연구 노트

유기농산물 유통체계 개선방향[1]

허 길 행*

1. 서 론
2. 유기농산물 유통현황과 과제
3. 선진외국의 유기농산물 유통
4. 유기농산물의 유통개선 방안
5. 요약 및 결론

1. 서 론

과다한 농약과 화학비료 사용은 수질 오염 등 환경을 악화시키고, 토양 오염을 유발하여 지속적인 농업생산을 저해하며, 식품의 안전성 측면에서의 문제도 야기하고 있다. 국제적으로도 개발 위주의 경제성장 및 지속적인 산업화로 자연생태계의 자정능력이 떨어져 지구 환경문제가 중요한 국제문제로 대두되고 있다. 특히 환경오염의 피해와 영향은 한 국가에 한정되지 않고 다른 국가 또는 지구 전체에 영향을 미치기 때문에 이의 해결을 위해서는 국제적 협조체계의 구축이 불가피하므로, 1992년 6월 브라질의 「리우데자네이루」에서 118개국 대표가 참석한 가운데 「리우 유엔 환경개발회의」가 개최되어 각국 정상간에 지구 환경문제에 대한 기본규범에 합의·선언하게 되었다. 이 「리우 선언」의 세부 실천계획인 「의제 21」에는 지속적인 농업 및 농촌개발에 관한 세부 사항이 규정되어 있다. 또한 경제협력개발기구(OECD), 국제무역기구(WTO) 등의 국제기구와 「기후변화협약」, 「생물다양성협약」 등 환경관련 국제협약에서 농업의 환경오염을 경감하기 위한 농업과 환경의 연계방안을 논의하고 있어 앞으로 농업에 대한 국제적인 환경규제는 크게 강화될 것으로 보인다(농림부 1998, 5~7 및 101~

[1] 환경농업의 생산방식은 3년 이상의 무농약, 무화학비료, 무제초제 기간을 지난 有機農業과 유기농으로 이행을 위해 1년 이상의 유기농법으로 재배하고 있는 轉換期農業, 농약은 사용하지 않되 최소한의 화학비료를 사용하는 無農藥栽培, 그리고 농약과 화학비료를 농촌진흥청 기준 이하로 사용하는 低農藥低肥料栽培로 나눌 수 있다(오호성 1998, 168). 이 논문에서 유기농산물이라 함은 친환경농업의 생산방식에 의해 생산된 환경농산물을 총체적으로 지칭한다.

* 연구위원

105).

이와 같은 환경적 요인 이외에 우리 농산물의 국제경쟁력 강화를 위해서도 친환경농업은 발전되어야 한다. 가격경쟁력이 취약한 상황하에서 소비자가 높은 가격을 지불할 수 있는 품질경쟁력을 갖춘 유기농산물 생산은 우리 나라의 소규모 가족농에 적합한 생산방식이다. 더구나 소비자들의 식품 안전성에 대한 관심이 높아져 무농약 또는 저농약 농산물에 대한 수요가 늘어나고 있다. 농산물 수입개방이 확대되어 가고 있으므로 국내산 농산물도 안전성에 대한 소비자의 신뢰를 확보하지 못하면 소비자의 외면으로 시장을 잃을 운명에 놓여 있다.

이러한 국내외적인 여건 변화에 대응하여 정부는 체계적인 친환경농업의 육성을 위하여 1997년 12월에 「환경농업육성법」(법 제5,442호)을 제정하고, 이를 적극적으로 추진하고자 1998년을 「친환경농업 원년」으로 선포하였으며, 1999년부터는 「환경농업에 대한 직접지불제」가 시작되었다.

「환경농업에 대한 직접지불제」가 확대될 경우 앞으로 4~5년 동안 많은 양의 전환기 재배농산물, 저농약농산물, 유기농산물이 생산될 것으로 예상된다(오호성 1998, 178). 그러나 이들 유기농산물을 대량으로 유통시킬 적절한 유통경로가 확립되지 못하여, 판로문제가 유기농산물 증산에 중요한 장애요인으로 등장할 것으로 보인다. 유기농산물의 합리적인 대량유통체계를 확립하는 것은 친환경농업 육성에 핵심적 과제라고 할 수 있다. 본 논문에서는 유기농산물 유통의 문제점을 분석하고, 합리적인 개선방향을 제시하고자 한다.

2. 유기농산물 유통현황과 과제

2.1. 유기농산물 차별화의 필요성과 방법

유기농산물은 일반적으로 일반농산물[2]에 비해 생산성이 낮고 생산비가 많이 소요되는 것으로 알려져 있다. 따라서 소비자가 유기농산물을 쉽게 식별하여 높은 가격을 지불하지 않는 한, 유기농산물 생산농가가 그 생산에 따른 소득을 보상받기 위해서는 상품의 차별화를 통해 소비자가 높은 가격을 지불하도록 유도해야 한다. 특히 유기농산물은 일반적으로 모양, 색깔, 크기 등에서 일반농산물에 비해서 외관상 상품성이 떨어지므로 도매시장에서 일반농산물에 비해 낮은 가격을 받게 되므로 친환경농업의 발전은 제약을 받게 된다.

