개별주체의 산지수집상 위주 판매
○ 취급상품	- 표준규격화, 다양한 규격화 포장 - 공동브랜드상품 - 품질인증 상품	- 개별주체의 포장상품 및 산물형태 - 개별브랜드 상품 - 개별주체의 비표준규격 제품
○ 거래방법	- 예약수의매매, 예약주문판매 - 계약에 의한 고정공급 판매 - 전자상거래 병행	- 산지시장 현장 대면 거래 - 도매시장 경매거래 - 위탁상 판매위탁
○ 사업대상	- 전국 대규모 유통업체 - 전국 공영도매시장, 도매물류업체 - 불특정 소매점 및 개인소비자 - 해외시장 계약바이어	- 불특정 산지수집상 및 밭떼기 상인 - 유사도매시장 위탁상 - 공영도매시장 도매시장법인 상장 - 수출업체 수출 위탁
○ 사업특성	- 사업대상 및 판매시장 차별화 - 판매방법(유통경로)의 차별화 - 상품의 차별화와 다양화 - 마케팅 전략(가격, 유통, 홍보) 차별화	- 불특정 도매시장 상인 - 일률적인 판매방법 및 유통경로 - 개별주체 위주의 비차별적 상품 - 무계획적 마케팅 전략
○ 사업추구	- 사업적 목적 추구(수익성확보) - 공익적 목적 추구	- 개별사업자의 수익증대
○ 마케팅전략	- 상품 및 가격차별화로 시장세분화 - 목표시장 전략 - 시장별 가격·상품 차별화 - 공동 브랜드 중심 홍보전략	- 불특정 소비자 및 구매자 대상 - 상품 및 가격 비차별화 - 가격 taker 입장 고수 - 개별 브랜드 위주 홍보 미흡
○ 가격결정	- 제고된 가격교섭력에 의한 합의가격 - 공영도매시장의 경락가격 - 다양한 가격결정 기준 고려	- 유사도매시장 일방적 가격수취 - 공영도매시장 경락가격 - 현저한 가격교섭력 차이 발생
○ 대금결제	- 특정 대금결제 기관의 거래보증 - 대금결제의 안전성 확보 - 거래종료 후 즉시 결제	- 거래종료 후 현금수수 위주 - 거래 및 대금결제의 무보증

3. 태안 물류센터 사업형태 및 사업방식

가. 종합상품화 사업

○ 사업형태 및 특성
- 기존 개별주체 상품과 차별화된 품질규격화·품질인증·공동브랜드 상품화 사업
- 수집·선별·등급화·포장·브랜드화·저장·가공·도매배송·현장도매·검역 등 종합적인 상적 및 물류기능 수행
- 국내 및 국제시장에서 신뢰도 및 인지도 제고를 위한 물류센터의 공동브랜드화

○ 종합 상품화사업의 유형
- 물류센터가 직접 매취하여 상품화 및 판매업무 직접 수행
- 물류센터가 생산자의 상품을 수탁하여 상품화 및 판매업무 대행
- 생산자(단체)가 물류센터 시설을 이용하여 직접 상품화하여 판매

○ 상품화사업 내용
- 신선농산물의 단순 상품화(수집·선별·등급화·포장 등)
- 신선농산물의 소분 포장화사업
- 소비자 수요를 충족시키기 위한 전처리사업 및 반가공사업의 점진적 확대

○ 상품화사업 대상
- 사업초기 : 마늘, 생강, 화훼류
- 사업영역의 확장, 시장개척에 따라 고추, 기타 채소류의 종합상품화사업 추진

○ 사업 목표
- 판매시장에서 물류센터 상품브랜드의 인지도 및 구매신뢰성 조기 확보
- 브랜드파워를 통한 브랜드로열티(고급상품화, 고가상품화)추구
- 태안 농산물의 안정적인 시장확보와 시장차별화 구축

나. 판매사업(도매배송, 현장도매 및 전자상거래)

○ 사업형태 및 특성

- 물류센터에서 상품화된 품목(마늘, 생강, 기타 채소류 및 화훼류)과 기존 산지유통시설에서 상품화된 품목(깐마늘, 건고추, 고춧가루)을 대형 유통업체 및 도매시장에 배송
- 유통업체 구매팀, 수출업체, 산지수집상, 시장도매인, 현지 소매상 등의 방문수요에 대한 현장도매 사업
- 물류센터가 개설한 전자상거래장터를 통한 전자상거래 배송

○ 판매사업의 유형

- 유통계약에 의한 수발주 시스템으로 유통업체 구매본부나 물류센터에 배송
- 사전 예약에 의한 공영도매시장 배송(예약출하 시스템)
- 현장 방문자에 대한 현장도매 판매
- 수출시장 바이어와의 계약에 의한 직접수출 및 수출업체 위탁

○ 사업 방식

- 전문 배송업체의 아웃소싱에 의한 물류센터 브랜드화 상품의 배송
- 일관 저온유통체계 운용으로 품질유지 및 고부가가치화
- ULS 도입에 의한 물류 효율화 추구

○ 대상 품목

- 마늘, 생강, 고추, 기타채소류 및 화훼류

○ 사업 목표

- 물류센터 상품의 브랜드화로 시장 및 가격 차별화
- 물류센터 브랜드의 인지도 및 구매 신뢰성 조기 확보
- 사업초기의 위험을 최대한 감소시키고 조기에 사업이익을 극대화 함.

다. 수출 및 정보센터 사업

○ 사업형태

- 물류센터가 수출농산물 매취와 수출상품화로 물류센터 브랜드로 수출업무 수행
- 수출업체와 생산자의 위탁에 의한 수출업무 및 수출상품화사업 대행
- 물류센터가 시장개척 및 수출전문가를 고용 또는 육성
- 수출시장의 동향분석과 시장개척 업무 수출업무의 보조적 사업 수행
- 수출업체 및 생산자(단체) 수출컨설팅 및 중개사업
- 수출시장의 주요 바이어 초청 등에 의한 수출상담 및 시장개척

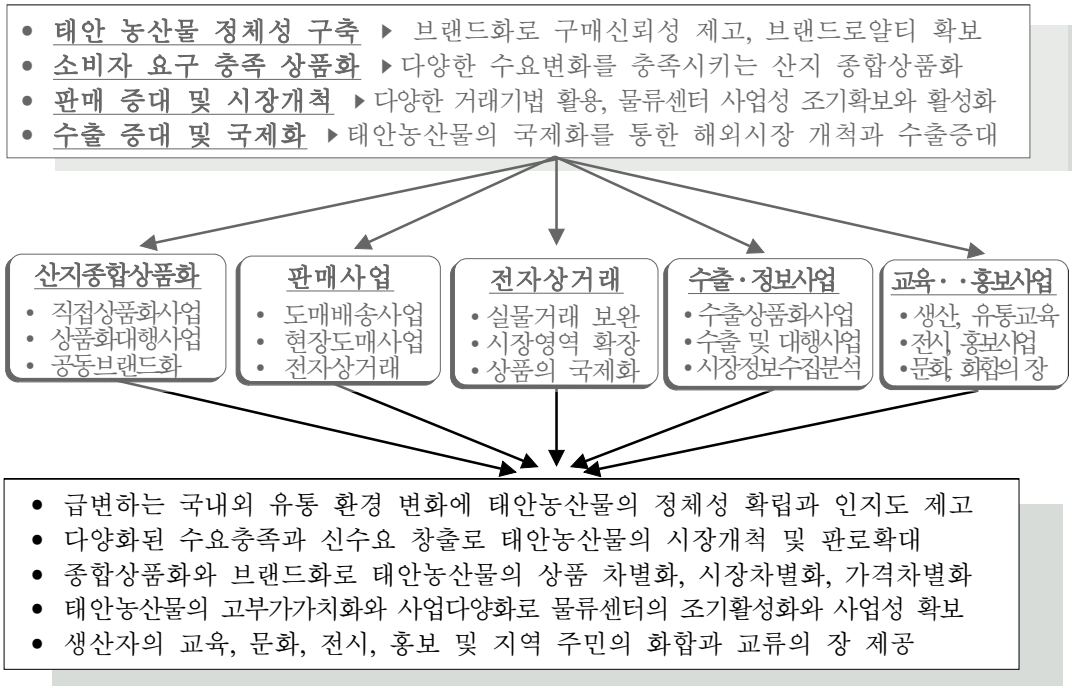
○ 사업방식

- 물류센터 운영주체가 전문가를 고용하여 수출상품화와 수출업무를 직접 수행
- 물류센터가 수출상품화 직접수행, 수출회사에 수출업무 위탁 방식

○ 대상상품

- 마늘, 생강, 고추, 기타채소류 및 화훼류

그림 3-2. 태안 물류센터 사업 개요



제 4 장

물류센터 거래량 추정 및 시설규모 산정

1. 적정 취급물량 추정 및 시설규모 산정

가. 채소류

1) 태안지역 농산물 판매실태

○ 태안지역 농산물 판매형태에 대한 현지 설문조사 결과, 일반적으로 산지수집상인 출하, 농협계통 출하, 도매시장 등 개별시장 출하가 대부분을 차지하며, 일부 품목에 따라 유통업체 계약출하, 전자상거래, 노변판매 등으로 나타남.

- 산지수집상 판매비중이 높은 품목은 고추(51.5%), 생강(42.7%)으로 나타남.
- 농협 계통출하 비중이 높은 품목은 마늘(41.0%), 달래 등 기타채소류(31.9%)로 이 경우 상당 부분 개별출하 비중이 포함된 것으로 추정됨.
- 도매시장 등 개별 출하 비중이 높은 품목은 알타리무 등 기타채소류(24.9%), 생강(22.8%) 등으로 나타남.

○ 태안 지역의 생산자는 농산물 판매처 결정시 주요 고려사항으로 편리함

(32.6%)을 가장 중요하게 생각하고 있으며, 그 다음으로 가격의 유리성(26.6%), 단골거래(20.3%), 관행(8.5%) 등을 중요시 하는 것으로 나타남.

표 4-1. 농산물의 주요 판매처별 판매량 비중

단위: %

품목별	농협계통 출하	생산자 공동출하	도매시장 개별출하	산지수집 상인출하	기타	계
마 늘	41.0	5.7	13.9	39.4	0.0	100.0
생 강	24.1	7.7	22.8	42.7	2.7	100.0
고 추	24.4	8.2	14.3	51.5	1.5	100.0
기타 채소류	31.9	1.9	24.9	41.3	0.0	100.0
계	32.6	6.3	16.6	43.6	0.9	100.0

주: 기타판매는 전자상거래, 노변판매 등임.
자료: 현지조사 결과.

표 4-2. 농산물 판매처 결정시 주요 고려사항

단위: %

품목별	편리함	가격의 유리성	관행	인과 관계	단골 거래	주위 권유	계
마 늘	31.9	25.4	10.9	7.2	21.0	3.6	43.7
생 강	32.1	26.4	9.4	11.3	15.1	5.7	16.8
고 추	32.9	28.2	5.9	7.1	20.0	5.9	26.9
기타 채소류	35.0	27.5	5.0	7.5	25.0	0.0	12.7
계	32.6	26.6	8.5	7.9	20.3	4.1	100.0

자료 : 현지조사 결과.

2) 취급물량 추정을 위한 가정

○ 물류센터의 사업이 건설 후 사업의 활성화를 통해 본궤도 진입하는 목표년도는 물류센터 건설 5년 후인 2013년도로 설정함.

- 물류센터의 건설 완공과 사업 개시년도를 2008년도로 설정
- 농산물 물류센터의 시설 가동율을 100% 달성하는 시기는 건설 후 약 5년 정도로 추정함.

○ 태안 물류센터 채소류 취급대상 품목은 마늘, 생강, 고추, 엽채류를 포함

한 기타 채소류 임.

- 종합상품화 후 판매사업 대상 품목은 마늘, 생강, 엽채류 등 기타 채소류 임.
- 도매배송 및 현장도매 등 물류센터 현지 판매사업 대상 품목은 건고추, 고춧가루, 일부 채소류 임.
- 전자상거래 대상 품목은 물류센터 취급 모든 품목 임.

○ 물류센터 취급 품목의 목표연도의 총생산량은 한국농촌경제연구원 품목별 추정치 및 생산자 재배의향 조사결과를 고려하여 추정함.

- 2013년 태안 물류센터 채소류 취급 대상품목(마늘, 생강, 고추, 기타채소류)의 총 생산량은 41,879톤으로 추정됨.
- 품목별 2013년의 생산량 추정치는 마늘 11,850톤, 생강 4,710톤, 고추 2,008톤, 기타 채소류 23,311톤 임.

○ 사업 활성화 연도의 물류센터 채소류 취급물량은 유통환경 변화전망, 태안지역 기존 유통시설의 활용 정도, 유통경로의 다원화 등 요인을 종합적으로 고려하여 산정함.

- 태안지역 농산물유통에서 산지수집상 취급비중은 지속적인 감소추세가 전망됨.
- 도매시장에 대한 개별출하 비중도 소비지 시장의 변화에 따라 감소할 것으로 전망됨.
- 물류센터 사업의 목표연도인 2013년의 경우 태안지역 농산물유통의 중심기구는 물류센터가 될 것으로 예상됨.
- 사업 개시년도인 2005년까지는 현재의 판매형태별 출하비중이 동일하다는 것을 가정함.

3) 물류센터 취급 가능물량

○ 물류센터 채소류 상품화사업과 판매사업 대상 물량은 대부분 기존의 산지수집상 판매물량, 일부 농협 계통출하 물량, 개별시장 출하물량이 포함될 것임.

- 물류센터에서 상품화를 위한 처리 가능한 최대 물량은 품목에 따라 약간의 차이는 있으나 태안지역 생산자의 물류센터 이용 정도를 조사한 결과 약 70% 수준으로 추정함.

○ 추정된 2013년도 물류센터 취급 가능한 최대물량은 29,315톤
- 이중 물류센터 종합 상품화 대상물량(마늘, 생강, 엽채류 등 기타채소류)은 23,029톤
- 판매사업 대상 물량(건고추, 고춧가루, 일부 채소류)은 6,286톤
- 품목별로는 마늘 8,295톤, 생강 3,297톤, 고추 1,406톤, 기타 채소류 16,317톤 임.

○ 물류센터 실질 취급물량은 취급 가능한 최대물량 중 태안지역의 품목별 거래 관행, 향후 거래형태 변화 전망, 물류센터 사업 활성화를 위한 취급물량 등을 종합적으로 고려하여 설정함.
- 전통적 거래관행과 향후 유통경로 및 출하처 다원화 추세를 고려하면 물류센터 취급 가능한 최대물량은 목표연도 2013년 취급물량이 될 수 없을 것으로 판단됨.
- 기존 태안지역 유통체계 및 품목별 생산량 예측치를 고려하면 목표연도 취급물량은 품목별로 차이는 있으나 취급 가능한 물량의 약 65% 정도까지 가능할 것으로 예상됨.
- 2013년의 물류센터 취급 물량비중은 전체 추정 생산량의 45.4% 정도가 될 것으로 판단됨.
- 취급물량이 40% 이상일 경우 산지의 시장지배력이 매우 높은 수준이기 때문에 시장구조와 수급 및 가격형성에 영향을 미칠 수 있는 충분한 물량으로 판단됨.

○ 따라서 물류센터의 채소류 취급 예상물량은 19,000톤으로 추정됨.
- 상품화사업 후 판매사업 대상 물량은 14,900톤(1일 평균 40톤)
- 도매배송 및 현장도매 대상 물량은 4,100톤(1일 평균 11톤)

표 4-3. 목표년도의 물류센터 채소류 취급물량 추정

단위: 톤

구 분	품목	취급 대상물량(a)	취급 가능물량	취급 예상물량(b)	b/a 비율(%)
종합상품화 대상	마 늘	11,850	8,295	5,390	45.4
	생 강	4,710	3,297	2,140	
	엽채류 등	16,339	11,437	7,370	
	소 계	32,899	23,029	14,900	
판매사업 대상	고 추	2,008	1,406	920	
	일부채소류	6,972	4,880	3,172	
	소 계	8,980	6,286	4,100	
계		41,879	29,315	19,000	

주: 1) 2013년도 추정 생산량 즉 취급 대상물량은 한국농촌경제연구원에서 추정한 품목별 전국 생산량 추세를 적용하여 태안군 물량을 추정함.
2) 취급 가능물량은 취급 대상물량에 태안군 생산자의 물류센터 이용 정도를 고려하여 70%를 적용함.
3) 2013년도 물류센터 취급 예상물량은 취급 가능물량 중 유통경로별 비중을 고려하여 품목별 각각 65% 수준으로 추정.

4) 적정 시설규모 산정

○ 시설규모 산정시 고려사항

- 물류센터 컨셉과 중심기능에 부합하는 시설종류 및 기능별 적정규모의 시설 배치
- 단일품목이 아닌 다 품목 물류센터로서의 기능 극대화 방향
- 물류기능과 상적기능이 복합된 물류센터로서의 연계성 효율화와 기능 극대화
- 급변하는 유통 환경과 소비자 식품수요의 요구, 신선농산물 수출환경 변화에 적절하게 대응하고 충족시킬 수 있는 시설 및 기능
- 생산자와 구매자의 시설이용 편의성, 농산물 유통기능 관련 일괄구비, 농민의 문화·복지·교류기능, 국제화 기능의 극대화 등을 고려

○ 시설규모 산정방법

- 적정 시설규모는 전국의 기존 유사 유통시설의 취급실태 및 문제점을 분석

하고, 유사한 기능을 수행하는 전국의 유통시설에 대한 취급실태 및 유통시설 운영 전문가의 의견을 충분히 반영하여 도출한 원단위를 기준으로 산정함.

- 종합상품화 시설
  - · 상품화 시설 및 장비의 단위당 처리능력(대형 자동선과기 기준) 고려
  - · 상품화 기능과 유사한 기존 농산물 물류센터(김해, 수원, 고양, 성남 등)의 시설규모와 처리실적 고려
  - · 1일 평균 처리량과 성수기 최고 처리량을 고려
- 판매 시설(현장도매)
  - · 주요 산지유통센터 및 산지물류센터(김해, 수원, 광양 등) 판매시설의 원단위 적용
  - · 판매장 기능과 유사한 주요 도매시장(가락동, 구리, 구미, 진주 등)의 경매장규모와 거래실적
  - · 현장도매를 위한 단위 면적당 적재능력과 현행 경매장의 상품적재 실태
  - · 1일 평균 처리량과 성수기 최고 처리량을 고려

표 4-4. 채소류 관련 시설별 적정 규모

세부시설	면 적(평)	비 고
상품화시설	520	선별・포장시설
배송 및 현장도매	150	6평×25개
예냉시설	50	25평×2개
저온저장시설	250	25평×10개
소분포장실	30	
품질검사실	20	
일반창고	30	
계	1,050	

○ 시설규모 산정

- 시설의 종류
  - · 상품화 및 판매 시설: 집하장 및 선별장, 배송 및 현장도매

· 필수 지원 시설: 예냉시설, 저온저장시설, 소분포장실, 품질검사실, 소독실(훈증실), 일반작업실, 일반창고

- 물류센터의 채소류 예상 취급물량을 고려한 적정한 시설규모는 1,050평으로 추정됨.
- 물류센터의 시설별 면적은 상품화시설 520평, 판매시설 150평, 예냉시설 50평, 저온저장시설 250평, 소분포장실 30평 등임.