한편, 소비자가 상품자체로서 유기농산물을 식별하기 어렵기 때문에 유기농산물의 차별화는 유통과정을 통하여 이루어져야 한다. 유통과정을 통해 유기농산물을 차별화하는 방법은 "유통경로를 분리하는 방법"과 "외부표시를 통한 방법"이 있다. "유통경로를 분리하는 방법"에는 도매시장과 같이 일반농산물이 거래되는 기존 유통경로를 회피하여 유기농산물만을 거래하는 새로운 유통경로를 만드는 방법으로서 ① 소비자협동조합이나 농민시장을 통하거나 생산자와 소비자가 직접 거래하는 방법, ② 백화점, 슈퍼마켓 등 일반 소매시장에 별도의 유기농산물을 판매하는

[2] 일반농산물이라 함은 재래농법에 의해 많은 양의 농약과 화학비료를 사용하여 생산한 농산물을 지칭한다.

표 1 **유기농산물의 주 판매처 현황**

구 분	농가 수	비 율
소비자단체 또는 생활협동조합	81호	77.9%
소비자에게 직접 판매	11	10.6
일반 도매시장	7	6.7
일반 소매시장(백화점, 슈퍼마켓, 소매상인 등)	3	2.9
기타	2	1.9
계	104	100.0

주: 복수응답 허용.
자료: 김호(1993, 122).

방법, ③ 유기농산물 직판점, 건강식품점 등 유기농산물 전문판매점 운영방법 등이 있다. 한편 "외부표시를 통한 방법"은 포장의 외부에 유기농산물임을 표시하여 소비자가 식별할 수 있도록 함으로써 도매시장과 같은 기존의 유통경로를 통해 거래하는 것이다. 물론 소비자에게 보다 높은 신뢰를 줄 수 있도록 "유통경로를 분리하는 방법"에서도 외부표시를 활용할 수 있다. 이 논문에서는 논의의 편의상 유통과정에서 유기농산물을 차별화하는 방법을 "유통경로 분리방법"과 "외부표시방법"으로 구분하고자 한다.

2.2. 유기농산물 유통현황과 과제

현재 우리 나라의 유기농산물의 유통은 대부분 "유통경로 분리방법"을 이용하고 있다. 즉 도매시장을 통해 거래되는 것은 6.7%에 불과하며 대부분 생산자(단체)와 소비자(단체) 사이에 계약재배와 직거래 형태로 이루어지고 있다(표 1). 최근에는 생산자(단체)와 대형유통업체(백화점, 농협 하나로클럽)와의 계약생산도 증가하고 있다. 또 직매장을 설치한 개인이 생산농민과 직거래하는 곳도 최근 많이 생겨나고 있다. 공영도매시장을 통한 유통은 일시적 과잉생산이나 환경농업 전환 초년도에 직거래 고객을 확보하지 못한 일부 농가 등 특수한 경우를 제외하고는 거의 이루어지지 않고 있는 것으로 알려져 있다(오호성 1998, 172).

이와 같은 "유통경로 분리방법"은 유통상 다음과 같은 문제점이 있다. 첫째, 별도의 유통경로를 유지하는데 따른 유통비용이 증가할 수 있다. 직거래를 위해서는 품질확인을 위한 현장 방문, 생산자단체 및 소비자단체 등 조직 운영비가 필요하다. 한편 유기농산물만 취급하는 별도의 소매점 또는 직판장을 운영할 경우 점포운영에 따른 추가적인 비용이 발생하며[3], 추가적 비용은 유기농산물의 판매가격을 상승시키는 요인으로 작용한다.

둘째, 장기적으로 유기농산물의 판로를 확대하는데 한계가 있다. 즉 현재의 직거래방식은 유기농산물의 생산량이 적을 때에는 적합할 수 있으나 생산량이 크게 증대될 경우 대

[3] 하나의 예로 슈퍼마켓 등에 한우 전문점과 수입육 판매점이 함께 있다. 이때 하나의 정육점만을 운영하는 경우에 비해 점포운영비는 거의 2배가 된다. 또한 유기농산물을 일반매장에서 판매하지 않고 별도의 판매장을 운영하면, 함께 팔 때에 비해 추가적인 점포운영비가 소요된다.

표 2 **유기농산물의 품질보증 방법**

구 분	농가 수	비 율
소비자 또는 소비자단체가 직접 생산현장을 방문하여 확인	19호	16.4%
가입하고 있는 생산자단체에서 확인	3	2.6
스스로의 양심에 의해 품질보증	38	32.7
생산자와 소비자 상호 신뢰함.	45	38.8
이웃 농가가 보증	8	6.9
기타	3	2.6
계	116	100.0

주: 복수응답

자료: 김호(1993, 117).

량유통에는 부적절하다.