나. 화훼류

1) 추정을 위한 기본 가정

○ 물류센터의 사업개시 연도는 2008년이나 물류센터가 화훼수출 및 내수상품의 전진기지로서 활성화되는 시기인 목표연도는 2013년으로 설정

○ 화훼류의 주 취급품목

- 수출 위주 품목: 국화, 백합, 장미, 양란
- 내수 위주 품목: 안개, 스타치스 등 기타 절화류

○ 2013년의 화훼생산량은 최근 5년(1998～2003)의 품목별 전국단위 생산면적 증가추이와 태안지역 품목별 단수를 적용하여 추정하고 기준 면적은 2004년의 품목별 재배면적을 적용

- 우리나라의 화훼수출은 1990년대 초부터 시도되었으나 당시는 선인장 등 일부 품목에 국한되었고, 장미, 국화 등 절화류 수출은 IMF 외환위기 이후부터 본격적으로 시도되었기 때문에 1998년 이후의 연평균 생산면적 증가율을 적용함.
- 화훼 생산량은 재배시설, 농가의 기술수준에 따라 차이가 있기 때문에 현재 태안지역 화훼농가의 생산단수를 적용

○ 물류센터의 취급대상물량과 취급예상물량은 화훼농가 조사결과를 반영하여 산정함.

- 취급 대상물량은 생산량 중 화훼농가의 물류센터 이용 의향 정도를 적용
- 취급 예상물량은 품목별 공영시장 출하율과 수출비중을 적용하여 산정
- 수출물량 추정은 국화, 백합, 양란의 경우 취급예상 물량의 30%가 수출되는 것으로 가정함. 다만 장미는 태안지역의 장미생산 기반이 국화, 백합에 비해 약세이고 고양, 김해 등 전통적 산지와의 경쟁을 고려하여 10%로 가정함.

표 4-5. 화훼류 주요 품목의 연평균 면적증가율 및 단수

구 분	연평균 생산면적 증가율(%)	태안지역 생산단수(톤/ha)
국 화	3.1	377.8
장 미	3.9	709.7
백 합	2.6	194.7
양 란	6.8	20.6
기타절화	0.7	55.0

자료: 농림부, 「화훼재배현황」, 해당연도, 농협 태안군 지부.

○ 물류센터가 활성화된 2013년 이후부터는 서산지역에서 생산되는 국화의 일부 물량도 취급하는 것으로 가정함.
- 서산지역의 화훼류 가운데 태안 물류센터에서 취급 가능성이 높은 품목은 국화와 양란이나 양란은 현재 독자적으로 내수 또는 수출을 시도하고 있고 장미, 백합 등은 생산규모가 작아 제외함.
- 서산의 국화 생산량 전망은 현재 생산면적 비중과 태안지역 생산량 추정치를 활용하여 추정(서산의 국화 생산면적은 태안의 25% 수준임).

2) 생산전망 및 물류센터 취급물량 추정

○ 2013년의 태안지역 화훼재배면적은 2004년에 비해 전체적으로 31.5%가 증가한 217ha가 될 것으로 추정됨.

○ 품목별로는 양란면적이 80%이상으로 가장 크게 증가할 것으로 추정되며, 주요 수출절화인 국화, 장미, 백합의 면적도 27～39% 증가할 것으로 추정됨.

표 4-6. 주요 화훼품목의 생산규모 변화

구 분	2004년		2013년			면적 증가율 (%)
	재배면적 (ha)	생산량 (톤)	재배면적 (ha)	생산량1 (톤)	생산량2 (천본, 분)	
국 화	67	25,314	88	33,246	70,751	31.3
장 미	23	16,323	32	22,710	142,921	39.1
백 합	15	2,921	19	3,699	34,318	26.7
양 란	18	370	33	680	5,514	83.3
기타절화	42	2,310	45	2,475	20,893	7.1
계	165	47,238	217	62,810	274,397	31.5

주: 생산량2는 용적기준 생산량을 포장단위 수량으로 환산한 것임.

○ 물류센터의 화훼 취급대상물량은 화훼농가의 물류센터 이용의향을 반영하여 산정하였음. 품목별로는 양난 농가가 자신의 생산량 중 85%를 물류센터를 이용해 판매하겠다는 의향을 나타내 가장 높게 나타남. 다음은 국화농가 73.5%이고 백합농가가 65.0%로 가장 낮게 나타남.

표 4-7. 주요 화훼품목의 물류센터 이용 정도 비율

구분	국화	장미	백합	양난	기타절화	평균
비율(%)	73.5	67.1	65.0	85.0	68.0	71.7

자료: 태안지역 화훼농가(79호) 조사결과.

○ 물류센터의 화훼류 취급대상 물량은 총 44,339톤으로 생산량의 약 70%에 이름. 화훼농가의 공영시장 및 수출비중을 고려하여 산정한 물류센터 취급예상물량은 총 28,486톤으로 전체 생산량의 45%에 이름. 양란을 제외하면 품목별로 생산량의 40%내외의 물량 취급을 예상할 수 있음.

- 물류센터의 수출화훼 취급물량은 6천여 톤으로 지역 생산량의 약 10%를 담당할 것으로 추정됨. 품목별로는 양란이 약 20%, 국화와 백합이 11~15%, 장미는 4%대를 차지할 것으로 예상됨.

표 4-8. 목표 연도의 물류센터 화훼류 취급물량 추정

단위: 톤

구 분	지역 생산량 (A)	취급 대상 물량	취급 예상물량(B)		수출목표물량		비율(%)	
			태안	서산	톤(C)	천본(분)	B/A	C/A
국 화	33,246	24,436	15,615	3,325	4,685	9,945	47.0	14.1
장 미	22,710	15,238	9,783	-	978	6,155	43.1	4.3
백 합	3,699	2,404	1,404	-	421	3,905	38.0	11.4
양 란	680	578	568	-	140	1,135	83.5	20.6
기타절화	2,475	1,683	1,116	-	-	-	45.1	-
계	62,810	44,339	28,486	3,325	6,224	21,140	45.4	9.9

주: 서산지역 국화 예상물량은 서산지역 생산량(33,246×0.25) 가운데 태안군에 인접한 농가가 이용한다는 전제하에 생산량의 40%를 적용함.

3) 화훼류 소요시설 및 규모

○ 화훼류 시설설치에 따른 고려사항

- 물류센터가 화훼류 수출전진기지로서의 역할을 수행할 수 있도록 목표연도의 수출물량을 고려한 시설배치
  - · 예냉, 저온저장시설, 선별, 포장시설, 소독(훈증)시설 등
- 태안지역의 경우 백합 양구에 적합한 자연적 조건을 갖추고 있어 물류센터가 백합 양구사업의 중심역할을 수행할 수 있는 시설 배치
  - · 농가단위의 양구사업은 규격화, 규모화에 한계가 있고 일회성에 머물 가능성이 크기 때문에 물류센터가 기업적 경영에 의한 양구사업을 추진
  - · 물류센터가 정식이전단계의 종구를 농가에 공급하고 농가는 정식에서 수확까지 담당한 후 물류센터에 출하
  - · 양구사업을 위한 구근저장고, 콘베어 자동화시스템 등
- 농가단위에서의 상품화는 시간과 비용뿐만 아니라 출하품의 품질 균일성에도 한계가 있기 때문에 이러한 문제를 해결하고 내수 출하품의 상품성 제고를 위한 산지 공동작업장으로서의 역할에 필요한 시설배치

· 집하장, 공동선별장, 저장시설, 일관화 된 포장시설 등

- 물류센터가 활성화될 경우 서산지역의 일부 화훼류(일차로 국화)도 취급이 가능한 시설배치

○ 시설종류 및 규모 추정

- 물류센터의 화훼 관련 시설규모는 총 510평으로 추정됨.
- 예냉시설과 저온저장시설 등은 관리의 편의를 위해 25평 단위로 설치할 필요가 있음.
- 구미원예공사의 경우 현재 예냉실 25평, 저온저장고 25평을 보유한 상태에서 연간 1,300만 본의 국화를 수출하고 있으나 시설이 협소한 실정임.

표 4-9. 화훼류 관련 시설종류 및 규모 추정

구 분	시설규모(평)	비 고
예냉시설	50	25평×2
저온저장시설	100	25평×4
구근저장시설	50	구근상자 보관
소독(훈증)시설	30	
선별, 포장시설	100	일관시스템
구근상자작업시설	50	상토, 구근식재 등 콘베어시스템
기타작업실	100	
일반창고	30	
계	510	

다. 태안 물류센터 시설 규모

○ 태안 물류센터의 부류별 시설규모를 산정해 보면, 채소류 취급시설, 화훼류 취급시설, 기타지원시설을 포함하여 총 1,860평이 필요한 것으로 추정됨.

표 4-10. 태안물류센터 시설별 적정 규모

구 분	세부시설	면적(평)	비 고
채소류	상품화시설	520	선별・포장시설
	배송 및 현장도매	150	6평×25개
	예냉시설	50	25평×2개
	저온저장시설	250	25평×10개
	소분포장실	30	
	품질검사실	20	
	일반창고	30	
	소 계	1,050	
화훼류	예냉시설	50	25평×2개
	저온저장시설	100	25평×4개
	구근저장시설	50	구근상자 보관
	소독(훈증)시설	30	
	선별, 포장시설	100	일관시스템
	구근상자작업시설	50	상토, 구근식재 등 콘베어시스템
	기타작업실	100	
	일반창고	30	
	소 계	510	
지원시설	사무실, 전산실	50	
	회의실	30	
	농업인교육시설	70	
	전시・홍보실	50	
	휴게실・식당	50	
	금융점포	20	
	기계・전기실	20	
	수위실 등 기타	10	
	소 계	300	
총 면 적		1,860	

라. 주차대수 산출

○ 관계법령에 의한 주차대수와 타 유통시설의 시설연면적에 대한 단위주차대수를 비교하여 산정 하고자함.

- 법정 주차대수 산정: 판매시설연면적 100㎡당 1대(태안군 주차장설치조례 제13조 별표6)
  - (산식) 연면적(㎡) ÷ 100㎡ = 5,983.47㎡ ÷ 100㎡ = 60대
- 기존 농산물 유통센터의 주차대수 비교에 의한 산정
  - 국내 유사 유통센터의 면적과 주차대수를 비교한 결과 주차 1대당의 시설연면적(지하주차장 제외)은 34.1㎡로 산출되나 현재 대다수의 유통센터 주차장면적이 협소함으로 인한 물류효율이 저하를 초래하고 있어 태안 물류센터의 소요 주차대수에 125% 보정하여 산정하고자 함.
- 태안 물류센터의 주차대수 산정
  - (산식)= [연면적(㎡) ÷ 주차 1대당의 시설연면적(㎡)] × 1.25
    = (5,983.47㎡ ÷ 34.1㎡) × 1.25 = 219대

표 4-11. 기존 농수산물 유통센터의 연면적에 대한 주차대수 비교표

구 분	고 양	목 포	수 원	김 해	비 고
연면적(㎡)	45,478.8	19,094.1	41,137.6	24,568.4	
주차대수(대)	1,297	693	1,080	670	
1대당연면적(㎡)	35.1	27.6	37.1	36.7	34.1(평균)
주차장위치	지상/지하	지상/지하	지상/지하	지상/지하	

마. 옥외주차장 면적 산정

○ 도매기능과 도심지 소매기능이 혼재된 기존유통센터의 입·출하용 트럭과 고객용 승용차의 비율이 약 20~30%: 70~80%로 승용차 비율이 높게 나타나고 있음.

○ 그러나 산지물류센터에 필요한 기능에서 보듯이 소매기능은 최소한으로 운영되어질 것이며 그에 따라 소형승용차에 의한 물류이동은 미미할 것으로 예상됨에 따라 지상주차에 있어서 소형 및 대형의 비율을 3:7로 보정하여 산정하고자 함.

○ 옥외 주차장 적정 소요면적: 2,909.6평(9,618.7㎡)

표 4-12. 태안 물류센터의 주차대수 산정

총 부설주차대수		주차대수 (대)	주차단위면적 (㎡/대)	지상주차면적 (㎡)
219대	소형차량(장애우 포함)	66	33.06	2,182.9
	대형차량	153	48.60	7,435.8
	합 계	219	-	9,618.7

바. 적정 부지 면적 추정

○ 여기서 제안하는 사업부지면적은 경사도가 3%이하의 가용부지면적을 의미함.

○ 또한 관계법령에 의해 물류센터가 입지할 수 있는 지역은 일부 주거 및 준주거지역과 상업지역·일부 공업지역 및 일부 녹지지역에 한하여 설립 가능하고 혹은 여타 지역에 지구단위계획수립에 의한 건립방안도 있으나 사업기간이 상당부분 길어질 우려가 있음.

○ 본 물류센터는 건축법상 용도는 판매 및 영업시설로서 녹지지역에 건설될 경우 건폐율은 20%이하이고 용적률은 50%이하로 규정하고 있음.

○ 이러한 제반 조건을 검토하여 적정규모의 소요 부지면적을 산정 하고자 함.

- 적정부지면적 산정방법
  - · 최소 대지면적은 다음의 각 부분을 수용가능 하여야 함
  - · 수용기능 및 시설: 물류센터+부대시설+옥외판매장+주차장 및 도로+조경시설
  - · 수용기능 및 시설의 소요면적 산정
  - · 물류센터 건축면적(시설연면적의 95% 적용): 1,624.5평
  - · 옥외 경매장 면적(비 가리게 시설): 100평
  - · 주차장 면적: 2,909.6평
  - · 단지 내 도로면적(주차장 면적의 15%): 436.44평
  - · 조경면적(법적 설치대상은 아니나 쾌적한 시설환경을 조성을 위하여 조경확보가 필요함): 1,500평
- 상기 시설들의 합계에 의해 최소 부지면적은 6,570평이면 가능하나 녹지지역에 입지할 경우를 대비한 검토가 필요함.
- 유통센터가 녹지지역에 입지 할 경우 최소 사업부지 면적 검토

· 상기 물류센터 건축면적과 옥외판매장 건축면적의 합계의 20%

· 1,724.5평 / 최대 건폐율 20% = 8,622.5평(최소 부지면적 임)

- 물류센터가 경사도 3%이하의 녹지지역에 입지 할 경우 최소 부지면적은 8,623평 이상 필요한 것으로 산출되었고, 이때 최대 시설 연면적은 3,000평을 초과 할 수 없음.
- 2013년 물류센터 사업영역 확장과 이에 대한 부지 수요를 감안할 때 최소한 10,000평 규모의 부지면적을 확보하는 것이 바람직할 것으로 판단됨.

사. 필요시설 설문조사

○ 물류센터가 건설될 경우 필요시설에 대한 생산자 설문 조사결과 예냉 및 저온저장시설(25.0%)이 가장 필요한 시설이라고 응답하고 있으며, 그 다음으로 선별·포장시설과 판매시설(23.7%), 수출상품화시설(15.4%), 가공시설(12.2%) 순으로 나타남.

표 4-13. 물류센터 건설시 필요시설에 대한 설문

단위: %

지역별		선별·포장시설	예냉·저온저장시설	가공시설	수출상품화시설	판매시설	계
지역별	태안읍	19.7	24.5	12.3	19.7	23.8	31.4
	안면읍	27.4	24.2	12.9	8.1	27.4	13.3
	고남면	23.5	11.8	11.8	23.5	29.4	3.6
	남 면	23.3	33.3	6.7	11.7	25.0	12.8
	근흥면	21.7	34.8	4.4	13.0	26.1	4.9
	소원면	28.1	19.3	14.0	17.5	21.1	12.2
	원북면	22.6	26.2	16.7	13.1	21.4	18.0
	이원면	38.8	16.7	11.1	16.7	16.7	3.8
품목별	마 늘	24.0	26.7	17.1	11.0	21.2	31.2
	생 강	25.9	22.2	13.0	11.1	27.8	11.5
	고 추	27.0	23.6	13.5	11.2	24.7	19.0
	기 타 채소류	24.0	24.0	14.0	12.0	26.0	10.7
	화훼류	20.1	25.6	4.6	26.4	23.3	27.6
계		23.7	25.0	12.2	15.4	23.7	100.0

자료: 현지 설문조사 결과.

○ 품목별로는 마늘은 예냉 및 저온저장시설, 생강은 판매시설, 고추는 선별·포장시설, 화훼류는 수출상품화시설이 가장 필요한 시설이라고 응답하고 있음.

2. 물류센터 투자소요액 추정

○ 물류센터 건설비용은 크게 부지매입비, 공사비, 장비구입비 등으로 구분함.

표 4-14. 개략공사비 산정

단위: 원

구 분		금 액	비 고
1. 부지매입비		1,000,000,000	100,000원/평(임의적용)
2. 공사비	가. 건축공사	2,367,800,000	1,208,061원/평
	나. 기계설비	837,000,000	427,041원/평
	다. 전기·통신공사	607,200,000	309,796원/평
	라. 소방공사	186,000,000	94,898원/평
	마. 토목공사	360,000,000	60,000원/부지면적 평당
	바. 조경공사	100,000,000	50,000원/부지면적 평당
	직접공사비 소계	4,458,000,000	2,274,490원/평
	간접비(30%)	1,337,400,000	
	공사비 합계	5,795,400,000	2,956,837원/평
3. 기본 및 실시설계비		225,641,000	엔지니어링사업대가의기준
4. 책임감리비		405,885,000	건기법에 의한 책임감리
5. 물류설비비		641,477,000	연면적(평)당 359,343원
6. 시설부대비 및 부담금		69,545,000	공사비의 1.2%
사업비 총계		**8,110,947,000**	

주: 1) 상기 건축공사비는 내부 기계적 시설투자가 최소화 된 도매기능 위주의 시설을 바탕으로 산정한 금액임.
2) 물류센터가 논과 같은 연약지에 입지할 경우 시설물의 안정과 주차장 및 도로의 침하방지를 위하여 연약지반처리가 필수적이므로 사업부지 확정시 그에 대한 검토가 필요함(상기 투자소요액에는 포함되지 않음)
3) 상기의 평당 물류설비비는 기존 '농산물 종합유통센터(달성/목포/수원)의 건설사업비 정산서(2003, 농림부)'의 평균액에서 물가상승률을 감안한 금액임.

- 부지 매입비는 10,000평을 기준으로 함.
- 건물 연면적은 옥외 집하장 및 부대시설을 포함하여 1,960평으로 함.
- 공사비 산정은 기존 운영 중인 유통센터의 건설비용과 물가상승률을 고려하여 추정함.
- 장비구입비는 선별기, 포장기, 결속기, 지게차, 팔레트, 컨테이너 등을 포함함.

○ 부지 매입비: 10억원
○ 공사비: 약 58억원
○ 총 공사비: 81.1억원

KREI

제 5 장

적정 부지 선정 및 투자 타당성 분석

1. 적정 입지 분석

○ 태안군 관내 10,000평 규모의 부지 확보가 가능한 물류센터의 후보지로서 4개 지역을 선정하여 분석함.

- P1(태안군 소원면 시목리 산58-1 일대)
- P2(태안군 태안읍 인평리 산86-3 일대)
- P3(태안군 태안읍 남산리 196-6 일대)
- P4(태안군 태안읍 삭선리 산74-1 일대)

○ 이들 후보지 중 적정 입지를 선정하는 기준으로서

- 관내 각 읍면에서 물류센터까지의 반입거리
- 물류센터에서 서해안고속도로 인터체인지까지의 반출거리
- 부지 구입 및 정비 비용
- 환경요인으로서 주거지와의 거리, 매연, 소음발생 정도
- 사업의 조기활성화 가능성을 검토하기 위해 다른 사업과의 연계성 등을 고려하였음.