셋째, 장기적으로 유기농산물의 수요를 감축시키는 결과를 가져올 수 있다. 최근 소비자의 구매성향은 일괄구매(one stop shopping)로 바뀌고 있으며, 종합소매기능을 갖춘 대형 소매점을 선호하는 경향이 나타나고 있다. 따라서 특수한 경우를 제외하고는 일반 소비자가 유기농산물만을 구입하기 위해 유기농산물 직매장을 찾기를 기대하기는 어렵다. 이를 반영하여 최근에는 할인점을 비롯한 종합소매점은 확대되고 있는 반면 전문소매점[4]이나 재래시장의 소매점이 크게 위축되고 있다. 따라서 슈퍼마켓 등 종합소매점이나 재래시장의 소매점을 통한 소비자의 유기농산물 구매가 일반화되지 못할 때에는 장차 소비자의 선택기회를 제한하는 결과가 되어 유기농산물의 수요를 감축시키는 결과를 가져올 수 있다.

넷째, 다양한 유기농산물의 판로로서 한계가 있다. 유기농산물은 3년 이상의 무농약, 무화학비료, 무제초제 기간을 지난 유기농산물, 전환기 농산물, 무농약재배 농산물, 그리고 저농약·저비료재배 농산물 등 재배환경에 따라 다양한 종류가 있다. 유통이 합리적으로 이루어지기 위해서는 소비자가 이러한 다양한 종류의 유기농산물을 각기 식별할 수 있어야 하지만 외부표시가 없는 상태에서는 불가능하다. 특히 유통경로 분리방식에서는 도입초기의 전환기 재배 또는 저투입 농산물을 출하하는 농가의 판로개척의 제약으로 유기농산물 재배 확대에 장애요인이 될 것으로 보인다. 그렇다고 종류별로 다른 유통경로를 형성할 수도 없다.

한편 유기농산물의 거래에서는 생산자와 소비자간에 상품에 대한 신뢰가 전제된다. 즉 소비자는 생산자가 판매하는 유기농산물이 일반 농산물에 비해 안전성이 높다고 믿을 때에 보다 높은 가격을 지불한다. 따라서 소비자가 신뢰할 수 있는 품질보증이 절실히 필요하다.

그러나 대부분 생산자와 소비자간의 상호 신뢰나 생산자의 양심을 바탕으로 하고 있고, 객관적으로 검증할 수 있는 공식적인 검사제도가 일반화되어 있지 못하다(표 2). 1993년부터 정부는 「품질인증제」를 시행하고 있으며, 매년 품질인증량은 증가하고 있지만, 아

[4] 유기농산물 직판장이나 건강식품점은 일종의 전문점이다.

표 3 **연도별 농산물 품질인증 실적**

단위: 톤

	유기재배	무농약재배	저농약재배	일반재배	계
1994	681	228	-	28,481	29,390
1995	1,682	365	-	72,284	74,331
1996	1,972	2,302	1,193	113,343	118,810
1997	3,006	4,893	3,159	157,324	168,382
1998.8.	3,745	8,362	2,901	129,621	144,629

자료: 국립농산물검사소

직 그 양은 전체 농산물 생산량에 비해 극히 미미하며 소비자가 신뢰할만한 품질인증제가 확립되어 있지 못하다. 1997년 품질인증 실적은 유기재배 3,006톤, 무농약재배 4,893톤, 저농약재배 3,159톤, 총 11,058톤으로 전체 품질인증량의 6.6%에 불과하다(표 3). 품질인증량의 증가로 최근에는 대형유통업체의 유기농산물 직판장을 통한 판매가 증가하고 있지만, 유기농산물의 품질인증이 일반화되지 못한 상황에서는 소비자의 유기농산물에 대한 불신이 조장되어 유기농산물의 수요 확대를 제약하게 된다.

3. 선진외국의 유기농산물 유통

3.1. 유기농산물 유통실태

캐나다에서 유기농산물의 판매는 매년 25%씩 증가하고 있다. 캐나다 유기농산물 판매액의 ⅓을 차지하는 브리티쉬 컬럼비아주(B.C.)의 경우 유기농산물의 상당량이 지역 농민시장, 농장판매, 가정 배달 등에 의해 직거래되며, 나머지는 4명의 도매상을 통해 판매된다. 브랜드 인지를 위한 공격적이고 효과적인 광고를 함으로써 전통적으로 낮은 가격에 수출을 하던 미국 캘리포니아주에도 비싼 가격으로 청과물을 수출할 수 있게 되었다(Kennedy 1998, 23). 현재 유기농산물을 판매하는 건강식품점이 약 300개 있으나 이 시장은 포화상태이며, 성장시장은 도심에 입지한 연쇄점(chain store)과 주로 교외 주민을 대상으로 하는 가정배달 회사이다(Kennedy 1998, 20).