○ 태안군은 삼면이 바다이고 육지는 서산과 접하고 있어 모든 물류 즉 교

통은 육지와 접하고 있는 서산을 통하여 연결되어 있기 때문에 물류센터 건설 후보지로서 지리적으로 서산과 접하고 있고, 태안군의 중심에는 자리 잡고 있는 태안읍 일대를 적정 대상지로 검토하였음.

○ 따라서 각 읍면에서 물류센터 후보지까지의 반입거리 및 물류센터 후보지에서 서해안고속도로 인터체인지까지의 반출거리는 4개 후보지 모두 거리상으로 차이가 없이 모두 동일하며, 진출입이 양호한 것으로 나타남.

○ 부지 구입비용은 현지조사가격 기준으로 P1이 85～100천원/평, P2 100천원/평, P3 100～150천원/평, P4 150천원/평으로 P1이 월등히 저렴하며, 토목공사 등 정비 비용은 P1, P2가 낮은 야산지대로 성토비용이 적게 소요될 것으로 예상됨.

그림 5-1. 태안군 지형도

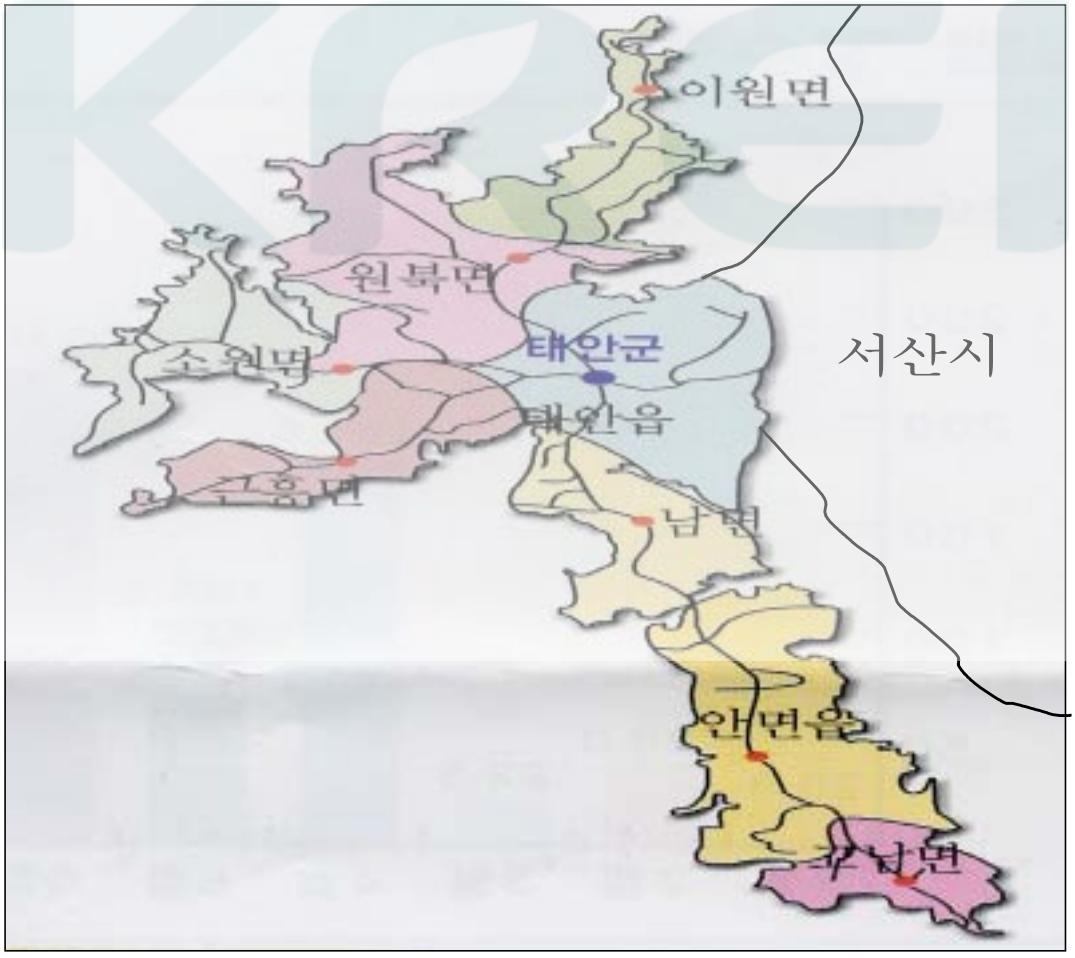
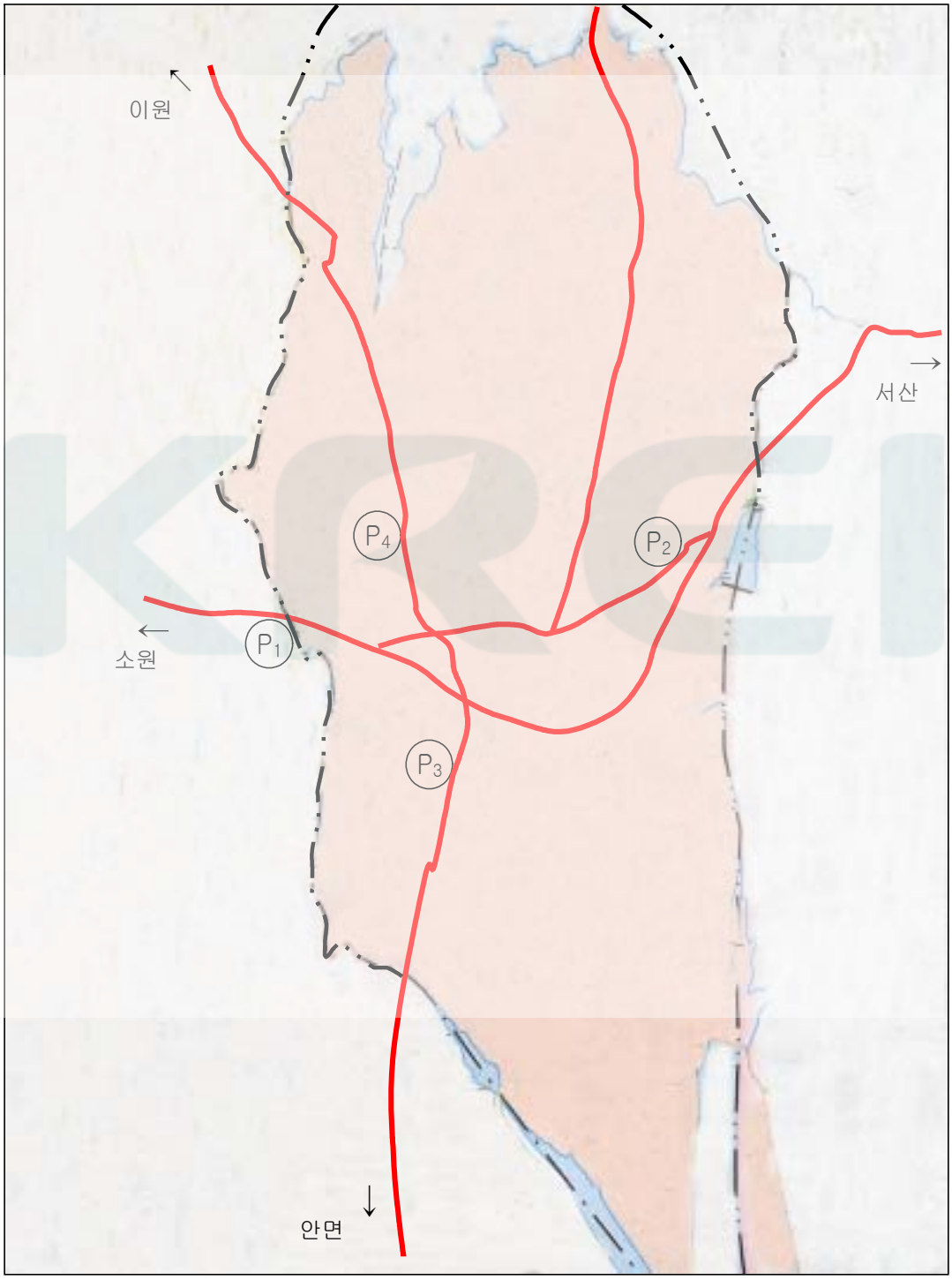


그림 5-2. 태안 물류센터 후보지



○ 생산자 및 상인 등 유통센터 접근성은 P2를 제외하고는 모두 양호한 것으로 나타남.

○ P1, P2, P4는 마을과 다소 떨어져 있는 반면 P3는 마을에 인접해 있어 소음이나 매연 등에 대한 민원 발생 소지가 다소 존재함.

○ 반출입거리 등 계량지표와 부지여건, 환경요건 등 비계량지표를 감안하여 종합판단할 때 부지여건 및 주변환경 여건이 양호하고 향후 활성화 가능성이 높은 P1이 최적지인 것으로 판단되며, 차 순위로서 P2, P3, P4 순으로 제시함.

표 5-1. 물류센터 후보지별 장단점 분석

순위	대 상 지	장 점	단 점
P1	소원면 시목리 산58-1 등	ㅇ 태안에서 만리포방향으로 5km (국도 32호선 인접) ㅇ 지가가 비교적 저렴함(85~100천원/평) ㅇ 국도와 인접하여 진출입 용이 ㅇ 낮은 야산지대로 토목공사 등 비용 적게 소요 ㅇ 마을과 떨어져 있어 소음 등에 의한 민원발생 적을 것으로 예상됨 ㅇ 부지여건, 주변환경이 양호하여 향후 다른 사업과 연계성 좋음	ㅇ 서해안고속도로 방향과 반대 방향으로 교통이 약간 불편함
P2	태안읍 인평리 산86-3	ㅇ 태안에서 서산방향으로 5km ㅇ 지가는 100천원/평 ㅇ 평지로 토목공사 등 비용 적게 소요 ㅇ 마을과 떨어져 있어 소음 등에 의한 민원발생 적을 것으로 예상됨	ㅇ 국도 32호선에서 500m 정도에 위치해 있으나 진입에 다소 애로
P3	태안읍 남산리 196-6 등	ㅇ 농업기술센터와 인근지역에 위치해 있어 지도, 관리감독 등이 유리 ㅇ 남면노선(국도 77호선) 4차선 확포장시 교통망도 좋음 ㅇ 인근에 센터, 송암초교, 태안문화원이 있어 공공시설 집중화에도 유리 ㅇ 부지정비가 용이	ㅇ 국도에서의 진입로 일부가(500m) 1차선 시멘트 포장도로로 왕래가 다소 불편 ㅇ 부지 상공으로 고압선 철탑이 지나고 있음 ㅇ 지가가 100~150천원/평 이상으로 비교적 비쌈.
P4	태안읍 삭선리 산174-1 등	ㅇ 태안에서 원북(학암포)방향으로 1km(태안여고 뒤편) ㅇ 낮은 야산으로 토목공사 등 비용 적게 소요 ㅇ 마을과 떨어져 있어 소음 등에 의한 민원발생 적을 것으로 예상됨	ㅇ 지가가 150천원/평으로 높음 ㅇ 지방도 603호에서 100m 이내이나 진입로 개설 필요

표 5-2. 물류센터 후보지별 적합도 분석

구 분		P1	P2	P3	P4
반출입 여 건	평균반입수송거리	동일	동일	동일	동일
	평균반출수송거리	동일	동일	동일	동일
	진입도로폭	왕복 2차선	왕복 2차선	왕복 4차선	왕복 2차선
	차량통행혼잡도	보통	보통	혼잡	보통
부지여건	부지형태(지목)	농림지역	관리, 농림지역	관리지역	관리, 자연녹지
	지가수준(천원/평)	85～100	100	100～150	150
	정비비용	저	저	중	중
주변환경	마을과의 거리	떨어짐	떨어짐	인접	떨어짐
	소음, 매연	양호	양호	보통	양호
	수요자 접근성	양호	보통	양호	양호
활성화 가능성	주민 접근성	양호	보통	양호	양호
	타사업연계성	양호	보통	양호	보통

2. 투자타당성 분석

가. 분석범위 및 방법

○ 투자사업의 평가 또는 타당성 분석은 사업시행으로 인하여 발생하는 편익과 비용을 비교함으로써 당해 사업의 경제적 수익성 내지 투자효율을 판정하는데 그 목적이 있음.

○ 투자타당성 분석은 경제분석과 재무분석으로 구분할 수 있음. 경제분석은 국민경제 또는 지역경제 차원에서의 거시적 편익 및 비용을 분석하는 것이며, 재무분석은 투자주체 또는 운영주체 차원에서의 미시적 투자수익성 분석으로 투자자본에 대한 재무적 수익률을 계측하는 것임.

○ 태안군 농산물 물류센터의 지역경제적 편익은 공동선별에 의한 브랜드화 및 규격품 출하, 규모화에 의한 시장교섭력 증대, 수출확대로 외화획득

및 국내 출하물량 조절에 의한 가격안정 도모, 포장·물류·바이어유치에 따른 숙박업 등 연관산업 확대에 의한 소득·고용 창출 등 정(正)의 외부효과가 기대되고 부(負)의 외부효과를 가져올 요인은 적을 것으로 판단되므로 구체적인 경제성분석은 생략하기로 하고, 여기서는 사업주체의 재무분석에 국한하기로 함.

○ 재무분석의 방법은 내부투자수익률(IRR)을 이용하기로 함. 내부투자수익률은 투자사업으로부터 발생하는 편익(B)의 현재가치의 총계와 비용(C)의 현재가치의 총계를 같게 하는 할인율로서, 내부투자수익률 계산을 위한 편익과 비용의 공식은 아래와 같음.

$$B=\sum_{i=0}^{n}\frac{b_i}{(1+R)^i}=b_0+\frac{b_1}{(1+R)}+\frac{b_2}{(1+R)^2}+\cdots+\frac{b_n}{(1+R)^n}$$

$$C=\sum_{i=0}^{n}\frac{c_i}{(1+R)^i}=c_0+\frac{c_1}{(1+R)}+\frac{c_2}{(1+R)^2}+\cdots+\frac{c_n}{(1+R)^n}$$

B = 편익의 현재가치의 총계

C = 비용의 현재가치의 총계

bi = i년도의 편익

ci = i년도의 비용

R = 할인율 또는 자본의 기회비용

n = 사업내용년수

○ 여기에서 B/C = 1이 되는 할인율 R이 내부투자수익률이 됨. 이는 투하된 자본을 사업내용기간 내에 회수하면서 동시에 수익을 창출하는 자본의 가득력(earning power of capital)을 의미하는 것으로, 내부투자수익률이 기업의 평균 기회비용보다 높으면 투자대상으로서의 가치가 있는 사업으로 판정하게 됨.

나. 가정

○ 태안군 농산물 물류센터 건설사업의 타당성 분석을 위한 기본 가정은 다음과 같음.

- 사업 개시년도는 2008년, 목표연도는 2013년
- 현금흐름분석에 있어 감가상각비와 이자비용은 분석에서 제외
- 투자된 시설의 내구연한은 40년으로 가정하고, 운영주체의 초기투자시설의 내구연한은 20년으로 가정
- 분석의 기준단가는 다음과 같이 적용함.
  · 채소류사업은 2004년 가락동 도매시장의 품목별 총 거래금액을 총 거래량으로 나누어 도출한 연평균 가격 적용
  · 화훼사업은 2004년 양재동 화훼공판장의 품목별 연평균 가격 적용
- 운영주체의 운영비는 기존 농산물종합유통센터의 평균 비용구조를 적용
- 목표연도인 2013년 이후의 편익과 비용은 고정적
- 융자금의 상환은 연 5%의 이자에 7년 균등분할상환으로 가정
- 시장할인률은 6%를 적용
- 태안군의 부지구입비 10억원은 분석대상에서 제외
  · 부지는 사업종료 후 태안군 소유로 귀속되므로 현금흐름분석에서 제외

3. 투자소요액 및 사업자

○ 물류센터건립에 소요되는 총 투자액은 부지매입비 10억원, 공사비 58억원, 장비구입비 등 기타 13억원 등 총 81억원으로 추정되며, 부지구입비 10억원은 태안군이 자체부담하는 것으로 함.

○ 총사업비 81억원 중 부지구입비를 제외한 사업비 71억원에 대한 국고, 지방비 보조는 사업주체가 태안군이므로 국고보조 35억(50%), 도비 18억(25%), 군 자부담 18억(25%)임.

○ 본 사업은 태안군이 주체가 되어 추진하며 운영은 외부기관(단체)에 위탁하는 것을 전제로 분석함.

4. 목표 취급물량 설정

○ 물류센터의 2013년 채소류 취급물량은 총 19,000톤으로 그 중 마늘, 생강, 엽채류의 상품화 물량은 약 78%인 14,900톤으로 가정하였음. 나머지 22% 고추, 일부채소류 물량은 판매대행사업의 형태로 추진하는 것으로 가정하였음.

표 5-3. 태안군 농산물 물류센터 채소류 취급규모

구 분	톤당 단가(원)	취급물량(톤)	취급액(천원)
마 늘	2,002,365	5,390	10,792,748
생 강	3,655,116	2,140	7,821,949
엽 채 류	438,700	7,370	3,233,221
상품화사업 소계	-	14,900	21,847,918
건 고 추	9,612,678	920	8,843,663
일부채소류	1,060,712	3,180	3,373,063
판매대행사업 소계	-	4,100	12,216,726
총 계	-	19,000	34,064,644

○ 물류센터의 2013년 화훼류 취급물량은 총 28,486톤으로 모두 상품화사업 형태로 추진하는 것으로 가정하였음.

○ 태안군 농산물 물류센터의 수익은 판매사업 수수료수준과 상품화사업 수수료수준에 의해 결정되는데, 태안군의 수익인 임대수수료는 운영주체의 당해연도 매출액의 5.0%로 가정하였고, 운영주체의 판매사업 수수료는 4.0%, 상품화사업 수수료는 4.5%, 화훼사업의 수수료는 3.0%로 가정하여 분석함.

표 5-4. 태안군 농산물 물류센터 화훼류 취급규모

구 분	속(분)당 단가(원)	취급물량		취급액(천원)
		톤	100속(1000본)	
국 화	2,523	15,615	33,230	8,384,022
장 미	2,278	9,783	61,567	14,025,059
백 합	3,113	1,404	13,026	4,054,935
양 란	1,756	568	4,606	808,780
기타절화	1,474	1,116	9,421	1,388,632
화훼사업 소계	-	28,486	121,850	28,661,428

5. 분석결과

○ 운영주체의 연간 매출액 구성은 상품화사업 수수료와 판매대행사업 수수료, 화훼사업 수수료로 구성되며, 화훼사업 수수료를 3.0%에서 고정시킨 후 상품화사업 수수료율 4.5% 수준과 판매대행사업 수수료율 4.0%일때 2013년에 누적 순현재가치(NPV)가 흑자로 전환되며, 사업의 목표연도인 2013년의 내부투자수익률은 13.7%로 분석되었음.

- 상품화사업 수수료율이 4.0% 이하로 하락할 경우 판매대행사업 수수료율이 4.5%가 되어야만 경제성이 있는 것으로 나타남.

○ 태안군이 운영주체에게 임대수수료로 연간 매출액의 5% 징수할 경우 2034년에 누적 순현재가치(NPV)가 흑자로 전환되며, 내부투자수익률은 사업개시 후 30년이 지난 2037년이 되어서야 3.1%가 됨.