독일의 경우 법적으로 외부표시(labelling)와 생산의 다양성을 인정하고 있어 소규모의 틈새시장이 발전하고 있다. 즉 모든 주요 식품 체인들은 유기농산물의 자체 상표를 갖고 있으며, 이들 상표로 평균 약 200종의 유기농산물을 판매한다. 유기농산물의 유통은 건강식품점, 유기농산물 농민시장 등이 약 55%의 많은 양을 취급하고 있고, 슈퍼마켓이나 체인점과 같은 종합소매점의 시장점유율은 24% 수준이지만 연간 15~20%의 빠른 성장을 보이고 있다(표 4). 그러나 농가지원이 단지 생산증가만을 고양시켰을 뿐, 대규모 거래당사자의 요구에 대응한 새로운 유통기구를 육성하기 위한 유통활동 지원이나 농민 훈련을 도외시했기 때문에 기존의 소규모 유통조직에 심각한 부담을 주고 있다는 비판이 학자

와 유통전문가 사이에 일어나고 있다(Haccius 1998, 61).

Bioland는 독일 유기농업 농가의 50% 이상이 가입되어 있는 대표적인 유기농업단체이며, 생산된 유기농산물의 70% 이상을 HIPP라고 하는 유기농산물 가공회사와 계약을 맺고 판매하고 있다. HIPP는 인증된 유기농가에 한하여 계약을 맺는다. HIPP는 30여년전에 설립되어 10여년전부터 유기농산물만 취급하고 있는데, 현재 1천여명의 종업원에 연간 3억5천만MD를 취급한다(김은순·권태진 1998, 61).

덴마크의 경우 2000년 상반기까지 유기농산물의 시장점유율은 15~20%에 달하고, 농지의 7%가 유기농산물 생산에 사용될 것으로 전망하고 있다. 덴마크 유기농산물의 유통·판매는 주로 소비자생활협동조합(생협)이 중심이 된 대규모 슈퍼체인을 통해 확대되고 있는 것이 특징이다(농협중앙회 1998. 8, 33).

미국의 유기농산물 판매액은 1995년 28억달러로 6년간 연 20% 이상 증가하였다. 유기농산물의 시장규모는 1994년의 경우 농산물 판매액의 약 1%인 23억달러로 추정되고 있으며, 5년후에는 3~5%로 높아질 것으로 전망되며, 또한 유기농산물의 시장점유율이 10%까지는 계속 확대될 것으로 전망된다. 미국 유기농산물의 유통경로는 전문점, 건강식품 체인, 슈퍼마켓 등 3가지 형태로 상당히 정비되어 있다. 구체적으로는 자연식품 전문점 약 6,000개소, 건강식품 체인점 약 2,600개소, 슈퍼마켓의 약 80%에서 유기농산물을 판매하고 있다. 또한 유기농산물 식품회사와 유통업체도 기업 매수 및 합병을 통해 규모화되고 있으며, 유기농산물의 직거래도 활발하여 전국적으로 2,400개가 넘는 장소에서 직거래가 이루어지고 있다(농협중앙회 1998. 4, 26 및 29).

일본의 유기농산물 유통경로는 종래에는 시장외(市場外)유통이 주가 되어 왔으나 1990년대에 들어와서는 도매시장을 경유하는 비중이 증가하고 있으며, 시장외유통에서는 생협의 비중이 가장 크다(서종혁 외 1992, 144).

이상의 사례를 검토해 볼 때, 현재 선진국에서도 유기농산물은 대부분(독일의 경우 약

표 4 **독일 유기농산물 소매시장의 유통경로별 시장점유율, 1998**

유 통 경 로	연간 추정 매출액	시장점유율	비 고
	(백만DM)	(%)	
건강식품점	약 1,200	35	1,700개점포, 연평균매출액 60만DM
슈퍼마켓, 체인점 등	약 800	24	연간 증가율 15~20%
체질교정소(reformhouse)	300	9	식료품함 연간 매출액 660백만DM
제과점	250	8	400~500개 점포
자연산정육점(organic butcher)	60	2	약 80점포
농민에 의한 직거래	약 750	20	7천 독일 유기농의 약 80%, 연간매출 약 10만DM
기타 직거래	50	2	
계	약 3,500	100	

자료: Haccius(1998, 60).

¾) 건강식품점과 같은 직판점, 농민시장 직거래, 가정배달 등 유통경로 분리방법을 통해 유통되고 있다. 그러나 도매시장, 그리고 슈퍼마켓이나 체인점을 통한 외부표시 방법에 의한 유통이 상당히 정착되어 있는 것으로 판단되며, 유통경로 분리방법은 정체상태인데 비해 이들의 시장점유율이 증가하고 있다.

3.2. 품질인증 제도

외부표시방법의 도입을 위해서는 외부표시 내용에 대한 소비자의 신뢰가 전제되어야 하며, 이를 위해서는 신뢰할만한 기구가 외부표시 내용을 확인·보증해야 한다. 따라서 유기농산물에 대한 적정한 인증·표시기준을 체계적으로 마련하는 것이 중요하다. 그래서 선진 외국에서는 유기농산물에 대한 공식기준과 인증제도를 정비하여 왔다.

유럽 국가들은 일반적으로 유럽연합(EU)의 기준을 기초로 하고 있다. 또한 유럽의 유기농산물 기준은 대체로 국제적인 유기농업 운동조직인 「국제유기농연맹(IFOAM)[5]」의 기준을 따르고 있다. 「국제유기농연맹」의 기준은 무농약·무화학비료의 농작물을 비롯하여 축산물·농산가공품을 대상으로 하며, 수산물 기준에 대한 검토가 이루어지고 있다(농협중앙회 1998. 9. 35). 또한 「유엔 규정위원회(Codex)」는 EU 및 IFOAM의 기준을 토대로 유기농산물의 세계공동기준을 마련 중에 있다.

IFOAM은 전세계 유기농업 농민단체들간의 유기농업에 대한 최소한의 규약이며, 유럽연합은 EEC Regulation No. 2092/92에 근거하여 EU 회원국의 유기농업 및 유기농산물에 대한 최소한의 규약을 제정하여 회원국에 적용하고 있다(김은순·권태진 1998, 54~66). EU는 1991년 이사회의 의결로 「유기 농산물 및 식품의 표시에 관한 규정」을 제정하여 유기농산물의 자유로운 역내 유통을 실현했는데, 이 규정은 이미 민간에서 개발된 생산규칙, 검사 및 기장 제도, 외부표시 제도 등을 모방했다. 이 규정에 의해 유기농산물의 검사는 정부가 승인·감독하고, 민간기구나 정부기관에서 맡고 있다. 그러나 대부분의 국가에서 국가인증제도는 운영되지 않고 있으며, 생산자단체별로 품질을 보증하는 라벨(협회 마크)을 부착하고 있다. 다만 덴마크의 경우 정부에서 유기농산물 상표(logo)를 만들어 운영하고 있으며, 위원회를 통해 유기농업과 관련한 법률이나 개정과정에 생산자단체 대표를 참여시킴으로써 유기농업의 발전을 촉진하고 있다(Haccius 1998, 58~61).

캐나다의 경우 현재 국가차원의 유기농산물 기준을 근 10년간 준비해 오고 있어 곧 회원투표를 통해 승인될 것으로 보인다. 1992년 유기농산물 생산 및 가공과 관련한 국가기준을 개발·관리하고, 유기농산물의 국가승인제도를 개발하기 위해 「유기농산물 자문위원회(Canadian Organic Advisory Board: COAB)」를 설립하였다. 현재는 국가차원의 기준이 없는 상태에서 각 생산자단체가 기준을 만들어 유기농산물의 품질을 관리하고 있으며, 현재 전국적으로 47개의 자율적 품질인

[5] IFOAM은 생태계의 보전을 위해 유기·무농약 농업을 추진하는 단체로서 유럽의 유기농업단체가 중심이 되어 1972년 설립하였으며, 현재 115개국에 걸쳐 650여개의 단체가 가입되어 있다(농협중앙회 1998.9., 32).

증기관이 있다. 다만 B.C.와 퀘백주에서는 유기농산물의 종합적 기준을 갖고 있다. B.C. 주정부는 1993/94년 지역내 8개 유기농산물 인증기구의 연합조직으로 「B.C. 유기농산물 인증협회(Certified Organic Associations of B.C.)를 설립하였다. 이 협회에서는 ① 유기농업에 대한 대중교육, ② 회원 인증기관이 인정하는 인증절차의 개발과 관리, ③ 농가의 품질인증 표시 사용승인, ④ 검사원 훈련, ⑤ 회원을 대신한 연구 및 판매활동 촉진, ⑥ 인증농가가 사용한 일련의 농법 및 자재 개발 및 유지 등의 기능을 한다(Kennedy 1998, 17~19).

미국에서는 기존의 33개 사설 유기농 검증기관과 11개 주에 유기농 검증기관이 공존하여 서로 각각의 기준과 마크를 사용하여 왔다. 이에 따라 유기농산물 기준의 상호 불일치가 유기농산물의 효과적인 유통에 장애가 되어 왔다. 더욱이 전국적인 유기농 규정의 결여는 미국 유기농산물의 해외시장 진출에 장애가 되어 왔다. 이에 농무부는 유기농 기준 마련을 위해 1992년 1월 공식자문기구로 「전국유기농기준위원회(The National Organic Standard Board; NOSB)」를 설치하여 1997년 12월 「유기농 규정(안)」이 개정되기에 이르렀으며(김은순 · 권태진 1998, 66~67)[6], 이 규정은 농축산물의 생산 · 취급 및 유통, 국가의 금지 및 인정 물질, 라벨, 농장경영자와 취급자 증명, 주와 민간 증명자에 대한 농무부의 승인, 기타 수입 유기식품의 동등성 결정 등의 행정적 기능을 포함한 종합적 규칙이다. 현재 30개 주에서는 독자적으로 유기농산물 취급에 관한 법률을 제정하여 시행하고 있다. 따라서 현재 유기농산물 인증에 관한 규정은 강제성이 없는 임의규정이며, 생산자단체에서 정한 기준에 의해 자체적으로 인증체계를 발전시켜 왔다(국립농산물검사소). 새로운 법에는 유기농산물의 시장판매를 통제할 전국 표준을 포함할 예정이다.