- 이는 태안군의 사업 추진의 목적이 영리추구가 아닌 공적 기능을 수행하기 위한 것임을 설명하고 있음.

표 5-5. 수수료 수준별 운영 주체 내부투자수익률

단위: %

구 분		판매사업 수수료율(%)		
		3.5	4.0	4.5
APC사업 수수료율(%)	3.5	4.4%	6.6%	8.6%
	4.0	8.2%	10.2%	12.2%
	4.5	11.8%	13.7%	15.6%

주: 2013년을 기준으로 분석.

표 5-6. 태안군 현금흐름표

단위: 백만원

연 도	현금유입	현금유출	순현금흐름	현가요소	현재가치	현가누계
2008	-	1,784	△1,784	1.00	△1,784	△1,784
2009	60	8.9	52	1.06	49	△1.736
2010	71	8.9	63	1.12	56	△1,680
2011	88	8.9	79	1.19	66	△1,614
2012	93	8.9	84	1.26	67	△1,547
2013	110	8.9	101	1.34	75	△1,471
2014	110	8.9	101	1.42	71	△1,400

표 5-7. 운영주체 현금흐름표

단위: 백만원

연 도	현금유입	현금유출	순현금흐름	현가요소	현재가치	현가누계
2008	-	1,254	△1,254	1.00	△1,254	△1,254
2009	1,209	1,057	152	1.06	143	△1,111
2010	1,429	1,158	270	1.12	241	△870
2011	1,758	1,304	454	1.19	381	△489
2012	1,868	1,362	506	1.26	401	△88
2013	1,978	1,409	570	1.34	426	338
2014	2,198	1,508	689	1.42	486	824

표 5-8. 농산물 물류센터 손익분석(운영주체)

단위: 백만원

구 분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
매출액	1,209	1,429	1,758	1,868	1,978	2,198
인건비	657	661	668	670	672	676
제세공과금	12	14	18	19	20	22
임대수수료	60	71	88	93	99	110
보험료	20	20	20	20	20	20
포장하역비	36	43	53	56	59	66
광고선전비	36	43	53	56	59	66
수도광열비	24	29	35	37	40	44
수선비	30	36	44	47	49	55
기밀접대비	24	29	35	37	40	44
대손상각비	18	21	26	28	30	33
교통통신비	36	43	53	56	59	66
지급수수료	24	29	35	37	40	44
기타	15	17	21	22	24	26
영업비용	993	1,055	1,148	1,179	1,210	1,272
영업이익	216	374	610	689	768	926
이자비용	63	54	45	36	27	18
기타	1	2	2	2	2	3
감가상각비	12	12	12	12	12	12
영업외비용	76	67	59	50	41	32
경상이익	140	307	552	640	727	894
원금상환	179	179	179	179	179	179
법인세전수익	△39	127	373	460	548	715
법인세		48	109	145	169	216
당기순수익	△39	80	263	315	379	499

6. 감응도 분석

○ 취급물량이 계획과 달리 5% 단위로 감소할 경우를 가정하여 상품화사업과 화훼사업의 수수료 수준이 변동함에 따라 운영주체의 수익률이 얼마나 변동하는가에 대한 감응도를 분석함.

○ 상품화사업은 수수료율이 4.5%보다 낮을 경우 취급물량 감소로 수익률이 크게 하락하는 것으로 나타났으며, 수수료율이 4.5%일지라도 취급물량이 10% 감소하면 경제적 수익성이 낮은 것으로 추정됨.

표 5-9. 취급물량 감소 정도별 감응도 분석(상품화사업)

구 분	APC사업 수수료율(%)		
	3.5	4.0	4.5
취급물량 5% 감소	2.5%	6.1%	9.5%
취급물량 10% 감소	△1.7%	2.0%	5.4%

○ 화훼사업은 수수료율이 3.0%보다 낮을 경우 취급물량 감소로 수익률이 크게 하락하는 것으로 나타났으나, 수수료율이 3.5%로 상승하면 취급물량이 10% 감소하더라도 경제적 수익성이 있는 것으로 추정됨.

표 5-10. 취급물량 감소 정도별 감응도 분석(화훼사업)

구 분	화훼사업 수수료율(%)		
	2.5	3.0	3.5
취급물량 5% 감소	2.5%	7.6%	12.4%
취급물량 10% 감소	△1.7%	3.5%	8.3%

제 6 장

관리·운영방안

1. 관리·운영의 기본 방향

○ 물류센터의 관리운영 방향
- 경영수익 달성
- 지역 생산자에게 공동이익과 편익 제공

○ 물류센터의 사업 수행주체
- 지방자치단체(태안군)

2. 관리운영 형태의 대안별 검토

가. 경영사업 운영형태와 경영개입 정도에 따라 구분

○ 지방공사 직영 형태(제1안)
○ 지방공사형 제3섹터 운영 형태(제2안)
○ 개별 임대사업 형태(제3안)
○ 생산자단체 위탁경영 형태(제4안)

나. 대안별 특성 비교

○ 지방공사 직영 형태(제1안)

- 사업의 초기투자 및 재무구조는 양호
- 공공조직으로 운영될 가능성이 크기 때문에 책임경영이 어려울 것으로 예상됨.
- 농산물유통에 대한 경험부족으로 산지 및 소비지 유통활동은 매우 미흡할 것으로 판단됨.

○ 제3섹터 운영 형태(제2안)

- 지역의 경제활동과 재정능력 등을 감안할 때 공공부문의 지원아래 민간부문의 능력을 도입하는 매우 바람직한 운영방식이 될 것으로 예상됨.
- 지역 생산자단체와의 사업연계가 원활치 못함.
- 산지유통활동의 미흡으로 유통센터의 조기활성화에 영향을 미칠 것으로 예상됨.

○ 지자체 시설관리 및 개별임대사업 수행(제3안)

- 지자체에서 시설을 관리하고 저온저장고, 선과기 등 시설별로 임대사업을 하는 형태
- 이 형태는 가장 소극적이면서 안정적이고 공무원을 관리직원으로 활용할 수 있어 공무원 고용 효과가 발생할 수 있는 장점
- 그러나 이 방법은 공공성도 결여되고 산지유통센터사업의 본래 목적이 충실하지 않다는 비판을 면하기 어려운 단점이 있음.
- 또한 시설별로 개별 임대할 경우 활용의 연계성이 부족하여 사업 목적을 달성할 수 없음.

○ 생산자단체 위탁경영(제4안)

- 재무구조가 취약해 초기투자능력이 불리할 것으로 예상됨.
- 농특산물 유통분야에 꾸준한 노력과 성가를 올리고 있는 협동조합의 산지 및 소비지 유통활동은 매우 활발하여 유통센터 조기활성화에 매우 적합하다고 판단됨.

다. 대안별 우선순위 제시

○ 그동안 정부는 농림사업 등 각종 사업을 통해 직간접적으로 산지의 유통시설에 지속적으로 투자하였으나, 시설에 대한 운영은 활성화되지 못하고 정체 또는 답보상태를 보이고 있는 실정임.

표 6-1. 관리운영 주체 대안별 특성비교 및 우선순위 제시

구 분		제1안 (지방공사)	제2안 (제3섹터)	제3안 (개별임대)	제4안 (생산자단체)
농산물 수집능력	· 산지개발 · 수집능력 · 출하자서비스	· 불리 · 불리 · 중간	· 중간 · 중간 · 중간	· 중간 · 중간 · 유리	· 유리 · 유리 · 양호
농산물 분산능력	· 소비지시장개발 · 구매자서비스	· 미약 · 저조	· 우수 · 양호	· 우수 · 양호	· 중간 · 중간
건설운영 투자계획	· 초기투자능력 · 추가투자사업 · 투자의사결정	· 우수 · 양호 · 중간	· 우수 · 양호 · 유리	· 어려움 · 어려움 · 어려움	· 어려움 · 어려움 · 중간
재무구조	· 재무구조 · 대금결재	· 양호 · 양호	· 양호 · 양호	· 어려움 · 어려움	· 중간 · 중간
상품화 기능	· 도매기능 · 소매기능 · 환경변화적응력	· 약함 · 약함 · 약함	· 강함 · 강함 · 중간	· 중간 · 강함 · 강함	· 중간 · 중간 · 중간
유통활동 경험	· 산지유통 · 소비지유통	· 없음 · 없음	· 중간 · 많음	· 많음 · 중간	· 많음 · 중간
경영능력	· 비지니스마인드 · 자율성 · 창의성 · 전문성	· 약함 · 없음 · 약함 · 약함	· 강함 · 강함 · 강함 · 강함	· 강함 · 강함 · 강함 · 강함	· 중간 · 중간 · 중간 · 중간
사업추진 책임	· 사업추진책임 · 사업결과책임	· 약함 · 약함	· 중간 · 중간	· 강함 · 강함	· 약함 · 중간
대안선택의 적절성 판단		초기투자계획 및 재무구조는 양호하나 산지 및 소비지유통활동은 매우 미흡할 것으로 판단됨	경영의 효율성과 소비지유통활동은 양호할 것으로 예상되나 산지유통활동은 미흡해 유통센터의 조기 활성화에 불리함	임대수입으로 시설관리가 용이하나, 부분적 임대로 체계적 관리와 시설 간 연계성이 부족하여 생산자의 비판가능성이 큼	재무구조가 취약해 초기투자능력이 불리하나 산지 및 소비지 유통활동은 매우 양호하여 유통센터 조기 활성화에 적합함
우선순위 판단		4	2	3	1

○ 사업의 조기활성화를 위해 유통센터의 운영은 독립채산제 형태로 운영하되 자율성을 최대한 부여하여 민간 기업체와 경쟁할 수 있는 유연하고 효율적인 운영체계가 이루어져야 할 것임.

○ 따라서 태안군에 건설되는 물류센터의 관리운영 주체는 생산자단체 위탁관리형태의 제4안, 민관공동투자형태의 제3섹터 운영방식인 제2안, 지자체 시설관리 및 개별임대사업 수행 제3안, 지자체 직접운영형태인 제1안 순서로 우선순위를 제시코자 함.

3. 생산자단체 위탁관리시 운영방식

가. 운영형태 비교

○ 독립법인 운영형태(제1안)

- 태안지역 전체 생산자단체(농협 등)가 연합하여 공동출자하고,
- 운영은 독립법인을 설립하여 운영하는 형태임.

○ 대표조합 운영형태(제2안)

- 태안지역 전체 생산자단체가 연합하여 공동출자하고,
- 그 중 1개 조합이 대표조합으로 운영하는 형태

○ 책임조합 운영형태(제3안)

- 태안지역 전체 생산자단체 중 1개 조합이 경영의 책임을 맡아 운영하는 형태

나. 대안별 장단점 비교

○ 태안지역 전체 생산자단체가 공동으로 출자하고 독립법인 형태로 운영할 경우(제1안), 경영의 자율성, 효율성, 전문성을 발휘해 사업을 조기에 활성화시킬 수 있을 것으로 예상되나, 적자경영시 책임소재가 불분명함.

○ 태안지역 전체 생산자단체가 공동으로 출자하고 운영도 공동으로 수행하는 경우(제2안), 국가차원의 공익적 기능 수행, 전체조합원의 이익과 권익을 보호할 수 있을 것으로 생각되나, 의사결정의 경직성과 전문성의 결여 등으로 사업의 조기활성화가 어려울 것으로 예상됨.

○ 태안지역 1개 조합이 정부의 지원 및 보조를 받아 경영의 책임을 맡아 운영할 경우(제3안), 전문성을 가지고 책임, 자율경영은 가능하나, 초기자금 투자비용이 크고 타지역 조합원의 호응이 미흡할 경우 사업의 조기활성화가 곤란할 것으로 예상함.

다. 우선순위 제시

○ 태안군의 위탁경영이 이루어질 경우, 기존 유통센터의 운영사례를 분석해 볼 때 태안지역 전체 생산자단체가 공동으로 출자하고 독립법인을 운영하는 형태가 가장 바람직할 것으로 예상되며, 대표조합 운영형태, 책임조합 운영형태의 순서로 우선순위를 제시코자함.

표 6-2. 생산자단체 위탁관리시 대안별 장단점 비교 및 우선순위 제시

구 분	독립법인(1안)	대표조합(2안)	책임조합(3안)
자본형태	· 전체조합 공동출자	· 전체조합 공동출자	· 1개 조합
운영형태	· 독립법인 설립	· 전체조합 중 대표조합 지정	· 1개 조합 책임 경영
인원구성	· 별도인원 구성	· 전체 조합 지원	· 조합인원 충원
장 점	· 책임경영 · 경영의 전문성, 자율성 유지 · 효율성 추구	· 사업의 조기활성화 달성 · 종합지원체계 원활 · 공익적기능 추구	· 책임, 자율경영 · 경영의 전문성 유리 · 지속적인 투자 유리
단 점	· 적자경영시 책임소재 미흡 · 공익적기능 미흡 · 수익분배문제 등	· 의사결정 경직 · 적자경영시 책임소재 미흡 · 전문성 결여	· 자금조달 어려움 · 사업의 조기활성화 곤란 · 공익적 기능 미흡
대안선택의 적절성판단	· 경영의 자율성, 효율성, 전문성을 발휘해 사업을 조기에 활성화시킬 수 있을 것으로 예상되나, 적자 경영시 책임소재가 불분명함	· 공익적 기능 수행, 전체조합원의 이익과 권익을 보호할 수 있을 것으로 생각되나, 의사결정의 경직성과 전문성이 결여되어 사업의 활성화가 미흡할 것으로 예상됨	· 전문성을 가지고 책임, 자율경영은 가능하나, 초기자금 투자비용이 크고 타지역 조합원의 호응이 미흡할 경우 활성화가 곤란할 것으로 예상함
우선순위 판단	1	2	3

4. 운영 주체 선정에 대한 설문 조사

○ 태안군에 물류센터가 건설되면 운영의 활성화를 위한 바람직한 운영 주체 선정에 대한 생산자 설문조사 결과 전체 응답자의 33.2%가 생산자단체가 운영하는 것이 바람직하다고 응답하고 있으며, 지방자치단체 운영(29.4%), 생산자단체와 민간업체 공동 운영(28.9%) 순으로 나타남.

○ 품목별로 보면, 마늘, 생강 등 채소류는 생산자 단체가 운영, 고추는 생산자단체와 민간업체 공동 운영, 화훼류는 지방자치단체에서 운영하는 것이 더욱 바람직한 것으로 나타남.

표 6-3. 물류센터의 바람직한 운영주체

단위: %

지역별		지방자치단체	생산자단체	공기업	민간유통업체	생산자단체 민간업체공동	계
지역별	태안읍	39.0	32.2	3.4	5.1	20.3	28.0
	안면읍	30.4	34.8	0.0	0.0	34.8	10.9
	고남면	28.6	28.6	0.0	14.2	28.6	3.3
	남 면	17.9	21.5	7.1	7.1	46.4	13.3
	근흥면	26.7	33.3	0.0	13.3	26.7	7.1
	소원면	37.9	29.7	8.1	0.0	24.3	17.5
	원북면	15.6	50.0	9.4	0.0	25.0	15.2
	이원면	20.0	30.0	0.0	0.0	50.0	4.7
품목별	마 늘	23.4	40.6	4.7	4.7	26.6	30.3
	생 강	25.0	37.5	4.2	0.0	33.3	11.4
	고 추	27.5	27.5	5.0	7.5	32.5	19.0
	기 타 채소류	42.1	36.8	5.3	0.0	15.8	9.0
	화훼류	34.4	26.6	4.7	3.1	31.2	30.3
계		29.4	33.2	4.7	3.8	28.9	100.0

자료: 현지 설문조사 결과.

5. 운영주체 선정 및 관리방안

○ 태안군 물류센터는 지방자치단체의 핵심적인 추진사업으로 지역 소유의 공공성격을 갖고 있는 유통시설임.

○ 지역 생산자의 소득향상은 물론, 지역 주민의 편의를 제공하는 시설로서 이용되어야 함.

○ 사업의 운영주체는 물류센터 건립 목적 및 사업의 성격으로 미루어 볼 때 지역 생산자단체에 완전 위탁하여 운영하는 것이 적절하다고 판단함.

○ 사업의 경영형태는 생산자단체 산하에 있는 하나의 조직체로서 운영하되, 독립채산제 형태로 관리하는 것이 사업의 효율성과 조기활성화를 위해 필요하다고 생각함.

○ 물류센터의 경영책임자는 농산물 생산 및 유통업무에 풍부한 지식이 있거나 유통업무에 경험과 능력이 있는 전문가를 선정하여 경영상 전문성을 추구하여야 함.

○ 책임자의 선정은 공개성, 신뢰성, 객관성을 확보하기 위해 지자체를 중심으로 선정위원회를 구성, 객관적인 지표에 의해 공개적인 채용이 바람직함.

○ 사업 초기의 조직은 관리운영부서와 유통업무부서로 구성하며, 초기의 인력은 정규직 12명과 임시직 10명 등 총 22명으로 시작하며, 취급물량 증가와 업무의 확장 등 고려 점차 인원 증원

제 7 장

물류센터 운영활성화 방안

1. 생산자 조직과 연계강화

가. 거래품목의 다양화

○ 취급품목을 다양화함으로써 시설의 가동 일수를 높이고, 수익성을 향상시켜 물류센터의 경영의 안정화를 도모함.

○ 사업 초기에는 화훼류 위주로 사업을 운영하며 점차 채소류 등 품목을 확대해 나감

○ 중장기적으로는 품목의 다양화와 충분한 물량 확보를 위해 인근지역(서산, 당진 등)의 물량도 최대한 흡수・확보함.

○ 종합물류기능을 통한 다양한 구색을 확보함으로써 유통업체와의 연계성 강화

- 대도시 도매시장 및 대형유통업체와의 안정적 거래를 위한 물량확보, 종합물류기능 필요
- 구색과 물량 충족을 위해 농산물 매취 또는 인근 유통센터와의 지역별 협의회 구성으로 농산물 상호교환 및 거래교섭력 강화

○ 생산자・물류센터・소비지유통업체간 계열화를 통해 공동선별, 표준규격

화의 효과적 추진

- 물류센터를 통한 공동선별, 표준규격화, 브랜드화로 상품성 제고
- 소비지 유통업체와 포장규격, 등급, 물량 및 가격에 대한 전속거래 계약체결

나. 구매선의 다양화

○ 우수한 품질의 다양하고 충분한 물량을 확보하기 위해서는 안정적이고 고정적인 출하선 확보가 중요함.

○ 주요 품목별 주산단지 중심의 작목반, 영농조합법인, 지역농협 등 출하전담 조직을 확보함.

- 작목반, 영농조합법인, 지역농협과 생산·공급계약 및 출하약정

○ 품목별 공동출하·공동선별·공동계산의 정착으로 산지유통개선의 기반을 구축함.

- 품종선택, 농자재구매, 재배기술 보급 등 공동생산기반 구축
- 공동선별, 공동브랜드화로 상품성 제고
- 공동 출하, 보관, 수송 등 유통비 절감
- 자조금 등 조성으로 위험분산

○ 계약재배와 매취를 통한 안정적 물량 확보

- 계약재배, 매취사업, 수탁비율을 적절하게 유지
- 초기단계는 수탁판매방식의 판매대행 업무 수행, 관련 서비스 등을 통해 사업에 대한 신뢰성 획득
- 매취사업을 단계적으로 확대·추진함으로써 사업기반 정착

2. 다양한 출하처 확보와 적극적인 판로개척

○ 성출하기의 수급조절 및 가격안정을 위해 대량물량을 처리할 수 있는 전국 법정도매시장과의 연계체계 구축

○ 물류센터와 민간대형유통업체에 대한 적극적인 판매전략 수립
- 예약상대거래, 샘플거래
- 소분포장, 세척시설 등 구비

○ 공판장과 소비지 회원농협의 수퍼마켓, 직판장 등에 지속적인 공급망 확충
○ 군납 및 단체급식 등 정기적 조달체계 연계 강화
○ 일본을 비롯한 동남아 및 미주 등 안정적이고 지속적인 수출활로 개척
○ 전자상거래 및 우편판매 수행
○ 농산물 가공공장 등에 저급품 및 등외품에 대한 처리물량 체계 확립
○ 대량소비처 유통담당자를 생산현장 견학초청 등 거래처와의 유대강화

3. 상품성 제고

가. 브랜드화

○ 물류센터 중심의 단일 브랜드화 추진
○ 상품 이미지 및 인지도와 신뢰도 제고
○ 안정적인 판로 확보 및 가격형성의 유리성
○ 회원 간 결속력 강화

나. 표준규격화

○ 선별등급 통일
- 취급농산물의 품목별 등급통일 유도
- 농산물 선별기계의 품목별 등급구분 통일
- 물류센터의 포장상품에 대해 표준규격품 지정

○ 자율검사 강화

- 농산물 표준규격화, 유통시설을 갖춘 생산자단체에 자율검사 기능 부여
- 검사합격 농산물에 한하여 표준규격품과 품질보증 표시
- 물류센터 농산물에 대한 품질인증제도 활성화
- 물류센터 농산물 상표는 반드시 상표 및 의장등록 필요

○ 가공 및 저장기술 수준제고와 품질향상
- 예냉처리와 저온유통체계로 상품성 유지
- 저온저장고의 관리 및 수리기술자 보유

다. 포장개선

○ 포장 기능
- 상품의 가치와 상태를 보호
- 상표부착과 원산지 표시로 상품의 성가와 이미지 부각
- 포장표준화로 물류 일관작업화를 통한 비용 절감

○ 소포장 및 브랜드화로 소비자 구매 관습 부응
- 소포장과 고유 브랜드 부착으로 상품 홍보효과
- 무게와 가격에 따라 소포장화

○ 농산물의 대소포장 가능성
- 낱포장 또는 단위포장, 속포장 및 겉포장으로 구분
- 노동력 확보의 어려움으로 생산농가 단위에서의 등급포장의 어려움
- 최종 소비자를 위한 소포장화 필요

○ 포장단위의 조정
- 현행 무게중심 단위에서 무게와 개수, 소포장 단위무게와 개수 등 방향으로 개선

○ 포장재 및 거래단위 개선

- 현재의 농산물 표준거래단위 포장재의 다양성 확보
- 겉포장 치수도 파렛트 운송을 고려하여 통일
- 현행 표준 거래단위의 농산물별 거래단위를 다양화하여 품목별로 소포장 거래단위량 확대

○ 포장재 표기 개선
- 품목특성에 적합한 표준거래단위를 설정
- 기준중량에 대해 오차범위를 두어 개수중심의 신축성을 부여

4. 물류시스템 구축

가. 수・배송업무

○ 수송은 물류 효율화를 위해 팔렛트화에 의한 단위화물적재시스템화(ULS)의 도입이 필수적
○ 부류별・품목별 상품특성에 따른 포장재 및 포장용기의 다양화
- 컨테이너박스, 벌크콘백, 플라스틱용기, 출하용 골판지박스 등

○ 상품의 품질유지 및 효율적인 수송을 위한 수・배송 차량의 현대화
○ 배송은 품목, 물량, 거리 등에 따라 직접배송 또는 위탁배송 등 배송의 운영 효율성을 제고할 수 있는 방법 선정

나. 하역업무

○ 하역은 일반적으로 ULS원칙, 기계화원칙, 기계의 일관성, 하역시설의 표준화 및 연동성의 원칙이 이루어져야 효율적임
○ 상품특성에 따른 하역기계 및 시설의 합리적 연계가 필요함
○ 하역방법은 하역인원의 직접고용, 전문회사와 용역계약, 거래당사자와의

자율적 작업 등이 있음

○ 물류센터의 경우 지역적 특성, 취급 상품의 종류, 취급물량 등을 고려할 때 하역인원의 직접고용이 유리할 것으로 판단

다. 보관・저장업무

○ 보관 및 저장은 상품의 특성에 따라 보관・저장의 방법, 형태, 방식의 적정화가 중요함

- 파렛트단위 대량 거래단위 품목의 경우는 유통센터 내 별도구역을 설정(파렛트랙)하여 보관
- 현장 판매품목의 경우는 박스랙을 설치하여 보관
- 임시대기품목은 평지보관
- 선도유지품목은 부류별 적정온도 유지가 가능한 저온저장고 보관

5. 정보시스템 구축

○ 상품의 판매시점에 상품에 관한 모든 정보를 수집, 집계, 분석함으로써 발주, 구입, 배송, 재고관리 등에 필요한 정보를 제공하여 상품의 수주에서 반품까지 물류흐름의 효율화를 위해 POS시스템(Point of Sale System) 도입이 필요

○ 상품의 온라인 수・발주 시스템 도입에 의한 업무간소화 및 경영합리화, 경쟁력 향상을 위해 EOS시스템(Electronic Ordering System)의 구축이 필요

○ 컴퓨터와 통신, 정보처리와 통신의 복합 서비스로 종합유통센터와 구매자 간의 컴퓨터 전송에 의한 정보교환을 가능하게 하는 정보통신으로 VAN 시스템(Value Added Network System) 구축 필요

○ 물류센터와 거래처 즉, 출하단체, 물류센터, 도매시장 간에 컴퓨터로 교환되는 전자문서 교환시스템(EDI System)으로 전자상거래를 확립함으로써 정보시스템의 효율화를 기함

6. 경영 혁신

○ 이윤 극대화를 추구하는 기업체적 경영관점에서 접근
- 소비자 지향적 사고방식
- 전국적 수급상황 파악과 취급물량 확보 또는 조절계획 수립
- 출하처 개척과 다양화를 통한 경영 안정화
- 조합원 또는 회원의 결속력 강화
- 생산자에게 다양한 서비스 제공과 인간적 유대관계 강화

○ 판매사업과 연계 또는 통합하여 사업별 기능 및 역할분담 방식으로 운영
- 판매사업 담당직원은 출하 전문 경영인
- 물류센터 담당직원은 물량확보 및 상품성 제고에 전력

○ 책임경영체제 구축 및 인센티브제와 연계
- 물류센터 경영의 계획과 전망을 자율적으로 수립·조절할 수 있는 책임경영체제 구축
- 사업수익성 향상과 종합적 경영수지 흑자 시에는 수익의 일부를 인센티브로 제공
- 사업수익성 저하, 종합적 경영수지 적자 시에는 부실경영에 대한 경영자, 담당자 연대 문책

○ 물류센터 종사직원의 전문성 강화
- 기술 및 유통 전문인력 고정배치
- 성과급제 도입으로 적극적 업무추진 동기 부여
- 경영 및 기술컨설팅팀을 수시 활용

7. 물류센터의 바람직한 발전 방향 설문조사

○ 태안지역 농산물 생산자는 건설될 예정인 물류센터는 지역 농산물의 집하,

선별·포장기능을 수행하는 것을 가장 크게 원하고 있으며, 그 다음으로 수출기능, 저온저장 기능, 판매 기능을 주로 수행하기를 원하고 있음.

○ 품목별로 보면, 채소류는 집하, 선별·포장기능과 저온저장 기능 및 판매 기능을 주로 수행하기를 바라고 있으며, 화훼류는 수출 기능 수행을 크게 원하고 있는 것으로 나타남.

표 7-1. 물류센터의 향후 바람직한 발전방향

단위: %

지역별		선별·포장기능 위주	저온저장 기능 위주	가공기능 위주	수출기능 위주	판매기능 위주	기타	계
지역별	태안읍	31.5	15.1	8.2	31.5	12.3	1.4	28.0
	안면읍	31.3	15.6	12.5	15.6	25.0	0.0	12.2
	고남면	28.6	28.6	0.0	0.0	42.8	0.0	2.7
	남 면	35.1	8.1	2.7	35.1	19.0	0.0	14.2
	근흥면	31.2	18.8	18.8	18.8	12.4	0.0	6.1
	소원면	23.8	21.4	21.4	16.7	16.7	0.0	16.1
	원북면	17.1	24.4	17.1	19.5	17.1	4.8	15.7
	이원면	46.1	30.8	7.7	7.7	7.7	0.0	5.0
품목별	마 늘	25.9	22.2	19.8	9.9	22.2	0.0	31.0
	생 강	32.3	22.6	12.9	12.9	16.1	3.2	11.9
	고 추	29.8	21.3	12.8	8.5	25.5	2.1	18.0
	기 타 채소류	28.0	28.0	8.0	12.0	20.0	4.0	9.6
	화훼류	31.2	6.5	3.9	53.2	5.2	0.0	29.5
계		29.1	18.0	11.9	23.0	16.9	1.1	100.0

자료: 현지 설문조사 결과.

부 록

국내외 산지유통센터 운영사례 분석

1. 구미원예 수출공사

가. 시설 및 생산규모

○ 총부지 30,732평에 온실, 부대시설, 주차장 등 보유

- 온실의 규모는 A, B 2개동에 25,000평(재배면적은 21,160평), 시설형태는 벤로형 유리온실임.
- 부대시설 규모는 1,089평으로 포장장, 저온저장고 4동, 식당, 회의실, 전기실 등이 위치하고 있으며 시설형태는 철골 판넬조임.

○ 구미원예수출공사의 재배포장은 115개 소구역(Bay, 1Bay=184평)으로 구성되어 있고, 1Bay당 식재가능본수는 30,000본, 연간 재배 기작수는 3.8회로 연간 생산가능 최대 물량은 약 1,300만 본임.

- 현재 스프레이국화 20여 품종이 재배되고 있는데, 품종에 따라 개화시기에 차이가 있어 통상 연간 생산량은 약 1,200만 본임.

나. 운영실태

□ 수출 현황

○ 연간 수출량은 약 1,200백만 본으로 생산량 대부분을 수출함.

○ 수출화훼 판매는 상장에 의한 경매판매와 고정판매 방법을 병행하고 있으며, 경매 대 상장 비율은 7:3 정도임.

□ 수출품의 규격화 및 포장화 실태

○ 2002년부터 신흥 경쟁국과의 시장차별화를 위해 시장 외 대형거래처를 상대로 소포장 가공 납품을 추진하고 있음. 최종 소비자가 바로 구매할 수 있도록 포장단위를 속당 3~5본 세트로 가공하여 납품함.

○ 수출규격외품(C등급)의 국내 판매 경우에도 5색 혼합부케로 가공된 꽃을 습식 유통 방식에 의해 판매함으로써 소비자에게 양질의 상품을 저렴하게 공급함.

○ 일본소비자가 구입상품 및 공사관련 정보를 쉽게 파악할 수 있도록 품종명을 일본어로 표기하고 포장상자에 공사의 홈페이지 주소를 기재

○ 수출상품 포장상자의 크기를 변경하여 출하시 상품손상을 방지하고 품질유지 및 비용절감을 도모함. 포장상자 크기 변경으로 20피트 컨테이너당 420상자를 적재할 수 있어 본당 1.5원의 운송비를 절감.

□ 바이어 및 거래업체의 관리

○ 바이어 선정은 국제 신용도, 자본금, 영업능력, 전년도 수익률 등을 기준으로 선정하고 있음. 현재 공사의 거래업체는 일본 업체 3개사, 경기화훼농협 일본지사(알리앙스재팬), 국내업체 1개사 등 총 5개 업체임.

- YMS사는 전국의 150여개 시장에 공급하고 있고, Allied사는 동경을 중심으로 일본의 관동, 동북, 중부 지역을 담당하고 있으며, Create사는 오사카를 중심으로 구주지역까지 전국적인 판매망을 구축하고 있음. 알리앙스재팬의 경우 케이오, 조이풀혼다 등 대형 홈센터와 거래함.
- 최근 일본의 홈센터, 원예센터 등 대형 화훼전문점의 판매비중이 증가하는 추세에 있기 때문에 이러한 틈새시장은 알리앙스재팬을 통해 수출확대를 추진하고 있음.

□ 판촉 및 홍보 활동

○ 목표시장 조사

- 수출 대상국인 일본의 기본적인 시장동향은 인터넷과 바이어를 통해 수시로 파악하고 있으며, 공사 직원을 파견하여 일본소비자의 소비동향과 상품성 만족도 등을 설문조사 하고 있음.
- 우리와 경쟁 관계에 있는 말레이시아, 베트남, 중국 등에 대한 시장조사가 이루어지고 있고, 일본시장에서의 경쟁력 분석이 시도되고 있음.

○ 국내외 화훼박람회 참석이나 각종 화훼 관련 행사에 참여하여 공사의 이미지를 부각시키고 화훼소비 확대를 위한 활동을 수행하고 있음.
- 기존 바이어와의 유대 및 신뢰성 제고로 정보교류의 안정성 확보
- 현지 판촉활동을 통한 일본소비동향 파악으로 상품기획을 위한 정보획득

○ 해외에 배포하는 무역홍보지에 공사 국화의 우수성을 홍보
- Korea Trade(대한무역진흥공사), 한국농산물의 수출과 비전(농수산물유통공사)에 영어, 일어로 홍보
- 공사 홍보·판촉용 리플렛(영어, 일어) 제작배포 등

다. 공사운영의 특징

□ 지방공기업으로서 공공성과 수익성을 동시에 추구

○ 화훼 생산 및 유통의 선도적 역할을 수행
- 대단위 최첨단 시설을 구비함으로써 생산체계를 안정화하고, 축적된 재배기술 및 병해충 방제법 등을 국내 화훼농가에 전파하여 공기업으로서의 위상 정립에 주력
- 인근 주민의 고용창출을 통해 농가소득 증대 도모(연 25,000명)

○ 고품질 화훼생산 및 효율적 유통체계 확립으로 수익성을 추구
- 하절기 품질 안정화 및 출하방법 개선에 의한 비용절감 도모
- 화훼 생산 및 유통분야의 문제점을 산·학·연 공동연구를 통해 해결

□ 수출지향적 경영전략 수립

○ 일본의 화훼시장 동향에 대한 지속적인 모니터링과 시장조사
- 일본 소비자의 선호품종, 색상, 규격, 가격대 등

○ 선도유지 및 유통비용 최소화로 경쟁국에 대해 경쟁력 확보 노력
- 물류비 절감을 유도할 수 있는 포장 및 판매방법 개선, 바이어관리 등

2. (주)로즈피아

가. 개요

□ 연혁 및 성격

○ 로즈피아는 2000년 7월 전남북 화훼농가가 출자하여 설립된 주식회사로 출발 당시에는 15농가(12개 법인)가 참여하였으나 현재는 7개법인 26농가가 참여하고 있음.

○ 로즈피아는 절화의 가공, 공동선별, 공동출하를 통하여 수출 및 내수 상품의 부가가치를 높임으로써 회원농가의 소득증대를 도모하고 있음.

○ 현재 취급 품목은 전량 장미이고 수출 비중이 85%, 내수가 15%임.

□ 사업규모

○ 직원수: 30명

○ 참여농가의 장미 재배면적은 35,000평으로 모두 양액재배 시설 보유

○ 선별장에서 1일 작업가능량은 9만본임.

○ 판매실적
- 2004년 매출액은 74억 2천만원으로 사업이 본격적으로 시작된 2001년에 비해 20억원 이상이 증가함. 전년에 비해서는 1억원 정도 감소하였는데 이는 내수 부진과 환율하락에 기인한 것으로 보임.

- 지난 5년간 판매한 장미의 수출비중은 출하량 기준으로는 81%, 금액 기준으로는 87%에 이름.

나. 운영실태

□ 참여농가의 장미 생산 활동

○ 스탠다드 품종은 Pretty Woman, Opium, Revue, Newfashion 등 총 10개이고, 재배면적 비중은 전체의 26%를 차지함. 스프레이 품종은 Little Mable, Macarena, Pretty Sun, Yellow Dot 등 총 24개에 재배면적 비중은 74%를 차지함.

○ 생산비 절감을 위해 양액, 농약, 유류, 소모품 등의 공동구매, 공동작업 및 공동마케팅 활동이 추진되고 있음.

○ 연중생산체제를 통해 장미를 안정적으로 공급함으로써 시장교섭력을 강화해 나가고 있음.

□ 판매물량 집하 및 상품화 활동

○ 회원농가의 출하물량은 농가를 순회하는 냉장 탑차 2대에 의해 당일 선별장에 입고됨. 입고된 장미는 선별, 포장 과정을 거쳐 저온저장고에 보관됨.

○ 선별은 로즈피아의 자체 품질기준에 의해 이루어짐. 현재 로즈피아의 자체 규격선별기준은 ISO 9001, 2000을 인증 받은 상태임.

- 자체 선별기준은 개화상태, 꽃크기, 꽃길이 등을 기준하여 5등급으로 되어 있고, 꽃길이의 경우 80cm, 70cm, 60cm, 50cm, 45cm로 구분됨.
- 농가간의 품질차이는 공동선별 및 판매, 공동계산제를 실시함으로써 극복되고 있음.

○ 전 유통과정이 Cold-Chain 시스템화 됨으로써 경쟁력을 높이고 있음.

- 냉장차량으로 운반되고, 선별, 포장 후 온도·습도를 조절하는 예냉시설에서 출하시 까지 4~5℃의 저온상태를 유지함으로써 신선도 유지됨.

□ 수출 활동

○ 로즈피아는 발족 당시부터 수출 지향적 판매전략을 추구하여 왔고, 수출 실적 또한 꾸준히 증가하고 있음.

- 55만불(‘00) → 358만불(‘01) → 470만불(‘02) → 552만불(‘03) →610만불(‘04)
- 수출시장 다변화를 위해 러시아시장에 수출 시도중임.

○ 현재 일본 수출은 통상 40피트C/T로 주3회에 실시되고 있음.

- 40피트C/T 적재량은 8만본(50본/상자 기준 1,600상자) 정도임.

○ 로즈피아는 농가에서 수출품을 수거해서 선별, 포장작업을 거쳐 부산항에 선적까지 대행 수수료로 농가로부터 본당 77원을 수수하고 있음.