일본은 「농림수산성 청과물 표시 가이드라인」에 의해 일종의 권장기준으로서 유기농산물에 대한 품질인증제를 운영하고 있다. 품질인증마크의 사용관리는 현(縣)에 따라 직접관리, 생산자단체 관리, 생산자 관리 등으로 구분하여 시행하고 있으며, 현재 8개 지방자치단체에서 시행하고 있다.

4. 유기농산물의 유통개선 방안

우리 나라의 유기농산물 유통의 문제는 지나치게 유통경로 분리방법에 의존하고 있다는 것이다. 이러한 유통방법으로는 환경농업에 대한 직접지불제 확대나 정부의 친환경농업정책으로 인하여 급격히 증가하게 될 유기농산물을 효율적으로 유통시키기 어려울 것으로 예상된다.

이러한 점에서 선진 외국의 유기농산물의 유통에 있어 직거래 등을 통한 기존방식의 거래는 정체되어 있는데 반해 슈퍼마켓과 같은 대형소매점을 통한 거래가 증가하고 있음을 주목할 필요가 있다. 또한 유기농산물에 대한 농가 지원이 단지 생산증가만을 고양시

[6] 1990년 연방의회 의결로 「유기농식품 생산법(OFPA)」을 제정하였으나 유기농산물 생산 · 유통에 관한 기준이 마련되지 않아 법의 시행이 지연되고 있음.

표 5 **품질인증기관에 대한 선호도**

단위: %

기 관	소비자	품질인증 조건별 농가			
		유기농	무농약	저농약	일반재배
국가기관	60.1	72.7	77.3	64.5	65.9
농협	18.5	0.0	3.4	9.7	21.8
환경농업단체	8.0	20.2	11.8	16.1	3.8
인증전문단체	12.9	6.1	7.6	9.7	7.7
기타	0.5	1.0	0.0	0.0	0.8
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 김명환 외. 1998. 12. 「농산물 품질인증제도 및 안전성조사제도의 발전방향」, 한국농촌경제연구원.

켰을 뿐, 대규모 거래당사자의 요구에 대응한 새로운 유통기구를 육성하기 위한 유통활동 지원이나 농민 훈련을 도외시했기 때문에 기존의 소규모 유통조직에 심각한 부담을 주고 있다는 비판이 학자와 유통전문가 사이에 자주 일어나고 있음을 주목할 필요가 있다 (Haccius 1998, 61).

또한 우리 나라에 있어서도 유통전략에 있어 주로 직거래 방식의 유통경로 분리방식을 택하고 있는 생협에 비해 상표를 활용한 외부표시방식을 택하고 있는 유통기업이 성장하고 있음을 주목할 필요가 있다[7]. 따라서 장차 유기농산물 유통정책은 유통경로 분리방식보다는 외부표시에 의한 차별화 방식을 통해 도매시장이나 물류센터, 그리고 대형소매점을 통해 거래될 수 있는 유통경로를 개발하여 대규모 거래당사자의 요구에 대응하는데 중점이 두어져야 할 것으로 보인다.

이를 위해서는 우선 소비자가 믿을 수 있는 유기농산물 인증제도가 확립되어야 한다. 유기농산물 인증제도를 확립하기 위해서는 인증기관이 필요하다. 인증기관으로서는 ① 국가기관, ② 생산자단체, ③ 제 3의 전문기관 등을 고려할 수 있다. 1998년 조사자료에 의하면, 인증기관에 대한 선호도는 생산자·소비자 모두 국가기관을 선호하고 있으며, 그 다음은 농협이나 환경농업단체와 같은 생산자단체를 선호하고 있다. 소비자의 경우 인증전문기관에 대한 선호도 상당히 높게 나타났다(표 5). 그러나 국가기관이나 인증전문기관이 인증업무를 맡을 경우 인증품에 대한 신뢰도는 높을 수 있으나 운영의 경직성으로 효율성이 떨어질 우려가 있다.

선진국의 경우 대부분 인증업무는 생산자 스스로 조직을 만들어 자율적으로 하며, 인증과 관련한 기준설정과 관리는 국가기관에서 담당하고 있다. 따라서 우리 나라에 있어서도 인증업무는 생산자단체가 자율적으로 하며, 인준기준의 설정과 유통과정에서의 관리는 국가기관에서 담당하는 분담체계를 도입하는 것이 바람직할 것으로 보인다. 더욱이 현재의 품질인증제도를 유지하고자 한다면, 유기농

[7] 1997년 2개 연합회를 포함한 73개 지역 생협의 취급액은 383억원(조합당 평균 525백만원)이며, 10개 조합을 표본조사한 결과 이중 쌀을 포함하여 약 44.0%가 농산물인 것으로 조사되었다. 한편 유기농산물 등을 취급하는 유통업체인 「풀무원」은 1996년 총 매출액이 2,060억원이며, 1997년에는 IMF의 영향으로 약간 감소한 1,930억원을 취급했다.

산물의 생산증가와 관리인력의 소요, 그리고 인증품에 대한 인식과 신뢰 제고 등을 고려하여 무농약 농산물을 포함한 유기농산물만을 대상으로 하는 것이 바람직할 것이다.

생산자단체가 유기농산물의 품질인증 업무를 효과적으로 수행할 수 있기 위해서는 유기농산물 생산자단체를 육성하고, 이들 생산자단체가 농산물 포장센터 등을 운영토록 지원함으로써 이들 산지유통시설을 중심으로 품질과 「브랜드」 관리가 이루어질 수 있도록 유도해야 한다. 이때 생산자의 재배조건 이행여부는 자신의 이익을 위해 생산자 스스로 관리·감독토록 하는 것이 필요하다. 또한 유기농산물만을 취급하는 전국단위의 생산자 협동조합의 육성도 고려할 필요가 있다.

정부는 소비자의 신뢰를 확립하고 공정거래가 이루어질 수 있도록 생산자가 자율적으로 한 농산물이 유기농산물 품질규격에 적합한지를 유통과정에서 점검하는 제도적 장치가 필요하다. 이를 위해서는 품목별 재배조건별 품질기준을 설정하고, 주요 유통거점에서 수시로 점검·처벌하는 규제가 필요하다. 또한 유기농산물에 대한 소비자의 인식과 광고효과를 높일 수 있기 위해서는 재배조건별로 통일된 상표(logo)를 사용토록 제정·보급할 필요가 있다.

한편 유기농산물의 생산과 유통 관리를 효율적으로 하기 위해서는 유기농산물의 생산과 취급에 대한 생산자 교육을 강화하고, 소비자와 중간상인의 유기농산물에 대한 인식을 높이도록 이들을 대상으로 한 홍보를 강화해야 한다. 왜냐하면 소비자와 중간상인이 유기농산물에 부착된 상표와 외부표시를 신뢰하고, 유기 농산물의 품질이나 안전성이 일반농산물보다 우수하다고 인정할 때에 유기농산물에 보다 높은 가격을 지불하게 되고 외부표시를 통한 차별화가 나타나게 되기 때문이다. 또한 이러한 과정을 거쳐 유기농산물이 외부표시만으로도 도매시장이나 물류센터, 그리고 대형소매점을 통해 거래될 수 있도록 대규모 수요에 부응한 유통경로가 정착되게 된다.

5. 요약 및 결론

최근 유럽에서는 유기농산물 소비가 급격히 늘어나고 있는데, EU의 통계에 따르면 1990년대 이후 연평균 30% 이상의 성장률을 나타내고 있다(농협중앙회 1998. 8., 32). 우리나라 정부에서도 금년을 「친환경농업 원년」으로 선포하고, 적극적으로 친환경농업을 육성해 나갈 계획이다. 또한 환경농업 직접지불제가 실시되어 앞으로 4~5년 동안 많은 양의 유기농산물이 출하될 것으로 예상된다. 그럼에도 불구하고 현재 유기농산물을 대량으로 유통시킬 유통경로가 확립되지 못하고 있어, 판로확보 문제가 유기농산물 증산에 가장 중요한 장애요인으로 등장할 것으로 보인다.

유기농산물은 일반적으로 일반농산물에 비해 생산성이 낮고 생산비가 많이 들어 소비자가 높은 가격을 지불하지 않는 한 생산을 지속하기 어렵다. 또한 소비자가 상품자체로서 유기농산물을 식별하기 어렵기 때문에 유기농산물의 차별화는 유통과정을 통해 이루어지고 있다.

유통과정을 통해 유기농산물을 차별화하는 방법은 유통경로를 분리하는 방법과 외부표시를 이용하는 방법으로 대별할 수 있다. 현재 우리 나라의 유기농산물 유통은 대부분 유통경로를 분리하는 방법을 이용하고 있으며, 일반 도매시장을 통해서는 거의 거래가 이루어지지 못하고 있다. 즉 유기농산물은 대부분 생산자(단체)와 소비자(단체) 사이에 계약재배 또는 직거래 형태로 이루어지고 있다.

이와 같은 유통경로 분리방식은 외부표시 방법에 비해 ① 유통비용이 많이 들고, ② 장기적으로 유기농산물의 판로를 확대하는데 한계가 있으며, ③ 장기적으로 유기농산물의 수요감소를 초래할 우려가 있으며, ④ 다양한 유기농산물의 판로로서 문제가 있다. 또한 유기농산물의 거래에 있어서는 생산자와 소비자간의 상품에 대한 신뢰가 전제되어야 하는데, 현재는 유기농산물에 대해 객관적으로 검증할 수 있는 공식적인 검사제도가 확립되어 있지 못하기 때문에 대부분 생산자와 소비자간의 개인적인 상호신뢰나 생산자의 양심에 의존하고 있는 단계이다.