다. 운영의 특징

□ 생산농가의 출자에 의한 물류센터 역할 수행

○ 농가는 생산량을 전량 자신들이 설립한 회사에서 처리해 주기 때문에 생산에만 전념할 수 있어 생산성 향상을 도모할 수 있음. 로즈피아는 대량 물량을 확보할 수 있고, 물류 표준화를 통해 시장교섭력을 제고

○ 양액, 농약, 유류 등 공동구매를 통해 구입단가, 물류비 인하 유도

○ 공동선별, 출하, 공동계산제 실시로 농가 간 품질차이를 극복

□ 자체 규격선별기준에 의한 품질관리

○ 주 수출시장인 일본의 장미 규격기준을 고려해서 자체 규격선별기준을 정하여 선별하는 등 고품질 상품화에 능동적으로 대처

○ 농가간의 공동작업과 정보교환으로 품질 균일화를 유도

3. 경북 상주시 외서농업협동조합

가. 현황

1) 대상품목

○ 대상 품목: 배
○ 브랜드명: 참마을
○ 추진년도: 1998년
○ 참여농가: 230농가

2) 조합현황

○ 외서농협의 조합원 수는 2002년 현재 1,022명이며, 이 중 배 재배농가 수는 230농가로 재배농가의 조합원 가입율은 약 90% 정도이며, 배 농가의 재배면적은 180ha이며, 생산량은 연간 약 2,500톤 정도
○ 배 재배농가의 조직은 1개의 작목회와 7개의 작목반으로 구성되어 있으며, 외서조합의 배 재배단지는 최초에는 캐나다 배 수출단지로 지정되었으며, 수출은 총생산량의 20～30% 정도로 지속적으로 이루어지고 있으며, 2001년의 수출실적은 총생산량의 약 29%인 약 36,488상자/15kg

3) 유통시설 현황

○ 조합이 보유하고 있는 유통시설은 크게 산지유통센터와 수출선과장이 있으며, 산지유통센터의 주요 시설은 선과장 150평, 저온저장고 100평, 창고 130평이 있으며, 주요 장비는 비파괴 당도측정 2조식 선과기 1대, 지게차, 파렛트, 콘테이너 등
○ 수출선과장의 주요 시설은 선과장 150평, 일반저장고 60평, 창고 20평이 있으며, 주요 장비로는 2조식 선과기 1대, 집진시설, 지게차, 파렛트, 콘테이너 등

나. 유통사업의 추진

1) 추진 동기

○ 개인포장으로 등급선별 기준 상이, 속박이 출하 등 신용도 추락
○ 농협의 계통출하는 단순한 공동수송에 불과
○ 출하시기와 출하처에 따라 수취가격 진폭 심화
○ 수급조절 불가로 다양한 출하처 개발 지난
○ 농가소득 보장의 불확실성

2) 추진배경 및 실태

○ 배 재배농가의 급속한 확장과 생산량의 증가에도 불구하고 생산농가의 개별선별·포장으로 시장에서 상품의 구매신뢰성이 저하되고 수취가격이 낮을 뿐만 아니라 수확기 홍수출하로 인한 가격하락은 물론 출하시기별 가격진폭의 심화로 판로의 어려움에 직면
○ 따라서 고품질 브랜드의 육성을 통해 시장에서의 신뢰성 및 안정적 판로 확보를 위해 생산 및 출하물량을 규모화하고 품질을 표준화하여 계획 출하할 수 있는 필요성이 대두
○ 이에 따라 엄격한 품질등급화와 품질관리 강화를 통해 타 지역 일반상품과 품질 및 가격차별화로 농가수취가격을 향상시키기 위해 1997년 상품성 향상을 위한 농산물 규격출하사업으로 차별화를 시도
○ 1998년 관내 7개 작목반 중 희망자에 한해 구성원을 모집하여 조합원 10명으로 직거래팀을 조직하여 공동선별·공동출하·공동계산제를 실시
○ 직거래팀의 원칙은 생산과정에서부터 조합이 개입하여 재배방법 등에 대해 지도·감독하며, 생산된 농산물의 판매시기, 판매처, 판매가격까지 모두 조합에서 수탁 처리하는(일명 “묻지마 판매사업”) 전형적인 공동계산제 형태
○ 엄격한 공동선별을 거쳐 농협 물류센터 출하분과 수출물량에 대해 시범적으로 공동계산제를 실시하여 수취가격이 다른 유명 주산지 가격을 상

회하고, 품질 면에서 소비자의 신뢰도가 높아지면서 점차 취급물량이 증가하여 현재 회원수가 230명으로 조직이 확장되었을 뿐만 아니라 인근 사벌농협, 은척농협의 작목반과 상품화에서 연합 운용

3) 기본 전략

○ 지역에서 생산되는 배의 브랜드 가치 창출을 통한 소득 증대
- 상품성 강화와 대량거래를 통한 '외서 배'의 브랜드 가치 창출을 목표로 함
- 가장 궁극적인 목적은 농가 수취가 및 농가소득 제고

○ 선과시설 활용도 제고
- 선과시설을 적극 활용하여 시설가동율을 높이고 고부가가치 상품 개발 추진
- 가동율 향상을 위해서 안정적으로 취급할 수 있는 물량이 확보되어야 하는데, 관내 생산량의 대량 집적을 위해 '공동계산제'를 도입

○ 지속적인 농가관리를 통한 역할 분담 체계 구축
- 공동계산제의 성공적 정착을 위해서는 농가관리와 시장대응이 가장 중요한 요소인데, 이 부분을 농가리더와 조합이 상호 분담하여 부담을 경감시킴
- 농가리더가 공동계산제 도입의 배경, 시행과정, 효과 등에 대한 대농민 설득 및 이해관계 조정 작업의 상당부분을 담당
- 조합은 전체적인 사업계획 입안, 거래처 개발 및 관리와 같은 시장대응과 관련된 부분을 전담 처리

4) 사업 추진시스템

○ 조합 내 의사결정
- 조합경영자는 조합의 비전 및 발전방향 설정, 전체적인 사업계획 및 시설투자 등에 대해서 결정
- 판매담당은 신속 의사결정권을 위임받아 거래처와 협상, 판매시기 조절, 발주물량 조정 등 전체적인 실무를 총괄 진행함.
- 영농지도사는 상품성 향상, 농가 기술향상을 위해 시비, 적과, 병충해 방제

등 생산에 대한 농가지도를 실시함.

○ 직거래팀의 구성 및 의사결정
- 공동계산제 참여농가들은 조합 내 사업조직으로 작목반이나 작목반 일부 인원으로 별도로 구성
- 팀장은 조합장이며, 임원은 각 작목반의 반장 및 총무임
- 매년 총회에서 당해연도 주요 사업계획을 결정하며, 작목반 회의 등을 통해 농가의견을 수렴하여 이를 팀 운영에 반영
- 판매처, 판매방식, 판매가격(일명 '3문불가의 원칙') 등 판매에 관련된 모든 사항은 전적으로 조합에 위임
- 농가 간 기술격차 해소를 위한 교육, 작목반 회의를 통한 작목반 사이의 의견조율 및 작목반원간 의견조율 등은 작목반 또는 팀원들 상호간에 해결

다. 유통사업의 추진 과정

1) 참여 농가 중심의 '직거래팀' 구성

○ 공동계산제 참여를 신청하는 농가들이 크게 증가하자 조합에서는 '99년 2월에 '직거래팀'을 별도로 구성하고 직거래팀 운영규약을 제정

○ 공동계산제 참여농가들은 조합 내 사업조직으로 작목반이나 작목반 일부 인원으로 별도로 구성

○ 농가 간 기술격차 해소를 위한 교육, 작목반 회의를 통한 작목반 사이의 의견조율 및 작목반원간 의견조율 등은 작목반 또는 팀원들 상호간에 해결

2) 운영규약을 통한 권리와 의무의 균형적 제시

○ 1999년 제정된 배 직거래팀 운영규약의 가장 큰 특징은 공동계산제 참여농가에 대한 권리와 의무가 균형있게 제시

3) 철저한 판매수수료 부과

○ 1998년 공동계산제 도입시 판로개척 및 관리비용의 충당을 위해 판매수

수료 징수 원칙

○ 공동계산제 실시결과 수취가가 증가하였기 때문에 참여 농가들의 큰 불만없이 수수료 부과가 가능함

○ 판매수수료: '98년 2% → '99년 3% → 2000년 이후 참마을 배 5% 통일

4) 선별과정에 농가 배제 및 농가불만 제기 창구 단일화

○ 1999년에 전문 선별사를 고용하여 선별을 전담

○ 선별결과에 대한 불만은 판매담당자에게만 제기할 수 있도록 창구를 단일화 하여 일관성있게 처리

○ 판매담당자의 불만처리 결과에 불복할 경우에는 공동계산제에 참여치 못함

5) 3문 불가의 원칙 도입

○ 물류센터에서 요구하는 품위와 물량 이외의 부분을 처리하기 위해 도매시장 출하를 하지 않을 수 없는데 출하처별, 출하시기별로 시세차이가 크게 발생

○ 이러한 문제를 극복하기 위해 '3문(출하처, 출하시기, 출하가격)불가의 원칙'을 도입하고, 정산도 신선배와 저장배로 나누어 연 2회로 정산하는 것을 원칙

6) 무이자 선도금 지원

○ 출하기간 5개월 정도 소요, 정산은 연 2회 실시

○ 일자별 매출액의 이자에 해당하는 원금을 무이자 선도금으로 지원

○ 조합에서는 무이자 선도금이라는 명분을 가지고 사업을 주도적으로 이끌어 나갈 수 있는 계기가 됨

7) 소비자 평가를 농가들이 직접 경험하도록 유도

○ 양재동 하나로클럽에서 거의 매주 토·일요일 시식행사를 개최

○ 행사 참가 조합직원 및 생산자는 시장흐름도 파악하고, 소비자 반응도 지속 점검

라. 상품화 및 품질관리

1) 상품화 방안

○ 원칙적으로 농가 생산, 조합 판매 원칙이지만, 조합은 생산지도 및 수확시기를 농가별로 지정하거나 수출용, 내수용, 저장용 등에 대해 수확시기를 조절

○ 수확 후 관리는 농협책임 하에 농협차량 또는 자기차량으로 선과장이나 창고로 운반하여 즉시 선별하여 출하하거나 장기저장용 저온창고에 보관

○ 수확기 전 수확, 출하, 판매, 대금정산 및 수수료, 선과장 운영계획 등 전 과정을 구체적으로 작성하여 사업추진과정을 투명하게 하며, 수확요령 및 저장관리 기술에 관해 주 1회 이상 교육을 실시하여 균일한 품질관리를 유도

○ 선별·등급시 품질관리사 2명을 선과장에 상주 배치하여 엄격한 품질관리를 실시

○ 배의 선별은 선별·등급의 객관성 유지를 위해 전문선별인력을 외부로부터 고용하여 선별단을 운용하고 있으며, 포장은 공동계산용 포장상자를 별도로 제작하여 상표등록을 하고 외부유출을 금지하고 있으며

○ 선별된 규격상품에만 표준규격품 마크를 부착하여 출하하고, 리콜제를 실시하여 유통과정 중 발생할 수 있는 공급자의 과실을 철저히 보상

○ 등급은 참특, 고특, 특, 상의 4등급을 원칙으로 하고 있으며, 이들 등급은 다시 상자당 개수에 의해 구분하며, 보통 등급 이하의 경우 개별농가의 자율적 판매를 유도하여 유통비용의 절감뿐만 아니라 시장에서 품질차별화의 효과를 극대화

○ 브랜드는 “참마을배”(5kg, 7.5kg), “연봉배”(7.5kg, 10kg)가 있으며, 이들 브랜드는 모두 상표등록

○ “참특”은 모양, 색택, 크기 등이 우수한 상품 중 비파괴 당도측정 선과기를 통해 기준당도 이상으로 측정된 상품으로 “참마을배” 브랜드로 5kg와 7.5kg 2가지 형태의 박스포장으로 출하 “고특”은 모양, 색택, 크기 등이

뛰어난 상품 중 비파괴 당도측정 선과기를 통해 선별되었으나 기준당도 이하로 판별된 상품

○ “특”은 일반선과기로 공동선별된 상품 중 외형이 뛰어난 상품이며, “상”은 일반선과기로 공동선별된 상품 중 외형이 다소 떨어지는 상품

○ 참특 외 고특·특·상 등급은 모두 “연봉배” 브랜드로 출하되며 7.5kg과 15kg 박스로 포장되며, 박스당 개수는 7.5kg 박스의 경우 10개 이하, 11～13개, 14～15개 등 3등급으로 구분되며, 15kg 박스의 경우 20개 이하, 21～25개, 26～30개, 31～35개 등 4등급으로 구분

○ 선별·등급원칙을 보면 1일 1작목반 작업을 원칙으로 농협에서 선과 5일전 작목반별 선별물량을 통보하며, 작목반장이 작목반원 중 선별농가에 통보(1인당 1회 최소 100box 단위 이상 선별 원칙)하여 농가별 물량을 배정

○ 작업물량이 부족할 경우 오전과 오후로 작목반을 달리하여 선별작업을 실시하며 품질관리사 2명과 선별사 2～3명(1개 선과장) 등 전문인력이 엄격한 기준에 의하여 선별을 실시하고 출하농가는 선별작업을 참관할 수 있음.

○ 농가에서 선과장으로 배를 운송한 이후 선별작업을 거쳐 등급별·개수별·포장단위별로 구분하여 출하주 입회하에 수량 확인 후 작업내역서를 작성하여 발급 및 작업일지에 전산 등록하게 하여 공동계산의 기초자료로 활용하며, 선별 후 등외품 및 공박스는 출하주에게 반환

2) 품질차별화 방법

○ 현재 우리나라의 배 선별방법은 크게 선별기의 종류에 따라 비파괴 당도측정 선별방법과 일반선별기를 이용한 선별 등 두 가지가 대표적

○ 비파괴 당도측정 선별기는 배를 파괴하지 않고 선별기에 배가 통과할 때 광선을 투과하거나 반사시켜 당도나 성분을 분석할 수 있는 선과기로 보급율이 매우 낮은 상태. 일반선별기는 과일의 성분분석은 하지 못하고 주로 무게나 크기에 의해 선별하는 선별기

○ 외서농협 산지유통센터의 경우 선별기는 2조식 비파괴 당도측정 선별기와 일반선별기가 복합된 형태로 구성되어 상품화의 목적과 상품특성에

따라 인위적으로 선별기의 종류를 구분

○ 비파괴 당도측정 방법은 크게 반사식과 투과식 두 가지가 있음. 반사식은 과일이 당도측정기를 통과할 때 2개의 광선이 과일(배)표피 최대 7.5㎜까지 침투하여 다시 반사되어 나오는 수치의 평균치를 당도로 측정하는 방법임. 그리고 투과식은 과일(배)가 당도측정기를 통과할 때 12개의 광선이 여러 방향에서 과일을 완전히 투과하여 나온 수치의 평균치를 당도로 측정하는 방법임.

○ 두 가지 방법은 측정방법이 다르기 때문에 동일한 과일에 대해 두 가지 방법을 적용할 경우 다른 당도측정 결과가 나타나고 있음. 일반적으로 동일한 과일을 두 가지 방법으로 적용할 경우 반사식(오차범위±1)으로 측정한 당도가 투과식(오차범위 ±0.4)으로 측정한 당도보다 1～2。Bx 정도 높은 것으로 판명되고 있어 비파괴 당도측정 선별기를 이용해 측정한 당도에 대해서도 객관성이 부족하여 문제가 제기되고 있음.

○ 외서농협은 2000년 산지유통센터 지원사업에 의해 총사업비 300백만원(국고보조 60백만원, 지방보조 60백만원, 융자 120백만원, 자부담 60백만원)으로 투과식 비파괴 당도측정 선별기를 도입·사용하고 있음. 그러나 반사식 당도측정방법을 사용하는 측정결과에 비해 상대적으로 당도에서 불리한 입장이기 때문에 많은 어려움이 있는 것으로 알려지고 있음.

○ 등급화의 작업순서는 1차로 외형, 흠집, 색택 등에 대한 육안검사를 실시한 후 우수한 상품은 비파괴 당도측정 선과기를 이용하여 선별하고 있으며, 일반상품은 일반선과기를 통해 선별

○ 상품의 출하 및 정산방법을 보면 동일등급 및 규격별로 일정기간 판매한 물량에 대해 평균가격을 적용하여 정산하는 공동계산제를 실시하고 있으며, 정산방법은 판매시기, 판매처에 관계없이 등급별·개수단위별로 평균가격을 적용함.

라. 판매 실태

○ 판매처별 내역을 보면 물량 기준으로 도매시장 23.7%, 농협물류센터 13.3%, 민간유통업체 22.7%, 인터넷판매 0.8%, 정부수매 7.2%, 환경농산물

소비자단체 2.9%, 수출 29.4%로 매우 다양한 출하처를 개발하여 판매함

○ 거래방법별로는 도매시장 출하가 약 24%이며, 유통업체나 농협물류센터와의 직접거래가 약 76% 정도임.

○ 판매결정은 농협이 자체적으로 시장정보를 분석 후 판매처를 결정하고 있으며, 수송형태는 전량 파렛트에 적재하여 수송

마. 유통사업 추진 효과

1) 농가소득 향상 및 안정적 소득증대

○ 조합내부 분석자료를 인용하면 유통사업(공동계산제)을 실시한 이후 약 20% 이상의 수취가제고 효과가 있는 것으로 나타남.

○ 출하조절과 가격차별화로 안정적인 소득을 증대시킴

2) 물류개선을 통한 유통비용 절감

○ 물량을 규모화하고 포장을 규격화하여 파렛트 작업이 가능하게 되어 상하역 및 이동작업의 기계화로 물류비용이 절감됨.

○ 파렛트 출하를 할 경우 물류센터는 하역비를 전액 면제시켜 주고 있으며 수송비도 약 20% 감소시킨 것으로 나타나고 있음.

3) 조합의 전반적인 사업능력 향상

○ 1999년에는 '직거래팀'으로 사업조직을 별도 구성하고, 전체적인 사업목표 및 계획을 수립하여 생산자로부터 승인을 받는 등 사업 운영과 관련된 전체적인 틀이 갖추어짐

○ 현재는 '참마을 배' 등 새로운 상품을 기획, 개발함으로써 상품의 기본 컨셉에서부터 상품명 및 박스개발, 판로까지 모두 고려

4) 수수료 현실화로 경제사업 활성화

○ 수수료를 5%로 현실화

5) 조합원의 조합에 대한 인식 전환

○ 유통사업이 활성화되면서 조합원이 생산한 물건을 조합이 직접 책임지고 팔아준다는 정체성을 스스로 확인

○ 조합원들도 공동계산제에 대한 회의적인 시각을 가졌으나, 현재 이러한 시각을 불식하고 적극 참여

바. 유통사업 추진 성공요인

1) 상품 및 지역적 특성에 적합한 사업방식 개발

○ 유통사업의 형태를 공동선별, 공동계산에 의한 상품성 강화 노력이 충분히 발휘될 수 있는 물류센터로 설정한 것이 주요 성공요인 임. 물류센터는 상대적으로 도매시장에 비해 철저한 선별, 지속적인 물량공급, 철저한 계약 준수를 중요한 조건으로 봄

○ 조합의 유통사업을 지역여건상 생산량이 집중되고 있는 '배' 한 품목으로 집중

2) 작목반, 법인과 연계한 시설투자 및 활용

○ 상품규격화, 물류표준화를 위해서 시설투자가 반드시 필요하나 조합 손익에 미치는 영향의 크기 때문에 기존시설을 적극 활용

○ 각종시설의 소유자가 조합 및 작목반으로 나누어져 있어 투자비용의 최소화 방안을 강구

3) 조합과 작목반의 철저한 역할 분담

○ 작목반장은 조합사업에 적극 참여하여 생산 및 직거래 팀원 관리, 농가 간 기술격차 해소 및 농가 간 이해 조정 역할

○ 농가 간 기술격차 해소는 농가 간 상호지도, 작목반 모임을 통한 지속적인 자체 교육, 선진지 견학, 외부 전문강사 교육 등을 통해 해결

○ 작목반 임원은 정기적인 작목반 모임을 통해 반원들의 의견을 수렴하여 조합에 전달하거나 사업계획에 반영시키는 창구 역할 수행

4) 유연하고 탄력적인 대응

○ 유통사업 실시 지역 물량이 일시 부족할 때에는 타 지역 물량을 매취하여 수급조절

5) 운영방식의 지속적인 개선

○ 3문 불가의 원칙 도입, 정산업무의 간소화, 무이자 선도금 지원, 선과장 운영효율화를 위한 운영방식 개선 등과 같이 지속적인 제도개선 추구

○ 농가관리 대장 및 당도선별기에 의한 선별기준 강화 등 시장흐름에 적극 대처

6) 지속적인 상품성 강화 노력

○ 유통사업 초창기에는 기존 배 박스와 구별하기 위한 새로운 배 박스를 개발하여 15kg, 7.5kg 단위로 포장하여 출하

○ 2000년에는 '참마을 배'라는 새로운 브랜드를 개발하고, 당도선별기를 도입하여 상품성을 강화

○ 현재는 생산단계에서부터 상품성을 강화하여 적과시에 크기보다는 과형 위주로 지도하고 있으며, 저장시 육질이 물러지는 현상을 방지하기 위해 토양검사를 통한 시비조정 등 시도

7) 신뢰성, 차별, 공정성

○ 농협과 생산자간 신뢰성을 구축하고, 유통사업 참여 조합원에 대한 각종 지원, 보조사업 등 우선 지원으로 차별화

○ 선별, 포장, 정산 등 제반사항에 대하여는 공정하게 시행

8) 정예소수에서 점진적 확대

○ 초기부터 많은 참여 인원과 과다한 시설투자는 지양하고 유통환경에 동참할 수 있는 소수 인원에서 점진적으로 확대

9) 엄격한 품질관리

○ 품위별 등급기준을 설정한 후 출하시기, 출하처, 조합원에 따라 등급선별 기준이 변화 없이 일정하게 엄격한 품질관리

10) 안정적 물량확보

○ 수탁, 매취, 계약사업으로 안정적으로 물량을 공급할 수 있도록 확보

11) 시장개척 방안 수립

○ 지속적 해외 수출시장 개척

12) 기타

○ 대형 유통업체 등 직거래 확대를 통한 유통비용 절감
○ 차별화 상품 및 친환경농산물 공급
○ 팔레트 출하, 저급품출하 지양, 팔레트 수송 계약 등 유통비용 절감을 위한 지속적 대책 강구

바. 향후 개선 방향

○ 기능성 친환경농산물 생산 등 상품성 향상을 위한 생산지도 강화
○ 새로운 수출시장 개척(동남아, 중국, 대만 등)
○ 25% 이상의 소득보장을 위하여 책임자의 확고한 의지와 직원의 사명감을 융화시켜 유통환경 변화에 능동적으로 대처
○ 과실계약 출하사업으로 산지유통주체로서의 역량 강화
  - 과수농가의 소득향상
  - 시장대응력 향상
  - 과실 수입증가에 대비한 과수산업 경쟁력 강화

○ 지역사업연합을 통한 대량물량확보로 시장교섭력 증대

4. 아이찌현 히마와리 농협

가. 화훼 집출하센터

□ 기능 및 규모

○ 화훼집출하센터는 2ha의 부지에 토마토집출하센터와 같이 1999년에 준공되었으며 투자비는 정부보조 50%, 농협자부담 50%로 충당됨. 주요 기능은 검사, 선별, 판매시장별 배분으로 이러한 기능은 자동화시설에 의해 일관작업으로 이루어짐.

○ 출하농가가 07시 이전까지 집출하센터에 자신의 출하품을 입고시키면 07시부터 검사가 시작되어 11시에 작업이 종료됨. 이러한 작업은 6명의 직원이 담당하고 있으며 시간당 작업량은 808상자임. 연간 50만 상자, 도매시장 판매액으로는 약 40억엔에 이름.

- 집출하센터 보관시설은 다단계 철근골조로 만들어져 있으며 동시 최대 적재능력은 3,000상자임.

○ 집출하센터를 이용하는 화훼농가는 약 250명으로 스프레이국화, 국화, 장미 농가의 비중이 높음. 절화의 경우 조합원 생산량의 90%가 집출하센터를 통해 출하되고 있음.

- 국화 95농가, 스프레이국화 75농가, 장미 48농가, 꽃도라지 10농가, 카네이션 10농가, 거베라 7농가, 백합 5농가 등
- 집출하센터 이용 수수료는 판매액의 1.5%이고, 집출하센터 이용시 노동력 절감, 가격제고 등의 효과가 있어 대다수 농가가 이용하고 있음.

□ 운영체계

○ 화훼농가에는 단말기가 설치되어 있고 농가가 자신의 출하품에 대한 정보(출하자, 품목, 품종, 등급, 출하량 등)를 출하전일에 단말기에 입력하면

출하정보가 집출하센터에 전송됨. 집출하센터에서는 이러한 정보를 바탕으로 출하당일 검사, 선별과정을 거쳐 공선라벨을 붙이고 최종판매처까지 입력된 바코드를 부착하게 됨.

○ 바코드가 부착된 출하품은 자동콘베이어에 의해 출하시장별, 품목별, 품종별, 등급별로 구분되어 보관시설에 적재됨. 만일 검사, 선별 과정에서 출하자가 입력한 정보가 집출하센터의 기준에 맞지 않을 경우 해당 출하품은 집출하센터의 기준에 맞추어 재포장됨.

○ 출하시장 및 판매방식의 선택은 집출하센터 담당직원이 시장정보를 분석하여 결정하고, 담당자는 출하자가 판매내역을 확인할 수 있도록 판매내역을 인터넷에 올려놓고 있음.

- 집출하센터의 판매방식은 예약거래, 주문판매, 경매방법 등 3가지 형태를 택하고 있음.

○ 집출하센터에서는 판매활동에 대한 정보뿐만 아니라 생산기술, 융자정보 등 다양한 정보를 제공하고 있음.

나. 스프레이국화部會

□ 部會의 조직과 기능

○ 스프레이국화는 서양풍의 화형, 초세, 풍부한 화색을 가지고 있어 업무용뿐만 아니라 가정용으로도 이용가치가 높음. 이 지역에서의 스프레이국화는 1974년부터 재배가 시작되어 일본에서도 선구적으로 도입됨.

○ 스프레이국화 부회의 조직은 본부와 3개 지부로 구성되어 있으며 본부에는 회장, 부회장, 회계를 중심으로 연구위원회, 검사위원회, 청년부를 설치하고 각각의 목적에 맞게 활발한 활동을 하고 있음.

- 특히 연구위원회는 신품종의 검토가 주요 활동으로 각 위원의 농원에서 종묘회사와 소매업자 등의 정보를 얻으면서 국내외에서 매년 80품종의 시범재배 연구를 실시하고 있음. 지역의 토양, 온도조건 등을 고려하면서 위원

회에서 검토된 품종을 선발하고, 매년 10품종 정도를 공동선발 품종으로서 결정하고 있음.

○ 결정된 공동선발 품종의 모종은 92년도부터 농협의 육묘센터에서 증식되고 있음. 농협의 스프레이국화 영농지도원이 중심이 되어 면밀히 계획을 세우고 계획적이면서 균일한 모종생산체계를 확립하여 회원에게 정식묘를 공급하고 있음.

□ 部會의 활동

○ 현재 부회의 회원은 77명, 재배면적은 약 53ha, 판매수량은 약 24만상자, 판매금액은 약 14억 5천만엔임. 시설재배가 전체의 95%를 차지하고, 차양을 포함한 2층 커튼설비, 가온설비를 갖추어 가을 국화품종과 여름 국화품종을 조합한 주년 공급체제 확립

○ 1999년 화훼집출하센터가 개장되면서 지역 생산활동에 많은 변화를 가져오게 됨. 즉 부회원은 정보단말기를 설치함으로써 일별 출하량의 조정, 산지전체의 사전출하량 예측이 가능하게 되는 등 끊임없이 새로운 대처를 전개하고 있음.

○ 부회활동을 통해 소비자가 선호하는 품종, 화색을 재배하는 등 소비자의 요구를 반영한 생산활동을 전개하고 있음. 대체로 상위 10위에 속하는 품종이 산지 전체 재배면적의 50%를 차지하고 있는데, 5년 전과 비교했을 때 상위 10위에 계속 들어있는 품종은 Alps, 무풍차, Honey, China의 4품종 밖에 없음.

- 색상별 비율도 소비자의 선호를 반영하여 백색계에서 적색계로 이행되고 있음.
- 현재 부회원의 재배품종은 가을국화 약 90종, 여름·가을 국화가 약 20종으로 보유 품종이 풍부함. 그러나 그것은 보유품종수가 많다는 데 의미가 있는 것이 아니라 기간 품종을 풍부하게 갖추고 있어 계획적인 다품종생산이 가능하다는데 있음.

□ 部會활동의 효과와 시사점

○ 이러한 집출하센터를 중심으로 한 부회의 활동으로 이 지역에서 출하하는 스프레이국화의 판매단가는 전국평균 보다 본당 18엔 정도 높게 수취하는 등 일본 내에서 선구적인 위치를 구축하고 있음.

○ 히마와리농협 스프레이국화 부회활동의 시사점

- 소비자의 선호변화에 대응한 신품종을 지속적으로 도입·보급하고 있음. 특히 신품종의 탐색을 위해 국내외에서 정보를 수집하고 부회활동에서 선택하여 계획적인 다품종 생산을 영위하고 있음.
- 출하하는 화훼 품질의 균일성과 안전성임. 10개 정도의 공동선택품종은 농협육묘센터를 통해서 회원에게 공급됨. 균일한 모종의 공급은 회원간의 품질 격차를 축소함과 동시에 계획적인 출하로 연결되고 있음. 또한 출하품은 집출하센터를 통해 공동출하함으로써 상품적 특질을 높이고 고품질의 산지로서 브랜드를 유지·존속시키고 있음.
- 적시적량 시장출하 체계가 확립되어 있음. 모종의 계획적인 공급으로 주년생산체제를 확립함과 아울러 집출하센터를 통해 필요한 때에 필요한 양을 항상 일정하게 출하할 수 있는 산지로 전개해 나가고 있음.
- 집단조직의 장점을 적극 받아들이고 부회활동에 적극 참여함으로써 부회조직을 활성화시켜 나가고 있음.

다. 그린센터·100엔 시장

□ 운영 체계

○ 그린센터·100엔시장은 히마와리농협의 여성부회가 중심이 되어 운영하는 농축산물 직매사업으로 우리나라 파머스마켓(Farmer's Market)과 유사함. 여성부회에서는 '食과 農을 지키자'는 슬로건 아래 당초 無人市場으로 출발하였으나 현재는 지역농업에 다양한 파급효과를 가져옴.

- 현재 4개의 그린센터를 운영중이며, 연간 23~24억엔의 농축산물 취급
- 연중 무휴이고 영업시간은 09부터 18시까지임.

○ 지역 농가가 생산하는 농산물은 종류에 관계없이 생산농가가 직접 포장하여 자신의 희망수취가격을 부착한 후 그린센터 매장에 진열함.

- 아침에 진열한 상품이 팔리지 않거나 상품성이 떨어질 경우 폐점 시간대에 해당 농가가 회수해 감.
- 희망수취가격은 대체로 도매시장 가격보다는 높고 소매가격보다는 낮으며 100엔 내외의 가격대로 포장함.
- 그린센터에 출하하는 농가는 1,560명 정도이고 출하 농가당 연간 500만~1,000만엔의 판매고를 올리고 있음. 출하농가는 여성부회 회원임.

○ 상품구색을 위해 지역농가에서 생산되지 않은 상품은 그린센터가 외부로부터 구입하여 판매하고 있음. 외부에서 구입하는 비율은 50%정도

- 그린센터 매장 이용 수수료는 판매가격이 100엔 이하일 때는 10%, 100엔 초과시 15%로 판매가격에 의해 차등화하고 있음.
- 그린센터가 외부로부터 구입한 상품의 이윤률은 통상 15%임.

□ 그린센터의 성공요인

○ 신선하고 저렴한 직매소라는 인식 확산
○ 여유 농축산물의 판매를 가능케 한 장소
○ 생산자 스스로가 가격을 책정하고 상품화 시도
○ 생산자와 소비자 간에 교류의 장소 제공

라. 일본사례의 시사점

□ 집출하센터(물류센터)가 지역농업의 구심체 역할 수행

○ 생산농가는 자신의 출하품을 집출하센터에 입고시키는 것으로 판매활동이 종료되고 선별, 포장에서 최종판매까지의 나머지 활동은 집출하센터에서 담당. 따라서 농가는 생산에만 전념할 수 있어 규모확대 및 생산기술 습득을 통해 품질향상에 주력할 수 있음.

- 일본 토마토 농가의 경우 집출하센터가 준공되면서 재배면적이 2배로 증가(620평→1,400평)하였고, 종전에 비해 농가수취가격이 25% 향상됨(1,200엔→1,500엔/상자).

○ 공동육묘사업을 병행함으로써 정식이전단계부터 균일성, 안전성을 유지할 뿐만 아니라 공동선별, 공동출하를 통해 지역 브랜드를 정착시킴.

○ 지역농가의 생산정보뿐만 아니라 시장정보를 분석하여 판매방식과 시장을 결정하고 각종 정보를 제공함으로써 농가의 의사결정에 기여

□ 운영주체의 판매사업에 대한 적극적 의지

○ 히마와리농협은 화훼집출하센터 뿐만 아니라 토마토집출하센터, 국화육묘센터 등 지역 특성을 반영한 다양한 사업을 전개하고 있음. 특히 화훼와 토마토 집출하센터에서는 판매방식과 출하선까지 결정하고 책임을 짐으로써 지역 농가를 끌어안고 있음.

○ 판매사업이 조합의 경영수지에는 적자 요인이 되고 있으나, 이를 당연시 받아들이고 지역농가의 입장에서 판매사업을 전개하고 있음.

□ 거래방식의 다양화 추구

○ 전통적인 경매방식 뿐만 아니라 인터넷거래, 선취거래의 비중이 높아지고 있음. 산지에서는 생산농가에 단말기를 보급하고 생산농가의 정보를 신속히 입수하여 판매전략에 활용하고 있음.

○ 선취거래의 경우 경매시보다 가격이 높게 형성되고 있어 선취가래의 비중은 계속 높아질 것으로 예상됨.

□ 농가의 활발한 조직 활동

○ 농협의 부회조직에 지역농가가 적극적으로 참여함으로써 자신의 영농활동뿐만 아니라 지역사회의 발전에 기여하고 있음. 조직에서 결정된 사항, 예를 들어 소비자의 선호를 반영한 산지의 작부체계 확립 등에 적극 동

참함으로써 소비자 지향적 생산기반을 구축해 나가고 있음.

○ 농협에서 '地産地消'운동의 일환으로 전개하는 파마스마켓에 적극 동참함으로써 자신의 여유 농산물 판매를 통해 소득을 창출하고, 지역 소비자와의 신뢰를 형성함으로써 지역유대 강화

5. 프랑스 브레따뉴 청과물 유통사업

가. 설립 및 구성

○ 브레따뉴 지역은 프랑스의 서북부 해안지역으로 프랑스의 가장 큰 채소 주산지를 형성하고 있음. 주 생산물은 꽃배추, 브로커리, 토마토(방울토마토, 송이토마토), 치커리, 양상추, 당근, 양배추, 양파, 아트리쇼, 대파, 호박, 로마네스코, 버섯 등

- 브레따뉴 지역은 크게 Saint-Pol-de-Leon지역, Paimpol지역, Saint-Malo지역으로 구성
- 이 중 꽃배추, 토마토, 브로커리 등은 프랑스 제1의 주산지이며, 꽃배추의 경우 프랑스 전체 생산량의 약 70%를 생산

○ 브레따뉴 지역의 농산물 거래형태는 1960년대까지 농가가 직접 시장에 판매하는 비율보다 중개상이나 산지수집상에게 판매하는 비율이 훨씬 높았음

- 1960년대 후반 프랑스의 채소가 과잉생산기조로 전환됨으로써 수급 및 시장가격이 불안정해 졌으며, 농가가 제값을 받기 어려워짐에 따라 농가의 불만이 고조
- 농가가 시장에서 제값을 받고 수급을 안정시키기 위해 법인형태의 생산자조합을 조직하게 되었으며, 쌩폴레옹지방을 중심으로 조합이 산지경매장 시설을 건설·운영하기 시작

- 중개상이나 산지수집상은 경매장의 건설·운영에 매우 큰 불만을 가지고 반대하였으며, 일부 생산자도 경매장 운영에 참여하지 않고 여전히 중개상이나 산지수집상을 통해 판매
- 프랑스 정부는 1962년 제1차 농업기본법을 제정(1999년 제3차)하여 조합원의 의사결정에 대해 전체 조합원 중 2/3 이상이 찬성하면 나머지는 모두 조합의 결정을 준수하게 하는 법안을 통과시켰음
- 조합은 각각 개별 브랜드를 가지고 국내 및 수출시장에 판매함으로써 서로 경쟁적인 관계를 가지게 되었으며, 특히 수출시장에서 동일지역의 상품이 치열히 경쟁함으로써 수출 교섭력이 약해지고 제값을 받기 어려웠음
- 이에 쌩폴레옹지방의 5개 조합이 연합하여 3개의 경매장을 건설·운영하였으며, Pince de Bretagne(브레따뉴왕자)라는 공동브랜드를 만들었음
- 그 후 5개 조합의 생산자나 출하업자 모두는 100% 공동브랜드를 사용하여 국내 및 수출시장에 판매

○ 1965년 채소주산지의 생산자조직을 체계화하고 국내수요 확대 및 수출시장의 개척을 위해 5개 조합을 중심으로 브레따뉴 청과물 경제위원회를 조직

- 지역별 경제위원회는 프랑스 지역에 5개가 구성되어 있으나 공동브랜드의 사용, 생산자의 조직력 등에서 브레따뉴 청과물 경제위원회가 국내시장 및 수출시장 개척과 교섭력 등에서 가장 큰 성과를 나타냄
- 현재 프랑스 서북부 채소주산지인 브레따뉴 지역의 11개 조합이 참여하고 있으며, 중심적인 역할은 초기 설립멤버인 쌩폴레옹지방의 4개 조합이 주도
- 현재 청과물 경제위원회의 지역범위는 프랑스 서북부 해안지역 채소주산지를 따라 약 350㎞에 걸쳐 있으며, 참여농가는 약 4,300여 농가에 달하고 있고, 관할 재배면적은 약 70,000ha에 이름
- 지역별 CERAFEL의 조직은 쌩뽈지역(Saint-Pol-de-Leon)에 5개의 조합(SICA, SYPA, SOCOPRIM, COOPAGRI, 기타조직)이 있으며, 빵뽈지역(Paimpol)에 4개 조합, 그리고 쌩말로지역(Saint-Malo)에 2개 조합 등 전체

11개 조합으로 구성

- 이 중 쌩뽈지역의 4개 조합이 가장 중심적인 기능을 수행하고 있으며, 쌩뽈지역의 농가는 2,000농가 이상이 참여하고 있고, 재배면적은 20,000ha 이상이 되고 있음
- CERAFEL에는 11개의 조합 이외에도 개인출하업자나 중개상 등도 공동브랜드를 사용하고, 공동선과장을 이용하면서 참여하고 있기 때문에 브레따뉴에서 생산되는 대부분의 청과물은 거의 100% 공동브랜드를 사용