선진 외국의 유기농산물 유통실태를 보면, 초기단계에는 직거래에 대한 의존도가 높지만 유통물량이 증가함에 따라 외부표시 방법에 의해 슈퍼마켓과 같은 종합소매점을 통한 유통이 확대되고 있는 경향을 보여주고 있다. 또한 대규모 거래당사자의 요구에 대응한 새로운 유통기구를 육성하기 위한 유통지원이나 농민훈련을 도외시했다는 비판도 제기되고 있다. 또한 유기농산물에 대한 공식기준과 인증제도를 정비하여 왔다. 유럽 국가들은 일반적으로 「국제유기농연맹」의 기준을 대체로 따르고 있는 EU의 기준을 기초로 하고 있으며, 「유엔 규정위원회(Codex)」는 EU와 「국제유기농연맹」의 기준을 토대로 유기농산물의 세계공동기준을 마련하고 있다. 캐나다와 미국은 민간 검증기관에서 개별적으로 기준을 운영하여 왔으나 국가 차원의 기준을 마련 중이다. 일본은 일종의 권장기준으로서 유기농산물에 대한 품질인증제를 운영하고 있다. 그러나 대부분의 국가에서 국가인증제도는 운영되지 않고 있으며, 생산자단체별로 품질을 보증하는 라벨(협회 마크)을 부착하고 있다. 다만 덴마크의 경우 정부에서 유기농산물 상표(logo)를 만들어 운영하고 있다.

이러한 점을 고려할 때, 우리 나라의 경우도 유기농산물 생산의 급격한 증가에 대비하여 새로운 유기농산물 유통경로 개발을 서두르지 않으면 안될 것이다. 이를 위해서는 직거래와 같은 유통경로의 분리방식에 의한 유통의 차별화보다는 상표를 활용한 외부표시 방식에 의한 차별화방식을 통해 도매시장이나 물류센터, 그리고 대형소매점을 통해 유기농산물이 대량으로 거래될 수 있는 유통경로를 개발하는데 정책의 역점을 두어야 할 것이다.

이를 위해서는 조속히 국가차원의 유기농산물에 대한 적정한 인증 및 표시기준을 마련해야 할 것이다. 또한 업무체계는 외국의 예에서 보듯 정부는 인증과 관련한 기준과 관리를 담당하며, 인증업무는 생산자단체가 자율적으로 수행하는 분담체계가 바람직할 것으로 보인다.

생산자단체가 유기농산물의 품질인증 업무를 효과적으로 수행할 수 있기 위해서는 유

기농산물 생산자단체를 육성하고, 이들 생산자단체가 농산물 포장센터 등을 운영토록 지원함으로써 이들 산지유통시설을 중심으로 품질과 「브랜드」 관리가 이루어질 수 있도록 유도해야 할 것이다. 이때 생산자의 재배조건 이행여부는 자신의 이익을 위해 생산자 스스로 관리·감독토록 하는 것이 필요하다. 정부는 소비자의 신뢰를 확립하고 공정거래가 이루어질 수 있도록 생산자가 자율적으로 한 농산물이 유기농산물 품질규격에 적합한지를 유통과정에서 점검하는 제도적 장치가 필요하다.

유기농산물의 생산과 유통 관리를 효율적으로 하기 위해서는 유기농산물의 생산과 취급에 대한 생산자, 소비자 및 중간상인에 대한 교육과 홍보를 강화하여, 유기농산물이 외부표시만으로도 도매시장이나 물류센터, 그리고 대형소매점을 통해 거래될 수 있도록 해야 할 것이다.

참 고 자 료

농림부. 1998. 「친환경농업 육성정책」.

농협중앙회. 1998. 4. "미국의 유기농산물 생산 및 유통," 「농협조사월보」.

농협중앙회. 1998. 8. "유기식품의 국제 동향과 과제," 「농협조사월보」.

김명환 외. 1998. 12. 「농산물 품질인증제 및 안전성조사 발전방향에 관한 연구」, 한국농촌경제연구원.

김은순·권태진. 1998. 「국제 환경농업 논의 동향과 대응방안」, 한국농촌경제연구원.

김호, 「유기농산물의 생산 및 소비실태와 유통계열화에 관한 연구」, 고려대학교 대학원 박사학위 논문, 1993.

서종혁 외. 1998. 「농산물 차별화 : 소비자 지향형 농업의 활로」, 농민신문사.

서종혁 외. 1992. 「유기농산물의 생산 및 유통실태와 장기 발전방향」, 한국농촌경제연구원.

안준선, 임영선. 1996. 「환경농업의 생산, 유통현황과 발전방향」, 농협중앙회.

오호성. 1998. "친환경농업 직불제도와 종합환경농업 육성," 「21세기 친환경농업의 발전방향」, 제3회 농업인의 날 기념 국제학술대회 논문집, 한국농촌경제연구원·농협중앙회·한국유기농협회.

허길행 외. 1997. 「21세기에 대응한 농수산물 유통개선 대책 연구(양곡, 축산, 수산부문)」, 한국농촌경제연구원.

Kennedy, Geoge, "Environmentally Friendly Agriculture in British Columbia, Canada," 「21세기 친환경농업의 발전방향」, 제3회 농업인의 날 기념 국제학술대회 논문집, 한국농촌경제연구원·농협중앙회·한국유기농협회.

Haccius, Manon, "Organic Farming as a Strategy for Sustainable Agricultural Development," 「21세기 친환경농업의 발전방향」, 제3회 농업인의 날 기념 국제학술대회 논문집, 한국농촌경제연구원·농협중앙회·한국유기농협회.