○ CERAFEL 소속 조합들이 생산하여 공동선과장에서 상품화하고 공동브랜드를 사용한 상품은 전체 약 55%가 국내시장에 판매되고, 45%가 영국과 EU 등 각 시장으로 수출

나. 시설 및 상품거래

○ CERAFEL은 현재 45개의 선과장을 중심으로 상품화가 진행되고 있으며, 주요한 취급품목은 브레따뉴 지역에서 생산되는 채소 25개 품목

- 45개의 선과장은 CERAFEL이 조직되기 전에는 약 120여개가 있었으며, 대부분 민간출하업자나 중개상 등 개인 선과장이었으나, 경제위원회가 조직화되면서 선과장의 통폐합과 동시에 선과장을 전부 조합소유로 전환
- 1개 선과장 관할범위는 선과장을 중심으로 반경 약 10～15㎞에 달하고 있으며, 선과장 취급품목은 1～2개 품목에 전문화하기보다는 가동률을 고려하여 여러 가지 품목으로 종합화
- 선과장 1개의 연간 평균 처리규모는 약 20,000톤 내외이며, 규모가 소규모인 것은 약 10,000～15,000톤 규모
- 선과장의 평균 건물규모는 약 5,000㎡(약 1,500평)이며, 부지면적은 평균 약 1～1.5ha 정도임
- 선과장의 주요 시설은 대체로 반입장, 선과장, 저온창고, 냉동창고 등으로 구성

○ 선과장의 선과기준은 CERAFEL이 하나의 공동브랜드를 사용하고 있기 때

문에 45개 선과장 모두 품목별로 동일한 기준을 적용하고 있으며, 품질규격은 EU규격을 중심으로 더욱 강화된 CERAFEL 자체규격을 적용하고, CERAFEL 자체규격은 생산자, 상인, 중개인 등 모두가 참여하여 결정

- 농가가 선과장에 농산물을 수송하는 것은 대체로 당일 오후 4시까지이며, 선과후 8~15시간 저온저장한 후 다음날 오전 경매후 반출
- 선과는 개별농가가 현장에서 수확하여 벌크형태로 선과장까지 운반하면 그 이후에는 선과장에서 선별, 포장, 판매 및 대금정산까지 일괄적으로 처리하고 있으며, 농가는 판매대금을 수령하는 것으로 판매가 완료
- 품목에 따라 등급기준은 약간의 차이가 있으나 대체로 Extra, 1등급, 2등급 등 3개 등급으로 구분하고 있으며, 선과 후에는 경매를 위해 선과장의 저온저장고에 유통 중 품질손상과 상품성하락을 방지하기 위해 1일 정도 보관한 후 경매장에서 경락받은 중매인에 의해 시장으로 운송
- 농가가 선과장으로 운송한 농산물을 상품화시키는 과정에서 EU 및 CERAFEL 품질규격에 탈락하는 비율은 전체의 약 10% 정도이며, 탈락된 농산물은 원칙적으로 현지에서 폐기처분되고 있으나, 일부 계약을 통해 가공회사 등 판매
- 농가는 선과장에 자기가 생산한 농산물을 운송할 경우 대체로 선과장 품질규격에 맞는 상품위주로 가져오고 있으며, 불합격률이 높거나 불합격이 반복되는 일부 농가의 경우 경고

○ CERAFEL에서 생산된 농산물은 3개의 경매장을 통하여 국내시장이나 수출시장에 판매

- CERAFEL 소속 조합에서 생산하는 상품은 연간 약 80~90만톤 수준에 이르고 있으며, 대부분의 농산물이 경매장을 통해 판매
- CERAFEL의 연간 매출액 규모는 약 25억프랑(약 4,500억원)
- 45개의 선과장에서 동일한 품질규격에 의해 상품화된 농산물은 경매를 위해 3개의 경매장으로 운송되는 것이 아니고 선과장 저온저장고에 보관되었다가 경매장에서 낙찰된 후 선과장 저온저장고에서 바로 출하

- 3개의 경매장은 CERAFEL 소속의 3개 조합에서 소유하고 있으며, 나머지 8개 조합은 경매장을 이용
- 경매를 위해 1 Lot 라인단위로 저온저장고에 보관되고 있으며, 1 Lot는 25개 파렛트 단위로 1 컨테이너가 기준이 됨. 따라서 저온저장고에 있는 상품정보는 라인별로 경매장으로 전송되며, 경매장에서는 실물을 보지 않고 전광판의 정보만으로 경매에 참여
- 라인별 상품정보는 품질, 규격, 등급, 지역 등 9개 정도의 정보가 경매장으로 보내지고 있으며, 특히 경매에 참여하는 사람이 벌크상태로 인수할 것인지 또는 옵션으로 인수할 것인지를 결정할 수 있음. 옵션으로 인수할 경우 경매에 참여하면서 경락 받은 자가 원하는 규격 등을 제시하면 선과장에서는 그 정보를 받아 경락 받은 자에게 인도하기 전 일정한 시간을 정하여 경락 받은 자가 원하는 규격으로 포장하여 인도
- 경매는 3개의 경매장 어느 곳에서든지 다른 경매장의 경매에 참여할 수 있으며, 경매방법은 네덜란드식(하향낙찰식) 전자시계 경매임. 경매시간은 대체로 오전 8시 30분부터 10시까지 이루어지고 있음
- 전자시계식 경매시 전광판에는 품목에 대한 정보, 경매장 번호, 판매수량, 구매자번호, 경락가격, 경매총량, 경매잔량 등 표시
- 가장 규모가 큰 쌩뽈지역 경매장의 종사자는 경매장 통제관 10명, 전산요원 3명, 사무직 10 등 평균 약 30명이 근무하고 있음. 빵뽈지역 20여명, 쌩말로지역 12명 종사
- 경매장에서 상품을 구매한 사람이 선과장의 저온저장고에서 실물을 보고 경매시 품질규격과 틀리거나 마음에 들지 않으면 인수를 거절할 권리가 있으며, 이에 대한 경매장 통제관에게 필요한 조치를 요구할 수 있음. 즉 당일 오전 경매장에서 상품을 구매한 사람은 당일 오후 5시까지 상품의 인수를 거절할 권리가 있음
- 경매참여자는 CERAFEL에 등록하여야 하며, 등록시 은행보증금을 납부하여야 함. CERAFEL에 경매참여자로 등록된 사람은 현재 약 53명(법인)이며, 대부분 수출업자나 유통업자들로 이루어져 있음. 이들 경매참여 법인

들은 대부분 자체적인 전용 판매경로를 가지고 있으며, 이들 밑에는 대리인이 120여명이 있음

- 출하는 철저한 공동계산제 형태로 이루어지고 있으며, 생산농가에 대한 대금결제는 경매 후 28일만에 이루어지고 있으며, 경매참여자의 경매장에 대한 대금결제는 경매 후 21일만에 이루어지고 있음. 그리고 경매참가자의 경매장 이용에 대한 수수료는 총매출액의 3.5%를 CERAFEL에 납부

○ CERAFEL의 경매장에서 판매되는 상품은 대형 유통업체 구매본부에 40%, 수입바이어 또는 수출업자 45～50%, 프랑스 도매시장 10～15% 정도이며, 수출량 40%중 30%가 수출국의 대형유통업체 구매본부에 판매되고 있음. 따라서 전체 상품중 약 80% 정도가 유럽시장내 대형유통업체 구매본부로 판매

- 판매방법은 대부분 경매장을 통해 매일 판매하는 비중이 가장 높으며, 그 외 상대매매와 장기계약을 통한 판매도 이루어지고 있음

다. 청과물 경제위원회(CERAFEL)의 기능과 조직

○ CERAFEL의 주요기능은 시장관리, 마케팅 전략수립, 시장분석, 기술분야, 연구분야, 교육활동 등으로 구분될 수 있음

○ 시장관리

- 경매장에서 경매되는 최저낙찰가격을 결정함으로써 생산농가에게 일정한 수준 이상의 판매가격을 보장하려는 것으로 당일의 수급사정 및 전체 작황 등을 감안하여 결정
- 선과장의 기본 규격은 EU 표준규격을 중심으로 이루어지고 있으나 국제시장에서의 경쟁력 우위확보를 위하여 EU규격보다 더욱 강화된 CERAFEL 자체의 품질규격을 적용하며, 생산자, 경매참여자들이 참여하여 결정
- 전체 수급사정을 고려하여 경매물량과 저장물량을 결정하며 항상 일정한 수준 이상으로 경매가격이 형성되도록 함
- 영국 등 EU지역내 주요 수출시장에서 CERAFEL 상품의 경쟁력, 소비자

선호도 및 인지도 등에 대한 자료를 수집하여 새로운 시장개척 및 시장확대에 대한 전략을 수립

○ 마케팅전략 수립

- CERAFEL 본부 내 총 20여명의 직원 중 9명이 마케팅팀을 구성하고 있는데, 이 중 3명은 국가별 전문가와 지역별 홍보담당자이며, 4명은 생산 및 소비분석가로서 생산·소비담당자 1명, 경쟁업자조사 1명, 모니터링 1명, 전람회참석 및 새로운 포장개발담당 1명이며, 2명은 판매마케팅전략 전문가 1명과 소비확대 마케팅전략 전문가 1명으로 구성
- 포장 및 규격에 대한 전문가 4명이 있으며, 이들은 프랑스 포장디자인 연구센터와 공동연구하여 새로운 포장박스나 규격을 제작하여 보급함. 이 경우 박스비용 부담주체는 판매가격에 포함시키고 있기 때문에 결국 소비자 부담으로 귀착
- 주요 수출시장의 바이어와 유통업체 등을 정기적으로 초청하여 상품설명회 및 시식회 등을 개최 등을 통하여 수출시장을 지속적으로 유지하고 있으며, 수입업자의 요구사항을 신속히 파악함으로써 생산자에 상품생산 방향을 지도

○ 상품 홍보전략 수립 및 활용

- EU 이외의 국가에 대해 기자초청 설명회, 상품박람회 참여 및 관련잡지 홍보 등
- 유럽연합(EU국가)는 관련 식품 및 농산물유통 유명잡지에 대한 광고·선전, 소비자 전문잡지 등 기자초청 설명회 개최, 여성잡지·음식잡지·TV 광고, 청과물 등 농업전문잡지 광고, 매장 내 시식회·상품설명회·홍보회 개최, 요리만들기 경연대회 개최, CERAFEL 청과물 우수진열점포에 대한 우수상 수여 행사 등
- 이노베이션 행사로서 CERAFEL 소속 연구소(육종 및 바이오 연구소 등)의 실험실 실험결과 발표(팜플렛 등), 실험결과에 대한 소비자 반응 분석 및 테스트, 신상품 소비자 시식회 개최 및 결과 분석 홍보 등

- 새롭게 개발한 품종이나 포장방법 표본 등을 우편으로 점포에 발송하여 반응을 분석하고 있으며, 이 경우 전용 우편상자를 제작하여 이용
- 어린이들이 좋아하는 카드 등을 제작하여 나누어줌으로써 장래 주요 수요자를 확보하는 전략을 수립
- CERAFEL 채소를 취급하는 점포나 운송트럭 등에 브랜드 이미지와 함께 선전포스트나 스티커를 부착하여 소비자들을 유인하는 효과를 거두고 있으며, 트럭전광판을 통하여 소비지를 순회하면서 홍보활동을 강화
- 야채요리 설명서를 제작하여 점포나 시식회 행사 등을 통하여 주부들에게 배포함으로써 홍보를 강화
- 지역 및 인근 소비지 도시의 체육회, 운동회 등에 참여하여 식품을 제공하거나 홍보
- 인터넷 사이트를 통하여 CERAFEL과 상품을 선전하고 판매하고 있으며, 우편엽서를 제작하여 활용
- 이러한 적극적인 홍보활동과 마케팅전략 수립 및 활용 결과 1999년 소비자 인지도 조사에서 64%를 획득함으로써 전체 프랑스에서 2위의 성적을 획득
- 연간 홍보비용은 17백만프랑(약 30억원)으로 추정

○ 시장분석

- 국내 및 수출시장에서 CERAFEL과의 경쟁업체나 일반 시장정보를 수집하여 분석할 뿐만 아니라 경쟁업체와 다른 산지에 대한 모니터링을 실시
- 생산 및 수출시장 등에 대한 정보뿐만 아니라 소비자의 소비관행, 구매패턴, 소비형태, 음식문화 등에 대한 상세한 자료를 수집하여 새로운 상품개발 및 포장규격과 포장방법 등을 개발

○ 품질관리

- 품질관리는 국내시장과 수출시장을 구분하여 이루어지고 있으며, 특히 수출시장의 경우 경쟁력 우위를 점하기 위하여 품질개선에 대한 해외시장 적응 테스트 등 실시

- 국내시장 및 수출시장에 대한 지속적인 품질관리로 CERAFEL 브랜드에 대한 확고한 구매신뢰성을 구축하고 있음. 현재 CERAFEL의 브랜드인 "Prince de Bretagne"는 국내 도매시장이나 수출시장에서 견본거래나 통명으로 거래가 이루어지고 있을 정도로 구매신뢰성이 확고하게 구축
- 품질관리의 기본은 45개의 선과장 품질을 철저히 규격화함으로써 이루어지고 있으며, EU 품질규격 외에 시장경쟁력을 높이기 위하여 EU 품질규격 이외에도 자체규격을 제정하여 철저히 적용

○ 연구사업

- CERAFEL은 자체 산하조직으로 채소바이오연구소, 육종연구소 등을 통하여 신품종 중심의 신상품을 개발하고, 새롭게 개발된 신상품은 국내 및 수출시장에서 소비자의 반응을 테스트한 후 농가에 보급
- 연구소에서는 품종개량 및 신품종 개발뿐만 아니라 토양실험, 생태실험, 저장실험, 유기농실험 등을 통하여 새로운 재배 및 관리기술을 보급
- CERAFEL은 자체적인 연구소 운영 외에 프랑스 국립경제연구소(INRA) 등과 계약을 통하여 신품종을 개발하거나 경제 및 유통관련 연구를 수행

○ 교육사업

- 매년 수퍼마켓 체인 등 주요 구매업체의 구매담당자 및 판매담당자 등을 초청하여 상품특성 및 CERAFEL에 대한 홍보와 동시에 판매기법, 머천다이징 등과 같은 다양한 분야에 대한 교육을 실시

○ CERAFEL의 임직원은 약 50여명으로 구성되어 있으며, 이 중 약 30여명은 산하 연구소에 근무하고 있으며, 나머지 20여명은 본부에 근무

- 본부 근무 20명중 절반 정도가 국내 및 수출시장에 대한 마케팅전략을 수립하고 홍보하는 임무를 담당

○ CERAFEL의 조직은 회장, 이사회, 사무국으로 구성

- 회장은 조합 대의원회에서 선출하고, 이사회는 조합원 대표로 구성되며, 사무국은 CERAFEL의 이사회에서 결정된 사항들을 집행 임무를 수행
- CERAFEL의 임무는 생산, 상품화, 판매, 수출, 홍보 등 본연의 임무 외에도 EU에 대한 로비활동 뿐만 아니라 프랑스 중앙정부나 지방정부에 대한 로비로 필요한 자금을 지원받거나 필요한 법안 등에 대한 제정이나 개정을 촉구
- CERAFEL의 운영은 경매시 경매참가자가 부담하는 수수료와 농가의 출하물량에 비례하여 납부하는 조합비로 운영

KREI

참 고 문 헌

농림부, 「주요작물 지역별 재배동향」, 해당 연도.

_____, 「채소생산실적」, 해당 연도.

_____, 「농림통계연보」, 해당 연도.

_____, 「산지유통센터 발전 및 구조조정 방안」, 2004. 8.

_____, 「2004년도 농림사업시행지침서」, 2005.

_____, 「농산물 산지유통시설 실태조사 결과」, 2004.

농수산물유통공사,「2003 주요 농산물 유통실태」, 2004. 2.

_____, 「대형유통업체와 산지출하조직의 농산물 거래실태 조사 분석」, 2004.

서울시 농수산물공사, 「통계자료집」, 해당 연도.

_____, 「출하지 분석집」, 해당 연도.

태안군, 「통계연보」, 해당 연도.

한국농촌경제연구원, 「농업전망 2005」, 2005. 1.

권원달 외, 「농산물 유통개혁 성과평가를 위한 연구」, 한국농업경제학회, 2002.

김병률 외, 「해남군 농산물 산지유통센터 설치 및 운영방안 연구」, 한국농촌경제연구원, 1999. 10.

_____ 외, 「거창사과원예농협 유통사업 컨설팅 결과보고서」, 한국농촌경제연구원, 2000. 10.

김동환 외, 「농수산물 종합유통센터의 운영성과와 발전방안」, 농식품신유통연구원, 2002. 12.

김 호 외, "농산물산지유통센터의 운영실태와 발전과제", 「식품유통연구」18(3), 한국식품유통학회, 2001. 12.

박현태 외, 「주요 과채의 주산지 구조와 지역간 경쟁력 분석」, 연구보고 R437, 한국농촌경제연구원, 2002. 12.

석현덕 외, 「제2임산물종합유통센터 건설의 타당성 분석 및 관리운영방안」, 한국농촌경제연구원, 2000. 5.

여영현 외, 「전북동부산악권 거점산지유통센터 제3섹터 법인설립 타당성 검토」, 한

국자치경영평가원, 2004. 12.
장원석,「농산물 산지유통시설의 운영활성화 방안에 관한 연구」, 단국대, 1999. 6.
조명기 외,「음성군 농산물 종합유통센터설치 용역결과 보고서」, 2003. 12.
최양부 외, "농산물 산지유통센터의 성격과 기능 정립에 관한 연구",「식품유통연구」 17(3), 한국식품유통학회, 2000. 11.
최영찬 · 김동환 외,「농산물산지유통센터 종합관리시스템 개발」, 서울대학교, 2002. 9.
황의식 외,「산지유통 혁신전략과 농협의 역할」, 연구보고 R472, 한국농촌경제연구원, 2004. 12.
허길행 외,「농산물 공동출하 유형별 효과분석과 개선방향」, 연구보고 R440, 한국농촌경제연구원, 2002. 12

Boyle, G.E., "The Economics Efficiency of Irish Dairy Marketing Co-Operatives",「Agribusiness」20(2), 2004.
Dimitri, C, Tegene, A., and P.R.Kaufman, "US Fresh Produce Markets",「Agricultural Economic Report 825」, USDA ERS. 2003.
George W. Ladd,「Agricultural Bargaining Power」, Iowa State University Press, 1964.
Mancur Olson,「The Logic of Collective Action」, Harvard University Press, 1977.
Wysocki, A. F., "Supply Chain Management: Past and Future",「Journal of Food Distribution Research」, 53-55, 2000.

生源寺, 眞一, "食品産業 と 農業政策",「農業經濟硏究」, 75(2), 2003.
齊藤 修著,「食品産業 と 農業の 提携條件」, 農林統計協會, 2001.
齊藤 修編,「青果物 流通」, 農林統計協會, 2003.

C2005-8 / 2005. 4
태안군 농산물 물류센터 설치 및 운영계획 수립

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25)
인 쇄 2005. 4.
발 행 2005. 4.
발행인 이정환
발행처 한국농촌경제연구원
130-710 서울특별시 동대문구 회기동 4-102
전 화 02-3299-4000 팩시밀리 02-959-6110 http://www.krei.re.kr
인 쇄 동양문화인쇄포럼 02-2242-7120 팩시밀리 02-22413-2247 E-mail: dongyp@chol.com

• 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.
• 이 연구는 본연구원의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.